

# 2021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

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

事業トピックス

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

事業トピックス

連結業績  
(上期)

売上高	: 18,007 百万円	前年同期比	: 5.0% 増
営業利益	: 376 百万円	前年同期比	: 55.5% 増
経常利益	: 413 百万円	前年同期比	: 1.7% 減 (※ 55.2% 増)
最終利益	: 260 百万円	前年同期比	: 18.0% 減 (※ 29.7% 増)

※前年は投資有価証券評価益などによる一時的要因(162百万円)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、売上高・粗利が前年同期を上回り好調継続  
SMB向け事業は、計画通りに進捗も緊急事態宣言により不安定な状況

粗利前年同期比 : 10.8% 増

メディア・アドテク事業

広告配信精度の改善により粗利率向上。Header Bidding導入により媒体との取引数増加

粗利前年同期比 : 4.6% 増

通期に対する進捗

売上高・利益ともに計画を上回る進捗となり、  
利益については通期業績予想をそれぞれ12%超上方修正

コロナ禍の市場環境に対応し、営業利益・経常利益は大幅に上回る

	2020年 4-6月	2021年 4-6月	(百万円) 前年比
売上高	8,005	<b>8,320</b>	103.9%
営業利益	50	<b>133</b>	263.1%
経常利益	68	<b>154</b>	227.1%
最終利益	57	<b>94</b>	165.7%

おもにエージェンシー事業が牽引し売上高・営業利益が増加

スポット収益を除けば経常利益・最終利益も前年同期超え（※に該当数値を除くものを記載）

2020年  
1-6月

2021年  
1-6月

(百万円)

前年比

売上高

17,146

**18,007**

105.0%

営業利益

242

**376**

155.5%

経常利益

420  
※**257**

**413**

98.3%    ※**155.2%**

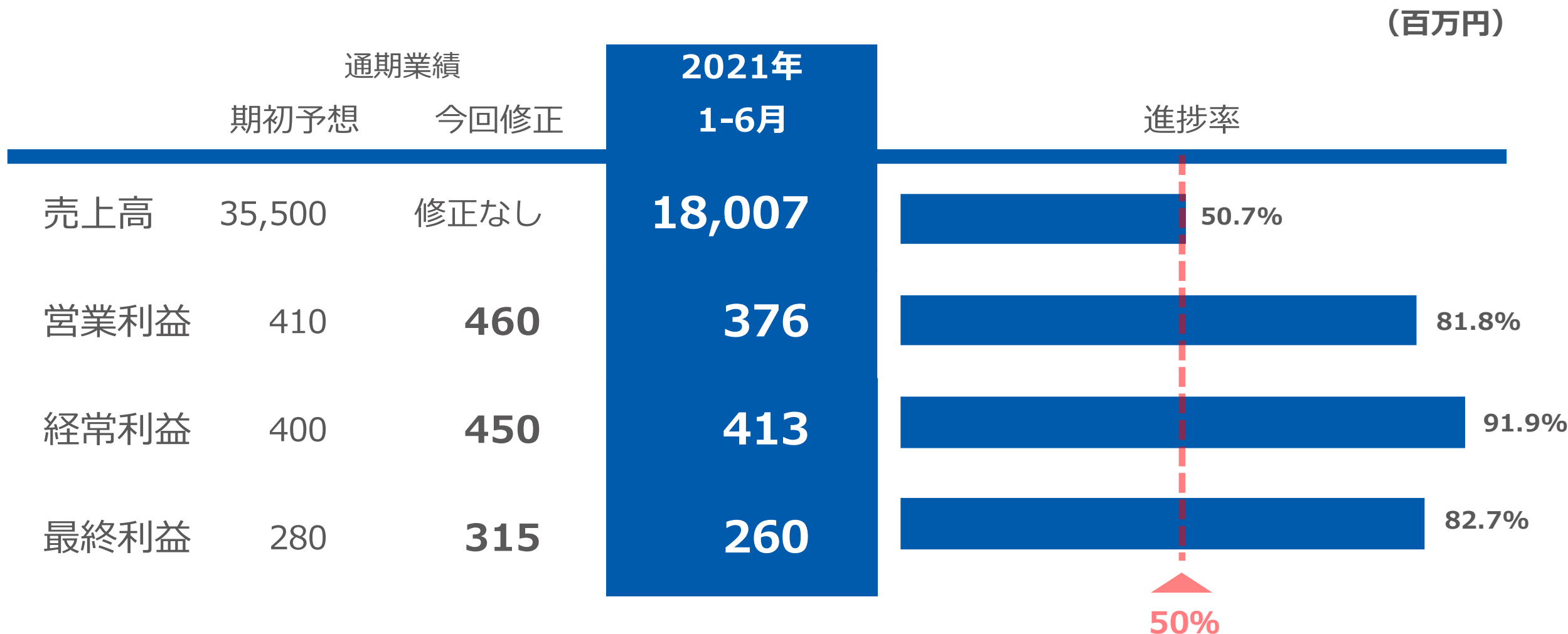
最終利益

318  
※**194**

**260**

82.0%    ※**129.7%**

通期業績予想の営業利益・経常利益・最終利益を12%超の上方修正



※進捗率は修正後の通期業績予想をもとに算出

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

事業トピックス



(百万円)

	2020年 1-6月	2021年 1-6月	前年比
売上高	17,146	18,007	105.0%
売上原価	14,186	14,835	104.6%
売上総利益	2,960	3,171	107.1%
（売上総利益率）	17.3%	17.6%	0.3Pt
販売費及び一般管理費	2,718	2,795	102.8%
（販管費率）	15.9%	15.5%	▲ 0.4Pt
営業利益	242	376	155.5%
（営業利益率）	1.4%	2.1%	0.7Pt
経常利益	420	413	98.3%
当期純利益	318	260	82.0%

(百万円)

	2020年 12月末	2021年 6月末	前期末比
流動資産	8,771	8,054	91.8%
現金及び現金同等物	5,011	4,684	93.5%
固定資産	3,125	2,988	95.6%
資産合計	11,897	11,042	92.8%
流動負債	5,823	5,030	86.4%
固定負債	692	554	80.0%
負債合計	6,515	5,584	85.7%
純資産	5,381	5,457	101.4%
(純資産比率)	45.2%	49.4%	4.2Pt

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

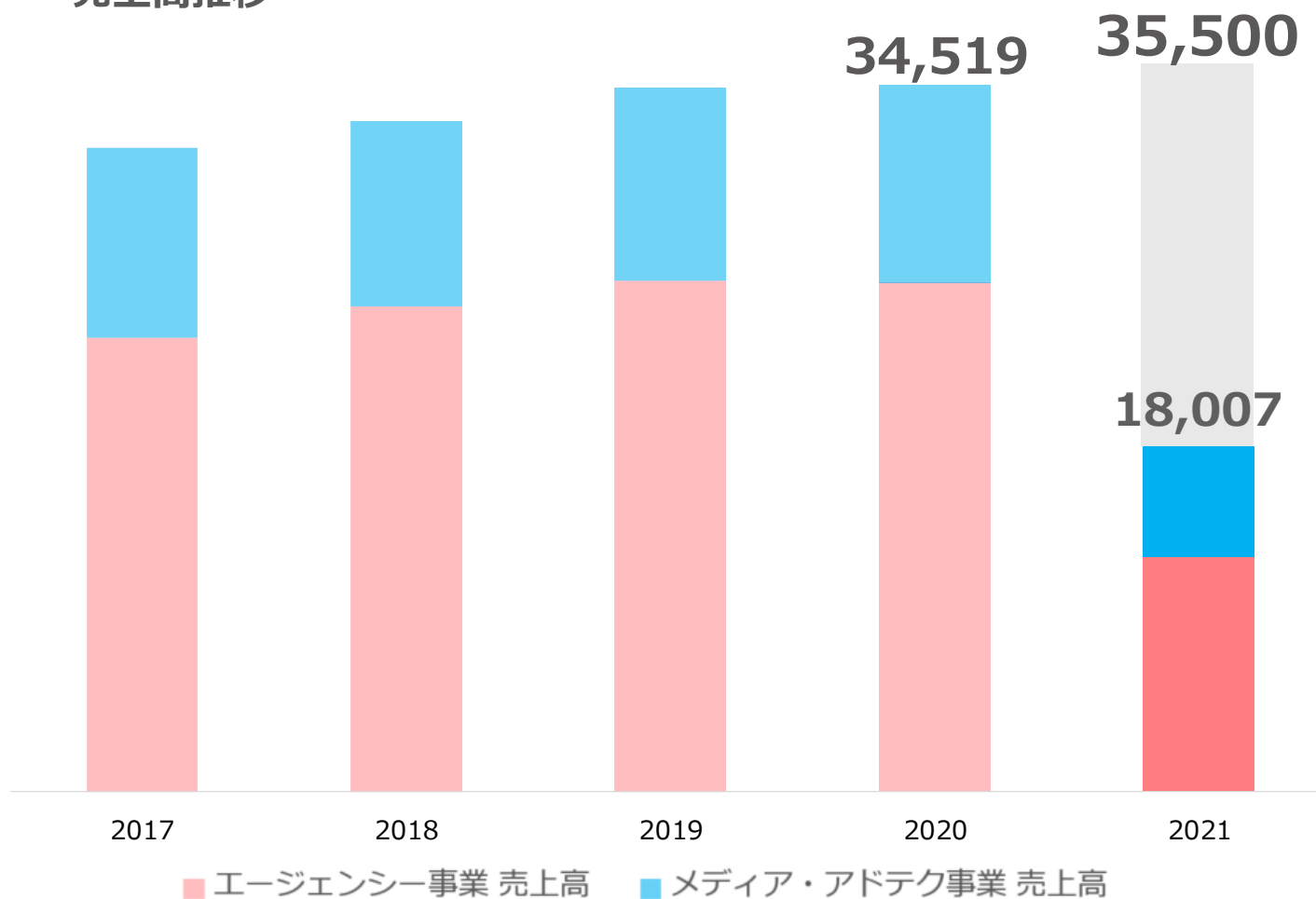
4

事業トピックス

エージェンシー事業の大手顧客向け領域が牽引する状況が継続し堅調に推移

## 売上高推移

(百万円)



売上高前年同期比 **105.0%**  
通期業績予想進捗 **50.7%**

エージェンシー事業：大手顧客向けが売上・粗利とも堅調に推移

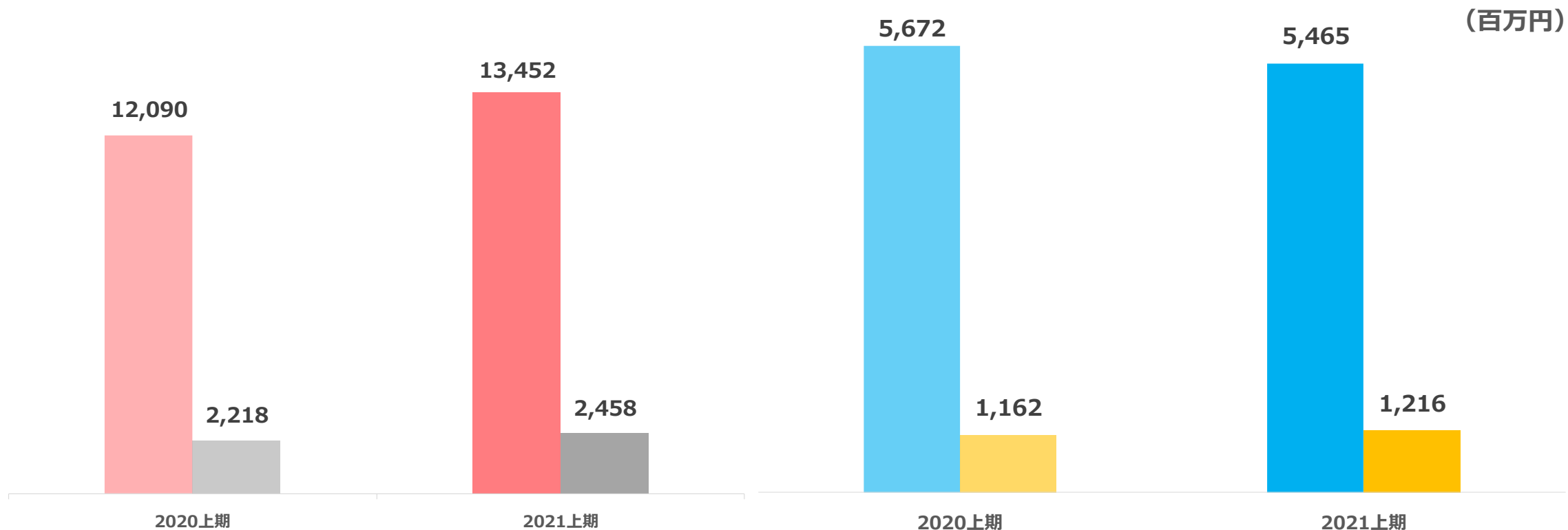
メディア・アドテク事業：配信機能向上が寄与し粗利は前年同期上回る

### エージェンシー事業

売上高前年同期比 **111.3%**  
粗利前年同期比 **110.8%**

### メディア・アドテク事業

売上高前年同期比 **96.4%**  
粗利前年同期比 **104.6%**



1

結論と要約

2

決算概要

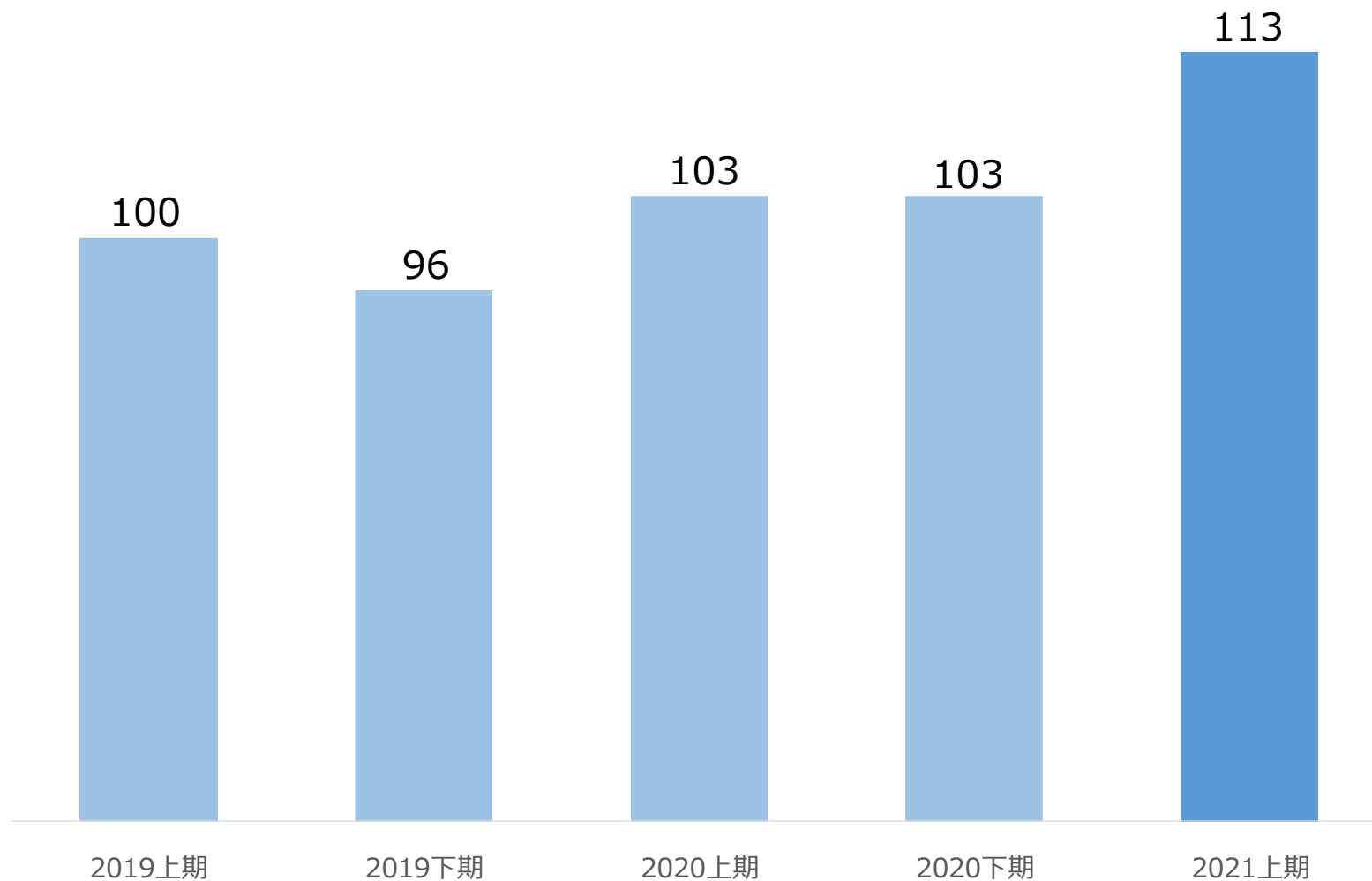
3

事業概況

4

事業トピックス

新型コロナの影響で取引が減少していた一部業種が回復傾向にあり、前年を上回り推移



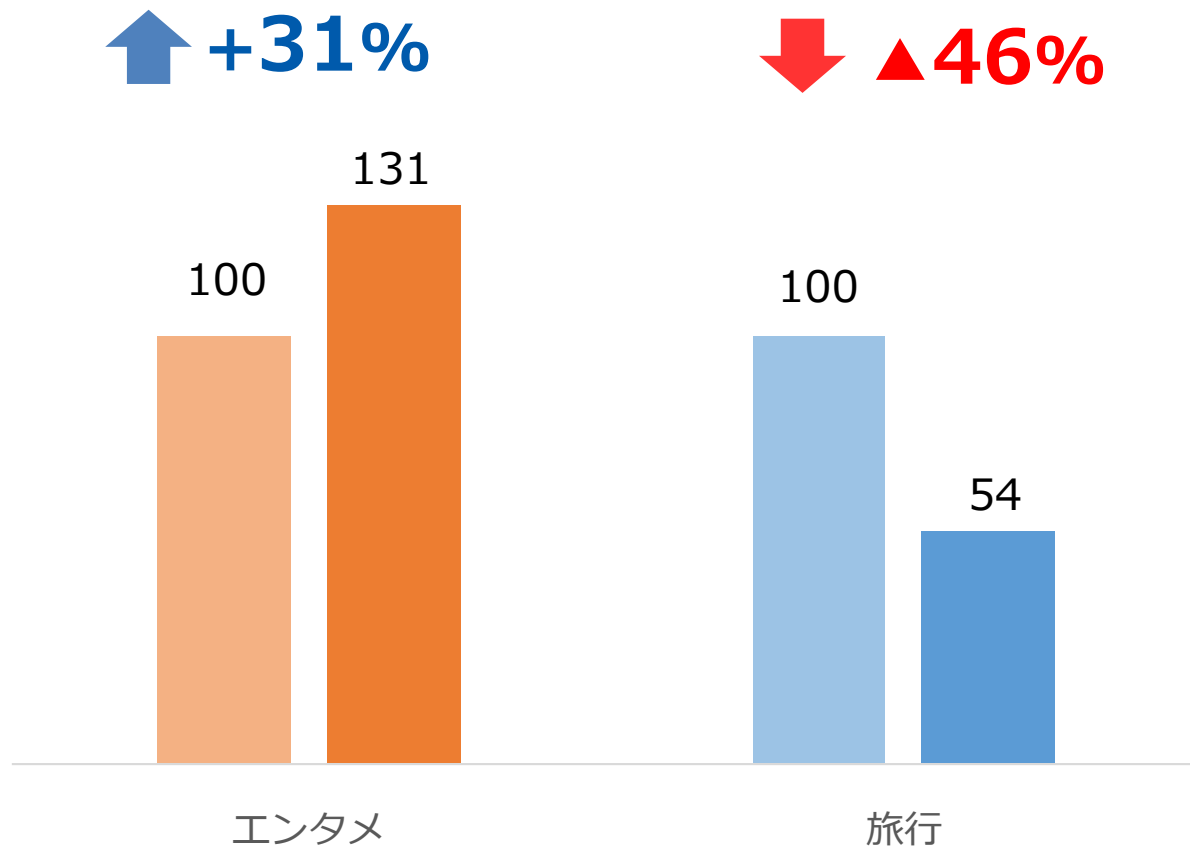
大手顧客向け事業の粗利推移

(2019年上期の粗利を100とした場合)

- ・ 新型コロナの影響少ない業種が好調継続
- ・ 新型コロナの影響大きい業種も復調の兆し

新型コロナ前と比較し広告需要が増加したエンタメ系業種は粗利を伸ばす

旅行系業種は需要減少を受け大幅に落ち込む



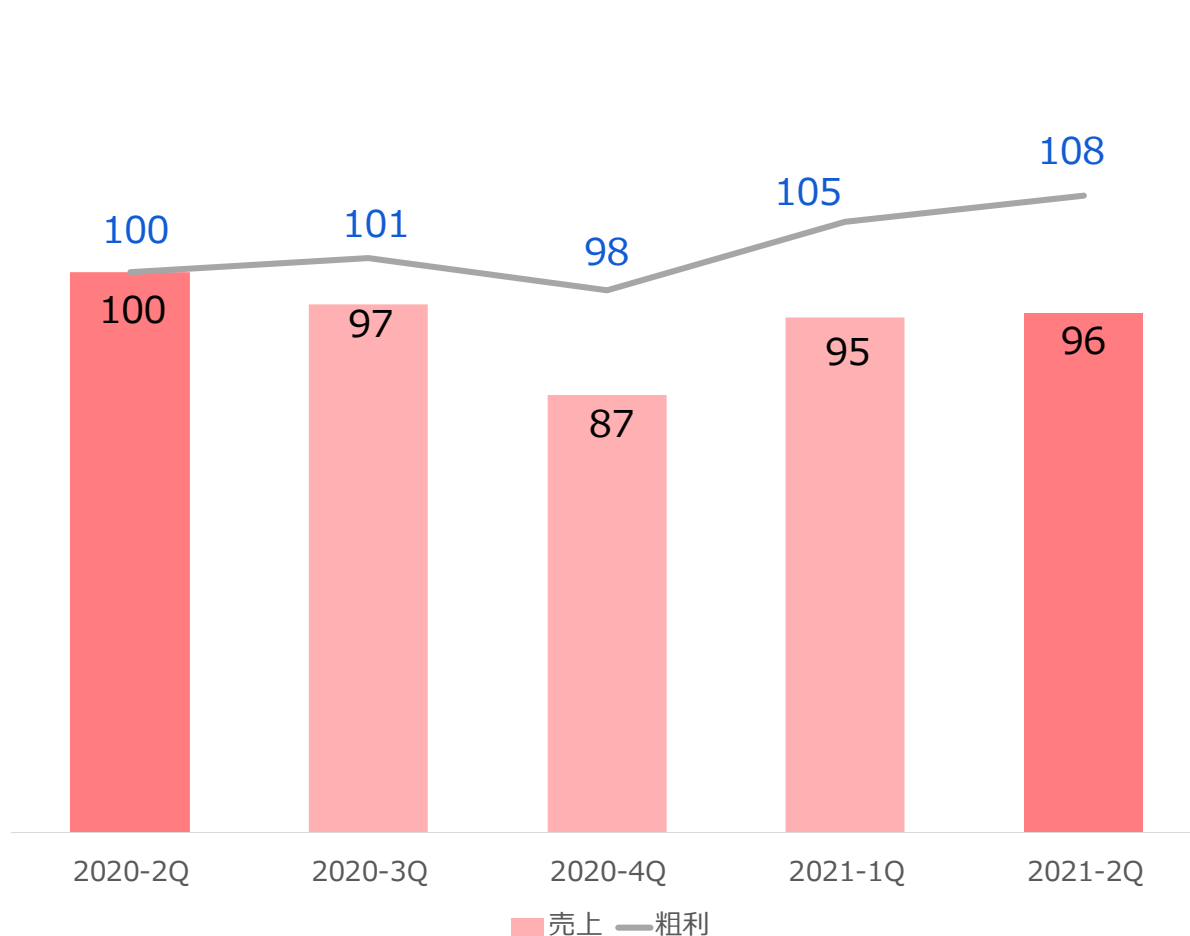
2019年上期と2021年上期の粗利比較

取引規模が大きいエンタメ系業種が  
外出自粛による広告需要を取り込む

旅行系業種は新型コロナの影響を  
大きく受けるも、直近は回復基調



売上高は前年同期をやや下回るも、配信機能向上で粗利は成長



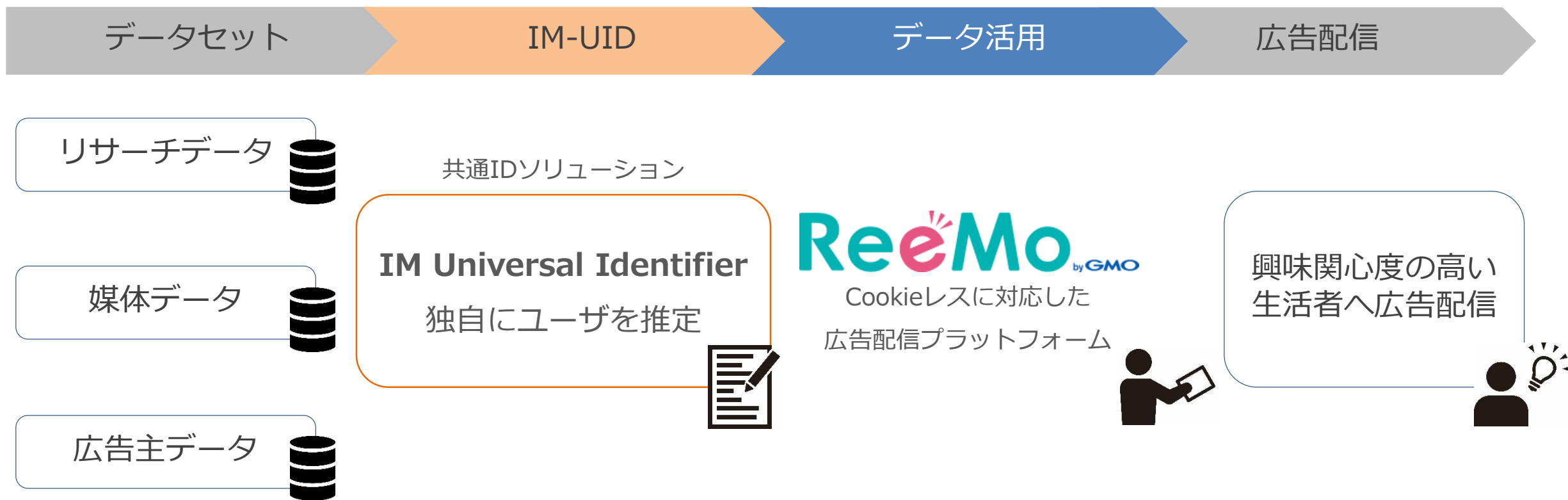
- ・ 粗利前年同期比 108.2%

- ・ Header Bidding導入好調。  
130以上のメディアに導入で配信拡大  
第1四半期より25%増

AkaNe・ReeMo・GMO SSPの売上(合算)推移と粗利(合算)

(2020年第2四半期を100とした場合)

広告主向けサービス「ReeMo」がインティメート・マージャー社提供の共通IDソリューションと連携開始  
Cookieに依存せずに精度の高い広告を配信



Cookie規制の時代で、精度の高い広告配信を実現へ

IM Universal Identifier(IM-UID)・・・3<sup>rd</sup> Party Cookieに依存しない共通IDソリューション

パートナー（従業員）・お取引先様も対象にしたワクチンの職域接種を実施



## 多くの関係者が接種

- ・ GMOインターネットグループパートナー（正社員・契約社員・アルバイト・派遣社員）の約86%
- ・ ご希望のご家族・お取引先様



営業活動強化、  
コミュニケーション促進に向けた準備

## エージェンシー事業

- ・ 大手向け事業

→大手顧客の開拓とコロナ禍でも活況な市場に対する経営資源の投下を継続

- ・ SMB向け事業

→ポストコロナを見据えた準備を着実に実行

## メディア・アドテク事業

- ・ 自社アドテク商材の機能強化

→Cookieレス、掲載基準の厳格化の対応を進め、事業拡大を図る

- ・ メディア事業の媒体力強化、新たな収益源の開発

→広告以外のビジネスモデルの検討、事業ポートフォリオを強固なものに