

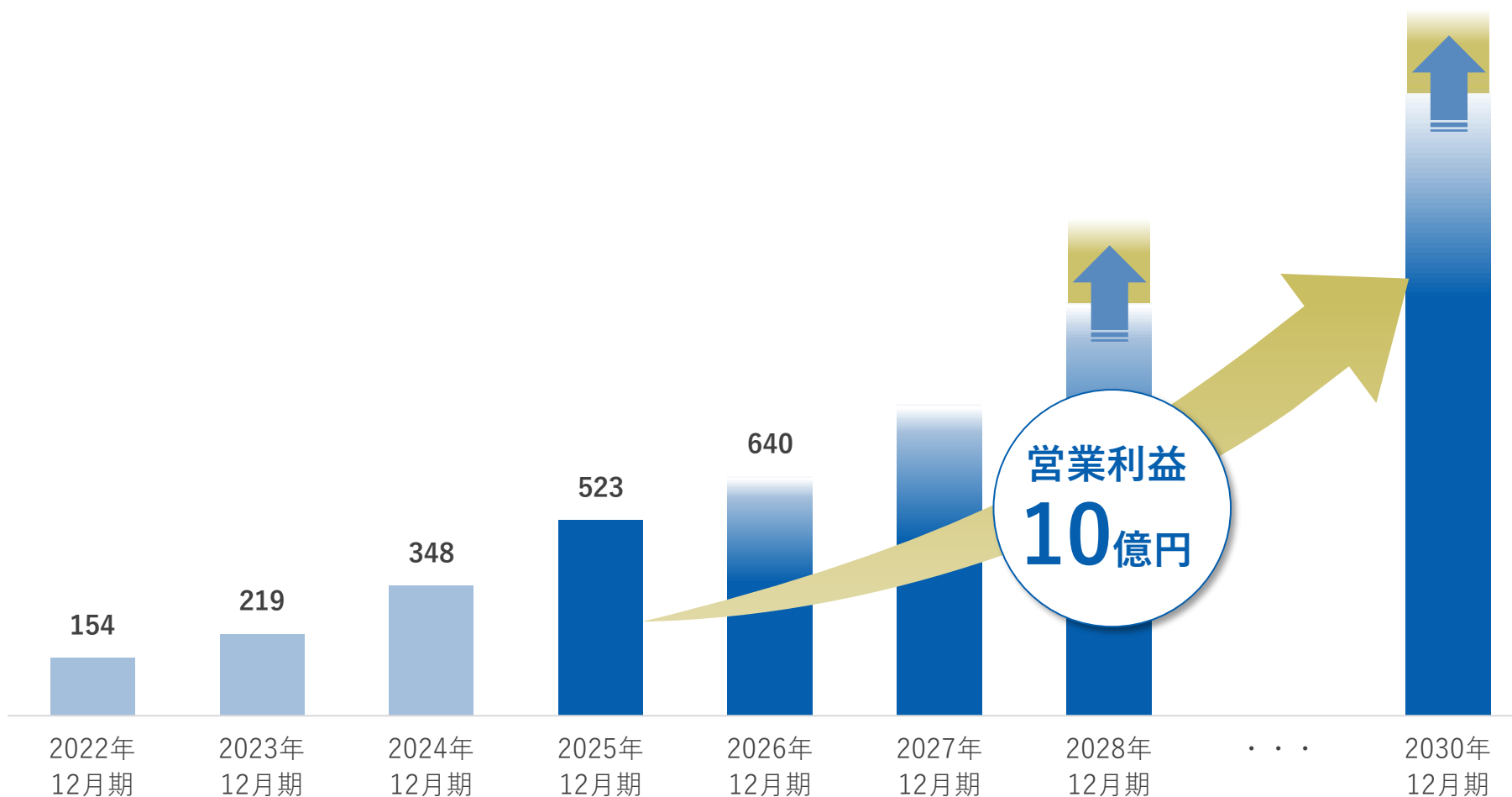


2025年12月期決算説明資料

GMOコマース株式会社

売上20%、営業利益25%をベースライン 2028年営業利益10億円を通過点として継続拡大

営業利益 (百万円)



アップサイド施策
による利益上乘せ

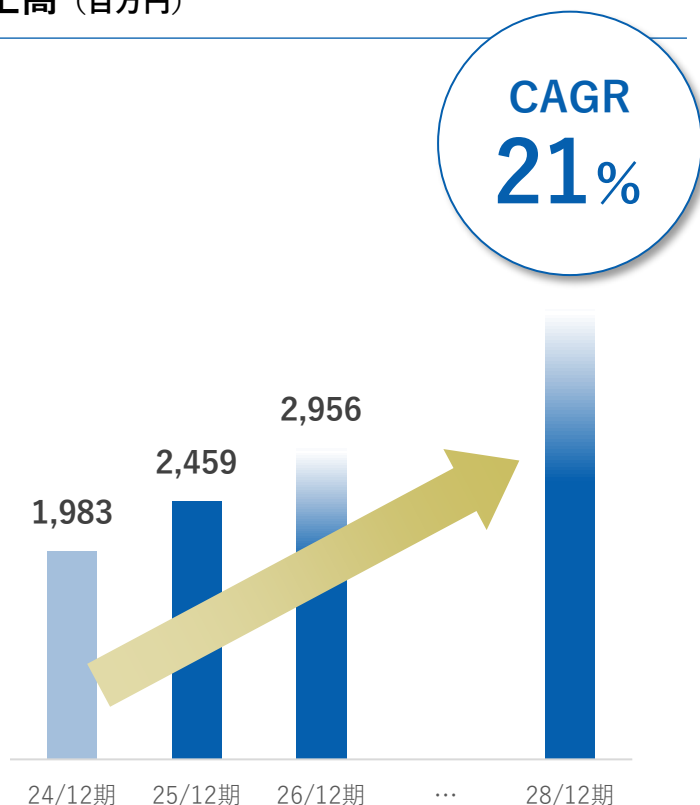
高成長 × 高利益 × 株主還元により企業価値を向上

高成長

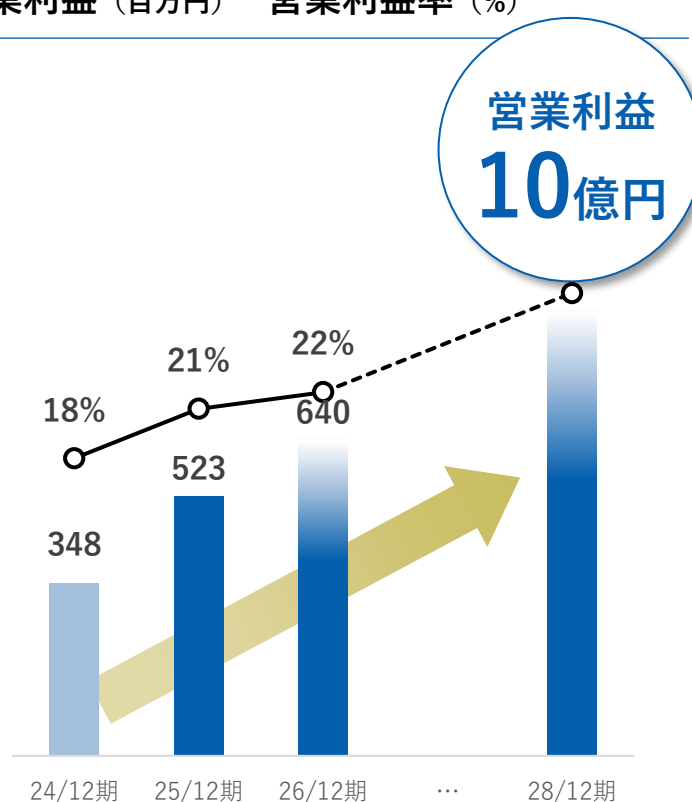
高利益率

高配当

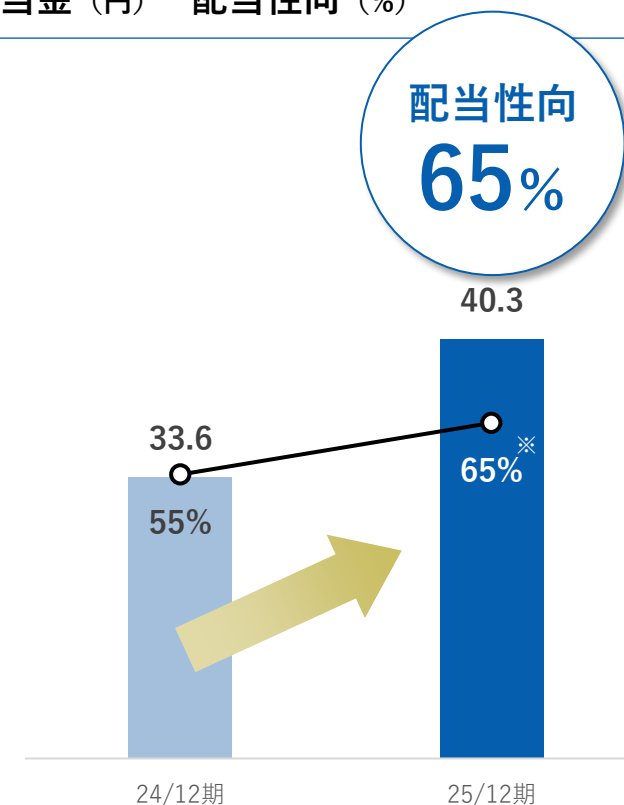
売上高 (百万円)



営業利益 (百万円) 営業利益率 (%)



配当金 (円) 配当性向 (%)



※2025年12月期の当期純利益に対する配当総額の割合。

- 1 2025年12月期通期 決算概況**
- 2 2026年12月期通期 業績予想**
- 3 成長戦略**
- 4 APPENDIX**

- 1 2025年12月期通期 決算概況**
- 2 2026年12月期通期 業績予想
- 3 成長戦略
- 4 APPENDIX

予想を上回る過去最高業績と3期連続増益の高成長を継続

	2024年12月期 実績 (百万円)	2025年12月期 実績	前期比	対通期計画 達成率	2025年12月期4Q		
					実績	前年同期比	
売上高	1,983	2,459	+24.0%	101.5%	656	+29.4%	
営業利益	348	523	+50.2%	103.3%	114	+198.9%	
経常利益	351	508	+44.8%	100.3%	114	+192.2%	
当期純利益	218	342	+57.1%	100.2%	85	+982.2%	
一株当たり配当金 (配当性向)	33.6円 ^{※1} (55%)	40.3円^{※2} (65%)	+19.9%	-	-	-	
一株当たり当期純利益	60.7円	84.3円	+38.9%				
KPI	顧客店舗数	15,370	17,011	+10.7%	-	17,011	+10.7%
	顧客単価 ^{※3}	10,224	12,205	+19.4%	-	12,205	+19.4%
	平均解約率 ^{※4}	2.1%	1.7%	△0.4%	-	1.7%	△0.4%

※1 2025年4月11日付けで実施した普通株式1株につき普通株式666株の割合での株式分割を考慮。

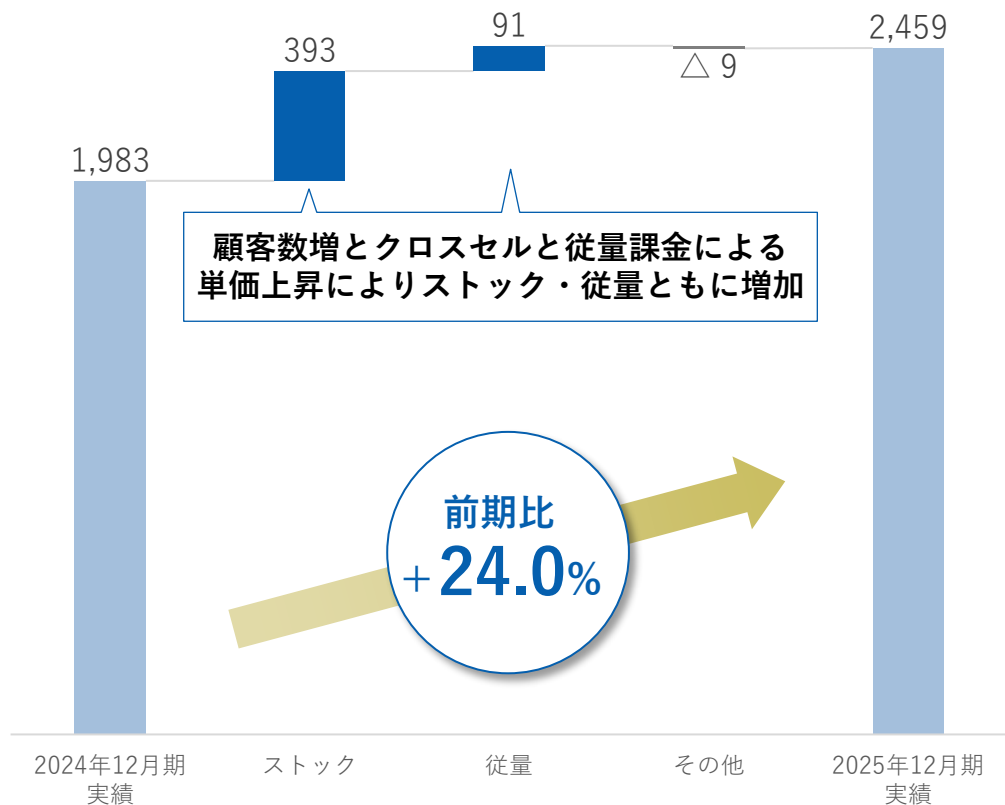
※2 2025年12月期末配当金額については、2026年2月開催の取締役会にて決議予定。

※3 顧客単価は、各四半期のスポットを除いた売上高を期末時点の顧客数で除算した数値。

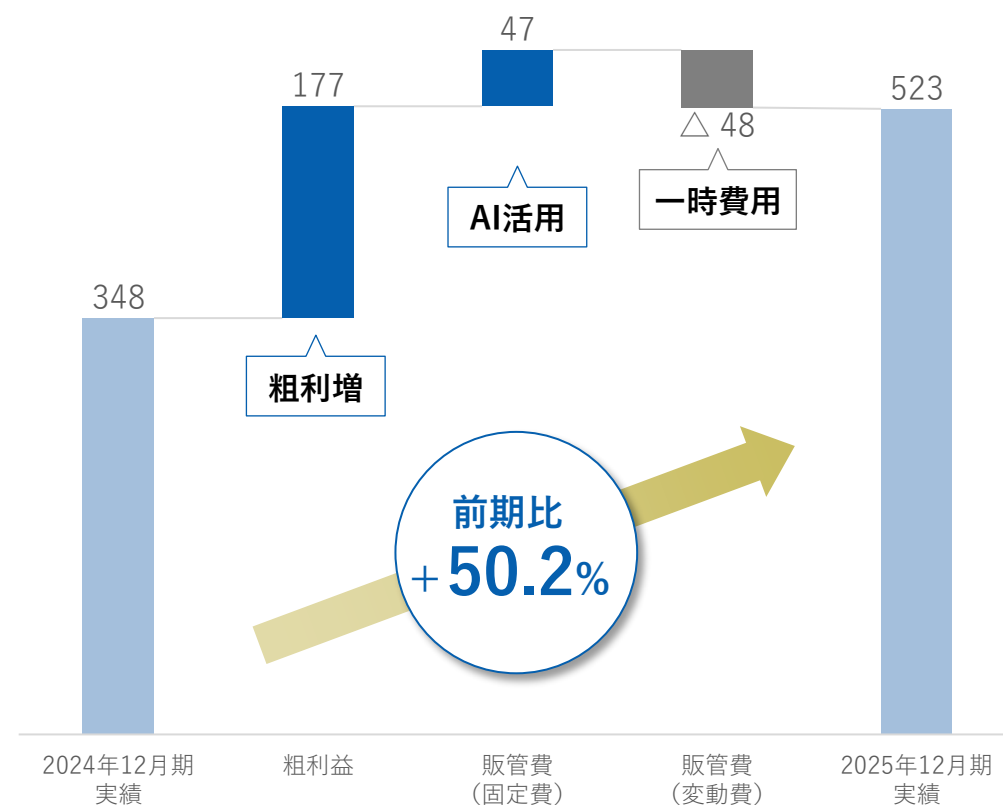
※4 平均解約率は、前年同月の顧客数に対する1年後の解約顧客数の割合を月次で算出した四半期平均値。

売上高は顧客増×顧客単価上昇により24.0%成長、
営業利益はAI効率化によるコスト削減効果で50.2%の増益

売上高 (百万円)

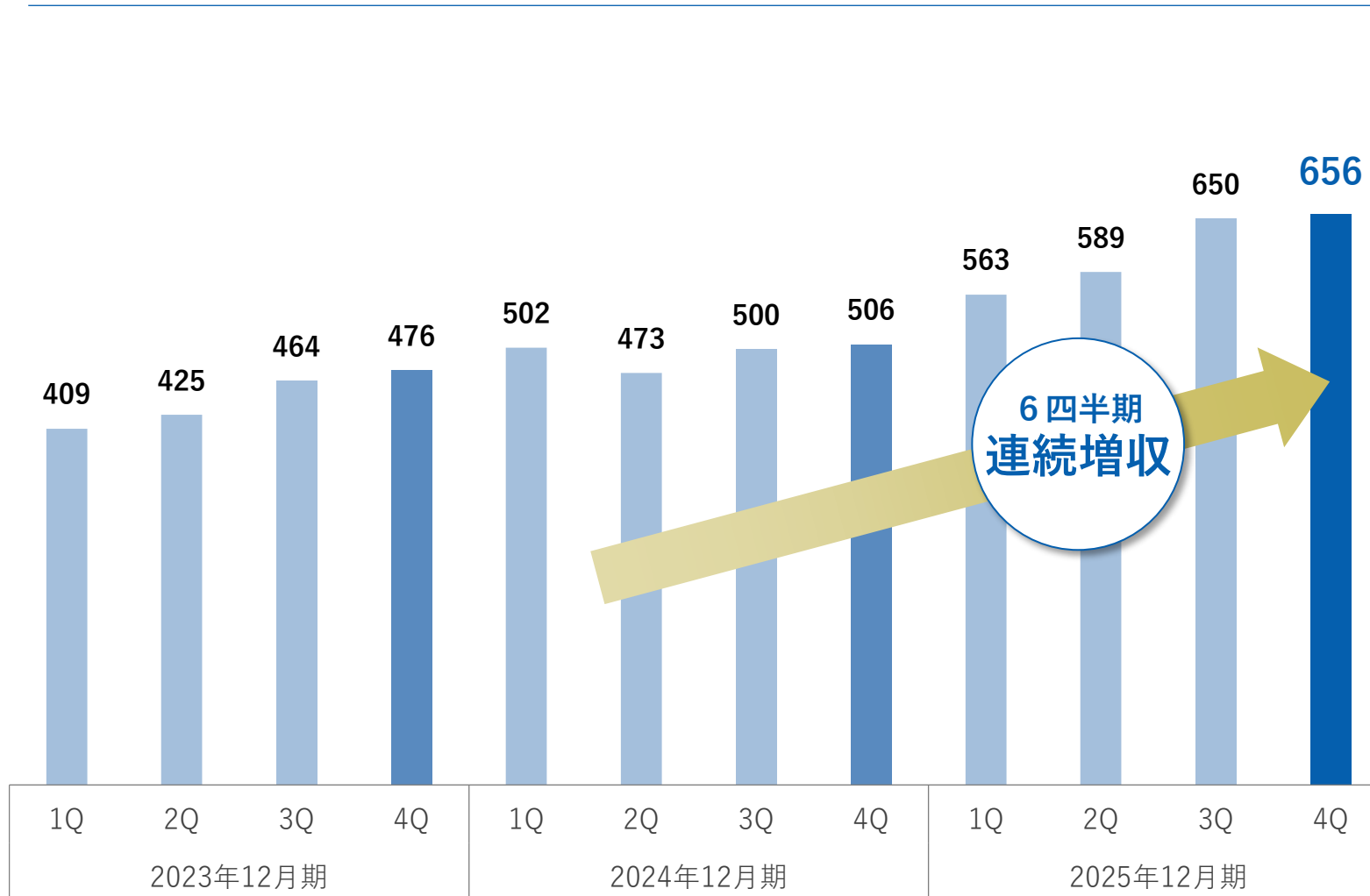


営業利益 (百万円)



6四半期連続増収

売上高 (百万円)



要因

AIを使いこなせない
店舗の課題解決を助ける
サービス強化

- ・ ツール管理画面の操作でAIパーソナライズ
- ・ 店舗の代わりにAIを駆使した販促を支援

効率化×新規採用の
高稼働な営業体制
によるシェア拡大

- ・ サポート業務のAI活用による人員の営業転換
- ・ ミドル層人材の採用により大手獲得強化

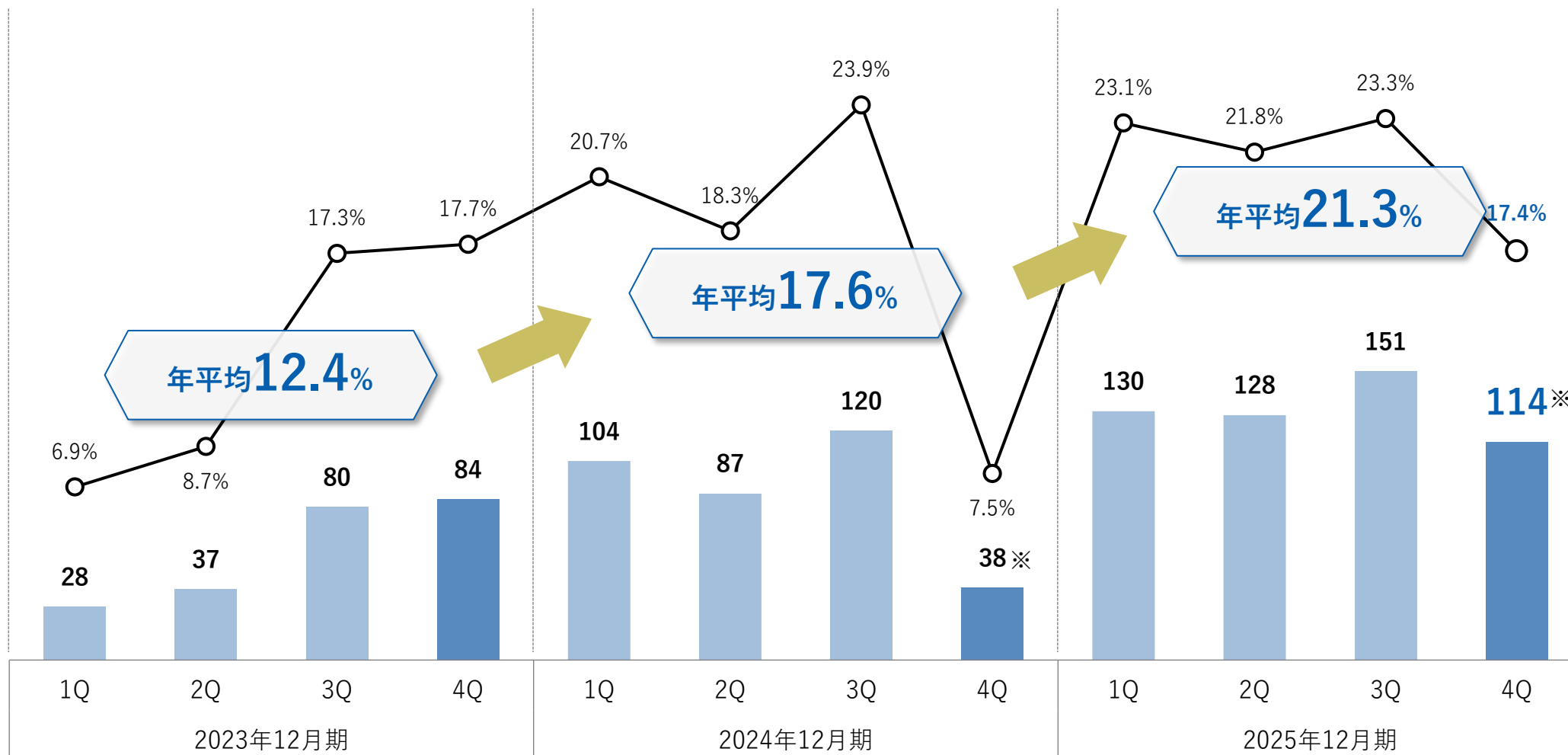
店舗単位の
伴走モデルが評価され
大手チェーン導入拡大

導入・拡大ブランド (一部)



効率化によるコスト構造を改善、安定した利益率を維持

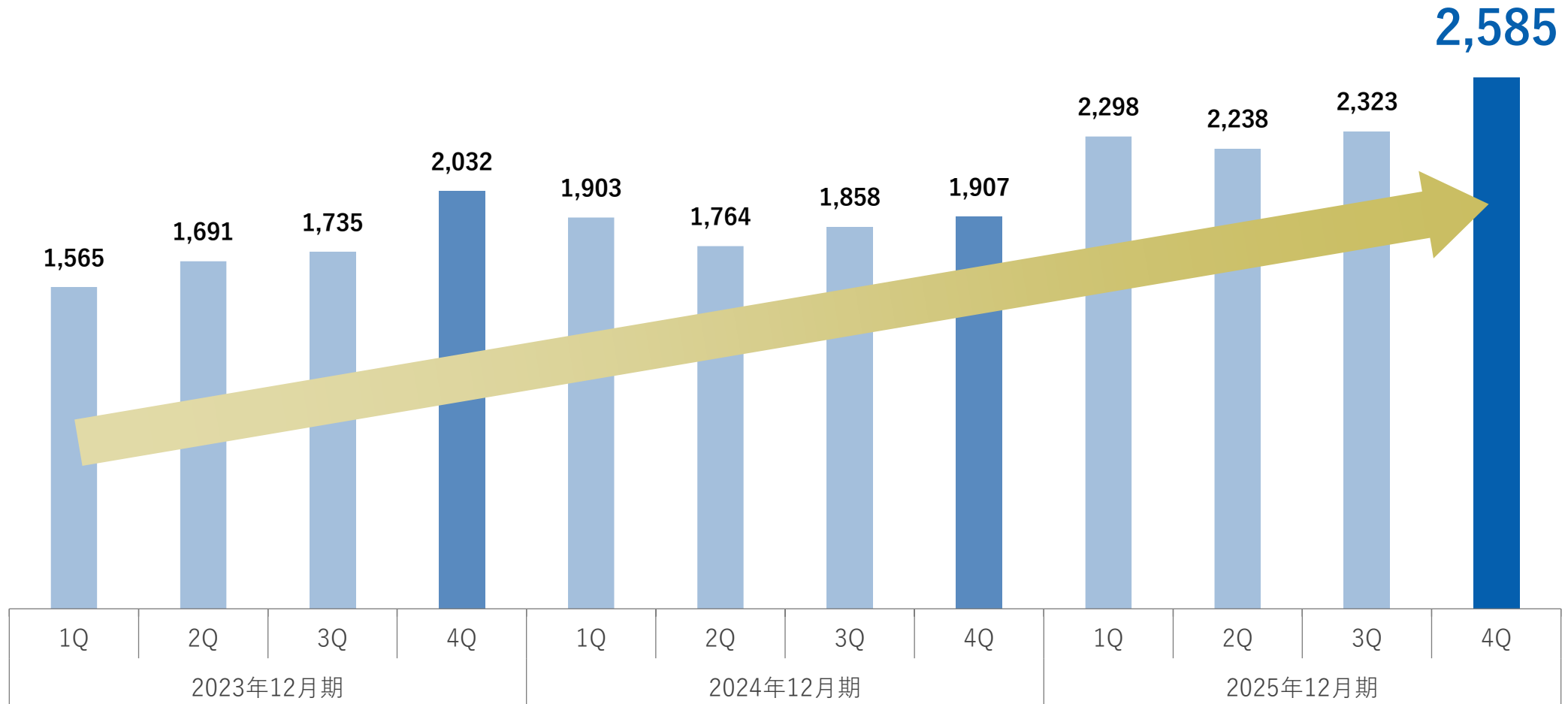
営業利益 (百万円) 営業利益率 (%)



※2024年第4四半期および2025年第4四半期は、賞与や税金等一時費用と翌期に向けた採用の前倒しによる計画的な数字実績。

ストック収益の着実な積み上げが続き、ARRが過去最高を更新

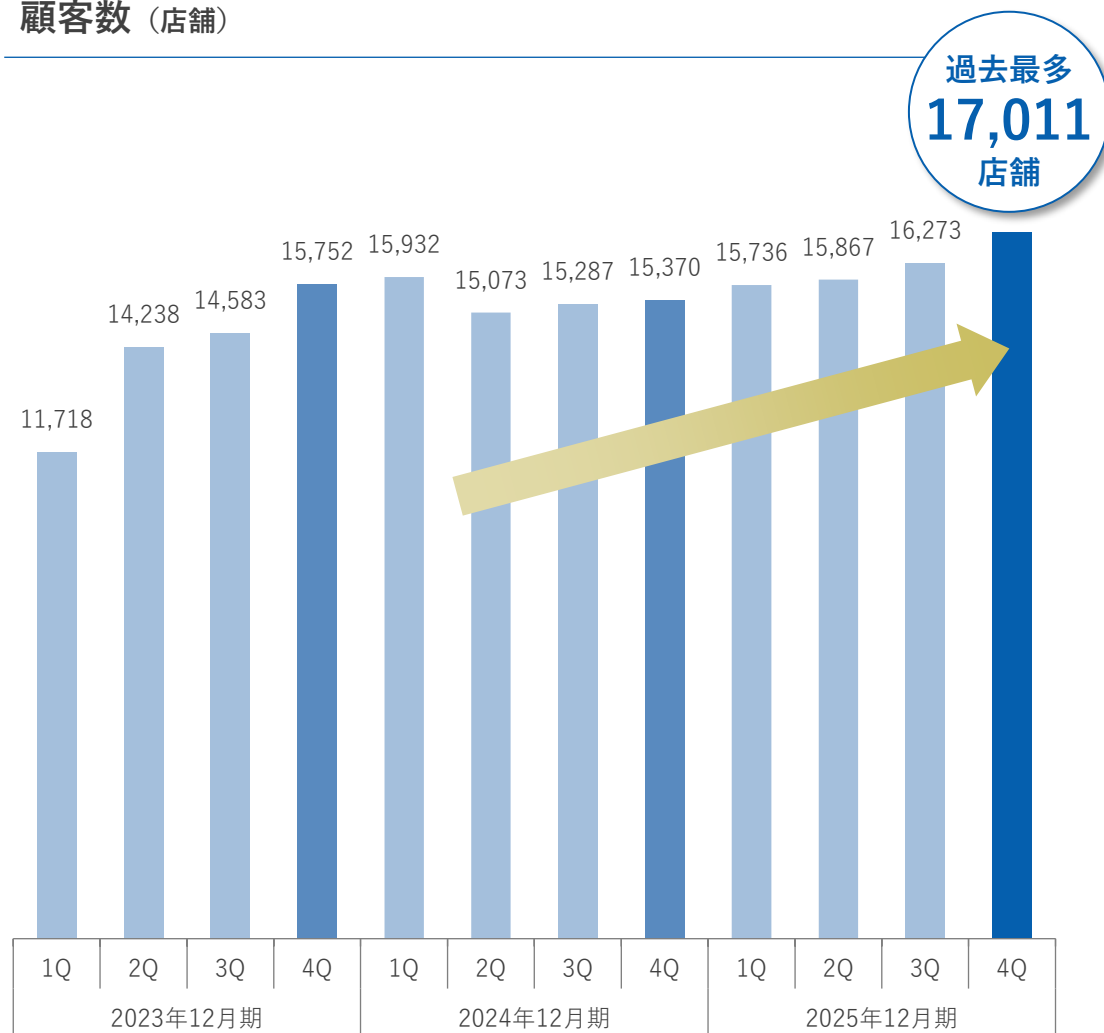
ARR (年間経常収益) (百万円)※



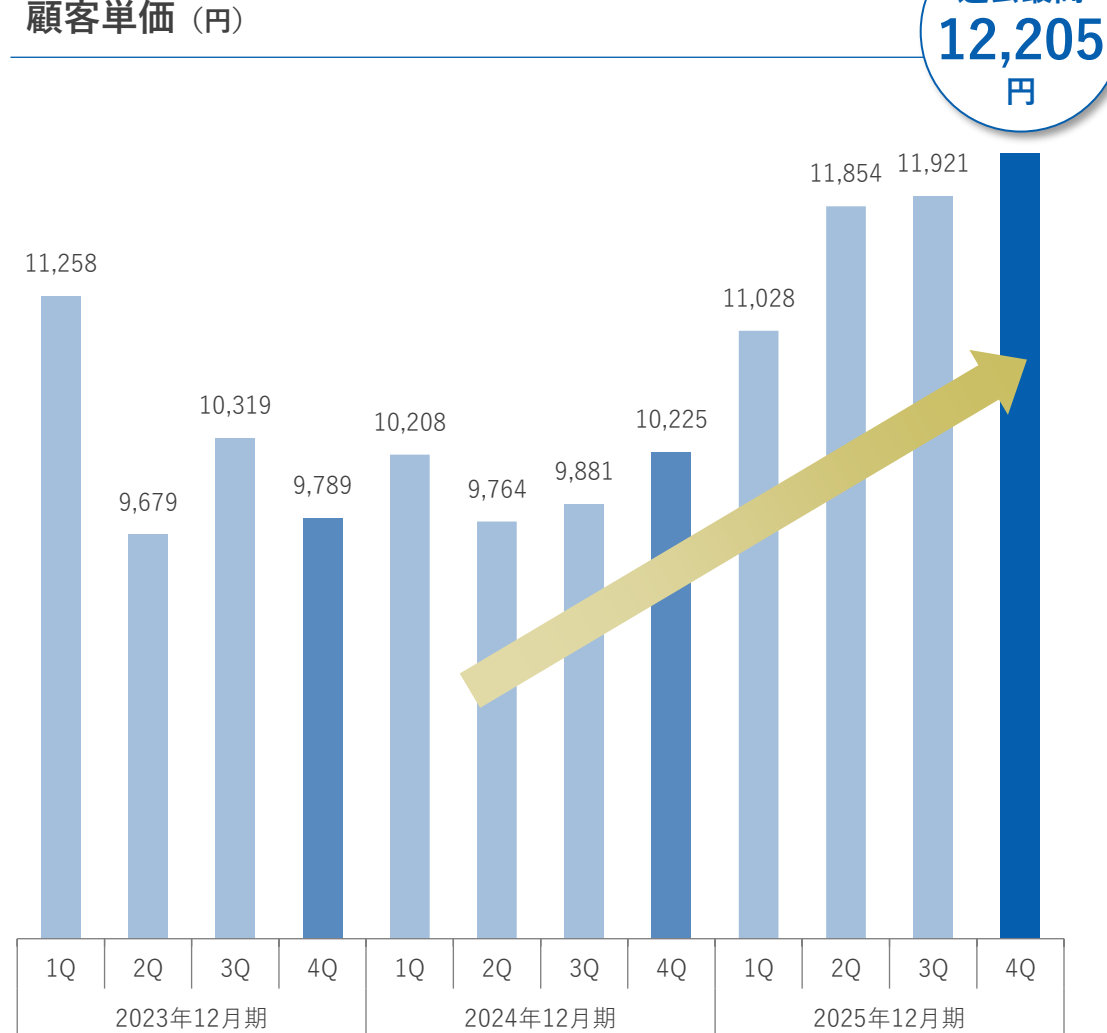
※Annual Recurring Revenue：年間経常収益の略。各期末の売上高から一時的なスポット収益を除いた経常的に獲られる売上高を12倍することにより算出。

顧客基盤の拡大と好調なアップセルが売上増加に寄与

顧客数 (店舗)



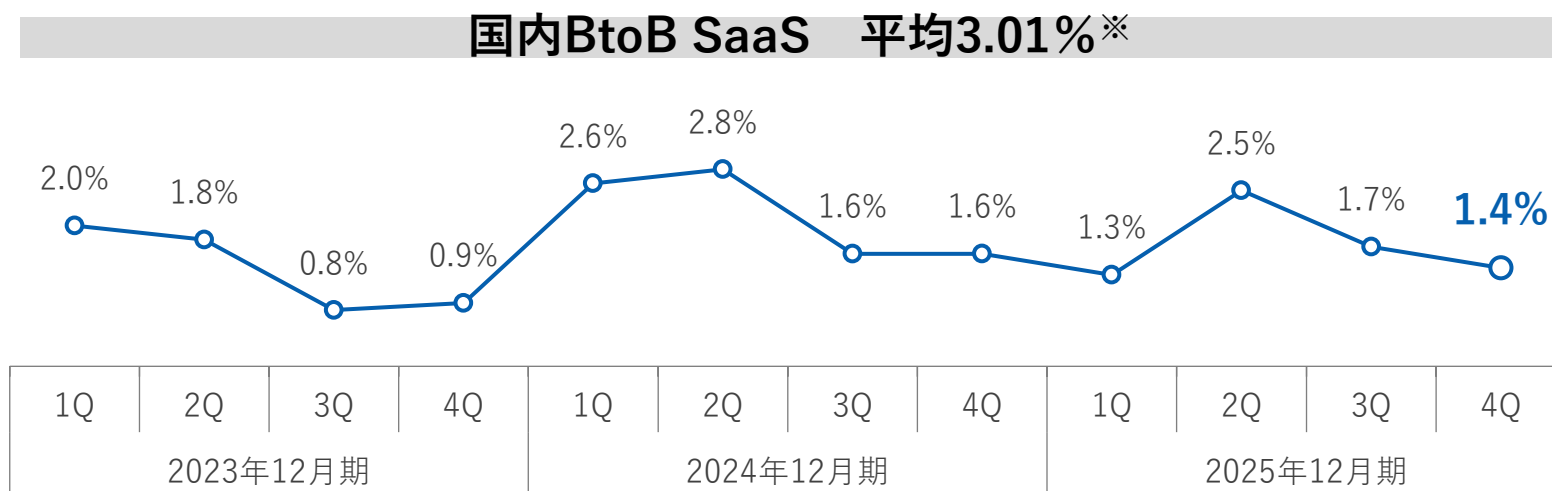
顧客単価 (円)



解約率は低水準を維持

店舗単位のワンストップ支援による高い「顧客満足」と継続利用による「ナレッジ・データ資産化」が解約障壁となり、カスタマーチャーンレートの抑制に成功

カスタマーチャーンレート (%)



※スターティアホールディングス株式会社調査「カスタマーサクセス実態調査 第2弾(2025年版)」

お客様の声 (一例)

SNS運用の**複数サービス導入で売上が最大2倍**に。
費用対効果が高いので、引き続き最先端の提案にも期待しています。

小売A社

- 契約サービス：4サービス
- 継続年数：10年



LINE運用の**伴走支援で店舗売上が順調**に推移。さらにMEO対策を含めた新規集客も現場から高い評価があり、これからも**長期的に利用したい**。

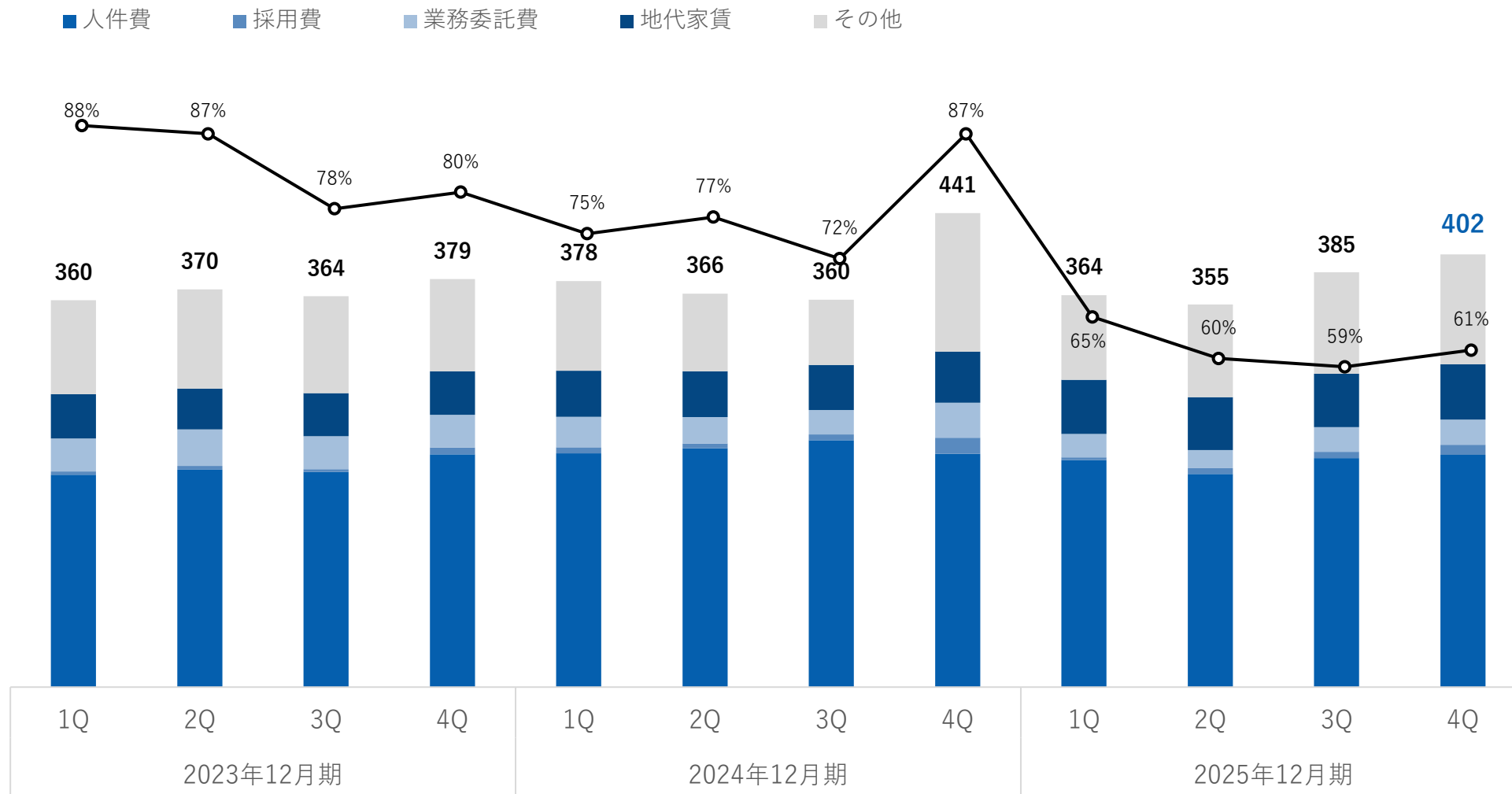
飲食B社

- 契約サービス：2サービス
- 継続年数：8年



安定的なコストコントロールと効率化による販管費率低下

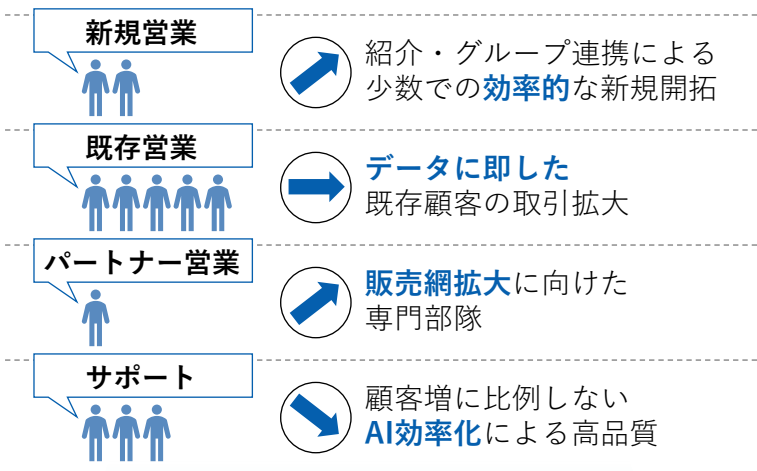
販管費 (百万円) 売上高販管費率 (%)



生産性2.7倍を実現する効率的な営業体制

顧客獲得・サポート体制*

分業による効率的な拡大体制

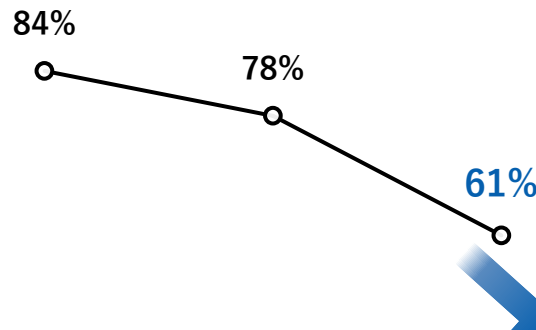


顧客基盤拡大×単価向上の営業に最注力

お客様（店舗）

売上高販管費率（%）

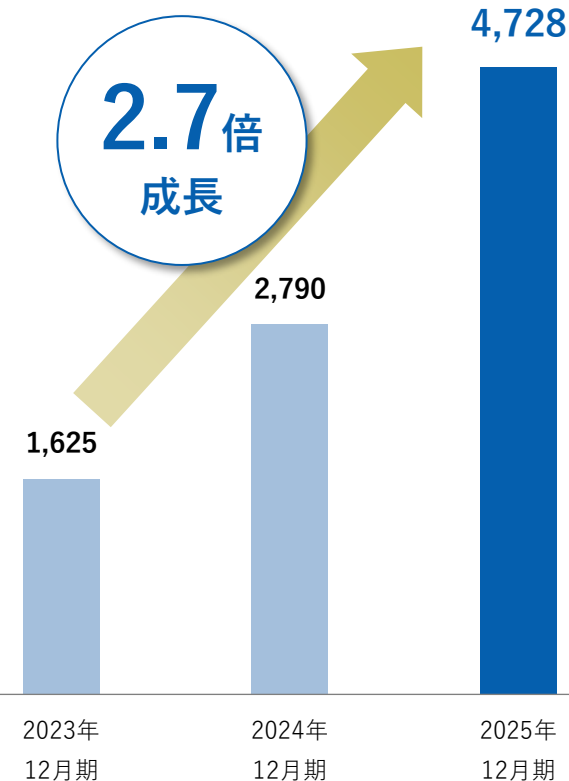
利益率を意識した体質改善



2023年 12月期 2024年 12月期 2025年 12月期

従業員一人当たり営業利益（千円）

AI効率化と獲得強化による生産性向上



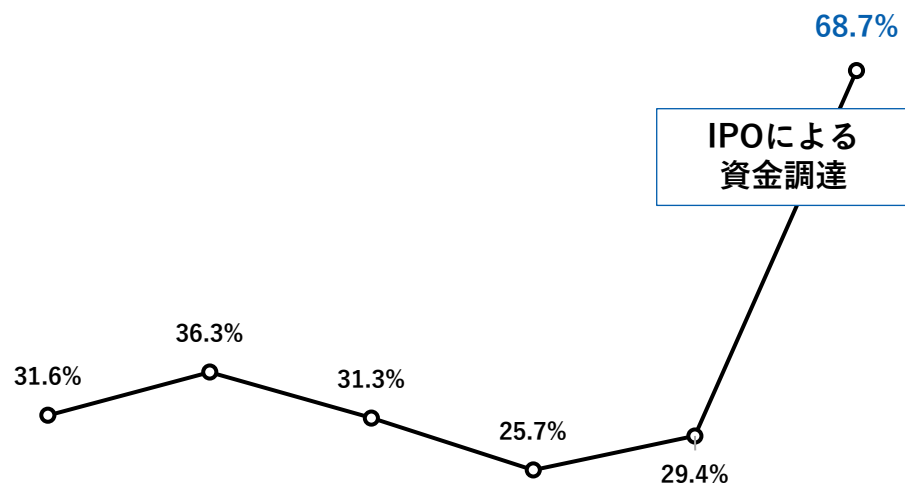
*2025年12月末時点の営業部の人員構成。

強固な財務基盤を生かし、成長投資と株主還元を両立

	2024年12月期	2025年12月期	前期比	
			増減額	増減率
(百万円)				
総資産	1,862	4,038	+2,176	+116.9%
流動資産	1,605	3,688	+2,083	+129.7%
(うち現預金)	819	2,907	+2,088	+254.8%
固定資産	256	349	+93	+36.3%
流動負債	1,274	1,221	△52	△4.1%
固定負債	40	40	+0	+0.1%
純資産	547	2,776	+2,228	+406.9%

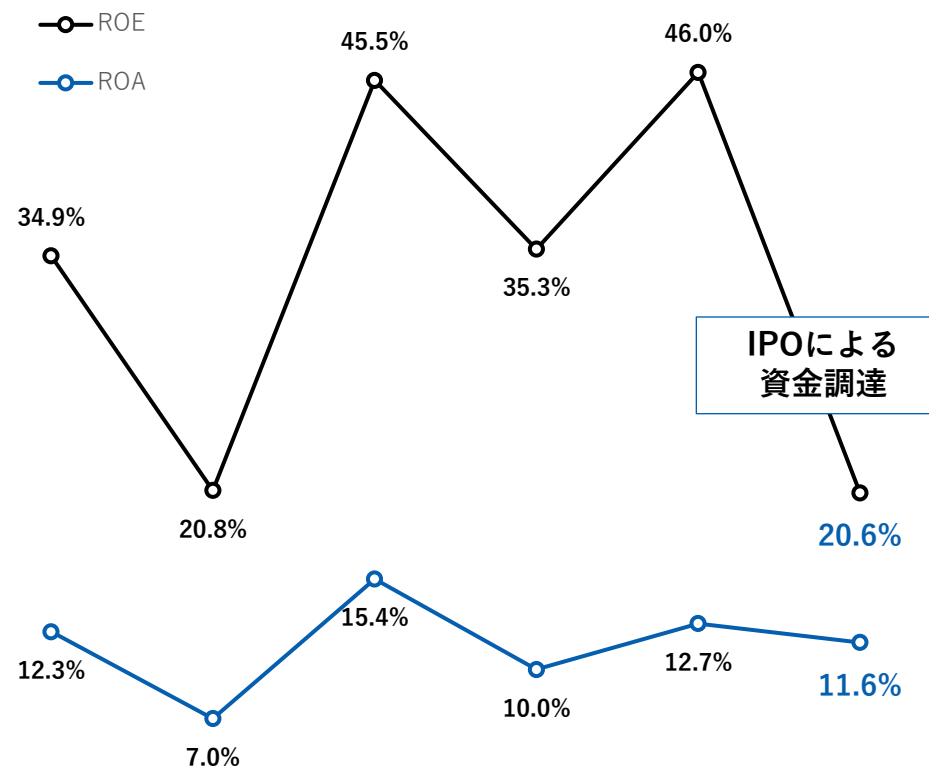
資本効率を意識しROE向上を目指す

自己資本比率 (%)



2020年 12月期 2021年 12月期 2022年 12月期 2023年 12月期 2024年 12月期 2025年 12月期

ROE/ROA推移 (%)



2020年 12月期 2021年 12月期 2022年 12月期 2023年 12月期 2024年 12月期 2025年 12月期

- 1 2025年12月期通期 決算概況
- 2 2026年12月期通期 業績予想**
- 3 成長戦略
- 4 APPENDIX

2桁成長継続による20%増収、26%増益を計画

(百万円)	2025年12月期 実績	2026年12月期 予想	前期比	
			額	率
売上収益	2,459	2,956	+496	+20.2%
営業利益	523	640	+117	+22.3%
経常利益	508	641	+133	+26.2%
当期純利益	342	423	+81	+23.6%
一株当たり配当金 (配当性向)	40.3円 ^{※1} (65% ^{※2})	48.2円 (65%)	+7.94円	+19.7%

※1 2025年12月期末配当金額については、2026年2月開催の取締役会にて決議予定。

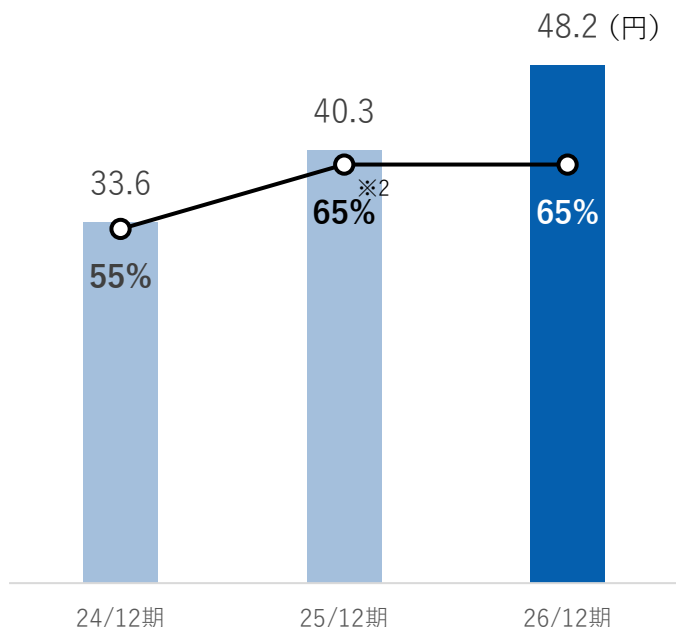
※2 2025年12月期の当期純利益に対する配当総額の割合。

高い還元水準を堅持し利益成長を増配へつなげ、持続的な資本効率の向上を追求

2025年度実績
40.3円^{※1}

+8円
増配

2026年度予定
48.2円



新方針

一株当たり年間配当金を配当性向 **65%** または DOE (株主資本配当率) 8% の各基準で算出した金額のいずれか高い方を基準として、継続的かつ安定的な配当を実施することを基本方針とする

※1 2025年12月期末配当金額については、2026年2月開催の取締役会にて決議予定。
 ※2 2025年12月期の当期純利益に対する配当総額の割合。

- 1 2025年12月期通期 決算概況
- 2 2026年12月期通期 業績予想
- 3 成長戦略**
- 4 APPENDIX

成長市場×伸びしろが大きいマーケット

ターゲット市場 ▶ デジタルトランスフォーメーション市場

4.5兆円

2023年実績

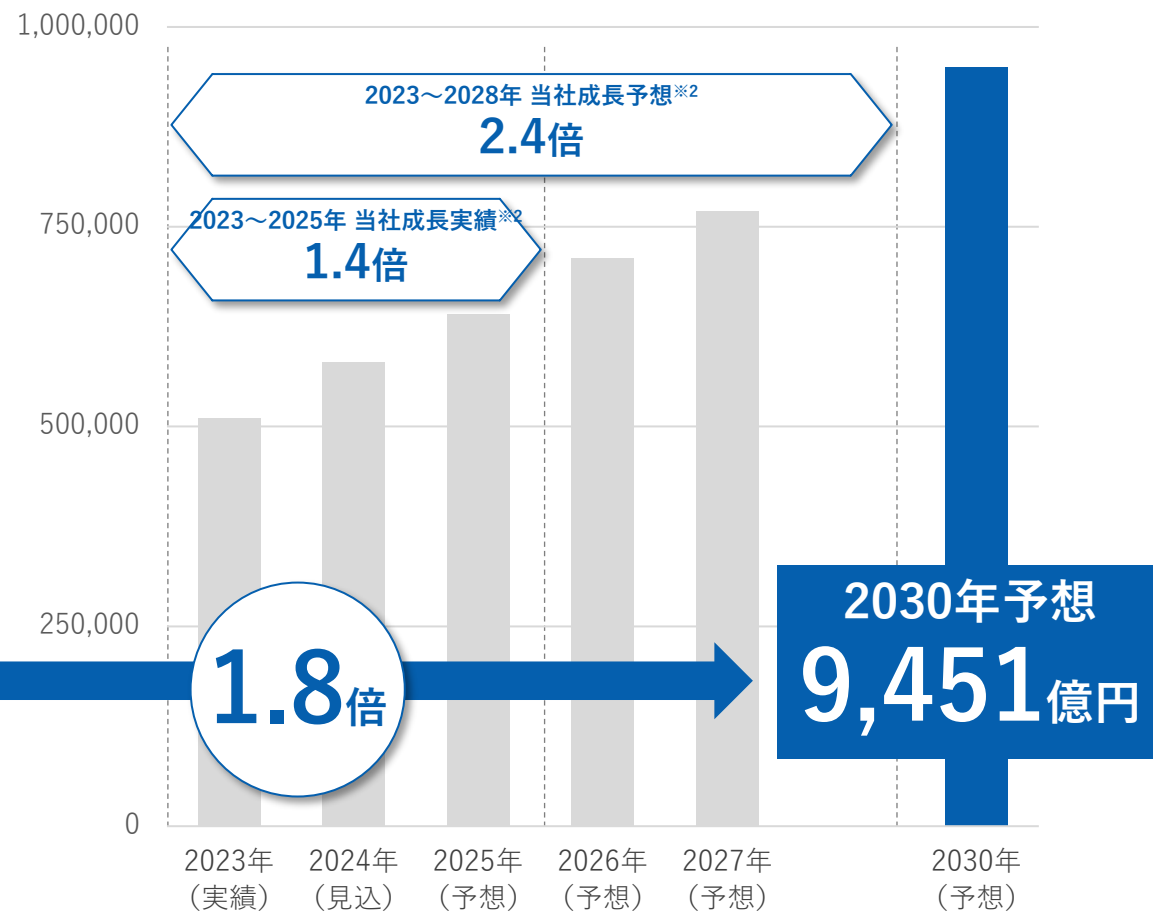
コアターゲット市場 ▶ 顧客接点DX市場

5,051億円

2023年実績

- CX・マーケティングスイート
- オンライン接客
- メール配信プラットフォーム
- SMS配信基盤
- マーケティングオートメーション
- CRM
- UI/UX最適化
- CDP・プライベートDMP

顧客接点DX市場※1 (百万円)



※1 富士キメラ総研「2025 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」
 ※2 当社売上高の実績と予測に基づいて算出。

参入障壁の高い独自のポジショニング

『店舗現場の運用』 × 『成功までの伴走』 × 独自のデータ基盤 (AI) を低価格で実現
 独自性と強みを最大限に活用した領域拡大

競争 (高価格) の多い
 レッドオーシャン

大手チェーン

72万店舗※



※日本ソフト販売株式会社「Chain Master」全国のチェーン店舗総数を算出。(2026年1月時点)

ARR（年間経常収益）の最大化

優先度 1

 顧客店舗数の拡大

直販営業の強化

- 新規獲得人員の増員
アクション増による獲得加速
- ミドルマネジメント層の採用
大手チェーン向け提案の強化
- 営業企画部門強化
リスト戦略、効率化促進

パートナー連携の促進

- 理美容・宿泊・サービスなどの業種開拓
マーケティングニーズ
- 代理店網の全国展開
地方チェーンの獲得
- グループ連携の活用
顧客紹介

顧客維持の強化

データ蓄積・分析

オンボーディングの改善

CS向上

優先度 2

 顧客単価の向上

サービス拡充

- マルチプロダクト展開の加速
マーケティングチャネル増
- アップセル、クロスセルの促進
データ活用、自動化

利用深度の向上

- 配信数の増加施策
- 高付加価値プランの追加



3つの成長エンジンで顧客基盤を多層的に拡大

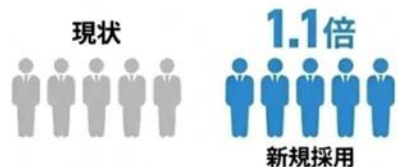
1 直販営業の強化

リソース拡大 + 増員による獲得加速

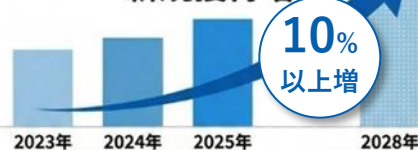
営業リソースの拡充



営業人員の拡大



新規獲得増



2 パートナー連携の促進

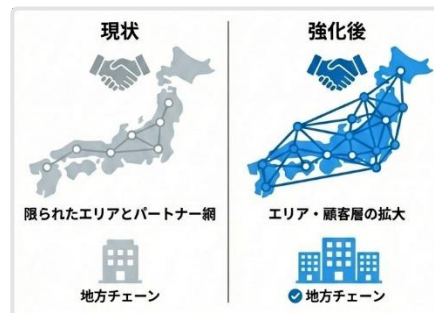
代理店網の強化による領域拡大

ターゲット業種と業種別パッケージ展開



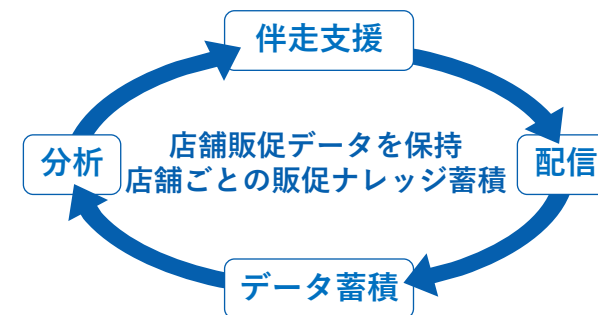
追加の成長ドライバー

代理店網の全国展開 グループ連携の最大化

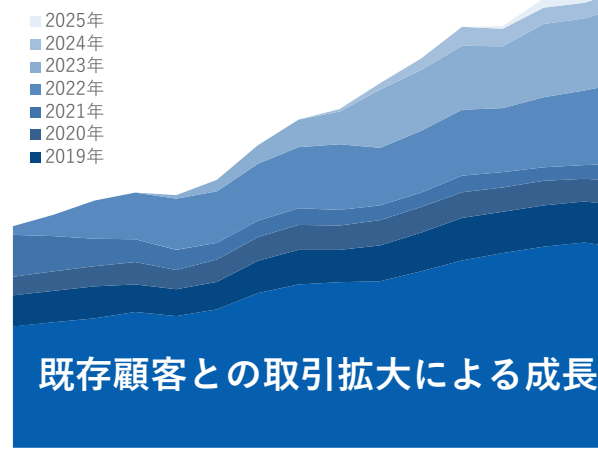


3 顧客維持の強化

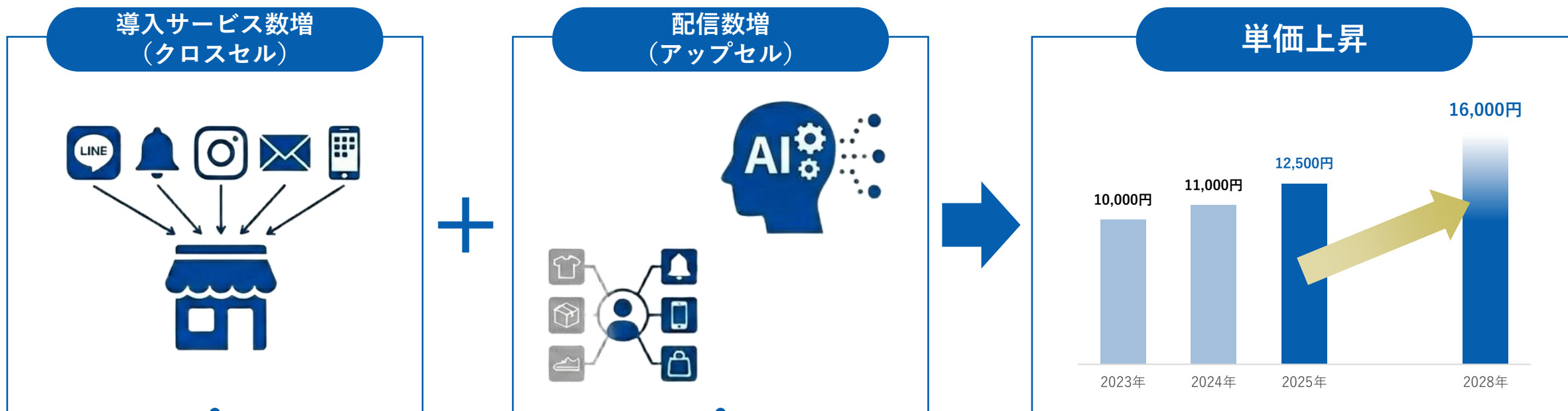
データによる効果改善



顧客獲得年別取引高



サービス横展開とデータ活用による配信数増加で単価上昇を加速



勝ちパターンの型化と横展開による導入・利用ハードルの低いサービス提供を加速

販促メッセージ



LINE友だち未登録のお客様への通知メッセージをきっかけに友だち登録。LINEが届かない場合はSMSでカバー。配信先を増やしたい課題解決に最適。

Instagram ダイレクトメッセージ



LINEのように登録～メッセージ配信ができ、開封率はLINEを1.5倍前後上回る効果。販促効果を最大化したい課題解決に最適。

AIパーソナライズの精度向上により、効果的な配信対象者数を自動で増加



AIが好みを予測して補完。配信対象が一気に広がり、アップセル機会が増加

成長投資によるアップサイド成長を加速

グループシナジー

- GMOインターネットグループ内サービスとの連携によるスピーディな市場拡大

金融系

営業連携

- ・ 既存顧客へのLINE導入

サービス連携

- ・ LINE友だち獲得支援
- ・ 決済データ・会員証連携

広告系

営業連携

- ・ 顧客の相互クロスセル

サービス連携

- ・ AIマーケティング技術活用
- ・ Webマーケティングノウハウ

アプリ系

営業連携

- ・ 顧客の相互クロスセル

サービス連携

- ・ 顧客接点DXのプロジェクト強化
- ・ アプリ利用ユーザーのデータ連携

戦略的 M&A

- 他社の強みと当社の強みを掛け合わせ、お互いにサービス補完することによる飛躍的な成長と∞の価値創造

マーケティングチャンネル強化

SNSツール

予約・注文

EC連携

データ統合強化

POS連携

CRMツール

AI・技術力強化

AI技術

店舗マーケ

新規事業開発

- 当社アセットを最大限活用した店舗ニーズが高く既存サービスのない新たな独占領域の創成

店舗メディア

ヒューマノイド

- 1 2025年12月期通期 決算概況
- 2 2026年12月期通期 業績予想
- 3 成長戦略
- 4 **APPENDIX**

会社名	GMOコマース株式会社 (GMO Commerce, Inc.)
証券コード	410A (東京証券取引所グロース市場)
本社	〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂1-2-3 渋谷フクラス13F
資本金	11億328万円 (2025年12月末時点)
代表者	代表取締役社長 山名 正人
事業内容	店舗のCX向上およびDX推進を支援する マーケティングプラットフォーム等の開発、提供

大手金融・IT出身、専門資格を持つ経営陣が豊富な実績で企業価値向上を牽引

マネジメント



山名 正人

代表取締役社長

株式会社住友銀行（現三井住友銀行）
ヤフー株式会社 BS本部長
GMOインターネットグループ
アライアンス推進室長



伊勢 主税

常務取締役
中小企業診断士

ヤフー株式会社
日本レンタルカメラ株式会社
代表取締役
株式会社ROI
GMOコマース株式会社
常務取締役・コーポレート統括本部長
（現任）

取締役

西山 裕之

インターキュー株式会社
（現GMOインターネットグループ株式会社）取締役
GMOインターネットグループ株式会社
取締役グループ副社長執行役員・COOグループ代表補佐グループ
人財開発統括 セキュリティ事業担当（現任）

取締役（監査等委員）

廣谷 仁志

公認会計士、税理士

KPMG Peat Marwick LLP, ニューヨーク事務所
日本アイ・ビー・エム株式会社
合同会社HAC 代表（現任）

川崎 友紀

弁護士
（第二東京弁護士会）

GMOインターネット株式会社
（現GMOインターネットグループ株式会社）グループ法務部長
GMOインターネット株式会社
（現GMOインターネットグループ株式会社）グループ執行役員
グループ法務部長（現任）

橋爪 賢三

公認会計士、税理士

中央青山監査法人及びプライスウォーターハウスクーパース
株式会社PAL 取締役（社外・非常勤）（現任）
株式会社エコ配 取締役（社外非常勤）（現任）
CBcloud株式会社 取締役（現任）

※ 2025年12月末時点



Mission

すべてのお店の 「マーケティングプラットフォーム」に

包括的な集客支援

CX（顧客体験）向上

DX推進

店舗向けデジタルマーケティングのプラットフォーム



上場企業67社※1（プライム30社）を含む各業界の有名ブランド保有

約2,000社 17,000店舗以上の実績※2

小売



飲食



エンタメ



サービス・教育



商業施設



メーカー



※1 東証プライム・スタンダード・グロース・PRO Market上場企業のうち、当社の顧客企業数。
 ※2 2025年12月末時点の当社顧客店舗数および企業数。

GMO COMMERCE

本資料の取り扱いについて

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。
- これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。
- 上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。
- また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。