

2023年3月1日

各位

住所 東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号
(本社事務所 東京都渋谷区道玄坂 1 丁目 2 番 3 号)

会社名 GMO アドパートナーズ株式会社

代表者名 代表取締役社長 橋口 誠
(コード番号 4784 東証スタンダード)

問合せ先 専務取締役 菅谷 俊彦

TEL 03-5728-7900

URL <https://www.gmo-ap.jp/>

2022 年 12 月期通期決算に関する Q & A

2023 年 2 月 6 日に発表した当社の 2022 年 12 月期 通期決算および翌 7 日に発表しました中期経営の取り組みに関して、これまで株主および投資家の方々からいただいたお問い合わせについて、その内容と回答について、以下の通りお知らせいたします。

なお、本開示は、市場参加者のご理解を一層深めることを目的に当社が自主的に実施するものです。決算内容の詳細については、末尾に記載しております決算短信および決算補足資料をご覧ください。

また、参考資料として 2 月 7 日の決算説明会において、当社代表取締役の橋口がご説明した内容の文字起こしを添付しておりますので、合わせてご覧ください。

Q. 昨年の傾向から、ネット広告市場全体の伸びは 2 桁%程度と想定されますが、取扱高の伸びはそれを下回っているようです。市場成長との会社業績の関係についてどのように考えていますか。

A. 取扱高については、市場の成長率も一つの指標として勘案しており、継続的に伸ばしていく方針です。

一方で、当社としては自社企画サービスの取引増加により収益率を向上させることで、利益額を押し上げていくところに主眼を置いています。自社企画サービスは他社仕入サービスと比較して相対的に粗利率が高いので、粗利の増加額が同じであれば、結果的に取扱高の増加に寄与する割合は低くなります。

自社企画サービスを軸として新規取引を拡大し、既存顧客との取引を拡張する、という通常の営業活動のなかでしっかりと取扱高もキャッチアップしていこうと考えています。

Q. 今回、中期計画を出されたと思いますが、どういったきっかけがありましたか。

A. 中期経営の取り組みの資料にもある通り、我々の置かれている市場は成長市場である一方、競争は厳しく、また新しい技術が次々に出てくるような変化の激しい市場です。

この市場で事業を展開していくなかで、社内外ともに、我々の成長に向けた考えを示すことが重要だと考えています。また、この発表をすることで、社内外から様々なご意見をいただく機会の一つにもなると思います。株主のみなさま・投資家のみなさま、そして当社のパートナー（注：当社では社員のことをこのように呼称しています）のみなさんと力を合わせて成長していくためにも、今回の発表にいたしました。

Q. 自社企画サービスにアフィリエイト関連のサービスも含まれていますが、昨今規制等も盛んにおこなわれているようです。この影響はどうでしょうか。

A. 市場にどのような規制が入ってくるか、は当社としても注視していますが、どちらかという追い風のようにとらえています。

昨今問題になっているのは「生活者に誤った情報を伝える」ことによる企業やブランドのイメージの棄損です。当社では「TRUE アフィリエイト」というアフィリエイト広告の管理ツールにブランドセーフティ機能を搭載しており、お客様からのお問い合わせも多く頂戴しております。中期計画においてもアフィリエイト関連は主力サービスのひとつであり、むしろチャンスととらえて事業拡大をしていきたいと考えています。

Q. メタバース・NFT に関して、進捗はどうでしょうか。また、今後の事業展開について何か具体的に決まっているものがあれば教えてください。

A. 順調に進んでいると考えています。

昨年7月に「GMO メタバースラボ」を発足しましたが、それから GMO メタバース for Shop の提供開始や NFT では Jリーグの名古屋グランパス様や清水エスパルス様とのサポーター契約を結んでおり、取り組みは進んでいます。

収益面では現状は投資育成フェーズであり、まだ市場も確立されていないことから、一朝一夕に利益貢献するものではないと捉えています。お客様・生活者の皆さまに喜んでいただけるサービス開発を進めることで、将来的な利益獲得を目指していきたいと考えております。

(ご参考)

- ・2022年12月期 通期決算短信(日本基準)(連結) 2023年2月6日公表
- ・2022年12月期 通期決算補足資料 2023年2月7日公表
- ・2022年12月期 中期経営の取り組みについて 2023年2月7日公表

(決算に関するお問合せ)

経営企画部 MAIL : mc-ir@gmo-ap.jp TEL : 03-5457-0916

免責事項

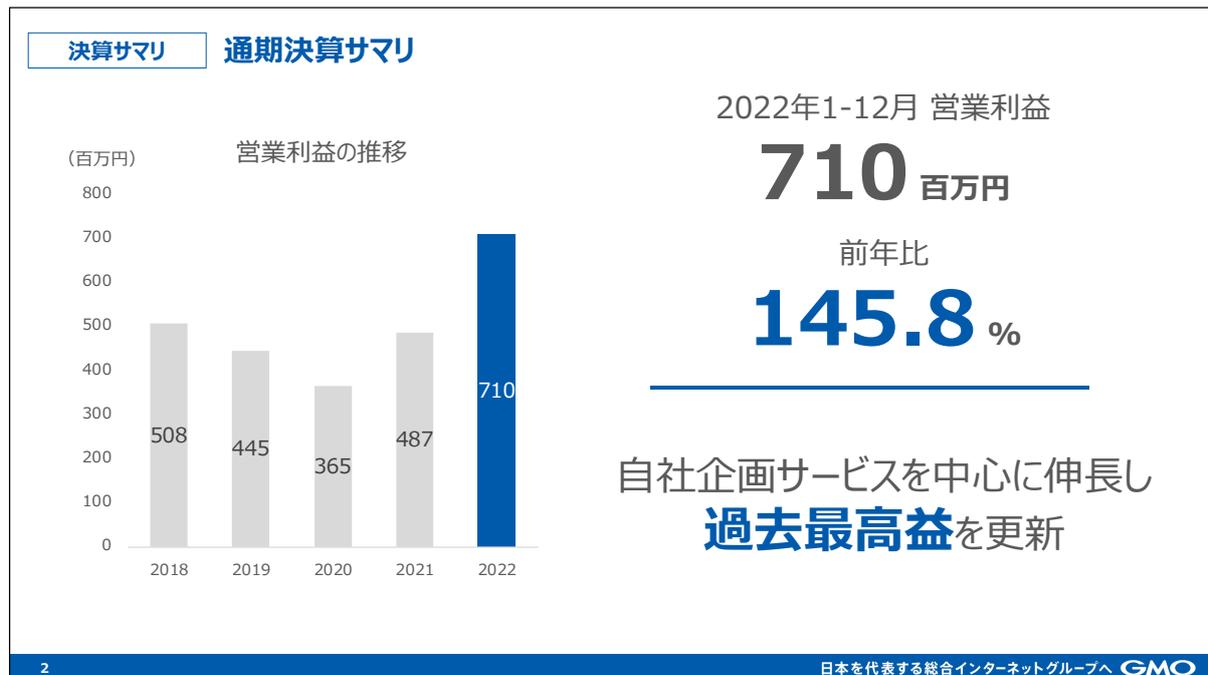
- ・本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。
- ・本資料は2023年2月6日公表の2022年12月期通期決算および、翌7日に発表した中期経営の取り組みの内容に関して、いただいたお問合せ内容に基づき、一部表現を修正して公表するものであります。
- ・本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の見解であり、将来に関する記述については様々な要因によって変動する可能性がありますことをご承知おきください。

GMO AD PARTNERS

2022年12月期 通期決算説明会

2023年2月7日（火）

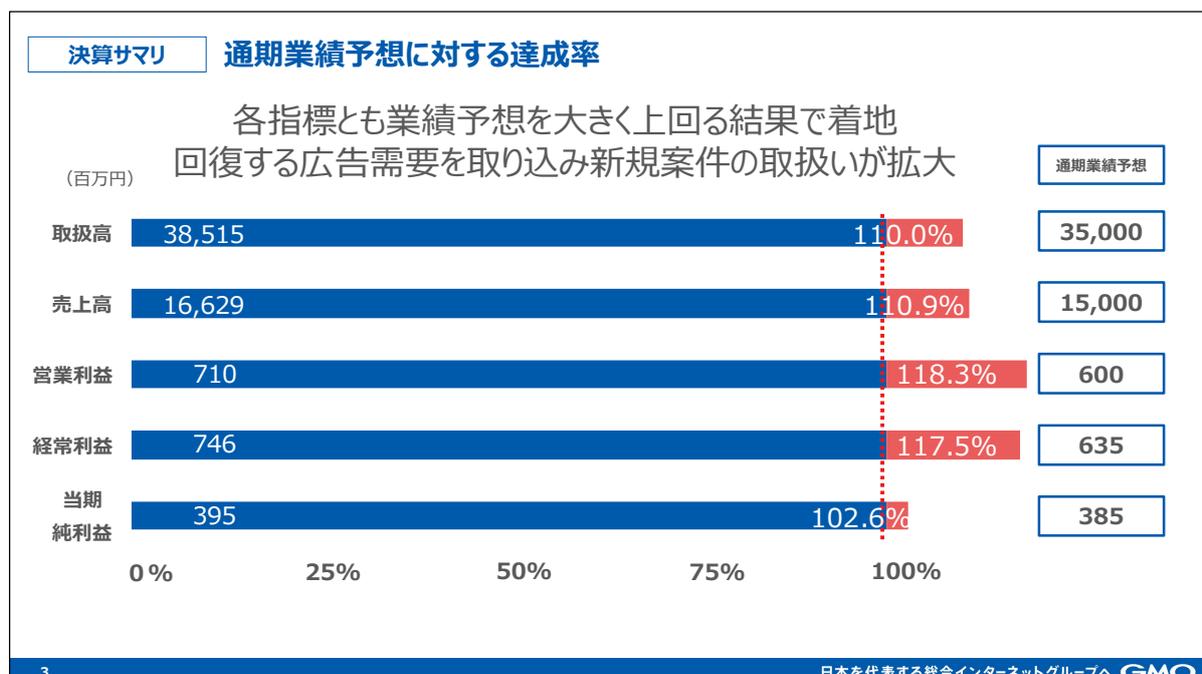
登壇：代表取締役社長 橋口 誠



通期の決算サマリについて

2022年度の通期営業利益は前年比145.8%の7億1千万円で着地いたしました。

営業利益は過去最高を更新し、大きく成長することができました。



業績予想に対する達成率について

取扱高は、385億1千5百万円で110%、
 売上高は、166億2千9百万円で110.9%
 営業利益は、7億1千万円で118.3%、
 経常利益は、7億4千6百万円で117.5%、
 当期純利益は、3億9千5百万円で102.6%

となりました。

コロナ明けのマーケティング需要をとらえ、業績に反映することができました。

決算サマリ 新収益基準適用と商材・サービス区分について

2022年12期より「収益認識に関する会計基準」を適用

旧基準の売上高
(取扱高として記載)



自社企画サービスの売上高
グロス計上



代理提供サービスの売上高
ネット計上



(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。

収益基準の変更について

当社では今期より「収益基準認識に関する会計基準」を適用しております。

旧基準の売上高と新しい基準の売上高では大きな差分が出てしまうため、旧基準の売上高を取扱高として、前年と比較しやすいよう、記載しております。

新基準での売上高については、商材によって計上方法が異なり、自社アドテク商材や自社運用型アフィリエイト広告などの取扱いについてはグロス計上の「自社企画サービス」、それ以外の取引についてはネット計上の「代理提供サービス」と分類しております。

決算概要		第4四半期 決算概要		
(百万円)	2021年 Q4	2022年 Q4	前年 同期比	
取扱高	8,769	9,400	107.2%	取扱高は前年同期を上回り成長 戦略投資を実施したため 営業利益はマイナス
売上高 ^(注)	8,769	4,002	-	
営業利益	104	-17	-	
経常利益	98	-14	-	
四半期 純利益	47	-19	-	

(注) 収益認識基準の変更のため、前年の売上高は取扱高の欄に記載しております。

2022年第4四半期単体の業績について

前年と比較すると、年末の需要を積み上げ、取扱高は107.2%の94億円となりましたが、今後に向けた戦略投資を実施したことにより、営業利益は減少しました。

戦略投資については、自社企画サービスを強化する追加の機能開発やUIUXのアップデートなどを進めました。

また、組織強化を目的に、即戦力となる人財の採用を行い、来期以降の収益力を強化する投資ができたと考えています。

決算概要		通期 決算概要	
(百万円)	2021年 通期	2022年 通期	対前年 同期比
取扱高	34,524	38,515	111.6%
売上高 ^(注)	34,524	16,629	-
営業利益	487	710	145.8%
経常利益	542	746	137.7%
当期 純利益	328	395	120.6%

自社企画サービスが伸長し
利益成長が取扱高の成長を
上回る

(注) 収益認識基準の変更のため、前年の売上高は取扱高の欄に記載しております。

6 日本を代表する総合インターネットグループへ **GMO**

通期業績について

自社企画サービスが伸長することで、利益成長が取扱高の成長よりも高い結果となりました。

決算概要 連結損益計算書（累計）

(百万円)	2021年 通期	2022年 通期	前年 同期比
売上高	34,524	16,629	-
売上原価	28,368	9,430	-
売上総利益	6,155	7,198	116.9%
売上総利益率	17.8%	43.3%	-
販売費及び一般管理費	5,668	6,487	114.5%
販管費率	16.4%	39.0%	-
営業利益	487	710	145.8%
営業利益率	1.4%	4.3%	-
経常利益	542	746	137.7%
当期純利益	328	395	120.6%

収益基準の変更により
一部指標に影響あり

売上高や営業利益率等収益基準の変更の影響を大きく受ける指標については前年同期比を表示しておりません。

連結損益計算書について

収益基準変更の影響を受ける項目も多く、前年との比較が難しくなっております。

決算概要

連結貸借対照表

(百万円)	2021年 Q4	2022年 Q4	前期末比
流動資産	9,633	10,503	109.0%
うち現金及び現金同等物	4,714	5,343	113.3%
固定資産	1,997	1,920	96.1%
総資産	11,631	12,423	106.8%
流動負債	5,922	6,552	110.6%
固定負債	502	437	86.9%
負債合計	6,425	6,989	108.8%
純資産	5,205	5,434	104.4%
純資産比率	44.8%	43.7%	-1.1P

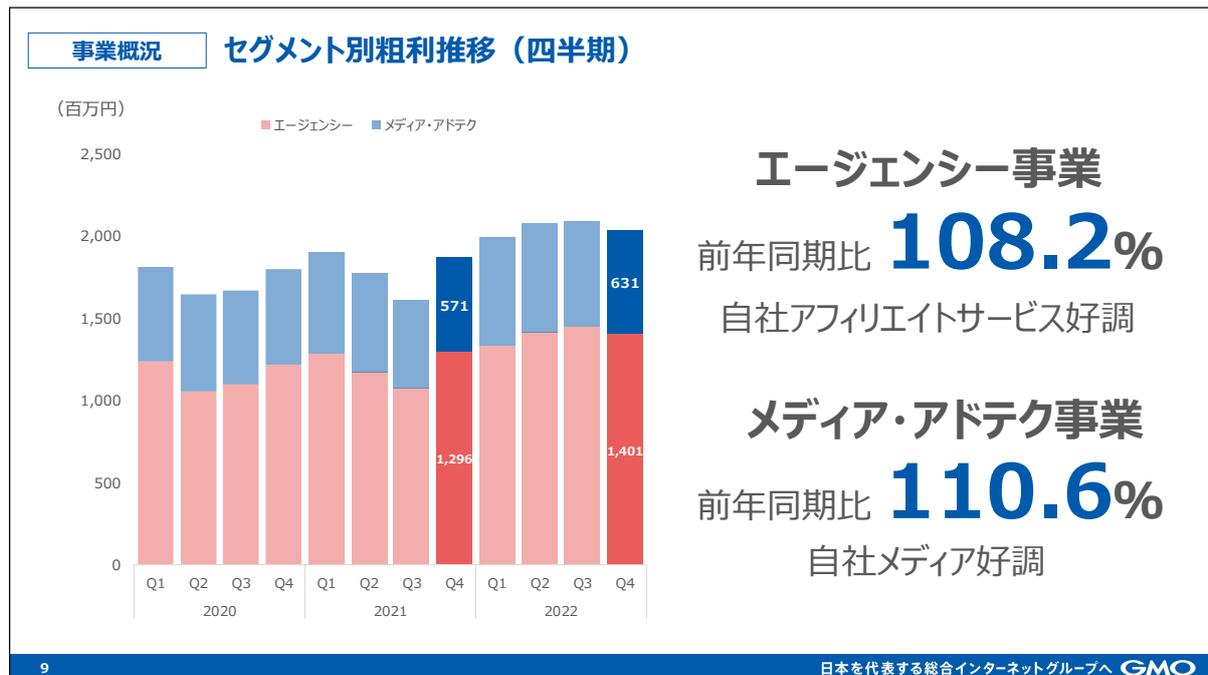
純資産比率
40%以上を維持
健全な財務体質を維持

8

日本を代表する総合インターネットグループへ GMO

連結貸借対照表について

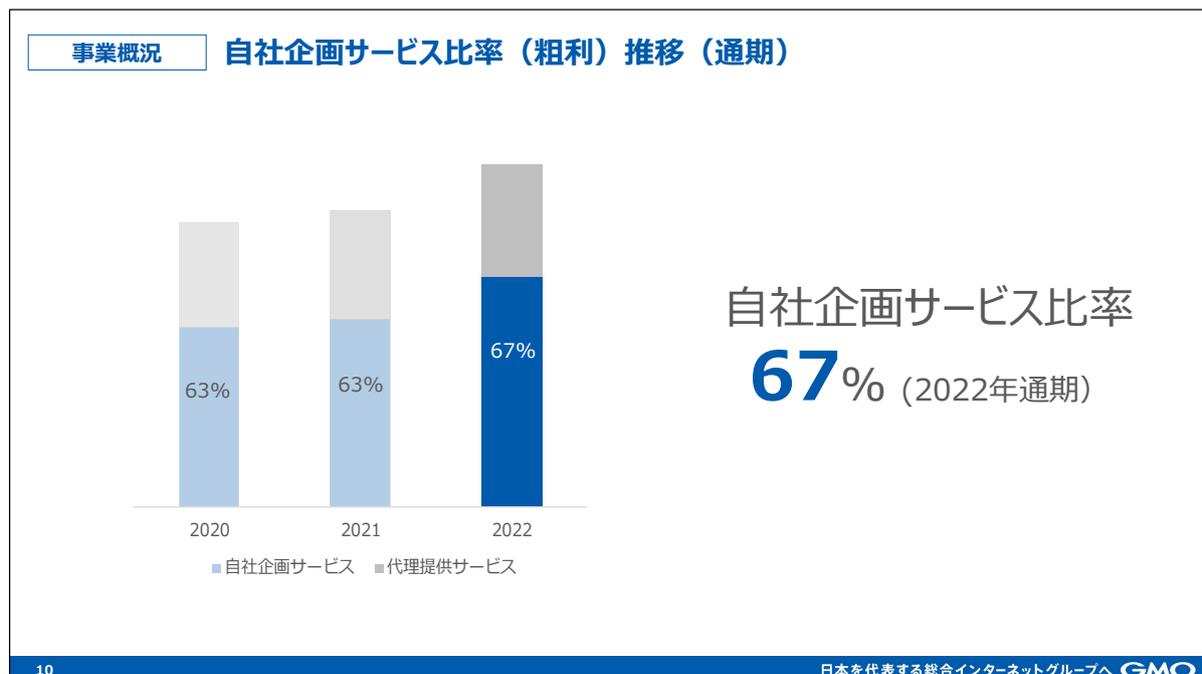
純資産比率は43.7%と、売上高の成長により、一時的に純資産比率は減少していますが、健全な水準を維持しております。



事業セグメント別の四半期粗利の推移について

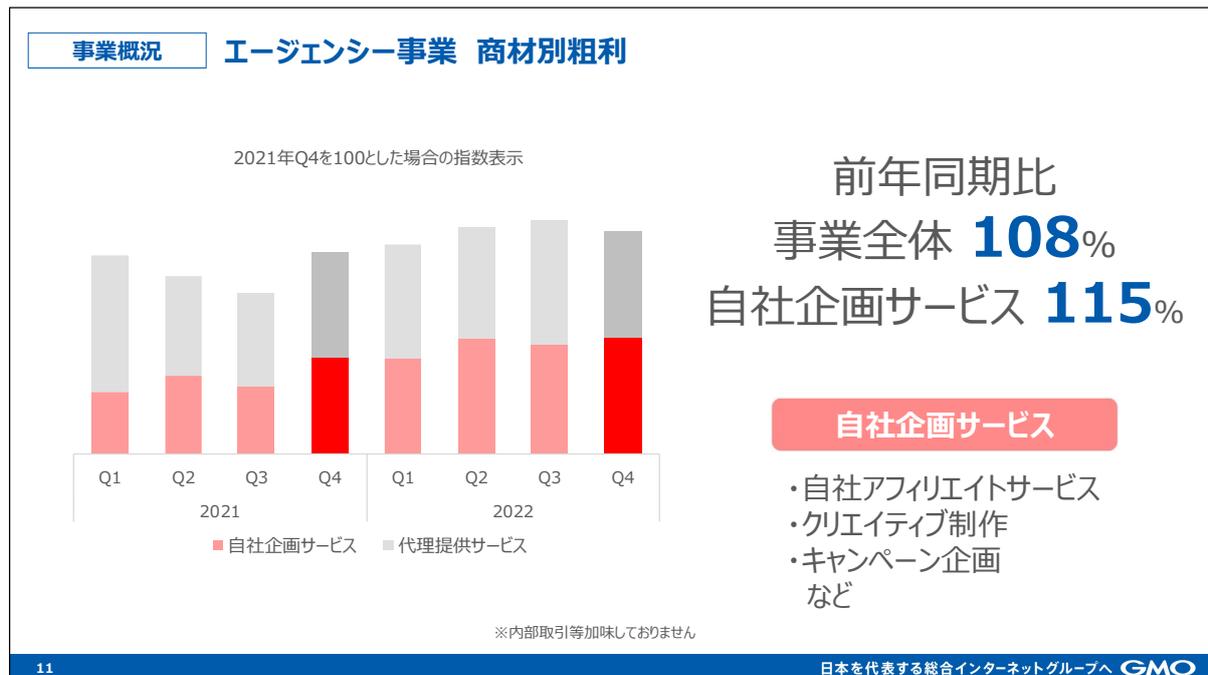
赤いグラフがエージェンシー事業、
青いグラフがメディア・アドテック事業となります。

各事業ともに自社企画サービスが好調に推移することで、粗利が増加いたしました。



商材比率について

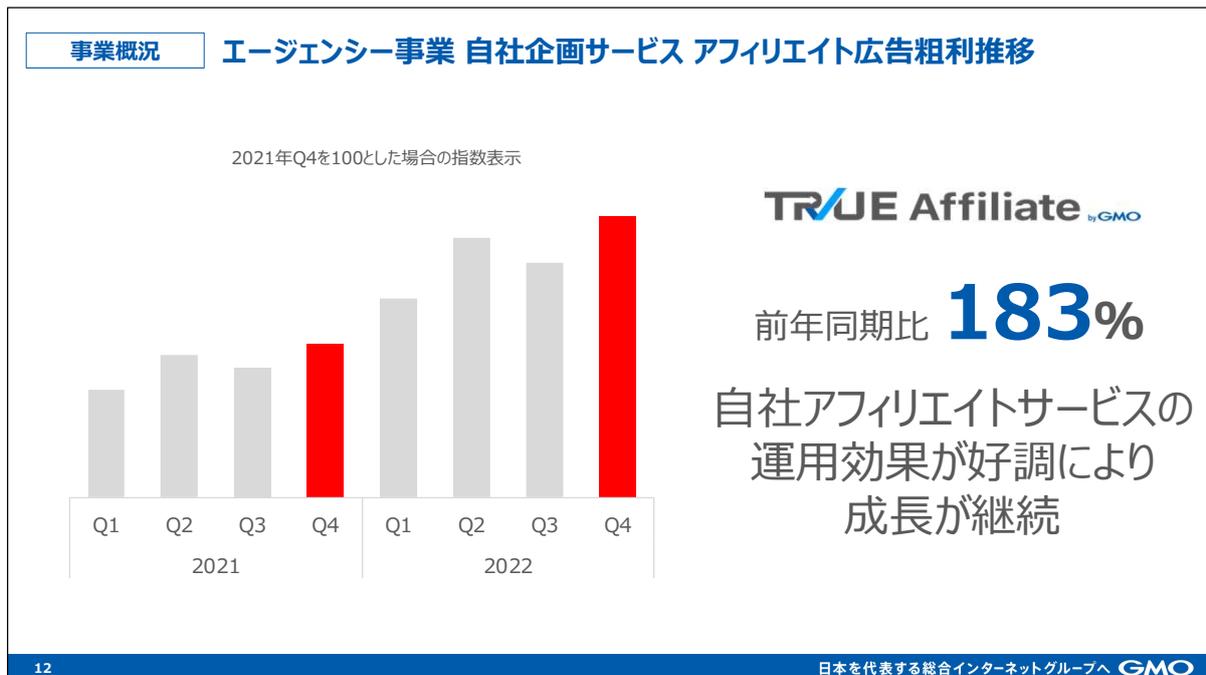
当社の自社企画サービスの比率は67%のシェアとなりました。
自社企画サービスについては、独自の強みであり、
競合との差別化のできる商材として、今後も強化してまいります。



各事業セグメントの状況について

エージェンシー事業の商材別の粗利の推移はご覧の通りです。自社企画サービスの成長が115%となり、エージェンシー事業全体の成長を上回る結果となりました。

自社アフィリエイトサービスの取り扱いが増えていることが主な要因です。



自社アフィリエイトサービスについて

継続してお取引が増加しております。

これまで注力してきたアフィリエイト広告の運用力・体制強化が、広告効果の向上や新しいクライアントとのお取引につながり、事業が成長しております。

事業概況 エージェンシー事業 新規取り組み (NFT)

Jリーグ名古屋グランパスに続き清水エスパルスと
NFTサポートパートナー契約を締結

NFTプロデュース
byGMO



名古屋グランパス



清水エスパルス

エージェンシー事業のトピックスについて

昨年10月にJリーグの名古屋グランパスと、そして12月に清水エスパルスとNFTサポートパートナー契約を締結しました。

こちらは、昨年設立した「GMOメタバースラボ」が提供する「NFTプロデュース byGMO」の取り組みとなります。

それぞれのチームのファンクラブ限定デザインなどの、デジタルグッズの配布・販売を行い、新しいファンコミュニケーションを提供してまいります。

。

事業概況 エージェンシー事業 広告事業（業務提携）

コンテンツマーケティング強化のため2社と連携

GMO NIKKO

ソーシャル広告の領域で
各種サービス提供

GMO ENGINE

ブランディング動画制作
の提供開始

Natee

共同でTikTokの
マーケティング支援

エージェンシー事業のトピックスについて

当社は YoutubeやTwitterなどソーシャル広告の領域においてサービスを展開しております。今後は広告だけでなく、コンテンツ配信を合わせ、ソーシャル領域のサービスを強化していく方針です。

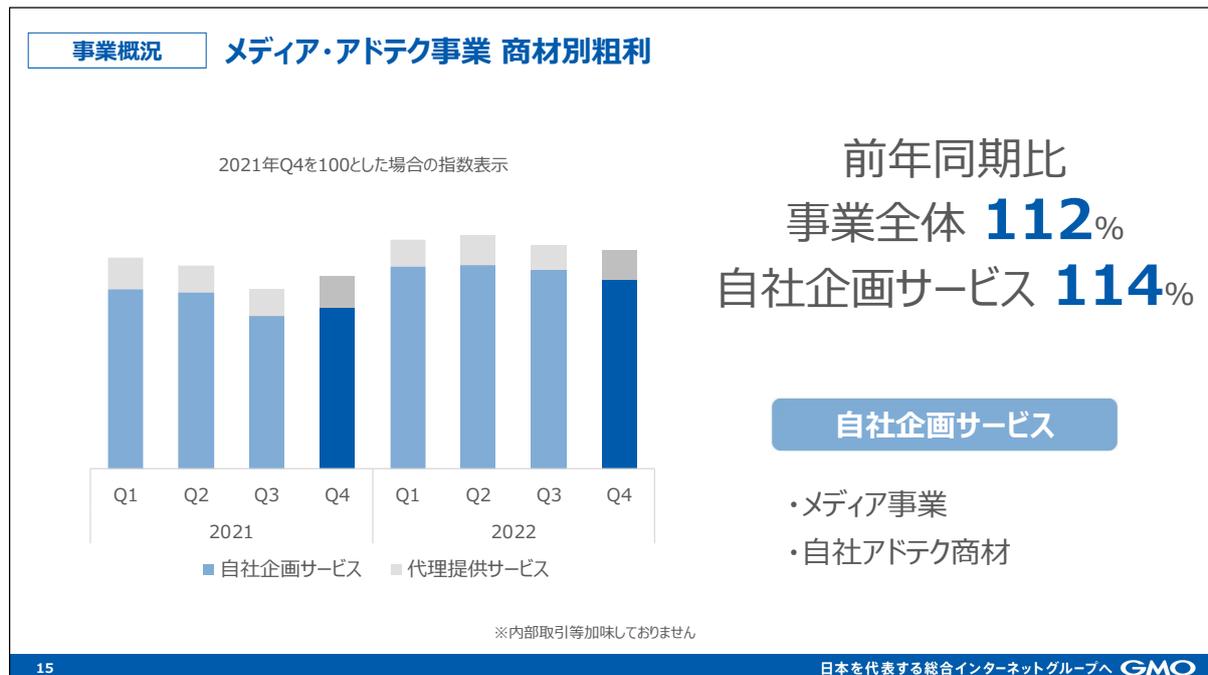
第4四半期にはGMOENGINE社・Natee社の2社と業務提携を締結しております。

昨年12月にGMOインターネットグループにジョインしたGMO ENGINE社は、テレビCMをはじめとする映像・広告の企画制作を中心に事業展開を行っており、国内外の広告・映像賞で多数の受賞実績がある企業です。同社との提携により、高品質なクリエイティブ動画の制作が可能となりました。

また、TikTokに特化したマーケティング事業を展開する株式会社Nateeは、クライアントの商品やブランドとTikTokクリエイターの世界観を掛け合わせたプロモーション施策を展開しており、独自のクリエイターデータベースと豊富なノウハウを保有しています。

同社との提携により、いわゆるショート動画領域におけるマーケティングソリューションを開発してまいります。

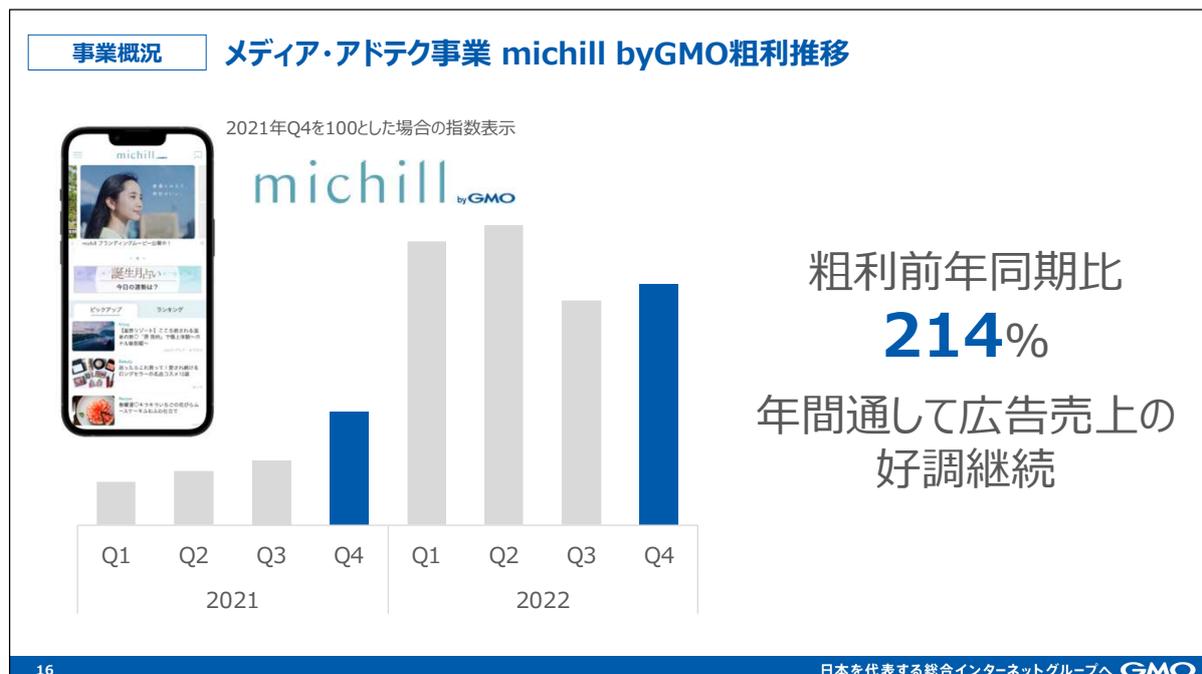
コンテンツマーケティングを通じて、広告だけではカバーできないクライアントの課題解決を支援強化してまいります。



メディア・アドテク事業について

商材別の粗利の推移は、自社企画サービスが114%となり、メディア・アドテク事業全体の成長を上回る結果となりました。

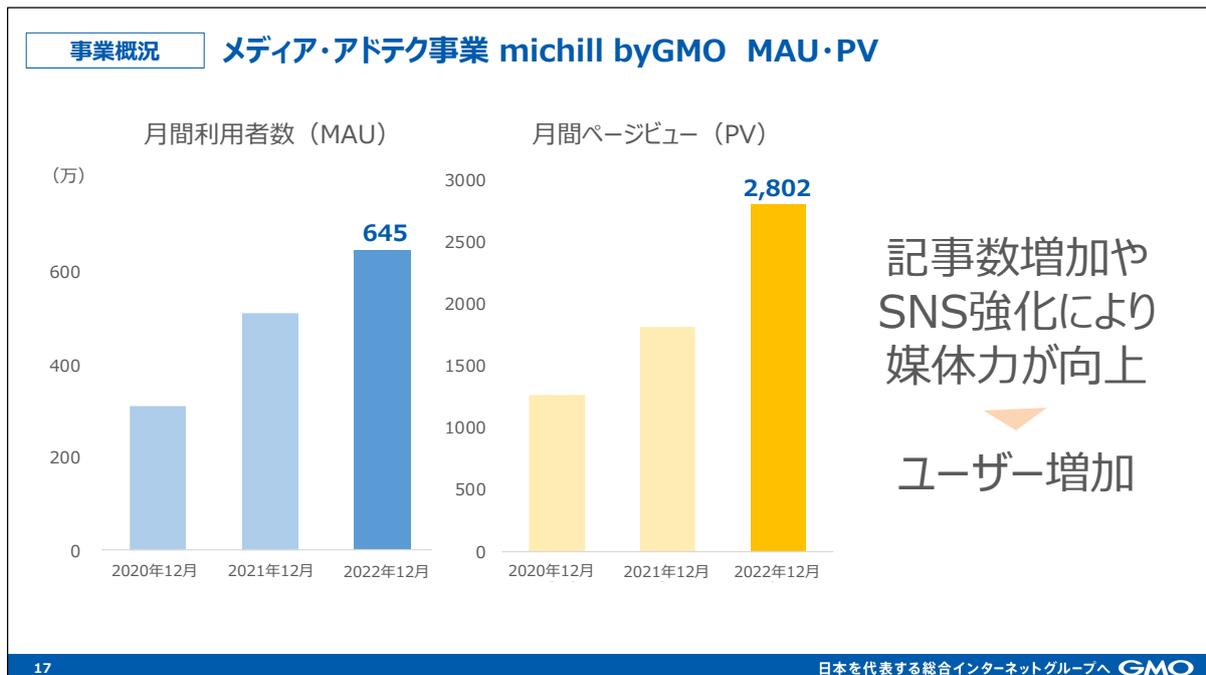
自社メディアであるmichill byGMOを中心に好調に推移しております。



michill byGMOについて

約600名のライターを抱え、約20のメディア様への配信ネットワークを持つ、ライフスタイルメディアです。四半期ごとの粗利は近年好調に推移しております。

ページビューや利用者数が増加し、広告単価が高い水準で推移していることから、前年に比べ今期は大幅に事業が拡大しております。



michill byGMOについて

MAU（月間利用者数）とPV（ページビュー）は、ともに大きく伸びております。

記事本数を増やし、InstagramやTikTokなどSNSでのコンテンツ提供を強化することで、ユーザー数が拡大しました。

引き続きユーザーの皆さまにとって魅力あるメディアであり続けるよう、コンテンツ・サービスの充実を図ってまいります。

事業戦略		2023年業績予想		
(百万円)	2022年 通期業績	2023年 通期業績	前年比	
取扱高	38,515	40,500	105.2%	自社企画サービス中心に 体制強化 営業利益10%超の成長予想
売上高	16,629	17,500	105.2%	
営業利益	710	785	110.5%	
経常利益	746	835	111.8%	
当期 純利益	395	430	108.6%	

18

日本を代表する総合インターネットグループへ GMO

通期業績予想について

2023年12月期は、前年と比較し、

取扱高は、105.2%の405億円、
売上高は、105.2%の175億円、
営業利益は、110.5%の7億8千5百万円、
経常利益は、111.8%の8億3千5百万円、
当期純利益は、108.6%の4億3千万円、

といたしました。

引き続き自社企画サービスを強化していく戦略を継続して、取扱高・売上高以上に、利益を伸ばす計画となっております。

事業戦略 2023年配当予想

(百万円)	2021年 実績	2022年 期初予想	2022年 見通し	2023年 予想
当期 純利益	348百万円	350百万円 [※]	395百万円	430百万円
1株あたり 配当金	10.9円	11.0円	12.5円	13.6円
配当性向	50.1%	50.3%	50.0%	50.1%

2022年は予想を上回る
1株あたり12.5円の見込み

2023年も配当性向50%を
目標に7期連続増配をめざす

※当期純利益の予想については、2022年8月に385百万円に上方修正しております。

配当予想について

2022年の1株あたり配当金につきましては、見通しを12.5円とさせていただきます。

昨年の実績を上回り、6期連続の増配となりました。

2023年につきましても、配当性向50%を目標とし、1株あたり配当金の予想は13.6円、7期連続増配をめざしてまいります。