

2020年12月期 第2四半期決算説明会 質疑応答の要約

2020年8月11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。GMOインターネット 代表取締役会長兼社長・グループ代表の熊谷、同CFOの安田より回答させていただきました。また、一部IR部門にて回答を補足させていただいております。

●インフラ事業について

【Q1】 アクセス事業の伸びが強かったが要因は？またその継続性について

【A1】 4-6月はテレワーク需要が拡大し業績を牽引しました。短期で見るとその反動の可能性がありますが、解約率の低いドコモ光が伸びの牽引役となったため、ストック収益ベースの拡大という意味ではポジティブに捉えています。

【Q2】 「GMO電子印鑑Agree」の今後のマーケティング戦略について

【A2】 ハンコのために出社する方が4割というアンケートがあったと聞いています。「脱ハンコ」を推進するためにソーシャルでの活動を行なっています。「GMO電子印鑑Agree」としてもチャンスであり、実際に前年対比で数倍の伸びを示しております。先行する競合サービスに比べ機能面・サービス面で劣っているところはなく、むしろグループで認証局を持っているという強みを活かし、巻き返しを図ってまいります。

【Q3】 「GMO電子印鑑Agree」の国内潜在市場規模（TAM（Total Accessable Market））についてどのように考えるか？また、インフラ事業内での、他商材とのクロスセルに「GMO電子印鑑Agree」はどのように貢献しているのか？

【A3】 印鑑はすべての事業所が持っているもので、中小事業者から上場企業まで、500万あるといわれる日本の事業所全てがターゲットとなります。ただし、利用促進にはさらなる対応が必要であり、価格、技術を改善してマーケットシェアを取って行きたいと考えています。

クロスセルの状況については、現状は既存の商材から「GMO電子印鑑Agree」へという流れが中心ですが、「GMO電子印鑑Agree」を圧倒的No.1とすることで同商材経由のクロスセルという好循環も生まれてくると考えています。

以上