



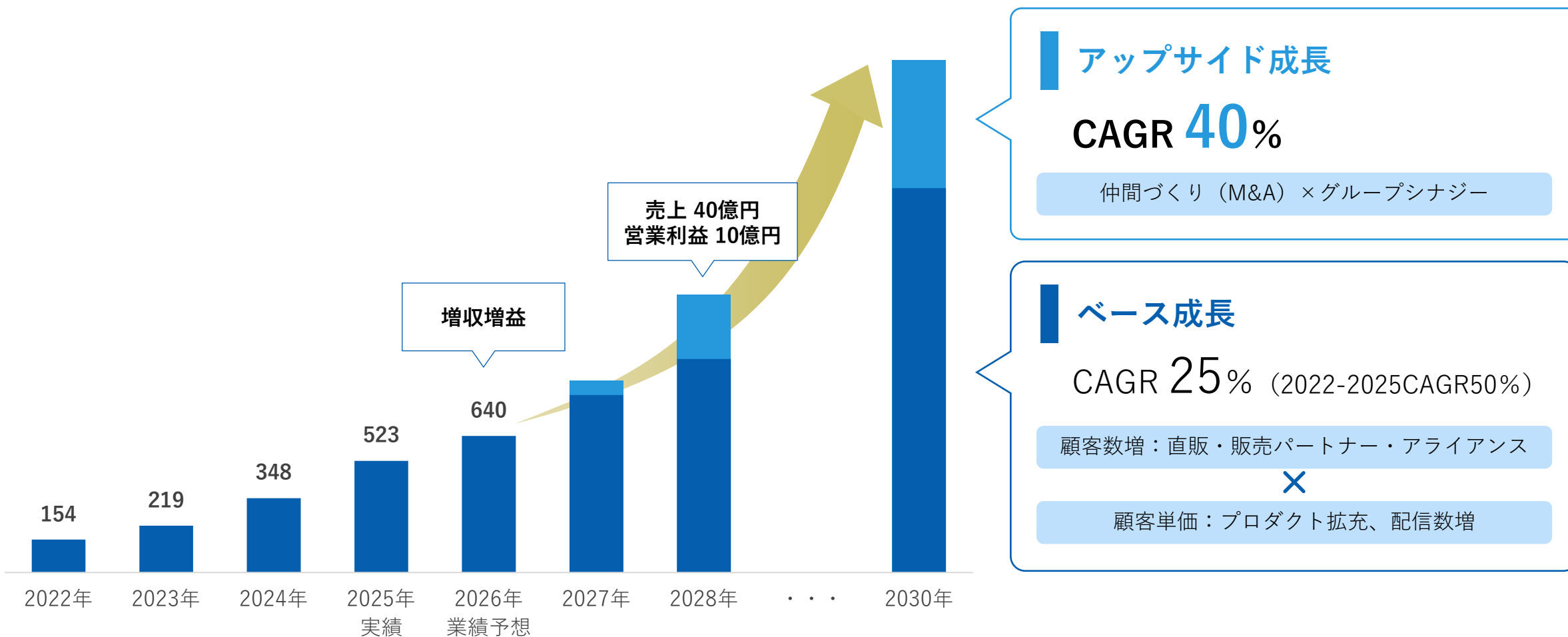
2026年12月期第1四半期 決算説明資料

1Qは計画を上回る進捗、売上高は7四半期連続増収
高再現性のストック収益モデル

GMOコマース株式会社

顧客数拡大 × 顧客単価上昇 × 仲間づくり (M&A) / グループシナジーで達成

営業利益 (百万円)



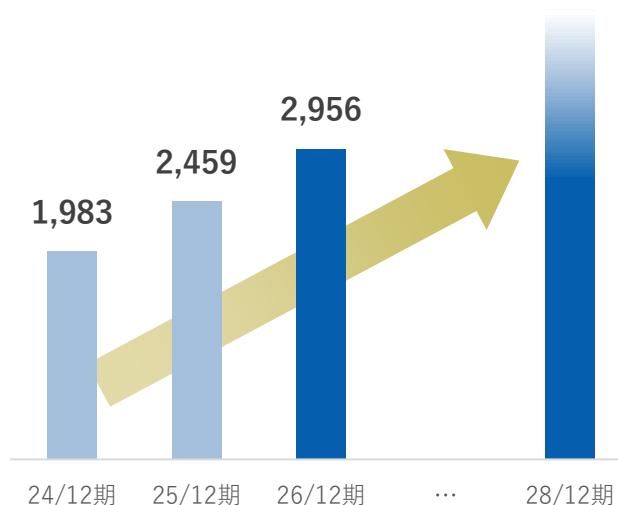
高成長 × 高利益 × 株主還元により企業価値を向上

高成長

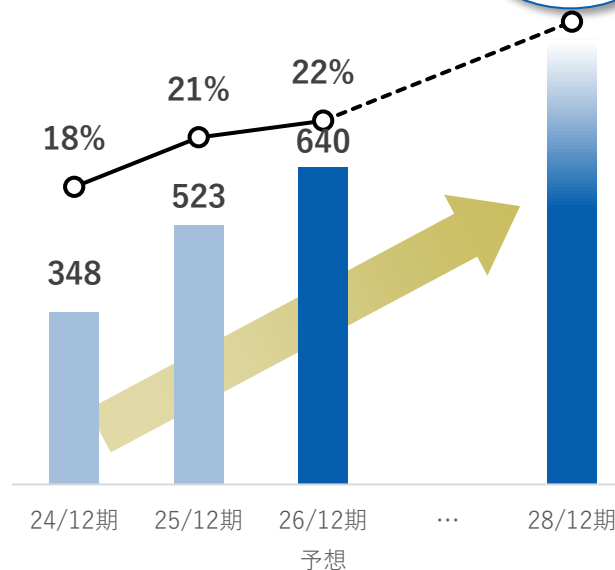
高利益率

高配当

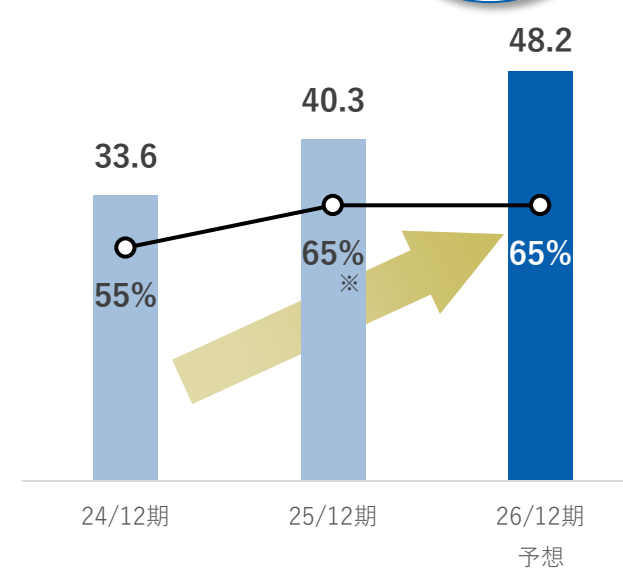
売上高 (百万円)



営業利益 (百万円) 営業利益率 (%)



配当金 (円) 配当性向 (%)



※2025年12月期の当期純利益に対する配当総額の割合。

- 1 2026年12月期第1四半期 決算概況**
- 2 2026年12月期 業績予想**
- 3 成長戦略**
- 4 APPENDIX**

1 2026年12月期第1四半期 決算概況

2 2026年12月期 業績予想

3 成長戦略

4 APPENDIX

- 1 計画を超える進捗
- 2 ARR拡大と低チャーンで成長の質が向上
- 3 高還元方針を維持

売上高

過去最高

710 百万円

前年同期比
+26.0%

営業利益

過去最高

157 百万円

前年同期比
+21.6%

ARR

過去最高

2,677 百万円

前年同期比 +16.5%

顧客数

過去最高

17,514 店舗

前年同期比 +11.3%

顧客単価

12,035 円

前年同期比 +9.1%

解約率

過去最低

1.1%

前年同期比 Δ 0.2pt

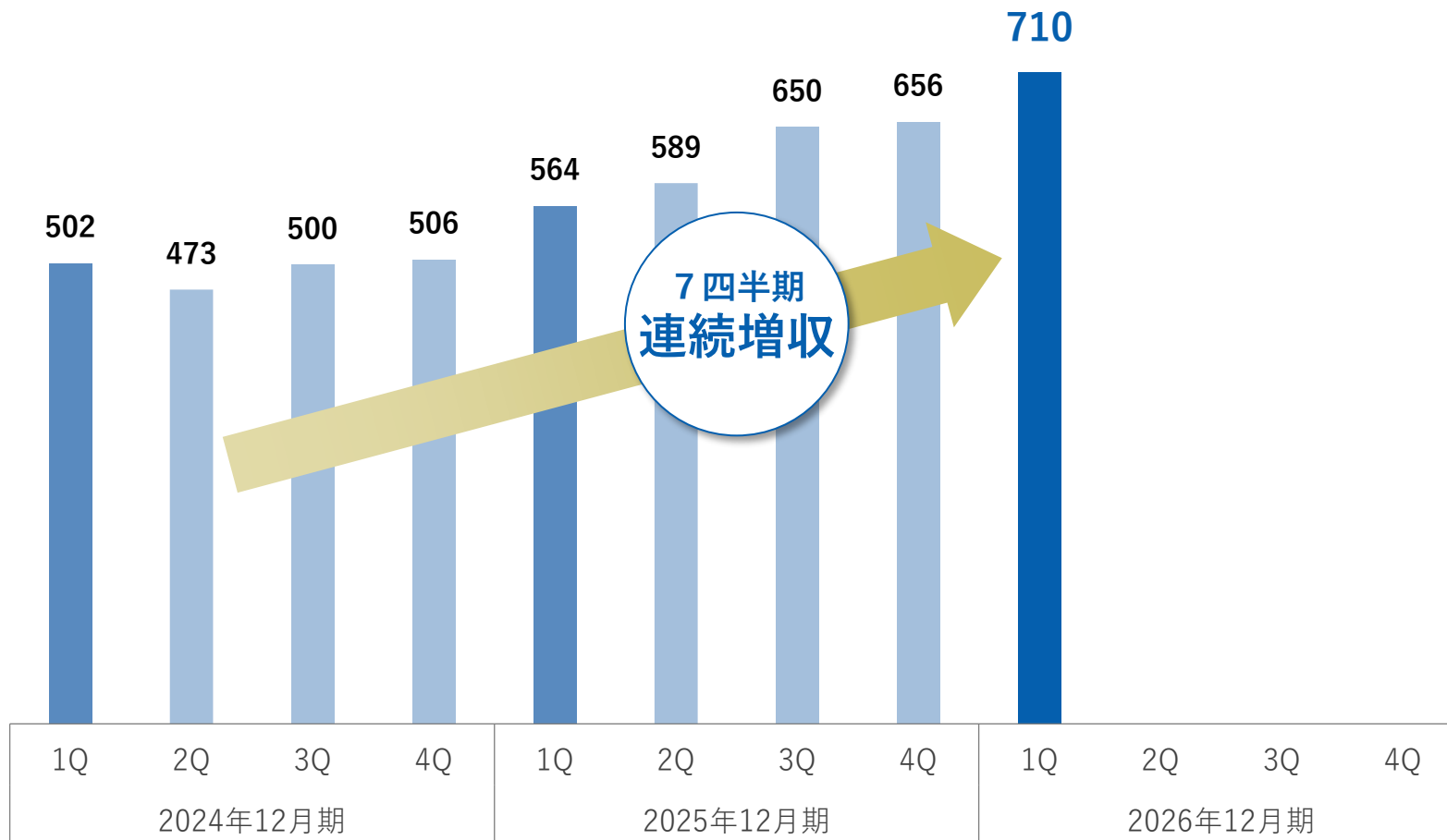
売上・利益ともに20%超成長

2026年1-3月において、ストックの積み上がりは社内計画を上回るペースで進捗

(百万円)	2025年12月期 1-3月実績	2026年12月期 1-3月実績	前期比		2026年12月期 業績予想	進捗率 計画超過
			額	率		
売上高	564	710	+146	+26.0%	2,956	+24.0%
営業利益 (営業利益率)	129 (23.0%)	157 (22.2%)	+28	+21.6%	640	+24.6%
経常利益	129	158	+29	+22.2%	641	+24.7%
当期純利益	83	111	+28	+36.1%	423	+26.2%

7四半期連続増収、導入拡大とアップセルが成長を牽引

売上高 (百万円)



要因

大手チェーンへの導入が加速

伴走型支援モデルが評価され、飲食・小売等の大手ブランド獲得が拡大



既存顧客の利用拡大

既存顧客への店舗追加に加え、アップセル・クロスセルの促進を徹底



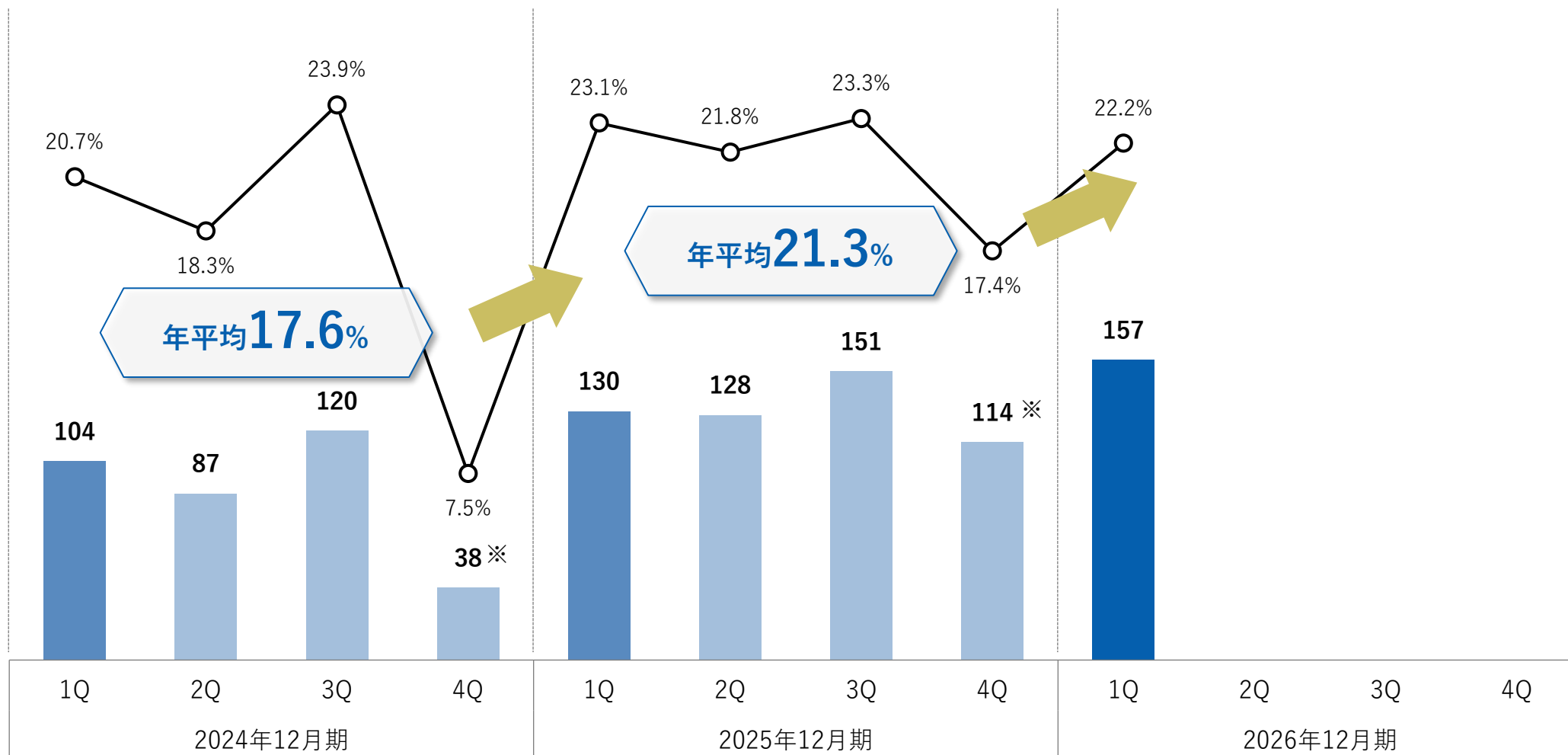
大手向けプロダクト連携が進行

大手特有のニーズに応える個別開発やシステム連携が拡大。付加価値向上により収益源を多層化



効率化によるコスト構造を改善、安定した利益率を維持

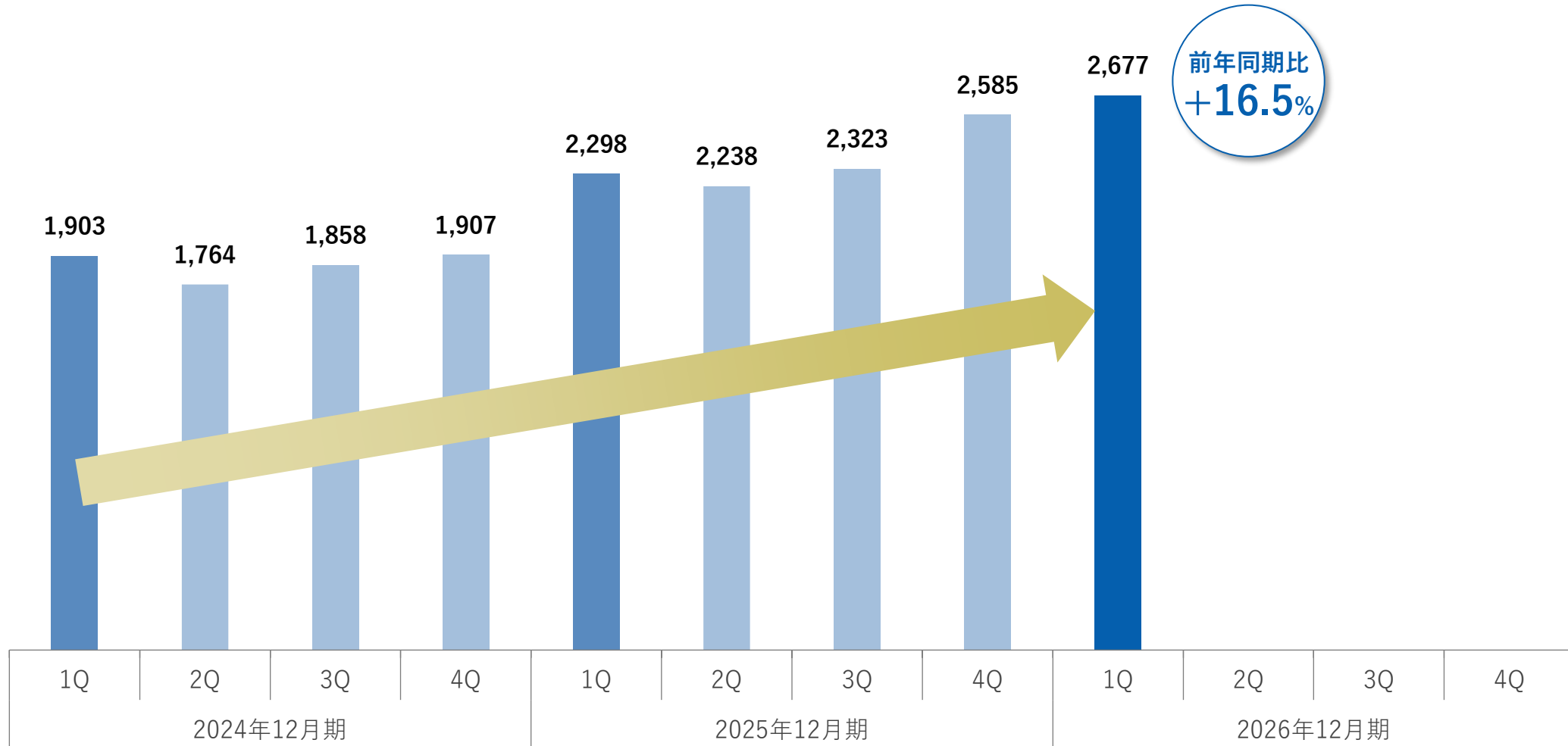
営業利益 (百万円) 営業利益率 (%)



※2024年第4四半期および2025年第4四半期は、賞与や税金等一時費用と翌期に向けた採用の前倒しによる計画的な数字実績。

ARR過去最高更新、将来売上の先行指標が順調に拡大

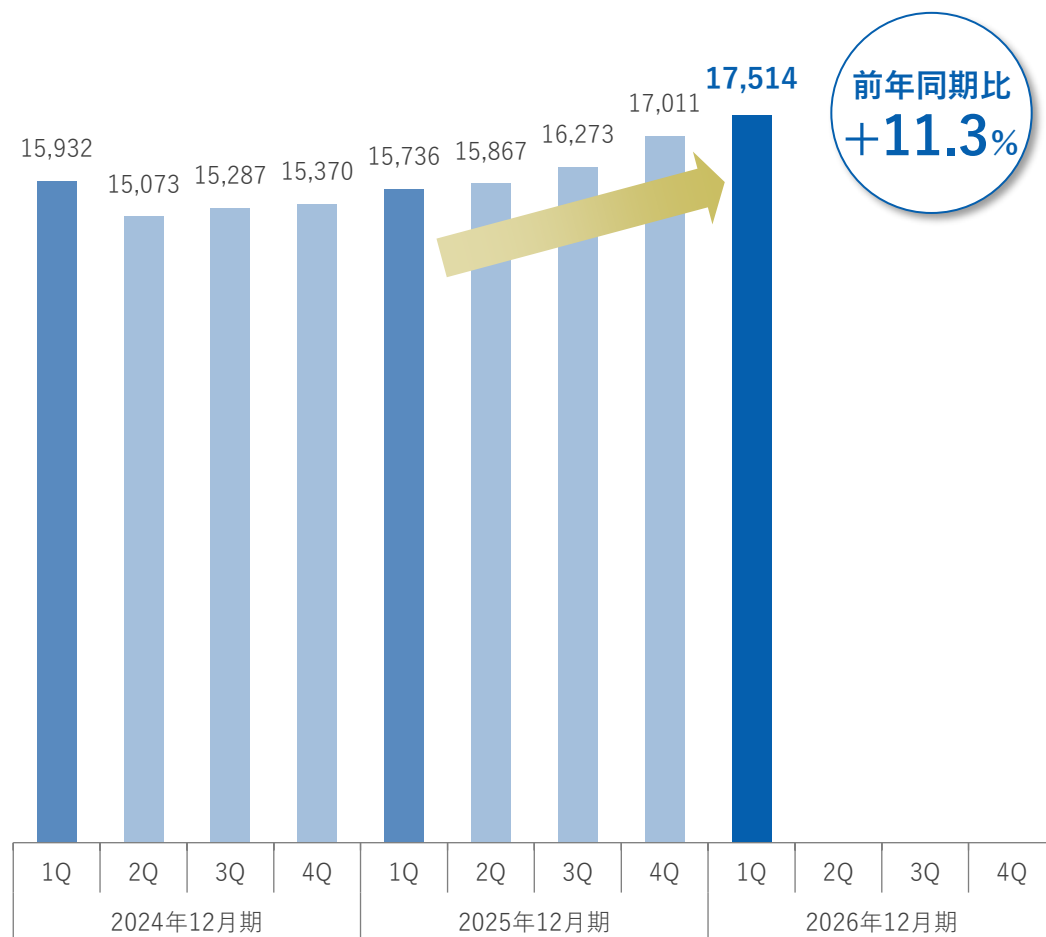
ARR (年間経常収益) (百万円) ※



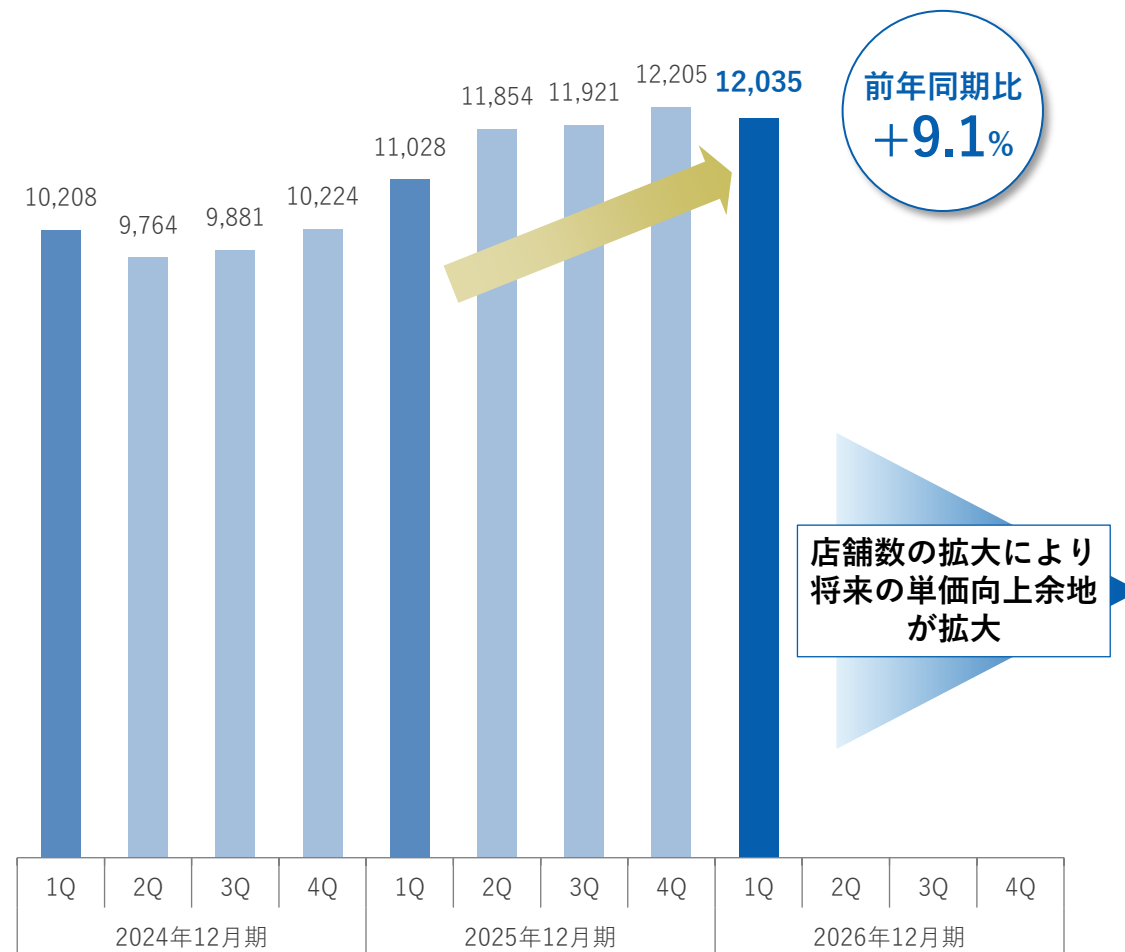
※Annual Recurring Revenue：年間経常収益の略。各期末の売上高から一時的なスポット収益を除いた経常的に獲られる売上高を12倍することにより算出。

顧客基盤の拡大と好調なアップセルが売上増加に寄与

顧客数 (店舗)

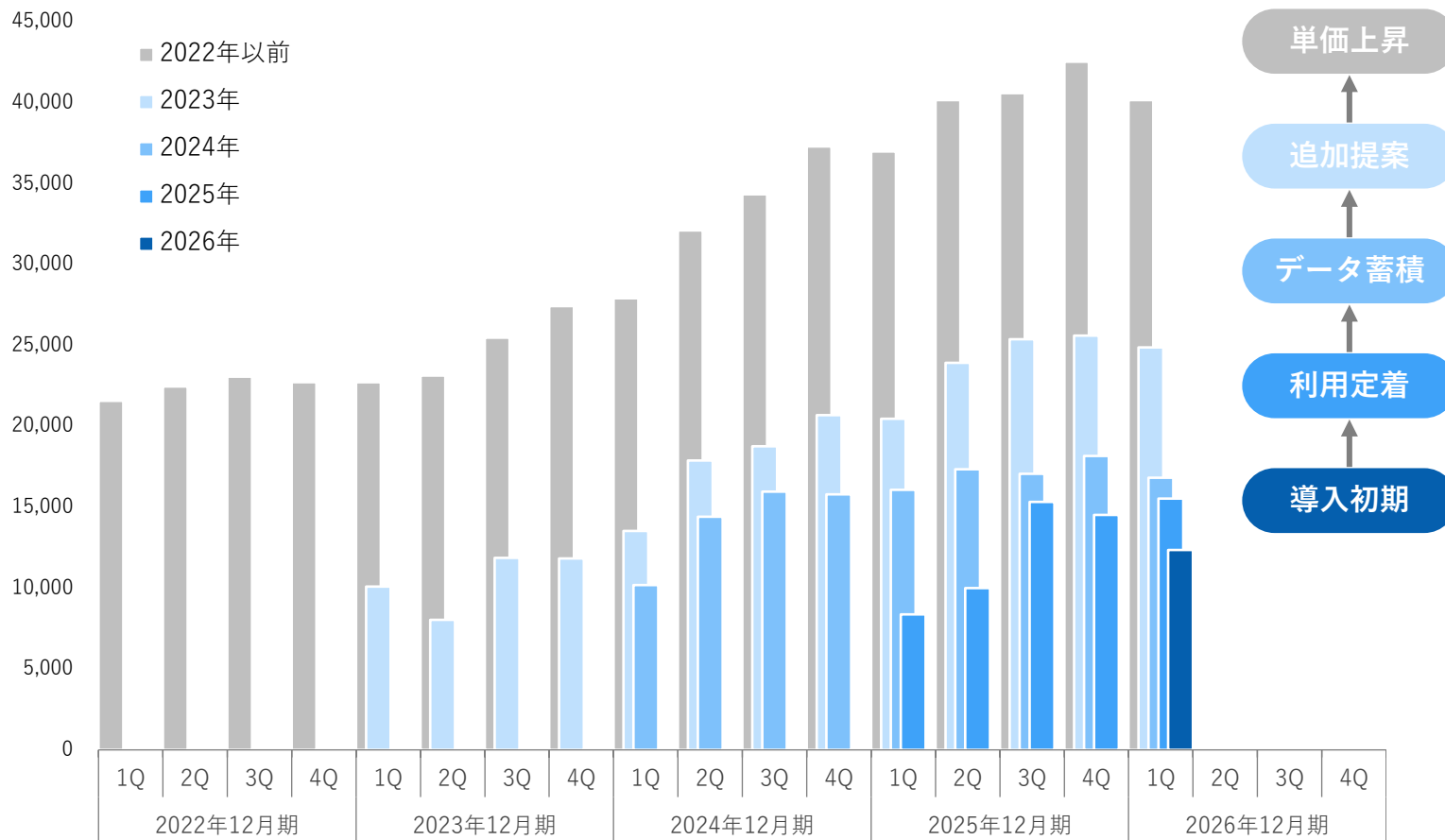


顧客単価 (円)



長期利用による単価上昇余地を内包する顧客基盤

獲得年別単価推移 (円)



翌年以降も単価上昇

獲得から時間が経つほど、
配信数増加・追加プロダクト利用が進み、
顧客単価は年々向上する傾向にある

ネット・リテンションの重要性

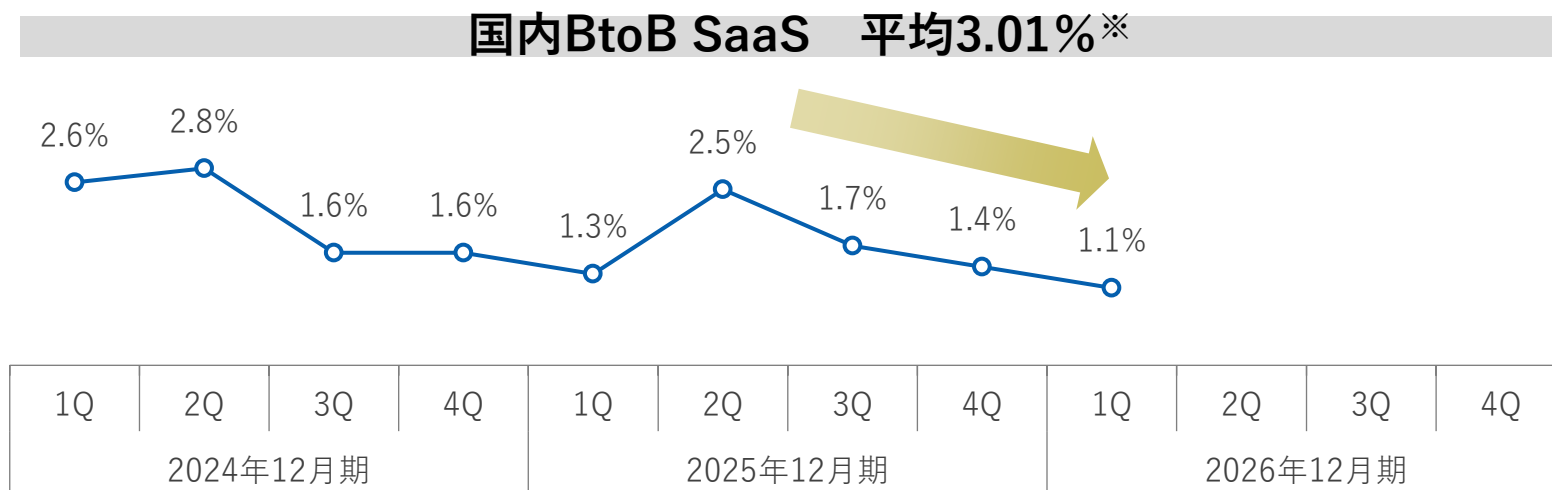
既存顧客の深耕（アップセル）が解約による
損失を補い、毎年ARRが拡大
既存顧客がいる限り自然増収が働く構造

新規獲得が乗算的に効く

新規顧客は翌年以降も単価増が見込まれるため、
今期の1顧客獲得は将来数年分の収益に相当する
平均チャーンレート1.7% = LTV約5年

チャーン1.1%が示す、解約されにくい収益基盤

カスタマーチャーンレート (%)



※スターティアホールディングス株式会社調査「カスタマーサクセス実態調査 第2弾(2025年版)」

店舗単位のワンストップ支援

導入から運用代行まで専門チームが伴走。
店舗側の運用負荷を下げることで、
運営に組み込まれた
「解約しにくいインフラ」の地位を確立

顧客満足度向上

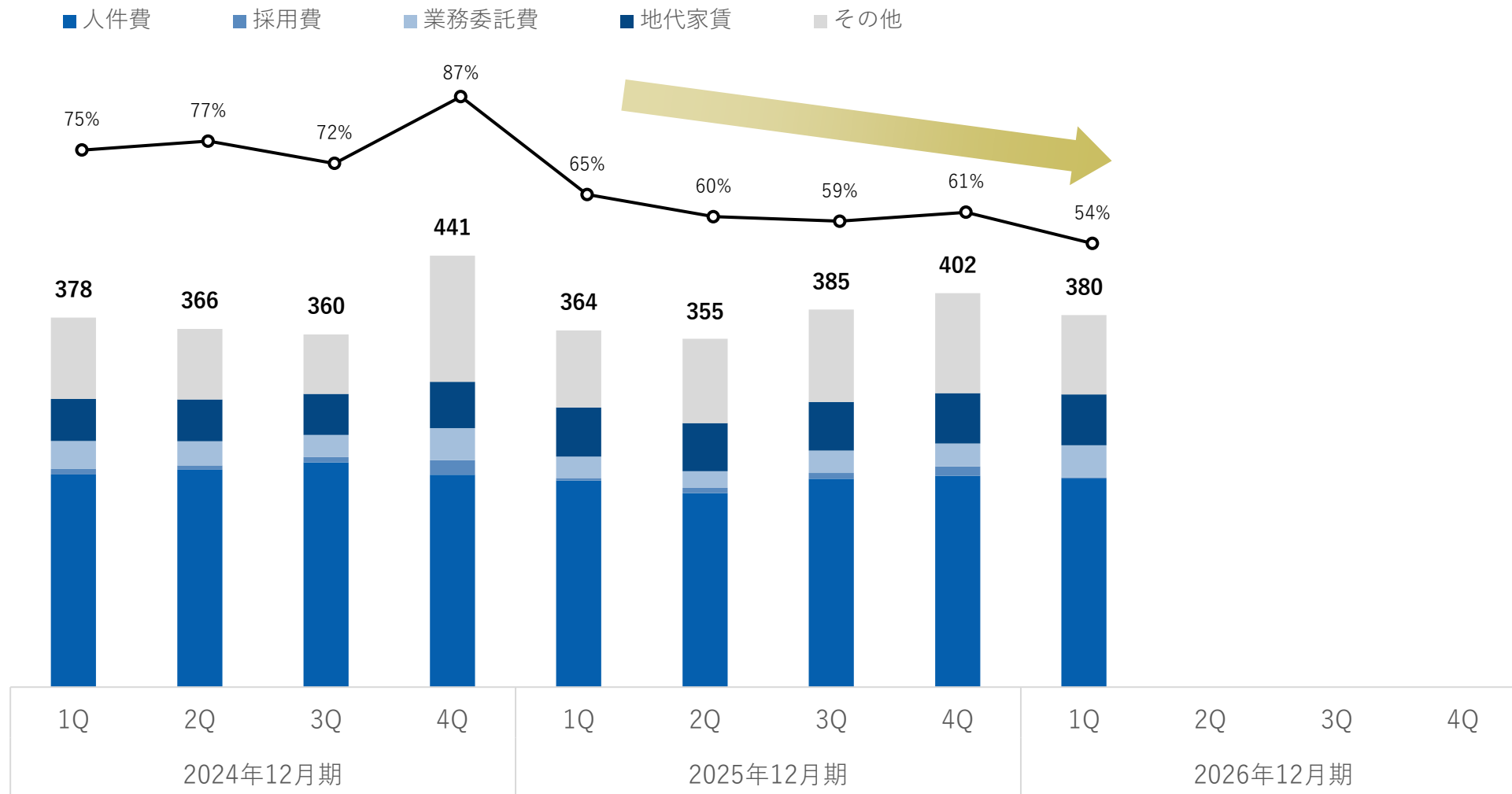
AIによる高度なパーソナライズ配信が、
一斉配信と比べ圧倒的な販促効果を創出。
店舗売上への貢献が、
高い顧客ロイヤリティの源泉に

ナレッジ・データ資産化

継続利用により店舗固有の
成功パターンがデータとして蓄積。
データが溜まるほど精度が向上する
「データ循環モデル」が機能し、蓄積された資産
自体が強力な競合優位性と解約障壁に

成長投資を継続しつつ、販管費率は改善基調

販管費 (百万円) 売上高販管費率 (%)



資本効率を意識した機動的な還元を継続

自己株式取得に係る事項

取得対象株式の種類	当社普通株式
取得する株式の総数	166,000株（上限） 自己株式を除く発行済株式総数に対する割合 3.00%
株式の取得価額の総額	265,600,000円（上限）
取得期間	2026年4月1日 ～2026年6月30日
取得方法	東京証券取引所における市場買付

本自己株式の取得とともに達成を目指す事項

資本効率の向上と株主還元の拡充

1 株当たり利益（EPS）および自己資本利益率（ROE）を向上させることで、株主の皆様への利益還元を強力に推進させる

成長投資との両立

強固な財務基盤を維持し、M&Aや新規事業開発等の成長投資を継続して企業価値を高める

機動的な資本政策の実行

資本コストを意識した経営を実践し、市場環境に応じた柔軟な資金活用を行うことで、企業価値の最大化に努める

レポートリニューアルと新機能追加により、配信効果の可視化と顧客接点を強化

レポート機能リニューアル

2026.03 リリース

販促効果の可視化と、次なる施策の「気づき」を提供



レポート画面で全項目を一覧化し、
詳細へ直感的に遷移できる仕様に刷新

未利用チャンネルへの気づきを促し、
複数チャンネルを横断した活用を促進

AI分析に不可欠なデータ蓄積を促し、
配信効果の向上や配信数増

LINEのリッチメニューにインスタDM誘導機能を追加

2026.03 リリース

工数ゼロでLINE友だちをInstagram DMへシームレスに誘導



LINEのリッチメニューに、Instagram
DMへの誘導ボタンを標準設置

シームレスな送客でチャンネル間連携を
促し、パーソナライズ精度を向上

顧客接点の多様化と
配信効果 (ROI) の底上げに寄与

強固な財務基盤を生かし、成長投資と株主還元を両立

	2025年12月末	2026年3月末	前期比	
			増減額	増減率
(百万円)				
総資産	4,038	3,893	△144	△3.6%
流動資産	3,688	3,537	△150	△4.1%
（うち現預金）	2,907	2,421	△486	△16.7%
固定資産	349	355	+6	+1.9%
流動負債	1,221	1,188	△33	△2.8%
固定負債	40	40	+0	+0.0%
純資産	2,776	2,665	△110	△4.0%

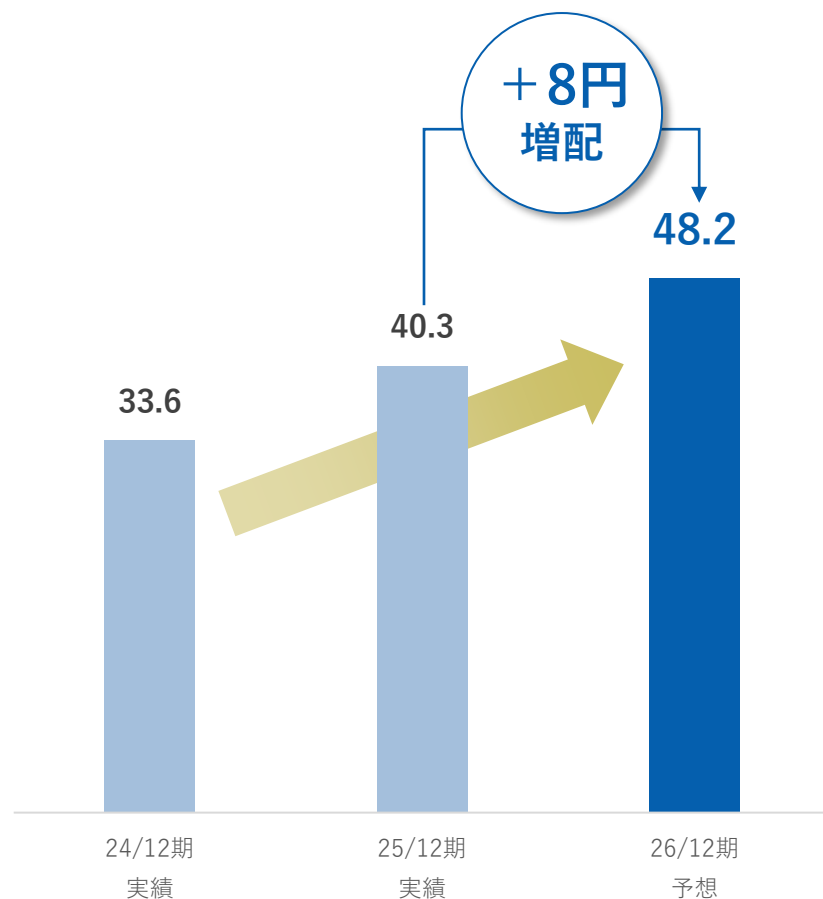
- 1 2026年12月期第1四半期 決算概況
- 2 2026年12月期 業績予想**
- 3 成長戦略
- 4 APPENDIX

2桁成長継続による20%増収、26%増益を計画

(百万円)	2025年12月期 実績	2026年12月期 予想	前期比	
			額	率
売上収益	2,459	2,956	+496	+20.2%
営業利益	523	640	+117	+22.3%
経常利益	508	641	+133	+26.2%
当期純利益	342	423	+81	+23.6%
一株当たり配当金 (配当性向)	40.3円	48.2円 (65%)	+7.94円	+19.7%

高水準の株主還元方針を維持、成長の果実を継続的に還元

配当金 (円)



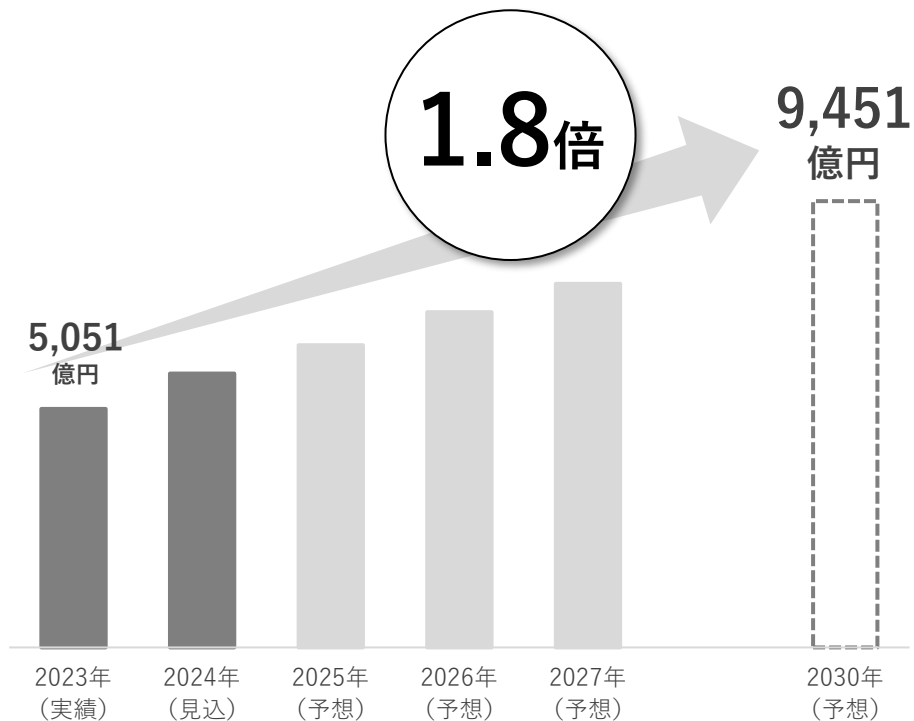
配当方針

一株当たり年間配当金を配当性向 65%または DOE (株主資本配当率) 8% の各基準で算出した金額のいずれか高い方を基準として、継続的かつ安定的な配当を実施することを基本方針とする。なお、DOE8%は実質的な配当下限と位置付け、業績変動局面においても安定的な株主還元を継続する。

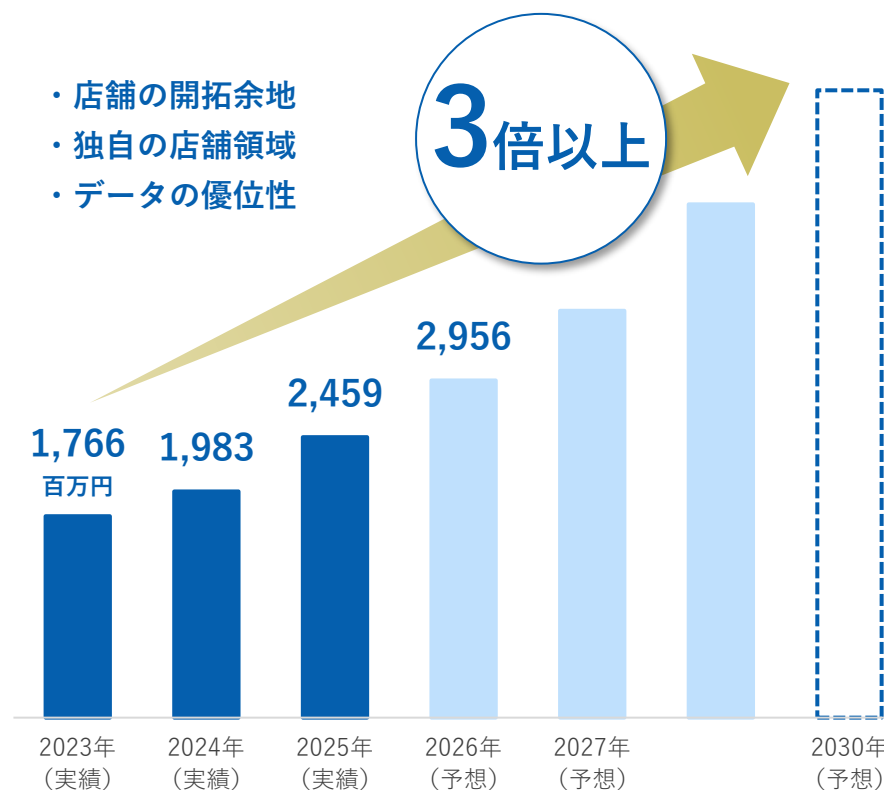
- 1 2026年12月期第1四半期 決算概況
- 2 2026年12月期 業績予想
- 3 成長戦略**
- 4 APPENDIX

巨大な成長市場に対し、市場を上回る3x倍の成長

顧客接点DX市場※ (億円)

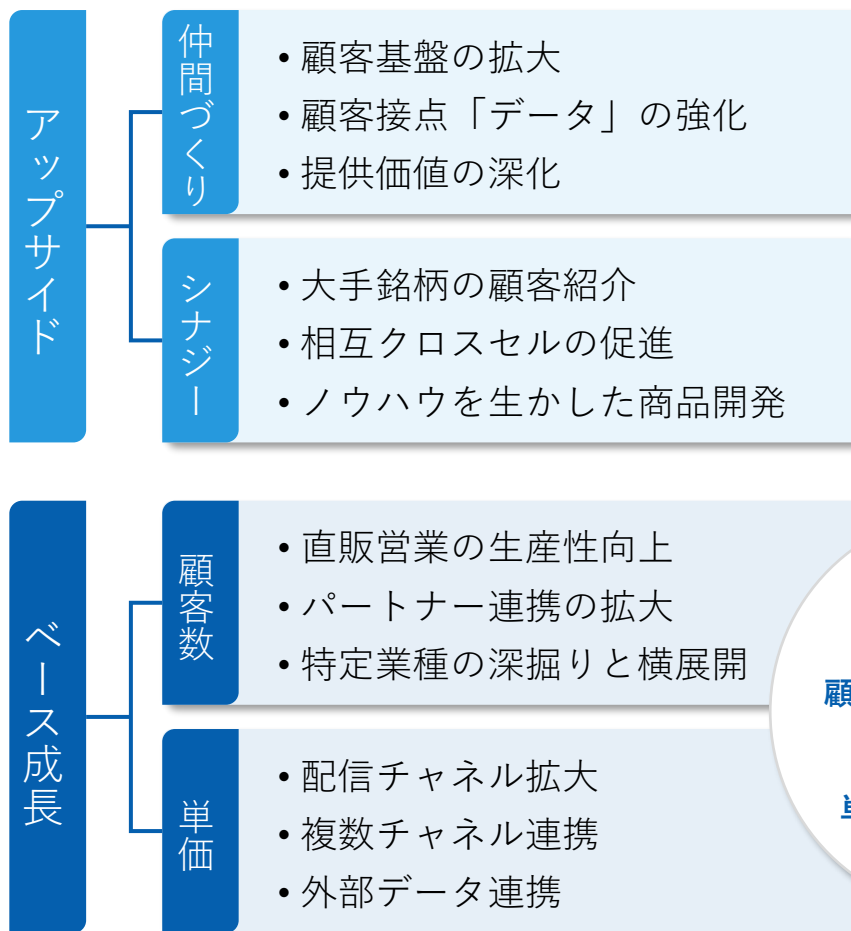
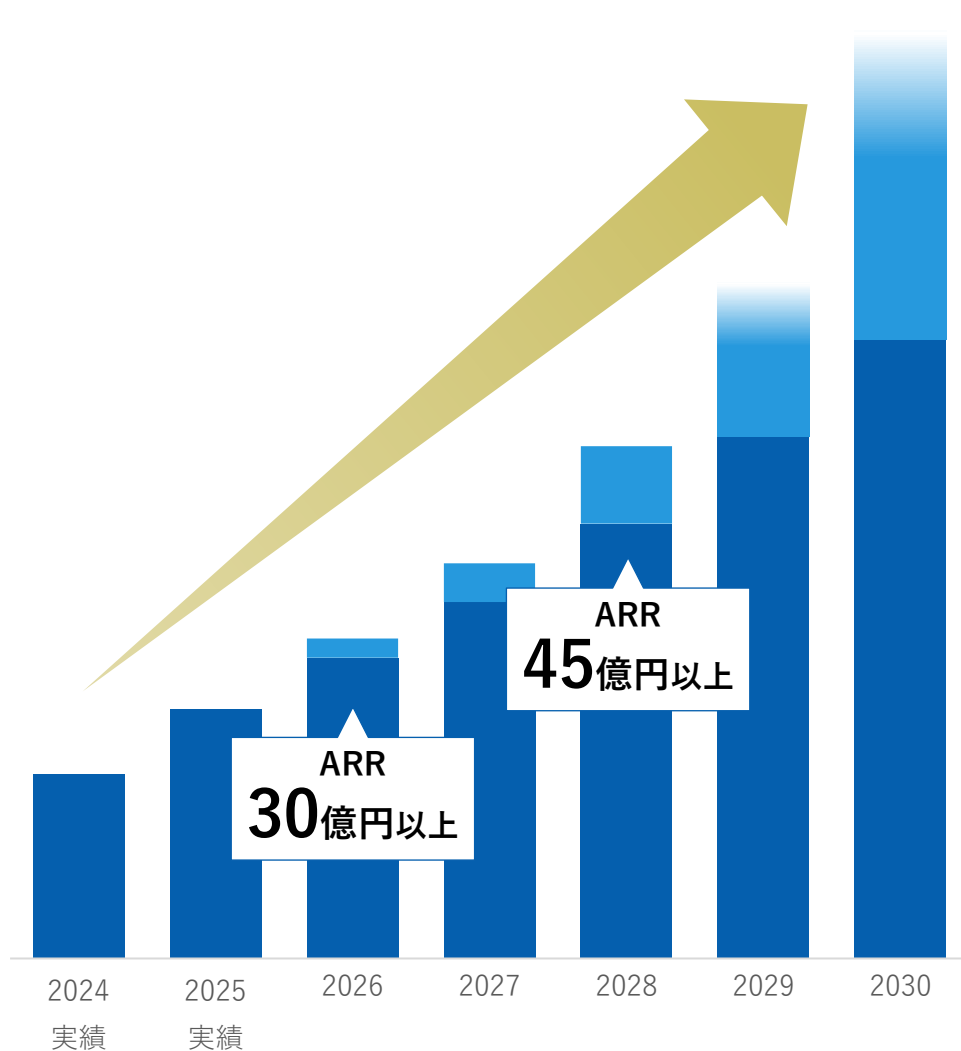


当社売上高成長イメージ (百万円)



※ 富士キメラ総研「2025 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

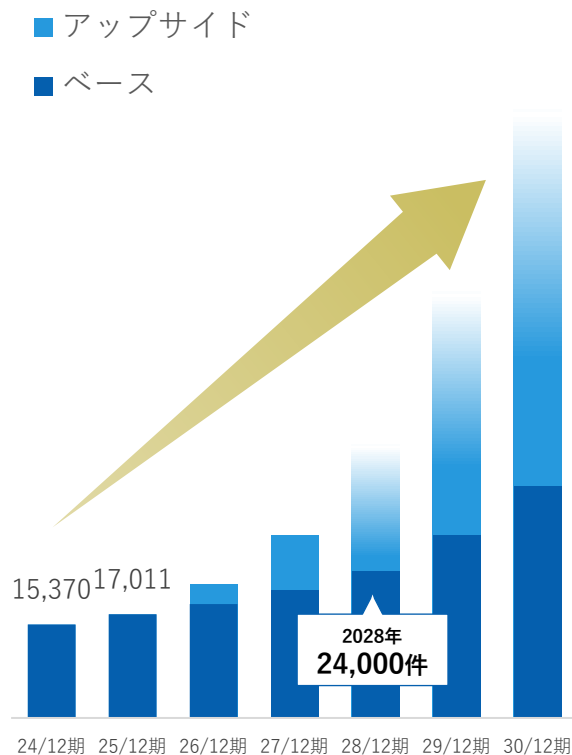
引き続きARR拡大に向けて、 ベース成長に加えアップサイドによる最大化を計画



FY2028計画
 顧客数 **24,000**店
 ×
 単価 **16,000**円

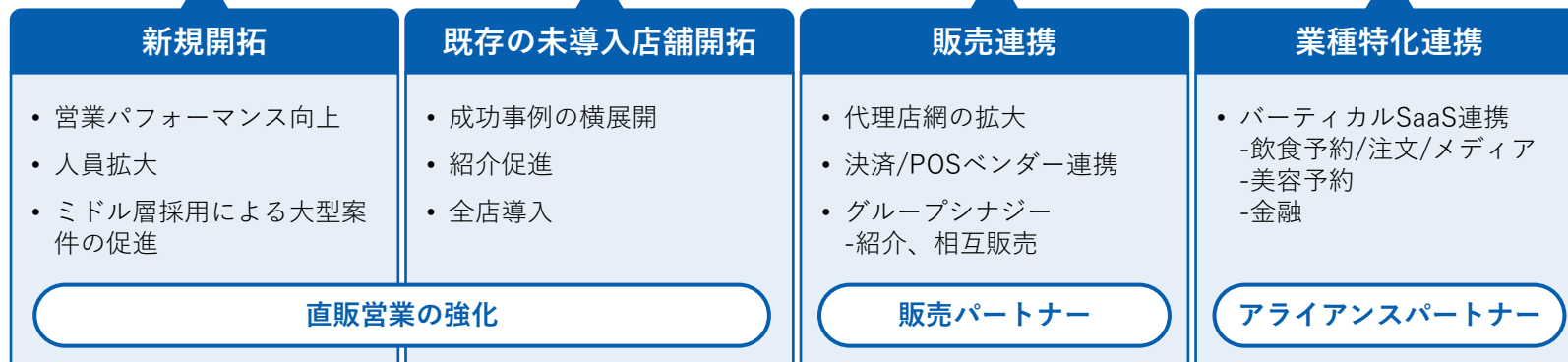
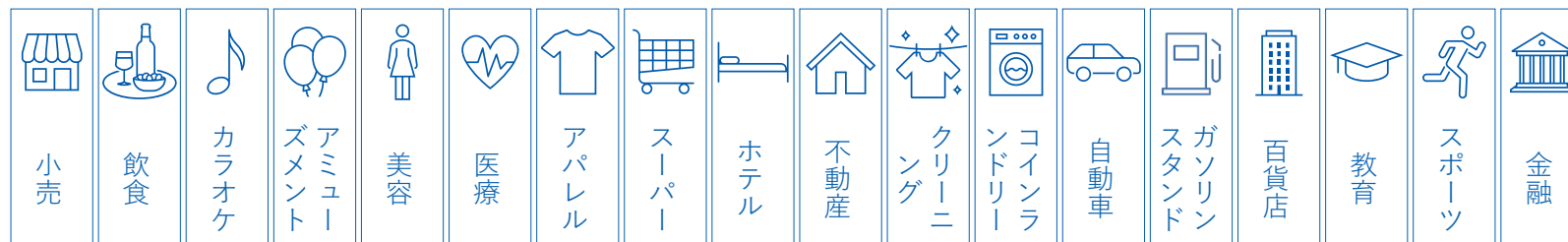
直販・パートナーによる加速的な基盤拡大

顧客数推移イメージ (件)



国内283万店舗

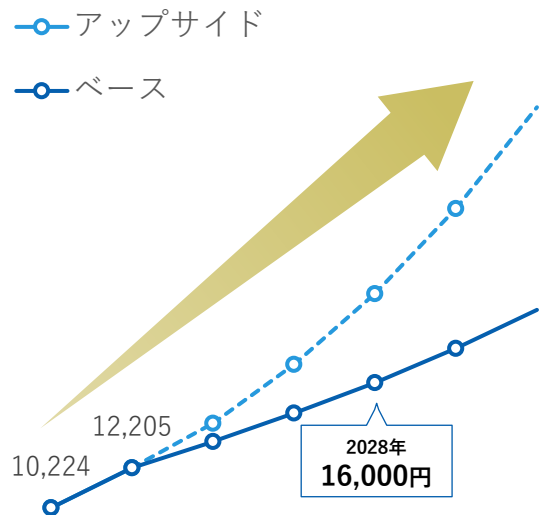
コアターゲット72万店舗



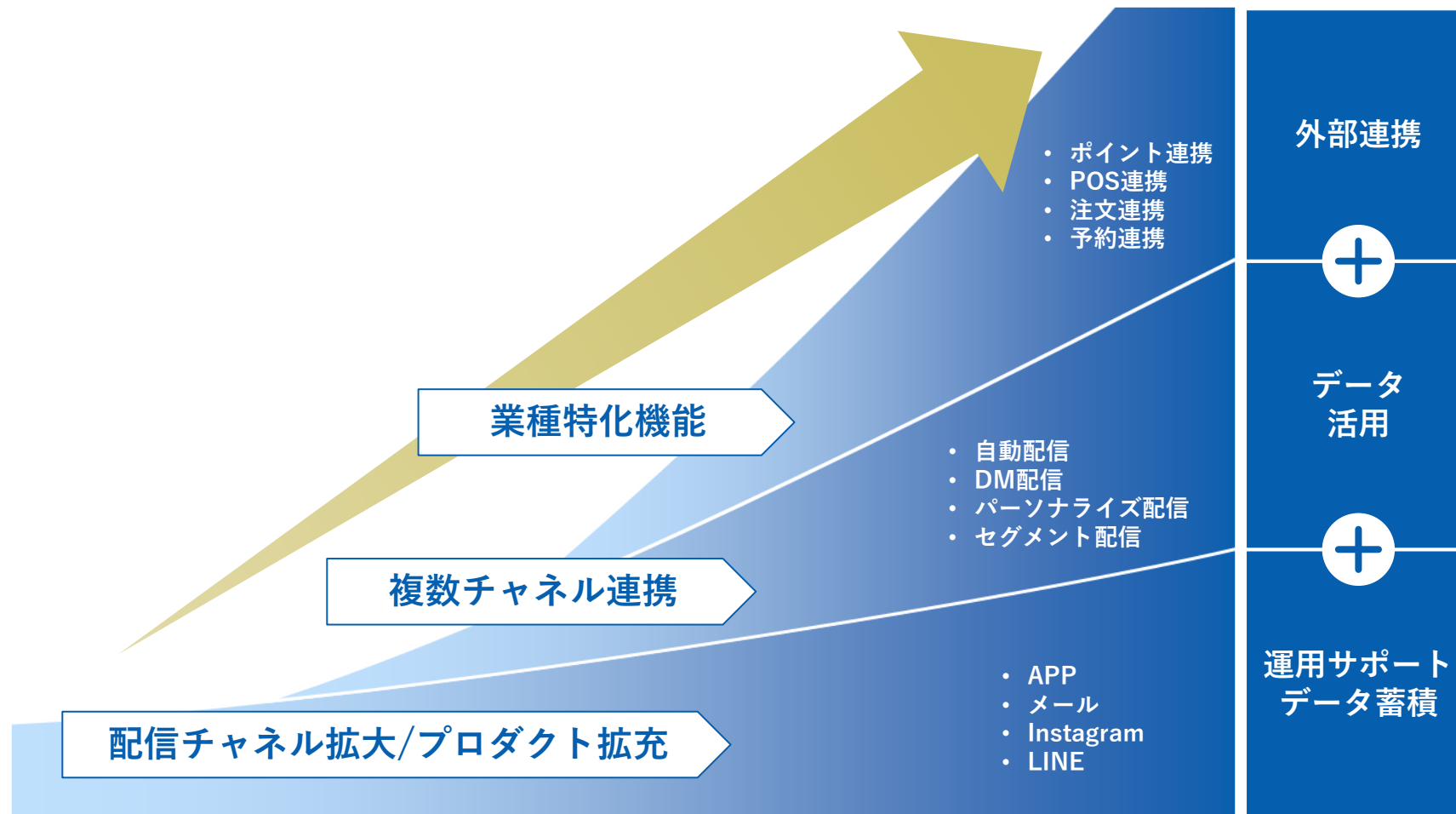
現状の顧客数1.7万店舗から10万店舗へ拡大

データとプロダクトの深化による顧客単価向上

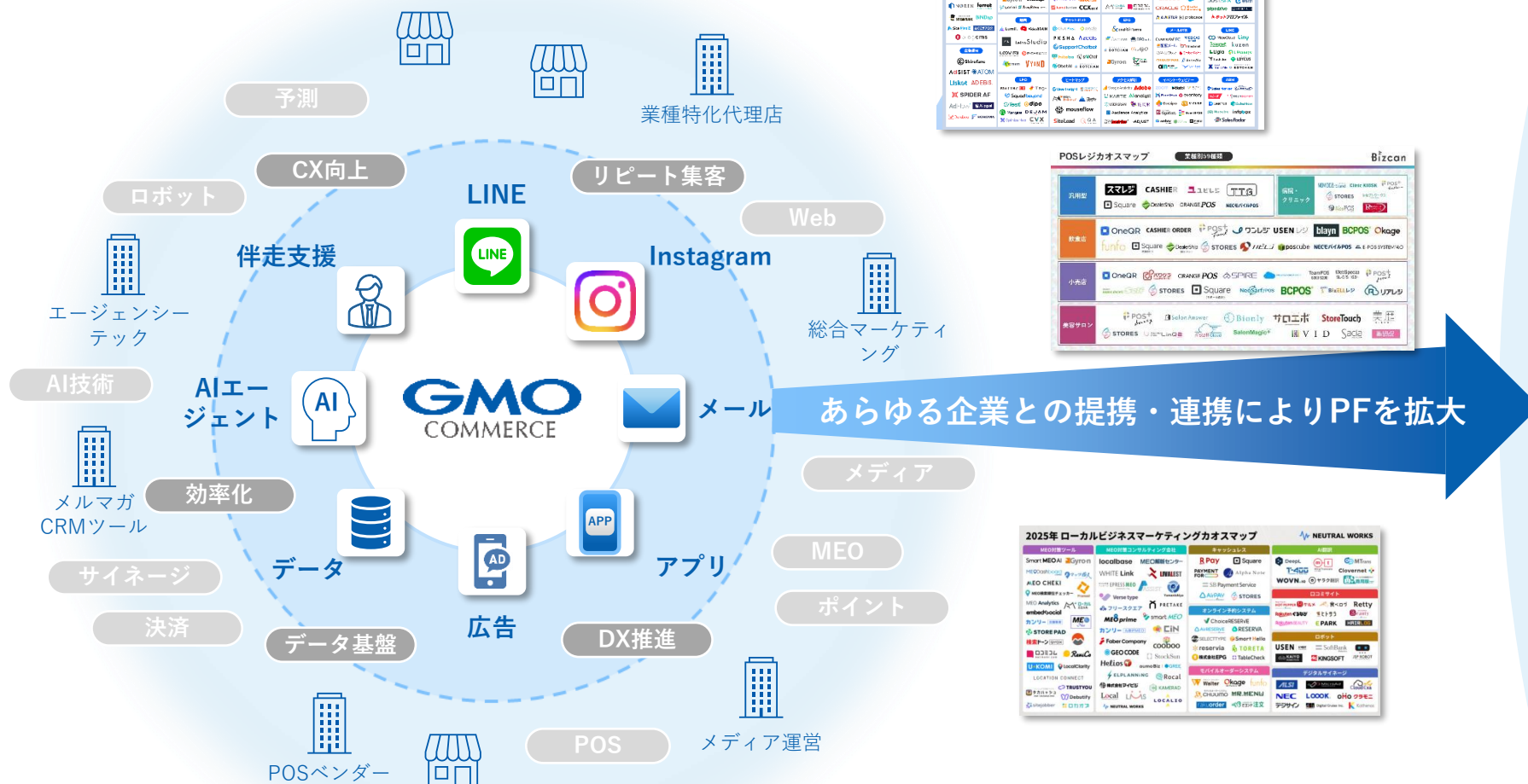
顧客単価向上イメージ (円)



24/12期 25/12期 26/12期 27/12期 28/12期 29/12期 30/12期



成長投資によるアップサイド成長を加速



顧客基盤の拡大

- ✓ 獲得コストの低下
- ✓ ターゲット業種の拡大
- ✓ クロスセル体制の即時確立

親和性の高い市場のシェア

- ✓ 顧客接点があるサービスを取込
- ✓ 配信、行動データの強化
- ✓ 店舗の「実売データ」との連携

提供価値の質的深化

- ✓ CX向上ツールの拡充
- ✓ 店舗DXの垂直統合
- ✓ AIエージェント技術

本スライドに掲載している各カオスマップは、国内市場におけるツール環境の全体像を示す根拠資料として引用しています。各画像の著作権は各社に帰属します。(いずれも2026年3月閲覧)

※1 株式会社Lumii「マーケティングDXカオスマップ2025年版」<https://lumii.co.jp/blog/marketing-dx-chaos-map-2025/>

※2 Appmart株式会社 (Bizcan)「POSレジカオスマップ」<https://bizcan.jp/posregi/>

※3 株式会社ニュートラルワークス (QUERY)「2025年度 ローカルビジネスマーケティングカオスマップ」<https://n-works.link/blog/seo/2025-localbusinessmarketing-chaosmap>

GMOインターネットグループの総合力を生かした事業展開

GMO
COMMERCE

- ・ 1.7万店舗の顧客基盤
- ・ 10年間の運用ナレッジ
- ・ 店舗単位の伴走支援
- ・ 30億通の配信データ
- ・ ユーザーデータ



インフラ

決済

総合マーケティング

AI、ロボティクス

セキュリティ

グループ約**2,000万**の顧客基盤

サービス連携による
付加価値向上

取り組み
状況

医療予約システム会社

医療クリニック向け販売連携

GMO マーケティングDX **GMO** 販促メッセージ

決済代行・金融関連会社

EC向け販売連携

GMO 販促メッセージ

マーケティング会社

大手法人向け販売連携

GMO マーケティングDX **GMO** 販促メッセージ **GMO** おまかせ広告

- 1 2026年12月期第1四半期 決算概況
- 2 2026年12月期 業績予想
- 3 成長戦略
- 4 **APPENDIX**

会社名	GMOコマース株式会社 (GMO Commerce, Inc.)
証券コード	410A (東京証券取引所グロース市場)
本社	〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂1-2-3 渋谷フクラス13F
資本金	11億328万円 (2025年12月末時点)
代表者	代表取締役社長 山名 正人
事業内容	店舗のCX向上およびDX推進を支援する マーケティングプラットフォーム等の開発、提供

大手金融・IT出身、専門資格を持つ経営陣が豊富な実績で企業価値向上を牽引

マネジメント



山名 正人

代表取締役社長

株式会社住友銀行（現三井住友銀行）
ヤフー株式会社 BS本部長
GMOインターネットグループ
アライアンス推進室長



伊勢 主税

常務取締役
中小企業診断士

ヤフー株式会社
日本レンタルカメラ株式会社
代表取締役
株式会社ROI
GMOコマース株式会社
常務取締役・コーポレート統括本部長
（現任）

取締役

西山 裕之

インターキュー株式会社
（現GMOインターネットグループ株式会社）取締役
GMOインターネットグループ株式会社 取締役グループ副社長執行役員・COOグループ代表補佐グループ セキュリティ事業担当（現任）

取締役（監査等委員）

廣谷 仁志

公認会計士、税理士

KPMG Peat Marwick LLP, ニューヨーク事務所
日本アイ・ビー・エム株式会社
合同会社HAC 代表（現任）

川崎 友紀

弁護士
（第二東京弁護士会）

GMOインターネット株式会社
（現GMOインターネットグループ株式会社）グループ法務部長
GMOインターネット株式会社
（現GMOインターネットグループ株式会社）グループ執行役員
グループ法務部長（現任）

橋爪 賢三

公認会計士、税理士

中央青山監査法人及びプライスウォーターハウスクーパース
株式会社PAL 取締役（社外・非常勤）（現任）
株式会社エコ配 取締役（社外非常勤）（現任）
税理士法人ロータス会計 代表社員（現任）

三浦 希美

弁護士

ひかり総合法律事務所 パートナー弁護士（現任）
帝国通信工業株式会社 社外取締役（現任）

※ 2026年3月末時点



Mission

すべてのお店の

「マーケティングプラットフォーム」に

包括的な集客支援

CX（顧客体験）向上

DX推進

店舗向けデジタルマーケティングのプラットフォーム



上場企業67社※1（プライム30社）を含む各業界の有名ブランド保有

約2,000社 17,000店舗以上の実績※2

小売



飲食



エンタメ



サービス・教育



商業施設



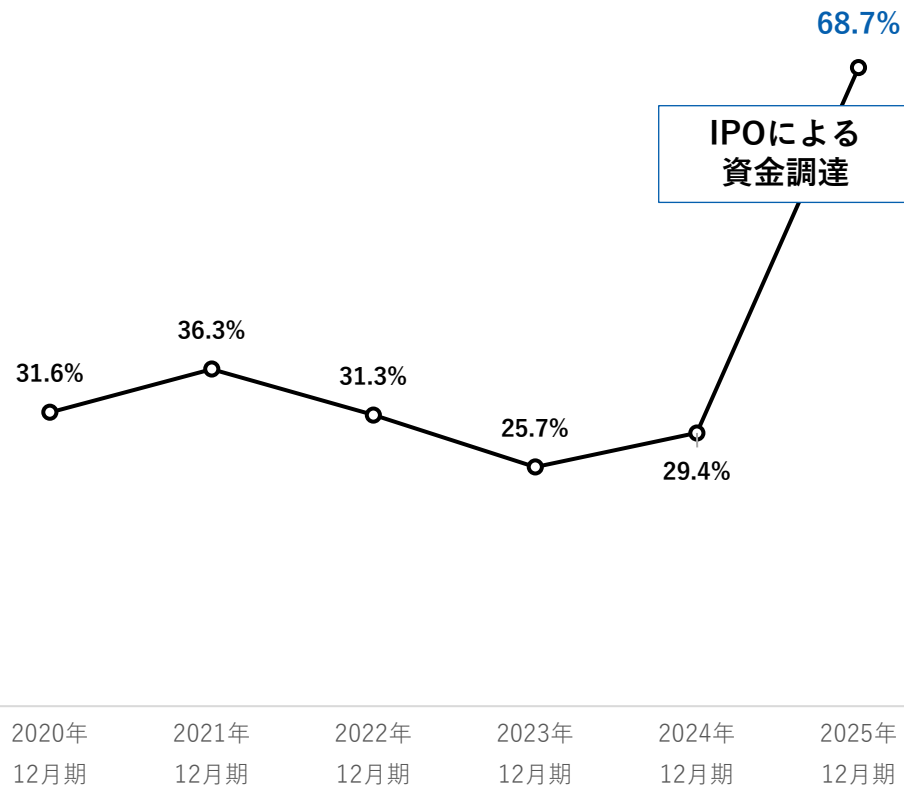
メーカー



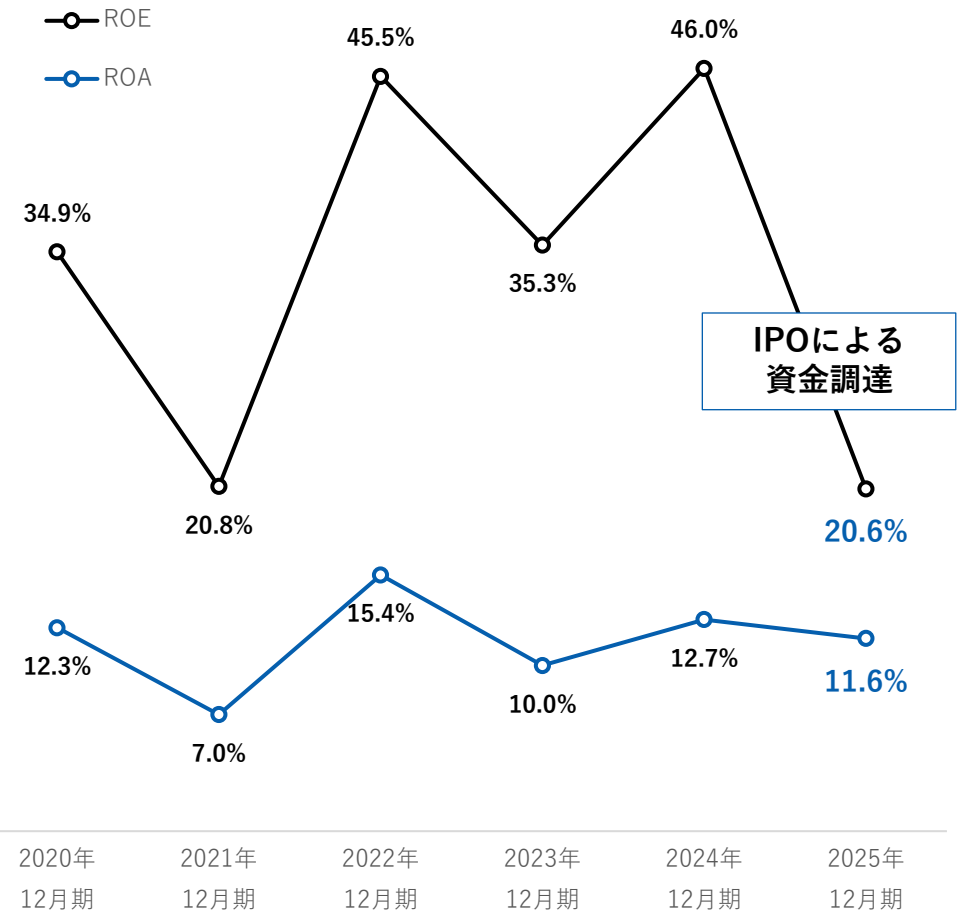
※1 東証プライム・スタンダード・グロース・PRO Market上場企業のうち、当社の顧客企業数。
 ※2 2025年12月末時点の当社顧客店舗数および企業数。

資本効率を意識しROE向上を目指す

自己資本比率 (%)



ROE/ROA推移 (%)



本資料の取り扱いについて

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。
- これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。
さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。
実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。
- 上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。
- また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

IRに関するお問い合わせ先



IRのお問い合わせ

ir_inquiry@gmo-c.jp



株主優待のお問い合わせ

yutai@gmo-c.jp



IRサイト・よくある質問

<https://ir.gmoc.jp/faq/>



YOUTUBE

<https://www.youtube.com/@gmocommerce410A>

※正確な対応と記録保持のため、
お問い合わせはメールにて承っております。