

FY2014 4Q Financial Results

2014年4月期
決算説明会資料

株式会社フルスピード



Full Speed Inc.

June 13th 2014

Topics

| | | | | |
|---|---------------|--|-----------------------------|----|
|  | 01 ビジネスの進捗 | | Business Summary | 8 |
|  | 02 今期決算の状況 | | FY2014 Financials | 29 |
|  | 03 アドテク市場の見通し | | Ad Tech Market Forecast | 36 |
|  | 04 各事業のトピックス | | Topics by Segment | 44 |
|  | 05 中期経営計画の進捗 | | Status of Mid-term Strategy | 51 |

Appendix

| | | | | |
|---|--------------|--|---------------------------|----|
|  | フルスピード社 会社概要 | | About Full Speed Group | 59 |
|  | 中期経営計画サマリー | | Mid-Term Strategy Summary | 65 |



エグゼクティブ・サマリー

Executive Summary

フルスピードグループが目指している一つのこと。

ネットライフを豊かにする広告を。

Ad Technology & Marketing Company

“より良い広告の仕組みを生み出すことは、ネットユーザーのネットライフをもっと滑らかで、今よりも豊かなものにする。”
との事業コンセプトに基づき、フルスピードグループは、“ヒトの心理”と“広告技術”を繋ぎます。



- 会社名 株式会社フルスピード | Full Speed Inc.
- 事業内容 アドテクノロジーの開発及びインターネットマーケティング事業
- 設立 2001年1月4日
- 資本金 7.9億円
- 上場日 2008年8月2日（東証マザーズ上場）
- 年商 113億円（※2014年4月期 連結売上実績ベース）

会社業績

売上高

FY2014 113億円

FY2015(E) 125億円

営業利益

FY2014 6.0億円

FY2015(E) 7.5億円

拠点一覧



従業員情報



社員数 227人

男性 168人 女性 59人

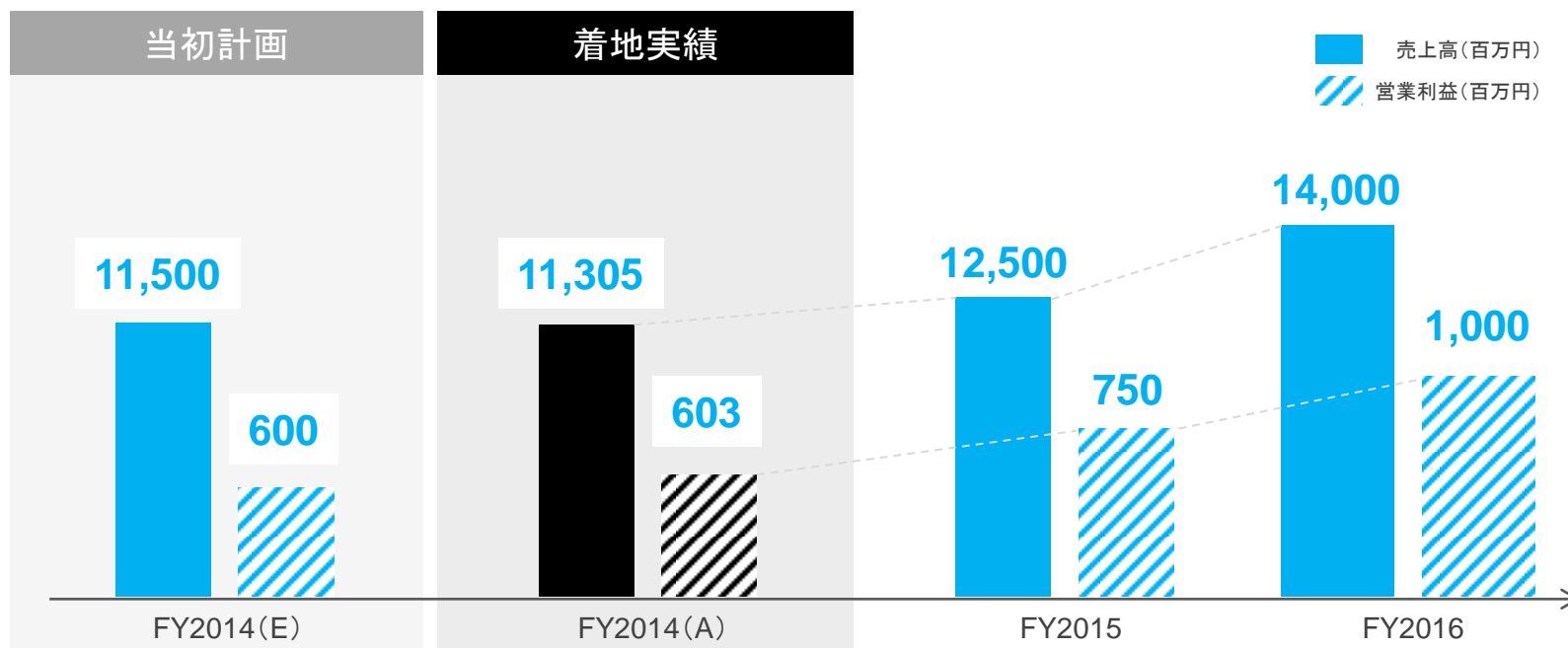
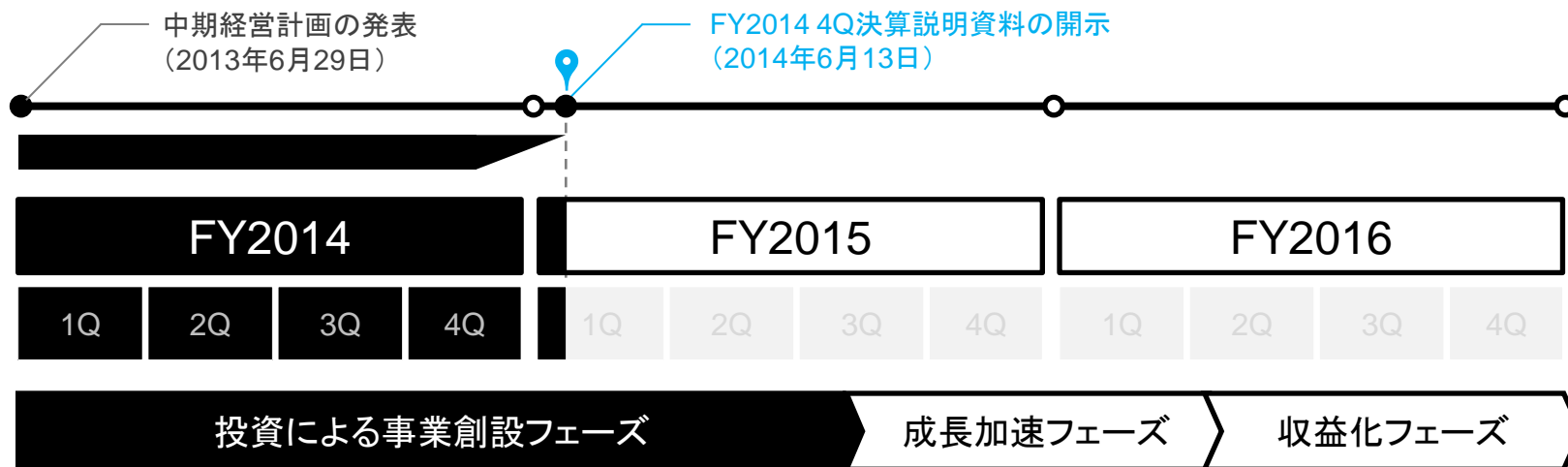
平均年齢 29.2歳 ※1

平均給与 485.9万円 ※2

※データ: 東洋経済新報社「四季報」(2013年3集)より引用

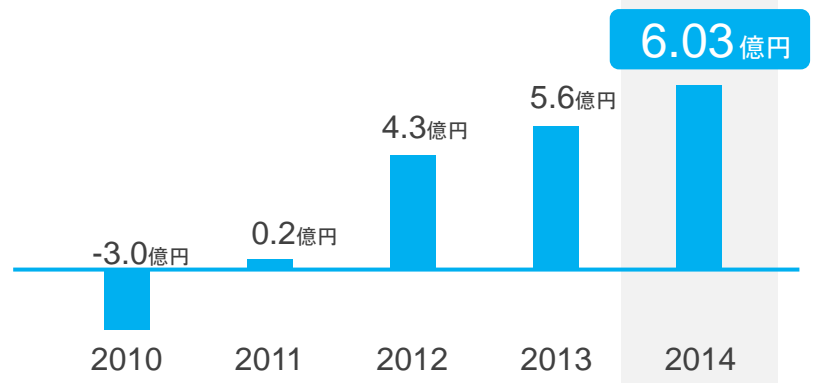
※データ: FY2013実績

今期 (FY2014) の当初計画と着地実績

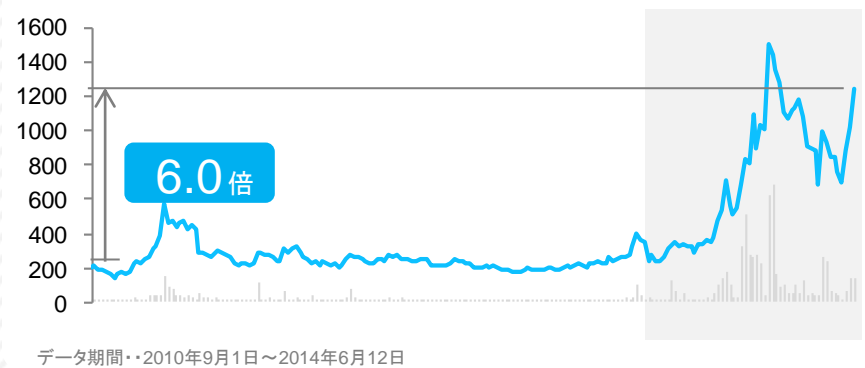


企業再生期 (FY2010) 以降、過去最高となる営業利益 (6.03億円) を達成。

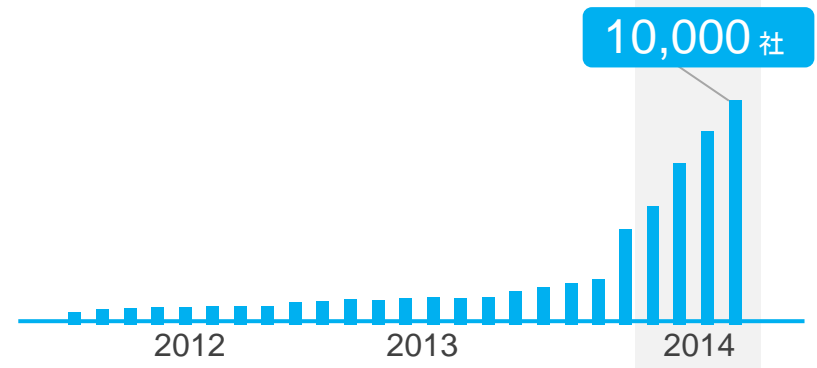
高い営業利益の達成



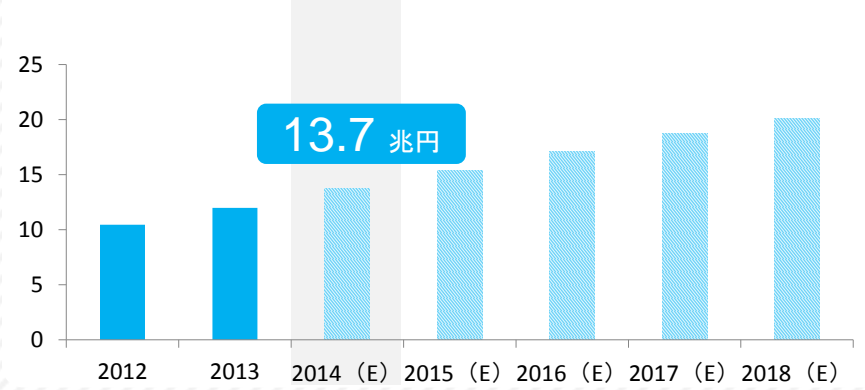
堅調な株価と出来高



主力商品AdMatrixの拡販



急成長する世界のネット広告市場





ビジネスの進捗

Business Summary

1 アドテク領域における差別化戦略

2 独自プラットフォーム戦略の確立

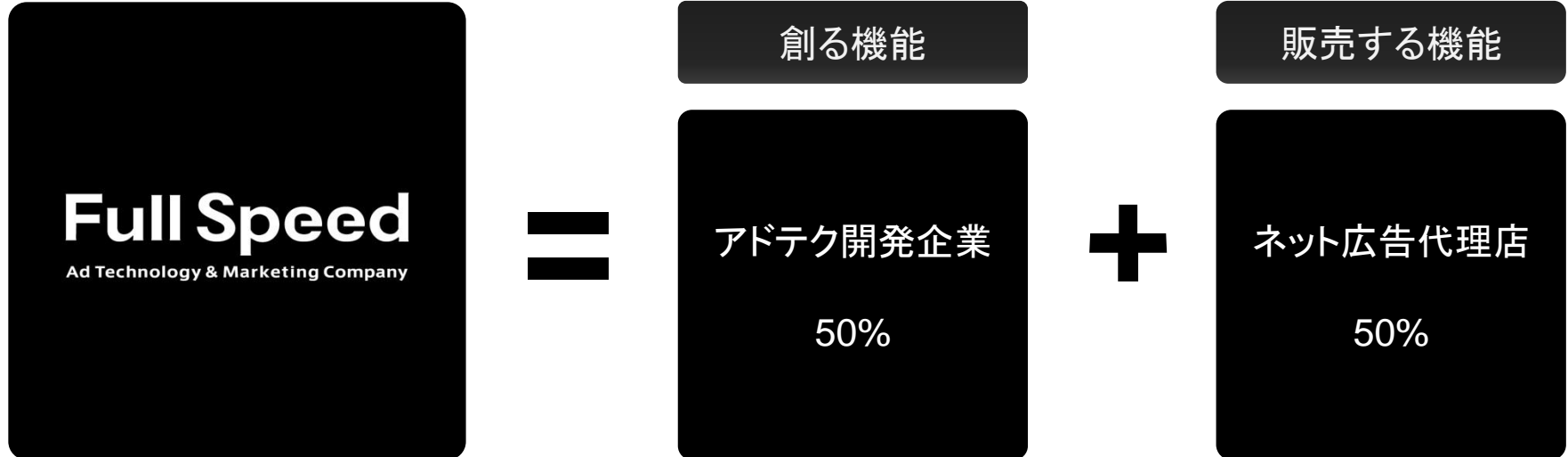
3 スマートフォン×動画広告

1 アドテク領域における差別化戦略

2 独自プラットフォーム戦略の確立

3 スマートフォン×動画広告

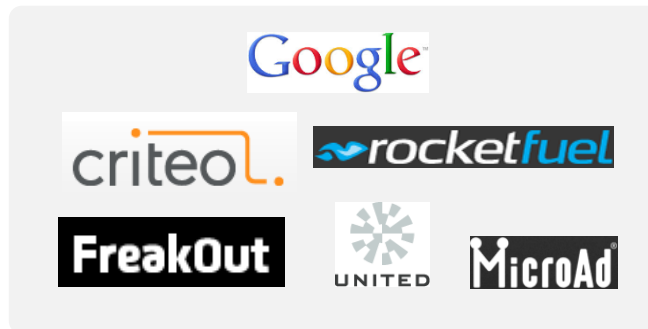
“**AdTechnology & Marketing Company**”として、“創る機能”と“販売する機能”の両軸で攻める国内唯一のハイブリット型ネット広告代理店を目指す。



“ハイブリット型ネット広告代理店”の立ち位置

2つの事業領域における競合企業

アドテク開発企業



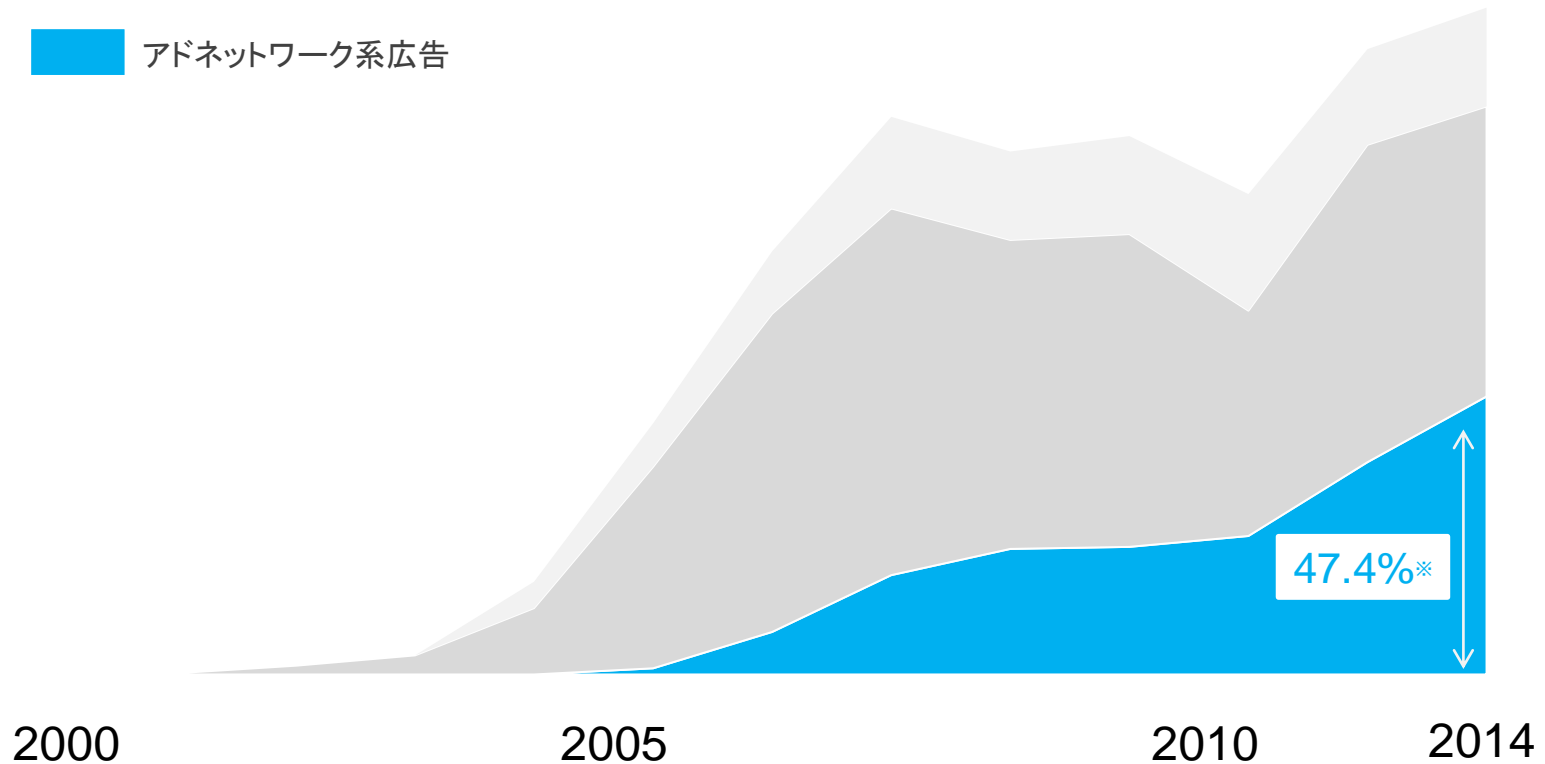
ネット広告代理店



ネット広告代理店の1社として、また自らが**国内No.1のアドテクの開発企業**となることで、自らが開発したソリューションサービスを世の中に提供できる企業に転換する。

全体売上に占めるアドネットワーク系広告の比率

アドネットワーク系広告



※: 売上データはグループ間消去前の数値

他の広告代理店とビジネスモデルが異なり、フルスピードが取り扱う広告の全体の半分近くは、独自テクノロジーにより配信されるネットワーク系の広告。

アドテク領域における競合プレイヤーの増加

Rocket Fuel(米国)、Criteo(フランス)上場につき、国内DSP開発のベンチャー企業**フリークアウト社(日本)**も月内に上場予定。

| | 海外DSP開発会社 | | 国内DSP開発会社 | | |
|------------------------|---------------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------------------|-------------------|
| | Rocket Fuel (FUEL) | Criteo (CRTO) | ユナイテッド (2497) | フリークアウト (6094) <small>NEW</small> | フルスピード (2159) |
| ※1ドル=100円で算出 | | | | | |
| 創業年度 | 2008年3月 | 2005年11月 | 1998年2月 | 2010年10月 | 2001年1月 |
| 上場時期/市場 | 2013年9月 NASDAQ上場 | 2013年10月 NASDAQ上場 | 2006年8月 東証マザーズ | 2014年6月24日 東証マザーズ | 2007年8月 東証マザーズ |
| 本拠地 | 米国 | フランス | 日本 | 日本 | 日本 |
| 進出国 | North America, Europe, Japan | America, EMEA, APAC | Japan, Southeast Asia | Japan, America | Japan, China |
| 売上高(億円) | 240.6億円 | 590.5億円 | 61.5億円 | 21.6億円 | 113.0億円 |
| 営業利益(億円) / 営業利益率(%) | ▲14.6億円 (▲6.1%) | 14.1億円 (2.4%) | 1.3億円 (2.3%) | 2.5億円 (11.5%) | 6.0億円 (5.3%) |
| 時価総額(億円) | 約830億円 | 約1,900億円 | 約550億円 | 上場予定 | 約150億円 |

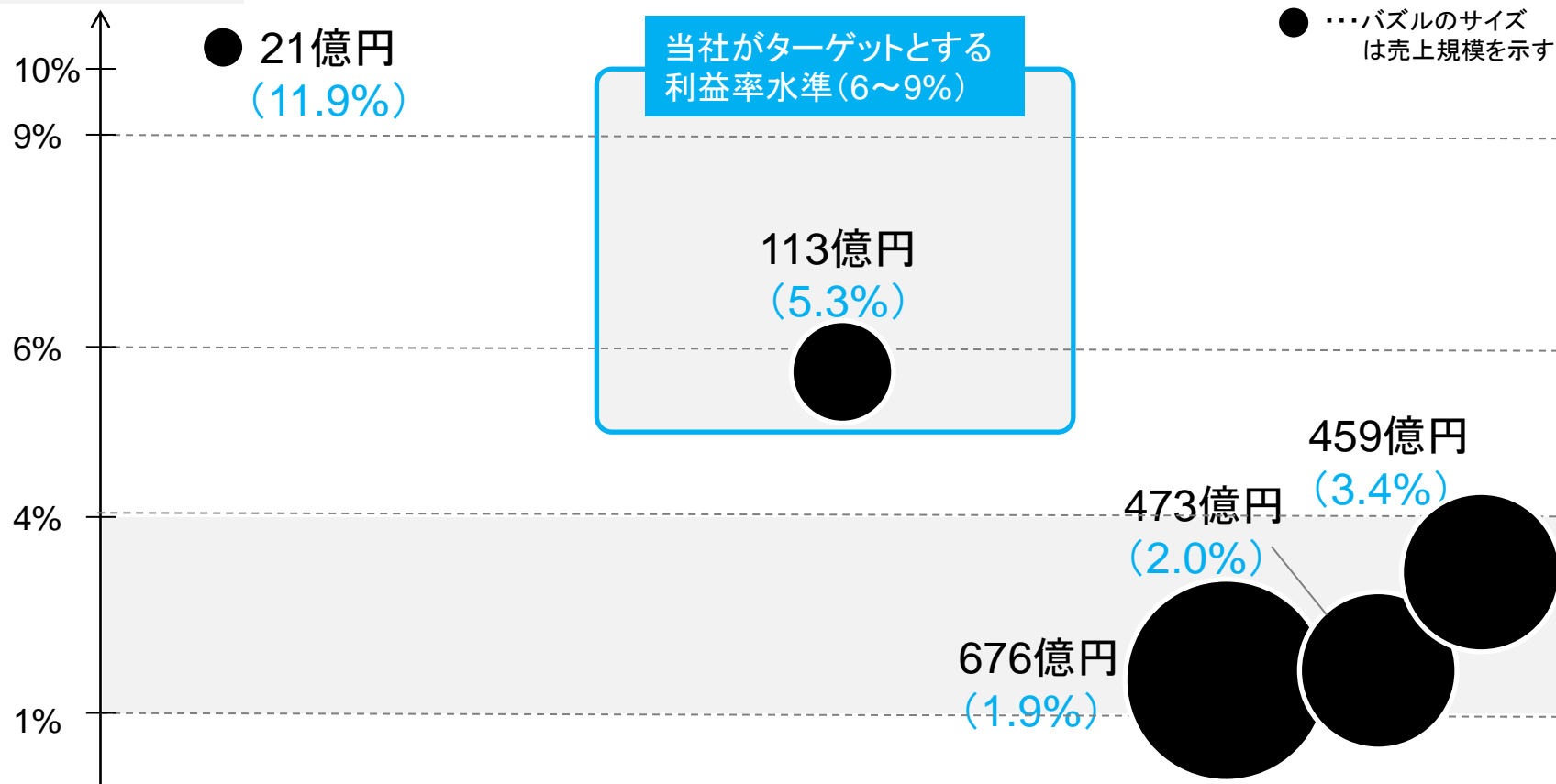
時価総額: 2014年6月6日時点の株価データ

アドテク開発企業

Full Speed Inc.

ネット専門広告代理店
(大手3社)

営業利益率(%)



出典: Yahoo! Finance等より各社の概算数値を引用

1 アドテク領域における差別化戦略

2 独自プラットフォーム戦略の確立

3 スマートフォン×動画広告

独自プラットフォーム戦略の進捗①

開発開始から約3年間で「SEO」「リスティング」「DSP」「3PAS」「スマホCV」「ソーシャル」の6種類全てのシリーズを開発完了。

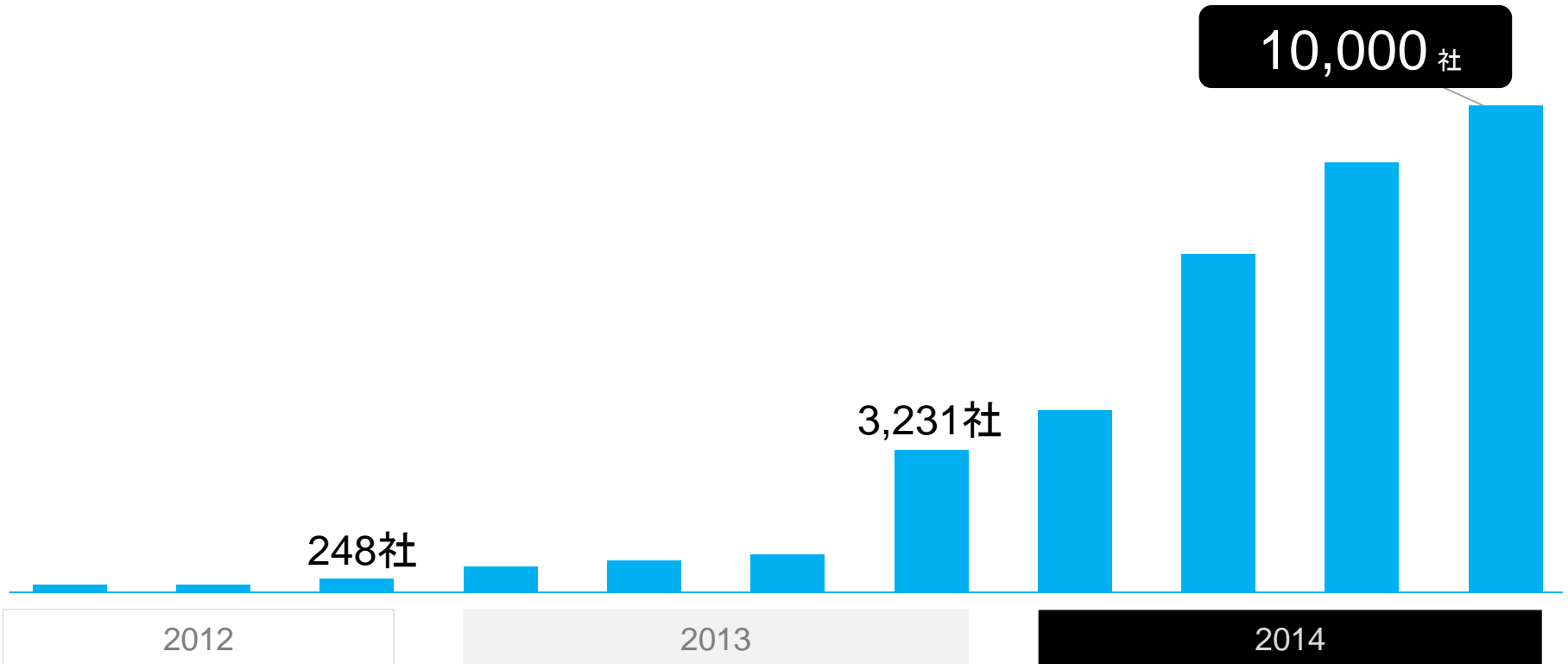
AdMatrixシリーズの完成



独自プラットフォーム戦略の進捗②

AdMatrixは、販売開始から約2年でシリーズ累計1万社の導入件数を突破。

AdMatrixの導入社数の推移

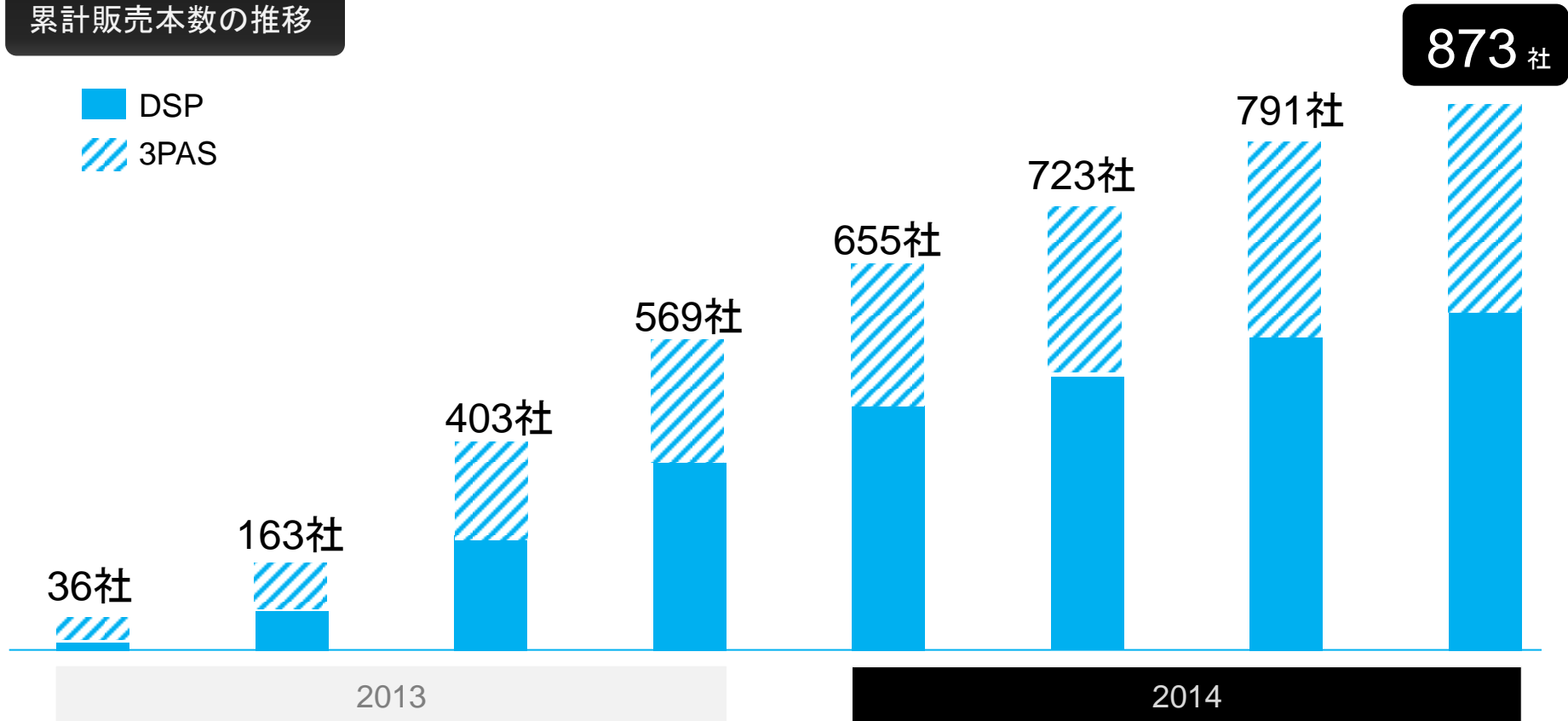


出典: 当社調べ(導入社数は無料ユーザーを含む。)

AdMatrix DSP・3PASの拡販体制の強化

「AdMatrix DSP」及び「3PAS(第三者配信システム)」については、来期重点的に拡販することで、**国内の導入実績社数No.1**の早期実現を目指す。

累計販売本数の推移

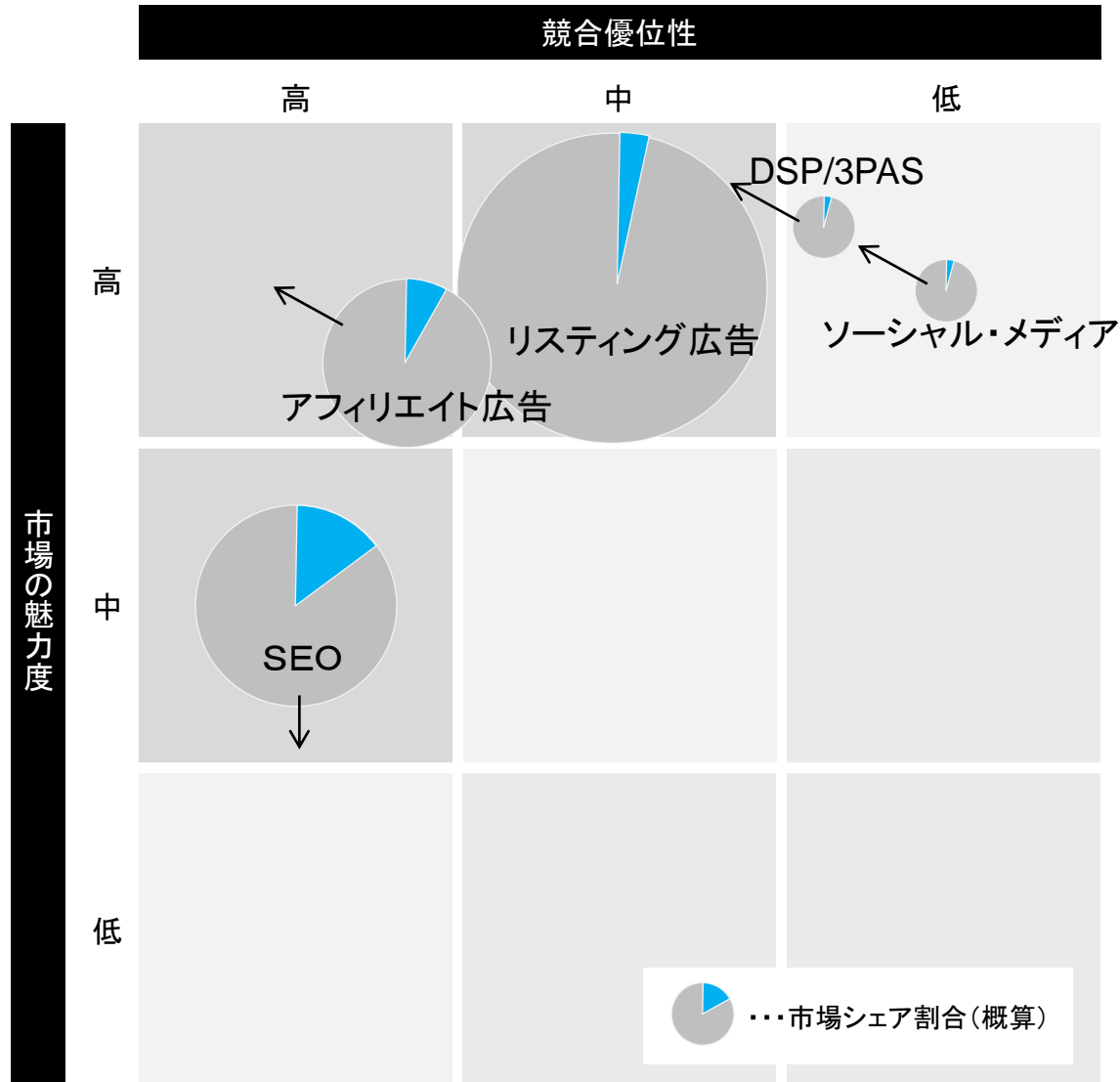


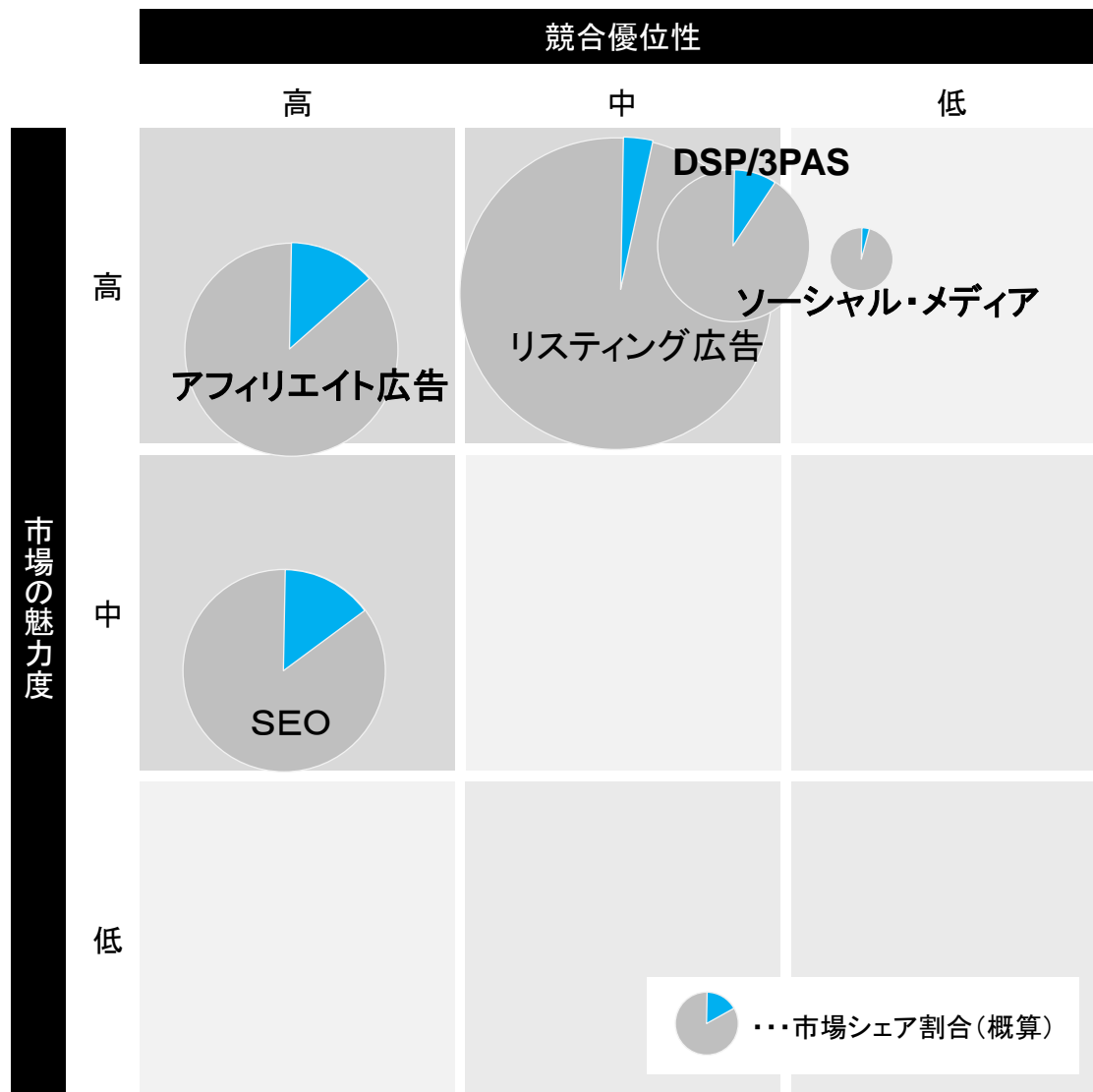
出典: 当社調べ(導入社数はDSP/3PASアカウント開設数。)

ユーザーを中心に据えたソリューション提供体制



「SEM(SEO/リスティング)」、「ソーシャル・メディア・マーケティング」、「ディスプレイ広告(DSP・アドネットワーク)」の3つのソリューション領域において、ビジネス展開を加速します。





ソリューション領域のさらなる拡大

フルスピードのソリューション領域

| 現在の事業ポートフォリオ領域 | | | | | |
|----------------|-----------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|
| | SEO | リスティング 広告 | アフィリエイト | 第三者配信 NEW | DSP NEW |
| 当社の立ち 位置 | 1~3位 ※1 自社開発 | 7~8位 ※1 代理店モデル | 4~6位 ※1 自社開発 | 1位 ※1 自社開発 | 4~7位 ※1 自社開発 |
| 売上貢献度 | 中 | 大 | 大 | 小 | 大 |
| 粗利率 | 高 | 低 | 高 | 高 | 高 |
| 市場成長の 見通し | | | | | |

| 今期拡大予定の 事業領域 | |
|-----------------|------------------|
| ソーシャル・ メディア | コンテンツ・ マネジメント |
| 自社開発 | 自社開発 |
| 小~中 | 小~中 |
| 高 | 高 |
| | |

+

※1...IR情報等に基づく自社調べ

AdMatrixを用いたデータマネジメントビジネスへ



1 アドテック領域における差別化戦略

2 独自プラットフォーム戦略の確立

3 スマートフォン×動画広告

スマートフォン動画広告とソーシャルメディア

Facebookは、2014年5月、**日本を含む7ヶ国で「15秒動画広告」の配信開始**を発表。

Facebookの動向

2014年05月21日 10時58分 更新

Facebookの15秒動画広告が日本上陸

ニュースフィード上で自動的に無音で再生される動画広告が日本でも表示されるようになる。

[佐藤由紀子, ITmedia]

印刷/PDF ツイート 33 いいね! 40 チェック 8+1 0 投稿 Pocket 2 通知

PR 「闘うリーダーの条件」—元 ホンダF1チーム 総監督が語る
PR 進化し続ける社会インフラを支える日立の最新ストレージとは

米Facebookは5月20日（現地時間）、ニュースフィードに表示する動画広告「Premium Video Ads（日本では「プレミアムビデオ広告）」の日本を含む7カ国での提供を開始すると発表した。

プレミアムビデオ広告は、米国では3月から提供されている。この広告は、ニュースフィード上で表示されると最初は無音で自動再生され、クリックすると音声が入り、全画面再生に切り替わる。長さは15秒に統一される。モバイルの場合は動画はWi-Fiで接続している間にあらかじめダウンロードされるので、通信キャリアの料金プランに影響しないという。

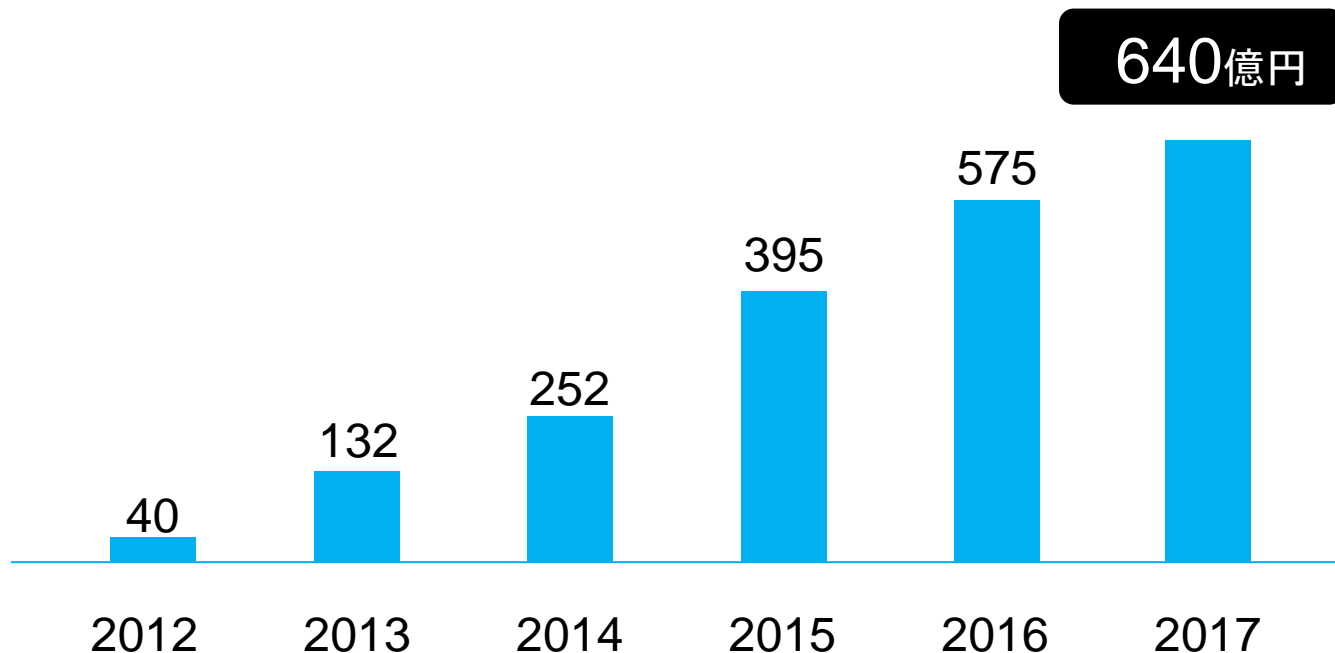
出典：ITmedia



伸びるオンライン動画広告市場

国内の動画広告市場は、2013年時点で132億円、2017年には640億円と市場規模の急拡大が見込まれる。

日本の動画広告市場



出典: 2014年3月シードプランニング調べ

Freebitとの協働体制の確立



 freebit



Full Speed Inc.

親会社フリービットとの協働による「スマホキャリア」×「アドテク会社」の強みを活かした新しい広告の仕組み創りを進める。

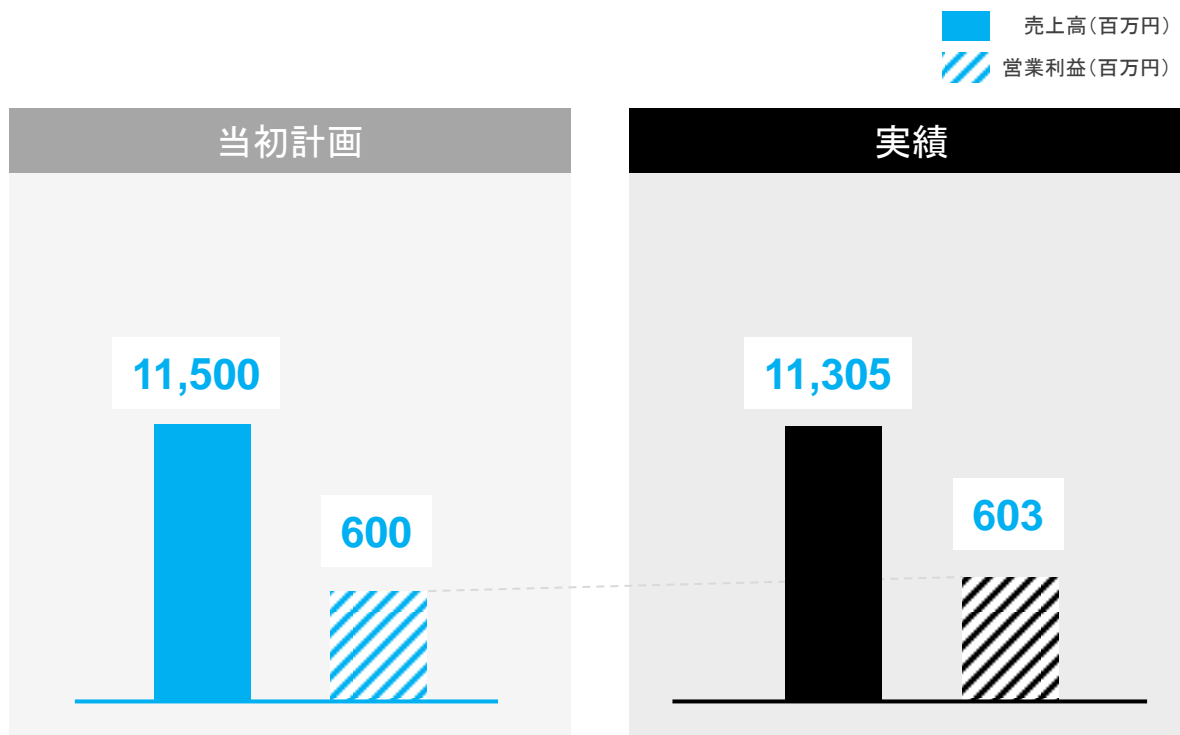


今期決算の状況

FY2014 Financials

今期の売上高は、計画比を若干下回る113.05億円(前年比+5.4%増)となったが、**営業利益は6.03億円**(前年比+6.6%増)という好決算に。

売上高・営業利益の当初計画と実績



連結P/Lサマリー

アドテク事業の好調により、売上高、営業利益ともに増収・増益。当期純利益についても前年度対比6.1億円増加し、3.5億円という結果となった。

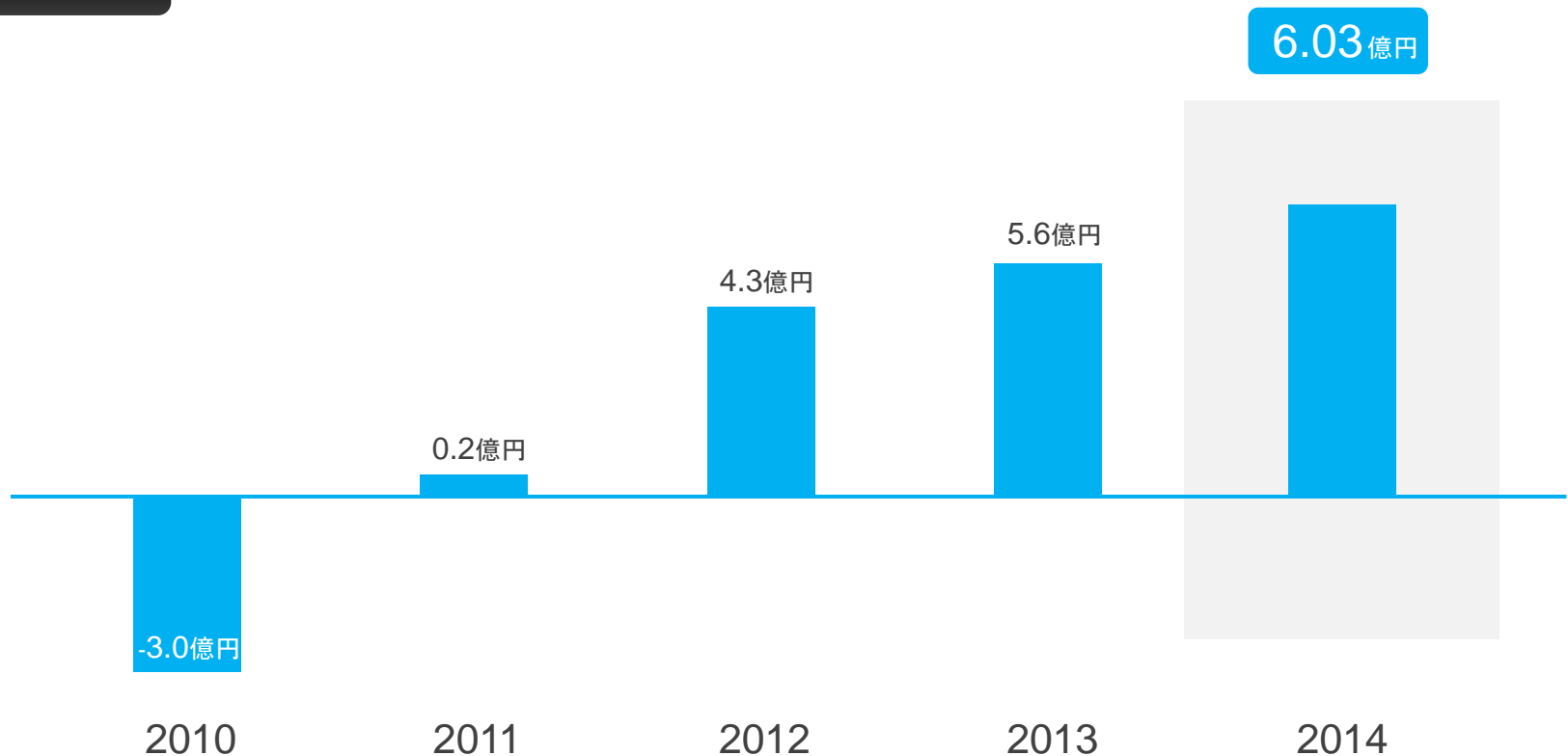
連結P/Lサマリー

| | 2013年4月期 通期 2012/5/1～ 2013/4/30 | 2014年4月期 通期 2013/5/1～ 2014/4/30 | 対前期 増減額 |
|------------|--|--|------------|
| 売上高 | 10,721 | 11,305 | +584 |
| 売上原価 | 8,630 | 9,232 | +602 |
| 原価率 | 80.5% | 81.7% | |
| 売上総利益 | 2,091 | 2,073 | -18 |
| 販売費及び一般管理費 | 1,525 | 1,469 | -56 |
| 販管費比率 | 14.2% | 13.0% | |
| 営業利益 | 566 | 603 | +37 |
| 営業利益率 | 5.3% | 5.3% | |
| 営業外収益 | 9 | 4 | -5 |
| 営業外費用 | 34 | 29 | -5 |
| 経常利益 | 541 | 577 | +36 |
| 経常利益率 | 5.1% | 5.1% | |
| 特別利益 | 44 | - | - |
| 特別損失 | 748 | 118 | -630 |
| 当期純利益 | △ 254 | 359 | +613 |
| 当期純利益率 | △ 2.4% | 3.2% | |

営業利益の推移

企業再生期(FY2010)以降、過去最高となる営業利益6.03億円を達成。アドテク事業の比率をさらに高めることにより、さらに高い利益創出を目指す。

営業利益の推移



連結B/Sサマリー

本業からの利益創出により、前年度まで毀損していた純資産の額についても堅調に回復。

連結B/Sサマリー

資産の部

(単位:百万円)

| | 2013/4 (期末) | 2014/4 (3Q末)① | 2014/4 (期末)② | 増減 ②-① |
|-------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|
| 現金及び預金 | 1,020 | 1,040 | 1,259 | +219 |
| 売掛金 | 1,385 | 1,410 | 1,415 | +5 |
| その他 | 332 | 172 | 196 | +24 |
| 流動資産 | 2,737 | 2,623 | 2,872 | +248 |
| 有形固定資産 | 96 | 91 | 92 | 0 |
| 無形固定資産 | 138 | 199 | 199 | 0 |
| 投資その他の資産 | 175 | 116 | 115 | △1 |
| 固定資産 | 410 | 407 | 406 | 0 |
| 総資産 | 3,147 | 3,031 | 3,279 | +248 |

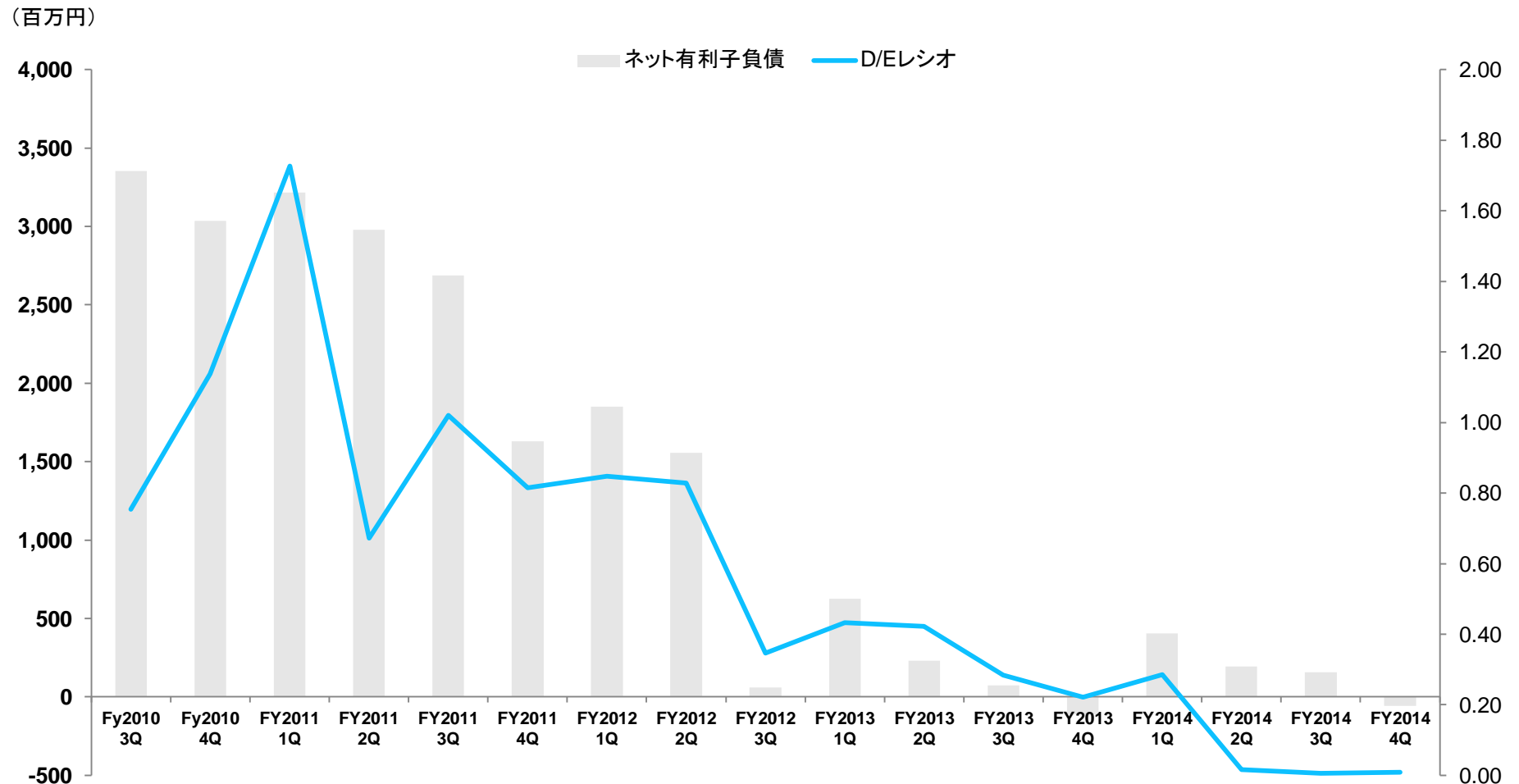
負債・純資産の部

(単位:百万円)

| | 2013/4 (期末) | 2014/4 (3Q末)① | 2014/4 (期末)② | ②-① |
|-------------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|
| 買掛金 | 942 | 1,006 | 1,046 | +39 |
| 短期借入金 | 100 | 682 | 782 | +100 |
| 1年内返済予定の 長期借入金 | 387 | 342 | 347 | +5 |
| その他 | 320 | 212 | 283 | +71 |
| 流動負債 | 1,750 | 2,242 | 2,459 | +216 |
| 長期借入金 | 419 | 174 | 72 | △101 |
| その他 | 582 | 0 | 0 | 0 |
| 固定負債 | 1,001 | 174 | 72 | △101 |
| 負債 | 2,752 | 2,417 | 2,532 | +114 |
| 資本金 | 799 | 799 | 799 | 0 |
| 資本剰余金 | 770 | 770 | 770 | 0 |
| 利益剰余金 | △ 1,174 | △ 963 | △ 829 | +134 |
| 株主資本 | 394 | 605 | 740 | +134 |
| 純資産 | 394 | 613 | 747 | +133 |
| 負債純資産 | 3,147 | 3,031 | 3,279 | +248 |

財務安定性の確立

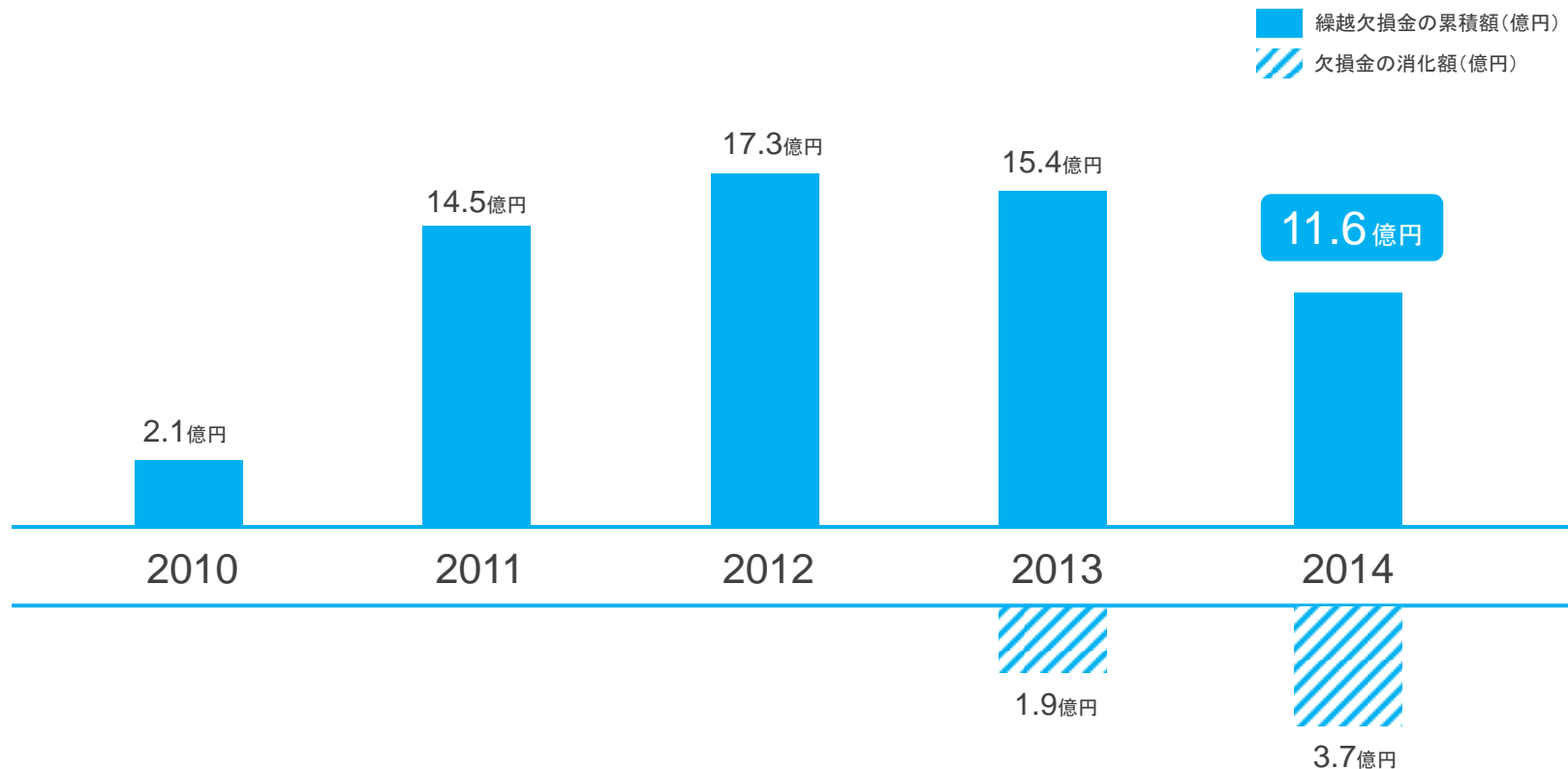
有利子負債が大幅減少したことで、ネット有利子負債はマイナス（借入金より現預金が多い状況）に転換し、D/Eレシオも急改善。



繰越欠損金を活用したタックス・ストラテジー

グループ連結納税制度への以降により、**過年度までに発生した繰越欠損金15.4億円(累計)**を活用し、最大限タックスメリットを享受する方針。次年度以降数年間に渡り、11.6億円の繰越欠損金を活用する見通し。

繰越欠損金の累積額と各年度の消化額



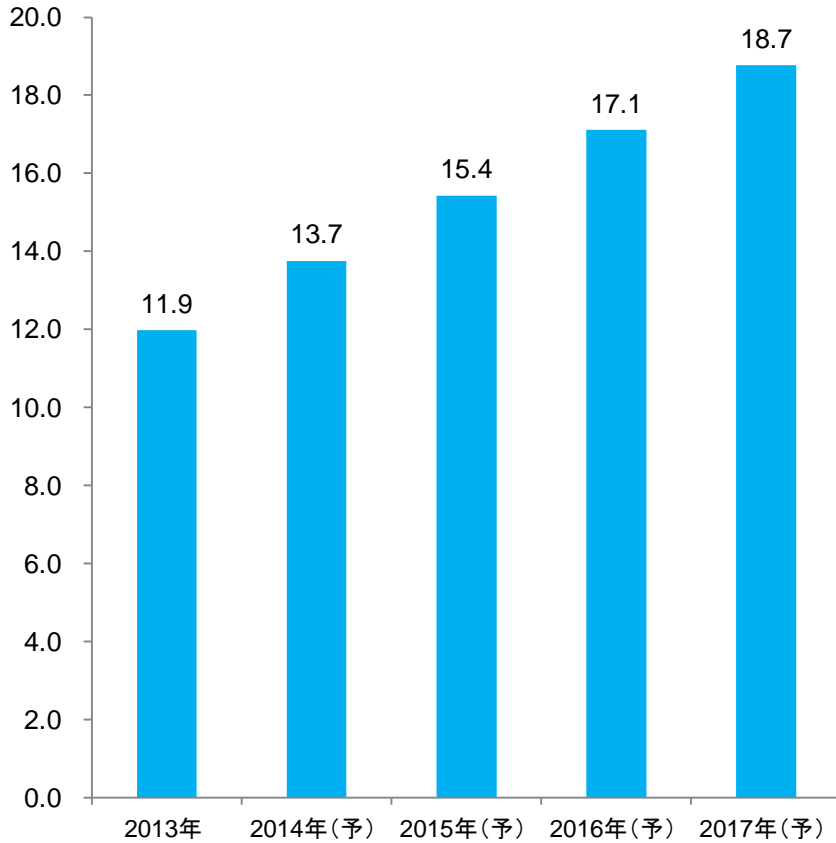


アドテク市場の見通し

Ad Tech Market Forecast

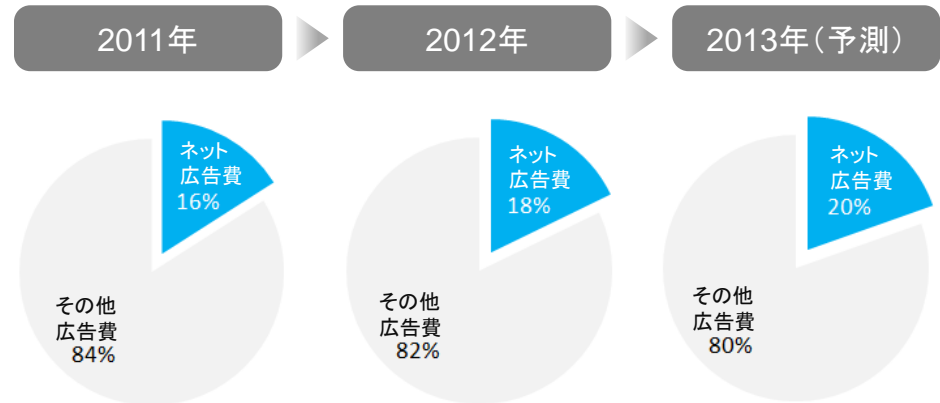
世界のインターネット広告市場①

世界のインターネット広告市場(兆円)



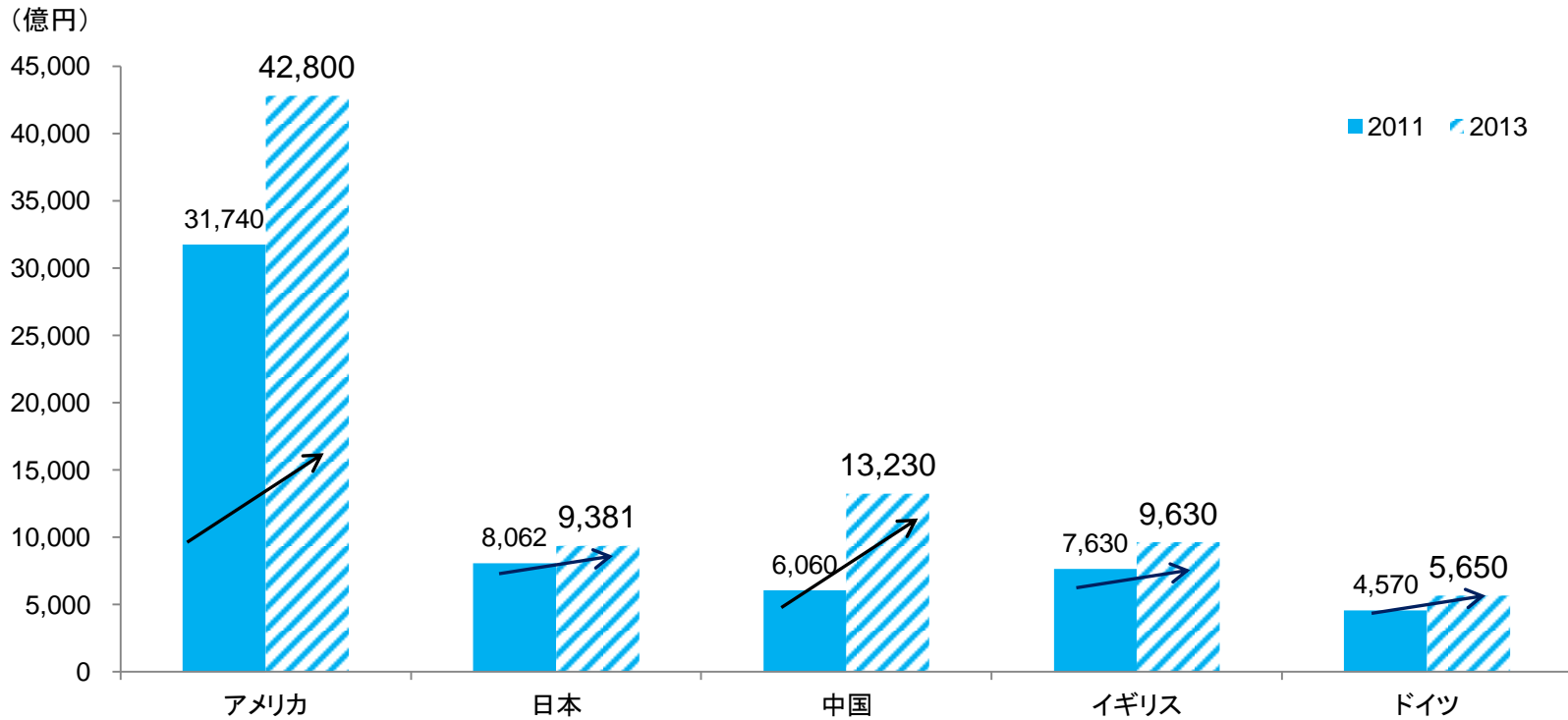
出典:「e-Marketer」

増え続けるインターネット広告の割合(%)



出典:「Zenith Optimedia」

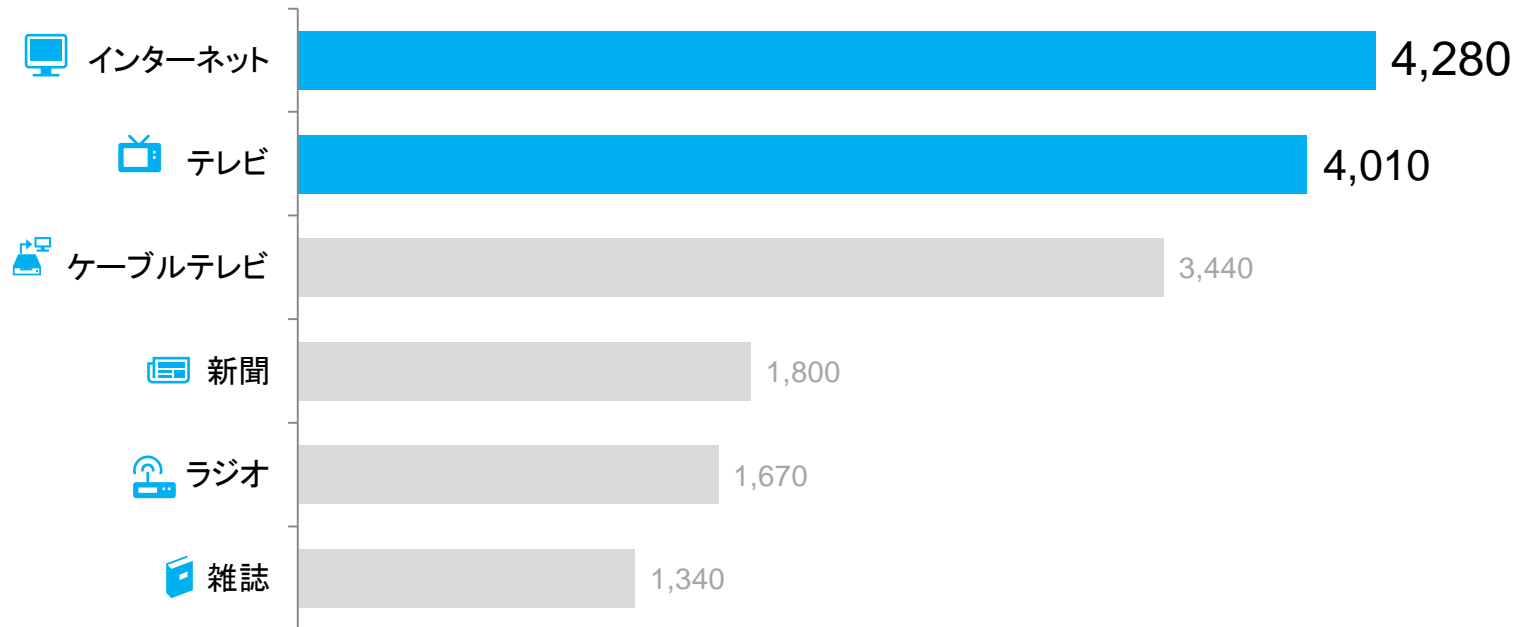
世界各国のインターネット広告市場



出典:「eMarketer」、「IAB」、「日本の広告費」
外貨は、現在の為替レートを元に(1ドル=100円)として計算

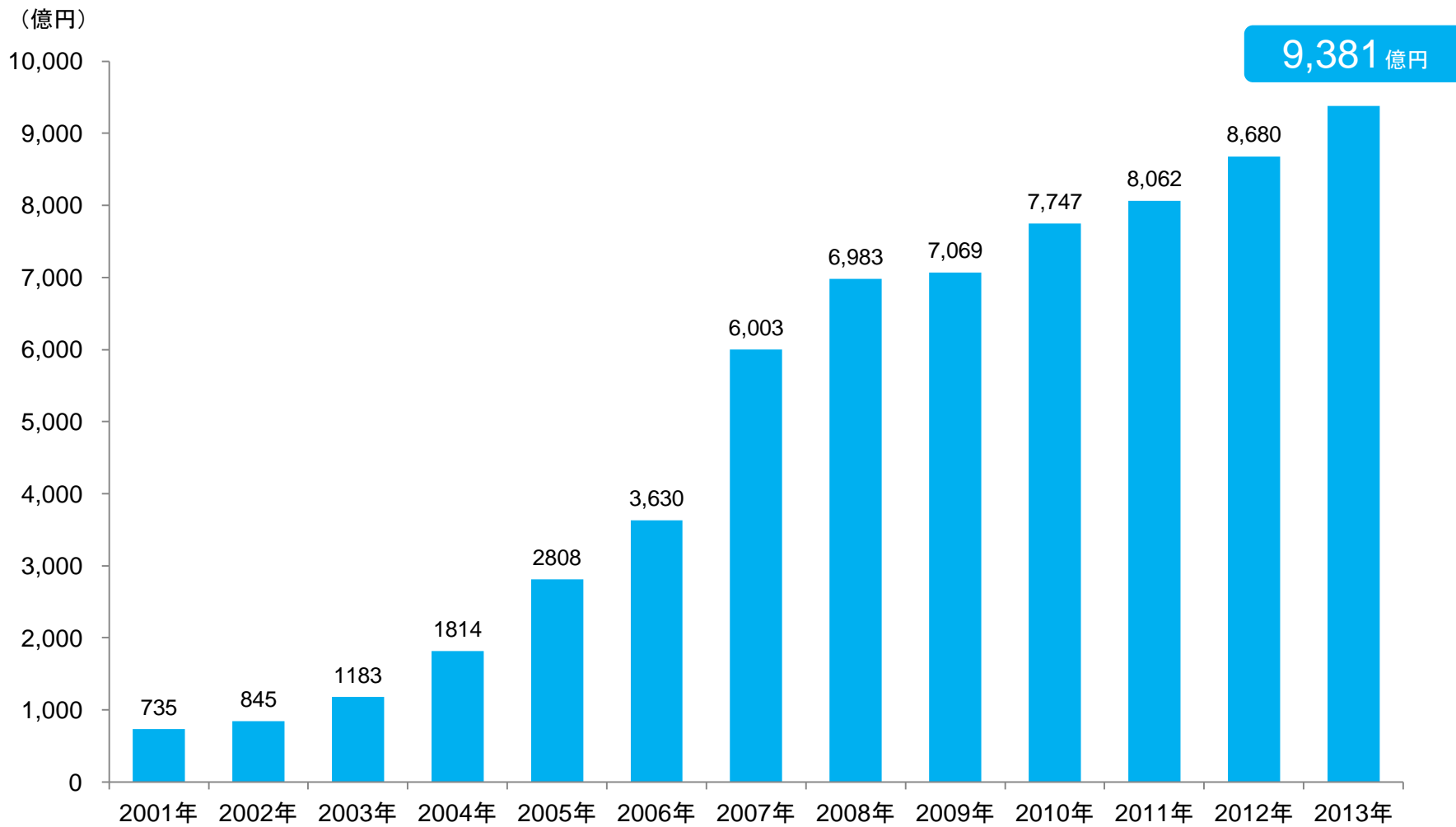
米国における媒体別市場規模

(億円)



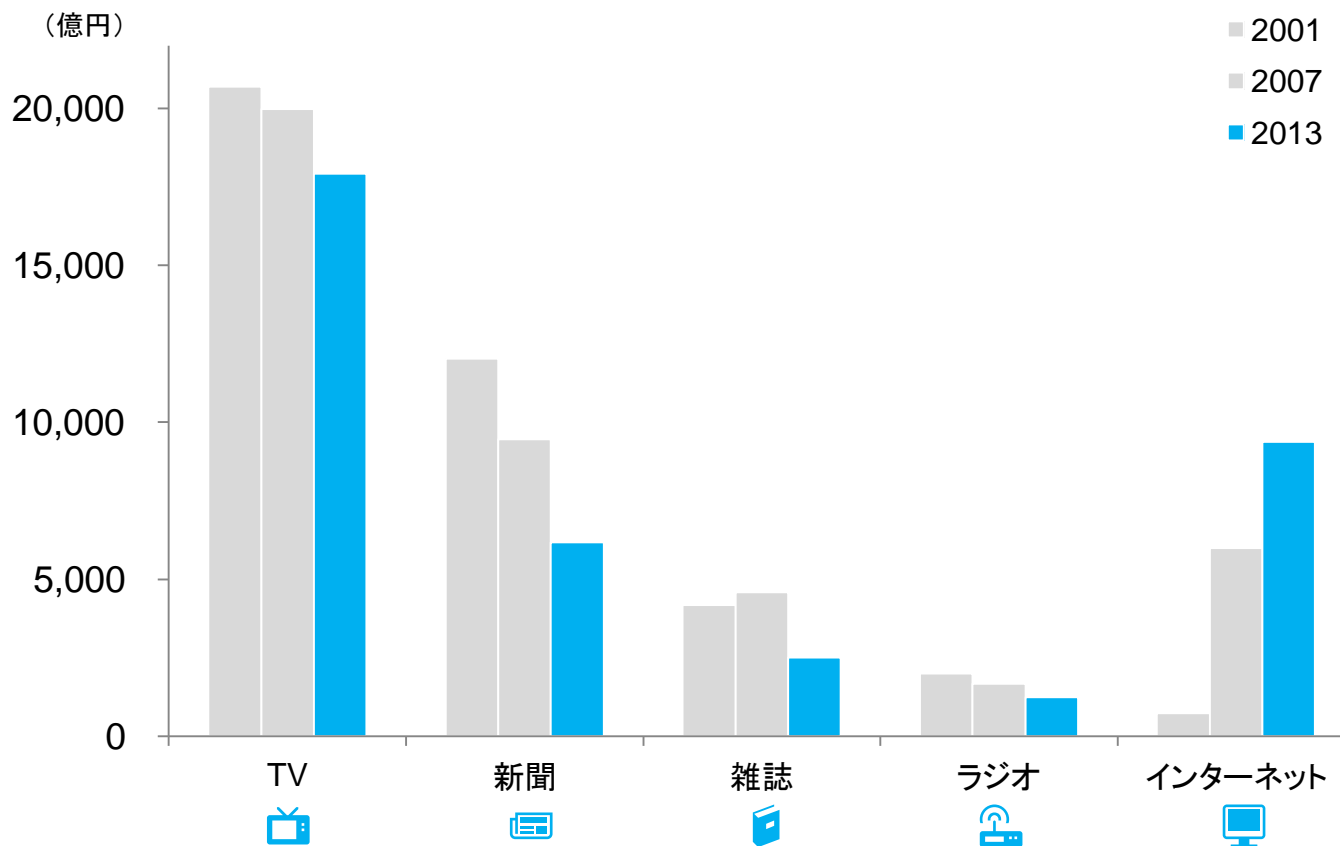
出典:「the IAB's annual Internet Advertising Revenue Report conducted by PwC」

インターネット広告の市場規模(億円)



出典:「日本の広告費(電通)」

媒体別の広告市場規模(億円)



出典:「日本の広告費(電通)」

大手企業の事例



テクノロジー > ニュースプラス > Tech Frontline > 記事

Tech Frontline

フォローする

セブン&アイ、ネット広告費10倍強に リアル連携強化 テレビCMとネット広告併用で「オムニチャネル」推進

2014/1/21 7:00

(1/2ページ)

小 中 大 保存 印刷 リプリント Twitter Facebook 共有

セブン&アイ・ホールディングスは、グループ全体の広告・販促戦略を大幅に見直す。テレビCMやチラシ広告などに頼っていた活動を転換。これまで量的にも少なかったネット広告を単純に増やすだけでなく、テレビCMとネットの動画広告を組み合わせるなど、より効果的なマーケティングを目指す。

現在、グループ全体の広告宣伝費は約1000億円。そのうちネット広告費は0.8%と、1%にも満たなかった(無料の無線ネット接続サービス「セブンスポット」の費用を除く純粋なネット広告費)。一方、大手広告代理店の電通によれば、2012年の日本の広告費(チラシなどのプロモーションメディア広告費も含む)に占めるネット比率は14.7%。セブン&アイグループのネット広告比率は極端に低かった。

3月に始まる2014年度は、ネット広告費を全体の10%、約100億円に引き上げていく考えだ。実現すれば、2013年度の10倍以上になる。テレビCMとネットの動画広告を組み合わせた効果的なマーケティングを主導するのは、グループの電子商取引(EO)サイトを展開しているセブンネットショッピングだ(3月1日に親会社のセブン&アイ・ネットメディアと合併予定)。

出典:「日本経済新聞」



国内企業インサイド

Inside

トップページ > 国内企業インサイド

「VISA」日本法人、ネット広告比率4割到達へ、FacebookやTwitterの広告も積極活用

2014年5月21日 水曜日 安倍 俊廣

印刷

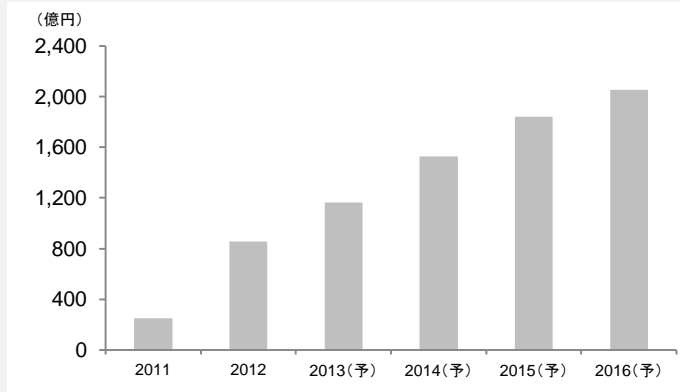
米ビザ・ワールドワイドの日本法人、ビザ・ワールドワイド・ジャパン(東京都千代田区)がデジタルマーケティングに本腰を入れ始めた。既にデジタルメディア向けに広告予算を大きく振り向けており、今期(2014年9月期)はネット広告が広告全体の30~40%を占める見通しだ。10月に始まる新年度の早い時期に、DSPを新たに導入する。DSPを活用してビザのWebサイトを訪問した人や、Facebookページで「いいね!」をした人の属性情報などと、他社サイトの閲覧履歴といったデータを掛け合わせて分析。「VISA」ブランドを訴求するネット広告などで緻密なターゲティングを可能にしている。

出典:「日経デジタルマーケティング」

セブン&アイ・ホールディングスは、ネット広告費を100億円まで拡大させる見通し。
VISAも今期より、ネット広告予算を広告全体予算の30~40%まで拡大させる見通し。

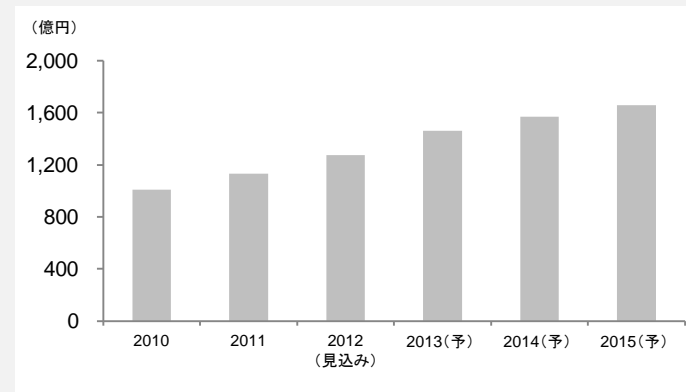
個別の広告市場の動向予測

スマートフォン広告市場



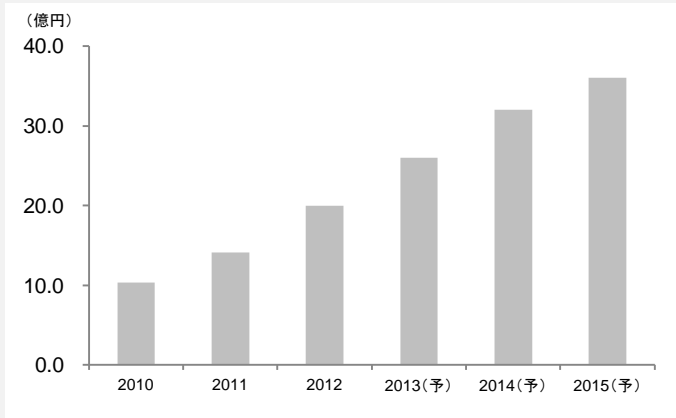
出典:「シード・プランニング」

アフィリエイト広告市場



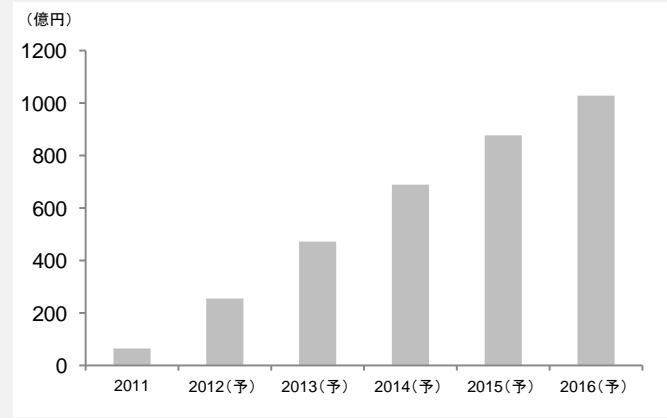
出典:「矢野経済研究所」

ソーシャルメディア解析市場



出典「ITR」

DSP広告市場



出典:「マイクロアド」



各事業のトピックス

Topics by Segment

Full Speed
Ad Technology & Marketing Company

2014年5月16日
株式会社フルスピード
(証券コード:2159)
代表取締役社長 田中 伸明



フルスピード、2014年度上半期 Yahoo! JAPAN

エージェンシーカンファレンスにおいて弊社社員が「MVP賞」を受賞!

株式会社フルスピード(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:田中伸明)は、ヤフー株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:宮坂 学、以下「Yahoo! JAPAN」)が5月14日に開催した「2014年度上半期 Yahoo! JAPAN エージェンシーカンファレンス」において、弊社社員が、「MVP賞」を受賞しましたのでお知らせいたします。

本カンファレンスは、広告会社向けに半期に一度開催され、Yahoo! JAPANの近況やプロモーション広告やプレミアム広告といったプロダクトに関する情報提供のほか、2013年下半期(2013年10月-2014年3月)の販売活動において優秀な成績を収めた広告会社の表彰が行われます。

今回のカンファレンスで受賞した「MVP賞」はYahoo!プロモーション広告 プロフェッショナル認定試験(アドバンスト)で最高得点を獲得した個人に贈られるものです。

フルスピードは、今後も創業当初より培ってきた広告運用における高いスキルと豊富なノウハウを、社員に継承することで、クライアント企業様に対して、付加価値の高いWEBマーケティングサービスを継続して提供してまいります。

国内の代理店の中で、最も運用力が高い運用者がいることが認められ、MVP賞を受賞。



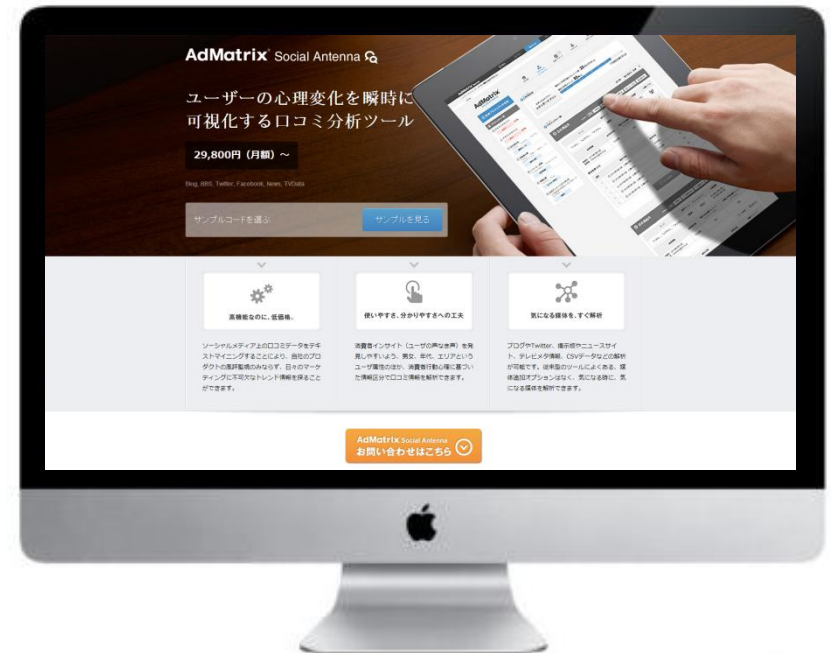
推奨代理店への選出基準

- ・MicroAdBLADEの特性を十分に理解し、顧客のマーケティングに貢献できる。
- ・MicroAd BLADEの、過去3か月間の運用社数が30社以上である。
- ・顧客がMicroAdBLADEで設定した目標CPAを、過去3か月で半数以上達成している。

DSP広告の高い運用力が評価され、今期より国内で10社程度存在している推奨代理店の1社に選出される。DSPについては、今後トレーディングデスク機能の強化に努める方針。

ソーシャルリスニング(ロコミ分析)ツール

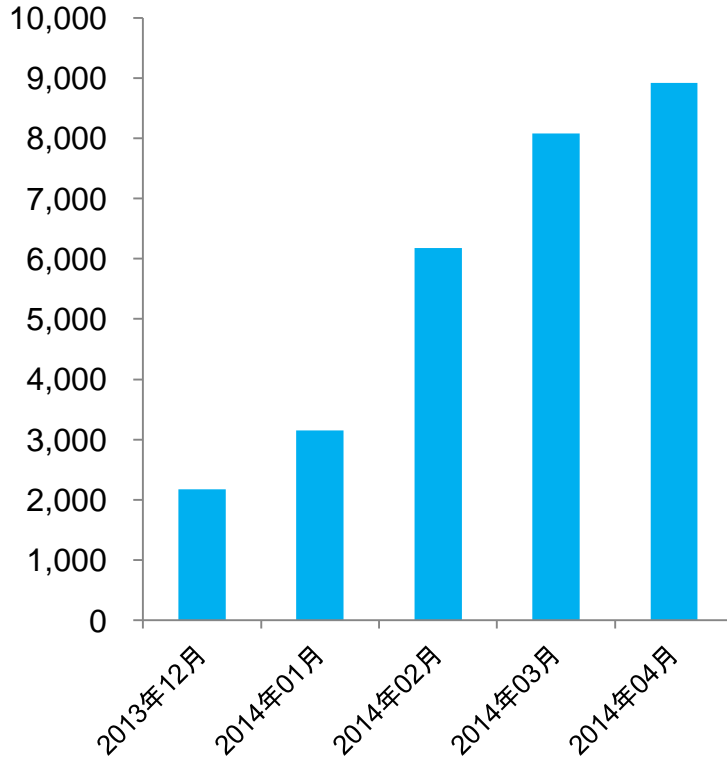
AdMatrix[®]
Social Antenna



既存の競合ツールの約半額となる29,800円、49,800円の価格帯で販売を今期より開始。
ビックデータをもとにしたソーシャルメディア向けのサービスをより強化する方針。

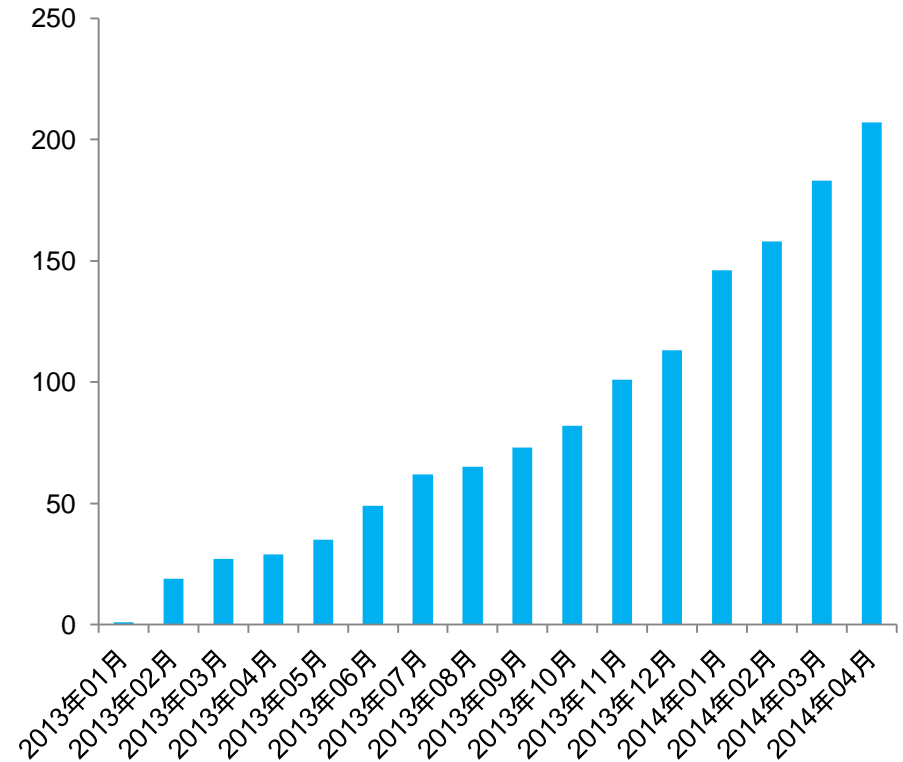
SEO内部対策分析ツール

(ダウンロード件数)



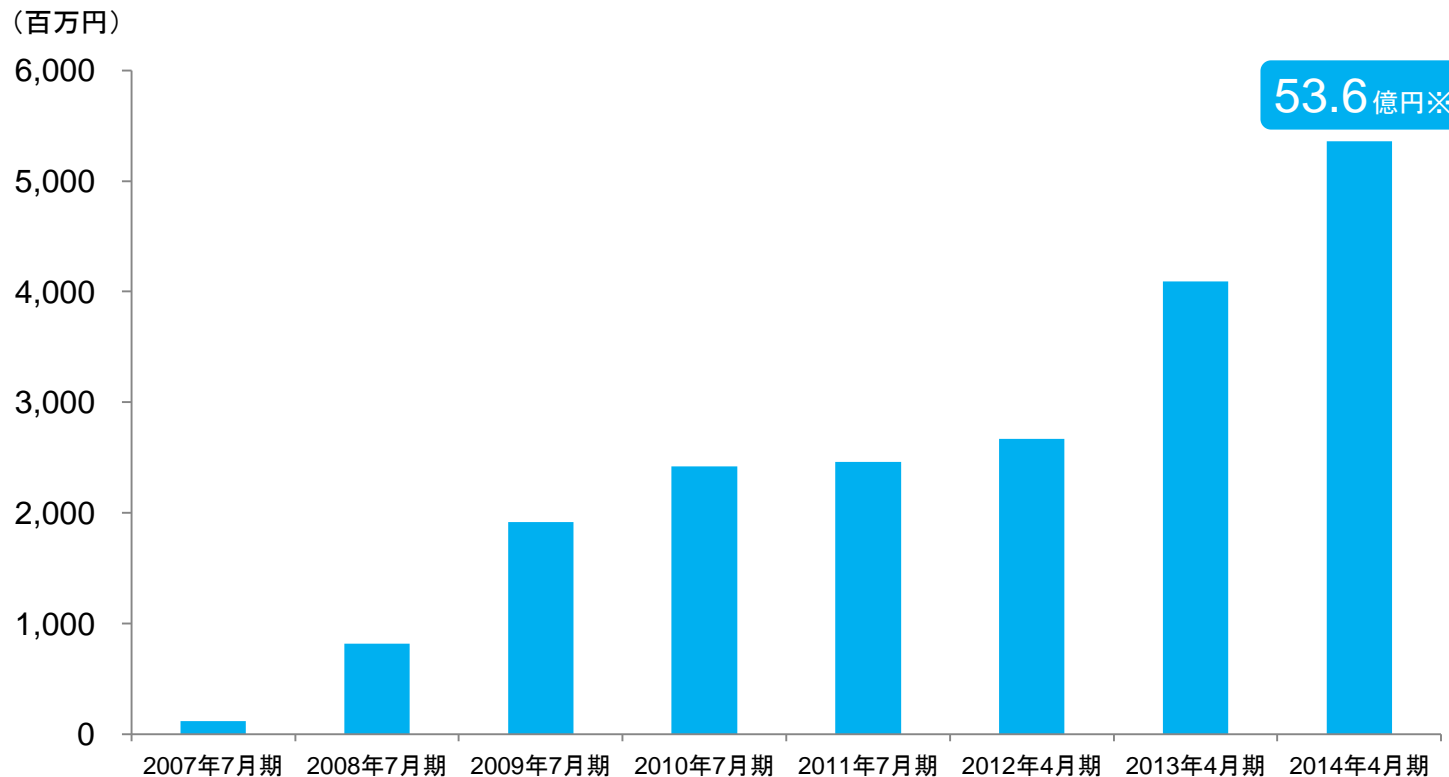
SEO外部対策分析ツール

(購入ユーザー数)



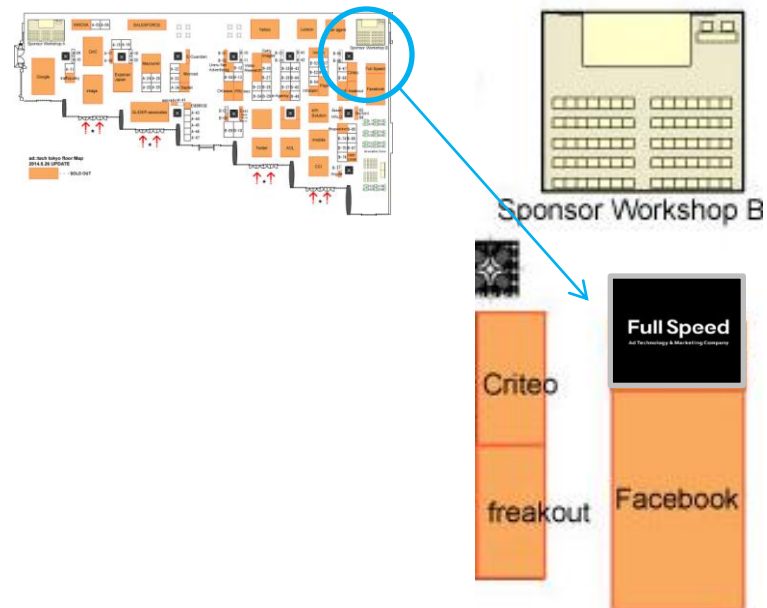
SEOについては、**内部対策分析ツール及び外部対策分析ツールともに導入実績数No.1**に。
今後は、サイトコンテンツ価値を高めるコンサルティング力をさらに強化する方針。

アドネットワーク事業の売上推移



※: 売上データはグループ間消去前の数値

アドネットワーク事業は、今期、**当社グループ全体売上の47.4%**に達する来期も、収益性が高く今後の成長領域であるアドネットワーク事業の更なる拡大を目指す。



国内最大のアドテクイベント「ad:tech Tokyo」において、アドテク企業が集中するゾーン (Facebook、Criteo、freakout) にAdMatrixシリーズのプロモーションブースを設置する予定。

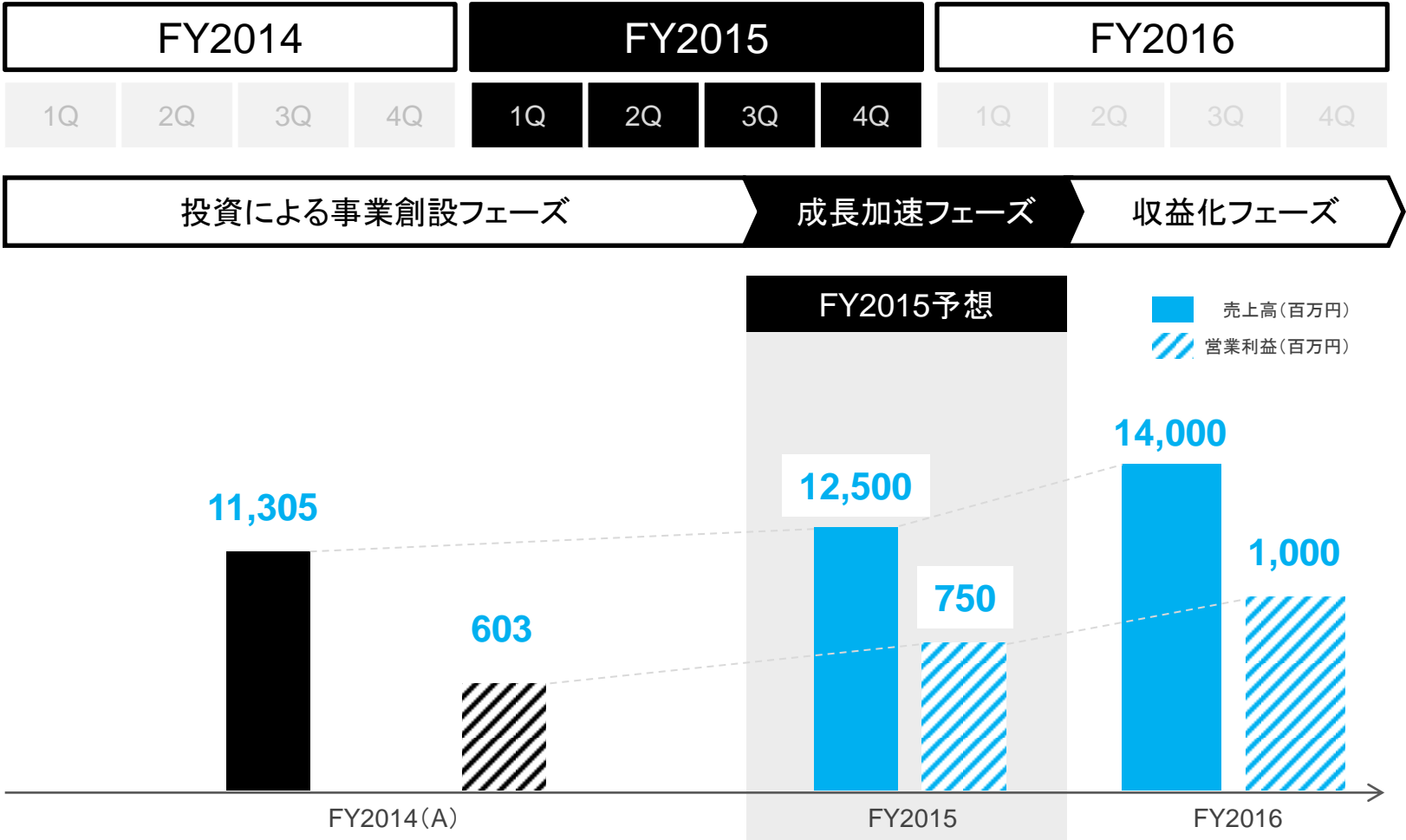


中期経営計画の進捗

Status of Mid-term Strategy

中期経営計画におけるFY2015の計画

中期経営計画の初年度となるFY2015については、さらなる成長を加速させ、**売上高125億円、営業利益7.5億円**に到達する見込み。



フルスピードグループ 経営ビジョン

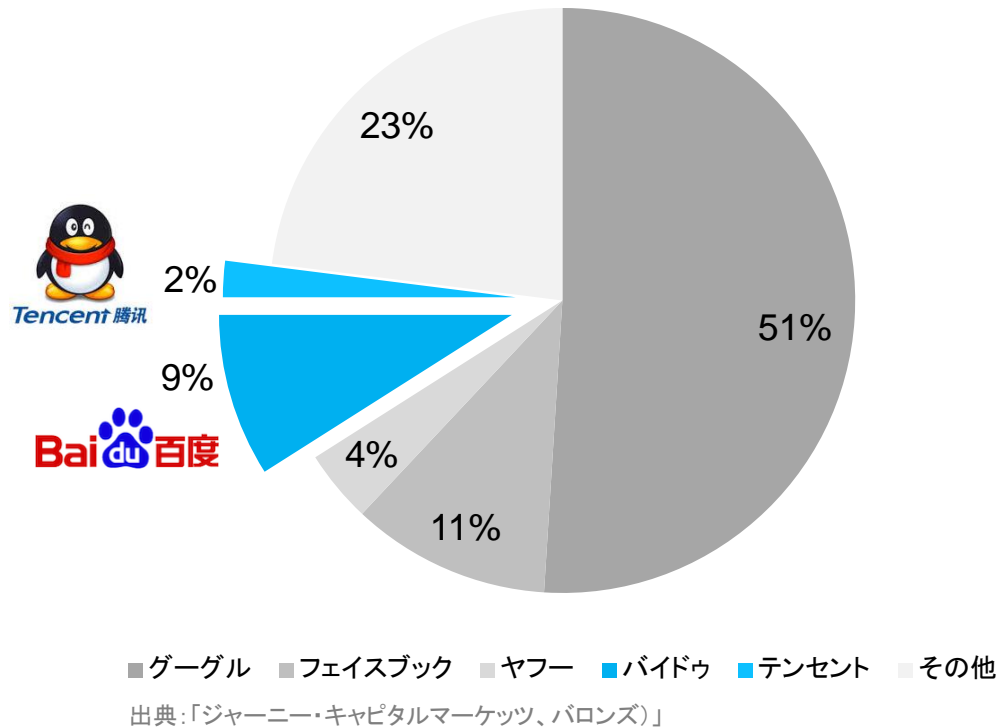
アド・テクノロジーインフラを基盤に、インターネットマーケティングを必要とするあらゆる国内外企業を総合的に支援する。

中期経営計画 FY2014 - 2016

クライアントそしてユーザーにとって、価値ある広告を創る企業となるために、独自のアド・テクノロジーを軸に
今後3年間は自社の開発力をさらに強化し、高い利益体質の企業体に転換することを目指す。

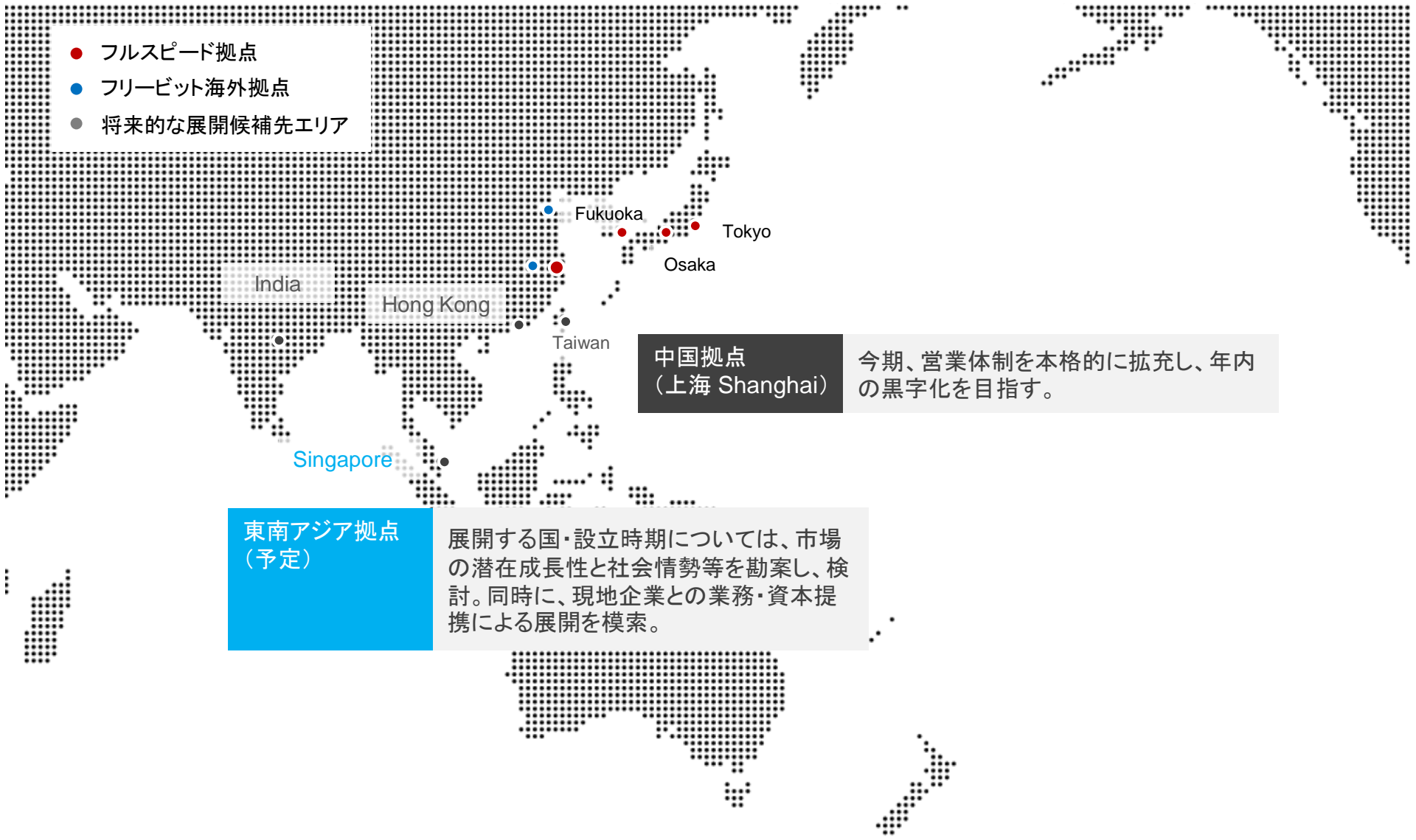
| | 創造 Creation FY2014 | 成長 Growth FY2015 | 収益化 Monetization FY2016 |
|--------------------|--|---|---|
| 基本方針 | <ul style="list-style-type: none"> ・ディスプレイ広告及び広告効果測定(アトリビューション分析)の新サービスのリリース 済 ・ソーシャル・メディア・マーケティングの独自の分析ツールの投入 済 ・東南アジアの事業展開の準備 | <ul style="list-style-type: none"> ・広告の運用体制、データ解析領域のさらなる強化 ・アド・テクノロジー領域における先端投資領域の特定、投資の実行 ・中国拠点の販売体制の確立 | <ul style="list-style-type: none"> ・投入した新規サービスの収益の回収フェーズ ・東南アジアへの投資の実行(事業投資 or JV or ベンチャー投資) |
| 経営目標 (数値ガイドライン) | 売上高年率成長率(CAGR): 5.8% → 6.0~8.0% | 営業利益率(EBITマージン): 5.3% → 6.0~7.0% | 新規事業領域への展開: 済 3つ 以上の新規事業領域を創設 |

世界のネット広告市場占有率



ネット広告の世界市場を見た場合、グーグル、フェイスブック、ヤフー以外に、中国がメインである**百度(バイドゥ)**及び**騰訊(テンセント)**向けのサービス開発が不可欠。

- フルスピード拠点
- フリービット海外拠点
- 将来的な展開候補先エリア



中国拠点
(上海 Shanghai)

今期、営業体制を本格的に拡充し、年内の黒字化を目指す。

東南アジア拠点
(予定)

展開する国・設立時期については、市場の潜在成長性と社会情勢等を勘案し、検討。同時に、現地企業との業務・資本提携による展開を模索。

今期(FY2015)の業績予想

売上高の通期予想は、今期の10.6%増となる**125億円**。
 営業利益については、24.3%増の**7.5億円**となる見通し。

FY2015 通期予想

(百万円)

| | FY2014 (実績) 2013/5/1~ 2014/4/30 | FY2015 (計画) 2014/5/1~ 2015/4/30 | 増減率 |
|--------|--|--|--------|
| 売上高 | 11,305 | 12,500 | +10.6% |
| 営業利益 | 603 | 750 | +24.3% |
| 営業利益率 | 5.3% | 6.0% | |
| 経常利益 | 577 | 720 | +24.6% |
| 経常利益率 | 5.1% | 5.8% | |
| 当期純利益 | 359 | 520 | +44.8% |
| 当期純利益率 | 3.2% | 4.2% | |

今期配当した理由

FY2014

FY2014は、中期経営計画においても「投資による事業創設フェーズ」であったことから、将来の成長を見据えた「戦略的な投資」と「財務状態の改善」のため、内部留保を優先し無配を決定。

来期以降の配当方針

FY2015～

FY2015以降は、企業価値向上による株主利益の最大化を目指すとともに、さらなる業績の回復並びに財政状態の改善が進むことを見込んでいることから、業績動向、戦略的投資に必要な内部留保など総合的に判断しつつ、早期の復配につき検討。

“ ヒト の 心 理 ” と

“ 広 告 技 術 ” を 繋 ぐ 。

Full Speed Inc.



フルスピード社 会社概要

About Full Speed Group

- 会社名 株式会社フルスピード | Full Speed Inc.
- 事業内容 アドテクノロジーの開発及びインターネットマーケティング事業
- 設立 2001年1月4日
- 資本金 7.9億円
- 上場日 2008年8月2日（東証マザーズ上場）
- 年商 113億円（※2014年4月期 連結売上実績ベース）

会社業績

売上高



営業利益



拠点一覧



従業員情報



社員数 **227** 人

男性 **168** 人 女性 **59** 人

平均年齢 **29.2** 歳 ^{※1}

平均給与 **485.9** 万円 ^{※2}

※データ: 東洋経済新報社「四季報」(2013年3集)より引用

※データ: FY2013実績

| | |
|----------|---|
| 2001年1月 | Webサイトの企画・制作・運営を目的として、京都府城陽市に有限会社エクシスを設立 |
| 2002年6月 | 成功報酬型SEOサービスの販売を開始 |
| 2004年10月 | Google, Inc.と販売代理店契約締結 |
| 2006年2月 | ヤフー株式会社(旧:オーバーチュア株式会社)と代理店契約締結 |
| 2007年8月 | 東京証券取引所マザーズ市場に株式上場 |
| 2008年7月 | インターネットマーケティング事業の強化を目的として、株式会社ファンサイドを子会社化 |
| 2010年1月 | 顧客企業に対する総合的な支援を目的とし、企業を対象とした有料会員制サービス「フルスピードクラブ」を開始 |
| 2010年4月 | アフィリエイト広告事業(「アフィリエイトB」)を分社化し、株式会社フォーイットを設立 |
| 2010年6月 | フリービット株式会社(当社の筆頭株主)との間で、資本業務提携契約を締結 |
| 2012年5月 | 親会社フリービットが所在する同一ビル内に本社を移転(渋谷区) |
| 2012年5月 | 広告運用統合プラットフォーム「AdMatrix(アドマトリックス)シリーズ」を開発 |



代表取締役社長 田中 伸明 Nobuaki Tanaka

2011年05月 株式会社フルスピード 代表取締役社長(現任)

1991年より、個人事業主としてコンピューター系雑誌他の企画や編集などに携わる。
1995年、リセットを設立し、同社の代表取締役に就任。株式会社DTI設立に参画し、取締役就任後は管理部門および事業推進部門を統括。
2000年、フリービット株式会社を設立し、代表取締役副社長兼最高業務責任者に就任。
2010年9月、株式会社フルスピードの取締役会長としてマネジメントに参画。
2011年5月より、株式会社フルスピードの代表取締役に就任。現在、フリービット株式会社の取締役副社長・最高財務責任者を兼任。



取締役副社長 泉 健太 Kenta Izumi

2011年10月 株式会社フルスピード 取締役副社長(現任)
2012年05月 株式会社フルスピード メディア戦略本部 本部長(現任)

2003年4月より、大和証券SMBC株式会社及び米Citigroup Inc.の投資銀行部門において資金調達及びM&Aアドバイザー業務に従事。
IT・メディア業界の責任者として、楽天、KDDI、NEC、フジテレビなどのM&A案件に関与。2010年9月より、株式会社フルスピードの取締役CFO (Chief Financial Officer)としてマネジメントに参画。2011年5月より、株式会社フルスピードのサービス部門統括責任者に就任し、SEO部部長を兼任。
2011年9月より現職の副社長に就任。子会社である株式会社ファンサイド、株式会社フォーイットの取締役を兼任。



取締役 友松 功一 Koichi Tomomatsu

2011年06月 当社業務統括本部本部長(現任)
2013年07月 株式会社フルスピード 取締役(現任)
2013年07月 株式会社フルスピード 取締役業務統括本部本部長(現任)

人材大手派遣会社、統轄部およびエリアマーケティングマネージャー等を経て、2008年、株式会社フルスピードへ入社。
2009年2月、フルスピードの統轄本部本部長、2010年11月、社長室室長など歴任。
2011年11月より業務統括本部本部長に就任し、現在に至る。2001年、名古屋大学経済学部卒業。

株式数・株主数

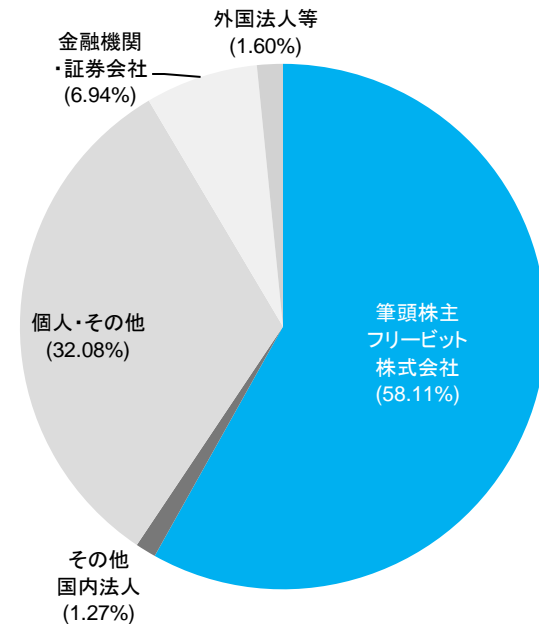
| | |
|------------|-------------|
| 発行可能株式総数 | 20,000,000株 |
| 発行済み株式数 | 15,266,000株 |
| 株主数(議決権あり) | 7,752名 |

上位株主(1位~10位)の状況

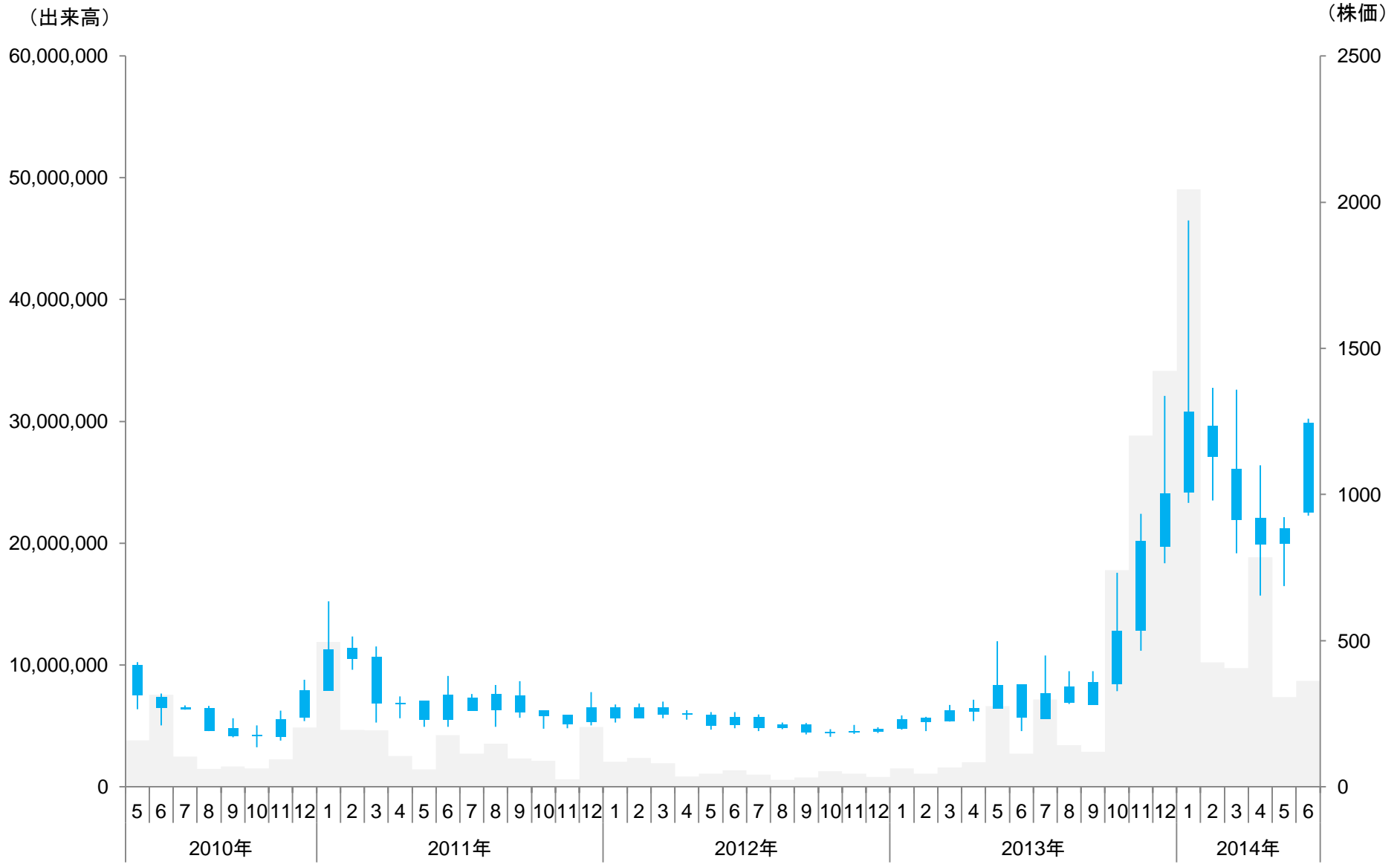
2014年4月30日現在

| 順位 | 株主氏名 | 所有株数 | |
|----|----------------------|-----------|--------|
| 1 | フリービット株式会社 | 8,870,400 | 58.11% |
| 2 | 日本証券金融株式会社 | 232,700 | 1.52% |
| 3 | 一般個人株主 | 194,000 | 1.27% |
| 4 | 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 | 184,300 | 1.20% |
| 5 | 株式会社SBI証券 | 147,800 | 0.96% |
| 6 | マネックス証券株式会社 | 142,400 | 0.93% |
| 7 | 松井証券株式会社 | 101,700 | 0.66% |
| 8 | ゴールドマンサックスインターナショナル | 69,800 | 0.45% |
| 9 | 一般個人株主 | 65,000 | 0.42% |
| 10 | 大和証券株式会社 | 61,200 | 0.40% |

所有者別株主構成



株価推移





中期経営計画サマリー

Mid-Term Strategy Summary

フルスピードグループの企業理念

フルスピードの企業理念

インターネットマーケティング業界において、優れたサービスの開発と高い顧客満足を提供する会社になることで、顧客、社員、株主、そして社会に貢献すること。

差別化戦略

独自のアドテク(アド・テクノロジー)による差別化を基本戦略とする

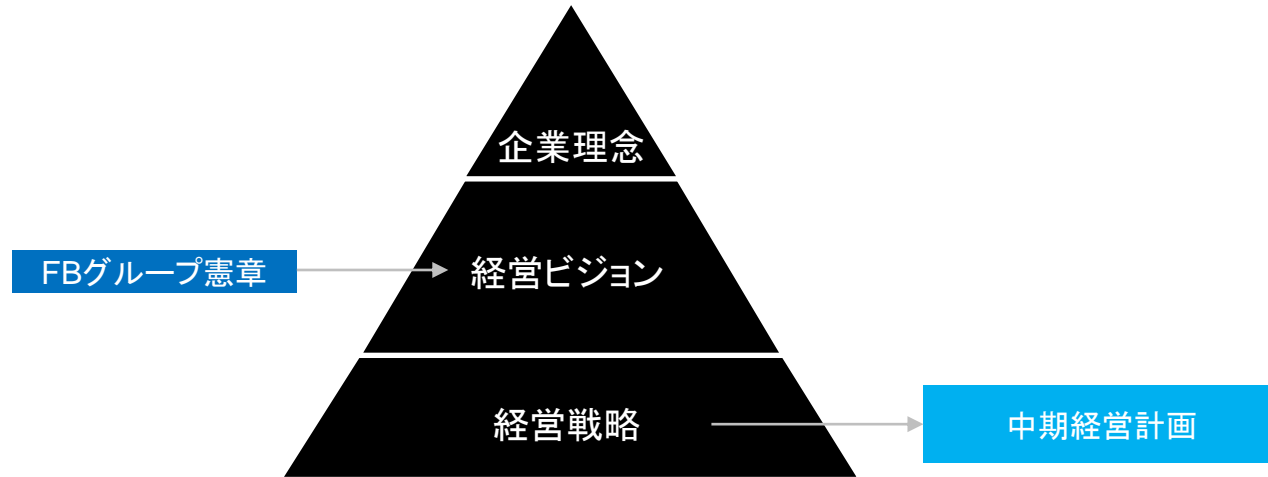
顧客至上主義

徹底した顧客満足度向上を追及し、高付加価値サービスを提供する

社会との調和

社会に対する貢献度が高く、高い志をもって取り組める事業を行う

フルスピードの理念体系



3つの理念体系

フルスピードグループの理念体系は、フルスピードが掲げる「企業理念」、フリービットグループの「FBグループ憲章」に基づく「経営ビジョン」、そしてその双方を実現していくための中期経営計画を含む「経営戦略」の三つのレイヤーによって構成されています。

フルスピードグループ 経営ビジョン

アド・テクノロジーインフラを基盤に、インターネットマーケティングを必要とするあらゆる国内外企業を総合的に支援する。

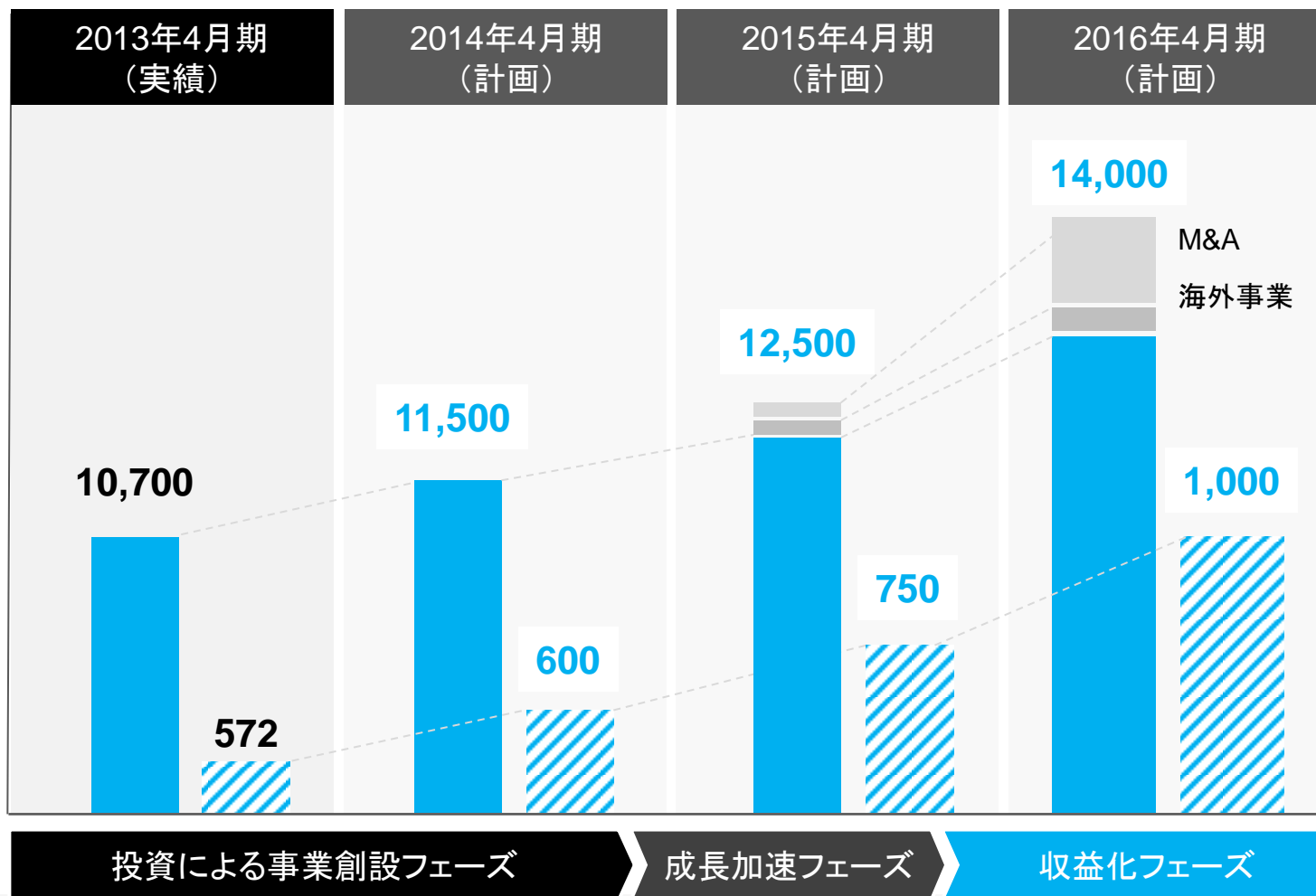
中期経営計画 FY2014 - 2016

クライアントそしてユーザーにとって、価値ある広告を創る企業となるために、独自のアド・テクノロジーを軸に今後3年間は自社の開発力をさらに強化し、高い利益体質の企業体に転換することを目指す。

| | 創造 Creation FY2014 | 成長 Growth FY2015 | 収益化 Monetization FY2016 |
|--------------------|---|---|---|
| 基本方針 | <ul style="list-style-type: none"> ・ディスプレイ広告及び広告効果測定(アトリビューション分析)の新サービスのリリース ・ソーシャル・メディア・マーケティングの独自の分析ツールの投入 ・東南アジアの事業展開の準備 | <ul style="list-style-type: none"> ・広告の運用体制、データ解析領域のさらなる強化 ・アド・テクノロジー領域における先端投資領域の特定、投資の実行 ・中国拠点の販売体制の確立 | <ul style="list-style-type: none"> ・投入した新規サービスの収益の回収フェーズ ・東南アジアへの投資の実行(事業投資 or JV or ベンチャー投資) |
| 経営目標 (数値ガイドライン) | 売上高年率成長率(CAGR): 5.8% → 6.0~8.0% | 営業利益率(EBITマージン): 5.3% → 6.0~7.0% | 新規事業領域への展開: 3つ 以上の新規事業領域を創設 |
| 海外展開/M&A | <ul style="list-style-type: none"> ・海外については、東南アジアへの展開準備を進め、各国ごとのGDPと広告市場の成長を鑑み、投資を実施する方針。 ・M&Aについては、最先端アド・テクノロジーへの戦略投資やスケールメリットを狙った同業他社買収は前向きに検討。 | | |

フルスピード三ヶ年計画

■ 連結・売上高(百万円)
 ▨ 連結・営業利益(百万円)



リブランディング・プロジェクトの進捗



戦略デザイン

- ・経営マネジメント層の一新
 - ・事業ポートフォリオの再構築
 - ・企業理念／経営戦略の見直し
 - ・戦略ビジネス領域の明確化

社内文化形成／採用ブランド

- ・人材獲得戦略の方針転換
 - ・人事評価体系／目標制度の大幅改定
 - ・家賃補助制度の導入／福利厚生制度の拡充
 - ・グローバル採用の本格化
 - ・若手社員のマネジメント抜擢

デザイン・クリエイティブ強化

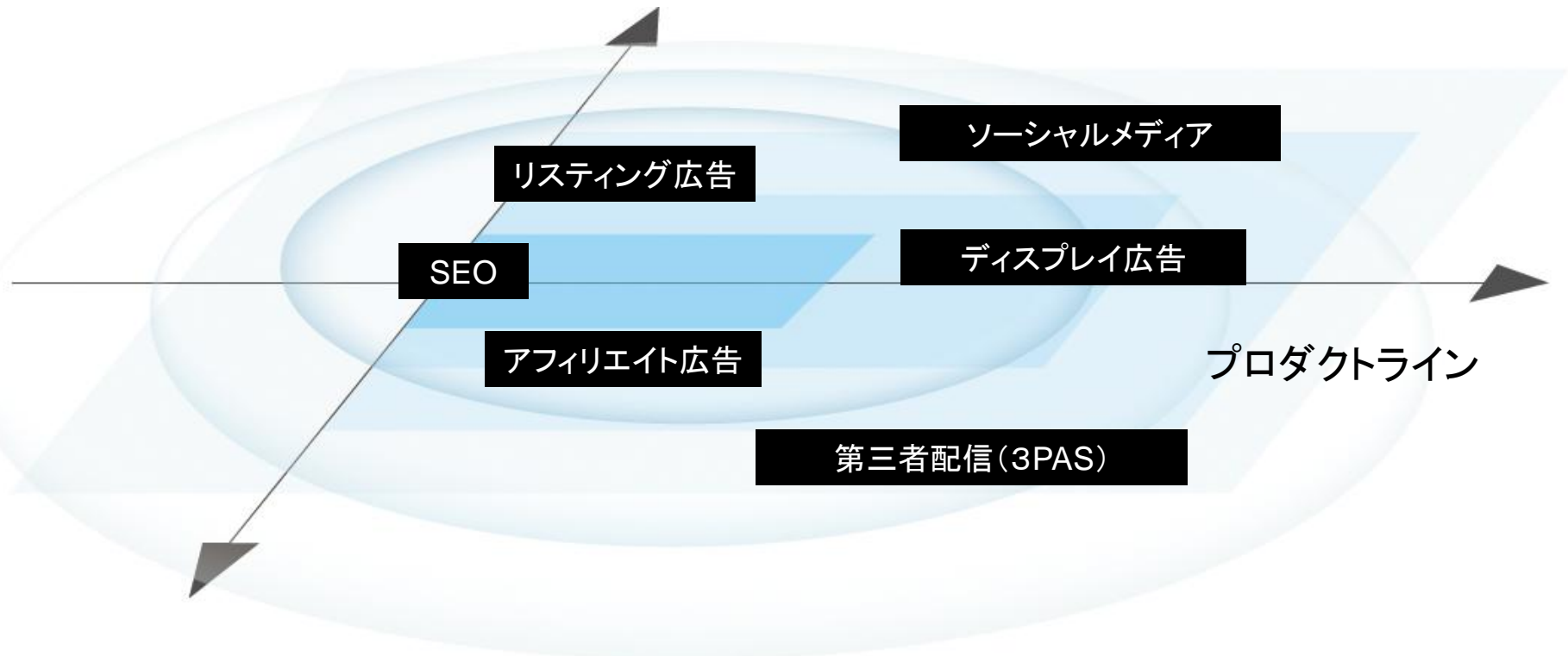
- ・ロゴのデザイン／名刺デザインの刷新
 - ・IR資料の大幅改善
 - ・オフィス空間デザインの一新
 - ・企業HPの刷新
 - ・プロダクトブランドの統一

フルスピードのプロダクト戦略

プロダクトとしては、既存のコア事業に加え、「ディスプレイ広告」「ソーシャル・メディア」「第三者配信(3PAS)」の領域を深耕する方針。

水平レイヤーへの展開

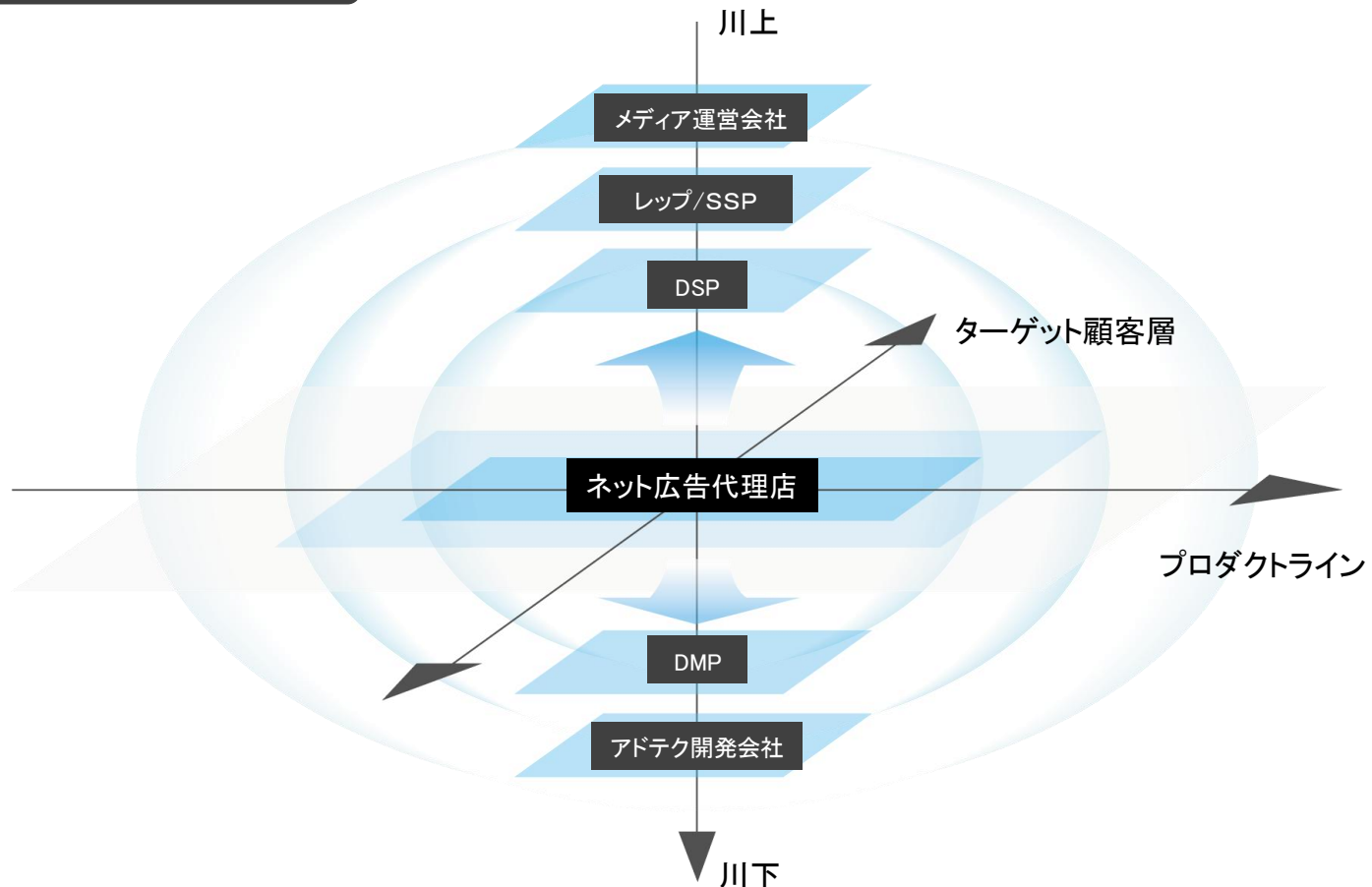
ターゲット顧客層



フルスピードのバーティカル戦略

ネット広告代理店を主たるドメインとし、川上（メディアサービス）や川下（テクノロジー開発）への領域拡大を図り、ここ数年で、垂直レイヤーへの展開を開始する。

垂直レイヤーへの展開



人材マネジメントにおけるコンセプト

尖り人材を増やす。

ただのスペシャリストは要らない。

伸びていくヒトに惜しみなく機会を与える。

採用コンセプト の考え方

単一のスキルセットに偏る人材は要らない。

少なくとも2つ以上の専門性の高いスキルセットを既に持っている人材を採用、あるいは将来持てるポテンシャル人材を採り、育成する。

“ ヒトの心理 ” と

“ 広告技術 ” を繋ぐ。

Full Speed Inc.