

|| 企業調査レポート ||

GMO アドパートナーズ

4784 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年10月3日(月)

執筆：客員アナリスト

水田雅展

FISCO Ltd. Analyst **Masanobu Mizuta**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2022 年 12 月期第 2 四半期の業績概要	01
2. 2022 年 12 月期通期の連結業績予想	01
3. 事業環境と成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. 事業概要	05
2. 特徴・強みと主要商材	06
3. リスク要因・収益特性	10
■ 業績動向	11
1. 2022 年 12 月期第 2 四半期累計連結業績の概要	11
2. セグメント別動向	13
3. 財務の状況	16
■ 今後の見通し	17
● 2022 年 12 月期通期連結業績見通し	17
■ 成長戦略	18
1. 事業環境	18
2. 差別化要素・優位性	18
3. サービス展開	18
4. 東証新市場区分への取り組み	18
■ 株主還元策	19
■ ESG・SDGs への取り組み	20

■ 要約

GMO インターネットグループの インターネット広告・メディア事業を担う中核企業

GMO アドパートナーズ <4784> は、親会社である GMO インターネットグループ <9449> (旧 GMO インターネットが 2022 年 9 月 1 日付で商号変更) のインターネット広告・メディア事業を担う中核企業である。同セグメントにおいて、エージェンシー事業 (インターネット広告代理事業、Web マーケティング事業など) と、メディア・アドテク事業 (アドテクノロジー商品の開発・運営、メディア・コンテンツの開発・運営など) を展開している。サプライチェーンを横断的に包含した総合インターネット広告代理店として、広告主と生活者を自社商材でつなぐ事業体制を確立し、自社企画サービスの特徴・強みとして業容を拡大している。エージェンシー事業ではアフィリエイト広告「TRUE Affiliate byGMO」が成長を見せている。さらに新規事業への取り組みとして、GMO メタバースラボを設立してメタバース事業に参入した。メディア・アドテク事業ではライフスタイルメディア「michill (ミチル) byGMO」が急成長している。

1. 2022 年 12 月期第 2 四半期の業績概要

2022 年 12 月期第 2 四半期累計の連結業績 (収益認識に関する会計基準適用で一部商材における売上高の計上方法を、商材仕入高を含めたグロス計上から商材仕入高を控除したネット計上に変更したため、旧基準でグロス計上していた売上高に相当する取扱高を表示、売上高の前期比増減率は非記載、利益への影響は軽微) は、取扱高が前年同期比 6.4% 増の 19,168 百万円、売上高が 8,386 百万円、営業利益が同 38.8% 増の 522 百万円、経常利益が同 31.9% 増の 545 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 12.6% 増の 293 百万円だった。収益性が向上して大幅増益で着地した。特にエージェンシー事業の営業利益が大幅伸長した。アフィリエイト広告「TRUE Affiliate byGMO」が、新規案件獲得や運用体制強化による広告効果向上などで大幅に伸長している。

2. 2022 年 12 月期通期の連結業績予想

2022 年 12 月期通期の連結業績予想は、2022 年 8 月 4 日付で各利益を上方修正して、取扱高が 2021 年 12 月期比 1.4% 増の 35,000 百万円、売上高が 15,000 百万円、営業利益が同 23.1% 増の 600 百万円、経常利益が同 17.0% 増の 635 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 17.3% 増の 385 百万円としている。自社企画サービスが牽引して第 2 四半期累計の利益進捗率が高水準だったため、前回予想に対して取扱高及び売上高を据え置き、営業利益を 60 百万円、経常利益を 60 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を 35 百万円とそれぞれ上方修正した。修正後の通期営業利益予想に対する第 2 四半期累計の進捗率は 87.1% だが、第 1 四半期の構成比が高い季節要因の影響によるもので、第 3 四半期以降に人財や開発など自社商材強化のための投資を実施する見込みとしている。ただし、自社企画サービスの好調で利益水準向上が加速していることを勘案すれば、弊社では通期会社予想は再上振れの可能性が高いと評価している。

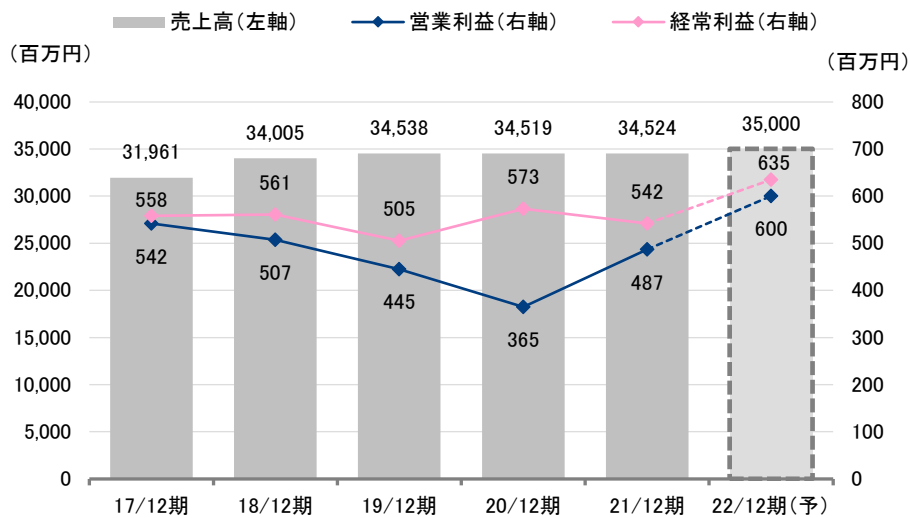
3. 事業環境と成長戦略

電通が2022年2月に発表した「日本の広告費」の調査結果によると、2021年のインターネット広告費は継続して高い成長率を維持し、マスコミ四媒体（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌）広告費の総計を初めて上回った。今後も、インターネット広告市場は動画広告やソーシャル広告なども寄与して高い成長率が予想されている。このように良好な事業環境のもと、同社は成長戦略として、マーケティングのデジタルシフト（動画、デジタルサイネージ、メタバースなど）に対応し、GMOインターネットグループのシナジーも活かして、自社商材・サービスの強化・創出による差別化要素・優位性の獲得を推進する方針としている。インターネット広告市場は拡大基調であり、自社企画サービスを武器に利益水準向上が加速している状況を勘案すれば、中長期的に収益拡大基調が期待され、成長ポテンシャルも大きいと弊社では評価している。

Key Points

- ・ GMOインターネットグループのインターネット広告・メディア事業を担う中核企業
- ・ 2022年12月期通期は利益を上方修正して大幅増益予想、さらに再上振れの可能性も高い
- ・ 自社企画サービスの強みを武器に収益拡大基調が期待され、成長ポテンシャルも大きい

業績推移



22/12期は取扱高（旧基準の売上高）の数値
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

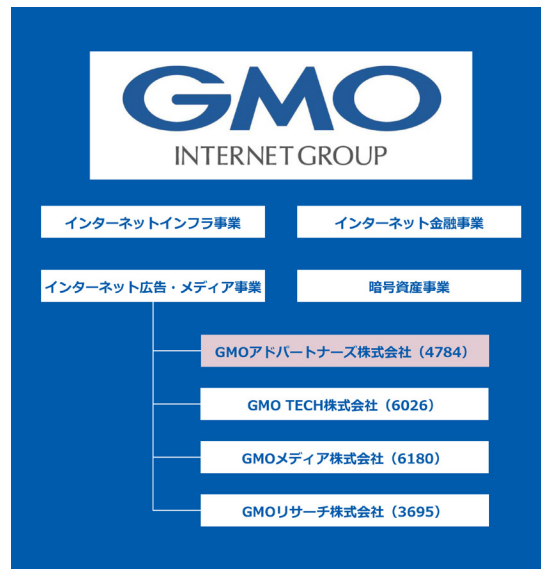
自社企画サービスを武器に、 インターネット広告事業で高成長を目指す

1. 会社概要

同社は、親会社である GMO インターネットグループ株式会社（旧 GMO インターネット株式会社が 2022 年 9 月 1 日付で商号変更）のインターネット広告・メディア事業を担う中核企業である。GMO インターネットグループが掲げる「すべての人にインターネット」という企業理念のもと、グループシナジーも活かしてインターネット広告事業におけるナンバーワンを目指している。

2022 年 12 月期第 2 四半期末時点で、グループは同社（持株会社）、及び連結子会社 5 社（GMO アドマーケティング（株）、GMO NIKKO（株）、GMO インサイト（株）、GMO ソリューションパートナー（株）など）で構成されている。また、GMO ドリームウェブ（株）を持分法適用会社としている。2022 年 12 月期第 2 四半期末時点の総資産は 11,664 百万円、純資産は 5,208 百万円、資本金は 1,301 百万円、自己資本比率は 44.1%、発行済株式数（自己株式 997,467 株含む）は 16,757,200 株である。

GMO インターネットグループにおける同社の位置付け



注：2021 年 12 月末時点
 出所：会社提供資料より掲載

GMO アドパートナーズ | 2022年10月3日(月)
 4784 東証スタンダード市場 | <https://www.gmo-ap.jp/ir/>

会社概要

2. 沿革

1999年9月に、電子メール広告配信サービスを事業目的に、現GMOインターネットグループの子会社(株)まぐクリックとして設立された。そして2000年9月に大阪証券取引所ナスダック・ジャパン市場(その後の取引所合併に伴って東京証券取引所JASDAQ市場)に株式上場し、2008年7月に現在のGMOアドパートナーズに商号変更した。その後、M&Aや事業譲受なども積極活用して業容を拡大している。なお2022年4月の東京証券取引所の市場再編に伴って東京証券取引所スタンダード市場に移行・上場した。

沿革

年月	概要
1999年 9月	電子メール広告配信サービスを事業目的に現GMOインターネットグループ(株)の子会社として(株)まぐクリックを設立
2000年 9月	大阪証券取引所ナスダック・ジャパン市場に株式上場(その後の取引所合併に伴って東京証券取引所JASDAQ市場)
2000年12月	(株)兼松コンピューターシステム(現兼松コミュニケーションズ(株))などと(株)マグフォースを設立
2001年 6月	(株)ティアラオンラインと合併
2001年12月	マグフォースの株式を追加取得して連結子会社化
2002年 1月	(株)メディアレップドットコムと合併
2004年 9月	マグフォースを吸収合併 株式交換による(株)パワーフォーメーションの完全子会社化により、(株)サンプランニングを連結子会社化
2004年12月	パワーフォーメーションを吸収合併
2007年 7月	連結子会社GMOモバイル(株)を設立
2008年 2月	(株)サイバー・コミュニケーションズ(現(株)CARTA COMMUNICATIONS)と資本・業務提携
2008年 7月	商号を現在のGMOアドパートナーズ(株)に変更
2009年 4月	GMOサンプランニング(株)を吸収合併
2010年11月	(株)NIKKOの株式を取得して連結子会社化
2011年 1月	サノウ(株)を吸収合併
2012年 1月	サーチテリア(株)の株式を取得して連結子会社化
2013年 3月	JWord(株)の株式を取得して連結子会社化
2013年 7月	(株)イノベーターズの株式を取得して連結子会社化 シードテクノロジー(株)を吸収合併
2013年10月	(株)チャイナ・コンシェルジュの株式を取得して連結子会社化
2014年 1月	株式交換によりGMOソリューションパートナー(株)を完全子会社化
2014年11月	連結子会社GMO NIKKO(株)(旧NIKKO)がGMOチャイナコンシェルジュ(株)(旧チャイナ・コンシェルジュ)を吸収合併 連結子会社GMOモバイルがGMOサーチテリア(株)(旧サーチテリア)を吸収合併 連結子会社GMOアドマーケティング(株)を設立
2015年 7月	(株)アドクラウドの株式を取得して連結子会社化
2016年 1月	連結子会社GMOモバイルがGMOアドマーケティング及びアドクラウドを吸収合併して商号をGMOアドマーケティング(株)に変更
2017年 1月	連結子会社GMO NIKKOがGMOイノベーターズ(株)(旧イノベーターズ)を吸収合併
2017年 6月	連結子会社GMOインサイト(株)(旧JWord)が新設分割でJWord(株)を設立 JWord(2017年6月設立)の株式を取得して連結子会社化
2017年 7月	連結子会社GMOソリューションパートナーがGMOインサイト(旧JWord)を吸収合併
2017年 8月	(株)シフトワンの株式を取得して連結子会社化
2018年 1月	連結子会社GMOアドマーケティング及び連結子会社GMO NIKKOの株式を追加取得して完全子会社化
2018年10月	連結子会社GMO NIKKOがシフトワンを吸収合併
2020年 6月	連結子会社GMOソリューションパートナーを完全子会社化
2021年12月	連結子会社GMO NIKKOが(株)ファンコミュニケーションズからポイントメディア事業「collee」の運営を承継
2022年 1月	連結子会社GMO NIKKOがGMO NIKKOアドキャンプ(株)を吸収合併
2022年 4月	東京証券取引所の市場再編に伴って東京証券取引所スタンダード市場に移行・上場
2022年 7月	連結子会社GMO NIKKOがGMOメタバースラボを設立

出所：有価証券報告書、会社ホームページよりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

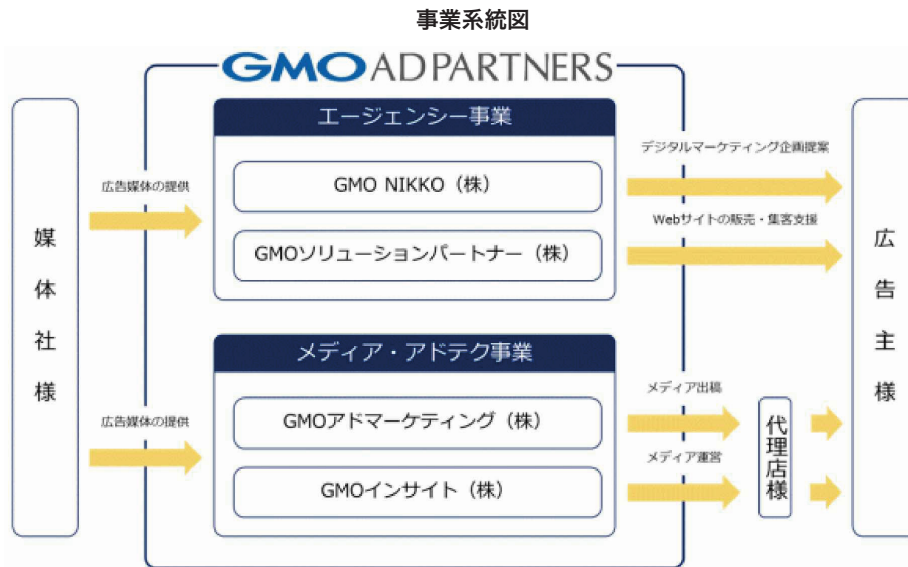
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 事業概要

インターネット広告・メディア分野で、 エージェンシー事業とメディア・アドテク事業を展開

1. 事業概要

同社はインターネット広告・メディア分野において、エージェンシー事業（インターネット広告代理事業、Webマーケティング事業など）と、メディア・アドテク事業（アドテクノロジー商品の開発・運営、メディア・コンテンツの開発・運営など）を展開している。



出所：有価証券報告書より掲載

過去5期間(2017年12月期～2021年12月期)のセグメント別売上高と営業利益の推移は以下のとおりである。なお2022年12月期第1四半期から収益認識に関する会計基準を適用しているため、2022年12月期第2四半期累計の売上高は従来方法に比べて大幅に減少しているが、営業利益への影響は軽微である。

報告セグメント別売上高

(単位：百万円)

	17/12期	18/12期	19/12期	20/12期	21/12期	22/12期 2Q累計
エージェンシー事業	24,972	26,250	26,151	24,965	25,987	5,182
メディア・アドテク事業	9,513	9,941	10,134	10,757	10,076	3,234
合計	34,486	36,192	36,285	35,723	36,064	8,417
調整額	-2,524	-2,187	-1,747	-1,203	-1,539	-30
連結売上高	31,961	34,005	34,538	34,519	34,524	8,386

注：22/12期から収益認識に関する会計基準適用の影響で売上高が大幅減少

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業概要

報告セグメント別営業利益

(単位：百万円)

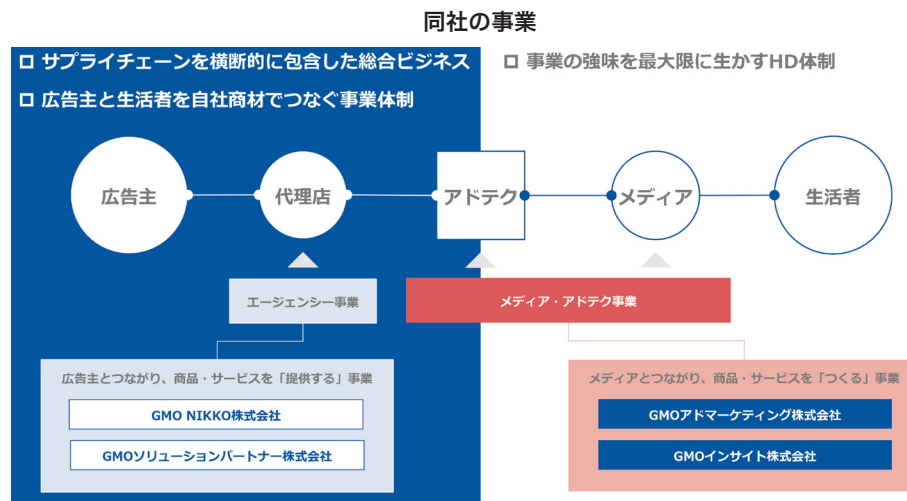
	17/12 期	18/12 期	19/12 期	20/12 期	21/12 期	22/12 期 2Q 累計
エージェンシー事業	886	748	854	724	776	594
メディア・アドテク事業	365	497	377	406	494	328
合計	1,251	1,246	1,232	1,130	1,270	922
調整額	-708	-738	-786	-765	-783	-400
連結営業利益	542	507	445	365	487	522

出所：決算短信よりフィスコ作成

自社企画サービスが強み

2. 特徴・強みと主要商材

同社のインターネット広告業界におけるポジションは、サプライチェーンを横断的に包含した総合インターネット広告代理店として、売上高では大手 3 社（電通グループ、博報堂 DY グループ、サイバーエージェント）に次ぐ規模となっている。そして、広告主と生活者を自社商材でつなぐ事業体制を確立し、自社企画サービスの特徴・強みとして業容を拡大している。



出所：会社提供資料より掲載

(1) エージェンシー事業

エージェンシー事業では、フルファネル対応のマーケティング支援を提供している。フルファネルとは、消費者の商品購買過程を行動プロセスに分けてモデル化した「ファネル」の全体に対して、認知から CRM (Customer Relationship Management = 顧客関係管理) まで一気通貫で、共通のマーケティング施策やキャンペーンで消費者にアプローチしていく考え方である。認知から興味喚起・動機形成、購買、ファン化にいたる全フェーズに対応し、広告 ROI (Return On Investment = 投資収益率) 最大化への施策を顧客ニーズに合わせて提供している。

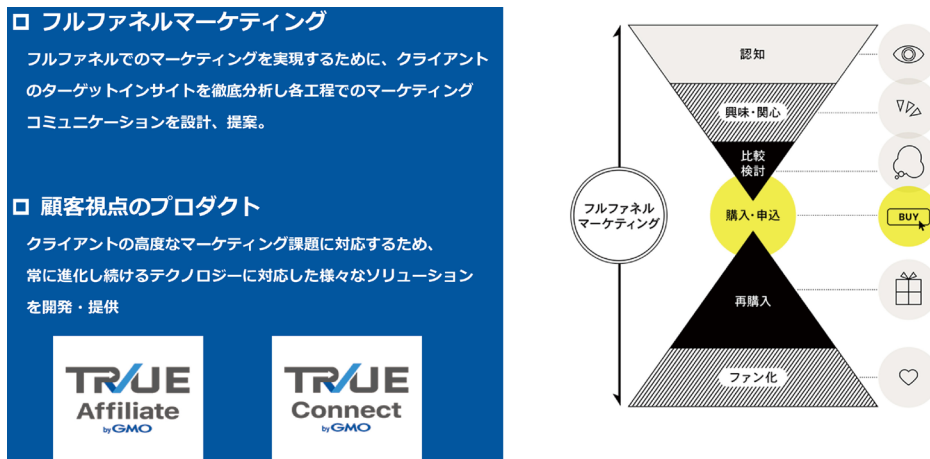
事業概要

エージェンシー事業の概要及びイメージ図



出所：会社提供資料より掲載

エージェンシー事業（注カサービス）の概要及びイメージ図



出所：会社提供資料より掲載

商材としては、アフィリエイト広告「TRUE Affiliate byGMO」が近年大きく成長している。同サービスはワンタグシステム※1・アドベリフィケーション※2・運用自動化により、アフィリエイト広告で顧客のビジネス成長を加速させる統合管理型プラットフォームである。広告主のブランド毀損リスクに対応し、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の個別設定など、独自開発のブランドセーフティ機能の特徴・強みとして、顧客から高い評価を得ている。さらに、LINE(株)の法人向けサービス「LINE 公式アカウント」のメッセージング管理機能で、顧客セグメントに応じたLINEでのターゲティング配信を実現する「TRUE Connect byGMO」なども提供している。

※1 顧客が複数プラットフォームの広告の設定（広告タグの設定）をせず、1つの設定で様々なサービスを利用するための仕組み

※2 配信された広告が、イメージ低下を招くようなサイトや、見えにくい・表示されないなどの不適切な掲載方法を取っているサイトなど、広告主の意に沿わないサイトに掲載されていないか検証するための仕組み

事業概要

新規事業への取り組みとしては、「GMO メタバースラボ」を設立（GMO NIKKO が 2022 年 7 月に設立）してメタバース事業に参入した。デジタルマーケティング技術のインターネット広告事業や、ブロックチェーン技術を活用した NFT（Non-Fungible Token = 非代替性トークン）事業の知見・ノウハウを組み合わせ、メタバース空間を活用したビジネスの立ち上げサポートなど、多様なサービスを展開する方針だ。

同社「GMO メタバースラボ」の機能
 GMOメタバース ラボ設立



インターネット広告事業やNFT事業の知見を活かし
 メタバース事業に参入

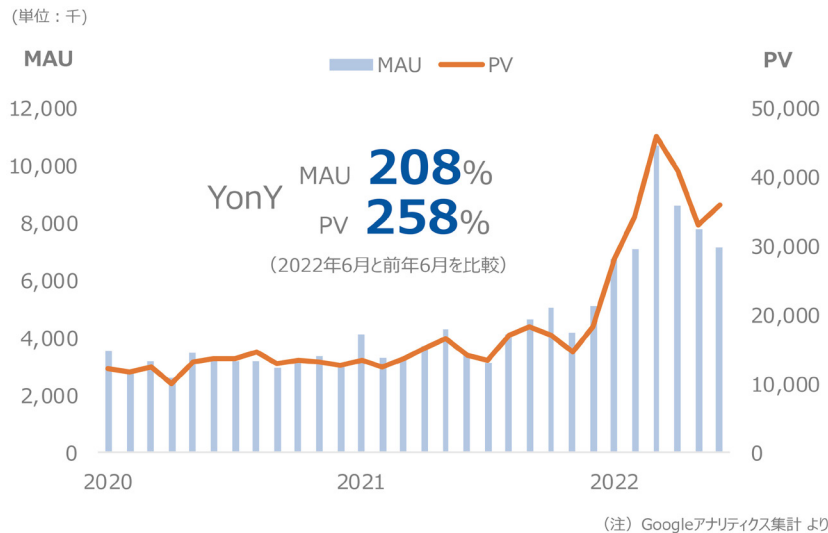
出所：決算説明資料より掲載

(2) メディア・アドテク事業

メディア・アドテク事業では、メディア分野においては、アドテクノロジー分野の技術開発を支える自社メディアを展開している。生活者の興味や関心を把握し、インターネット利用に溶け込んだ広告配信を探求する。主力のライフスタイルメディア「michill（ミチル）byGMO」は、はたらく女性の「もっと日常を便利にしたい」を見つけるために、信頼できる情報・ノウハウ・コツを提案する生活情報サイトである。2022 年 3 月には月間利用者数（MAU）が 1,000 万人を突破した。インスタグラム総フォロワー数は 2022 年 6 月末時点で 105 万人となり、ファッション&ビューティーカテゴリで国内トップクラスのフォロワーを持つメディアに急成長している。

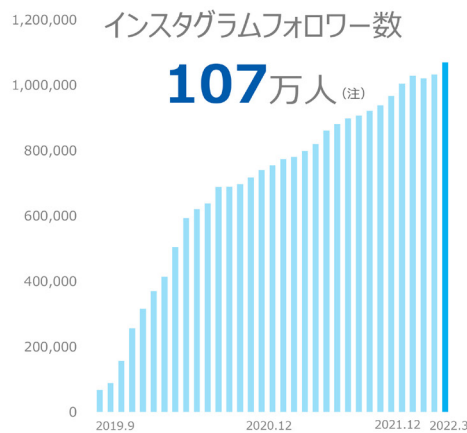
事業概要

月間利用者 (MAU) ・ ページビュー (PV) 数推移



出所: 決算説明資料より掲載

急成長している同社の「michill (ミチル) byGMO」



ファッション &
ビューティーカテゴリーで
メディア公式アカウント
国内トップクラス



注: michill byGMO のInstagramアカウント「@michill_official」と「@michill_Beauty」のフォロワー数合計 (2022年3月時点)

出所: 決算説明資料より掲載

アドテクノロジー (広告配信を高度にシステム化した配信技術) 分野において、広告主への広告配信の最適化、メディア (広告媒体) に対して広告掲載の最適化をサービスとして提供している。主要商材としては、スマートフォン向けインフィード特化型アドネットワーク「AkaNe byGMO」、DSP※1のコンテンツ集客特化型広告配信プラットフォーム「ReeMo byGMO」、SSP※2のメディア収益最大化プラットフォーム「GMO SSP」などがある。

※1 Demand-Side Platform の略で広告主側のプラットフォーム

※2 Supply-Side Platform の略で媒体メディア側のプラットフォーム

事業概要

メディア・アドテク事業の概要及びイメージ図



メディア・アドテク事業（注カサービス）

インフィード特化型アドネットワーク
「ネイティブアド特化型スマートフォン向けアドネットワーク」
メディアのインフィード（記事広告）面に対し、高度な配信技術による最適な広告配信を行うことが可能

国内最大級のインフィード特化型アドネットワーク「AkaNe」

- 国内最大級の広告在庫
- 配信先媒体管理
- 配信効果可視化

コンテンツ特化型DSP
メディアを閲覧するユーザーの属性や興味関心・行動を解析し、機械学習により適切なコンテンツを配信

出所：会社提供資料より掲載

第 1 四半期（1 月～3 月）の構成比が高い季節要因がある

3. リスク要因・収益特性

インターネット広告業界の一般的なリスク要因として、景気変動などによる広告出稿量の変動、市場競争、技術革新への対応遅れ、システム管理・情報セキュリティ対応、法的規制などがある。これらのリスク要因の対策として同社は、取扱量拡大に向けた顧客ニーズへの適切な対応や顧客開拓、市場革新に対応した自社商品・サービスの開発・機能・運用力の強化、内部統制・法令遵守体制の継続的強化などに取り組むとともに、事業拡大に向けて新規事業領域への展開も推進している。

事業概要

また同社独自のリスク要因として、親会社である GMO インターネットグループ（2021 年 12 月期末時点で同社議決権の 9.88% を直接保有、48.43% を間接保有）との関係があるが、同社は GMO インターネットグループのインターネット広告・メディア分野を担う中核企業と位置付けられている。そして事業活動及び経営判断において、すべての業務を独自に意思決定しており、経営の独立性が担保されている。

収益特性は、広告業界においては年度末（3 月）に広告出稿量が増加する傾向がある。このため同社の売上高も第 1 四半期（1 月～3 月）の構成比が高い季節要因がある。

業績動向

2022 年 12 月期第 2 四半期累計は大幅増益で着地

1. 2022 年 12 月期第 2 四半期累計連結業績の概要

2022 年 12 月期第 2 四半期累計の連結業績（収益認識に関する会計基準適用で売上高の計上方法を、商材仕入高を含めたグロス計上から商材仕入高を控除したネット計上に変更したため、旧基準でグロス計上していた売上高に相当する取扱高を表示、売上高の前期比増減率は非記載、利益への影響は軽微）は、取扱高が前年同期比 6.4% 増の 19,168 百万円、売上高が 8,386 百万円、営業利益が同 38.8% 増の 522 百万円、経常利益が同 31.9% 増の 545 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 12.6% 増の 293 百万円だった。収益性が向上して大幅増益で着地した。なお収益認識に関する会計基準適用の影響額として、従来方法に比べて売上高が 10,781,509 千円減少、売上原価が 10,781,183 千円減少、営業利益、経常利益、税金等調整前四半期純利益がそれぞれ 325 千円減少している。

2022 年 12 月期第 2 四半期累計連結業績の概要

(単位：百万円)

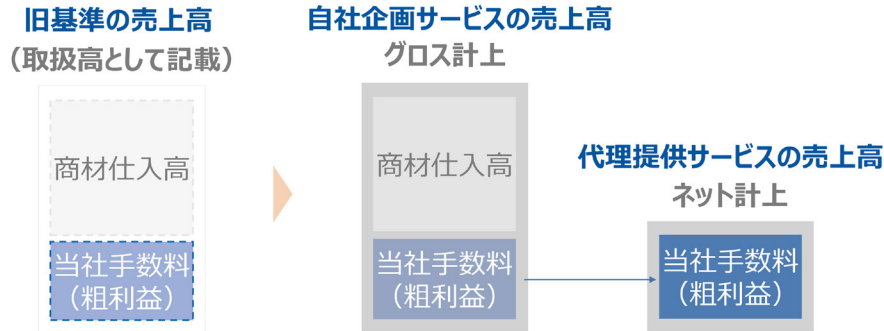
	21/12 期			22/12 期			増減率		
	1Q	2Q	2Q 累計	1Q	2Q	2Q 累計	1Q	2Q	2Q 累計
取扱高	9,686	8,320	18,007	9,432	9,735	19,168	-2.6%	17.0%	6.4%
売上高	9,686	8,320	18,007	3,986	4,399	8,386	-	-	-
売上総利益	1,653	1,518	3,171	1,756	1,828	3,584	6.2%	20.4%	13.0%
売上総利益率	17.1%	18.2%	17.6%	44.0%	41.6%	42.7%	-	-	-
販管費	1,410	1,384	2,795	1,452	1,609	3,062	3.0%	16.2%	9.5%
販管費比率	14.6%	16.6%	15.5%	36.4%	36.6%	36.5%	-	-	-
営業利益	243	133	376	303	219	522	24.9%	64.1%	38.8%
営業利益率	2.5%	1.6%	2.1%	7.6%	5.0%	6.2%	-	-	-
経常利益	259	154	413	332	213	545	28.4%	37.9%	31.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	166	94	260	196	96	293	18.4%	2.4%	12.6%

注：22/12 期から収益認識に関する会計基準適用の影響で売上高が大幅減少、従来の売上高に相当する取扱高を表示
 出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

新収益基準適用と商材・サービス区分

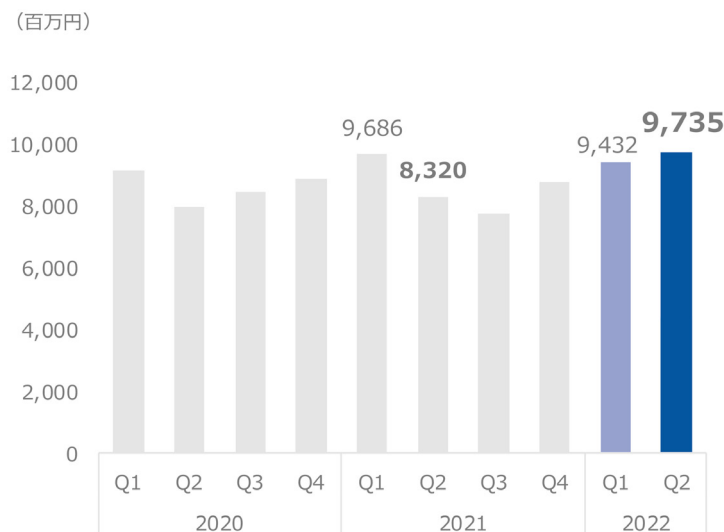
2022年12期より「収益認識に関する会計基準」を適用



(注)
 ・当社は2022年12月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用
 ・それに伴い、グロス(旧基準の売上高)を「取扱高」として記載
 ・よって、「取扱高」は会計監査人による監査を受けた正式な数値ではない参考値です。
 出所：決算説明資料より掲載

四半期別に見ると、取扱高は第1四半期が前年同期比2.6%減の9,432百万円だったが、第2四半期が同17.0%増の9,735百万円と好調に推移し、第2四半期累計でも同6.4%増の19,168百万円となった。新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)による行動制限が緩和され、広告需要の拡大を見込んで営業活動を積極展開した。そして収益性の高い自社企画サービスの伸長が牽引して、売上総利益は第1四半期が同6.2%増の1,756百万円、第2四半期が同20.4%増の1,828百万円、第2四半期累計が同13.0%増の3,584百万円となった。販管費は第2四半期累計で同9.5%増加したが、売上総利益の増加で吸収し、営業利益は第1四半期が同24.9%増の303百万円、第2四半期が同64.1%増の219百万円、第2四半期累計が同38.8%増の522百万円と、大幅増益での着地となった。

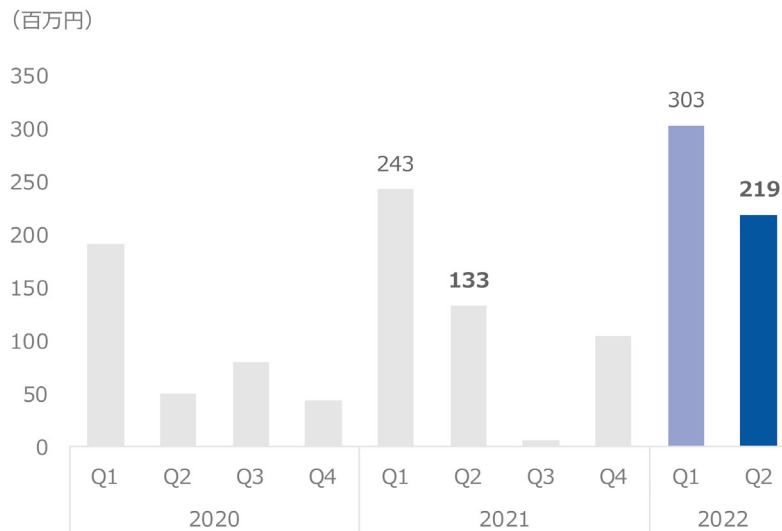
四半期ごとの取扱高の推移



出所：決算説明資料より掲載

業績動向

四半期ごとの営業利益の推移



出所：決算説明資料より掲載

自社企画サービスが牽引

2. セグメント別動向

セグメント別の動向は以下のとおりである。第2四半期累計で見ると、エージェンシー事業は売上高が5,182百万円で営業利益が前年同期比36.0%増の594百万円、メディア・アドテク事業は売上高が3,234百万円で営業利益が同2.1%増の328百万円で、エージェンシー事業の営業利益が大幅伸長した。アフィリエイト広告「TRUE Affiliate byGMO」が、新規案件獲得や運用体制強化による広告効果向上などで大幅に伸長している。メディア・アドテク事業では、アドテク商材がやや軟調だったため営業利益が伸び悩む形となったが、ライフスタイルメディア「michill (ミチル) byGMO」の粗利は大幅に増加している。なお売上総利益ベースでの第2四半期の自社企画サービス比率は68%となった。

2022年12月期第2四半期累計セグメント別売上高

(単位：百万円)

	21/12期			22/12期		
	1Q	2Q	2Q累計	1Q	2Q	2Q累計
エージェンシー事業	7,359	6,092	13,452	2,366	2,816	5,182
メディア・アドテク事業	2,875	2,590	5,465	1,632	1,601	3,234
調整額	-548	-362	-910	-12	-18	-30

注：22/12期から収益認識に関する会計基準適用の影響で売上高が大幅減少

出所：決算短信よりフィスコ作成

GMO アドパートナーズ | 2022年10月3日(月)
 4784 東証スタンダード市場 | <https://www.gmo-ap.jp/ir/>

業績動向

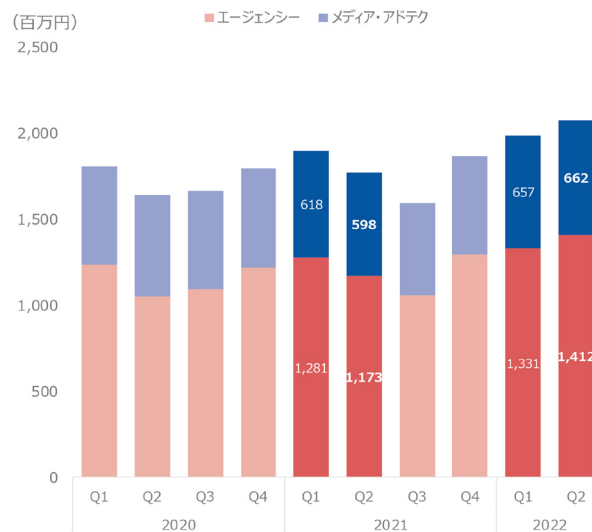
2022年12月期第2四半期累計セグメント別営業利益

(単位：百万円)

	21/12期			22/12期			増減率		
	1Q	2Q	2Q累計	1Q	2Q	2Q累計	1Q	2Q	2Q累計
エージェンシー事業	265	171	436	323	270	594	21.7%	58.1%	36.0%
メディア・アドテク事業	171	150	321	187	141	328	9.4%	-6.1%	2.1%
調整額	-193	-188	-381	-207	-193	-400	-	-	-

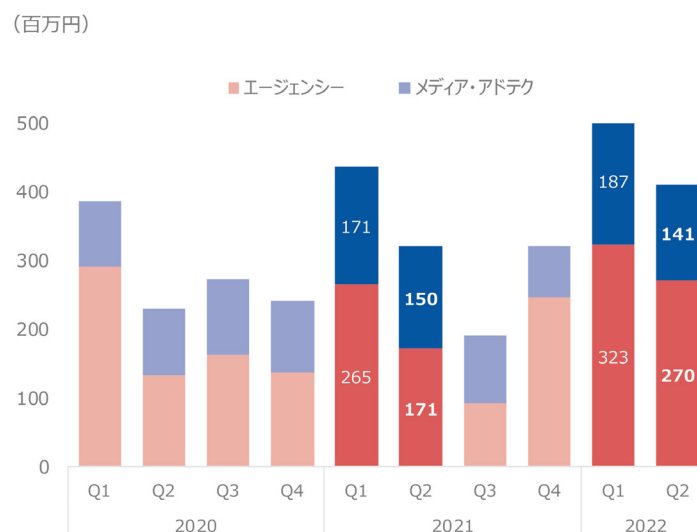
出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別粗利の推移（四半期）



出所：決算説明資料より掲載

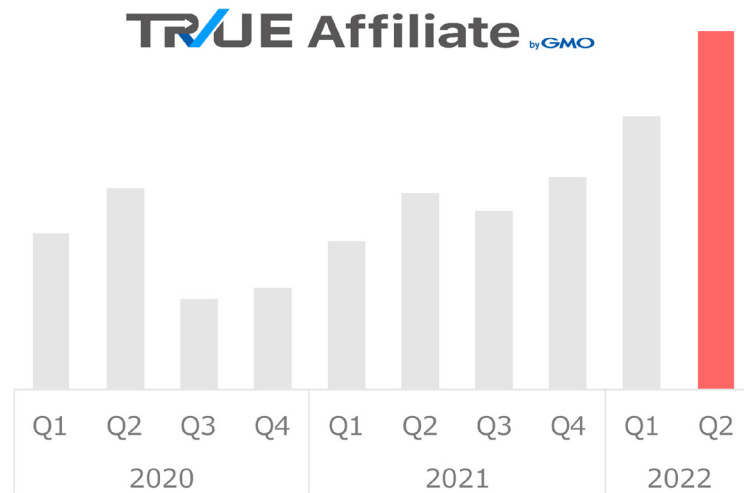
セグメント別営業利益の推移（四半期）



出所：決算説明資料より掲載

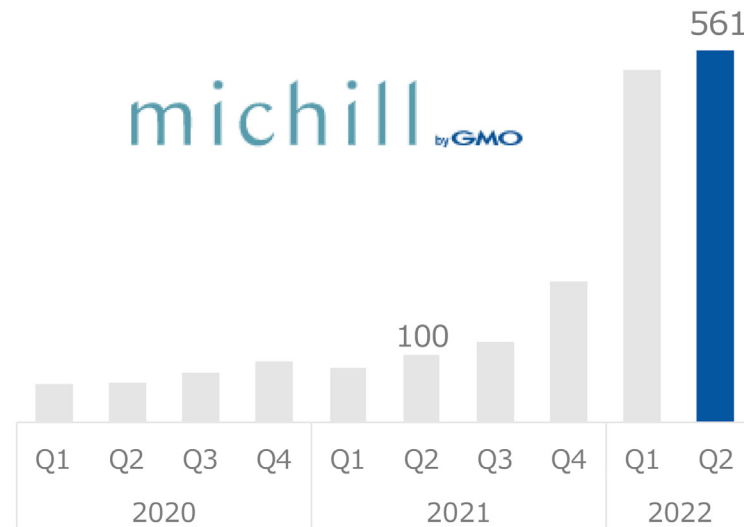
業績動向

アフィリエイト広告の粗利の推移 (2021 年 Q2 を 100 とした場合の指数表示)



出所：決算説明資料より掲載

ライフスタイルメディア michill byGMO の粗利の推移 (2021 年 Q2 を 100 とした場合の指数表示)



出所：決算説明資料より掲載

健全な財務体質を維持

3. 財務の状況

財務面で見ると、2022年12月期第2四半期末の資産合計は2021年12月期末比33百万円増加して11,664百万円となった。主に現金及び預金が210百万円増加し、無形固定資産その他が72百万円減少、投資有価証券が35百万円減少した。負債合計は30百万円増加して6,456百万円となった。主に買掛金が118百万円増加、未払法人税等が44百万円増加し、流動負債その他が49百万円減少した。純資産は2百万円増加して5,208百万円となった。主に利益剰余金が64百万円増加し、その他有価証券評価差額金が55百万円減少した。この結果、自己資本比率は2021年12月期末と同水準の44.1%となった。特に大きな変動項目はなく、健全な財務体質を維持していると弊社では評価している。

キャッシュ・フロー計算書（簡易版）

（単位：百万円）

項目	18/12期	19/12期	20/12期	21/12期	22/12期 2Q
資産合計	11,094	11,280	11,897	11,631	11,664
（流動資産）	8,532	8,860	8,771	9,633	9,749
（固定資産）	2,561	2,420	3,125	1,997	1,915
負債合計	5,990	6,092	6,515	6,425	6,456
（流動負債）	5,575	5,414	5,823	5,922	5,975
（固定負債）	415	677	692	502	480
純資産合計	5,103	5,188	5,381	5,205	5,208
（株主資本）	4,690	4,744	4,883	4,940	5,005
自己資本比率	43.8%	43.8%	44.7%	44.1%	44.1%
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,330	481	1,233	195	508
投資活動によるキャッシュ・フロー	-364	-664	53	-206	743
財務活動によるキャッシュ・フロー	-223	-207	-326	-285	-181
現金及び現金同等物の期末残高	4,441	4,050	5,011	4,714	5,785

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2022 年 12 月期通期の連結業績は利益を上方修正して大幅増益予想、さらに再上振れの可能性も高い

● 2022 年 12 月期通期連結業績見通し

2022 年 12 月期通期の連結業績予想は、2022 年 8 月 4 日付で各利益を上方修正して、取扱高が 2021 年 12 月期比 1.4% 増の 35,000 百万円、売上高が 15,000 百万円、営業利益が同 23.1% 増の 600 百万円、経常利益が同 17.0% 増の 635 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 17.3% 増の 385 百万円としている。自社企画サービスが牽引して第 2 四半期累計の利益進捗率が高水準だったため、前回予想に対して取扱高及び売上高を据え置き、営業利益を 60 百万円、経常利益を 60 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を 35 百万円それぞれ上方修正した。

2022 年 12 月期通期連結業績見通し

(単位：百万円)

	21/12 期 実績	22/12 期予想		増減率	2Q 累計進捗 率
		期初予想	修正後予想		
取扱高	34,524	35,000	35,000	1.3%	54.8%
売上高	34,524	15,000	15,000	-	55.9%
営業利益	487	540	600	23.1%	87.1%
経常利益	542	575	635	17.0%	85.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	328	350	385	17.3%	76.3%
EPS (円)	20.52	21.89	24.42	-	-
配当 (円)	10.90	11.00	11.00	-	-

出所：決算短信、決算説明資料、会社資料よりフィスコ作成

なお修正後の通期利益予想に対する第 2 四半期累計の進捗率は営業利益が 87.1%、経常利益が 85.9%、親会社株主に帰属する当期純利益が 76.3% となる。第 1 四半期の構成比が高い季節要因の影響によるもので、第 3 四半期以降に人財や開発など自社人材強化のための投資を実施する見込みとしている。ただし、自社企画サービスの好調で利益水準向上が加速していることを勘案すれば、通期会社予想は再上振れの可能性が高いと弊社では評価している。

■ 成長戦略

自社商材・自社企画サービスを一段と強化、収益は拡大基調

1. 事業環境

電通が2022年2月に発表した「日本の広告費」の調査結果によると、2021年の日本の総広告費は2020年比10.4%増の6兆7,998億円となった。コロナ禍の影響が下半期にかけて緩和し、広告市場全体が回復した。中でもインターネット広告費は継続して高い成長率を維持して21.4%増の2兆7,052億円となり、マスコミ四媒体（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌）広告費の総計2兆4,538億円を初めて上回った。そして今後も、インターネット広告市場は動画広告やソーシャル広告なども寄与して高い成長率が予想されている。

2. 差別化要素・優位性

このように良好な事業環境のもと、同社は成長戦略として、マーケティングのデジタルシフト（動画、デジタルサイネージ、メタバースなど）に対応し、GMOインターネットグループのシナジーも活かして、自社商材・サービスの強化・創出による差別化要素・優位性の獲得を推進する方針としている。

3. サービス展開

インターネット広告市場が拡大基調であるなか、自社企画サービスを武器に利益水準向上が加速している状況を勘案すれば、中長期的に収益拡大基調が期待され、大きな成長ポテンシャルも期待できる。具体的なサービス展開として、2022年5月に、企業のSNS・YouTube公式アカウントをフルサポートする「オーガニック運用代行パッケージメニュー」の提供を開始した。企業の公式SNSアカウントにおける様々な課題を総合的に解決するため、戦略立案から分析まで一気通貫で行うサービスである。

また2022年7月に「GMOメタバースラボ」を設立してメタバース事業に参入した。Web3時代における新たなマーケティング課題やビジネス課題の解決に向けて、メタバース技術やブロックチェーン技術を活用して多様なサービスを展開する方針だ。グループ会社のGMOプレイアド（株）が、特許取得済みの感情取得技術を取り入れたCM動画検証ツール「PlayAds(プレイアズ)byGMO」の管理画面にAIテキストマイニング機能を実装し、動画を視聴した調査パネルのコメント分析を可能にする「コメントディスカバリーAI」の提供を開始した。

東証スタンダード市場への上場維持基準の適合を目指す

4. 東証新市場区分への取り組み

2022年4月に実施された東京証券取引所の市場再編に伴って、同社は東京証券取引所スタンダード市場に移行・上場したが、移行基準日時点（2021年6月30日）で流通株式比率が上場維持基準を充たしていなかったため、2021年11月22日付で「新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書」を作成・開示している。

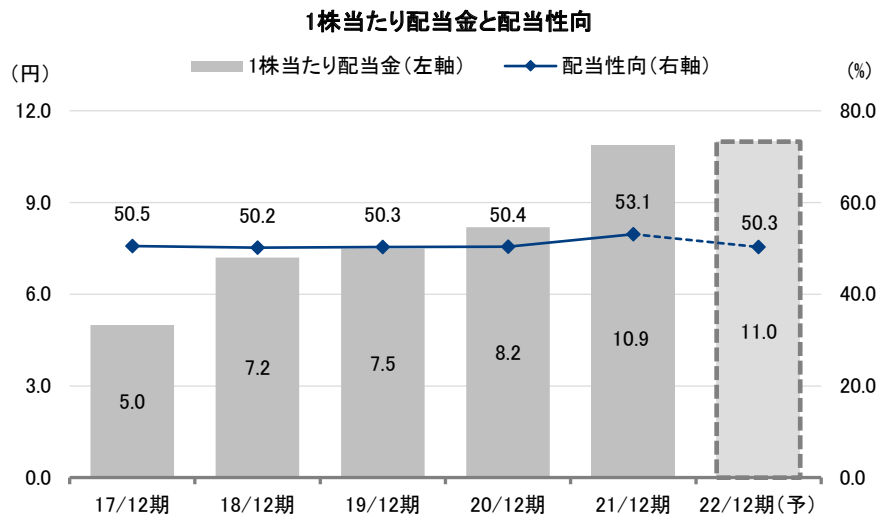
成長戦略

基本方針として、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するために、必要な資本政策を適時に実行していく方針としている。具体的には、適時情報開示及びコーポレートサイトでの情報公開など、投資家向けの情報発信を一段と強化する。また、いわゆる「MS ワラント」（2021 年 9 月 21 日付で自己株式を活用した第三者割当による第 7 回新株予約権（行使価額修正条項及び行使許可条項付）を発行）を用いた自己株式の売却による取り組みを実施している。こうした取り組みにより、2022 年 12 月末日を目途に東証スタンダード市場への上場維持基準の適合を目指すとしている。

株主還元策

連結配当性向 50% を目標に安定した配当を継続

配当政策について同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題の 1 つとして認識しており、各事業年度の業績、企業体質の強化と今後の事業展開を総合的に勘案しつつ、連結配当性向 50% を目標に安定した配当を継続して行うことを基本方針としている。この基本方針に基づいて 2022 年 12 月期の配当予想は年間 11.0 円（期末一括）としている。6 期連続増配となる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ ESG・SDGs への取り組み

ESG・SDGs への取り組みは、GMO インターネットグループとして、事業を通じて社会・環境課題の解決に貢献する方針としている。なお持分法適用会社の GMO ドリームウェーブ（所在地：宮崎県宮崎市）は、誰もが生き生きと働くことのできる環境づくりの一環として、GMO インターネットグループの特例子会社として設立された。「自立」と「成長」をキーワードに、障がい者雇用のさらなる創出に取り組むとともに、多様な人財を受け入れて活躍できる場の拡大と働きやすい環境づくりを推進する。

SDGs への取り組み (GMO インターネットグループ) (1)



2. 飢餓をゼロに

GMO インターネットグループでは、第1本社（セルリアンタワー）及び第2本社（渋谷フクラス）のコミュニケーションスペース「GMO Yours」において、株式会社LEOC様とともに食を通じたサステナブルな取組を推進しています。

ランチメニューを予約制で提供することにより、食品ロス削減を実現しているほか、2021年1月からは肥満や生活習慣病予防のためにカロリーを抑えた食品が購入されるごとに、1食につき20円の寄付金が開発途上国の子どもの学校給食費に充てられるプログラム「TABLE FOR TWO」に対応したランチメニューの提供を開始するなど、食を通じた世界の課題解決に積極的に取り組んでいます。

- ▶ 世界食料デー2021への取り組み
- ▶ 「第2回TABLE FOR TWOアワード」『メニュー・ドリンク部門大賞』受賞

出所：会社提供資料より掲載

SDGs への取り組み (GMO インターネットグループ) (2)



4. 質の高い教育をみんなに

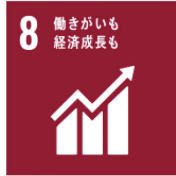
グループ内で蓄積された最新技術に関するノウハウをもとに、カンファレンスイベントを通じた情報発信や、次世代を担う人財の育成活動を行っています。これにより、日本におけるIT技術の発展に寄与するとともに、社会に対して新しい技術で新しい価値観を提供することを目指しています。

- ▶ 次世代オンライン会議「BIT VALLEY」主催
- ▶ 次世代に必要な資質・能力を持った人財育成「Kids VALLEY 未来の学びプロジェクト」
- ▶ 子どものプログラミング教育をテーマとする「コエテコ」
- ▶ 最先端テックカンファレンス「GMO Developers Day」

出所：会社提供資料より掲載

ESG・SDGs への取り組み

SDGs への取り組み (GMO インターネットグループ) (3)



8.働きがいも経済成長も

お客様に喜ばれる"圧倒的No.1サービス"を提供するべく、グループの各種サービスの開発を内製化し、お客様にとって便利で安全性の高いサービスを低価格で提供しており、成長を支援しています。

また、地方・海外の拠点を通じて雇用を創出するとともに、障害者雇用促進法に基づく特例子会社において、労働意欲の高い障がい者の雇用を積極的に行っています。

- ▶ GMOインターネットグループ スピリットベンチャー宣言
- ▶ 「働きがいのある会社」ベストカンパニーに選出 | GMOペイメントゲートウェイ
- ▶ 「働きがいのある会社」ベストカンパニーに選出 | GMOペパボ

出所：会社提供資料より掲載

SDGs への取り組み (GMO インターネット) (その他)



出所：会社提供資料より掲載

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp