

2015年12月期 第2四半期決算説明会

～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

Beyond Marketing & Technology

STOCK CODE : 3695

代表取締役 細川 慎一
取締役 吉田 浩章

本資料お取扱上のご注意

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

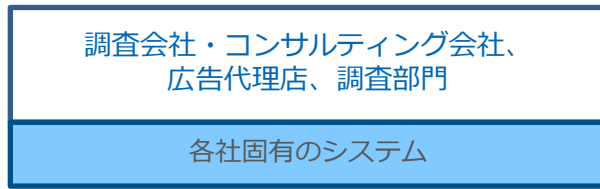
また、本資料は2015年7月29日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

本資料に引用しております各社商標、著作物等知的財産権、並びに肖像権その他一切の権利は、当該知的財産権を有する各権利者並びにその権利の主体に帰属します。

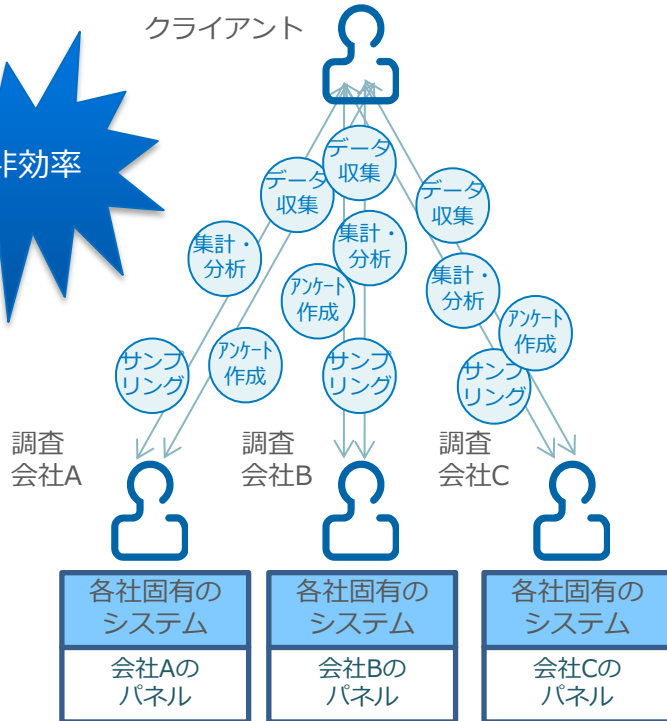
- 1 当社の製品及び、サービスについて
- 2 結論と要約
- 3 第2四半期決算概要
- 4 今期の重点施策の進捗

参考資料：用語集

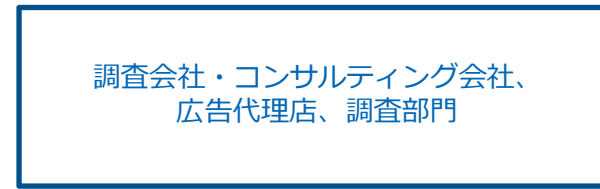
今までの
インターネットリサーチ業務



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

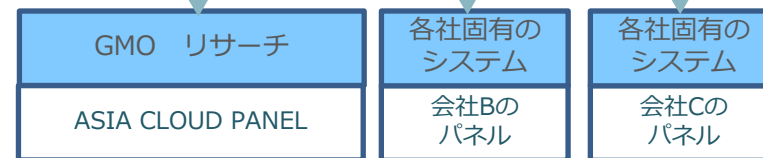


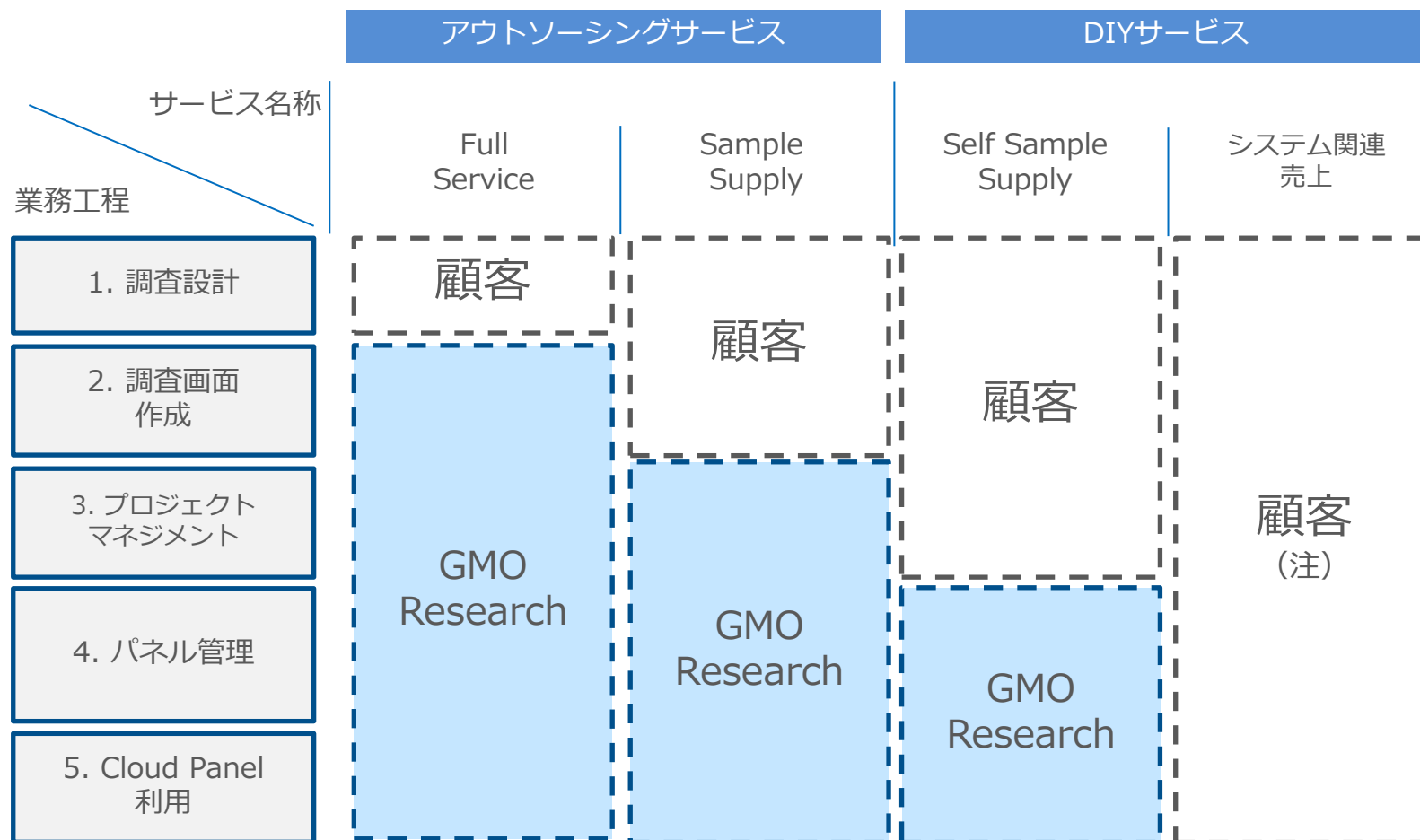
クライアント

業界の
業務標準化

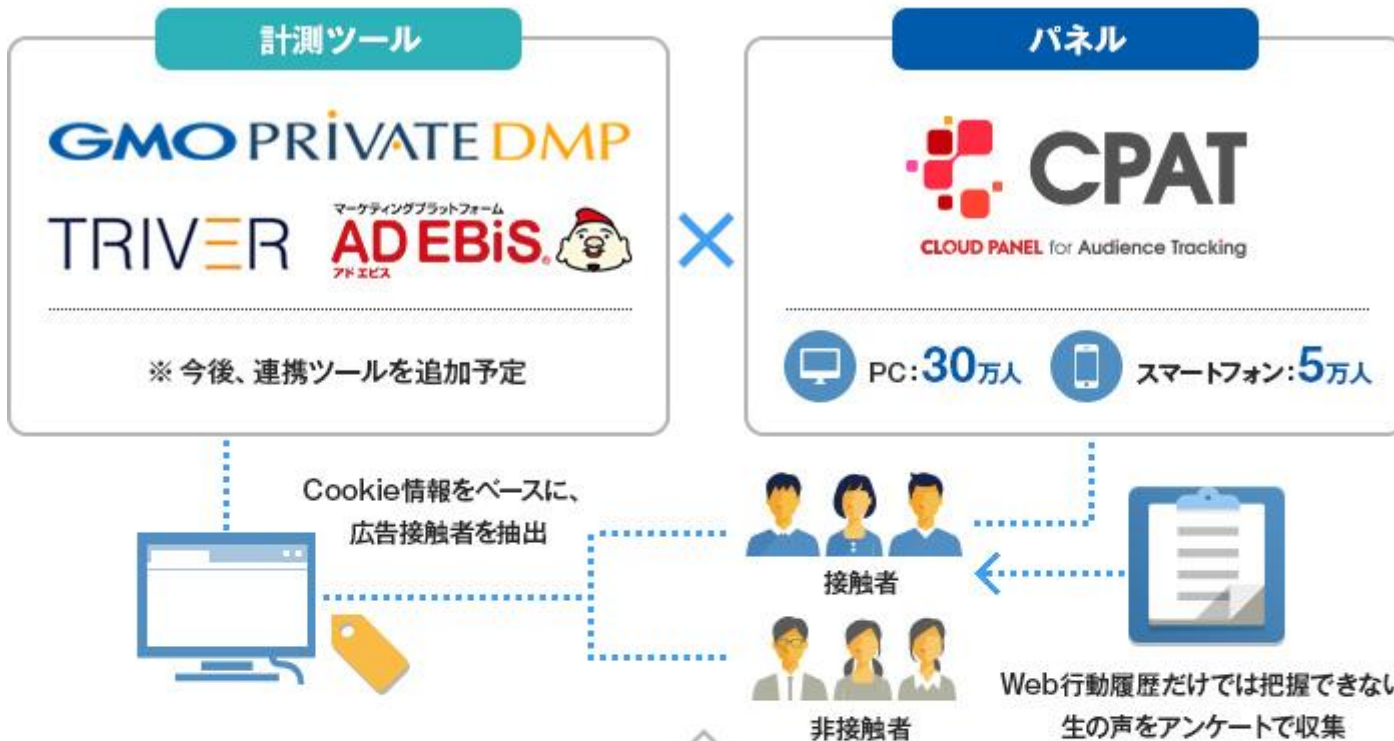


マーケティング
業界の
プラット
フォーム
との連携





(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。



希望対象者の
デモグラフィック属性※を把握

GMOリサーチが保有するモニターの詳細な属性から、インターネット広告接触者やWebサイト訪問者の正確なセグメント分析が可能

※ 性別・年齢・居住地等



希望対象者を抽出して
追跡調査が可能

Web行動履歴に応じたセグメント比較が可能

〈例〉

- ・コンバージョンした層と非コンバージョン層
- ・広告接触回数での比較
- ・広告流入経路での比較

2 結論と要約

業績 (1月-6月)

売上高 1,269百万円 (前年同期比13.5%増) 営業利益 44百万円 (前年同期比51.9%減)
成長分野への積極的投資

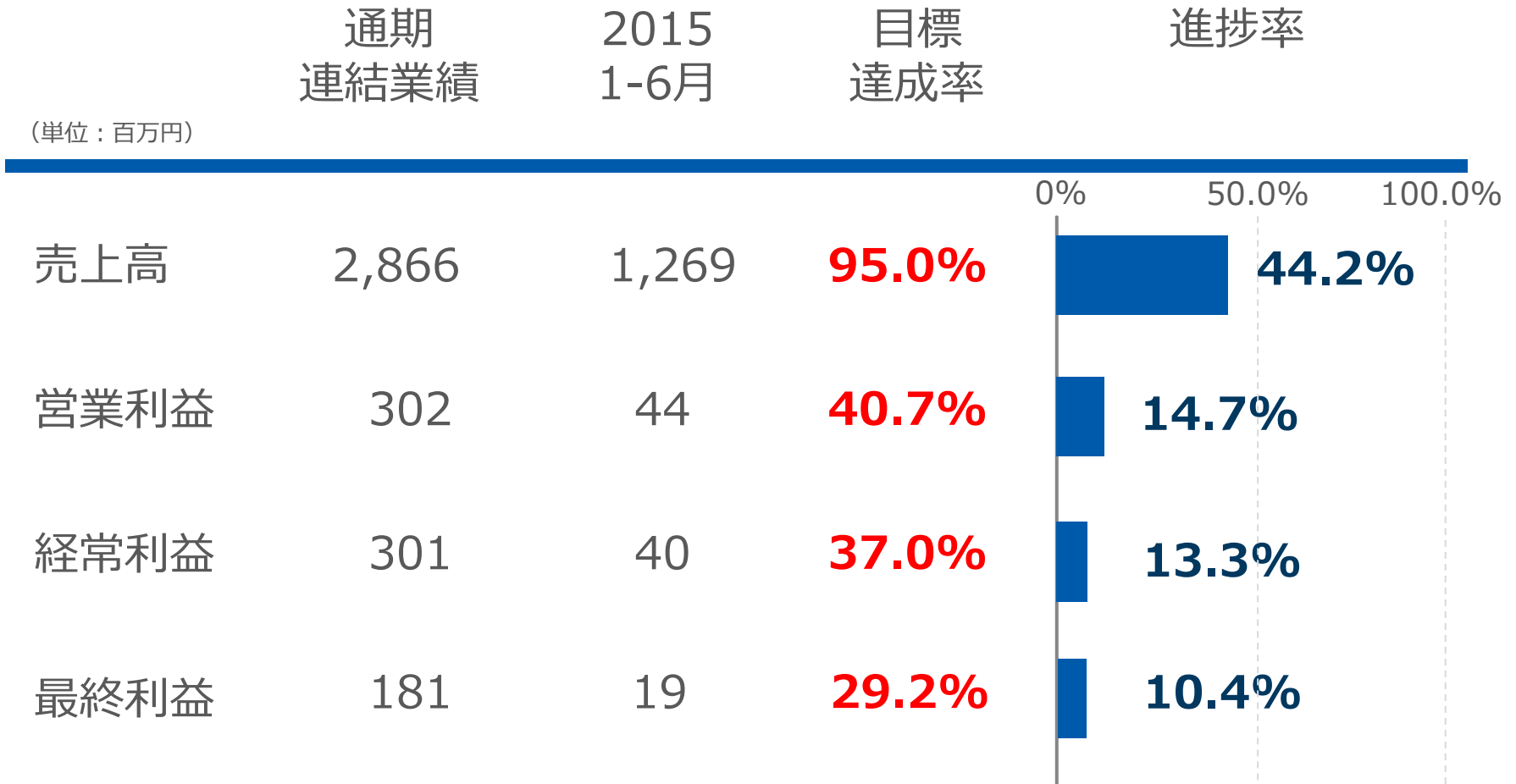
成長エリアのトピックス (4月-6月)

- 国内
- Japan Cloud Panel登録会員数 552万人突破
(MRT様と医師調査サービスの販売で業務提携)
 - Japan Cloud Panel 「Cloud Panel for Audience Tracking」 (CPAT) の提供を開始
(「アドエビス」「TRIVER (トライバー)」「GMOプライベートDMP」と連携)
 - GMO Market Observer 新規3社と契約
- 海外 (Asia)
- 日本を除くAsia Cloud Panel登録会員数 12カ国1,137万人突破 (業界最大級)
(マレーシア最大級のポイントカード「BCARD (ビーカード) と連携)
 - 中国で11社目となる提携を実現し334万人突破 (中国内最大級)

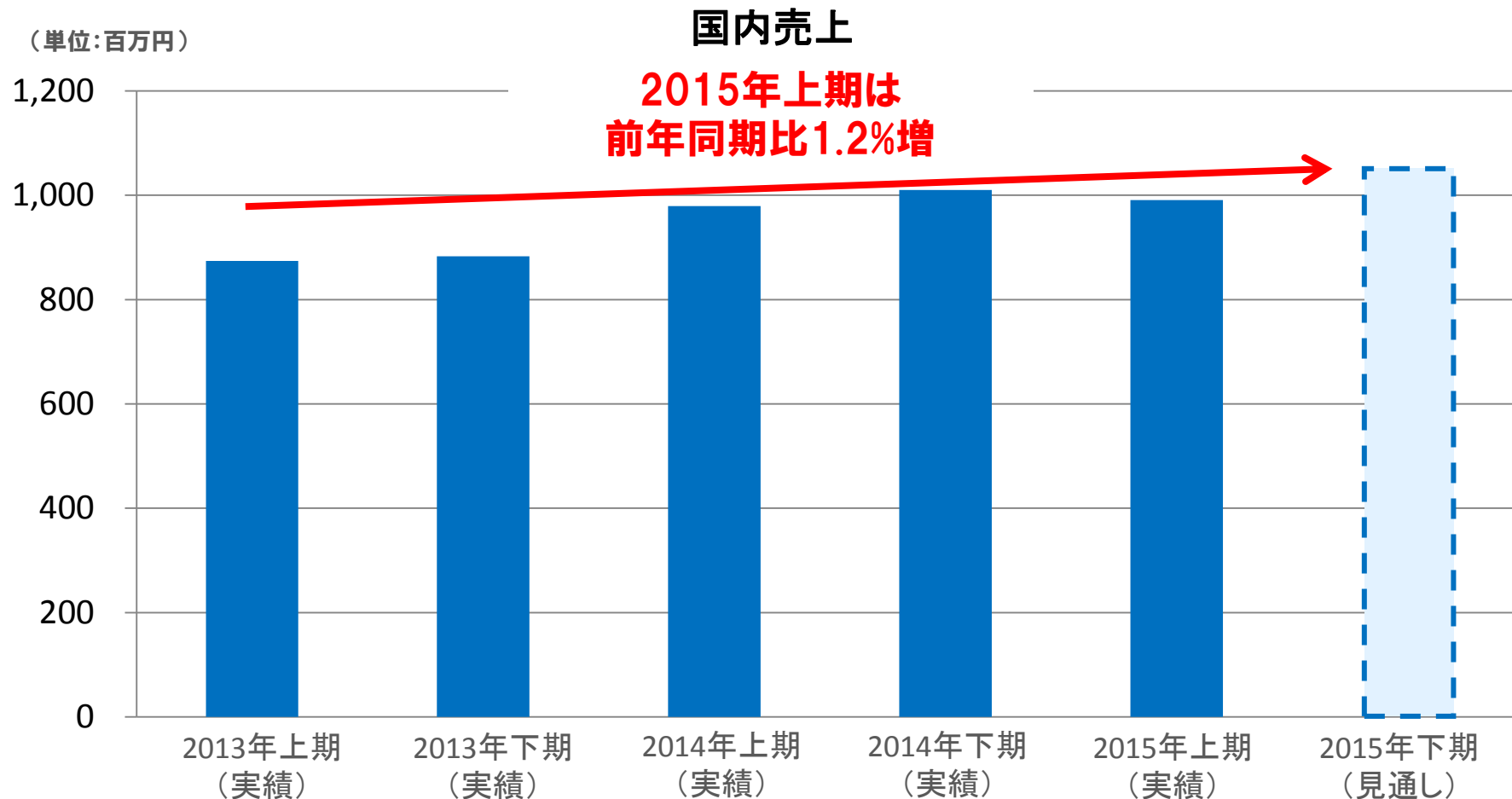
- 海外事業の成長で売上高 13.5%増（過去最高）、成長分野への投資前倒しで、営業利益 51.9%減

	2014 1月-6月	2015 1月-6月	前年同期比 増減率
(単位：百万円)			
売上高	1,117	1,269	+ 13.5%
営業利益	93	44	▲ 51.9%
経常利益	85	40	▲ 52.7%
最終利益	47	19	▲ 59.1%

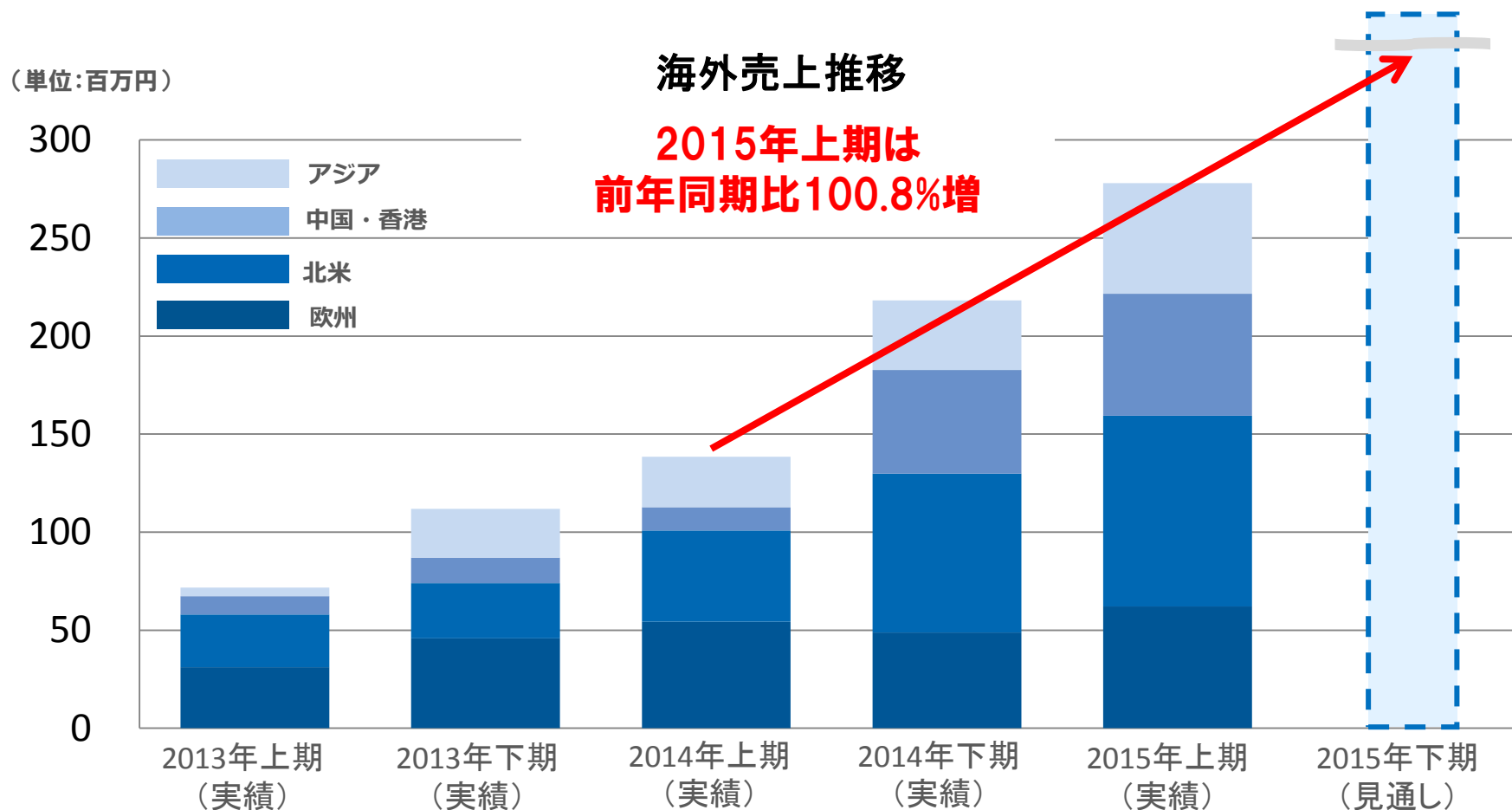
- 通期業績予想に対する進捗は、売上高はほぼ順行、利益は遅延だが、売上・利益共に下期偏重型であり通期予想は変更なし



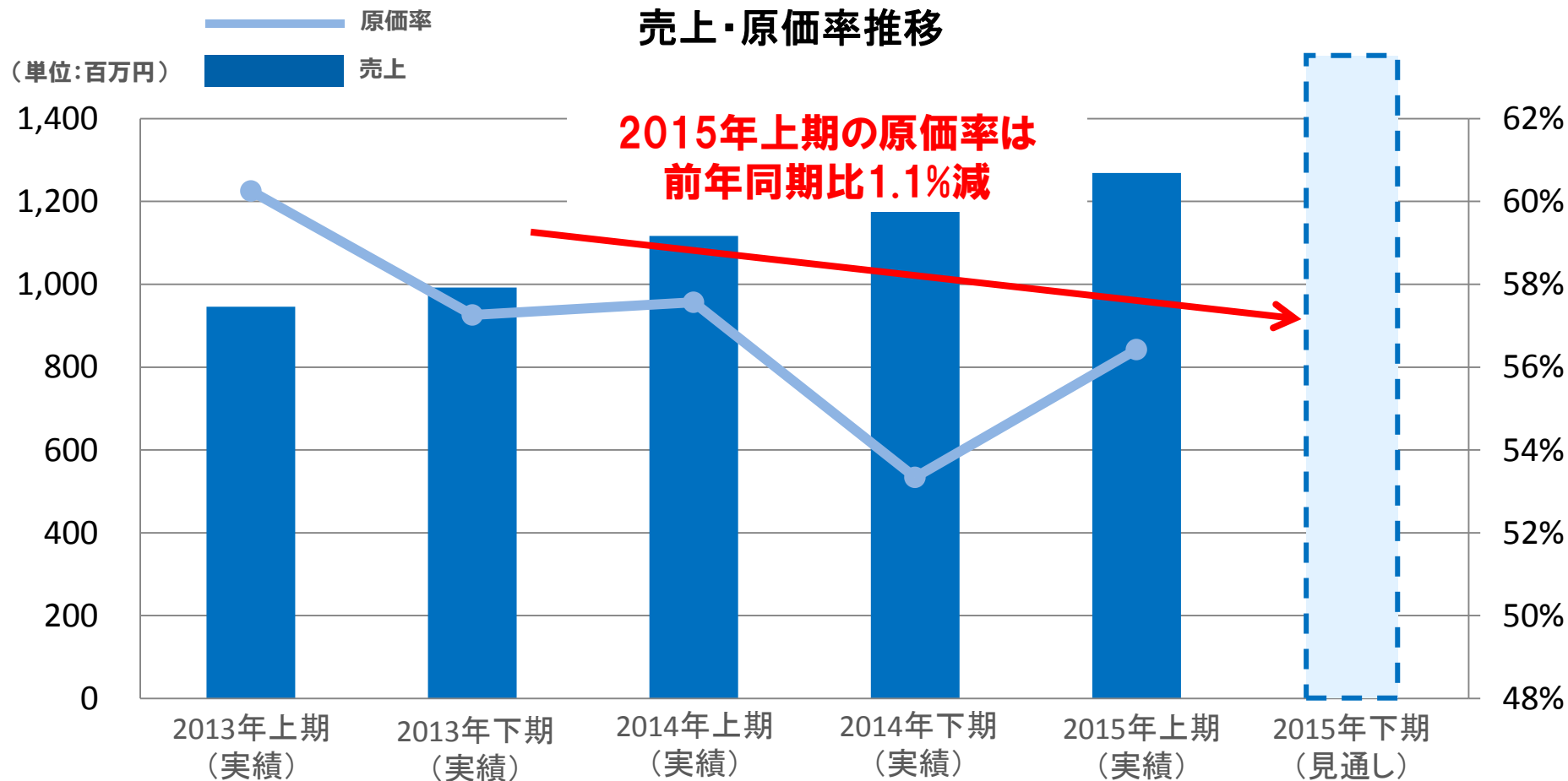
■ 国内調査市場は緩やかな成長市場となっている



■ 欧州を除く全ての地域でアジア調査の需要が拡大傾向にあり、下期は目標を大きく上回る可能性がある



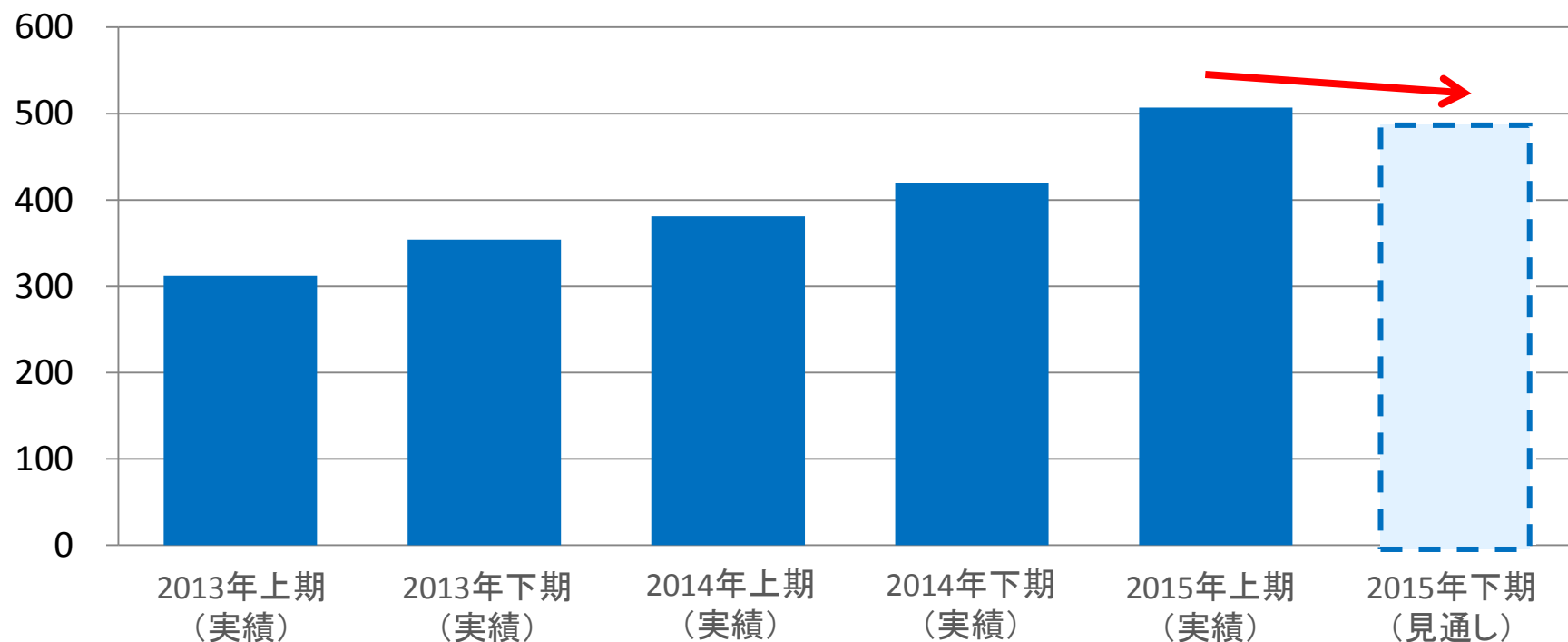
■ 原価率は緩やかに下降傾向にある



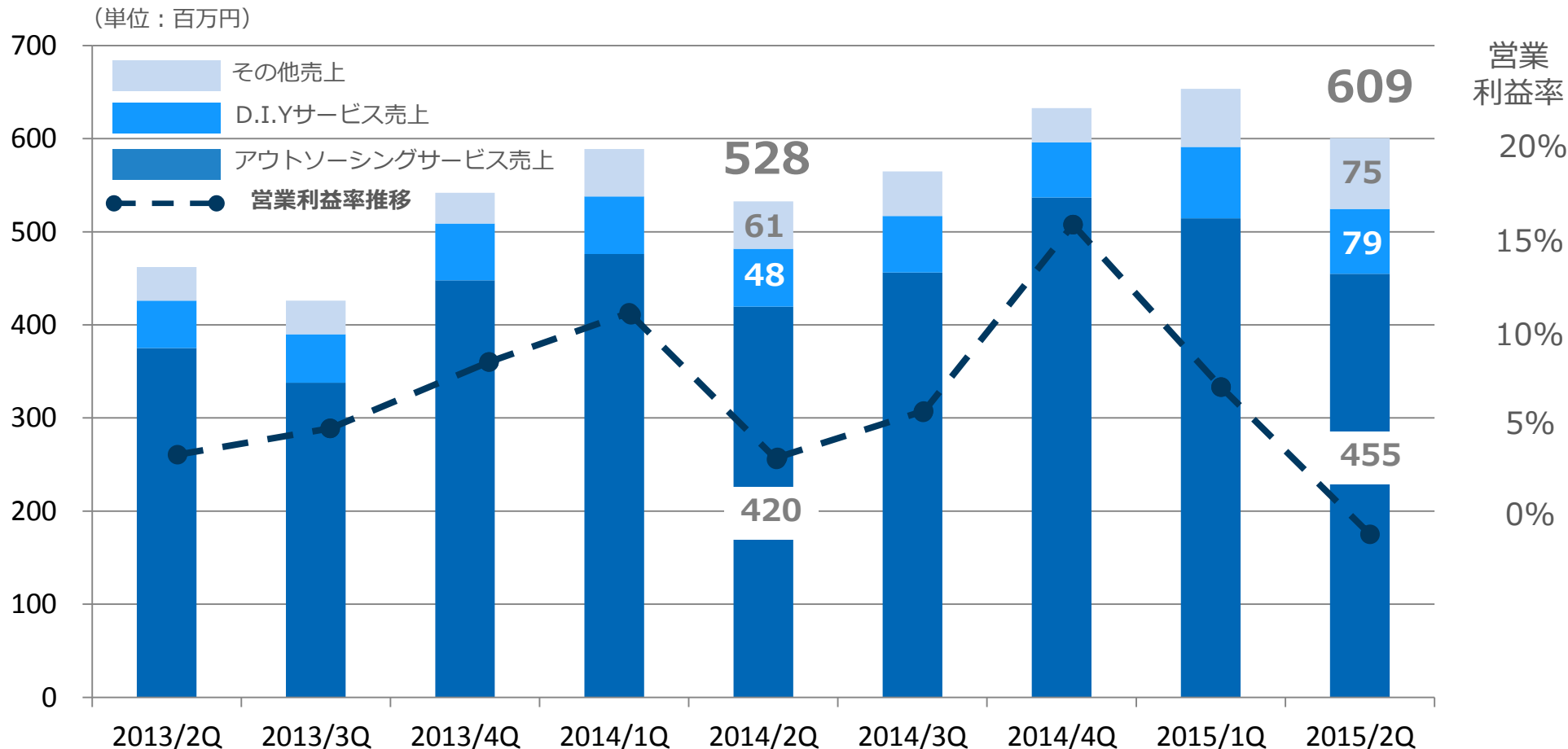
- 下期の投資予定（派遣社員正社員化、各種販売促進関連）を上期に前倒して実施、下期は減少予定

（単位：百万円）

販売管理費



- 引続き、アウトソーシングサービス構成比が74.7%
- D.I.Yサービス利用が進み、売上増加（前年同期比17.6%増）

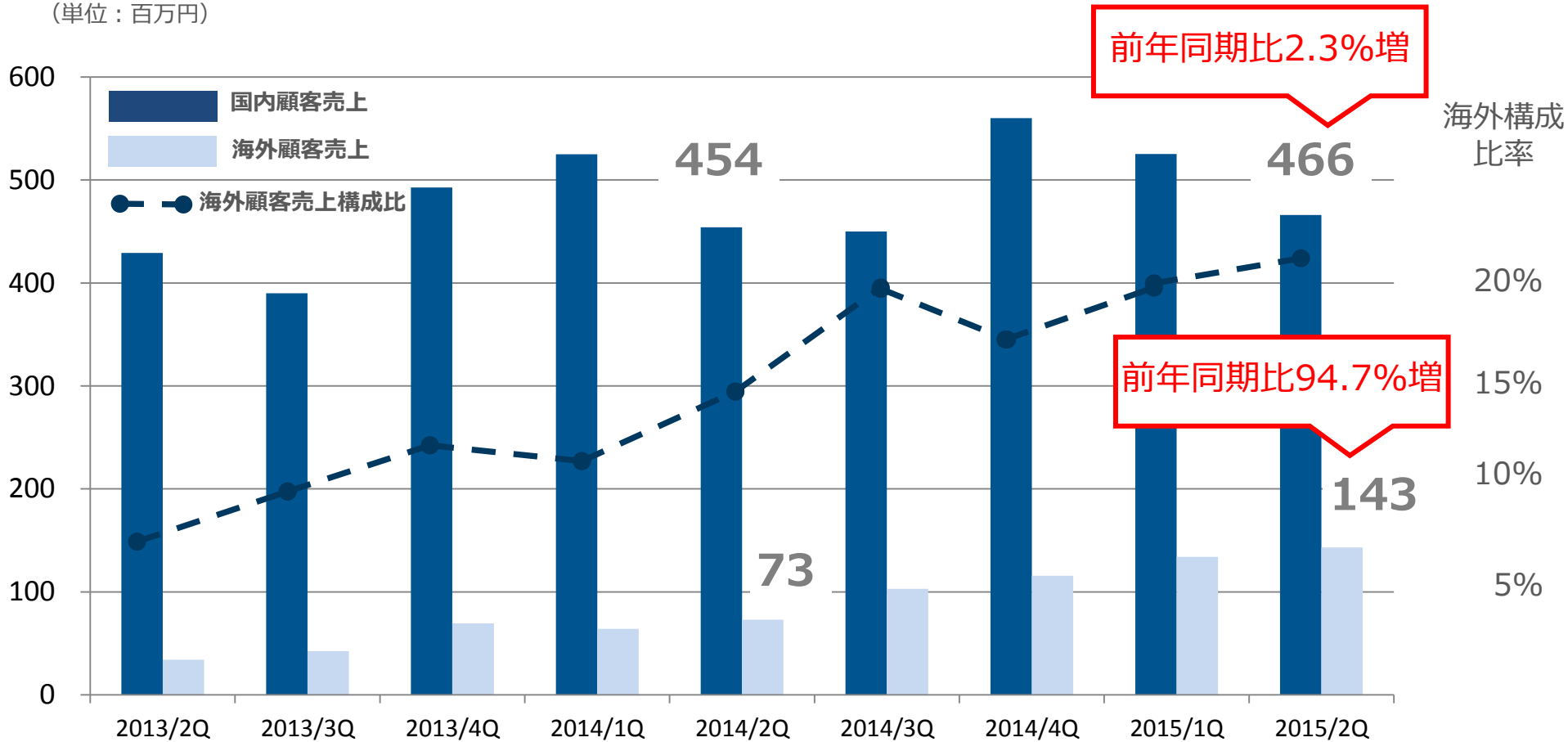


この期間の四半期数値は参考値です。

*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）

- 前年同期比で国内売上高は横ばい
- 海外売上高構成比が23%で四半期最高に

(単位：百万円)



この期間の四半期数値は参考値です。

3

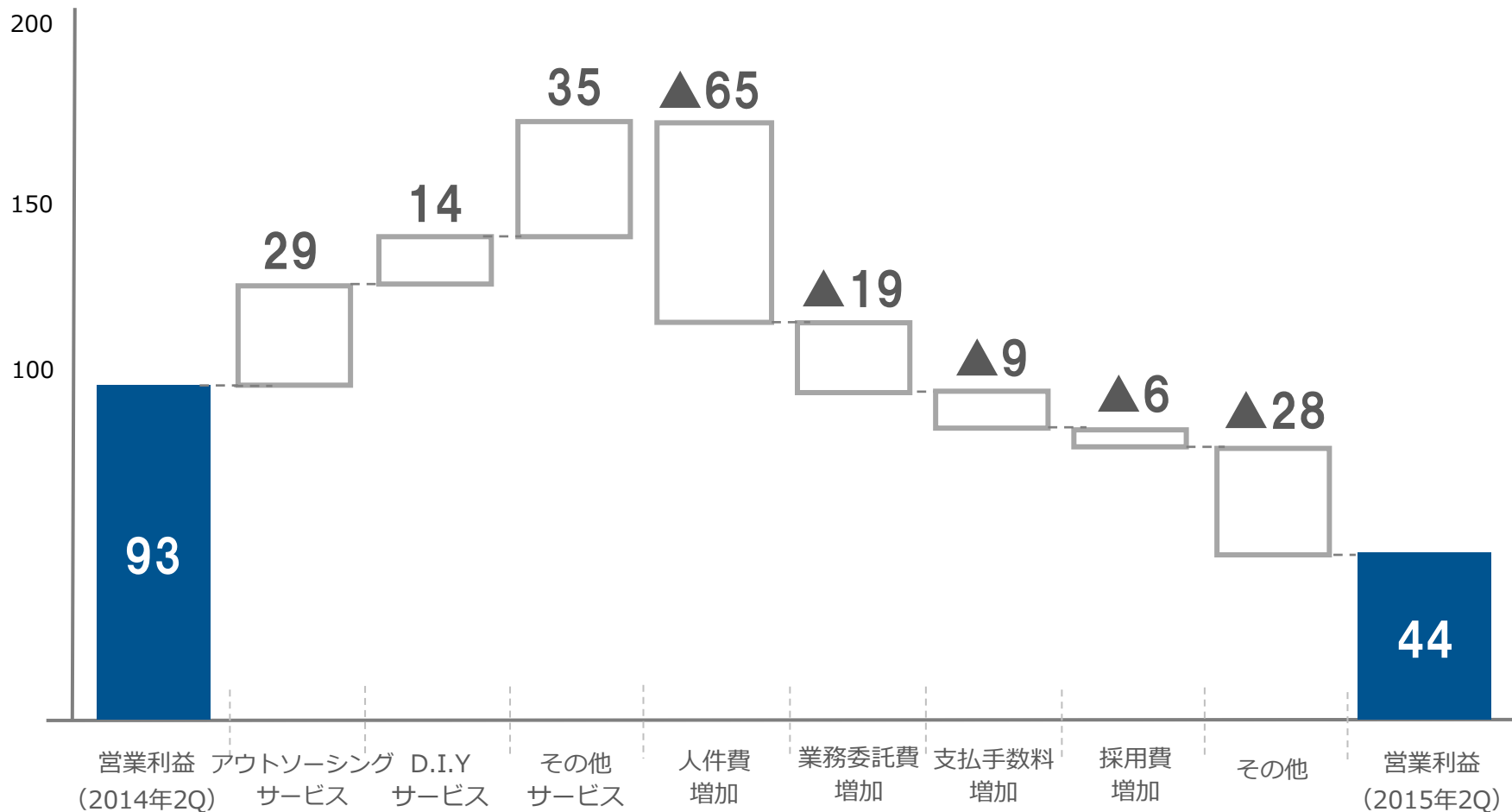
第2四半期決算概要

- 売上高は、海外事業が堅調に拡大し、牽引
- 売上原価率は、Asia Cloud Panel拡大で低減（1.1%減）
- 販売及び一般管理費率は、投資フェーズのため大幅増加（33.1%増）

	2014年2Q		2015年2Q		前期比増減	
	実績	(%)	実績	(%)	増減	増減率(%)
(単位：百万円)						
売上高	1,117	100.0	1,269	100.0	151	13.5
売上原価	643	57.5	716	56.4	73	11.4
売上総利益	474	42.6	552	43.5	78	16.4
販売及び一般管理費	381	34.1	507	40.0	126	33.1
営業利益	93	8.3	44	3.1	△49	△51.9

■ 過去1Q比で最高だった売上総利益を、人材確保及び、欧米の営業の強化に積極投資

(単位：百万円)



- 上場に伴う資金調達により現預金及び、純資産が大幅に増加、システム開発投資により固定資産が約2割増加

(百万円)	2014年 2Q (6月末)	2015年 2Q (6月末)	前年同期比 増減率
流動資産	740	1,226	+65.6%
(現金預金)	197	508	+157.8%
固定資産	336	416	+23.8%
資産合計	1,076	1,644	+52.7%
流動負債	548	549	+0.1%
固定負債	22	21	△1.8%
負債合計	570	571	+0.4%
純資産	505	1,644	+112.2%
(純資産比率)	46.9%	64.3%	+17.4pt

4 今期の重点施策の進捗

今期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1Q

2Q

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

今期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1Q

2Q

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

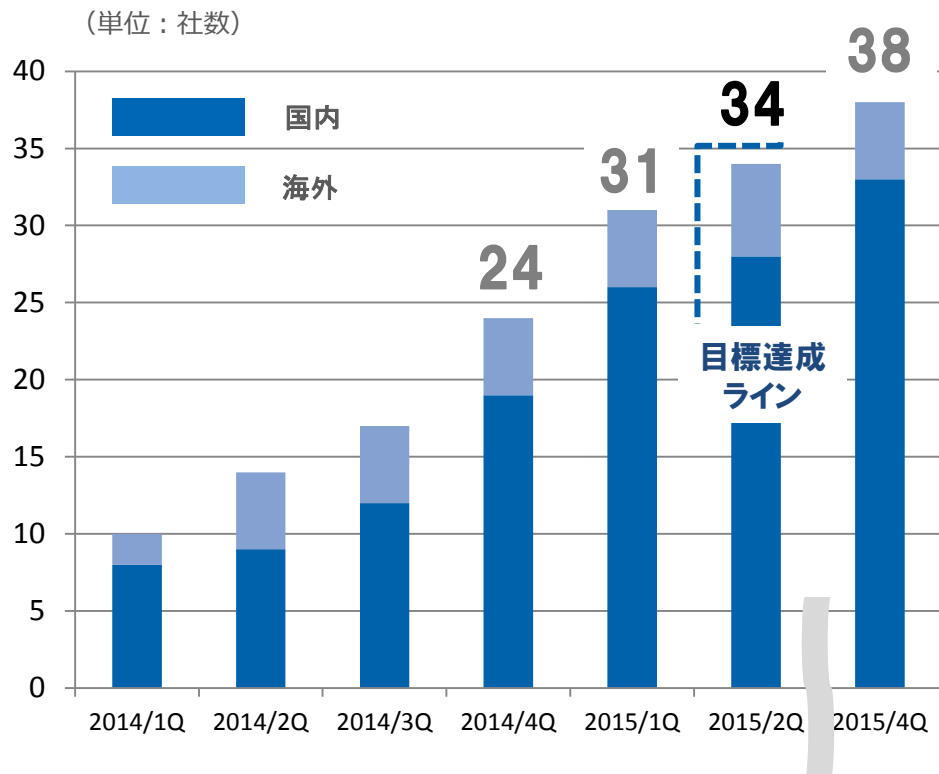


(重点施策)

- ・（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

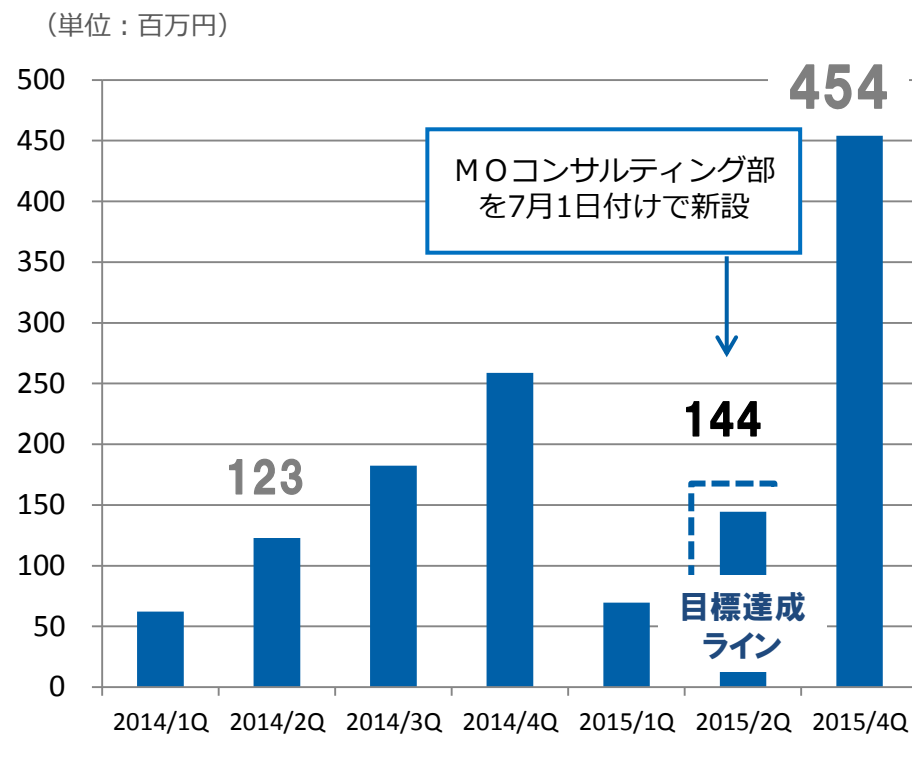
- 2015年第2四半期は、3社と契約、累計34社
- 導入実績は順調に推移しているが、1社当たりの売上高は要改善

Market Observer累計導入推移表



(導入状況)
7月の3社契約により通期目標は達成見込み

Market Observer 年度別累計売上推移表



(売上状況)
顧客内シェアを改善するために販売方法を変更

今期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1Q

2Q

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)

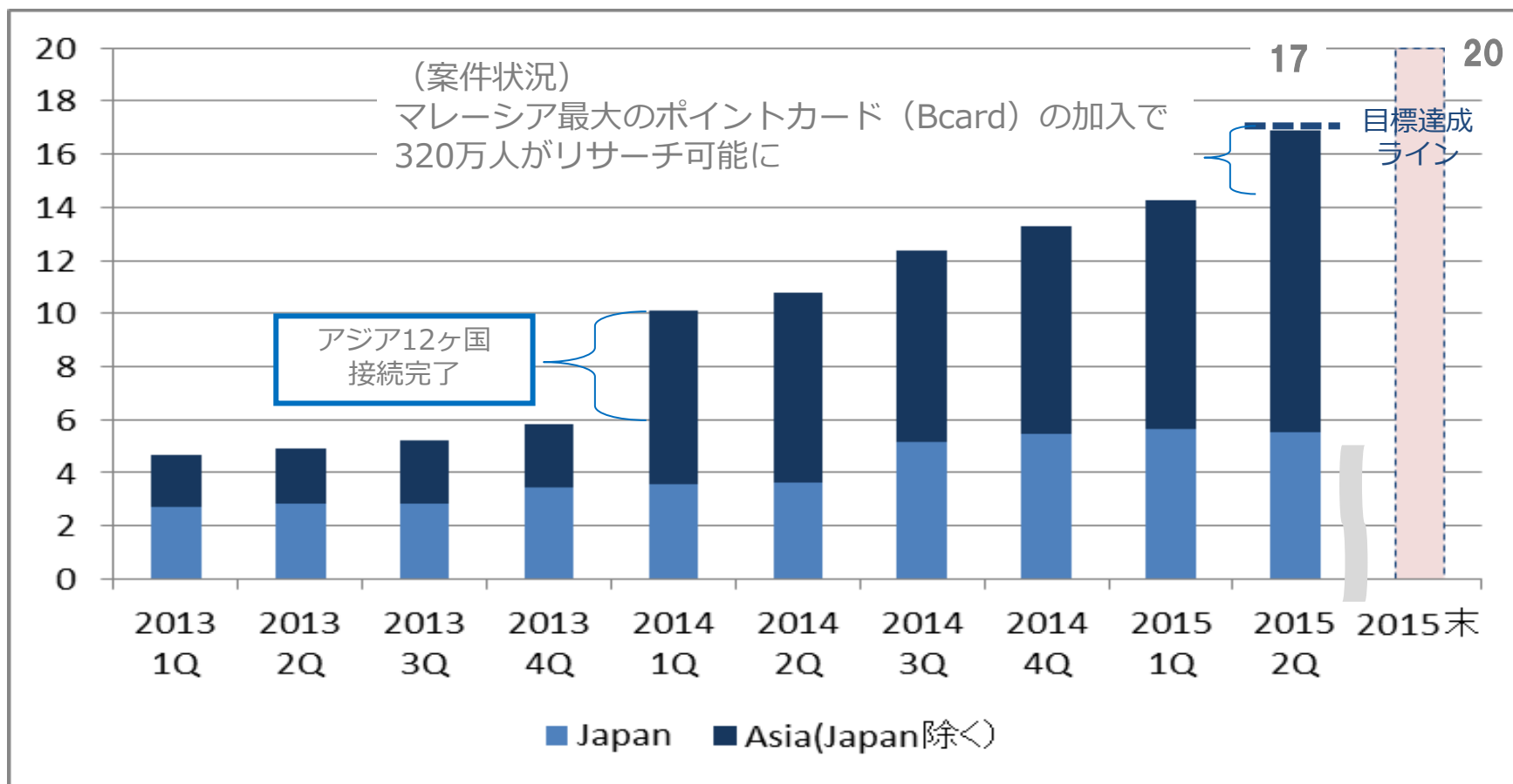
- ・（中国）体制強化
- ・（アジア）欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

- アジア全体では、1400万パネルから1700万パネル（118%）へ拡大
- 計画通り進捗

Asia Cloud Panel登録者累積推移表

(単位：百万人)

2015年6月30日現在



今期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1Q

2Q

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

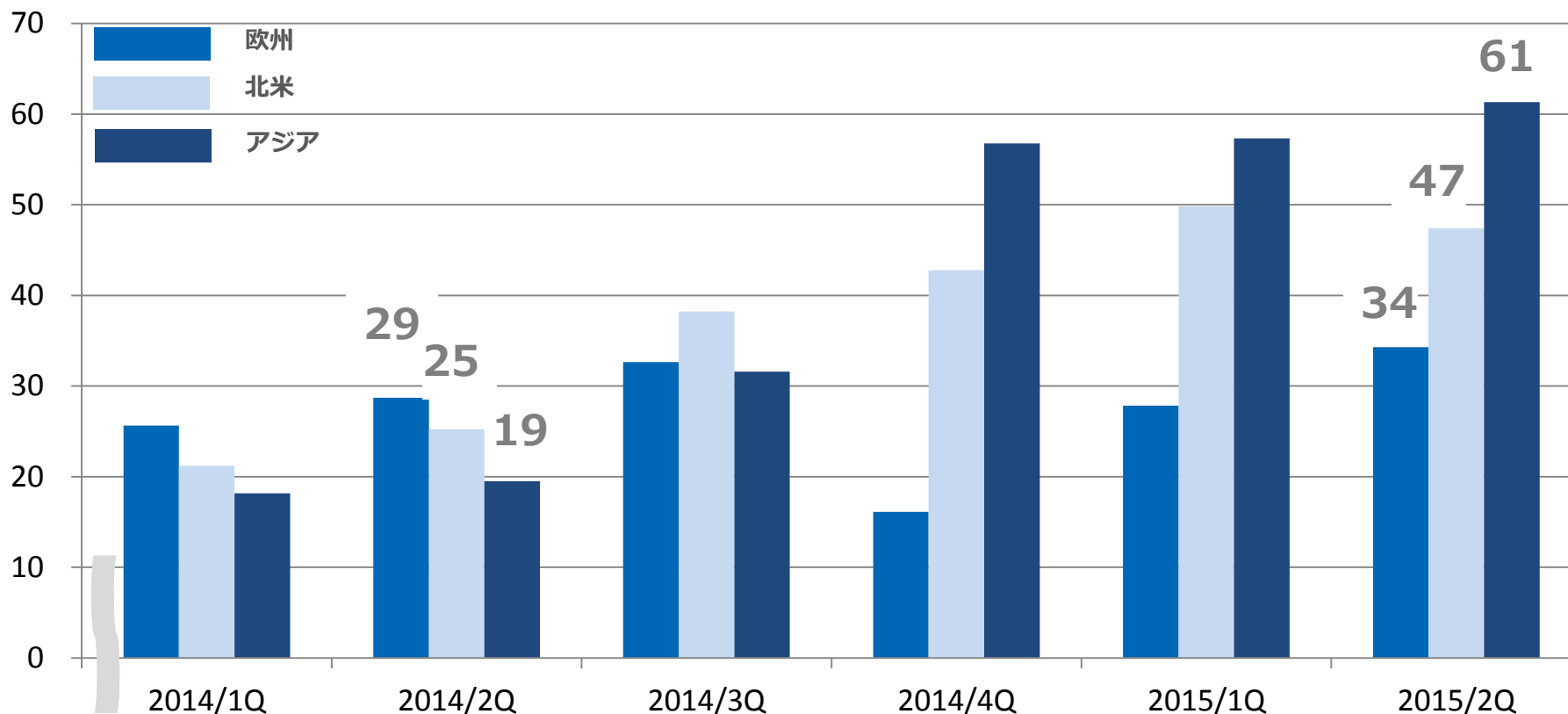


(重点施策)

- ・（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

- アジアの増加率が前年同期比 214%と最大で、米国、欧州と続く
- 中国は成長期と判断・北米の増加傾向も、本年度末まで持続と予想

（単位：百万円）

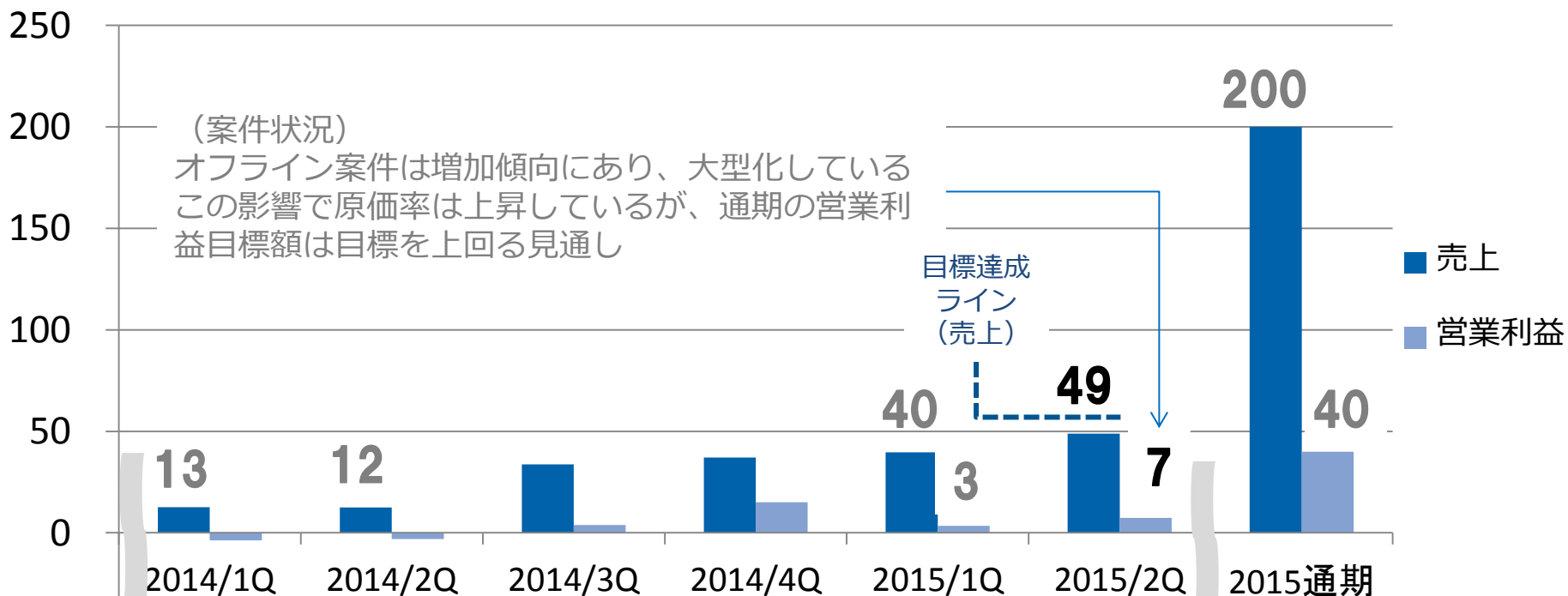


この期間の四半期
数値は参考値です。

- 売上高 前年同期比 292%増
- 体制強化に対する進捗遅れは、解消（3名追加:Project Manager）

中国子会社における業績推移

（単位：百万円）



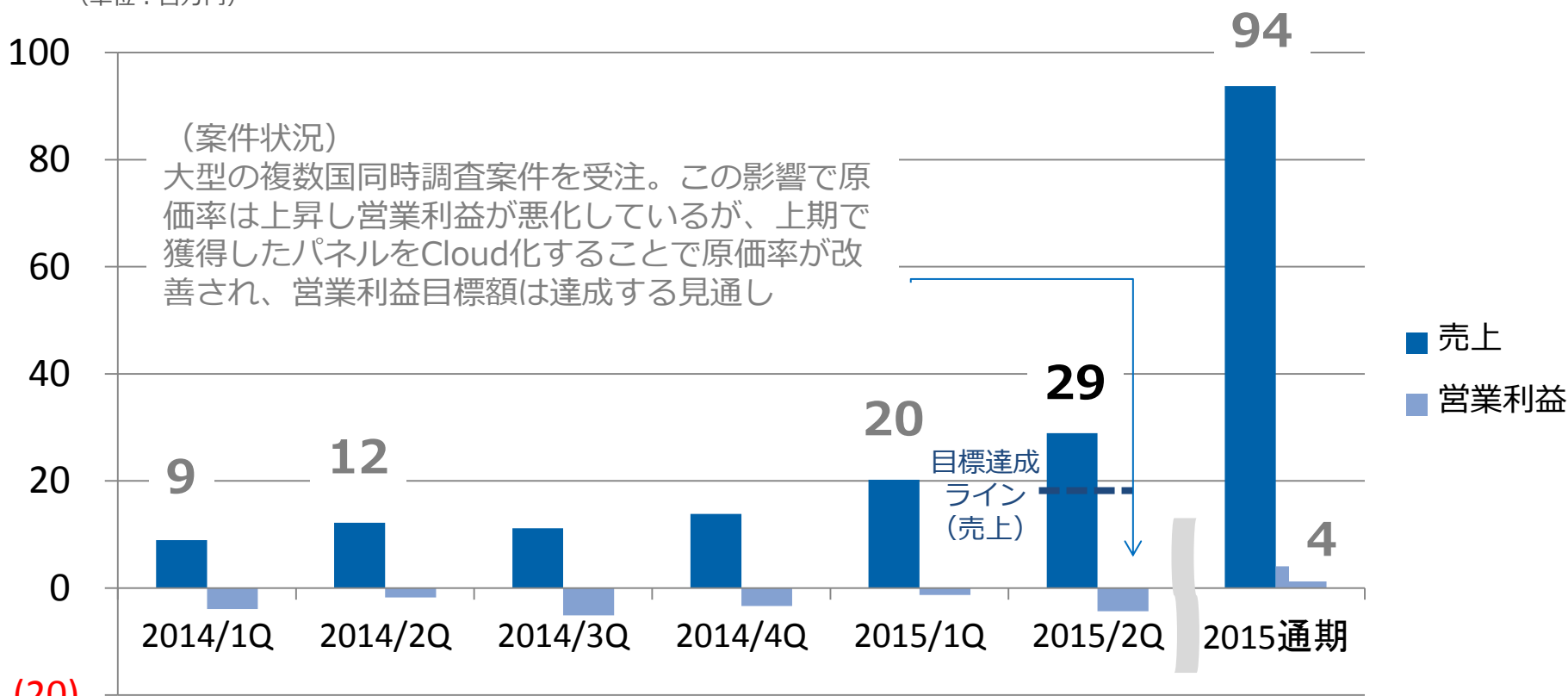
(50)

※この情報は、中国子会社単体の売上高及び、営業利益を表記したものです。

- 売上高 前年同期比 137%増（目標達成）
- 欧米企業からプラットフォーム経由の安定的な受注に加え、中国以外のアジア諸国をターゲットにした複数国同時調査案件が増加傾向に。

シンガポール子会社における業績推移

（単位：百万円）



(20)

※この情報は、シンガポール子会社単体の売上高及び、営業利益を表記したものです。

<参考資料>

- 各拠点の正社員数の推移
- サービス別販売先・サービス内容説明表
- Tag line Message

各拠点における正社員数の推移

(単位：人)

	日本	インド	中国	シンガポール	正社員合計
2014年7月1日時点	77	9	5	1	92
2015年1月1日時点	82	11	5	2	100
2015年7月1日時点	90	12	8	2	112
半期増加人員数	+8	+1	+3	0	+12
補足	派遣社員の 正社員化による増加	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	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。
	Sample Supply		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	New MRとは、アイトラッキング調査、MRO、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。

*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）

Beyond Marketing & Technology

マーケティングとテクノロジーの向こうへ

変化し続ける生活者の行動を理解し、最適なマーケティング活動をサポートするために。
私たちが提供できることは3つあります。

1つは、アジアの人々をオンラインでつなぐパネルネットワーク。
もう1つは、最先端のテクノロジーとリサーチの視点を組み合わせた
データコレクションの新しい手法。
そして、この両者をつなぎ、あらゆるデータソースを
よりリアルタイムなコミュニケーションへと反映させるためのプラットフォーム。

より多くの生活者につながり、今まで取得できなかったデータを取得できる。
分断されていた企業のマーケティング活動をシームレスなものへと変革する。
私たちGMOリサーチが、企業と生活者のコミュニケーションを次のステージへと導きます。

本日はありがとうございました。

GMO RESEARCH

Beyond Marketing & Technology

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、業績等の将来に関する記述は、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。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。