

2021年12月期 通期決算説明資料

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

5

今後の成長戦略

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

今後の成長戦略

連結業績
(通期)

売上高	: 34,524 百万円	前年同期比 : + 0.0 %
営業利益	: 487 百万円	前年同期比 : +33.4 %
経常利益	: 573 百万円	前年同期比 : + 0.1 % (※ + 51.6 %)
最終利益	: 348 百万円	前年同期比 : +33.4 % (※ + 181.3 %)

※前年は一時的な収益（194百万円）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

依然市場が不安定な中、
外出自粛による需要を取り込み、売上粗利とも前年通期を上回り着地

粗利前年比 : + 4.5%

メディア・アドテク事業

通期粗利は前年超え。上期はアドテク事業が伸長し、下期はメディア事業が好調に進捗

粗利前年比 : + 0.5%

通期業績予想に対する進捗

通期の段階利益は修正予想を上回り着地

1株あたり配当金は期初予想8.8円に対し、+2.1円の10.9円に増配見通し

第4四半期は来期に向けた人財等への投資を実施

(百万円)

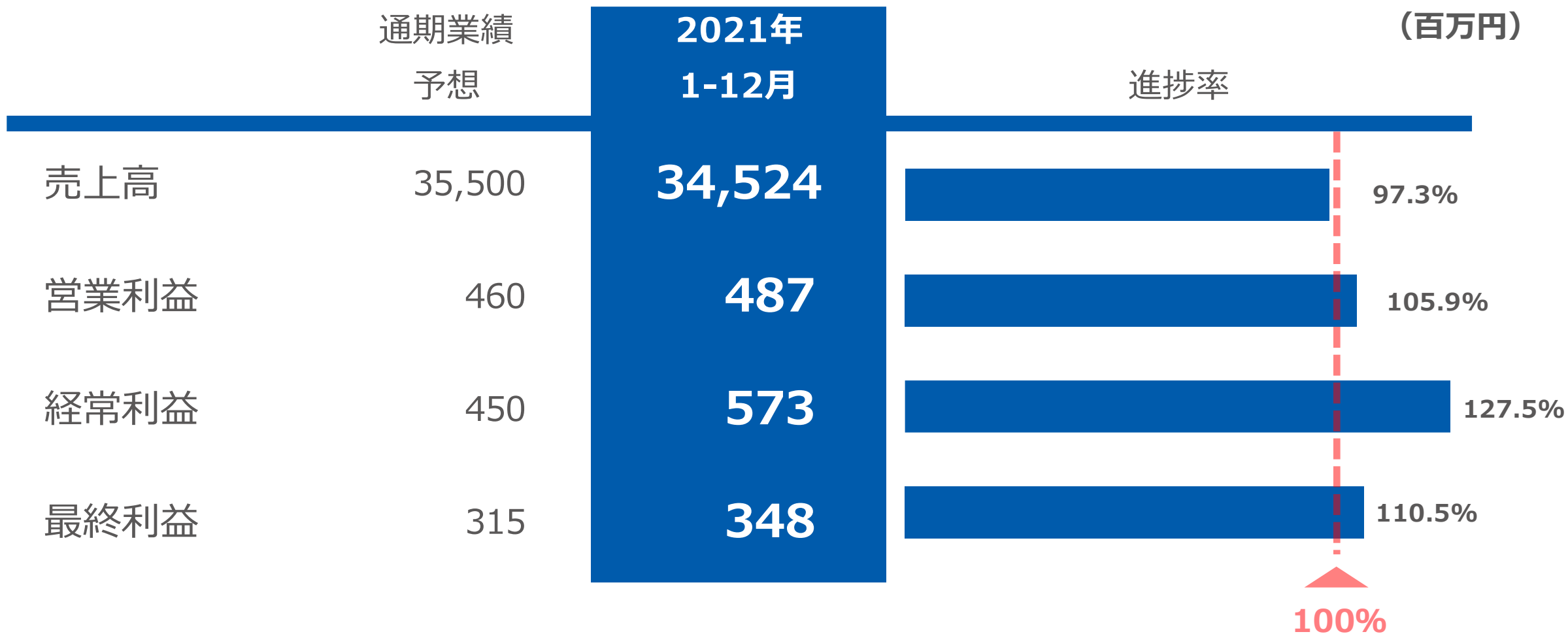
	2020年 10-12月	2021年 10-12月	前年比
売上高	8,895	8,769	98.6%
営業利益	43	104	238.3%
経常利益	38	129	330.0%
最終利益	▲ 136	67	-

営業利益は前年を大きく上回る。市場が不安定な中、外出自粛による需要の取り込みが業績に寄与

	2020年 1-12月	2021年 1-12月	(百万円) 前年比	
売上高	34,519	34,524	100.0%	
営業利益	365	487	133.4%	
経常利益	573 ※ 378	573	100.1%	※ 151.6%
最終利益	260 ※ 123	348	133.4%	※ 281.3%

※一時的収益を除いた場合の利益および対前年比較

営業利益が通期業績予想を上回り着地したことに加え、経常利益ではさらにファンド収益が貢献



※進捗率は2021年8月修正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

5

今後の成長戦略

(百万円)

	2020年 1-12月	2021年 1-12月	前年比
売上高	34,519	34,524	100.0%
売上原価	28,586	28,368	99.2%
売上総利益	5,933	6,155	103.8%
（売上総利益率）	17.2%	17.8%	0.6Pt
販売費及び一般管理費	5,567	5,668	101.8%
（販管費率）	16.1%	16.4%	0.3Pt
営業利益	365	487	133.4%
（営業利益率）	1.1%	1.4%	0.3Pt
経常利益	573	573	100.1%
当期純利益	260	348	133.4%

固定資産は一部資産を流動資産に振り替えたため前期末比で減少

(百万円)

	2020年 12月末	2021年 12月末	前期末比
流動資産	8,771	9,624	109.7%
現金及び現金同等物	5,011	4,714	94.1%
固定資産	3,125	1,994	63.8%
資産合計	11,897	11,619	97.7%
流動負債	5,823	5,923	101.7%
固定負債	692	494	71.4%
負債合計	6,515	6,418	98.5%
純資産	5,381	5,201	96.7%
(純資産比率)	45.2%	44.8%	▲ 0.4Pt

1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

事業トピックス

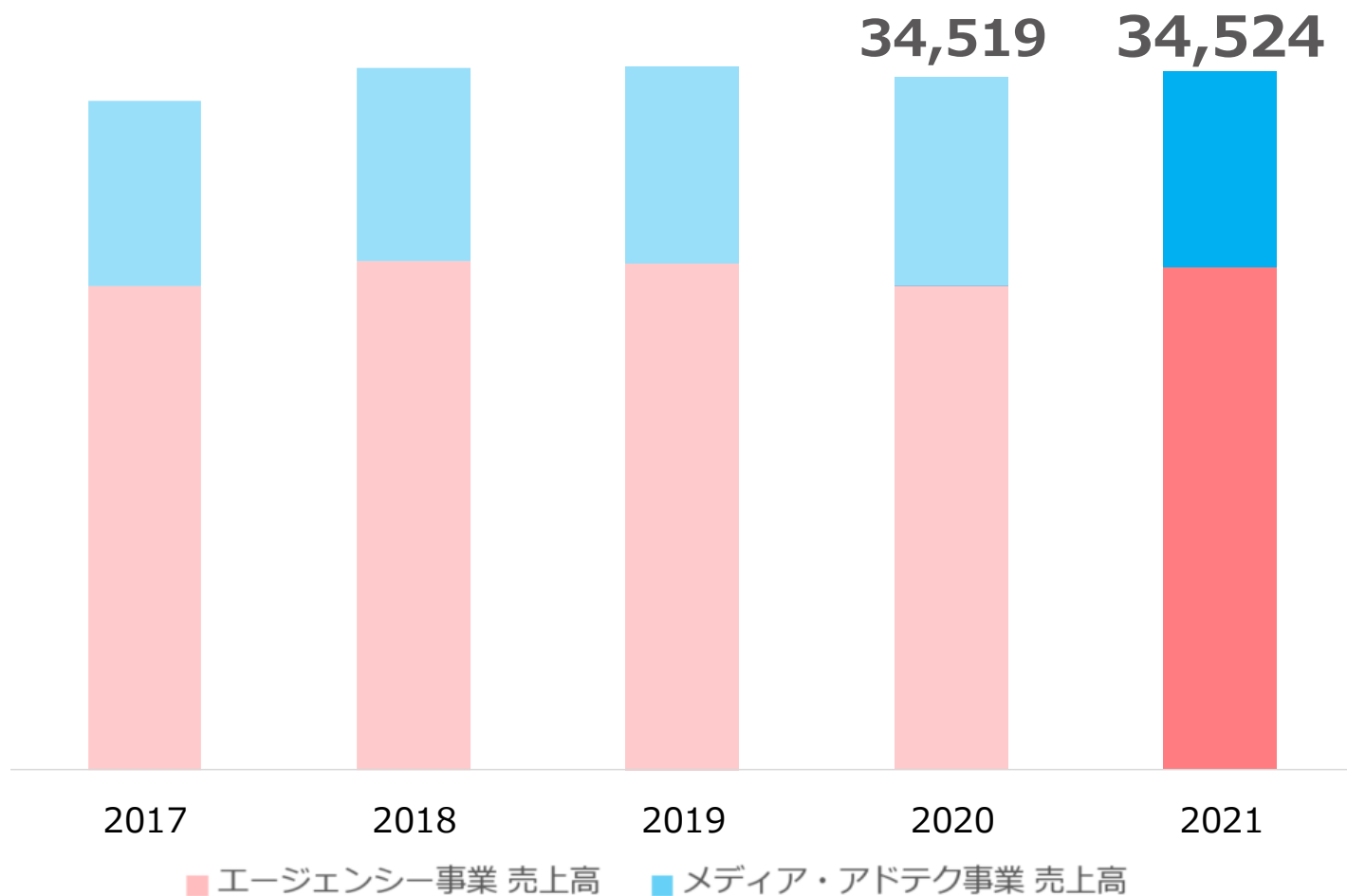
5

今後の成長戦略

通期連結売上高は前年と同水準で着地

売上高推移

(百万円)



売上高前年比
同水準

エージェンシー事業：大手顧客向けは好調、SMB向けはコロナの影響残る

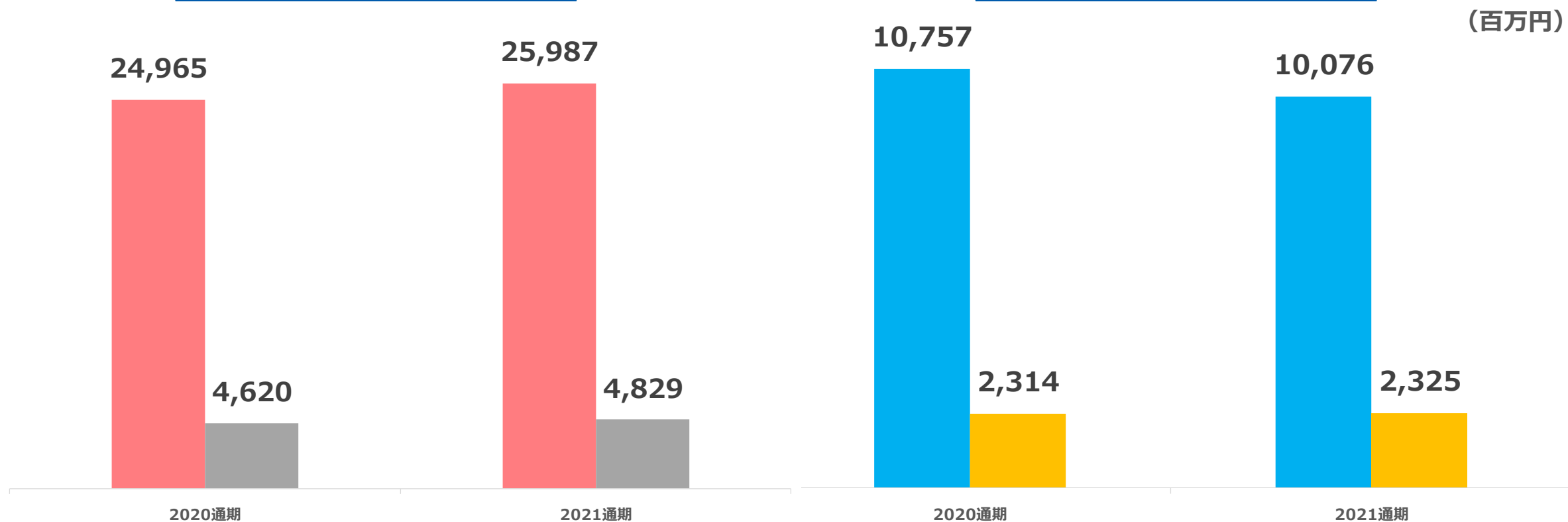
メディア・アドテク事業：上期はアドテク事業、下期はメディア事業が好調で通期粗利は前年超え

エージェンシー事業

売上高前年比	104.1%
粗利前年比	104.5%

メディア・アドテク事業

売上高前年比	93.7%
粗利前年比	100.5%



1

結論と要約

2

決算概要

3

事業概況

4

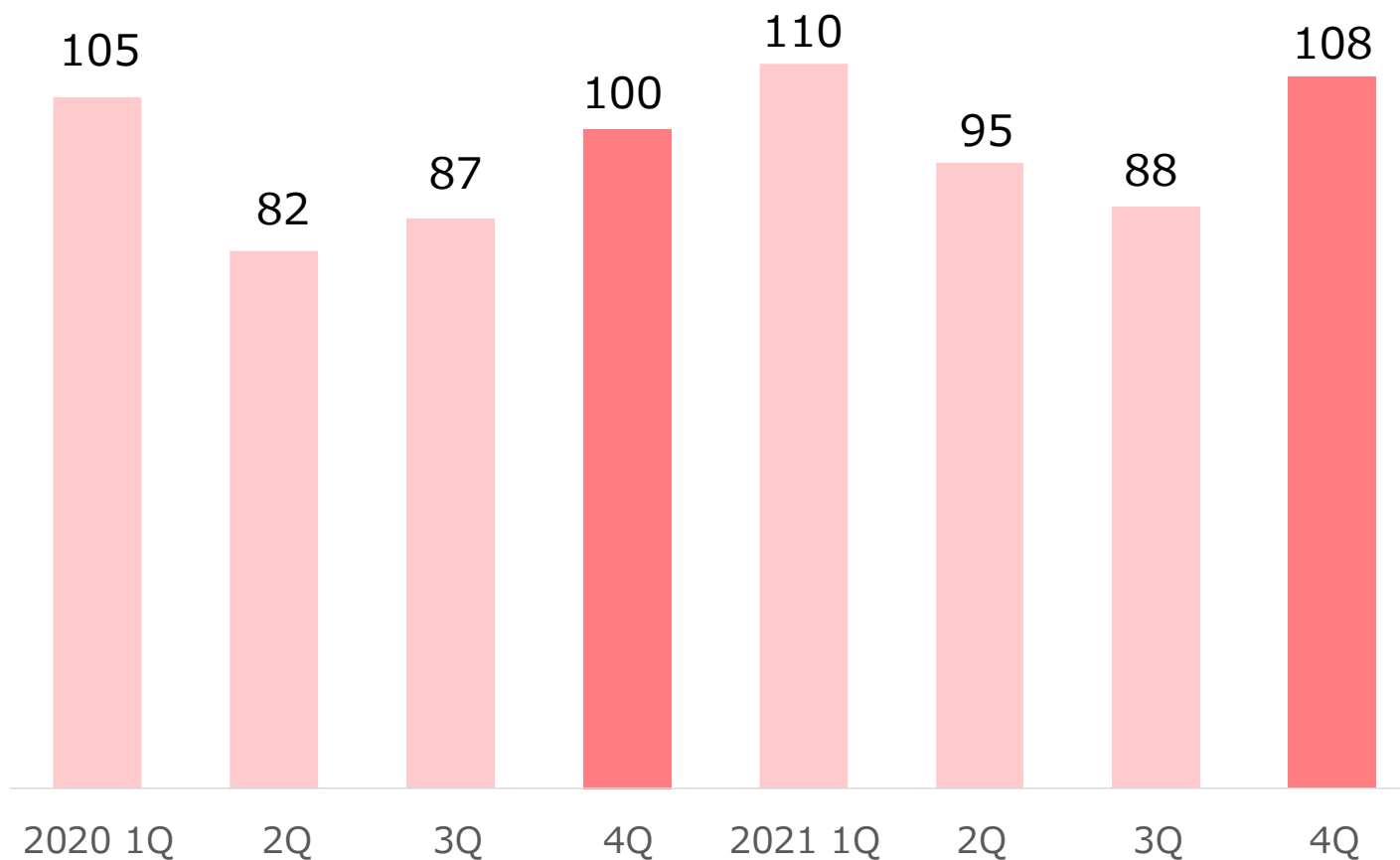
事業トピックス

5

今後の成長戦略

第4四半期は旅行系業種の需要が戻り、前年同期を上回る

一方でエンタメ系業種は前期の大きな需要増加から反動減の傾向



- ・取引が減少していた旅行系業種が緊急事態宣言解除により一時的に回復
- ・外出自粛による需要で好調だったエンタメ系業種は需要が一服

大手顧客向け事業の粗利推移
(2020年Q4の粗利を100とした場合)

自社サイトを保有することでアフィリエイト広告事業の顧客満足度の向上をめざす

ポイントメディア「colleee」を12月事業譲受

TRUE Affiliate by GMO

ワンタグシステム

アフィリエイト広告

一元管理

ブランドセーフティ

広告主の

ブランド毀損防止

コールトラッキング

WEBと電話経由

の計測

colleee

ポイントサイト保有で

収益拡大

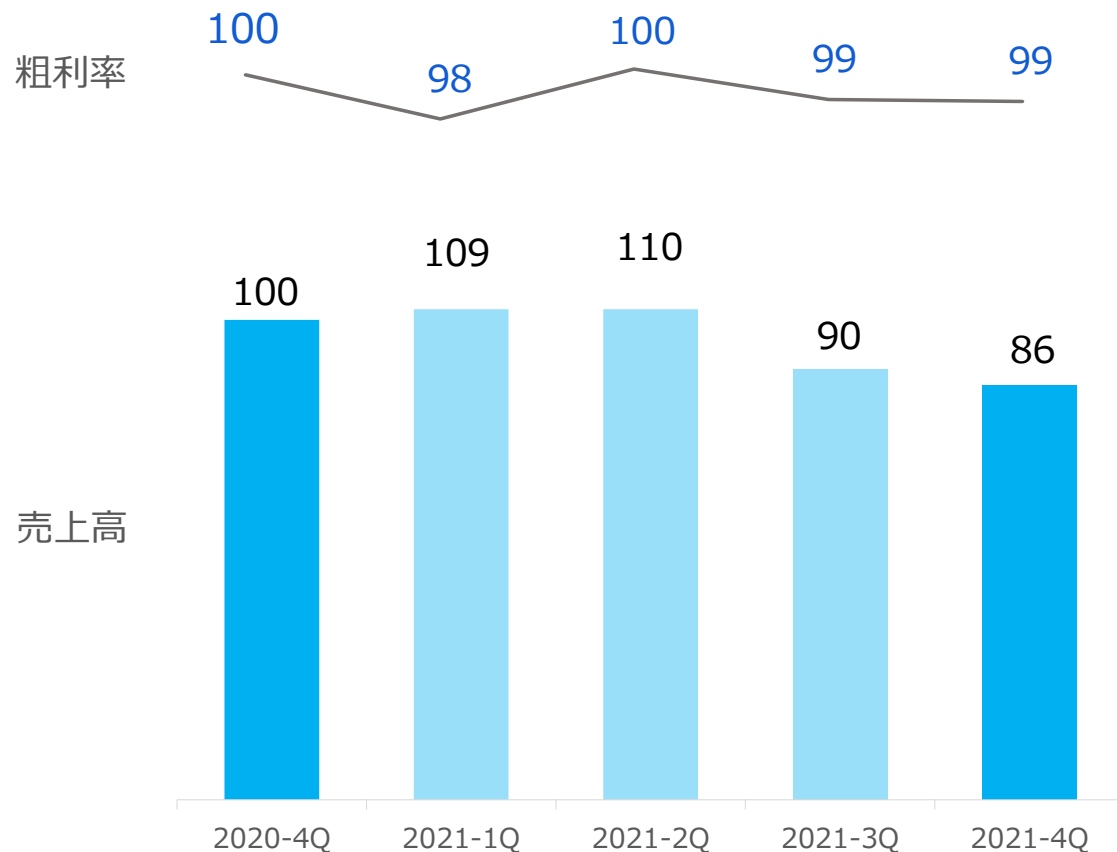
当社のブランドセーフティへの取り組み

アフィリエイト広告の誇大広告への懸念
による広告主のブランド毀損リスク



不適切な媒体への広告掲載防止や
誇大広告の恐れのあるワードを個別に設定
広告主のブランド保護

業界全体の取り組みにより広告掲載基準を見直し売上高は減少。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4四半期を100とした場合)

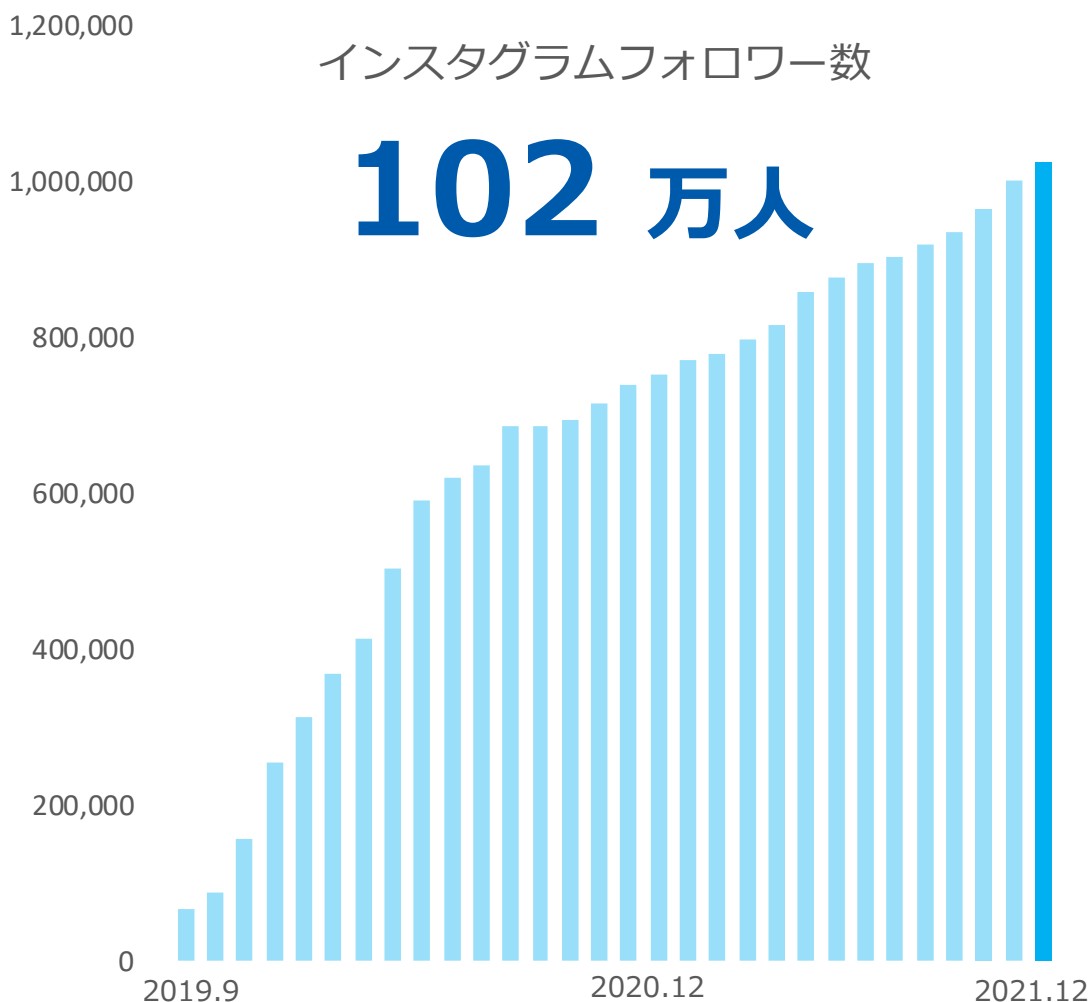


- Header Bidding
導入メディア数は順調に増加
前年比+90% (2021年12月と前年同月比較)
- Cookieレス対応やHeader Biddingを
活かしたメディア開拓で
市場の変化に対応

ライフスタイルメディア「michill byGMO」のInstagram総フォロワー数が100万人超え

Instagramフォロワー数

102 万人



フォロワー数100万人突破
キャンペーン実施
約8,000名からの応募

Instagram総フォロワー100万人突破記念
プレゼントキャンペーン

抽選で合計100名様に
編集部チョイスの豪華賞品をプレゼント

Instagramの「@michill_official」「@michill_beauty」2アカウントをフォローしている人の中から抽選で、合計100名様に編集部チョイスの賞品をプレゼント♡

※michill byGMOのInstagramアカウント「@michill_official」と「@michill_Beauty」のフォロワー数合計（2021年12/31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

今後の成長戦略

エージェンシー事業

- ・ 大手顧客向け
→注力業種を定めてサービスノウハウの蓄積と商材開発
- ・ SMB向け
→注力エリアを定めてサービスノウハウの蓄積と商材開発

メディア・アドテク事業

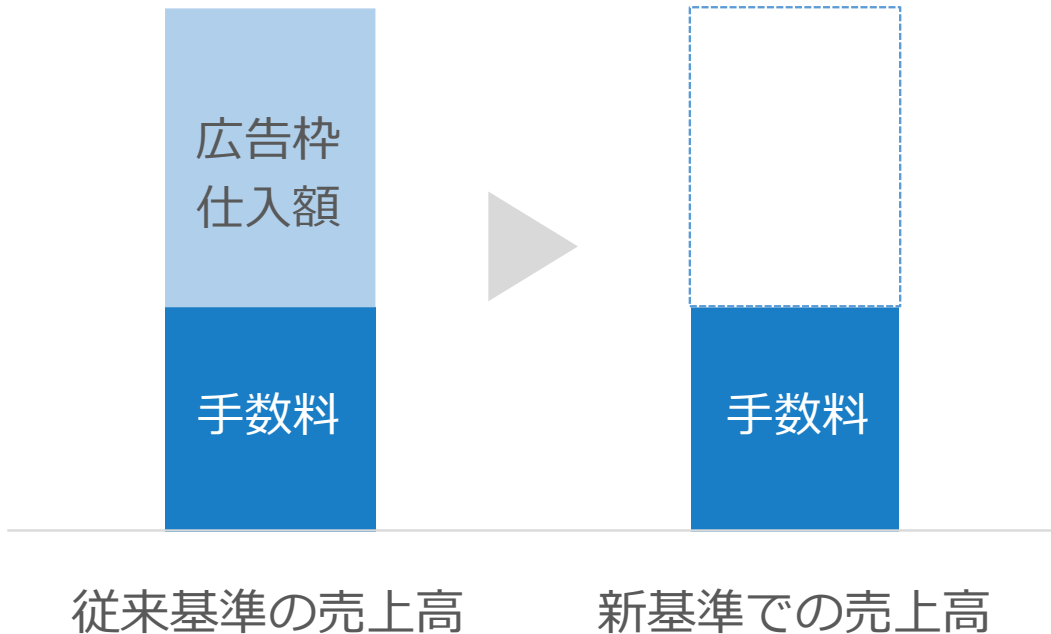
- ・ 自社アドテク商材の開発推進
→Header Biddingによる差別化と自社商材の機能開発強化
- ・ メディア事業の媒体力強化、新たな収益源の開発
→投資期であったライフスタイルメディアmichill byGMOを収益化へ

その他

- ・ 優秀な人財確保のための投資
→パートナー(従業員)還元の強化、新卒採用戦略の見直し
- ・ 業務効率化の推進
→あらゆる業務の見直しを行い、積極的にRPA・AIの活用を実施

2022年12月期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)を適用予定

新旧基準の売上高のイメージ



運用型広告や予約型広告を中心に、仕入額が売上高に含まれなくなるため新基準の売上高は従来基準より減少

決算説明補足資料については両方の基準の数値を記載予定

自社サービスを積極的に展開し、営業利益は従来基準で114.5%の成長予想

	2021年 通期業績	2022年通期業績		前年比	
		従来基準	新基準	従来基準	新基準
売上高	34,524	35,000	15,000	101.4%	43.4%
営業利益	487	558	540	114.5%	110.8%
経常利益	573	593	575	103.3%	100.2%
当期純利益	348	361	350	103.7%	100.5%

2021年12月期の1株あたり配当金は10.9円の見込み

当期も配当性向50%を目標に、6期連続増配をめざす

	2020年 実績	2021年 見通し	2022年 予想
当期純利益	260百万円	348百万円	350百万円
1株当たり 配当金	8.2円	10.9円	11.0円
配当性向	50.4%	50.1%	50.3%
株主優待	あり	あり	あり

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2022年2月9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。