

2025年12月期  
第3四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

2025年11月12日

# 目次

01	決算ハイライト	P.3
02	第3四半期概要	P.7
03	成長戦略	P.12
04	Appendix	P.26

01	決算ハイライト	P.3
02	第3四半期概要	P.7
03	成長戦略	P.12
04	Appendix	P.26

# エグゼクティブ・サマリー (1-9月)

売上高  
1-9月実績

**5,398** 百万円  
前年同期比 **+9.9%**

営業利益  
1-9月実績

**802** 百万円  
前年同期比 **+35.3%**

## 第3四半期は好調に推移し、 第4四半期は来期へ向けた投資を実施予定

- 開示見通し進捗率：売上高 77.1%、営業利益 87.6%、経常利益 89.2%
- 営業利益率改善：11.0% (2024年3Q) →13.9% (2025年3Q) +2.9Pt
- 美容医療領域：3Qは季節要因を含め痩身系商材が好調
- 好調な美容医療領域の来期成長に向けた投資を4Qに実施

# 対業績予想進捗

来期成長へ向けた投資を含め、業績予想は据え置き。

単位：百万円	2025年業績予想	2025年1-9月実績	進捗率
売上高	7,000	5,398	77.1%
営業利益	915	802	87.6%
経常利益	900	803	89.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	660	592	89.7%

# 対前年比成長

当初の想定を大きく上回り、営業利益は前年同期比+35.3%。

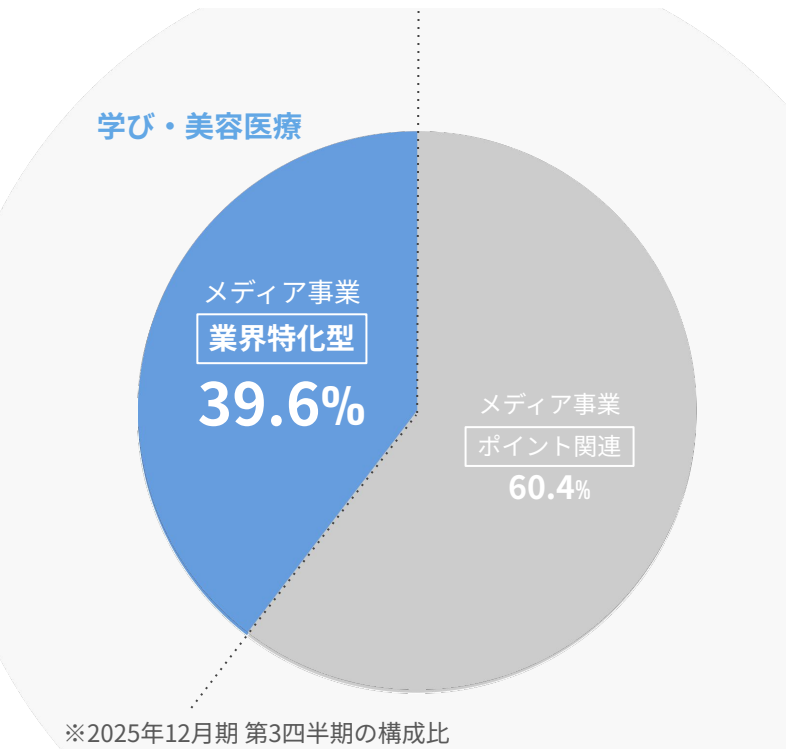
3Qは季節要因等によって瘦身系商材が好調であったため、美容医療関連事業の収益が大きく伸長。

単位：百万円	2024年1月-9月	2025年1月-9月	前年同期比
売上高	4,909	5,398	+9.9%
営業利益	592	802	+35.3%
経常利益	591	803	+35.8%
親会社株主に帰属する 中間純利益	427	592	+38.3%

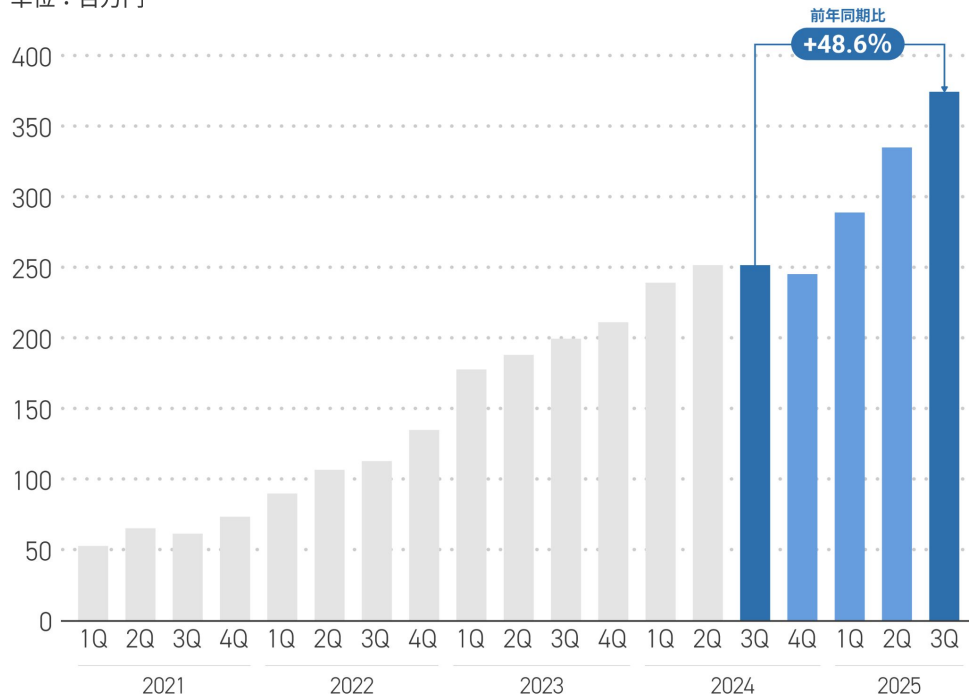
01	決算ハイライト	P.3
02	第3四半期概要	P.7
03	成長戦略	P.12
04	Appendix	P.26

# メディア事業（業界特化型）の売上総利益推移

美容医療関連事業では、全体的に堅調な成長を維持する中、5月の電子カルテ事業譲受および痩身系商材の季節要因による拡大が前年同期比に影響。



単位：百万円

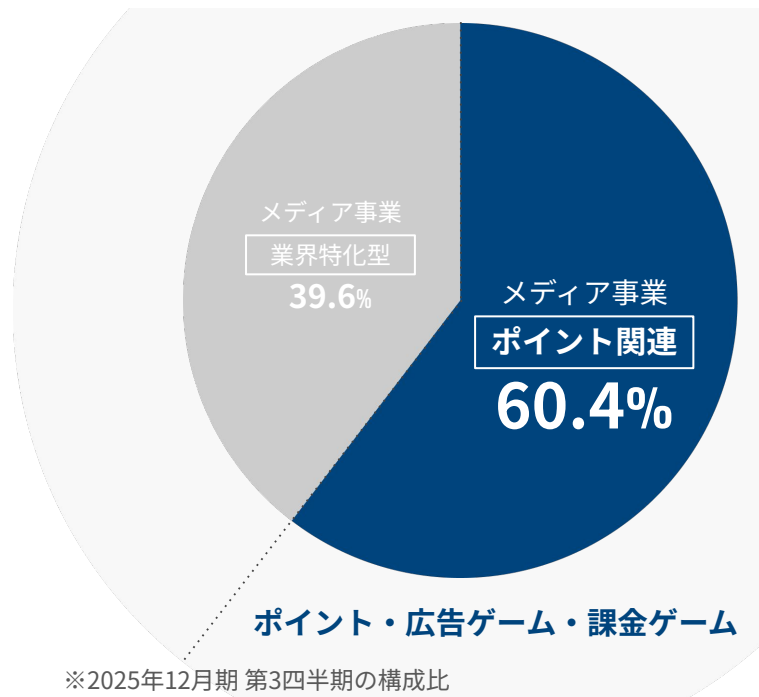




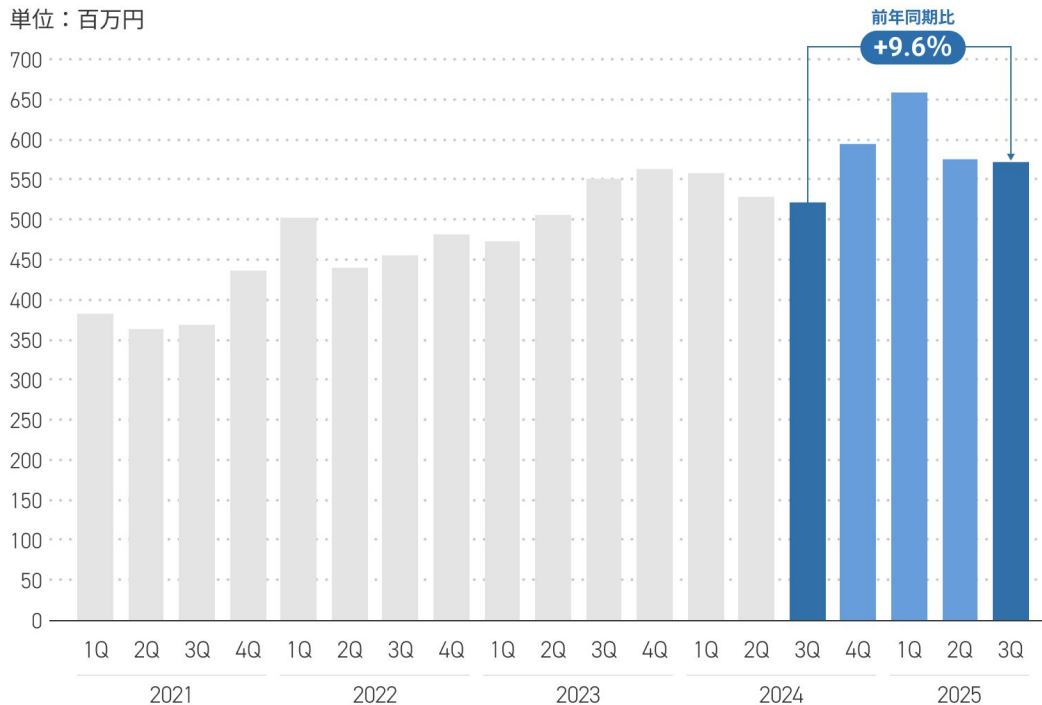
# メディア事業（ポイント関連）の売上総利益推移

ゲームプラットフォーム事業（広告ゲーム・課金ゲーム）が全体の成長を牽引。

「TSUTAYAオンラインゲーム」から「Vポイントゲームパーク」へのユーザー移行も順調に進捗しており、今後の展開が期待される。



単位：百万円



## 「情報Ⅰ」対策として、CBTで次世代型デジタル模試を12月に実施（2025年10月）

2025年1月から大学入学共通テストに本格導入された新科目「情報Ⅰ」対策として、CBT形式と自動採点・集計による迅速な実施レポートの返却が可能な次世代型デジタル模試を2025年12月に実施。最新教材とデジタルを組み合わせることで、生徒と教員の双方を支援し、教育現場の負担軽減と効果的な学習支援を実現。

コエテコStudy, GMO

CBT形式での  
次世代型

情報Ⅰ  
デジタル模試

無料で実施

GMO MEDIA

# トピックス 新たなブラウザゲームプラットフォーム

## ブラウザゲームプラットフォーム「Vポイントゲームパーク」で Vポイントとの連携を開始（2025年9月）

GMOメディアが、「Vポイントゲームパーク」の運営開始と同時に、Vポイントとの連携も開始。カルチュア・エンタテインメントが運営する「TSUTAYAオンラインゲーム」を「Vポイントゲームパーク」へサービス統合。



GMO MEDIA

01	決算ハイライト	P.3
02	第3四半期概要	P.7
<b>03</b>	<b>成長戦略</b>	<b>P.12</b>
04	Appendix	P.26

- ①従来のポイント・ゲームプラットフォーム事業などで培った集客およびリピーターを作る知見とAI・データ活用スキルを、成長（学び・美容医療・+α）領域へ展開し、より高い成長を目指す。
- ②ストック事業の拡大による**安定的成長を実現**する。



## ポイント関連＋業界特化型（学び・美容医療）

メディア事業で培ったノウハウを活かし、成長市場である学び・美容医療領域に特化したサービスを展開。高い市場成長性と独自の強みを掛け合わせることで、事業のさらなる拡大と企業価値の向上を加速させていく。さらに、学び・美容医療に続く、第3、4の領域の開拓を行う。

メディア事業

① 学び関連事業

② 美容医療関連事業

コエテコ  
by GMO

キレイパス  
by GMO

業界特化型

+ 第③、④の領域開拓

ポイント関連

くまポン  
by GMO

PointTown.  
by GMO

ゲソアム  
by GMO

かんたん  
ゲームボックス  
by GMO

ソリューション事業

GMO iE-Plus

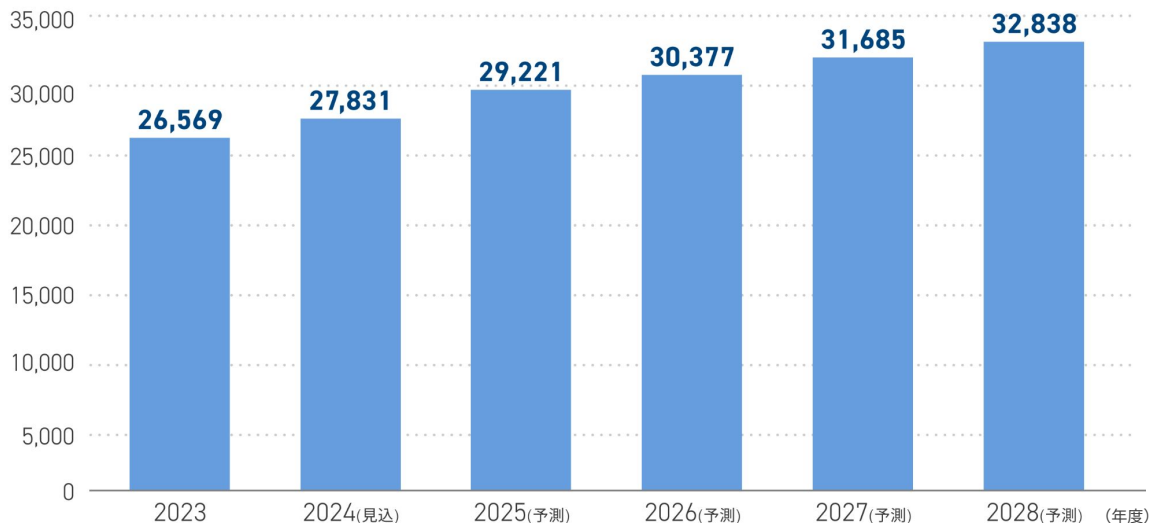
A アイティ  
by GMO

# 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（2024年）」（2024年8月29日）

[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3605](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3605)

※ポイント発行額ベース ※2024年度は見込値、2025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している。

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

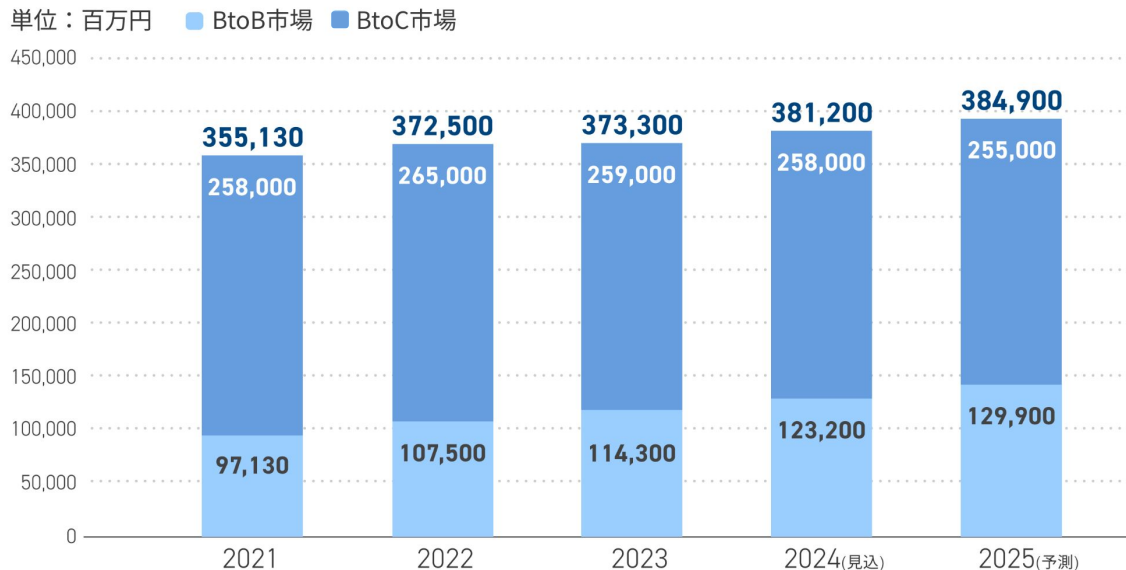




# なぜ『学び』なのか？（市場変化と事業機会）

- IT人材不足という社会（国家）課題→情報教育強化の重要性（2025年から大学共通テストにも採用）
- 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



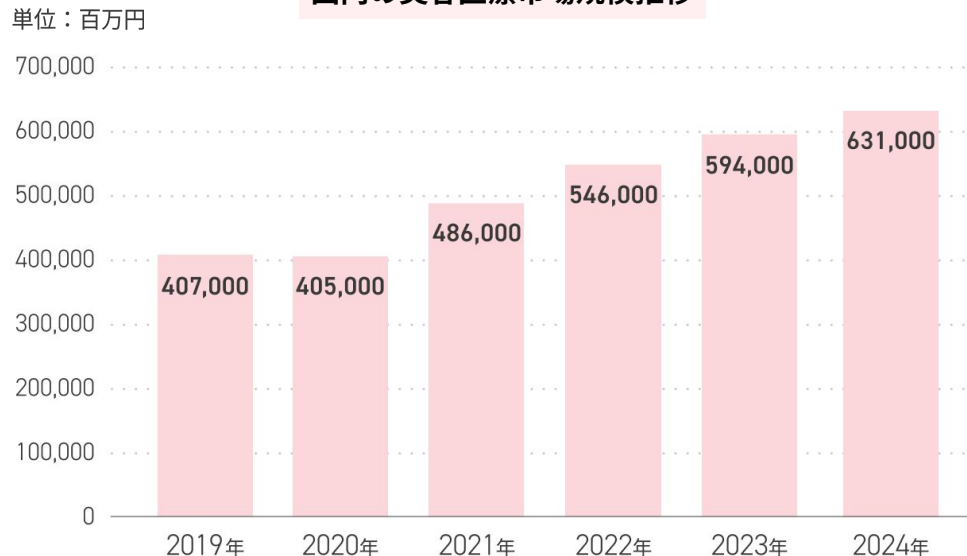
※出典：株式会社矢野経済研究所「eラーニング市場に関する調査（2025年）」（2025年4月22日発表）[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3795](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3795)

※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。

# 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

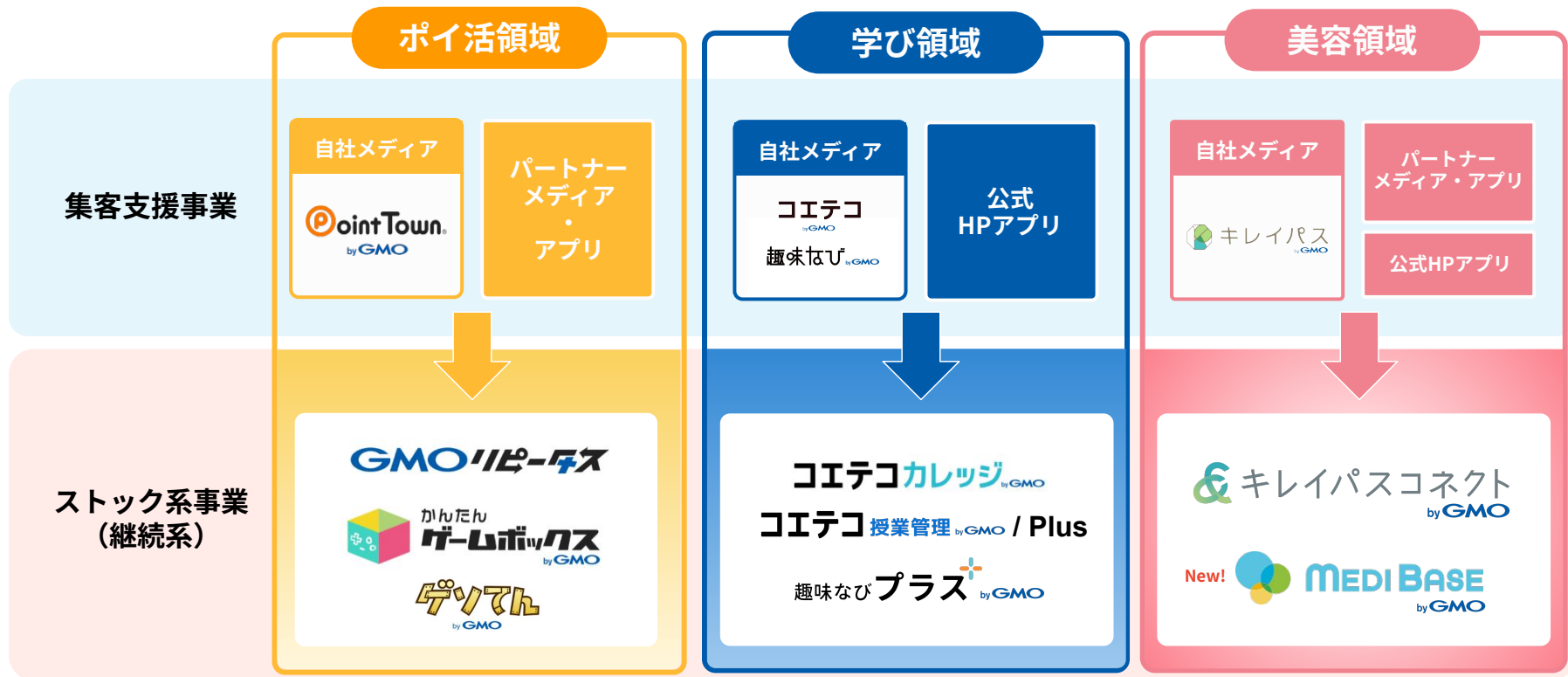
国内の美容医療市場規模推移



※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

集客支援という付加価値を提供するストック系事業を強化

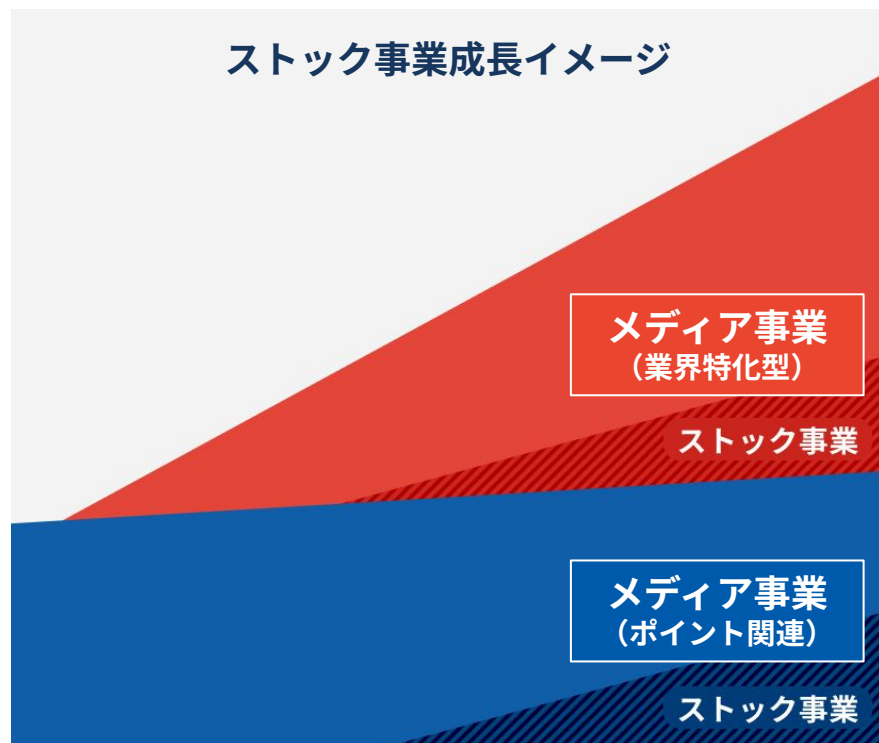


メディア（広告）事業＋利益再現性の高いストック（月額課金）事業強化による安定成長の実現を目指す。

## DX支援事業

	オンライン講座 管理システム
	プログラミング スクール予約管理
	ドローンスクール 予約管理
	美容クリニック 経営支援 プラットフォーム

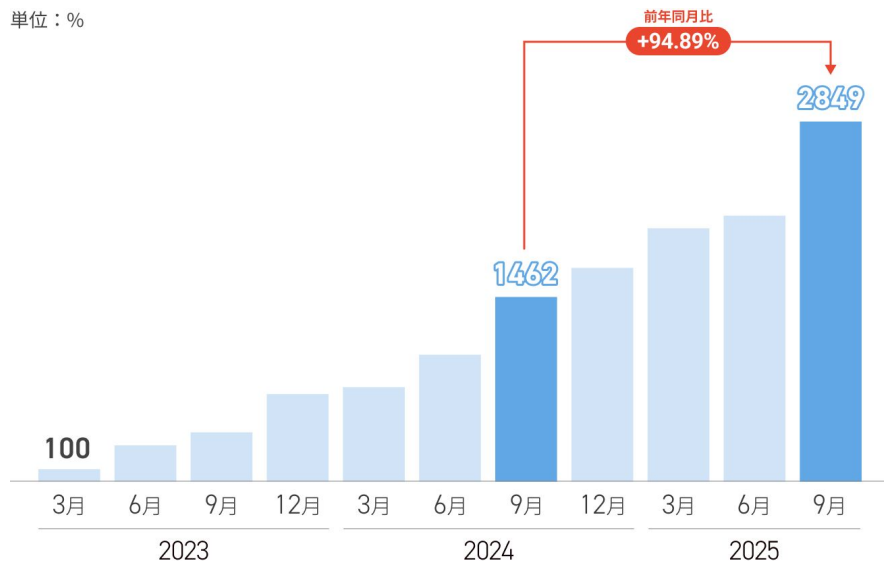
## ストック事業成長イメージ



＜オンライン講座管理システム＞ 講座運営に必要な会員管理や決済等の機能をワンストップで提供。月額会員も順調に増加。AI活用の機能追加を随時行い、利便性の向上を図る。

## 月額固定費+サブスク手数料推移

単位：%



## ユーザー事例：NHK学園様



※2023年3月を100として比較。上記データは概算の数値となります。

<https://college.coeteco.jp/t/n-gaku>

WEB予約から、会計・経営分析まで、一気通貫のオールインワンで提供。



## 1 一括管理

一気通貫で効率的な  
オペレーション



## 2 予約の最適化

予約最適化・リピート施策で  
売上アップ



## 3 LTV最大化

患者さまの満足度向上で  
LTVを最大化



## 4 経営の見える化

経営指標の"見える化"で  
ビジネス成長をサポート



## 5 ペーパーレス化

ペーパーレス化で  
コスト削減&業務効率化



## 6 伴走型サポート

初めてのIT導入でも  
安心の伴走型サポート



## 7 安心セキュリティ

安心・安全な  
セキュリティ体制

# ストック事業（集客支援強化）

国内主要アプリ・webとの連携強化により、クレイパスコネク導入クリニックへの集客支援を更に強化。  
また、クリニックはクレイパスコネクによる一元管理で業務効率アップ。



ユーザー接点

従来



2025年3月～



2025年6月～



2025年10月～



クリニック  
経営支援  
サービス

一元管理



クレイパスコネク  
byGMO

導入クリニックへの集客支援

※今後メディベース導入企業へも検討

# M&A戦略

成長市場でありながら、個別対応が求められる特性からDX化の必要性が高いにも関わらず、業界全体としてDX化が遅れている「学び・美容医療」領域をスコープに、今後大きな成長が見込まれる事業や法人への投資を計画。なお2025年度（5月）には、美容クリニック向け電子カルテサービスのストック事業を譲受済み。

GMO MEDIA  
ノウハウを提供

大きな成長が見込まれる

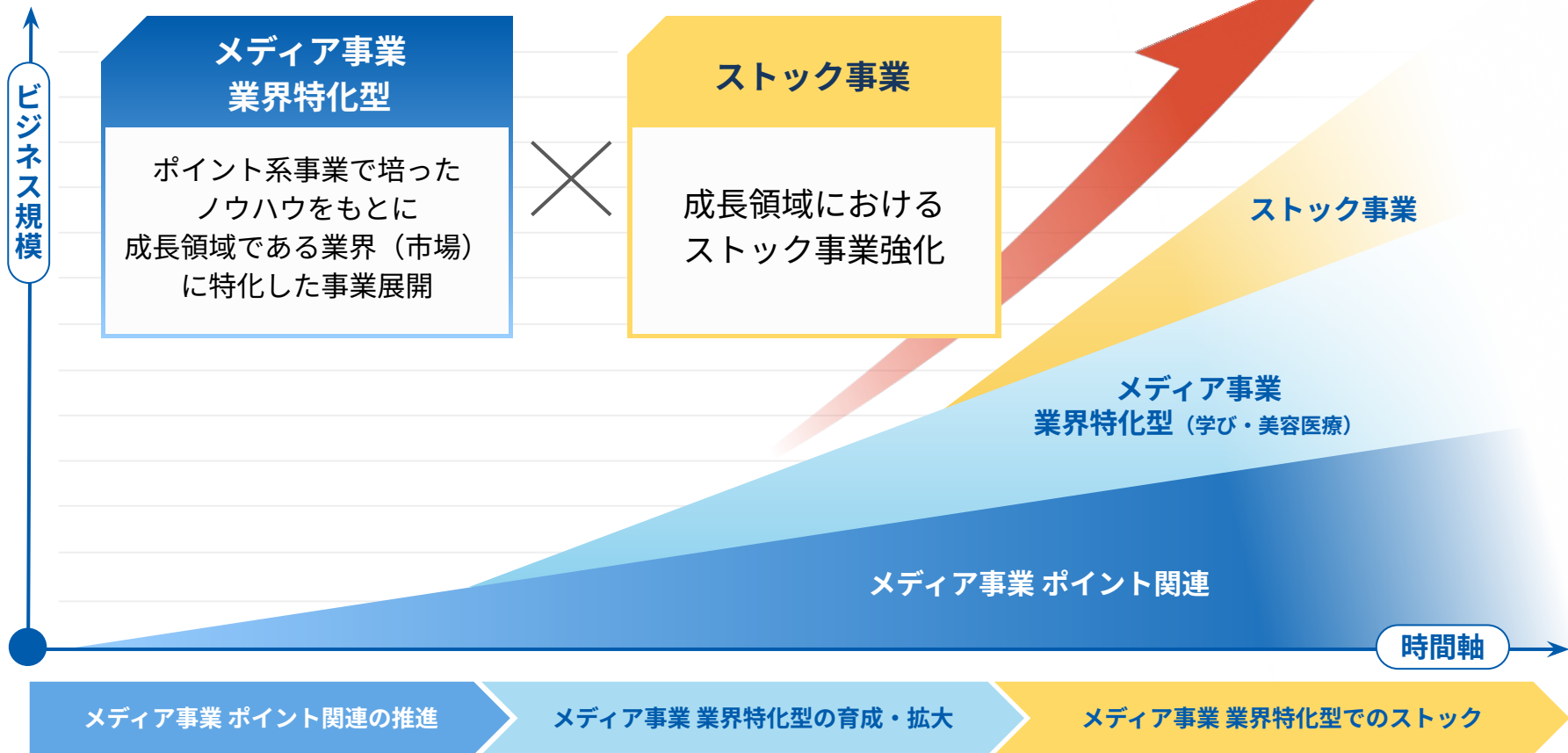
集客・リピーターに課題

学び・  
美容医療

学び・  
美容医療



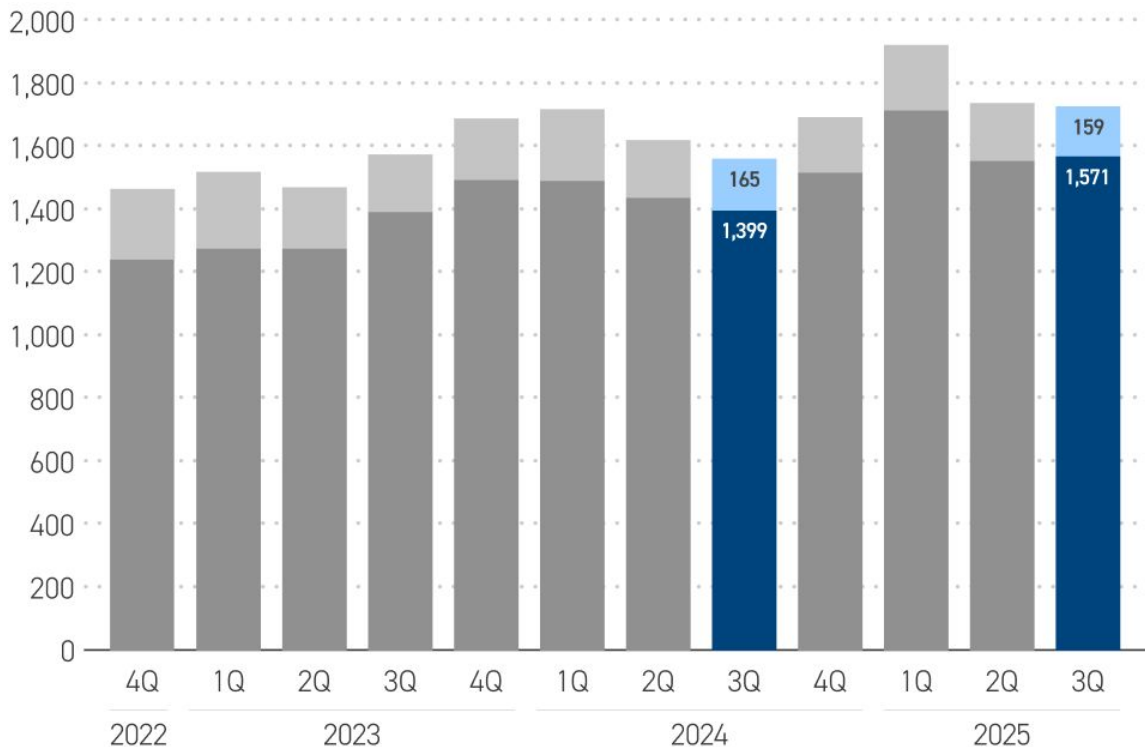
# 成長イメージ



01	決算ハイライト	P.3
02	第3四半期概要	P.7
03	成長戦略	P.12
04	<b>Appendix</b>	<b>P.26</b>

## セグメント別売上高推移

単位：百万円 ■ メディア事業 ■ ソリューション事業



## 前年同期比較

## ■メディア事業

+12.3%

ゲームプラットフォーム事業  
（広告ゲーム・課金ゲーム）と  
美容医療関連事業が順調に推  
移。

## ■ソリューション事業

▲3.6%

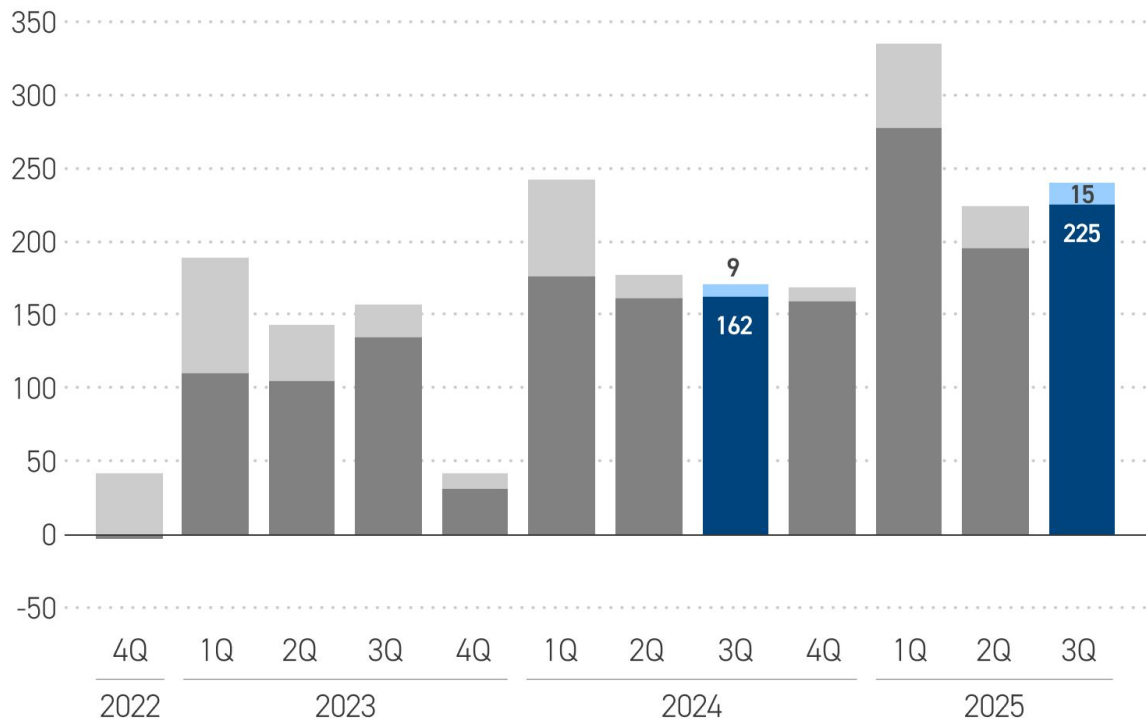
集客およびリピート利用ソ  
リューション事業は順調に推移  
した一方、アフィリエイト事業  
の減少影響により、前年同期比  
ではややビハインド。

※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。

## セグメント別営業利益推移

単位：百万円

■ メディア事業 ■ ソリューション事業



## 前年同期比較

## ■メディア事業

+38.5%

美容医療関連事業が季節要因により好調でメディア事業全体の成長を牽引。

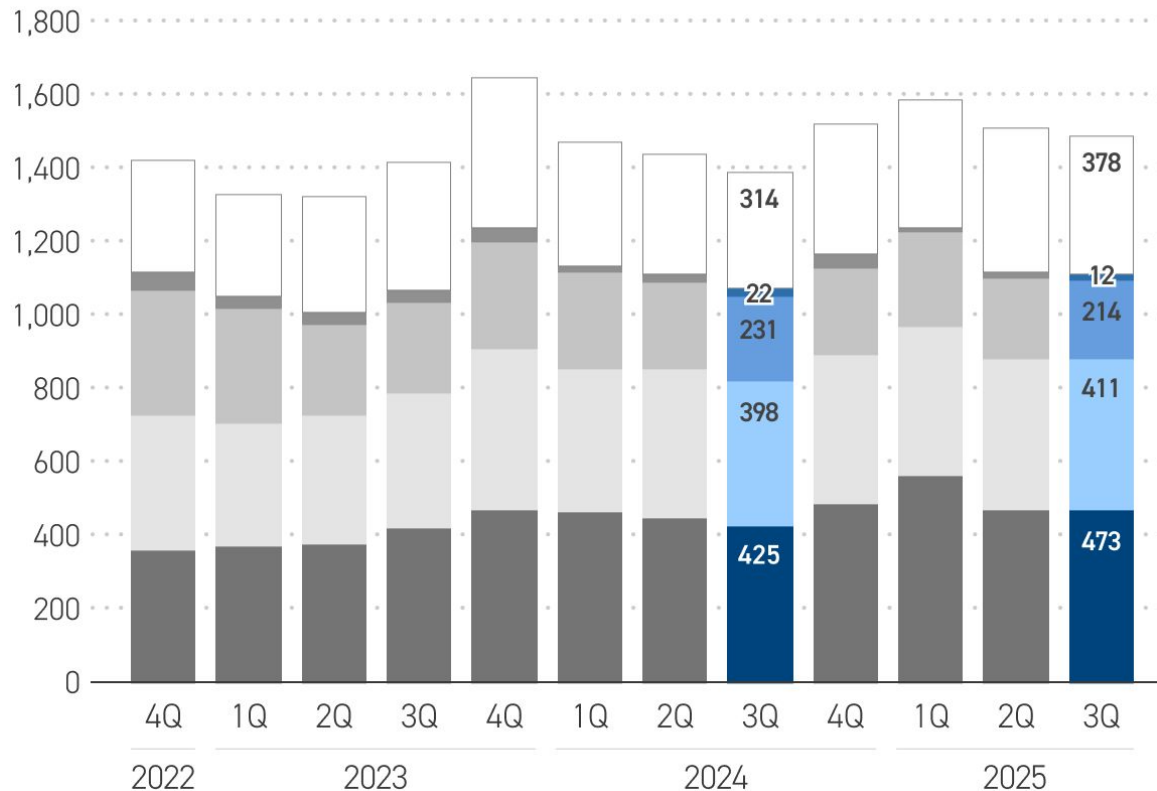
## ■ソリューション事業

+65.1%

※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

販売促進費や広告宣伝費は、ほぼ横這いで推移。

人員は増やしていないものの、リスクリング支援手当や優秀人材確保のため、人件費は微増。

引き続き、AIやRPAの活用により生産性の向上を目指す。

# 連結損益計算書

引き続き、ゲームプラットフォーム事業と美容医療関連事業の成長が増収増益をけん引。

単位：百万円	2024年7-9月	2025年7-9月	前年同期比	前年同期比増減要因
売上高	1,564	1,730	+10.6%	【売上高】 メディア事業 +172百万円(12.3%増) ソリューション事業 ▲6百万円(3.6%減)
売上原価	862	898	+4.0%	
売上総利益	701	832	+18.7%	【営業費用】 売上変動費(収益シェア原価) メディア事業 +39百万円(9.1%増) ソリューション事業 +1百万円(30.2%増) ポイント原価(販促費) ▲35百万
販売費及び 一般管理費	529	591	+11.8%	
営業利益	172	240	+39.9%	
営業利益率	11.0%	13.9%	+2.9pt	
経常利益	171	245	+43.3%	販売促進費 +25百万円 のれん償却 +6百万円 趣味なび販管費 +16百万円(新) メディベース販管費 +5百万円(新)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	125	163	+29.9%	

※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。総資産は1.6%成長の62億円。

単位：百万円	2025年6月末	2025年9月末	増減率	増減要因
流動資産	4,713	4,880	+3.5%	現金預金+172百万円 (関係会社預け金含む)
うち現金預金 関係会社預け金含む	3,112	3,285	+5.5%	
固定資産	1,409	1,340	▲4.8%	のれん▲11百万円 ソフトウェア▲13百万円 繰延税金資産▲43百万円
総資産	6,122	6,220	+1.6%	
流動負債	3,148	3,084	▲2.0%	営業債務▲26百万円 未払法人税等▲69百万円 ポイント引当金▲11百万円
うちポイント引当金	838	827	▲1.3%	
固定負債	69	66	▲4.6%	長期借入金▲3百万円
純資産	2,904	3,070	+5.6%	四半期純利益163百万円
純資産比率	47.4%	49.4%	+1.9pt	
負債及び純資産	6,122	6,220	+1.6%	

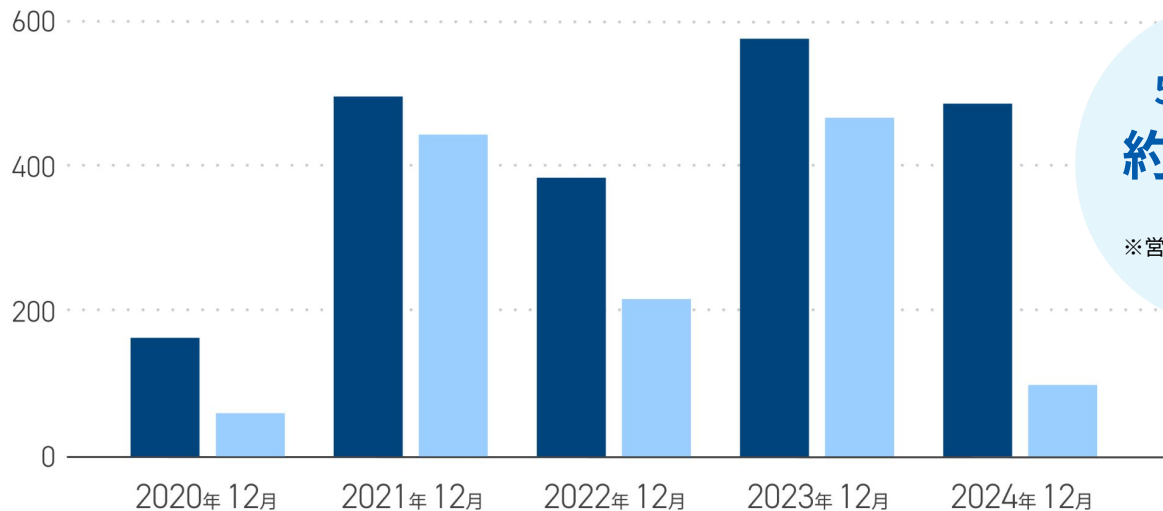
※増減表示は表示桁数未満を考慮して計算しておりますので、上記の値で計算した場合と差異がございます。

# 安定したキャッシュの創出

営業キャッシュフロー・フリーキャッシュフローともに5期連続でプラス達成し、安定したキャッシュ創出モデルを確立。これらのキャッシュを活用して、中長期的な企業価値向上と株主リターンの最大化を目指す。

## キャッシュフロー推移

単位：百万円 ■ 営業キャッシュフロー ■ フリーキャッシュフロー



5期で累計  
約**21億円**  
を創出

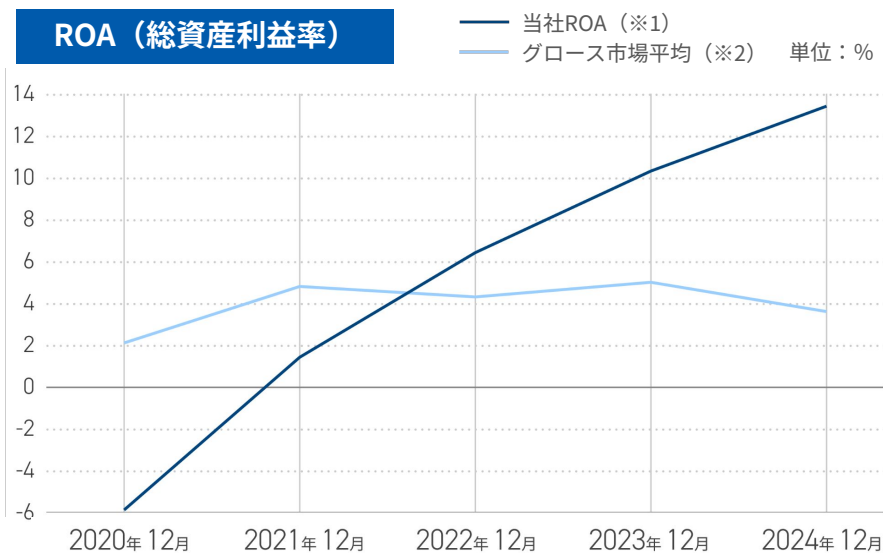
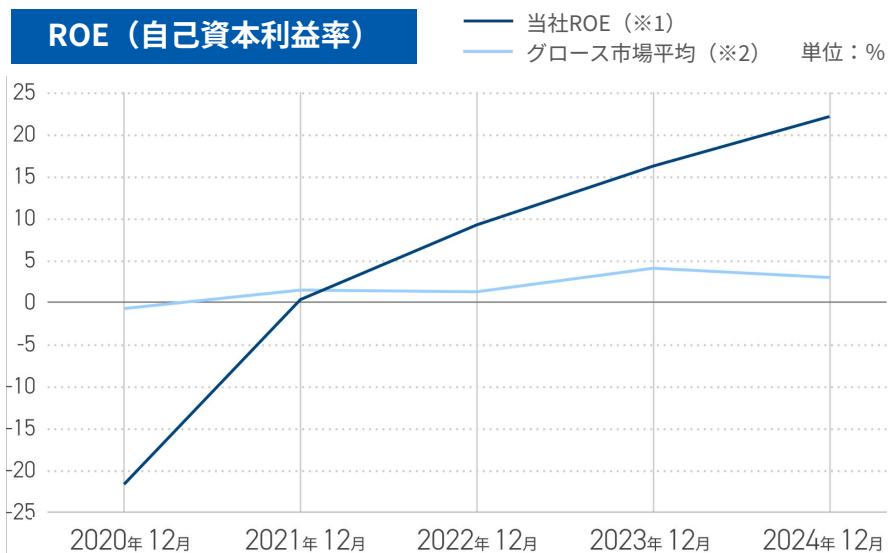
※営業キャッシュフロー

※営業キャッシュフローは上場来黒字を継続



# 資本効率の継続的向上

5年間で資本効率が大幅に改善し（ROE：+43.8pt、ROA：+19.3pt）、直近2期は2桁台へ到達。  
ゲームプラットフォーム事業の安定成長に加え、高利益率の業界特化型事業の収益フェーズへ移行による、  
資産効率の継続的改善が実現。



※1：2020年12月期～2024年12月期の数値を採用。

※2：2021年3月期～2025年3月期の数値を採用。2021年3月期（2020年）、2022年3月期（2021年）はマザーズ市場の平均値。

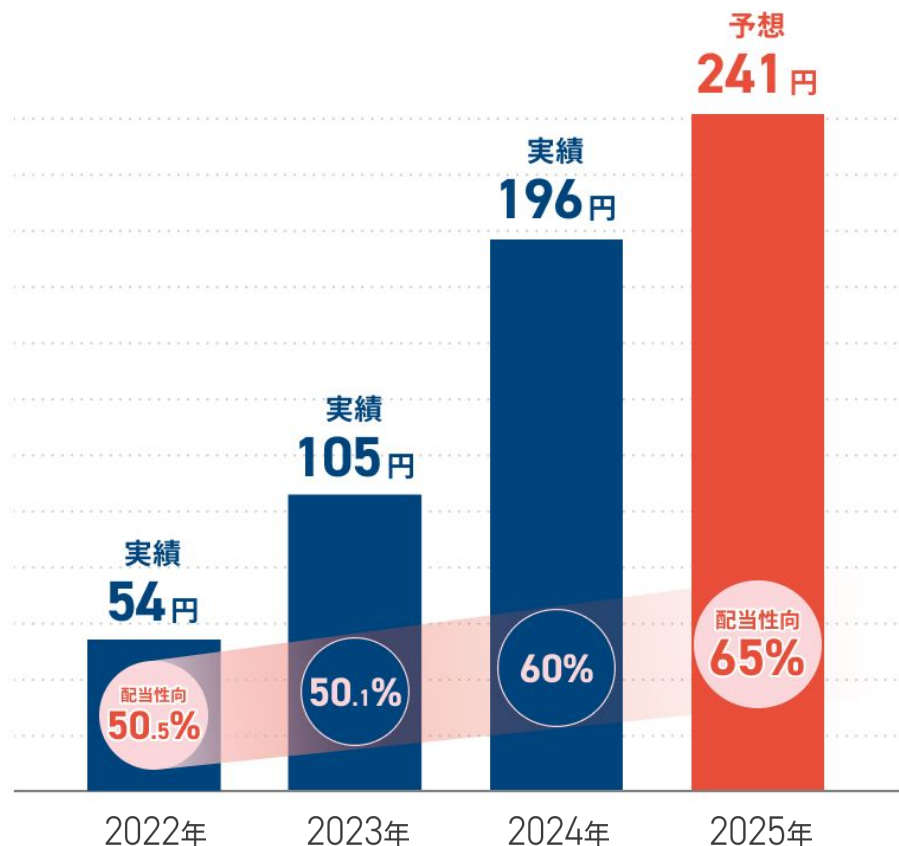
# 株主還元（配当）

2025年12月期より、配当性向の方針を従来の**50%**から**65%**へ引き上げ、株主還元を拡大し、この3年間で配当額は約4.5倍に。





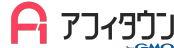




安定的なキャッシュフロー創出を背景に成長投資と株主還元の双方を両立。

## サマリー

- 3期連続の大幅増配
- 2025年度も過去最高を更新予定
- 配当性向は65%に



## セグメント毎の収益配分（2025年3Q）

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	916   	96  	1,012
課金取引 関連収益	588   	10	599
その他収益	66	52 	118
合計	1,571	159	1,730

※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



ポイント関連



## 売上高に占める比率：90.8%

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

2025年度の売上高のうち、業界特化型事業が占める割合は**23.6%**

## ソリューション事業



## 売上高に占める比率：9.2%

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2025年12月期第3四半期の実績で計算。

プログラミング教室の検索上位表示地域数等、一部SEOのマイナスがみられ、引き続きSEO強化。  
また、AI検索へのユーザー移行傾向を重視し、AI検索対応研究継続。検索流入に依存しない事業（ストックの強化）比率の拡大を進める。

## for 子ども（保護者）

検索上位表示 ※2025年9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

**180地域**で**1位**表示

情報充実 ※2025年9月末時点

子ども向けプログラミング  
教室掲載数

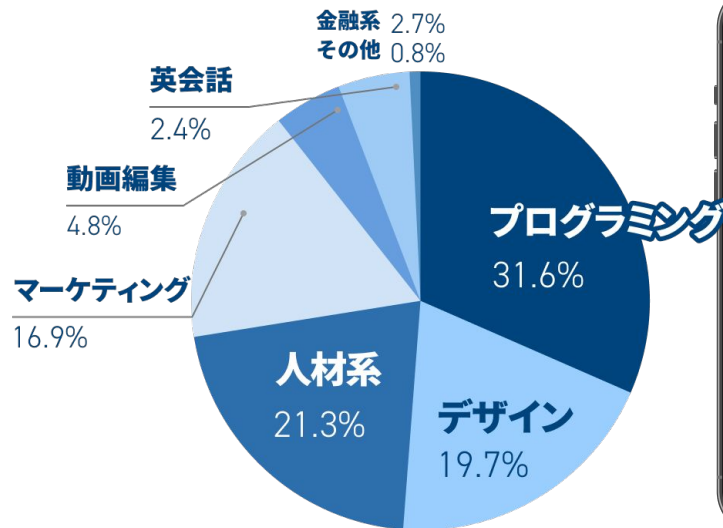
**13,425**件



## for 社会人

## 2025年第3四半期

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3四半期概要の補足

美容の悩みや希望のエリアなどを選択するだけで、自分に最適なチケットを見つけられる美容医療の検索・予約サービス。



App Storeの評価：4.7 ※2025年10月末現在

### 特徴

- チケット購入～予約～来院時の受付まで可能
- 自分にぴったりのチケットが簡単に見つかる  
(エリアから、キーワードから、悩みの部位からなどの柔軟な検索が可能)
- 事前決済で、施術当日に追加料金を請求される心配なし
- 簡単Web予約と事前払いで、クリニック検索から支払いまで全部簡単
- 最新の施術やお手頃価格のチケットも豊富
- 口コミを見ながら比較検討した上で購入できる

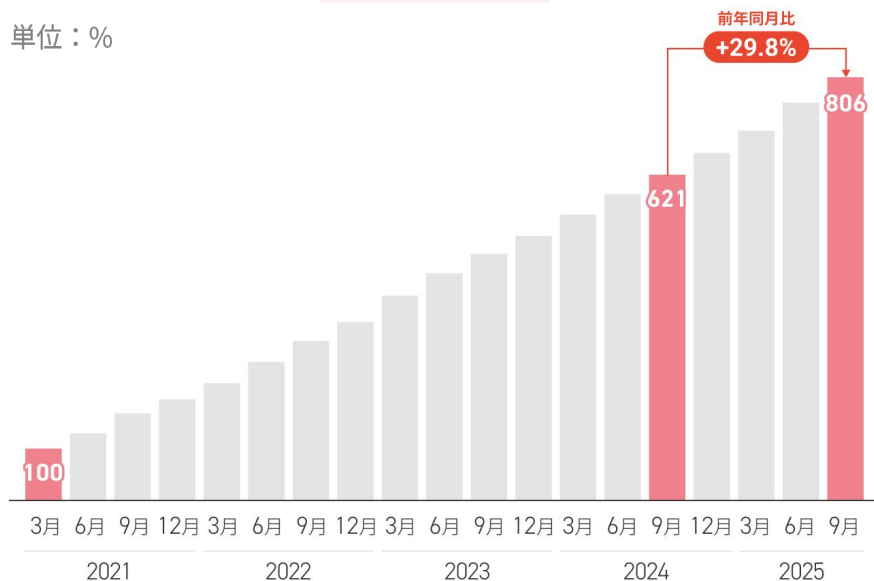


## 第3四半期概要の補足

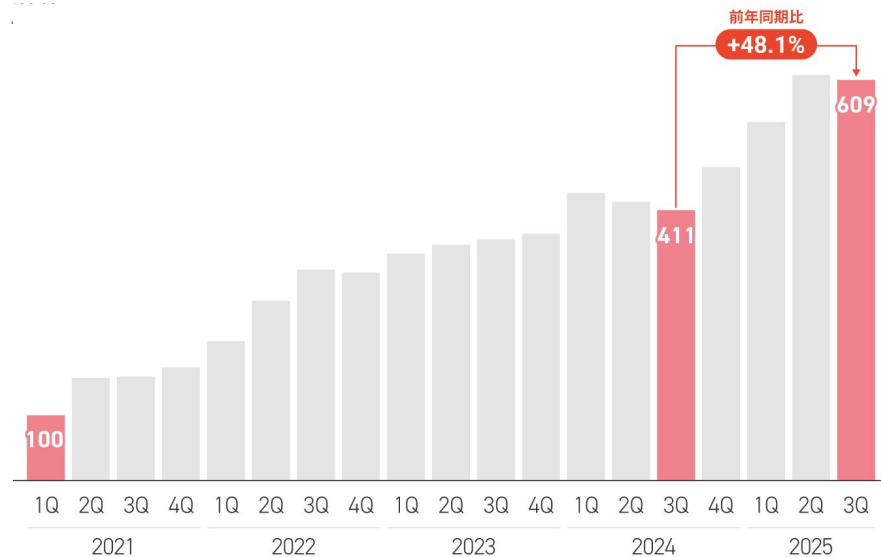
アプリのUI/UXの改善や、初回購入者向け施策などが奏功し、会員数・チケット購入件数ともに順調に推移。リピート購入者も順調に積み重なっており、継続的な成長基盤が形成されている。

### 会員数推移

単位：%



### チケット購入件数



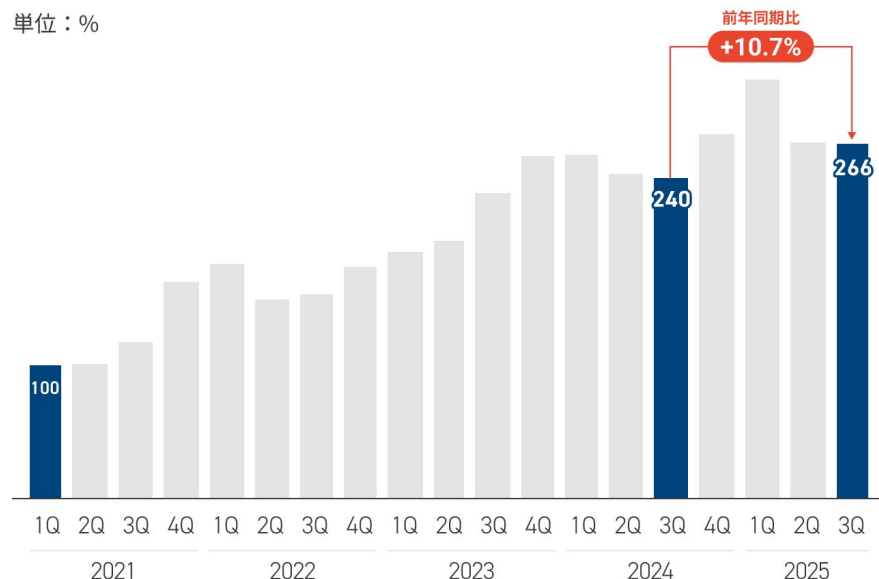
※2021年3月・1Qを100として比較。上記データは概算の数値となります。

# 第3四半期概要の補足

ゲームプラットフォーム事業は、安定した成長で、売上規模は前年同期比10.7%増に。

## ゲーム（広告・課金）プラットフォーム売上規模推移

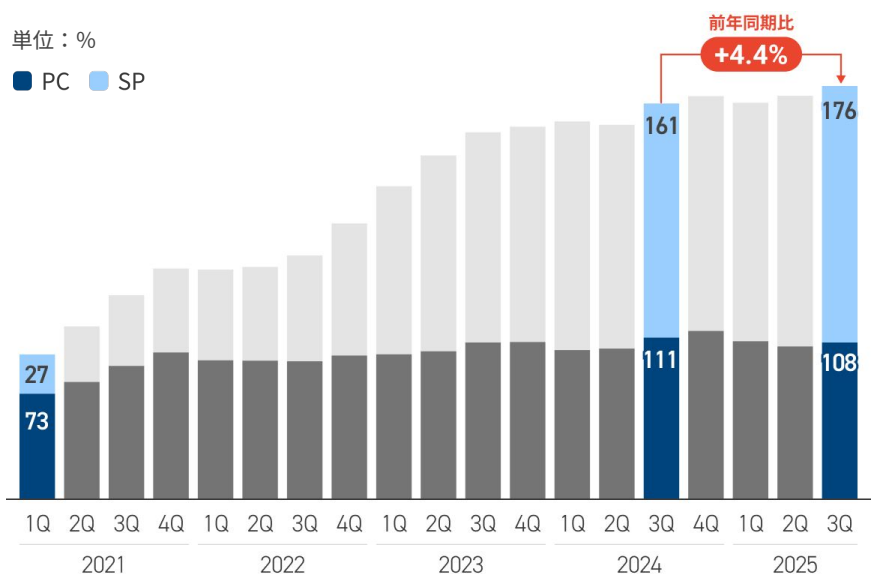
単位：%



※2021年1Qを100として比較。上記データは概算の数値となります。

## 課金ゲーム デバイス別課金額推移

単位：%



※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。



# 成長戦略 垂直＋水平展開

サービス間の有機的連携が強み。ポイントサイトやゲームプラットフォームの運営で培ってきたノウハウを提携パートナーにも展開することにより、**経済圏・生態系の最大化**を目指す。

**提携サービス数=77** 内訳 リピータス：8、課金ゲーム：21、広告ゲーム：48（2025年9月末現在）



# 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



**GMO**  
MEDIA

## ポイント関連

PointTown.  
by GMO

くまポン by GMO

ゲッアム by GMO

かんたん  
ゲームボックス  
by GMO

## 業界特化

コエテコ by GMO

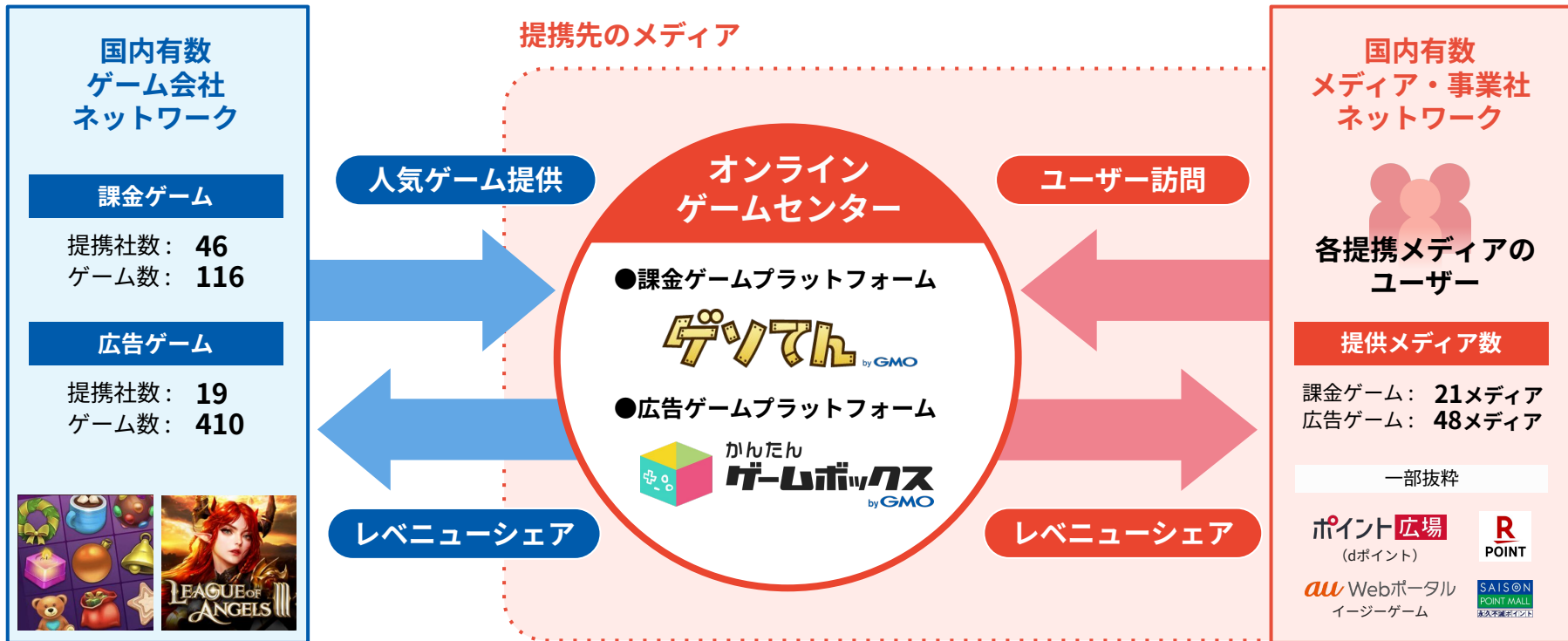
クレイパス by GMO

消費者



# ゲームプラットフォーム事業（広告・課金）の優位性

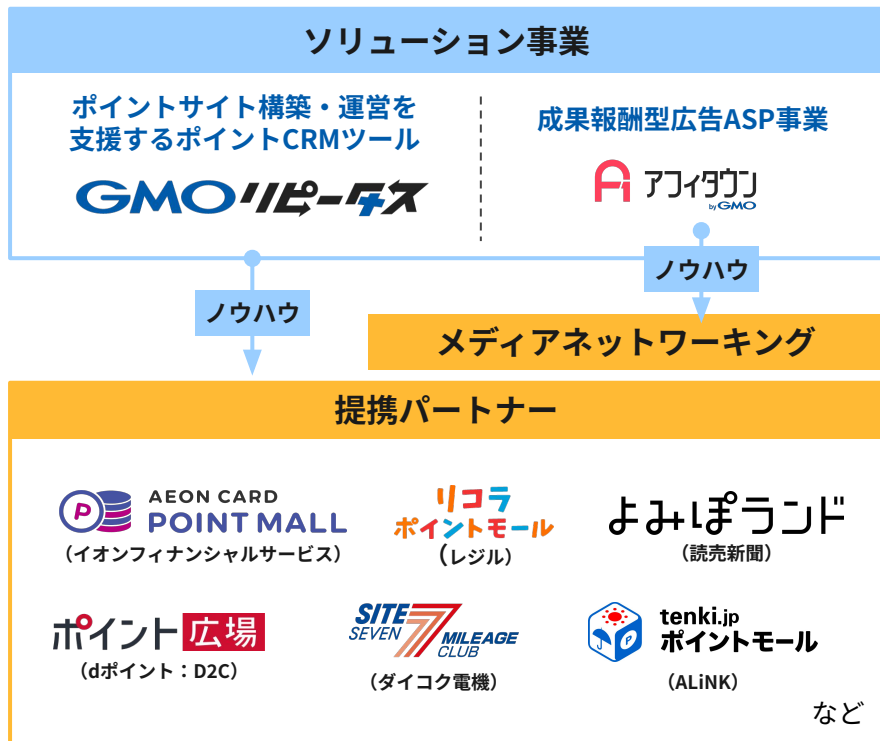
ゲーム開発ではなく、国内 **オンリーワン** のオンラインゲームセンター多店舗出店戦略に注力。



※数値は2025年9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。



## 新プランの提供開始で より幅広いニーズに応える

ポイントシステム構築支援サービス「GMOリピータス」において気軽にポイ活サイトを導入できる新プランの提供を開始。より多くの企業ニーズに柔軟に対応していく。



# 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>ポイントを活用したCRMの重要性が増し、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>
教育	<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>引き続き国や公共団体のリスキリング支援が継続され需要増</li> <li>子ども向けプログラミング教育市場は大学入試科目に「情報I」が採用されたことに伴って受験科目市場として関心が高まる</li> <li>未経験者のエンジニア採用市況は成長鈍化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>文部科学省のDXハイスクールやGIGAスクール構想等のICT化が進むことで、教務/校務のDX化を推進させるコンテンツの需要が拡大</li> <li>教育現場へのAI・CBT普及続く</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>女性の美容内科・皮膚科利用率は伸長</li> <li>女性の審美・矯正歯科利用率は伸長</li> <li>男女ともにリピート利用や、複数施術の経験が増える傾向</li> <li>都市部を中心とした医療施設の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>美容医療の一般化が男女共に進み需要の伸長が続く</li> <li>医院や施術メニューの比較検討の機会が増え、口コミ・SNS・専門サイトの影響力が強まる</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

206名<sup>※1</sup>

## 作る人<sup>※2</sup>比率

62.6%

## 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。2025年9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。2025年9月末時点

本資料には、2025年11月12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/UCpsFA9d0lLkf5AyNH8ixCAg>