

2023年12月期 通期決算説明資料

STOCK CODE : 3695

GMO RESEARCH

代表取締役社長 細川 慎一
取締役グローバルCFO 森 勇憲

2024年2月5日

目次

0. 結論と要約

1. 2023年 事業概況

2. 2024年 業績予想

3. 2024年 事業戦略

Appendix

0. 結論と要約

結論と要約 | Executive Summary

2023年 結果

- ・ 4期連続増益（営業利益前年比+5%）

売上は微減。

- ・ 業界全体のトレンド変更と特殊要因の影響があったが、販売先フォーカスの変更を実施
 - ✓ 国内事業会社向け販売は **43%成長**、海外調査会社向けは **11%成長**を実現。
 - ・ 粗利率は **3%改善**。販売先フォーカスの変更による成果。
-

2024年 予測

- ・ 販売先フォーカスの変更継続により、売上 **12%成長想定**。
 - ・ 前年比較では、特殊要因により海外パネル会社は1Q、国内調査会社は2Qまでの影響が引き続き残る想定。
 - ・ 販売先フォーカスの変更とAI活用による生産性向上が、粗利率改善と人員増の抑制に寄与し、営業利益 **14%成長想定**。
-

結論と要約 | 決算サマリー

- 売上高：ほぼ前年並み。
- 売上総利益：粗利率の大幅改善。
- 営業利益：プラットフォーム組織への組織体制構築も含め、増益。

(単位：百万円)	2022 (1-12月)	2023 (1-12月)	増減額	増減率
売上高	5,200	5,117	▲83	▲1.6%
売上総利益	2,463	2,542	+78	+3.2%
営業利益	419	440	+20	+5.0%
経常利益	458	428	▲29	▲6.5%
最終利益	356	307	▲49	▲13.8%

過去最高
通期

結論と要約 | 決算サマリー（下半期）

- 業界全体のトレンド変更と特殊要因の影響の中においても、第3四半期からの販売先フォーカスの変更の実施により、下半期は売上▲4.3%に対して、粗利+3.6%、営業利益+50.9%となり、下半期として過去最高。

(単位：百万円)	2022 (7-12月)	2023 (7-12月)	増減額	増減率
売上高	2,649	2,535	▲114	▲4.3%
売上総利益	1,258	1,303	+45	+3.6%
営業利益	156	236	+79	+50.9%
経常利益	131	207	+75	+57.4%
最終利益	110	152	+42	+38.5%

下半期
過去最高

結論と要約 | 通期業績予想に対する着地

- 2023年11月6日に公表した修正業績予想に対し、営業利益は予想通り着地、売上高及び経常利益以下の段階利益は若干下振れして着地
- 経常利益下振れの要因は、為替差損益等の営業外損益

(単位：百万円)	2022実績	2023 当初業績予想	2023 修正業績予想	2023 通期実績	対修正予想 増減額	対修正予想 達成率
売上高	5,200	6,000	5,240	5,117	▲123	▲2.3%
営業利益	419	540	440	440	+0	+0.0%
経常利益	458	525	445	428	▲17	▲3.8%
最終利益	356	375	325	307	▲18	▲5.5%

結論と要約 | 2023年度株主還元計画

連結ベースの配当性向50%を目標に安定した配当を継続して行うという基本方針に基づき、2023年12月期期初に予想した1株当たり配当金額114.84円（配当性向61%）を維持する予定です。

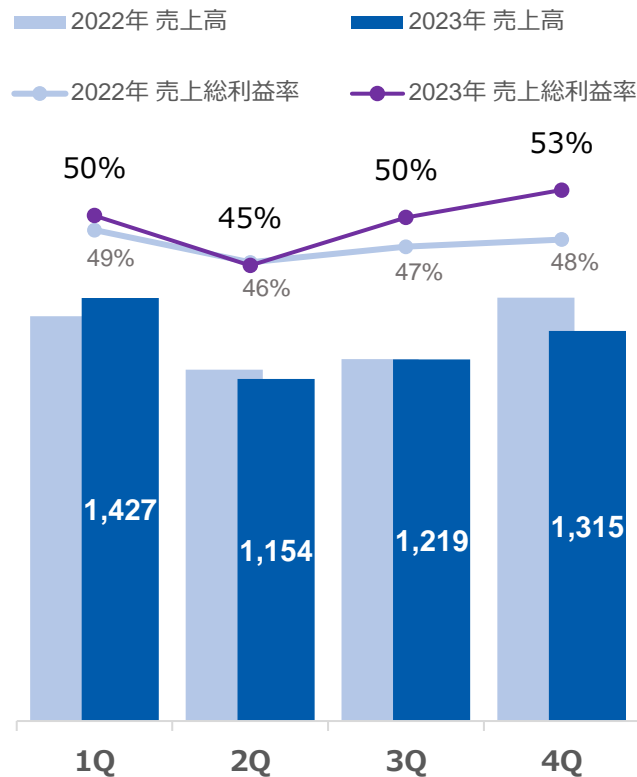
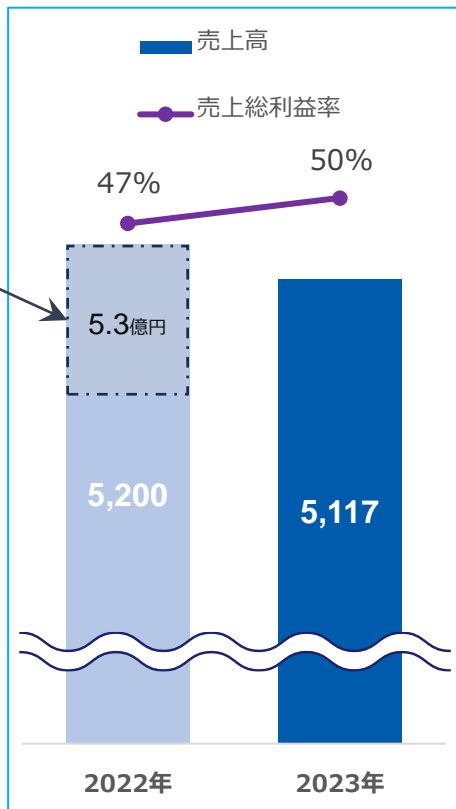
	2022年度 実績	2023年度 当初業績予想	2023年度 (予定)	対前年比
1株当たり期末配当金（円）	109.14	114.84	114.84	+5.77円
配当性向（%）	50.0%	50.0%	61.0%	+11.0pt
1株当たり当期純利益（円）	218.39	229.69	188.23	▲30.16円

1. 2023年事業概況

事業概況 | 売上高及び売上総利益率の推移

(単位：百万円)

- 売上は、年間で▲1.6%
業界全体のトレンド変更・
特殊要因が年間5.3億円分
含まれており、それらの影響
を除くと+9%の成長。
- 年間で+3%の粗利が改善。
3Qから売上減少に対して、
売上総利益の改善効果が実現。



事業概況 | 業界全体のトレンド変更・特殊要因の影響概要

5.3億円の業界全体のトレンド変更・特殊要因

✓ 高原価案件の絞り込み (開始時期 前年対比影響額)

国内

22年3Q ~ 40百万円 → **▲40**

海外

グローバルパネル連携

23年3Q ~ 140百万円 → **▲140** 上半期

中国・インド調査会社

23年1Q ~ 70百万円 → **▲70** 1Q

✓ 資本再編・特定大型案件の減少 (開始時期 前年対比影響額)

国内

23年3Q ~ 280百万円 → **▲280** 上半期

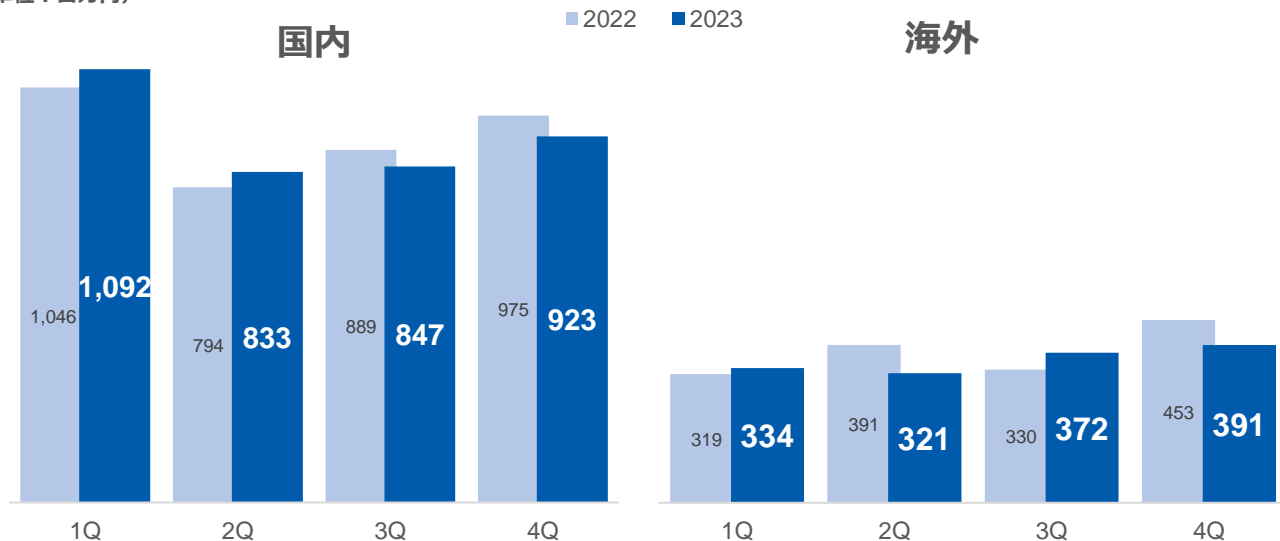
2022年対比
業界全体のトレンド変更・特殊要因
2023年影響額 (単位: 百万円)
2023年対比
継続影響想定期間

2022 3Q 2022 4Q 2023 1Q 2023 2Q 2023 3Q 2023 4Q 2024 1Q 2024 2Q

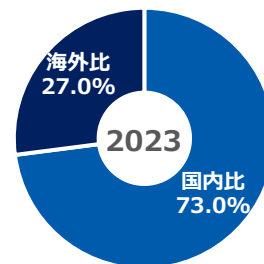
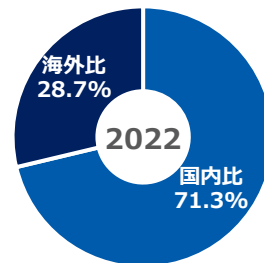
事業概況 | 国内・海外売上高推移

- 国内は、前年比▲1%
業界全体のトレンド変更・特殊要因による影響が約3.2億円
その分を除けば前年比+9%
- 海外は、前年比▲5%。
業界全体のトレンド変更・特殊要因による影響が約2.1億円
その分を除けば前年比+10%

(単位：百万円)



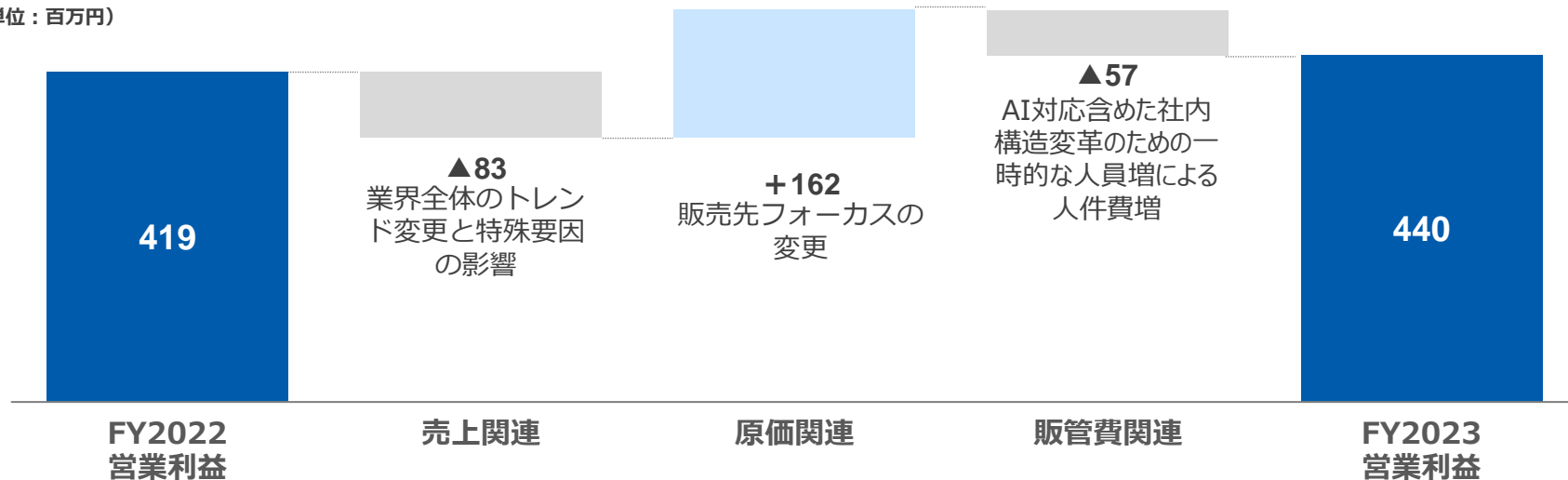
売上構成比



事業概況 | 営業利益増減要因

販管費は、AI対応含めた社内構造変革のための一時的な人員増による人件費増。プラットフォーム組織への組織体制構築のため、年初から年央にかけ、一時的に全社で+7名だが、その後体制変更の進捗により年末に-15名。今後、さらに生産性の高いプラットフォームを核にした筋肉質な組織への変革を推進。

(単位：百万円)



事業概況 | リリース共有

Snowball社のCashmart事業を譲受

目的及び期待される効果

パネル会員定着率向上によるプラットフォーム強化

- ✓ より高い会員定着率を持つアプリの活用
 - ✓ 会員獲得費が削減

幅広いターゲット層の取り込み

- ✓ アプリ使用頻度の高い若年層獲得が可能
 - ✓ 売上のさらなる拡大
 - ✓ より広いターゲット層に対してアンケート実施が可能



Cashmartの事業内容



- 独自開発した約50万人*のユーザーが利用するレシート買い取りアプリを保有（*2023年4月現在）
- 販促キャンペーンやCASHMART上での購買促進にレシート情報を使用
- アンケートを収集する仕組みや動画広告を使った会員エンゲージメントコンテンツを保有

2. 2024年業績予想

2024年業績予想 | 売上高・営業利益・最終利益の予想

✓ 需要構造変化の動きに伴い：

✓ 国内：事業会社向け直接販売の強化・海外：グローバル調査会社への直接販売

✓ 売上増および粗利率改善による増収増益を見込む

(単位：百万円)	2023 実績	2024 予想	増減額	増減率
売上高	5,117	5,746	+629	+12.3%
営業利益	440	502	+62	+14.1%
最終利益	307	342	+35	+11.4%

2024年業績予想 | 配当予想

2024年度の配当予想につきましては、2023年度予定と同額を予想しております。
その際の1株当たり当期純利益に対する配当性向は54.9%となります。

	2022年度 実績	2023年度 (予定)	2024年度 (予想)	対前年比
1株当たり期末配当金 (円)	109.14	114.84	114.84	±0.00円
配当性向 (%)	50.0%	61.0%	54.9%	▲6.1pt
1株当たり当期純利益 (円)	218.39	188.23	209.32	+21.09円

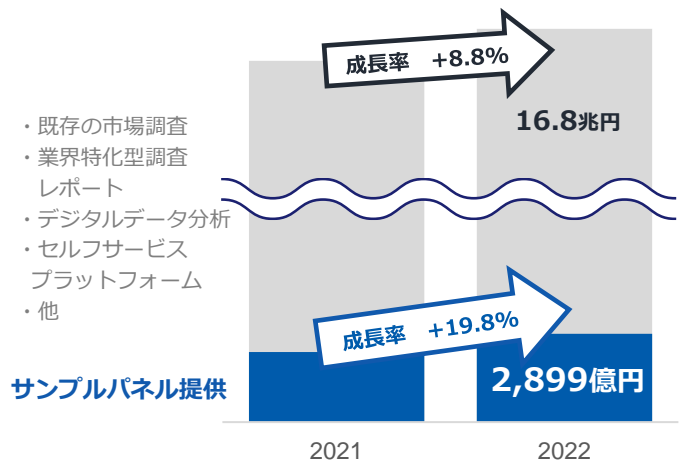
3. 2024年事業戦略

2024年事業戦略 | 世界のリサーチ市場と当社のポジション

✓ サンプルパネル市場は**成長率19.8%**とリサーチ市場全体の伸び率を11pt上回る。

✓ **日本でのシェアは67%(1位)**と大部分を占める。

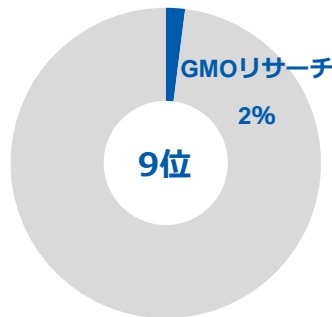
世界データ分析・インサイト（従来のリサーチ）市場



サンプルパネル提供市場

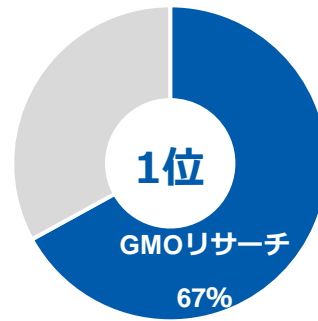
世界市場

2,899億円



国内市場

52.2億円



USD/JPY=130円

出所) ESOMAR, Global Market Research 2023, Evolution of the Data, Analytics and Insights Industry, A forecast into 2024, JMRA第48回経営業務実態調査, 当社有価証券報告書

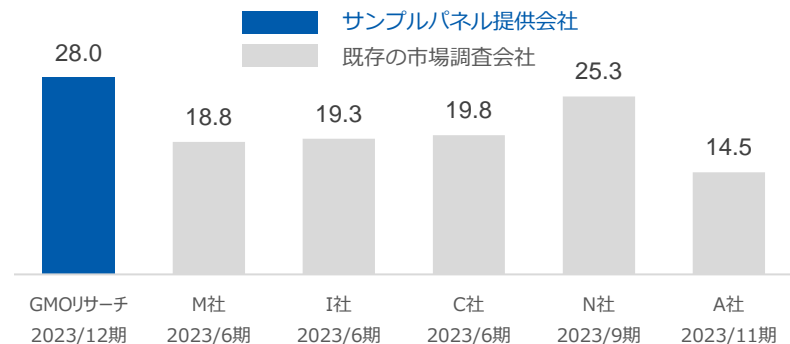
2024年事業戦略 | 業界トップクラスの収益力

当社が属するサンプルパネル提供会社は既存の市場調査会社(*1)とは業態が違い、収益力(一人あたり売上高)が高く、スケールメリットが出やすい業態です。

一人あたり売上高 (*2)(*3)

(単位：百万円)

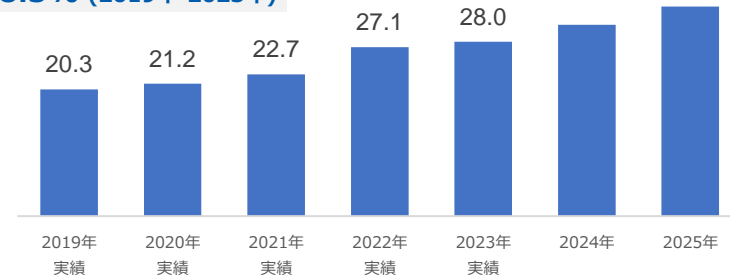
他社比較



(単位：百万円)

当社実績と今後の方針

平均成長率(CAGR)
8.3% (2019年-2023年)



(*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
A社：株式会社アスマーク

(*2) 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。

(*3) 従業員数を使用して計算しております。

2024年事業戦略 | 事業環境認識

国内

- ・ 当社国内調査会社向け売上成長率の減少
(23年+4% (業界全体のトレンド変更・特殊要因除く))
 - ・ 事業会社内でのAIで調査設計、レポート内製化トレンド
-

海外

- ・ 世界サンプルパネル提供市場成長率+19.8%
 - ・ AIの影響も含め、業界全体の効率化・トレンド変更が進行
-

全体

- ・ AIの活用が世の中で進んでいく中で、当社保有のアジア16の国と地域のパネルから得られる有益で膨大なデータを、各種マーケティングの更なる効率化に活かしていく機会が拡大していくと予測。

2024年事業戦略 | 粗利率の高い取引に注力

国内

調査を内製化できるAIを活用したリサーチサービスの提供により、事業会社等の直接販売を拡大し、粗利率向上

海外

AI活用による案件単位の細やかな収益性を加味した受注判断により、調査会社の売上がさらに伸び、粗利率向上

事業会社（アジア調査内製化率：2021年41%→2023年50%）

*AIで調査設計、レポート内製化

調査会社（調査設計＋レポート）

既存の市場調査市場

国内シェア 67% 1位

世界シェア 2% 9位

グローバルパネル会社

注力

粗利率
74%*

粗利率
59%*

注力

粗利率
51%*

粗利率
37%*

GMO Ask



GMO RESEARCH

サンプルパネル提供市場

AI機能を拡充し、内製化の後押し

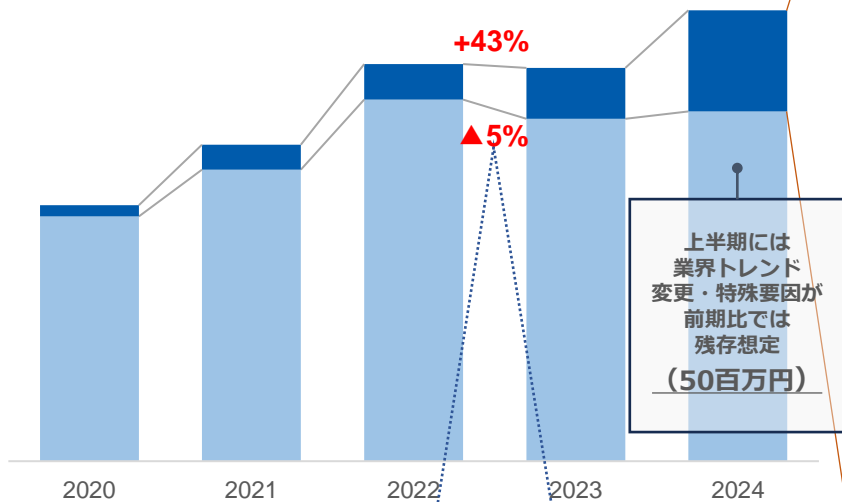
AI機能を拡充し、業界全体の生産性・付加価値向上

2024年事業戦略 | 国内の成長シナリオ

国内は、プラットフォームを主軸にした事業会社向け売上を拡大

国内売上高推移

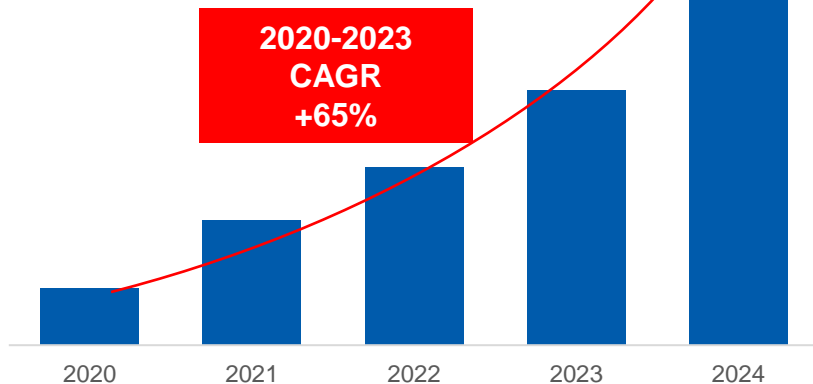
■ 調査会社 ■ 事業会社



※調査会社向け業界トレンド変更・特殊要因
除く伸び率+4%

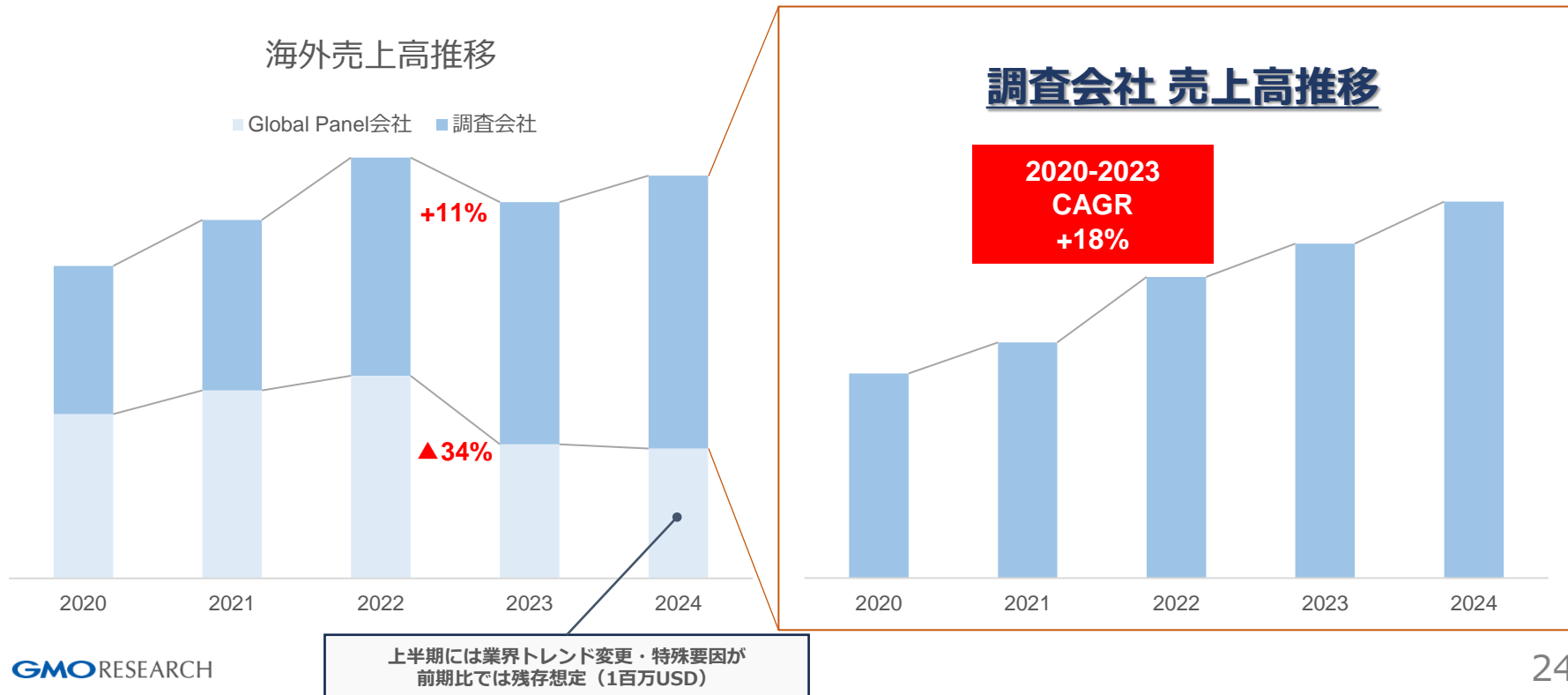
事業会社 売上高推移

専任チームの倍増及び、調査会社で実施している調査設計・レポート作成機能をAIを活用し自社で実施する事で、今後も更なる成長を継続。

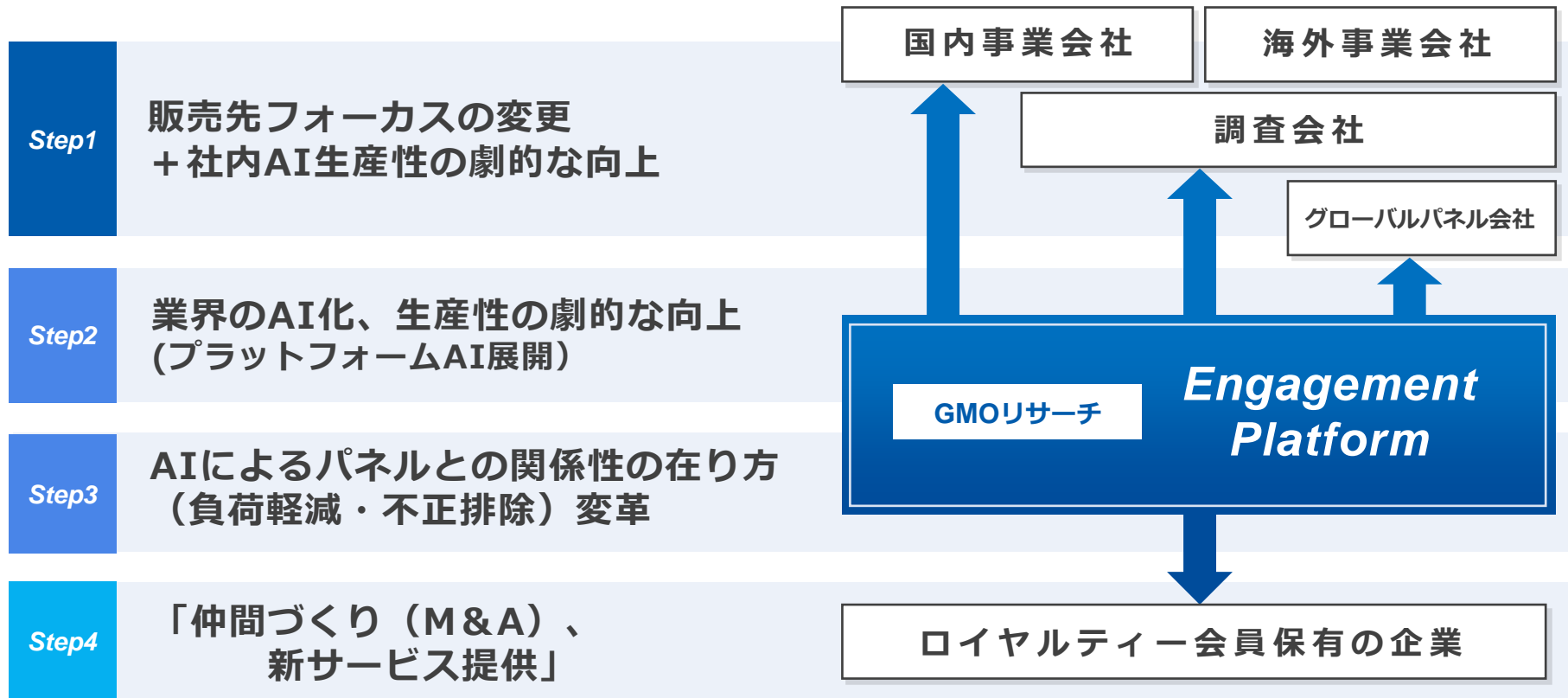


2024年事業戦略 | 海外の成長シナリオ

海外はグローバル調査会社への直接販売で売上を拡大



2024年事業戦略 | 当社の今後の成長ステップー概略



2024年事業戦略 | 当社の今後の成長ステップー時間軸



Appendix

- 連結損益計算書・連結貸借対照表
- サービス別売上高推移
- KPI（①パネルサイドAPI接続数②顧客サイドAPI接続数③消費者の声（回答数））
- ビジネスモデル
- サービス別販売先・サービス内容
- アウトソーシングサービスとD.I.Y.サービス
- パネルネットワーク
- 各拠点人員数推移
- フィロソフィー

Appendix | 2023年通期 連結損益計算書

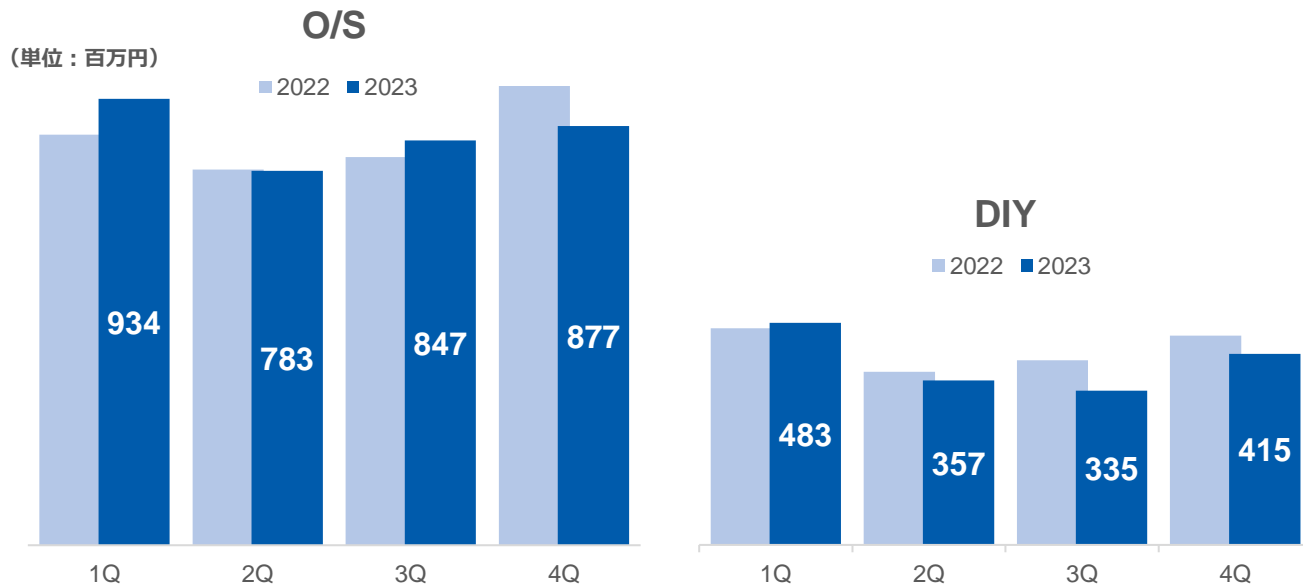
(単位：百万円)	2022年 1-12月	2023年 1-12月	前年同期比
売上高	5,200	5,117	98.4%
売上原価	2,736	2,574	94.1%
売上総利益	2,463	2,542	103.2%
（売上総利益率）	(47.4%)	(49.7%)	(+2.3pt)
販売費及び一般管理費	2,043	2,101	102.8%
（販管費率）	(39.3%)	(41.1%)	(+1.8pt)
営業利益	419	440	105.0%
（営業利益率）	(8.1%)	(8.6%)	(+0.5pt)
経常利益	458	428	93.5%
当期純利益	356	307	86.2%

Appendix | 2023年通期 連結貸借対照表

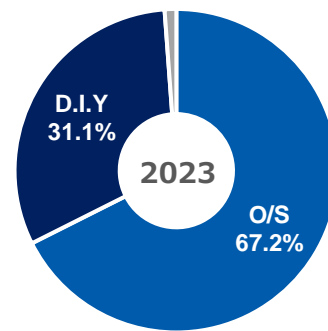
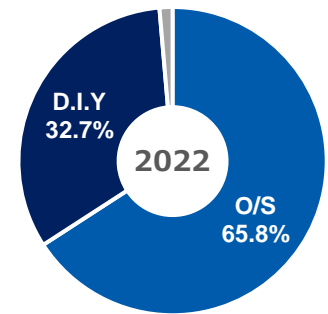
(単位：百万円)	2022年12月末	2023年12月末	前年同期比
流動資産	2,595	2,485	95.7%
現金及び現金同等物	1,167	1,334	114.4%
固定資産	476	508	106.7%
資産合計	3,072	2,993	97.4%
流動負債	1,148	931	81.1%
固定負債	14	14	98.1%
負債合計	1,163	946	81.3%
純資産	1,908	2,047	107.3%
(純資産比率)	(62.1%)	(68.4%)	(+6.3pt)

Appendix | サービス別売上高推移

アウトソーシングは前年並み、DIYは前年比▲7%。DIYは、前年下半期から実施している業界トレンド変更・特殊要因が60百万円程度。また、DIY導入が当初難しい販売先へのフォーカス変更の影響。



売上構成比



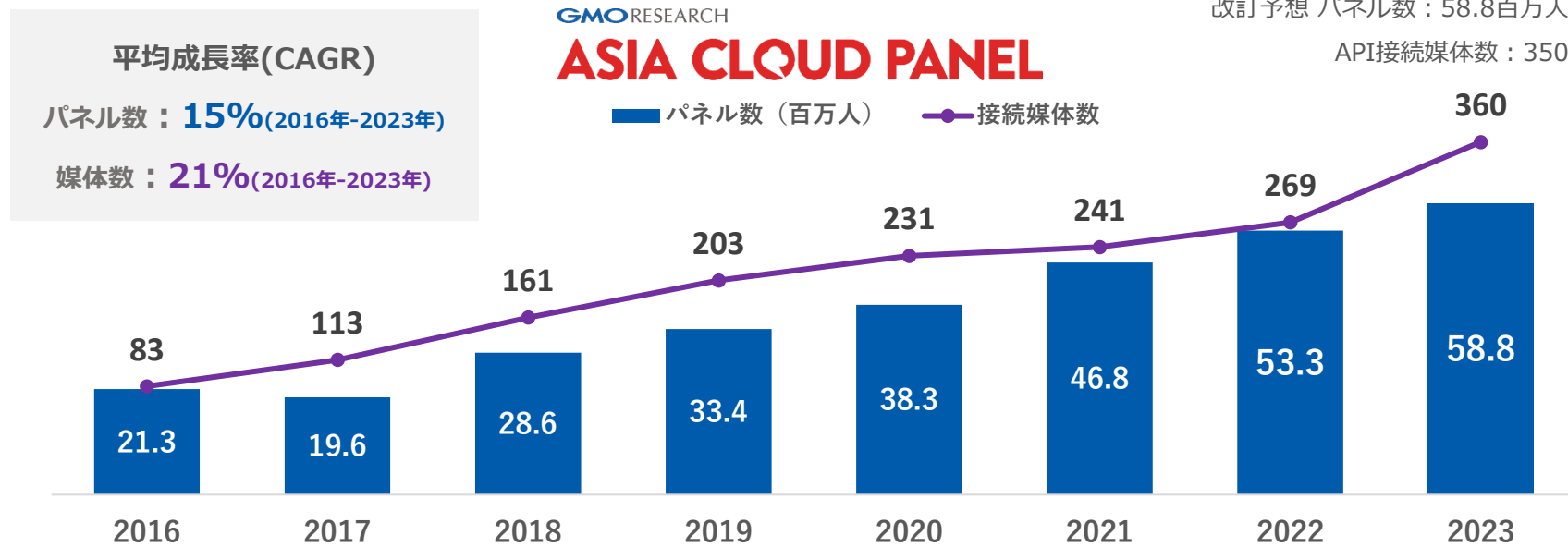
Appendix | KPI - Audience Engagement Platform

Audience Engagement Platform



Appendix | KPI 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5,876万人超となり、API接続媒体数は360へ増加傾向。改訂予想を大幅更新。

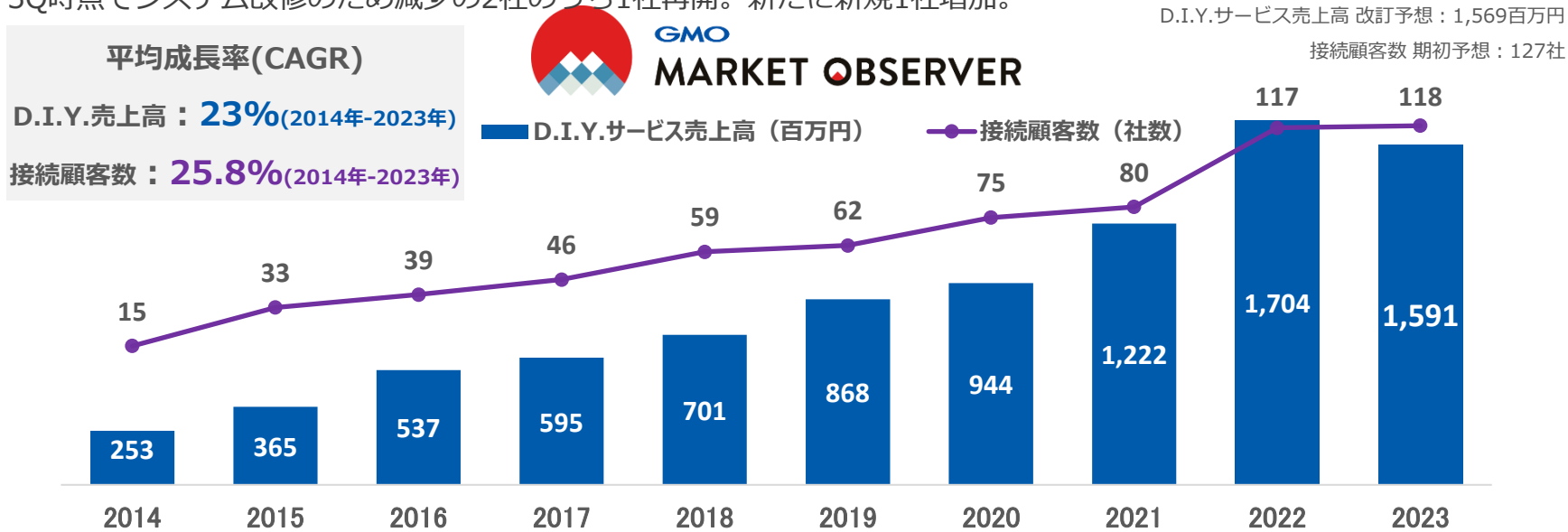


Appendix | KPI ②顧客サイドAPI接続数

アジアクラウドパネルへ接続している顧客数(*1)は微増。D.I.Yサービス売上高減少。DIY導入が当初難しい販売先へのフォーカス変更の影響。

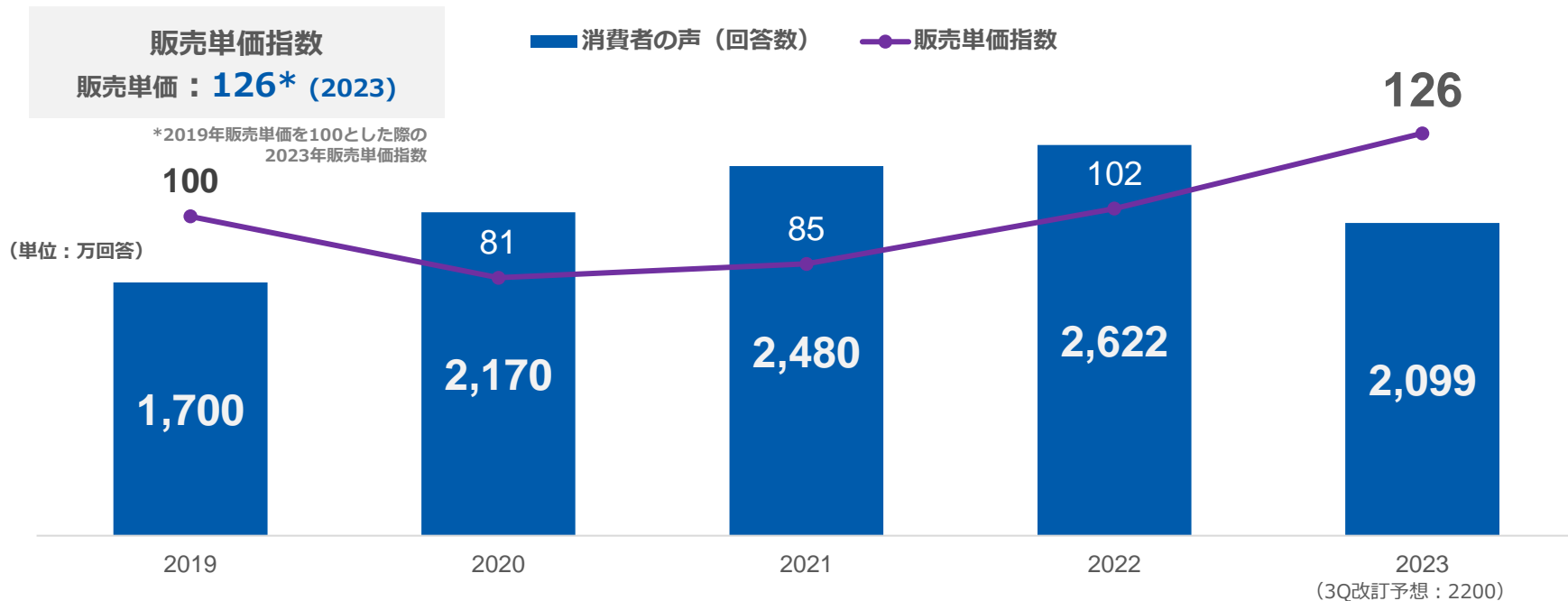
(*1) アジアクラウドパネルへAPI接続している顧客及び当社Market Observerを利用する顧客

3Q時点でシステム改修のため減少の2社のうち1社再開。新たに新規1社増加。



Appendix | KPI ③消費者の声（回答数）

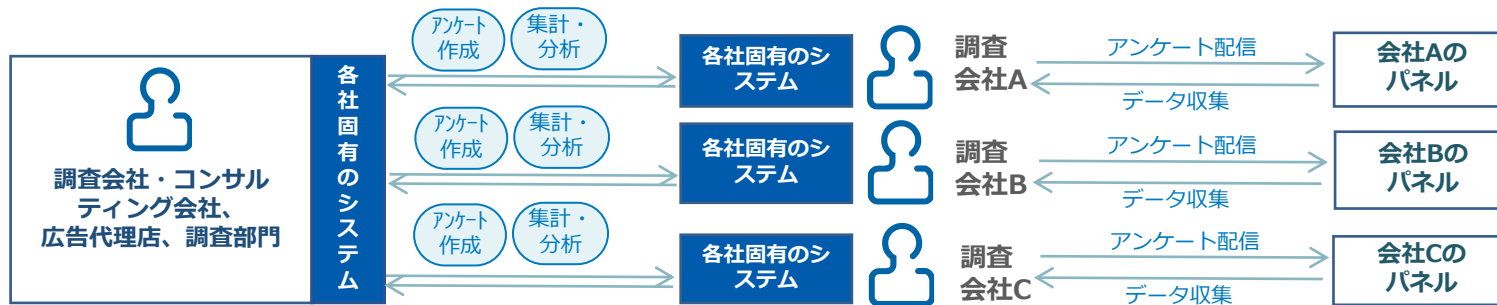
2023年の消費者の声の数は、希少価値の高い消費者の声を集める案件の増加により、回答数の伸びが抑えられた一方で、販売単価は23%上昇しました。特に下半期で高単価プロジェクトへのシフトが急速に進んだことが、販売単価上昇をより後押しいたしました。



Appendix | ビジネスモデル

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



Appendix | サービス別販売先・サービス内容

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。「GMO Ask」(*2)が含まれます。
	システム関連売上(*3)	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(*4)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 GMO Ask
発注からアンケート完了までの一連の手続きをオンライン上で完結できる完全DIY型アンケートプラットフォーム完全D.I.Y型アンケート調査ツールサービスです。

*3 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。

*4 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)。

Appendix | パネルネットワーク

- アジア16の国と地域で5,876万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
- 競争力の源泉であるアジアクラウドパネルを質量ともにさらに充実させることで、アジアの調査対応地域の深耕とエリアの拡大を進めます。

 **infoQ** GMO <https://infoq.jp/>

 日本
28,222,000

 中国大陸
19,155,000

 **infoQ** GMO <https://infoq.vn/>

 ベトナム
1,022,000

 韓国
822,000

 **Z.com** Research <https://knowledgeprovider.z.com/>

 インド
792,000

 香港
45,000

 **Z.com** Research GMO-Z.com ACE Co., Ltd. <https://mm.zresearch.asia/>

 ミャンマー
26,000

 台湾
981,000

 **Z.com** Research Net Design <https://research.z.com/th/>

 タイ
886,000

 インドネシア
3,836,000

 **Z.com** Research <https://sg.research.z.com/>


 シンガポール
56,000

 アラブ首長連邦
300

 フィリピン
1,469,000

 オーストラリア
112,000

 マレーシア
1,325,000

 ニューージーランド
12,000

アジア **16** ヶ国
5,876 万人

(2024年1月現在)

Appendix | 各拠点人員数推移

(単位：人)

各拠点における正社員数の推移

	東京	下関その他	シンガポール	マレーシア	インド	中国	米国	合計
拠点機能	<ul style="list-style-type: none"> 本社機能 国内欧米営業、PJ管理 国内パネル管理 システム開発 	<ul style="list-style-type: none"> 国内PJ管理、国内営業・営業補助 国内パネル管理 システム開発 	<ul style="list-style-type: none"> 東南アジア営業 	<ul style="list-style-type: none"> ローカル営業 アジアパネル管理、開拓 	<ul style="list-style-type: none"> 欧米/東南アジアPJ管理、営業補助 ローカル営業 	<ul style="list-style-type: none"> ローカル営業 PJ管理 中国パネル管理 	<ul style="list-style-type: none"> ローカル営業 PJ管理 	
2019年1月1日時点	86	18	3	4	14	8	-	133
2019年7月1日時点	94	18	3	5	14	8	-	142
2020年1月1日時点	94	22	3	6	14	8	-	147
2020年7月1日時点	97	24	3	6	14	5	-	149
2021年1月1日時点	102	27	3	6	15	4	-	157
2021年7月1日時点	106	26	3	9	16	6	-	166
2022年1月1日時点	108	28	3	9	17	6	-	171
2022年7月1日時点	112	29	2	12	16	7	3	181
2023年1月1日時点	112	33	2	14	20	7	3	191
2023年7月1日時点	109	37	3	16	23	7	3	198
2024年1月1日時点	103	33	3	15	21	5	3	183
半期人員増減数	-6	-4	±0	-1	-2	-2	±0	-15
補足								

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～

想いを、世界に — GMOリサーチ

GMO RESEARCH

Engaging people around the world

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。