

2017年12月期

第3 四半期決算説明会

GMO MEDIA

STOCK CODE : 6180

代表取締役社長 森 輝幸

常務取締役 石橋 正剛

2017年10月30日

- 1. ハイライト**
- 2. 第3四半期決算概要**
- 3. メディア事業 取組状況**
- 4. 総括（今後の方向性）**
- 5. Appendix**

1. ハイライト
2. 第3四半期決算概要
3. メディア事業 取組状況
4. 総括（今後の方向性）
5. Appendix

売上高と利益

引き続き、バナー広告の減収が響き減収減益。ユーザー基盤は拡大、課金事業は堅調。

単位：百万円	2016年 1-9月	2017年 1-9月	前年同期比
売上高	4,039	3,249	▲19.5%
営業利益	414	296	▲28.4%
経常利益	413	294	▲28.8%
最終利益	269	200	▲25.7%

*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。

2017年7-9月

事業

●PointTown

スマートフォンユーザー向けにO2Oへの取組強化

●ゲソてん

新規タイトルを7タイトル投入

●プリキャン

新ジャンルとして、「小説投稿サービスβ版」を開始

営業成績

●メディア事業

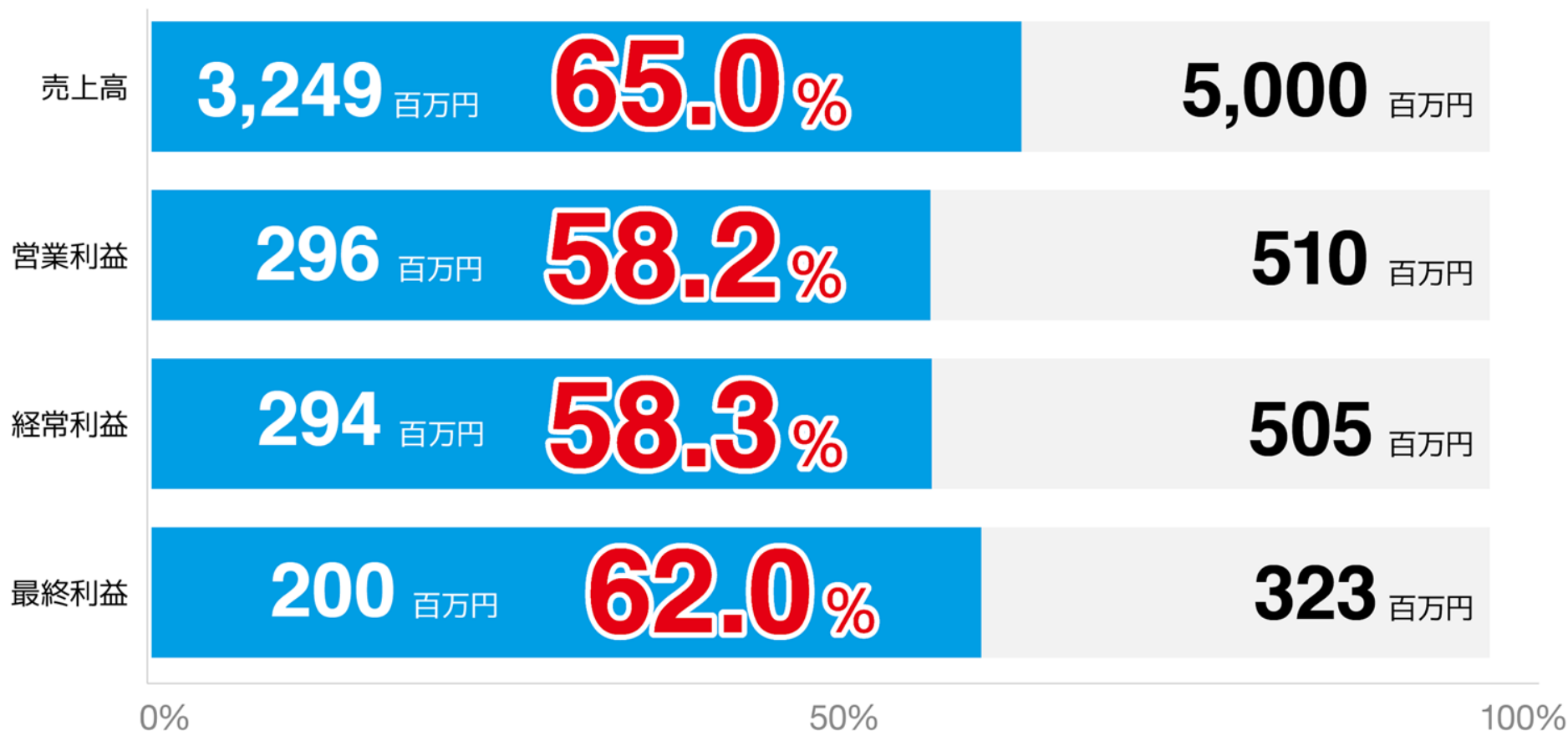
広告) バナー広告の減少続く。スマートフォンアフィリエイトは堅調

課金) 自社・ネットワーク全体が堅調に推移。前年同Q比145%

●その他メディア支援事業

顧客数・ネットワーク数ともに増加し、増収増益。

対業績予想進捗



1. ハイライト
2. **第3四半期決算概要**
3. メディア事業 取組状況
4. 総括（今後の方向性）
5. Appendix

損益計算書

減収減益も、前Q比 売上高9.1%増、営業利益39.9%増

単位：百万円	2016年 7-9 月	2017年 7-9 月	前年同期比	増減要因
売上高	1,370	1,044	▲23.7%	【売上高】 メディア事業 ▲166百万 (17.5%減) その他メディア支援事業 ▲159百万 (37.7%減)
売上原価	888	680	▲23.3%	
売上総利益	482	363	▲24.6%	【営業費用】 売上変動費(収益シェア) メディア事業 ▲14 百万 (12.8%減) その他メディア支援事業 ▲118百万 (35.9%減) 販売促進費 (主にポイント費用)▲12百万 人件費▲61百万 その他経費▲46百万
販売費及び一般管理費	364	278	▲23.4%	
営業利益	118	84	▲28.3%	
営業利益率	8.7%	8.1%	▲0.5pt	
経常利益	117	84	▲28.5%	
当期純利益	76	58	▲24.3%	

*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

減収による営業債権・債務の縮小。ポイント引当金は継続して拡大

単位：百万円	2016 年 9 月末	2017 年 9 月末	前年同期比	増減要因
流動資産	3,424	3,335	▲2.6%	現金預金増加 +87 百万 営業債権 ▲198 百万 繰延税金資産 +11 百万
うち現金預金 関係会社預け金含む	2,225	2,313	+3.9%	
固定資産	344	324	▲5.6%	ソフトウェア +37 百万 リース資産 ▲43 百万
総資産	3,768	3,659	▲2.8%	
流動負債	1,345	1,186	▲11.7%	営業債務 ▲131 百万 未払法人税等 ▲112 百万 ポイント引当金 +96 百万
うちポイント 引当金	409	506	+23.4%	
固定負債	154	112	▲27.0%	長期リース債務 ▲40 百万
純資産	2,268	2,360	+4.0%	利益剰余金 +90 百万
純資産比率	60.2%	64.5%	+4.2pt	
負債及び純資産	3,768	3,659	▲2.8%	

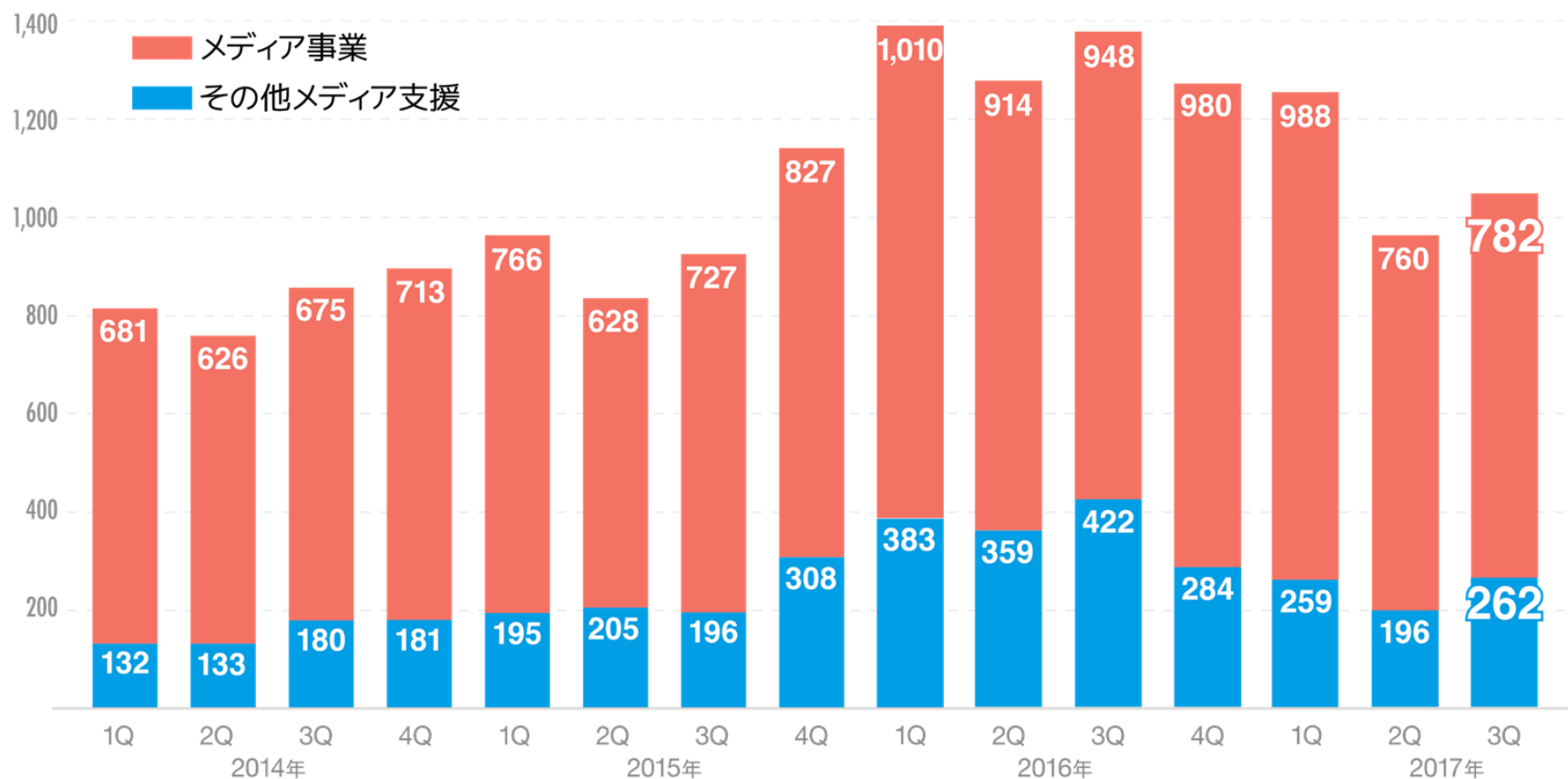
*増減表示は表示桁数未満を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。

セグメント別売上高推移

メディア事業：ADネットワークの影響により、前年同期比で減収が継続。

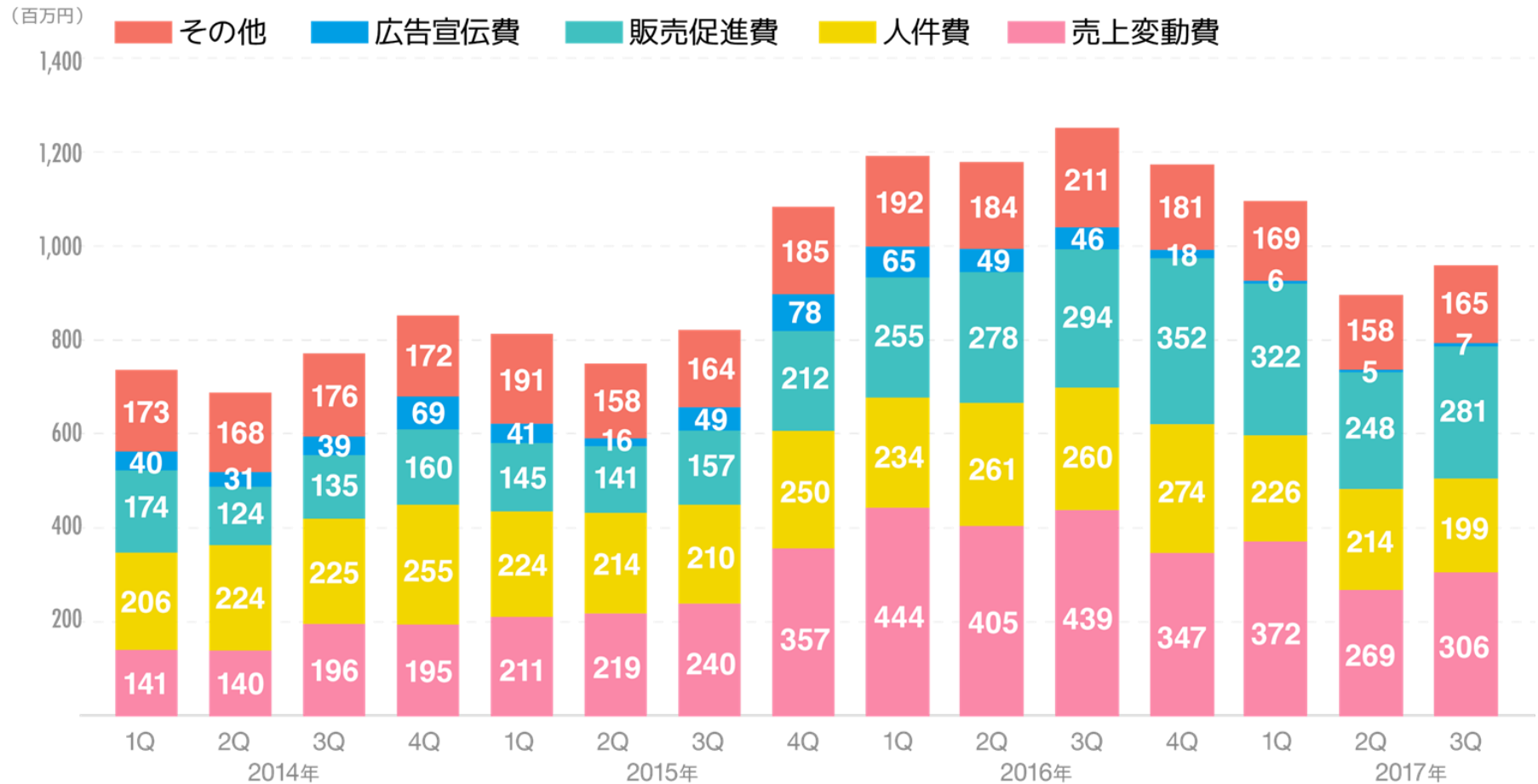
その他メディア支援：2016年3Qは大口受注があったため、前年同期比▲38.0%

(百万円)

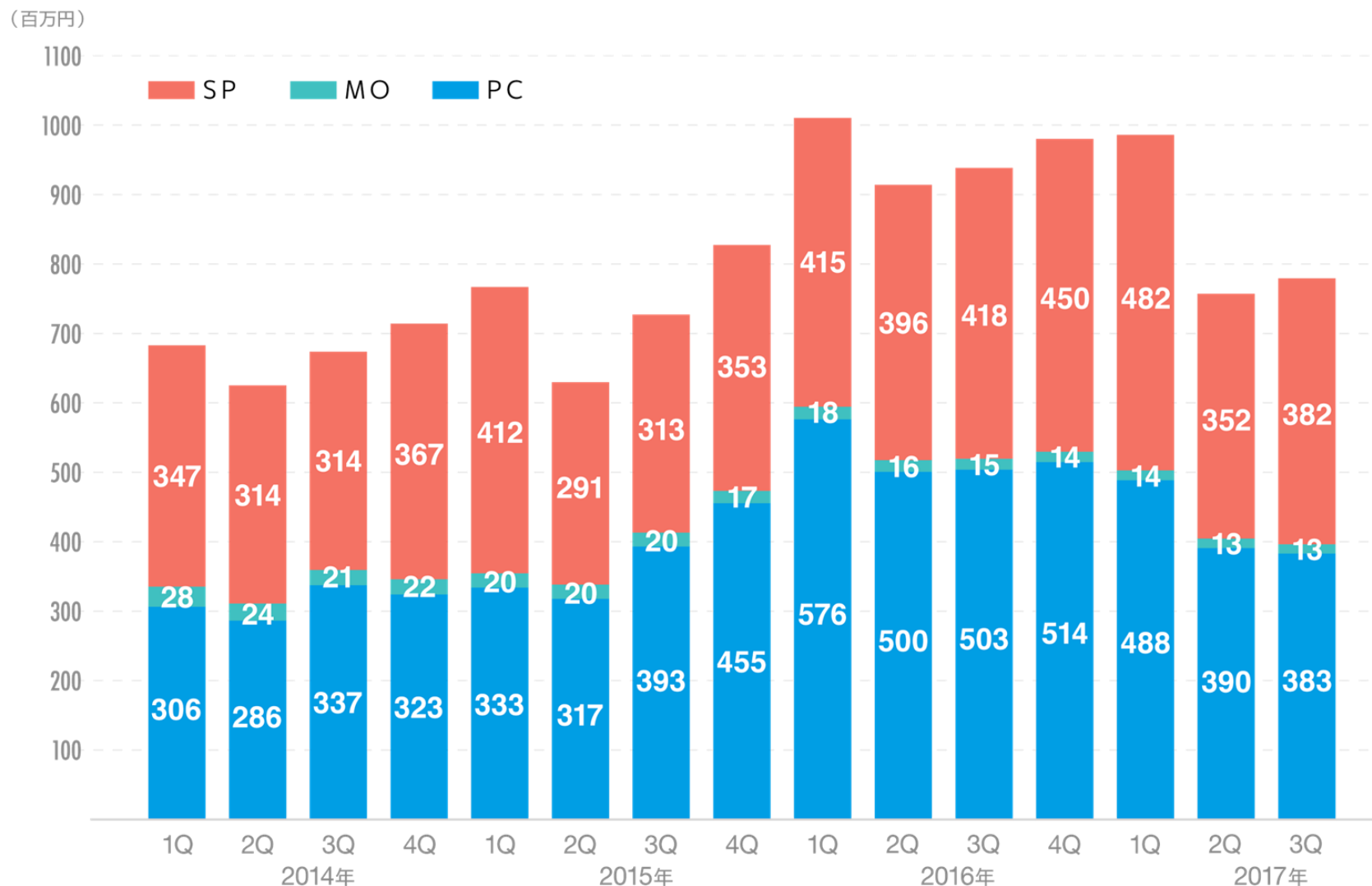


営業費用推移

販売促進費を拡大させ、顧客接点強化



メディア事業 デバイス別売上高推移



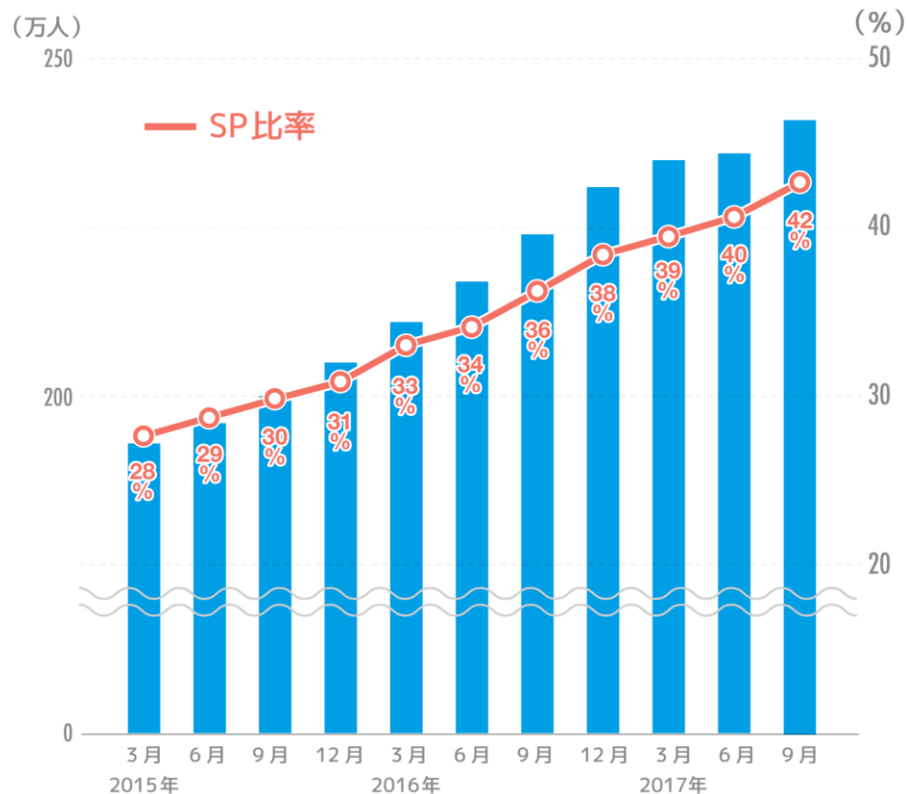
1. ハイライト
2. 第3四半期決算概要
3. **メディア事業 取組状況**
4. 総括（今後の方向性）
5. Appendix

スマートフォン収益力強化

スマートフォン会員構成比: **42%**

アプリDL数前年同月比: **129%**

ポイントタウン会員数推移

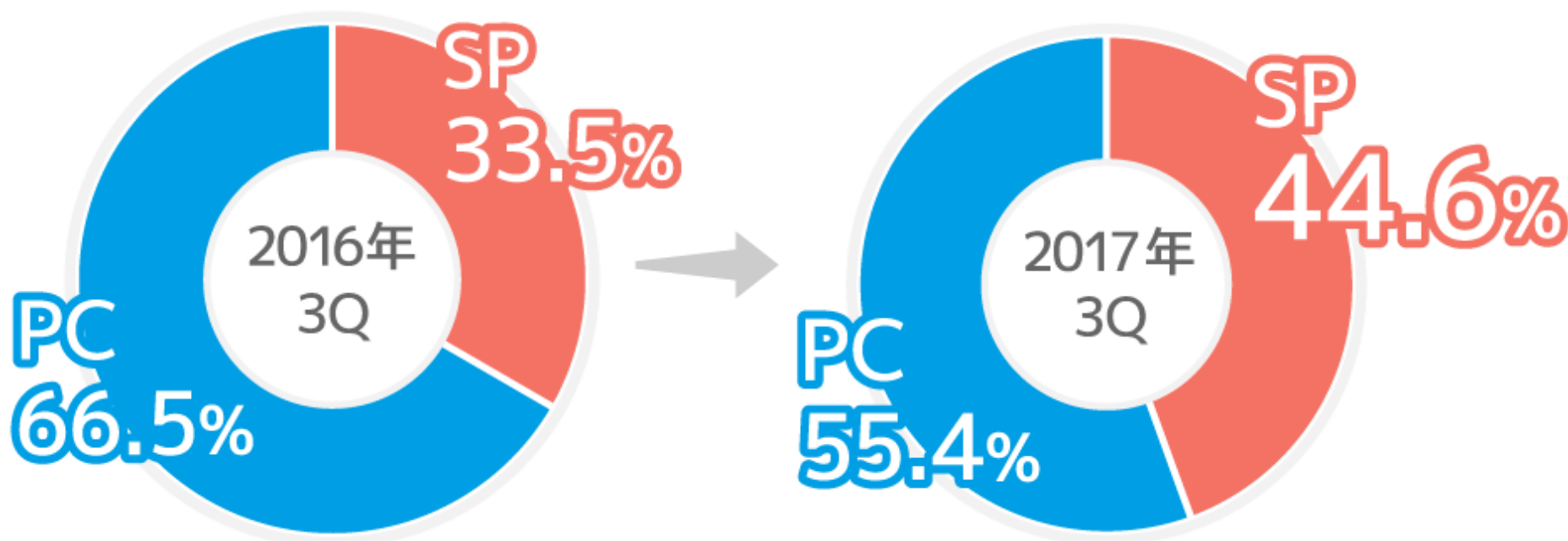


ポイントタウンアプリダウンロード数

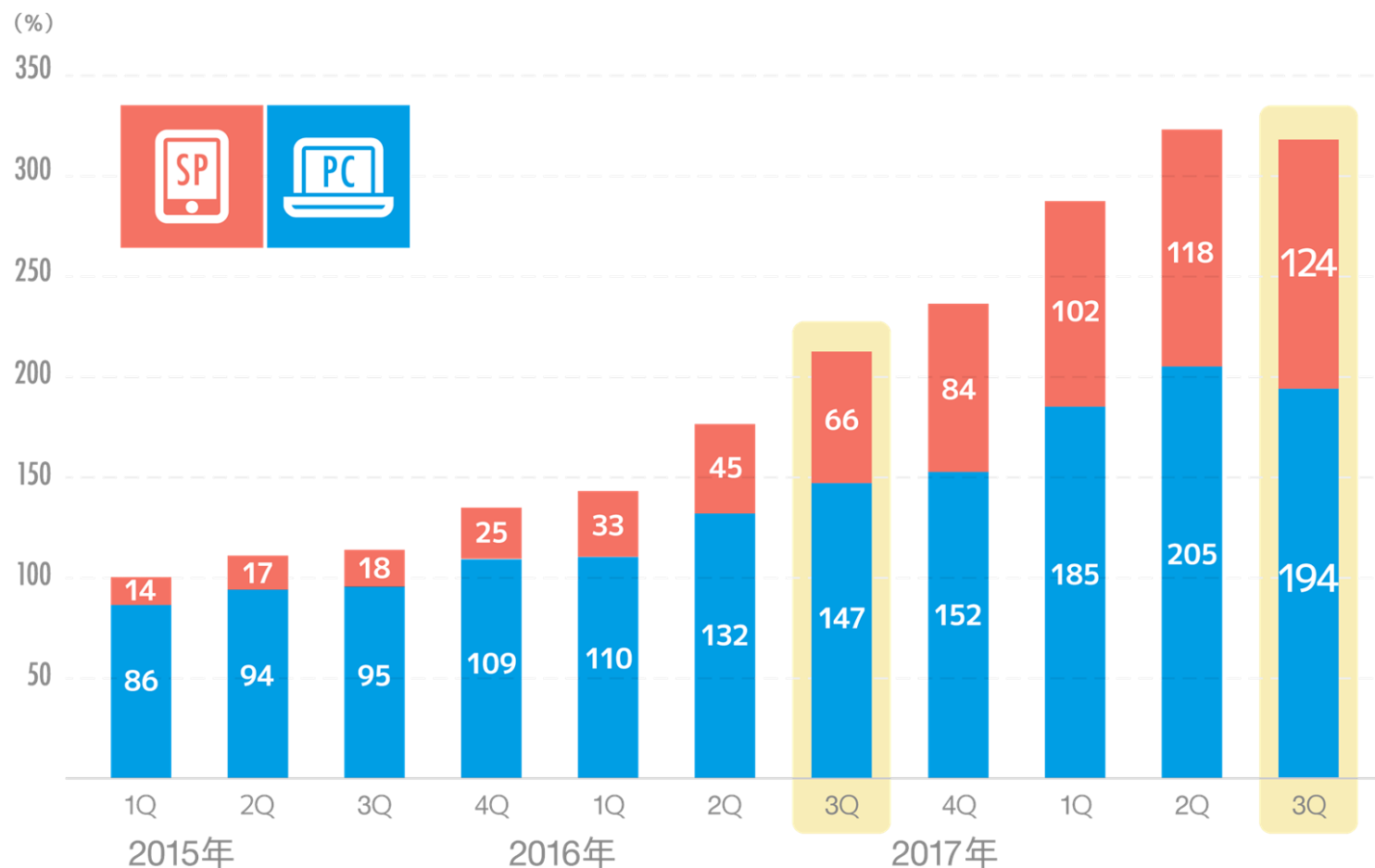


スマートフォン収益力強化

SP (スマートフォン) の売上比率は **44.6%** に、収益は前年同Q比 **111%**



ポイントタウン経由提携サイトの流通額

前年同Q比でPCは **132%**、SPは **189%** に伸張

四半期毎EC流通額遷移 (2015年1Qを100として比較)

スマートフォンを活用したO2O

O2Oサービスや流通・小売業者などと連携し、ポイントインセンティブを通じた実店舗での購買促進支援を展開。



2017年10月2日開始

レシートを使った新感覚の特売サイト「レシポ!」と提携。
掲載商品を実店舗で購入し、レシート送ることでポイントがもらえる。



利用

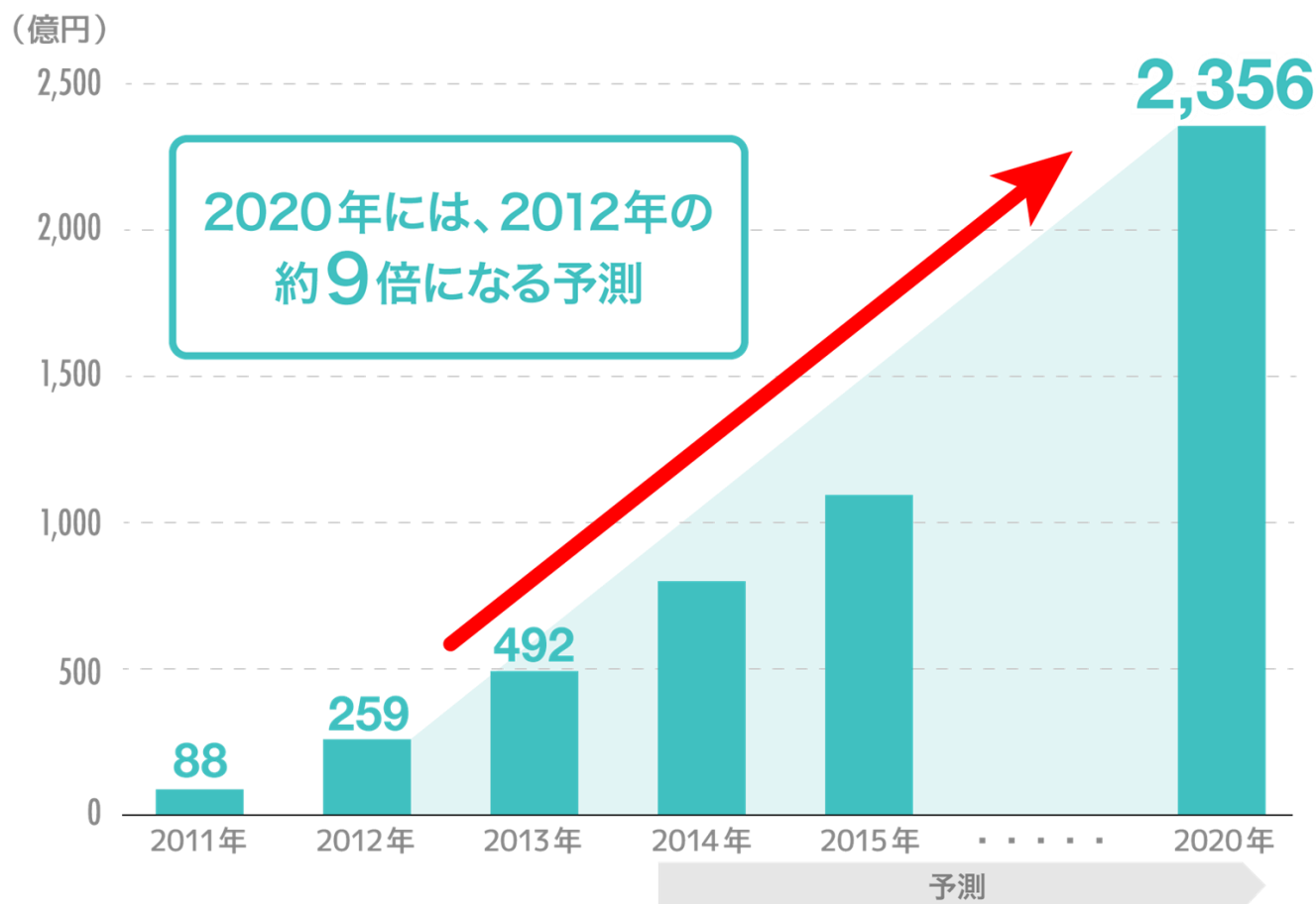
集客・
購買促進支援



商品購入

O2O市場データ

スマートフォン向けO2Oサービスの市場規模は、2020年に約2,360億円市場に成長。
2012年の9倍になると予測される。



O2Oサービス市場規模予測：2013年シードプランニング発表資料

ポイント交換メニューの拡充

「Google Play コード」へのポイント交換を開始。
今後も随時交換先を追加し、ユーザーの利便性を向上に務める。

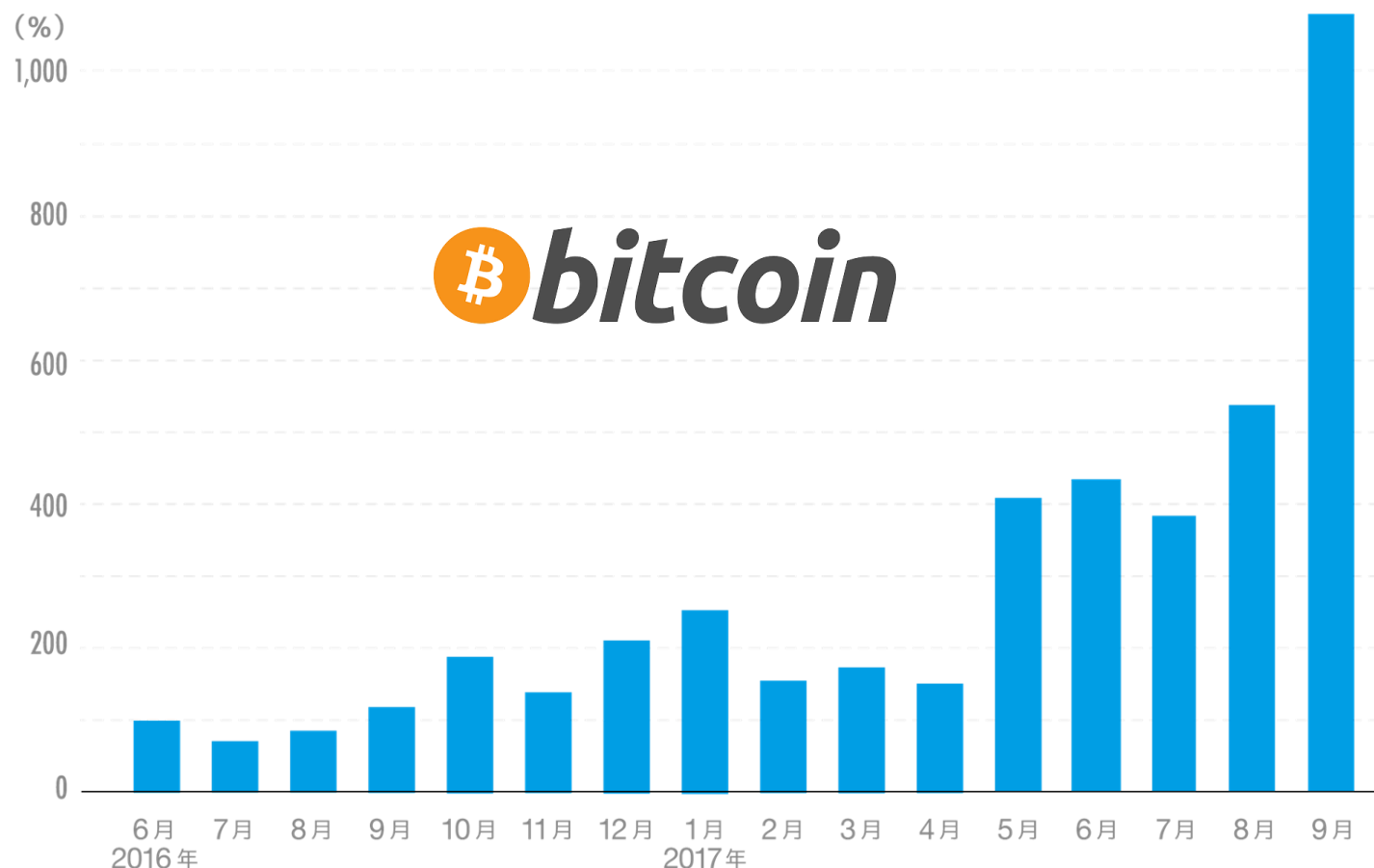
2017年
9月6日より
交換開始！



在庫を持たないオンデマンドによる
「Google Play コード」への交換を開始

ビットコインへのポイント交換額推移

2017年4月の法令化や、8月の仮想通貨市場の高まりを受け
ビットコインへの交換額は大幅に増加



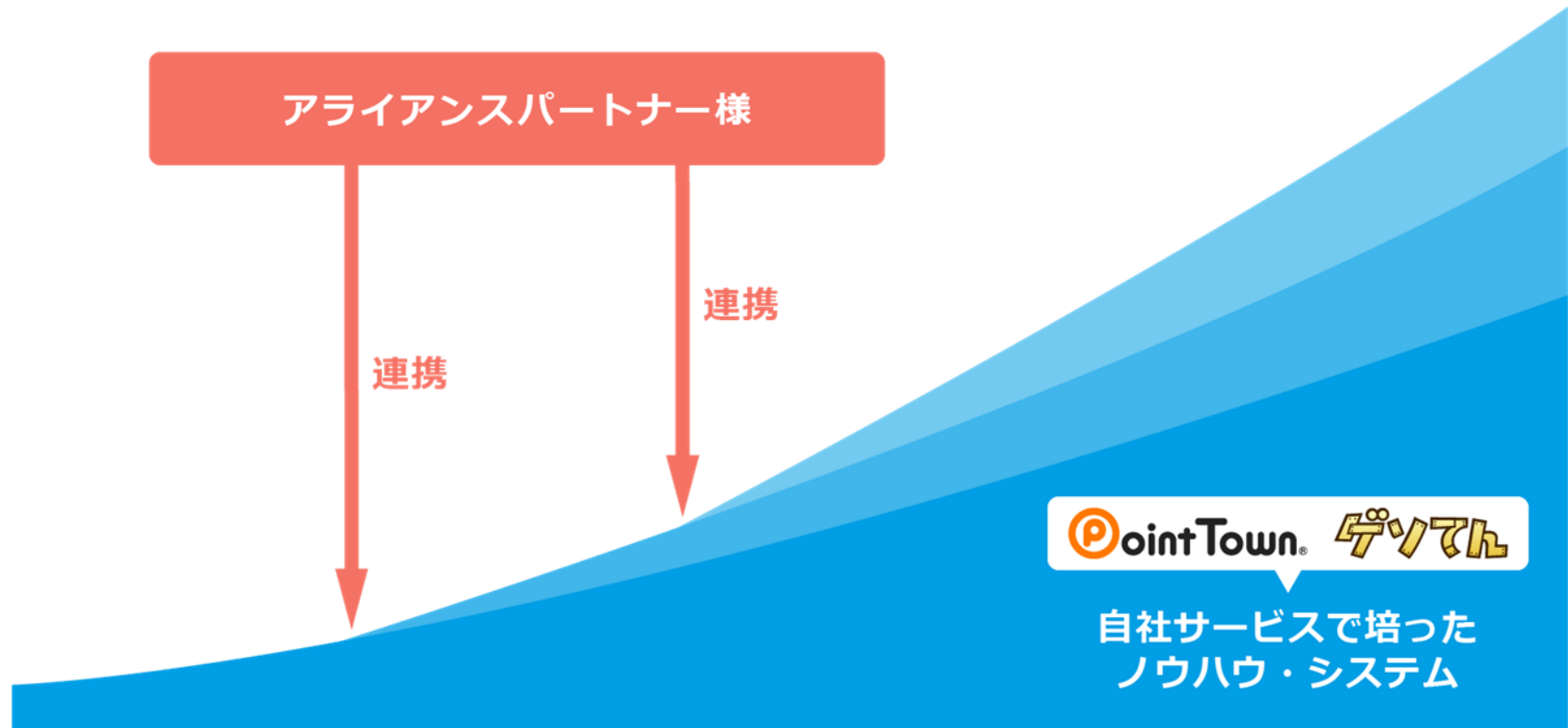
ビットコイン交換金額の推移 (2016年6月を100とした数値)

ECメディア基本戦略



B2C + B2B2C

自社サービスで培ったノウハウ・システムを、他社展開することにより、さらなる収益機会と収益の拡大目指します。



ポイントメディア B2B2C

自社サイト「ポイントタウン」、特にスマートフォンへの投資を進める他
アライアンスとしてポイントモール構築・運用先を拡大

自社サイトの収益の最大化



他社メディアへポイントモールの
運営ノウハウを提供

Ponta
ポイントモール



dポイント広場



アライアンス戦略

NTTドコモとD2Cが立ち上げた「dポイント広場」に自社プラットフォームを提供
GMOメディアにて構築・運用を担い、dポイントの流通を最大化



dポイント会員
約6,232万人へ※
コンテンツ提供

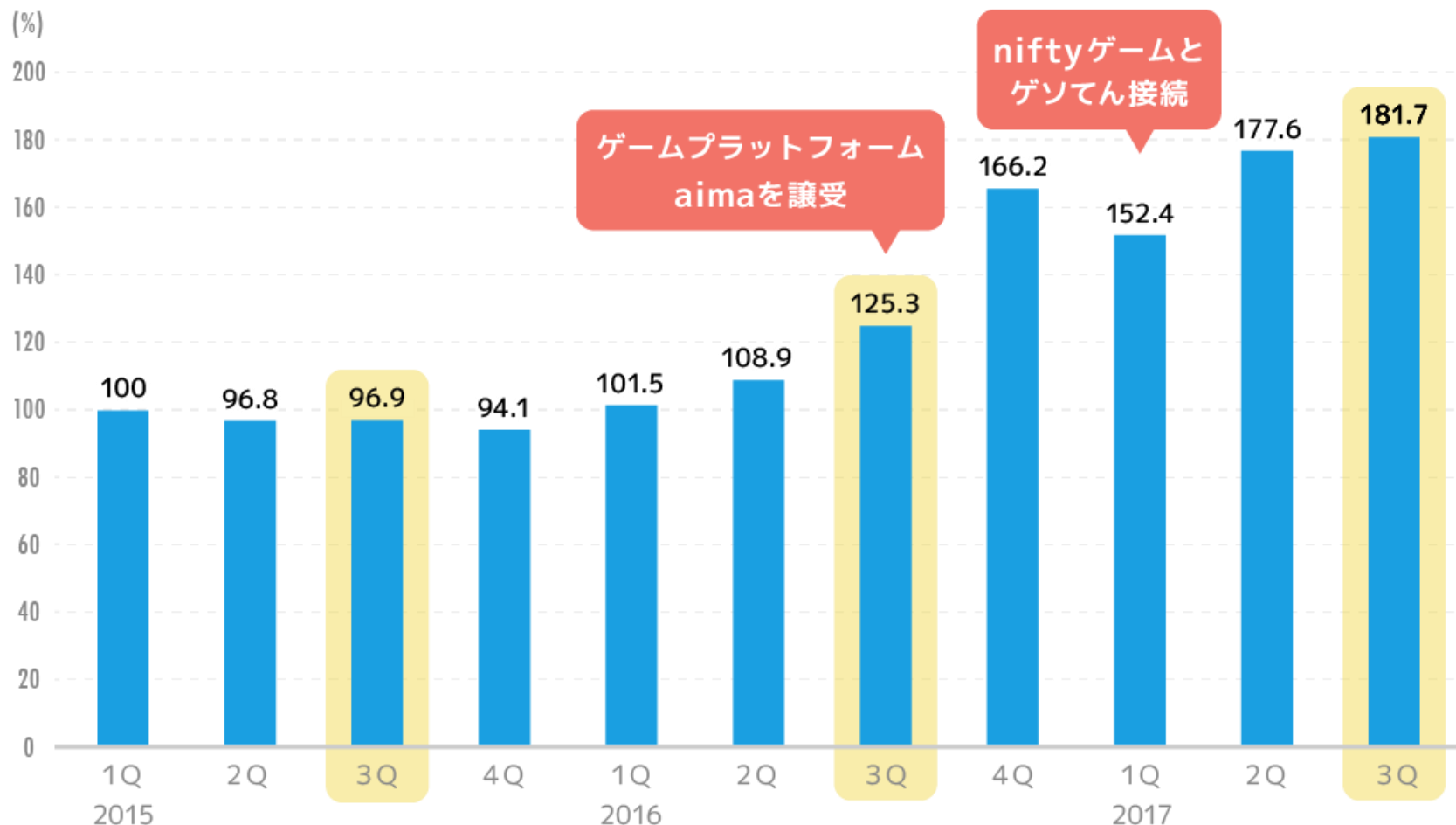
PCゲームプラットフォーム B2B2C



PCゲーム課金トレンド



「aima」、「@nifty」の効果で課金額は大きく上昇、前年同Q比で **145%**に



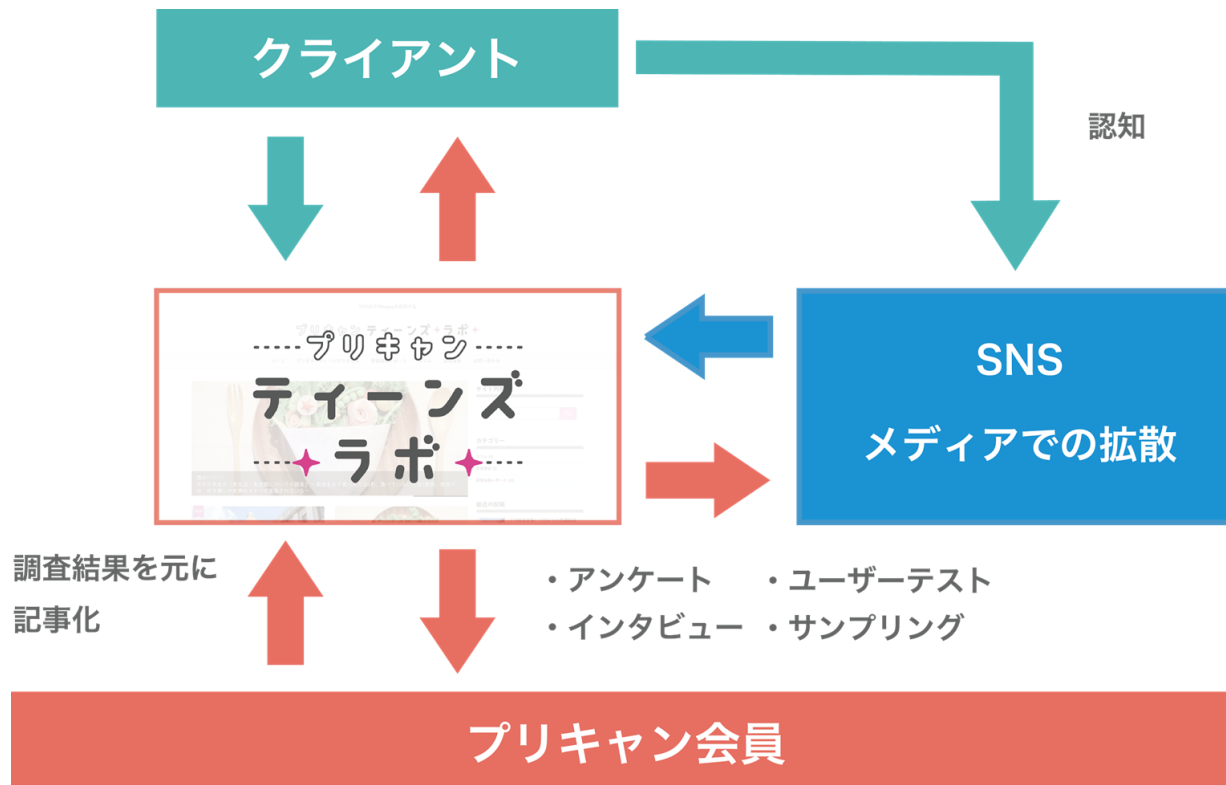
※2015年1Qを100とした数値 24

10代女子向けマーケティング支援事業

prican
by GMO

「プリキャンティーンズラボ」の収益化に注力。

コンテンツ発信を強化し認知を向上することで潜在クライアント様にアプローチ



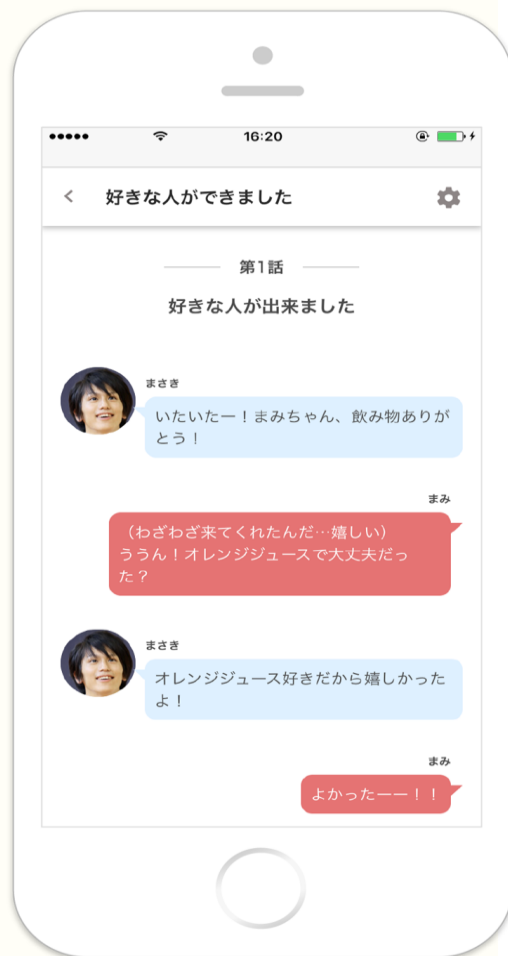
2017年9月に掲載した「プリキャン」アンバサダーへのインタビュー記事が大きな反響を呼んだ



38万PV / 6,360い
ね (2017年10月26日現在)

新たな自己表現、創造活動の場を提供

ユーザー投稿型サービス「プリ小説^{by GMO}」を10/2にリリース



サービスの特徴

- ① ブラウザでの表示もネイティブアプリのようにスムーズに表示させることができる「**PWA**」を採用
- ② プリキャンのメインユーザーである若年層(10代)に親しみのある「**チャット形式**」でコンテンツの作成が可能

※ PWAとは？

Progressive Web Appsの略称。WEBサービスでありながら、ネイティブアプリのような使用感で、快適に利用できる仕組み。WEBサービスなので、ユーザーはダウンロード・インストール不要。

ユーザーからの小説投稿数 約 **1,500** 投稿

※2017年10月27日現在

1. ハイライト
2. 第3四半期決算概要
3. メディア事業 取組状況
4. 総括（今後の方向性）
5. Appendix

インターネットが社会基盤となった今、 さらに生活者に寄り添った 新しい『お得』、『エンターテインメント』を提供する

- **ECメディア事業をさらに強化**

さらに拡大するネット消費を、より快適により便利にサポートする

B2B2C（アライアンス）展開の拡大

- **シナジーの追求**

複数サービスを展開する、『我々ならではの』の強みを発揮できる新サービスの投入、事業の展開

- **経営安定化のために、広告事業にプラスして、課金収入の拡大を目指す**

- **スマートフォン領域への新サービスの継続開発**

- **昨年の事業譲受に続く、投資・M&Aによる事業領域拡大**

1. ハイライト
2. 第3四半期決算概要
3. メディア事業 取組状況
4. 総括（今後の方向性）
5. Appendix

損益計算書

単位：百万円	2016-3Q	2016-4Q	2017-1Q	2017-2Q	2017-3Q	前年同期比	前 Q 比
売上高	1,370	1,265	1,247	957	1,044	▲326	+87
売上原価	888	806	789	615	680	▲207	+65
売上総利益	482	458	458	342	363	▲118	+21
売上総利益率	35.2%	36.2%	36.7%	35.7%	34.8%	▲0.3pt	▲0.9pt
販売費及び一般管理費	364	367	306	281	278	▲85	▲2
営業利益	118	90	151	60	84	▲33	+24
営業利益率	8.6%	7.1%	12.1%	6.3%	8.1%	▲0.5pt	+1.7pt
経常利益	117	89	150	59	84	▲33	+24
当期純利益	76	49	103	39	58	▲18	+18

*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

単位：百万円	2016-3Q	2016-4Q	2017-1Q	2017-2Q	2017-3Q	前年同期比	前Q比
流動資産	3,424	3,517	3,391	3,289	3,335	▲89	+45
うち現金預金	2,225	2,372	2,252	2,375	2,313	+87	▲62
固定資産	344	346	351	346	324	▲19	▲21
総資産	3,768	3,863	3,743	3,635	3,659	▲108	+24
流動負債	1,345	1,398	1,343	1,203	1,186	▲158	▲16
うちポイント引当金	409	452	469	479	506	+96	+26
固定負債	154	146	137	130	112	▲41	▲17
純資産	2,268	2,318	2,262	2,301	2,360	+91	+58
純資産比率	60.2%	60.0%	60.4%	63.3%	64.5%	+4.3pt	+1.2pt
負債及び純資産	3,768	3,863	3,743	3,635	3,659	▲108	+24

*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	2016年 1-9月 (参考情報)	2017年 1-9月 (参考情報)	前年同期比 (参考情報)	増減要因
営業活動による キャッシュフロー	371	200	▲171	【営業活動 CF】 法人税等支払額の増加 88百万 税引前当期純利益の減少 119百万
投資活動による キャッシュフロー	▲99	▲41	+58	
財務活動による キャッシュフロー	▲143	▲218	▲75	【投資活動 CF】 昨年度、下記支出あり 事業譲受による支出 32百万 オフィス設備購入 20百万
現金及び現金 同等物の増減額	129	▲59	▲188	
現金及び現金 同等物の期首残高	2,096	2,372	+276	【財務活動 CF】 配当金の支払額増加 66百万
現金及び現金 同等物の期末残高	2,225	2,313	+87	

*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。

業績予想

単位：百万円	2015	2016	2017 (予想)	前年比成長率	
				2015-2016	2016-2017
売上高	3,855	5,304	5,000	+37.5%	▲5.7%
営業利益	383	505	510	+31.8%	+0.8%
営業利益率	9.9%	9.5%	10.2%	▲0.4pt	+0.6pt
経常利益	365	503	505	+37.6%	+0.3%
当期純利益	205	319	323	+55.4%	+1.2%

*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
従業員数	121名（2017年9月30日現在 役員、臨時従業員除く）

40%
その他

営業系、カスタマーサポート、
総務・管理系

10%
デザイナー

職種構成比

50%
エンジニア

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を展開

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メディア(広告)ビジネス

一般消費者に、広告収入をベースに、無料でサービス提供

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 ユーキャストコミュニケーションズ株式会社
	2002 年 5 月 本店の所在地を東京都渋谷区に移転	
GMO インターネット グループ内 再編期	2004 年 3 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	2005 年 5 月 GMOメディア株式会社
	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承継	
	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	
現 在	スマートフォン強化による再成長	

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。

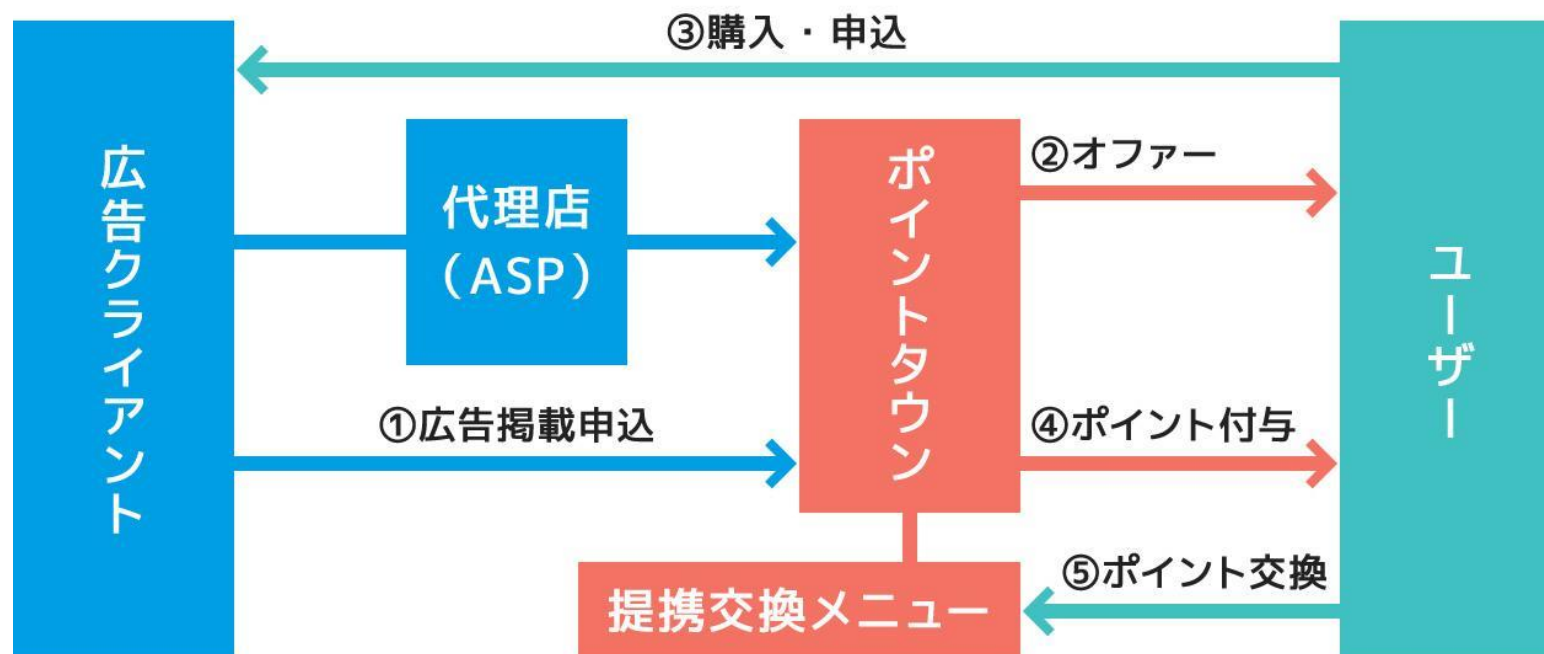
	ECメディア	ソーシャルメディア
ネイティブ アプリ WEB	PointTown[®] by GMO	CoordiSnap_{by GMO} prican_{by GMO} yaplog!_{by GMO}
PC WEB	ゲイア_{by GMO}	壁紙.com_{by GMO} www.kabegami.com freeml_{by GMO} teacup._{by GMO} Ranking Share_{by GMO} ランキングシェア

EC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

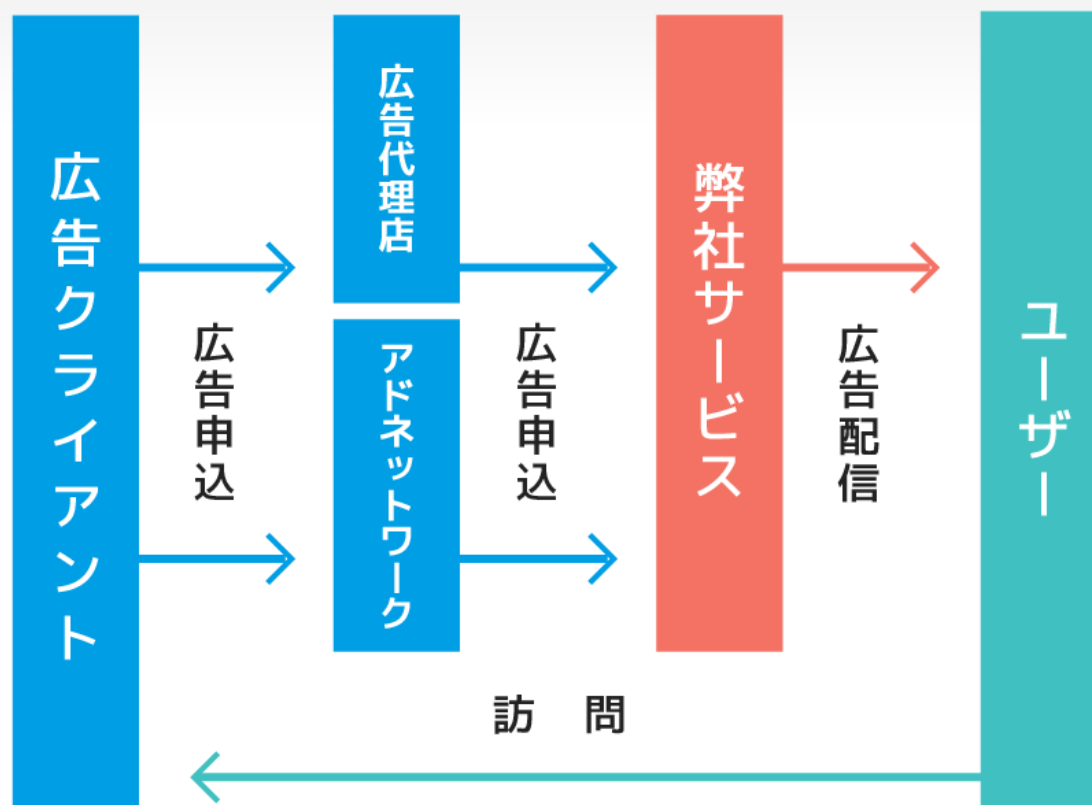
インターネット上で完結できるクライアント全てが対象となり、ECから無料会員登録、クレジットカード発行など豊富な案件を適宜ユーザーに提供しポイントを貯める。ユーザーはそのポイントを現金及び国内の主要ポイント、マイルージなど様々なメニューに交換することができる。



ソーシャルメディア ビジネスモデル

広告収入

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。



GMO MEDIA

本資料には、2017年10月30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。