

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

GMO ペパボ

3633 東証 2 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2020 年 9 月 7 日 (月)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2020 年 12 月期第 2 四半期累計業績の概要	01
2. 2020 年 12 月期業績見通し	01
3. 今後の事業展開	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
1. 事業セグメント	04
2. 強みと競合	09
3. 事業リスク	09
■ 業績動向	10
1. 2020 年 12 月期第 2 四半期累計業績の概要	10
2. 事業セグメント別の動向	12
3. 財務状況とキャッシュ・フローの状況	17
■ 今後の見通し	19
1. 2020 年 12 月期の業績見通し	19
2. 主要事業の見通し	20
3. 今後の成長戦略	22
■ 株主還元策	23

■ 要約

EC 市場の拡大を追い風に 2020 年 12 月期業績は 会社計画を上回る見通し

GMO ペパボ <3633> は、GMO インターネット <9449> のグループ会社で、インターネット関連サービスを展開している。主なサービスは、レンタルサーバー「ロリポップ!」、ネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」、オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI (スズリ)」、ハンドメイドマーケット「minne (ミンネ)」など。また、2019 年より子会社でフリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE (フリーナンス)」を開始している。

1. 2020 年 12 月期第 2 四半期累計業績の概要

2020 年 12 月期第 2 四半期累計 (2020 年 1 月 - 6 月) の連結業績は、売上高が前年同期比 21.1% 増の 5,352 百万円、営業利益が同 23.2% 増の 623 百万円となり、いずれも半期ベースで過去最高を更新した。新型コロナウイルス感染症の拡大を受けた巣ごもり需要の増加を背景に、「minne」や「SUZURI」など EC 関連サービスの収益が大きく伸長した。「minne」は手作りマスクや食品の販売好調により、売上高で同 21.4% 増の 1,015 百万円、営業利益で同 271.3% 増の 225 百万円となった。また、「SUZURI」についても SNS 内で影響力のあるクリエイターの誘致を行なったほか、2020 年 6 月に実施した T シャツセールが奏功し、売上高で同 194.6% 増の 889 百万円、営業利益で同 576.2% 増の 154 百万円と急拡大した。一方、新規事業となるフリーランス向けファクタリングサービスについては、事業拡大のための人員増加に加えて、機能開発や Web プロモーション費用の増加により、営業損失が前年同期の 44 百万円から 170 百万円に拡大した。

2. 2020 年 12 月期業績見通し

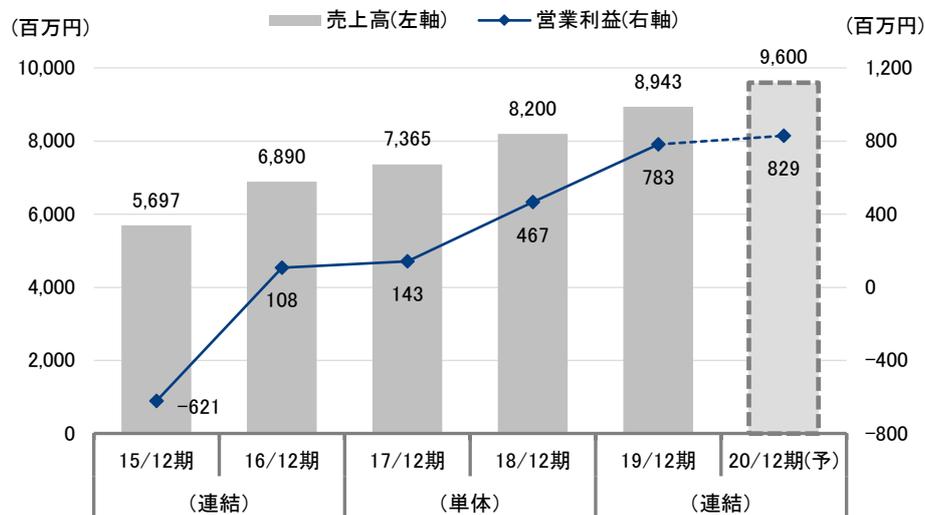
2020 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 7.3% 増の 9,600 百万円、営業利益で同 5.8% 増の 829 百万円と期初計画を据え置いている。第 2 四半期までの進捗率は売上高で 55.8%、営業利益で 75.2% と高進捗となっているが、下期は 2021 年以降も高成長を継続していくための顧客基盤拡大に向けたプロモーション費用や開発費用等の増加を見込んでいるためだ。現在の勢いからすれば営業利益で 13 ~ 14 億円まで拡大する可能性はあるが、下期にどの程度の投資を実行するかで着地は決まってくる。目安としては 11 億円前後になるものと弊社では見ている。なお、「FREENANCE」に関しては新型コロナウイルスの影響が落ち着くまで、プロモーションなどの投資は抑制する方針となっている。

3. 今後の事業展開

同社はインターネット上の表現活動を支えるインフラサービス (ロリポップ!、カラーミーショップ等) を安定的かつ継続的な収益基盤とし、利用者同士が結びつく EC プラットフォームサービス (minne、SUZURI) やファクタリングサービス (FREENANCE) を成長事業と位置づけ、戦略的投資を行いながらサービス規模を拡大していく方針となっている。いずれのサービスも業界トップまたは大手のポジションにあることが強みであり、今後もインターネット及び EC 市場の拡大を追い風に、収益成長が続くものと予想される。

Key Points

- ・2020年12月期第2四半期累計業績はEC関連サービスの成長により前年同期比2ケタ増収増益と好調に推移
- ・EC関連サービスは2021年以降の成長を見据えたプロモーション施策を実施
- ・ストックサービスによる安定的かつ継続的な収益を基盤とし、成長期待の高いEC関連サービス等への投資により成長スピードを加速する

業績推移


出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

インターネットを通じて個人や個人事業主の表現活動を支援する 様々なサービスを提供

1. 会社概要

同社は、「もっとおもしろくできる」という企業理念と、2013年に新たに制定した経営ミッション「インターネットで可能性をつなげる、ひろげる」のもと、インターネットを使って何かを始めたいという人々に対して、その活動を支援するツールやサービスを開発し、提供している。主に個人や個人事業主向けに、レンタルサーバー「ロリポップ!」、ネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」などのサービスを低価格で提供しているほか、ここ最近では法人向けにも高機能サービスの提供を行っている。現在は、日本最大のハンドメイドマーケットとなった「minne」、オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI」のほか、2019年2月に子会社化したGMOクリエイターズネットワーク(株)が運営するフリーランス向けファクタリングサービス「FREEMANCE」に注力している。

会社概要

2. 沿革

同社は、個人向けホスティング事業を目的とした有限会社 paperboy&co.※¹として2003年1月に設立され、前身の合資会社※²から「ロリポップ！」等の事業を譲受したのが始まりとなる。2004年にはドメイン取得代行サービス「ムームードメイン」やブログサービス「JUGEM」の提供を開始し、株式会社へ組織変更すると同時に、グローバルメディアオンライン(株)(現GMOインターネット)の連結子会社となった。

- ※¹ 創業者の家入一真(いえいりかずま)氏が過去に新聞配達をしていたことに由来する。新聞配達員としての経験をきっかけに多くの人と出会い、起業に至ったという原点を忘れないようにと、英語で「新聞配達員」の意味を持つ「paperboy」に、仲間たちを意味する「company」の略である「&co.」を加えて命名された。
- ※² 同社の前身は、個人向けホスティングサービスの提供を目的として2001年10月に家入一真氏により設立された合資会社マダメ企画。同年11月に「学生や女性にもホームページ作りを楽しんでもらいたい」という思いから「ロリポップ!レンタルサーバー」の提供を開始した。

2005年にはネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」の提供を開始しEC支援事業にも参入、その後もインターネットを活用した様々なサービスを開発・提供しながら業績を拡大し、2008年12月にジャスダック証券取引所(現東京証券取引所JASDAQスタンダード)に上場を果たす(2019年12月に東証第2部に市場変更)。2014年4月には創立10年を経過したことを契機に、GMOインターネットグループのブランド戦略におけるシナジーや知名度、信頼性の向上を図るため、社名の冠に「GMO」を付し、愛称として使われていた「ペパボ」を合わせたGMOペパボ株式会社に社名を変更した。

2015年以降は、第3の収益柱を育成するため2012年よりサービスを開始したハンドメイドマーケット「minne」の事業に積極投資を行う一方で、事業の集中と選択を進めるため、2016年1月に電子書籍関連事業をブックオフコーポレーション(株)へ、2017年2月には高速モバイルインターネットサービス「PEPABO WiMAX」の事業をGMOインターネットにそれぞれ譲渡している。また、直近では2019年2月にWebコンテンツ制作事業及びフリーランス向けファクタリングサービス「FREEMANCE」を運営するGMOクリエイターズネットワークの株式を取得し、連結子会社化している。

沿革

年月	概要
2003年 1月	福岡県福岡市中央区に個人向けホスティング事業を事業目的とした、有限会社 paperboy&co. を設立。前身の合資会社マダメ企画より「ロリポップ！」を移管、ホスティング事業に参入
2004年 1月	ロリポップ!レンタルサーバーにおいてオンラインショッピングカート機能『カラーミーショップ!ミニ』の提供を開始
2004年 1月	ドメイン取得代行サービス「ムームードメイン」提供開始
2004年 2月	レンタルブログサービス「JUGEM」提供開始
2004年 3月	有限会社より株式会社へ組織変更
2004年 3月	グローバルメディアオンライン株式会社(現GMOインターネット株式会社)を割当先とした第三者割当増資を実施し、同社の連結子会社となる
2005年 2月	ネットショップ作成サービス「Color Me Shop! pro」(現カラーミーショップ)提供開始、EC支援事業に参入
2005年11月	クリエイター向けレンタルサーバー「heteml(ヘテムル)」提供開始
2006年 4月	オンラインショッピングモール「カラメル」提供開始
2008年 4月	オンラインフォトアルバムサービス「30days Album」提供開始
2008年12月	ジャスダック証券取引所(現東京証券取引所JASDAQスタンダード)に上場 [証券コード:3633]
2009年 5月	ホームページ構築ASPサービス「グーベ」提供開始
2009年10月	ブックレビューコミュニティサイト「ブックログ」運営開始
2010年 6月	電子書籍作成・販売プラットフォーム「パパー」提供開始

GMO ペパボ | 2020年9月7日(月)
 3633 東証 2 部 | <https://pepabo.com/ir/>

会社概要

年月	概要
2012年 1月	ハンドメイドマーケット「minne (ミンネ)」提供開始
2012年 6月	電子書籍関連事業を会社分割し、株式会社ブックログを設立
2012年 8月	開発者向けクラウドホスティングサービス「Sqale (スケール)」提供開始
2012年10月	英語圏向けショッピングカート ASP サービス「Jugem Cart (ジュゲム カート)」提供開始、海外事業に参入
2014年 4月	株式会社 paperboy&co. より GMO ペパボ株式会社へ商号変更
2014年 4月	オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI」提供開始
2014年11月	高速モバイルインターネットサービス「PEPABO WiMAX (ペパボワイマックス)」の提供開始
2015年 6月	ハンドメイドマーケット「tetote(テトテ)」などを展開する OC アイランド株式会社(2016年1月 GMO ペパボオーシー株式会社へ商号変更)をグループ化
2016年 1月	株式会社ブックログの電子書籍関連事業を、ブックオフコーポレーション株式会社へ譲渡
2016年 7月	新技術の創造と実践に取り組む研究開発組織「ペパボ研究所」を設立
2017年 1月	ハンドメイド事業の成長をさらに加速させるため、同社を存続会社として GMO ペパボオーシー株式会社と合併
2017年 2月	高速モバイルインターネットサービス「PEPABO WiMAX (ペパボワイマックス)」を事業譲渡
2017年11月	リピート通販サービス「カラーミーリピート」提供開始
2018年 4月	株式会社ベーシックが運営するオンデマンドオリジナルグッズ作成サービス「Canvath」事業を譲受
2018年 6月	伝統工芸職人向けマーケティング支援を行うニューワールド株式会社に出資
2018年 9月	情報セキュリティ事業を事業目的とした子会社 GMO ペパボガーディアン株式会社を設立
2019年 2月	フリーランス向け金融支援サービス「FREENANCE」を運営する GMO クリエイターズネットワーク株式会社を第三者割当増資引受により連結子会社化
2019年12月	東証第 2 部に市場変更

出所：有価証券報告書及びホームページよりフィスコ作成

事業概要

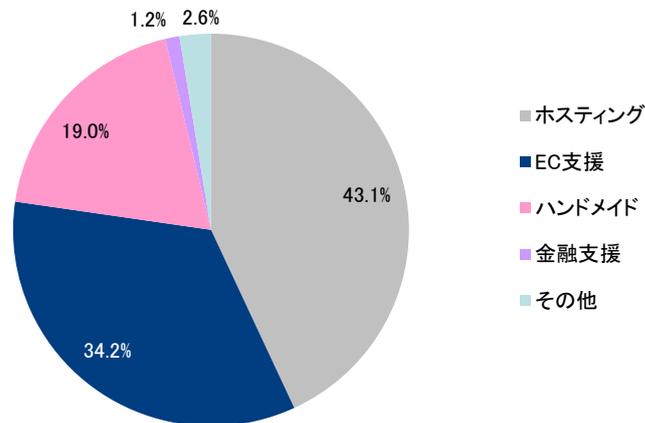
ホスティング事業と EC 支援事業を両輪に成長、 第 3 の柱となるハンドメイド事業も 2019 年に黒字化を達成

1. 事業セグメント

同社が手掛ける事業は、レンタルサーバー「ロリポップ!」、ドメイン取得代行サービス「ムームードメイン」などのホスティング事業、ネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」、オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI」などの EC 支援事業、ハンドメイドマーケット「minne」から成るハンドメイド事業、フリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE」の金融支援事業とその他の事業(ブログサービス「JUGEM」等)で構成されている。2020年12月期第2四半期累計の事業セグメント別売上構成比は、ホスティング事業 43.1%、EC 支援事業 34.2%、ハンドメイド事業 19.0%、金融支援事業 1.2%、その他 2.6%となっている。

事業概要

セグメント別売上構成比(2020年12月期2Q累計)



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) ホスティング事業

ホスティング事業は、Web サイトやホームページを開設するためのサーバーや各種機能、ドメイン等を提供し、各サービスの利用料を売上として計上するストック型のビジネスモデルとなる。主要サービスは以下のとおり。

a) ロリポップ！

インターネット初心者からヘビーユーザーまで幅広い層をターゲットとしたレンタルサーバーサービスで、同事業セグメントの売上高の約4割、利益の約6割を占める主力サービス。ハードルの高かったホスティングサービスを月額100円※からという低価格帯で提供したことで、個人向けレンタルサーバー市場を開拓する先駆者となった。簡単にホームページを作成できる豊富なマニュアルやレスポンスの早いカスタマーサービスに加えて、ホームページ作成のために必要なソフトウェアや各種ASPサービスも提供する。足元は様々な料金プランやオプションサービスを提供することで、個人事業主から中小企業まで顧客対象を広げている。

※月額基本料金プラン（税抜き）は、エコノミー（100円）、ライト（250円～）、スタンダード（500円～）、エンタープライズ（2,000円～）の4プランに加えて、2019年9月よりハイスピードプラン（500円～）の提供を開始している。

2018年4月に提供を開始した「ロリポップ！マネージドクラウド」は、独自開発したコンテナ型仮想化技術により、一時的なアクセス集中時でも高速かつ安定的な稼働を実現したサービスとなる。顧客ターゲットはWebサイトへのアクセスが集中し、閲覧不能となるリスクのあるユーザー（個人のクリエイターや中小企業等）で、料金プランは月額基本料金980円+従量課金制となっている。そのほか、高機能ホスティングサービス「ヘテムル」（月額800円～）なども提供しており、これらを合わせた同社レンタルサーバーの2020年6月末の契約数は約43万件と国内トップシェア※となっている。

※「ロリポップ！」及び「ヘテムル」のユーザー数の合算数値。「2020年の日本でのウェブホスティングのマーケットシェア」HostAdvice.com調べ（2020年8月6日時点）。

事業概要

b) ムームードメイン

低価格のドメイン取得代行サービスで、ドメイン登録をオンライン上で簡単に行えることが特徴となっている。従来は、ドメイン取得までに申請書類の郵送など手続きに手間が掛かったが、同サービスの開始により個人によるドメイン取得が一気に広がり、2020年6月末の登録ドメイン数は120万件に上っている。同事業セグメントの売上高の5割弱、利益の約2割を占めている。代行サービスのため利益率は他のサービスよりも相対的に低い。また、コストは為替変動の影響を受けるため、状況に応じて為替予約を行っている。

(2) EC 支援事業

EC 支援事業では、EC（電子商取引）の運営を支援するネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」やオリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI」などを提供している。「カラーミーショップ」は月額固定利用料金が売上の大半を占めるストック型のビジネスモデルで、「SUZURI」は流通額に応じたフロー型のビジネスモデルとなる。サービスの概要は以下のとおり。

a) カラーミーショップ

「カラーミーショップ」は、ネットショップの運営初心者でもブログを作成する感覚で簡単かつ低料金で開店できることが特徴となっており、2005年のサービス開始以降、契約件数は2020年6月末で4.0万件となっており、月額有料プランで提供するサービス※としては国内最大手となっている。個人商店から大規模販売店まで幅広いニーズに応える豊富な機能を備えているほか、デザインを細かくカスタマイズすることが可能なため、自己表現の場としても活用されている。同事業セグメント売上高の約4割、利益の7割弱を占める主力サービスとなっている。

※ 月額基本料金プランは、834円～、3,000円、7,223円（いずれも税抜き）と3つのプランを用意している。

b) SUZURI (スズリ)

自身で制作したイラストや写真の画像をサイトにアップロードするだけで、Tシャツ、マグカップ、スマートフォンケースなど様々なオリジナルグッズを作成・販売できるサービスで2014年4月より提供開始した。初期投資や在庫管理などのリスクがなく、アイテムの作成から配送（製作及び配送は外部委託）までを「SUZURI」で一貫してサポートするため、安心して作品の販売や購入ができる。製作コストに一定利益を上乗せした額が同社の売上高（クリエイターの仕入価格）となり、クリエイターは仕入価格に自身の利益を上乗せして販売価格を自由に設定できる。同社の売上総利益率はアイテムによって異なるが、おおよそ40～60%の範囲で設定している。このため、同サービスは流通額にほぼ連動したフロー型のビジネスモデルとなり、流通額の拡大にともなって事業も急成長している。同事業セグメント売上高の5割弱、利益の3割弱を占め、2020年6月末の累積会員数は54万人（うち、クリエイターは約30万人）まで拡大している。

事業概要

c) Canvath (キャンバス)

自身がデザインしたイラストや撮影した写真をアップロードするだけで、スマートフォンケースやマグカップ、Tシャツなどオリジナルグッズが作成できるサービスで、2018年4月に(株)ベーシックから事業譲受した。ネットショップオーナーやクリエイターが「Canvath」を利用することで、オリジナルグッズを1個から最安値で仕入れることができる。ネットショップを運営している場合には、オリジナルグッズがショップで売れた後に「Canvath」上で発注することで、在庫リスクなくショップを運営することが可能となる。

(3) ハンドメイド事業

インターネット上で手軽に手作り作品の出品・販売ができる国内最大のハンドメイドマーケット「minne」の事業で、販売手数料(取引額の9.6%)が主な売上となる。「minne」の特徴は、ホームページ作成経験のない初心者でも簡単に販売機能を備えたギャラリーページを作成できること、決済は「minne」が代行するため作家と購入者は安心して取引できること等が挙げられる。アクセサリ、ファッション、バッグ・財布などのハンドメイド作品や作品の製作に必要な素材の販売などを行っている。

また、「minne」は2019年7月に利用規約を改訂し、「CtoCハンドメイドマーケット」から「ものづくりの総合プラットフォーム」へと事業領域を拡大している。ハンドメイド以外の加工品や製作の一部の工程を第三者に委託して作った作品も、「ものづくり」という表現活動の1つであると捉え出品可能としたほか、「ものづくり」にこだわるブランドやメーカー等の企業の出品も可能とし、CtoCからBtoC領域に拡大している。2020年6月末時点の登録作家数は67万人(うち、企業数は100社超)、登録作品数は1,183万点、アプリダウンロード数は1,180万DLと増加基調が続いている。

(4) 金融支援事業

2019年に子会社化したGMOクリエイターズネットワークが提供する、フリーランス向けファクタリングサービス「FREEMANCE」の事業となる。同サービスは、フリーランスと取引先の間に立ってフリーランスの請求書(売掛債権)を買い取り、取引先に代わって即日支払いするサービスで、請求書額面の3~10%を手数料として利用者から受け取るビジネスモデルとなる。手数料率は取引実績を重ねるごとに低下する。請求書(売掛債権)の買取可能額は1~1,000万円とし、各種補償サービス(業務遂行中の事故や情報漏えい等によって生じた損害補償等)や「プロフィール機能」※を無料で提供するなど、ユーザーの利便性向上につながる機能が充実していることが特徴となっている。

| ※フリーランサーや個人事業主が「反社チェック・本人確認済み」であることを取引先に示すことができる機能。 |

(5) その他

同社が運営するブログサービス「JUGEM(ジュゲム)」のほか、GMOクリエイターズネットワークのWebコンテンツ制作事業などが含まれる。

GMO ペパボ | 2020年9月7日(月)
 3633 東証 2 部 | <https://pepabo.com/ir/>

事業概要

主要サービスの概要一覧

	ビジネスモデル			料金、契約者数等	サービス内容等
	月額課金型	従量課金型	広告収入型		
ホスティング事業					
ロリポップ!	○			月額料金：100円/月～ レンタルサーバー全体の契約数40万件(43.5万件)	「すぐに使える、ずっと使える」をキャッチコピーに、初心者の方からビジネスまで幅広いニーズに対応する国内最大級のレンタルサーバー。
ヘテムル	○			月額料金：800円/月～	圧倒的なコストパフォーマンスで、デザイナーやクリエイターなど上級者を対象とした高機能ホスティングサービス。
ムームードメイン	○			取得料金：68円/年～ 登録ドメイン数：120万件(121万件)	400種類を超えるドメインや希少価値の高いプレミアムドメインなどを取得・管理できるドメイン総合サービス。
30days Album	○			月額料金：300円/月～ ※一部無料プランもあり	家族や友人、仲間と、アプリやWebで手軽に写真共有ができる、オンラインアルバム+フォトストレージサービス。
EC 支援事業					
カラーミーショップ	○			月額料金：834円/月～ 契約数：4.0万件(4.1万件)	本格的なネットショップから趣味のお店を開きたい人まで、幅広いニーズに応えるネットショップ運営サービス。
グーベ	○			月額料金：1,000円/月～	個人から店舗・企業のオフィシャルサイトまで、様々なホームページをPCやスマートフォンから簡単に作成できるサービス。
SUZURI		○		会員数：54万人(39万人)	デザインしたイラストや撮影した写真をアップロードするだけで、Tシャツやスマートフォンケースなど、オリジナルグッズを製作・販売できるサービス。
Canvath		○			デザインしたイラストや撮影した写真をアップロードするだけで、スマートフォンアクセサリやマグカップ、Tシャツなどのオリジナルグッズが製作できるサービス。
ハンドメイド事業					
minne		○		作家数：67万人(60万人) 登録作品数：1,183万点(1,077万点)	アクセサリやバッグ・雑貨・家具など、作家の思いがこもったハンドメイド作品を販売・展示・購入できる、国内最大のハンドメイドマーケット。
金融支援事業					
FREENANCE		○		手数料率は請求書額面の3～10%	フリーランスに対し、請求書の買取りにより資金を即日融通するフリーランス向けファクタリングサービス。
その他					
JUGEM	○		○	無料版(広告表示)、多機能で広告を非表示にするJUGEM PLUS版(月額300円)	“デザインで選ぶブログサービス”をコンセプトに、使いやすさとカスタマイズ性の高さが特徴のブログサービス。

注：契約者数等の数値は2020年6月末時点。カッコ内は2019年末時点。

出所：決算説明会資料及び決算短信よりフィスコ作成

個人・個人事業主向けを中心にリーズナブルな価格でサービス提供できる開発力や企画力が強み

2. 強みと競合

同社の強みは、これまでインターネットに関連した30以上のサービスを独自に開発・運用し、そのノウハウを蓄積していることにある。また、サービスのネーミング、Webサイトやアプリなどのデザインにおけるオリジナリティも同社の大きな特徴となっており、創業来の強みの1つであると考えられる。

同社が提供するサービスは参入障壁が比較的低いため、サービス開始当時に比べると競合企業も増加している。主な競合企業について見ると、ホスティング事業（レンタルサーバー）ではさくらインターネット<3778>が挙げられ、個人用レンタルサーバー市場では2社で約5割のシェアを握っている。参入企業は多いものの、業界最低水準の料金でサービスを提供しているため、同社のシェアは安定して推移していると思われる。

また、EC支援事業のうち「カラーミーショップ」のようなECサイト構築システムは、Eストアー<4304>をはじめ多数の企業が参入しており、最近ではBASE<4477>のように月額利用料を無料で提供する企業も台頭するなど、市場の拡大に伴って競争も激化している。このため、同社ではユーザーの利便性向上とショップの売上拡大につながる周辺アプリの拡充に取り組んでいる。

「SUZURI」のようなオリジナルグッズ作成・販売サービスについても、CtoC市場の拡大に伴って参入企業が増加しているが、取扱いアイテムが各事業者で異なっており直接的な競合は少なく、同社は業界のなかでもトップを走っているものと思われる。「SUZURI」ではイラストや写真をアップするだけで簡単にECを始めことができ、受注後は自動的に製造・発送まで行われるため、在庫リスクや発送手続きなどの手間が省けることが特徴となっており、また、低コストを実現するための製造委託先のネットワークを構築していることが強みとなっている。

ハンドメイド事業に関しては、(株)クリーム（作品数で業界第2位の「Creema」を運営）が競合として挙げられ、登録作品数は約1,160万点（2020年8月25日時点）と、「minne」の1,183万点と比較するとやや小さく、「minne」がハンドメイドマーケットプレイスとしてトップの座を確立している。ただ、個人でもネットショップを簡単に開設できる環境になってきたこともあり、前述したようにBtoC領域にマーケットを広げることで更なる成長に取り組んでいる。

3. 事業リスク

事業リスクとしては、同社サービスが個人向け中心で数多くのデータを扱っている性格上、個人情報の流出など情報漏えいが発生する可能性がゼロではないことが挙げられる。実際、2018年1月に「カラーミーショップ」のサービスにおいて、外部からの不正アクセスにより顧客（ショップオーナー）のクレジットカード情報が一部流出する事案が発生した。同社では直ちに対処を行い、再発防止委員会を設置。事実関係の調査、原因の調査、再発防止策の提言をまとめ、2018年3月上旬に調査報告書を公表している。今後も情報セキュリティ対策に関しては継続的に強化していく方針となっている。

業績動向

2020年12月期第2四半期累計業績は EC関連サービスの成長により2ケタ増収増益と好調に推移

1. 2020年12月期第2四半期累計業績の概要

2020年12月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比21.1%増の5,352百万円、営業利益が同23.2%増の623百万円、経常利益が同27.6%増の665百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同1.6%減の394百万円となり、親会社株主に帰属する四半期純利益を除いて過去最高を更新した。新型コロナウイルス感染症拡大の抑止策として2020年4月に政府により緊急事態宣言が発令されたことで、消費行動がオフラインからオンラインにシフトし、同社で提供するEC関連サービスの収益が第2四半期に入って大きく成長したことが主因だ。人員体制強化（前期末比16名増の418名、臨時社員含む）や給与水準の見直しにより人件費が前年同期比で198百万円増加したものの、プロモーションコストを抑えることができたほか、増収効果でカバーした。

2020年12月期第2四半期累計連結業績

(単位：百万円)

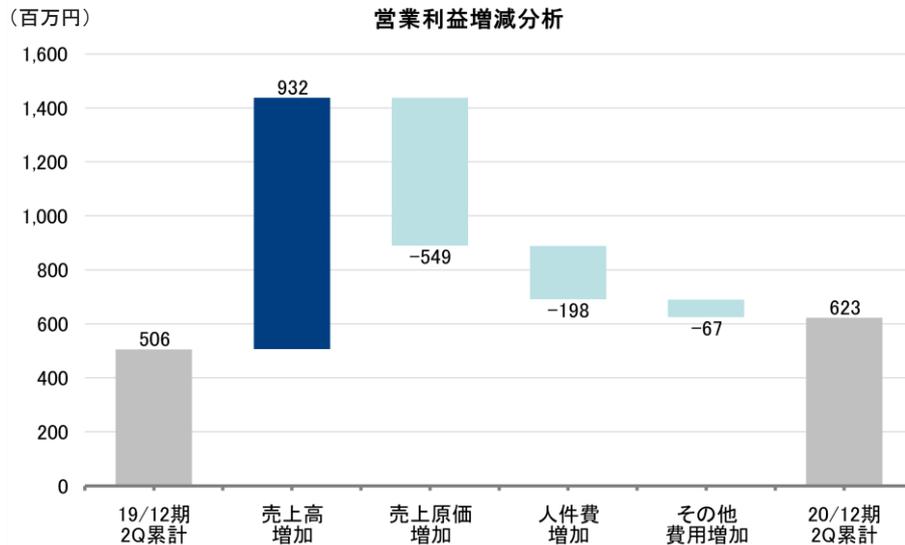
	19/12期2Q累計		20/12期2Q累計		前年同期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	4,419	-	5,352	-	21.1%
売上原価	1,792	40.6%	2,187	40.9%	22.1%
販管費	2,121	48.0%	2,541	47.5%	19.8%
（プロモーションコスト※）	357	8.1%	374	7.0%	4.9%
営業利益	506	11.5%	623	11.6%	23.2%
経常利益	521	11.8%	665	12.4%	27.6%
特別損益	9	-	-13	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	401	9.1%	394	7.4%	-1.6%

※広告宣伝費、販売促進費、ポイント引当金繰入額の合計。

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

GMO ペパボ | 2020年9月7日(月)
 3633 東証2部 | <https://pepabo.com/ir/>

業績動向

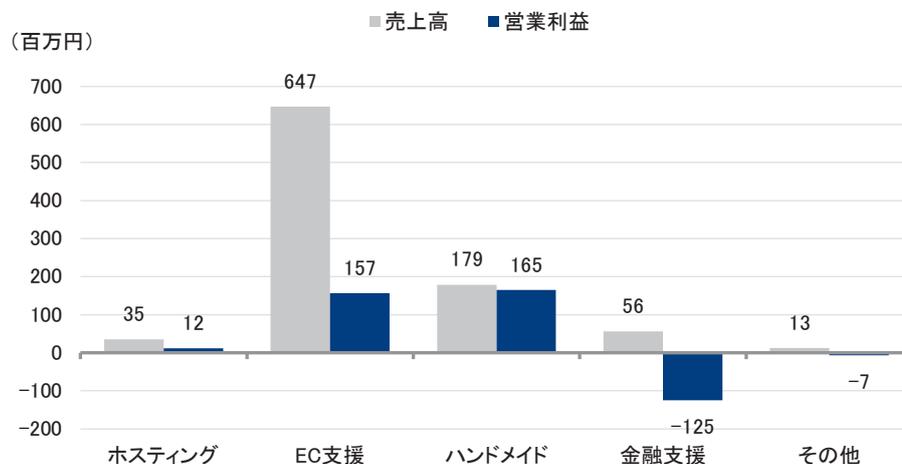


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業セグメント別で見ると、EC支援事業とハンドメイド事業が収益増に寄与した一方で、新規事業として育成中の金融支援事業が先行投資費用の増加により減益要因となった。従来からの主力事業であるストック型ビジネスのホスティング事業や「カラーミーショップ」が底堅く推移し、ここ数年、育成に取り組んできたフロー型ビジネスとなる「minne」や「SUZURI」などのEC関連サービスが収益をけん引した格好となる。

親会社株主に帰属する四半期純利益が減益となったが、これは、金融支援事業を手掛ける子会社の損失拡大により、連結ベースの実効税率が前年同期の30.2%から39.6%に上昇したことが要因だ。2020年12月期第2四半期累計での会社計画は開示していないものの、通期計画に対する進捗率は売上高で55.8%、営業利益で75.2%となり、EC関連サービスの好調を背景に計画を上回る進捗になったものと見られる。

事業セグメント別前年同期比増減額



出所：決算短信よりフィスコ作成

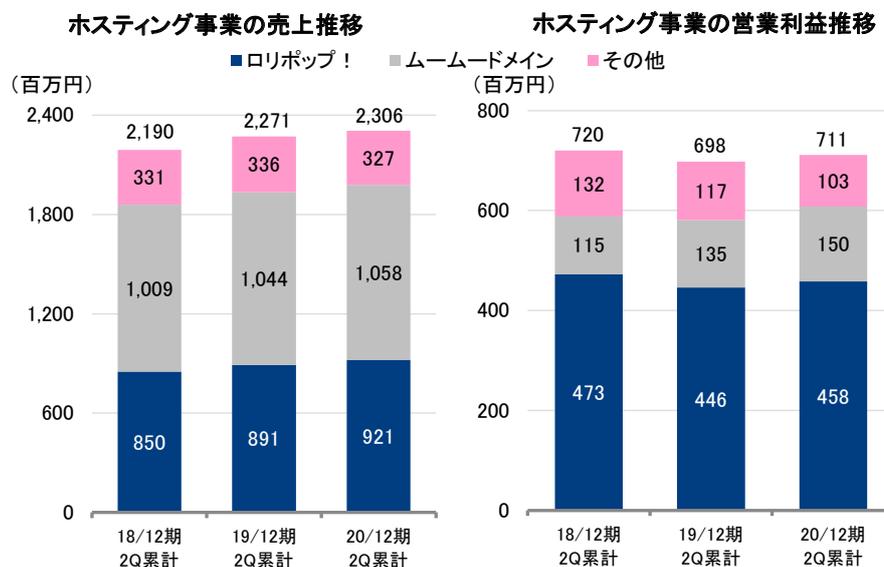
「SUZURI」「minne」が第2四半期に急成長、 ホスティング事業も堅調に推移

2. 事業セグメント別の動向

(1) ホスティング事業

ホスティング事業の売上高は前年同期比 1.5% 増の 2,306 百万円、営業利益は同 1.9% 増の 711 百万円と堅調に推移した。主要サービス別で見ると、「ロリポップ!」は売上高で同 3.4% 増の 921 百万円と過去最高を更新し、営業利益も同 2.8% 増の 458 百万円と 2 期ぶりに増益に転じた。契約件数が前年同期末比 0.2% 増の 407,464 件と増加に転じたほか、顧客単価も上位プランやオプション機能の契約増により、前年同期比 4.1% 増の 381 円と上昇したことが増収増益要因となった。

「ムームードメイン」は売上高で前年同期比 1.4% 増の 1,058 百万円、営業利益で同 10.9% 増の 150 百万円と過去最高を更新した。登録ドメイン数は過去に実施した新ドメインの割引キャンペーンで取得されたドメインの更新率が低く、前年同期末比 1.8% 減の 1,207 千件となったものの、契約ドメイン単価の上昇により増収を維持した。また、利益面では為替が若干の円高で推移したことも増益に寄与した。

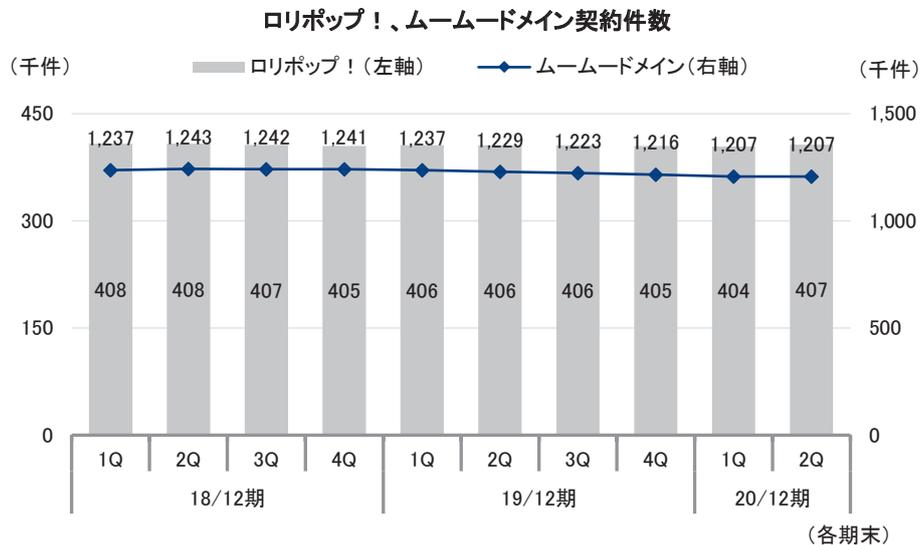


注：18/12 期 2Q 累計のみ単体。

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

GMO ペパボ | 2020年9月7日(月)
 3633 東証2部 | <https://pepabo.com/ir/>

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

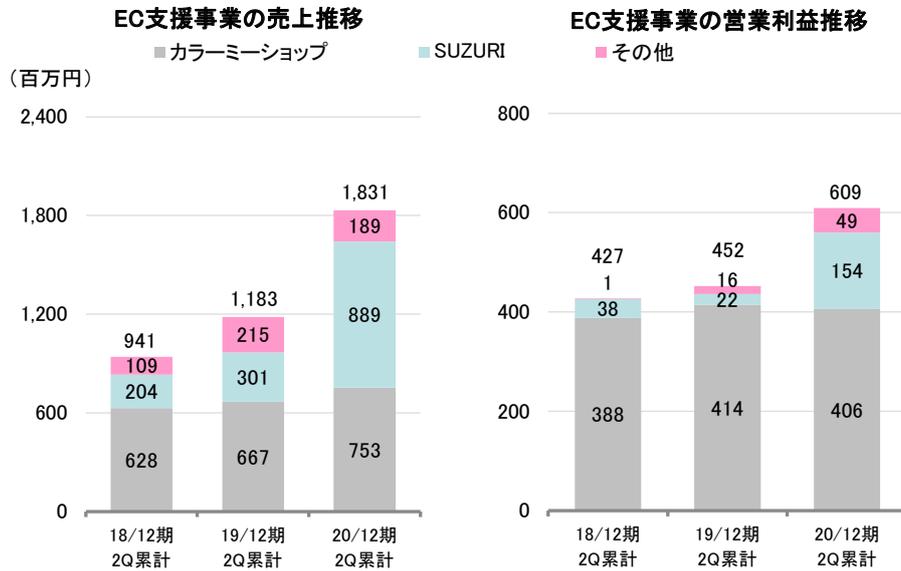
(2) EC 支援事業

EC 支援事業の売上高は前年同期比 54.8% 増の 1,831 百万円、営業利益は同 34.8% 増の 609 百万円と過去最高を大幅更新した。このうち、主力のネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」の売上高は同 12.9% 増の 753 百万円、営業利益は同 1.9% 減の 406 百万円と増収減益となった。契約件数は前年同期末比 2.8% 減の 40,991 件と減少が続いたが、顧客単価の上昇が増収要因となった。継続的なアップセル及びクロスセル施策に加えて、4 月以降は巣ごもり需要を背景に食品、インテリア関連を中心に流通金額が前年同月比 5 割増と急増し、流通金額に応じて決済代行会社から受領する紹介手数料が増加した。月平均の顧客単価を見ると、第 1 四半期の 2,727 円（前年同期比 7.9% 増）に対して、第 2 四半期は 3,126 円（同 23.6% 増）と大きく上昇した。一方、利益面では人件費等の増加が減益要因となっている。

契約件数については前年同期末比で減少傾向が続いているものの、前四半期末比で見ると 2020 年 12 月期第 2 四半期末は 309 件増となり 10 四半期ぶりに増加に転じている。2020 年 4 月の緊急事態宣言以降、実店舗を運営する事業者でオンラインショップを開設する動きが活発化し、同年 5 月より YouTube 上で積極的なプロモーションを実施した効果もあって、5～6 月の新規契約件数が前年同月比 7 割増と急増したことが増加要因となった。今後も増加傾向が続くかどうか注目される。

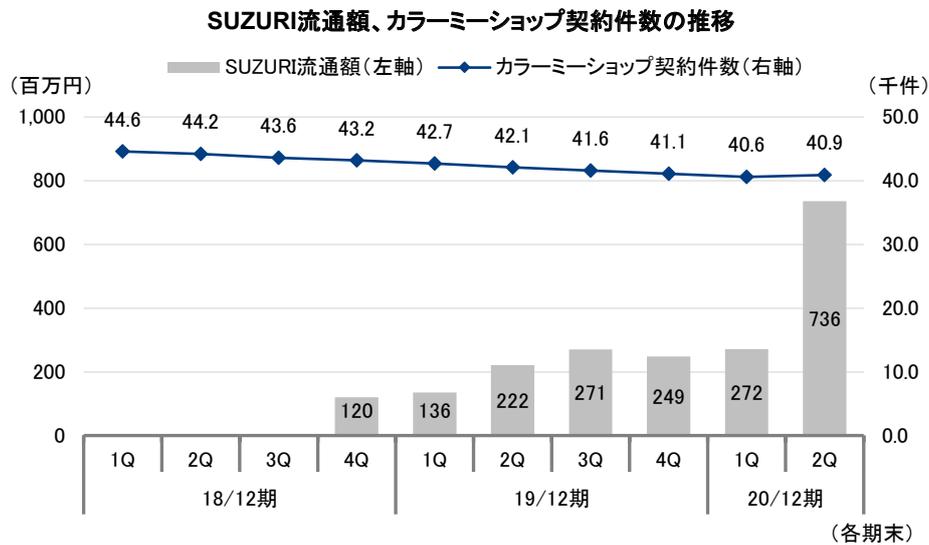
一方、「SUZURI」については売上高で前年同期比 194.6% 増の 889 百万円、営業利益で同 576.2% 増の 154 百万円と大幅増収増益となった。新型コロナウイルスの影響でイベント等が延期・中止となり、オリジナルグッズの販売を始めるクリエイターが増加したことに加え、継続的な新アイテムの追加や 2020 年 6 月に実施した T シャツセールが好調だったことにより、流通金額で前年同期比 180.9% 増の 10.1 億円と急拡大したことが要因だ。6 月の流通額だけで見ると、T シャツセールの効果により前年同月比 244.7% 増の 4 億円強となっている。また、第 2 四半期末の登録会員数もクリエイターの増加により、前年同期末比 86% 増の 54 万人に拡大している。

業績動向



注：18/12期 2Q累計のみ単体。

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成



出所：決算短信よりフィスコ作成

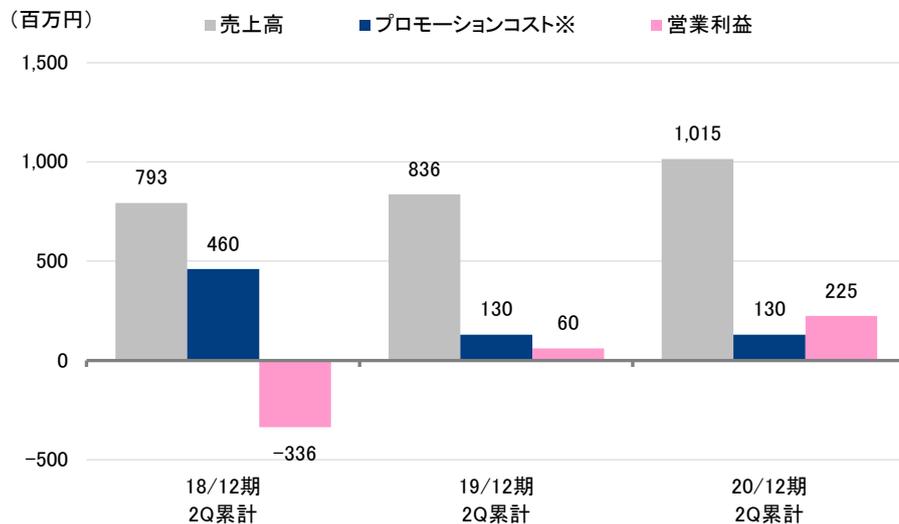
GMO ペパボ | 2020年9月7日(月)
 3633 東証2部 | <https://pepabo.com/ir/>

業績動向

(3) ハンドメイド事業

ハンドメイド事業の売上高は前年同期比 21.4% 増の 1,015 百万円、営業利益は同 271.3% 増の 225 百万円となった。新型コロナウイルスによる巣ごもり需要の拡大により、流通金額は前年同期比 22.4% 増の 75.3 億円と過去最高を更新している。特に、第 2 四半期だけで見るとマスク関連商品や食品、インテリアなどの販売増や各種クーポン、キャンペーン等の販促活動を行ったこともあり、前年同四半期比 39.7% 増の 41.3 億円と大幅増となっている。利益面では、流通金額の拡大に伴う増収効果に加えて、2020年3月に開催予定だった大規模オフラインイベント「minneのハンドメイドマーケット2020」を中止したことに伴う費用減(約50百万円)が増益要因となった。プロモーションコストについては前年同期比でほぼ横ばい水準だったと見られる。

ハンドメイド事業の業績推移

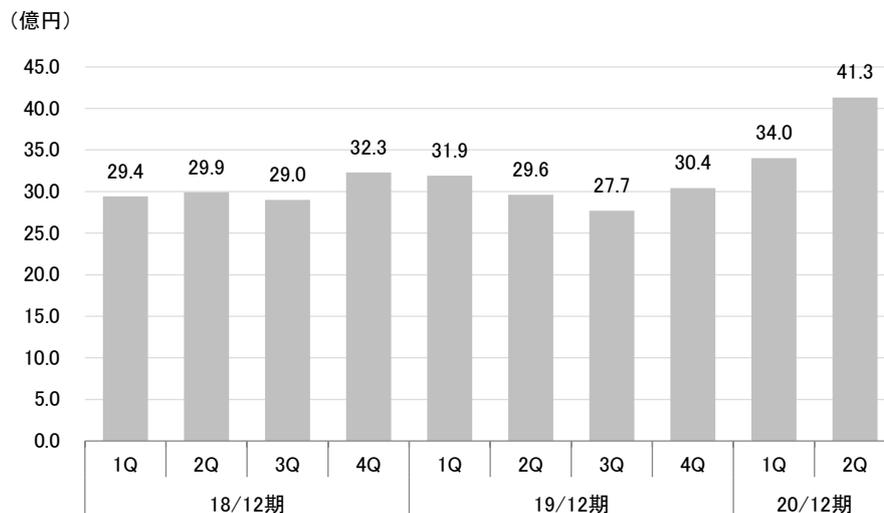


※広告宣伝費、販売促進費、ポイント引当金繰入額の合計。

注：18/12期 2Q累計のみ単体。

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

minne流通額の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

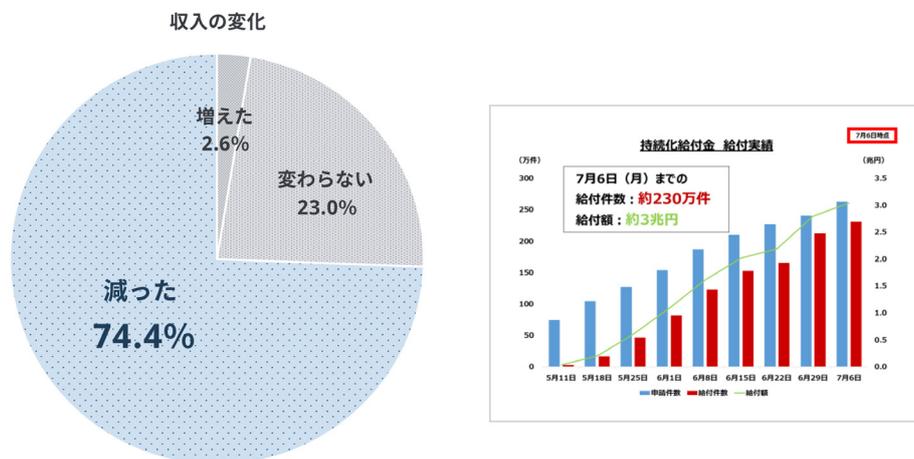
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績動向

(4) 金融支援事業

金融支援事業の売上高は前年同期の5百万円から62百万円に増加したが、事業拡大に伴う人員増加に加えて、継続的な機能開発及びWebプロモーション等の先行投資を実施したことにより、営業損失は同44百万円から170百万円に拡大した。また、「FREENANCE」の利用者数や請求書買取額は2020年3月まで順調に増加してきたが、4月の緊急事態宣言以降は、企業の経営悪化等の影響でフリーランスへの発注が減少しており、利用者数が減少し請求書買取額も伸び悩む傾向となっている。

コロナ禍におけるフリーランスの状況

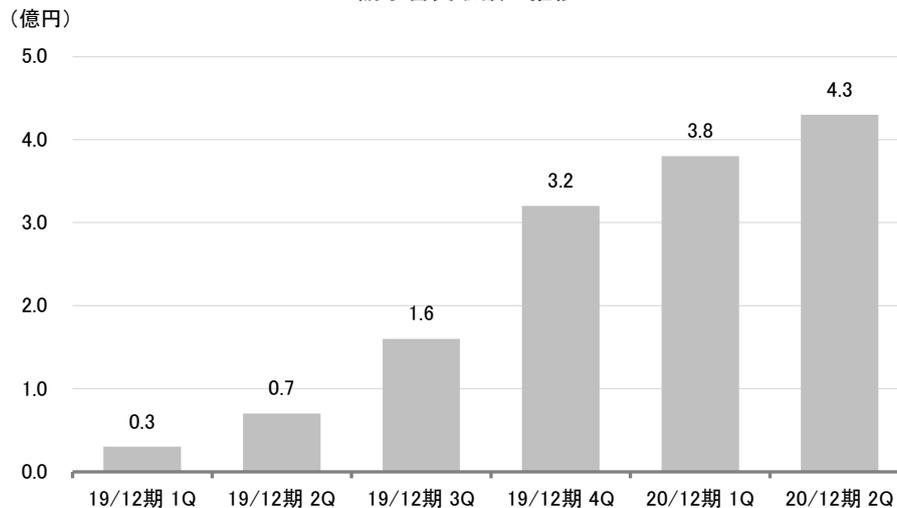
 コロナの影響によりフリーランスの74.4%が収入減少
 フリーランスも利用可能な持続化給付金の給付件数は6月以降急増


出典: フリーランス白書2020 (フリーランス協会)

出典: 持続化給付金の申請と給付について (2020年6月26日更新: 経済産業省 中小企業庁)

出所: 決算説明会資料より掲載

請求書買取額の推移



出所: 決算説明会資料よりフィスコ作成

(5) その他

その他の売上高は前年同期比 11.3% 増の 136 百万円、営業利益は同 24.7% 減の 22 百万円となった。同社が運営するプログサービス「JUGEM」のほか、子会社の GMO クリエイターズネットワークが運営する Web コンテンツ制作事業が含まれている。

自己資本比率は 20% 台と低いものの、無借金経営で財務内容は健全

3. 財務状況とキャッシュ・フローの状況

2020 年 12 月期第 2 四半期末の総資産は前期末比 912 百万円増加の 7,283 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金（関係会社預け金含む）が 88 百万円増加したほか、6 月の売上高が急拡大したことにより売掛金が 848 百万円増加した。固定資産では有形固定資産が 21 百万円、無形固定資産が 39 百万円増加した一方で、投資有価証券が 65 百万円減少した。

負債合計は前期末比 865 百万円増加の 5,467 百万円となった。流動負債で未払金が 376 百万円増加したほか、営業未払金が 179 百万円、前受金が 135 百万円、預り金が 112 百万円それぞれ増加したことによる。また、純資産合計は前期末比 46 百万円増加の 1,816 百万円となった。配当金 338 百万円を支出した一方、親会社株主に帰属する四半期純利益 394 百万円を計上したことが増加要因となった。

キャッシュ・フローの状況を見ると、営業活動により得られた収入は 521 百万円となり、投資活動による支出 94 百万円を吸収し、フリーキャッシュ・フローは 426 百万円のプラスとなった。一方で、配当金の支払いにより財務活動による支出が 338 百万円となり、結果、第 2 四半期末の現金及び現金同等物の残高は 2,541 百万円となった。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す自己資本比率は配当金支出の影響により、前期末比で 2.7 ポイント低下の 24.3% となったものの、手元キャッシュは 2,541 百万円と潤沢にあり、ストック型ビジネスを中心に収益基盤が安定していること、無借金経営であることなどから、財務内容は健全な状態にあると判断される。

GMO ペパボ | 2020年9月7日(月)
 3633 東証2部 | <https://pepabo.com/ir/>

業績動向

簡易貸借対照表

(単位：百万円)

	17/12 期末	18/12 期末	19/12 期末	20/12 期 2Q 末	増減
流動資産	4,358	4,853	4,916	5,812	896
現金及び預金	2,391	2,702	2,453	2,541	88
固定資産	1,018	1,224	1,455	1,471	15
有形固定資産	297	266	263	285	21
資産合計	5,376	6,077	6,371	7,283	912
流動負債	4,099	4,294	4,574	5,440	865
固定負債	53	76	27	27	0
負債合計	4,153	4,370	4,601	5,467	865
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産合計	1,223	1,706	1,769	1,816	46
【安全性指標】					
自己資本比率	21.6%	27.1%	27.0%	24.3%	-2.7pt
流動比率	106.3%	113.0%	107.5%	106.8%	-0.7pt

注：現金及び預金には関係会社預け金含む。17/12 期末、18/12 期末は単独。

出所：決算短信よりフィスコ作成

簡易キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	17/12 期 2Q 累計	18/12 期 2Q 累計	19/12 期 2Q 累計	20/12 期 2Q 累計
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	251	144	396	521
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-139	-170	-211	-94
財務活動によるキャッシュ・フロー	-78	-65	-525	-338
フリーキャッシュ・フロー (a) + (b)	112	-26	184	426
現金及び現金同等物の四半期末残高	2,157	2,299	2,361	2,541

注：17/12 期 2Q 累計、18/12 期 2Q 累計は単独。

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

7月以降も EC 関連サービスは好調を継続、 2020年12月期業績は会社計画を上回る公算大

1. 2020年12月期の業績見通し

2020年12月期の連結業績は、売上高で前期比7.3%増の9,600百万円、営業利益で同5.8%増の829百万円、経常利益で同0.2%増の837百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同横ばい542百万円と期初計画を据え置いている。ただ、第2四半期までの進捗率は売上高で55.8%、営業利益で75.2%と高進捗となっていること、7月以降も「minne」「SUZURI」などのEC関連サービスは好調を継続していることなどから会社計画を上回る可能性は高いと弊社では見ている。

ただ、2020年12月期第2四半期のEC関連サービスの急拡大は、緊急事態宣言下での特需的な要素もあったと会社側では考えており、2021年12月期以降の高成長持続を確かなものとするため、第3四半期以降にプロモーションを強化する予定にしている。今後、市場環境に大きな変化が無ければ通期の営業利益は13～14億円程度まで伸びる可能性があるが、各種プロモーション施策等の投資を実行することで、11億円前後になるものと弊社では予想している。なお、同社はリモートワーク体制を継続中だが、業務への支障は出ていない。採用についても居住地を問わず、多様な人材の採用を開始しており、採用力の強化につながる取り組みとして注目される。

簡易損益計算書

(単位：百万円)

	17/12期	18/12期	19/12期	20/12期(予)	2Q進捗率
売上高	7,365	8,200	8,943	9,600	55.8%
前期比	6.9%	11.3%	9.0%	7.3%	
営業利益	143	467	783	829	75.2%
前期比	32.6%	225.6%	67.6%	5.8%	
経常利益	172	524	835	837	79.5%
前期比	27.6%	203.2%	59.5%	0.2%	
親会社株主に帰属する当期純利益	119	467	542	542	72.8%
前期比	-21.9%	289.8%	16.2%	0.0%	
<1株当たり指標>					
EPS(円)	22.74	88.65	104.11	104.13	
BPS(円)	220.37	312.44	329.88	-	
<収益性指標>					
売上高営業利益率	2.0%	5.7%	8.8%	8.6%	
ROA	3.4%	9.2%	13.1%	-	
ROE	10.5%	33.3%	31.6%	-	

注：17/12期、18/12期は単独。

2019年4月1日付で普通株式1→2の割合で株式分割。遡及修正済み。

出所：決算短信よりフィスコ作成

GMO ペパボ | 2020年9月7日(月)
 3633 東証 2 部 | <https://pepabo.com/ir/>

今後の見通し

今後の施策

全社	リモートワーク体制継続による効果
	・採用力強化（居住地を問わずより多様性のある採用）
	・QOL の向上
カラーミーショップ	・認知拡大を目的としたプロモーションのテストマーケティングを実施
	・アプリストアにて卸売対応アプリを提供し、BtoB の強化を図る
minne	・年末に向けてプロモーションを計画。ギフト需要への訴求を図る
	・上記に加え、継続的な新規獲得のためのプロモーションを検討
SUZURI	・SNS によるプロモーションを強化し、認知度向上を図る
	・積極的な採用により体制強化を図り、さらなる事業拡大を目指す

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

EC 関連サービスは 2021 年以降の成長を見据えたプロモーション施策を実施

2. 主要事業の見通し

主要セグメント別売上高

(単位：百万円)

	17/12 期	18/12 期	19/12 期	20/12 期 (予)	前期比	2Q 進捗率
ホスティング事業	4,122	4,418	4,487	4,539	1.2%	50.8%
EC 支援事業	1,624	2,069	2,520	2,863	13.6%	64.0%
ハンドメイド事業	1,392	1,544	1,602	1,660	3.6%	61.2%
金融支援・その他事業	226	168	333	536	61.2%	37.1%
合計	7,365	8,200	8,943	9,600	7.3%	55.8%

注：17/12 期、18/12 期は単独、予想は会社予想。
 出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

主要セグメント別利益

(単位：百万円)

	17/12 期	18/12 期	19/12 期	20/12 期 (予)	前期比	2Q 進捗率
ホスティング事業	1,312	1,415	1,366	1,405	2.9%	50.6%
EC 支援事業	775	831	876	1,088	24.1%	56.0%
ハンドメイド事業	-1,037	-682	94	146	54.7%	154.8%
金融支援・その他事業	99	31	-135	-136	-	-
調整額	-1,007	-1,128	-1,419	-1,675	-	-
合計	143	467	783	829	5.8%	75.2%

注：17/12 期、18/12 期は単独、予想は会社予想。
 出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) ホスティング事業

ホスティング事業は、売上高で前期比 1.2% 増の 4,539 百万円、営業利益で同 2.9% 増の 1,405 百万円となる見通し。第 2 四半期までの進捗率は売上高で 50.8%、営業利益で 50.6% と順調な進捗となっている。下期についてはレンタルサーバーサービスの「ロリポップ!」で顧客獲得増加のための全プランリニューアルを 2020 年 8 月に実施している。具体的には、サーバーのストレージについて HDD から SSD に完全シフト※1 し高速化を実現したほか、ストレージ容量や独自ドメイン数などのスペックを大幅に向上させた。リニューアルに合わせて初期費用の無料キャンペーン（2020 年 12 月末まで）を実施中のほか、注力中のハイスピードプランについては月額料金の大幅な引き下げ※2 も実施した。このため、下期は顧客単価が低下する可能性もあるが、契約件数の増加によって上期並みの収益は維持できるものと予想される。

※1 エコノミー、ライト、スタンダードプランは従来、HDD を使用していたが、今回 SSD 化したことでデータの読み込み、表示速度が大幅に改善する。

※2 初期費用は従来 3 千円から無料に、月額利用料は契約期間によって従来比 17-50% の引き下げを実施。

一方、「ムームードメイン」はドメイン契約の更新率の状況次第だが、レンタルサーバーの新規顧客が増加すれば契約件数も増える可能性がある。また、利益面では為替が上期の 108 円 / 米ドルに対して直近は 105 円 / 米ドル程度で推移していることから増益要因となる。

(2) EC 支援事業

EC 支援事業は、売上高で前期比 13.6% 増の 2,863 百万円、営業利益で同 24.1% 増の 1,088 百万円の期初計画に対して、第 2 四半期までの進捗率は売上高で 64.0%、営業利益で 56.0% と計画を上回るペースで推移している。

主力の「カラーミーショップ」については、契約件数の増加に向けて認知度拡大を目的としたプロモーションを実施する予定にしているほか、アプリストアの拡充による利便性の向上に取り組んでいく。アプリストアについては 2020 年 8 月時点で 29 種類（無料アプリ含む）を揃えており、なかでも越境 EC 対応の「WorldShoppingBIZ for カラーミーショップ」や「Instagram ショッピング連携」の利用率が高くなっている。2020 年 9 月には卸売対応アプリの提供を開始し、BtoB のネットショップ事業者向けのサービス強化も図っていく。同社の基本戦略としては、事業拡大に意欲的なショップ（顧客）を獲得・育成していくことで流通金額を拡大し、顧客単価の上昇によって収益を拡大していく方針に変わりはない。

一方、「SUZURI」については期初計画で通期の流通金額を前期比 1.5 倍の 12 億円としていたが、前述の通り第 2 四半期までで 10.1 億円に達しており、また、8 月の T シャツセールも好調な販売となっていることから、計画を大幅に上回ることが予想される。同社は第 3 四半期以降も SNS によるプロモーションを強化し、認知度を高めていくことで一段の流通金額の拡大を目指しており、人員体制についても現在の 30 ~ 40 名体制からさらに増員（開発・営業人員）していく計画となっている。

(3) ハンドメイド事業

ハンドメイド事業は、売上高で前期比 3.6% 増の 1,660 百万円、営業利益で同 54.7% 増の 146 百万円の期初計画に対して、第 2 四半期までの進捗率は売上高で 61.2%、営業利益に関しては 154.8% と既に超過している。7 月も流通額は前年同月比で 2 ケタ増と好調を維持している。同社では年末のギフト需要に向けたプロモーションを計画しているほか、継続的な新規獲得のためのプロモーションなども検討しており、プロモーションコストは前期の 271 百万円から増加する見込みとなっている。

なお、ハンドメイド事業では収益基盤を強化するため、オフラインイベントの開催等による集客支援サービス、法人の取り込み、オウンドメディアによる広告収入の獲得など「収益の複層化」に取り組んでいるが、このうちオフラインイベントの開催については新型コロナウイルスの影響でストップしている。そのほかの 2 つの施策についても徐々に実績が上がり始めているが、まだ全体の収益に与えるインパクトは軽微であり、今後もより一層強化していく方針となっている。

(4) 金融支援・その他事業

金融支援・その他事業の売上高は前期比 61.2% 増の 536 百万円、営業損失は 136 百万円（前期は 135 百万円の損失）を計画している。ただ、第 2 四半期までの進捗率は売上高で 37.1% と唯一、50% を下回っている。前述した通り、「FREENANCE」の利用者数が新型コロナウイルスの影響で減少し、売上高の増加ペースが計画を下回っていることが主因だ。フリーランスの事業環境は景気動向の影響を受けやすいため、同社では市場環境が好転するまでプロモーションについても抑制する意向を示している。なお、7 月の利用者数については前月比で若干回復しているが、市場環境を考えると、本格的な回復は 2021 年以降になるものと予想される。

ストックサービスによる安定的かつ継続的な収益を基盤とし、 成長期待の高い EC 関連サービス等への投資により 成長スピードを加速する

3. 今後の成長戦略

同社は今後の成長戦略の基本方針として、「インターネット上で表現活動を行う人々を支援する会社として圧倒的 No.1」を目指すことを打ち出している。同戦略に基づくサービス展開として、レンタルサーバー「ロリポップ!」を起点として、様々なインターネットサービスを展開し、企業規模を拡大してきた。2019 年末時点で同社のサービスを利用する表現者の数は 637 万人に達している。

インターネット上の表現活動が自己表現の場であることに加えて、テクノロジーの進化によって収益を生み出す経済圏を形成しており、今後も各領域において利便性の高いサービスを提供・支援していくことで利用者数を拡大し、更なる成長を目指していく方針だ。ビジネスモデルとしては、ストック型ビジネスである「ロリポップ!」や「ムームードメイン」「カラーミーショップ」などで顧客を着実に獲得し、安定的かつ継続的な収益基盤を構築しながら、成長期待の高い「minne」や「SUZURI」といった EC 関連サービスや「FREENANCE」などのフロー型ビジネスに積極投資していくことで成長を加速し、ポートフォリオ経営を確立していく戦略となっている。

今後の見通し

「minne」や「SUZURI」はCtoC型のEC市場となり、今後も市場規模は年率2ケタ成長が期待される。いずれも業界トップを走っており、今後も圧倒的No.1の地位を固めることで収益成長が続くものと予想される。また、「FREENANCE」については現状やや足踏みしているものの、フリーランス人口が増加するなかで潜在需要は大きく、成長ポテンシャルの高い事業として注目される。

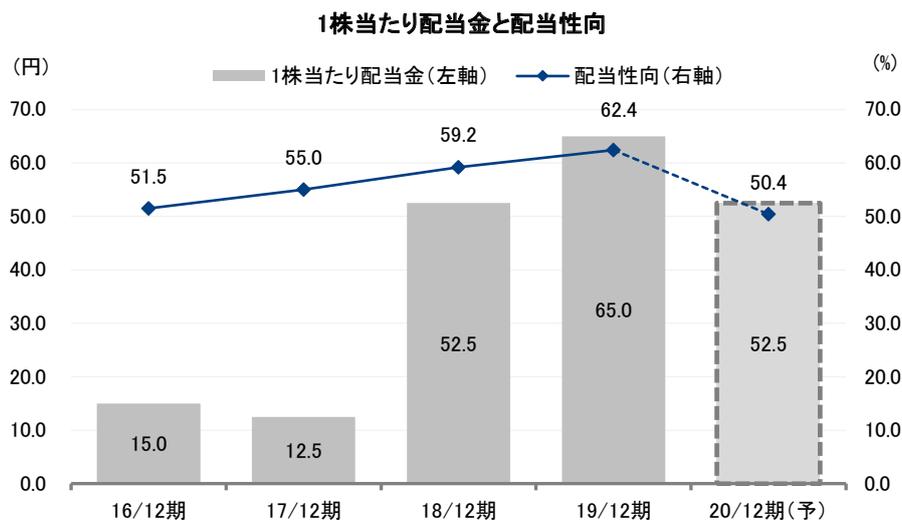
2020年12月期は新型コロナウイルス感染拡大を契機に、EC市場の普及が一気に加速し、同社にとって追い風となっているが、EC化率については欧米や中国などと比較するとまだ低く、潜在的な成長余地は依然大きい。このため、2021年12月期以降も業績は拡大基調が続くものと弊社では予想している。

株主還元策

配当性向50%を基準に配当を実施、株主優待制度も導入

同社は配当政策として、連結配当性向50%を基準とした業績連動型の配当を実施する方針を示している。2020年12月期の1株当たり配当金は前期比12.5円減配の52.5円（連結配当性向50.4%）と3期ぶりの減配見込みとなっているが、業績は計画を上回る可能性が高いため、配当金についても上積みが期待される。

また、株主優待制度も導入しており、100株以上保有の株主（権利確定は6月末、12月末）に対して、同社インターネットサービスで利用可能なポイントまたはクーポンの付与（1,500円または3,000円相当）等を行っている。株主優待（ポイントまたはクーポンの付与）も含めた単元当たりの年間投資利回りを、2020年8月7日終値（4,270円）で試算すると1.9%となる。



注：2019年4月1日付で普通株式1→2の割合で株式分割。遡及修正済み。
 出所：決算短信よりフィスコ作成

GMO ペパボ | 2020 年 9 月 7 日 (月)
3633 東証 2 部 | <https://pepabo.com/ir/>

株主還元策

株主優待の内容

-
- ・ポイント又はクーポンの付与（100 株以上 200 株未満で 1,500 円相当、200 株以上で 3,000 円相当）
「おさいぼ！ポイント」または「GMO ポイント」または「minne クーポン」のいずれかを選択
同社運営インターネットサービス等で利用可能

 - ・同社株式買付手数料キャッシュバック（100 株以上）
GMO クリック証券における買付手数料が対象で、上限はない

 - ・売買手数料キャッシュバック（100 株以上 200 株未満の株主は上限 1,500 円、200 株以上は上限 3,000 円）
GMO クリック証券における売買手数料が対象
-
- 出所：ホームページよりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp