

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

GMO ペパボ

3633 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年3月13日(月)

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. 今後の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. 事業セグメント	05
2. 強みと競合	08
3. 事業リスク	09
■ 業績動向	09
1. 2022 年 12 月期の業績概要	09
2. 事業セグメント別の動向	11
3. 財務状態	17
■ 今後の見通し	19
1. 2023 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	23
■ 株主還元策	25

■ 要約

2023年12月期は金融支援事業がけん引し増益に転じる見通し

GMO ペパボ <3633> は、GMO インターネットグループ <9449> のグループ会社で、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に加えて、利用者同士をつなげるプラットフォームサービスを展開している。主なサービスは、レンタルサーバーサービス「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. 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11.4%減の10,531百万円、営業利益で同17.6%減の732百万円となった。2022年12月期より収益認識会計基準等の適用(以下、新会計基準)を行っており、この影響により売上高で1,653百万円減少し、営業利益で101百万円増加している。前期を新会計基準で換算した場合の増減率は、売上高で6.7%増、営業利益で16.5%減となる(以下、前期比伸び率は新会計基準比較で記載)。売上高は巣ごもり需要の一巡によりEC支援事業やハンドメイド事業が減収となったものの、ストック型ビジネスとなるホスティング事業の拡大が続いたほか、金融支援事業も利用者の広がりにより売上高が前期比2.8倍増と急成長したことにより、実質過去最高を更新した。一方、利益面ではEC支援事業やハンドメイド事業の落ち込みが減益要因となった。特に、「SUZURI」はテレビCMを実施(180百万円)したこともあって、95百万円の損失を計上した(前期比295百万円の減益)。

2. 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5.1%増の11,064百万円、営業利益で同17.1%増の857百万円と3期振りの増益に転じる見通し。けん引役は金融支援事業で、利用者の拡大を背景に売上高で同87.9%増の1,116百万円、営業利益で251百万円(同277百万円の増益)と高成長を見込んでいる。また、ホスティング事業は価格改定によりコスト増分を吸収し増収増益に、EC支援事業は「SUZURI」の減収が続くものの利益面ではテレビCM費用が無くなることで増益に転じる見通しである。ハンドメイド事業については若干の減収減益と保守的な計画である。また、「SUZURI」や「minne」については非物販系ビジネスの育成にも注力する方針だ。すでに「SUZURI」でデジタルコンテンツの取り扱いを開始しているほか、「minne」でもデジタルコンテンツの登録を開始した。2023年内にサイト内広告サービスを開始する予定となっており、今後の収益貢献が期待される。

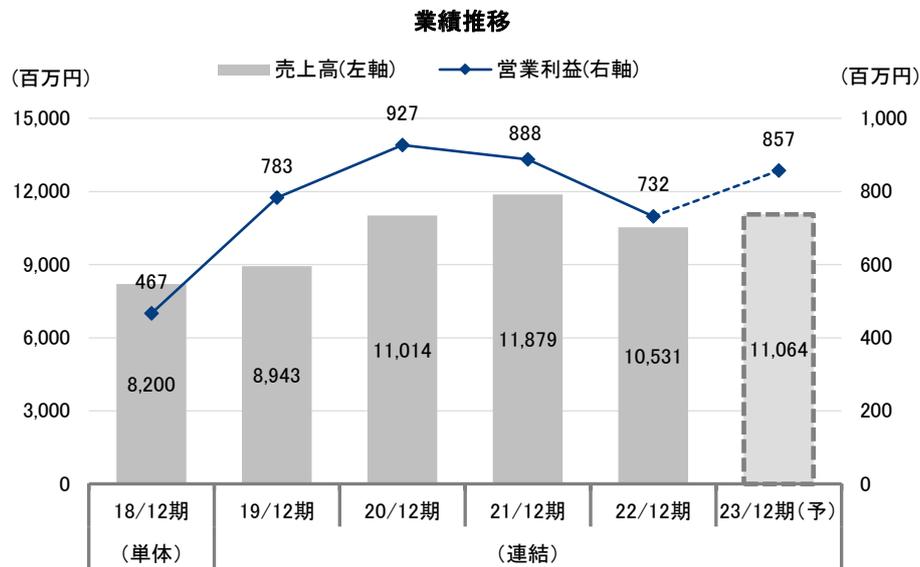
要約

3. 今後の成長戦略

成長戦略としては、ストック型ビジネスとなるホスティング事業や「カラーミーショップ」で安定成長を図り、「FREENANCE」などフロー型ビジネスを育成することで成長を加速する計画である。ストック型ビジネスでは、より安定的で高い収益の獲得を目指すため優良顧客となる上位層の獲得や、法人顧客の開拓を推進する。フロー型ビジネスのうち「FREENANCE」は、利用率の高い業種の顧客獲得により請求書買取額をさらに拡大するほか、月額プランの導入による安定収益の獲得も目指す。「SUZURI」や「minne」はデジタルコンテンツなど非物販系ビジネスを育成する。なお、同社は東証プライム市場上場維持基準のうち流通時価総額基準（100億円）をクリアしていないため、2023年2月に東京証券取引所に上場維持基準の適合に向けた計画書を提出しており、そのなかで2026年12月期に営業利益15.7億円の中期経営目標を発表している。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の反動もあって2021年以降の業績は足踏みが続いたものの、ストック型ビジネスによる安定収益基盤がすでに確立されており、フロー型ビジネスについても金融支援事業が成長ドライバーとして育ってきた。EC支援事業も成長余地は大きく、今後もインターネット市場の拡大を追い風として収益成長が期待できる企業の1つとして弊社では注目している。

Key Points

- ・ 2022年12月期はEC関連事業が苦戦し減益となるも金融支援事業が急成長
- ・ 金融支援事業がけん引役となり2023年12月期業績は2ケタ営業増益に転じる見通し
- ・ スtock型ビジネスの安定成長に加え、フロー型ビジネスを拡大していくことで持続的な収益拡大を目指す



注：22/12期より収益認識基準等を適用
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、2023年に新たに制定した経営ミッション「人類のアウトプットを増やす」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。レンタルサーバーサービス「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」などを提供しているほか、国内最大級のハンドメイドマーケット「minne」、オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI」に加え、フリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE」にも注力している。

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である。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（ジュゲム）」（2021年に事業譲渡）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 インターネットグループ）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ム企画。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「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に上場を果たす（2019年12月に東証第2部、2020年12月に東証第1部、2022年4月に東証プライム市場に移行）。2014年には創立から10年が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としてシナジーや知名度、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の収益の柱を育成するため2012年よりサービスを開始した「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ていった。また、2019年には「FREENANCE」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、連結子会社化するなど新規事業の育成にも注力している。

GMO ペパボ | 2023年3月13日(月)
 3633 東証プライム市場 | <https://pepabo.com/ir/>

会社概要

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（ジュゲム）」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 インターネットグループ株式会社）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（後の東京証券取引所 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
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（スズリ）」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	レポート通販サービス「カラーミーレポート」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（フリーナンス）」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
2020年12月	東証第1部に指定
2021年 4月	ブログサービス「JUGEM」を事業譲渡
2022年 4月	東京証券取引所プライム市場に移行 チーム・教室のための会員管理クラウドサービス「GMO レンシュ」提供開始

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

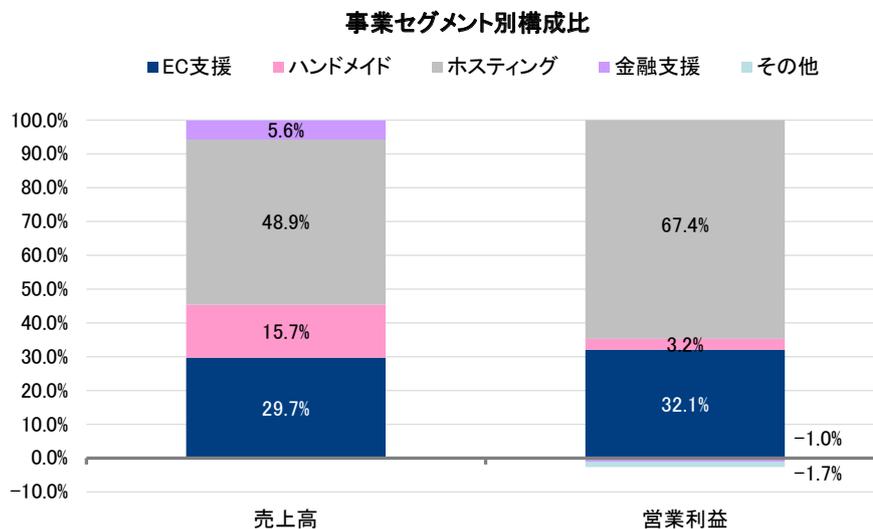
■ 事業概要

ホスティング事業と EC 支援事業を両輪に成長、 ハンドメイド事業や金融支援事業も育成中

1. 事業セグメント

同社の事業セグメントは、「ロリポップ!」「ムームードメイン」などのホスティング事業、「カラーミーショップ」「SUZURI」などの EC 支援事業、「minne」のハンドメイド事業、「FREENANCE」の金融支援事業で構成されている。

2022年12月期の事業セグメント別構成比を見ると、売上高はホスティング事業 48.9%、EC 支援事業 29.7%、ハンドメイド事業 15.7%、金融支援事業 5.6% となる。営業利益（全社費用控除前）についてはホスティング事業 67.4%、EC 支援事業 32.1%、ハンドメイド事業 3.2% となっており、金融支援事業については若干の損失となっている。現時点ではストック型ビジネスであるホスティング事業及び EC 支援事業の「カラーミーショップ」で営業利益の 9 割以上を占める格好となっているが、今後はフロー型ビジネスである「SUZURI」や「minne」、「FREENANCE」を育成することによって収益ポートフォリオの多様化を進めながら成長を目指す戦略である。



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である。主要サービスは以下のとおり。

事業概要

a) ロリポップ!

「ロリポップ!」は、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4割強、利益の7割強を占める主力サービスとなっている。ハードルの高かったホスティングサービスを低価格で提供し、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サービスも提供している。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。

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である。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顧客（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1,078円（税込）+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「heteml（ハテムル）」（月額1,100円（税込）～）なども提供している。

b) ムームードメイン

同事業セグメントの売上高の4割強、利益の2割弱を占める「ムームードメイン」は、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で簡単に行えることが特徴となっている。2004年にサービスを開始して以降、インターネットの普及とともに個人によるドメイン取得が広がり、2022年12月末の登録ドメイン数は118万件に達している。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く、また、仕入コストの一部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として展開してきたが、2021年5月より初期費用・月額利用料無料で流通額に応じて手数料を得るフロー型ビジネスモデルでのサービス提供も開始した。一方、「SUZURI」は流通額に応じたフロー型のビジネスモデルとなっていることが特徴だ。

a) カラーミーショップ

同事業セグメントの売上高の約6割を占める「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、運営できることが特徴で、2005年のサービス開始以降、契約件数は2022年12月末で5.0万件（うち、フリープランは3割強）となっている。月額有料プランで提供するサービスとしては国内最大規模の店舗数で、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。売上高は月額利用料や流通額に応じた決済手数料のほか、アプリストアで提供している各種アプリを使用する場合にはアプリ利用料が加算される格好となる。

事業概要

b) SUZURI

同事業セグメントの売上高の約3割を占める「SUZURI」は、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手軽に作成・販売できるサービスである。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、安心して作品を販売、購入できることが特徴だ。業界に先駆けたサービスとして需要を開拓し、2014年のサービス開始以降、2022年12月末までで登録会員数135万人、クリエイター数67万人の規模まで拡大している。クリエイターは同社からの仕入価格（製作会社への外注費+同社の売上高）に、自身の利益を上乗せした価格で「SUZURI」上に出品し販売する格好となる。購入者が注文後に外注先に発注するため、在庫リスクもなく、同社の売上高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級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10.56%（税込））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間で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、食品などのハンドメイド作品のほか、作品の製作に必要な素材の販売やアンティーク・ヴィンテージ品などの販売も行っている。

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に事業領域を拡大している。2022年12月末時点の作家・ブランド数は85万人、作品数は1,596万点、アプリダウンロード数は1,411万DLの規模となっている。

(4) 金融支援事業

フリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE」の事業である。同サービスは、フリーランスと取引先の間で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（税込/税別の場合は消費税も記載）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。請求書（売掛債権）の買取可能額は1万円からとし、2020年4月から上限額を撤廃した。

2020年11月より、「即日払い」をはじめとする金融支援サービスを外部企業に提供する「FaaS(FREENANCE/ Factoring as a Service)」を開始しており、ランサーズ<4484>などフリーランスとの親和性の高い人材サービス業界やIT業界のほか、運送業界などでも口コミが広がり利用者数が増えている。FaaSによる3者間取引に関しては、手数料率が2者間取引よりも相対的に低く紹介手数料も発生するため2者間取引と比べて利益率は低くなるが、逆に利用者数を効率的に拡大できるといったメリットがある。

事業概要

主要サービスの概要

	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		
ホスティング事業				
ロリポップ!	○		利用料金：99円/月～ 契約数：42万件（42万件）	「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。
ムームードメイン	○		利用料金：53円/年～ 登録ドメイン数：118万件 （117万件）	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。
EC支援事業				
カラーミーショップ	○	○	利用料金：0円/月～ 契約数：5.0万件（4.6万件） 2023年1月より プレミアムプラン提供開始	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。
SUZURI		○	クリエイター数：67万人 （56万人） 会員数：135万人 （106万人）	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。
ハンドメイド事業				
minne		○	作家・ブランド数：85万人 （80万人） 登録作品数：1,596万点 （1,453万点） アプリDL数：1,411万DL （1,328万DL）	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 （税込/税抜の場合は 消費税も記載）の3～10%	フリーランスに対し、請求書の買い取りにより資金を即日融通するフリーランス向け金融支援サービス。

注：料金は税込価格。契約者数等の数値は2022年12月末時点。カッコ内は2021年12月末時点。

出所：決算説明会資料、決算短信よりフィスコ作成

多くのユーザー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>やエックスサーバー（株）が挙げられる。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、同社のシェアはここ数年安定した水準を維持している。

事業概要

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 <4304> や Shopify<SHOP> 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、市場拡大に伴って競争も一段と激化している。このため、同社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ほか、初期費用・月額利用料を無料とするフリープランを開始するなど、多様なニーズへの対応を図っている。

「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。ピクシブ(株)の「pixivFACTORY」のほか丸井織物(株)の「Up-T」、グラフィック・オン・デマンド(株)の「T-SHIRTS TRINITY」などが競合として挙げられるが、規模的には同社が業界トップを走っているものと思われる。

ハンドメイド事業に関しては、クリーム <4017> (登録作品数で業界第 2 位の「Creema」を運営) が競合として挙げられる。2022 年 11 月時点の登録作品数は約 1,500 万点、登録クリエイター数は 25 万人と、「minne」と比べるとやや小さいが、平均販売価格が 1.4 倍高く、流通額はほぼ同規模となっている。また、サイト上での広告サービス(内部・外部含む)を積極的に行っており、収益化している点が同社との違いとなる。

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、直ちに再発防止委員会を設置して事実関係の調査、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する方針である。

■ 業績動向

2022 年 12 月期は EC 支援事業が苦戦し減益となるも 金融支援事業が急成長

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 6.7% 増の 10,531 百万円と実質過去最高を更新したものの、営業利益で同 16.5% 減の 732 百万円、経常利益で同 19.8% 減の 767 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 27.5% 減の 510 百万円と 2 期連続の減益となった。

業績動向

2022年12月期連結業績実績

(単位：百万円)

	21/12期			会社計画※ ²	22/12期		前期比 (新基準比)	計画比
	実績 (旧基準)	実績 (新基準)	対売上比		実績	対売上比		
売上高	11,879	9,874	-	10,499	10,531	-	6.7%	0.3%
売上総利益	6,732	6,145	62.2%	-	6,076	57.7%	-1.1%	-
販管費	5,843	5,268	53.4%	-	5,344	50.7%	1.4%	-
うち、プロモーションコスト※ ¹	1,033	1,109	11.2%	-	1,321	12.5%	19.0%	-
営業利益	888	876	8.9%	732	732	7.0%	-16.5%	0.0%
経常利益	968	956	9.7%	760	767	7.3%	-19.8%	0.9%
特別損益	96	96	-	-	4	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	715	703	7.1%	522	510	4.8%	-27.5%	-2.3%

※1 プロモーションコスト (広告宣伝費、販促費、ポイント引当金繰入額の合計)

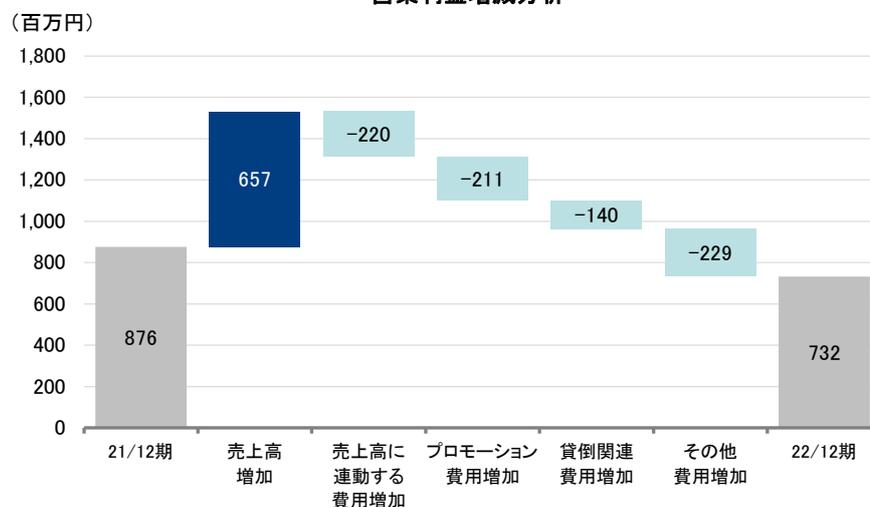
※2 会社計画は2022年11月発表値

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業セグメント別で見ると、ホスティング事業と金融支援事業が増収増益（金融支援事業は損失縮小）となった一方で、EC支援事業とハンドメイド事業が減収減益となり、明暗が分かれる格好となった。巣ごもり需要の反動で消費動向が変化したことによりEC市場の成長にブレーキがかかり、「SUZURI」や「minne」の流通額が減少に転じた。「カラーミーショップ」については前期並みの流通額を維持したもようで、グループ全体のEC関連サービスの流通額は前期比微減の2,206億円となった。

営業利益の増減要因を見ると、売上高が657百万円増加したのに対して、売上高に連動する費用の増加で220百万円、プロモーション費用の増加で211百万円、貸倒関連費用の増加で140百万円、その他費用の増加で229百万円となった。プロモーション費用の増加の大半は、「SUZURI」で第2四半期にテレビCM費用180百万円を投下したことによる。また、貸倒関連費用については、主に「FREENANCE」の請求書買取額の拡大に伴うもので、一部債権の回収が2023年1月にずれ込んだ影響も含まれている。なお、2022年12月末のパートナー数（社員数）は475名となり、前期末比で13名増加した。

営業利益増減分析



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.

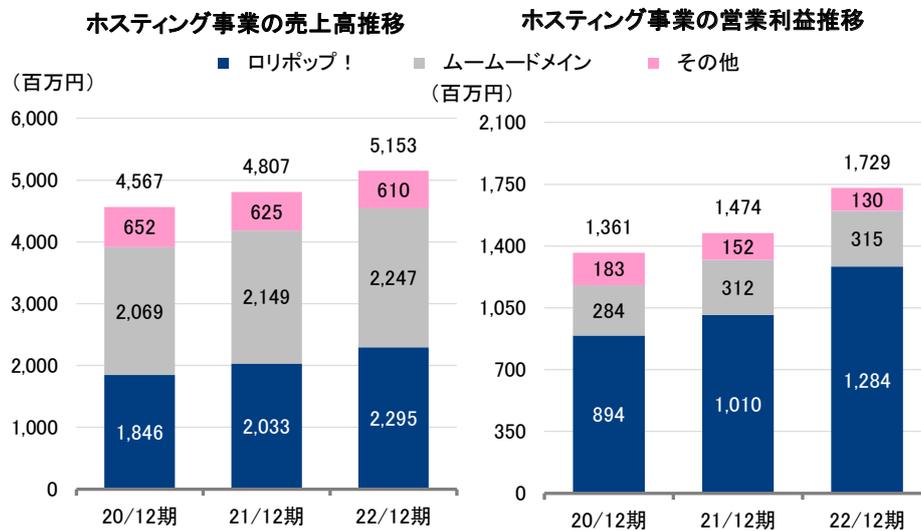
業績動向

金融支援事業は運送事業者などに顧客層が広がり 高成長ステージに突入

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期比 8.3% 増の 5,153 百万円、営業利益は同 18.5% 増の 1,729 百万円と増収増益基調が続き、過去最高を更新した。



出所：決算説明会資料、決算短信よりフィスコ作成

「ロリポップ!」は売上高で前期比 13.2% 増の 2,295 百万円、営業利益で同 27.3% 増の 1,284 百万円と過去最高を更新した。2021 年 11 月に価格改定を実施した影響で低単価プランの解約が増加したものの、「ムームードメイン」との連携強化に加え、アフィリエイト向けに「ブログ収益化・副業スタートパック※」の提供を開始したこともあり、期末の契約件数は 422 千件と前期末比で 3 千件の減少に抑えることができた。月額 550 円のハイスピードプランの契約者比率が高まったことにより、平均顧客単価が前期比 12.8% 増の 449 円に上昇したことが増収増益要因となった。顧客単価の四半期別推移を見ると、第 1 四半期の 431 円（前年同期比 11.9% 増）から第 4 四半期は 461 円（同 11.4% 増）と上昇傾向が続いている。なお、2022 年 12 月期より新会計基準を適用したことに伴い、売上高は契約時一括計上方式から、契約年数での月額按分計上方式に変更している。

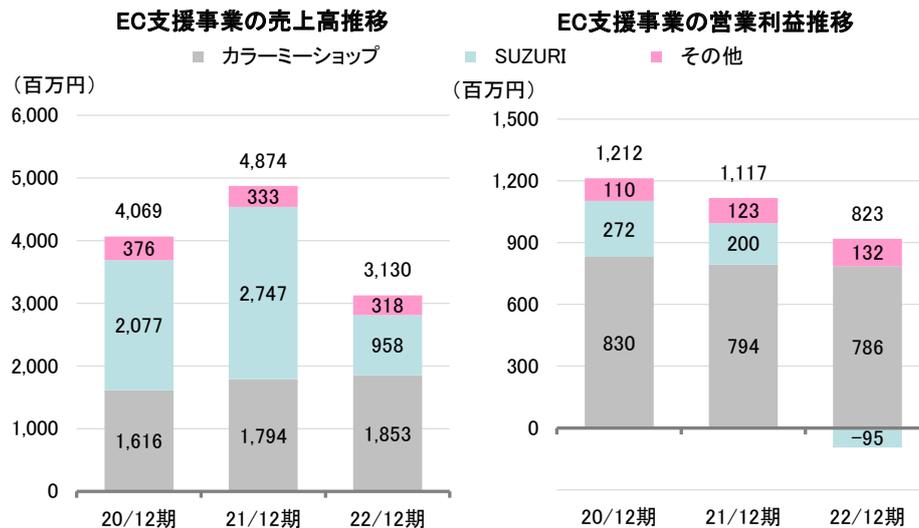
※「ブログ収益化・副業スタートパック（β版、2022 年 4 月提供開始、ハイスピードプラン 12 ヶ月以上契約の新規契約者が対象）」は、WordPress の自動セットアップ機能のほか、ブログの収益化を目指すためのガイド記事、副業学習用ギフト（Amazon ギフト 500 円分）、利用者限定アフィリエイトプログラム「記事を執筆して初成果報酬をゲットしよう」を提供している。

業績動向

「ムームードメイン」も売上高で前期比 6.8% 増の 2,247 百万円、営業利益で同 4.1% 増の 315 百万円と増収増益が続き、過去最高を更新した。既存顧客のドメイン更新率向上により顧客単価が上昇したことが増収増益要因となった（1年ごとの契約更新で2年目に価格が上昇する）。また、漸減傾向が続いていた登録ドメイン数についても、第4四半期に各種キャンペーンを実施した効果により、前期末比 1.3% 増の 1,186 千件と4期ぶりの増加に転じた。なお、2022年12月期より新会計基準を適用したことに伴い、売上高はドメイン取得時に一括計上する方式から、契約年数で月額按分計上する方式に変更している。

(2) EC 支援事業

EC 支援事業の売上高は前期比 2.2% 減の 3,130 百万円、営業利益は同 26.5% 減の 823 百万円と減収減益となった。巣ごもり需要の一巡による消費動向の変化により EC 市場の成長が一時的に鈍化し、「SUZURI」の収益悪化が足かせとなった。ただ、第4四半期だけで見ると「カラーミーショップ」がけん引して増収増益に転じており、回復感が出てきている。



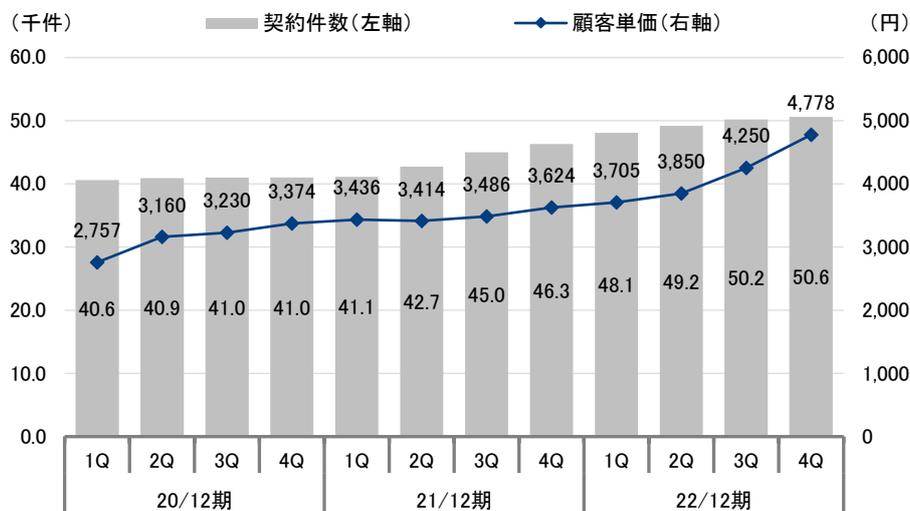
※ 21/12 期以前は旧会計基準による数値
 出所：決算説明会資料、決算短信よりフィスコ作成

業績動向

「カラーミーショップ」の売上高は前期比 4.4% 増の 1,853 百万円、営業利益は同 1.4% 減の 786 百万円となった。利益面では、全国の優れたネットショップを表彰するイベントを 3 年ぶりに実会場で開催したことや、インフラ強化のための費用が増加したことにより若干ながら減益となったものの、売上高は増収基調が続いた。期末の契約件数は、フリープランの契約件数増加により、前期末比 9.3% 増の 50.6 千件となった。ただ、有料プランの契約件数については 2022 年 4 月に実施した価格改定※の影響で低価格プラン契約者の解約またはフリープランへの移行が増加し、前期末から数千件減少の 3 万件強となった。にもかかわらず増収となったのは、価格改定効果により月額有料プランの顧客単価が前期比 18.8% 増の 4,146 円と大きく上昇したためだ。四半期別の顧客単価の推移を見ても、第 4 四半期は前年同期比 31.8% 増の 4,778 円と上昇傾向が続いており、第 3 四半期以降は業績も増収増益基調に転じている。なお、フリープランの契約者が有料プランに切り替えるタイミングは、コストメリットが生じる月商 10 万円が分岐点となっている。なお、新会計基準を適用したことに伴い、決済手数料、振込手数料にかかる一部の売上高について純額処理方式に変更したため、旧会計基準と比較して売上高が若干目減りしているが、営業利益への影響は無い。

※ エコミープランを月額 1,100 円 (税込) から 2,750 円、スモールプランを月額 1,540 円から 3,190 円、レギュラープランを月額 3,300 円から 4,950 円、ラージプランを月額 7,945 円から 9,595 円に改定し、新料金プランには主要な有料オプション機能 (独自ドメイン機能、常時 SSL 機能、メールマガジン機能) を組み込み、またレギュラープラン以上はその他の機能も追加・拡充した。なお、エコミープランとスモールプランは現在、新規申込受付を停止している。

「カラーミーショップ」契約件数、顧客単価の推移



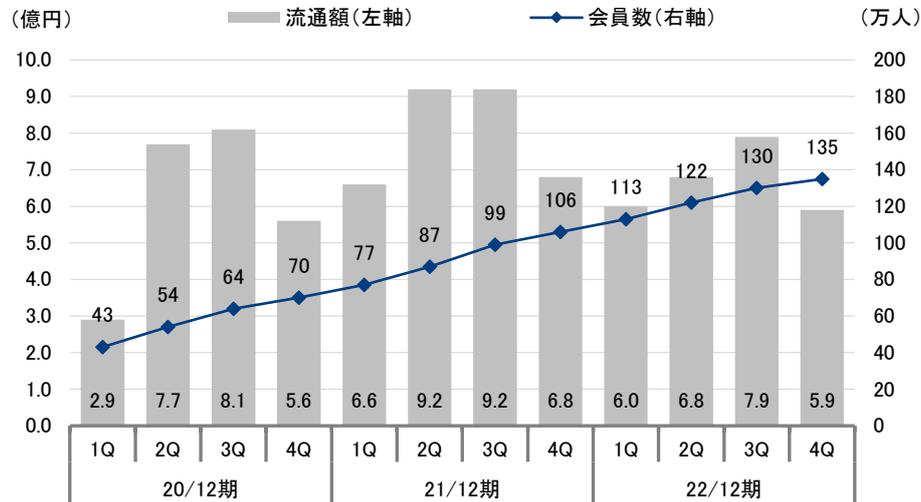
出所：決算説明会補足資料よりフィスコ作成

「SUZURI」の売上高は前期比 12.4% 減の 958 百万円となり、営業損失 95 百万円 (前期比 295 百万円の減益) を計上した。最需要期となる夏の T シャツセール期間に合わせて、テレビ CM 等のプロモーション施策を実施、SNS を通じた露出拡大にも注力したことで、会員数が前期末比 27.5% 増の 135 万人と順調に拡大したほか、取り扱いアイテムもアクリルキーホルダーや、拡大するペット産業市場に参入するためドッグ T シャツなど新規に 6 アイテムを追加したものの、消費動向の変化による影響を受け、流通金額は前期比 16.3% 減の 26 億円と減少に転じたことにより減収となった。利益面では、減収に加えてプロモーション費用の増加が減益要因となった。なお、新会計基準を適用したことに伴い、仕入高や外注加工費等の商品原価を純額処理することになったほか決済手数料、振込手数料及び運賃にかかる一部の売上高についても純額処理方式に変更したことで売上高が目減りした格好となっているが、営業利益への影響は無い。

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

「SUZURI」の流通額、会員数の推移


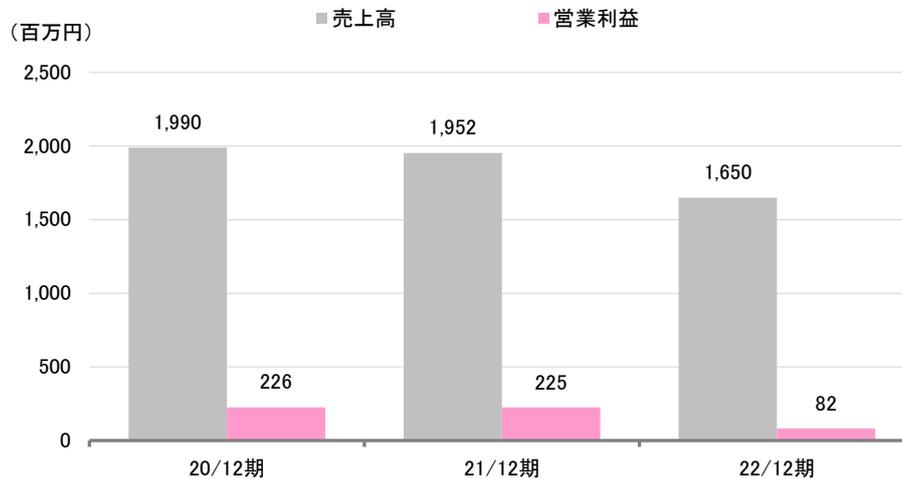
出所：決算説明会補足資料よりフィスコ作成

(3) ハンドメイド事業

ハンドメイド事業の売上高は前期比 1.2% 減の 1,650 百万円、営業利益は同 63.5% 減の 82 百万円となった。流通額拡大施策として、新カテゴリーとなる「アンティーク・ヴィンテージ」アイテムの取り扱いを開始したほか、リアルイベントの開催や利用者の購入を促進する割引キャンペーン等の販促施策を実施したものの、消費動向の変化による影響を受け、流通額は同 0.5% 減の 150 億円と若干ながら減少した。利益面では減収に加えて、エネルギー価格の高騰によるインフラ等のコスト増加や販促費の増加が減益要因となった。

期末時点の作家・ブランド数は前期末比 6.4% 増の 85 万人、作品数は同 9.8% 増の 1,596 万点、アプリダウンロード数は同 6.2% 増の 1,411 万 DL と着実に増加している。平均注文単価は、家具やインテリア製品など高単価商材の販売強化に取り組んだことが奏功し、前期比 9.4% 増の 3,721 円と上昇したものの、注文件数が同 9.4% 減の 416.2 万件と落ち込んだ。なお、新会計基準の適用に伴い決済手数料、振込手数料及び運賃にかかる一部の売上高を純額処理方式に変更したため、旧会計基準と比較して売上高が若干減少しているが営業利益への影響は無い。

業績動向

ハンドメイド事業の業績推移


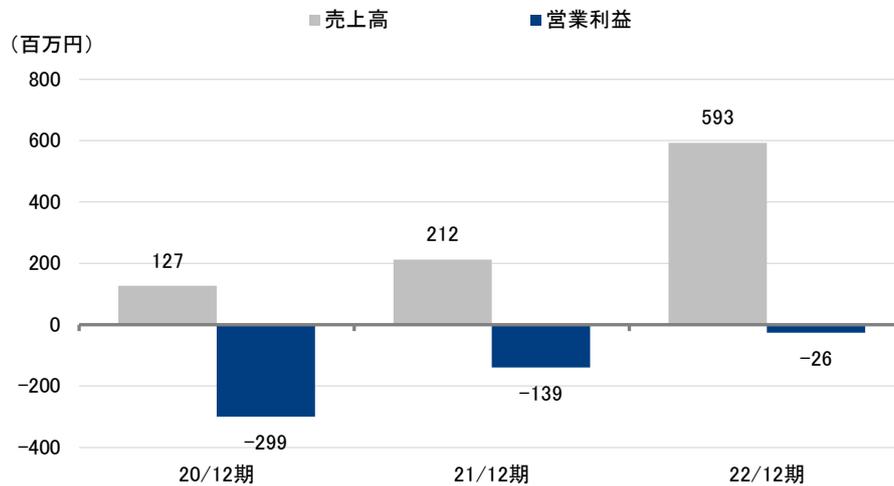
出所：決算短信よりフィスコ作成

(4) 金融支援事業

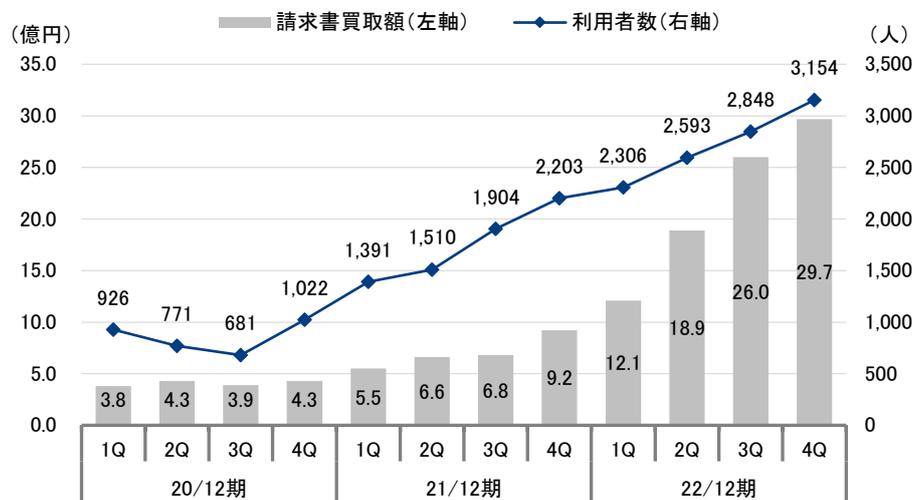
金融支援事業の売上高は前期比 180.6% 増の 593 百万円と急増し、営業損失は 26 百万円（前期比 113 百万円の増益）まで縮小した。2020 年 11 月からスタートした FaaS によって、人材サービス業界だけでなく 2022 年に入ってから運送業界でも提携先が広がり、利用者数の増加により請求書買取額は同 207.3% 増の 86.7 億円と急増した。利益面では、請求書買取額の増加に加えて、一部債権の回収が 2023 年 1 月にずれ込んだこともあって、貸倒引当金が前期比で 140 百万円増加したが、増収効果で吸収し黒字化まであと一歩のところまできている。

四半期ベースの推移を見ると、第 4 四半期の利用者数は前年同期比 43.2% 増の 3,154 人、請求書買取額は同 222.8% 増の 29.7 億円、1 人当たり平均請求書買取額は同 109.7% 増の 495 千円となった。平均請求書買取額が上昇しているのは、運送業界などで数十人の個人事業主を束ねる団体の責任者が窓口となってサービスを利用するケースがあるためで、同様の利用形態が増えると平均請求書買取額の上昇が今後も続く可能性がある。

業績動向

金融支援事業の業績推移


出所：決算短信よりフィスコ作成

請求書買取額、利用者数の推移


出所：決算説明会補足資料よりフィスコ作成

(5) その他

その他の売上高は前期比 91.7% 減の 2 百万円、営業損失は 42 百万円（前期は 12 百万円の損失）となった。2021 年 12 月期に Web コンテンツ制作事業やブログサービス「JUGEM」を事業譲渡したことが減収要因となっている。2022 年 12 月期は、習い事やチーム・教室運営における連絡や集金をクラウド上で一元管理できる新規サービス「GMO レンシュ」等の新規事業が含まれている。「GMO レンシュ」は 2022 年 4 月にリリースし、同年 10 月にはプロバスケットボールチーム「鹿児島レブナイズ」を運営する（株）鹿児島レブナイズで正式採用が決定し、ユースチームや子ども向けスクール等で利用されている。そのほか、プログラミングスクールや各種教室での導入が徐々に進んでおり、同社でも 2022 年 12 月より開始したハンドメイド作品の制作ノウハウを学べるビジネススクール「minne カレッジ」で活用している。

金融支援事業の旺盛な資金需要に対応すべく銀行借入を実施するも 財務内容は健全

3. 財務状況

2022年12月期末の資産合計は前期末比2,565百万円増加の11,435百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では未収入金が1,470百万円及び新会計基準の適用に伴い前払費用が1,193百万円増加した。また、固定資産では有形固定資産が224百万円及び無形固定資産が181百万円増加し、投資有価証券が216百万円減少した。

負債合計は前期末比2,829百万円増加の8,746百万円となった。流動負債で短期借入金が1,200百万円及び新会計基準の適用により契約負債（前期末は前受金）が1,626百万円増加した。借入金については金融支援事業における資金需要の増加に対応したもので、今後のさらなる成長を見据えて金融機関からの借入枠を増額している。純資産合計は前期末比264百万円減少の2,689百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益510百万円を計上した一方で、配当金支出360百万円、自己株式取得60百万円を実施したことや、その他有価証券評価差額金が167百万円減少したこと、新会計基準の適用に伴い期首の利益剰余金を150百万円減額したことなどが減少要因となった。

キャッシュ・フローの状況について見ると、営業キャッシュ・フローは213百万円のマイナスとなった。税金等調整前当期純利益771百万円及び契約負債の増加額が404百万円となった一方で、未収入金の増加額が1,471百万円となったほか法人税等の支払額が292百万円となったことによる。金融支援事業の拡大が未収入金増加の一因となっている。投資キャッシュ・フローは510百万円のマイナスとなった。無形固定資産の取得326百万円及び有形固定資産の取得169百万円が主因となっている。この結果、フリーキャッシュ・フローは723百万円のマイナスとなったが、財務活動によるキャッシュ・フローが借入金による収入1,200百万円等により712百万円のプラスとなったことで、期末の現金及び現金同等物は前期末比11百万円減の3,609百万円となった。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す自己資本比率は新会計基準適用の影響もあって前期末の32.9%から23.5%に低下したが、手元キャッシュは30億円超と潤沢にあることから財務の健全性は維持しているものと判断される。収益性については既述のとおりEC支援事業の収益悪化により売上高営業利益率、ROA、ROEともに前期比で低下したが、ROEについては18.2%と高い水準を維持している。同社の収益構造はストック型ビジネスとフロー型ビジネスのハイブリッド型で、収益の安定性が比較的高いことが特徴であり、今後、フロー型ビジネスが回復してくれば収益性も上昇に転じるものと予想される。また、資金需要もプロモーション費用や金融支援事業を除けば大きくないため、今後も財務状況は健全な状態が続くものと弊社では見ている。

業績動向

簡易貸借対照表

(単位：百万円)

	19/12 期	20/12 期	21/12 期	22/12 期	増減額
流動資産	4,916	6,648	6,943	9,311	2,367
現金及び預金※	2,453	3,622	3,620	3,609	-11
固定資産	1,455	1,562	1,926	2,124	198
資産合計	6,371	8,211	8,870	11,435	2,565
流動負債	4,574	5,640	5,694	8,438	2,744
固定負債	27	27	222	308	85
負債合計	4,601	5,667	5,916	8,746	2,829
(有利子負債)	-	-	-	1,200	1,200
純資産合計	1,769	2,544	2,953	2,689	-264
【安全性指標】					
自己資本比率	27.0%	30.6%	32.9%	23.5%	-9.4pt
流動比率	107.5%	117.9%	121.9%	110.3%	-11.6pt
【収益性指標】					
ROE	31.6%	39.2%	26.3%	18.2%	-8.1pt
ROA	13.1%	13.5%	11.3%	7.6%	-3.7pt
売上高営業利益率	8.8%	8.4%	7.5%	7.0%	-0.5pt

※現預金には関係会社預け金を含む。

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)

	19/12 期	20/12 期	21/12 期	22/12 期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	698	1,253	669	-213
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-452	-5	-278	-510
財務活動によるキャッシュ・フロー	-494	-78	-392	712
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	245	1,247	390	-723
現金及び現金同等物の期末残高	2,453	3,622	3,620	3,609

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

金融支援事業がけん引役となり 2023年12月期業績は2ケタ営業増益に転じる見通し

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5.1%増の11,064百万円、営業利益で同17.1%増の857百万円、経常利益で同8.3%増の830百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同12.4%増の573百万円と3期振りの増益に転じる見通し。市場環境としては、エネルギー価格の高騰による電気料金の値上げや製造工程における原価等のコスト上昇に加え、コロナ禍以降の消費動向の変化や外出抑制の解除によるEC物販への影響等を考慮した計画となっている。けん引役となるのは金融支援事業で、売上高で前期比522百万円の増収、営業利益で同277百万円の増益を見込んでいる。また、ホスティング事業もコスト増加分を価格改定によって吸収し増収増益を見込んでいるほか、EC支援事業は減収となるもののプロモーション費用の削減効果で増益に転じる見通し。ハンドメイド事業のみ若干の減収減益を計画している。

費用面について見ると、プロモーション費用は全体で前期比横ばい水準を計画している（「SUZURI」は減少するが、その他の事業で増加を見込む）。また、人件費については採用数を一旦、抑制する方針のため、前期よりも増加率は縮小する見込みだ。2023年春の新卒社員数もGMOインターネットグループ全体で「新卒年収710万プログラム※」を導入したこともあり、前年の22名から4名と大幅に絞り込んだ。2022年12月期は期初計画から業績下方修正を強いられたこともあり、今回は前期に苦戦した事業を中心に保守的に策定したようで、国内の消費動向が一段と冷え込むようなことが無ければ計画を達成する可能性は高いと弊社では見ている。

※ 2023年度の新卒採用から導入したプログラムで、新卒者の年収を国内最高水準となる710万円に設定（2年目まで担保）することで、高度な専門技術や知識、能力を持つ人材や、100年単位での企業グループの成長を担う「次世代リーダー」となりうる人材を募集・採用する取り組み。

2023年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	22/12 期実績	23/12 期計画	前期比
売上高	10,531	11,064	5.1%
営業利益	732	857	17.1%
経常利益	767	830	8.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	510	573	12.4%
1株当たり当期純利益(円)	96.37	108.64	

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

ストック型ビジネスは価格改定を実施、 EC 支援事業は非物販系ビジネスの育成に取り組みながら 収益成長を目指す

2. 主要事業の見通し

事業セグメント別見通し

(単位：百万円)

	22/12 期	23/12 期 (予)	増減額	前期比
売上高				
ホスティング	5439	5659	220	4.0%
EC 支援	2844	2654	-189	-6.7%
ハンドメイド	1650	1630	-19	-1.2%
金融支援	593	1116	522	87.9%
営業利益				
ホスティング	1891	1933	42	2.2%
EC 支援	661	709	47	7.2%
ハンドメイド	82	74	-7	-9.0%
金融支援	-26	251	277	-

注：23/12 期よりホームページ制作サービス Goope を EC 支援事業からホスティング事業へ移管。期間比較を容易にするため、22/12 期実績も Goope をホスティング事業に含めて表記（概算で売上高 286 百万円、営業利益 162 百万円）。

出所：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 4.0% 増の 5,659 百万円、営業利益で同 2.2% 増の 1,933 百万円となる見通し。各事業の施策として、「ロリポップ!」では電力料金の値上げ等に伴うコスト増を理由に 2023 年 2 月より価格改定を実施した。契約期間が 36 カ月の長期契約分については従来価格を据え置いたが、その他のプランについてはすべて価格改定した※。値上げ幅については各プランとも契約期間ごとに異なっているが、総じて短期契約ほど値上げ幅が大きくなる傾向となっている。今回の値上げによって低価格プランを中心に解約が増加し、契約件数の減少傾向が続くことを想定している。一方でハイスピードプランに注力することで顧客単価を引き上げ、若干の増収増益を目指す。営業施策としては引き続き有力アフィリエイトサイトを活用した契約の獲得に加え、ホームページ制作プランや WordPress 有料テーマ販売などについて法人 / アフィリエイト向け販促強化を推進する。

※ 12 カ月契約の場合を見ると、エコノミープランが月額 132 円 (税込) から 198 円、ライトプランが 330 円から 418 円、スタンダードプランが 660 円から 770 円、ハイスピードプランが 825 円から 990 円、エンタープライズプランが 2,200 円から 2,365 円にそれぞれ改定した。

「ムームードメイン」についても円安による仕入コスト増分をカバーするため、サービス維持調整費を導入する。このため契約件数については微減となる可能性があるものの、顧客単価の上昇でカバーする格好となる。営業施策としては、複数ドメインのバンドル販売やドメイン API 提供拡大による大口・法人需要の取り込みに注力する。また、価値の高い中古ドメイン販売によるドメイン二次流通の強化も継続する方針だ。

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.

(2) EC 支援事業

EC 支援事業は売上高で前期比 6.7% 減の 2,654 百万円、営業利益で同 7.2% 増の 709 百万円と減収増益を見込む。このうち、「カラーミーショップ」については若干の増収、利益は横ばい水準で見ている。契約件数はフリープランが増加し、有料プランが減少する傾向が続くものの、前期に引き続き顧客単価の上昇でカバーする格好となる。

新たな取り組みとして、上位顧客層の取り込みを目的としたプレミアムプランの提供を 2023 年 1 月より開始した。同プランは月額利用料が 39,600 円（税込）と従来の最上位プランであったラージプラン（9,595 円）の約 4 倍の水準となる。サービスの特徴としては、ネットショップ運営の課題解決に向けた分析や提案などを行う「EC アドバイザー」や売上の最大化を支援する各種機能（会員ランク機能、予約販売機能、タグ管理 for GTM）が付くほか、既存プランよりクレジットカード決済手数料が安価に設定されている※。このため、月商 200 万円以上のショップでは運営コストを従来プランよりも低く抑えることが可能となる。既に、既存顧客のなかからプレミアムプランに移行した顧客も出ているほか、大規模 EC ショップ運営事業者の新規取り込みが期待でき、2023 年 12 月期の顧客単価上昇に寄与するものと考えられる。同価格帯での競合サービスとしては、「MakeShop」や「Shopify」などが挙げられる。「MakeShop」は GMO インターネットグループである GMO メイクショップが提供しているが、料金プランはエンタープライズプランで月額 55,000 円（税込）となっており、提供する機能なども違いがあることから棲み分けは可能と見ている。新規顧客の開拓にあたっては販売代理店などを活用していく。新規顧客の獲得が順調に進めば、「カラーミーショップ」の成長に弾みがつく可能性もあり、今後の動向が注目される。その他の施策としては、Amazon Pay や決済プラン変更による店舗の利便性向上や、食品 EC をはじめとした成長カテゴリーの顧客獲得に引き続き注力する方針だ。

※ クレジットカードの決済手数料率は、スタンダード・ラージプランの 4.0% ~ に対して、プレミアムプランは 3.14% ~ に設定。

「SUZURI」については流通額の減少により減収が続くものの、前期に実施したテレビ CM 費用 180 百万円が無くなることで損益は改善する計画となっている。EC 支援事業の営業利益が前期比 47 百万円の増加見込みとなっており、「カラーミーショップ」を横ばい水準で想定していることから、「SUZURI」は 47 百万円程度の損益改善を見込んでいることになる。前期は 95 百万円の損失だったため今期も若干の損失が続く計画だが、前期の第 3 四半期以降は若干ながら黒字に転じていることを考えれば、保守的な計画と見ることもできる。

同社では流通額の回復施策として、Amazon が提供する ID 決済サービス「Amazon Pay」を 2023 年 2 月より利用可能とし、Amazon ユーザーが「SUZURI」の商品を購入しやすくしたほか、デジタルコンテンツの取り扱いも開始した。当初は 11 カテゴリー（イラスト、動画、音楽、3D モデル等）を用意し、イラストレーターや音楽・動画クリエイター、写真家など多様なクリエイターに新たな活躍の場を提供していく。デジタルコンテンツについては販売額の 5.6% + 22 円を手数料収入として売上に計上する。

クリエイターが「SUZURI」でデジタルコンテンツを販売するメリットとしては、コンテンツをアップロードするだけで簡単に販売ができること、様々なフォーマット（音楽、動画、写真等）で自由に表現できること、1 つのショップでデジタルコンテンツと一緒にグッズも作成・販売が可能なのが挙げられる。例えばクリエイターは自身が作成したイラストの販売だけでなく、イラストを使用した T シャツなどのグッズの販売も可能となる。成長が続くデジタルコンテンツを取り込むことで、「SUZURI」の流通額も再び成長軌道に戻ることが期待される。

(3) ハンドメイド事業

ハンドメイド事業の売上高は前期比 1.2% 減の 1,630 百万円、営業利益は同 9.0% 減の 74 百万円を見込む。流通額は通期で微減となるが、四半期ベースでは第 2 四半期以降に若干ながらプラスに転じる想定となっている。平均注文単価については前期に引き続き上昇傾向が続く見通しだ。

新たな施策として収益の多様化を推進する計画がある。1 つ目はスキルシェアサービスの提供で、ハンドメイド作品の制作ノウハウや技術をオンラインまたはオフラインで学ぶことができるビジネススクール「minne カレッジ」を 2022 年 12 月に創立し、2023 年 2 月から第 1 期となる「オンライン講師コース - レッスン動画編」(2 ヶ月間)*を開始している。受講生はスキルアップを図ることで、ハンドメイド作品の品質を向上させ、販売額のアップを目指す。作家のレベルアップまたは新規作家の取り込みによって、「minne」の流通額向上につながる効果が期待される。

| * レッスン動画× 8 回、対面レッスン× 4 回、入会金 1.1 万円 + 受講料 9.9 万円 (税込) |

2 つ目の施策として、「minne」でもデジタルコンテンツの取り扱いを開始するほか、登録作家が「minne」上で広告を打てるサービスも 2023 年内に開始する計画がある。こうした新たなサービスを立ち上げることもあり、2023 年 12 月期の業績計画は保守的に策定している。これら施策の効果が顕在化するまでしばらく時間がかかると見られるが、中期的に「minne」の流通額拡大に寄与する取り組みとして注目される。

(4) 金融支援事業

金融支援事業の売上高は前期比 87.9% 増の 1,116 百万円、営業利益は 251 百万円 (前期は 26 百万円の損失) とサービス開始以降初めて黒字化する見通しだ。「FREENANCE」の需要が見込める業界において提携先企業をさらに広げ、3 者間取引を通じた請求書買取件数を拡大することで、大幅増収増益を目指す。

2023 年 2 月には中小企業、小規模事業者向けにオンラインの金融支援サービスを提供しているエメラダ (株) と業務提携し、API 連携によりエメラダが提供するプラットフォームサービスを通じて「FREENANCE」を利用できるようにした。また、アイフル<8515>の子会社で個人事業主及び中小企業向けに金融サービスを提供するアイフルビジネスファイナンス (株) とも提携し、ファクタリング ASP の提供を開始したことを発表した。アイフルビジネスファイナンスでは従来からファクタリングサービスを提供していたが、請求書の買取から入金までの管理が非効率という課題を抱えており、こうした課題を解決するために、フリーランス向けファクタリング市場で圧倒的なシェアを誇り、機能面でも競合他社より充実している「FREENANCE」の導入を決定した。今後もこうした提携先が広がることで、「FREENANCE」の高成長が続くものと予想される。

また、フリーランス向けの有料会員プラン*の契約獲得にも注力する。有料会員になると「あんしん補償」の適用範囲が広がるほか (最高 5 千万円の補償に加えて最高 500 万円の業務過誤補償が付加)、カード決済利用料が低くなるといったメリットがある。月額課金収益を積み上げることで同事業の成長だけでなく安定性も高めていく考えだ。今後もフリーランス市場は拡大が続くものと予想され、同市場を主なターゲットとした金融支援事業については本格的な成長ステージに入ったものと見られ、2023 年 12 月期以降の連結業績をけん引していくものと予想される。

| * 月額料金 (月払い) はレギュラープランが 590 円 (税込)、プレミアムプランが 1,200 円 (税込) となる。 |

今後の見通し

ストック型ビジネスの安定成長に加え、 フロー型ビジネスを拡大することで持続的な収益拡大を目指す

3. 今後の成長戦略

同社は今後の成長戦略として、ストック型ビジネスで着実に収益を拡大することに加えて、フロー型ビジネスを育成することでバランスの取れた収益ポートフォリオを構築し、持続的な収益成長を目指す戦略を打ち出している。経営数値目標について、従前は2025年12月期に営業利益25億円を目標に掲げていたが、巣ごもり需要の一巡による消費動向の変化や、エネルギー価格高騰によるコスト増など外部環境が変化していることもあり見直しをした。同社は東証プライム市場上場維持基準のうち流通時価総額基準(100億円)をクリアしていないため、2023年2月に東京証券取引所に上場維持基準の適合に向けた計画書を提出した。そのなかで具体的な経営数値目標や計画達成に向けた施策等を発表することになっている。



出所：上場維持基準の適合に向けた計画書より掲載

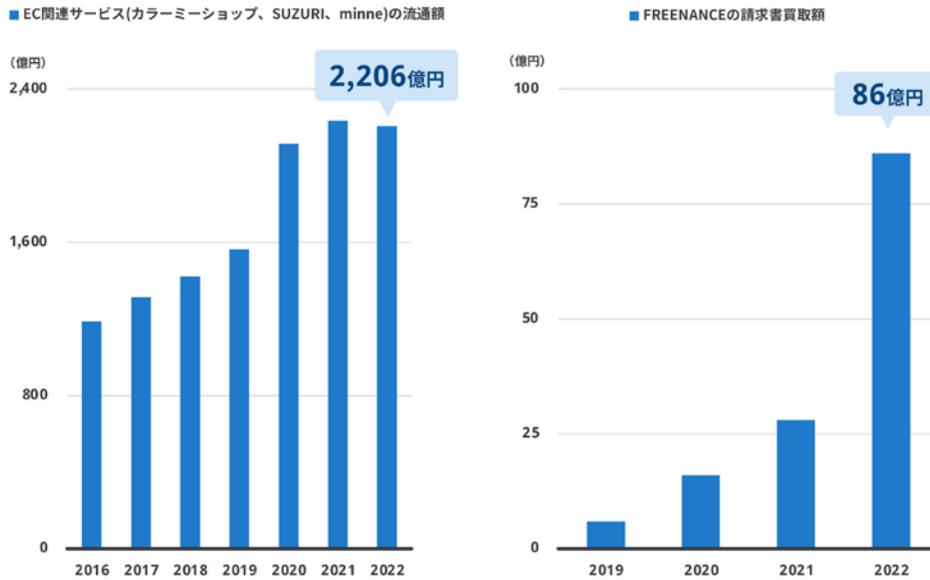
「ロリポップ!」「ムームードメイン」「カラーミーショップ」等のストック型ビジネスについては、より安定的で高い収益の獲得を目指すため、優良な顧客となる上位層の獲得や法人顧客獲得に注力し、上位プランの契約数増加と顧客単価上昇によって、安定成長を目指す。「ロリポップ!」や「ムームードメイン」では、アフィリエイトを活用した契約獲得、高品質かつビジネス利用を目的としたサービスや、利便性かつ汎用性の高いサービスの提供に取り組み、「カラーミーショップ」では、既存店舗の規模拡大に合わせたプランの提供や、月商200万円以上の店舗をターゲットとしたプレミアムプランの顧客獲得に注力する。

フロー型ビジネスのうち「SUZURI」や「minne」は需要が旺盛なカテゴリーの強化や越境対応を図ることによって流通額を拡大するほか、「minne カレッジ」やデジタルコンテンツなどへ事業領域を拡大することで、新たな作家、クリエイターの獲得・育成を進め、プラットフォームの活性化を図る。また、「FREEMANCE」は利用率の高い業種の顧客獲得を提携戦略によって推進するほか、月額プランや保険プランなど付帯サービスを充実させ利便性の向上を図ることで有料会員を獲得し、安定収益基盤を構築していく戦略だ。

今後の見通し

なお、EC 関連サービス（カラーミーショップ、SUZURI、minne）の 2022 年 12 月期の流通額は前期比で減少に転じたが、2019 年の水準と比較すると 1.4 倍の水準であり、中長期的に見れば成長が続くとの見方に変わりはない。以上から、同社の業績は今後ストック型ビジネスとフロー型ビジネスがそれぞれ成長することで、拡大するものと予想される。

フロー型ビジネス



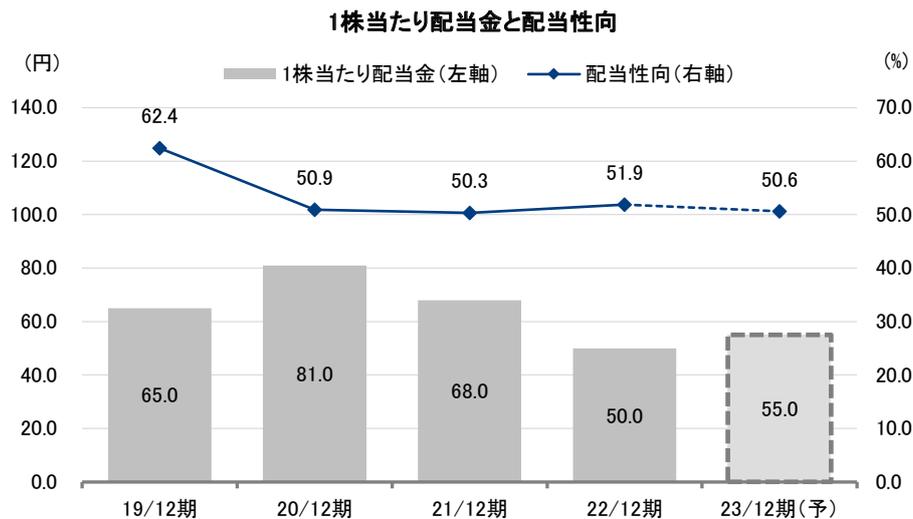
出所：決算説明会資料より掲載

■ 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。同方針に基づき 2023 年 12 月期の 1 株当たり配当金は前期比 5.0 円増配の 55.0 円（連結配当性向 50.6%）と 3 期振りの増配を予定している。

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、2023 年 2 月 20 日終値（1,830 円）で試算すると 4.6% 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

株主優待の内容

- ・ポイントまたはクーポンの付与（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