

# 2015年12月期 第3四半期決算説明会

～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。

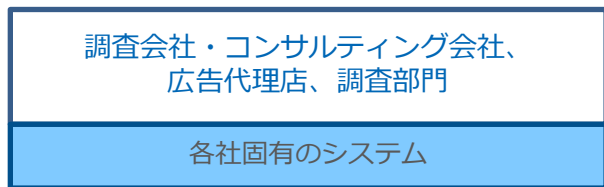
また、本資料は2015年10月29日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

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。

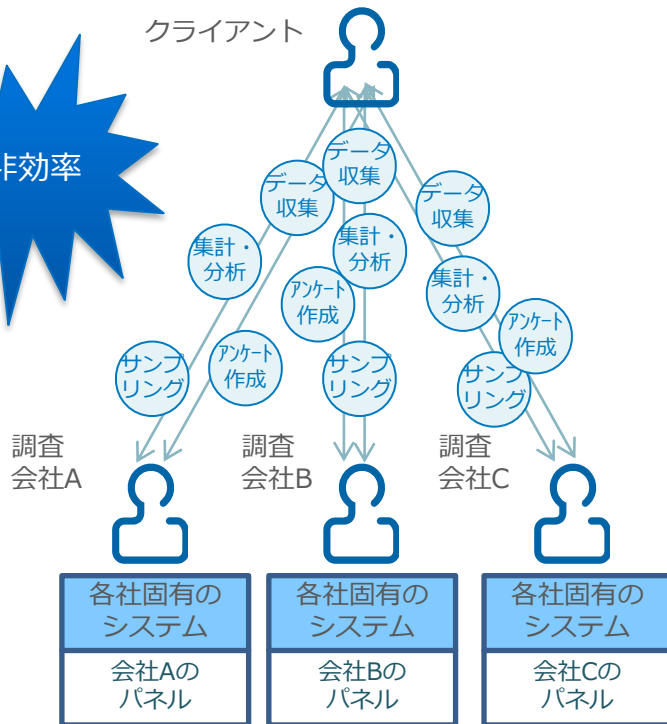
- 1 当社の製品及び、サービスについて
- 2 業績予想の修正及び配当予想に関するお知らせ
- 3 結論と要約
- 4 第3四半期決算概要
- 5 今期の重点施策の進捗
- 6 まとめ

参考資料：正社員数推移、用語集

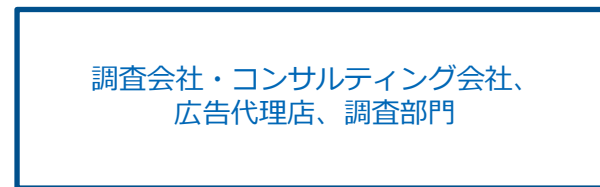
今までの  
インターネットリサーチ業務



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

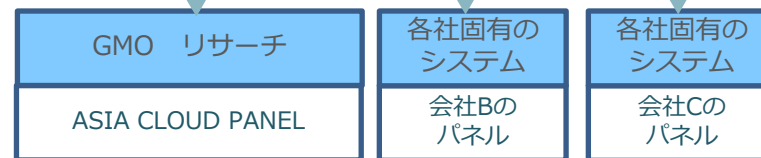


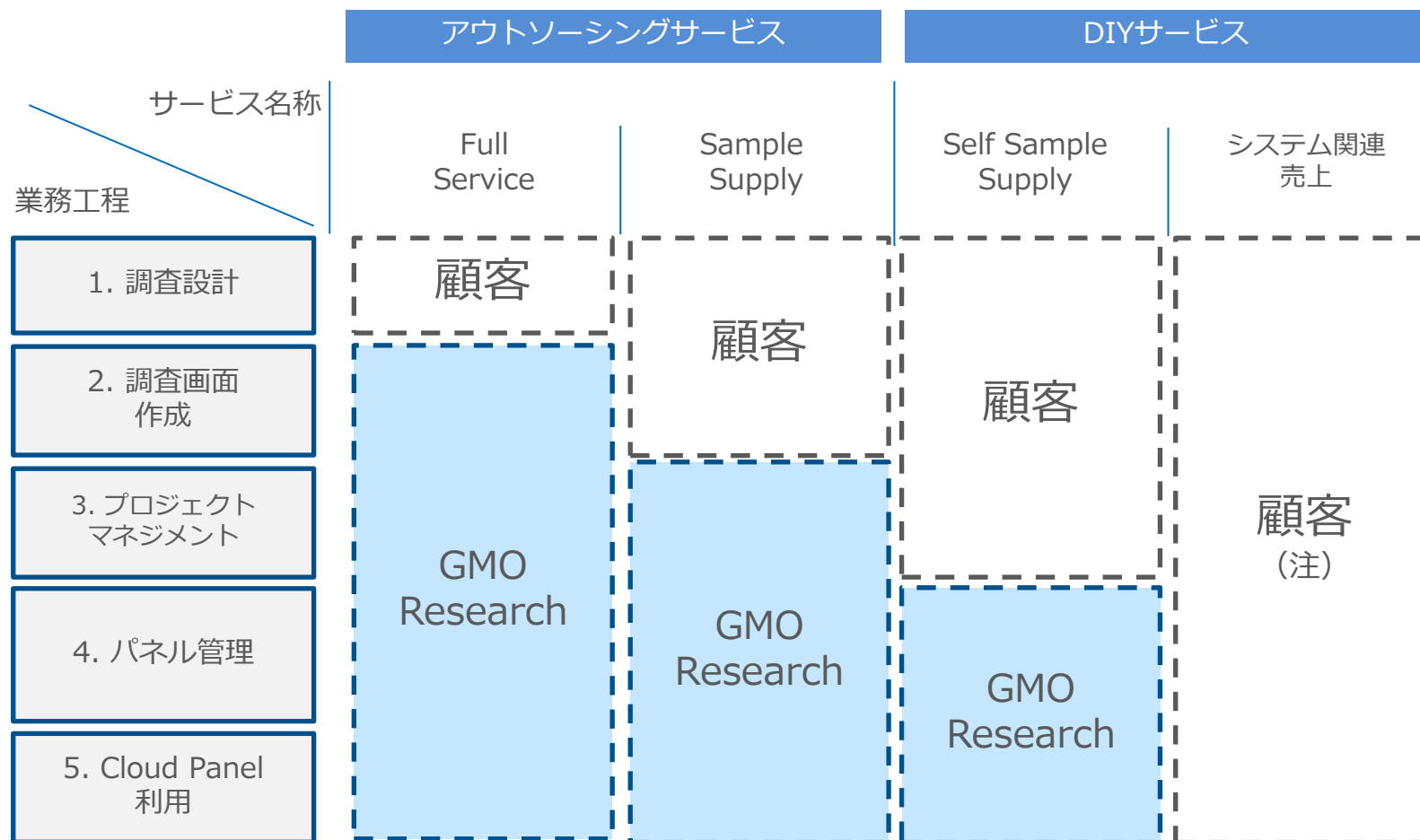
クライアント

業界の  
業務標準化

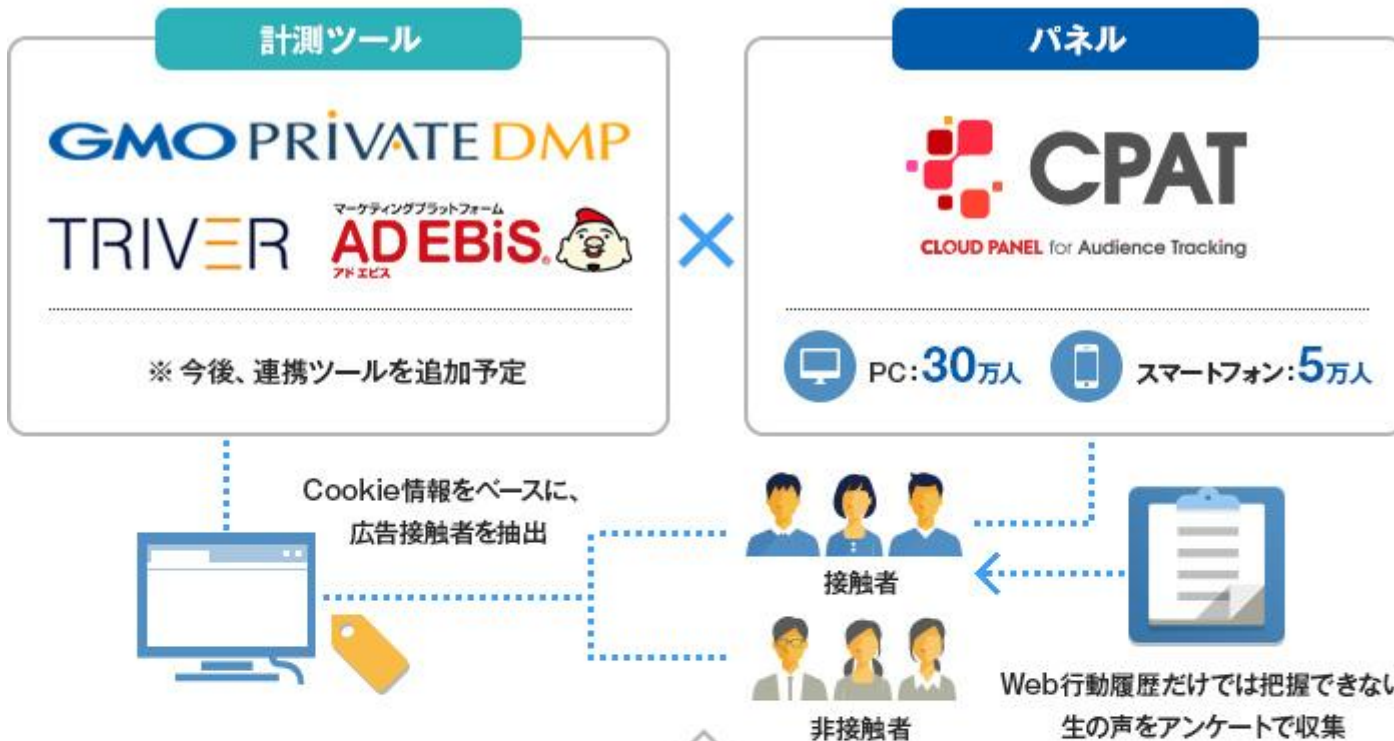


マーケティング  
業界の  
プラット  
フォーム  
との連携





(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

# 業績予想の修正及び 配当予想に関するお知らせ

- 売上高の未達予想（▲110百万円）に加え、計画していた国内及び、海外の原価率低減策に遅延が発生し、中国における積極的投資を他サービスの増収増益効果で埋めきれないと判断

当期の連結業績予想数値の修正  
(平成27年1月1日～平成27年12月31日)

	前回発表予想		今回修正予想		増減	
	予想	(%)	予想	(%)	増減	増減(%)
(単位：百万円)						
売上高	2,866	100.0	2,755	100.0	△110	△3.8
営業利益	302	10.5	173	6.2	△129	△42.8
経常利益	301	10.5	166	6.0	△135	△45.0
当期純利益	181	6.3	105	3.8	△76	△41.9

※上記の予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであります。実際の業績は、今後様々な要因により当該予想値と異なる結果となる可能性がございます。



- 当社は、配当性向35%を目標としており、今回、通期業績の予想の修正を決議したことに伴い、配当予想を修正

当期の配当予想数値の修正  
(平成27年1月1日～平成27年12月31日)

	前回発表予想	今回修正予想	当期実績	前期連結実績
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
第1四半期末	-	-	-	-
第2四半期末	-	-	-	-
第3四半期末	-	-	-	-
期末	38.00	22.00	-	36.54
合計	38.00	22.00	-	36.54

※上記の予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであります。実際の業績は、今後様々な要因により当該予想値と異なる結果となる可能性がございます。

## 3 結論と要約

## 業績 (1月-9月)

売上高 1,936百万円 (前年同期比15.9%増) 営業利益 69百万円 (前年同期比44.1%減)  
成長分野への積極的投資継続

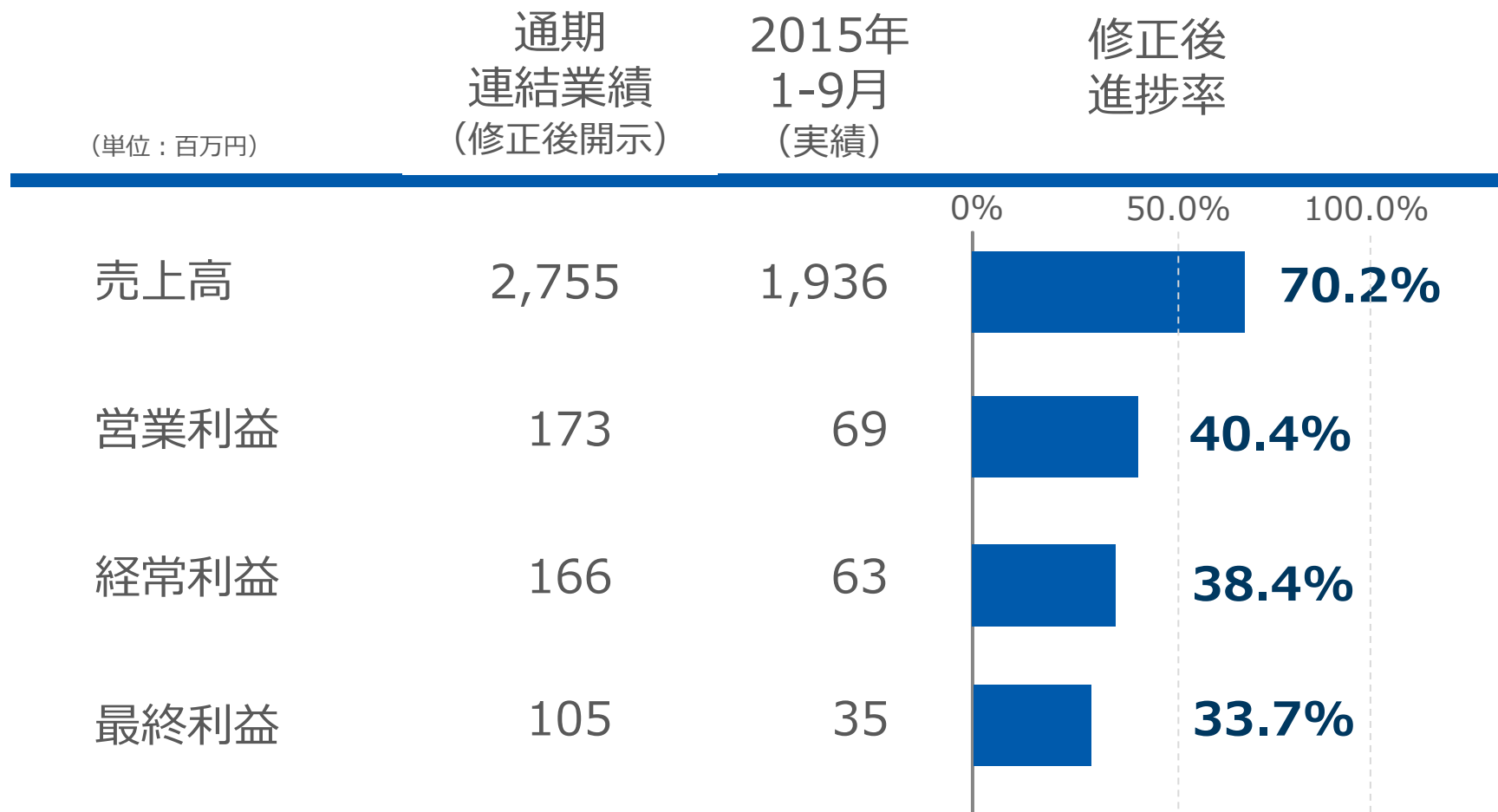
## 成長エリアのトピックス (7月-9月)

- 国内
- ・ Japan Cloud Panel登録会員数 593万人突破(552万人/2015年6月末時点)
  - ・ CLIMB Factory社と業務提携
  - ・ GMO Market Observer 新規4社と契約
- 海外 (Asia)
- ・ Asia Cloud Panel登録会員数 1,108万人 (業界最大級を維持)
  - ・ Glocal Mind社との業務提携
  - ・ Cint社とのプラットフォーム連携
  - ・ Ignite Vision社との資本・業務提携

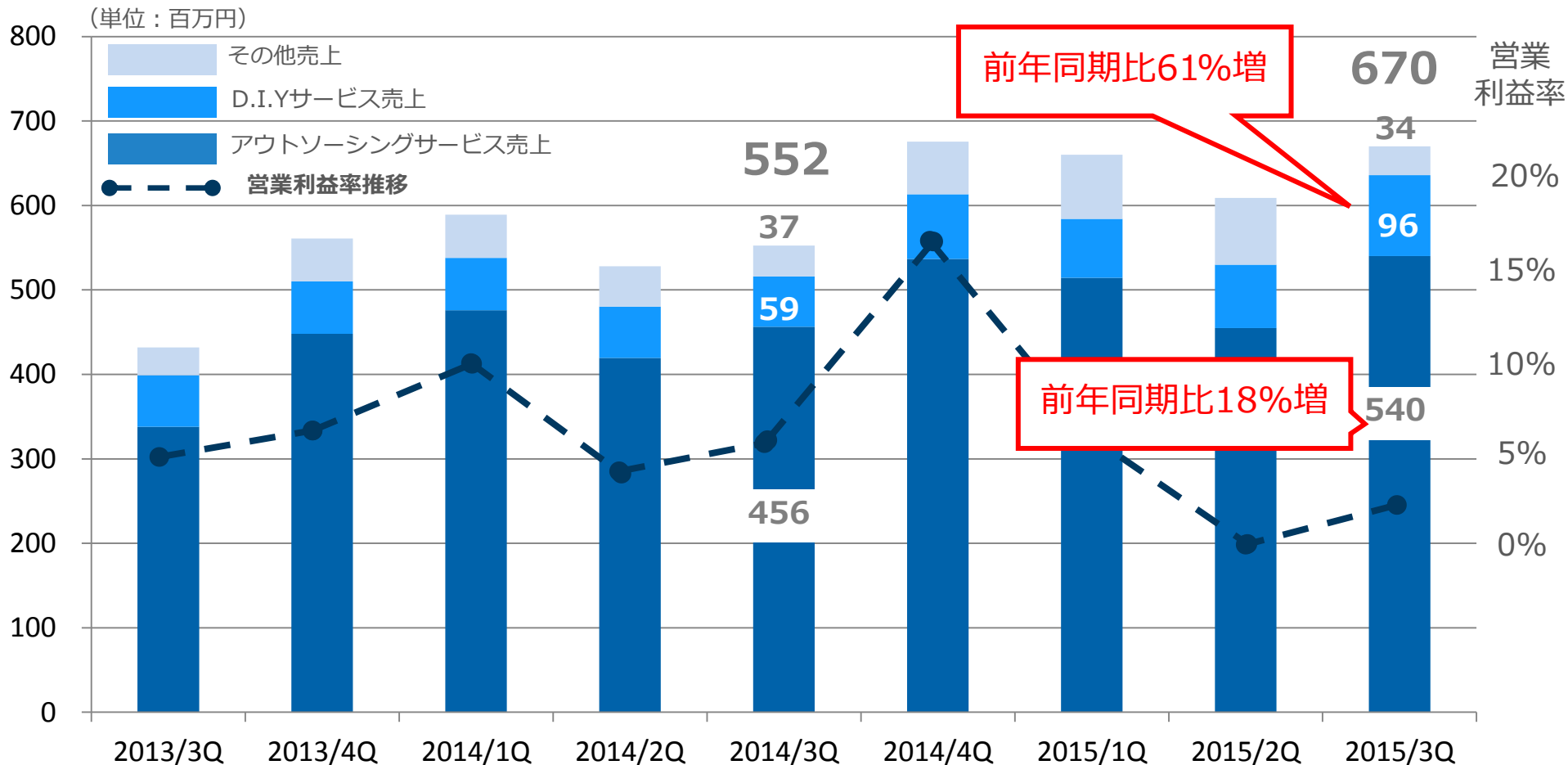
- 海外事業の成長で売上高は15.9%増（過去最高）、営業利益は44.0%減

	2014 1月-9月	2015 1月-9月	前年同期比 増減率
(単位：百万円)			
売上高	1,670	<b>1,936</b>	<b>+15.9%</b>
営業利益	124	<b>69</b>	<b>▲44.0%</b>
経常利益	116	<b>63</b>	<b>▲45.3%</b>
最終利益	66	<b>35</b>	<b>▲46.8%</b>

- 修正後の開示に対して売上で70.3%の進捗
- 最終利益では33.3%の進捗



- アウトソーシングサービスの売上高は、前年同期比18%増（累計11%増）
- D.I.Yサービスの売上高は、前年同期比61%増（累計32%増）

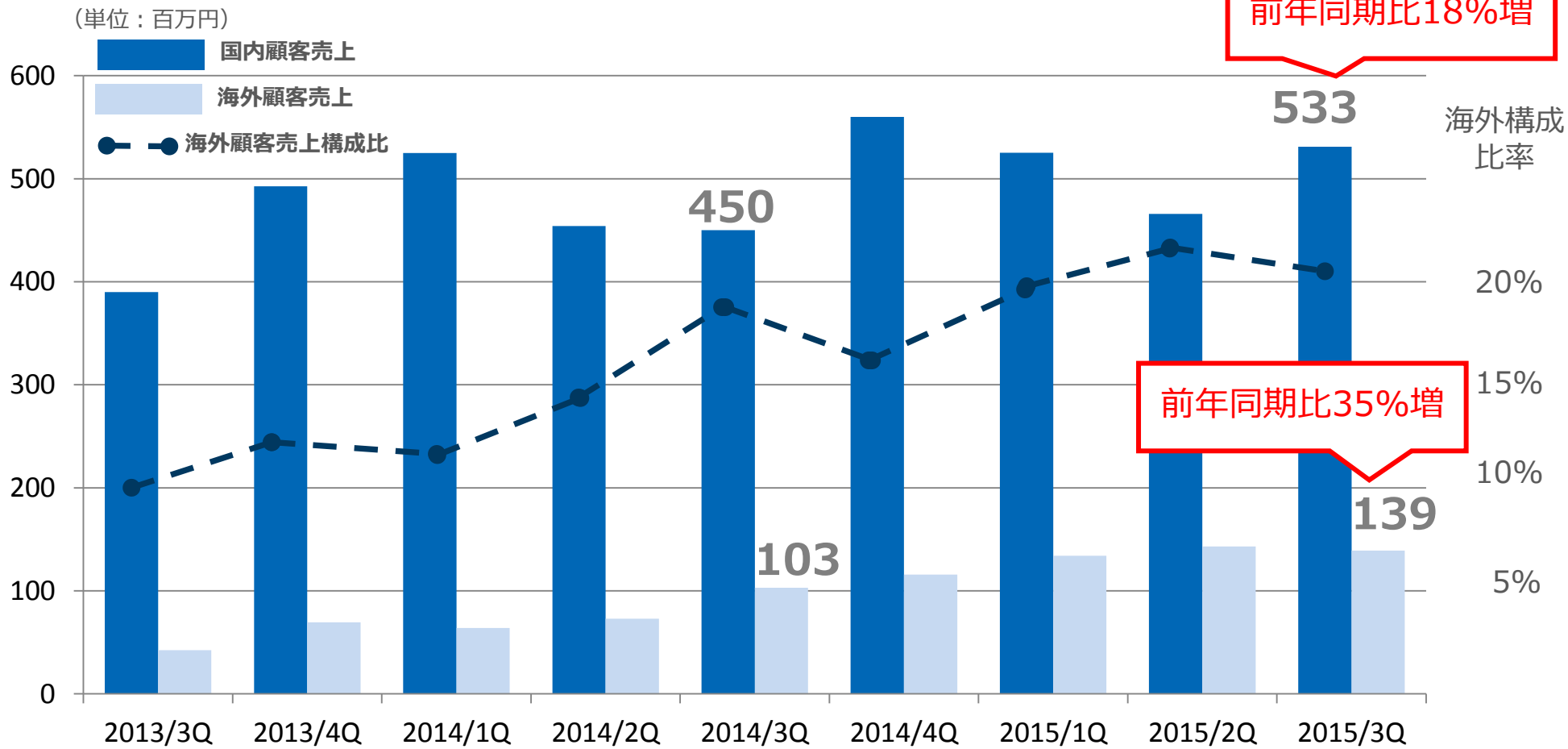


この期間の四半期数値は参考値です。

- 国内売上高は、前年比18%増（累計7%増）
- 海外売上高は、前年比35%増（累計73%増）

前年同期比18%増

前年同期比35%増



この期間の四半期数値は参考値です。

4

## 第3四半期決算概要

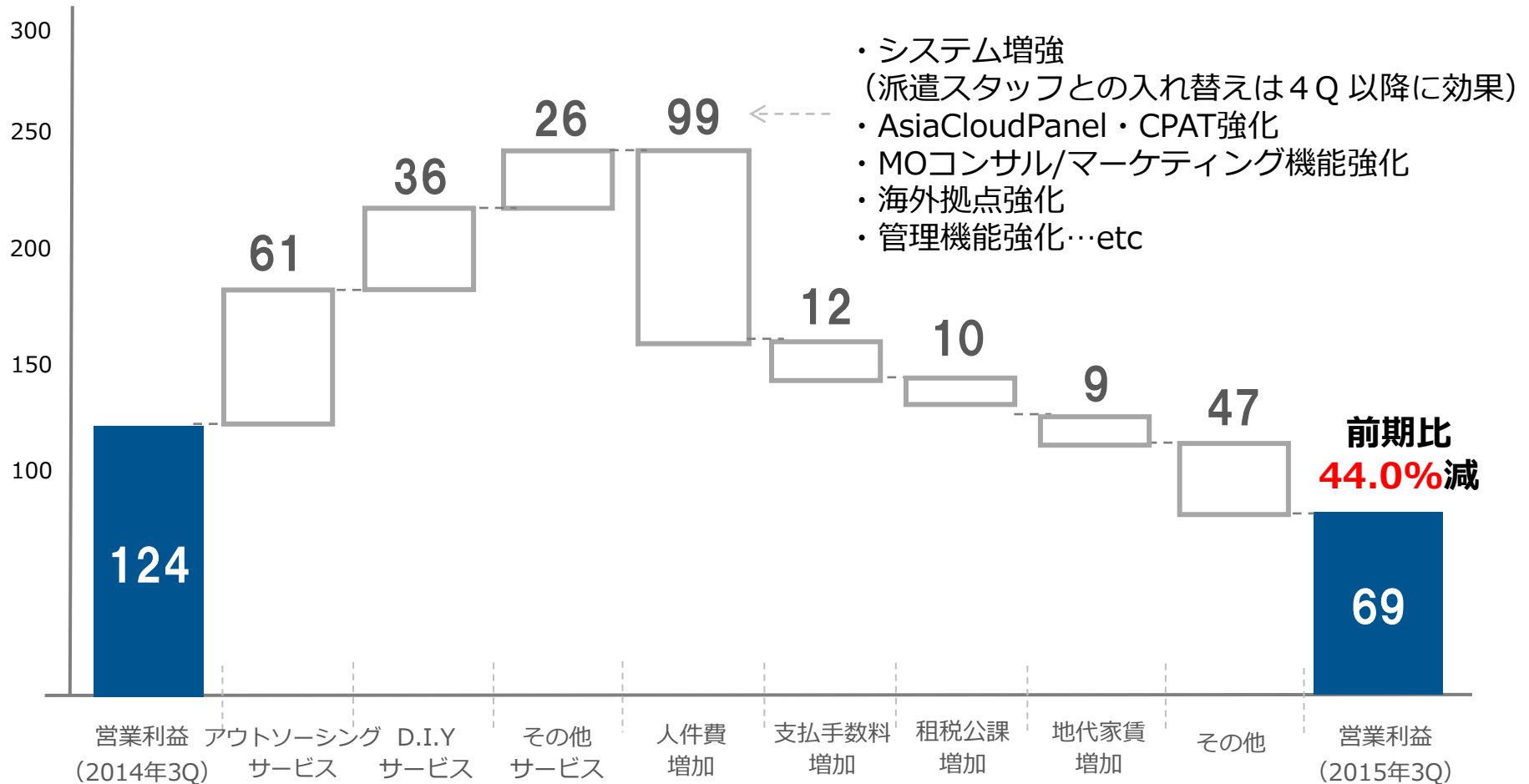


- 売上高は、海外事業が堅調に推移（15.9%増）
- 売上原価率は、Asia Cloud Panel横ばいで微減（0.5%減）
- 販売及び一般管理費率は、投資フェーズのため大幅増加（30.2%増）

	2014年3Q		2015年3Q		前期比増減	
	実績	(%)	実績	(%)	増減	増減率(%)
(単位：百万円)						
売上高	1,670	100.0	<b>1,936</b>	<b>100.0</b>	266	15.9
売上原価	955	57.2	<b>1,098</b>	<b>56.7</b>	142	14.9
売上総利益	714	42.8	<b>837</b>	<b>43.3</b>	123	17.2
販売及び一般管理費	589	35.3	<b>767</b>	<b>39.7</b>	178	30.2
営業利益	124	7.5	<b>69</b>	<b>3.6</b>	△54	△44.0

■ 売上総利益は増加傾向だが、計画値に対して未達。人材確保に対する積極投資をカバーし切れず、営業利益は、69百万円

(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、システム開発投資とIgnite Vision社への出資により固定資産が58.5%増加

(百万円)	2014年 3Q (9月末)	2015年 3Q (9月末)	前年同期比 増減率
流動資産	731	1,075	+47.0%
(現金預金)	206	355	+71.9%
固定資産	346	549	+58.5%
資産合計	1,080	1,626	+50.4%
流動負債	530	522	△1.6%
固定負債	19	18	△3.5%
負債合計	550	540	△1.6%
純資産	530	1,085	+104.5%
(純資産比率)	49.1%	66.7%	+17.6pt

## 5 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 3Q

### 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 3Q

### 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)

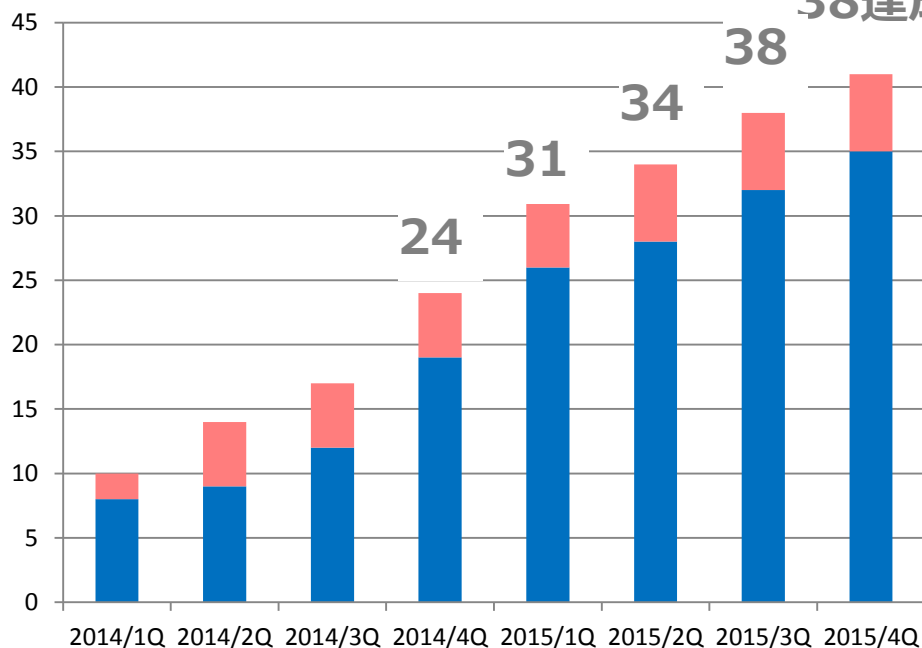
- ・（中国）体制強化
- ・（アジア）欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

- 累計導入社数は38社とすでに年度の目標は達成。年内は更に導入数を積み増し予定
- MOコンサルティング部設置の効果より売上は順調に拡大中

### MarketObserver累計導入推移表

(単位：社数)

年度目標  
38達成

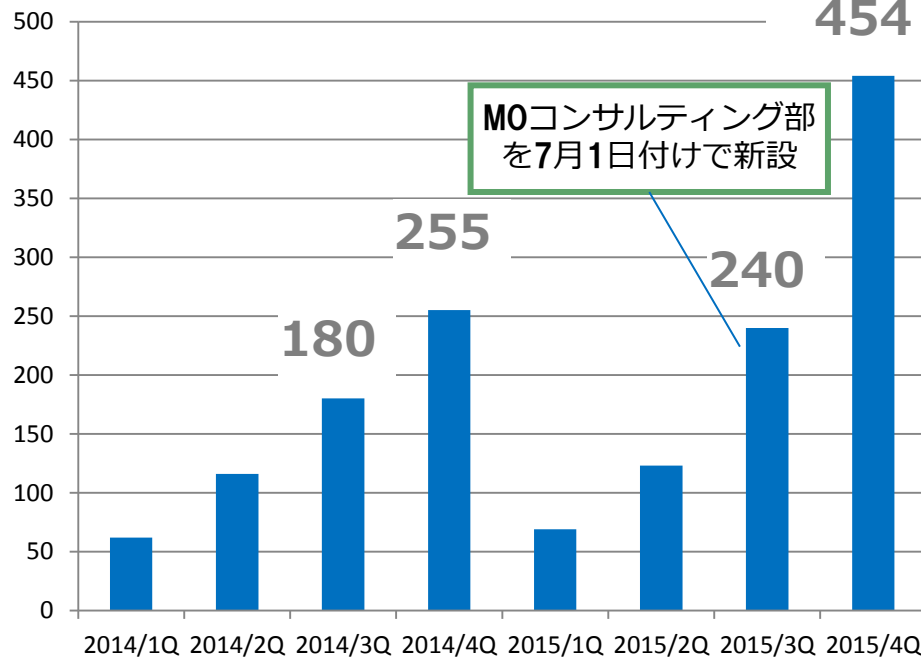


(導入状況)  
年内の導入目標数**38**社はすでに達成済み

### MarketObserver年度別累計売上推移表

(単位：百万円)

年度目標  
454



(売上状況)  
順調に導入先からの売上が積み増し中

## 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 3Q

### 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

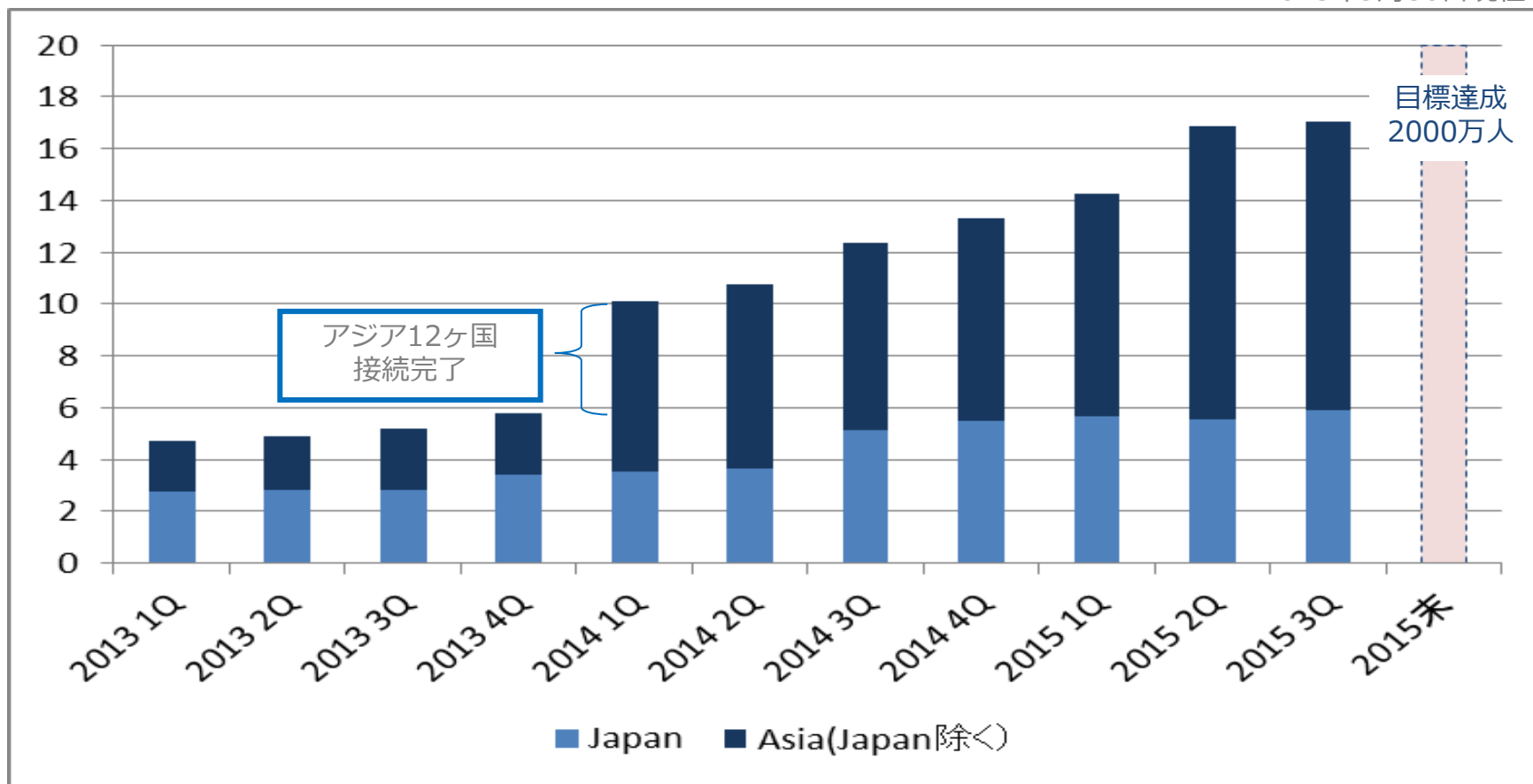


- アジア全体では、横ばい1700万パネルを維持
- 国内・海外で交渉中の8社の連携実現で目標達成目指す。

### Asia Cloud Panel登録者累積推移表

(単位：百万人)

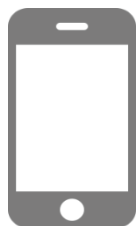
2015年9月30日現在



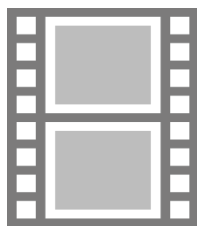
# 中国でデジタル・マーケティング・プラットフォームを提供する企業と 資本業務提携



アフィリエイト  
広告ネットワーク



モバイル  
プロモーション



動画広告



ソーシャルメディア  
マーケティング



アプリ  
開発

## 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 3Q

### 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

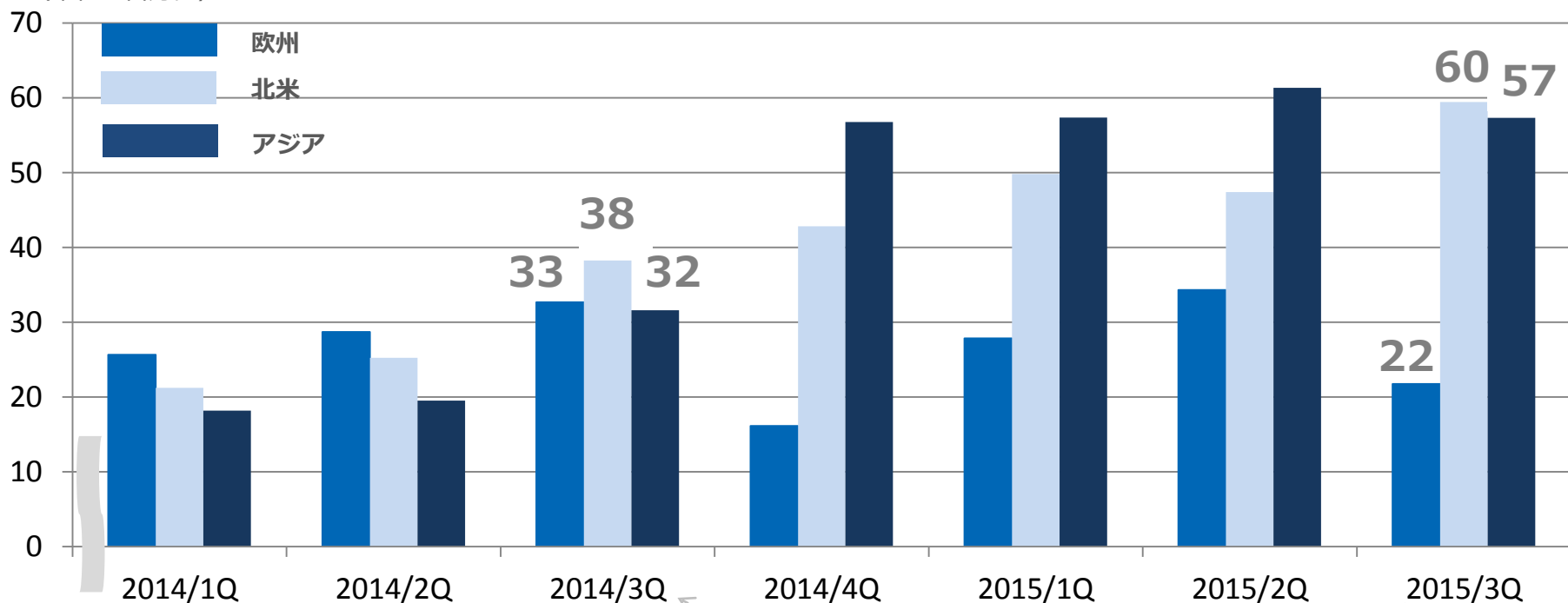
◎ ◎ ▲

(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33%減（累計比4%減）  
\* 原因は大型オフラインPJの減少。オンライン比率37%⇒62%に向上
- 北米55%増（85%増）
- アジア販売は 82%増（154%増）
- 米国・欧州においてはプラットフォーム連携を更に加速予定

（単位：百万円）



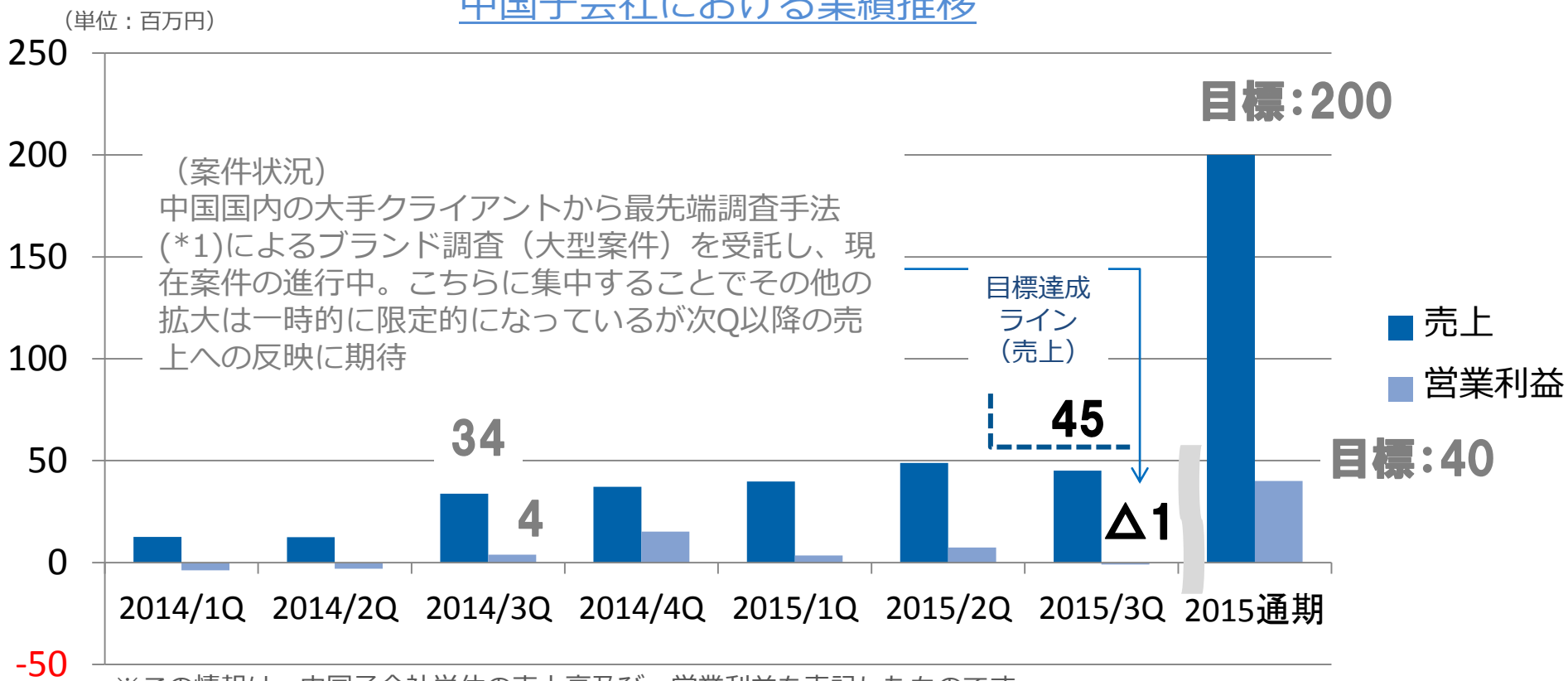
この期間の四半期  
数値は参考値です。

北米のプラットフォームとの連携を実施

欧州のプラットフォームとの連携を実施

- 売上高は、前年同期比 32%増（累計で102%成長）
- 営業利益は、大型案件へ戦略的に集中した結果▲1百万円
- 売上は達成見通し、利益目標達成は困難な見通し

中国子会社における業績推移

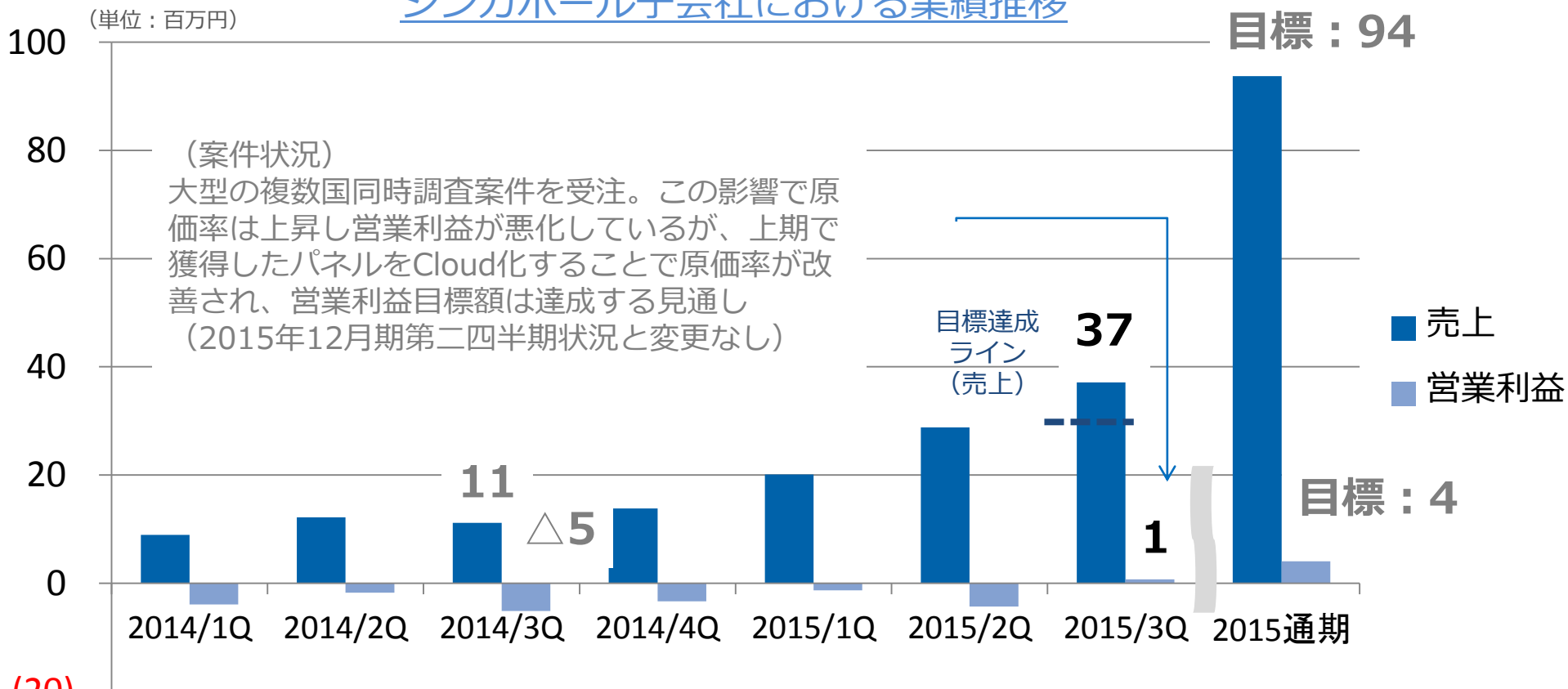


※この情報は、中国子会社単体の売上高及び、営業利益を表記したものです。  
（\*1）最先端調査手法とは、Scanamindを意味します。

\*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）

- 売上高は、前年同期比 236%増（累計148%増）
- 営業利益は、四半期決算で初めて黒字化
- 売上・利益とも目標達成見通し

シンガポール子会社における業績推移



(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。

## 6 まとめ

## 1 連結全般

- ・ 全社売上は順調に拡大
- ・ 原価削減策の遅れが主要因
- ・ システム派遣社員の正社員シフト（8名）が完了、4Qより効果
- ・ 国内人員（今期の主な販売管理費増）は今後大きな拡大なしで成長可能

## 2 国内事業

- ・ 上半期の売上成長鈍化も下半期で成長トレンドに
- ・ DIY販売が拡大中、原価率の削減効果進む
- ・ Japan Cloud Panelの拡大による原価低減が遅延、年内に大型接続予定
- ・ デジタルマーケティング領域のCPATによる更なる売上拡大期待

## 3 海外事業

- ・ 米国：更なるプラットフォーム連携による売上拡大
- ・ 欧州：8月のプラットフォーム連携開始による売上拡大期待
- ・ 中国：ChinaCloudPanelにIgniteVisionのネットワークの連携が11月上旬完了予定。今後の売上拡大・原価削減を期待
- ・ シンガポール：パネルの拡大とともに事業拡大中



## <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  
(2015年12月期第3四半期決算発表会)

(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
2016年1月1日見通し	87	14	10	2	113
半期増加人員数	-3	+2	+2	-	+1
補足	自然減	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。