

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

GMO ペパボ

3633 東証 2 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2020 年 3 月 6 日 (金)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2019年12月期業績の概要	01
2. 2020年12月期業績見通し	01
3. 今後の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. 事業セグメント	05
2. 強みと競合	08
3. 事業リスク	09
■ 業績動向	09
1. 2019年12月期業績の概要	09
2. 事業セグメント別の動向	11
3. 財務状態とキャッシュ・フローの状況	15
■ 今後の見通し	16
1. 2020年12月期の業績見通し	16
2. 主要事業の見通し	17
3. 今後の成長戦略	19
■ 株主還元策	21

■ 要約

2021年12月期以降の成長スピードを加速化すべく、「FREENANCE」など成長期待の高いサービスへの投資を継続

GMO ペパボ<3633>は、GMO インターネット<9449>のグループ会社で、インターネット関連サービスを展開している。主なサービスは、レンタルサーバー「ロリポップ!」、ネットショップ開業・作成サービス「カラーミーショップ」、ハンドメイドマーケット「minne (ミンネ)」など。2019年12月にJASDAQ から東証第2部に市場変更した。

1. 2019年12月期業績の概要

2019年12月期の連結業績は、売上高が前期（非連結）比9.0%増の8,943百万円、営業利益が同67.6%増の783百万円となり、売上高は2003年の創業以来16期連続での増収、営業利益は6期ぶりに過去最高を更新した。当第2四半期よりWebコンテンツ制作事業及びフリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE（フリーナンス）」を運営するGMOクリエイターズネットワーク（株）を連結子会社化したことにより、売上高で204百万円の増額要因、営業利益で216百万円の減額要因となっている。単独業績で見ると売上高は同6.6%増の8,738百万円、営業利益は同114.9%増の1,005百万円と大幅増益を達成している。増益要因の大半はハンドメイド事業におけるプロモーションコストの削減効果によるもので、同事業の営業利益も94百万円（前期は682百万円の損失）と2012年のサービス開始以降初めて黒字化した。また、オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI（スズリ）」についても認知度の向上が進み、流通金額で前期比110.8%増の880百万円と急伸び、成長が期待できる状況となっている。

2. 2020年12月期業績見通し

2020年12月期の連結業績は、売上高で前期比7.3%増の9,600百万円、営業利益で同5.8%増の829百万円と増収増益が続く見通し。売上高については「SUZURI」や「minne」「FREENANCE」などの注力事業の拡大が続くほか、主力事業である「ロリポップ!」や「カラーミーショップ」も単価アップ等の取り組みを継続することで増収を見込む。利益面では、優秀な人材を確保する環境整備のため、給与水準の引き上げや福利厚生の充実に取り組む方針となっていること、「FREENANCE」「SUZURI」への積極投資を継続することなどから、1ケタ増益と堅実な増益を見込んでいる。なお、「FREENANCE」については2018年10月のサービス開始以降、個人事業主やフリーランスを中心に順調に利用者数が拡大し、リピート率も80%超と高水準で推移している。同社の試算では、「FREENANCE」の対象となるフリーランス向けファクタリングサービスの潜在需要は年間5,000億円規模※になると見ている。まだ先行投資段階ではあるものの、数年後には同社の収益柱の1つに成長する可能性がある事業として弊社では注目している。

※フリーランス人口（228万人）×平均年収（440万円）×想定ファクタリング利用率（5%）= 5,000億円

要約

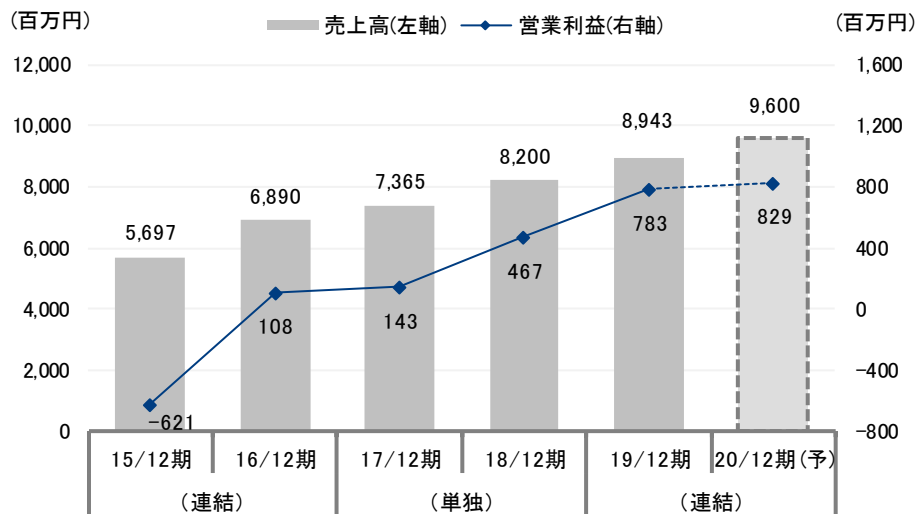
3. 今後の成長戦略

同社は今後の成長戦略として、「表現活動を支援する会社として圧倒的 No.1」を目指すことを打ち出している。インターネット上の表現活動を支えるインフラサービス（ロリポップ!等）に加えて、利用者同士が結びつくプラットフォームサービス（minne、SUZURI）や「FREEMANCE」など成長期待の高いサービスへの戦略投資を継続し、また、M&A等も活用しながら成長スピードを加速していく考えだ。「minne」についてはプロモーションコストの抑制により流通額が一時的に伸び悩んでいるものの、オウンドメディアを活用したブランディングの強化や収益の複層化（集客支援や広告収入等）に取り組むことで成長を目指していく。

Key Points

- ・ストック型のホスティング事業と EC 支援事業を両輪に成長、第3の柱となるハンドメイド事業も2019年12月期に黒字化を達成
- ・2020年12月期は給与アップや福利厚生の充実を図りつつ、増収増益を継続する見通し
- ・ストックサービスによる安定的かつ継続的な収益を基盤とし、成長期待の高いサービスへの戦略投資により成長スピードを加速する

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

インターネットを通じて個人や個人事業主の表現活動を支援する 様々なサービスを提供

1. 会社概要

同社は、「もっとおもしろくできる」という企業理念と、2013年に新たに制定した経営ミッション「インターネットで可能性をつなげる、ひろげる」のもと、インターネットを使って何かを始めたいという人々に対して、その活動を支援するツールやサービスを開発し、提供している。主に個人や個人事業主向けに、レンタルサーバー「ロリポップ!」、ネットショップ開業・作成サービス「カラーミーショップ」などのサービスを低価格で提供しているほか、ここ最近では法人向けにも高機能サービスの提供を行っている。現在は、日本最大のハンドメイドマーケットとなった「minne」、2019年2月に子会社化したGMOクリエイターズネットワークが運営するフリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE」に注力している。

2. 沿革

同社は、個人向けホスティング事業を目的とした有限会社 paperboy&co.※1として2003年1月に設立され、前身の合資会社※2から「ロリポップ!」等の事業を譲受したのが始まりとなる。2004年にはドメイン取得代行サービス「ムームードメイン」やブログサービス「JUGEM」の提供を開始し、株式会社へ組織変更すると同時に、グローバルメディアオンライン(株)(現GMOインターネット)の連結子会社となった。2005年にはネットショップ開業・作成サービス「カラーミーショップ」の提供を開始し、EC支援事業にも参入するなど事業領域を拡大していった。

※1 創業者の家入一真(いえいりかずま)氏が過去に新聞配達をしていたことに由来する。新聞配達員としての経験をきっかけに多くの人と出会い、起業に至ったという原点を忘れないようにと、英語で「新聞配達員」の意味を持つ「paperboy」に、仲間たちを意味する「company」の略である「&co.」を加えて命名された。

※2 同社の前身は、個人向けホスティングサービスの提供を目的として2001年10月に家入一真氏により設立された合資会社マダム企画。同年11月に「学生や女性にもホームページ作りを楽しんでもらいたい」という思いから「ロリポップ!レンタルサーバー」の提供を開始した。

以後も、インターネットを活用した様々なサービスを開発・提供しながら業績を拡大し、2008年12月にジャスダック証券取引所(現東京証券取引所JASDAQスタンダード)に上場を果たす。2014年4月に創立10年を経過したことを契機に、GMOインターネットグループのブランド戦略とのシナジー効果や知名度、信頼性の向上を図るため、社名の冠に「GMO」を付し、愛称として使われていた「ペパボ」を合わせたGMOペパボ株式会社に社名を変更した。

GMO ペパボ | 2020年3月6日(金)
 3633 東証2部 | <https://pepabo.com/ir/>

会社概要

2015年以降は、第3の収益柱を育成するため2012年よりサービスを開始したハンドメイドマーケット「minne」の事業に積極投資を行うとともに、2015年6月にハンドメイドマーケット「tetote（テトテ）」を運営するOCアイランド（株）の株式を取得し子会社化した（「tetote」については2018年6月にサービスを終了し「minne」に統合）。一方で、事業の集中と選択を進めるため、2016年1月に電子書籍関連事業をブックオフコーポレーション（株）へ、2017年2月には高速モバイルインターネットサービス「PEPABO WiMAX」の事業をGMOインターネットにそれぞれ譲渡している。直近では2019年2月にWebコンテンツ制作事業及びフリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE」を運営するGMOクリエイターズネットワーク（株）の株式を取得し連結子会社化（出資比率51.0%）しており、2019年12月期より連結業績の開示を再開している。

沿革

年月	概要
2003年 1月	福岡県福岡市中央区に個人向けホスティング事業を事業目的とした、有限会社 paperboy&co. を設立。前身の合資会社マダメ企画より「ロリポップ！」を移管、ホスティング事業に参入
2004年 1月	ロリポップ！レンタルサーバーにおいてオンラインショッピングカート機能『カラーミーショップ！ミニ』の提供を開始
2004年 1月	ドメイン取得代行サービス「ムームードメイン」提供開始
2004年 2月	レンタルブログサービス「JUGEM」提供開始
2004年 3月	有限会社より株式会社へ組織変更
2004年 3月	グローバルメディアオンライン株式会社（現 GMO インターネット株式会社）を割当先とした第三者割当増資を実施し、同社の連結子会社となる
2005年 2月	ネットショップ開業・作成サービス「Color Me Shop ! pro」（現カラーミーショップ）提供開始、EC 支援事業に参入
2005年11月	クリエイター向けレンタルサーバー「heteml（ヘテムル）」提供開始
2006年 4月	オンラインショッピングモール「カラメル」提供開始
2008年 4月	オンラインフォトアルバムサービス「30days Album」提供開始
2008年12月	ジャスダック証券取引所（現東京証券取引所 JASDAQ スタンダード）に上場 [証券コード：3633]
2009年 5月	ホームページ構築 ASP サービス「グーベ」提供開始
2009年10月	ブックレビューコミュニティサイト「ブックログ」運営開始
2010年 6月	電子書籍作成・販売プラットフォーム「パパー」提供開始
2012年 1月	ハンドメイドマーケット「minne（ミンネ）」提供開始
2012年 6月	電子書籍関連事業を会社分割し、株式会社ブックログを設立
2012年 8月	開発者向けクラウドホスティングサービス「Sqale（スケール）」提供開始
2012年10月	英語圏向けショッピングカート ASP サービス「Jugem Cart（ジューgem カート）」提供開始、海外事業に参入
2014年 4月	株式会社 paperboy&co. より GMO ペパボ株式会社へ商号変更
2014年 4月	オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI」提供開始
2014年11月	高速モバイルインターネットサービス「PEPABO WiMAX（ペパボワイマックス）」の提供開始
2015年 6月	ハンドメイドマーケット「tetote（テトテ）」などを展開する OC アイランド株式会社（2016年1月 GMO ペパボオーシー株式会社へ商号変更）をグループ化
2016年 1月	株式会社ブックログの電子書籍関連事業を、ブックオフコーポレーション株式会社へ譲渡
2016年 7月	新技術の創造と実践に取り組む研究開発組織「ペパボ研究所」を設立
2017年 1月	ハンドメイド事業の成長をさらに加速させるため、同社を存続会社として GMO ペパボオーシー株式会社と合併
2017年 2月	高速モバイルインターネットサービス「PEPABO WiMAX（ペパボワイマックス）」を事業譲渡
2017年11月	リピー通販サービス「カラーミーリピート」提供開始
2018年 4月	株式会社ベーシックが運営するオンデマンドオリジナルグッズ作成サービス「Canvath」事業を譲受
2018年 6月	伝統工芸職人向けマーケティング支援を行うニューワールド株式会社に出資
2018年 9月	情報セキュリティ事業を事業目的とした子会社 GMO ペパボガーディアン株式会社を設立
2019年 2月	フリーランス向け金融支援サービス「FREENANCE」を運営する GMO クリエイターズネットワーク株式会社を第三者割当増資引受により連結子会社化
2019年12月	東証第2部に市場変更

出所：有価証券報告書及びホームページよりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

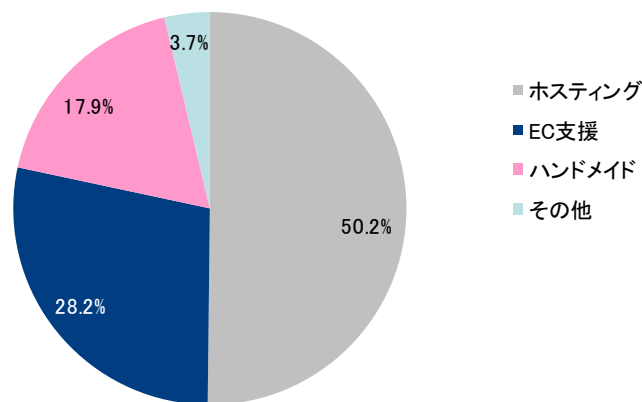
■ 事業概要

ストック型のホスティング事業と EC 支援事業を両輪に成長、 第3の柱となるハンドメイド事業も 2019 年に黒字化を達成

1. 事業セグメント

同社が手掛ける事業は、レンタルサーバー「ロリポップ!」、ドメイン取得代行サービス「ムームードメイン」などのホスティング事業、ネットショップ開業・作成サービス「カラーミーショップ」、オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI」などの EC 支援事業、ハンドメイドマーケット「minne」から成るハンドメイド事業の3つの事業セグメントと、その他の事業（ブログサービス「JUGEM」、フリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE」など）で構成されている。2019年12月期の事業セグメント別売上構成比は、ホスティング事業 50.2%、EC 支援事業 28.2%、ハンドメイド事業 17.9%、その他 3.7%となっている。

セグメント別売上構成比(2019年12月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) ホスティング事業

Web サイトやホームページを開設するためのサーバーや各種機能、ドメイン等を提供し、各サービスの利用料を売上げとして計上するストック型のビジネスモデルとなる。主要サービスは以下のとおり。

GMO ペパボ | 2020年3月6日(金)
 3633 東証 2 部 | <https://pepabo.com/ir/>

事業概要

a) ロリポップ!

インターネット初心者からヘビーユーザーまで幅広い層をターゲットとしたレンタルサーバーサービスで、同事業セグメントの売上高の約4割、利益の約6割を占める主力サービス。ハードルの高かったホスティングサービスを月額100円※からという低価格帯で提供したことで、個人向けレンタルサーバー市場を開拓する先駆者となった。簡単にホームページを作成できる豊富なマニュアルやレスポンスの早いカスタマーサービスに加えて、ホームページ作成のために必要なソフトウェアや各種ASPサービスも提供する。足元は様々な料金プランやオプションサービスの提供により、個人事業主から中小企業まで顧客対象を広げている。

※月額基本料金プランは、100円、250円、500円（標準プラン）、2,000円の4プランに加えて、2019年9月より1,000円（いずれも税抜き）の「ハイスピードプラン」を提供開始している。

また、2018年4月には新サービスとして「ロリポップ!マネージドクラウド」の正式版をリリースしている。独自開発したコンテナ型仮想化技術を活用して、一時的なアクセス集中時でも高速かつ安定的な稼働を実現したサービスとなる。顧客ターゲットはWebサイトへのアクセスが集中し、閲覧不能となるリスクのあるユーザー（個人のクリエイターや中小企業等）となる。料金プランは月額基本料金980円+従量課金制となっている。そのほか、高機能ホスティングサービス「ヘテムル」なども合わせた同社レンタルサーバーの2019年12月末の契約数は43万件と国内トップシェア※となっている。

※「ロリポップ!」及び「ヘテムル」のユーザー数の合算数値。「2020年の日本でのウェブホスティングのマーケットシェア」HostAdvice.com調べ（2020年1月22日時点）。

b) ムームードメイン

低価格のドメイン取得代行サービスで、ドメイン登録をオンライン上で簡単に行えることが特徴となっている。従来は、ドメイン取得までに申請書類の郵送など手続きに手間が掛かったが、同サービスの開始により個人によるドメイン取得が一気に広がり、2019年12月末の登録ドメイン数は121万件に上っている。同事業セグメントの売上高の5割弱、利益の約2割を占めている。代行サービスのため利益率は他のサービスよりも相対的に低い。

(2) EC 支援事業

EC（電子商取引）の運営を支援するネットショップ開業・作成サービスなどを格安の料金で提供する。サービスの利用料金や手数料を売上計上するストック型のビジネスモデルとなる。主要サービスは以下のとおり。

a) カラーミーショップ

ネットショップの運営初心者でもブログを作成する感覚で簡単かつ低料金で開店できるシステムとなっているのが特徴で、2019年12月末の契約件数は4.1万件と国内の有料サービス※では最大手となっている。個人商店から大規模販売店まで幅広いニーズに応える豊富な機能を備えているほか、デザインを細かくカスタマイズすることが可能なため、自己表現の場としても活用されている。同事業セグメント売上高の5割強、利益の約9割を占める主力サービスとなっている。

※月額基本料金プランは、834円、3,000円、7,223円（いずれも税抜き）と3つのプランを用意している。

事業概要

b) SUZURI (スズリ)

自身で制作したイラストや写真の画像をサイトにアップロードするだけで、Tシャツ、マグカップ、スマートフォンケースなど様々なオリジナルグッズを作成・販売できるサービス。初期投資や在庫管理などのリスクがなく、アイテムの作成から配送（製作及び配送は外部委託）までを「SUZURI」で一貫してサポートするため、安心して作品の販売や購入ができる。2014年からサービスを開始し、2019年12月末の累積会員数は39万人まで拡大している。製作コストに一定利益を上乗せした額が同社の売上高となるフロー型のビジネスモデルとなり、同事業セグメント売上高の3割強、利益の1割弱を占める。

c) Canvath (キャンバス)

自身がデザインしたイラストや撮影した写真をアップロードするだけで、スマートフォンケースやマグカップ、Tシャツなどオリジナルのグッズが作成できるサービス。ネットショップオーナーやクリエイターが「Canvath」を利用することで、オリジナルグッズを1個から最安値で仕入れることができる。ネットショップを運営している場合には、オリジナルグッズがショップで売れた後に「Canvath」上で発注することで、在庫リスクなくショップを運営することが可能となる。2018年4月に(株)ベーシックから譲受した事業となる。

(3) ハンドメイド事業

インターネット上で手軽に手作り作品の展示・販売ができる国内最大のハンドメイドマーケット「minne」の事業で、販売手数料（取引額の9.6%）が主な売上げとなる。「minne」の特徴は、ホームページ作成経験のない初心者でも簡単に販売機能を備えたギャラリーページの作成ができることにあり、決済は「minne」が代行するため作家と購入者が安心して作品を売買できる場として利用されている。アクセサリ、ファッション、バッグ・財布などのハンドメイド作品や作品の製作に必要な素材の販売などを行っている。

2019年7月に利用規約を改訂し、「CtoCハンドメイドマーケット」から「ものづくりの総合プラットフォーム」へと事業領域を拡大している。ハンドメイド以外の加工品や製作の一部の工程を第三者に委託して作った作品も、「ものづくり」という表現活動の1つであると捉え出品可能としたほか、「ものづくり」にこだわるブランドやメーカー等の企業の出品も可能とし、CtoCからBtoC領域に拡大した。2019年12月末時点の登録作家数は60万人（うち、企業数は100社超）、登録作品数は1,077万点、アプリダウンロード数は1,121万DLとなっている。

(4) その他

同社が運営するブログサービス「JUGEM（ジューgem）」のほか、2019年2月に子会社化したGMOクリエイターズネットワークが行うWebコンテンツ制作事業や、フリーランス向けファクタリングサービス「FREENANCE」が含まれる。特に今後は「FRRENACE」に注力していく方針。同サービスは、フリーランスと取引先の間でフリーランスの請求書（売掛債権）を買い取り、取引先に代わって即日支払いするサービスで、請求書額面の3～10%を手数料として利用者から受け取るビジネスモデルとなる。手数料率は取引実績を重ねるごとに低下する。請求書（売掛債権）の買取可能額は1～1,000万円とし、各種補償サービス（業務遂行中の事故や情報漏えい等によって生じた損害補償等）や「プロフィール機能」※を無料で提供するなど、ユーザーの利便性向上につながる機能が充実していることが特徴となっている。

※ フリーランサーや個人事業主が「反社チェック・本人確認済み」であることを取引先に示すことができる機能。

事業概要

主要サービスの概要一覧

	ビジネスモデル			料金、契約者数等	サービス内容等
	月額課金型	従量課金型	広告収入型		
ホスティング事業					
ロリポップ!	○			月額料金：100円/月～ レンタルサーバー全体の 契約数 43.5 万件 (43.6 万件)	「すぐ使える、ずっと使える」をキャッチコピーに、初心者の方からビジネスまで幅広いニーズに対応する国内最大級のレンタルサーバー。
ヘテムル	○			月額料金：800円/月～	圧倒的なコストパフォーマンスで、デザイナーやクリエイターなど上級者を対象とした高機能ホスティングサービス。
ムームードメイン	○			取得料金：45円/年～ 契約数：121 万件 (124 万件)	400 種類を超えるドメインや希少価値の高いプレミアムドメインなどを取得・管理できるドメイン総合サービス。
30days Album	○			月額料金：300円/月～ ※一部無料プランもあり	家族や友人、仲間と、アプリや Web で手軽に写真共有ができる、オンラインアルバム+フォトストレージサービス。
EC 支援事業					
カラーミーショップ	○			月額料金：834円/月～ 契約数：4.1 万件 (4.3 万件)	本格的なネットショップから趣味のお店を開きたい人まで、幅広いニーズに応えるネットショップ運営サービス。
グーバ	○			月額料金：1,000円/月～ 契約数：1.7 万件	個人から店舗・企業のオフィシャルサイトまで、様々なホームページを PC やスマートフォンから簡単に作成できるサービス。
SUZURI		○		会員数：39 万人 (23 万人)	デザインしたイラストや撮影した写真をアップロードするだけで、T シャツやスマートフォンケースなど、オリジナルグッズを製作・販売できるサービス。
Canvath		○			デザインしたイラストや撮影した写真をアップロードするだけで、スマートフォンアクセサリやマグカップ、T シャツなどのオリジナルグッズが製作できるサービス。
ハンドメイド事業					
minne		○		作家数：60 万人 (49 万人) 登録作品数：1,077 万点 (913 万点)	アクセサリやバッグ・雑貨・家具など、作家の想いがこもったハンドメイド作品を販売・展示・購入できる、国内最大のハンドメイドマーケット。
その他					
JUGEM	○		○	無料版（広告表示）、 多機能で広告を非表示にする JUGEM PLUS（月額 330 円）	“デザインで選ぶブログサービス”をコンセプトに、使いやすさとカスタマイズ性の高さが特徴のブログサービス。
FREENANCE		○		手数料率は請求書額面の 3～10%	フリーランスに対し、請求書の買取りにより資金を即日融通するフリーランス向け金融支援サービス。

注：契約者数等の数値は 2019 年末時点。カッコ内は 2018 年末時点。
 出所：決算説明会資料及び決算短信よりフィスコ作成

個人・個人事業主向けを中心にリーズナブルな価格でサービス提供できる開発力や企画力が強み

2. 強みと競合

同社の強みは、これまでインターネットに関連した 30 以上のサービスを独自に開発・運用し、そのノウハウを蓄積していることにある。また、サービスのネーミング、Web サイトやアプリなどのデザインにおけるオリジナリティも同社の大きな特徴となっており、創業来の強みの 1 つであると考えられる。

同社が提供するサービスは参入障壁が比較的低いため、サービス開始当時に比べると競合企業も増加している。主な競合企業について見ると、ホスティング事業（レンタルサーバー）ではさくらインターネット <3778> が挙げられ、個人用レンタルサーバー市場では 2 社で約 5 割のシェアを握っている。参入企業は多いものの、業界最低水準の料金でサービスを提供しているため、同社のシェアは安定して推移していると思われる。

事業概要

また、EC 支援事業のうち「カラーミーショップ」のような EC サイト構築システムは、E ストア <4304> をはじめ多数の企業が参入しており、最近では BASE<4477> のように月額利用料を無料で提供する企業も台頭し、競争がさらに激化している。ハンドメイド事業に関しては、(株) クリーマ (作品数で業界第 2 位の「Creema」を運営) が競合として挙げられるが、登録作品数は約 850 万点と「minne」の 1,000 万点を下回り、依然として「minne」が、ハンドメイドマーケットプレイスとしてトップの座を堅持している。ただ、個人でもネットショップを簡単に開設できる環境になってきたこともあり、前述したように BtoC 領域にマーケットを広げることで更なる成長に取り組んでいる。

3. 事業リスク

事業リスクとしては、同社サービスが個人向け中心で数多くのデータを扱っている性格上、個人情報の流出など情報漏えいが発生する可能性がゼロではないことが挙げられる。実際、2018 年 1 月に「カラーミーショップ」のサービスにおいて、外部からの不正アクセスにより顧客 (ショップオーナー) のクレジットカード情報が一部流出する事案が発生した。同社では直ちに対処を行い、再発防止委員会を設置。事実関係の調査、原因の調査、再発防止策の提言をまとめ、2018 年 3 月上旬に調査報告書を公表している。今後も情報セキュリティ対策に関しては継続的に強化していく方針となっている。

業績動向

2019 年 12 月期はプロモーションコストの減少も寄与して過去最高業績を更新

1. 2019 年 12 月期業績の概要

2019 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 9.0% 増 (伸び率は前期個別業績との比較。以下同) の 8,943 百万円、営業利益が同 67.6% 増の 783 百万円、経常利益が同 59.5% 増の 835 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 16.2% 増の 542 百万円となった。売上高は 2003 年の創業以来 16 期連続増収となり、各利益も過去最高益を更新した。ハンドメイド事業の損益がプロモーションコスト抑制により大きく改善し、事業開始以降初めて黒字化したことがポイントとなる。

個別業績について見ると、売上高が前期比 6.6% 増の 8,738 百万円、営業利益が同 114.9% 増の 1,005 百万円、経常利益が同 79.7% 増の 941 百万円、当期純利益が同 23.9% 増の 578 百万円となり、当第 2 四半期から連結子会社として加わった GMO クリエイターズネットワークの業績は、売上高が 204 百万円、営業損失が 216 百万円、経常損失が 218 百万円、当期純損失が 241 百万円となった。

GMO ペパボ | 2020年3月6日(金)
 3633 東証 2部 | <https://pepabo.com/ir/>

業績動向

営業利益の増減要因を見ると、売上増に伴う利益増(269百万円)並びに「minne」を中心としたプロモーションコストの減少(659百万円)が増益要因となり、人件費の増加(284百万円)やその他コストの増加(106百万円)、連結子会社の損失分などを吸収した。当期純利益の増益率が経常利益よりも小幅にとどまったのは、特別損失としてGMOクリエイターズネットワークののれんや、「SUZURI」「Canvath」に係る減損損失113百万円を計上したことのほか、子会社の損失計上が要因となっている。

また、会社計画比では売上高で2.8%、営業利益で17.5%の未達となった。売上高に関しては「SUZURI」の成長によりEC支援事業で計画を上回ったものの、ホスティング事業、ハンドメイド事業で計画を下回った。一方、営業利益はホスティング事業、ハンドメイド事業で計画を上回ったが、EC支援事業で計画を下回ったほか、人員採用が順調に進んだことで本社費用が想定を上回ったことが未達要因となっている。期末従業員数(臨時社員含む)は402名と前期末比で52名増となった(うち、GMOクリエイターズネットワーク30名)。

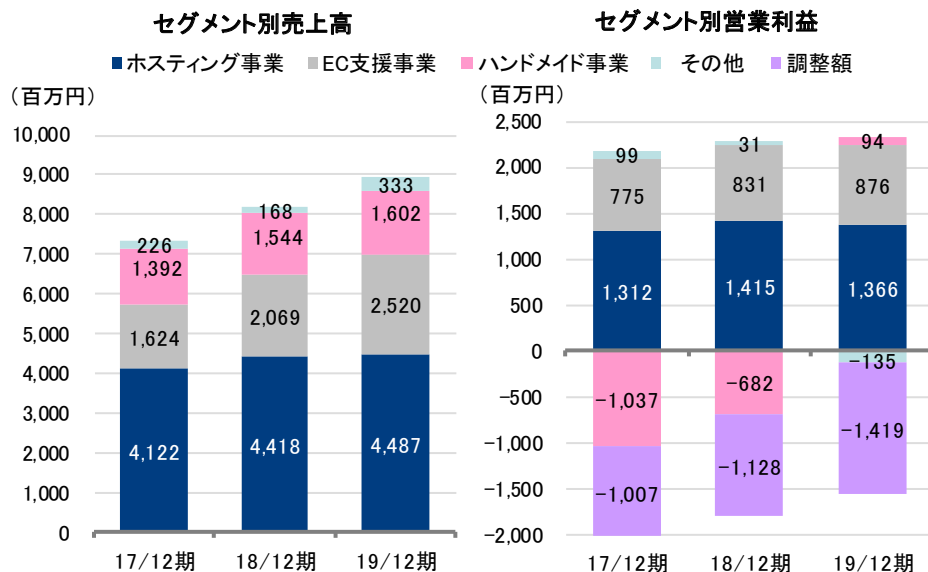
2019年12月期業績

(単位:百万円)

	18/12期(単独)		19/12期(連結)				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	8,200	-	9,200	8,943	-	9.0%	-2.8%
売上総利益	4,908	59.8%	-	5,251	58.7%	7.0%	-
販管費	4,440	54.1%	-	4,467	50.0%	0.6%	-
プロモーションコスト※	1,321	16.1%	-	739	8.3%	-44.0%	-
営業利益	467	5.7%	950	783	8.8%	67.6%	-17.5%
経常利益	524	6.4%	962	835	9.3%	59.5%	-13.1%
特別損益	-69	-	-	-114	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	467	5.7%	684	542	6.1%	16.2%	-20.7%

※広告宣伝費、販売促進費、ポイント引当金繰入額の合計。

出所:決算短信よりフィスコ作成



※19/12期のみ連結。

出所:決算短信よりフィスコ作成

ハンドメイド事業はプロモーションコスト抑制により 流通額が伸び悩むも、初の黒字を達成

2. 事業セグメント別の動向

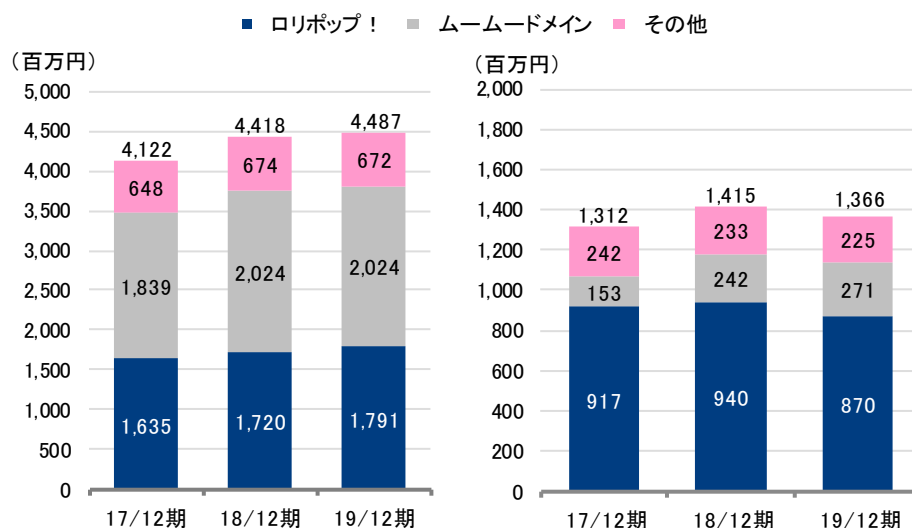
(1) ホスティング事業

ホスティング事業の売上高は前期比 1.6% 増の 4,487 百万円、営業利益は同 3.5% 減の 1,366 百万円となった。主要サービス別で見ると、「ロリポップ！」は売上高で前期比 4.1% 増の 1,791 百万円と過去最高を連続更新したものの、プロモーションコストの増加により営業利益は同 7.5% 減の 870 百万円と減益に転じた。レンタルサーバー全体の契約件数は、一部サービス終了に伴う新規申し込み停止及び退会が増加した影響で、前期末比 664 件減少の 435 千件となったものの、主力サービスとなる「ロリポップ！」はプロモーションを強化した効果により同 729 件増と 2 年ぶりに増加に転じた。また、2019 年 9 月より新プラン「ハイスピードプラン」(月額 1,000 円～) を投入したことやオプション機能の提案に取り組んだことにより、顧客単価が前期比 4.3% 増の 369 円と上昇し増収要因となった。

「ムームードメイン」は売上高で前期比横ばいの 2,024 百万円にとどまったものの、営業利益は原価率の改善により同 11.9% 増の 271 百万円と過去最高を更新した。継続的なキャンペーンを行い、新規顧客の開拓に取り組んだが、2018 年に実施した新ドメインの割引キャンペーンで取得されたドメインの更新率が低く、期末登録ドメイン数は前期末比 2.0% 減の 1,216 千件と減少した。また、顧客単価も主力ドメインにおいて競合他社が割引販売を実施した影響により、前期の 410 円台から 400 円に低下している。

ホスティング事業の売上高推移

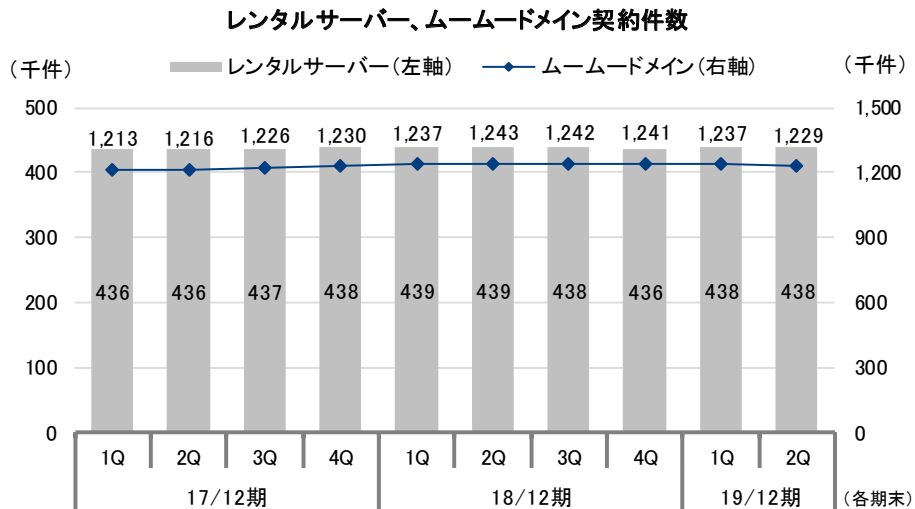
ホスティング事業の営業利益推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

GMO ペパボ | 2020年3月6日(金)
 3633 東証2部 | <https://pepabo.com/ir/>

業績動向



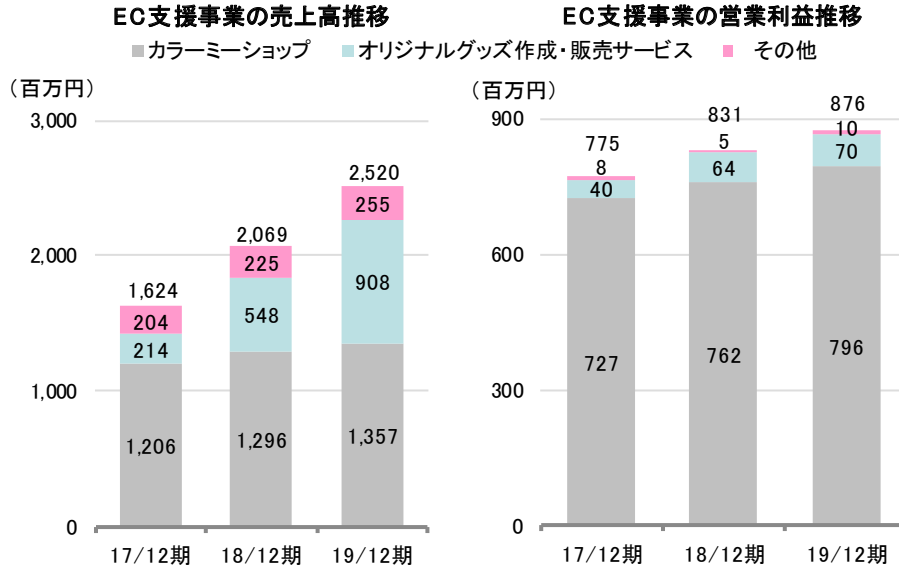
出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) EC 支援事業

EC 支援事業の売上高は前期比 21.8% 増の 2,520 百万円、営業利益は同 5.4% 増の 876 百万円と増収増益が続いた。このうち、主力のネットショップ開業・作成サービス「カラーミーショップ」の売上高は同 4.7% 増の 1,357 百万円、営業利益は同 4.4% 増の 796 百万円と過去最高を連続更新した。契約件数は前期末比 4.8% 減の 41,181 件と 2017 年 12 月期末の 45,244 件をピークに減少が続いているものの、顧客単価で見ると前期比 11.4% 増の 2,640 円と上昇傾向が続いており、増収増益要因となっている。なお、2019 年 5 月より新サービスとして、第三者が開発したシステムや機能をショップオーナーに提供できる「カラーミーショップ アプリストア」をリリースし、2019 年 12 月末までに 13 種類のアプリ提供を開始している。越境 EC 対応アプリ「WorldShoppingBIZ for カラーミーショップ」などの利用が増加している。同サービスはベンダーがショップオーナーから獲得する収益の一部を手数料収入とするビジネスモデルとなり、まだ収益への影響は軽微だが、今後もアプリの拡充を進め、顧客へ様々な機能を提供しながら EC ショップの育成をサポートし、収益拡大に取り組んでいく戦略となっている。

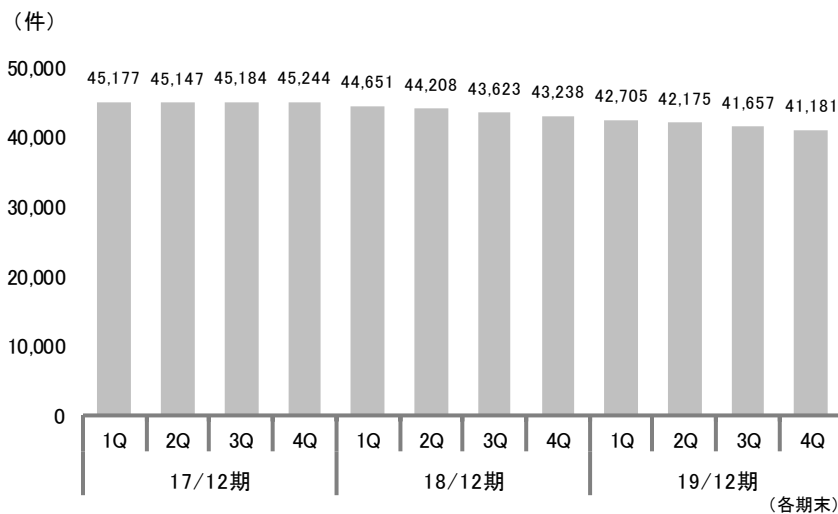
GMO ペパボ | 2020年3月6日(金)
 3633 東証2部 | <https://pepabo.com/ir/>

業績動向



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

カラーミーショップ契約件数



出所：決算短信よりフィスコ作成

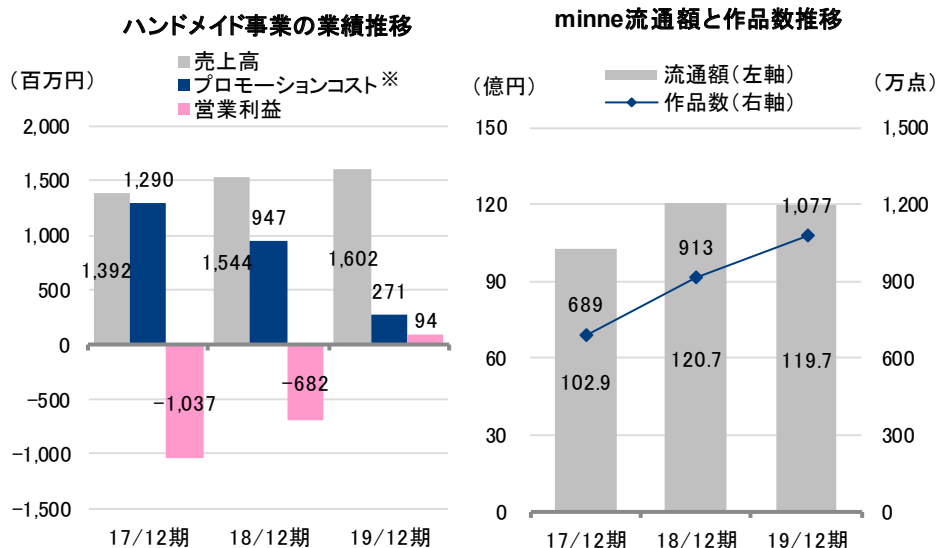
一方、オリジナルグッズ作成・販売サービス「SUZURI」「Canvath」については、売上高で前期比 65.5% 増の 908 百万円、営業利益で同 9.6% 増の 70 百万円となった。売上高の大半を占める「SUZURI」において、2019年6月と8月に実施したTシャツセールによる販売増効果により、流通額が前期比 110.8% 増の 880 百万円と 2 倍強に急拡大したことが増収要因となった。2018 年後半より運営体制を強化し、スマートフォンアプリの改善や新アイテムの追加、認知度向上への取り組みを進めたことで、累積会員数も前期末の 23 万人から 39 万人に拡大し、成長スピードも加速化しているが、まだ先行投資段階であり、運営費用の増加等により増益率は小幅にとどまっている。また、2018 年 12 月期の第 2 四半期から加わった「Canvath」は、売上高・利益ともに若干減少した。

業績動向

(3) ハンドメイド事業

ハンドメイド事業の売上高は前期比 3.7% 増の 1,602 百万円、営業利益は 94 百万円(前期は 682 百万円の損失)と初めて黒字化した。「minne」の認知度向上を図るため、2015 年以降、ハンドメイドマーケットプレイスとしての圧倒的 No.1 ブランドを確立するために実施してきた大規模プロモーションが一段落したことで、当初の目標であった黒字化を達成した。ただ、プロモーションコストを前期比 71.3% 減の 271 百万円と大幅に削減した結果、流通額は同 0.8% 減の 11,981 百万円、当第 4 四半期(2019 年 10 月 -12 月) だけで見ると前年同期比 5.9% 減の 3,043 百万円と 3 四半期連続で減少が続き、今後の課題を残した格好となっている。

2019 年 12 月期末の作家数は前期末比 22.3% 増の 60 万人、作品数は同 18.0% 増の 1,077 万点、アプリダウンロード数は同 9.1% 増の 1,121 万 DL と業界最大規模のサービス基盤を構築しており、今後はこれらの基盤をベースに流通額の拡大を図るだけでなく、収益の複層化に取り組むことで事業を拡大していく戦略となっている。「収益の複層化」には、イベント開催や集客支援サービスなどオフラインでの取り組みや、「minne」の媒体価値向上に伴う広告収入などが挙げられる。



※広告宣伝費、販売促進費、ポイント引当金繰入額の合計。
 出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

(4) その他

その他の売上高は前期比 97.7% 増の 333 百万円、営業損失は 135 百万円(前期は 31 百万円の利益)となった。このうち、2019 年 12 月期第 2 四半期より連結子会社として加わった GMO クリエイターズネットワークの売上高は 204 百万円、営業損失は 216 百万円となっている。売上高の大半は Web コンテンツ制作事業で、「FREENANCE」の売上高はまだ小さいものの、事業拡大に向けた人員体制の強化や機能開発、積極的なプロモーション投資を実施したことにより、「FREENANCE」事業で 173 百万円の損失を計上している。「FREENANCE」事業の人員は、約 10 名体制となっている。

自己資本比率は 20% 台と低いものの、無借金経営で財務内容は健全

3. 財務状況とキャッシュ・フローの状況

2019年12月期末の総資産は前期末比294百万円増加の6,371百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金（関係会社預け金含む）が248百万円減少した一方で、売掛金が157百万円増加した。固定資産では投資有価証券が174百万円増加した。

負債合計は前期末比231百万円増加の4,601百万円となった。流動負債で未払法人税等が174百万円増加したほか、未払金が51百万円、前受金が23百万円増加した。また、純資産は前期末比63百万円増加の1,769百万円となった。配当金支払いで276百万円、自己株式取得で249百万円を支出した一方、親会社株主に帰属する当期純利益542百万円を計上したことが増加要因となった。

キャッシュ・フローの状況を見ると、営業活動により得られた収入は698百万円となり、投資活動による支出452百万円を吸収し、フリーキャッシュ・フローは245百万円のプラスとなった。一方で、配当金の支払いや自己株式取得等の株主還元を実施したことで財務活動による支出が494百万円となり、結果、期末の現金及び現金同等物の残高は前期末比248百万円の減少となった。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す自己資本比率は自己株式取得などの利益還元を実施したこともあり、27.0%とほぼ前期末と同水準となった。手元キャッシュは2,453百万円と潤沢にあり、無借金経営でストック型ビジネスを主力サービスとしており、フリーキャッシュ・フローは安定してプラスを継続していることから、財務内容は健全な状態にあると判断される。

簡易貸借対照表

（単位：百万円）

	16/12 期末	17/12 期末	18/12 期末	19/12 期末	増減額
流動資産	3,784	4,358	4,853	4,916	63
現金及び預金	2,124	2,391	2,702	2,453	-248
固定資産	985	1,018	1,224	1,455	230
有形固定資産	309	297	266	263	-2
資産合計	4,770	5,376	6,077	6,371	294
流動負債	3,532	4,099	4,294	4,574	280
固定負債	52	53	76	27	-49
負債合計	3,585	4,153	4,370	4,601	231
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産合計	1,184	1,223	1,706	1,769	63
【安全性指標】					
自己資本比率	23.5%	21.6%	27.1%	27.0%	-0.1pt
流動比率	107.1%	106.3%	113.0%	107.5%	-5.5pt

注：現金及び預金には関係会社預け金含む。17/12 期末、18/12 期末のみ単独

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

簡易キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	16/12 期	17/12 期	18/12 期	19/12 期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	705	639	674	698
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-137	-294	-311	-452
財務活動によるキャッシュ・フロー	-0	-79	-51	-494
フリーキャッシュ・フロー (a) + (b)	568	345	363	245
現金及び現金同等物の期末残高	2,124	2,391	2,702	2,453

注：17/12 期、18/12 期のみ単独決算

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2020年12月期は給与アップや福利厚生の充実を図りつつ、増収増益を継続する見通し

1. 2020年12月期の業績見通し

2020年12月期の連結業績は、売上高で前期比7.3%増の9,600百万円、営業利益で同5.8%増の829百万円、経常利益で同0.2%増の837百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で542百万円と増収増益が続く見通し。

売上高についてはすべての事業セグメントで増収を見込んでおり、利益面では主力3事業で増益となる一方、「FREENANCE」事業については、投資継続により前期並みの損失を見込んでいる。売上高営業利益率で前期比0.2ポイント低下するが、これは優秀な人材が集まる環境を整備するため、給与水準の引き上げや福利厚生の実施に取り組む予定となっており、費用増を見込んでいる。なお、前期に営業外で計上した投資事業組合運用益43百万円を今期は見込んでいないため、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益については前期比微増で計画している。

今後の見通し

簡易損益計算書

(単位：百万円)

	16/12期	17/12期	18/12期	19/12期	20/12期(予)
売上高	6,890	7,365	8,200	8,943	9,600
前期比	20.9%	6.9%	11.3%	9.0%	7.3%
営業利益	108	143	467	783	829
前期比	-	32.6%	225.6%	67.6%	5.8%
経常利益	135	172	524	835	837
前期比	-	27.6%	203.2%	59.5%	0.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	153	119	467	542	542
前期比	-	-21.9%	289.8%	16.2%	0.0%
<1株当たり指標>					
EPS(円)	29.12	22.74	88.65	104.11	104.13
BPS(円)	212.73	220.37	312.44	329.88	-
<収益性指標>					
売上高営業利益率	1.6%	2.0%	5.7%	8.8%	8.6%
ROA	3.1%	3.4%	9.2%	13.1%	-
ROE	14.6%	10.5%	33.3%	31.6%	-

注：17/12期、18/12期のみ単独決算

2019年4月1日付で普通株式1→2の割合で株式分割。遡及修正済み。

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

主力3事業は増収増益見込み、 「FREENANCE」は投資を積極化し顧客基盤の拡大に取り組む

2. 主要事業の見通し

主要セグメント別売上高

(単位：百万円)

	17/12期	18/12期	19/12期	20/12期(予)	前期比
ホスティング事業	4,122	4,418	4,487	4,539	1.2%
EC支援事業	1,624	2,069	2,520	2,863	13.6%
ハンドメイド事業	1,392	1,544	1,602	1,660	3.6%
その他	226	168	333	536	61.2%
合計	7,365	8,200	8,943	9,600	7.3%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

主要セグメント別利益

(単位：百万円)

	17/12期	18/12期	19/12期	20/12期(予)	前期比
ホスティング事業	1,312	1,415	1,366	1,405	2.9%
EC支援事業	775	831	876	1,088	24.1%
ハンドメイド事業	-1,037	-682	94	146	54.7%
その他	99	31	-135	-136	-
調整額	-1,007	-1,128	-1,419	-1,675	-
合計	143	467	783	829	5.8%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) ホスティング事業

ホスティング事業は、売上高で前期比 1.2% 増の 4,539 百万円、営業利益で同 2.9% 増の 1,405 百万円となる見通し。レンタルサーバーサービスの「ロリポップ!」については、契約件数の回復に加えて「ハイスピードプラン」投入やオプション機能の拡充等による顧客単価の上昇、プロモーションコストの削減により、増収増益を見込んでいる。「ハイスピードプラン」では、データの読み込み・表示速度を改善し、従来よりもスピード・安定性のパフォーマンスを大きく向上させたサービスとなる。5Gサービスの開始により従来以上に大容量・高速のインターネット環境が実現可能となるなかで、「ハイスピードプラン」の需要も今後増加してくることが期待される。一方、「ムームードメイン」は価格競争の影響で顧客単価は横ばい水準にとどまるが、レンタルサーバー契約のフック役として顧客獲得を進め、増収増益を目指す。

(2) EC支援事業

EC支援事業は、売上高で前期比 13.6% 増の 2,863 百万円、営業利益で同 24.1% 増の 1,088 百万円と 2 ケタ増収増益となる見通し。成長ステージに入った「SUZURI」へのプロモーション投資を積極的に行う予定で、新規アイテムの追加やクリエイターの誘致により、流通額で前期比 1.5 倍の 12 億円程度を目指す。

主力の「カラーミーショップ」については、契約数の減少傾向に歯止めを掛けるため新料金プランの導入を検討している。現在はエコノミープラン（月額 834 円～）、レギュラープラン（同 3,000 円）、法人・大規模店舗向けのラージプラン（同 7,223 円）の 3 つのプランしかなく、新プランを導入することで顧客のニーズを取り込んでいく。同社の基本戦略として、事業拡大に意欲的なショップ（顧客）を獲得・育成していくことで流通額を拡大し、顧客単価の上昇によって収益を拡大していく方針に変わりはない。アプリストアについても引き続き拡充し、顧客の利便性向上をサポートしていく考えだ。

(3) ハンドメイド事業

ハンドメイド事業の売上高は前期比 3.6% 増の 1,660 百万円、営業利益は同 54.7% 増の 146 百万円となる見通し。流通額は前期比 1 ケタ増を目指し、収益の複層化とプロモーションコストのコントロールにより増収増益を見込む。オウンドメディアの活用によりブランド力を訴求していくほか、広告収入の増加が見込まれる。プロモーションコストに関しては、売上比率で前期と同水準を目安にコントロールしていく方針となっている。

GMO ペパボ | 2020年3月6日(金)
 3633 東証 2 部 | <https://pepabo.com/ir/>

今後の見通し

(4) その他事業

その他事業の売上高は前期比 61.2% 増の 536 百万円、営業損失は 136 百万円（前期は 135 百万円の損失）となる見通し。売上高は GMO クリエイターズネットワークの業績が通年でフル寄与することに加えて、「FREENANCE」の拡大が増収要因となる。「FREENANCE」については利用者数が順調に拡大しており、売上高で前期数千万円程度から 2020 年 12 月期は 1～2 億円程度の増収になると見られる。一方で、引き続き機能開発やプロモーションコストに積極投下する予定になっており、損益面では前期並みの損失を見込んでいる。

ストックサービスによる安定的かつ継続的な収益を基盤とし、 成長期待の高いサービスへの戦略投資により成長スピードを加速する

3. 今後の成長戦略

(1) 基本戦略

同社は今後の成長戦略の基本方針として、「インターネット上で表現活動を行う人々を支援する会社として圧倒的 No.1」を目指すことを打ち出している。同戦略に基づくサービス展開として、レンタルサーバー「ロリポップ!」を起点として、様々なインターネットサービスを展開し、企業規模を拡大してきた。2019 年末時点で同社のサービスを利用する表現者の数は 637 万人に達している。

インターネット上の表現活動が自己表現の場であることに加えて、テクノロジーの進化によって収益を生み出す経済圏を形成しており、今後も各領域において利便性の高いサービスを提供・支援していくことで利用者数を拡大し、更なる成長を目指していく方針だ。ビジネスモデルとしては、ストック型ビジネスである「ロリポップ!」や「ムームードメイン」「カラーミーショップ」などで安定的かつ継続的な収益基盤を構築し、成長期待の高い「minne」や「SUZURI」「FREENANCE」などフロー型ビジネスに注力していくことで成長を加速していく戦略となる。

「minne」や「SUZURI」はフロー型ビジネスではあるものの、マーケットプレイスとしてのブランド力を確立し、流通規模を拡大していくことで安定した成長を継続していくことが可能と弊社では見ている。また、「FREENANCE」については、フリーランス人口が増加するなかで潜在需要は大きく、今後急成長が期待できるサービスとして注目される。これら事業を拡大していくための投資を継続するため 2020 年 12 月期の収益成長率は一旦鈍化するものの、2021 年 12 月期以降は投資効果が顕在化することで、成長率も再加速するものと弊社では予想している。また同社では、事業提携や M&A など継続的に検討を進めており、対象としては「カラーミーショップ アプリストア」の開発ベンダーのほか、「minne」のプラットフォーム活性化に寄与する企業、同社サービスと親和性の高いサービスで顧客基盤を持つ企業などが考えられる。

(2) 「FREENANCE」の成長戦略

国内の専門フリーランス人口が約 228 万人※に上るなかで、これらフリーランスの抱える課題として、資金繰りが不安定な点が挙げられる。フリーランスは都度契約が多く、月ごとの収入の変動が大きくなる傾向にあることや、報酬の支払い遅延といったトラブルも少なくないためだ。こうした課題を解決するため、売掛債権を取引先に代わって買い取り、即日支払するファクタリングサービス「FREENANCE」を 2019 年より開始し、育成に注力している。

※ 2019 年 7 月に内閣府が発表した推計値。

同サービスは買取債権の保証を GMO ペイメントゲートウェイ <3769> で行っているほか、振込先銀行は GMO あおぞらネット銀行(株)(専用口座を即日開設可能)を活用するなど、GMO インターネットグループ各社と連携しており、グループとしてのシナジー効果を発揮しているのも特徴となっている。

2019 年の施策としては、認知度拡大や顧客獲得を目的として既存サービスの顧客に向けて各種キャンペーンなどを実施するなどプロモーション投資を積極的に実施したほか、2019 年 8 月には freee<4478> が運営する「クラウド会計ソフト freee (フリー)」、同年 10 月には(株) Misoca が運営するクラウド見積・納品・請求書サービス「Misoca (ミソカ)」とそれぞれ API 連携を開始するなど、顧客の親和性が高い他社との提携を進めた。また、機能面でも「プロフィール機能」を無料で提供するなど利便性の向上に取り組んだ。

こうした取り組みの結果、利用者数は月を追うごとに増加しており、特に、リピーターからの請求書買取額が全体の 80% を超えている。また、平均請求額も 1 回当たり 20 万円以上と上昇傾向にあるなど、顧客満足度の高いサービスとして急速に成長を続けていることがうかがえる。

同社は更なる利用者数の増加を図るため、2019 年 12 月より eKYC (オンライン本人確認)※を導入し、「本人確認」や「反社チェック」を含む会員登録を最短 3 時間以内で完結できるようにした。従来は郵送による本人確認手続きが必要だったが、eKYC の導入によって手軽に会員登録が可能となり、登録者数の増加ペースも加速する可能性がある。また、引き続き親和性の高い他社サービスとの連携も進めていく予定で、利便性向上による利用件数の増加につなげていく考えだ。また、請求書買取上限額についても、顧客からのニーズが強いこと引き上げていくことを検討している。

※ 「Electronic Know Your Customer」の略称。金融機関などの特定事業者が顧客と一定の取引を行う際に、必要な本人確認取引をオンライン上で完結する仕組み。

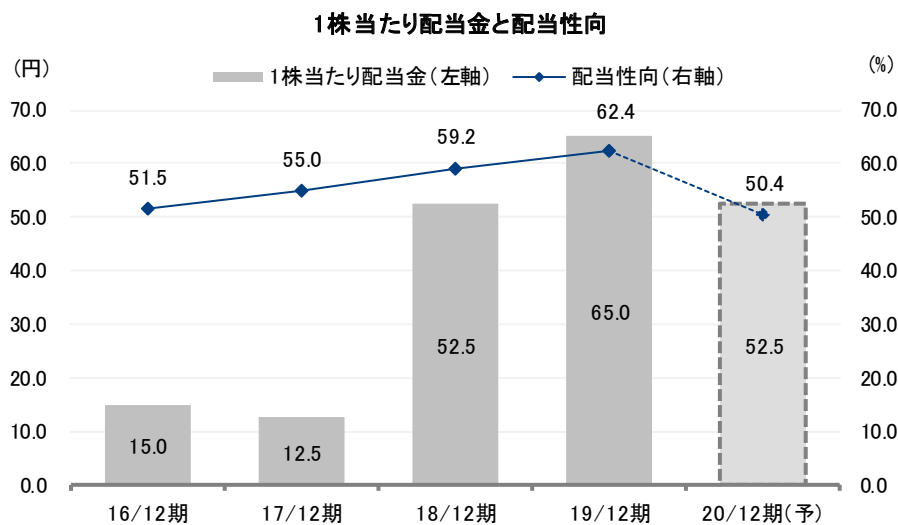
潜在的な市場規模としては、請求書(売掛債権)の買取額で約 5,000 億円と当社では試算している。これは、国内の専門フリーランス人口約 228 万人に、平均年収 440 万円及びファクタリングの想定利用率 5% を掛け合わせた数値となる。ファクタリングサービスを展開する企業は多数あるものの、個人事業主やフリーランスとの顧客接点を多く持つ同社は競合他社よりも優位なポジションにあると見られ、数年後には同社の収益柱の 1 つに育つものと弊社では注目している。

■ 株主還元策

配当性向 50% を基準に配当を実施、株主優待制度も導入

同社は配当政策として、配当性向 50% を基準とした業績連動型の配当を実施する方針を示している。2020 年 12 月期の 1 株当たり配当金は前期比 12.5 円減配の 52.5 円（配当性向 50.4%）と 3 期ぶりの減配となるが、これは前期の業績が期初計画を下回ったものの、配当金については期初計画どおり実施し、結果、配当性向が 62.4% に上昇したことによる。今後、利益が増加し配当性向で 50% の水準を下回る状況となれば増配する可能性が出てくる。

また、株主優待制度も導入しており、100 株以上保有の株主（権利確定は 6 月末、12 月末）に対して、同社インターネットサービスで利用可能なポイントまたはクーポンの付与（1,500 円または 3,000 円相当）等を行っている。株主優待（ポイントまたはクーポンの付与）も含めた单元当たりの年間投資利回りを、2020 年 2 月 14 日終値（1,998 円）で試算すると 4.1% となる。



注：2019年4月1日付で普通株式1→2の割合で株式分割。遡及修正済み。
 出所：決算短信よりフィスコ作成

株主優待の内容

- ・ポイント又はクーポンの付与（100株以上で1,500円相当、200株以上で3,000円相当）
 「おさいぼ！ポイント」または「GMOポイント」または「minneクーポン」のいずれかを選択
 同社運営インターネットサービス等で利用可能
- ・同社株式買付手数料キャッシュバック（100株以上）
 GMOクリック証券における買付手数料が対象で、上限はない
- ・売買手数料キャッシュバック（100株以上200株未満の株主は上限1,500円、200株以上は上限3,000円）
 GMOクリック証券における売買手数料が対象

出所：ホームページよりフィスコ作成

免責事項（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 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp