2018年12月期　第2四半期決算説明会

GMO TECH

東証マザーズ<６０２６>

2018年7月27日

1．結論と要約
2．決算概要
3．セグメント別概況
　①アドテク事業
　②O2O事業
4．総括

決算サマリ

大手顧客との取組内容変更の影響をカバーしきれず
前年同期比で増収するも利益は大幅に減少

単位：百万円

	2017年 1-6月	2018年 1-6月	対前年 同期差額
売上高	1,250	1,303	＋53
営業利益	12	▲115	-127
経常利益	12	▲119	-131
当期純利益	1	▲120	-121

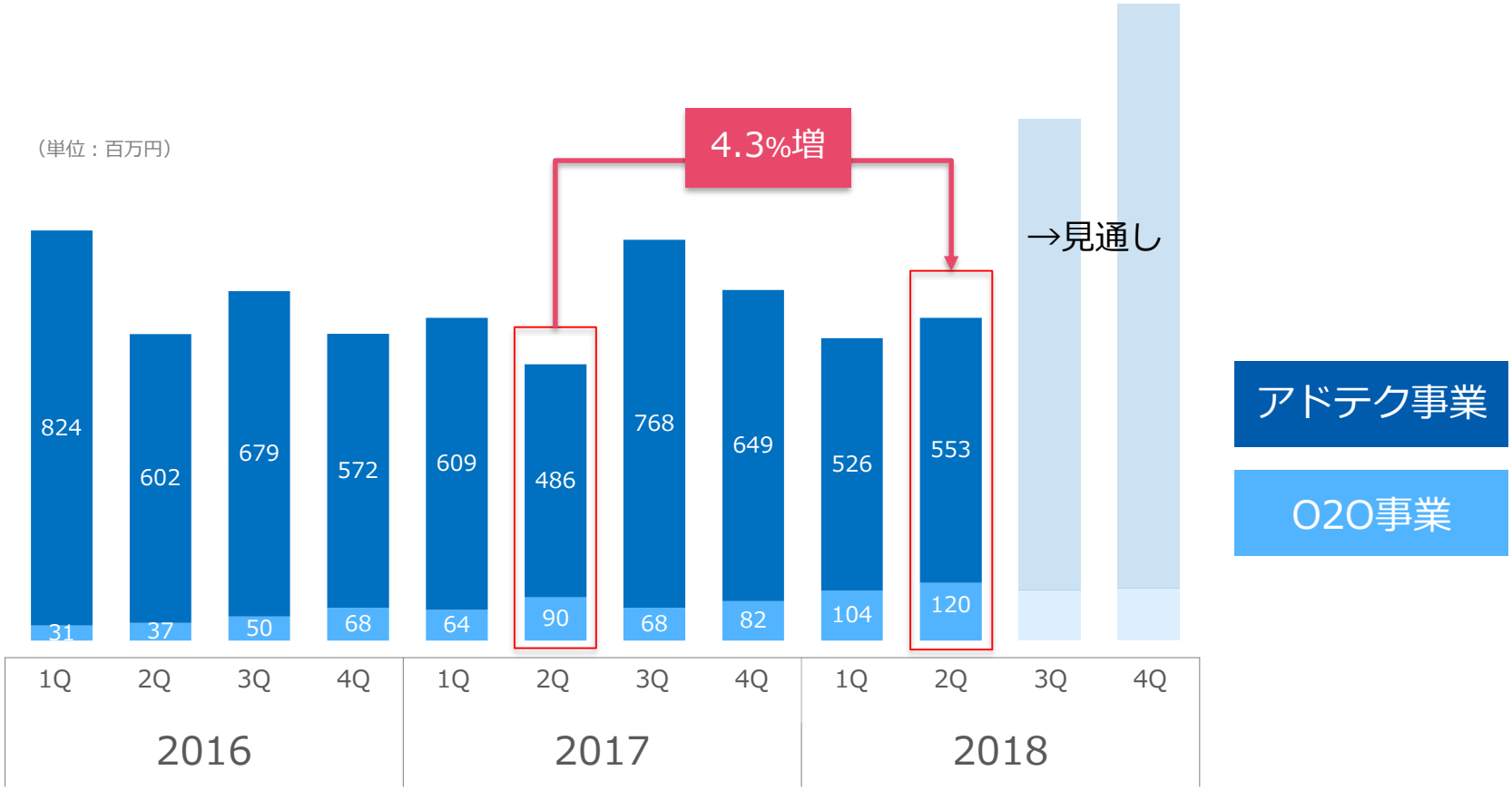
2018年上期の進捗

計画に対し営業利益は大幅に遅延するが
下期見通しで到達可能な範囲と予想し通期予想の変更なし

単位：百万円	通期業績予想	2018年1-6月累計	進捗率
売上高	2,900	1,303	44.9%
営業利益	110	▲115	-
経常利益	110	▲119	-
当期純利益	65	▲120	-

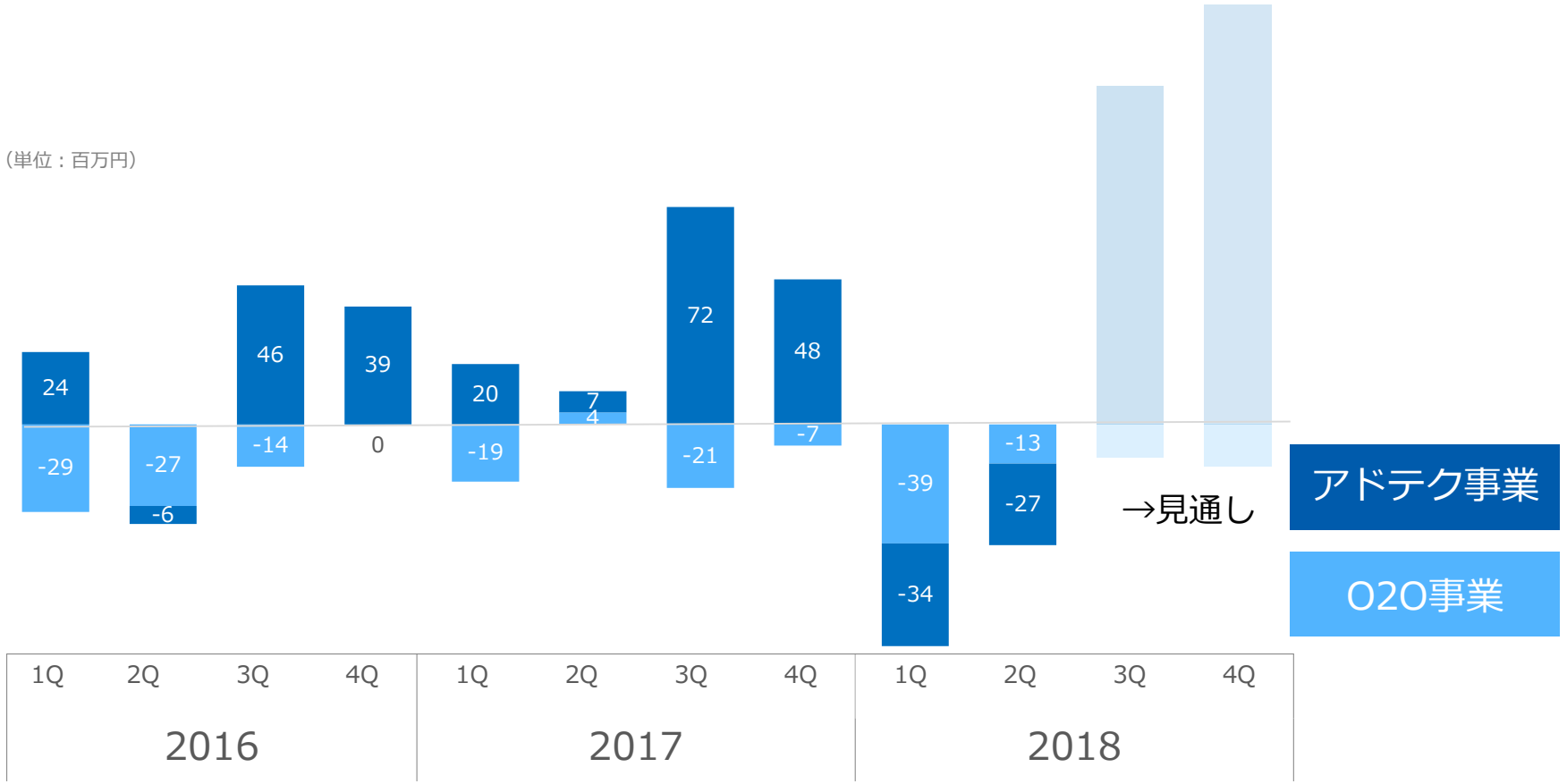
セグメント別売上高の推移

アドテク事業は大手顧客との取組内容変更影響を受けるも増収
O2O事業は2017/3Qより増収トレンドが継続



セグメント別営業利益の推移

アドテク事業は大手顧客の取組内容変更影響のリカバリーに苦戦
O2O事業の黒字化は2019年以降



2018年第2四半期の下降要因

アドテク事業

- 大手顧客との取組内容変更による影響
- 代理店向けパッケージ商材及び、
  広告商材の下振れ

O2O事業

- IT補助金の獲得件数、売上高が目標値割れ
- 高単価商材 アップカプセルPROの販売不調

日本を代表する総合インターネットグループへ GMO

2018年第3四半期以降の挽回策とKPI

アドテク事業

- 好調なインフルエンサー施策にリソース投下
  上期比で登録数を5倍、売上高は3.5倍を目指す
- 人材広告、専任チーム新設により、
  クライアント数を上期の1.3倍、売上高2.5倍獲得

O2O事業

- アップカプセルPROを改良し顧客単価を5%向上
- 小売/EC向け機能を追加し小売業態で新規120件を獲得

1．結論と要約
2．決算概要
3．セグメント別概況
①アドテク事業
②O2O事業
4．総括

貸借対照表サマリ

（単位：百万円）	2017年 12月末	2018年 6月末	増減
流動資産	1,195	947	-247
（現金預金）	536	387	
（関係会社預け金）	300	200	
固定資産	142	223	+80
資産合計	1,338	1,171	-167
流動負債	439	431	
固定負債	3	4	
負債合計	443	435	-7
純資産	895	736	-159
自己資本 （うち利益剰余金）	895(448)	736(296)	
（自己資本比率）	66.9%	62.8%	
負債純資産合計	1,338	1,171	-167

日本を代表する総合インターネットグループへ GMO

損益計算書サマリ

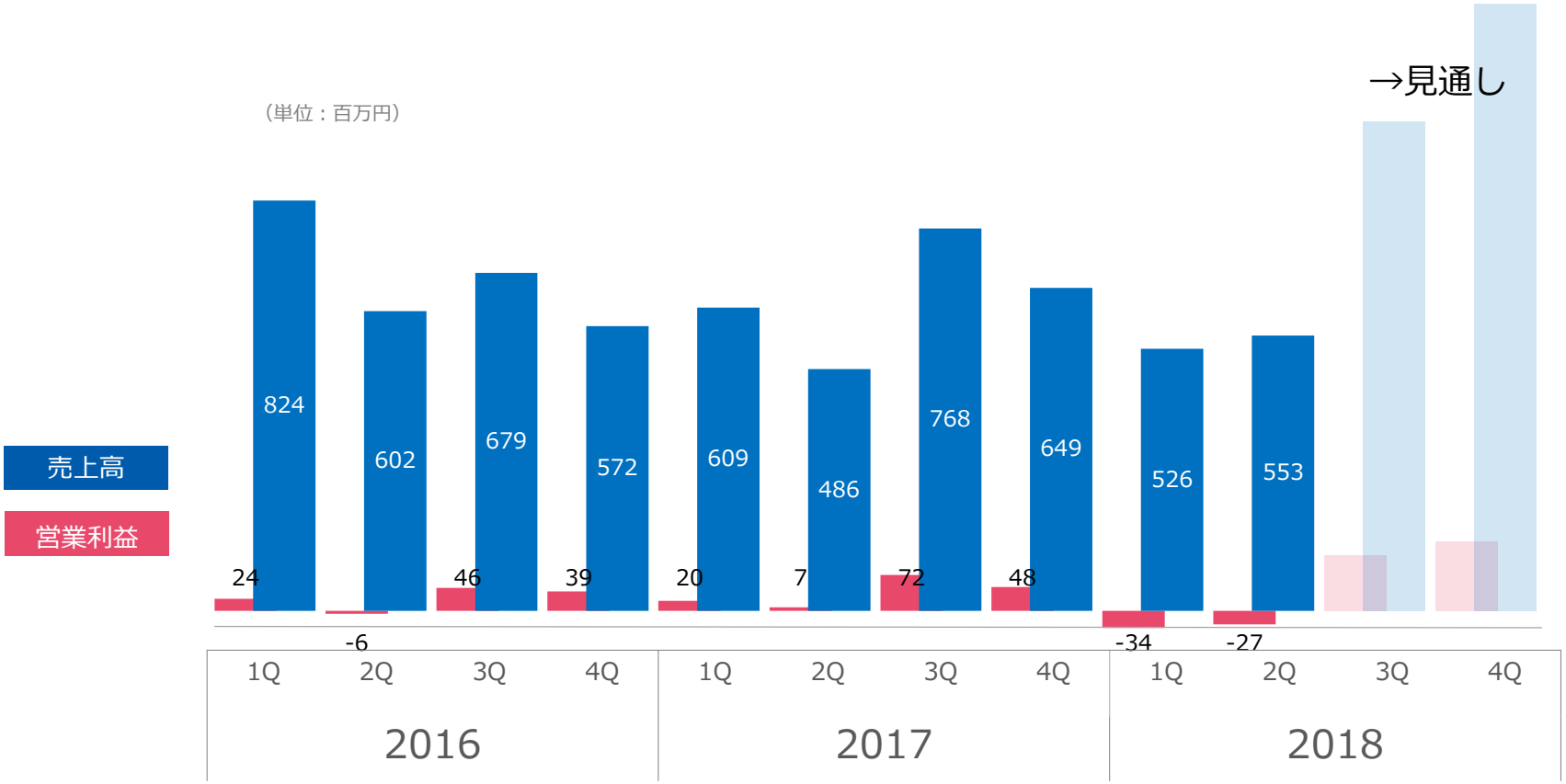
（単位：百万円）	2017年1-6月	2018年1-6月	業績予想	前期比
売上高	1,250	1,303	2,900	+4.3%
売上原価	938	981		
売上総利益	311	322		
販売管理費	298	437		
営業利益	12	-115	110	-
営業利益率	1.0%	-		
営業外収益	1	0		
営業外費用	1	4		
経常利益	12	-119	110	-
特別損益	0	0		
法人税等	10	-1		
当期純利益	1	-120	65	-

日本を代表する総合インターネットグループへ GMO

1．結論と要約
2．通期決算概要
3．セグメント別概況
①アドテク事業
②O2O事業
4．総括

売上高・営業利益の推移

大手顧客との取組内容変更による影響を
リカバリーしきれず黒字化は3Q以降へ



アドテク事業　商材別実績

アフィリエイトや代販等パッケージ商材及び
運用型広告の減少が大きく影響

2018年上期　開示目標値に対する商材別売上高の達成率

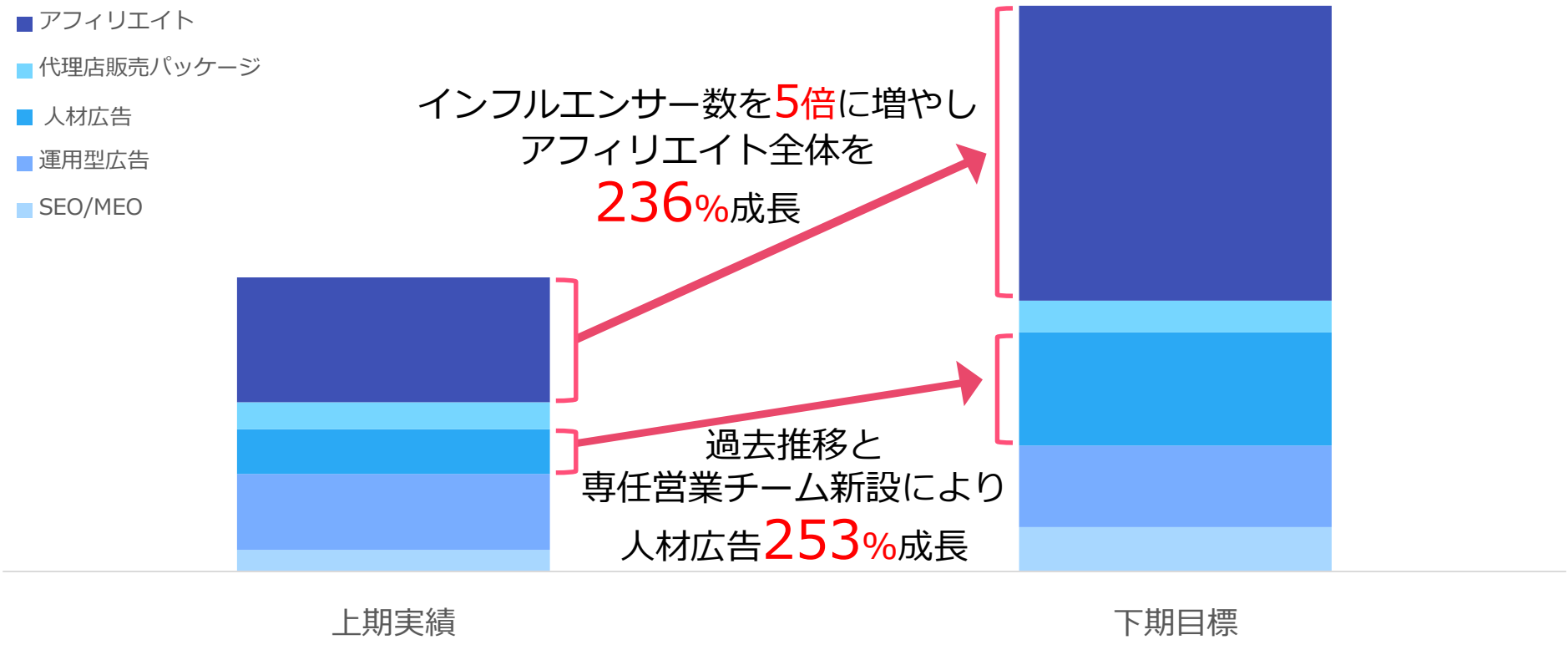
商材	達成率
SEO/MEO	117.0%
運用型広告	88.1%
人材広告（Indeed）	102.4%
代理店販売パッケージ	72.5%
アフィリエイト	75.6%
合計	83.9%

日本を代表する総合インターネットグループへ

アドテク事業　３Q以降の取組内容

インフルエンサーを軸に据えたアフィリエイト広告と、
転職シーズンの人材広告を伸長させリカバリーを行う

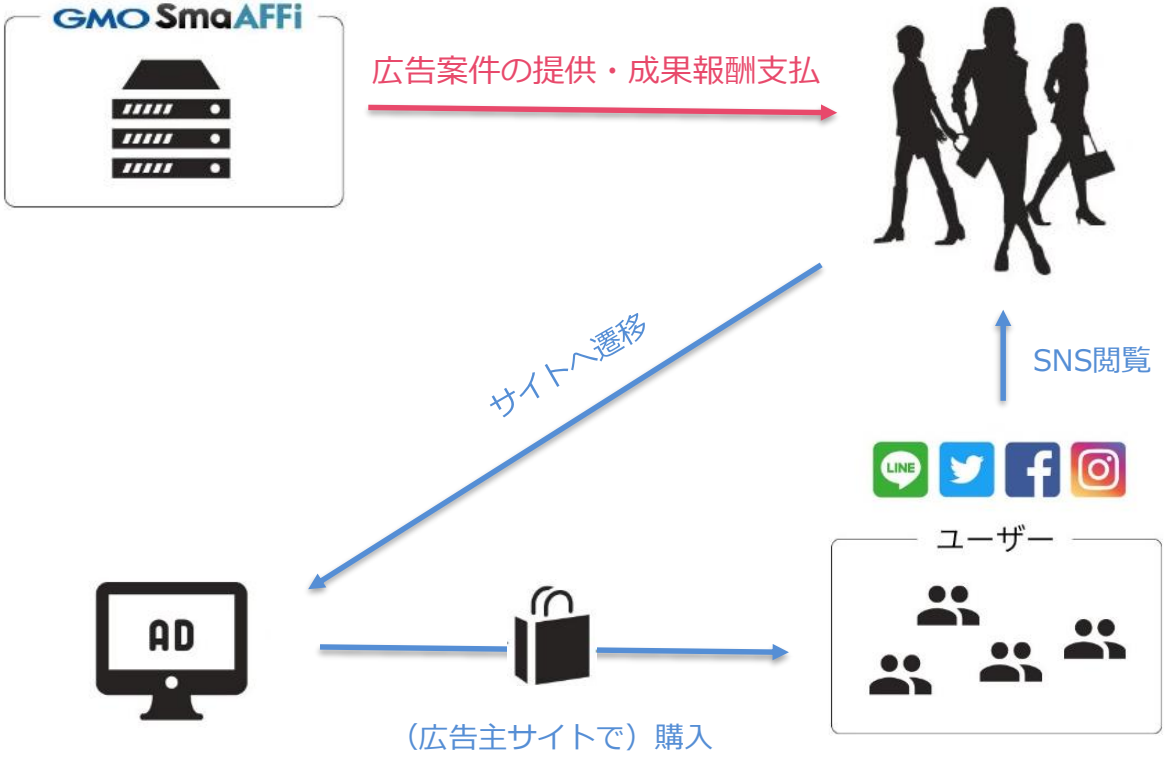
売上高の構成比（上期：下期）



重点施策①インフルエンサーアフィリエイト

ビジネスモデル

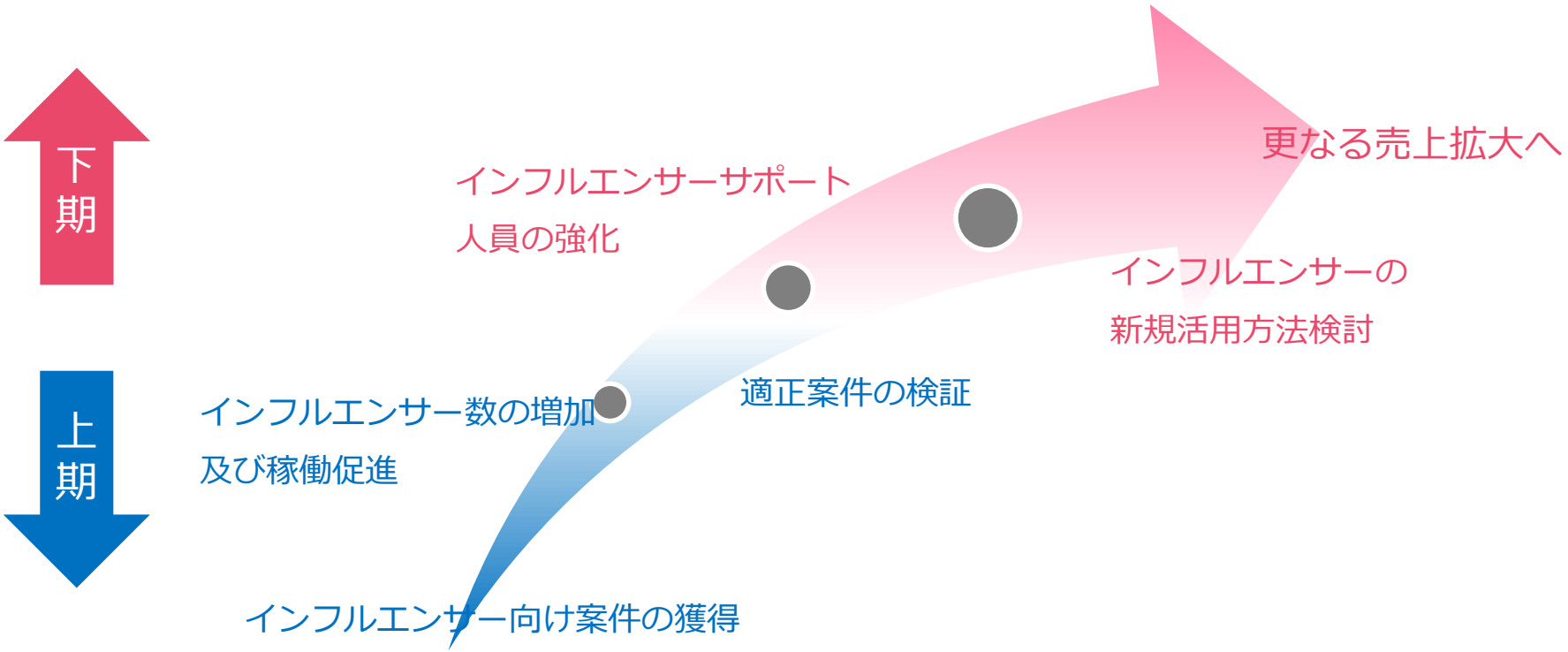
インフルエンサーに成果報酬型で商品を紹介していただき
発生した成果に応じてお支払いするモデル



重点施策①インフルエンサーアフィリエイト

アクションプラン

上期でインフルエンサーに適した案件検証は完了。
サポート人員を増やし登録数と稼働数増加を進める



重点施策①インフルエンサーアフィリエイト

GMO TECHのインフルエンサーアフィリエイトの強み

インフルエンサーのアフィリエイト活用を国内最速で実施

1. 早期にアフィリエイト活用してきた案件ナレッジ
2. 独占的に配信を行えるインフルエンサーを保有
3. Webやアプリなどの多種多様な案件を保有

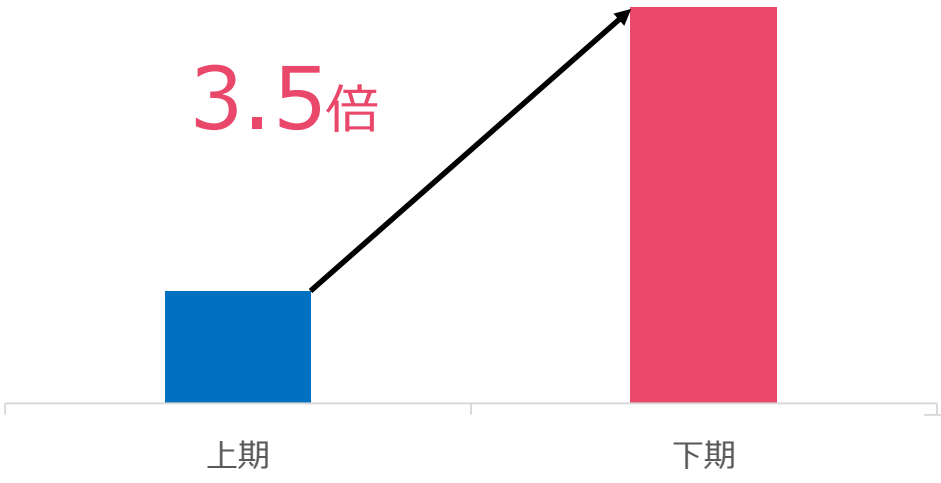
日本を代表する総合インターネットグループへ

重点施策①インフルエンサーアフィリエイト

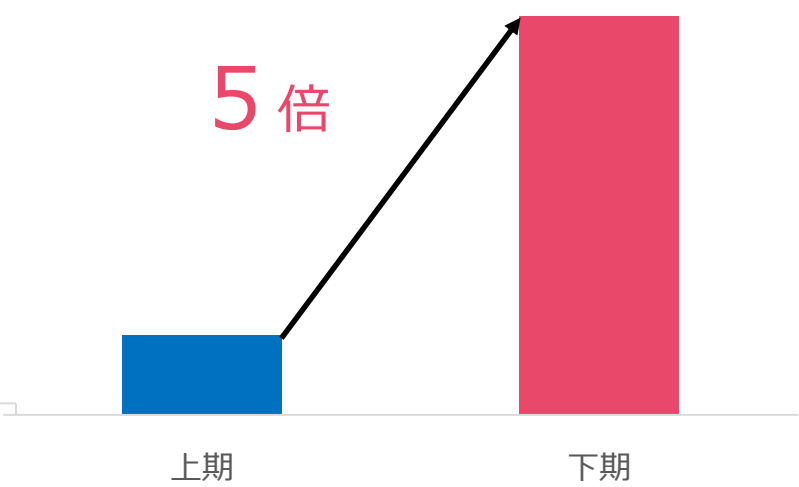
KPI

アフィリエイト広告236%成長の中でも重点施策である
インフルエンサーアフィリエイトはイベントとセミナーを
開催し登録数を5倍に増加させ売上高3.5倍を狙う

インフルエンサーアフィリエイト売上高



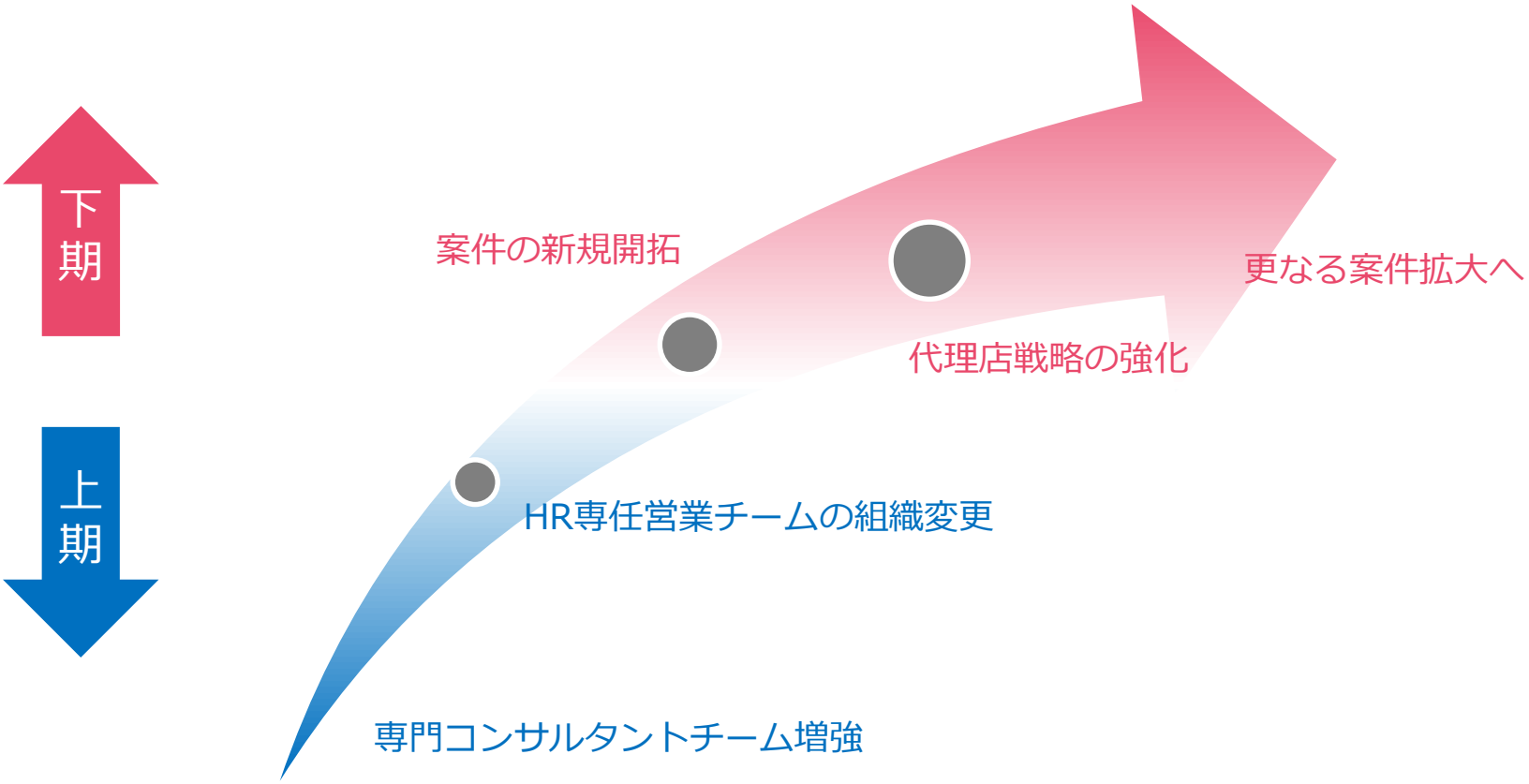
登録インフルエンサー数



重点施策②人材広告

アクションプラン

組織体制の構築と教育のフェーズが完了。
今後は案件開拓に向けて各戦略を進める



重点施策②人材広告

GMO TECHのIndeed運用広告の強み

IndeedJapanが発足する以前より広告運用の代行実施
多数の実績を有す

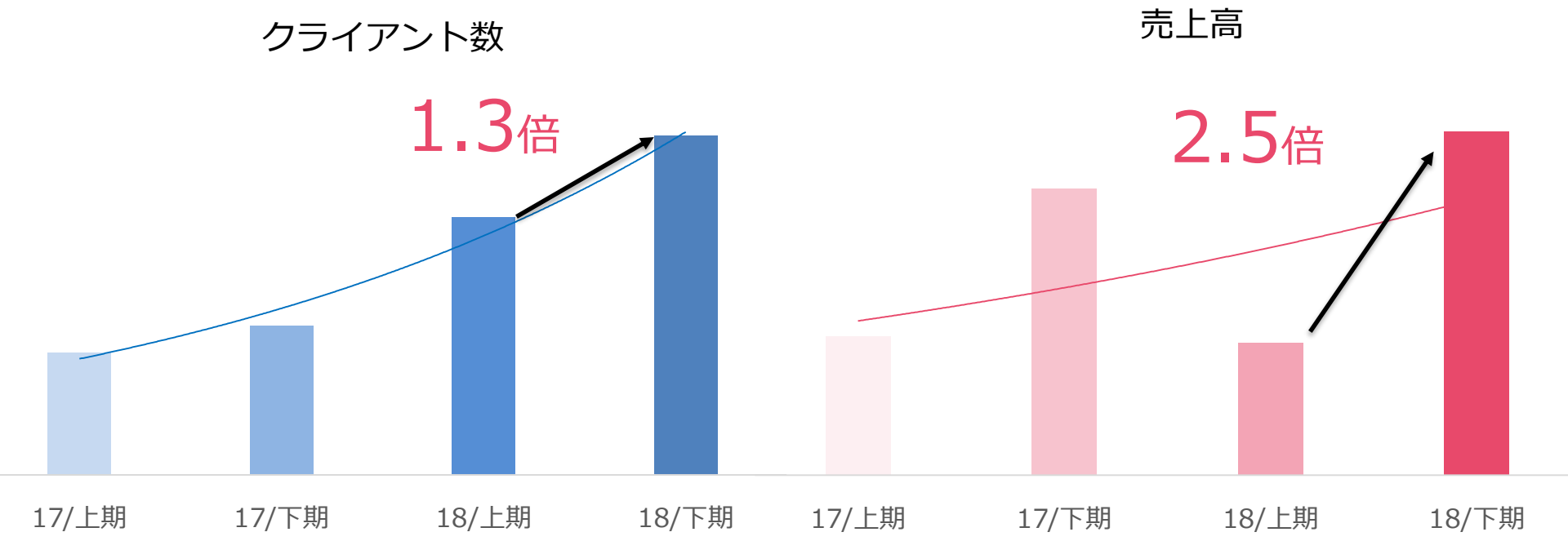
1. 長期にわたる実績と蓄積された運用ナレッジ
2. 様々な職種別の運用データ
3. 専任コンサルタントによるフィードを含めたPDCA

日本を代表する総合インターネットグループへ

重点施策②人材広告

KPI

下期クライアント数を1.3倍を行動KPIに設定
専任チームで新規開拓を進め、例年 上期比2倍となる見込みの
下期は売上高2.5倍を目指す



アドテク事業 3Q以降について

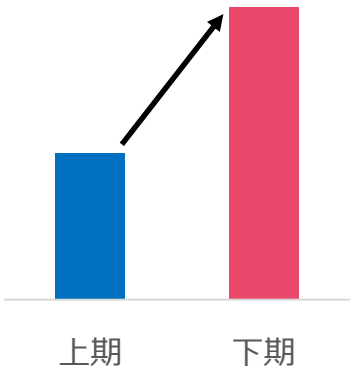
まとめ（上期から下期への成長）

アフィリエイト：インフルエンサーを軸にアフィリエイト
売上高を236%成長

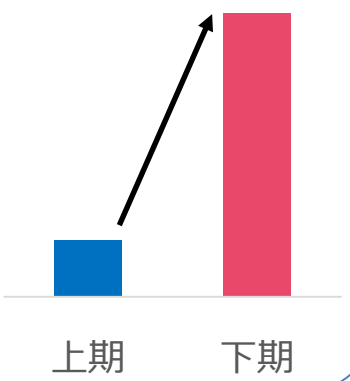
人材広告　　：売上高を253%成長

インフルエンサー施策

売上高3.5倍

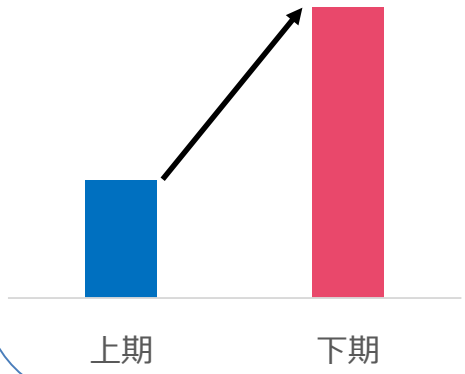


登録者数5倍

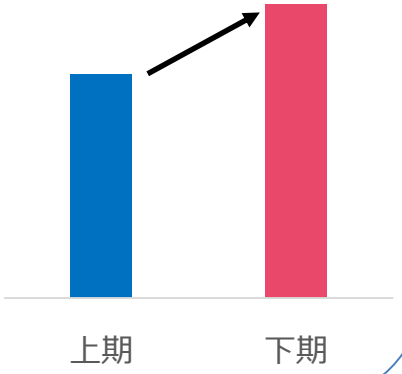


人材広告

売上高2.5倍



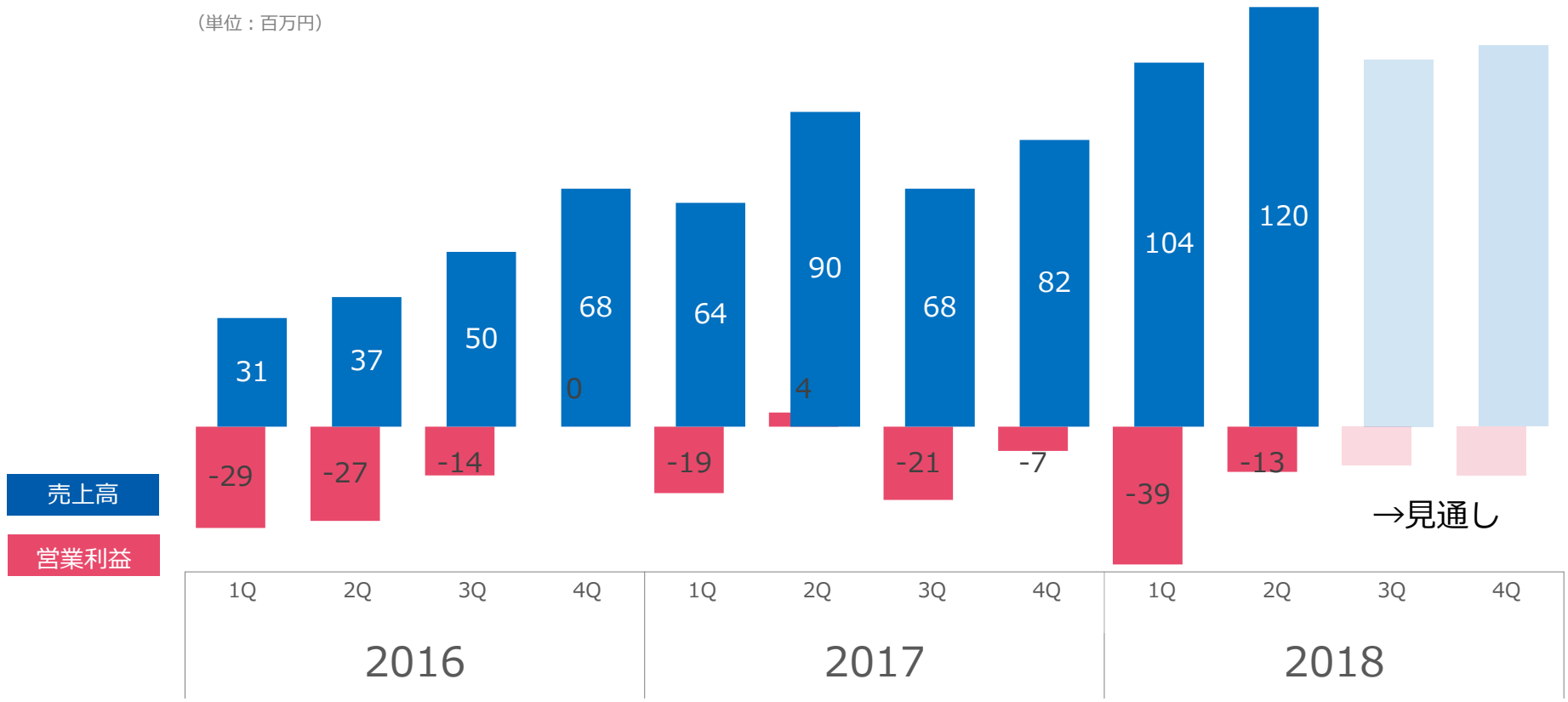
顧客数1.3倍



1．結論と要約
2．通期決算概要
3．セグメント別概況
①アドテク事業
②O2O事業
4．総括

売上高・営業利益の推移

売上高は堅調に推移するも
黒字化は2019年以降に変更



日本を代表する総合インターネットグループへ GMO

重点施策①IT補助金

IT補助金施策 振り返り

	目標	実績	差異
補助金件数	50件	26件	▲24件
補助金売上	30百万	16百万	▲14百万

IT補助金施策　差異要因

・前回より補助金上限が150万→100万へ、
補助比率が2/3→1/2と減少が想定以上に影響
・補助金交付申請通過後のキャンセル

日本を代表する総合インターネットグループへ

重点施策②電子マネー

電子マネー振り返り

電子マネーのサンプルアプリを利用し市場調査を行った結果、
追加の機能開発が必要と判断。
２Q・３Qにかけて追加機能の開発及び、
顧客へのアプローチを引き続き行う。

目標	2018年2Qでのサービスリリース
結果	追加開発と並行し市場調査・提案を継続

日本を代表する総合インターネットグループへ

重点施策②電子マネー

電子マネー スケジュール

2018年 8月	電子マネー追加機能の開発
9月	
10月	リリース予定

日本を代表する総合インターネットグループへ

O2O事業 3Q以降について

上期までの販売チャネル

	メイン販売商材	ターゲット
テレマ営業	アップカプセル	個店飲食 小規模EC
訪問営業	アップカプセルPRO	大手飲食 小売 宿泊

日本を代表する総合インターネットグループへ GMO

O2O事業 3Q以降について

テレマ営業の今後のアクション（１）

■組織体制

・トレーナー配置による教育体制の構築
・マネジメント人員の教育

■顧客ターゲット

上期は、ECサイトを営む個人事業主への販売がメイン。
下期以降、継続率の向上を図るため、法人の小売業態ならびに小売（実店舗所有）＋ECのクライアント開拓を推進

O2O事業 3Q以降について

テレマ営業の今後のアクション（２）

■販売商品

「アップカプセル」から「アップカプセルPRO」へシフト

・追加機能のアップセルにより顧客単価向上
　⇒1人当たりの受注件数20%向上

■下期KPI

受注件数：240件

日本を代表する総合インターネットグループへ GMO

O2O事業 3Q以降について

アップカプセルPRO 商品改良

2018年3Q	「アップカプセルPRO」改善開発 テレマ向けの販売も見据えた管理画面の操作性向上に加え、バックエンドのシステムの改修（運用工数・システム保守工数を短縮するための基盤整備）
2018年4Q	小売業態向け新機能開発

日本を代表する総合インターネットグループへ

O2O事業 3Q以降について

まとめ

営業戦略	・教育体制の構築 ・注力業種の変更 （小売業に加え宿泊業）
商品戦略	・アップカプセルPROの拡販のための 土台作りの開発 ・小売業態向け機能開発

日本を代表する総合インターネットグループへ

1．結論と要約
2．通期決算概要
3．セグメント別概況
①アドテク事業
②O2O事業
4．総括

回復に向けた第3四半期以降の注力事項

アドテク事業	• 人材広告はクライアント数を1.3倍増加、売上高2.5倍を目標とする • アフィリエイトはインフルエンサー施策にリソース投下 インフルエンサー登録数を5倍、売上高を3.5倍を目標とする
O2O事業	• アップカプセルPROへ小売特化機能追加し顧客ターゲットを変更

日本を代表する総合インターネットグループへ GMO

GMO TECH

本資料には、2018年7月27日現在の将来に関する前提、見通し、計画等に基づく予測が含まれています。世界経済、競合状況、為替の変動等にかかわるリスクや天変地異などの不確定要因により実際の業績が記載の予測と大きく異なる可能性があります。またマーケットシェアなどの数値について一部弊社推計値が含まれております。調査機関によって異なる可能性があります。
また本資料に掲載されている情報は、情報の提供を目的としたものであり、投資の勧誘を目的としたものではありません。また本資料内に記載されている業績予想などの将来の予測に関するものは、リスクや不確定要因を含みます。実際の業績は経済情勢や市場環境など、さまざまな要因により、かかる予想とは大きく異なることがあることをご承知おきください。当該情報に基づいて被ったいかなる損害に関しても、その理由の如何に関わらず一切の責任を負うものではございません。

Copyright (C) 2018　GMO TECH, Inc. All Rights Reserved.