

成長可能性に関する資料

～アジアNo.1のマーケティング・ソリューション・プラットフォーマーに。そして世界へ～

GMOリサーチ株式会社〈3695〉

2014年10月

GMO RESEARCH

ご説明内容

Part **1** | **会社概要**

Part **2** | **事業概要**

Part **3** | **成長戦略**

Part **1** | **会社概要**

会社概要

当社は、ネット専業のプラットフォーム提供会社です。

会社概要

インターネットリサーチ事業（プラットフォーム提供）

会社名

GMOリサーチ株式会社

所在地

東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー

設立

平成14年4月

資本金

50百万円

連結子会社

技募驿动市場調査（上海）有限公司（中国）
GMO RESEARCH PTE. LTD（シンガポール）
GMO RESEARCH Pvt. Ltd（インド）

連結従業員数

95名（平成26年8月31日現在）

社長プロフィール: 世界で勝負したい

小さい頃から世界で活躍することを夢みて人生プランをひとつずつ現実にして参りました。



細川 慎一
(ほそかわ しんいち)

昭和48年
(1973)

香川県琴平町生まれ

平成8年
(1996)

大学卒業後、海外勤務に憧れ、
在エチオピア日本国大使館で勤務

平成12年
(2000)

世界で通用する経営学習得の必要性を
感じ、サンダーバード米国経営大学院
MBA入学

平成13年
(2001)

卒業後、学んだ経営学の方法論を実
践するため、KPMGコンサルティング
(株) 入社、CRM戦略チームに所属

平成17年
(2005)

前職でマーケティングの重要さに触れ、
サンダーバードで学んだ経営を実業で
やりたいとGMOメディアアンドソリュー
ションズ(株) 入社後、平成18年、
GMOリサーチ(株) 代表取締役就任

沿革: アジア地域の事業基盤を構築

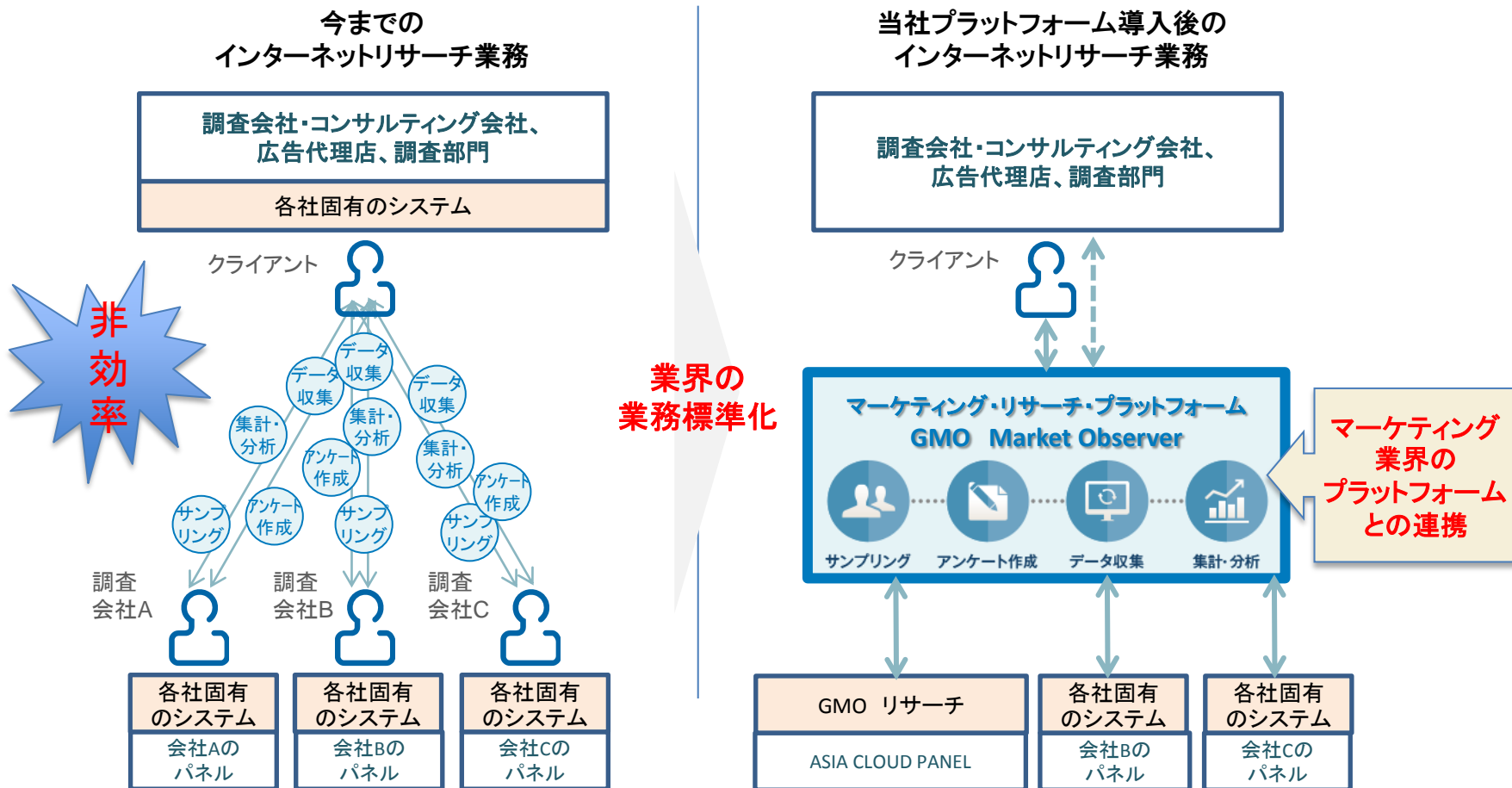
アジア3ヶ国に事業展開の基盤を構築、プラットフォームも日本でサービス開始致しました。

平成14年4月 (2002)	P2P技術に関する研究組織を目的としてGMO総合研究所(株)設立
平成18年9月 (2006)	GMOインターネットグループ内企業「GMOリサーチ(株)」を吸収合併後、会社名を「GMOリサーチ株式会社」へ商号変更
平成19年6月 (2007)	マルチパネル型のアンケートサービス(現Cloud Panel)を提供開始
平成21年1月 (2009)	ジャパンマーケットインテリジェンス(株)を連結子会社化
平成24年12月 (2012)	シンガポールに100%子会社「GMO RESEARCH PTE. LTD.」を設立
平成25年6月 (2013)	中国に連結子会社「技募驿动市場調査(上海)有限公司」を設立
平成25年11月 (2013)	インドに連結子会社「GMO RESEARCH PVT. LTD.」を設立
平成26年5月 (2014)	「GMO Market Observer」の日本サービス開始

Part 2 | 事業概要

事業の特徴(プラットフォーム)

マーケティング・リサーチの業界標準を実現するプラットフォームを提供しています。



(注)パネルとは、アンケート協力の承諾を得ている会員(モニター)の集合体のことを指します。

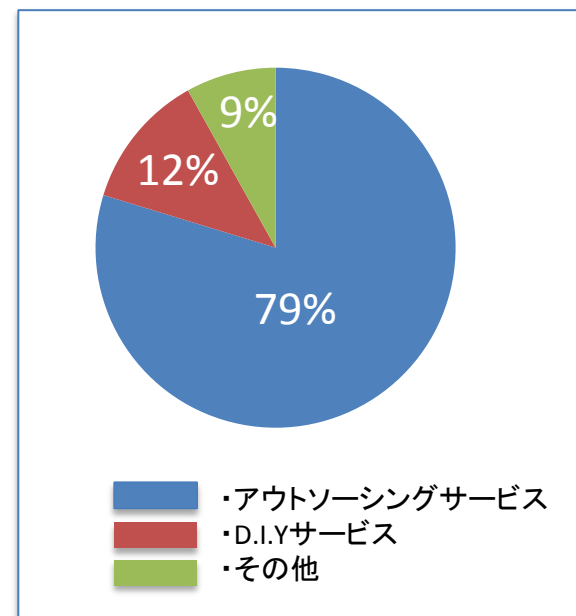
事業の特徴(サービス内容)

主要サービスは2つでありアウトソーシングサービス及び、D.I.Yサービスです。

		アウトソーシングサービス		DIYサービス	
サービス名称		Full Service	Sample Supply	Self Sample Supply	システム関連 売上
業務工程	1. 調査設計	顧客	顧客	顧客	
	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	顧客	
	4. パネル管理	GMO Research	GMO Research	GMO Research	
	5. Cloud Panel 利用				顧客 (注)

(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。

売上構成比
(平成25年期)

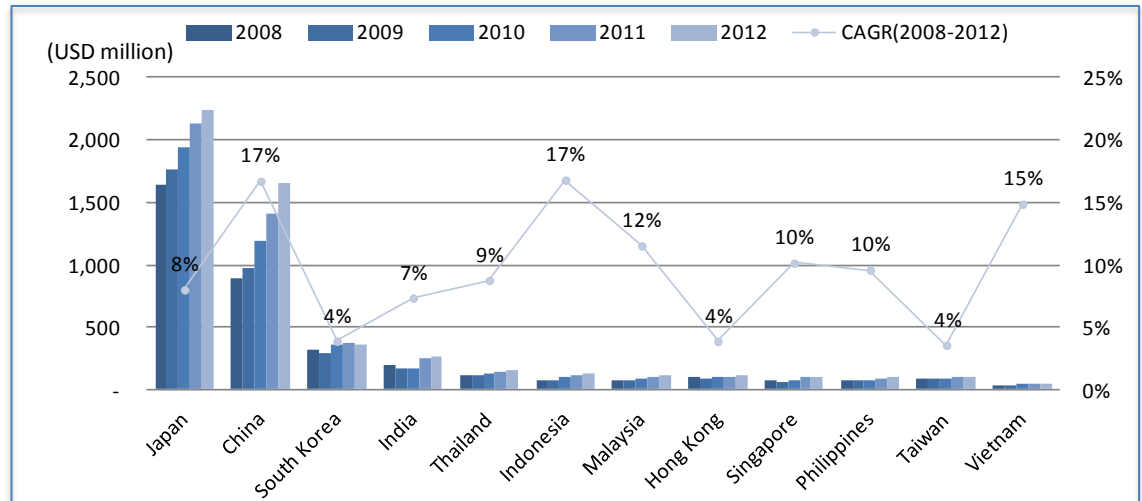


成長性(マーケティング・リサーチ業界動向)

世界の市場規模は3.9兆円。人口が上昇するアジア市場の成長が今後も期待されます。

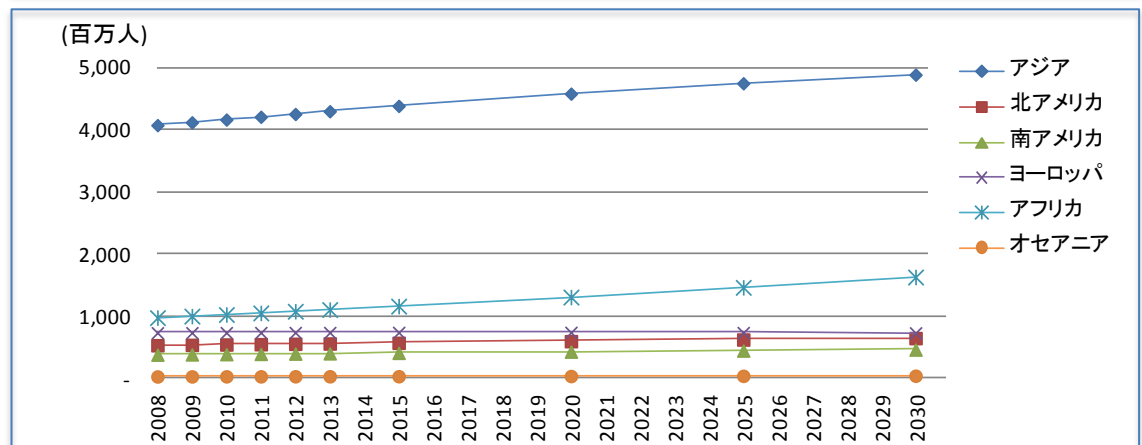
Global Market Research Turnover and Growth Rates in Asian Countries (2008-2012)

出典: ESOMAR Global Report 2013



World Population Prospects (2008-2030)

出典: United Nations



成長性(マーケティング・リサーチ業界動向)

インターネット調査の成長率が最も高く、更に成長する可能性があります。

日本のマーケティング・リサーチ業界の市場規模(推定)

単位: 億円

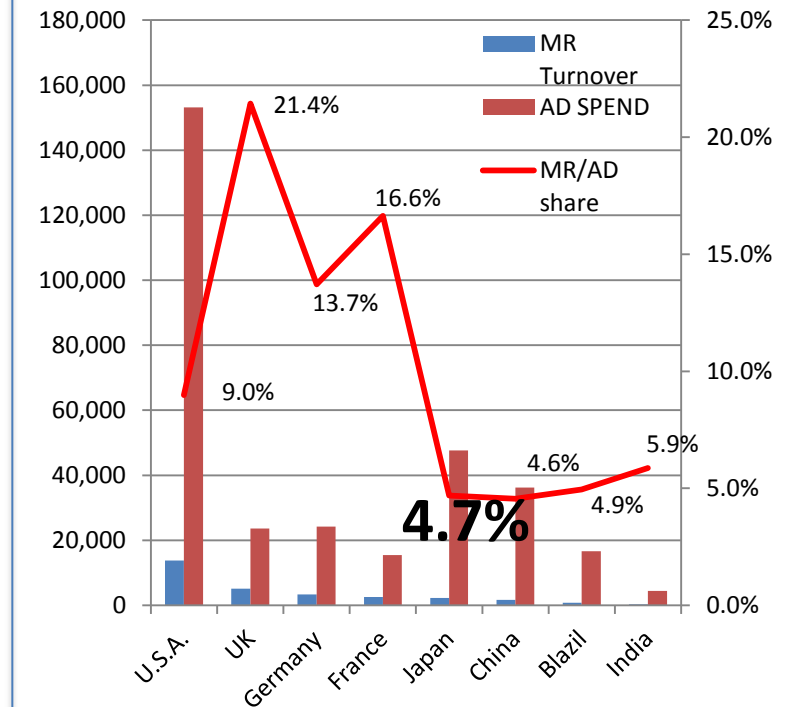
	2012年度	2011年度	前年比(%)
市場規模(推計)	1,819	1,731	105.1
1. パネル調査	584	567	103.0
2. アドホック調査	1,149	1,084	106.0
2-1. インターネット調査	523 (45.5%)	459 (42%)	113.9
2-2. 既存調査	626	625	100.2
3. その他	86	80	107.9

当社の
事業領域



世界のリサーチ市場/広告市場

単位: US\$M

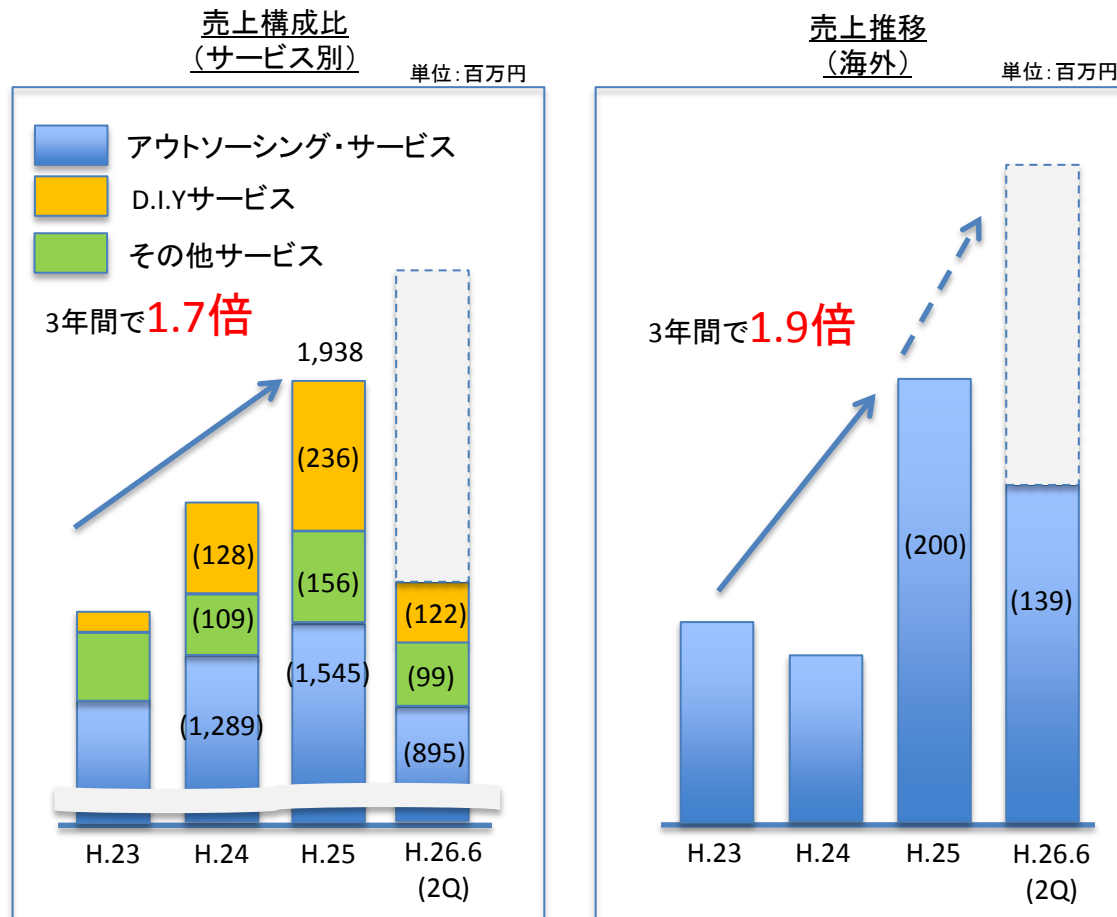


出典: 日本マーケティング・リサーチ業界「第38回経営業務実態調査」

出典: ESOMAR 2013

成長性(当社の実績)

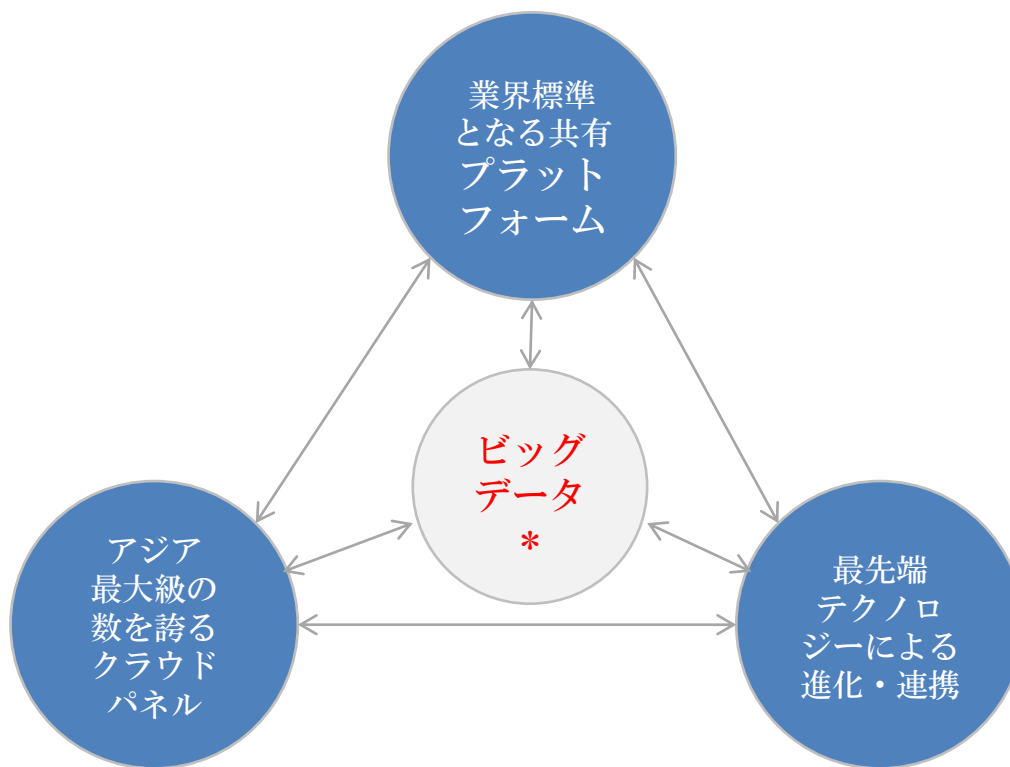
売上の過去3年間の年平均成長率は、25%を越え順調に推移しております。



当社の強み(ビジネスモデル構造)

強みは、「プラットフォーム」「Cloud Panel」「最先端テクノロジー」の3つに集約できます。

当社のビジネスモデル構造



*当社が蓄積するデータは世界標準のガイドラインに適合させながら当社独自の「品質管理基準」に基づいて運用しております。

当社の強み(プラットフォーム)

GMO Market Observerは、インターネット上で調査の全てを完結できるサービスです。

D.I.Yリサーチソリューションプラットフォーム GMO Market Observer

(特徴1)
 ・プロのリサーチャーは、各ツールを利用することで調査工程の様々な業務をD.I.Y型で実行できます。

TOOL

オンラインリサーチのDIY型ソリューション、コミュニティサービスなど、最新技術に応用した私たちの様々なリサーチ/マーケティング・ソリューションの搭載を予定しています。

(特徴2)
 ・拡張性を重視した構造のためツールやパネルの拡張が容易です。

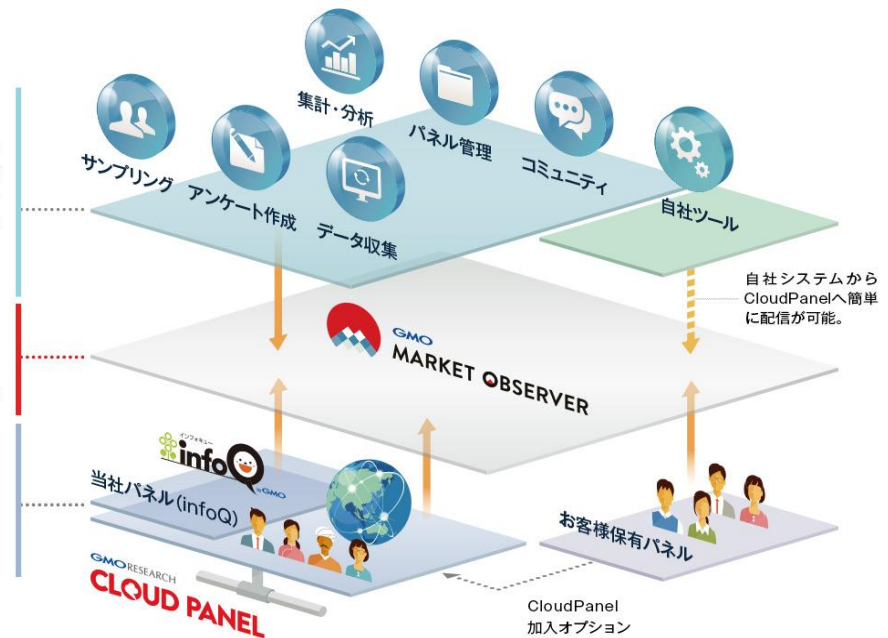
PLATFORM

Research Solution Platformの総称をMarket Observerと呼びます。

(特徴3)
 ・消費者はアンケートに回答することでポイントが溜まり、一定のポイント額に達すれば、現金・商品等に交換することが可能です。

PANEL

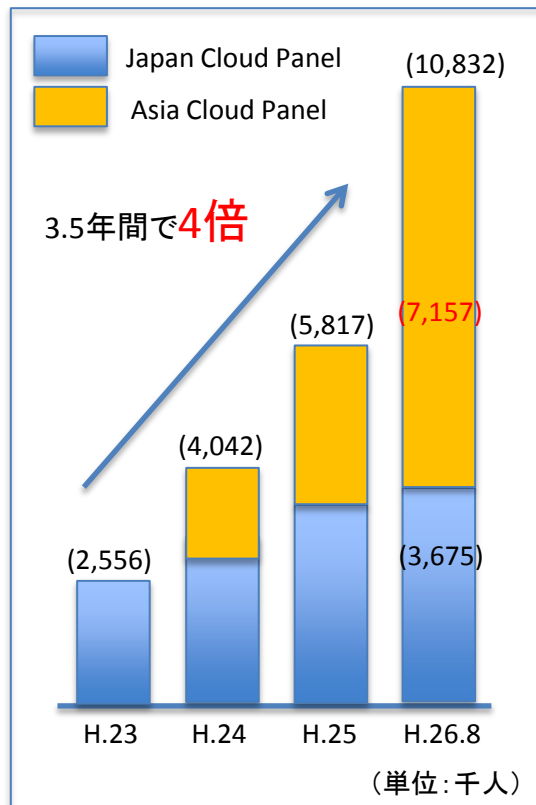
GMOリサーチのパネルネットワークやお客様保有のパネルソースへ配信が可能。



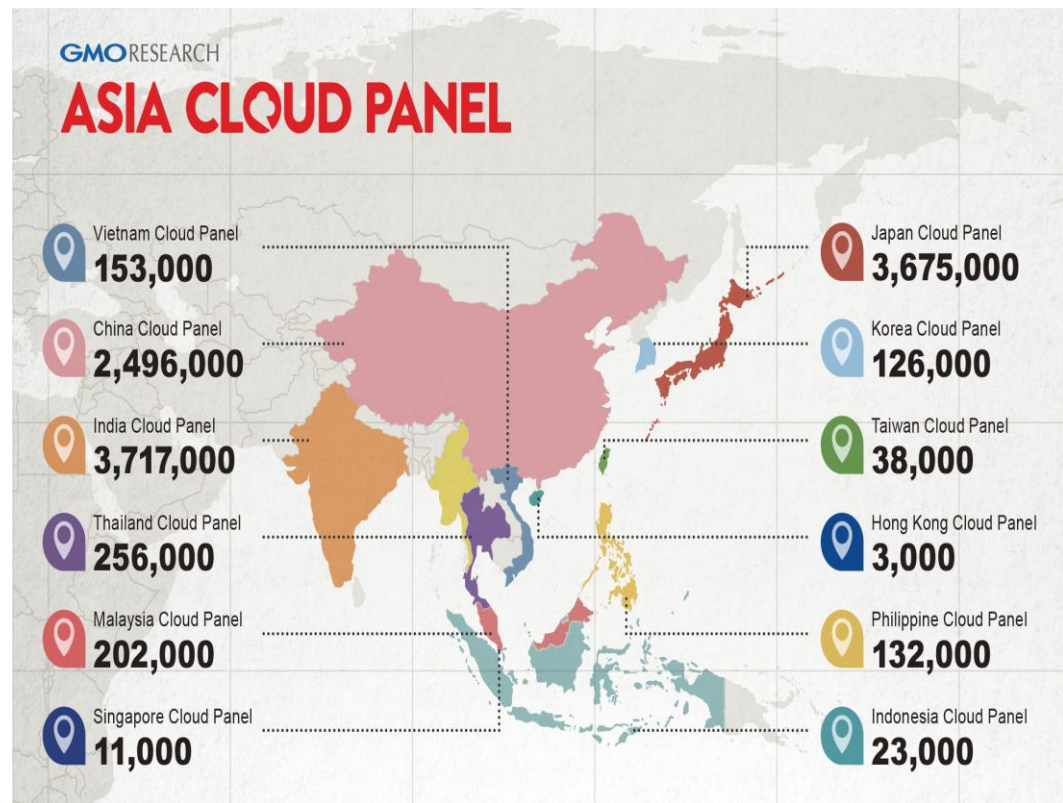
当社の強み(クラウドパネル)

ASIA Cloud Panelの登録者数は1000万人以上、アジア最大級を誇ります。

ASIA Cloud Panelの推移表



ASIA Cloud Panel
(平成26年8月31日現在)



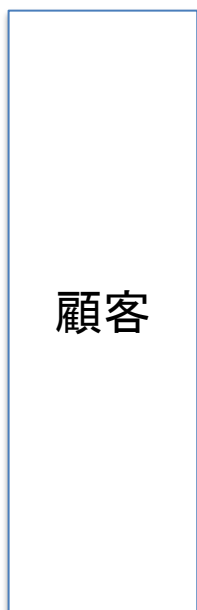
当社の強み(クラウドパネル)

EC・広告メディア業者に対して、3つの付加価値を提供しています。

2. 調査で溜めたポイントを利用して
自社ECサイトで再購買促進

Cloud Panel
Partner

EC・広告メディア



調査
依頼

納品



調査

回収



調査

回答

The screenshot shows a survey interface with a score of 428. It includes sections for 'Tài liệu', 'Chức năng', and 'Dịch vụ khách hàng'. There are also two highlighted boxes labeled '広告1' and '広告2' (Advertisement 1 and Advertisement 2) on the right side of the interface.

ポイント
付与



回答



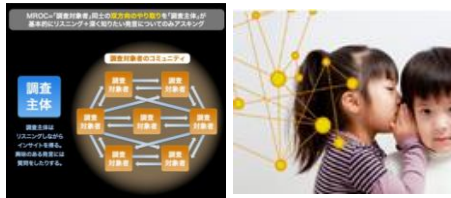
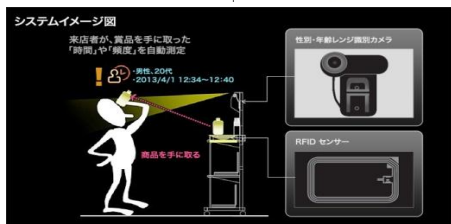
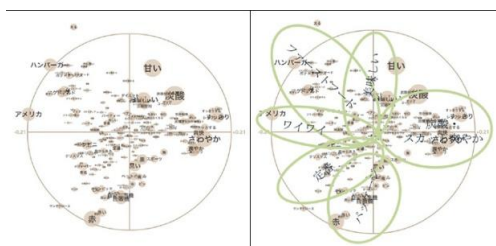
1. 調査での新たな売上と利益

3. アンケートに回答する
訪問者の影響でPageView増加

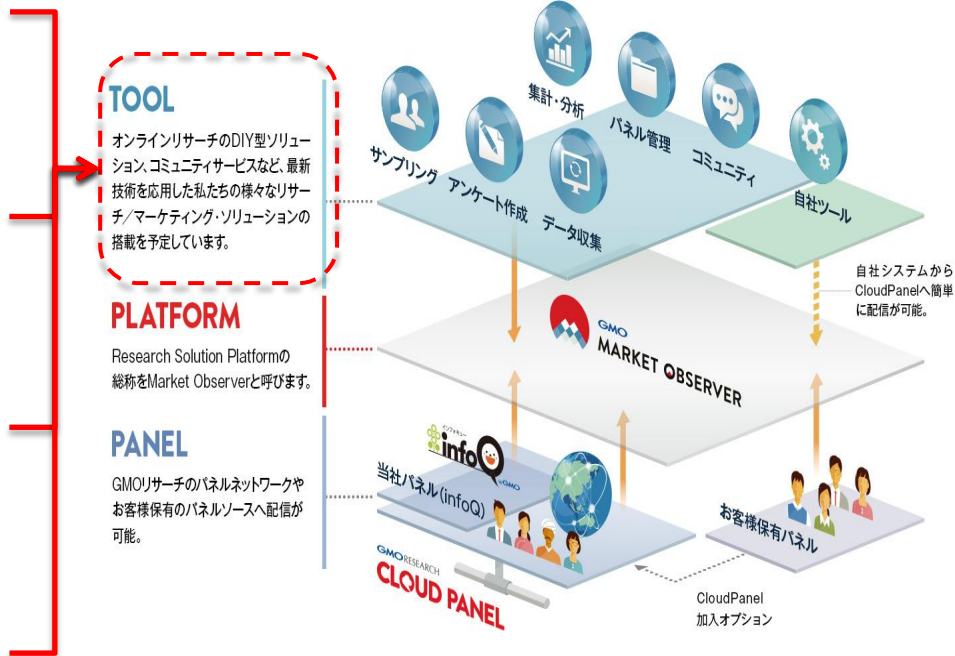
当社の強み(最先端テクノロジー)

最先端技術を活用し、消費者の深層心理を把握できるツールを提供していきます。

- 生体反応の測定
- 潜在意識の可視化
- 消費行動の観察
- 生活者の声の傾聴



最先端テクノロジーで進化するプラットフォームを目指しています



Part **3** | **成長戦略**

成長戦略(3ステップ)

当社は3ステップで今後の成長を計画しております。

1. 国内成長

- ・D.I.Yプラットフォームの浸透により日本のネットリサーチ産業の業界標準を作る

2. 海外成長

- ・アジアへの展開による市場拡大

3. マーケティング市場での成長

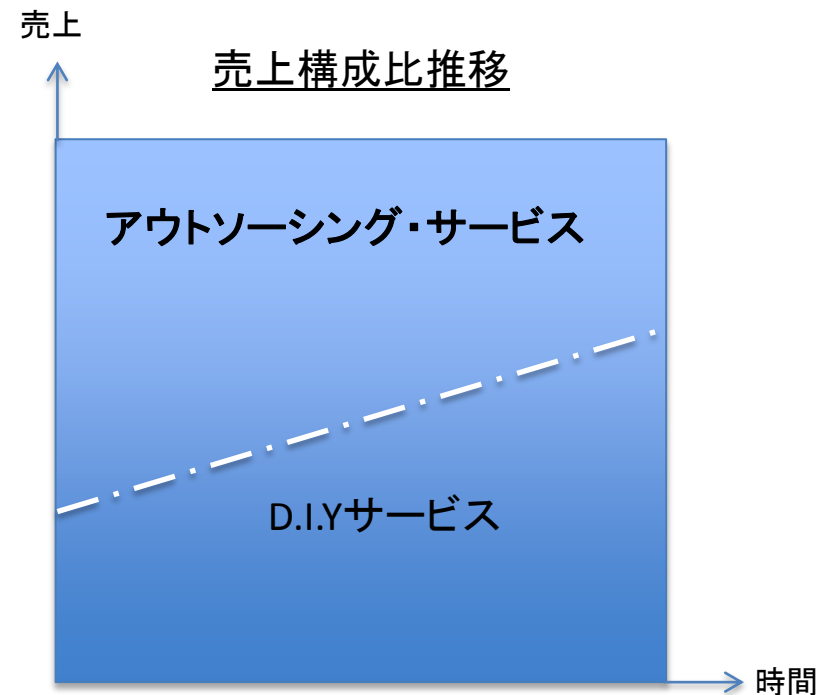
- ・リサーチ産業だけでなく、マーケティング産業での領域拡大

成長戦略(Step1:国内成長)

1. D.I.Yプラットフォームの浸透により日本のネットリサーチ産業の業界標準を作る
2. アジアへの展開による市場拡大
3. リサーチ産業だけでなく、マーケティング産業での領域拡大

プラットフォーム浸透

- ✓ D.I.Y化で増収効果の高い収益構造へ
(顧客内シェアUP・人件費削減)
- ✓ Japan Cloud Panelの更なる拡大
(原価率の圧縮)
- ✓ リサーチ業界のプラットフォームとの
更なる連携



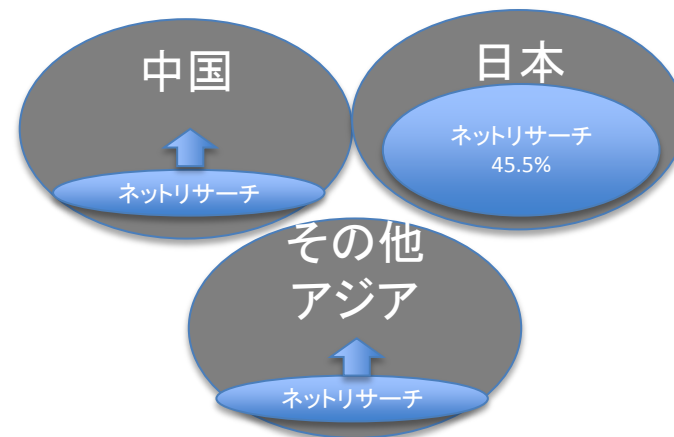
成長戦略(Step2:海外成長)

1. D.I.Yプラットフォームの浸透により日本のネットリサーチ産業の業界標準を作る
2. アジアへの展開による市場拡大
3. リサーチ産業だけでなく、マーケティング産業での領域拡大

海外事業展開

- ✓ アジアでもネットリサーチ産業における業界標準へ
- ✓ Asia Cloud Panelの更なる規模拡大
- ✓ Cloud Panel化によるコストダウン

リサーチ市場規模イメージ



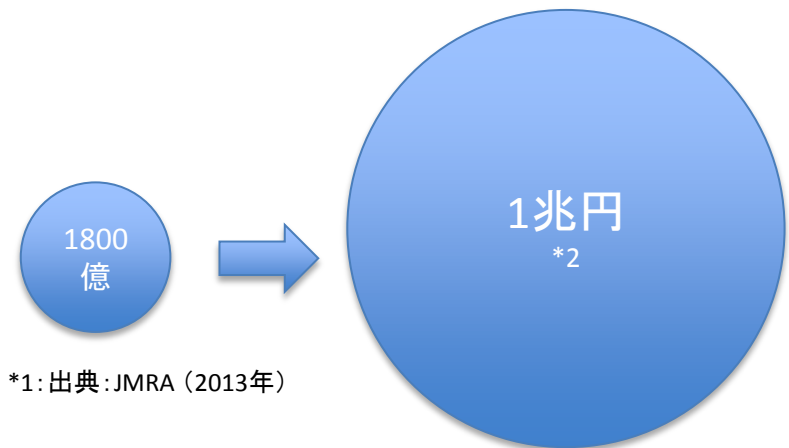
成長戦略(Step3:マーケティング市場での成長)

1. D.I.Yプラットフォームの浸透により日本のネットリサーチ産業の業界標準を作る
2. アジアへの展開による市場拡大
3. リサーチ産業だけでなく、マーケティング産業での領域拡大

リサーチからマーケティング

- ✓ 当社の対象市場は1,800億円*₁から1兆円*₂へ拡大
- ✓ マーケティング市場における顧客層拡大
- ✓ 広告・マーケティング業界のプラットフォームとの連携拡大

リサーチ&広告市場規模



*1: 出典: JMRA (2013年)

*2: 出典: 電通推定「日本の広告費」(2012年)
ネット広告市場

経営理念(事業ビジョン)

アジアNo.1のマーケティング・ソリューション・プラットフォームに。そして世界へ。



 *Mission Statement*

最先端のインターネット技術を駆使した、
アジア・ナンバー1の
「マーケティング・ソリューション・プラットフォーム」を
進化・普及させることによって、

**世界の
マーケティングの
変革を実現する。**

GMO RESEARCH

The graphic features a central white diamond containing a pie chart icon, surrounded by several smaller colored diamonds with icons: a magnifying glass (red), a bar chart with an upward arrow (yellow), a satellite dish (dark blue), a group of people (teal), a hand touching a smartphone (red), a speech bubble (orange), and a folder (purple). The background is a light blue world map.

まとめ

1. プラットフォームで**高収益体質**へ
2. Asia Cloud Panelで**海外事業拡大**へ
3. マーケティング領域進出で**更なる成長軌道**へ

業績見通し(連結)

(単位:百万円、%)

項目	平成26年12月期 (予想)			平成26年12月期 第二四半期累計期間 (実績)		平成25年12月期 (実績)	
	決算期	構成比	前期比	構成比	構成比		
売上高	2,586	100.0	133.4	1,117	100	1,938	100.0
営業利益	241	9.3	181.3	93	8.3	133	6.8
経常利益	239	9.2	159.8	85	7.6	149	7.7
当期(四半期) 純利益	142	5.5	156.8	47	4.2	90	4.6
一株当たり) (四半期) 当期純利益	100.25			34.96		67.14	
一株当たり 配当金	36.54			0.00		2,015.00	

- (注) 1. 平成25年12月期(実績)及び平成26年12月期第2四半期累計期間(実績)の1株当たり当期(四半期)純利益は期中平均発行済株式数により算出しております。
 2. 平成26年12月期(予想)の1株当たり当期純利益は、公募予定株式数(190,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算出し、オーバーアロットメントによる売出に関連する第三者割当増資分(最大67,800株)は含まれて降りません。
 3. 当社は平成26年7月1日付で普通株式1株につき50株の株式分割を行っております。上記では平成25年12月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算出しております。
 4. 平成26年12月期(予想)につきましては、その重要性を鑑み、連結通期業績見通しのみを開示し、個別の業績見通しについては開示いたしません。

本資料に記載されている当社グループの当期の連結業績見通しは、本資料の日付時点において入手可能な情報による判断及び仮定を前提としており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合があります。

将来見通しに関する注意事項

【将来見通しに関する注意事項】

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。