

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

GMO メディア

6180 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年3月8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. 2021 年 12 月期の業績概要	01
2. 2022 年 12 月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
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. 2021 年 12 月期の業績概要	10
2. 事業セグメント別動向	12
3. 財務状況と経営指標	16
■ 今後の見通し	17
1. 2022 年 12 月期の業績見通し	17
2. 成長戦略	19
3. 投資育成 2 事業の成長戦略	20
■ 株主還元策	23

■ 要約

「コエテコ」「キレイパス」が順調に成長、 2022年12月期以降はSaaS事業にも展開し成長基盤構築を図る

GMOメディア<6180>は、GMOインターネット<9449>グループ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を主力事業とし、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その他メディア支援事業も展開する。2020年3月にクーポン・チケット購入サイト「くまポン」「キレイパス」を運営するGMOくまポン(株)を子会社化し、業容を拡大している。

1. 2021年12月期の業績概要

2021年12月期の連結業績は売上高で前期比71.5%増の8,575百万円、営業利益で48百万円(前期は216百万円の損失)となった。売上高はアドネットワーク広告単価の上昇等による同社単体売上高の成長に加えて、2020年3月に子会社化したGMOくまポンの業績が2021年12月期は通年で寄与したことにより大幅増収となった。営業利益は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」の広告・開発費用増を、既存事業の増収効果で吸収し2期ぶりに黒字転換した。

2. 2022年12月期の業績見通し

2022年12月期は「収益認識に関する会計基準」の適用に伴い、売上高で前期比42.9%減の4,900百万円と減少するものの、旧会計基準ベースでは同13.1%増と2ケタ増収が続く見通し。営業利益は投資育成2事業の広告・開発費がピークアウトすることもあり、同316.0%増の200百万円を見込んでいる。「キレイパス」については新規掲載クリニック数を増やしていくことで実質1.8倍増、「コエテコ」については社会人向けを対象とした「コエテコキャンパス」の成長もあって1.5倍増を目指す。また、これらヴァーティカルメディアとのシナジーが見込めるSaaS事業(事業者向け経営支援サービス)も育成していく方針だ。2022年2月には誰でも簡単にオンライン講座を開設できるプラットフォーム「コエテコカレッジ」をリリースしており、今後の成長が期待される。

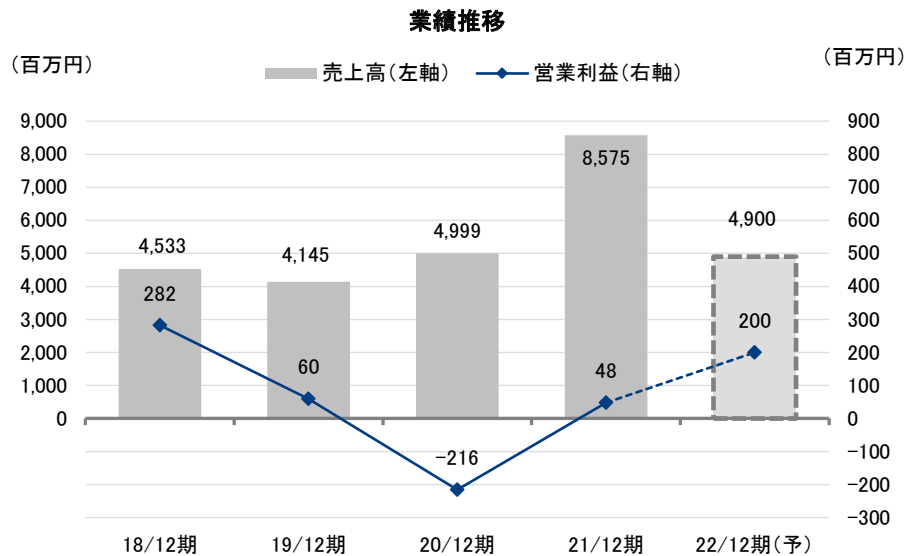
3. 成長戦略

同社は2020年2月に5ヶ年の業績目標を発表しており、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)。インターネット広告市場の好環境もあって現状は計画を上回るペースで進捗している。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、また、これら成長領域で展開するDX事業とメディア事業とのシナジー創出によりSaaS事業を育成していくことで、収益の安定性を高めながら高成長を目指していく。

要約

Key Points

- ・2021年12月期はインターネット広告需要の回復により大幅増収、営業利益は2期ぶりに黒字転換
- ・2022年12月期も新規事業への投資を継続しながら増益が続く見通し
- ・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



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

■ 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、2021年12月期末の連結従業員数は194名（正社員163名、臨時従業員31名）となっている。

会社概要

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<9449>)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ている。

また、2017 年 11 月には EdTech 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 月には 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」の育成に取り組むなどヴァーティカルメディアを新たな収益事業として育成している。

GMO メディア | 2022 年 3 月 8 日 (火)
 6180 東証マザーズ | <https://www.gmo.media/ir/>

会社概要

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

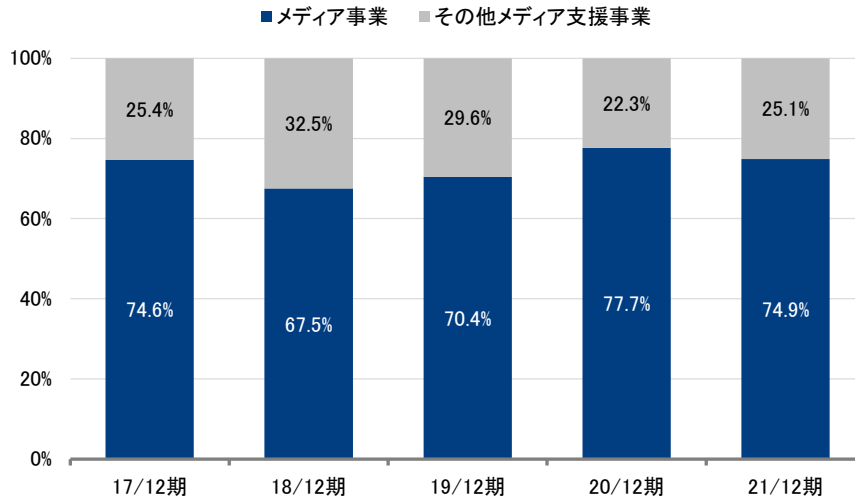
自社運営するメディアから得られる広告収入や課金収入が収益源

3. 事業内容

同社の事業セグメントは、メディア事業とその他メディア支援事業に分けられる。メディア事業は、自社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となる。一方、その他メディア支援事業は、メディア事業で蓄積したノウハウやシステムを活用し、他社メディアの収益化を支援する事業となる。なお、GMO くまポンの事業はメディア事業に含まれる。2021 年 12 月期の売上構成比では 7 割強をメディア事業で占めている。

会社概要

セグメント別売上構成比



注：20/12期以降は連結数値

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(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「ECメディア」による広告・課金収入で占められ、次いで育成事業となる「ヴァーティカルメディア」となる。

GMOメディア | 2022年3月8日(火)
 6180 東証マザーズ | <https://www.gmo.media/ir/>

会社概要

サービス一覧

サービス名	サービスの概要
ECメディア	
ポイントタウン	ECに関するお得な情報の収集や情報交換ができ、登録会員が購入や資料請求・広告閲覧等の一定のアクションを行うとポイントが貯まる仕組み。貯めたポイントは現金やビットコイン、ギフト券、提携ポイント等に交換できる。登録会員数は190万人。
ゲソてん	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で、常時150以上のタイトルを揃えている。自社+パートナーネットワークにより、月間358万のユーザーが利用。
くまポン※	グルメや美容、レアアイテム通販など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。
ヴァーティカルメディア	
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「コエテコキャンパス」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。2021年12月時点で掲載チケット数は7,790件（前年同月比44%増）。

※ GMO くまポンのサービス

出所：有価証券報告書、決算説明資料、ホームページ、プレスリリースよりフィスコ作成

a) ECメディア

ECメディアでは、国内最大級のポイントサイトである「ポイントタウン」、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」のほか、GMO くまポンのクーポン購入サイト「くまポン」を運営している。

「ポイントタウン」は1999年にサービスを開始した老舗ポイントサイトで、会員数は約199万人。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。

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で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の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。なお、売上高に影響する広告単価は広告主ごとに異なるほか、季節によっても変わってくる。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、広告単価も上昇する傾向となる。また、粗利益率は40～50%程度と推定される。

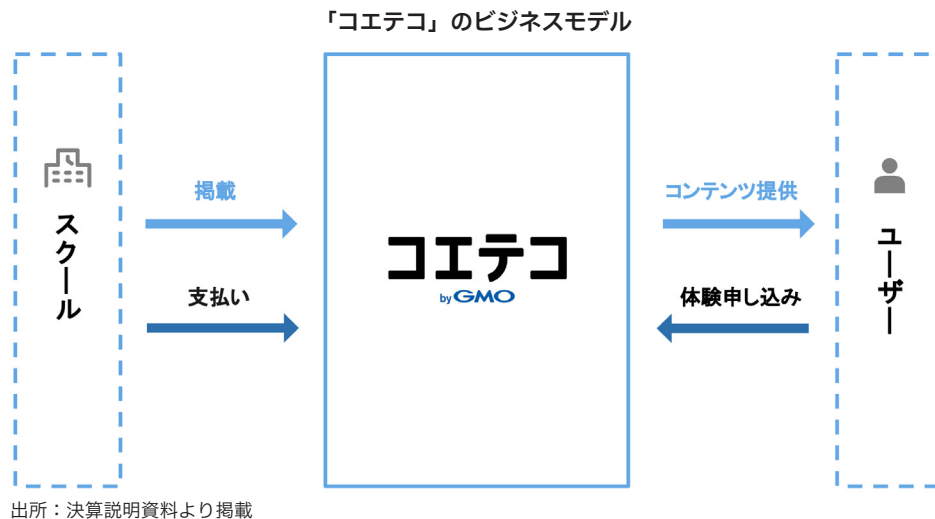
※「Affiliate Service Provider」の略で、成功報酬型広告を配信するサービス・プロバイダ。

会社概要

一方、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。同社はクーポンの販売額を売上高として計上し、販売手数料を差し引いた額を掲載事業者に支払い、費用計上することになる（2022年12月期より会計基準の変更に伴い販売手数料を売上高として計上）。

b) ヴァーティカルメディア

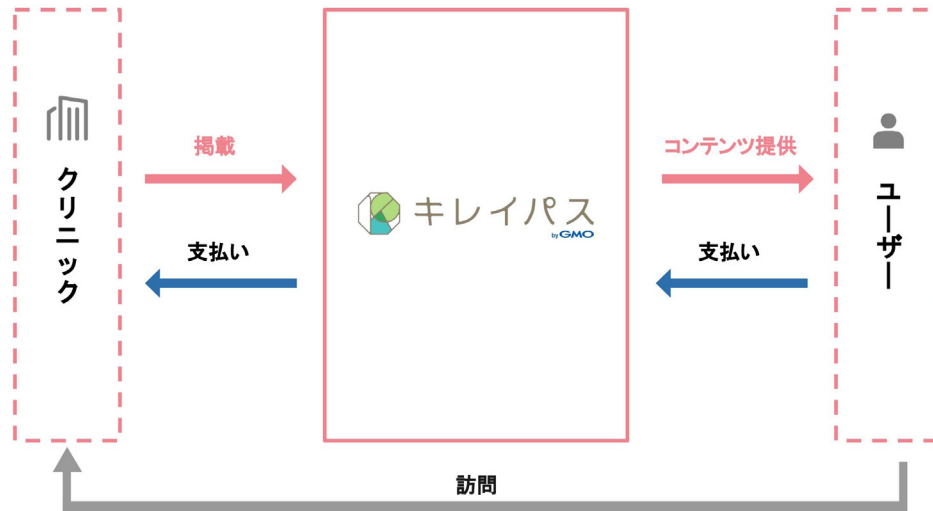
ヴァーティカルメディアとなる「コエテコ」は小学生向けプログラミング・ロボット教室の情報を提供するポータルサイトとして2017年から運営している。掲載教室数は2021年12月時点で1万教室を超え、口コミ件数も含めて国内最大規模となっている。売上高の大半は掲載教室に対する送客によって発生する成果報酬となる。具体的には、「コエテコ」の掲載教室に対してユーザーが体験申込みを行い、訪問した時点で成果報酬が発生する。また、リスキング需要の拡大に対応すべく社会人を対象としたプログラミング・Webデザインスクールのポータルサイト「コエテコキャンパス」を2020年12月より開始している。同サイトに関しては、成果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。



美容医療サービスのチケット購入サイト「キレイパス」は、2021年12月時点でチケット掲載件数が7,790件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、店舗でサービス提供を受けることになる。同社はチケット販売額を売上高として計上し、販売手数料を差し引いた額を掲載事業者に支払い、費用計上することになる（2022年12月期より会計基準の変更に伴い販売手数料を売上高として計上）。

会社概要

「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

(2) その他メディア支援事業

その他メディア支援事業で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（アフィリエイトサービス・プロバイダ）事業「affi town（アフィタウン）」で占められる。

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の拡大（以下、コロナ禍）の影響で一時的に広告需要を冷え込んだ2020年においても前年比5.9%増の22,290億円（「2020年日本の広告費」（電通調べ））と成長を持続した。2021年はSNS向け動画広告の急成長もあって年率2ケタ成長を達成したものと見られる。スマートフォンやSNSサービスの普及拡大に伴い、インターネットを利用するユーザーが増加するだけでなく利用時間も長時間化する傾向にあること、広告主側から見れば費用対効果が高いことから、今後もインターネット広告市場の拡大は続くものと予想され、同領域で事業展開する会社にとっても成長機会は大きいと弊社では考えている。

会社概要

インターネット広告費の推移



出所：電通「日本の広告費」よりフィスコ作成

(2) 同社の強み・事業リスク

a) 強み・優位性

ECメディアにおける同社の強みは、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化させ、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用しているため、無駄な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}のノウハウを社内に蓄積し、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} 2021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68.2%を占めている。

^{※2} 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、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として教室・口コミ掲載数で業界トップ[※]となったと発表したほか、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、そのノウハウを元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)

会社概要

「キレイパス」については、業界トップのチケット掲載数を誇り、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、ユーザーも追加料金を心配することなく安心して利用できることなどが挙げられる。また、美容医療に特化することで、そのノウハウを元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。ECメディア等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

2021年12月期はインターネット広告需要の回復により大幅増収、営業利益は2期ぶりに黒字転換

1. 2021年12月期の業績概要

2021年12月期の連結業績は前期比71.5%増の8,575百万円、営業利益で48百万円(前期は216百万円の損失)、経常利益で60百万円(同214百万円の損失)、親会社株主に帰属する当期純利益で7百万円(同408百万円の損失)となった。

GMOメディア | 2022年3月8日(火)
 6180 東証マザーズ | <https://www.gmo.media/ir/>

業績動向

2021年12月期連結業績実績

(単位：百万円)

	20/12期		会社計画※	21/12期		前期比
	実績	売上比		実績	売上比	
売上高	4,999	-	7,800	8,575	-	71.5%
売上総利益	1,218	24.4%	-	2,158	25.2%	77.1%
販管費	1,435	28.7%	-	2,109	24.6%	47.0%
営業利益	-216	-4.3%	-100	48	0.5%	-
経常利益	-214	-4.3%	-90	60	0.7%	-
特別損益	-188	-	-	0	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-408	-8.2%	-125	7	0.1%	-

※会社計画は2021年10月発表値
 出所：決算短信よりフィスコ作成

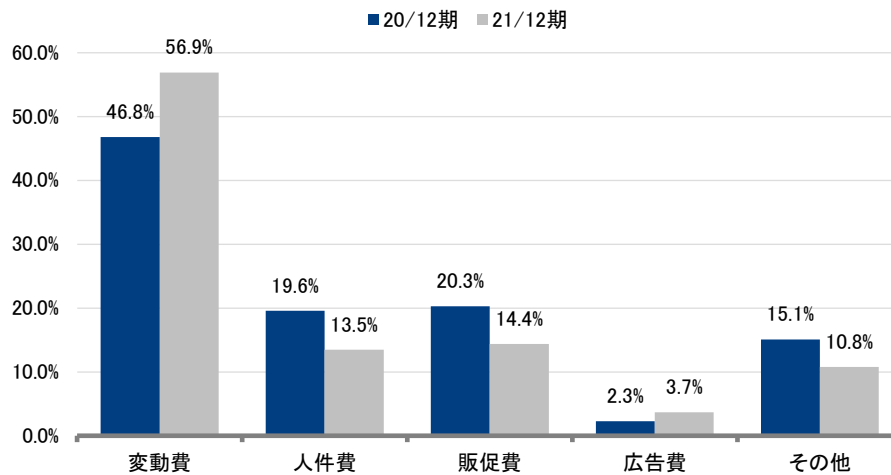
売上高の増収要因は、アドネットワーク広告単価が市場環境の好転により前期比20%程度上昇したことに加え、ゲーム事業のユーザー数拡大による広告・課金収入が伸長したこと、2020年3月に子会社化したGMOくまポンの業績が2021年12月期は通年で寄与したことなどが挙げられる。単体売上高は前期比60.1%増の6,090百万円と5期ぶりに過去最高を更新した。

営業利益は、投資育成2事業(「コエテコ」「キレイパス」)への広告・開発投資継続や人件費の増加があったものの、増収効果で吸収し2期ぶりに黒字転換した。このうち単体の営業利益は174百万円(前期は9百万円の損失)となり、GMOくまポンは1億円強の営業損失となった(前期は2億円強の損失)。営業費用の対売上比率を見ると、売上高に連動する変動費はアフィリエイト広告やゲーム広告、クーポン販売事業が大きく伸長したことで前期の46.8%から56.9%に上昇した。一方、増収効果により人件費が19.6%から13.5%、販促費が20.3%から14.4%、その他費用が15.1%から10.8%とそれぞれ大きく低下し、営業利益率の改善要因となった。

なお、同社計画比でも想定に対してアドネットワーク広告単価が上昇したほか、ゲーム課金収入も好調に推移したこと、並びに投資育成2事業に関する広告宣伝費や販促費が計画をやや下回ったことなどにより売上高、各利益とも上回って着地した。

業績動向

営業費用の対売上比

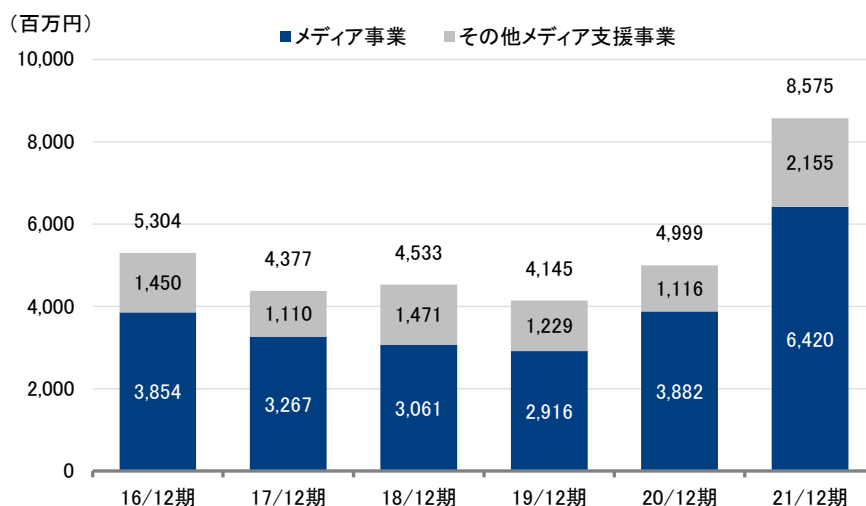


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ゲーム事業がパートナーメディアの開拓やコンテンツ拡充により大きく伸長、投資育成2事業も順調に拡大

2. 事業セグメント別動向

セグメント別売上高

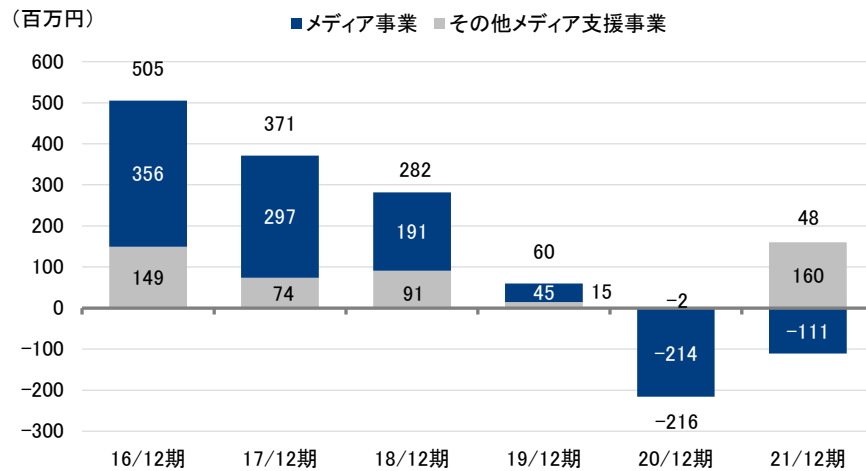


注：20/12期以降は連結数値

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

セグメント別営業利益



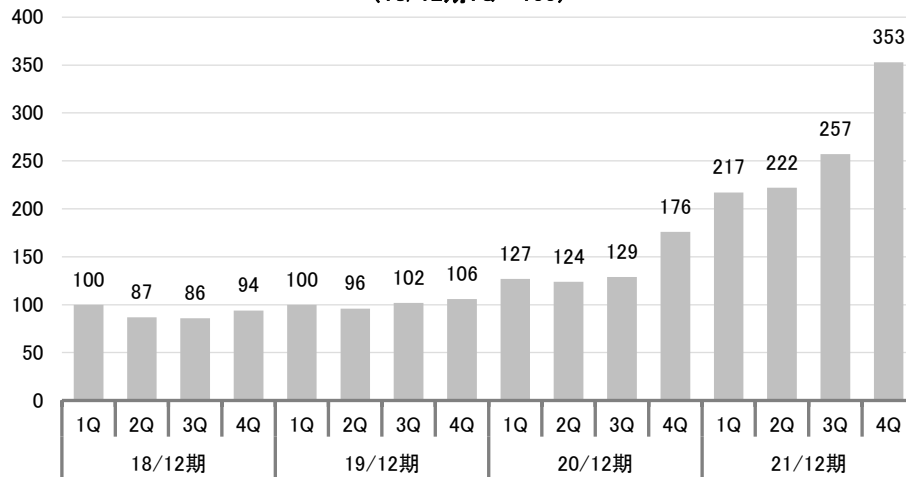
注：20/12期以降は連結数値

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

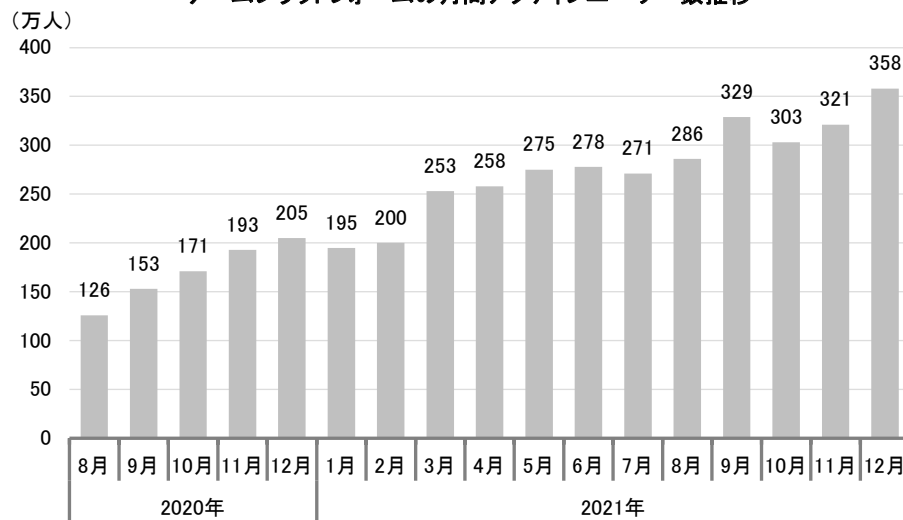
(1) メディア事業

メディア事業の売上高は前期比 65.3% 増の 6,420 百万円、営業損失は 111 百万円（前期は 214 百万円の損失）となった。GMO くまポンを除いた単体ベースでは、売上高で約 46% 増の 39 億円、営業利益は若干の黒字になったと見られる。EC メディアのうち、「ポイントタウン」による広告収入はコロナ禍の影響で旅行業界の出稿意欲低迷が続いたことで前期比横ばい水準にとどまったものの、ゲーム事業が広告収入、課金収入ともに好調で前期比 1.9 倍増と大きく伸長したことが増収要因となった。パートナーメディアの開拓が進んだほか、クイズ、スロットゲームなどコンテンツの拡充に取り組んだこと、広告単価が上昇したことなどがゲーム事業の増収要因となっている。ゲームプラットフォームの月間アクティブユーザー数は 2021 年 12 月に前年同月比 1.74 倍の 358 万人となっている。

業績動向

**ゲームプラットフォーム売上規模(課金+広告)の推移
 (18/12期1Q=100)**


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ゲームプラットフォームの月間アクティブユーザー数推移


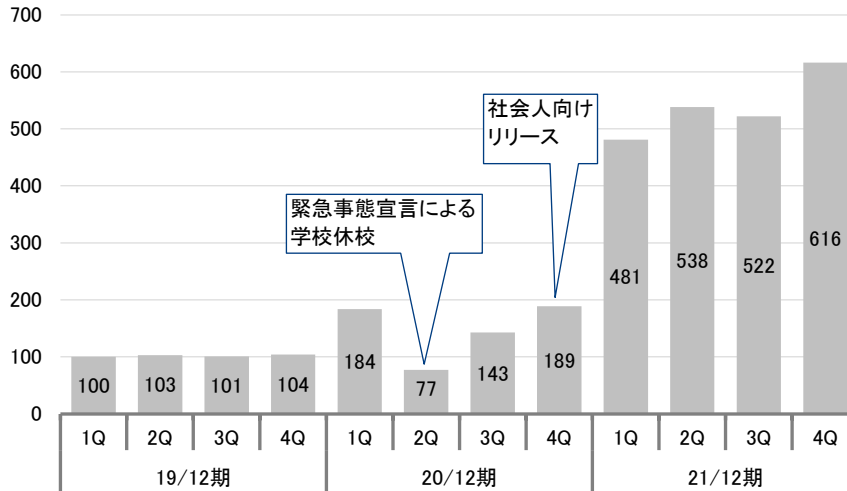
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

注力事業となる「コエテコ」も売上規模はまだ小さいものの前期比で3倍弱の増収となった。教室掲載数が1万教室を超え、認知度向上によるPV数の上昇とともに体験申込件数が増加したことに加えて、2020年12月より開始した社会人向け「コエテコキャンパス」が好調で、増収に大きく貢献した。

GMOメディア | 2022年3月8日(火)
 6180 東証マザーズ | <https://www.gmo.media/ir/>

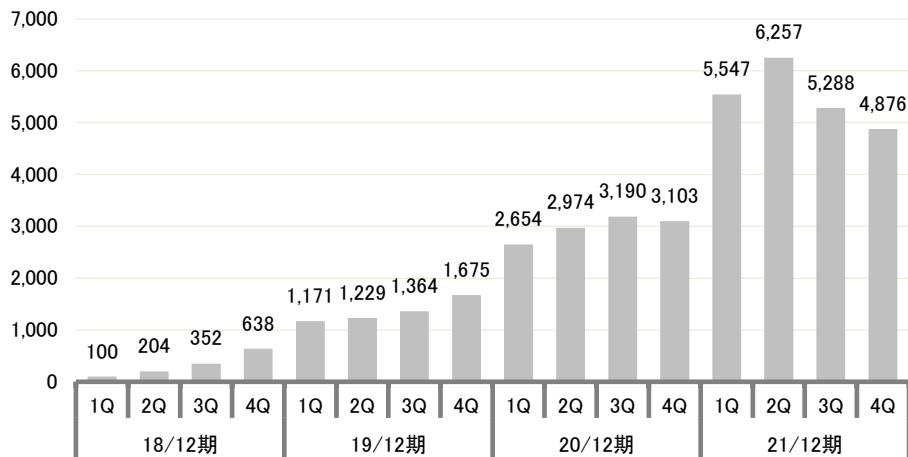
業績動向

スクール送客売上規模推移(子ども+社会人)
 (2019年1Q=100)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

コエテコ PV数の指数推移
 (2018年1Q=100)

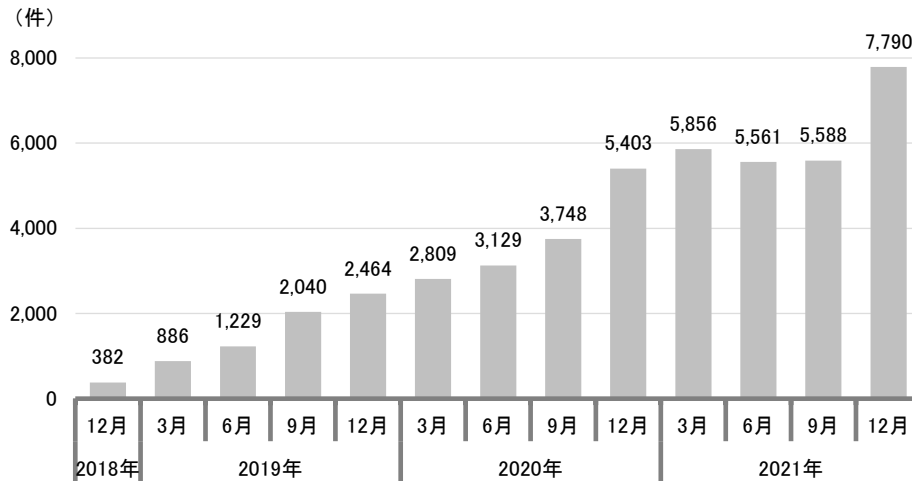


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

GMO くまポンの売上高は2020年12月期(9ヶ月間)の12億円に対して、2倍増となる24億円強となった。子会社化前の2019年12月期の売上高14億円から大きく成長していることになる。売上高の8割弱を占める「くまポン」が広告需要の回復により同1.8倍増となったほか、注力事業となる「キレイパス」についても同3.8倍増と順調に伸長したことが要因だ。「キレイパス」についてはYouTubeを活用した認知度向上の取り組みや販促キャンペーンの実施、並びにアプリの機能の強化に取り組んだことで登録会員数が順調に増加し、掲載チケット数も新規クリニック数の増加もあって増加したことが増収要因となった。アプリの機能強化については、口コミ機能や施術の記録が残せる履歴機能を追加した。

業績動向

キレイパスの掲載チケット数



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) その他メディア支援事業

その他メディア支援事業の売上高は前期比 93.0% 増の 2,155 百万円、営業利益は 160 百万円（前期は 2 百万円の損失）となった。インターネット回線や仮想通貨等のアフィリエイト広告が好調に推移した。

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

2021年12月期末の資産合計は前期末比 1,017 百万円増加の 4,633 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 445 百万円増加したほか、売掛金が 435 百万円増加した。また、固定資産は投資有価証券が 40 百万円増加した。

負債合計は前期末比 1,009 百万円増加の 4,633 百万円となった。主な増加要因を見ると、買掛金が 397 百万円、未払金が 487 百万円、ポイント引当金が 57 百万円、未払法人税等が 52 百万円増加した。また、純資産合計は前期末比 7 百万円増加の 1,889 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益 7 百万円を計上したことによる。

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 40.8% と前期末比で 11.2 ポイント低下したものの、有利子負債もなく、現金及び預金と関係会社預け金の合計で 2,642 百万円と潤沢なキャッシュを有していることから、財務の健全性は高いと判断される。収益性について見れば、ROE、売上高営業利益率ともに 1% 弱と低水準にあるものの、2021年12月期までは今後の高成長を実現していくうえでの戦略的投資期間と位置付けており、投資の成果が表れる 2022年12月期以降は収益性も上向く見通しとなっている。

業績動向

貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	18/12期	19/12期	20/12期	21/12期	増減
流動資産	3,374	3,084	3,194	4,107	912
(現金及び預金・関係会社預け金)	2,522	2,306	2,197	2,642	445
(売掛金)	713	642	797	1,233	435
固定資産	471	502	421	526	104
資産合計	3,846	3,586	3,615	4,633	1,017
負債合計	1,358	1,256	1,734	2,744	1,009
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産合計	2,487	2,330	1,881	1,889	7
(安全性)					
自己資本比率	64.7%	65.0%	52.0%	40.8%	-11.2pt
(収益性)					
ROA	7.3%	1.6%	-5.9%	1.4%	7.3pt
ROE	8.0%	-2.5%	-21.7%	0.3%	22.0pt
売上高営業利益率	6.2%	1.5%	-4.3%	0.5%	4.8pt

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

2022年12月期も新規事業への投資を行いながら増益が続く見通し

1. 2022年12月期の業績見通し

2022年12月期の連結業績は、売上高で前期比42.9%減の4,900百万円、営業利益で同316.0%増の200百万円、経常利益で同233.0%増の200百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同1,750.0%増の130百万円を見込んでいる。2022年12月期より「収益認識に関する会計基準」を適用することで、グロスで売上計上していた一部の事業（「くまポン」「キレイパス」「GMOリピータス」「アフィタウン」）についてネット計上することとなり、売上高で4,800百万円が目減り要因となる。ただし、利益への影響はない。旧会計基準ベースで換算した売上高は9,700百万円で前期比13.1%増となる。

GMOメディア | 2022年3月8日(火)
 6180 東証マザーズ | <https://www.gmo.media/ir/>

今後の見通し

2022年12月期業績見通し

(単位：百万円)

	21/12期		22/12期(予)			
	実績	前期比	会社計画	前期比	旧基準計画	前期比
売上高	8,575	71.5%	4,900	-42.9%	9,700	13.1%
営業利益	48	-	200	316.0%	200	316.0%
経常利益	60	-	200	233.0%	200	233.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7	-	130	1750.0%	130	1750.0%
1株当たり当期純利益(円)	4.20		75.94		75.94	

注：22/12期より「収益認識に関する会計基準」の適用により、売上高で48億円の減額影響を見込む。
 出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

新収益認識基準の影響

セグメント	サービス名	旧収益認識基準	新収益認識基準	売上高影響額※
メディア事業	ポイントタウン	グロス計上	グロス計上	影響なし
	ゲソてん	ネット計上	ネット計上	
	かんたんゲームボックス	グロス計上	グロス計上	
	コエテコ	グロス計上	グロス計上	
	くまポン	グロス計上	ネット計上	
	キレイパス	グロス計上	ネット計上	
ソリューション事業	GMOリピータス	グロス計上	ネット計上	-22億円
	アフィタウン	グロス計上	ネット計上	

※ 2021年12月期の売上高で換算
 出所：決算説明資料よりフィスコ作成

なお、2022年12月期より事業構造の変化に伴いセグメントの変更を実施している。今後は自社運営のメディア事業とソリューション事業の2軸で収益拡大を目指していく方針とし、その他メディア支援事業をソリューション事業に名称変更するとともに、従来メディア事業に含まれていた「GMOリピータス※」のサービスをソリューション事業に移管した。また、今後育成していくSaaS事業についてもソリューション事業に含めていく予定だ。

※ 企業独自のポイントサイト構築・運営を支援するポイントCRMツール。2021年12月末の顧客数は6社。

2022年12月期の主要サービス別売上見通しについて見ると、「ポイントタウン」や「アフィタウン」「くまポン」は前期比横ばい水準を見込む一方で、ゲーム事業や「コエテコ」「キレイパス」「GMOリピータス」等のサービスは2ケタ成長を見込んでいる。なかでも投資育成事業である「キレイパス」は実質1.8倍増、「コエテコ」は1.5倍増と高成長を目指している。

利益面では、投資育成2事業の広告・開発費が前期の約5億円から半分程度の水準まで減少する見込みで、増収効果も含めて考えれば営業利益で200百万円という水準は保守的な印象が強い。ただ、コロナ禍が収束せず前期に上昇したアドネットワーク広告単価の動向が不透明なことや、新規事業にも取り組んでいく予定となっていることもあり、保守的な計画になっているものと考えられる。なお、2022年12月期はGMOくまポンについても黒字転換を見込んでいる。「キレイパス」の損失額が縮小し「くまポン」の利益で吸収する格好となる。

今後の見通し

なお、2022年1月のアドネットワーク広告単価は前年同月比で20%増と高水準を維持しているもようだ。また、コロナ禍により1月以降、まん延防止等重点措置が主要都市で発出されるなか、「コエテコ」の子ども向け体験申込件数の伸びは同20%増とやや鈍化している一方で、社会人向け「コエテコキャンパス」については好調を維持している。また、「キレイパス」についても影響は軽微にとどまっているようで、全体的には順調な滑り出しとなっているようだ。

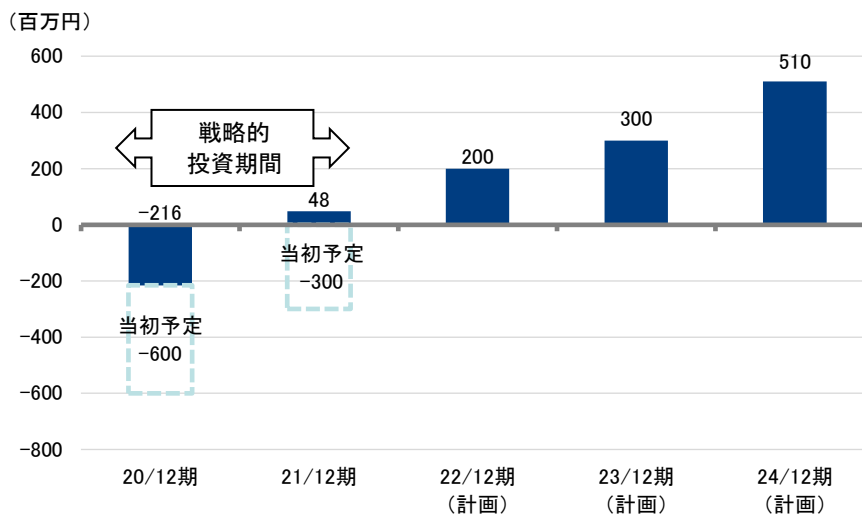
成長領域である教育・美容医療領域への投資を継続し、2024年12月期に過去最高営業利益の更新を目指す

2. 成長戦略

(1) 中期5ヶ年計画

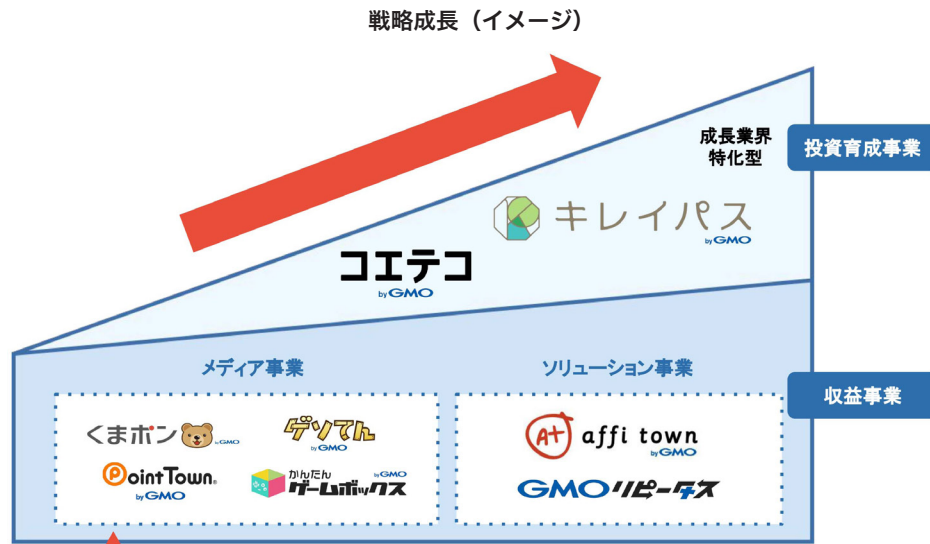
同社は2020年2月に5ヶ年の業績目標を発表しており、2021年12月期までを戦略的投資期間として位置付け、2022年12月期からの黒字化、2024年12月期には営業利益で510百万円と過去最高営業利益更新(2016年12月期505百万円)を目指す方針を打ち出していた。前述したように2021年12月期に市場環境が好転したことや、投資育成2事業が順調に成長していることから、黒字化が1年前倒しで達成されるなど現状では順調に計画が進んでいるものと評価される。

中期5ヶ年計画(営業利益)



2022年12月期以降の成長戦略としては、「ポイントタウン」「ゲソてん」「くまポン」等の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ソリューション事業の構成比を高めていくことで年率10%以上の持続的な成長を実現する収益基盤を構築していく戦略となっている。

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

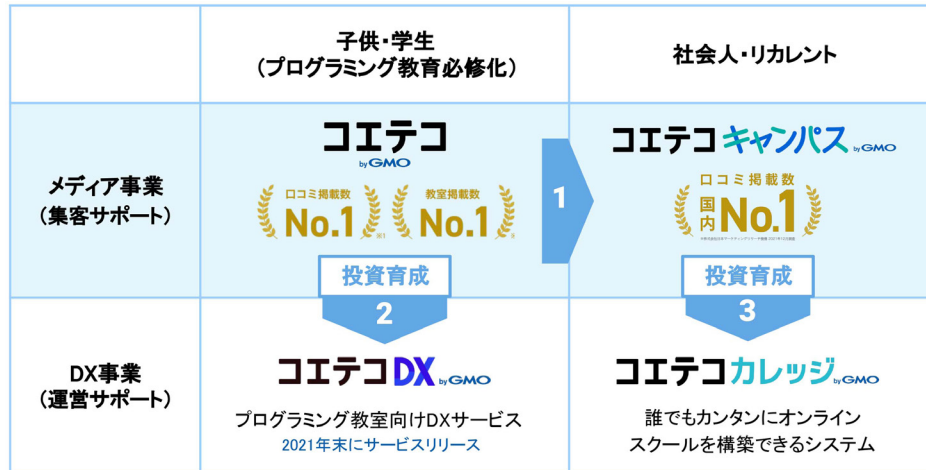
3. 投資育成 2 事業の成長戦略

(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「コエテコキャンパス」に対象領域を広げ、売上高も成長軌道に乗り始めてきた。「コエテコキャンパス」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ていくことでさらなる成長を目指す。また、新たに運営者側を支援する DX 事業にも展開することでメディア事業とのシナジーを創出し、成長を加速していく戦略となっている。

今後の見通し

「コエテコ」事業の成長戦略



出所：決算説明資料より掲載

2021 年末にリリースした「コエテコ DX」は教室を運営していくために必要となる生徒管理や決済管理機能などを SaaS として提供するもので、2021 年 4 月にエデュケーション・デザイン（株）から譲受した生徒管理ツール「Smart Manage」がベースとなっている。譲受前のヨガスクールやスイミングスクールの顧客も抱えており、プログラミングスクール以外へ展開していくことも可能だが、当面は機能の拡充も図りながら「コエテコ」掲載企業への拡販を進めていくものと予想される。

また、2022 年 2 月には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」をリリースしている。コロナ禍で e ラーニングの需要が高まるなか、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人材も増えており、こうしたニーズに応えるサービスとなる。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。月額利用料は基本無料（有料プランも検討中）で販売手数料（数 %）を獲得するビジネスモデルとなる。既に 50 人弱の講師が β 版を使用しているほか、2022 年 4 月より学校法人 NHK 学園※が新たにオンライン上で開始する講座で採用することを発表している。米国では先行して「Teachable」というサービスが普及しており、国内でも同様のサービスが普及していく可能性は高く今後の動向が注目される。

※ 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（コンバージョンレート）の向上、リピート数の増加の 3 点に取り組んでいく。サイトへの集客戦略としては、SNS を活用したプロモーションを継続し認知度向上を図っていく。また、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む、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。このうち、掲載クリニック数については現在の 1.6 倍に増やしていくことを当面の目標としている。

今後の見通し

そのほか、「キレイパス」の周辺サービス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」を開発しており、美容クリニック向け SaaS 事業にも参入する。予約受付から問診、会計、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1~2社とまだ少なく、参入余地は大きいと見ている。同サービスを導入することで、クリニック側は業務効率化と施術の品質向上が図れるほか、ユーザー側にとっても即時予約が可能となり、質の高いサービスを受けられることになるため、「キレイパス」とのシナジーも期待できる。GMOくまポンでは2022年12月期第2四半期から販売活動を本格的に開始する予定としている。

美容クリニックの DX 支援



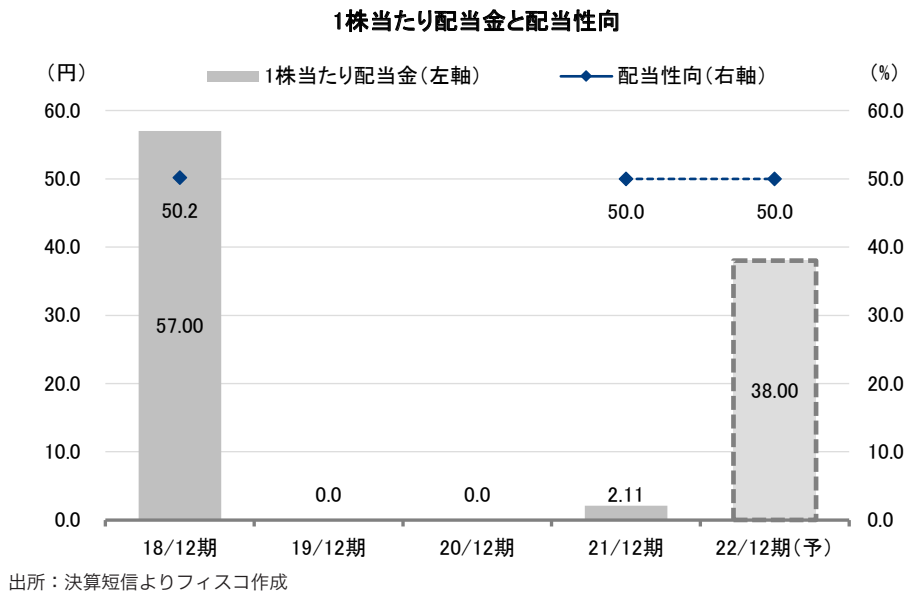
出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

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。「キレイパス」は完全成果報酬型で事前決済型サービスとなっていることもあり事業者にとって費用対効果の高い集客ツールになると考えられ、今後さらに利用店舗数が増加していくものと予想される。また、こうした店舗に「キレイパスコネクト」のサービスも導入していくことで同事業もさらなる成長が期待できることになる。同社は2023年12月期に美容医療関連事業の黒字化を計画しており、中期的に利益増に貢献するものと期待される。

■ 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ると同時に、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% 以上を目安に実施する方針であり、2021 年 12 月期に関しては 1 株当たり 2.11 円（配当性向 50.0%）と 3 期ぶりの復配を行うこととした。2022 年 12 月期も配当性向 50.0% となる 38.0 円を予定している。



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