

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

GMO ペパボ

3633 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2022 年 3 月 29 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. 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	09
3. 事業リスク	10
■ 業績動向	10
1. 2021 年 12 月期の業績概要	10
2. 事業セグメント別の動向	11
3. 財務状況とキャッシュ・フローの状況	18
■ 今後の見通し	20
1. 2022 年 12 月期の業績見通し	20
2. 主要事業の見通し	21
3. 今後の成長戦略	23
■ 株主還元策	26

■ 要約

EC 関連サービスの成長と金融支援事業の黒字化により 業績は再び拡大局面へ

GMO ペパボ <3633> は、GMO インターネット <9449> のグループ会社で、インターネット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サービス「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。なお、2022 年 4 月の東京証券取引所の市場区分見直しにより、プライム市場に移行する予定となっている。

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 7.9% 増の 11,879 百万円と過去最高を更新したものの、営業利益は巣ごもり需要の拡大に伴い、2020 年 12 月期下期以降に EC 関連サービスの体制強化を行ったことによる人件費の増加を主因として同 4.2% 減の 888 百万円と減益に転じた。ホスティング事業が増収増益となったほか、金融支援事業も増収に伴い損失額が縮小したものの、人員体制の強化やプロモーション費用の増加により EC 支援事業が増収ながらも減益となり、ハンドメイド事業も巣ごもり需要の一巡で減収減益となった。EC 支援事業とハンドメイド事業を合わせた EC 流通額は前期比 5.6% 増と成長を持続したものの期初の目標には届かず、業績計画（売上高 13,223 百万円、営業利益 1,114 百万円）の下振れ要因となった。

2. 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 11,482 百万円、営業利益で 1,143 百万円を見込む。「収益認識に関する会計基準」等（以下、収益認識基準）の適用による業績への影響額は、売上高で 2,192 百万円の減額、営業利益で 8 百万円の増額要因となり、従来基準で換算すれば売上高は同 15.1% 増の 13,674 百万円と 2 ケタ増収となるほか、営業利益は同 27.7% 増の 1,135 百万円となる見通し。すべての事業セグメントで増収増益を見込んでおり、EC 関連サービスの流通額についても前期比 11% 以上の成長を目指す。また、金融支援事業についてはクラウドソーシングや EC 系の大手企業との連携を進めていくと同時に、利便性の向上を図ることで請求書買取件数を伸ばし、事業開始以降初の黒字化を目指す。

GMO ペパボ | 2022年3月29日(火)
 3633 東証1部 | <https://pepabo.com/ir/>

要約

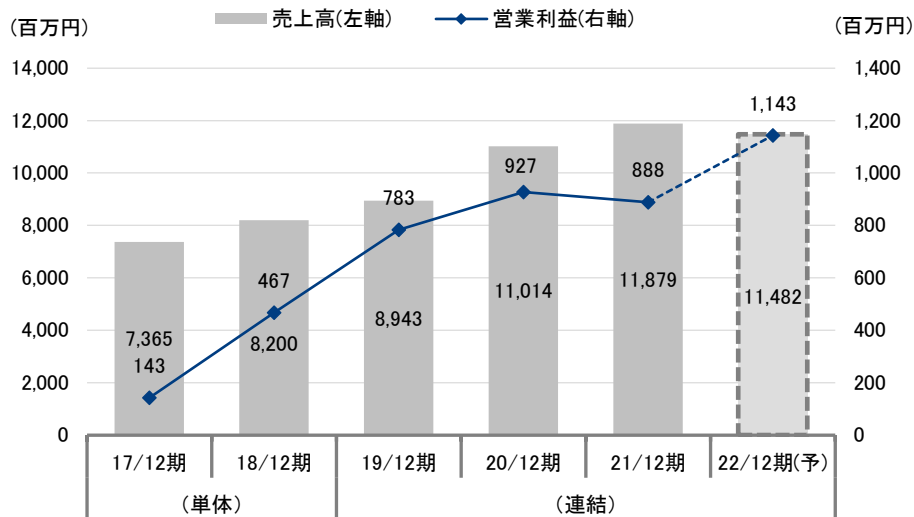
3. 今後の成長戦略

同社は2025年12月期に営業利益で25億円を目標に掲げている。ストック型サービ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、新規サービスを含むフロー型サービス等の収益力拡大を図ることと成長を加速していく。国内EC市場は今後も年率10%台の成長が続く見通しで、「カラーミーショップ」や「SUZURI」「minne」などのEC関連サービスを年率2ケタペースで伸ばしていくことが目標達成の鍵を握ると見られる。同社では、これらサービスにおいて機能の拡充や利便性向上、また各サービスの連携等に取り組むことで、利用者数の拡大と収益成長を実現していく方針であり今後の動向に注目したい。また、金融支援事業が利益成長フェーズに移行するほか、新規サービスとして「GMO レンシュ」のβ版を2022年1月にリリースしている。習い事教室を対象に集金・連絡業務をPC・スマートフォン上で一元管理できる会員管理クラウドサービスで、教室運営の効率化を支援するサービスとなっている。金融支援事業と同様、最初の数年間は先行投資期間となるが、中期的には収益貢献するものと期待される。

Key Points

- ・2021年12月期は人件費の増加等により減益となるも売上高は過去最高を更新
- ・2022年12月期は収益認識基準の適用で売上高が目減りするものの、実質2ケタ増収増益見通し
- ・ストック型サービスの安定成長に加え、新規サービスを含むフロー型サービス等の拡大により2025年12月期に営業利益25億円を目指す

業績推移



注：22/12期より収益認識基準を適用
 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個人や個人事業主の 表現活動を支援する様々なサービスを提供

1. 会社概要

同社は、「もっとおもしろくできる」という企業理念と、2013年に制定した経営ミッション「インターネットで可能性をつなげる、ひろげる」のもと、インターネットを使って何かを始めたいという人々に対して、その活動を支援するツールやサービスを開発し、提供している。主に個人や個人事業主向けに、レンタルサーバーサービス「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」などのサービスを提供しているほか、ここ最近では法人向けにも高機能サービスの提供を行っている。現在は、日本最大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」のほか、2019年2月に子会社化したGMOクリエイターズネットワーク(株)が運営するフリーランス向けファクタリングサービス「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1月に設立され、前身の合資会社※2から「ロリポップ!」等の事業を譲受したのが始まりとなる。2004年にはドメイン取得代行サービス「ムームードメイン」やブログサービス「JUGEM(ジュゲム)」の提供を開始し、株式会社へ組織変更すると同時に、グローバルメディアオンライン(株)(現GMOインターネット)の連結子会社となった。

※1 創業者の家入一真(いえいりかずま)氏が過去に新聞配達をしていたことに由来する。新聞配達員としての経験をきっかけに多くの人と出会い、起業に至ったという原点を忘れないようにと、英語で「新聞配達員」の意味を持つ「paperboy」に、仲間たちを意味する「company」の略である「&co.」を加えて命名された。

※2 同社の前身は、個人向けホスティングサービスの提供を目的として2001年10月に家入一真氏により設立された合資会社マダム企画。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年にはネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」の提供を開始しEC支援事業にも参入、その後もインターネットを活用した様々なサービスを開発・提供しながら業績を拡大し、2008年12月にジャスダック証券取引所(現東京証券取引所(以下、東証)JASDAQスタンダード)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部に市場変更)。2014年4月には創立10年を経過したことを契機に、GMOインターネットグループのブランド戦略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ハンドメイドマーケット「minne」の事業に積極投資を行う一方で、事業の集中と選択を進めるため、2016年1月に電子書籍関連事業をブックオフコーポレーション(株)へ、2017年2月には高速モバイルインターネットサービス「PEPABO WiMAX」をGMOインターネットに、直近では2021年4月にブログサービス「JUGEM」を(株)メディアエノにそれぞれ事業譲渡した。

GMO ペパボ | 2022年3月29日(火)
 3633 東証1部 | <https://pepabo.com/ir/>

会社概要

また、フリーランス向けファクタリングサービス「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。

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 インターネット株式会社)を割当先とした第三者割当増資を実施し、同社の連結子会社となる
2005年 2月	ネットショップ作成サービス「Color Me Shop! pro」(現 カラーミーショップ)提供開始、EC 支援事業に参入
2005年11月	クリエイター向けレンタルサーバー「heteml (ヘテムル)」提供開始
2006年 4月	オンラインショッピングモール「カラメル」提供開始
2008年 4月	オンラインフォトアルバムサービス「30days Album」提供開始
2008年12月	ジャスダック証券取引所(現 東京証券取引所 JASDAQ スタンダード)に上場 [証券コード: 3633]
2009年 5月	ホームページ構築 ASP サービス「グーベ」提供開始
2009年10月	ブックレビューコミュニティサイト「ブクログ」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	リピート通販サービス「カラーミーリピート」提供開始
2018年 4月	株式会社ベ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

出所: 有価証券報告書及びホームページよりフィスコ作成

■ 事業概要

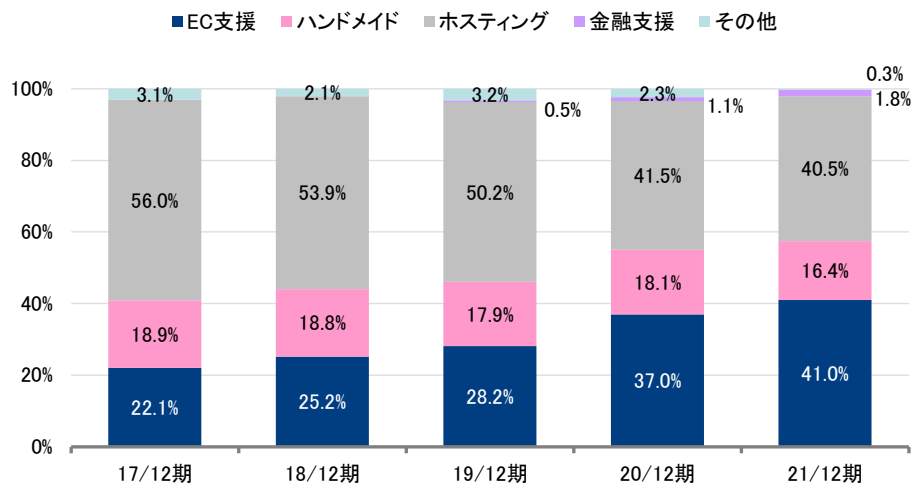
ホスティング事業と EC 支援事業を両輪に成長、 第3の柱となるハンドメイド事業も 2019 年に黒字化を達成

1. 事業セグメント

同社が手掛ける事業は、レンタルサーバーサービス「ロリポップ!」、ドメイン取得代行サービス「ムームードメイン」などのホスティング事業、ネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」、オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI」などの EC 支援事業、ハンドメイドマーケット「minne」のハンドメイド事業、フリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE」の金融支援事業で構成されている。

2021年12月期の事業セグメント別売上構成比を見ると、ホスティング事業 40.5%、EC 支援事業 41.0%、ハンドメイド事業 16.4%、金融支援事業 1.8%、その他 0.3% となり、EC 関連サービス（EC 支援事業及びハンドメイド事業）が売上高の 57.4% を占め（全社費用控除前営業利益では 50.4%）、EC 市場の拡大とともに上昇傾向が続いている。

事業別売上構成比の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) ホスティング事業

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

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割弱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たことで、個人向けレンタルサーバー市場を開拓する先駆者となった。簡単にホームページを作成できる豊富なマニュアルやレスポンスの早いカスタマーサービスに加えて、ホームページ作成のために必要なソフトウェアや各種ASPサービスも提供している。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。

*月額基本料金プラン(税込)は2021年11月に料金改定を実施しており、エコノミー(99円~)、ライト(220円~)、スタンダード(440円~)、ハイスピード(550円~)、エンタープライズ(2,200円~)の5プランを提供(料金は契約期間により変動)。

2018年4月に提供を開始した「ロリポップ! マネージドクラウド」は、独自開発したコンテナ型仮想化技術により、一時的なアクセス集中時でも高速かつ安定的な稼働を実現したサービスとなる。顧客ターゲットはWebサイトへのアクセスが集中し、閲覧不能となるリスクのあるユーザー(個人のクリエイターや中小企業等)で、料金プランは月額基本料金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(ヘテムル)」(月額1,100円(税込)~)なども提供しており、これらを合わせた同社レンタルサーバーの国内シェアは約18%とトップシェア*となっている。

*「ロリポップ!」及び「ヘテムル」のユーザー数の合算数値。「2022年の日本でのウェブホスティングのマーケットシェア」HostAdvice.com調べ(2022年2月時点)。

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割強を占める「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上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、2021年12月末の登録ドメイン数は117万件に達している。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月より新たに初期費用・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。サービスの概要は以下のとおり。

GMO ペパボ | 2022年3月29日(火)
 3633 東証1部 | <https://pepabo.com/ir/>

事業概要

a) カラーミーショップ

同事業セグメントの売上高の4割弱、利益の7割強を占める「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となっており、2005年のサービス開始以降、契約件数は2021年12月末で4.6万件となっている。月額有料プランで提供するサービス※としては国内最大手となっており、個人商店から大規模販売店まで幅広いニーズに応える豊富な機能を備えているほか、デザインを細かくカスタマイズすることが可能なため、自己表現の場としても活用されている。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。

※ 月額基本料金プラン（税込）は、3,300円、7,945円の2通りで、新たにフリープラン（月額基本料金無料、売上決済手数料6.6%+30円/件。6.6%の手数料は商品代金+送料の注文合計金額に対してかかる）を2021年5月より追加した。なお、月額プランは2022年4月に料金改定を予定しており、一部のオプション利用料金を含む形で、4,950円、9,595円の2通りとなる。

b) SUZURI

同事業セグメントの売上高の6割弱、利益の2割弱を占める「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、2014年4月よりサービスを開始した。初期投資や在庫管理などのリスクがなく、アイテムの作成から配送（製作及び配送は外部委託）までを「SUZURI」で一貫してサポートするため、安心して作品の販売や購入ができる。製作コストに一定利益を上乗せした額が同社の売上高（クリエイターの仕入価格）となり、クリエイターは仕入価格に自身の利益を上乗せして販売価格を自由に設定できる。同社の売上総利益率はアイテムによって異なるが、おおよそ40～60%の範囲で設定している。このため、同サービスは流通額にほぼ連動したフロー型のビジネスモデルとなっている。2021年12月末の累積会員数は106万人、クリエイター数は56万人の規模となっている。なお、2022年12月期より収益認識基準の適用に伴い、商品原価（仕入高や外注加工賃）等を除いた部分を売上計上する方法に変更することになったため、売上高については目減りする格好となる。

(3) ハンドメイド事業

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

また、「minne」は2019年7月に利用規約を改訂し、「CtoCハンドメイドマーケット」から「ものづくりの総合プラットフォーム」へと事業領域を拡大している。ハンドメイド以外の加工品や製作の一部の工程を第三者に委託して作った作品も、「ものづくり」という表現活動の1つであると捉え出品可能としたほか、「ものづくり」にこだわるブランドやメーカー等の企業の出品も可能とし、CtoCからBtoC領域に拡大している。2021年12月末時点の登録作家・ブランド数は80万人、登録作品数は1,453万点、アプリダウンロード数は1,328万DLの規模となっている。

事業概要

(4) 金融支援事業

2019年2月に子会社化したGMOクリエイターズネットワークが提供する、フリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE」の事業となる。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。手数料率は取引実績を重ねるごとに低下する。請求書(売掛債権)の買取可能額は1万円からとし、2020年4月には上限額を撤廃している。また、各種補償サービス(業務遂行中の事故や情報漏えい等によって生じた損害補償等)や「プロフィール機能」※を無料で提供するなど、ユーザーの利便性向上につながる機能を充実させていることが特徴となっている。

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

また、2020年11月には、「即日払い」をはじめとするサービスを外部に提供する「FaaS (FREENANCE/ Factoring as aService)」を展開し、ランサーズ<4484>などフリーランスとの親和性の高い会社との連携も進めており、請求書買取金額の増加に寄与している。

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 (41万件)	「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: 66円/年~ 登録ドメイン数: 117万件 (120万件)	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: 4.6万件 (4.1万件) 2021年5月より月額無料プラン開始	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: 56万人 (39万人) 会員数: 106万人 (70万人)	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: 80万人 (73万人) 登録作品数: 1,453万点 (1,278万点) アプリDL数: 1,328万DL (1,231万DL)	アクセサリーやバッグ・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、請求書の買取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。契約数等の数値は2021年12月時点。カッコ内は2020年12月時点。
 出所: 決算説明資料、決算短信よりフィスコ作成

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

2. 強みと競合

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

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。

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

「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おり、ピクシブ（株）の「pixivFACTORY」、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。「SUZURI」ではイラストや写真をアップするだけで簡単にECを始めことができ、受注後は自動的に製造・発送まで行われるため、在庫リスクがなく発送手続きなどの手間も省けることが特徴で、低コストを実現するための製造委託先のネットワークを構築していることが強みとなっている。

ハンドメイド事業に関しては、クリーム<4017>（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。登録作品数は約1,350万点（2022年3月時点）、登録作家数は22万人（2021年11月時点）と、「minne」の1,453万点、80万人と比較するとやや小さいが、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、2022年2月期第3四半期（2021年9月～11月）の流通額は39.4億円と、同社の2021年12月期第4四半期の39.5億円とほぼ同規模となっている。平均取引単価が5,395円と同社よりも1.5倍高く、流通商材の構成比の違いが取引単価の差になっていると考えられる。サイト内の機能拡充による利便性向上により、アクセスユーザー数の増加や購入率の向上を図ること、家具等の高単価カテゴリーを強化することなどが今後の課題となる。

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。同社では直ちに対処を行い、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していく方針となっている。

業績動向

2021年12月期は人件費の増加等により減益となるも売上高は過去最高を更新

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7.9%増の11,879百万円、営業利益で同4.2%減の888百万円、経常利益で同1.6%減の968百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同13.8%減の715百万円と増収減益決算となった。2021年1月にWebコンテンツ制作事業、同年4月にブログサービス「JUGEM」をそれぞれ事業譲渡したことに伴い、事業譲渡益96百万円を特別利益として計上している。

売上高はハンドメイド事業を除くすべての事業セグメントで増収となり、過去最高を連続更新したものの、人件体制の強化に伴う人件費増（+221百万円）やプロモーション費用の増加（+76百万円）により減益となった。2021年12月末のパートナー数（社員数）は前期末比20名増の462名となっている。また、期初会社計画に対して売上高、各利益ともに10%以上の未達となったが、主にはEC関連サービスの売上高が前期の巣ごもり需要の反動もあって、期初計画を下回ったことによる影響が大きかった。

業績動向

2021年12月期連結業績実績

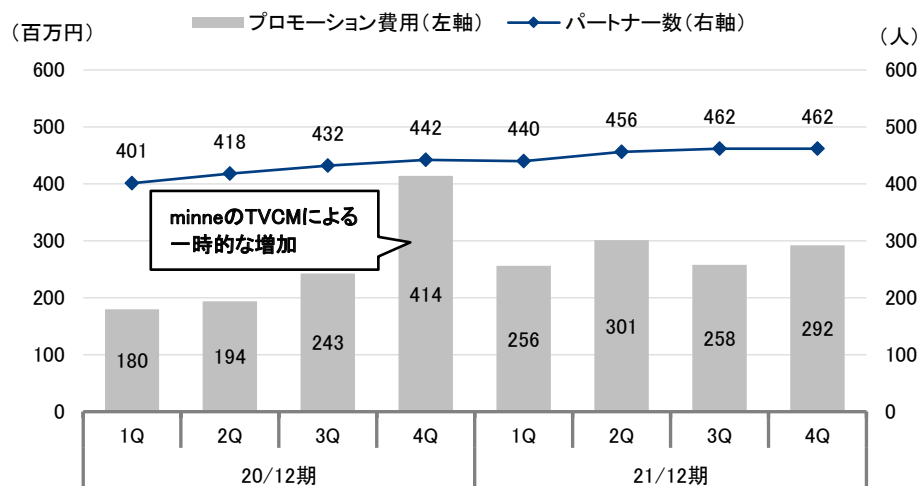
(単位：百万円)

	20/12期		会社計画	21/12期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	11,014	-	13,223	11,879	-	7.9%	-10.2%
売上総利益	6,481	58.8%	-	6,732	56.7%	3.9%	-
販管費	5,554	50.4%	-	5,843	49.2%	5.2%	-
うち、プロモーションコスト※	1,033	9.4%	-	1,109	9.3%	7.4%	-
営業利益	927	8.4%	1,114	888	7.5%	-4.2%	-20.2%
経常利益	983	8.9%	1,127	968	8.2%	-1.6%	-14.1%
特別損益	250	2.3%	-	96	0.8%	-61.3%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	829	7.5%	795	715	6.0%	-13.8%	-10.0%

※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)

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

パートナー数とプロモーション費用



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

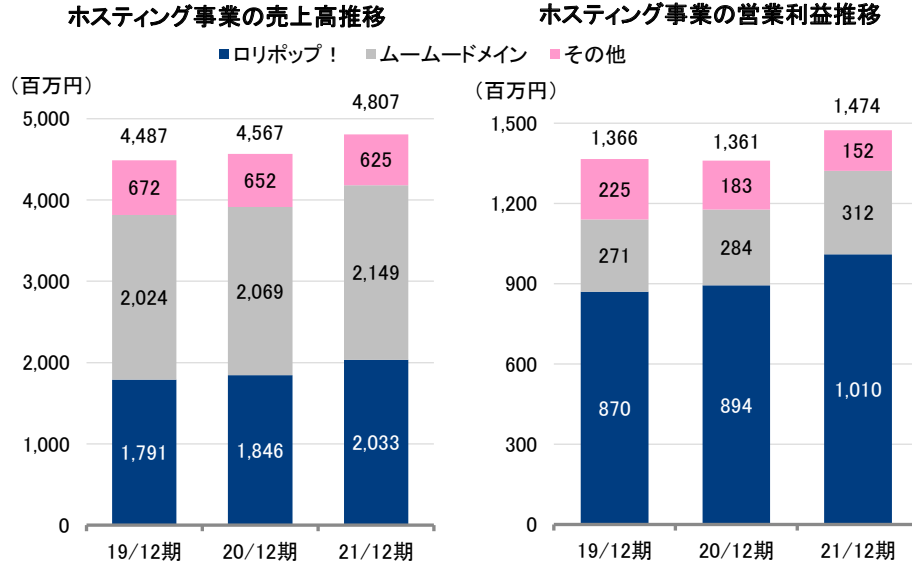
ホスティング事業は増収増益、 EC支援事業とハンドメイド事業は巣ごもり需要一服の影響を受ける

2. 事業セグメント別の動向

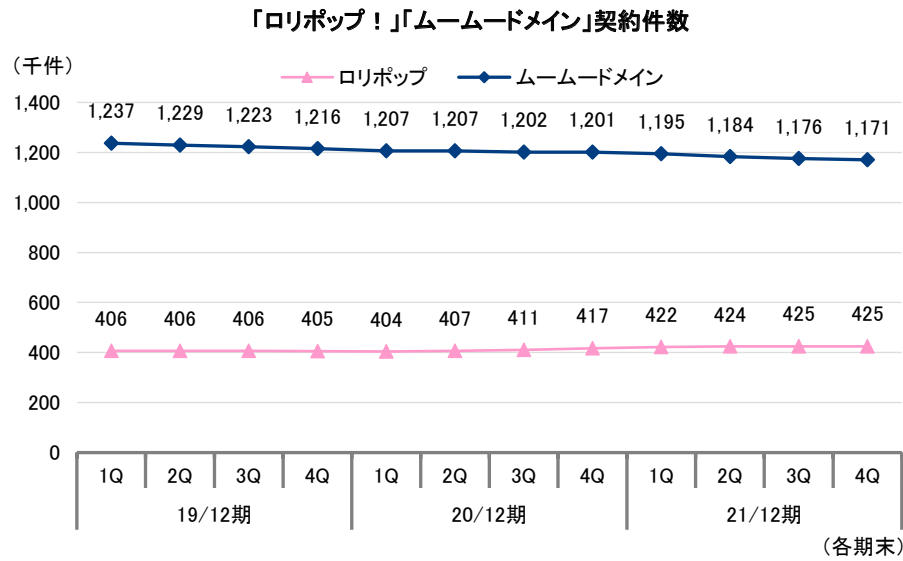
(1) ホスティング事業

ホスティング事業の売上高は前期比 5.2% 増の 4,807 百万円、営業利益は同 8.3% 増の 1,474 百万円となった。売上高は連続増収、営業利益は 3 期ぶりの増益に転じ、過去最高業績を更新した。

業績動向



出所：決算説明資料よりフィスコ作成



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

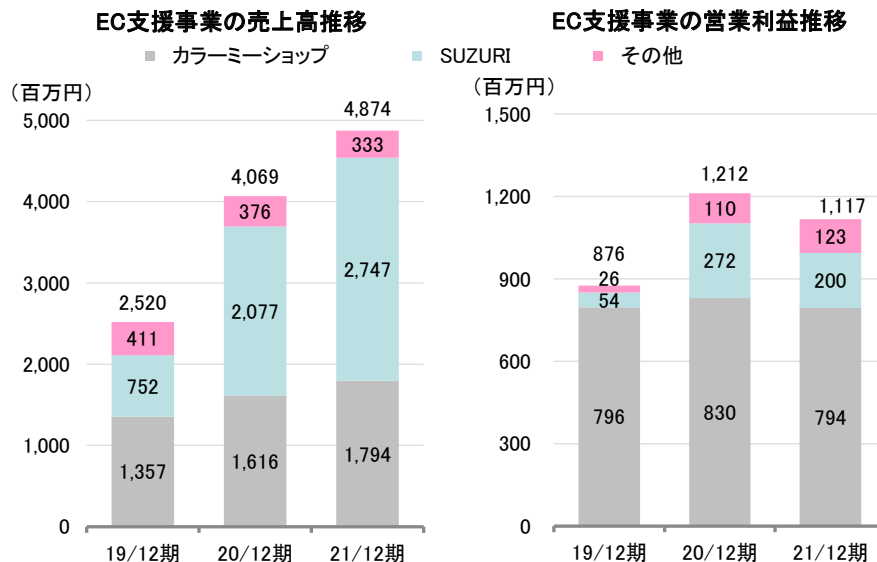
「ロリポップ!」は売上高で前期比 10.1% 増の 2,033 百万円、営業利益は同 13.0% 増の 1,010 百万円と増収増益となり、3 期ぶりに過去最高益を更新した。「ムームードメイン」との連携を強化したことやアフィリエイト経由での新規契約獲得により、契約件数が前期末比 2.1% 増の 425 千件と増加傾向が続いたことに加えて、上位プランやオプション機能への誘導を強化したことや 2021 年 4 月及び 11 月に一部料金プランの見直しを実施したことにより、顧客単価が 398 円と前期比 6.1% 上昇したことが増収増益要因となった。なお、顧客単価については料金プランの見直しの効果もあり、第 4 四半期（2021 年 10 月～12 月）に 414 円まで上昇していることから、2022 年 12 月期も上昇傾向が続く可能性が高い。

※ 2021 年 11 月の料金改定では、契約期間によって各プランの月額料金を見直した。例えば、エコノミープランの場合、旧価格は一律 110 円（税込、以下同）だったのに対して、新価格では 1～24 ヶ月契約で 132 円、36 ヶ月契約で 99 円とした。スタンダードプランの場合、旧価格では 1 ヶ月及び 3 ヶ月契約で 660 円、6 ヶ月以上の契約で 550 円としていたが、新価格では 1 ヶ月契約 880 円、3 ヶ月契約 770 円、6 ヶ月契約 715 円、12 ヶ月契約 660 円、24 ヶ月契約 550 円（変更なし）、36 ヶ月契約 440 円とするなど、短期契約の場合は値上げとなり、長期間の契約にした場合に実質値下げとなる料金体系とした。

「ムームードメイン」は売上高で前期比 3.8% 増の 2,149 百万円、営業利益で同 9.9% 増の 312 百万円と過去最高を連続更新した。登録ドメイン数は新規契約者数の減少により前期末比 2.5% 減の 1,171 千件と微減傾向が続いたが、既存顧客のドメイン更新料上昇が増収増益要因となった。

(2) EC 支援事業

EC 支援事業の売上高は前期比 19.8% 増の 4,874 百万円、営業利益は同 7.8% 減の 1,117 百万円となった。「カラーミーショップ」「SUZURI」とともに 2 ケタ増収となったものの、人件費やプロモーションコスト等が増加した。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

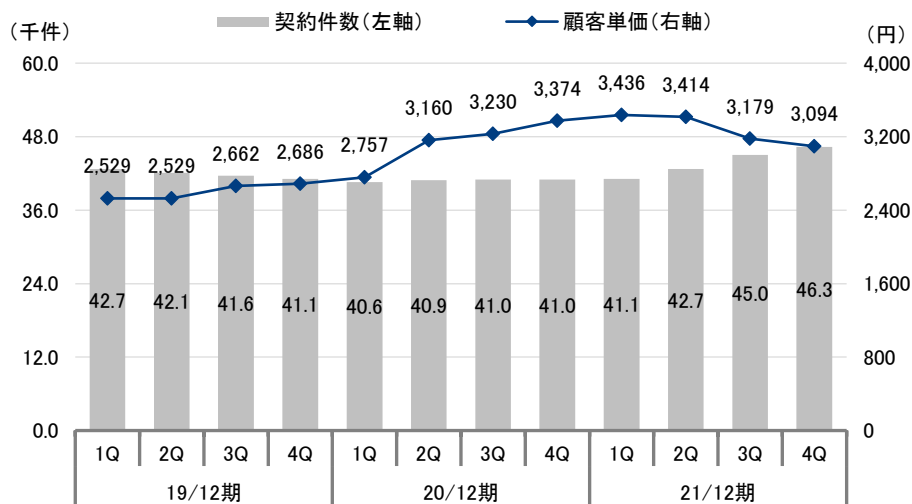
GMO ペパボ | 2022年3月29日(火)
 3633 東証1部 | <https://pepabo.com/ir/>

業績動向

主力のネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」の売上高は前期比 11.0% 増の 1,794 百万円、営業利益は同 4.4% 減の 794 百万円となった。契約件数は 2021 年 5 月より初期費用・月額利用料無料のフリープランを開始したことや、地方銀行や全国商工会連合会との連携によるセミナー開催などでの顧客獲得の取り組みを強化したこともあり、前期末比 12.9% 増の 46.3 千件と増加に転じた。また、販促支援アプリやオプション機能の利用増加などにより、顧客単価も 3,281 円と前期比 4.8% 上昇し、増収要因となっている。利益面では、下期にサービス品質の強化を図るためサーバーの能力増強を実施したことや、人件費の増加が影響した。

同社がフリープランを導入した背景には、EC 市場の拡大とともに手軽に EC ショップを始めたい個人事業主が増加するなかで、フリープランでサービス提供する競合先が台頭し、こうした顧客層の取り込みが難しくなってきたこと、また、流通額の拡大が続くなかで従来の月額基本料金を主体としたビジネスモデルでは、市場の成長を売上に十分に取り込めず、流通額に連動したプランを導入することが必要と考えたためだ。EC ショップ側から見て、フリープランと有料プランの選択の分岐点は月商で 10 万円程度が目安となり、10 万円を超えれば有料プランのほうがコスト的に低くなる。従来は、競合他社のフリープランを利用して個人事業主が規模拡大とともに、同社の有料プランに移行するケースがあったが、同社自身がフリープランを提供することでこうした顧客を最初から囲い込むことが可能となる。

「カラーミーショップ」契約件数、顧客単価の推移

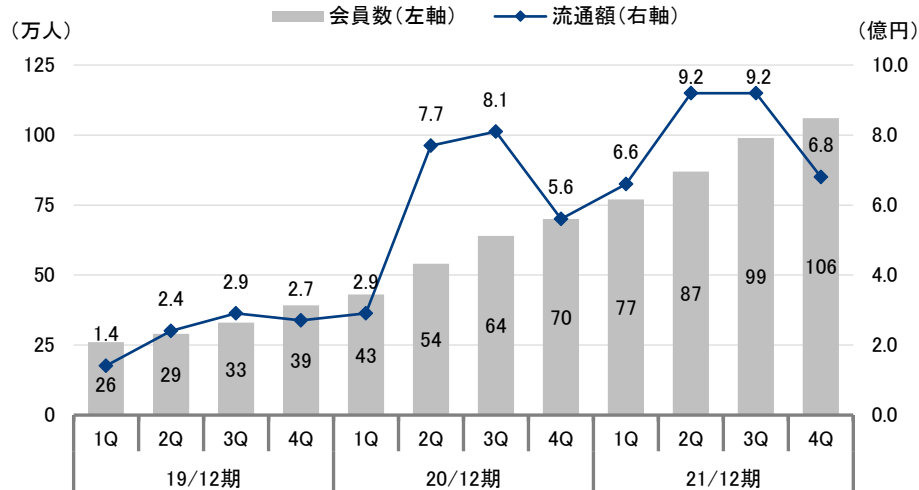


出所：決算短信よりフィスコ作成

「SUZURI」の売上高は前期比 32.2% 増の 2,747 百万円、営業利益は同 26.2% 減の 200 百万円となった。事業成長に伴う人件体制の強化により人件費が増加したことや、プロモーション費用が増加したことが要因となっている。流通額は、マスクやポアフリースなどの新アイテムを追加したことや、夏季の T シャツセール期間を拡充するなどした結果、前期比 31.2% 増の 32 億円と 2 ケタ成長となった。また、クリエイター数が前期末 43.6% 増の 56 万人、会員数が同 51.1% 増の 106 万人となり、認知度の広がりとともに利用者数も順調に拡大している。なお、流通額については、主力商材が T シャツとなっていることから第 2～3 四半期に偏重する傾向にある。

業績動向

「SUZURI」の流通額、会員数の推移

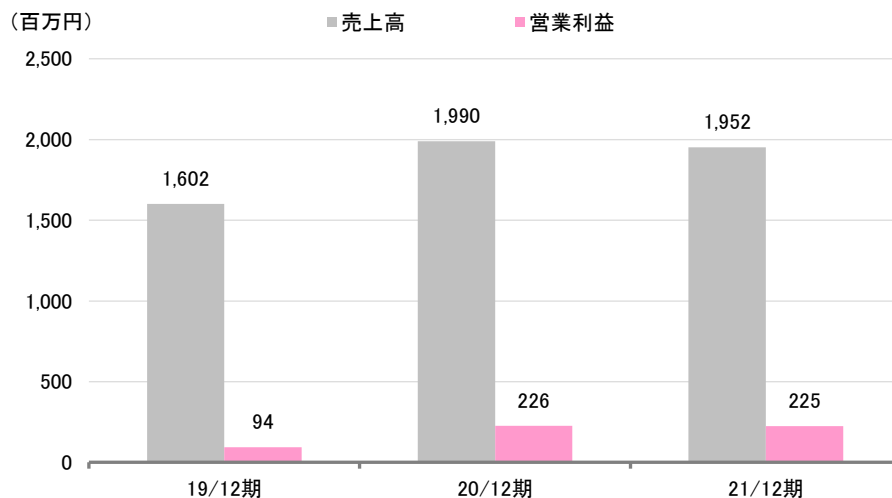


出所：決算短信よりフィスコ作成

(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 1.9% 減の 1,952 百万円、営業利益は同 0.6% 減の 225 百万円となった。前期は巣ごもり需要の拡大やマスク特需により流通金額が大きく伸長したが、2021年12月期はその反動が想定以上に大きく、流通額で前期比 1.6% 増の 151 億円にとどまった。2020年12月期の流通額にはマスク特需で 10 億円弱が含まれていたため、同要因を除けば 8% 程度の伸びだったことになる。流通額が増加したにも関わらず売上高が微減となったのは、コンビニ決済やキャリア決済の比率が低下したことで、決済手数料売上が減少したことが要因となっている。プロモーション費用については前期並みの水準に抑えたことで、利益に関してはほぼ横ばい水準となった。

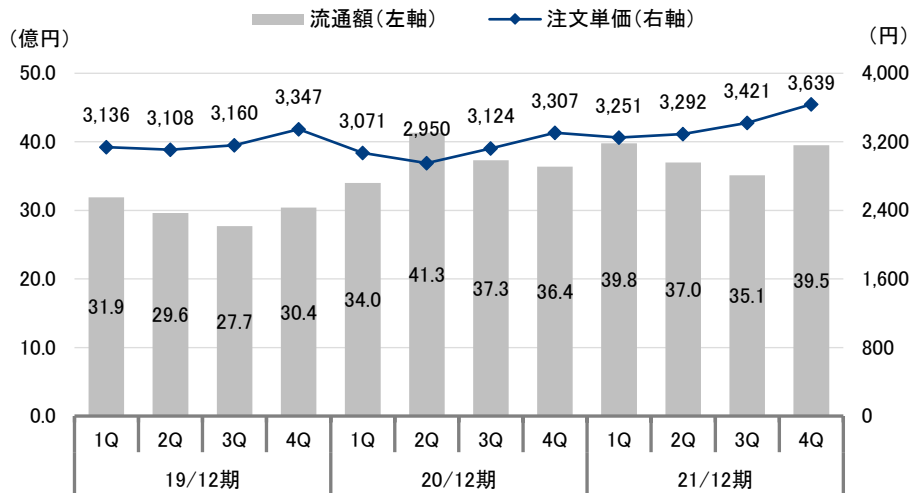
ハンドメイド事業の業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

「minne」流通額、注文単価の推移



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

四半期別の流通金額の推移を見ると、マスク特需のあった2020年12月期第2四半期の41.3億円をピークにその後は30億円後半半の水準で伸び悩んだ格好となっている。ただ、第4四半期については前年同期比8.5%増と3四半期ぶりの増加に転じ、第4四半期として過去最高を更新するなど明るさが始めている。作品を探しやすくするためのカテゴリーの追加や作品の特徴を登録できる新機能を追加するなど、機能面での改善を図った効果が出ているほか、家具などの高単価商材の販売強化に取り組んだことで第4四半期の平均注文単価が3,639円と前年同期比10.0%上昇したことが要因となっている。

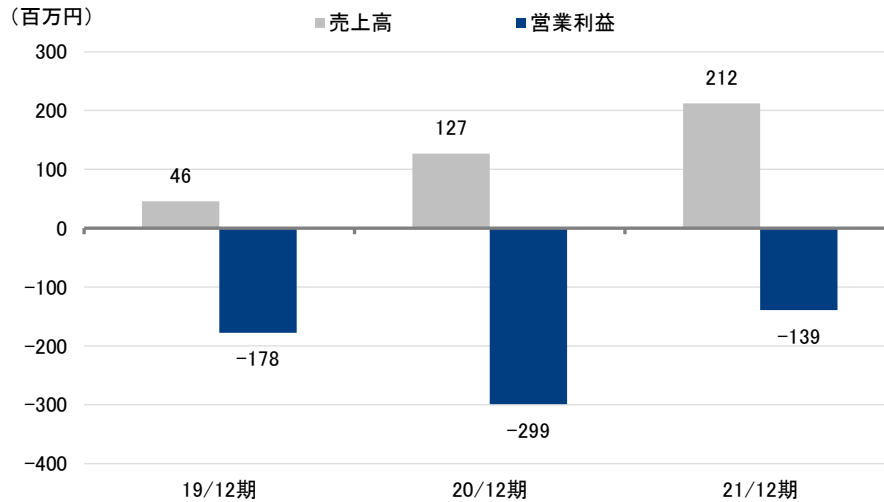
(4) 金融支援事業

金融支援事業の売上高は前期比66.5%増の212百万円、営業損失は139百万円（前期は299百万円の損失）となった。2020年12月期は新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）で政府の給付金制度が設けられたことにより、需要が一時的に伸び悩んでいたが、2021年12月期はクラウドソーシングやEC企業などフリーランスと関係の強い大手企業との提携やAPI連携を拡大することで、利用者数も右肩上がりに増加し、大幅増収につながった。

請求書買取額は前期比71.4%増の28億円となったが、第4四半期だけで見ると前年同期比114.0%増の9.2億円となり、成長率も加速した格好となっている。利益面では、増収効果に加えてプロモーションコストを中心に費用コントロールを実施したことで損失額が縮小した。

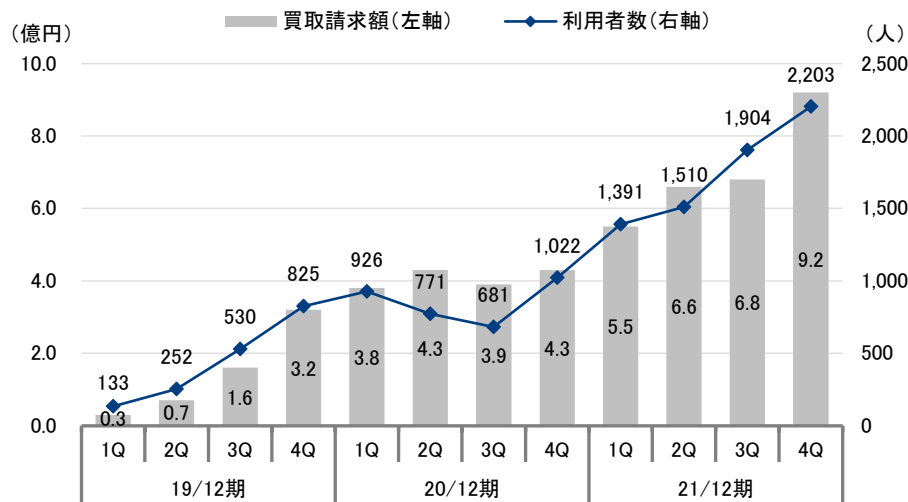
業績動向

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 87.2% 減の 32 百万円、営業損失は 12 百万円（前期は 47 百万円の利益）となった。子会社が運営する Web コンテンツ制作事業を 2021 年 1 月、ログサービス「JUGEM」を同年 4 月に事業譲渡したことによる。

自己資本比率は30%台だが、無借金経営で財務内容は健全

3. 財務状況とキャッシュ・フローの状況

2021年12月期末の資産合計は前期末比658百万円増加の8,870百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では売掛金が129百万円増加したほか未収入金が217百万円増加した。また、固定資産では有形固定資産が105百万円、無形固定資産が75百万円、投資有価証券が186百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比249百万円増加の5,916百万円となった。流動負債では未払法人税等が120百万円減少した一方で、前受金が226百万円増加した。また、固定負債ではリース債務が134百万円、繰延税金負債が61百万円増加している。純資産合計は前期末比408百万円増加の2,953百万円となった。配当金支出が426百万円あった一方で、親会社株主に帰属する当期純利益715百万円を計上し、利益剰余金が増加した。また、その他有価証券評価差額金も66百万円増加している。

キャッシュ・フローの状況を見ると、営業活動により得られた収入は669百万円となり、投資活動による支出278百万円を吸収し、フリー・キャッシュ・フローは390百万円のプラスとなった。一方で、配当金の支払い等により財務活動による支出が392百万円となり、期末の現金及び現金同等物の残高は前期末比1百万円減少の3,620百万円となった。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す自己資本比率は32.9%と前期末から若干上昇し、無借金経営で手元キャッシュも30億円台で推移していることから、財務の健全性は維持しているものと判断される。収益性に関しても減益となったことでROE、ROA、売上高営業利益率ともに前期比で低下したが、収益構造がストック型サービスとフロー型サービスのハイブリッド型となっていることもあり、ROEが20～30%台、ROAは10%台と高水準を維持する格好で安定して推移している。

GMO ペパボ | 2022年3月29日(火)
 3633 東証1部 | <https://pepabo.com/ir/>

業績動向

簡易貸借対照表

(単位：百万円)

	18/12期	19/12期	20/12期	21/12期	増減額
流動資産	4,853	4,916	6,648	6,943	295
現金及び預金※	2,702	2,453	3,622	3,620	-1
固定資産	1,224	1,455	1,562	1,926	363
有形固定資産	266	263	321	426	105
資産合計	6,077	6,371	8,211	8,870	658
流動負債	4,294	4,574	5,640	5,694	53
固定負債	76	27	27	222	195
負債合計	4,370	4,601	5,667	5,916	249
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産合計	1,706	1,769	2,544	2,953	408
【安全性指標】					
自己資本比率	27.1%	27.0%	30.6%	32.9%	2.3pt
流動比率	113.0%	107.5%	117.9%	121.9%	4.0pt
【収益性指標】					
ROE	33.3%	31.6%	39.2%	26.3%	-12.9pt
ROA	9.2%	13.1%	13.5%	11.3%	-2.2pt
売上高営業利益率	5.7%	8.8%	8.4%	7.5%	-0.9pt

※現金及び預金には関係会社預け金を含む。

注：18/12期は単体

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)

	18/12期	19/12期	20/12期	21/12期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	674	698	1,253	669
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-311	-452	-5	-278
財務活動によるキャッシュ・フロー	-51	-494	-78	-392
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	363	245	1,247	390
現金及び現金同等物の期末残高	2,702	2,453	3,622	3,620

注：18/12期は単体

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2022年12月期は収益認識基準の適用で売上高が目減りするものの、実質2ケタ増収増益見通し

1. 2022年12月期の業績見通し

2022年12月期の連結業績は、収益認識基準の適用に伴い一部事業の売上計上方法が純額処理に変更される。このため、売上高は11,482百万円、営業利益は1,143百万円を見込んでいる。従来基準ベースで比較すると売上高は同15.1%増の13,674百万円、営業利益は同27.7%増の1,135百万円と2ケタ増収増益の見込みとなる。また、経常利益は1,148百万円(前期比18.6%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は779百万円(前期比8.9%増)を見込んでいる。

2021年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	収益認識基準適用前			適用後	
	21/12期 実績	22/12期 計画	前期比	22/12期 計画	前期比
売上高	11,879	13,674	15.1%	11,482	-3.3%
営業利益	888	1,135	27.7%	1,143	28.7%
経常利益	968	1,148	18.6%	1,156	19.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	715	779	8.9%	785	9.7%
1株当たり当期純利益(円)	135.22	-		147.92	

注：2022年12月期第1四半期の期首より、収益認識基準の適用を予定しており、業績予想は同基準適用後の数値になる。2022年12月期の適用前での比較は売上高13,674百万円(前期比15.1%増)、営業利益1,135百万円(前期比27.7%増)、経常利益1,148百万円(前期比18.6%増)、親会社株主に帰属する当期純利益779百万円(前期比8.9%増)を計画している。

出所：決算短信よりフィスコ作成

具体的な影響額を事業セグメント別で見ると、EC支援事業が売上高で1,888百万円の減少要因となる。主には「SUZURI」の仕入高や外注加工費の商品原価を純額処理に変更することによるもので、そのほか決済手数料、振込手数料及び運賃に掛かる一部の売上高についても純額処理に変更する。ハンドメイド事業は売上高で314百万円の減少要因となる。「minne」の決済手数料、振込手数料及び運賃に掛かる一部の売上高を純額処理に変更する。一方、ホスティング事業については売上高で14百万円、営業利益で8百万円の増加要因となる。主に「口リポップ!」と「ムームードメイン」で契約時一括売上計上から、契約年数での月額按分所に変更することが要因だ。

従来基準ベースで見るとすべての事業セグメントで増収増益を見込んでおり、金融支援事業については事業開始から初めて黒字化する見通しとなっている。売上高営業利益率についても前期の7.5%から8.3%に上昇する見込みとなっている。プロモーション費用は前期比2億円程度増加するものの、増収効果に加えて人員の増員が一段落し人件費の増加が限定的にとどまることなどが利益率の上昇要因となる。なお、親会社株主に帰属する当期純利益については前期に計上した特別利益がなくなるため、増益率は経常利益よりもやや低くなる。

GMO ペパボ | 2022年3月29日(火)
 3633 東証1部 | <https://pepabo.com/ir/>

今後の見通し

業績計画達成の鍵を握るのは、前期に巣ごもり需要の一服による影響を受けた EC 関連サービスが巡航速度に戻り再び成長軌道にのれるかどうかにかかっている。同社では流通額ベースで前期比 11% 以上の成長を目標として掲げており、これが達成できれば業績計画もクリアできるものと弊社では見ている。

2022年12月期はEC支援事業、金融支援事業を中心にすべての事業セグメントで増収増益を目指す

2. 主要事業の見通し

主要セグメント別売上高

(単位：百万円)

	収益認識基準適用前					適用後	
	19/12期	20/12期	21/12期	22/12期(予) ②	前期比	22/12期(予) ①	影響額 ①-②
ホスティング事業	4,487	4,567	4,807	5,045	4.9%	5,059	14
EC支援事業	2,520	4,069	4,874	5,715	17.3%	3,826	-1,888
ハンドメイド事業	1,602	1,990	1,952	2,356	20.7%	2,041	-314
金融支援事業	46	127	212	552	159.4%	549	-2
その他事業	286	258	32	-	-	-	-
合計	8,943	11,014	11,879	13,674	15.1%	11,482	-2,192

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

主要セグメント別営業利益

(単位：百万円)

	収益認識基準適用前					適用後	
	19/12期	20/12期	21/12期	22/12期(予) ②	前期比	22/12期(予) ①	影響額 ①-②
ホスティング事業	1,366	1,361	1,474	1,553	5.3%	1,561	8
EC支援事業	876	1,212	1,117	1,390	24.4%	1,390	-
ハンドメイド事業	94	226	225	262	16.5%	262	-
金融支援事業	-178	-299	-139	4	-	4	-
その他事業	43	47	-12	-	-	-	-
調整額	-1,419	-1,621	-1,776	-2,074	-	-2,074	-
合計	783	927	888	1,135	27.7%	1,143	8

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

(1) ホスティング事業

ホスティング事業の売上高は従来基準ベースで前期比 4.9% 増の 5,045 百万円、営業利益で同 5.3% 増の 1,553 百万円を計画している。「ロリポップ！」は引き続き「ムームードメイン」との連携による同時利用促進を図ることで、契約件数 43 万件以上（前期末 42.5 万件）を目標とする。また、上位料金プランの契約獲得やサーバー機能拡充（WordPress パッケージ提供、オプション強化）等による顧客単価の上昇も見込む。前述したように 2021 年 11 月に料金改定を実施したこともあり顧客単価は上昇傾向にあり、2022 年 12 月期も 1 ケタ台の増収増益が続く可能性が高いと弊社では見ている。

GMO ペパボ | 2022年3月29日(火)
 3633 東証1部 | <https://pepabo.com/ir/>

今後の見通し

「ムームードメイン」は、販売キャンペーンの実施により新規契約の獲得を強化し、契約ドメイン数で117万件以上（前期末117.1万件）を目標とした。また、単価の高いセカンダリ（中古ドメイン）の販売も強化しながら増収増益基調を継続していく見通しだ。

(2) EC 支援事業

EC 支援事業の売上高は従来基準ベースで前期比17.3%増の5,715百万円、営業利益で同24.4%増の1,390百万円を計画している。「カラーミーショップ」については、流通額ベースで前期比11%以上の成長を見込んでいる。引き続き地方銀行等との連携による新規顧客獲得に取り組んでいくほか、ECでの需要が伸びている食品等のカテゴリーを強化することで、流通額の拡大を図っていく。同社ではアプリストアで卸販売機能など販売支援につながる各種アプリを提供していることが強みとなっており、これらの利用促進を図ることで流通額の拡大につなげていく。

また、高負荷時の稼働を維持しサービス品質を向上するためのシステム改修を行うとともに、2022年4月に新しいプラン及び料金改定を行う予定となっている。有料プランの場合、月額料金が一律1,650円の値上げとなるが、主要な有料オプション（独自ドメイン、常時SSL、メールマガジン）を最初から組み込んだプランとなっており、これらオプション料金も含めた料金で見ると値下げとなる※。また、これまで上位プラン限定だった機能やアプリストア内の有料アプリなども各プランで利用可能となるなど、使える機能の選択肢が増えることもポイントとなっている。フリープランについても商品の一括登録・更新機能を新たに追加したほか、レビュー機能やショップクーポン機能を今後追加していく予定となっている。今回のプラン内容の見直しによって、ECショップの活性化につながるものと期待される。

※ 2022年4月5日以降の契約から、エコミープランは月額1,100円（税込、以下同）から2,750円、スモールプランは1,540円から3,190円、レギュラープランは3,300円から4,950円、ラージプランは7,945円から9,595円とそれぞれ1,650円の値上げとなるが、3つの有料オプションが合計で1,980円となるため、これらのオプションをすべて利用していたユーザーにとっては330円の値下げとなる。

一方、「SUZURI」については流通額で前期比27%以上の成長を目指す（前期は31.2%増）。前第4四半期の流通額の前年同期比伸び率は21.4%増だったため、今後成長を加速していく必要がある。主な施策として、ID決済の導入やインフルエンサー等を使ったYouTube連携などにより認知度並びに購入率の向上を図っていく。また、年間6アイテムを新たに追加し、クリエイターの誘致と商材の拡充を図っていく。新規アイテムとしては、アクリルキーホルダー等を計画している。さらに、海外展開の開始とプロモーションも実施していく予定だ。既に海外への発送は可能な状態だが、サイトの言語対応を今後進めていく。利益面では、人員体制の強化が一段落しており、大きな費用増要因はないことから、流通額が順調に拡大すれば増益に転じる見通しだ。

(3) ハンドメイド事業

ハンドメイド事業の売上高は従来基準ベースで前期比20.7%増の2,356百万円、営業利益で同16.5%増の262百万円を計画している。流通額については前期比14%以上の成長を目指しており（前期は1.6%増）、ややハードルが高いようにも見えるが、食品等の成長カテゴリーの販促強化や動画コンテンツ（教育系コンテンツからスタート）の拡充、既存カテゴリー以外の新領域（アンティーク品等）の開拓、検索機能やレコメンド機能の継続的な改善に取り組んでいくことで目標を達成していく考えだ。

GMO ペパボ | 2022年3月29日(火)
 3633 東証1部 | <https://pepabo.com/ir/>

今後の見通し

また、2021年11月には、手芸販売専門店「クラフトハート トーカイ」を主力に、手芸用品や衣料品・服飾品、その他関連雑貨などを販売する藤久(株)と、ハンドメイド業界の活性化や相互送客による新規顧客の獲得を目的とした業務提携を発表しており、今後、オンラインとオフラインの活用により各種共同イベントを開催していく予定となっている。今後の「minne」の流通額増加につながる取り組みとして期待される。

(4) 金融支援事業

金融支援事業の売上高は前期比 259.4% 増の 552 百万円、営業利益は 4 百万円（前期は 139 百万円の損失）を計画している。FaaS の契約企業をさらに開拓し、FaaS 経由での請求書買取件数を前期実績の 5,476 件（全体の 4 割強）から 9,394 件と 1.7 倍に増やすことで大幅増収を見込んでいる。現在、ランサーズや GMO メイクショップ(株)、エン・ジャパン(株)等が主要な FaaS の連携先となっているが、今後もクラウドソーシングや EC 系の大手企業との連携を強化していくことにしている。

また、2022年2月より「GMO フリーランスファクタリング」を開始したことも、利用者数の増加につながる取り組みとして注目される。同サービスは、会員登録が不要で審査時間も業界最短の 30 分で完了、手数料率も一律 9.5% に設定されている点が特徴となっている（既存サービスの平均手数料率 7～8% に対してやや高くなるが、業界平均と比べると低い水準）。現金が急に必要となった場合など利用価値は大きいと見られる。

利益面では、増収効果に加えて貸倒率の改善が進むことも増益要因となる。ここ 1～2 年で債権回収のオペレーションが構築されたことが大きい。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「FREENANCE」の業績も先行投資段階から 2022 年 12 月期以降は成長ステージに移行するものと予想される。

ストック型サービスの安定成長に加え、 新規サービスを含むフロー型サービス等の拡大により 2025 年 12 月期に営業利益 25 億円を目指す

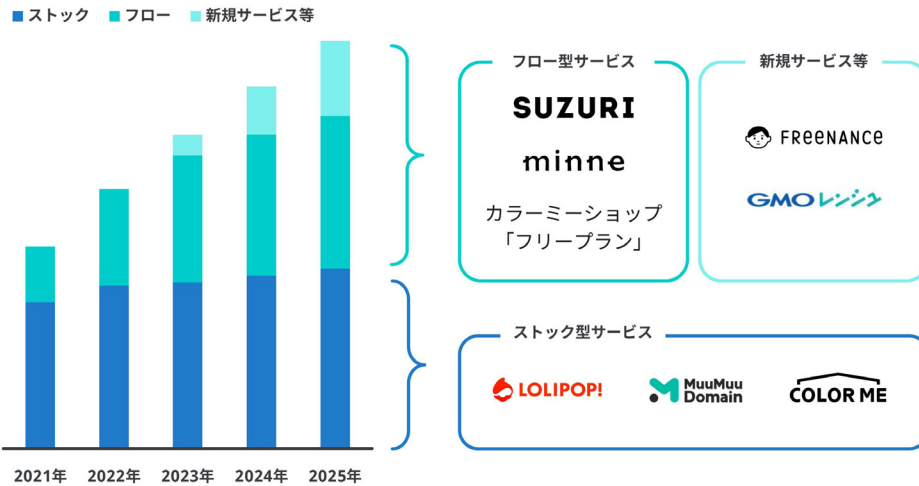
3. 今後の成長戦略

同社は今後の成長戦略として、ストック型サービスの安定的かつ順調な成長に加えて、新規サービスを含むフロー型サービス等の成長事業の収益力拡大を図っていくことで、2025 年 12 月期に営業利益 25 億円、2021 年 12 月期実績から 2.8 倍増、年率で 30% の利益成長を目指している。2021 年 12 月期は利益の大半をストック型サービスで占めていたが、2025 年 12 月期にはフロー型サービスをストック型サービスと同水準まで拡大し、新規サービスも一定程度の貢献を見込んでいる。

GMO ペパボ | 2022年3月29日(火)
 3633 東証1部 | <https://pepabo.com/ir/>

今後の見通し

中長期の営業利益達成イメージ



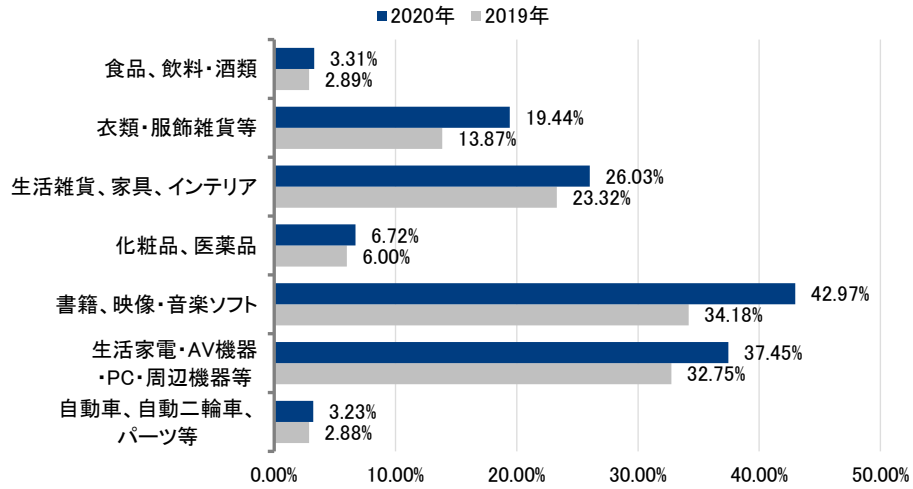
出所：決算説明資料より掲載

特に、フロー型サービスとなる「SUZURI」「minne」「カラーミーショップ (フリープラン)」など EC 関連サービスの成長が、目標達成の鍵を握ることになる。経済産業省の「令和2年度産業経済研究委託事業 (電子商取引に関する市場調査)」によると、国内の物販系 BtoC の EC 市場は 2015 年以降 5 年間で年率 11.1% の成長を続けているが、2020 年の EC 化率は 8.08% (2019 年 6.76%) の水準であり、まだ成長余地は大きいと見られる。「SUZURI」や「minne」の主力カテゴリーである衣類・服飾雑貨等の EC 化率は、コロナ禍の影響もあって 2020 年は前年の 13.87% から 19.44% と大きく上昇している。2021 年は急成長の反動で伸びが鈍化したと見られるが、今後も EC 化率の上昇によって成長を続けていくものと予想される。また、「minne」や「カラーミーショップ」で強化分野として挙げている食品カテゴリーの EC 化率は 2020 年でも 3.31% とまだ低く成長余地はさらに大きい。同カテゴリーの強化に取り組んでいる同社の戦略は的を射たものと言える。

成長市場であるがゆえに競争も激しいが、同社は EC 関連サービス以外にも金融支援サービスやホスティングサービスなど多様なインターネットサービスを提供しており、各サービスの連携などに取り組むことで、競合他社にはない付加価値を提供していくことも可能であり、今後の取り組み状況に注目したい。

今後の見通し

分野別EC化率



出所：経済産業省「令和2年度 電子商取引に関する市場調査」よりフィスコ作成

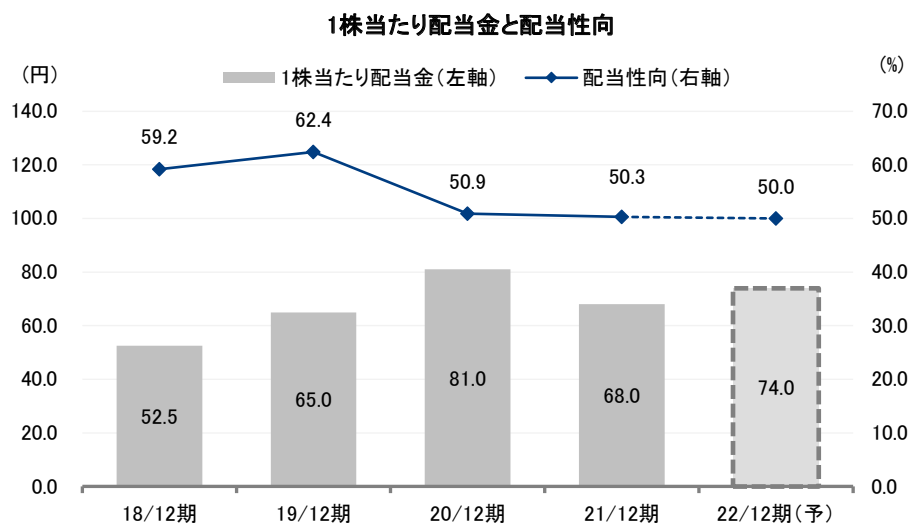
なお、「FREENANCE」に続く新規サービスとして、「GMO レンシュ」のβ版を2022年1月にリリースした。習い事教室を対象に集金・連絡業務をPC・スマートフォン上で一元管理できる会員管理クラウドサービスとなる。新規サービスの今後の展開が期待される。

■ 株主還元策

配当性向 50% を基準に配当を実施、株主優待制度も導入

同社は配当政策として、連結配当性向 50% を基準とした業績連動型の配当を実施する方針を示している。2021年12月期の1株当たり配当金は68.0円（連結配当性向 50.3%）だった。2022年12月期の1株当たり配当金は前期比 6.0円増配の 74.0円（連結配当性向 50.0%）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は、2022年3月2日終値（2,348円）で試算すると 4.4% 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