



## メール専門から総合メディア提案企業へ

### ◆はじめに

当社は、1999年（平成11年）9月東京都において設立、インターネット広告事業を主要事業として逐次業容を拡大、現在大阪証券取引所（ヘラクレス市場）に上場を果たしている。

当社グループは、当社、連結子会社(株)イースマイおよびGMOサンプランニング(株)の3社により構成され、前2社は宣伝・販促広告事業を、また後社は求人広告事業を担当している。もっとも(株)イースマイは既に去る4月1日(株)ネクストに吸収合併されている。このため次期（平成17年12月期第2四半期）以降、当社グループは当社およびGMOサンプランニング(株)の2社で構成されることとなる。

本日は、平成17年12月期第1四半期の連結決算報告、同営業状況報告、今後の成長戦略および業績予想・配当予想を中心にご説明することとしたい。

### ◆平成17年12月期第1四半期連結決算報告

まず結論と要約から申し上げる。

第1に、売上高は従来の方法に基づく計上基準によると、過去最高となった。グロス計上からネット計上に会計方針を変更したことにより約2億18百万円の影響があった。

第2に、宣伝・販促広告事業において、DM系が横ばい、メールマガジン系が増加した。また検索連動型商品「JWord」の売上高が前四半期比32%増と順調な伸びを示した。

第3に、求人広告事業（「GMOサンプランニング(株)」が担当）は、季節要因はあるものの、大幅に売上高および利益に貢献した。

以上の結果、第四半期は過去最高の営業利益および経常利益を計上した。

計数面で見ると、売上高20億56百万円（前年同期比35.7%増）、営業利益1億72百万円（同194.6%増）、経常利益2億14百万円（同295.2%増）、当期純利益92百万円（同218.6%増）と、増収・増益となった。

B/S面では、平成17年3月末資産合計が64億89百万円（前期末比4億10百万円増）となった。内訳では売上増加等から現金および預金が期中3億20百万円増加している。負債合計では期中3億29百万円増（うち買掛金増2億14百万円）となった。資本金は期中59百万円増加（うち利益剰余金39百万円増、有価証券評価差額金17百万円増）した。

P/L面では、売上高20億56百万円、前年同期比5億41百万円増となった。従来、販売費・一般管理費に計上していた代理店手数料等を当期より売上高から控除する方法に基準変更したこと（売上高は2億18百万円増）、平成16年7月よりGMOサンプランニングが連結子会社となったこと等の要因が寄与している。

キャッシュフロー（CF）面では、営業活動CFが利益増を映じて3億96百万円増、投資活動CFが移転に伴う固定資産取得を主因に32百万円減、財務活動CFが配当支払いを主因に40百万円減となった。この結果、現金等は期中3億20百万円増、期末残高は17億98百万円となった。

### ◆平成17年12月期第1四半期営業状況報告

セグメント別に売上高を見ると、まず宣伝・販促広告事業は8億50百万円、前年同期比6億65百万円減、前期比2億14百万円減となった。前述のように会計基準変更による減少が2億18百万円影響しているが、主因は前年売上増に寄与したDM特需がなくなったことである。一方求人広告事業は12億6百万円、前期比1億14百万円増となった（前年7月から売上計上した関係から前年同期比はなし）。新卒採用に伴う各社の広告需要増加が貢献している。

ちなみに商材別に売上高構成比を見ると、まず宣伝・販促事業では、DM13.6%（前年同期58.4%）、メルマガ20.5%（同31.9%）、モバイル1.7%（同8.4%）、WEB系3.9%（前年1月から新規事業、同0.7%）、アフィリエイト0.4%（前年同期2.4%）、検索連動型7.0%（前年1月から新規事業、同0.1%）、計47%（同99%）となった。一方求人広告事業は、紙ベース29.5%（前年9月から新規事業、前年7～9月期33.1%）、ネットベース23.5%（前年9月から新規事業、同16.3%）その他0.6%（同0.8%）、計53%となっている。

---

セグメント別に経常利益を見ると、宣伝・販促広告事業は63百万円、前年同期比で9百万円増、前期比では、固定費支払い、決算関係費用等から15百万円減となった。売上減少の中で、商品ポートフォリオの組み方がうまくいって利益を確保できている。一方求人広告事業は1億51百万円（月ベースで50百万円稼いだ計算）、前期比58百万円増となった。

当社の収益構造を第1四半期の売上高構成比で見ると、代理店手数料（販売促進費）が0.1%、広告掲載費（仕入れ・媒体費）71.2%、以上を差し引いた限界利益（粗利益）が28.6%（前年同期17.0%）である。さらに人件費11.9%（同6.0%）、その他固定費8.3%（同7.2%）等の固定費が加わるものの、差し引き営業利益は8.4%（同3.9%）と高水準をキープできている。この間人員は大幅に増加しているが、連結により管理部門を極力圧縮してきた効果が大きく寄与している。

## ◆今後の成長戦略

設立以来の当社の事業を顧みると、第1フェーズ（1999年～2000年の2年間）はメルマガ「まぐまぐ！」専門の時期、第2フェーズ（2001年～2003年の3年間）はメールメディア専門の時期と位置付けられる。この間第2フェーズでは不動産サイト「イースマイ」を立ち上げている。これに対し、第3フェーズ（2004年～2007年）は、総合メディア提案への時期と位置付けることができよう。既に昨年11月から検索連動型「JWord」の営業を譲り受け、取り扱いを開始、また前年9月には求人広告に特化したGMOサンプランニング㈱を完全子会社化、また11月からは㈱AD2からの営業承継によりWEB（ポータル）メニューの取り扱いを開始している。

このような状況下、今後の事業収益については、宣伝・広告事業ではメルマガ、DMが現状でほぼ安定推移、WEB系、検索連動型が収益を拡大、（特に検索連動型には最も注力し、全収益の三分の一の確保を目指す）、また求人広告事業では、紙媒体は成熟期に入るものの、ネット媒体に多くを期待する、といったイメージを描いている。

以上のような前提に立って、今期（平成17年度）の重点課題として、次の2点を掲げていく。

第1は営業戦略の強化、第2は検索連動型「JWord」の販売強化である。

第1については現在約100名の営業人員を12月末150名（3年後の平成20年12月末400名を展望）に拡大する。

第2については、今期は直販、代理店販売を徹底的に強化し、来期以降の積み上げ（リピート）を確保する。

ここで当社のM&A戦略について一言すると、この1年間積極的に統廃合を行ってきた。（昨年9月㈱パワーフォーメーション、同社子会社GMOサンプランニング㈱を子会社化。子会社㈱マグフォースを吸収合併。11月インターパイロンから「JWord」に関する営業を、またAD2からインターネット広告事業を承継。12月子会社㈱パワーフォーメーションを吸収合併。本年4月子会社㈱イースマイを㈱ネクストに売却、等）。

今後はサイト運営からは極力手を引き、販売に特化していく方向で進む所存である。

なお従業員については、200名弱に対し、4月から宣伝・販売向け中心に新卒23名を採用している。

## ◆業績予想・配当予想

売上高は80億円（前期比20.7%増）、経常利益5億円（同55.8%増）、当期純利益2億50百万円（ほぼ前期並み）の計画である。第1四半期は経常利益2億13百万円、純利益92百万を計上したが、第2～3四半期には人材開発やシステム投資等が予定されているため、前回ご説明と同じ計画計数で特に見直すことはしない。

配当については、平成16年12月期実績が1株当たり600円であったが、平成17年12月期も同額の600円を予想している。

## ◆ 質 疑 応 答 ◆

**システム投資の内容について伺いたい。**

業務改善が主目的の投資である。営業品目が多くなったことと、これまでに社内に蓄積されたデータを活用するためにシステム管理しようという内容である。

**人員採用増により今後収益性が落ちるのではないか。**

営業関係要員の不足が当面最大の問題である。メール系商品と連携すれば相乗効果が期待できる。営業マンのナレッジを向上すべく研修を強化している。中途採用者は3カ月研修のあと、3カ月実地、7カ月目からは生産性上昇により、コストを回収していく。新卒はもう3カ月ほど後になる。

（平成17年5月25日・東京）