

事業説明資料

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. 成長戦略2022

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「想い」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）*2021年12月末現在		
役員	取締役会長 熊谷 正寿	取締役 森 勇憲	常勤監査役 竹崎 祥二郎
	代表取締役社長 細川 慎一	取締役 長田 幸也	監査役 橋 弘一
	専務取締役 本郷 哲也	取締役 安田 昌史	監査役 浜谷 正俊
	取締役 安藤 健一郎	取締役 橋本 昌司	
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） GMO-Z.com Research USA, Inc.（米国）		

会社概要②

安定成長企業
17期連続増収*1
- 2021年売上40億円

高配当企業
配当性向50%
- 配当利回りマザーズNo1*2

多才なメンバー（連結）
180人*3
- 作る人比率50%+*4
- 外国人比率27%

継続成長するストックビジネス
D.I.Y売上成長25%*5
- D.I.Y.売上比率 30%

既存調査会社とは違う立ち位置
サンプルパネル市場成長10%*6
- 当社売上成長は20%
- 当社アジアシェア12%

収穫逡増モデル
営業利益率 実績8.6%
- 2022年は9%予想

将来有望なアジアマーケット
**アジア16の国と地域
でのパネル展開***7

アジアで高品質アンケート会員数
アジア4,684万人*5

*1：GMOサーチ事業創業(2005年)以来、*2：2022年3月16日未時点 *3：2021年12月末現在 *4：エンジニア・デザイナー・クリエイター等
*5：2014年-2021年の7年間平均（P21 ②顧客サイドAPI接続数参照） *6：「P9事業の内容 | 当社の属する市場について」参照
*7：2022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

事業の内容 | 当社の属する市場について

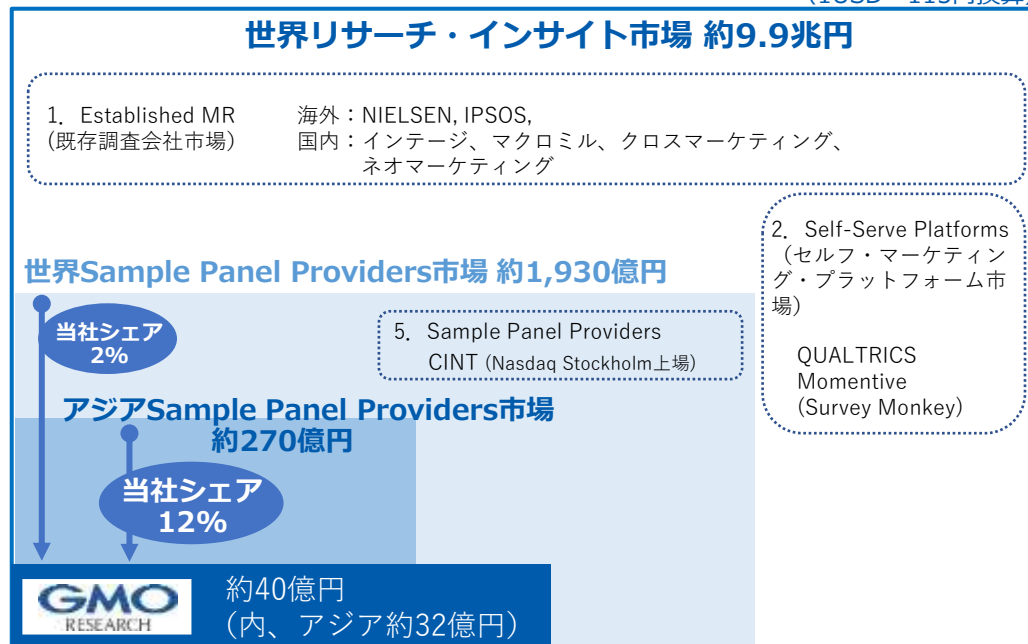
- サンプルパネル提供市場の成長率は席アで+9.5%、**アジアで+7.3%**
- **当社はアジアのサンプルパネル提供市場で約12%の市場シェア**を確保

(単位：百万ドル)

市場区分	2019	2020	成長率
1. Established Market Research (既存調査会社市場)	35,356	33,553	-5.1%
2. Self-Serve Platforms (セルフ・マーケティング・プラットフォーム市場)	1,485	1,929	29.9%
3. Sample Panel Providers (サンプル・パネル提供市場)	1,530	1,676	9.5%
その他	47,184	49,356	4.6%
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%

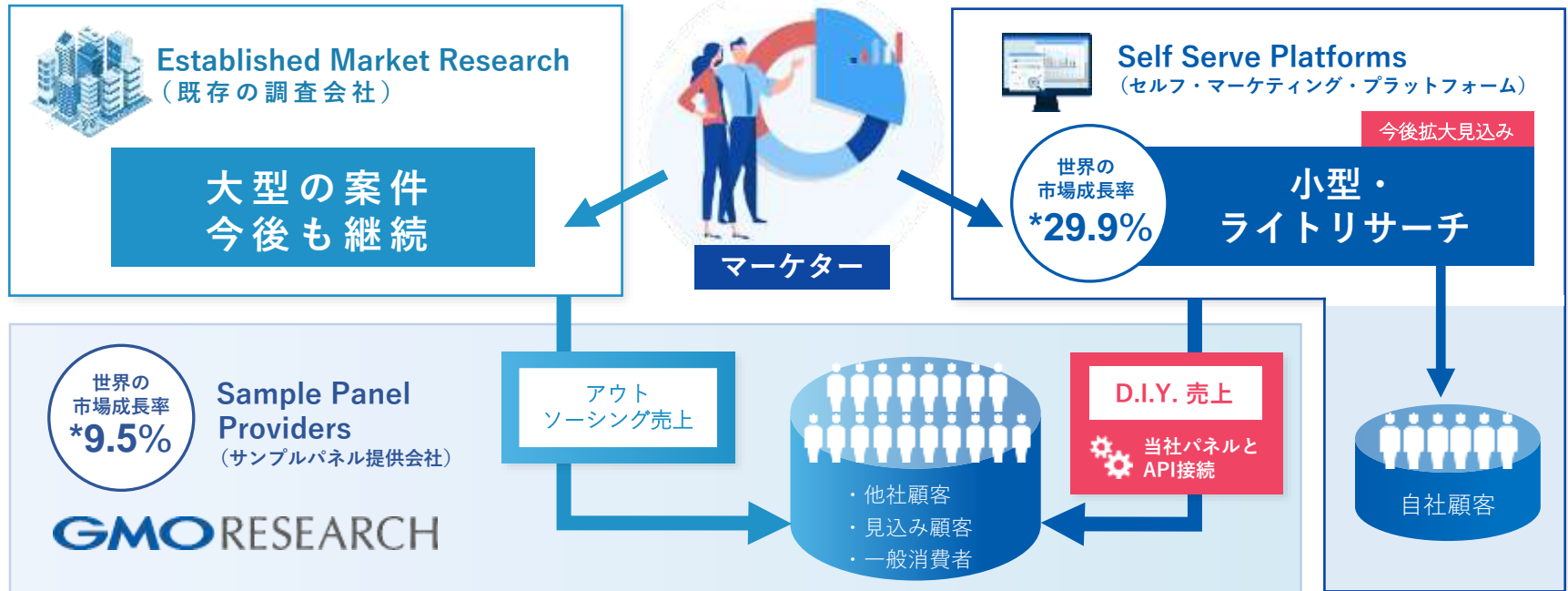
(1USD=115円換算)



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

事業の内容 | サンプルパネル提供市場の環境

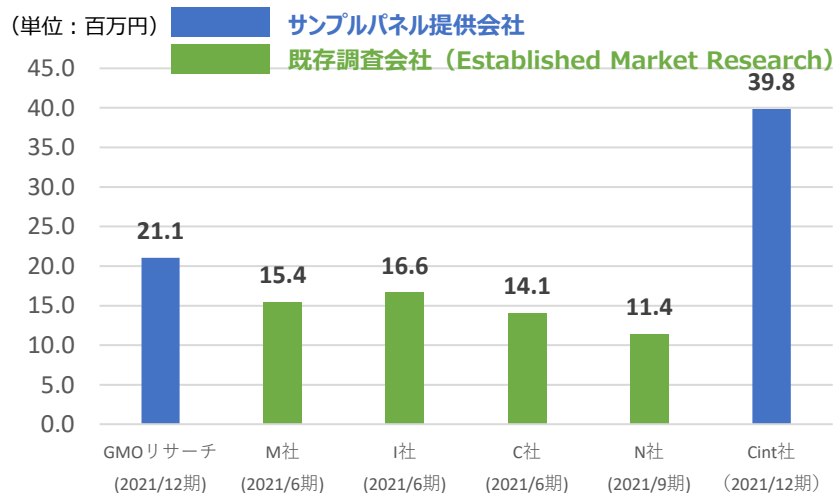
- 既存の調査会社のオンラインパネル運用管理は引き続きアウトソーシング
- マーケターは、手元のツールから手軽にパネル（一般消費者）にライトリサーチ
- ライトリサーチ・プラットフォームはサンプルパネル提供会社とAPIで連携推進



事業の内容 | 各業界の収益力比較

- 欧米においてはサンプルパネル提供会社は、既存調査会社 (*1)に比べ収益力（一人あたり売上高）とPER（株価収益率）が高い。

一人あたり売上高(*3)(*4)



	平均PER	
	日本	海外
既存調査会社	16倍 *日本主要上場 既存調査会社平均 (*5)	11倍 *欧米主要上場 既存調査会社平均 (*6)
サンプルパネル提供会社	13倍 *GMOリサーチ 2022年3月17日	97倍 *Cint社 2022年3月22日

(*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) 日本主要上場既存調査会社のPER平均は株式会社マクロミル、株式会社インテージホールディングス、株式会社クロス・マーケティンググループ、株式会社ネオマーケティングの4社の2022年3月17日終値時点の平均を利用しております。

(*6) 欧米主要上場既存調査会社平均のPERはIpsos SA (IPS.PA), Nielsen Holdings plc (NLSN)の平均を利用しております。

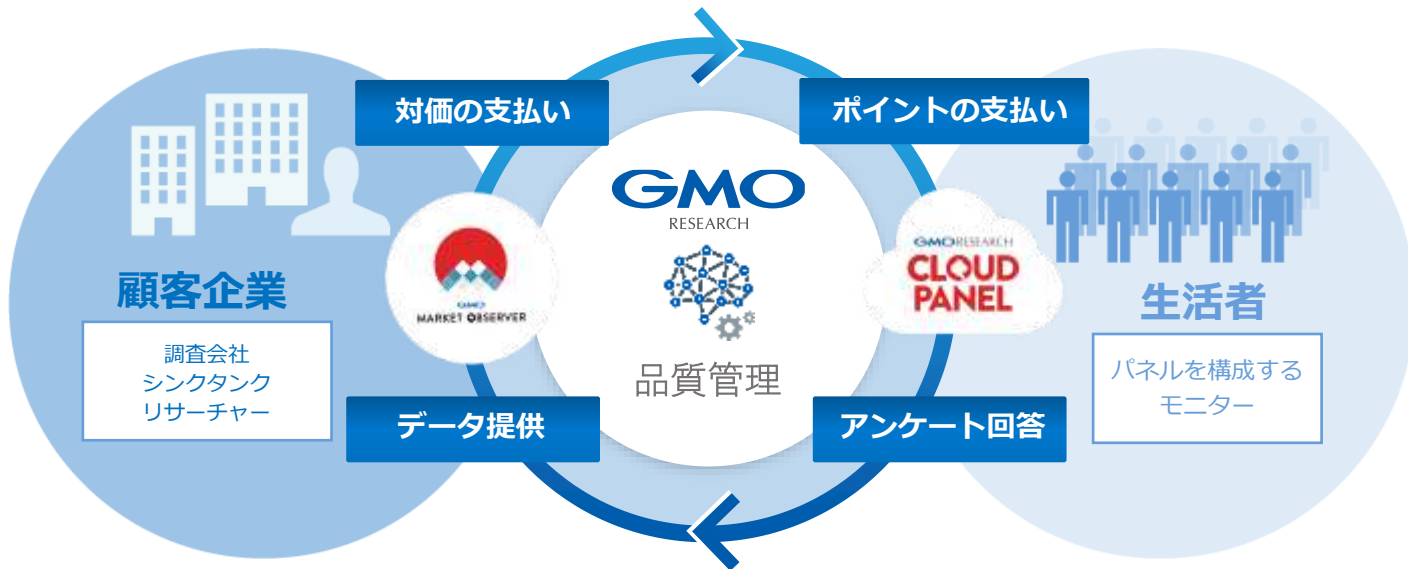
(1ユーロ130.5円換算)

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



事業の内容 | 顧客プラットフォームサービスライン

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	顧客
2. 調査画面作成	GMO Research	顧客	顧客	顧客	顧客
3. プロジェクト マネジメント	GMO Research	顧客	顧客	顧客	顧客
4. パネル管理	GMO Research	顧客	顧客	顧客	顧客
5. Cloud Panel利用	GMO Research	顧客	顧客	顧客	顧客

(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。

事業の内容 | 顧客プラットフォームご利用企業例

- 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。



事業の内容 | パネル側プラットフォーム

- 会員保有企業にAPI連携し、アンケートコンテンツを提供。WIN-WINのパートナー関係構築可能



調査配信

■ 会員保有会社メリット

- ・ 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

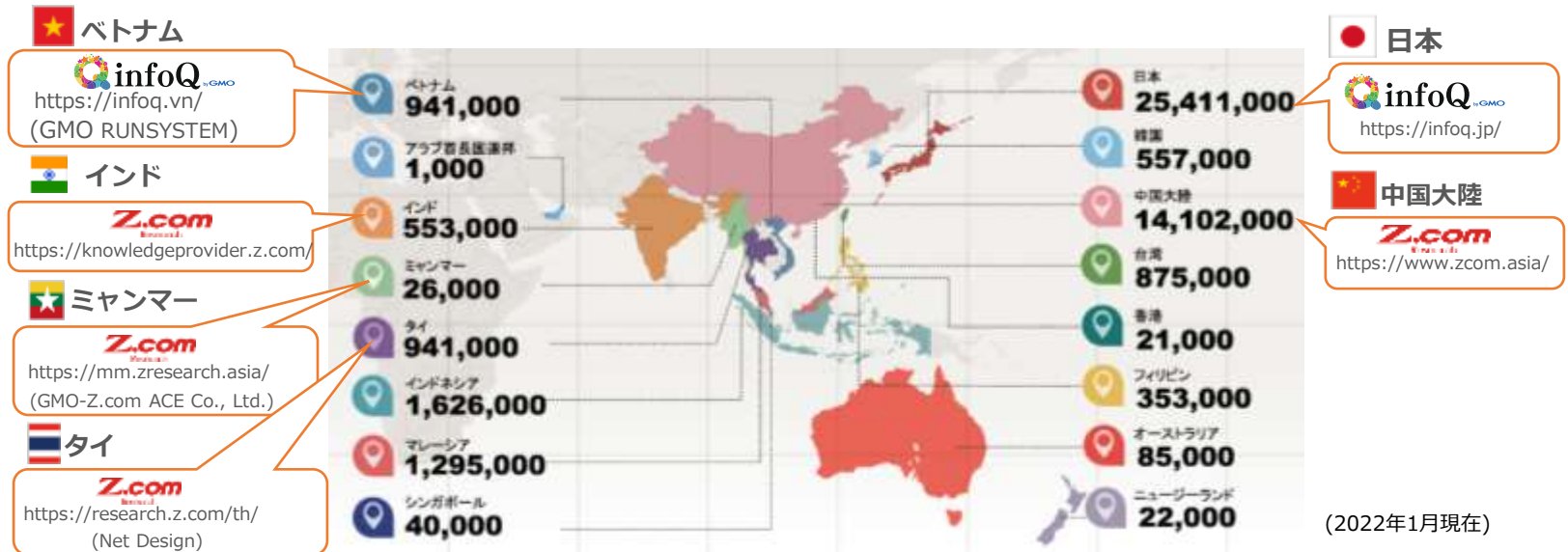
- ・ 会員獲得の広告宣伝費不要
- ・ 幅広い消費者で調査可能
- ・ 海外展開も容易

■ 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

事業の内容 | パネル側プラットフォーム

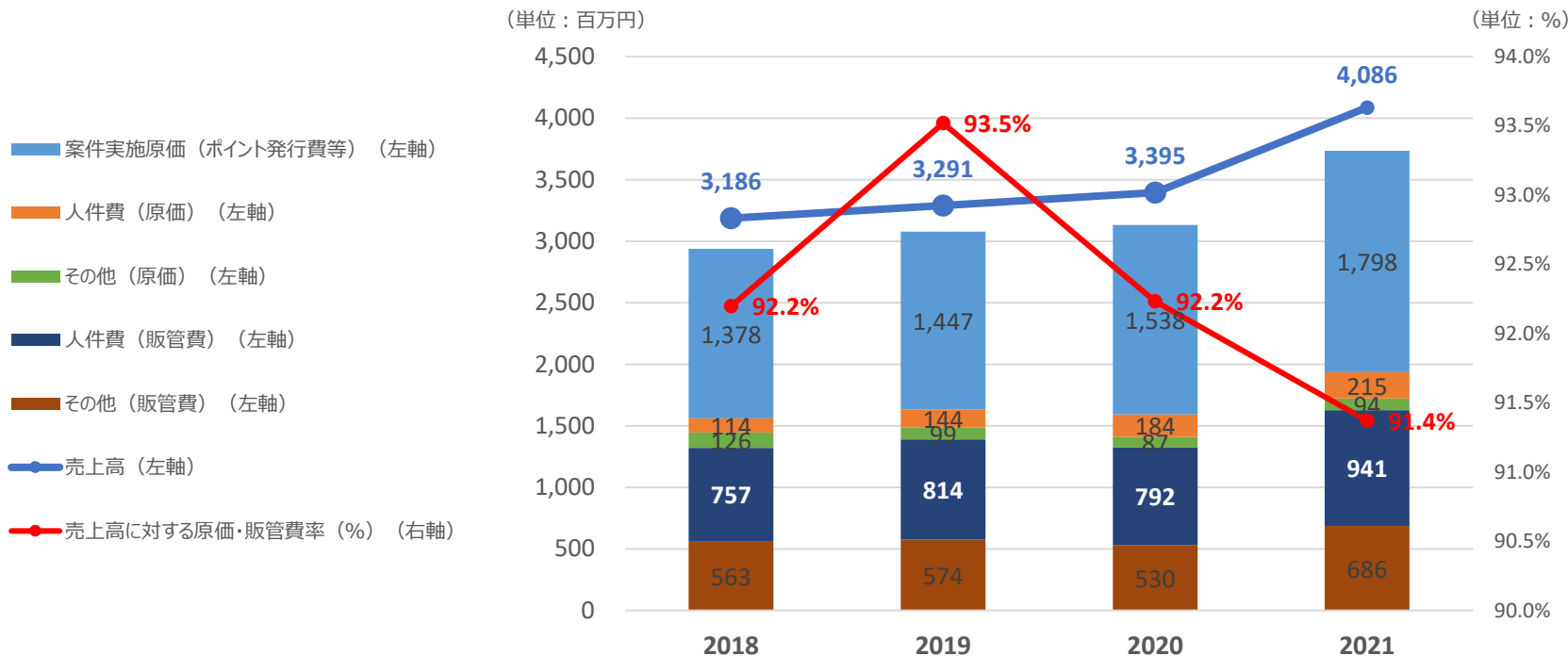
- アジア16の国と地域で4,684万人超の業界最大規模のパネルネットワーク(Asia Cloud Panel)を構築
- 大型・複数ヶ国にまたがる案件に対応可能であり、競争力、提案力が高くなる



(2022年1月現在)

事業の内容 | コスト構造

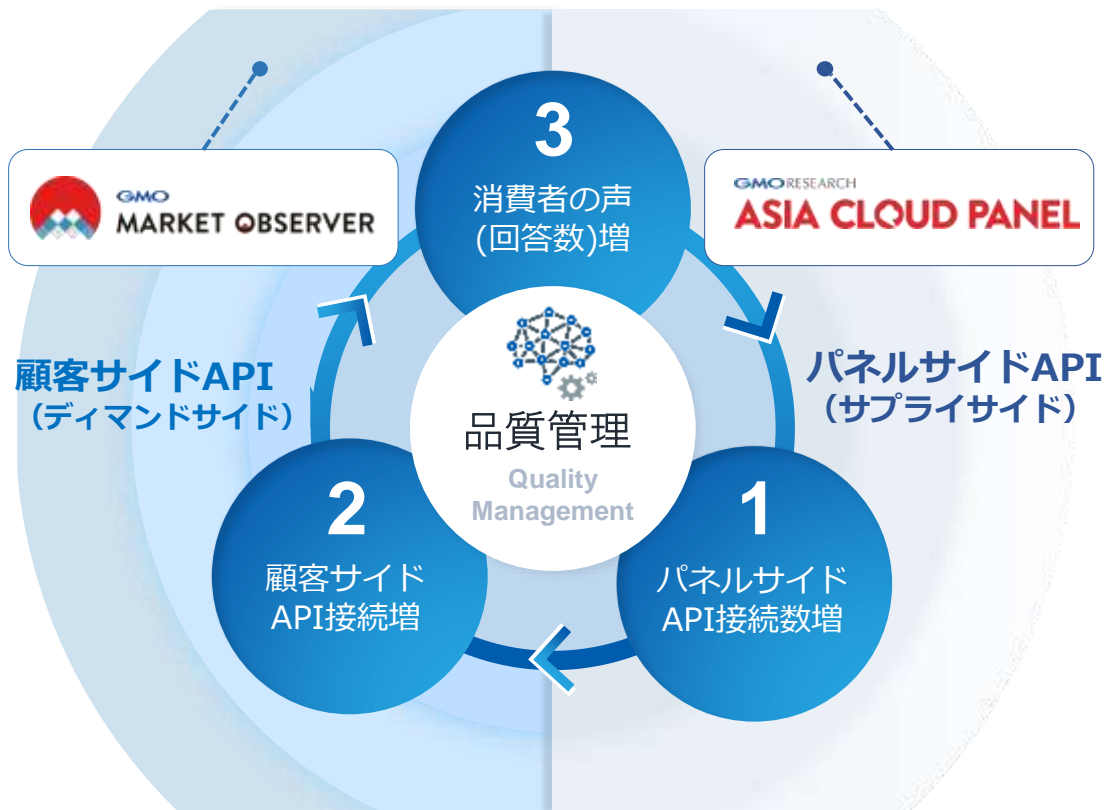
- 当社のビジネスモデルは収穫逡増モデルですので、売上の成長に対する原価・販管費の成長は、低下傾向（営業利益率は増加）で、今後も継続してまいります。



3. 成長戦略2022

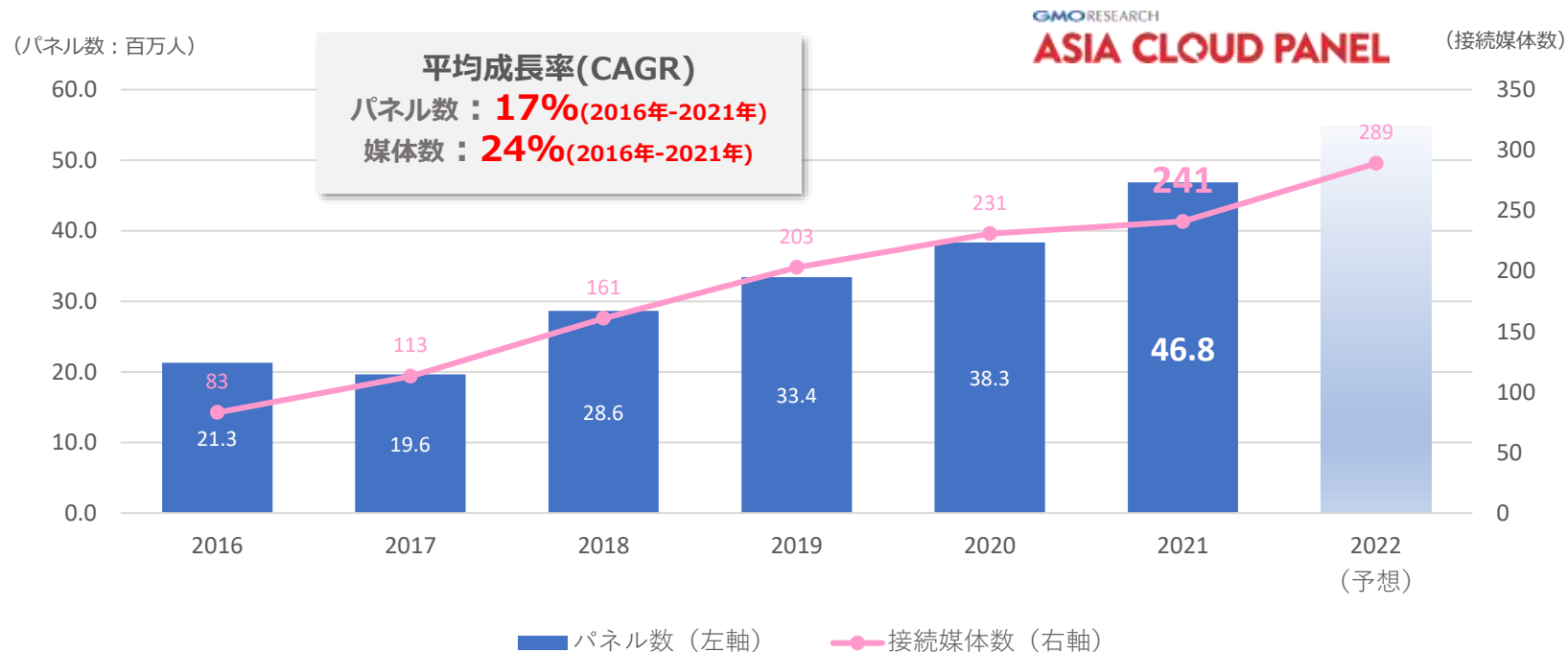
成長戦略 | Audience Engagement Platform

Audience
Engagement
Platform



① パネルサイドAPI接続数

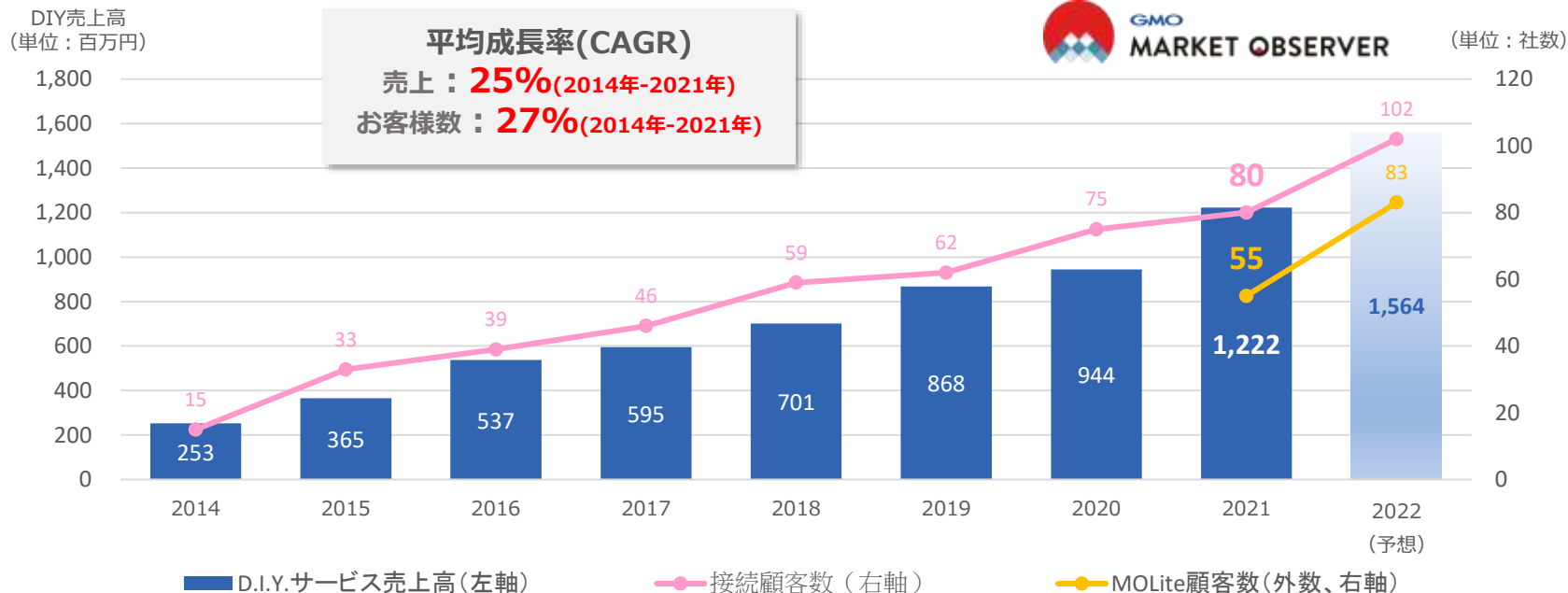
- 競争力の源泉であるアジアクラウドパネルは、アジア16の国と地域で4,684万人超となり、API接続媒体数は241へ増加しています。



②顧客サイドAPI接続数

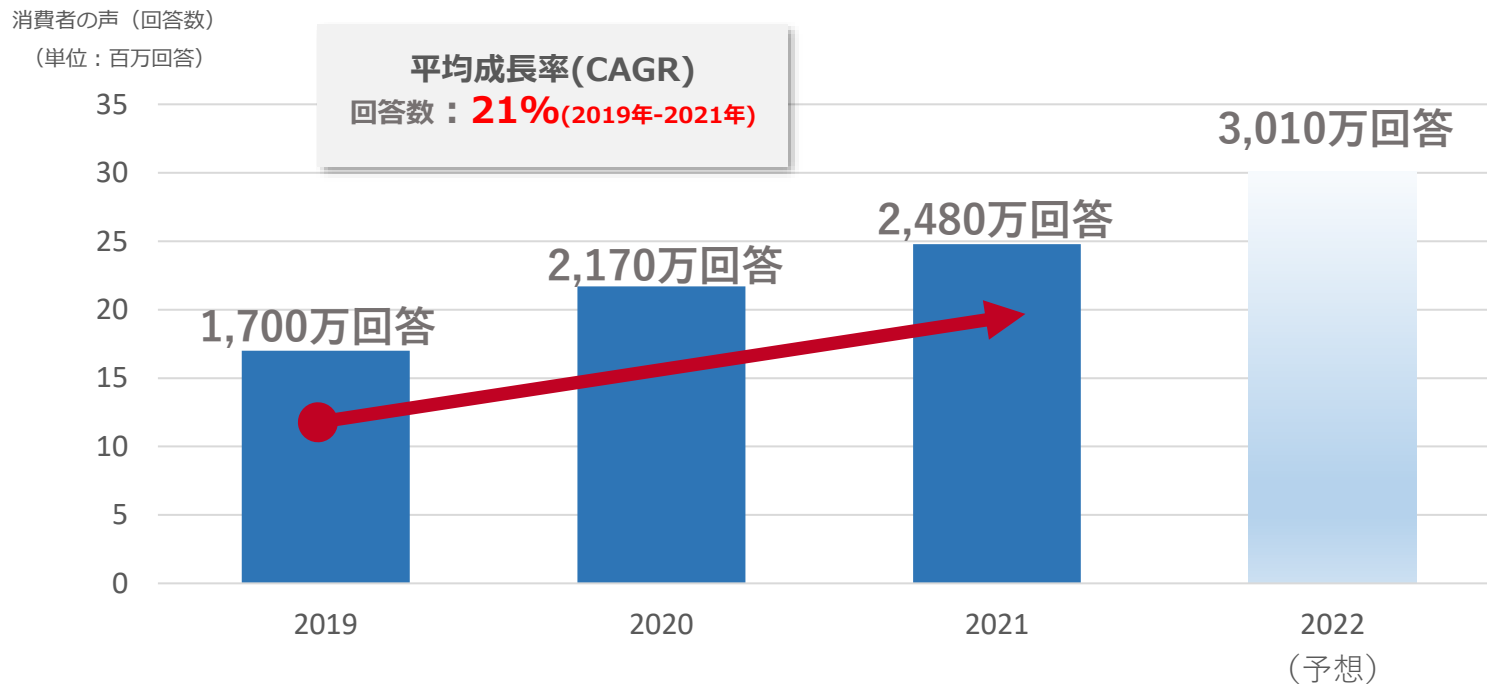
- アジアクラウドパネルへ接続している顧客数(*1)及びD.I.Yサービス売上高は順調に増加しております。

(*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）

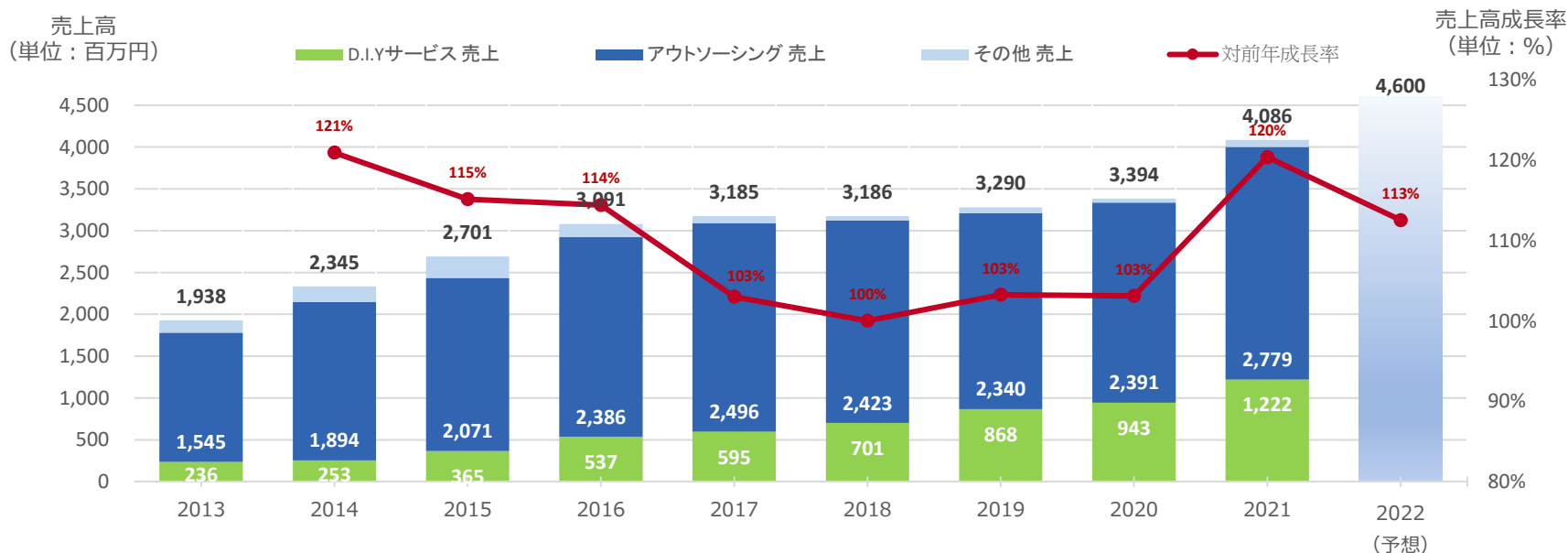
- 世界の企業へ届けた消費者の声は順調に増加しております。



サービス別売上高推移

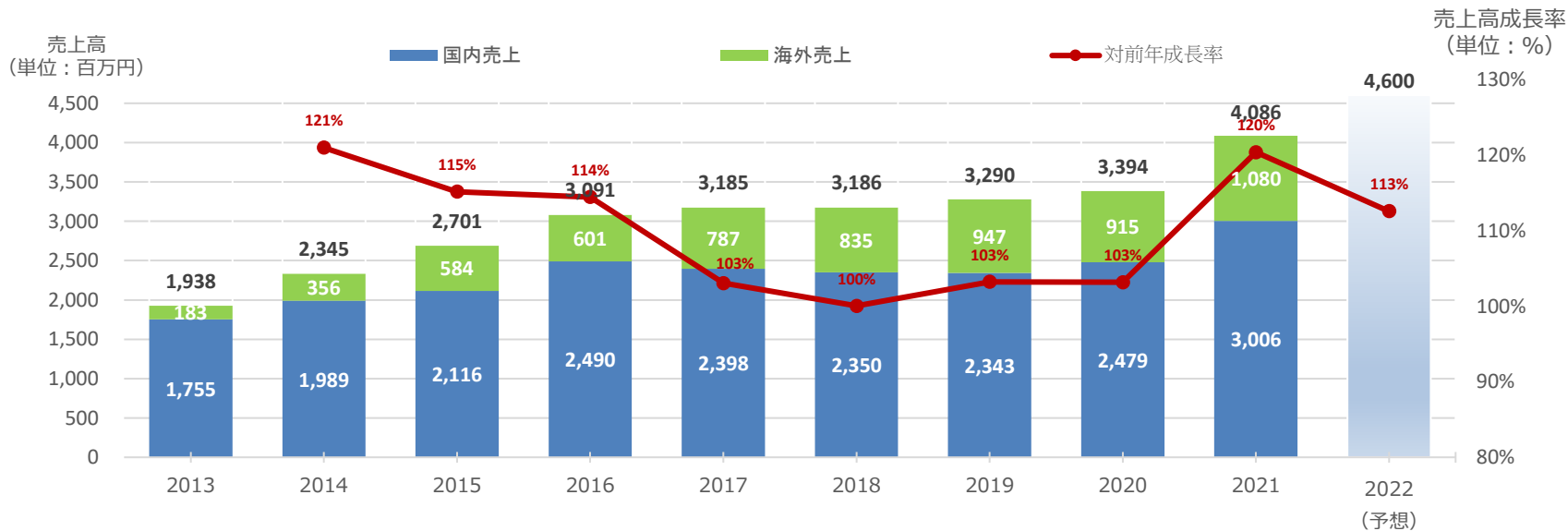
● 各サービスの売上高成長率を重要な経営指標として設定

- 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



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。