

# 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

**GMO** RESEARCH

GMOリサーチ株式会社

STOCK CODE : 3695

2023年2月

# 目次

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. 成長戦略2022の経過
6. 成長戦略2023
7. リスク情報

# 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「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～

# 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	190人（連結）		
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 浜谷 正俊
	専務取締役 本郷 哲也	取締役 安田 昌史	
	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-Z.com Research Pte. Ltd.（シンガポール） GMO Z com Research Sdn. Bhd.（マレーシア） 技慕驿动市场调查（上海）有限公司（中国）（GMO E-Lab Marketing Research (Shanghai) Co, Ltd.） GMO Research Pvt. Ltd.（インド） GMO-Z.com Research USA, Inc.（米国）		

（2022年12月末現在）

## 会社概要②

安定成長企業

**17期連続増収**\*1

**3期連続増益**\*1

継続成長するストックビジネス

**D.I.Y売上成長率27%**\*2

**D.I.Y.売上比率33%**\*1

高配当企業

**配当性向50%**\*1

将来有望市場で高品質なアンケート会員多数

**アジア16か国パネル数**

**5,327万人**\*3

生産性（一人当たり売上）

**24.6百万円**\*1

国内圧倒的シェアとアジア・世界での成長可能性

**日本国内シェア67%(第1位)**\*4

**アジアシェア10%**\*4

**世界シェア2%(第9位)**\*4

\*1：2022年12月期 \*2：2014年-2022年の8年間平均 \*3：2023年1月現在

\*4：ESOMAR, *Evolution of the Data, Analytics and Insights Industry, A forecast into 2024*, JMRA第47回経營業務実態調査, 当社有価証券報告書

# 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

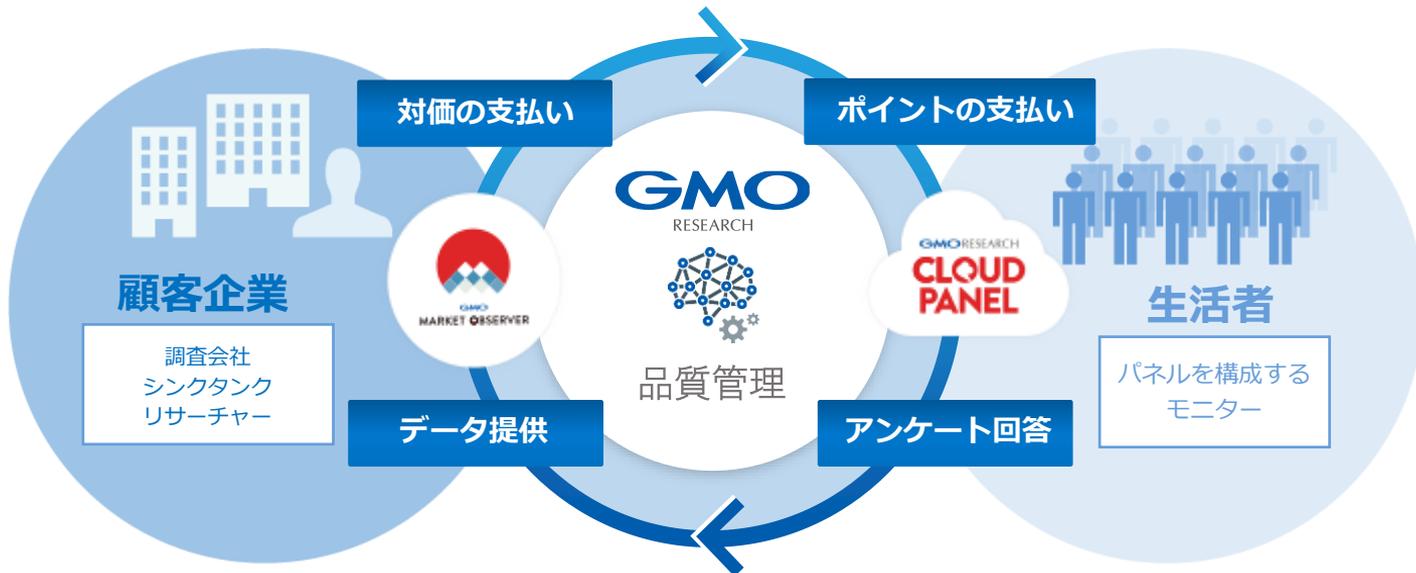
---

# 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

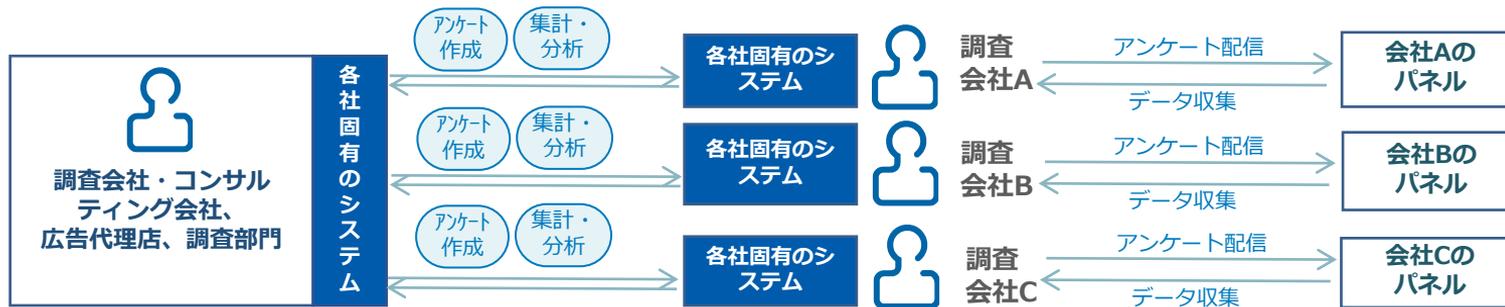
消費者の声を企業に届けるプラットフォーム



# 顧客側プラットフォーム：Market Observer

- 顧客メリットとして、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



# サービス種別と対応商品

サービス種別		対応商品	
アウトソーシング サービス	Full Service		
	Sample Supply		
D.I.Yサービス	Self Sample Supply /GMO Ask	 	 
	システム関連売上		
その他サービス	-	- (オフライン調査)	

MO Insights byGMO：消費者への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。  
 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、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（海外で展開）。  
 MO Lite インタビュー byGMO：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（国内で展開）。

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D.I.Y型アンケート調査ツールサービス（国内で展開）。

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)。

# サービス別業務受託範囲

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 /GMO Ask	システム関連 売上
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。

# 商品と顧客セグメントの関係

- 商品と顧客セグメント（調査会社／一般事業会社）の対応関係は下記のとおりです。

		主なお客様	
		調査会社*1	一般事業会社*2
商品 ラインナップ		●	●
		●	●
			● (海外のみ)
			● (日本のみ)
			● (日本のみ)

\*1 調査会社には、調査会社、シンクタンク、コンサルティング会社等を含みます。 \*2 一般事業会社には、学校や官公庁を含みます。

# 顧客企業例

- 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。



KANTAR



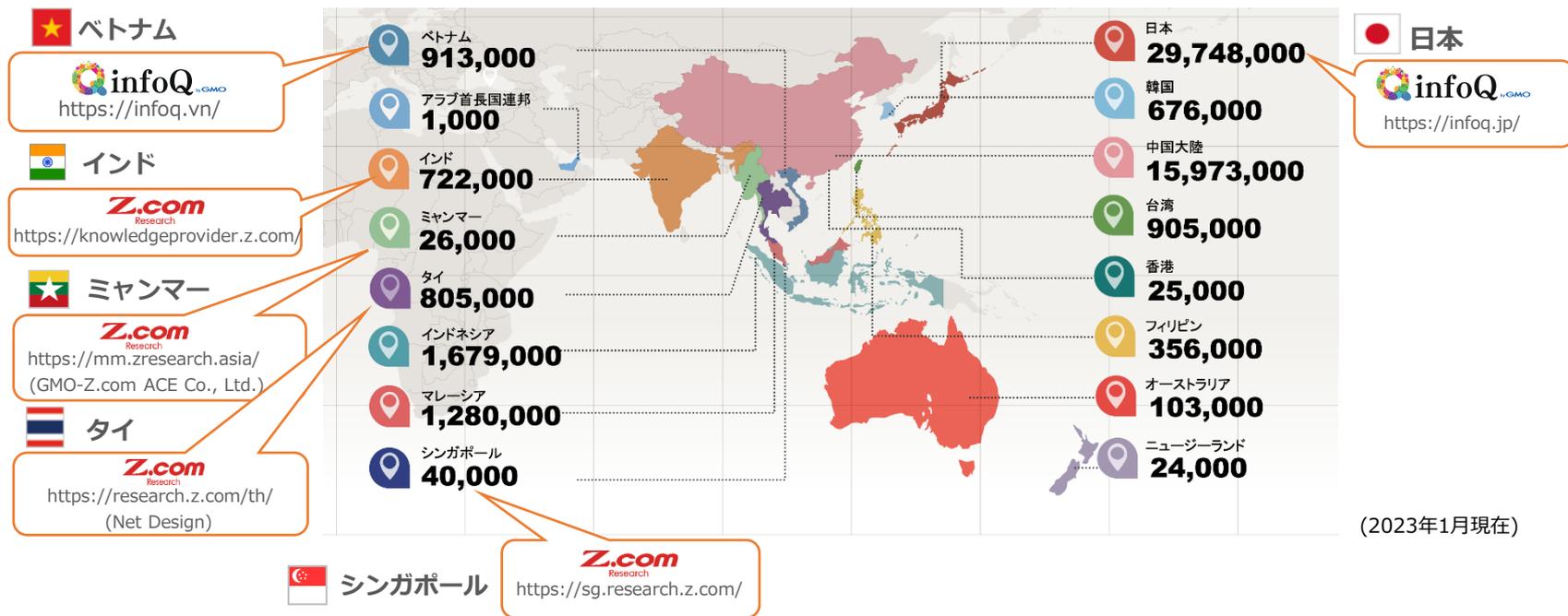
Cint

ByteDance



# パネル側プラットフォーム : Asia Cloud Panel

- アジア16の国と地域で5,327万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



# パネル側プラットフォーム : Asia Cloud Panel

- 会員を持つ企業にアンケートコンテンツを提供致します。

会員保有会社  
(日本・アジア)

GMOポイント 現在のポイント数 0 ヘルプ | GMO ID設定  
ログアウト

トップ ためる・つかう GMOポイントアンケート GMOポイントモール ポイント通帳

アンケートに答えてポイントを貯めよう!

1. 新着アンケートをチェック!  
アンケートの配信は不定期です。  
こまめにチェックしよう!

2. アンケートに回答する  
回答する ボタンをクリックして、  
アンケートを選んで

3. ポイントが貯まる!  
回答完了して  
ポイントGET!

毎日お昼の12時に  
新着クーポンが登場!  
おトクなクーポン購入サイト

くまホン

アンケート

依頼日	アンケートNO.	アンケート名	謝礼ポイント	状況
2021/04/23	900615	WELCOMEアンケート	1ポイント	回答する

調査配信

CLOUD PANEL

## ■顧客メリット

- ・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

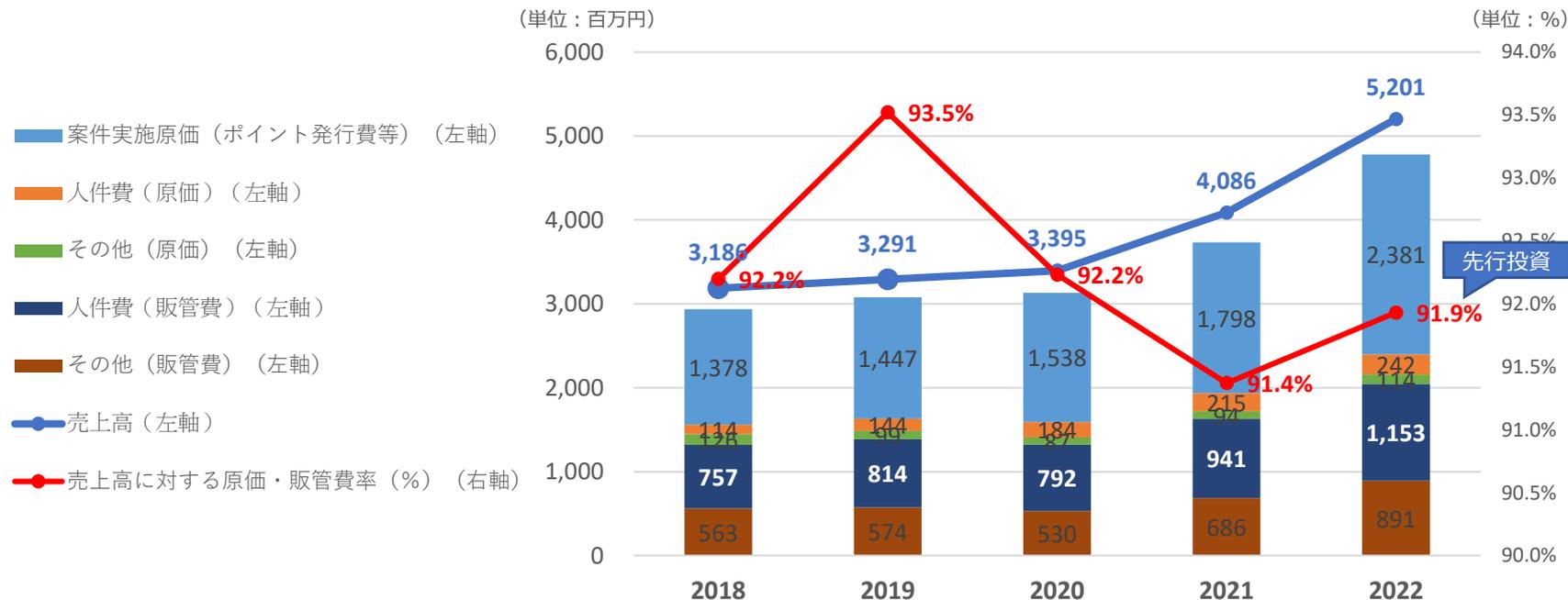
- ・会員獲得の広告宣伝費不要
- ・幅広い消費者で調査可能
- ・海外展開も容易

## ■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

# コスト構造

- 売上成長に伴い、売上に対する原価・販管費の割合は低下します。
- なお2022年度については、2023年に向けた先行投資約70百万円の一時的費用が含まれるため、それを除くと売上高に対する原価・販管費比率は90.6%となります。

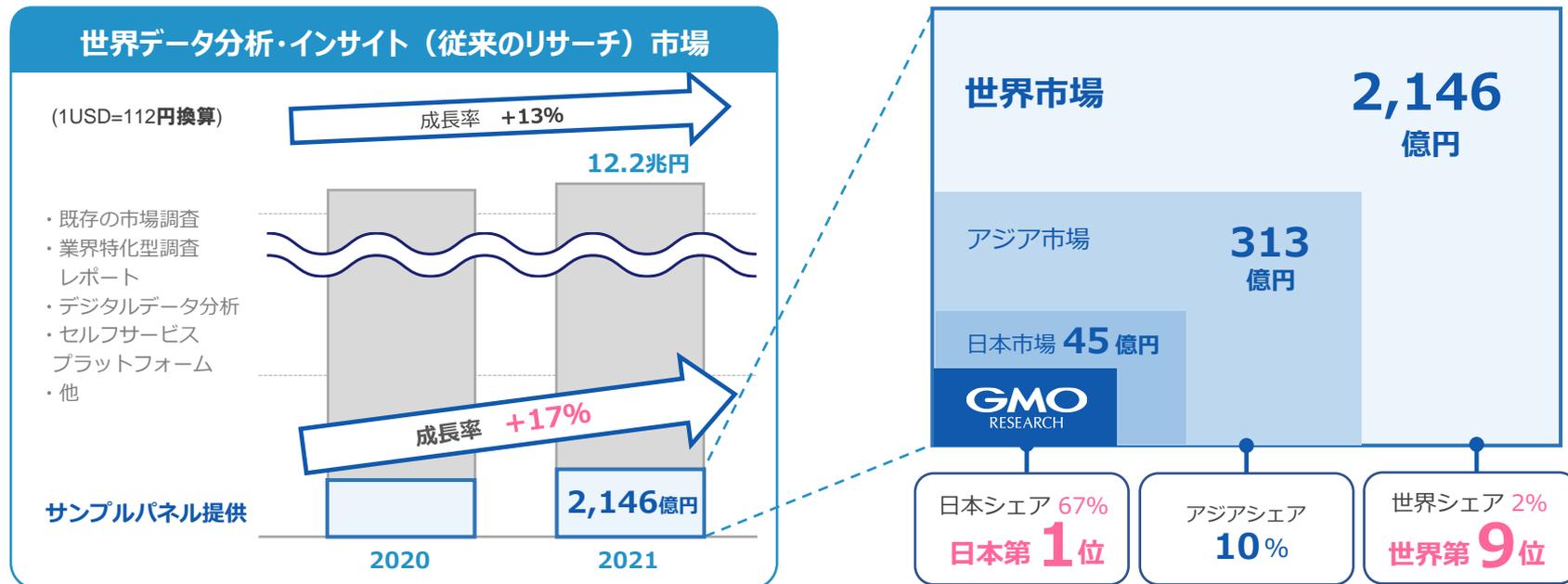


## 3. 市場環境

---

# 市場規模について

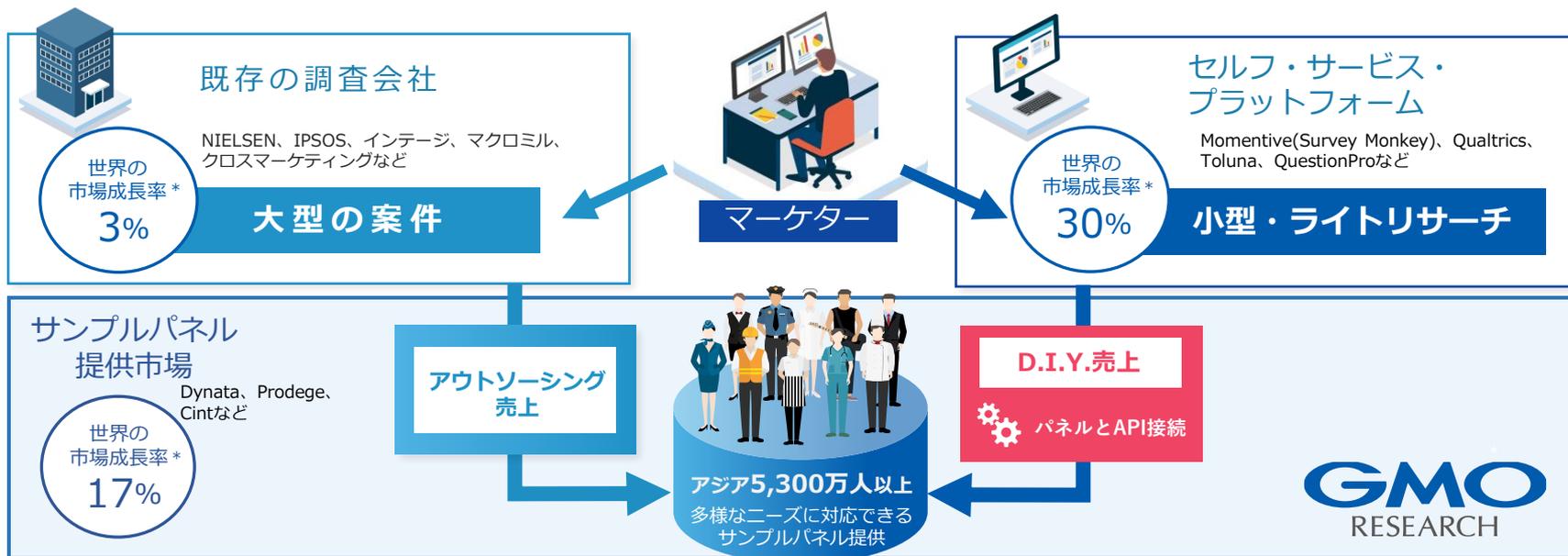
- 世界リサーチ市場において、サンプルパネル提供市場は17%成長
- 同市場における当社シェアは、**日本67%(1位)**、アジア10%、世界**2%(9位)**



出展：ESOMAR, Evolution of the Data, Analytics and Insights Industry, A forecast into 2024, JMRA第47回経営業務実態調査, 当社有価証券報告書

# 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継続で、サンプルパネルの規模拡大とニーズ多様化への対応が進捗
- 小型・ライトリサーチ需要が増加し、手軽なセルフ・サービス・プラットフォーム活用が拡大
- 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



\*成長率は、2020年と2021年の市場規模比較により算出しています。

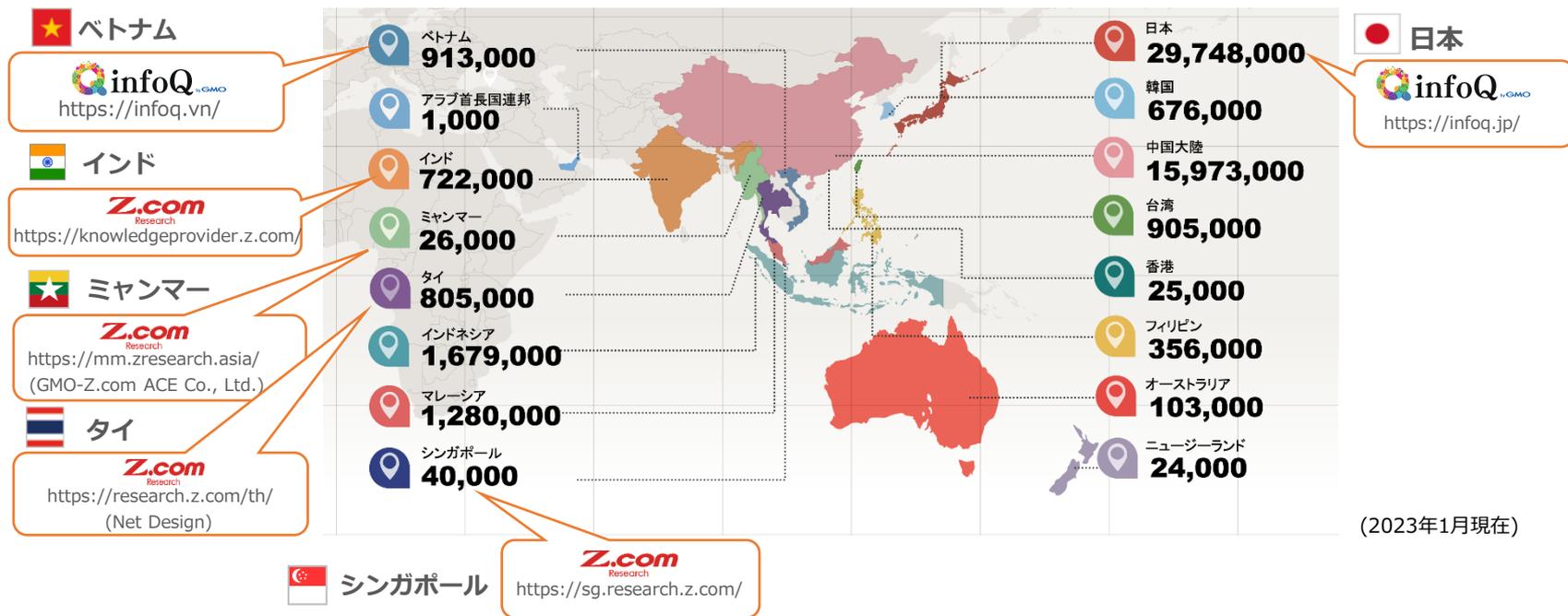
出展：ESOMAR, Evolution of the Data, Analytics and Insights Industry, A forecast into 2024

## 4. 競争優位性

---

# 競争優位性 | パネルネットワーク

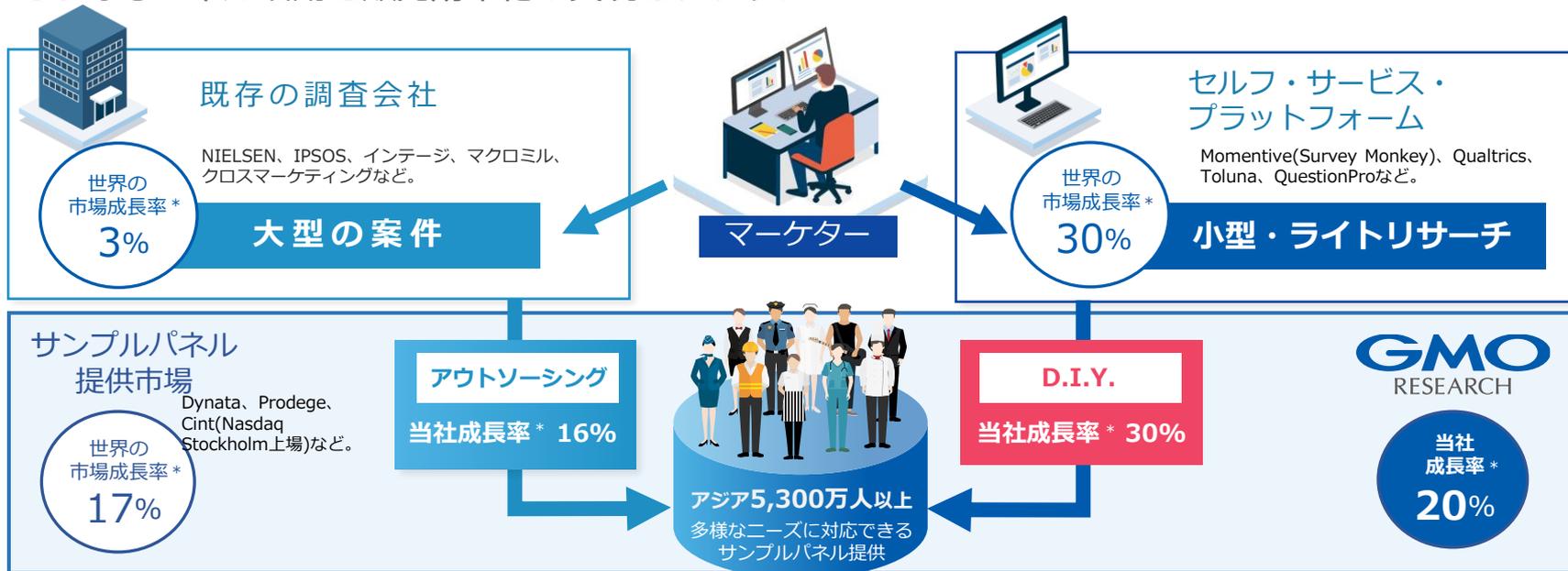
- アジア16の国と地域で5,327万人超の業界最大規模のパネルネットワークを構築
- 大型・複数ヶ国にまたがる案件に対応可能であり、競争力、提案力が高くなる



(2023年1月現在)

# 競争優位性 | ポジションの特異性

- 調査を専門とする調査会社にパネルとシステムを提供する特異なポジション。これにより、当社の競争力の源泉である業界最大規模のパネルネットワーク活用の効率性が高まり、収益力が高くなります。
- さらに、調査会社向けに培った効率的なパネル提供システムを事業会社にもご利用いただくことで、さらなるパネル活用と販売効率化が実現されます。



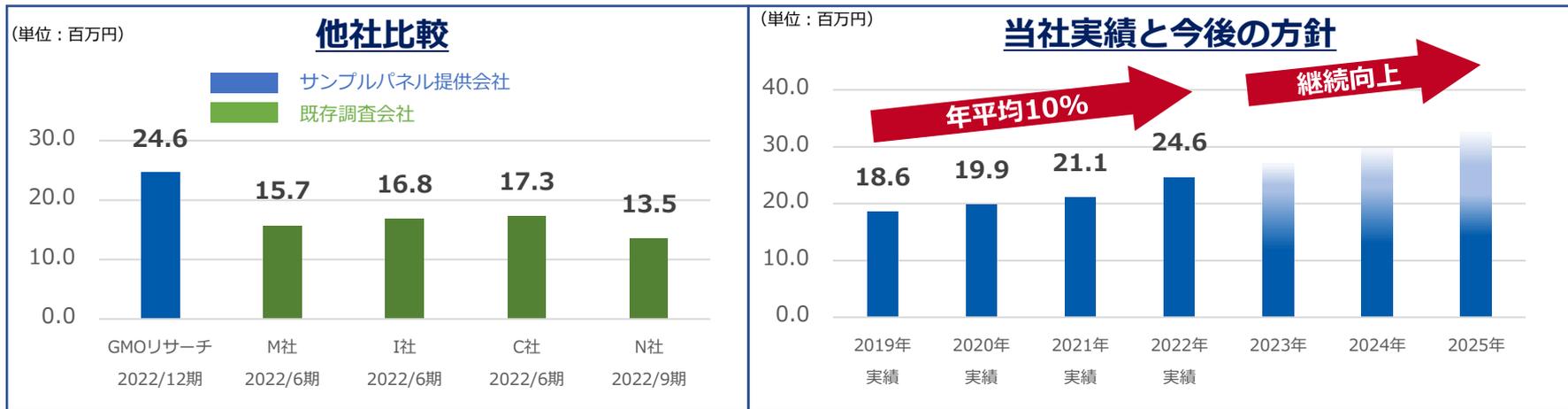
\*成長率は、2020年と2021年の市場規模および当社売上比較により算出しています。

出展：ESOMAR, Evolution of the Data, Analytics and Insights Industry, A forecast into 2024, 当社有価証券報告書

# 競争優位性 | 業界トップクラスの収益力

- プラットフォーム提供事業は一般的マーケティングリサーチサービス提供会社(\*1)に比べ収益力(一人あたり売上高)が高い。当社は直近3年で年平均10%の収益力向上を実現。

## 一人あたり売上高 (\*2)(\*3)



(\*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) 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。

# 競争優位性 | D.I.Yサービスの成長

- D.I.Yサービスは、当社のリサーチ・ソリューション・プラットフォーム上で顧客自身がすべてのインターネットリサーチ工程を完結できるサービスであり、コスト優位性等の理由により、一度利用を開始いただくと継続的な利用が見込まれるサービスです。
- D.I.Yサービスは、過去8年平均成長率27%で成長を続けています。

(単位：百万円)

## D.I.Yサービス売上高推移



# 競争優位性 | D.I.Yサービス売上のストック性

- D.I.Yサービスを利用する顧客の継続率は高く、1社あたり売上高も経過とともに増加する傾向があります。

	D.I.Yサービス	アウトソーシングサービス
顧客継続率* <sub>1</sub>	94%	50%
1社あたり平均売上高* <sub>2</sub>	1,417万円	551万円

\*1：顧客が次年度にリピート発注する割合の平均値（2019年以降）

\*2：1社あたり年間売上高の平均値（2019年以降）

## 5. 成長戦略2022の経過

---

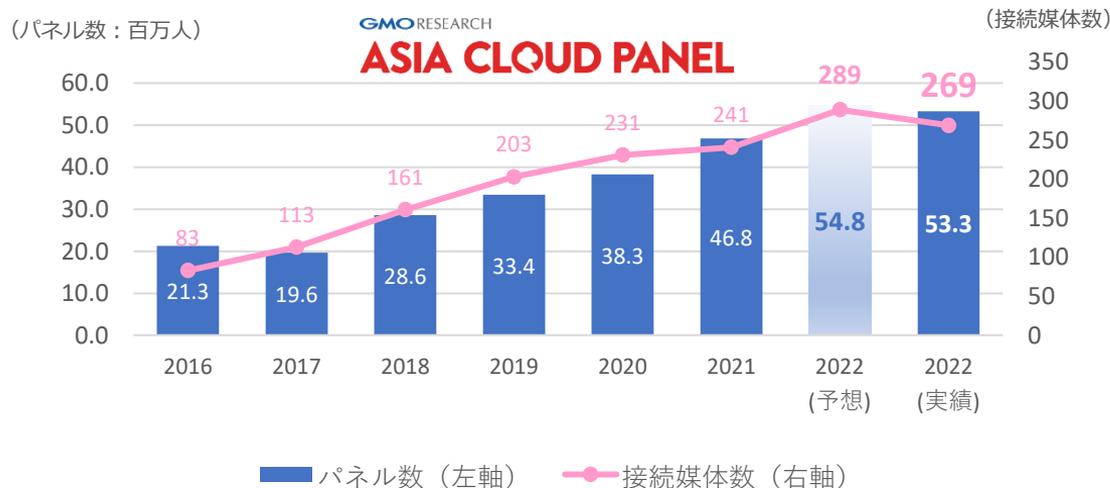
# 2022年成長戦略 | Audience Engagement Platform

## 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とAPI接続媒体数の取り組み状況及び結果は以下の通りです。



2022年成長施策	成長進捗・結果
API接続媒体数は、期初予想289 (成長率20%想定)	期初予想に対し、約▲7%の269。(対前年成長率+12%) クラウドパネル開拓の営業体制構築遅れによるもの。
アジアクラウドパネル期初予想5,480万人 (成長率17%想定)	期初予想に対し、約▲3%の5,327万人。(対前年成長率+14%) 接続媒体数の増加が想定ビハインドによるもの。

## 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)とD.I.Yサービスの取り組み状況及び結果は以下の通りです。

D.I.Y売上高  
(単位：百万円)



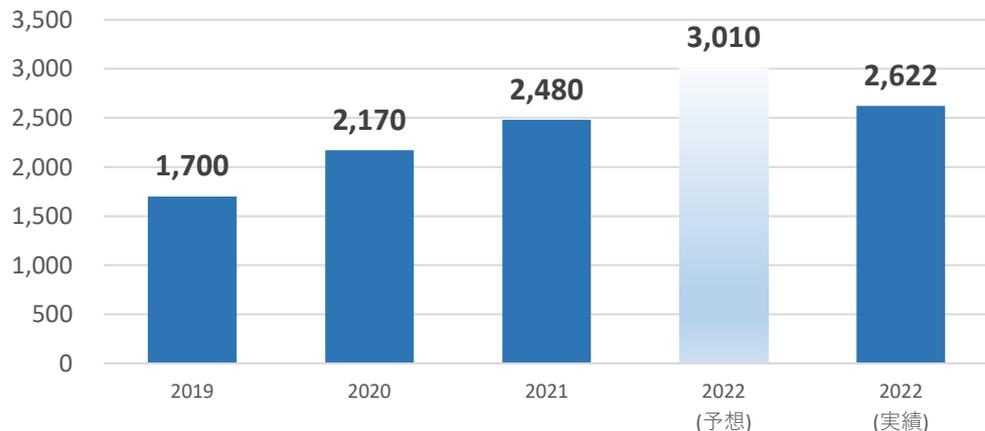
2022年成長施策	成長進捗・結果
アジアクラウドパネルへ接続している顧客数(*1)は、期初予想102(成長率28%想定)	期初予想に対し、約+15%の117。(対前年成長率+46%) 顧客開拓及びAPI接続のシステム開発が順調に進捗したため。
D.I.Yサービス売上高は、期初予想1,564百万円(成長率28%想定)	期初予想に対し、約+9%の1,704百万円。(対前年成長率+39%) 接続顧客数の増加が想定以上に進捗したため。

(\*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（回答数）の取り組み状況及び結果は以下の通りです。

消費者の声（回答数）  
（単位：万回答）



#### 2022年成長施策

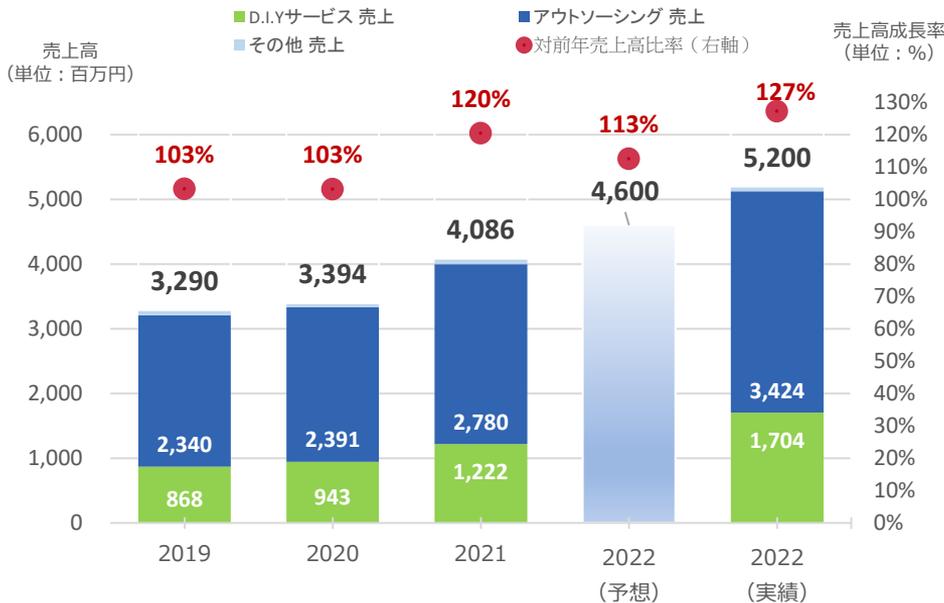
消費者の声（回答数）の  
期初予想3,010(成長率  
21%想定)

#### 成長進捗・結果

期初予想に対し、約▲13%  
の2,622。（対前年成長率  
約+6%）  
希少価値の高い消費者の  
声を集める案件の増加に  
より、回答数の増加率は  
抑えられたが、販売単価  
は上昇し、売上高の増加  
につながった。

# サービス別売上高の成長進捗・結果

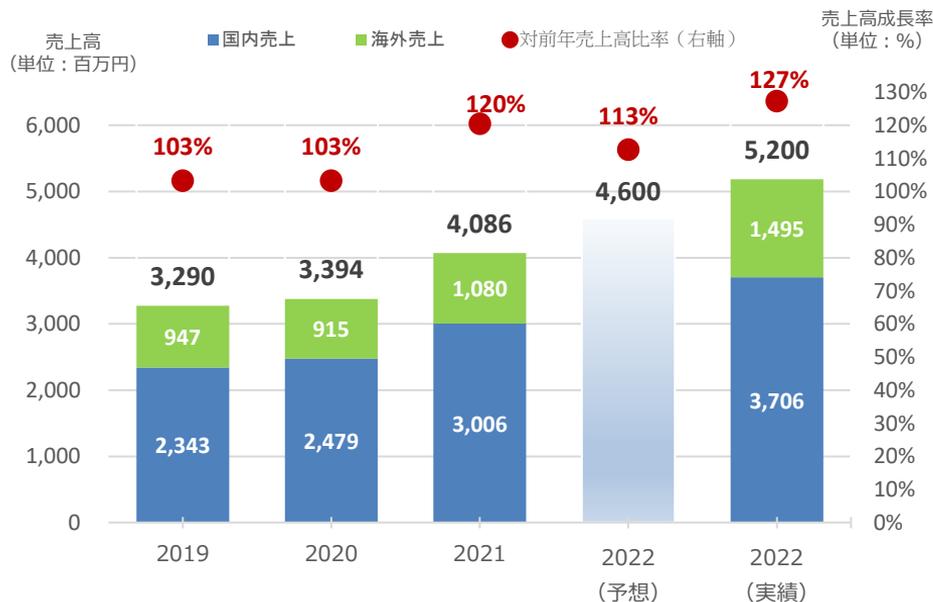
- サービス別売上高の推移（2022年予想値及び実績値）や成長施策の取り組み状況及び結果は以下の通りです。



2022年成長施策	成長進捗・結果
売上高成長率、全体で10%程度を想定。特にD.I.Yサービスの高成長率を想定。	売上高成長率は、全体は+27%、D.I.Yサービスは+39%となり、想定を超過。
<b>D.I.Yサービス成長施策</b> ① 顧客サイドAPI接続数拡大 ② パネルサイドAPI接続拡大	① 対前年+46% ② 対前年+12%
<b>アウトソーシングサービス成長施策</b> ① 営業体制強化 ② 海外販売商品強化	① 業界経験者の採用含め、営業人員の補強を実施 ② アジアパネルの強化が進捗

# 国内・海外売上高の成長進捗・結果

- 国内・海外別売上高の推移（2022年予想値及び実績値）や成長施策の取り組み状況及び結果は以下の通りです。



2022年成長施策	成長進捗・結果
売上高成長率、国内・海外ともに10%程度を想定。	売上高成長率は、国内+23%、海外+38%となり、想定を超過。
<b>国内売上の成長施策</b> ① 顧客サイドAPI接続数拡大 ② 事業会社向けサービス (MO Lite) に注力	① 対前年+46% ② 新商品「GMO ASK」をローンチ
<b>海外売上の成長施策</b> ① 顧客サイドAPI接続数拡大 ② パネルサイドAPI接続数拡大 ③ 営業体制強化 ④ 海外販売商品強化	① 対前年+46% ② 対前年+12% ③ 業界経験者の採用含め、営業人員の補強を実施 ④ アジアパネルの強化に注力

## 6. 成長戦略2023

---

# 2023年成長戦略 | Audience Engagement Platform

## Audience Engagement Platform

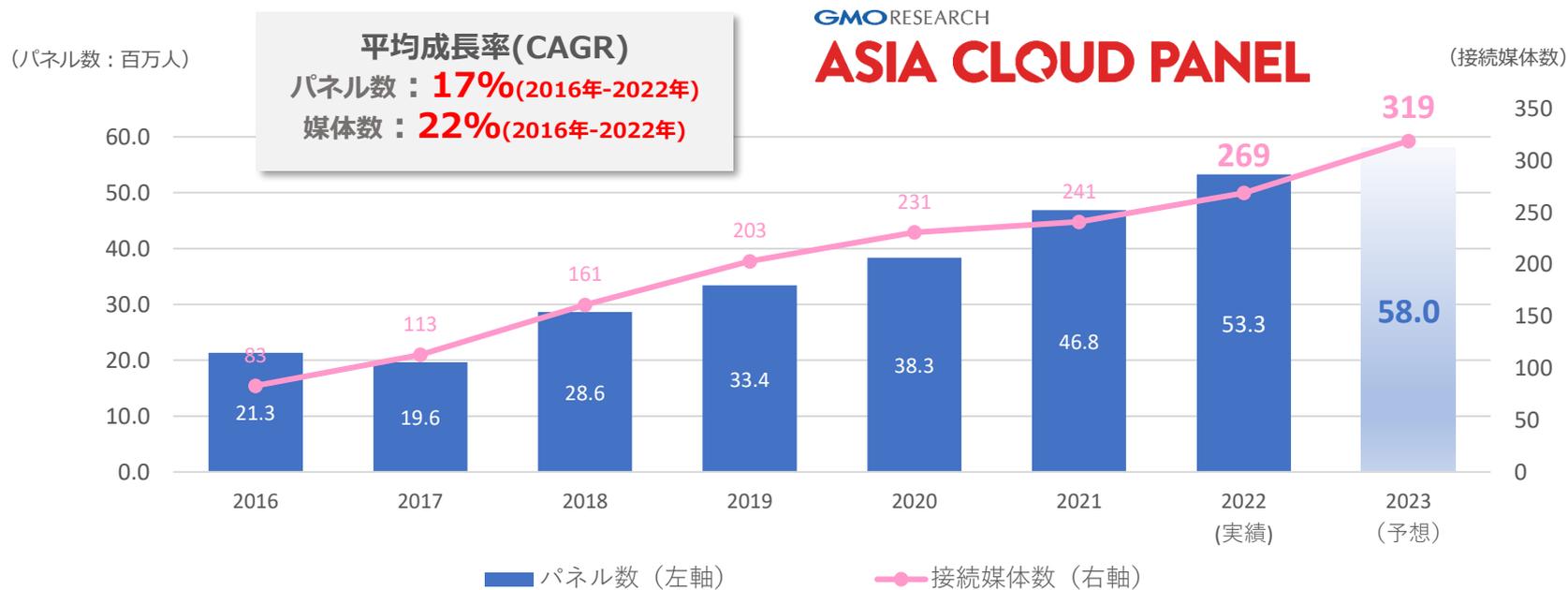
 **GMO**  
MARKET **OBSERVER**

**GMO**RESEARCH  
**ASIA CLOUD PANEL**



# ① パネルサイドAPI接続数

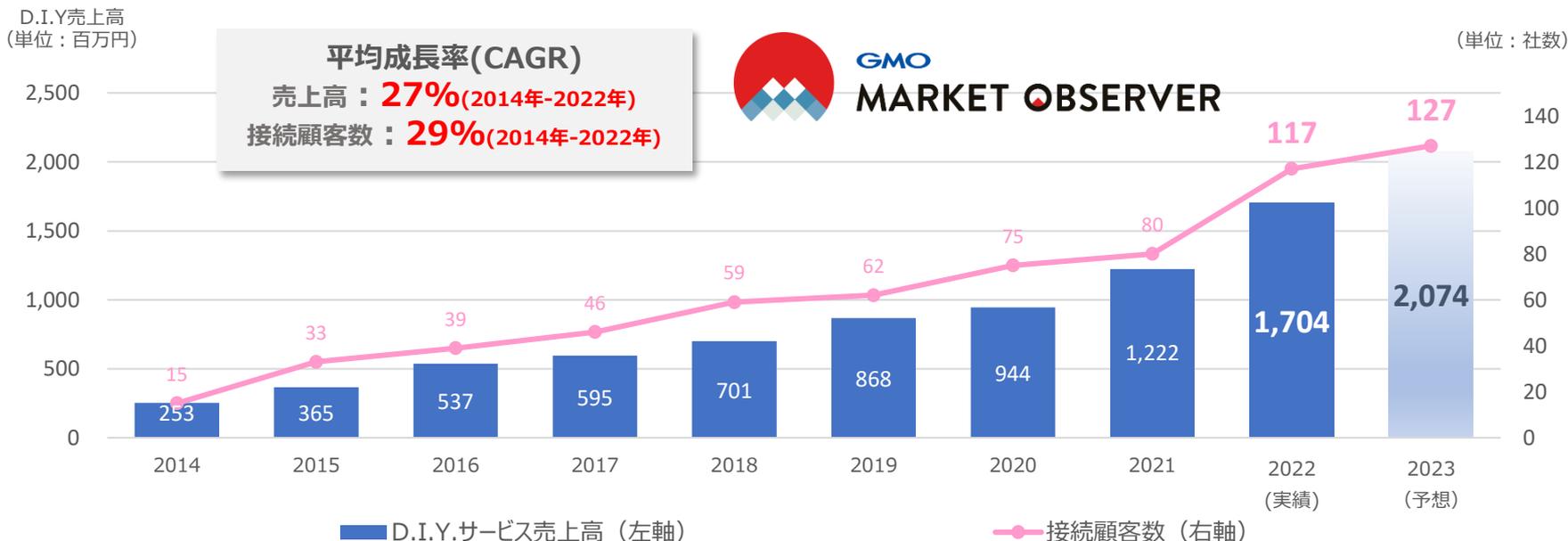
- 競争力の源泉であるアジアクラウドパネルは前年比+9%の5,800万人を目指します。
- API接続媒体数は前年比+19%の319を目指します。



## 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)は、前年比+9%を目指します。
- D.I.Yサービス売上高は前年比+22%を目指します。

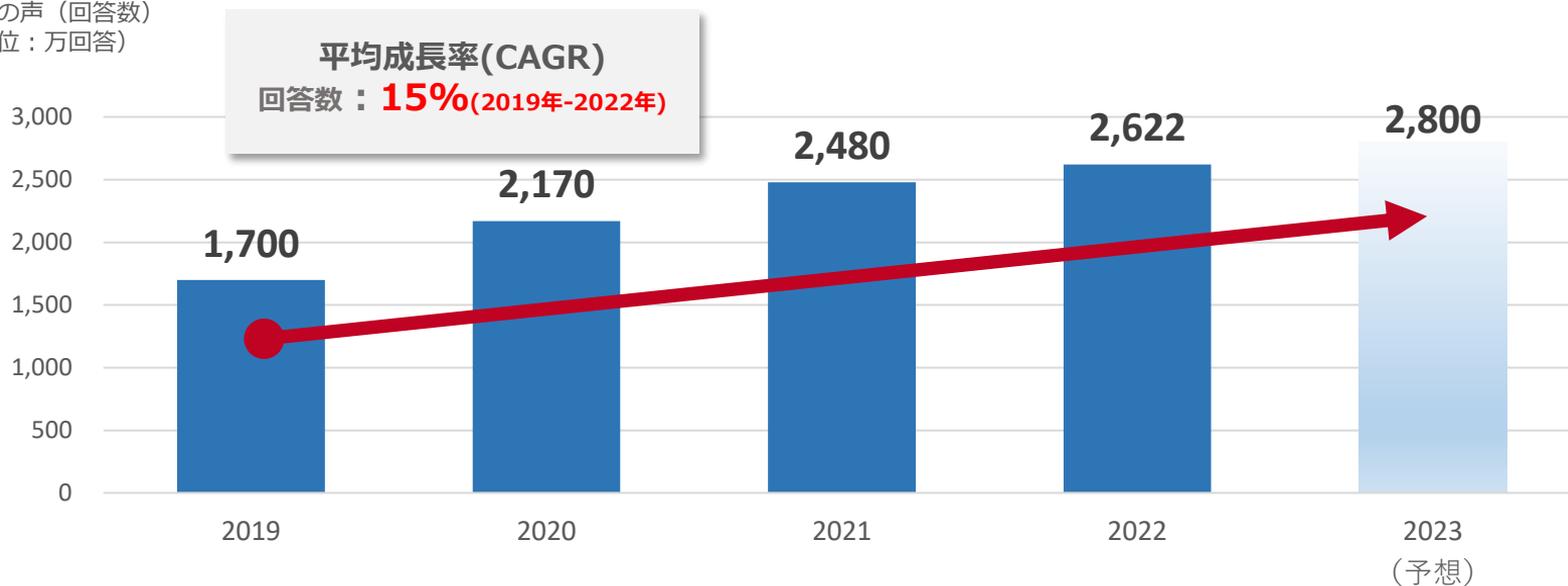
(\*1) アジアクラウドパネルへAPI接続している顧客及び当社Market Observerを利用する顧客



### ③消費者の声（回答数）

- 世界の企業へ届ける消費者の声である回答数は、前年比+7%を目指します。

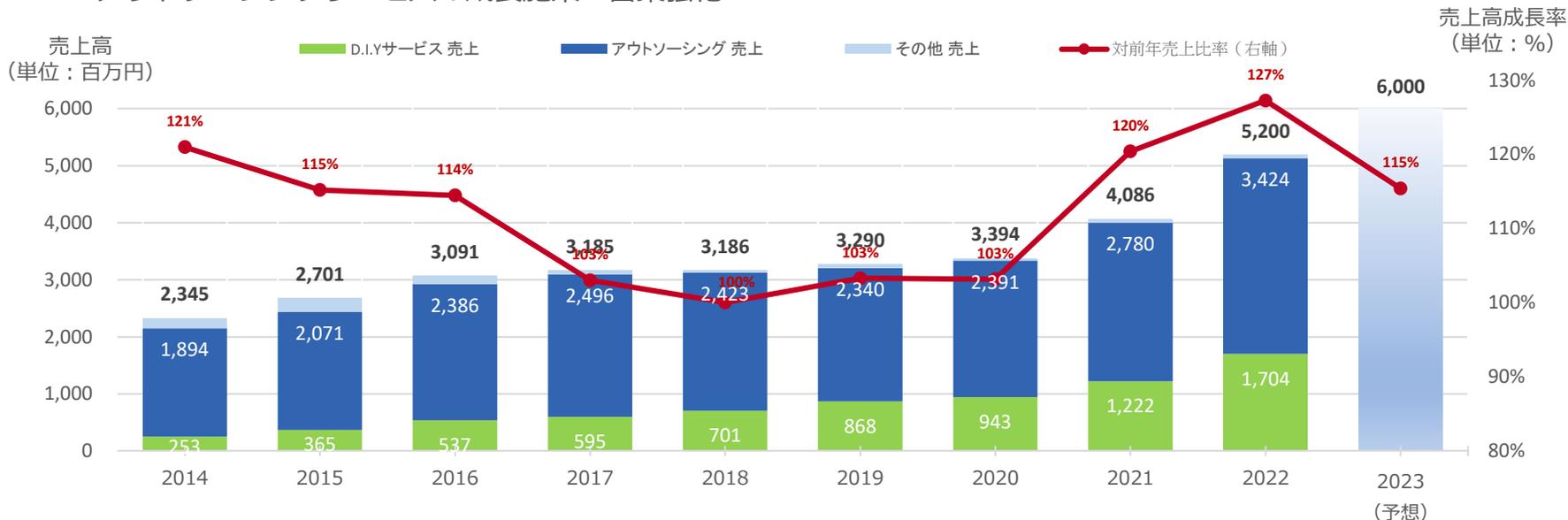
消費者の声（回答数）  
（単位：万回答）



# 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2023年の売上高成長率(全体)は15%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GMO Ask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2023年の売上高成長率(全体)は15%程度を想定

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（GMO Ask）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強化



## 7. リスク情報

---

# 主要なリスクに関する情報（1/2）

- 当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下の通りです。

※ 投資者の判断に特に重要と当社グループが考える事項について記載しています。本項の記載内容は当社株式の投資に関するすべてのリスクを網羅しているものではありません。当社グループはこれらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項記載以外のリスクについては、当社グループの有価証券報告書、「第一部【企業情報】」「第2【事業の状況】」「2【事業等のリスク】」をご参照ください。

	発生可能性 発生時期	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
市場の成長	小	● 売上成長の鈍化	インターネットリサーチの市場規模は、従来の調査手法等からの切り替えなどの要因により、順調に成長を継続しておりますが、インターネットリサーチニーズの飽和等の何かしらの要因により、市場規模の成長が鈍化するリスクがあります。当該リスクに対し、当社グループは、インターネットリサーチの普及度がより低く今後のより高い成長が見込まれるアジアを中心とする海外市場でのシェア拡大に取り組んでおります。
	常時		
競合	中	● シェアの低下 ● 販売単価の下落	インターネットリサーチ事業において大きな参入障壁がないことにより、他の事業者による新規参入や事業拡大のリスクがあります。当該リスクに対し、当社グループは、アジア最大規模の調査用パネルであるアジアクラウドパネルを構築するとともに、パネルシステムの提供に特化することで、競合企業に対する独自性と差別化および優位性の構築を行っております。当社グループは、競争力の源泉であるアジアクラウドパネルのさらなる強化とパネル提供システムの改良に努めることで、当社グループの独自性と優位性の強化に取り組んでおります。
	常時		

（続く）

# 主要なリスクに関する情報 (2/2)

(続き)

	発生可能性 発生時期	成長の実現や事業計画の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
特定業界・顧客への集中	中	● 売上高の減少	当社グループの売上高の多くは、調査会社への売上となっております。当社グループは、当社のプラットフォームの信頼性や安全性の強化、提供サービスの多様化を図り、顧客基盤を拡大することで、特定業界・顧客への集中リスクの低減に努めております。
	低下中		
ネット調査用パネルの回収力と品質	低	● 売上高の減少 ● 仕入単価上昇	当社グループのネット調査用パネル（アジアクラウドパネル）は、自社運営パネルと複数の提携パネルによって構築されております。何らかの事情により、提携パネルの利用が困難になると、回答回収力が低下する可能性があります。また、調査用パネルの回答品質について、何らかの理由により回答品質を確保できないと追加調査等により追加原価が発生するリスクがあります。当社グループは、既存のクラウドパネルパートナーとの関係強化や新規のクラウドパネルパートナーの開拓に取り組むとともに、回答品質向上のため、品質管理基準に基づく回答品質の確保に取り組んでおります。
	常時		
個人情報流出	低	● 損害賠償請求 ● 社会的信用の失墜	当社グループは、自社パネル会員の個人情報やクラウドパネルとして他社から委託を受けたアンケート配信先情報（暗号化されたメールアドレス）を保有しており、それらの情報が流出するリスクがあります。当該リスクに対し、当社グループは、情報セキュリティに関する規程の策定、情報セキュリティに関する研修・教育の実施等のほか、ISMSの認証取得やプライバシーマークの取得等の取り組みを行っております。詳細について次頁を参照ください。
	常時		

# 情報セキュリティ・プライバシー保護等

- 個人情報や情報セキュリティに関するリスクに関して、それらを保護するためのセキュリティ及びプライバシー・個人情報保護等への取り組みを行っております。

## セキュリティの安全性

### ■ 認証

外部からの脅威に対するリスクアセスメントを実施し、総合的な情報セキュリティを確保するため、ISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）認証基準の国際規格「ISO/IEC 27001:2013」および国内規格「JIS Q 27001:2014」の認証を取得。



MSA-IS-430



ISMS-AC  
ISMS ISO16

### ■ 脆弱性対応

業界標準のツールによる脆弱性の試験を実施するほか、外部機関による定期的な脆弱性診断を実施。JPCERT等の情報を常に確認し、その影響を考慮した上でパッチ等を適用している。

### ■ アクセス制御

システムやアプリケーションへのアクセスは、許可された人員のみ許可された作業を実施できるよう制限をかけている。

### ■ 通信のセキュリティ

アンケート及びモニター向けサイトはHTTPS（TLS）を利用し、セキュリティを確保しています。ファイアウォール/ロードバランサーにより必要な通信のみを許可している。

## プライバシー・個人情報保護

### ■ 認証

法律への適合性およびより高い保護レベルの個人情報保護マネジメントシステムを確立・運用することを目的としてプライバシーマークを取得。



10822793(04)

### ■ パーミッション取得

個人情報を取得するときは、パーミッションをいただく等、法令・規制の要請を踏まえた対応を行っている。

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。