

# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

**GMO** MEDIA

STOCK CODE: 6180

代表取締役社長 森 輝幸

2026年3月31日

# 目次

01	会社概要	P.3
02	事業内容	P.12
03	市場環境と成長戦略	P.19
04	リスク情報	P.57
05	Appendix	P.59

01	会社概要	P.3
02	事業内容	P.12
03	市場環境と成長戦略	P.19
04	リスク情報	P.57
05	Appendix	P.59

# For your Smile, with Internet.

新たな価値を創造し、社会に笑顔を増やします。

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

設立

2000年10月

従業員数

208名<sup>※1</sup>

作る人<sup>※2</sup>比率

64.4%

報告セグメント

メディア事業  
ソリューション事業

主要運営サービス数

10サービス

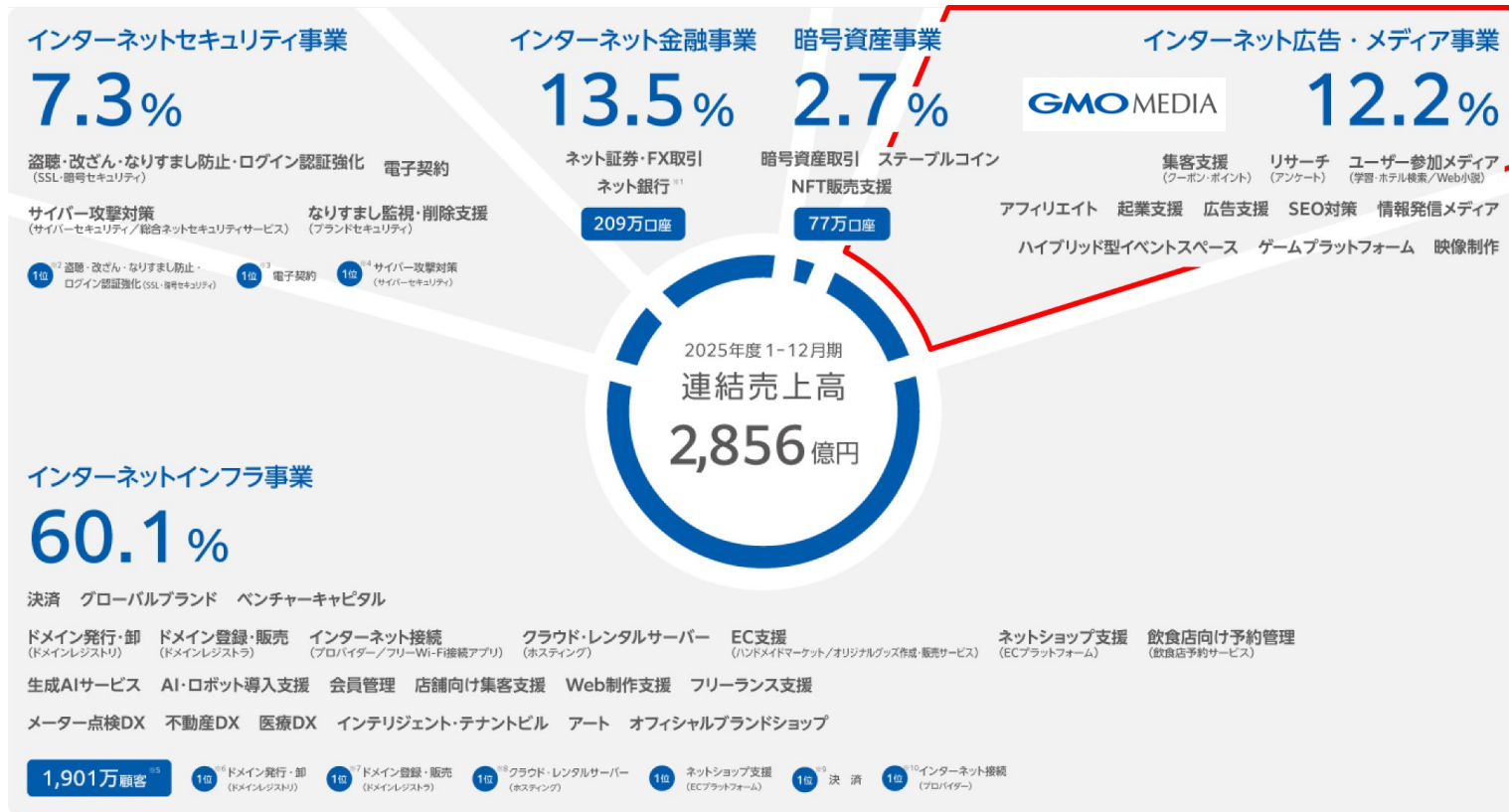
子会社

GMOビューティー株式会社  
GMO趣味なび株式会社

※1：連結子会社のGMOビューティー、GMO趣味なびを含めた人数。役員・臨時従業員は除く。2025年12月末時点

※2：作る人：エンジニア・デザイナー・ディレクターのサービス運営に携わっている社員の割合。2025年12月末時点

# GMOインターネットグループにおける役割



※1 GMO eBizからネット銀行は、持分法適用関係会社からの連結売上高には含まれていません。 ※2 銀行コードNetcraft社調べ。 ※3 電子印鑑GMOサインの導入企業数・送付件数 GMOグローバルサイン・ホールディングス調べ。 ※4 フェリス規定により。 ※5 掲載している顧客数は、インターネットインフラ事業およびインターネットセキュリティ事業の顧客数を合算したものです。 ※6 国内ドメインレジストラ 日本総研調べ。 ※7 国内ドメインレジストラ ICANN調べ。 ※8 domaintools.com調べ。 ※9 多くの店子をもつ特定の加盟店について、店子の数に割らず1店とカウントする計上方法。 ※10 (光コラボアドワード2024)総合満足度調査発表資料。 ※上記セグメントごとの売上比率と各サービスは必ずしも一致しません。

# DX戦略への取り組み

## 経済産業省が定める「DX認定事業者」に認定

経済産業省が定めるDX（デジタルトランスフォーメーション）認定制度に基づき、2025年11月1日付で「DX認定事業者」に認定。本認定を機に、デジタル基盤の強化をさらに進め、既存事業の収益性向上と新規事業の創出を加速。



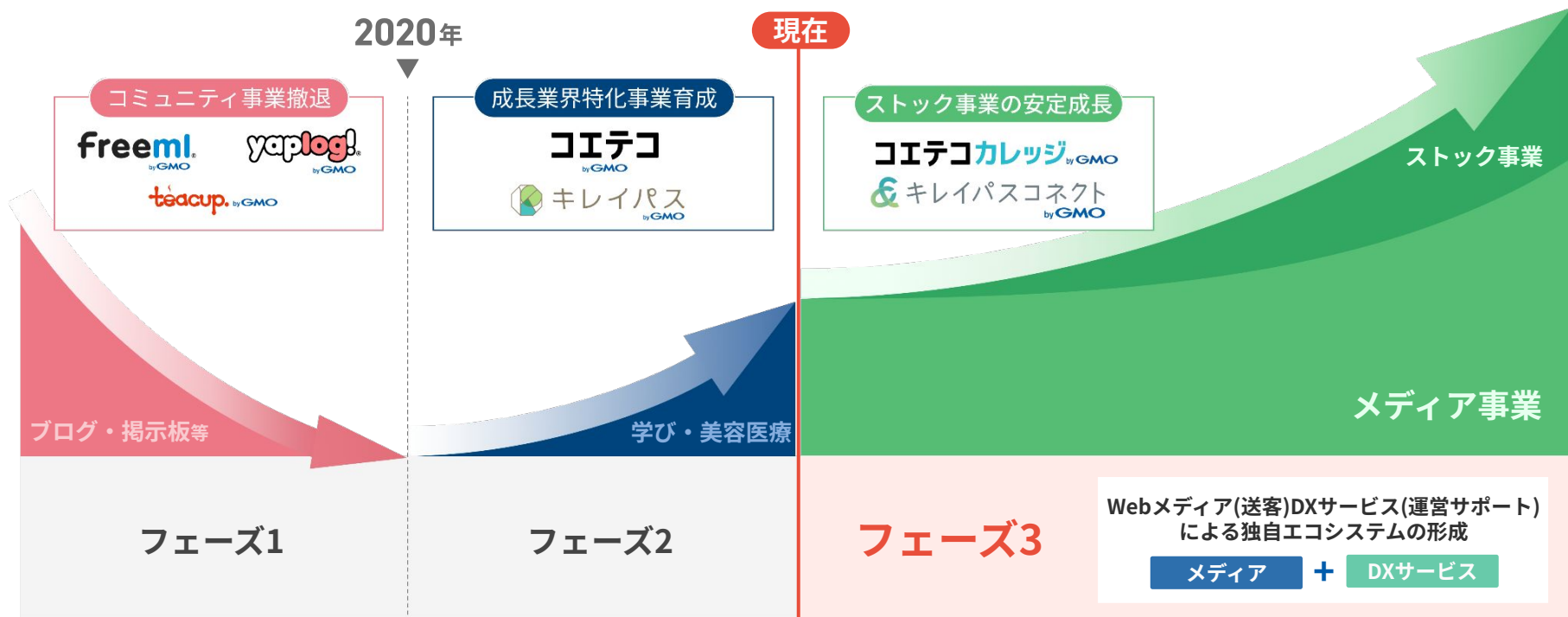
### DX認定制度とは？

DX認定制度とは、「情報処理の促進に関する法律」に基づき、「デジタルガバナンス・コード」の基本的事項に対応し、DX推進の準備が整っていると認められた企業を国が認定する制度です。

【参考】経済産業省「DX認定制度」：[https://www.meti.go.jp/policy/it\\_policy/investment/dx-nintei/dx-nintei.html](https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/dx-nintei/dx-nintei.html)

# フローからストック事業へ

当社は、PC中心のブログ・掲示板事業から、スマホ・アプリを軸とした特化型メディアへと、事業構造を劇的に変化。現在は、この成長をさらに確実なものにするため、DXツールによるストック収益を組み合わせた『ハイブリッドモデル』への移行を推進しており、より強固な成長軌跡を目指す。



# 2025年12月期実績

売上高

**7,115** 百万円

前年比 **+7.7%**

営業利益

**901** 百万円

前年比 **+18.2%**

営業  
利益率

**12.6%**

前年比 **+1.1pt**

純利益

**646** 百万円

前年比 **+13.2%**

EBITDA

**1,015** 百万円

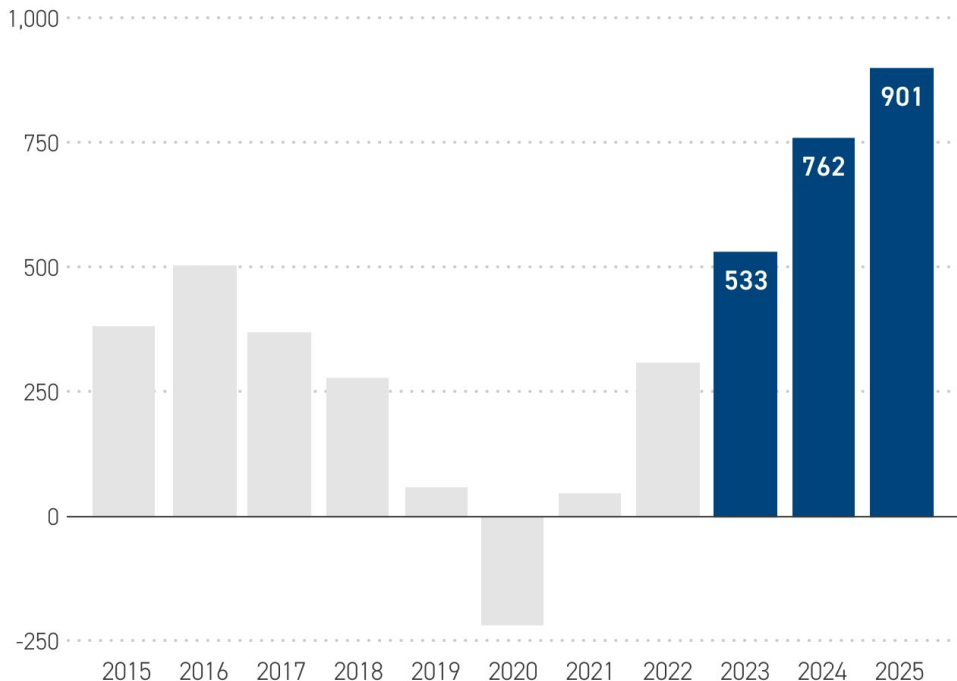
ROE

**21.8%**

# 営業利益推移

収益構造の改善と成長領域への集中により、営業利益は回復基調から持続的な成長フェーズへ移行。2025年は901百万円（前年比+18.2%）と、3期連続で過去最高益を更新。

単位：百万円



3期連続  
過去最高益  
を更新！

# GMOメディアの特徴

1

## 安定基盤×挑戦による継続的成長戦略

- ・ 習慣性の高いメディア事業（ポイ活・ゲーム）を収益の柱に、安定した成長を実現。
- ・ さらに、蓄積したシステム・ノウハウを活かし、美容医療など成長分野へ積極投資。  
➔ 安定と挑戦の両輪で、成長を加速。

2

## 着実な利益成長

- ・ 資本効率を高めつつ、持続的な利益成長を実現。財務状況も健全に強化。
- ・ 5期連続の増益を達成し、営業利益率も着実に改善。  
2025年12月期の営業利益は 前年比+18.2%。

3

## 株主還元強化

- ・ 利益成長を株主に還元する「好循環モデル」を確立。
- ・ 2025年からは 配当性向65%以上を基準に。
- ・ さらに、最大1万円相当のビットコイン優待やDOE（5%）も導入。

01	会社概要	P.3
02	事業内容	P.12
03	市場環境と成長戦略	P.19
04	リスク情報	P.57
05	Appendix	P.59

# 事業セグメントについて

## 自社メディア

### メディア事業 (BtoC)

業界特化  
(学び・美容医療)

コエテコ by GMO

 キレイパス by GMO

ポイント関連

 PointTown® by GMO

 デイト by GMO

 かんてん ゲームボックス by GMO

くまポン  by GMO

## ノウハウを他社提供

### ソリューション事業 (BtoBtoC)

 GMO ハイパーフォース

 A1 by GMO

# メディア事業の特徴（コンテンツプラットフォーム）

コンテンツを開発・制作せず、**情報・コンテンツの集まる場を提供**し、消費者とのマッチングを行う。

## 提携パートナー・個人

お得情報



課金ゲーム



広告ゲーム



各種教室



クリニック



GMO  
MEDIA

## ポイント関連

PointTown.  
by GMO

くまポン  by GMO

ゲッアム  by GMO

かんたん  
ゲームボックス  
by GMO

## 業界特化

コエテコ  by GMO

クレイパス  by GMO

消費者



# メディア事業の特徴・優位性 (No.1戦略)

各ジャンルにおいて、**No.1**のサービスを提供。

## 子ども向けプログラミング教室

**コエテコ**  
by **GMO**



※1

## 大人向けプログラミング教室

**コエテコ campus** by **GMO**



※2

## ドローンスクール

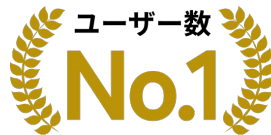
**コエテコドローン**  
by **GMO**



※3

## クイズプラットフォーム

まいにち  
**クイズボックス**  
by **GMO**



※4

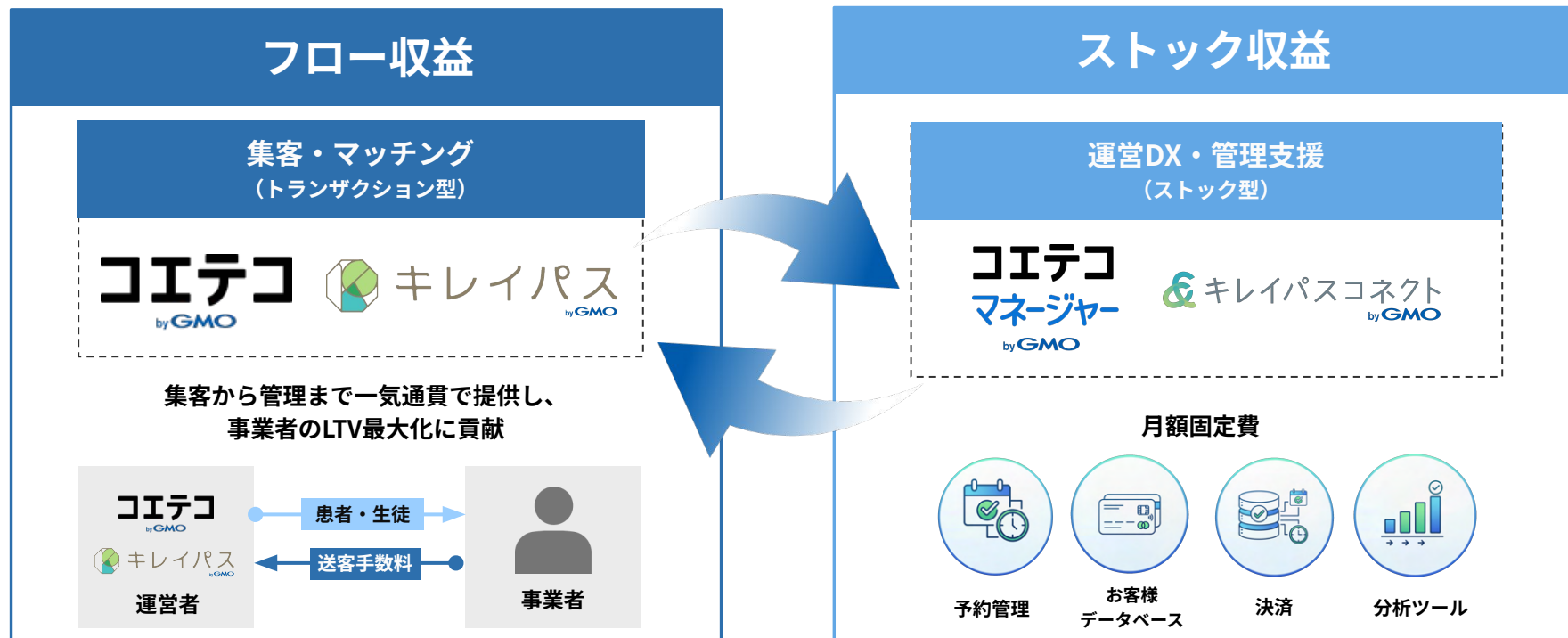
(※1) 2023年12月期\_指定領域における市場調査 / 調査機関：日本マーケティングリサーチ機構

(※2) 2025年9月期\_指定領域における市場調査 / 調査機関：日本マーケティングリサーチ機構

(※3) 2024年5月\_SimilarWeb調べ (※4) 2023年7月期\_指定領域における市場調査 / 調査機関：日本マーケティングリサーチ機構

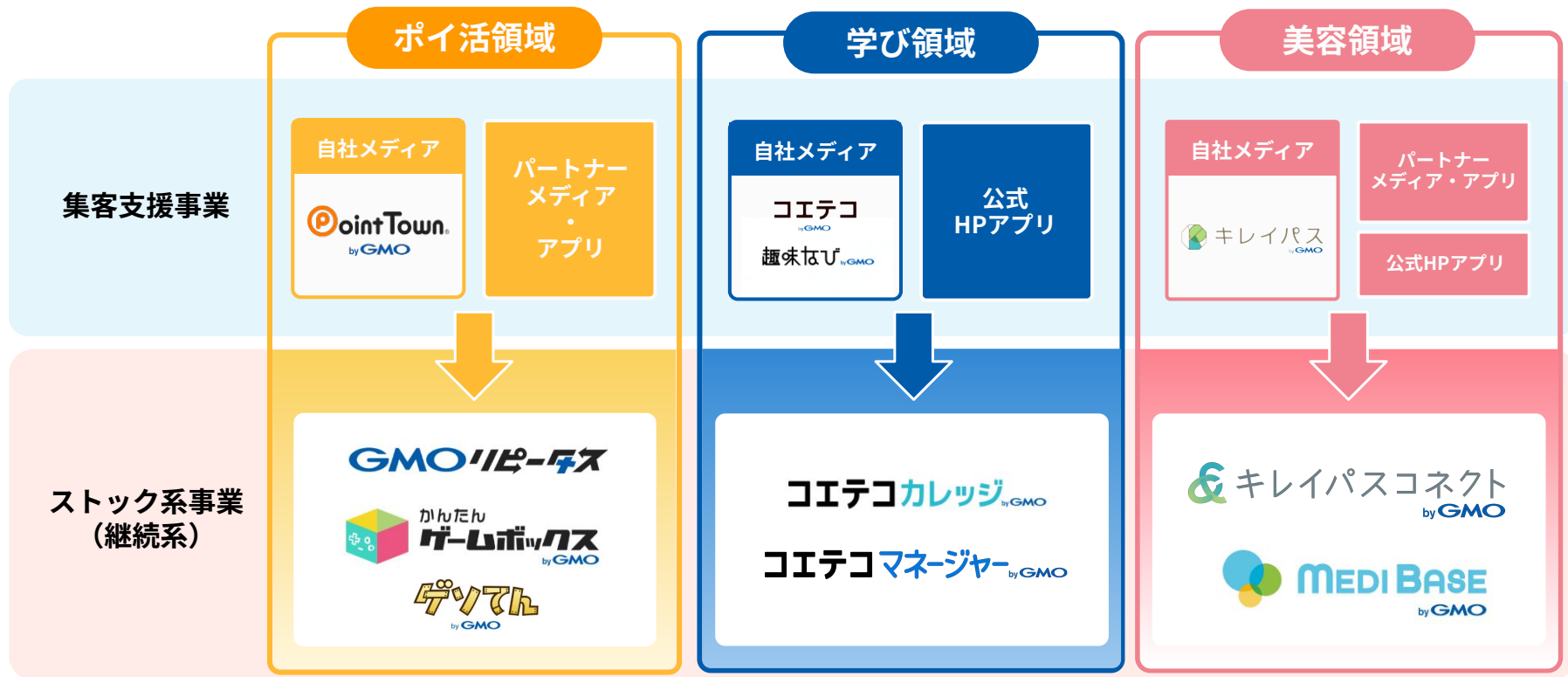
# メディア事業の特徴（ストック＆トランザクション）

従来のメディアからの送客による手数料（トランザクション）事業に加え、事業者の運営を支援する業務インフラとして深く浸透する「運営DXサービス」（月額固定費）を掛け合わせることで、高LTVかつ解約率の低い強固なストック型収益基盤を構築。



# 集客支援&ストック（継続）系事業

集客支援という付加価値を提供するストック系事業を強化。



# ソリューション事業の特徴（ノウハウの提供）

## ソリューション事業

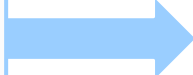
ポイントサイト構築・運営を  
支援するポイントCRMツール

**GMO** **ポイント**

成果報酬型広告  
プラットフォーム

**A** **アフィタウ**  
by **GMO**

ノウハウ



ノウハウ



## 提携パートナー

ポイント **広場**

(dポイント：D2C社)

**リコラ**  
ポイントモール

(レジル社)

**SITE SEVEN** **MILEAGE CLUB**

(ダイコク電機社)

よみぽうど

(読売新聞東京本社)



tenki.jp  
ポイントモール

(ALiNKインターネット社)

など

## メディアネットワーキング

01	会社概要	P.3
02	事業内容	P.12
<b>03</b>	<b>市場環境と成長戦略</b>	<b>P.19</b>
04	リスク情報	P.57
05	Appendix	P.59

メディア事業で培ったノウハウを活かし、成長市場である学び・美容医療領域に特化したサービスを展開。高い市場成長性と独自の強みを掛け合わせることで、事業のさらなる拡大と企業価値の向上を加速させていく。さらに、学び・美容医療に続く、第3、4の領域の開拓を行う。

## メディア事業

① 学び関連事業

② 美容医療関連事業

**コエテコ**  
by GMO

**キレイパス**  
by GMO

業界特化型

＋ 第③、④の領域開拓

ポイント関連

くまポン  by GMO

**PointTown.**  
by GMO

**ゲソアム**  
by GMO

かんたん **ゲームボックス**  
by GMO

## ソリューション事業

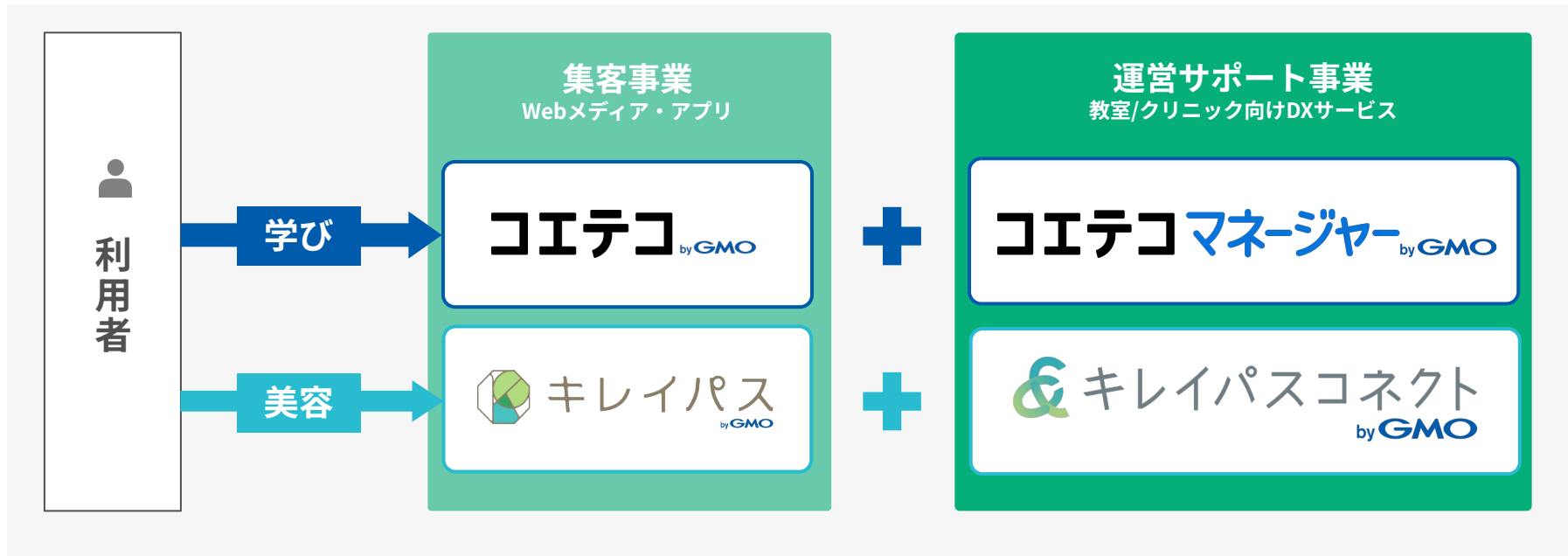
**GMO iE-AS**

**A アイデン**  
by GMO

1st (B2C)	集客＋ファン作り支援事業
2nd (B2B)	事業者に向けたDX支援事業（ストック事業）
3rd (D2C)	1st＋2ndによる蓄積データ（顧客・行動履歴）を活用しD2C展開
4th NEXT	上記1～3の知見をベースに、次の領域開拓



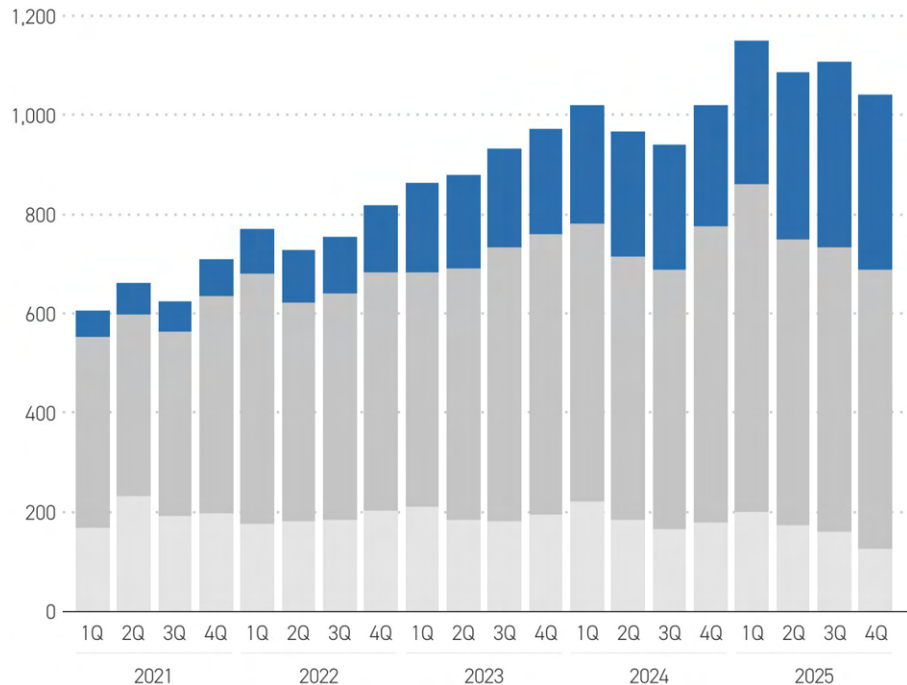
集客サポートメディアによる送客手数料（トランザクション）事業にプラスし、運営サポートシステムを月額提供（ストック）事業を今後強化。



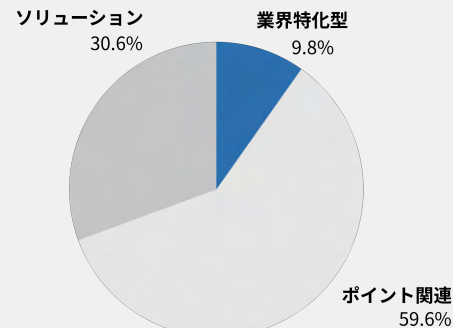
## 利益率・成長率の高い事業へ事業構造の転換

ポイント関連事業の安定した基盤に加え、成長エンジンである業界特化型事業が拡大することで、景気変動に強い高収益な事業構造を実現。

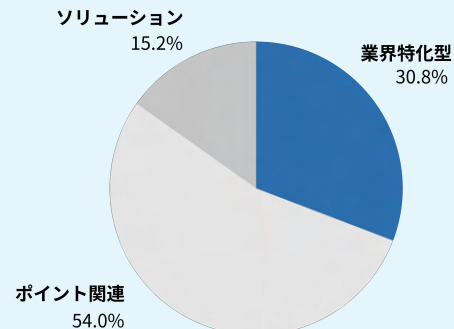
単位：百万円 ■ 業界特化型事業 ■ ポイント関連事業 ■ ソリューション事業



2021年  
構成比



2025年  
構成比



※売上から売上変動費を除いた利益

成長市場であり、個別対応が要求されるためDX化の必要性が高いにも関わらずDX化が遅れている、学び・美容医療をスコープに、大きな成長が見込まれる事業や法人への投資を計画中。

GMO MEDIA  
ノウハウを提供

大きな成長が見込まれる

集客・リピーターに課題

学び・  
美容医療

学び・  
美容医療

---

## 主なサービス紹介

---

# ゲームプラットフォーム

(メディア事業・ポイント関連)

---

# ゲームプラットフォーム事業 (ダウンロード・インストール不要)

課金ゲーム



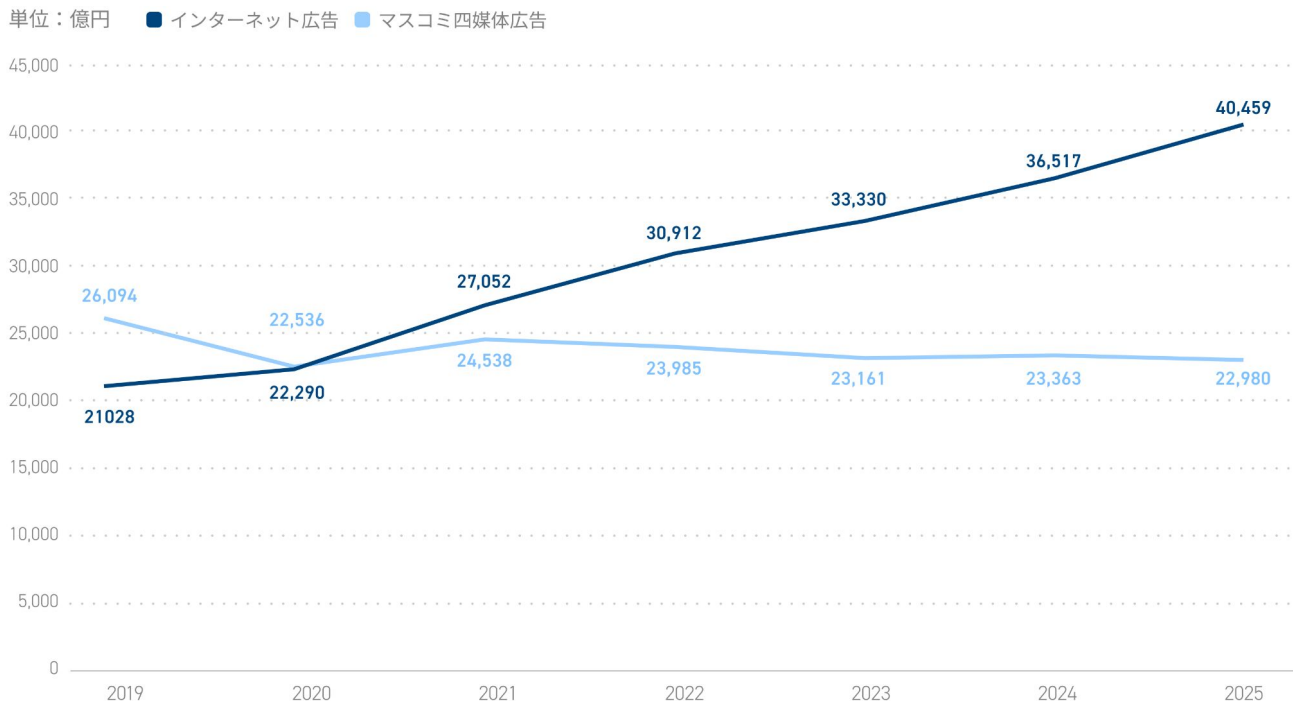
ゲームコンテンツ  
盛りだくさん！  
遊べるゲーム数  
**100種類**  
以上

広告ゲーム



無料で遊べる  
カジュアルゲーム  
ゲームコンテンツ  
**400タイトル**  
以上

2025年のインターネット広告は引き続き動画広告を中心に成長し、総広告費に占める構成比は50.2%と初の過半数に達した。内訳について、「インターネット広告媒体費」は、前年比111.8%の二桁成長となった。

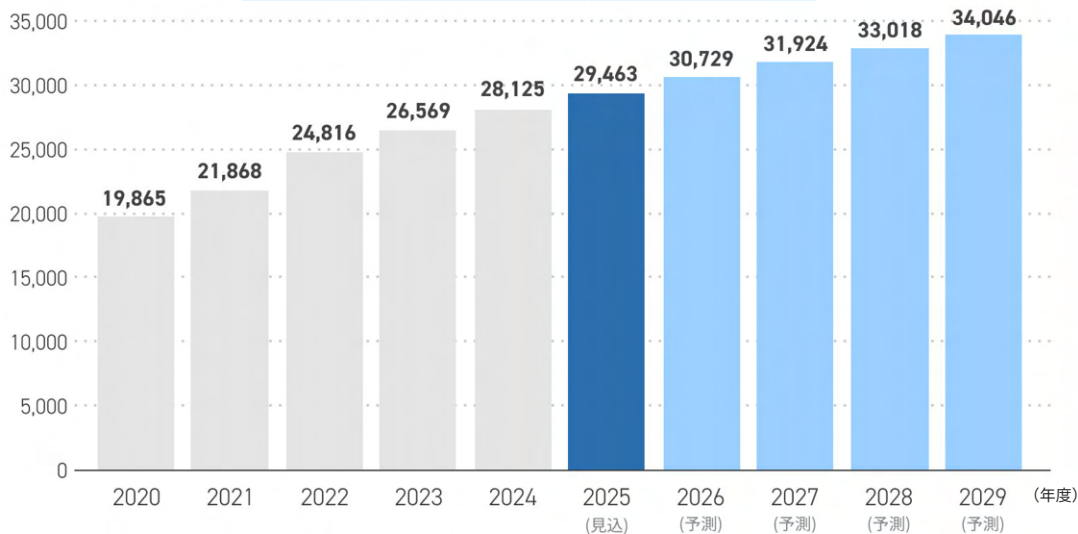


※2026年3月 電通「2025年日本の広告費」

- 「ポイ活」が消費者間で一般化したことで、日常の中でポイントを意識的に獲得するユーザーが増加
- 流通・小売業での集客・囲い込みの観点での利用が多かったが、今後は新たな業態でもポイントサービスの活用が進むとみられる

国内ポイントサービス市場規模予測

単位：億円



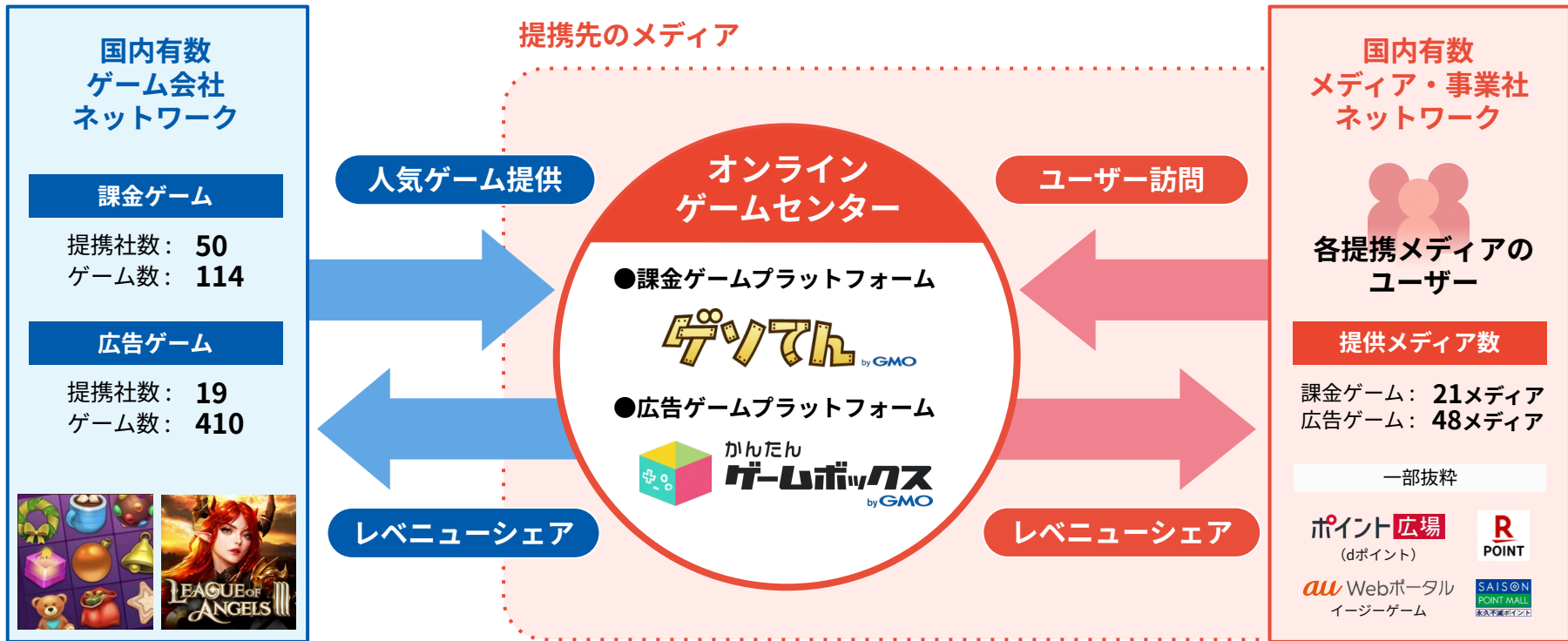
※出典：株式会社矢野経済研究所「ポイントサービス市場に関する調査（2025年）」（2025年12月12日）

[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3996](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3996)

※ポイント発行額ベース ※2024年度は見込値、2025年度以降は予測値 ※特定の企業・団体や企業グループが提供するサービス・商品の購入等に対して、発行されるポイントやマイレージ等を対象とし、市場規模は民間企業によるポイント発行額で算出している。

# ゲームプラットフォーム事業（広告・課金）の優位性

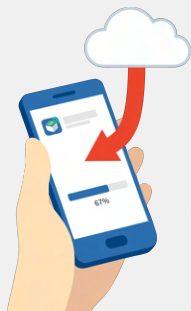
ゲーム開発ではなく、国内 **オンリーワン** のオンラインゲームセンター多店舗出店戦略に注力。



※数値は2025年12月末現在

# 新領域への挑戦：LINEミニアプリ市場

## 1 ミニアプリとは



従来のアプリ

ダウンロード  
インストールが必要



ミニアプリ

LINEなどの  
プラットフォーム上で  
瞬時にアクセス可能

- ✓ ダウンロード不要
- ✓ 動作が軽量
- ✓ プラットフォーム内で動作
- ✓ 開発コスト抑制
- ✓ リピート率向上

## 2 LINEミニアプリについて

	2024年	2026年
月間利用者数	1,200万人	<b>1,800万人</b>
リーチ可能数 (LINEユーザー数)	9,700万人	<b>1億人</b>

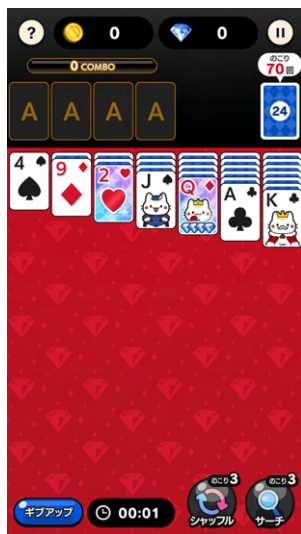
※出典：LINEヤフー株式会社の公開資料より

- ✓ 収益化の多様化
- ✓ AI×パーソナライズ
- ✓ ネイティブアプリ代替

今後  
市場の拡大が  
期待される

# 新しい領域へ LINEミニアプリ対応（広告ゲーム）

LINEヤフー社が提供するLINEミニアプリ対応第3弾 「ソリティア ポイ活ボックス byGMO」 をリリース  
拡大するミニアプリユーザー向けに、カジュアルゲーム×ポイ活をさらに拡大 (2026/02/10)



## LINEミニアプリとは

LINEミニアプリは、日本国内で月間アクティブユーザー数1億人（2025年12月末時点）が利用する国内最大級のコミュニケーションアプリ「LINE」上で企業や店舗のサービスも実装できるアプリプラットフォーム。  
LINEを利用しているユーザーなら、新たなアプリのダウンロードや面倒なログインをせずに利用できる

<第1弾>  
かんたん  
**ゲームボックス**  
byGMO

毎日午前の抽選額	獲得抽選券
4,200円	🍵 x 20
2,500円	🍵 x 5
2,000円	🍵 x 3
1,400円	🍵 x 1

<第2弾>  
まいにち  
**クイズボックス**  
byGMO

今日のクイズ 1日3ラウンド開催

順位	時間	状態
1	00:00~07:59	
2	08:00~15:59	
3	16:00~23:59	開催中

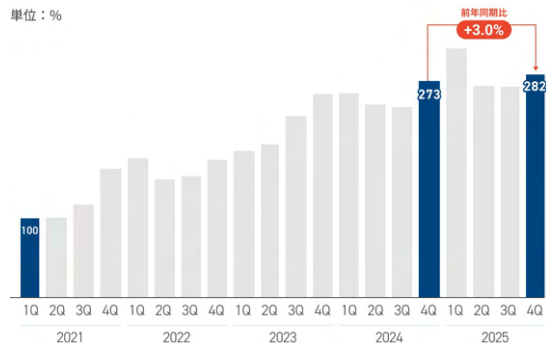
ゲームプラットフォーム事業は、堅調に推移し、売上規模は前年同期比3.0%増に。

**課金ゲーム**：PC下支え＋スマートフォン成長。

**広告ゲーム**：競合の台頭やパートナーメディアからの契約条件の変更などによりMAUは減少。

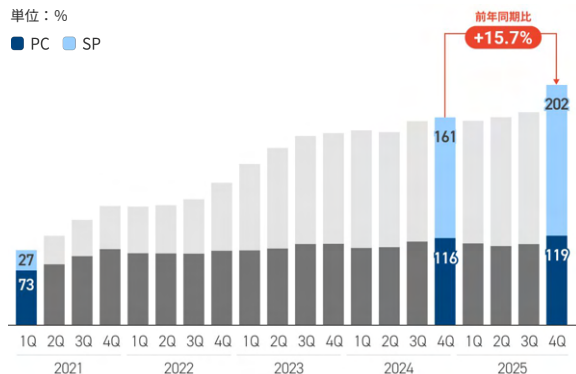
収益最大化施策を行うことで、売上は成長を続けている。

## ゲーム（広告・課金） プラットフォーム売上規模推移



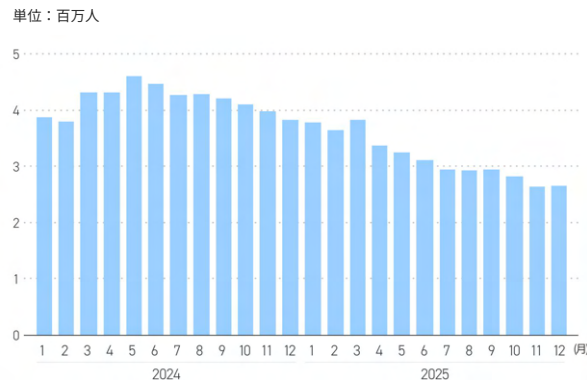
※2021年1Qを100として比較。データは概算の数値。

## 課金ゲーム デバイス別課金額推移



※2021年1Qを100として比較。データは概算の数値。

## 広告ゲーム 月間アクティブユーザー推移



---

主なサービス紹介

# 学び関連

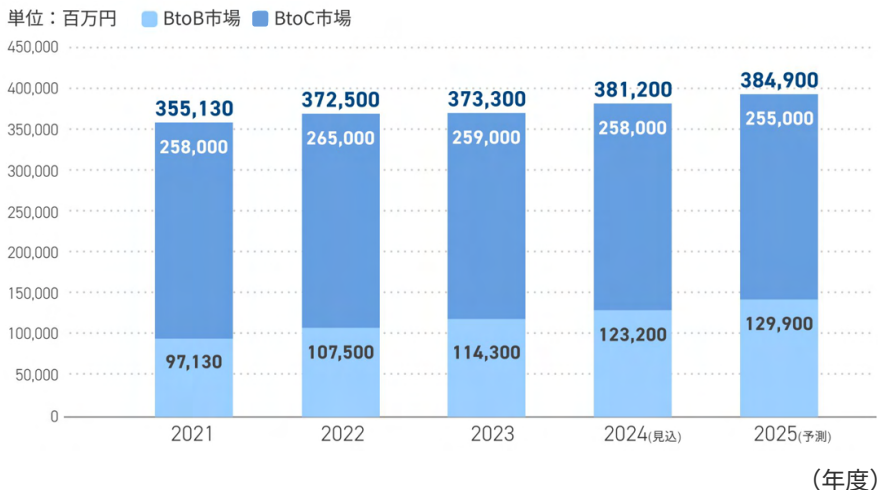
(メディア事業・業界特化型)

---

## なぜ『学び』なのか？（市場変化と事業機会）

- IT人材不足という社会（国家）課題→情報教育強化の重要性（2025年から大学共通テストにも採用）
- 学び方の多様化→オンライン化の更なる加速

### 国内eラーニング市場規模推移・予測



### 国家予算

#### 文部科学省

##### GIGAスクール・学校DX

予算規模：2,643億円（R5年度補正予算）

対象：学校・児童生徒

背景：第1期端末が更新期。「整備」から「活用DX」フェーズへ移行

#### 経済産業省

##### リスキリング支援

予算規模：545億円（R7年度予算）

期間：R8年3月31日まで（基金運用）

対象：個人

目標：R6年度までに33万件のキャリア支援R7年度までに本事業を通じて転職者のうち、1年後に賃金上がった人の比率を50%

#### 厚生労働省

##### 人材開発支援助成金等

予算規模：2,417億円

（R7年度予算）

対象：法人（雇用主）

ねらい：職業能力開発、リスキリング支援

※出典：株式会社矢野経済研究所「eラーニング市場に関する調査（2025年）」（2025年4月22日発表）[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3795](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3795)  
 ※インターネット等のネットワークを利用した学習形態を対象とし、提供事業者売上高ベースで算出した。2024年度は見込値、2025年度は予測値。ゲーム機やパソコン向けソフトウェアを利用したものを除く。

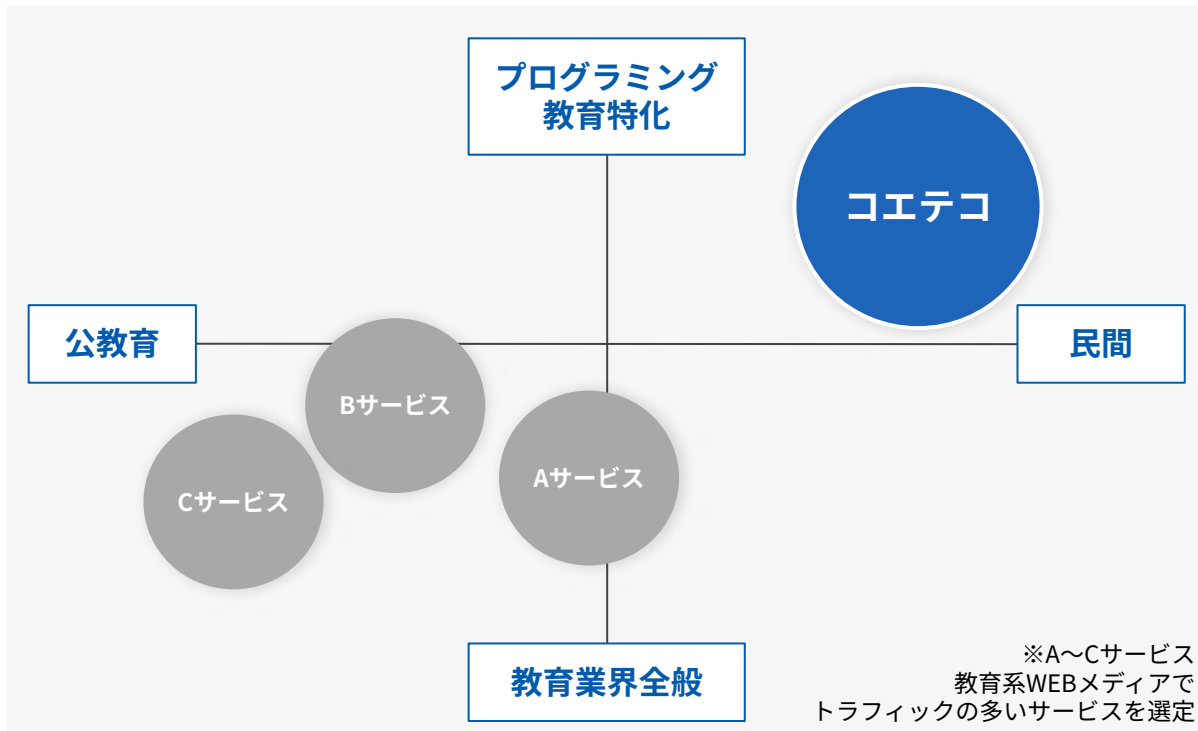
## ミッション

デジタル環境の整備や、サービス/ビジネスモデル変革への対応の遅れを起因とする国際社会における競争力の低下（※1）に対して、DXなどデジタル技術の普及による底上げを行っていく。

	環境変化	国の方針・施策	コエテコの役割
子ども向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>・将来の予測が困難な不確実性の高い時代</li> <li>・デジタル技術が全ての分野に浸透</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プログラミング教育必修化/拡充</li> <li>・大学入試改革 ➔ 「情報」入試に採用</li> </ul>	<p>保護者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プログラミング教育の啓蒙活動</li> </ul> <p>子ども</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プログラミングを身近な習い事に</li> </ul>
社会人向け	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人生100年時代</li> <li>・産業構造の変化</li> <li>・「ジョブ型」雇用への移行が進む</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・社会人も学び続けることが必須に</li> </ul> <p>リカレント教育</p> <p>➔ 3省庁が連携して支援</p> <p>リスキリング</p> <p>➔ 「DX時代の人材戦略」と定義※2</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・場所を問わない学びの場を提供</li> <li>・プログラミングなどDX時代に合わせた学びの選択肢提供</li> </ul>

※1「世界競争力年鑑2021」総合順位で、日本は64カ国・地域中31位。 ※2 第3回 デジタル時代の人材政策に関する検討会より。

子ども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。



## 第三者として 中立的な立場で教室情報掲載

情報を正しく伝えることで、プログラミング教育の認知・拡大に貢献すると共に、正確な第三者情報発信を行うメディア運営に努めています。

## 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。

# コエテコ by GMO コエテコ campus by GMO フロー収益



## コエテコ by GMO



※掲載教室の一部

2020年小学校必修化～2025年大学受験科目採用。子供向けプログラミング約13,000教室掲載の国内最大メディア。



## コエテコ campus by GMO

ロコミ掲載数  
**No.1** 獲得

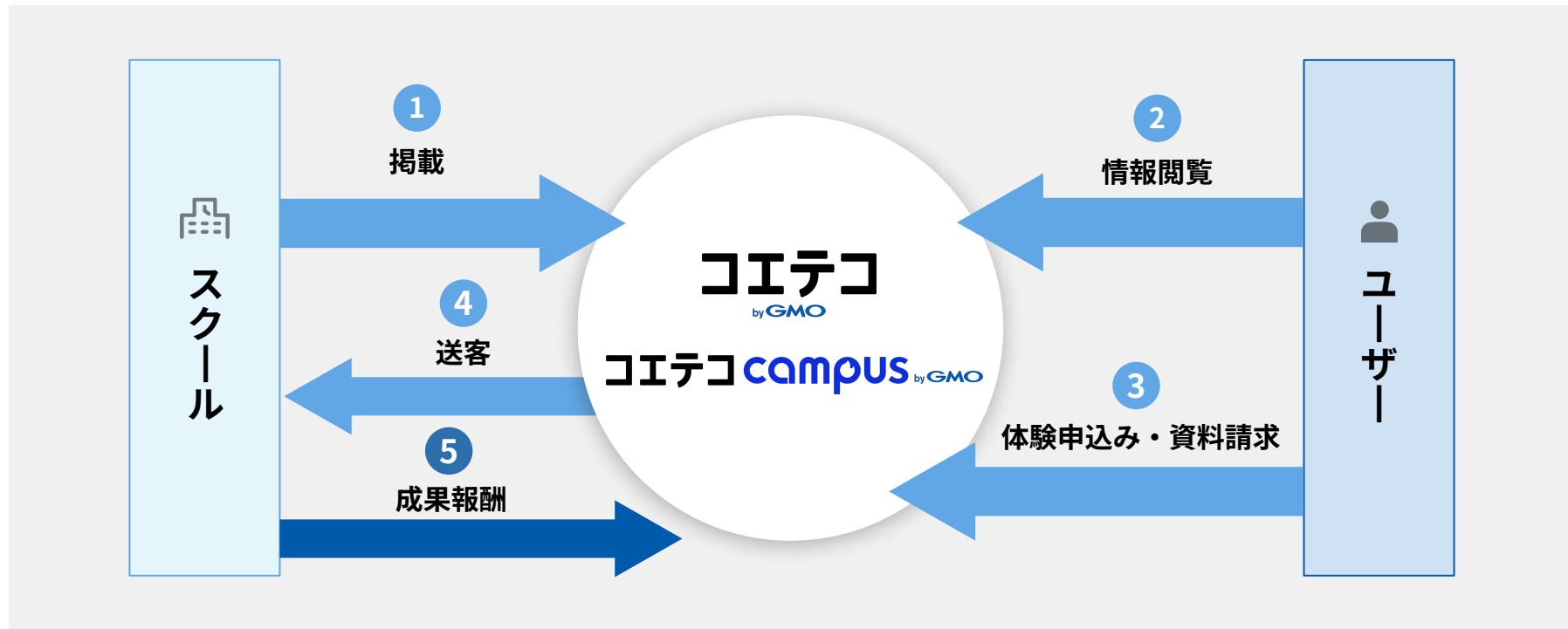
AIによるロコミの要約 Powered by ChatGPT API

良かった点	気になった点
<ul style="list-style-type: none"> <li>実践的なコーディングスキルを短期間で習得できる</li> <li>エキスパートからのフィードバックを受けられるため、技術的な成長が早い</li> <li>同じ目的の学習者と交流できるため、モチベーションが維持しにくい</li> <li>プログラミングのフルタイムコースなどがあるため、効率的な学習が可能</li> <li>キャリアアップのチャンスが広がるため、将来的に高い収入を得られる可能性がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高額な受講料が必要である場合がある</li> <li>カリキュラムや授業内容が個人に合わない場合がある</li> <li>就職支援が十分でない場合があり、受講生が卒業後に仕事が見つからない可能性がある</li> <li>受講生同士のレベル差が大きくなり、授業進度や理解度に差が出てしまう場合がある</li> </ul>

リスクリング時代のプログラミングスクールクチコミ数No.1メディア。プログラミング以外にもデザインやマーケティングなど非プログラミング領域も拡大中。

(※1) 2023年12月期\_指定領域における市場調査 / 調査機関：日本マーケティングリサーチ機構

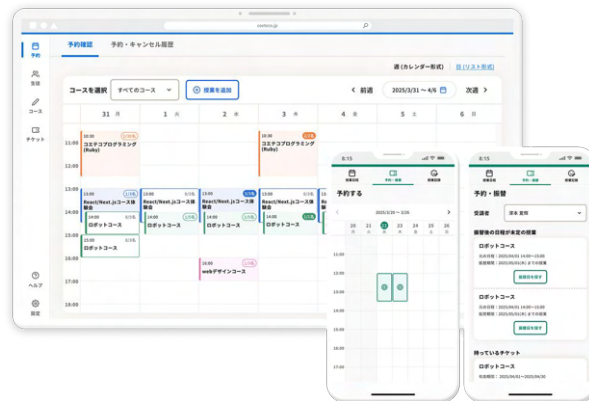
ユーザーはコエテコから弊社と契約しているスクールへ体験申し込みを行う。申し込みを行ったユーザーがスクールへ訪問すると、スクールから一定の金額が支払われる。



## コエテコカレッジ<sup>by</sup>GMO



## コエテコマネージャー<sup>by</sup>GMO



オンライン講座に必要な会員管理や決済等の機能をワンストップで提供。誰でもかんたんスクール作成。AIを活用した機能追加を随時行い、利便性の向上を図る。

体験授業の申し込みから入会手続き、生徒管理、欠席・振替処理、保護者連絡、月謝決済まで、教育事業者の教室業務を一気通貫して提供。2024年10月からの実証検証を経て、本格提供を2025年12月より開始。

講座提供者はシステムを通じて簡単に講座を公開・販売でき、受講者はオンライン上で決済から受講までを完結。月額固定費（フリープランあり）に加え講座売上から手数料をいただくモデルで、初期費用を抑えたデジタルコンテンツ販売とスムーズな受講体験を実現。



スクールには「授業・生徒情報の管理、決済」等の機能を提供し、ユーザーには「欠席・振替連絡や支払い」等の利便性を提供。アナログな事務作業をデジタル化し、スクール規模を問わず運営効率と生徒満足度の最大化を支援。



※生徒数により変動

プログラミング教室の検索上位表示地域数等、一部SEOのマイナスがみられ、引き続きSEO強化。  
 また、AI検索へのユーザー移行傾向を重視し、AI検索対応研究継続。検索流入に依存しない事業（ストックの強化）比率の拡大を進める。

## for 子ども（保護者）

### 検索上位表示 ※2025年12月末時点

「プログラミング教室 地域名」  
 人口上位200市区町村のうち

**188地域**で**1位**表示

### 情報充実 ※2025年12月末時点

子ども向けプログラミング  
 教室掲載数

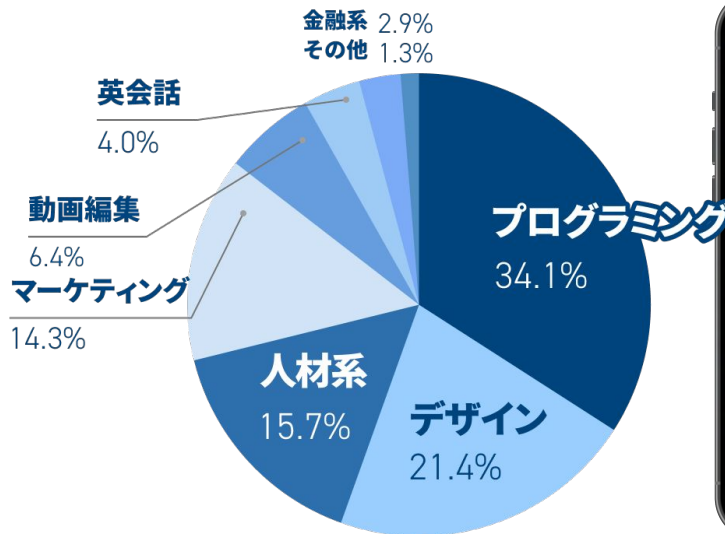
**13,081**件



## for 社会人

### 2025年第4四半期

非プログラミング領域も強化。  
 人材・デザイン系を中心に拡大中。

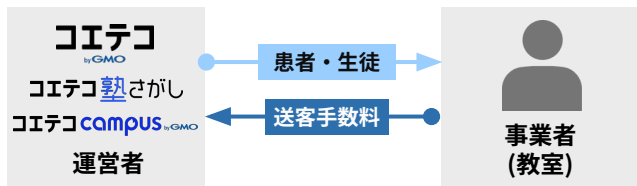


Webメディアの「集客力」に加え、教室運営に不可欠なインフラとして深く浸透する「運営支援システム」を掛け合わせることで、高LTVかつ解約率の低い強固なストック型収益基盤を構築。

## フロー収益

集客  
(Webメディア)

コエテコ by GMO    コエテコ塾 by GMO さがし  
コエテコ by GMO campus by GMO



集客から管理まで  
一気通貫で提供し  
事業者のLTV  
最大化に貢献

## ストック収益

運営DX・管理支援  
(DXサービス)

コエテコ by GMO    コエテコカレッジ by GMO  
マネージャー    コエテコリザーブ by GMO

月額固定費



---

主なサービス紹介

# 美容医療関連

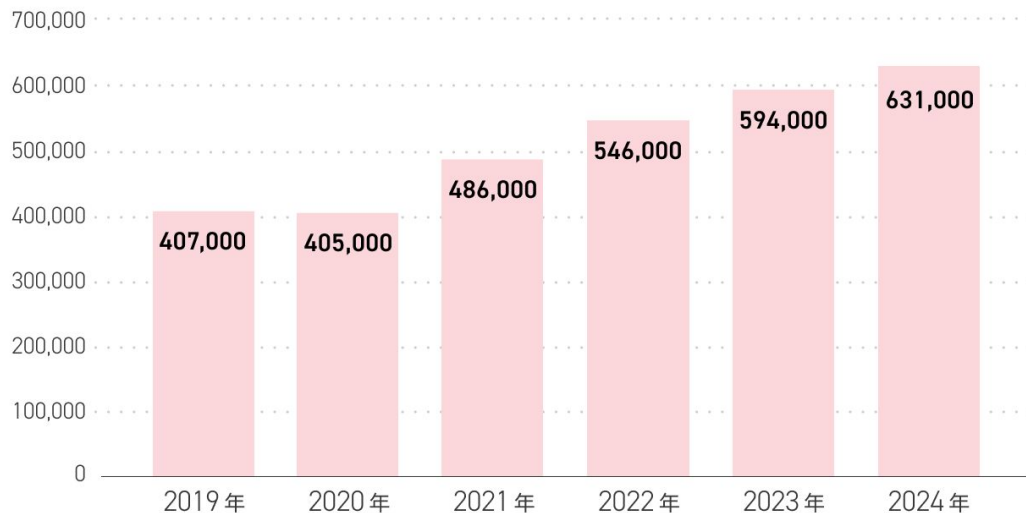
(メディア事業・業界特化型)

---

- 医療技術の高度化による非外科美容医療の普及
- 男性も含めた利用者層の拡大
- 診療スタイルの多様化→オンラインニーズの拡大

美容医療市場規模推移

単位：百万円  
注：医療施設収入高ベース



※出典：株式会社矢野経済研究所「美容医療市場に関する調査を実施（2025年）」（2025年6月25日発表）  
掲載URL：[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3844](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3844)

誰もが良質な美容医療を手軽に体験できる世界にする。



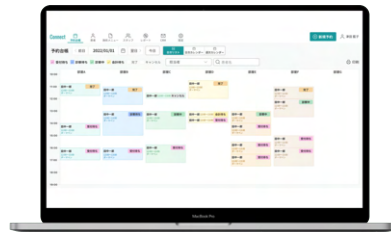
エリアや悩み、予算に応じて美容クリニックのチケットを検索できる

**特徴**

- ・事前決済
- ・アプリ上から予約可能



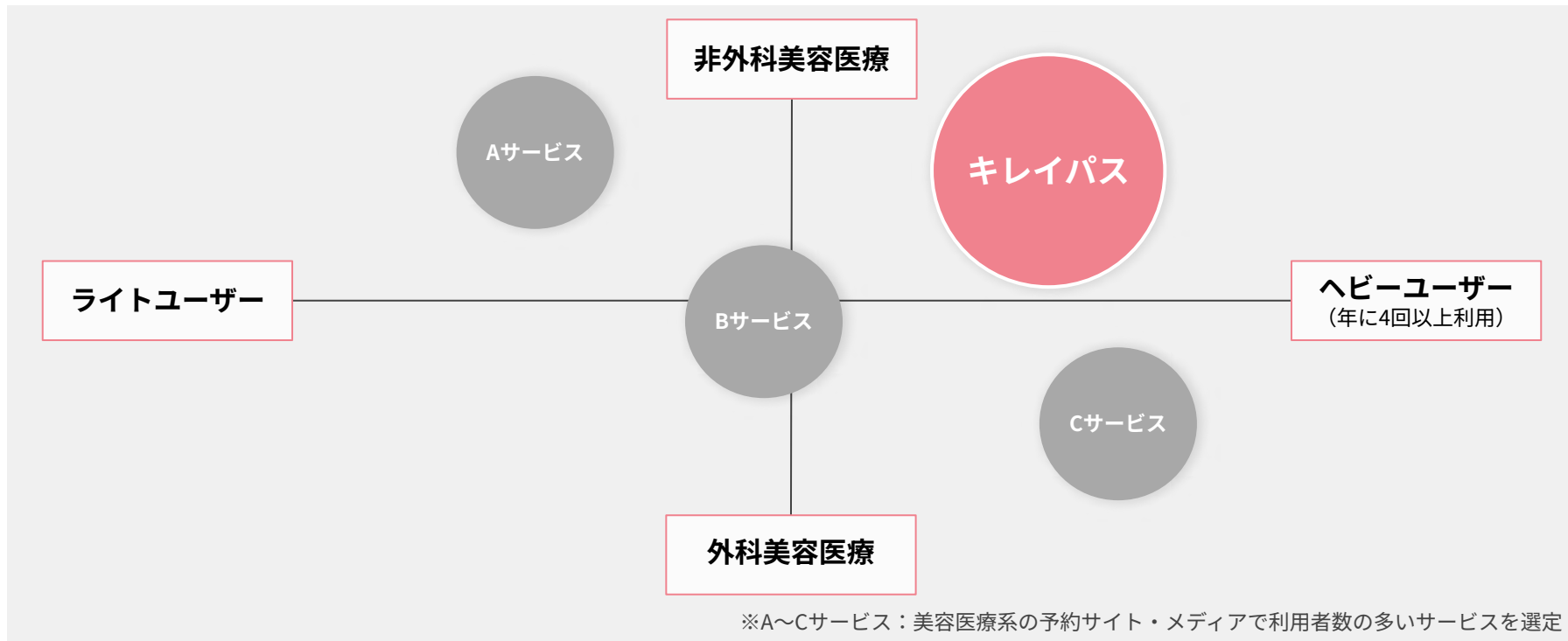
美容クリニックのDXを支援

**特徴**

- ・予約から顧客管理までをワンストップで行う  
(業務負担を軽減)

キレイパス・キレイパスコネクトの2つのサービスを軸に、ユーザー・クリニック双方の課題解決を行っていく

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。





美容の悩みや希望のエリアなどを選択するだけで、自分に最適なチケットを見つけられる美容医療の検索・予約サービス。

App Storeの評価： **4.7** ※2026年3月時点

美容医療のチケット掲載数： **No.1**

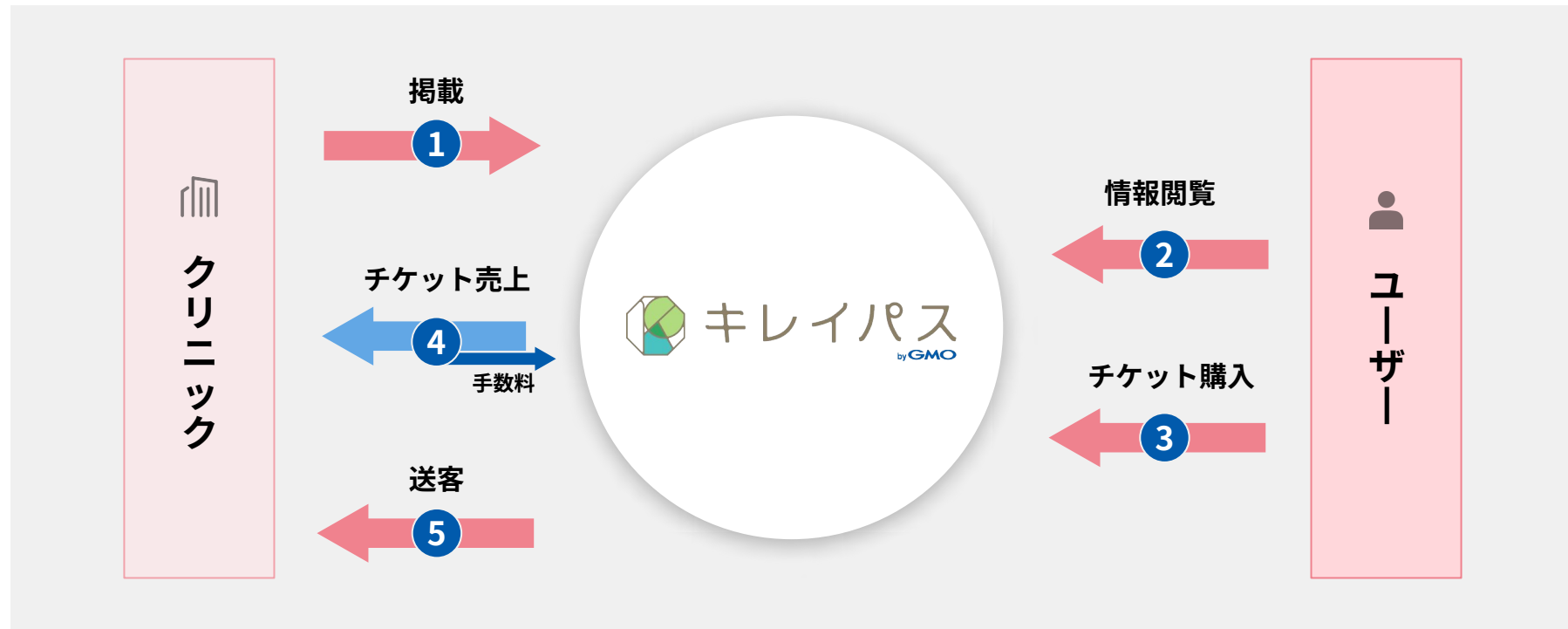
※日本マーケティングリサーチ機構 2020年3月実績調査

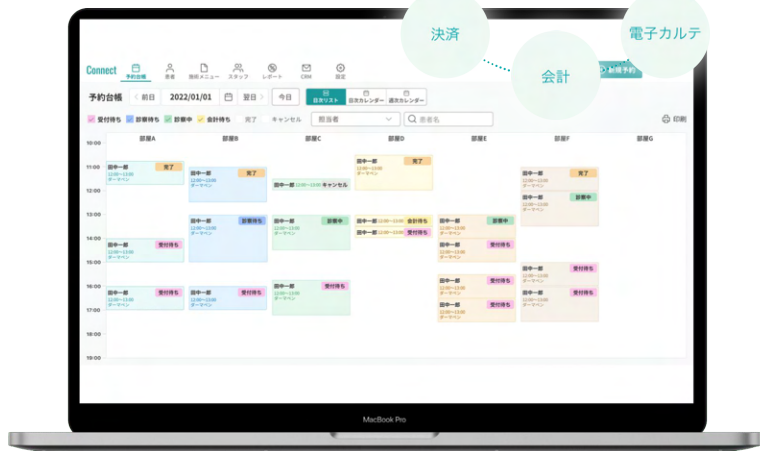
## 特徴

- チケット購入～予約～来院時の受付まで可能
- 自分にぴったりのチケットが簡単に見つかる  
(エリアから、キーワードから、悩みの部位からなどの柔軟な検索が可能)
- 事前決済で、施術当日に追加料金を請求される心配なし
- 簡単Web予約と事前払いで、クリニック検索から支払いまで全部簡単
- 最新の施術やお手頃価格のチケットも豊富
- 口コミを見ながら比較検討した上で購入できる

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、手数料を除いた金額をクリニックに支払う。





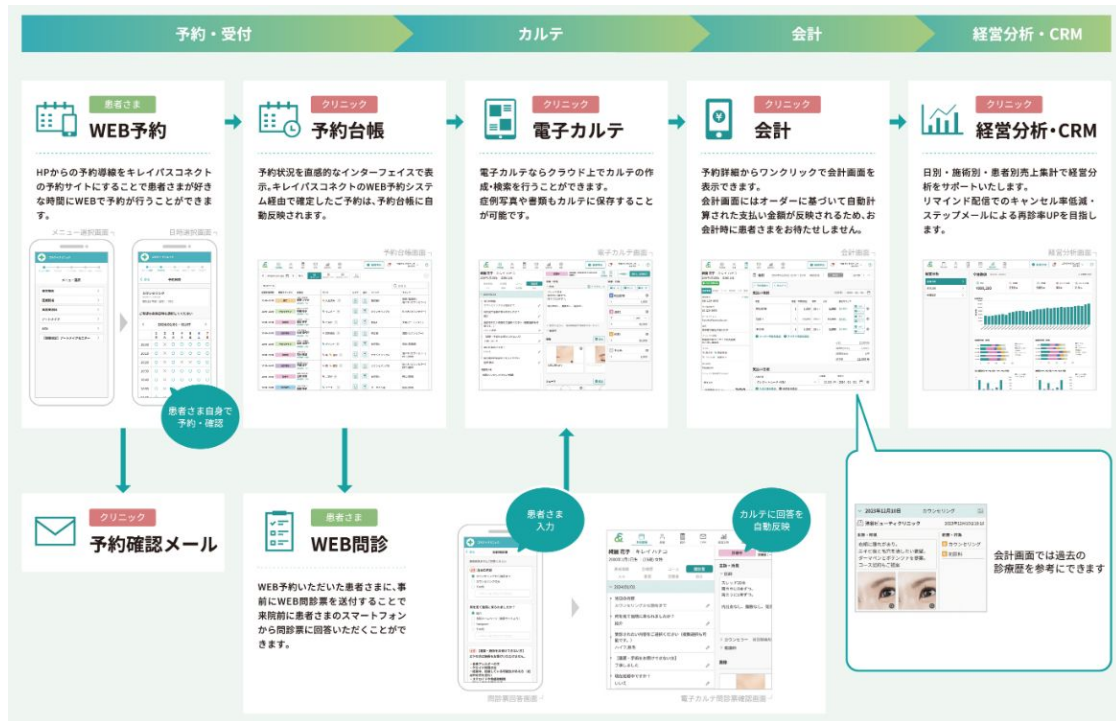
## 美容クリニックの院内業務を まとめて管理できるサービス

直感的に操作ができるシンプルな設計により、使い方に悩まないストレスフリーで効率的なオペレーションを実現。順調に提携先を増やし、2023年3月に契約院数が全国555院を突破。

### 特徴

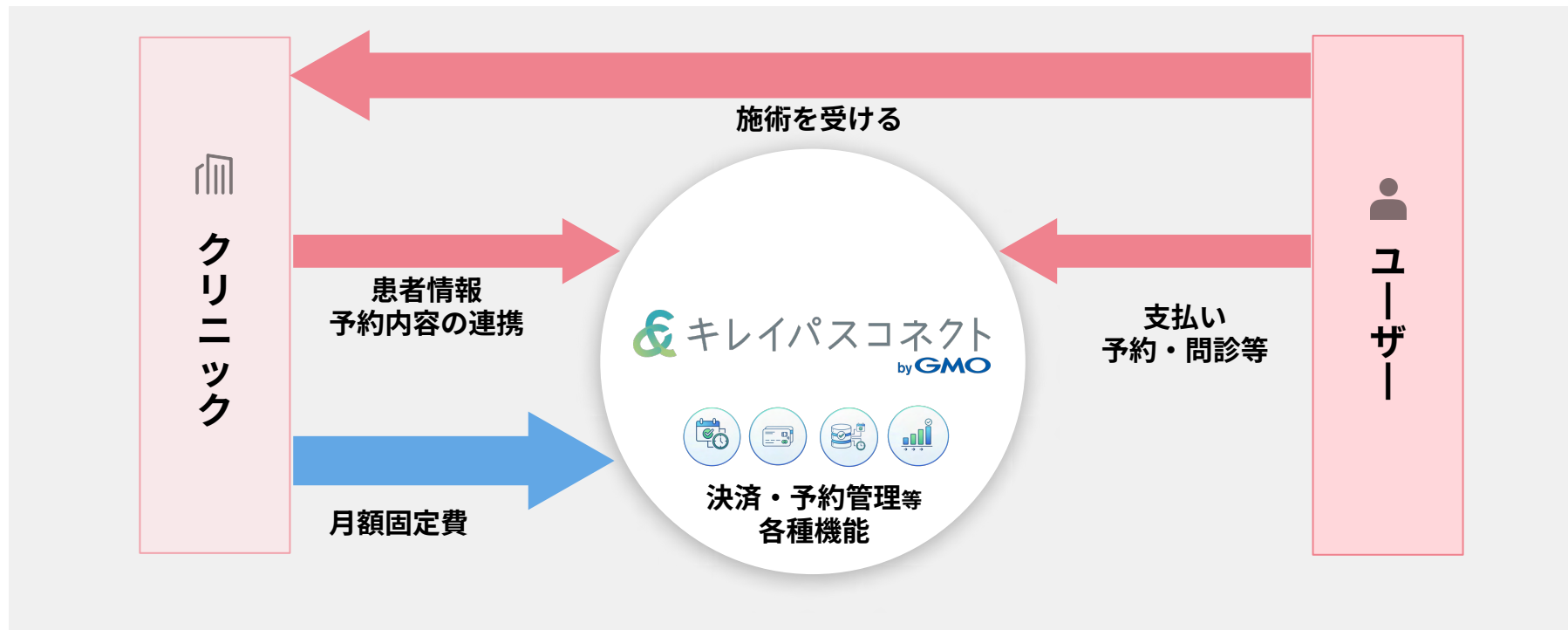
- 予約から顧客管理まで**ワンストップ**
- 誰でも使えてわかりやすいインターフェイスデザイン
- 待ち時間カット・予約の簡易化・決済手段の豊富さなどで**顧客（患者）の利便性向上**

WEB予約から、会計・経営分析まで、一気通貫のオールインワンで提供。  
提携クリニックのDX支援を行うことにより、月額費用のストック収入を積み上げる。



経営戦略まですべてデジタル化 <b>プレミア</b>	欲しい機能を選べる <b>カスタマイズ</b>
月額 <b>90,000 円</b>	月額 <b>60,000 円</b>
院内業務だけでなく、経営数字の把握・顧客育成など経営戦略もまとめてデジタル化したいクリニック様に	スタンダードプラン+2機能だけ追加したいクリニック様に
定番機能が揃った <b>スタンダード</b>	予約管理から始めたい <b>トライアル</b>
月額 <b>40,000 円</b>	月額 <b>9,000 円</b>
院内業務をまとめてデジタル化したい、開院予定・開院まもないクリニック様に	院内業務を徐々にデジタル化したい、まずは予約管理から使ってみようクリニック様に

クリニックには「業務効率化と収益管理」等の機能、ユーザーには利便性の高い「予約・事前問診・決済」等の機能を提供。月額固定制のプラットフォームとして、クリニックの規模を問わず、デジタル化による経営の最大化を支援。



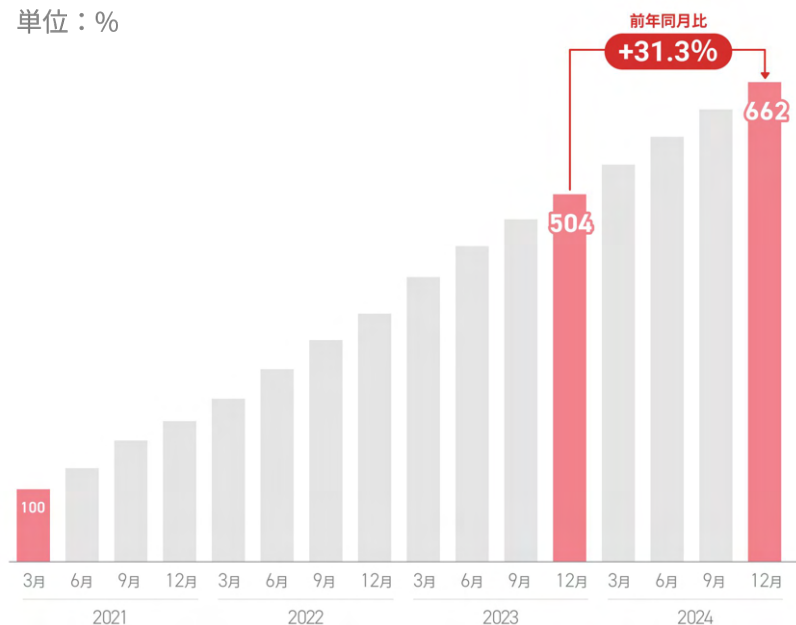
2025年度の仲間づくり（M&A）を含め月額利用ソリューション契約院数を継続拡大中。  
その信頼関係をベースに、集客やオンライン診療などクリニックの課題解決提案によるARPUの拡大。



ユーザーニーズの高い美容皮膚科施術を中心にチケットの新規掲載を強化。さらに外科や歯列矯正など新ジャンルのチケット掲載を順次開始し、チケット購入件数・会員数ともに順調に増加。

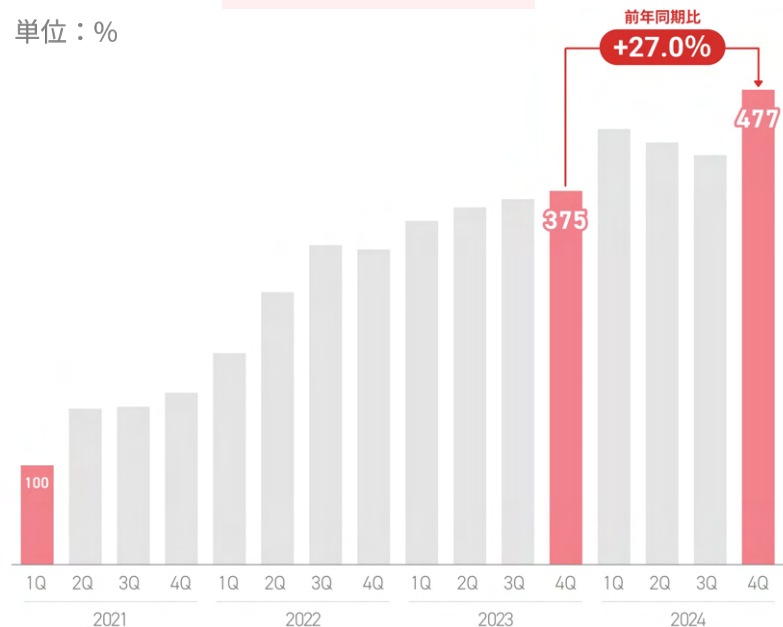
## 会員数推移

単位：％



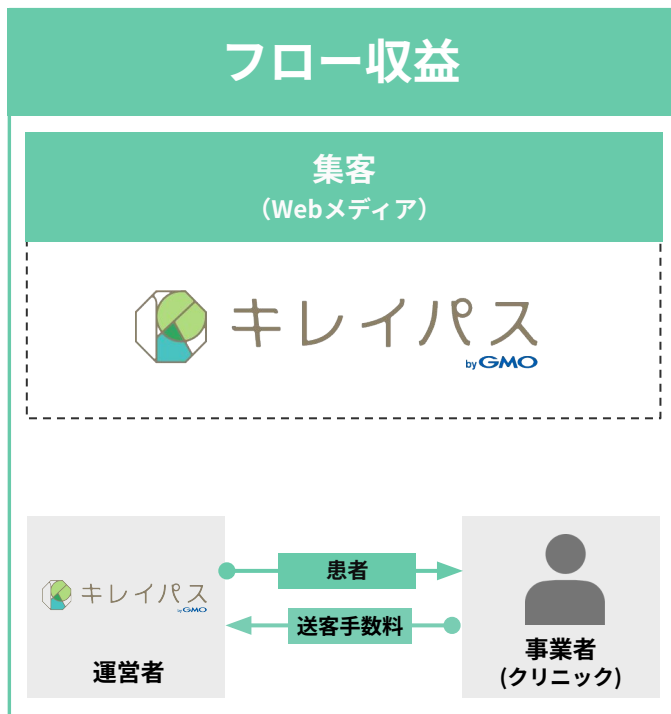
## チケット購入件数

単位：％



※2021年3月・1Qを100として比較。上記データは概算の数値となります。

Webメディアの「送客力」に加え、クリニック運営の基幹業務として深く浸透する「DXサービス」を掛け合わせることで、高LTVかつ解約率の低い強固なストック型収益基盤を構築する。



# 各事業の見通し

	ビジネスモデル	市況	今後の見通し
ゲーム & ポイ活	<ul style="list-style-type: none"> <li>掲載クライアントからの広告収益</li> <li>ユーザーからのアイテム購入都度課金&amp;月額課金</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ポイ活」が一般化し、ポイントを意識的に獲得するユーザーが増加</li> <li>インフレによる「生活防衛」需要が増大し、ポイ活市場は引き続き活況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ポイ活市場」の伸長により、WebメディアからアプリやLINEミニアプリなどへの展開を拡大していく</li> <li>引き続き、動画広告市場は堅調に推移</li> </ul>
教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>教室送客による手数料収益</li> <li>教室からの月額固定収益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国や公共団体のリスキリング支援が継続され引き続き需要増</li> <li>共通テスト「情報Ⅰ」実施を経て、具体的対策サービスへの実需フェーズに突入</li> <li>採用市場ではエンジニア職以外でも生成AI活用スキルが必須要件化し、基準が高度化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「GIGAスクール構想」は、端末更新期を迎える「Next GIGA（ネクストギガ）」フェーズに入り、デジタル教科書の本格稼働が焦点に</li> <li>教育現場への生成AIによる個別最適化学習（アダプティブ・ラーニング）の実装や教員の校務DX（働き方改革）導入が進む</li> <li>オンラインでの社会人リスキリング需要継続</li> </ul>
美容 医療	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリニック送客による手数料収益</li> <li>クリニックからの月額固定収益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>美容医療市場は拡大しているが、一部(特に脱毛特化クリニックなど)では供給過多による淘汰もはじまっている</li> <li>美容医療は一過性のブームから「日常の肌管理」へと完全に定着し、リピート需要を主軸とした安定市場へ移行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>厚労省による「医療広告ガイドラインの厳格化」や、ステルスマーケティング規制の影響を受けて、「信頼性・安全性」が以前よりも重視されるようになる</li> <li>人材獲得競争の激化により、美容クリニックのDX化ニーズが拡大し、オンライン予約・カウンセリングが普及</li> </ul>

01	会社概要	P.3
02	事業内容	P.12
03	市場環境と成長戦略	P.19
<b>04</b>	<b>リスク情報</b>	<b>P.57</b>
05	Appendix	P.59

# 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ございます。 課金事業・ストック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を活用し、検索エンジンでの視認性を向上・上位表示されることで、プロモーションコストを抑えながら新規ユーザーを獲得しています。しかし、検索エンジンの表示順位判定基準（アルゴリズム）が変更されると、検索順位が低下し、集客が困難になるリスクがあります。 さらに、AIを活用した検索が増加する中、SEO施策の有効性がどの程度維持されるかは不透明です。検索アルゴリズムの変化やAIによる情報取得の主流化により、流入経路が変化し、集客への影響を及ぼす可能性があります。 当社では、検索エンジンのアルゴリズムに精通した人材の強化を進め、変化を迅速に察知し、適切に対応でき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。

01	会社概要	P.3
02	事業内容	P.12
03	市場環境と成長戦略	P.19
04	リスク情報	P.57
05	Appendix	P.59

# 2026年12月期の業績予想

2026年12月期は、ビューティ社の債務超過解消に伴う会計上の要因により、当社に帰属する当期純利益は580百万円を見込む。

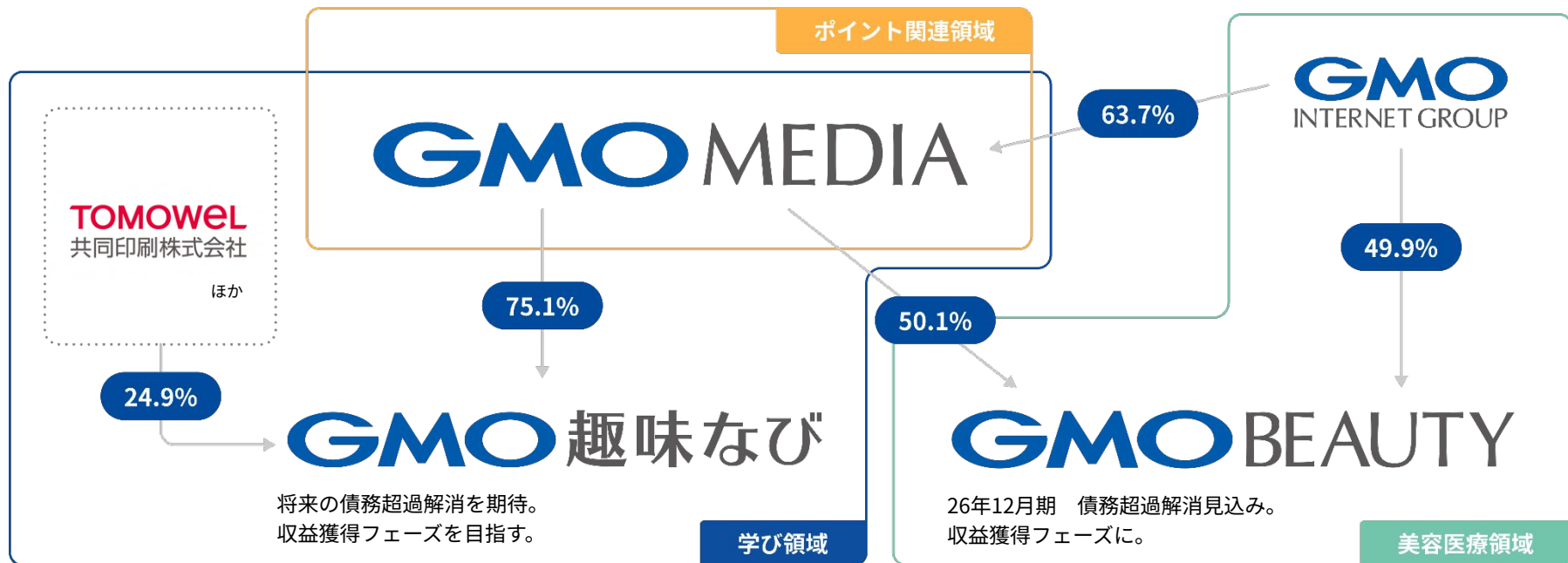
単位：百万円	2025年実績	2026年予想	前年比
売上高	7,115	7,500	+5.4%
営業利益	901	950	+5.3%
経常利益	896	935	+4.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	646	580	▲10.3%

※債務超過の子会社において親会社に帰属していた当期純利益が、債務超過の解消に伴って持分比率ごとの通常配分に戻る

# 当社グループの資本関係について

ポイント関連事業のノウハウをベースに、当社以外の株主のリソースも活用しながら、学び領域と美容医療領域の成長投資を続けていく。

GMOビューティー社に続き、GMO趣味なび社についても、早期の収益化を目指す。

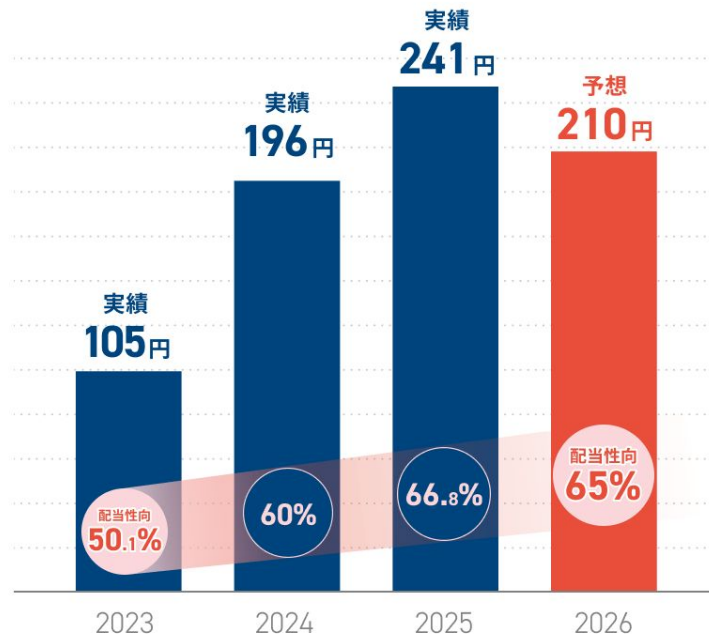


配当性向65%以上を基本方針とする株主還元方針。

2026年12月期は、会計上の要因により当期純利益は一時的に減少。

配当は利益水準を踏まえ210円を予想するが、株主還元の安定性を重視し、早期の回復を目指す。

	年間 配当金	配当金 総額	配当 性向	純資産 配当率
2025年 12月期	241円	435百 万円	66.8%	14.6%
2026年 12月期 (予想)	210円	—	65%	—



※2026年12月期の配当予想は、子会社の債務超過解消に伴う会計上の要因を織り込んだもの

資本効率を意識した経営と、利益変動時においても安定的かつ継続的な株主還元を実現するため、配当性向65%以上に加えて、新たにDOE（連結株主資本配当率）5%を下限指標として導入。

指標	役割	算出基準	配当判断における位置づけ
配当性向 65%	成長の還元	親会社株主に帰属する 当期純利益	利益成長を 配当に反映するための基準
DOE 5%	安定性の確保	連結株主資本	利益変動時においても一定水準の 配当を意識する下限指標
運用ルール	—	—	上記2基準のうち、いずれか高い 配当額を採用

# 2025年12月期 連結業績サマリ

基盤であるポイント関連事業の安定成長に加え、美容医療関連事業の拡大が収益成長を牽引。外部環境の影響を受けつつも、第4四半期の戦略的投資をこなしながら概ね計画通りの着地。

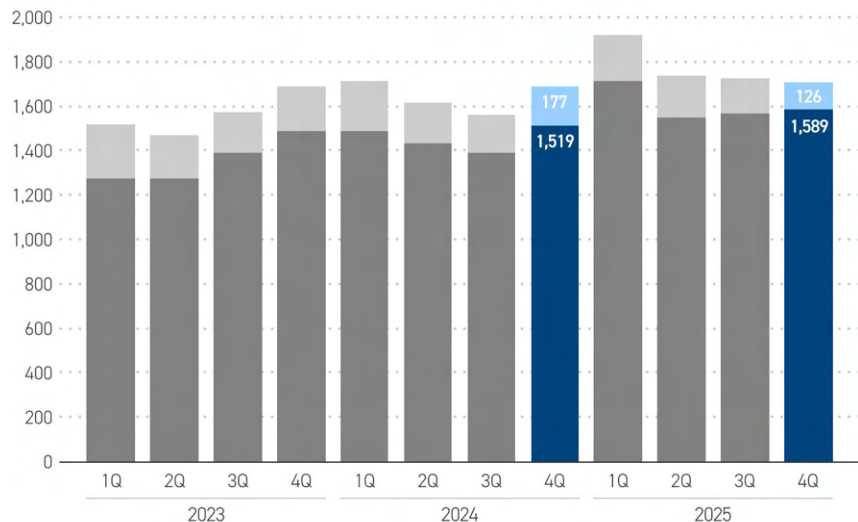
単位：百万円	2024年通期	2025年通期	前年比	2025年通期計画 (達成率)
売上高	6,606	7,115	+7.7%	7,000 (101.6%)
営業利益	762	901	+18.2%	915 (98.5%)
経常利益	759	896	+18.1%	900 (99.6%)
親会社株主に 帰属する当期純利益	571	646	+13.2%	660 (98.0%)

# セグメント別推移

**メディア事業**：ゲームプラットフォーム事業（広告・課金）と美容医療関連事業が順調に推移。  
 4Qは来期の飛躍に向け、広告・システム・人材へ戦略的な先行投資を集中実施。

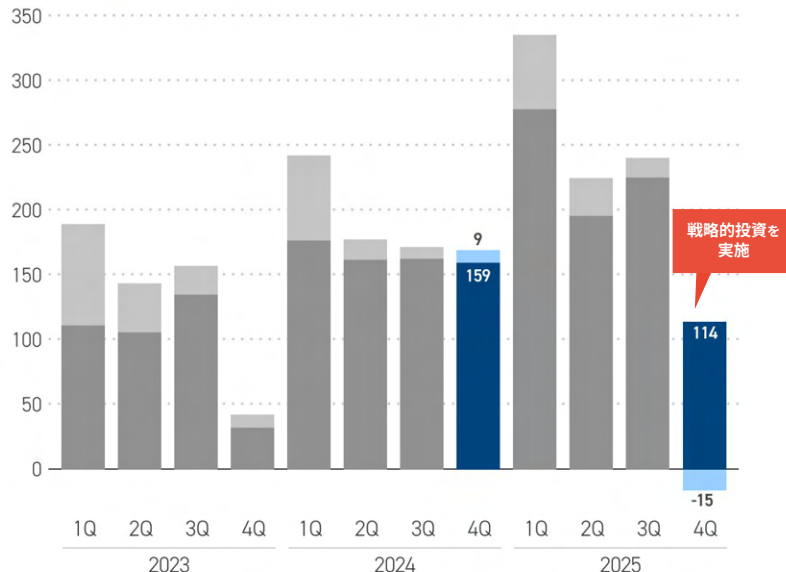
**ソリューション事業**：事業ポートフォリオ最適化に伴う、戦略的かつ計画的な事業規模の調整。

売上高推移



単位：百万円 ■ メディア事業 ■ ソリューション事業

営業利益推移



※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。

# 連結貸借対照表

引き続き、健全性を維持。総資産は1.4%成長の63億円。

単位：百万円	2025年9月末	2025年12月末	増減率	増減要因
流動資産	4,880	4,997	+2.4%	現金預金+97百万円 (関係会社預け金含む)
うち現金預金 関係会社預け金含む	3,285	3,382	+2.9%	
固定資産	1,340	1,314	▲1.9%	顧客関連資産+167百万円 のれん▲119百万円 繰延税金資産▲55百万円
総資産	6,220	6,311	+1.4%	
流動負債	3,084	3,128	+1.4%	未払法人税等+42百万円 ポイント引当金▲10百万円 一年以内返済借入金▲8百万円
うちポイント引当金	827	816	▲1.3%	
固定負債	66	30	▲53.3%	長期借入金▲35百万円
純資産	3,070	3,152	+2.6%	四半期純利益54百万円 自己株式処分等33百万円
純資産比率	49.4%	49.9%	+0.6pt	
負債及び純資産	6,220	6,311	+1.4%	

※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。

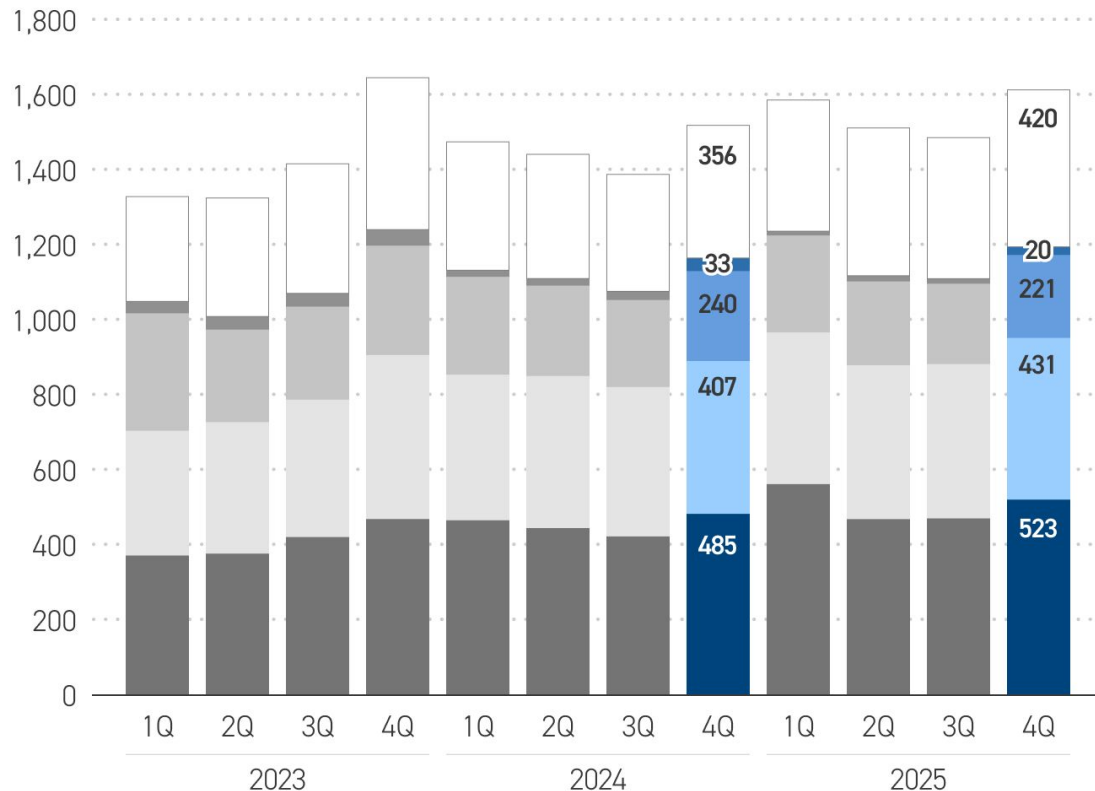
# キャッシュフロー計算書

単位：百万円	2024年	2025年	前年同期比	CFトピックス
営業活動による キャッシュフロー	500	858	+358	【営業CF】 税引前利益の前年同期比 +129百万円  【投資活動CF】 前年、連結の範囲の変更を伴う子 会社株式の取得による支出 232百万円 当期、事業の譲受による支出 263百万円
投資活動による キャッシュフロー	▲399	▲315	+84	
財務活動による キャッシュフロー	▲176	▲364	▲188	
現金及び現金 同等物の増減額	▲74	179	+253	【財務活動CF】 配当金の支払額の前年同期比 +166百万円 当期、長期借入金の返済実行 49百万円
現金及び現金 同等物の期首残高	3,277	3,203	▲74	
現金及び現金 同等物の期末残高	3,203	3,382	+179	

※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。

# 営業費用推移

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



## 前年同期比較

販売促進費や広告宣伝費を調整しながら、優秀人材確保のため採用活動および人的資本への投資を戦略的に強化。  
ビューティー社において、目標達成による決算賞与を実施。

本資料には、2026年3月31日現在の将来に関する前提、見直し、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。

次回の公開は、2027年3月を予定しております。

## お問い合わせ先



[GMOメディア お問い合わせフォーム](#)



[GMOメディア X \(旧Twitter\) 公式アカウント](#)



[ir@gmo.media](mailto:ir@gmo.media)



<https://www.gmo.media/>



[@GMOMedia\\_Inc](#)



<https://www.youtube.com/channel/U CpsFA9d0ILkf5AyNH8ixCAg>