

2025 年 12 月期第 3 四半期決算説明会 質疑応答の要約

2025 年 11 月 13 日に開催した決算説明会において、参加者の皆さまから頂いた質問をまとめたものです。弊社代表取締役社長 山名より回答させていただきました。

なお、一部 IR 部門にて回答を補足させていただいております。

Q1：顧客企業の業種構成について教えてください。

A1：大手のチェーンを中心に 38 業種の店舗事業者様とお取引しております。主な業種の内訳としましては、小売 24%、飲食 23%、エンタメ 30%、その他が 20%となっております。どれかの業種に絞っているというわけではなく、今後は美容や医療などといった他の業種への拡大も進めてまいります。

Q2：今後成長を維持するために大幅な人員増、人件費の必要はないか教えてください。

A2：営業活動に関しましては、既存顧客からの店舗追加やブランドの横展開なども効率よくできおり、大幅な増員は考えてはおりません。一方、引き続き、顧客基盤の拡大や商品開発の強化を行う目的での人員拡大を見込んでおります。結果としての営業利益率も、まだまだ改善していく余地があると考えております。

Q3：チャーンレートについてどのような傾向か教えてください。

A3：この数年はあまり数値的には変わらず推移しております。一般的にインフラ系（決済システム、クラウドインフラ、基幹システムなど）のサービスは継続率が高めで、マーケティング系（WEB 広告、SEO 分析ツール、MA ツールなど）のサービスは継続率が高くなりづらい傾向があると思います。当社はマーケティング系のサービスではありながらも、ツールを提供してデータが蓄積されているため、離脱抑制ができており、高い継続率が維持できています。実際に、コロナ禍において広告などのマーケティング系のビジネスへの影響があったなかで、当社の顧客店舗数が減少しなかったのもこのような特徴によるものと考えております。

Q4：売上に季節性はあるか教えてください。

A4：店舗ごとにはありますが、多様な業種で構成されているため全体では大きな季節性はありません。ストックビジネスが中心なので 1Q から 4Q にかけて店舗数の拡大に合わせて積みあがっていくモデルです。直近では四半期ごとに売上高が右肩に上がっている傾向にあります。また、取引の大きい顧客でも売上の 1～2%程度と収益も分散されているという点は、当社の強みと捉えております。

Q5：ストック収益とトランザクション収益の具体的な内訳や今後の成長見通しについて教えてください。

A5：売上高の約 6 割がストック収益、約 2 割がトランザクション収益、約 2 割がその他（EC サービス、システム開発等）収益になっております。22%増収のうち、10%弱ほどがストック、10%強ほどがトランザクション収益という比率ですので、引き続き両方とも同様に伸びていくと考えております。将来的には、利用に応じて増加するトランザクション収益が伸びていくと考えております。要因といたしましては、顧客店舗の事業成長に伴う利用量の増加が見込まれることに加え、顧客基盤の拡大および GMO マーケティングコネクットのサービス強化も寄与すると想定しております。

Q6：AI を活用したパーソナライズマーケティングの実際の成果や今後の展開について教えてください。

A6：GMO マーケティングコネクットでの具体的な成果として、焼肉ライクなどを展開されている株式会社ダイニングイノベーション「七宝麻辣湯」で、来店客へのアンケート結果に基づいたパーソナライズ配信をしたところ、クーポン利用による購入率が通常 1.3%でしたが 13.7%と飛躍的に増加しております。また、アパレルブランドの株式会社コーエン「coen」では過去の購入履歴などに基づいた類推ターゲティングによるパーソナライズ配信で、クリック率が約 20 倍になるという成果が出ております。蓄積されたデータを分析しパーソナライズ配信を行うことによる成果の向上が実証されているため、引き続きデータ蓄積量を増やし、データに基づくパーソナライズ配信を行い店舗売上につなげて

まいります。

Q7：1万6千店舗から2万店舗、さらに7万3千店舗への拡大に向けた具体的な課題とその解決策を教えてください。

A7：大手チェーンとの取引により、すでに導入いただいているブランドから未導入のブランドを紹介いただくことによる効率的な横展開ができる状態にあります。これによって、引き続き恒常的に約10%ずつの拡大ができる地盤ができております。特に大きな課題があるとはとらえていませんが、より多くの成功事例を店舗事業者様にご説明していくことで導入や利用の促進につながると考えております。

以上