

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



モバイル広告事業の拡大により売上高増を目指す

◆2007年12月期中間の業績

2007年12月期中間の連結業績は、売上高31億94百万円（前年同期比8.4%減）、営業利益1億14百万円（同23.5%増）、経常利益1億42百万円（同21.4%増）、中間純利益55百万円（前年中間期は23百万円の純損失）となった。売上高については、子会社GMOサンランニング(株)の売上高の計上方法が一部手数料売上となったことにより減少したが、売上総利益は前年中間期に比べ3.6ポイント改善し31.7%となった。販管費は、引き続き経費節減等により減少傾向にある。また、GMOサンランニング(株)の株式追加取得等により、のれん償却額が18百万円増加している。

セグメント別の業績としては、(株)まぐクリックが行っている宣伝・販促広告事業は、モバイル媒体売上高が好調であったことと販管費の抑制により増収増益となり、売上高17億77百万円（同5.6%増）、経常利益51百万円（同90.0%増）となった。GMOサンランニング(株)が行っている求人広告事業は、計上方法の変更により売上高は14億17百万円（同21.4%減）と減少したが、経常利益は90百万円（同17.0%増）と増加した。

貸借対照表については、資産は流動資産41億34百万円、固定資産13億59百万円、合計54億93百万円となった。負債は流動負債8億14百万円、固定負債5億39百万円、合計13億53百万円。純資産は41億40百万円となった。ポイントとしては、投資有価証券等の売却により固定資産が3億39百万円減少したことである。

キャッシュフローについては、営業キャッシュフローが中間純利益の増加により1億19百万円増加した。投資キャッシュフローは、GMOサンランニング(株)の株式追加取得による支出1億44百万円および投資有価証券取得による90百万円の支出により3億14百万円の減少となった。財務キャッシュフローは配当金の支払いにより52百万円の減少となった。当中間期末のキャッシュ残高は32億76百万円である。

四半期売上高の推移を見ると、宣伝・販促広告事業、求人広告事業共に、季節要因により第1四半期および第4四半期が増加傾向、第2四半期および第3四半期が減少傾向となっている。

四半期経常利益の推移は、宣伝・販促広告事業、求人広告事業共に、季節要因により第2四半期および第3四半期が減少傾向となっている。しかしながら、今第2四半期は過去最高の第2四半期利益額を計上することができた。

四半期費用構成の推移については、GMOサンランニング(株)の売上高の計上方法の変更の影響により、売上原価率67.8%（前年同四半期比2.3ポイント低下）、営業利益率1.6%（同0.8ポイント改善）となった。従業員数については、この4月に(株)まぐクリックで7名、GMOサンランニング(株)で22名の新卒を採用し、現在、教育中である。

◆組織を改編し、戦略領域に戦力を投入

インターネット広告代理店事業は、現状の総市場規模が3,200億円と推定され、売上高の上位1位から50位までの大手ネット専門系の広告代理店が占める割合が56.7%、占有額1,814億円、残りの43.3%は中堅中小代理店（ロングテール領域）が担い、占有額1,386億円である。今後の総市場規模は2010年には7,160億円規模にまで拡大が推定されており、ロングテール領域についても大きく拡大していくと予想されている。当社は、大手ネット専門系の未開拓領域であるロングテール領域へ、「ネットプロ」を無償で開講し支援を行い、また、ロングテール領域から出現してくる新たなネット広告販売に強い代理店の販売ネットワーク化に取り組んできた。

当社の中堅中小代理店へのアプローチの実績として、2004年上期では売上の半分ほどのシェアであったが、当上期には売上の8割を占め、中堅中小代理店の取引社数は2003年から2倍以上に増加した。また、中堅中小代理店の1社当たりの売上高は、ここ2年で1.6倍の伸びを見せており、当社がフォーカスする中堅中小代理店のロングテール領域が今後も非常に伸びるものと予測される。

また、当社内の営業組織については、注力領域を徹底し3グループ体制に改編した。3グループのうち2グ

ループを新規の中堅中小代理店の開拓に投入し、「ネットプロ」を用いてネット広告販売の支援を積極化し、代理店と一体となってクライアントに対し企画・提案・営業を行い、さらに販売ネットワークを拡大させ、インターネット広告市場の拡大と当社の売上高拡大に努めていこうと考えている。

◆2007年成長戦略の進捗

2007年12月期成長戦略としては四つある。

(1) モバイル媒体運営事業の拡大

自社にてモバイル媒体を運営し、(株)まぐクリックがこれまで培ってきたメディア開発、育成のノウハウを活用したさらなる媒体価値の向上とモバイル向け広告商品の開発を行い、モバイルメディア事業の拡大と基礎強化を進めていく。収益面でも高い利益率の確保が容易となり、収益の基盤となるものである。

モバイル媒体運営事業の柱となるGMOモバイル(株)を7月2日に設立した。主な事業はシャープ(株)より譲り受けたモバイルメルマガ「メルモ」の運営事業である。「メルモ」は、F1層に強い日本最大級の携帯メルマガサービスであり、メールマガジン誌数2万6,000誌、購読者数（ユニーク）90万人、購読者数延べ650万人、月間メール流通数は6,000万通である。モバイルの媒体を別会社化することで、(株)まぐクリックは広告販売、GMOモバイル(株)は媒体運営とサービス開発を分担し、各々のテーマを絞って事業推進することを意図している。

GMOモバイル(株)の今後の展開としては、三位一体型開発をサイクルとした事業展開を行っていく。①口コミや携帯メールと連動したサービスを行う「行動喚起型メディアの開発」によりユーザーの大量誘導を行い、②ユーザーのリピートや粘着を上げるために「コンテンツサービスの拡充」を行い、③効率的な換金手段により「収益手段の安定確保」を実現し、メディア開発に再投資する。このサイクルで各々のサービスがシナジーを生むメディア開発を進めていこうと考えている。

(2) 媒体開発力の強化

当社はインターネット広告の普及に伴う広告主の業種拡大など、多様なニーズに対応するために、メール広告のほか、検索連動型広告、WEB広告、モバイル広告など複数の広告媒体の取り扱いを行うとともに、商品構成の分散化による安定的な収益確保の体制を整えてきた。今後、さらに進化する広告主のニーズに対応するため、既存のWEB媒体、モバイル媒体の拡充と専属販売媒体や優先販売媒体の確保に注力していく。PCの媒体の拡充については、一段落しており、モバイル媒体の拡充を精力的に行っている。したがって、前年同期比約2倍のモバイル媒体社110社が現在の売上を作り出している。その結果、2007年第2四半期のモバイル売上高（グロス）は1億96百万円（前年同四半期比2.5倍）となった。

新規広告枠の創出としては、新たな専属販売モバイル媒体であるモバイルGYAOがある。モバイルGYAOはミュージッククリップなど動画が見放題であり、待ち受けや着メロなどポータルの楽しめる動画エンタメサイトである。累計の登録者数は100万人を突破し、顕著に会員数を伸ばしている媒体である。

優先販売モバイル媒体としては、モバイルゲオがある。モバイルゲオは映画、音楽、ゲームなどのエンターテインメントを提供しているモバイル媒体である。約1,000万人のリアル店舗会員をベースにモバイル会員は約115万人である。今後も利益率を高め、流通を強めていきたいと考えている。

(3) 販売力の強化

中堅中小代理店のネット広告販売支援「ネットプロ」を継続し、販売ネットワークを伸ばしていきたいと考えている。

(4) 求人広告事業

GMOプランニング(株)において、キャリア層の中途採用によりマネジメントの強化を進めている。新卒・中途領域は苦戦しているが、アルバイト・パート領域は好調である。

2007年12月期通期業績予想については、連結では売上高72億円、経常利益3億60百万円、当期純利益1億60百万円、単体では売上高40億円、経常利益1億50百万円、当期純利益90百万円と計画している。配当については、期末配当は600円と予想している。

(平成19年8月17日・東京)