

2024年12月期 第1四半期

決算説明資料

GMO AD PARTNERS

1. エグゼクティブサマリ

2. 決算概要・トピックス

3. 2024年度の見通しと通期業績予想

4. 参考資料

前年対比では下回るも、計画通りの進捗

- ・一部業種の広告予算縮小等により取扱高減少。営業強化を図り新規顧客の獲得を進める。売上高への貢献は第3四半期以降を予定
- ・一方自社商材の拡販や効率化により、粗利率は前年同期比0.7pt改善し、18.5%。
- ・販管費は前年同期比285百万円圧縮。組織統合によるコスト抑制・前年110百万円のスポット広告費との差分。営業利益は減収が影響しマイナス。

(百万円)	2023年		2024年		前年 同期比	24年通期計画	進捗率
	1-3月	段階率	1-3月	段階率			
取扱高	10,399	100.0%	8,224	100.0%	79.1%	36,700	22.4%
売上高	4,269	41.0%	3,454	42.0%	80.9%	15,000	23.0%
売上原価	2,422	23.3%	1,929	23.5%	79.7%	-	
売上総利益	1,846	17.8%	1,524	18.5%	82.6%	-	
販管費	1,739	16.7%	1,454	17.7%	83.6%	-	
営業利益	106	1.0%	70	0.9%	66.1%	400	17.6%
経常利益	203	2.0%	72	0.9%	35.6%	400	18.1%
当期純利益	113	1.1%	61	0.8%	54.5%	220	28.2%

2024年 3つの取組み（2月開示）

1. 組織再編

- 2024年1月に実施したグループ内再編のPMIを着実に推進



- 組織統合完了
- 人員配置の最適化はQ2完了見通し、
- Q3以降に本格的なシナジー発揮を期待

2. 営業改革

- 自社商材の販売と開発に注力し、早期の利益回復を目指す



- 新規案件の獲得堅調、売上貢献はQ3以降
- 自社商材販売の進捗状況は後述

3. 収益性改善

- 事業活動へのAI本格導入。既存事業の質と効率を改善し、収益性を強化



- 採用費・販促費を中心にコストの抑制を実施
- AI活用による効率化は順調、2,800h/月効率化

第1四半期進捗

1. エグゼクティブサマリ

2. 決算概要・トピックス

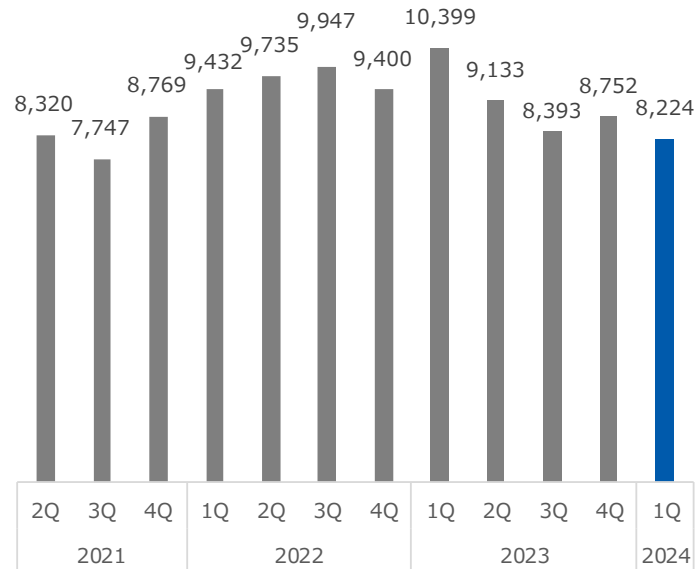
3. 2024年度の見通しと通期業績予想

4. 参考資料

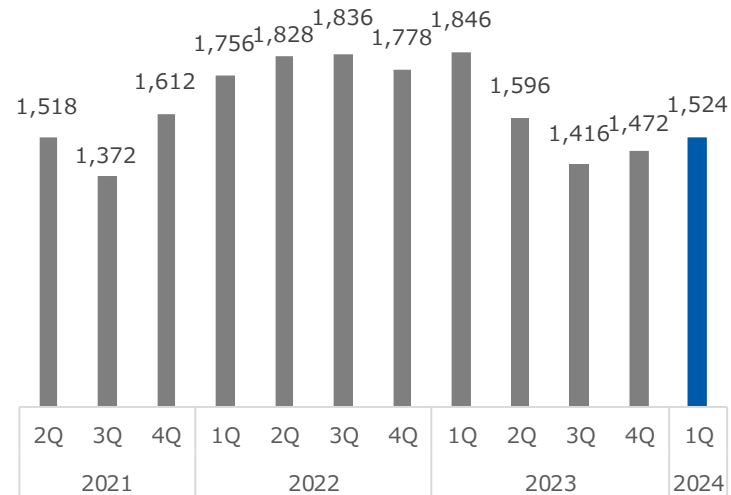
取扱高は減少傾向も、営業利益では前四半期対比回復

取扱高ベースでは前四半期から微減となったが、(1)自社商材拡販 (2)業務提供体制の効率化 などにより粗利は改善。コストの削減も合わせ、営業利益は前四半期から回復。

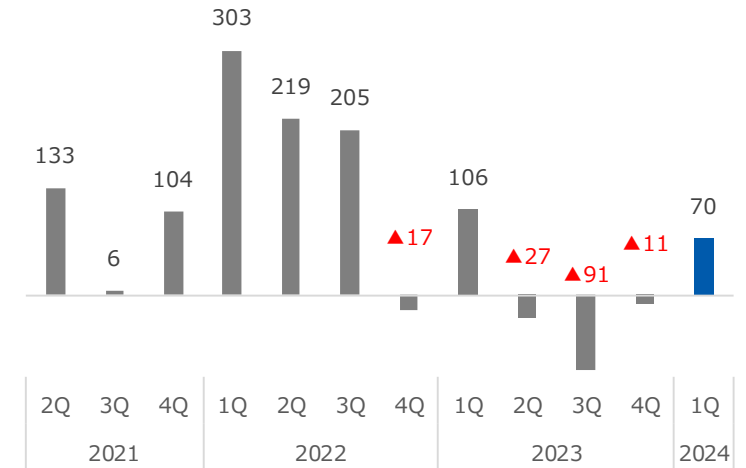
取扱高推移



売上総利益推移



営業利益推移



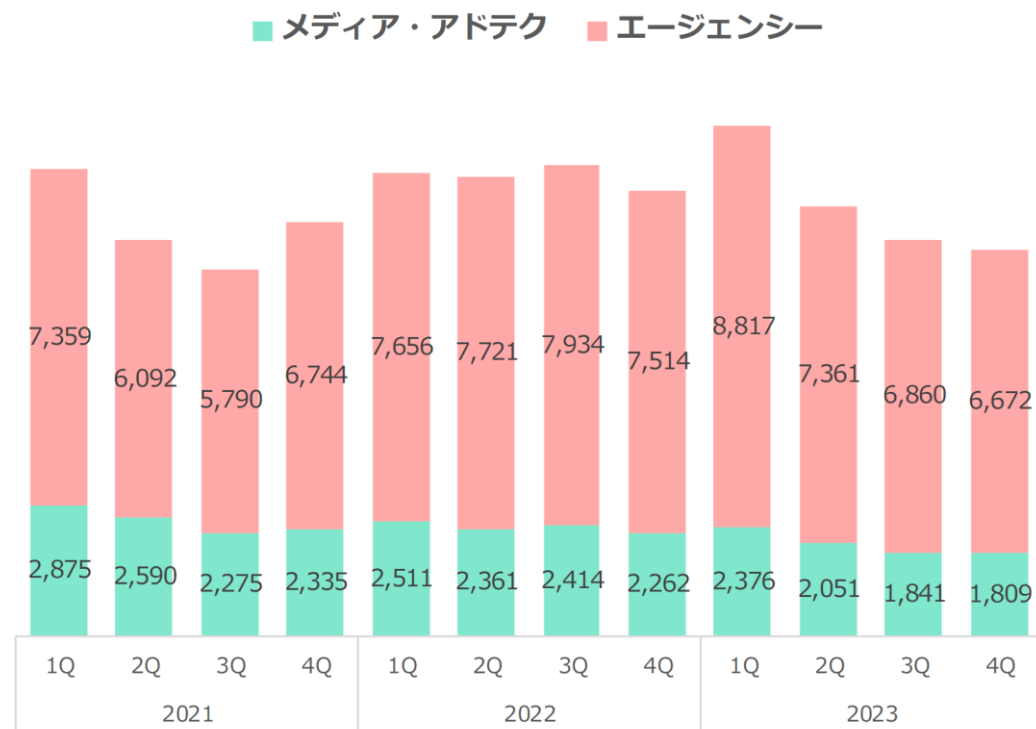
統合に伴い、セグメント構成を見直し

GMO NIKKOとGMOアドマーケティングの統合に伴い、セグメント構成を見直し。

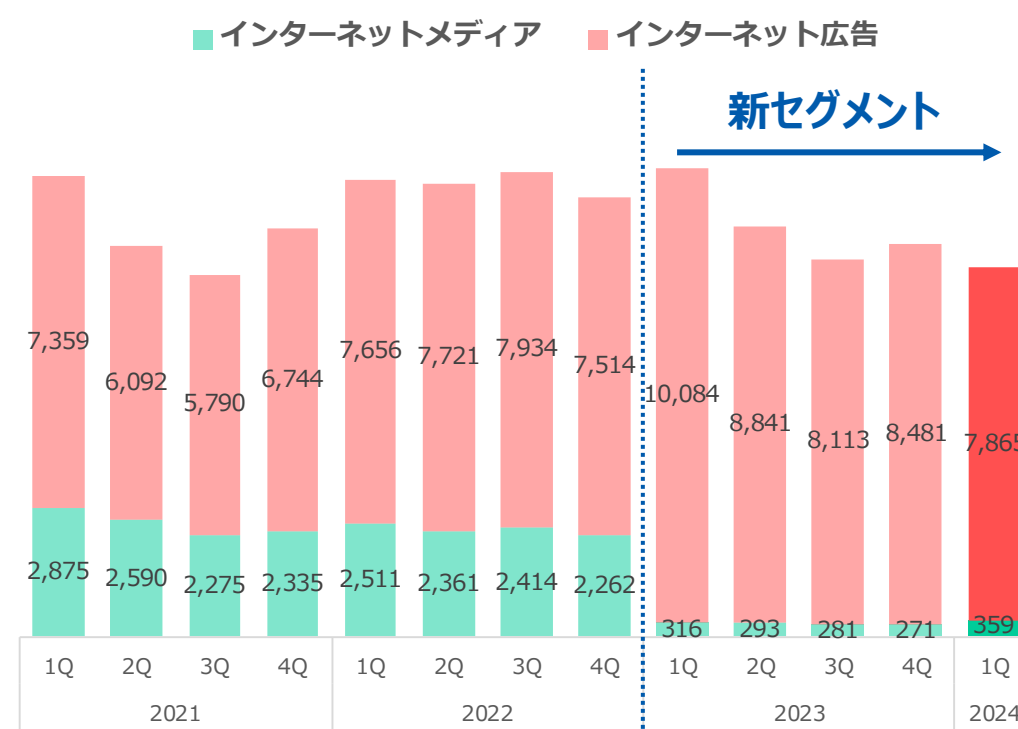
アドテクノロジー事業を含めた広告・マーケティング関連事業をインターネット広告事業とし、

WEBメディアの運営などメディアにまつわる事業をインターネットメディア事業へ。

取扱高推移・旧セグメント（23Q4まで）



取扱高推移・新セグメント

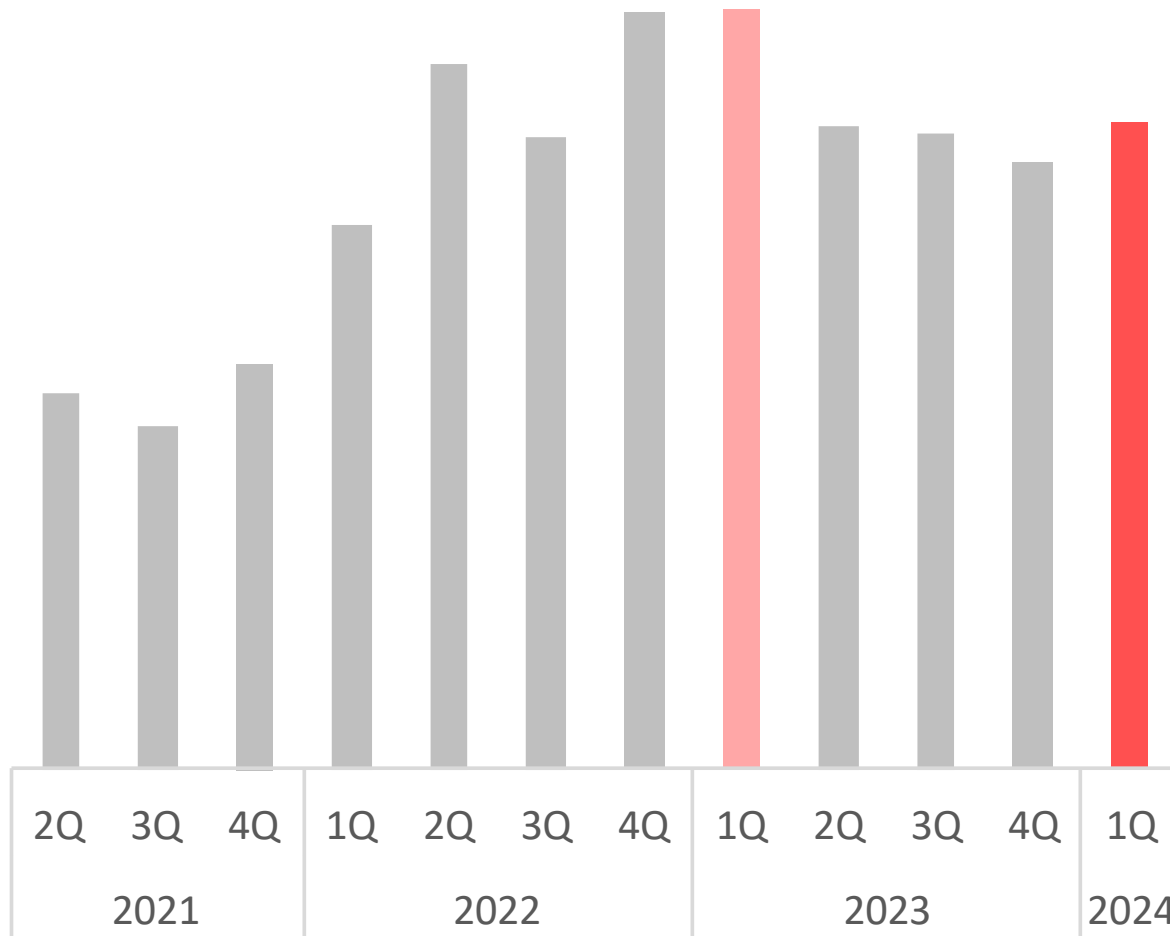


※過去実績については、23年のみ組み換えを実施しており、21年・22年については旧セグメントでの表示をしております。

2024年第1四半期業績（自社アフィリエイト商材の推移）

新規案件の獲得は堅調も、当四半期への影響は限定的

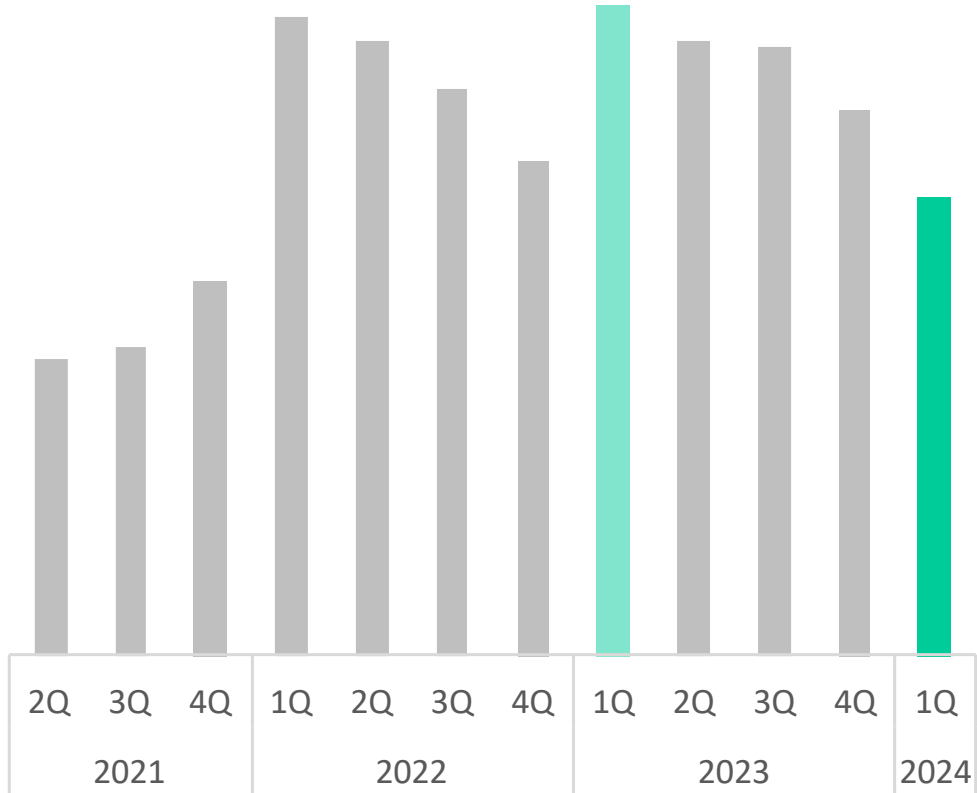
足元進捗についてはYoY減少も、前四半期対比では堅調。新規案件の獲得は堅調に進んでいるものの、案件獲得～売上貢献までのリードタイムに一定の期間を要するため、当四半期への影響は限定的。



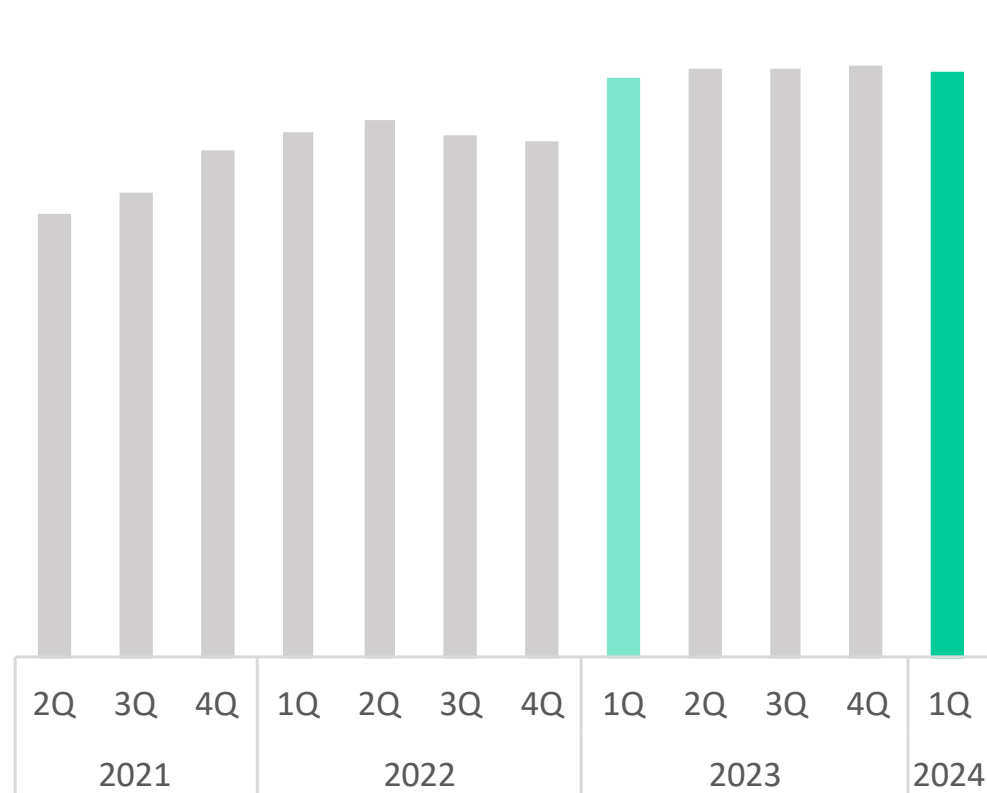
MAU数は減少も、SNSフォロワーをてこにユーザーヘリーチを図る

大手検索エンジンのアルゴリズム変更の影響を受け、MAUについては前四半期から続いて減少しているが、直近はページ改善により回復傾向。
一定のリーチ数を持つInstagramに加え、TikTokへの投稿を増やすなど、検索に影響されないSNSをてこにユーザーヘリーチを図る。

MAU推移

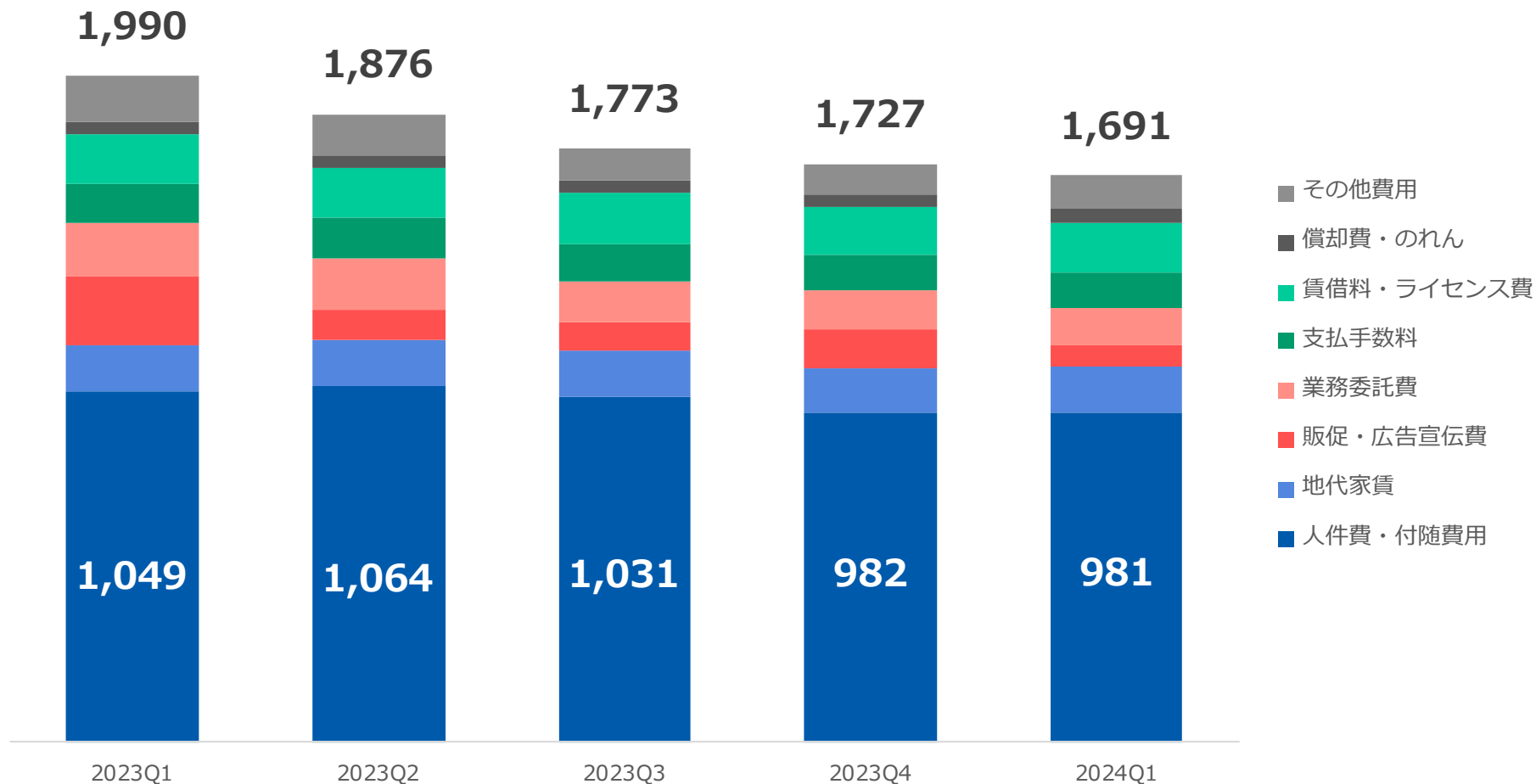


SNSフォロワー数推移



コストの抑制・効率化により利益基盤の強化に努める

採用活動や販促費・業務委託費を圧縮するなどし、コストの抑制を実施。YoYで販促費が大きく減少しているが、23年Q1はスポットで広告費が増加。人員数・販促費の減少に対しては、AI活用による業務効率化を行い、生産性を維持した状態での費用削減を実施。



※本集計における費用については、売上原価に含まれるものと販売費および一般管理費に含まれるものを合算して集計しております。

パートナー（従業員）が働きやすい環境を作る取り組みを推進

全てのパートナーが働きやすい環境作りを行い、経産省の認定取得や、健康経営・女性活躍に関するアワード受賞。

当社の重要な資本である人的資本の活躍に向けた取り組みを継続的に実施。

行政認定

えるぼし（2つ星）



2023年12月認定

女性活躍の取組状況に関する認定

健康経営優良法人2024
（中小規模法人部門）



2024年3月認定

パートナーの健康管理への戦略的取り組みを認定

企業・団体認定

Well-Being Workers Awards2024
継続改善部門 特別賞



Well-Being Workers® Awards 2024

2024年2月受賞

組織改善における継続的成果を評価

女性の健康経営®アワード
推進賞



2024年3月受賞

女性活躍推進に向けた活動実績を評価

Q.統合による業績への貢献はいつ頃を見込んでいますか？

A.今期に入り、新規案件の獲得は堅調に進んでいます。統合に関しては、すでに組織統合を完了し、人員配置の最適化についてはQ2完了の見込みです。そのため、第3四半期以降に徐々に本格的なシナジーを発揮し業績貢献していくものと見込んでいます。

Q.統合によるコストはさらにかかる見込みでしょうか？

A.コストについては、24年12月期業績予想に全て反映しており、組織体制などの効率化により減少していく見込みとなります。

Q.御社の事業環境は厳しいと思いますが、その中でどのように業績回復していくのでしょうか？

景況感に左右されやすい広告業界では、市況の変動に耐えるための収益基盤の安定化、コスト体質の適正化が重要です。今回の統合でその組織づくりができたと考えています。

業績に関しては、まずは既存事業の再構築から着実に進め、自社商材の開発による競争優位性の確立とストック収益を拡大してまいります。また、AIをサービス開発に積極的に活用し、既存サービスの強化と新サービスのリリースを行い、業績の回復を図ってまいります。詳細は是非当社のWEB株主通信をご覧ください。

1. エグゼクティブサマリ

2. 決算概要・トピックス

3. 2024年度の見通しと通期業績予想

4. 参考資料



お客様ニーズをとらえたデジタルマーケティング

インハウス化・個別市況の変化への対応遅れ



レップ事業から築いたメディアリレーション

規制により市場が縮小、自社商材が伸び悩む



お客様のニーズを土台にしたマーケットインでのプロダクト開発を実施

統合で広がった販売網を通じ、よりよいサービスを多くのお客様へ

AI活用を加速。サービス品質の向上と効率化、新規サービスの開発を目指す

バックオフィス系業務のうち、AI活用が途上であるクリエイティブ制作・エンジニアリング・その他一般業務へのAI導入・効率化を加速。
すでに実現している広告運用業務のAI導入と合わせ、全社的にAI活用を浸透させ、サービス品質の維持・向上と効率化を並存させる。

- 時間とコストの節約**
- 既存サービスの向上**
- AIを用いた新サービス**



取組事例：クリエイティブ制作におけるAI活用

将来の新サービスへ



撮影回数的大幅削減

時間・空間にとらわれない
クリエイティブ制作が可能



AIクリエイティブ
制作ツールの提供

既存事業を立て直し、来年度以降のV字回復を軌道に乗せる助走期間

GMO NIKKOとGMOアドマーケティングの統合による既存事業の立て直しを早期に実現し、必要な施策を着実に実行し、来年度以降の成長を加速させる事業年度。

(百万円)	2022年 1-12月	2023年 1-12月	2024年 通期業績予想	成長率
取扱高	38,515	36,679	36,700	100.1%
売上高	16,629	14,903	15,000	100.6%
営業利益	710	▲25	400	-
経常利益	746	180	400	221.9%
当期純利益	395	40	220	555.3%

配当性向50%を堅持

事業成長のための投資と、経営体質の強化を目的とした内部留保を確保することを前提としながら、安定的な配当を実施する方針。

配当性向50%を堅持し、株主の皆様へ還元。

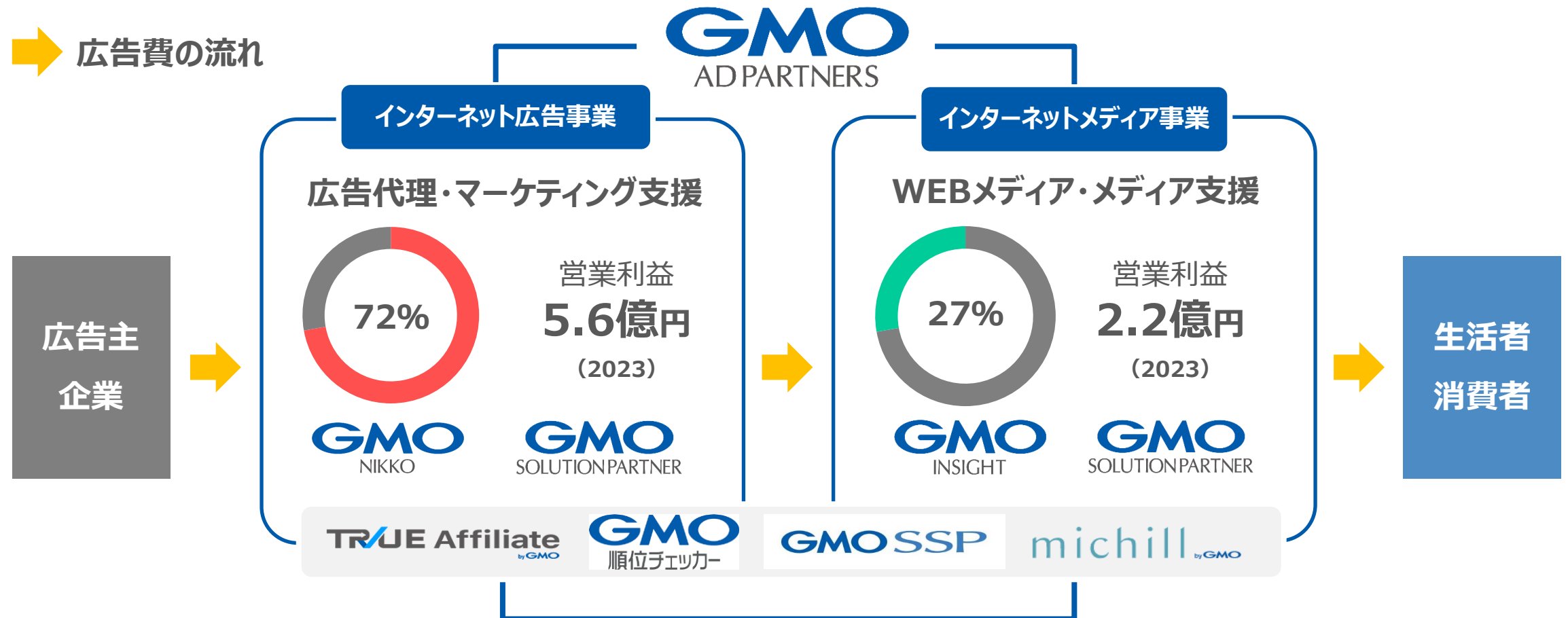
(円)	2022年 1-12月	2023年 1-12月	2024年 配当予想	前年比
一株当たり配当	12.5	1.3	6.9	+5.6
配当性向	50.0%	52.0%	50.5%	-

1. エグゼクティブサマリ
2. 決算概要・トピックス
3. 2024年度の見通しと通期業績予想
4. 参考資料

総合インターネット広告・メディア事業

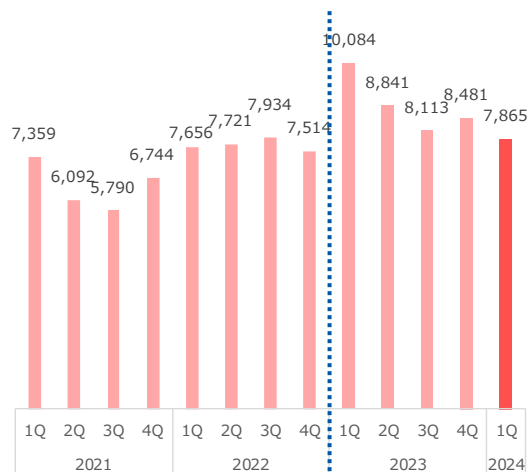
インターネット広告事業と、インターネットメディア事業の2つの事業で、広告主である企業と生活者をつなぐすべてのプロセスを横断して事業を展開。顧客ニーズと市場・生活者ニーズの双方をつかみ取り、自社プロダクトの開発・自社サービスの強化につなげます。

→ 広告費の流れ

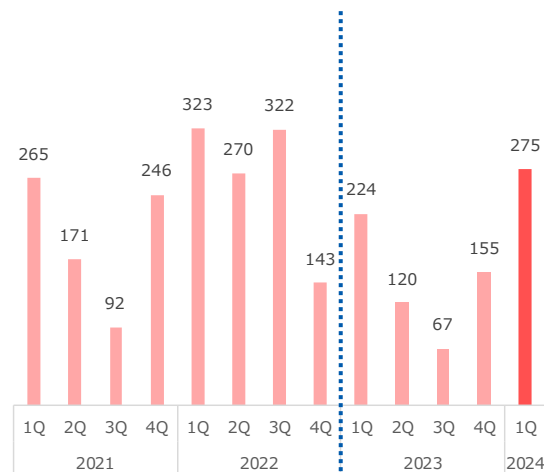


インターネット広告事業 (2023年以前はエージェンシー事業)

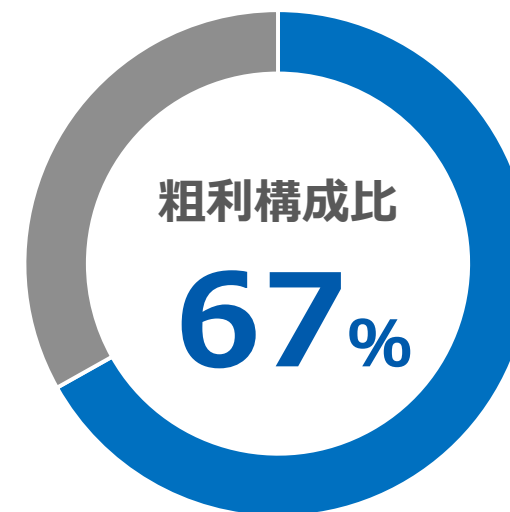
取扱高推移



営業利益推移



自社企画サービス比率

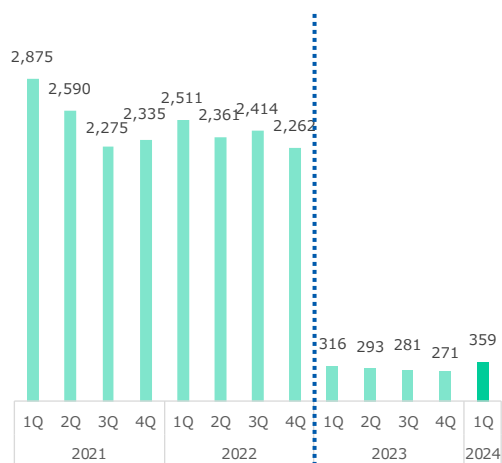


前年同期比+1.1%

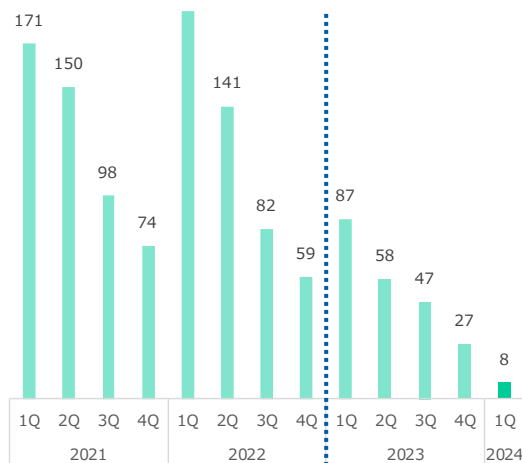
高い水準を継続

インターネットメディア事業 (2023年以前はメディア・アドテック事業)

取扱高推移



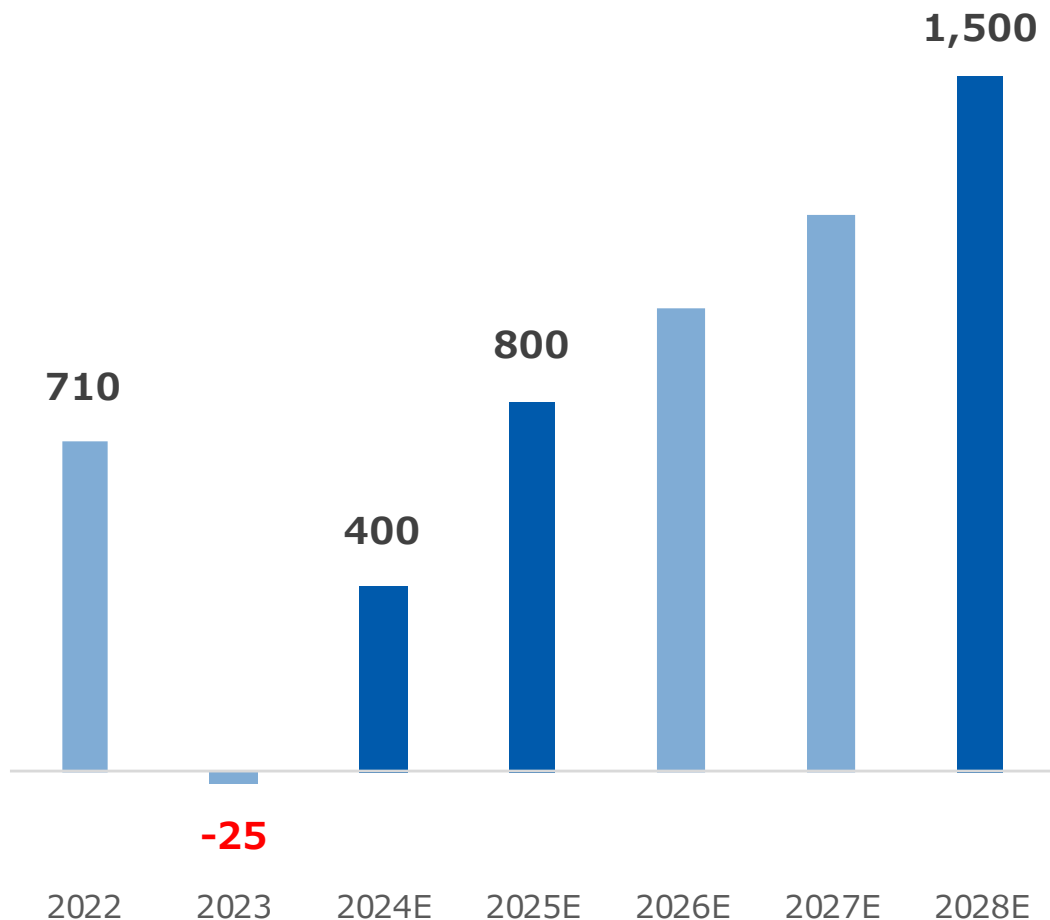
営業利益推移



2025年に営業利益8億円をめざす

ネット利用時間は増加が続く・市場の競争環境は激化・市場は継続的に成長・変化の激しい市場環境

自社サービス強化・再投資促進



事業拡大

- ✓ 自社商材注力による差別化で**独自性**を強化

経営基盤強化

- ✓ サービスのレベル向上と提供範囲拡大に向けた**人財の高度化**
- ✓ 高付加価値の**自社企画サービスに集中し**、粗利率のさらなる向上

収益性の向上

- ✓ エリア拠点活用による**生産性の向上**
- ✓ AI・RPA活用による**コスト効率の強化**

本資料取扱い上のご注意

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は2024年5月8日現在のデータに基づいて作成されております。

本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

本資料に引用しております各社商標、著作物等知的財産権、並びに肖像権その他一切の権利は、当該知的財産権を有する各権利者並びにその権利の主体に帰属します。

GMO AD PARTNERS