

2021年12月期第1四半期 決算説明資料

～想いを世界に、GMOリサーチ～

GMO RESEARCH

STOCK CODE : 3695

代表取締役社長 細川 慎一
取締役CFO 森 勇憲

1. 結論と要約
2. 決算概要
3. 事業の概況

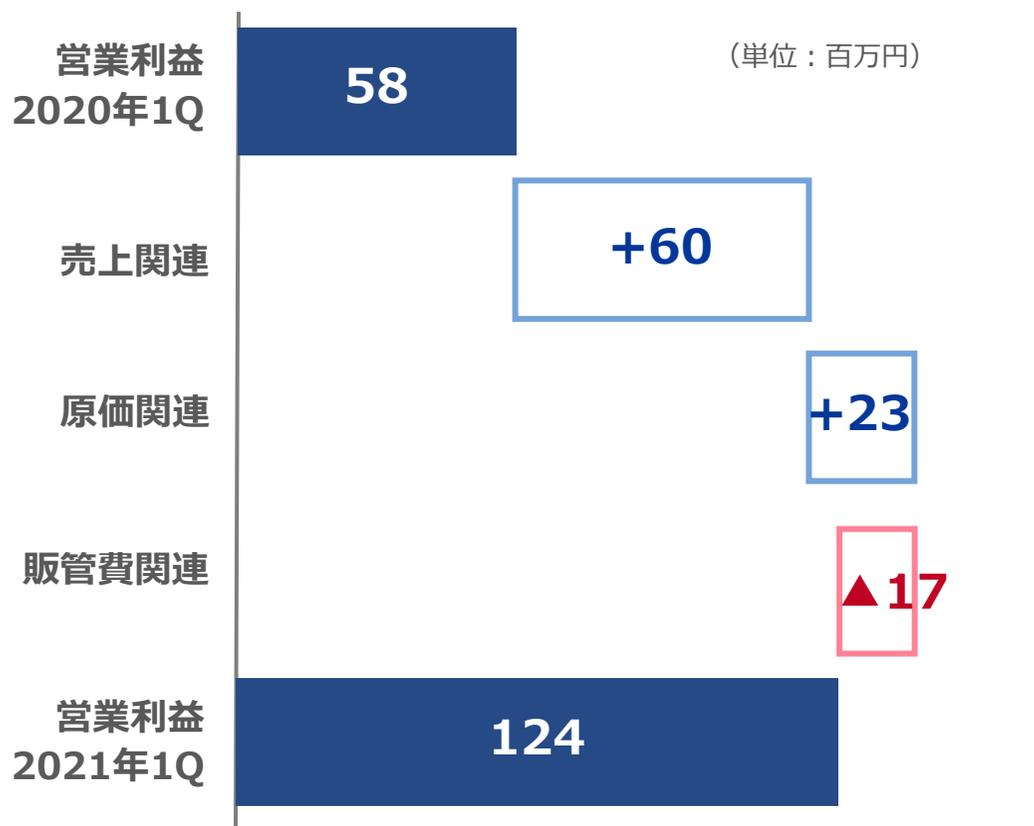
Appendix

1. 結論と要約

- 売上高は前年同期比+6.6%。第1四半期の売上高としては過去最高を記録。
- 原価率の改善により売上総利益（粗利）が対前年同期比で83百万円増加したため、営業利益以下の各段階利益についても大幅に増加。

| (単位：百万円) | 2020 1-3月 | 2021 1-3月 | 対前年同期 増減率 |
|----------|--------------|--------------|---|
| 売上高 | 915 | 976 | +6.6% 1Q 過去最高 |
| 営業利益 | 58 | 124 | +114.8% |
| 経常利益 | 47 | 143 | +200.0% |
| 最終利益 | 31 | 105 | +240.1% |

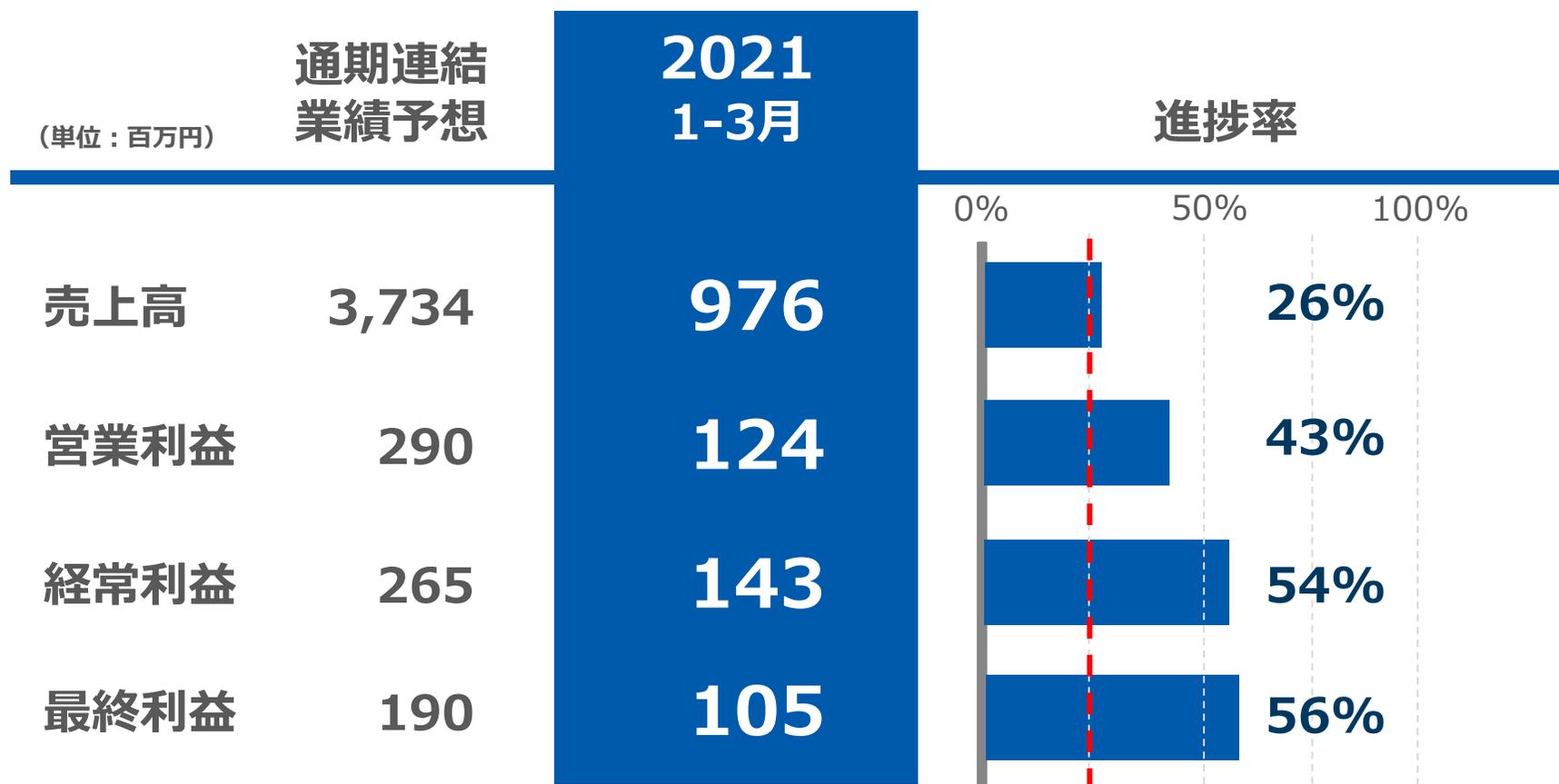
- 高利益率案件の増加のほか、実査工程の稼働率上昇、生産性や原価率の改善施策により粗利は前年同期比+83百万円。
- 販管費は前期比微増に抑制したことで、1Q営業利益は+66百万円。



主な増減要因

- ・ **売上関連**
特に国内における調査案件が堅調に成長し、前年比プラス成長を確保
- ・ **原価関連**
高利益率案件の増加、実査工程の高稼働率や生産性／原価率改善施策により、原価率が改善
- ・ **販管費関連**
主に給与・賞与等の人件費の増加により増加

- 通期業績予想に対し、売上高および各段階利益ともに、順調に進捗している。



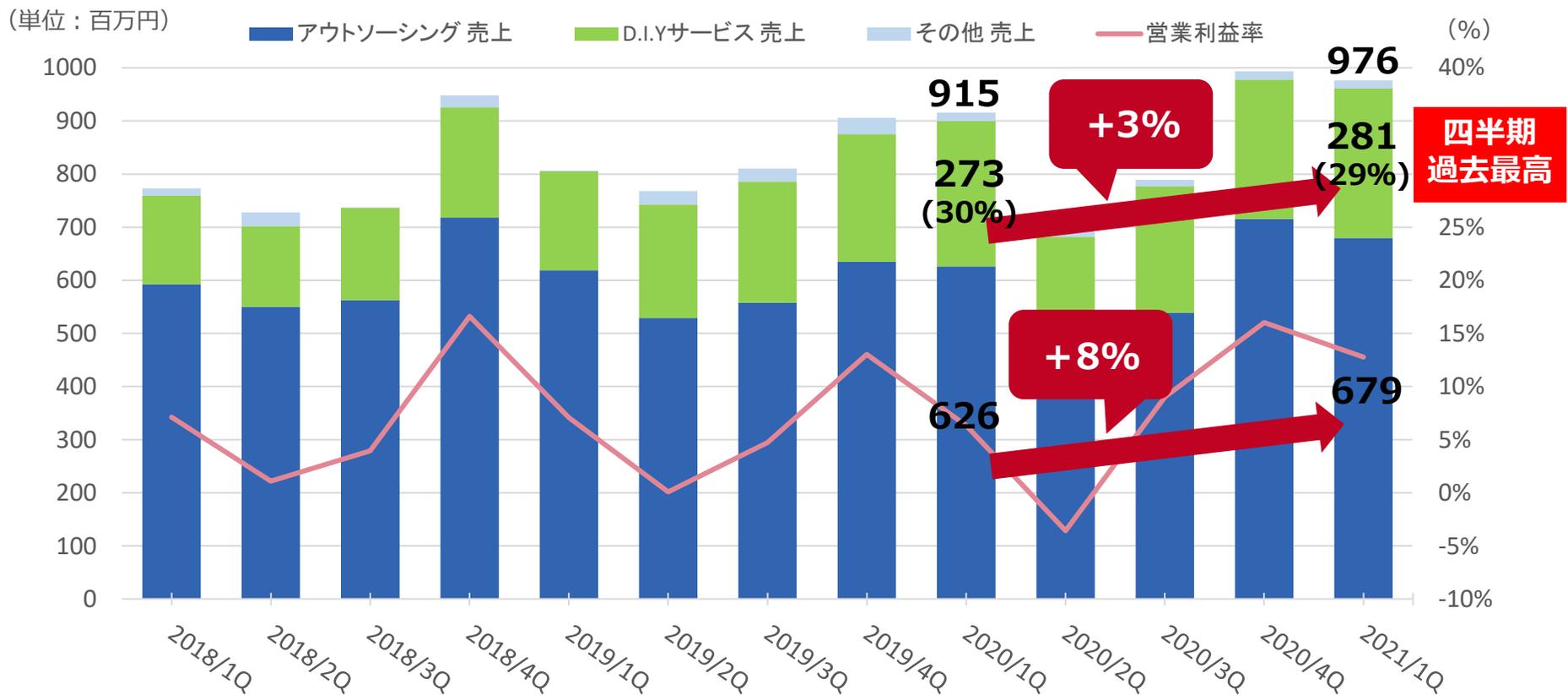
2. 決算概要

| (単位：百万円) | 2020 1-3月 | 2021 1-3月 | 前年比 |
|------------|--------------|--------------|--------|
| 売上高 | 915 | 976 | 106.6% |
| 売上原価 | 505 | 482 | 95.5% |
| 売上総利益 | 410 | 494 | 120.3% |
| (売上総利益率) | 44.8% | 50.6% | +5.8pt |
| 販売費及び一般管理費 | 352 | 369 | 104.8% |
| (販管费率) | 38.5% | 37.8% | ▲0.7pt |
| 営業利益 | 58 | 124 | 214.8% |
| (営業利益率) | 6.3% | 12.8% | +6.5pt |
| 経常利益 | 47 | 143 | 300.0% |
| 当期純利益 | 30 | 106 | 354.0% |

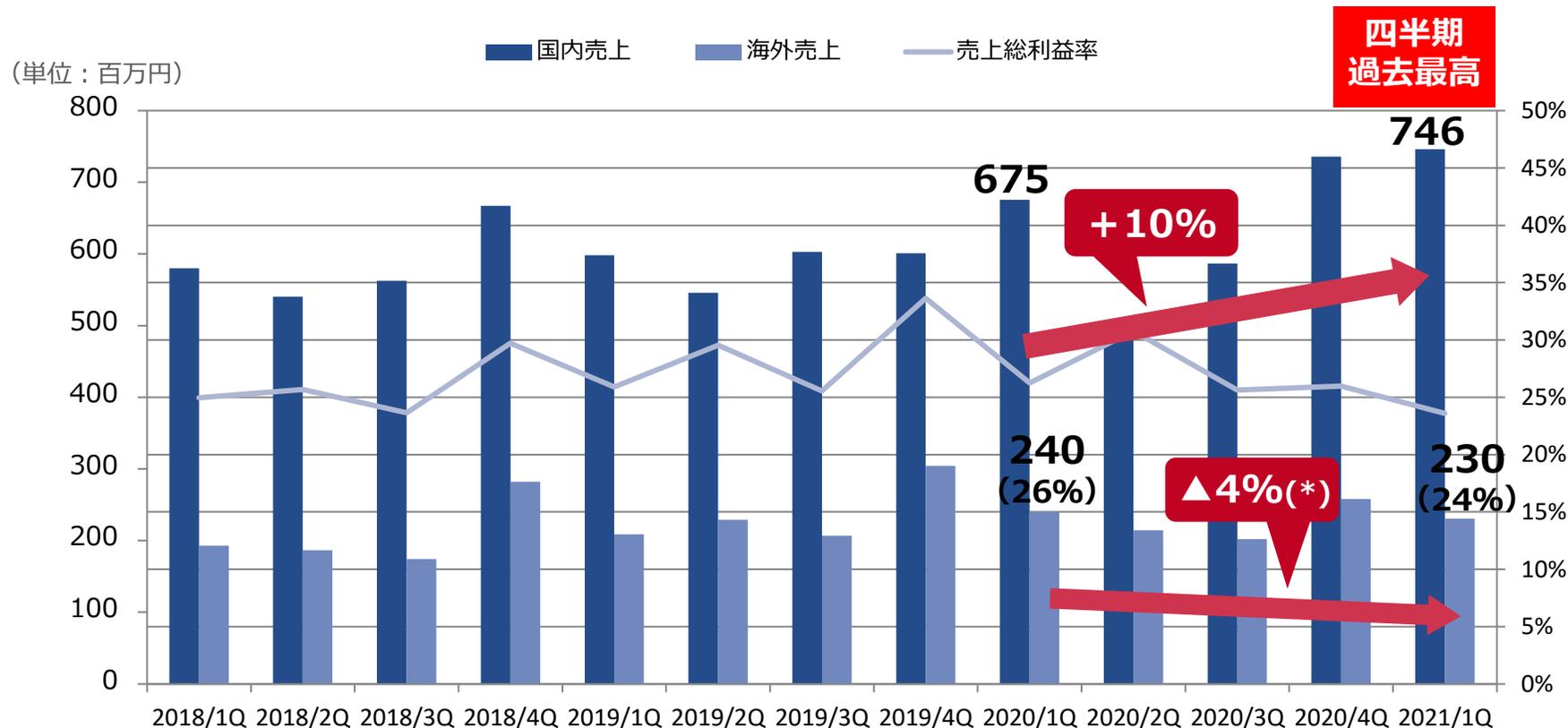
| (単位：百万円) | 2020 12月末 | 2021 3月末 | 前期末比 |
|-----------|--------------|-------------|--------|
| 流動資産 | 1,823 | 1,915 | 105.1% |
| 現金及び現金同等物 | 913 | 1,019 | 111.6% |
| 固定資産 | 408 | 369 | 90.6% |
| 資産合計 | 2,231 | 2,285 | 102.4% |
| 流動負債 | 739 | 770 | 104.2% |
| 固定負債 | 8 | 9 | 106.6% |
| 負債合計 | 748 | 780 | 104.3% |
| 純資産 | 1,483 | 1,505 | 101.5% |
| (純資産比率) | 66.5% | 65.9% | ▲0.6Pt |

3. 事業の概況

- アウトソーシングは、前1Q比で+8.5%(53百万円増)。
- D.I.Yサービスは、前1Q比で+3.2%(8百万円増)となり、四半期売上として過去最高を記録。なお、アウトソーシング売上の成長のため、D.I.Yサービスの売上高構成比は28.9%に減少。



- 前1Q比で、国内売上+10.4%(+70百万円)、海外売上▲4.2%(▲10百万円)
- 国内売上は四半期売上として過去最高を記録



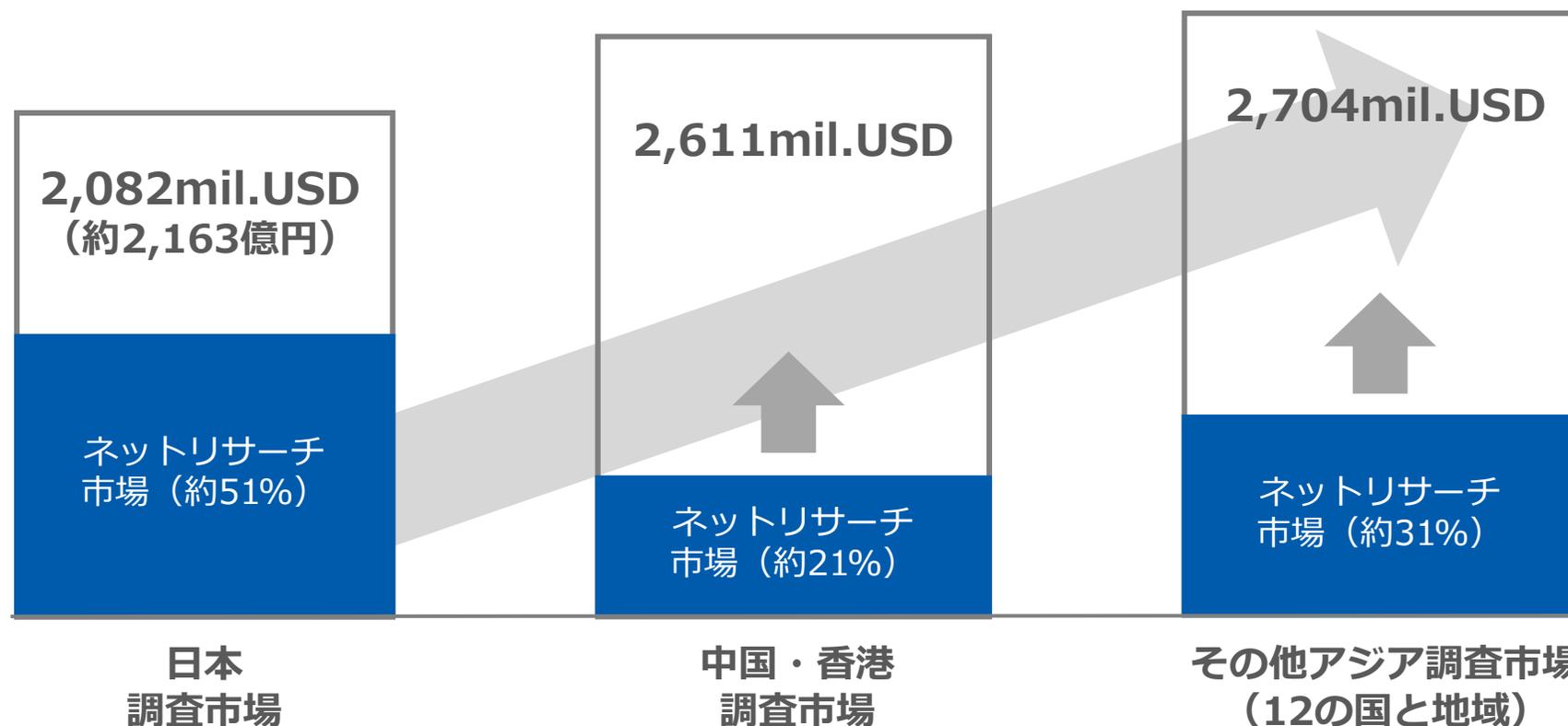
(*)海外売上高の減少について

- 海外D.I.Y売上は、需給価格最適化ロボットのアルゴリズム改善により、市場の最適な価格でサンプルを提供できるようになり、提供サンプル数19%アップ。単価下落により売上減だが粗利は微増。今後、新規提携先にも展開予定。
- 海外アウトソース売上は、調査会社経由案件の減少に対し、事業会社に対し、MO-Lite直接販売を開始。

- 競争力の源泉であるアジア15の国と地域における4000万人超の消費者へのリーチ力をベースに、①地域深耕・エリア拡大、②販売商品の充実、③データ・AIを生かした業界変革の3軸で中長期的に安定した成長を目指します。



- 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



- アジア15の国と地域で4,000万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。

ベトナム

 **infoQ**
<https://infoq.vn/>
 (GMO RUNSYSTEM)

中国大陸

 **Z.com**
<https://www.zcom.asia/>
 (技慕驿动市場調査 (上海)有限公司)

ミャンマー

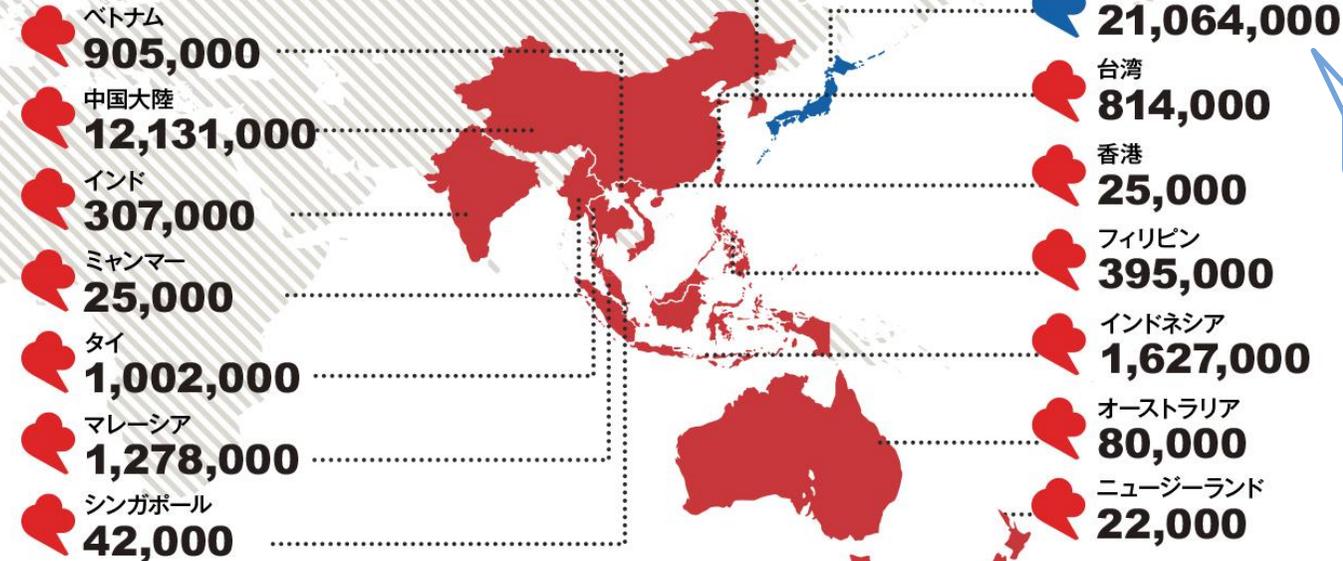
 **Z.com**
<https://mm.zresearch.asia/>
 (GMO-Z.com ACE Co., Ltd.)

タイ

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

GMO RESEARCH

ASIA CLOUD PANEL



日本

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

2021年4月現在

- マーケティングリサーチ業界の市場の変化に対応した事業展開により成長を目指します。

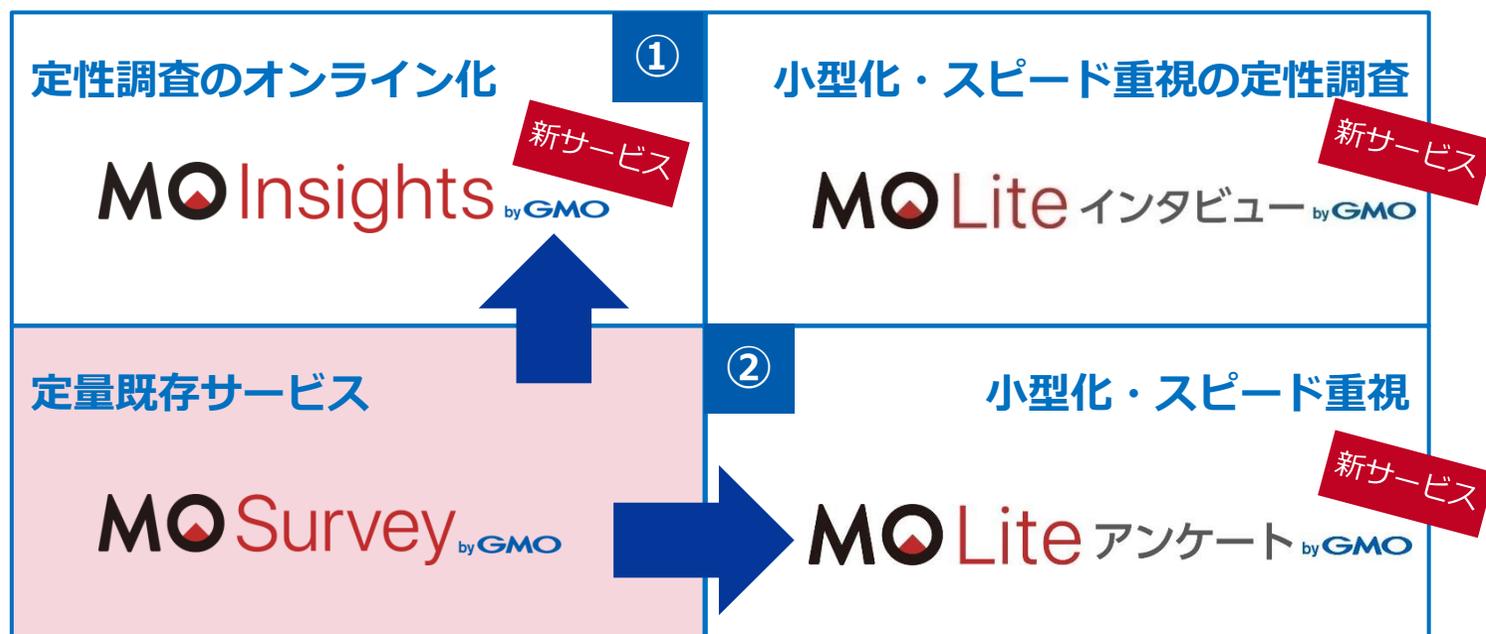
マーケティングリサーチ業界での市場の変化

①定性調査のオンライン化

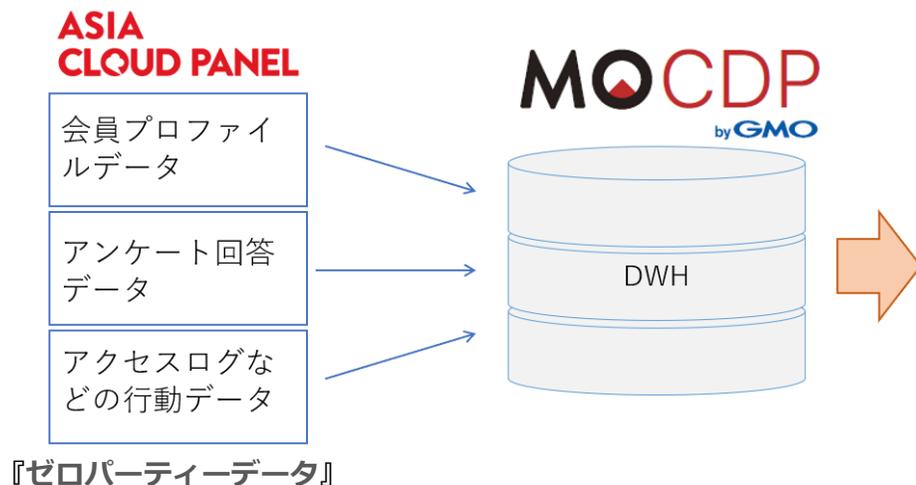
定量調査だけでなく、インタビュー等の定性調査が急速にオンライン化しました。

②小型化・スピード重視

事業会社様のマーケティング予算抑制を背景に、D.I.Yで安価に、そしてスピードを重視して、リサーチの内製化が進みました。



- 「MO CDP byGMO」サービスでは、アジア15の国と地域4,000万人超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としてデータ公開しております。



アジアクラウド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トアが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。

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。

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D.I.Y.サービス
- 商品ラインナップと商品説明
- 各拠点人員数推移

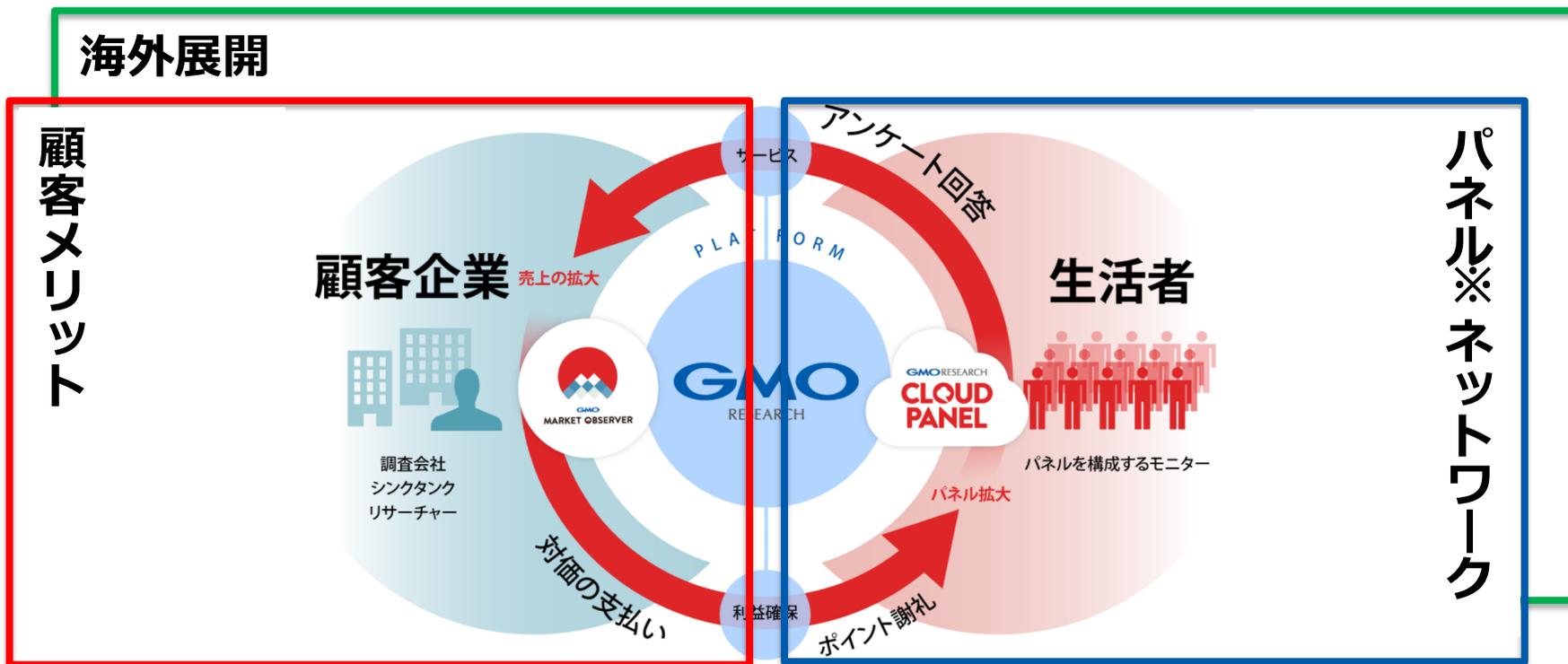
想いを、世界に

Engaging people around the world

GMO RESEARCH

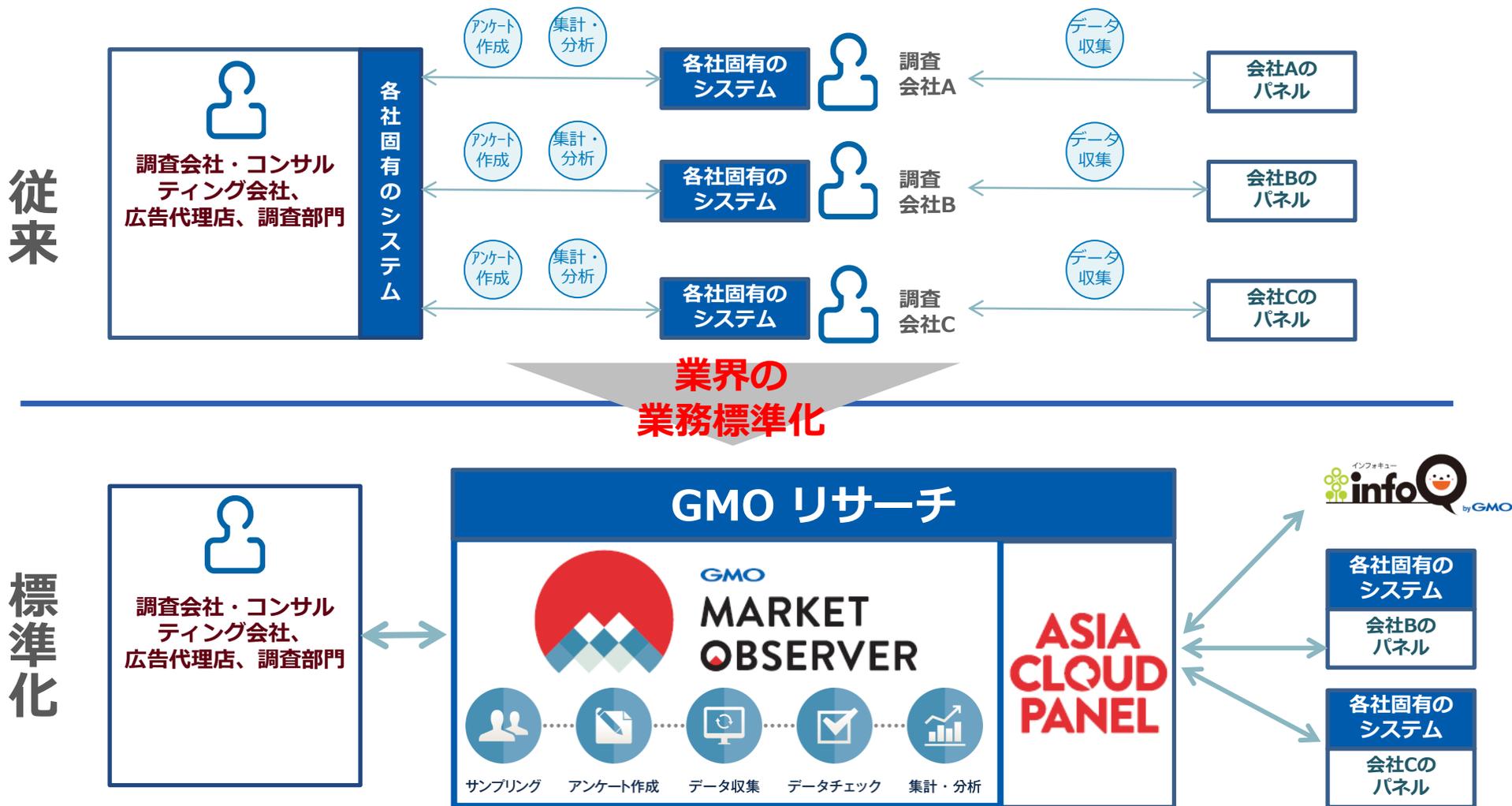
～私たちは、生活者と企業の「想い」に向き合い
わくわくするアイデアやテクノロジーで「世界」につなぎ、
笑顔・感動の創造に貢献する～

- 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で提供
- 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



※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

- 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



| 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(プロジェクトマネージメント)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。「MO Lite アンケート byGMO」(*2)及び「MO Lite インタビュー byGMO」(*3)が含まれます。 |
| | システム関連売上(*4) | 当社グループの研究ソリューションプラットフォームであるGMO Market Observer(*5)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 MO Lite アンケート byGMO

顧客が利用するDIY型(セルフ型)アンケートツールから、国内・アジア最大級の調査用パネルへのアンケート調査ができるサービスです。

*3 MO Lite インタビュー byGMO

国内・アジア最大級の調査用パネルへのインタビューができる、パッケージ型のオンラインインタビューサービスです。

*4 システム関連売上

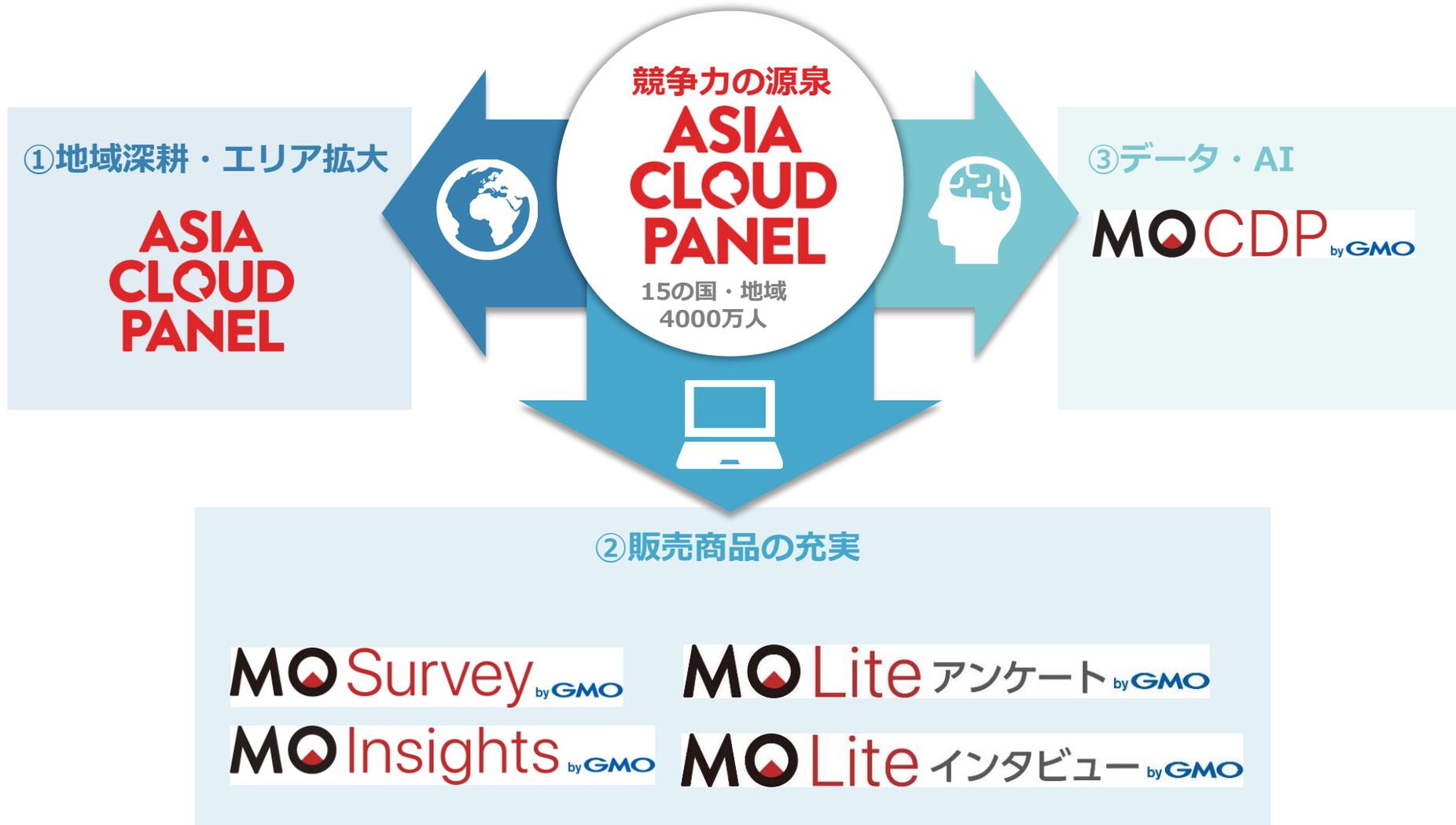
D.I.Yサービスのシステム関連売上は、当社グループはシステムのみを提供するビジネスモデルです。

*5 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)。

| | | アウトソーシングサービス | | D.I.Y.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 | 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 | | GMO Research | GMO Research | GMO Research | |

(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。



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。



① オンラインで
インタビュー機能



② インサイトを掴む
チャット機能



③ 画像や動画も簡単
ボード機能

「MO Insights」は、クラウドパネルネットワークに登録されているアジア15の国と地域の消費者とリアルに対面することなく、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。

2020年8月に「**MO Liteアンケート 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、当社のクラウドパネルに連携して、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連携（オープン戦略、利便性優先）

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



差別化

他社サービス （囲い込み戦略）

自社のアンケートツールとパネルがクローズドで繋がり、
 自社顧客の囲い込みを狙う



2020年11月に「**MO Liteインタビュー byGMO**」をリリースしました。
インタビュー対象者のリクルーティングから1対1のインタビューまでをオンライン上で完結できるパッケージ型のオンラインインタビューの提供を開始しました。

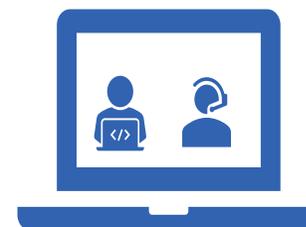
対象者募集



対象者選定



実施



「MO Liteインタビュー」は、インタビュー対象者のリクルーティングから1対1のインタビューまでをオンライン上で完結できるパッケージ型のオンラインインタビューサービスです。

オンラインインタビューは、通常のオフライン調査で必要となるインタビュー実施会場や録画・録音機器の手配などが不要なため、コスト削減にもつながります。

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"> 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、営業補助 国内パネル管理補助 その他業務補助 | <ul style="list-style-type: none"> 東南アジア営業 東南アジアパネル管理 | <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 | |
| 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 | 97 | 28 | 3 | 6 | 14 | 8 | 156 |
| 2020年7月1日時点 | 100 | 29 | 3 | 6 | 14 | 5 | 157 |
| 2021年1月1日時点 | 105 | 29 | 3 | 6 | 15 | 4 | 162 |
| 2021年7月1日予定 | 107 | 29 | 3 | 7 | 17 | 5 | 168 |
| 半期人員増減数 | +2 | ±0 | ±0 | +1 | +2 | +1 | +6 |
| 補足 | 新卒採用 | — | — | — | 営業体制強化 | — | — |

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。