

FULLSPEED
international

Corporate Presentation

2010.3.25

株式会社フルスピード

個人投資家向け会社説明会資料

■ I - About Fullspeed フルスPEEDについて		■ Appendix① 参考データ	
01. フルスPEEDについて	3	・社員数の推移	21
02. 企業理念と今期のビジョン	4	・株主保有状況 2010年1月31日現在	22
03. ビジョン①: Webにとどまらないあらゆる角度からの支援	5	■ Appendix② 用語集	
04. ビジョン②: あらゆるニーズに対応	6	・SEO (検索エンジン最適化)	24
05. 事業方針転換の理由	7	・リスティング広告 (検索連動型広告)	25
06. フルスPEEDの強み	8	・アフィリエイト広告	26
■ II - Main Business 「フルスピードクラブ」について		・EC (電子商取引)	27
07. 「フルスピードクラブ」について	10	・アスクール (askul)	28
08. フルスPEEDクラブ概要図	11	■ Appendix③ 2010年7月期第2四半期業績について	
09. 有料会員制事業「フルスピードクラブ」の進捗	12	・直近決算: 2010年7月期2Q累計連結業績サマリー	30
■ III - Results & Forecast 直近決算と今期の業績計画について		・直近決算概要①- 対前年同期比	31
10. 当社の考える方向性と現在の取り組み	14	・直近決算概要②- 事業セグメント別売上高の推移	32
11. 2010年7月期2Q累計実績・通期業績計画 (連結)	15	・直近決算概要③- 事業セグメント別収益構成	33
12. 経営体質改善と収益力強化に向けた施策	16	・直近決算概要④- 貸借対照表の概況	34
■ IV - Shareholder return policy 株主還元について		・主力サービス①- SEO・リスティング広告	35
13. 2010年7月期配当予想	18	・主力サービス②- アフィリエイト広告	36
14. 株主優待制度の新設	19	・主力サービス③- EC (法人向け/消費者向け)	37

I . About Fullspeed

フルスピードについて

フルスピードは、SEOやインターネット広告で成長してきた会社
現在は、さらに事業を発展させ、法人のあらゆるニーズに応えられる体制に

- もともと、**創業時は家庭教師紹介**がメイン
- その後、インターネットの可能性に注目し、**Web制作やメディア運営**に事業を転換
⇒ 情報特化型インターネットメディア運営で一定の評価を得る
- さらにその後、**SEOやインターネット広告**にも事業領域を広げて業績を伸ばす
⇒ SEOのリーディングカンパニー、インターネット広告の草分けへ
- 現在は、「フルスピードクラブ」という画期的な新サービスを核に、**インターネットのみならず、
総務、人事に至るまであらゆる角度からのサービスを提供できる会社**に、発展的に転換中

*創業時から一貫して、特にWebにこだわっているわけではなく、顧客や社会への貢献度、収益性を重視して事業を広げてきた

顧客企業を「あらゆる角度から支援」することを明言
Web戦略の支援を中心とした法人向け総合サービス企業へ

フルスピードグループ憲章

命に対する感謝と責任の気持ち、社会に対する感謝と責任の気持ちを忘れずに、
ひとりひとりの幸せ、社会の維持・発展に貢献することを目的とした企業活動を営むこと

フルスピード企業理念

顧客企業をあらゆる角度から支援し、それを通じて、社会の維持・発展に貢献すること
社員ひとりひとりの成長と、社員ひとりひとりの幸せを重視すること
会社の規模の拡大とサービスの質の向上に、スピードをもって取り組むこと

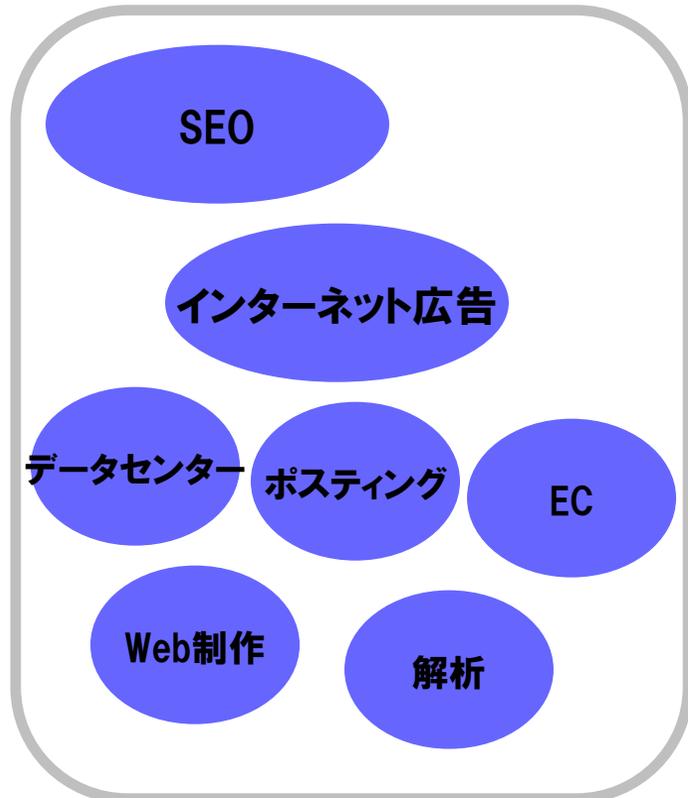
今期ビジョン

インターネット広告企業から、

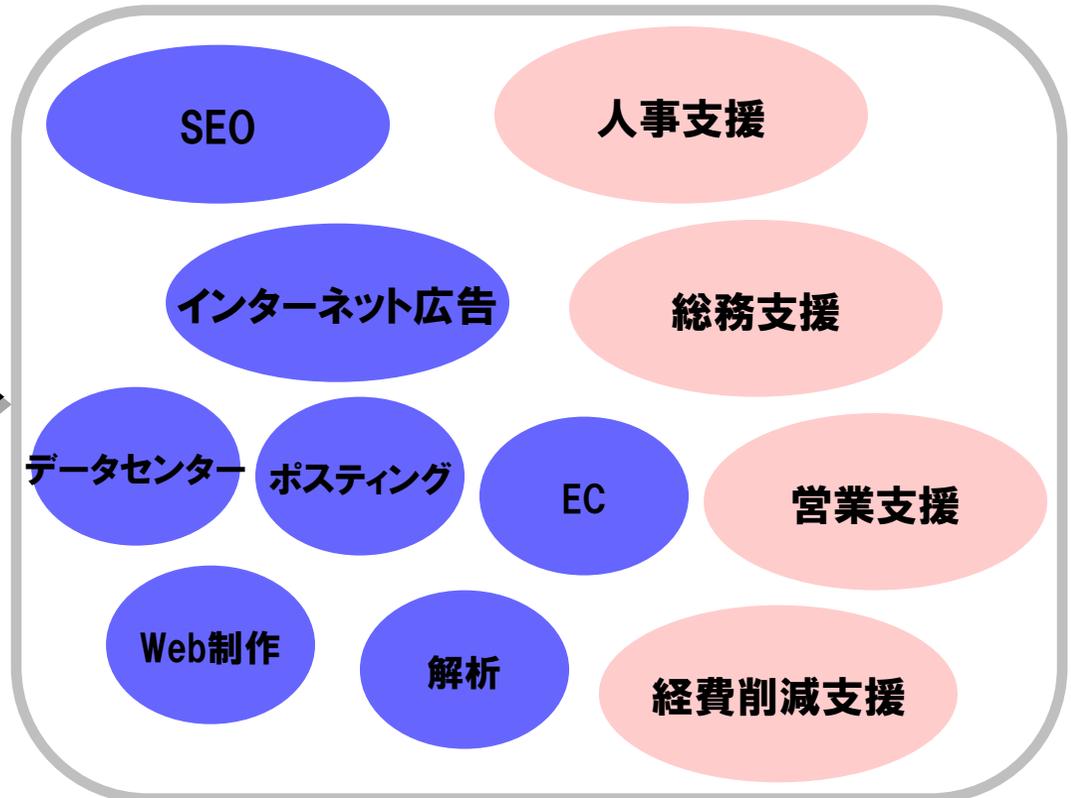
Web戦略の支援を中心とした、法人向け総合サービス企業への「転換」をはかる

SEO、インターネット広告を中心としたWeb戦略支援の会社から、
Webの領域にとどまらない法人向け総合サービス企業へ

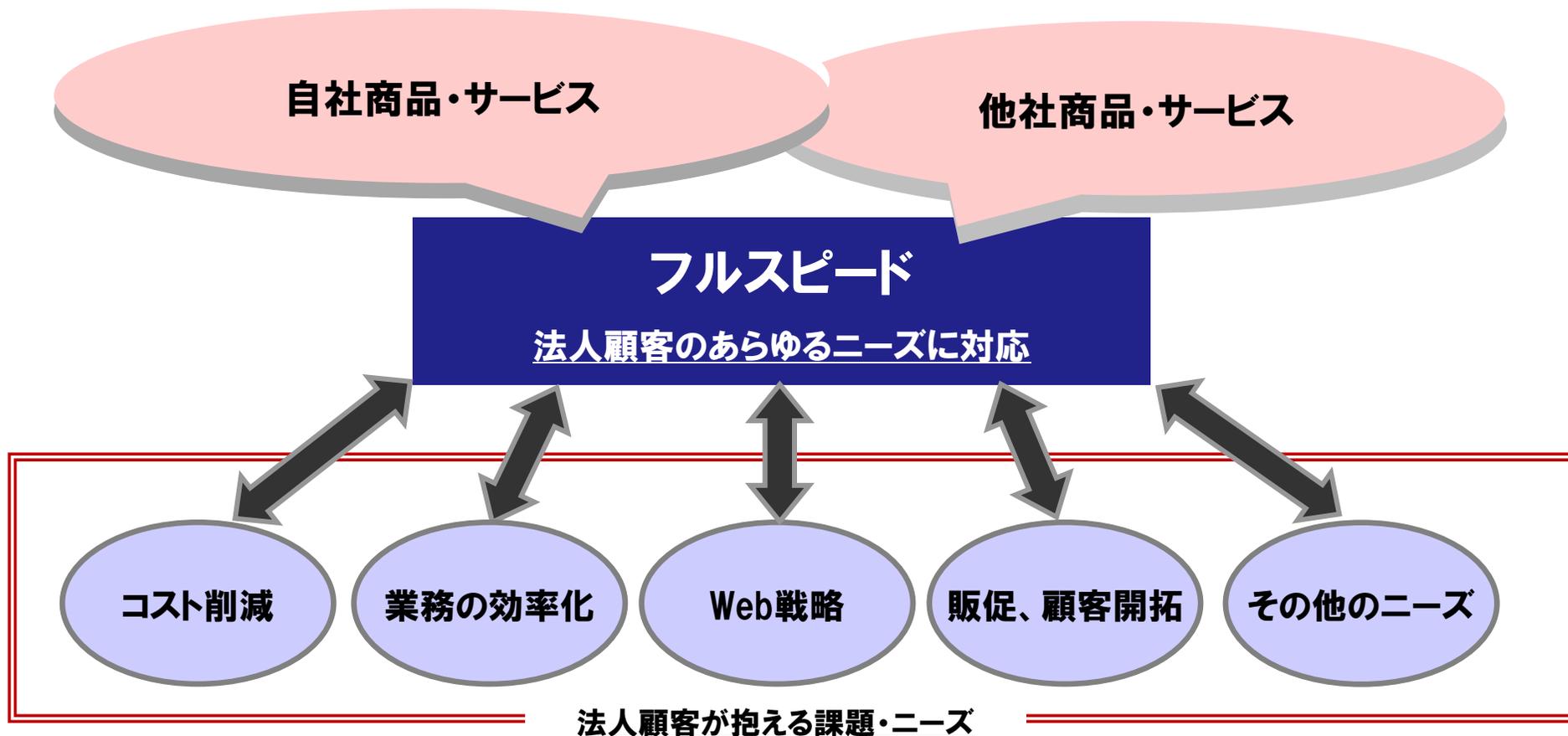
● 今までのフルスピード
(Web戦略の支援が中心)



● これからのフルスピード
(Web以外に、人事、総務、営業等まで支援)



Web戦略支援(SEO、インターネット広告等)を中心とした自社サービスに加え、
他社の商品・サービスをも活用し、顧客企業のあらゆるニーズに対応できる会社へ



顧客企業へのより多角的な支援と当社の安定的な成長のために、 新たに掲げた事業方針に転換

■ Webの力の限界 - より多角的に顧客企業を支援できる体制をつくる必要性

→ Web戦略の支援だけでは、顧客企業に対して満足いくサービスが提供できない

- ・企業によっては実質的にWebの重要性が低く、Webの押し売りよりも他の提案のほうがよいケースがある
- ・これまで、**営業活動中、Web以外のニーズに多数遭遇してきた**
- ・経費削減の提案をし、浮いた経費でネット広告を出稿というような**好循環を生む相乗効果も期待できる**

■ 今後の安定的な成長のため

→ SEOやインターネット広告の業界は**過当競争や価格破壊で非常に厳しい状況にある**

- ・市場は伸びているものの、新規参入などにより**市場の伸び以上に競争が激しくなっている**
- ・現状は、**質の競争ではなく料金の競争がメイン**
 - 利益の中心である**SEOの料金は年々下がっている、相対的に高い、過去に契約した当社サービスの解約も多い**
 - **リスティング広告の値引き競争はさらに熾烈を極めている**
- ・価格競争に巻き込まれるわけにはいかず、かといって既存事業の質の差別化だけでは成長に限界も
- ・幅広いクロスセルにより、Web以外の分野を含めて**1顧客あたりの売上高を伸ばす戦略が有効**

これまでの成長過程で築き上げてきたフルスピードの強みは、
まさに、これからの事業展開に合致する

① 営業力

- 100名弱の営業社員、仕組み化された営業手法、昨年の不況から短期でV字回復させた力
- 約2,000社のアクティブ顧客ネットワーク

② Webマーケティング力

- 国内トップクラスのSEO、SEMをはじめとする高度なWebマーケティングノウハウ
- Web制作からプロモーションまでワンストップで提供可能な体制

③ 企画力

- 他の広告代理店等とは違った特殊な提案を得意とする
- 国内初の成功報酬型SEO、新しい仕組みのアフィリエイト(「アフィリエイトB」)などの開発実績

④ 幅広い取り扱い商品・サービス

- 他社に類を見ない、業界をまたいだ幅広い法人向け商品・サービスのラインナップ
- 法人向けECで開拓した数多くの法人向け商材の仕入れルート

⑤ スピード

- 企画から実行までのスピード

II . Main Business

「フルスピードクラブ」について

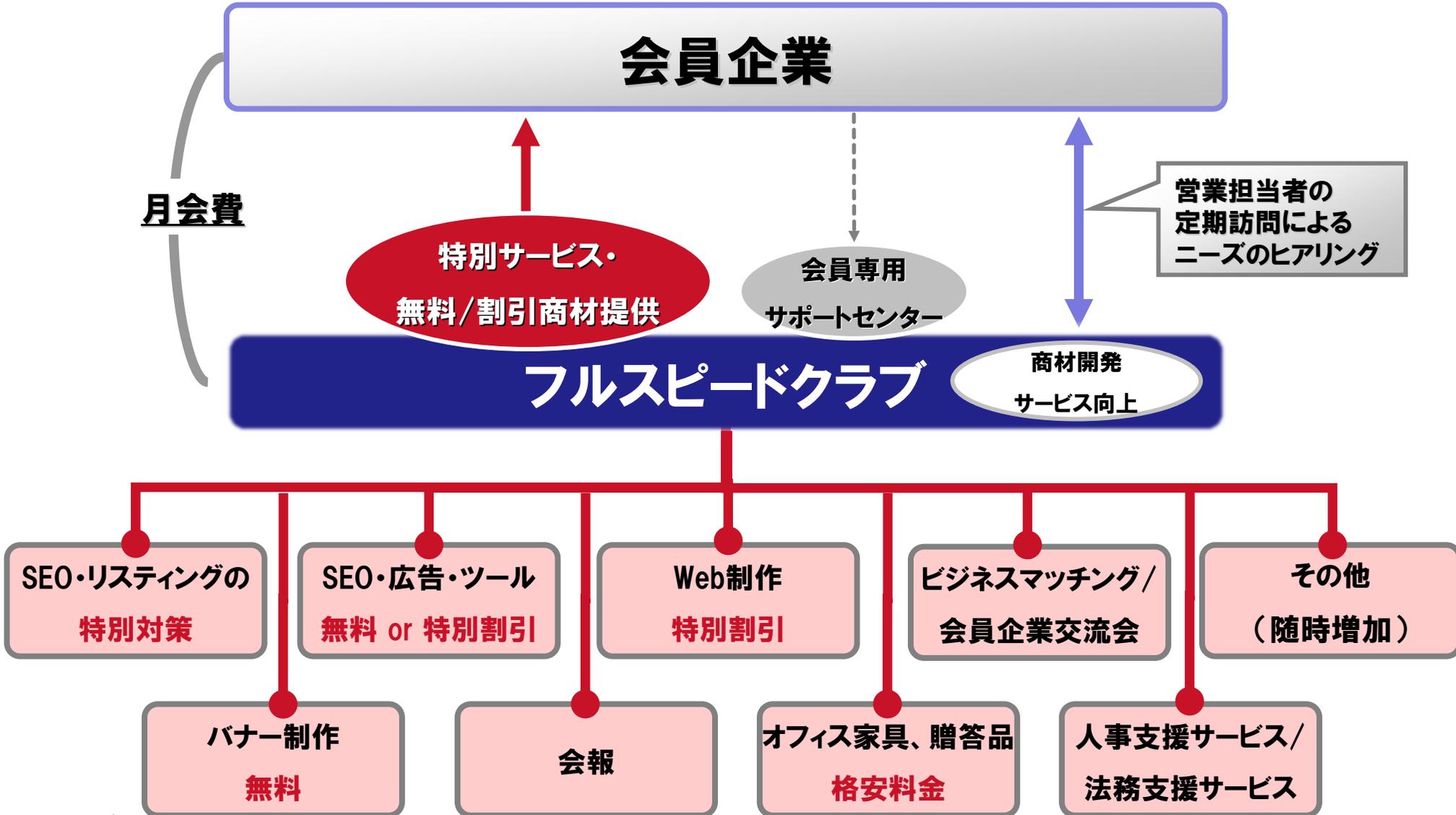
月会費制の有料会員制サービス。クオリティ、コスト両面で多くのメリットがある 有料会員制サービスだからこそ、フルスピードクラブが活性化すると見込む

■フルスピードクラブの概要

- 法人向け有料会員制サービス。月会費制。
- 会費以上のメリット - 会員には以下のようなメリットがある。
 - 多数の会員限定サービスを利用可能(交流会、ビジネスマッチング、SEM特別対策など)
 - SEO、リスティング、アフィリエイトなどの既存の当社サービスを特別条件(内容、価格)で受けられる
 - オフィス家具やダンボール、胡蝶蘭など当社の扱う商品を格安で購入することができる
 - 他社の商品・サービスも当社の大量仕入れにより、割安で利用可能
 - 当社の営業が最低月1回訪問、別途サポートセンターの利用も可能
- 顧客企業のニーズや当社の収益に応じて、サービス内容は常に進化し続ける

■有料会員制サービスならではの特徴

- 顧客企業は、会費を支払っているため、積極的に当社のサービスを利用する動機となる
- 当社は、会費以上のメリットを感じてもらう必要があるため、必然的に、顧客第一で質の高いサービスを提供することになる
- 当社にとって会費は、単独のサービスに左右されない安定した収入源となる

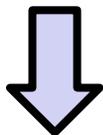


「フルスピードクラブ」の進捗状況

■ 「フルスピードクラブ」の受注状況

1月21日現在
(事業戦略説明会開催時点)

80件



2Q末(1月31日)現在

約250件

■ 会員企業の動向

- ・ 幅広い業種や規模の顧客企業から受注
→ これまで取引がなかった大手企業からも受注

■ 営業強化に向けて

- ・ 営業スタイルの転換
→ 単一サービスの売り込みではなく、顧客ニーズのヒアリング結果に基づいた提案型の営業へ
- ・ 継続的な営業人員の教育
→ 顧客の立場を理解して提案できる人材の育成

会員獲得の営業活動を開始して以来、順調に受注件数は増加
顧客企業に対し「フルスピードクラブ」のメリットを、さらにわかりやすく訴求できる営業人材を
育成することで、これまで以上に営業力を強化

III. Results & Forecast

直近決算と今期の業績計画について

- 当社の考える方向性と現在の取り組み -

■ インターネット広告企業から法人向け総合サービス企業への発展

- ・新たな戦略をより良い形で進めるために、企業を対象とした有料会員制事業「フルスピードクラブ」を開始
→ 今後の中核事業として位置づけ

■ 株主還元の更なる充実とステークホルダーとの関係強化

- ・利益配分の方針を変更し、配当性向の引き上げを決議
「半期ごとの連結当期純利益に対する配当性向を20%程度から30%程度に変更」
- ・2010年1月より、フルスピード役員持株会による株式買付がスタート
- ・2010年3月より、フルスピード取引先持株会が発足

■ 中長期的な成長を実現するため、フルスピードグループとして様々な取り組みを実行

- ・将来的には、法人向け事業と一般消費者向け事業の2大事業により発展をめざす考え
- ・現在行っている提携や投資などは、その基盤づくりの一環として実行

2010年7月期連結業績（実績・計画）

	2Q累計期間		通期				
	2010/7		2009/7	2010/7			
	実績	前年同期比	実績	期初計画	前年同期比	修正計画	前年同期比
(単位:百万円)							
売上高	6,260	-2.5%	13,249	15,912	+20.1%	15,219	+14.9%
営業利益	247	+10.4%	642	961	+49.6%	1,003	+56.2%
営業利益率	4.0%	-	4.9%	6.0%	-	6.6%	-
経常利益	237	+9.0%	613	921	+50.4%	976	+59.3%
経常利益率	3.8%	-	4.6%	5.8%	-	6.4%	-
当期純利益	-505	-	105	411	+290.9%	90	-13.7%
当期純利益率	-	-	0.8%	2.6%	-	0.6%	-
1株あたり当期純利益(円)	-3,539.64	-	743.20	-	-	636.71	-

■ 第2四半期決算の概況

- 売上は前年第2四半期より若干減少したものの、引き続きコスト管理に努めた結果、販管費は減少し、**営業利益/経常利益は前年同期比、予想値ともに上回る結果に**
- 第2四半期における特別損失の計上が主な要因となり、予想値と差異が発生

■ 2010年7月期通期業績予想は、第2四半期までの実績値に、期初に策定した下期の業績計画値を加算する形で修正

- さらなるコスト削減を実施する方針（P16で詳細を解説）

施策を推進する目的

- ・来期以降の収益力をさらに強化するために、**経営体質の改善を目的とした大規模な経費削減施策を実施**

取り組みの具体的な内容

■ 不採算事業の縮小

- ・EC事業の一部撤退により、赤字幅を縮小

■ グループ全体における経費の見直し

- ・本社オフィス(渋谷マークシティ)の移転を行うことで、大幅に家賃を削減
 - 分社化などの組織再編や人員計画、周辺家賃相場などをふまえ再考
- ・決裁権限の変更などにより、これまで以上に撤退したコスト管理を実施

施策を実行することにより、来期以降は年間数億円規模の経費を削減する見込み
2010年7月期通期業績予想については、現段階での修正はなし
来期以降の業績への影響は、今後予定している中期経営計画により公表

IV. Shareholder return policy

株主還元について

利益配分の方針

- 株主の皆様に対し、より充実した利益配分を行うため、利益配分の基本方針の変更を2010年2月に発表
半期ごとの連結当期純利益に対する配当性向

20%程度 ⇒ 30%程度

- 2010年7月期の期末配当より適用

2010年7月期配当予想の修正

		2009/7	2010/7		
		実績	予想(期初公表時)	予想(修正後)	増減
1株あたりの配当額 (円)	第2四半期末	0	100	100	-
	期末	300	500	700	+200
	年間合計	300	600	800	+200
1株当たり当期純利益(円)		743.20	2,884.92	636.71	
配当性向(年間)		40.7%	20.8%	125.6%	-

- 2010年7月期末の配当予想につきましては、**新たな方針に基づき、期初に策定した下期のみの業績計画をもとに勘案し、増額修正いたしました。**なお、2010年7月期2Q末の配当につきましては、**期初公表のとおり変更はありません。**

株主優待制度新設の目的

- ・株主の皆様へ、日頃の感謝の気持ちと、当社の注力事業「フルスピードクラブ」に対して理解を深めていただきたいとの想いを込めて、「フルスピードクラブ」会員企業の商品やサービスをお得な条件でご提供するという株主優待制度を新設
- ・当社が推進する事業「フルスピードクラブ」の成長と株主の皆様のメリットが比例するという画期的な優待制度として考案
(会員数が増加すれば、ご提供できるアイテム数が増加する)
- ・「フルスピードクラブ」会員企業にとっても、商品・サービスの認知度向上と販売チャネル拡大というメリットがある仕組み

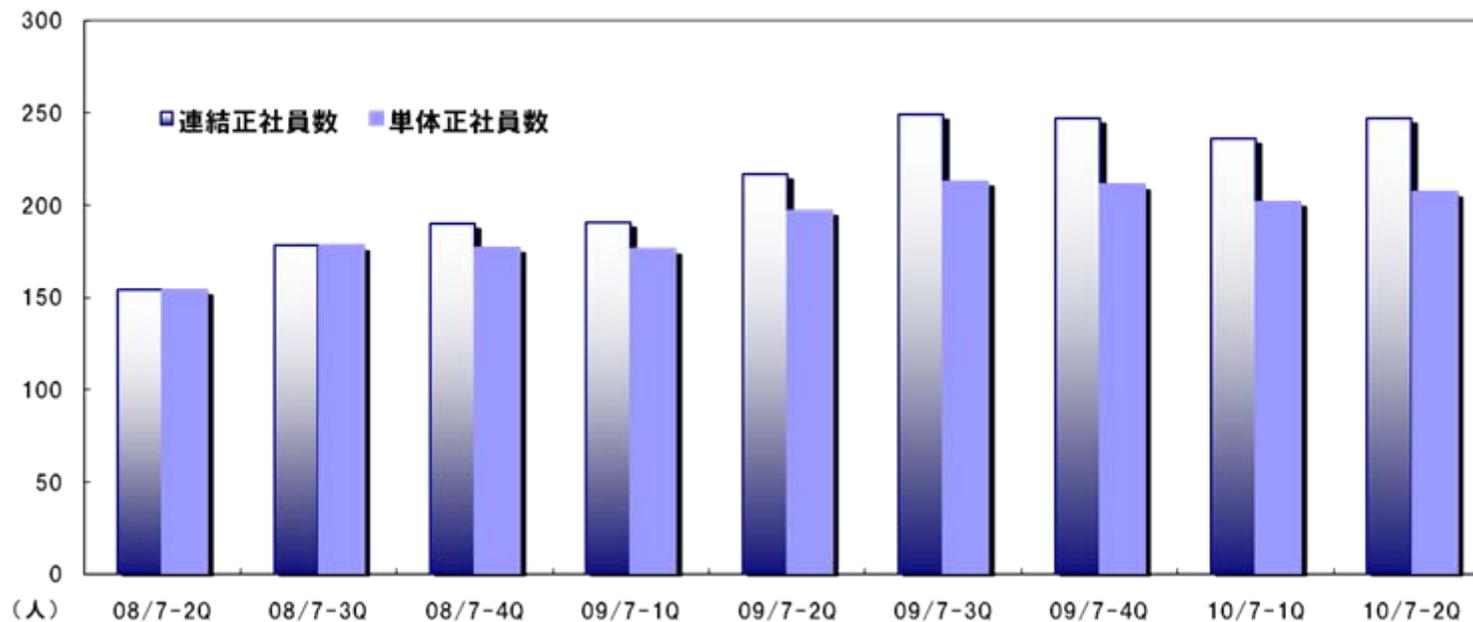
フルスピード株主優待制度の概要

- 「フルスピードクラブ」会員企業が取り扱う、消費者向けの商品・サービスを無料もしくは株主様限定特別価格にてご提供
商品・サービスを掲載したカタログを株主様宛てに発送
- 優待の実施回数は、毎年1月末・毎年7月末を基準日として年2回実施
- 2010年7月期の期末時点(2010年7月末日現在の株主名簿に記載)の株主様を対象に開始
カタログの発送は2010年10月末頃を予定

Appendix ①

参考データ

社員数（連結・単体）の推移



■ 連結正社員数

08/7-2Q	08/7-3Q	08/7-4Q	09/7-1Q	09/7-2Q	09/7-3Q	09/7-4Q	10/7-1Q	10/7-2Q
154	178	190	191	217	249	247	236	247

■ 単体正社員数

08/7-2Q	08/7-3Q	08/7-4Q	09/7-1Q	09/7-2Q	09/7-3Q	09/7-4Q	10/7-1Q	10/7-2Q
154	178	177	176	197	213	211	202	207

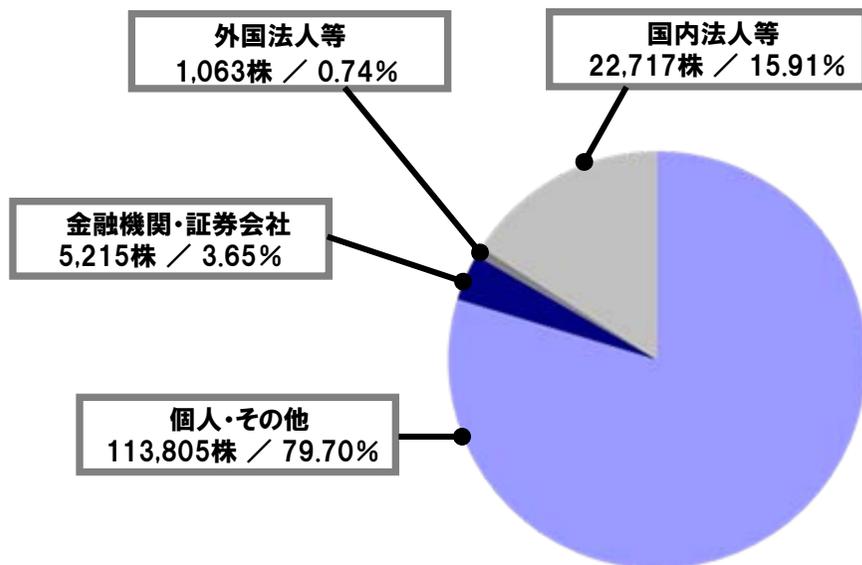
発行済株式の総数

142,800株

株主数

6,044名

■所有者別の状況



■大株主の状況

株主名	当社への出資状況	
	持株数(株)	持株比率(%)
芳賀麻奈穂(当社代表取締役)	70,140	49.12%
株式会社ジェイサイト	8,500	5.95%
株式会社シャンティ	7,000	4.90%
坂本剛(当社取締役)	2,000	1.40%
株式会社アドバンスクリエイト	1,750	1.23%
コムチュア株式会社	1,710	1.20%
ブルービット株式会社	1,500	1.05%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,214	0.85%
一般個人株主	1,050	0.74%
日本証券金融株式会社	666	0.47%

Appendix ②

用語集

SEO(Search Engine Optimization - 検索エンジン最適化)とは？

狭義には、Yahoo!やGoogle等の検索エンジンの検索結果ページにおいて、対象となるWebサイトの評価を高め、上位に表示させるための技術

広義には、検索エンジンの検索結果に対する最適化作業(表示されるタイトルや説明文の調整、リンク構造など)全般を指す

近年、主要なWebマーケティング手法のひとつとして注目されている

フルスピードはSEO業界のリーディングカンパニー

SEOとは、検索結果のページの表示順位を上げるために行う対策



リスティング広告（検索連動型広告）とは？

Yahoo!やGoogle等の検索エンジンの検索結果に表示されるテキスト広告

検索キーワードによって表示される広告が変わる。
クリックされるごとに広告費がかかる、いわゆる**クリック課金型**広告

また、**表示される順位は主にワンクリックあたりの単価の入札による**

フルスピードは、業界で主要なリスティング広告代理店（Yahoo!やGoogleと契約）

クリック課金型の広告



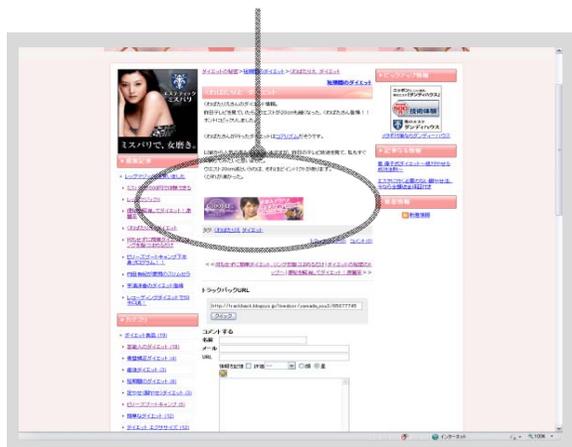
アフィリエイト広告とは？

ユーザー(閲覧者)がその広告を経由して当該企業のサイトで会員登録したり商品を購入したりすると、広告を張っているWebサイトの運営者に広告費として報酬が支払われるという**成果報酬型の広告手法**

Webサイトの運営者が比較的簡単にお金を稼げるため、個人でWebサイトを運営している方に人気。
また、広告を出稿する企業にとっては、会員登録や商品購入などの成果が発生しない場合は広告費がかからないため、近年の不況の中でも好調な広告

フルスピードは、業界の主要なプレイヤー

ユーザー(閲覧者)が、ブログなどに張り付けてある広告をクリック



リンク先のサイトで会員登録(もしくは商品購入)



報酬(広告費)
が発生

ECとは？

エレクトロニック・コマース
(Electronic Commerce)の略で、「電子商取引」と訳される

一般的には、インターネット上でのオンライン通販を指す
手軽で24時間ショッピングができることなどから、
今後も大幅な拡大が見込まれる業界

**フルスピードは、
法人向けECサイトと消費者向けECサイトを運営**



アスクル(askul)とは？

東証一部上場企業のアスクル株式会社が運営する、オフィス用品を中心とした通信販売サービス FAXやインターネットで簡単に注文でき、翌日配達されるため、その便利さから、多くの企業が利用。

フルスピードは、アスクルのエージェント(代理店)として、取引先企業にアスクルの会員登録を推進

約43,000アイテムが揃っている！



Appendix ③

2010年7月期第2四半期業績について

2010年7月期2Q累計 収益の概況 (2010年3月12日発表)

- 売上高
 - 積極的な営業活動に努めたものの、**前年同期比2.5%減**
- 営業利益
 - コスト管理に努めたことにより、**販売費および一般管理費は前年同期比1.3%減**。その結果、**営業利益は前年同期比10.4%増**
- 四半期純利益
 - 2Qにおいて、投資有価証券評価損 513百万円を特別損失として計上
 - 特別損失計上の影響を受け、**四半期純損失505百万円を計上**

業績予想の修正

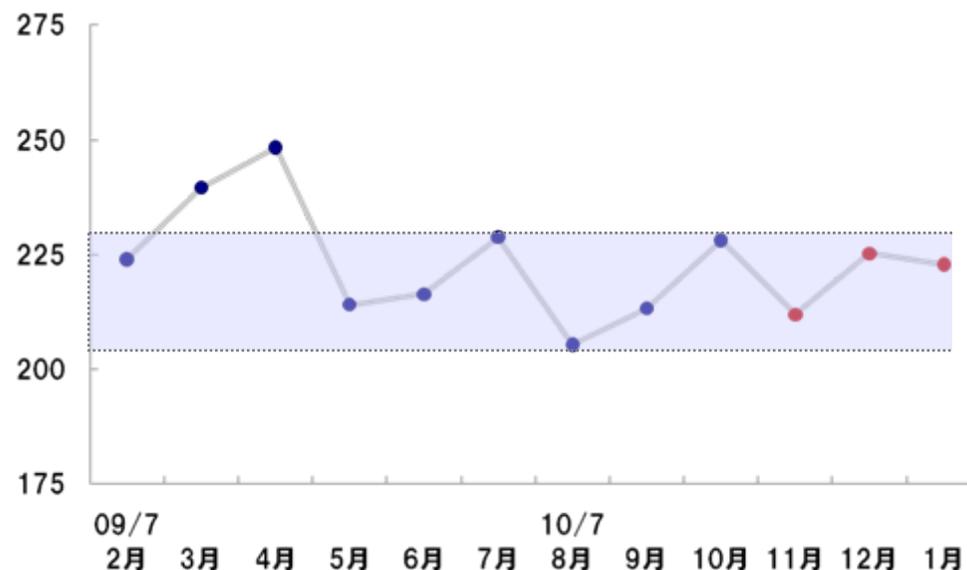
- 期初に策定した2Q累計期間の業績予想と差異が発生
 - 売上高は、「フルスピードクラブ」の営業活動を優先したことなどにより期初の計画を下回る結果に
 - 営業利益/経常利益は、一部事業の好調やグループ全体でのコスト管理が奏功し、それぞれ計画を上回る結果に
 - 2Qにおいて、投資先である一部の未公開企業の株式につき投資有価証券を保守的に評価した結果、評価損513百万円を特別損失として計上したことにより四半期純損失を計上
- 2Qの特別損失計上の影響により、通期業績予想を同時に修正
 - 期初策定した下期計画を変更せず（上期実績を反映し想定税額等を再計算したため、下期の当期純利益の計画値のみ変更）
 - 上期実績値に、期初の下期計画を加算し、2010年7月期通期業績予想を修正

直近決算概要① - 対前年同期比

	2009/7 2Q累計	2010/7 2Q累計	前年同期比
売上高	6,424	6,260	-2.5%
売上総利益	1,530	1,537	+0.4%
売上総利益率	23.8%	24.6%	
販管費	1,307	1,290	-1.3%
販管費率	20.3%	20.6%	
営業利益	223	247	+10.4%
営業利益率	3.5%	3.9%	
経常利益	218	237	+9.0%
経常利益率	3.4%	3.8%	
当期純利益	-152	-505	-
当期純利益率	-	-	

前期と比較し2Qの売上は減少したものの、引き続き徹底したコスト管理に努めた結果、販管費は前期下期よりも、低い水準で推移

■ 月次別販管費の推移



直近決算概要② - 事業セグメント別売上高の推移

【単位:百万円、以下切捨て】

事業セグメント	2009/7 2Q累計		2010/7 2Q累計		前年同期比
	金額	構成比	金額	構成比	
SEO	967	15.1%	856	13.7%	-11.5%
リスティング広告	2,648	41.2%	2,185	34.9%	-17.5%
その他広告代理	197	3.1%	194	3.1%	-1.5%
付加サービス	78	1.2%	119	1.9%	+51.9%
Web戦略支援事業	3,891	60.6%	3,355	53.6%	-13.8%
アフィリエイト広告事業	847	13.2%	1,028	16.4%	+21.3%
Webサイト運営・販売	47	0.8%	2	0.0%	-94.9%
EC合計	794	12.3%	645	10.4%	-18.8%
法人向けEC	-	-	230	3.7%	-
消費者向けEC	-	-	415	6.7%	-
インターネットメディア事業	842	13.1%	648	10.4%	-23.1%
データセンター事業	314	4.9%	318	5.1%	+1.2%
その他事業	542	8.4%	938	15.0%	+73.0%
消去又は全社	-14	-0.2%	-28	-0.5%	-
連結合計	6,424	100.0%	6,260	100.0%	-2.5%

■ セグメント区分の表記について

● 今期1Qより事業の名称等を一部変更

①Webコンサルティング事業→Web戦略支援事業 ②情報サイト事業→Webサイト運営・販売 ③EC事業→法人向けEC、消費者向けECに分割して記載

● 今期2Qより新たに加入した有料会員制事業「フルスピードクラブ」の売上はその他事業に含む

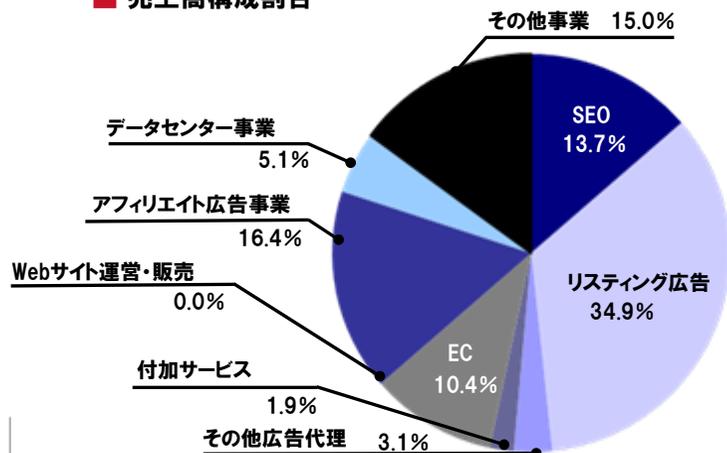
- 今後の事業拡大の進捗により、セグメントを新設する予定

直近決算概要③ - 事業セグメント別収益構成

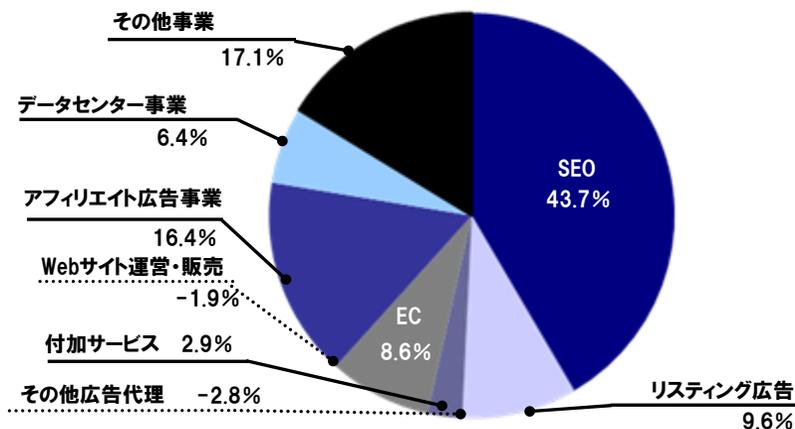
【単位:百万円、以下切捨て】

事業セグメント	売上高	構成比	売上総利益	売上総利益率	売上総利益構成比
SEO	856	13.7%	671	78.4%	43.7%
リスティング広告	2,185	34.9%	147	6.8%	9.6%
その他広告代理	194	3.1%	-42	-22.0%	-2.8%
付加サービス	119	1.9%	44	37.1%	2.9%
Web戦略支援事業	3,355	53.6%	821	24.5%	53.4%
アフィリエイト広告事業	1,028	16.4%	251	24.5%	16.4%
Webサイト運営・販売	2	0.0%	-28	-1189.6%	-1.9%
EC合計	645	10.4%	131	20.4%	8.6%
法人向けEC	230	3.7%	57	25.1%	3.8%
消費者向けEC	415	6.7%	73	17.8%	4.8%
インターネットメディア事業	648	10.4%	102	15.9%	6.7%
データセンター事業	318	5.1%	99	31.1%	6.4%
その他事業	938	15.0%	262	27.9%	17.1%
消去又は全社	-28	-0.5%	0	-	0.0%
連結合計	6,260	100.0%	1,537	24.6%	100.0%

■ 売上高構成割合



■ 売上総利益構成割合



直近決算概要④ - 貸借対照表の概況

【単位:百万円、以下切捨て】

■ 資産の部

	2009/7 (期末)	2009/10 (1Q末①)	2010/1 (2Q末②)	増減 (②-①)
現金及び預金	1,680	1,857	2,008	+151
売掛金	1,942	1,787	1,824	+37
未収入金	115	62	112	+50
商品	80	75	73	-2
その他	469	536	472	-64
流動資産合計	4,286	4,317	4,489	+172
建物(純額)	233	244	288	+44
工具器具備品(純額)	270	293	268	-25
土地	172	172	172	0
その他(純額)	11	18	16	-2
有形固定資産	686	727	744	17
のれん	837	884	802	-82
その他	103	104	95	-9
無形固定資産	940	988	897	-91
投資有価証券	1,431	1,388	1,023	-365
差入保証金	467	464	373	-91
繰延税金資産	54	93	13	-80
その他	162	179	171	-8
投資その他の資産	2,114	2,124	1,580	-544
固定資産合計	3,742	3,839	3,222	-617
総資産	8,028	8,156	7,712	-444

・主には差入保証金の回収および借入金の増加

・のれんの償却

・投資有価証券評価損の計上

・取引終了に伴う差入保証金の回収

■ 負債・純資産の部

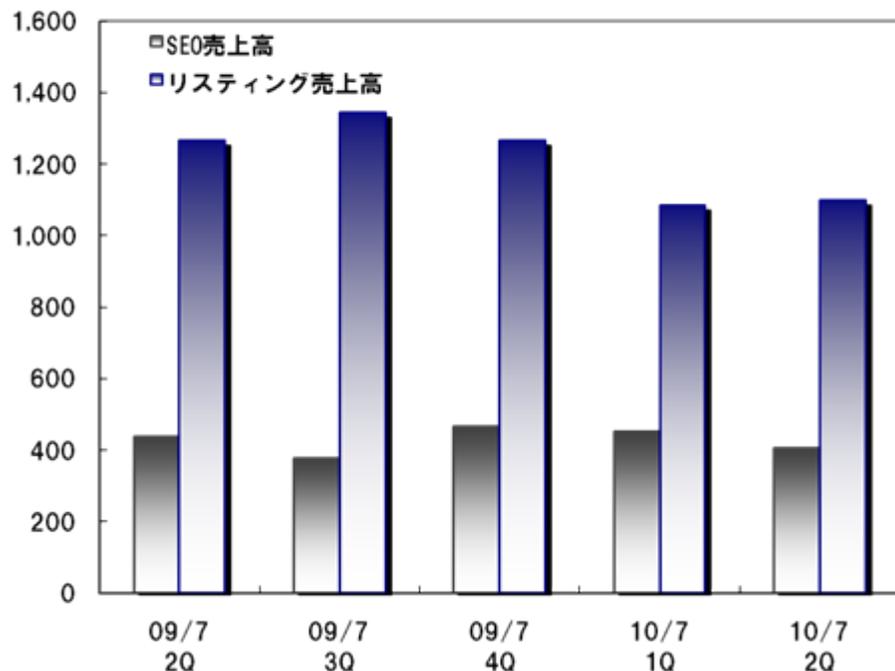
	2009/7 (期末)	2009/10 (1Q末①)	2010/1 (2Q末②)	増減 (②-①)
買掛金	922	934	1,011	+77
短期借入金	2,550	2,550	2,600	+50
1年内返済長期借入金	394	412	407	-5
未払金	177	121	142	+21
未払法人税等	108	60	91	+31
その他	90	166	111	-55
流動負債合計	4,241	4,243	4,362	+119
長期借入金	670	702	666	-36
その他	131	235	235	0
固定負債合計	801	937	901	-36
負債合計	5,042	5,180	5,263	+83
資本金	691	691	691	0
資本剰余金	662	662	662	0
利益剰余金	1,527	1,537	979	-558
株主資本合計	2,880	2,890	2,332	-558
純資産合計	2,985	2,975	2,448	-527
負債純資産合計	8,028	8,156	7,712	-444

・2Qにおける特別損失の計上

SEO・リスティング広告の動向

■ 四半期別売上の推移

(百万円)



■ SEO/リスティング広告の状況

・「フルスピードクラブ」の推進により、各商材への影響が顕著に

● SEO

フルスピードクラブのサービスパッケージとして付加している分は、SEO売上からは除外。

その影響により、2Qの売上は減少(想定どおり)

● リスティング広告

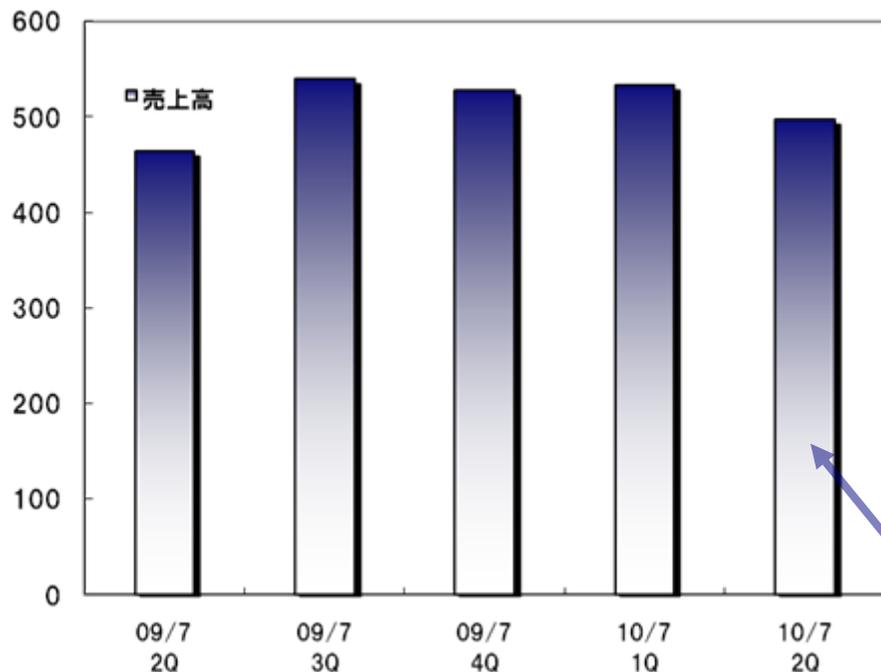
フルスピードクラブ会員となって初めてリスティング広告を利用する企業も多く、2Qの売上は増加

「フルスピードクラブ」の会員獲得に注力するため、各商材ごとの営業活動を一時控えたことや、既存顧客の解約、入会した会員企業向けに特別価格での提供を開始したことなどが影響
SEO/リスティング広告の2Qにおける各売上は低調に推移

アフィリエイト広告の動向

■ 四半期別売上高の推移

(百万円)



■ アフィリエイト広告事業の状況

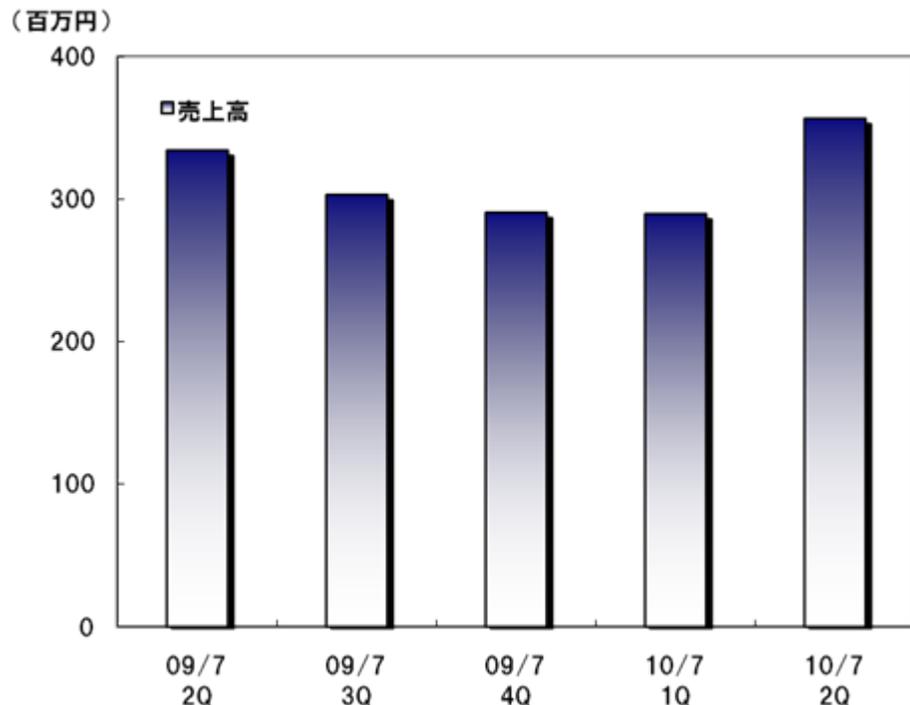
- ・顧客の業界特有の事象により、2Q売上は若干の減少
→ 特にレーシック、ETCなどのクレジットカードなど
- ・物販の顧客群は順調に拡大
→ 特に美容、食品、健康関連、ダイエット関連商品など
- ・分社化により、4月1日からは独自の営業を展開
→ 代理販売も積極活用するなど、シェアの拡大を狙う

【プロモーション数】	【提携サイト数】
10/7-2Q	10/7-2Q
2,312	72,700

独自の営業展開や意思決定における機動力を高め、より効率的に事業を推進するため、アフィリエイト広告事業の分社化を決定。100%子会社(株式会社フォーイト)を設立(予定)業界における競争力を高めることで、売上拡大へ

EC(法人向け/消費者向け)の動向

■ EC合計の推移



■ ECの状況

・2QのEC売上の伸びは、消費者向けECがけん引

- 子会社であるベツコアメ・インターネット運営のモバイルECの売上が増加
- ゲームやおもちゃなど年末商戦が奏功

・企業の予算縮小の影響により法人向けECは低調

- 特にポケットティッシュなどの販促品の売れ行きに影響

■ ECサイト数 (2Q末現在)

・法人向けEC: 12サイトを運営

- 2Q中に3サイト増加(当社企画・制作による)

・消費者向けEC: 3サイトを運営

- 上記の他、ベツコアメ・インターネットが運営するモバイルEC1サイトと、モバイルEC運営業務の受託(4サイト分)も消費者向けECの売上を含む

法人向けECの売上は横ばいで推移するものの、消費者向けECの売上は拡大
 早期に営業利益の黒字化を実現するため、
 事業の見直しを視野に入れた様々な施策を検討

■IRお問い合わせ先

管理本部 企画・IR部

TEL: 03-5728-4460 / FAX:03-5728-4461

E-mail: ir@fullspeed.co.jp

本資料は株式会社フルスピードに関する情報提供を目的とし、投資家の皆様にご理解いただくために作成したものであり、当社が発行する有価証券に対する投資を勧誘することを目的としたものではありません。本資料を作成するにあたっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた損害については、当社は一切責任を負いません。

本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであり、その情報の正確性、完全性を保証し、また確約するものではありません。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは異なる結果となることがあり、また予告なしに変更されることがある点を認識された上でご利用ください。