

2026年12月期  
第1四半期決算補足説明資料

**GMO** MEDIA

STOCK CODE: 6180

代表取締役社長 森 輝幸

2026年5月14日

# 目次

<b>01</b>	<b>決算ハイライト</b>	<b>P.3</b>
<b>02</b>	<b>第1四半期概要</b>	<b>P.6</b>
<b>03</b>	<b>成長戦略</b>	<b>P.17</b>
<b>04</b>	<b>Appendix</b>	<b>P.39</b>

<b>01</b>	<b>決算ハイライト</b>	<b>P.3</b>
02	第1四半期概要	P.6
03	成長戦略	P.17
04	Appendix	P.39

# エグゼクティブ・サマリー (1-3月)

売上高  
1-3月実績

**1,782** 百万円

前期比 **+3.8%**

前年同期比 **-7.4%**

営業利益  
1-3月実績

**200** 百万円

前期比 **+101.9%**

前年同期比 **-40.4%**

## 業界特化型・ストック事業は引き続き拡大基調を維持 フロー型収益は外部環境の変化への適用局面

- メディア事業（業界特化型）の売上総利益 前年同期比 +27.5%  
美容クリニック向けDXサービスに加え、学び領域のストック型サービスの契約件数も順調に増加
- メディア事業（ポイント関連）の売上総利益 前年同期比 -14.7%  
Web広告単価の変動など外部環境の変化を受け、フロー型収益が前年同期を下回って推移
- ソリューション事業の売上総利益 前年同期比 -29.7%  
ポイントCRMツール「GMOリピータス」において、取引終了や契約条件の見直しが発生

# 連結業績サマリ

業界特化型・ストック型事業は引き続き拡大基調を維持。一方、Web広告単価の変動や前年度好調であった痩身系商材の一過性収益の剥落、ソリューション事業における契約条件の見直し等の影響を受け、フロー型収益は前年同期を下回って推移。各事業の対策は順次実行中で、効果は第3四半期以降に段階的に顕在化する見込み。

単位：百万円	前年同期	前期				
	2025年1月-3月	2025年10-12月	2026年1月-3月	前年同期比	前期比	2026年通期計画 (進捗率)
売上高	1,926	1,716	1,782	▲7.4%	+3.8%	7,500 (23.7%)
営業利益	335	99	200	▲40.4%	+101.9%	950 (21.0%)
経常利益	334	93	201	▲39.6%	+115.8%	935 (21.5%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	243	54	149	▲38.6%	+172.3%	580 (25.7%)

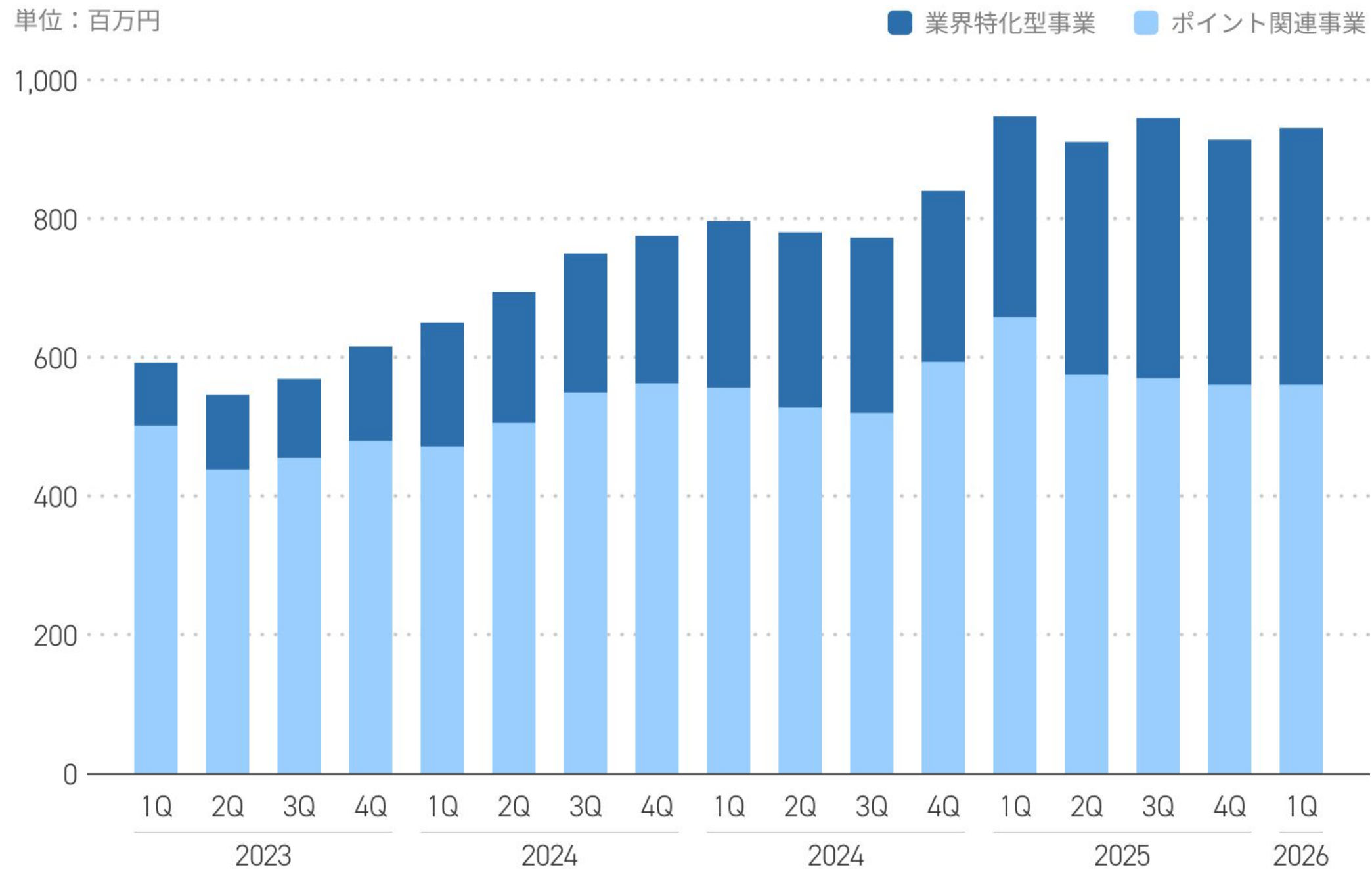
01	決算ハイライト	P.3
02	第1四半期概要	P.6
03	成長戦略	P.17
04	Appendix	P.39

# メディア事業 第1四半期概要

メディア事業全体の売上総利益は前年同期比-1.8%。

ストック収益は着実に積み上がっているものの、外部環境の変化に伴いフロー収益の減少が影響。

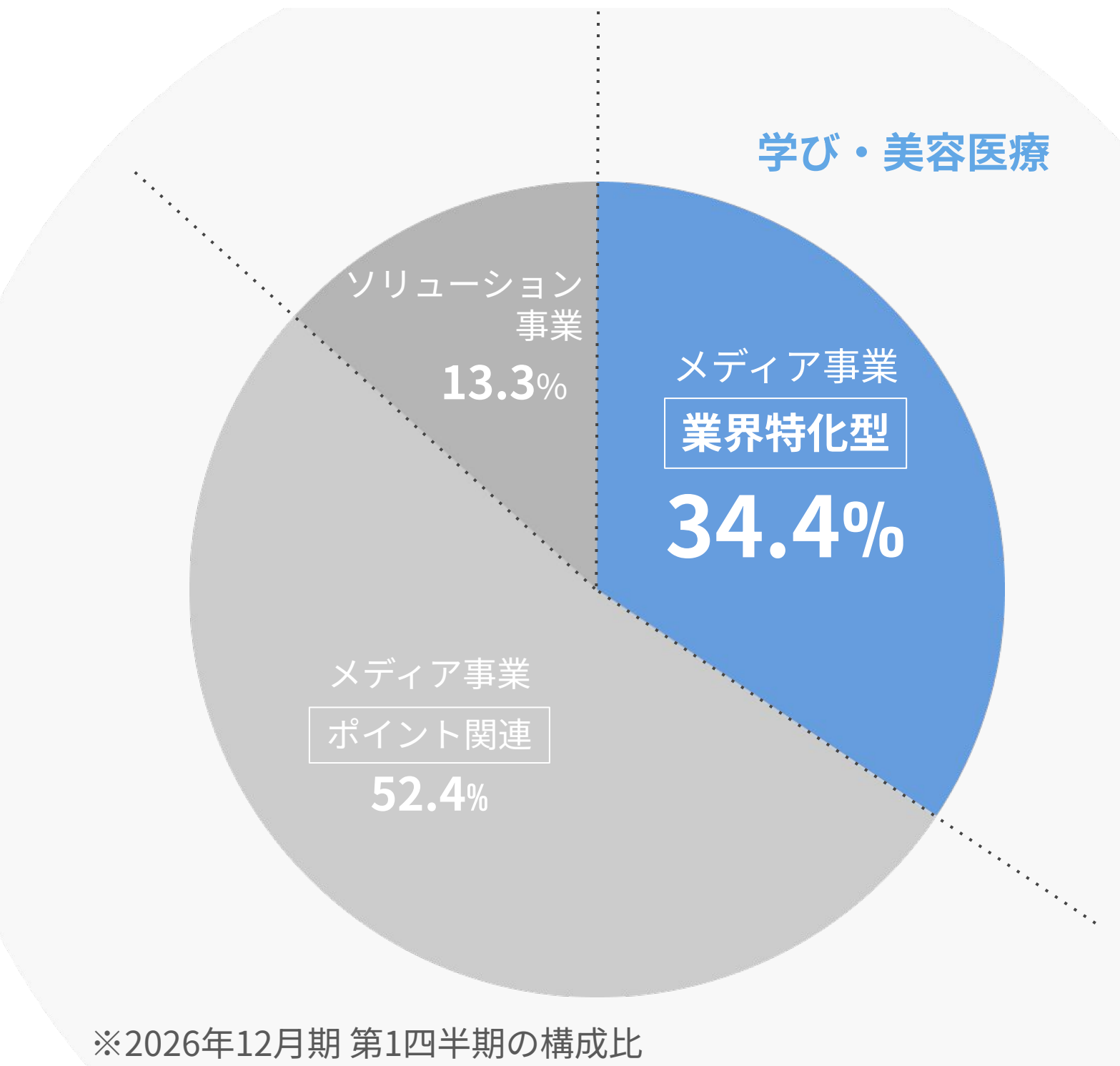
内訳（業界特化メディア事業：+27.5%、ポイント関連メディア事業-14.7%）



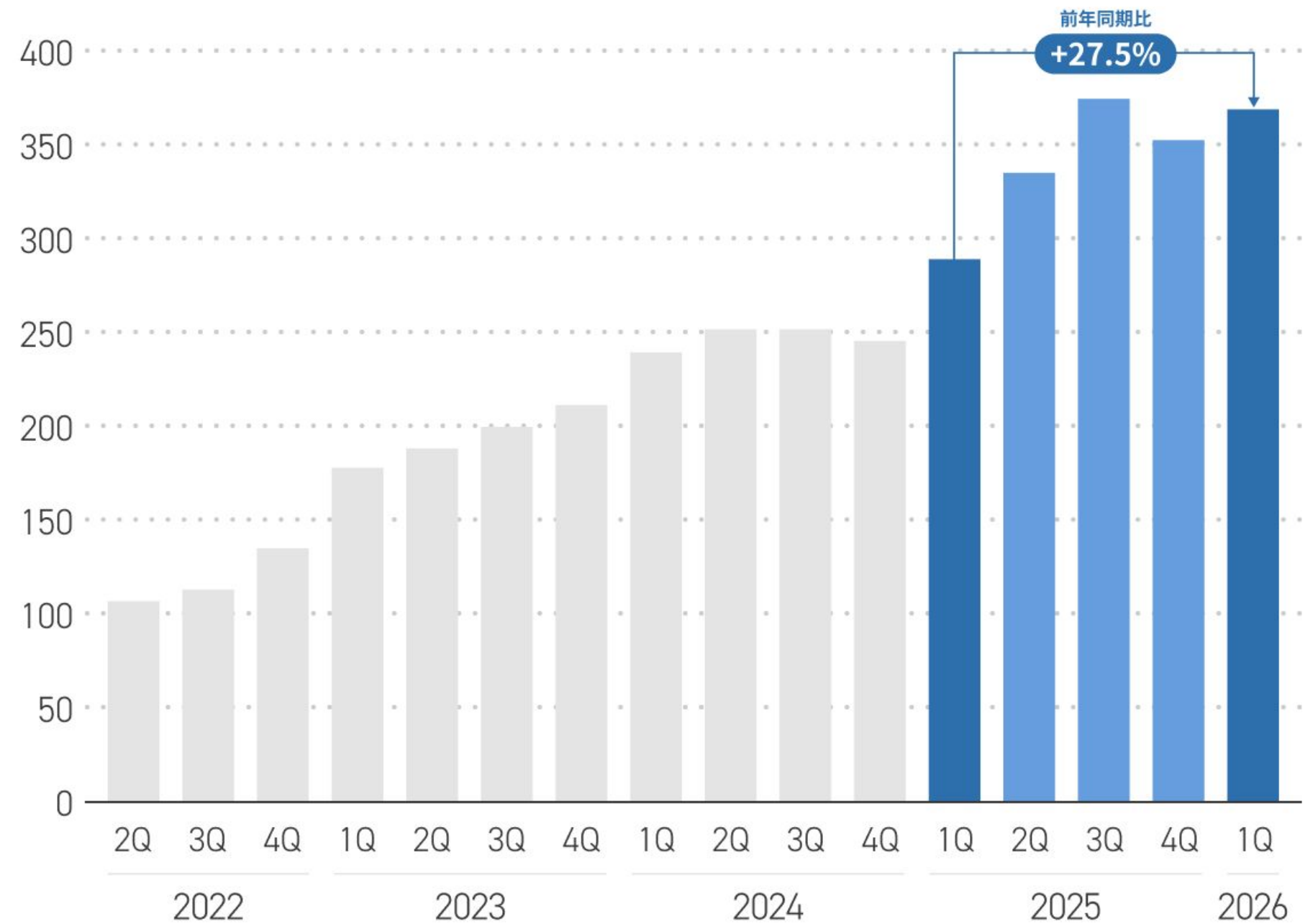
※売上から売上変動費を除いた利益

# メディア事業（業界特化型）の売上総利益推移

美容クリニック向けDXサービス（キレイパスコネクト byGMO + MEDIBASE byGMO）を中心とするストック型収益が順調に積み上がり、業界特化型事業の売上総利益は前年同期比+27.5%と拡大基調を維持。



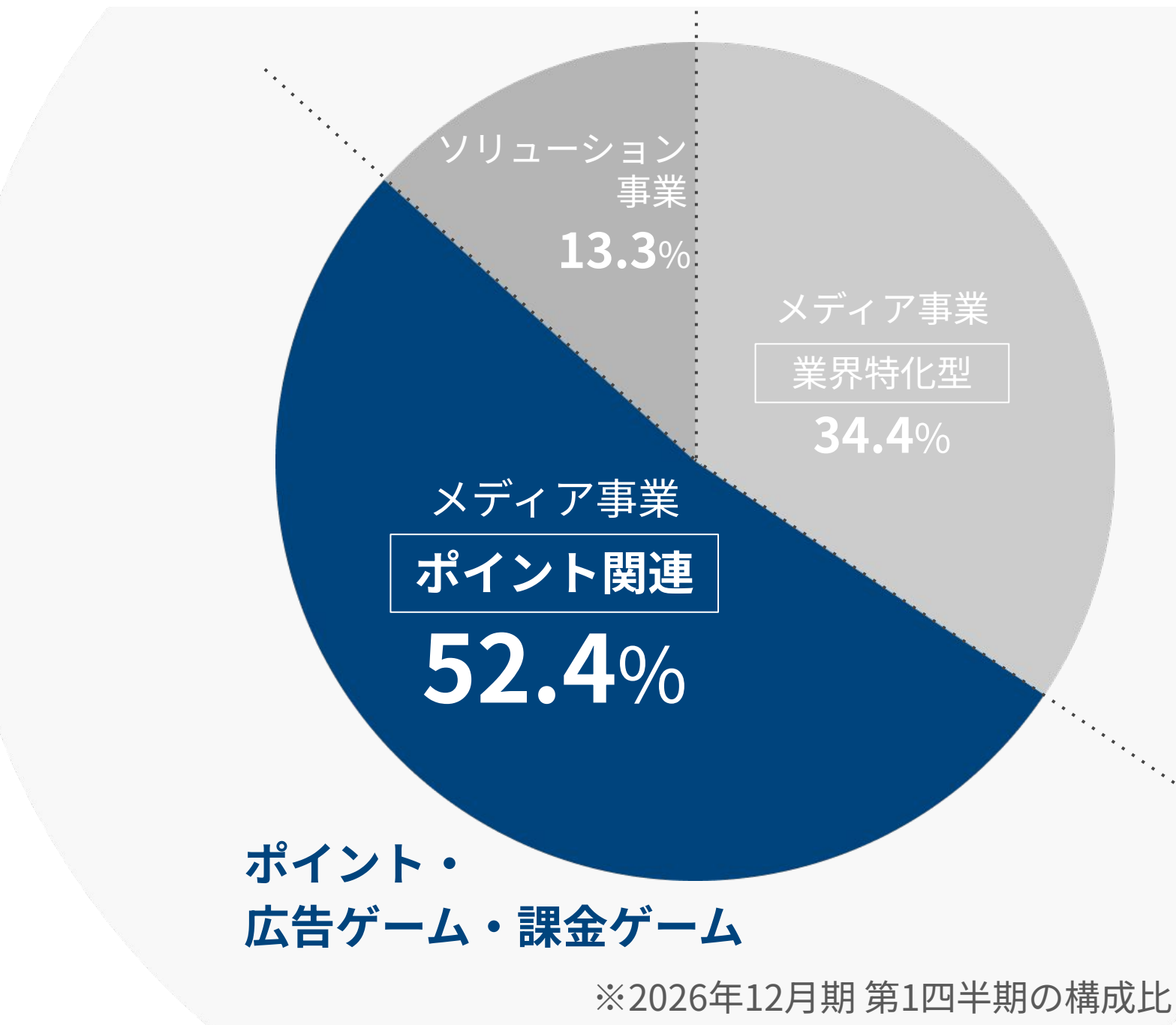
単位：百万円



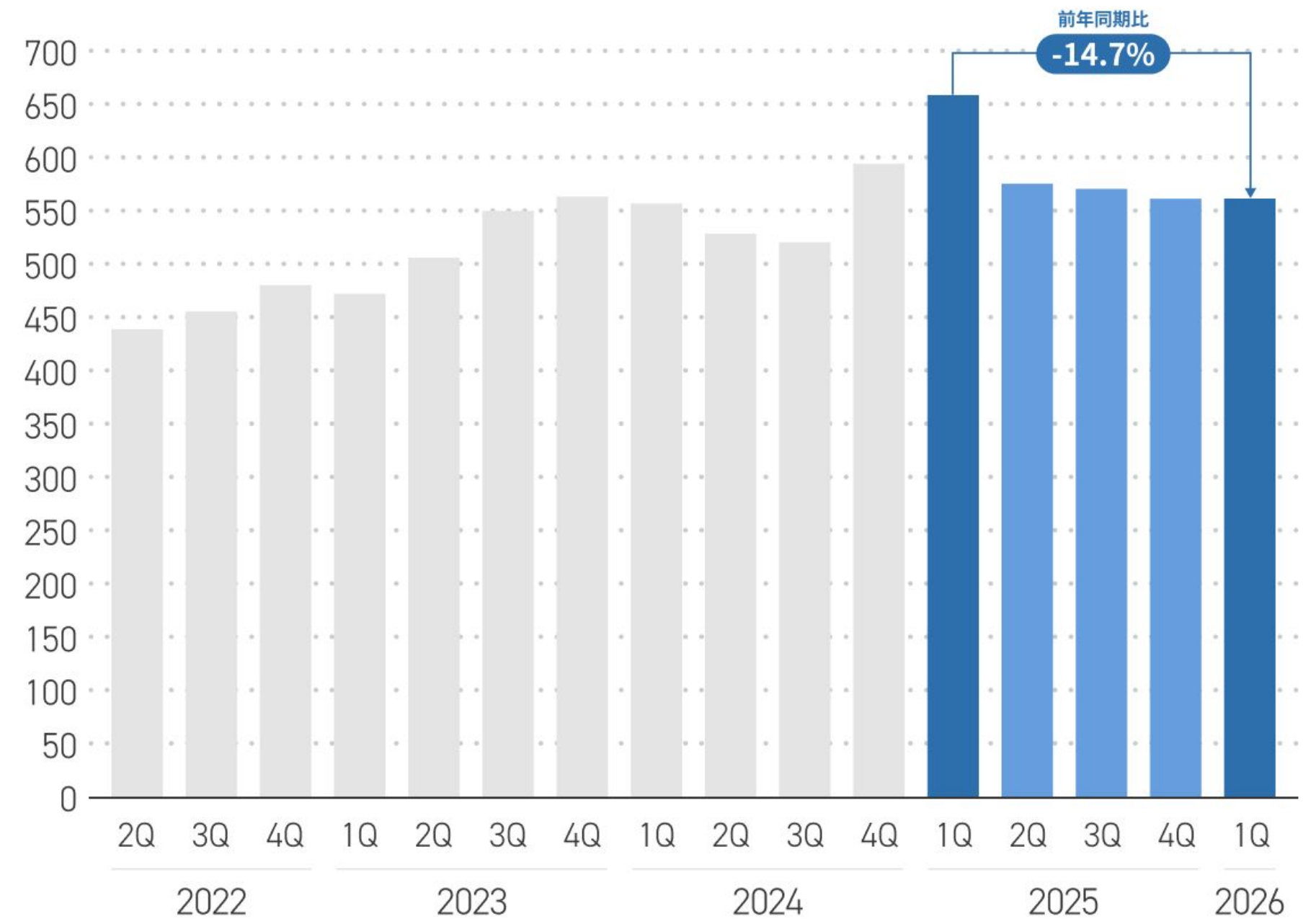
※売上から売上変動費を除いた利益

# メディア事業（ポイント関連）の売上総利益推移

広告業界全体の環境変化を背景に、ポイント・広告ゲーム関連のフロー型収益が前年同期を下回って推移。一方、課金ゲーム事業は堅調に推移。広告事業は、アプリ展開や提携媒体ネットワーク拡大等により、収益基盤の強化を進める。



単位：百万円



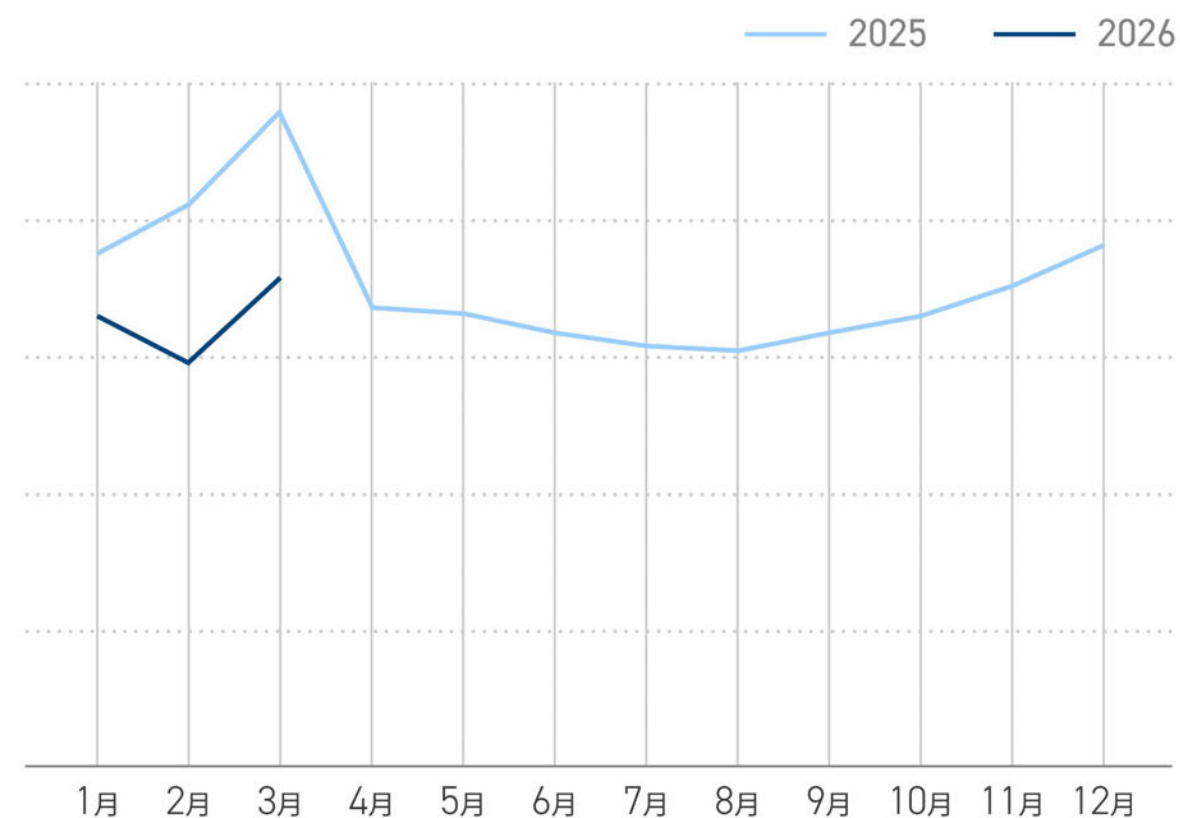
※売上から売上変動費を除いた利益

# メディア事業（フロー収益） 減収の主要因

## 広告単価推移

広告ゲームの単価下落

→例年3月に上昇する単価が昨年対比▲25.3%



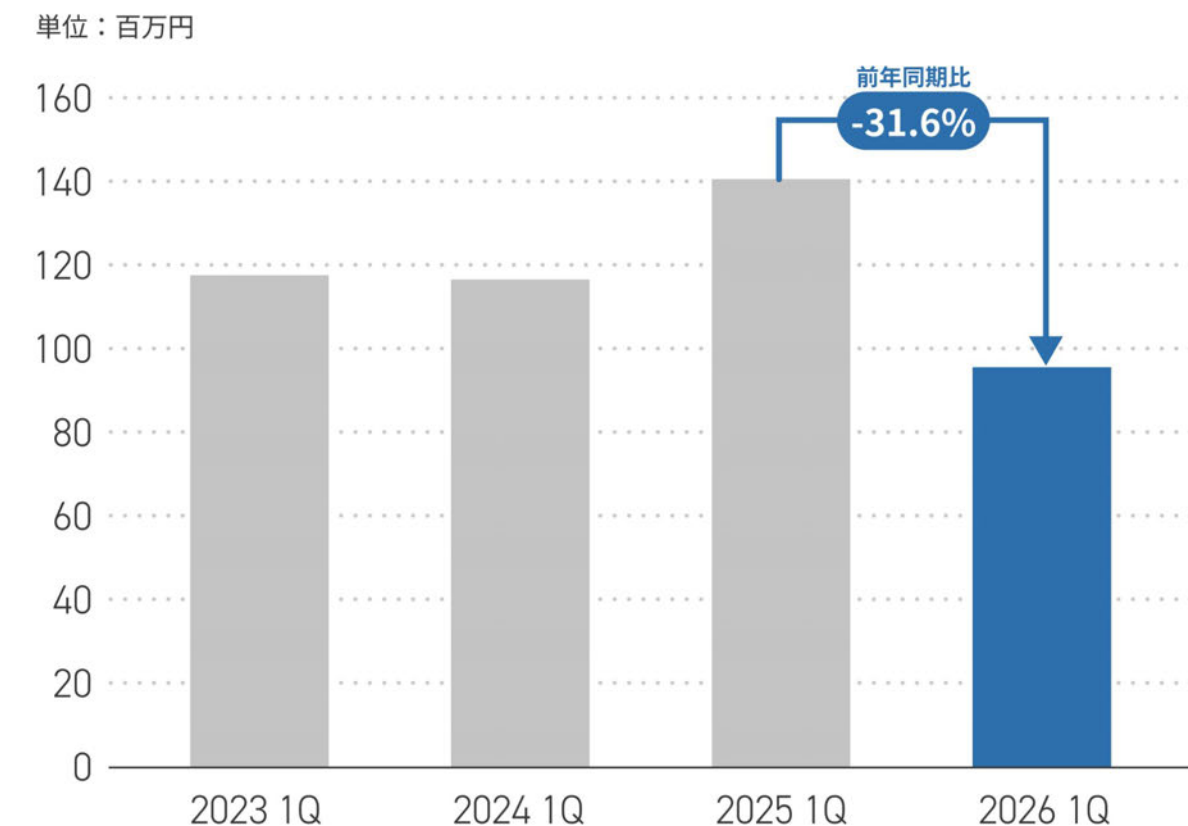
### 対策

- チャネリングパートナー拡大による広告在庫増
- 広告表示ロジックチューニングによる最適化
- 組織統合による広告ゲームユーザーへの課金ゲームレコメンドによるLTV最大化

## クーポン事業(くまポン)：第1四半期売上比較

瘦身系商材の売上減

→クーポン販売のくまポンで、瘦身系大幅減



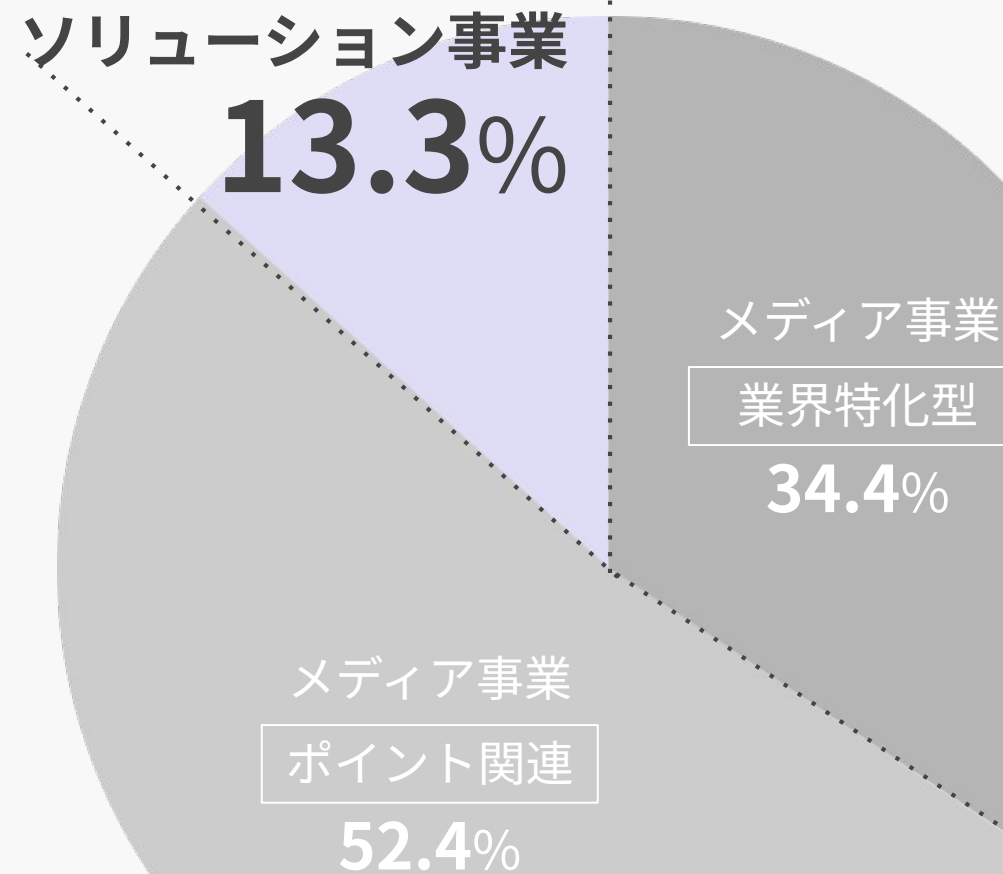
### 対策

戦略的に、人員などリソースを成長事業である**キレイパス**にシフト。  
**くまポン**事業は、運営の効率化をさらに図り、利益の最大化を目指す。

# ソリューション事業の売上総利益推移

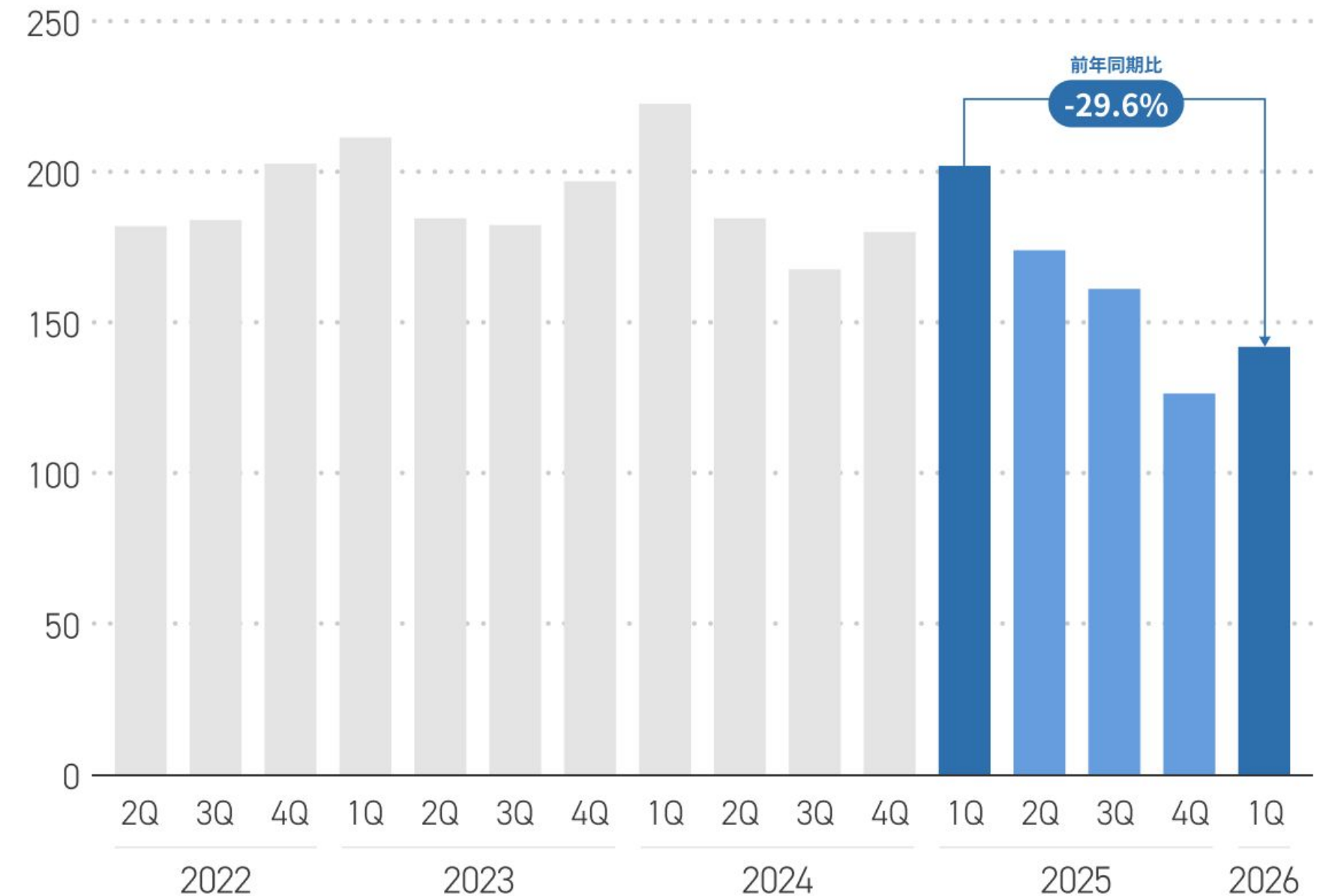
ポイントCRMツール「GMOリピータス」における取引終了や契約条件の一部見直し、および成果報酬型広告市場の成熟化を受け減収。「GMOリピータス」契約社数拡大に向け、現在4パイプライン進行中。

ファン育成・リピート促進事業  
成果報酬型広告プラットフォーム



※2026年12月期 第1四半期の構成比

単位：百万円



※売上から売上変動費を除いた利益

# トピックス① 美容医療

## 「キレイパスコネクト byGMO」が 「デジタル化・AI導入補助金2026」対象ツールに認定 (2026年4月)

「キレイパスコネクト byGMO」が、中小企業・小規模事業者等の労働生産性の向上を支援する「デジタル化・AI導入補助金2026」の対象ツールとして認定。これにより、補助金の交付対象となるクリニックは、「キレイパスコネクト byGMO」の導入費用の最大1/2（5万以上150万未満）について補助金を申請できるように。

 キレイパスコネクト  
byGMO

デジタル化・AI  
導入補助金2026

対象ツールに認定

## トピックス② AI活用

### 「コエテコ byGMO」が、 会話型AIによるプログラミング教室レコメンド機能の提供を開始（2026年2月）

生成AIを活用した会話型プログラミング教室レコメンド機能の提供を開始。従来の条件検索型と異なり、「コエテコ byGMO」に掲載されている教室情報を活用した精度の高いレコメンドによって「AIに相談しながら教室を選ぶ」ことが可能。ユーザーがAIと対話しながら、子どもの性格や興味、学ばせたい内容などを、そのままの言葉で伝えることで、最適な教室候補にたどり着ける新しいユーザー体験を提供。

コエテコ byGMO  
全国13,000件以上  
プログラミング教室の

# 会話型AI レコメンド機能

提供開始

# トピックス③ AIによる引用率でカテゴリ1位認定

Brand UP(※1)が独自で研究したAI検索時代のカスタマージャーニーを元にプロンプトを設計し、業界別に検証プロンプトを用いて主要AI検索エンジン(ChatGPT・Gemini・Google AI Overviews・AI Mode)での引用状況を徹底分析

## 2026年上半期 各部門 総合ドメインAI引用ランキング

部門	総合1位サイト	スコア
SaaS・B2B	ASPIC	57.3%
EC・B2C	YouTube	46.3%
金融・不動産	my-best.com	35%
人材・教育	コエテコ	53.3%
医療・美容クリニック	PR TIMES	30.7%
ニュース・ポータル・メディア	note.com	55.3%
旅行・店舗・グルメ	PR TIMES	43.3%
QA・コミュニティ・ライフスタイル	PR TIMES	51.7%

## 人材・教育部門 総合ドメインAI引用ランキング

順位	サイト名	ドメイン	総合スコア	カテゴリ数
1位	コエテコ	coeteco.jp	53.3%	6/6
2位	マイベスト	my-best.com	31.1%	3/6
3位	note	note.com	27.8%	6/6
4位	リセマム	resemom.jp	23.9%	3/6
5位	YouTube	youtube.com	21.7%	4/6
6位	ASPIC	aspicjapan.org	20%	2/6
7位	PR TIMES	prtimes.jp	19.4%	6/6
8位	アガルートアカデミー	agaroot.jp	18.3%	2/6
9位	ネオキャリア	neo-career.co.jp	17.8%	2/6
10位	テックストック	tech-stock.com	17.8%	2/6

※1: 株式会社Wanokuni <https://www.brand-up.net/awards/ai-search-cited-award>

既存の配当方針（配当性向65%以上・DOE5%）を堅持しつつ、自己株式取得を組み合わせることで、さらに株主還元を拡充。

今後も高いキャッシュ創出力に基づき、成長投資と株主還元のバランスを最適化し、中長期的な企業価値および株式価値の向上を目指す。

<b>取得株式総数</b>	20,000株（上限）
<b>取得株式総額</b>	1億円（上限）
<b>取得期間</b>	2026年5月15日～2026年12月31日

# 第1四半期まとめ

## 第1四半期のポイント

アドネットワーク	コエテコ（学び）	GMOリピータス	瘦身系商材 平常化
広告単価下落 → 提携先獲得による広告 在庫拡大	流入減による固定広告費 の減少 → 引き続きSEO・AIO対 策強化と対象カテゴリの 拡大	一部提供先との役務変更 による収益減 → 新規獲得（4パイプ ライン進行中）	前年度の一過性収益の剥 落 → LTV最大化に向けた チューニング継続

ストック事業は  
順調に  
積み上がり中

## 今後の成長戦略は引き続き「フローからストックへ」を堅持

短期的な業績変動に屈することなく、外部環境に左右されない経営体質へ転換するため、中長期的な「ストック型事業拡大」の戦略路線は不変。

### 1. 構造改革

アドネットワークや受託的な動きといった外部環境に左右されやすい「フロー型事業」への依存度を下げ、経営の安定性を高める構造へ転換。

### 2. ストック型事業の再加速

広告単価相場や、検索エンジンへの依存脱却等から、真に顧客に選ばれる「積み上げ型」のソリューション・月額モデルへの投資を継続。

01	決算ハイライト	P.3
02	第1四半期概要	P.6
<b>03</b>	<b>成長戦略</b>	<b>P.17</b>
04	Appendix	P.39

# 成長戦略

## フローからストック事業へ

当社は、PC中心のブログ・掲示板事業から、スマホ・アプリを軸とした特化型メディアへと、事業構造を大きく転換。現在は、この成長をさらに確実なものにするため、メディアによるフロー収益にDXサービスによるストック収益を組み合わせた『ハイブリッドモデル』への移行を推進し、より強固な成長軌跡を目指す。

2020年

現在

コミュニティ事業撤退

freeml by GMO yaplog! by GMO  
teacup. by GMO

成長業界特化事業育成

コエテコ by GMO  
キレイパス by GMO

ストック事業の安定成長

コエテコカレッジ by GMO  
キレイパスコネク by GMO

ブログ・  
掲示板等

フェーズ1

学び・美容医療

フェーズ2

メディア事業

フェーズ3

Webメディア(送客)+DXサービス(運営サポート)による独自エコシステムの形成

メディア

+

DXサービス

# 成長戦略

# 業界特化型（学び・美容医療）事業の複利成長戦略

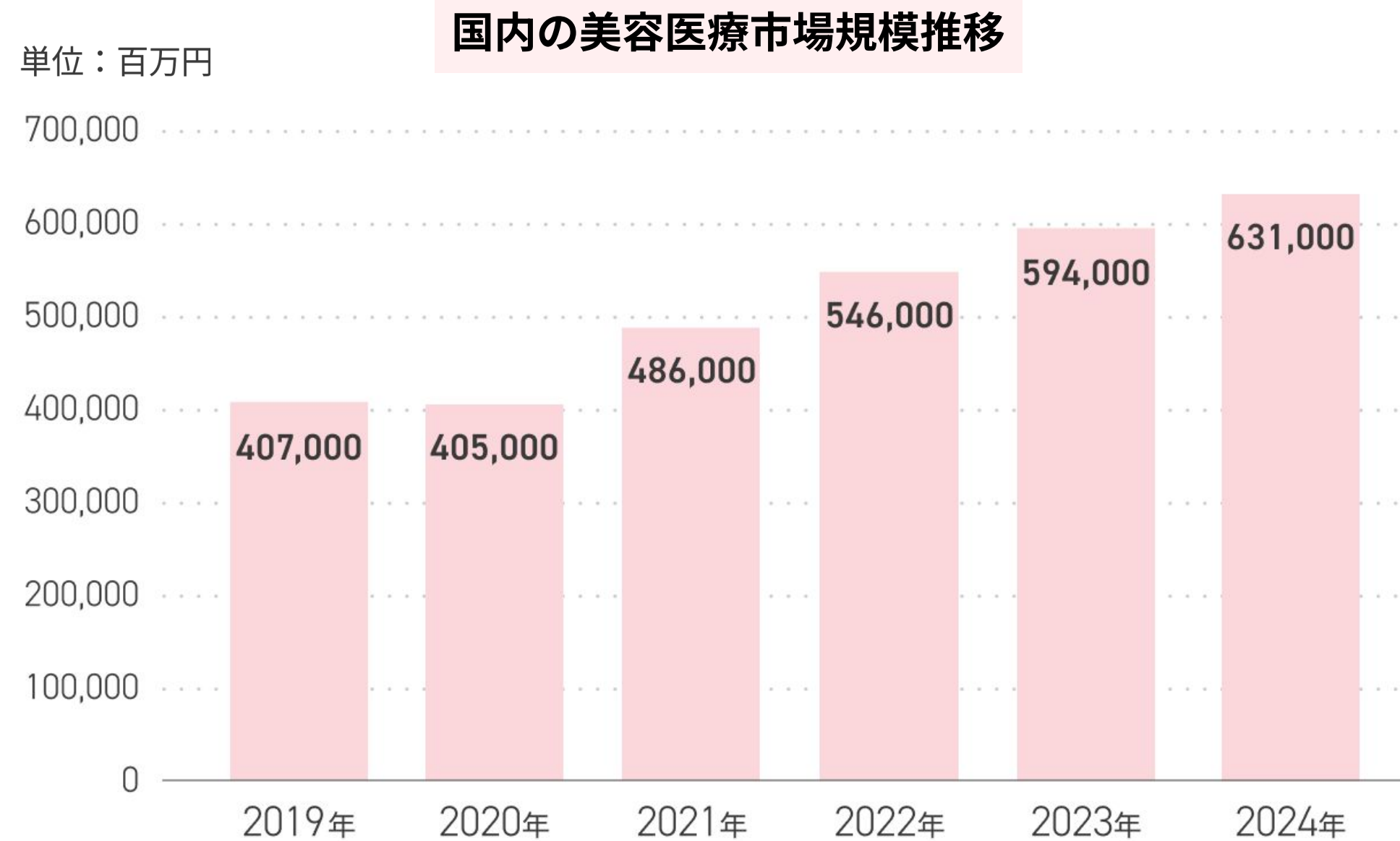
1st (B2C)
2nd (B2B)
3rd (D2C)
4th NEXT

集客＋ファン作り支援事業  
 事業者に向けたDX支援事業 **（ストック事業）**  
 1st＋2ndによる蓄積データ（顧客・行動履歴）を活用しD2C展開  
 上記1～3の知見をベースに、次の領域開拓



# なぜ『美容医療』なのか？（市場変化と事業機会）

- 医療技術の高度化による非外科美容医療の普及
- 男性も含めた利用者層の拡大
- 診療スタイルの多様化→オンラインニーズの拡大



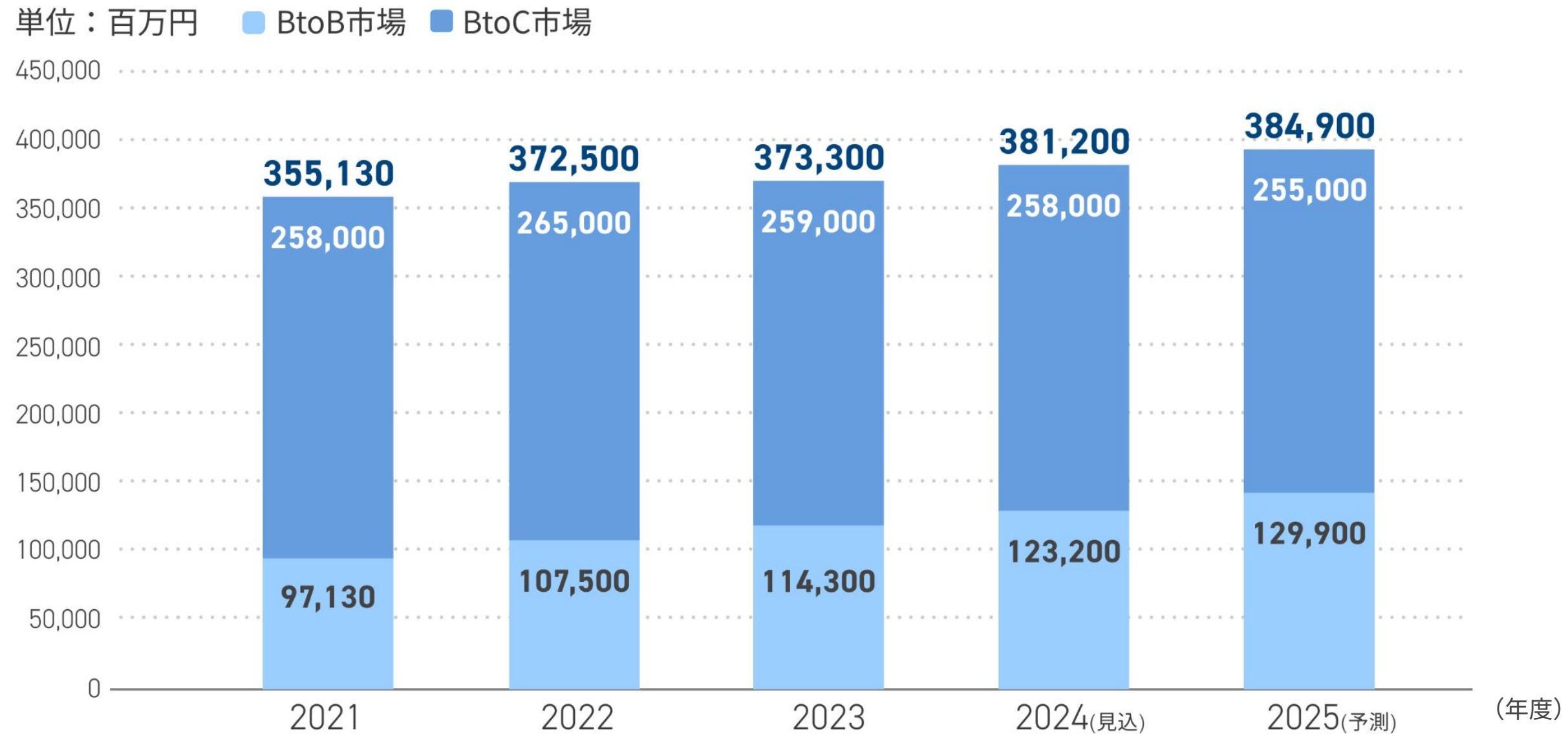
※出典：株式会社矢野経済研究所「美容医療市場に関する調査（2025年）」（2025年6月25日発表）[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3844](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3844)

※医療施設収入高ベース

# なぜ『学び』なのか？（市場変化と事業機会）

- ビデオmeeting、CBTシステムの普及・一般化
- 学び方の多様化→オンライン化の更なる加速

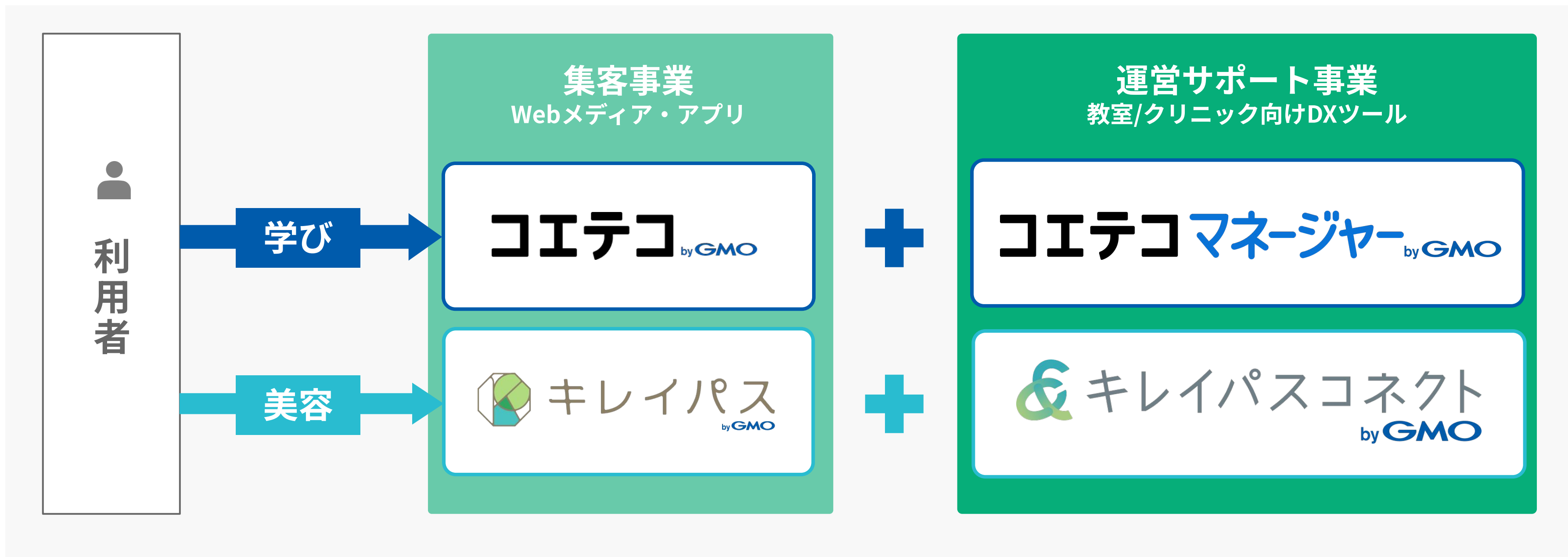
国内eラーニング市場規模推移・予測



※出典：株式会社矢野経済研究所「eラーニング市場に関する調査（2025年）」（2025年4月22日発表）[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3795](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3795)  
※インターネット等のネットワークを利用した学習形態を対象とし、提供事業者売上高ベースで算出した。2024年度は見込値、2025年度は予測値。ゲーム機やパソコン向けソフトウェアを利用したものを除く。

AI時代に必要とされるのは、ドメインナレッジ（専門知見）

AI×ドメインナレッジ（専門知見）により、さらに業務効率化と売上拡大をサポート

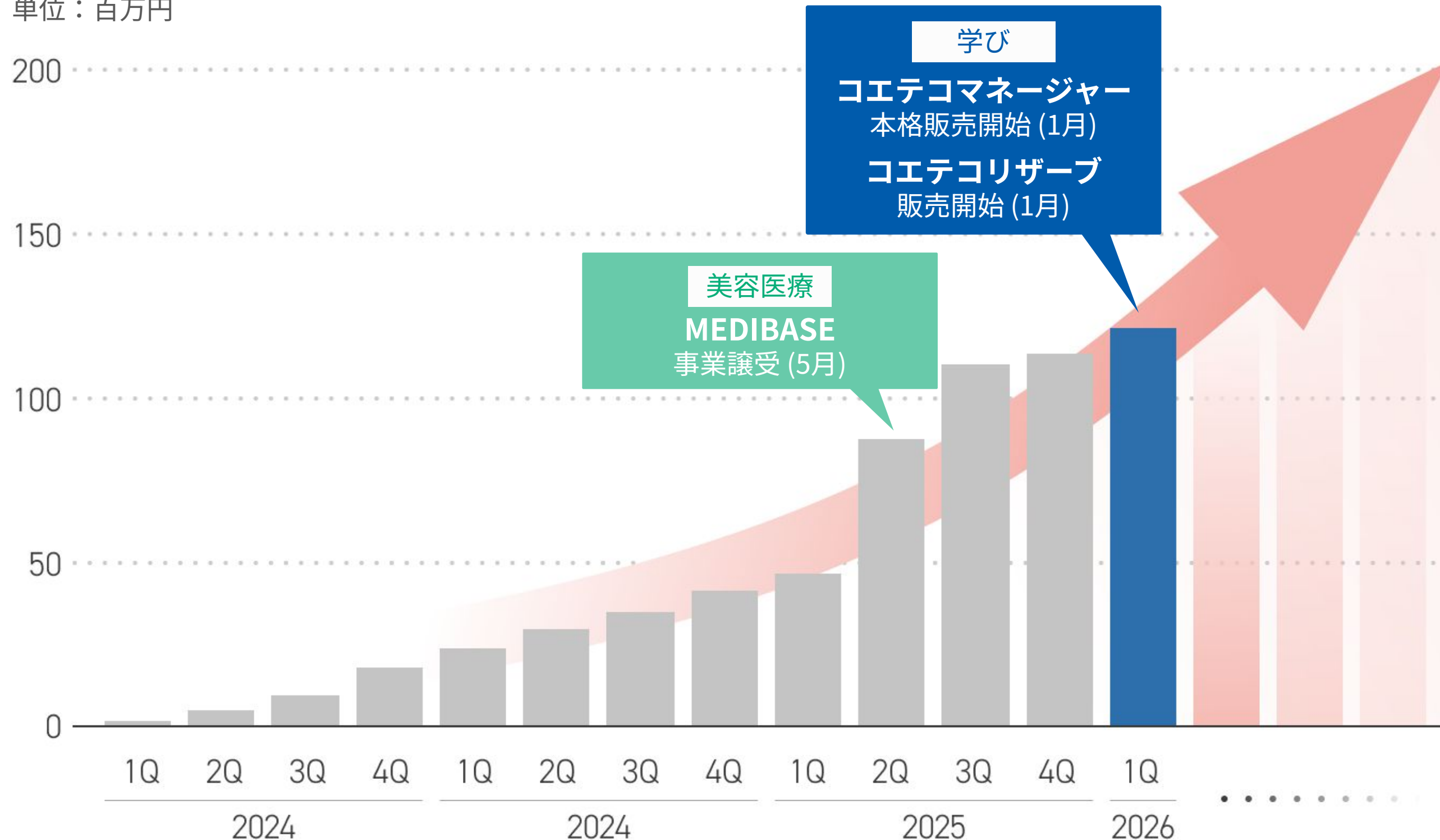


# 成長戦略

# ストック事業をさらに強化（学び領域商材拡充）

美容医療・学び領域 四半期ストック売上推移

単位：百万円



## 業界特化×ストック強化

美容医療領域

学び領域

コエテコカレッジ by GMO

NEW  
コエテコマネージャー by GMO

NEW  
コエテコリザーブ by GMO

後発参入の強みを活かし、API開放や、AI機能の追加、AIエージェント対応を積極的に強化し、先行競合サービスとの差別化を図る。

## オールインワン 美容クリニックマネジメント



### AI経営分析機能 **国内初**

院長や看護師が自然言語（テキスト）で経営指標を質問するだけで、自院のデータに基づく分析結果をその場で取得可能。  
「今知りたい数字」を即座に引き出せるように。

## オールインワン 習い事教室マネジメント



### パブリックAPI公開 **業界初**

APIにより、予約・生徒・売上などのデータをAIツールと連携可能。退会予兆や会計処理などをAIエージェントが分析・自動化。FC本部は、加盟店の数値把握もリアルタイムに実現。

## オールインワン ウェビナーサービス



### AI執事

AIが講座企画から診断コンテンツ生成、最適な運営プラン提案までを自動化。ヒアリングに答えるだけで、運営を支える“専属コンシェルジュ”のように一貫サポートします。

## 教職員向けAI 教務支援サービス



### AI問題ジェネレーター

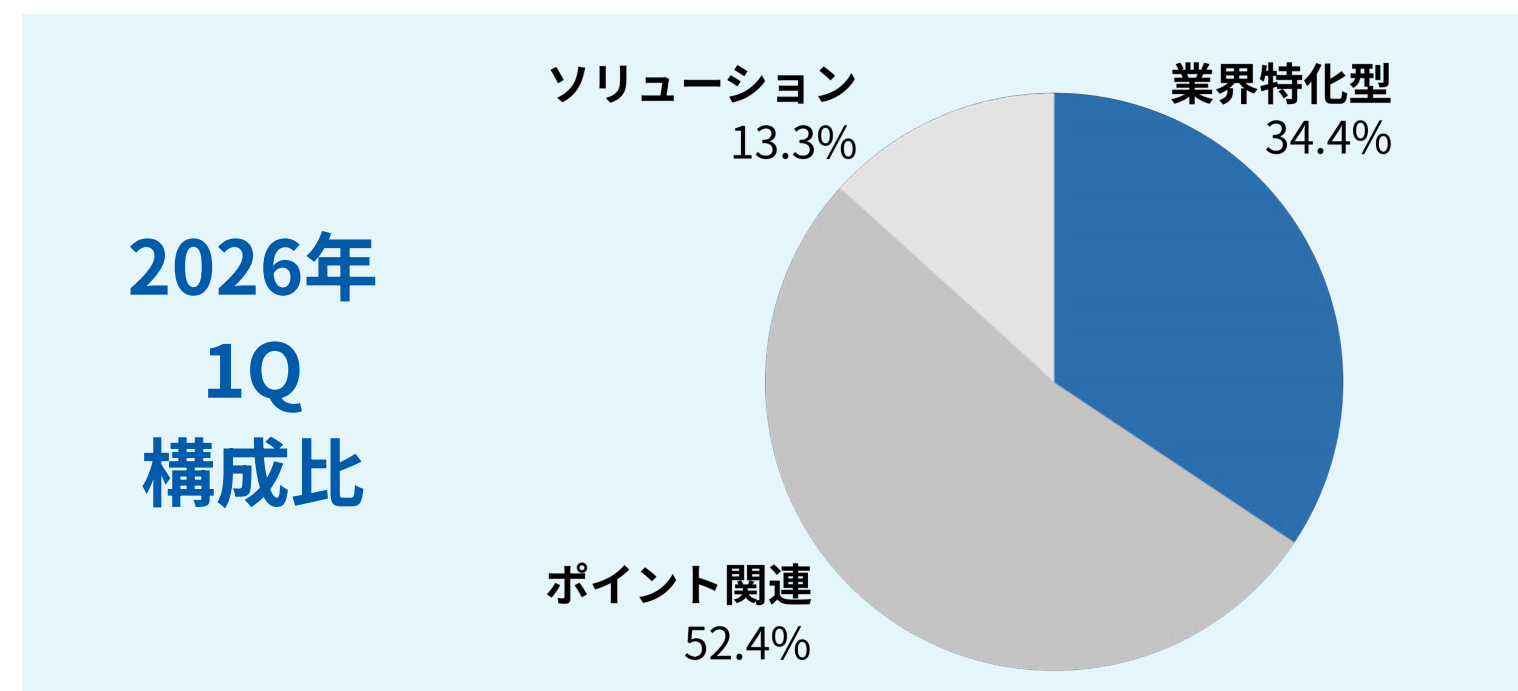
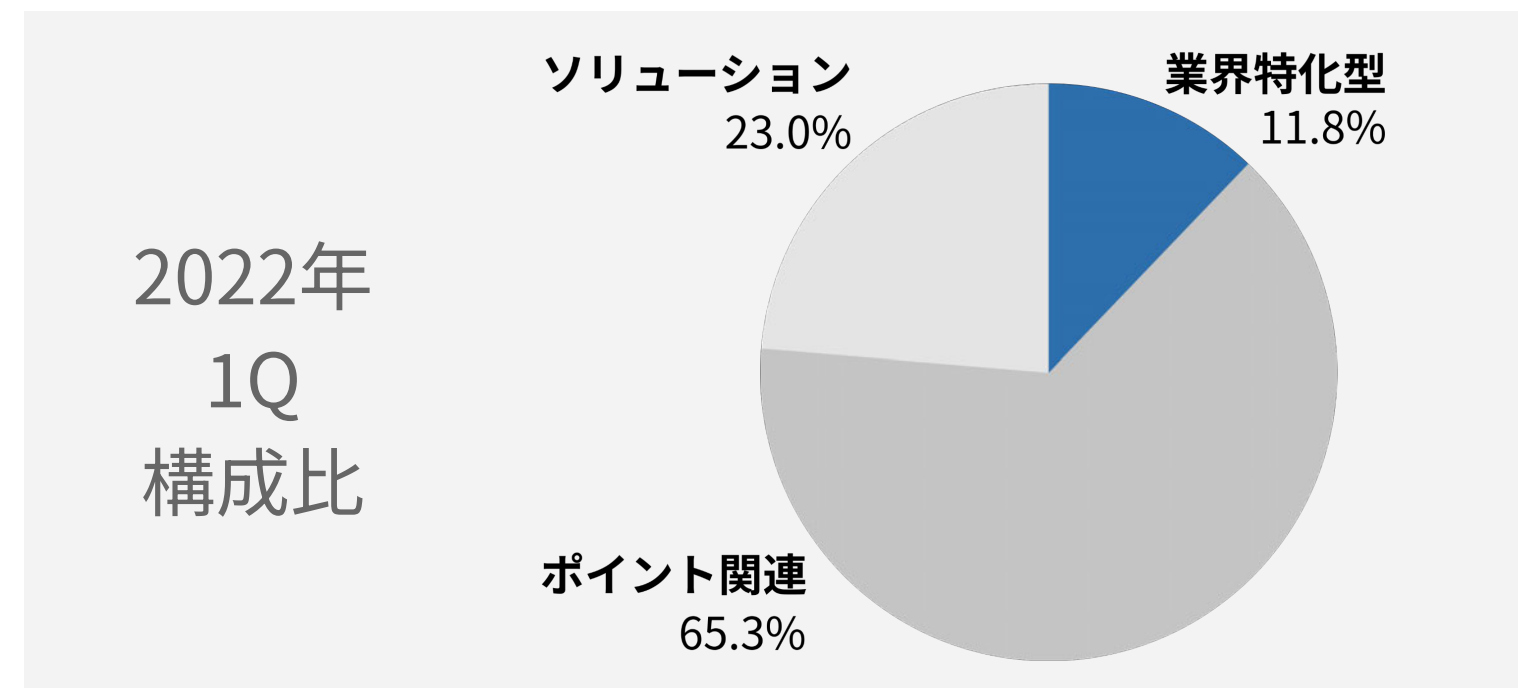
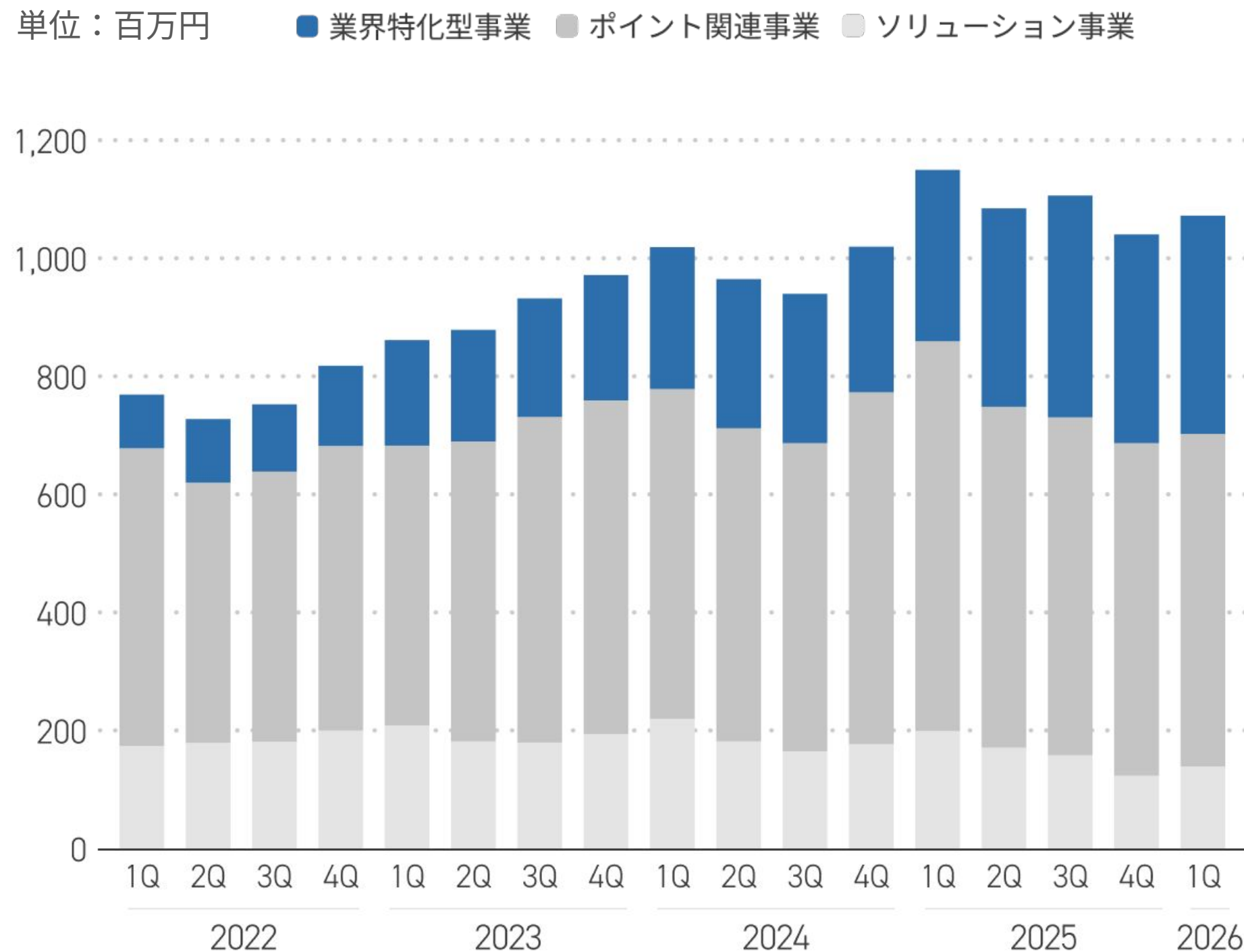
AI作問システムにより、情報I・IIのキーワードを入力するだけで会話文形式の長文問題を作成。これにより、より高度な思考力を必要とする問題作成が可能に。

※自社調べ

# 成長戦略

## 利益率・成長率の高い事業へ事業構造の転換

ポイント関連事業の安定した基盤に加え、成長エンジンである業界特化型事業が拡大することで、景気変動に強い高収益な事業構造を実現。



※売上から売上変動費を除いた利益

Webメディア/アプリの「送客力」に加え、クリニック運営の基幹業務として深く浸透する「DXサービス」を掛け合わせることで、高LTVかつ解約率の低い強固なストック型収益基盤を構築。

## フロー収益

### 集客

(Webメディア/アプリ)



患者

送客手数料

事業者  
(クリニック)

集客から管理まで  
一気通貫で提供し  
事業者のLTV  
最大化に貢献

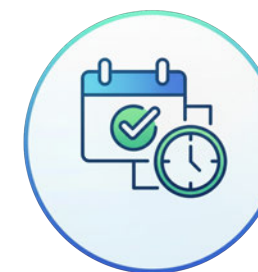
## ストック収益

### 運営DX・管理支援

(DXサービス)



### 月額固定費



予約管理



患者様  
データベース

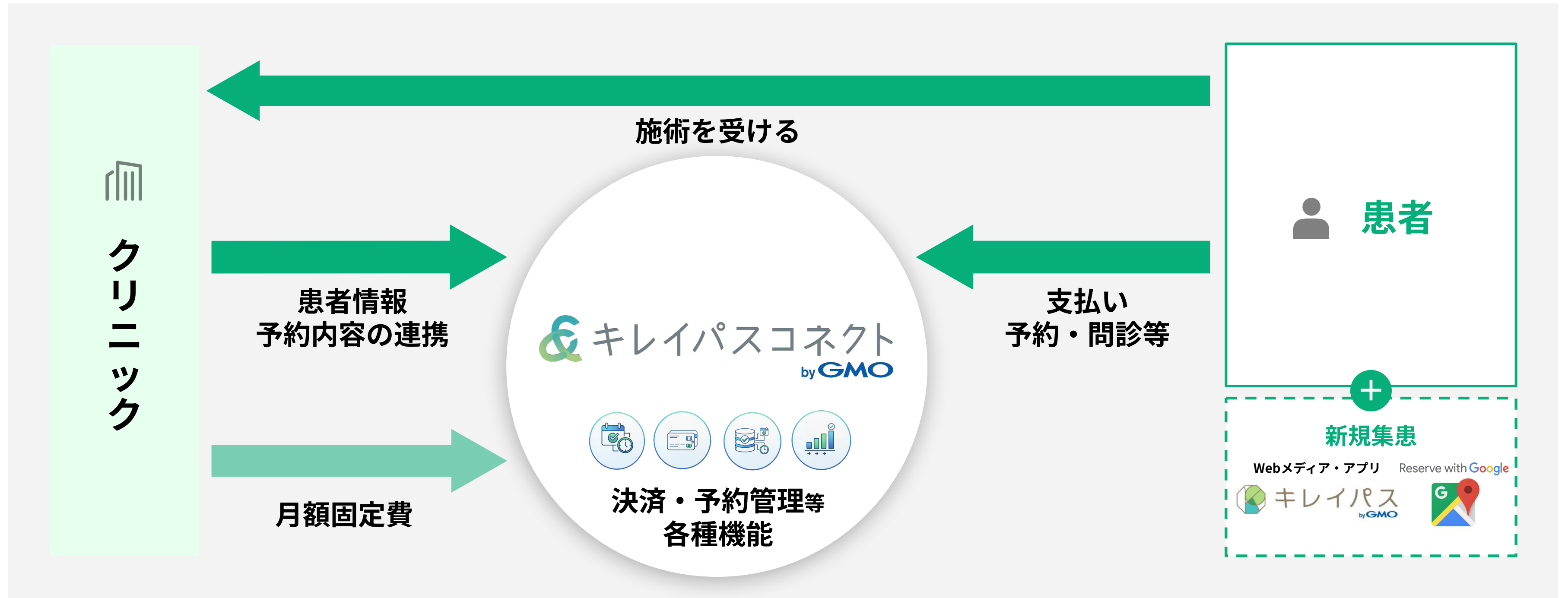


決済



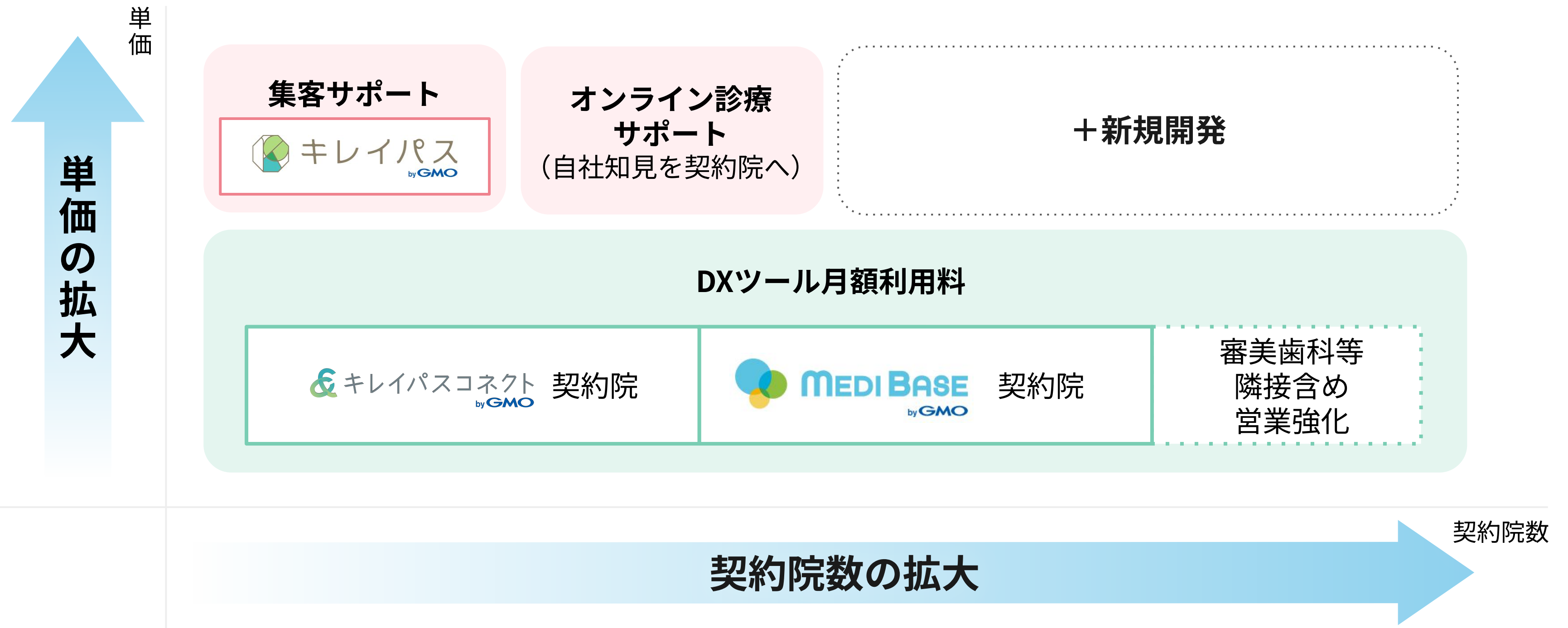
分析ツール

クリニックには「業務効率化と収益管理」等の機能、ユーザーには利便性の高い「予約・事前問診・決済」等の機能を提供。月額固定制のプラットフォームとして、クリニックの規模を問わず、経営収益の最大化を支援。



# ARPU拡大（顧客数×単価）

2025年度の仲間づくり（M&A）を含め月額利用ソリューション契約院数を継続拡大中。  
その信頼関係をベースに、集客やオンライン診療などクリニックの課題解決提案によるARPUの拡大。



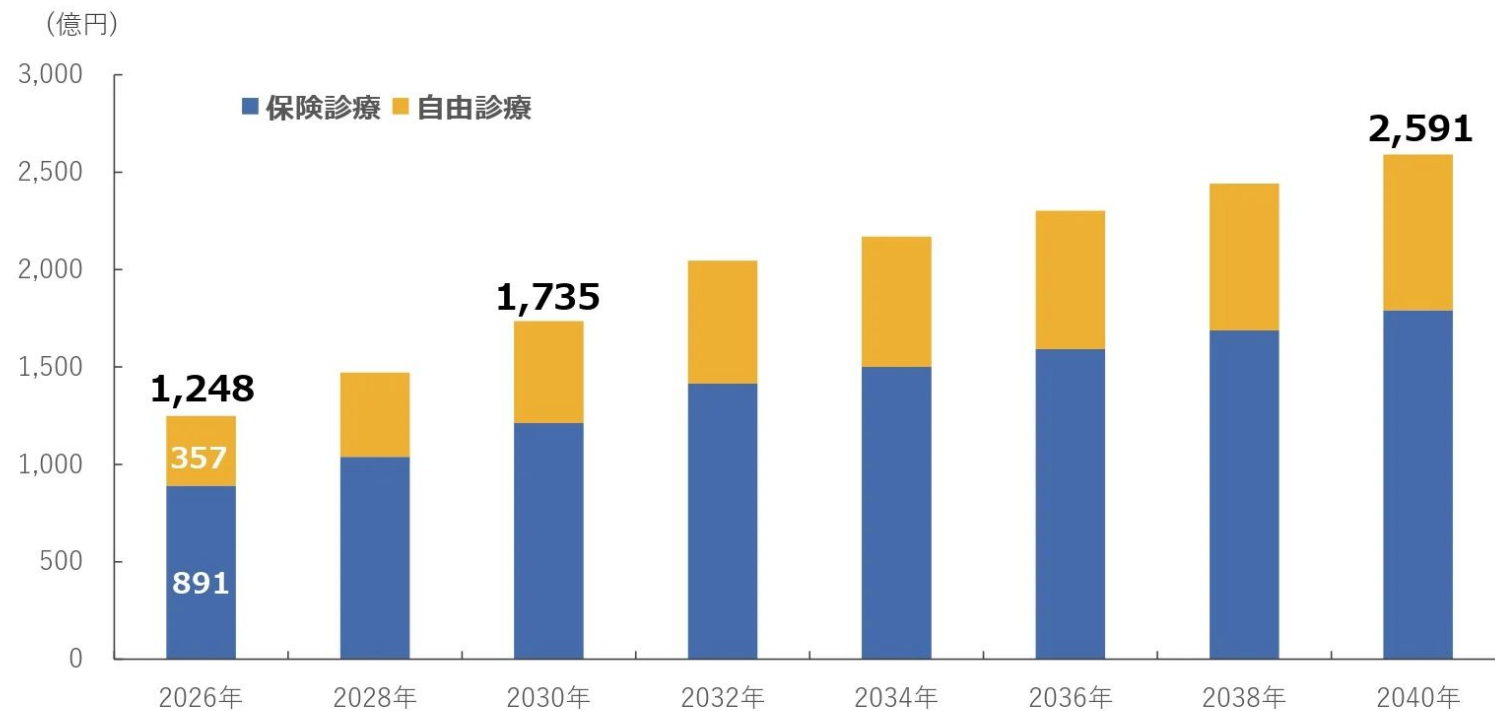
今後成長が予測されるオンライン診療。自由診療においても、大きく拡大が予測されております。  
 自社のキレイパスユーザーに対し、培ったオンライン診療ノウハウを、キレイパスコネク採用院に提供。

2040年には、現状の約2倍の2,591億円の市場を見込む

一時的需要をこなし、前年同期比+109.9% 成長

## 2026年版 オンライン診療サービスの現状

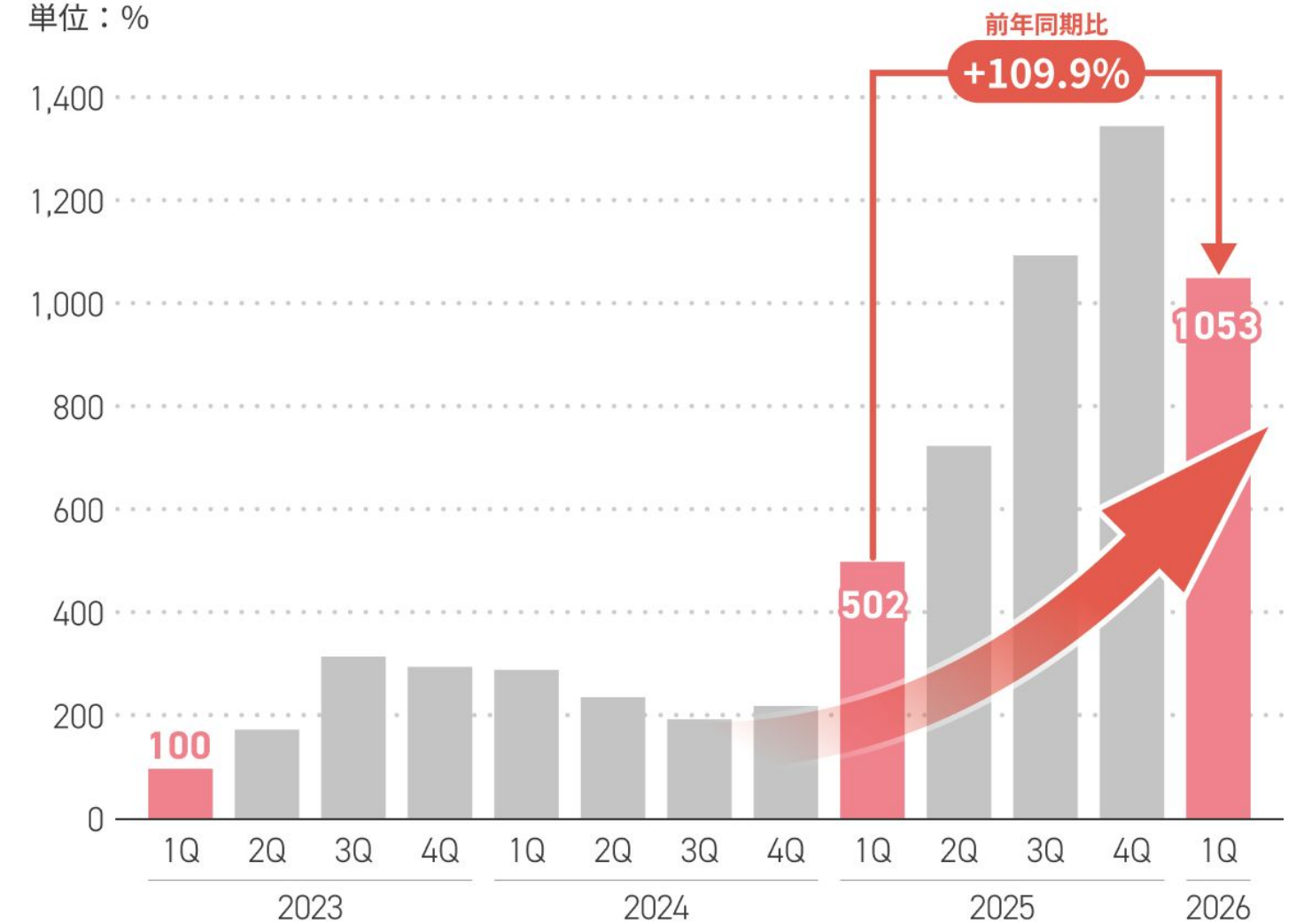
オンライン診療サービスの市場規模推移(2026年-2040年)



シード・プランニング調べ。

## 自社オンライン診療サポート事業売上推移

単位：%



※出典：(株)シード・プランニング「2026年版 オンライン診療サービスの現状と将来展望」 (2026年4月21日) <https://www.seedplanning.co.jp/news/6259/>

# エコシステム (ストック&トランザクション)

Webメディアの「集客力」に加え、教室運営に不可欠なインフラとして深く浸透する「DXサービス」を掛け合わせることで、高LTVかつ解約率の低い強固なストック型収益基盤を構築。

## フロー収益

集客  
(Webメディア)

コエテコ by GMO    コエテコ塾さがし by GMO  
コエテコ campus by GMO

コエテコ by GMO  
コエテコ塾さがし  
コエテコ campus by GMO  
運営者

生徒  
送客手数料

事業者  
(教室)

集客から管理まで  
一気通貫で提供し  
事業者のLTV  
最大化に貢献

## ストック収益

運営DX・管理支援  
(DXサービス)

コエテコ マネージャー by GMO    コエテコカレッジ by GMO  
コエテコリザーブ by GMO

月額固定費



予約管理



お客様  
データベース

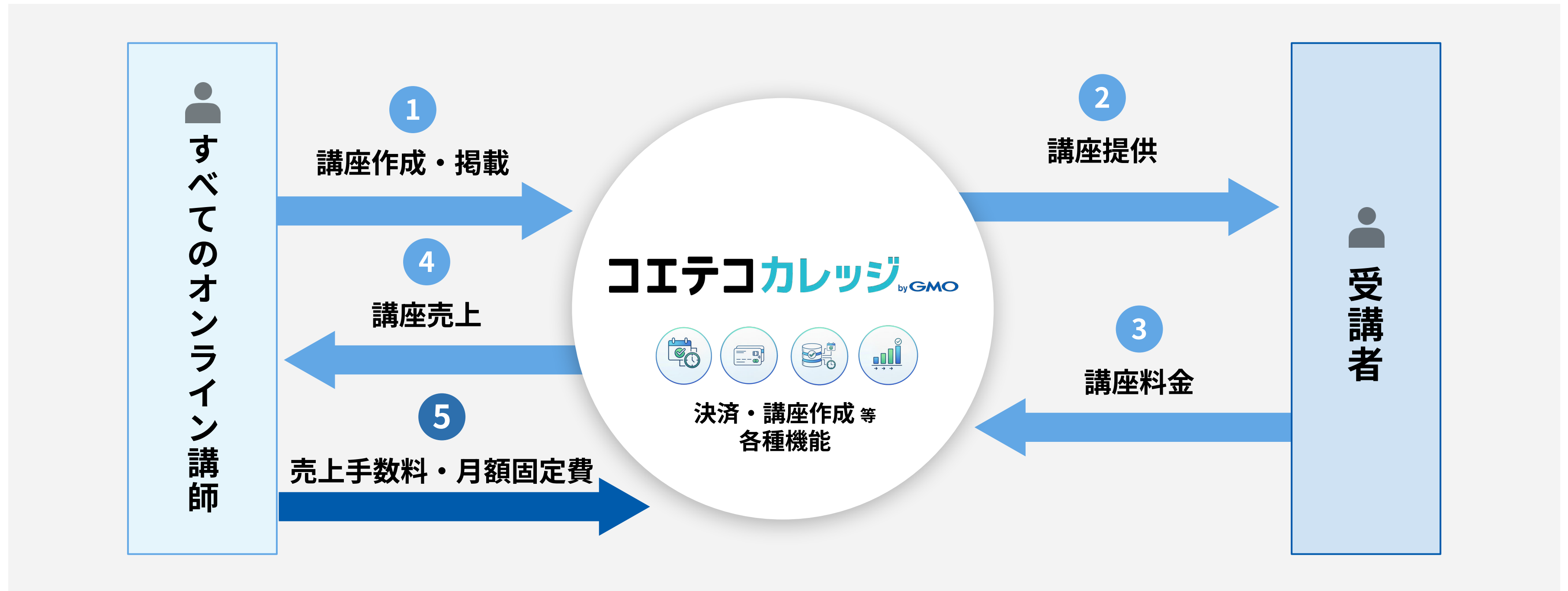


支払い



分析ツール

オンライン講師はシステムを通じて簡単に講座を公開・販売でき、受講者はオンライン上で決済から受講までを完結。月額固定費（フリープランあり）に加え講座売上から手数料をいただくモデルで、初期費用を抑えたデジタルコンテンツ販売とスムーズな受講体験を実現。



協会・団体に必要な機能が揃った、学習・会員運営プラットフォーム。運営の効率化や集客・コンテンツ提供を通じた、経営収益の最大化を支援。

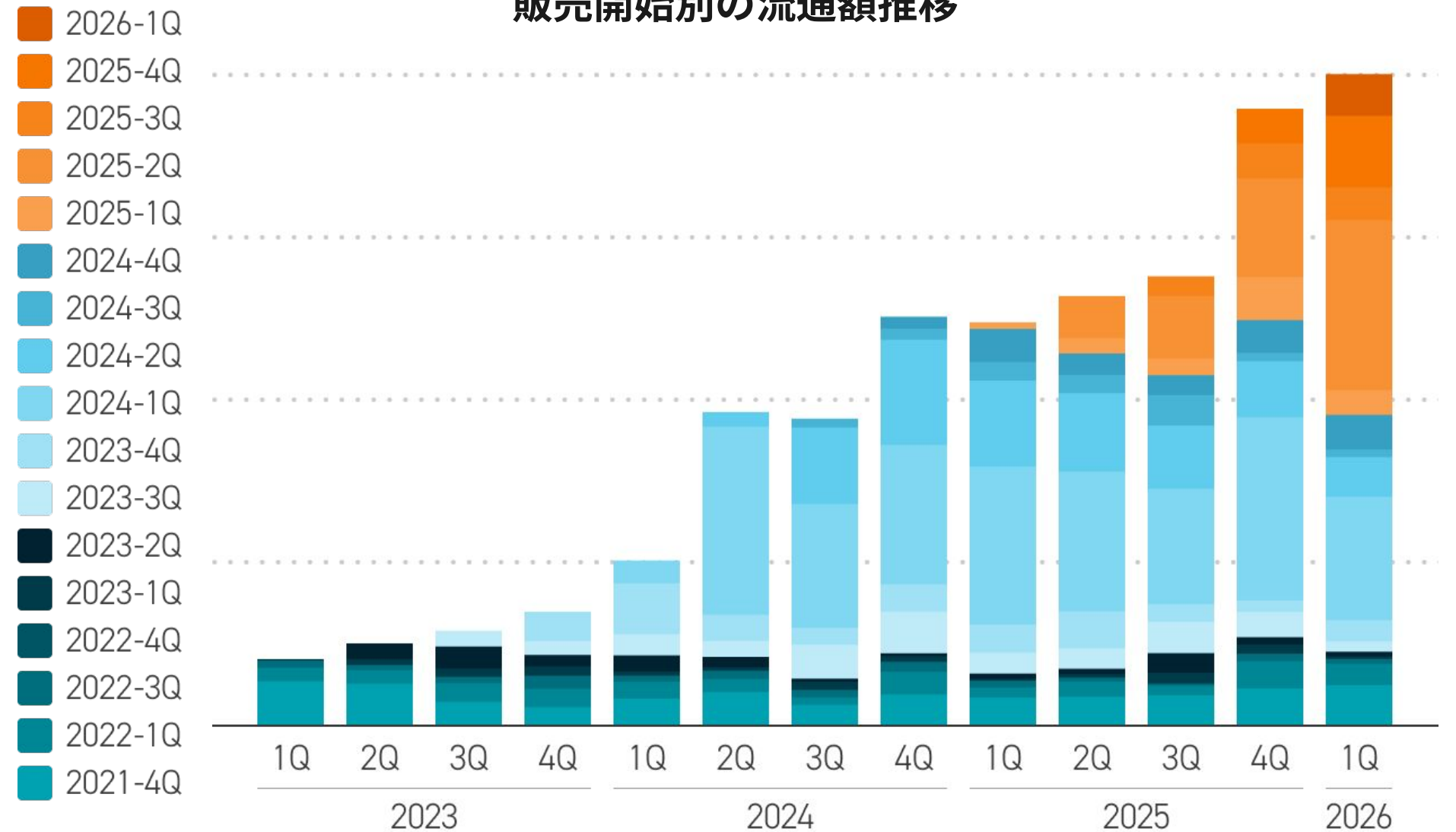


# オンライン講座運営支援

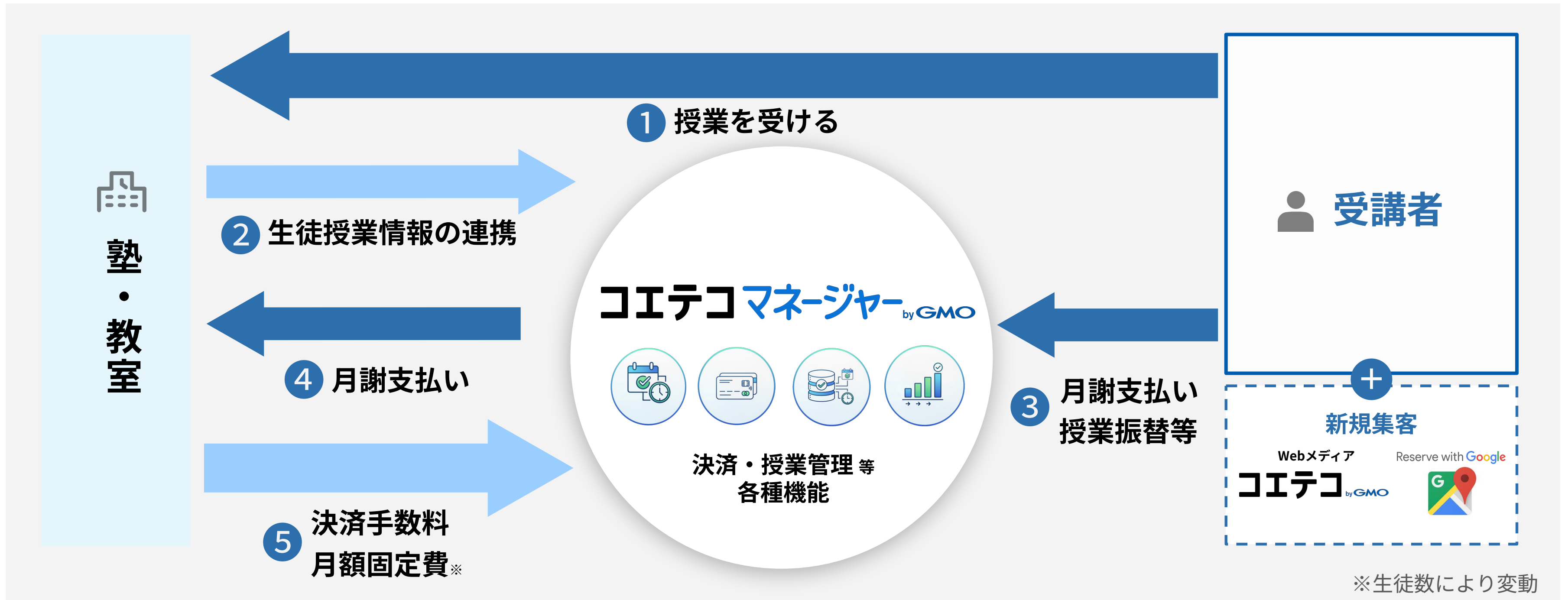
オンライン講座への集客や、ページ作成、販売、進捗管理や連絡等の会員管理機能を、オンライン講座を運営したい人に向けて一気通貫で提供。2026年から、『協会プラン』提供開始。



販売開始別の流通額推移

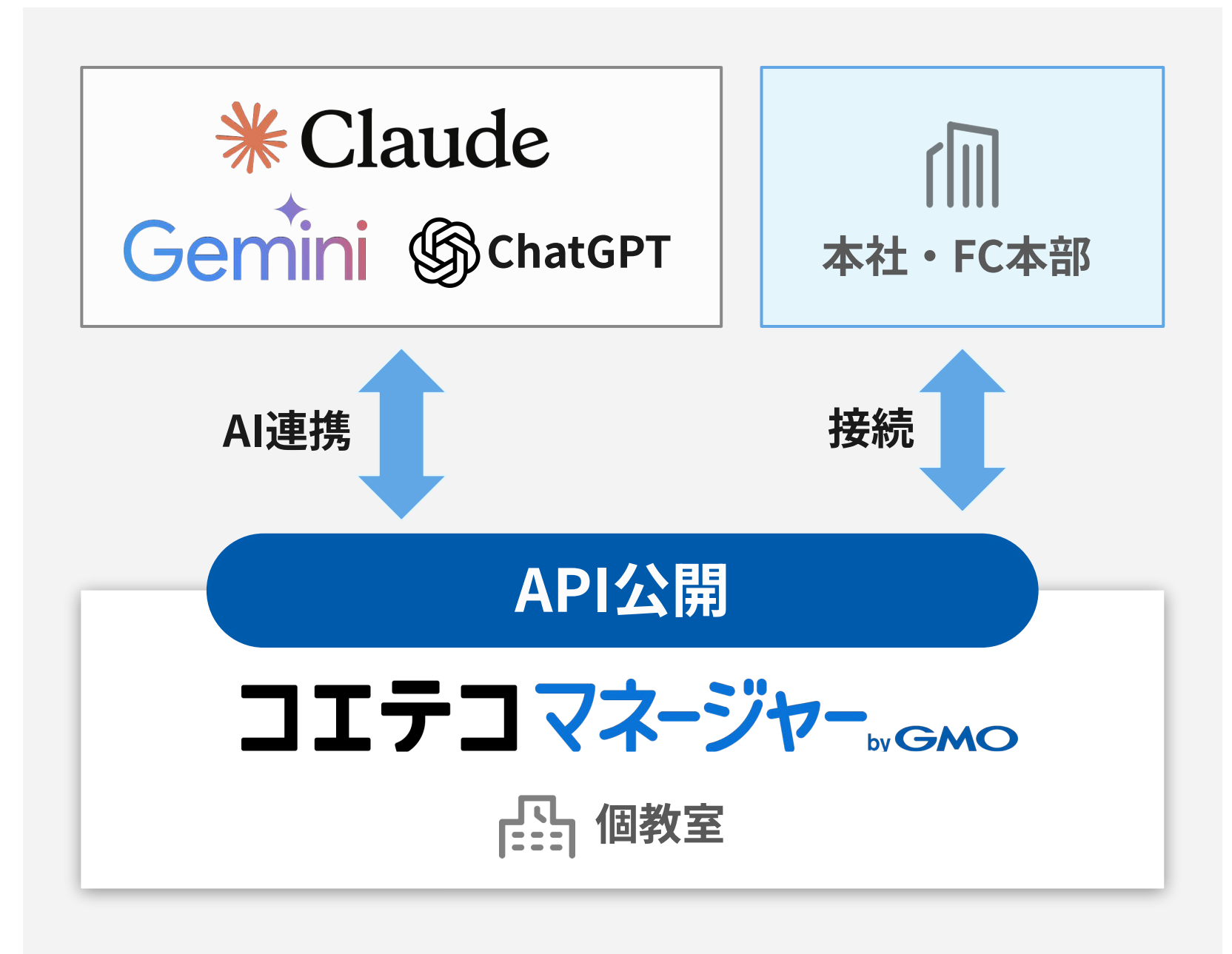
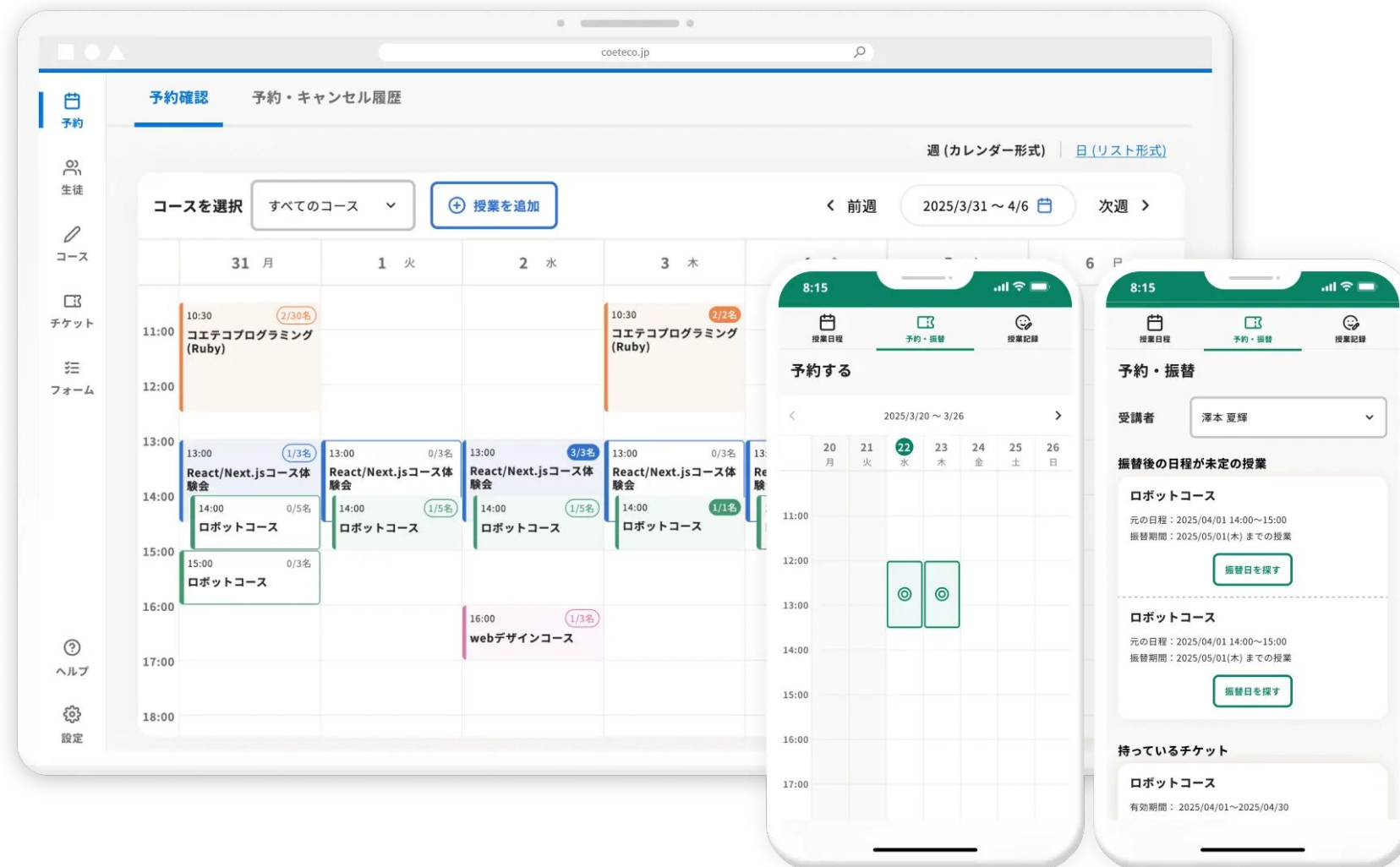


スクールには「授業・生徒情報の管理、決済」等の機能を提供し、ユーザーには「欠席・振替連絡、支払い」等の利便性を提供。アナログな事務作業をデジタル化し、スクール規模を問わず運営効率と生徒満足度の最大化を支援。



# 塾・教室 運営支援

ストック（月額利用料） & トランザクション（決済手数料）で、教育事業者の教室業務を一気通貫して提供。  
2024年10月からの実証検証を経て、2025年12月より本格提供を開始。  
AIフレンドリーな設計（API公開等）により、AIエージェントからの操作にも対応。



飲食店のみならず、「学び」も電話ではなく、オンライン事前予約が求められる時代。既存のコエテコメディアからの送客に加え、Googleとのパートナーシップにより、GoogleMap・Google検索からの集客もサポート。保護者や生徒は、オンラインから簡単に面談や体験授業の予約が可能に。



3月末導入済み：618教室・店舗



成長市場でありながら、個別対応の重要性からDXの潜在ニーズが極めて高い「学び・美容医療」領域に注力しています。業界全体としてデジタル化が途上にある同分野をターゲットに、高い成長性を見込める事業や法人への投資を推進中。2025年5月には、その一環として美容クリニック向け電子カルテ（ストック型事業）を譲受。

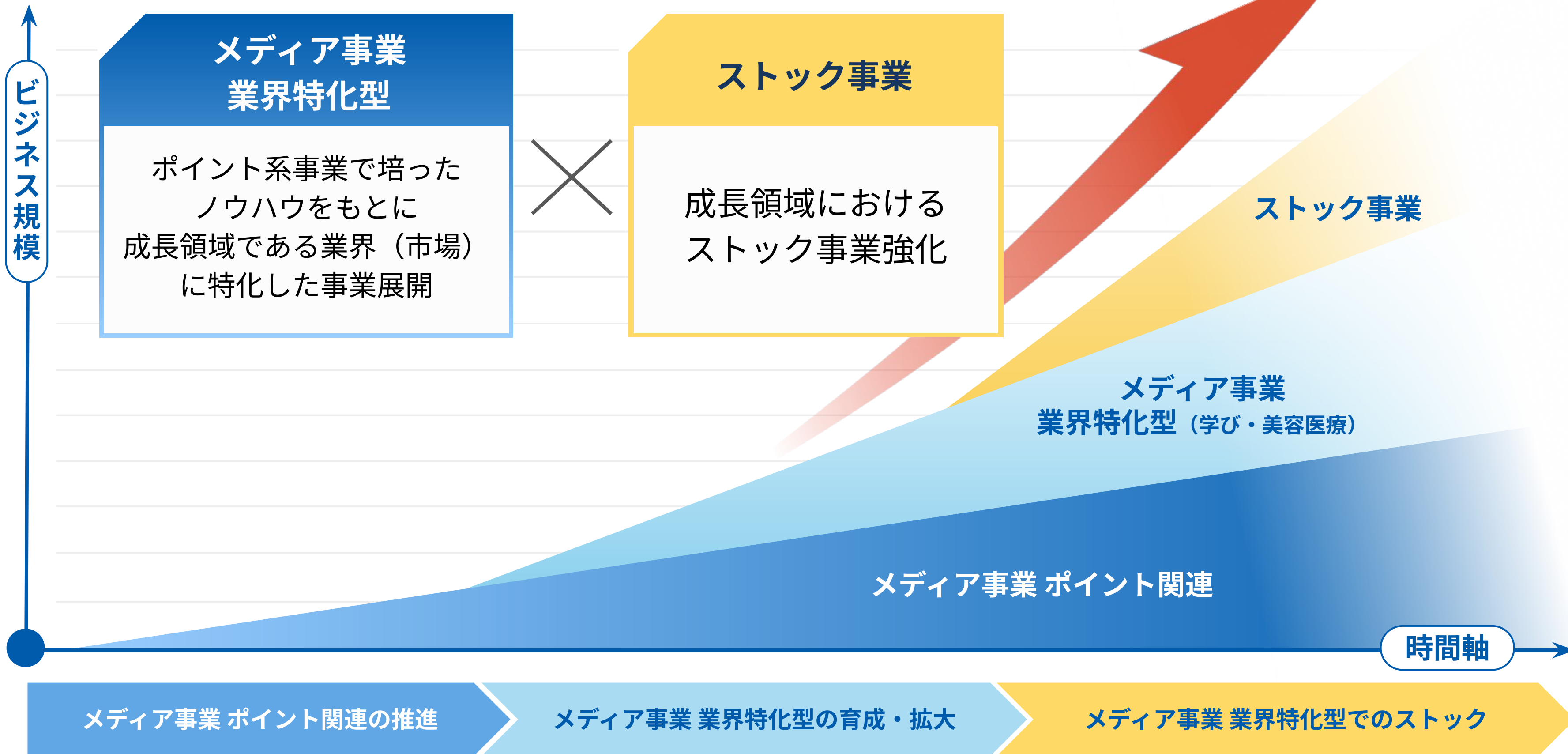
GMO MEDIA  
ノウハウを提供

大きな成長が見込まれる

集客・リピーターに課題

学び・  
美容医療

学び・  
美容医療



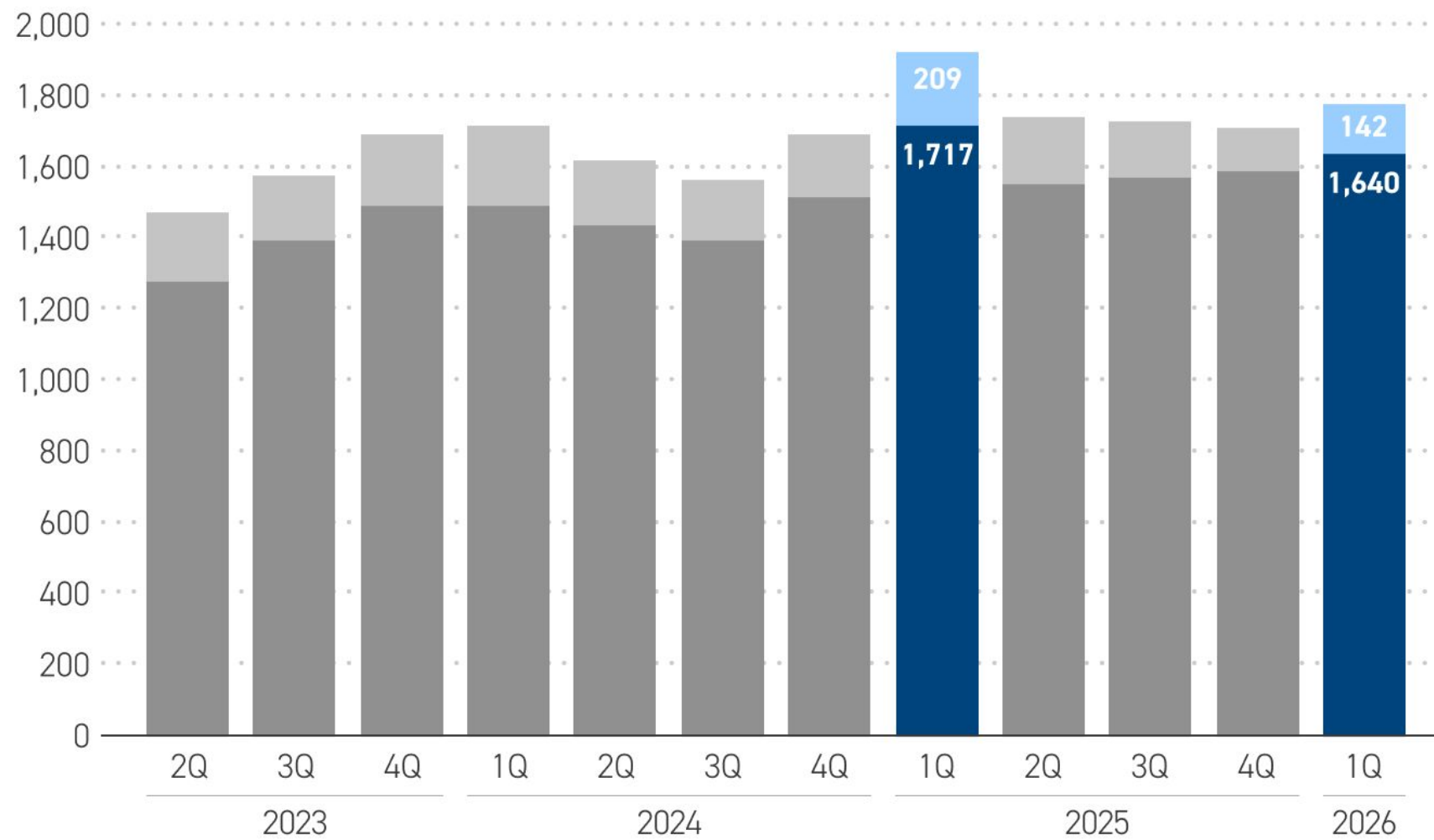
01	決算ハイライト	P.3
02	第3四半期概要	P.6
03	成長戦略	P.17
04	Appendix	P.39

# セグメント別推移

**メディア事業**：フロー収益（広告ゲーム・クーポン販売等）が前年を下回る一方で、ストック収益（美容クリニック運営支援・学習塾運営支援など）の契約数が順調に積みあがっている。

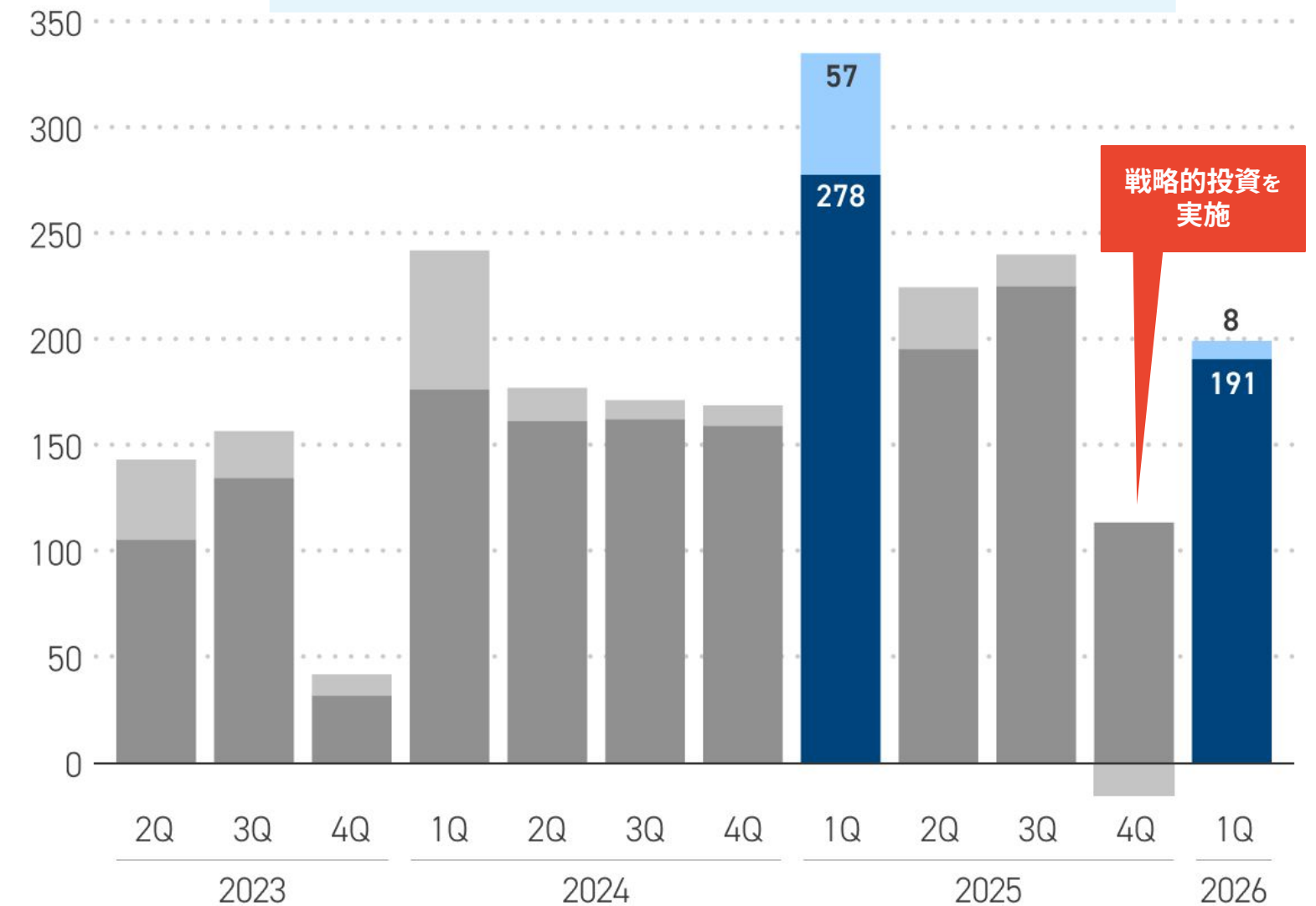
**ソリューション事業**：事業ポートフォリオ最適化に伴う、戦略的かつ計画的な事業規模の調整。

## 売上高推移



単位：百万円 ■ メディア事業 ■ ソリューション事業

## 営業利益推移

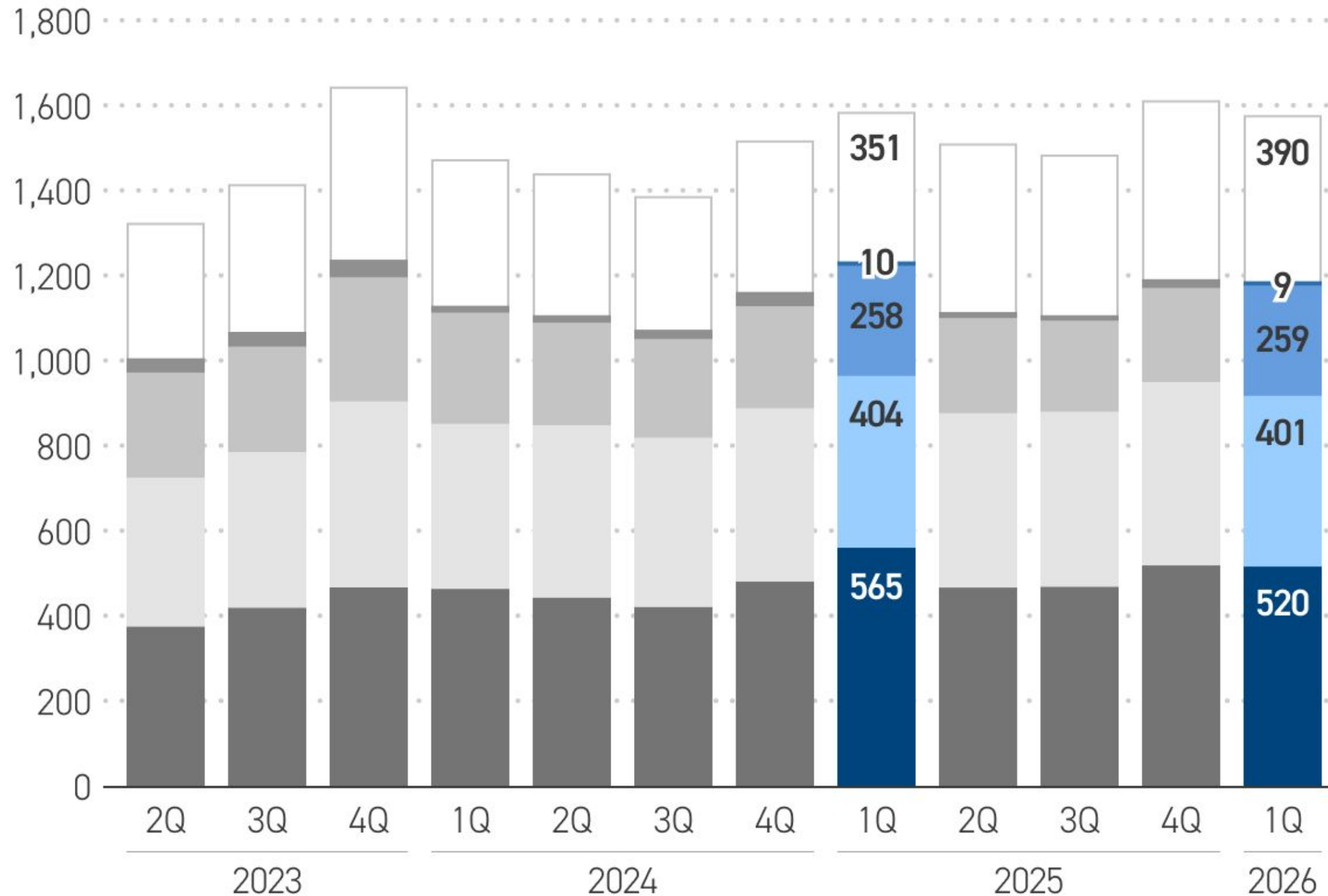


単位：百万円 ■ メディア事業 ■ ソリューション事業

※増減表示は表示桁数未満を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。

# 営業費用推移

単位：百万円 ■ 売り上げ変動費 ■ 人件費 ■ 販売促進費 ■ 広告宣伝費 □ その他



## 前年同期比較

昨年第2四半期にメディアベース事業を譲受するも、業務効率化を含め、営業費用は前年同水準。

# 連結損益計算書

美容クリニック向けDXサービスや学び領域のストック型サービスの契約件数が順調に増加するも、Web広告単価の変動など外部環境の変化を受け、フロー型収益が前年同期を下回って推移。

単位：百万円	2025年1-3月	2026年1-3月	前年同期比	前年同期比増減要因
売上高	1,926	1,782	▲7.4%	【売上高】 メディア事業 ▲76百万円 (4.4%減) ソリューション事業 ▲66百万円 (31.9%減)
売上原価	1,006	983	▲2.3%	
売上総利益	919	799	▲13.0%	【営業費用】 売上変動費 (収益シェア原価) メディア事業 ▲38百万円 (7.0%減) ソリューション事業 ▲5百万円 (46.4%減) ポイント原価 (販促費) ▲8百万 メディアベース原価 +24百万円 ※外注・サーバ等 販売促進費 +8百万円 メディアベース販管費 +7百万円
販売費及び一般管理費	583	599	+2.6%	
営業利益	335	200	▲40.4%	
営業利益率	17.4%	11.2%	▲6.2pt	
経常利益	334	201	▲39.6%	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	243	149	▲38.6%	

※増減表示は表示桁数未満を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。










# 連結貸借対照表

配当金支払いにより、現金は▲435百万円も、引き続き、健全性を維持。

単位：百万円	2025年12月末	2026年3月末	増減率	増減要因
<b>流動資産</b>	<b>4,997</b>	<b>4,627</b>	<b>▲7.4%</b>	現金預金▲506百万円 (関係会社預け金含む) 売掛金+158百万円
うち現金預金 関係会社預け金含む	<b>3,382</b>	<b>2,876</b>	<b>▲14.9%</b>	
<b>固定資産</b>	<b>1,314</b>	<b>1,302</b>	<b>▲0.9%</b>	ソフトウェア等▲19百万円 投資有価証券+8百万円
<b>総資産</b>	<b>6,311</b>	<b>5,929</b>	<b>▲6.0%</b>	
<b>流動負債</b>	<b>3,128</b>	<b>3,030</b>	<b>▲3.1%</b>	未払法人税等▲77百万円 ポイント引当金+15百万円
うちポイント引当金	<b>816</b>	<b>831</b>	<b>+1.8%</b>	
<b>固定負債</b>	<b>30</b>	<b>29</b>	<b>▲3.6%</b>	長期借入金▲1百万円
<b>純資産</b>	<b>3,152</b>	<b>2,868</b>	<b>▲8.9%</b>	四半期純利益149百万円 配当金435百万円
純資産比率	<b>49.9%</b>	<b>48.4%</b>	<b>▲1.5pt</b>	
<b>負債及び純資産</b>	<b>6,311</b>	<b>5,929</b>	<b>▲6.0%</b>	

※増減表示は表示桁数未満を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。

## セグメント毎の収益配分（2026年1Q）

単位：百万円	メディア事業	ソリューション事業	合計
広告取引 関連収益	989   	90  	1,079
課金取引 関連収益	588   		597
その他収益	62	42 	105
合計	1,640	142	1,782

※表示桁数未満を考慮して概算表示しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。  
その他収益：主にGMOリピータスの運用受託費用や開発費用が項目として入ります。

## セグメントについて

## メディア事業

業界特化型

コエテコ  
byGMOキレイパス  
byGMO

ポイント関連

くまポン  
byGMOゲイアム  
byGMOPoint Town®  
byGMOかんたん  
ゲームボックス  
byGMO

## 売上高に占める比率：92.0%

領域を特化したメディアを複数運営し、顧客接点を起点とした

- ・広告
- ・課金

という2つの事業を展開

成長市場の学び領域（コエテコ）と美容医療領域（キレイパス）の業界に特化

2026年度の売上高のうち、業界特化型事業が占める割合は**23.1%**

## ソリューション事業

A アイティ  
byGMO

GMO iPE-4x

## 売上高に占める比率：8.0%

自社開発のシステムソリューションを提携パートナーに提供し、収益化をサポート

※売上高は2026年12月期第1四半期の実績で計算。

AI検索の普及に伴うユーザー行動の変化を捉え、最適化に向けた研究を継続。一方で、検索流入に依存しない事業ポートフォリオへの転換を図り、ストック型ビジネスの契約積み上げを通じて、持続的な収益比率の拡大を推進。

## for 子ども（保護者）

検索上位表示 ※2026年3月末時点

「プログラミング教室 地域名」  
人口上位200市区町村のうち

**182地域**で**1位**表示

情報充実 ※2026年3月末時点

子ども向けプログラミング  
教室掲載数

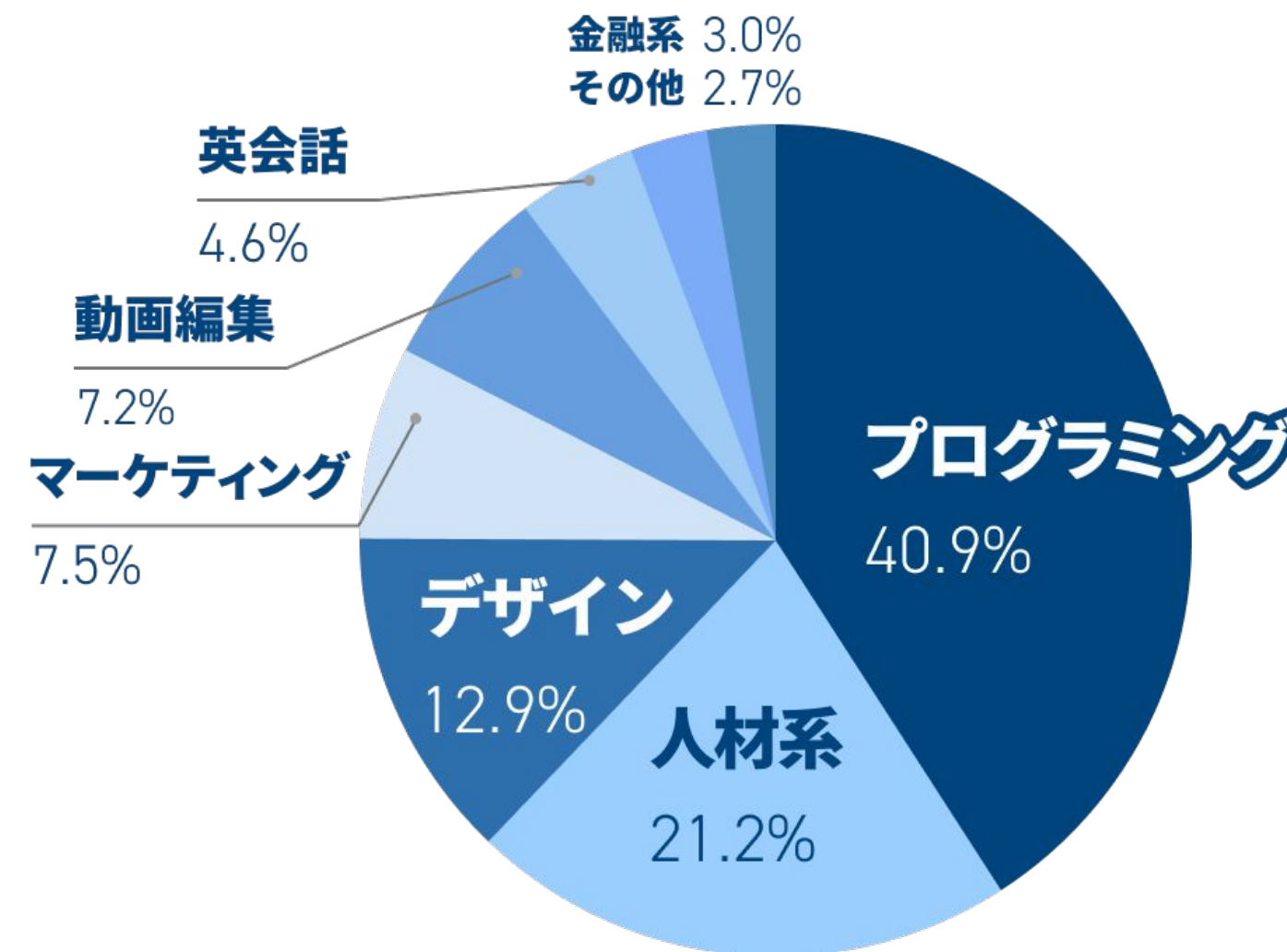
**12,967** 件



## for 社会人

## 2026年第1四半期

非プログラミング領域も強化。  
人材・デザイン系を中心に拡大中。

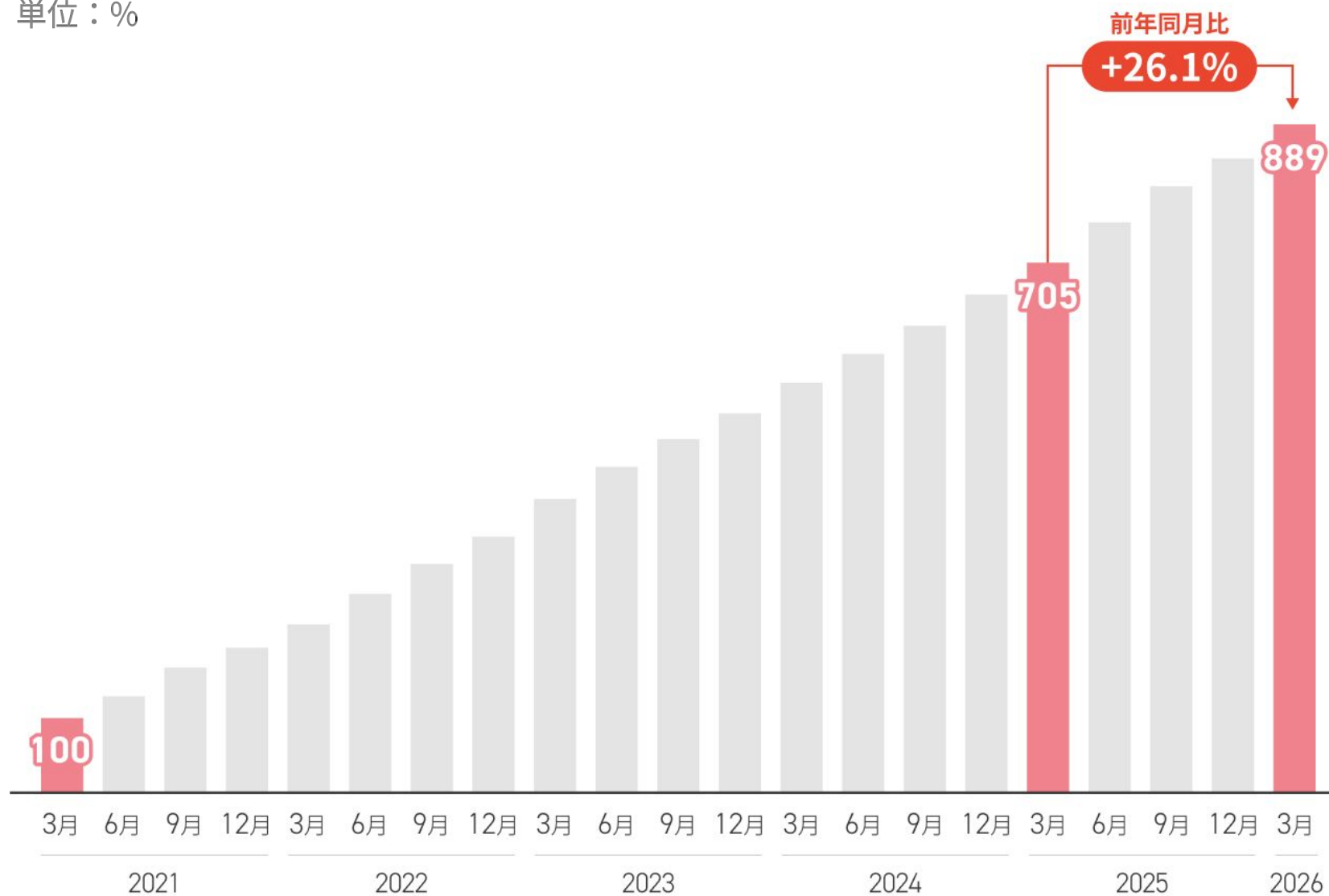


# 第1四半期概要の補足

アプリのUI/UXの改善や、初回購入者向け施策などが奏功し、会員数は順調に増加。前年度好調であった瘦身系商材の一過性収益の剥落もあったが、前年同期比は+9.3%で推移。

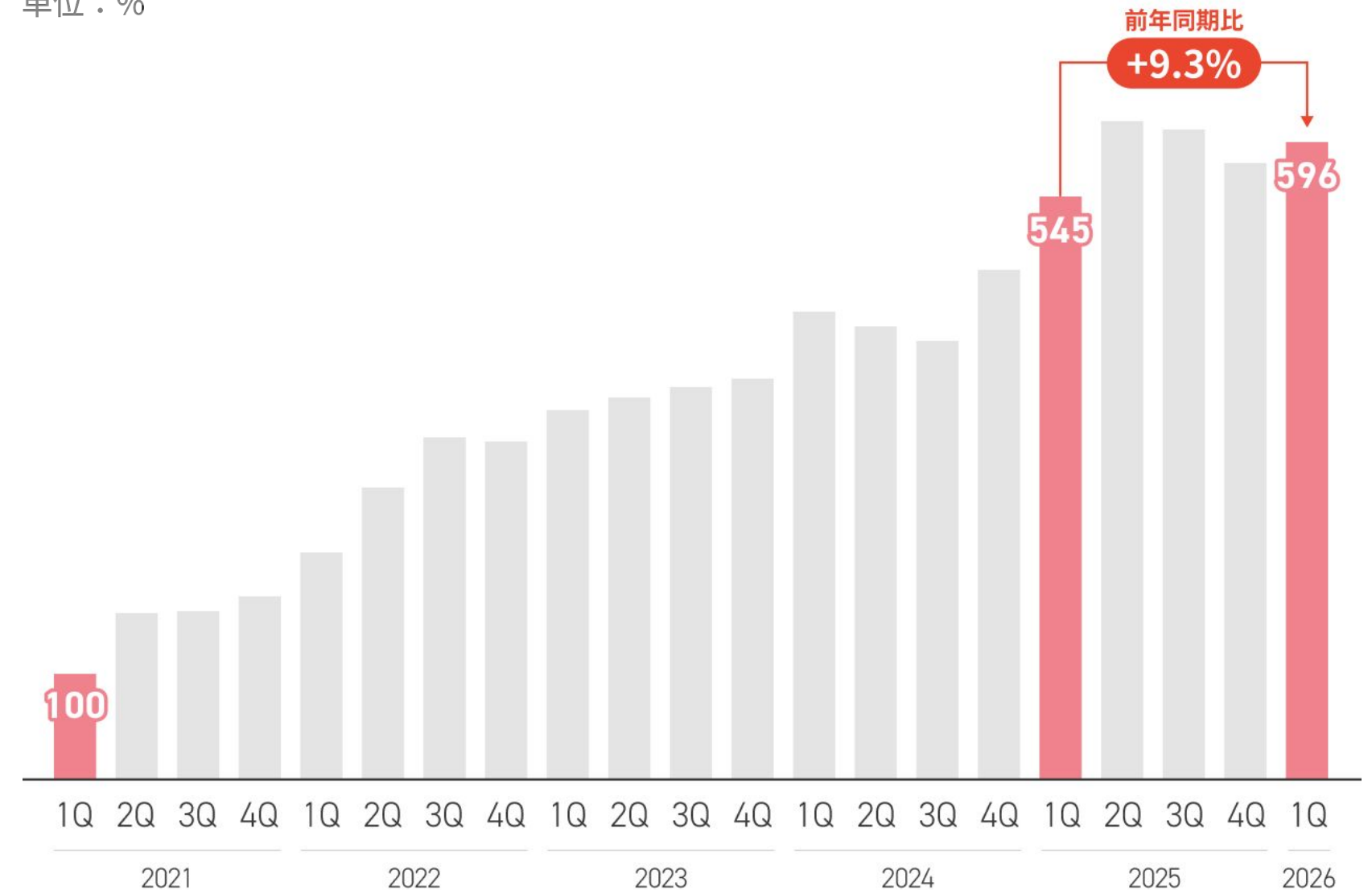
## 会員数推移

単位：%



## チケット購入件数

単位：%



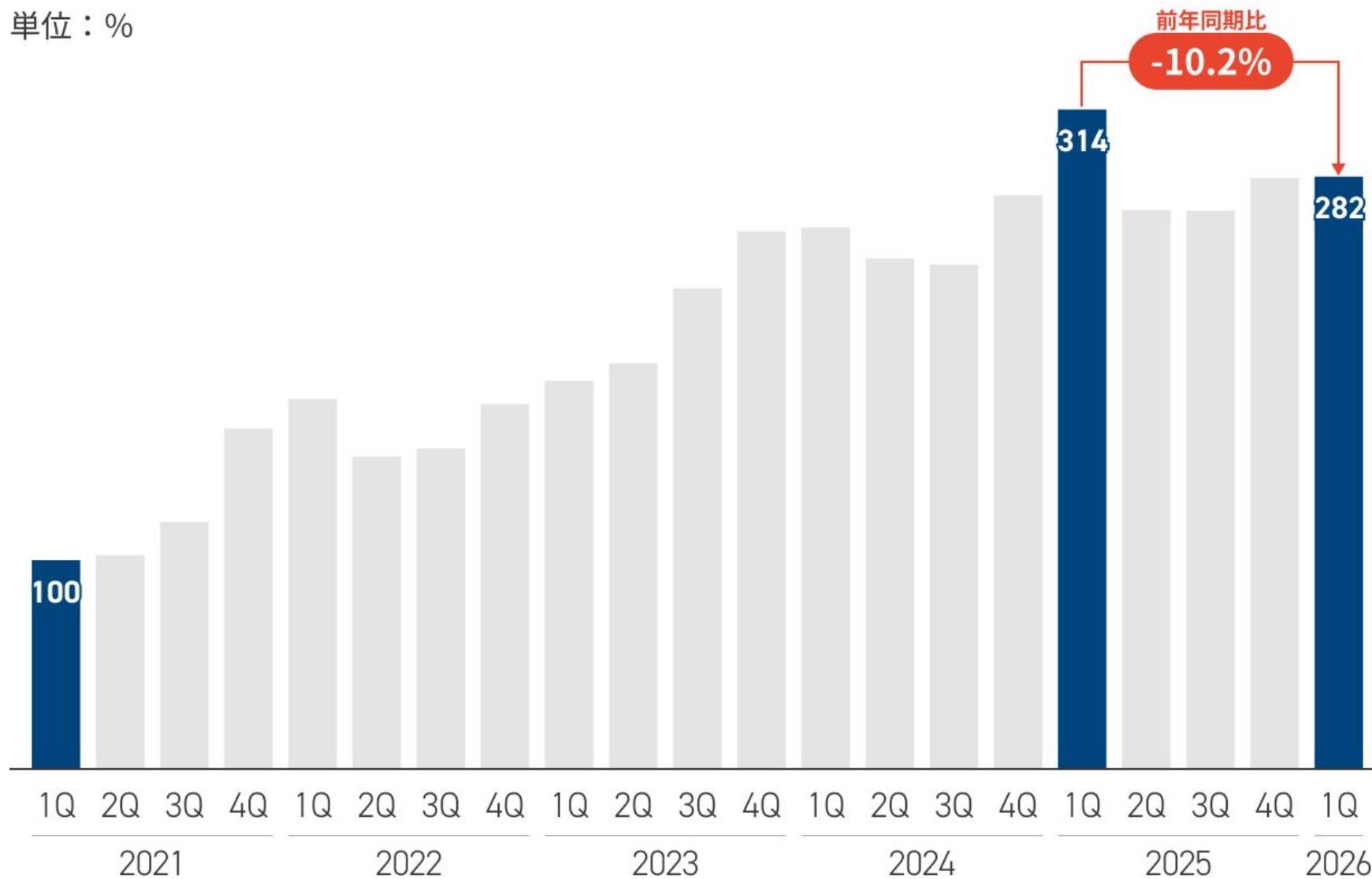
※2021年3月・1Qを100として比較。上記データは概算の数値となります。

# 第1四半期概要の補足

課金ゲーム事業は堅調に推移するも、広告ゲームにおいて外部環境の変化（Web広告単価下落）を受けて、売上は前年同期を下回る。

## ゲーム（広告・課金）プラットフォーム売上規模推移

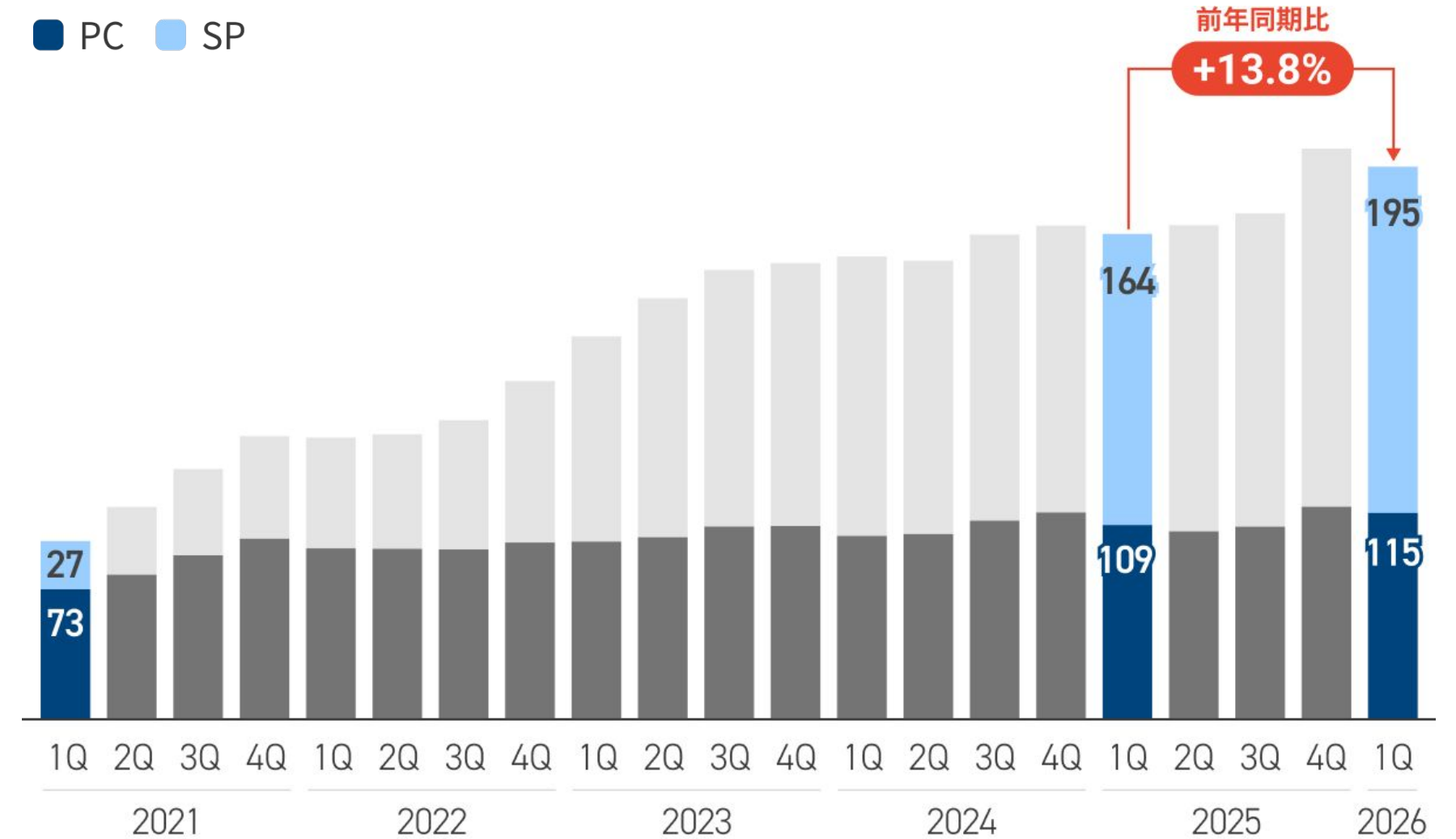
単位：%



## 課金ゲーム デバイス別課金額推移

単位：%

■ PC ■ SP



※2021年1Qの合計を100として比較。上記データは概算の数値となります。

# メディア事業の特徴（コンテンツプラットフォーム）

コンテンツを開発・制作せず、**情報・コンテンツの集まる場を提供**し、消費者とのマッチングを行う。

## 提携パートナー・個人

お得情報



課金ゲーム



広告ゲーム



各種教室



クリニック



## ポイント関連



## 業界特化

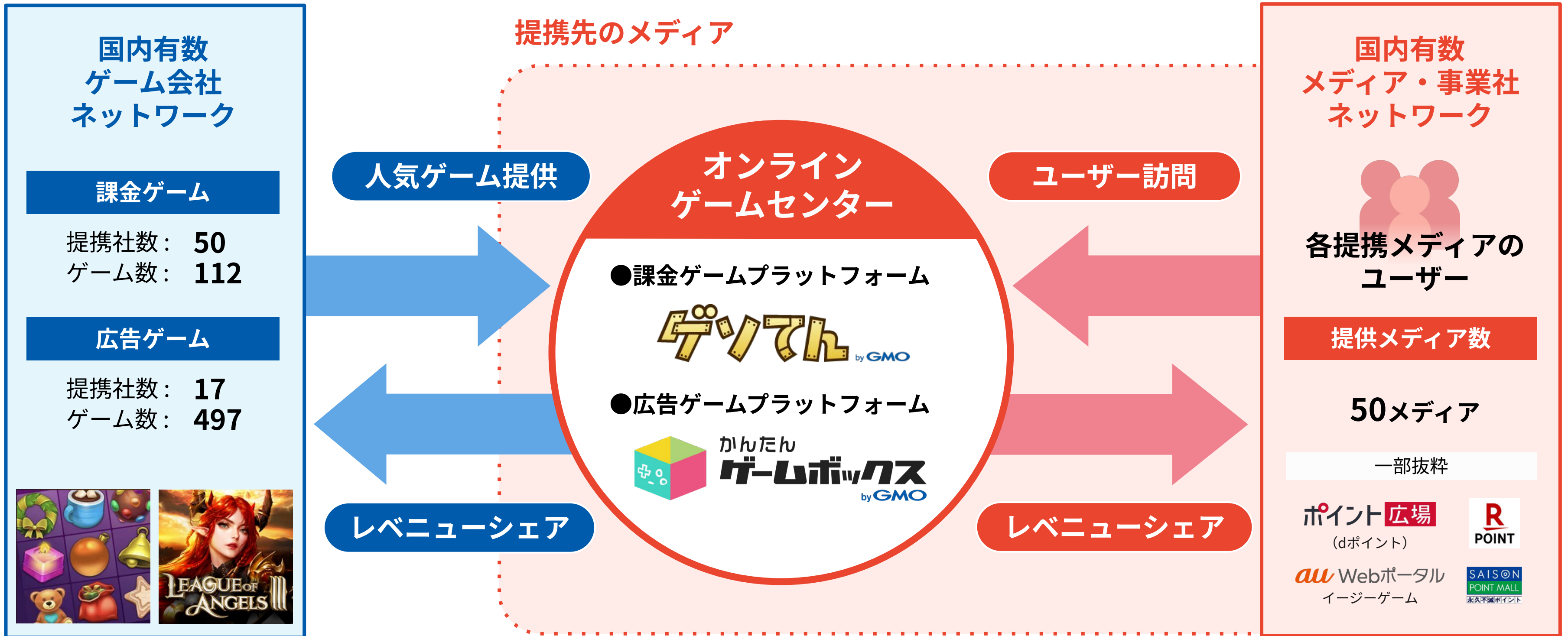


消費者



# ゲームプラットフォーム事業（広告・課金）の優位性

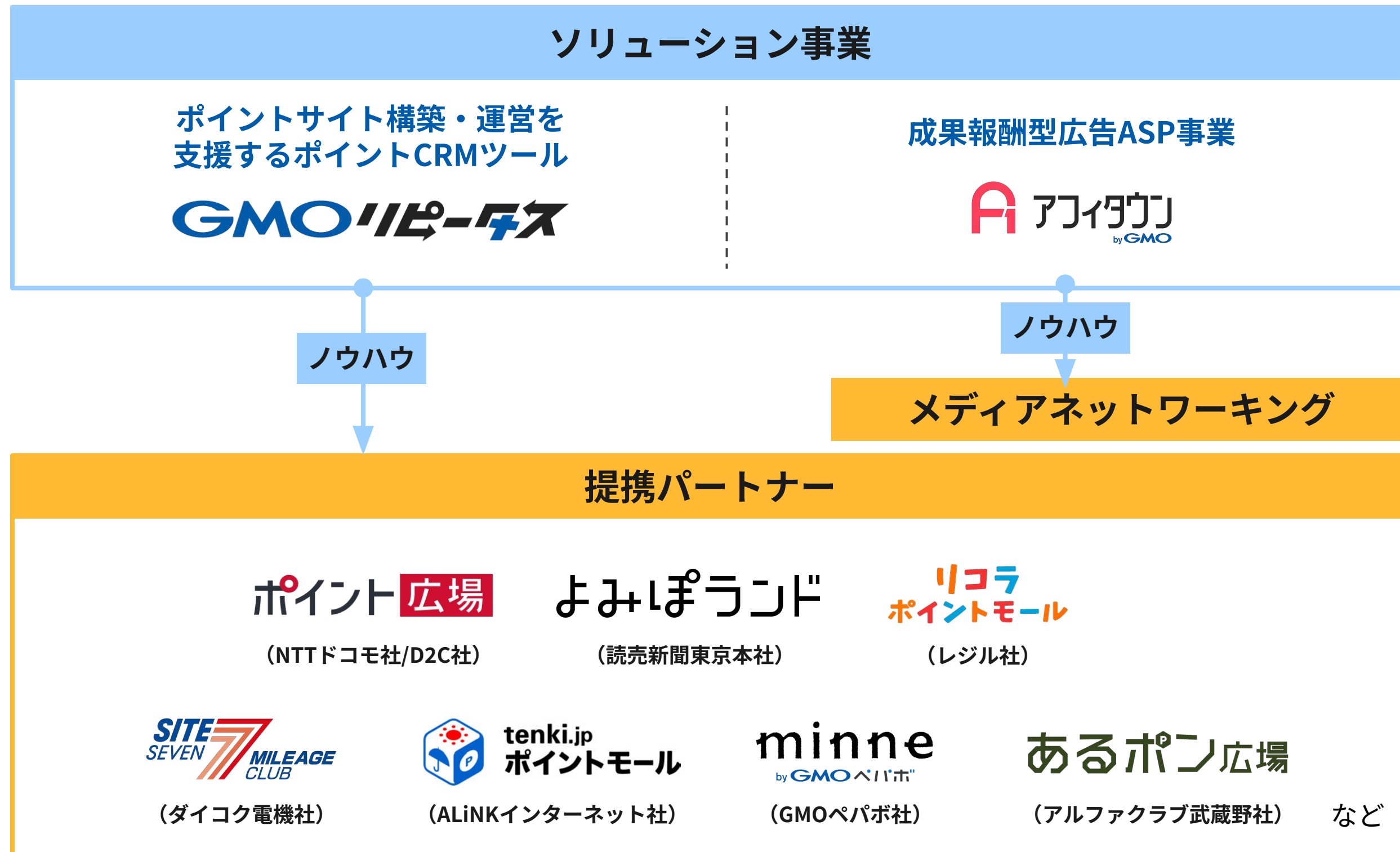
ゲーム開発ではなく、国内 オンリーワン のオンラインゲームセンター多店舗出店戦略に注力。



※数値は2026年3月末現在

# ソリューション事業の特徴

集客及びリピート利用に関する当社のノウハウを、提携パートナーに提供し、収益化をサポート。

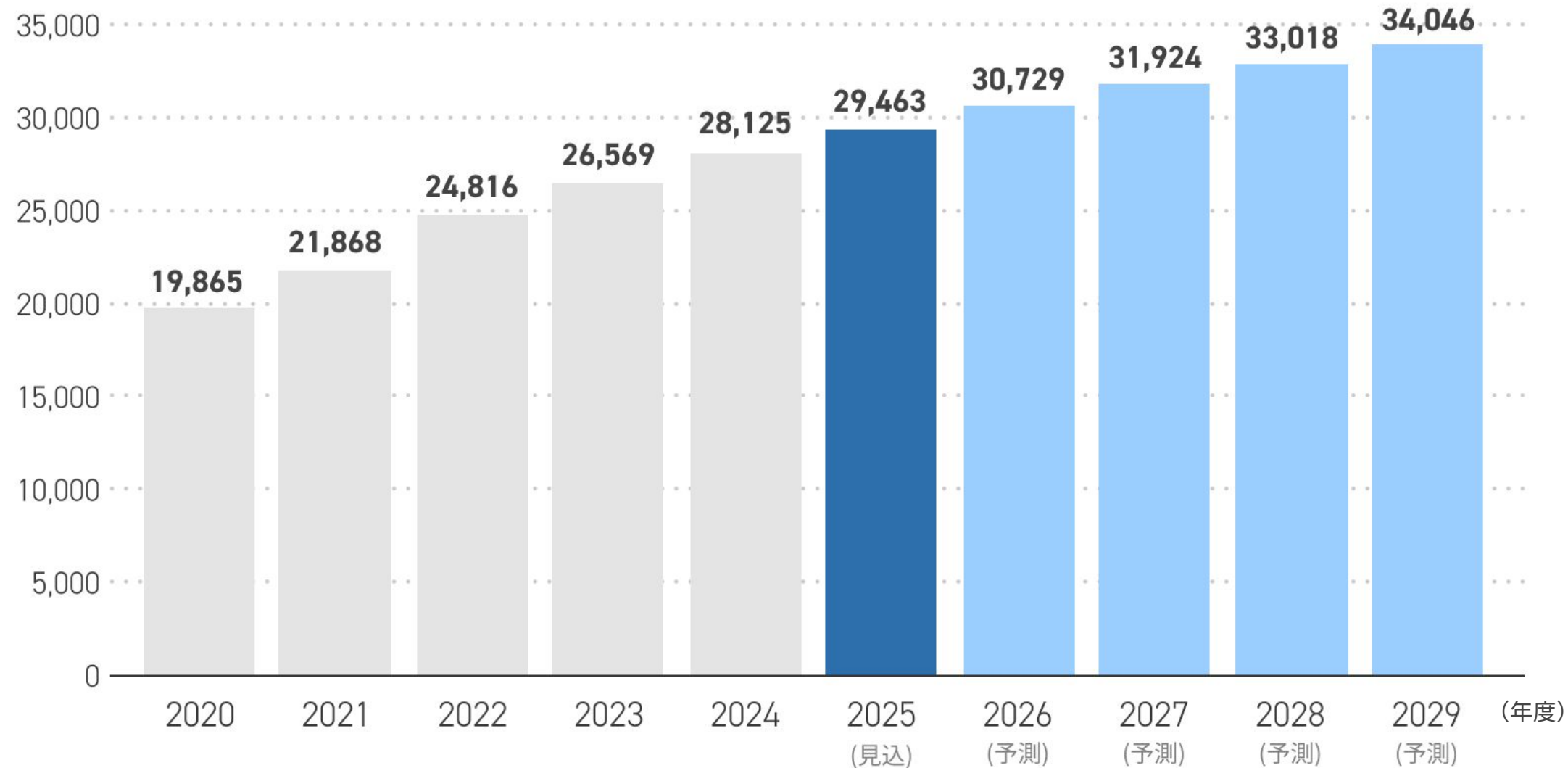


# ポイント関連 市場規模

- 「ポイ活」が消費者間で一般化したことで、日常の中でポイントを意識的に獲得するユーザーが増加
- 流通・小売業での集客・囲い込みの観点での利用が多かったが、今後は新たな業態でもポイントサービスの活用が進むとみられる

### 国内ポイントサービス市場規模予測

単位：億円



※出典：株式会社矢野経済研究所「ポイントサービス市場に関する調査（2025年）」（2025年12月12日）[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3996](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3996)

※ポイント発行額ベース ※2025年度は見込値、2026年度以降は予測値 ※特定の企業・団体や企業グループが提供するサービス・商品の購入等に対して、発行されるポイントやマイル等を対象とし、市場規模は民間企業によるポイント発行額で算出。

# 各事業の今後の見通し

	ビジネスモデル	市況	今後の見通し
ゲーム & ポイ活	<ul style="list-style-type: none"> <li>掲載クライアントからの広告収益</li> <li>ユーザーからのアイテム購入都度課金&amp;月額課金</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ポイ活」が一般化し、ポイントを意識的に獲得するユーザーが増加</li> <li>インフレによる「生活防衛」需要が増大し、ポイ活市場は引き続き活況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ポイ活市場」の伸長により、WebメディアからアプリやLINEミニアプリなどへの展開を拡大していく</li> <li>引き続き、動画広告市場は堅調に推移</li> </ul>
学び	<ul style="list-style-type: none"> <li>教室送客による手数料収益</li> <li>教室からの月額固定収益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国や公共団体のリスキリング支援が継続され引き続き需要増</li> <li>共通テスト「情報Ⅰ」実施を経て、具体的対策サービスへの実需フェーズに突入</li> <li>採用市場ではエンジニア職以外でも生成AI利活用スキルが必須要件化し、基準が高度化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「GIGAスクール構想」は、端末更新期を迎える「Next GIGA（ネクストギガ）」フェーズに入り、デジタル教科書の本格稼働が焦点に</li> <li>教育現場への生成AIによる個別最適化学習（アダプティブ・ラーニング）の実装や教員の校務DX（働き方改革）導入が進む</li> <li>オンラインでの社会人リスキリング需要継続</li> </ul>
美容 医療	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリニック送客による手数料収益</li> <li>クリニックからの月額固定収益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>美容医療市場は拡大しているが、一部(特に脱毛特化クリニックなど)では供給過多による淘汰もはじまっている</li> <li>美容医療は一過性のブームから「日常の肌管理」へと完全に定着し、リピート需要を主軸とした安定市場へ移行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>厚労省による「医療広告ガイドラインの厳格化」や、ステルスマーケティング規制の影響を受けて、「信頼性・安全性」が以前よりも重視されるようになる</li> <li>人材獲得競争の激化により、美容クリニックのDX化ニーズが拡大し、オンライン予約・カウンセリングが普及</li> </ul>

# For your Smile, with Internet.

新たな価値を創造し、社会に笑顔を増やします。

お客様・株主の皆様・パートナー（社員）など関わる全ての方々に対し、インターネットを通じて**笑顔・ほほえみ・幸福・満足・ここちよさ**を提供していくことが、上場企業としての責任であると考えています。

# GMOメディア概要

## 設立

2000年10月

## 従業員数

198名<sup>※1</sup>

## 作る人<sup>※2</sup>比率

62.1%

## 報告セグメント

メディア事業  
ソリューション事業

## 主要運営サービス数

10サービス

## 子会社

GMOビューティー株式会社  
GMO趣味なび株式会社

※1：連結子会社のGMOビューティー、GMO趣味なびを含めた人数。役員・臨時従業員は除く。2026年3月末時点  
※2：作る人：エンジニア・デザイナー・ディレクターのサービス運営に携わっている社員の割合。2026年3月末時点

本資料には、2026年5月14日現在の将来に関する前提、見通し、計画等に基づく予測が含まれています。世界経済、競合状況、為替の変動等にかかわるリスクや天変地異などの不確定要因により実際の業績が記載の予測と大きく異なる可能性があります。またマーケットシェアなどの数値について一部弊社推計値が含まれており、調査機関によって異なる可能性があります。

本資料に掲載されている情報は、情報の提供を目的としたものであり、投資の勧誘を目的としたものではありません。

また本資料内に記載されている業績予想などの将来の予測に関するものは、リスクや不確定要因を含みます。実際の業績は経済情勢や市場環境など、さまざまな要因により、かかる予想とは大きく異なることがあることをご承知おきください。

## お問い合わせ先



**GMOメディア お問い合わせフォーム**



**GMOメディア note公式アカウント**



[ir@gmo.media](mailto:ir@gmo.media)



<https://www.gmo.media/>



[@GMOMedia\\_Inc](https://twitter.com/GMOMedia_Inc)



<https://www.youtube.com/channel/UCpsFA9d0ILkf5AyNH8ixCAg>