

2014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 2014年12月期決算概要
- 2 次期重点施策と業績予想
- 3 今後の成長戦略

＜添付資料＞

※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 2014年12月期決算概要

業績(1月-12月)

- 売上高 21%増、営業利益 84.3%増 経常利益 55.2%増 (過去最高)

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 550万人突破
 - GMO Market Observer 契約対象企業24社(*)に
- 海外(Asia)
 - Asia Cloud Panel登録会員数 830万人突破
 - 中国事業の売上高及び、営業利益が四半期で過去最高に

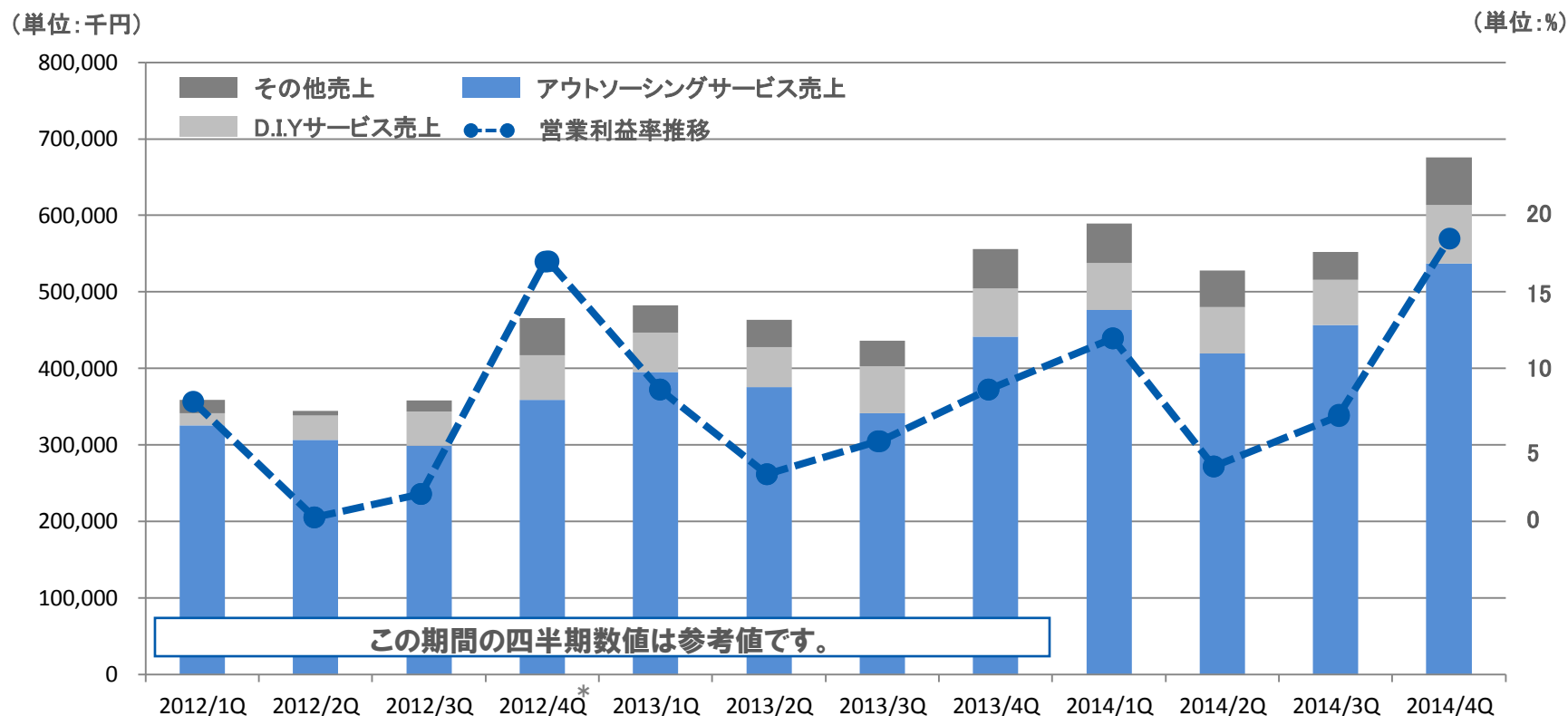
(*) 契約企業数24社は、海外企業も含んだ数値です。

- 消費税増税等の影響はあったものの売上高成長率は、20%越え
- 売上高、営業利益及び、経常利益は、過去最高を記録
- 当期純利益は、海外子会社(シンガポール・インド)の影響を受け未達

	2013年度		2014年度		2014年度		前期比増減		計画比増減	
(単位:百万円)	実績	(%)	計画	(%)	実績	(%)	増減	増減率(%)	増減	増減率(%)
売上高	1,938	(100.0)	2,586	(100.0)	2,345	(100.0)	407	21.0	△240	△9.2
営業利益	133	(6.8)	241	(9.2)	245	(10.4)	112	84.3	3	1.2
経常利益	149	(7.7)	239	(9.2)	232	(9.9)	82	55.2	△6	△2.5
当期純利益	90	(4.6)	142	(5.5)	128	(5.49)	38	42.1	△13	△9.1

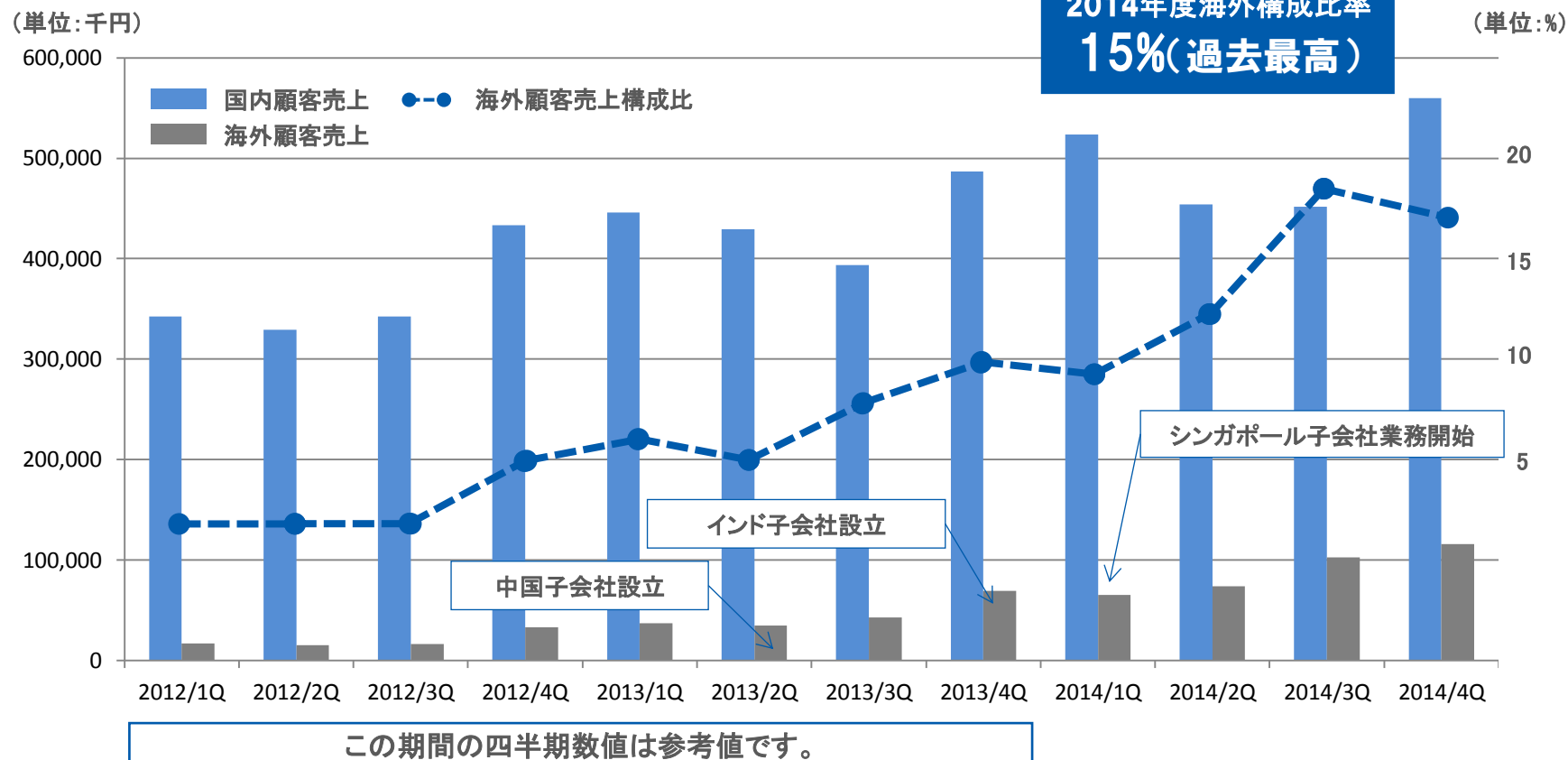
過去最高

- 約8割がアウトソーシングサービスで構成
- D.I.Yサービスの販売比率を高めることによって経営効率改善を目指す



*この期は、「ポイント引当金」の計算方法の変更時に生じた利益が含まれております。

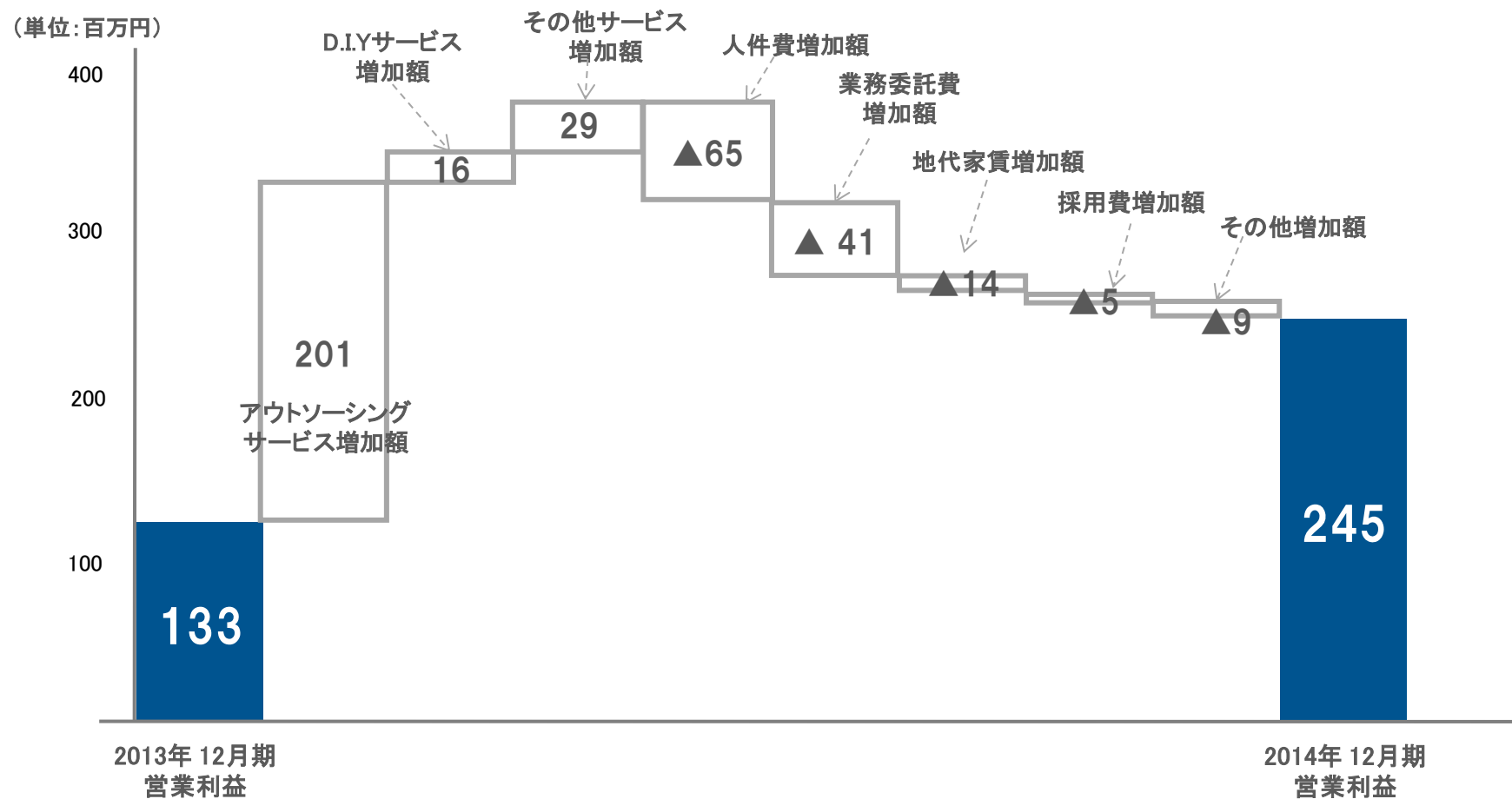
- 中国・インド・シンガポールの子会社設立により海外売上高構成比が15%
- 今後もアジアのリサーチ需要は増加していく見込み



- 売上高は、アウトソーシング及びD.I.Yサービスの受注が継続して堅調に拡大
- 原価率は、Asia Cloud Panel拡大で約3%改善
- 販売及び、一般管理費比は2013年度同様に推移

	2013年度		2014年度		前期比増減	
(単位: 百万円)	実績	(%)	実績	(%)	増減	増減率(%)
売上高	1,938	(100.0)	2,345	(100.0)	407	21.0
売上原価	1,138	(58.7)	1,298	(55.3)	159	14.0
売上総利益	799	(41.2)	1,047	(44.6)	247	30.9
販売及び一般管理費	666	(34.3)	801	(34.1)	135	20.3
営業利益	133	(6.8)	245	(10.4)	112	84.3

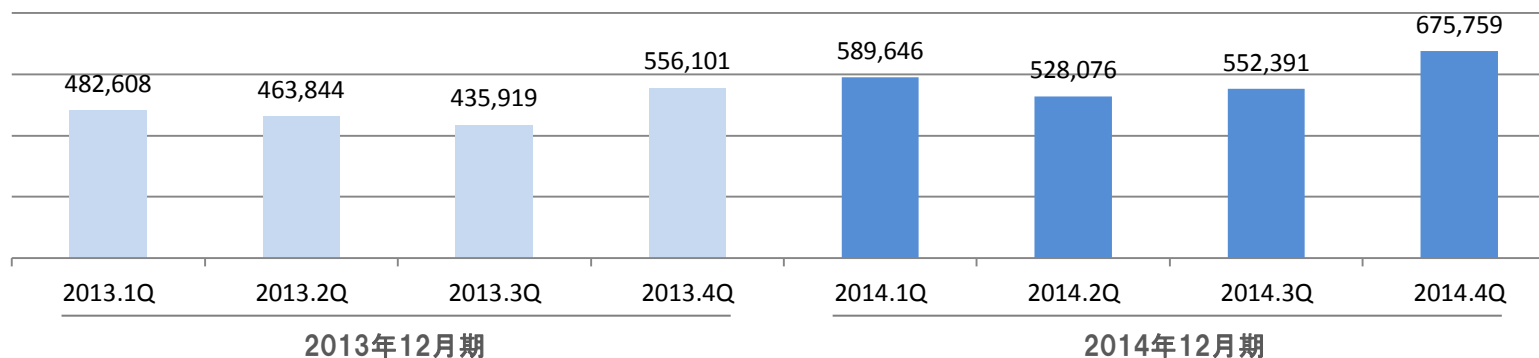
- 人件費、業務委託費が、約105百万円増加
- アウトソーシングの売上総利益増加が経費増を吸収



- 消費税増税による駆け込み需要で、1Q利益増加
- 顧客企業の決算時期が集中している4Qに売上高、営業利益が偏重

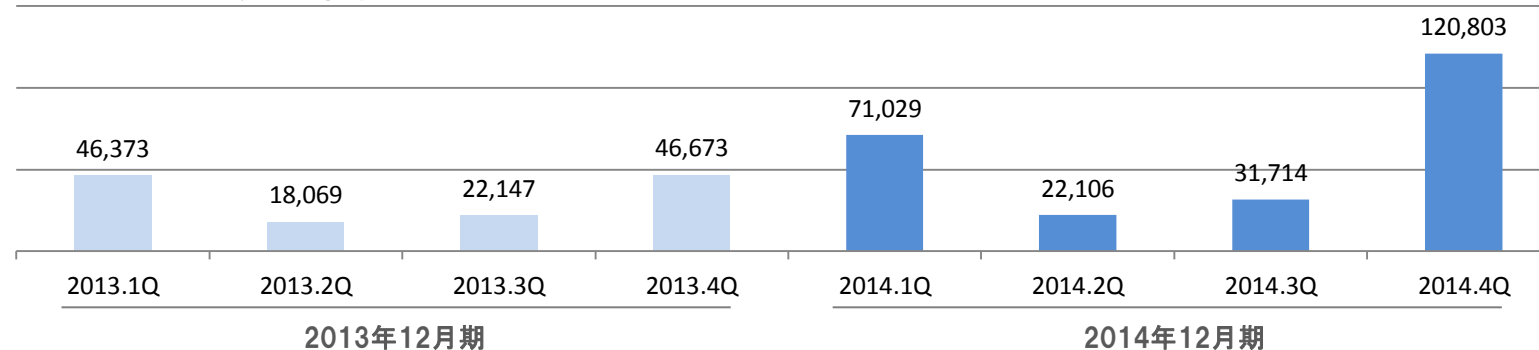
売上高 四半期別推移

単位: 千円



営業利益 四半期別推移

単位: 千円



- 上場により純資産が、594百万円増加
- システム投資により固定資産が、117百万円増加

	2013年度	2014年度	前期比増減	
(単位:百万円)	実績	実績	増減	増減率(%)
流動資産	777	1,353	576	74.0
(現金及び現金同等物)	301	680	379	126.1
固定資産	253	370	117	46.3
資産合計	1,035	1,726	691	66.8
流動負債	506	604	98	19.3
固定負債	21	20	△0	0
負債合計	527	624	97	18.4
純資産	507	1,102	594	117.1
純資産比率	49.0%	63.8%	14.8pt	－

- 営業キャッシュフローは、税金等調整前当期純利益の増加等があったものの売上債権等の増加により147百万円に留まる
- 現金及び現金同等物は、345百万円増加

	2013年度	2014年度	前期比増減	
(単位:百万円)	実績	実績	増減	増減率(%)
営業キャッシュフロー	208	147	△61	△31.5
投資キャッシュフロー	△126	△187	△61	△48.4
財務キャッシュフロー	△66	422	488	—
現金及び現金同等物の増減	31	376	345	1112.9
現金及び現金同等物の期首残高	276	301	25	9.0
現金及び現金同等物の期末残高	301	680	379	125.9

- 2014年12月期は、配当性向40%
- 2015年12月期は、配当性向35%を目標

	2013年度	2014年度	2015年度(予想)
	実績	実績	見通し
1株当たり年間配当金(円)	2,015(*)	36.54	38.00
総配当性向(%)	60.0	40.0	35.2
1株当たり当期純利益(円)	3,357.50(*)	91.34	111.54

(*) 2013年度の1株当たり当期純利益額は、50分割前の数値で表記しております。

2

次期重点施策と業績予想

1 Market Observerの強化

2 Asia Cloud Panelの拡大

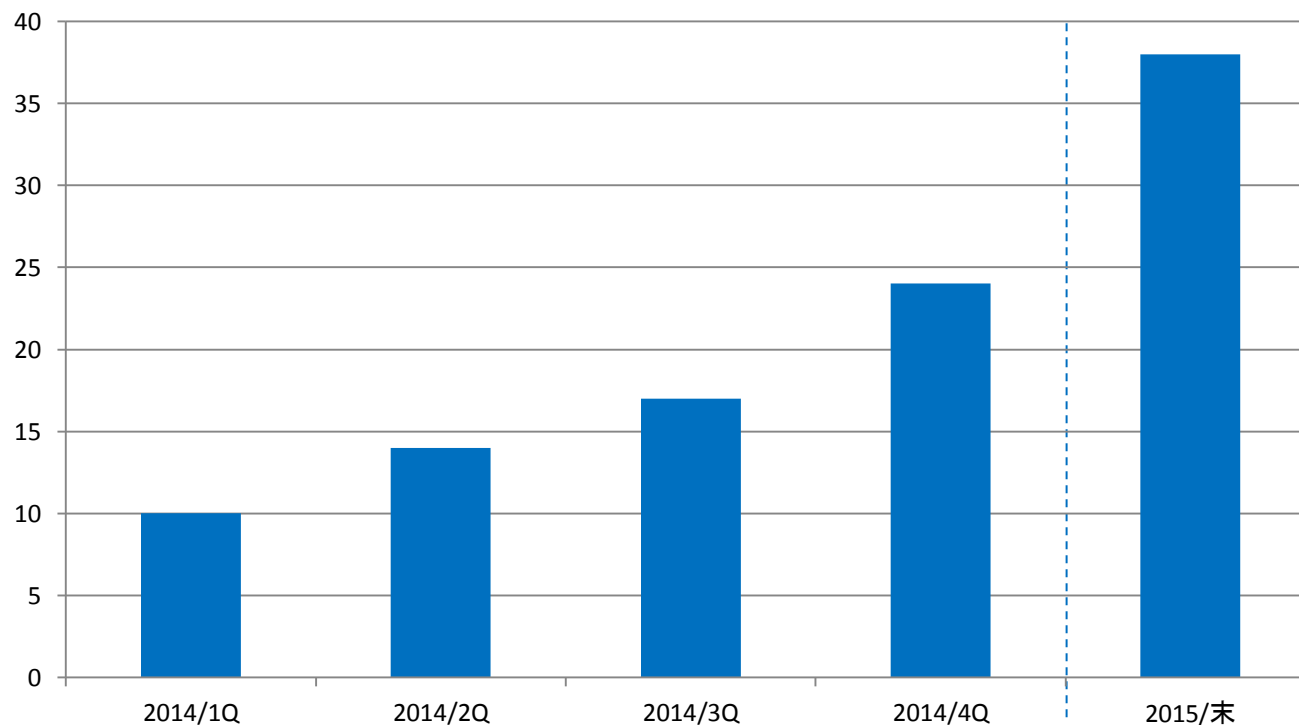
3 海外事業の成長

1 Market Observerの強化

- 課題
 - ・ 顧客利用環境・課題に適合した機能・インターフェイス開発
- 次期重点施策
 - ・ 顧客利用環境・課題を3タイプに分類
 - ・ タイプ別にAPI連携も可能なソリューションを用意し、多様な顧客環境・課題に対応し導入を促進
 - ・ MO推進課を新設
 - ・ 営業機能
 - ・ 営業サポート機能(デモ・契約・トレーニング・問合せ)

- 2014年度は、累計24社と契約済(内5社が海外)
- 2015年度は、38社への導入を目指す

(単位:社数) Market Observer導入推移表



2 Asia Cloud Panelの拡大

- 課題

- Cloud Panelのみでは多様化するリサーチ需要の全てはカバーできず、原価率の高い非Cloud Panelを利用

- 次期重点施策

- 更なるCloud Panel拡大

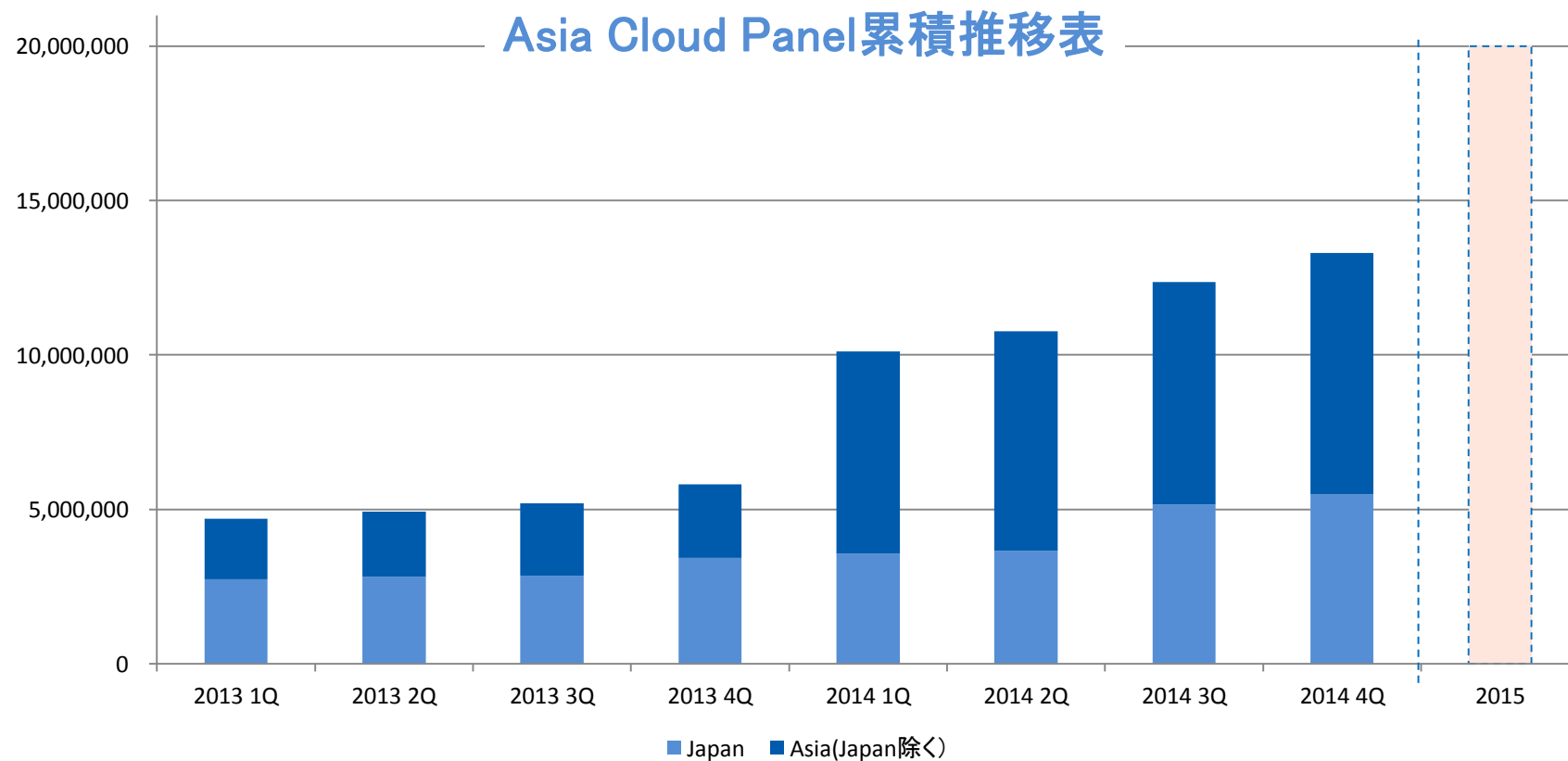
Online Research Panelの市場規模及び欧米のGlobal Panel Providerの需要予測を基に、拡大重点国(中国・韓国・オーストラリア・マレーシア・インドネシア)を選定、アジア全体では、1380万パネルから2000万パネルへ拡大の見込み

- 既存パネルの回収力向上

自社媒体の運用で培ったパネル回収力向上ノウハウをアジアへ横展開する
コンサルティングチームを新設

- 2014年より加速しているパネルの拡大を継続
- アジア全体では、1380万パネルから2000万(150%)パネルへ拡大予定

(単位:人)



3 海外事業の成長

中国事業

- 課題

- ・ ビジネス機会を取りこぼさないよう人材確保・体制強化

- 次期重点施策

- ・ 新規採用を加速(3名)/中国出身の社員異動(日本)

アジア事業

- 課題

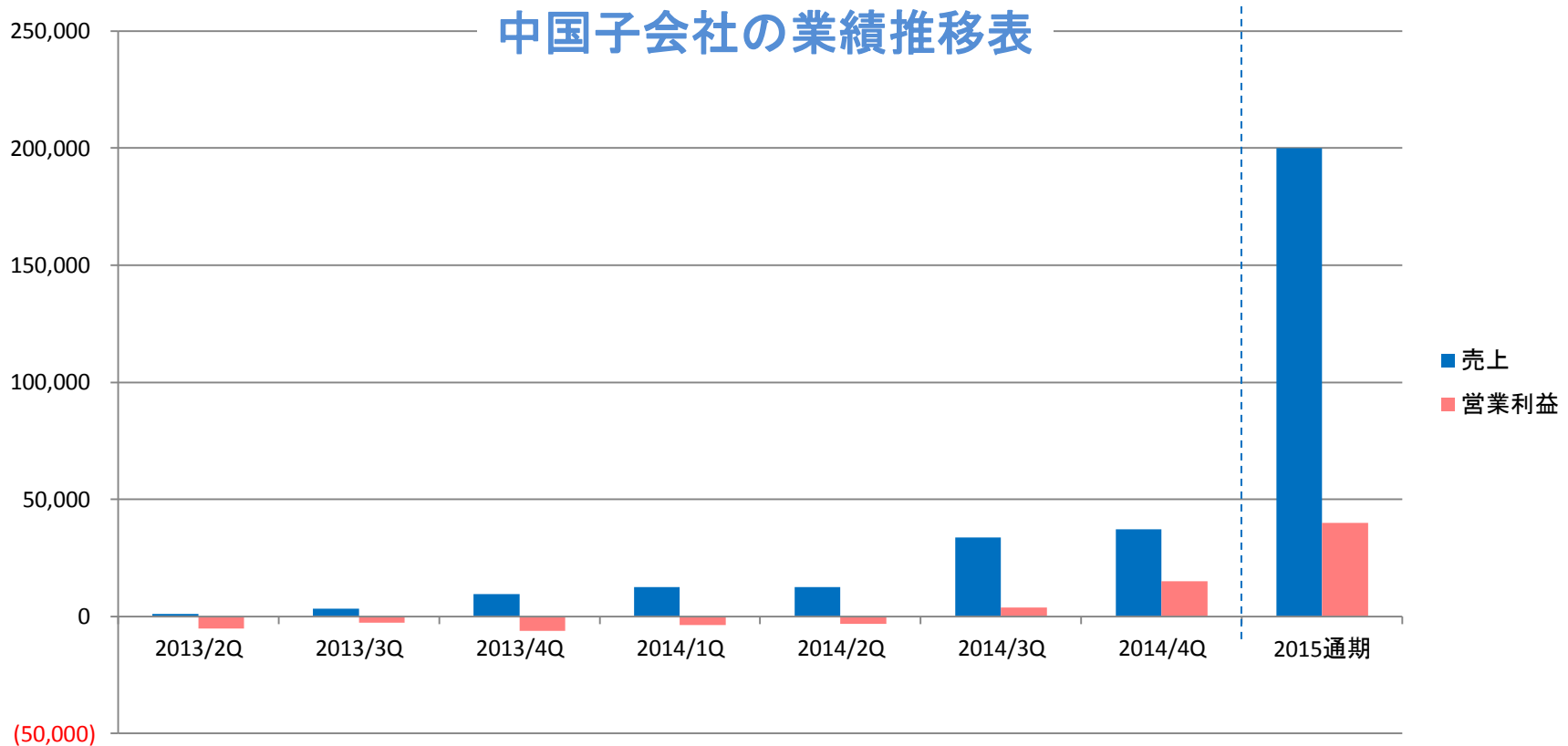
- ・ アジア全体での幅広いエリアのビジネス確保
- ・ Next Chinaの国内オンラインリサーチ需要の取り込み

- 次期重点施策

- ・ 欧米からの幅広いアジアへの需要は、プラットフォーム連携を実現
- ・ 域内の主要な地場の調査会社との連携強化

- 2014年第四四半期は、過去最高の売上高を記録
- 2014年度通期で、営業利益も黒字化を実現
- 2015年度は、売上高2億、営業利益率20%を目指す

(単位:千円)



- 中期での更なる事業拡大を見込み、投資を開始
- 海外売上構成比 20%以上を目指す
- 当期純利益でも過去最高を目指す

	2014年度		2015年度		前期比増減	
(単位:百万円)	実績	(%)	予想	(%)	増減	増減率(%)
売上高	2,345	100.0	2,866	100.0	521	22.2
営業利益	245	10.4	302	10.5	57	23.2
経常利益	232	9.9	301	10.4	69	29.7
当期純利益	128	5.45	181	6.2	53	41.4

サービス別売上高

(単位: 百万円)	2015年度
D.I.Y.サービス	454
アウトソーシングサービス	2,203
その他サービス	207
合計	2,866

地域別売上構成比

(単位: %)	2015年度
国内顧客	79.3
海外顧客	20.7
合計	100

3

今後の成長戦略

1 国内収益基盤の強化

- リサーチ業界をメインターゲットに、主要顧客内シェア100%を目指す

2 海外事業機会の最大化

- プラットフォームの連携・提供による効率的なアジアビジネスの獲得

3 新事業領域の創出

- 当社のプラットフォームを広告・販促業界のプラットフォームと接続することで、アジア全域で広告・販促業界においても手軽にリサーチデータが活用できる環境を作る
- 新たな調査手法の開発・プラットフォームへの実装・提供

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、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。

<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

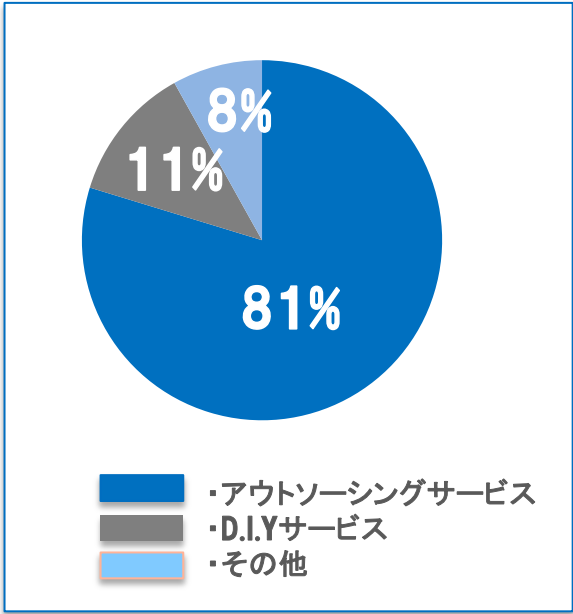
サービスの名称		販売先	サービスの内容
アウトソーシングサービス	Full Service	調査会社/ 広告代理店/ コンサルティング企業	オンラインでのアンケート画面作成・アンケート案内配信・アンケートデータの回収・クリーニング、集計といった一連の工程を一貫して提供します。
	Sample Supply		顧客が自社内でオンラインでアンケート画面を作成している場合に、当社が回収管理を行い、顧客のアンケート画面に回答結果を提供します。
D.I.Yサービス	Self Sample Supply (SSS)		インターネットリサーチにおいて、当社がサービスインフラとパネルのみを提供します。
	システム関連売上		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)

		アウトソーシングサービス		DIYサービス	
サービス名称		Full Service	Sample Supply	Self Sample Supply	システム関連 売上
業務工程	1. 調査設計	顧客	顧客	顧客	
	2. 調査画面 作成	GMO Research	GMO Research	GMO Research	
	3. プロジェクト マネジメント				顧客 (注)
	4. パネル管理				
	5. Cloud Panel 利用				

(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。

売上構成比
(2014年12月期)



今までの
インターネットリサーチ業務

調査会社・コンサルティング会社、
広告代理店、調査部門

各社固有のシステム

クライアント

非効率



調査会社A

調査会社B

調査会社C

各社固有の
システム

会社Aの
パネル

各社固有の
システム

会社Bの
パネル

各社固有の
システム

会社Cの
パネル

業界の
業務標準化

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

調査会社・コンサルティング会社、
広告代理店、調査部門

クライアント



GMO リサーチ

ASIA CLOUD PANEL

各社固有の
システム

会社Bの
パネル

各社固有の
システム

会社Cの
パネル

マーケティング業
界の
プラット
フォーム
との連携