

2025年12月期  
通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2月10日

# 目次

- 01 通期決算ハイライト P.3
- 02 第4四半期概要 P.9
- 03 業績予想 P.17
- 04 成長戦略 P.22
- 05 Appendix P.40

- 01 通期決算ハイライト P.3
- 02 第4四半期概要 P.9
- 03 業績予想 P.17
- 04 成長戦略 P.22
- 05 Appendix P.40

## | エグゼクティブ・サマリー（通期）

売上高  
通期実績

**7,115** 百万円  
前年同期比 **+7.7%**

営業利益  
通期実績

**901** 百万円  
前年同期比 **+18.2%**

**3期連続で過去最高益を更新**

**営業利益は回復基調から持続的成長フェーズへ移行**

- 基盤であるポイント関連事業が安定的に利益を創出し、美容医療領域の成長が収益拡大を牽引
- ストック型サービスの拡充が進み、次の成長に向けた基盤整備が着実に進行
- EBITDAは1,000百万円を突破し、収益基盤の強化が定量的に確認できる水準へ
- 経済産業省が定めるDX認定制度に基づき、2025年11月1日付で「DX認定事業者」に認定

# 連結業績サマリ

基盤であるポイント関連事業の安定成長に加え、美容医療関連事業の拡大が収益成長を牽引。外部環境の影響を受けつつも、第4四半期の戦略的投資をこなしながら概ね計画通りの着地。

単位：百万円	2024年通期	2025年通期	前年比	2025年通期計画 (達成率)
売上高	6,606	7,115	+7.7%	7,000 (101.6%)
営業利益	762	901	+18.2%	915 (98.5%)
経常利益	759	896	+18.1%	900 (99.6%)
親会社株主に 帰属する当期純利益	571	646	+13.2%	660 (98.0%)

# 営業利益推移

収益構造の改善と成長領域への集中により、営業利益は回復基調から持続的な成長フェーズへ移行。2025年は901百万円（前年比+18.2%）と、3期連続で過去最高益を更新。

単位：百万円

1,000

750

500

250

0

-250

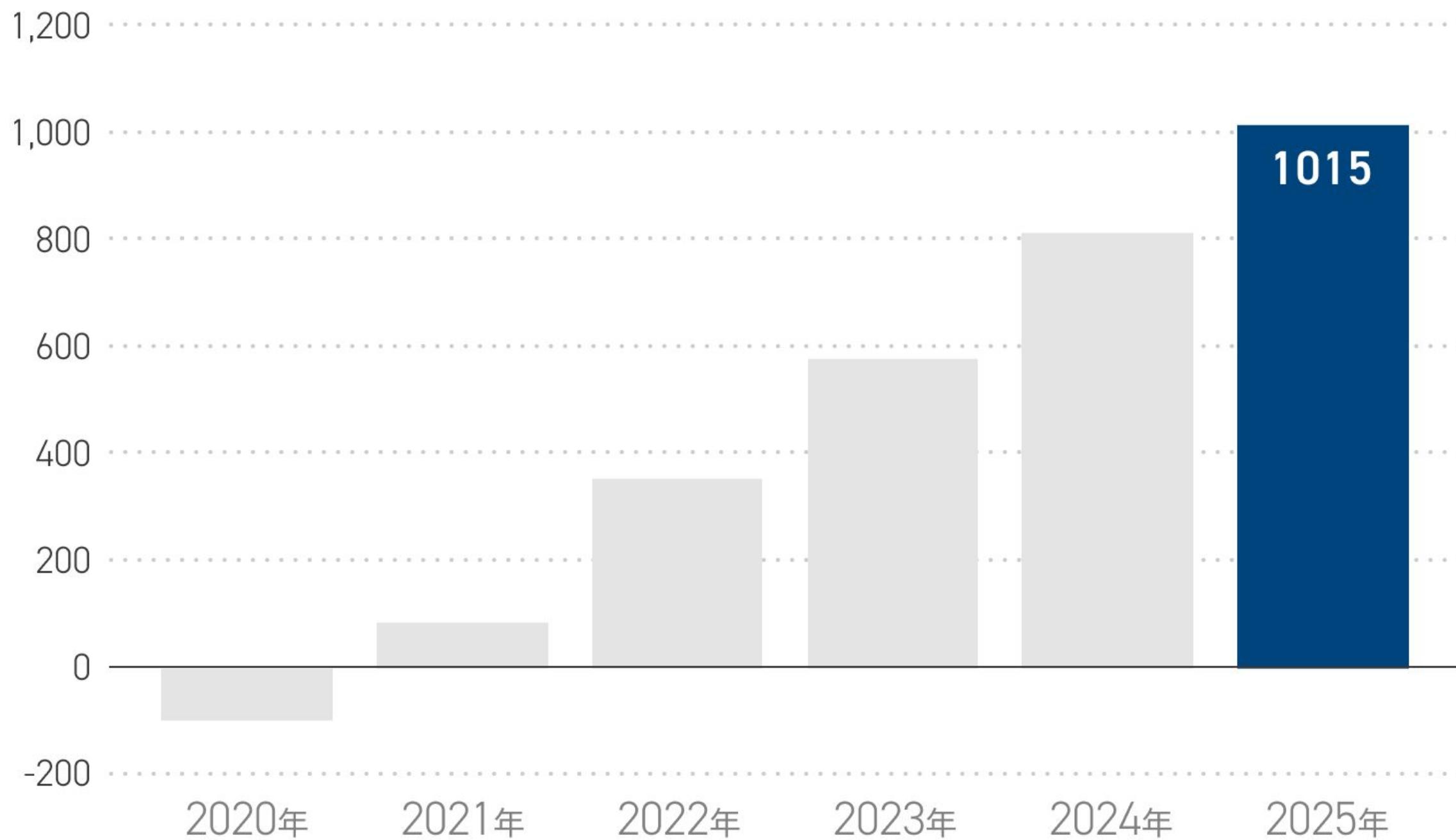
2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025



# EBITDA推移

EBITDAは10億円を突破し、収益基盤の強化が定量的に進展。

単位：百万円



## 主な2025年度償却費

■GMO趣味なび株式会社  
連結のれん

25百万円（通年反映）

■メディベース（電子カルテ）  
のれん、顧客関連資産、  
ソフトウェア関連  
21百万円（8ヶ月反映）

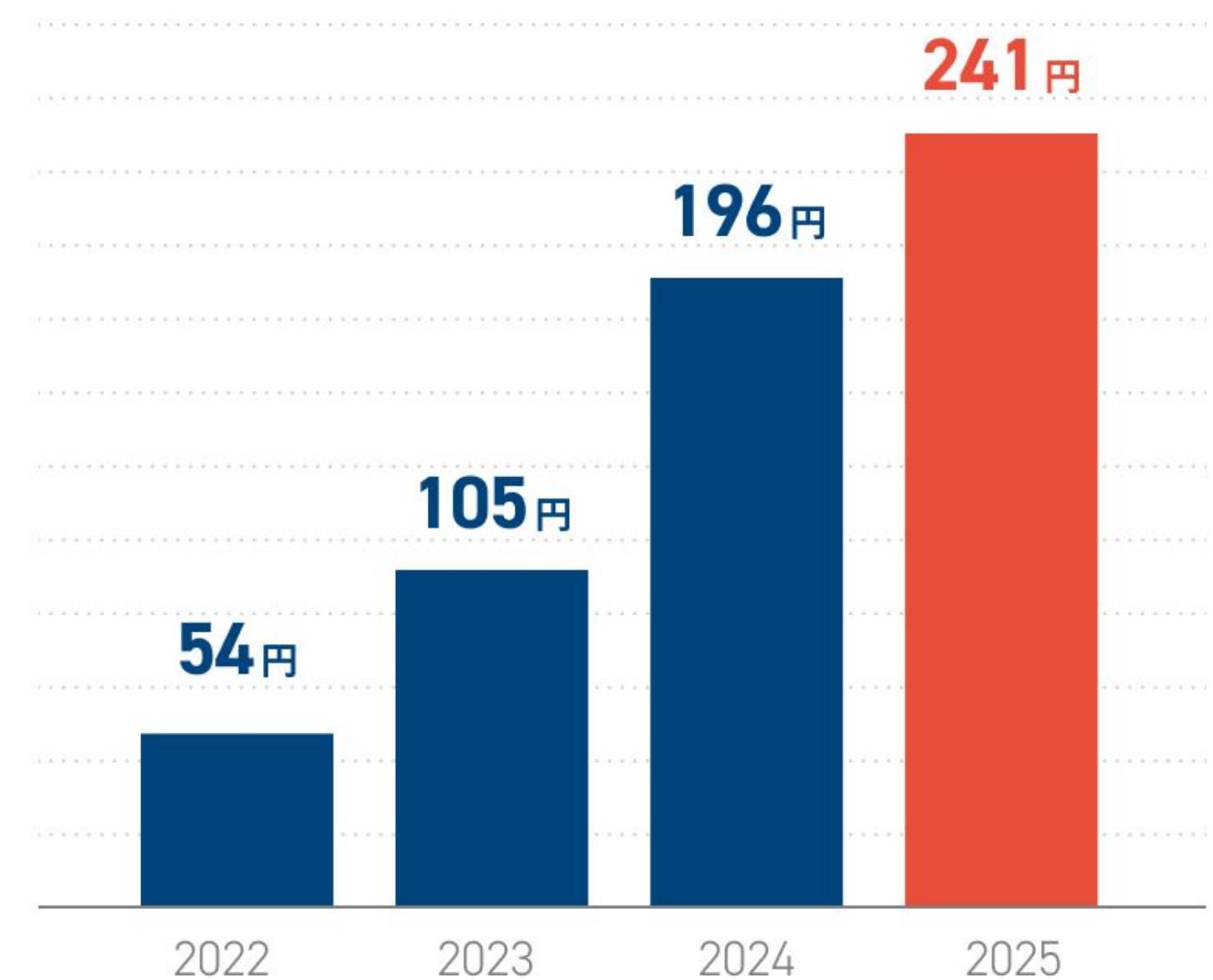
■ソフトウェア等  
63百万円

# 株主還元 配当

2025年の年間配当額は、当初予想通り1株当たり241円に決定。  
配当性向は66.8%とし、当社の配当方針に沿った水準。



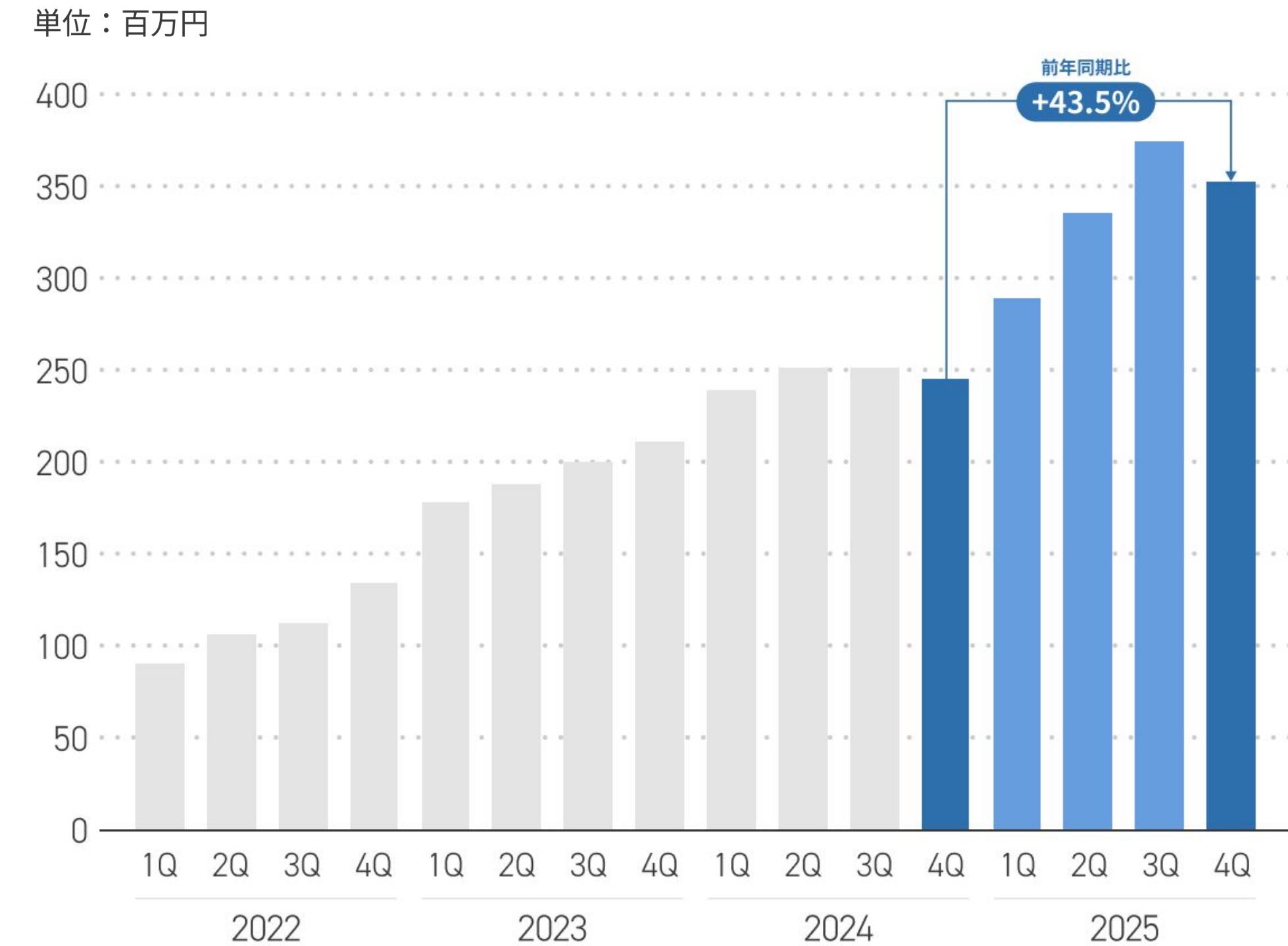
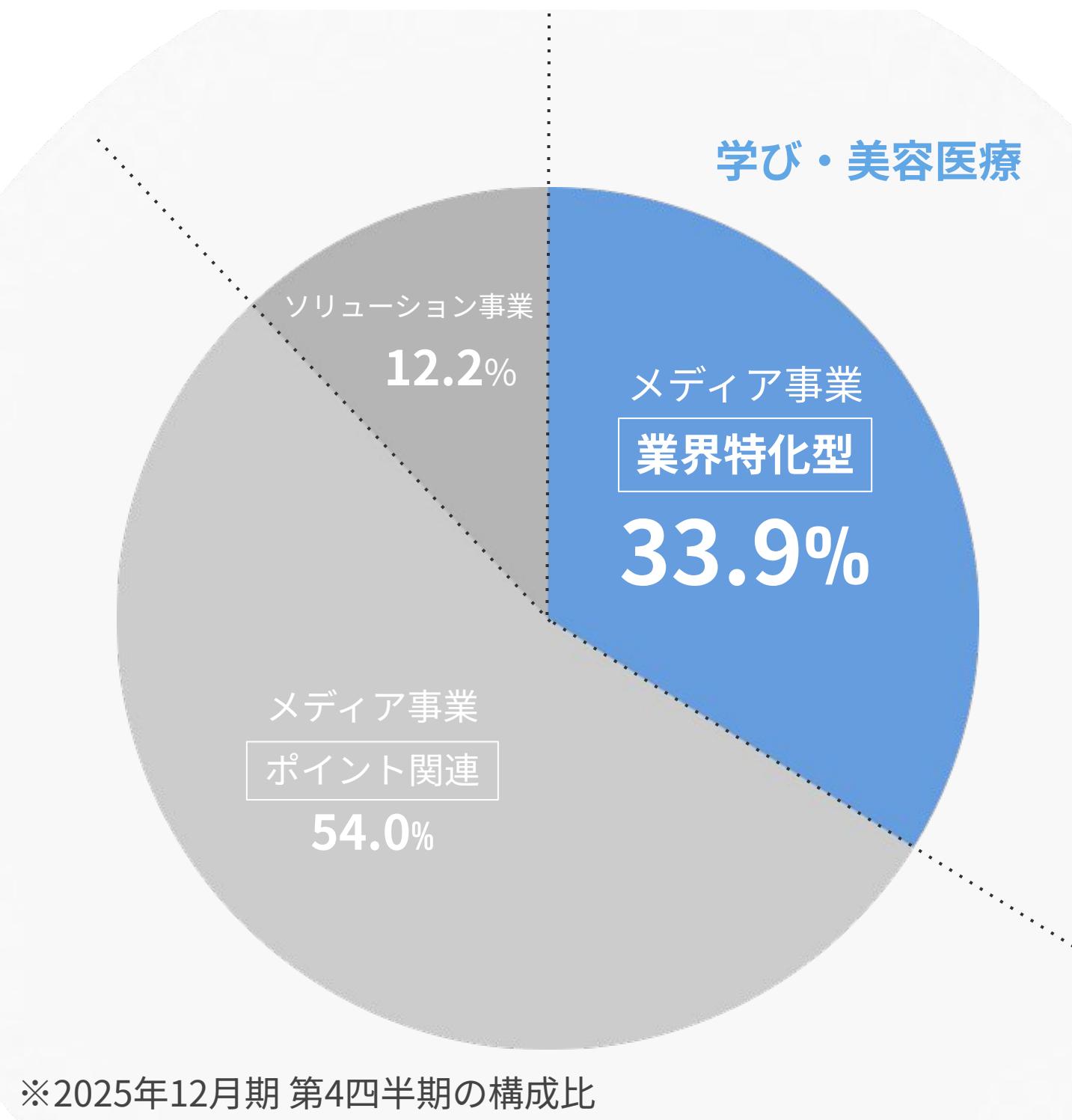
単位：円



- 01 決算ハイライト P.3
- 02 第4四半期概要 P.9
- 03 業績予想 P.17
- 04 成長戦略 P.22
- 05 Appendix P.40

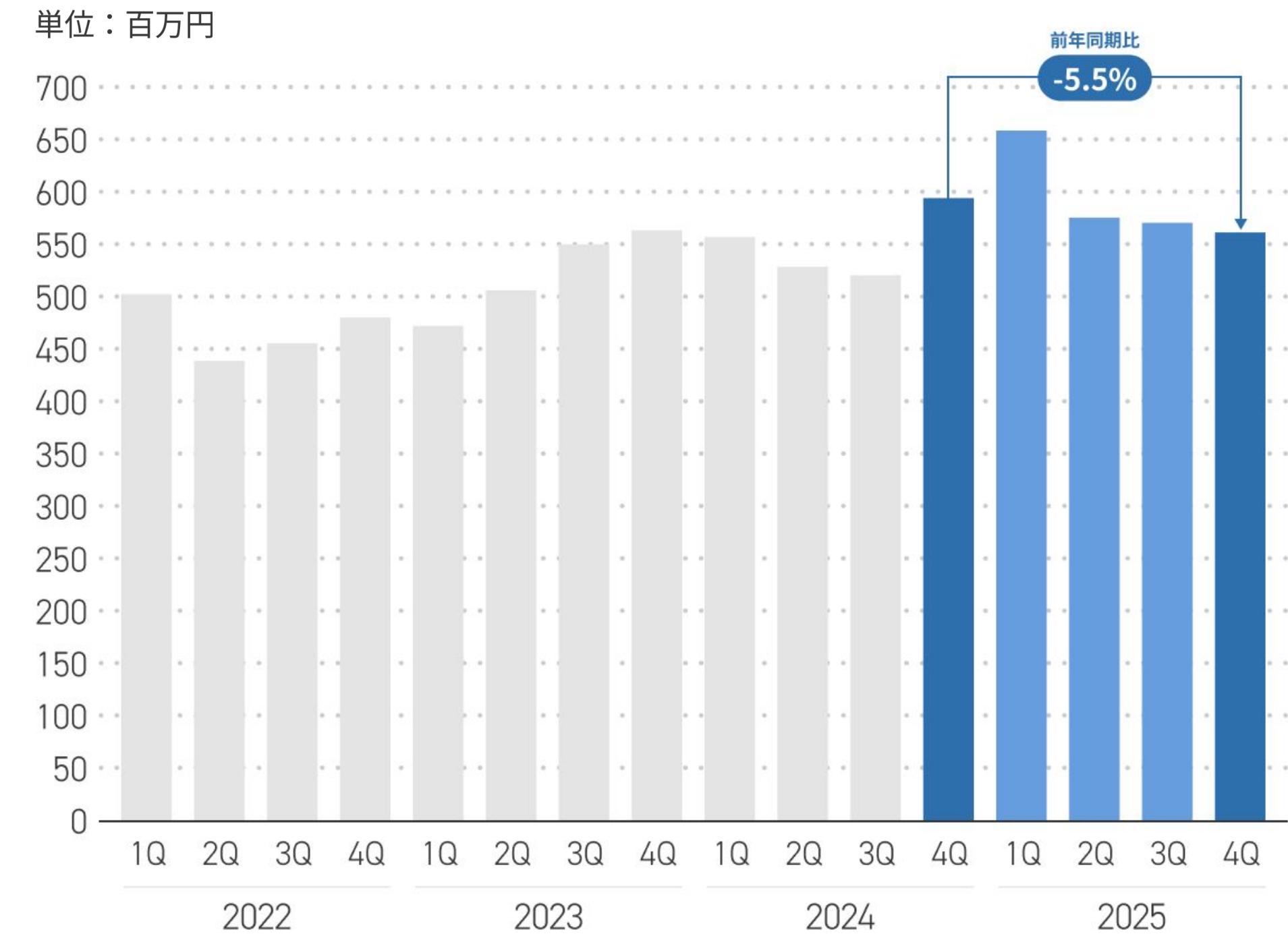
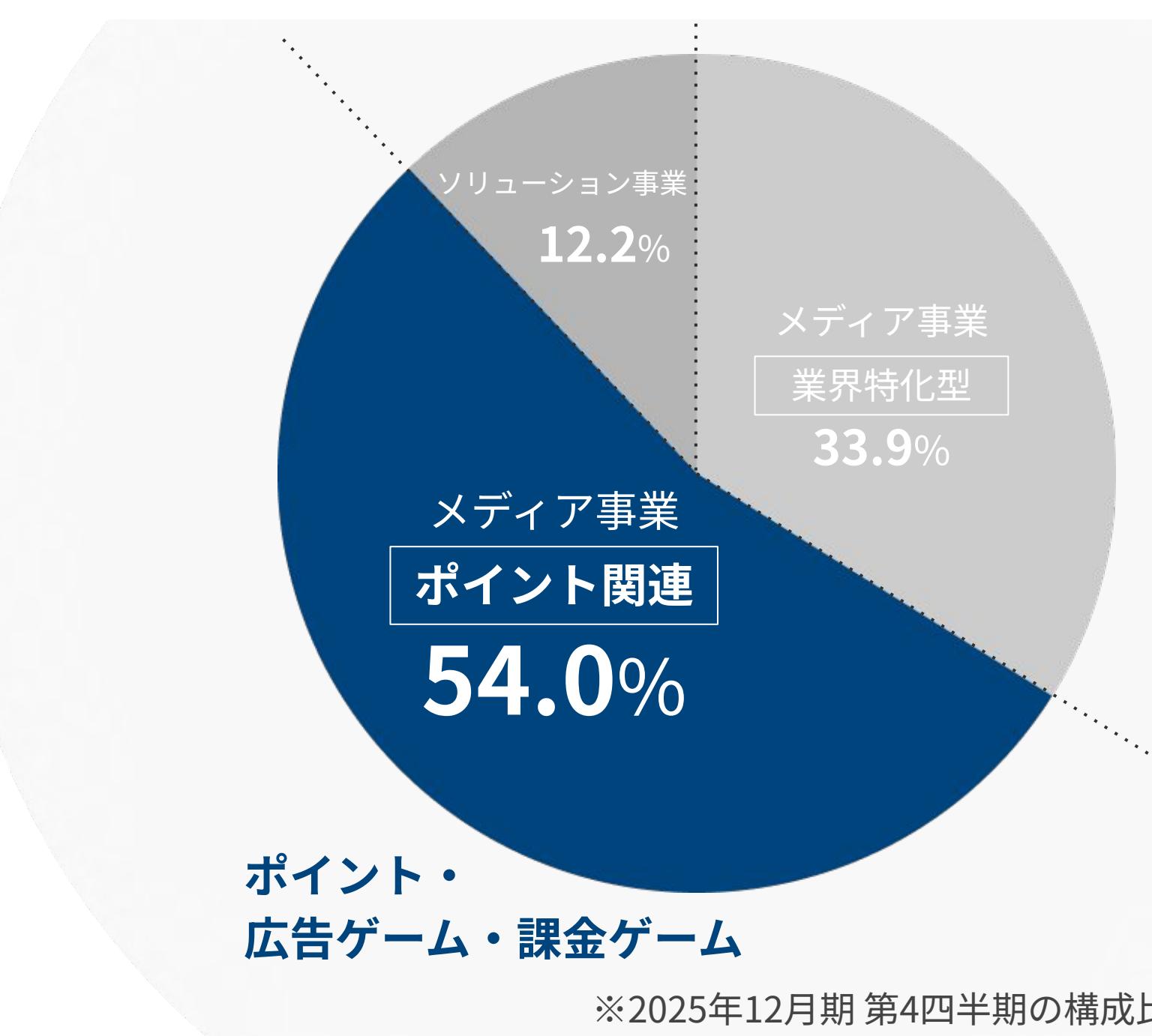
# メディア事業（業界特化型）の売上総利益推移

3Qまで好調であった痩身系商材の需要一巡によるフロー収益が落ち着く一方で、美容医療クリニック向けDXサービス（ストック収益）が順調に積み上がり業界特化型の成長が継続。



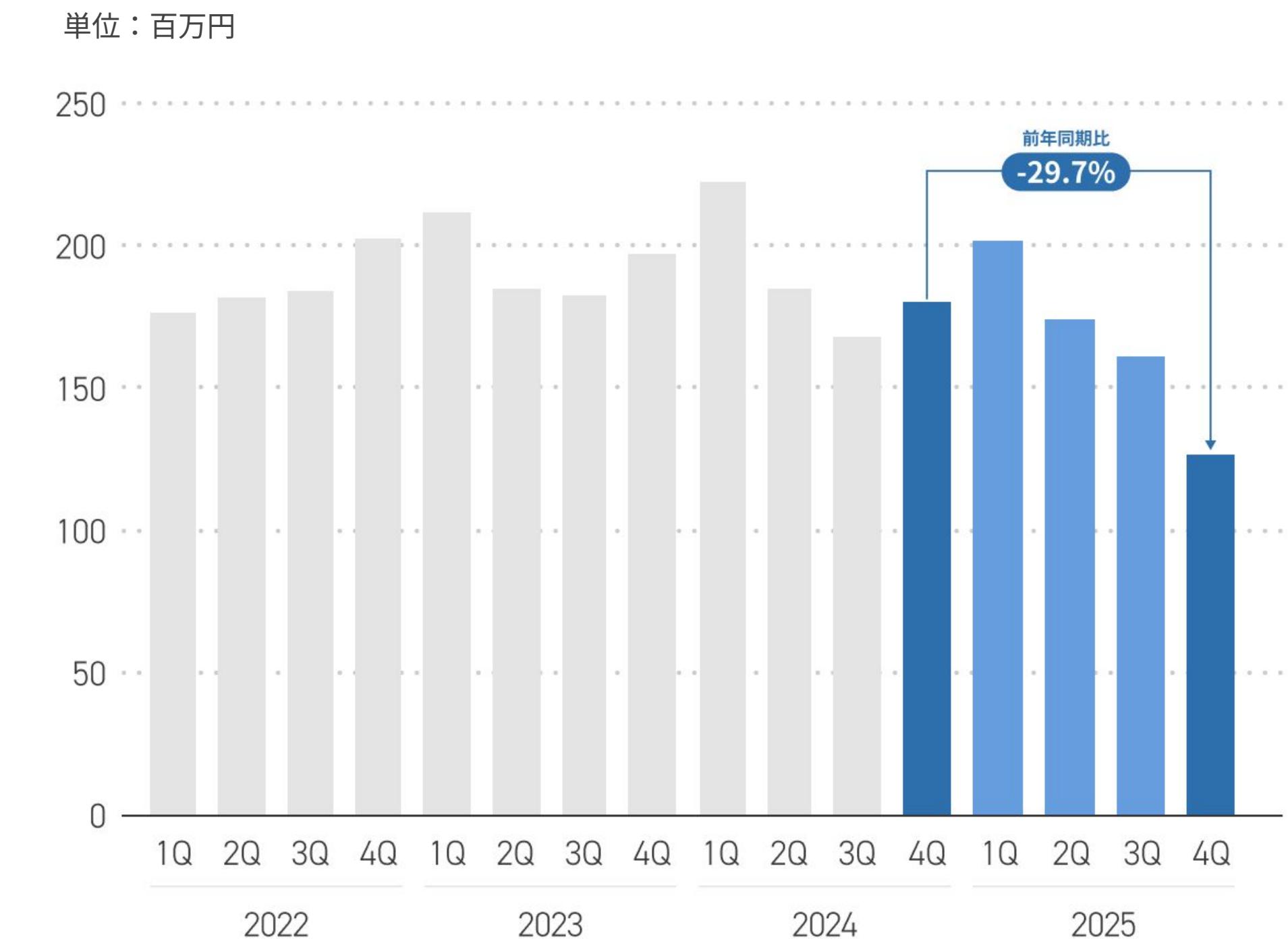
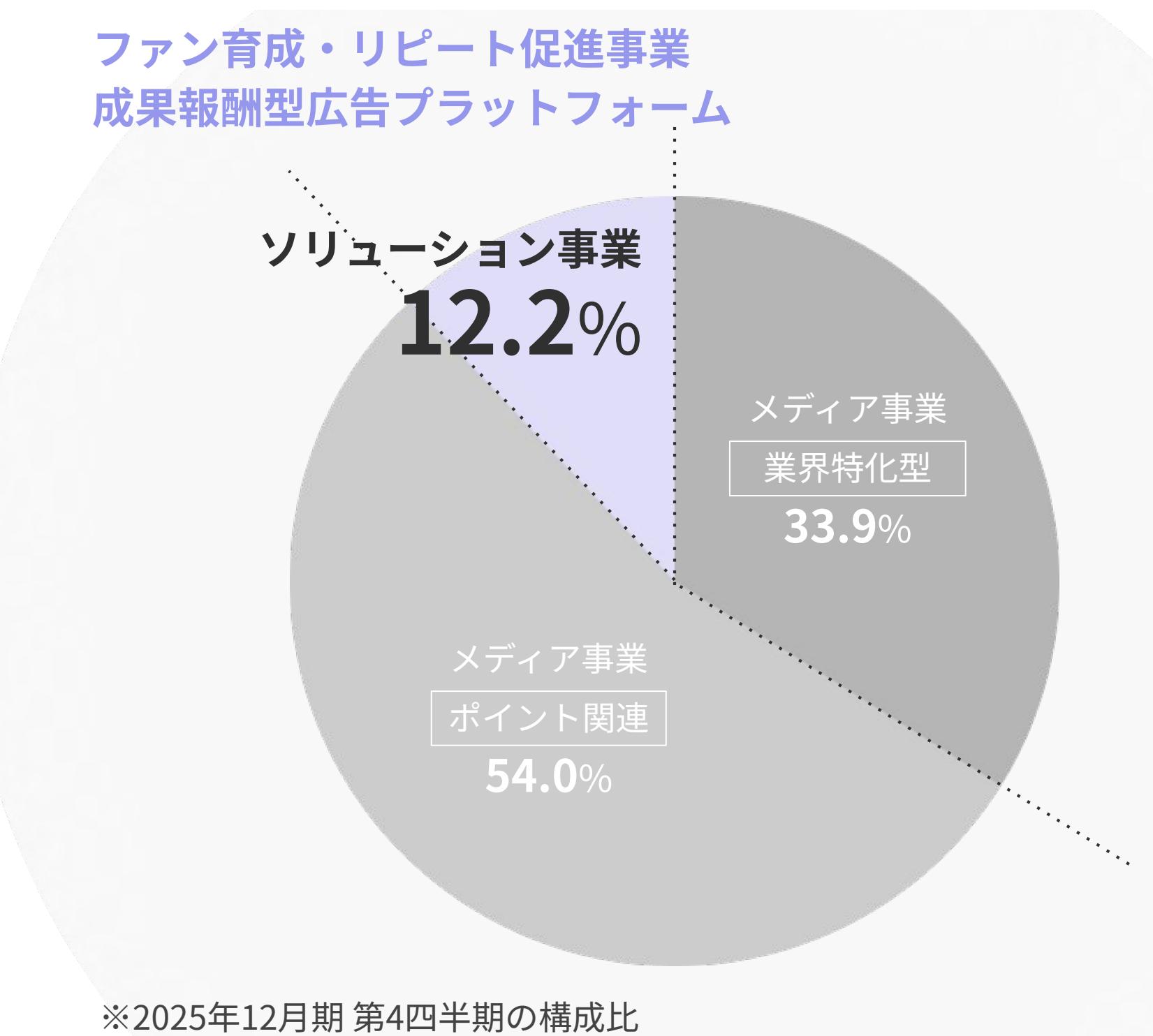
# メディア事業（ポイント関連）の売上総利益推移

ゲームプラットフォーム事業において、LINEミニアプリの提供開始や「Vポイントゲームパーク」への移行に伴う集客が堅調に推移した一方、フロー型の広告収益減少による影響等から、セグメント全体では前年同期比で微減。



# 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により競争環境が変化。広告主の選択肢拡大および代理業を介さない直接出稿の増加を背景とした、成果報酬型広告プラットフォーム事業の調整局面。



# トピックス① 美容医療 保険診療対応

## クラウド型日医標準レセプトソフト 「WebORCA」と連携し保険診療に対応 (2025年12月)

全国の医療機関で保険請求（レセプト）業務の基盤として広く採用されている医事会計ソフト「ORCA」との連携機能の提供を開始。これにより、これまで別々のシステムで管理されていた自由診療と保険診療の患者情報・診療データを「キレイパスコネクト byGMO」上で統合的に管理できるようになり、クリニックにおける事務作業の削減、診療フローの高速化、入力ミスの防止など、業務効率の大幅な向上を実現。



### WebORCA

連携し保険診療に対応

## トピックス② ポイ活 RCSへの取組

「ポイ活クイズ」「ポイ活ゲーム」を、  
KDDI株式会社のRCS公式アカウントで提供開始 (2026年1月)

Google メッセージ・iOS メッセージアプリでメッセージ／画像／動画のやり取りが可能なRCSにおいて、企業と個人が相互にメッセージなどのやり取りができる「RCS公式アカウント」として、GMOメディアとmedibaが共同提供する「ポイ活クイズ」「ポイ活ゲーム」を、「ちょこっとポイ活」の名称で提供開始。



### RCS公式アカウントとは？

Google メッセージ・iOS メッセージアプリでメッセージ／画像／動画のやり取りが可能なRCSにおいて、企業と個人が相互にメッセージなどのやり取りができるサービスのことです。

本サービスは、KDDIの審査を通過した企業のみ開設／配信することができます。

# トピックス③ AIを高等学校向け指導資料へ

## 「情報Ⅰ」教科書シェアNo.1の実教出版の指導資料に 「コエテコStudy byGMO」の機能提供を開始

高校科目「情報Ⅰ」教科書においてシェアNo.1を誇る実教出版との連携により、令和8年度用指導資料において「コエテコStudy byGMO」のAI機能の提供を開始。教科書を基にAIで作成した問題を7,000問以上収録しているほか、AIを活用した作問機能により、小テストや授業用プリントなどの作成業務を支援。

コエテコ**Study**byGMO



実教出版



# トピックス④ 学習塾市場への進出

## 塾・学習塾検索プラットフォーム 「コエテコ塾さがし byGMO」の提供を開始

プログラミング教室市場で培ったシステムとノウハウで、塾・学習塾に特化した検索プラットフォームの提供を開始。料金、カリキュラム、口コミなどで塾の比較が可能。



- 01 決算ハイライト P.3
- 02 第4四半期概要 P.9
- 03 業績予想 P.17
- 04 成長戦略 P.22
- 05 Appendix P.40

# 2026年12月期の業績予想

2026年12月期は、ビューティ社の債務超過解消に伴う会計上の要因により、当社に帰属する当期純利益は580百万円を見込む。

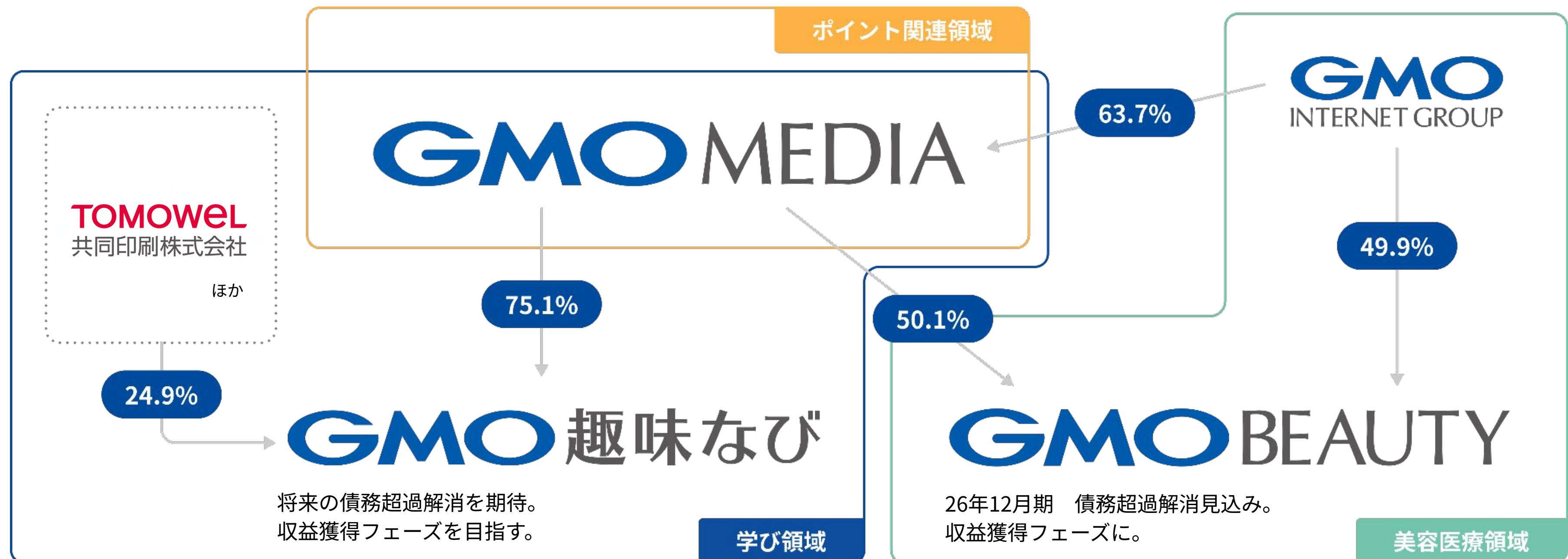
単位：百万円	2025年実績	2026年予想	前年比
売上高	7,115	7,500	+5.4%
営業利益	901	950	+5.3%
経常利益	896	935	+4.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	646	580	▲10.3%

※債務超過の子会社において親会社に帰属していた当期純利益が、債務超過の解消に伴って持分比率どおりの通常配分に戻る

# 当社グループの資本関係について

ポイント関連事業のノウハウをベースに、当社以外の株主のリソースも活用しながら、学び領域と美容医療領域の成長投資を続けていく。

GMOビューティー社に続き、GMO趣味なび社についても、早期の収益化を目指す。



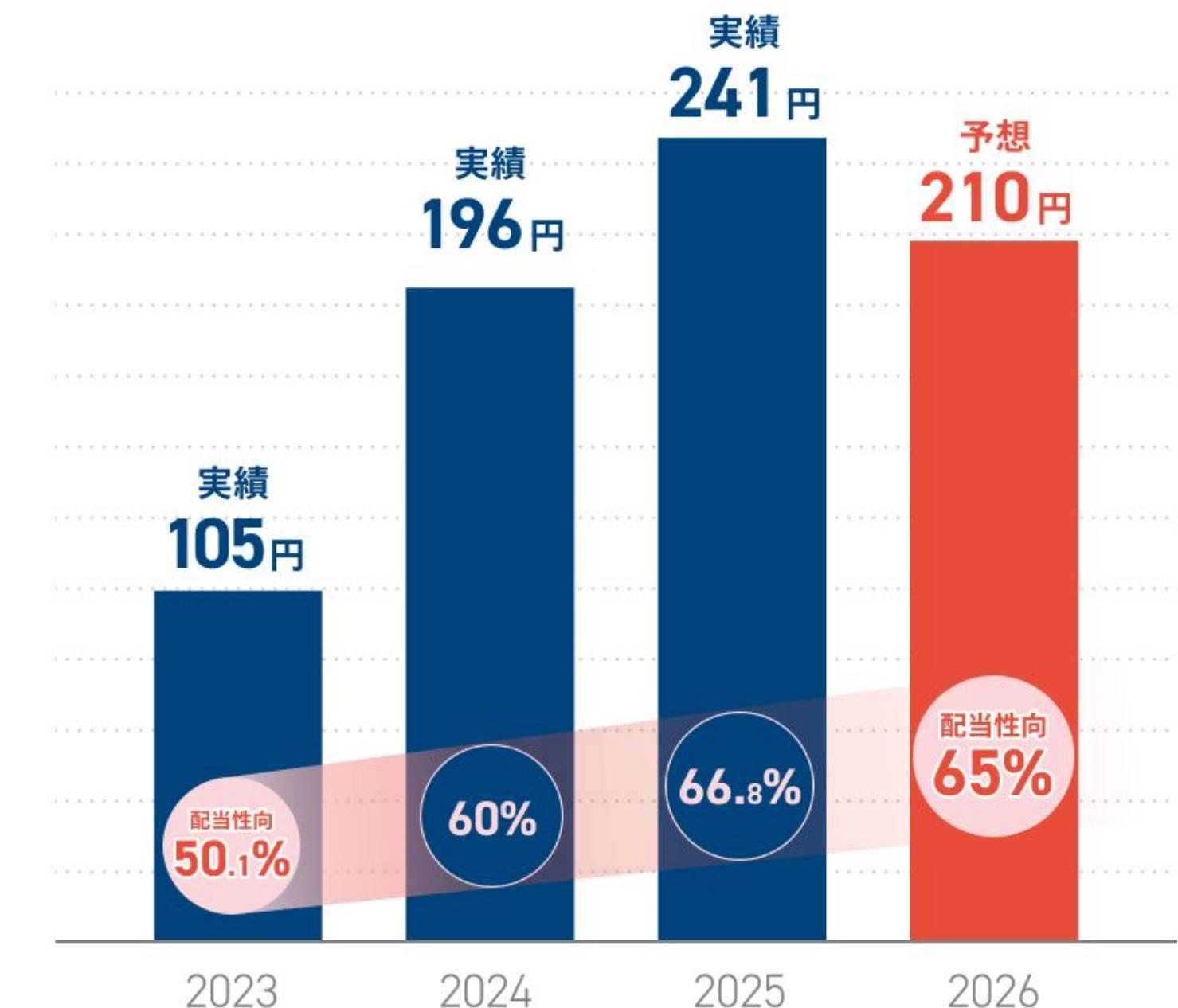
## 2026年12月期の配当予想

配当性向65%以上を基本方針とする株主還元方針。

2026年12月期は、会計上の要因により当期純利益は一時的に減少。

配当は利益水準を踏まえ210円を予想するが、株主還元の安定性を重視し、早期の回復を目指す。

	年間 配当金	配当金 総額	配当 性向	純資産 配当率
2025年 12月期	241円	435百万円	66.8%	14.6%
2026年 12月期 (予想)	210円	—	65%	—



※2026年12月期の配当予想は、子会社の債務超過解消に伴う会計上の要因を織り込んだもの

資本効率を意識した経営と、利益変動時においても安定的かつ継続的な株主還元を実現するため、配当性向65%以上に加えて、新たにDOE（連結株主資本配当率）5%を下限指標として導入。

指標	役割	算出基準	配当判断における位置づけ
配当性向 65%	成長の還元	親会社株主に帰属する 当期純利益	利益成長を 配当に反映するための基準
DOE 5%	安定性の確保	連結株主資本	利益変動時においても一定水準の 配当を意識する下限指標
運用ルール	—	—	上記2基準のうち、いずれか高い 配当額を採用

- 01 決算ハイライト P.3
- 02 第4四半期概要 P.9
- 03 業績予想 P.17
- 04 成長戦略 P.22
- 05 Appendix P.40

- 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。

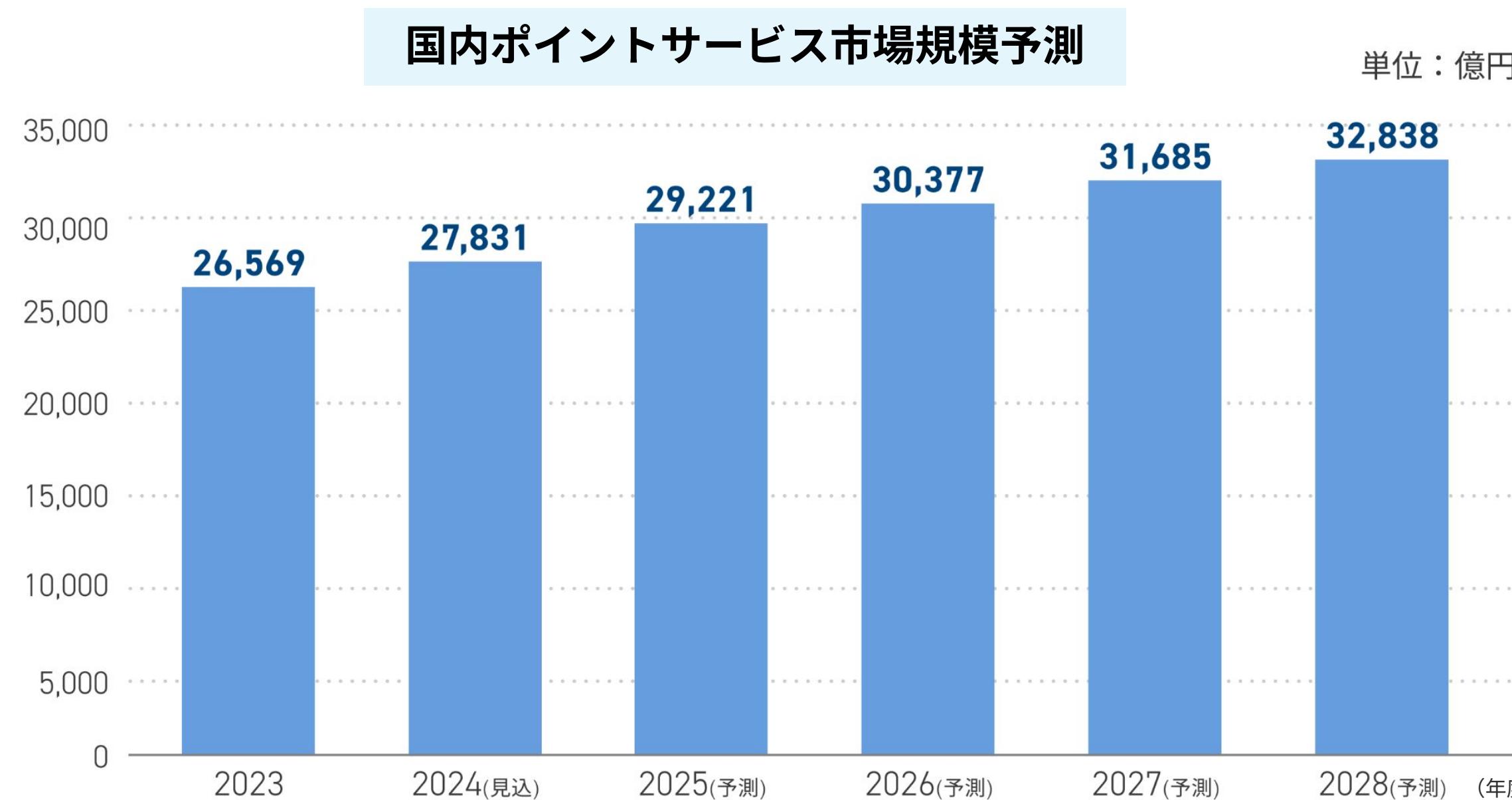


メディア事業で培ったノウハウを活かし、成長市場である学び・美容医療領域に特化したサービスを展開。高い市場成長性と独自の強みを掛け合わせることで、事業のさらなる拡大と企業価値の向上を加速させていく。さらに、学び・美容医療に続く、第3、4の領域の開拓を行う。



# 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、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



※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)

2nd (B2B)

3rd (D2C)

4th NEXT

集客+ファン作り支援事業

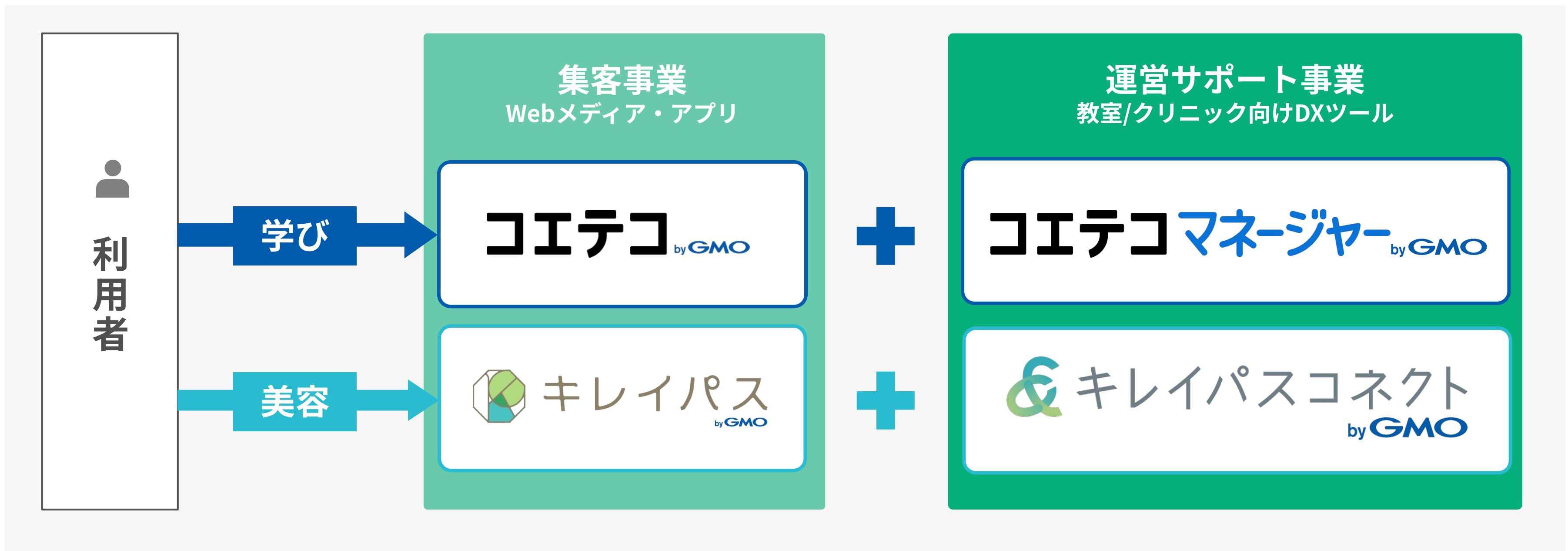
事業者に向けたDX支援事業（ストック事業）

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



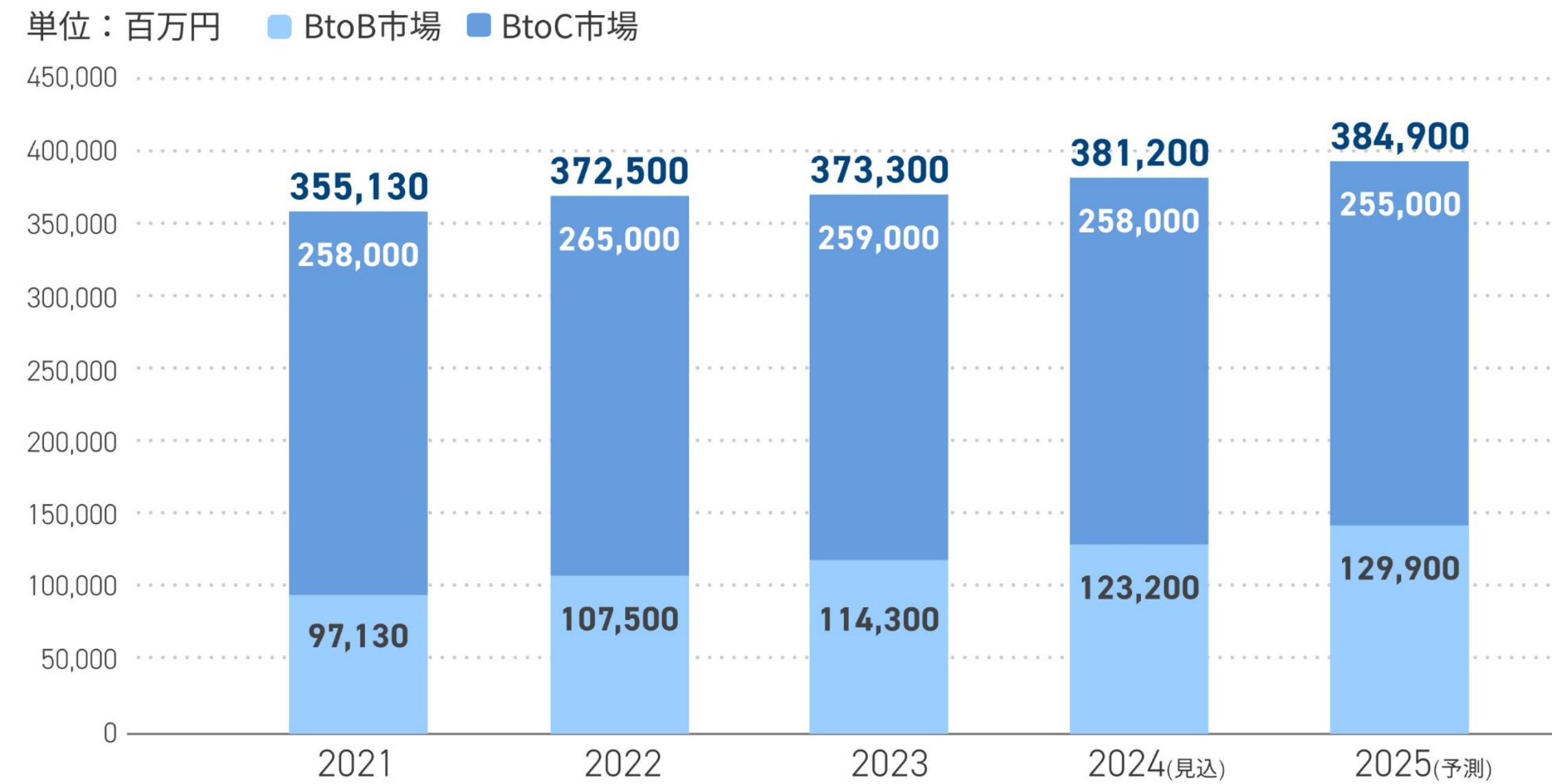
集客サポートメディアによる送客手数料（トランザクション）事業にプラスし、運営サポートシステムを月額提供（ストック）事業を今後強化。



# 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

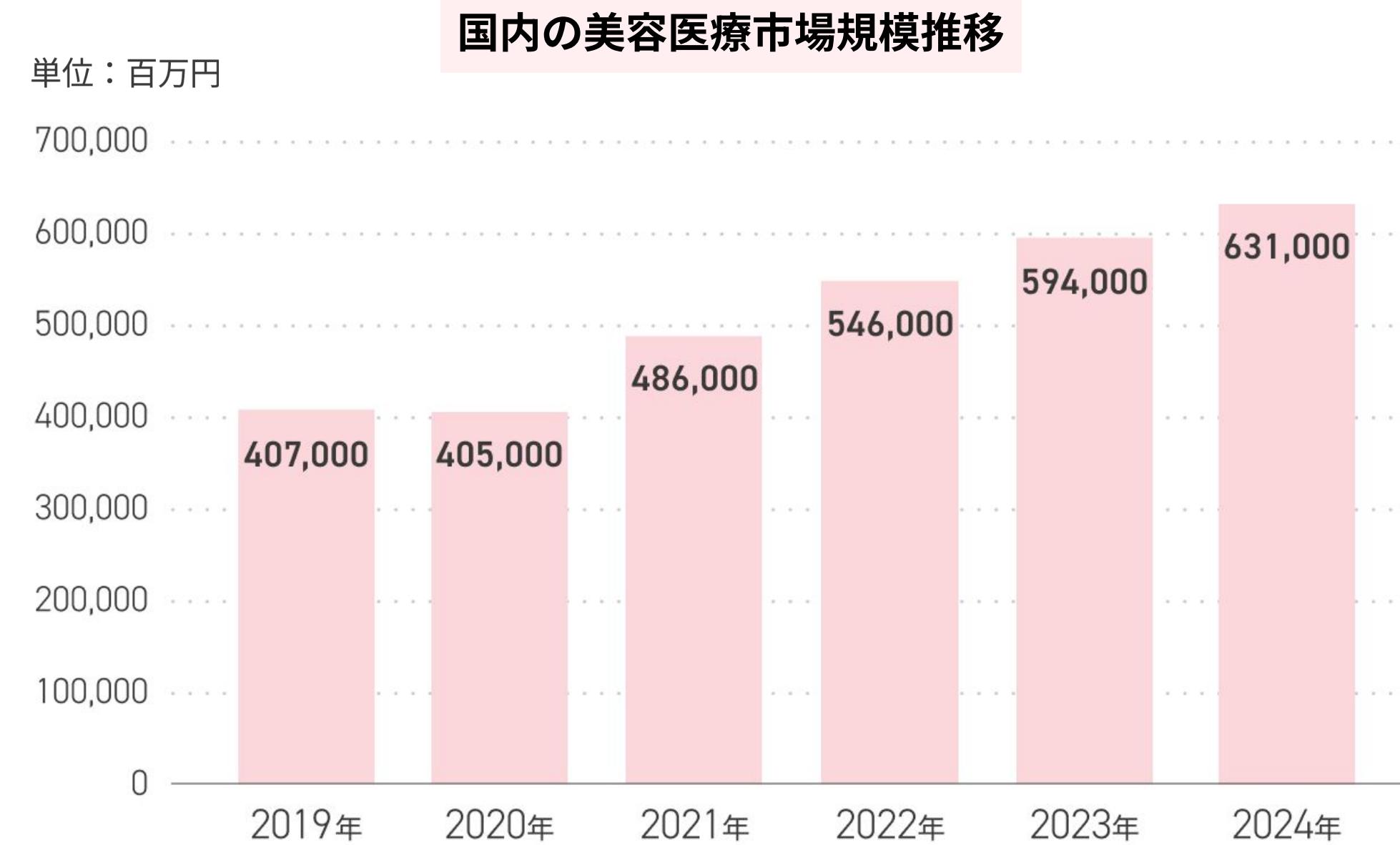


※出典：株式会社矢野経済研究所「eラーニング市場に関する調査（2025年）」（2025年4月22日発表）[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3795](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3795)

※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。

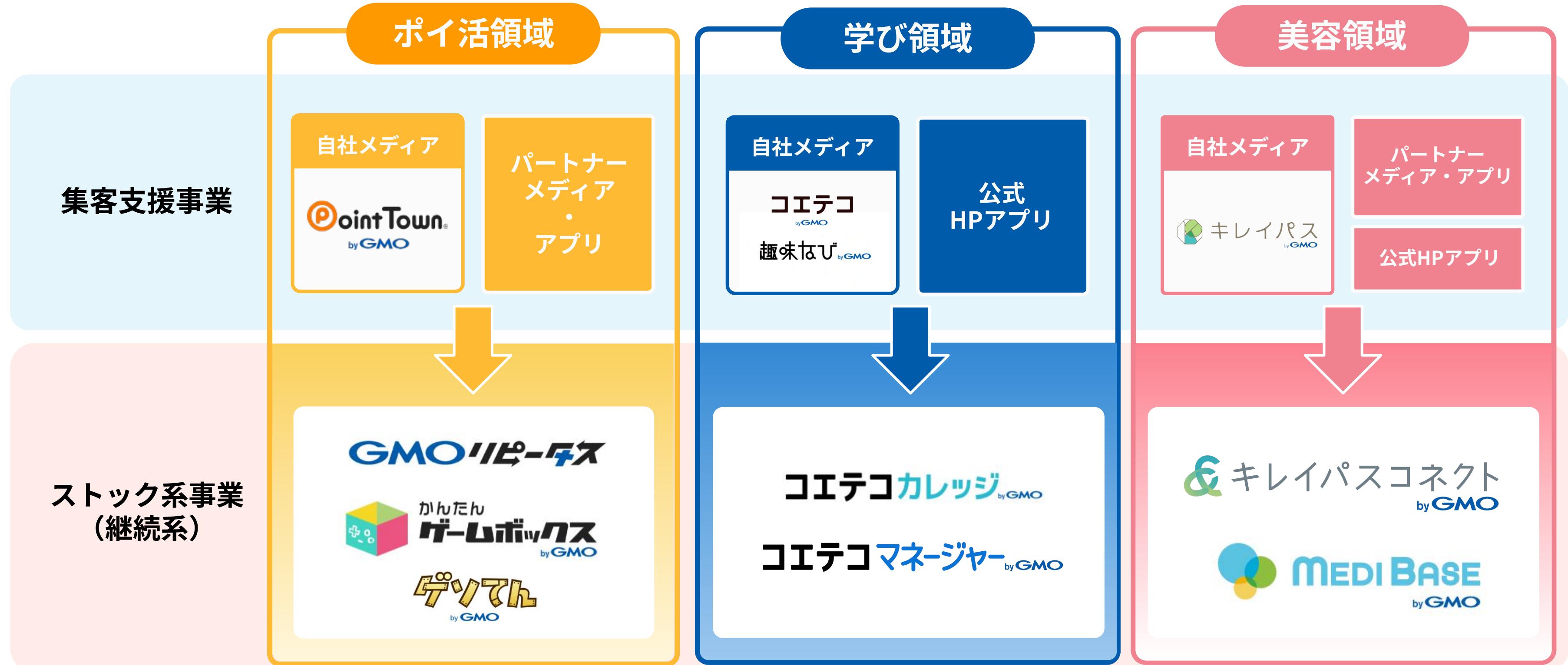
# なぜ『美容医療』なのか？（市場変化と事業機会）

- 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

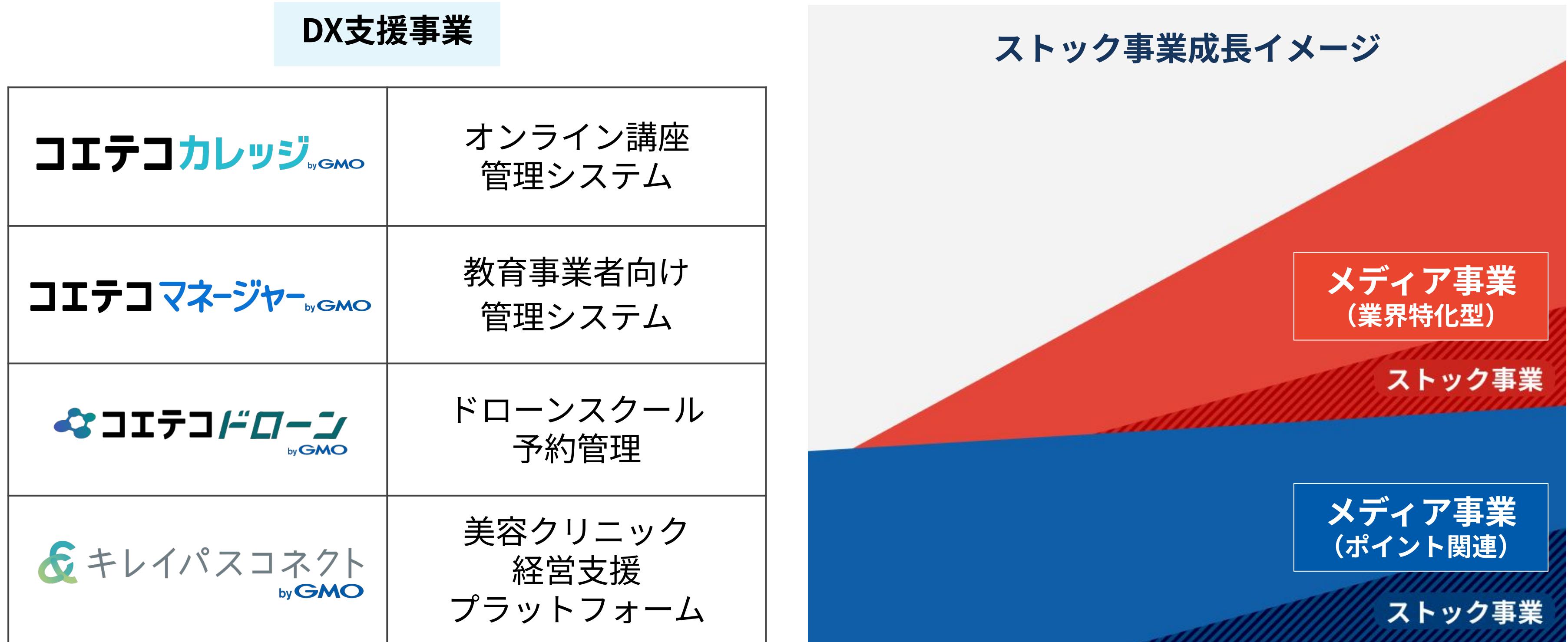


※出典：株式会社矢野経済研究所「美容医療市場に関する調査（2025年）」（2025年6月25日発表）[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3844](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3844)  
※医療施設収入高ベース

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。

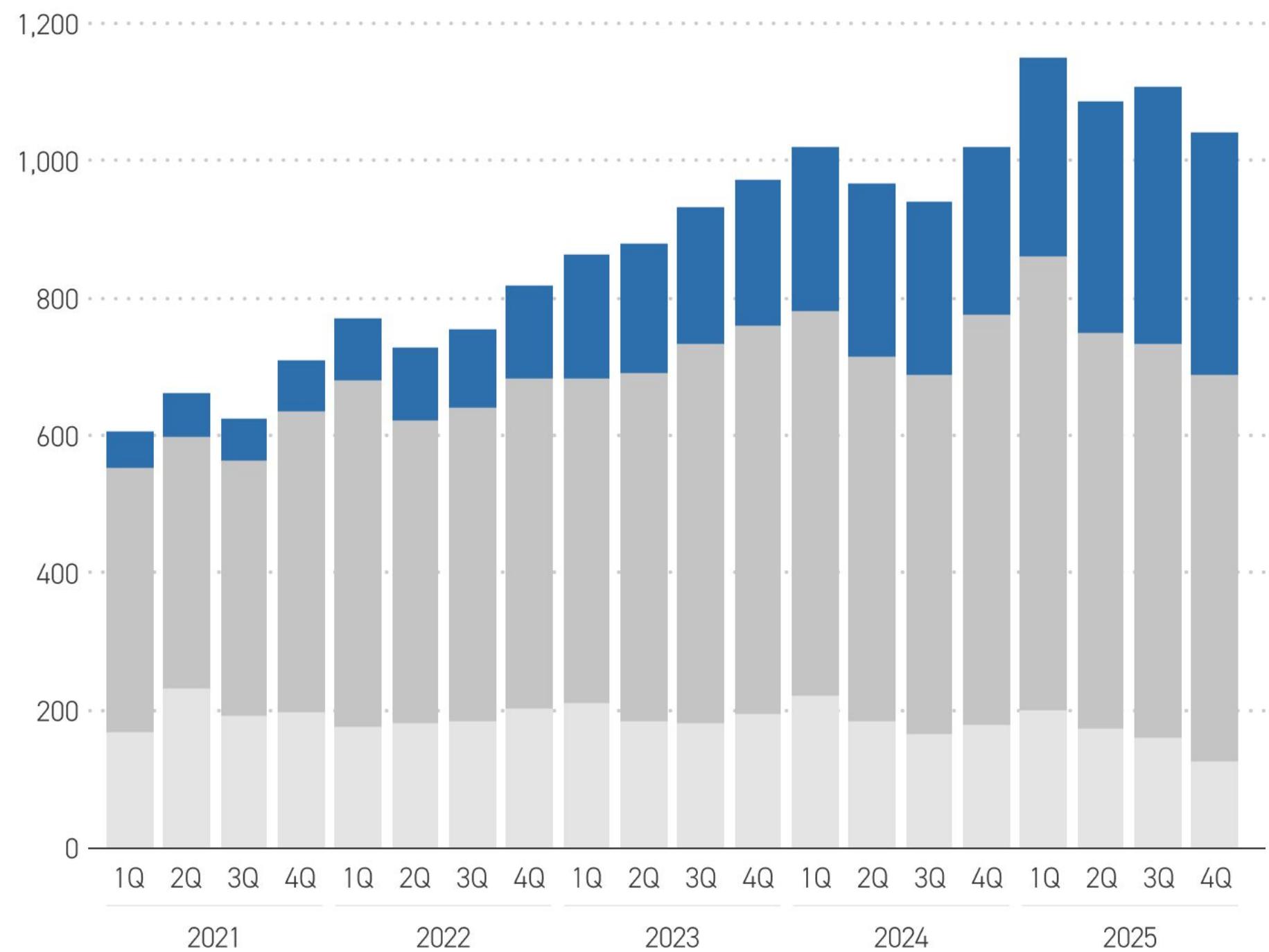


メディア（広告）事業+利益再現性の高いストック（月額課金）事業強化による安定成長の実現を目指す。

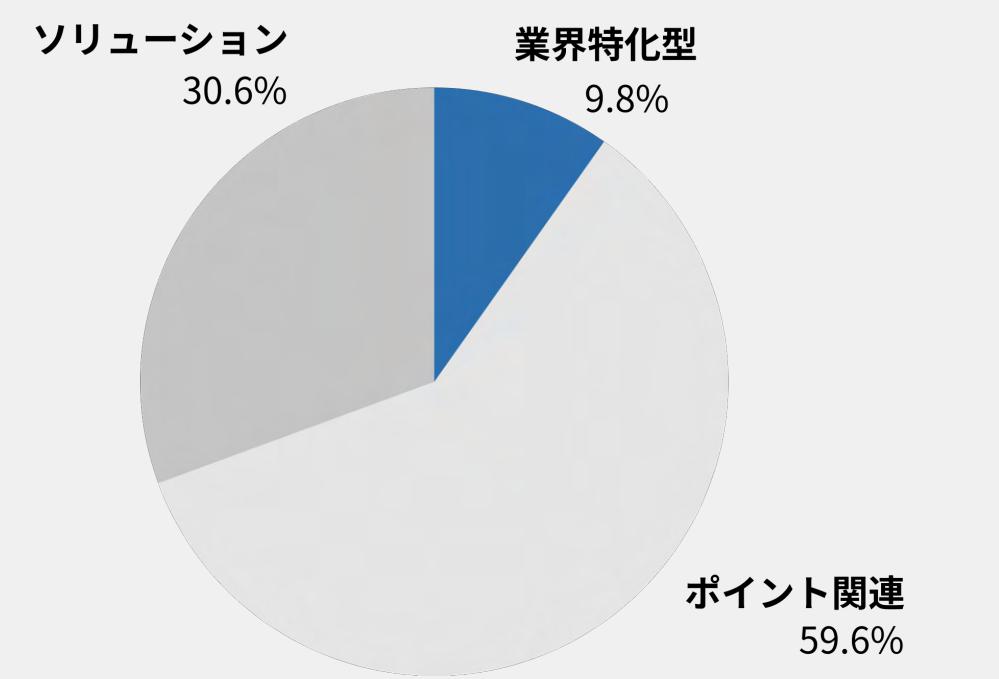


ポイント関連事業の安定した基盤に加え、成長エンジンである業界特化型事業が拡大することで、景気変動に強い高収益な事業構造を実現。

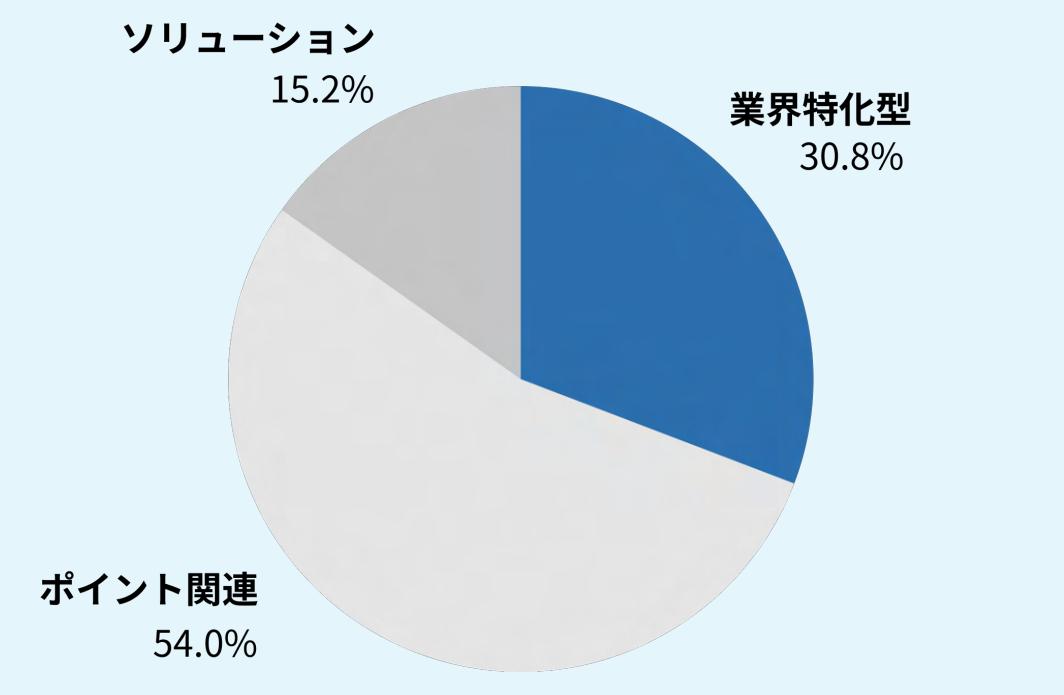
単位：百万円 ■ 業界特化型事業 ■ ポイント関連事業 ■ ソリューション事業



2021年  
構成比



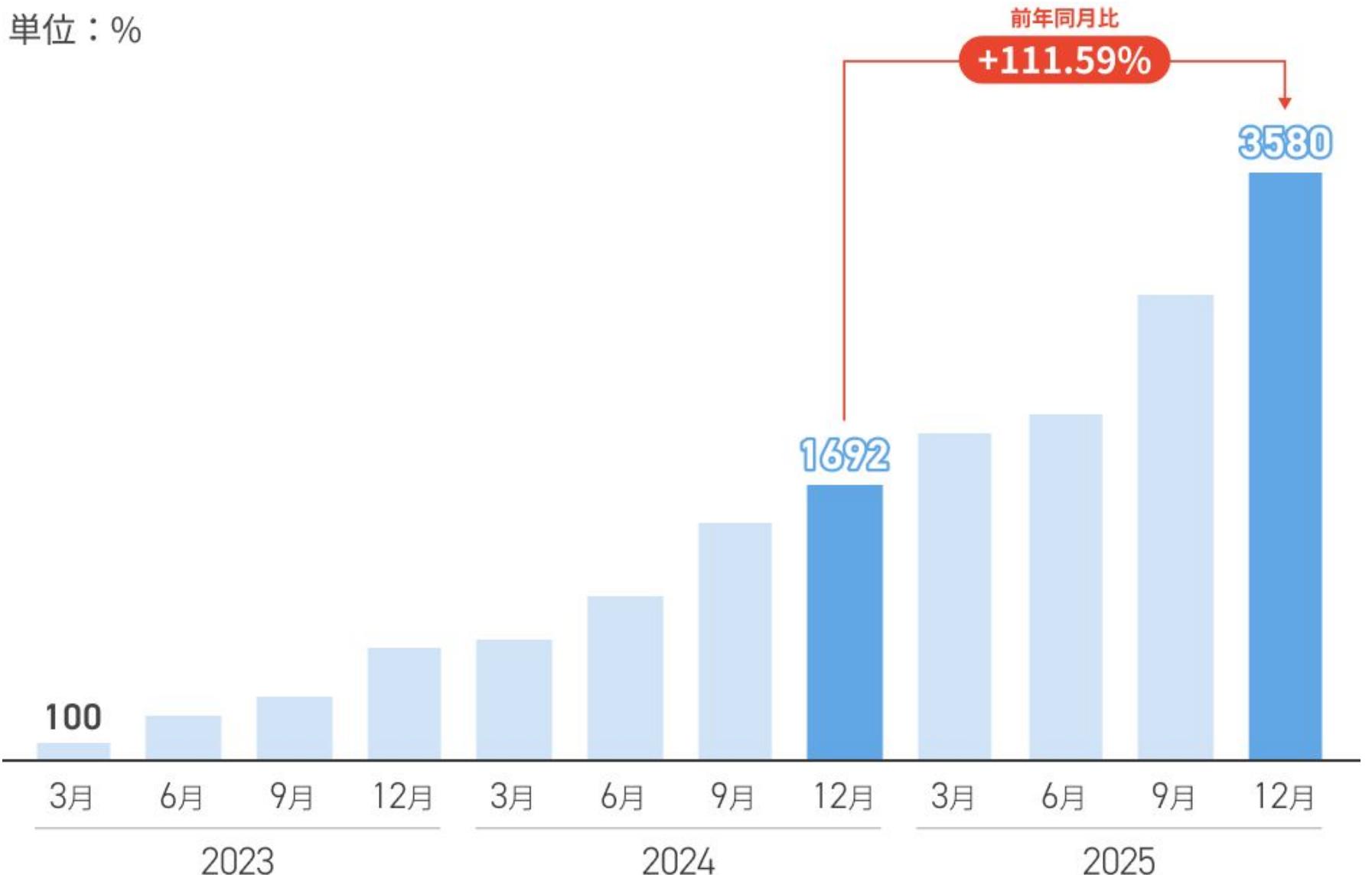
2025年  
構成比



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。累計コンテンツ流通額は、430百万円突破（2025年12月現在）

## 月額固定費+サブスク手数料推移

単位：%



※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。

## 趣味領域

NHK学園様

## B2B領域

IMPRESS ACADEMY 様

# コエテコマネージャー byGMO | ストック事業

体験授業の申し込みから入会手続き、生徒管理、欠席・振替処理、保護者連絡、月謝決済まで、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、本格提供を2025年12月より開始。



## 特徴

- ・予約受付管理
- ・生徒管理
- ・授業管理（振替・欠席）
- ・月謝決済 等

Reserve with Google 対応



## 一部事例



Swimmy

関東を中心に  
29校を展開

（運営：株式会社エス・エー・アイ）

# ストック事業

WEB予約から、電子カルテ、会計・経営分析まで、美容クリニックの院内業務を一気通貫で提供。自由診療に加え、保険診療への対応も開始したことで、ターゲット市場のさらなる拡大と導入クリニックの利便性向上を実現。



## 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



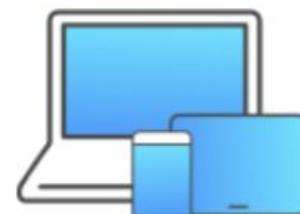
## 3 LTV最大化

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

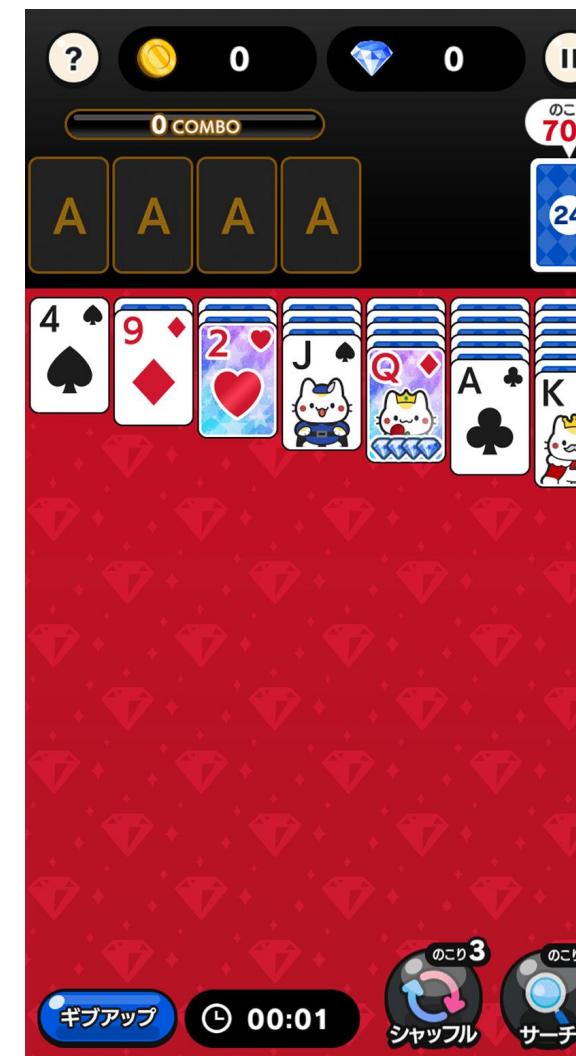
# ストック&トランザクション

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。



# 新しい領域へ LINEミニアプリ第3弾（広告ゲーム）

LINEヤフー社が提供するLINEミニアプリ対応第3弾 「ソリティア ポイ活ボックス byGMO」をリリース  
拡大するミニアプリユーザー向けに、カジュアルゲーム×ポイ活をさらに拡大（2026/02/10）



## LINEミニアプリとは

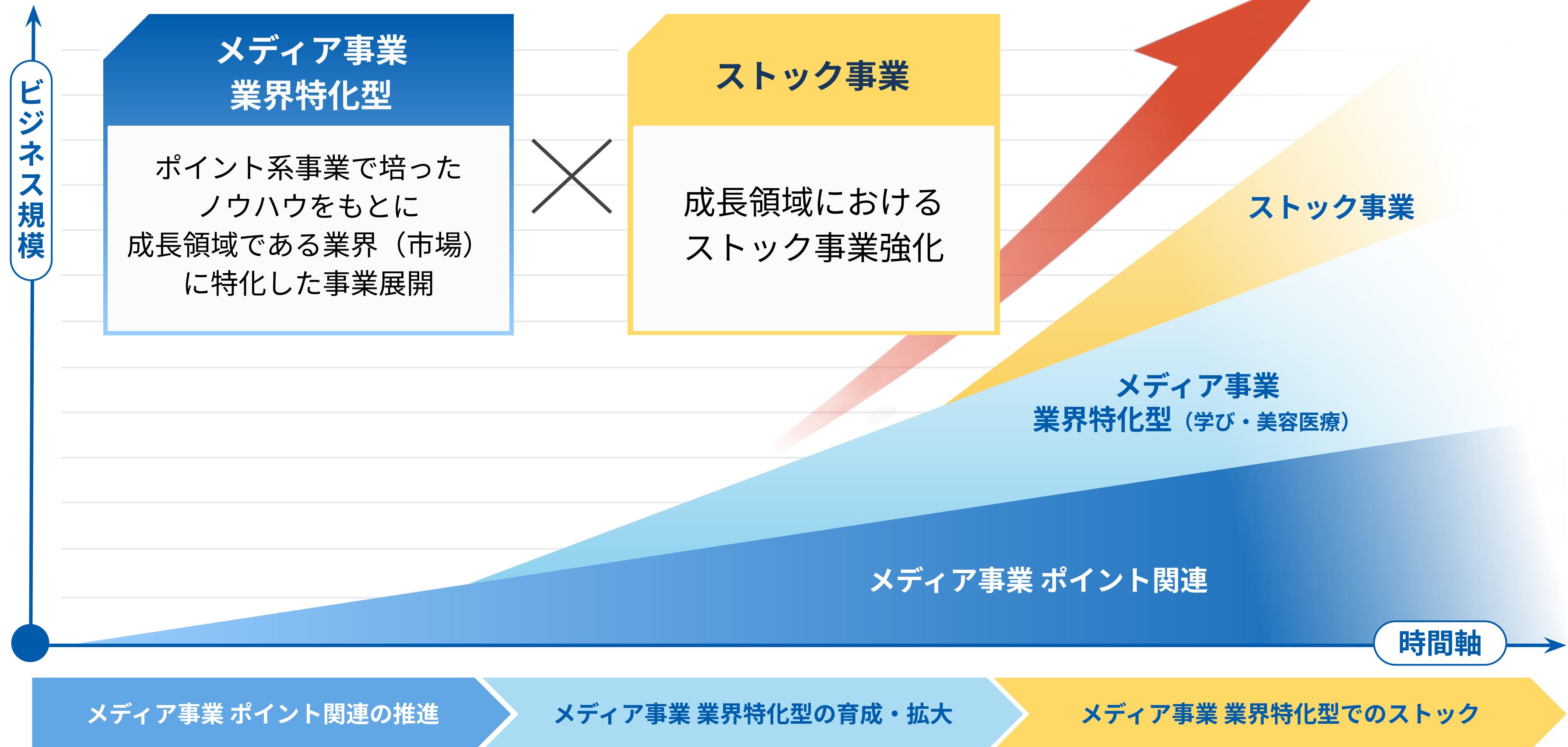
LINEミニアプリは、日本国内で月間アクティブユーザー数1億人（2025年12月末時点）が利用する国内最大級のコミュニケーションアプリ「LINE」上で企業や店舗のサービスも実装できるアプリプラットフォーム。LINEを利用しているユーザーなら、新たなアプリのダウンロードや面倒なログインをせずに利用できる

# 仲間づくり（M&A）戦略

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）を譲受けました。



# 成長イメージ



- 01 決算ハイライト P.3
- 02 第4四半期概要 P.9
- 03 業績予想 P.17
- 04 成長戦略 P.22
- 05 Appendix P.40

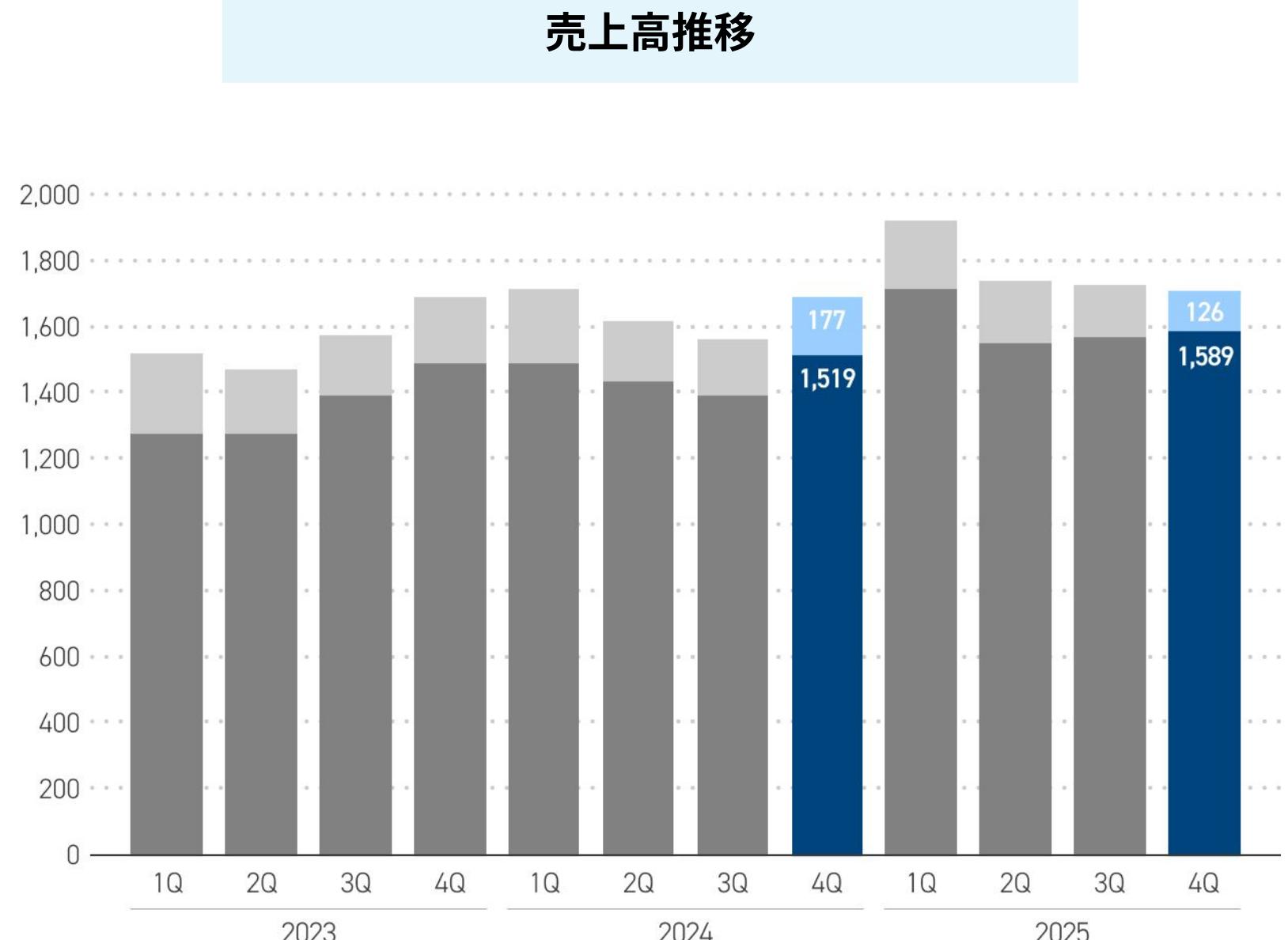
# セグメント別推移

**メディア事業**：ゲームプラットフォーム事業（広告・課金）と美容医療関連事業が順調に推移。

4Qは来期の飛躍に向け、広告・システム・人材へ戦略的な先行投資を集中実施。

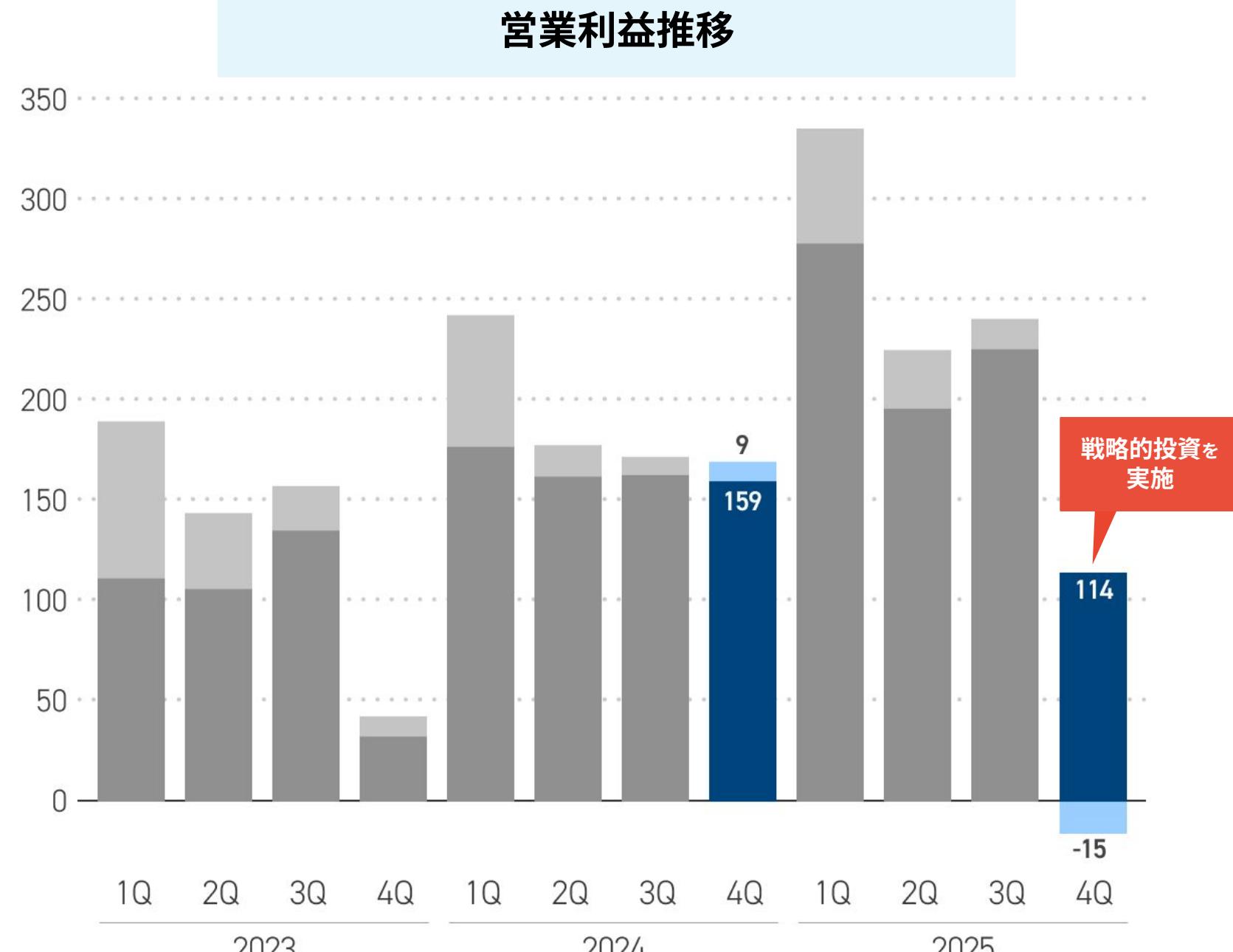
**ソリューション事業**：事業ポートフォリオ最適化に伴う、戦略的かつ計画的な事業規模の調整。

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

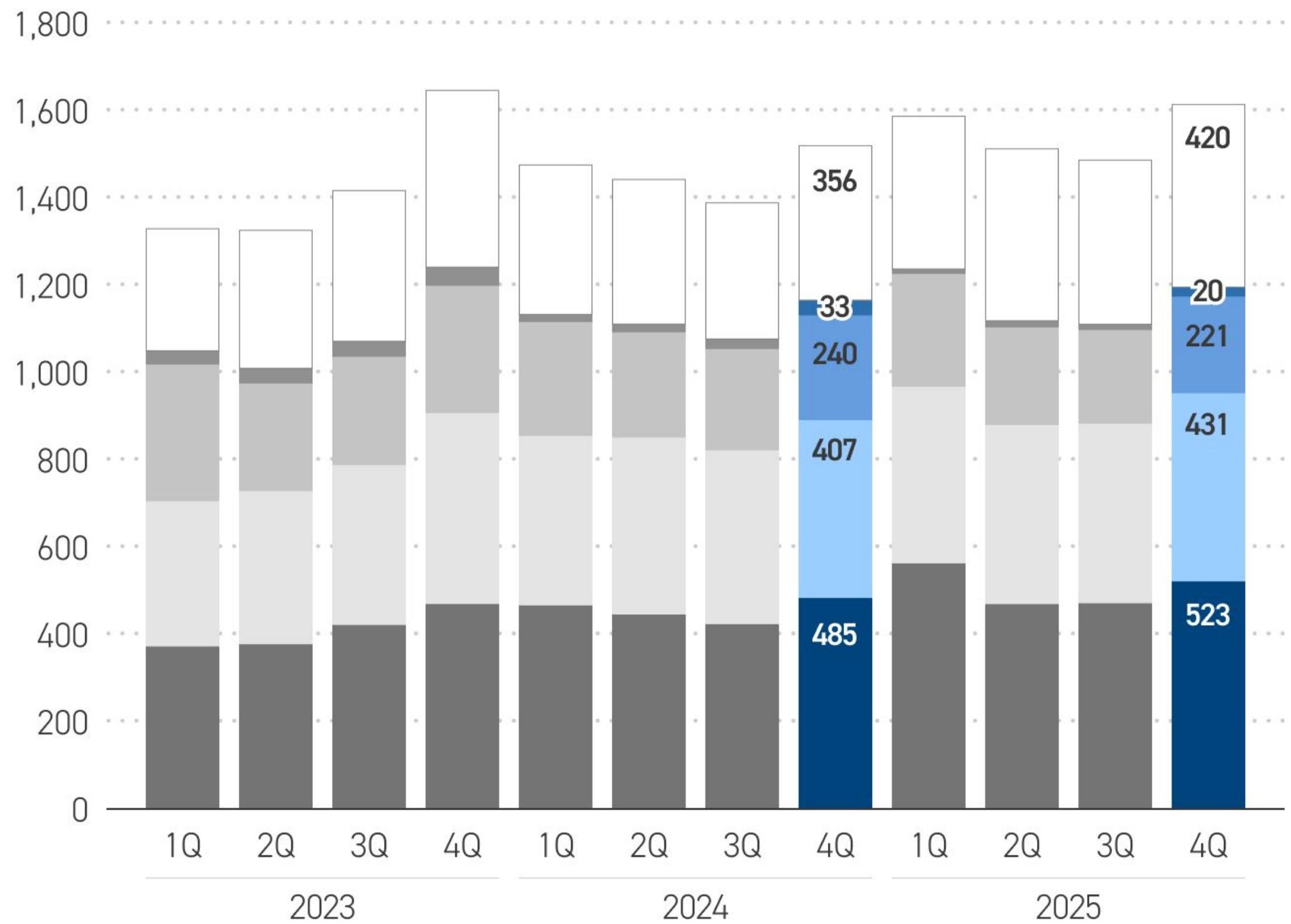
営業利益推移



※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



販売促進費や広告宣伝費を調整しながら、優秀人材確保のため採用活動および人的資本への投資を戦略的に強化。  
ビューティー社において、目標達成による決算賞与を実施。

# 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牽引。

単位：百万円	2024年10-12月	2025年10-12月	前年同期比	前年同期比増減要因
売上高	1,696	1,716	+1.1%	【売上高】 メディア事業 +70百万円 (4.6%増) ソリューション事業 ▲50百万円 (28.4%減)
売上原価	929	958	+3.0%	
売上総利益	766	758	▲1.1%	【営業費用】 売上変動費 (収益シェア原価) メディア事業 +36百万円 (7.6%増) ソリューション事業 +1百万円 (41.9%増) ポイント原価 (販促費) ▲35百万
販売費及び一般管理費	597	658	+10.3%	
営業利益	169	99	▲41.6%	
営業利益率	10.0%	5.8%	▲4.2pt	
経常利益	168	93	▲44.4%	販売促進費 +16百万円 のれん償却 +6百万円 趣味なび販管費 +20百万円 (新) メディアベース販管費 +7百万円 (新)
親会社株主に帰属する四半期純利益	143	54	▲61.8%	

※増減表示は表示行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1.4%成長の63億円。

単位：百万円	2025年9月末	2025年12月末	増減率	増減要因
<b>流動資産</b>	<b>4,880</b>	<b>4,997</b>	<b>+2.4%</b>	現金預金+97百万円 (関係会社預け金含む)
うち現金預金 関係会社預け金含む	3,285	3,382	+2.9%	
<b>固定資産</b>	<b>1,340</b>	<b>1,314</b>	<b>▲1.9%</b>	顧客関連資産+167百万円 のれん▲119百万円
<b>総資産</b>	<b>6,220</b>	<b>6,311</b>	<b>+1.4%</b>	繰延税金資産▲55百万円
<b>流動負債</b>	<b>3,084</b>	<b>3,128</b>	<b>+1.4%</b>	未払法人税等+42百万円 ポイント引当金▲10百万円 一年以内返済借入金▲8百万円
うちポイント引当金	827	816	▲1.3%	
<b>固定負債</b>	<b>66</b>	<b>30</b>	<b>▲53.3%</b>	長期借入金▲35百万円
<b>純資産</b>	<b>3,070</b>	<b>3,152</b>	<b>+2.6%</b>	四半期純利益54百万円 自己株式処分等33百万円
純資産比率	49.4%	49.9%	+0.6pt	
<b>負債及び純資産</b>	<b>6,220</b>	<b>6,311</b>	<b>+1.4%</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。

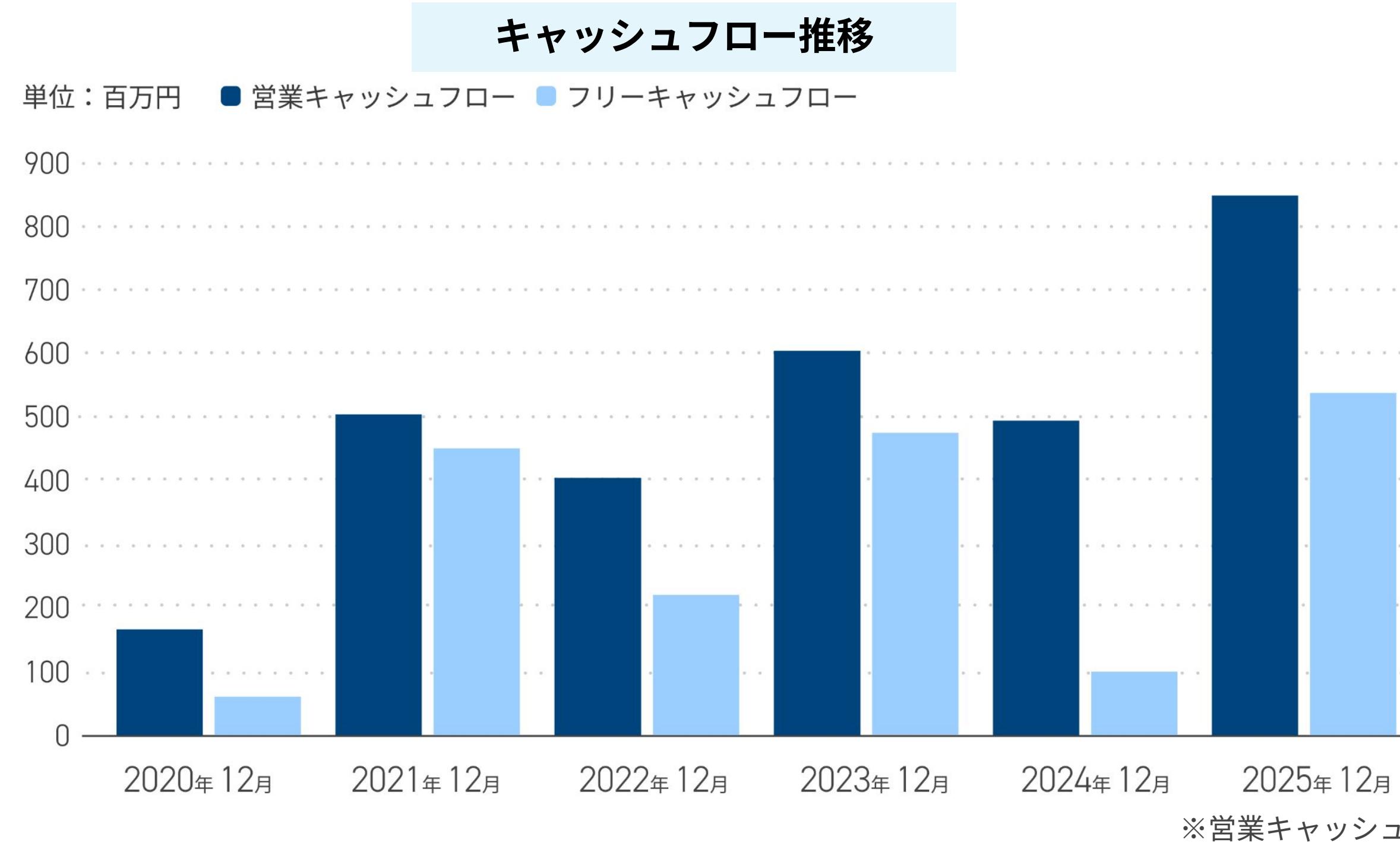
# キャッシュフロー計算書

単位：百万円	2024年	2025年	前年同期比	CFトピックス
営業活動によるキャッシュフロー	500	858	+358	
投資活動によるキャッシュフロー	▲399	▲315	+84	【営業CF】 税引前利益の前年同期比 +129百万円
財務活動によるキャッシュフロー	▲176	▲364	▲188	【投資活動CF】 前年、連結の範囲の変更を伴う子 会社株式の取得による支出 232百万円 当期、事業の譲受による支出 263百万円
現金及び現金同等物の増減額	▲74	179	+253	【財務活動CF】 配当金の支払額の前年同期比 +166百万円 当期、長期借入金の返済実行 49百万円
現金及び現金同等物の期首残高	3,277	3,203	▲74	
現金及び現金同等物の期末残高	3,203	3,382	+179	

※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。

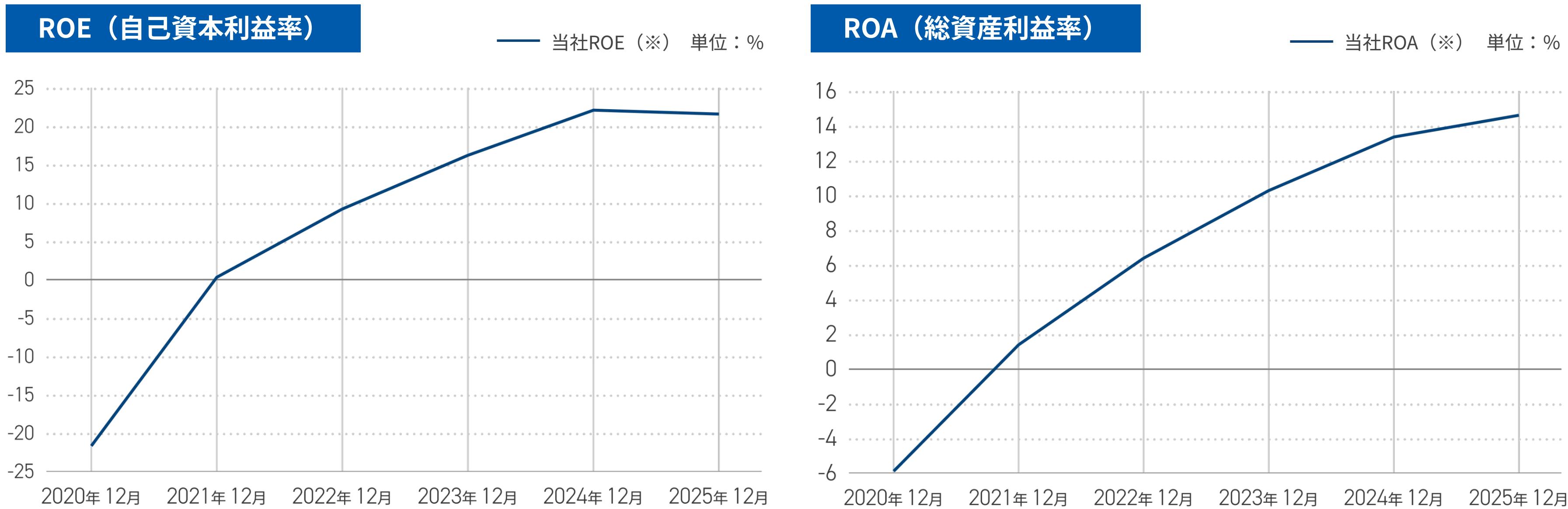
# 安定したキャッシュの創出

営業キャッシュフロー・フリーキャッシュフローともに6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。



# 資本効率の継続的向上

高収益な業界特化型領域が持続的な成長フェーズへ移行したことで、ROE・ROAともに3期連続で2桁台の高水準を達成。事業構造の高度化と高い資本効率の両立を実現。



※2020年12月期～2025年12月期の数値を採用。

# セグメント毎の収益配分 (2025年4Q)

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	922   	70  	993
課金取引 関連収益	602   	9 	612
その他収益	64	46 	110
合計	1,589	126	1,716

※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



ポイント関連

くまポン  
by GMO



PointTown®  
by GMO



## ソリューション事業

A アフィタウン  
by GMO

GMOリピーナ

## 売上高に占める比率：92.6%

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24.7%**

## 売上高に占める比率：7.4%

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4四半期の実績で計算。

# 第4四半期概要の補足

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12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

**188地域で1位** 表示

### 情報充実

※2025年12月末時点

子ども向けプログラミング  
教室掲載数

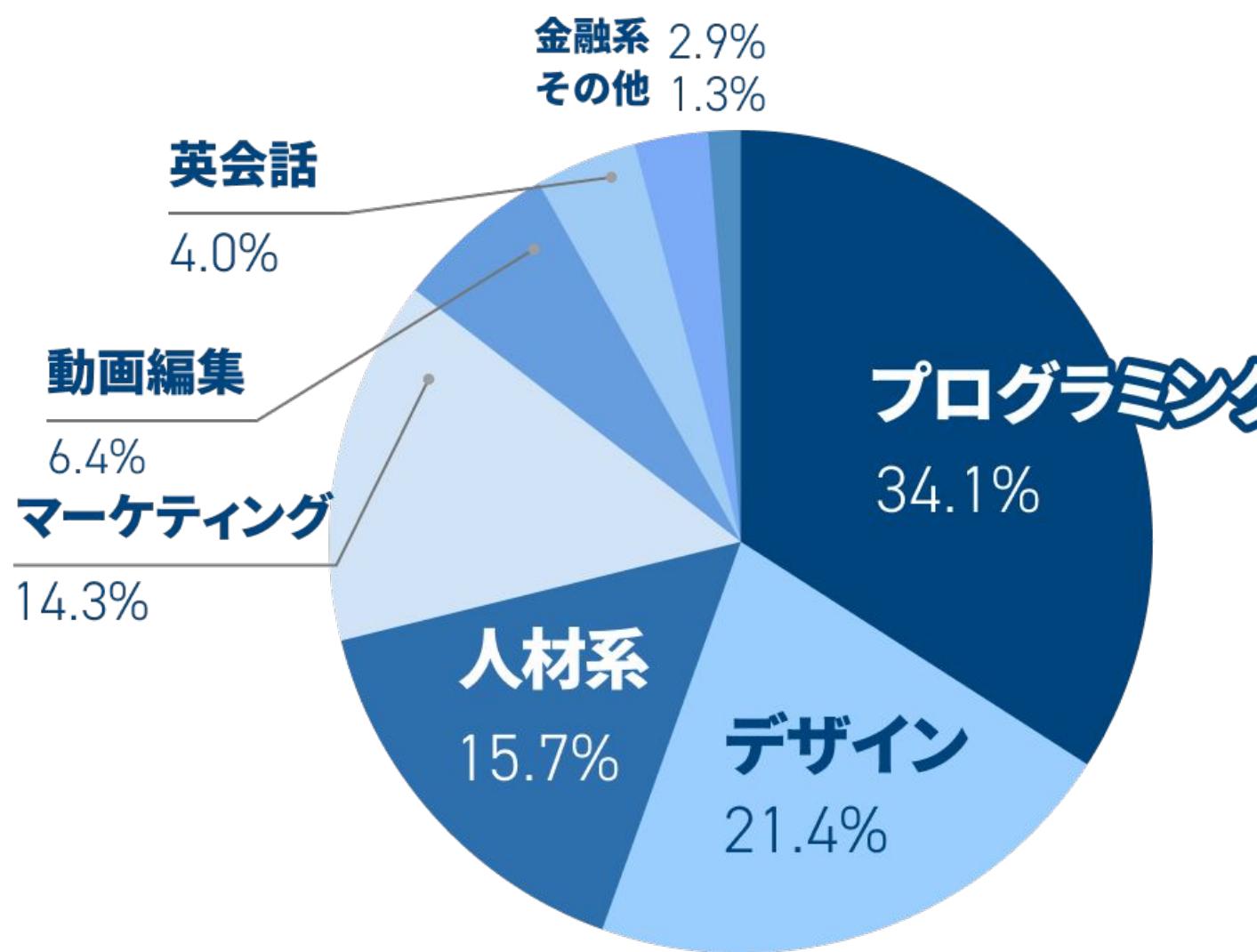
**13,081** 件



## for 社会人

### 2025年第4四半期

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。

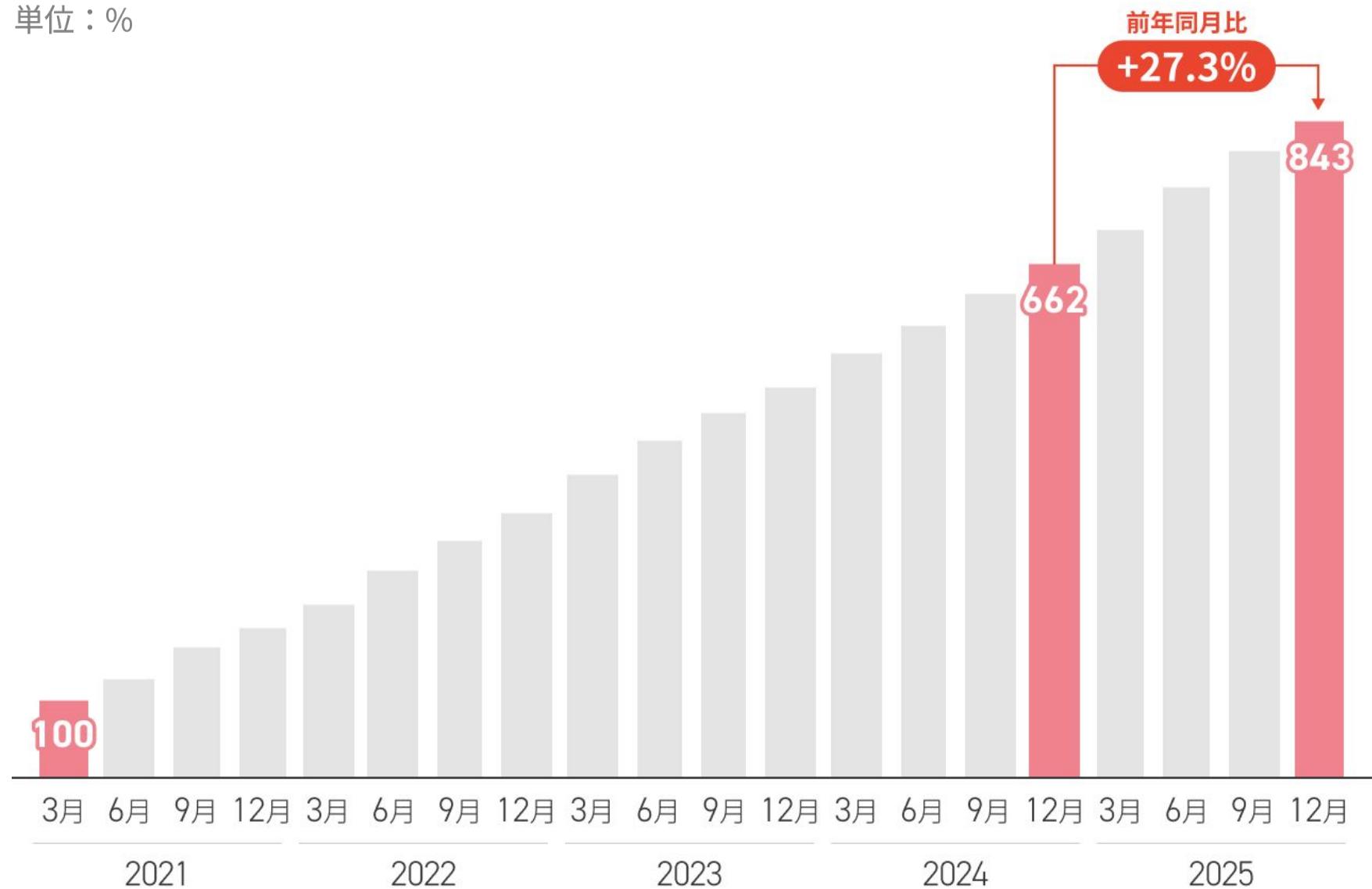


# 第4四半期概要の補足

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。

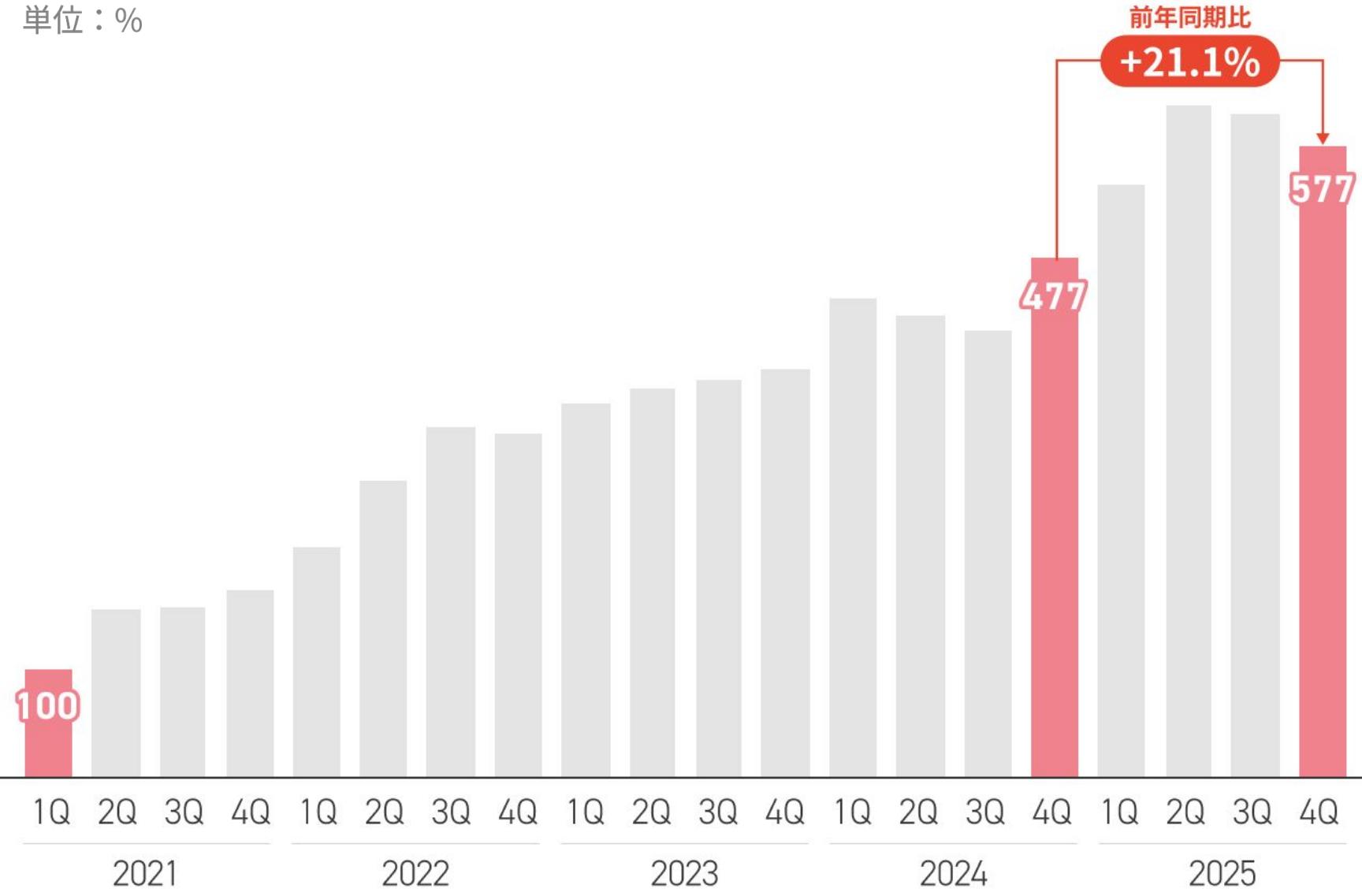
## 会員数推移

単位：%



## チケット購入件数

単位：%

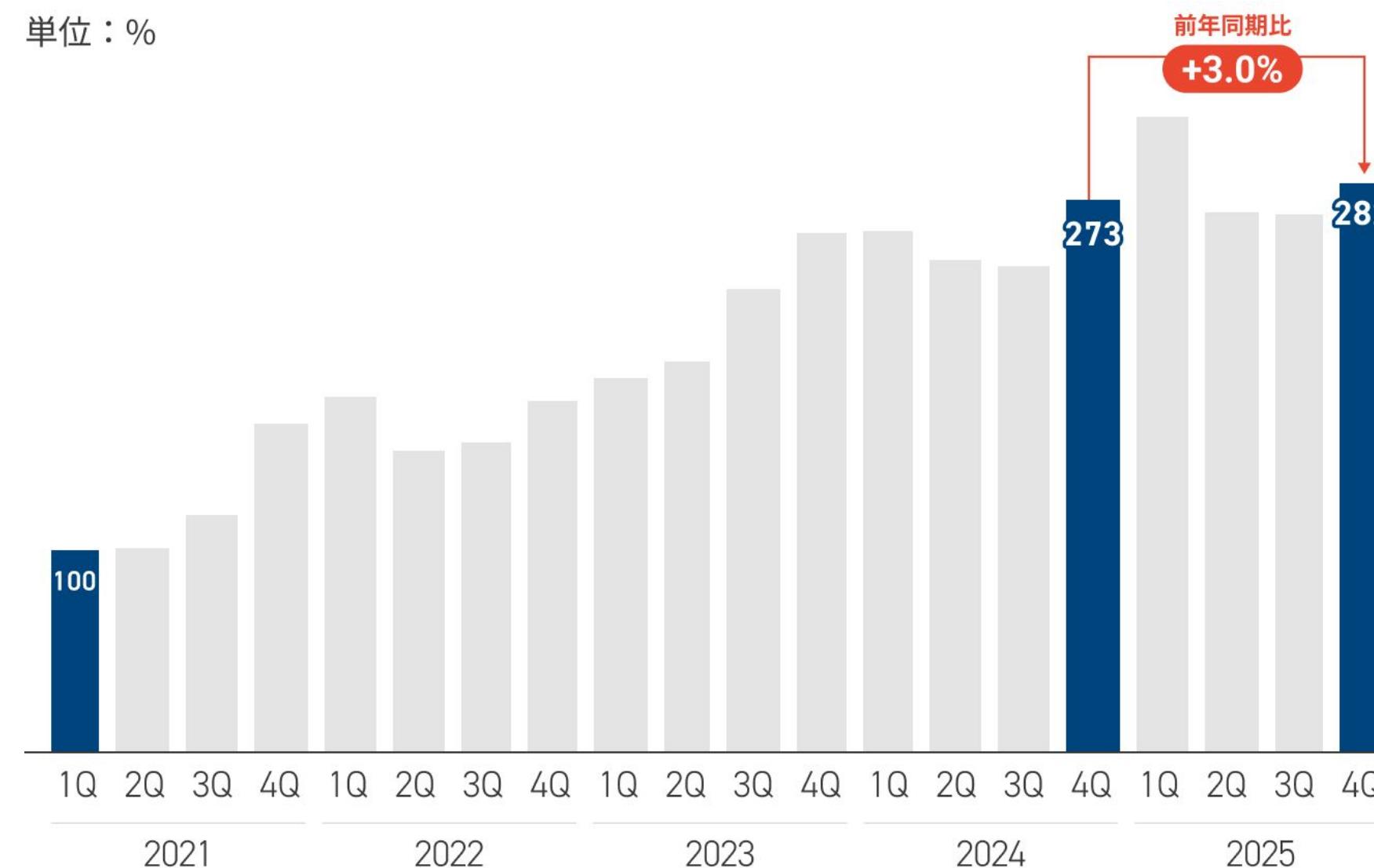


※2021年3月・1Qを100として比較。上記データは概算の数値となります。

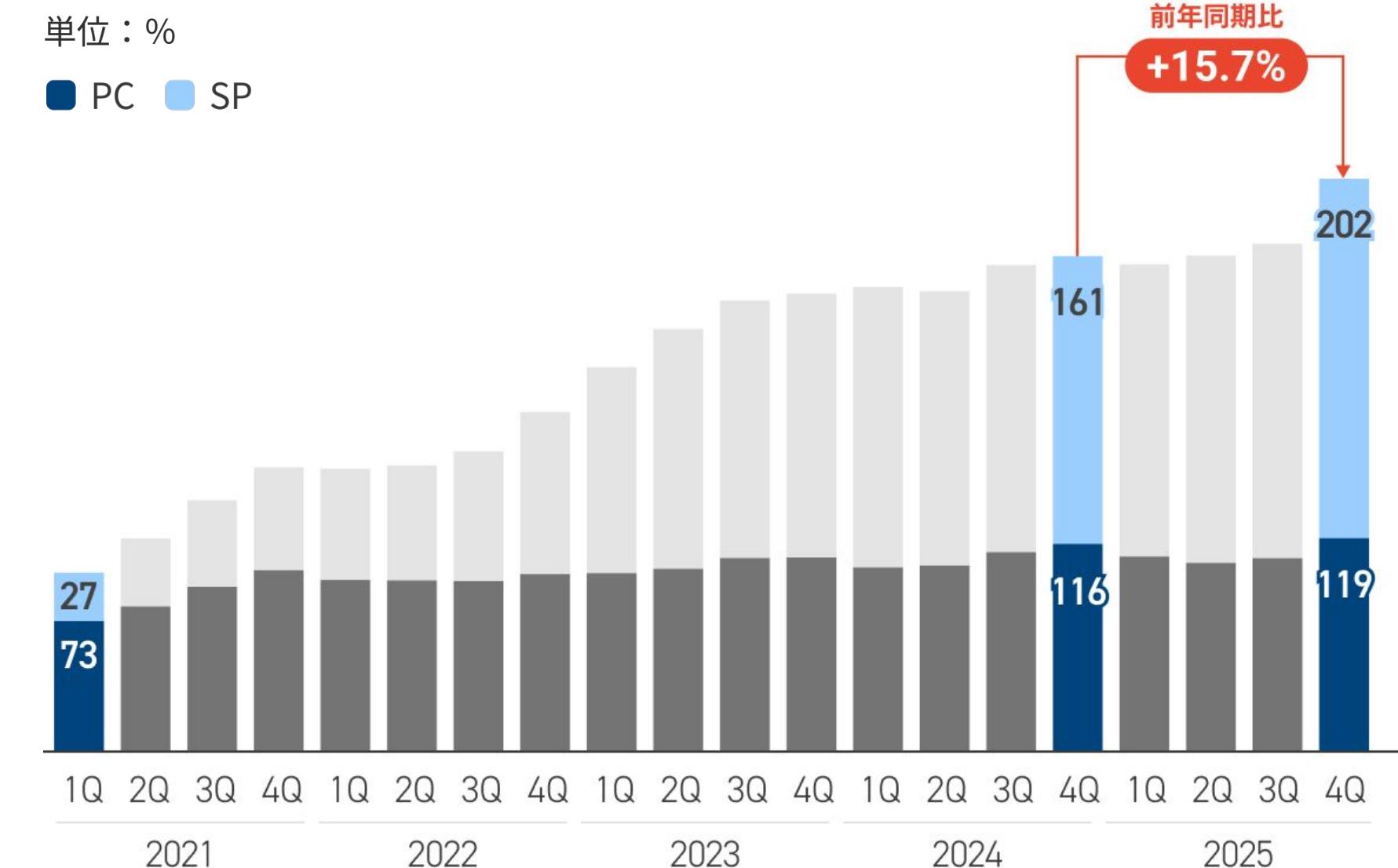
# 第4四半期概要の補足

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3.0%増に。

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



※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。

※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=78 内訳 リピータス：9、課金ゲーム：21、広告ゲーム：48 (2025年12月末現在)



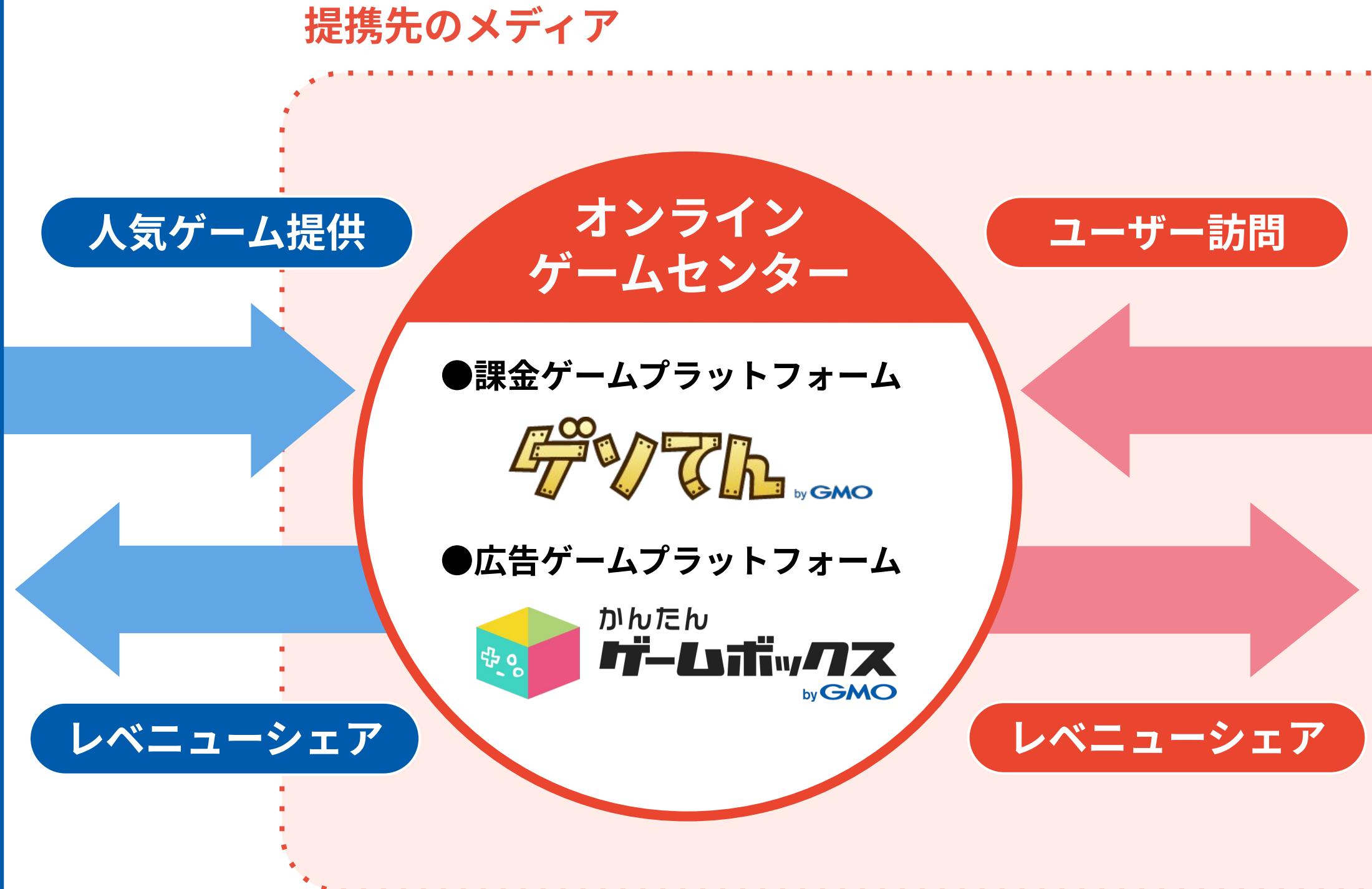
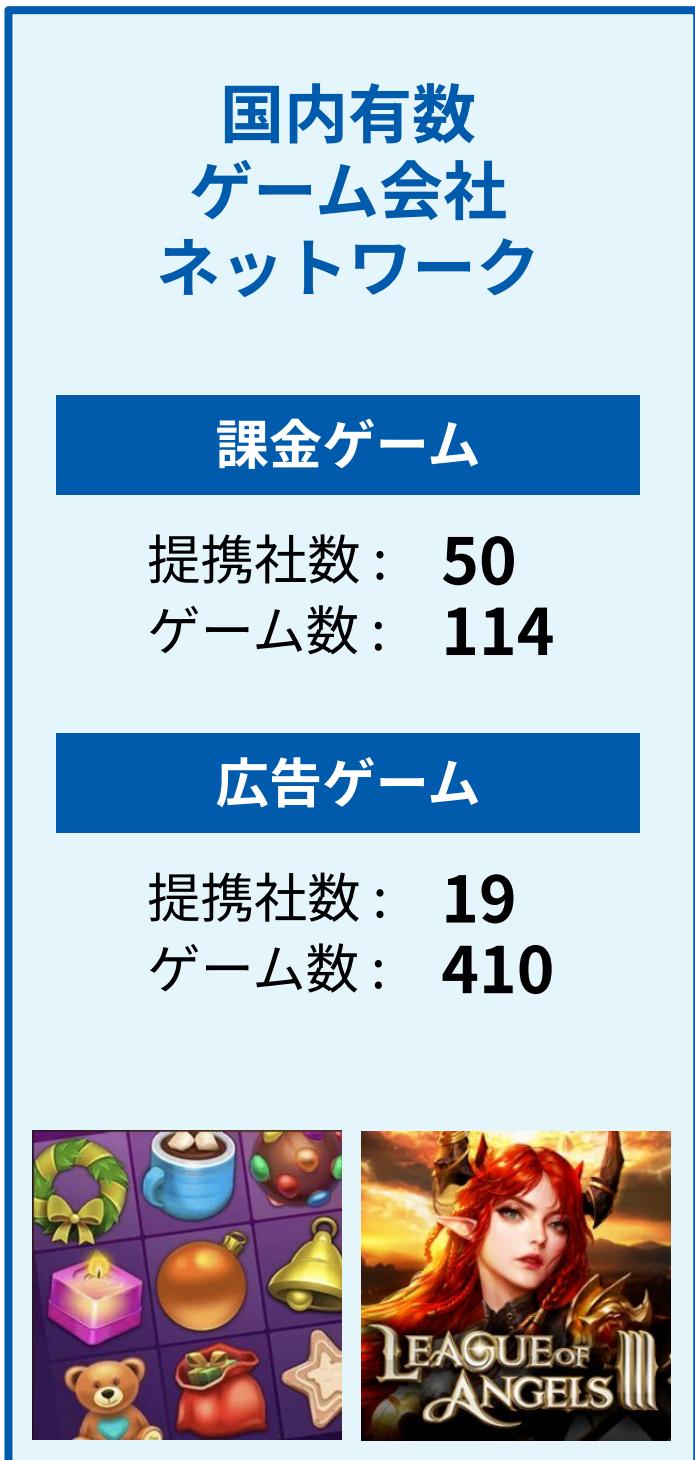
# メディア事業の特徴（コンテンツプラットフォーム）

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。



# ゲームプラットフォーム事業（広告・課金）の優位性

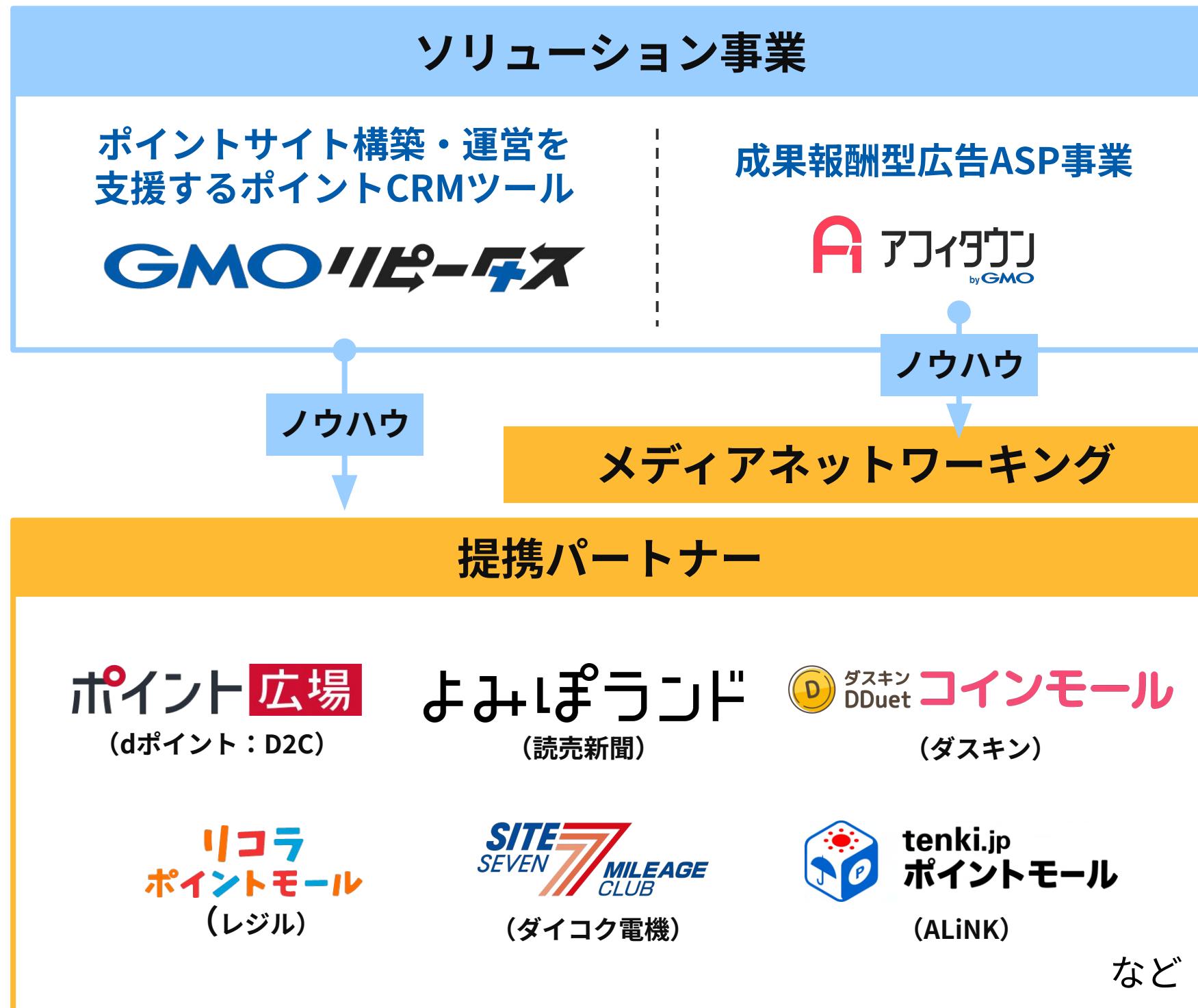
ゲーム開発ではなく、国内 **オンリーワン** のオンラインゲームセンター多店舗出店戦略に注力。



※数値は2025年12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＆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>
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>国や公共団体のリスク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クリング需要継続</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、「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>

## 企業理念

**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

208名<sup>※1</sup>

## 作る人<sup>※2</sup>比率

64.4%

## 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12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12月末時点

本資料には、2026年2月10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ご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>