

事業計画及び成長可能性 に関する事項

GMO MEDIA

STOCK CODE : 6180

2021年12月20日

目次

1. 会社概要	P.3
2. 事業の内容	P.8
3. 事業の収益構造	P.15
4. 市場環境	P.21
5. 競争力の源泉	P.27
6. 成長戦略	P.32
7. リスク情報	P.47

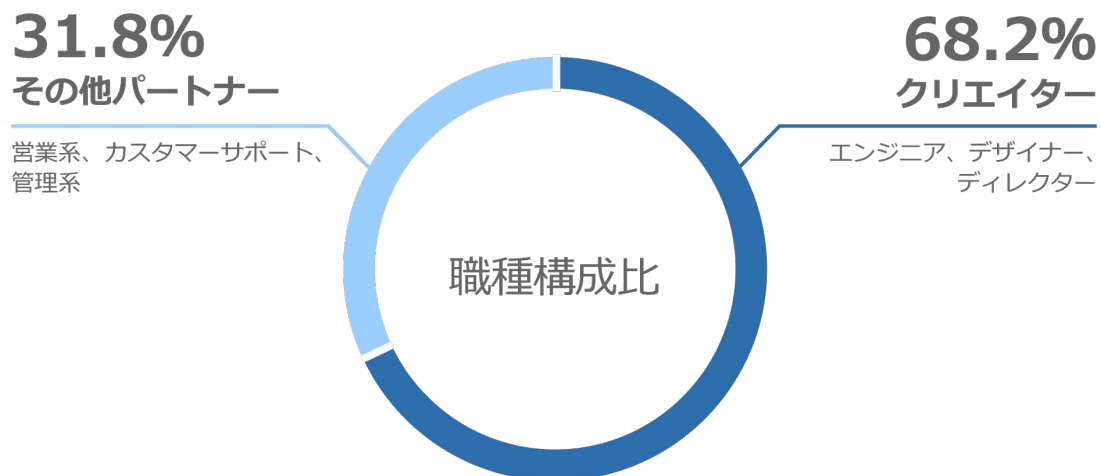
1 / 会社概要

For your Smile,
with Internet.

お客様・株主の皆様・パートナー(社員)など関わる全ての方々に対し、インターネットを通じて**笑顔・ほほえみ・幸福・満足・こちよさ**を提供していくことが、上場企業としての責任であると考えています。

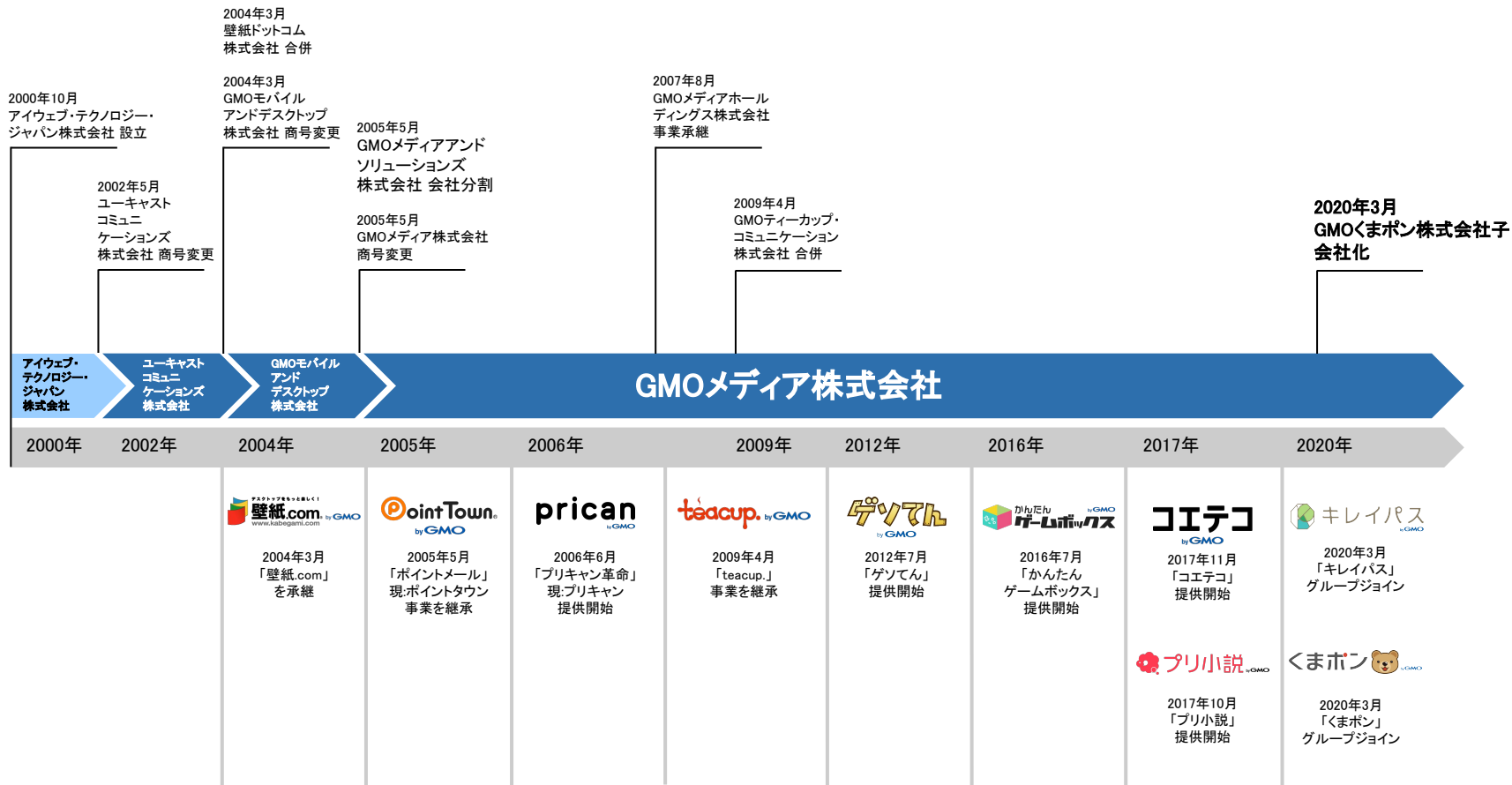
会社概要

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)	179名(正社員151名、臨時従業員28名)

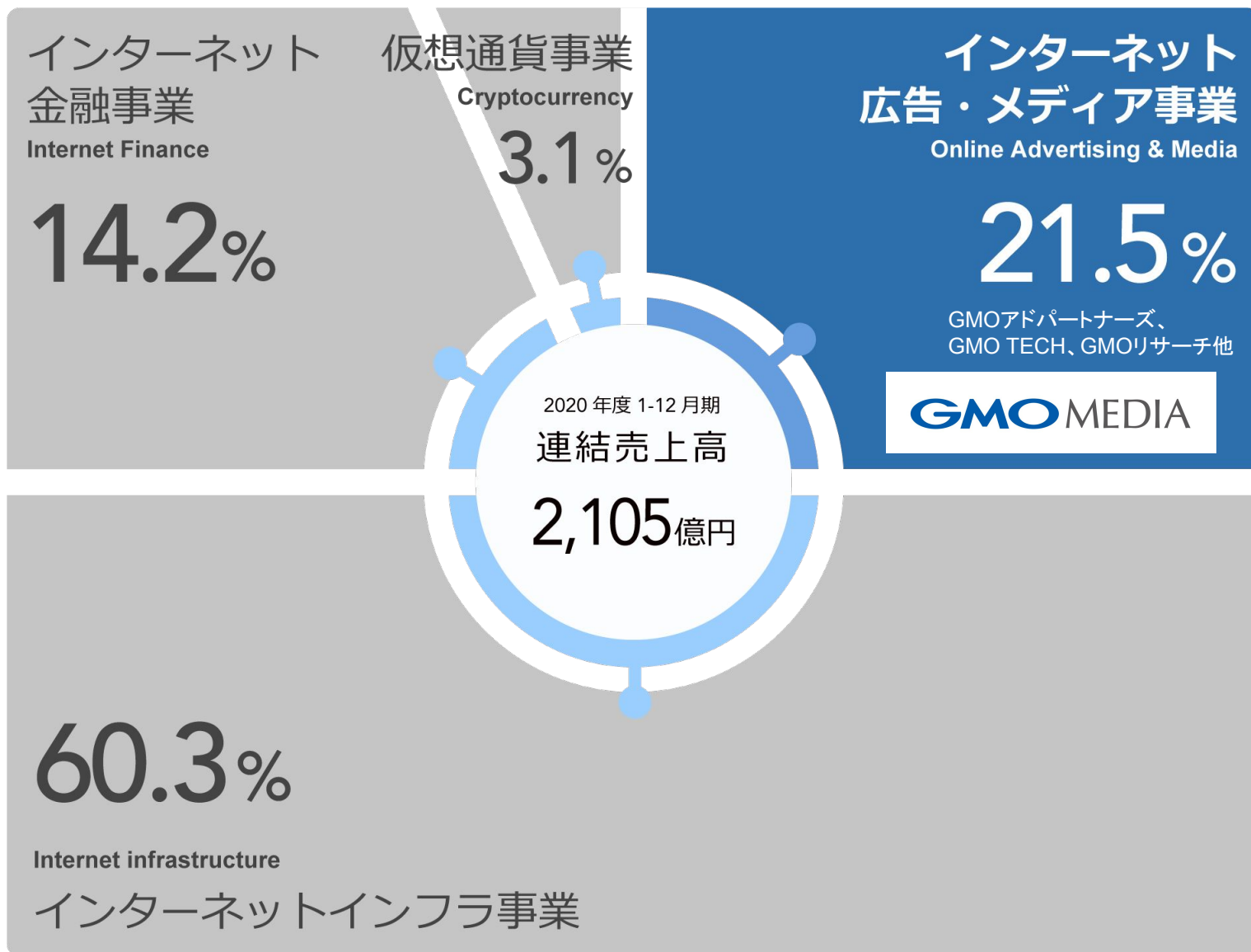


会社沿革

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。
直近では、2020年3月にGMOくまポンをグループ化。



GMOインターネットグループにおける役割



2 / 事業の内容

事業内容について

メディア事業が収益の柱。既存事業のECメディアをベースに、2ジャンル(プログラミング・美容医療)に関してメディア+DXソリューション事業を次の成長軸として投資育成中。

メディア事業

育成事業

ヴァーティカルメディア

プログラミング教育ポータル

コエテコ

by **GMO**

美容医療チケットサービス



キレイパス

by **GMO**

ECメディア

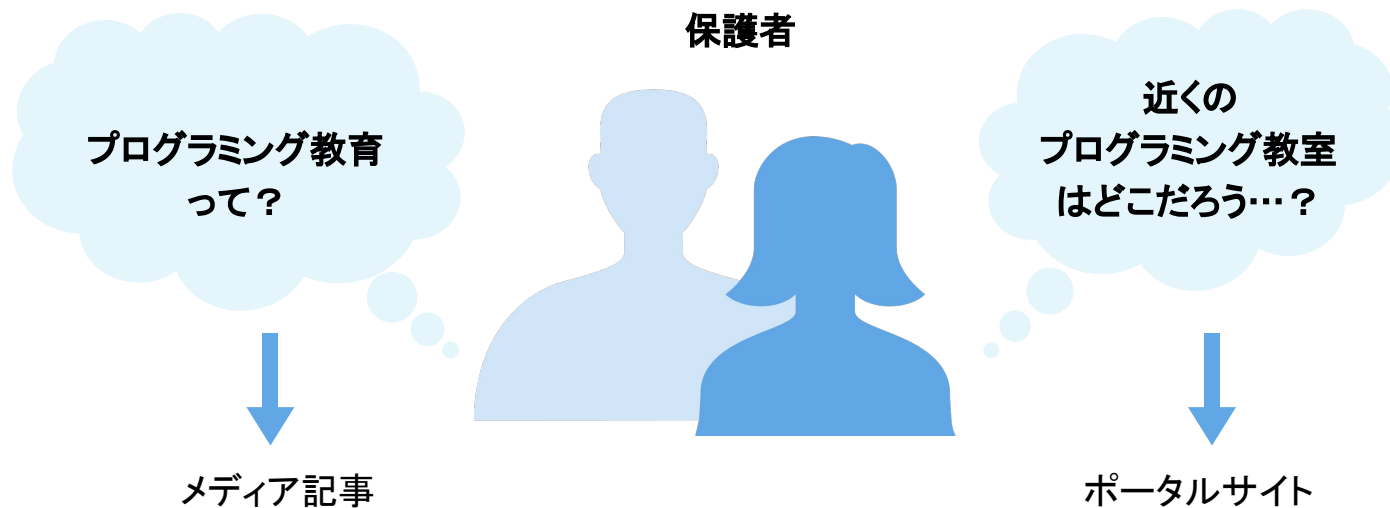


その他メディア支援事業



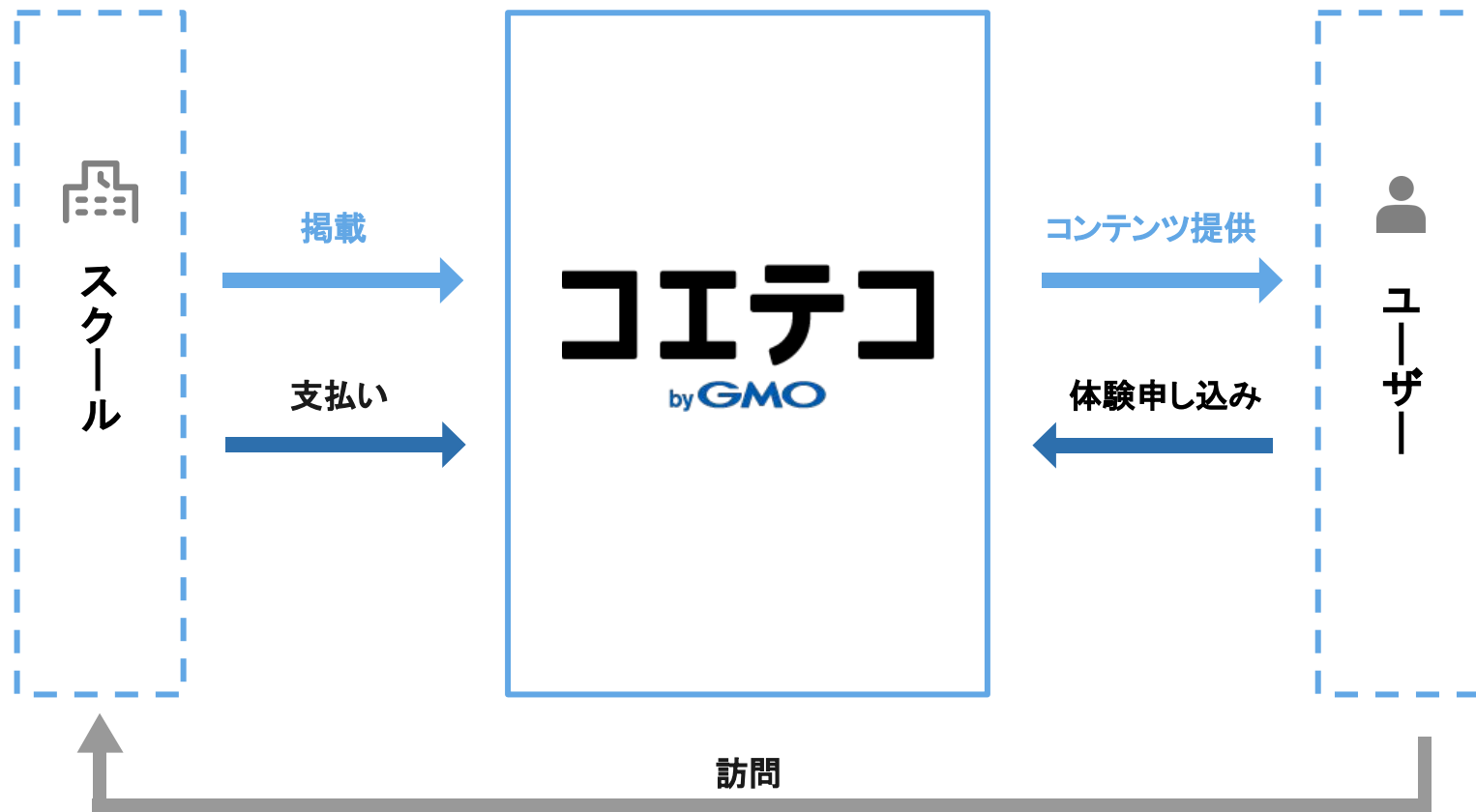
コエテコとは？

インターネット上でプログラミング教室を探したい保護者やお子さんに向けて、プログラミング教室の情報を提供するプラットフォームと、プログラミング教育を中心とした教育に関する情報を提供するメディアを運営。



コエテコビジネスモデル

ユーザーはコエテコから弊社と契約しているスクールへ体験申し込みを行う。申込みを行ったユーザーがスクールへ訪問すると、スクールから一定の金額が支払われる。

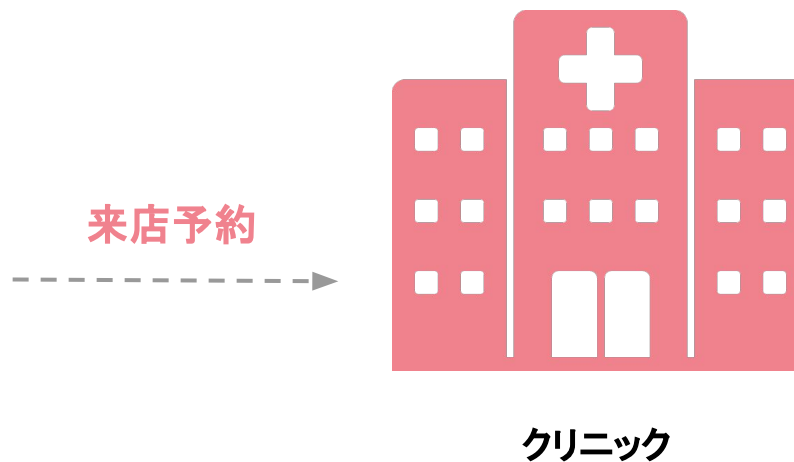


キレイパスとは？

「気軽に手軽に美容医療を楽しめる」がコンセプト。美容医療を受けたいユーザーは「キレイパス」を通じてクリニックを検索・チケットを購入できる。

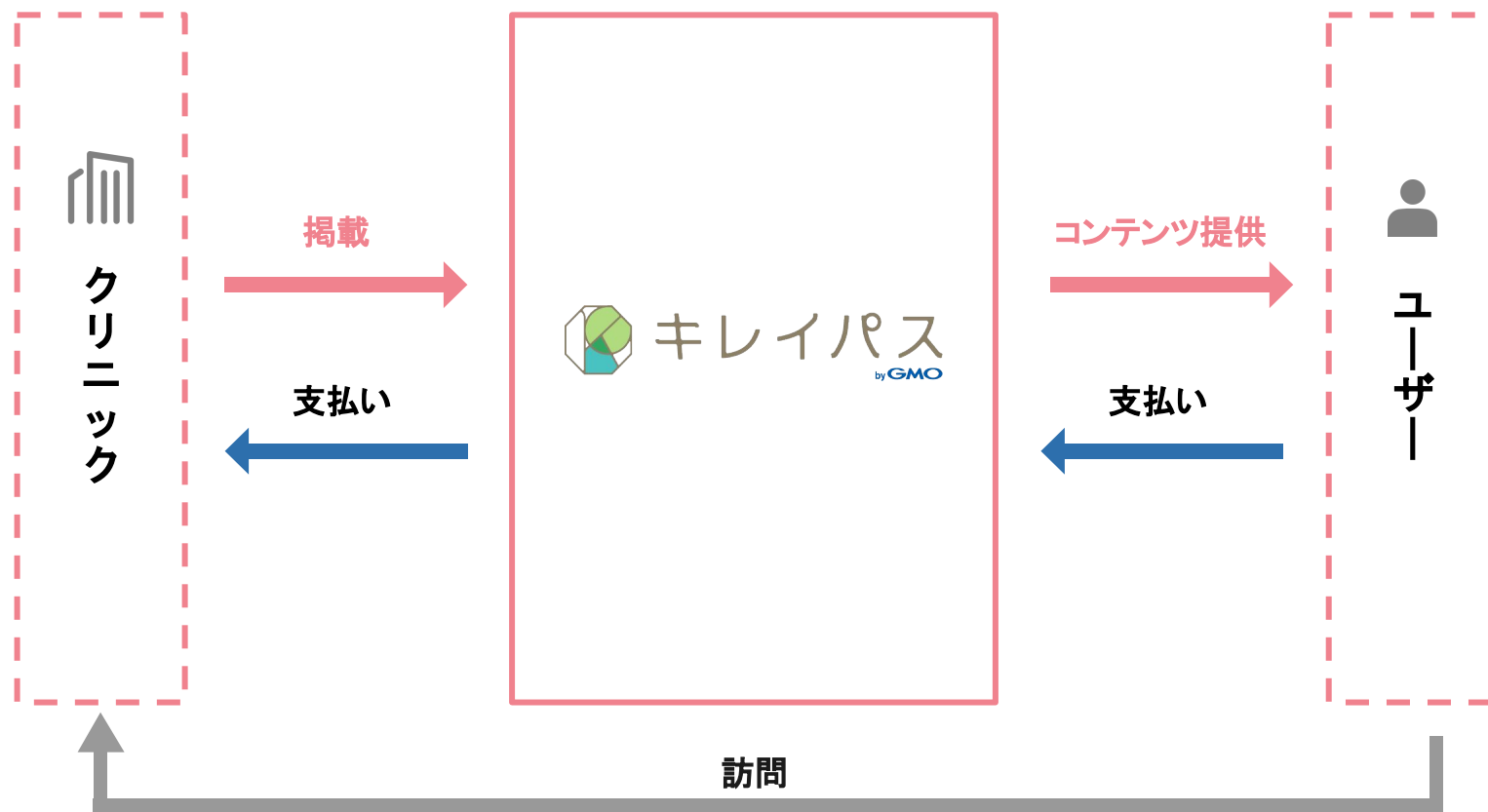


地域/悩み/予算
などでチケットを検索



キレイパスビジネスモデル

契約しているクリニックから委託を受けたコンテンツをキレイパス上に掲載。
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リニックへ支払いを行う。



ECメディアのサービスについて

広告事業
ポイ活サービス



ショッピングや、各種申込によって、ポイントを貯めるサービス。
貯めたポイントは、現金や自分の好きな提携ポイントに交換できる。
1999年開始の老舗ポイ活サービス。会員数190万人。

<https://www.pointtown.com/>

広告+課金事業
HTML5ゲームプラットフォーム



ゲソてんとは、**ゲーム&ソーシャル天国**の略称。

ダウンロード・インストールすることなく気軽にゲームプレイできるHTML5ゲームプラットフォーム。

ビットコイン決済にも対応済。

<https://gesoten.com/>

広告事業
カジュアルゲームプラットフォーム



無料のカジュアルゲームを、広告を視聴することを条件に楽しんでいただくプラットフォーム。

自社+パートナーネットワークにより、月間約250万のユーザーが利用。

<https://gamebox.gesoten.com/casual>

課金事業
お得なクーポンショッピング



グルメからビューティ、レアアイテム通販まで、お得なショッピングを提供するサービス。

毎日、激安・お得なクーポンが登場します。

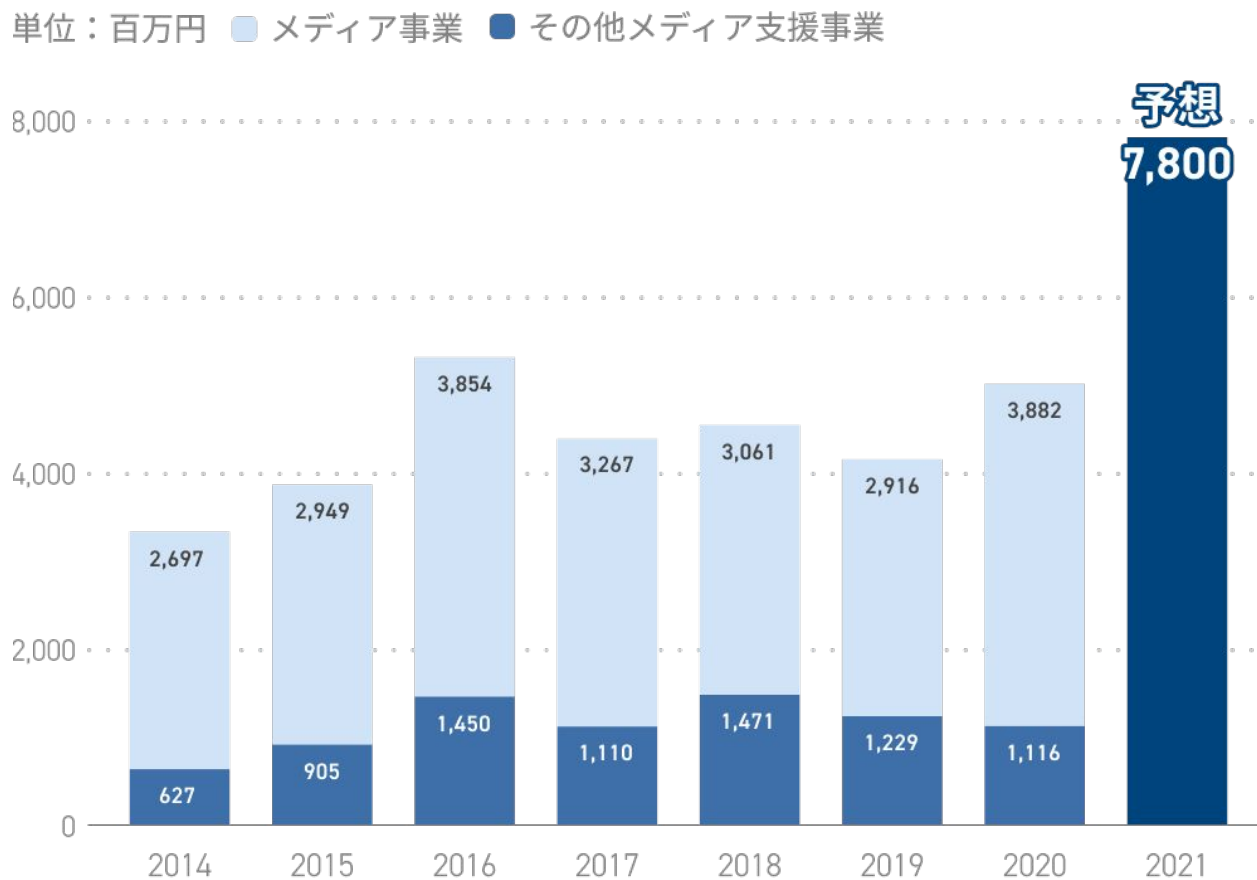
<https://kumapon.jp/>

3 / 事業の収益構造

セグメント別売上高

メディア事業が収益の柱。メディア事業の売上高の約8割をECメディア事業が占める。
その他メディア支援事業はボラティリティが高い。

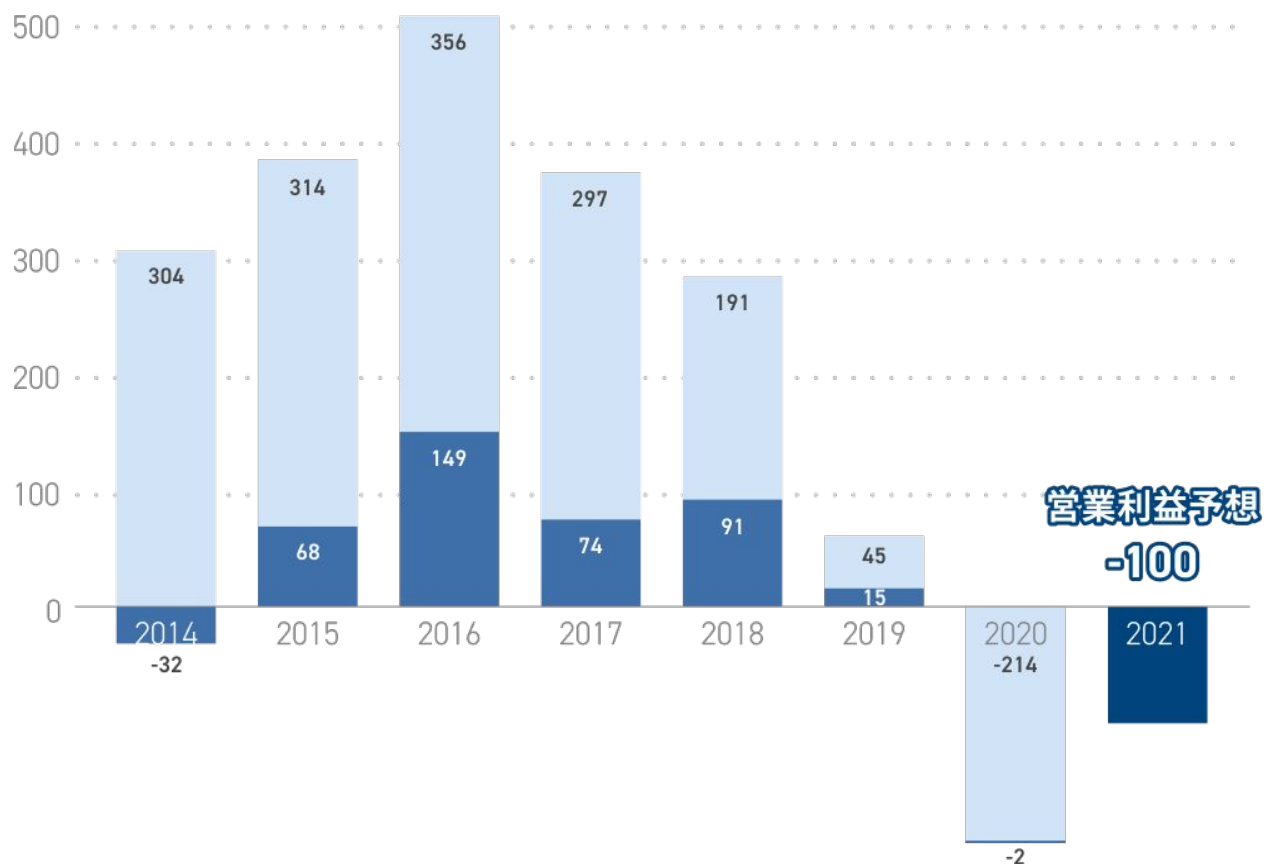
2020年のGMOくまポン連結化によりメディア事業は増収、2021年も大幅な成長を見込む。



セグメント別営業利益

2020年は、コエテコ・キレイパスの新規サービスへ育成投資を行い赤字となった。
2021年は赤字幅が減少する見込み。

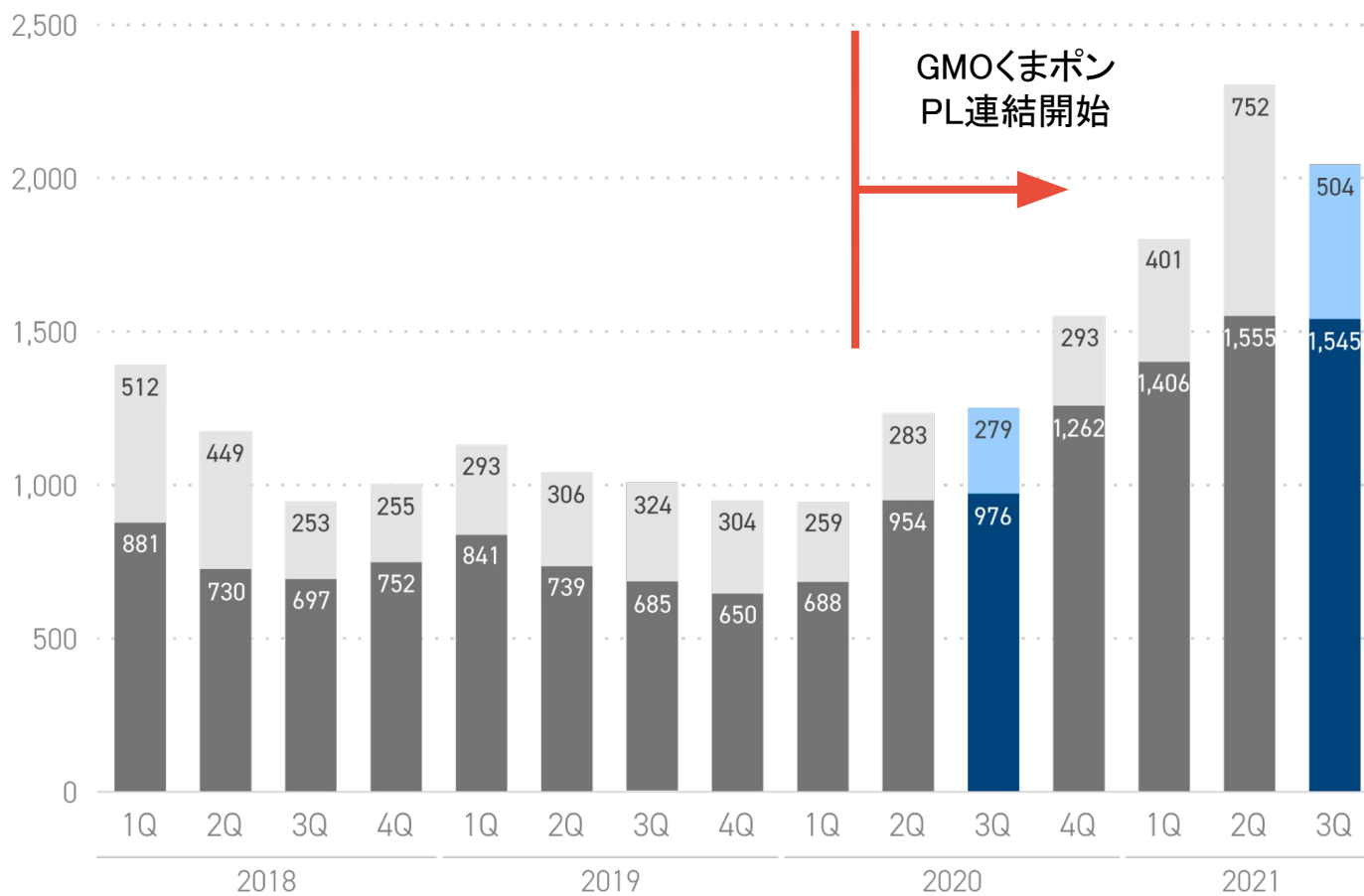
単位：百万円 ■ メディア事業 ■ その他メディア支援事業



四半期ごととセグメント別売上高推移

収益のメインが広告事業のため、需要期である1～3月の売上が大きくなる傾向。

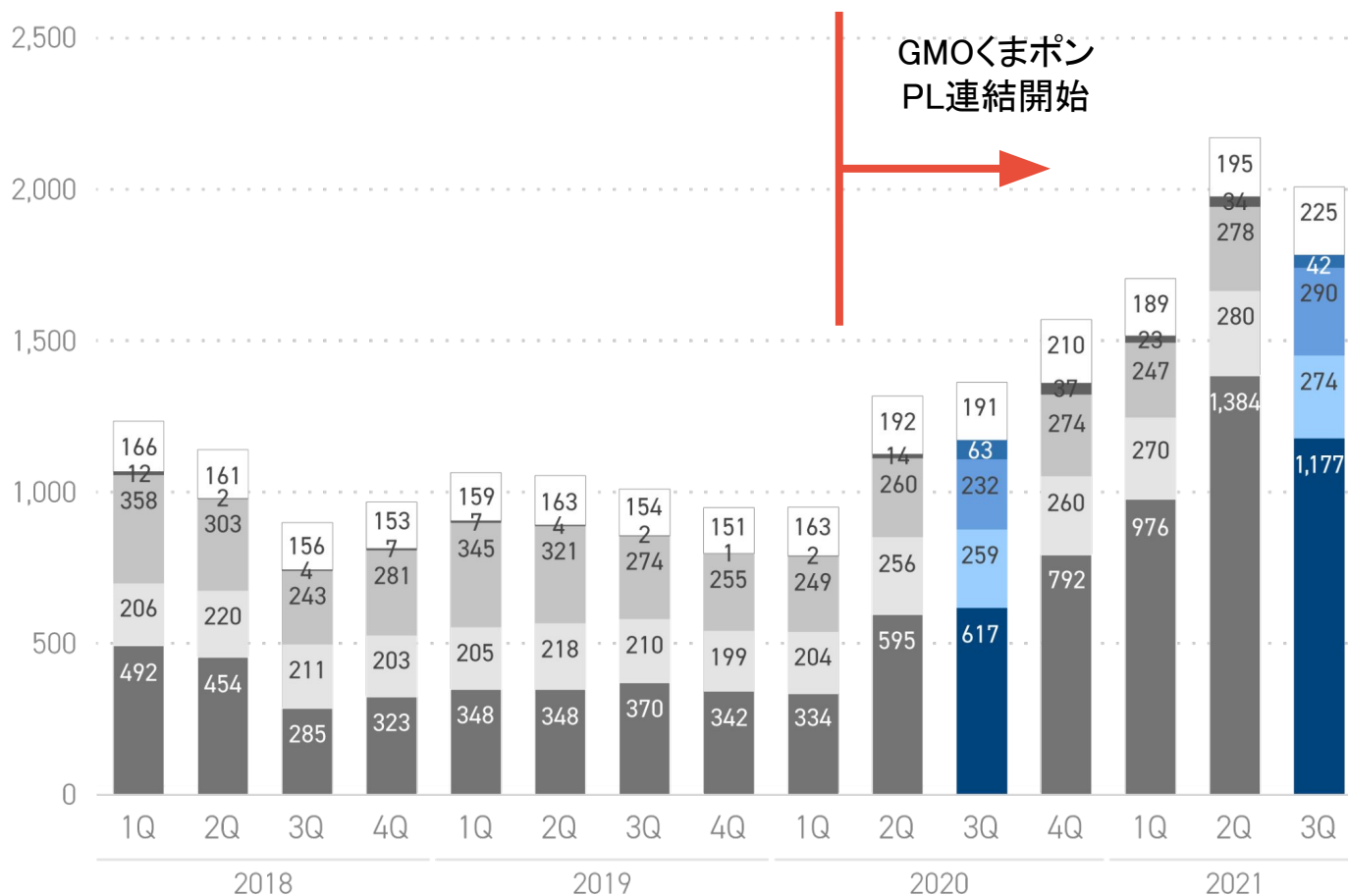
単位：百万円 ■ メディア事業 ■ その他メディア支援事業



四半期ごと営業費用推移

広告事業のアフィリエイト広告・ゲーム広告、クーポン販売事業のくまポン・キレイパスの成長により売上変動費が引き続き拡大。

単位：百万円 ■ 売り上げ変動費 ■ 人件費 ■ 販売促進費 ■ 広告宣伝費 □ その他



連結貸借対照表

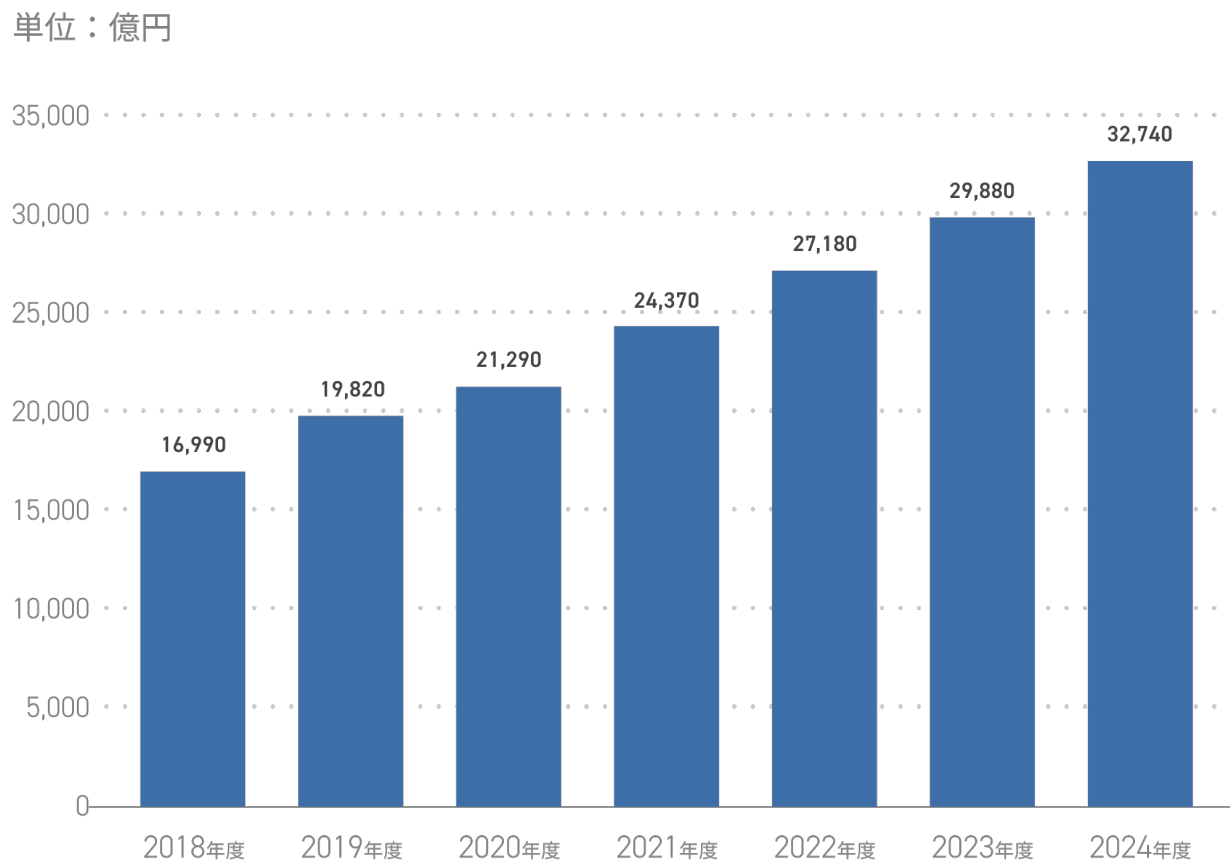
引き続き、健全性を維持。

単位:百万円	2021年6月末	2021年9月末	増減率	増減要因
流動資産	4,033	3,895	▲3.4%	現金預金 (関係会社預け金含む) ▲78百万円 営業債権▲99百万円
うち現金預金 関係会社預け金含む	2,749	2,670	▲2.8%	
固定資産	379	381	+0.7%	
総資産	4,412	4,277	▲3.0%	
流動負債	2,348	2,193	▲6.5%	営業債務▲158百万円 未払法人税等+10百万円
うちポイント引当金	649	651	+0.2%	
固定負債	26	24	▲6.5%	
純資産	2,038	2,059	+1.0%	四半期純利益21百万
純資産比率	46.2%	48.1%	+1.9pt	
負債及び純資産	4,412	4,277	▲3.0%	

4 / 市場環境

インターネット広告市場

当社の事業が属するインターネット広告市場の規模は、2020年度は約2.1兆円、2024年度には約3.3兆円まで拡大すると予測。



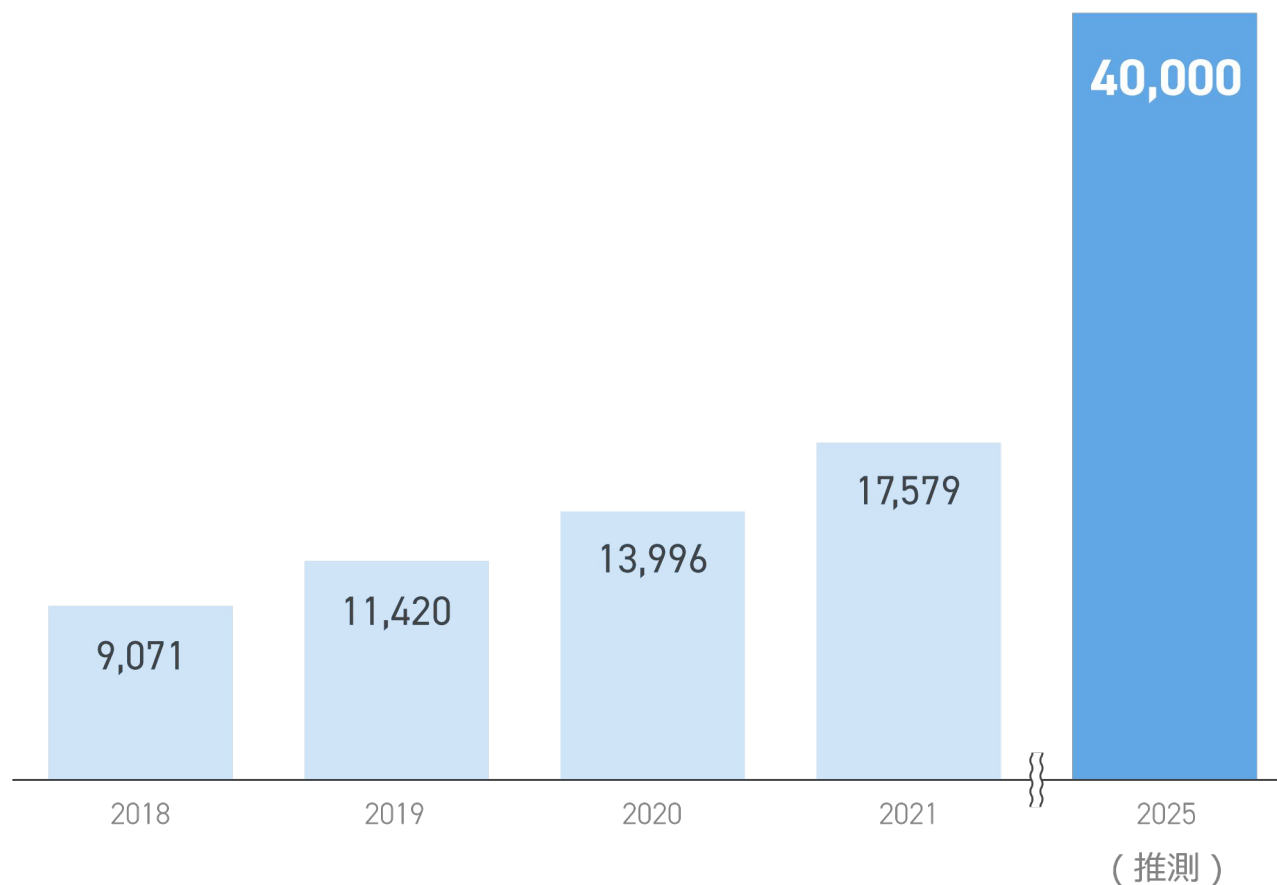
2021年10月 矢野経済研究所「インターネット広告市場に関する調査」

子供向けプログラミング教育市場規模

2021年のプログラミング市場規模は約175億円と二桁成長。コロナ禍や少子高齢化により教育市場全体が伸び悩む中でも数少ない成長分野として注目を集めている。

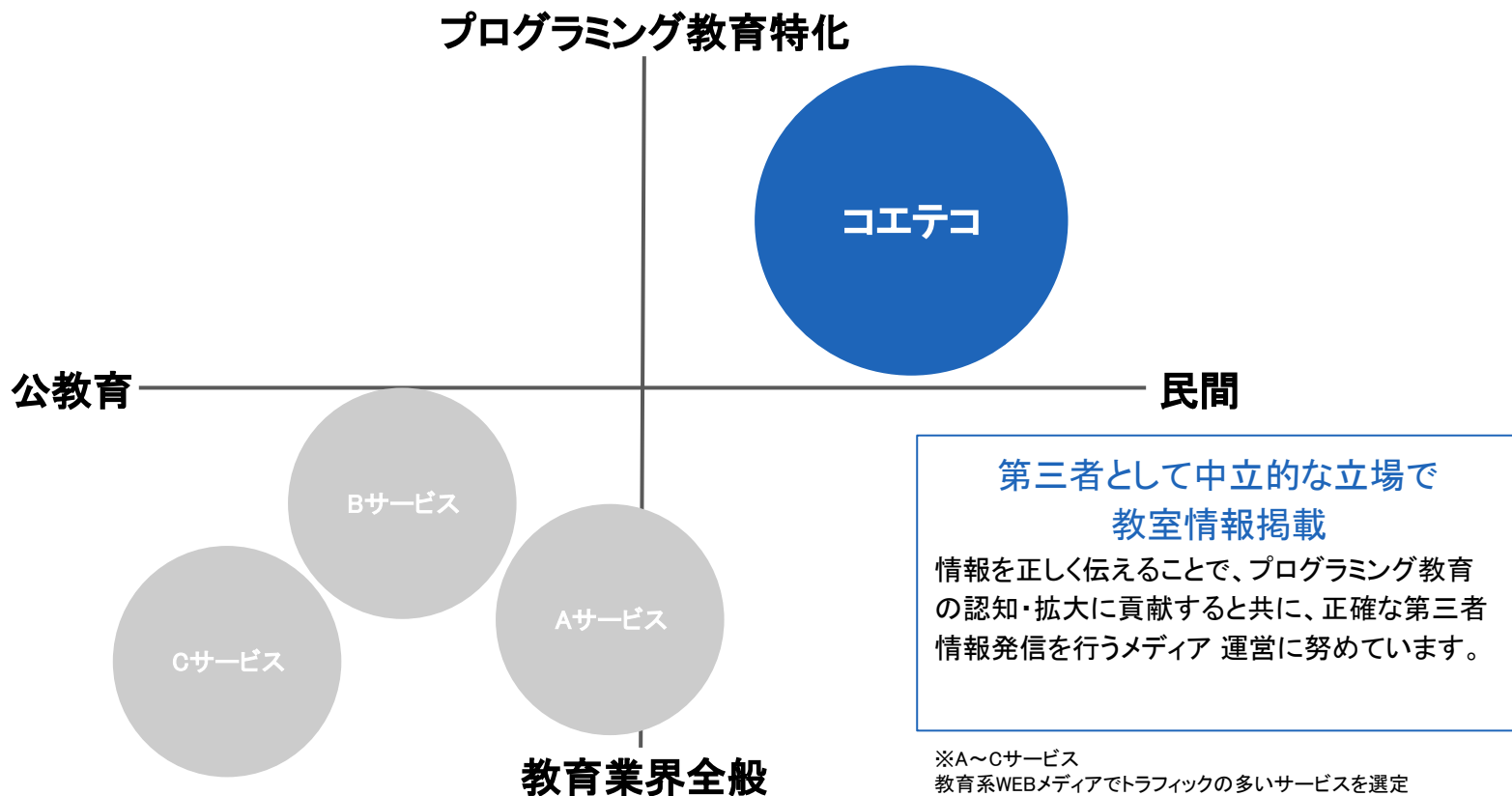
2025年には約400億円に拡大するとの予測。

単位：百万円



コエテコのポジショニング

子供向けプログラミング教育に特化した
「教育関心の高い保護者・教育関係者」にリーチできるメディアです。



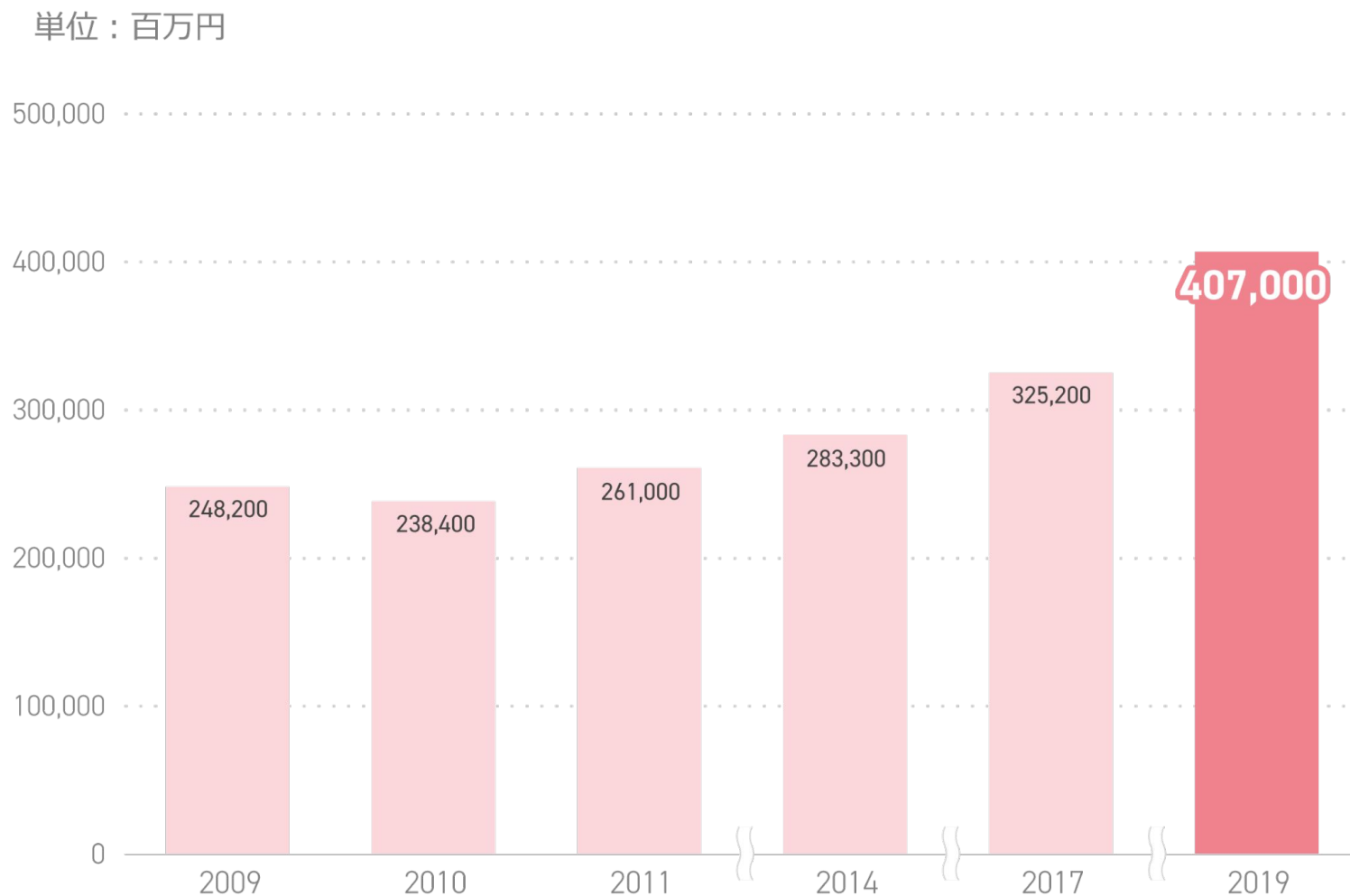
プログラミング教育特化メディアとしての強み

コエテコでは官公庁をはじめとした一次取材も多数行っており、信頼性のある情報提供に努めています。

教室の魅力を伝え、教室情報ポータルから体験申し込みまでシームレスに繋がります。

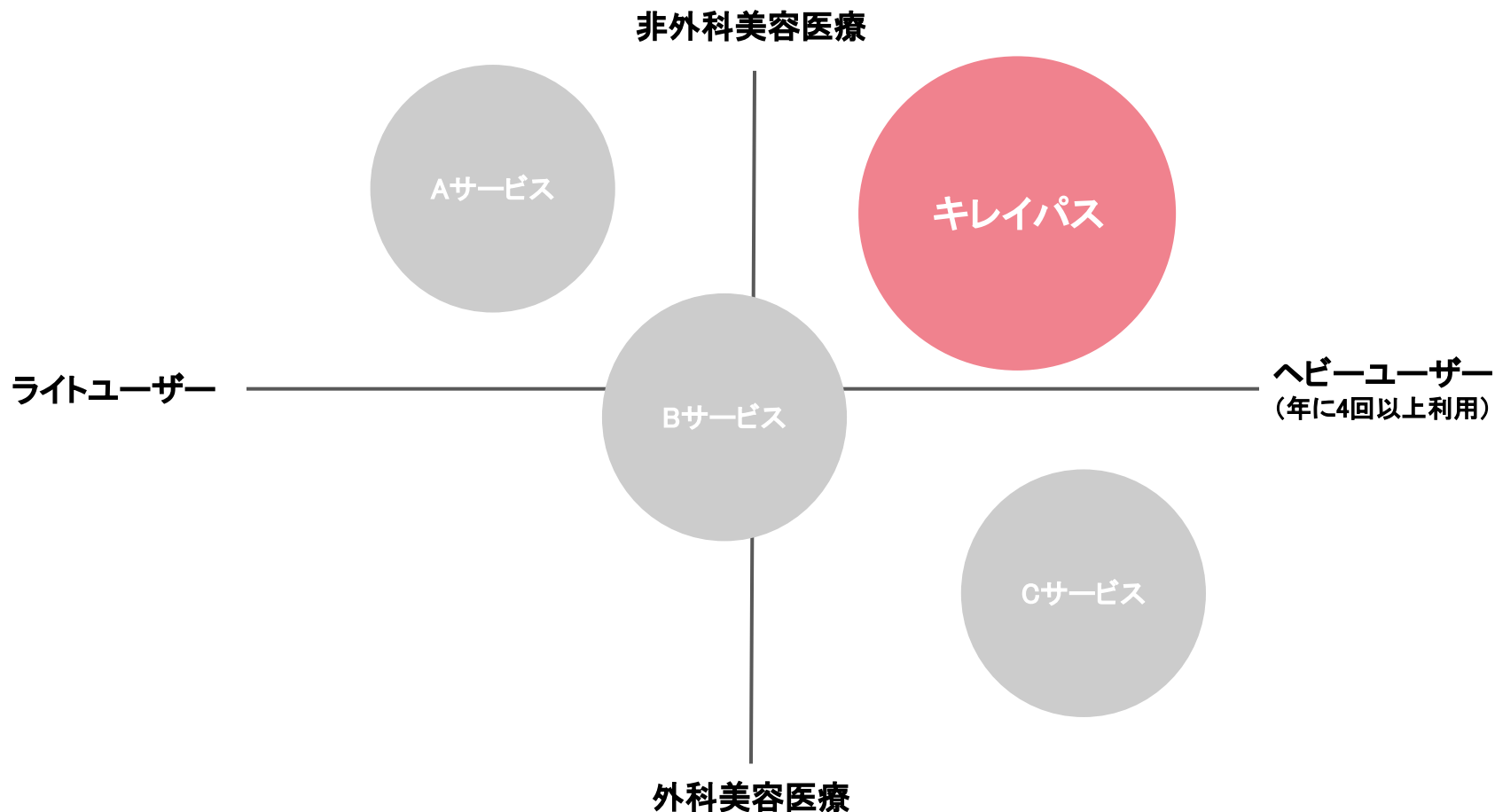
美容医療市場規模(キレイパス市場環境)

2021年6月28日に矢野経済研究所より発表された「美容医療市場に関する調査」によると、2019年に2017年比で125.2%の**4,070億円**に拡大。



キレイパスのポジショニング

伸長している非外科美容領域のヘビーユーザーに向けた施策や機能を強化していき、ユーザーと美容クリニック内でのシェアを高めていく。



5 / 競争力の源泉

当社の競争優位性

1

顧客基盤

購買力があり、「消費したい、得をしたい」という欲求を持つ30代後半から50代前半までの「ポイント」にセンシティブなユーザー層と、10代の中高生を中心とする「流行に敏感で情報発信力が強い」と言われる若い女性ユーザー層という異なった属性のコア・ユーザー層の顧客基盤を有している

2

技術力

社員の過半が技術者で新規サービス等の技術開発力を有している

3

自社開発・運営

マーケティング・開発・運用のすべてを自社内で行っているほか、システムインフラを各サービス間で共用しているため、無駄な重複コストを発生させずに迅速で柔軟なサービス展開が行える

4

SEO・ASOノウハウ

PC・スマートフォンにおけるSEO・ASOコンテンツマーケティングのノウハウを社内に蓄積し、プロモーションコストをかけずに低コストで新規会員を獲得する仕組みを構築している

コエテコの競争優位性

1

子ども向けプログラミングサービスNo.1

教室・口コミ掲載数No.1を獲得(※1)教室を探しやすく高いユーザビリティを実現

2

Google検索での上位表示

人口上位200市区町村のうち195地域で1位以内表示を実現(※2)

3

「プログラミング教育」市場に特化

ノウハウを元に近接領域への展開が可能に

キレイパスの競争優位性

1

チケット掲載数No.1

チケット掲載数No.1(※)を獲得。ユーザービリティの向上を実現

2

事前決済システム

事前決済を導入、追加料金の心配がない

3

「美容医療」市場に特化

ノウハウを元に近接領域への展開が可能に

ECメディアの競争優位性

1

サイト運営ノウハウ

プロモーションコストをかけずに低コストで新規会員を獲得する仕組みを構築

2

会員基盤と共通システム

30代後半から50代前半までの購買力のあるユーザー層の顧客基盤を有する

3

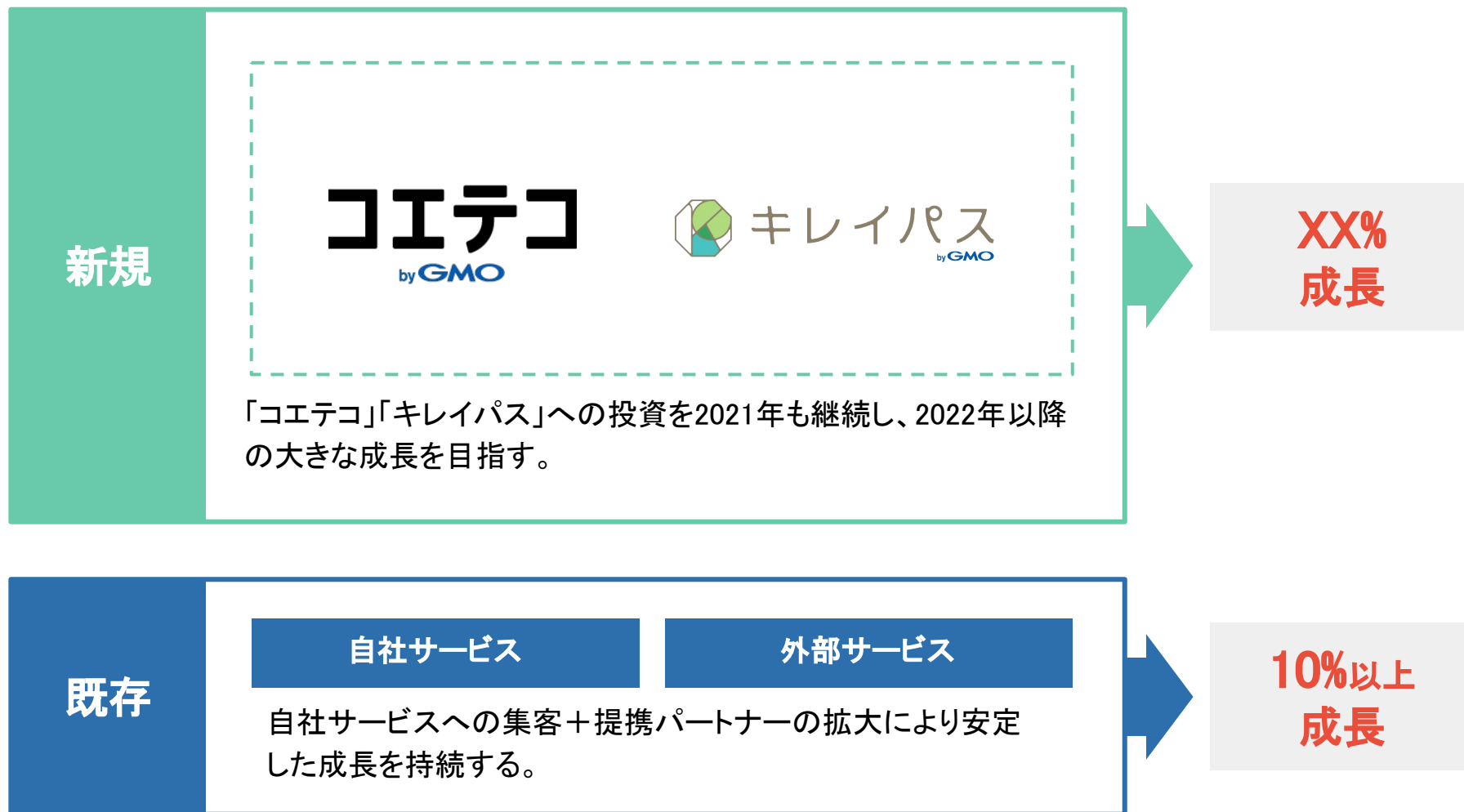
豊富なネットワーク

2021年10月末時点で外部ネットワークは42に

6 / 成長戦略

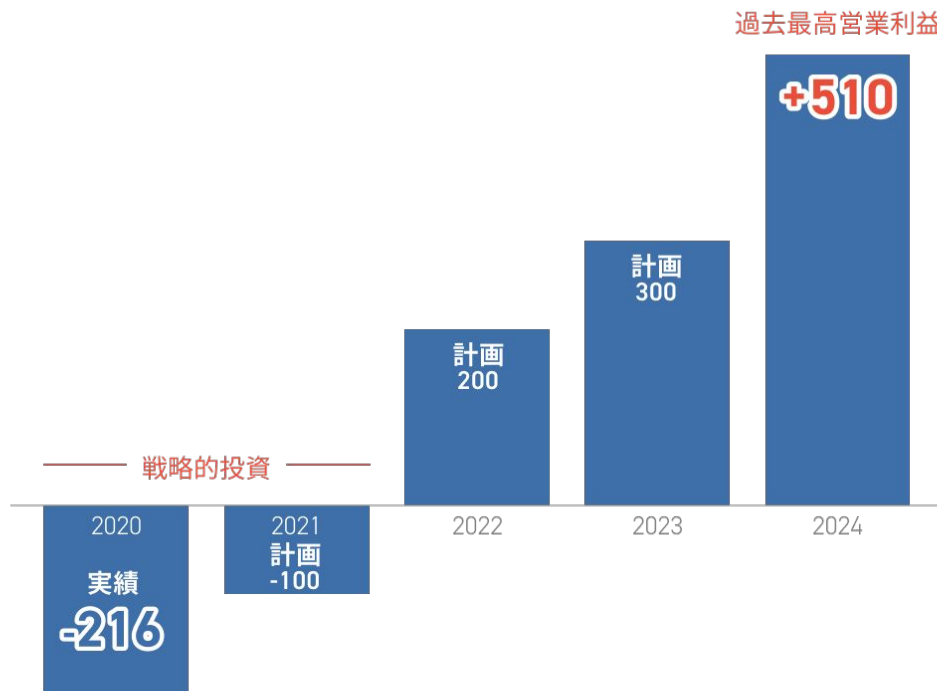
2021年以降の基本方針

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。



2024年に過去最高利益を目指す

2020年2月に発表した営業利益5カ年計画。3年目の2022年に連結2社とも黒字化し、復配を目指す。



【既存事業領域】

ゲームプラットフォーム事業を中心としたECメディア経済圏の拡大をベースに引き続き10%以上の売上成長を目指す。

【新規事業領域】

2020年・2021年は、集客力強化のための戦略的投資（広告宣伝・コンテンツ制作等）を実施。2022年・2023年は、DX事業（運営サポート）に開発・広告投資を予定。

2024年度には、メディア事業+DX事業にて、全社営業利益の30%の構成を実現する。

「IT人財不足」という社会課題の解決をサポートするためのメディア事業は、子供のみならず社会人向けにも拡張。社会人向け領域もNo.1を目指す。

また、DXによるプログラミング教室の働き方改革、効率化をサポートする「コエテコDX」、誰でもカンタンにオンラインスクールを構築できる「コエテコカレッジ」を展開予定。

	子供・学生 (プログラミング教育必修化)	社会人・リカレント
メディア事業 (集客サポート)	<p>2017年11月開始</p> <p> <small>口コミ掲載数</small> No.1 </p> <p> <small>教室掲載数</small> No.1 </p> <p>1</p>	<p>2020年12月開始</p> <p>コロナ禍を含め、プログラミングのオンラインスクールニーズ拡大 口コミ情報拡充中</p> <p>3</p>
DX事業 (運営サポート)	<p>コエテコDX by GMO</p> <p>プログラミング教室向けDXサービス 2021年4月サービス譲受 2021年内リリース予定</p> <p>2</p>	<p>コエテコカレッジ by GMO</p> <p>誰でもカンタンにオンラインスクールを構築できるシステム 2021年11月現在βテスト中</p>

「コエテコ」の主な売上は、プログラミング教室へのリアルユーザー送客。
メディアへの集客+コンバージョンの拡大を行うために、ユーザー体験の向上を行っていく。

プログラミング教室への体験申し込み増加

アクセス数増加 ↑

CVRアップ ↑

利用者数

=

コエテコへの
訪問者数

×

CVR

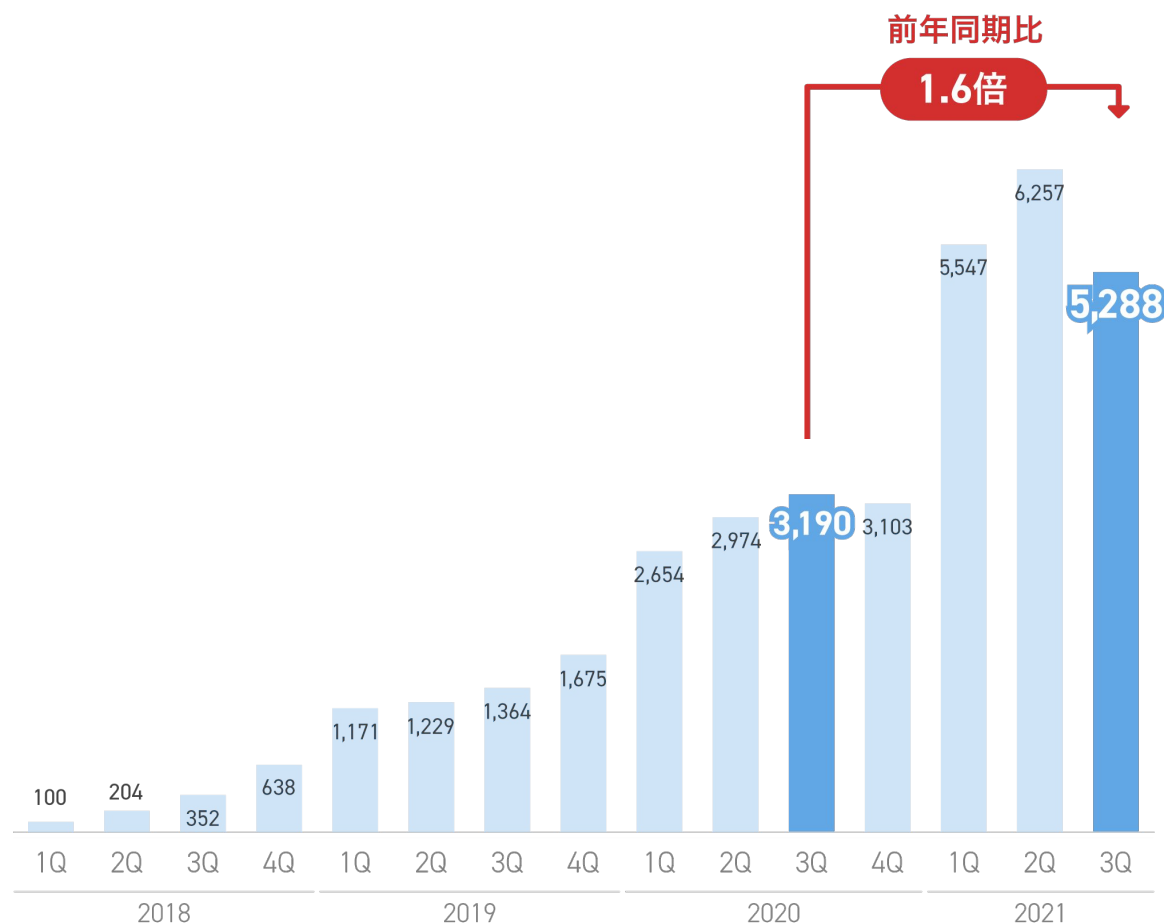
戦略的投資
(2020年・2021年)

- 検索上位表示
→SEO対策
- コエテコへの集客
→広告宣伝を実施

- コエテコの情報充実
→コンテンツの制作・投入
- ロコミ掲載
→2019年よりプログラミング教室の
ロコミの掲載を開始
掲載数の増加を図る

コエテコPV数推移

SEO施策及び、積極的なコンテンツ記事投入によりPV数は順調に成長。



検索エンジンで
人口上位200市区町村の
うち

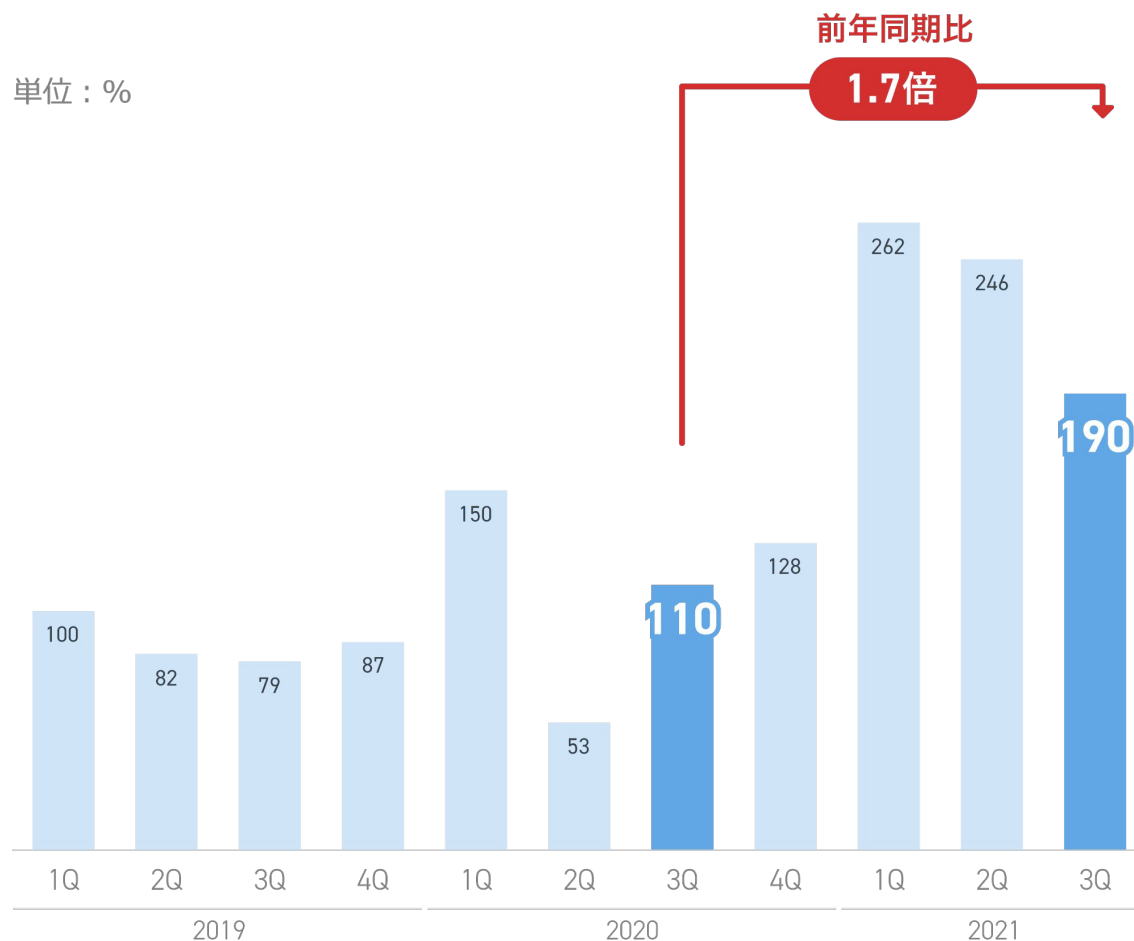
**195地域で
1位表示
を実現**

2021年10月29日時点
Google検索調べ

コエテコ経由体験申し込み伸び率

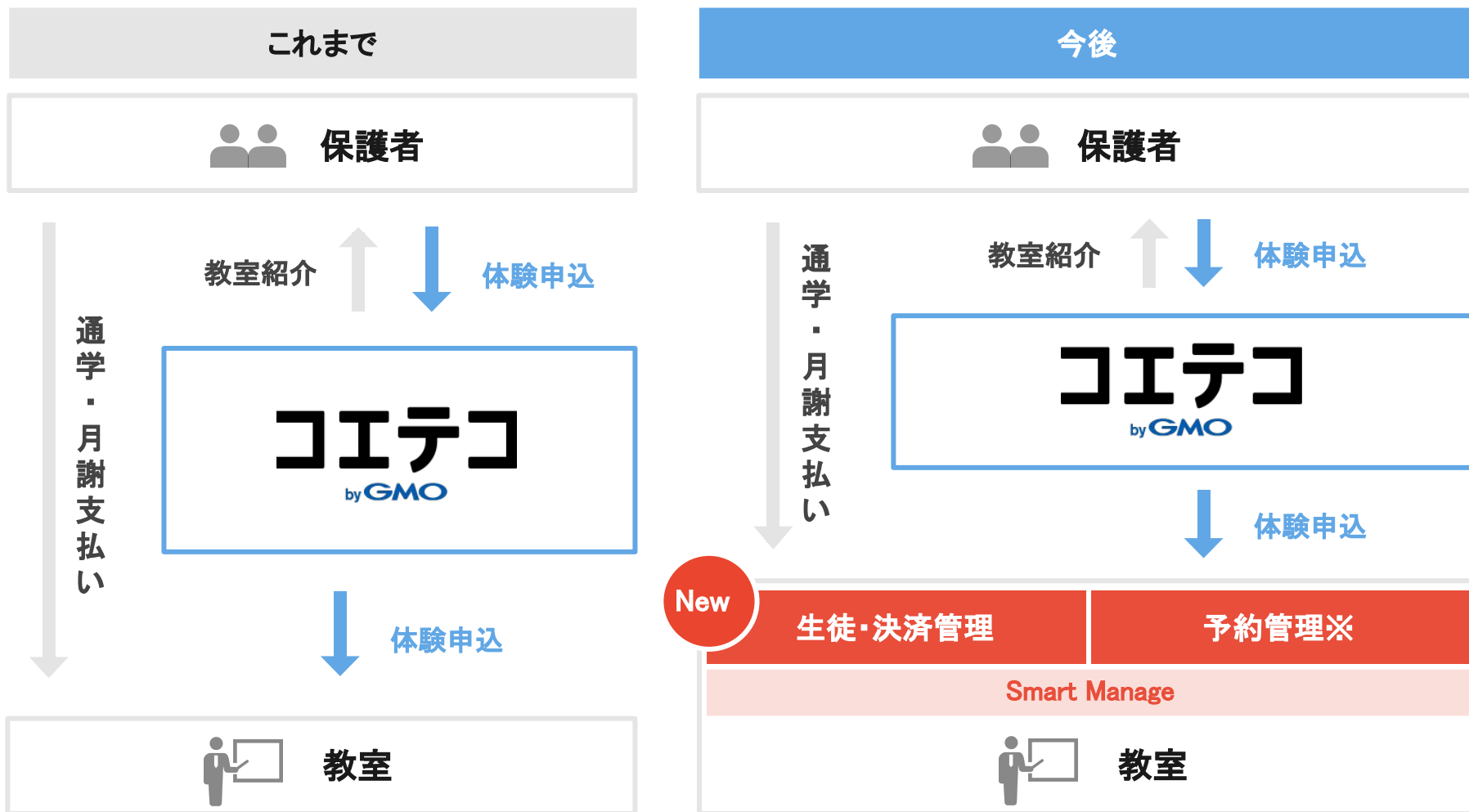
コエテコの主力市場である子ども向けの習い事市場は、例年、1～3月に次年度の習い事を決める動きが。そのため、1Qの体験申し込みが多くなる傾向。

2020年、2021年は新型コロナウイルスによる影響で例年のトレンドとは違う動きに。



DX事業進捗

教育業界のDX推進を目指し、2021年4月に「SmartManage」を譲り受け。
2021年内のリリースを目指し、機能拡充に向けたシステム開発を行っている。



キレイパスは引き続き、利用者数(クリニックへの送客数)を増大させるため、CVRのUPとリピート率の改善にリソースを集中。

クリニックへの送客力強化

CVRアップ

リピート数改善

利用者数

=

来訪者数

×

CVR

×

リピート数

戦略的投資
(2020年・2021年)

- **キレイパスへの集客**
→ 広告宣伝を実施

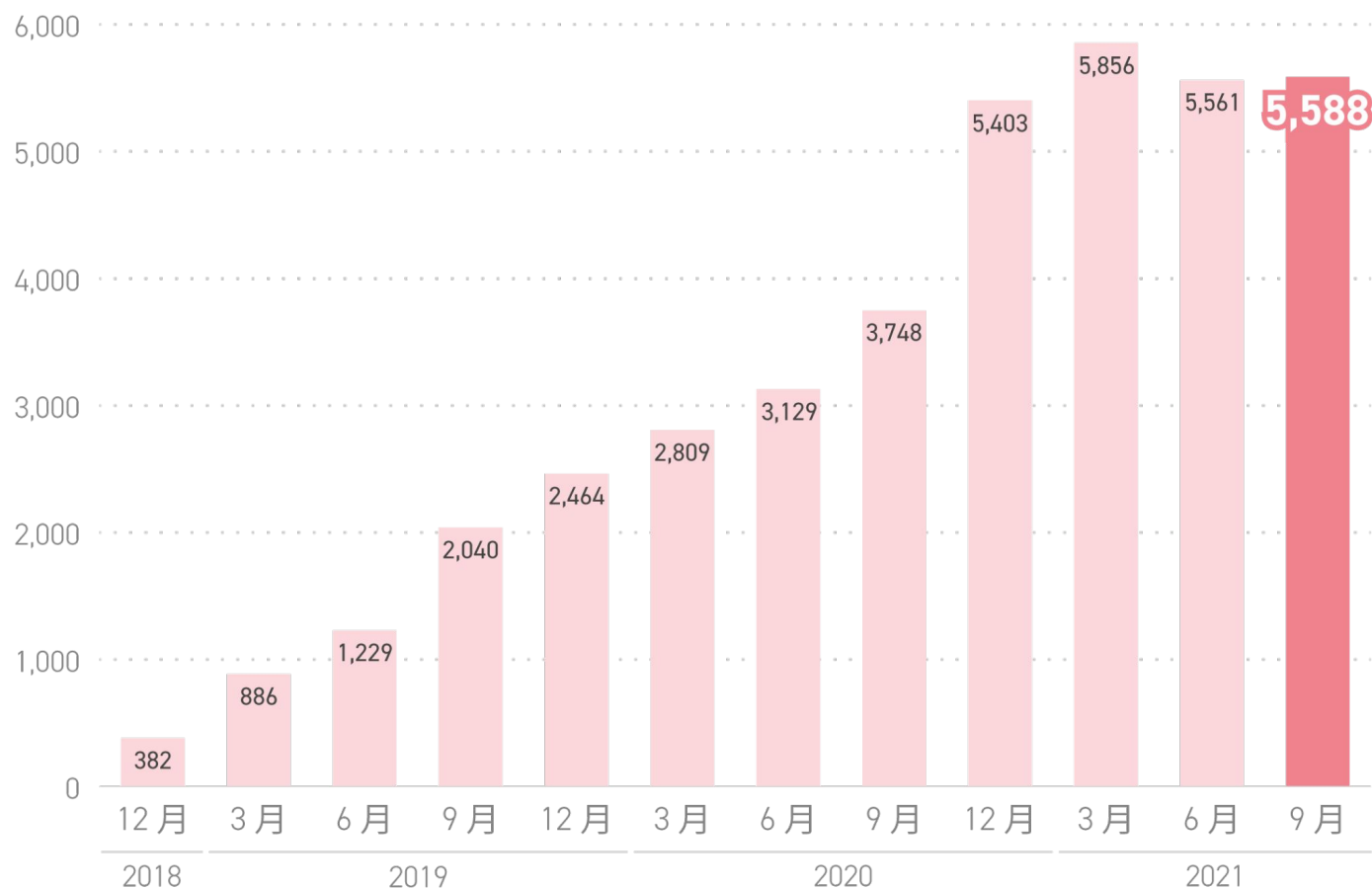
- **チケット数の拡大**
→ 営業組織の拡充
- **口コミ掲載**
→ 2021年より美容クリニックの口コミの掲載を開始。掲載数の増加を図る

- **CRMの設計&改善**
ユーザーセグメントに応じたCRMを提供
- **じぶん履歴機能**
(施術の記録を残せる機能)
→ 2021年より開始

掲載チケット数の推移

掲載チケット数は順調に拡大していたが、2021年に効率性を重視し内容の精査を行ったため、一時的に減少。足元では営業組織を拡大したことにより掲載数はさらに増加。

単位：件

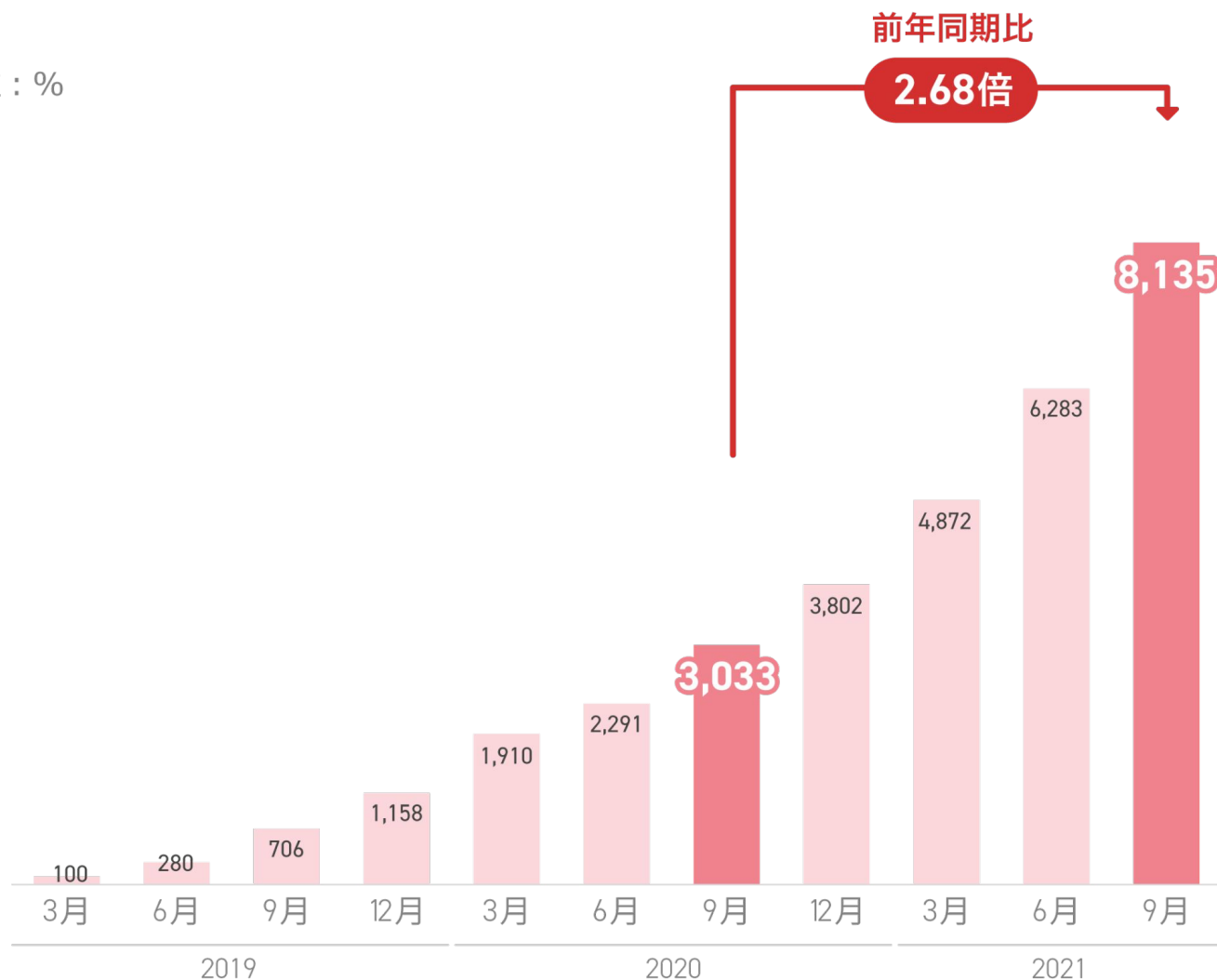


キレイパス会員登録数の推移

順調に拡大を続ける。

2021年2Q・3QにYouTubeを活用したプロモーションを実施した効果により大幅に増加。

単位：%



美容クリニックのDXを支援

クリニックの予約管理から会計までを一括で管理できる「キレイパスコネクト」を開始。
クリニックの業務負担を軽減することで、美容施術の品質向上につながり、キレイパスが目指す「気軽に手軽に美容医療を楽しめる」を追求。



- ・業務効率化
- ・(業務効率化による)施術の品質向上

メリット

- ・即時予約が可能となるなど
利便性向上
- ・質の高いサービスが受けられるように

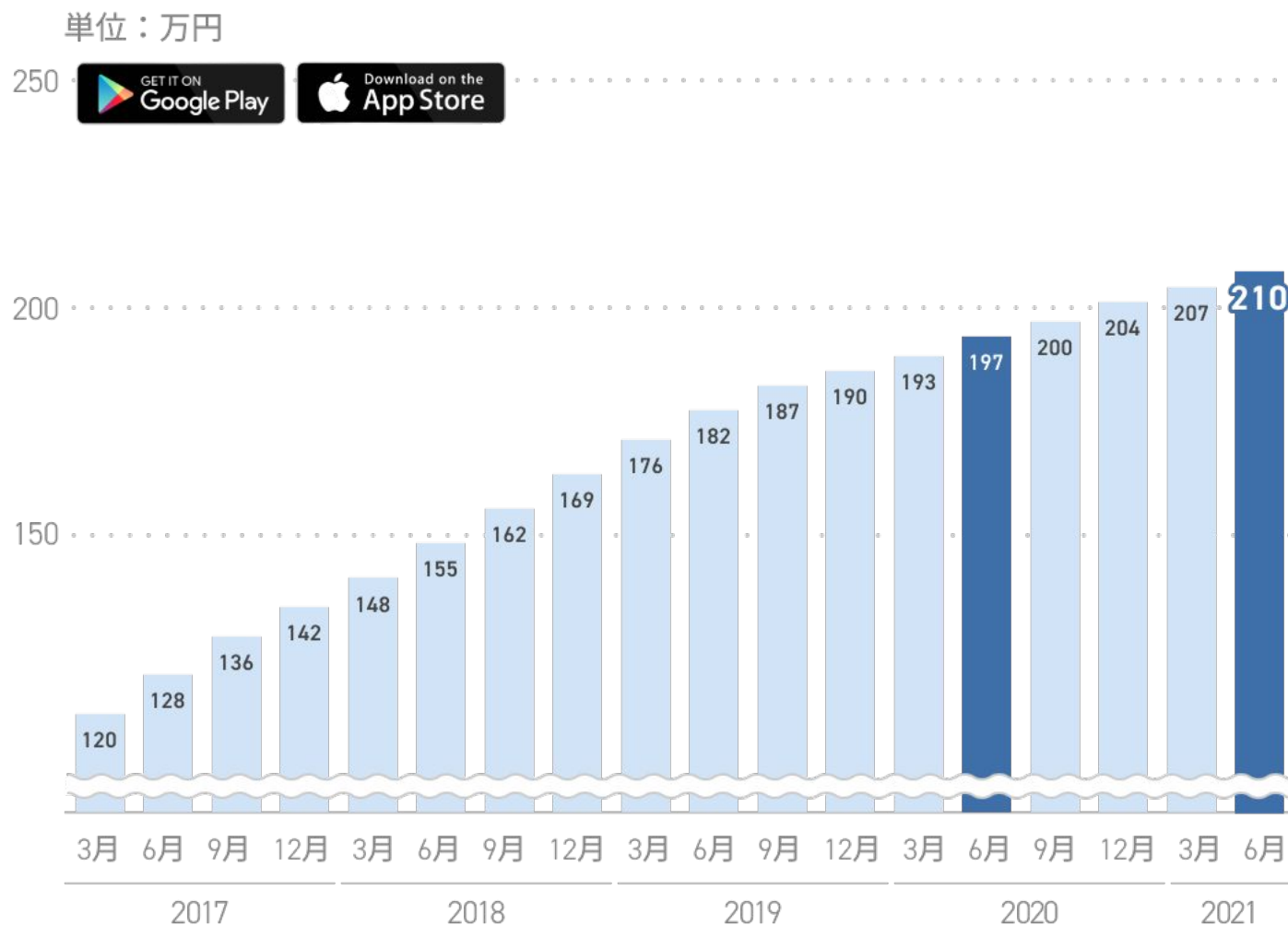
ECメディアの成長戦略(ポイ活経済圏)

ポイントタウンのユーザーを基盤として、ゲームプラットフォームやクーポン販売事業へのアップセルを行い、さらに、ポイントサイトやゲームプラットフォームの運営で培ってきたノウハウを提携パートナーにも展開することにより、**経済圏・生態系の最大化**を目指す。



ポイントタウンアプリダウンロード数

送客基盤となる「ポイントタウン」はスマートフォンを中心に集客を行う。
ポイントタウンのアプリダウンロード数は210万を超える。

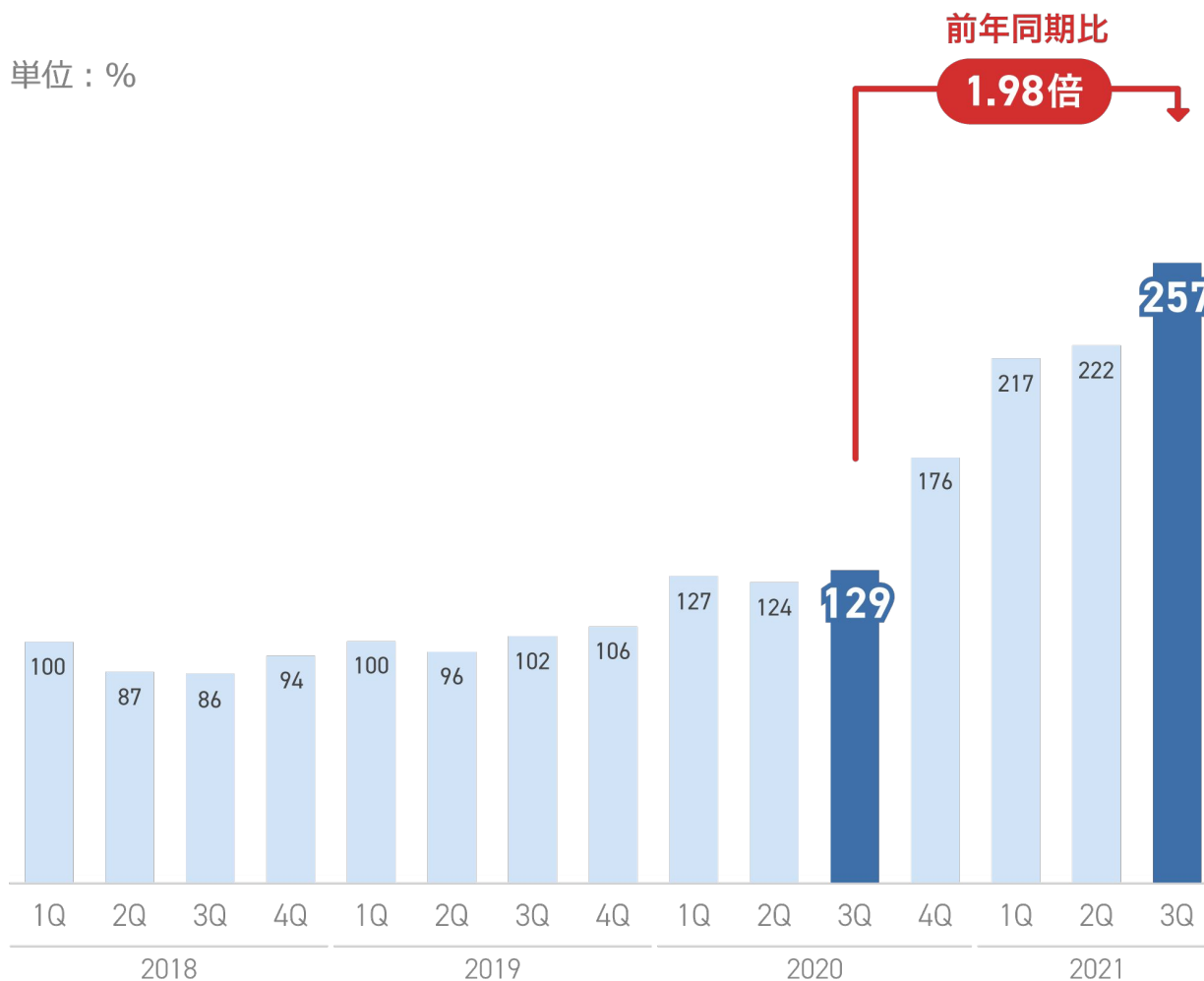


ゲームプラットフォーム売上規模



ゲーム課金・ゲーム広告を合算した売上規模。

ゲーム課金のユーザー数拡大、外部ネットワークの拡大といった要因が重なり、売上規模は2021年3Qで前年同期比約2倍に。



7 / リスク情報

認識するリスクと対応策

当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下の通りです。

	リスクの内容と対応策	発生可能性/ 発生時期	成長の実現や事業計画 の遂行に与える影響
インターネット 広告市場	インターネット広告市場は、広告主が広告宣伝費を削減する等、景気動向の影響を強く受ける可能性があります。課金事業など広告収益以外の収益の割合を増やしていき、特定の収益源への集中リスク回避に努めてまいります。	低/常時	・売上の減少
集客コスト	SEOという技術的手法を用いて、検索エンジンでの視認性を向上・上位表示される事で、プロモーションコストをあまりかけずに新規ユーザーを獲得できています。検索エンジンの表示順位判定基準(アルゴリズム)の変更によって、表示順位が下がると、集客が困難になる可能性があります。当社では、検索エンジンの表示順位判定基準(アルゴリズム)に精通する人材を強化し、変更を速やかに察知して、必要な対応をとる体制の整備に取り組んでいます。	中/常時	・売上の減少 ・プロモーションコストの上昇 ・市場シェアの低下
技術革新	当社グループの事業領域においては、日々急速な技術革新が進み、新しいサービスが登場していると共に、ユーザーのニーズも急速に変化しています。かかる技術変化に対応できず、サービスが陳腐化した場合には、ユーザーが離れ事業の継続が困難になる可能性があります。エンジニアやデザイナーなど作る人の数と質の維持に努め、ユーザーのニーズの変化に適時的確に対応できる体制の維持・向上を図って参ります。	低/常時	・売上の減少

※ 投資者の判断に特に重要と当社グループが考える事項について記載しています。本項の記載内容は当社株式の投資に関するすべてのリスクを網羅しているものではありません。当社グループはこれらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項記載以外のリスクについては、当社グループの有価証券報告書、「第一部【企業情報】」「第2【事業の状況】」「2【事業等のリスク】」をご参照ください。

GMO MEDIA

本資料には、2021年12月20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。

次回開示予定：2022年3月