

# 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

**GMO** RESEARCH

GMOリサーチ株式会社

2022年3月

# 目次

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. 成長戦略2021の経過
6. 成長戦略2022
7. リスク情報

# 1. 会社概要

---

# フィロソフィー

## 想いを、世界に GMOリサーチ

～私たちは、生活者と企業の「思い」に向き合い  
わくわくするアイデアやテクノロジーで「世界」につなぎ、  
笑顔・感動の創造に貢献する～

# 会社概要①

**GMOリサーチは、業界最大級のパネルネットワークと技術力を背景に、日本・アジアを中心にグローバルに市場調査・マーケティングで新しい価値を提供する会社です。**

会社名	GMOリサーチ株式会社 (GMO Research, Inc.)		
所在地	【本社】東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー 【下関サテライトオフィス】山口県下関市細江町1丁目2-7 住友生命下関ビル 【台湾駐在員事務所】台北市南京東路1段86号5F		
設立日	2002年4月1日		
代表取締役社長	細川 慎一		
正社員数	180人 (連結)		
役員	取締役会長 熊谷 正寿 代表取締役社長 細川 慎一 常務取締役 伊藤 隆司 常務取締役 本郷 哲也	取締役 安藤 健一郎 取締役 森 勇憲 取締役 安田 昌史 取締役 橋本 昌司	常勤監査役 竹崎 祥二郎 監査役 橋 弘一 監査役 浜谷 正俊
事業内容	インターネットリサーチ事業		
連結子会社	GMO Research Pte. Ltd. (シンガポール) GMO Research Sdn. Bhd. (マレーシア) 技募驿动市场调查 (上海) 有限公司 (中国) GMO Research Pvt. Ltd. (インド)		

(2021年12月末現在)

## 会社概要②

設立  
**2002年**

売上高（連結）  
**40億円+\*3**

アジアクラウドパネル所在地  
**16の国と地域\*5**

正社員数（連結）  
**180人\*1**

D.I.YサービスCAGR  
**25%\*4**

創る人比率（連結）\*2  
**50%+\*2**

外国籍社員比率（連結）  
**27%\*1**

アンケートモニター数  
**4,684万人+\*5**

\*1：2021年12月末現在 \*2：エンジニア・デザイナー・クリエイター等 \*3：2021年12月期 \*4：2014年-2021年の7年間平均 \*5：2022年1月現在

# 社長紹介



代表取締役社長

**細川 慎一**

(Shinichi Hosokawa)

## 経歴

- 1973年** 香川県生まれ
- 1996年** 大学卒業後、在エチオピア日本国大使館勤務
- 1998年** 株式会社ケンウッド入社  
(シリコンバレーの事業所立上メンバーとして赴任)
- 2001年** アメリカ サンダーバード米国経営大学院 (MBA) 卒業
- 2001年** KPMGコンサルティング株式会社入社
- 2005年** GMOメディアソリューションズ株式会社入社  
新規事業開発室長としてリサーチ事業立上  
同年リサーチ事業スピンアウト
- 2006年** GMOリサーチ株式会社代表取締役社長就任
- 2013年** 中国、インド法人設立 役員就任
- 2014年** シンガポール法人設立、役員就任、東証マザーズ上場
- 2017年** マレーシア法人設立、役員就任
- 2019年** シンガポール移住
- 2022年** 米国法人設立、役員就任

世界で戦ってダントツNo.1になれるグローバル企業となることを目指しております

## 2. 事業の内容

---

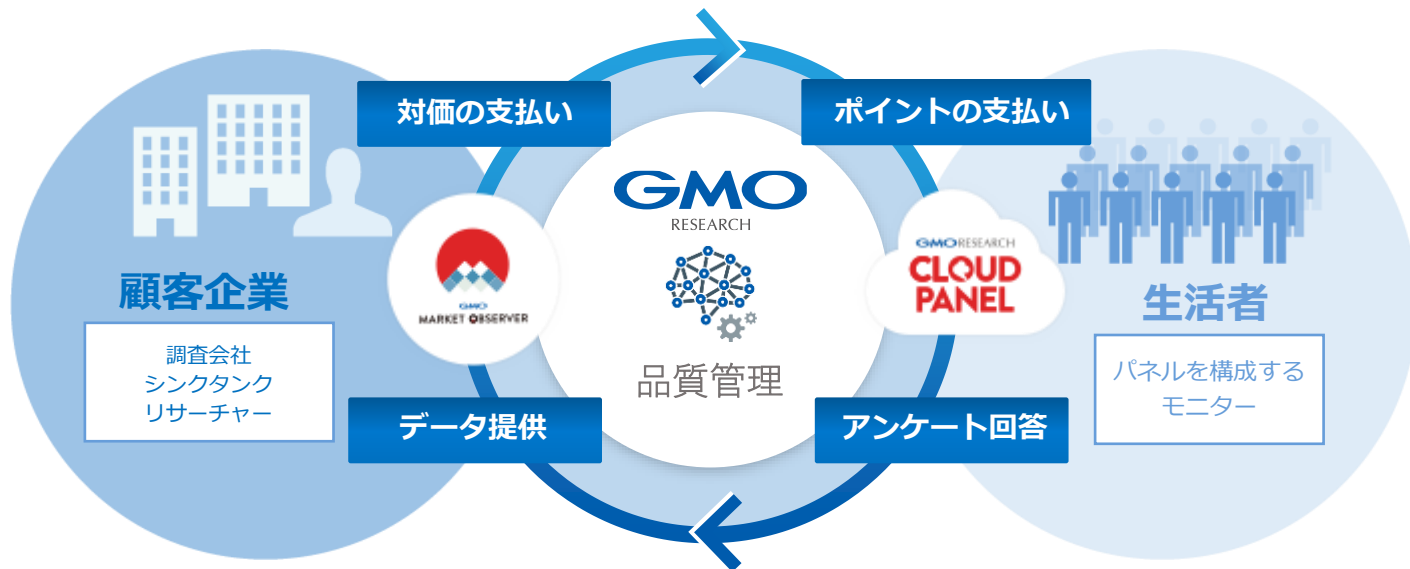


# ビジネスモデル

- アンケート調査を行う顧客企業とアンケート調査に回答するモニターを繋げるプラットフォーム
- 当該プラットフォームをアジア全域に展開

## Audience Engagement Platform

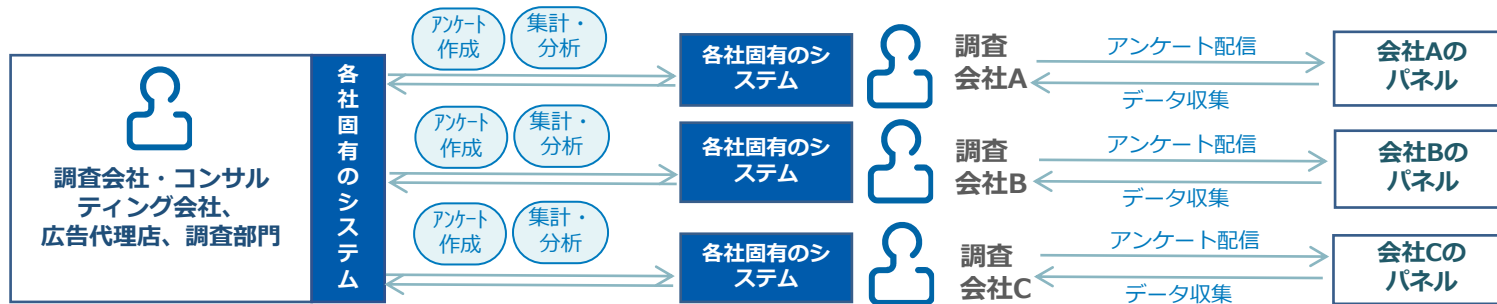
消費者の声を企業に届けるプラットフォーム



# 顧客側プラットフォーム：Market Observer

- 顧客メリットとして、従来各社ごとに開発されていたインターネットリサーチツールを標準化し、低コストで提供

従来



業界の  
業務標準化

標準化



# 顧客サービスライン

サービスの名称		サービスの内容
アウトソーシングサービス	Full Service	オンライン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するサービスです。「MO Insights byGMO」(*1)はここに含まれます。また、アドテクのプラットフォームと連携した広告業界向けサービス（CPAT）も提供しています。
	Sample Supply	顧客が自社内でオンラインのアンケート画面を作成している場合に、当社グループが回収管理(プロジェクトマネージメント)を行い、顧客のアンケート画面に回答結果を提供するサービスです。
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、当社グループがサービスインフラとパネルのみを提供するサービスです。「MO Lite アンケート byGMO」(*2)及び「MO Lite インタビュー byGMO」(*3)が含まれます。
	システム関連売上(*4)	当社グループのリサーチソリューションプラットフォームであるGMO Market Observer(*5)を、顧客のリサーチプラットフォームとして提供するサービスです。
その他サービス	コンベンショナル調査など	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す。

(\*1) MO Insights byGMO

消費者への定量・定性調査をオンラインで完結できるクラウドソリューションです。

(\*2) MO Lite アンケート byGMO

顧客が利用するDIY型（セルフ型）アンケートツールから、国内・アジア最大級の調査用パネルへのアンケート調査ができるサービスです。

(\*3) MO Lite インタビュー byGMO

国内・アジア最大級の調査用パネルへのインタビューができる、パッケージ型のオンラインインタビューサービスです。

(\*4) システム関連売上

D.I.Yサービスのシステム関連売上は、当社グループはシステムのみを提供するビジネスモデルです。

(\*5) GMO Market Observer

当社グループが開発・提供しているインターネット上でリサーチ業務のすべてを完結できるリサーチソリューションプラットフォームの総称であり、「Market Observer」は当社の登録商標です(登録番号5671869号)。

# サービス別業務受託範囲

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

# 顧客企業例

- 大手調査会社等の調査を専門とする企業を中心とし、そのほかりサーチニーズのある一般事業会社様まで、当社サービスをご利用いただいております。



# 商品ラインナップとサービス種別／顧客種別の関係

- 調査を専門とする調査会社向けの商品／サービスのほか、一般事業会社向けの商品／サービスを提供しています。

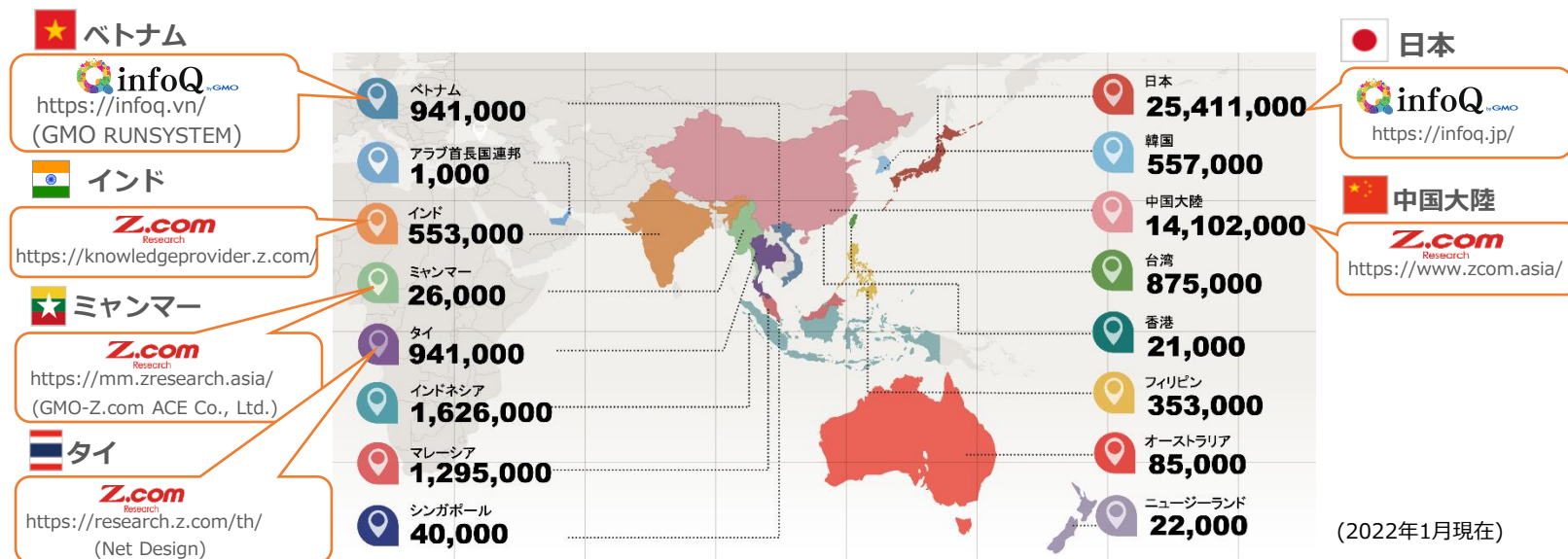
		主なお客様		サービス種別	
		調査会社*1	一般事業会社*2	アウトソーシングサービス	D.I.Yサービス
商品 ライン ナップ	MO Survey by GMO	●		●	●
	MO Insights by GMO	●		●	
	MO Lite アンケート by GMO		●		●
	MO Lite インタビュー by GMO		●		●

\*1 調査会社には、調査会社、シンクタンク、コンサルティング会社等を含みます。

\*2 一般事業会社には、学校や官公庁を含みます。

# パネル側プラットフォーム : Asia Cloud Panel

- アジア16の国と地域で4,684万人超の業界最大規模のパネルネットワークを構築
- 大型・複数ヶ国にまたがる案件に対応可能であり、競争力、提案力が高くなる



(2022年1月現在)

# パネル側プラットフォーム : Asia Cloud Panel

- 会員を持つ企業にアンケートコンテンツを提供致します。

会員保有会社  
(日本・アジア)

GMOポイント 現在のポイント数 0 ヘルプ | GMO ID設定  
ログアウト

トップ ためる・つかう GMOポイントアンケート GMOポイントモール ポイント通帳

アンケートに答えてポイントを貯めよう!

1. 新着アンケートをチェック!  
アンケートの配信は不定期です。  
こまめにチェックしよう!

2. アンケートに回答する  
回答する ボタンをクリックして、  
アンケートを選んで

3. ポイントが貯まる!  
回答完了して  
ポイントGET!

毎日お昼の12時に  
新着クーポンが登場!  
おトクなクーポン購入サイト

くまホン

アンケート

依頼日	アンケートNO.	アンケート名	謝礼ポイント	状況
2021/04/23	900615	WELCOMEアンケート	1ポイント	回答する

調査配信

CLOUD PANEL

## ■顧客メリット

- ・会員の活性化
- ・初期投資なしリサーチ売上
- ・ポイント利用売上促進
- ・自社会員への簡易調査

## ■当社メリット

- ・会員獲得の広告宣伝費不要
- ・幅広い消費者で調査可能
- ・海外展開も容易

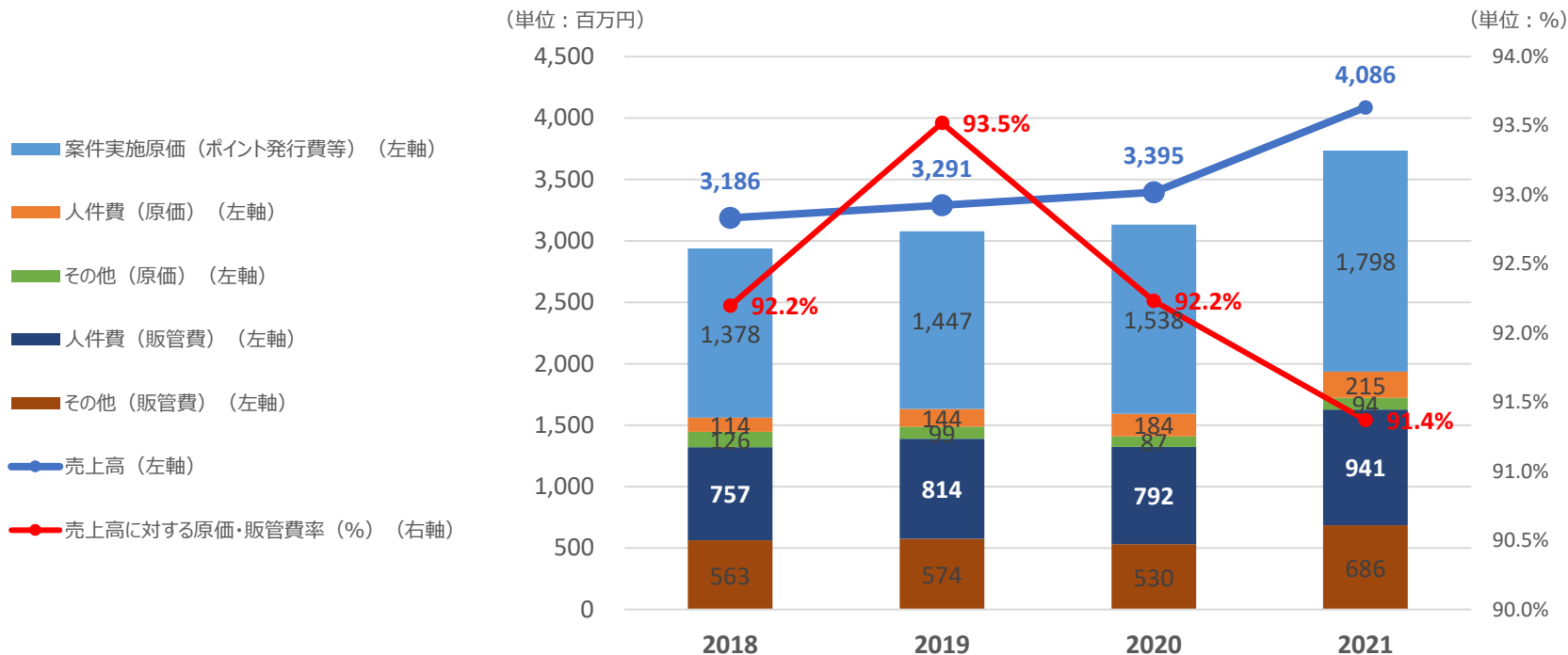
## ■他社との違い

- ・API接続のバラエティー準備
- ・豊富なアジアアンケート在庫



# コスト構造

- 売上に対する原価・販管費の割合は、低下傾向にあります。



### 3. 市場環境

---

# 市場規模について

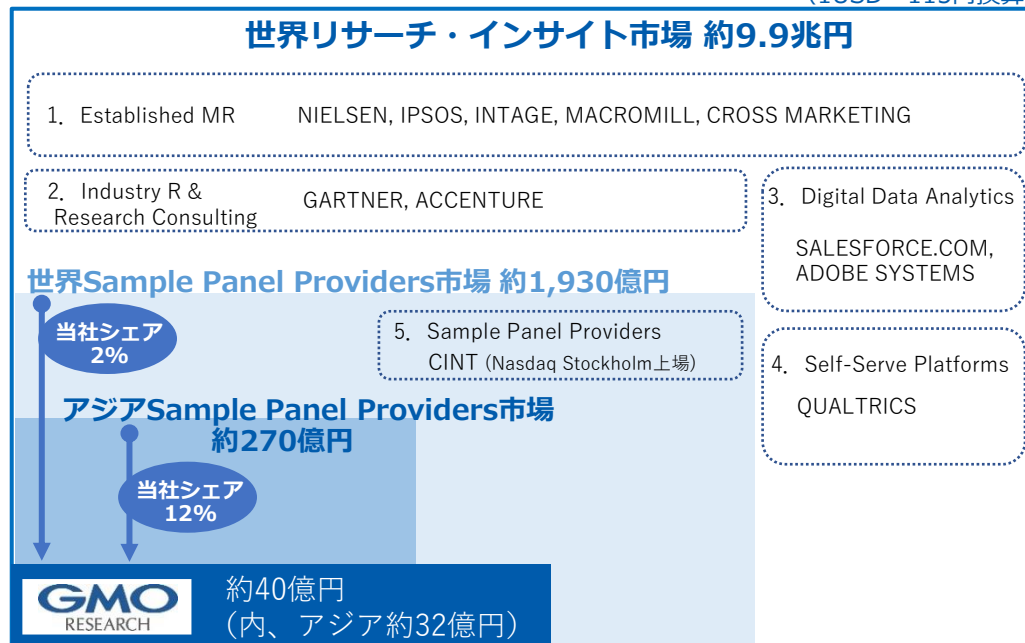
- 当社が事業を行うサンプルパネル提供市場 (Sample Panel Providers) の**アジア市場成長率は7.3%**
- 当社は**アジアのサンプルパネル提供市場において約12%の市場シェア**を確保

(単位：百万ドル)

市場区分	2019	2020	成長率
1. Established Market Research	35,356	33,553	-5.1%
2. Industry Report & Research Consulting	24,636	24,843	0.8%
3. Digital Data Analytics, Feedback Management, etc	22,548	24,513	8.7%
4. Self-Serve Platforms	1,485	1,929	29.9%
5. Sample Panel Providers	1,530	1,676	9.5%
Total	85,554	86,513	1.1%

	欧米	アジア	その他
2020年市場規模	1,279	233	164
2021年成長予想	1.6%	7.3%	5.9%

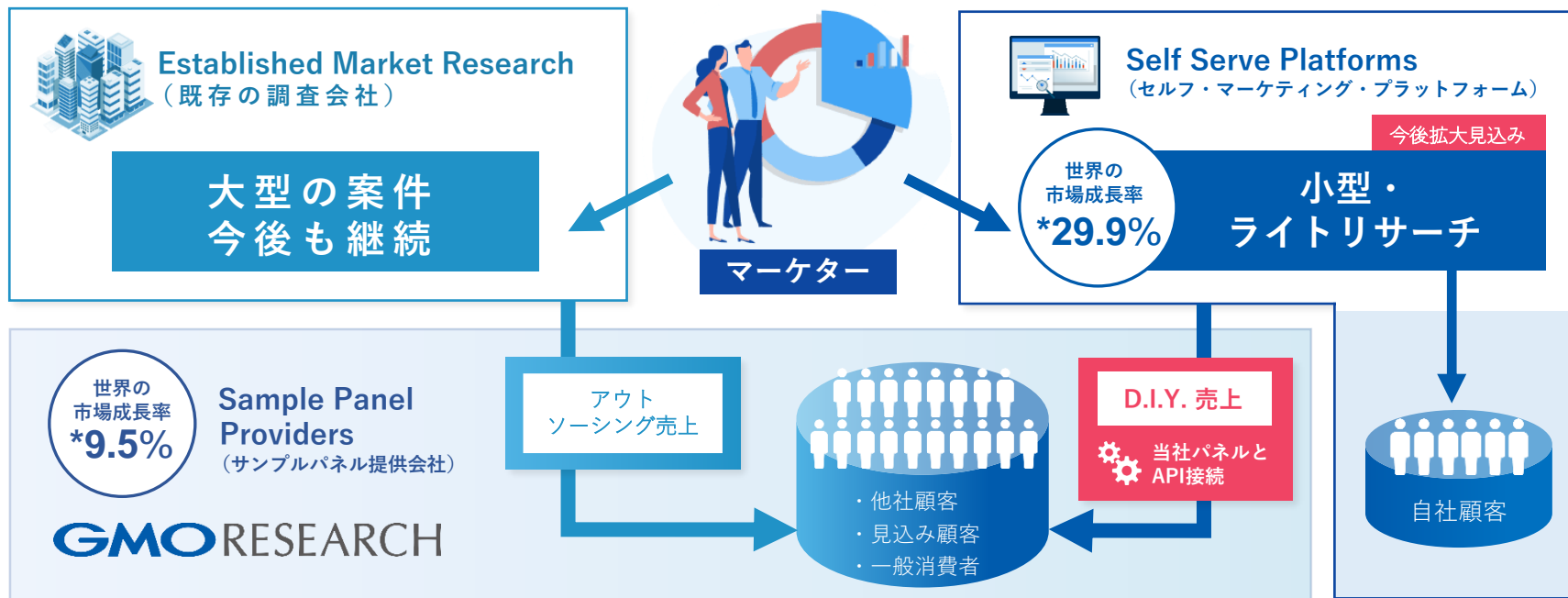
(1USD = 115円換算)



出展: ESOMAR, Evolution of the Data, Analytics and Insights Industry, A forecast into 2023

# サンプルパネル提供市場の環境

- 既存の調査会社のオンラインパネル運用管理は引き続きアウトソーシング
- マーケターは、手元のツールから手軽にパネル（一般消費者）にライトリサーチ
- ライトリサーチ・プラットフォームはサンプルパネル提供会社とAPIで連携推進

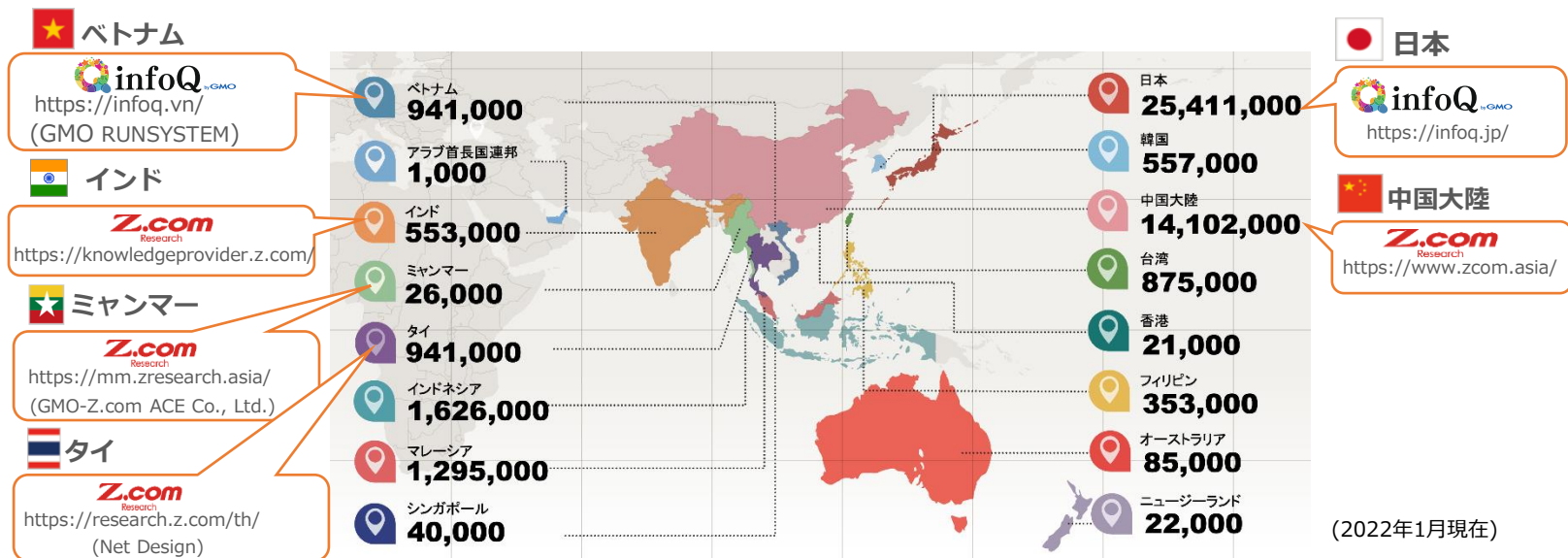


## 4. 競争優位性

---

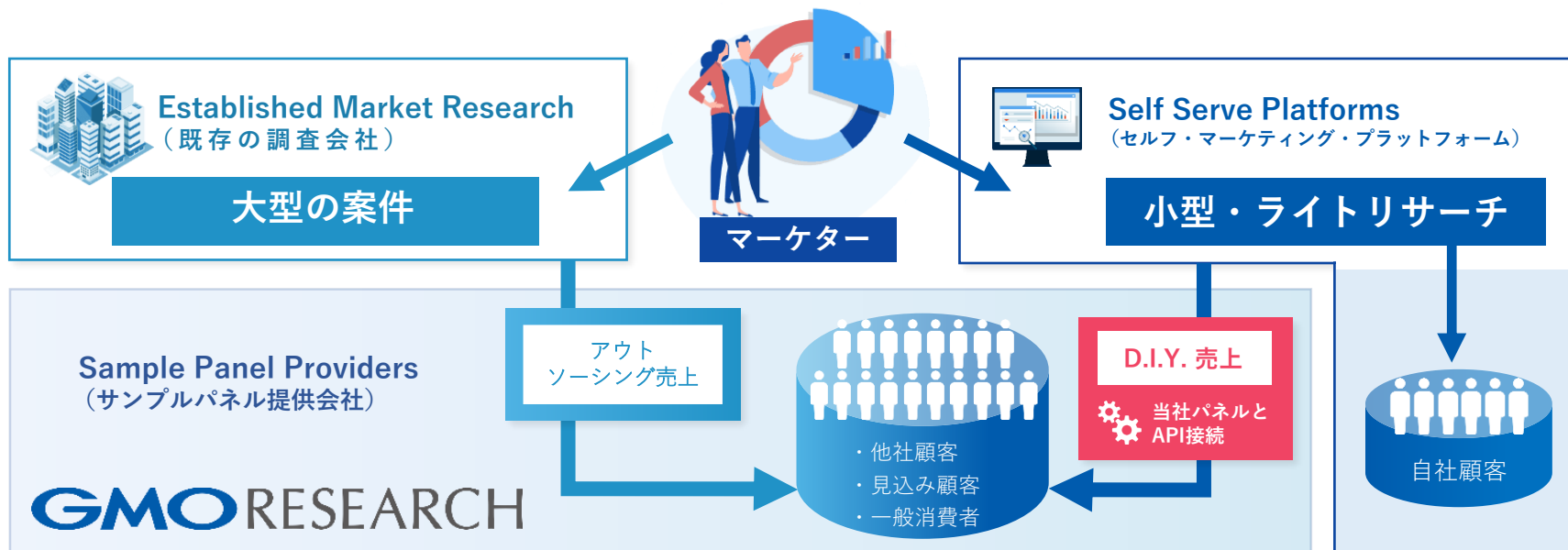
# 競争優位性 | パネルネットワーク

- アジア16の国と地域で4,684万人超の業界最大規模のパネルネットワークを構築
- 大型・複数ヶ国にまたがる案件に対応可能であり、競争力、提案力が高くなる



# 競争優位性 | ポジションの特異性

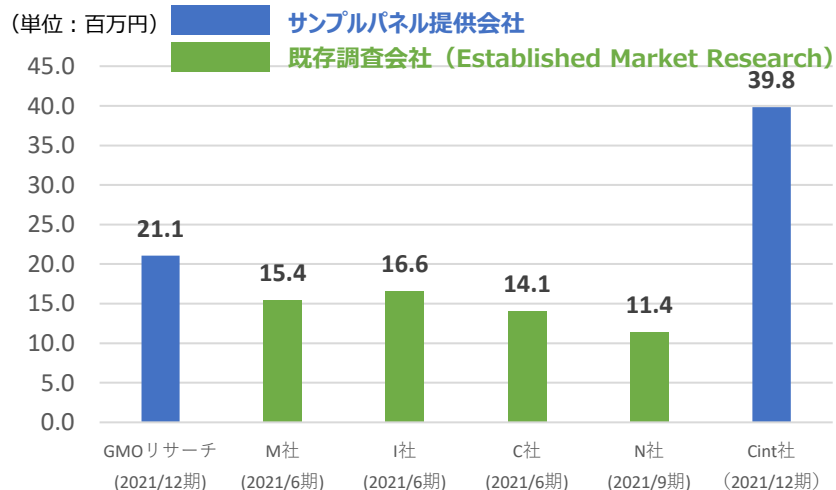
- 調査を専門とする調査会社にパネルとシステムを提供する特異なポジション。これにより、当社の競争力の源泉である業界最大規模のパネルネットワーク活用の効率性が高まり、収益力が高くなります。
- さらに、調査会社向けに培った効率的なパネル提供システムを事業会社にもご利用いただくことで、さらなるパネル活用と販売効率化が実現されます。



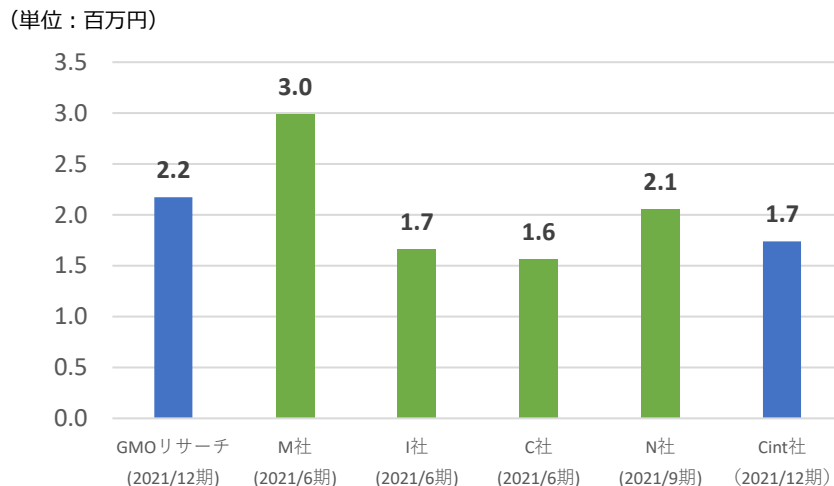
# 競争優位性 | 業界トップクラスの収益力

- プラットフォームを提供しているため、一般的なマーケティングリサーチサービス提供会社(\*1)に比べ収益力（一人あたり売上高/EBITDA）が高い。なお、Cint社(\*2)は欧米のプラットフォーム提供会社。

## 一人あたり売上高(\*3)(\*4)



## 一人あたりEBITDA(\*3)(\*4)(\*5)



(\*1) 日本国内で上場するマーケティングリサーチサービスの提供会社

M社：株式会社マクロミル

I社：株式会社インテージホールディングス

C社：株式会社クロス・マーケティンググループ

N社：株式会社ネオマーケティング

(\*2) Cint社：Cint Group AB (Nasdaq Stockholm(Sweden)上場)

(\*3) 比較対象会社の財務数値につきましては、各社が公表している有価証券報告書・四半期報告書に記載の数値

によっております。なお株式会社クロスマーケティングホールディングスについては、2021年6月期（6ヶ月決算）、2020年12月期および2020年6月期の有価証券報告書・四半期報告書から、2020年7月～2021年6月の12ヶ月期間損益を算出しております。

(\*4) 従業員数および臨時従業員数の合計人数を使用して計算しております。

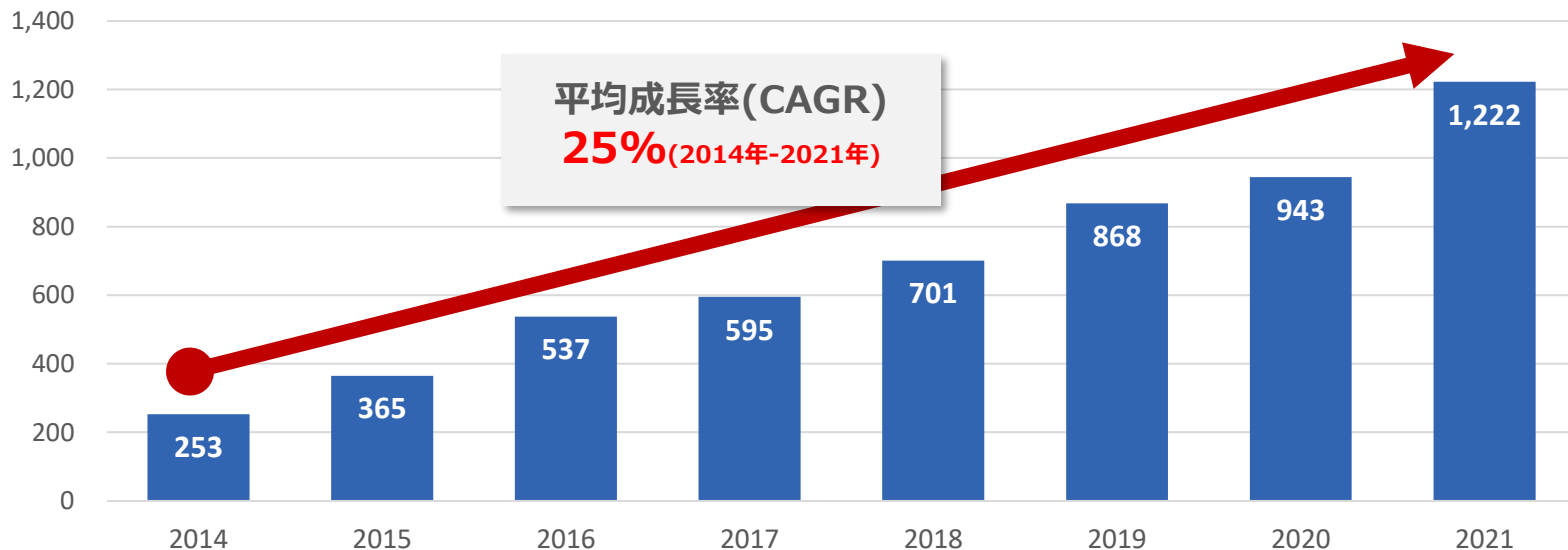
(\*5) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費  
(1ユーロ130.5円換算)



# 競争優位性 | D.I.Yサービスの成長

- D.I.Yサービスは、当社のリサーチ・ソリューション・プラットフォーム上で顧客自身がすべてのインターネットリサーチ工程を完結できるサービスであり、コスト優位性等の理由により、一度利用を開始いただくと継続的な利用が見込まれるサービスです。
- D.I.Yサービスは、過去7年平均成長率25%で成長を継続しています。

(単位：百万円)



## 5. 成長戦略2021の経過

---

# 成長戦略2021の経過

- 2021年度は、アジアクラウドパネルの競争力をベースに、①地域深耕・エリア拡大、②販売商品の充実、③データ・AIの活用による成長に取り組みました。その進捗は下記のとおりです。

## 成長戦略2021の経過



### ①地域深耕・エリア拡大

- ・ インドで自社運営パネルをリリース
- ・ アラブ首長国連邦 (UAE) のパネル新規追加
- ・ アジア16の国と地域におけるパネル数拡大  
2021年1月3,833万人→2022年1月4,684万人 (22%増)
- ・ 海外売上高の拡大  
2020年12月期915百万円→2021年12月期1,080百万円 (18%増)

### ③データ・AI活用

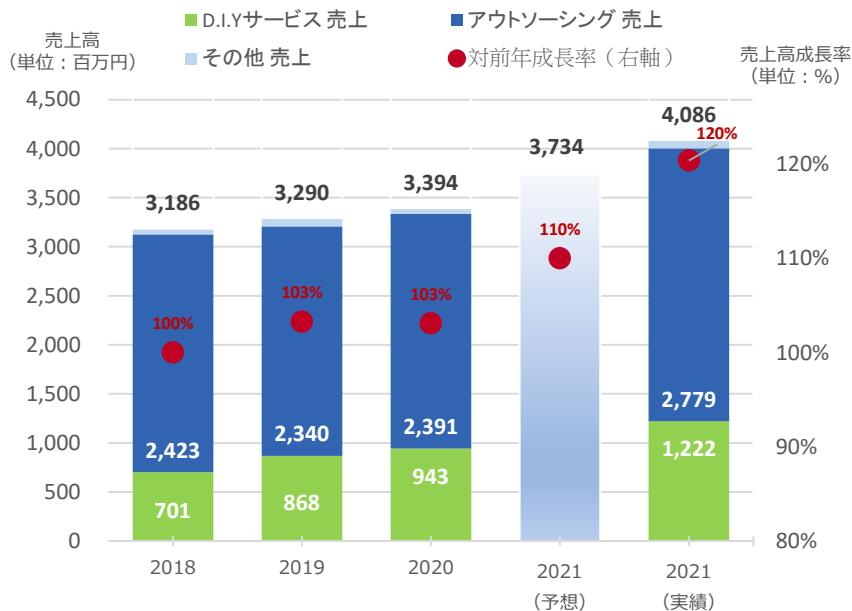
- ・ アンケートデータ集計過程にRPA導入
- ・ 東芝データと購入データと調査データの連携に関する協働の開始

### ②販売商品の充実

- ・ 新規事業開発のための調査に特化したオンラインインタビューサービスを提供開始(2021/1)
- ・ MO Liteアンケート「バウチャープラン」の提供開始(2021/7)
- ・ MO Insightsでビジネス領域のインタビューに特化した「MOビジネスインタビューパネル」を提供開始(2021/8)
- ・ MO LiteアンケートにおけるGoogleフォームを利用した調査結果の詳細分析を、Market Observer上で無料利用可能に(2021/9)
- ・ MO Liteインタビュー「バウチャープラン」の提供開始(2021/11)

# サービス別売上高の成長進捗・結果

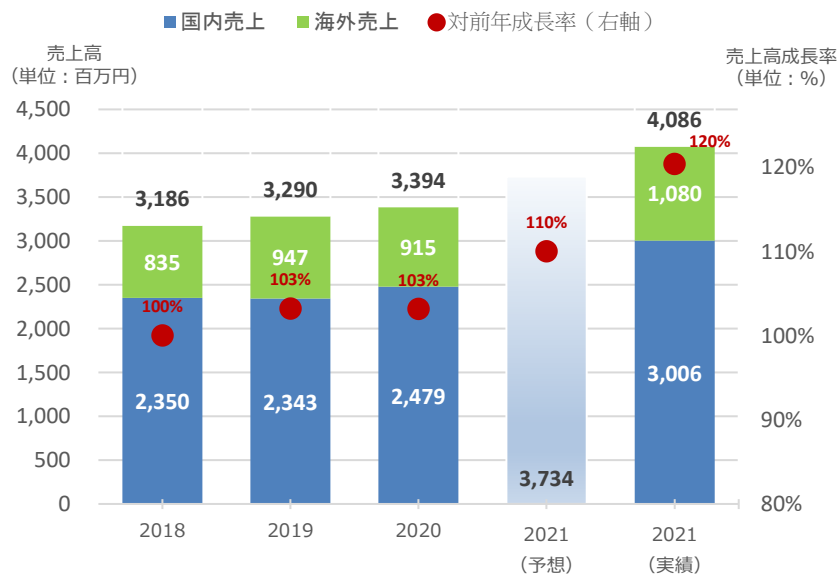
- サービス別売上高の成長率（2021年予想値及び実績値）や成長施策の取り組み状況及び結果は以下のとおり。



2021年成長施策	成長進捗・結果
<p>売上高成長率、全体で10%程度、D.I.Yサービスで15%程度を想定</p>	<p>売上高成長率は、全体は約20%、D.I.Yサービスは約30%となり、想定を超過</p>
<p>D.I.Yサービスの成長施策：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① クラウドパネル強化継続（連携拡大や自社パネル整備）</li> <li>② 調査会社とのシステム連携推進</li> <li>③ MO Liteの顧客開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① クラウドパネル会員数は4,684万人に（22%増、2022年1月時点）、またインドで自社運営パネルをリリース</li> <li>② 調査会社とのAPI連携数は75(2020年)から80(2021年)へ増加</li> <li>③ MO Lite顧客数は55へ拡大</li> </ul>
<p>アウトソーシングサービス成長施策：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 営業体制強化</li> <li>② MO Insights販売強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 国内及び海外拠点で若干名の営業人員の補強を完了</li> <li>② MO Insightsは想定を上回る20百万円以上を販売</li> </ul>

# 国内・海外売上高の成長進捗・結果

- 国内・海外別売上高の成長率（2021年予想値及び実績値）や成長施策の取り組み状況及び結果は以下のとおり。



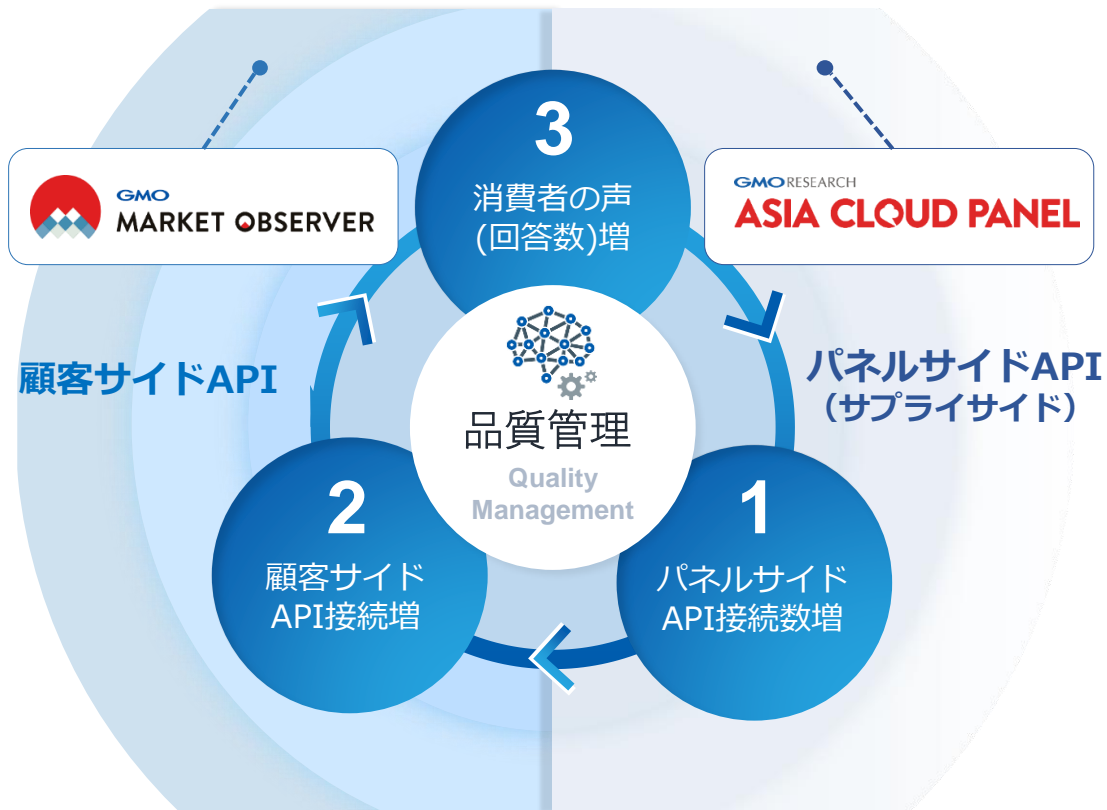
2021年成長施策	成長進捗・結果
売上高成長率、国内・海外ともに10%程度を想定	売上高成長率は、国内は約21%、海外は約18%となり、想定を超過
国内売上上の成長施策： ① MO Insights販売強化 ② 事業会社向けサービスMO Lite販売強化	① MO Insightsは想定を上回る20百万円以上を販売 ② MO Lite顧客数は55へ拡大
海外売上上の成長施策： ① クラウドパネル強化 ② 海外D.I.Yサービス強化 ③ 事業会社向けサービスMO Lite販売体制整備	① クラウドパネル会員数は4,684万人に（22%増、2022年1月時点）、またインドで自社運営パネルをリリース ② 海外D.I.Yサービスは、310百万円(2020年)から383百万円(2021年)に23%増 ③ 海外でのMO Lite販売は今後取り組みを継続

## 6. 成長戦略2022

---

# 成長戦略 | Audience Engagement Platform

Audience  
Engagement  
Platform

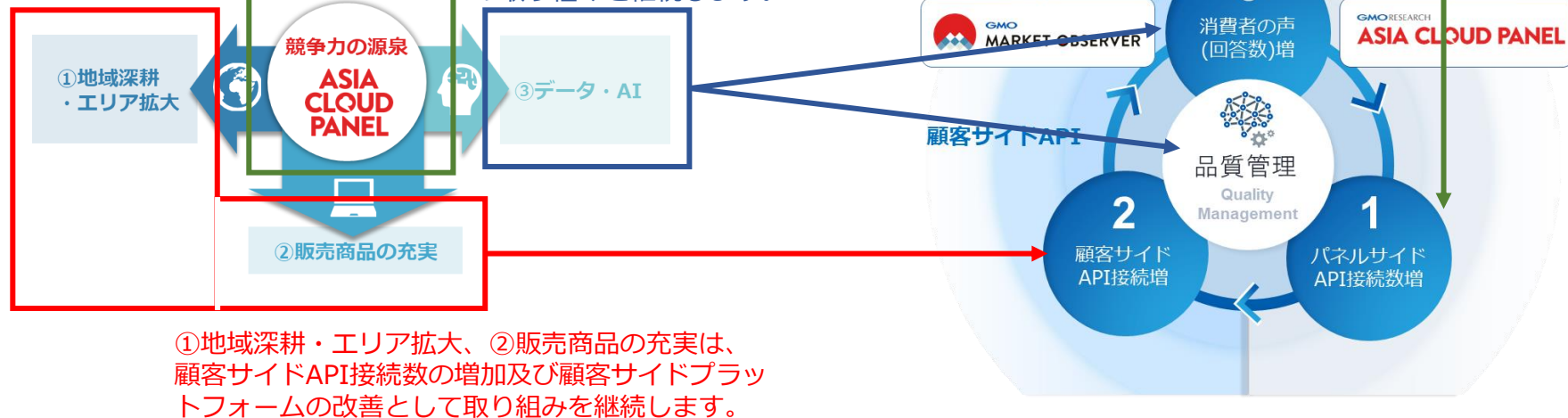


# 成長戦略2021から成長戦略2022へ

- プラットフォームとしての成長戦略をより強力に進めるため、2021年の成長戦略から2022年の成長戦略へ下記のように移行しました。

アジアクラウドパネルのさらなる強化のため、パネルサイドAPI接続数の増加として取り組みを継続します。

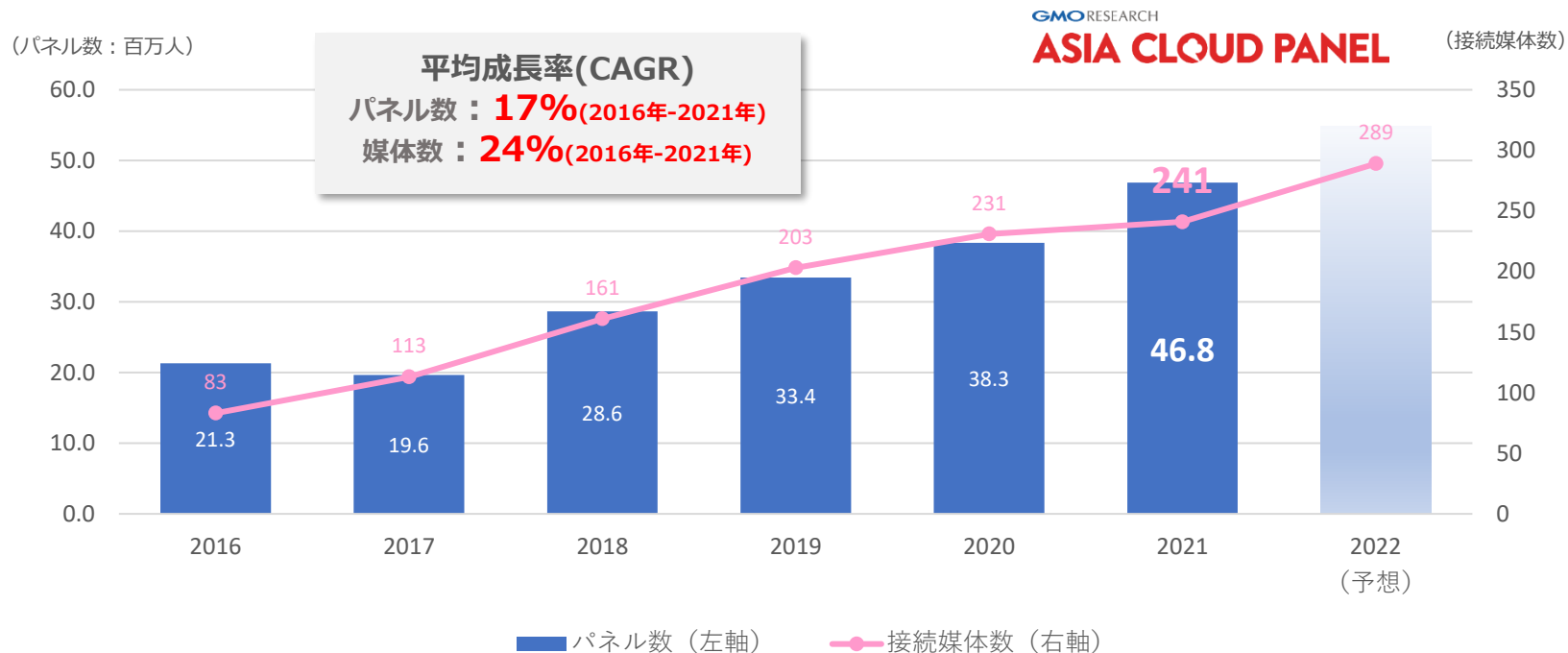
プラットフォームにおける品質管理でAIを活用。また、データ（消費者の声）活用によるマーケティング提案等の取り組みを継続します。





# ① パネルサイドAPI接続数

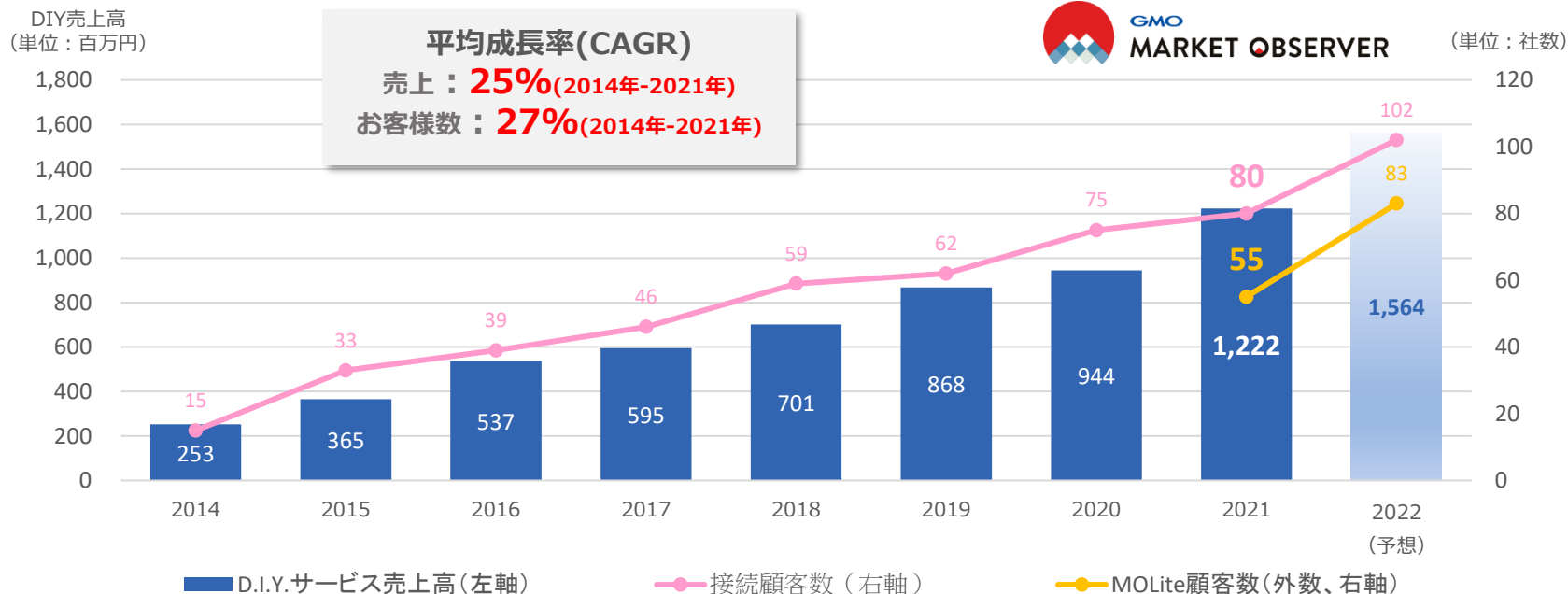
- 競争力の源泉であるアジアクラウドパネルは、アジア16の国と地域で4,684万人超となり、API接続媒体数は241へ増加しています。



## ②顧客サイドAPI接続数

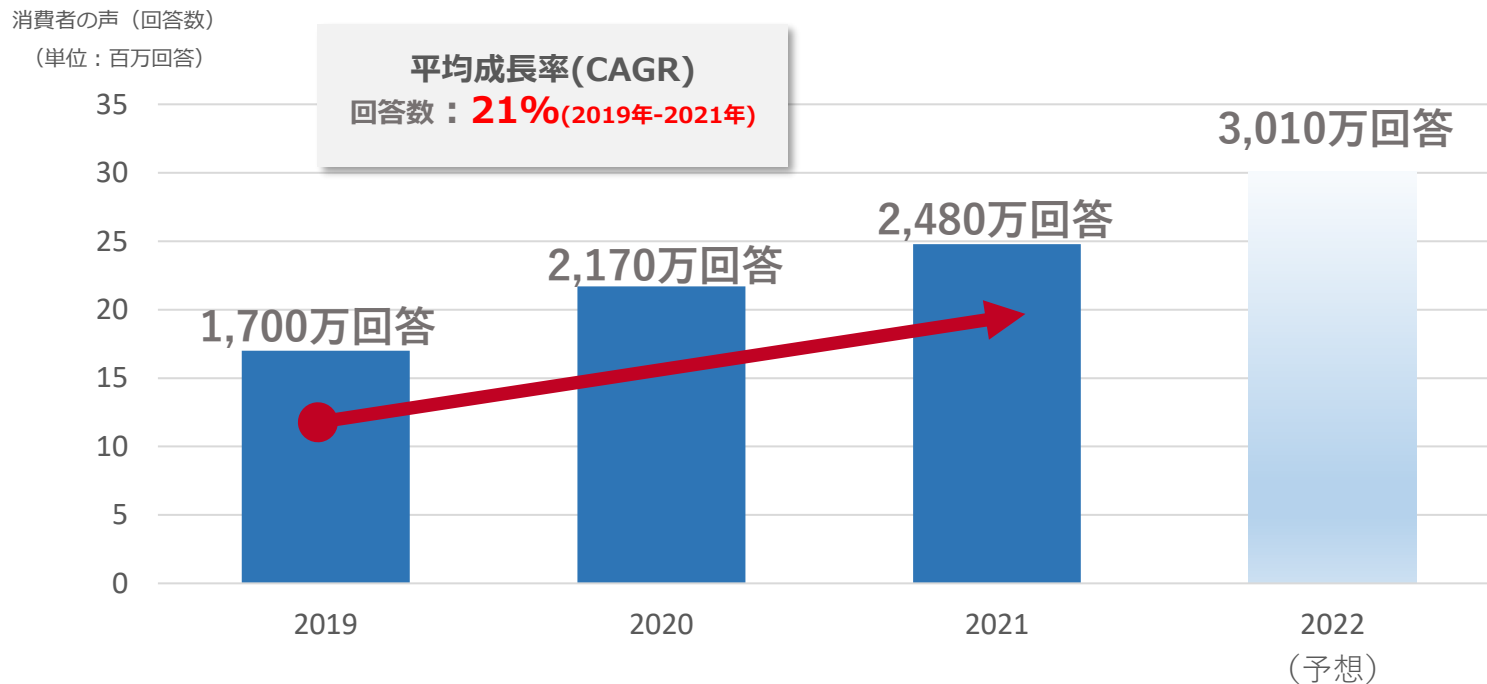
- アジアクラウドパネルへ接続している顧客数(\*1)及びD.I.Yサービス売上高は順調に増加しております。

(\*1) アジアクラウドパネルへAPI接続している顧客及び当社Market Observerを利用する顧客



### ③消費者の声（回答数）

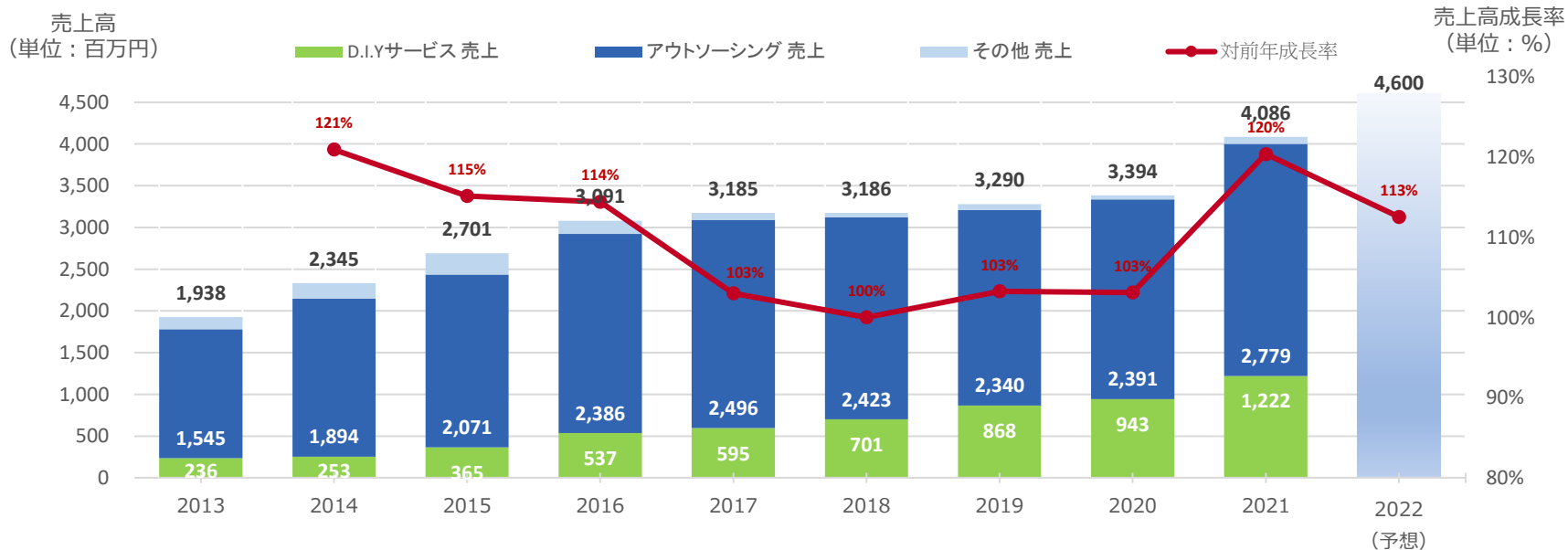
- 世界の企業へ届けた消費者の声は順調に増加しております。



# サービス別売上高推移

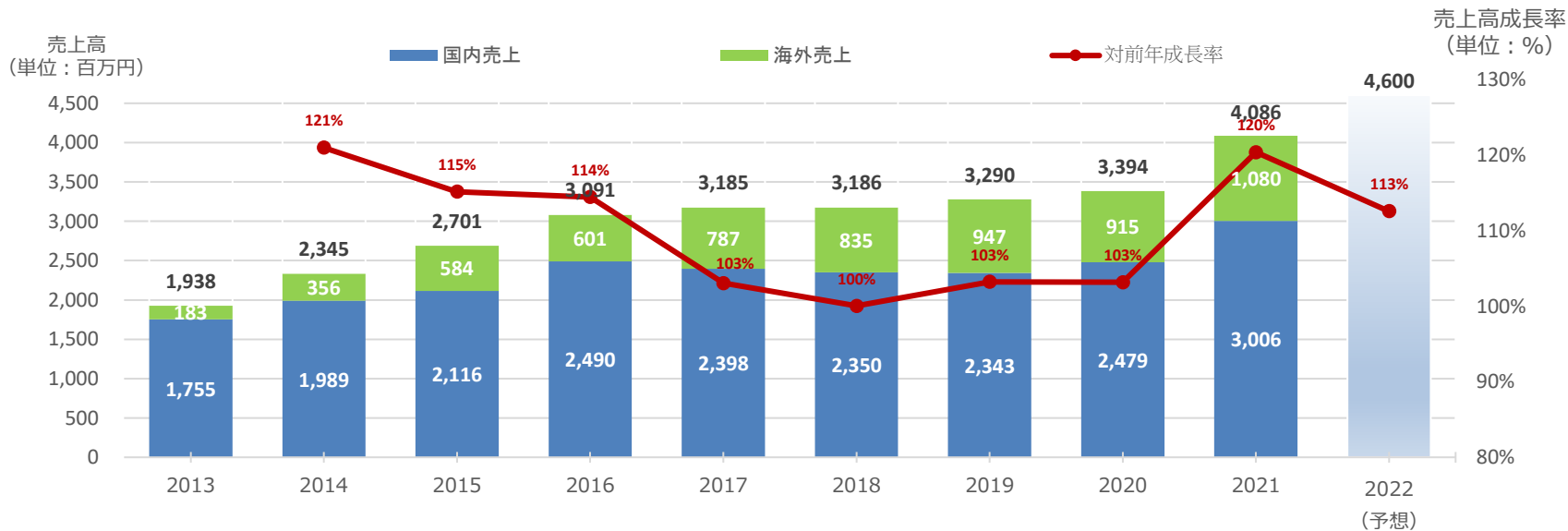
## ● 各サービスの売上高成長率を重要な経営指標として設定

- ー全体の売上高成長率は毎期10%程度を想定、特にD.I.Yサービスの高成長率が全体成長率を押し上げる想定
- ーD.I.Yサービスの成長施策：顧客サイドAPI接続数及びパネルサイドAPI接続拡大  
事業会社向けサービスのMO Liteの顧客開拓
- ーアウトソーシングサービスの成長施策：営業体制強化、海外販売商品強化



# 国内・海外売上高推移

- 国内・海外の売上高成長率を重要な経営指標として設定
  - ー国内・海外ともに毎期10%程度の売上高成長率の推移を想定
  - ー国内売上の高成長施策：顧客サイドAPI接続数拡大および事業会社向けサービス（MO Lite）に注力
  - ー海外売上の高成長施策：顧客サイド/パネルサイドAPI接続数拡大および営業体制・海外販売商品の強化



## 7. リスク情報

---

# 主要なリスクに関する情報（1/2）

- 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。

※ 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。

	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	リスクの内容と対応策
市場の成長	小	● 売上成長の鈍化	インターネットリサーチの市場規模は、従来の調査手法等からの切り替えなどの要因により、順調に成長を継続しておりますが、インターネットリサーチニーズの飽和等の何かしらの要因により、市場規模の成長が鈍化するリスクがあります。当該リスクに対し、当社グループは、インターネットリサーチの普及度がより低く今後のより高い成長が見込まれるアジアを中心とする海外市場でのシェア拡大に取り組んでおります。
	常時		
競合	中	● シェアの低下 ● 販売単価の下落	インターネットリサーチ事業において大きな参入障壁がないことにより、他の事業者による新規参入や事業拡大のリスクがあります。当該リスクに対し、当社グループは、アジア最大規模の調査用パネルであるアジアクラウドパネルを構築するとともに、パネルシステムの提供に特化することで、競合企業に対する独自性と差別化および優位性の構築を行っております。当社グループは、競争力の源泉であるアジアクラウドパネルのさらなる強化とパネル提供システムの改良に努めることで、当社グループの独自性と優位性の強化に取り組んでおります。
	常時		

（続く）

# 主要なリスクに関する情報 (2/2)

(続き)

	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	リスクの内容と対応策
特定業界・顧客への集中	中	● 売上高の減少	当社グループの売上高の多くは、調査会社への売上となっております。当社グループは、当社のプラットフォームの信頼性や安全性の強化、提供サービスの多様化を図り、顧客基盤を拡大することで、特定業界・顧客への集中リスクの低減に努めております。
	低下中		
ネット調査用パネルの回収力と品質	低	● 売上高の減少 ● 仕入単価上昇	当社グループのネット調査用パネル（アジアクラウドパネル）は、自社運営パネルと複数の提携パネルによって構築されております。何らかの事情により、提携パネルの利用が困難になると、回答回収力が低下する可能性があります。また、調査用パネルの回答品質について、何らかの理由により回答品質を確保できないと追加調査等により追加原価が発生するリスクがあります。当社グループは、既存のクラウドパネルパートナーとの関係強化や新規のクラウドパネルパートナーの開拓に取り組むとともに、回答品質向上のため、品質管理基準に基づく回答品質の確保に取り組んでおります。
	常時		
個人情報流出	低	● 損害賠償請求 ● 社会的信用の失墜	当社グループは、自社パネル会員の個人情報やクラウドパネルとして他社から委託を受けたアンケート配信先情報（暗号化されたメールアドレス）を保有しており、それらの情報が流出するリスクがあります。当該リスクに対し、当社グループは、情報セキュリティに関する規程の策定、情報セキュリティに関する研修・教育の実施等のほか、ISMSの認証取得やプライバシーマークの取得等の取り組みを行っております。詳細について次頁を参照ください。
	常時		



# 情報セキュリティ・プライバシー保護等

- 個人情報や情報セキュリティに関するリスクに関して、それらを保護するためのセキュリティ及びプライバシー・個人情報保護等への取り組みを行っております。

## セキュリティの安全性

### ■ 認証

外部からの脅威に対するリスクアセスメントを実施し、総合的な情報セキュリティを確保するため、ISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）認証基準の国際規格「ISO/IEC 27001:2013」および国内規格「JIS Q 27001:2014」の認証を取得。



MSA-IS-430



ISMS-AC  
ISMS ISR016

### ■ 脆弱性対応

業界標準のツールによる脆弱性の試験を実施するほか、外部機関による定期的な脆弱性診断を実施。JPCERT等の情報を常に確認し、その影響を考慮した上でパッチ等を適用している。

### ■ アクセス制御

システムやアプリケーションへのアクセスは、許可された人員のみ許可された作業を実施できるよう制限をかけている。

### ■ 通信のセキュリティ

アンケート及びモニター向けサイトはHTTPS（TLS）を利用し、セキュリティを確保しています。ファイアウォール/ロードバランサーにより必要な通信のみを許可している。

## プライバシー・個人情報保護

### ■ 認証

法律への適合性およびより高い保護レベルの個人情報保護マネジメントシステムを確立・運用することを目的としてプライバシーマークを取得。



10822793(04)

### ■ パーミッション取得

個人情報を取得するときは、パーミッションをいただく等、法令・規制の要請を踏まえた対応を行っている。

想いを、世界に — GMOリサーチ

**GMO** RESEARCH

Engaging people around the world

本資料につきましては、毎事業年度末後3ヵ月以内、具体的には3月頃に最新の状況を反映した内容で開示することを予定しております。経営指標の進捗状況につきましては、四半期ごとの決算説明資料において説明をいたします。

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、将来における実際の業績は、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。