

株式会社フルスピード

2012年4月期

**(株)フルスピード 成長戦略ご説明資料**

2012年6月15日

**I** 当社の事業ドメイン 3

- 1 当社の経営理念と目指すべき方向性 4
- 2 サービス提供領域 5
- 3 新しい事業セグメント区分(予定) 6

**II** フルスピードの成長戦略 7

- 1 激変するインターネット広告業界の市場環境 8
- 2 フルスピードの差別化戦略(1)～(6) 17
- 3 アジアの成長市場を見据えたグローバル戦略 36
- 4 組織人事・採用戦略 39
- 5 本社(東京オフィス)拡張及び地方拠点の拡充 43
- 6 リブランディング・プロジェクトの進捗 46
- 7 アライアンス戦略(業務提携・M&A) 48

# I . 当社の事業ドメイン

## Full Speed

Ad Technology & Marketing Company

### “Ad Technology & Marketing Company”

- アド・テクノロジー & マーケティング カンパニー -

- アド・テクノロジーを基盤に、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 -

当社は、“技術系インターネット総合広告代理店”としての技術の強みを活かし、

「アド・テクノロジー」 × 「大規模データ」 × 「クリエイティブ」 の3つの軸

を強化することで、競合他社と差別化する。

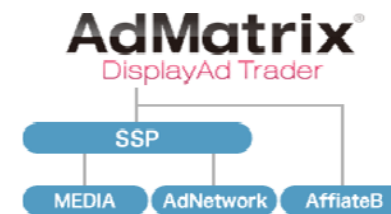
### SEM/ アドネットワーク



リスティング広告



SEO



アドネットワーク

### メディア／ソーシャル／ アプリ



メディアサイト運営



ソーシャル・メディア



アプリ・スマートフォン開発

### サイト制作・解析/ 効果測定



サイト制作



広告効果測定・解析



効果測定ツール

来期(2013年4月期)より、主力の事業領域をより明確にするため、事業セグメントの区分を以下の通り、変更する予定です。

事業区分		サービス概要	
新セグメント	1. インターネット広告代理店事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リスティング広告</li> <li>・SEM広告ソリューション</li> <li>・アフィリエイト広告</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・純広告</li> <li>・ソーシャル・メディア他</li> </ul>
	2. アドネットワーク事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DSP(ディスプレイ型アドネットワーク)</li> <li>・ASP(アフィリエイト・サービス・プロバイダー)</li> <li>・スマートフォン向け広告配信</li> </ul>	
	3. 情報メディア事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報メディアサイトの運営</li> <li>・成功報酬型メディアサイトの運営</li> <li>・SEOオンラインサービス、ディレクトリ登録サービスの販売</li> </ul>	
	4. クリエイティブ事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サイト制作(Webサイト・スマホ最適化サイト・Facebookページ他)</li> <li>・LP制作／バナー制作</li> <li>・アプリ開発</li> </ul>	

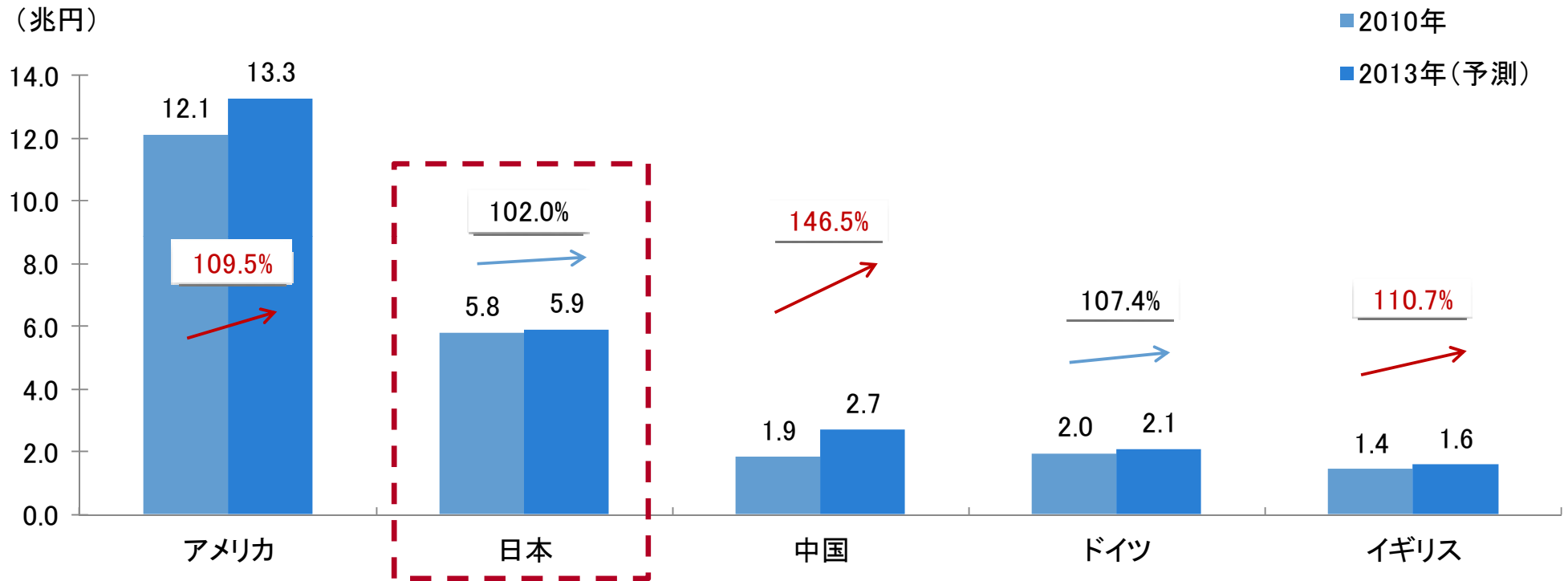
## Ⅱ. フルスピードの成長戦略

# 1. 激変するインターネット広告業界の市場環境

---



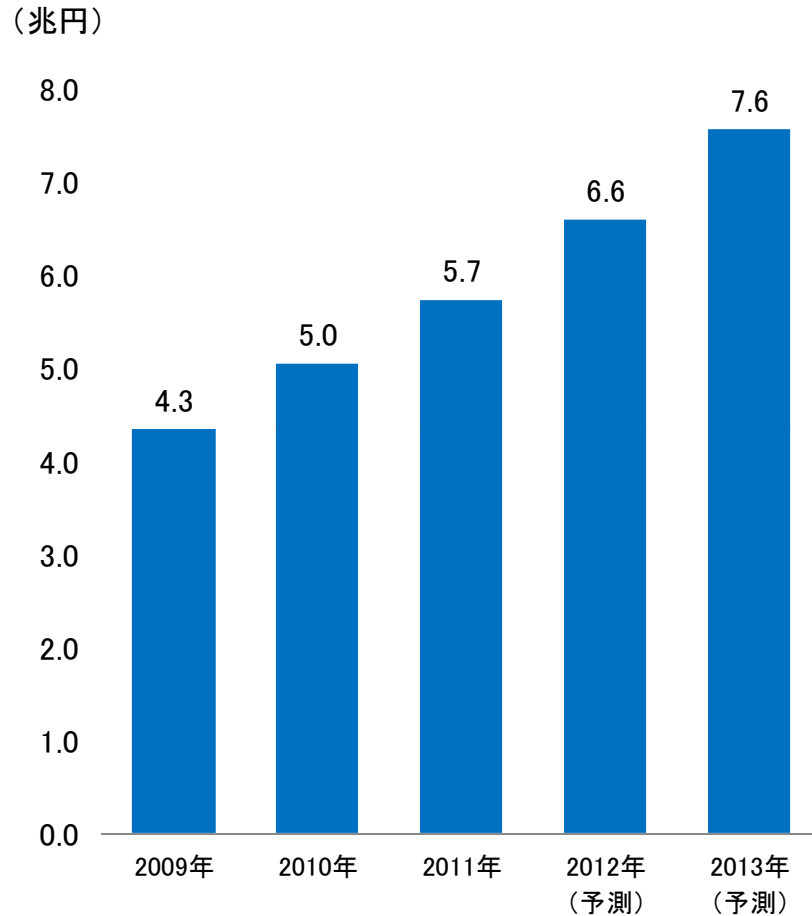
## 各国の広告市場規模(兆円)



※出典:「Zenith Optimedia」「日本の広告費(電通)」より一部抜粋  
 ※外貨は、現在の為替レートを元に(1ドル=80円)として計算

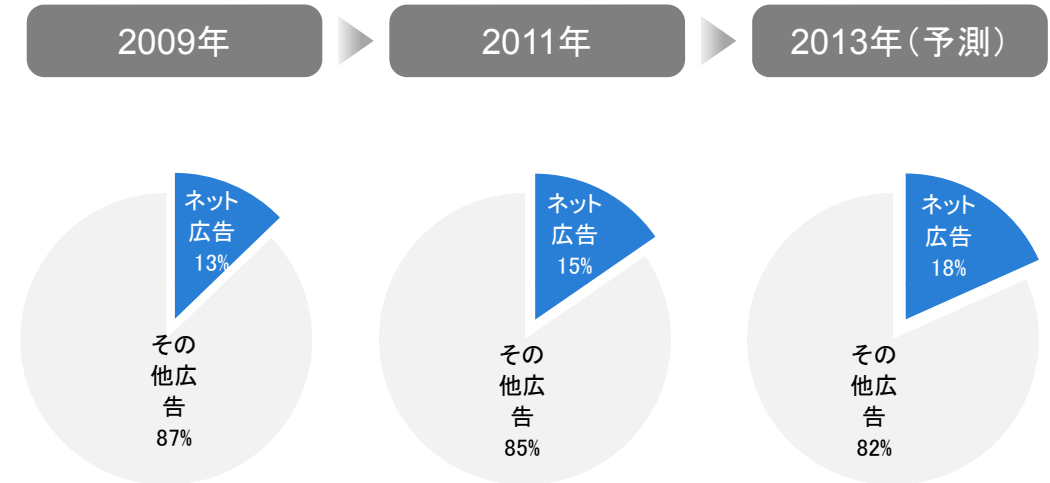
日本の広告市場(4マス媒体含む)は現在5.8兆円となり、アメリカに次ぐ世界二位の巨大市場。急成長を遂げている中国の広告市場は、2015年には日本と同等の市場規模になると予測されている。

## 世界のインターネット広告市場(兆円)



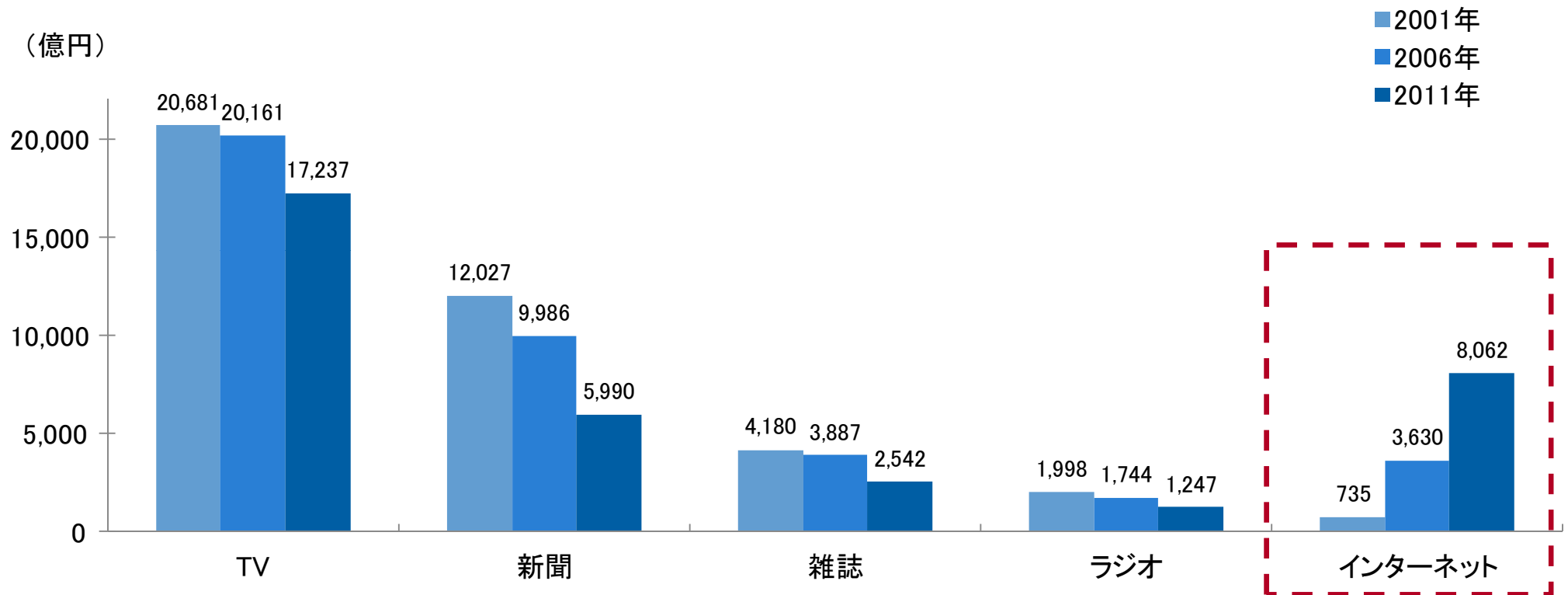
※出典:「Zenith Optimedia」

## 増え続けるインターネット広告の割合(%)



世界的な大不況の中、インターネット広告市場は年々、堅調に高い成長率を誇っている。広告市場全体に占めるインターネット広告の割合も、直近15.4%まで拡大。テレビ、新聞に次ぐ第三の媒体となっている。

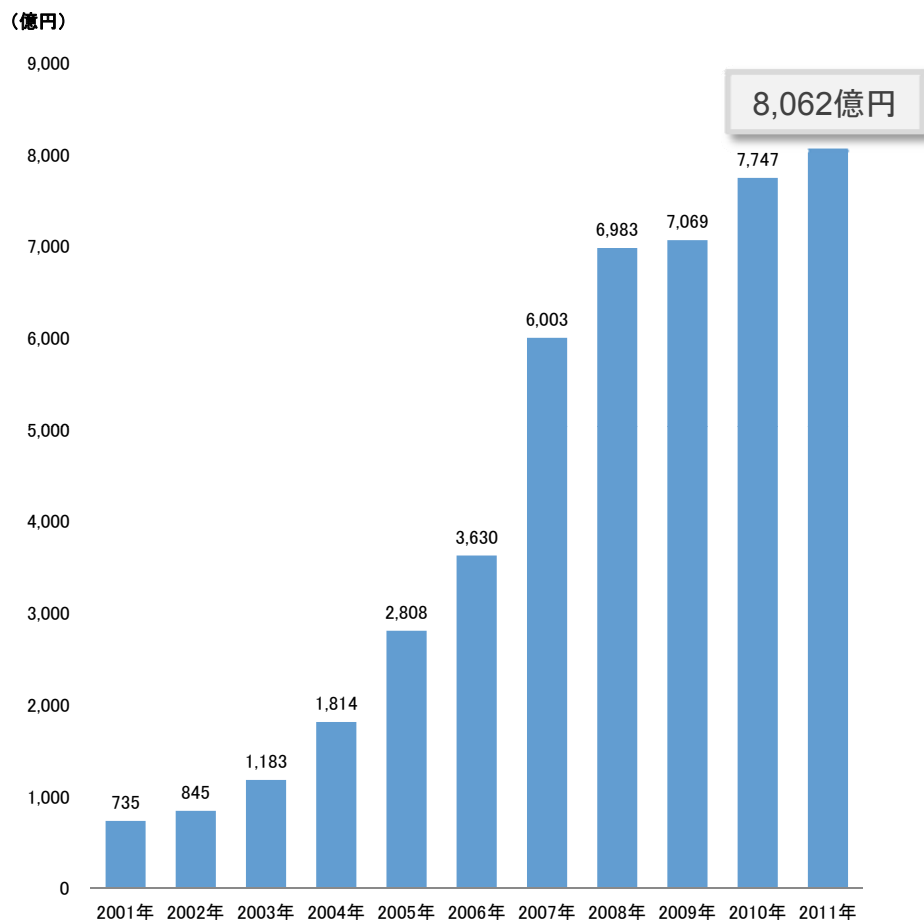
## 媒体別の広告市場規模(億円)



※出典:「日本の広告費(電通)」

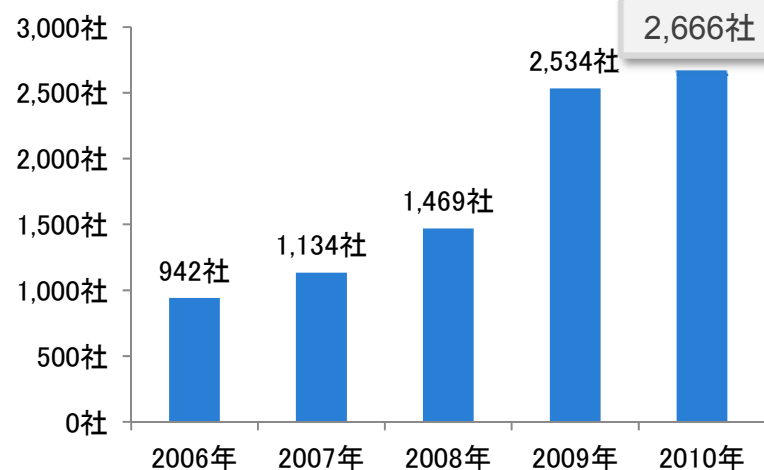
新しい広告メディアとして登場したインターネット広告市場はここ10年で10倍以上の成長市場となっており、2010年には新聞広告を抜き、TV広告に次ぐ第二のメディアとなっている。

## インターネット広告の市場規模(億円)



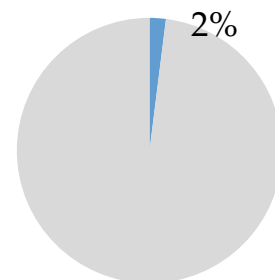
※出典:「日本の広告費(電通)」

## インターネット広告事業者社数の推移



※出典:「特定サービス産業実態調査(独立行政法人統計センター)」

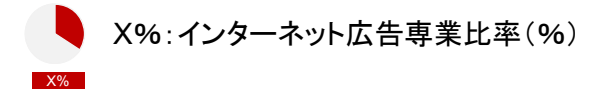
## 現状の当社の市場占有率(%)



フルスピードの市場シェア:2%  
(1社当たり平均売上高:約3億円)

一方で、日本のインターネット市場は、2003年頃から拡大し、現在、8,062億円まで拡大。それに伴い、2008年頃からインターネット広告事業者の数は急増しており、競争環境は激化している。(当社の市場シェアは全体の僅か2%程度)

## 大手インターネット広告代理店上位9社の勢力図



### 【インターネット総合広告代理店(上場大手上位9社)】

#### 総合広告代理店グループ系

- 電通グループ系
  - opt
- 博報堂グループ系
  - D.A.Consortium ngigroup
  - irep
- アサツーディ・ケイグループ系
  - ADK

#### 技術系インターネット総合広告代理店

フルスピードグループ

- Full Speed Ad Technology & Marketing Company
- Forit

- ・アド・テクノロジー領域に特化し、インターネット広告代理店が主軸
- ・SEO、リスティング、アフィリエイト、DSP、ソーシャルメディア事業が主力ビジネス

#### インターネット総合メディア企業 / 総合インターネットグループ

- CyberAgent
  - ・Blogメディア、ソーシャルゲーム等に強み
- GMO INTERNET GROUP
  - ・ドメイン、レンタルサーバーに至るまで総合サービスを提供
- trans cosmos
  - ・コールセンター、BPOを主軸にマーケティング全般を展開
- Septeni
  - ・ワンストップ型インターネット広告代理店(Yahoo!資本)
  - ・メディアコンテンツ事業強化

### 【商材特化型インターネット広告事業者】

#### SEO

- AUN CONSULTING, Inc.

#### アフィリエイト広告

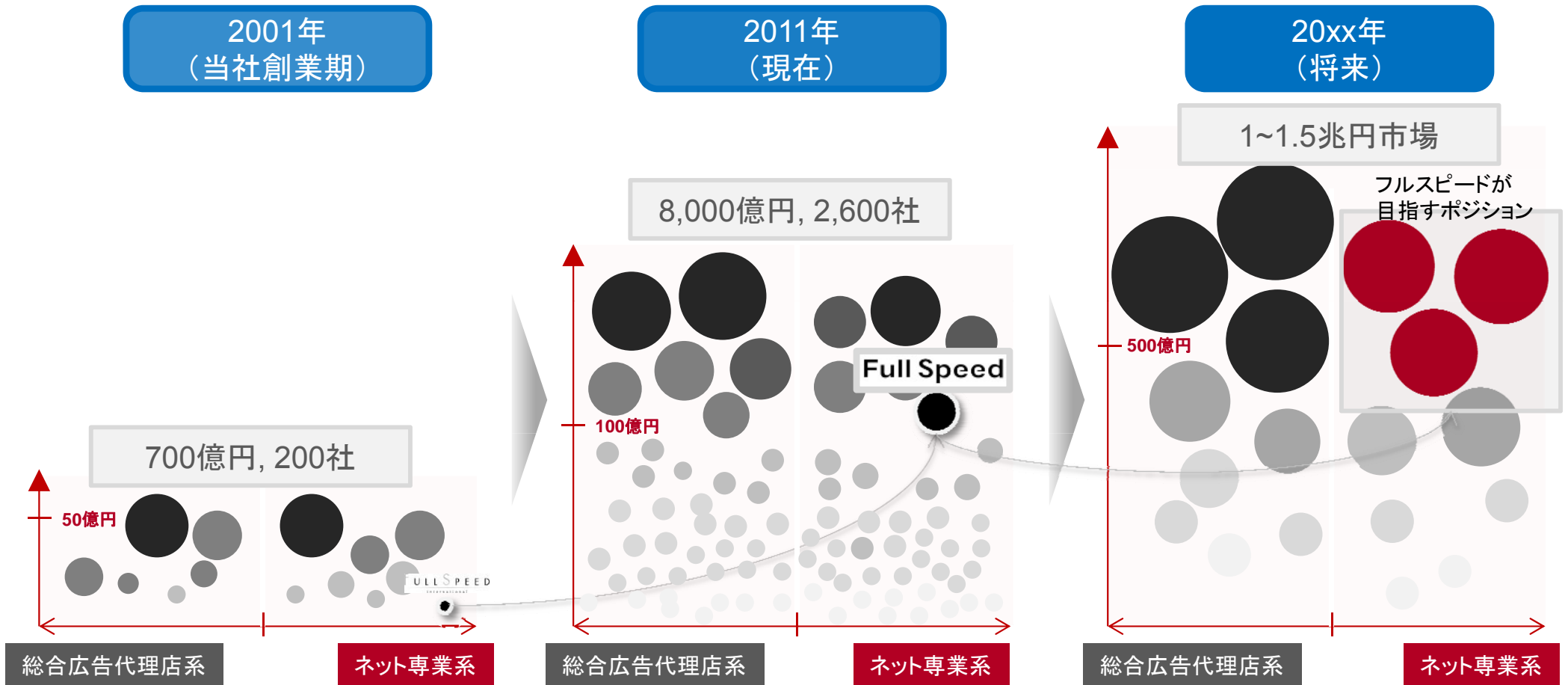
- F@N COMMUNICATIONS
- ADWAYS
- INTERSPACE
- ValueCommerce/

#### ソーシャルメディア

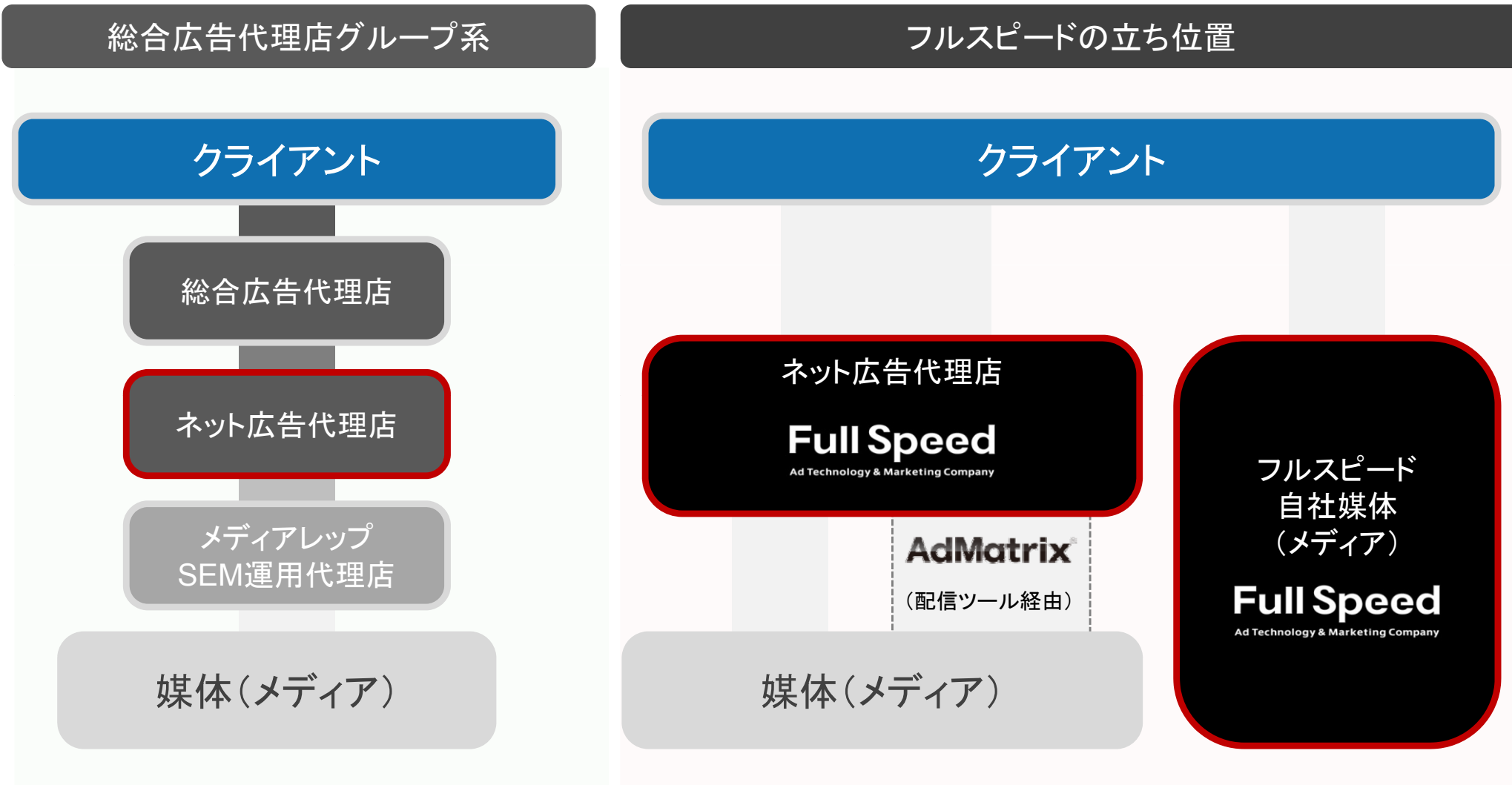
- M MEMBERS

※上記データは株式会社ミック総合研究所『ネット広告 & Webインテグレーション市場の現状と展望2011年』上位15社データ及び各社の開示資料に基づく当社調べ

## インターネット広告業界の見通し(イメージ)



事業者数が増加傾向にあるインターネット広告業界において、黎明期より技術開発に力を入れてきた当社は、インターネット総合代理店との棲み分けを行い、インターネット專業の技術系大手企業として、No.1になることを目指す。



ベンチャー企業として、高い成長を遂げているネット専門証券、ネット専門保険会社と同じように、インターネット広告業界においても、総合大手とインターネット専門とは、ビジネス構造上「商流」と「利益構造(※次頁ご参照)」が異なる。

## 総合広告代理店グループ系

数年後、インターネット広告比率が上昇した結果、ネットで高利益を出す必要性に迫られる時代が到来する。  
→ 将来販管費負担が重くのしかかる構造。

ネット広告売上構成比率(%)



注力商材: **4マスメディア**  
(利益率の高いTV、雑誌、新聞、ラジオ広告)

ネット広告事業の位置づけ:  
**4マスメディアとの連携(メディア・ミックス戦略)**

社員規模: **大規模**  
(社員数: 約3,000~2万人)

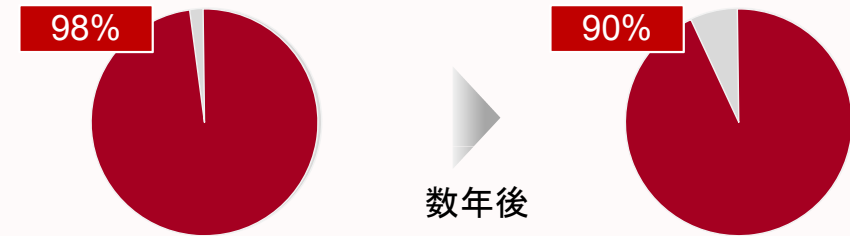
一人当たり人件費: **高水準**  
700~900万円前後

社員年齢(平均): **35~40歳**  
→ 高学歴・高所得者層中心

## ネット広告専業

これまで通り、インターネット広告に特化しているため、利益構造はさほど変化はない。  
→ 若年世代の社員中心で発展

当社のネット広告売上構成比率(%)



注力商材: **ネット広告に特化**

ネット広告事業の位置づけ:  
**ネット広告効果の最大化**

社員規模: **小~中規模**  
(社員数: 数百人)

一人当たり人件費: **IT企業水準**  
400~600万円前後

社員年齢(平均): **25~30歳**  
→ ネットリテラシーが高い世代中心



## 2. フルスピードの差別化戦略

---

### 1. “技術”に特化した インターネット 総合広告代理店

- サーチ領域における高い技術ノウハウ
- SEO No.1企業としての圧倒的な知名度・ブランド力
- 大手インターネット総合広告代理店で唯一、アドネットワーク領域(アフィリエイト分野は大手の一角)の比率が高い

### 2. 未着手の事業領域・ 顧客開拓領域の存在

- 大手企業(ナショナル・クライアント)の開拓余地
- 地方の営業拠点増設による展開
- 急成長するアジア市場への新しい挑戦

### 3. 技術系の親会社 フリービットとの連携

- 大手総合広告代理店の系列には属さず、技術系企業集団に所属。同業との柔軟なアライアンス関係構築が可能
- 大規模データ研究の開発リソースとデータサーバーを確保
- 将来的には、フリービットのデジタル家電・デバイス開発技術とも絡めた新しい広告事業分野を開拓

## 2. フルスピードの差別化戦略

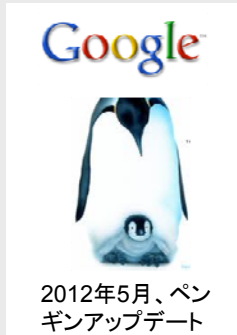
### (1) SEO事業のさらなる展開

---

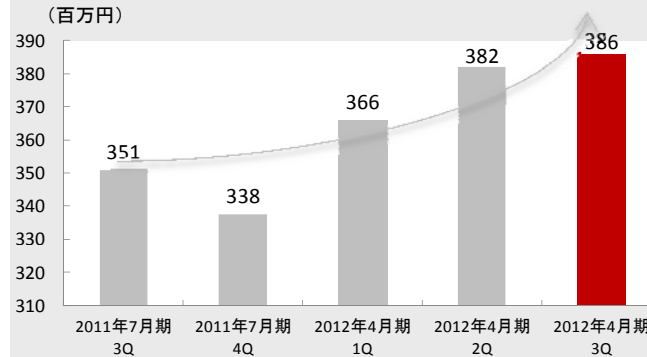
## Google順位変動の活発化

2012年に入り、Googleは大幅なアルゴリズム変更を実施。

→SEO各社業績に影響



## 当社SEO関連売上高の急増



## 当社のSEO市場占有率

17.4%  
(※概算数値)

※当社直近SEO売上を基に試算(推定値)  
※アウンコンサルティング公表「SEO市場予測(アウトソーシング)」より市場データ抜粋

Googleは直近数か月に、大幅なアルゴリズム変更を実施。結果、掲載順位が大幅に変動。

通常のSEO会社の対策では、SEO効果が上がらなくなってきており、SEO会社ごとの優劣が明白に。

市場活況により低品質のSEO会社が多数存在

Googleアルゴリズムの研究強化

低価格が進む中、当社はさらなる品質向上を追求

順位下落した他社利用のクライアントからのフルスピードへの乗り換え相談件数の増加

“価格は高いが質はNo.1”のフルスピードブランドの確立によりSEOの受注量の急増

# Full Speed

Ad Technology & Marketing Company

直販営業

ナショナル・  
クライアント  
専門チーム

既存営業部門  
(新規・既存)

代理店チャンネル

B to B  
企業

地場企業

地方の  
広告会社

電話(テレマ)販売

テレマ  
チーム

オンライン販売

オンライ  
ン販売  
システム

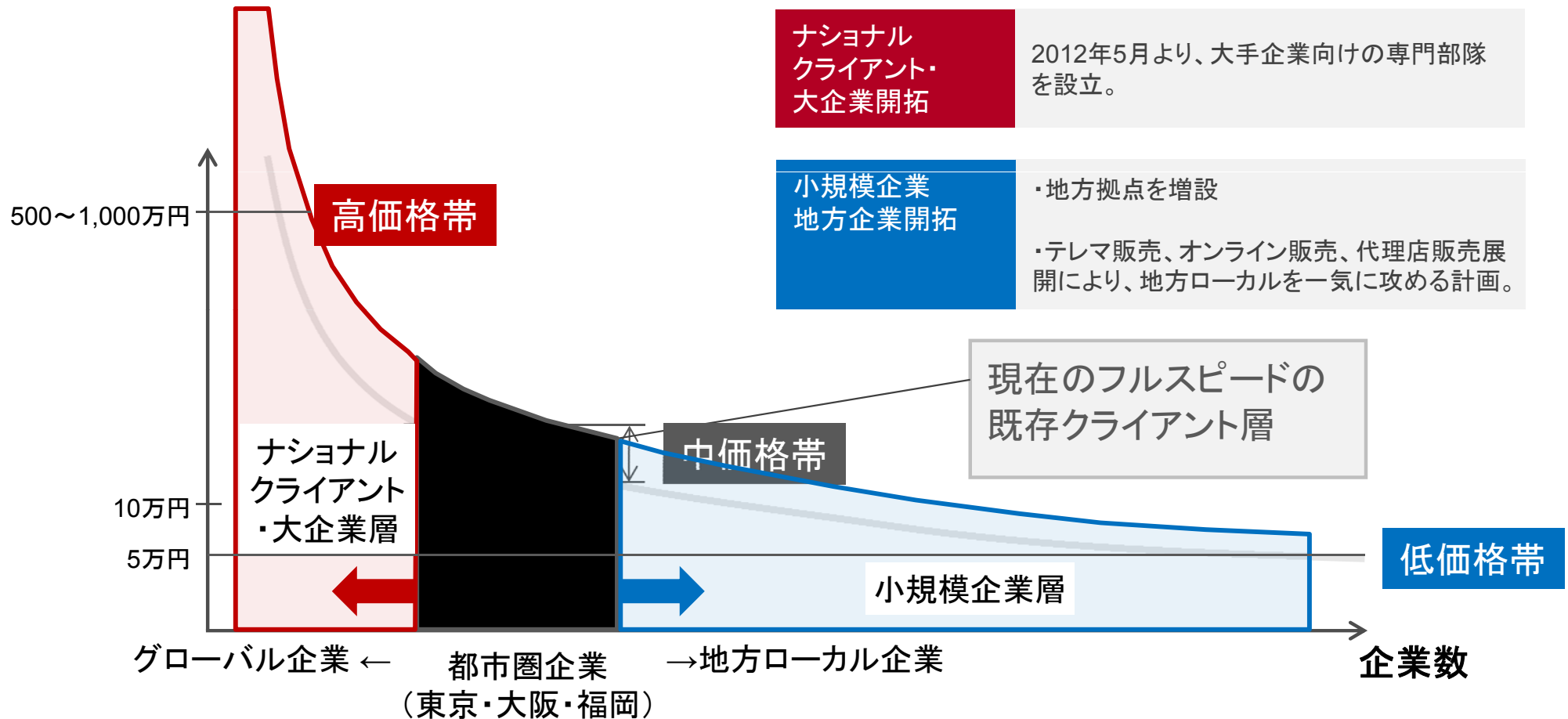
大手企業

中堅企業

中小企業・地方企業

品質のみならず取扱量を増やす展開として、昨年は、電話(テレマ)販売を開始。今年は、SEO業界全体を牽引する立場として、地方に向けた「代理店販売」と新たに開始する「オンライン販売」展開により、圧倒的な地位を確立する。

現在の当社の中心顧客層(黒色部分)



## 2. フルスピードの差別化戦略

### (2) 独自テクノロジーに基づくプラットフォーム構想

---

## プラットフォーム戦略 “AdMatrix”

# AdMatrix®

**AdMatrix®**  
SEO Analyzer

SEO分析ツール

※2011年8月より社内ツール  
としてサービス開始

**AdMatrix®**  
SEM Optimizer

リスティング広告自動最適化ツール

※現在、β版を運用利用中  
※2012年6月リリース済

**AdMatrix®**  
DisplayAd Trader

ディスプレイ広告ツール

※リリース時期未定

**AdMatrix®**  
Social Analyzer

ソーシャル(Buzz)分析ツール

※リリース時期未定

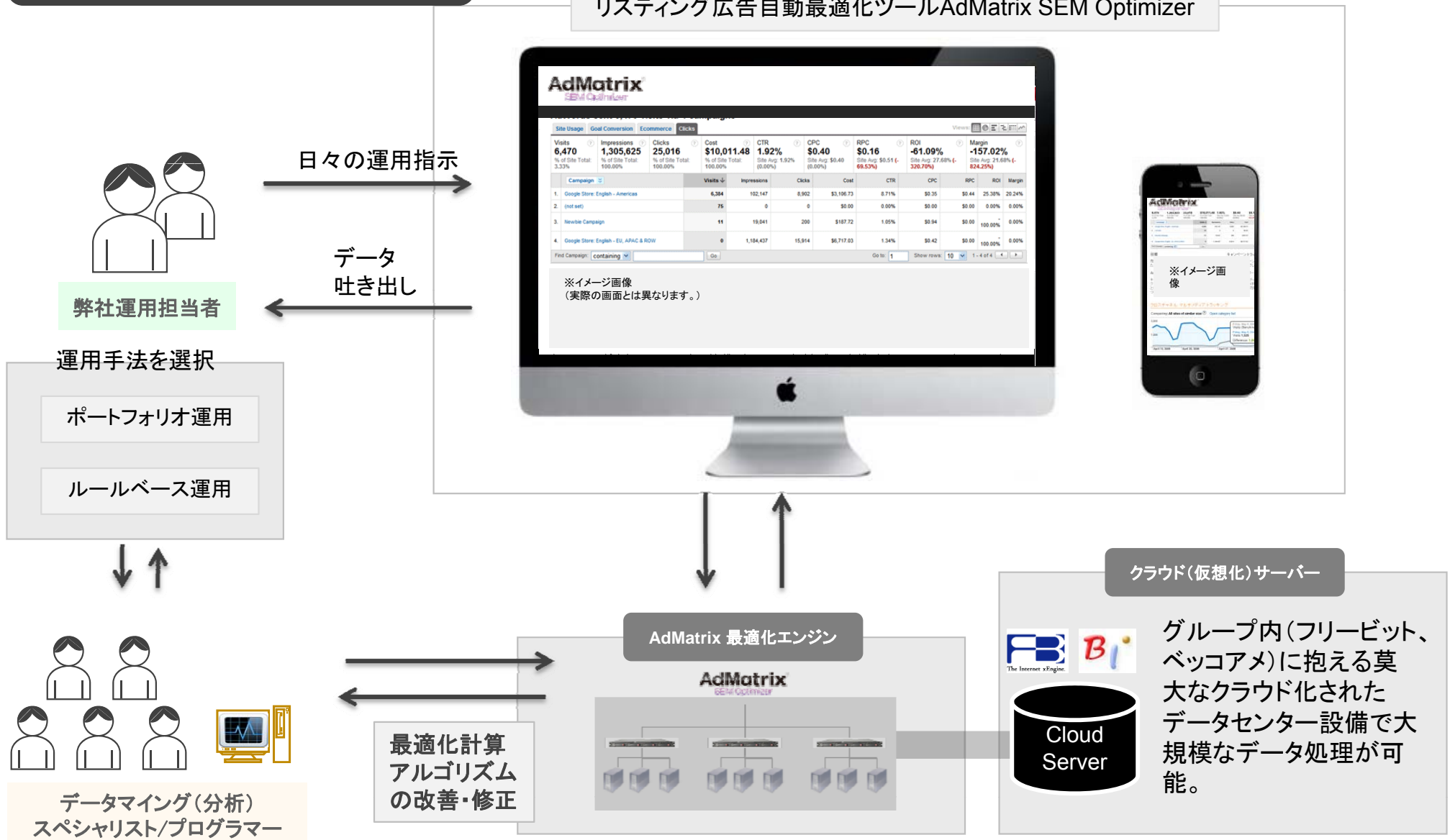
上記の各種ツールが完成した後、クリエイティブ、ユーザビリティ分野の  
ツール開発を進める方針。



# AdMatrix™ SEM Optimizer (2012年6月14日リリース済) Full Speed

“AdMatrix SEM Optimizer”の  
運用イメージ

リスティング広告自動最適化ツールAdMatrix SEM Optimizer

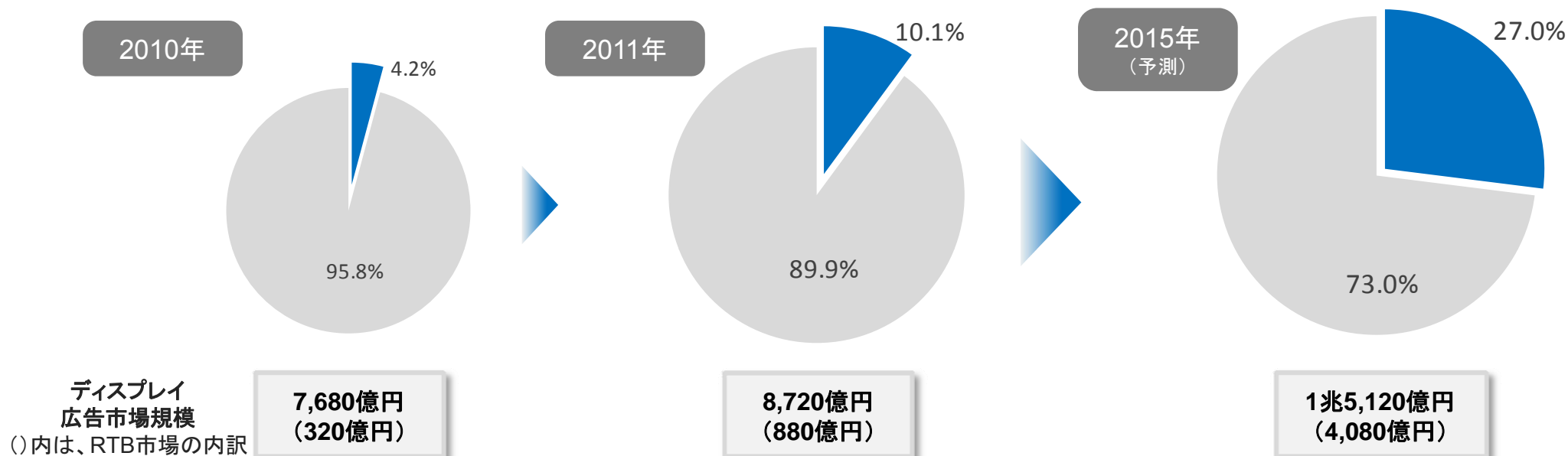


## 2. フルスピードの差別化戦略

### (3) ディ스플레이型アド・ネットワーク領域への本格的な参入

---

## 急拡大する海外(米国)RTB市場



※出典: 「eMarketer」

※外貨は、現在の為替レートを元に(1ドル=80円)として計算

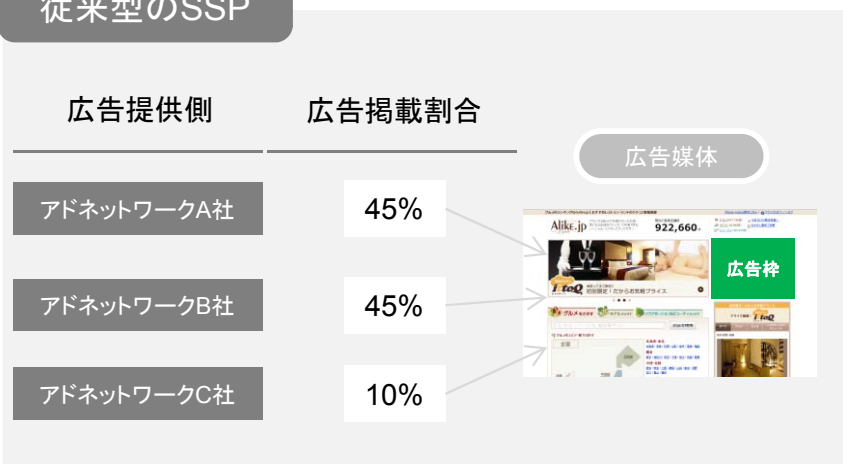
2007年前後に市場が形成され始めたとされている米国のRTB市場は、2011年現在で880億円の市場を形成。今後もさらなる成長が見込まれ、2015年には2011年現在の約2.7倍の市場規模になるものと予測されている。

## ディスプレイ型アド・ネットワークの特徴

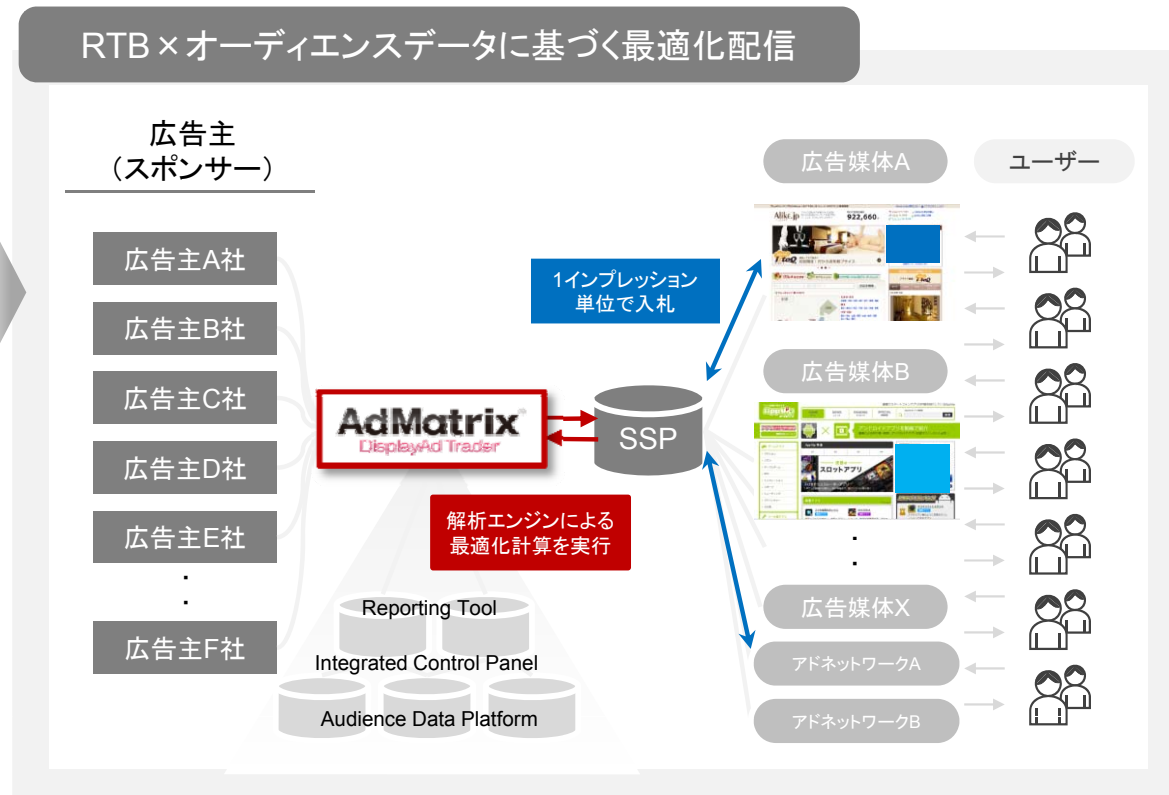
- ・ Google『Ad Exchange』との連携によりRTB(リアルタイム)に入札可能  
⇒最も効率性の高い媒体を選定し、AdExchange(Google)/ディスプレイネットワーク経由でディスプレイ広告を配信可能
- ・企業側は、アドネットワーク毎のインプレッション単位での費用対効果に応じた広告出稿が可能

## 「AdMatrix DisplayAd Trader」の仕組み

### 従来型のSSP



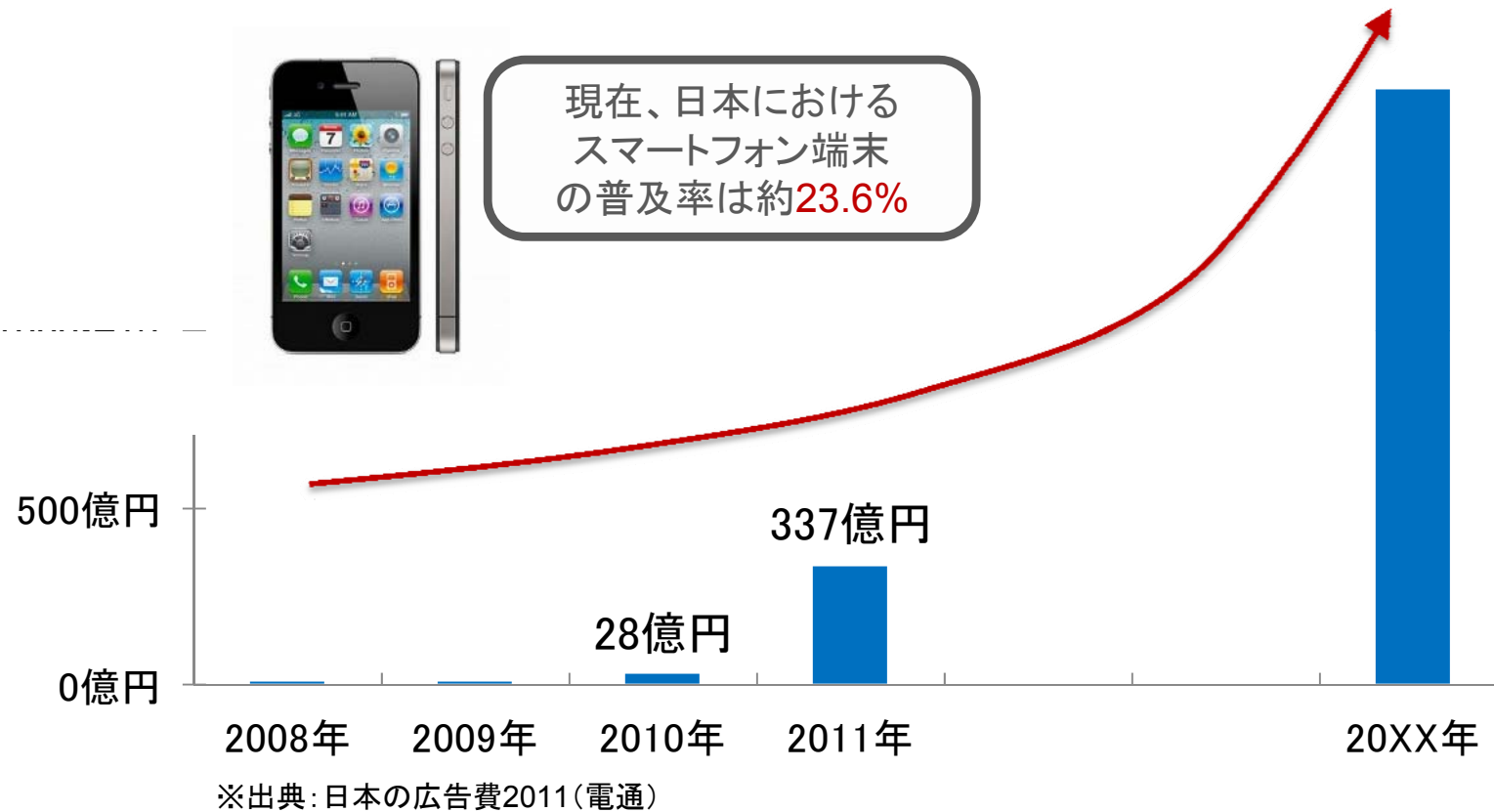
### RTB×オーディエンスデータに基づく最適化配信



## 2. フルスピードの差別化戦略 (4) 位置情報テクノロジー開発

---

## スマートフォン向け広告費(億円)



スマートフォン向け広告市場は、2011年急拡大。スマートフォン端末の普及率のさらなる向上とともに市場は急拡大する見通し。

## 国内最大の91万件の店舗データの活用



2012年5月より、当社関連会社のベッコアメ社が買収。→91万件の店舗位置データについては、フルスピードが権利を取得。



現在、一案としてサービス開発を検討している領域：  
“位置情報” × “AR(拡張現実)技術” × “グルメ広告”



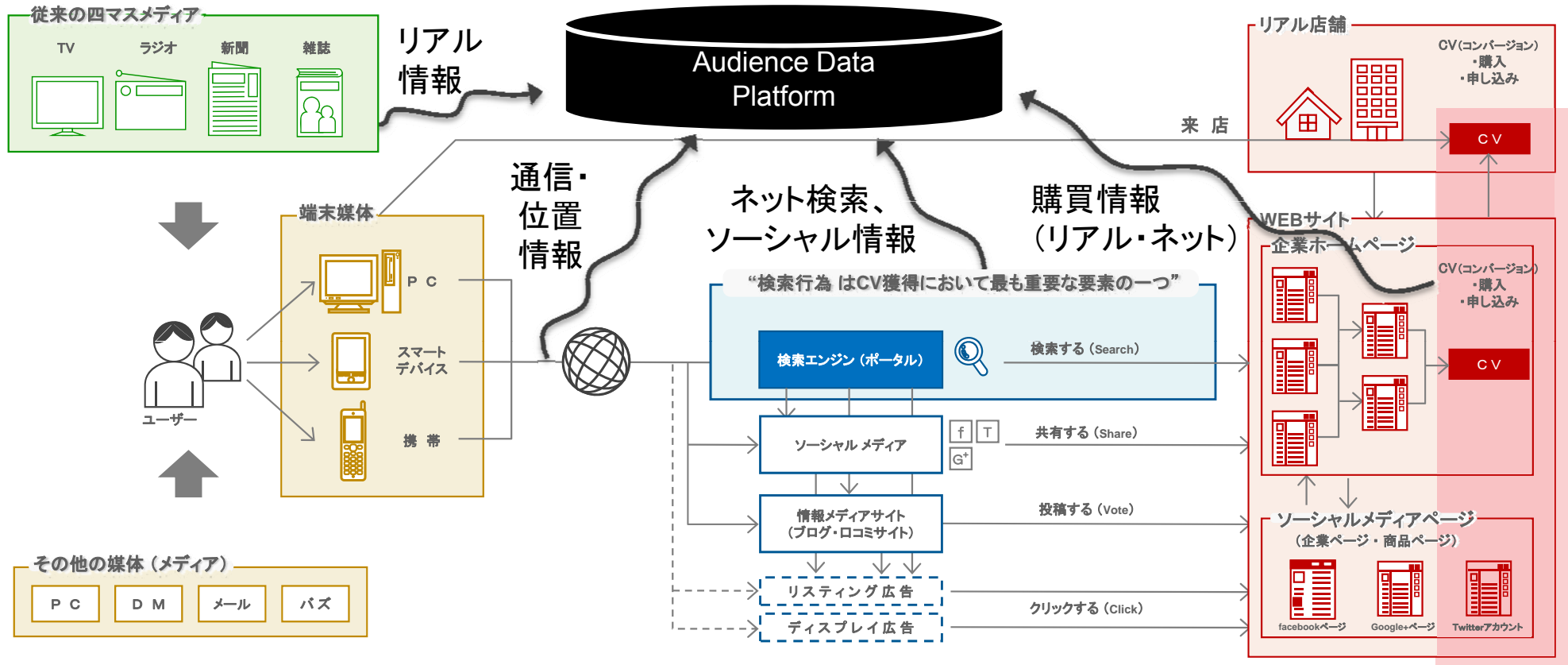
ソーシャルグルメポータル「alike」が保有する位置情報API提供サービスについては、既にポータル大手、リクルート(ホットペッパー)での採用が確定。今後は、その他の大手ポータル、ECメディアとのアライアンスを模索。

## 2. フルスピードの差別化戦略 (5) オーディエンス・データ領域

---



## オーディエンス・データ・プラットフォーム構想



将来的にはあらゆるユーザーの一連の行動(“検索”から“購入決定”)データを大量に蓄積し、アトリビューション(直接・間接の貢献度合い)分析も含めた詳細なデータ解析を行うことで、より効率性の高い広告プロモーション手法を確立する。

## 2. フルスピードの差別化戦略

### (6) 自社メディアサイトの構築・運営

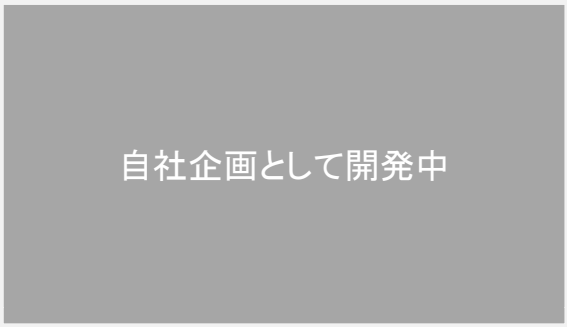
---

## 情報メディアサイトの注力領域

### グルメ領域



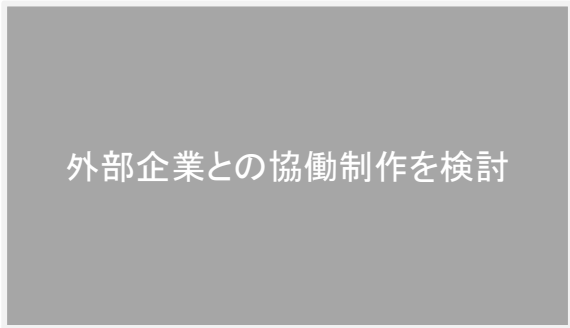
### 求人・アルバイト領域



### 比較サイト・一括見積りサイト領域



### 不動産・賃貸領域



### スマートフォン向け・ゲーム領域



### ECサイト・生命保険領域

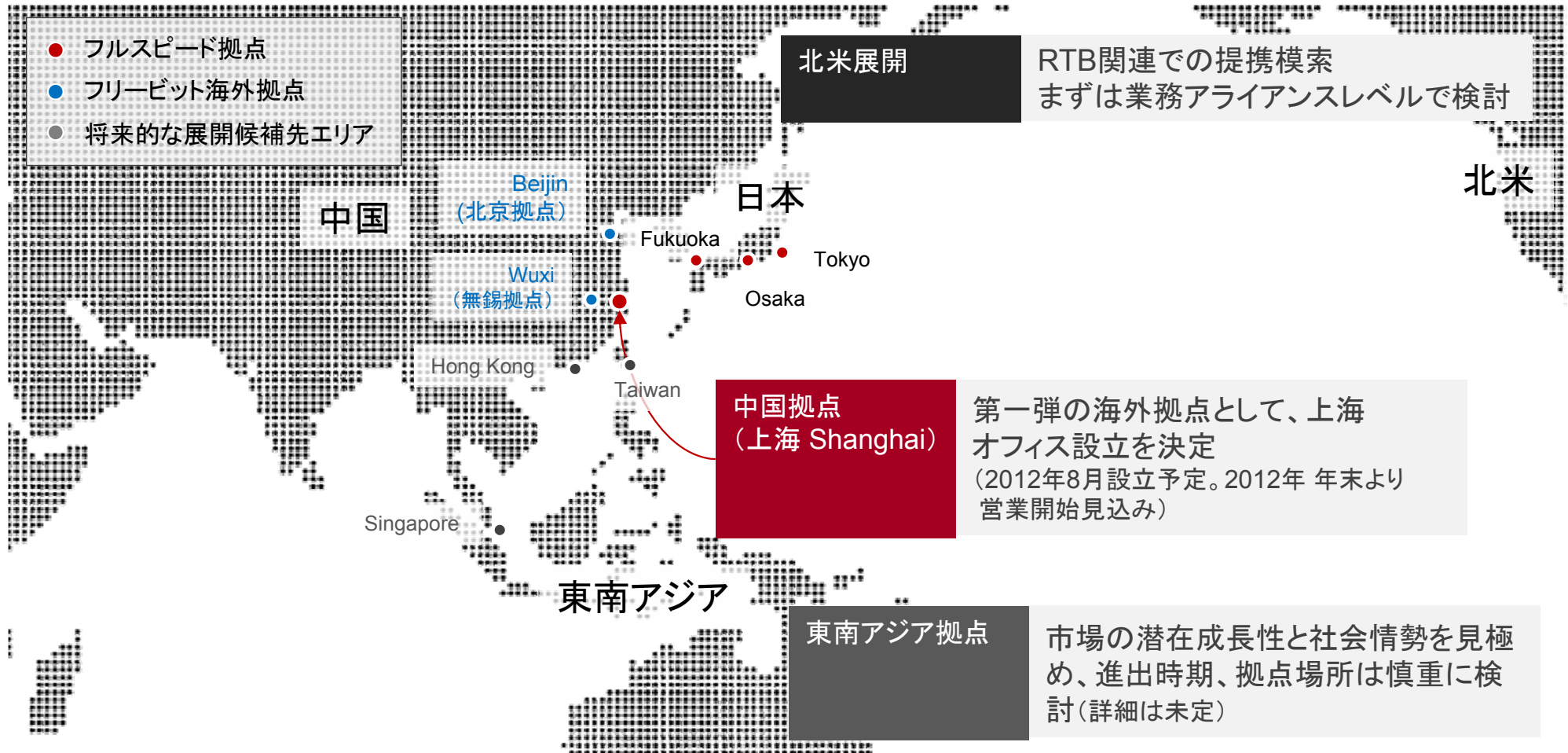


大手メディア向けのロングテールSEOの実績とノウハウを生かし、自社メディア展開を加速。過去、「生命保険」「FX」「人材派遣」などの高難易度ワードでクライアントサイトを1位表示させたノウハウを自社サイトに活用する予定。

### 3. アジアの成長市場を見据えたグローバル戦略

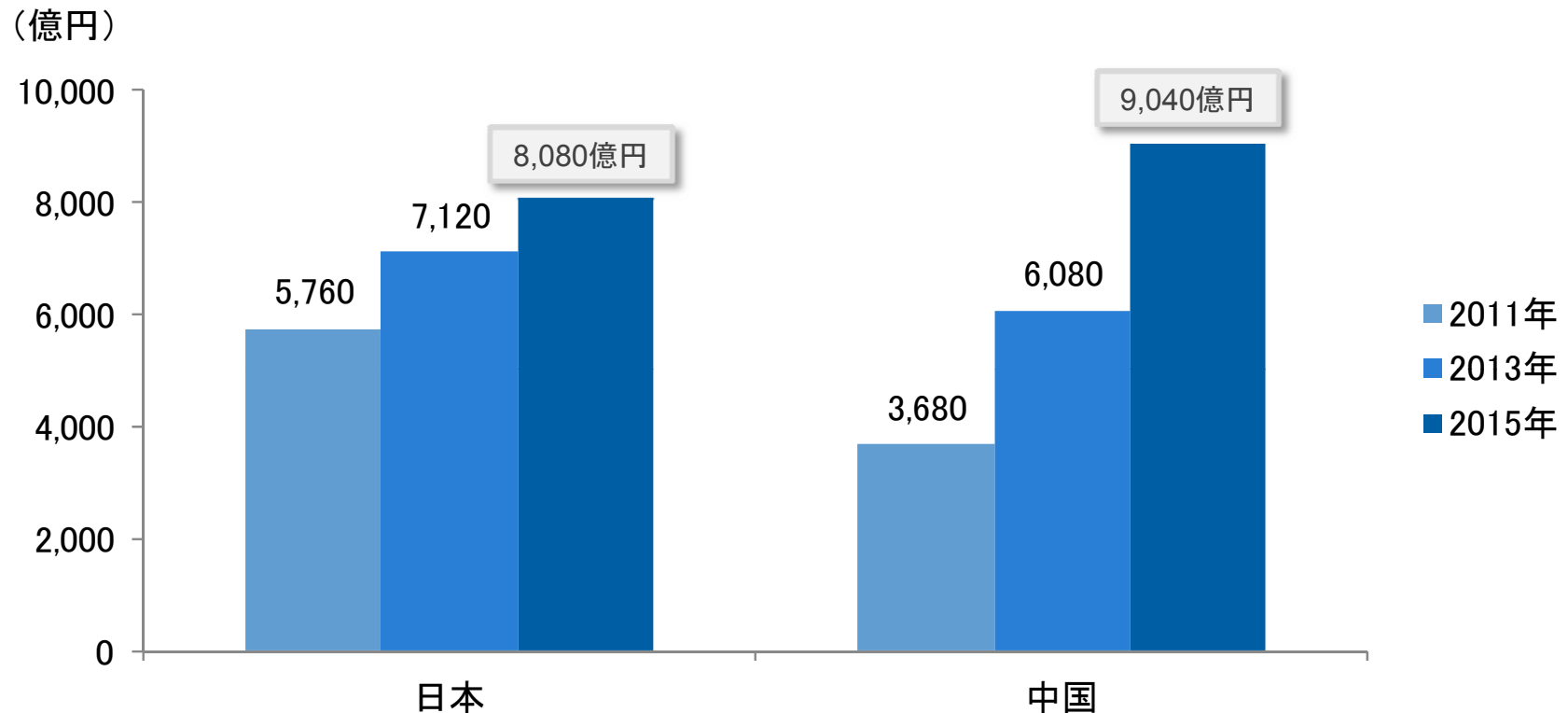
---

## アジア展開の構想



海外拠点第一弾として上海拠点を設立。今後は、香港・台湾・シンガポールあるいは、ソーシャル・メディアの活発な東南アジア諸国への展開も視野に。

### 日本と中国の市場規模比較



※出典:「eMarketer」より一部抜粋

※外貨は、現在の為替レートを元に(1ドル=80.0円)として計算

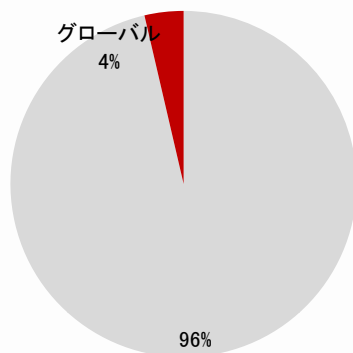
中国のインターネット広告市場は、3年後の2015年には日本のインターネット広告市場も超える巨大市場になると予測されている。

## 4. 組織人事・採用戦略

---

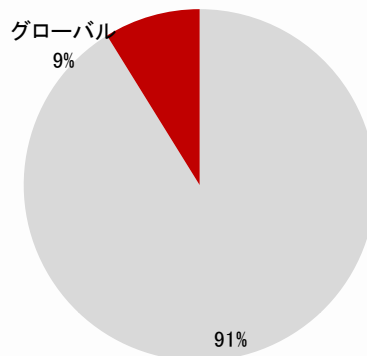
### グローバル人材採用の獲得割合の推移

2011年7月期



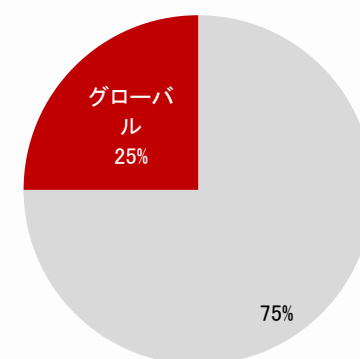
- ・今後の展開を想定し、外資系企業より2名のマネジメント層を登用  
(戦略系コンサル、投資銀行出身者を採用)

2012年4月期



- ・アジアでの展開を想定し、2名のマネジメント層と2名の実務メンバー(うち、1名は外国人枠採用)を採用

2013年4月期(来期目標)



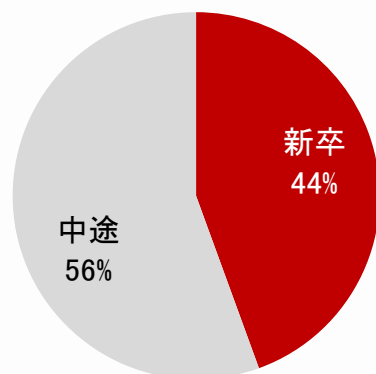
- ・2013年度新卒採用より「グローバル職」を新設
- ・2012年7月より、海外事業所での外国人採用を加速

ここ数年、アジアを主とする海外での採用活動を開始し、既に数名の人材採用が確定。成長するアジア市場を見据え、今後は上海現地での採用も積極展開する計画。

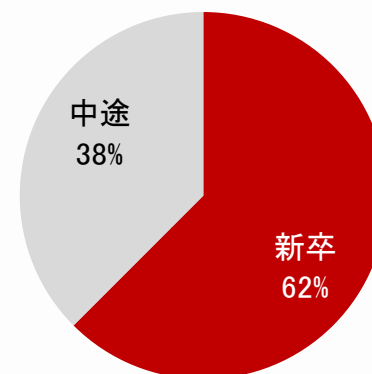


## 新卒採用を重視した採用方針

2012年4月期



2013年4月期(来期目標)



これまで10%だった新卒採用比率を段階的に過半数以上を新卒採用から獲得する計画。今期より、総合職・エンジニア職・グローバル職のコース別採用を実施。

これまで中途に偏っていた採用方針を見直し、今期より新卒採用中心の採用戦略に転換し、今後のコアとなる“尖った人材”の発掘・育成を強化。

## 研修及び教育支援制度

	ビジネス基礎	スキル・ノウハウ	経営スキル			
一般社員(入社時)	入社時研修	6ヶ月目・1年目研修	Webマーケティング研修	最新テクノロジー研修	外部研修参加支援制度	書籍購入支援制度
	ビジネスマナー研修	基礎スキル研修	HTML研修	資格獲得支援研修		
	経営理念・行動規範・情報セキュリティ、コンプライアンス		職種別スキルアップ研修			
マネージャークラス	リーダー研修	マネジメント研修	Webマーケティング研修	最新テクノロジー研修	外部研修参加支援制度	書籍購入支援制度
			HTML研修	資格獲得支援研修	財務スキル研修	社内MBA制度
	経営理念・行動規範・情報セキュリティ、コンプライアンス		職種別スキルアップ研修			
マネジメント層	リーダー研修	マネジメント研修	Webマーケティング研修	最新テクノロジー研修	外部研修参加支援制度	書籍購入支援制度
			HTML研修	資格獲得支援研修	ロジカルシンキング研修	コミュニケーション研修
	経営理念・行動規範・情報セキュリティ、コンプライアンス		職種別スキルアップ研修		財務スキル研修	夜間MBA獲得支援

## 5. 本社(東京オフィス)拡張及び地方拠点の拡充

---

“クリエイティブ”×“テクノロジー”の環境創造をイメージ



グループ連携をより強固にするため、親会社のフリービットと同じビル(渋谷区 Eスペースタワー)に移転を予定。

## 地方拠点の体制強化



### 第一フェーズ (数ヶ月以内)

東京・福岡・大阪の3拠点を拡充  
(オフィス拡張のための移転を予定)

### 第二フェーズ

地方拠点の収益の立ち上がり早ければ、年内に、名古屋、仙台、横浜、札幌、埼玉あたりの地方都市の中から営業所設立を検討

## 6. リブランディング・プロジェクトの進捗

---

2010年

2011年

2012年

2013年

### 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(予定)

## 7. アライアンス戦略(業務提携・M&A)

---



## 情報メディア

- 「不動産」「グルメ」「求人」「EC」「一括見積り」などのメディアジャンルの大手メディア企業との提携を検討
- 当社保有の「91万店舗の位置情報データベースAPIを活用した展開

## アドネットワーク領域／ システム領域

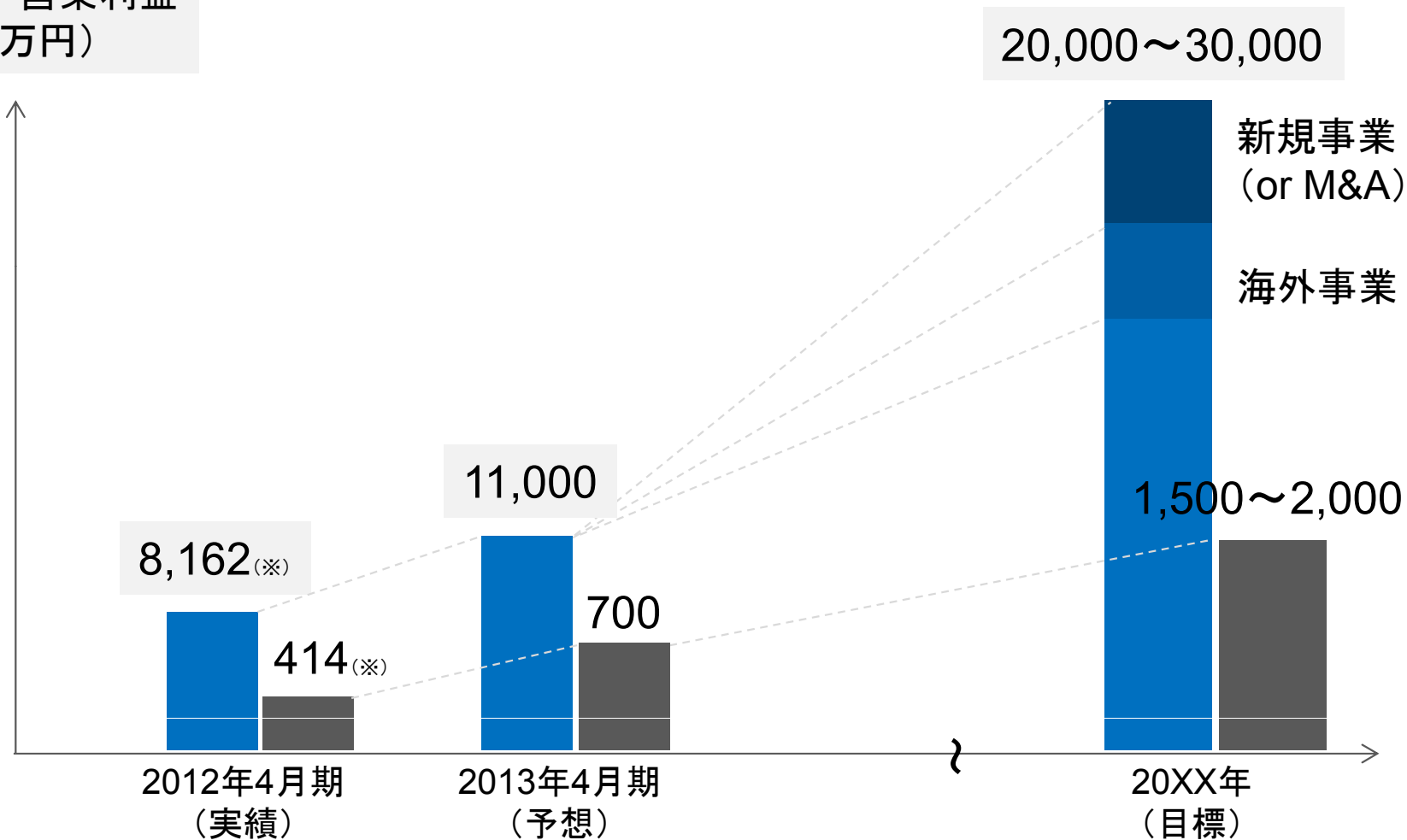
- 大手ECサイトとの連携
- 買収・資本参加の対象領域
  - スマートフォン向け広告配信関連会社、メディア保有企業
  - アドネットワーク関連の高い技術力・エンジニアを保有する開発会社
  - ユーザーインターフェースデザイン(GUI & UI)を得意とするデザイン会社、クリエイティブ集団

## 海外マーケット

- 中国大手メディア、大手ECサイトとの連携
- 東南アジア諸国の広告大手・ソーシャルメディア運営企業

## 当社グループの中長期目標

売上高／営業利益  
(百万円)



※2012年4月期の連結PLデータについては、2012年4月にフリービットへ売却致しましたベッコアメ・インターネットの数値を除外して計算しております。

Appendix

フルスピードグループ概要 | Group Profile

## 株式会社フルスピード 概要

社名	株式会社フルスピード
英文社名	Full Speed Inc.
設立日	2001年1月4日
上場日	2007年8月2日（東証マザーズ市場：2159）
主要役員	代表取締役社長 田中 伸明 取締役副社長 泉 健太 取締役 加藤 浩司 取締役 植松 聡介
グループ事業内容	・インターネット広告代理店事業 ・アドネットワーク事業 ・情報メディア事業 ・クリエイティブ事業
業績	連結売上高：101億円 営業利益：5.2億円

従業員数	連結274名（うち正社員234名） 単体190名（うち正社員167名） 2012年4月末日現在
------	---

本社 〒150-0043  
東京都渋谷区道玄坂一丁目12番1号  
渋谷マークシティウエスト13階  
TEL: 03-5728-4460（代表）  
FAX: 03-5728-4461  
※2012年7月2日、親会社のフリービットと  
同じビル（渋谷区 Eスペースタワー）に移転予定

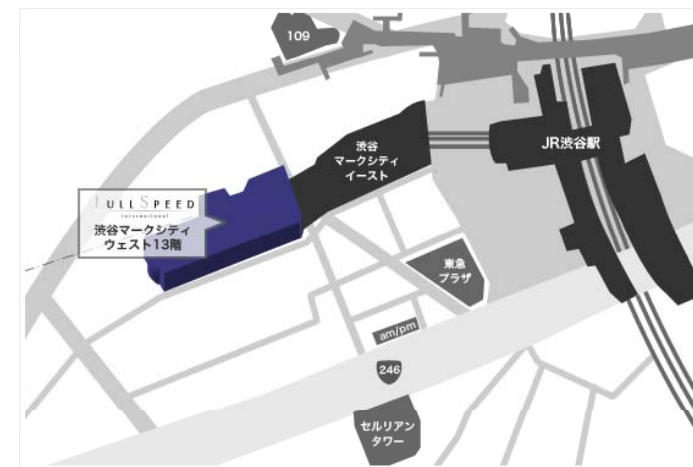


[渋谷マークシティウエスト(外観)]

## 【アクセス・経路】

- 東急東横線  
（渋谷駅正面口より京王井の頭線渋谷駅方面徒歩5分）
- 京王井の頭線  
（渋谷駅中央口よりEAST MALL 2Fに直結 徒歩3分）  
（渋谷駅アベニュー口よりRESTAURANTS AVENUE 4Fに直結徒歩1分）  
（渋谷駅西口よりWEST MALL 1Fに直結 徒歩3分）
- 東京メトロ半蔵門線・副都心線  
東急田園都市線  
（渋谷地下街5番出口より京王井の頭線渋谷駅方面徒歩5分）
- 東京メトロ銀座線  
（渋谷駅東急東横店改札より京王井の頭線渋谷駅方面徒歩5分）
- JR山手線・埼京線  
（渋谷駅玉川改札より京王井の頭線渋谷駅方面徒歩5分）

## 【アクセス・マップ(本社)】



## 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

## フリービットグループの一員としてのグループ憲章

**Being The NET Frontier !**  
～ Internetをひろげ、社会に貢献する ～

フルスピードは、フリービットグループの一員として、インターネットマーケティングの  
領域で、優れたサービスを提供することを通じて、社会に貢献していきます



## 連結子会社

**Forit** 株式会社フォーイト  
 (フルスピード持分比率: 100%)  
 ・アフィリエイトサービスプロバイダー事業

**Fanside** 株式会社ファンサイド  
 (フルスピード持分比率: 100%)  
 ・インターネットマーケティングを中心とした法人支援事業

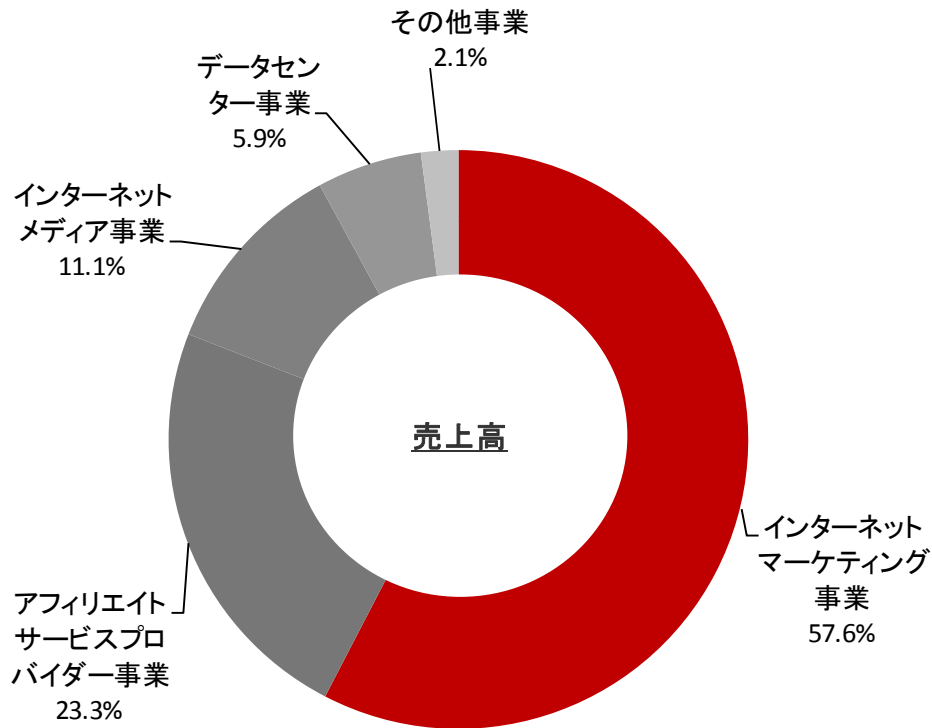
## グループ企業

**Freebit** フリービット株式会社 (東証マザーズ上場: 3843)  
 The Internet x Engine  
 ・インターネット接続事業者へのインフラ等提供事業  
 ・ユビキタスネットワーク提供事業  
 ・インターネットビジネスに関するコンサルティング事業

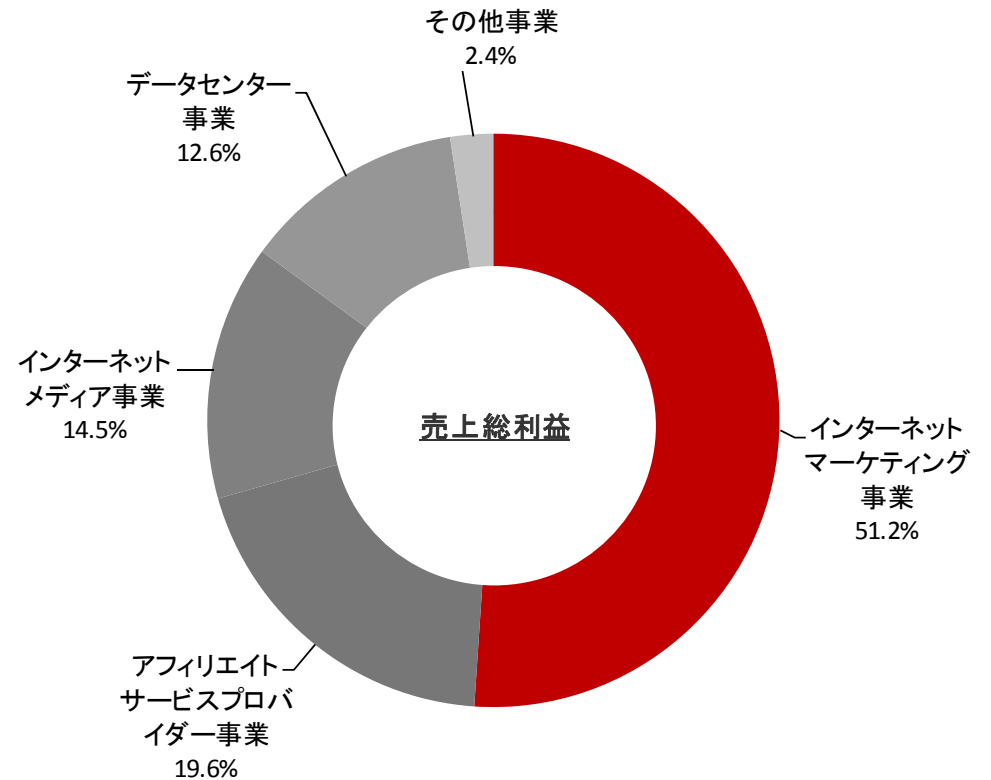
**GigaPrize** 株式会社ギガプライズ (名証セントレックス上場: 3830)  
 ユビキタスをカタチに  
 ・HomeIT事業  
 ・システム開発事業

## サービスの構成割合(連結売上高/売上総利益)

### 連結売上高の構成割合



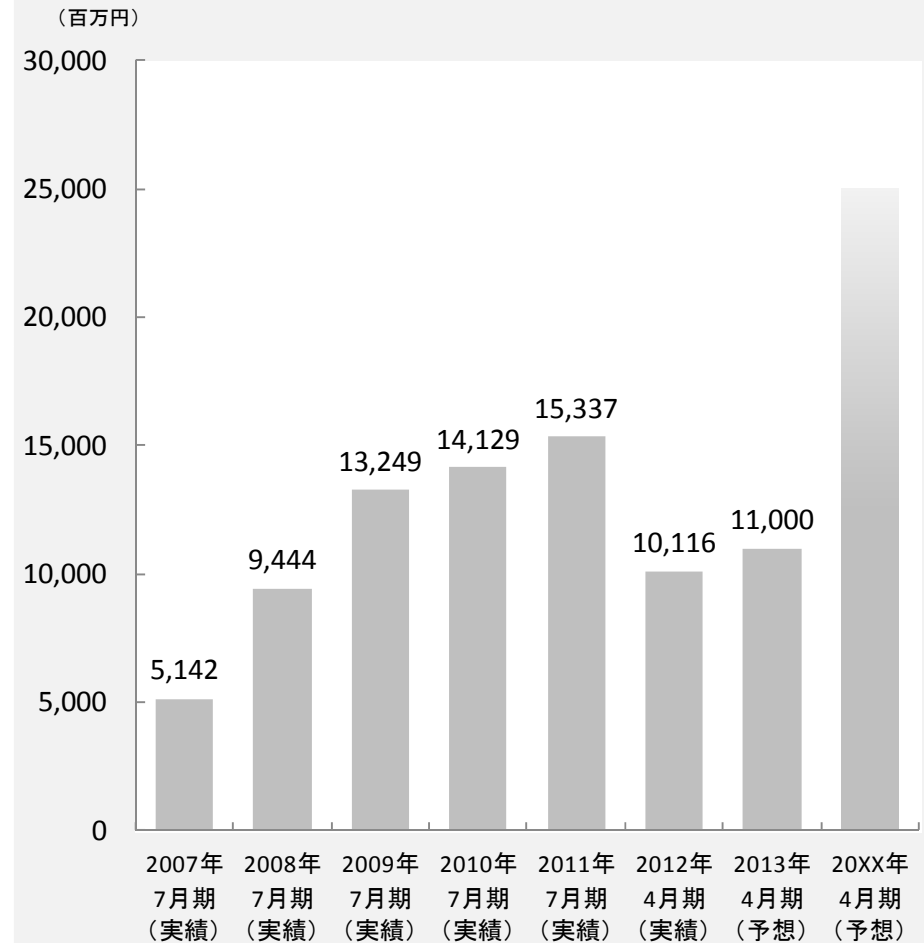
### 売上総利益の構成割合



## 沿革(会社設立～現在)

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

## 当社の取扱金額の推移

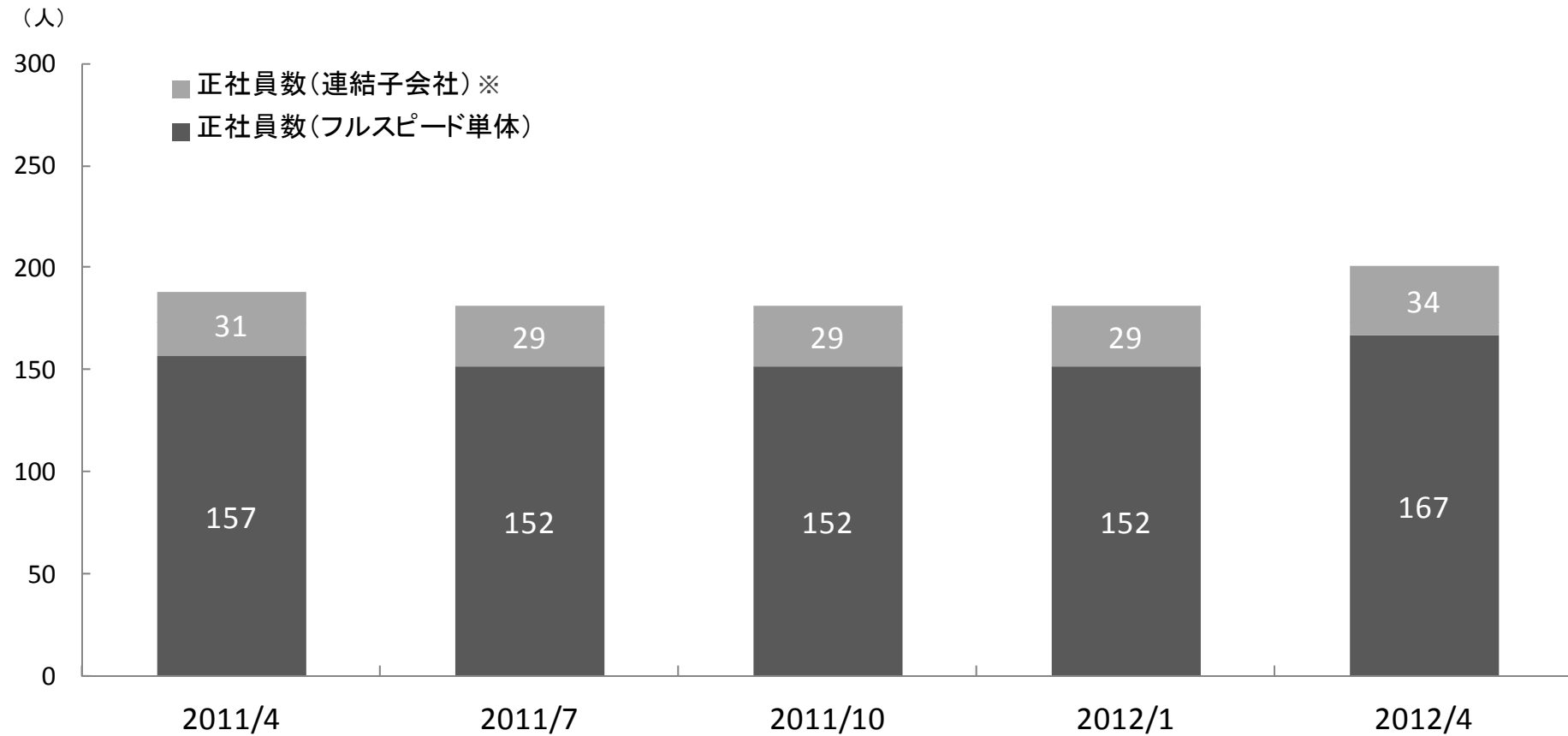


※上記「当社の取扱金額」には、直近5年の会計事業年度におけるSEO、リスティング広告、アフィリエイト広告、データセンタ事業等の主要事業に加え、EC事業他フルスピードグループ全体の収益を含みます。  
(2013年4月期については、見込数値。)



<p>田中 伸明      Nobuaki Tanaka</p> <p>代表取締役社長</p>	<p>■ 代表取締役社長（フリービット(株)取締役副社長 兼任）</p> <p>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)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)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)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)フルスピードの代表取締役に就任。現在、フリービット(株)の取締役副社長として、(株)ドリーム・トレイン・インターネット(株)ギガプライズ、エグゼモード(株)、(株)ベッコアメ・インターネット、(株)フォーイット、FBネットワークサービス(株)などの役員を兼任。</p>
<p>泉 健太      Kenta Izumi</p> <p>取締役副社長</p>	<p>■ 取締役副社長 兼 メディア戦略本部 本部長</p> <p>2003年4月より、大和証券SMBC(株)及び米Citigroup Inc.の投資銀行部門において資金調達及びM&amp;Aアドバイザリー業務に従事。2010年9月より、(株)フルスピードの取締役CFO(Chief Financial Officer)として参画。2011年5月より、(株)フルスピードの事業推進本部長として、営業部門とサービス部門の統括責任者に就任し、2011年9月よりSEO部部长として、Googleアルゴリズム解析及びSEOシステム開発に従事。現在、(株)フルスピードの取締役副社長(Chief Operating Officer &amp; Chief Marketing Officer)として、(株)ファンサイド、(株)フォーイット、(株)ベッコアメ・インターネット等の役員を兼任。慶應義塾大学環境情報学部中退。2003年、慶應義塾大学総合政策学部(SFC)卒業。</p>
<p>加藤 浩司      Koji Kato</p> <p>取締役</p>	<p>■ 取締役 法人ソリューション事業本部 本部長</p> <p>レンタルサーバー等の営業を経て、2004年よりインターネット広告代理店大手で営業部長として活躍。2006年、(株)フルスピードへ入社。マザーズ上場以前から(株)フルスピードの営業を牽引し、主にSEOやリスティング広告における大幅な売り上げ拡大に貢献した実績を有す。2010年4月より、フルスピードの営業部門の担当役員兼コンサルティング事業部長に就任。現在、(株)フルスピードの取締役(大手法人営業を統括)として、(株)フォーイットの役員を兼任。</p>
<p>植松 聡介      Sousuke Uematsu</p> <p>取締役</p>	<p>■ 取締役</p> <p>米Citiグループ資産運用部門のシティトラスト信託銀行(株)、NTTデータグループのシンクタンクの(株)NTTデータ経営研究所及び外資系コンサルティングファームのローランド・ベルガーを経て2009年にフリービット(株)に入社。2010年より子会社である(株)DTIIにCMO(Chief Marketing Officer)として赴任。現在、(株)DTIIのChief Operating Officerを担当。業務改善、営業・マーケティング戦略策定など、株式調査やコンサルティングを通じて培った多岐にわたる知見をもとに顧客の支援を行う。2001年3月、東京大学法学部卒業。</p>

### 正社員数の推移



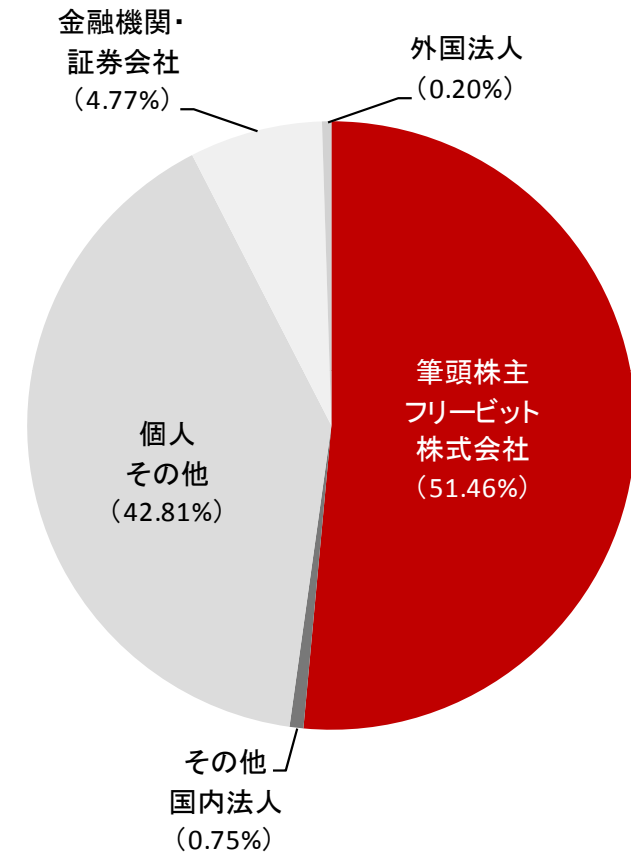
※連結子会社は、フォーイト、ファンサイドの数字を合算しております。

## 上位株主(1位~10位)の状況

2012年4月30日現在

順位	株主氏名	所有株数	持株比率
1	フリービット株式会社	75,704	51.46%
2	一般個人株主	3,000	2.04%
3	日本証券金融株式会社	2,112	1.44%
4	株式会社SBI証券	1,775	1.21%
5	松井証券株式会社	1,500	1.02%
6	大和証券株式会社	1,193	0.81%
7	楽天証券株式会社	1,137	0.77%
8	一般個人株主	900	0.61%
9	マネックス証券株式会社	881	0.60%
10	一般個人株主	750	0.51%

(注1) 決算期変更に伴い、当期から株主名簿の確定は10月末日(2Q末)および翌年4月末日(期末)となります。



**“ AdTechnology & Marketing Company ”**

- アド・テクノロジー & マーケティング カンパニー -