

2021年2月8日

各位

会社名	GMOメディア株式会社
代表者	代表取締役社長 森 輝幸 (コード番号 6180 東証マザーズ)
住所	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
問い合わせ先	常務取締役 石橋 正剛 管理部門統括
TEL	03-5456-2626

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたのでお知らせいたします。

■ 開催状況

開催日時	2021年2月5日 16:30~17:15
開催方法	オンライン配信による開催
説明会資料名	2020年12月期 通期決算説明会

【添付資料】

投資説明会において使用した資料

2020年12月期 通期決算説明会



STOCK CODE : 6180

代表取締役社長 森 輝幸
常務取締役 石橋 正剛

2021年2月5日

1. ハイライト	P.02
2. 通期決算概要	P.04
3. 第4四半期決算概要	P.10
4. 今後の戦略	P.17
5. 業績予想	P.36
6. Appendix	P.38

1. ハイライト

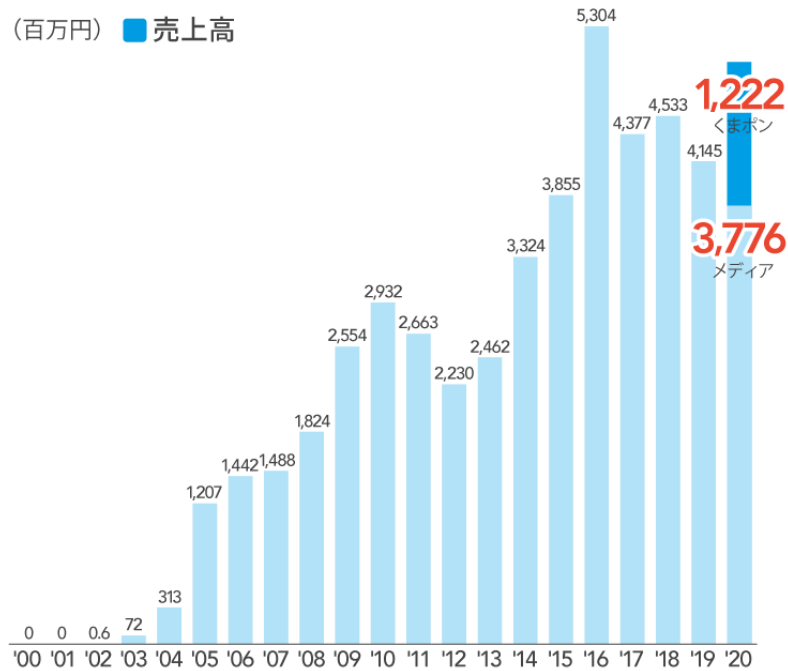
売上高と営業利益の推移

増収減益。

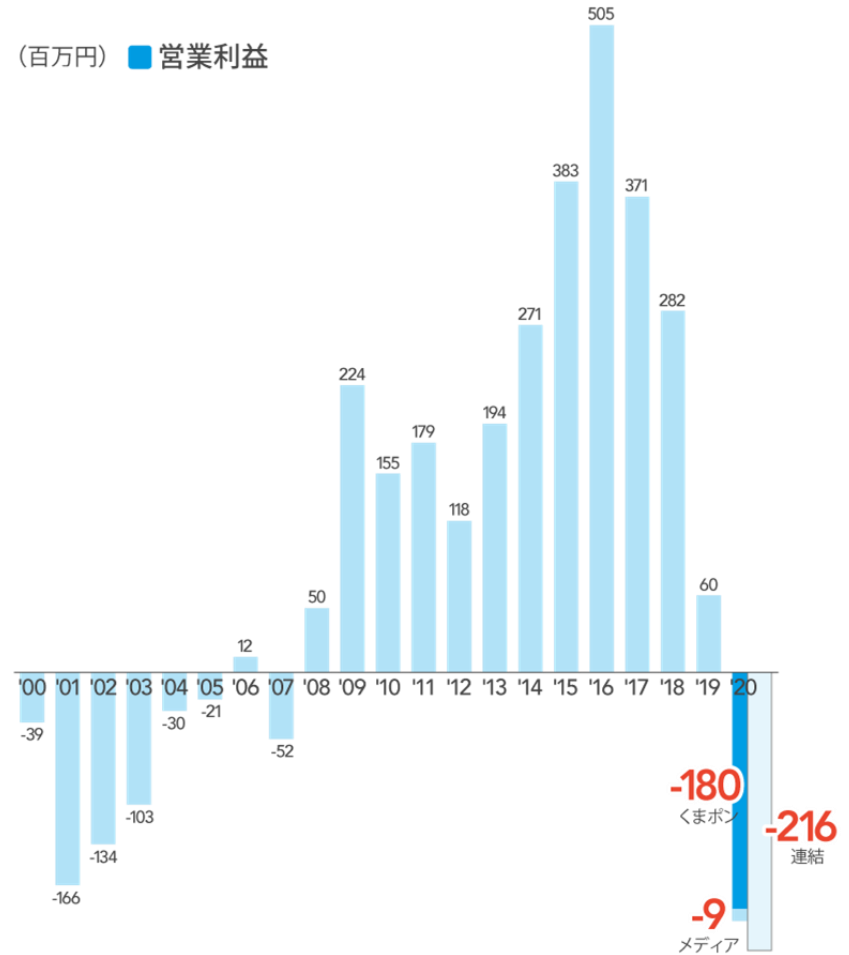
売上高は、GMOくまポンの連結化により前年比20.5%増加。

営業利益は、構造転換とキレイパスなど新規事業への投資継続のため損失計上。

(百万円) ■ 売上高



(百万円) ■ 営業利益



2. 通期決算概要

業績予想の修正

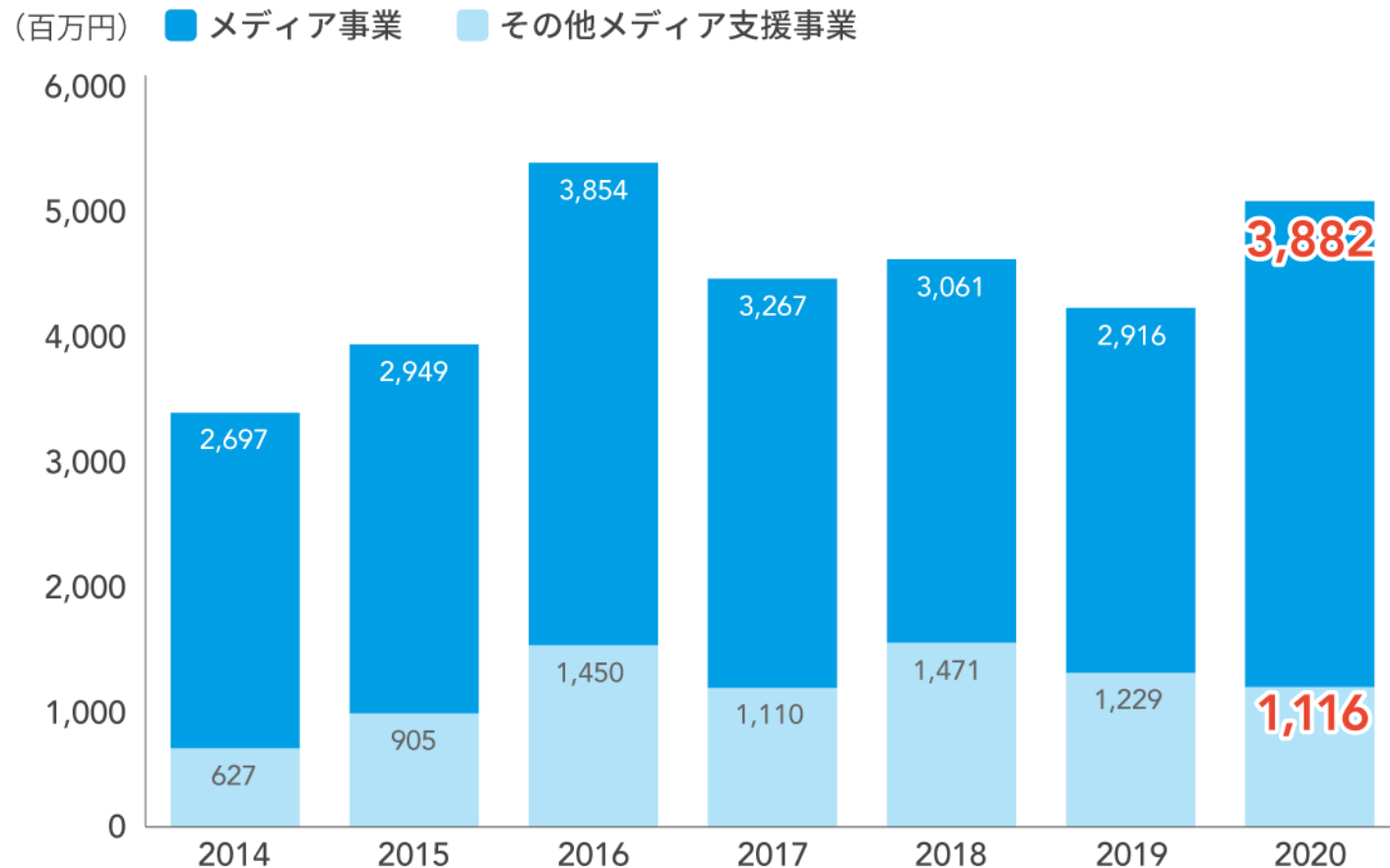
2月3日開示の業績予想通りに着地。

単位：百万円	2019年通期	2020年通期予想	実績
売上高	4,145	4,999	4,999
営業利益	60	▲ 216	▲ 216
経常利益	60	▲ 214	▲ 214
最終利益	▲ 60	▲ 408	▲ 408

セグメント別売上高

メディア事業：GMOくまポンとの連結の影響で前年比966百万円増

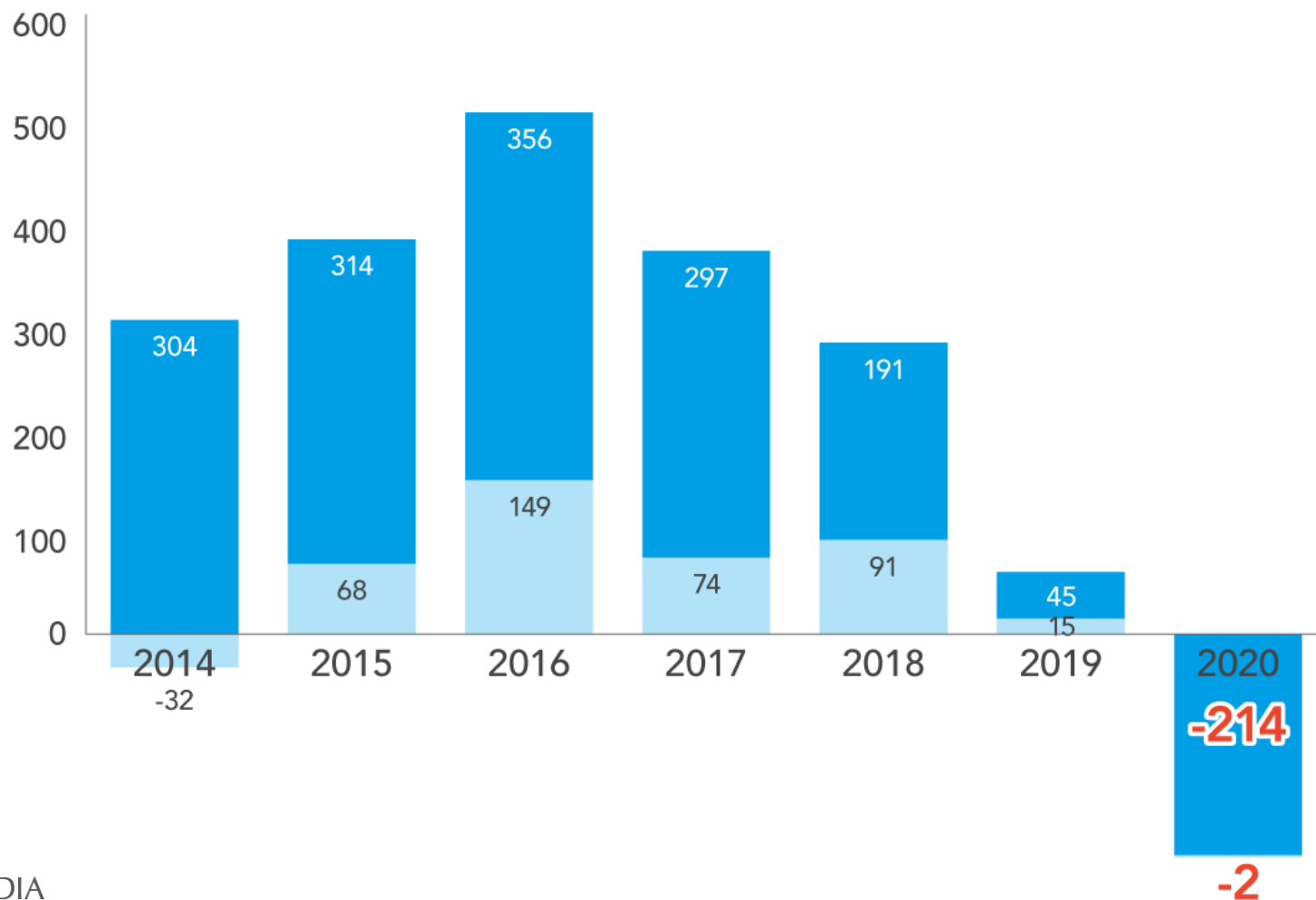
その他メディア支援事業：大型案件の失注が影響し、前年比112百万円減



セグメント別営業利益

コロナ禍により、キレイパスのプロモーション計画を見直し、当初開示予想から+383百万円。
メディア事業に関しては、今後の成長へ向けた新規サービス開発への投資継続。

(百万円) ■ メディア事業 ■ その他メディア支援



貸借対照表

単位：百万円	2019年12月末	2020年12月末	増減率	増減要因
流動資産	3,084	3,194	+3.5%	現金預金 (関係会社預け金含む) ▲109百万円 売掛金 + 155百万円
うち現金預金 関係会社預け金含む	2,306	2,197	▲4.7%	
固定資産	502	421	▲16.0%	ソフトウェア▲82百万円
総資産	3,586	3,615	+0.8%	
流動負債	1,230	1,709	+38.8%	営業債務 + 412百万円 ポイント引当 + 29百万円
うちポイント引当金	598	627	+4.8%	
固定負債	25	24	▲3.8%	
純資産	2,330	1,881	▲19.2%	利益剰余金▲408百万円 自己株式取得39百万
純資産比率	65.0%	52.0%	▲12.9pt	
負債及び純資産	3,586	3,615	+0.8%	

*2020年第1四半期において、GMOくまポン(株)の株式を取得したことにより連結の範囲に含めております。
*増減表示は表示桁数未滿を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。

キャッシュフロー計算書

新規サービスへの投資継続するも、営業キャッシュフローはプラス。

単位：百万円	2019年12月末	2020年12月末	前年同期比	増減要因
営業活動による キャッシュフロー	118	168	+49	【営業CF】 法人税等支払減少 ▲37百万円
投資活動によるキャ ッシュフロー	▲187	▲106	+80	【投資活動CF】 ソフトウェア等取得の 支出額が減少 ▲105百万円
財務活動による キャッシュフロー	▲147	▲170	▲23	【財務活動CF】 配当金支払額の減少 ▲98百万円
現金及び現金 同等物の増減額	▲215	▲109	+106	リース債務返済の減少 ▲25百万円
現金及び現金 同等物の期首残高	2,522	2,306	▲215	当期、借入金の返済 105百万円
現金及び現金 同等物の期末残高	2,306	2,197	▲109	

3. 第4四半期決算概要

第4四半期 TOPICS

ポイントメディア

自社メディア

コロナ禍による出稿控えの影響を大きく受けた2・3Qから、広告主数・単価も戻りつつある

パートナー メディア

イオンクレジットサービスへの提供開始（11月）
中央電力への提供開始（12月）

ゲーム プラットフォーム

課金ゲーム

PayPay決済に対応（12月）

広告ゲーム

新規ジャンルのクイズがリリース10ヵ月でMAU100万人突破（10月）

クーポン販売

くまポン

類似サービスの終了を受け、チケット掲載・購入件数が拡大
10周年記念キャンペーン実施

ヴァーティカル メディア

コエテコ (プログラミング)

2Qを底に、体験申込み数は前年同Q比148%まで復調
PV数は継続して成長。社会人向けβ版開始

キレイパス (美容医療)

掲載チケット、新規会員の獲得を継続
マスプロモーションからソーシャルプロモーションに転換

損益計算書

増収減益。四半期売上としては過去最高を更新。

GMOくまポンの株式、固定資産の減損を行ったため、特別損失194百万円を計上。

単位：百万円	2019年10-12月	2020年10-12月	前年同期比	前年同期比 増減要因
売上高	954	1,555	+62.9%	【売上高】 メディア事業 +612百万円(94.1%増) その他メディア支援事業 ▲10百万円(3.5%減) 【営業費用】 売上変動費 (収益シェア) メディア事業 +450百万円(416.2%増) その他メディア 支援事業 ▲1百万円(0.7%減) 販売促進費 (主にポイント費用) ▲19百万円 人件費 +60百万円 広告宣伝費 +35百万円 【特別利益】 事業譲渡益 45百万円 【特別損失】 固定資産 88百万円 のれん減損 144百万円
売上原価	701	1,149	+63.7%	
売上総利益	252	406	+60.8%	
販売費及び一般管理費	249	426	+70.9%	
営業利益	3	▲19	-	
営業利益率	0.4%	-	-	
経常利益	3	▲18	-	
当期純利益	1	▲227	-	

*2020年第1四半期において、GMOくまポン(株)の株式を取得したことにより連結の範囲に含めております。
 *増減表示は表示桁数未満を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。

貸借対照表

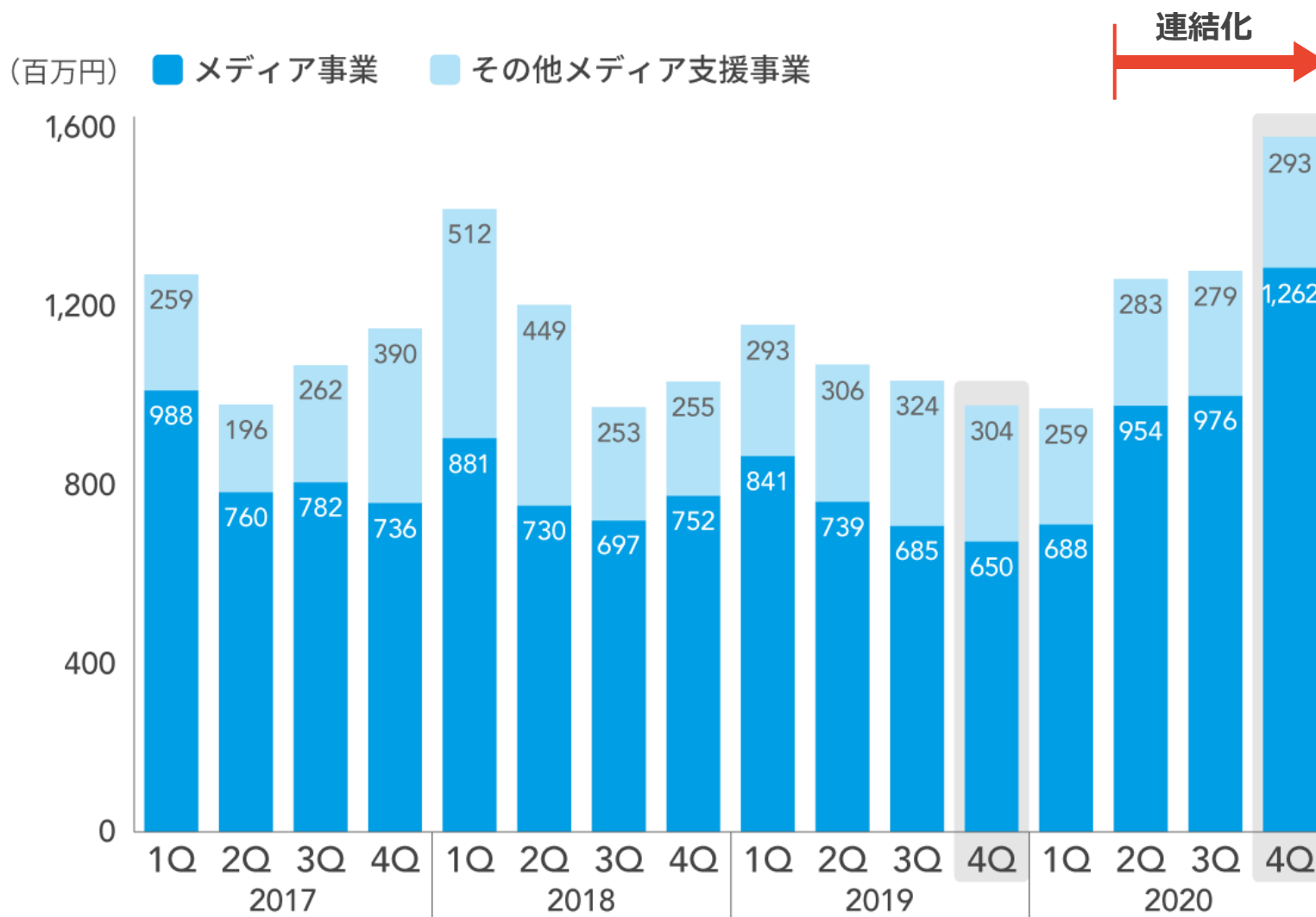
GMOくまポンの減損処理を主な要因として固定資産が269百万円減少。

単位：百万円	2020年9月末	2020年12月末	増減率	増減要因
流動資産	2,878	3,194	+10.9%	現金預金 (関係会社預け金含む) +131百万円 売掛金+171百万円
うち現金預金 関係会社預け金含む	2,065	2,197	+6.3%	
固定資産	690	421	▲39.0%	ソフトウェア▲97百万円 のれん▲154百万円
総資産	3,569	3,615	+1.3%	
流動負債	1,438	1,709	+18.8%	営業債務+222百万円 ポイント引当▲15百万円
うちポイント引当金	643	627	▲2.3%	
固定負債	21	24	+16.5%	
純資産	2,109	1,881	▲10.8%	利益剰余金▲227百万円
純資産比率	59.0%	52.0%	▲7.0pt	
負債及び純資産	3,569	3,615	+1.3%	

*2020年第1四半期において、GMOくまポン(株)の株式を取得したことにより連結の範囲に含めております。
*増減表示は表示桁数未満を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。

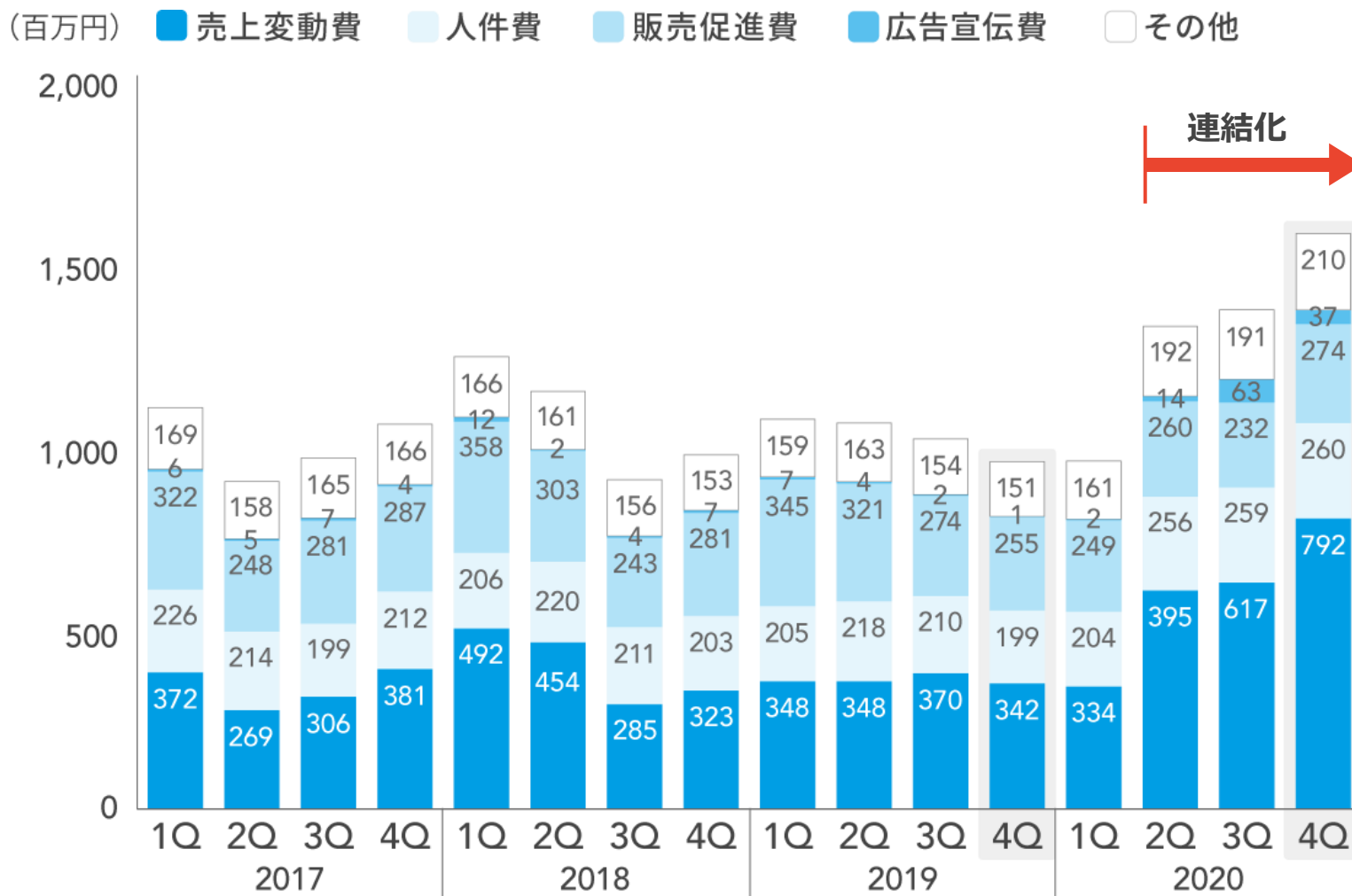
セグメント別売上高推移

4月からのGMOくまポン株式会社連結化を受け、メディア事業売上は、前年同期比94.1%増。



営業費用推移

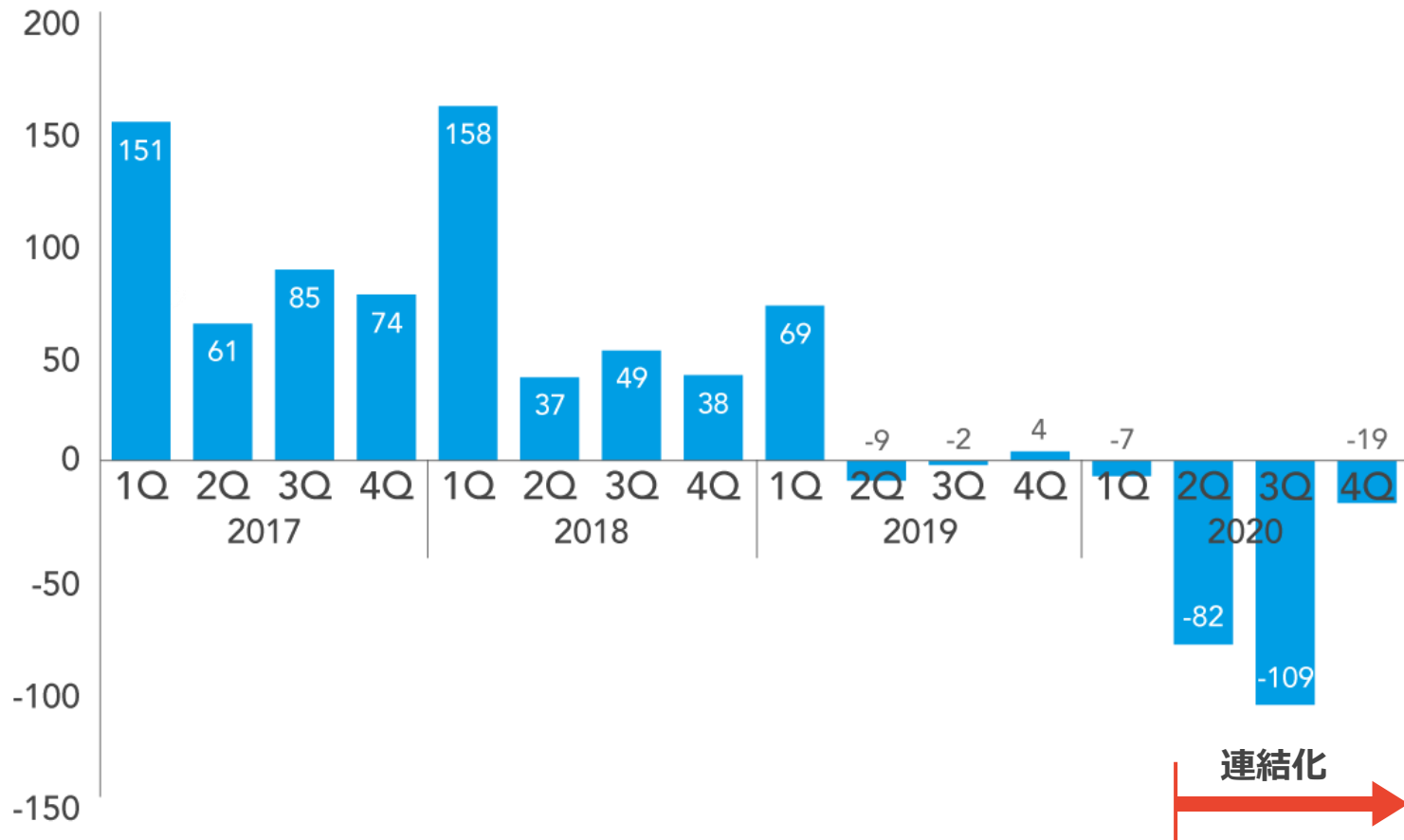
4月からGMOくまポン株式会社を連結化。売上変動費の増加は、クーポン仕入コスト。



営業利益推移

コロナ禍による広告出稿控えの復調と、キレイパスプロモーション計画の変更により直近4Qは連結赤字が縮小。GMOメディア単体営業利益は52百万円。

(百万円) ■ 営業利益推移



4. 今後の戦略

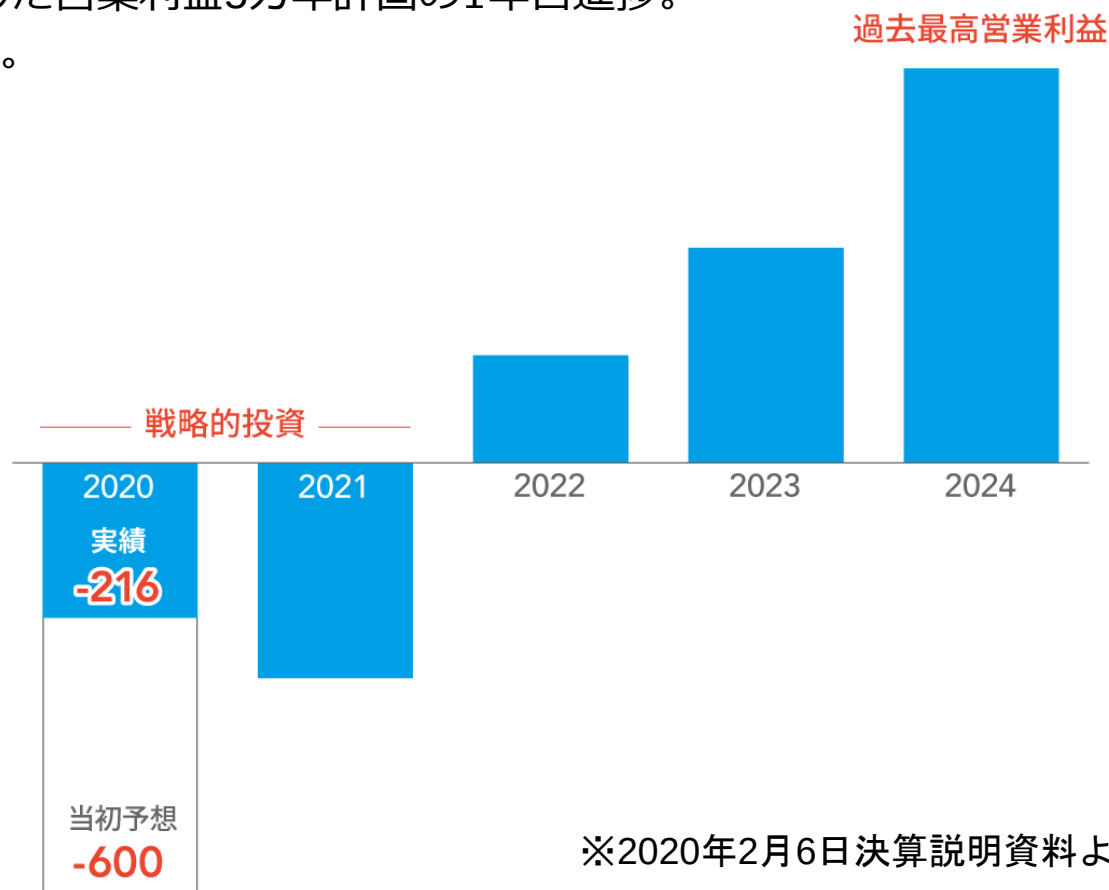
新型コロナウイルス感染拡大の4Q影響と見通し

マイナス影響を大きく受けた広告関連事業は、復調しつつある。

ポイント メディア	自社・ パートナー メディア 新型コロナウイルスの影響でアフィリエイトの出稿控えが続いていたが、 復調傾向
ゲーム プラット フォーム	課金ゲーム 影響なし
	広告ゲーム 2・3Qに落ち込んでいたアドネットワーク単価が復調傾向
クーポン 販売	くまポン オフライン系クーポンは引き続き苦戦しているが、美容系クーポンを中心に 復調傾向
ヴァーティカル メディア	コエテコ (プログラミング) 昨年の緊急事態宣言時の休校措置とは異なり、通学継続により、大きな影響 は見られないが、1月の出足は遅れていると見る
	キレイパス (美容医療) 昨年の緊急事態宣言時に各クリニックが対策を講じたことも含め、復 調傾向

5力年計画進捗

2020年2月に発表した営業利益5力年計画の1年目進捗。
2024年目標は不変。



2020-21年 戦略的投資（主にキレイパス事業広告宣伝）を実施
2022年 黒字化
2024年 過去最高営業利益を目指す

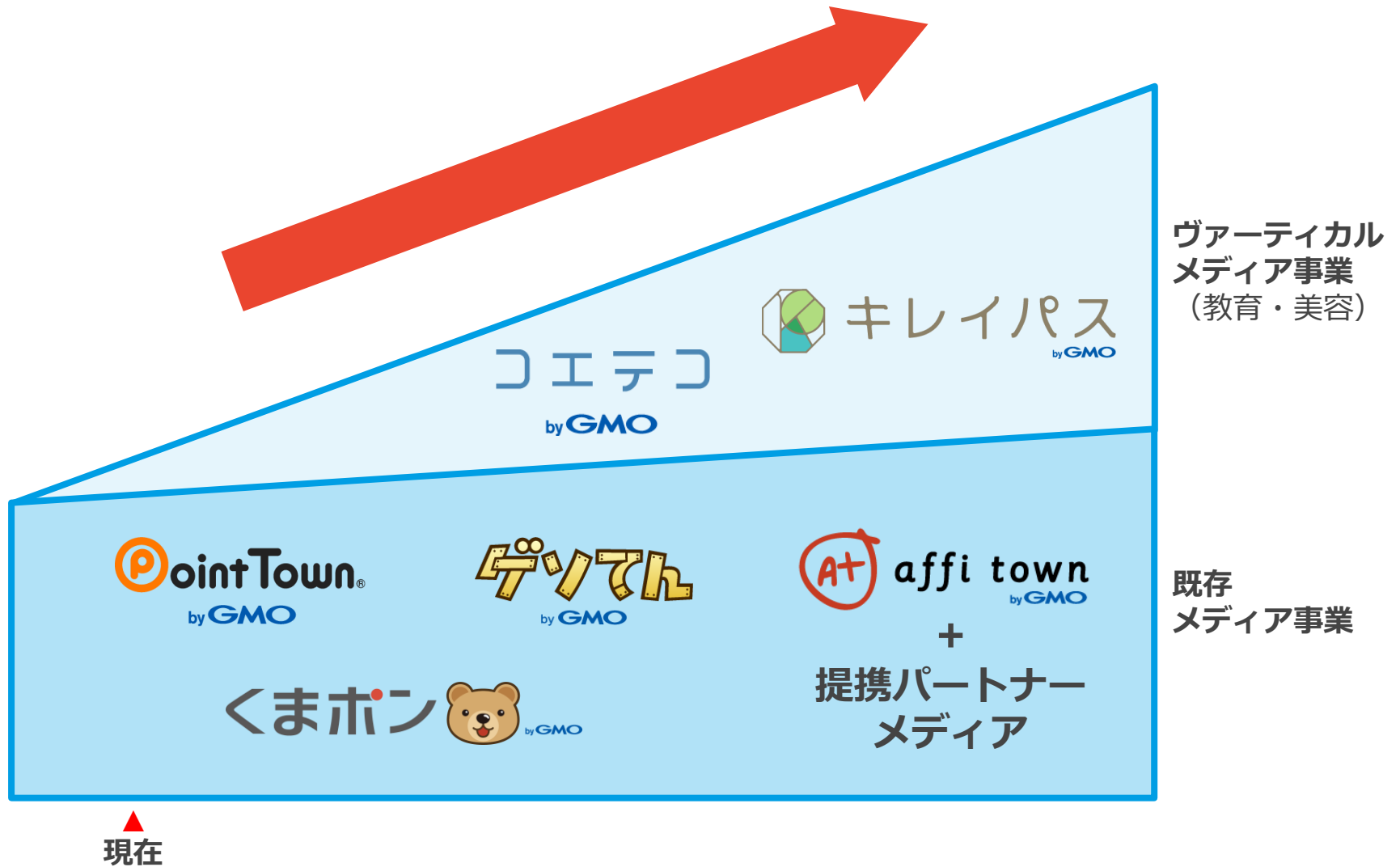
2021年以降の基本方針

クーポン販売事業（くまポン）の加入により、既存サービスは、より安定した基盤へ。
既存サービスの安定成長+新規サービスへの投資を継続し、より大きな成長を目指す。



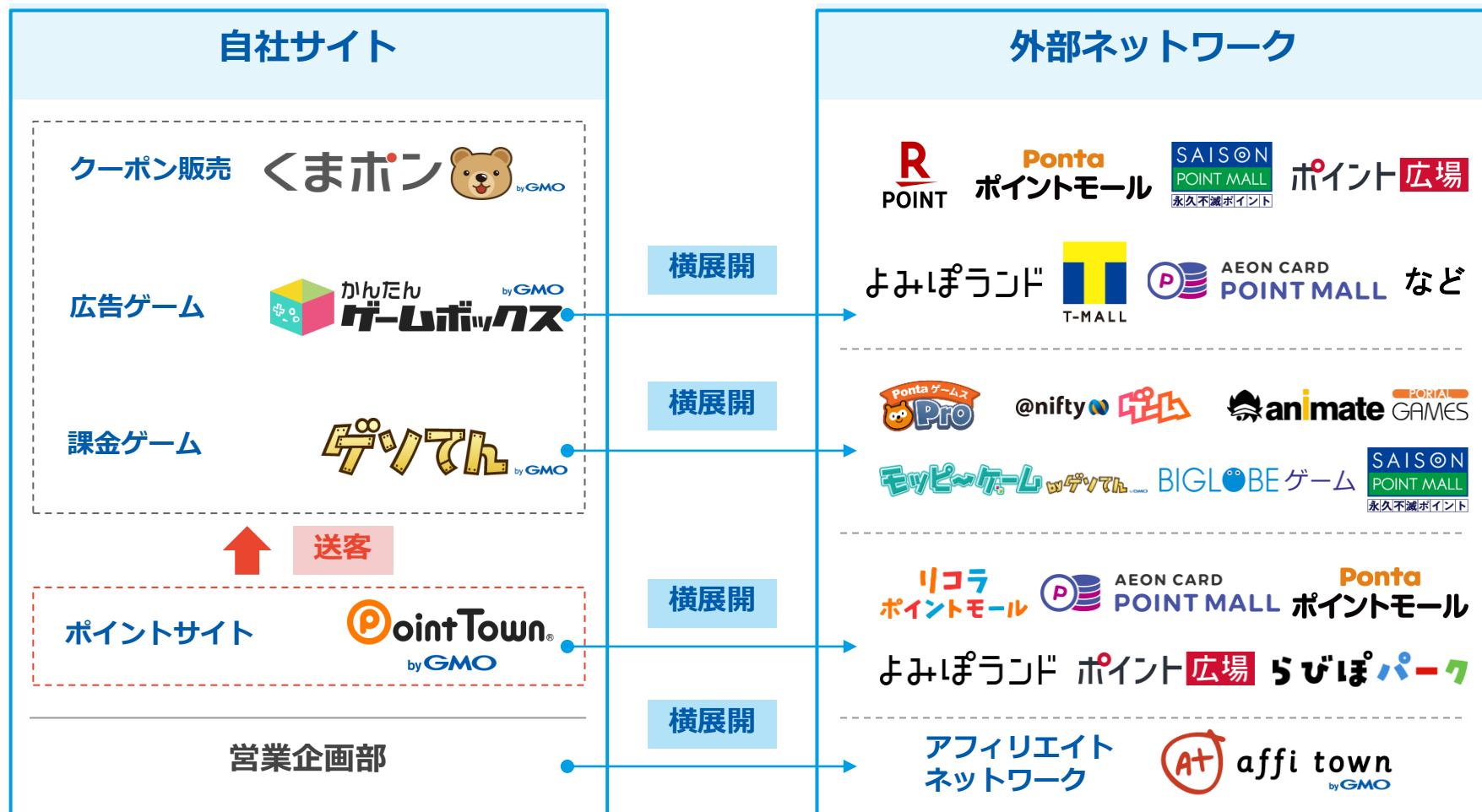
成長イメージ

既存のポイントメディア関連事業をベースに、ヴァーティカルメディア事業への投資拡大。



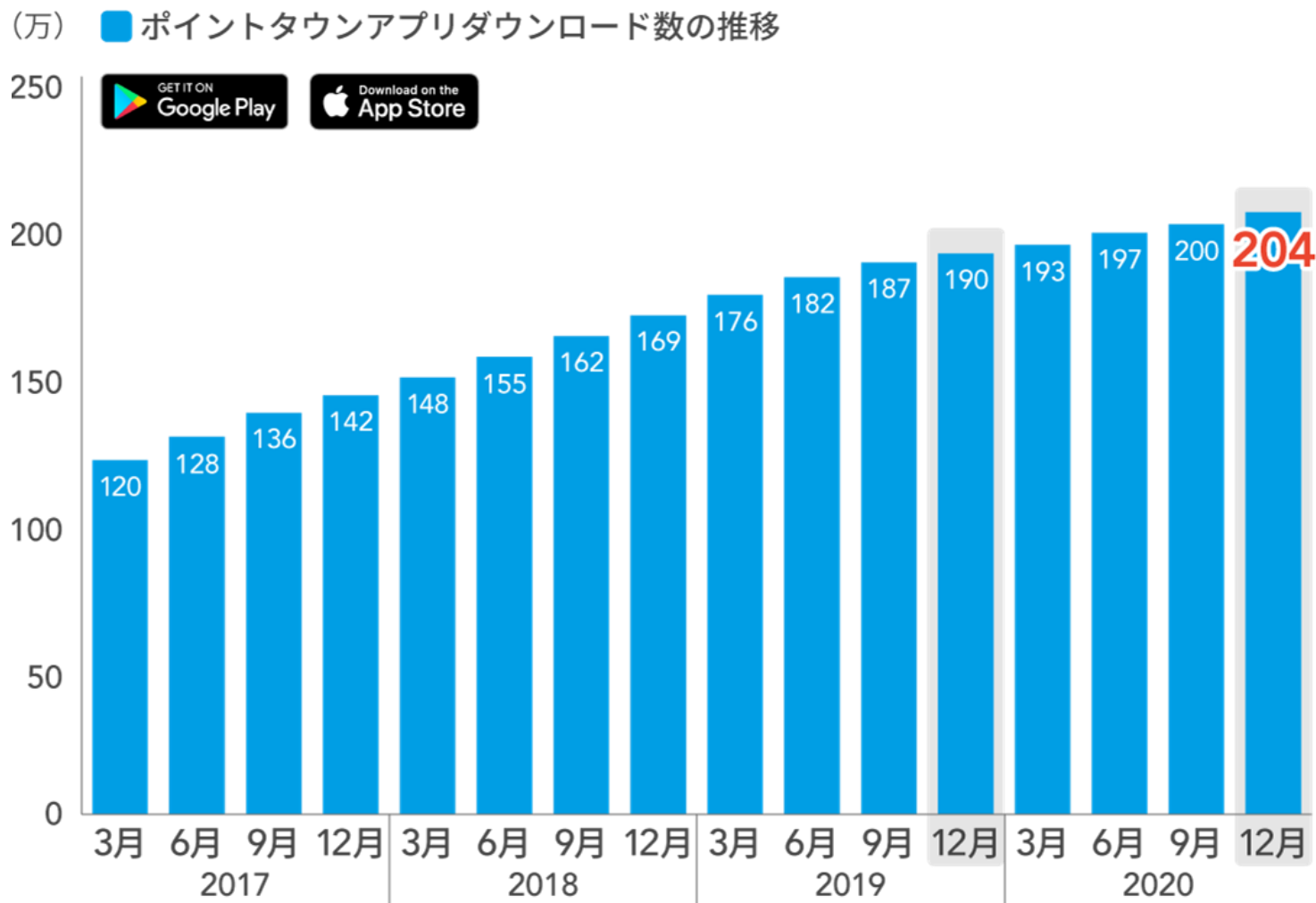
既存サービス成長戦略

自社サービスにおいては、ECメディアを中心に安定した成長を持続、またそのシステムを提携パートナーへ展開することにより、提携パートナーのサービス運営に貢献し、シナジー全体でユーザー規模・収益の最大化を目指していく。



ポイントタウンアプリダウンロード数推移

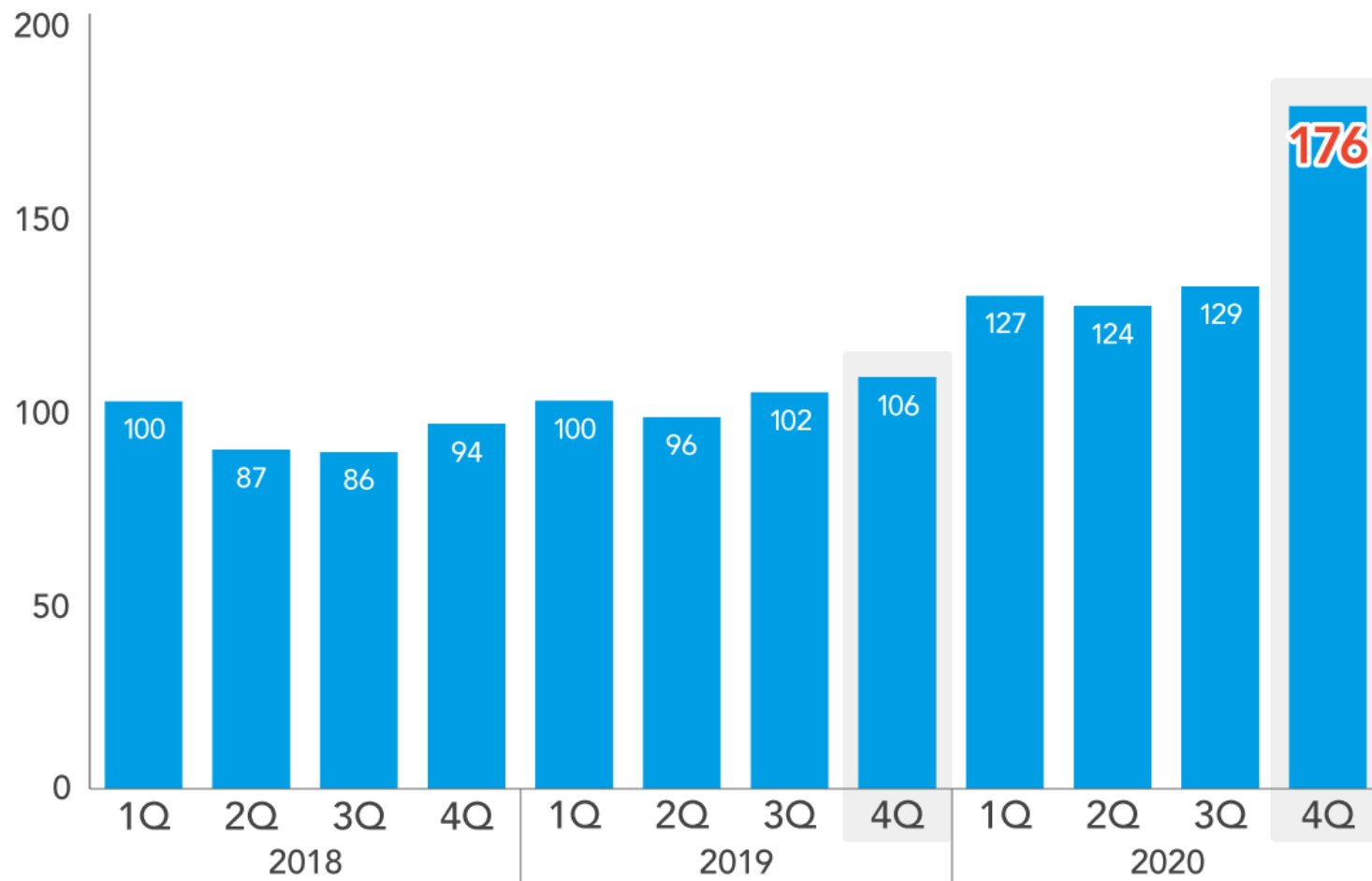
ポイントタウンは引き続きスマートフォンに注力。ダウンロード数は前年同Q比で7%増。
新規流入はスマートフォンが8割。



ゲームプラットフォーム事業収益推移

ゲーム課金に加えて、ゲーム広告も加えた「ゲームプラットフォーム事業」で収益の最大化を目指す。「かんたんクイズ」の収益拡大で、前年同期比65.9%増。

(%) ■ ブラウザゲーム売上推移 (課金 + 広告)



かんたんゲームボックスの提供媒体とMAU

カジュアルゲーム広告「かんたんゲームボックス」は、2020年1月より開始した「かんたんクイズ」が大きく成長。提供媒体数は22、MAUは100万を突破。



提供先



ポイント広場
(dポイント)



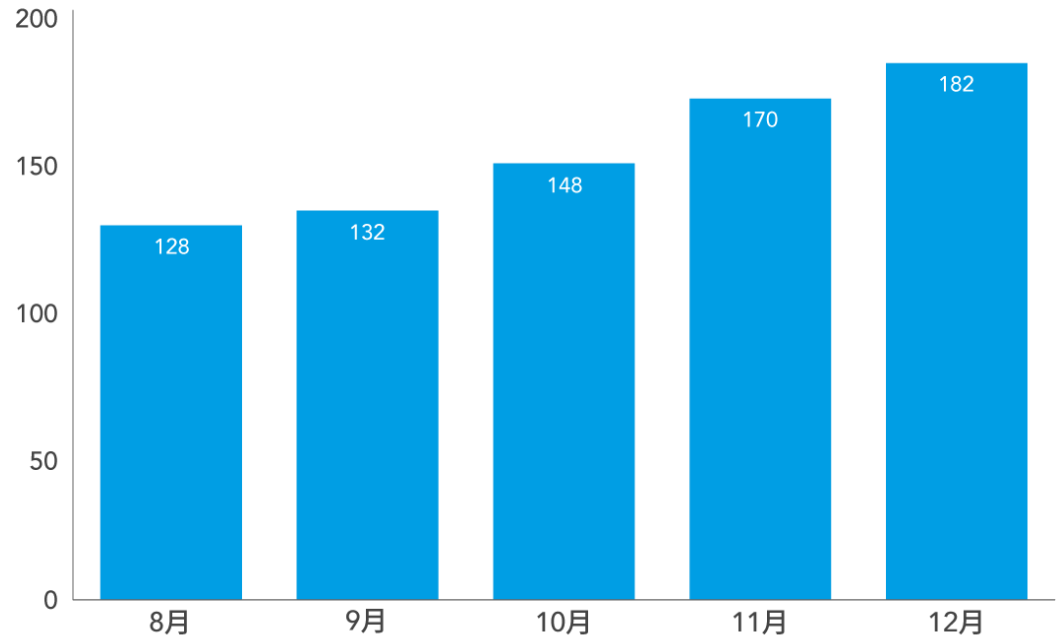
よみぽランド
(読売新聞)

Ponta
ポイントモール



AEON CARD
POINT MALL

(万) ■ かんたんゲームボックス MAU



カジュアルゲーム事業を譲り受け

2021年2月1日に株式会社CMサイトよりカジュアルゲーム事業を譲り受け。
楽天、Tポイント等との連携を強化し、カジュアルゲーム領域を拡大。

CMサイト

対象ゲーム



GMOメディア

提供先



計23サイト

ヴァーティカル（垂直・専門特化）メディア事業

プログラミング教育メディア

コエテコ

by GMO

プログラミング教室への送客手数料モデル

美容医療メディア



キレイパス
by GMO

美容クリニッククーポン販売手数料モデル

2021今後の展開（ターゲットの拡大）

現在、業界No.1の子ども向けプログラミング教室領域に加えて、中高生や社会人を対象としたプログラミング教育へも対象を拡充していく。



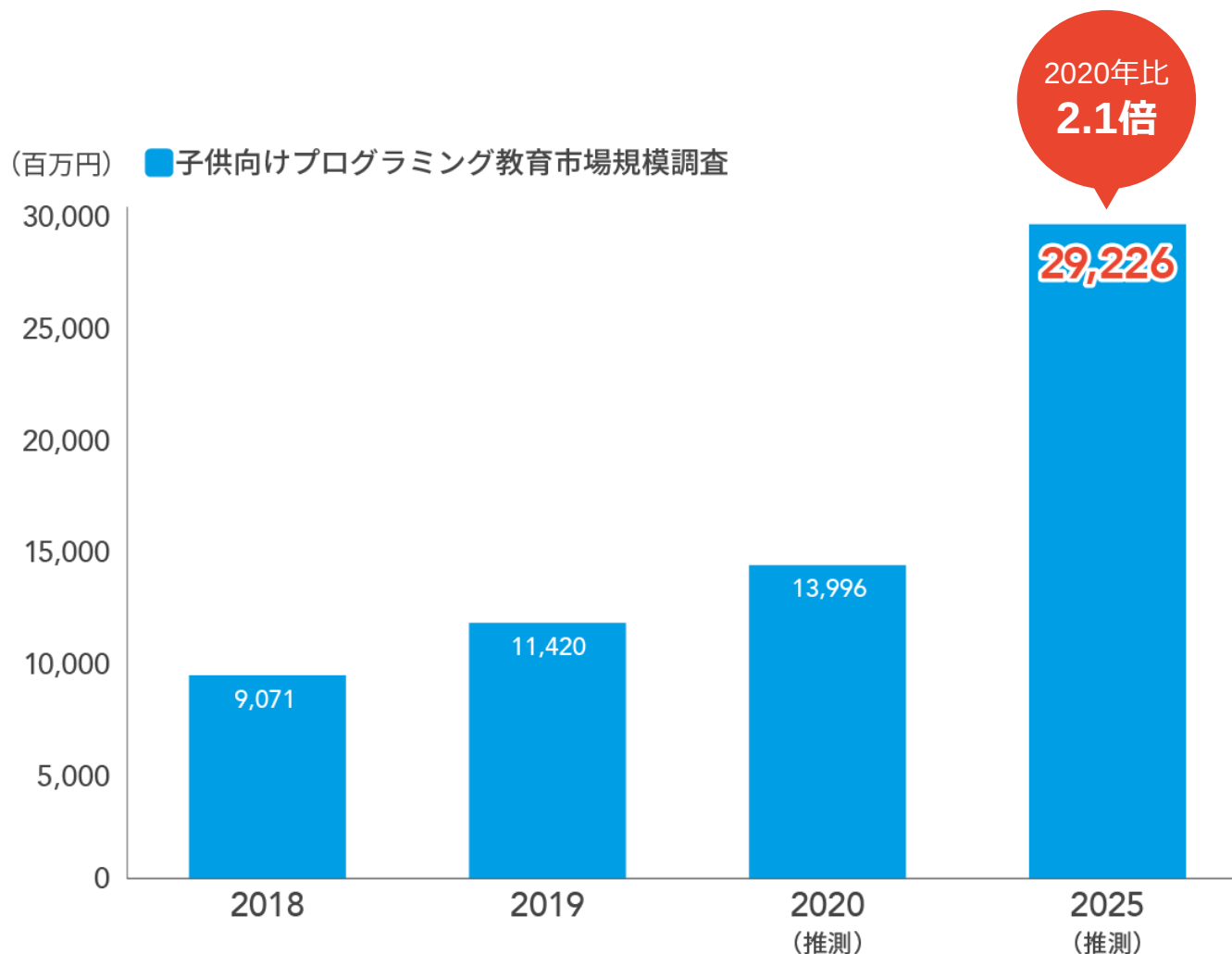
【文部科学省によるプログラミング必修化の流れ】

2020年春 小学校必修化
2021年春 **中学校** 拡充
2022年春 **高校** 拡充

プログラミング教室市場は拡大を続ける

2025年に約300億円に到達すると予測。

2021年度4月から、GIGAスクール構想にて、全国の小中学生全員にタブレット・PC配布。



教室掲載数でNo.1となる

2018年に続き、「小学生向けのプログラミング・ロボット教室掲載数」でNo.1を達成。
掲載教室数は、10,622教室（2021年1月末時点）

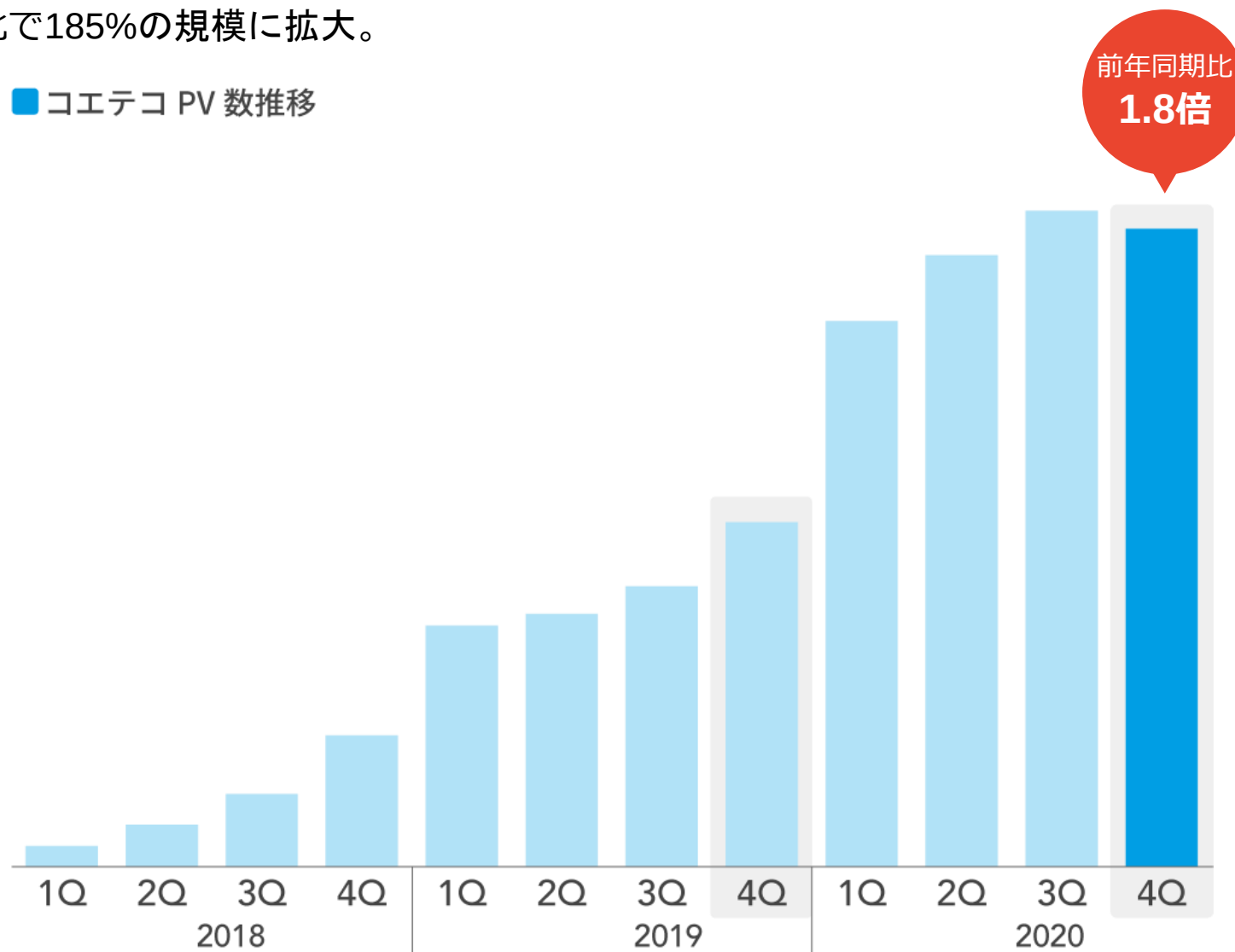
The graphic is set against a light blue background with abstract patterns. On the left, a smartphone displays the 'コエテコ by GMO' website, which features a photo of a boy working on a project and text that reads: 'プログラミング教育がわかる、ロボット・プログラミング教室が見つかる。' and '教室をさがす'. In the center, a white rounded rectangle contains the text '教室掲載数 No.1' in large pink letters, flanked by laurel wreaths. Below this, it says '※2020年12月時点 MMD研究所調べ', '子どもにピッタリな教室が見つかる', and 'プログラミング教室・ロボット教室検索'. At the bottom of this rectangle is the 'コエテコ by GMO' logo. On the right, a young girl with dark hair and a white shirt is shown from the chest up, with her hands raised in a surprised or excited gesture, her mouth wide open.

※2020年12月時点 MMD研究所調べ

コエテコPV数推移

PV数は訪問者獲得のための広告宣伝費は投下せずオーガニック成長。
前年同期比で185%の規模に拡大。

■ コエテコ PV 数推移



社会的な背景

①IT技術者の不足

②AI、DXなどIT技術が進歩

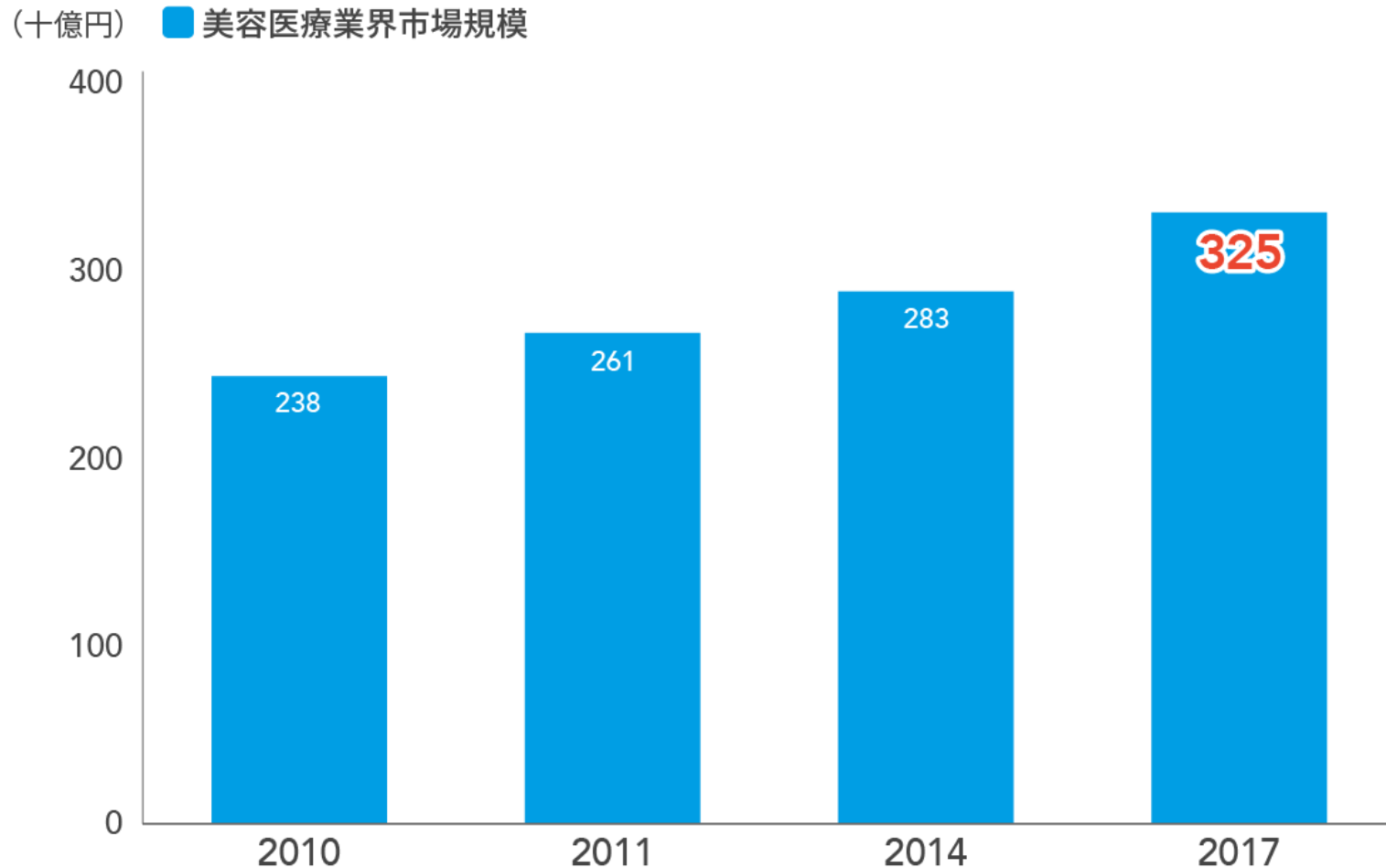
DXが浸透、非IT業界においてもデジタル化が必須となる。

そのため、IT人材の需要が高まり、2030年には約79万人(※)の人材が不足すると予測。IT人材の確保が急務となる！



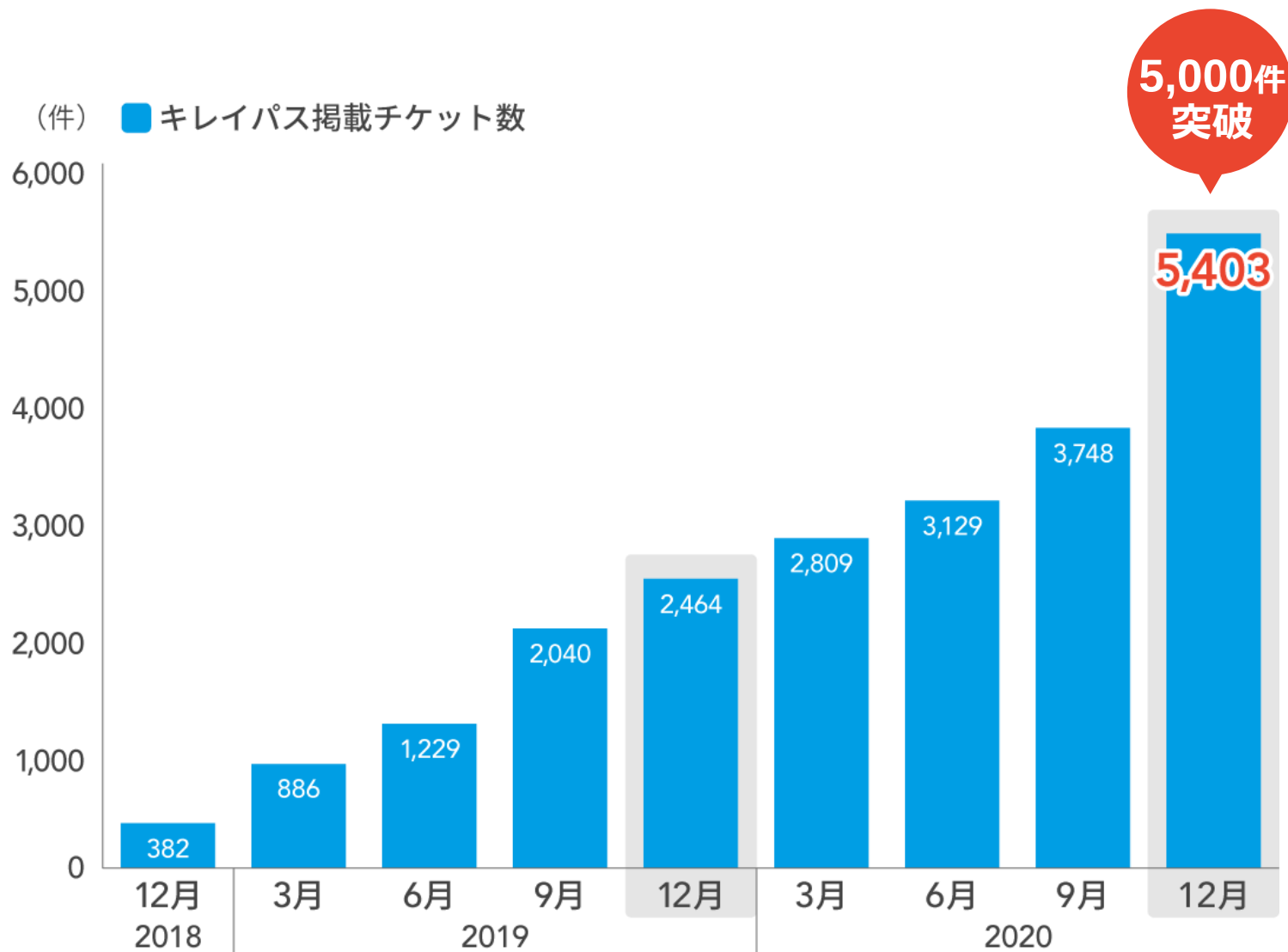
**IT人材の不足という社会課題に直結する
「社会人向けのプログラミング教育」ニーズも拡大！**

美容医療市場は拡大を続けており、2017年には3,000億円を突破。



キレイパス・チケット掲載数

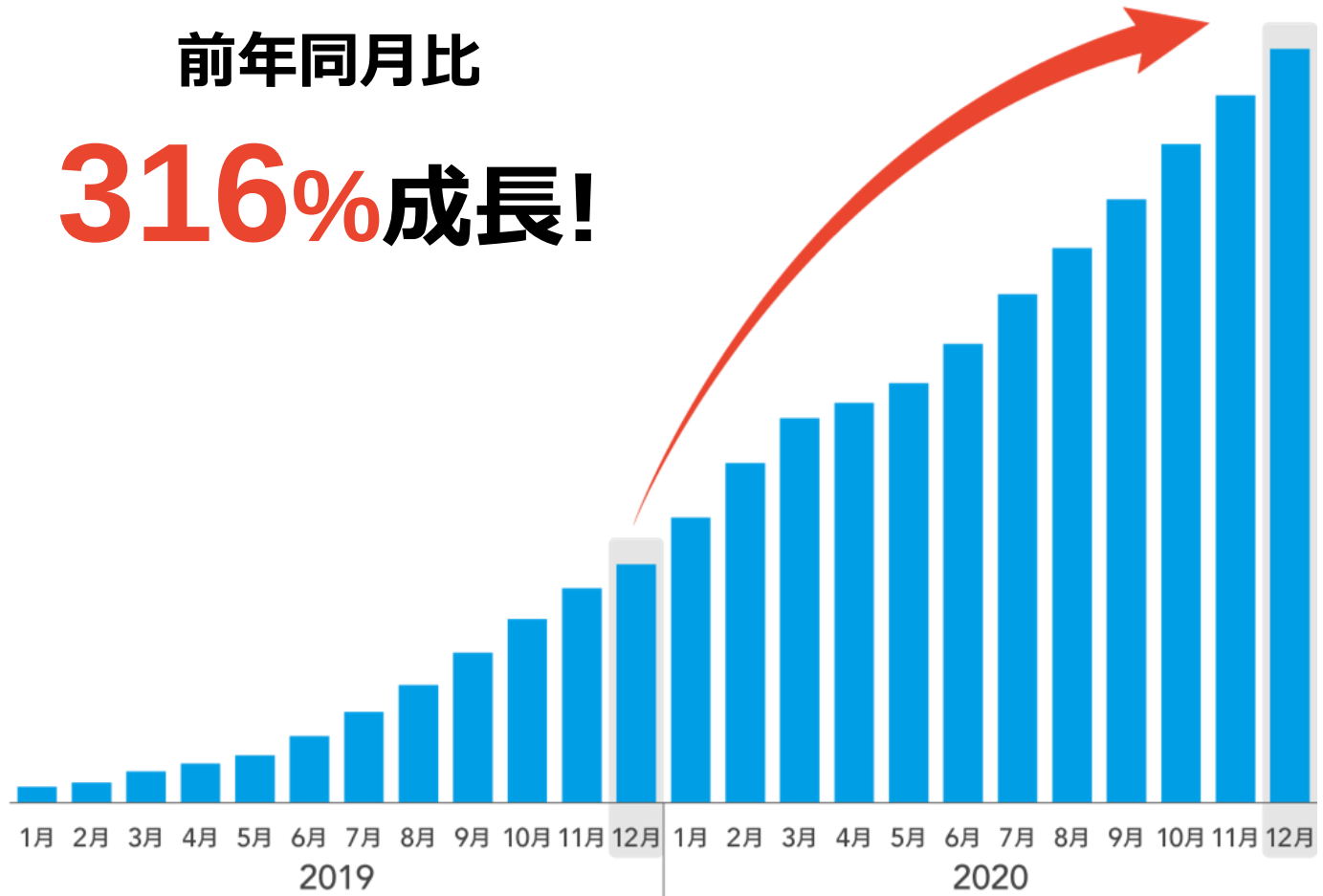
キレイパスのチケット掲載数は5,000件を突破。



会員登録数は前年同期比で3倍に成長。引き続き規模の拡大を進めていく。

■ キレイパス会員登録者数推移

前年同月比
316%成長!



5. 業績予想

業績予想

20%の増収を目指すも、新規サービスへの投資を継続し、21年度も赤字予想。
22年度黒字化予定。

単位：百万円	2020年実績 (連結)	2021年予想 (連結)	成長率
売上高	4,999	6,000	+20.0%
営業利益	▲ 216	▲ 150	—
営業利益率	—	—	—
経常利益	▲ 214	▲ 150	—
当期純利益	▲ 408	▲ 175	—
配当予測	—	—	—

6. Appendix

損益計算書

単位：百万円	2019年 4Q	2020年 1Q	2020年 2Q	2020年 3Q	2020年 4Q	前年 同期比	前Q比
売上高	954	948	1,238	1,256	1,555	+601	+299
売上原価	701	699	957	974	1,149	+447	+175
売上総利益	252	248	280	282	406	+153	+124
売上総利益率	26.5%	26.2%	22.6%	22.5%	26.1%	▲0.3pt	+3.6pt
販売費及び一般管理費	249	255	362	391	426	+176	+34
営業利益	3	▲6	▲81	▲109	▲19	▲22	+89
営業利益率	0.4%	—	—	—	—	—	+7.4pt
経常利益	3	▲6	▲81	▲107	▲18	▲22	+88
当期純利益	1	▲6	▲70	▲103	▲227	▲228	▲124

*2020年第1四半期においてGMOくまポン(株)の株式を取得したことにより連結の範囲に含めております。
また、みなし取得日を2020年第1四半期末としているため、2020年第2四半期より連結の業績となっております。
*増税表示は表示桁数未満を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。

貸借対照表



単位：百万円	2019年 4Q	2020年 1Q	2020年 2Q	2020年 3Q	2020年 4Q	前年 同期比	前Q比
流動資産	3,084	3,167	3,034	2,878	3,194	+110	+316
うち現金預金 関係会社預け金含む	2,306	2,286	2,161	2,065	2,197	▲109	+131
固定資産	502	726	705	690	421	▲81	▲269
総資産	3,586	3,894	3,739	3,569	3,615	+29	+46
流動負債	1,230	1,561	1,503	1,438	1,709	+478	+270
うちポイント引当金	598	611	639	643	627	+29	▲15
固定負債	25	23	21	21	24	▲0	+3
純資産	2,330	2,309	2,214	2,109	1,881	▲448	▲227
純資産比率	65.0%	59.3%	59.2%	59.1%	52.0%	▲12.9pt	▲7.0pt
負債及び純資産	3,586	3,894	3,739	3,569	3,615	+29	+46

*2020年第1四半期においてGMOくまポン(株)の株式を取得したことにより連結の範囲に含めております。

*増減表示は表示桁数未満を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます

会社概要

会社名	GMOメディア株式会社（GMO MEDIA Inc.）
設立年月日	2000年10月13日
資本金	7億6,197万円
事業内容	メディア事業、その他メディア支援事業
子会社	GMOくまポン株式会社
従業員数（連結）	175名（役員除く、臨時従業員含む）



What is GMO Media?

多ブランド

出版社が雑誌を発行するように、多ブランドにてサービス展開

コンテンツプラットフォーム

記者やライターを擁さず、コンテンツを流通させるプラットフォームを構築し、そのプラットフォームへ集客

B2C広告・課金ビジネス

一般消費者向けに、無料でサービスを提供し、広告を掲載。さらに一部は課金モデルで展開

沿革（法人）

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。

	沿革	会社名
創業期	2000年10月 イスラエルネットベンチャーと電通グループ・ソフトバンクグループの合併により、東京都中央区に設立	2000年10月 アイウェブ・テクノロジー・ジャパン株式会社
	2001年 7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）資本参加	
	2002年 5月 本店の所在地を東京都渋谷区に移転	2002年 5月 ユーキャストコミュニケーションズ株式会社
GMO インターネット グループ内 再編成	2000年10月 壁紙ドットコム株式会社と統合	2004年 3月 GMOモバイル アンドデスクトップ株式会社
	2005年 5月 GMOメディアアンドソリューションズ株式会社の メディア事業・EC事業を統合	
	2008年 8月 GMOメディアホールディングス株式会社から 「ヤプログ！」事業を会社分割により継承	
	2009年 4月 GMOティーカップ・コミュニケーション株式会社と統合	2005年 5月 GMOメディア株式会社
広告+課金 への拡大	2020年 3月 GMOくまポン株式会社がグループジョイン	

事業領域と主要サービス

ポイントインセンティブによる【ECメディア】と一般ユーザーの情報発信をサポートする【ソーシャルメディア】を軸に、スマートフォン向けネイティブアプリとWEB（スマートフォン・パソコン）向けに多ブランドにて展開しており、ユーザーは無料で利用できます。

	ECメディア	ソーシャルメディア
 WEB ・ アプリ	   	   

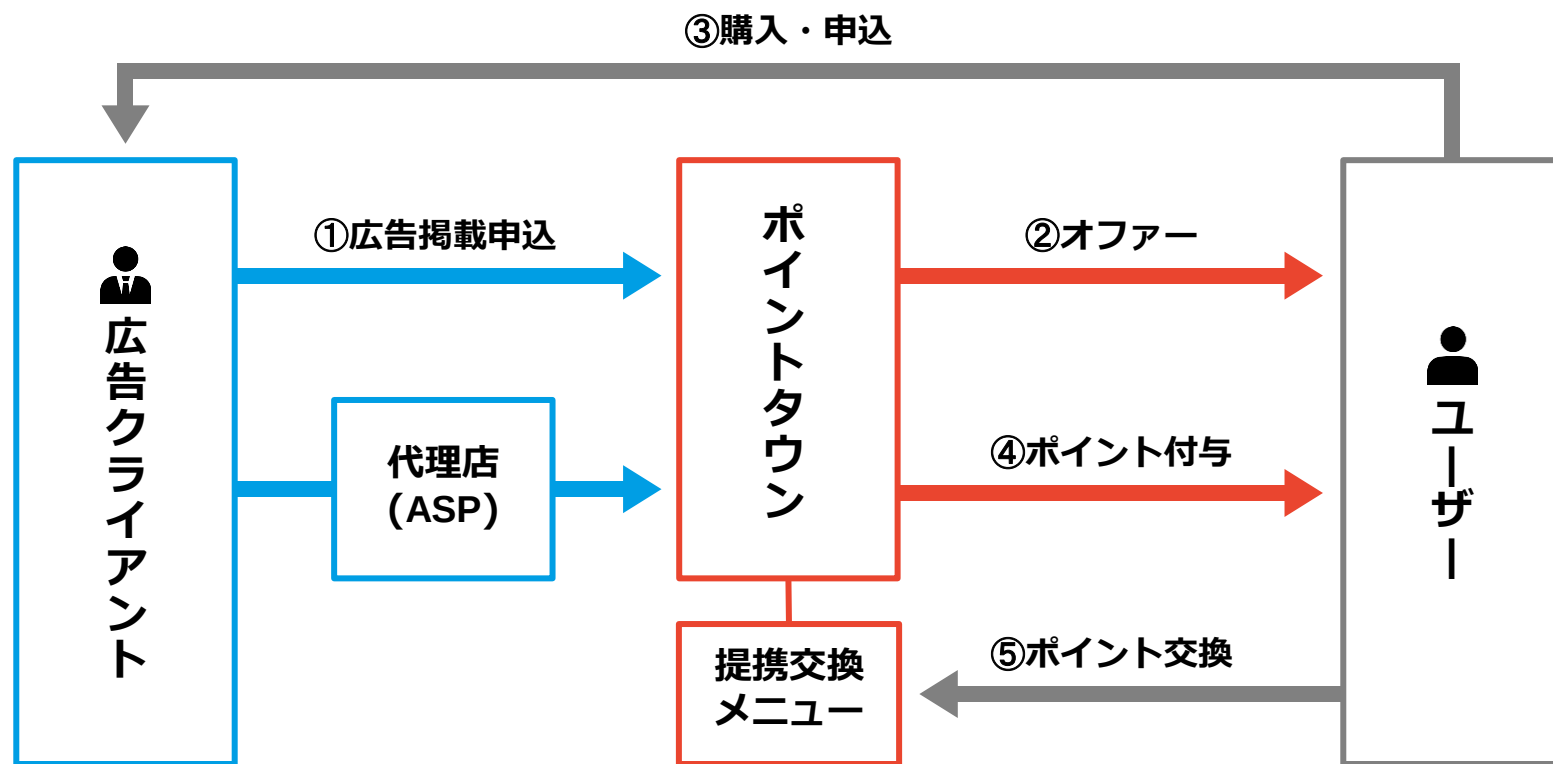
ポイントメディア ビジネスモデル

弊社はクライアントとユーザーの間に位置し、広告出稿したいクライアントから代理店（ASP）経由で案件をサイト内に掲載。広告費で頂く報酬の一部をユーザーにポイント還元。その差分を利益とする。

※ASP = (Affiliate Service Provider) とは、成功報酬型広告を配信するサービス・プロバイダの略。

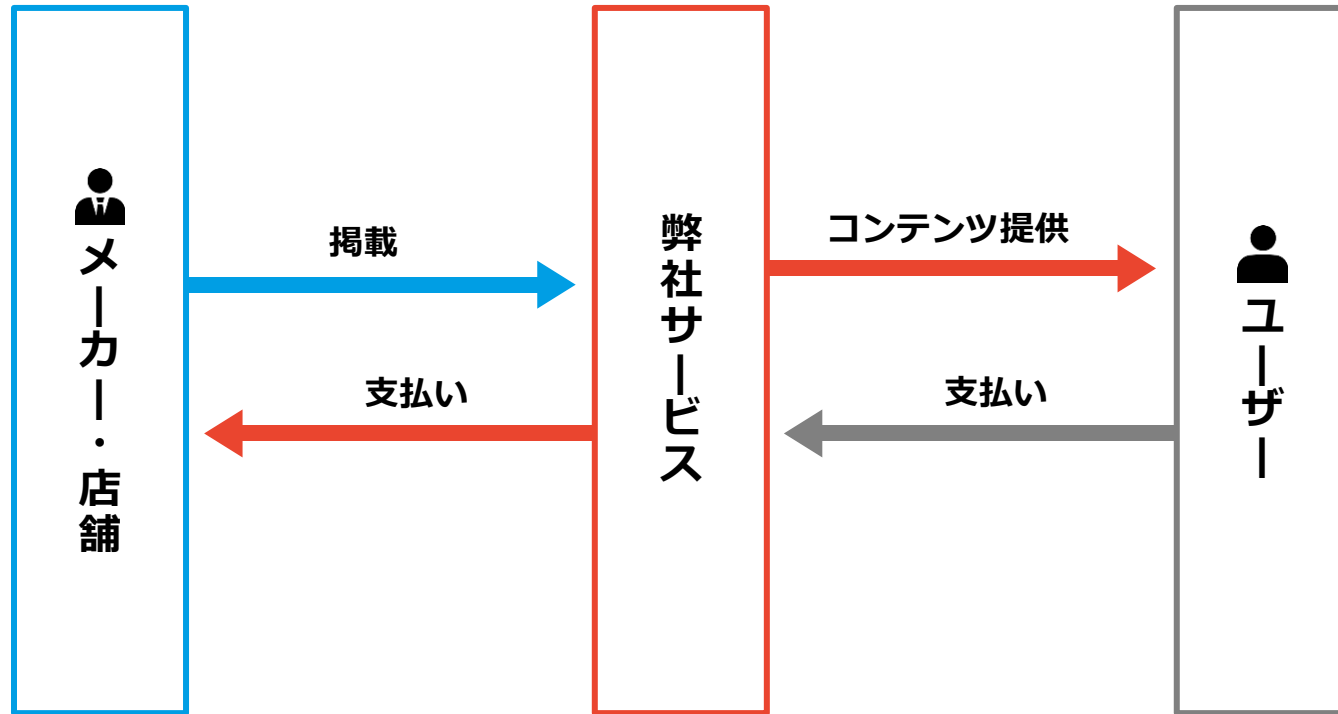
インターネット上で完結できるクライアント全てが対象となり、ECから無料会員登録、クレジットカード発行など豊富な案件を適宜ユーザーに提供しポイントを貯める。

ユーザーはそのポイントを現金及び国内の主要ポイント、マイレージなど様々なメニューに交換できる。



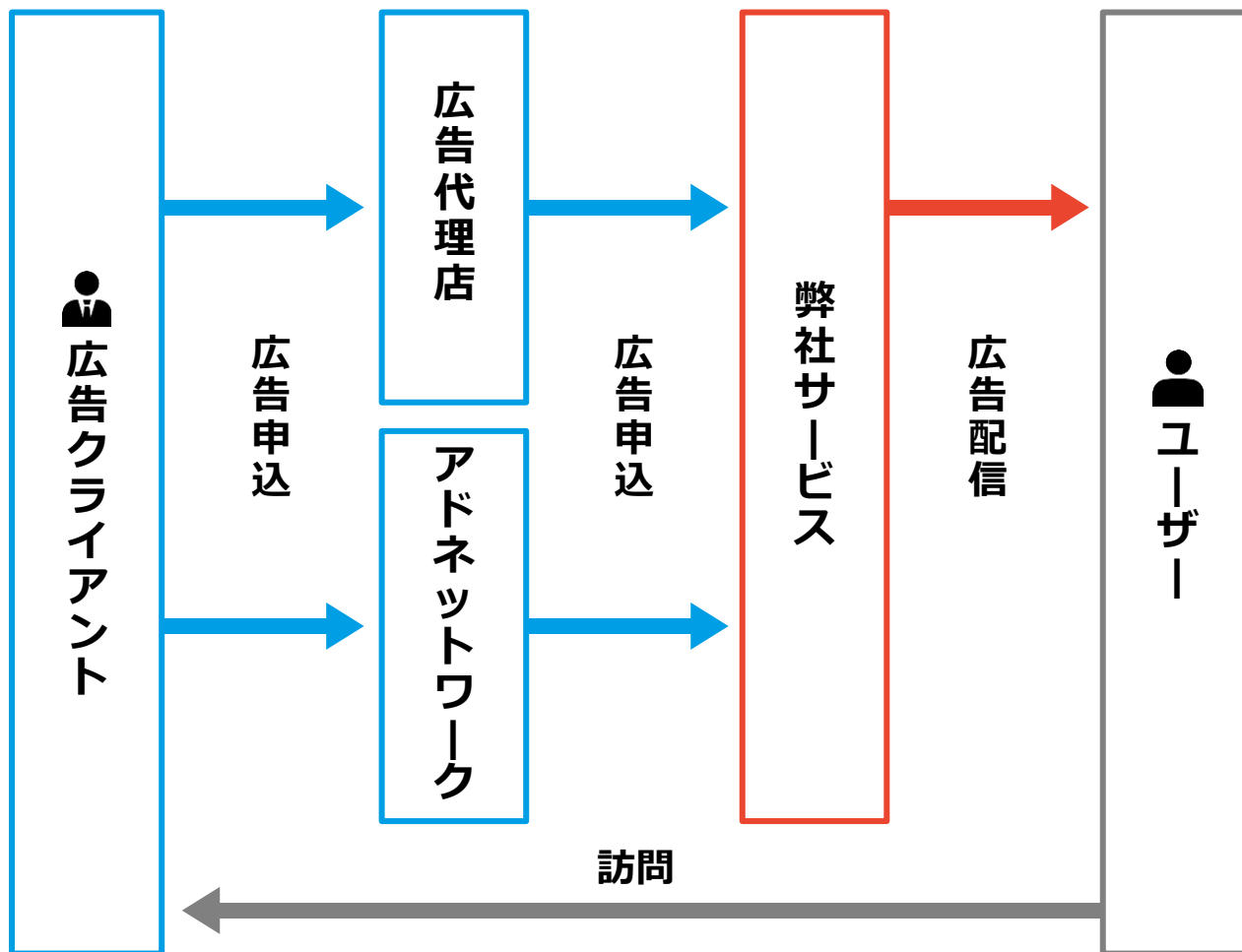
課金事業 ビジネスモデル

弊社はクライアントから委託を受けたコンテンツをプラットフォーム上に掲載。
掲載されたコンテンツをユーザーが購入し、その金額をもとにクライアントへ支払いを行う。



ソーシャルメディア ビジネスモデル

弊社サービスの広告枠に、アドネットワーク / 広告代理店からの広告を掲載し、その掲載やクリックに応じた広告収入。



美容医療を受けたいユーザーが、「キレイパス」を通じてクリニックを検索。
料金はサイト内で前払い、その後クリニックにて施術を受けに行く。

【サービス利用フロー】



強み

- ・「美容クリニック」の情報に特化
- ・事前決済システム
→ クリニックで追加料金を支払う必要がないため
価格面の不安をなくすることができる

For your Smile,
with Internet.

GMO MEDIA

本資料には、2021年2月5日現在の将来に関する前提、見通し、計画等に基づく予測が含まれています。世界経済、競合状況、為替の変動等にかかわるリスクや天変地異などの不確定要因により実際の業績が記載の予測と大きく異なる可能性があります。またマーケットシェアなどの数値について一部弊社推計値が含まれており、調査機関によって異なる可能性があります。

本資料に掲載されている情報は、情報の提供を目的としたものであり、投資の勧誘を目的としたものではありません。また本資料内に記載されている業績予想などの将来の予測に関するものは、リスクや不確定要因を含みます。実際の業績は経済情勢や市場環境など、さまざまな要因により、かかる予想とは大きく異なることがあることをご承知おきください。当該情報に基づいて被ったいかなる損害に関しても、その理由の如何に関わらず一切の責任を負うものではありません。