

高橋 信太郎 (タカハシ シンタロウ)

株式会社まぐクリック社長



## 宣伝販促&求人広告を提案する 総合メディア提案企業へ

### ◆結論と要約

2006年12月期第1四半期の業績は、(株)まぐクリックが担う事業である宣伝・販促広告事業が、前年同四半期に対して売上高2.8%増となった。商品構成の分散化に一昨年より着手し、既存のメール広告のほか、WEB広告や「JWord」という検索連動広告など、取扱媒体の種類を拡大し、メールDM媒体が落ち込む中、新規媒体で売上をカバーしてきた。今期は、メールDMの業績も下げ止まり、モバイル媒体は人気の「トクするメニュー」の取り扱いを昨年11月から開始し、堅調に媒体数および売上高を伸ばしている。検索連動広告「JWord」は、3月にグロス80百万円と取り扱い以来の月次最高受注額をマークした。また、動画広告の「Gyao」も取り扱いが好調で、10～12月に比べて1～3月は約3倍の受注をいただいている。

次に、子会社のGMOサンプランニング(株)が担う事業である求人広告事業は、前年同四半期に対して売上高9.1%減となっており、これは昨年4月に大手代理店が外れたことが影響している。

### ◆2006年12月期第1四半期の決算報告(連結)

2006年12月期第1四半期の実績は、売上高19億69百万円(前年同四半期比4.2%減)、売上原価14億43百万円(同1.4%減)である。販売費および一般管理費は4億46百万円(同6.4%増)であるが、これは昨年比べて34人増員したことによる人件費の増加や増床に伴う家賃の増加が原因である。

結果、営業利益は79百万円(同53.7%減)、経常利益87百万円(同59.0%減)、四半期純利益20百万円(同77.3%減)となった。

貸借対照表であるが、流動資産39億1百万円、固定資産18億8百万円で資産合計57億10百万円、流動負債13億13百万円、固定負債5億59百万円で負債合計18億72百万円である。純資産は37億70百万円となった。前年同四半期に比べ大きな変動は、GMOサンプランニング(株)の自社ビルを約6億円で売却、また投資有価証券の売却等により、固定資産が16億82百万円減少した。

キャッシュフロー計算書であるが、営業キャッシュフローは、売上債権の増加2億72百万円、法人税等の支払い1億57百万円がありマイナス2億39百万円となった。投資キャッシュフローは、固定資産を23百万円取得したため27百万円減少した。財務キャッシュフローは、配当金の支払いが42百万円あり38百万円減少した。

四半期の経常利益であるが、宣伝・販促広告事業は、取扱媒体の拡充に伴うオペレーションに掛かる人員増強による人件費が増加し利益が圧迫されている。現在は新卒、中途の早期戦力化のための研修のプログラム、効率化のための業務システムの見直しを図り、利益圧迫を軽減しようと努めている。

四半期の費用であるが、2005年第1四半期と比べて、人件費が11.9%から14.2%と2.3%増加、家賃は1.0%から1.5%と0.5%増加した。結果、営業利益率が8.4%から4.6%と3.8%減少した。

### ◆事業戦略

1999年の創業から振り返ると、1999年からの第1ステージでは、まぐまぐのメールマガジンからスタートし、当時の売上規模は12億円(2000年実績)であった。2001年からの第2ステージでは、メールマガジンだけではなく、地域、属性を特定することのできるメールDMの媒体の取り扱いを開始し、売上高は14億円(2001年実績)、31億円(2002年実績)、43億円(2003年実績)と売上を拡大した。2004年からの第3ステージでは、総合メディア提案事業をスタートした。「JWord」の取り扱いを開始し、GMOサンプランニング(株)の子会社化に伴う求人広告の媒体の取り扱いを開始、そして、M&AによるAD2の営業継承によってWEB系媒体の取り扱いを開始するなど、取扱媒体の種類を拡充して、インターネット広告関連の総合提案が可能な体制を整えてきた。この取り扱い媒体の拡大によって、メールDM、メルマガ、検索連動型、WEB系、求人系と五つの柱を構築した。

課題の認識であるが、当社で集計した主要インターネット広告代理店の2003年からの広告売上を見ると、

2003年はバナー、メルマガ、メールDM広告から各社スタートしたが、2004年から他社はヤフー、リスティングの取り扱いにより売上を増やした。当社はメルマガ、メールDMへの高い依存が成長スピードを鈍化させ、他社の成長スピードについていけなかった。原因は商品構成の分散化のスピードの遅れである。商品構成の現状は、2004年第1四半期と2005年第1四半期を比較するとメールDMは65%減、メルマガ、WEB系は横ばい、「JWord」は新規取り扱いを開始した。また、2005年第1四半期と2006年第1四半期の比較では、メールDMは25%減、メルマガは横ばい、WEB系は約2倍になり、「JWord」も堅調に増加している。2004年第1四半期から2006年第1四半期には、メールDMが四分の一となり、メルマガおよびメールDM以外の媒体合計は3倍となった。今後は併売媒体であるWEB系媒体とモバイル媒体、専属媒体である「JWord」がグループ新規開発媒体をさらに積み上げていく。

まぐクリック本来の強みは主に次の三つである。①高い利益率の媒体の取り扱いがある。まぐまぐ、GMOメディア媒体、「JWord」の専属媒体を持つ当社は、専属媒体の収益によっては高い利益率を確保することができる。②幅広い媒体の取り扱いを行っている。これは一昨年のAD2社のM&Aによって、現在はWEB系媒体約200社の取り扱いに拡大した。③中堅代理店の販売ネットワークを構築し、約900社の代理店ネットワークを持っている。

まぐクリックの今後の戦略は大きく三つある。①専属REP媒体の開発強化、②モバイル媒体の販売強化、③資産の活用である。まず専属REP媒体の開発強化であるが、GMOグループのアドサーバーの統合によるメガリーチ媒体の開発である。これは非常に多くのユーザーにリーチのできるWEB系を中心とした広告媒体の開発である。それと第3四半期には「JWord」と商品統合をし、さらにリーチの広い商品開発を行い、これを代理店に専属媒体として販売していく。GMOグループの持つメディアのリーチはヤフー、楽天に次ぐ第3位で、このリーチの広さをベースとした広告媒体の開発を現在進めている。

次にブログであるが、GMOインターネットグループの「ヤプログ」、「JUGEM」、「AutoPage」には併せて約80万人のユーザーがいる。ブログのPV数が急増し、現在月に4億70百万PVである。この3ブログの相乗効果を利用して広告タイアップページを作成し、広告商品としてさらなる効果を期待できる商品開発を進めている。次に「JWord」はプラグインのインストール数は堅調に増加しており、現在3,000万台を突破している。そこに新機能として同時検索バーを追加することで、ヤフーやグーグル等のサーチエンジン等の下に「JWord」の登録サイトがダイレクトに表示され、JWord登録サイトへのナビゲーションが向上している。

最後に、まぐまぐも、WEBへ進化しており、その中に「マネーのまぐまぐ」というWEBサイト、この商品開発は既に着手した。二つ目のモバイル媒体の販売強化は、モバイル媒体の専属チームを新設し、販売を強化し、取り扱い媒体数を大幅に増加させており、さらにメディアの開発、コンテンツホルダーとの協業も考えている。三つ目の資産の活用であるが、900社の代理店ネットワーク、200社の媒体社ネットワーク、この二つが当社の大きな資産である。まず、代理店ネットワークについてはアクティブ代理店600社を除く取り扱い金額の僅少な代理店300社について社内にコンサルティングチームを新設し、代理店のネット広告の事業化を支援をしている。媒体社ネットワークについては、モバイルメニューの拡大、オリジナルメニューの導入による媒体数のさらなる拡大、RSS配信を用いた各社連動広告を開発していく予定である。

求人広告事業の今後の戦略は四つである。①拡大市場へのシフト、これは今人手不足で、バブル期なみの採用といわれているが、今、人が足りないのが、アルバイトパート市場である。そのアルバイトパート領域へのシフトを徹底的にやっている。GMOサンプランニングの渋谷本社、横浜営業所の人員を増強して、マージン施策も含めて営業効率をアップしている。②新規媒体の販売機能拡大。これもアルバイトパート領域であるが、リクルートとの提携事業であるタウンワークの社員版創刊で、千葉に二つある営業所を、もう一つつけて売上を拡大している。③プル型マーケティングの活用である。これは特に求人広告についてのネットの検索連動型広告の活用で、問合せ、新規受注の効率化を図っている。④特定媒体の営業部隊発足である。これもリクルートの支援を得て、「ガテン」という媒体を徹底的に攻める専門部隊を設置して強化し、こども売上が上がっている。

## ◆業績予想

2006年12月期の業績（連結）は、売上高80億円、経常利益5億円、当期純利益2億50百万円、EPS（1株当たり利益）2,791.89円を予想している。

また、単体は、売上高40億円、経常利益2億50百万円、当期純利益1億50百万円、EPS1,675.14円を予想している。前回の予想数値に変更はない。

---

配当予想は、期末配当600円である。

◆ 質 疑 応 答 ◆

キャッシュフロー計算書のところで、売上債権がこの四半期で2億72百万円と大きいのが、何か特殊な要因があったのか。

売上債権が、今期、前年に比べて2億72百万円増加しているのは、売上高が前年に比べて大幅に増えているわけではないが、たまたま金額の多い売上先の回収サイクルの関係で売上債権となったためである。

(平成18年5月23日・東京)