登壇

司会：ただいまより、GMO プロダクトプラットフォーム株式会社、2025 年 12 月期第 3 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、まことにありがとうございます。本日の決算説明会には、GMO プロダクトプラットフォーム、代表取締役社長 荻田剛大、取締役 CFO 森勇憲の 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 2025 年 12 月期第 3 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改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：荻田です。本日はよろしくお願いします。では早速、2025 年 12 月期第 3 四半期の決算説明会を開始したいと思います。

冒頭、2025 年はいろいろあった年かなと思いますので、会社の名称と連結対象の整理をしたいと思います。

まず、2025 年 4 月 1 日に GMO タウン WiFi が GMO リサーチ&AI の 100%子会社になりました。その後、10 月 1 日に GMO リサーチ&AI が GMO プロダクトプラットフォームという名称に変更し、同時にリサーチ&AI がやっていたリサーチ事業を会社分割して、GMO リサーチ&AI という名前の会社が会社分割によって設立しております。

ですので、GMO プロダクトプラットフォームの連結企業集団としては、GMO タウン WiFi と GMO リサーチ&AI および海外子会社があるというような状態です。開示対象としては GMO タウン WiFi が 4 月 1 日からの連結ですので、1 クォーター分が入っていないというのがこちらの特徴となっておりますので、ご認識ください。

では早速、サマリーからです。当社プラットフォームの強化と活用が進捗し、前年同期比で増収増益となった決算でした。第 3 四半期累計ですが、売上高 49.1 億円、営業利益 2.9 億円、前年同期比で売上高プラス 12.5 億円、営業利益プラス 2.2 億円と増収増益でした。

また、11 月 1 日に GMO PlayAd という会社がグループジョインをしました。これは GMO インターネットの連結から当社の連結に移動した形のグループジョインです。

GMO PlayAd 社は AI による定性調査、WEB での AI インタビューを実施している会社でして、これが弊社の連結企業集団に入ることで、高単価なアンケート、ユーザーさんにインタビューを依頼する通常の WEB アンケートよりも高単価ですので、そういった高単価なアンケートをユーザーに提供できるようになったことで、プラットフォームの強化が進んで ARPU への好影響が想定されます。

また、来期は以下の要因によって増益の見通しです。タウン WiFi が今期未連結だった 1 クォーター分が連結するというのと、リサーチ&AI の構造改革が進捗して、一時的費用も剥落して収益性が回復するというところです。

PlayAd 社のグループジョインについてもう少し共有いたしますと、右側が弊社のプラットフォームのイメージですが、この収益化モデルの一つにアンケートがございまして、このアンケート機能が PlayAd 社が入ってくることで、AI での WEB インタビューができるようになったことで、アンケート機能、収益性が強化されるという連携でございます。

また、来期の考え方はこちらの通りです。リサーチ&AI 社は来期は黒字化を見込む予定です。

さて早速、経営数値報告に移りたいと思います。

第 3 四半期、7 月から 9 月に関してはご覧の通りです。広告売上、とアンケート売上、その他売上という形で、弊社のプロダクトプラットフォームの中の収益モデルで売上を分割しております。

広告売上は 4 月 1 日よりタウン WiFi 社が連結になったことで増加し、前年同期比で増収増益です。アンケート売上は、前年同期比でマイナスにはなっているのですが、構造改革が順調に進捗しておりまして、リサーチ&AI は来期は黒字化する見込みとなっております。

累計はこちらの通りです。

これを踏まえての 2025 年の通期見通しですが、見通し対比では進捗率は順調ではありますが、構造改革がまだ進捗中であることもあって、まだリスクがあるため、通期見通しは変更なしとしたいと思います。したがって、配当予想額についても変更なしです。

これから GMO プロダクトプラットフォーム社がどのような戦略で伸びていくのかが、一番の投資家の皆様の懸念事項というか、関心事項なのかなと思っており、そちらについて詳しくご説明したいなと思っています。

ワンフレーズで申し上げますと、承継したプロダクトのプラットフォームの統合によって成長を実現していくというものです。

弊社は、世の中にあるいろいろなプロダクトを承継、譲受していって、それを当社のプラットフォームと連携することで、UX を上げたり、収益性を上げたりということが実現できると思っていまして、それによってより良いプロダクトにすることで、ユーザーの課題を解決していくというのが弊社の戦略の概要です。

当社プラットフォームはどんなものかといいますと、左側にある図でして、ポイント機能を基盤に置きながら、プロダクトの UX を上げられるさまざまな機能と、プロダクトの収益性を向上させるような広告・アンケートを中心とした機能を持つプラットフォームです。

ビジネスモデルもシンプルで、当社のプラットフォームを活用しているプロダクトのユーザーさんに対して、広告配信やアンケート配信で収益を得ております。

当社プラットフォームへの連携という観点は二つパターンがございまして、承継したプロダクトはプラットフォームの強化か、プラットフォームの活用で連携されます。強化というのは、プラットフォームが提供する機能が増えることです。今回の PlayAd 社のように、アンケート機能が WEB インタビューという機能が増えてより強化されるということです。

活用についてはもっとシンプルで、弊社のプラットフォームを導入しているプロダクトが増えて、活用していただくことで、当社のプラットフォームに連携されていくというような順番です。

現状では五つのプロダクトを承継しておりまして、これをプラットフォームへ統合中です。強化と活用という観点ですと、強化はアンケート機能にフォーカスしていまして、アンケート機能の UX を改善し、収益性を向上させようと頑張っています。

また、活用については、ご覧の 4 プロダクトを当社のプラットフォームを活用して、UX と収益性を向上させようとしております。

リサーチ&AI 社ですが、順調にストック型ビジネスへの構造改革が進んでおり、前回の決算説明会で申し上げた通り、2026 年度は構造改革をしながら黒字になる予定でございます。

KPI についてです。強化・活用と申しておりますが、強化は ARPU に、活用は MAU として KPI に現れると考えております。ARPU はプラットフォームが提供する機能が増えることですので、それによってマネタイズ手段の追加やアクティブ率の向上によって、ユーザー当たりの売上が増えると考えています。

また MAU については、プラットフォームに参画するプロダクトが増えることで、当社がリーチできるユーザー数が増えるというところです。

実際の 2024 年 1 クォーターからの KPI の推移はこちらの図です。どちらもタウン WiFi 社がジョインしたことで、当社プラットフォームにおける広告機能が強化されて ARPU が上がり、プロダクトが増えたため MAU が上がっております。

また、MAU の定義ですが、下に小さく書いてあるのですが、プラットフォームとしてアクセスできる人数を MAU と定義しております。例えば、自社 WEB サイトの閲覧 UU、infoQ の閲覧 UU、自社アプリの起動 UU、タウン WiFi アプリの起動 UU、あと、アンケート機能をいろいろなプロダクトに提供していますので、その中でアンケート一覧画面が開かれた表示 UU の合計となっております。

例えば、アンケート画面の表示 UU がある中で、そこからのアンケート回答率が上がって、アンケートの回収数が増えていくと、MAU は変わらないけれども ARPU が増えていくというようなプロダクト改善の結果が生まれていくというところです。

戦略を実行していくと、KPI は以下のような推移をたどると想定しております。まず新規プロダクトを承継すると、MAU は伸びるのですが ARPU が下がります。これは当社のプラットフォームに既に入っているプロダクトのほうが ARPU が高いので、新規プロダクト承継だと MAU は伸びるのですが ARPU が下がるという現象が起こります。

ただ、その後のプロダクト改善で MAU と ARPU が伸びるという推移になります。ですので、今後この KPI は MAU が先行して伸びていき、後から ARPU も伸びていくというような推移になると想定しておりますので、定期的にご説明会でご報告できればなと感じています。

弊社のミッションは、「プロダクトを承継し、UX を改善し続けることでユーザーの課題を解決する」ということです。

世の中にあって、良いプロダクトだけれども、ユーザー獲得で困っているとか、マネタイズで困っているとか、UX の改善がうまく進まないといったプロダクトを僕らが承継し、僕らのノウハウをつぎ込んで、プラットフォームを活用させ、UX を改善し続けることで、ユーザーさんの課題を解決し、ユーザーさんを笑顔にしていきたいなと思っていますので、これからどうぞよろしくお願いします。

以上が私からのプレゼンテーションです。ご清聴ありがとうございました。

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。

初めに、進行の流れをご説明いたします。質疑応答はチャット欄に入力いただいたご質問に対し、順番にご回答させていただく形式で進めてまいります。ご質問がある方は、チャット欄へ入力いただきますようお願いいたします。なお、差し支えなければ、貴社名およびお名前もあわせてご記載いただけますと幸いです。

それではご質問のある方は、チャット欄への入力をお願いいたします。

荻田 [M]：このような説明会は、株主の皆様、投資家の皆様とコミュニケーションをする限られた非常に良い機会だと思っておりますので、ぜひ積極的にコメントいただいて、時間の許す限り誠実に答えていきたいなと思っておりますので、ぜひご入力、ご質問、何でも良いのでいただければ嬉しいです。

それでは早速、ニシ様からご質問いただいております。ありがとうございます。

ニシ [Q]：構造改革費用は来期も継続して費用計上されるのでしょうか。

荻田 [A]：ご質問いただきありがとうございます。嬉しいです。

結論はイエスでして、構造改革費用は来年も一部継続すると思っております。ただ、今年のような大きなものにはならないという想定と、構造改革をしながら来期は黒字化するという前提ですので、その点はご安心いただければと思っています。

私の回答に関してもう少し聞きたいであるとか、ここが不明確だったというものがあれば遠慮なくコメントいただければ、より詳しく回答したいなと思いますので、ぜひ。

ニシ様の回答にはきちんと答えられましたでしょうか。大丈夫ですかね。不明点などあれば遠慮なく言ってください。

司会 [M]：現在、ご質問を受け付けております。ご質問がある方はチャット欄にてご質問ください。

荻田 [M]：大丈夫そうでしょうか。もし、今回のお時間と別でご質問があるという場合があれば、弊社の IR ページのお問合せから遠慮なく投稿いただければ返信させていただきますので、ぜひご活用いただければと思います。

司会 [M]：それではお時間となりましたので、質疑応答を終了させていただきます。

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、2025 年 12 月期第 3 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、まことにありがとうございました。

荻田 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：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いたしますので、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. 音声が不明瞭な箇所に付いては[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、SCRIPTS Asia 株式会社（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をしてはなりません。

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。