

# 2025年12月期 決算説明会資料

STOCK CODE : 3695

前年同期比で売上高+35.7%、営業利益+44.9%

**GMO** PRODUCT PLATFORM

代表取締役社長 荻田 剛大  
取締役CFO 森 勇憲

2026年2月

# 会社の名称と連結対象の整理

GMOプロダクトプラットフォーム連結企業集団：連結全体

GMOリサーチ&AI：単体+海外法人

GMOタウンWiFi：単体（1Qが非連結）

FY2025				
1Q	2Q	3Q	4Q	
GMOリサーチ&AI (次頁以降、GMOリサーチ&AI社)	GMOプロダクトプラットフォーム連結企業集団 (10/1に社名変更) (次頁以降、GMOプロダクトプラットフォーム社)			
開示対象				
GMOタウンWiFi (次頁以降、GMOタウンWiFi社)				
開示対象外				

4/1  
GMOタウンWiFiが  
GMOリサーチ&AIの100%子会社に

開示対象

# サマリー

---

前年同期比で売上高+35.7%、営業利益+44.9%

## 2025年12月期 実績

売上高 68.1億円 (前年同期比 +35.7%)

営業利益 3.4億円 (同 +44.9%)

- 広告事業の成長と、アンケート事業の構造改革が進捗
- 業績予想を超過 (売上高 +2.5%、営業利益 +66.2%)

## 2026年12月期 業績予想

売上高 70.8億円 (前年同期比 +3.9%)

営業利益 7.3億円 (同 +114.6%)

- GMOプロダクトプラットフォーム社になり、事業構造が変わったことで営業利益率が5.00%→10.31%に向上
  - GMOタウンWiFi社が通期で連結されることで広告売上が増加する
  - GMOリサーチ&AI社の構造改革が進み黒字化する

# 経営数値報告

---

2025年12月期の通期実績、2026年12月期の通期業績予想を説明

# 2025年12月期 通期連結業績

業績予想を超過して着地。通期配当は配当予想を72.1%上回る、59.52円

(単位：百万円)

	FY25 1-12月	業績予想 *	進捗率	FY24 1-12月	前年同期比
売上	<b>6,818</b>	6,654	102.5%	5,025	+35.7%
広告	<b>2,166</b>	-	-	30	70.1倍
アンケート	<b>4,631</b>	-	-	4,994	▲7.3%
その他	<b>20</b>	-	-	-	-
営業利益	<b>340</b>	205	166.2%	235	+44.9%
最終利益	<b>155</b>	9	17.3倍	183	▲15.0%
1株当たり当期純利益	<b>41.83</b>	2.42	17.3倍	112.10	▲62.7%
1株当たり配当額	<b>59.52</b>	34.58	172.1%	114.84	▲48.2%

\* 2025年8月7日開示業績予想数値

# 2026年12月期 通期連結業績予想

(単位：百万円)

	FY26 通期 (業績予想)	FY25 通期	前年同期比
売上	<b>7,087</b>	6,818	+3.9%
営業利益	<b>731</b>	340	+114.6%
最終利益	<b>377</b>	155	+142.2%
1株当たり 当期純利益	<b>85.62</b>	41.83	+104.7%
1株当たり 配当額	<b>64.21</b>	59.52	+7.9%

■ 2026年12月期は新体制が12ヶ月フルで反映される初年度

- ・GMOタウンWiFi社が通期で連結されることで広告売上が増加する
- ・GMOリサーチ&AI社の構造改革が進み黒字化する

■ 労働集約度合いの低い、ストック型のプロダクトを提供することにフォーカスし、高利益率の事業構造に

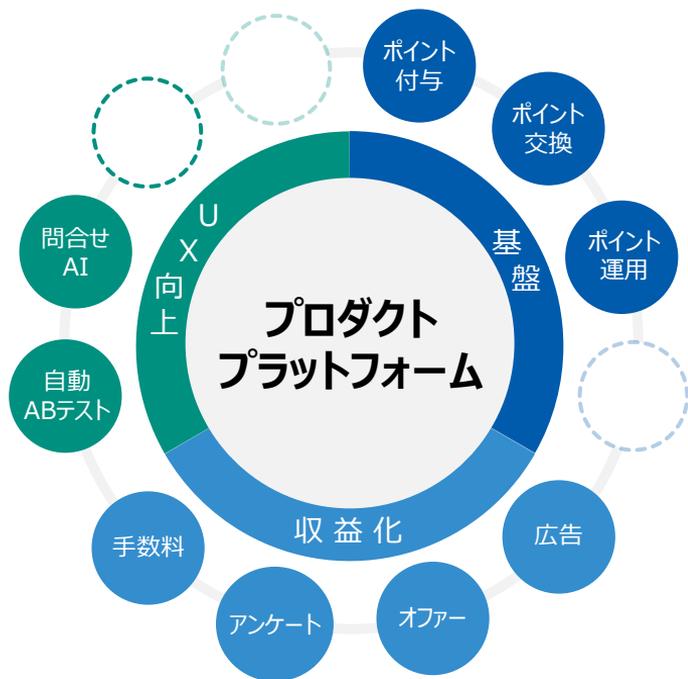
- ・営業利益率  
2025年12月期：5.00%  
2026年12月期：10.31%(+5.31pt)

# GMOプロダクトプラットフォーム社の戦略と進捗

---

プロダクト承継とプラットフォームへの統合により成長を実現

プロダクトを承継し、当社プラットフォームと連携することで  
UX&収益力を向上し、ユーザーの課題を解決する



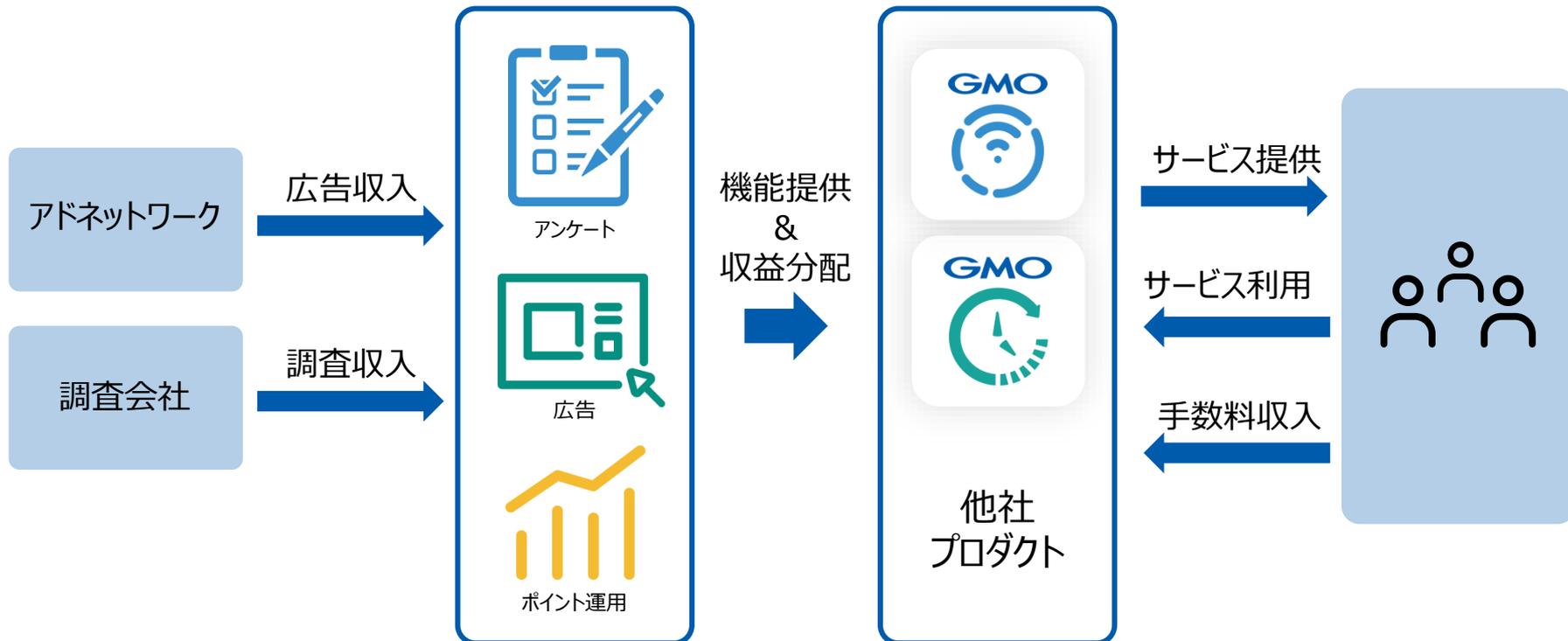
ポイント機能を基盤としながら  
プロダクトのUX&収益性を向上させる  
様々な機能を持つプラットフォーム

クライアント

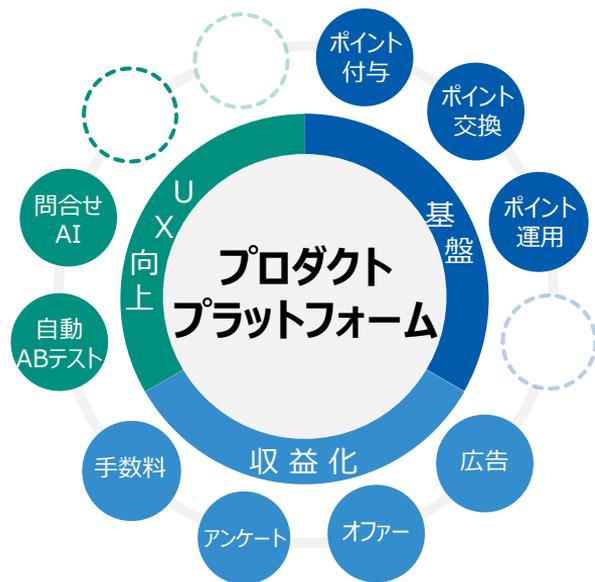
収益化機能

連携プロダクト

ユーザー



承継したプロダクトは「強化」か「活用」で連携される



**「強化」**

プラットフォームが提供する機能が増える



**「活用」**

プラットフォームを導入するプロダクトが増える

「強化」はARPUに、「活用」はMAUとしてKPIに現れる

## ARPU

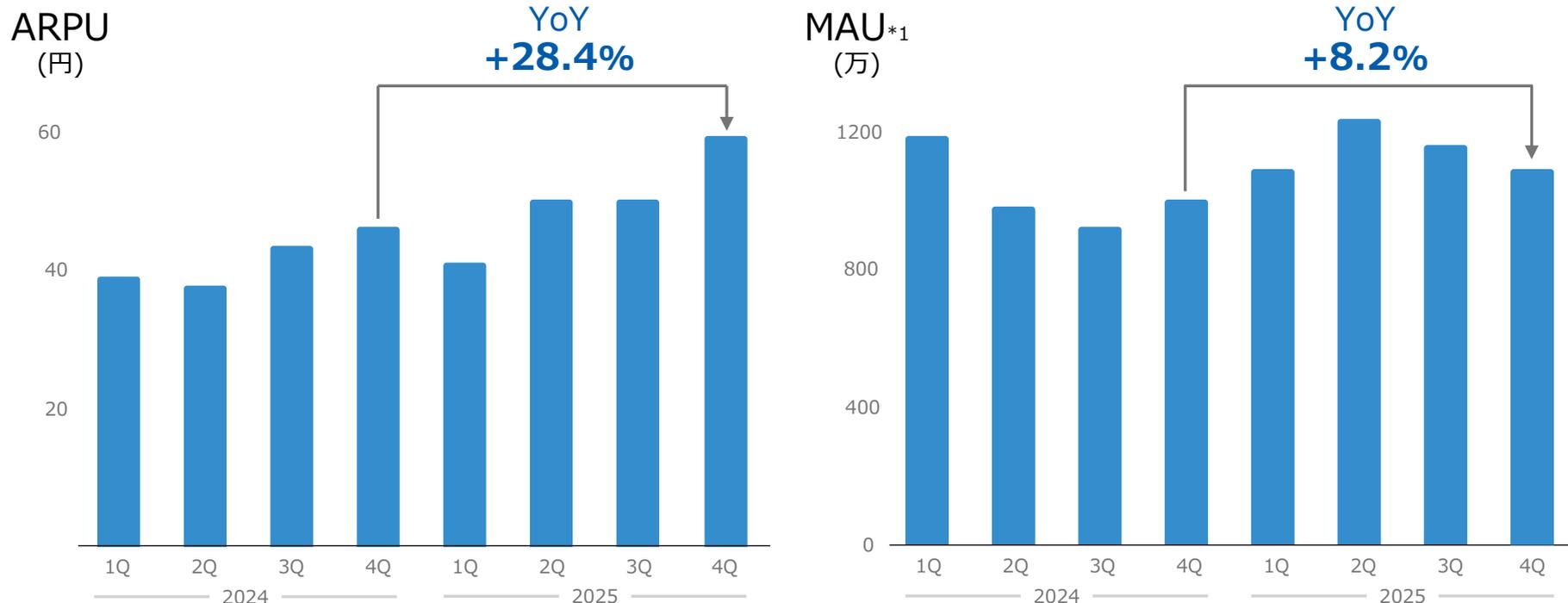
プラットフォームが提供する機能が  
増え、マネタイズ手段の追加やアク  
ティブ率の向上によりユーザー当たり  
の売上が増える

## MAU

プラットフォームに参画するプロダクト  
が増えることで、当社がリーチできる  
ユーザー数が増える

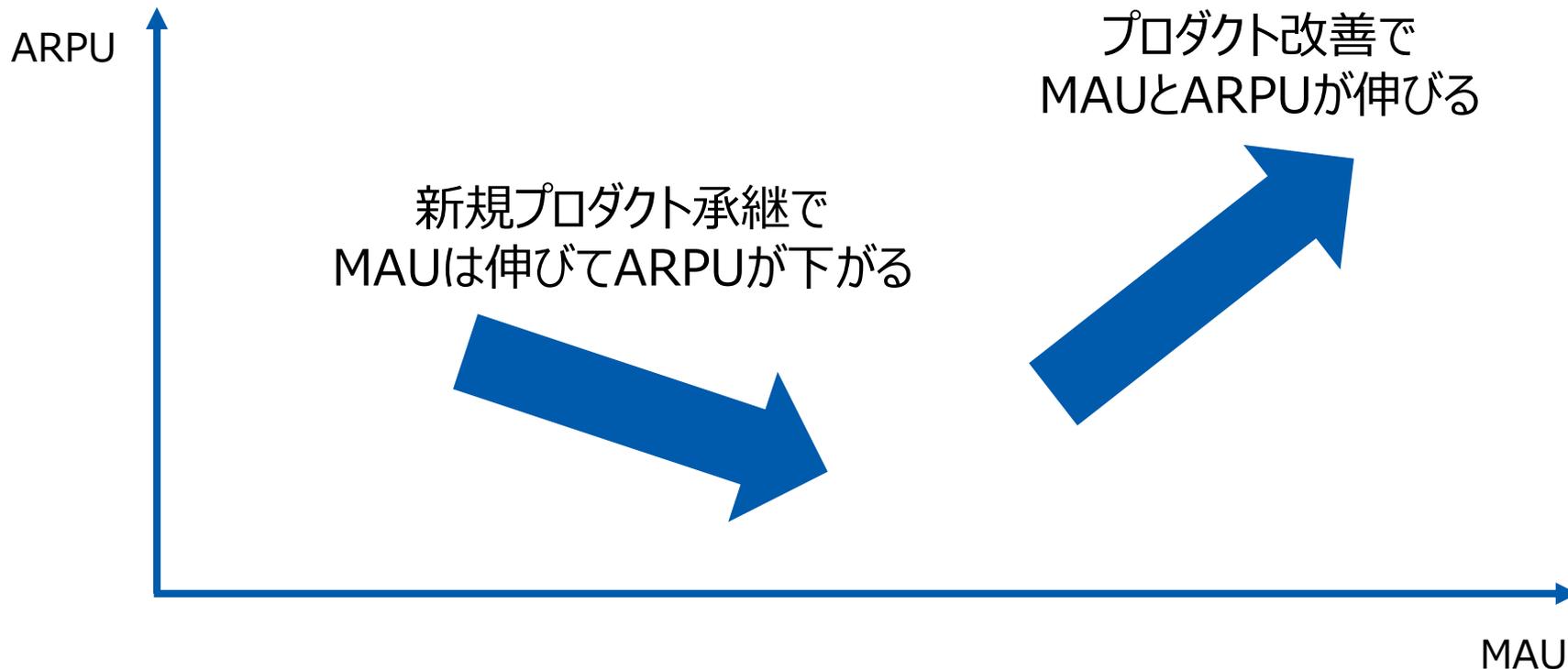
# 戦略 - 進捗状況 (KPI)

GMOタウンWiFi社がジョインしたことで、当社プラットフォームにおいて広告機能が強化されたためARPUが上昇、活用しているプロダクトが増えたためMAUが上昇



※1 MAUの定義：プラットフォームとしてアクセスできる人数。自社WEBサイトの閲覧UU+自社アプリ起動UU+アンケート一覧画面表示UU（アンケート機能提供の場合）の合計となり、プロダクト毎の重複は排除していない

戦略を実行していくと、KPIは以下のような推移になる



## 7つのプロダクトを承継して、プラットフォームへ統合中

「シフト手帳」

2025年1月承継



「推して何日？」

2025年3月承継



定量アンケート

2025年4月承継



定性アンケート

2025年11月承継



「infoQ」

2025年4月承継



「StockPoint」

2025年12月承継



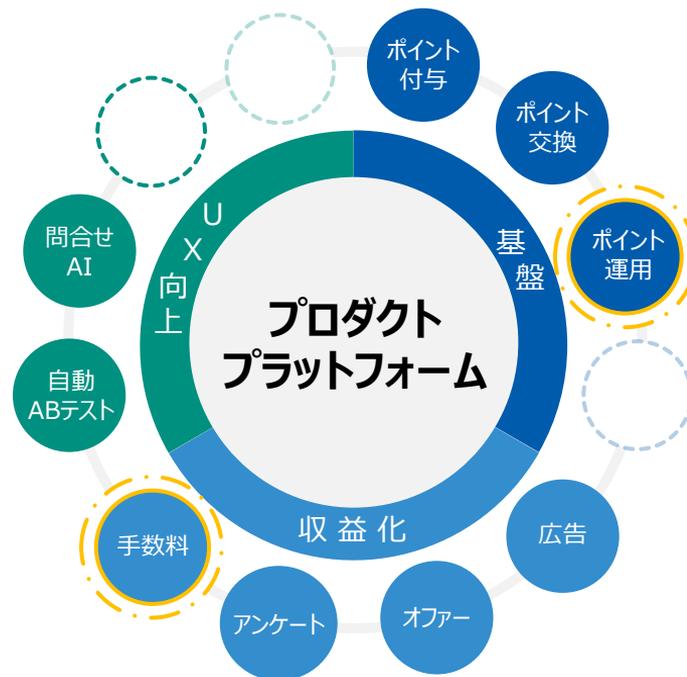
ポイント運用

2025年12月承継



## ポイント運用機能を持つ、STOCK POINT社がグループジョイン

保有するポイントの運用機能を提供できるようになり、連携プロダクトのアクティブ率向上と運用手数料収益の獲得による収益力向上を実現



## GMOリサーチ&AI社のストック型ビジネスへの構造改革は順調に進捗

	2025年12月期	2026年12月期	2027年12月期
事業モデル	労働集約型中心	ストック型中心	
差別化	メンバーの献身及び 値下げで実現	プロダクトの価値で実現	
ストック率	低 (33%)	中	高
営業利益	構造改革費用で3.9億円を計上し <b>▲3.2億円</b> (統合費用除く)	構造改革をしながら <b>黒字</b>	構造改革が完了し <b>高利益率</b>

プロダクトを承継し、UXを改善し続けることで  
ユーザーの課題を解決する