

## 登壇

---

**司会**：ただ今より、GMO プロダクトプラットフォーム株式会社、2026 年 12 月期第 1 四半期決算説明会を開始いたします。

本日はお忙しい中、オンライン決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。本日の決算説明会には、代表取締役社長、荻田剛大。

**荻田**：よろしく申し上げます。

**司会**：取締役、CFO、森勇憲。

**森**：よろしく申し上げます。

**司会**：以上の 2 名が出席しております。これより、代表取締役社長、荻田剛大から、2026 年 12 月期第 1 四半期決算概要についてご説明させていただき、その後、Zoom ウェビナーのチャット機能を利用し、皆様からのご質問をお受けさせていただきます。詳しい操作方法につきましては、質疑応答のお時間の際に、あらためてご説明いたします。

それでは、荻田社長、お願いいたします。

**荻田**：それでは、2026 年 12 月期第 1 四半期の決算説明会を開始いたします。よろしく申し上げます。

まず、総括です。サマリーです。経営統合から、4 月でちょうど 1 年が経過しました。この 1 年間で、プラットフォームが提供する機能がアンケートだけだったものが、広告機能や運用機能が追加されたことによって強化されて、売上の安定化と粗利率の向上を実現した、そんな 1 年だったかなと感じております。

広告機能や運用機能のほうが粗利率が高いので、構造的な粗利率が増えておりますし、その結果、営業利益率も 19.2%と過去最高になっています。アンケート売上だけだったときは、アンケート売上に依存して、黒字と赤字が繰り返されるような状態だったのですが、それも完全に脱却できたのではないかなと感じています。

また、業績予想に対しても順調でして、今期の構造改革はオペレーションの効率化で人的余力を作るということに焦点を当てる予定です。AI を前提とした業務体制に再構築し、既存業務を少人数で運営可能にする。その結果、ポイント運用機能などの成長分野へ来期以降にメンバーだったりの

リソースを再配置する、そういうことができるような状態にするというのが、今期の構造改革の肝なのだろうなと感じております。引き続き、ストックにならない案件を受注せずに、アンケート売上およびアンケート連携 MAU の減少を許容していきます。

あらためてですが、当社のプラットフォームの全体像を共有させていただくと、ポイント機能を基盤として、プロダクトを良くするプラットフォームを提供しております。これを入れると、収益化ができたり、UX の向上ができたりするというプロダクトを良くするプラットフォームですね。

マネタイズモデルは、僕らが連携しているプロダクトに、この収益化機能を組み込むことでマネタイズが発生し、そのうちの一部をレベニューシェアとしていただくというようなマネタイズになっています。

業績ハイライトはこちらのとおりです。全体的にいい四半期だったかなと感じておりまして、売上、営業利益、営業利益率ともに YoY、QoQ で増加しております。機能別については、アンケート売上は、ストックにならない案件を受注しない方針によって計画どおり減少ですし、広告売上、ポイント運用等は、GMO タウン WiFi と GMO ストックポイントのグループジョインによって上昇しております。

通期業績予想に対する進捗状況はこちらのとおりでして、売上高は 28.2%、営業利益は 52.5%と、当社の予想想定よりも良い進捗率でございます。ただ、広告とアンケートはともに 3 月が最も需要が高まるので、どうしても 1Q が最も利益貢献が大きいです。2Q から 3Q の営業利益は 1Q 対比で減少する予定ですので、ご認識ください。

連結業績はこちらのとおりです。前述しましたように、業績予想に対しては順調に推移しております。統合から 1 年で、プラットフォーム企業への進化によって、収益構造が転換したなというのが読み取れるかなと思います。

ただ、これですと、タウン WiFi が連結していない数値だったり、ストックポイントが連結している数字になりますので、正確な前年同期との継続事業での実質比較が必要だなと思ひまして、それがこちらの資料です。

売上は減少、粗利はほぼイコール、そして、実質の営業利益はプラス 45%というのが、実質的なこの 1 年間の前年同期比の姿かなと感じております。これはどんな変更をしたかといいますと、25 年度の 1 月から 3 月業績に非連結だった GMO タウン WiFi の業績を加算しております。その上で、広告の一時案件の売上を除外しているというのが一つ。もう一つは、26 年 1-3 月の業績から GMO ストックポイント社の業績を除外しております。

加えて、25年に経営統合関連費用がショットでかかっていますので、それも除外して、営業利益を増やした実質の状態での比較がこちらですね。アンケートにおいても、労働集約案件を縮小した結果、売上は減少しているのですが、当該案件にかかっていた販促費や人件費が減少で、販管費が縮小し、結果、営業利益が増加しているという状態です。

四半期間の業績推移の売上高はこちらのとおりです。アンケート売上に対して、もともとアンケート売上だけだったものに対して、2026年1Qから広告とポイント運用も加わることで、安定的な売上構造へ転換したなと感じています。

売上構造が安定化した以外にも、粗利率の高い機能の構成比が増えているので、粗利が出やすい収益構造に転換しております。アンケートの粗利はだいたい50%から55%ぐらいですね。オペレーションコストが発生するので、これぐらいになります。

広告は63から68%ぐらいで、アドネットワークにより自動的に配信されるので、これぐらいの粗利率になります。加えて、ポイント運用については、ポイント運用の手数料なのですが、ポイント付与の費用が発生しないので、粗利率が高い状況でございます。その結果、粗利、粗利率ともに過去最高水準になっております。これは構造的にこういうふうになっているので、後戻りはしないかなと。

ただ一方、販管費の効率化やリソースアロケーションはまだ途中でして、2024年1Qと2026年1Qを比較するとわかりやすいかなと思いますが、売上に占める販管費の割合がほぼ変わっておりません。つまり、事業構造として、粗利率は高くなり、粗利は増えるような状況になっているのですが、まだまだ販管費が重くのしかかっているという状態は変わっていないというところでは。

これは今期の構造改革のテーマだと思ってございまして、これを実現することで、来期以降の高い売上成長が実現できると感じていますので、今期はここにフォーカスいたします。

とは言いつつ、プラットフォーム企業への進化が無事できまして、営業利益率は過去最高水準を更新しています。今後も高い水準で成長するために、構造改革にフォーカスしていきたいなというところでは。

また、四半期のKPI推移のARPUとMAUですが、プラットフォーム化に基づく案件選別でアンケート連携MAUは減少していますので、結果、MAUは微増です。収益機能の拡充にARPUは構造的に向上しているという状態です。これは許容していきたいなと思っておりますので、次Q以降もMAUは増えず、もしくは減少に転じるのですが、ARPUを増やしていくことで総合的に伸びていくというのが、今期の構造かなと思います。

個社の構造改革進捗だったり、統合進捗をお伝えしたいなど。こちらが、昨年からお見せしている GMO リサーチ&AI の構造改革進捗ですが、25 年は、労働集約型中心になって、その結果、営業利益がマイナスになっていたところを、今期はプラットフォーム型中心、プロダクトの価値で差別化を実現することで、黒字化をするぞというところでしたが、無事、当初の計画どおり、今期の黒字化は達成できる見通しです。オペレーションの効率化で人的リソースを創出して、投資に充てるというところに今期、焦点を当てます。

また、GMO タウン WiFi 社ですが、個社としては順調に成長しております。今年、来年は個社としての成長がテーマになりますが、2028 年からはプラットフォームに対して、広告機能をもっと展開していくことで、プラットフォームとして伸びていこうと考えております。

ストックポイント社は、今年から連結になっていますが、やはり GMO リサーチ&AI のように、労働集約型の中心になってしまっていた、受託開発が中心になっていたという課題感があります。せっかくポイント運用という唯一無二の機能があるにもかかわらず、それが受託開発しか発揮できていなかったところを、今期はプラットフォーム化にフォーカスをして、来期以降、仕組みを提供すること、いろいろなプロダクトにポイント運用の仕組みを提供していくというプラットフォーム型に生まれ変わらせたいなど。その結果、2028 年の黒字化を実現していきたいと感じます。

ここまでの進捗の共有でございまして、ここからが実際の戦略のおさらいを含めての進捗になります。

そもそも、当社の事業はどんな事業かと申しますと、いいプロダクトを作っていく、プロダクト成長の好循環を作るような事業です。こちらは、もともとタウン WiFi 社がはまっていた悪循環が左側なのですが、せっかくユーザーさんがいらっしゃっても、収益モデルがなかったため、投資が続かず、開発や改善が止まり、プロダクトが陳腐化した結果、ユーザーが離れるという悪循環に陥っていました。

これをポイント獲得が収益化とひもづく、ポイ活の機能を入れることで、収益モデルを実現し、売上向上が実現できることで投資が続き、開発、改善をすることでプロダクトが進化し、DX は向上し、さらにユーザーが利用するというプロダクト成長の好循環を実現できた。それをほかのプロダクト、せっかくいいものを持っているのに、マネタイズモデルがなく、ユーザーさんの課題を解決しきれないプロダクトに対して提供していく。そんなプロダクトを良くするプラットフォームというのが当社の事業です。

これは先ほどご説明したとおり、そういうプロダクトを良くするプラットフォームは複数の機能から成り立っているというご説明ですし、収益モデルも先ほどのご説明のとおりです。

実績ですが、ポイントと広告機能を提供することで、タウン WiFi 社は、こちらのご覧のような成長を実現できていますし、タウン WiFi アプリはこちらのご覧のとおり成長できていますし、シフト手帳アプリについても2倍の成長ができておりますので、これは再現性があるかなとは感じています。

また、ポイント+アンケートももともとの機能ではありますが、ポイ活媒体やメディア媒体に提供することで、収益化を実現できているという実績がございます。

ポイントマーケット自体も拡大しておりますので、当社のポイントビジネスには追い風が吹いていると感じています。これによって、プロダクトの導入件数の増加、ポイントを発行したり、成長させたいクライアントが増えますので増加するというのと、あとはポイント運用に関しては、運用可能金額が増える、どれくらい運用しているかが大事な KPI ですので、そもそものポイントマーケット自体を拡大することで、運用可能金額が増えるという良いマーケット状況かなと感じています。

プラダクトを良くするプラットフォームが当社の強みなのですが、これは二つの側面から進化をしていきます。一つは、当社のプラットフォームを活用するプロダクトがどんどん増えていくと。もう一つが、当社のプロダクトの機能を強化するプロダクトがどんどん増えていくこと。この二つの側面から、プラットフォームは進化をしていく予定です。

これはいい好循環だと思っていまして、活用するプロダクトが増えれば、MAU が増加しますし、MAU が増加すれば、機能を提供したいプロダクトが増えて、提供機能が増え、ARPU が増える。ARPU が増えていけば、収益化できるため、もっと活用したいプロダクトが増えるといういい循環が生まれると感じています。

そして、この循環が参入障壁を実現できると感じていますので、ここをどんどん強化して、進化していきたいなというところです。

競合優位性についても、当社はクライアントと収益はシェアするモデルですので、単純にクライアントさんがあって、プロダクトからお金をもらうのではなく、僕らがマネタイズをご支援して、マネタイズを実現していく、そして、マネタイズが実現できれば、当社も収益化できるというモデルです。

連携パターンは三つありまして、API でご連携するというのと、プロダクトを承継する、アプリやサービスを譲渡してもらって、自社運用するというパターンと、あとは M&A、仲間作りで、会社ごとにごグループジョインするという3パターンがございます。

現時点で 126 プロダクトと連携しています。プラットフォームの拡大戦略としては、この連携している 126 プロダクトに対して、まずはプラットフォームを提供するほかの機能を使っていただくというのがファーストステップです。

このプロダクトのほぼ大半がアンケート連携のみですので、広告連携、運用連携をしていくというのが最初のステップです。これで現状収益機能を最大化して、媒体内の利用率も最大化していくのが最初のステップです。ちなみに、今期の業績予想の売上 70.8 億には、これは含まれておりません。なので、アップサイドと見ていただければと。加えて、連携プロダクト増加していくことで、ARPU と MAU をさらに増やしていきたいなと感じています。

中期利益構想はどうなっていくのかというところを共有させていただくと、左のグラフが売上に占める売上原価率と、販管費率と、営業利益率のグラフになります。2024 から 2025 で増えて、2025 から 2026 でより良い構造になっているのが見えるかと思いますが、今後もこの進化が起これていくと思ひまして、売上原価率はどんどん下がっていきます。

それはアンケートだけだったところから、より収益率の高い広告・その他/ポイントがシフトしていくためです。そして、プラットフォームへ展開していくことになるので、販管費は徐々に減っていく。広告投資や人件費投資が必要ではなく展開できると感じていますので、販管費率は徐々に減っていく予定でして、結果、営業利益率は徐々に上がっていくというのが中期利益構想です。

以上が私からのご説明になります。

最初によくある質問を 3 点列挙して回答してから、皆様の質問を受け付けたいなと感じています。まず、GM リサーチ&AI の構造改革は順調かという質問ですが、これは順調に進んでおります。ストック型事業にフォーカスできる体制となりまして、プロダクトも強化することでストックを積み上げていける段階になっているなど。今期はオペレーション効率化で人的余力を創出し、黒字化を実施して、来期以降の成長の仕込みにしたいなという状況で、非常に順調です。

GMO タウン WiFi の成長も持続可能かというところですが、これも持続可能だと思っております。気をつけなければいけないのが、去年の 1Q から 3Q に特定アドネットワーク主催の大型キャンペーンがあって、それだけ一時的に増加してしまっているのですが、その反動で 2026 年の 2Q から 3Q は前年同期比を下回る見通しなのですが、これは特殊要因ですので、これを除くとプロダクトを改善することで順調に成長は継続できておりますので、ご安心いただければと。

最後、GMO STOCK POINT 社の黒字化は実現できるのか、2028 年にというところですが、これは実現可能だと思っております。というのも、GMO リサーチ&AI で実施した構造改革がかなりノウ

ハウとしてたまっていまして、GMO STOCK POINT の中身を見てみると、リサーチ&AI で実施したことがかなり生かせるなと思いますので、ここは自信がございます。

以上 3 点、よくある質問として回答いたしました。

私たちは良いプロダクトを世の中に増やす会社だと思っておりますので、引き続き、よろしくお願いいたします。

## 質疑応答

---

**司会 [M]**：それでは、これより質疑応答のお時間とさせていただきます。

質疑応答は Zoom のチャット機能を利用し、チャット欄に投稿していただいたご質問に対し、順番にご回答させていただきます。ご質問がある方は、チャットにて送信いただきますようお願いいたします。またその際、貴社名とお名前もご記載いただけますと幸いです。それでは、1 分間ほど受付時間を設定いたしますので、ご質問のある方は、チャット欄への入力と送信をお願いいたします。

**荻田 [M]**：決算説明会は、株主の方とコミュニケーションする非常に貴重な機会だと思っていますので、ぜひ入力いただけるとうれしいです。

1 問、S 様からご質問をいただきました。ご質問ありがとうございます。

**S 様 [Q]**：アンケート売上が QoQ でマイナス 17%ですが、通期ベースで営業利益黒字化達成はできるのでしょうか。

**荻田 [A]**：というご心配をいただいている質問かなと思います。ご質問ありがとうございます。できるとしております。

営業利益率の話が大きいかなと思っているのですが、確かに案件を絞ることで QoQ でもマイナスになっているのですが、それ以上に販管費の減少が実現できていて、それは、もともと労働集約的な案件が多かったのも、それを受けるために外注費用であったり、メンバーの増員だったりが必要だったのですが、それがプロダクトで受けられる割合がどんどん増えていって、ある意味、自動化できている割合が増えていますので、外注費用などが削減できております。その結果、黒字化が実現できるなと思っております。

これは一過性ではなく、そういう案件に絞って、かつプロダクトをどんどん改善することで、より業務の効率化が進んでいきますので、構造的に営業利益が高まっていくような状態にできるのではないかなというところではあります。回答になっていますでしょうか。

その他、皆さん何かございましたら。大丈夫ですかね。大丈夫そうかなと感じますので、これで本日の決算説明会は終了したいと思います。引き続き、株主の皆様の期待に応えられるような成長を実現していきたいなと思っておりますので、これからよろしくお願いたします。

**司会 [M]**：以上をもちまして、GMO プロダクトプラットフォーム株式会社、2026 年 12 月期第 1 四半期決算説明会を終了いたします。本日はご視聴いただき、誠にありがとうございました。

こちらのウェビナー終了後、アンケートのご協力依頼の画面に遷移しますので、ご回答いただきますようお願いいたします。それでは、失礼いたします。

[了]

---

#### **脚注**

1. 音声不明瞭な箇所については[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

## 免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、株式会社JPX 総研（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。