

2026年12月期 第2四半期決算説明会

GMO MEDIA

STOCK CODE: 6180

代表取締役社長 森 輝幸

2026年8月13日

目次

01	決算ハイライト	P.3
02	第2四半期概要	P.6
03	成長戦略	P.15
04	Appendix	P.41

01	決算ハイライト	P.3
02	第2四半期概要	P.6
03	成長戦略	P.15
04	Appendix	P.41

エグゼクティブ・サマリー（1-6月）

売上高
1-6月実績

3,376 百万円

前年同期比 -7.9%

営業利益
1-6月実績

345 百万円

前年同期比 -38.4%

業界特化型・ストック事業は引き続き拡大基調を維持
下期は4つの成長ドライバーの寄与により、収益基盤の再構築を加速

- メディア事業（業界特化型）の売上総利益 前年同期比 +19.6%
美容医療・学び領域のストック型契約が順調に増加。2Qの売上総利益構成比は38.7%へ上昇
- メディア事業（ポイント関連）の売上総利益 前年同期比▲14.8%
Web広告単価の下落が継続。下期は新規提携パートナー稼働により、収益基盤の再強化を進める
- ソリューション事業の売上総利益 前年同期比▲32.8%
「GMOリピータス」契約条件の見直し等の影響。新規契約5件が第3四半期以降、順次サービスイン
- 純資産比率50.0%と健全性を維持。通期業績予想は据え置き

上期連結業績サマリ

業界特化型のストック事業は順調に拡大し、メディア事業（業界特化型）の上期売上総利益は前年同期比+19.6%と全体を牽引。一方、ポイント関連事業におけるWeb広告単価下落の継続や、ソリューション事業の契約条件見直し等により、上期累計は減収減益で着地。通期業績予想は据え置く。下期は積み上がったストック収益を基盤に、新規提携案件の稼働等の4つの成長ドライバーにより収益基盤の再構築を加速させる。

単位：百万円	2025年1月-6月	2026年1月-6月	前年同期比	2026年通期計画 (進捗率)
売上高	3,667	3,376	▲7.9%	7,500 (45.0%)
営業利益	561	345	▲38.4%	950 (36.3%)
経常利益	558	349	▲37.3%	935 (37.3%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	428	243	▲43.0%	580 (42.0%)

01	決算ハイライト	P.3
02	第2四半期概要	P.6
03	成長戦略	P.15
04	Appendix	P.41

第2四半期連結業績サマリ

第2四半期単体においても業界特化型事業が伸長し、ストック比率の引き上げが着実に進行。一方で、広告単価の下落影響や前年好調だった美容系商材の一過性収益の剥落が継続。足元では、成長事業（キレイパス等）への戦略的リソースシフトや既存事業の効率化に着手。ソリューション事業の新規パイプライン5件等を含め、これらの対策効果は第3四半期以降に段階的に顕在化する見込み。

単位：百万円	2025年4月-6月	2026年4月-6月	前年同期比	2026年通期計画 (進捗率)
売上高	1,741	1,593	▲8.4%	7,500 (45.0%)
営業利益	225	145	▲35.3%	950 (36.3%)
経常利益	223	147	▲33.9%	935 (37.3%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	185	94	▲48.9%	580 (42.0%)

メディア事業 第2四半期概要

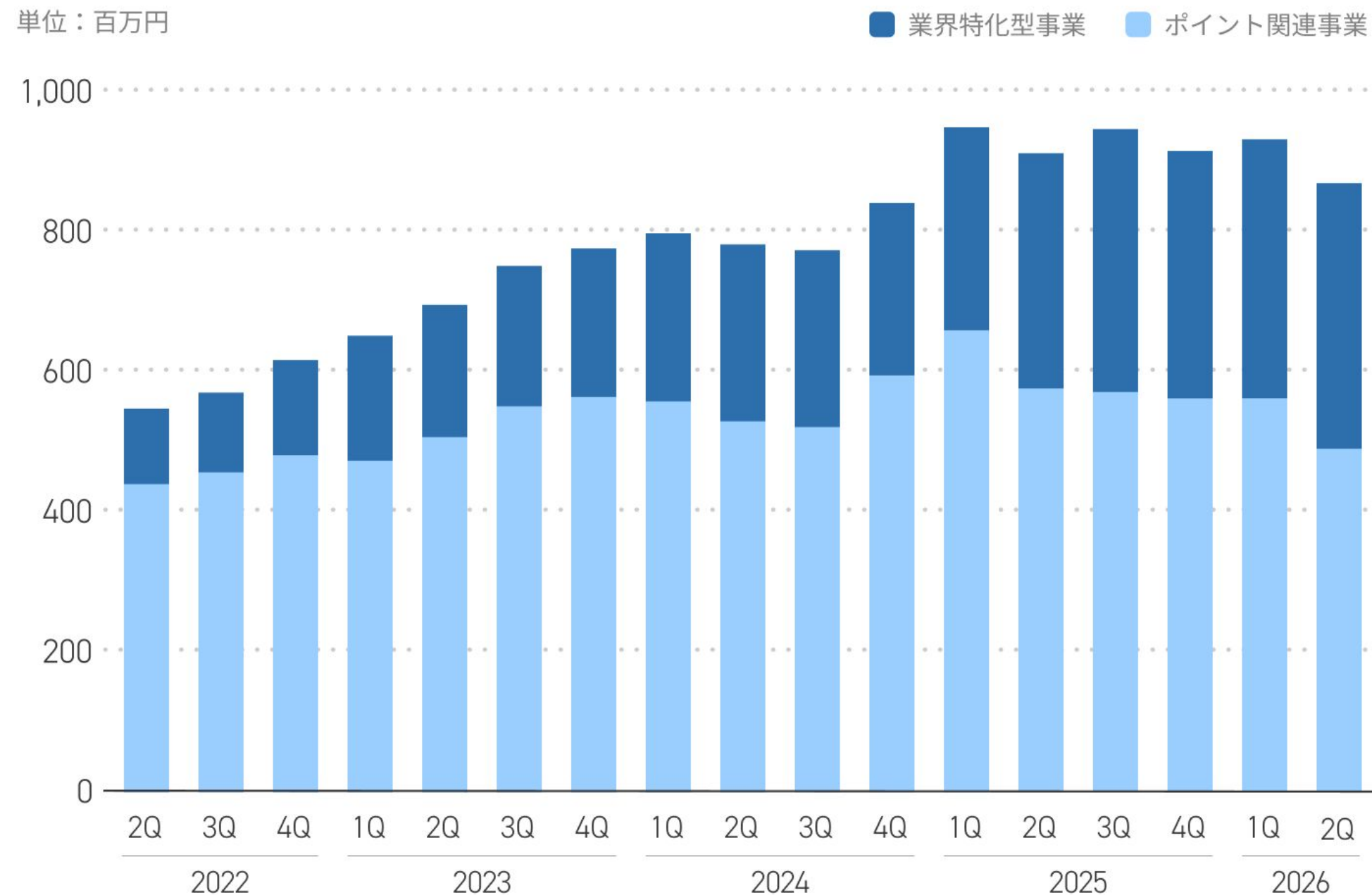
メディア事業全体の売上総利益は前年同期比-4.6%。

内訳（業界特化メディア事業：+12.9%、ポイント関連メディア事業-14.9%）

ストック収益は着実に積み上がる一方、フロー型収益への依存度が高い収益構造の課題が顕在化。

ストック比率の引き上げを加速する。

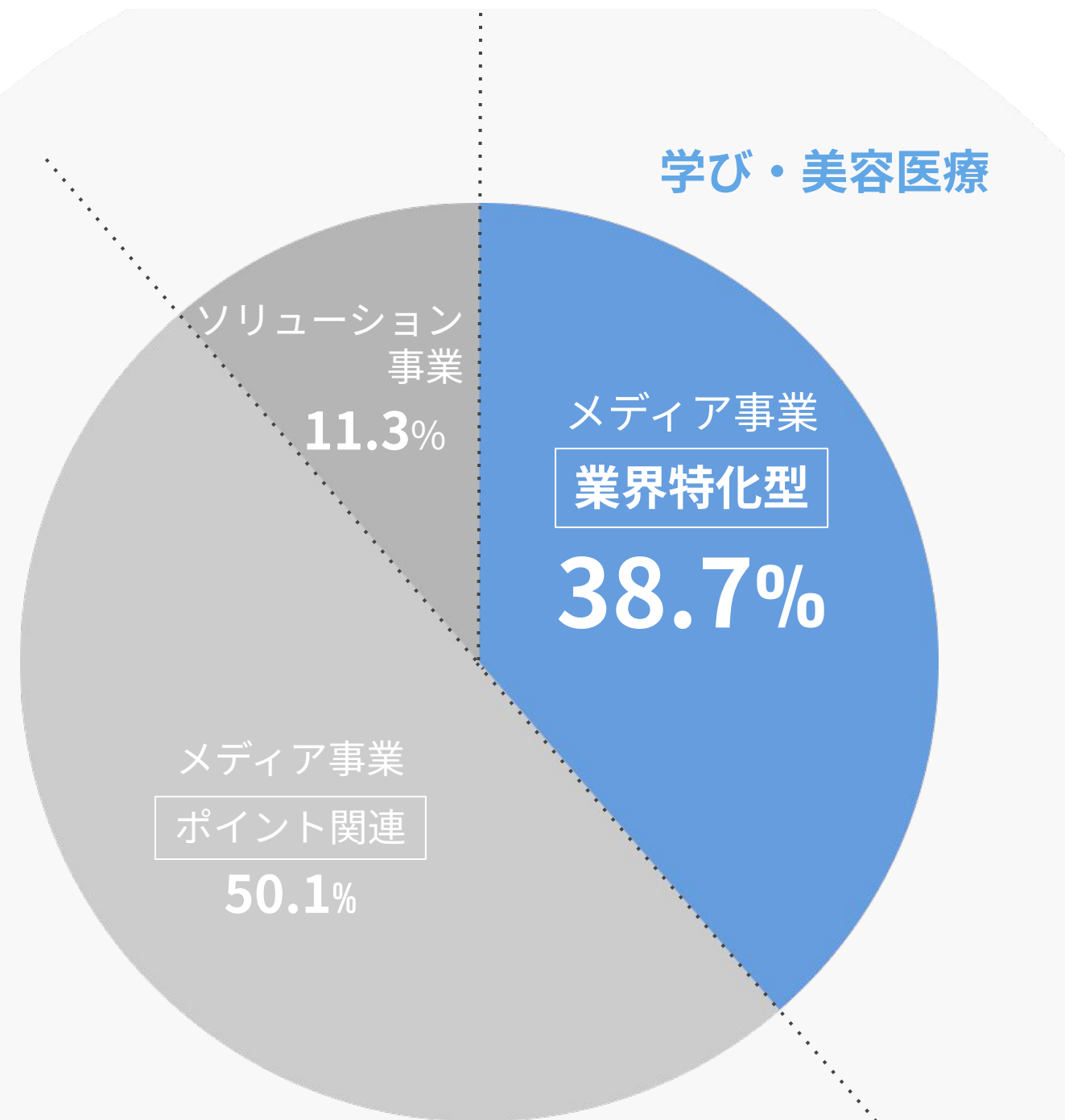
単位：百万円



※売上から売上変動費を除いた利益

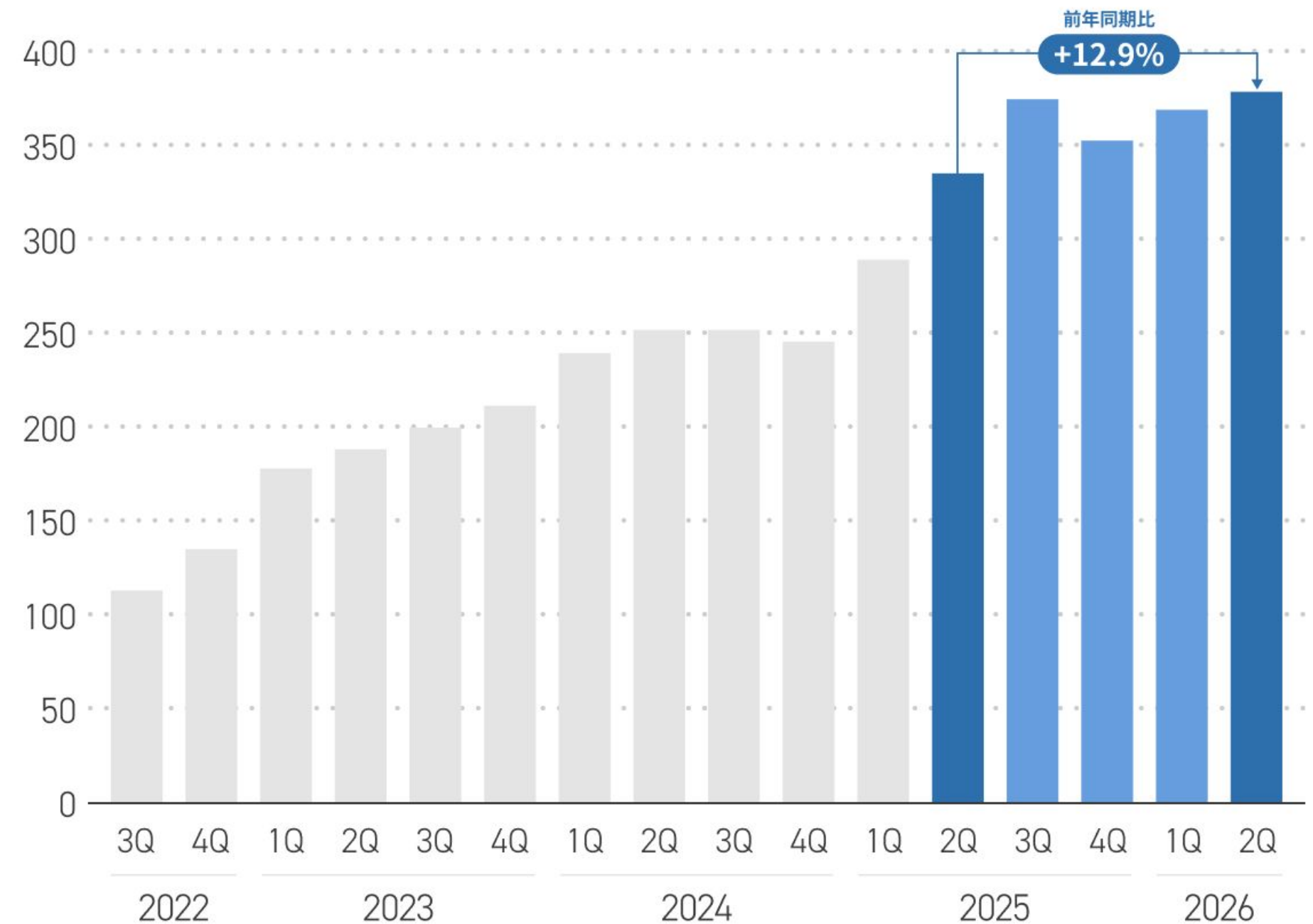
メディア事業（業界特化型）の売上総利益推移

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+12.9%と拡大基調を維持。



※2026年12月期 第2四半期の構成比

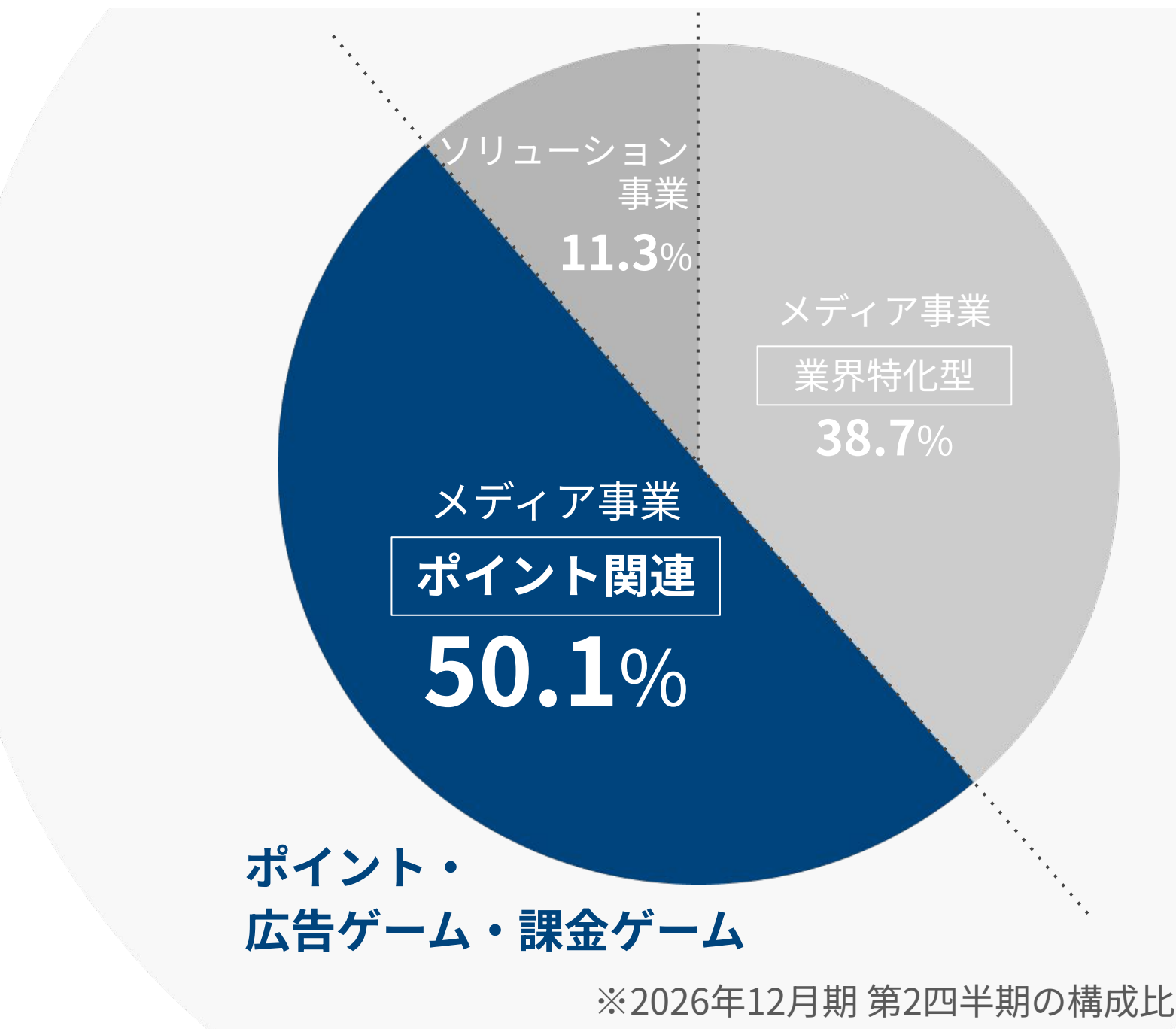
単位：百万円



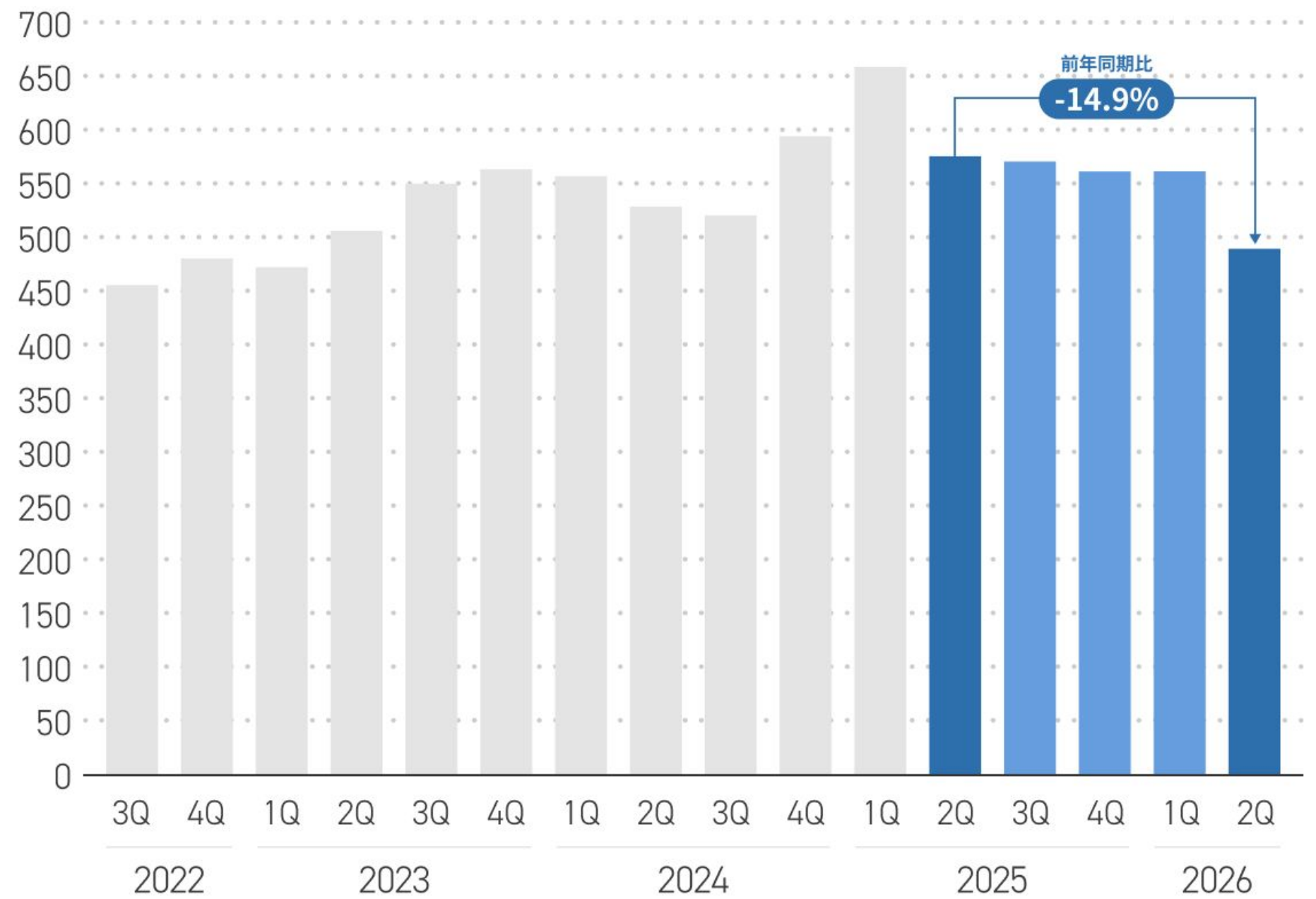
※売上から売上変動費を除いた利益

メディア事業（ポイント関連）の売上総利益推移

広告単価の下落を受け、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。下期は新規提携パートナー稼働で、収益基盤の再強化を進める。



単位：百万円

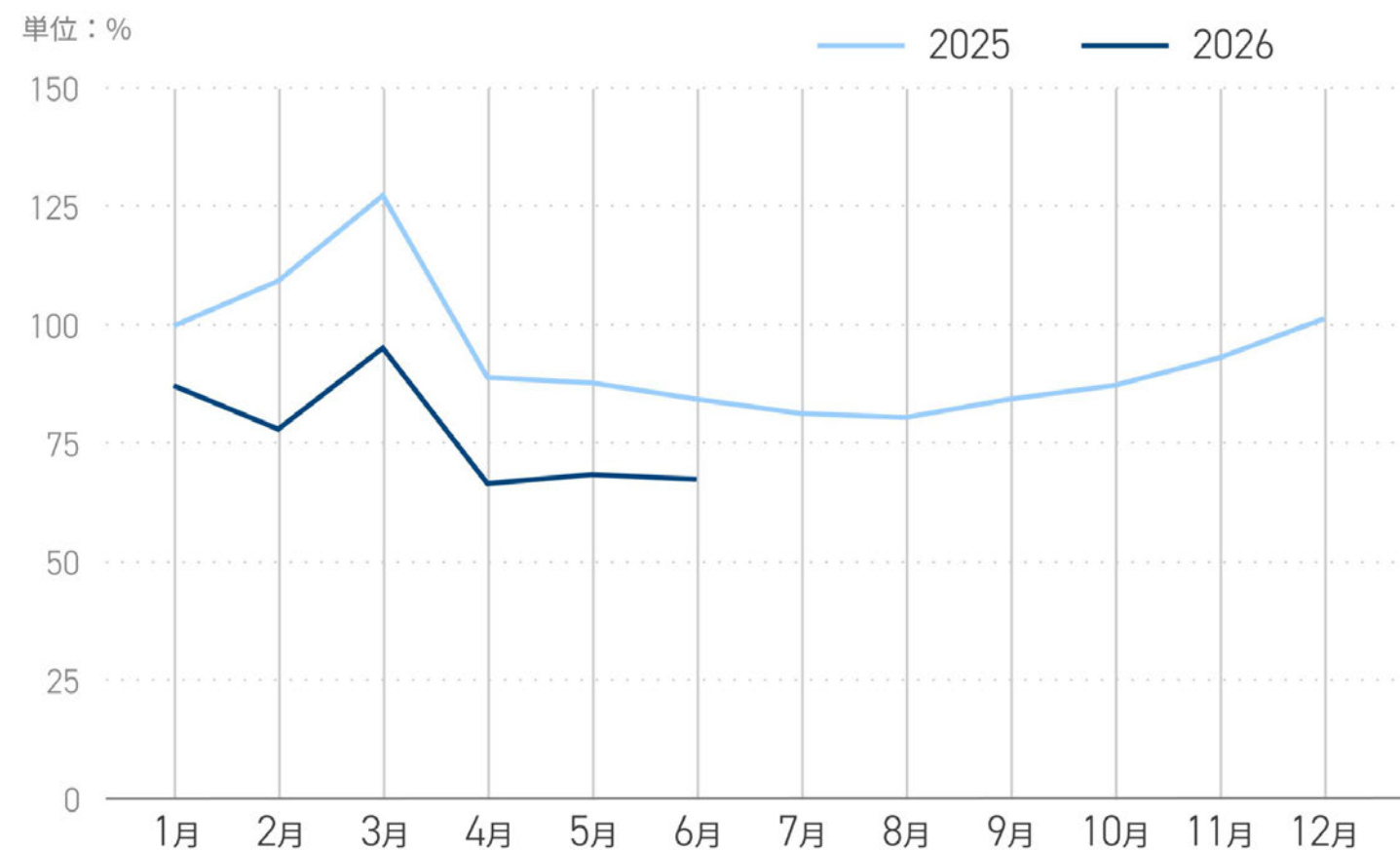


※売上から売上変動費を除いた利益

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



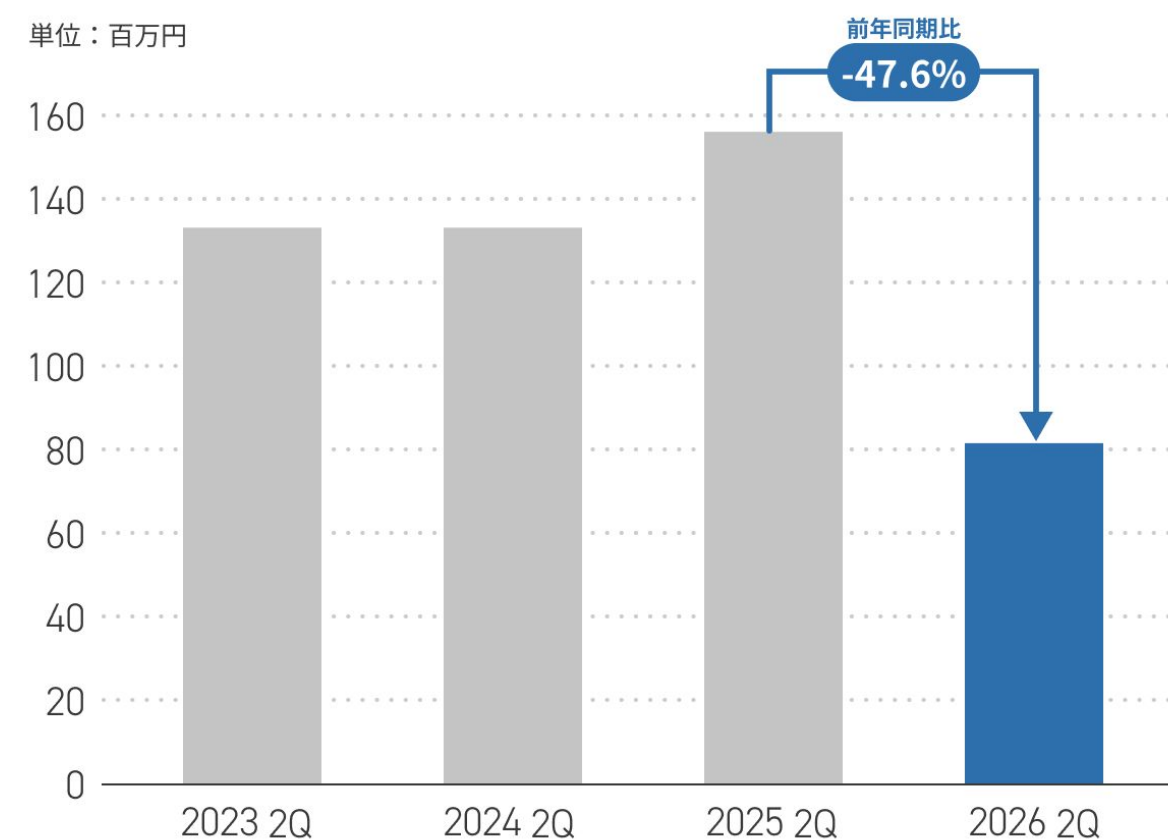
※2025年1月を100として比較。

対策

- 提携媒体ネットワーク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2四半期売上比較

一部美容系商材の一過性収益の剥落



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

成果報酬型広告市場の成熟化を受け、アフィリエイト広告事業の減収。またポイントCRMツール「GMOリピータス」契約条件の一部見直しによる減収。「GMOリピータス」は、現在新規5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

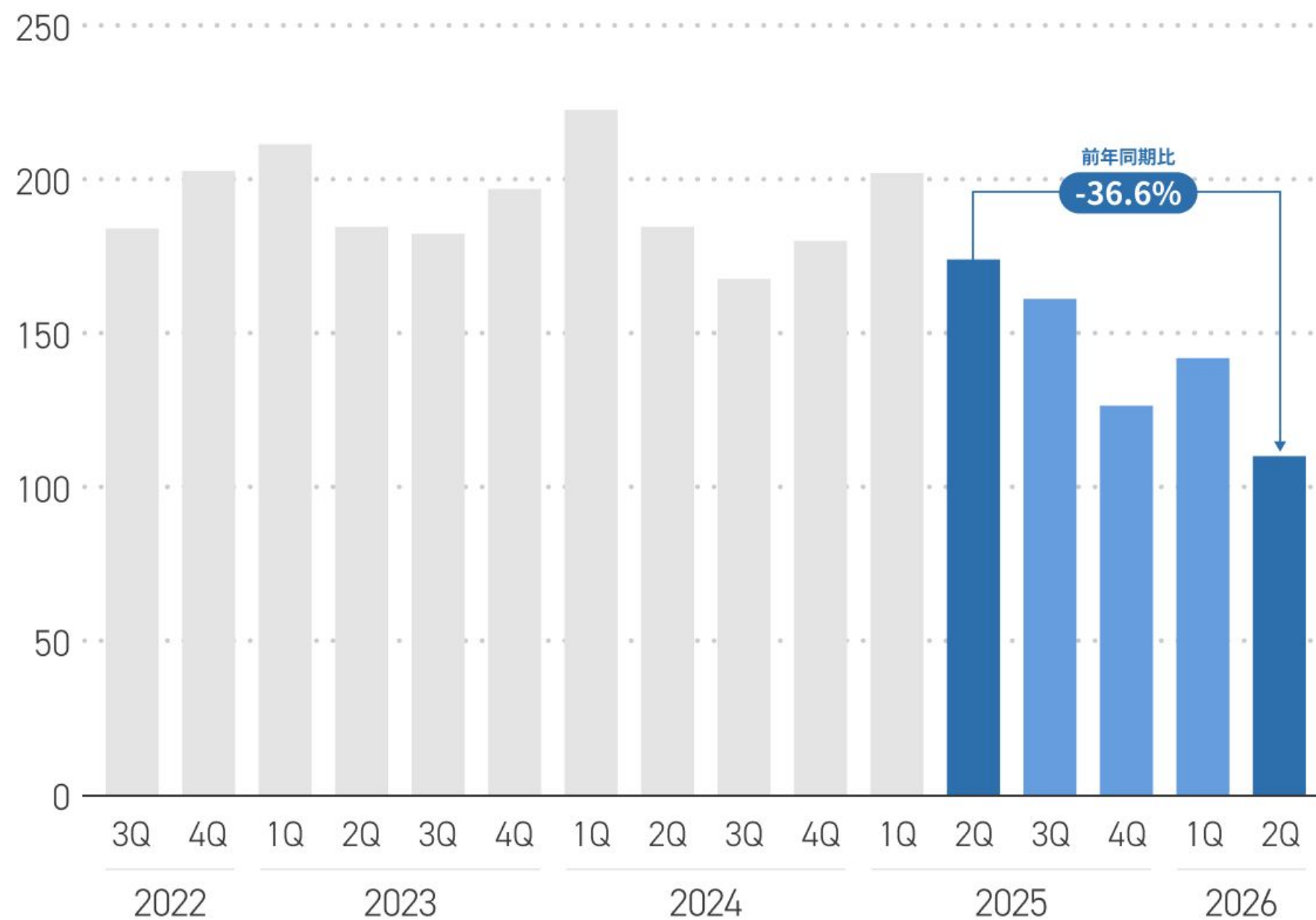
ソリューション事業
11.3%

メディア事業
業界特化型
38.7%

メディア事業
ポイント関連
50.1%

※2026年12月期 第2四半期の構成比

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 「みんかぶアワード2025」 (2026年6月)

2年連続で「みんかぶアワード2025」に選出

株式をはじめ、FX、暗号資産、投資信託など様々な金融商品情報を提供する、国内最大級の金融・資産形成情報メディア「MINKABU」が発表した「みんかぶアワード2025」の東証グロースの受賞24銘柄の一つに選出された。

今後が期待される注目株・銘柄として
「みんかぶアワード2025」に
2年連続選出されました！



GMO MEDIA



「みんかぶアワード2025」選出方針

(HPより一部引用)

「みんかぶアワード2025」では、ROE10%以上を達成し連続して向上させた企業、経常利益を持続的に成長させた企業、個人投資家から関心が前年比で大きく高まった企業を選定しました。

短期的な値動きに惑わされない「収益性・成長性・注目度」の視点に基づき、投資家の皆様が有望な投資先と出会うきっかけを提供します。

<https://minkabu.jp/awards/2025>

下期回復施策

上期は、美容系クーポンや広告単価など、フロー型収益減少の影響が顕在化。

下期は積み上がったストック収益を土台に、4つの成長ドライバーで収益基盤の再構築を加速する。

下期の回復ドライバー

ストック



契約院数は前期末から拡大を継続しており、解約率も低水準で安定的に推移。AI機能の拡張を通じて、契約院あたりの単価向上にも取り組む。



学び領域におけるDXサービス（コエテコマネージャー・リザーブ・カレッジ等）は、いずれも契約件数が順調に純増。

上積み



新規メディア等との連携が第3四半期より稼働。トラフィック基盤を活用し、収益力とユーザー規模の両面を引き上げる。



新規パイプライン5件が進行中。第3四半期以降、順次サービスイン。

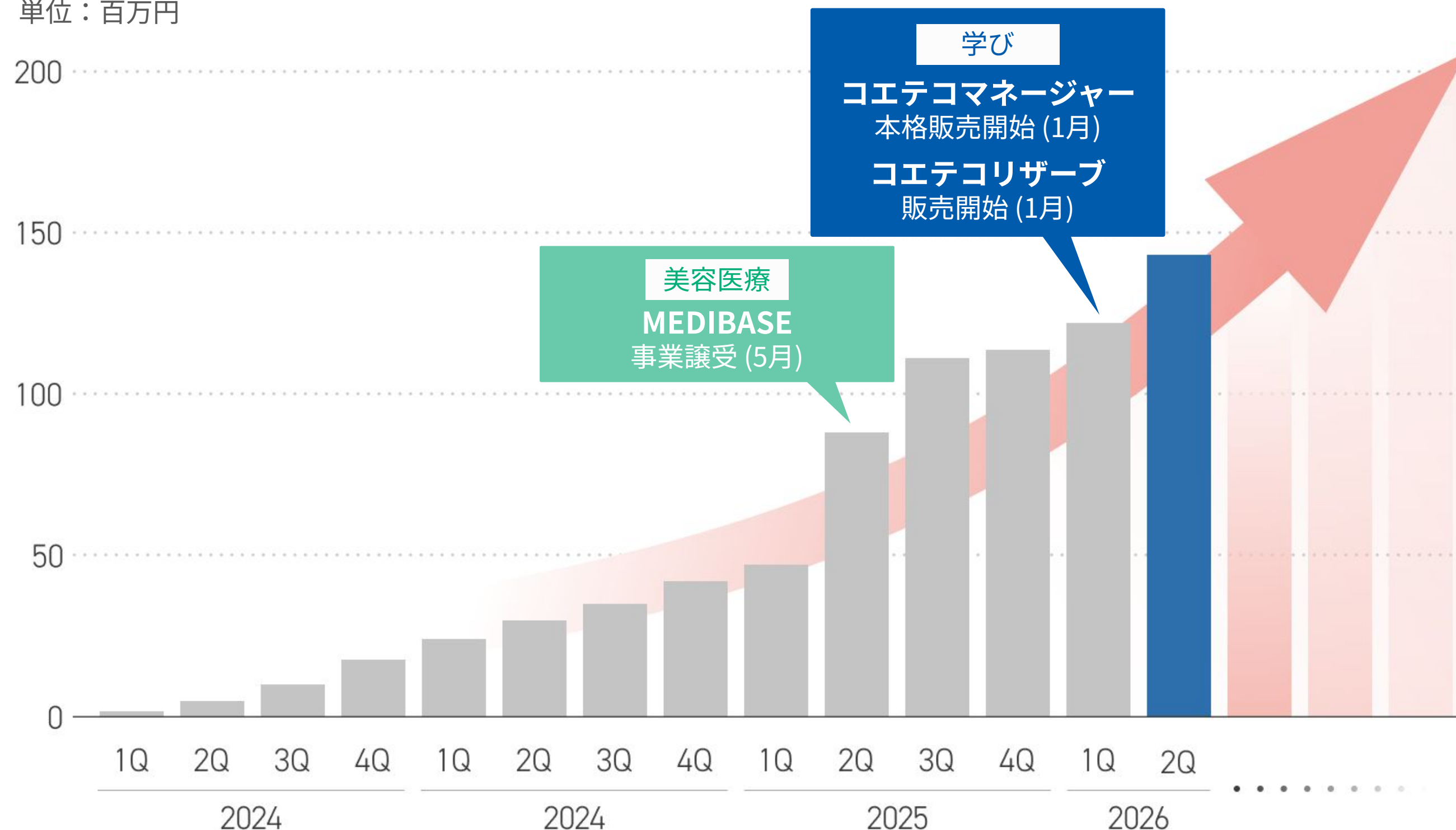
通期業績予想

通期業績予想は据え置く。下期はストック収益の積み上げに加え、新規連携案件の寄与開始。進捗は四半期ごとに開示し、計画との乖離が見込まれる場合には速やかに開示する。

01	決算ハイライト	P.3
02	第2四半期概要	P.6
03	成長戦略	P.15
04	Appendix	P.41

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



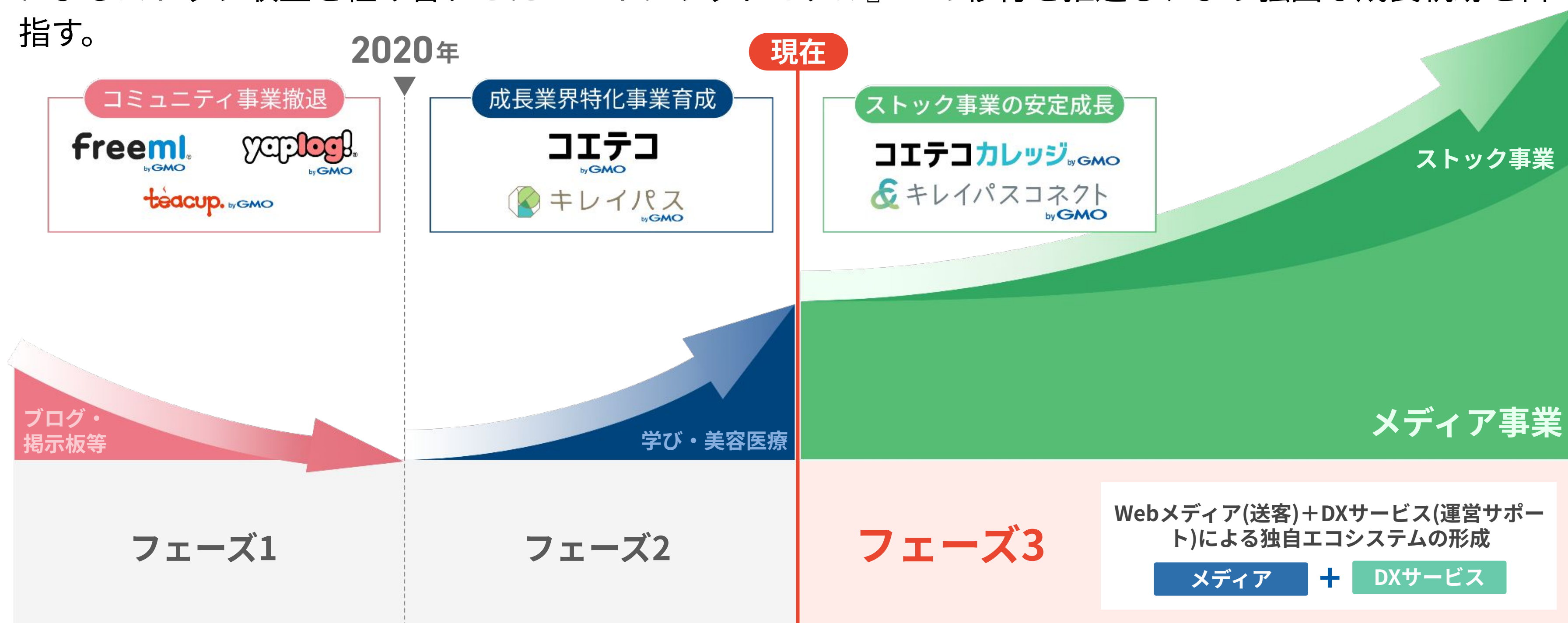
学び領域



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。



1st (B2C)

集客＋ファン作り支援事業

2nd (B2B)

事業者に向けたDX支援事業 **（ストック事業）**

3rd (D2C)

1st＋2ndによる蓄積データ（顧客・行動履歴）を活用しD2C展開

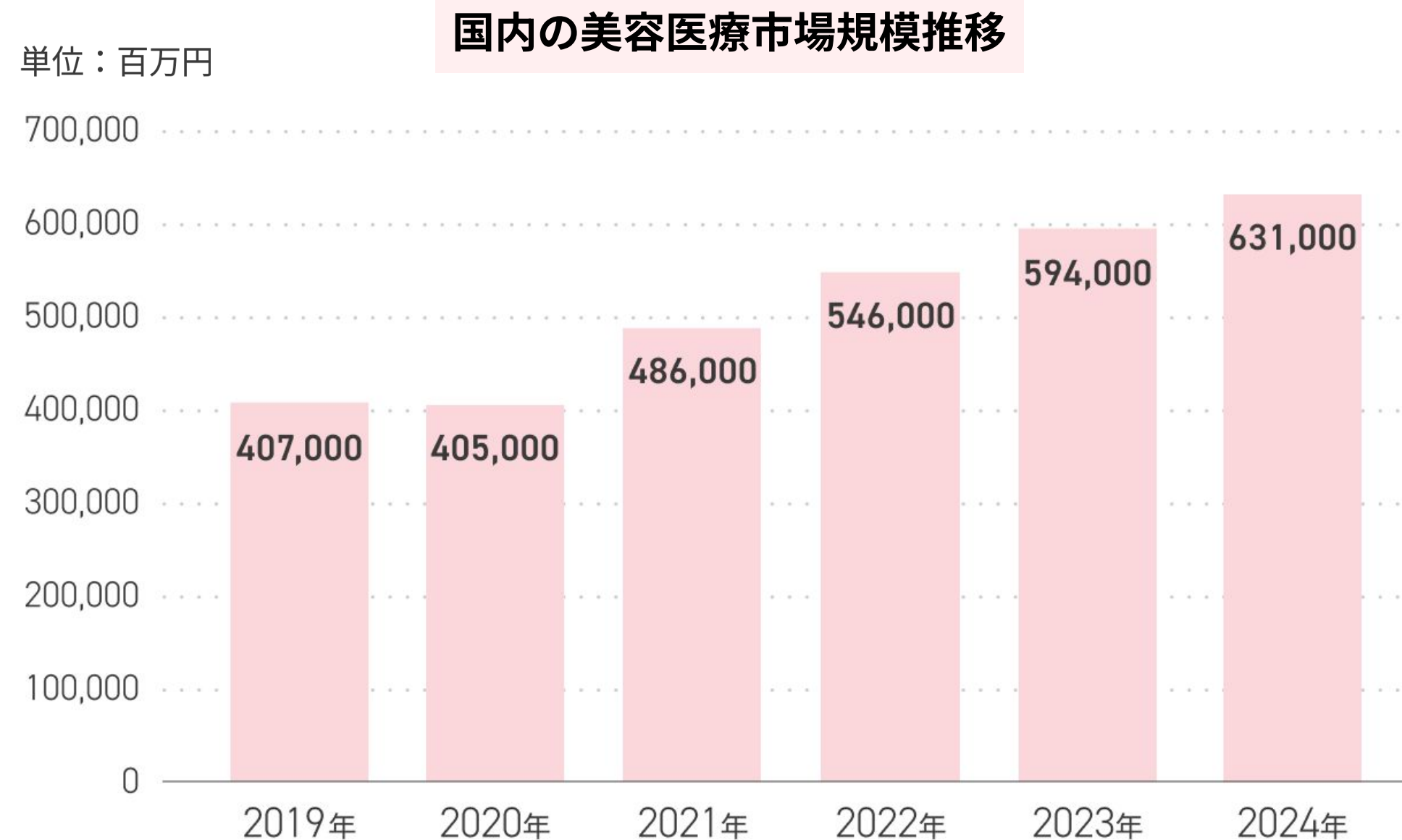
4th **NEXT**

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



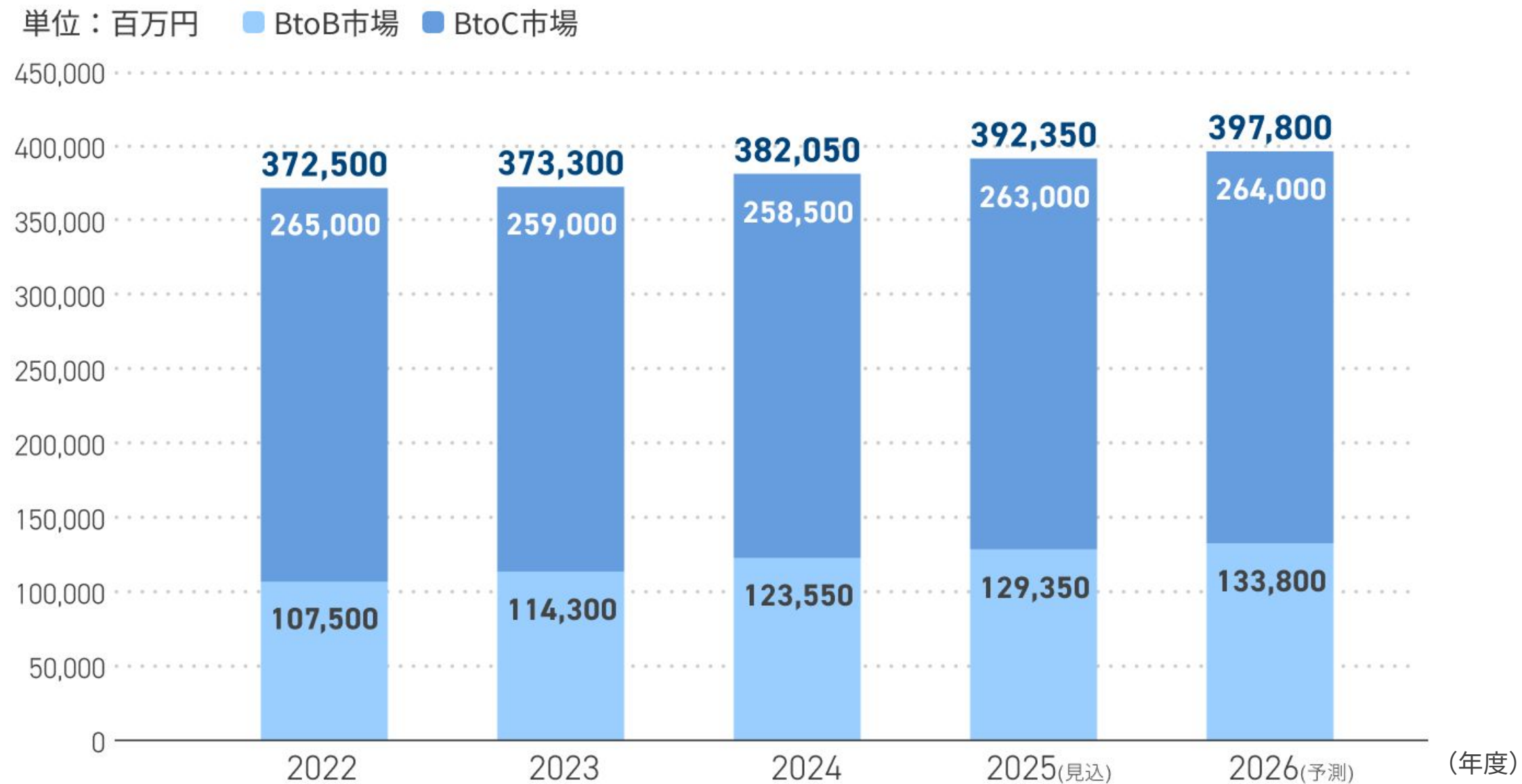
※出典：株式会社矢野経済研究所「美容医療市場に関する調査（2025年）」（2025年6月25日発表）https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3844

※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

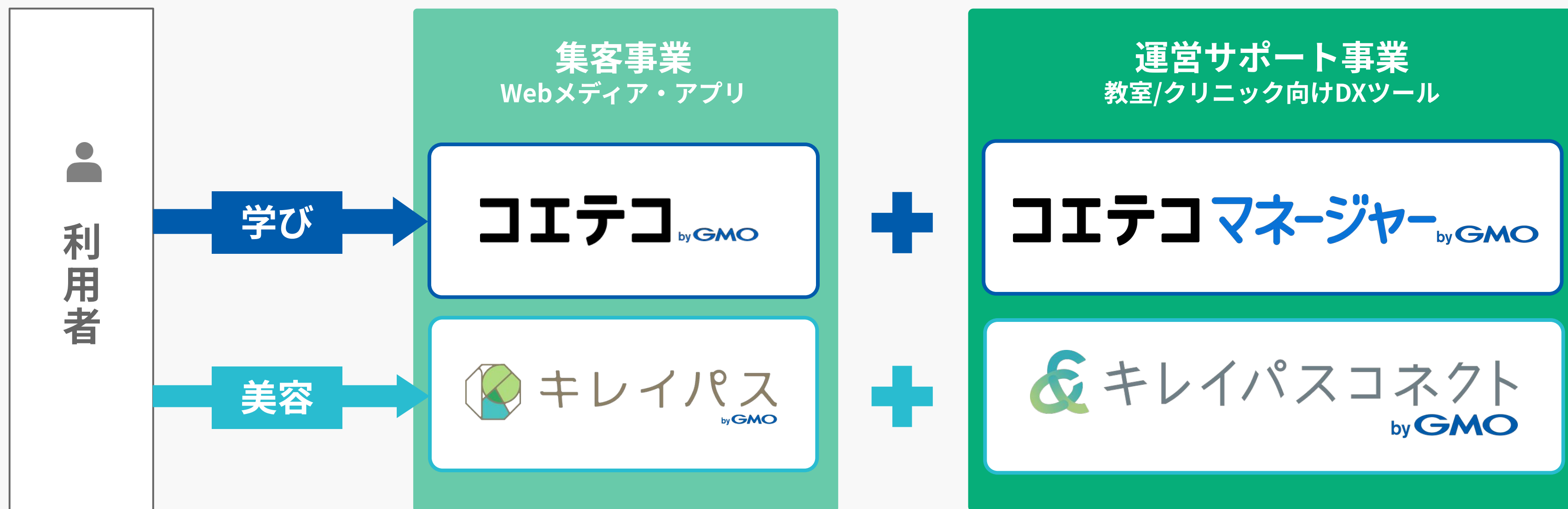
国内eラーニング市場規模推移・予測



※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（2026年）」（2026年4月22日発表）https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/4077
※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。2025年度は見込値、2026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



「Technology Partner」の「LINEミニアプリ部門」に認定（2026年8月）

LINEヤフーが提供するマーケティングソリューションの導入ならびに支援など各領域に特化したパートナーを認定する制度「LINEヤフー Partner Program」において、2026年度の「Technology Partner」のLINEミニアプリ部門に認定。GMOメディアは2024年から、LINE上でアプリのインストール不要で利用できるLINEミニアプリを提供し、現在は計17本を提供、延べ登録者数は183万人超。自社運用で培った知見を活かし、ストック事業の付加価値として提供していく。



LINEミニアプリ



LINEヤフー Partner Program

Technology Partner
「LINEミニアプリ部門」に認定

「Technology Partner」とは？

「LINE公式アカウント」「LINEで応募」「LINEミニアプリ」を中心としたマーケティングソリューションとAPI関連サービスの導入において、技術支援を行うパートナーです。「LINEミニアプリ部門」においては、より優れたユーザー体験と企業DXに貢献する「LINEミニアプリ」の開発推進を行うパートナーが認定されます。

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

AIを積極活用したサービス展開②

大学入試の一般試験比率が50%を割るほど本格化する推薦・総合選抜入試等において、重要な「小論文」を、学校の先生と一緒にサポート。AI活用による先生の働き方改革。2027年春、提供開始予定。

GMO MEDIA | 大修館書店

AIで書く力を育成する

カワコトAI

2027年4月
提供開始

カワコトAI

テスト生徒 ログアウト

合計得点
18/20点

テーマとの適合	5/5
構成・論理性	5/5
根拠・具体性	3/5
表現・語彙	4/5

このテーマへのアプローチ候補

教育連動型導入論

主権者教育を核に、学校での討論・模擬選挙・カリキュラム整備と投票権付与を連動させ、16歳化の効

あなたの回答

近年、若者の政治参加を促進する観点から、選挙の投票年齢を十六歳に引き下げる議論が活発化している。この問題については、メリットとデメリットの両面から検討する必要がある。

十六歳への引き下げには、いくつかのメリットが考えられる。まず、若者の政治的関心を早期に高めることができる点である。高校在学中に選挙権を得ることで、学校教育と実際の政治参加を結びつけることが可能となり、より実践的な主権者教育が実現する。また、少子高齢化が進む日本において、若年層の意見を政策に反映させやすくなることも重要である。若者の声が政治に届きやすくなれば、教育や雇用など、将来世代に関わる政策がより重視されるようになるだろう。海外ではオーストリアなど一部の国で既に十六歳選挙権が導入されており、若者の政治参加が活発化した例もある。こうした先行事例は参考になると思われる。さらに十六歳でも働いている人もいることを考えれば、社会の一員として政治に参加する権利があるという見方もできる。税金を納めているならば、その使い道を決める権利があるという考え方である。

※自社調べ

AIを積極活用したサービス展開③

自由診療・美容クリニック向け経営支援プラットフォーム「キレイパスコネクト byGMO」にて、AI機能シリーズ「Amane AI」第2弾となる「AI音声カルテ機能」の提供を開始。診察中の会話をリアルタイムでテキスト化し、自動で要約を生成。医師のカルテ入力業務負担を大幅に削減し、診療の質向上とクリニックの業務効率化を支援。

AI機能シリーズ **Amane AI** 第2弾

AI音声カルテ 提供開始

聞いて、まとめて、記録する。AIが診療をサポート

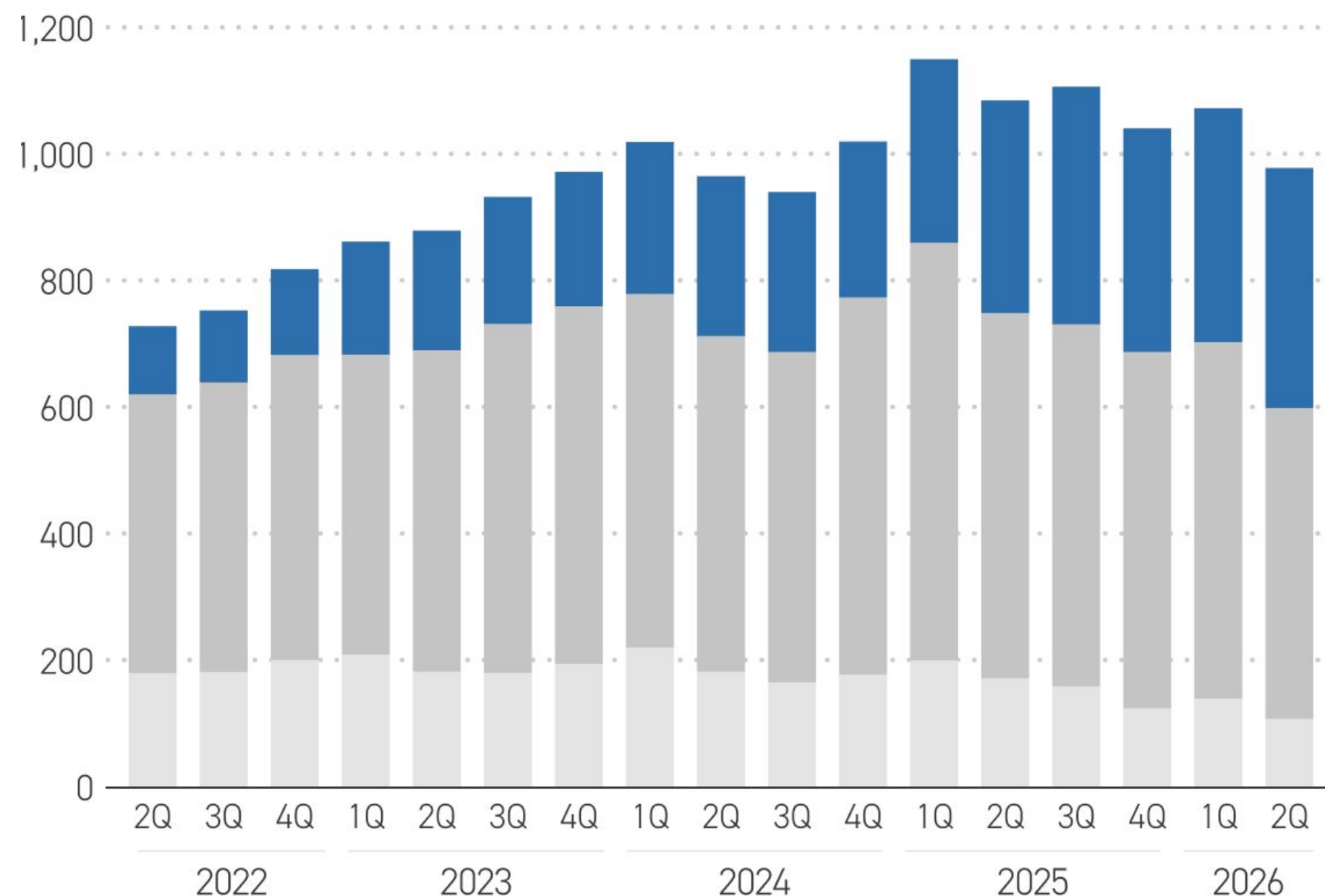
- リアルタイムで会話をテキスト化
- 録音データはAIが自動で要約生成
- AIへの指示内容もカスタマイズ可能



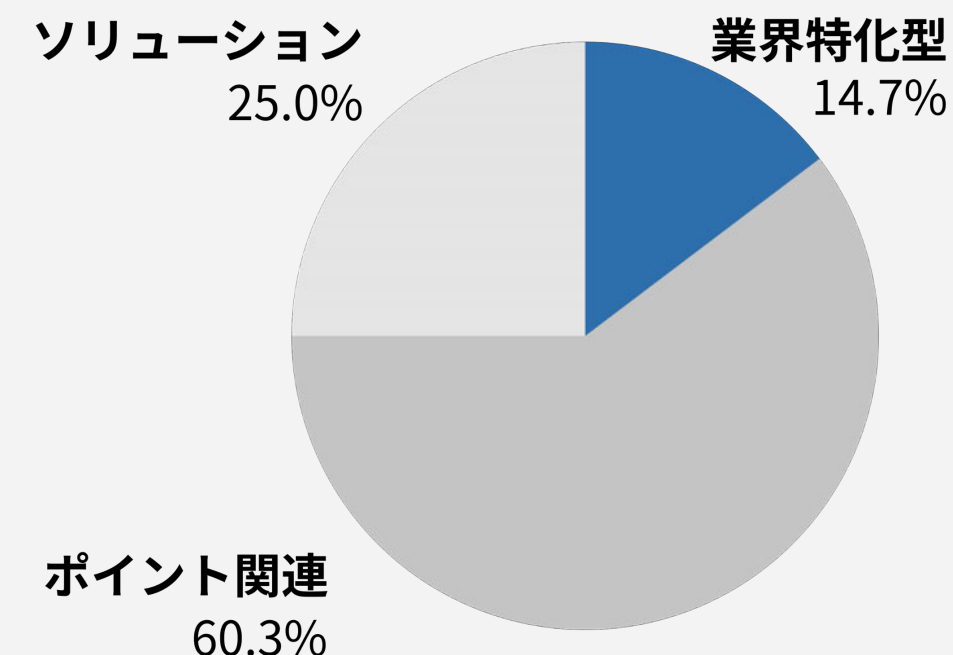
ポイント関連事業の安定した基盤に加え、成長エンジンである業界特化型事業が拡大することで、景気変動に強い高収益な事業構造を実現。

単位：百万円

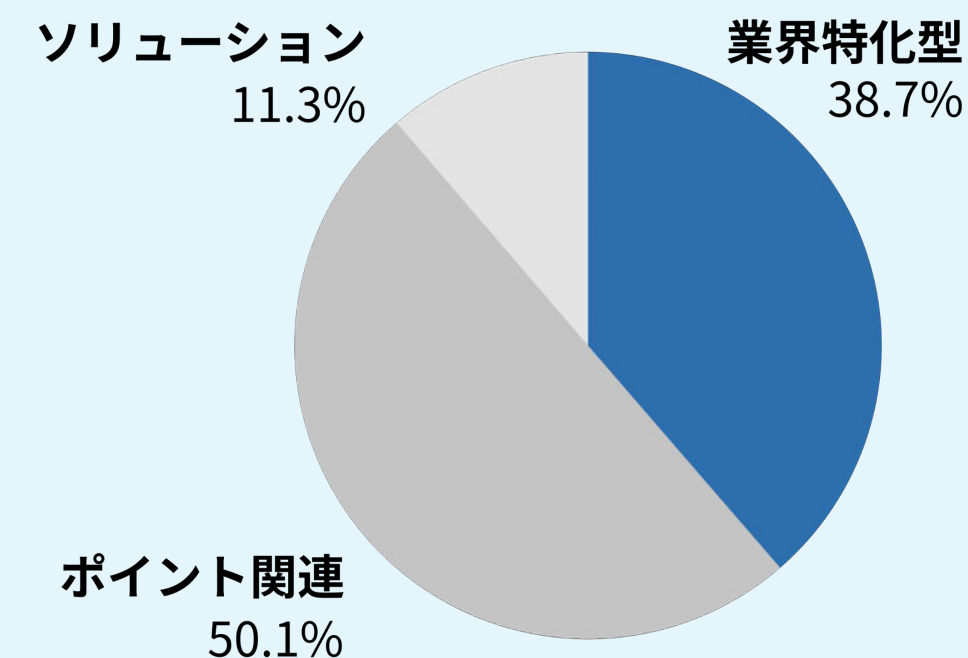
■ 業界特化型事業 ■ ポイント関連事業 ■ ソリューション事業



2022年
2Q
構成比



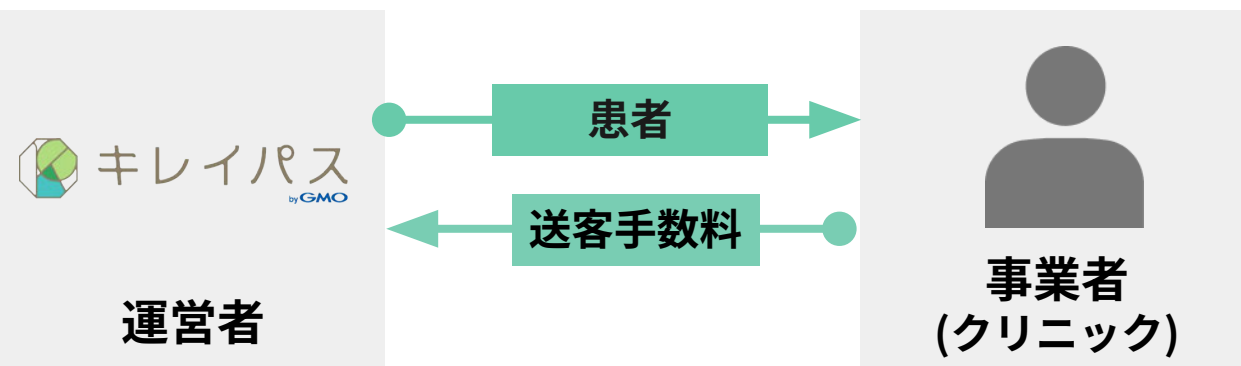
2026年
2Q
構成比



※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。

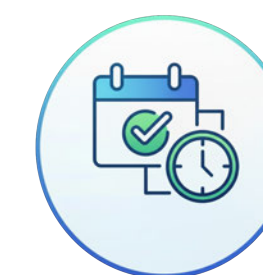
フロー収益

集客
(Webメディア/アプリ)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)

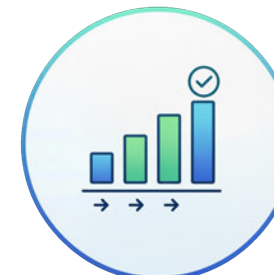
月額固定費



予約管理

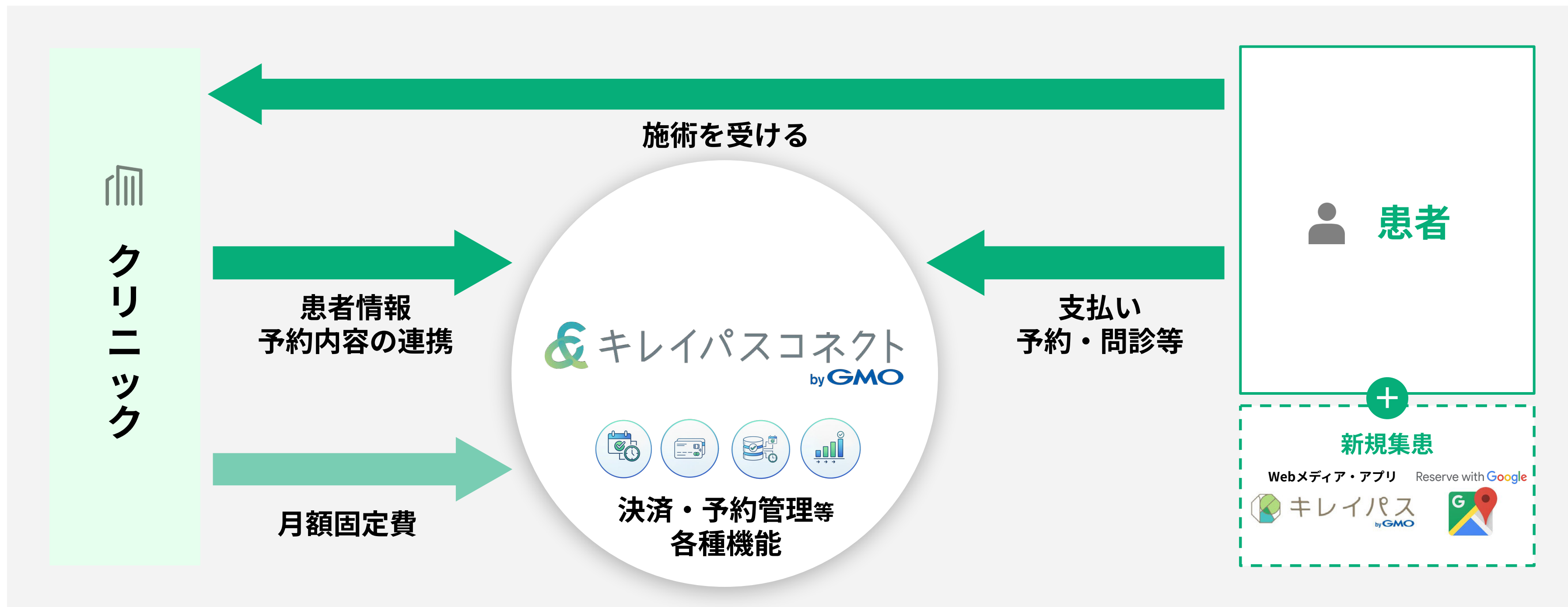
患者様
データベース

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。



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

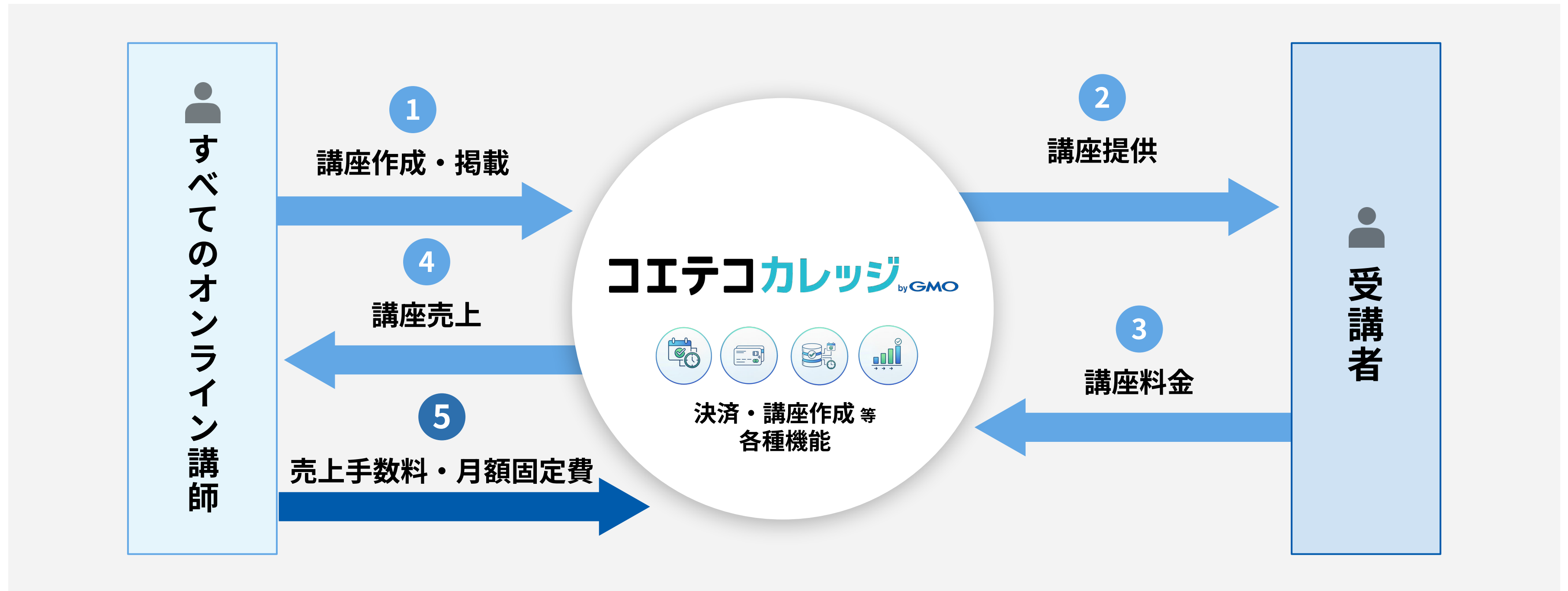


支払い

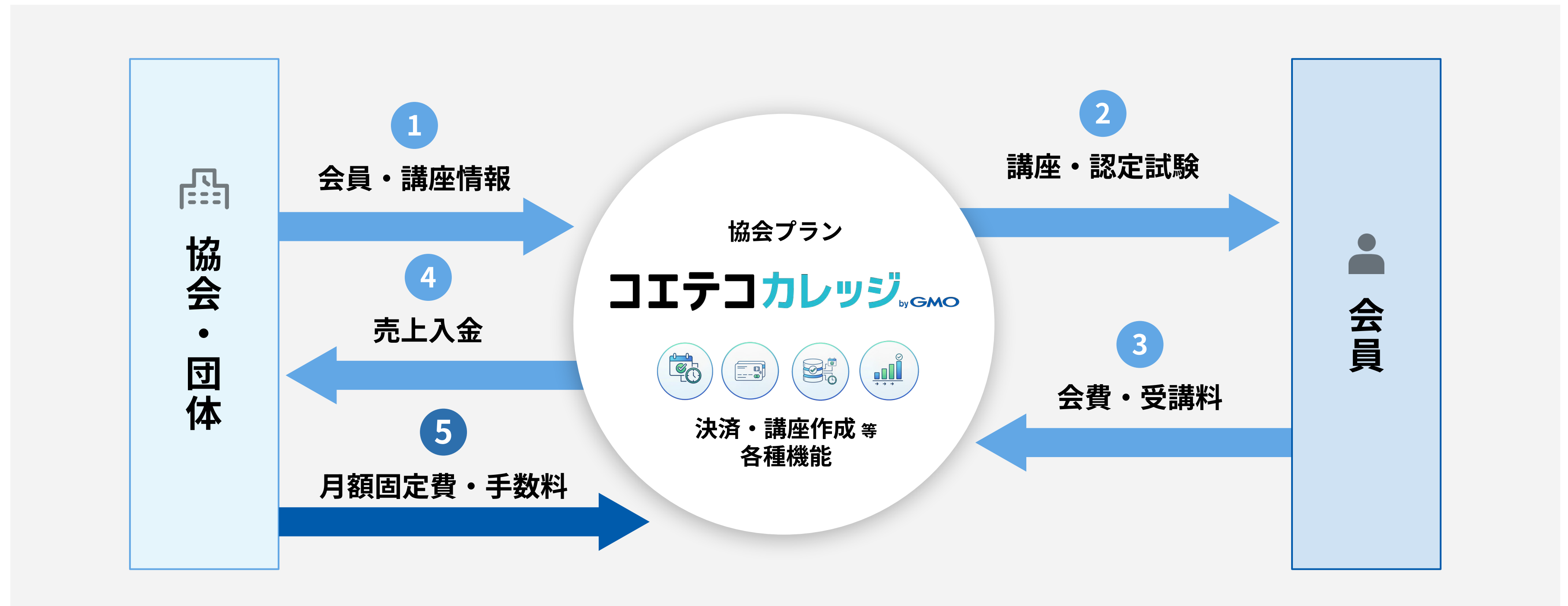


分析ツール

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。

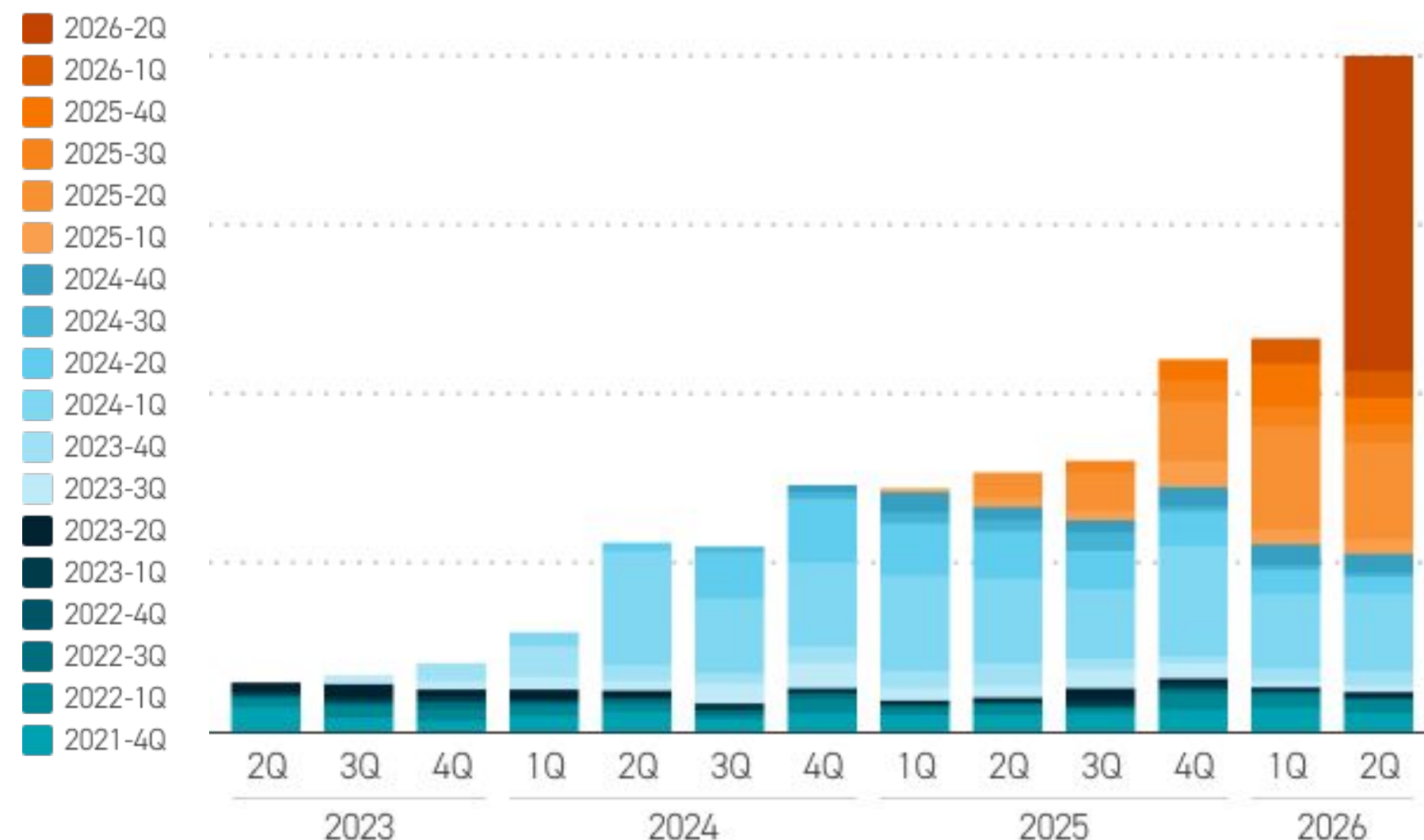


協会・団体に必要な機能が揃った、学習・会員運営プラットフォーム。運営の効率化や集客・コンテンツ提供を通じた、経営収益の最大化を支援。



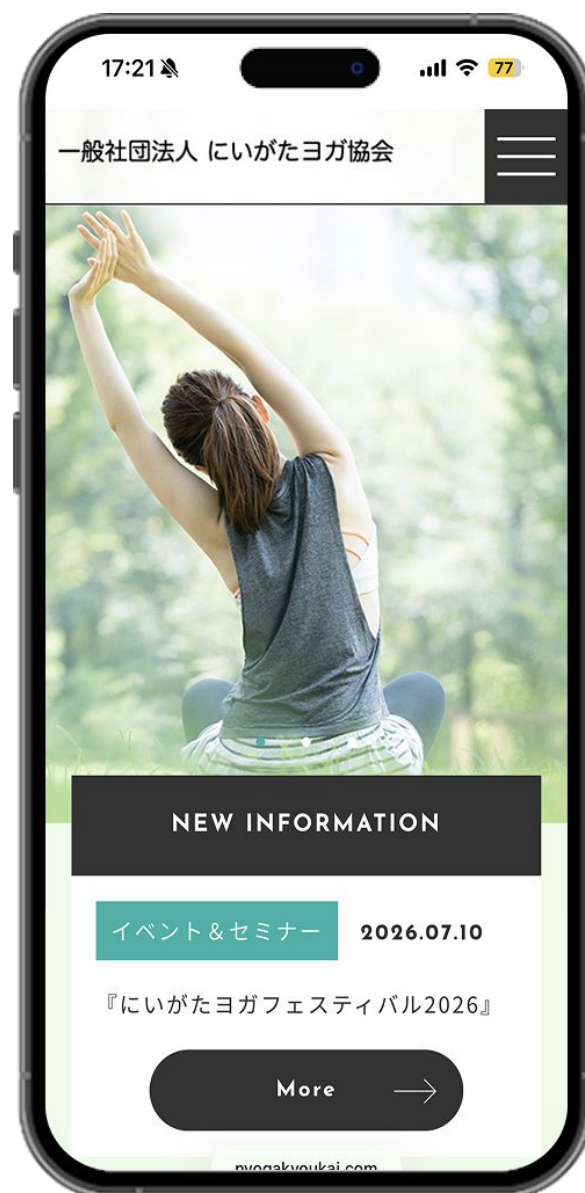
オンライン講座への集客や、ページ作成、販売、進捗管理や連絡等の会員管理機能を、オンライン講座を運営したい人や団体に向けて一気通貫で提供。2026年から、『協会プラン』提供開始。

販売開始別の流通額推移



導入事例（一部）

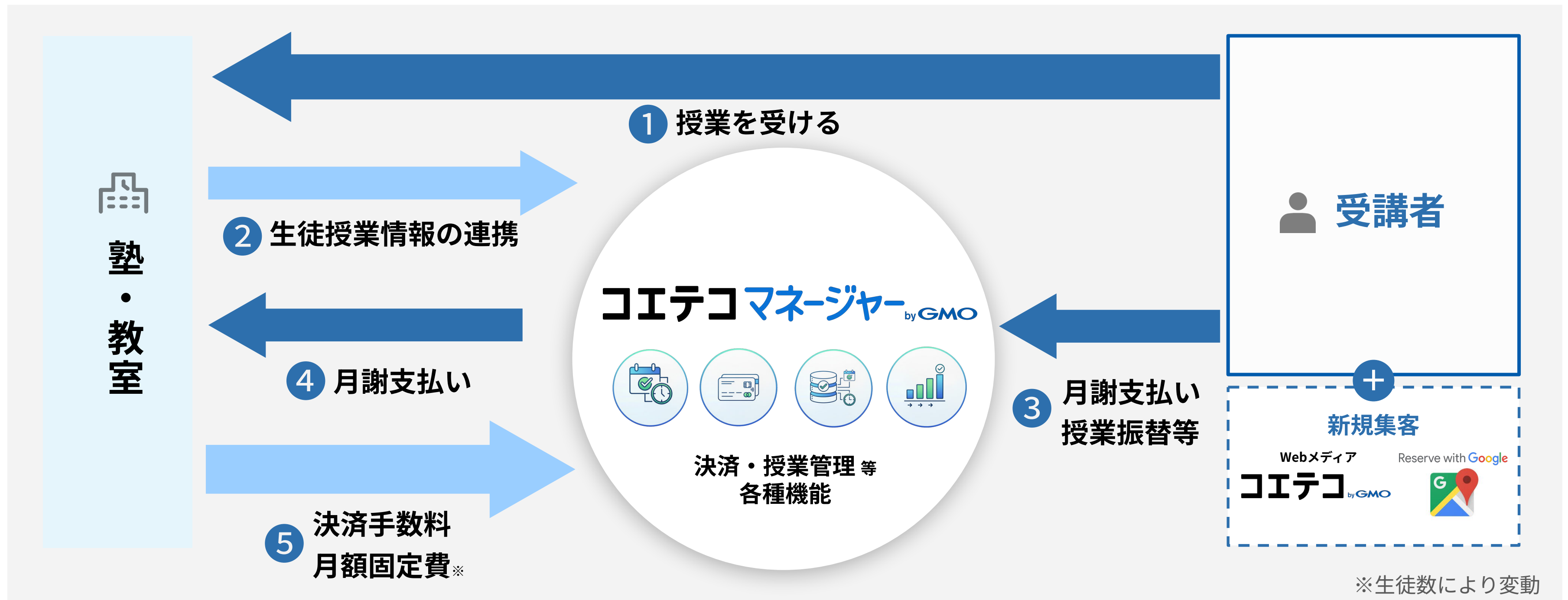
一般社団法人 にいがたヨガ協会様



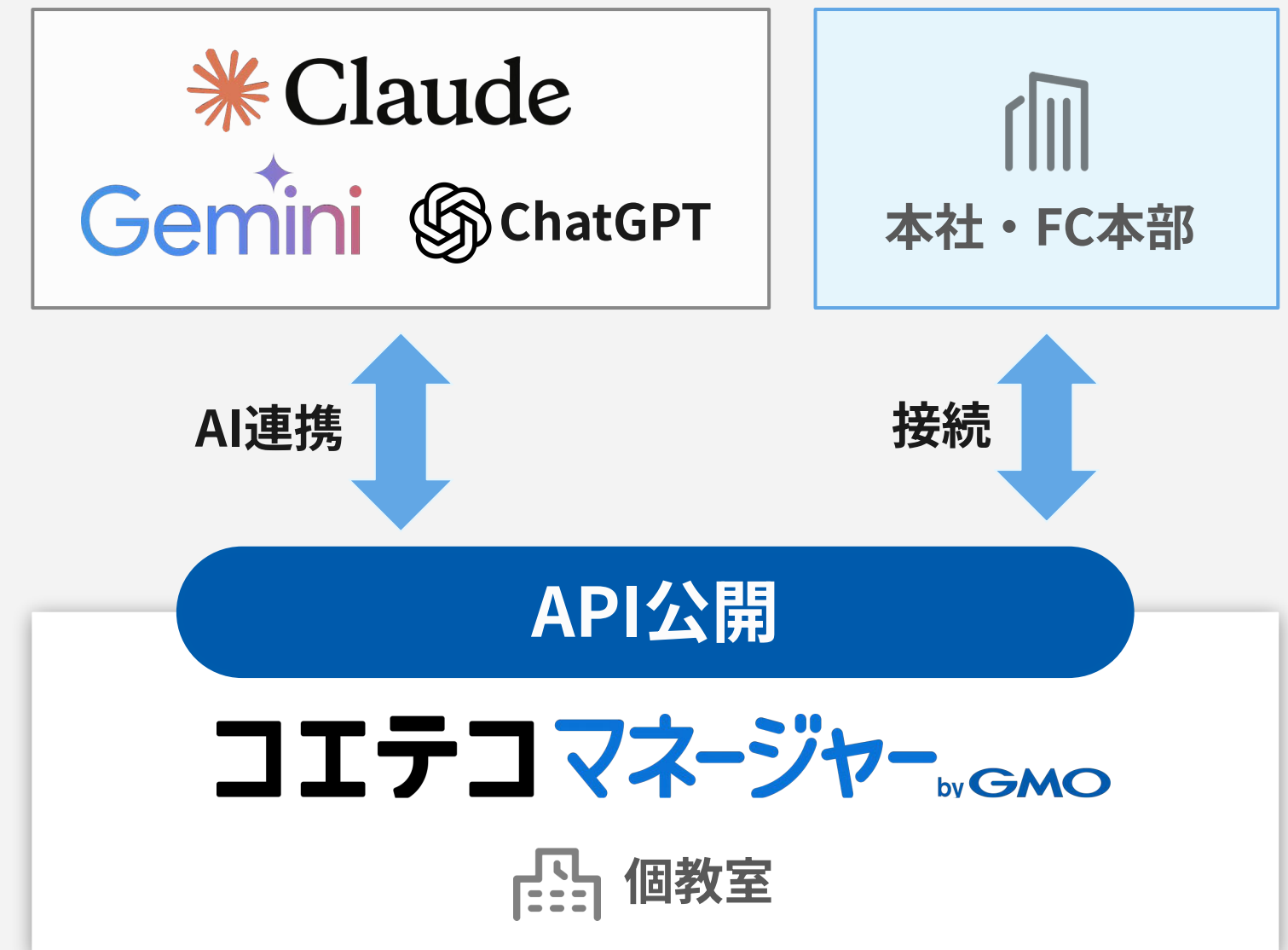
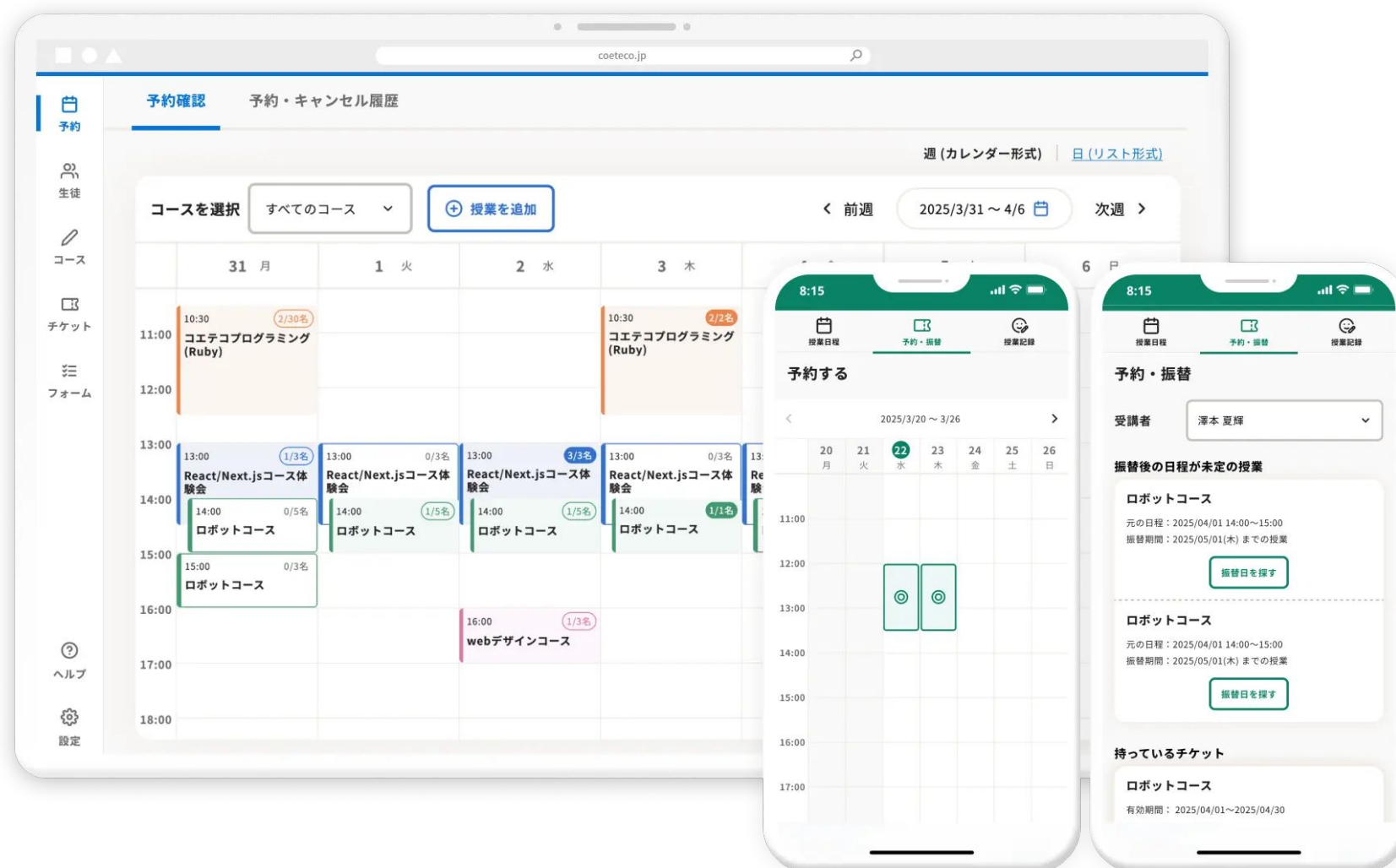
一般社団法人 公共安全推進協会様



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。



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。



補助金対象ツール認定

ストック事業②
コエテコカレッジ by GMO

ストック事業③
コエテコマネージャー by GMO

AIで教育機関運営のDXを支援する、オンライン講座販売管理プラットフォーム「コエテコカレッジ byGMO 協会プラン」およびスクール向け業務管理システム「コエテコマネージャー 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、補助金の対象となる教育機関は、各サービスの導入費用の最大1/2（上限額は公募要領に準拠）の補助金を申請できるように。

The graphic features the GMO MEDIA logo at the top center. Below it, the names of the two services are displayed: 'コエテコマネージャー by GMO' and 'コエテコカレッジ by GMO 協会プラン'. The central text, in large blue characters, reads 'デジタル化・AI 導入補助金 2026 対象ツールに認定'. On the left, a laptop and a smartphone display the 'コエテコマネージャー' interface, which includes a calendar and a list of courses. On the right, a laptop and a smartphone display the 'コエテコカレッジ' interface, showing a course list and a 'アップロード済み動画' (Uploaded video) section.

成長戦略 集客支援

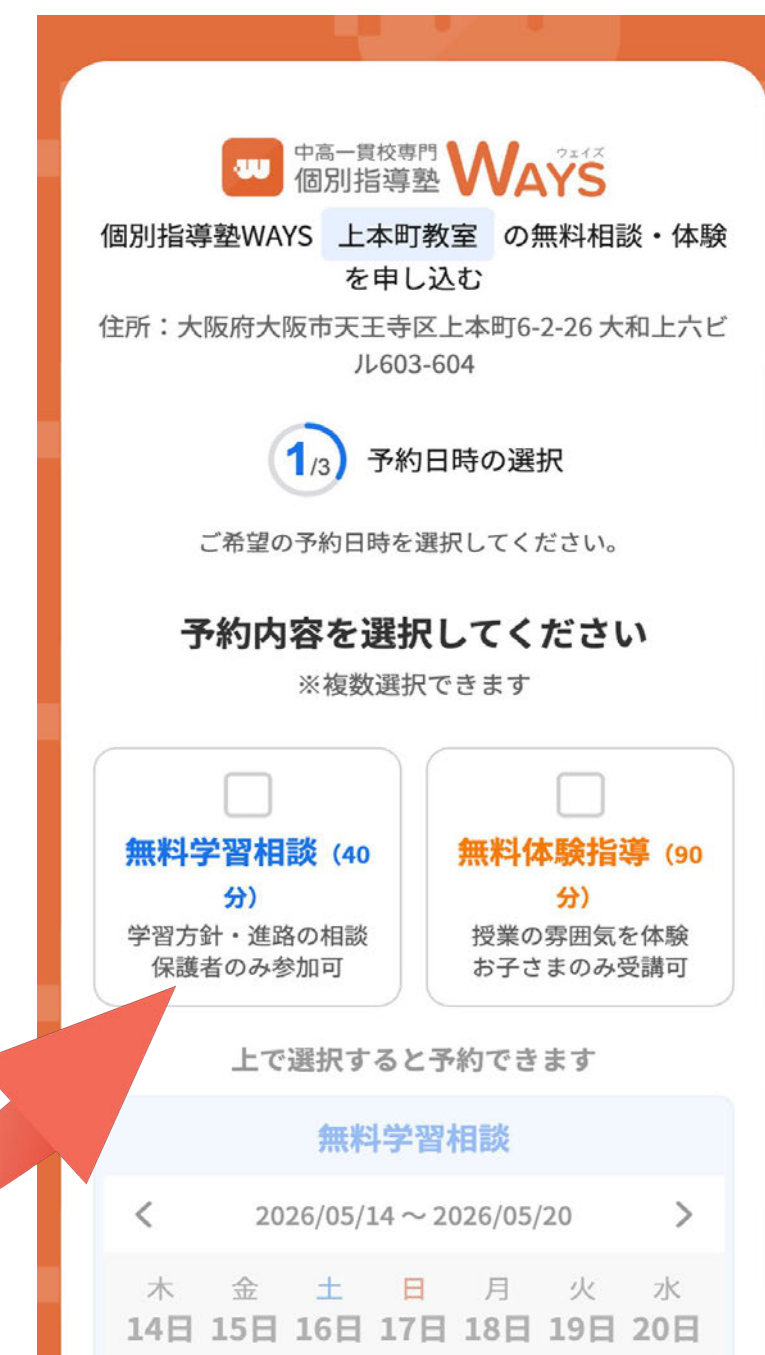
ストック事業④
コエテコリザーブ by GMO

飲食店のみならず、「美容」も「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。
既存の弊社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。



6月末導入済み：857教室・店舗

Reserve with Google



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。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。

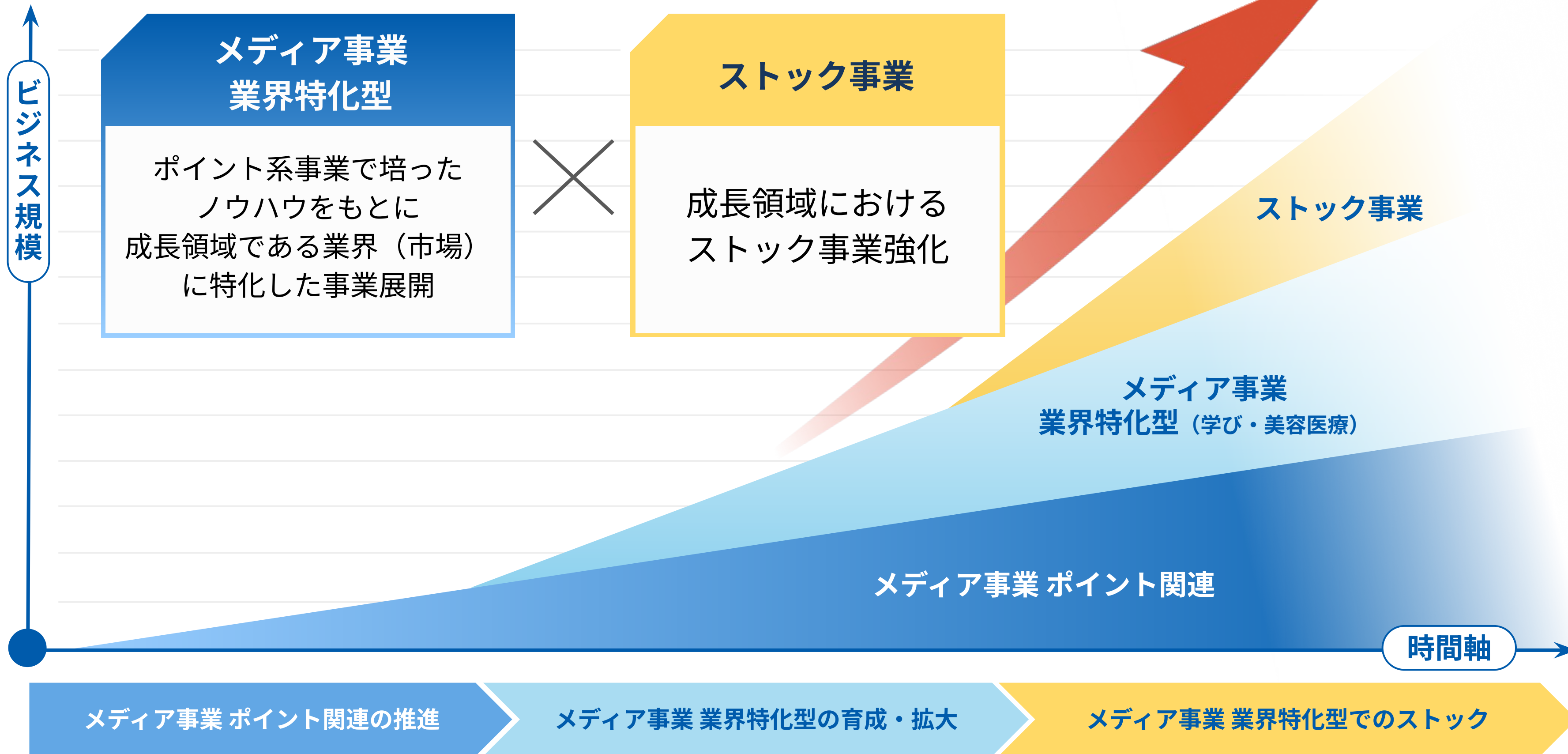
GMOMEDIA
ノウハウを提供

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



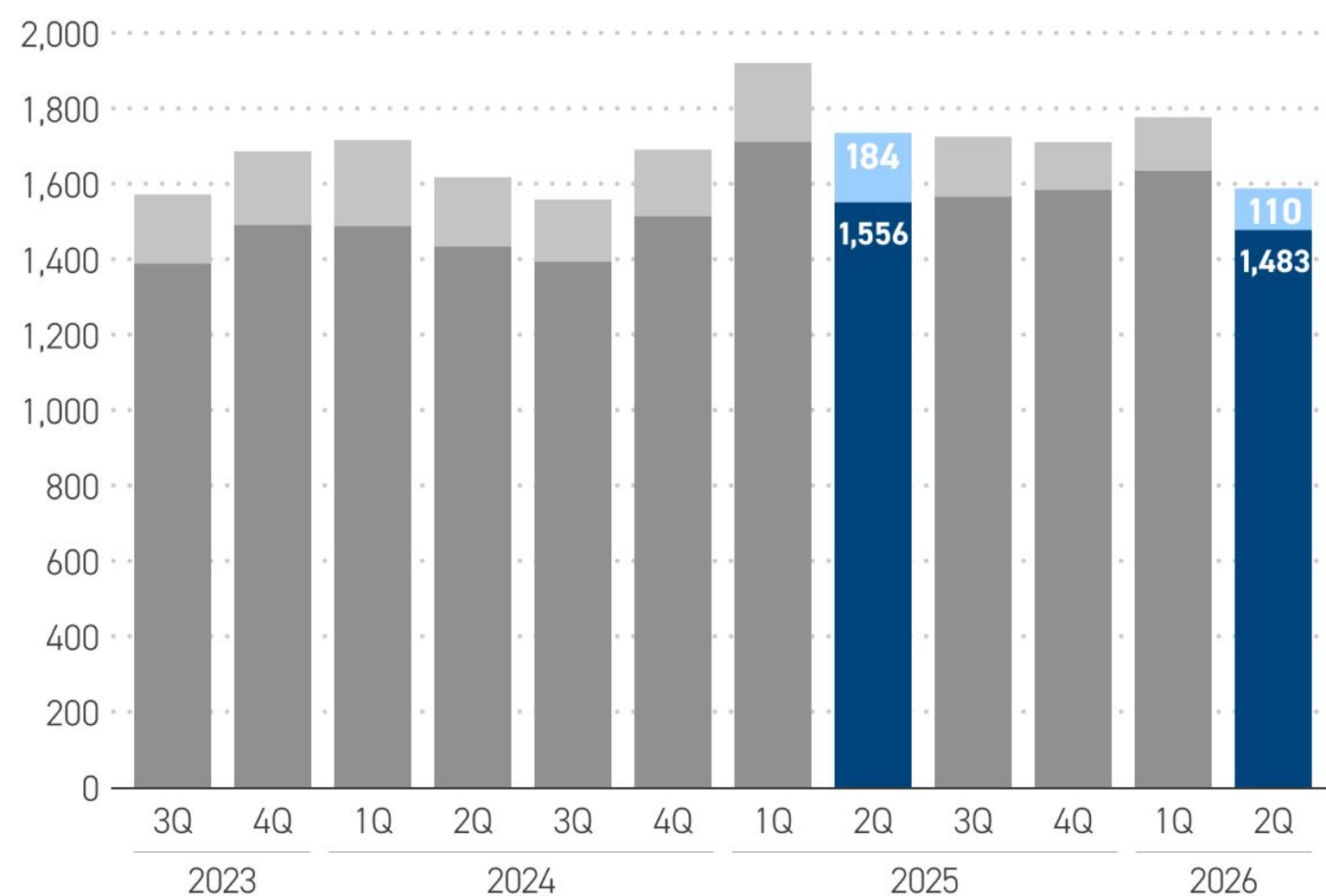
01	決算ハイライト	P.3
02	第2四半期概要	P.6
03	成長戦略	P.15
04	Appendix	P.41

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。

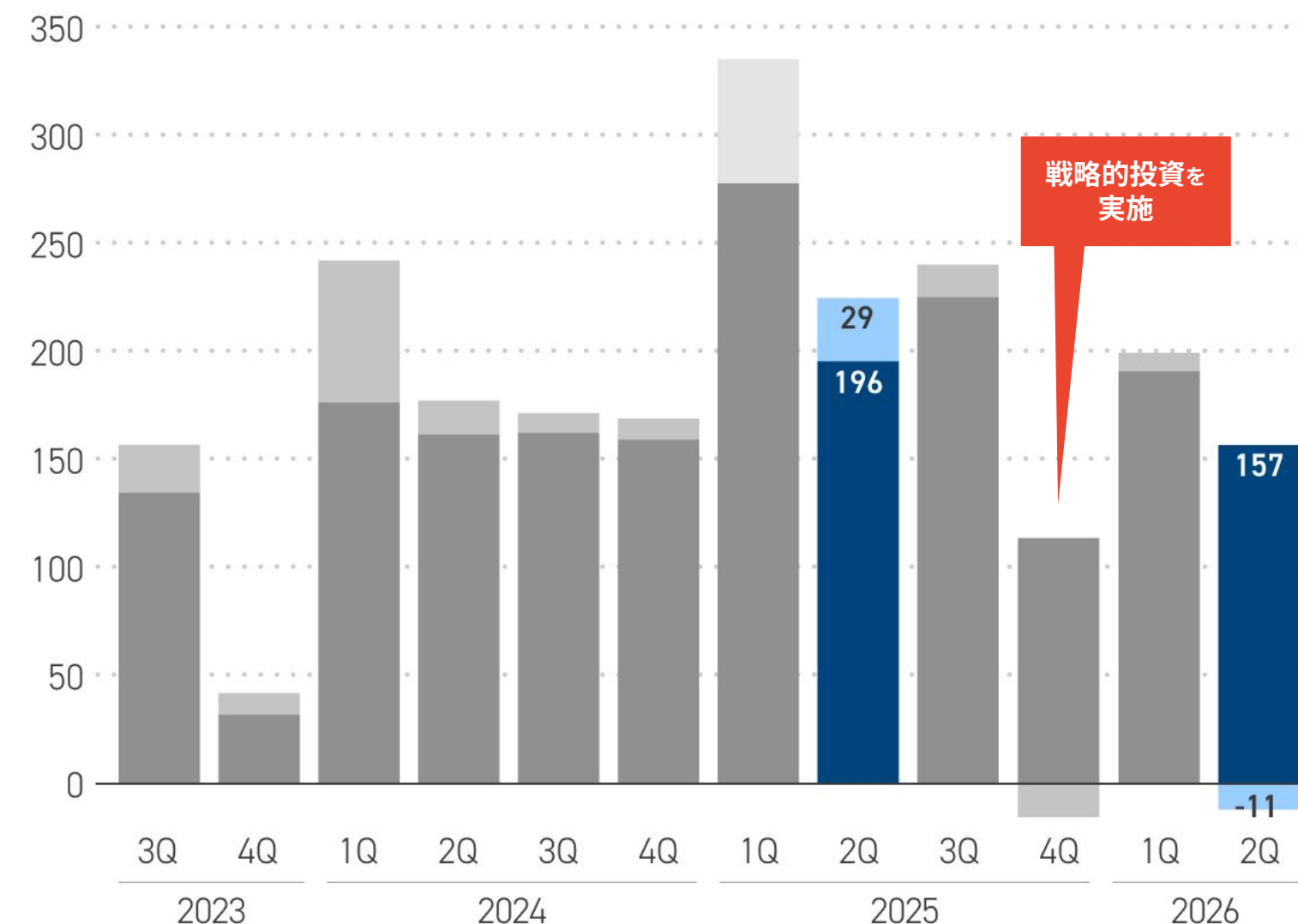
ソリューション事業：事業ポートフォリオ最適化に伴う、戦略的かつ計画的な事業規模の調整。

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

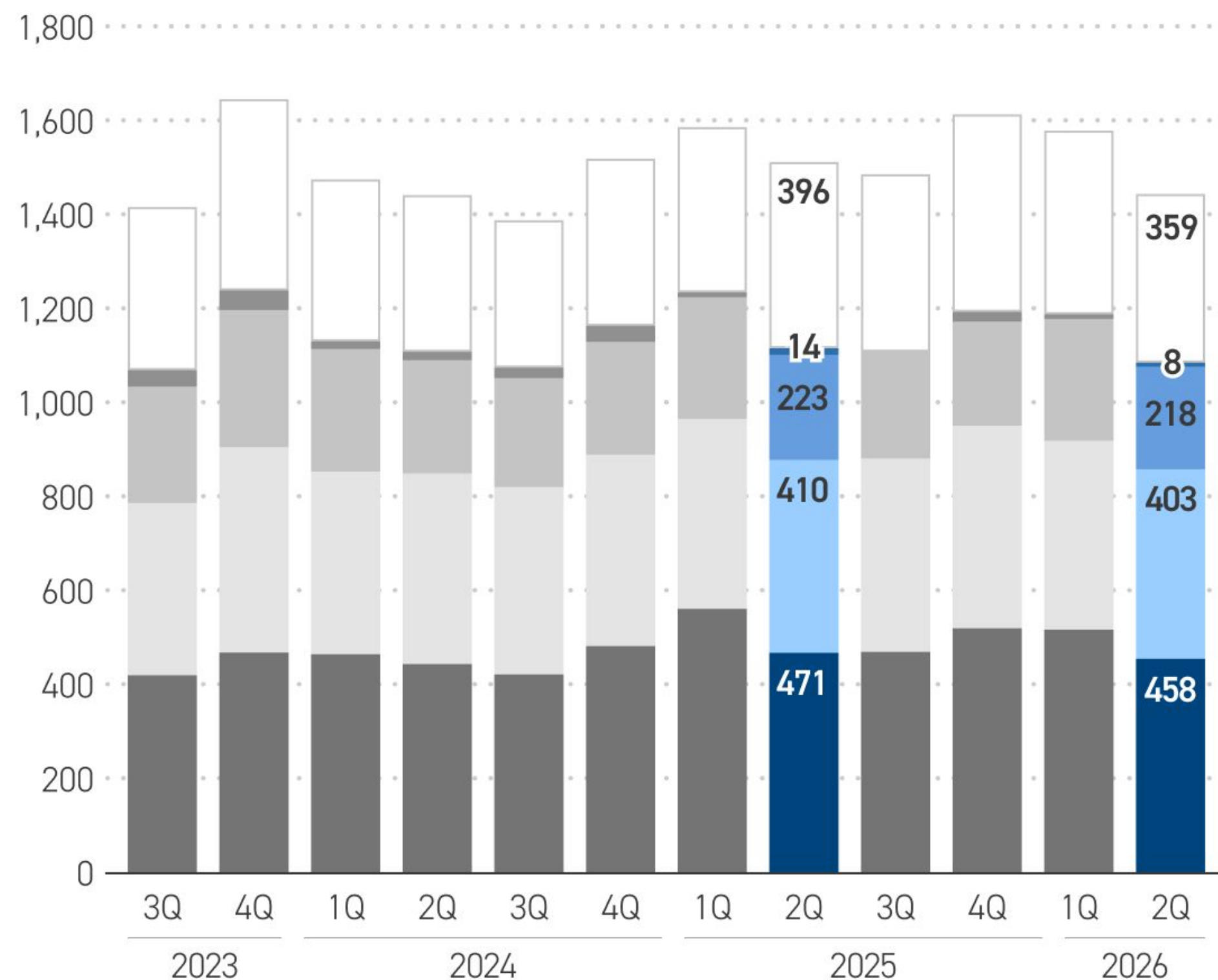


単位：百万円 ■ メディア事業 ■ ソリューション事業

※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 ■ 売上変動費 ■ 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4-6月	2026年4-6月	前年同期比	前年同期比増減要因
売上高		1,741	1,593	▲8.4%	【売上高】 メディア事業 ▲73百万円 (4.7%減) ソリューション事業 ▲74百万円 (40.2%減)
	売上原価	888	876	▲1.3%	
売上総利益		853	717	▲15.9%	【営業費用】 売上変動費 (収益シェア原価) メディア事業 ▲19百万円 (4.0%減) ソリューション事業 +6百万円
	販売費及び一般管理費	627	571	▲8.9%	
営業利益		225	145	▲35.3%	人件費 ▲7百万円 業務委託・外注 ▲12百万円 販促・広告費 ▲10百万円
	営業利益率	12.9%	9.1%	▲3.8pt	
経常利益		223	147	▲33.9%	
親会社株主に帰属する 四半期純利益		185	94	▲48.9%	

※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

引き続き、健全性を維持。

単位：百万円		2026年3月末	2026年6月末	増減率	増減要因
流動資産		4,627	4,542	▲1.8%	現金預金＋97百万円 （関係会社預け金含む） 売掛金▲222百万円
	うち現金預金 関係会社預け金含む	2,876	2,973	+3.3%	
固定資産		1,302	1,272	▲2.2%	ソフトウェア等▲6百万円 のれん▲8百万円 繰延税金資産▲13百万円
総資産		5,929	5,815	▲1.9%	
流動負債		3,030	2,879	▲4.9%	買掛金▲110百万円 未払金▲54百万円 ポイント引当金＋16百万円
	うちポイント引当金	831	848	+2.0%	
固定負債		29	28	▲3.2%	長期借入金▲0百万円
純資産		2,868	2,906	+1.3%	四半期純利益＋94百万円 自己株式取得▲58百万円
	純資産比率	48.4%	50.0%	+1.6pt	
負債及び純資産		5,929	5,815	▲1.9%	

※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2Q）

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	863	69	933
	  	 	
課金取引 関連収益	571	8	580
	  		
その他収益	48	31	80
			
合計	1,483	110	1,593

※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
by GMO



キレイパス
by GMO

ポイント関連

くまポン
by GMO



ゲイアてん
by GMO

PointTown
by GMO



かんたん
ゲームボックス
by GMO

売上高に占める比率：93.0%

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**26.6%**

ソリューション事業

A アイティ
by GMO

GMO リピート

売上高に占める比率：7.0%

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2四半期の実績で計算。

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6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

185地域で**1位**表示

情報充実 ※2026年6月末時点

子ども向けプログラミング
教室掲載数

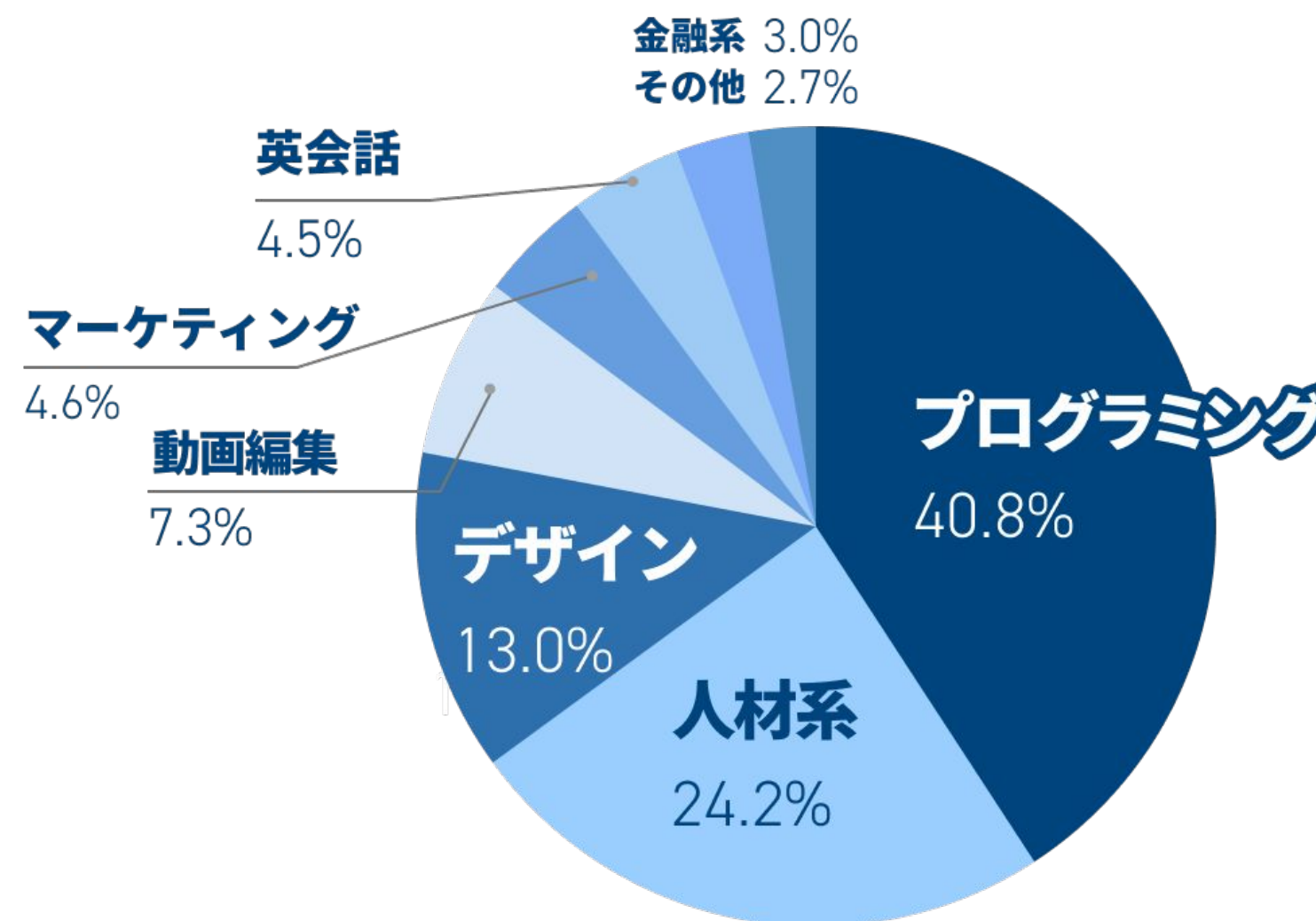
12,947 件



for 社会人

2026年第2四半期

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。



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

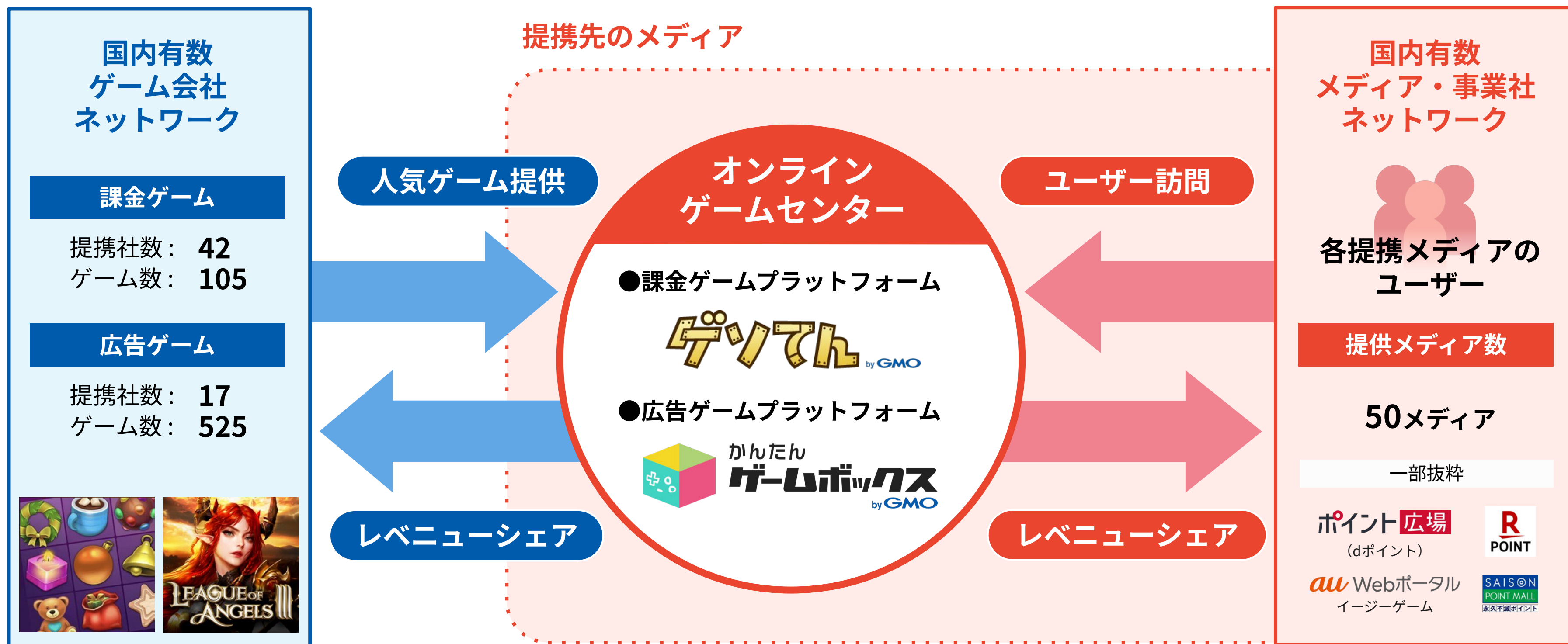


消費者



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。

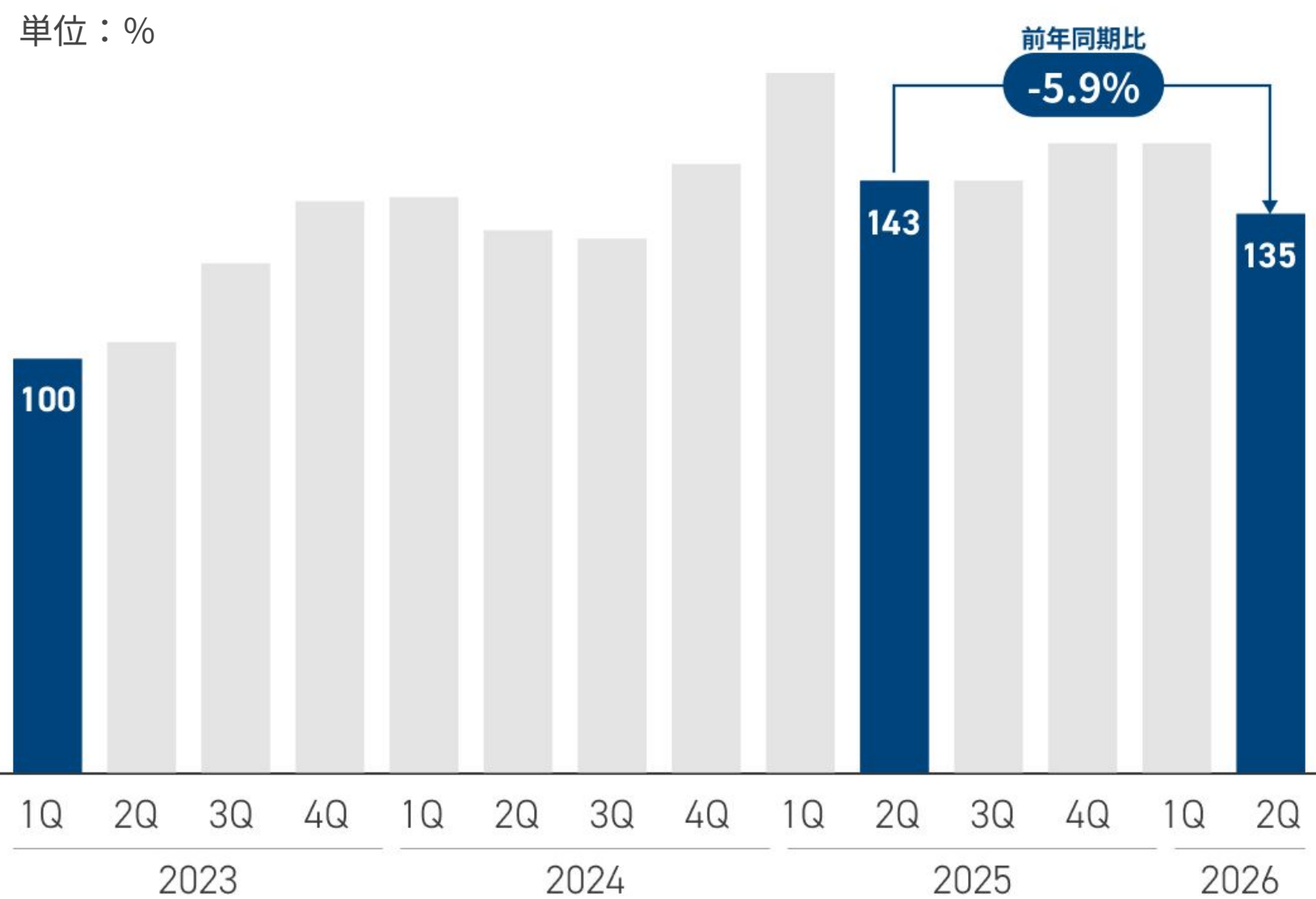


※数値は2026年6月末現在

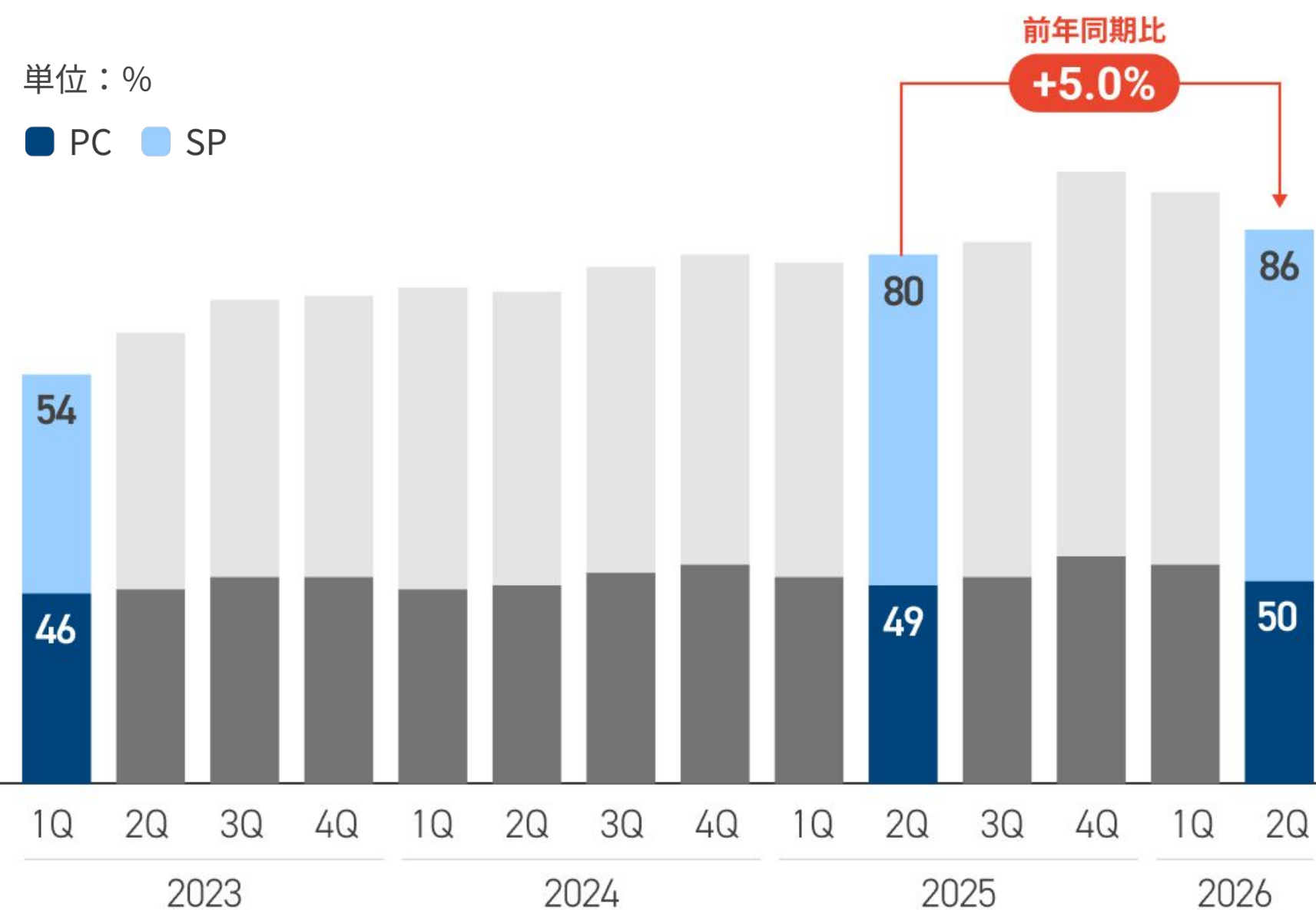
第2四半期概要の補足

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



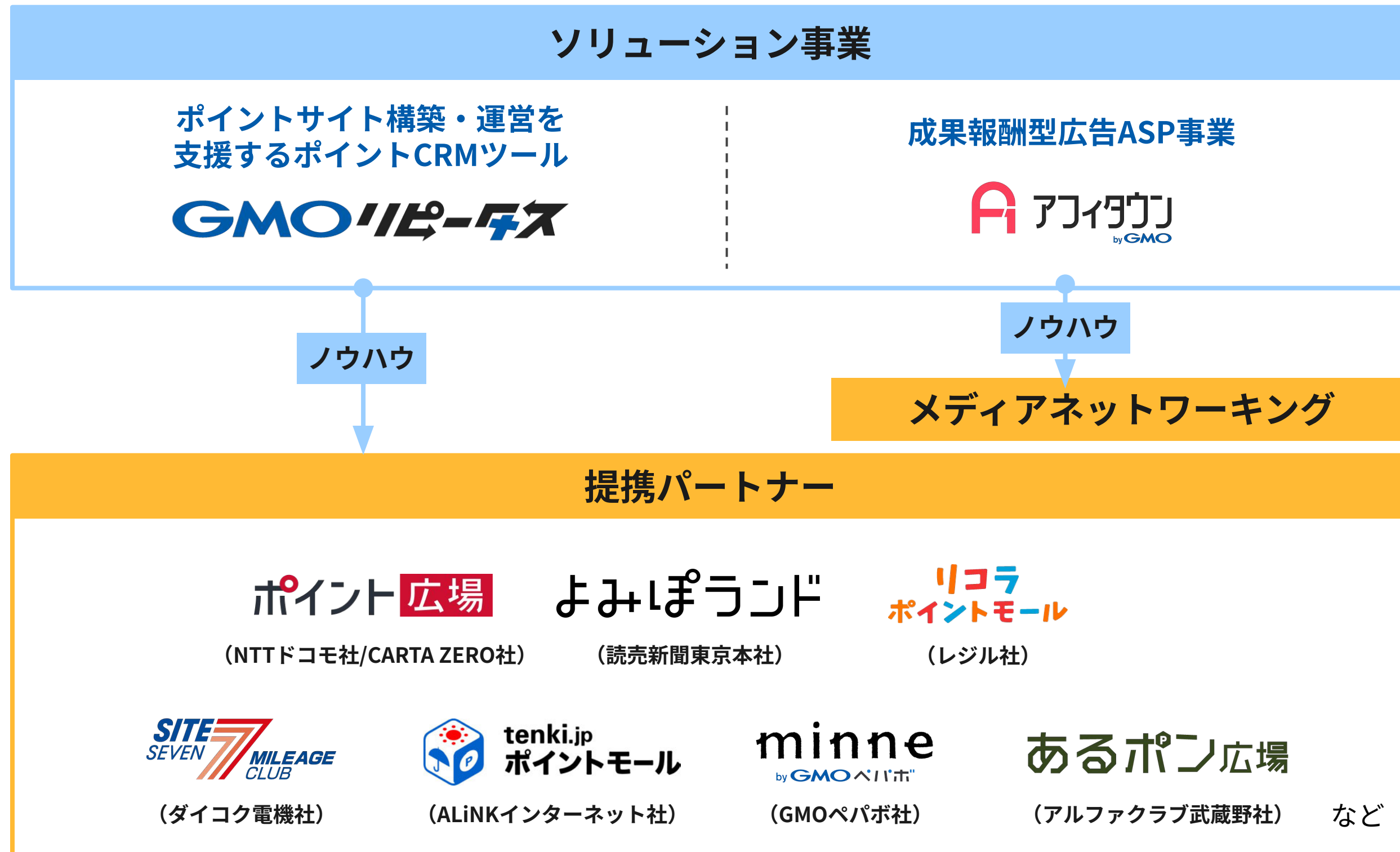
課金ゲーム デバイス別課金額推移



※2023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。

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。

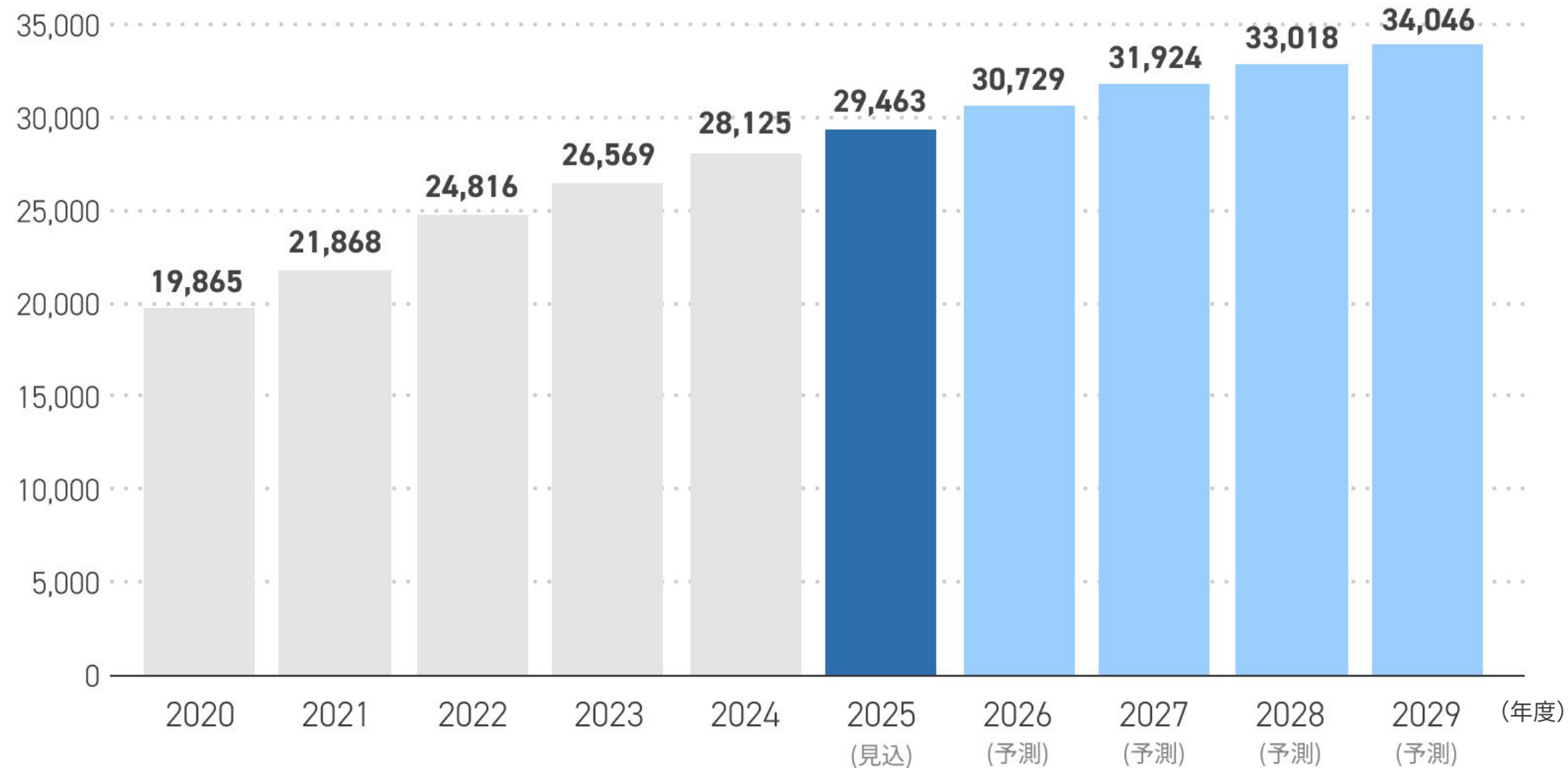


ポイント関連 市場規模

- 「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

※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レージ等を対象とし、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	- 掲載クライアントからの広告収益 - ユーザーからのアイテム購入都度課金&月額課金	「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 - 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	「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 - 引き続き、動画広告市場は堅調に推移
学び	- 教室送客による手数料収益 - 教室からの月額固定収益	- 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 - 共通テスト「情報Ⅰ」実施を経て、難化を受けた対策需要の高度化・定着フェーズへ - 採用市場ではエンジニア職以外でも生成AI活用スキルが必須要件化し、基準が高度化	「GIGAスクール構想」は、端末更新が一巡し、活用・校務DXフェーズへ - 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 - オンラインでの社会人リスキリング需要継続
美容 医療	- クリニック送客による手数料収益 - クリニックからの月額固定収益	- 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フェーズに - 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	- 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が、コスト要因になると同時に、参入障壁に - 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

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

199名^{※1}

作る人^{※2}比率

58.2%

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6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6月末時点

本資料には、2026年8月13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



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



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



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