

2015年12月期 第1四半期決算説明会

～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 RESEARCH

Beyond Marketing & Technology

STOCK CODE : 3695

代表取締役 細川 慎一
取締役 吉田 浩章

本資料お取扱上のご注意

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

また、本資料は2015年4月28日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

本資料に引用しております各社商標、著作物等知的財産権、並びに肖像権その他一切の権利は、当該知的財産権を有する各権利者並びにその権利の主体に帰属します。

1 当社の製品及び、サービスについて

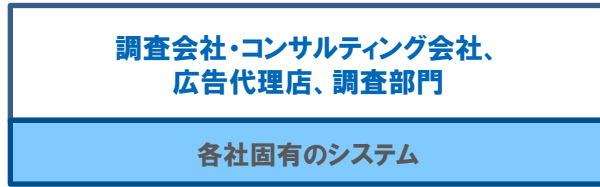
2 結論と要約

3 第1四半期決算概要

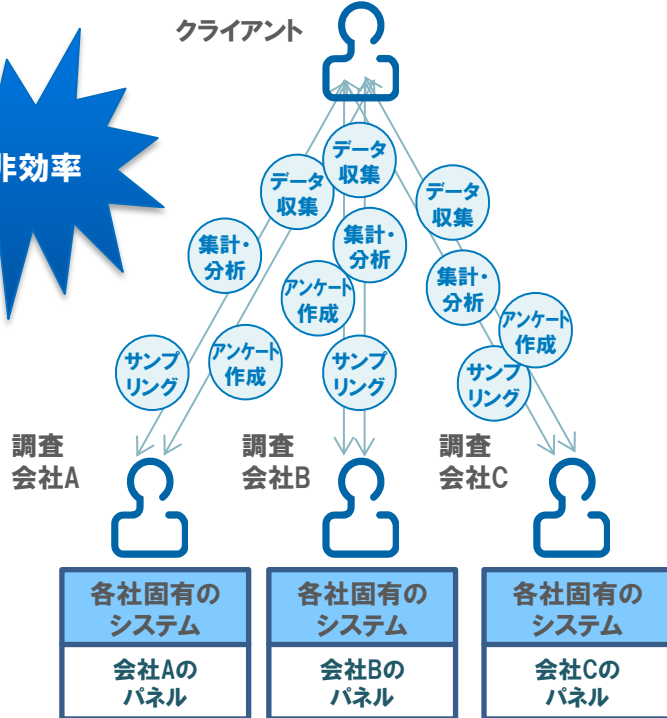
4 今期の重点施策の進捗

参考資料:用語集

今までの
インターネットリサーチ業務



クライアント



当社プラットフォーム導入後の
インターネットリサーチ業務



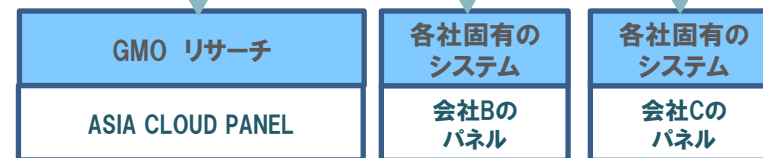
クライアント

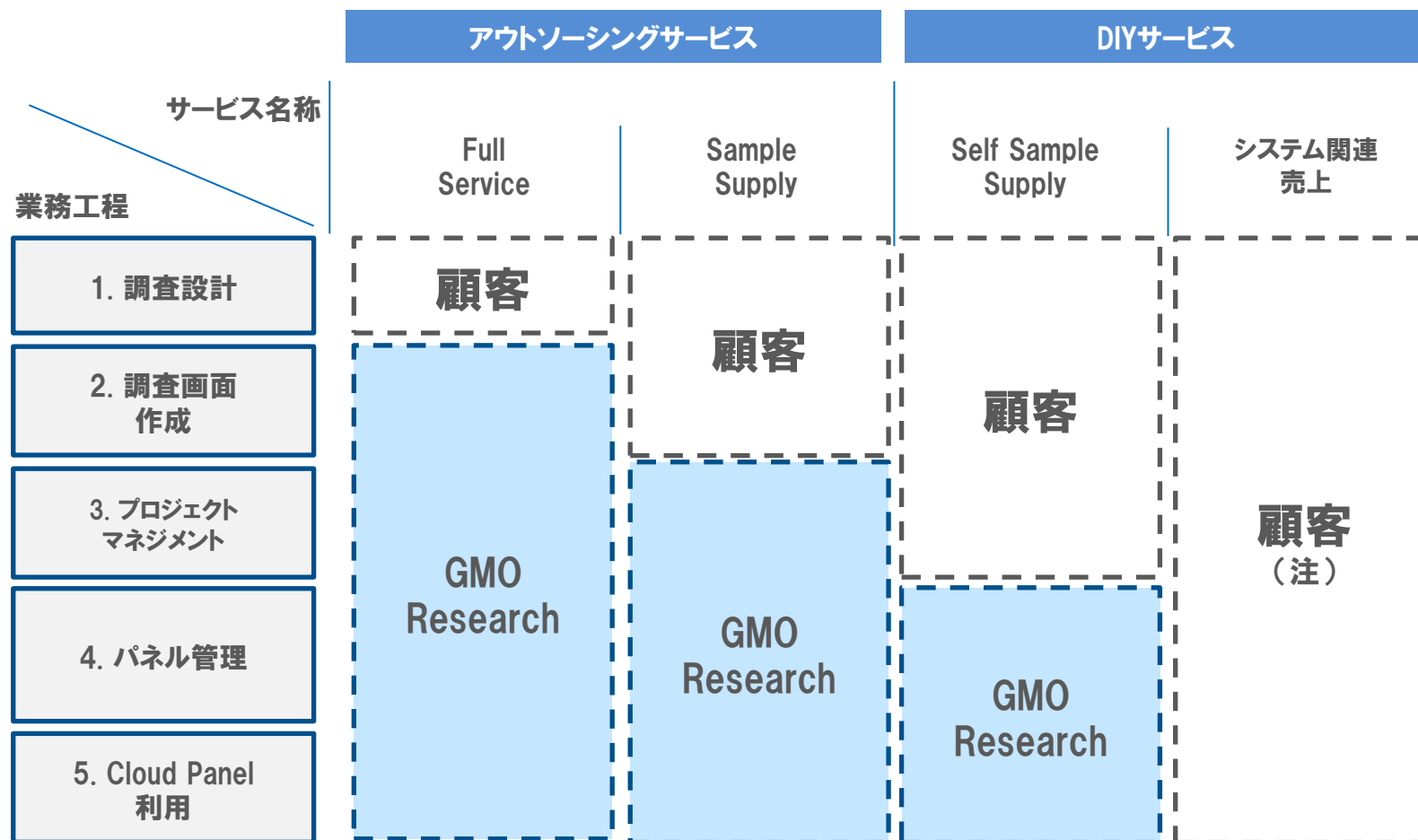


業界の
業務標準化



マーケティング業界のプラットフォームとの連携





(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。

2 結論と要約

業績(1月-3月)

売上高 660百万円(前年同期比11.9%増) 営業利益 52百万円(前年同期比26.7%減)

成長分野への積極的投資

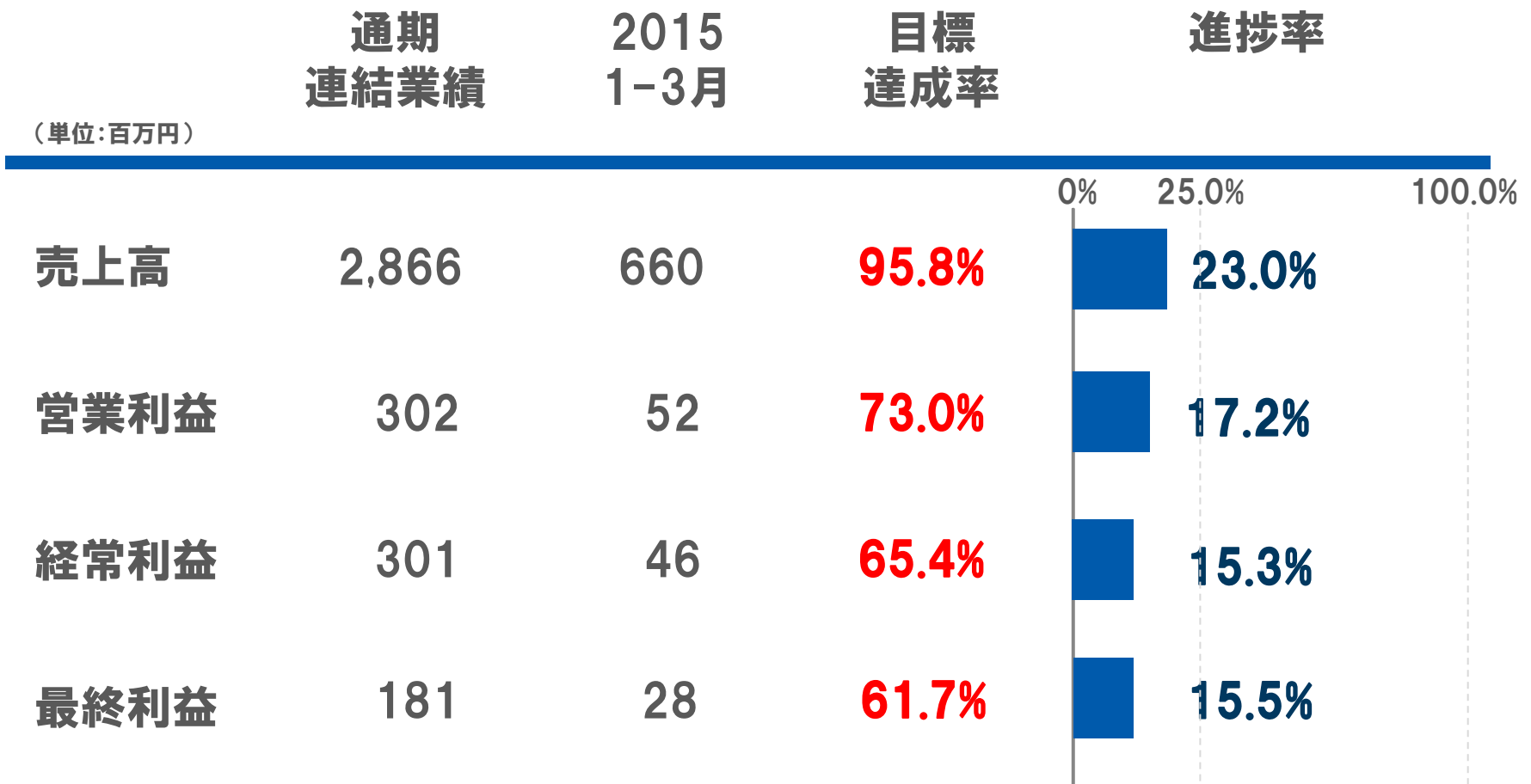
成長エリアのトピックス(1月-3月)

- 国内**
- Japan Cloud Panel登録会員数 564万人突破(過去最大)
(メドピア様と海外企業向け医師調査サービスの販売で業務提携)
 - GMO Market Observer 新規7社と契約
 - GMO Market Observer 3つのアンケートツールと連携
(「Survey Monkey (サーベイモンキー)」「Questant (クエスタント)」「CREATIVE (クリエイティブ) SURVEY (サーベイ)」)
- 海外 (Asia)**
- Asia Cloud Panel登録会員数 843万人突破(過去最大)
 - 中国で10社目となる提携を実現し350万人突破(中国内最大級)

- 海外事業の成長で売上高 11.9%増、成長分野への投資を加速し、
営業利益 26.7%減

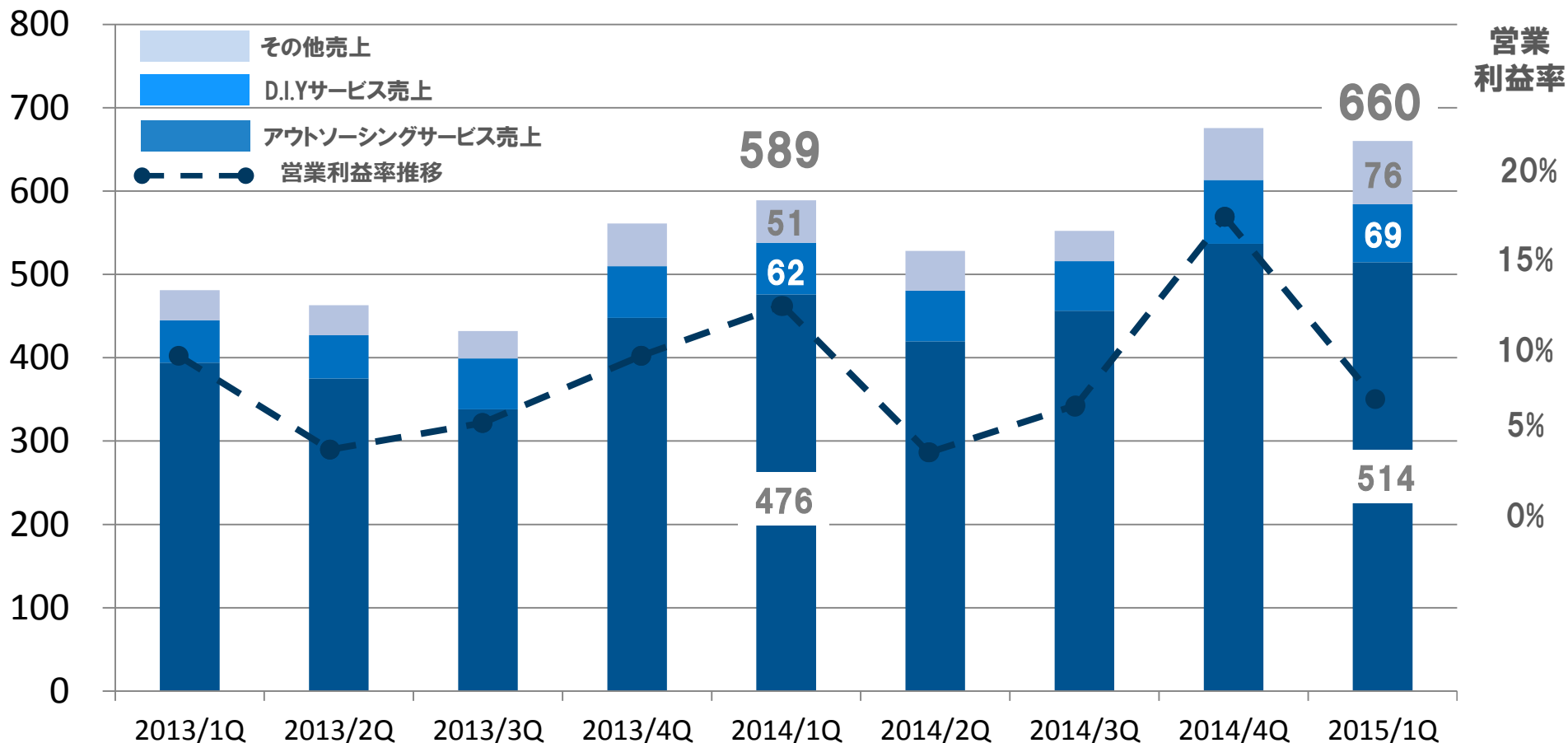
(単位:百万円)	2014 1-3月 (参考情報)	2015 1-3月	前年同期比 増減率 (参考情報)
売上高	589	660	+11.9%
営業利益	71	52	▲26.7%
経常利益	63	46	▲27.0%
最終利益	34	28	▲17.7%

■ 通期業績予想に対する進捗は、売上高はほぼ順行、利益は遅れ気味



- 引続き、アウトソーシングサービス構成比が77.9%
- Scanamind*が販売好調で、「その他売上」が増加(前年同期比49%増)

(単位:百万円)

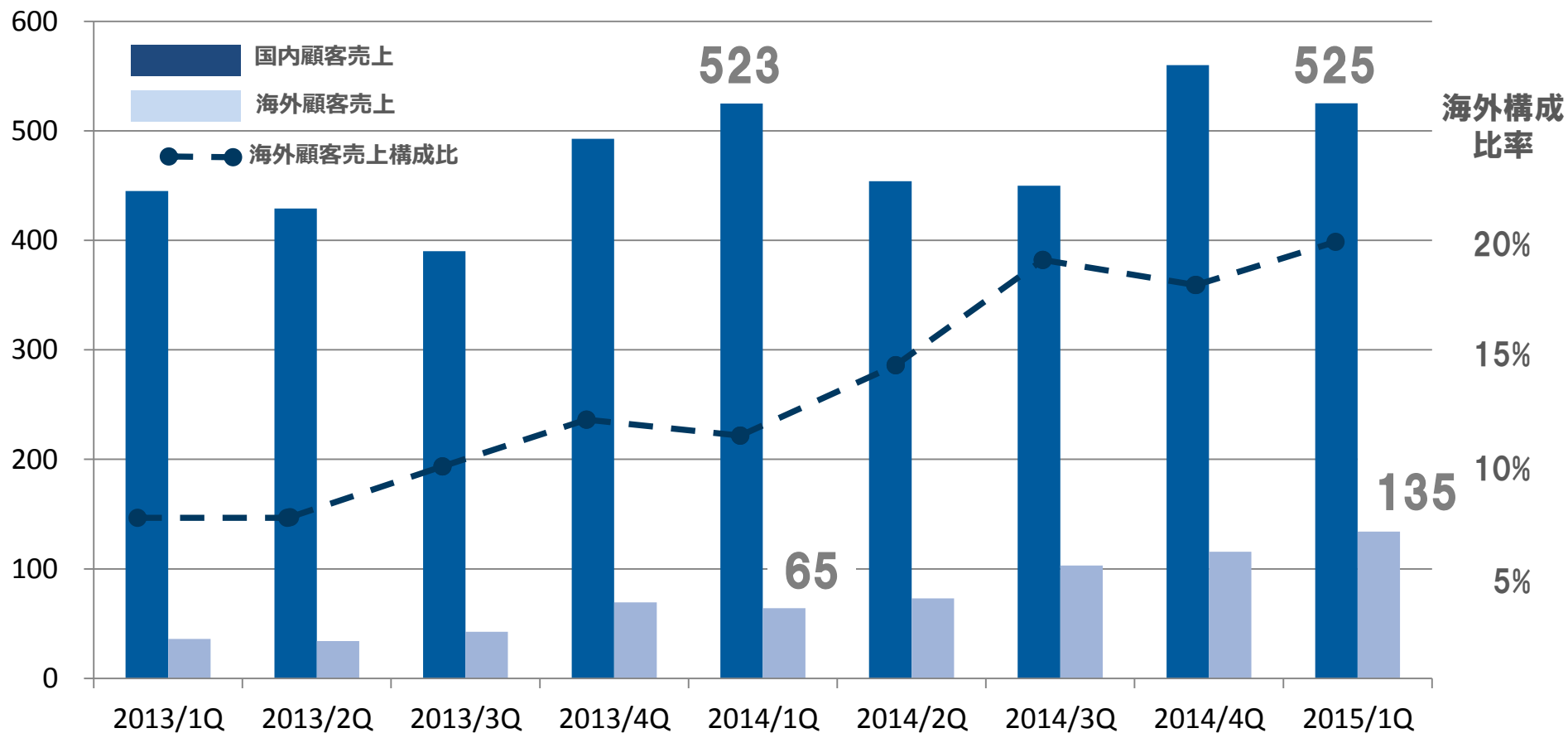


この期間の四半期数値は参考値です。

*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)

- 前年同期比で国内売上高は成長が鈍化
- 海外売上高構成比が20%で四半期最高に

(単位:百万円)



この期間の四半期数値は参考値です。

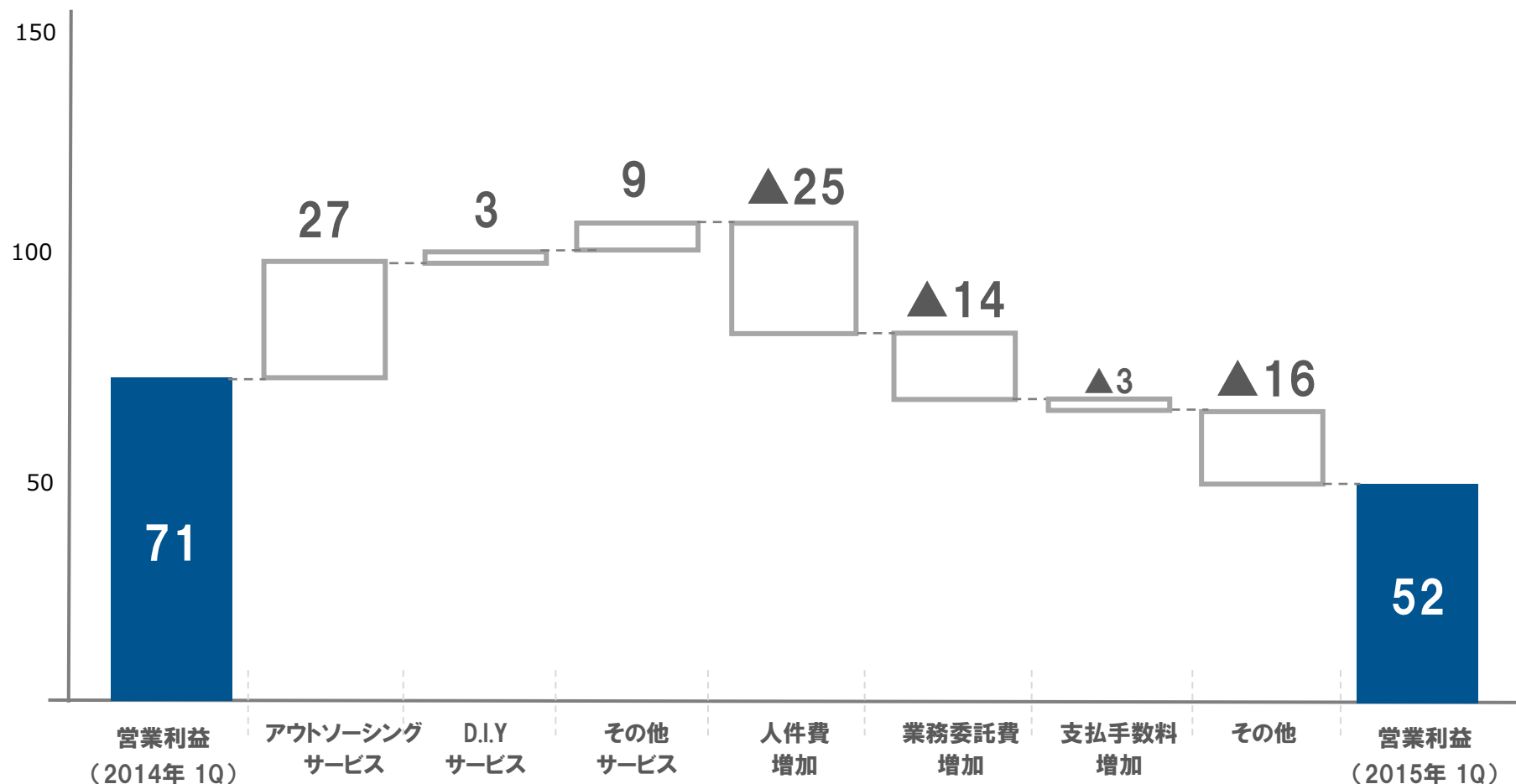
3 第1四半期決算概要

- 売上高は、海外事業が堅調に拡大し、牽引
- 原価率は、Asia Cloud Panelの拡大で低減(1.3%減)
- 販売及び、一般管理費率は、投資フェーズに入り大幅増加(5.5%増)

	2014年1Q		2015年1Q		前期比増減	
	実績	(%)	実績	(%)	増減	増減率(%)
(単位:百万円)						
売上高	589	100.0	660	100.0	70	11.9
売上原価	329	55.8	359	54.5	30	9.2
売上総利益	260	44.1	300	45.4	39	15.4
販売及び一般管理費	189	32.0	248	37.5	58	31.2
営業利益	71	12.0	52	7.8	△18	△26.7

■ 過去1Q比で最高となった売上総利益を、人材確保(新規サービス企画、Market Observerの強化・AsiaCloudPanelの強化)及び、欧米の営業の強化に積極投資

(単位:百万円)



■ 上場に伴う資金調達により現預金及び、純資産が大幅に増加、システム開発投資により固定資産が約2割増加

(百万円)	2014年 1Q (3月末) (参考情報)	2015年 1Q (3月末)	前年同期比 増減率 (参考情報)
流動資産	770	1,261	+ 63.8%
(現金預金)	166	536	+ 222.0%
固定資産	318	386	+21.3%
資産合計	1,088	1,650	+51.5%
流動負債	569	553	△ 2.8%
固定負債	25	24	△ 3.7%
負債合計	595	578	△ 2.8%
純資産	493	1,071	+117.1%
(純資産比率)	45.3%	64.9%	+ 43.3pt

4 今期の重点施策の進捗

今期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1 Market Observerの販売強化



(重点施策)

- ・顧客タイプ別にソリューションを提供
- ・MO推進課を新設(営業機能・営業サポート機能)

2 Asia Cloud Panelの拡大



(重点施策)

- ・更なるCloud Panel拡大(重点国選定)
- ・既存パネルの回収力向上

3 海外事業の成長



(重点施策)

- ・(中国)体制強化
- ・(アジア)欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

今期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

1 Market Observerの販売強化



(重点施策)

- ・顧客タイプ別にソリューションを提供
- ・MO推進課を新設(営業機能・営業サポート機能)

Asia Cloud Panelの拡大



(重点施策)

- ・更なるCloud Panel拡大(重点国選定)
- ・既存パネルの回収力向上

海外事業の成長

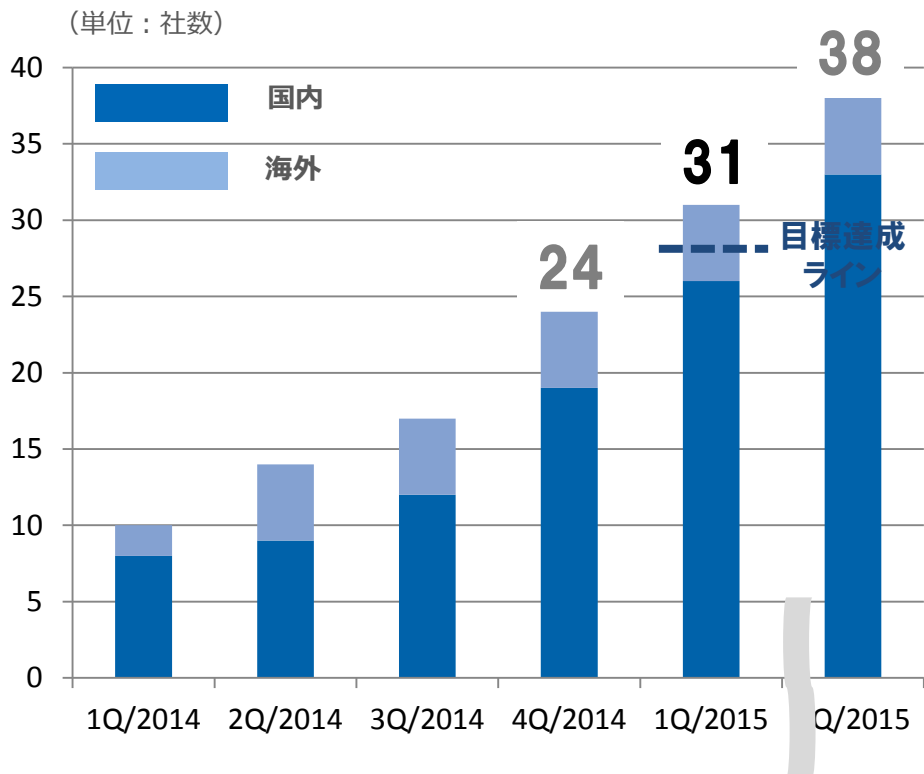


(重点施策)

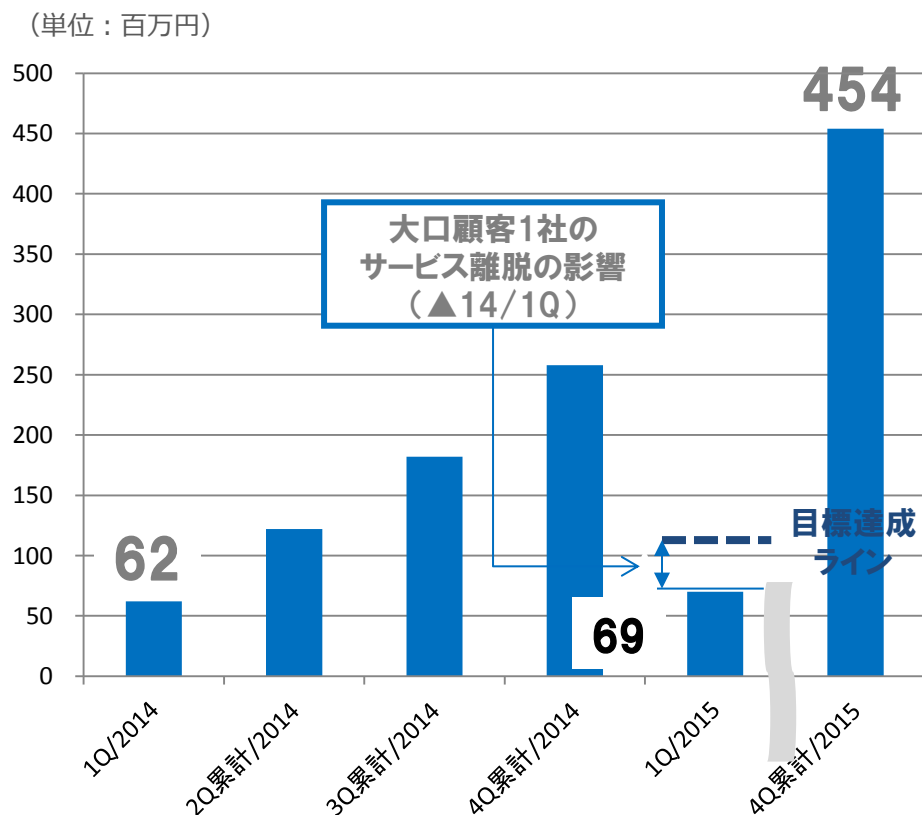
- ・(中国)体制強化
- ・(アジア)欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

- 2015年第一四半期は、7社と契約、累計31社
- 導入実績は順調に推移しているが、1社当たりの売上高は要改善

Market Observer累計導入推移表



Market Observer 累計売上推移表



今期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

Market Observerの販売強化



(重点施策)

- ・顧客タイプ別にソリューションを提供
- ・MO推進課を新設(営業機能・営業サポート機能)

2 Asia Cloud Panelの拡大



(重点施策)

- ・更なるCloud Panel拡大(重点国選定)
- ・既存パネルの回収力向上

海外事業の成長



(重点施策)

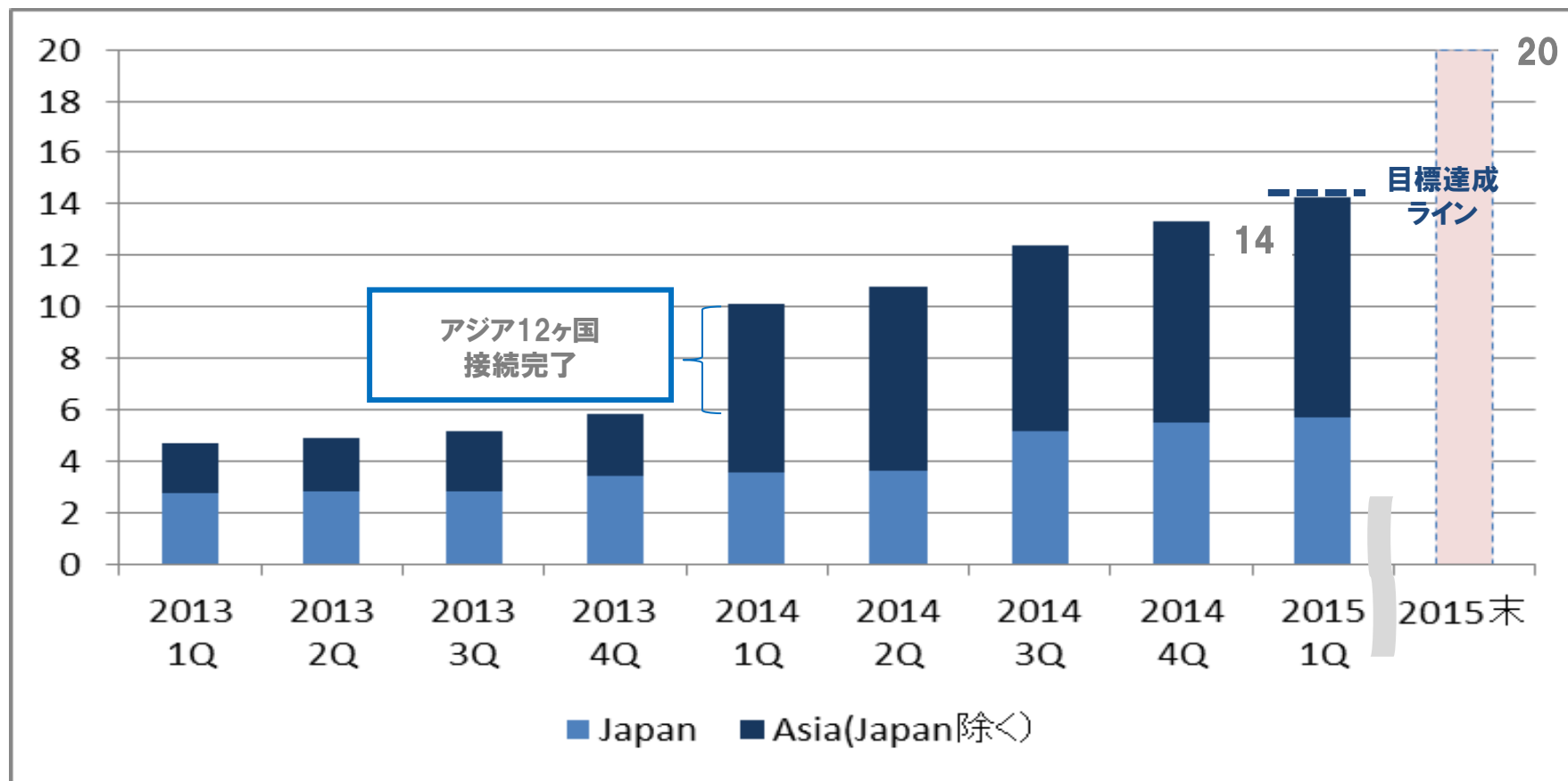
- ・(中国)体制強化
- ・(アジア)欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

- アジア全体では、1320万パネルから1400万パネル(106%)へ拡大
- 計画通り進捗

Asia Cloud Panel登録者累積推移表

(単位：百万人)

2015年3月31日現在



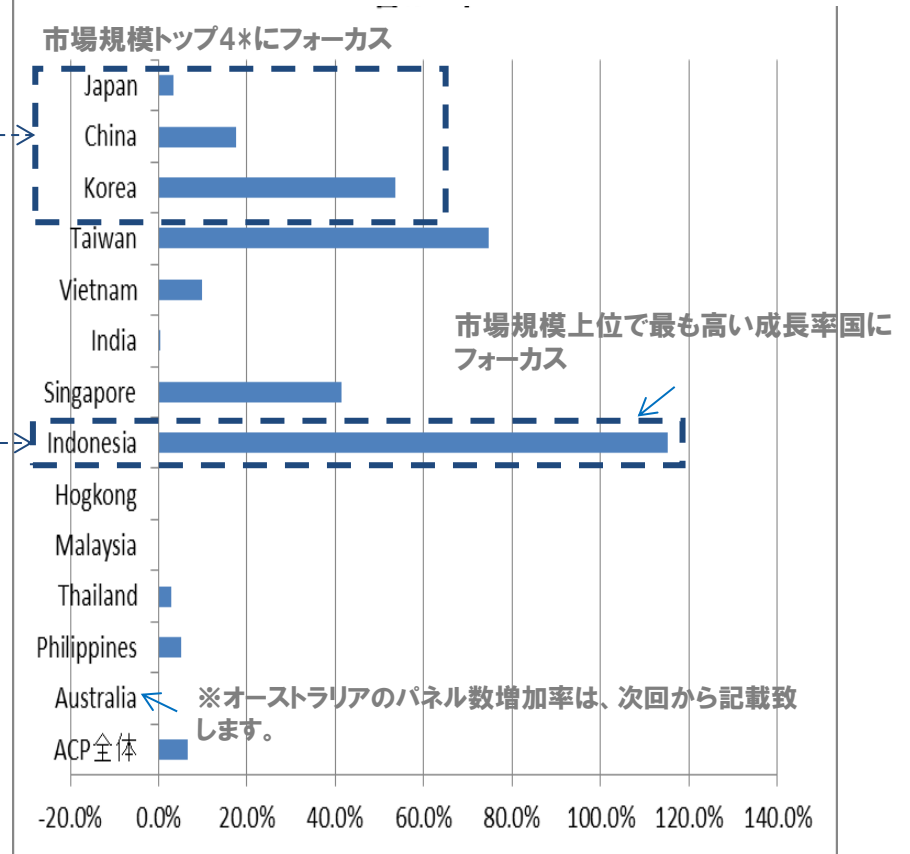
Asia Cloud Panelの拡大（詳細）

- 市場規模及び、成長率を考慮し、重点国を設定
- 日本・中国・韓国・インドネシア・オーストラリアに集中

アジア各国の市場規模と成長率

	Turnover (US\$m)					Absolute growth (%)	Net growth (%)
	2009	2010	2011	2012	2013	2012/13	2012/13
ASIA PACIFIC							
Japan	1,769	1,916	2,126	2,234	1,843	0.9	0.5
China	974	1,192	1,413	1,544	1,686	7.2	4.4
Australia	576	657	737	733	699	2.0	-0.4
South Korea	295	360	372	366	374	-0.7	-2.0
India	174	170	249	263	252	8.4	-1.0
Thailand	114	135	143	154	168	7.6	5.3
Singapore	58	78	100	131	138	4.9	2.5
Indonesia	78	101	120	134	135	12.5	5.7
Hong Kong	88	97	107	119	120	0.8	-3.4
Malaysia	73	91	102	113	115	3.8	1.6
Philippines	70	81	90	100	107	8.5	5.4
Taiwan	86	88	97	99	97	-1.3	-2.1
New Zealand	74	84	97	93	93	-0.7	-1.8
Commonwealth of Independent States	36	41	47	52	58	12.1	6.0
Georgia	2	4	3	4	3	-2.9	-2.4
Vietnam	30	42	53	52	55	3.8	-2.6
Pakistan	12	14	14	18	20	19.3	11.1
Bangladesh	8	9	12	11	16	38.0	28.4
Sri Lanka	5	5	7	7	7	-6.4	-12.5
Cambodia	3	3	4	6	7	14.5	11.2
Myanmar	2	2	2	5	6	58.7	50.0
Laos	1	1	2	3	3	21.7	14.3
Asia Pacific	4,525	5,168	5,893	6,237	5,998	3.9	1.6

当社パネル増加率



出典:「Global Market Research 2014」An Esomar Industry Report

出典: 2015年1月1日から2015年3月31日までの当社実績

今期重点施策

(2014年12月期決算発表資料より抜粋)

進捗状況

Market Observerの販売強化



(重点施策)

- ・顧客タイプ別にソリューションを提供
- ・MO推進課を新設(営業機能・営業サポート機能)

Asia Cloud Panelの拡大



(重点施策)

- ・更なるCloud Panel拡大(重点国選定)
- ・既存パネルの回収力向上

3 海外事業の成長

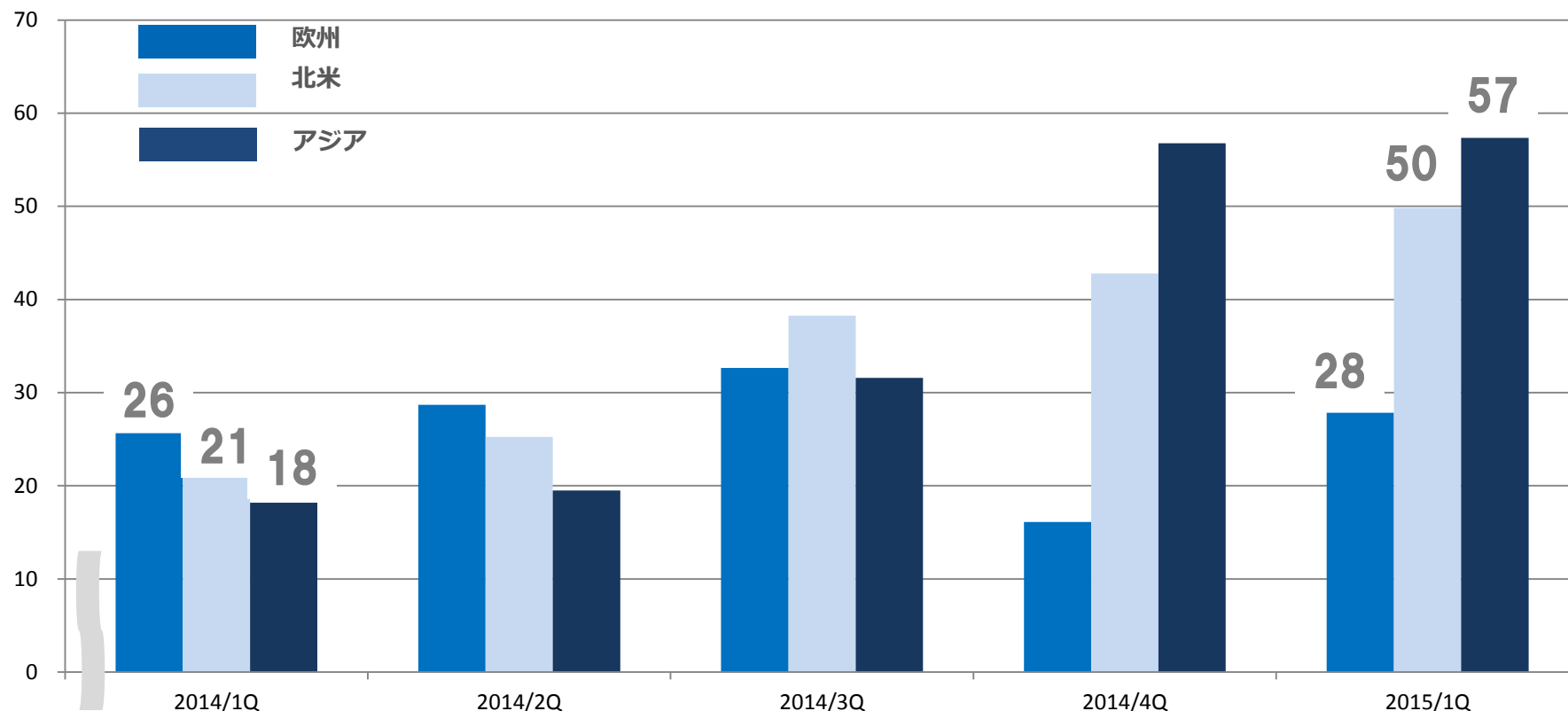


(重点施策)

- ・(中国)体制強化
- ・(アジア)欧米顧客とのプラットフォーム連携/地場調査会社との連携強化

- アジアの増加率が前年同期比 216%と最大で、米国、欧州と続く
- 北米は持続的に増加傾向にあり、今後もこの傾向が続くと予想

(単位:百万円)

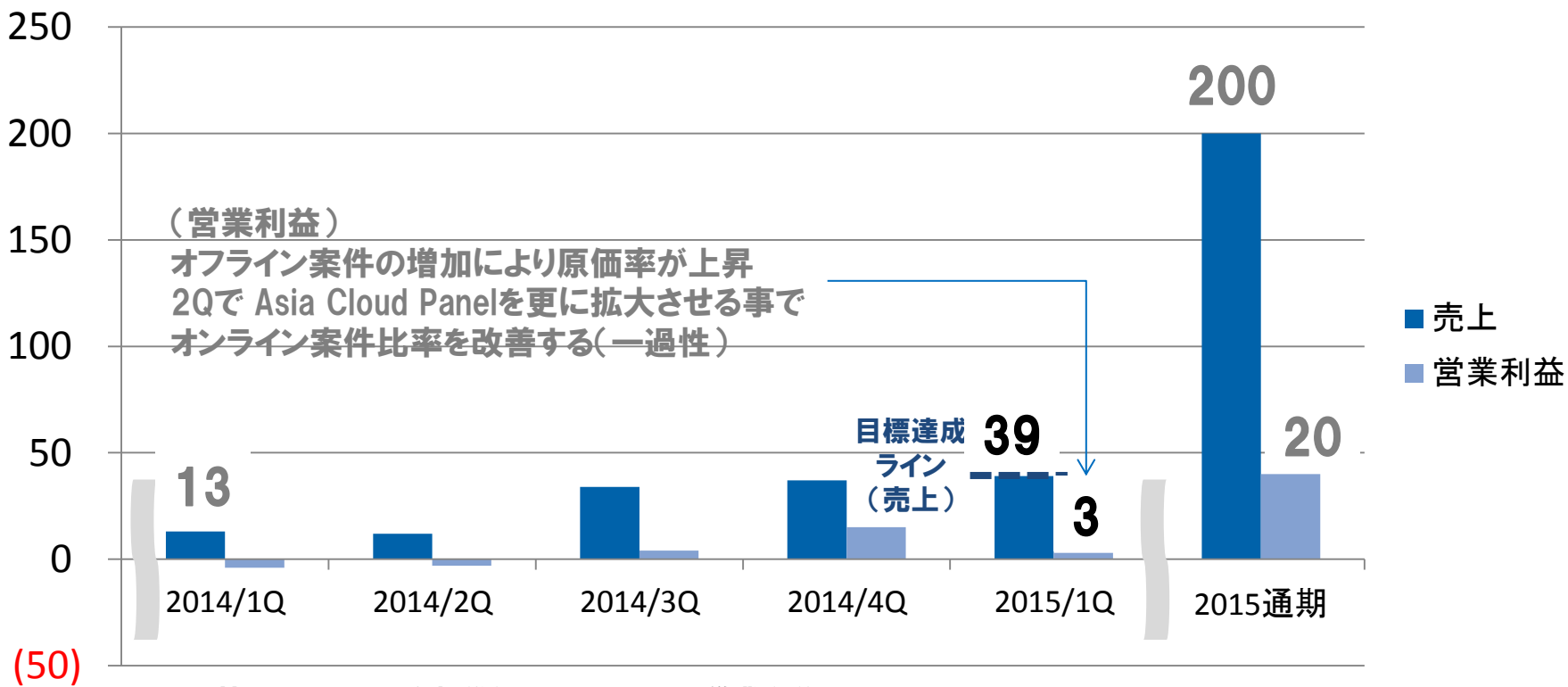


この期間の四半期
数値は参考値です。

- 売上高 前年同期比 200%増(目標達成)
- 体制強化に対する進捗遅れ(2名不足)・・・2015/2Q末までにリカバリー

中国子会社における業績推移

(単位:百万円)

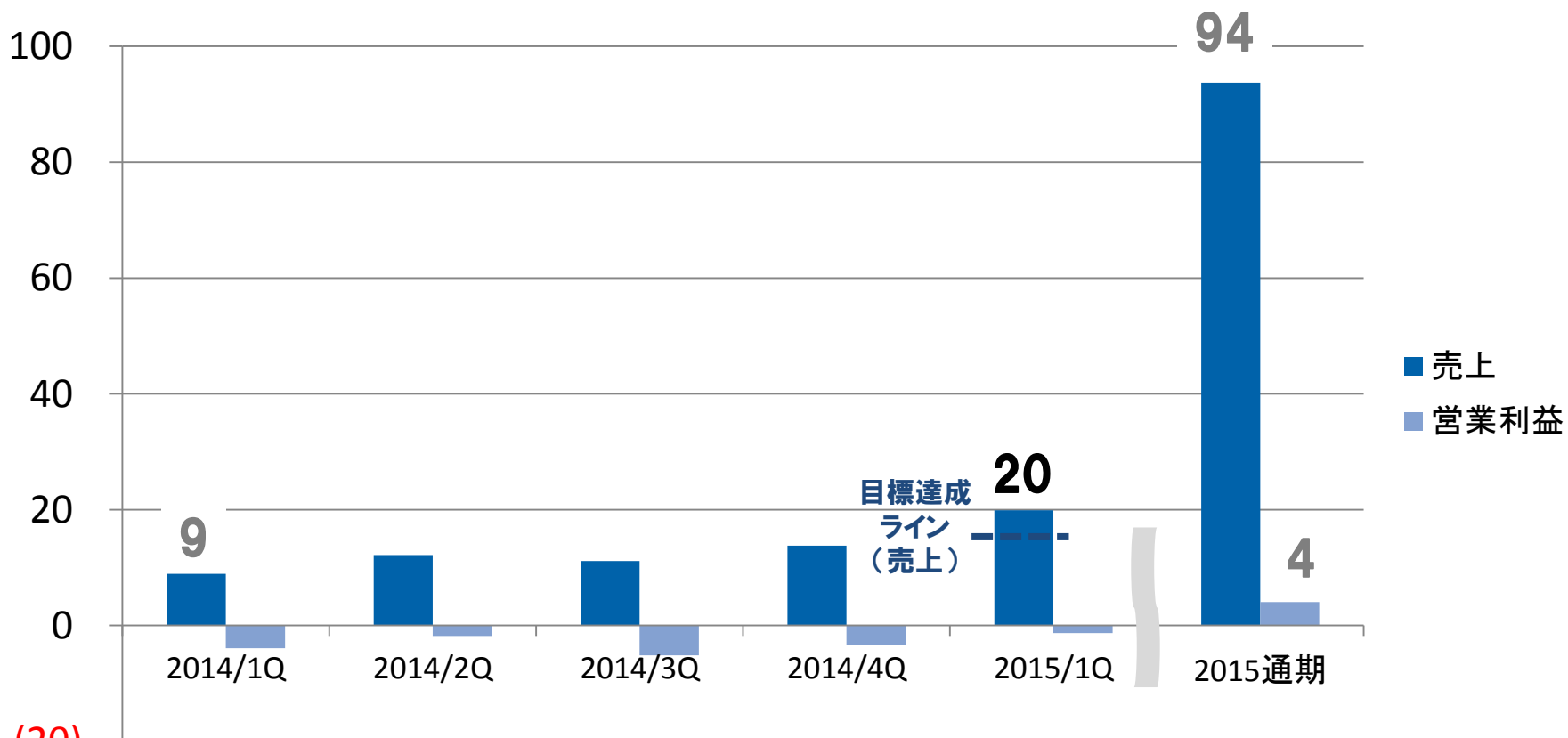


※この情報は、中国子会社単体の売上高及び、営業利益を表記したものです。

- 売上高 前年同期比 122%増(目標達成)
- 欧米の大手リサーチプラットフォーム会社とのプラットフォームの連携効果もあり徐々に売上が拡大傾向に

シンガポール子会社における業績推移

(単位:百万円)



(20)

※この情報は、シンガポール子会社単体の売上高及び、営業利益を表記したものです。

<参考資料>

- サービス別販売先・サービス内容説明表
- Tag line Message

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	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。
	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、MRO、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)

Beyond Marketing & Technology

マーケティングとテクノロジーの向こうへ

変化し続ける生活者の行動を理解し、最適なマーケティング活動をサポートするために。
私たちが提供できることは3つあります。

1つは、アジアの人々をオンラインでつなぐパネルネットワーク。
もう1つは、最先端のテクノロジーとリサーチの視点を組み合わせた
データコレクションの新しい手法。
そして、この両者をつなぎ、あらゆるデータソースを
よりリアルタイムなコミュニケーションへと反映させるためのプラットフォーム。

より多くの生活者につながり、今まで取得できなかったデータを取得できる。
分断されていた企業のマーケティング活動をシームレスなものへと変革する。
私たちGMOリサーチが、企業と生活者のコミュニケーションを次のステージへと導きます。

本日はありがとうございました。

GMO RESEARCH

Beyond Marketing & Technology

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、業績等の将来に関する記述は、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。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。