

2021年12月期 第3四半期決算 補足資料

**GMO** AD PARTNERS  
STOCK CODE: 4784

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

事業トピックス

5

参考資料

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

事業トピックス

5

参考資料

**連結業績  
(Q3累計)**

売上高	: 25,754 百万円	前年同期比 : + 0.5%
営業利益	: 383 百万円	前年同期比 : + 19.1%
経常利益	: 444 百万円	前年同期比 : ▲16.9% (※ +32.2%)
最終利益	: 281 百万円	前年同期比 : ▲29.3% (※ +22.8%)

※前年は投資有価証券評価益などによる一時的要因（198百万円）が大きく、それを除いた増減率を記載

**エージェンシー事業**

大手顧客向け広告事業は、新型コロナの影響で減少していた業種の回復が継続  
SMB向け事業は、引き続き緊急事態宣言の影響を受ける

**粗利前年同期比 : + 7.7%**

**メディア・アドテク事業**

累計粗利は前年を上回る。第3四半期より広告審査基準を見直し

**粗利前年同期比 : + 1.1%**

**通期業績予想に対する進捗**

売上高・利益ともに計画通りに進捗

コロナ禍で広告需要が増していた業種の反動減により一時的に鈍化

一方、減少していた業種は緩やかに回復傾向

(百万円)

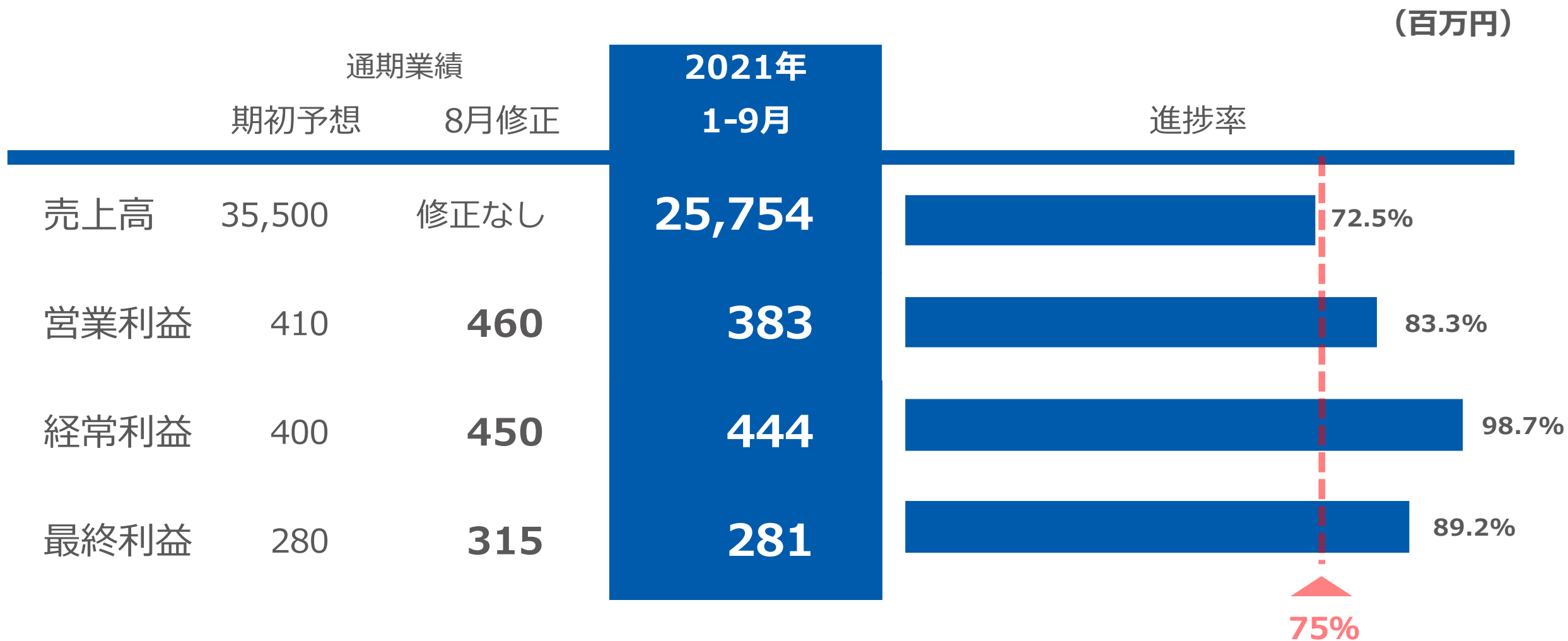
	2020年 7-9月	2021年 7-9月	前年比
売上高	8,477	<b>7,747</b>	91.4%
営業利益	79	<b>6</b>	8.2%
経常利益	113	<b>30</b>	27.0%
最終利益	79	<b>20</b>	25.4%

上期の好調業績により売上高・営業利益ともに前年を上回る

	2020年 1-9月	2021年 1-9月	(百万円) 前年比	
売上高	25,624	<b>25,754</b>	100.5%	
営業利益	321	<b>383</b>	119.1%	
経常利益	534 ※ <b>335</b>	<b>444</b>	83.1%	※ <b>132.2%</b>
最終利益	397 ※ <b>228</b>	<b>281</b>	70.7%	※ <b>122.8%</b>

※一時的要因を除いた場合の利益および対前年比較

8月に上方修正した通期業績予想に対して上回る進捗



※進捗率は8月修正の通期業績予想をもとに算出

業績動向を踏まえ、配当予想を修正

1株当たり配当金を8.8円から9.8円に増配へ

## 通期業績予想に対する進捗が好調のため配当予想を修正（増配）

	2020年 実績	2021年 期初予想	2021年 今回修正予想	(百万円)
当期純利益	260	280	<b>315</b>	
1株当たり 配当金	8.2円	8.8円	<b>9.8円</b>	

※当期純利益は8月に予想修正



1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

事業トピックス

5

参考資料

(百万円)

	2020年 1-9月	2021年 1-9月	前年比
売上高	25,624	25,754	100.5%
売上原価	21,239	21,211	99.9%
売上総利益	4,384	4,543	103.6%
（売上総利益率）	17.1%	17.6%	0.5Pt
販売費及び一般管理費	4,062	4,160	102.4%
（販管費率）	15.9%	16.2%	0.3Pt
営業利益	321	383	119.1%
（営業利益率）	1.3%	1.5%	0.2Pt
経常利益	534	444	83.1%
当期純利益	397	281	70.7%

(百万円)

	2020年 12月末	2021年 9月末	前期末比
流動資産	8,771	8,423	96.0%
現金及び現金同等物	5,011	4,225	84.3%
固定資産	3,125	1,948	62.3%
資産合計	11,897	10,371	87.2%
流動負債	5,823	4,621	79.4%
固定負債	692	546	78.9%
負債合計	6,515	5,168	79.3%
純資産	5,381	5,203	96.7%
(純資産比率)	45.2%	50.2%	5.0Pt

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

事業トピックス

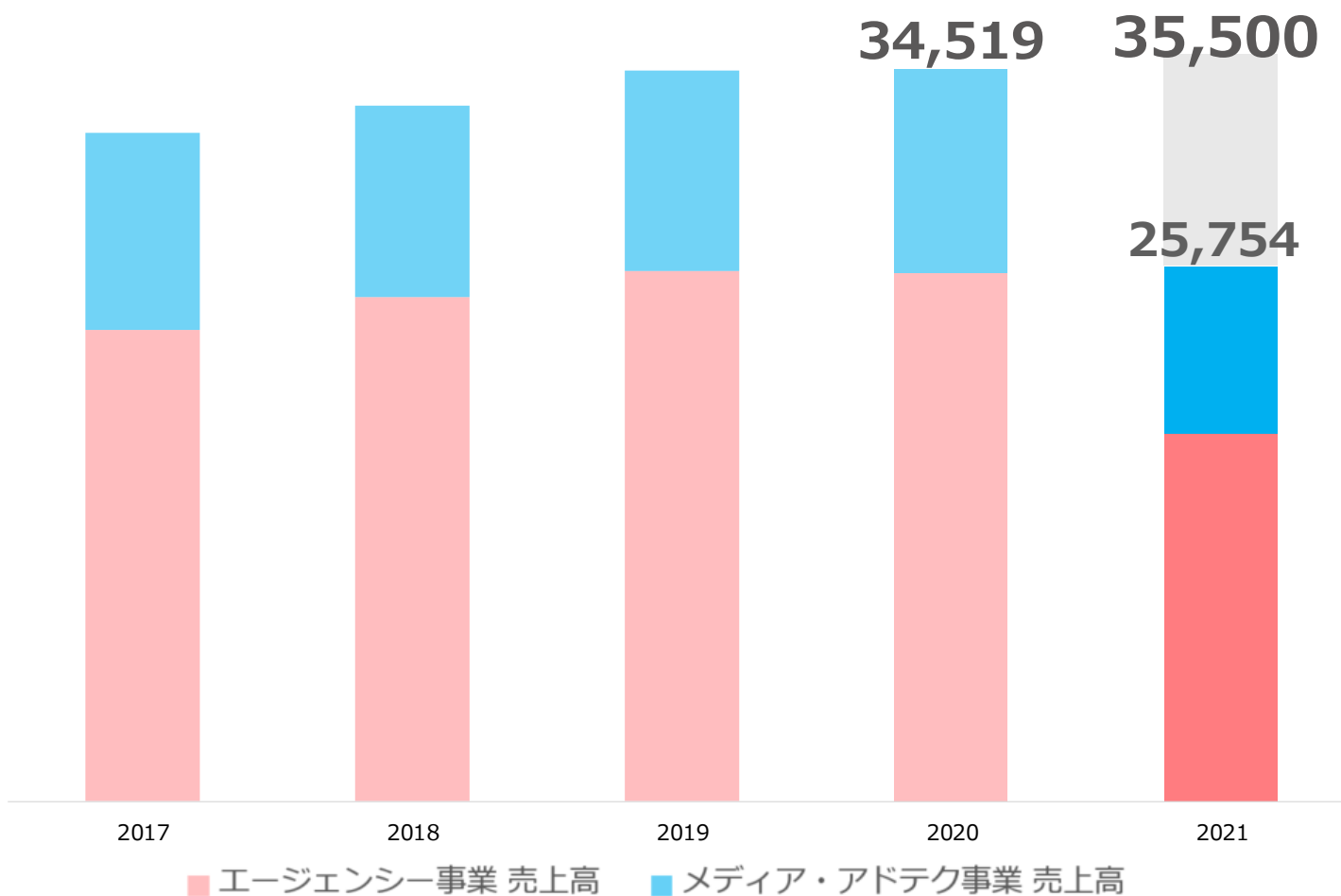
5

参考資料

売上高はほぼ計画通りに進捗

## 売上高推移

(百万円)



売上高前年同期比

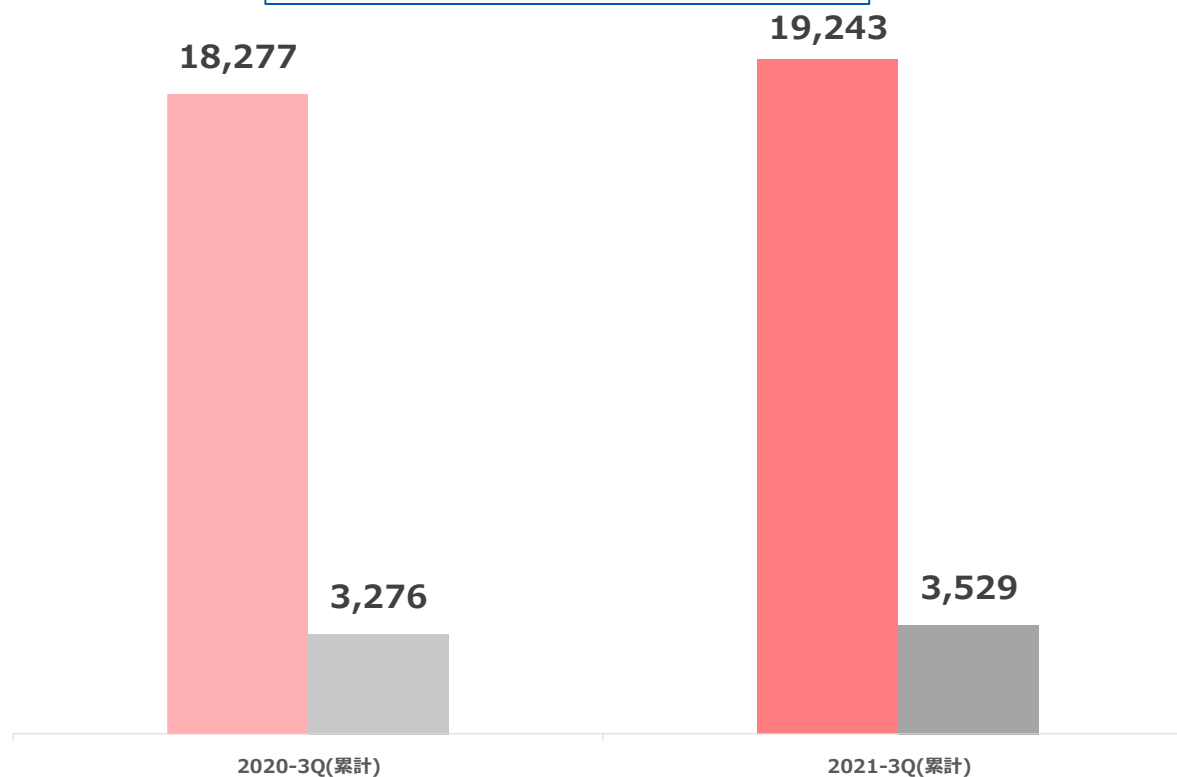
**100.5 %**

エージェンシー事業：コロナ禍で大手顧客向けは回復傾向、SMB向けは影響残る

メディア・アドテク事業：広告審査基準の見直しで売上は鈍化するも、収益性を向上させ粗利は前年を上回る

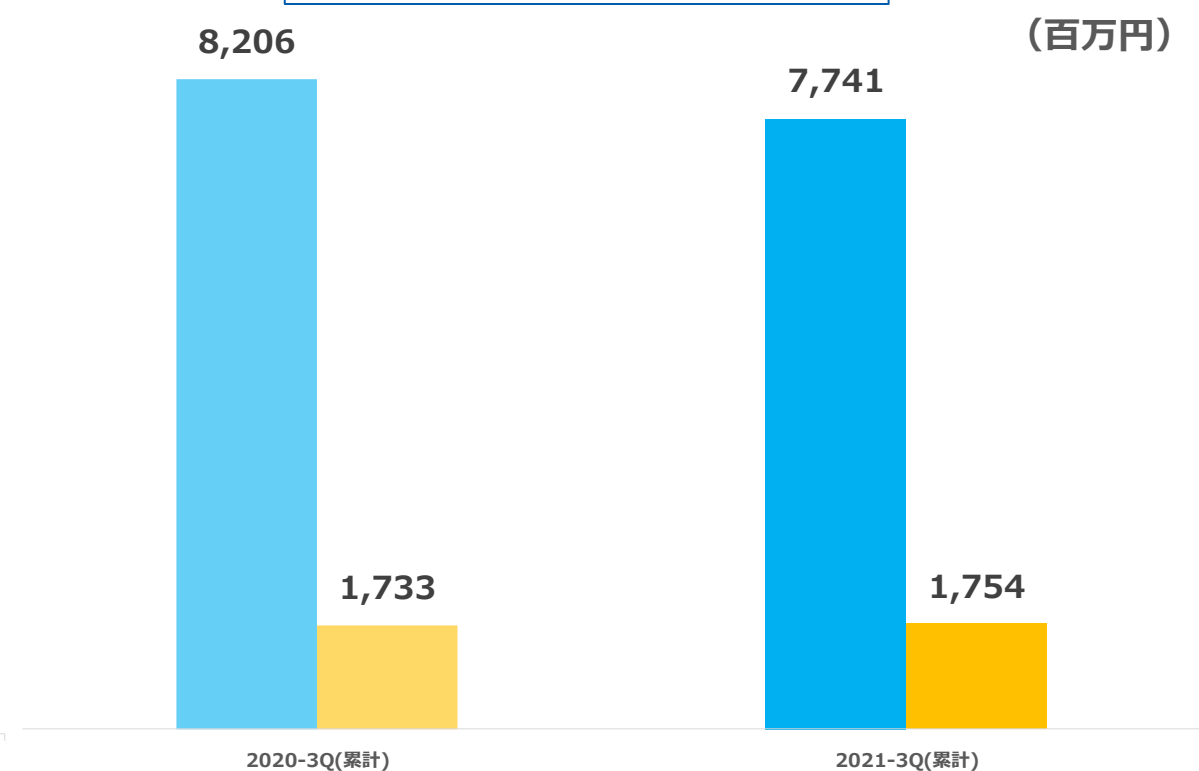
### エージェンシー事業

売上高前年同期比 **105.3%**  
粗利前年同期比 **107.7%**



### メディア・アドテク事業

売上高前年同期比 **94.3%**  
粗利前年同期比 **101.1%**



(百万円)

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

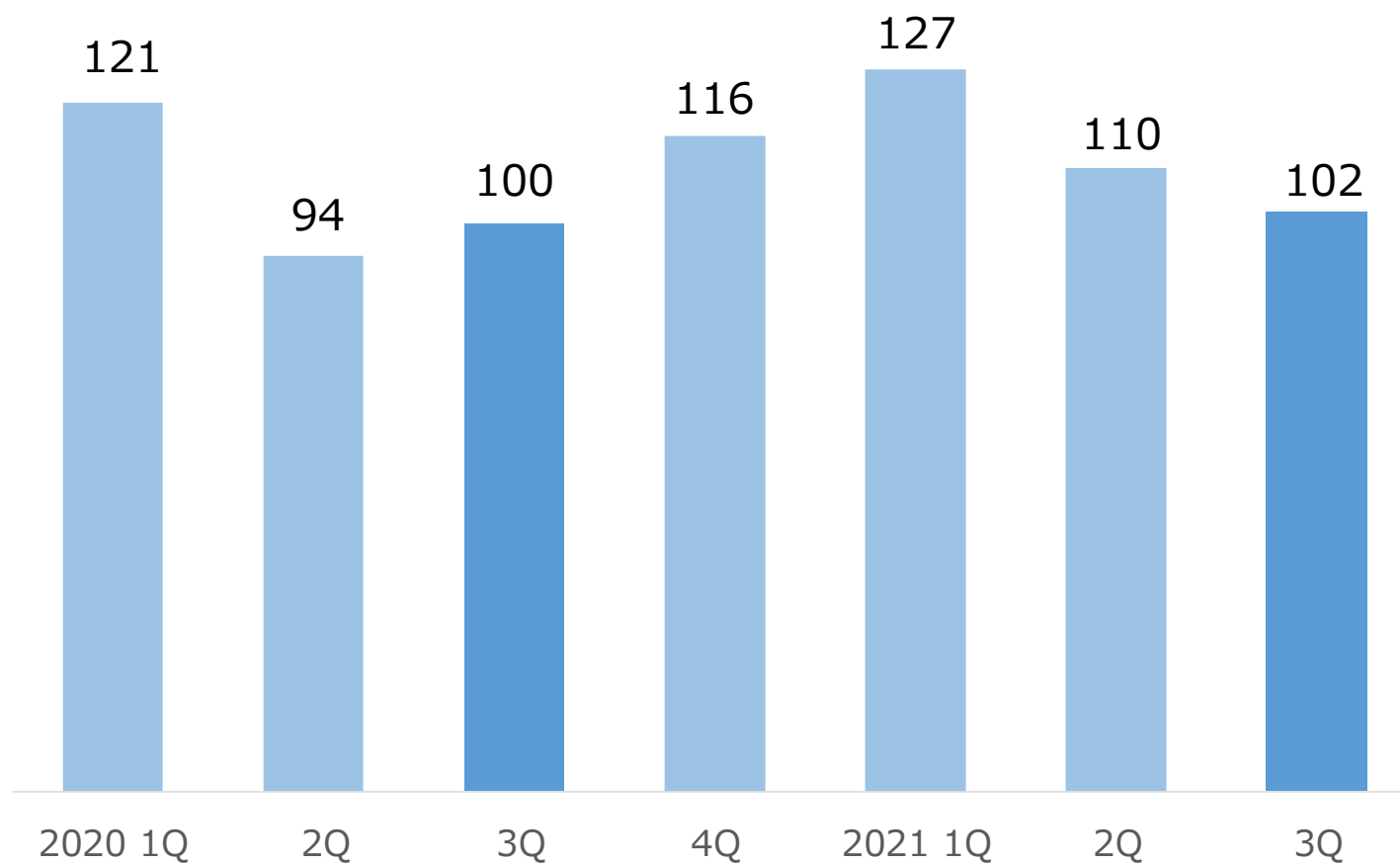
4

事業トピックス

5

参考資料

コロナ禍で好調を維持していた業種の需要は落ち着くも、取引が減少していた一部業種の回復傾向が継続



大手顧客向け事業の粗利推移  
(2020年Q3の粗利を100とした場合)

- ・ コロナ禍で需要が増加したエンタメ業種がやや落ち着き
- ・ 取引が減少していた旅行系業種が緊急事態宣言解除を見越して回復の兆し



アフィリエイト広告サービス「TRUEアフィリエイト」のブランドセーフティ機能追加

事業責任者・担当者が薬機法や景表法遵守の認証マークを取得し、広告健全化への社内体制も強化

## TRUE Affiliate by GMO

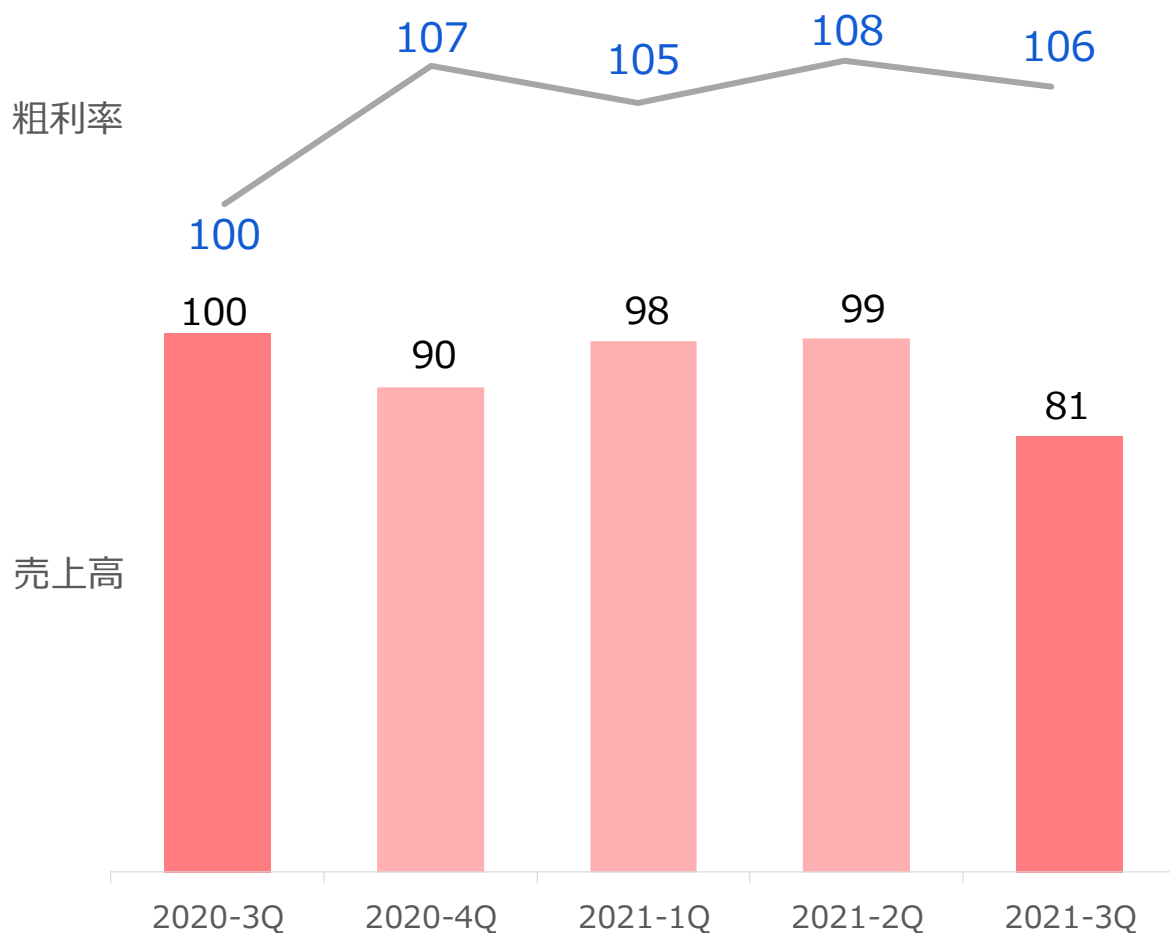
薬機法・医療法・景表法のNGカテゴリを機能追加

法律違反・誇大広告を防止

ブランドセーフティ強化

※アフィリエイト広告サービスを提供するチームメンバなど14名が、一般社団法人薬機法医療法規格協会が付与する「YMAA」（薬機法医療法遵守広告代理店認証）および「KTAA」（景表法特商法遵守広告代理店認証）の認証マークを取得

プロダクト開発強化により粗利率は安定して推移



AkaNe・ReeMo・GMO SSPの粗利率と売上(合算)の推移  
(2020年第3四半期を100とした場合)

## 収益力強化の取り組み

- Header Biddingなど優位性のある機能によってメディアの獲得を進める
- Cookieレスに対応したコンテンツ解析による入札精度向上

女性向けライフスタイルメディア「michill」を展開  
広告収益に加え、ECなど多様な収益源を目指す

20～30代をメインターゲットにした  
女性ライフスタイルメディア



月間ユニークユーザー

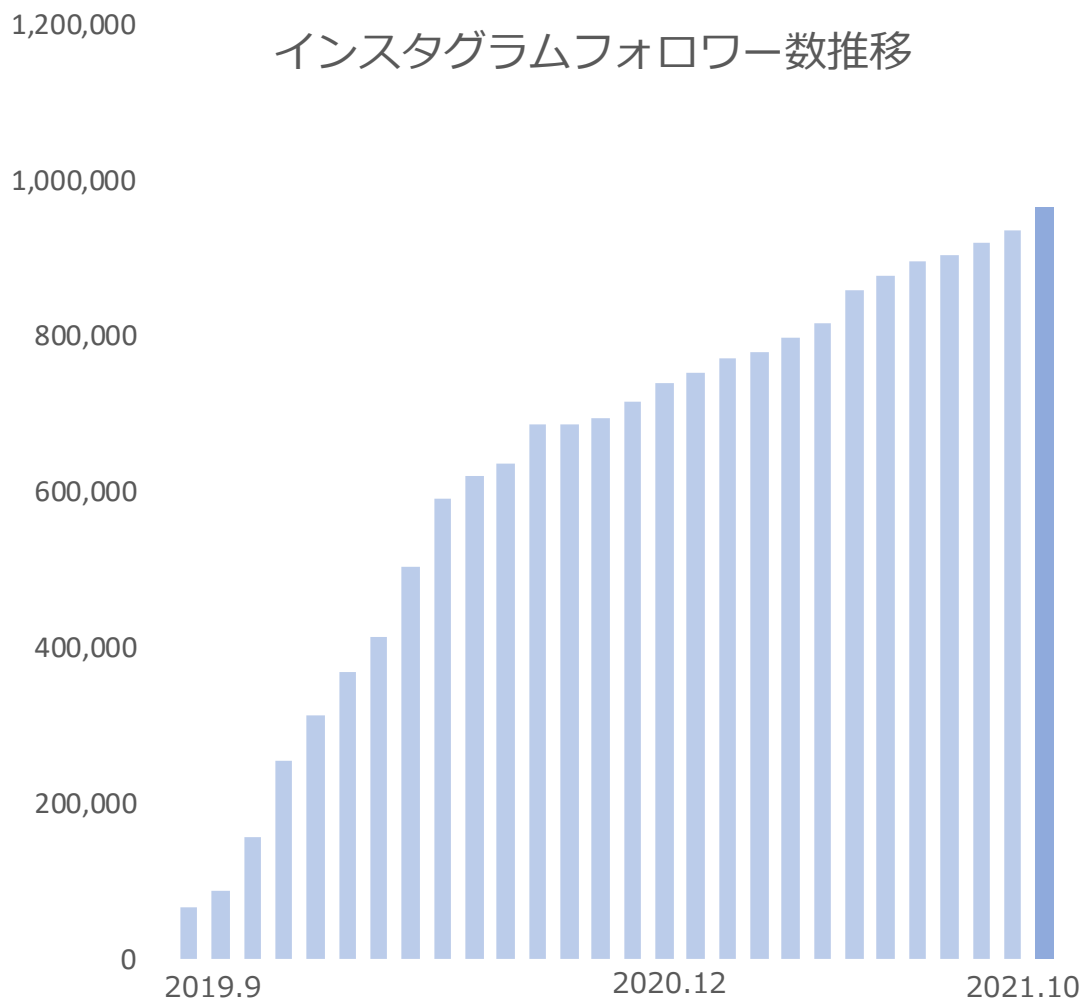
550 万

インスタグラムフォロワー

96 万

※月間ユニークユーザーおよびインスタグラムフォロワーは10月末時点

## michillのInstagramフォロワーは年内100万アカウント到達を見込む



## しまむら様とコラボ



※michillのInstagramアカウント「@michill\_official」と「@michill\_Beauty」のフォロワー数合計（10/31時点）

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

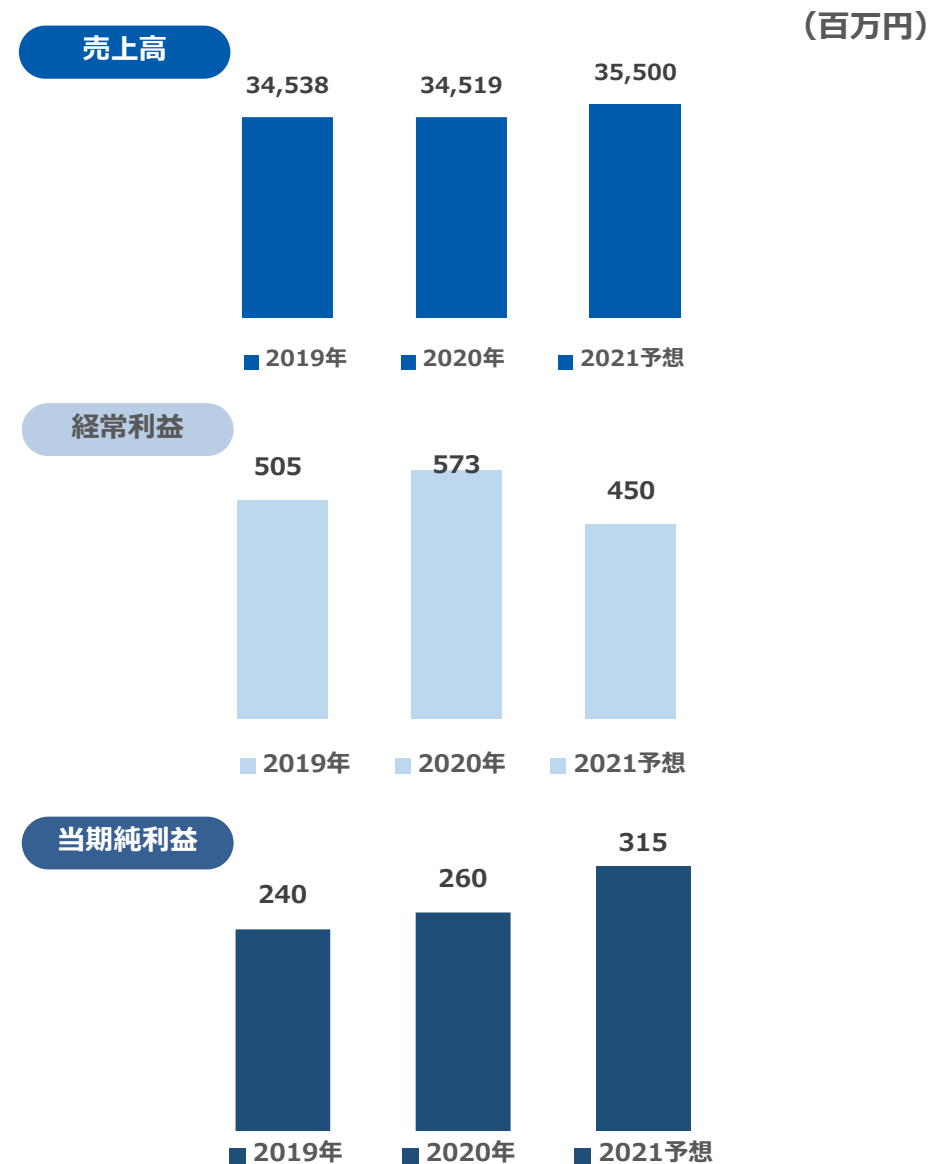
事業トピックス

5

参考資料

	2019年 12月末	2020年 12月末	2021年 予想
売上高	34,538	34,519	35,500
経常利益	505	573	450
当期純利益	240	260	315
純資産額	5,188	5,381	-
総資産額	11,280	11,897	-
自己資本比率(%)	43.8%	44.7%	-
ROE (%)	4.9%	5.1%	-
EPS (円)	14.92	16.26	-
PER (倍)	26.07	35.36	-
期末従業員数	570	620	-

- (注) 1 期末従業員数は、各期末時点の正社員のみの数  
 2 ROE・EPS・PERは2020年12月末の終値を基準として計算  
 3 2021年は8月に行った通期業績予想修正を反映



## 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2021年11月8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。