

|| 企業調査レポート ||

GMO メディア

6180 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2018年6月25日(月)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2018年12月期第1四半期の業績	01
2. 2018年12月期業績見通し	01
3. 成長戦略	01
4. 株主還元策	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業内容	05
4. 市場環境と同社の強み、事業リスク	08
■ 業績動向	10
1. 2018年12月期第1四半期業績の概要	10
2. 事業セグメント別動向	10
3. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	14
1. 2018年12月業績見通し	14
2. 成長戦略	14
■ 株主還元策	17
■ 情報セキュリティ対策	18

■ 要約

アフィリエイト広告の安定成長にゲーム事業の課金収益モデルが 加わり、2019年以降は成長路線への復帰を図る

GMOメディア<6180>は、GMOインターネット<9449>グループのメディア事業会社で、ポイントサイトやオンラインゲームプラットフォーム、各種ソーシャルメディアサイトの運営によって広告収益を得るメディア事業を主力事業とし、メディア事業で蓄積したノウハウ・システムを活用して、社外メディアの収益化を支援するその他メディア支援事業を展開する。

1. 2018年12月期第1四半期の業績

2018年12月期第1四半期(2018年1月-3月)の業績は、売上高で前年同期比11.7%増の1,394百万円、営業利益で同4.6%増の158百万円となり、前年同期比では3四半期ぶりの増収増益に転じた。アドネットワーク事業者のレギュレーション変更による広告単価下落の影響^{*}によりECメディアの広告収益が低迷したが、減少したものの、ゲーム課金収益が好調に推移したほか、他社媒体との連携事業が堅調に推移したこと、その他メディア支援事業において比較的規模の大きいスポット案件を受注したことが増収増益要因となった。

^{*}2017年4月より一部アドネットワーク事業者において広告出稿のレギュレーション変更があり、平均広告単価の下落要因となった。

2. 2018年12月期業績見通し

2018年12月期の業績は売上高で前期比7.3%増の4,700百万円、営業利益で同0.1%増の372百万円と期初計画を据え置いている。第1四半期の進捗率は営業利益で42.5%に達しているが、もともと季節要因で第1四半期に利益が偏重すること、当第1四半期はその他メディア支援事業においてもスポット案件の寄与があったこと、第2四半期以降はゲーム事業など注力分野への投資を予定していることなどが要因。ゲーム事業は従来PCブラウザゲームのみであったが、2018年4月より「ゲソてん」スマートフォンブラウザ版をリリースしており、更なるユーザーの開拓によりゲーム課金収益を伸ばしていく戦略となっている。

3. 成長戦略

今後の成長戦略として、ソーシャルメディアからの広告収益については安定収益源として維持しつつ、ポイントタウンを含むポイントメディア事業の広告収益はスマートフォン会員の獲得や他社媒体との連携強化により年率10%台の成長を、また、ゲーム課金収益については自社開発タイトルの他社プラットフォームへの配信も拡大していくことで、年率20%台の成長を目指していく方針となっている。また、新規事業としてEdTech領域に参入、2017年11月よりプログラミング教育に関する情報メディア「コエテコ」を立ち上げており、今後育成していく予定にしている。

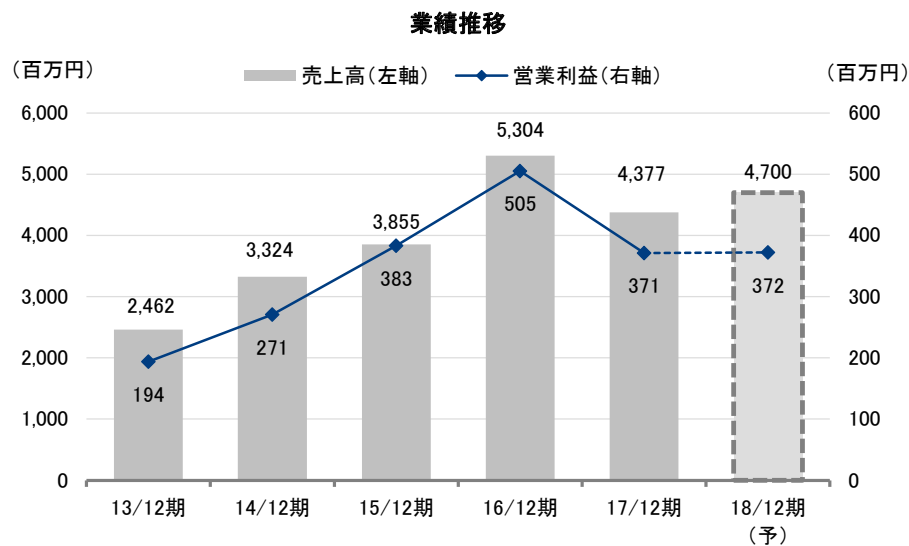
要約

4. 株主還元策

株主への利益還元については、配当性向 50% を目安に配当を実施していくことを基本方針としている。2018年12月期の1株当たり配当金は前期比横ばいの73.0円を予定している。

Key Points

- ・GMOグループのメディア事業統合で事業基盤を確立、市場環境に合わせて業態を機敏に転換し成長
- ・2018年12月期は成長に向けた投資を行いつつ、利益ベースで前期並みの水準を計画
- ・アライアンス戦略の推進による広告収益の拡大と、成長ポテンシャルの高いゲーム事業の成長により、2019年12月期以降は2ケタ成長を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

GMO グループのメディア事業統合で事業基盤を確立、 市場環境に合わせて業態を機敏に転換し成長

1. 会社概要

同社はインターネット黎明期から一般消費者向けに様々なインターネットサービスを無料で提供、それらのサービスの顧客接点をメディアとする広告事業を手掛ける。「For your Smile, with Internet.」※を企業理念として掲げ、関わるすべての人々に、インターネットを通じて smile を浮かべてもらいたいという想いで事業を展開。ポイントサイト、オンラインゲームやソーシャルメディアプラットフォームであるブログサービス、コミュニティサイトや掲示板など PC・スマートフォンを通じて各種メディアを運営している。自社のメディア媒体は 2018 年 12 月末時点で 10 サイト、サービスの登録会員数は 2,000 万人を超えている。

※ 同社の創設の志を表したもので、「you」は、ユーザー・社員・株主・取引先、関わるすべての人を、「smile」は、笑顔・ほほえみ・幸福・満足・こころよさを意味する。

2. 沿革

同社の前身はインターネット広告配信技術のベンチャーである iWeb.com Ltd. (イスラエル) と、電通<4324>グループ及びソフトバンクグループ<9984>の合併により 2000 年 10 月に設立されたアイウェブ・テクノロジー・ジャパン株式会社※で、2001 年 7 月にインターキュー (株) (現 GMO インターネット) が資本参加した。

※ 2000 年 12 月に、電通のほか、電通ドットコム第二号投資事業有限責任組合、(株)サイバー・コミュニケーションズ、ソフトバンク・メディア・アンド・マーケティング (株) (現 SB メディアホールディングス (株)) が資本参加し、事業展開を開始した。

2004 年 3 月に GMO インターネットの子会社である壁紙ドットコム (株) (2001 年 1 月設立) と合併し、社名を GMO モバイルアンドデスクトップ株式会社に変更。以後、GMO インターネットグループのメディア事業の再編・統合により、業容を拡大していく。2005 年 5 月には GMO メディアアンドソリューションズ (株) (2000 年 2 月設立) から無料メールリストサービス「FreeML」(現「freeml」) 事業及びポイントサービス「ポイントメール」(現「ポイントタウン」) 事業を会社分割により承継し、社名を GMO メディア株式会社に変更。さらに、2007 年 8 月に GMO メディアホールディングス (株) (2006 年 4 月設立) からブログサービス「yaplog！」事業を会社分割により承継したほか、2009 年 4 月に GMO ティーカップ・コミュニケーション (株) (2000 年 8 月設立) と合併し、掲示板サービス「teacup.」事業を承継し、現在の事業基盤が整う。

GMOメディア | 2018年6月25日(月)
 6180 東証マザーズ | <https://www.gmo.media/>

会社概要

2010年以降は、スマートフォンの普及によるインターネット業界の変化に対応し、アプリケーションエンジニアの強化・育成といったアプリシフト（スマートフォン強化）を同業他社に先駆けて行う。また、ビットコイン（仮想通貨）市場の盛り上がりを見据えて、2014年12月に「ポイントタウン」のポイント交換対象としてビットコインを国内で初めて採用したほか、2016年3月にはオンラインゲームサイト「ゲソてん」にビットコイン決済を導入するなど、新たな取り組みにも積極的にチャレンジしている。同年9月には、PCブラウザゲームネットワーク事業者のNo.1（Only1）となり、PCブラウザ向けゲーム関連事業基盤を強固にすることを目的として、ソーシャルゲームプラットフォーム事業「aima※」（以下、アイマ）をACCESSPORT（株）から譲受した。また、2017年11月にはEdTech領域への参入を目的に、プログラミング教育に関する情報メディア「コエテコ」の運営を開始している。創業来、インターネット業界の激しい変化に機敏に対応、業態を巧みに変化させながら成長を続けているのが特徴となっている。

※ aimaはAlliance of Internet Media for Applicationsの略称で、「ちょっとした合い間に楽しめるゲームアプリ」というメッセージも含んでいる。インターネットメディア運営各社とソーシャルゲーム開発各社をつなぐ、双方向にオープンなゲームプラットフォーム。同社では、2016年11月1日にシステムリプレースを行い、「ゲソてん」の人気コンテンツを順次投入していくことでシナジーを追求している。

沿革

年	月	概要
2000	10	イスラエルで開発されたPC画面に広告を配信する技術を利用した広告ネットワークを世界に展開するiWeb.com Ltd.（米国 ニューヨーク州）が、同事業を日本で展開するために、アイウェブ・テクノロジー・ジャパン株式会社（現同社）を設立
2001	7	インターキュー（株）（現GMOインターネット<9449>）が資本参加
2002	5	商号をキューキャストコミュニケーションズ株式会社に変更。本店の所在地を東京都渋谷区に移転
2004	3	壁紙ドットコム（株）と合併し、PC壁紙総合ポータルサービス「壁紙.com」を承継。商号を「GMOモバイルアンドデスクトップ株式会社」に変更
2005	5	会社分割方式により、GMOメディアアンドソリューションズ（株）から無料メールリストサービス「FreeML」（現「freeml」）事業及びポイントサービス「ポイントメール」（現「ポイントタウン」）事業を承継。商号を「GMOメディア株式会社」に変更
2006	6	女子大生向け日記サービス「プリキャン革命」（現「プリキャン」）を開始
2007	8	会社分割方式により、GMOメディアホールディングス（株）からブログサービス「yaplog！」事業を承継
2009	4	GMOティーカップ・コミュニケーション（株）と合併し、掲示板サービス「teacup.」事業を承継
2009	11	コーディネートSNS「スタイルログ」（現「CoordiSnap」）を開始
2012	7	PCブラウザ向けゲームプラットフォーム「ゲソてん」を開始
2012	11	ランキング形式での情報サービス「ランキングシェア」を開始
2014	12	「ポイントタウン」のポイント交換対象にビットコインを採用
2015	10	東京証券取引所マザーズ市場に新規上場
2016	9	PCブラウザ向けゲームプラットフォーム事業「aima（アイマ）」をACCESSPORT（株）から譲受
2017	11	プログラミング教育メディア「コエテコ」を開始

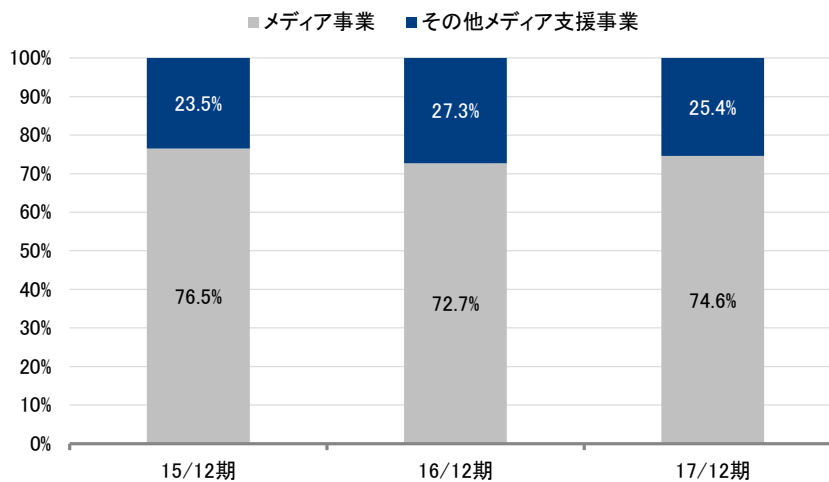
出所：有価証券報告書、会社資料よりフィスコ作成

自社運営するポイントサイトやオンラインゲームプラットフォーム、ソーシャルメディアから得られる広告収益や課金収益が収益源

3. 事業内容

同社の事業セグメントは、メディア事業とその他メディア支援事業に分けられる。メディア事業は、自社運営するポイントサイトやオンラインゲームプラットフォーム、ソーシャルメディアを通じて得られる広告収益やゲーム課金収益を獲得するビジネスモデルとなる。一方、その他メディア支援事業は、メディア事業で蓄積したノウハウ、システムを活用し他社メディアの収益化を支援する事業となる。2015年12月期以降3年間の売上構成比ではメディア事業が70%台、その他メディア支援事業が20%台で推移している。また、営業利益の構成比についてもほぼ同様の傾向となっている。同社ではメディア事業を主力事業として展開しており、その他メディア支援事業については付随的な事業として位置付けている。

セグメント別売上構成比



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) メディア事業

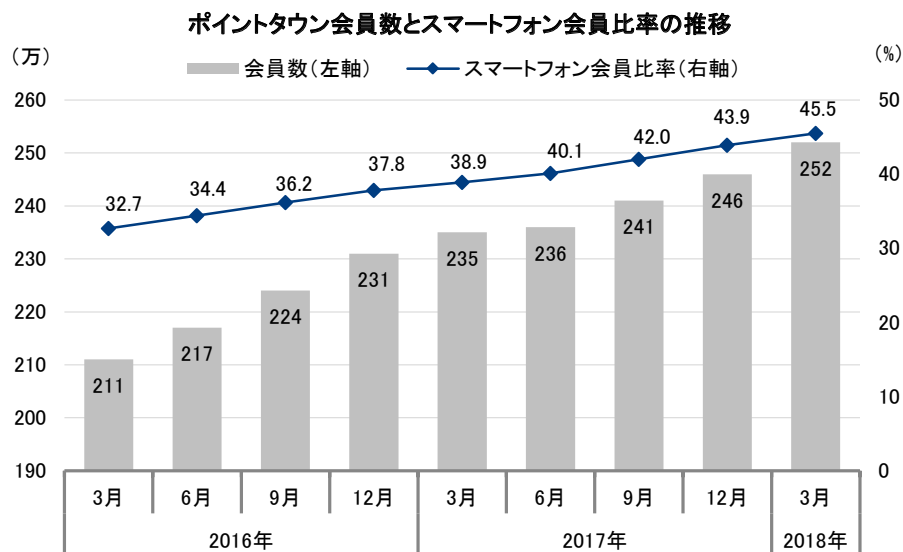
メディア事業は、スマートフォン向けネイティブアプリとWeb（スマートフォン・PC）向けの無料サービスを多ブランドで展開する広告収益事業となる。ポイントインセンティブ等から成るECメディアと一般ユーザーの情報発信をサポートするソーシャルメディアの2つのサービス群に分けられる。サービス別売上高（2017年12月期）は、ECメディアが2,468百万円でメディア事業の75.5%、ソーシャルメディアが799百万円で25.5%を占めている。

a) ECメディア

ECメディアでは、国内最大級のポイントサイトである「ポイントタウン」と、オンラインゲームプラットフォームの「ゲソてん」を運営している。

会社概要

「ポイントタウン」は1999年にサービスを開始した老舗ポイントサイトで、2018年3月末の会員数は約252万人となっており、増加傾向が続いている。購買力のある、消費したい、得をしたいという欲求を持つ30代後半から50代前半の世代がコア・ユーザーとなっている。なお、足元で取り組んでいるスマートフォン対応の強化によりスマートフォン会員比率も上昇傾向にあり（2018年3月時点45.5%）、それに併せて20代の若い世代にも会員層が広がっているものと見られる。「ゲソてん」では農場・経営ゲームやシミュレーションゲーム、カードゲームなど多くの無料ソーシャルゲーム（一部課金）をそろえている。



出所：決算短信よりフィスコ作成

ビジネスモデルに関しては、同社はクライアントとユーザーの間に位置し、広告クライアントから代理店（ASP※）経由でサイト内に掲載された広告に対して、登録会員が申込みや購入等の一定の行動を取ることによって発生した広告収益等と、その広告収益の一部をユーザーにポイント還元した費用との差分が主な収入となる仕組みとなっている。例えば、クレジットカード会社が会員を獲得する際に、入会ポイントを付与することが多いがそうしたポイントの発行を「ポイントタウン」を通じて同社が行い、ユーザーに還元する流れとなる。なお、ユーザーが貯めたポイントは大手金融機関及び主要電子マネーやビットコイン、同社が運営するオンラインゲームプラットフォーム「ゲソてん」のアイテム等と交換が可能となっている。

※ Affiliate Service Provider の略で、成功報酬型広告を配信するサービス・プロバイダ。

ECメディアの売上は「ポイントタウン」と「ゲソてん」からの収入となる。なお、売上高に影響する広告単価はクライアントごとに異なるほか、季節要因によっても変わってくる。広告枠は変わらないため、広告出稿ニーズの高い1～3月期は需給がタイトとなり、広告単価も上昇する傾向となる。このため、同社の四半期売上高も例年、第1四半期がピークとなる。また、粗利益率は40～50%程度と推定される。

会社概要

b) ソーシャルメディア

ソーシャルメディアとしては、女性コミュニティサイト「prican (以下、プリキャン)」、ブログサービス「yaplog! (以下、ヤブログ!)」、コーディネート共有アプリ「CoordiSnap (以下、コーデスナップ)」、コミュニティサービス「teacup. (以下、ティーカップ)」、メーリングリストサービス「freeml (以下、フリー・エムエル)」、壁紙ポータルサイト「壁紙.com」などを運営している。「プリキャン」、「ヤブログ!」、「コーデスナップ」は、スマホアクティブな10代～20代を中心とする若い女性向けのユーザー発信型メディアとして展開している。

ビジネスモデルは同社が運営するこれらソーシャルメディアに掲載された広告に対して、閲覧者が表示やクリック等を行うことにより得られる広告収入モデルとなる。運営する各ソーシャルメディアの相互送客を強化し、新規会員獲得のためのプロモーション費用を抑制することで、安定した収益基盤を構築している。売上高の季節変動はECメディアと同様の傾向にある。また、ECメディアのようにユーザー還元がないため、粗利益率はほぼ100%となっている。

サービス一覧

サービス名	サービスの概要	サービス提供開始時期
ECメディア		
ポイントタウン	ECに関するお得な情報の収集や情報交換ができ、登録会員が購入や資料請求・広告閲覧等の一定のアクションを行うと、ポイントが貯まる仕組み。貯まったポイントは、現金やビットコイン、ギフト券等の様々なメニューから選んで交換できる。2018年3月末時点の登録会員数は252万人(注1)	1999年12月
ゲソてん	PCブラウザ向けゲームに特化したゲームポータルサイト。ポイントタウンで貯まったポイントを交換したり、クレジットカード決済でアイテムを購入することができる	2012年 7月
ソーシャルメディア		
teacup. (ティーカップ)	ユーザー管理型のレンタル掲示板とAutopageというブログのサービス。運営開始当時からユーザーである50代以上の男性ユーザーが主要ユーザー	1997年 8月
freeml (フリー・エムエル)	学校やサークル、地域コミュニティ等の様々な団体に利用されている無料のメーリングリストで、2017年12月末時点の登録会員数(注2)は1,271万人	1997年10月
壁紙.com	PC、モバイル、スマートフォン及びタブレット等様々なデバイスに向けた壁紙を提供	2001年 3月
yaplog! (ヤブログ!)	『かんたん』・『かわいい』のキャッチフレーズで10代から20代の女性をターゲットとするブログサービス	2004年 6月
プリキャン	10代女性を中心に、お互いの興味関心に関する発信と共感を交換する場として利用されている、画像・News・Q & A等からなるコミュニティサービス	2006年 6月
CoordiSnap (コーデスナップ)	ファッションコーディネート共有アプリ。女子高生や女子大生を中心に、ファッションへの感性が高いユーザーが主要ユーザー。モールではない本店型のファッションECサービスとの連携を進める	2009年11月
ランキングシェア	オリジナリティのあるテーマで自分流のランキングを発表できるキュレーションサービス。女性を中心に幅広いユーザー層が利用	2012年11月
コエテコ	プログラミング教育に関する正しい情報を分りやすく伝えるポータルサイト	2017年11月

注1：サービスの利用登録者のうち、現在メールアドレスが有効な人数

注2：メーリングリストに参加している人数

出所：決算説明会資料、会社資料よりフィスコ作成

会社概要

(2) その他メディア支援事業

その他メディア支援事業では以下の2つのサービスを行っている。

a) アドシンジケート

アドネットワーク広告*の同社媒体への掲載によって蓄積させてきたマネタイズのノウハウを活用して、同社以外の第三者の媒体に対して広告を提供し、掲載のコンサルティング及び仲介を行う。

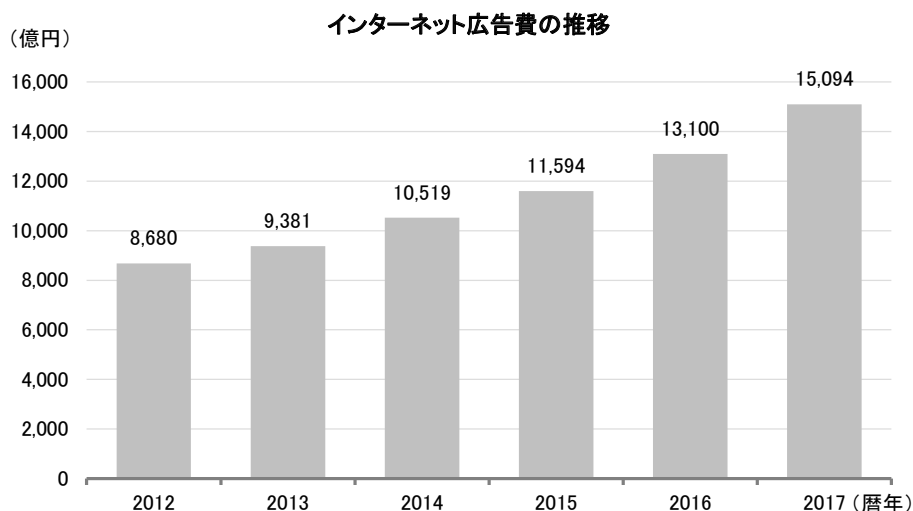
* 広告媒体の Web サイトを多数集めて「広告配信ネットワーク」を形成し、その多数の Web サイト上で広告を配信するタイプの広告配信手法。様々な Web サイトやソーシャルメディアを「1つの媒体」とした広告出稿が可能になるため、広告主にとってより多くの広告閲覧数が見込めるようになるメリットがある。

b) AffiTown サービス

アフィリエイト広告を同社媒体に掲載することによって蓄積させてきた、マネタイズのノウハウや広告主とのネットワーク、広告管理システムを活用して、同社以外の他事業者に展開するアフィリエイトサービスプロバイダ事業。

4. 市場環境と会社の強み、事業リスク
(1) 市場環境

国内のインターネット広告の市場規模は年々拡大基調が続いており、2017年は前年比15.2%増の15,094億円となった（「2017年日本の広告費」（電通調べ））。スマートフォンやタブレット端末の普及、高速モバイル通信環境の整備により、インターネットを利用するユーザーが増加するだけでなく、利用時間も長時間化が進んでいることが背景にある。今後も市場の拡大が続く見通しで、なかでもスマートフォン向け広告の比率は年々高まっていくものと予想される。このため、同社も「ポイントタウン」のスマートフォン会員の拡大に注力しているほか、「ゲソてん」についても2018年4月よりスマートフォン版をリリースしており、ユーザー層の拡大に取り組んでいる。



出所：日本の広告費（電通）よりフィスコ作成

会社概要

(2) 同社の強み・事業リスク
a) 強み・優位性

同社の強みは、1) 購買力があり、消費したい、得をしたいという欲求を持つ 30代から 50代までの「ポイント」にセンシティブなユーザー層と、10代の中高生を中心とする流行に敏感で、情報発信力が強いと言われる若い女性ユーザー層という異なった属性のコア・ユーザー層の顧客基盤を有すること、2) 社員の過半^{※1}が技術者で新規サービス等の技術開発力を有していること、3) マーケティング・開発・運用のすべてを内製化しているほか、システムインフラを各サービス間で共用しているため、無駄な重複コストを発生させずに迅速で柔軟なサービス展開を行う体制を確立していること、4) PC、スマートフォンにおける SEO^{※2}、ASO^{※3}、コンテンツマーケティング^{※4} ノウハウを社内に蓄積し、プロモーションコストをかけずに低コストで新規登録会員を獲得する仕組みを構築していること、などを挙げることができる。

- ※1 社員 115 人（2018 年 3 月末時点、役員と臨時従業員を除く）のうちエンジニアが 50%、デザイナーが 10% と制作関係の社員が半分以上を占めている。
- ※2 SEO (Search Engine Optimization) : 検索エンジン最適化のことで、サーチエンジンの検索結果ページの表示順位の上位に自らの Web サイトが表示されるように工夫すること、またそのための技術やサービス。
- ※3 ASO (App Store Optimization) : スマートフォン向けアプリストアにおいて、検索結果ページやランキング表示において、上位に自らのスマートフォンアプリが表示されるように工夫すること、またそのための技術やサービス。
- ※4 コンテンツマーケティング: 顧客が必要とする情報を理解し、それを適切にコンテンツとして提供することで、集客・購買につながる行動を引き起こす手法。

ポイントサイトを運営する類似会社は、セレス <3696> (運営サイト名:moppy)、リアルワールド <3691> (同:げん玉)、VOYAGE GROUP<3688> (同:EC ナビ)などを挙げることができるが、ポイント交換の手数料がないことが同業他社との大きな差別化要因となっている。加えて、エンジニアによるアプリ対応が進んでいることも差別化要因になると考えられる。

b) 事業等のリスク

SEO のノウハウを活用して集客を行っており、検索エンジンの表示順位判定基準(アルゴリズム)の変更によって、順位の変動が起り、業績に影響を受ける可能性がある。

加えて、同社の代表取締役社長である森輝幸(もりてるゆき)氏は創業以来(2002年2月に社長就任)長期にわたり経営方針や事業戦略の決定及び社内風土の醸成に関して重要な役割を果たしてきた。このため、何らかの理由により同氏が業務を継続することが困難になった場合には事業や業績に影響が出る可能性があり、同社の強みの源泉であると同時にリスクでもあると考えられる。

なお、同社が取り扱うインターネット広告市場は、他のメディア広告市場に比べると高い成長率を依然として維持している成長市場であるものの、市場変化や景気動向の変動によって広告クライアントが広告費用を削減する等の、景気動向の影響により広告出稿量が減少し、また、広告掲載単価が下落するなど市場環境が変化した場合、同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

業績動向

2018年12月期第1四半期業績は増収増益に転じる

1. 2018年12月期第1四半期業績の概要

2018年12月期第1四半期の売上高は前年同期比11.7%増の1,394百万円、営業利益は同4.6%増の158百万円、経常利益は同4.9%増の157百万円、四半期純利益は同2.8%増の106百万円となり、四半期ベースでは3四半期ぶりに前年同期比で増収増益となった。

アドネットワーク事業者のレギュレーションが変更になった影響により、メディア事業の売上高が前年同期比10.8%減収となったものの、その他メディア支援事業が比較的大型のスポット案件が入ったことで同97.5%増と大きく伸ばしたことが増収要因となった。売上総利益率に関してはプロダクトミックスの変化（その他メディア支援事業の比率上昇）により前年同期の36.7%から33.1%に低下し、売上総利益は同0.6%増にとどまった。販管費については人件費やその他経費の抑制に取り組んだことで、前年同期比1.2%減となり、結果、営業利益は同4.6%の増益となった。

2018年12月期第1四半期業績

(単位：百万円)

	17/12期1Q		18/12期1Q		前年同期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	1,247	100.0%	1,394	100.0%	11.7%
売上総利益	458	36.7%	461	33.1%	0.6%
販管費	306	24.6%	303	21.7%	-1.2%
営業利益	151	12.1%	158	11.4%	4.6%
経常利益	150	12.0%	157	11.3%	4.9%
四半期純利益	103	8.3%	106	7.6%	2.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

(1) メディア事業

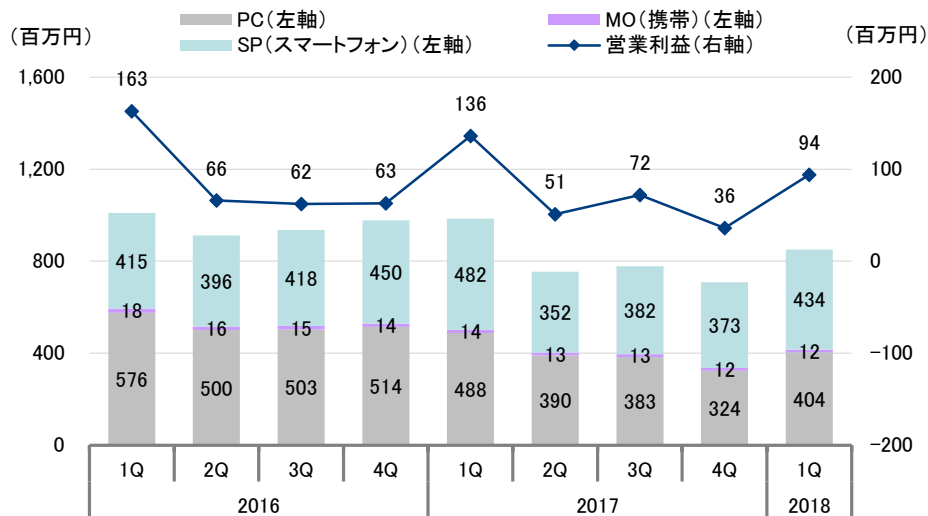
メディア事業の売上高は前年同期比10.8%減の881百万円、営業利益は同31.0%減の94百万円となった。2017年4月中旬以降に一部のアドネットワーク事業者のレギュレーションが変更されたことで、ECメディアの広告単価が下落し売上高の減収要因となった。広告単価下落の影響額は売上高で約2億円、粗利益で0.5～0.6億円だったとみられ、同影響を除けば売上高は1割増収、営業利益も1ケタ台の増益だったことになる。

業績動向

また、同社では収益の多様化を図るため広告収益だけでなく、ゲーム事業でアライアンス展開を進めながら課金収益の獲得を強化しており、当第1四半期は前年同期比で31.4%増と順調に拡大している。さらには、「ポイントタウン」についても2017年より「Pontaポイントモール」やdポイントが貯まる「ポイント広場」など外部メディアとの連携を進めており、収益獲得機会の拡大につなげている。

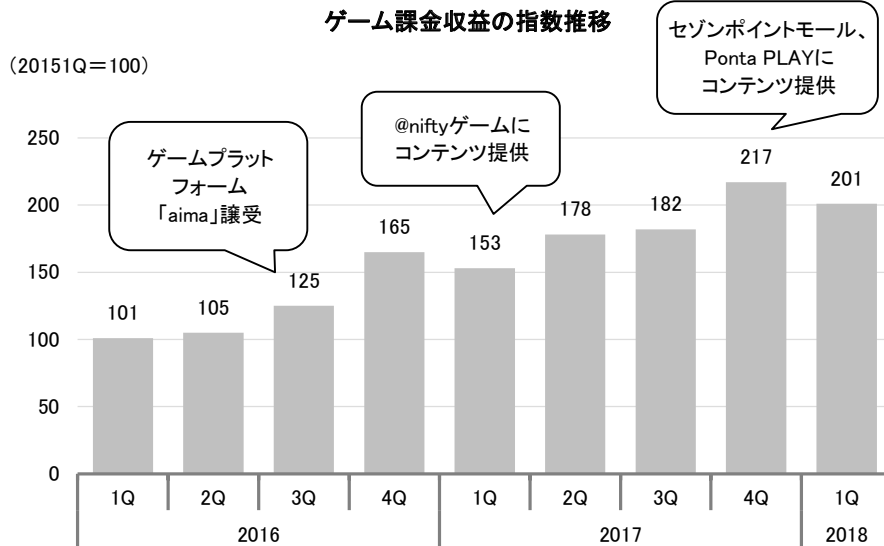
ソーシャルメディア関連は、全体では伸び悩んだものの、ファッションコーディネート共有アプリ「コーデスナップ」のLINE公式アカウントの読者数が100万人を突破したほか、新規メディアのプログラミング教育の情報メディア「コエテコ」についても各種事業者とのアライアンスを展開してコンテンツを拡充するなど、今後の収益増につながる取り組みを推進した。

売上高をデバイス別で見ると、2017年12月期第4四半期からスマートフォンとPCの比率が逆転しており、ここ数年のスマートフォン会員獲得に向けた取り組みの成果が出てきたものと考えられる。「ポイントタウン」におけるスマートフォン比率は前年同期の36.4%から当第1四半期は51.4%と大きく上昇しており、今後もスマートフォンの比率はさらに上昇していくものと予想される。なお、デバイス別で収益性に大きな違いはない。

メディア事業の四半期業績推移


出所：決算短信よりフィスコ作成

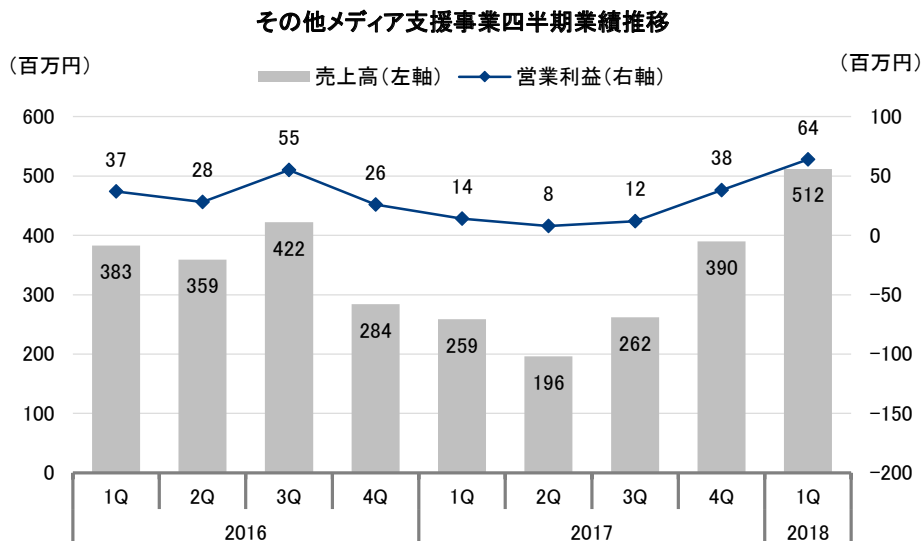
業績動向



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(2) その他メディア支援事業

その他メディア支援事業の売上高は前年同期比 97.4% 増の 512 百万円、営業利益は同 440.1% 増の 64 百万円となった。もともと第 1 四半期は需要期となるため、アドシンジケート、アフィリエイトともに売上規模は大きくなるが、当期は広告クライアントや提携媒体数の増加に加えて、比較的規模の大きいスポット案件を受注したことが大幅増の要因となった。



出所：決算短信よりフィスコ作成

無借金経営で手元キャッシュも潤沢、財務の健全性は高い

3. 財務状況と経営指標

2018年12月期第1四半期末の総資産は前期末比99百万円増加の3,944百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産で現預金・関係会社預け金が50百万円減少した一方で、売掛金が133百万円増加した。また、固定資産では投資その他の資産が27百万円増加した。

負債は前期末比117百万円増加の1,541百万円となった。主な増減要因を見ると、買掛金が42百万円、未払金が17百万円、未払い法人税等が31百万円増加したことによる。純資産は前期末比18百万円減少の2,403百万円となった。四半期純利益を計上した一方で配当金を支出したことにより、利益剰余金が126百万円減少した。

経営指標について見ると、経営の安全性を表す自己資本比率は純資産の減少により前期末の63.0%から60.9%に低下したものの、季節要因によるものと考えられる。また、流動比率は248.6%と目安となる200%を上回る水準で安定的に推移している。有利子負債がないこと、現預金・関係会社預け金で20億円を超えるキャッシュを保有していることから、財務の健全性は高いと判断される。

貸借対照表

(単位：百万円)

	15/12期	16/12期	17/12期	18/12期1Q	増減額
流動資産	3,113	3,517	3,540	3,618	78
(現預金・関係会社預け金)	2,096	2,372	2,424	2,373	-50
(売掛金)	816	889	828	961	133
固定資産	209	346	305	325	20
総資産	3,322	3,863	3,845	3,944	99
負債合計	1,229	1,545	1,423	1,541	117
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産合計	2,093	2,318	2,421	2,403	-18
(安全性)					
流動比率	279.7%	251.4%	267.7%	248.6%	
自己資本比率	63.0%	60.0%	63.0%	60.9%	

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2018年12月期は成長に向けた投資を行いつつ、 利益ベースで前期並みの水準を計画

1. 2018年12月期の業績見通し

2018年12月期の業績は、売上高で前期比7.3%増の4,700百万円と2期ぶりの増収を見込み、営業利益は同0.1%増の372百万円、経常利益は同横ばいの368百万円、当期純利益も同横ばいの252百万円と期初計画を据え置いている。第1四半期の通期計画に対する進捗率は売上高で29.7%、営業利益で42.5%と高いものの、第1四半期は例年需要期であるほか、その他メディア支援事業での特需もあったこと、第2四半期以降も今後の成長につなげていくための投資を行っていることから、利益ベースでは前期比横ばい水準を必達数字として事業を展開していく計画となっている。

2018年12月期業績見通し

(単位：百万円)

	16/12期		17/12期		18/12期	
	実績	前期比	実績	前期比	予想	前期比
売上高	5,304	37.5%	4,377	-17.4%	4,700	7.3%
営業利益	505	31.8%	371	-26.5%	372	0.1%
(営業利益率)	9.5%	-0.4pt	8.5%	-1.0pt	7.9%	-0.5pt
経常利益	503	37.6%	368	-26.8%	368	0.0%
当期純利益	319	55.4%	252	-20.9%	252	0.0%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

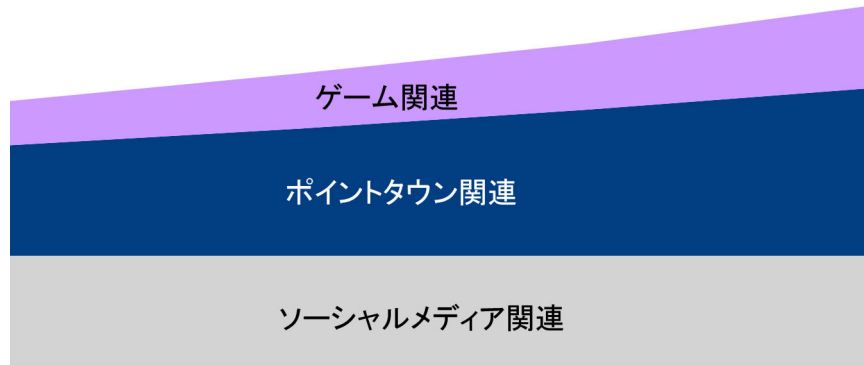
アライアンス戦略の推進による広告収益の拡大と、 成長ポテンシャルの高いゲーム事業の成長により、 2019年12月期以降は2ケタ成長目指す

2. 成長戦略

同社は、今後の成長戦略として、ソーシャルメディアからの広告収益を安定基盤としながら、ポイントメディア事業については他社とのアライアンスを進め、横展開していくことで年率10%台の成長を目指し、また、新たな成長のけん引役としてゲーム事業における課金収益を年率20%以上のペースで伸ばしていくことで、2019年12月期以降の2ケタ増収増益を目指していく方針となっている。

今後の見通し

今後の収益成長イメージ



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) ゲーム事業の展開

ゲーム事業では2018年4月に「ゲソてん」のスマートフォンブラウザ版をリリースしている。「ゲソてん」PC版の機能を踏襲し、PCとスマートフォン両方でのプレイを可能としたほか、100タイトル以上の豊富なタイトルを遊ぶことが可能となっている。また、ポイントインセンティブなどの同社の強みを生かしたサービスの展開も進めている。

特に、ゲーム性の高い強力なコンテンツとして2018年4月に事前登録を開始し6月7日からスタートした「激突！最強プロ野球ドリームバトル」は、本格野球ゲームとしてPCでも遊べることから、ゲーム事業の成長に大きく貢献することが期待される。なお、同社のスマートフォンゲームでは課金率が従来低かったが、これは決済手段としてクレジットカードのほか大手携帯キャリアではauしか対応していなかったためと見ている(クレジットカード決済では番号入力が煩雑なため)。これが2018年6月からはdocomo、SoftBankの決済サービスでも利用可能となるため、今後は課金率も上昇するものと予想される。現状、課金決済手段としてはクレジットカードとau決済で比率が7:3となっているが、今後は携帯キャリアの決済サービスの利用が増えることで、その比率は逆転するものと見ている。

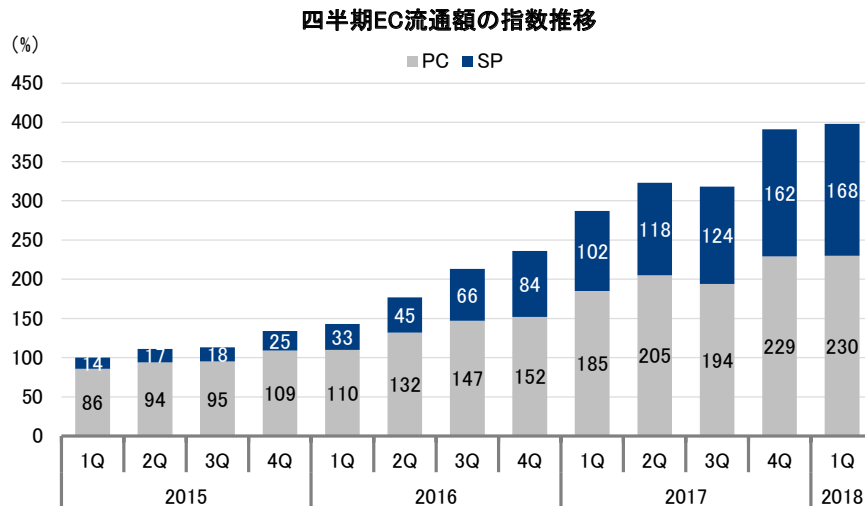
なお、2018年における新規タイトルは野球ゲームを含めて3タイトルを予定しており、開発は外部に委託している。まずは、自社プラットフォームである「ゲソてん」で配信し、今後は他のプラットフォームにも配信を広げていく戦略となっている。同社の場合、自社メディアを複数持っているため、自社メディアを活用することで広告宣伝費をかけずに集客できることが強みとなる。

(2) アフィリエイト広告の強化

「ポイントタウン」等による広告収益の強化については、引き続きスマートフォン会員の拡大、サイトでのEC流通額の拡大、並びにアライアンスによる横展開への広がりに取り組み、拡大を目指していく。スマートフォン会員比率は45%を超えた段階で、まだまだ獲得余地は大きい。同社では、今後スマートフォン会員の比率を70-80%まで引き上げていく考えだ。

今後の見通し

また、「ポイントタウン」を通じたショッピングの流通額拡大に取り組み、サイトへのアクセス頻度を増やすことによって広告収益を拡大していく。2018年12月期第1四半期のサイトでのEC流通額は過去最高を更新しており、前年同期比では全体で38%増、うちスマートフォン経由の流通額は64%増と大幅増と順調に拡大している。



※ 2015年1Qを基準(100)としたときの表示
 出所: 決算説明会資料よりフィスコ作成

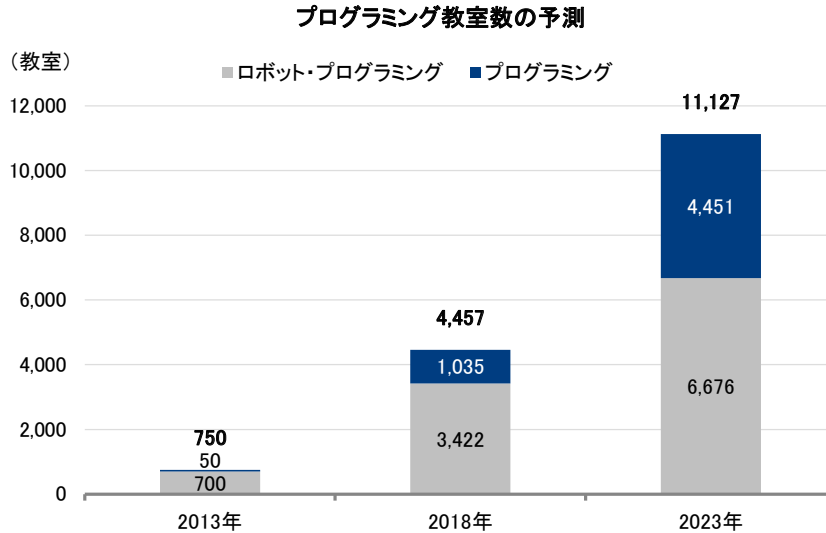
他社とのアライアンスについても引き続き積極的に取り組んでいく方針となっており、自社サービスで培ったノウハウ・システムを横展開することで収益基盤並びに広告収益の拡大を目指していく。無料ゲームについても2018年4月にNTTレゾナント(株)と提携し、gooに同社のゲームコンテンツの提供を開始している。

(3) EdTech 領域への展開

同社は新たな取り組みとしてEdTech領域への参入を進めている。2017年11月より立ち上げたポータルサイト「コエテコ」がそれで、現在はプログラミング教育に関する記事や教室情報等を掲載する情報ポータルサイトとして運営している。プログラミング教育が2020年度より小学校でも必修となることで、関心度も高まっている。(株)船井総合研究所(船井総研ホールディングス<9757>)との協力により発表した市場予測では、2018年に教室数で約4,450教室、約80億円の市場規模が、2023年には教室数で1.1万教室、226億円の市場規模に拡大する見通しとなっている。

こうしたなかで、同社は「コエテコ」を広告メディアとして収益化していくことを検討しており、早ければ2018年第4四半期以降にも売上に貢献してくるものと予想される。同社では、プログラミング教育に特化して展開していく予定。

今後の見通し



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

株主還元策

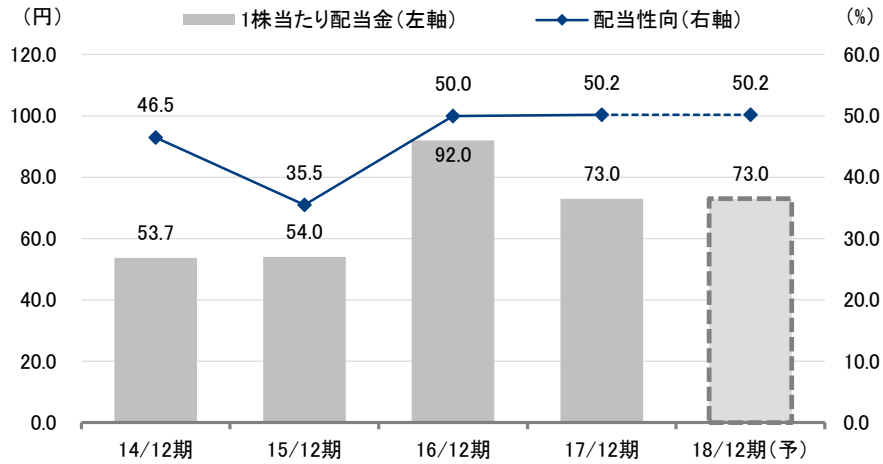
配当性向 50% を目安に株主還元を実施

同社では、環境変化の激しいインターネット業界において、企業体質の強化及び積極的な事業展開に備えるための内部留保の確保が重要であると考えると同時に、利益還元も重要な経営課題として認識している。事業の成長に基づいて中長期的な株式価値の向上を目指すとともに、業績に連動した配当を継続的に実施できる収益力の安定化に努めるとしている。

こうしたなか、配当方針については配当性向で 50% を目安に実施することを基本方針としている。2018 年 12 月期の 1 株当たり配当金は前期比横ばいの 73.0 円 (配当性向 50.2%) を計画。今後、利益の変動があれば増減することになる。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 情報セキュリティ対策

同社は、第三者からの同社サーバー等への侵入に対して、ファイヤーウォールや対策機器等の体系的な対策を施しているほか、専門のエンジニアを配置することにより情報セキュリティ対策強化を推進している。また、個人情報管理については、法令や各種ガイドラインに基づいて社内ルールを定め、適切な管理を図るとともに、従業員教育、システムのセキュリティ強化、個人情報取扱状況の内部監査等を実施し、個人情報管理の強化に努めている。

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ