

# 2020年12月期第2四半期 決算説明資料

～想いを世界に、GMOリサーチ～

**GMO** RESEARCH

STOCK CODE : 3695

代表取締役 細川 慎一  
取締役 森 勇憲

1. 結論と要約
  2. 決算概要
  3. 事業の概況
  4. Appendix
- 質疑応答

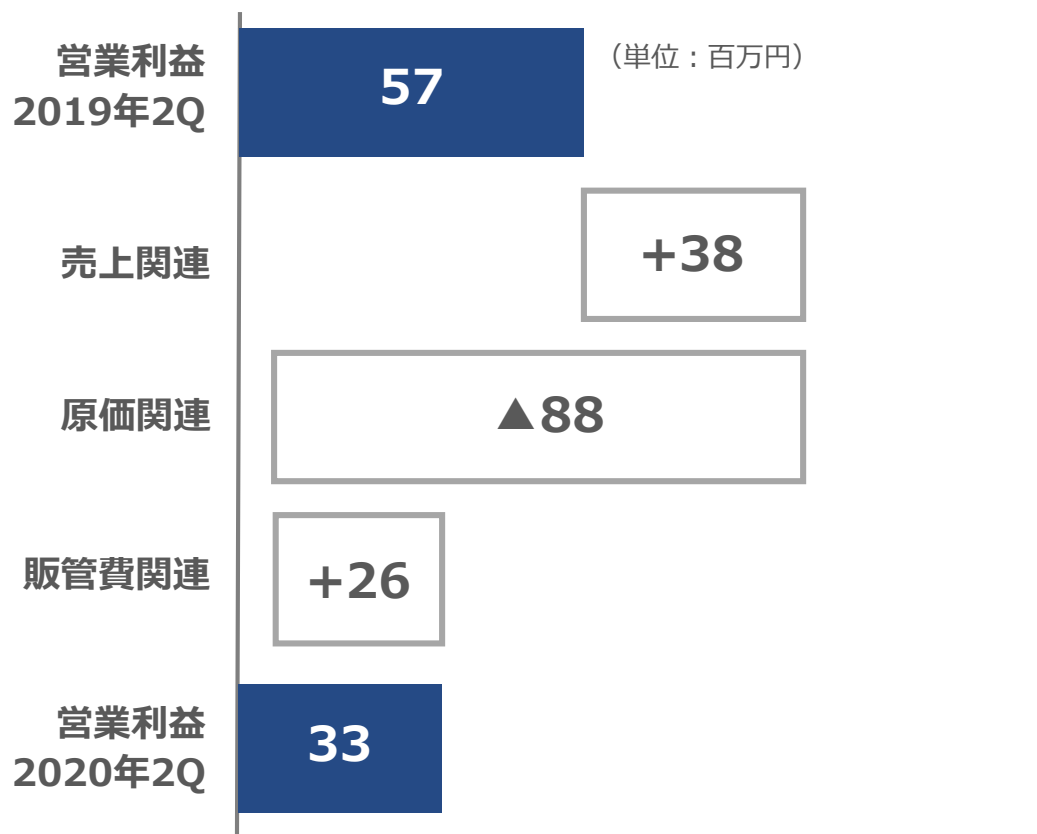
# 1. 結論と要約

---

- 上半期売上高は前年比+2.4%の成長。ただし2Qにおいては、新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言・ロックダウンの影響により、調査案件の延期や凍結が発生し、売上高が落ち込んだ。
- 営業利益以下の各段階損益は、粗利率の低下により前年比マイナス

(単位：百万円)	2019 1-6月	2020 1-6月	前年同期比 増減率
売上高	1,574	1,612	2.4%
営業利益	57	33	-41.9%
経常利益	39	16	-59.4%
最終利益	28	13	-50.3%

- 売上高の増加以上に原価が増加し、上半期粗利は前年比50百万円減少
- 2Qにおいて不要不急の支出の見直しにより販管費を抑制したが、上半期営業利益は前年比24百万円減少



## 主な増減要因

### ・売上関連

1Qの案件受託が堅調だったことから、上半期としては前年比プラス成長を確保

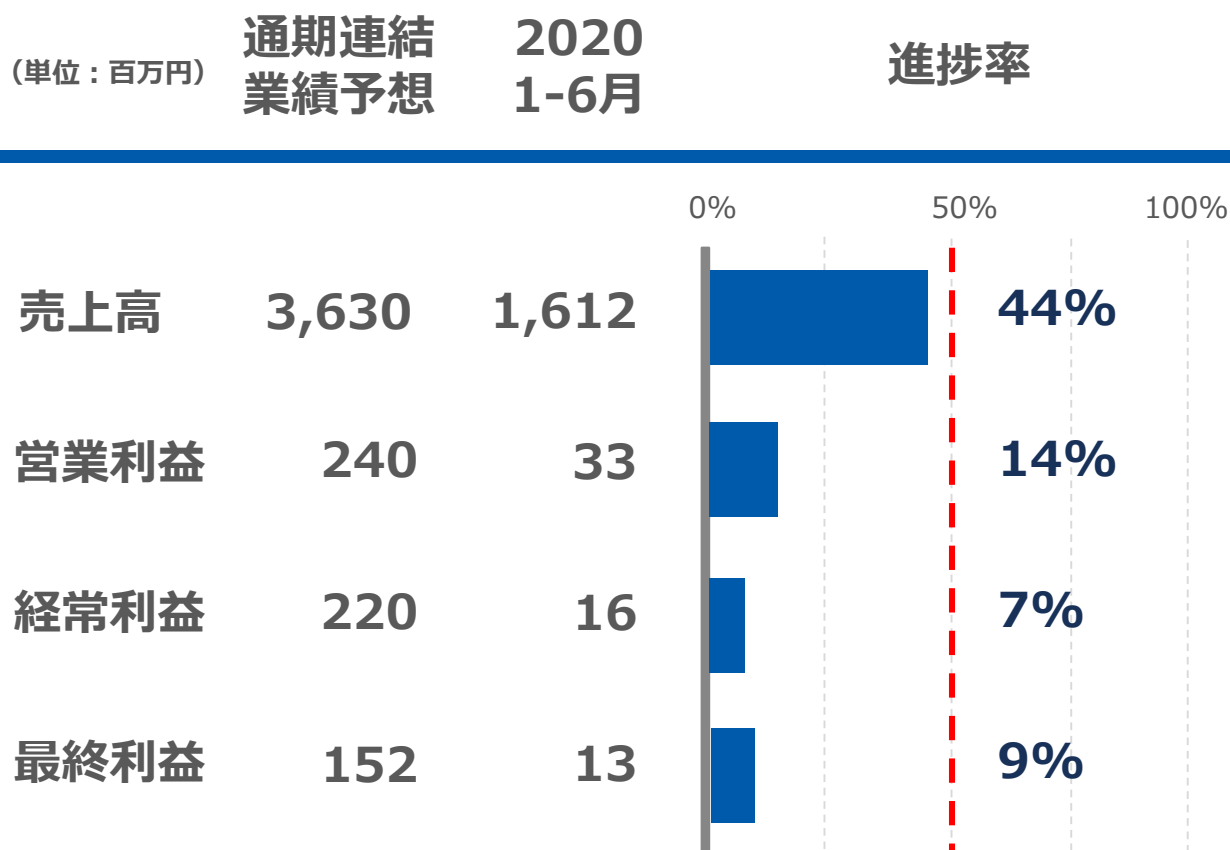
### ・原価関連

高粗利率案件の減少や固定費原価の影響により、原価率が悪化

### ・販管費関連

不要不急の経費の支出抑制などにより販管費を削減

- 売上高は、2 Qでの売上高の落ち込みはあったが、ほぼ計画通りの進捗
- 営業利益以下の各段階損益は、粗利の低下により進捗率が悪化



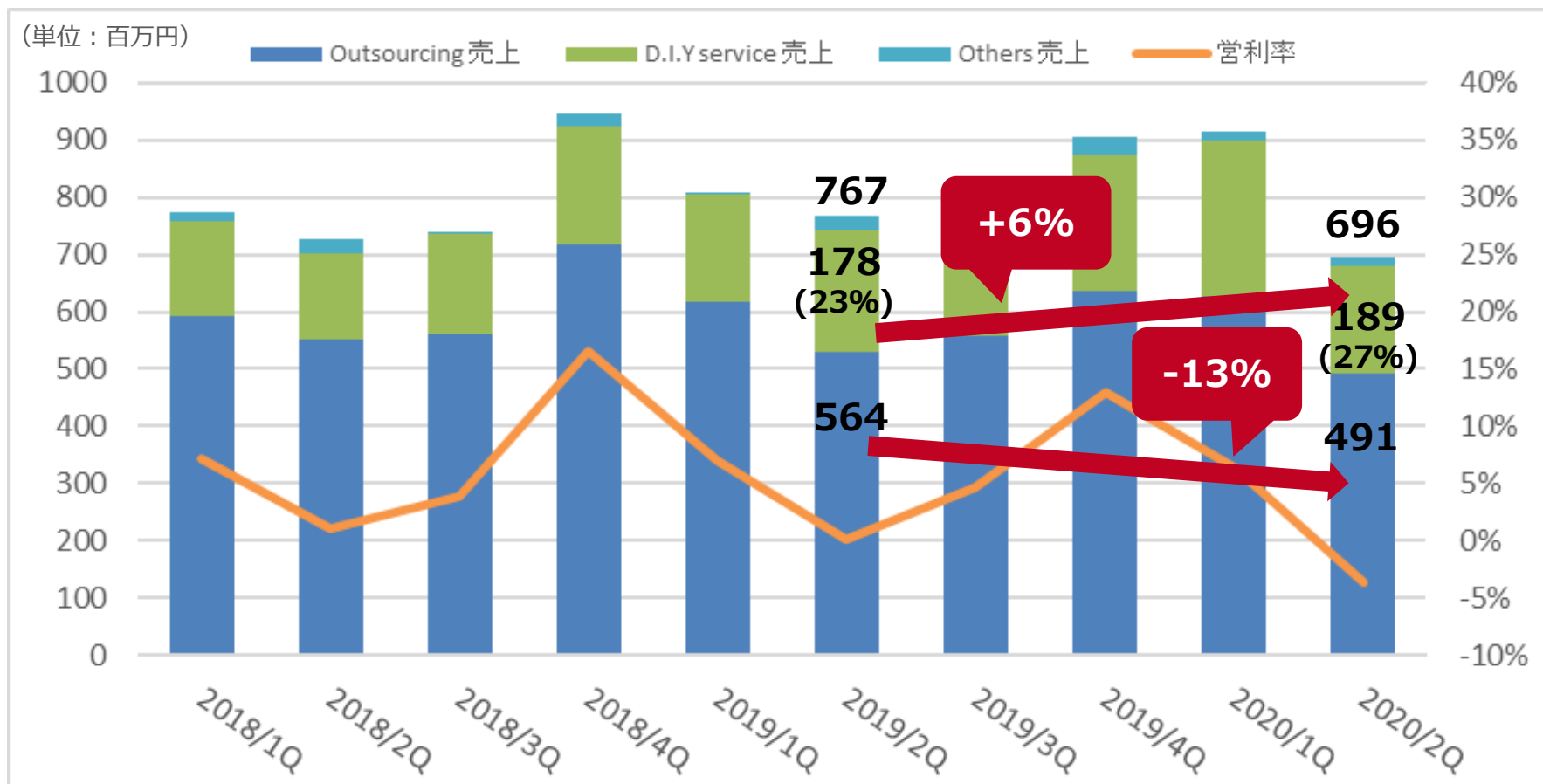
## 連結業績予想について

連結業績予想は、第2四半期までの状況、現在の新型コロナウイルス感染症の状況とそれを踏まえた当社の対応を総合的に勘案した結果に基づいております。さまざまな要因により、実際の業績は予想数値と異なる結果となる可能性があります。今後、公表すべき事実が生じた場合には、速やかにお知らせいたします。

## 2. 決算概要

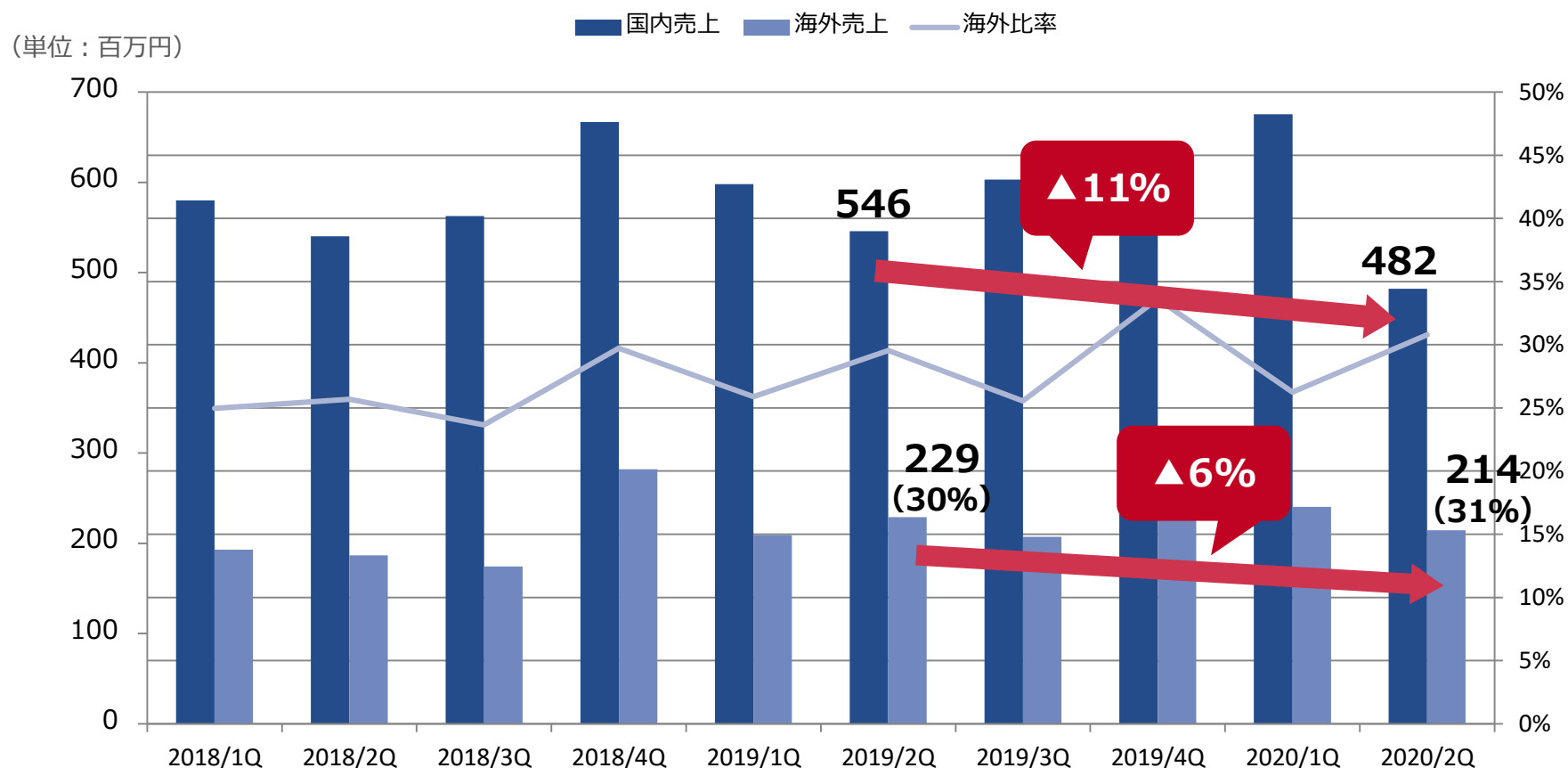
---

- アウトソーシングサービスは、前2Q比で▲13%(73百万円減)
- D.I.Yサービスは、前2Q比で+6%(11百万円増)となり、売上高に占める割合は27%に伸長





- 売上高は前2Q比で国内▲11%(64百万円減)、海外▲6%(15百万円減)。1Qも含む上半期通算では、海外は過去最高売上を達成。
- 当2Qの海外売上高比率は31%で、前2Q比で1%増加

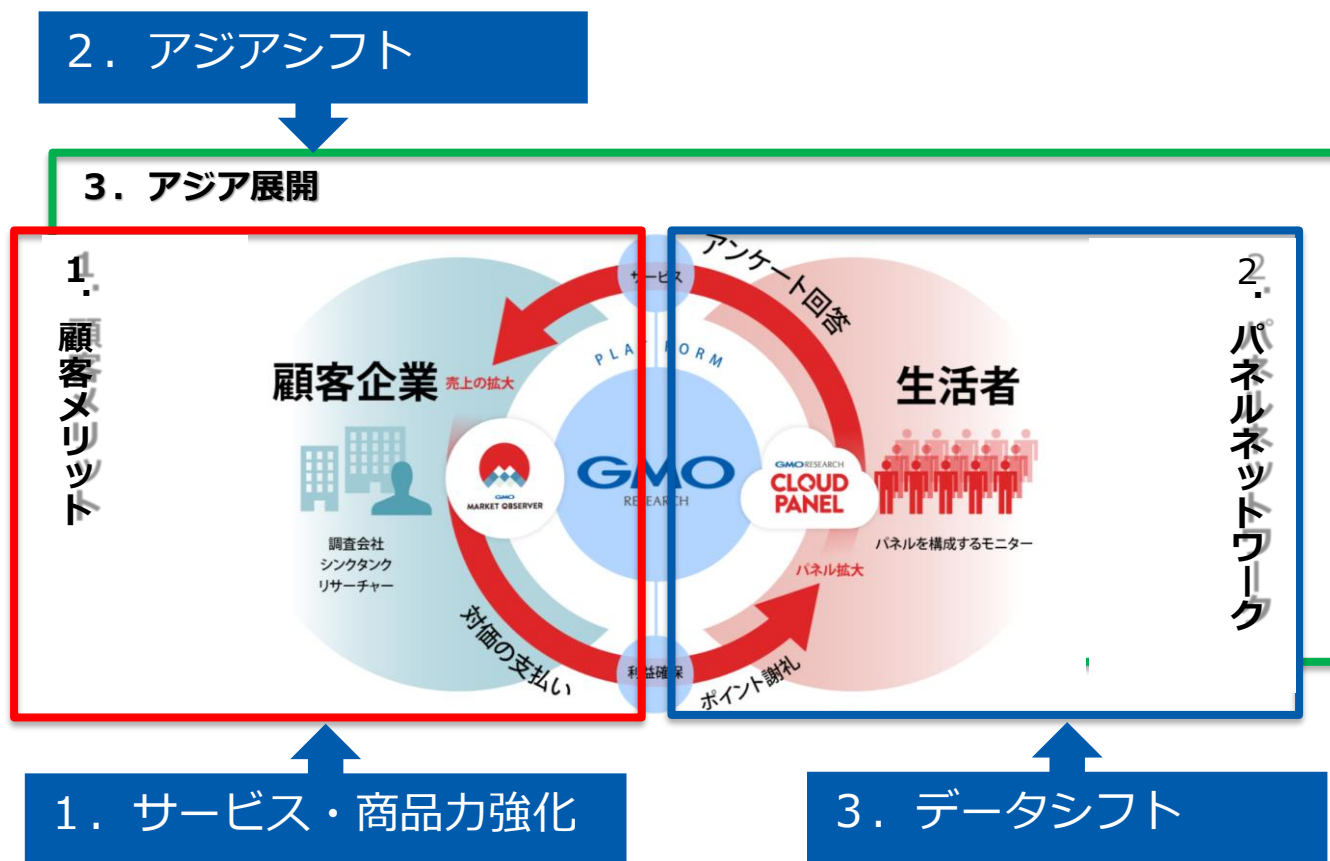


## 3. 事業の概況

---

## 2020年の重点施策（期初プラン）

1. サービス・商品力の強化（需要変化に合ったサービス・商品提供、MO Lite™, MO-Insights™）
2. アジアシフト（特に中国以外のアジア市場に照準を当てる）
3. データシフト（当社の所有データ公開、MO-CDP™）



## <業績への影響>

	1 Q	2 Q
国内	目立った影響なし	緊急事態宣言が発令された4月・5月に案件の延期・凍結による売上の低下と、6月の回復傾向
海外	目立った影響なし	アジア各国でロックダウンが本格化した4月・5月に案件の延期・凍結による売上の低下と、6月の回復傾向

## <顧客ニーズの変化>

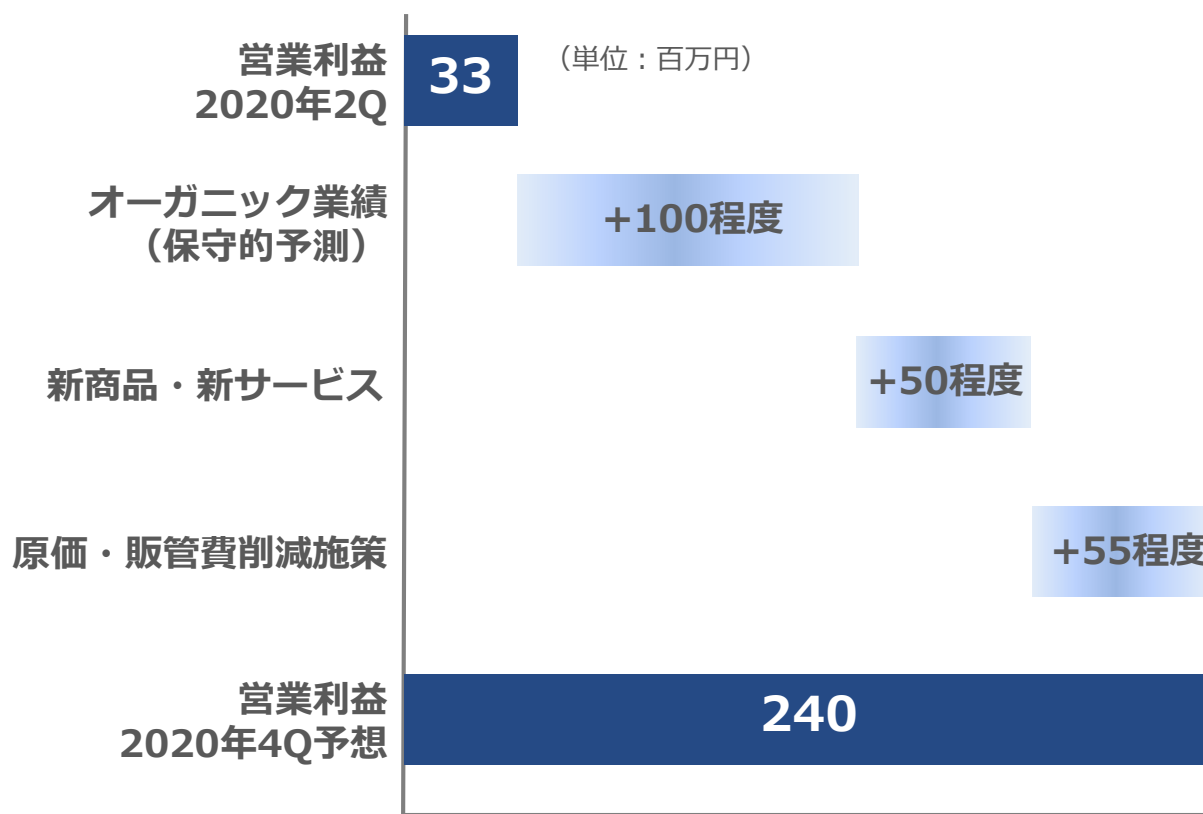
- 調査/インタビューのオンライン化（非接触化）の加速
  - ・ とりわけインタビュー等の定性調査とリクルーティング手法が大きく変化
- 事業会社による調査費用圧縮の動き
  - ・ 先進国（日本・欧米）では、DIY型サービスのニーズの高まり（単価減）
  - ・ アジア各国では事業会社から当社のようなパネル所有会社への直接発注のニーズ増

## 2020年重点施策 + 新型コロナの影響

### <下半期の重点的取り組み事項>

	国内	海外
サービス・商品力強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>「MO Insights」のリリース(オンラインインタビュー新サービス)</li> <li>「MO Lite」のリリース(国内DIY強化新サービス)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主要調査会社とのシステム連携加速(海外DIY強化新サービス)</li> </ul>
アジアシフト	—	アジア営業チーム、オペレーション、マーケティングの強化
データシフト	<ul style="list-style-type: none"> <li>「MO CDP」の国内リリース、パネルDWHのデータ公開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>メンバーシップ・マーケティング</li> <li>ソリューションの継続</li> </ul>
オペレーションコスト低減	働き方改革によりすべての業務、社内のコスト、仕事のやり方等の改善による更なるコストダウン(通勤、出張、その他)	

- 当期の連結業績予想の変更はしておりません。
- 現在のコロナ禍を踏まえた保守的なオーガニックな営業利益の積み上げのほか、コロナ禍で変化した顧客ニーズに適合した新サービス・新商品の投入による売上増加、および原価や販管費の削減を見込んでおります。



## ・オーガニック業績

6月の状況で下半期が推移する前提での予測（例年の下半期のトレンドで見通し）

## 主な下期追加施策

### ・新商品・新サービス

サービス・商品力強化およびアジアシフトの施策の実施により、事業利益の増加に取り組みます

### ・原価・販売管理費削減施策

システムの機能開発による効率化や、不要不急の経費の支出抑制、働き方改革などにより原価・販管費のコストを削減します

※上記は当社の予想であり、実際の業績が異なる結果となる可能性があります



GMO  
MARKET  
OBSERVER

シリーズ

調査ツール

**MO Survey** by **GMO**

高機能アンケートツール

**MO Simple Survey** by **GMO**

無料簡易・アンケート作成ツール

**MO Insights** by **GMO**

ライブインタビュー、  
オンライン定性調査ツール



調査配信  
プラットフォーム

**MO Basic** by **GMO**

AsiaCloudPanelの会員に対し高機能の配信、調査  
プロジェクトマネジメントプラットフォーム

**MO Lite** by **GMO**

使い慣れたアンケートシステムを使った  
簡易自動ターゲット配信プラットフォーム



Data  
Warehouse

15か国3600万人の回答属性等をベースにした  
データウェアハウス。各種マーケティング  
プラットフォームとの連携が可能

**MO CDP** by **GMO**



調査パネル  
運営ツール

自社の顧客をロイヤルカスタマー  
のパネルとして活用するための  
パネル会員管理ツール

**MO Panel Management** by **GMO**

2020年3月に新クラウドソリューションサービス「**MO Insights byGMO**」  
(以下、「MO Insights」)をリリースしました。

MO Insights



- MO Insightsは、アジア15の国と地域の3,600万人を超える消費者と実際に顔を合わせることなく、オンライン上で定量・定性調査を完結することができるクラウドソリューションサービスです。
- インタビュー形式の定性調査を『MO Insights ビデオIDI』または『MO Insights ビデオチャット』の2種類の調査方法で行うことができます。
- 「MO Insights」を利用することで、これまでオフライン調査にかかっていた、インタビューを実施する会場や録画・録音機器の手配、消費者を案内するための人的リソースおよびコストを削減することができます。



2020年8月に「**MO Lite byGMO**」をリリースしました。

お客様ご自身が作られたアンケートを、当社のJapanCloudPanelに連携して、お客様ご自身で簡単に安価にアンケートを配信できるツールとして公開しました。

## 各種アンケートシステム

サーベイモンキー



MarketObserver

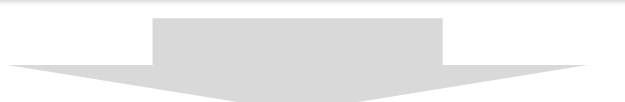
シンプルサーベイ(無料版)



クリエイティブサーベイ



Googleフォーム(申請中)



2020年8月に「**MO CDP byGMO**」をリリースしました。15か国3600万人のパネルから集めた『ゼロパーティーデータ (\*)』(各種プロフィールデータ、アンケート回答データ、その他行動データ)を各種マーケティングプラットフォーム等で連携・活用しやすいようにDWHに格納し、CDP for Research Targetingとしてまずは日本のデータを公開いたしました。

## ASIA CLOUD PANEL

会員プロフィールデータ

アンケート回答データ

アクセスログなどの行動データ

『ゼロパーティーデータ』

**MO CDP**  
byGMO



アジア15か国3600万人のパネルのゼロパーティーデータ (\*) をもっと使いやすく、連携しやすく一般公開

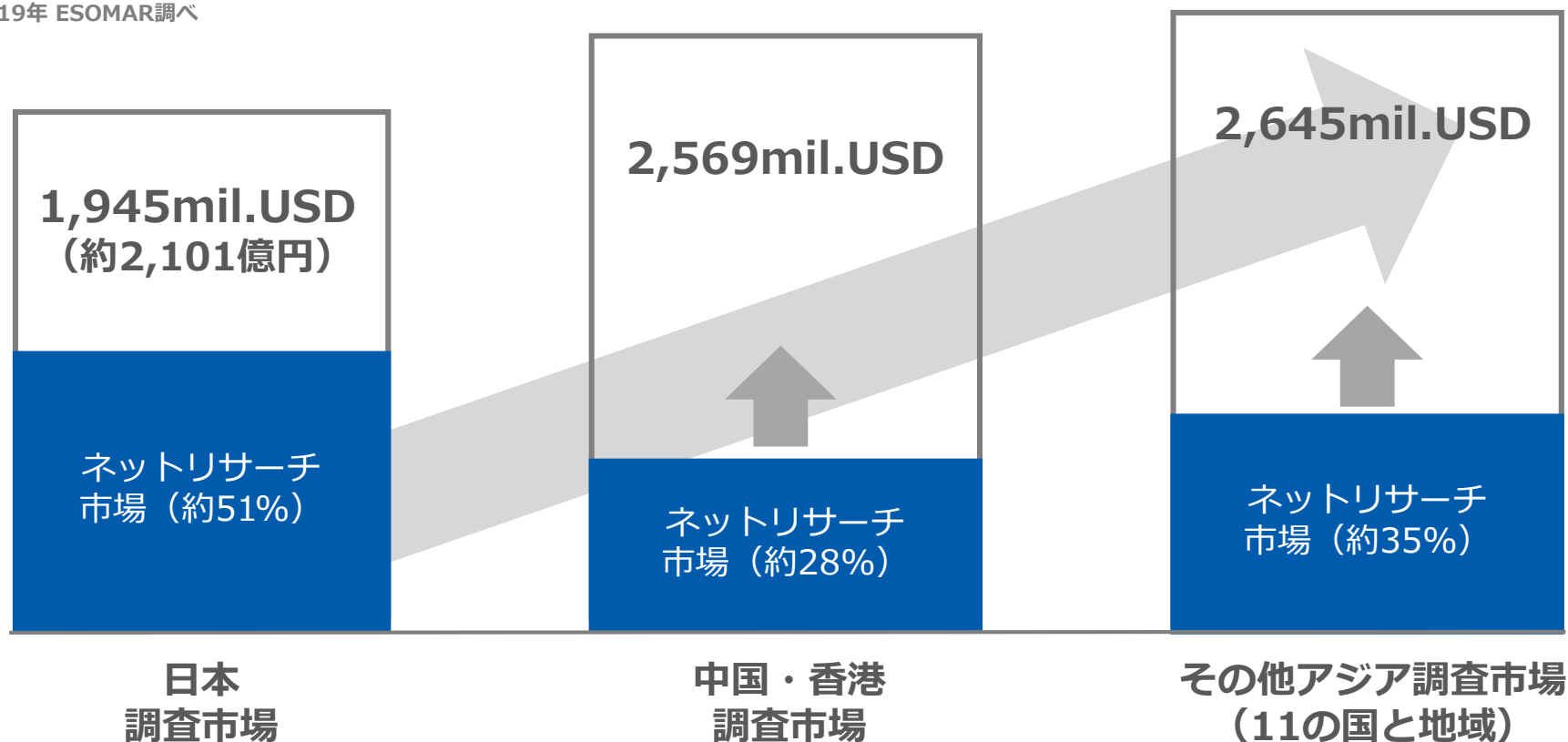


\*ゼロパーティーデータとはユーザーが何らかの対価を得ようと自ら企業に提供するデータ。「同意を得た1stパーティデータ」とも解釈される。調査企業のフォレスターが2018年11月に命名した用語です。

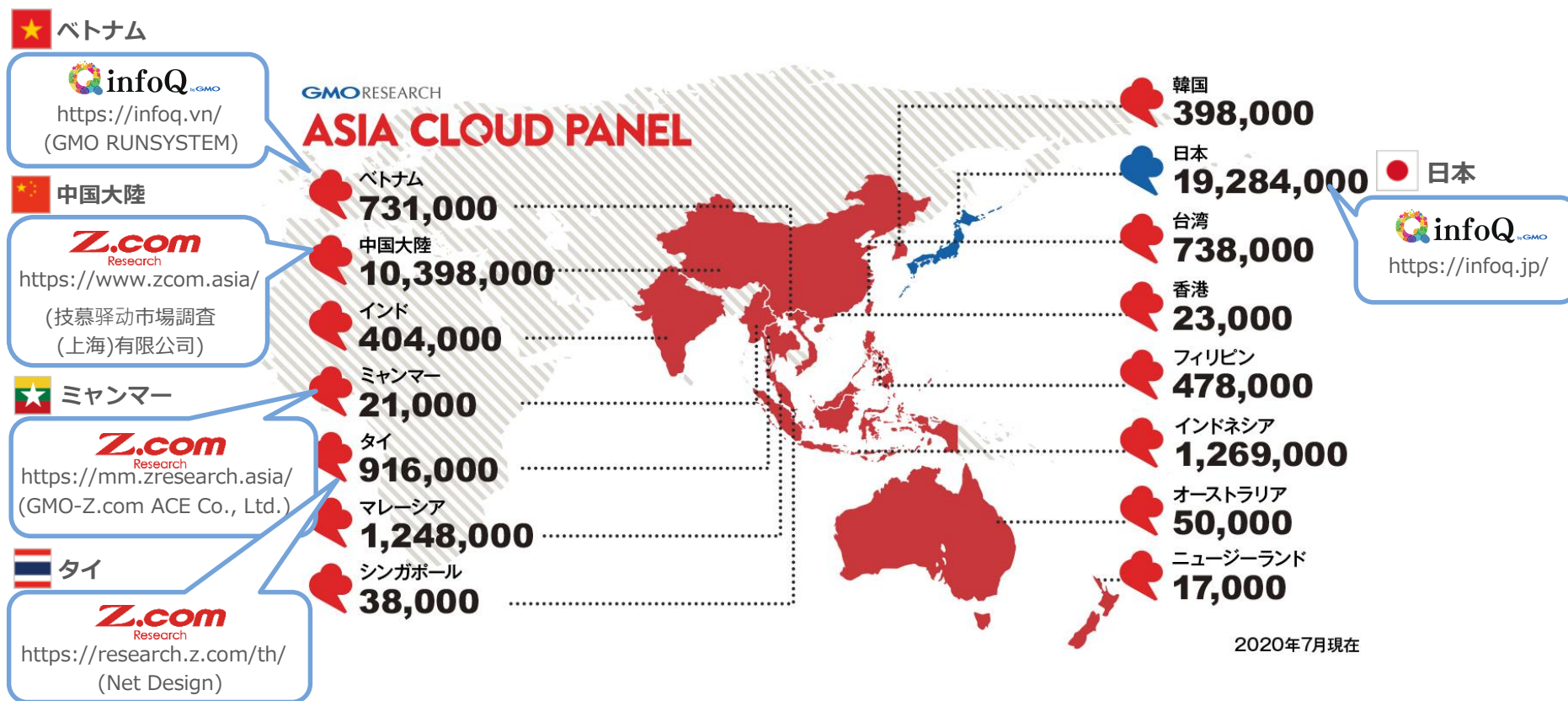
GDPR (EU一般データ保護規則) やCCPA (カリフォルニア消費者プライバシー法) に見られるように、データに関する同意の必要性の重要度が増している現状、ゼロパーティーデータはプライバシーを守りつつ、精緻な情報を収集する手法として活用できるデータです。

- アジア地域のインターネットリサーチ市場はオンライン化が進み、今後さらに拡大すると予想
- 欧米企業と比較し、日本からのアジア展開は地理的、文化的優位性あり
- まだ**アジア調査**でのビッグプレイヤーは不在のため、**圧倒的No1**を目指す

2019年 ESOMAR調べ



- 自社媒体を含む、**業界最大規模**のアジアパネルネットワークを構築
- アジア15の国と地域3,600万人超  
→大型、複数ヶ国にまたがる案件等に対応可能であり、競争力、提案力が高い

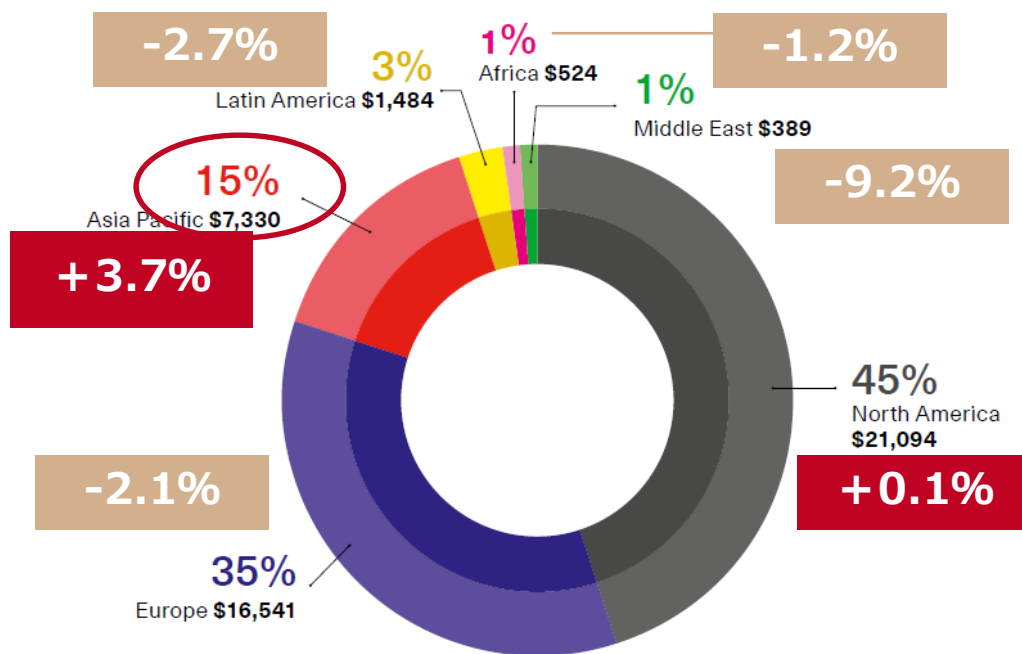


当社既存市場 : 調査市場  
※アジアシフト

周辺市場

調査周辺市場 : データ分析市場  
※データシフト

・世界調査市場2018 **\$40.7B (4.4兆円)** 昨年比-0.3%



「データ分析市場」は

**\$39B (4.2兆円)**

昨年比+10.3%

当社は今後こちらの市場に展開します。

当社のクラウドパネルパートナーに対して、消費者の行動履歴やアンケートからのデータなどを幅広く収集し、パートナーのデジタルマーケティングにおける最適を付値として競争力を高めるコンサルティングを提供します。

**(メンバーシップ・マーケティング・ソリューション)**



## お客様の「withコロナ」の時代への対応のご支援

- 『新型コロナウイルス感染拡大防止への貢献を目的とした調査に「ASIA Cloud Panel」の無償開放プロジェクト』（2020年4月13日）
- 『「withコロナ」を見据え、業態転換・新サービス開発を検討する事業者のオンライン調査を支援』（2020年6月16日）
- 『アジアのリサーチパネル「ASIA Cloud Panel (アジアクラウドパネル)」、ミャンマーにおける調査を期間・回数限定で無償提供』（2020年7月3日）

## お客様へのサービス提供の継続と当社パートナー（従業員）の感染防止への取り組み

- 在宅勤務環境の整備
  - PCモニターの配布
  - 「テレワーク規程」の導入と運用（常時一定数のメンバーがテレワーク勤務に）
- オフィス環境の整備
  - オフィスのフリーアドレス化（密にならずに着席可）
  - 対面の席との間にビニールシートを設置

上記のほか、GMOインターネットグループの「新型コロナウイルス感染症対策に関するガイドライン」に則った感染防止対策を実施しております。

## 4. Appendix

---

- 当社のフィロソフィー
- ビジネスモデル①②
- サービス別販売先・サービス内容説明表
- アウトソーシングサービスとDIYサービス
- 各拠点人員数推移



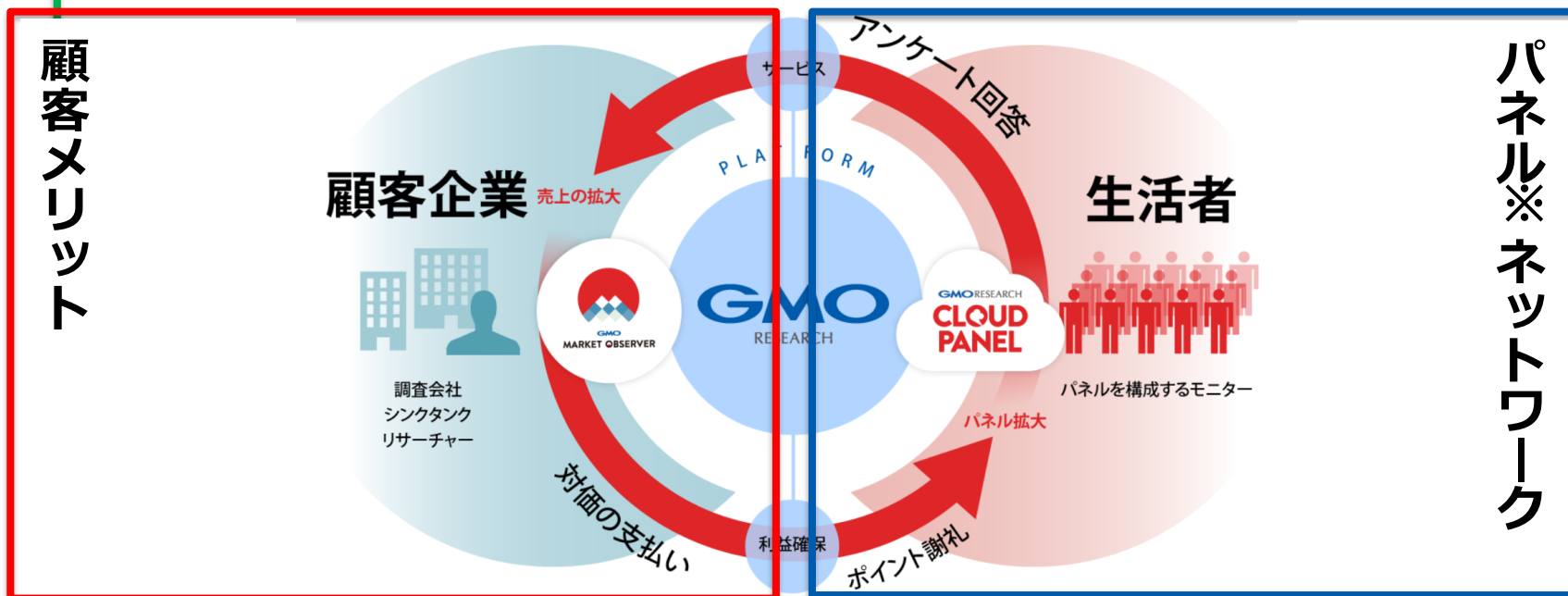
想いを、世界に

Engaging people around the world

GMO RESEARCH

- インターネット上で、アンケート調査を手軽に利用できる仕組みを国内外の顧客企業に提供
- 顧客企業（案件量）と生活者（パネル会員ネットワークの規模）を両輪で拡大させる

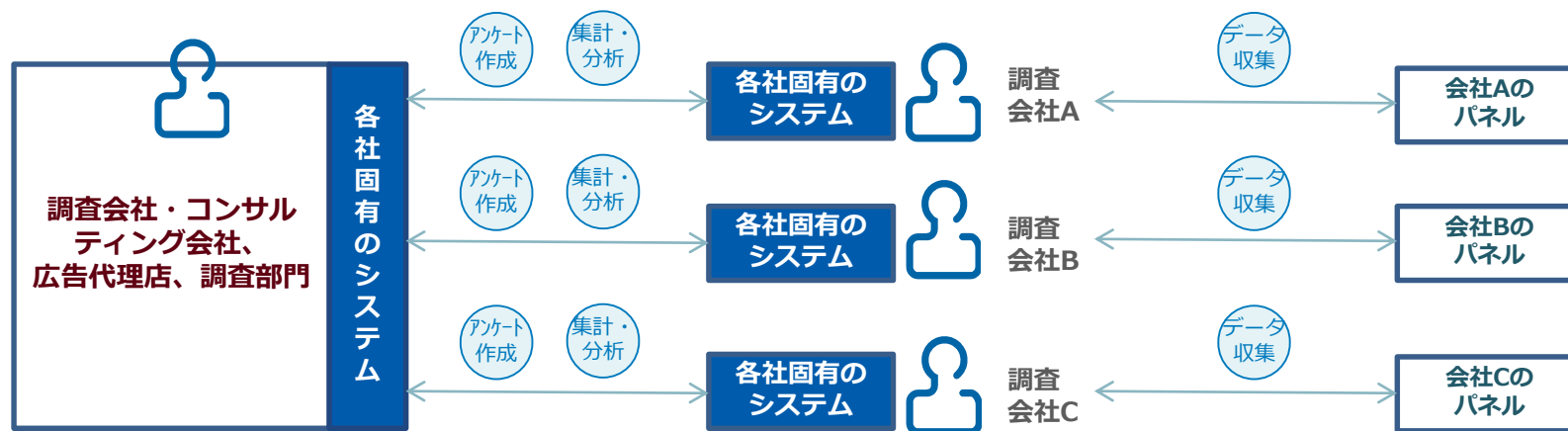
## 海外展開



※パネルとは、調査に回答する一般消費者やビジネスパーソン

- ・ アジア最大規模のパネルネットワークを利用し、調査パネルを低コストで提供
- ・ 従来、各社バラバラに開発していた、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



サービスの名称		販売先	サービスの内容
アウトソーシング サービス	Full Service	調査会社/ 広告代理店/ コンサルティング 企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>オンラインで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します。</li> <li>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を提供します。(CPAT)</li> </ul>
	Sample Supply		顧客が自社内でオンラインでアンケート画面を作成している場合に、当社が回収管理を行い、顧客のアンケート画面に回答結果を提供します。
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、当社がサービスインフラとパネルのみを提供します。
	システム関連売上		GMO Market Observerを顧客のリサーチプラットフォームとして提供します。
その他サービス	New MR/ コンベンショナル調査	一般企業	New MRとは、アイトラッキング調査、MROC、Scanamind (スキャナマインド*)、コミュニティといった最先端のマーケティングリサーチソリューションを提供するサービスで新たなプラットフォーム提供のための研究開発の役割を担っています。また、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あり、オンライン業務の更なる自動化のため戦略的に取り組んでおります。

\*Scanamindは、株式会社クリエイティブ・ブレインズの登録商標です(登録番号第5109952号)

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

(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。

## 各拠点における正社員数の推移

(単位：人)

	東京	下関	シンガポール	マレーシア	インド	中国	正社員合計
拠点機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>本社機能</li> <li>国内欧米営業、PJ管理</li> <li>国内パネル管理</li> <li>システム開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内PJ管理、営業補助</li> <li>国内パネル管理補助</li> <li>その他業務補助</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>東南アジア営業</li> <li>東南アジアパネル管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ローカル営業</li> <li>アジアパネル管理、開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>欧米、東南アジアPJ管理、営業補助</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業</li> <li>PJ管理</li> <li>中国パネル管理</li> </ul>	
2017年1月1日時点	87	—	2	—	15	9	113
2017年7月1日時点	92	2	2	—	16	10	122
2018年1月1日時点	91	8	4	—	16	7	126
2018年7月1日時点	94	20	4	4	15	8	145
2019年1月1日時点	88	24	3	4	14	8	141
2019年7月1日時点	96	30	3	5	14	8	156
2020年1月1日時点	94	28	3	6	14	8	153
2020年7月1日時点	100	29	3	6	14	5	157
半期人員増減数	+6	+1	±0	±0	±0	-3	+4
補足	エンジニア強化、新卒採用、業務委託の内製化	新卒採用、業務委託の内製化	—	—	—	自然減	—

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。