

2025 年 12 月期 定時株主総会質疑応答

2026 年 3 月 17 日に開催いたしました「2025 年 12 月期 定時株主総会」において、株主の皆様からいただいたご質問と回答の要旨を掲載いたします。

当日は、議長である代表取締役の青山および担当取締役より回答申し上げましたが、一部のご質問については IR 部門にて内容の要約および補足を行っております。

事前質問

質問番号	回答者	回答
【Q1】		御社がセキュリティをやっている会社だというのは理解していますが、世の中の変化が早く、AI の時代になると、そのセキュリティは今まで以上に大事になるのでしょうか？ 御社がこの先、社会の中でどういう役割を担っていくのかを教えてください。
	議長	インターネットが、今、大きく変わろうとしています。だからこそ、当社の出番だと思っています。これからは、AI エージェントが自ら判断し、動き、インターネットを支えていく時代に入ります。 ただ、AI が広がれば広がるほど、必ず問われることがあります。それは、信頼です。誰が承認したのか？いつ承認したのか？何をもとに、動いたのか？ こういったことが証明できなければ、AI 社会は安心して広がってはいきません。だからこそ、当社の価値がますます高まっていきます。 当社は、デジタル社会の信頼インフラを担う会社です。 AI 時代に必要な「本人確認、承認、記録」、その土台を支えているのが私たちです。 Next2040 で掲げる「信頼を設計し、世界をつなぐ」この言葉どおり、これからの時代に、ますます必要とされる会社になっていきます。 では、当社がこの変化をどう成長につなげていくのか、具体的にお話しします。 まず 1 つ目は電子認証事業の「GlobalSign」です。これは、AI 時代の信頼の源泉を担う事業です。 いま、AI エージェントや API の普及によって、インターネット上の通信は一気に増えています。それに伴って、電子証明書の需要も大きく伸びていきます。証明書の発行枚数は、将来的に 100 億枚を超える規模に広がっていくと見えています。 しかも、増えるのは枚数だけではありません。更新の頻度もどんどん上がっていきます。つまり、これからは、数が増える。更新も増える。管理はもっと難しくなる、そういう時代です。これは、お客様にとっては負担が増えるということで

	<p>すが、当社にとっては大きな成長機会です。</p> <p>だからこそ当社は、今年、証明書ライフサイクル管理サービスを立ち上げます。発行して終わりではなく、更新、失効まで含めて一元的に管理していく。ここまでやることで、発行収益に加え、管理収益という継続的な収益を積み上げていきます。2028年から2029年以降、ここが本格的な拡大局面に入ってくると思っています。証明書が増えれば増えるほど、管理が複雑になればなるほど、当社の価値は高まると見ています。</p> <p>次に2つ目、「電子印鑑 GMO サイン」です。</p> <p>これは、AI時代の意思決定の記録を担う事業です。</p> <p>AIが広がると、文書はどんどんデジタル化していきます。AIが文書を作る、AIが処理する。そういう時代になります。最後に大事になるのは、誰が承認したのかを残すことです。</p> <p>AIが便利になればなるほど、人が責任を持って承認したという記録の価値は、むしろ高まっていきます。</p> <p>当社はこれまで、不動産業界を中心に、電子署名の導入を進めてきました。その中で、業界特有の商慣習や規制への対応力をしっかり蓄積してきました。この強みを生かして、今年からは医療、建設など、文書量の多い業界に広がっていきます。</p> <p>そして、2027年から2028年以降は、業界ごとの文書署名を取り込みながら収益をしっかりと伸ばしていく考えです。AI時代だからこそ、承認の記録がより重要になる。ここでも、当社には大きな成長機会があると考えています。</p> <p>そして、3つ目は、「GMOトラスト・ログイン」です。</p> <p>これは、AI時代のアクセス権限の門番を担う事業です。</p> <p>これまでのID管理は、人とSaaSの管理が中心でした。ただ、これからはそれだけでは足りません。AIエージェントに何を許可するのか。どこまでアクセスを認めるのか。逆に、何をさせてはいけないのか。この管理が、必要になってきます。</p> <p>つまり、これからは、人だけでなく、AIまで含めて管理する時代です。当社は、今年から来年にかけて、AIエージェント管理機能の提供を始めます。既存のID管理基盤に、AIに対する権限管理や可視化の機能を加えることで、提供価値を高め、単価の向上にもつなげていきます。</p> <p>そしてその先には、AI権限管理そのものが新しい収益源になっていきます。本格的な拡大は2028年以降と見ています。</p> <p>AI時代になるほど、権限管理の重要性は高まる。ここでも、当社には大きな成長機会があると考えています。</p>
【Q2】	<p>「SaaS is Dead」(「SaaSの死」)と世間で騒がれており、さまざまな企業の株価に影響を及ぼしている状況ですが、御社のビジネスへの影響について、どうお考えでしょうか？</p>
議長	<p>「SaaSの死」についての考えをお話しします。私は、これは当社にとって悲観する話ではなく、むしろ逆だと思っています。</p> <p>AIが広がるほど、当社の価値は高まります。なぜか？</p> <p>AIエージェントが普及すると、これまでのように人が画面を操作するSaaSの形は変わっていきます。でも、仕事そのものがなくなるわけではありません</p>

		<p>ん。むしろ大事になるのは、その裏側で、誰がいつ承認したのかを証明することです。</p> <p>AI が動けば動くほど、承認と証跡の重要性は高まります。ここに、当社の大きな強みがあります。当社は、国産の電子認証局として、本人確認、法的効力、PKI、ID、電子署名という信頼基盤を持っています。</p> <p>AI 時代に必要なのは、便利さだけではありません。本物を証明する力です。そこを担うのが、当社です。AI 時代の到来は、当社にとって大きな追い風になると考えています。</p>
【Q3】	半導体に電子証明書を入れる件について、現状需要はあまり無さそうでしょうか？	
	議長	<p>半導体やデバイスへの電子証明書の組み込みについてですが、現時点では、まだ市場の立ち上がり段階です。</p> <p>実績は累計 1 億円規模で、足元の収益はまだ大きくありません。ただ、ここで大事なのは、設計段階から入れているかどうかです。現状では、半導体チップそのものへの組み込みよりも、まずはカメラやセンサーなど、端末側への実装が先に進んでいます。つまり、市場はまだこれからですが、需要は着実に立ち上がってきています。</p> <p>その中で当社は、後付けではなく、セキュリティ・バイ・デザインで上流から関与しています。</p> <p>さらに、GMO インターネットグループと Preferred Networks 社との合併事業の中で、次世代 AI 半導体の仕様策定段階から、当社の証明書を組み込む協議も進めています。</p> <p>この領域は、今すぐ大きな売上を作るというより、将来、当社の技術を外せない標準仕様にしていく勝負です。いまは仕込みの段階ですが、この仕込みが将来の大きな成長につながると考えています。</p>
【Q4】	新商材の電子社印(e シール)、メール認証 VMC や、卒業証明書、著作権証明書などの引き合いはいかがですか？ 今後主力商品になり得そうですか？ 手応えが強いのはどれでしょうか？	
	議長	<p>「企業ロゴ所有証明書(VMC)」と「C2PA 対応証明書」についてお話しします。まず「VMC」ですが、これは企業ロゴを使って、そのメールが本当にその企業から送られてきたものかを証明する仕組みです。なりすまし対策として非常に有効で、海外ではすでに需要が広がっています。</p> <p>国内はまだ立ち上がり段階ですが、当社はすでに新規発行の約 50%を獲得しています。</p> <p>この市場でも、しっかりシェアを伸ばしていきたいと考えています。</p> <p>そして C2PA。これは、AI 時代の真正性証明を担う領域です。AI によるフェイクコンテンツが増える中で、これは本物かどうかを証明する仕組みは、これから確実に必要になってきます。当社は C2PA のメンバーとして規格策定に参画しており、主要メーカーとの協議も進めています。</p> <p>さらに EU では AI 生成コンテンツの透明性に関する法整備の準備も進んでおり、私どもも、今月 3/30 までに意見書を提出します。C2PA で定義している相互運用および来歴証明は必須となる見通しです。</p>

		まだ市場は初期段階ですが、今からしっかり布石を打っています。足元は VMC で伸ばす。次の成長は C2PA で取りに行く。この両輪で、電子認証事業をさらに広げていきます。
【Q5】	何年も株価が低迷していますが、どのような対策を取っていくつもりでしょうか？	
	議長	<p>株価についてですが、一番大事なのは、企業価値を高めて、それをしっかり市場に伝えることだと思っています。そのために、当社は 3 つの柱で取り組みます。</p> <p>事業成長、株主還元、そして認知強化です。</p> <p>事業成長については、先ほどご説明した各事業をしっかり伸ばし、企業価値を高めていきます。</p> <p>次に株主還元です。連結配当性向は 65%へ引き上げ、さらに 2026 年度より DOE4%を導入しました。安定的かつ継続的に、株主の皆さまへ還元していく考えです。</p> <p>そして認知強化です。IR サイト訪問者数を 3 倍にする目標を掲げ、動画、X、IR note、株式専門メディアなどを通じて、発信を強めています。</p> <p>事業を伸ばす。しっかり還元する。そして、その価値を正しく届ける。この 3 つを着実に実行して、企業価値の向上につなげてまいります。</p>

当日質問

質問番号	回答者	回答
【Q1】		電子認証事業で、グローバルでの人材配置の最適化や AI 活用による人件費の効率化とは、具体的に何をしたのですか？
	中條取締役	<p>英語圏ではすでに電話対応の AI 化が年初よりスタートしており、4 割程度の工数を削減いたしました。今後は対応言語を非英語圏に拡大していきます。</p> <p>その他にはグローバルオペレーションのメリットを生かし、人件費の高い地域から比較的安価なエリアへと業務の移転を進めています。</p>
【Q2】		<p>GMO デジタルラボ社は、子会社として編入して 10 年以上経過しています。貸借対照表から一貫して自己資本比率の悪化が確認できます。DX事業の赤字が主要因と思われます。</p> <p>GMOグループ内でスリム化を検討する必要があると思いますが変化が見られません。</p> <p>このような指摘を踏まえて、今後の事業成長スキームをどのように考えていますか？</p>
	議長	<p>直近の取り組みとして「抜本的な構造改革」に全力を注いできました。具体的には、不採算事業の整理や、販売管理費の抜本的見直しといったコスト構造のスリム化、ならびに組織の再編成を完了いたしました。</p> <p>これらの取り組みによって、足元の収益体質は改善しており、固定費の抑制に成功しています。今期はまさに業績をプラスにしていく、そのような年と考えています。</p>

		<p>事業の状況ですが、「GMO デジタル Pay」というサービスがあり、自治体様からの発注が急激に伸びています。国の後押しもあります。自治体が住民に対して発行するクーポン券や商品券、それらをデジタル化する事業が絶好調です。この事業を今年は今まで以上に成長させて、筋肉質な形で事業の成長をもう一段引き上げていきたいと考えています。</p>
【Q3】	<p>自己株の取得について教えてください。 配当と、自己株の取得の枠はそれぞれどのように考えていますか？</p>	
	議長	<p>当社は事業成長と安定した株主還元により企業価値の増大をはかっていきたいと考えています。 配当としては、安定して株主の皆さまへ収益を還元できるように2026年より新たにDOE4%を導入しました。配当性向65%と比較して高い方を還元させていただきます。 自己株取得においては、株価が相対的に安値と思われる環境下において、資本政策や手元資金の状況を総合的に勘案し、検討してまいります。</p>
【Q4】	<p>株主優待について教えてください。 GMOグループとしての内容だと思うが、御社独自の優待は考えないのでしょうか？ また、株主平等原則を踏まえた内容にはしないのですか？</p>	
	<p>当社回答 (26/3/24)</p>	<p>当社は、株主平等の原則に基づく公平な利益還元の観点から、株主様への利益還元を「配当」に集約し、連結配当性向65%以上またはDOE4%いずれか高い方とする方針としています。 なお、2025年2月に導入した株主優待制度「GMOクリック証券における当社株式買付手数料の還元」につきましては、中長期で当社株式を保有いただける株主様数増加を目的とし実施しています。</p>
【Q5】	<p>2018年から2020年頃には営業利益率が約11%程度ありましたが、直近では7%前後で推移していると認識しています。人件費など先行投資の影響もあると思いますが、今後、業界平均以上の利益率を目指していくお考えはありますか？ また、その実現に向けた具体的な施策があればご説明いただけますか？</p>	
	<p>当社回答 (26/3/24)</p>	<p>ご指摘通り、2018年から2020年の営業利益率は10-11%前後でしたが、直近では7%前後で推移しています。 この理由は、成長領域である電子契約およびログイン認証強化サービスへの戦略的な先行投資として、認知度向上やシェア獲得を図るためにマーケティング活動(広告宣伝費)、そして人材への戦略的投資を積極的に行ってきたことが大きく影響しています。結果として、その戦略的投資が実を結び、「電子印鑑GMOサイン」は2025年12月期で通期黒字を達成、また「GMOトラスト・ログイン」も順調に事業を拡大し、今期からは営業利益に大きく貢献していくフェーズにあります。 コスト面では、海外人件費の高騰、電気代やソフトウェアライセンス料等の上昇などが挙げられますが、このような課題に対しても、AI活用による人件費の最適化や既存サービスの選択と集中といった取り組みで適切に対処していますので、今後は営業利益率の改善が進むと考えています。</p>