

2019年12月期 通期決算説明会



東証マザーズ＜6026＞

2020年 2月 6日

1. 結論と要約
2. 2019年通期決算概要
3. 2020年業績予想
4. サービス別概況
 - ①検索エンジン対策
 - ②インフルエンサー広告
 - ③アフィリエイト広告
5. 総括

決算サマリ

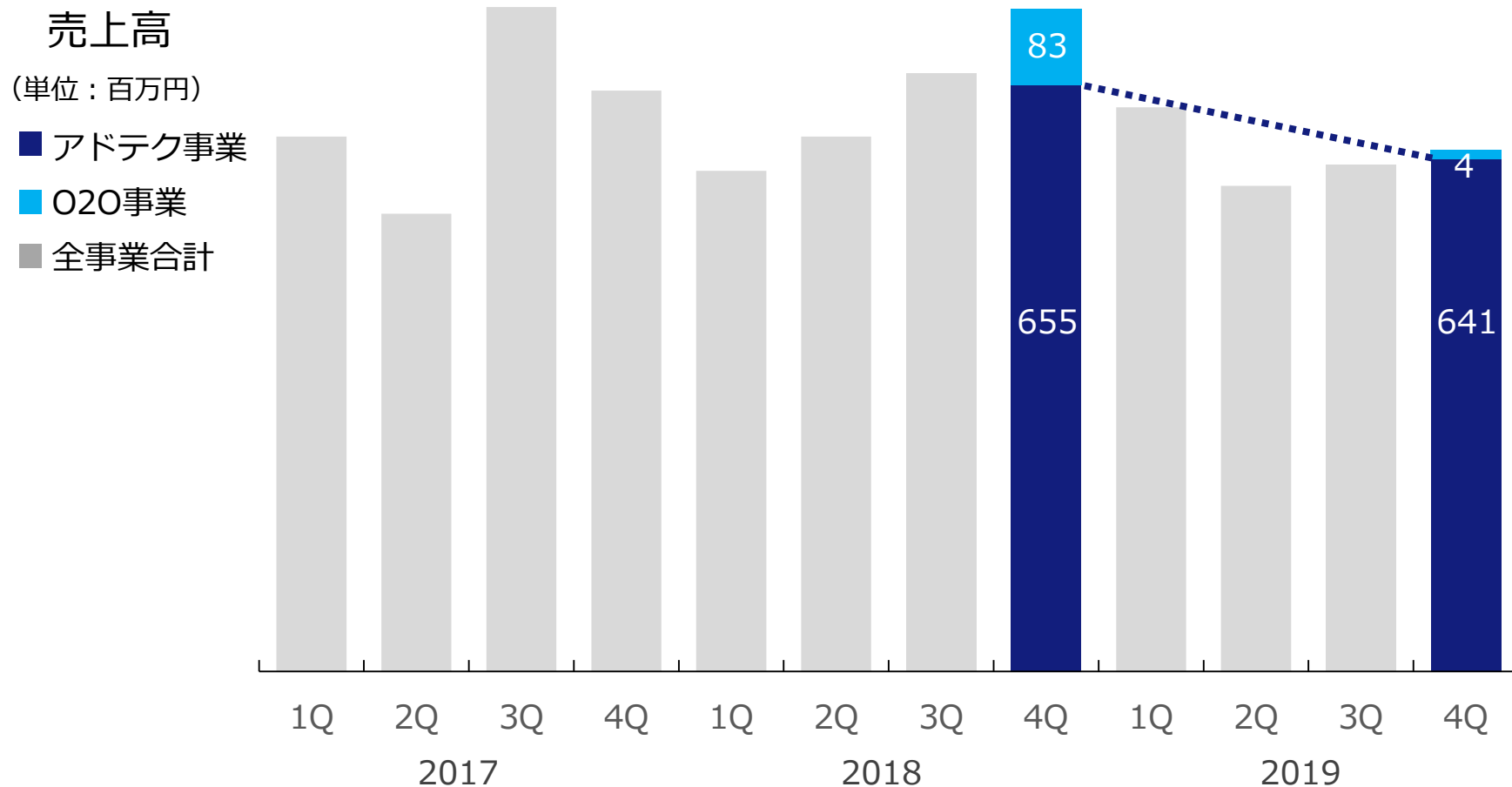
粗利率の改善、販管費の減少により利益大幅改善

(単位：百万円)

	2018/ 1-12月	2019/ 1-12月	対前年 同期差額
売上高	2,795	2,606	▲189
営業利益	▲95	22	+118
経常利益	▲99	42	+142
当期純利益	▲175	144	+320

売上高四半期推移

アフィリエイト広告事業の伸びに欠け
4Q売上高はYoY97%



営業利益推移

人件費および教育コストの増加により販管費が増加し
4Q営業利益はYoY ▲28百万円

営業利益
(単位：百万円)



株主還元について

2019年度は復配、配当性向50%の予定

	当期純利益 (百万円)	1株あたり 当期純利益 (円)	配当性向	配当額 (円)
2017年	49	46.26	65.8%	30.43
2018年	▲175	-	-	-
2019年	144	136.15	50.0%	68.09

損益計算書サマリ

事業譲渡の影響もあり純利益は業績予想超え (単位：百万円)

	2018/ 1-12月	2019/ 1-12月	業績予想	前期比
売上高	2,795	2,606	2,900	93%
売上原価	2,054	1,868		
売上総利益	741	738		
販売管理費	836	715		
営業利益	▲95	22	30	—
営業利益率	-	0.9%		
営業外収益	0	23		
営業外費用	6	3		
経常利益	▲115	42	30	—
特別損益	△73	126		
法人税等	3	24		
当期純利益	▲175	144	110	—

貸借対照表サマリ

純資産の増加も伴い財務基盤は安定的に推移

(単位：百万円)

	2018/ 12月末	2019/ 12月末	増減(%)
流動資産	971	1,058	+9%
（現金預金）	512	560	+9%
固定資産	132	155	+17%
資産合計	1,103	1,214	+10%
流動負債	407	371	▲8%
固定負債	5	4	▲12%
負債合計	412	376	▲8%
純資産	691	838	+21%
自己資本 （うち利益剰余金）	685(240)	829(384)	+21%
（自己資本比率）	62.6%	69.0%	
負債純資産合計	1,103	1,214	+10%

2020年業績予想

粗利率の改善、販管費の減少により
前年同期比で利益大幅改善

(単位：百万円)	2019年 実績	2020年 業績予想	対前年 比率
売上高	2,606	3,100	118%
営業利益	22	50	227%
経常利益	42	50	117%
当期純利益	144	20	14%

株主還元について

2019年に引き続き配当性向目標50%

	当期純利益 (百万円)	1株あたり 当期純利益 (円)	配当性向	配当額 (円)
2018年	▲175	-	-	-
2019年	147	136.15	50.0%	68.09
2020年 (予想)	20	18.17	50.0%	9.09

検索エンジン領域

方針

プロダクトクオリティの向上

目指す姿

SEO、MEO等各プロダクトにおけるシステムの機能強化を行い、顧客満足度の向上＝継続率向上により強固な収益基盤としていく。

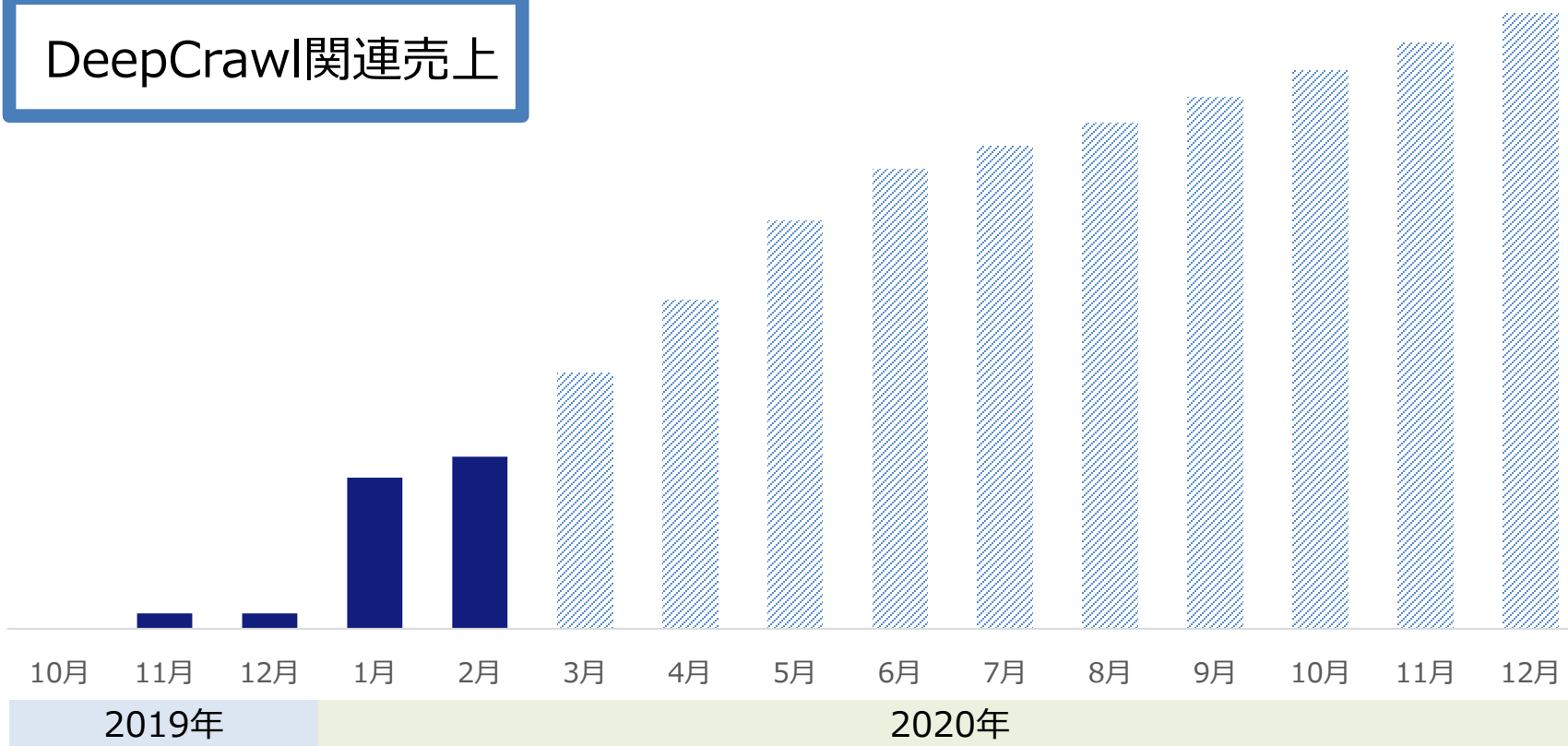
方策

- ①SEO：ツールベースの施策フレームワーク化
- ②MEO：分析ツールの機能強化
- ③施策人員の教育

検索エンジン対策

2019年10月より販売開始したSEOツール『DeepCrawl』は
既存・新規案件を獲得し順調な滑り出しを見せる。
引き続き新規顧客開拓を行い売上拡大を狙う。

DeepCrawl関連売上



検索エンジン対策：トピック

『第6回コンテンツマーケティングEXPO』に出展

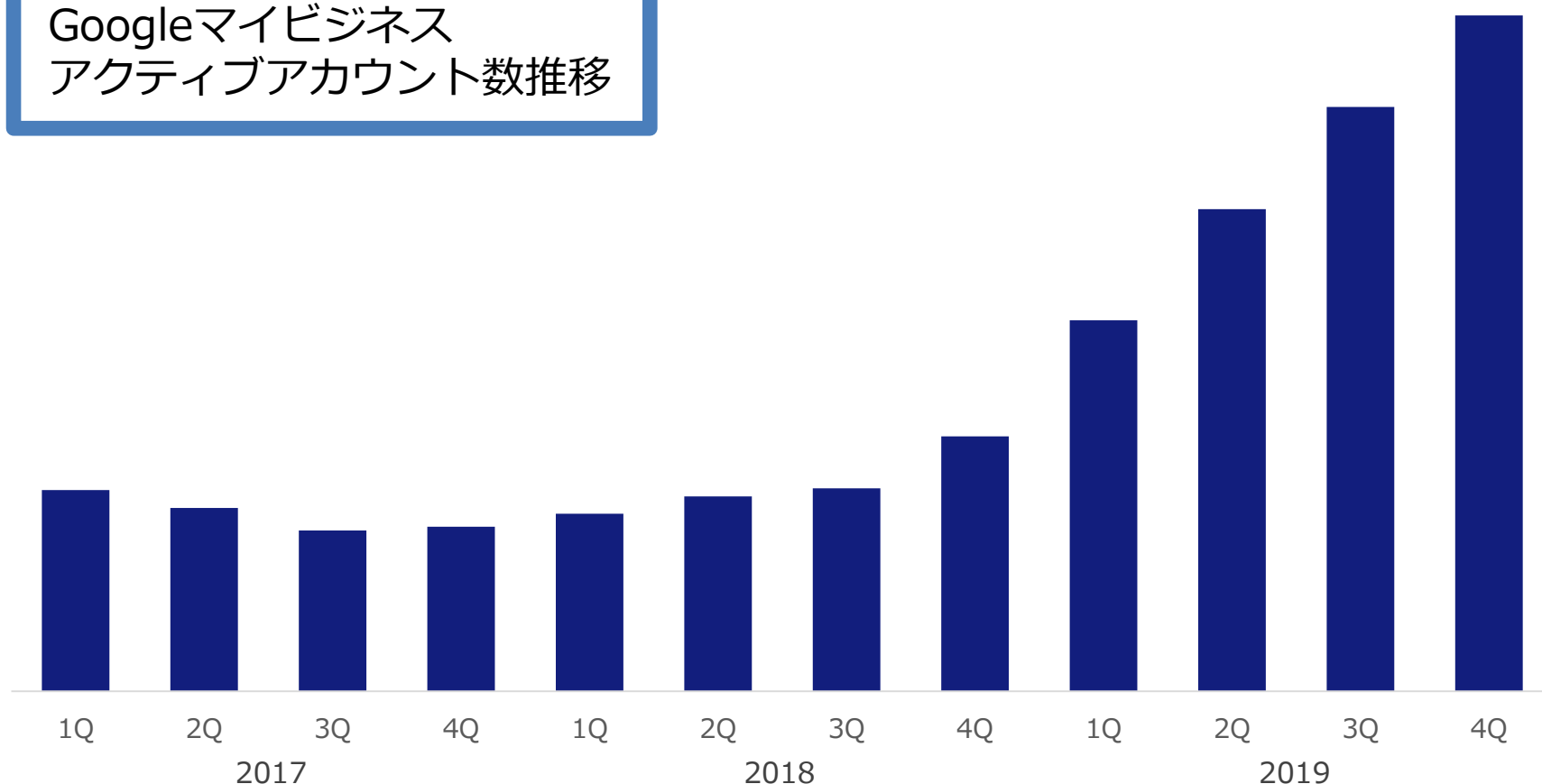


2020年4月1日(水)～3日(金)までの3日間、
日本独占販売権を持つ『 DEEPCRAWL 』を軸に
『第6回コンテンツマーケティングEXPO』に出展。
認知向上と効率的に見込みの高いリード獲得を行います。

Googleマイビジネス

新規開拓が順調に推移し安定的に成長
さらに伸ばすために新規開拓注力とプロダクト強化を図る

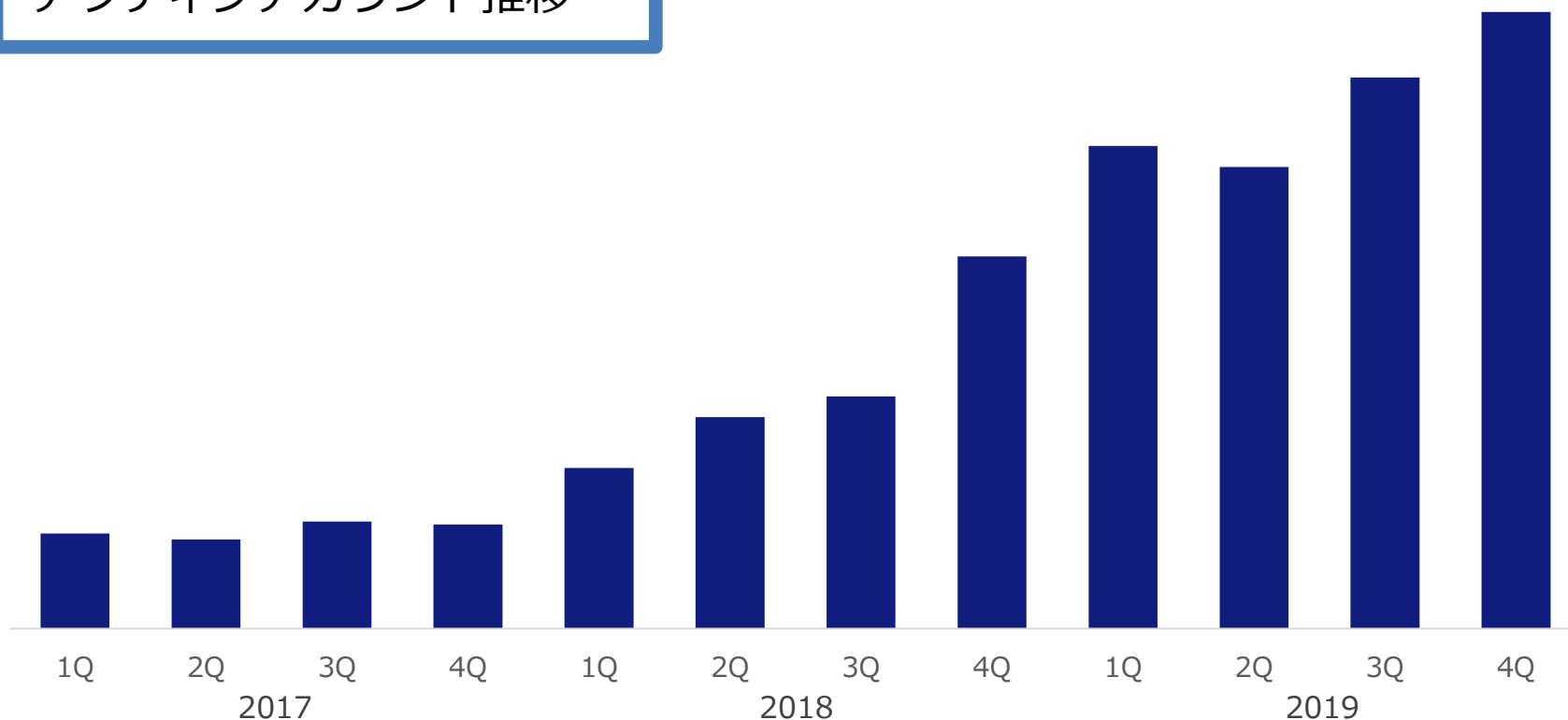
Googleマイビジネス
アクティブアカウント数推移



人材系広告

新規開拓によりアクティブアカウント数は着実に伸長
個社開拓に注力しさらにアカウント数を伸ばす

人材広告
アクティブアカウント推移



インフルエンサー広告

方針

インフルエンサー広告の伸長を目指す

目指す姿

インフルエンサー広告においてGMO TECH
ならではの商品をリリースし、お客様満足度の
高いサービスを展開する

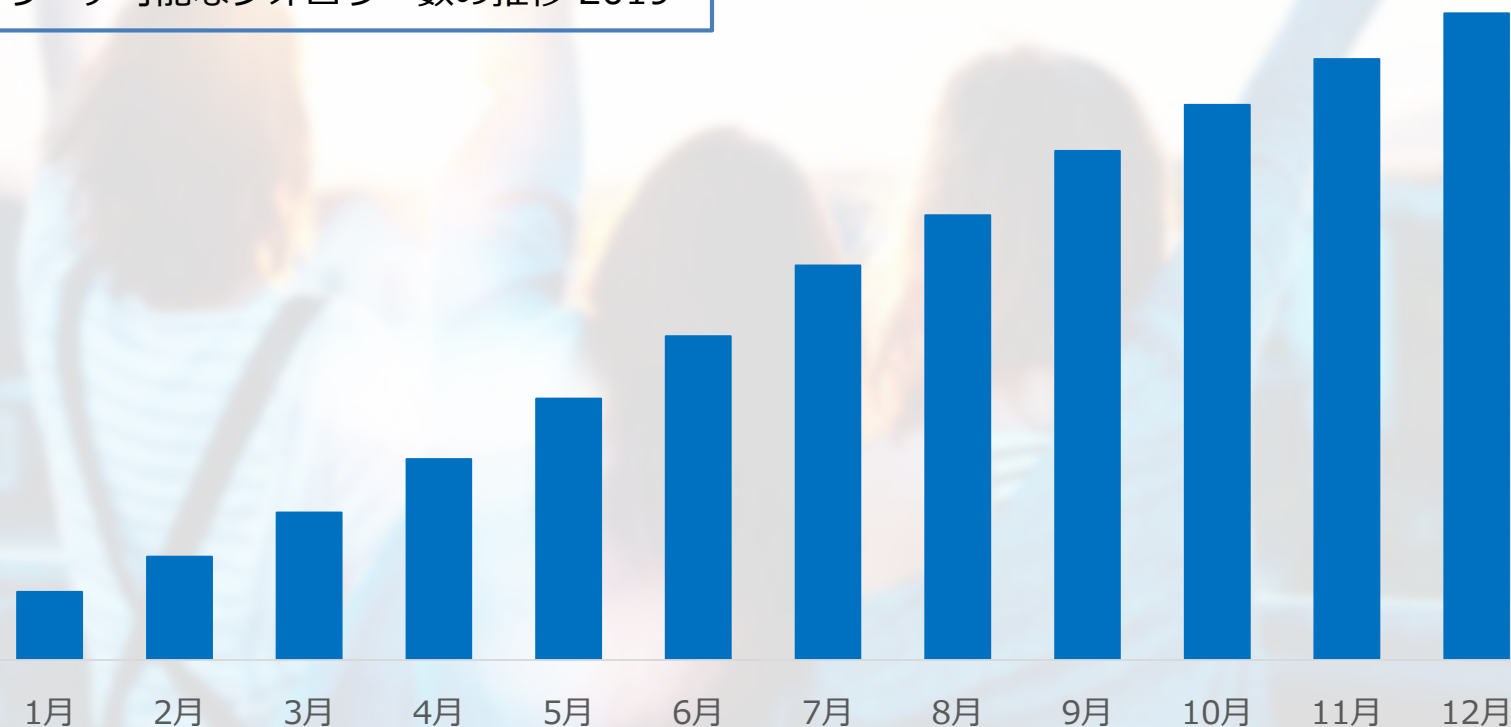
方策

- ①TikToker向けインフルエンサー広告
- ②マンガクリエイター・インフルエンサー
パッケージ(2020/3/26)

インフルエンサー広告

リーチ可能フォロワー数がまもなく3,000万人に到達
インフルエンサーとの提携に尽力してまいります

リーチ可能なフォロワー数の推移 2019



インフルエンサー広告

キャスティング・企業Instagramアカウント運用で
総合的なPR・ブランディング施策を実施



インスタグラマープロモーション



美容・
アパレル企業などに
強み

親和性が高い、
美容商材や、
アパレル企業を支援

撮影や
モデルキャスティング

ディレクションや、
クリエイティブ撮影ま
で一貫して行います

インフルエンサーを
起用してUGC形成

SNSのクチコミを創出し、
比較検討の後押しをする
コンテンツを多くの
ユーザーにリーチ

運用型
プログラム

広告枠への配信や、
アンバサダーなどの起用を
行い、継続して
インフルエンサーを運用

アフィリエイト広告

方針

リワード広告にサービス注力

目指す姿

得意領域であったリワード媒体とのリレーションを更に強固にし、広告主、媒体、ユーザーの全てに喜ばれるリワードサービスNo.1になる

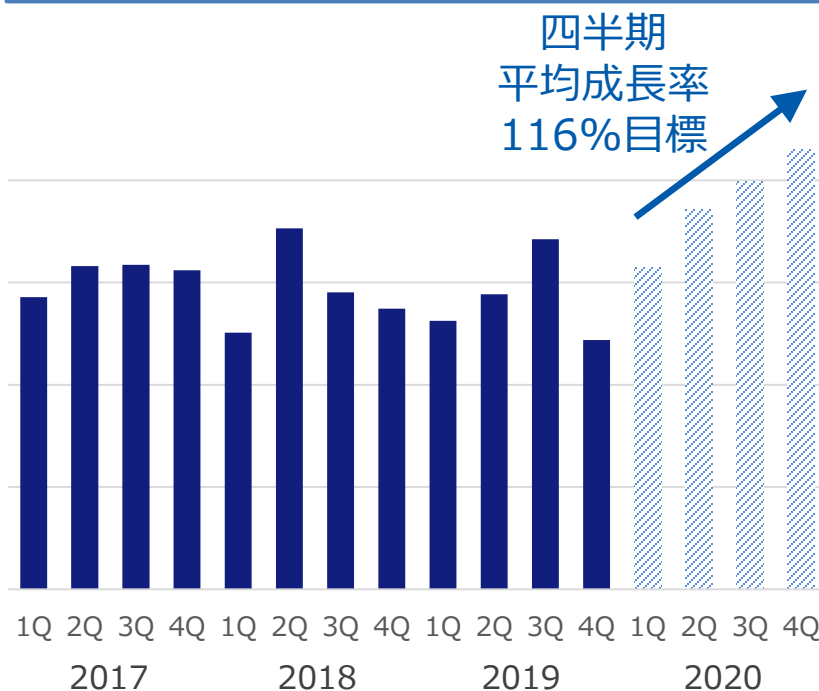
方策

- ①自社サービスの大幅強化
- ②自社オファーウォール的大幅改修
- ③RPA導入による効率アップ

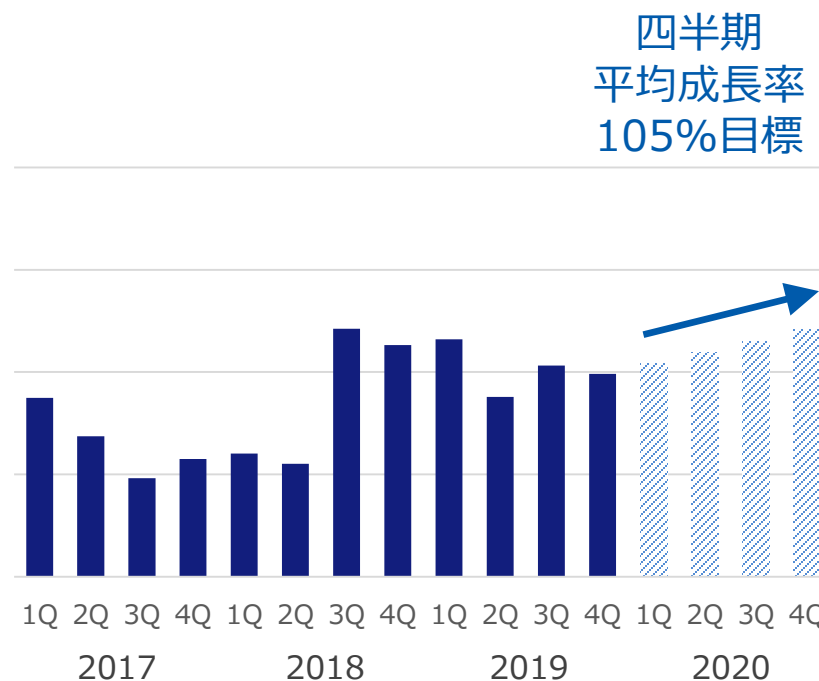
アフィリエイト広告

リワード広告に最注力
四半期毎の売上平均成長率116%目標

リワード広告売上推移



ノンインセン広告売上推移



2019年通期総括と2020年行動

2019年 総括

赤字からの脱却
検索事業の収益率向上
新規事業への投資

2020年 行動

強みのある検索事業を中心とした
商品強化
インフルエンサー事業への投資継続



本資料には、2020年2月6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ありません。