

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



ターゲット領域への販売力強化で さらなる成長を目指す

◆2007年12月期通期連結業績概要

売上高は64億66百万円（前期比6.9%減）、営業利益は2億37百万円（同28.3%減）、経常利益は3億4百万円（同18.7%減）、当期純利益は1億51百万円（同48.8%増）となった。

売上高については、子会社のGMOサンプランニング㈱の計上方法が一部手数料収入となった影響と、中途・社員領域の売上高減少の影響があったことで減収となった。販管費では、売掛債権における貸倒引当金を58百万円個別引当計上した影響と、GMOサンプランニング㈱の株式追加取得等による、のれん償却額32百万円の影響により増加している。当期純利益については、特別利益として投資有価証券売却益を61百万円計上したことにより、前期比48.8%の増加となった。

セグメント別の業績としては、㈱まぐクリックと新たに設立した子会社のGMOモバイル㈱が担っている宣伝・販促広告事業は、売上高35億26百万円（前期比0.9%増）、経常利益1億20百万円（同18.1%減）となった。これは、専売媒体の売上高減少トレンドの中、モバイル媒体の売上高が好調であったこと、中堅中小代理店販売網が拡大したこと、新規代理店の開拓を進めていることによる。

GMOサンプランニング㈱が担っている求人広告事業は、売上高29億40百万円（前期比30.9%減）、経常利益1億84百万円（同10.6%減）となった。売上高の計上方法の変更の影響と中途・社員領域の売上高減少が大きく響いている。一方、アルバイト・パート領域は前期比72%増と好調であった。

◆財務ハイライト

損益計算書については、売上高が前期より減少したのは、GMOサンプランニング㈱の影響が大きかったためである。売上原価は44億49百万円、販管費は貸倒引当金58百万円の計上等により増加して17億79百万円となった。

貸借対照表については、流動資産は43億80百万円、固定資産は13億97百万円で資産合計は57億77百万円、流動負債は9億55百万円、固定負債は5億40百万円で負債合計は14億96百万円、純資産は42億81百万円となっている。前期と比べた大きな変動としては、前期は投資有価証券売却による未収入金が発生したが、当期は発生せず、流動資産が1億13百万円減少した。また、子会社の株式追加取得および投資有価証券取得により固定資産が2億68百万円増加した。これは、主にGMOサンプランニング㈱株式の追加取得1億44百万円とリクルート株式の取得90百万円による。

キャッシュフロー計算書については、営業キャッシュフローは主に当期純利益の増加により、3億98百万円の増加となった。投資キャッシュフローは3億13百万円の減少となった。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、投資有価証券取得による1億22百万円の支出、メルモの営業譲受に伴う55百万円の支出によるものである。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ている。この結果、当期末のキャッシュは35億57百万円の残高となった。

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1四半期と第4四半期は増加傾向、第2四半期と第3四半期は減少傾向を示している。四半期費用推移については、第3四半期に比べると第4四半期はのれん償却額とその他項目に含まれている貸倒引当金の増加により、費用全体が増加した。四半期費用構成の推移については、第3四半期に比べて第4四半期は売上原価率が66.9%から71.2%に増加している。これは、GMOサンプランニング㈱の新卒媒体が10月にオープンし、売上が増加した影響を受けたためである。また、減価償却費は1.6%から1.0%に減少した。これは、固定資産除却の影響によるものである。その他のコストはほぼ横ばいで推移しているが、貸倒引当金の増加により、その他項目が4.1%から5.3%へと増加している。

◆2007年トピックスおよび2008年成長戦略

㈱まぐクリックの基幹事業であるレップ事業では、2007年のトピックスとして、ロイタージャパン・2007年サマーキャンペーンにおける受賞、第4四半期でニコニコ動画のレップ&代理店の第4四半期売上高が2位をマークしたこと、mixiの取り扱い本格化、大手クライアントのアライアンス枠1億円獲得が挙げられる。

インターネット広告代理事業の総市場規模は2006年には3,200億円であったものが2010年には7,160億円にまで拡大すると見込まれている。2008年においては5,400億円と推定されている。約3,000社ある広告代理店のうち、売上高の上位1位から50位までの大手ネット専門代理店の市場占有率は56.7%、市場専有額は3,060億円である。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、市場専有額は2,340億円と推測される。当社は、大手レップが着手していないこの領域を戦略的に開拓し、販売を行ってきた。今後、ネット広告販売に強い新たな代理店がロングテール領域から出現してくることも予想されるので、販売ネットワーク化を進め、収益拡大を目指していきたい。

㈱サイバー・コミュニケーションズ（以下cci）との資本・業務提携（2008年2月20日付）は、cciの強み（インターネット広告に関する広範なノウハウ、主要インターネットメディアへのネットワークの保有）とまぐクリックの強み（中堅中小代理店への幅広い販売網、ネット広告販売事業化支援のノウハウ）を組み合わせ、成長マーケットであるロングテール領域における販売力の一層の強化を狙ったものである。そうすると、当社は中堅中小代理店に対する広告販売の強化と大手ポータルメディアの仕入れの安定化が可能になる。さらに、今後、新たな広告メディアの企画開発においても協業を検討する予定である。

中堅中小代理店の状況については、グロス売上高を見ると、2007年下期における大手ネット専門の割合は23%、中堅中小代理店の割合は77%で、中堅中小代理店の売上高が堅調に増加している。媒体別では、メール媒体はやや減少傾向にあり、Webとモバイル媒体が著しく伸びている。また、中堅中小代理店の取引先社数も堅調に推移している。

中堅中小広告代理店へのインターネット広告販売事業化支援の研修は、インターネット広告の導入を計画している代理店をいかにリクルーティングしていくかという戦略の中核となっている。広告代理店の媒体や営業の担当の方々には無料で受講してもらっており、2007年9月から徐々に受講社数と受講人数を増加させている。今後も、ネット広告市場が拡大する中で、マス媒体とは異なる販売知識やノウハウを提供していきたい。そして、中堅中小広告代理店との接点もより深くなっていくものと考えている。

モバイル事業では、2007年には、モバイルレップ事業の売上高は対前年比2.2倍の成長を遂げ、シャープ㈱からの「メルモ」事業移管を受け、これを契機に、GMOモバイル㈱を設立した。また、㈱more communicationとの資本・業務提携、ウノウ㈱から「スグCC」事業譲受と資本・業務提携を行った。

2006年のモバイル広告費市場の成長率42.5%（電通総研調べ）に対して、当社の成長率は146.2%となっている。2007年の市場成長率は33.8%、当社の成長率は127.6%で、市場成長率を大きく超えて伸びており、2008年もこのトレンドでいきたいと考えている。また、モバイルレップ媒体社数と売上高も続伸しており、2007年の第4四半期は前年同期の2.5倍の売上高となった。

モバイルメディア事業については、メルモ媒体事業では、携帯メルマガサービスでナンバーワンのユーザビリティと規模を目指している。利用者アンケートや競合分析を行い、ユーザー利用を促進する機能開発を進めている。業界初のカラマガ機能（カラーテンプレートをを用いて、簡単にメールマガジンの発行が可能）を開発した。

「スグCC」媒体事業（メールリングリストサービス）については、マーケティング強化に伴い、顕著な伸びをみせ、5カ月間で会員数が3倍になった。また、最近注目される検索順位は、モバイルの「携帯メール」にてGoogleで1位表示となり、今後、収益化のフェーズに十分期待できると見込んでいる。

求人広告事業については、アルバイト・パート領域は大口顧客の影響も寄与して好調であり、紙媒体からネット媒体へのシフト化も一層進んでいる。成長戦略としては、正社員領域（4,000社）、アルバイト・パート領域（1万社）の顧客資産とネット商品とのクロスセルを実施したいと考えている。新卒媒体、中途・社員媒体それぞれのクライアントに対して、JWordやモバイルHP等のネット広告ソリューション提供を推進していきたい。

◆商号変更と2008年12月期業績予想

2008年7月1日からGMOアドパートナーズ(株)に商号変更することを決めた。インターネット関連広告事業を積極的に推進してきたが、近年、インターネット広告市場においてはさまざまな広告形態が開発され、当社の扱う商品群も多様化してきた。集客支援事業に加え、広告事業を推進するという意味で「アド」を社名に用いることにした。そして、すべてのステークホルダーにとって強いパートナーでありたいという気持ちを込めて「パートナーズ」と付けた。

通期の連結売上高は67億円、営業利益は2億40百万円、経常利益は3億10百万円、当期純利益は1億12百万円を予定している。

配当については、期末配当600円を考えている。

(平成20年2月20日・東京)