

|| 企業調査レポート ||

# GMO アドパートナーズ

4784 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年10月12日(木)

執筆：客員アナリスト

**水田雅展**

FISCO Ltd. Analyst **Masanobu Mizuta**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 自社企画サービスが強み、新たな取り組みとして「ChatGPT API」の活用なども推進……	01
2. 2023 年 12 月期第 2 四半期の業績概要……	01
3. 2023 年 12 月期通期の業績予想……	02
4. 中期経営計画……	02
5. 中期的な収益拡大トレンドに変化なし……	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要……	03
2. 沿革……	04
■ 事業概要	05
1. 事業概要……	05
2. 特徴・強みと主要商材……	06
3. AI 活用の取り組み……	09
4. リスク要因・収益特性及び課題・対策……	10
■ 業績動向	10
1. 2023 年 12 月期第 2 四半期の業績概要……	10
2. セグメント別の動向……	12
3. 財務の状況……	13
■ 今後の見通し	14
■ 成長戦略	15
1. 事業環境……	15
2. 「2023 年 – 2028 年中期経営計画」……	15
3. 株主還元策……	17
4. サステナビリティ経営……	17
5. 東証新市場区分への取り組み……	18
6. 弊社の視点……	18

## ■ 要約

### GMO インターネットグループの インターネット広告・メディア分野を担う中核企業

GMO アドパートナーズ <4784> は、親会社である GMO インターネットグループ <9449> のインターネット広告・メディア分野を担う中核企業である。GMO インターネットグループが掲げる「すべての人にインターネット」という企業理念のもと、グループシナジーも生かしてインターネット広告事業におけるナンバーワンを目指している。

#### 1. 自社企画サービスが強み、新たな取り組みとして「ChatGPT API」の活用なども推進

同社は総合インターネット広告代理店として、エージェンシー事業（インターネット広告代理事業、Web マーケティング事業など）と、メディア・アドテク事業（アドテクノロジー商品の開発・運営、メディア・コンテンツの開発・運営など）を展開している。エージェンシー事業のアフィリエイト広告一元管理ツール「TRUE Affiliate byGMO」が成長ドライバーとなり、新たな取り組みとして「ChatGPT API」の活用なども推進している。同社のインターネット広告業界におけるポジションは、サプライチェーンを横断的に包含した総合インターネット広告代理店として、売上高では大手 3 社（電通グループ <4324>、博報堂 DY ホールディングス <2433>、サイバーエージェント <4751>）に次ぐ規模である。そして、広告主と生活者をつなぐ事業体制を確立し、市場ニーズを追求した自社企画サービスの特徴・強みとして業容を拡大している。

#### 2. 2023 年 12 月期第 2 四半期の業績概要

2023 年 12 月期第 2 四半期の連結業績は、取扱高（収益認識基準適用前の売上高に相当）が前年同期比 1.9% 増の 19,533 百万円、売上高が同 2.9% 減の 8,145 百万円、営業利益が同 85.0% 減の 78 百万円、経常利益が同 61.8% 減の 208 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 63.7% 減の 106 百万円となった。取扱高はエージェンシー事業がけん引して増加したが、売上高はメディア・アドテク事業の回復遅れなどで全体として減収となり、利益面は前期の人財投資に伴う人件費の増加に加えて、事業運営活発化に伴う営業関連費用増加なども影響して減益となった。なお上期の費用増加は一時的要因によるものが多く、下期はコスト抑制や生産性向上効果を見込んでいる。営業外収益では為替差益 37 百万円、投資事業組合運用益 67 百万円を計上した。

### 3. 2023 年 12 月期通期の業績予想

2023 年 12 月期通期の連結業績予想は期初計画を据え置いて、取扱高が前期比 5.2% 増の 40,500 百万円、売上高が同 5.2% 増の 17,500 百万円、営業利益が同 10.5% 増の 785 百万円、経常利益が同 11.8% 増の 835 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 8.6% 増の 430 百万円としている。第 2 四半期が減益となり、通期予想に対する利益進捗率も低水準（営業利益 10.0%、経常利益 25.0%、親会社株主に帰属する当期純利益 24.8%）となったが、下期の挽回策として、競争優位性が高く利益率も高い自社企画サービスの拡販、新規顧客・案件の獲得、既存顧客との取引拡大、ChatGPT など AI や RPA など活用した生産性・コスト効率の向上、高度人材による組織力強化などを推進する。また、上期の減益の一因となったスポット費用は下期には発生せず、人材採用も上期までにおおむね完了したため下期は採用費等が抑制される見込みである。通期予想の達成については、下期の挽回策の進捗次第となるだろう。

### 4. 中期経営計画

インターネット広告市場は動画広告やソーシャル広告なども寄与して高い成長率が予想される。このように良好な事業環境のもと、同社は 2023 年 2 月に「2023 年 - 2028 年中期経営計画」を策定した。2 ケタ成長を継続し、2025 年 12 月期に営業利益 10 億円、2028 年 12 月期に営業利益 15 億円という目標を掲げている。市場は変化が激しく競争の激化が予想されるものの、事業環境は良好であり、総合インターネット広告代理店としての強みや自社企画サービスの競合優位性を生かしながら、事業拡大、経営基盤強化、収益性向上を基本戦略とする。そして高粗利・高付加価値の自社企画サービスへの集中による粗利率のさらなる向上、新規成長市場・既存周辺領域（DX 支援市場、NFT・メタバース市場、DOOH 市場、D2C 市場）へのチャレンジなどにより目標達成を目指す。

### 5. 中期的な収益拡大トレンドに変化なし

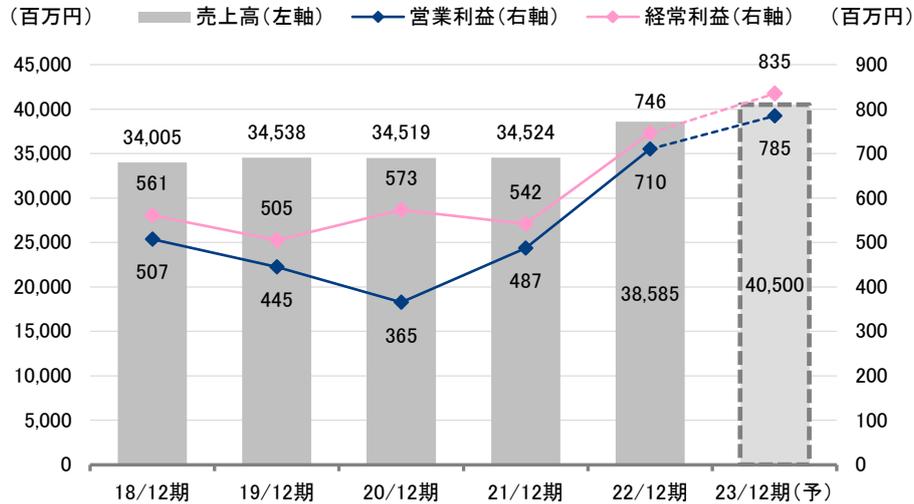
インターネット広告市場が拡大基調であるなか、同社の総合インターネット広告代理店としての競合優位性や成長期待について弊社では高く評価している。2023 年 12 月期上期が減益となったが、これは一時的費用の増加の影響である。高粗利・高付加価値の自社企画サービスを武器とする中期的な収益拡大トレンドに変化はなく、新たな取り組みとして「ChatGPT API」の活用を推進するなど成長ポテンシャルは大きいと弊社では考えている。したがって当面は 2023 年 12 月期下期以降の利益回復動向に注目したい。

#### Key Points

- ・ GMO インターネットグループのインターネット広告・メディア分野を担う中核企業
- ・ 総合インターネット広告代理店として自社企画サービスに強み
- ・ 2023 年 12 月期第 2 四半期は一時的費用も影響して減益
- ・ 2023 年 12 月期通期は増収増益予想を据え置き、下期は回復基調
- ・ 成長市場へのチャレンジも推進して 2028 年 12 月期は営業利益 15 億円を目指す
- ・ 中期的な収益拡大トレンドに変化はなく、成長ポテンシャルも大きい

## 要約

## 業績推移



注1: 22/12期、23/12期(予)は取扱高(旧基準の売上高)の数値を記載

注2: 22/12期より「収益認識に関する会計基準」等を適用

出所: 決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

## 会社概要

### GMO インターネットグループの インターネット広告・メディア分野を担う中核企業

#### 1. 会社概要

同社は、親会社である GMO インターネットグループ (旧 GMO インターネット (株) が 2022 年 9 月 1 日付で商号変更) のインターネット広告・メディア分野を担う中核企業である。GMO インターネットグループが掲げる「すべての人にインターネット」という企業理念のもと、グループシナジーも生かしてインターネット広告事業におけるナンバーワンを目指している。

2023 年 12 月期第 2 四半期末時点で、グループは同社 (持株会社)、連結子会社 5 社 (GMO アドマーケティング (株)、GMO NIKKO (株)、GMO インサイト (株)、GMO ソリューションパートナー (株)、そのほか 1 社) で構成されている。また、GMO ドリームウェブ (株) を持分法適用会社としている。なお親会社については、中間持株会社である GMO アドホールディングス (株) が第 1 位株主となっている。2023 年 12 月期第 2 四半期末時点の総資産は 11,480 百万円、純資産は 5,363 百万円、株主資本は 5,169 百万円、自己資本比率は 46.1%、発行済株式数は 16,757,200 株 (自己株式 635,867 株を含む) である。

**GMO アドパートナーズ** | 2023年10月12日(木)  
 4784 東証スタンダード市場 | <https://www.gmo-ap.jp/ir/>

会社概要

## 2. 沿革

1999年9月に、電子メール広告配信サービスを事業目的に、現 GMO インターネットグループの子会社(株)まぐクリックとして設立された。そして2000年9月に大阪証券取引所ナスダック・ジャパン市場(その後の取引所合併に伴って東京証券取引所(以下、東証)JASDAQ 市場)に株式上場し、2008年7月に現在の GMO アドパートナーズに商号変更した。その後、M&A や事業譲受なども積極活用して業容を拡大している。なお2022年4月の東証の市場再編に伴ってスタンダード市場に移行・上場した。

### 沿革

年月	概要
1999年 9月	電子メール広告配信サービスを事業目的に現 GMO インターネットグループ(株)の子会社として(株)まぐクリックを設立
2000年 9月	大阪証券取引所ナスダック・ジャパン市場に株式上場(その後の取引所合併に伴って東京証券取引所 JASDAQ 市場)
2000年12月	(株)兼松コンピューターシステム(現兼松コミュニケーションズ(株))などと(株)マグフォースを設立
2001年 6月	(株)ティアラオンラインと合併
2001年12月	マグフォースの株式を追加取得して連結子会社化
2002年 1月	(株)メディアレップドットコムと合併
2004年 9月	マグフォースを吸収合併 株式交換による(株)パワーフォーメーションの完全子会社化により、(株)サンプランニングを連結子会社化
2004年12月	パワーフォーメーションを吸収合併
2007年 7月	連結子会社 GMO モバイル(株)を設立
2008年 2月	(株)サイバー・コミュニケーションズ(現(株)CARTA COMMUNICATIONS)と資本・業務提携
2008年 7月	商号を現在の GMO アドパートナーズ(株)に変更
2009年 4月	GMO サンプランニング(株)を吸収合併
2010年11月	(株)NIKKOの株式を取得して連結子会社化
2011年 1月	サノウ(株)を吸収合併
2012年 1月	サーチテリア(株)の株式を取得して連結子会社化
2013年 3月	JWord(株)の株式を取得して連結子会社化
2013年 7月	(株)イノベーターズの株式を取得して連結子会社化 シードテクノロジー(株)を吸収合併
2013年10月	(株)チャイナ・コンシェルジュの株式を取得して連結子会社化
2014年 1月	株式交換により GMO ソリューションパートナー(株)を完全子会社化
2014年11月	連結子会社 GMO NIKKO(株)(旧 NIKKO)が GMO チャイナコンシェルジュ(株)(旧チャイナ・コンシェルジュ)を吸収合併 連結子会社 GMO モバイルが GMO サーチテリア(株)(旧サーチテリア)を吸収合併 連結子会社 GMO アドマーケティング(株)を設立
2015年 7月	(株)アドクラウドの株式を取得して連結子会社化
2016年 1月	連結子会社 GMO モバイルが GMO アドマーケティング及びアドクラウドを吸収合併して商号を GMO アドマーケティング(株)に変更
2017年 1月	連結子会社 GMO NIKKO が GMO イノベーターズ(株)(旧イノベーターズ)を吸収合併
2017年 6月	連結子会社 GMO インサイト(株)(旧 JWord)が新設分割で JWord(株)を設立 JWord(2017年6月設立)の株式を取得して連結子会社化
2017年 7月	連結子会社 GMO ソリューションパートナーが GMO インサイト(旧 JWord)を吸収合併
2017年 8月	(株)シフトワンの株式を取得して連結子会社化
2018年 1月	連結子会社 GMO アドマーケティング及び連結子会社 GMO NIKKO の株式を追加取得して完全子会社化
2018年10月	連結子会社 GMO NIKKO がシフトワンを吸収合併
2020年 6月	連結子会社 GMO ソリューションパートナーを完全子会社化

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

年月	概要
2021年12月	連結子会社 GMO NIKKO が (株) ファンコミュニケーションズからポイントメディア事業「collee」の運営を承継
2022年 1月	連結子会社 GMO NIKKO が GMO NIKKO アドキャンプ (株) を吸収合併
2022年 4月	東京証券取引所の市場再編に伴って東京証券取引所スタンダード市場に移行・上場
2022年 7月	連結子会社 GMO NIKKO が GMO メタバースラボを設立
2022年11月	連結子会社 GMO NIKKO が (株) Natee と資本業務提携
2023年 3月	連結子会社 GMO アドマーケティングが (株) Essen と資本業務提携

出所：有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成

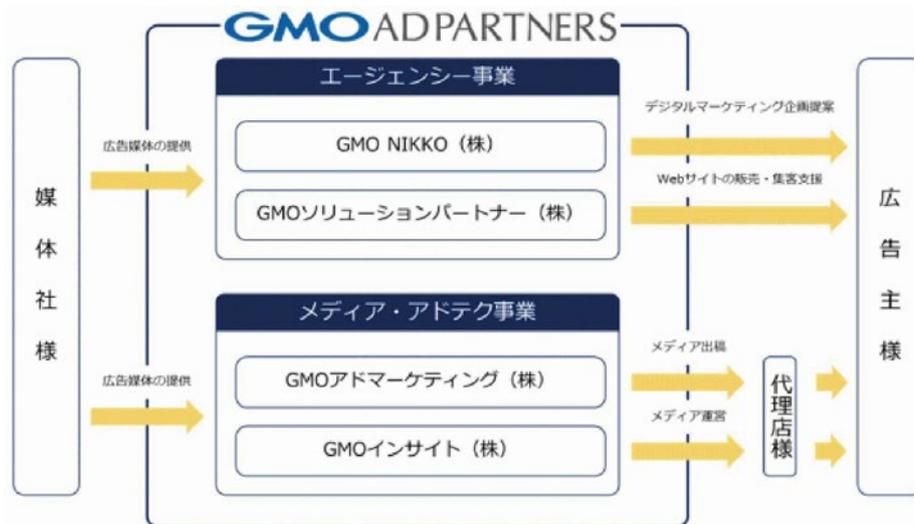
## 事業概要

### インターネット広告・メディア分野で、エージェンシー事業とメディア・アドテク事業を展開

#### 1. 事業概要

同社は総合インターネット広告代理店として、主に GMO NIKKO 及び GMO ソリューションパートナーがエージェンシー事業（インターネット広告代理事業、Web マーケティング事業など）を、主に GMO アドマーケティング及び GMO インサイトがメディア・アドテク事業（アドテクノロジー商品の開発・運営、メディア・コンテンツの開発・運営など）を展開している。

事業系統図



出所：有価証券報告書より掲載

GMO アドパートナーズ | 2023 年 10 月 12 日 (木)  
 4784 東証スタンダード市場 | <https://www.gmo-ap.jp/ir/>

事業概要

過去 5 期（2018 年 12 月期～2022 年 12 月期）及び 2023 年 12 月期第 2 四半期のセグメント別売上高と営業利益は、期ごとに多少の変動があるものの、構成比が逆転するなど大きな変動はなく安定して推移した。ただし 2022 年 12 月期より収益認識会計基準を適用しているため、2022 年 12 月期以降の売上高は従来方法に比べて大幅に減少の形となっているが、営業利益への影響は軽微である。2022 年 12 月期について 2021 年 12 月期との売上高の単純比較はできないが、旧基準の売上高に相当する取扱高で見ると前期比 11.6% 増の 38,515 百万円となった。そして、特にエージェンシー事業の自社企画サービスがけん引して営業利益は大幅増益となった。なお 2022 年 12 月期の売上総利益の構成比は自社企画サービスが 67%、他社仕入サービスが 33% で、売上総利益率は自社企画サービスが 37%、他社仕入サービスが 10% となった。

セグメント別売上高

(単位：百万円)

	18/12 期	19/12 期	20/12 期	21/12 期	22/12 期	23/12 期 2Q
エージェンシー事業	26,250	26,151	24,965	25,987	10,398	5,361
メディア・アドテク事業	9,941	10,134	10,757	10,076	6,331	2,813
合計	36,192	36,285	35,723	36,064	16,730	8,174
調整額	-2,187	-1,747	-1,203	-1,539	-101	-29
連結売上高	34,005	34,538	34,519	34,524	16,629	8,145

注：22/12 期より「収益認識に関する会計基準」等を適用  
 出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別営業利益

(単位：百万円)

	18/12 期	19/12 期	20/12 期	21/12 期	22/12 期	23/12 期 2Q
エージェンシー事業	748	854	724	776	1,060	253
メディア・アドテク事業	497	377	406	494	470	234
合計	1,246	1,232	1,130	1,270	1,531	488
調整額	-738	-786	-765	-783	-820	-409
連結営業利益	507	445	365	487	710	78

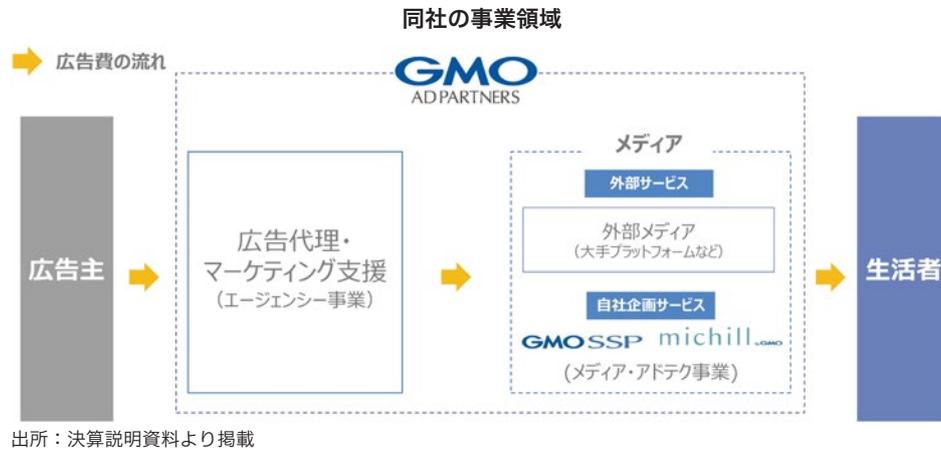
出所：決算短信よりフィスコ作成

## 自社企画サービスが強み

### 2. 特徴・強みと主要商材

同社のインターネット広告業界におけるポジションは、サプライチェーンを横断的に包含した総合インターネット広告代理店として、売上高では大手 3 社（電通グループ、博報堂 DY グループ、サイバーエージェント）に次ぐ規模となっている。そして、広告主と生活者をつなぐ事業体制を確立し、市場ニーズを追求した自社企画サービスの特徴・強みとして業容を拡大している。

## 事業概要


**(1) エージェンシー事業**

エージェンシー事業では、フルファネル対応のマーケティング支援を提供している。フルファネルとは、消費者の商品購買過程を行動プロセスに分けてモデル化した「ファネル」の全体に対して、認知から CRM (Customer Relationship Management = 顧客関係管理) まで一気通貫で、共通のマーケティング施策やキャンペーンで消費者にアプローチする考え方である。認知から興味喚起・動機形成、購買、ファン化にいたる全フェーズに対応し、広告 ROI (Return On Investment = 投資収益率) 最大化への施策を顧客ニーズに合わせて提供している。

商材としては、アフィリエイト広告一元管理ツール「TRUE Affiliate byGMO」が成長ドライバーとなっている。同サービスは、ワンタグシステム※1・アドベリフィケーション※2・運用自動化により、アフィリエイト広告で顧客のビジネス成長を加速させる統合管理型プラットフォームである。広告主のブランド毀損リスクに対応し、不適切な媒体への広告掲載防止や誇大広告の恐れのあるワードの個別設定など、独自開発のブランドセーフティ機能（業界初・特許取得済）を特徴・強みとして顧客から高い評価を得ている。このほかの商材として、LINE(株)の法人向けサービス「LINE 公式アカウント」のメッセージング管理機能で、顧客セグメントに応じた LINE でのターゲティング配信を実現する Messaging API ツール「TRUE Connect byGMO」や、企業の SNS・YouTube 公式アカウントをフルサポートする「オーガニック運用代行パッケージメニュー」なども提供している。

※1 ワンタグシステムとは、顧客が複数プラットフォームの広告の設定(広告タグの設定)をせず、1つの設定で様々なサービスを利用するための仕組みのこと。

※2 アドベリフィケーションとは、配信された広告が、イメージ低下を招くようなサイトや、見えにくい・表示されないなどの不適切な掲載方法を取っているサイトなど、広告主の意に沿わないサイトに掲載されていないかを検証する仕組みのこと。

新規事業への取り組みとしては、GMO NIKKO が 2022 年 7 月に「GMO メタバースラボ」を設立してメタバース事業に参入した。デジタルマーケティング技術のインターネット広告事業や、ブロックチェーン技術を活用した NFT (Non-Fungible Token = 非代替性トークン) 事業の知見・ノウハウを組み合わせ、メタバース空間を活用したビジネスの立ち上げサポートなど多様なサービスを展開する方針だ。

**GMO アドパートナーズ** | 2023 年 10 月 12 日 (木)  
 4784 東証スタンダード市場 | <https://www.gmo-ap.jp/ir/>

事業概要

2022 年 9 月には、店舗・施設運営事業者や EC サイト向けに 3D 空間制作から集客までをワンストップで支援する「GMO メタバース for Shop」の提供を開始した。2022 年 11 月には、TikTok に特化したクリエイター共創型マーケティング事業を展開する(株)Natee と資本業務提携した。TikTok をはじめとしたショート動画活用によるマーケティング支援を強化する。2023 年 4 月にはポールトゥウィン(株)やネクスパート法律事務所など複数のパートナー企業と連携し、ブランド毀損リスクを排除して安全な広告出稿をサポートする「Ad Safety byGMO」の提供を開始した。

**(2) メディア・アドテク事業**

メディア・アドテク事業のメディア分野においては、アドテクノロジー分野の技術開発を支える自社メディアを展開している。生活者の興味や関心を把握し、インターネット利用に溶け込んだ広告配信を探求する。主力のライフスタイルメディア「michill (ミチル) byGMO」は、はたらく女性の「もっと日常を便利にしたい」を見つけるために、信頼できる情報・ノウハウ・コツを提案する生活情報サイトである。2022 年 3 月に月間利用者数 (MAU) が 1,000 万人を突破するなど、ファッション&ビューティーカテゴリーで国内トップクラスのメディアに成長している。なお 2023 年 12 月期第 2 四半期末時点で SNS フォロワー数 (インスタグラム + TikTok) は 116 万となった。

アドテクノロジー (広告配信を高度にシステム化した配信技術) 分野においては、広告主に対する広告配信の最適化、メディア (広告媒体) に対する広告掲載の最適化をサービスとして提供している。主要商材としては、スマートフォン向けインフィード特化型アドネットワーク「AkaNe byGMO」、DSP※1 のコンテンツ集客特化型広告配信プラットフォーム「ReeMo byGMO」、SSP※2 のメディア収益最大化プラットフォーム「GMO SSP」などがある。

※1 DSP は Demand-Side Platform の略で広告主側のプラットフォーム。

※2 SSP は Supply-Side Platform の略で媒体メディア側のプラットフォーム。

新規事業への取り組みとしては、2023 年 3 月に GMO アドマーケティングが、車両広告プラットフォーム「WithDrive」を提供する(株)Essen と資本業務提携した。これにより、GMO アドマーケティングは Essen に対する車両ラッピング広告によるマーケティング支援を強化し、屋外広告を指す OOH (Out of Home = 看板や駅構内広告など家庭外の広告全般を指す) や、DOOH (Digital Out of Home = OOH 広告の一種で、デジタルサイネージなどデジタル技術を活用した OOH 広告を指す) 市場における新たな価値の創出を目指す。また同年 7 月には、インターネットメディア各社が独自に提供する運用型広告プラットフォームを、トレーディングデスク形式 (広告主の意向媒体や広告配信の設計、入稿作業、広告運用、予算配分、レポート、分析まで一貫して運用する形式) で運用する「GMO MediaDirect」の提供を開始した。広告主における広告運用管理負担の軽減や入札額抑制を両立し、広告効果の最大化を実現するサービスである。

## AI 活用を推進

### 3. AI 活用の取り組み

同社は、ユーザー満足度の向上、生産性の向上、サービス機能向上、広告配信精度の向上、広告の品質向上、ブランドセーフティ判定精度向上などを目的として、AI を活用する取り組みを強化している。

一例として、エージェンシー事業では 2023 年 4 月に、Messaging API ツール「TRUE Connect byGMO」に「ChatGPT API」を活用したメッセージ自動生成機能「AI メッセージレコメンド」の提供を開始した。同年 5 月には、アフィリエイト広告一元管理ツール「TRUE Affiliate byGMO」のブランドセーフティ機能に「ChatGPT API」を試験的に導入開始した。文脈を考慮したアフィリエイト広告の掲載可否判定が可能となり、ブランド毀損のリスクを防ぎながら顧客のアフィリエイト広告の効果最大化を実現する。また「GMO 順位チェッカー」の全プランに、「ChatGPT API」を利用した新機能である AI キーワードアドバイザー「ミラー Powered by ChatGPT API」を標準搭載して提供開始した。SEO 対策キーワードの候補を自動提案されるようになるため、キーワード選定に要していた業務時間の短縮が可能になる。

メディア・アドテク事業では 2023 年 4 月に、主力のライフスタイルメディア「michill byGMO」に「ChatGPT API」を活用し、ユーザーの疑問や質問に対してリアルタイムで情報提供やアドバイスができる AI チャット機能「michill AI コンシェルジュ (β 版)」の提供を開始した。また、子会社の GMO アドマーケティングでは広告の事前リサーチ、アイデア出し、画像・動画作成作業などに「ChatGPT API」を活用し、デジタル広告のクリエイティブ作成時間を従来の 1/3 以下に短縮した。

#### AI 活用に関する取り組み

「michill byGMO」AI コンシェルジュ	ユーザー満足度の向上	ユーザーの質問にリアルタイムで応答する AI コンシェルジュ
「TRUE Connect byGMO」	広告配信精度の向上	LINE 公式アカウントツール。メッセージ自動生成機能を提供
GMO アドマーケティング	生産性の向上	広告制作にかかる時間を月 135 時間から 30 時間に削減
GMO NIKKO	広告の品質向上	広告テキスト生成ツールの開発
「GMO 順位チェッカー」	サービス機能向上	AI により個別のキーワードから SEO 対策キーワードの候補を自動提案
「TRUE Affiliate byGMO」	ブランドセーフティ判定精度向上	文脈を考慮したアフィリエイト広告の掲載可否判定が可能

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 市場革新に対応した自社サービス開発により競合優位性を維持

### 4. リスク要因・収益特性及び課題・対策

インターネット広告業界の一般的なリスク要因として、景気変動等による広告出稿量の変動、市場競合、技術革新への対応遅れ、システム管理・情報セキュリティ対応、法的規制などがある。これらのリスク要因の対策として同社は、取扱量拡大に向けた顧客ニーズへの適切な対応や顧客開拓、市場革新に対応した自社商品・サービスの開発・機能・運用力の強化、内部統制・法令遵守体制の継続的強化などに取り組むとともに、事業拡大に向けて新規事業領域への展開も推進している。

また同社独自のリスク要因として、親会社である GMO インターネットグループ（2022 年 12 月期末時点で同社に対する議決権所有割合は直接保有が 9.70%、間接所有 47.56% を含めると合計 57.26%）との関係があるが、同社は GMO インターネットグループのインターネット広告・メディア分野を担う中核企業と位置付けられている。そして事業活動及び経営判断において、すべての業務を独自に意思決定しており、経営の独立性が担保されている。

なお収益面の特性として、広告業界においては年度末（3 月）に広告出稿量が増加する傾向がある。このため同社の売上高も第 1 四半期（1 月～3 月）の構成比が高い季節要因がある。

## 業績動向

### 2023 年 12 月期第 2 四半期は一時的費用も影響して減益

#### 1. 2023 年 12 月期第 2 四半期の業績概要

2023 年 12 月期第 2 四半期の連結業績は、取扱高（収益認識基準適用前の売上高に相当）が前年同期比 1.9% 増の 19,533 百万円、売上高が同 2.9% 減の 8,145 百万円、営業利益が同 85.0% 減の 78 百万円、経常利益が同 61.8% 減の 208 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 63.7% 減の 106 百万円となった。取扱高はエージェンシー事業がけん引して増加したが、売上高はメディア・アドテク事業の回復遅れなどで全体として減収となり、利益面は前期の人財投資に伴う人件費の増加に加えて、事業運営活発化に伴う営業関連費用増加なども影響して減益となった。売上総利益は同 4.0% 減少し、売上総利益率は 42.3% で同 0.4 ポイント低下した。売上総利益の自社企画サービス比率は前期同期と同水準の 67% となった。販管費は同 9.9% 増加し、販管費率は 41.3% で同 4.8 ポイント上昇した。なお上期の費用増加は一時的要因によるものが多く、下期はコスト抑制や生産性向上効果を見込んでいる。営業外収益では為替差益 37 百万円、投資事業組合運用益 67 百万円を計上した。

GMO アドパートナーズ | 2023年10月12日(木)  
 4784 東証スタンダード市場 | <https://www.gmo-ap.jp/ir/>

## 業績動向

## 2023年12月期第2四半期連結業績の概要

(単位：百万円)

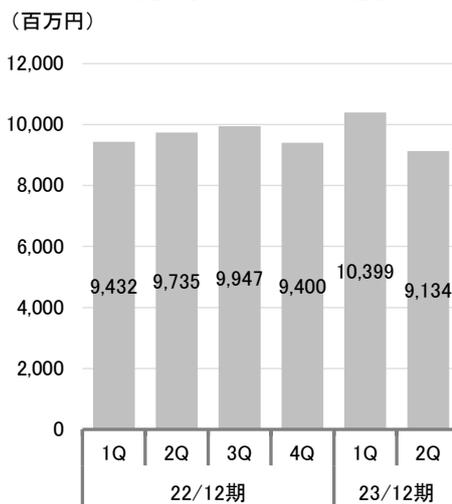
	22/12期			23/12期			前年同期比		
	1Q	2Q	2Q累計	1Q	2Q	2Q累計	1Q	2Q	2Q累計
取扱高	9,432	9,735	19,168	10,399	9,134	19,533	10.3%	-6.2%	1.9%
売上高	3,986	4,399	8,386	4,269	3,876	8,145	7.1%	-11.9%	-2.9%
売上総利益 (売上総利益率)	1,756	1,828	3,584	1,846	1,596	3,442	5.1%	-12.7%	-4.0%
販管費 (販管費率)	1,452	1,609	3,062	1,739	1,624	3,363	19.8%	0.9%	9.9%
営業利益 (営業利益率)	303	219	522	106	-27	78	-64.9%	-	-85.0%
経常利益	332	213	545	203	4	208	-38.9%	-97.7%	-61.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	196	96	293	113	-7	106	-42.2%	-	-63.7%

注：22/12期より収益認識会計基準適用の影響で売上高が大幅減少、従来の売上高に相当する取扱高を表示

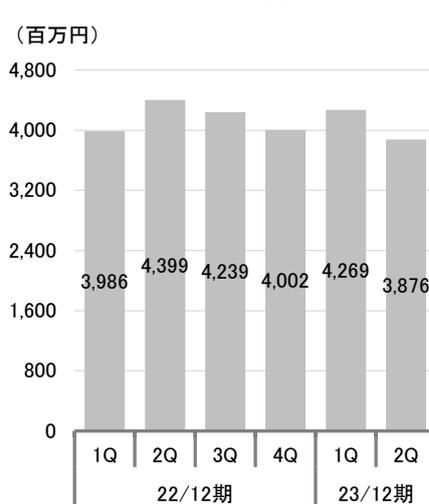
出所：決算短信よりフィスコ作成

四半期別の業績は、取扱高は第1四半期が前年同期比10.3%増の10,399百万円、第2四半期が同6.2%減の9,134百万円、売上高は第1四半期が同7.1%増の4,269百万円、第2四半期が同11.9%減の3,876百万円となった。第1四半期は広告需要拡大を捉えて大幅伸長したが、第2四半期は前期同期に大幅伸長した反動に加えて、エージェンシー事業の主要顧客の一部で需要が想定ほど拡大しなかったことや、メディア・アドテク事業における広告単価下落なども影響した。第2四半期は減収や販管費増加の影響により営業損失となった。

取扱高の四半期毎の推移



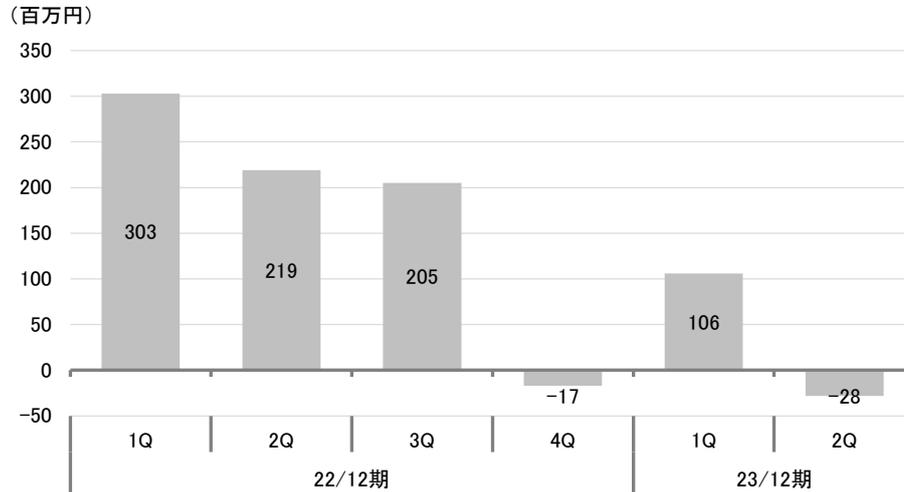
売上高の四半期毎の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

## 営業利益の四半期毎推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## エージェンシー事業は第 2 四半期に一時的に落ち込み

### 2. セグメント別の動向

セグメント別の動向は以下のとおりである。エージェンシー事業は取扱高が前年同期比 5.2% 増の 16,180 百万円、売上高が同 3.4% 増の 5,361 百万円、営業利益が同 57.3% 減の 253 百万円となった。取扱高・売上高については、第 1 四半期は新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）からの広告需要回復を取り込んで増加したが、第 2 四半期は主要顧客の一部で需要が想定ほど拡大しなかったことなども影響して一時的に落ち込んだ。利益面は前期の人財投資に伴う人件費増加に加えて、事業運営活発化に伴う営業関連費用増加なども影響して減益となった。

メディア・アドテク事業は取扱高が前年同期比 9.1% 減の 4,428 百万円、売上高が同 13.0% 減の 2,813 百万円、営業利益が同 28.7% 減の 234 百万円となった。主力のライフスタイルメディア「michill byGMO」の広告収益が堅調となったものの、自社アドテク商材の広告単価下落や媒体仕入枠獲得競争の影響などで減収減益となった。アドテク商材がやや軟調となったため営業利益が 2 ケタ減となった。

## 業績動向

## 2023 年 12 月期第 2 四半期セグメント別の概要

(単位：百万円)

	22/12 期			23/12 期			前年同期比		
	1Q	2Q	2Q 累計	1Q	2Q	2Q 累計	1Q	2Q	2Q 累計
<b>取扱高</b>									
エージェンシー事業	7,656	7,722	15,378	8,817	7,362	16,180	15.2%	-4.7%	5.2%
メディア・アドテク事業	2,511	2,361	4,873	2,376	2,051	4,428	-5.4%	-13.1%	-9.1%
<b>売上高</b>									
エージェンシー事業	2,366	2,816	5,182	2,817	2,544	5,361	19.1%	-9.7%	3.4%
メディア・アドテク事業	1,632	1,601	3,234	1,469	1,343	2,813	-10.0%	-16.1%	-13.0%
調整額	-12	-18	-30	-17	-11	-29	-	-	-
<b>営業利益</b>									
エージェンシー事業	323	270	594	160	93	253	-50.2%	-65.7%	-57.3%
メディア・アドテク事業	187	141	328	149	84	234	-20.0%	-40.1%	-28.7%
調整額	-207	-193	-400	-204	-205	-409	-	-	-

注：22/12 期より収益認識会計基準適用の影響で売上高が大幅減少、従来の売上高に相当する取扱高を表示

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

## 健全な財務体質を維持

### 3. 財務の状況

2023 年 12 月期第 2 四半期末の資産合計は前期末比 942 百万円減少して 11,480 百万円となった。主に現金及び預金が 550 百万円減少、受取手形及び売掛金が 348 百万円減少した。負債合計は同 872 百万円減少して 6,117 百万円となった。主に買掛金が 421 百万円減少、未払法人税等が 130 百万円減少した。純資産合計は同 70 百万円減少して 5,363 百万円となった。利益剰余金が 94 百万円減少（親会社株主に帰属する四半期純利益の計上により 106 百万円増加、配当金支払により 200 百万円減少）した。この結果、自己資本比率は同 2.9 ポイント上昇して 46.1% となった。貸借対照表では特に大きな変動項目はなく、キャッシュ・フロー計算書にも特に懸念材料は見当たらない。健全な財務体質を維持していると弊社では判断している。

## 業績動向

## 貸借対照表及びキャッシュ・フロー計算書 (簡易版)

(単位：百万円)

項目	19/12 期	20/12 期	21/12 期	22/12 期	23/12 期 2Q	増減
資産合計	11,280	11,897	11,631	12,423	11,480	-942
(流動資産)	8,860	8,771	9,633	10,503	9,604	-898
(固定資産)	2,420	3,125	1,997	1,920	1,876	-44
負債合計	6,092	6,515	6,425	6,989	6,117	-872
(流動負債)	5,414	5,823	5,922	6,552	5,681	-870
(固定負債)	677	692	502	437	435	-1
純資産合計	5,188	5,381	5,205	5,434	5,363	-70
(株主資本)	4,744	4,883	4,940	5,234	5,169	-65
自己資本比率	43.8%	44.7%	44.1%	43.2%	46.1%	2.9pt
営業活動によるキャッシュ・フロー	481	1,233	195	881	-365	
投資活動によるキャッシュ・フロー	-664	53	-206	-197	851	
財務活動によるキャッシュ・フロー	-207	-326	-285	-55	-176	
現金及び現金同等物の期末残高	4,050	5,011	4,714	5,343	5,632	

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2023 年 12 月期通期は増収増益予想を据え置き、下期は回復基調

2023 年 12 月期通期の連結業績予想は期初計画を据え置いて、取扱高が前期比 5.2% 増の 40,500 百万円、売上高が同 5.2% 増の 17,500 百万円、営業利益が同 10.5% 増の 785 百万円、経常利益が同 11.8% 増の 835 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 8.6% 増の 430 百万円としている。

第 2 四半期が減益となり、通期予想に対する利益進捗率も低水準（営業利益 10.0%、経常利益 25.0%、親会社株主に帰属する当期純利益 24.8%）となったが、下期の挽回策として、競争優位性が高く利益率も高い自社企画サービスの拡販、新規顧客・案件の獲得、既存顧客との取引拡大、ChatGPT など AI や RPA など活用した生産性・コスト効率の向上、高度人材による組織力強化などを推進する。また、上期の減益の一因となったスポット費用は下期には発生せず、人材採用も上期までにおおむね完了したため下期は採用費等が抑制される見込みである。2023 年 5 月には社内で活用する「ChatGPT API」を搭載した広告テキスト生成ツールを開発している。通期予想の達成については、主力の「TRUE Affiliate byGMO」が順調に成長していること、下期のコスト抑制などを勘案すると、同社が打ち立てた下期の挽回策の進捗次第となるだろう。

今後の見通し

## 2023 年 12 月期通期連結業績予想の概要

(単位：百万円)

	22/12 期	23/12 期 (予)		
	通期	通期	前期比	2Q 累計進捗率
取扱高	38,515	40,500	5.2%	48.2%
売上高	16,629	17,500	5.2%	46.5%
営業利益	710	785	10.5%	10.0%
経常利益	746	835	11.8%	25.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	395	430	8.6%	24.8%
EPS (円)	24.98	27.14	-	-

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

## 成長戦略

### 事業環境は良好

#### 1. 事業環境

電通が 2022 年 2 月に発表した「日本の広告費」の調査結果によると、2021 年の日本の総広告費は 2020 年比 10.4% 増の 6 兆 7,998 億円となった。コロナ禍の影響が下期にかけて緩和し、広告市場全体が回復した。なかでもインターネット広告費は継続して高い成長率を維持して 21.4% 増の 2 兆 7,052 億円となり、マスコミ四媒体（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌）広告費の総計 2 兆 4,538 億円を初めて上回った。そして今後も、インターネット広告市場は動画広告やソーシャル広告なども寄与して高い成長率が予想される。

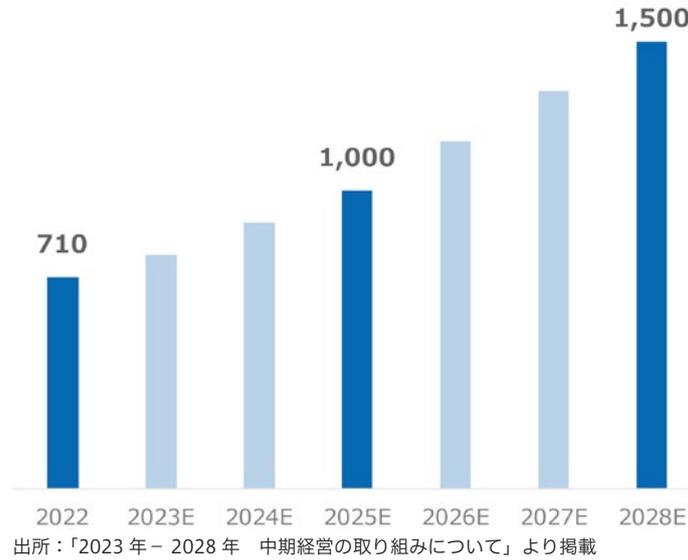
### 2028 年 12 月期は営業利益 15 億円を目指す

#### 2. 「2023 年 - 2028 年中期経営計画」

このように良好な事業環境のもと、同社は 2023 年 2 月に「2023 年 - 2028 年中期経営計画」を策定した。2 ケタ成長を継続し、2025 年 12 月期に営業利益 10 億円、2028 年 12 月期に営業利益 15 億円という目標を掲げている。

成長戦略

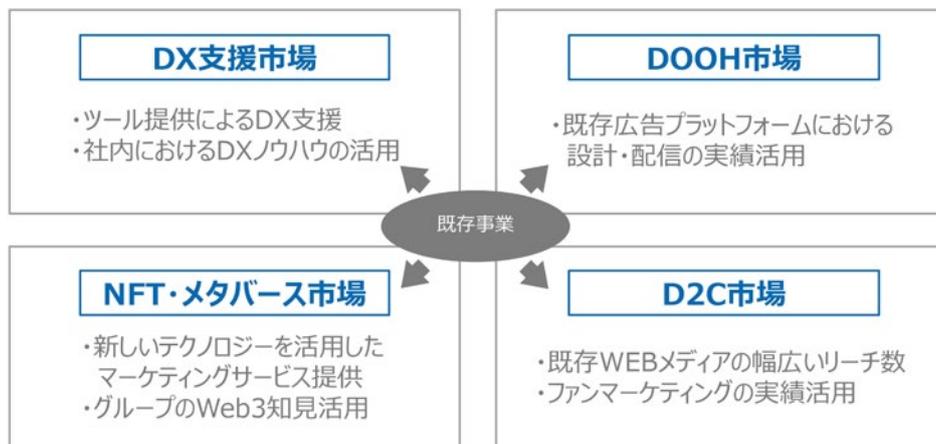
数値目標



市場は変化が激しく競争の激化が予想されるものの、事業環境は良好であり、総合インターネット広告代理店としての強みや自社企画サービスの競争優位性を生かしながら、事業拡大、経営基盤強化、収益性向上を基本戦略とする。

事業拡大では主力の「TRUE Affiliate byGMO」を中心とする自社商材注力による差別化・独自性強化を図り、新規成長市場・既存周辺領域（DX支援市場、NFT・メタバース市場、DOOH市場、D2C市場）へチャレンジする。経営基盤強化ではサービスレベル向上と適用範囲拡大に向けた人財の高度化、高粗利・高付加価値の自社企画サービスへの集中による粗利率のさらなる向上、機能性・優位性のさらなる向上を図る収益性向上ではオフショア／ニアショア拠点（国内は東京オフィス、大阪オフィス、宮崎オフィス、沖縄オフィス、海外はホーチミンオフィス）のエリア採用などによる生産性向上・業務オペレーション効率化、AIやRPAを活用してコスト効率を強化する。

新規成長市場・既存周辺領域へのチャレンジ



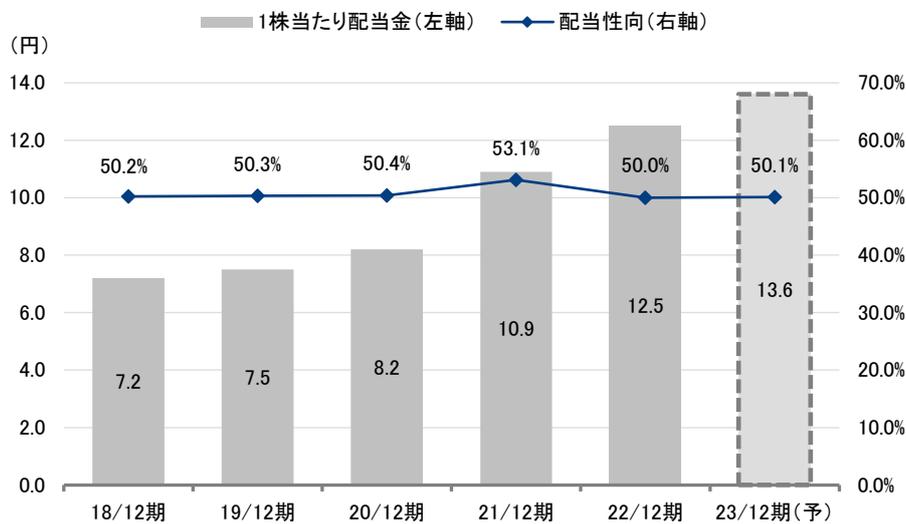
出所：「2023年 - 2028年 中期経営の取り組みについて」より掲載

## 株主還元は連結配当性向 50% を目標に安定した配当を継続

### 3. 株主還元策

配当政策について同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題の1つとして認識しており、各事業年度の業績、企業体質の強化と今後の事業展開を総合的に勘案しつつ、連結配当性向 50% を目標に安定した配当を継続して行うことを基本方針としている。この基本方針に基づいて 2023 年 12 月期の配当予想は年間 13.60 円(期末一括)としている。7 期連続増配で予想配当性向は 50.1% である。

配当金と配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## GMO インターネットグループとして社会・環境課題の解決に貢献

### 4. サステナビリティ経営

ESG・SDGs への取り組みに関しては、GMO インターネットグループとして、事業を通じて社会・環境課題の解決に貢献することを基本方針としている。なお持分法適用会社の GMO ドリームウェーブ（所在地：宮崎県宮崎市）は、誰もが生き生きと働くことのできる環境づくりの一環として、GMO インターネットグループの特例子会社として設立された。「自立」と「成長」をキーワードに、障がい者雇用のさらなる創出に取り組むとともに、多様な人材を受け入れて活躍できる場の拡大と働きやすい環境づくりを推進する。

## 東証スタンダード市場への上場維持基準の適合を目指す

### 5. 東証新市場区分への取り組み

2022 年 4 月に実施された東証の市場再編に伴って、同社は東証スタンダード市場に移行・上場したが、移行基準時点（2021 年 6 月 30 日）で流通株式比率が上場維持基準を充たしていなかったため、2021 年 11 月 22 日付で「新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書」を作成・開示した。そして 2023 年 3 月 27 日付で計画の進捗状況をリリースし、2022 年 12 月末時点において流通株式比率が上場維持基準を充たしていないため、引き続き流通株式比率を向上するための各種取り組みを実施している。

持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するために、必要な資本政策を適時に実行していくことを基本方針としている。具体的には、適時情報開示及びコーポレートサイトでの情報公開など、投資家向けの情報発信を一段と強化し、いわゆる「MS ワラント」（2021 年 9 月 21 日付で自己株式を活用した第三者割当による第 7 回新株予約権（行使価額修正条項及び行使許可条項付）を発行）を用いた自己株式の売却も実施している。こうした取り組みにより、2023 年 12 月末までに上場維持基準の適合を目指す。

## 中期的な収益拡大トレンドに変化なし

### 6. 弊社の視点

インターネット広告市場が拡大基調であるなか、同社の総合インターネット広告代理店としての競合優位性や成長期待について弊社では高く評価している。2023 年 12 月期上期が減益となって成長イメージにやや疑問符が付く形になったが、これは一時的費用の増加の影響であり、高粗利・高付加価値の自社企画サービスを武器とする中期的な収益拡大トレンドに変化はなく、新たな取り組みとして「ChatGPT API」の活用を推進するなど成長ポテンシャルは大きいと弊社では考えている。したがって当面は 2023 年 12 月期下期以降の利益回復の進捗動向に注目したいと考えている。

#### 重要事項（ディスクレマー）

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp