

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

GMO メディア

6180 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025 年 3 月 18 日 (火)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2024年12月期の業績概要	01
2. 2025年12月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	02
4. 株主還元方針	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	05
3. 市場環境と同社の強み・事業リスク	08
■ 業績動向	10
1. 2024年12月期の業績概要	10
2. 事業セグメント別動向	11
3. 財務状況と経営指標	16
■ 今後の見通し	18
1. 2025年12月期の業績見通し	18
2. 成長戦略	19
3. 人的資本経営の取り組み	23
■ 株主還元策	24

■ 要約

業界特化型（学び・美容医療）事業が収穫期入りし 成長ドライバーに

GMOメディア<6180>は、GMOインターネットグループ<9449>のメディア事業会社で、ポイントサイトやブラウザゲームプラットフォーム、業界特化型メディア（学び・美容医療）を通じて広告収入や課金収入等を得るメディア事業と、メディア事業で蓄積したノウハウ・システムを活用して、他社メディアの収益化を支援するサービスやアフィリエイト広告仲介サービスが含まれるソリューション事業を展開する。子会社として美容医療の検索・予約サービス「キレイパス」やクーポン・チケット購入サイト「くまポン」を運営するGMOビューティー（株）（旧GMOくまポン（株））や、2024年10月に新たに子会社化したGMO趣味なび（株）（旧（株）趣味なび）がある。

1. 2024年12月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高で前期比5.4%増の6,606百万円、営業利益で同42.8%増の762百万円と過去最高益を連続更新し、会社計画に対しても4期連続で上方修正して着地した。投資育成分野と位置付けてきた業界特化型事業が順調に拡大し収益フェーズに入ったことに加え、販促費や広告宣伝費の減少、AI活用による業務効率の改善なども増益要因となった。業界特化型事業については開発投資を継続しながらも売上総利益で同27.0%増となった。そのほか、ゲームプラットフォーム事業も提供媒体数の拡大等により同2ケタ増収となり収益増に貢献した。

2. 2025年12月期の業績見通し

2025年12月期の連結業績は売上高で前期比6.0%増の7,000百万円、営業利益で同20.0%増の915百万円と最高益更新が続く見通し。業界特化型事業やゲームプラットフォーム事業の2ケタ成長が続き、業績をけん引する。美容医療関連事業では「キレイパス」が登録会員数並びに掲載店舗数の一段の増加により高成長が続き、学び関連事業もリスティング需要の拡大を背景に社会人向けプログラミング・Webデザインスクール等の比較サイト「コエテコキャンパス」が伸張する見込み。また、AI活用による業務効率化の取り組みも継続することで、営業利益率は前期の11.5%から13.0%とさらに上昇する見通しだ。

要約

3. 成長戦略

今後の成長戦略としては、1) ポイント・ゲームプラットフォーム事業で培った集客及びリピーターづくりのノウハウとAI・データ活用スキルを業界特化型事業などの成長領域に展開することで、より高い成長を目指す、2) ストック型ビジネスの育成により安定収益基盤の構築を目指す、の2点を掲げている。学び関連事業では、生徒の学習効率向上と教員の業務負担軽減につながるサービスとして、生成AI活用による作問・採点支援ツール「コエテコ Study」が注目される。高等学校の教科「情報I」向けに2024年に実証実験を実施し、2025年4月から複数校で有料サービスが開始されるほか、その他教科についても2026年以降、順次サービスを広げる予定だ。一方、美容医療関連では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」の拡販を進める。いずれもストック型ビジネスであり、安定収益基盤として育成する考えだ。そのほか、M&A戦略についても今後は積極的に検討する意向だ。

4. 株主還元方針

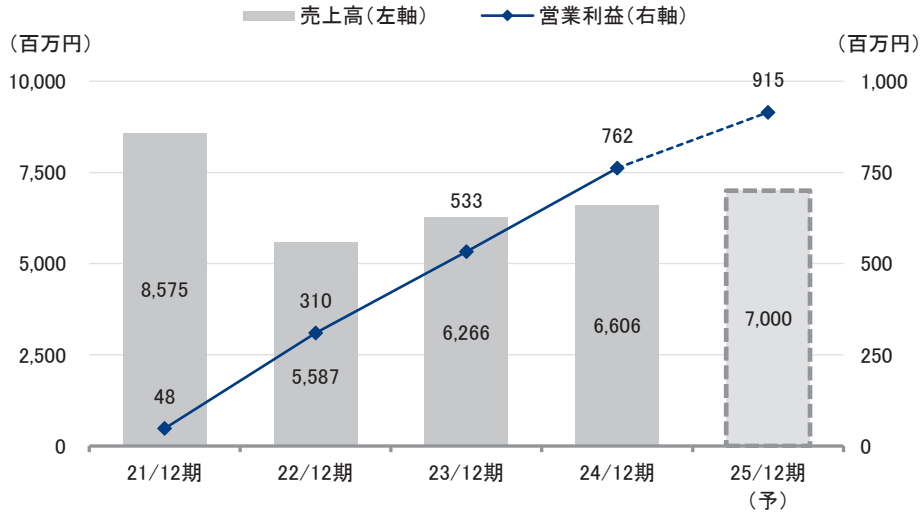
同社は株主還元策として、2025年12月期より配当方針を従来の連結配当性向50%以上から65%以上へ引き上げるとともに、新たに株主優待制度の導入を発表した。同方針に基づき、2025年12月期の1株当たり配当金は241.0円（配当性向65.2%）と前期比45.0円の増配を予定している。株主優待については、同社株式100株以上保有の株主を対象に、GMOクリック証券を通じた同社株式の買付手数料のキャッシュバック（上限1万円）を行う。

Key Points

- ・ 2024年12月期業績は業界特化型事業が収益フェーズに移行し、2期連続で最高益を更新
- ・ 2025年12月期も業界特化型事業の成長と業務効率向上で2ケタ増益が続く見通し
- ・ 学び・美容医療領域の売上拡大とストック型ビジネスの育成により持続的成長を目指す
- ・ 配当性向を50%以上から65%以上に引き上げ、株主優待制度を導入

要約

業績推移



注：22/12期より収益認識会計基準等を適用
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

GMO インターネットグループでメディア事業を展開

1. 会社沿革

同社はインターネット黎明期から一般消費者向けに様々なインターネットサービスを無料で提供し、これらサービスの顧客接点であるメディアを基盤とした広告事業やゲーム事業を中心とする課金事業を手掛けている。「For your Smile, with Internet.」を企業理念として掲げ、かかわるすべての人々に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」を提供するという想いで事業を展開している。

同社の前身はインターネット広告配信技術のベンチャーであるiWeb.com Ltd.(本社:イスラエル)と、電通グループ<4324>及びソフトバンクグループ<9984>の合併により2000年10月に設立されたアイウェブ・テクノロジー・ジャパン(株)※で、2001年7月にインターキュー(株)(現GMOインターネットグループ)が資本参加し、その後はGMOインターネットグループのメディア事業を再編しながら事業展開を進めてきた。

※2000年12月に、(株)電通のほか、電通ドットコム第二号投資事業有限責任組合、(株)サイバー・コミュニケーションズ(現(株)CARTA COMMUNICATIONS)、ソフトバンク・メディア・アンド・マーケティング(株)(現SBメディアホールディングス(株))が資本参加し、事業展開を開始した。

GMOメディア | 2025年3月18日(火)
 6180 東証グロース市場 | <https://www.gmo.media/ir/>

会社概要

2004年3月にGMOインターネットグループの子会社である壁紙ドットコム(株)(2001年設立)と合併し、「壁紙.com」のサービスを取り込んだ。2005年5月にはGMOメディアアンドソリューションズ(株)からポイントサービス「ポイントメール」(現「ポイントタウン」)事業などを会社分割により承継、社名を現在のGMOメディアに変更した。2006年6月には若年女性層をターゲットとしたソーシャルメディアサービス「プリキャン革命(現プリキャン)」を開始、2009年4月にGMOティーカップ・コミュニケーション(株)と合併し、掲示板サービス「teacup.」事業を承継した。

2010年以降は、スマートフォンの普及によるインターネット業界の変化に対応するため、アプリケーションエンジニアの強化・育成を図り、また、2014年12月に「ポイントタウン」のポイント交換対象としてビットコインを国内で初めて採用するなど新たな取り組みにも積極的にチャレンジしている。2012年7月にはブラウザゲームプラットフォーム「ゲソてん」のサービスを開始し、ゲーム分野における広告並びに課金収入モデルを確立した。

2017年11月に教育領域への参入を目的に、プログラミング教育ポータルサイト「コエテコ」の運営を開始したほか、2020年3月にはクーポン・チケット購入サイト「くまポン」や「キレイパス」を運営するGMOビューティーを子会社化し、2020年12月期より連結決算を開始した。2024年12月期末の連結従業員数は209名(役員・臨時従業員除く)で、このうちクリエイター(エンジニア、デザイナー、ディレクター)の比率は64.1%を占める。

沿革

年	月	概要
2000	10	イスラエルで開発されたPC画面に広告を配信する技術を利用した広告ネットワークを世界に展開するiWeb.com Ltd.(米国ニューヨーク州)が、同事業を日本で展開するために、「アイウェブ・テクノロジー・ジャパン株式会社」(現 同社)を設立
2001	7	インターキュー(株)(現GMOインターネットグループ)が資本参加
2002	5	商号を「ユーキャストコミュニケーションズ株式会社」に変更。本店の所在地を東京都渋谷区に移転
2004	3	壁紙ドットコム(株)と合併し、PC壁紙総合ポータルサービス「壁紙.com」を承継。商号を「GMOモバイルアンドデスクトップ株式会社」に変更
2005	5	会社分割方式により、GMOメディアアンドソリューションズ(株)から無料メールリストサービス「FreeML」(現「freeml」※2019年12月2日にサービス終了)事業及びポイントサービス「ポイントメール」(現「ポイントタウン」)事業を承継。商号を「GMOメディア株式会社」に変更
2006	6	女子大生向け日記サービス「プリキャン革命」(現「プリキャン」)を開始
2009	4	GMOティーカップ・コミュニケーション(株)と合併し、掲示板サービス「teacup.」事業を承継
2012	7	ブラウザゲームプラットフォーム「ゲソてん」を開始
2014	12	「ポイントタウン」のポイント交換対象にビットコインを採用
2015	10	東京証券取引所マザーズ市場に新規上場
2016	9	PCブラウザ向けゲームプラットフォーム事業「aima(アイマ)」をACCESSPORT(株)から譲受
2017	11	プログラミング教育ポータルサイト「コエテコ」の運営を開始
2020	3	クーポン・チケット購入サイトを運営するGMOくまポン(株)の株式を取得し連結子会社化
2021	4	エデュケーション・デザイン(株)より生徒管理・決済ツール「Smart Manage」を譲受、DX事業に参入
2022	2	オンライン講座の販売・管理が一括でできる「コエテコカレッジ」の提供開始
2022	4	東京証券取引所市場再編に伴い、グロース市場に移行
2024	10	教室・講師支援事業を運営する(株)趣味なび(現GMO趣味なび(株))を子会社化(出資比率75.1%)

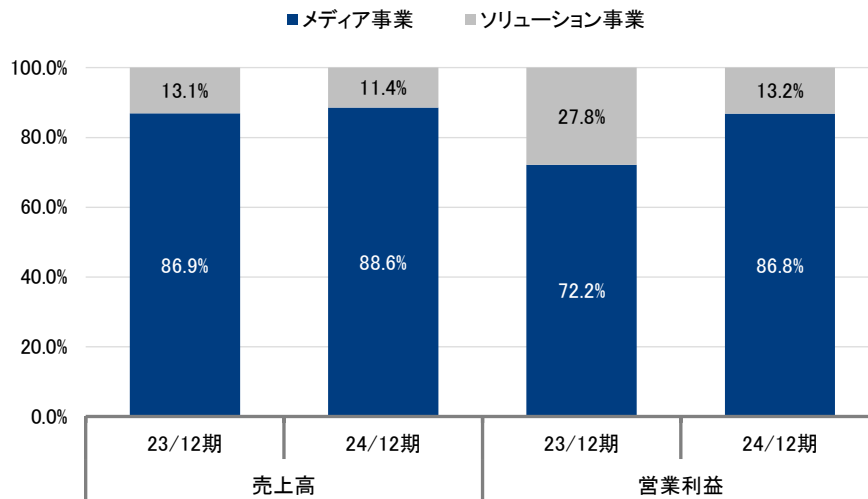
出所：有価証券報告書、会社資料よりフィスコ作成

自社メディアから得られる広告・課金収入を収益源とする メディア事業とソリューション事業を展開

2. 事業内容

同社は「メディア事業」と「ソリューション事業」を展開している。主力のメディア事業では、自社で運営するポイントサイトやブラウザゲームプラットフォーム、業界特化型メディアを通じて広告・課金収入を獲得するビジネスを展開している。一方、ソリューション事業ではメディア運営事業で培ったノウハウをパートナー企業に提供するサービスを展開している。2024年12月期の事業セグメント別構成比では、メディア事業が売上高の88.6%、営業利益の86.8%を占めている。

事業セグメント別構成比



出所：決算短信よりフィスコ作成

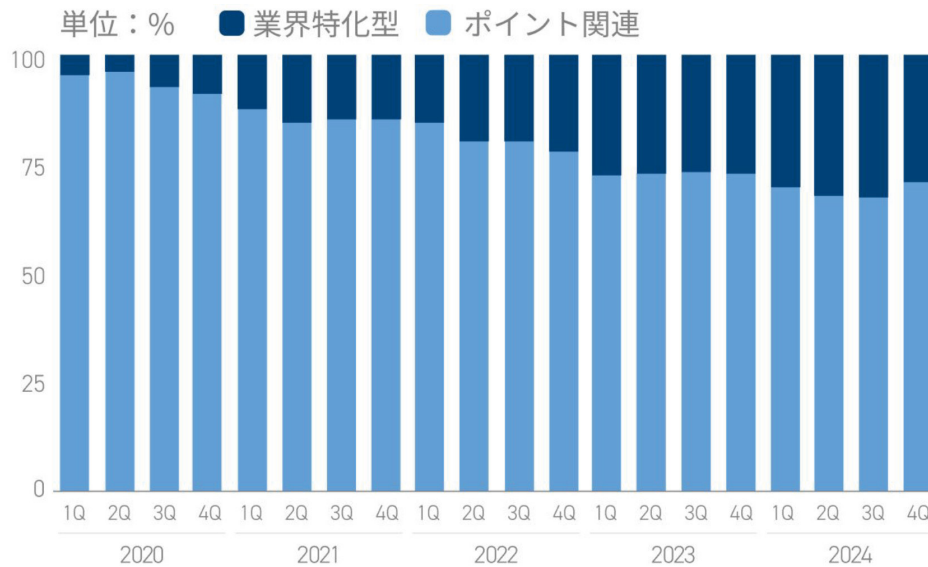
(1) メディア事業

メディア事業では、ポイントインセンティブ等によるポイント関連事業と業界特化型事業を展開している。ポイント関連事業では業界トップクラスのポイントサイトである「ポイントタウン」やブラウザゲームプラットフォームの「ゲソてん」「かんたんゲームボックス」、クーポン・チケット購入サイトの「くまポン」などを運営しており、これらのサイトを通じて得られる広告・課金収入が売上高、利益の大半を占めている。

業界特化型事業では2020年以降、学びと美容医療の2領域にターゲットを絞り、事業を展開している。先行投資を進めた結果、2024年12月期のメディア事業に占める売上構成比は前期の約13%から約16%に上昇し、売上総利益率も25%前後の水準となり投資フェーズから収益フェーズに入っている。

会社概要

メディア事業における売上総利益構成比



出所：決算説明資料より掲載

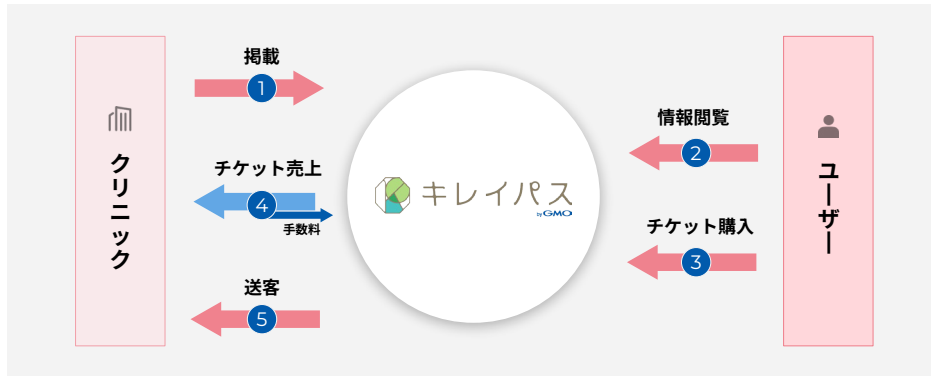
学び関連事業では子ども向けプログラミングスクールのポータルサイトとして掲載教室数、口コミ掲載数ともに業界トップの地位を確立している「コエテコ」やリスキリングに取り組む社会人向けの「コエテコキャンパス」などを運営している。そのほか、プログラミング教室向け経営支援プラットフォーム「コエテコ Plus」（月額課金型）やオンライン講座作成・販売プラットフォーム「コエテコカレッジ」（月額課金+従量課金）などのサービスを開発・提供している。売上の大半は「コエテコ」や「コエテコキャンパス」などのポータルサイトを通じた成果報酬型広告収入である。「コエテコ」では掲載スクールにユーザーが体験申込を行い、実際に訪問した際に成果報酬として売上が発生する。また、「コエテコキャンパス」は、ユーザーが掲載スクールに資料請求、入会申込等を行った際に成果報酬として売上が発生するモデルである。

美容医療関連事業では、美容クリニックの検索・予約サイト「キレイパス」を運営しているほか、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」(月額課金型)※のサービスを開発・提供している。売上の大半はチケット掲載数業界トップの「キレイパス」を通じて得られる成果報酬型広告収入で、契約するクリニックから委託を受けたコンテンツ(チケット)を「キレイパス」に掲載し、ユーザーがコンテンツを購入した時に購入額から販売手数料(同社の売上)を除いた金額をクリニックに支払うモデルである。

※ 予約管理から電子カルテ・会計、経営分析など経営の効率化を図るための機能を一括で提供している。

会社概要

「キレイパス」のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

主要運営メディアの概要

ポイント関連	
ポイントタウン	ショッピングや各種申込をすることによってポイントを貯めるサービス。貯めたポイントは現金や自分の好きな提携ポイント等に交換できる。1999年開始の老舗ポイントサービス
ゲソてん	「ゲソてん」とはゲーム&ソーシャル天国の略称。ダウンロード・インストールすることなく気軽にゲームプレイできるブラウザゲームプラットフォーム。プレイ可能なゲーム数は90タイトルを超える。ポイントタウンで貯めたポイントやクレジットカード、キャリア決済、ビットコイン決済等でアイテムを購入できる
かんたんゲームボックス	広告を視聴することを条件に無料のカジュアルゲーム楽しめるプラットフォーム。現在300タイトルを超えるゲームを揃えている。自社+パートナーネットワークにより、月間約600万のユーザーが利用
くまボン※	グルメから美容、レアアイテム通販まで幅広いジャンルの商品・サービスのクーポンを購入できるサイト
業界特化型	
コエテコ	小学生向けプログラミングスクールのポータルサイト。掲載数、ロコ数で業界トップ。掲載教室数は1.3万教室(2024年12月末)。社会人向けを対象とした「コエテコキャンパス」やドローンスクールポータルサイト「コエテコドローン」、転職や副業、独立を目指す社会人に向けたポータルサイト「コエテコキャリア」を相次いで開設している。
キレイパス※	美容医療サービスのチケット購入サイト。掲載件数は業界トップ。事前決済型で予約申込も可能。2024年12月時点の登録会員数は前年同月比1.31倍、2024年12月期第4四半期のチケット購入件数は前年同期比1.27倍と高成長が続いている

※ GMO ビューティーのサービス
出所：会社資料よりフィスコ作成

(2) ソリューション事業

ソリューション事業では、「ポイントタウン」の運営ノウハウを生かし他社運営メディア上でポイントサイトの構築・運営支援を行うポイントCRMツール「GMOリピータス」や、アフィリエイト広告仲介の「アフィタウン」などを展開している。「GMOリピータス」についてはシステム開発から導入支援、運用サポートまで手掛けており、NTTドコモ<9437>の「ポイント広場」のほか「イオンカードポイントモール」など合計8サイト(前期末比1サイト増)に導入している。

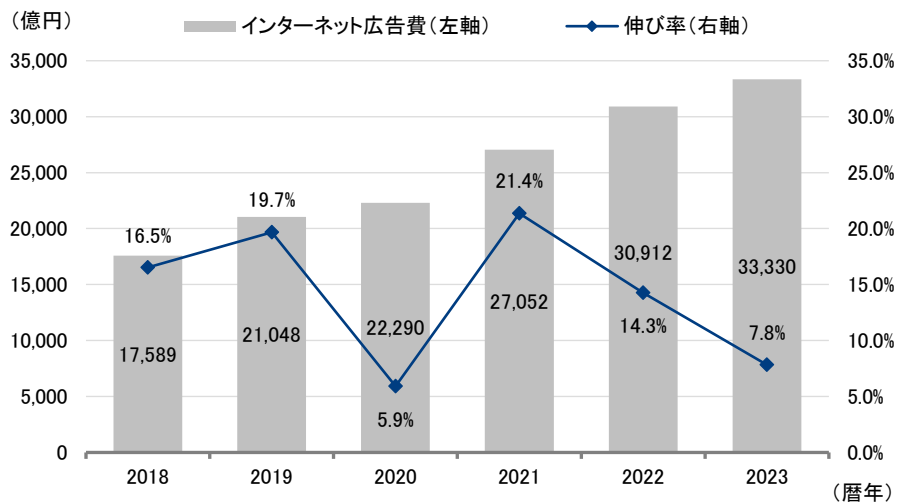
集客及びリピート施策に関する豊富なノウハウを強みに 事業展開を進める

3. 市場環境と会社の強み・事業リスク

(1) 市場環境

国内のインターネット広告の市場規模は年々拡大を続けており、コロナ禍の影響で一時的に広告需要が冷え込んだ2020年においても前年比5.9%増と成長を継続し、2023年は同7.8%増の33,330億円と国内広告費全体の約45.5%を占めるまでになり（「2023年日本の広告費」（電通調べ）、存在感がさらに増す状況となっている。スマートフォンやソーシャルネットワークサービス（以下、SNS）の普及拡大と、それに伴う生活スタイルの変化（テレビ、新聞離れ）、アドテクノロジーの進化によって費用対効果の高いインターネット広告に予算を振り向ける企業が増えていることが背景にある。特に、ここ数年ではSNS向けの動画広告が大きく伸長している。同社が主に展開しているアフィリエイト広告やディスプレイ広告の成長率については、やや鈍化傾向にあるが、今後も販促や集客などの効果的な施策として利用拡大が続くと見られ、後述する成長戦略を推進することで同社の成長余地も広がるものと弊社では考えている。

インターネット広告費の推移



出所：電通「2023年日本の広告費」よりフィスコ作成

会社概要

(2) 同社の強み・事業リスク

a) 強み・優位性

同社の強みは、1) ポイント・ゲーム・アフィリエイト広告などで長年培ってきた集客及びリピート施策に関する豊富なノウハウを、自社メディアだけでなく他社メディアにもソリューションサービスとして提供し、効率的に事業を拡大できること、2) 社員の過半を技術者で占めており※1、新規サービスの開発だけでなく機能の拡充・改修などが必要となった場合は迅速に対応可能なこと、3) マーケティング・開発・運用のすべてを自社内で行っているほか、システムインフラを各サービス間で共用しているため、重複コストを発生させずに迅速で柔軟なサービス展開が行えること、4) PC・スマートフォンにおけるSEO※2・ASO※3・コンテンツマーケティング※4のノウハウを社内に蓄積しており、プロモーションコストをかけずに新規会員を獲得する仕組みを構築していること、などが挙げられる。

- ※1 2024年12月末時点の正社員のうち、クリエイター（エンジニア、デザイナー、ディレクター）が64.1%を占める。
- ※2 SEO（Search Engine Optimization）：検索エンジン最適化のことで、サーチエンジンの検索結果ページで自社のWebサイトが上位に表示されるように工夫すること、またそのための技術やサービス。
- ※3 ASO（App Store Optimization）：スマートフォン向けアプリストアにおいて、検索結果やランキング表示で自社アプリが上位に表示されるように工夫すること、またそのための技術やサービス。
- ※4 コンテンツマーケティング：顧客が必要とする情報を理解し、それを適切にコンテンツとして提供することで、集客・購買行動につなげていく手法。

また、業界特化型事業である「コエテコ」については、子ども向けプログラミング教育ポータルサイトの教室・口コミ掲載数で業界トップ※となり、Google検索でも主要都市においてトップの表示順位を実現するなど、プログラミング教育ポータルサイトとしてブランド力を確立していることが挙げられる。さらには、社会人向けのポータルサイト「コエテコキャンパス」やオンラインスクール運営支援サービス「コエテコカレッジ」、2024年10月に子会社化したGMO趣味なびが運営する「趣味なび」など『学び』をテーマとした近接領域で事業展開を進めている。

- ※ 2023年11月17日～12月22日にかけて（株）日本マーケティングリサーチ機構が実施した調査によれば、インターネット上で小学生を対象とするプログラミング・ロボット教室を検索でき、一定期間通える教室が掲載されているサイトを運営する11社のなかで掲載教室数がトップとなり、口コミ掲載数についても口コミ投稿ができるサイトを運営する6社のなかでトップとなった。

「キレイパス」については、美容医療チケット掲載数で業界トップとなっている。同サイトは全国1,000店舗超のクリニックから自分の希望にあった施術方法やクリニックを簡単に検索できるほか、事前決済システムのため施術当日にクリニックから追加料金を請求される心配がなく、予約や来院時の受付などもアプリで一括管理できるなど使い勝手の良さがユーザーから評価され会員数、購入件数が増え続けている。事業者側にとっても事前決済となるためキャンセル発生リスクが低くなる。そのほか、美容医療に特化することで、そのノウハウを基に近接領域への事業展開が可能になることも強みである。

b) 事業等のリスク

同社が取り扱うインターネット広告は、他のメディア広告と比べると高い成長率を維持しているが、市場環境の変化や景気動向によって広告主の出稿意欲が低下した場合には、需給バランスによって広告掲載単価が下落し、同社の業績に影響を及ぼすリスクがある。

また、同社はSEOのノウハウを活用して集客を行っているため、検索エンジンの表示順位判定基準（アルゴリズム）が変更された場合に表示順位が低下し、運営メディアへのアクセス数に影響を及ぼす可能性がある。

業績動向

2024年12月期業績は業界特化型事業が収益フェーズに移行し、2期連続で最高益を更新

1. 2024年12月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高で前期比5.4%増の6,606百万円、営業利益で同42.8%増の762百万円、経常利益で同40.5%増の759百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同58.1%増の571百万円と2期連続で最高益を更新し、会社計画に対しても4期連続で上方修正して着地した。

2024年12月期業績

(単位：百万円)

	23/12期		会社計画※	24/12期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	6,266	-	6,500	6,606	-	5.4%	1.6%
売上原価	3,483	55.6%	-	3,637	55.1%	4.4%	-
売上総利益	2,782	44.4%	-	2,969	44.9%	6.7%	-
販管費	2,248	35.9%	-	2,206	33.4%	-1.9%	-
営業利益	533	8.5%	715	762	11.5%	42.8%	6.6%
経常利益	540	8.6%	710	759	11.5%	40.5%	6.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	361	5.8%	504	571	8.6%	58.1%	13.3%

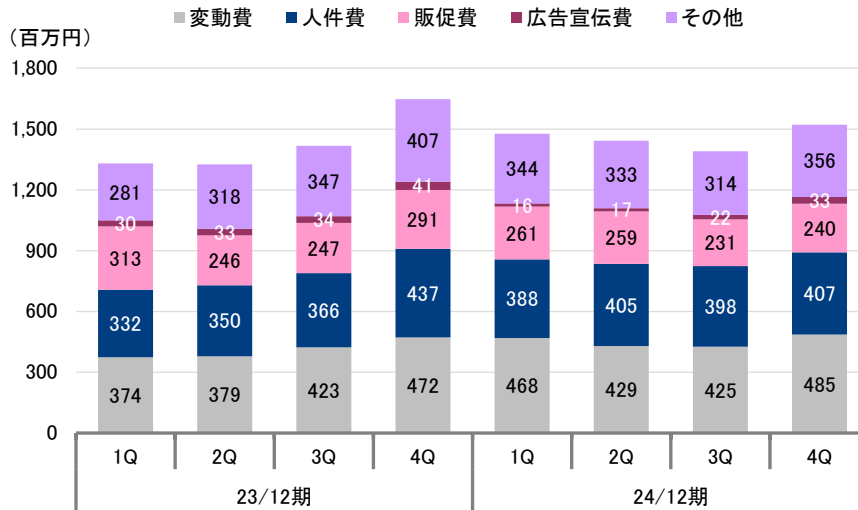
※ 2024年11月発表値

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高はソリューション事業が減収となったものの、業界特化型事業やゲームプラットフォーム事業などをけん引役としたメディア事業の増収でカバーした。営業利益については、利益率の高い業界特化型事業の売上が前期比30%増と伸張り収益フェーズに入ったことに加え、販促費・広告宣伝費が合わせて約1.5億円減少したことや、AI活用による業務効率の改善が進んだことなども増益要因となった。人件費は期末の連結従業員数を前期末比で2名増の209名に抑制することができたことや、前期第4四半期に実施した決算特別賞与が2024年12月期にはなかったこともあり、約1.1億円の増加、伸び率で約8%増に抑えることができた。売上原価率の改善に加えて販管費率の低減が進み、営業利益率も前期の8.5%から11.5%に上昇した。

業績動向

営業費用の内訳



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

なお、AI 活用については顧客からの問い合わせ対応に特化した AI エージェントを自社開発し、2023 年よりカスタマーサポート部門で運用を開始した。AI エージェントは、顧客からの問い合わせに対して一般的なチャットボットによる受け答えにとどまらず、顧客メールアドレスから過去履歴まで参照して、AI による最適提案を行えるようにしたものだ。AI エージェントの導入によって、業務工数を 68% 超削減し、人員再配置（対応人数 65% 削減）による社内リソースの最適化と問い合わせ対応コストの削減を実現した。関連コストは 2022 年 12 月期の約 100 百万円から 2023 年 12 月期は約 70 百万円、2024 年 12 月期は約 35 百万円に減少した。また、顧客アンケートによる満足度も従来比で 12.5 ポイントアップするなどの成果が得られた。

業界特化型（学び・美容医療）事業とゲームプラットフォーム事業が 2 ケタ成長

2. 事業セグメント別動向

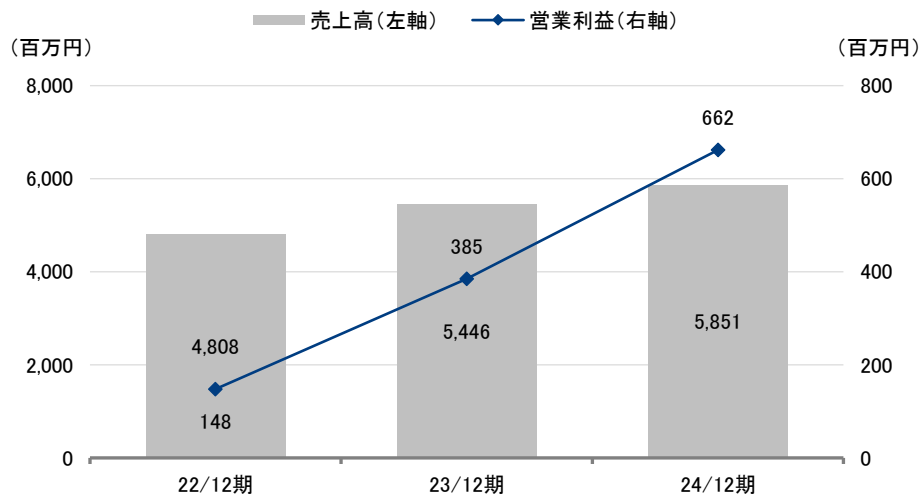
(1) メディア事業

メディア事業の売上高は前期比 7.4% 増の 5,851 百万円、営業利益は同 71.8% 増の 662 百万円となった。主要サービス別の売上動向は、ゲームプラットフォーム事業のうち広告収入が同 20% 増、課金収入が同 10% 増と揃って 2 ケタ成長を継続したほか、投資育成事業と位置付けていた業界特化型事業が同 30% 増（うち「コエテコ」関連が同 16% 増、「キレイパス」関連が同 44% 増）と順調に成長した。そのほかのサービスでは、「ポイントタウン」が同 4% 増、「くまポン」が同 3% 増と堅調に推移した。

業績動向

売上総利益をポイント関連事業（ポイントタウン、くまポン、ブラウザゲームプラットフォーム）と業界特化型事業で分けると、既存収益事業が前期比 5.2% 増益、業界特化型事業が同 27.0% 増益となった。業界特化型事業の売上総利益はメディア事業の 20% 台まで上昇するなど年々構成比が高まっている。営業利益は売上総利益の増加に加えて、前期まで業界特化型事業に積極的に投下してきた販促費や広告宣伝費が減少したことも増益要因となった。

メディア事業の業績推移

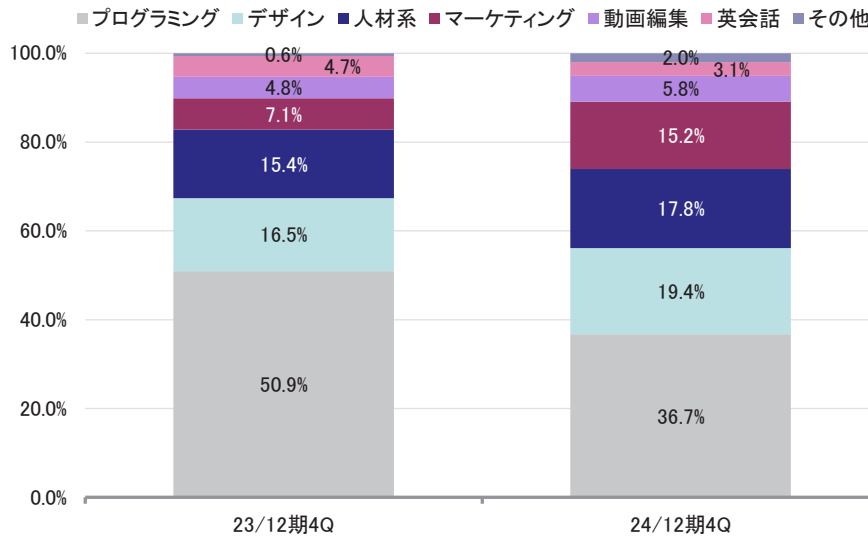


出所：決算短信よりフィスコ作成

業界特化型事業のうち、「コエテコ」関連については、社会人向けの「コエテコキャンパス」が増収の大半を占めた。IT人材の慢性的不足が続くなかで、リスキリングに対する国の補助金政策も後押しになって、プログラミング等の資格取得を目指す社会人が増えていることが背景にある。また、プログラミングだけでなく、デザインや人材系、マーケティングなどに領域を拡大していることも売上拡大につながっている。2024年12月期第4四半期の職種別構成比を見るとプログラミングが前年同期の 50.9% から 36.7% に低下したのに対して、デザイン、人材系、マーケティング等の比率がそれぞれ上昇しており、今後も幅広いリスキリング需要を取り込みながら事業拡大を目指す。一方、小学生向けの「コエテコ」に関しては、コロナ禍以降のブームが一巡したこともあり売上高は横ばい水準にとどまった。ただ、2025年度より大学入試科目に「情報」が採用されたこともあって、今後も小学生向けプログラミング教育市場は着実な成長が見込まれていることに変わりない。

業績動向

「コエテコキャンパス」職種別構成比

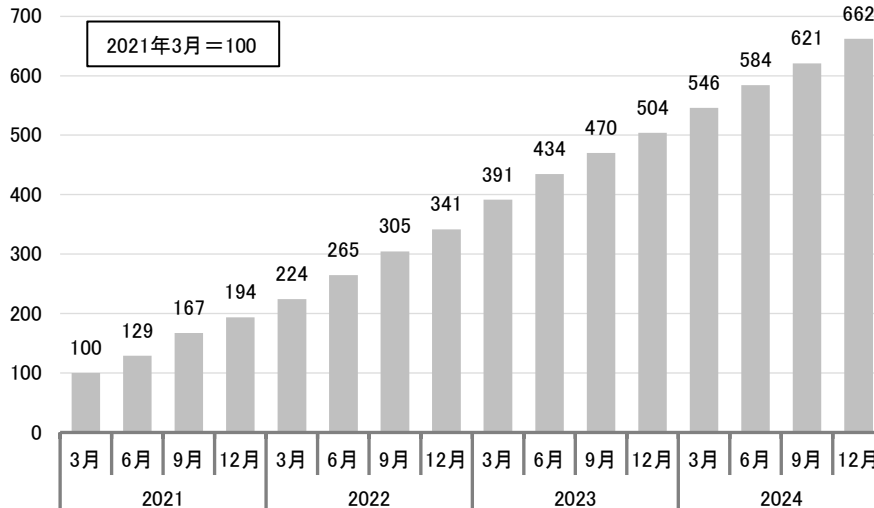


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「キレイパス」については認知度の向上により登録会員数が前期末比 31.3% 増と増加したほか、クリニックの掲載店舗数も同 1.6 倍増と拡大したことにより、チケット購入件数は前期比で 21% 増と順調に増加した。四半期で見ると第 2～3 四半期に伸び悩んだものの、第 4 四半期はユーザーニーズの高い美容皮膚科施術を中心に新規チケットの掲載を強化したことや、外科及び歯科矯正など新ジャンルのチケット掲載を順次開始したこともあって、前年同期比 27.0% 増と再加速し、過去最高を 3 四半期ぶりに更新している。また、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」についても着実に契約数が伸びており、第 4 四半期は単月で収支均衡水準になったものと見られる。経営支援プラットフォームについては既に導入しているクリニックも多いが、同社では「キレイパス」による集客施策と併せてサービス提供できることを差別化ポイントとしているほか、充実した機能とリーズナブルな価格で提供していることが評価され、リプレースに成功しているようだ。

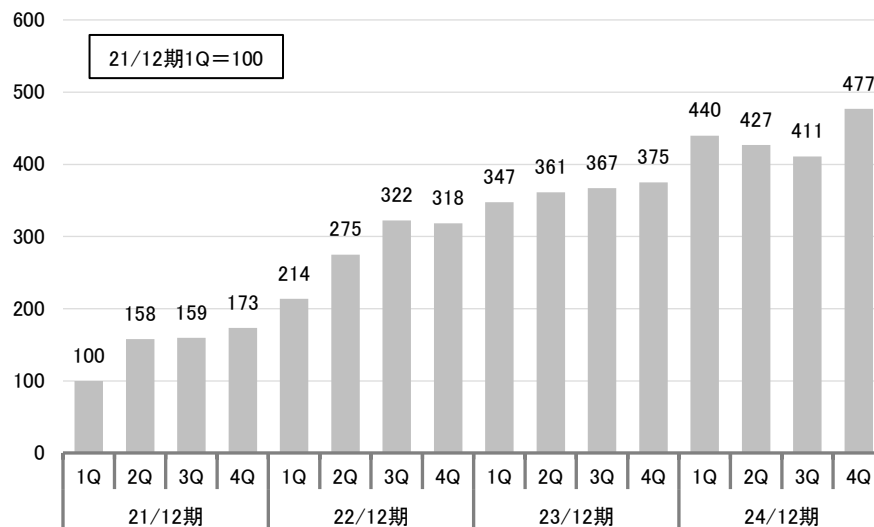
業績動向

「クレイパス」登録会員の指数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「クレイパス」チケット購入数の指数推移

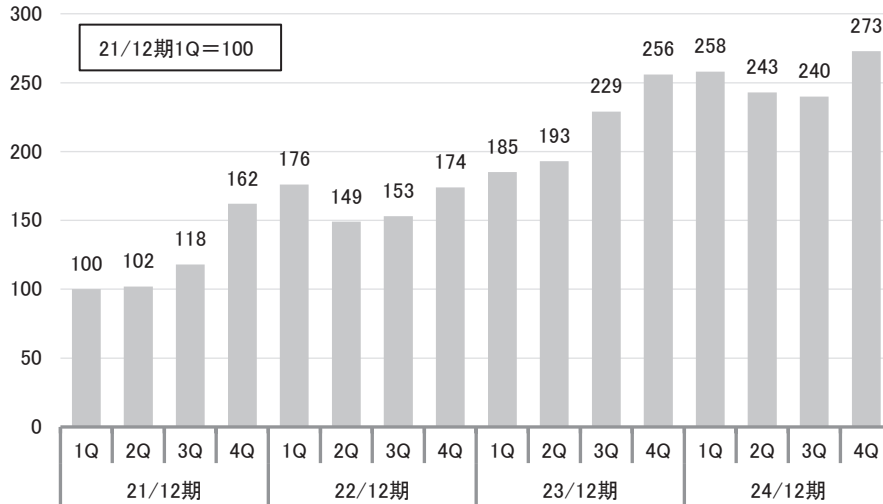


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ゲームプラットフォーム事業の売上高は四半期ベースで第2～3四半期にやや減速したが、第4四半期には前年同期比6.7%増となり過去最高を更新した。広告ゲームについては提携サイト数の拡大に伴うアクティブユーザー数の増加に加えて、単価の高い動画広告を取り込めたことが高成長につながった。課金ゲームについては、PC向けが安定して推移するなかで、スマートフォン向けが前期比約17%増と順調だった。なお、2024年12月のアクティブユーザー数は前年同月比5.7%増と拡大基調が続いており、提携メディア数は広告ゲームで45媒体（前期末比5件増）、課金ゲームで19媒体（同2件減）となっている。

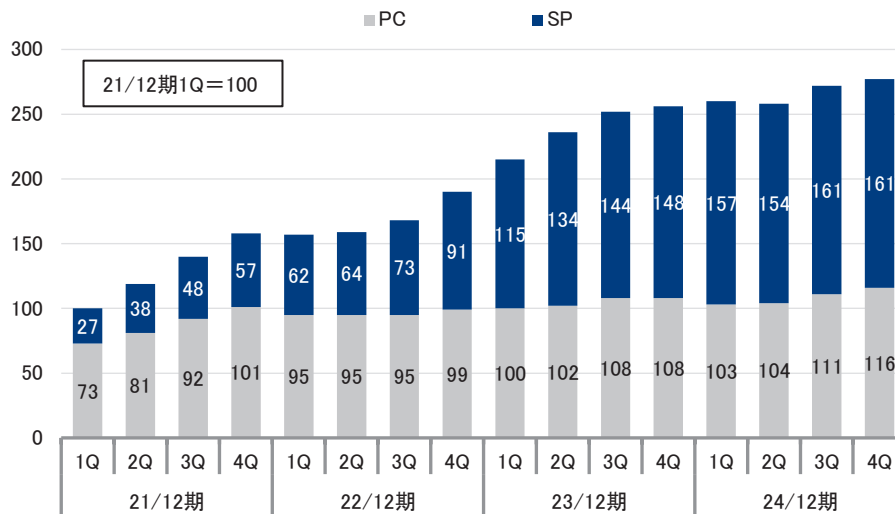
業績動向

ゲームプラットフォーム売上指数(課金+広告)の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ゲーム課金事業のデバイス別売上指数推移



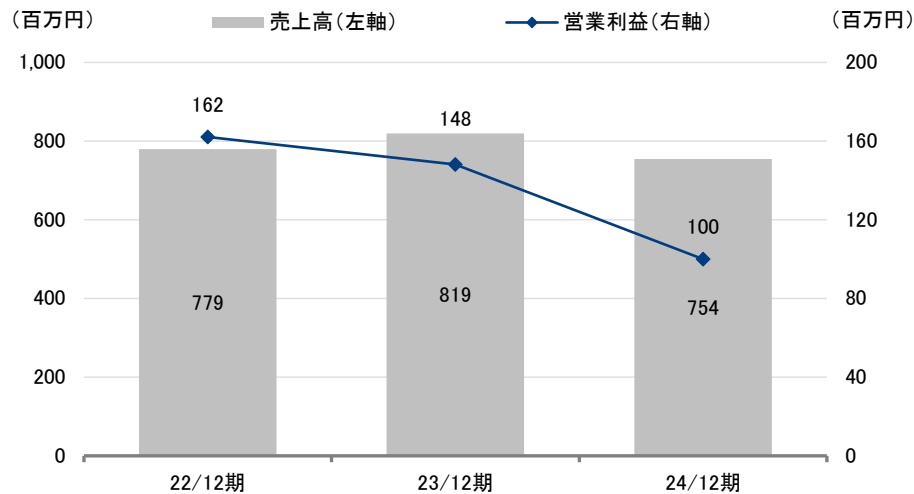
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) ソリューション事業

ソリューション事業の売上高は前期比 7.8% 減の 754 百万円、営業利益は同 32.4% 減の 100 百万円となった。「GMO リピータス」の売上高は提供メディア数の増加(同 1 件増の 8 媒体)もあり同 10% 増と伸張したが、アフィリエイト広告仲介事業が同 25% 減と落ち込み減収減益要因となった。コロナ禍で増加していたインターネット回線案件等の減少傾向が続いた。

業績動向

ソリューション事業の業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

財務内容は良好、潤沢な手元キャッシュを M&A を含めた成長投資と株主還元に充当

3. 財務状況と経営指標

2024年12月期末の資産合計は前期末比393百万円増加の5,864百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金と関係会社預け金の合計が74百万円減少した一方で、売掛金が35百万円増加した。また、固定資産はGMO趣味なびの子会社化でのれんが253百万円増加したほかソフトウェアが73百万円(GMOリピータス、クレイパスコネクトの開発費を資産計上)、投資有価証券が67百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比18百万円減少の3,049百万円となった。未払法人税等が21百万円増加したほか趣味なびの有形負債24百万円を計上した一方で、ポイント引当金が51百万円減少した。また、純資産合計は同412百万円増加の2,814百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益571百万円の計上及び配当金支出182百万円により利益剰余金が388百万円増加した。純資産は過去最高水準(2018年12月期:2,487百万円)を6期ぶりに更新したことになる。

経営指標については、経営の安全性を表す自己資本比率が収益増に伴って47.6%と前期末比で4.1ポイント上昇した。実質無借金経営で現金及び預金と関係会社預け金の合計が3,203百万円と潤沢であることから、財務の健全性は高いと判断される。収益性についてもROA(総資産経常利益率)、ROE(自己資本当期純利益率)、売上高営業利益率ともに4期連続で上昇している。コロナ禍以降、投資育成事業として先行投資を行ってきた業界特化型事業が収益フェーズに入ってきたことが主因と考えられる。

業績動向

貸借対照表と経営指標

(単位：百万円)

	21/12期	22/12期	23/12期	24/12期	増減
流動資産	4,107	4,334	4,764	4,772	8
(現金及び預金・関係会社預け金)	2,642	2,868	3,277	3,203	-74
(売掛金)	1,233	1,259	1,241	1,276	35
固定資産	526	649	706	1,091	385
資産合計	4,633	4,984	5,470	5,864	393
負債合計	2,744	2,893	3,068	3,049	-18
(有利子負債)	-	-	-	24	24
純資産合計	1,889	2,090	2,401	2,814	412
(安全性)					
自己資本比率	40.8%	41.8%	43.5%	47.6%	4.1pp
(収益性)					
ROA	1.4%	6.4%	10.3%	13.4%	3.1pp
ROE	0.3%	9.2%	16.2%	22.1%	5.9pp
売上高営業利益率	0.5%	5.6%	8.5%	11.5%	3.0pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

キャッシュ・フローの状況を見ると、2024年12月期の営業活動によるキャッシュ・フローは500百万円の収入となり、投資活動によるキャッシュ・フローは399百万円の支出となった。主な投資として、GMO 趣味なびの株式取得（出資比率75.1%）で232百万円、ソフトウェア資産の取得で89百万円、投資有価証券の取得で75百万円となった。同社は、設備投資など多額の資金需要が掛からない。このため、今後は事業拡大に向けてM&Aも積極的に推進する方針だ。学びや美容医療などの成長領域でシナジーが見込める企業を対象に、基本的には手元キャッシュの範囲内で投資を実行すべく案件の精査を進める方針である。

キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

	21/12期	22/12期	23/12期	24/12期
営業活動によるキャッシュ・フロー	510	395	592	500
投資活動によるキャッシュ・フロー	-54	-171	-111	-399
フリーキャッシュ・フロー	456	223	480	101
財務活動によるキャッシュ・フロー	-11	2	-71	-176
現金及び現金同等物の期末残高	2,642	2,868	3,277	3,203

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年12月期も業界特化型事業の成長と業務効率向上で 2ケタ増益が続く見通し

1. 2025年12月期の業績見通し

2025年12月期の連結業績は、売上高で前期比6.0%増の7,000百万円、営業利益で同20.0%増の915百万円、経常利益で同18.5%増の900百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同15.5%増の660百万円と2ケタ増益が続く見通し。業界特化型事業やゲームプラットフォーム事業が引き続き業績のけん引役となる。なお、2024年10月に連結子会社化したGMO趣味なびについては、2024年2月期業績が売上高で62百万円、営業損失で31百万円とまだ事業規模が小さいことから、2025年12月期業績に与える影響額も軽微と同社では見ている。

2025年12月期業績見通し

(単位：百万円)

	24/12期		25/12期		
	実績	売上比	会社計画	売上比	前期比
売上高	6,606	-	7,000	-	6.0%
営業利益	762	11.5%	915	13.1%	20.0%
経常利益	759	11.5%	900	12.9%	18.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	571	8.6%	660	9.4%	15.5%
1株当たり当期純利益(円)	326.26		369.53		

出所：決算短信よりフィスコ作成

主要サービス別の売上見通しについて、メディア事業では業界特化型事業(学び、美容医療)で前期比15%増、ゲームプラットフォーム事業で同10%増とそれぞれ2ケタ成長を見込んでいる。「ポイントタウン」や「くまポン」については前期と同様、1ケタ台前半の伸びを見込んでいるようだ。一方、ソリューション事業はアフィリエイト広告仲介事業がまだ下げ止まっていないこともあり、前期並みの水準で計画に織り込んでいる。広告収入に影響する広告単価については、前期比横ばい水準を想定している。

費用面では、人件費が前期比1ケタ増となるものの、販促費や広告宣伝費が前期並みの水準、開発費が「GMOリピータス」の開発一巡もあって若干の減少を見込んでいる。AI活用については、カスタマーサポート部門以外の部署へと横展開することで業務効率化を推進する。こうした取り組みにより、営業利益率は前期の11.5%から13.1%とさらなる向上を目指す。期末従業員数については、前期末比で横ばい水準を見込んでいる。

今後の見通し

各事業の市況と今後の見通し

	市況	今後の見通し
ポイント・ゲーム	カジュアルゲームは伸長 ポイントを導入した企業のCRMの拡大によりポイ活市場が伸長 広告単価は横ばい傾向	カジュアルと課金を組み合わせたハイブリッドモデルゲームが台頭 ポイ活×ゲーム導入の国内外ニーズが増加 ブロックチェーンゲーム市場はヒットに乏しく成長には時間を要する
学び	国や公共団体のリスキリング支援による需要増 子ども向けプログラミング教育市場は着実な成長 エンジニア採用市況は伸長	政府によるリスキリング支援を通じたキャリアアップ支援事業の認定スクール拡大 2025年度から大学入試科目に「情報」が採用されることに伴い、受験科目市場としての成長期待
美容医療	女性の美容内科・皮膚科利用率は伸長 女性の審美・矯正歯科利用率は伸長 女性の美容脱毛利用率は横ばい	美容医療の一般化が男女ともに進み需要拡大が続く 医院やメニューの比較検討の機会が増える 人材獲得競争の激化に伴い美容クリニックのDXニーズが増大 美容クリニックを選ぶチャンネルが多様化し競合や代替品が増加

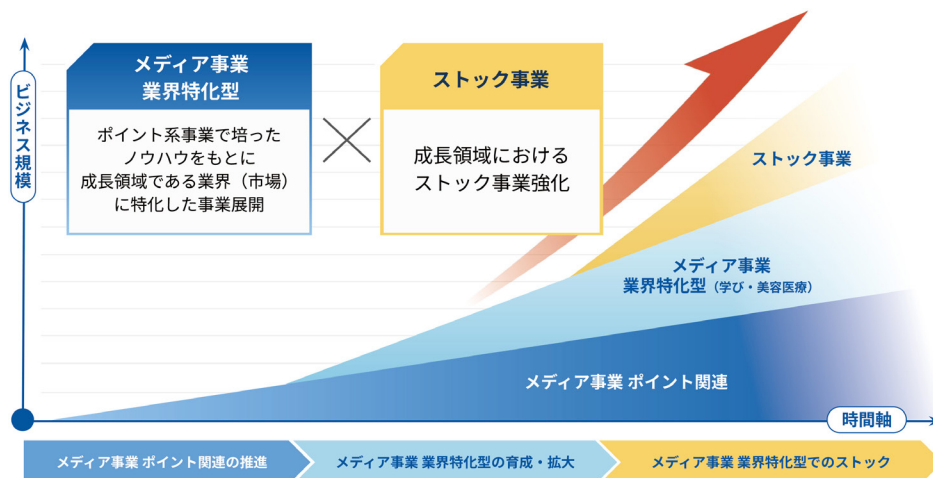
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

学び・美容医療領域の売上拡大とストック型ビジネスの育成により持続的成長を目指す

2. 成長戦略

同社は今後の成長戦略として、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及びリピーターを作るノウハウとAI・データ活用スキルを、成長領域（学び・美容医療・+α）へ展開し、より高い成長を目指す、2) 持続的な収益成長を可能とするための安定収益基盤を構築すべく、ストック型ビジネスの育成強化を図る、の2点を掲げている。

成長イメージ

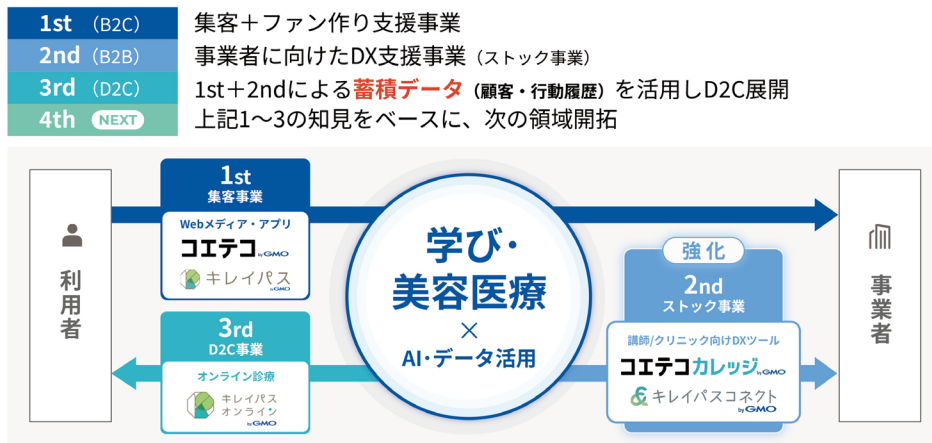


出所：決算説明資料より掲載

今後の見通し

業界特化型事業では、第一段階として集客やファンづくりのための接点となるメディア(コエテコ、キレイパス等)については「コエテコ」「キレイパス」など掲載教室数やチケット掲載数などで業界トップのポジションを既に確立し、収益フェーズに入るなど一定の成果を収めており、従来の施策を継続しながら売上成長を進める方針だ。今後は、事業者向けサービスとなるDX支援事業(コエテコPlus、コエテコカレッジ、キレイパスコネク等)を育成し収益化を目指すほか、運営メディアとDX支援サービスによって蓄積されたデータ(顧客・行動履歴)を活用したD2Cサービスの展開を進めるなど、複利成長戦略を推進する。また将来的には、これら取り組みによって蓄積したノウハウを生かして、新規領域への展開を視野に入れている。このため、M&Aについても成長戦略の1つとして今後は積極的に検討していく意向だ。

業界特化型事業の成長戦略



出所：決算説明資料より掲載

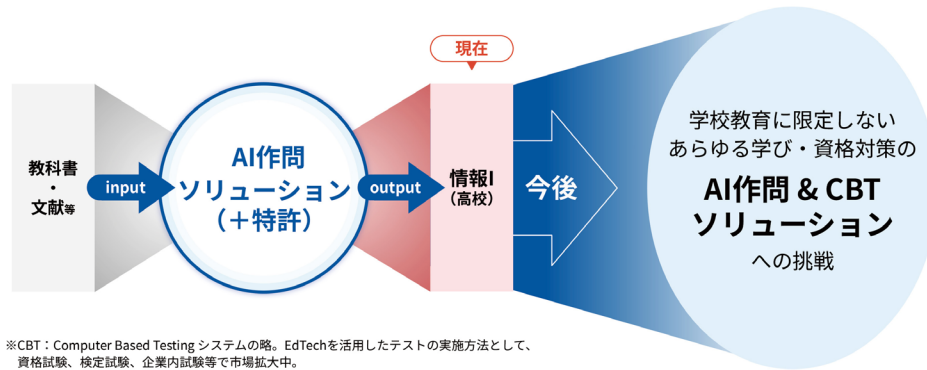
(1) 学び関連事業

a) 「コエテコ Study」

2024年8月に高等学校を対象に実証実験を開始した「コエテコ Study」は、約80校(公立・私立)で活用され2025年4月から一部の高等学校で有料サービスを開始する。教科書をもとに生成AIを活用した作問・採点支援ツールで、教員の業務負担軽減だけでなく、生徒の学習効率向上につながる教育DXサービスとして注目される。対象科目は「情報I」のみだが、2026年以降、順次その他の科目でも実証実験を進めながら範囲を広げる計画であり、学校教育だけでなく様々な資格試験対策などへの応用展開も可能と同社では見ている。

今後の見通し

「コエテコ Study」の今後の展開



※CBT：Computer Based Testing システムの略。EdTechを活用したテストの実施方法として、資格試験、検定試験、企業内試験等で市場拡大中。

出所：決算説明資料より掲載

高等学校向けでは政府のデジタル人材育成施策の1つとして「高等学校 DX 加速化推進事業（DX ハイスクール）※」が2025年度も実施されることになっており、同社もサービス提供事業者として参画している。同事業では、1年間の利用料金として生徒当たり約2千円、初期導入・カスタマーサポート費用20万円を設定している。料金については学校の規模等によっても変動する可能性があるが、1学年で生徒数は全国で100万人前後であり、今後導入学年や科目の広がりなどの可能性も考えても、潜在的な成長ポテンシャルは大きいと言える。

※ 情報、数学等の教育を重視するカリキュラムを実施するとともに、ICTを活用した文理横断的な探究的な学びを強化する学校などに対して、そうした取り組みに必要な環境整備の経費を支援する文部科学省の補助金事業。

b) 「コエテコカレッジ」

オンライン講座作成・販売プラットフォーム「コエテコカレッジ」は、オンライン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するサービスで、利用可能な機能やデータ保存容量の違いで4つの料金プラン※を用意している。2022年のサービス開始以降、俳句・短歌講座や各種資格取得講座、占い師講座など徐々にコンテンツが増えているが、流通金額がまだ小さく業績への影響は軽微にとどまっている。

※ シンプルフリー（月額料金0円、決済手数料8.0%または15.0%）、プロ（月額9,900円（年払い契約を月額換算したもの）、決済手数料5.9%）、プロPLUS（月額33,000円（同）、決済手数料5.9%）、ビジネス（大規模学校法人や企業内利用向けに個別対応）、と4つの料金プランを用意している。

こうした状況を打破すべく、同社は2024年10月にGMO趣味なびを子会社化した。GMO趣味なびが運営する「趣味なび」はハンドメイド教室やダンス教室など趣味に関する教室の情報を掲載する日本最大級の趣味さがしマーケットプレイスであり、300を超えるジャンルで全国2.1万教室を掲載している。今後、これら教室運営者や講師に対して「コエテコカレッジ」を提案することでシナジーを創出していく考えで、この先の動向が注目される。

今後の見通し

(2) 美容医療関連事業

美容医療関連事業では DX 事業として美容クリニックの院内業務を一元管理できる「キレイパスコネクト」を2021年にリリースし、段階的に機能の拡充を図りながら導入を進めている。「キレイパスコネクト」は、予約受付から問診、電子カルテ、会計、CRM、経営分析機能までを一括して提供できるのが特徴で、同様のサービスを提供する競合は数社^{※1}あるが、「キレイパス」による独自の集客ソリューションも同時に提供しているのは同社だけで差別化ポイントとなっている。契約件数は順調に伸び、直近では月次で収支均衡水準まで売上が増えてきたようだ。初期導入費用は無料で、月額料金プランは利用可能機能に合わせて4プラン^{※2}を用意しており、現状の平均月額 ARPU は5万円台、解約率は1%程度（閉院のケースがほとんど）となっている。

※1 自由診療・美容クリニック向けを対象として同様の機能でサービス提供している競合としては、(株)プロ・フィールドの「ACUSIS Cloud」(2025年2月時点の導入実績969院超)、(株)メディカルフォースの「medicalforce」(同550院超)、(株)B4Aの「B4A」(同500院超)。

※2 月額料金(税抜)は9千円、4万円、6万円、9万円のプランを用意。

新規顧客の獲得施策としては、オンラインセミナーやネット広告などデジタルマーケティングが中心であったが、最近では顧客からの紹介案件も増えてきたようで、さらなる拡大が期待できる状況となっている。2024年10月には「オンライン診療」機能も新たにリリースするなど、今後も機能拡充のための開発を継続する方針のため、利益への本格貢献は2026年12月期以降となる見通しだ。

美容医療業界の国内市場規模は、2019年の約4千億円から2023年には約6千億円に拡大するなど成長市場となっている。医療技術の高度化による非外科美容医療の普及や男性も含めた利用者層の拡大、オンライン診療の普及、クリニック数の増加[※]などが背景にあり、今後も安定的な成長が見込まれている。一方で、クリニック経営の側では、新規顧客の獲得と運営コストの効率化が経営課題となっており、両方の課題を解決できるソリューションを持つ同社にとっては、今後数年間「キレイパスコネクト」のシェアを拡大する好機になると弊社では考えている。

※「令和5(2023)年医療施設(静態・動態)調査・病院報告」(厚生労働省)によると、2023年の美容外科の診療所数は2,016施設と2020年から43.6%増と診療科目別では最大の成長率となった。

人的資本経営として社員の IT・AI リテラシー向上に取り組む

3. 人的資本経営の取り組み

同社は人的資本経営の実現に向けて、職種を問わず全社員の IT・AI リテラシー向上に向けた取り組みを強化している。具体的には、2023 年末までに全正社員が「AI For Everyone」※¹の受講を完了したほか、AI・ディープラーニングの活用リテラシー習得のため G 検定※²や IT パスポート※³などの資格取得を推奨※⁴している。2024 年 12 月末時点の資格取得率は、G 検定で 57.0%、IT パスポートで 95.1% となっており、G 検定は目標の 50% を達成、IT パスポートも目標の 100% に近づいている（外国人社員を除けばほぼ 100%）。なお、同社は「コエテコカレッジ」を通じて、「IT パスポート対策講座」や G 検定対策のための「G 検定単語集」などの販売も行っている。

※¹（一社）日本ディープラーニング協会が開講しているオンラインビデオ講座。AI の基礎が学べる内容で、受講時間は約 5 時間（無料）。

※² 日本ディープラーニング協会が実施する、AI・ディープラーニングの活用リテラシー習得のための検定試験。ディープラーニングの基礎知識を有し、適切な活用方針を決定して事業活用する能力や知識を有しているかを検定する。

※³ 情報処理技術者試験のうち最も簡単なエントリーレベルの資格で、（独）情報処理推進機構が実施する国家試験。

※⁴ 資格取得推奨のため、資格取得手当（G 検定 1 万円、IT パスポート 5 千円）を付与している。

G 検定、IT パスポート資格取得率

	2023 年 10 月末	2024 年 1 月末	2024 年 12 月末
G 検定取得率	14.1%	32.4%	57.0%
IT パスポート取得率	16.9%	39.4%	95.1%

※ 単体正社員ベース

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

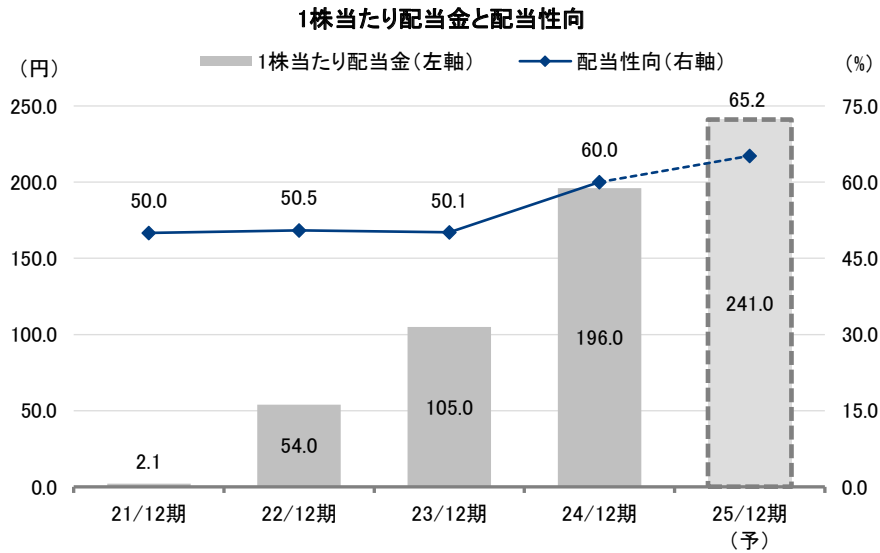
株主還元策

配当性向を50%以上から65%以上に引き上げ、株主優待制度を導入

同社は、持続的な成長と安定した株主還元の両立を経営の重要課題と位置付け、従前は連結配当性向で50%以上を目安に配当を実施してきたが、収益基盤の強化が進み配当余力が増したことや、投資家層の拡大と企業価値のさらなる向上を目的に株主還元の拡充を決定した。具体的には、配当性向65%以上を基本とし、業績に応じた安定的かつ継続的な配当を実施する。また、株主優待制度についても新たに導入する。100株以上保有株主※に対して、GMOクリック証券を通じた同社株式の買付手数料のキャッシュバック（上限1万円）を行うというものである。

※ 2025年6月末の株主を対象に開始。次回以降は毎年12月末及び6月末の株主で半年以上継続保有した株主が対象となる（初回は継続保有の要件は適用除外）。対象取引は現物買付、信用新規買付、信用返済買付。

2024年12月期の1株当たり配当金は、記念配当33.0円（5ヶ年中期計画超過達成及び上場10周年記念）を含めて前期比91.0円の増配となる196.0円（配当性向60.0%）を実施する。2025年12月期は新たな配当方針に基づき同45.0円増配の241.0円（配当性向65.2%）と連続増配を予定している。



※ 24/12期は記念配当33.0円（5ヶ年計画超過達成 & 上場10期）含む
出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp