

2015年12月期 決算説明会

～アジアNo.1のマーケティング・ソリューション・プラットフォーマーに。そして世界へ～

GMO RESEARCH

STOCK CODE : 3695

代表取締役 細川 慎一
取締役 吉田 浩章

- ① 結論と要約
- ② 2015年12月期決算概要
- ③ 今後の成長戦略と次期重点施策
- ④ 今期の業績予想

参考資料

※資料内の数値は百万円未満を切り捨てて表示し、
百分率、増減率は原データより算出し、小数点第2位未満を切り捨てて表示しております。

1

結論と要約

業績（1月-12月）

- 売上高 15.2%増、営業利益 34.1%減 経常利益 34.4%減

成長エリアのトピックス（10月-12月）

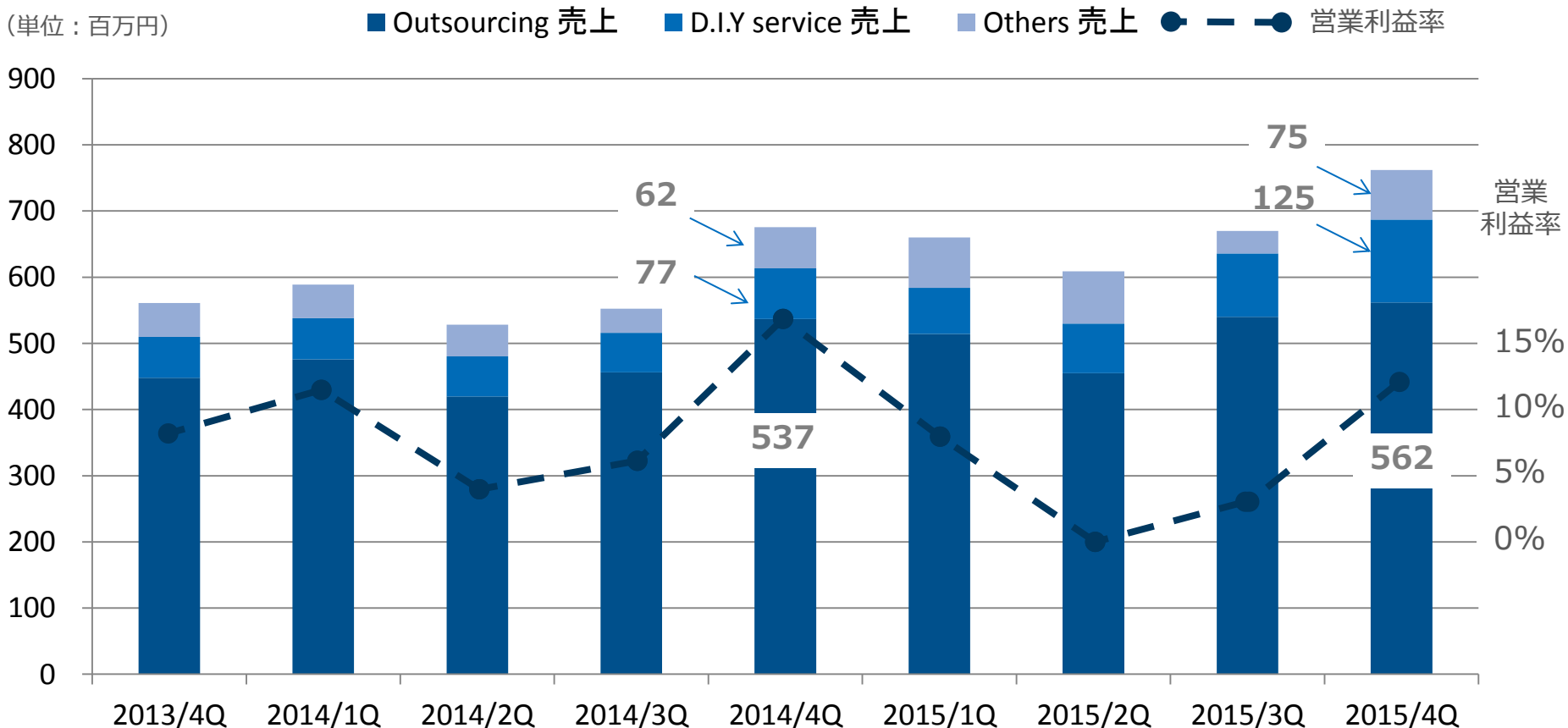
- 国内
 - Japan Cloud Panel登録会員数 800万人突破し過去最高に
 - GMO Market Observer 契約対象企業41社に
- 海外(Asia)
 - Asia Cloud Panel登録会員数 1200万人突破し過去最高に
 - 海外事業の売上構成比が年度累計で20%を突破
 - 四半期売上高では、過去最高を記録

- 売上高成長率は、15.2%の27億円
- 売上高は、過去最高を記録するも、増収減益となった。

過去最高

(単位：百万円)	2014年度		2015年度		2015年度		前期比増減		計画比増減	
	実績	(%)	計画	(%)	実績	(%)	増減	増減率 (%)	増減	増減率 (%)
売上高	2,345	(100.0)	2,755	(100.0)	2,701	(100.0)	355	15.2	-53	-1.9
営業利益	245	(10.4)	173	(6.2)	161	(6.0)	-83	-34.1	-12	-6.5
経常利益	232	(9.9)	166	(6.0)	152	(5.6)	-79	-34.4	-13	-8.1
当期純利益	128	(5.49)	105	(3.8)	79	(2.9)	-49	-38.4	-25	-24.4

- アウトソーシングサービスの売上高は、前年同期比5%増（累計9.7%増）
- D.I.Yサービスの売上高は、前年同期比63%増（累計41.1%増）

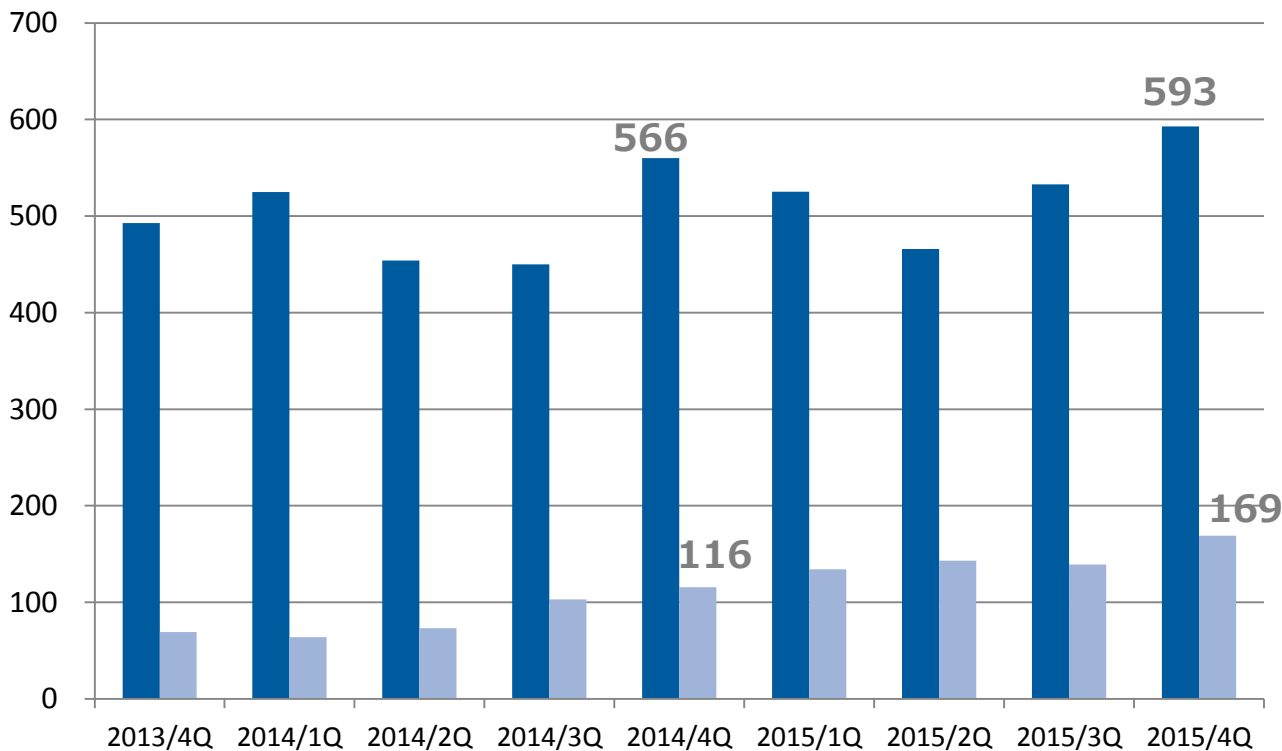


この期間の四半期数値は参考値です。

- 国内売上高は、前年同期比4.7%増（累計6.4%増）
- 海外売上高は、前年同期比45.7%増（累計64.0%増）

国内・海外売上高推移表

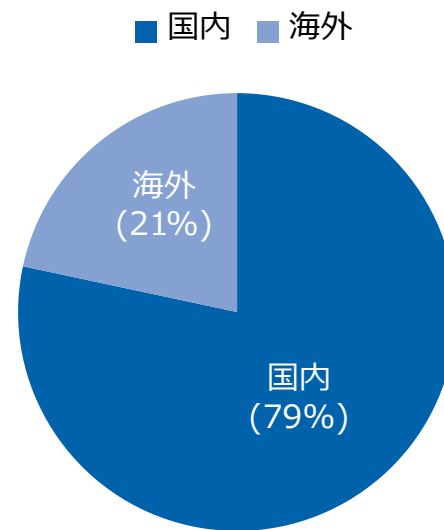
(単位：百万円)



この期間の四半期数値は参考値です。

売上構成比 (2015年度)

海外売上構成比目標 (20%以上) を達成 (2015年2月4日発表)



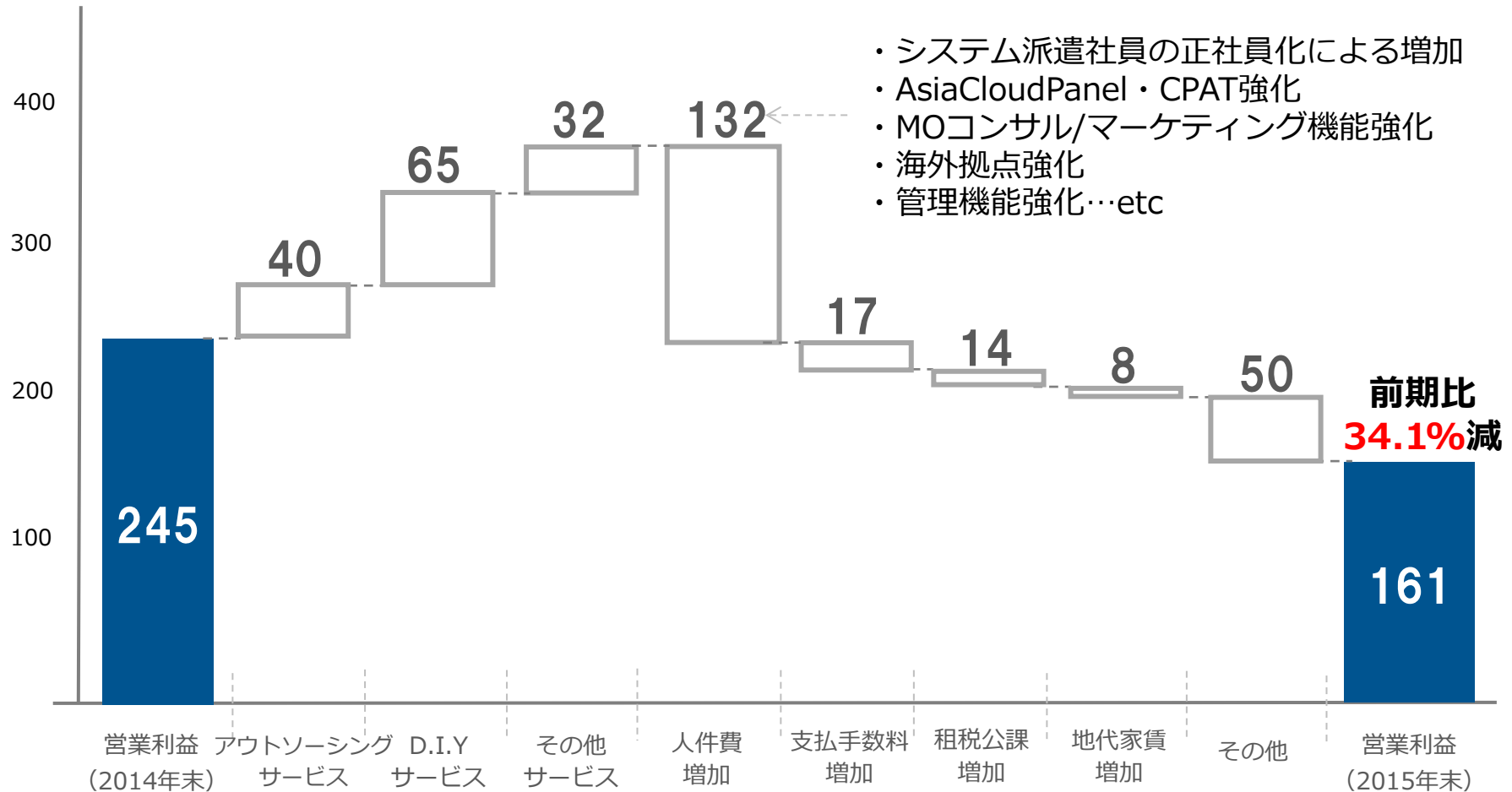
② 2015年12月期決算概要

- 売上高：アウトソーシング及びD.I.Yサービスの受注が堅調に拡大
- 原価率：国内の競争激化とアジアで高原価パネル活用で0.8%悪化
- 販管費：アジア拡大、システム構造変化のために積極投資

	2013年度		2014年度		2015年度		前期比増減	
	実績	(%)	実績	(%)	実績	(%)	増減	増減率 (%)
(単位：百万円)								
売上高	1,938	(100.0)	2,345	(100.0)	2,701	(100.0)	355	15.2
売上原価	1,138	(58.7)	1,298	(55.3)	1,517	(56.1)	218	16.9
売上総利益	799	(41.2)	1,047	(44.6)	1,184	(43.9)	137	13.1
販売及び 一般管理費	666	(34.3)	801	(34.1)	1,022	(37.9)	220	27.6
営業利益	133	(6.8)	245	(10.4)	161	(6.0)	-83	-34.1

■ 売上総利益は増加傾向だが、計画値に対して未達。販売管理費における人員増加に対する積極投資をカバーし切れず、営業利益は、161百万円

(単位：百万円)



■ システム開発投資とIgnite Vision社への出資により固定資産が41.6%増加

(百万円)	2014年 末	2015年 末	前年同期比 増減率
流動資産	1,353	1,224	△9.5%
（現金預金）	680	555	△18.3%
固定資産	370	525	+41.6%
資産合計	1,726	1,750	+1.4%
流動負債	604	619	+2.5%
固定負債	20	16	△19.7%
負債合計	624	636	+1.81%
純資産	1,102	1,114	+1.1%
（純資産比率）	63.8%	63.5%	△0.2pt

- 営業キャッシュフローが216百万円増加したものの、Ignite Vision社への出資等の投資活動および配当等の財務活動によりキャッシュフローがそれぞれ269百万円、67百万円減少、結果、124百万円キャッシュフローが減少。

(単位：百万円)	2014年度	2015年度	前期比増減	
	実績	実績	増減	増減率 (%)
営業キャッシュフロー	147	216	69	47.0
投資キャッシュフロー	△187	△ 269	△82	44.2
財務キャッシュフロー	422	△ 67	△489	-
現金及び現金同等物の増減	379	△ 124	△504	-
現金及び現金同等物の期首残高	301	680	379	126.2
現金及び現金同等物の期末残高	680	555	△124	△18.3

前期の重点施策の進捗

前期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1Q 2Q 3Q 4Q

1 Market Observerの販売強化

▲ ▲ ○ ▲

(重点施策)

- ・顧客タイプ別にソリューションを提供
- ・MO推進課を新設（営業機能・営業サポート機能）

2 Asia Cloud Panelの拡大

○ ○ ▲ ○

(重点施策)

- ・更なるCloud Panel拡大（重点国選定）
- ・既存パネルの回収力向上

3 海外事業の成長

◎ ◎ ▲ ○

(重点施策)

- ・（中国）体制強化
- ・（アジア）欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

前期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1Q 2Q 3Q 4Q

1 Market Observerの販売強化

▲ ▲ ○ ▲

(重点施策)

- ・顧客タイプ別にソリューションを提供
- ・MO推進課を新設（営業機能・営業サポート機能）

2 Asia Cloud Panelの拡大

○ ○ ▲ ○

(重点施策)

- ・更なるCloud Panel拡大（重点国選定）
- ・既存パネルの回収力向上

3 海外事業の成長

◎ ◎ ▲ ○

(重点施策)

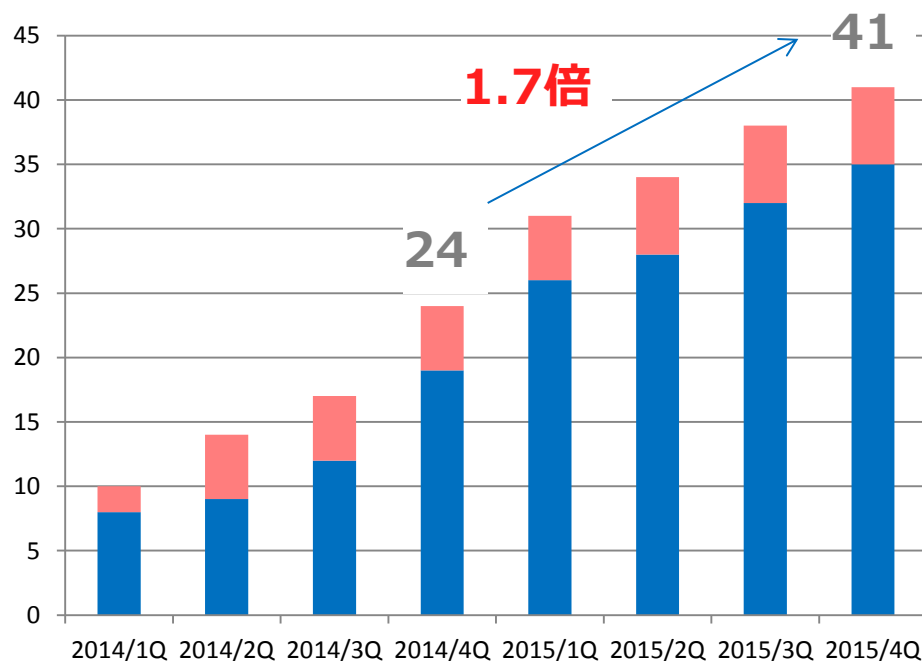
- ・（中国）体制強化
- ・（アジア）欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

- 累計導入社数は、41社で目標達成。（年度目標社数：38社）
- 累計売上高は、365百万円で目標未達。（年度目標売上高：454百万円）

累計導入社数推移表

(単位：社数)

2015年12月31日現在

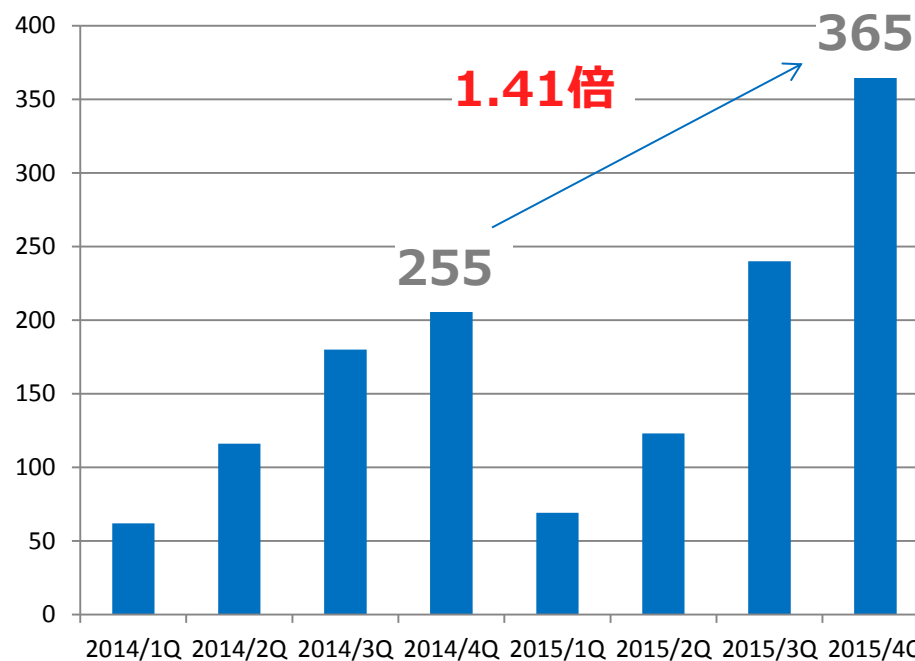


(導入実績)
国内の調査会社を中心に導入実績が拡大。

D.I.Y.年度別累計売上推移表

(単位：百万円)

2015年12月31日現在



(売上実績) 2014年比較は、1.41倍と伸長したものの競合製品の置き換えには時間がかかり苦戦(目標未達)

前期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1Q 2Q 3Q 4Q

1 Market Observerの販売強化

▲ ▲ ○ ▲

(重点施策)

- ・顧客タイプ別にソリューションを提供
- ・MO推進課を新設 (営業機能・営業サポート機能)

2 Asia Cloud Panelの拡大

○ ○ ▲ ○

(重点施策)

- ・更なるCloud Panel拡大 (重点国選定)
- ・既存パネルの回収力向上

3 海外事業の成長

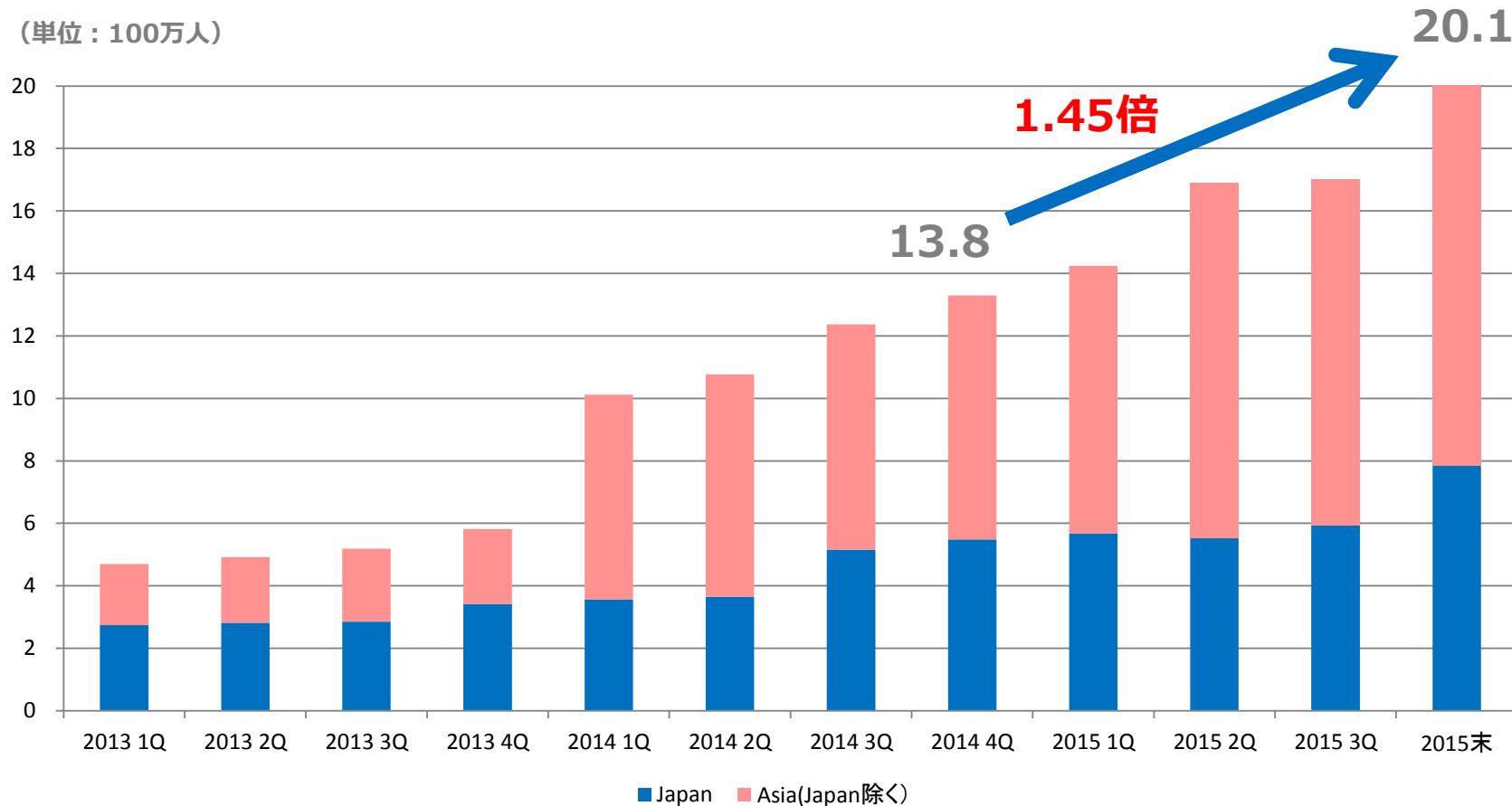
◎ ◎ ▲ ○

(重点施策)

- ・(中国) 体制強化
- ・(アジア) 欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

- アジア全体では2,009万パネルを達成 (目標達成)
- 日本、中国を最重点国としてパネルを拡大 (Ignite Vision資本参加)

(単位 : 100万人)



前期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1Q 2Q 3Q 4Q

1 Market Observerの販売強化

▲ ▲ ○ ▲

(重点施策)

- ・顧客タイプ別にソリューションを提供
- ・MO推進課を新設（営業機能・営業サポート機能）

2 Asia Cloud Panelの拡大

○ ○ ▲ ○

(重点施策)

- ・更なるCloud Panel拡大（重点国選定）
- ・既存パネルの回収力向上

3 海外事業の成長

◎ ◎ ▲ ○

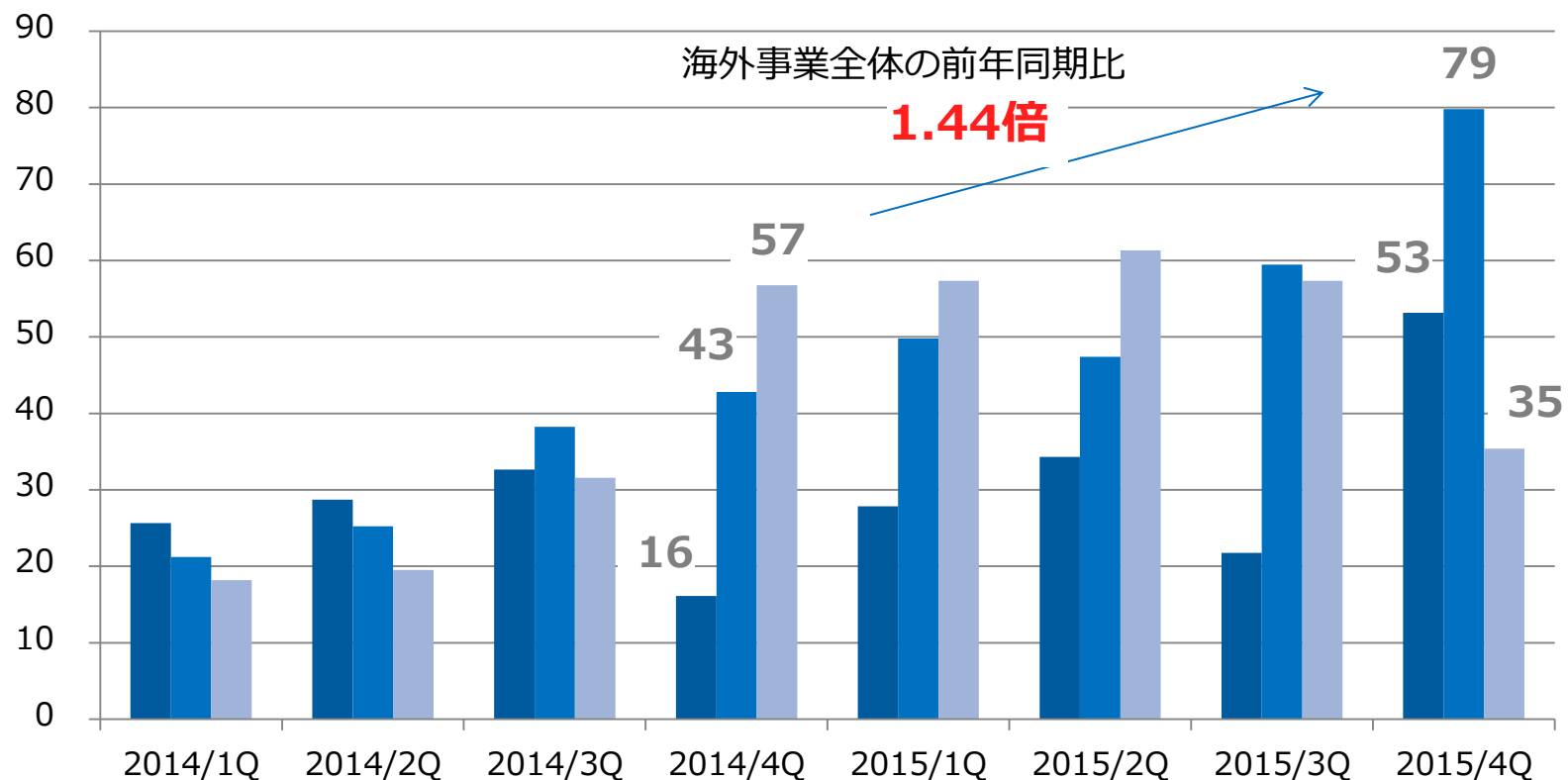
(重点施策)

- ・（中国）体制強化
- ・（アジア）欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

- 欧州は前年同期比231%増（累計比33%増）、北米は、同84%増（同85%増）、アジアは同38%減（同68%増）
- アジアでの減収は、大型案件の納期遅延による売上計上年ずれ

（単位：百万円）

■ 欧州 ■ 北米 ■ アジア



前期重点施策

（2014年12月期決算発表資料より抜粋）

2015評価

1 Market Observerの販売強化

（重点施策）

- ・顧客タイプ別にソリューションを提供
- ・MO推進課を新設（営業機能・営業サポート機能）

（2015評価：▲）

- ・継続的に拡大中、今後の更なる拡大にはJapanCloudPanelのポイント発行額の拡大による活性化が必要

2 Asia Cloud Panelの拡大

（重点施策）

- ・更なるCloud Panel拡大（重点国選定）
- ・既存パネルの回収力向上

（2015評価：▲）

- ・パネル数は拡大したものの、案件本数が十分会員に行き渡っていない、案件増加によるポイント発行額の拡大が必要

3 海外事業の成長

（重点施策）

- ・（中国）体制強化
- ・（アジア）欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

（2015評価：○）

- ・中国は投資したIgniteVisionを連携したChinaCloudPanelの強化が急務
- ・欧米企業とのプラットフォームシステム連携によるDIY販売は継続拡大

3 今後の成長戦略と次期重点施策

固定客化



調査会社・広告代理店
シンクタンク



事業会社の調査部門



個人のリサーチャー

プラットフォームの
利便性

GMO RESEARCH



GMO
MARKET OBSERVER

クラウドマッチング

CLOUD
MATCHING

GMO RESEARCH
CLOUD
PANEL

パネル供給変革

仮想的な共有リサーチパネル

JAPAN
CLOUD PANEL

国内**815**万人(19媒体)
のクラウドパネル

ASIA
CLOUD PANEL

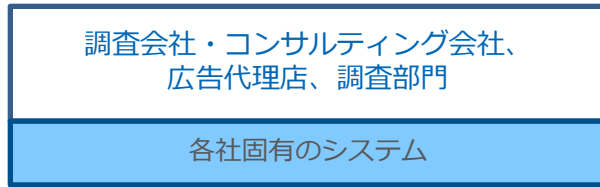
アジア13カ国(日本含む)
2000万人(36媒体)
のクラウドパネル



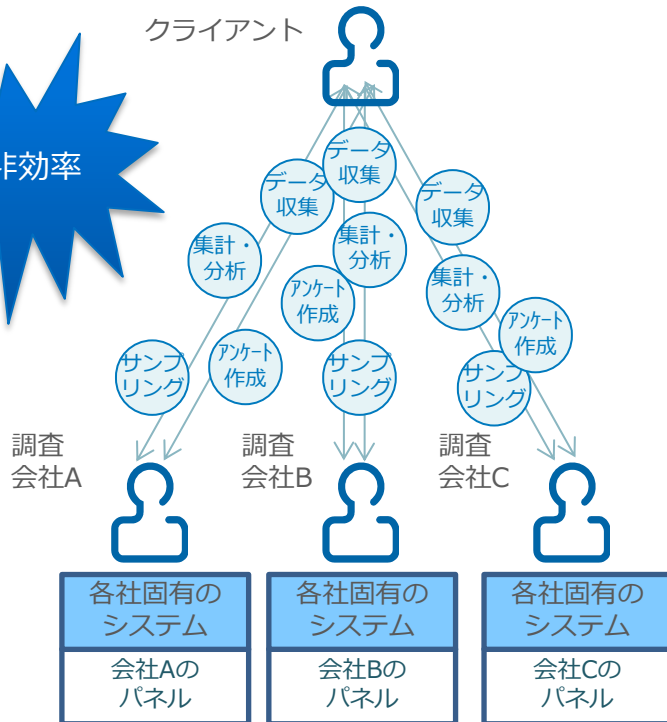
Asia Cloud Panel 内で
年間**7.2**億円のポイント発行額

固定客化（D.I.Y.化の推進）

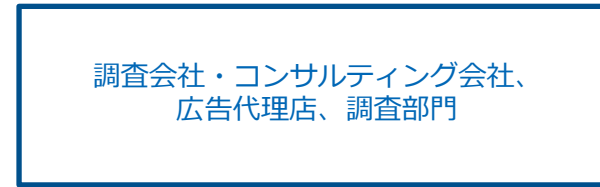
今までの
インターネットリサーチ業務



クライアント

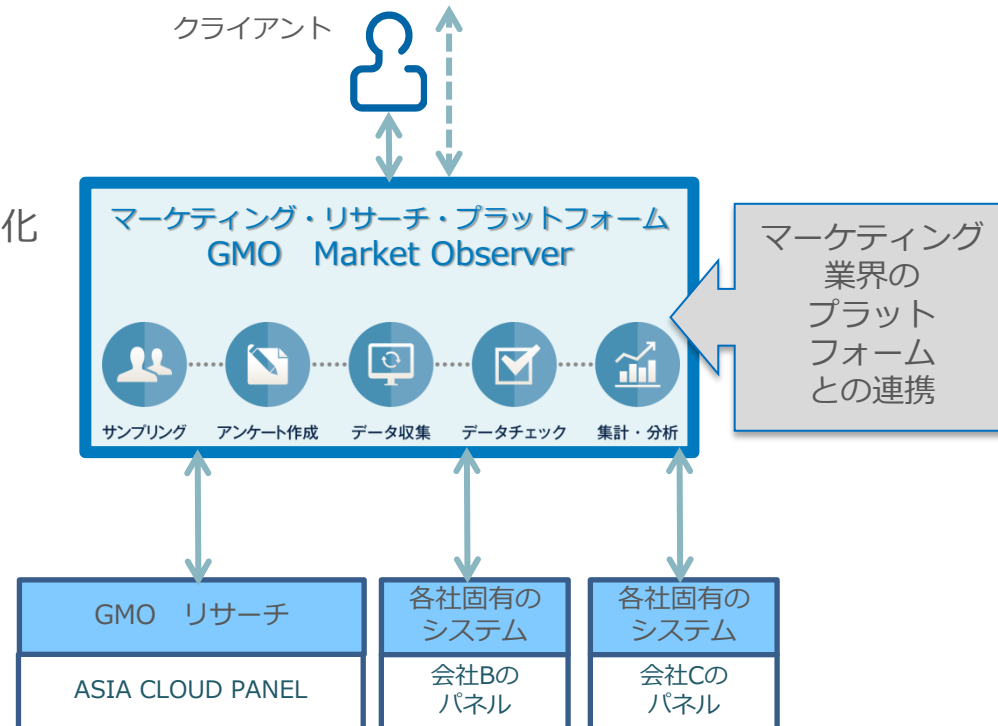


当社プラットフォーム導入後の
インターネットリサーチ業務



クライアント

業界の
業務標準化



マーケティング
業界の
プラット
フォーム
との連携

パネル供給変革

各国で自社会員を持つ企業がAsiaCloudPanelに参加頂く事で、貴重な会員資産を有効活用頂けるようになります。



調査配信

CLOUD PANEL

■ 企業側メリット

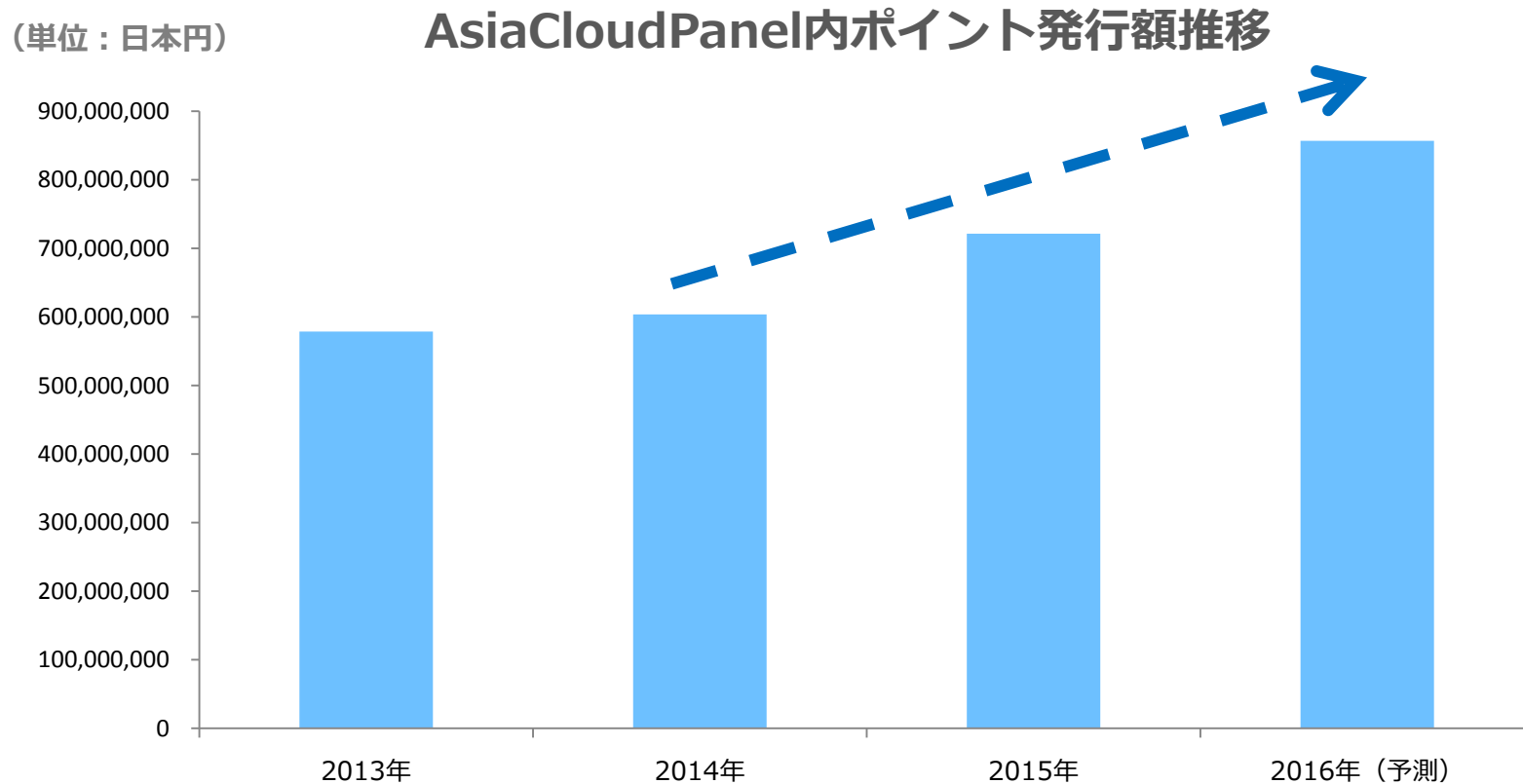
- ・ 会員との接点強化・活性化
- ・ 投資なしでリサーチ売上
- ・ ポイントを利用した売上促進
- ・ 会員情報の蓄積・活用
- ・ 会員の理解促進
- ・ ターゲットを絞った販売促進

■ 当社側メリット

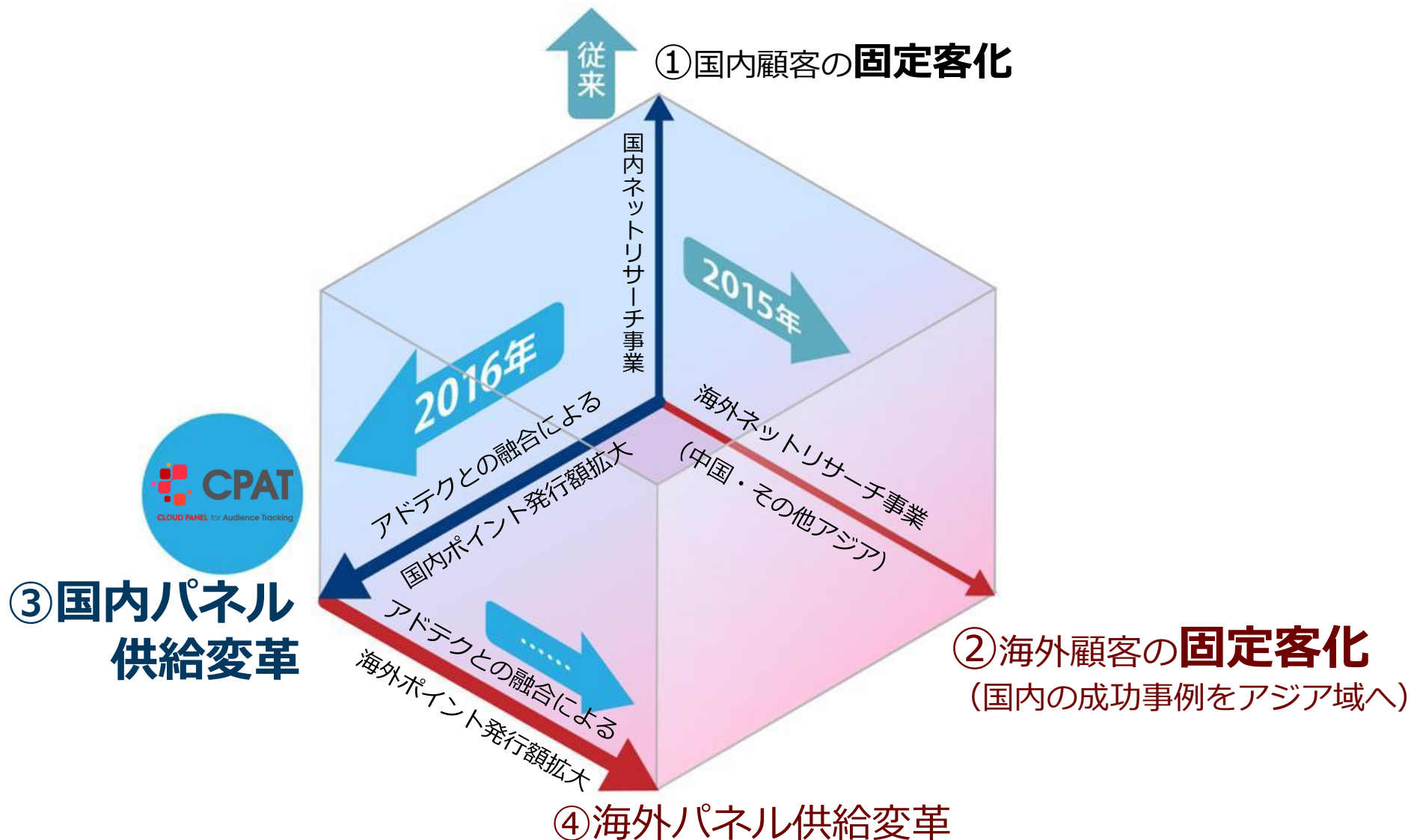
- ・ 会員獲得広告宣伝費が不要
- ・ 1媒体では実現できない幅広い消費者に調査可能
- ・ アドテックと連携した調査を通して収益を上げながら
会員活性化・会員情報の充実が可能

パネル供給変革の指標

パネル供給変革を推進していくことでAsiaCloudPanel内ポイント発行額が拡大し、結果当社のプラットフォームが更に強くなっていきます。



今後の事業展開におけるステージ



今期の重点施策

1 国内ネットリサーチ事業

- 引き続き顧客内シェア拡大のためのDIY売上拡大（固定客化）

2 海外ネットリサーチ事業

- 欧米においては顧客内シェア拡大のためのDIY売上拡大（固定客化）

3 パネル供給変革

- アドテックプラットフォームとの連携強化による
パネル供給変革の更なる推進と、アジアへの展開準備
- AsiaCloudPanel内のポイント発行額の拡大

4 今期の業績予想

- 継続して売上は15%以上の成長を維持（売上も過去最高を更新予定）
- 昨年までの投資が利益に貢献し営業利益は大幅増の予定

	2014年度		2015年度		2016年度		前期比増減	
	実績	(%)	実績	(%)	予想	(%)	増減	増減率 (%)
売上高	2,345	100.0	2,701	100.0	3,156	100.0	456	16.9
営業利益	245	10.4	161	6.0	220	7.0	60	37.5
経常利益	232	9.9	152	5.6	206	6.5	54	35.5
当期純利益	128	5.45	79	2.9	124	3.9	45	56.9

サービス別売上高

(単位：百万円)	2015年度	2016年度（見通し）	増減
D.I.Y.サービス	365	430	17.8%
アウトソーシングサービス	2,071	2,506	21.0%
その他サービス	264	220	△16.6%
合計	2,701	3,156	16.8%

地域別売上構成比

(単位：%)	2015年度	2016年度（見通し）
国内顧客	79.3	75.0
海外顧客	20.7	25.0
合計	100	100

- 2016年12月期は、配当は過去最高の37.60円を目標とする。

	2014年度	2015年度	2016年度
	実績	実績	(計画)
1株当たり年間配当金 (円)	36.54	22.00	37.60
総配当性向 (%)	40.0	45.4	50.0%
1株当たり当期純利益 (円)	91.38	48.42	75.13

<参考資料>

- サービス別販売先・サービス内容説明表
- アウトソーシングサービスとDIYサービス
- GMO Market Observer
- Ignite Vision 事業概要

各拠点における正社員数の推移 (2015年12月期決算説明会)

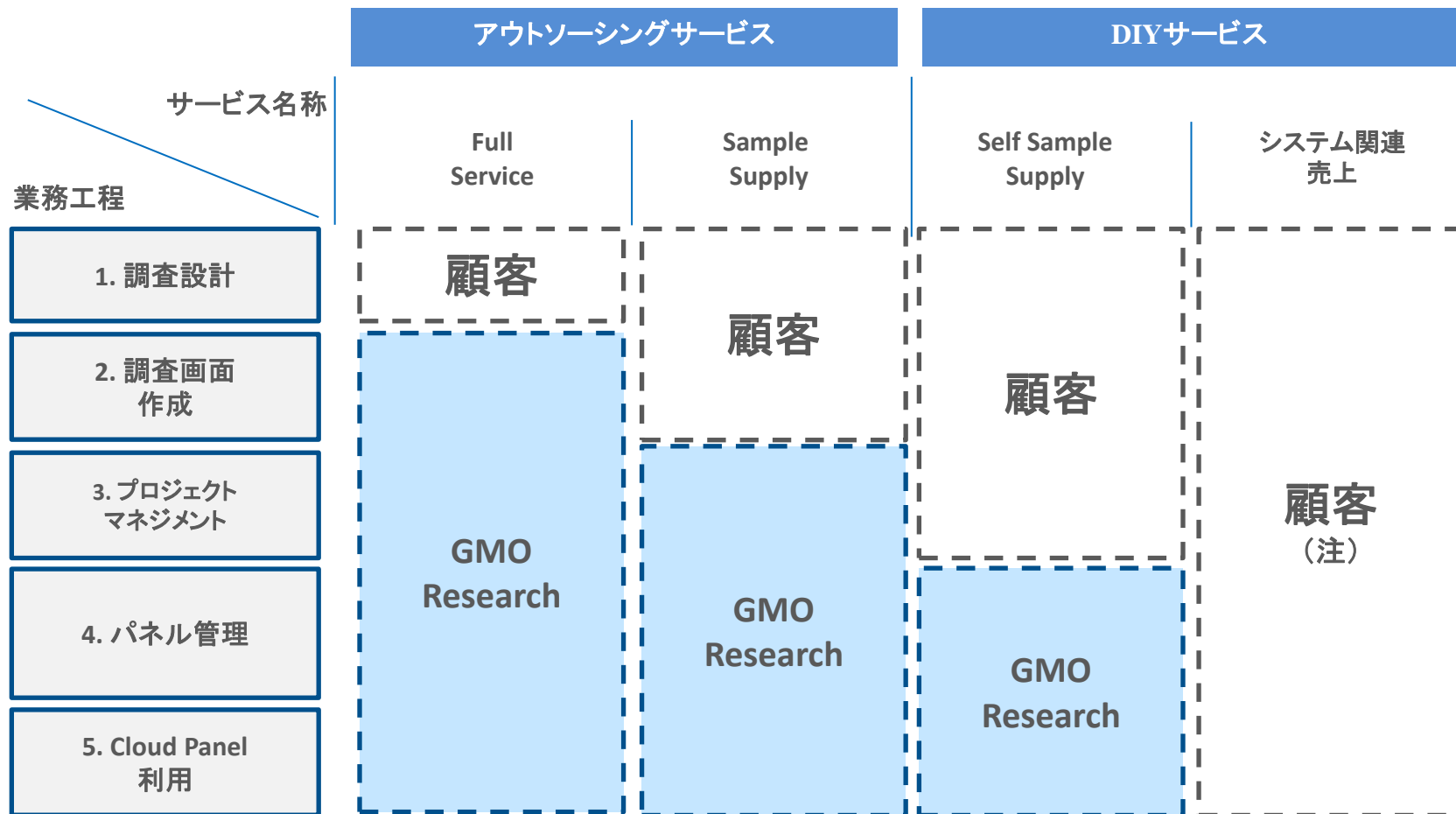
(単位：人)

	日本	シンガポール	インド	中国	正社員合計
拠点機能	本社 ・国内欧米営業、 PJ管理 ・国内パネル管理 ・システム開発	・東南アジア営業 ・東南アジアパネル管理	欧米、東南アジア PJ管理、営業補助	・営業 ・PJ管理 ・中国パネル管理	
2014年7月1日時点	77	1	9	5	92
2015年1月1日時点	82	2	11	5	100
2015年7月1日時点	90	2	12	8	112
2016年1月1日時点	85	1	13	9	108
半期増加人員数	-5	-1	+1	+1	-4
補足	自然減	1名 日本に帰任	海外売上に 連動して増 加	営業 PM*強化	

*PM:Project Manager

サービスの名称		販売先	サービスの内容
アウトソーシング サービス	Full Service	調査会社/ 広告代理店/ コンサルティング企業	<ul style="list-style-type: none"> オンラインでのアンケート画面作成・アンケート案内配信・アンケートデータの回収・クリーニング、集計といった一連の工程を一貫して提供します。 アドテクのプラットフォームと連携をした広告業界向けへサービスを提供します。(CPAT)
	Sample Supply		<ul style="list-style-type: none"> 顧客が自社内でオンラインでアンケート画面を作成している場合に、当社が回収管理を行い、顧客のアンケート画面に回答結果を提供します。
D.I.Yサービス	Self Sample Supply (SSS)		インターネットリサーチにおいて、当社がサービスインフラとパネルのみを提供します。
	システム関連売上		GMO Market Observerを顧客のリサーチプラットフォームとして提供します。
その他サービス	New MR/ コンベンショナル調査	一般企業	<p>New MRとは、アイトラッキング調査、MROC、Scanamind(スキャナマインド*)、コミュニティといった最先端のマーケティングリサーチソリューションを提供するサービスで新たなプラットフォーム提供のための研究開発の役割を担っています。また、コンベンショナル調査は、オフライン(現場)で実施する調査手法であり、オンライン業務の更なる自動化のため戦略的に取り組んでおります。</p>

*Scanamindは、株式会社クリエイティブ・ブレインズの登録商標です(登録番号第5109952号)



(注) お客様の中には、当社のCloud Panelをご利用にならない場合もあります。

本日はありがとうございました。

GMO RESEARCH

本資料、および本説明会における質疑応答などにおける市場予測や業績見通しなどの内容は、現時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであります。
従いまして、これらの内容はリスクや不確実性を含んでおり、将来における実際の業績は、様々な影響によって大きく異なる結果となりうることを、あらかじめご承知おきください。