

# 2019年12月期 第2四半期決算説明会

**GMO** AD PARTNERS  
STOCK CODE: 4784

代表取締役社長 橋口 誠

常務取締役 菅谷 俊彦

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

参考資料

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

参考資料

連結業績  
(上期)

売上高	:	17,490	百万円	前年同期比:	104.1%
営業利益	:	249	百万円	前年同期比:	89.0%
経常利益	:	276	百万円	前年同期比:	93.6%
最終利益	:	197	百万円	前年同期比:	125.7%

## エージェンシー事業

大手顧客向けは新規・既存とも売上伸ばし好調  
SMB向け旧自社商材販売終了の影響補う

## メディア・アドテク事業

広告掲載基準厳格化の影響により前年同期比では届かないものの、  
業界でのネット広告健全化への取り組みも広がり、回復基調へ

## 通期に対する進捗

ほぼ計画通りに進捗  
エージェンシー事業拡大とアドテク事業復調の流れ継続する見通し

エージェンシー事業がトップライン牽引

(百万円)

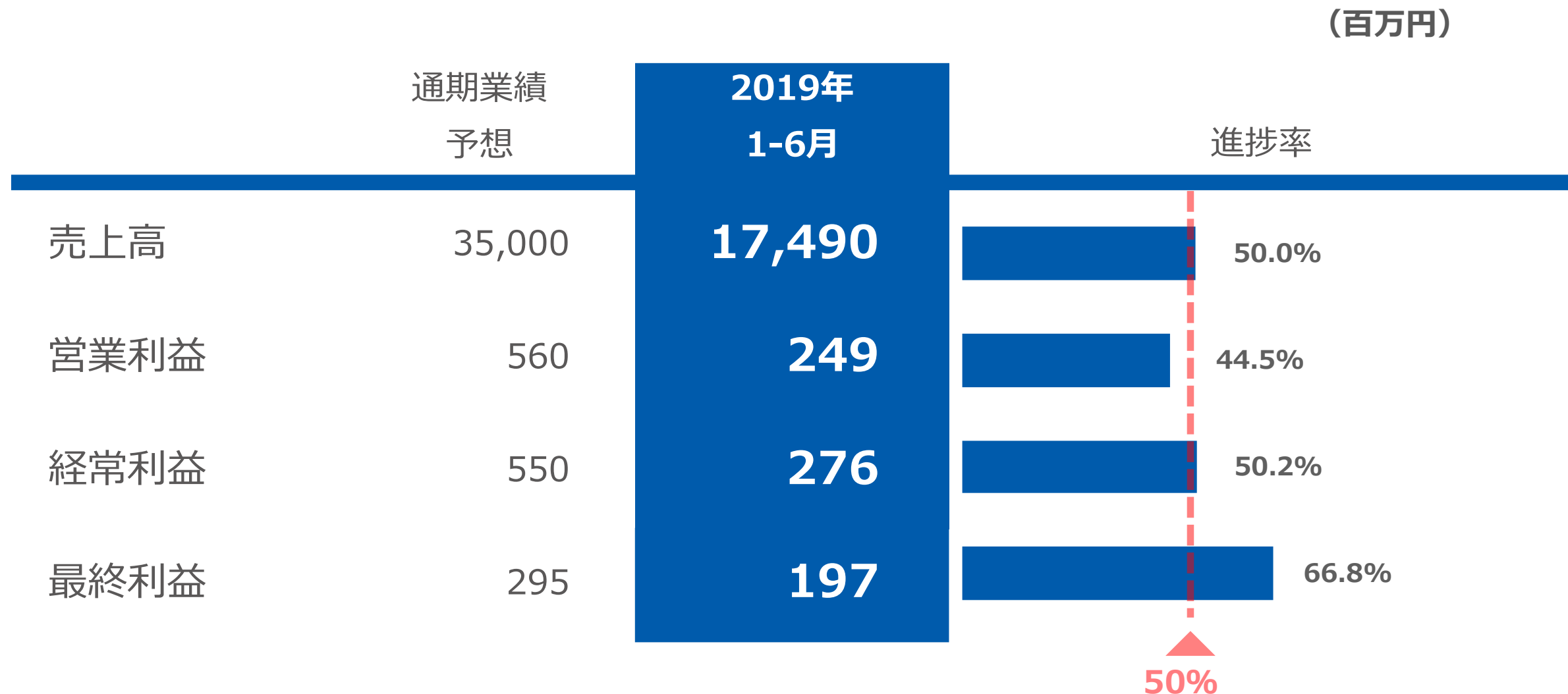
	2018年 4-6月	2019年 4-6月	前年比
売上高	7,774	<b>8,603</b>	110.7%
営業利益	138	<b>134</b>	97.4%
経常利益	157	<b>148</b>	93.9%
最終利益	37	<b>103</b>	275.7%

新規獲得も順調に推移し、売上高は前年を上回り、上半期を折り返す

(百万円)

	2018年 1-6月	2019年 1-6月	前年比
売上高	16,795	<b>17,490</b>	104.1%
営業利益	280	<b>249</b>	89.0%
経常利益	295	<b>276</b>	93.6%
最終利益	157	<b>197</b>	125.7%

業績予想に対し、おおむね計画通りに推移



1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

参考資料



	2018年 1-6月	2019年 1-6月	前年比	(百万円)
売上高	16,795	17,490	104.1%	
売上原価	13,276	14,385	108.4%	
売上総利益	3,519	3,104	88.2%	
（売上総利益率）	21.0%	17.7%	▲ 3.3Pt	
販売費及び一般管理費	3,238	2,854	88.1%	
（販管費率）	19.3%	16.3%	▲ 3.0Pt	
営業利益	280	249	89.0%	
（営業利益率）	1.7%	1.4%	▲ 0.3Pt	
経常利益	295	276	93.6%	
当期純利益	157	197	125.7%	

	2018年 12月末	2019年 6月末	前期末比 (百万円)
流動資産	8,532	8,374	98.1%
現金及び現金同等物	4,241	4,263	100.5%
固定資産	2,561	2,779	108.5%
資産合計	11,094	11,153	100.5%
流動負債	5,575	5,405	97.0%
固定負債	415	479	115.6%
負債合計	5,990	5,885	98.3%
純資産	5,103	5,268	103.2%
(純資産比率)	46.0%	47.2%	1.2Pt

1

結論と要約

2

決算概要

3

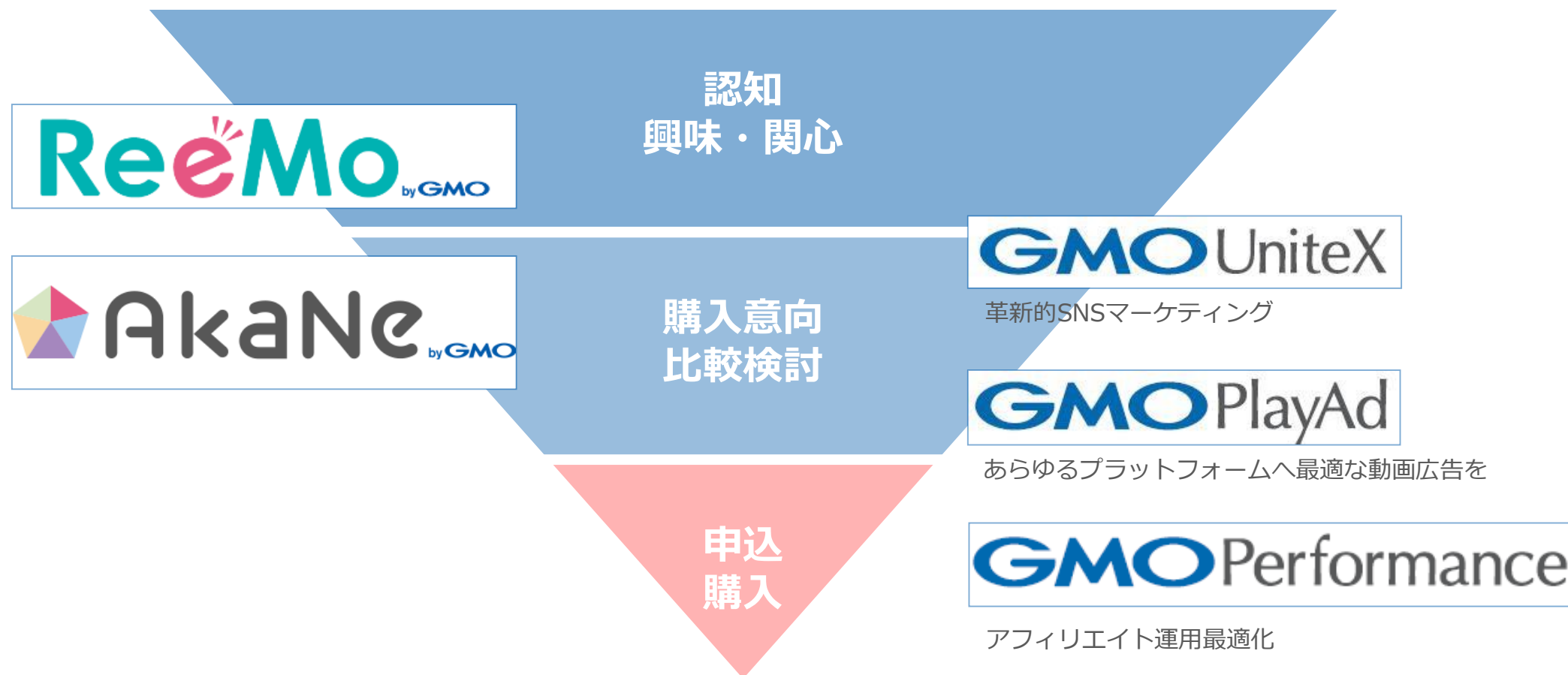
事業概況

4

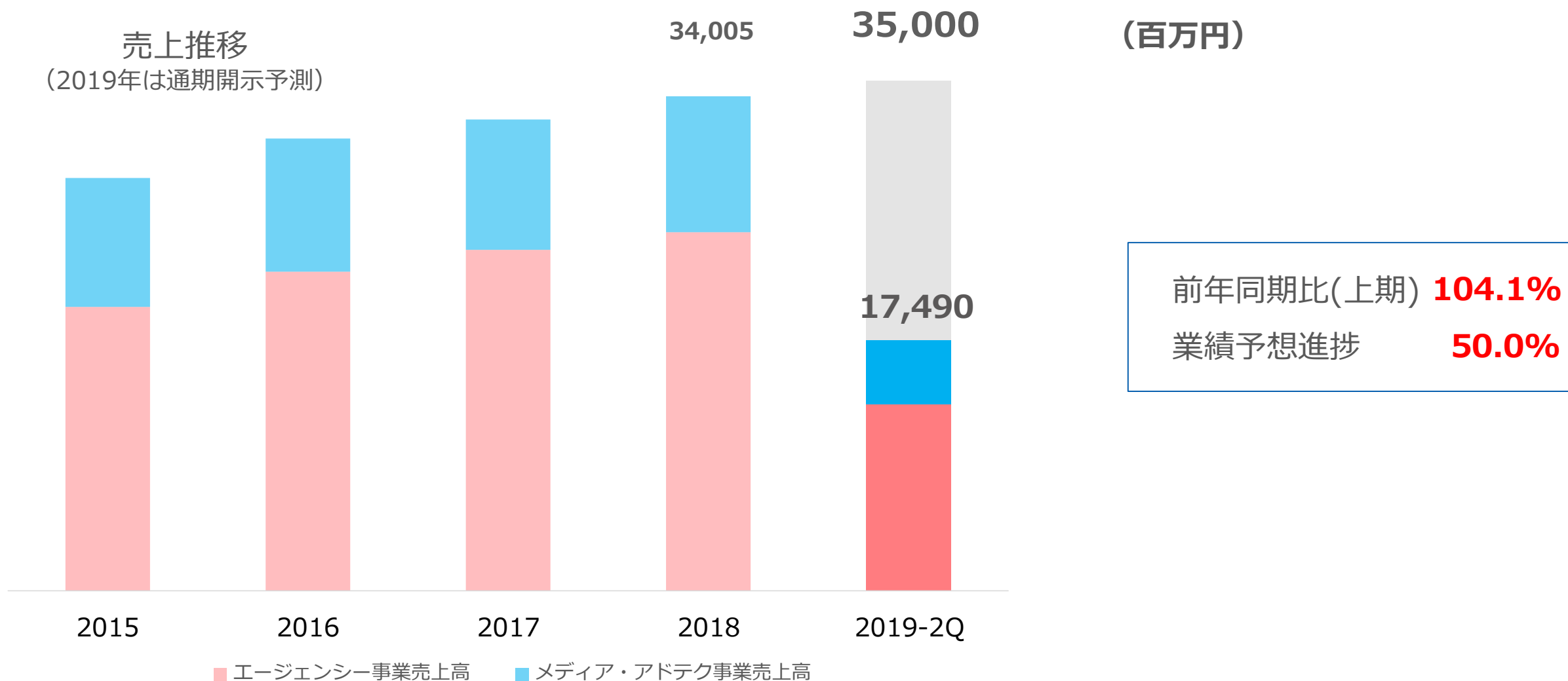
参考資料

エージェンシー領域で各ファネルに専門特化した戦略子会社を設立。

自社アドテク商材を進化させ、高品質かつ高収益なサービスセット構築を目指す



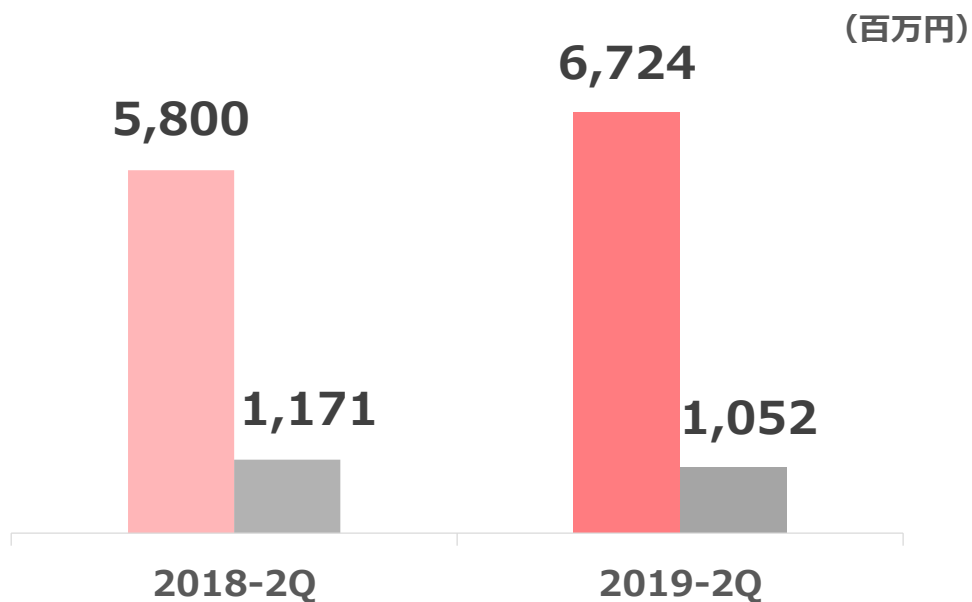
通期業績予測に対し、計画通りの進捗



広告予算のデジタルシフト進み既存顧客からの収益拡大。新規顧客開拓も進む。

SMB向け旧自社商材販売終了の影響も落ち着き、今後の収益の回復見込む

前年同期比売上高(2Q) **115.9%**  
前年同期比売上総利益(2Q) **89.9%**



広告予算が4マス媒体からデジタルへ移行進む

大手クライアントの開拓進む

自社商材のシェア拡大を目指す

SMB向け旧自社商材の販売終了の影響が  
落ち着き、新自社商材へ注力

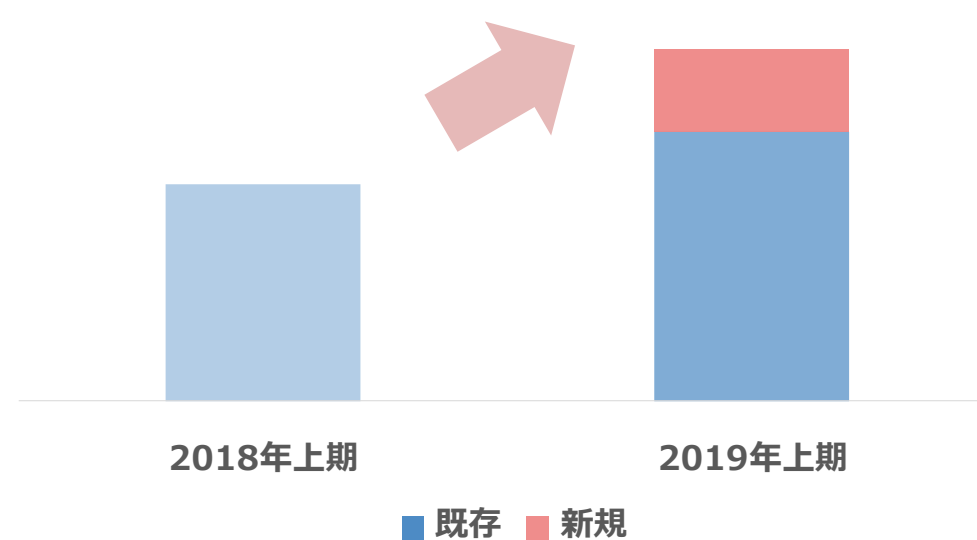
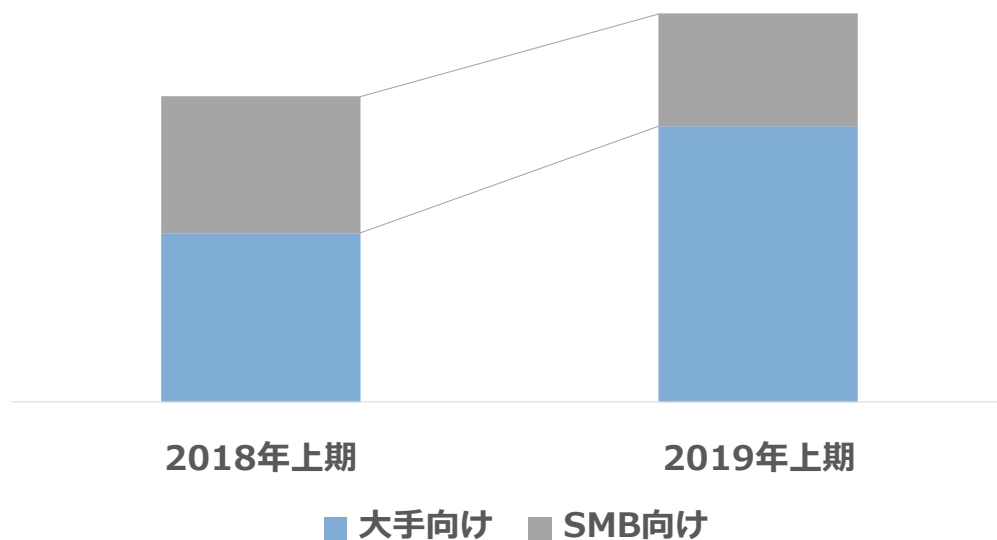
収益の回復を見込む

SMB向け旧自社商材販売終了の影響あるも、

大手顧客向けは新規開拓・既存拡大ともに好調でエージェンシー事業の粗利は増加

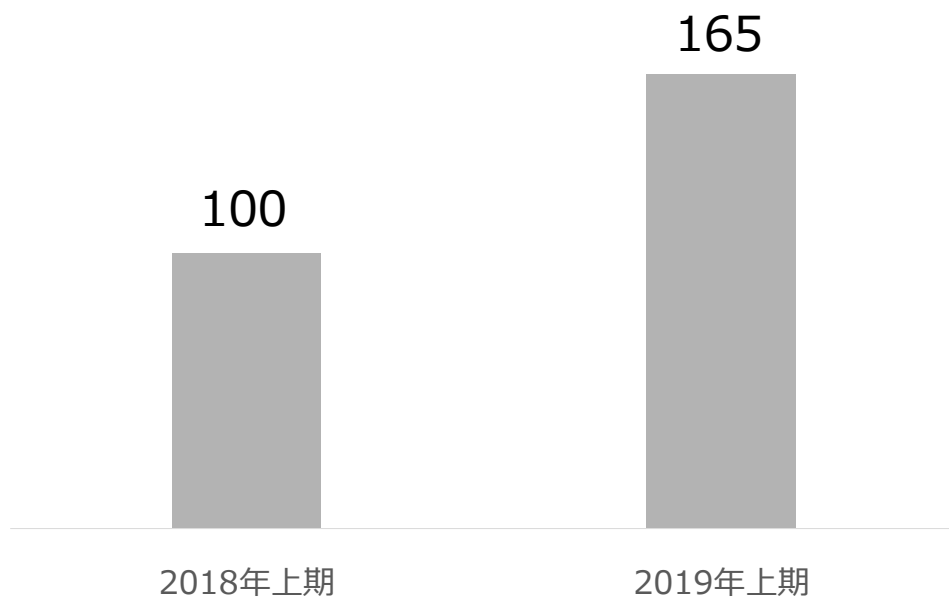
粗利前年同期比	<b>106.6%</b>
大手顧客向け	<b>119.8%</b>
SMB向け	<b>89.7%</b>

大手顧客向け（内訳）	<b>119.8%</b>
------------	---------------

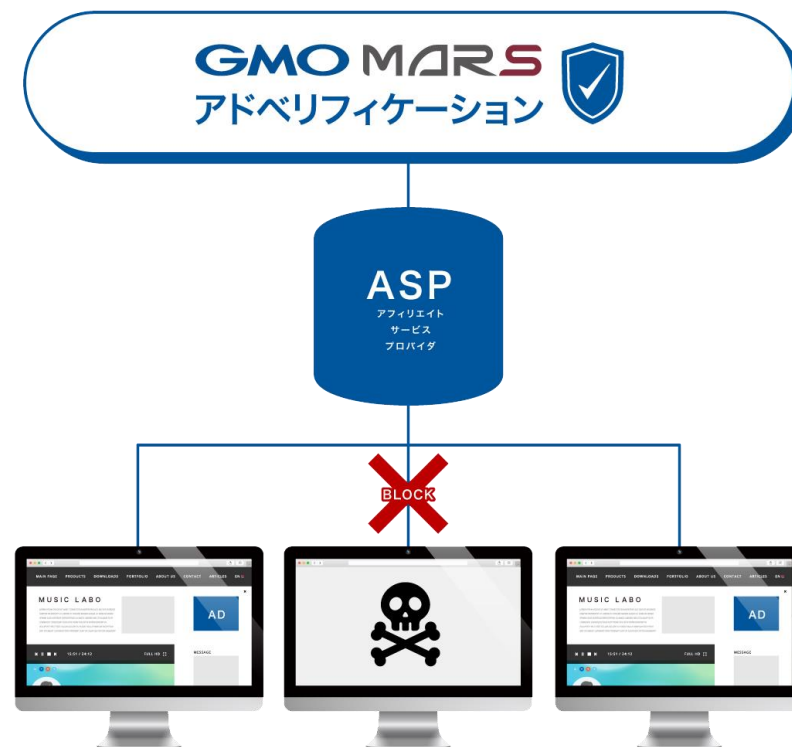


GMOパフォーマンス設立後、アフィリエイトサービスの粗利が伸長

GMO Performance



アフィリエイトサービスの粗利比較  
(2018年上期の粗利を100とした場合)



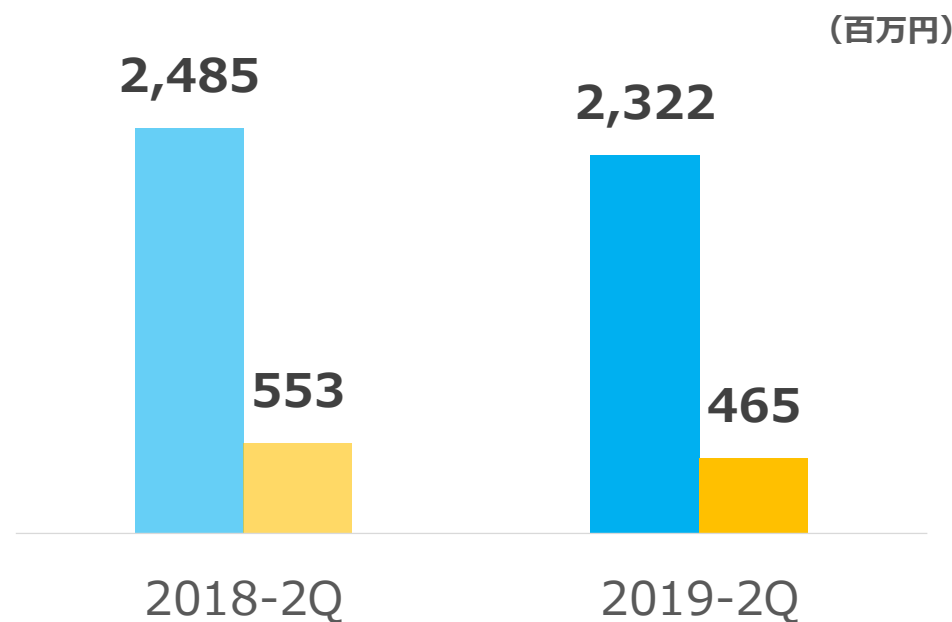
アフィリエイト領域のアドベリフィケーション機能開発  
大手クライアントとの取引拡大へ



広告掲載基準厳格化の影響が底打ち。

業界全体の広告品質への取り組みも本格化し、売上・利益とも回復傾向

前年同期比売上高(2Q) **93.4%**  
前年同期比売上総利益(2Q) **84.1%**



メディアネットワークの品質向上を目指す

自主的に広告掲載基準厳格化を進める

売上・利益の一時的な落込み

業界全体の広告健全化への取り組み

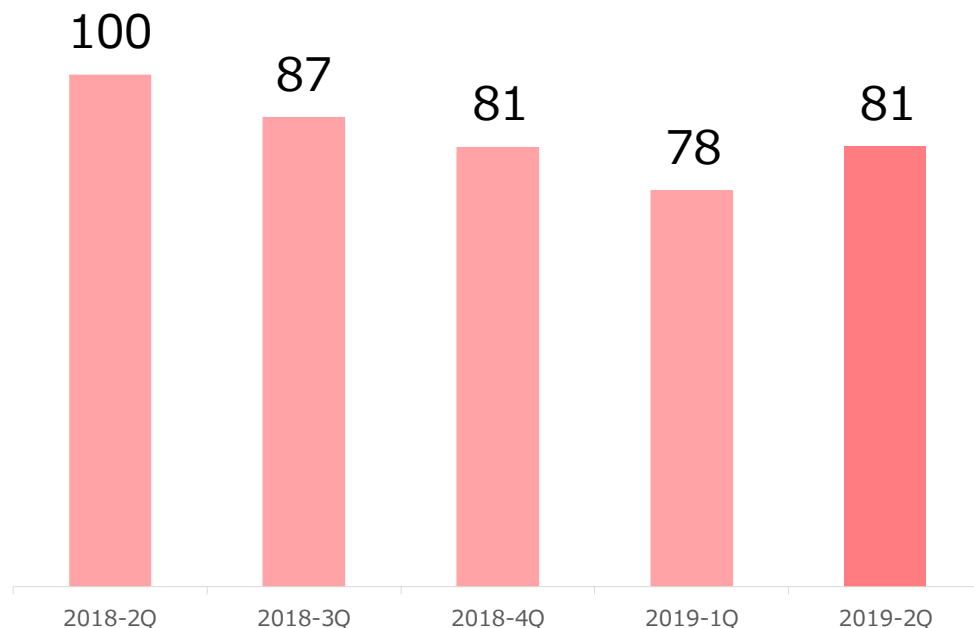
エージェンシー事業との連携

売上・利益回復見込み

広告掲載基準厳格化の影響が底打ち、回復基調へ。引き続きネット広告健全化と売上拡大の両立を目指す

AkaNe<sub>byGMO</sub> ReeMo<sub>byGMO</sub>

前年同期比売上高(2Q) **81.3%**



AkaNe・ReeMoの売上推移

(2018年第2四半期の売上を100とした場合)

2018年3Q

▼ 広告掲載基準の厳格化実施

2018年3Q～2019年1Q

▼ 広告総量が減少し、売上高が減少

2019年2Q

売上回復基調

- ▼
- ・ 業界全体でのネット広告健全化の推進
  - ・ 配信技術の強化や優良クライアントの獲得

2019年3Q～

良質な広告提供を継続しながら、さらなる売上増へ

アドテク事業担うGMOアドマーケティングがインターネット広告健全化に向けた共同声明に参画  
不適切な広告の根絶に向けた取り組みを強化

ネット広告市場の拡大の一方でフェイク広告や  
コンプライアンス違反広告の増加

2019年7月3日

「ネット広告健全化に向けた9社による共同声明」

インターネット広告の健全化に向けて連携  
「定期的な情報共有」「ガイドライン策定」

### 「ネット広告健全化に向けた9社による共同声明」

#### 参画企業

- ✓ 株式会社アイモバイル
- ✓ 株式会社サイバーエージェント
- ✓ 株式会社インタースペース
- ✓ 株式会社Gunosy
- ✓ GMOアドマーケティング株式会社
- ✓ 株式会社Speee
- ✓ Taboola Japan株式会社
- ✓ popIn株式会社
- ✓ ログリー株式会社

AIを活用した独自の広告審査システムを開発。

媒体社向け広告配信プラットフォーム「GMO SSP」に実装し、メディアのブランド保護の促進へ

メディアのブランド毀損防止と収益向上の両立

メディアのブランド毀損防止する  
AI搭載の広告審査システムを開発

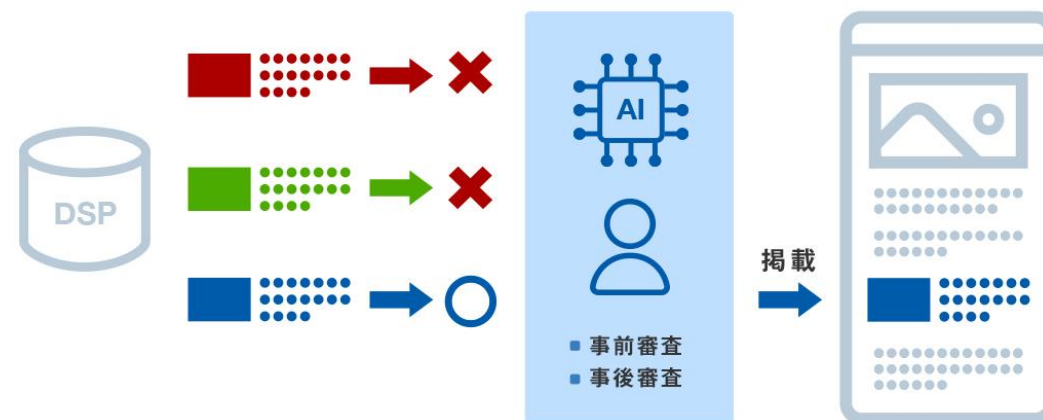
「GMO SSP」利用の媒体社へのメリット

- ・ 審査への負担の削減・精密な広告審査
- ・ 収益性の高い広告配信
- ・ 不適切な広告をブロック

GMO AD MARKETING

GMO SSP

AI搭載 審査システム



1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

参考資料

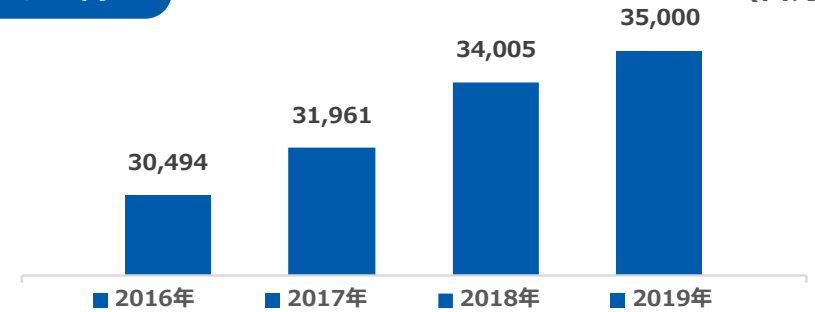
	2016年 12月末	2017年 12月末	2018年 12月末	2019年 予想
売上高	30,494	31,961	34,005	35,000
経常利益	275	558	561	550
当期純利益	▲ 21	163	235	295
純資産額	4,833	4,973	5,103	-
総資産額	10,668	10,130	11,106	-
自己資本比率(%)	42.2%	46.9%	43.8%	-
ROE (%)	▲ 0.5%	3.5%	4.9%	-
EPS (円)	▲ 1.29	9.90	14.35	-
PER (倍)	-	48.59	24.60	-
期末従業員数	611	572	576	-

(注) 1 期末従業員数は、各期末時点の正社員のみ数

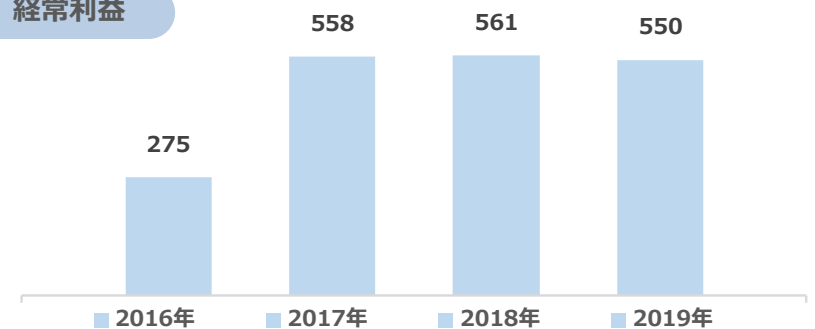
2 ROE・EPS・PERは2018年12月末の終値を基準として計算

## 売上高

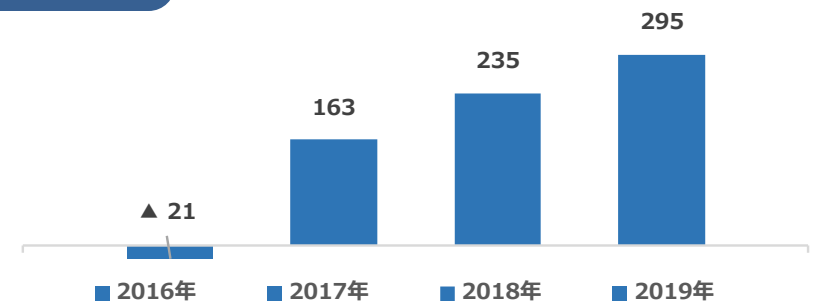
(百万円)



## 経常利益



## 当期純利益



## 本資料取扱い上のご注意

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

また、本資料は2019年8月6日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

本資料に引用しております各社商標、著作物等知的財産権、並びに肖像権その他一切の権利は、当該知的財産権を有する各権利者並びにその権利の主体に帰属します。