

# 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 >>>](#)

2026年3月31日 (火)

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. 2025年12月期の業績概要	01
2. 2026年12月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	01
4. 株主還元方針	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 事業内容	04
3. 市場環境と同社の強み・事業リスク	07
■ 業績動向	09
1. 2025年12月期の業績概要	09
2. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	16
1. 2026年12月期の業績見通し	16
2. 成長戦略	17
■ 株主還元策	20

## 要約

### 成長領域(学び、美容医療)で集客支援と運営支援サービスを積極展開

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、ポイントサイトやブラウザゲームプラットフォーム、業界特化型メディア(学び・美容医療)を通じ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ファン育成・リピート促進サービスや成果報酬型広告プラットフォームサービスが含まれるソリューション事業を展開する。

#### 1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上高で前期比7.7%増の7,115百万円、営業利益で同18.2%増の901百万円となり、3期連続で過去最高益を更新した。ポイント関連事業が堅調に推移したほか、美容医療領域が大きく伸長したことが増収増益要因となった。2020年以降、業界特化型メディア(学び、美容医療)やストック型ビジネス育成のための先行投資を実施し、収益構造の変革を進めてきたことが持続的な成長につながっている。実際、全社ベースの売上総利益のうち、業界特化型メディアの占める比率は2022年12月期の約14%から2025年12月期は約31%まで上昇した。

#### 2. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は売上高で前期比5.4%増の7,500百万円、営業利益で同5.3%増の950百万円と増収増益が続く見通しだ。親会社株主に帰属する当期純利益に関しては、連結子会社であるGMOビューティー(株)の債務超過解消により、非支配株主持分利益が発生することで同10.3%減の580百万円と減益を見込む。前期に美容医療関連で特需的に発生した案件がピークアウトしたことや、インターネット広告市場の環境変化による影響などを鑑み、堅実な計画とした。

#### 3. 成長戦略

今後の成長戦略としては、1) ポイント・ゲームプラットフォーム事業で培った集客及びリピーターづくりのノウハウとAI・データ活用スキルを成長領域(学び・美容医療・ $\alpha$ )へと展開し、より高い成長を目指す、2) ストック事業の拡大による安定成長基盤を構築する、の2点に取り組む方針だ。集客ツールとなるメディアと事業者の経営支援ツールの両方を提供できる強みを生かして、ストック型ビジネスを強化していく。学び関連事業では、生成AI活用による作問・採点支援ツール「コエテコStudy」を2025年より高等学校の教科「情報I」向けに提供を開始したが、2026年4月からは実教出版(株)と共同で教師向けの情報プリント作成ツールの販売を開始するほか新たな教科での開発も進めており、2027年以降の本格成長が期待される。

要約

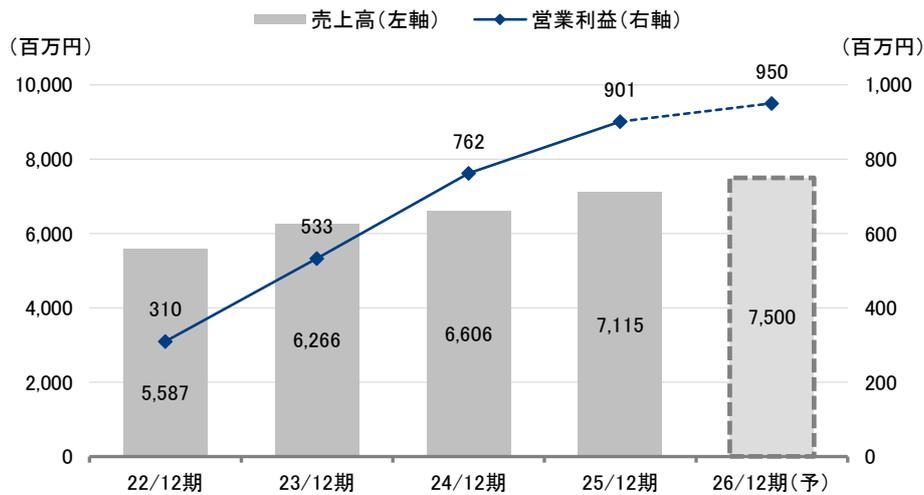
4. 株主還元方針

同社は株主還元策として、2025年12月期より連結配当性向65%以上を基本に配当を実施してきたが、2026年12月期より利益水準の変動に左右されにくい安定的な株主還元を実現するため、新たにDOE（連結株主資本配当率）5%を下限指標として導入した。両基準のうち高い配当額を採用する。2025年12月期末の1株当たり配当金は241.0円（配当性向66.8%）を実施し、2026年12月期は親会社株主に帰属する当期純利益が減益見込みとなっているため210.0円（同65.4%）と減配予想となるが、利益が計画を上回るようであれば配当の上積みが期待される。

Key Points

- ・ 2025年12月期は美容医療関連の成長により3期連続で最高益を更新
- ・ 2026年12月期は売上高、営業利益、経常利益で1ケタ台の増収増益見通し
- ・ 業界特化型事業で複利成長戦略を推進し、高成長を目指す
- ・ 配当性向65%またはDOE5%のいずれか高い方の配当を行う方針

業績推移



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でメディア事業を展開

#### 1. 会社概要と沿革

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、並びにゲームプラットフォ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、かか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」を提供するという想いで事業を展開している。

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. (米国ニューヨーク州) と、電通グループ<4324>及びソフトバンクグループ<9984>の合弁により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年にGMOインターネットグループの子会社である壁紙ドットコム (株) (2001年設立) と合併し、2005年には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。

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・育成を進めている。2012年にはブラウザゲームプラットフォーム「ゲソてん」、2016年にカジュアルゲームプラットフォーム「かんたんゲームボックス」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入モデルを確立した。

2017年に学び領域への参入を目的に、プログラミング教育ポータルサービス「コエテコ」の運営を開始したほか、2020年にはクーポン・チケット購入サイト「くまポン」や「クレイパス」を運営するGMOビューティーを子会社化し、2020年12月期より連結決算を開始した。直近では2024年10月に教室・講師支援事業を展開するGMO趣味なび (株) を子会社化し、2025年5月に (株) メディベースから美容・自由診療向けクラウド型電子カルテ・予約システム事業を譲受するなど、学び・美容医療を成長領域と定め、M&Aを含めて積極的な事業展開を進めている。

2025年12月期末の連結従業員数は208名 (役員・臨時従業員除く) で、こ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) の比率は64.4%を占める。

## 会社概要

## 沿革

年月	概要
2000年10月	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)(現 同社)を設立
2001年 7月	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
2002年 5月	商号をユーキャストコミュニケーションズ(株)に変更。本店の所在地を東京都渋谷区に移転
2004年 3月	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)に変更
2005年 5月	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)から無料メーリングリストサービス「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)に変更
2009年 4月	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(2022年8月終了)
2009年11月	コーディネートSNS「スタイルログ」(現「CoordiSnap」)を開始(2021年3月に事業譲渡)
2012年 7月	HTML5ゲームプラットフォーム「ゲソてん」を開始
2013年 4月	アフィリエイトサービス・プロバイダ「アフィタウン」を開始
2015年10月	東京証券取引所マザーズ市場に新規上場
2016年 7月	カジュアルゲームプラットフォーム「かんたんゲームボックス」を開始
2017年 3月	ポイントOEMサービス「ポイントCRM」(現「GMOリピータス」)を開始
2017年10月	チャット型小説サービス「プリ小説」を開始
2017年11月	プログラミング教育ポータルサービス「コエテコ」を開始
2020年 3月	クーポン・チケットサイトを運営するGMOくまポン(株)(現 GMOビューティー(株))を連結子会社化(出資比率50.1%)
2022年 4月	東京証券取引所市場再編に伴い、東証グロース市場に移行
2024年10月	教室・講師支援事業を運営する(株)趣味なび(現 GMO趣味なび(株))を連結子会社化(出資比率75.1%)
2025年 5月	(株)メディベースから美容・自由診療向けクラウド型電子カルテ・予約システム事業を譲受

出所：有価証券報告書、同社ホームページ等からフィスコ作成

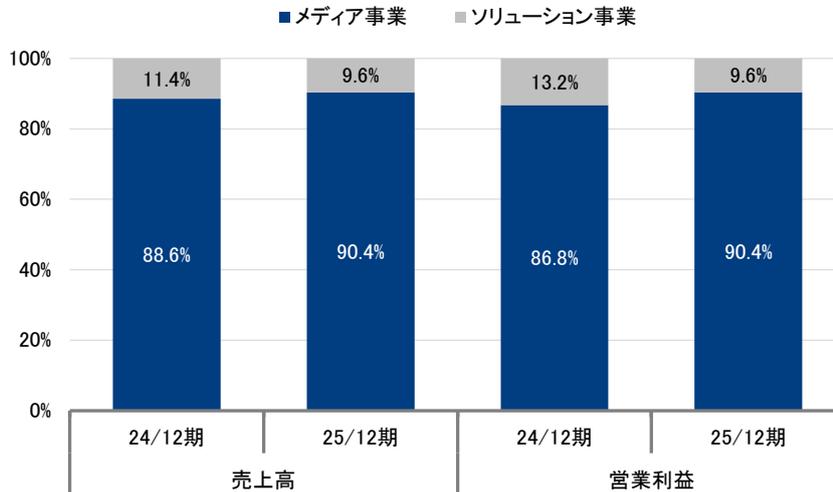
## 自社メディアから得られる広告・課金収入を収益源とする 2つの事業を展開

### 2. 事業内容

同社は「メディア事業」と「ソリューション事業」を展開している。主力のメディア事業では、自社で運営するポイントサイトやブラウザゲームプラットフォーム、業界特化型メディアを通じて広告・課金収入を獲得するビジネスを展開している。一方、ソリューション事業ではメディア運営事業で培った集客ノウハウをパートナー企業に提供するサービスを主に展開している。2025年12月期の事業セグメント別構成比では、メディア事業が売上高、営業利益ともに90.4%を占めている。

会社概要

事業セグメント別構成比



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) メディア事業

メディア事業では、ポイントインセンティブ等によるポイント関連事業と業界特化型事業を展開している。ポイント関連事業では業界トップクラスのポイントサイトである「ポイントタウン」やブラウザ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」、クーポン・チケット購入サイトの「くまボン」などを運営しており、これらのサイトを通じて得られる広告・課金収入が売上高、利益の大半を占めている。

業界特化型事業では2020年以降、学びと美容医療を成長領域としてターゲットを絞った。積極的な開発・マーケティング投資を進めてきた結果、いずれの事業も収益化しメディア事業の成長を支える原動力となっている。メディア事業の売上総利益に占める比率も2022年12月期の約19%から2025年12月期は約36%まで上昇し、売上総利益の年平均成長率もポイント関連事業の10%弱に対して40%超と高成長を実現している。

学び関連事業では子ども向けプログラミングスクールのポータルサイトとして掲載教室数、口コミ掲載数ともに業界トップクラスの地位を確立している「コエテコ」や、リスキリングに取り組む社会人向けの「コエテコキャンパス」などを運営している。「コエテコ」では掲載スクールにユーザーが体験申込を行った際に成果報酬として売上が発生する。また、「コエテコキャンパス」は、ユーザーが掲載スクールに資料請求、入会申込等を行った際に成果報酬として売上が発生するモデルとなっており、売上高の大半を成果報酬型広告収入で占めている。このためメディアへの集客施策が重要となり、掲載コンテンツの拡充やUI/UXの改善など継続的に進めているほか、SEO※1対策やAIO※2対策なども行っている。また、オンライン講座作成・販売プラットフォーム「コエテコカレッジ」(月額課金+従量課金)のサービスを開発・提供しているほか、GMO趣味なびでハンドメイドやダンスなど趣味に関する教室やワークショップのポータルサイト「趣味なび」を運営している。「趣味なび」についても「コエテコ」など同様に成果報酬型のビジネスモデルとなっている。

※1 SEO (Search Engine Optimization)：検索エンジン最適化のことで、検索エンジンの検索結果ページで自社のWebサイトが上位に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。

※2 AIO (AI Optimization)：生成AIやAI検索システムがコンテンツを正しく理解・参照できるように最適化し、AIが回答を作る際に引用されやすくなるための手法。

会社概要

美容医療関連事業では、美容クリニックの検索・予約サイト「キレイパス」を運営しているほか、美容クリニック向け経営支援プラットフォーム「キレイパスコネク」(月額課金型)※のサービスを開発・提供している。売上の大半はチケット掲載数業界トップクラスの「キレイパス」を通じて得られる販売手数料収入で、契約するクリニックから委託を受けたコンテンツ(チケット)を「キレイパス」に掲載し、ユーザーがコンテンツを購入した時に購入額から販売手数料(同社の売上)を除いた金額をクリニックに支払うモデルである。また、2025年5月にメディベースから美容・自由診療向けクラウド型電子カルテ・予約システム「MEDIBASE(メディベース)」の事業を譲受している。今後「キレイパスコネク」が持つ電子カルテ機能や運営ノウハウを「MEDIBASE」に取り込み、サービスの付加価値をさらに向上させるとともに、「キレイパス」による集客機能との連携を強化することで同事業の成長を図ることにしている。当面は2ブランドを並行していくことになるが、将来的にはブランドの統合も視野に入れている。

※ 予約管理から電子カルテ・会計、経営分析など経営の効率化を図るための機能を一括で提供している。

主要運営メディアの概要

ポイント関連	
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、電子マネー、ギフト券等に交換できる。1999年開始の老舗ポイントサービス
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ブラウザゲームプラットフォーム。プレイ可能なゲーム数は110タイトルを超える。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できる
かんたんゲームボックス	広告を視聴することを条件に無料のカジュアルゲーム楽しめるプラットフォーム。現在400タイトルを超えるゲームを揃えている。自社+パートナーネットワークにより、月間数百万のユーザーが利用
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
業界特化型	
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、口コミ掲載数で業界トップクラス。掲載教室数は約1.3万教室(2026年3月時点)。社会人向けの「コエテコキャンパス」やドローンスクールポータルサイト「コエテコドローン」、転職や副業、独立を目指す社会人向けポータルサイト「コエテコキャリア」を相次いで開設している
キレイパス※	美容医療サービスのチケット購入サイト。掲載件数は約1万件以上(2026年3月時点)で業界トップクラス。事前決済型で予約申込も可能。地域・悩み・予算などでクリニックを比較・検討することもできる

※ GMOビューティーのサービス  
出所：会社資料よりフィスコ作成

**(2) ソリューション事業**

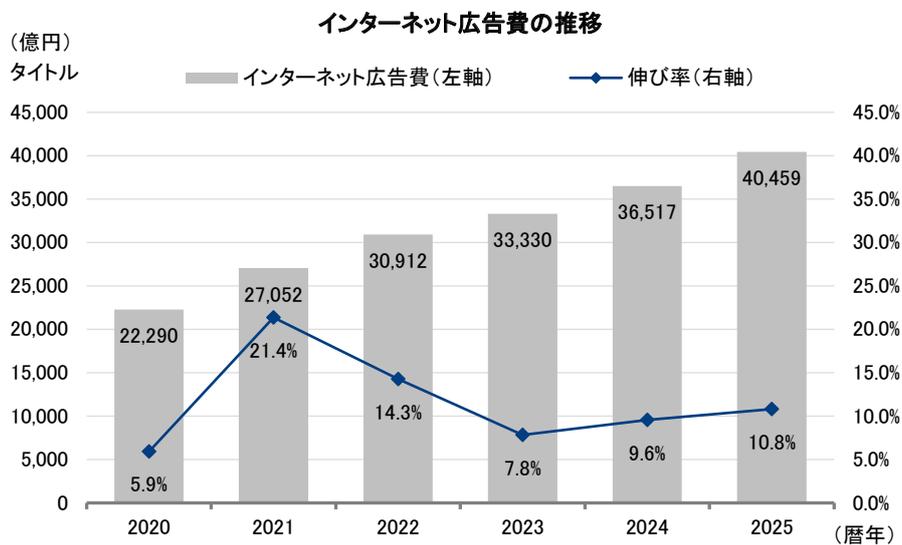
ソリューション事業では、「ポイントタウン」の運営ノウハウを生かし他社運営メディア上でポイントサイトの構築・運営支援を行うポイントCRMツール「GMOリピータス」や、アフィリエイト広告仲介の「アフィタウン」などを展開している。「GMOリピータス」についてはシステム開発から導入支援、運用サポートまで手掛けており、NTTドコモの「ポイント広場」など合計9サイト(前期末比1サイト増)に導入している。

## 集客用メディアと経営支援ツールの両面から 顧客を支援できることが強み

### 3. 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、2025年は前年比10.8%増の40,459億円と国内広告費全体の50.2%を占めるまでになり(「2025年日本の広告費」(電通調べ))、存在感がさらに増す状況となっている。スマートフォンやソーシャルネットワークサービス(以下、SNS)の普及拡大と、それに伴う生活スタイルの変化(テレビ、新聞離れ)、アドテクノロジーの進化によって費用対効果の高いインターネット広告に予算を振り向ける企業が増えていることが背景にある。特に、ここ数年は動画広告がSNS向けを中心に大きく伸長し、2025年も同21.8%増の10,275億円となるなど高成長を続けており、インターネット広告市場のけん引役となっている。一方で、同社が展開している成果報酬型広告の市場は同3.9%減となり3年連続でマイナス成長となった。生成AIの技術進化によるゼロクリック検索の普及が、顧客接点となるポータルサイトへのアクセス数にマイナス影響を与えている可能性が考えられる。実際、同社の「コエテコキャンパス」による広告収入も、2025年12月期はアクセス数の減少が影響して減収に転じた。同社はAIO対策に取り組むことで、アクセス数の回復に取り組んでいる。インターネット広告市場全体については今後も拡大が続くと予想されるが、技術進歩によって広告手法が日々進化するなかで、費用対効果の高い広告サービスの提供が成長のカギを握ると弊社では考えている。



出所：電通「2025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などで長年培ってきた集客及びリピート施策に関する豊富なノウハウを、自社メディアだけでなく他社メディアにもソリューションサービスとして提供し、効率的に事業を拡大できること、2) 社員の過半を技術者で占めており※1、新規サービスの開発だけでなく機能の拡充・改修などが必要となった場合は迅速に対応可能なこと、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用しているため、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・ASO※2・コンテンツマーケティング※3のノウハウを社内に蓄積しており、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 2025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64.4%を占める。
- ※2 ASO (App Store Optimization)：スマートフォン向けアプリストアにおいて、検索結果やランキング表示で自社アプリが上位に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 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、業界特化型事業である「コエテコ」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の教室・口コミ掲載数で業界トップクラスとなっており、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。さらには、社会人向けのポータルサイト「コエテコキャンパス」やオンラインスクール運営支援サービス「コエテコカレッジ」、「趣味なび」などを運営しているほか、直近では教科書に沿った問題を生成AIで作問する「コエテコStudy」や、2025年12月より学習塾など教育事業者向けのクラウド型運営管理システムとなる「コエテコマネージャー」の本格提供を開始するなど、『学び』をテーマとした近接領域で積極的な事業展開を進めている。

「キレイパス」については、全国1,000店舗以上の美容医療クリニックの情報と1.2万件を超えるチケットを掲載する業界トップクラスのチケット購入サイトとなっている。希望に沿った施術方法や地域、予算などからクリニックを簡単に検索できるほか、事前決済システムのため施術当日にクリニックから追加料金を請求される心配がなく（事業者側にとってもキャンセル発生リスクを抑えられるメリットがある）、予約や来院時の受付などもアプリで一括管理できる使い勝手の良さがユーザーから高く評価され、登録会員数やチケット購入件数が増え続けている。また、美容医療クリニック向けに予約受付から電子カルテ、Web問診、会計、経営分析、CRMなど院内業務を一元化した経営支援プラットフォームとなる「キレイパスコネクト」を開発・提供している。強力な集客ツールとなる「キレイパス」と連携することで他社との差別化を図っており、同社の強みの1つと言える。

### 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、他のメディア広告と比べると高い成長率を維持しているが、市場環境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には、需給バランス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たが、AIの普及によってSEO対策だけでは集客対策として不十分になってきており、AIO対策など新たな施策が求められるようになってきており、その状況次第ではサイトへのアクセス数が減少し、広告収入に影響を及ぼすリスクがある。

## 業績動向

### 2025年12月期は美容医療関連の成長により3期連続で最高益を更新

#### 1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上高で前期比7.7%増の7,115百万円、営業利益で同18.2%増の896百万円、経常利益で同18.1%増の896百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同13.2%増の646百万円と概ね会社計画通りに着地し、3期連続で過去最高を更新した。

#### 2025年12月期連結業績

(単位：百万円)

	24/12期		会社計画	25/12期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	6,606	-	7,000	7,115	-	7.7%	1.6%
売上原価	3,637	55.1%	-	3,751	52.7%	3.1%	-
売上総利益	2,969	44.9%	-	3,363	47.3%	13.3%	-
販管費	2,206	33.4%	-	2,462	34.6%	11.6%	-
営業利益	762	11.5%	915	901	12.6%	18.2%	-1.5%
経常利益	759	11.5%	900	896	12.6%	18.1%	-0.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	571	8.6%	660	646	9.1%	13.2%	-2.0%
EBITDA	816	12.4%	-	1,015	14.3%	24.4%	-

注：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高はソリューション事業の減収が続いたほか、業界特化型事業のうちコエテコ関連が減収に転じたものの、美容医療関連が大きく伸長したほかゲーム関連事業も順調に拡大したことが増収要因となった。利益面では、販売ミックスの改善により売上総利益率が前期の44.9%から47.3%に上昇し、売上総利益で同13.3%増の3,363百万円となった。販管費は同11.6%増の2,462百万円と256百万円の増加となったが、主に「キレイパス」や「ゲソてん」など課金取引の売上拡大に伴う決済手数料の増加と、新規連結したGMO趣味なびやメディアベース事業の上乗せ分(0.8億円程度)や採用費、教育費、のれん償却額などが増加要因となった。一方、販促費や広告宣伝費はここ数年、業務特化型事業で積極的に投下してきたプロモーション施策などが一段落したこともあり、それぞれ減少した。人件費はGMOビューティーで計画達成による決算賞与を実施したこともあり、全社合計で前期比約4%増となったが、生産性の向上により売上比では若干低下した。

実質的な収益力を示すEBITDAは同24.4%増の1,015百万円と初めて1,000百万円を突破し、収益基盤の強化が定量的に確認できる水準まで拡大するなど、ここ数年取り組んできた業務特化型事業への積極投資の効果が顕在化してきたものと評価される。

業績動向

**営業費用の内訳**



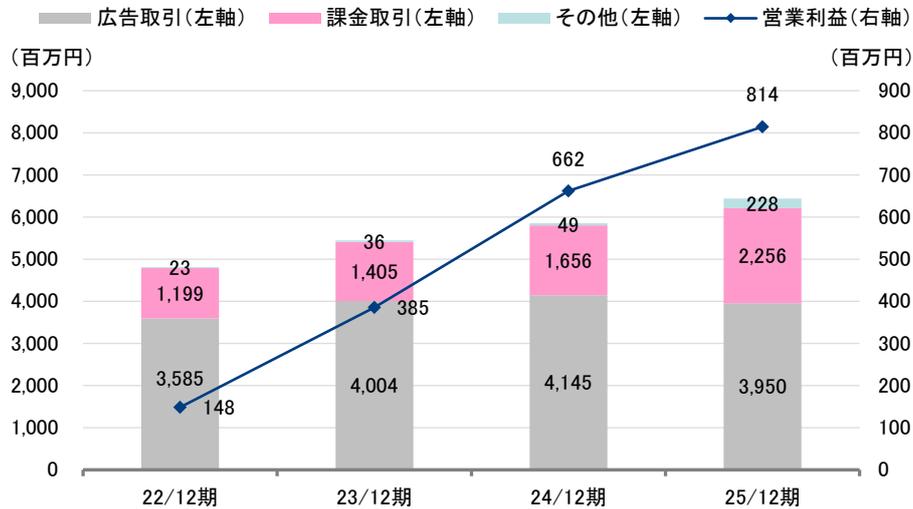
## 美容医療関連が大きく伸長、 ゲームプラットフォーム事業も順調に拡大

### (1) メディア事業

メディア事業の売上高は前期比9.9%増の6,435百万円、営業利益は同23.0%増の814百万円と増収増益基調が続いた。売上高を形態別で見ると、広告取引関連(ポイントタウン、かんたんゲームボックス、コエテコ)はコエテコ関連の落ち込みにより前期比4.7%減の3,950百万円、課金取引関連(ゲソてん、キレイパス関連、くまポン)が同36.2%増の2,256百万円となった。また、その他の売上高も2024年末からNTTドコモ向けに提供を開始した「スゴ得コンテンツ※」関連が順調に成長したことにより同363.5%増の228百万円となった。

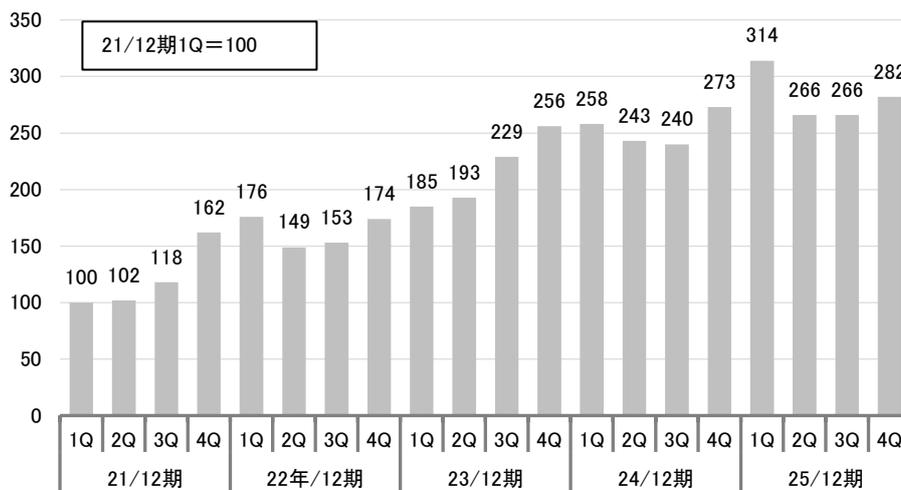
※ NTTドコモが提供するサービスで、150種類以上の多彩なアプリ(ゲーム、占い、ニュース等)やWebサービスが使い放題で、割引クーポンやdポイント付与などの特典も充実している。2026年3月よりサービス内容を拡充し、「dパリュupas」にリニューアルした。

## 業績動向

**メディア事業の業績推移**


出所：決算短信よりフィスコ作成

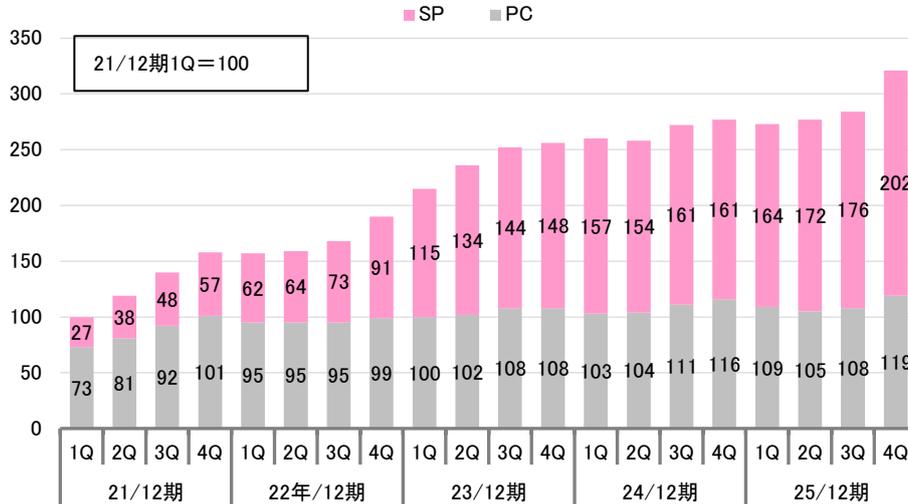
主要サービス別の売上動向について見ると、ゲームプラットフォーム事業は広告収入が同11%増、課金収入が同8%増とそれぞれ順調に拡大した。提携サイト数の増加(広告：前期末比3件増の48媒体、課金：同2件増の21媒体)やゲームタイトル数の増加(広告：同86件増の410タイトル、課金：同18件増の114タイトル)が背景にある。ゲーム課金事業についてはPC経由が微増にとどまったものの、スマートフォン経由の課金収入が同25%増と2ケタ成長ペースが続いた。「ポイントタウン」は広告単価の低迷もあって横ばい水準にとどまり、「くまポン」は購入額の増加に伴い5%増と堅調に推移した。

**ゲームプラットフォーム事業売上指数(課金+広告)の推移**


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

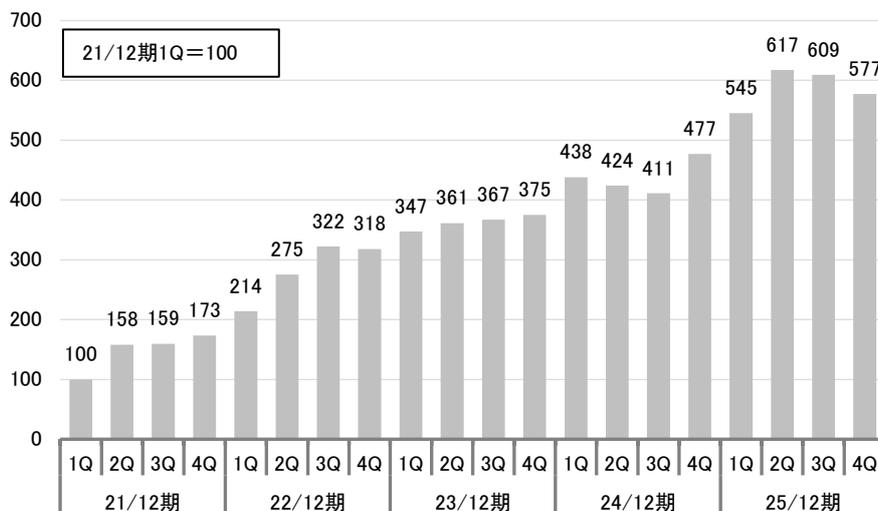
### ゲーム課金事業のデバイス別売上指数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業界特化型事業では、明暗が分かれる格好となった。美容医療関連については前期比90%増と大幅増となった。痩身系商材のオンライン処方に関するチケットの購入額が第2四半期から第三四半期にかけて特需的に伸長したことが一因だが、同要因を除いても50%増となった。サービス別では「キレイパス」が37%増(チケット購入件数で34%増)となったほか、経営支援管理ツールも200%増と急増とした。2025年5月に事業譲受した「MEDIBASE」の寄与もあるが、「キレイパスコネク」だけで見ても100%増となった。ARPUは約5万円とほぼ横ばい水準だったが、導入件数が2倍弱に増加した。「キレイパス」との連携による集客施策がとれることや、機能的に予約受付からCRM(顧客管理)機能まで経営に必要な機能が一通貫で揃っていることもあり、他社システムからのリプレイスが増加した。

### 「キレイパス」チケット購入数の指数推移

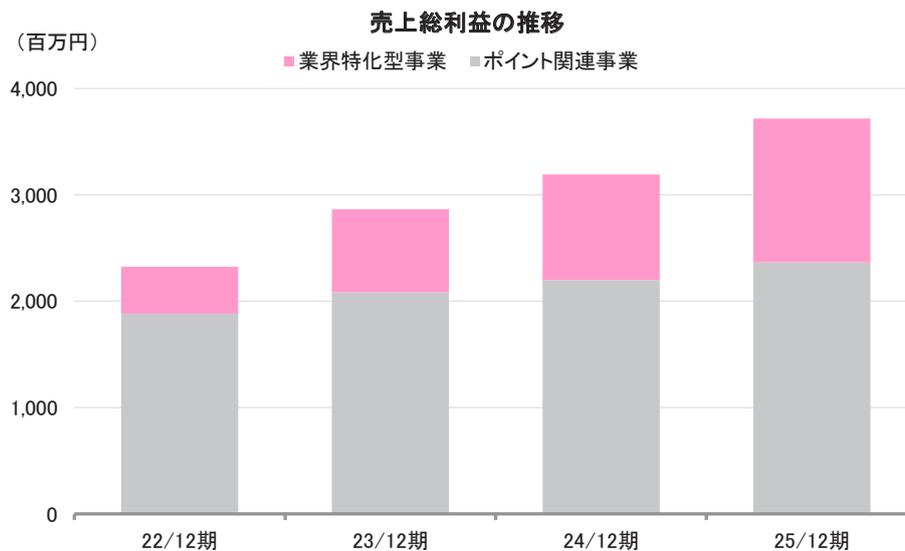


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

一方、学び領域については20%減収と落ち込んだ。小学生向けプログラミングスクールポータルサイト「コエテコ」については横ばい水準だったが、これまでリスティング需要を取り込み成長してきた社会人向けのポータルサイト「コエテコキャンパス」の広告収入が落ち込んだ。検索エンジンのアルゴリズム変更やゼロクリック検索の普及等が影響して、サイトのアクセス数が落ち込んだことによる。なお、新規連結したGMO趣味なびについては売上高で数千万円程度となり業績への影響は軽微であった。

また、売上総利益をポイント関連事業（ポイントタウン、くまポン、ブラウザゲームプラットフォーム）と業界特化型事業で分けると、ポイント関連事業が前期比8%増と堅調に推移し、業界特化型事業は美容医療関連がけん引し同37%増と大幅増益ペースが続いた。売上総利益に占める業界特化型事業の構成比は2022年2月期の約19%から2025年12月期は約36%にまで上昇し、金額ペースでは約3倍の規模に成長するなど持続的な成長フェーズに入ったと言える。一方のポイント関連事業についても構成比は低下したものの、金額ベースではゲームプラットフォーム事業がけん引し1.3倍弱と着実に成長している。



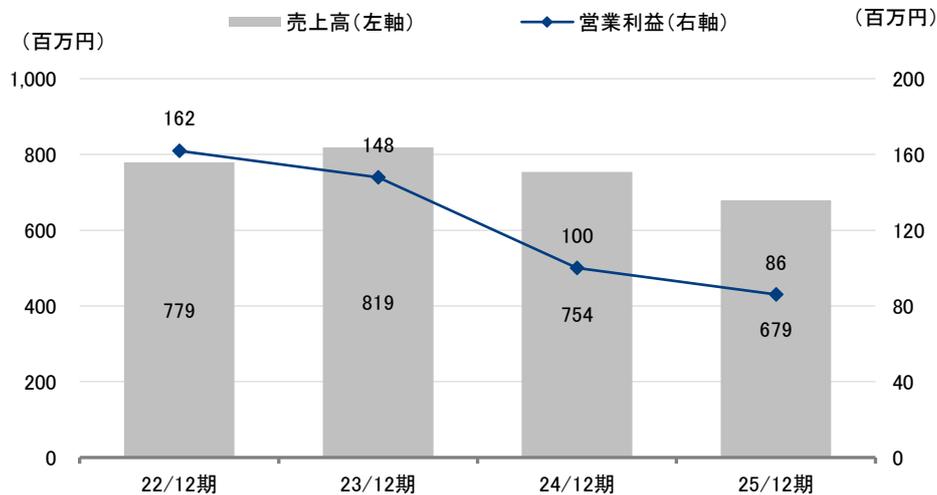
注：グラフは推計により作成  
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## (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9.9%減の679百万円、営業利益は同13.7%減の86百万円と減収減益が続いた。「GMOリピータス」の売上高は提供メディア数の増加（同1件増の9媒体）により、同5%増と増収が続いたが、アフィリエイト広告仲介事業の2ケタ減ペースが続いたことで減収減益となった。アフィリエイト広告市場については、広告主の選択肢が増加し代理業を介さない直接出向が増加傾向となっていることもあり、市場全体が縮小傾向となるなど厳しい環境が続いている。

## 業績動向

## ソリューション事業の業績推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 高収益な業界特化型事業の成長により収益性及び資本効率が向上

### 2. 財務状況と経営指標

2025年12月期末の資産合計は前期末比447百万円増加の6,311百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金と関係会社預け金の合計が179百万円増加し、売掛金が48百万円減少した。また、固定資産は「MEDIBASE」の事業取得に伴いのれんが34百万円、顧客関連資産が167百万円、ソフトウェアが39百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比109百万円増加の3,159百万円となった。主に未払金が113百万円増加した。また、純資産合計は同337百万円増加の3,152百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益646百万円の計上及び配当金支出349百万円により利益剰余金が296百万円増加したほか、自己株式が24百万円減少（増加要因）した。

経営指標については、経営の安全性を表す自己資本比率が収益増に伴って49.6%と前期末比で2.0ポイント上昇した。実質無借金経営で現金及び預金と関係会社預け金の合計が3,382百万円と潤沢であることから、財務の健全性は高いと判断される。収益性についても業界特化型事業が成長フェーズに入ったことで、ROA（総資産経常利益率）が14.7%、ROE（自己資本当期純利益率）が21.8%、売上高営業利益率が12.6%といずれも2022年12月期の水準と比較すると大きく上昇しており、同社がここ数年取り組んできた成長戦略が収益性や資本効率の向上につながったものと評価される。

## 業績動向

**連結貸借対照表**

(単位：百万円)

	22/12期末	23/12期末	24/12期末	25/12期末	増減額
流動資産	4,334	4,764	4,772	4,997	225
(現金及び預金・関係会社預け金)	2,868	3,277	3,203	3,382	179
(売掛金)	1,259	1,241	1,276	1,228	-48
固定資産	649	706	1,091	1,314	222
資産合計	4,984	5,470	5,864	6,311	447
負債合計	2,893	3,068	3,049	3,159	109
(有利子負債)	-	-	24	20	-3
純資産合計	2,090	2,401	2,814	3,152	337
(安全性)					
自己資本比率	41.8%	43.5%	47.6%	49.6%	2.0pp
(収益性)					
ROA	6.4%	10.3%	13.4%	14.7%	1.3pp
ROE	9.2%	16.2%	22.1%	21.8%	-0.3pp
売上高営業利益率	5.6%	8.5%	11.5%	12.6%	1.1pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

キャッシュ・フローの状況を見ると、2025年12月期の営業活動によるキャッシュ・フローは収益拡大に伴い前期の500百万円から858百万円に増加した。投資活動によるキャッシュ・フローは315百万円の支出となり、主な投資としては「MEDIBASE」事業の取得費用263百万円が挙げられる。この結果、フリーキャッシュ・フローは543百万円となり、営業活動によるキャッシュ・フローと合わせて6期連続でプラスを達成し、安定したキャッシュの創出が可能な収益構造への転換が進んだものと評価される。同社のビジネスは多額の設備投資資金を必要としないため、今後もソフトウェア資産の取得やM&Aが主な投資項目になると考えられる。大きなM&A案件がなければフリーキャッシュ・フローはプラスを維持するものと見られ、積み上がったキャッシュは株主還元やM&Aも含めた成長投資に充当していくとしている。M&Aについては学びや美容医療などの成長領域でシナジーが見込める企業を対象に、基本的には手元キャッシュの範囲内で投資が可能な案件を検討する。

**キャッシュ・フローの状況**

(単位：百万円)

	22/12期	23/12期	24/12期	25/12期
営業活動によるキャッシュ・フロー	395	592	500	858
投資活動によるキャッシュ・フロー	-171	-111	-399	-315
フリーキャッシュ・フロー	223	480	101	543
財務活動によるキャッシュ・フロー	2	-71	-176	-364
現金及び現金同等物の期末残高	2,868	3,277	3,203	3,382

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2026年12月期は売上高、営業利益、経常利益で増収増益見通し

#### 1. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上高で前期比5.4%増の7,500百万円、営業利益で同5.3%増の950百万円、経常利益で同4.2%増の935百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同10.3%減の580百万円を計画している。親会社株主に帰属する当期純利益が減益見込みとなっているのは、連結子会社のGMOビューティー（出資比率50.1%）の債務超過が解消され非支配株主持分利益が発生することが要因だ。

#### 2026年12月期業績見通し

(単位：百万円)

	25/12期		26/12期		
	実績	売上比	会社計画	売上比	前期比
売上高	7,115	-	7,500	-	5.4%
営業利益	901	12.6%	950	12.7%	5.3%
経常利益	896	12.6%	935	12.5%	4.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	646	9.1%	580	7.7%	-10.3%
1株当たり当期純利益(円)	360.54		320.93		

出所：決算短信よりフィスコ作成

主要サービス別の売上見通しについて、業界特化型事業のうち学び領域では主力の「コエテコ」「コエテコキャンパス」の広告収入が前期比横ばい水準を見込んでいる。サイトのアクセス数の回復がまだ限定的なためだ。ただ、回復施策としてAIO対策の強化に取り組んでおり、直近の調査結果※によればAI検索引用ドメインランキングの人材・教育部門で「コエテコ」がトップとなっている。特に、「プログラミングスクール比較」の問いを投げかけると事実上すべてのAIエンジンで「コエテコ」が引用元として表示されるなど、AIO対策の成果も出てきているようで、今後もSEO対策やAIO対策に取り組むと同時にコンテンツの充実などを推進していくことでアクセス数の回復を目指す。そのほか、学びの領域ではオンライン講座管理システムの「コエテコカレッジ」が協会・団体向けに導入されるなど規模は小さいながらも着実に伸び始めているほか、今後の成長が期待される「コエテコStudy」や2025年12月に本格提供を開始した教育事業者向け運営管理システム「コエテコマネージャー」の育成に向けて取り組む。一方、美容医療の領域については前期に特需的に増加した痩身系商材の販売がピークアウトしていることもあり、伸び率は鈍化するものの「キレイパス」「キレイパスコネクト」ともに増収を見込んでいる。

※ (株)Wanokuniが運営するBrand UPにて、AIが最も信頼し引用するメディアと企業をスコアリング・ランキング化し、半期ごとにAI Search Cited Awardとして発表している。

ブラウザゲームプラットフォーム事業についても増収基調が続く見通しだ。2026年はLINEミニアプリ版の広告ゲーム「ソリティア ポイ活ボックス」を2026年2月にリリースしたほか、年内にも課金ゲームを1タイトル投入する予定となっている。さらにはLINE以外のSNS向けミニアプリ版ゲームの提供も予定しており、提携媒体を広げることで広告ゲーム、課金ゲームともに成長を目指す。一方、「ポイントタウン」や「くまポン」については前期比横ばいまたは若干の増加を想定しているようだ。ソリューション事業については前期からのトレンドが続く見通しで、アフィリエイト広告仲介サービスの減少を見込んでいる。

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

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

今後の見通し

費用面では、営業人員の増員により「クレイパスコネクト」や「コエテコマネージャー」などストック型ビジネスの顧客開拓を進めていく方針で、人件費の増加を見込んでいるが、そのほかは大きな増減要因はなく、営業利益率も12.7%と前期比横ばい水準を見込む。

2026年12月期の各事業の市況と今後の見通し

市況	今後の見通し
<b>ポイント・ゲーム</b> ・「ポイ活」が一般化し、ポイントを意識的に獲得するユーザーが増加 ・インフレによる「生活防衛」需要が増大し、ポイ活市場は引き続き活況	・「ポイ活市場」の伸長により、WebメディアからアプリやLINEミニアプリなどへの展開を拡大 ・引き続き、動画広告市場は堅調に推移
<b>学び</b> ・国や公共団体のリスキリング支援が継続され引き続き需要増 ・大学入学共通テスト「情報1」実施を経て、具体的対策サービスへの実需フェーズに突入 ・採用市場ではエンジニア職以外でも生成AI活用スキルが必須要件化し、基準が高度化	・「GIGAスクール構想」は、端末更新期を迎える「Next GIGA」フェーズに入り、デジタル教科書の本格稼働が焦点に ・教育現場への生成AIによる個別最適化学習（アダプティブ・ラーニング）の実装や教員の校務DX導入が進む ・オンラインでの社会人リスキリング需要継続
<b>美容医療</b> ・美容医療市場は拡大しているが、一部（特に脱毛特化クリニックなど）では供給過多による淘汰も始まっている ・美容医療は一過性のブームから「日常の肌管理」へと完全に定着し、リピート需要を主軸とした安定市場へ移行	・厚生労働省による「医療広告ガイドラインの厳格化」や、ステルスマーケティング規制の影響を受けて、「信頼性・安全性」が以前よりも重視されるようになる ・人材獲得競争の激化により、美容クリニックのDX化ニーズが拡大し、オンライン予約・カウンセリングが普及

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業界特化型事業で複利成長戦略を推進し、高成長を目指す

2. 成長戦略

同社は今後の成長戦略として、1) 従来のポイント・ゲームプラットフォーム事業などで培った集客及びリピーターを作るノウハウとAI・データ活用スキルを、成長領域（学び・美容医療・+α）へ展開し、より高い成長を目指す、2) ストック型ビジネスの拡大による安定的成長を実現する、の2点を掲げている。

メディア事業で培ったノウハウを生かし、成長市場である学び・美容医療用域に特化したサービスを展開し、高い市場成長性に独自の強みを掛け合わせることで、事業のさらなる拡大と企業価値の向上を加速していく考えだ。さらに、学びや美容医療に続く新たな領域の開拓も視野に入れている。2026年12月期の売上成長率は1ケタ台に鈍化する見込みだが、中期的にはこれらの取り組みにより年率2ケタ成長を目指す考えだ。

成長イメージ



出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。  
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

ポイント関連事業については、「ポイ活」が消費者の間で一般化するなかで、従来は流通・小売業での集客・囲い込み戦略として利用されることが多かったが、今後は新たな業態でもポイントサービスの活用が進むと見ており、今後も安定成長が続くものと予想される。

業界特化型(学び・美容医療)事業では、複利成長戦略を推進することで高成長を実現していく。具体的には、集客支援事業(キレイパス、コエテコ)と、事業者向けのDX支援事業(キレイパスコネク、コエテコマネージャー等のストック型ビジネス)、これら事業で蓄積したデータ(顧客・行動履歴)を活用したD2C事業(キレイパスオンライン診療支援等)や、これらのノウハウをベースに新たな領域を開拓することで、高成長を実現していく。これらのサービスを同時に提供している事業者は少なく、ストック型ビジネスの顧客を開拓していくうえで強みになると考えられる。

複利成長戦略

1st (B2C)	集客+ファン作り支援事業
2nd (B2B)	事業者に向けたDX支援事業(ストック事業)
3rd (D2C)	1st+2ndによる蓄積データ(顧客・行動履歴)を活用しD2C展開
4th NEXT	上記1~3の知見をベースに、次の領域開拓



出所：決算説明資料より掲載

(1) 学び領域

学びの領域においては、IT人材不足という社会課題解決のため情報教育の強化が進んでいること(2025年から「情報I」が大学入学共通テストにも採用)、またeラーニング市場の拡大や教育現場のDX化ニーズの高まりといった市場環境下において、それぞれでサービスを開発・提供している同社の成長機会は大きいと言える。

特に成長期待の大きいサービスとして「コエテコStudy」が挙げられる。高等学校の教科「情報I」の教科書を基に生成AI技術を活用して、小テストや授業用プリントなどを自動作成するだけでなく、自動採点や集計機能なども備えたシステムで、教員の業務負担を軽減するサービスとして、2024年より実証試験に取り組んできた。今回、「情報I」の教科書で実教出版と連携する。2026年度用指導資料では「コエテコStudy」のAI機能を活用し、教員向けに「情報プリント作成ツール※」を2026年4月より販売開始する。一定数の高等学校に導入される見込みとなっており、2027年春以降に生徒版の導入が進むものと期待される。また、「情報I」以外の教科についても教科書出版社と共同開発中で、2026年内にもリリースできる見通しだ。学校の教育現場では教師の過剰労働が慢性化しており、課題解決につながる「コエテコStudy」の拡普及が進むものと期待される。

※ 教科書を基にAIで作成した問題を7千問以上収録しているほか、AIを活用した作問機能により、小テストや授業用プリントなどの作成業務を支援するツール。

今後の見通し

2025年12月にリリースした「コエテコマネージャー」はプログラミングスクールに特化した運営管理システムで、体験申込から入会手続き、授業の予約・振替機能や月謝決済、顧客管理機能などの機能があり、生徒当たり月額110円(税込)で基本機能が利用できる。シンプルな機能とデザインで直感的に操作できる点が特徴となっている。「コエテコ」による集客支援と併せて利用することで、集客から入会までの導線をスムーズに構築することができ、顧客にとっても導入メリットが大きく、今後の成長が期待される。

**(2) 美容医療領域**

美容医療領域では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「キレイパスコネクト」の拡大を目指す。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のが特徴で、利便性向上につながる機能の拡充についても継続的に進めている。同様のサービスを提供する競合は数社<sup>※1</sup>あるが、「キレイパス」のように独自の集客ソリューションを同時に提供しているのは同社だけで差別化ポイントとなっている。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<sup>※2</sup>を用意しており、現状の平均月額ARPUは5万円台、解約率は1%程度(閉院のケースがほとんど)となっている。

※1 自由診療・美容クリニック向けを対象として同様の機能でサービス提供している競合としては、(株)プロ・フィールドの「ACUSIS Cloud」、アトミックソフトウェア(株)の「medicalforce」、(株)B4Aの「B4A」などがある。

※2 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。

2025年5月にクラウド型電子カルテシステム「MEDIBASE」を取得したことで、ストック型ビジネスの顧客基盤を拡大したが、2025年12月に日本医師会ORCA管理機構が提供するクラウド型日医標準レセプトソフト「WebORCA」との連携を開始したことで顧客獲得機会が増えるものと予想される。同連携によりこれまで別々のシステムで管理されていた自由診療と保険診療の患者情報・診療データを「キレイパスコネクト」上で統合的に管理できるようになり、クリニックの業務効率向上に大きく寄与するためだ。これにより、自由診療専門のクリニックだけでなく、自由診療+保険診療を行っているクリニックの顧客を開拓しやすくなり、顧客基盤の拡大につながるものと期待される。

美容医療業界の国内市場規模は、2020年の約4千億円から2024年には6千億円を上回る規模に拡大するなど成長市場となっている。医療技術の高度化による非外科美容医療の普及や男性も含めた利用者層の拡大、オンライン診療の普及、クリニック数の増加などが背景にあり、今後も安定的な成長が見込まれている。一方で、クリニック経営の側では、新規顧客の獲得と運営コスト(人件費など)の効率化が経営課題となっており、両方の課題を解決できるソリューションを持つ同社にとって、今後数年間「キレイパスコネクト」のシェアを拡大する好機になると弊社では考えている。

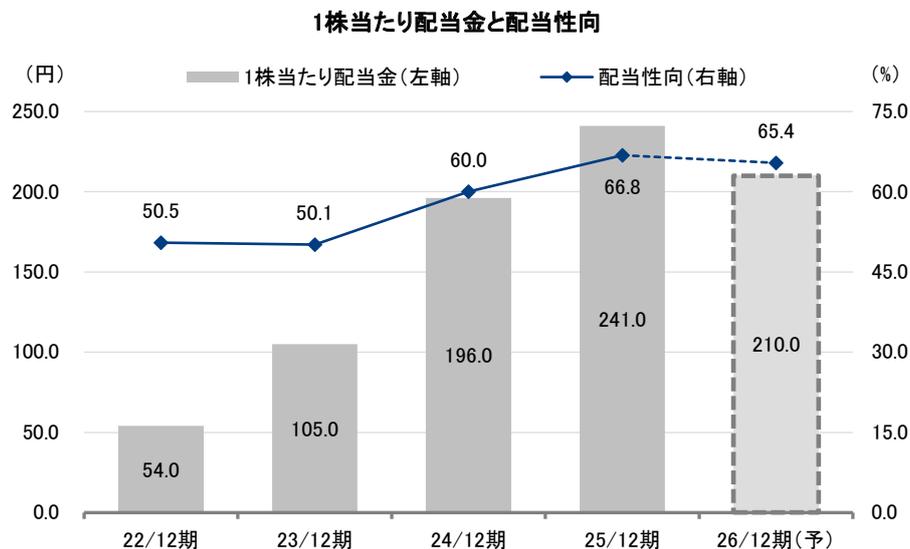
## ■ 株主還元策

### 配当性向65%またはDOE5%のいずれか高い方の配当を行う方針

同社は、持続的な成長と安定した株主還元の両立を経営の重要課題と位置付け、従前は連結配当性向で65%以上を目安に配当を実施してきたが、収益基盤の強化が進み配当余力が増したことや、投資家層の拡大と企業価値のさらなる向上を目的に2025年12月期より配当性向65%以上を基本に、業績に応じた安定的かつ継続的な配当を実施する方針とし、1株当たり配当金は前期比45.0円増配となる241.0円(配当性向66.8%)を実施した。さらに、2026年12月期より利益水準の変動に左右されにくい安定的な株主還元を実現するため、DOE5.0%を配当額の下限指標として設定した。これにより、実質無配となるリスクはなくなったことになる(2019年12月期、2020年12月期は損失計上により2期連続で無配となった)。2026年12月期の1株当たり配当金はEPSが減少見込みのため、同31.0円減配の210.0円(配当性向65.4%)を予定しているが、EPSが予想を上回れば配当金も上積みされることになる。

また、株主優待制度についても導入しており、100株以上保有株主※に対して、GMOクリック証券(株)における同社株式買付代金×0.03%に相当するビットコイン(上限1万円相当)をGMOコイン(株)の暗号資産取引口座に付与するというものである。

※ 毎年12月末及び6月末の株主で半年以上継続保有した株主が対象となる。対象取引は対象取引は現物買付取引、信用新規買取引、信用返済買取引。



注：24/12期は記念配当33.00円(5ヶ年計画超過達成&上場10期)含む

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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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、配布等することは強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