

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

GMO メディア

6180 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年3月17日(金)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2022年12月期の業績概要	01
2. 2023年12月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業内容	04
4. 市場環境と同社の強み・事業リスク	08
■ 業績動向	10
1. 2022年12月期の業績概要	10
2. 事業セグメント別動向	11
3. 財務状況と経営指標	15
■ 今後の見通し	16
1. 2023年12月期の業績見通し	16
2. 成長戦略	18
3. 投資育成2事業の成長戦略	19
■ 株主還元策	22

要約

新規事業の教育及び美容医療関連事業は 投資フェーズから収益化フェーズへ

GMOメディア<6180>は、GMOインターネットグループ<9449>のメディア事業会社で、ポイントサイトやHTML5ゲームプラットフォーム等のメディア運営によって広告収入や課金収入等を得るメディア事業と、メディア事業で蓄積したノウハウ・システムを活用して、他社メディアの収益化を支援するサービスやASP※事業が含まれるソリューション事業を展開している。2020年3月にクーポン・チケット購入サイト「くまポン」や「キレイパス」を運営するGMOくまポン(株)を子会社化した。

※「Affiliate Service Provider」の略で、成功報酬型広告を配信するサービス・プロバイダ。

1. 2022年12月期の業績概要

2022年12月期の連結業績は売上高で前期比16.8%増※の5,587百万円、営業利益で同535.1%増の310百万円と期初計画(売上高4,900百万円、営業利益200百万円)を上回る増収増益を達成した。ソリューション事業が軟調に推移したものの、メディア事業が広告収益、課金収益ともに好調に推移し、売上高で前期比30.1%増、営業利益で148百万円(前期は199百万円の損失)と急回復したことが主因だ。子会社のGMOくまポンについても当初計画どおり営業利益で黒字化を達成した。投資育成事業と位置付けているプログラミング教育ポータルサイト「コエテコ」や美容医療チケット購入サイト「キレイパス」についても利用者数の増加により増収に寄与した。

※2022年12月期の業績は「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い売上高で4,435百万円減少しており、伸び率は旧会計基準ベースで比較した数値(以下、本レポートの2022年12月期における前期比伸び率は旧会計基準換算ベースで記載)。会計基準変更による各利益への影響はない。

2. 2023年12月期の業績見通し

2023年12月期の業績は売上高で前期比7.3%増の6,000百万円、営業利益で同22.4%増の380百万円となる見通し。メディア事業ではゲーム関連の広告・課金収益が提携先の広がりによって2ケタ増と好調を維持するほか、「コエテコ」「キレイパス」についても前期比1.5倍と高成長が続く見通し。ソリューション事業もポイントサイト構築・運営支援サービス「GMOリピータス」が堅調に推移する見込みだ。投資育成事業では、「コエテコPlus」や「キレイパスコネク」などDX事業(SaaS事業)の育成に注力する方針である。いずれも「コエテコ」「キレイパス」の利用企業が主な顧客ターゲットとなる。業務効率の向上だけでなく顧客拡大を支援する機能なども実装しており、今後セミナー開催など認知度の向上とさらなる機能強化を図りながら拡販し、将来の安定収益源として育成していく考えだ。

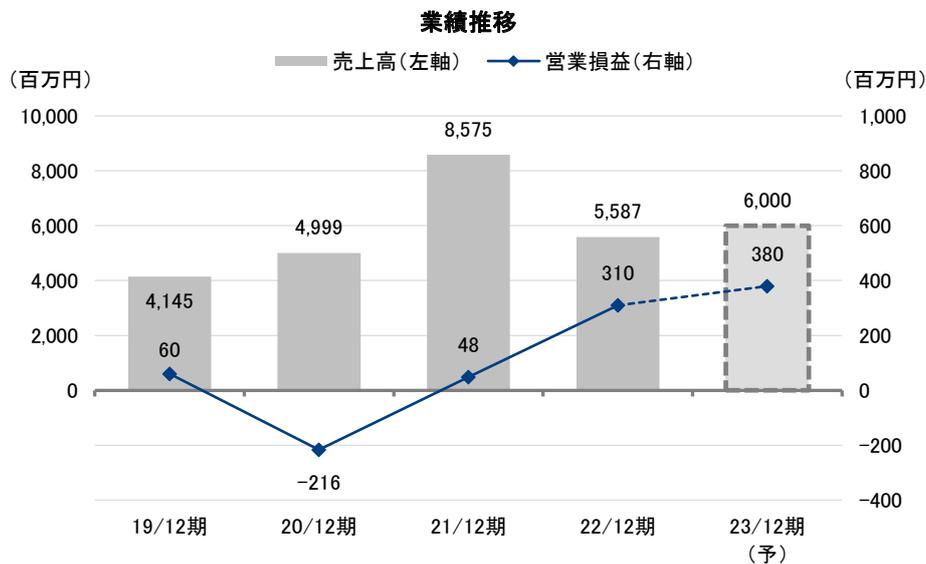
要約

3. 成長戦略

同社は2020年2月に5ヶ年の業績目標を発表し、2021年12月期までを戦略的投資期間とし、2024年12月期に営業利益で510百万円と過去最高を目指す計画を打ち出していた（過去最高営業利益は2016年12月期505百万円）。2022年12月期までの3期間はいずれも当初計画を上回り順調に進捗していることから、2024年12月期の目標値達成の蓋然性も高まったと弊社では見ている。成長戦略としては、既存の収益事業で得た利益を成長領域である教育（プログラミング系）、美容医療関連事業への投資に振り向けるほか、これら成長領域で展開するDX事業を育成することで収益の安定性を高めながら、年率15%以上の持続的成長を目指す。DX事業に関してはまだ投資段階であるものの、これらが収益化してくれば同社の収益成長ポテンシャルも一段と高まることから、今後の動向が注目される。

Key Points

- ・2022年12月期の営業利益はポイ活生態系の拡大や投資育成事業の成長により前期比6.3倍と急回復
- ・2023年12月期もゲーム事業や投資育成2事業がけん引し、増収増益が続く見通し
- ・教育・美容医療関連事業の成長で、2024年12月期の過去最高営業利益更新が射程圏に入る



注：20/12期以降、連結数値。22/12期より収益認識会計基準等を適用
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

GMO インターネットグループのメディア事業統合により業容を拡大

1. 会社概要

同社はインターネット黎明期から一般消費者向けに様々なインターネットサービスを無料で提供し、これらサービスの顧客接点であるメディアを基盤とした広告事業やゲーム事業を中心とする課金事業を手掛けている。「For your Smile, with Internet.」を企業理念として掲げ、関わるすべての人々にインターネットを通じて「笑顔、ほほえみ、幸福、満足、こちよさ」を提供していくという想いで事業を展開している。ポイントサイトや HTML5 ゲームプラットフォームのほか、プログラミング教育、美容医療分野でもサービスを運営している。2020 年 3 月に GMO くまポンを子会社化し、連結決算を開始。2022 年 12 月期末の連結従業員数※は 173 名(役員・臨時従業員除く)となっている。

※ エンジニアやデザイナー、ディレクターなどサービス運営に携わっている社員。

2. 沿革

同社の前身はインターネット広告配信技術のベンチャーである iWeb.com Ltd.(本社:イスラエル)と、電通グループ<4324>及びソフトバンクグループ<9984>の合併により 2000 年 10 月に設立されたアイウェブ・テクノロジー・ジャパン(株)※で、2001 年 7 月にインターキュー(株)(現 GMO インターネットグループ)が資本参加し、その後は GMO インターネットグループのメディア事業を再編しながら事業展開を進めてきた。

※ 2000 年 12 月に、(株)電通のほか、電通ドットコム第二号投資事業有限責任組合、(株)サイバー・コミュニケーションズ(現(株)CARTA COMMUNICATIONS)、ソフトバンク・メディア・アンド・マーケティング(株)(現 SB メディアホールディングス(株))が資本参加し、事業展開を開始した。

2004 年 3 月に GMO インターネットの子会社である壁紙ドットコム(株)(2001 年 1 月設立)と合併し、「壁紙.com」のサービスを取り込み、2005 年 5 月には GMO メディアアンドソリューションズ(株)からポイントサービス「ポイントメール」(現「ポイントタウン」)事業などを会社分割により承継、社名を現在の GMO メディアに変更した。2006 年 6 月には若年女性層をターゲットとしたソーシャルメディアサービス「プリキャン革命(現プリキャン)」を開始し、2009 年 4 月に GMO ティーカップ・コミュニケーション(株)と合併し、掲示板サービス「teacup.」事業を承継した。

2010 年以降は、スマートフォンの普及によるインターネット業界の変化に対応するため、アプリケーションエンジニアの強化・育成を図り、また、2014 年 12 月に「ポイントタウン」のポイント交換対象としてビットコインを国内で初めて採用するなど新たな取り組みにも積極的にチャレンジしている。2012 年 7 月には HTML5 ゲームプラットフォーム「ゲソてん」のサービスを開始し、ゲーム分野における広告並びに課金収益モデルを確立した。

会社概要

2017年11月には教育領域への参入を目的に、プログラミング教育ポータルサイト「コエテコ」の運営を開始したほか、2020年3月にGMOくまポンを子会社化し、美容医療チケット購入サイト「キレイパス」の育成に取り組みなど、事業領域の拡大によってさらなる成長を目指している。

沿革

年	月	概要
2000	10	イスラエルで開発されたPC画面に広告を配信する技術を利用した広告ネットワークを世界に展開するiWeb.com Ltd. (米国ニューヨーク州)が、同事業を日本で展開するために、「アイウェブ・テクノロジー・ジャパン株式会社」(現同社)を設立
2001	7	インターキュー(株)(現GMOインターネット)が資本参加
2002	5	商号を「ユーキャストコミュニケーションズ株式会社」に変更。本店の所在地を東京都渋谷区に移転
2004	3	壁紙ドットコム(株)と合併し、PC壁紙総合ポータルサービス「壁紙.com」を承継。商号を「GMOモバイルアンドデスクトップ株式会社」に変更
2005	5	会社分割方式により、GMOメディアアンドソリューションズ(株)から無料メールリストサービス「FreeML」(現「freeml」※2019年12月2日にサービス終了)事業及びポイントサービス「ポイントメール」(現「ポイントタウン」)事業を承継。商号を「GMOメディア株式会社」に変更
2006	6	女子大生向け日記サービス「プリキャン革命」(現「プリキャン」)を開始
2009	4	GMOティーカップ・コミュニケーション(株)と合併し、掲示板サービス「teacup.」事業を承継
2012	7	HTML5ゲームプラットフォーム「ゲソてん」を開始
2014	12	「ポイントタウン」のポイント交換対象にビットコインを採用
2015	10	東京証券取引所マザーズ市場に新規上場
2016	9	PCブラウザ向けゲームプラットフォーム事業「aima(アイマ)」をACCESSPORT(株)から譲受
2017	11	プログラミング教育ポータルサイト「コエテコ」の運営を開始
2020	3	クーポン・チケットサイトを運営するGMOくまポン(株)の株式を取得し連結子会社化
2021	4	エデュケーション・デザイン(株)より生徒管理・決済ツール「Smart Manage」を譲受、DX事業に参入
2022	2	オンライン講座の販売・管理が一括でできる「コエテコカレッジ」の提供開始

出所：有価証券報告書、会社資料よりフィスコ作成

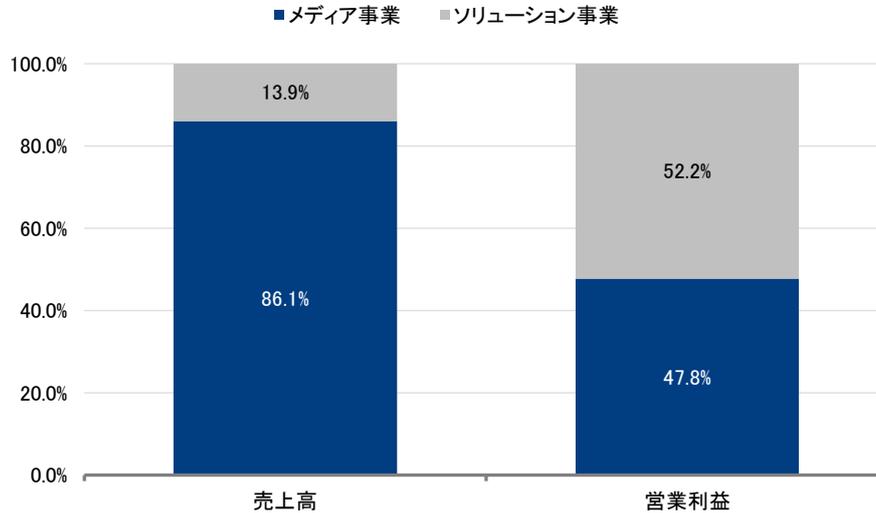
自社運営するメディアから得られる広告収入や課金収入を収益源とする メディア事業とソリューション事業を展開

3. 事業内容

同社は2022年12月期よりSaaS事業を今後の収益柱の1つとして育成していくため、事業セグメントを「メディア事業」と「ソリューション事業」の2セグメントに変更した。メディア事業は、自社で運営するポイントサイトやHTML5ゲームプラットフォーム、ヴァーティカルメディアを通じて広告収入や課金収入を獲得するビジネスモデルである。ソリューション事業は、メディア運営事業で蓄積してきたアフィリエイト広告に関するナレッジを生かしたASP事業「affi town(アフィタウン)」や、ポイントサイトの運営ノウハウを生かして他社ポイントサイトの構築・運営支援を行うポイントCRM(顧客関係管理)ツール「GMOリピータス」などを展開している。2022年12月期の事業セグメント別構成比を見ると、メディア事業は売上高で86.1%、営業利益で47.8%を占めている。営業利益の構成比率が低いのは、投資育成事業(「コエテコ」「キレイパス」)の先行投資費用が含まれていることが一因と見られる。

会社概要

事業セグメント別構成比(2022年12月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) メディア事業

メディア事業は、ポイントインセンティブ等による「ECメディア」と、業界特化型の「ヴァーティカルメディア」を運営している。ユーザーはこれらのメディアを無料で利用可能で（一部、課金サービスあり）、広告収入で利益を得るビジネスモデルとなっている。売上高の大半は「ポイントタウン」や「ゲソてん」「かんたんゲームボックス」「くまボン」など収益事業のメディアを通じて得られる広告・課金収入で占められ、投資育成事業として「コエテコ」「キレイパス」の育成に注力している。

主要運営メディアの概要

収益事業	
ポイントタウン	ショッピングや各種申込をすることによって、ポイントを貯めるサービス。貯めたポイントは現金や自分の好きな提携ポイント等に交換できる。1999年開始の老舗ポイ活サービス。
ゲソてん	「ゲソてん」とはゲーム&ソーシャル天国の略称。ダウンロード・インストールすることなく気軽にゲームプレイできるHTML5ゲームプラットフォーム。ポイントタウンで貯めたポイントやクレジットカード、キャリア決済、ビットコイン決済等でアイテムを購入することができる。
かんたんゲームボックス	無料のカジュアルゲームを広告を視聴することを条件に楽しめるプラットフォーム。自社+パートナーネットワークにより、月間480万のユーザーが利用。
くまボン※	グルメから美容、レアアイテム通販まで幅広いジャンルの商品・サービスのクーポンを購入できるサイト。
投資育成事業	
コエテコ	小学生向けプログラミングスクールのポータルサイト。掲載数、口コミ数で業界トップ。掲載教室数は1.2万教室を超える。社会人を対象としたプログラミングスクール、Webデザインスクール等のポータルサイト「コエテコ campus」を2020年12月より開始。
キレイパス※	美容医療サービスのチケット購入サイト。事前決済型で予約申込も可能。2022年12月時点の登録会員数は前年同月比1.76倍、購入チケット数は前年同期比1.83倍に成長。

※ GMO くまボンのサービス

出所：会社資料よりフィスコ作成

会社概要

a) 収益事業

収益事業のうち、「ポイントタウン」は 1999 年にサービスを開始した国内最大級のポイントサイトであり、購買力があり「消費したい、得をしたい」という欲求を持つ 30 代後半から 50 代前半の世代がコア・ユーザーとなっている。一方、HTML5 ゲームプラットフォームの「ゲソてん」「かんたんゲームボックス」では、シミュレーションゲーム、カードゲームなど多くの無料ソーシャルゲーム（一部課金）を自社開発タイトルも含めて取り揃えており、ユーザーは無料でゲームを楽しみながらポイントを獲得できることが特徴となっている。「かんたんゲームボックス」については、無料で遊べるという特性から CRM 施策として他社提携サイトへの導入も進んでおり、2022 年 12 月時点で大手携帯キャリアをはじめ 39 媒体に導入されている。

ポイントメディアのビジネスモデルを見ると、同社は広告主とユーザーの間に位置し、広告主から代理店（ASP）経由でサイト内に掲載されるポイント付き広告に対して、ユーザーが申込みや購入等の一定の行動を取ることによって広告収入が発生する。その広告収入の一部をユーザーにポイント還元した費用との差分が同社の収益となる成果報酬型ビジネスモデルとなっている。例えば、クレジットカード会社が会員を獲得する際に入会ポイントを付与することが多いが、そうしたポイントの発行を「ポイントタウン」を通じて同社が行い、ユーザーに還元する流れとなる。なお、ユーザーが貯めたポイントは金融機関等で現金に交換できるほか、主要電子マネーやビットコイン、同社が運営する「ゲソてん」のゲームアイテム等との交換が可能となっている。売上高に影響する広告単価は広告主ごとに異なるほか、季節によっても変動する。広告枠は変わらないため広告出稿ニーズの高い 1 月～3 月期は需給がタイトとなり、広告単価も上昇傾向となる。

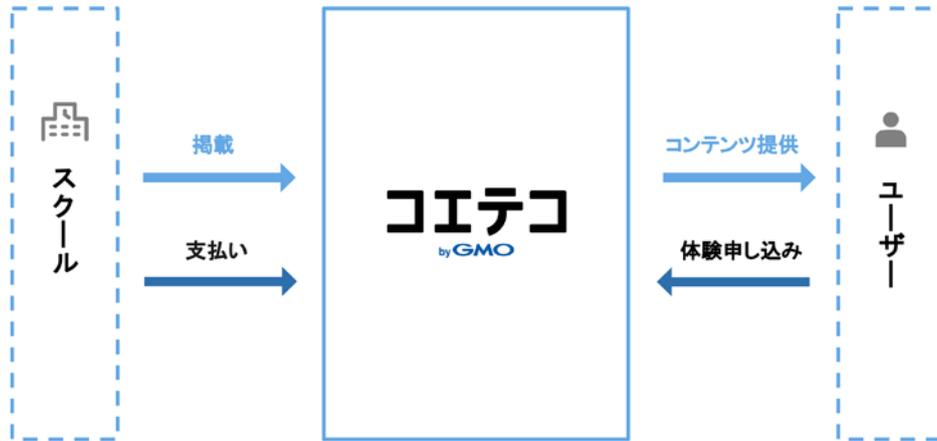
子会社の GMO くまポンが運営するクーポン購入サイト「くまポン」に関しては、ユーザーが商品・サービスのクーポンを当該サイトで事前購入し、その後、商品の送付や店舗でのサービス提供を受けることになる。2022 年 12 月期より新会計基準を適用したことに伴い、売上高はグロス計上（クーポン販売額）から純額計上（販売手数料）に変更した。

b) 投資育成事業

投資育成事業のうち「コエテコ」は、小学生向けプログラミング・ロボット教室の情報を提供するポータルサイトで、2017 年に運営を開始した。掲載教室数は 2022 年 12 月時点で 1.2 万教室を超え、口コミ件数も含めて国内最大規模となっている。売上高の大半は掲載教室に対する送客によって発生する成果報酬である。「コエテコ」の掲載教室に対してユーザーがサイトまたは電話で体験申込みを行い、訪問した時点で成果報酬を得られる。また、リスキング需要の拡大に対応するため、2020 年 12 月より開始した社会人向けのプログラミング・Web デザインスクールのポータルサイト「コエテコ campus」に関しては、成果報酬発生時点が様々（資料請求や入校等）であるほか、月額有料プランでのサービス提供も行っている。そのほか、プログラミング教室等のスクール運営業務の効率化を支援する「コエテコ Plus」や、誰でも簡単にオンラインスクールを構築し講座を販売できる「コエテコカレッジ」といった DX 事業の育成に取り組んでいる。

会社概要

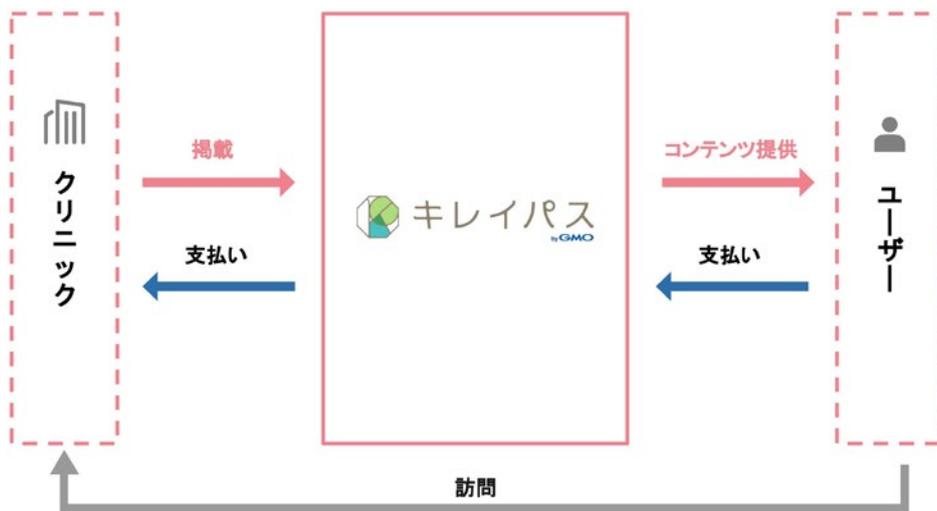
「コエテコ」のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

GMO くまポンが運営する美容医療サービスのチケット購入サイト「キレイパス」は、2022年12月時点でチケット購入件数が前年同期比1.83倍、登録会員数も前年同期比1.76倍と業界最大規模となっている。ユーザーはチケットを当該サイトで事前購入して、クリニックでサービス提供を受けることになる。「くまポン」と同様、売上高は新会計基準の適用によりグロス計上から純額計上に変更した。また、クリニック向けのDX事業として予約管理から電子カルテ・会計までを一括管理できる経営支援プラットフォーム「キレイパスコネク」の育成に取り組んでいる。

「キレイパス」のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

会社概要

(2) ソリューション事業

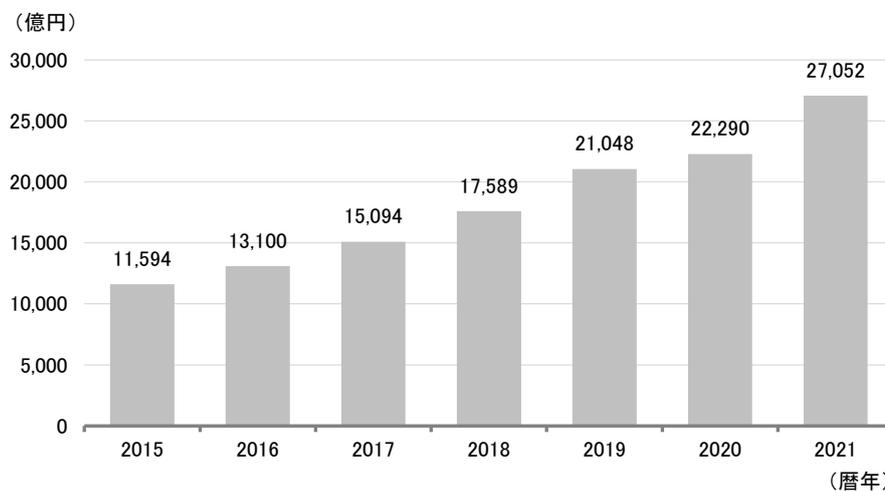
ソリューション事業では、ASP事業「affi town (アフィタウン)」とポイント CRM ツール「GMO リピータス」を提供している。「GMO リピータス」についてはシステム開発から導入支援、運用サポートまで手掛けしており、同ツールを導入しているサイトは「イオンカードポイントモール」や「Ponta ポイントモール」、(株)NTTドコモの「ポイント広場」など合計8サイトとなっている。なお、2022年12月期より新会計基準を適用したことに伴い、「affi town」と「GMO リピータス」の売上高はグロス計上から純額計上に変更した。

4. 市場環境と会社の強み・事業リスク

(1) 市場環境

国内のインターネット広告の市場規模は年々拡大を続けており、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響で一時的に広告需要が冷え込んだ2020年においても前年比5.9%増と成長を継続し、2021年は同21.4%増の27,052億円と成長が加速し、国内広告費全体の約40%を占めるまでになった（「2021年日本の広告費」（電通調べ））。ソーシャルネットワークサービスの普及拡大や生活スタイルの変化によって、SNS向けの動画広告が大きく伸長したことが主因だ。今後もインターネットを利用するユーザーの増加が続くと見られることから、販促や集客施策のための有力媒体として、インターネット広告市場の拡大が続くものと予想され、同領域で事業展開する当社にとっても成長機会は大きいと弊社では考えている。

インターネット広告費の推移



出所：電通「2021年日本の広告費」よりフィスコ作成

会社概要

(2) 同社の強み・事業リスク

a) 強み・優位性

同社の強みは、1) ポイント・ゲーム・アフィリエイト広告・アドネットワーク等の事業を、自社・他社向けにシナジーを最大にして、効率的に事業を拡大できること、2) 社員の過半^{※1}が技術者で新規サービス等の技術開発力を有していること、3) マーケティング・開発・運用のすべてを自社内で行っているほか、システムインフラを各サービス間で共有しているため、重複コストを発生させずに迅速で柔軟なサービス展開が行えること、4) PC・スマートフォンにおけるSEO^{※2}・ASO^{※3}・コンテンツマーケティング^{※4}のノウハウを社内蓄積しており、プロモーションコストをかけずに新規会員を獲得する仕組みを構築していること、などが挙げられる。

- ※1 2022年12月末時点の正社員のうち、クリエイター(エンジニア、デザイナー、ディレクター)が70.5%を占めている。
- ※2 SEO (Search Engine Optimization) : 検索エンジン最適化のことで、サーチエンジンの検索結果ページの表示順位の上位に自らのWebサイトが表示されるように工夫すること、またそのための技術やサービス。
- ※3 ASO (App Store Optimization) : スマートフォン向けアプリストアにおいて、検索結果ページやランキング表示の上位に自らのスマートフォンアプリが表示されるように工夫すること、またそのための技術やサービス。
- ※4 コンテンツマーケティング: 顧客が必要とする情報を理解し、それを適切にコンテンツとして提供することで、集客・購買行動につなげていく手法。

また、投資育成事業である「コエテコ」については、同社は子ども向けプログラミング教育ポータルサイトの教室・口コミ掲載数で業界トップ[※]となっており、Google検索でも主要都市においてトップの表示順位を実現するなど、プログラミング教育ポータルサイトとしてのブランド力を確立していることが挙げられる。また、プログラミング教育市場に特化することで、そのノウハウを基に近接領域への展開が可能になることも強みとなる。

- ※ MMD研究所「小学生向けプログラミング・ロボット教室ポータルサイト調査」(2020年12月)、(株)日本マーケティングリサーチ機構「国内の子ども向けのプログラミング教室ポータルサイト口コミ調査」(2021年7月)

「キレイパス」については、業界トップのチケット掲載数であり、またユーザビリティの向上に取り組んでいることで利便性の高い美容医療チケット事前購入サイトとしてのブランド力を確立しつつあること、事前決済システムを導入していることでユーザーは追加料金を心配することなく安心して利用できること、美容クリニック側でもキャンセルリスクが減少するなど、双方にとってメリットのあるサービスとなっている点が挙げられる。また、チケット購入から予約までスムーズに行えるほか、検索機能により希望する施術を最短で見つけることができる点も長所となっている。そのほか、美容医療に特化することで、そのノウハウを基に近接領域への事業展開が可能になることも強みとなる。

b) 事業等のリスク

同社が取り扱うインターネット広告は、他のメディア広告に比べると高い成長率を依然として維持している成長市場であるが、市場の変化や景気動向によって広告主の出稿意欲が低下した場合は、需給バランスの変化によって広告掲載単価が下落し、同社の業績に影響を及ぼすリスクがある。

また、同社はSEOのノウハウを活用して集客を行っているため、検索エンジンの表示順位判定基準(アルゴリズム)の変更によって順位の変動が起これば、メディアへのアクセス数に影響を及ぼす可能性がある。また、ECメディアに掲載される広告は、広告代理店やアドネットワーク事業者を通じて受注掲載しており、特定の事業者の割合が多くなり事業者側の事情によって掲載方法などレギュレーションの変更があると、広告掲載量や単価が下落するリスクがある。

業績動向

2022年12月期はポイ活生態系の拡大や投資育成事業の成長により前期比6.3倍と急回復

1. 2022年12月期の業績概要

2022年12月期の連結業績は売上高で前期比16.8%増(旧会計基準換算)の5,587百万円、営業利益で同535.1%増の310百万円、経常利益で同410.3%増の307百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同2,440.9%増の183百万円といずれも期初計画を上回る増収増益となった。

2022年12月期連結業績実績

(単位：百万円)

	21/12期		期初計画	22/12期					
	実績 (旧会計基準)	売上比		実績 (新会計基準)	売上比	前期比	実績 (旧会計基準)	前期比	売上比
売上高	8,575	-	4,900	5,587	-	-34.8%	10,022	16.8%	-
売上総利益	2,158	25.2%	-	2,296	41.1%	6.4%	2,638	22.2%	26.3%
販管費	2,109	24.6%	-	1,985	35.5%	-5.8%	2,327	10.4%	23.2%
営業利益	48	0.6%	200	310	5.6%	535.1%			
経常利益	60	0.7%	200	307	5.5%	410.3%			
親会社株主に帰属する 当期純利益	7	0.1%	130	183	3.3%	2440.9%			

出所：決算短信よりフィスコ作成

ソリューション事業は前期好調だったASP事業の落ち込みで減収減益となったが、メディア事業がポイ活生態系の拡大により広告・課金収益とともに好調に推移し、業績のけん引役となった。また、子会社のGMOくまポンも「くまポン」や「キレイパス」が順調に伸長し、当初計画どおり黒字化を達成した。期初計画比ではゲーム事業や「コエテコ」などが好調に推移し、売上高の上振れ要因となった。また利益面では、増収効果に加えてゲーム関連事業の広告費用を計画より抑えることができたことも、上振れ要因となった。

売上総利益率は旧会計基準ベースで見ると、売上構成比の変化もあって前期の25.2%から26.3%に上昇した。同様に販管費率は前期の24.6%から23.2%に低下した。増収効果により人件費率が低下したほか、前期に投資育成事業向けに膨らんだ広告宣伝費が減少(前期比1.6億円減)したことなどが主因だ。

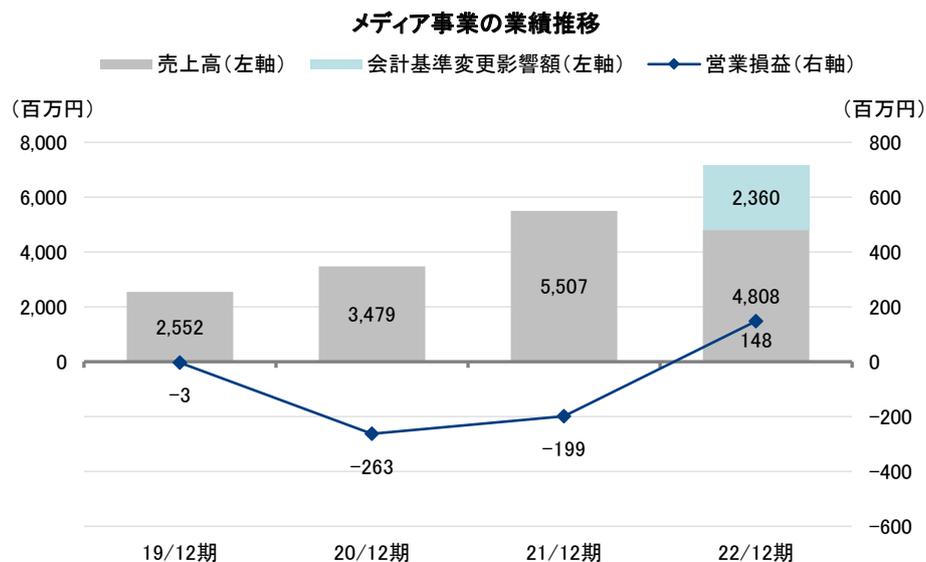
業績動向

ゲーム事業がパートナーメディア拡大で高成長持続、 投資育成2事業も順調に拡大

2. 事業セグメント別動向

(1) メディア事業

メディア事業の売上高は前期比 30.1% 増（旧会計基準ベース）の 4,808 百万円、営業利益は 148 百万円（前期は 199 百万円の損失）と黒字に転換した。営業利益の黒字は 2018 年 12 月期以来のことである。2020 年 12 月期以降、投資育成 2 事業の先行投資（開発、広告宣伝等）を実施してきたことで営業損失が続いたが、2 事業ともに売上高が順調に伸び始めたほか、既存の収益事業においてもすべてのサービスで増収となるなど好調に推移した。会計基準変更による売上高への影響額は、「くまポン」「キレイパス」をグロス計上から純額計上に変更したことで 2,360 百万円の減少要因となった。



注：21/12 期以前は旧会計基準

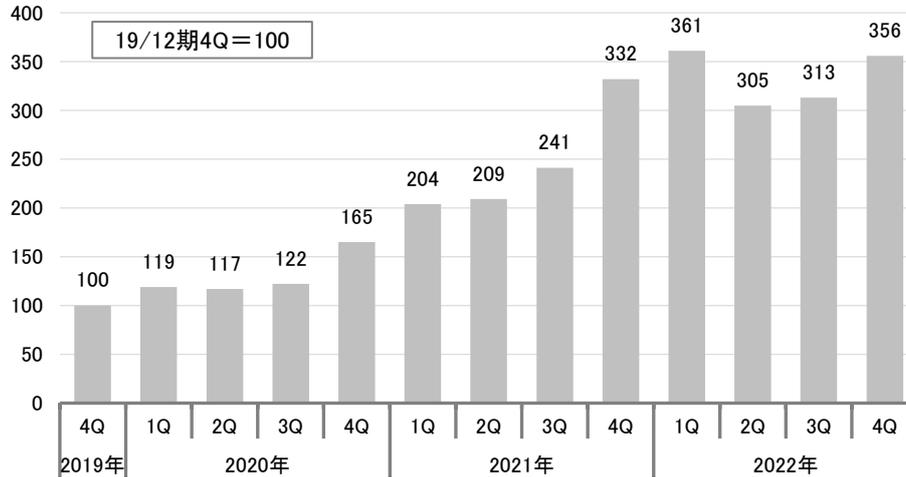
出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

主要サービス別の増収率で見ると、ゲーム事業は「かんたんゲームボックス」（広告収益）が 40% 増、「げそてん」（課金収益）が 21% 増とそれぞれ 2 ケタ増となり、「くまポン」は 7% 増（旧会計基準ベース）と堅調に推移した。また、投資育成事業では「コエテコ」が 60% 増、「キレイパス」が 86% 増（旧会計基準ベース）といずれも高成長となった。

ゲーム事業のうち広告収益についてはパートナーメディアの拡大を背景としたアクティブユーザー数の増加が増収要因となった。第 4 四半期のアクティブユーザー数は前年同期比 35% 増の 484 万人と過去最高を更新した。また、課金収益については 2022 年 6 月より NTT ドコモの「ポイント広場」向けに「ゲーム広場プラス」の提供を開始し、「げそてん」の人気コンテンツ 61 タイトルを提供した効果が第 3 四半期以降顕在化し、増収に貢献した。

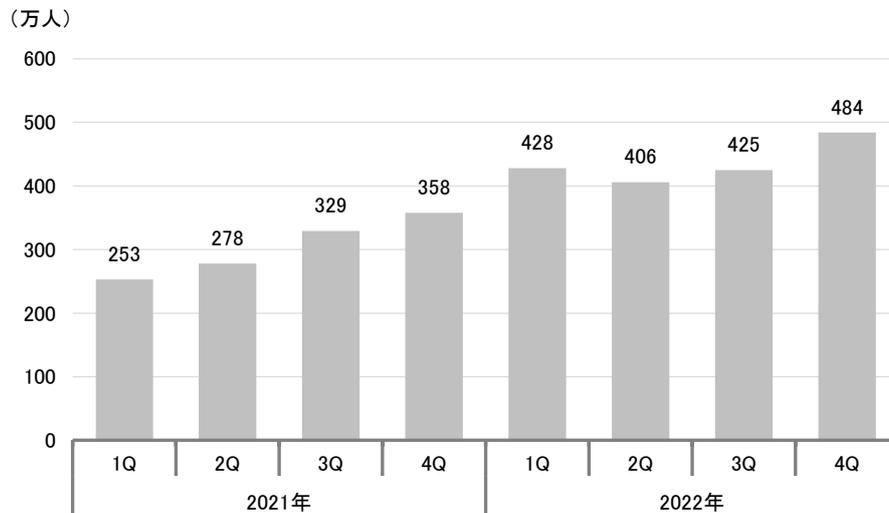
業績動向

ゲームプラットフォーム売上指数(課金+広告)の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ゲーム広告事業総アクティブユーザー数

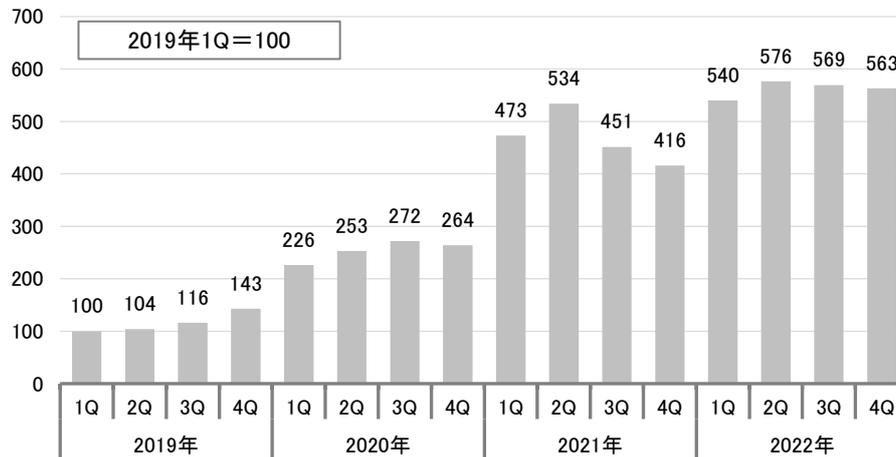


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「コエテコ」及び「コエテコ campus」の総PV数は前期比20%増と順調に増加した。子ども向けの「コエテコ」についてはコロナ禍が続いた影響もあって伸び悩んだものの、社会人向けの「コエテコ campus」がリスティング需要の高まりから大きく伸長した。売上構成比で見ると「コエテコ campus」が約7割まで上昇し、増収分の大半を稼ぎ出したことになる。また新たな取り組みとして、ここ数年需要が急増しているドローンの操縦士育成・資格取得をサポートするドローンスクール・教習所の検索サイト「コエテコドローン」を2022年12月にリリースした。リリース時の掲載スクール数は761教室、コース数で1,201コースとなり、国内ではコース情報掲載数ではトップとなっている。2023年内は無料で運営するが、掲載スクール数が一定規模を超えた段階で「コエテコ campus」と同様に有料化する予定である。

業績動向

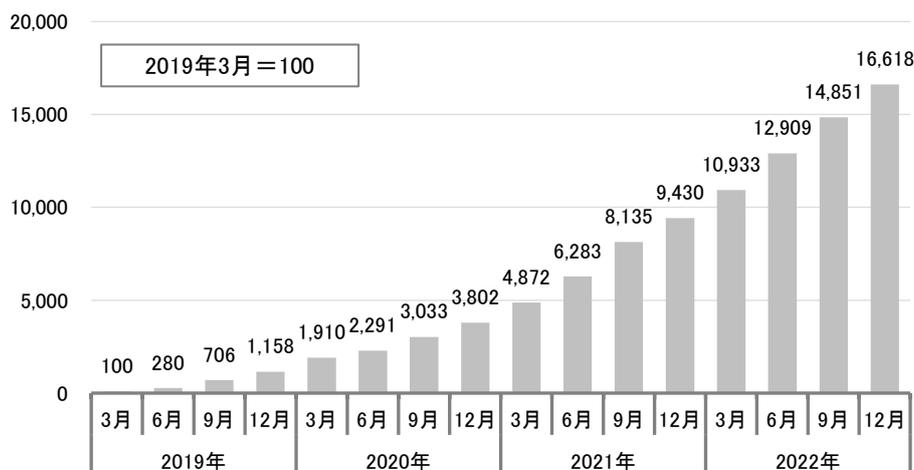
「コエテコ」+「コエテコcampus」PV数の指数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「キレイパス」については、認知度向上施策や販促キャンペーンの実施、並びにアプリの利便性向上に向けたUI/UXの改善等に取り組んだことが奏功し、大幅増収につながった。登録会員数は2022年12月時点で前年同期比76%増、第4四半期のチケット購入件数も同83%増といずれも高成長が続いており、掲載店舗数も前期末の401店舗から548店舗に増加した。CVR（コンバージョンレート）やリピート率は前期並みの水準を維持した。また新たな取り組みとして、男性が利用可能なチケットのみ検索できる機能を2022年4月に追加した。美容意識の高い男性ユーザーを取り込む施策である。

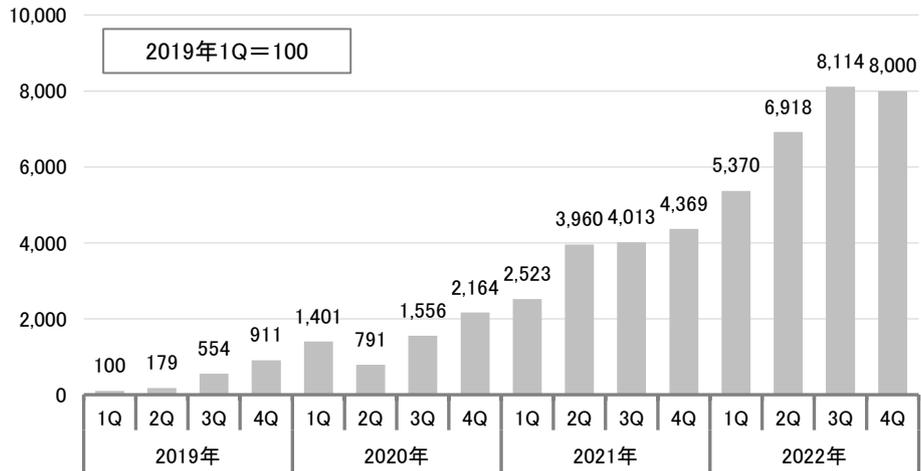
「キレイパス」登録会員の指数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

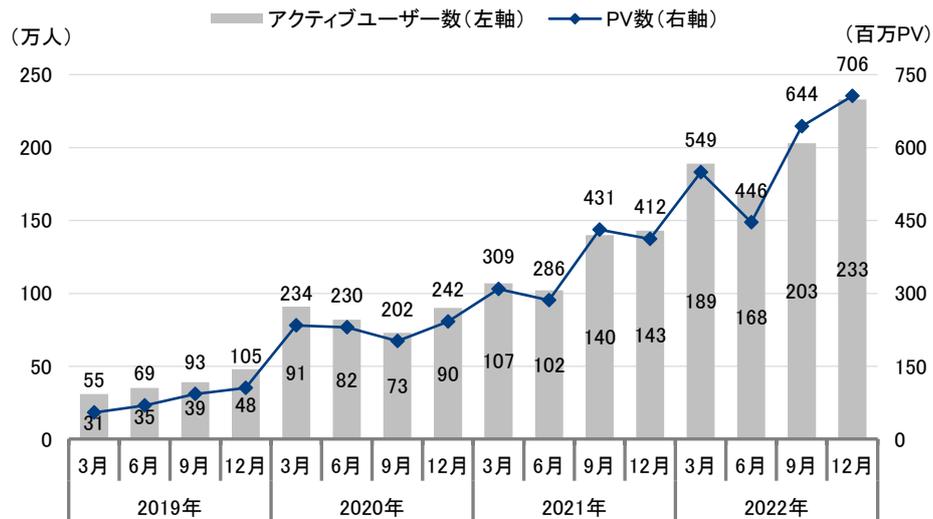
「クレイパス」購入チケット数の指数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

そのほか、収益事業として2017年秋にリリースした「プリ小説」の広告収益も、規模は小さいながらも前期比77%増と順調に拡大した。会話形式のストーリーを気軽に書いたり読んだりできる無料の小説投稿サービスで、登場人物の名前を好きな名前に変えて読めるのが特徴となっている。認知度は徐々に広まり、アクティブユーザー数やPV数は右肩上がり伸びている。今後もメディア規模の最大化を図るとともに、Podcast対応など原作のマルチユース展開などを進めることで収益拡大につなげていく。

アクティブユーザー数とPV数の推移



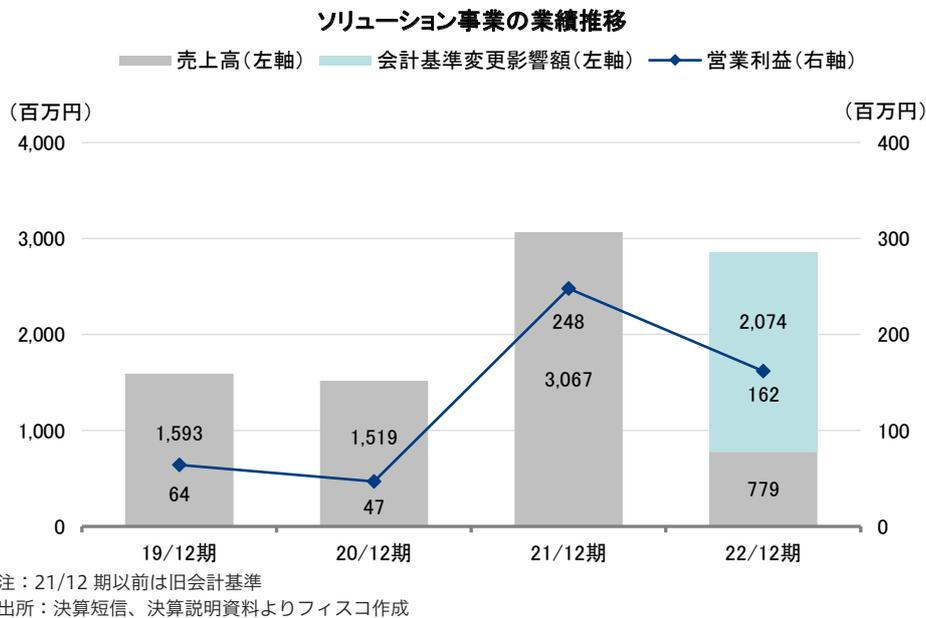
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) ソリューション事業

ソリューション事業の売上高は前期比 7.0% 減（旧会計基準ベース）の 779 百万円、営業利益は同 34.7% 減の 162 百万円となった。会計基準変更による売上高への影響額は、「GMO リピータス」「affi town」をグロス計上から純額計上に変更したことで 2,074 百万円の減少要因となった。

「GMO リピータス」の売上高は導入先のポイントサイトが好調に推移し、前期比 24.8% 増（旧会計基準ベース）となった。ASP 事業の「affi town」は同 21.4% 減（旧会計基準ベース）と落ち込んだ。2021 年に伸ばした新電力やインターネット光回線のアフィリエイト広告需要が、エネルギー価格の高騰やリモートワーク需要の一巡などでそれぞれ落ち込んだことが要因だ。営業利益は 2 期ぶりの減益となったものの、2020 年 12 月期の水準と比べると「GMO リピータス」が成長してきたこともあって大きく上回った。



無借金経営で手元キャッシュも潤沢、財務の健全性は高い

3. 財務状況と経営指標

2022 年 12 月期末の資産合計は前期末比 350 百万円増加の 4,984 百万円となった。主な増加要因を見ると、流動資産は現金及び預金と関係会社預け金の合計で 225 百万円増加したほか、売掛金が 25 百万円増加した。また、固定資産はソフトウェアが 56 百万円、繰延税金資産が 60 百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比 149 百万円増加の 2,893 百万円となった。未払金が 113 百万円減少した一方で、ポイント引当金が 162 百万円、未払法人税等が 46 百万円増加した。また、純資産合計は前期末比 201 百万円増加の 2,090 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益の計上等により利益剰余金が 179 百万円増加したことが主因だ。

業績動向

経営指標について見ると、経営の安全性を表す自己資本比率は収益増に伴って41.8%と前期末比で1.0ポイント上昇した。無借金経営で現金及び預金と関係会社預け金の合計は2,868百万円と潤沢に有していることから、財務の健全性は高いと判断される。収益性についてもROE、ROA、売上高営業利益率ともに前期から上昇しており、2020年12月期以降、戦略的投資を実施してきた効果が徐々に顕在化してきたと見ることができる。

貸借対照表と経営指標

	19/12期	20/12期	21/12期	22/12期	増減額
(単位：百万円)					
流動資産	3,084	3,194	4,107	4,334	227
(現金及び預金・関係会社預け金)	2,306	2,197	2,642	2,868	225
(売掛金)	642	797	1,233	1,259	25
固定資産	502	421	526	649	123
総資産	3,586	3,615	4,633	4,984	350
負債合計	1,256	1,734	2,744	2,893	149
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産合計	2,330	1,881	1,889	2,090	201
(安全性)					
自己資本比率	65.0%	52.0%	40.8%	41.8%	1.0pt
(収益性)					
ROA	1.6%	-5.9%	1.4%	6.4%	5.0pt
ROE	-2.5%	-21.7%	0.3%	9.2%	8.9pt
売上高営業利益率	1.5%	-4.3%	0.5%	5.6%	5.1pt

注：20/12期以降は連結数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023年12月期もゲーム事業や投資育成2事業がけん引し、増収増益が続く見通し

1. 2023年12月期の業績見通し

2023年12月期の連結業績は、売上高で前期比7.3%増の6,000百万円、営業利益で同22.4%増の380百万円、経常利益で同20.3%増の370百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同36.5%増の250百万円と増収増益が続く見通しだ。

今後の見通し

2023年12月期業績見通し

(単位：百万円)

	22/12期		23/12期		
	実績	売上比	会社計画	前期比	売上比
売上高	5,587	-	6,000	7.3%	-
営業利益	310	5.6%	380	22.4%	6.3%
経常利益	307	5.5%	370	20.3%	6.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	183	3.3%	250	36.5%	4.2%
1株当たり当期純利益(円)	106.84		145.13		

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

広告収益に影響を与える広告単価の動向については2022年12月期の期初から下落傾向が続いたが、同第4四半期で落ち着きを見せ始めている。2023年12月期は前第4四半期の水準が続くことを前提としている。このため通期で見れば広告単価は下落することになるが、ポイ活生態系の拡大や単価の高いスマートフォンアプリ向けの取り組みを強化することで吸収する方針だ。

主要サービス別売上見通しについて見ると、メディア事業のうち「ポイントタウン」や「くまポン」については前期比横ばい水準を見込むものの、ゲーム事業が広告収益、課金収益ともに2ケタ増となり、「コエテコ」「キレイパス」についても1.5倍と高成長が続く見通しとなっている。ゲーム事業のうち課金収益については、2022年12月期下期から貢献し始めたNTTドコモ向けに加えて、2022年12月より新たにau Webポータルのゲームポータルサイト「イージーゲーム」にも「ゲソてん」で人気の約50タイトルを提供しており、今後の売上貢献が期待される。広告収益についてもクイズゲームなどのコンテンツを拡充することでアクティブユーザー数を増やし、2ケタ増収を目指す。ソリューション事業ではASP事業で横ばいを見込むが、「GMOリピータス」が堅調に推移するものと見ている。

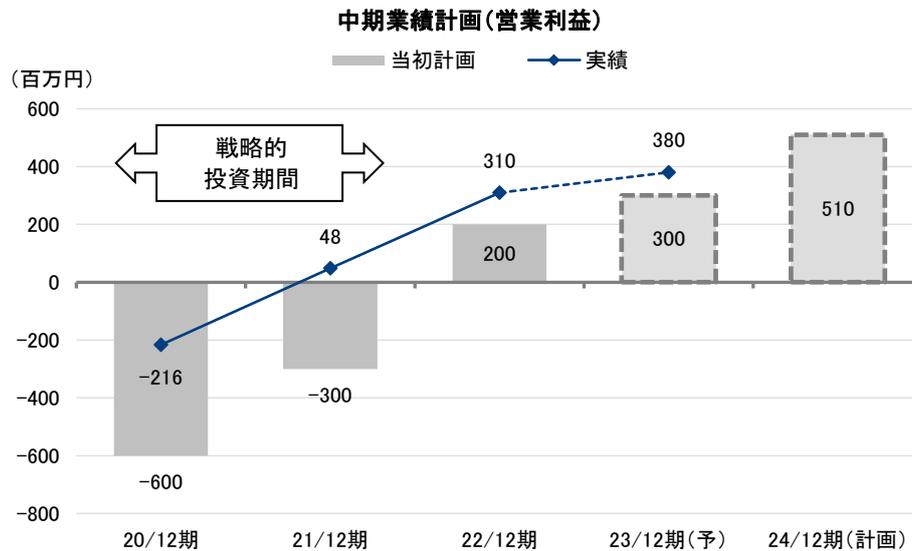
費用面では、開発費や広告宣伝費について前期並みの水準を想定しているが、期中の業績進捗度合いによってコントロールする方針である。また、人件費は増加を見込むが増加率としては前期実績の13%増に対してやや下回るものと弊社では見ている。以上から、費用の増加率は増収率を下回る見込みで、営業利益率は増収効果によって前期の5.6%から6.3%に上昇する計画となっている。

教育・美容医療関連事業の成長で、 2024年12月期の過去最高営業利益更新が射程圏に入る

2. 成長戦略

(1) 中期5ヶ年計画

同社は2020年2月に5ヶ年の業績目標を発表しており、2021年12月期までを戦略的投資期間として位置付け、2022年12月期からの黒字化、2024年12月期には営業利益で510百万円と過去最高営業利益更新(2016年12月期505百万円)を目指す方針を打ち出していた。2022年12月期までの営業利益は計画を上回るペースで推移しており、2023年12月期も投資を継続しながら、当初計画の300百万円を上回る380百万円を見込んでおり、2024年12月期の目標達成も射程圏内に入ってきた。



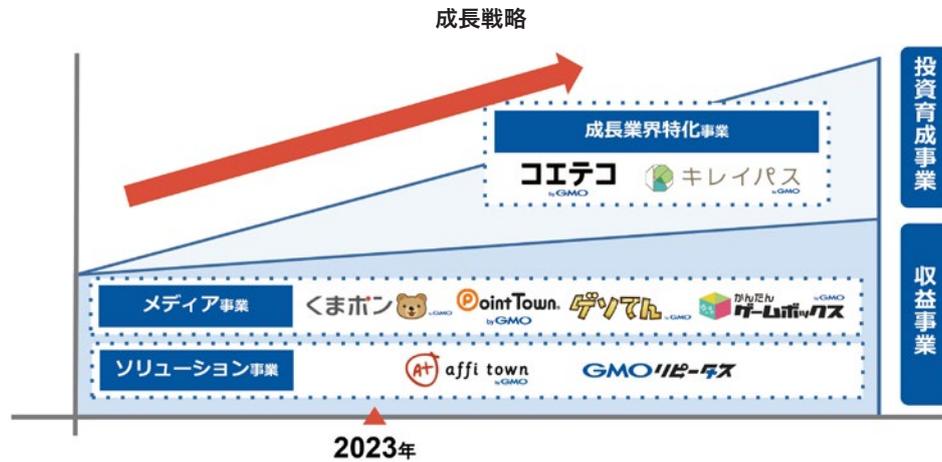
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

成長戦略としては、既存の収益事業をベースに成長領域である教育(プログラミング系)、美容医療関連事業への投資を継続していくこと、また市場環境の影響を受けやすい広告事業に加えて、安定成長が見込めるストック型ビジネスの構成比を高めることで、年率10%以上の持続的成長を可能とする収益基盤を構築する戦略である。

既存の収益事業については、ポイントサイトやゲームプラットフォームの運営で培ってきたノウハウを提携パートナーに展開することで、ポイ活生態系・経済圏の最大化を目指す。2022年12月時点の提携先としては広告ゲームで39サイト、課金ゲームで22サイト、GMOリピータスで8サイトとなっており、提携先数の拡大を推進する。ストック型ビジネスでは、教育及び美容医療関連分野におけるDX事業の育成に注力する方針だ。現在は先行投資段階だが、同事業の収益化に成功すれば同社の成長ポテンシャルも一段と高まるものと弊社では見ている。

GMOメディア | 2023年3月17日(金)
6180 東証グロース市場 | <https://www.gmo.media/ir/>

今後の見通し



出所：決算説明資料より掲載

教育・美容医療領域で DX 事業を展開し、 シナジー創出による成長加速を狙う

3. 投資育成 2 事業の成長戦略

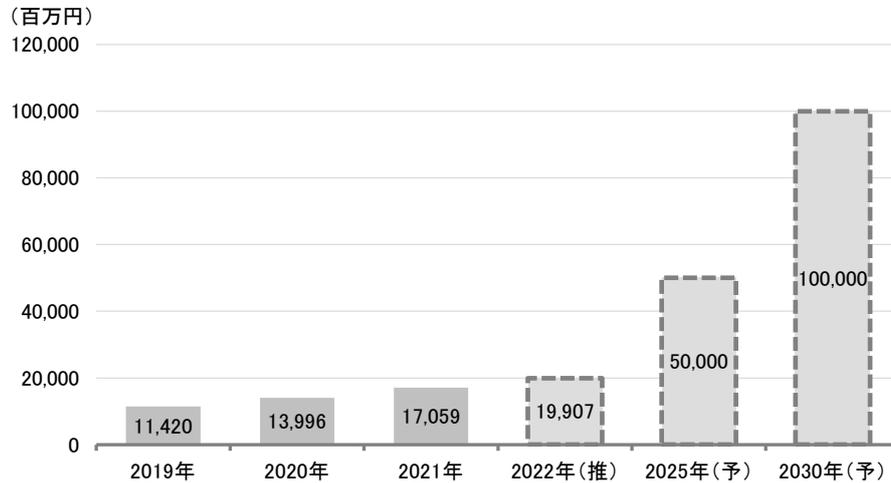
(1) プログラミング教育関連事業

「IT 人材不足」という社会課題の解決をサポートするための事業としてスタートしたプログラミング教育関連事業については、子ども向けプログラミング教育ポータルサイト「コエテコ」から社会人向けの「コエテコ campus」に対象領域を広げ、2022 年 12 月期は広告関連事業で初めて黒字化を達成した。

子ども向けのプログラミング教育市場については、情報・プログラミング教育への保護者の認知拡大や女性の参加に加えて、2025 年から大学入試の受験で「情報」科目が追加されたこともあり、市場規模として 2022 年の 199 億円から 2025 年に 500 億円、2030 年に 1,000 億円に急拡大するとの予測もある（同社及び（株）船井総合研究所「2022 年子供向けプログラミング教育市場調査」）。このため、同市場において業界トップのポータルサイトの地位を確立した「コエテコ」の成長余地は大きいと言える。2022 年はコロナ禍の影響で伸び悩んだが、2023 年は掲載教室への体験申込を手軽に行えるよう電話番号の記載を増やしているほか、教室情報の登録作業を簡単に行えるようサイトの改善も進めている。2023 年 1 月の売上高は前年同月比で 15% 増と 2 ケタ増ペースに戻るなど順調な滑り出しを見せている。一方、社会人向けの「コエテコ campus」については、国内における慢性的なエンジニア不足と同時にリスキリング需要の高まりを背景に、年明け以降も前年同月比で大幅増ペースが続いているようだ。「コエテコ campus」ではプログラミングや Web デザインスクール以外の周辺領域にもジャンルを広げることで、さらなる成長を目指す。

今後の見通し

子ども向けプログラミング教室市場規模の予測



出所：同社及び船井総合研究所「2022年子ども向けプログラミング教育市場調査」（2022年6月発表）

また、新たにDX事業の育成に向けた取り組みも強化していく。プログラミング教室の業務効率化を支援するプラットフォームサービス「コエテコPlus」は、決済管理や生徒管理、コミュニケーション機能、受講者ページ機能などを実装している。運営事業者の業務効率向上を支援するだけでなく受講者向けのサービスも充実させており、受講継続率の向上効果も期待できる。料金プランはフリープラン※（月額料金、初期費用ともに無料）とベーシックプラン（月額1万円、初期費用2万円）を用意しており、現在はキャンペーン期間中でベーシックプランも月額・初期費用無料で募集している。まだ先行投資段階であり業績への影響は軽微だが、導入件数が積み上がってくればストック収益として同事業の収益基盤の強化につながるものと期待される。掲載教室数は1.2万教室を超えており、同サービスの成長余地は大きい。

※フリープランは生徒管理、コミュニケーション機能、受講者ページ機能が利用可。ベーシックプランはクレジットカード決済及び決済完了メール通知機能が付く。

そのほか、誰でも簡単にオンライン講座の販売・管理ができる「コエテコカレッジ」（2022年2月リリース）については、現在講師の募集をFacebookなども活用しながら進める状況にある。自身のスキルを生かしてオンラインで講座を販売したいというニーズはコロナ禍以降拡大しており、こうした需要を取り込んでいく。機能面では、動画・ライブ双方の講座販売に対応しているほか、無料講座・連続講座にも対応している。料金プランはフリープランと有料プラン（ベーシック、プロ）の3プランを用意しており、月額料金に加えて販売手数料（数%）を獲得するビジネスモデルである。2022年4月より学校法人NHK学園※がオンライン講座（俳句、短歌講座等）で採用したほか、気象予報士スクールなどで導入が進んでいる。まだ業績への影響は軽微だが、米国では先行して「Teachable」というサービスが普及していることから、国内でも普及していく可能性はあると弊社では見ている。

※日本放送協会（NHK）によって1962年に設立された学校法人。NHK EテレやNHKラジオ第2放送を利用して教育を行う通信制高校のNHK学園高等学校を設置しているほか、生涯学習通信講座などの教育事業を展開している。

(2) 美容医療関連事業

「キレイパス」については、チケット販売額を拡大していくための KPI として来訪者数の増加、CVR の向上、リピート数の増加の 3 点に取り組んでおり、サイトへの集客戦略としては引き続き SNS を活用したプロモーションを行う予定だ。CVR の向上施策としては、既存クリニックへのフォローアップや新規掲載クリニックの獲得によるチケット掲載数の拡大、アプリ機能の強化等に取り組み、リピート数の増加施策としては CRM の設計と改善（ユーザーセグメントに応じた CRM を提供）等に取り組んでいく。

また、DX 事業として美容クリニックの院内業務を一元管理できる「キレイパスコネク」を 2021 年 11 月にリリースし、美容クリニック向け SaaS 事業に参入している。予約受付から問診、電子カルテ、会計、CRM、経営分析機能までを一括して提供できるサービスは同業界で少なく参入余地も大きいと見ている。初期導入費用は無料で、月額料金プランは利用可能機能に合わせて 4 プラン※を用意している。導入実績としてはまだ少ないが、今後も機能強化を図ると同時に、オンラインセミナーを定期的開催しながら導入件数を増やす考えだ。

※ 月額料金（税抜）は 9 千円、4 万円、6 万円、9 万円のプランを用意。

新機能としては、2022 年 12 月に「LINE」連携機能、2023 年 2 月に「ポイント機能」を追加した。「LINE 連携機能」では、クリニックの LINE 公式アカウントと連携させることでシームレスな予約フローの構築や「キレイパスコネク」の台帳機能への予約情報の自動登録を実現し、集客率のアップや管理工数の削減効果が見込まれる。「ポイント機能」はクリニック独自のポイント制度を自由に設定できる機能で、効果的なマーケティング施策を打つことで集客力やリピート率の向上につながるだけでなく、ポイント制度を従来から導入しているクリニックにおいては、ポイント制度の管理負担軽減にも寄与する機能である。

美容医療業界の国内市場は安定成長が続いているものの顧客獲得競争は激しく、新規顧客の獲得は経営の重要課題となっている。同社は「キレイパス」を費用対効果の高い集客ツールとして、また「キレイパスコネク」を業務効率の向上並びに顧客のリピート率向上のためのツールとして提案していくことで、美容医療関連事業の拡大を目指す戦略だ。

今後の見通し

美容クリニックのDX支援



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

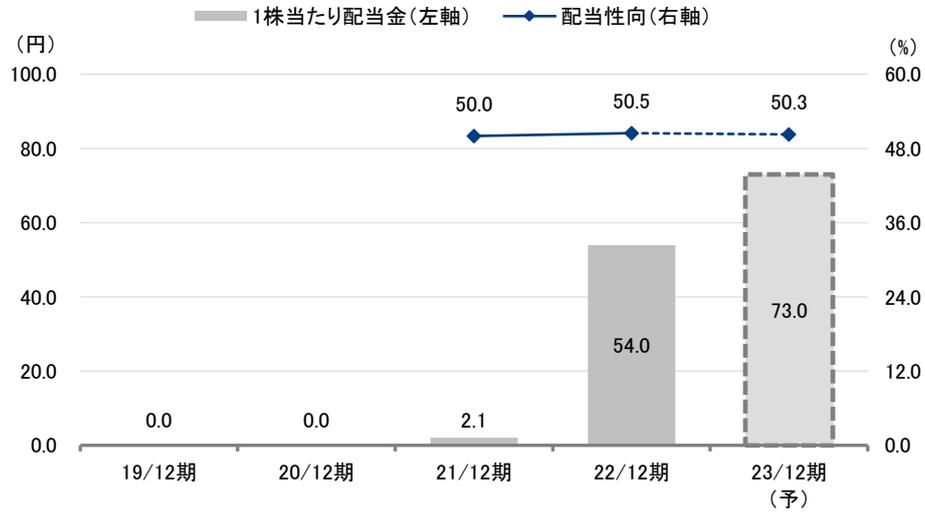
株主還元策

配当性向 50% 以上を目途に配当を実施方針

同社では、環境変化の激しいインターネット業界において、企業体質の強化及び積極的な事業展開に備えるための内部留保の確保が重要であると考え、同時に、株主への利益還元も重要な経営課題として認識している。事業の成長に基づいて中長期的な株式価値の向上を目指すとともに、業績に連動した配当を継続的に実施していくことを基本方針としている。配当金については配当性向 50% 以上を目途に実施する方針であり、2022 年 12 月期の 1 株当たり配当金は利益が急回復したことにより前期比 51.9 円増配の 54.0 円（配当性向 50.5%）とした。2023 年 12 月期も同 19.0 円増配となる 73.0 円（同 50.3%）を予定している。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

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・表示したのですが、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 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp