

売れるネット広告社

9235・100株

10月23日

東証グロース上場

徹底的に「売れる広告」にこだわる

D2C(ネット通販)会社の、ネット広告を支援し、社名の通り徹底的に「売れる広告」にこだわる。「仮説ベース」ではなく『事実ベース』で、いかにクライアントの広告の費用対効果を上げていくか、いかに売上を上げていくかに特化し、“確実性”のある広告を追求している。

同社の特徴は『事実ベース』の 広告を作っているという点。“確実性”のある広告を実現するために、同社では“1200回以上”の【A/Bテスト】を繰り返してきた。

同社ではその【A/Bテスト】結果を“最強の売れるノウハウ®”としてクラウドサービスに機能化している。クラウドサービス「売れるD2Cつくる」には広告の費用対効果を改善する様々な機能が搭載されている。「ランディングページ制作」「申込フォーム」「スマホとPCサーバー」「フォローメール配信/フォローLINE®配信/フォローSMS®配信」など、D2C(ネット通販)のネット広告に関する主要な機能をワンストップで提供する。



“最強の売れるノウハウ®”フロー

代表の加藤氏は『レスポンスの魔術師』との異名も

代表取締役社長CEOの加藤公一レオ氏は、1975年ブラジル生まれ、米ロサンゼルス育ち。西南学院大学経済学部卒業後、三菱商事に入社。その後、アサツーディ・ケイにて、一貫してネットビジネスを軸としたダイレクトマーケティングに従事し、担当した多くのクライアントのネット広告を成功させた経験を持つ。ネット広告のレスポンスをアップさせ、クライアント企業から『レスポンスの魔術師』との異名をとる。

売れるネット広告社

9235・100株

10月23日

東証グロース上場

「売れるD2Cつくる」を軸に事業を展開

同社事業は、D2C(ネット通販)向けデジタルマーケティング支援事業の単一セグメントであるが、主要なサービスは、「ネット広告／ランディングページ特化型クラウドサービス」及び「マーケティング支援サービス」に分類される。

23年7月期売上高の構成比は「ネット広告／ランディングページ特化型クラウドサービス」約49%、「マーケティング支援サービス」約51%。

★「ネット広告／ランディングページ特化型クラウドサービス」

「売れるD2Cつくる」を主力サービスとしつつ、「売れるD2Cつくる」を契約しているクライアントに対して「売れるネット広告こんさる」及び「売れるネット広告でざいん」の提供も行っている。

(1)売れるD2Cつくる

「ランディングページ制作」「申し込みフォーム」「フォローメール配信/フォローLINE®配信/フォローSMS®配信」まで、D2C(ネット通販)の広告に必要な機能をワンストップで提供しており、レスポンス獲得から引上施策までのフローを作成することができるクラウドサービスとなっている。

(2)売れるネット広告でざいん

1200回以上のA/Bテストの結果に基づきクリエイティブの制作を実施するサービスである。すべての「売れるD2Cつくる」新規契約クライアントには原則提供をしている。サービス内容としては、クライアント商材に合わせたレスポンスの高いランディングページ企画・ディレクション、コーディング作業、広告原稿のクリエイティブの制作を提供している。

(3)売れるネット広告こんさる

1200回以上のA/Bテストの結果に基づき専任のコンサルタントがコンサルティングを実施するサービスである。サービス内容としては、ネット広告活動全般の企画・ディレクション・相談、広告原稿の企画・ディレクション、LTV向上CRM・企画を行う有料のコンサルティングを提供している。

★「マーケティング支援サービス」

「売れるD2Cつくる」クライアントにのみ提供をしているサービスであり、クラウドサービスで制作されたランディングページに一般消費者を集客することを目的として、インターネット上に広告を配信するサービス。当サービスを「売れるD2Cつくる」クライアントのみに提供している。当サービスの最大の特徴は、成果報酬型で広告を出稿することが可能なサービス「最強の売れるメディアプラットフォーム」を提供していること。「最強の売れるメディアプラットフォーム」は、「売れるD2Cつくる」クライアントの希望成果単価により、同社と契約した349社(2023年7月末現在)の媒体社に広告配信し、一般消費者の集客が可能な成果報酬型のマーケティング支援サービス。

売れるネット広告社

9235・100株

10月23日

東証グロース上場

24年7月期経常利益は47%増を計画

22年7月期業績は大幅な減収減益(経常赤字)となっているが、主たる要因はこの年より「収益認識に関する会計基準」を適用したため。しかし実質的にも同期には値引きを廃止した影響でクライアント数が減少し、また既存大口取引先1社の取引金額が減少したことで売上高は減収となっていた。一方費用は、採用の強化、人材の育成や組織の仕組化を強固にすることを目的とした研修実施、福岡・東京オフィスともに大規模な移転及び拡張を行なったため、大幅に増加し、収支が悪化していた。

23年7月期業績は、売上高は前期比13.7%増の959百万円、経常利益は166百万円となり22年7月期の-67百万円から大幅に改善した。「売れるD2Cつくる」クライアント数は23年4月末時点で158社と2022年7月末150社から8社増加し増収をけん引した。前期と比較し先行投資負担が減少したことで収益性は改善した。

24年7月期業績は、売上高は前期比9.5%増の1,051百万円、経常利益は同47.1%増の245百万円を計画している。「売れるD2Cつくる」新規クライアントの獲得が順調に推移することが見込まれる一方、解約率も35%程度(23年7月期46.6%)は予想されるため、売上高およびクライアント数の増加は10%前後が見込まれる。経常利益率は、前期の17.4%から23.3%に上昇することが予想されている。23年7月期は「D2Cの会」フォーラムという有料の大規模セミナーを年2回開催したが、24年7月期は年1回とし費用の減少が見込まれているため。

決算期	売上高	業績推移 (百万円・%)				純損益	伸び率
		伸び率	経常損益	伸び率	経常損益		
2020/7	2,769	46.6%	205	28.4%	136	31.3%	
2021/7	2,400	-13.3%	194	-5.5%	134	-1.6%	
2022/7	843	-64.9%	▲67	-	▲52	-	
2023/7	959	13.7%	166	-	113	-	
2024/7 予	1,051	9.5%	245	47.1%	152	34.1%	
2022/4 3Q	699	-	122	-	82	-	
予想EPS/配当	単独：44.06円/0.00円						
※予想EPSは上場時発行済株式数で試算							
※2022/7期より「収益認識に関する会計基準」等を適用							

免責事項(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。

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・表示したものです。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、理由のいかなるを問わず、いかなる責任も負いません。

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、配布等することは強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 東京都港区南青山五丁目13番3号

株式会社フィスコ

電話:03-5774-2443(情報配信部) メールアドレス: support@fisco.co.jp