

2023年12月期 第2四半期決算説明資料

STOCK CODE: 4784

GMO AD PARTNERS

代表取締役社長 橋口 誠

2023年8月3日

1. 事業領域
2. 第2四半期 決算実績
3. セグメント別実績
4. 通期業績予想
5. 参考資料 (中期経営の取り組みについて)





1. 事業領域

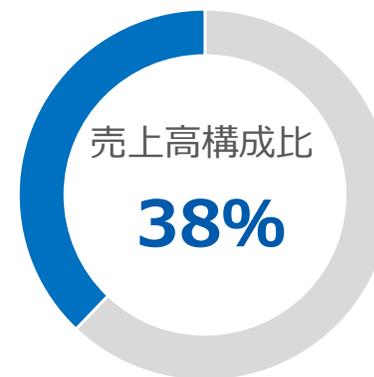
エージェンシー事業



取扱高
308億円
売上高
104億円

広告主であるお客様向けに
デジタルマーケティングに関する
ソリューションを提供

メディア・アドテク事業



取扱高
95億円
売上高
63億円

メディアの企画・運営および広告主
・メディア双方のニーズを実現する
広告配信技術の提供

当社の主な自社企画サービス

TRUE Affiliate
by GMO

TRUE Connect
by GMO

GMO SSP

michill by GMO

売上高構成比や取扱高は2022年12月期通期時点

総合インターネットメディア・広告ビジネスを展開

市場ニーズを追求したプロダクトを開発し、広告主・生活者に求められる広告サービスを提供

→ 広告費の流れ



広告代理・
マーケティング支援
(エージェンシー事業)



メディア

外部サービス

外部メディア
(大手プラットフォームなど)

自社企画サービス

GMO SSP michill by GMO
(メディア・アドテク事業)



生活者



2. 第2四半期 決算実績

(百万円)	2022年 1-6月	2023年 1-6月	前年 同期比
	金額	金額	
取扱高	19,168	19,533	101.9%
売上高	8,386	8,145	97.1%
売上原価	4,801	4,703	97.9%
売上総利益	3,584	3,442	96.0%
販売管理費	3,062	3,363	109.9%
営業利益	522	78	15.0%
経常利益	545	208	38.2%
四半期純利益	293	106	36.3%

エージェンシー事業の拡大により 上期は取扱高が前年超え

- Q1は広告需要の増加を取り込み好調
Q2は巣ごもり需要が減少
上期では取扱高は前年を上回る
- Q1に発生した一時的な広告配信費用
や外注費が増加し、利益は減少

2023年12月期
決算業績
(上期時点)

【上期】

取扱高195億円、売上高81億円 営業利益78百万円

- ・取扱高は前年同期を上回り進捗
- ・売上高は前年同期比で若干下回るが計画通りの進捗
- ・利益面では、スポットの広告配信費用と外注費が影響

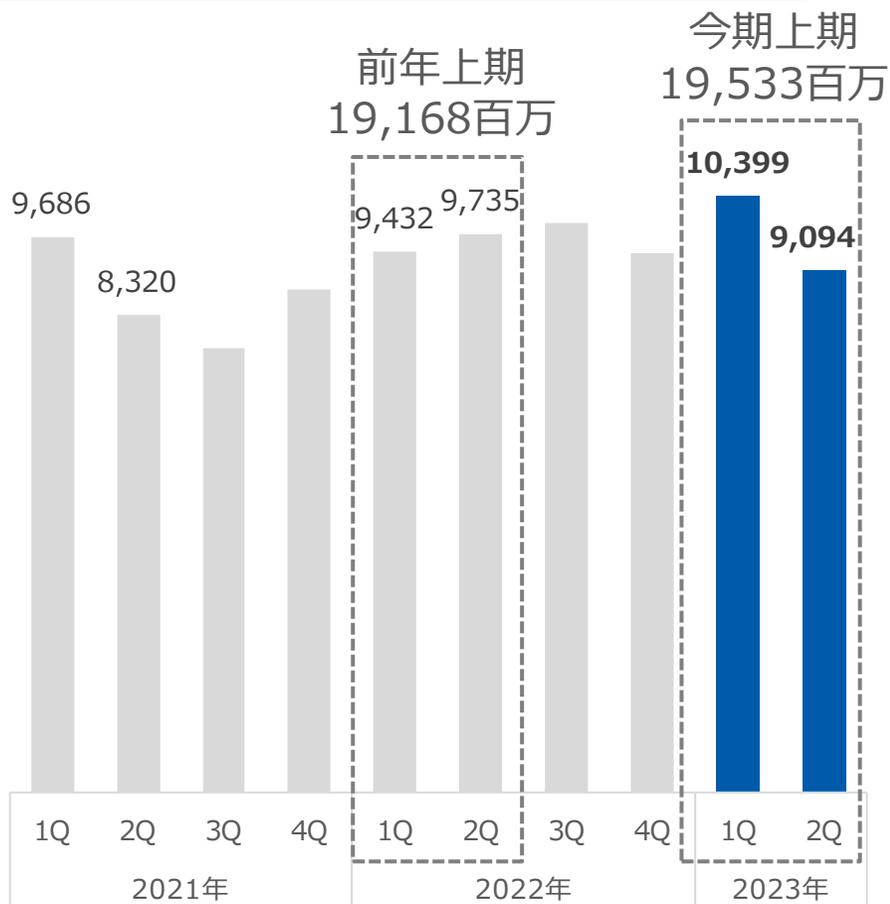
【下期】

- ・新規顧客の開拓、既存顧客からの受注増による事業の拡大
- ・ChatGPTなどAI活用による生産性の向上とコスト圧縮で利益向上

通期予想は据え置き 前期比増収増益を目指す

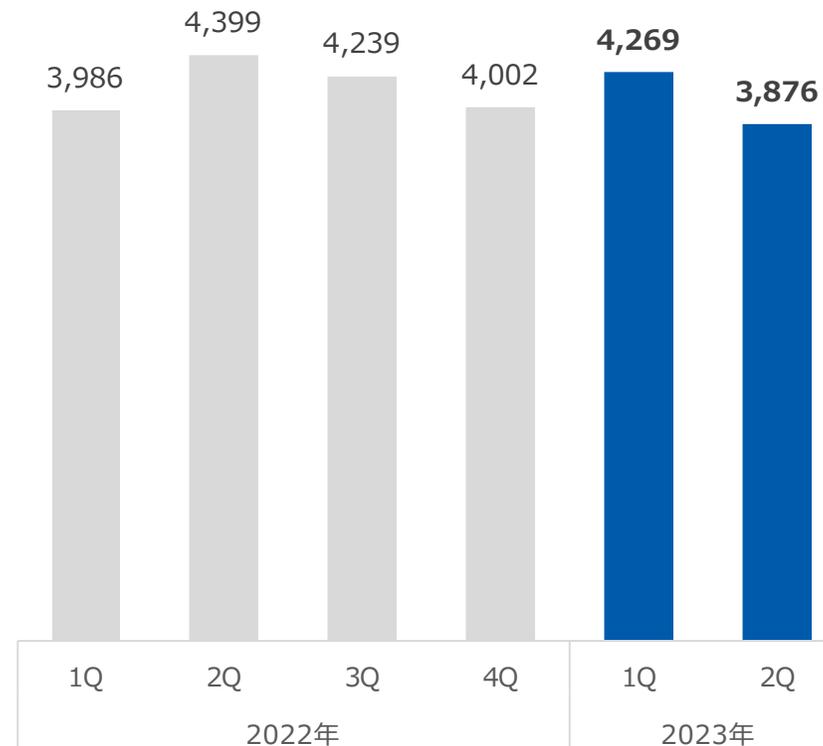
取扱高は上期前年対比では増加。Q1は広告需要の増加を捉え拡大
Q2は想定よりも伸びず

取扱高推移



売上高推移

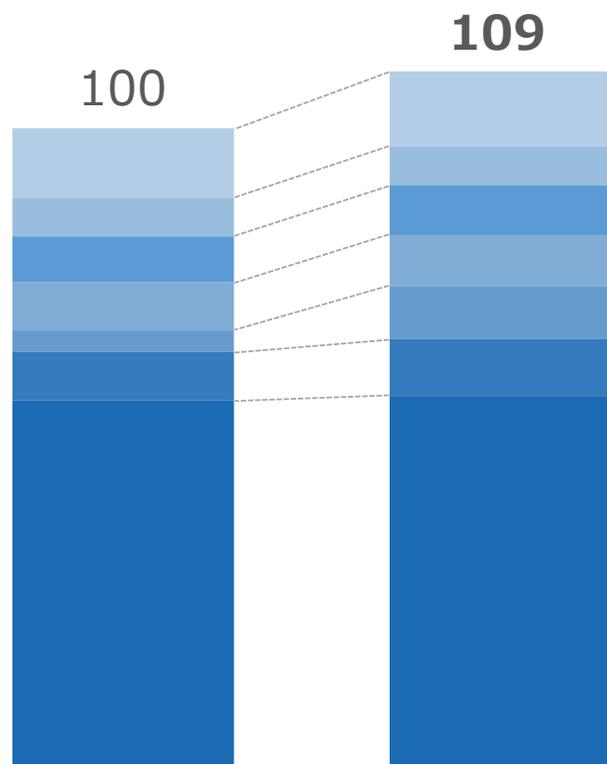
(百万円)



一時費用の増加を中心として、全体で8.9%増 人財採用が進み、人件費も増加

前期上期との費用比較（指数）

（百万円）



2022年Q2
（累計）

2023年Q2
（累計）

前年比

費用計	前年比
費用計	109%
その他費用	108%
通信・サーバー費等	102%
支払手数料等	107%
オフィス関連費用	107%
販売促進費等	238%
業務委託費等	117%
人件費等	101%

▼事業拡大に伴い増加した費用

- ・業務委託費
→広告運用の外注費用など
- ・採用費

▼一時的な要因により増加した費用

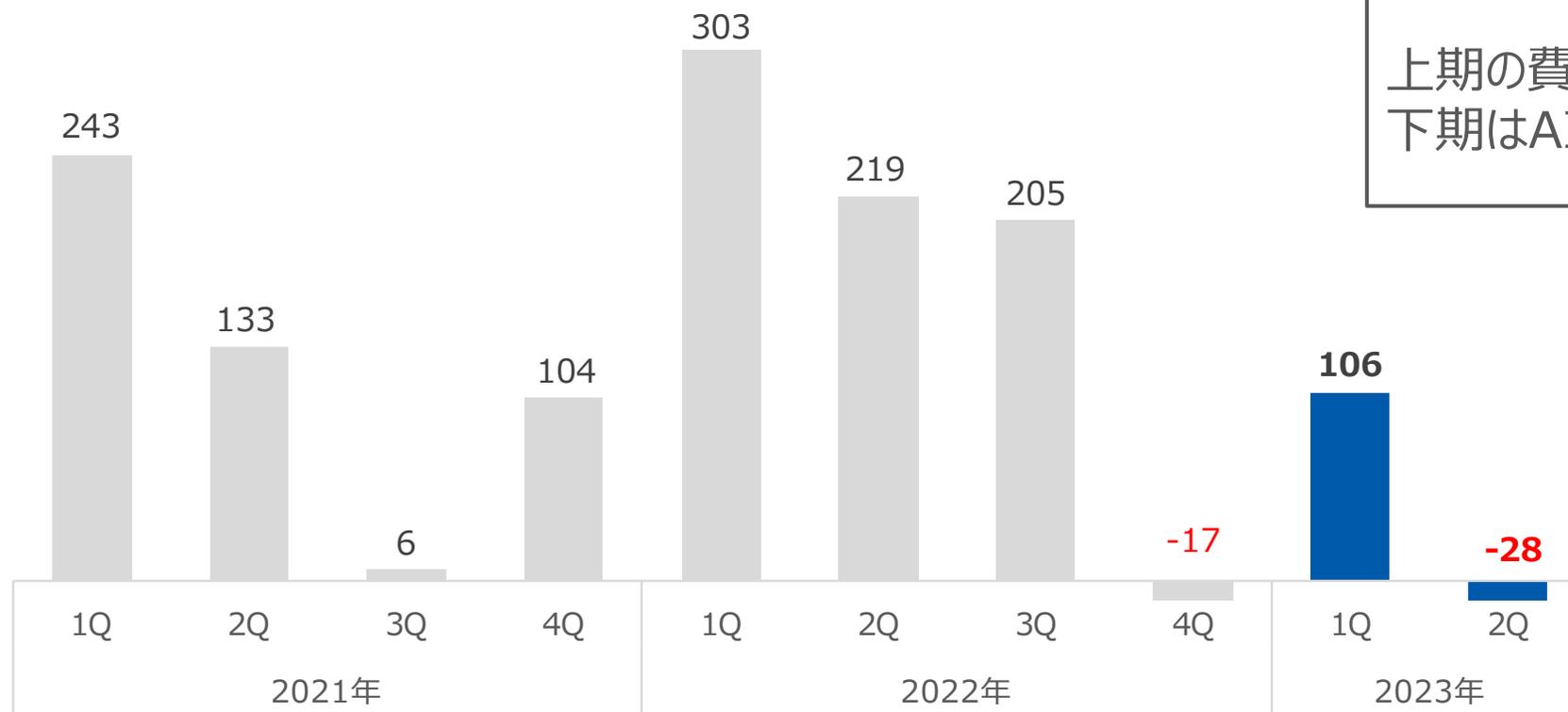
- ・販売促進費
→広告配信費など

（注）費用は仕入を除く売上原価および販売管理費の合計

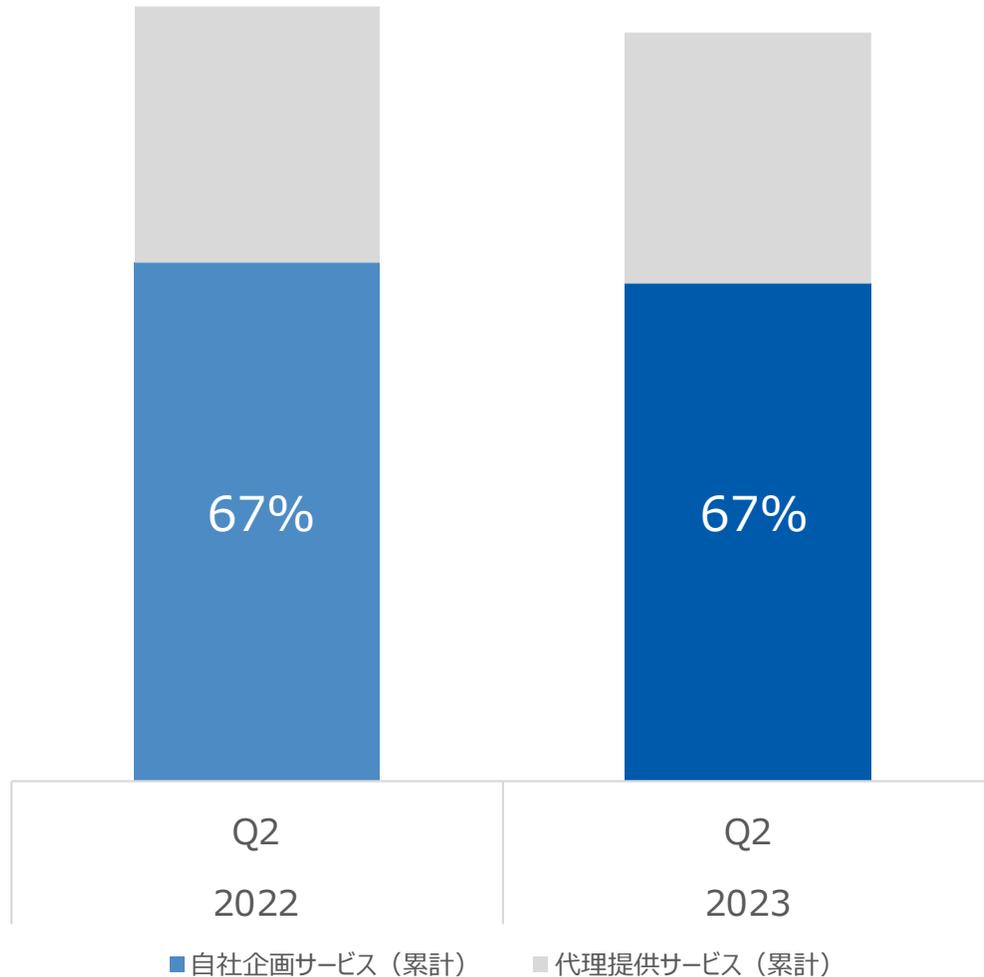
取扱高拡大に伴う費用増加により、上期は減益
下期はコスト抑制による利益増を図る

営業利益

(百万円)



上期の費用増加は一時的なものが多く、
下期はAI活用による生産性向上も見込む



自社企画サービス比率は
前年と同程度の高い水準を継続

(百万円)	2022年 12月末	2023年 6月末	前期末比
流動資産	10,503	9,604	91.4%
うち現金及び現金同等物	5,343	4,792	89.7%
固定資産	1,920	1,876	97.7%
総資産	12,423	11,480	92.4%
流動負債	6,552	5,681	86.7%
固定負債	437	435	99.6%
負債合計	6,989	6,117	87.5%
純資産	5,434	5,363	98.7%
純資産比率	43.7%	46.7%	3.0P

純資産比率
46.7%

健全な財務体質を維持



3. セグメント別実績

エージェンシー事業が取扱高を伸ばすも、コストが増加し利益は減少
メディア・アドテク事業は減収が利益に影響

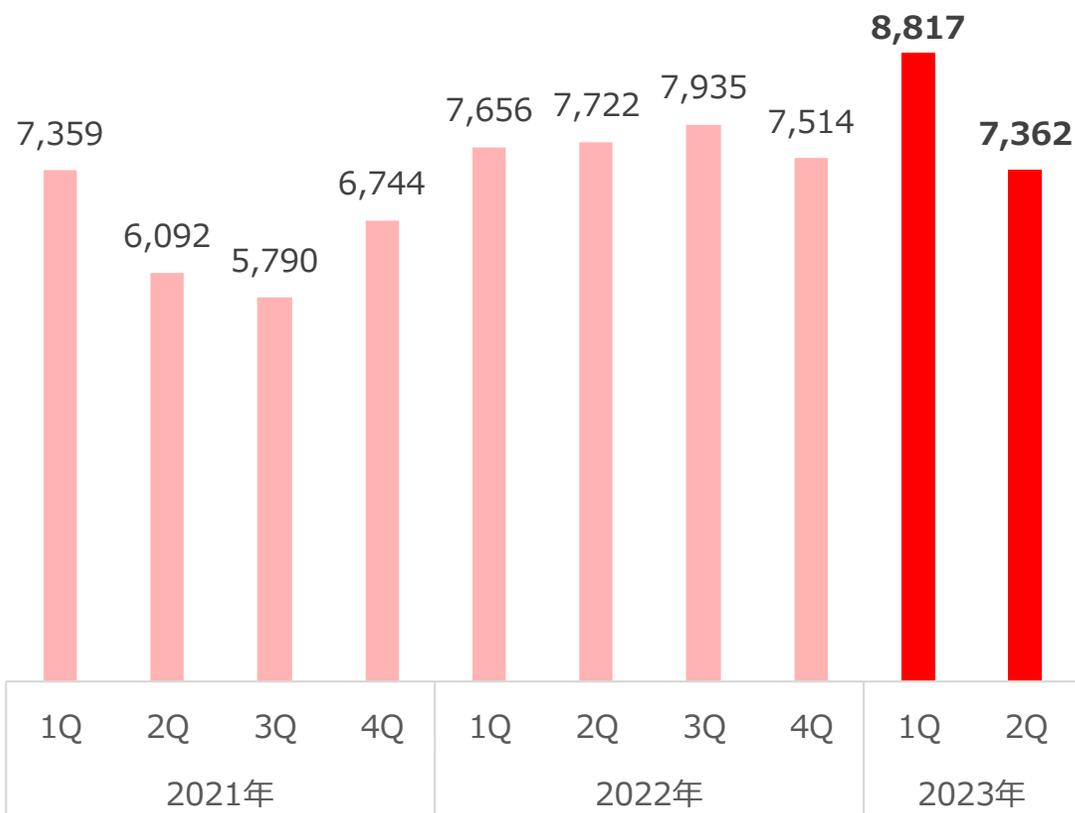
(百万円)	2022年 1-6月	2023年 1-6月	前年同期比
	金額	金額	
連結取扱高	19,168	19,533	101.9%
エージェンシー事業	15,378	16,180	105.2%
メディア・アドテク事業	4,873	4,428	90.9%
連結営業利益	522	78	14.9%
エージェンシー事業	594	253	42.6%
メディア・アドテク事業	328	233	71.1%

(注) セグメント間の内部売上高又は振替高および調整額は表中から省略しております

取扱高・営業利益推移（四半期）

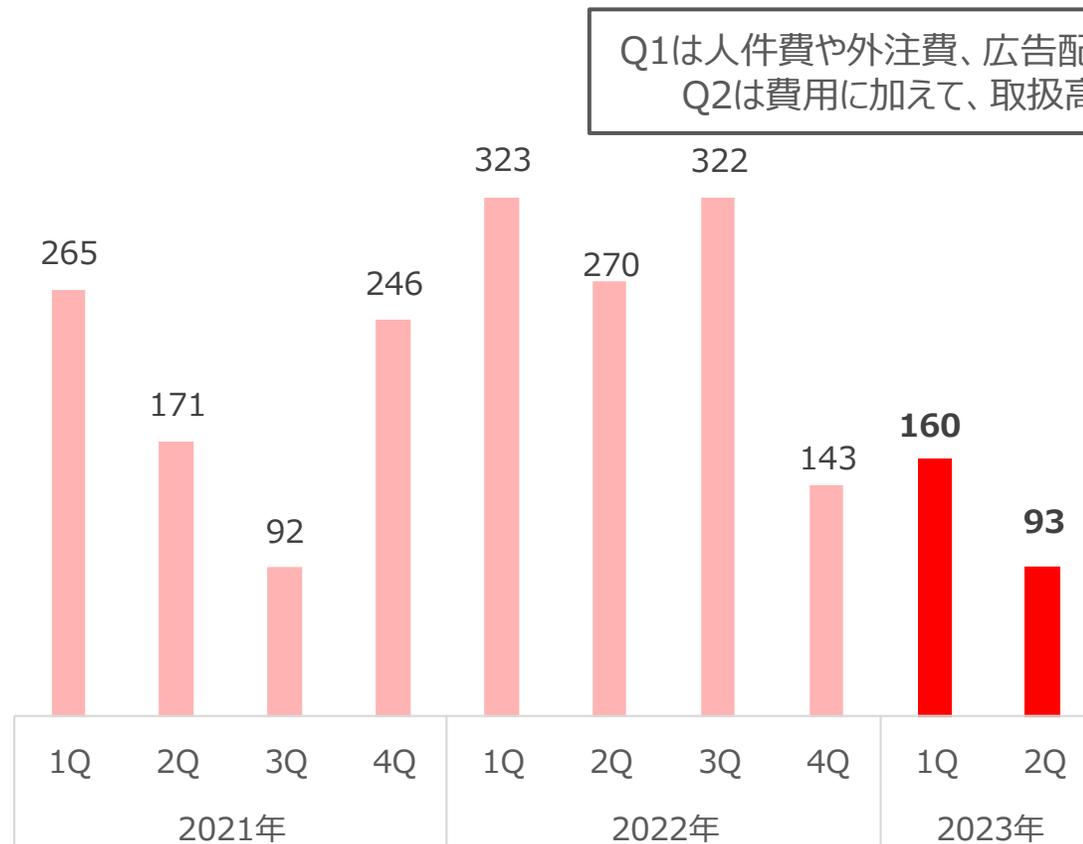
上期では取扱高増加も、Q2は一部業種の需要が想定より伸びず
 下期の新規顧客獲得は順調に進捗しており、一定の回復を見込む

取扱高推移



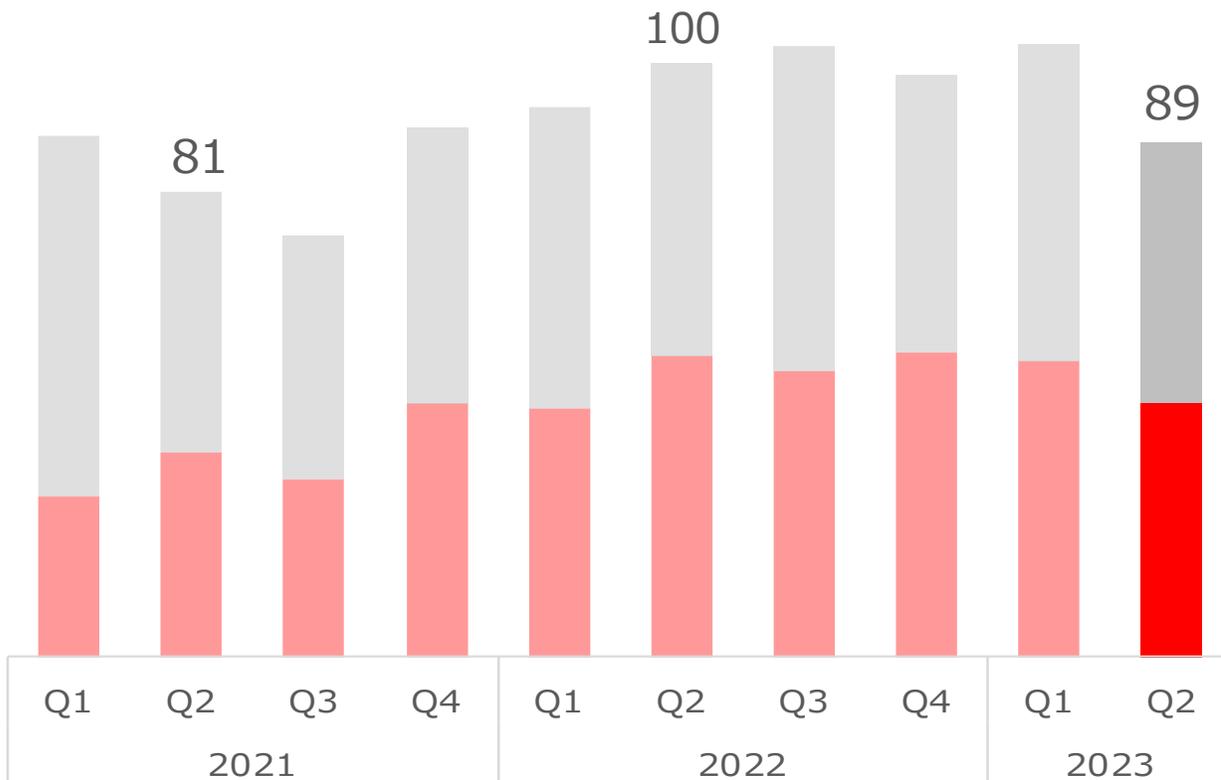
営業利益推移

(百万円)



エージェンシー事業 粗利推移（指数）

■ 自社企画サービス ■ 代理提供サービス



一部業種が伸び悩んだことで
粗利全体が前年同期より減少

自社企画サービス比率は
前年と同水準

自社アフィリエイトサービス 粗利推移 (指数)



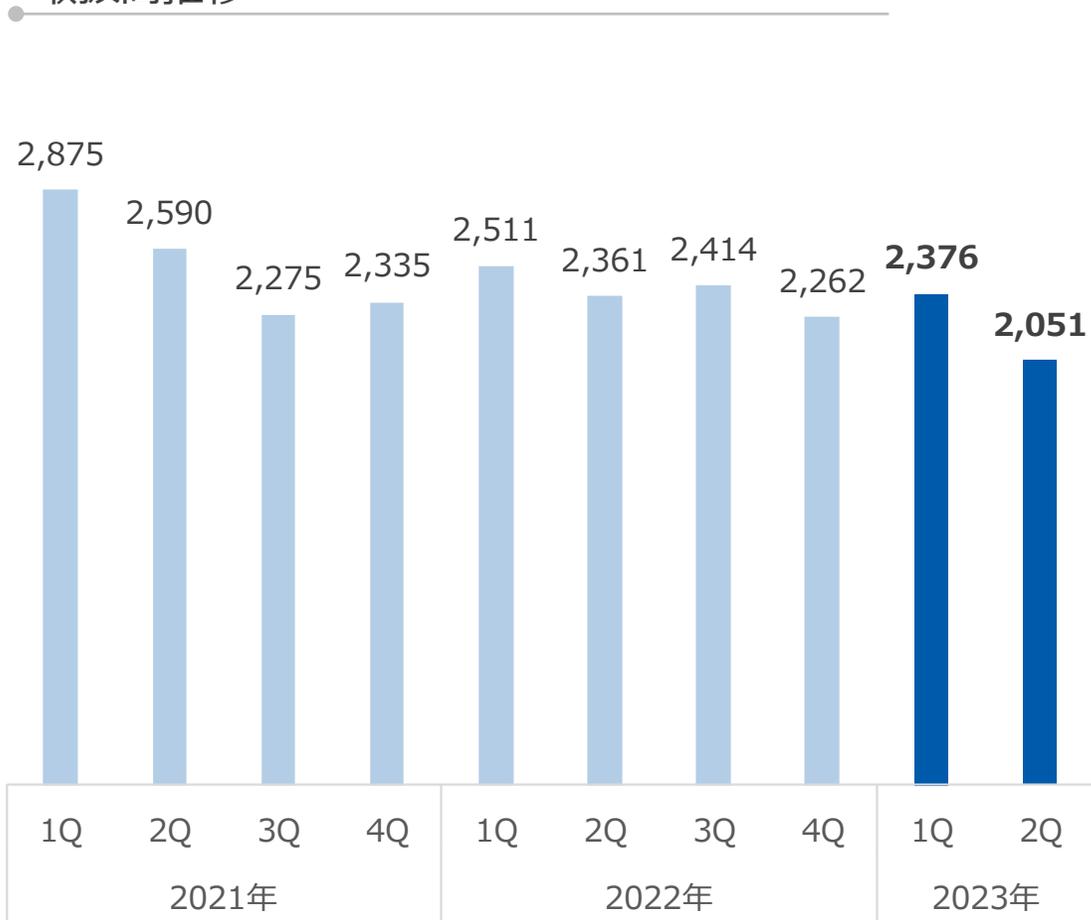
TRUE Affiliate by GMO

Q1は順調もQ2は一時的に減少

業界初のブランドセーフティ機能を備えた
独自ツールにより付加価値の高い
サービスを提供し、事業拡大へ

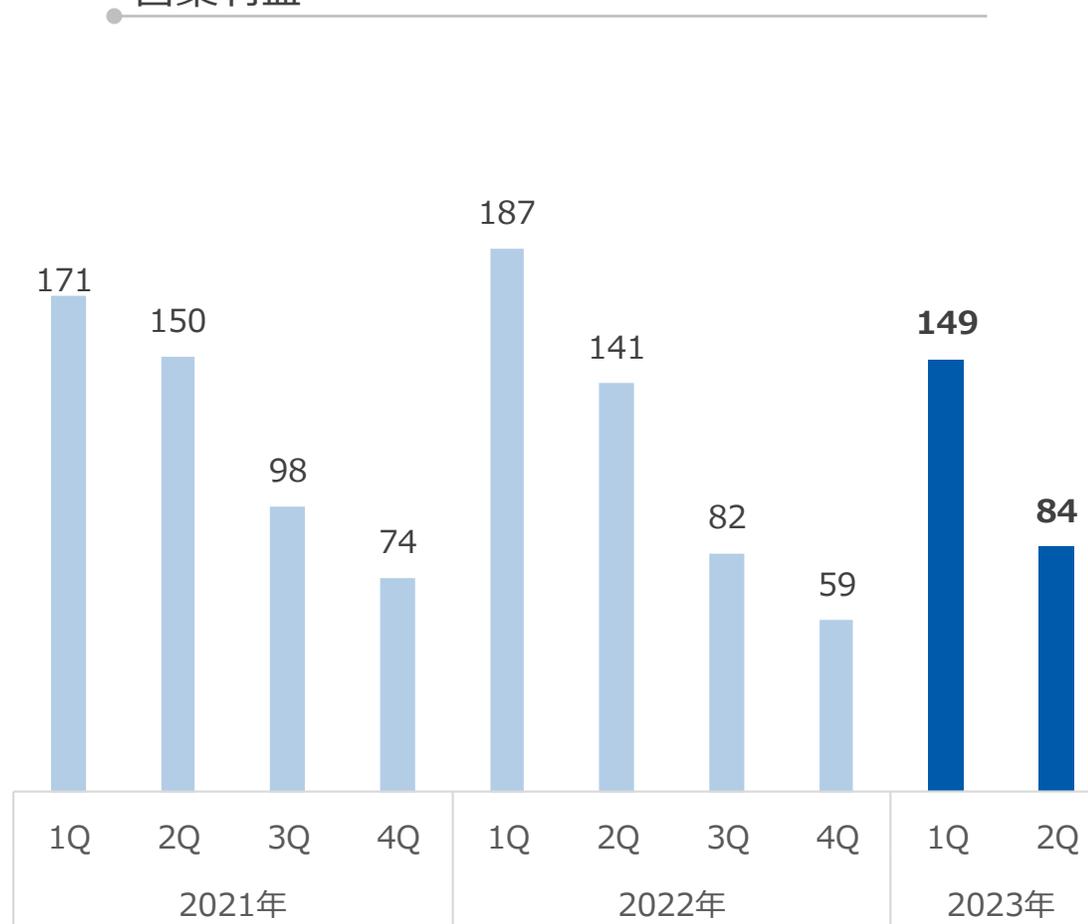
アドテク商材の広告単価が減少傾向となり、取扱高減少

取扱高推移



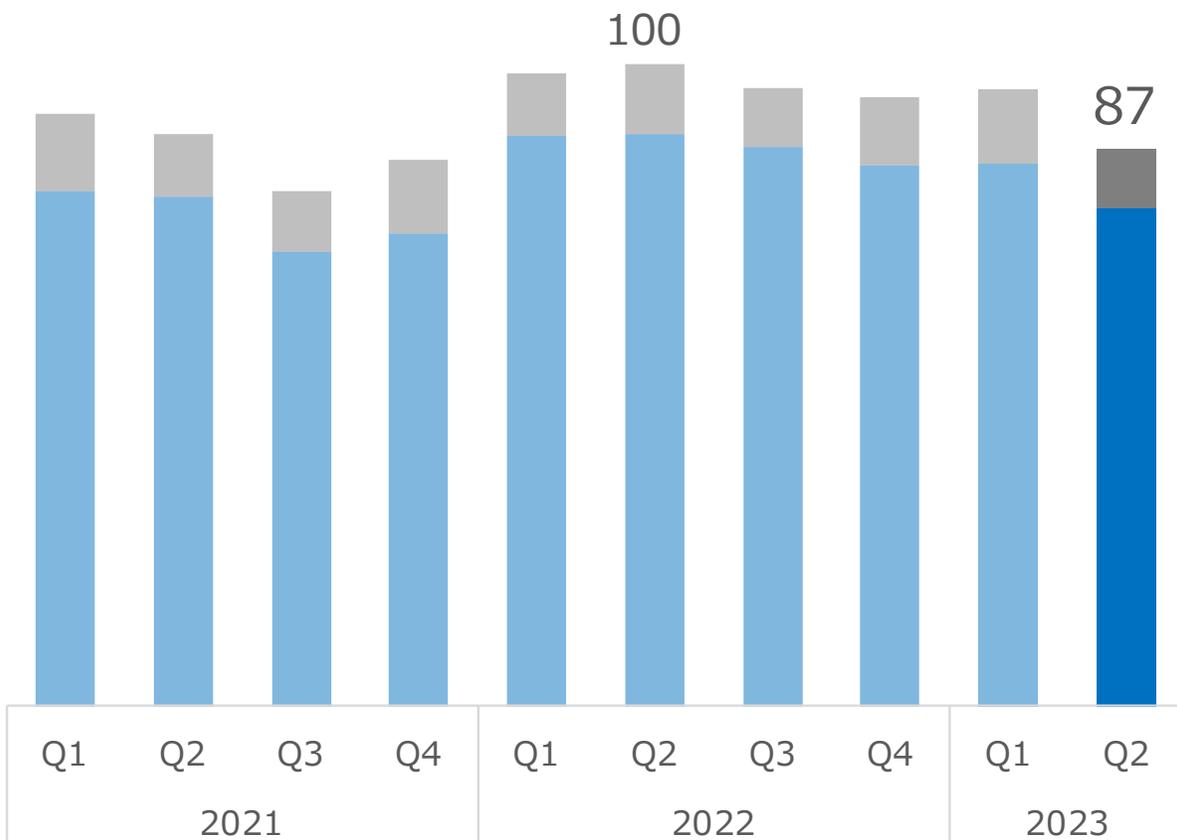
営業利益

(百万円)



メディア・アドテク事業 粗利推移（指数）

■ 自社企画サービス ■ 代理提供サービス

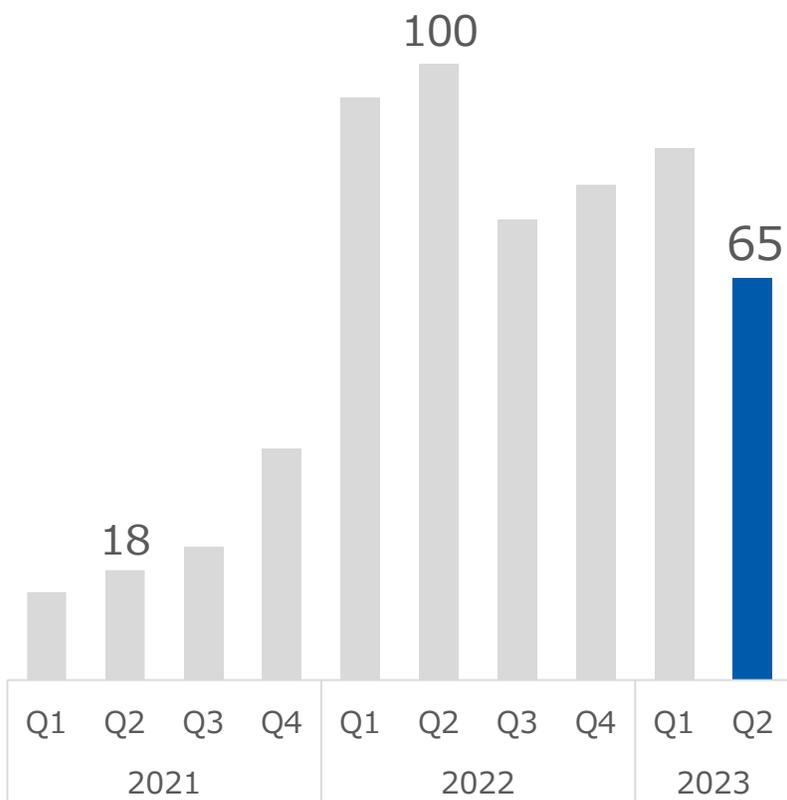


アドテク商材の広告単価の低下

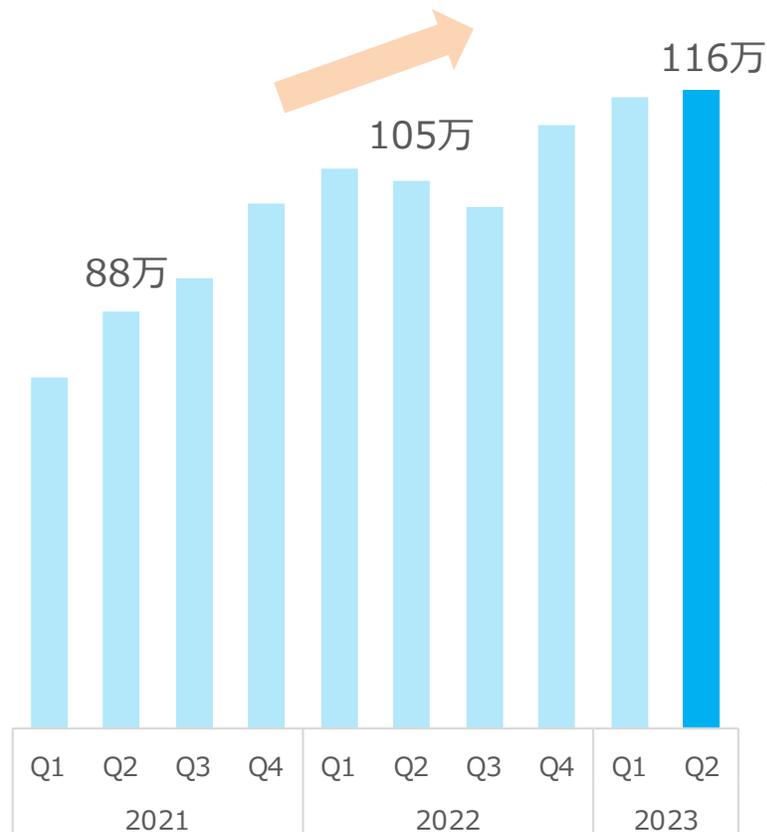


機能開発に注力し、
新規メディアの獲得施策でリカバリーを目指す

粗利推移 (指数)



SNSフォロワー数推移
(Instagram+TikTok)



michill byGMO

SEO施策が安定せず、一時的にPV減少したことにより広告配信量が低下

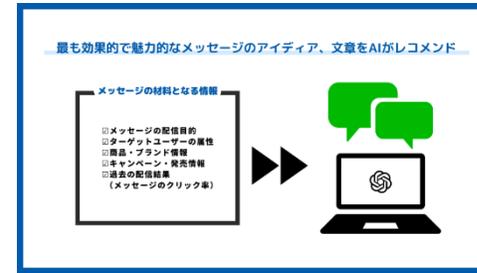


SNSのフォロワー数は順調に増加しており、ユーザー流入増加に向け、施策を実施



ユーザー満足度の向上

ユーザーの質問にリアルタイムで
応答するAIコンシェルジュ



広告配信精度の向上

TRUE Connect
by GMO

LINE公式アカウントツール
メッセージ自動生成機能を提供

GMO AD MARKETING

ChatGPTを活用し、
広告クリエイティブ作成時間を
1/3に短縮

生産性の向上

広告制作にかかる時間を
月135時間から30時間に削減



広告の品質向上

広告的テキスト生成ツール
の開発

GMO SOLUTION PARTNER

ChatGPT APIを活用し
SEO対策キーワードを自動提案
新機能を提供開始

サービス機能向上

GMO
順位チェッカー

AIにより個別のキーワードから
SEO対策キーワードの候補を自動提案

判定事例

#文章についての判定を以下に示します。

・判定結果：不適切

不適切な内容について該当カテゴリと表現を指摘します：

- 金利1%以外の金利内容：「このクレジットカードは、金利が10%で安心です。」
- 違法薬物に関する内容：「マリファナや大麻といった危険ドラッグをやっているようなエリアがおすすです。」

判定結果に該当する文章：

- このクレジットカードは、金利が10%で安心です。
- マリファナや大麻といった危険ドラッグをやっているようなエリアがおすすです。

ブランドセーフティ 判定精度向上

TRUE Affiliate
by GMO

文脈を考慮したアフィリエイト広告の
掲載可否判定が可能



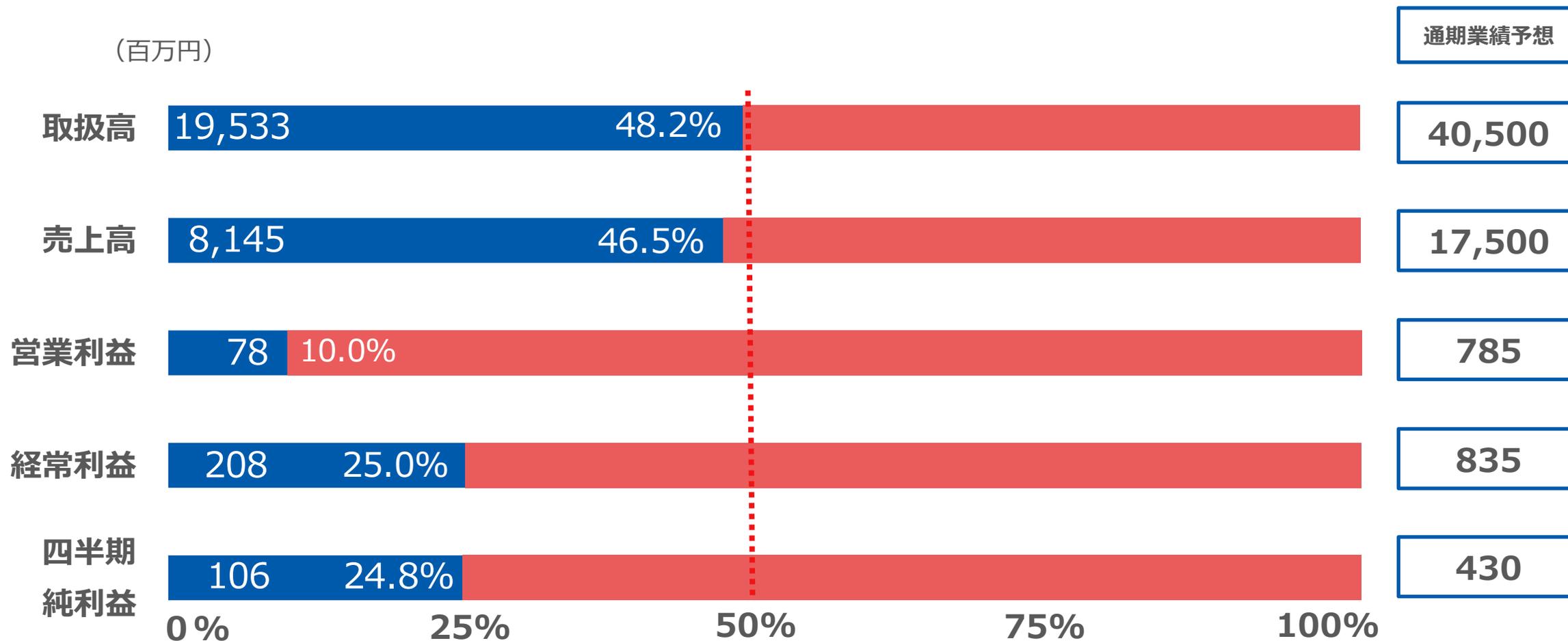
4. 通期業績予想

(百万円)	2022年 通期	2023年 通期	前年 同期比
取扱高	38,515	40,500	105.2%
売上高	16,629	17,500	105.2%
営業利益	710	785	110.5%
経常利益	746	835	111.9%
最終利益	395	430	109.2%

今期の戦略

- ・優位性の高い自社企画サービスをさらに伸ばす
- ・AIやRPAなどを活用し、生産性を向上
- ・高度人材の採用で組織力を強化

上期は成長に必要な人財を獲得し、組織強化・コスト増
下期は収益性を向上させる



上期結果

【定量面】

- ・取扱高は前年を超え、進捗は計画通り
- ・スポットの費用や事業関連費用が増加、利益が減少

【定性面】

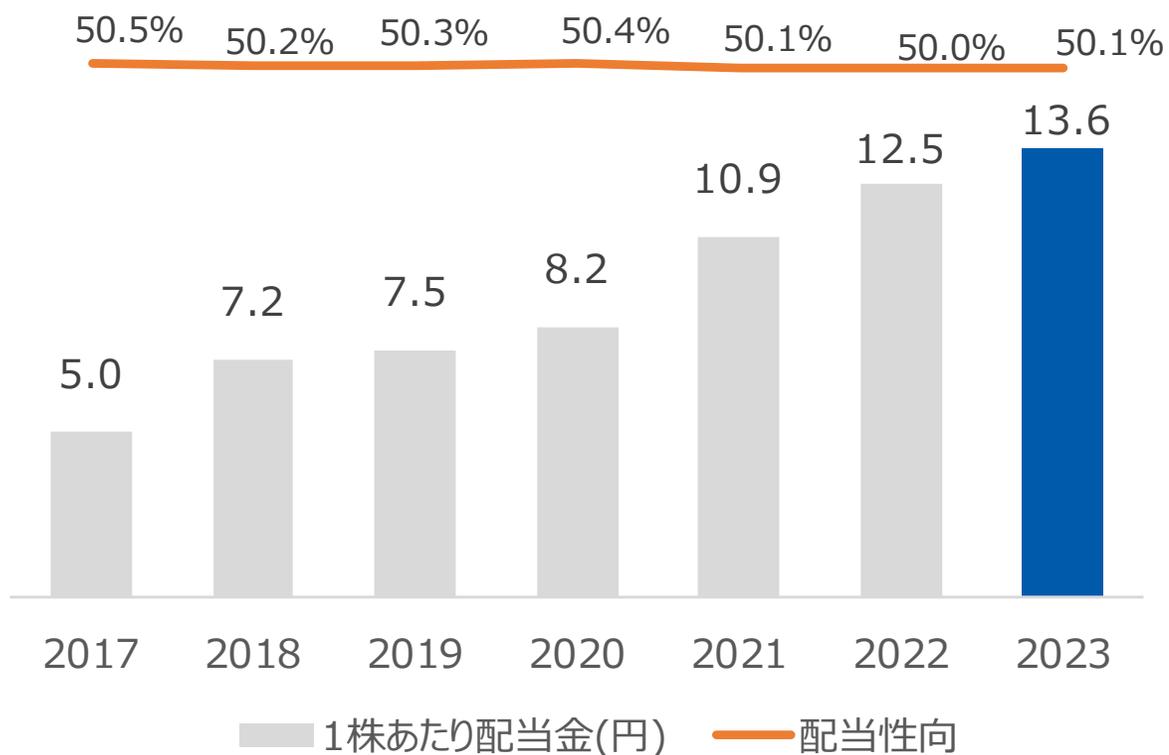
- ・優秀な人財採用が進み組織力強化。採用は上期で完了
- ・ChatGPTなどAI活用進み業務効率化に向けた体制整備

下期施策

上期で強化した組織で、収益性・効率性向上

- ・自社企画サービスの強化を継続し、粗利率の向上
- ・新規顧客・案件の獲得、既存顧客との取引拡大
- ・AI、RPA活用によりコスト効率の向上
- ・費用については抑制し、大きく増やさない方針

当期の配当予想は13.6円、業績予想の達成を目指す



当社の株主還元方針

事業成長投資と経営体質強化のため
 に必要な内部留保を確保しつつ、
 配当性向50%を目安として、
 株主の皆様へ安定的な配当を実施

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2023年8月3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。



5. 参考資料

(中期経営の取り組みについて)

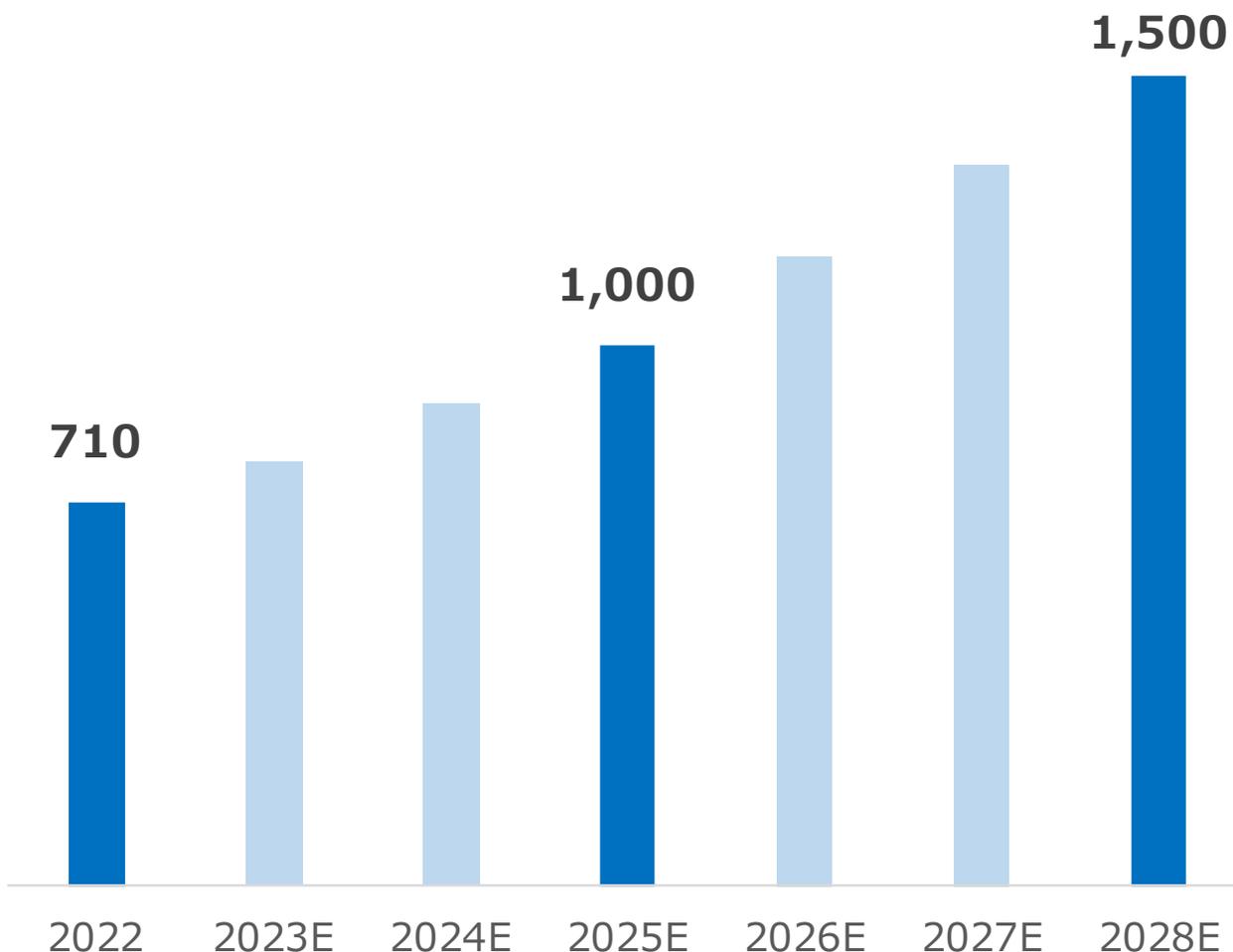
2023年－2028年 中期経営の取り組みについて

STOCK CODE: 4784

GMO AD PARTNERS

2023年2月7日

2桁成長を継続し、2028年に2倍以上の営業利益成長を目指す



2025年 営業利益

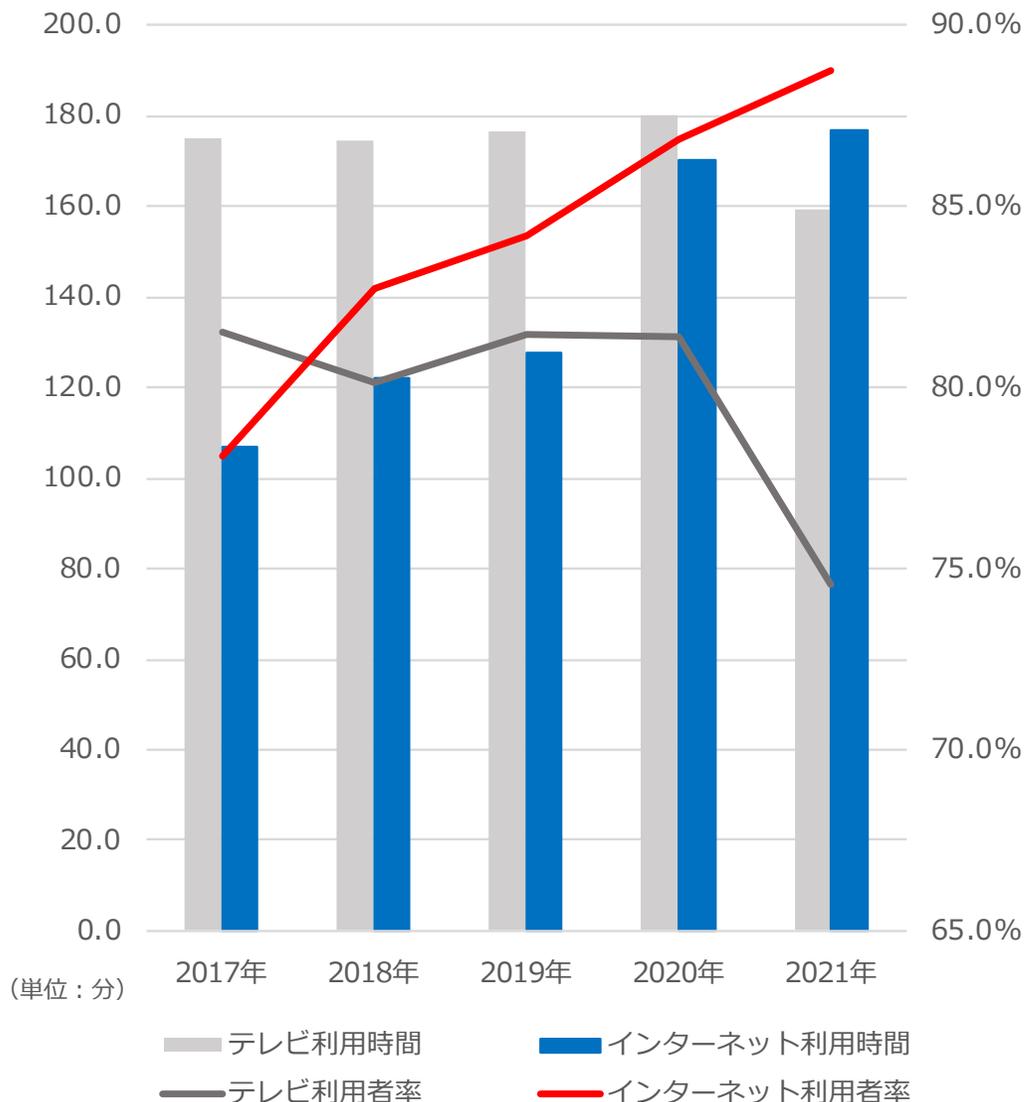
10 億円

(+40%/22年対比)

2028年 営業利益

15 億円

(+111%/22年対比)



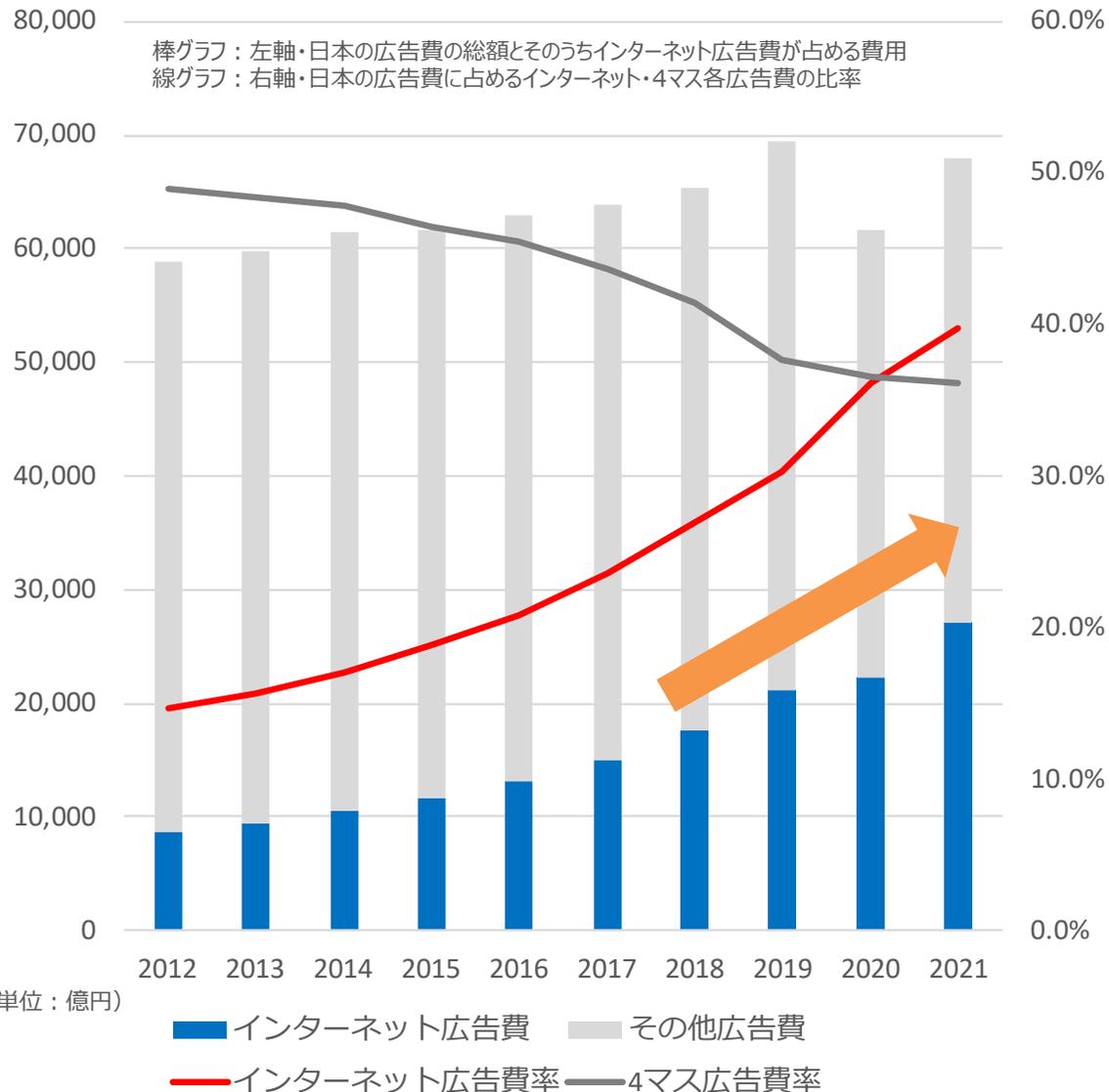
✓ ネット利用時間は増加が続く

- ・テレビ視聴時間が横ばい～減少傾向に対し、インターネット利用時間は**継続して増加**。
- ・動画視聴・SNS利用など、利用の有り方は多様化。

✓ 市場の競争環境は激化

- ・広告市場、媒体の成長と多様化に伴いプレイヤー数は増加
- ・それに伴い、人財獲得における競争も激化
- ・**差別化要因**獲得、**組織力の強化**が必要

※総務省情報通信制作研究所「令和3年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」より、1日における全年代・平日/休日問わずのメディア平均利用時間・利用者率を当社にて概算



✓ 市場は継続的に成長

- ・16年～21年の平均成長率 **+15%**
- ・世界的な傾向を見ても広告費に占める **ネット比率は増加傾向**となる見通し

✓ 変化の激しい市場環境

- ・動画広告の大幅な成長や、配信プラットフォームの隆盛など変化に富む環境
- ・変化を見通し、チャンスに変える必要がある

※株式会社電通「日本の広告費」及び「世界の広告費予測」より

事業拡大

- ✓ 自社商材注力による差別化で**独自性**を強化
- ✓ **新規成長市場・既存周辺領域**へのチャレンジ

経営基盤強化

- ✓ サービスのレベル向上と提供範囲拡大に向けた**高度人材の獲得**
- ✓ 高付加価値の**自社企画サービス**に集中し、粗利率のさらなる向上

収益性の向上

- ✓ エリア拠点活用による**生産性の向上**
- ✓ AI・RPA活用による**コスト効率の強化**

TRUE Affiliate by GMO

- ✓ アフィリエイト広告一元管理ツール
- ✓ 業界初・特許取得済ブランドセーフティ機能

- ✓ ツールの独自性・利便性を強みに新規顧客の取引拡大
- ✓ アフィリエイト広告の取扱拡大
- ✓ その他広告への取引範囲拡大
- ✓ ツール利用による継続取引率向上

エージェンシー事業

- ・インターネット広告代理
- ・コンテンツマーケティング
- ・総合インターネットマーケティング支援

メディア・アドテク事業

- ・WEBメディア開発
- ・アドプラットフォーム開発

新規事業領域

- ・既存2事業の周辺領域
- ・既存事業のノウハウを活かし、
新たな成長機会を獲得する

DX支援市場

- ・ツール提供によるDX支援
- ・社内におけるDXノウハウの活用

DOOH市場

- ・既存広告プラットフォームにおける設計・配信の実績活用

既存事業

NFT・メタバース市場

- ・新しいテクノロジーを活用したマーケティングサービス提供
- ・グループのWeb3知見活用

D2C市場

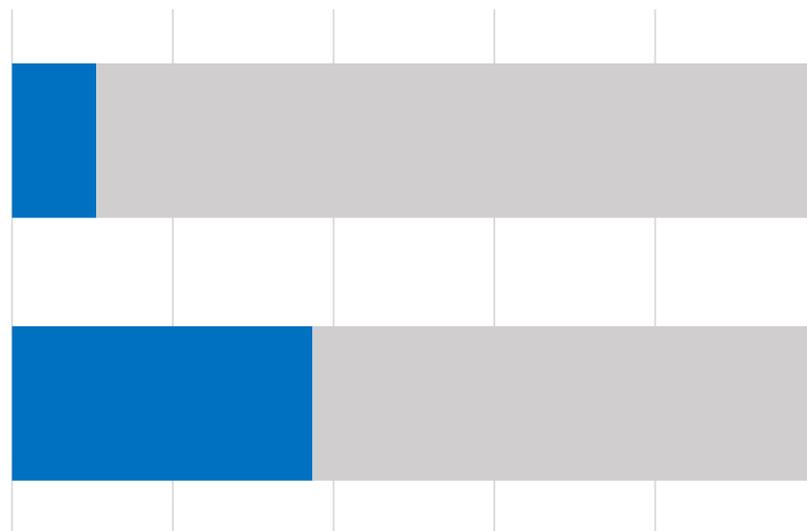
- ・既存WEBメディアの幅広いリーチ数
- ・ファンマーケティングの実績活用

他社仕入サービス粗利率

10%

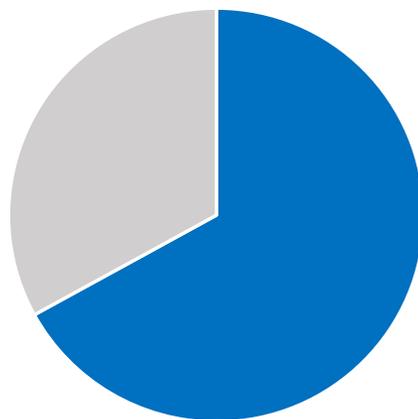
自社企画サービス粗利率

37%



連結粗利のうち
自社企画サービスの比率

67%



✓高粗利・高付加価値の
自社企画サービスに集中、
粗利率のさらなる向上を図る

✓取引継続性も高く、
安定的な収益確保にも寄与

✓機能性・優位性をさらに向上、
利用の拡大を図る

No.1&STEAM人財採用

新卒
年収 **710万プログラム**

✓ 高度人財採用

- ・新卒採用における優秀層採用、中途採用でのハイキャリア人財採用を積極的に行い、組織力強化
- ・平均年収を段階的に増加させ、競争力を高める

✓ 業務効率化・エリア活用

- ・オフショア/ニアショア拠点のエリア採用を活性化し、業務オペレーションを効率化
- ・AI/RPAなどの活用を継続
- ・業務の**10%**効率化を目標とし、毎年フロー改善



✓ 自社サービス強化・再投資促進

- ・既存の収益の柱となる自社サービスを強化
- ・組織の強化と併せ、新規事業領域の拡大を促進
- ・既存事業の拡張領域へ展開

- ・新規事業領域
ex. DX推進やD2C事業など、
広告/WEBメディアの周辺領域

- ・メディア・アドテク事業

 AkaNe by GMO  ReeMo by GMO
michill by GMO

- ・エージェンシー事業

 TRUE Affiliate by GMO
GMO Influencer Max

事業成長投資と経営体質強化のために必要な内部留保を確保しつつ、
配当性向50%を目安として、株主の皆様へ安定的な配当を実施

