



GMOデジタルラボ株式会社の株式取得 (子会社化) に関する補足資料

GMOコマース株式会社
(東証グロース 証券コード：410A)

取引概要サマリー

対象会社	GMOデジタルラボ株式会社
スキーム	GMOグローバルサイン・ホールディングス株式会社からGMOコマース株式会社への株式譲渡
スケジュール	クローリング：2026年7月1日予定
取得金額 (取得持分)	7億円（100%）＋アーンアウト1億円
当社業績への 影響	2026年12月期第3四半期以降に連結予定
期待する シナジー	親和性の高い顧客基盤の拡大と付加価値向上によるシナジー AI店舗マーケティングプラットフォームの早期構築

目的

統合により、顧客基盤の垂直拡大と対象顧客および支援領域を網羅的に拡大

GMO COMMERCE

大手チェーン店中心の顧客基盤

2,000

社

17,500

店舗

SNS／データ／AI配信



AEON

BOOK-OFF

ドンキホーテ

メヤキスポーツ

ガスト

元気寿司

Tabio

なんでも通や
カクヤス

中央コンタクト

大庄水産

椿屋珈琲

BIGECHO

GMO DIGITAL Lab

SMB・自治体に強い基盤

3,220

社

10,900

店舗

38

自治体／団体

アプリ／デジタルPay／HP制作



YAKINIKUSAKAI HOLDINGS

coop

SEDIA SYSTEM

HondaGO

サッポロビール

ワールド通商株式会社

まんが喫茶

104 PIZZA

静岡東宝会館

YONEX

SUPER PARADISE

DOGGY'S ISLAND



顧客層の重複が少なく相互補完



クロスセルでARPU引き上げ余地



AIエージェント対応のアプリ基盤

統合によって実現されること

店舗・企業・自治体まであらゆるビジネスに、一気通貫で支援
さらにAIエージェント時代にも対応する存在を目指す



STRENGTH 01

SMB×大手×自治体のカバレッジ

SMB × 大手 × 38自治体まで
統合後 約5,000社 / 約29,000店舗を支援

STRENGTH 02

ワンストップの実装・運用体制

専属実装チーム
提案から実装・運用・改善まで一気通貫で支援

STRENGTH 03

集客～決済・データまでのフルライン

制作～決済～データ～AI運用まで
自社プロダクト群で一気通貫に提供

期待されるシナジー効果

両社の横展開による即効シナジーに加え、AI店舗マーケティング基盤を早期実現

GMO COMMERCE

×

GMO DIGITAL Lab

統合後、AI店舗マーケティング基盤へ



約5,000社



約28,000店舗



38自治体・団体

顧客基盤・ARR拡大 × SMB／自治体への到達 × AI実装の内製化 を同時に実現



短期：両社プロダクトの横展開



中期：クロスセルでARPU向上



中長期：AIエージェント決済・実行基盤

顧客基盤と領域拡大による成長加速

「顧客基盤の拡大」と「支援領域の拡大」を掛け合わせ、アップサイド成長を実現
さらに、「AIマーケティングプラットフォームの基盤」を早期に構築

+ AIマーケティングプラットフォームの基盤

コマースの顧客基盤、ノウハウとデジタルラボのアプリ基盤、実装力を統合しAIエージェント時代の勝ちポジションを獲得

+ 親和性の高い顧客基盤と支援領域の拡大

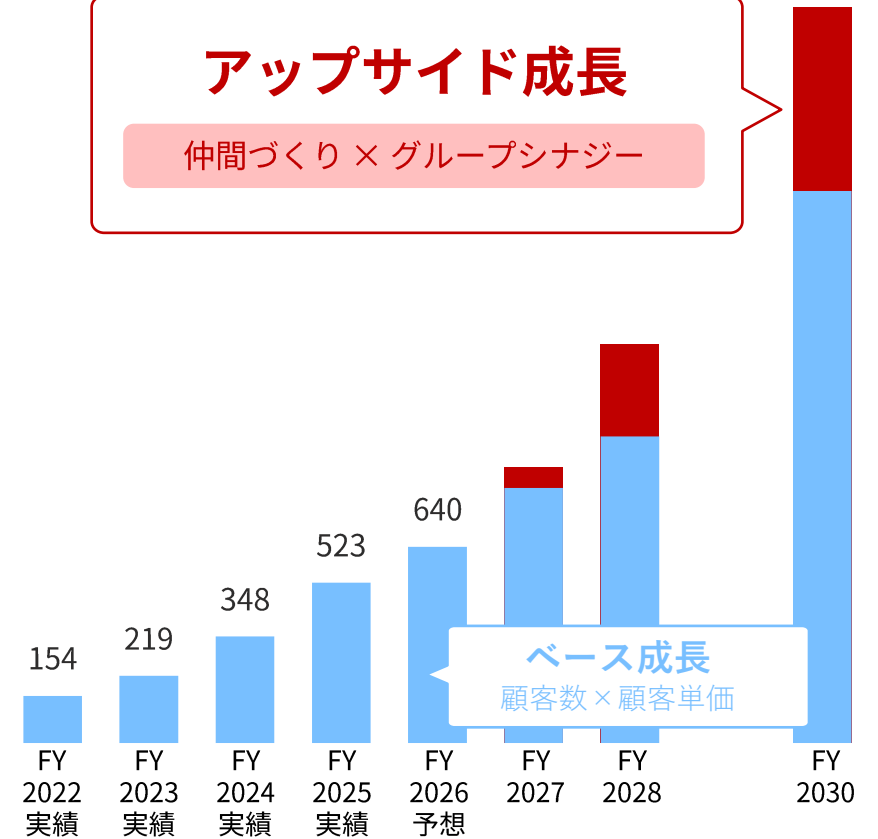
SMB × 大手 × 自治体へのクロスセル・アップセル・提案機会の拡大
集客／アプリ／決済／付加価値向上 — 提供できる支援の幅を広げ、ARPU向上

当社ベース成長

既存事業の「顧客数」×「顧客単価」によるARRの着実な積み上げ

アップサイド成長

仲間づくり × グループシナジー



参考：将来の展望（AIエージェント時代の成長機会）

ユーザー行動は「アプリを開く」から「AIに頼む」へ
デジタルラボの「アプリ+決済+顧客ID」で“AIに呼ばれる側”のポジションを確立する



これから
「AI」に頼む

「AIに頼む」だけで予約・注文・決済まで完結

アプリの価値「使いやすいアプリ」→「AIに呼ばれるアプリ」
デジタルラボの「**アプリ+決済+顧客ID**」で勝ちポジションを獲得

アプリのAIエージェント化（世界）

40% 2026年末

エンタープライズアプリの40%がタスク特化型AIエージェントを搭載。
2025年の5%未満から約8倍に急増。

出典：Gartner（2025年8月26日発表）

AIエージェント市場（世界）

年率 約46% 成長

2024年の約54億ドルから2030年に向け急拡大（CAGR）。
日本市場も2030年に約3.5兆円規模へ。

出典：Grand View Research／国内市場調査（2025）

AI経由の購買（エージェントティックコマース）

最大 25% / 米国EC

2030年に米国EC売上に占めるAI経由購買の比率。
金額で最大約3,850億ドル規模との試算。

出典：Bain & Company／Morgan Stanley（2025）

対象会社概要

GMO DIGITAL Lab

会社名	GMOデジタルラボ株式会社
所在地	北海道札幌市中央区北2条西3丁目1敷島ビル5F
設立	1993年
代表者	代表取締役 山田 裕一
従業員数	84名（2026年3月時点）
事業概要	インターネットサービスを中心としたデジタルソリューションサービスの提供
主要株主	GMOグローバルサイン・ホールディングス株式会社（100%）

01 店舗の販促・集客支援

GMOおみせアプリ

初期制作費

月額費用

02 自治体DX支援・地域経済の活性化

GMOデジタルPay
モバイル商品券プラットフォーム

システム導入費

トランザクション手数料

03 企業のDX支援

GMOらくらくホームページ制作
通信インフラサービス/OA機器

初期制作費

月次保守・運用費

対象会社 | プロダクト概要

GMO おみせアプリ

概要：効率的に店舗集客をし、ファンの育成と業務効率化を後押しする販促ツール

特徴：高サポートのローコード戦略で競合の少ない「中小・他店舗」市場で拡大

リピーター獲得に効く！販促をもっと強く！

店舗アプリの制作なら

GMO おみせアプリ

- ✓ 会員証
- ✓ ポイント
- ✓ スタンプ
- ✓ クーポン
- ✓ 回数券
- ✓ 外部連携



オリジナルデザインの
アプリが持てる！



アイコンはスマホの
ホーム画面に！

導入実績
3,300社
/11,500店舗
(2026年5月時点)



対象会社 | プロダクト概要

GMO デジタルPay

概要：企業が発行するハウスマネーや紙の商品券などの電子化を支援するオンラインサービス

特徴：日本全国の自治体でも導入実績、2年目以降の継続利用率92.3%※

株主優待でも、福利厚生でも使えるデジタル商品券

GMO デジタルPay



導入加盟店実績
10,000+店
(2026年5月時点)

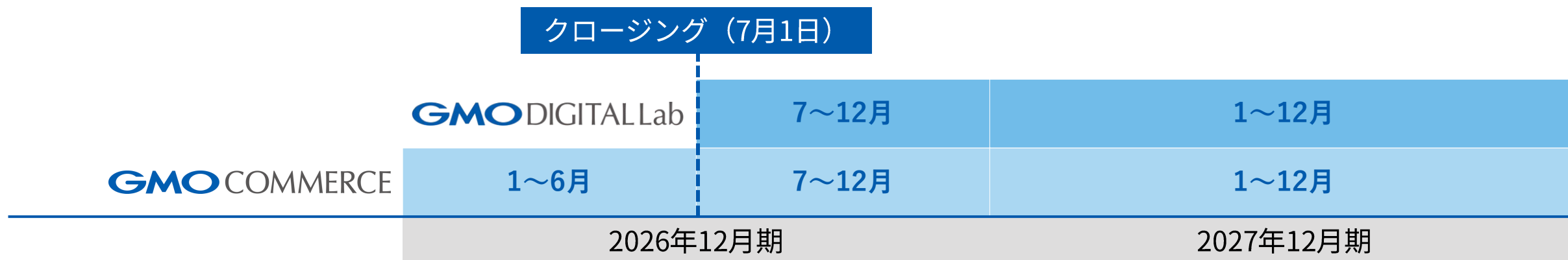
自社専用の商品券をデジタル化。チャージやギフトでもっとお得で便利に。



※2025年9月末時点

業績への影響

GMOデジタルラボ株式会社の全株式を取得し、単体決算から連結決算へ移行

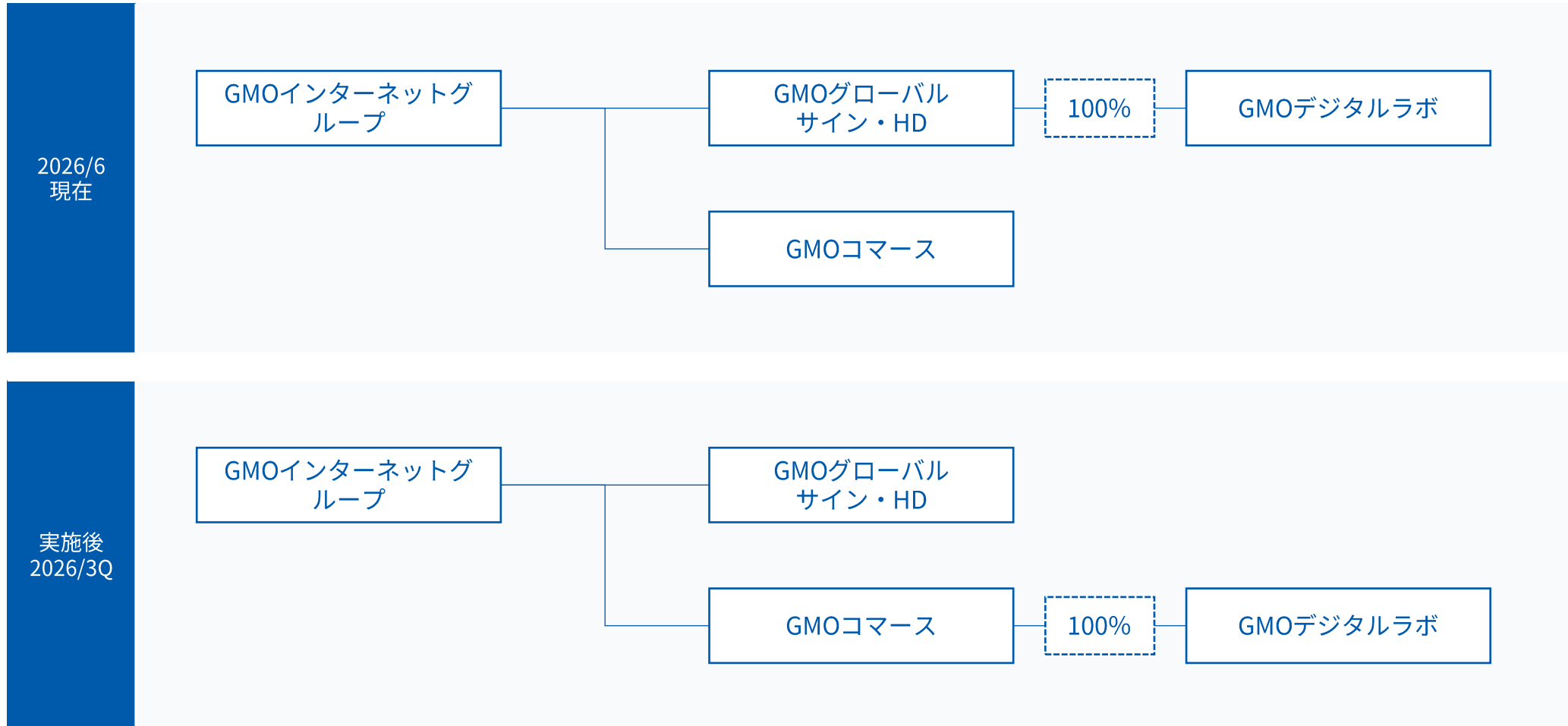


2026年12月期通期の連結業績予想について

(百万円)	2026年12月期 予想 (当初)	2026年12月期 予想 (修正後)	差分	増減率
売上高	2,956	3,356	+400	+13.5%
営業利益	640	660	+20	+3.1%
経常利益	641	651	+10	+1.6%
当期純利益	423	428	+5	+1.2%

ストラクチャー

GMOグローバルサイン・ホールディングス株式会社からGMOコマース株式会社への株式譲渡
完全子会社化することで、単体決算から連結決算体制へ移行



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。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負う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。