

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



レップ事業におけるポジショニングの確立、 モバイル媒体への注力

◆結論と要約

2007年12月期、第3四半期（1月から9月）の連結業績は、売上高46億15百万円（前年同期比8.7%減）、営業利益1億72百万円（同0.5%増）、経常利益2億17百万円（同6.6%増）、四半期純利益88百万円（同336.8%増）となっている。

第3四半期のポイントとしては次の点が挙げられる。売上高は、子会社GMOサンプランニングの売上高の計上方法が、一部手数料売上となった影響により減少したが、売上総利益率は29.1%から32.1%と、3ポイント改善している。販管費は、経費削減等の効果により減少傾向にあるが、GMOサンプランニング株式の追加取得等によって、のれん償却額が25百万円増加している。四半期純利益については、前年は投資有価証券の売却損が計上されていたが、今期は発生していない。

セグメント別では、宣伝・販促広告事業（まぐクリックとGMOモバイル）の売上高は26億9百万円（前年同期比1.9%増）、経常利益は93百万円（同18.6%増）となった。モバイル媒体の売上高が特に好調であり、販管費の抑制による影響も増益の要因となっている。求人広告事業（GMOサンプランニング）の売上高は、20億5百万円（同19.5%減）、経常利益は1億24百万円（同1.0%減）である。売上高の計上方法の変更が大きく影響した。

◆財務ハイライト

損益計算書については、売上高46億15百万円、売上原価31億31百万円、販売費および一般管理費13億10百万円となり、のれん償却額が増えたものの前年とほぼ同水準で推移している。その結果、営業利益と経常利益とも増加となっている。

貸借対照表については、流動資産は40億86百万円、固定資産は13億54百万円、資産合計は54億41百万円となっている。流動負債は7億31百万円、固定負債は5億33百万円、負債合計は12億65百万円である。そして純資産は41億76百万円となっている。前年は投資有価証券の売却による未収入金が発生したが、当期は発生していないので、流動資産は2億68百万円減少している。また、子会社の株式の追加取得および投資有価証券の取得により、固定資産は2億34百万円増加している。これは主に、GMOサンプランニング株式の追加取得1億44百万円と、GMOサンプランニングの主な取引先であるリクルート株式の取得の90百万円によるものである。

キャッシュフローでは、営業キャッシュフローは1億17百万円の増加となり、主に四半期純利益の増加によるものである。投資キャッシュフローはマイナス3億59百万円となった。これは、GMOサンプランニング株式の追加取得による支出が1億44百万円および投資有価証券の取得による1億6百万円の支出、そしてGMOモバイルの「メルモ」営業譲渡に伴う支出55百万円による。財務キャッシュフローは、配当金の支払いによりマイナス52百万円となっている。結果、現金および現金同等物の残高は32億29百万円である。

◆下期重点課題

業界におけるポジショニングを、売上構成でWeb系とモバイルに、代理店の取り扱い状況で中堅中小と大手専門に分類したグラフで見ると、モバイル事業の専門レップであるD2C、mediba、J-MOBILEの3社は、モバイルの割合が高く、大手専門の比率が高い領域に位置する。また、総合レップである電通系のCCI、博報堂とADK系のDACは、Web系の割合が高く、大手専門の比率が高いポジションに位置する。

当社のポジションとしては、2000年に「まぐまぐ！」の専門レップとして、Web系の割合が高く、大手専門の比率が高い位置からスタートした。2004年以降は、メールから他社併売媒体の取り扱いを本格的に開始し、販路も中堅中小の割合を増やしていき、2005年にはWeb系の割合が高く、中堅中小比率が高いポジションとなった。2007年は、「モバイル媒体への注力」および「中堅中小代理店への販売強化」として、オンリー

ワン領域での収益拡大を目指している。

2006年のインターネット広告代理店事業の総市場規模は、3,200億円（推定）である。2010年には7,160億円規模まで拡大すると、成長性の高い予測がされている。広告代理店は3,000社くらいあると言われているが、そのうち売上高の上位1位から50位までの大手・ネット専門の代理店が占める割合が56.7%であり、市場占有額は1,814億円である。残りの43.3%は、中堅中小代理店が担っているロングテール領域であり、この領域の市場占有額は1,386億円である。当社にとっては、前者は従来販売注力をしてきた領域となり、後者は今後の強化領域となる。このロングテール領域へは「ネットプロ」という広告代理店向けの研修プログラムを交えて、販売強化を徹底的に行う予定である。

中堅中小代理店へのアプローチの実績がどうなっているかを見ると、2004年上期は売上の約半分しか占めていなかった。これが2007年上期には全体の8割を占める結果となっている。また、1社当たりの売上単価も、堅調に伸びている。

◆2007年成長戦略の進捗

2007年の取り組み課題は、「モバイル媒体運営事業」、「媒体開発力の強化」、「販売力の強化」、「求人広告事業」の四つである。

一つ目の「モバイル媒体運営事業」については、当社にてモバイル媒体を運営して、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商品の開発を行う。これによってモバイルメディア事業の拡大と基盤強化を進めていく。

モバイル媒体運営事業の第3四半期のトピックスとしては次の3点が挙げられる。①9月11日に、(株)more communicationと資本・業務提携を行った。②10月1日にGMOモバイルが、ウノウ(株)と「sugu. CC」の事業の譲受を伴う業務提携を締結した。③10月31日に、当社がウノウ(株)と資本提携した。

資本提携した(株)more communicationは、メディア事業、広告代理事業、ソリューション事業の三つの柱を展開している。メディア事業ではSNS機能を持ったモバイル媒体「モアコミ」の媒体運営を開始し、広告代理事業ではモバイルメディアの専属媒体を有している。

ウノウ(株)は、数々のインターネットメディアの企画運営をしており、Web2.0のメディアの企画と開発戦略を持っている。今回の提携で、当社とGMOモバイルとウノウ(株)が持っている媒体運営のノウハウや広告販売力を兼ね合わせて、収益性を上げられる事業を共同で展開していく考えである。

カンタン・メリス「sugu. CC」とは、携帯専用の無料メーリングリスト作成サービスである。ターゲットとしては、携帯を頻繁に利用する10代から20代層であり、彼らは学校やゼミや会社の仲間同士で「メリス（メーリングリスト）」を使用するので、イベントの出欠確認や情報共有に活用することを主眼に置いたサービスとなっている。今後は、このメリスサービスにアルバム機能やスケジュール調整機能等の機能拡充を予定しており、会員数はさらに増加するだろう。

二つ目の「媒体開発力の強化」であるが、当社はこれまで、インターネット広告の普及に伴う広告主の業種拡大と多様なニーズに対応するために、メール広告以外に検索連動広告、Web、モバイル広告等の複数の広告媒体を取り扱ってきた。商品構成の分散化によって、安定した収益確保の体制も整備が終わっている。今後さらに進化する広告主のニーズに対応するために、既存のWeb広告媒体およびモバイル媒体の拡充を徹底的に図っていく。その中でもモバイル媒体の売上高は、前年四半期比約2倍と、伸びが顕著である。また、媒体社数も順調に伸びている。

三つ目の「販売力の強化」は、ネットプロの事業を継続しながら、新規販売ネットワークを伸ばしていくことが戦略の骨子である。有力な新規取り扱い媒体の商品は以下の三つである。

①「ニコニコ動画」：これはニワンゴが提供している動画配信関連サービスであり、2007年10月の会員数は370万人となっている。国内Webサイト史上最速72日で会員数が100万人という、非常に強力な媒体である。特に、10代から20代の若者の需要が多い。

②Brainer：これはコンテンツ連動の広告ネットワーク媒体である。2007年8月から取り扱っており、月間13億インプレッションで、掲載メディアサイト数7,600サイトのネットワークである。

③「顔ちえき！」：これは顔画像認識技術を応用したモバイル・エンタテインメントコンテンツで、口コミ効果で急速に利用ユーザーを伸ばしている。2007年8月からの広告枠の取り扱いである。

四つ目の戦略「求人広告事業」は、GMOサンプランニングの事業である。キャリア層の中途採用を行ってマネジメントを強化しているが、新卒・中途領域については苦戦している。アルバイト・パート領域は依然好

調である。

◆業績予想

2007年2月14日に発表した業績予想に、今のところ変更はない。連結の売上高72億円、経常利益3億60百万、当期純利益1億60百万円である。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90百万円とみている。配当予想については、期末配当600円となる。

(平成19年11月20日・東京)