

フルスピード中期経営計画 | Mid-term Strategy

アドテク業界の新たなステージの実現に向けて

July 30th 2013

(株)フルスピード
東証マザーズ:2159

代表取締役社長	田中 伸明
取締役副社長	泉 健太

Contents

01 Executive Summary		中期経営計画サマリー	3
02 Current Stage and Future Plans		フルスピードの現在地と未来	15
03 New Business Concept		新たな事業コンセプト	27
04 Ad-Tech Market Circumstance		アドテク業界を取り巻く市場環境	34
05 Competitive Strategy		差別化戦略	41
06 Overseas Businesses and Alliance		グローバル展開とアライアンス戦略	46
07 HR Management		人材マネジメント戦略	51
08 3 Years Plan and Capital Strategy		三ヵ年計画と資本政策	58

Appendix

About Us		フルスピードグループ概要	62
----------	--	--------------	----

01 Executive Summary

中期経営計画サマリー

- 会社名 株式会社フルスピード | Full Speed Inc.
- 設立 2001年1月4日
- 資本金 7.9億円
- 上場日 2007年8月2日（東証マザーズ上場）
- 子会社／グループ企業
 - ・フォーイト、ファンサイド
 - ・フリービット(上場:3843)、ギガプライズ(上場: 3830)、DTI(ドリーム・トレイン・インターネット)他

< 取材・提携等に関するお問い合わせ >

✉ press@fullspeed.co.jp

☎ 03-5728-4460

IR・広報担当 小宮山、堀川

事業提携担当 泉

会社業績

売上高



営業利益



拠点一覧



従業員情報



社員数 **216** 人

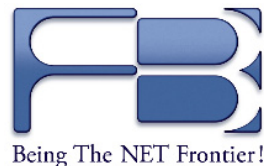
男性 **164** 人 女性 **52** 人

平均年齢 **29.2** 歳 ※

平均給与 **511** 万円 ※

※データ: 東洋経済新報社「会社四季報」(2013年3集)より引用

フリービットグループにおけるアドテクインフラ領域の位置づけ

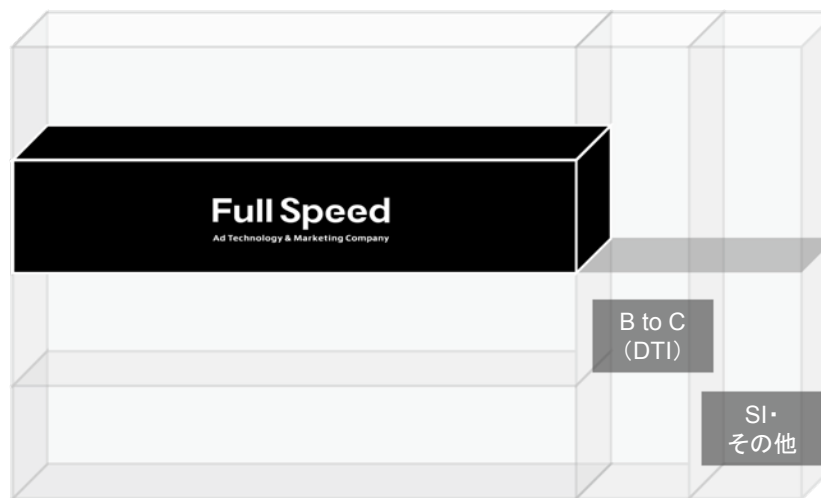


次世代インターネット・ユビキタスインフラ領域

アドテクインフラ領域

クラウドコンピューティングインフラ領域

ブロードバンドインフラ領域



フリービットグループのグループ憲章

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

事業セグメント概要

- インターネット
広告代理店事業
(65.3%)

リスティング広告、SEMソリューション、アフィリエイト広告、純広告、ソーシャル・メディア他

- アドネットワーク
事業
(33.7%)

ASP (Affiliate B)、DSP、スマートフォン向け広告配信、動画広告配信



NEW ...今期より新たに開始する事業領域

- クリエイティブ事業
(0.5%)

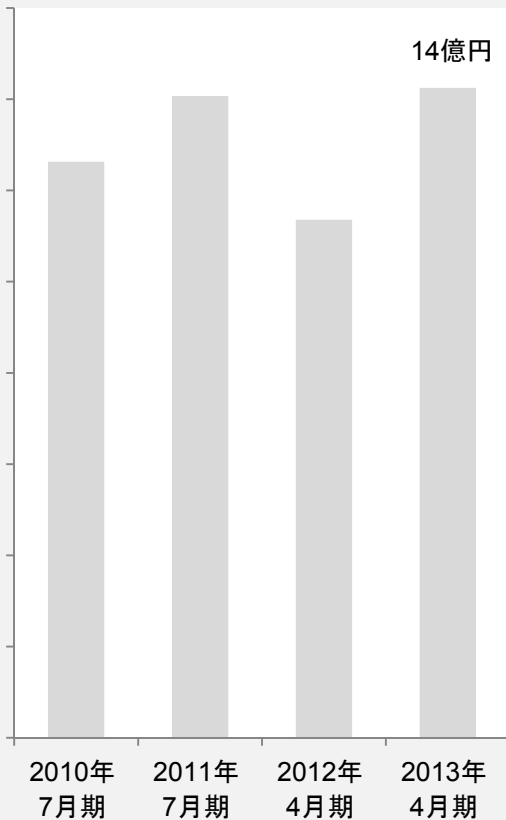
サイト構築、LP・バナー制作、アプリ開発

- 情報メディア事業
(0.6%)

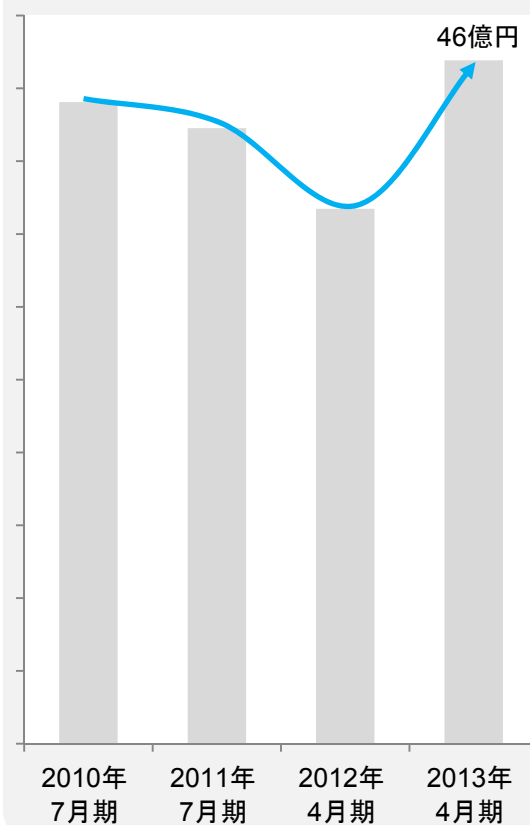
情報メディアサイトの運営、成功報酬型メディアサイトの運営、SEOオンラインサービス

各事業セグメントの売上推移

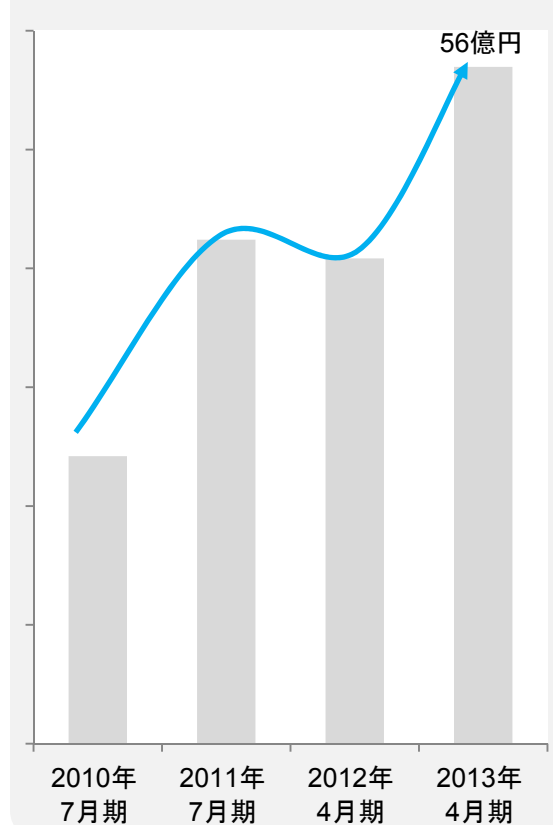
● SEM広告ソリューション



● リスティング広告



● アドネットワーク関連



※グラフは内部取引消去前

※アドネットワーク関連は、子会社フォーイト+当社アフィリエイト広告売上

ユーザーを中心とした当社ソリューション領域



「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。

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

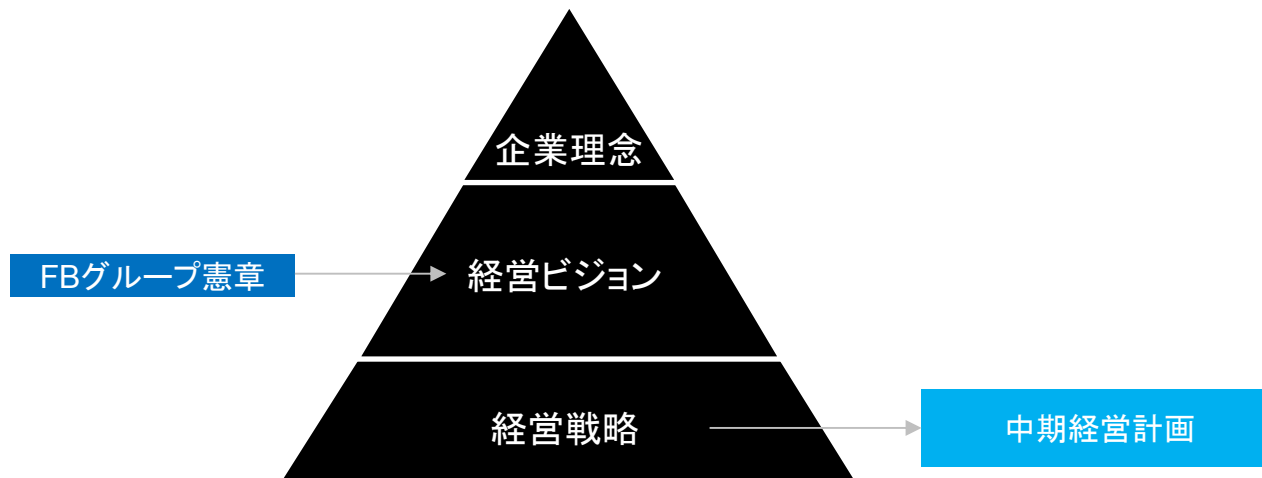
Full Speed Ad Technology & Marketing Company

“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 -

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。

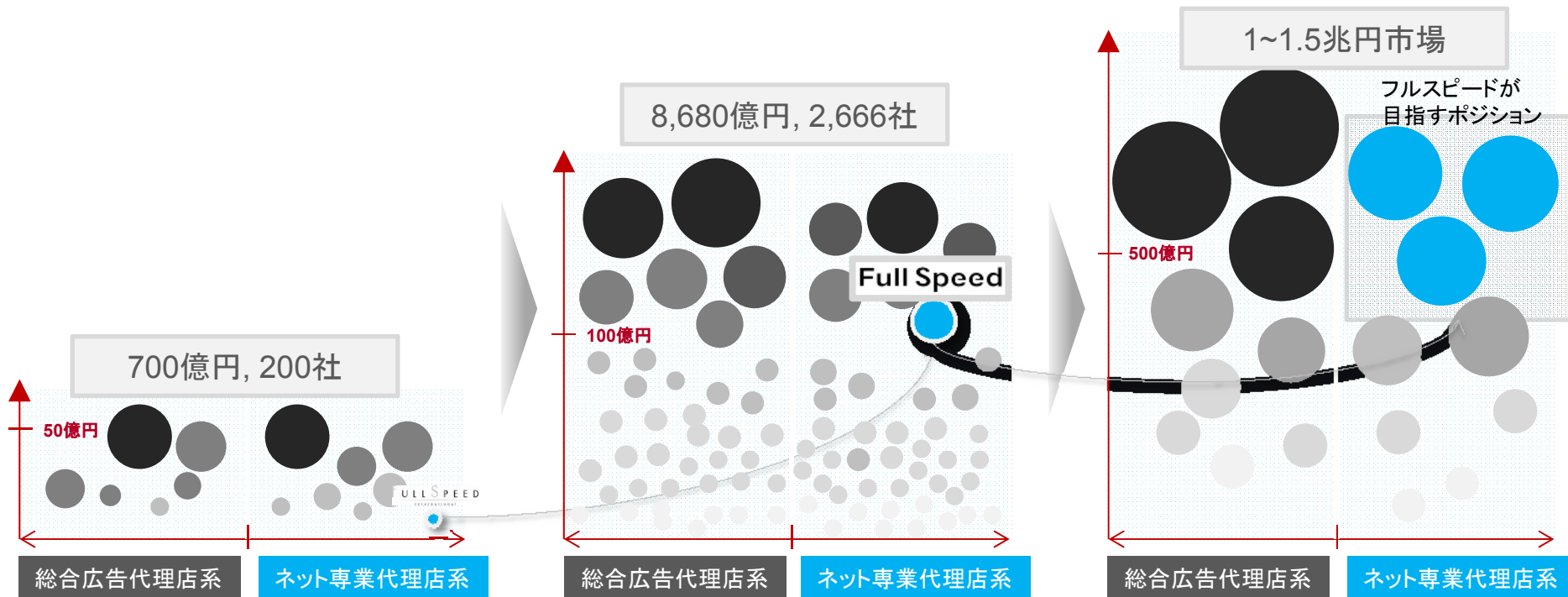
インターネット黎明期より最適化の技術開発に注力してきたフルスピードグループ。
今後は総合広告代理店と棲み分けし、「代理店機能」×「アドテク開発機能」の
ハイブリッド型の技術系インターネット広告代理店として独自の立ち位置を目指す。

業界動向に沿って変容する当社の立ち位置

2001年
(インターネット黎明期)

2013年
(現在)

2020年 (将来)



フルスピードグループ 経営ビジョン

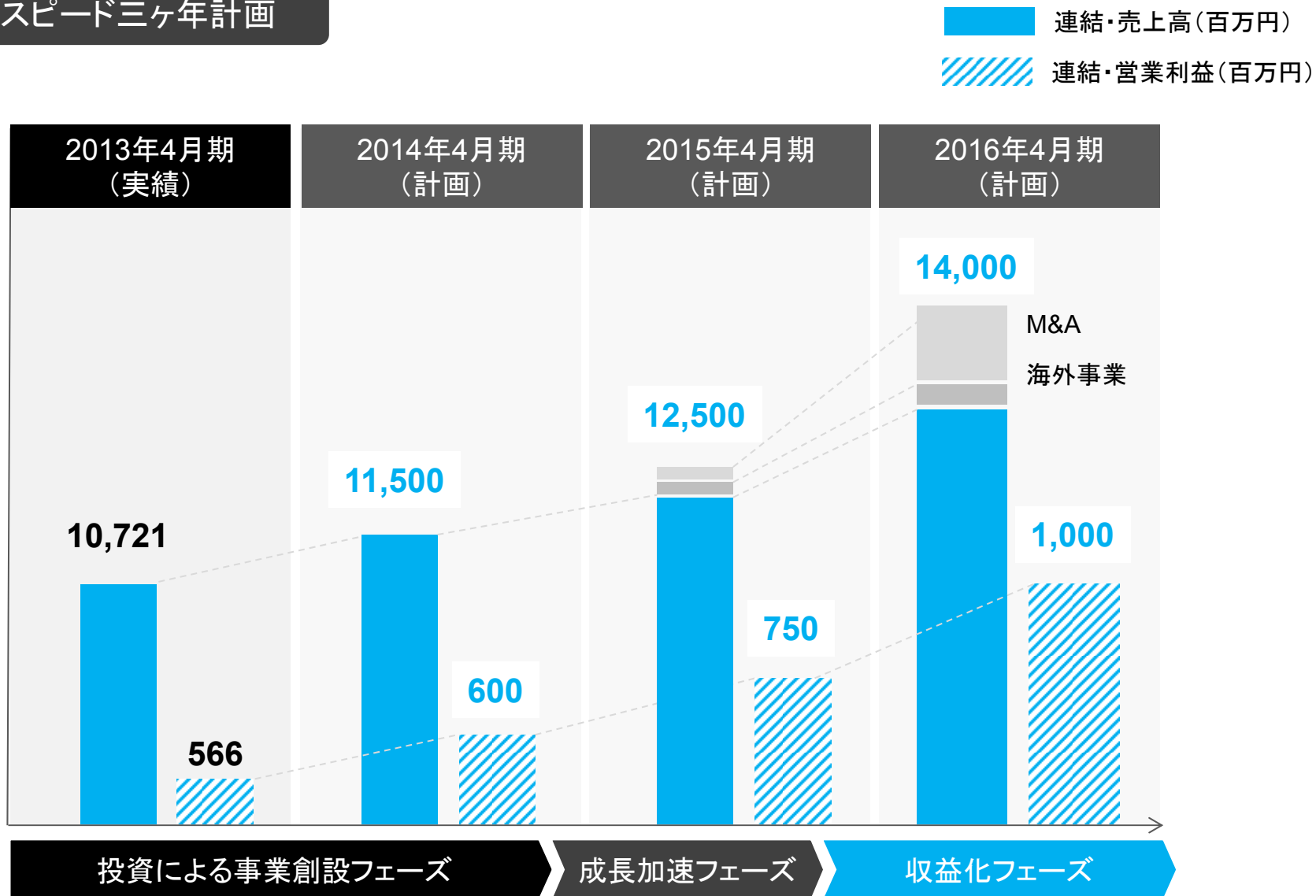
アド・テクノロジーインフラを基盤に、インターネットマーケティングを必要とするあらゆる国内外企業を総合的に支援する。

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	・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	・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	・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	・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。		

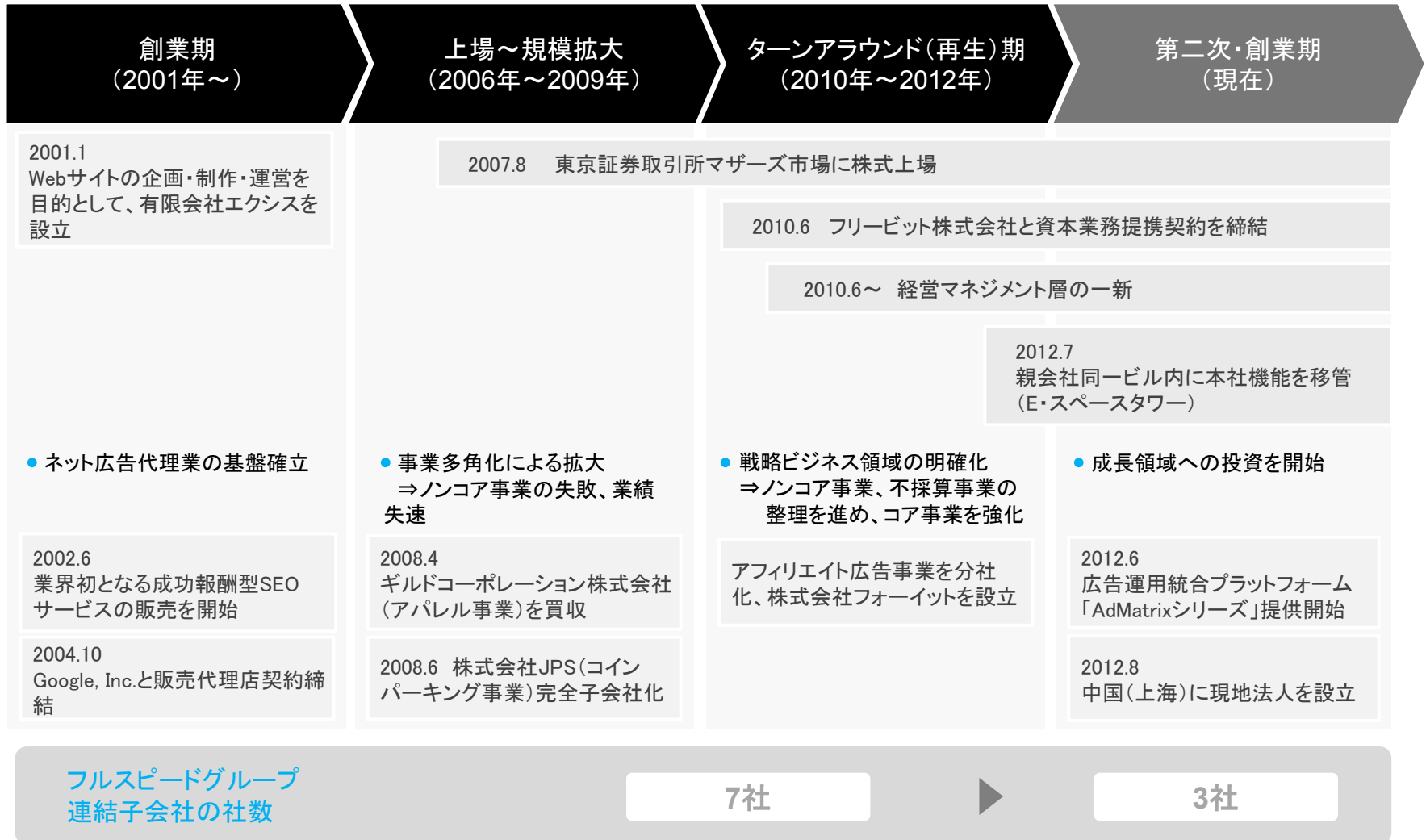
フルスピード三ヶ年計画



02 Current Stage and Future Plans

フルスピードの現在地と未来

創業期から現在までの変遷



重要な5つの施策

1

ビジネス

ノンコア事業の売却による不採算事業の整理

2

ビジネス

事業ドメインの再構築による収益モデルの転換の実行

3

財務

有利子負債の削減による財務体質の大幅な改善

4

収益

抜本的なコスト構造改革の実施

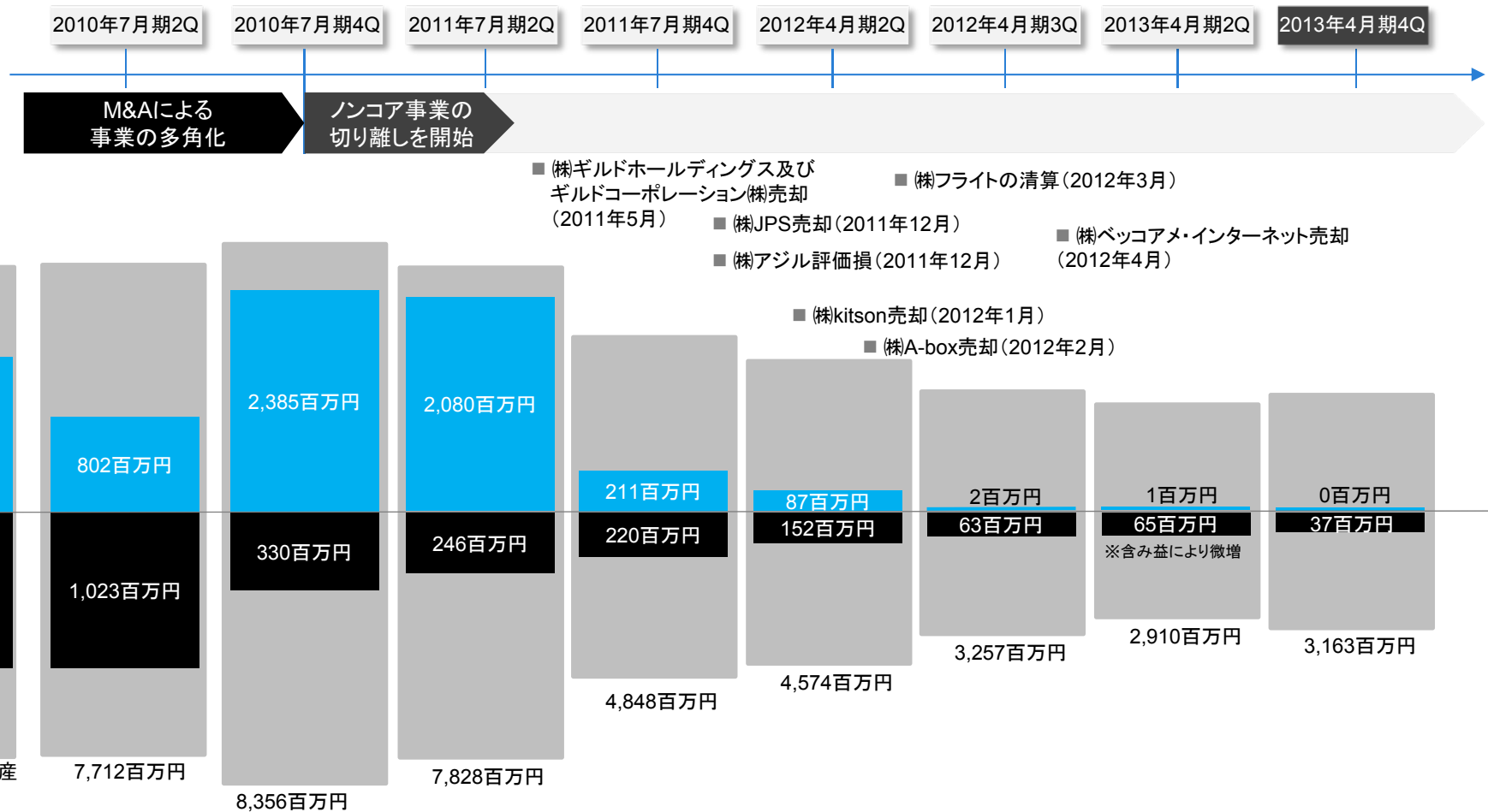
5

営業

営業体制の確立

ノンコア事業の売却

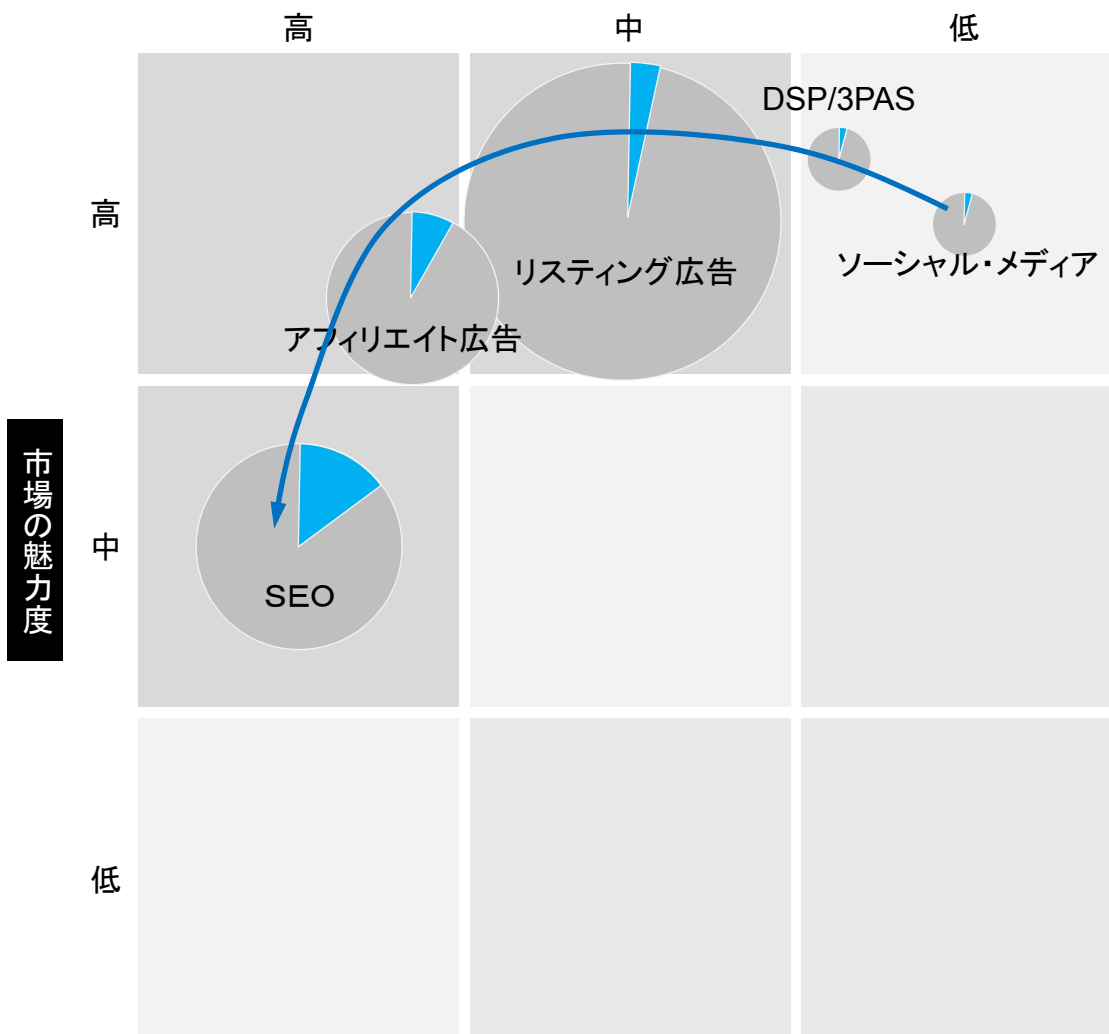
- フリービット傘下となって以降(2010年8月～)、過去買収した不採算事業の整理を本格的に実施



現在の事業ポートフォリオ

競合優位性

...市場シェア割合(概算)



- SEO市場は、成熟しつつあるが、競合との優位性は高いため、市場シェアをさらに拡大する。
- リスティング広告市場／アフィリエイト広告市場は、今後も高成長を見込む。
- DSP/3PASやソーシャル・メディアの市場規模は今後、拡大基調を見込んでおり、当社も本年度から本格的に当該事業領域への進出を決定。

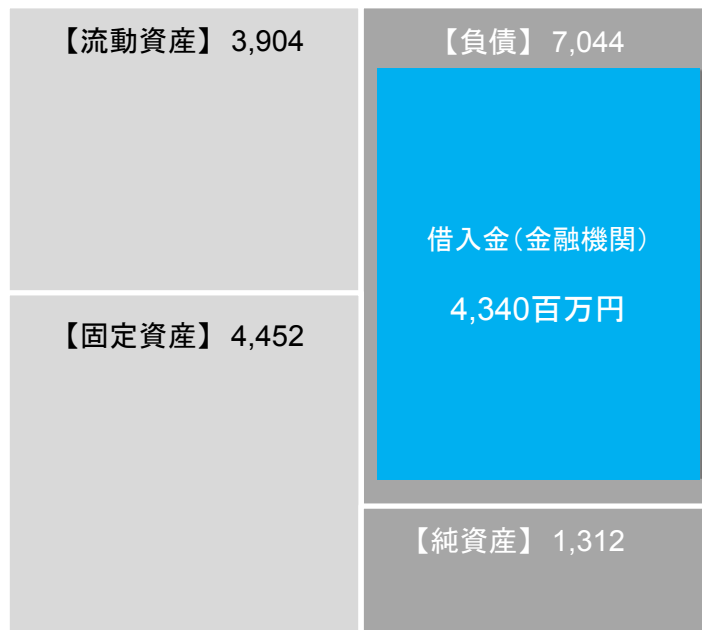
(3) バランスシートの圧縮

2010年7月以降、ノンコア事業の切り離しを進め、不良資産を主とする固定資産を10分の1以下に圧縮。財務リストラクチャリングを実行することで、外部の金融機関からの借入金は、ピーク時の**43.4億円**から**5.1億円**に約9分の1に圧縮。

財務体質の改善

2010年7月期

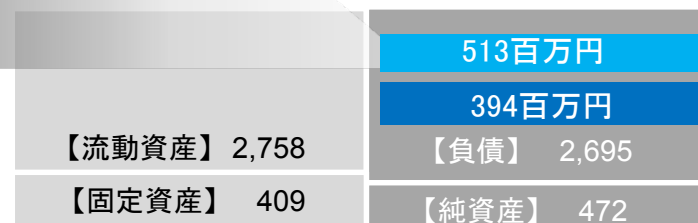
(単位: 百万円)



【総資産】 8,356

2013年4月期

(単位: 百万円)



【総資産】 3,168

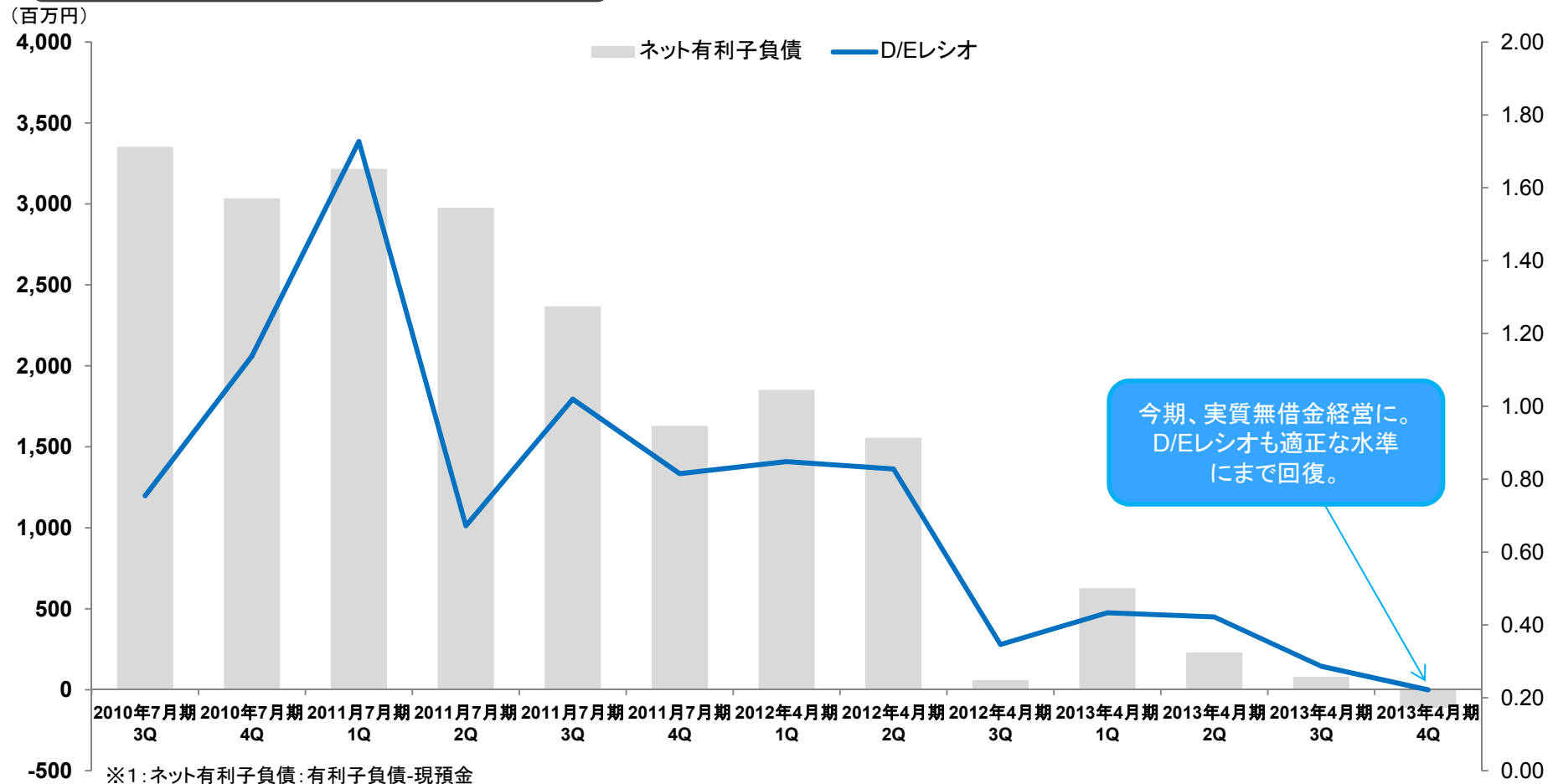
借入金(金融機関)
フリービットからの
グループファイナンス

(4) 財務レバレッジの正常化

02 Current Stage and Future Plans

機動性を重視し、金利負担の少ないグループファイナンスによる親会社（フリービット社）からの借入を活用しつつ、現在は外部からの借入金より現預金残高が多い状況に。

ネット有利子負債とD/Eレシオ



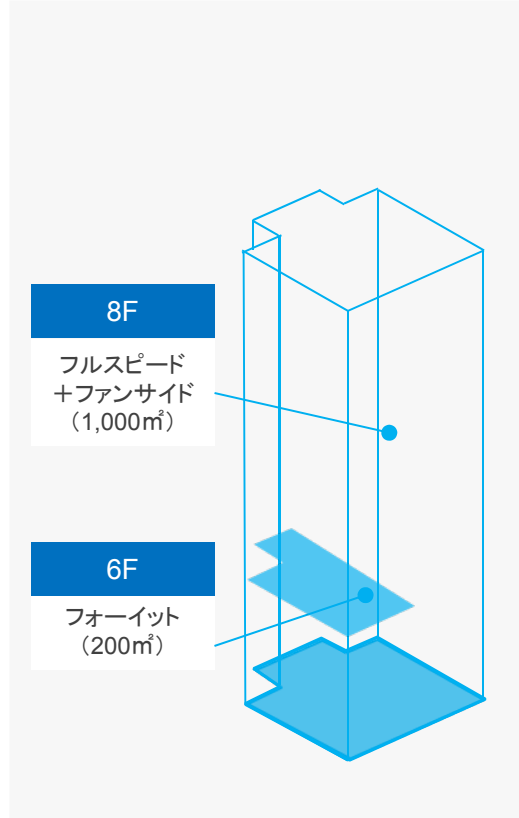
(5)コスト構造改革 ①オフィス効率化

02 Current Stage and Future Plans

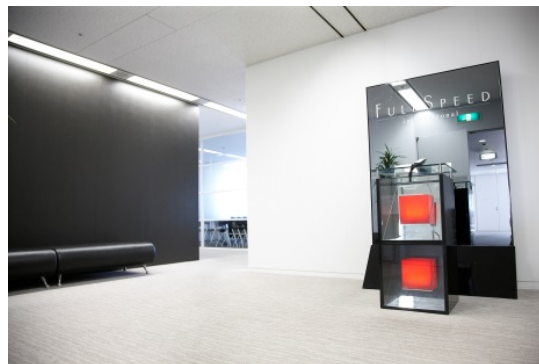
5年前と比較して、年間の賃料は4.2億円から1.3億円(約1/3)に圧縮。
“クリエイティブ”×“テクノロジー”なオフィス環境創造を実行。

グループ全体でのオフィス集約

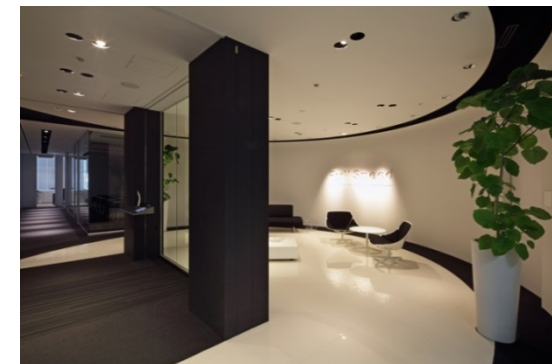
本社オフィス (E・スペースタワー)



Before

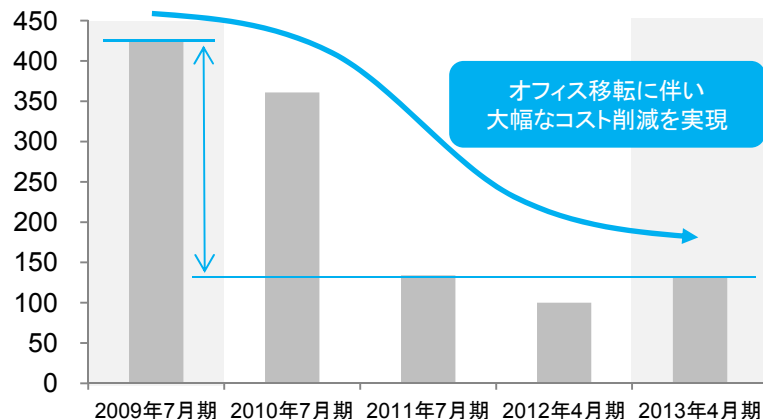


After

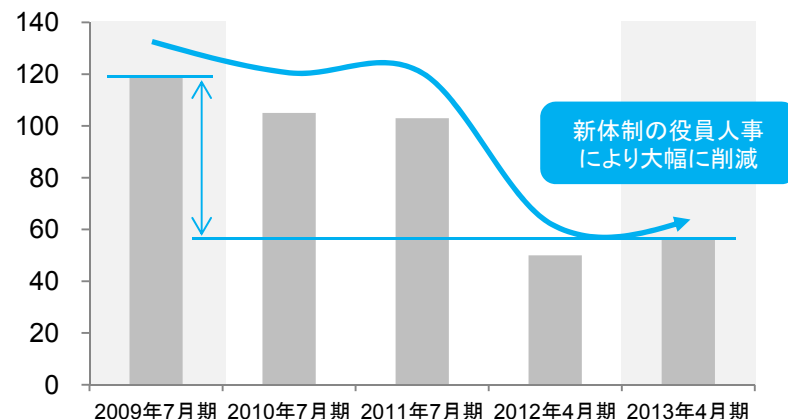


販管費の削減と戦略投資の実施

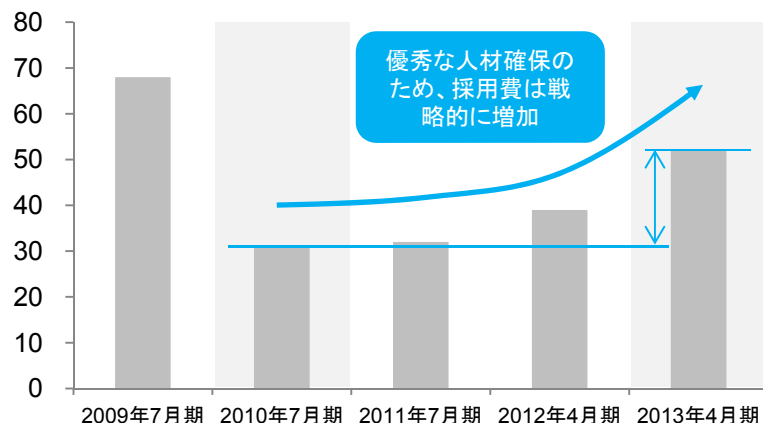
賃料



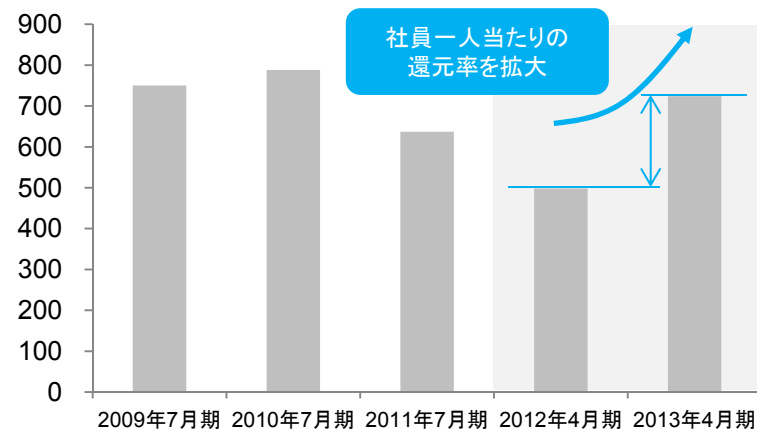
役員報酬



採用費



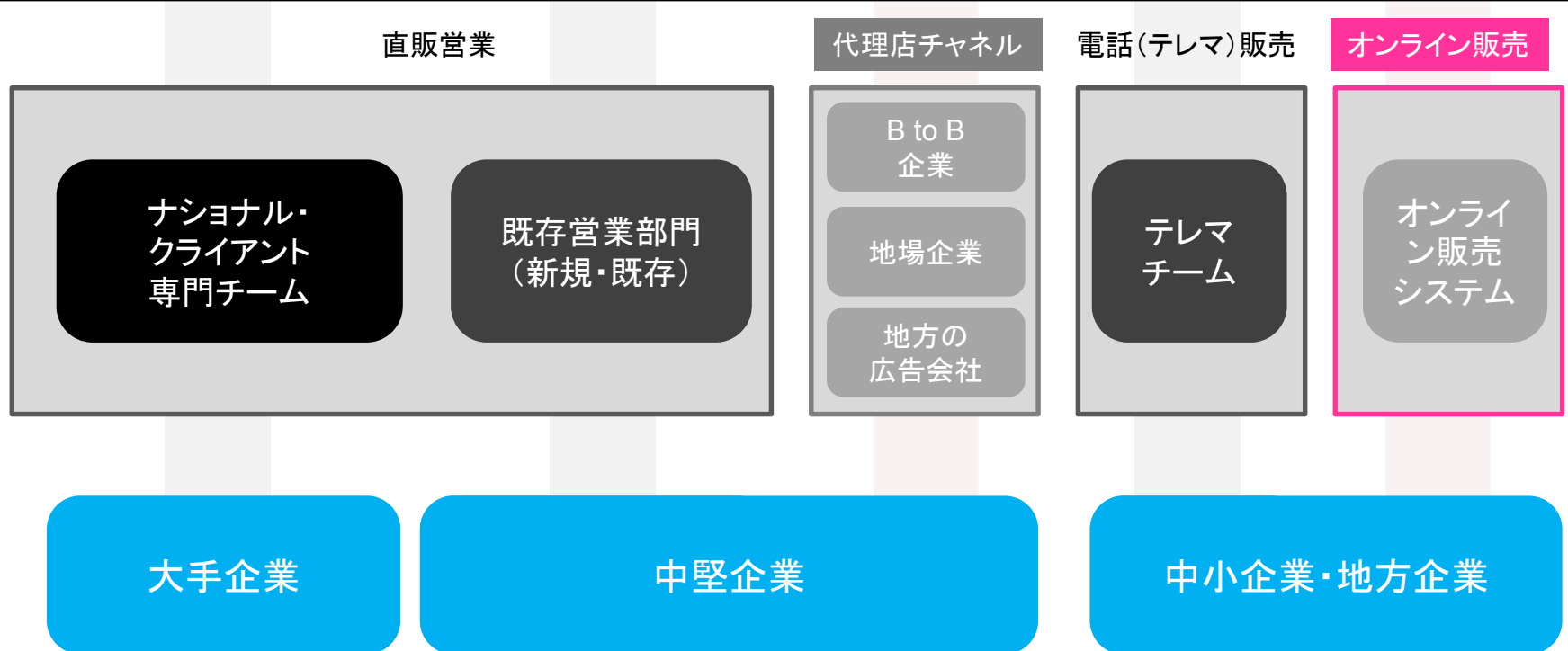
人件費



※2012年4月期は決算期変更(7月期⇒4月期)による変則決算(9ヶ月決算)

※子会社の異動による影響を排除するため、当社(フルスピード)および主要子会社であるフォーイット、ファンサイドの販管費を比較

Full Speed Ad Technology & Marketing Company



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、「代理店販売」と新たに開始する「オンライン販売」を本格的に展開。

FY 2010

FY 2011

FY2012

FY2013

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

コーポレートサイトの全面リニューアル



03 New Business Concept

新たな事業コンセプト

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。



事業展開における3つの指針

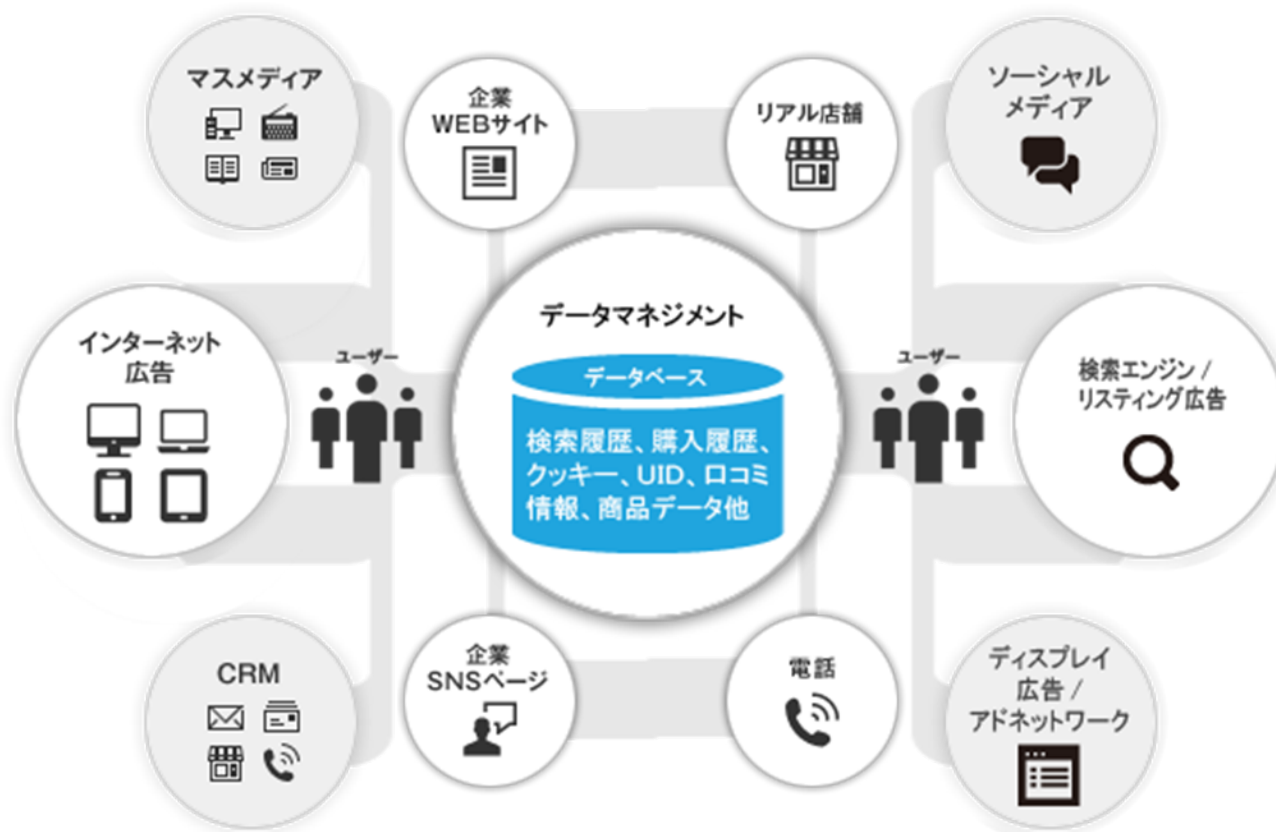
徹底したクライアントの“成果”にこだわる。

高い利益構造が保てるビジネスストラクチャーを構築する。

SPAモデルによる広告のトータル・ソリューション企業を目指す。

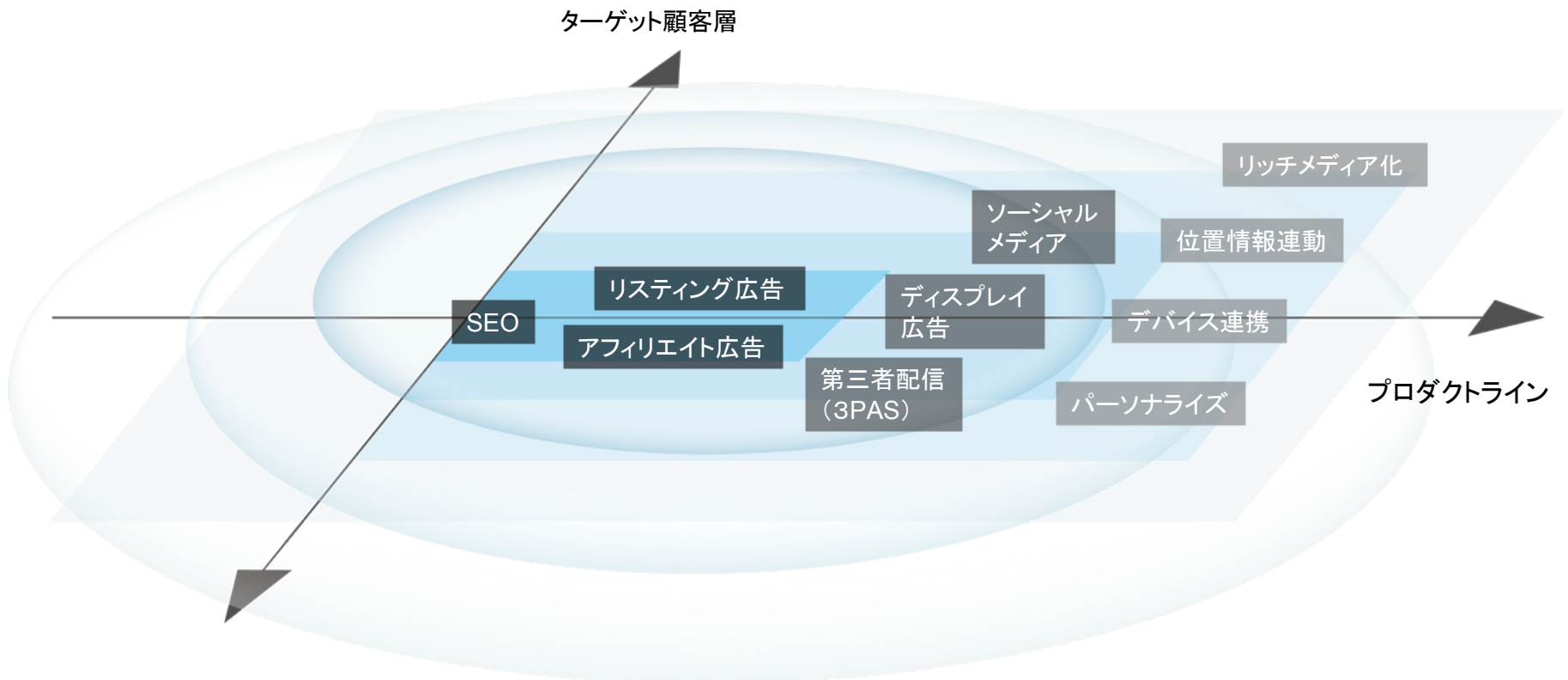
企業がマーケティング活動を行う中で、膨大に溢れつつある大量なデータの中で最も重要になるのはコンバージョンに近いユーザーのデータの使い方。安価で、かつ効率の高いデータ・マネジメントを行うテクノロジーの需要は今後ますます増えます。

企業のマーケティング活動と膨大なデータ



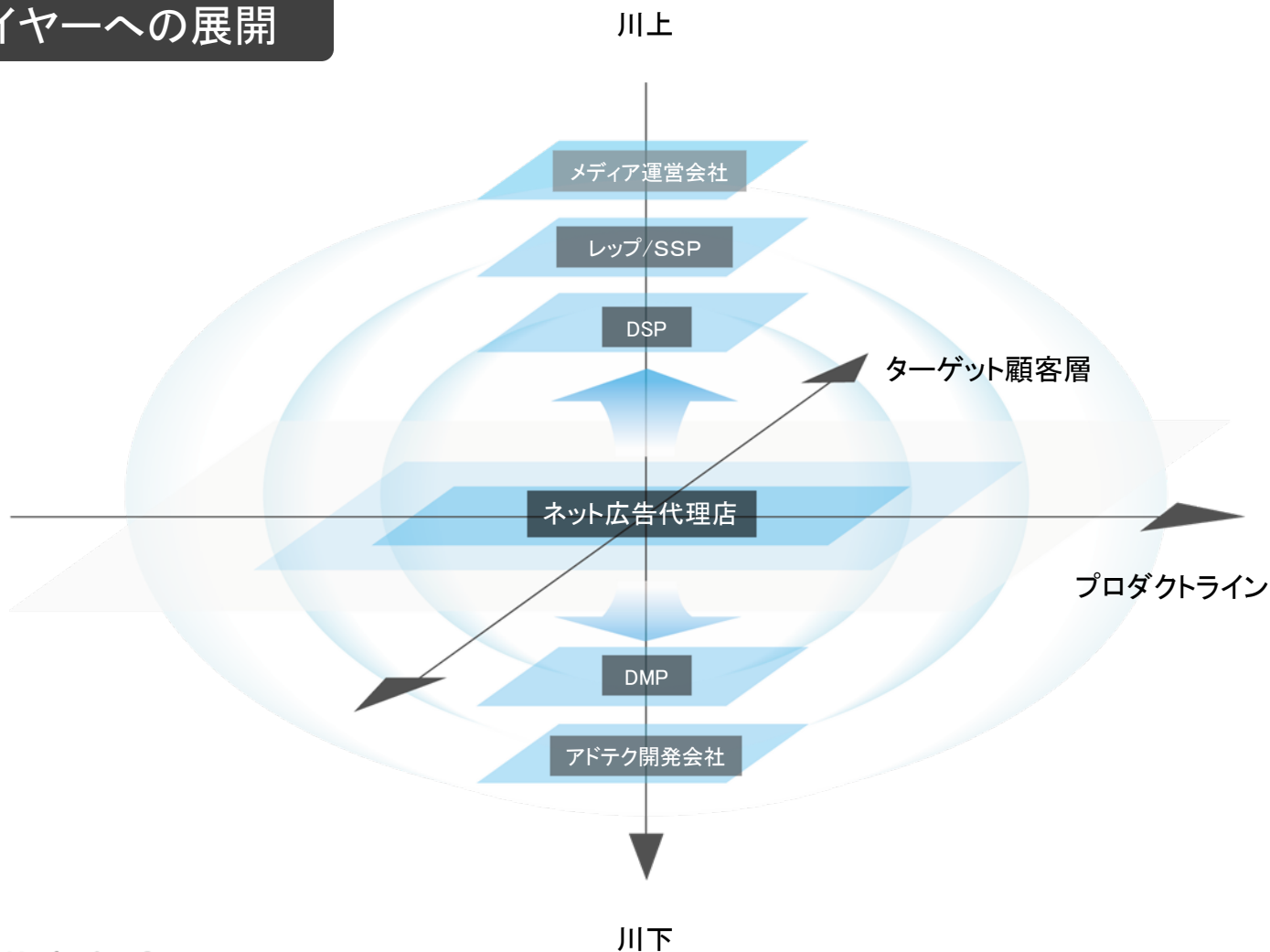
プロダクトとしては、既存のコア事業に加え、「ディスプレイ広告」「ソーシャル・メディア」「第三者配信(3PAS)」の領域を深耕する方針。

水平レイヤーへの展開



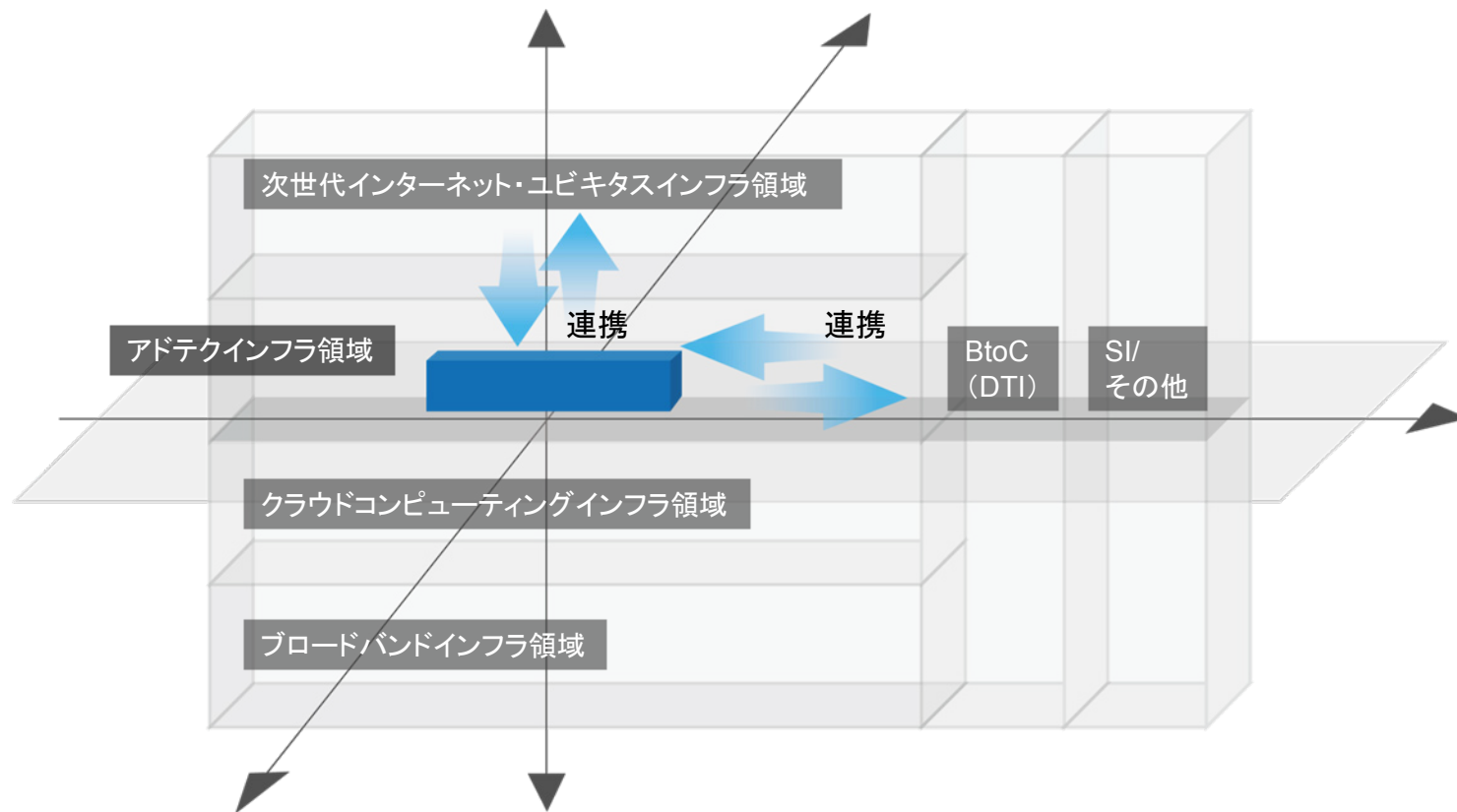
ネット広告代理店を主たるドメインとし、川上（メディアサービス）や川下（テクノロジー開発）への領域拡大を図り、ここ数年で、垂直レイヤーへの展開を開始する。

垂直レイヤーへの展開



広告の領域において、①フリービットが研究を進めるネットワーク・デバイス上と広告を連携すること、②フリービットが有する100万人を超す通信・インフラのユーザー向けに広告活用に向けた動きをグループ全体として強化。

フリービットグループのコア・コンポーネント



04 Ad-Tech Market Circumstance

アドテク業界を取り巻く市場環境

アドテク領域における3つの変化

マルチデバイス化

広告とデバイスとの連携が加速するとともに、
広告の表現手法も広がる。

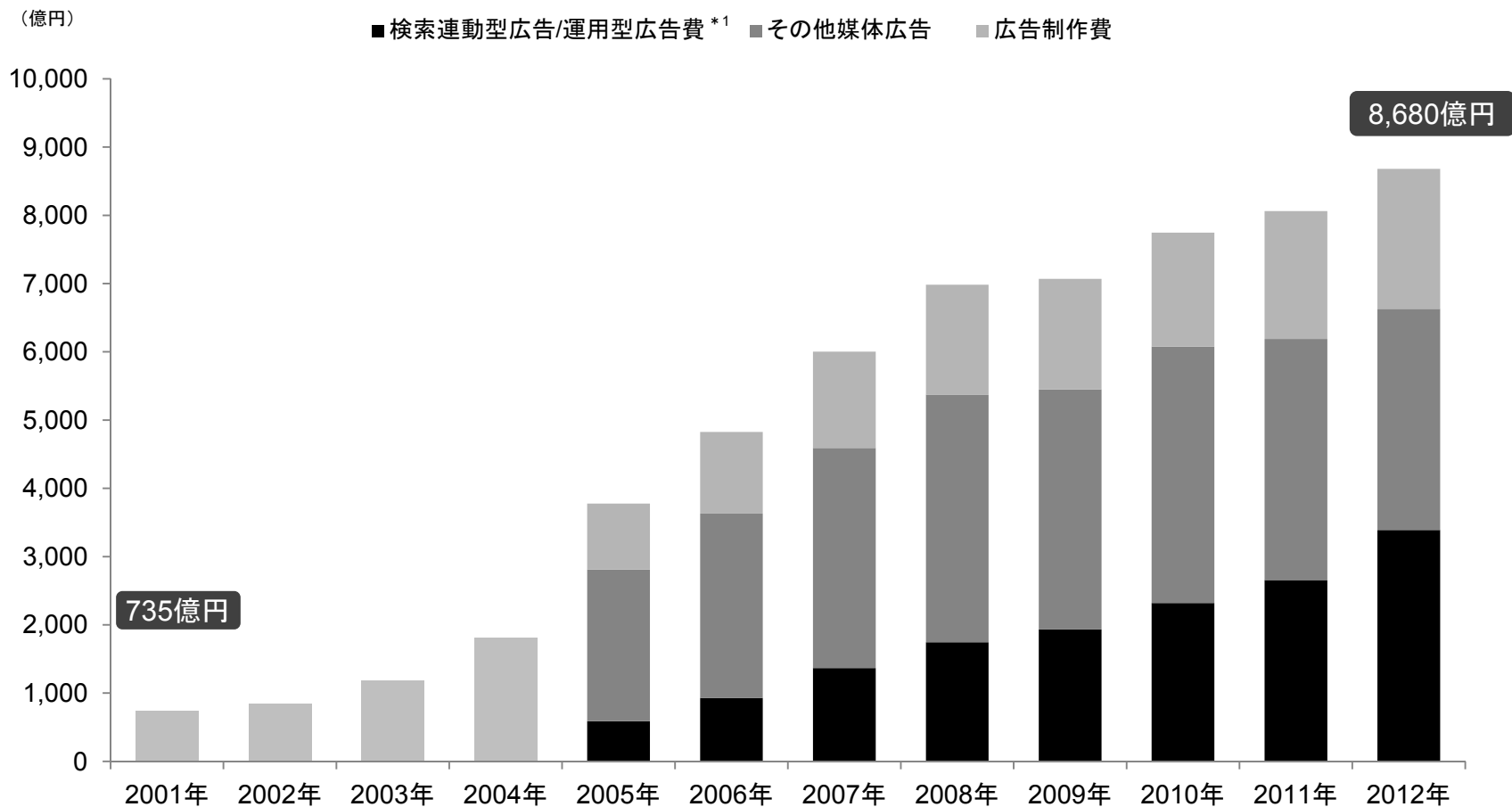
データ処理能力
勝負の時代へ

「アドテク力」に加え、
「マイニング力(解析力)」×「インフラ力」の勝負に。

インハウス・データ
との連携加速

ユーザーのターゲティング精度を高めるため、
企業が独自に保有するデータとの連携はさらに加速。

日本のインターネット広告市場

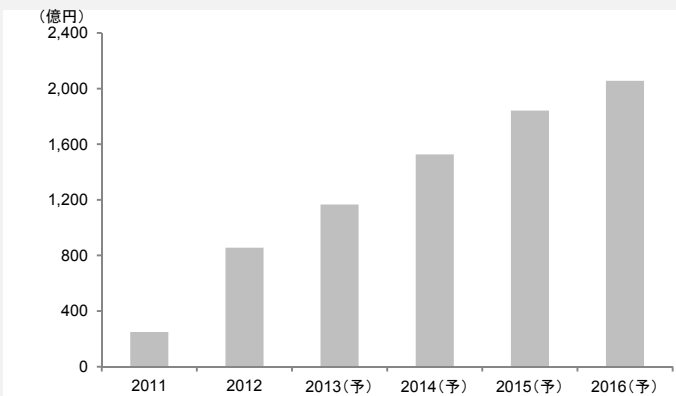


(電通調べ)

^{*1} 「日本の広告費2013」より、業界実態をより反映した分類として運用型広告費に名称変更。検索連動型広告に加え、広告配信の新技术(DSP、SSP、アドエクスチェンジ等)を含む。

リスティング広告(スマートフォンのみ)市場

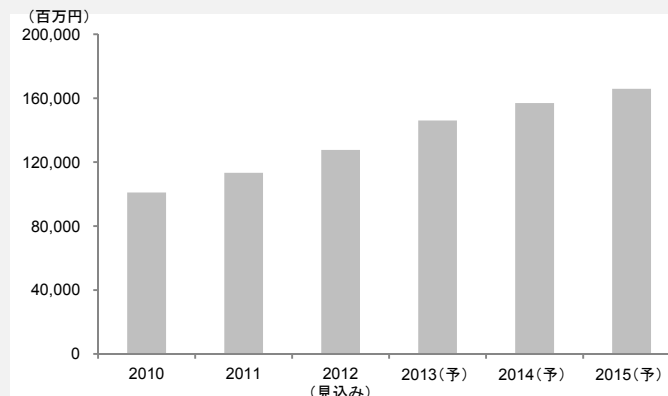
■スマートフォンリスティング広告市場規模予測



(シード・プランニング調べ)

アフィリエイト広告市場

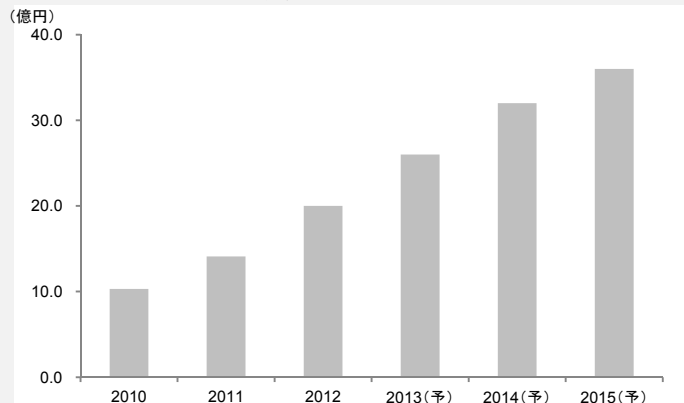
■アフィリエイト市場に関する調査結果(矢野経済研究所)



(矢野経済研究所調べ)

ソーシャルメディア解析市場

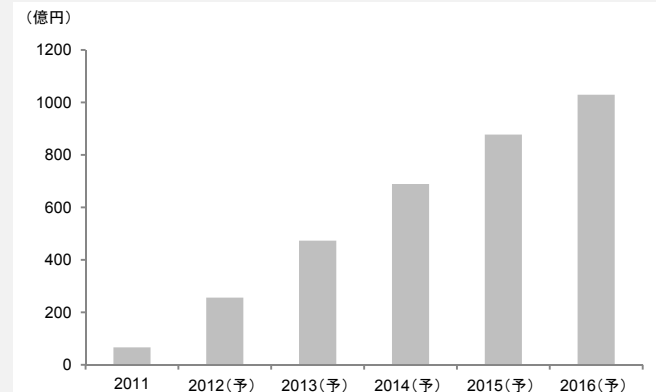
■ソーシャルメディア解析市場規模推移



(ITR 調べ)

DSP広告市場

■日本のRTB経由ディスプレイ広告市場規模予測



(マイクロアド調べ)

大手インターネット広告代理店上位の勢力図

【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

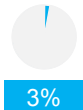
電通グループ系



博報堂グループ系



アサツーディ・ケイグループ系



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



- ・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



- ・Blogメディア、ソーシャルゲーム等に強み



- ・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



- ・コールセンター、BPOを主軸にマーケティング全般を展開



- ・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



アフィリエイト広告



ソーシャルメディア



※上記データは株式会社ミック経済研究所『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

総合広告代理店グループ系

クライアント

総合広告代理店

ネット広告代理店

メディアレップ
SEM運用代理店

媒体(メディア)

フルスピードの立ち位置

クライアント

ネット広告代理店

Full Speed
Ad Technology & Marketing Company

AdMatrix
(配信ツール経由)

媒体(メディア)

フルスピード
自社媒体
(メディア)

Full Speed
Ad Technology & Marketing Company

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)

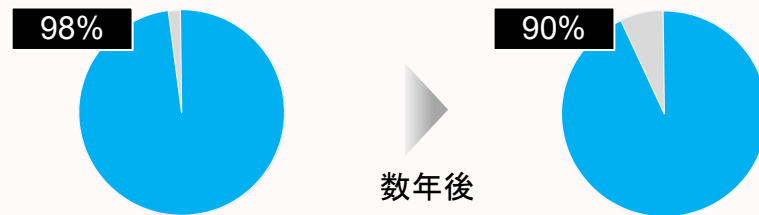
一人当たり人件費: **高水準**
700~900万円前後

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**
300~800万円前後

社員年齢(平均): **25~30歳**
→ネットリテラシーが高い世代中心

05 Competitive Strategy

差別化戦略

さらに高い利益体質の広告代理店となるために、「DSP」「3PAS」「ソーシャル」といった比較的粗利率の高い商材の自社開発・販売比率を上げる。

当社が高い専門性を有する領域

分析項目	SEO	リスティング 広告	アフィリエイト
当社の立ち位置	1～3位 ※1 自社開発	7～9位 ※2 代理店販売 (商社モデル)	4～6位 ※1 自社開発
売上貢献度	中	大	中
粗利率	高	低	高
市場成長の見通し	→	↶	↶

新たに進出(サービス化)する領域

DSP	広告効果測定 (3PAS)	ソーシャルメ ディア
自社開発中 → 今期販売強化	自社開発中 → 今期販売強化	自社開発中 → 今期販売強化
中	小～中	小～中
高	高	中～高
↶	↶	↶

+

※1・・・IR情報等に基づく自社調べ

※2・・・Yahoo!プロモーション広告(★ ★ ★)以上の正規代理店における順位

チャネル別の顧客ターゲティング戦略

顧客粗利単価と企業数の関係

都市圏企業
(東京・大阪・福岡)

既存の顧客層。中価格帯が主なターゲット

+

ナショナルクライアント
大企業開拓

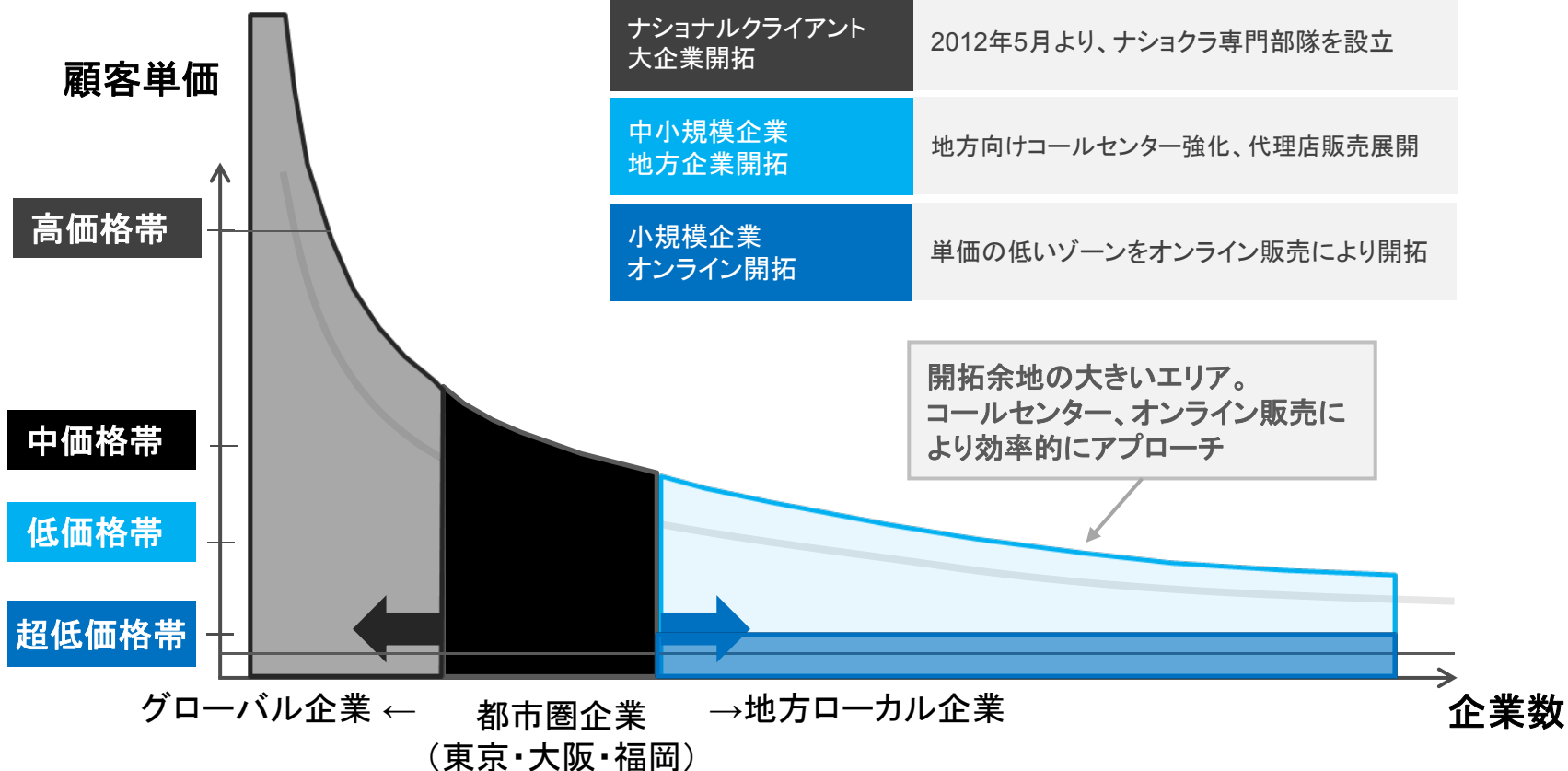
2012年5月より、ナシヨクラ専門部隊を設立

中小規模企業
地方企業開拓

地方向けコールセンター強化、代理店販売展開

小規模企業
オンライン開拓

単価の低いゾーンをオンライン販売により開拓



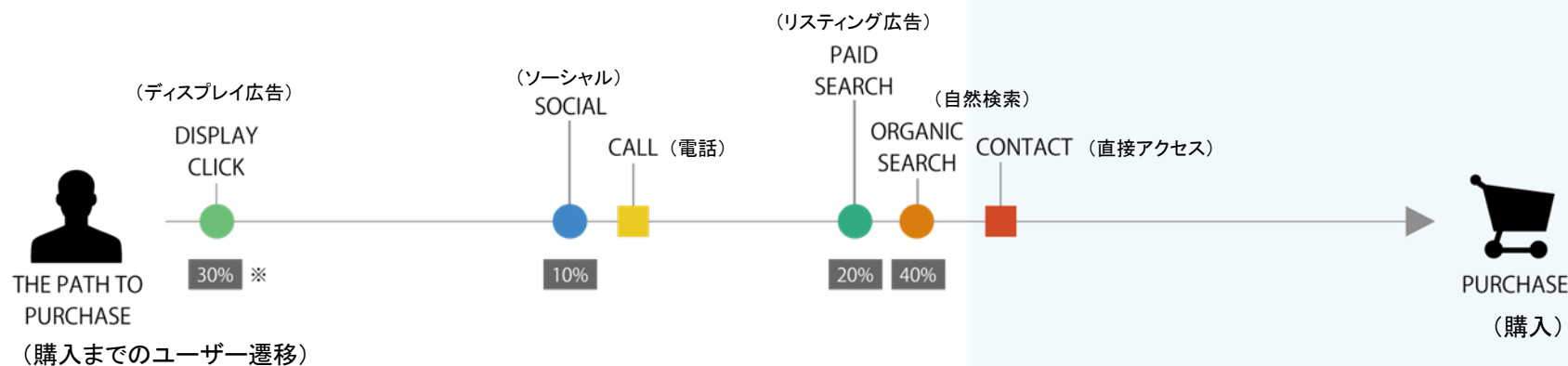
開発プロダクトのシリーズ化



カスタマー・ジャーニーという考え方のもと、当社の独自の広告統合マネジメントツール「AdMatrix(アドマトリックス) 3PAS」では、ユーザーの行動履歴の見える化を可能とし、効果的なプロモーションを実現します。

顧客の商品の「認知」から「購買」までの一連の遷移解析

※購入に与えた広告の影響度(%)



Awareness (認知)

Consideration (検討)

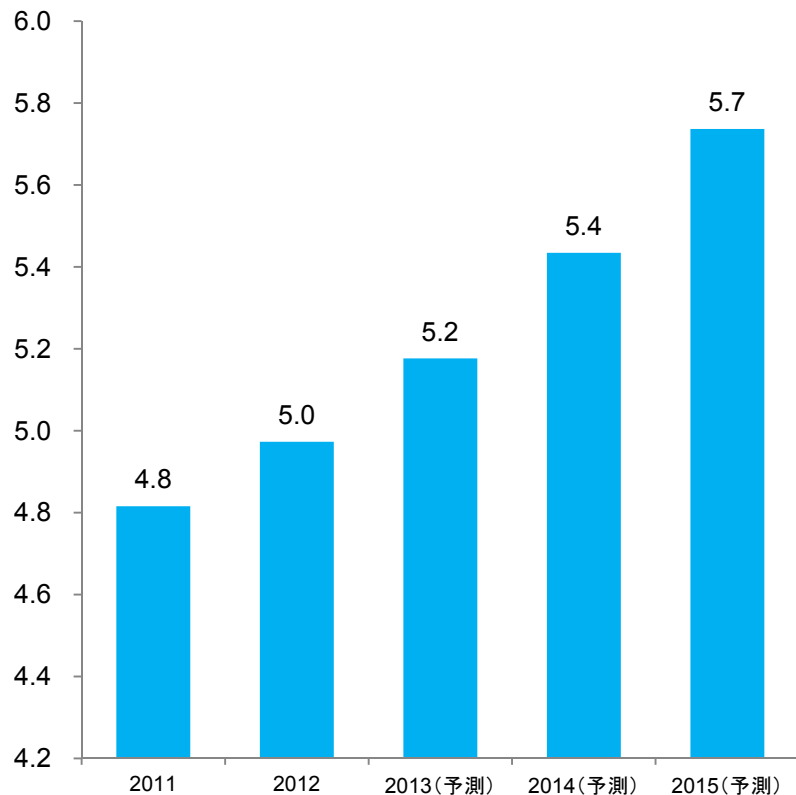
Intent (意図)

Decision (意思決定)

06 Overseas Businesses and Alliance

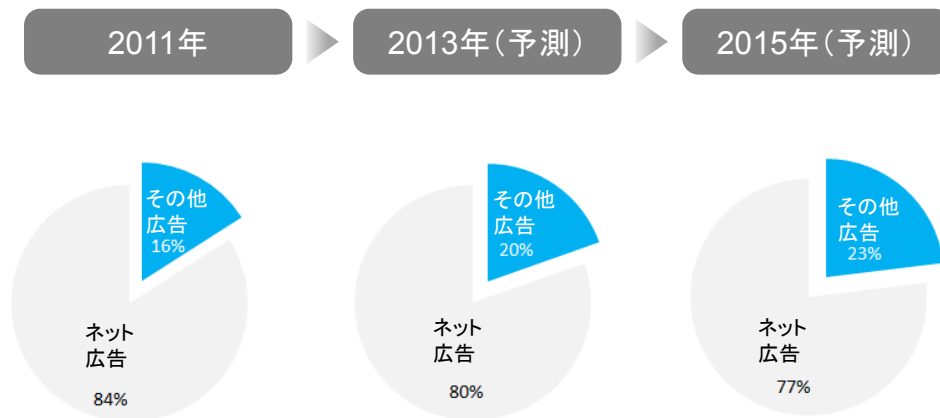
グローバル展開とアライアンス戦略

世界のインターネット広告市場(兆円)



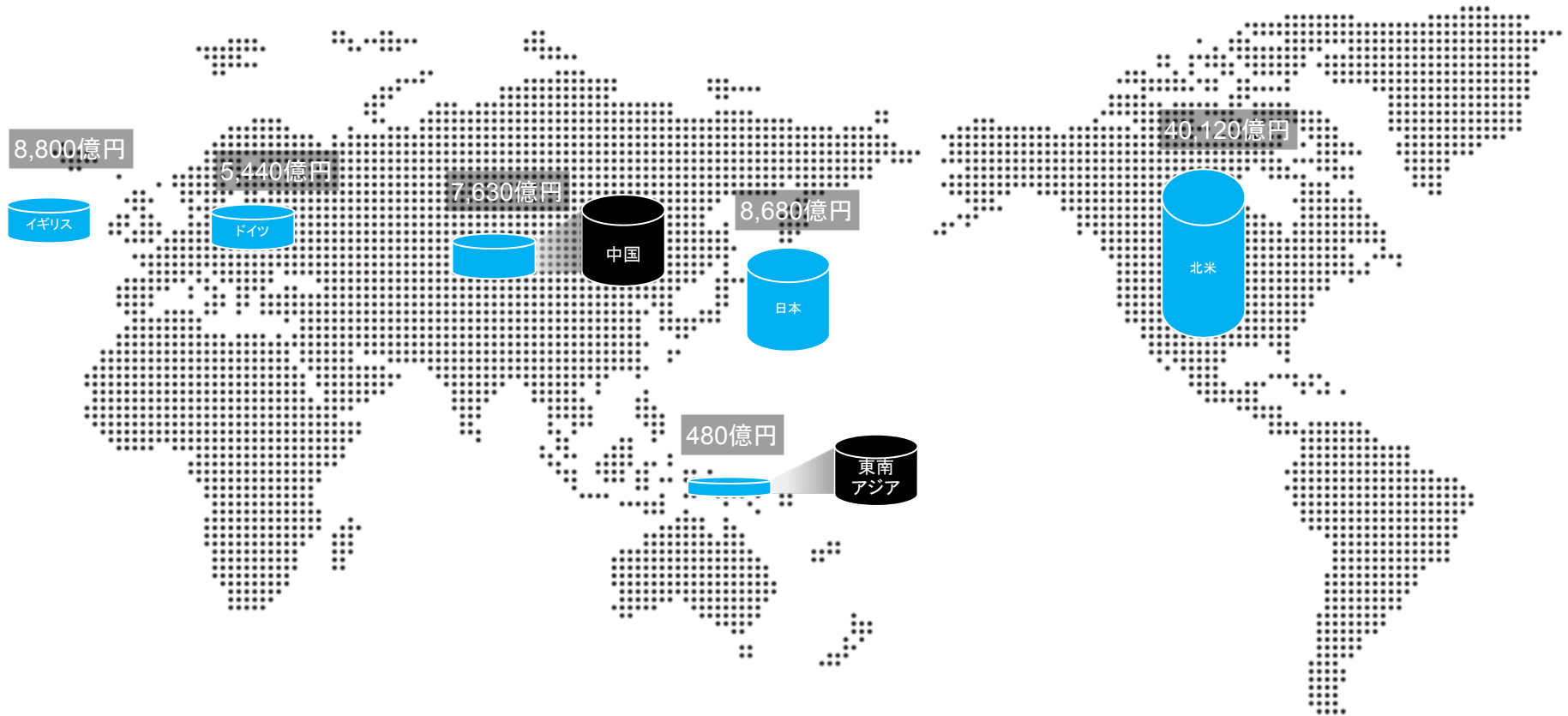
※「Zenith Optimedia」を算定値を踏まえ当社推定

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。

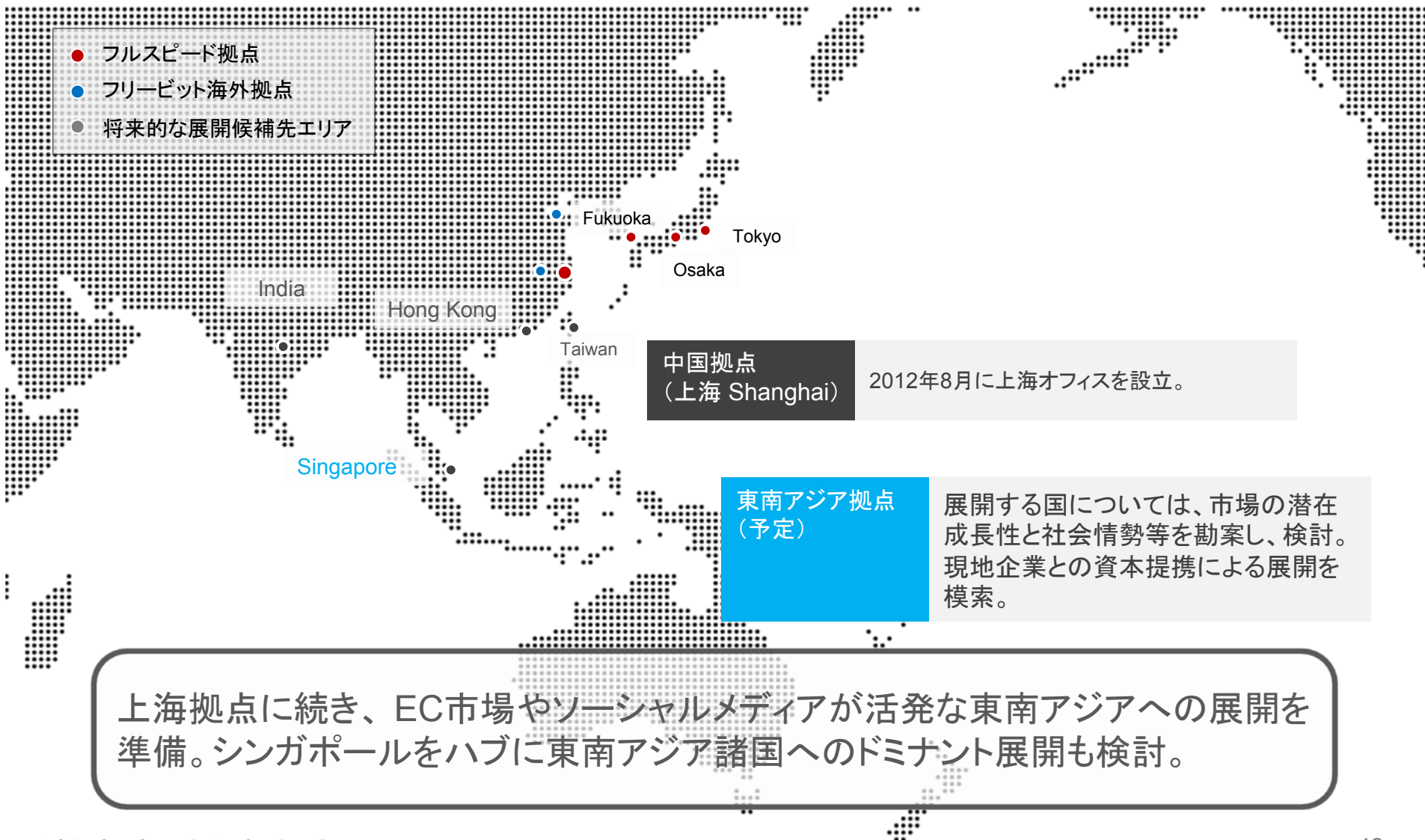
各国の市場規模



今後、高い成長を見込まれている中国とアジア。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。

フルスピードにおける海外展開

- 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



国内及び海外事業における連携の加速

国内事業

- ネットに限らずユーザーのオーディエンス・データを多数有する事業主(メディア運営主、リアル店舗運営会社、決済データ保有企業)とのデータの相互連携
- 広告事業の展開を今後強化する事業主(大手EC事業主、大手メーカー、シンクタンク、データマイニング会社)との業務・資本提携レベルでのアライアンスを検討
- PV/UUの高い大規模メディアの構築におけるSEO(内部対策)領域における技術提供を加速

海外事業 (中国)

- 主力商材であるSEOに付随するサービス領域(ソーシャル・メディア、ディスプレイ広告、Web制作会社)との連携を加速

海外事業 (東南アジア)

- 東南アジアにおいては、EC事業、ソーシャル・メディア・マーケティング事業などを展開する企業と連携又は資本提携

07 HR Management

人材マネジメント戦略

人材マネジメントの戦略コンセプト



尖った人材の採用



教育への投資



福利厚生の充実

人材マネジメントにおけるコンセプト

尖った人材を増やす。

ただのスペシャリストは要らない。

伸びていく人材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る、あるいは将来持てるポテンシャル人材を採り、育成する。
- ・年齢、社会人としての経験年次に関わらず、成長意欲のある人材は抜擢人事を行う。

基礎研修プログラム

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

経営理念・行動規範・情報セキュリ
ティ、コンプライアンス

HTML研修

資格獲得
支援研修

財務スキル
研修

社内MBA
制度

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

経営理念・行動規範・情報セキュリ
ティ、コンプライアンス

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

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

外部機関と連携した応用研修プログラム（一例：管理職編）

マネジメントスキル関連

管理職基本研修

コーチング力

マネジメント力

会議運営

部下育成スキル

目標設計

ビジネススキル関連

ポジティブ・リスニング

ビジネス・ライティング

ロジカル・シンキング

タイムマネジメント

プレゼンテーションスキル

経営分析

社内研修に不足している領域については、外部企業との連携を行い、研修プログラムを拡充。従業員のビジネススキルアップ研修に加え、幹部社員のマネジメント力の強化することで、全社的に持続的な人材育成を加速させる。

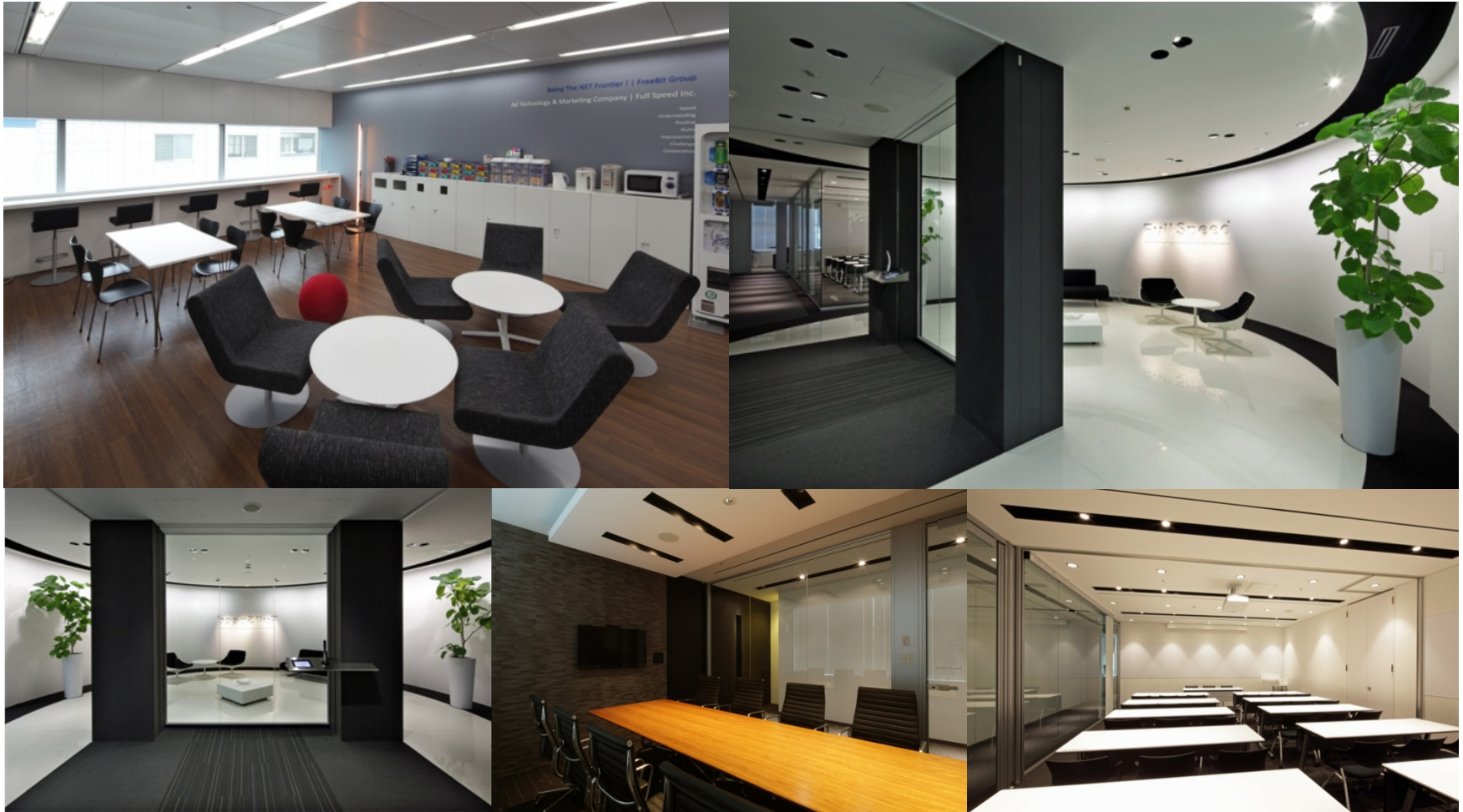
会社からの各種支援制度



クリエイター・エンジニア支援制度



テクノロジー×クリエイティブなコンセプト空間



08 3 Years Plan and Capital Strategy

三カ年計画と資本政策

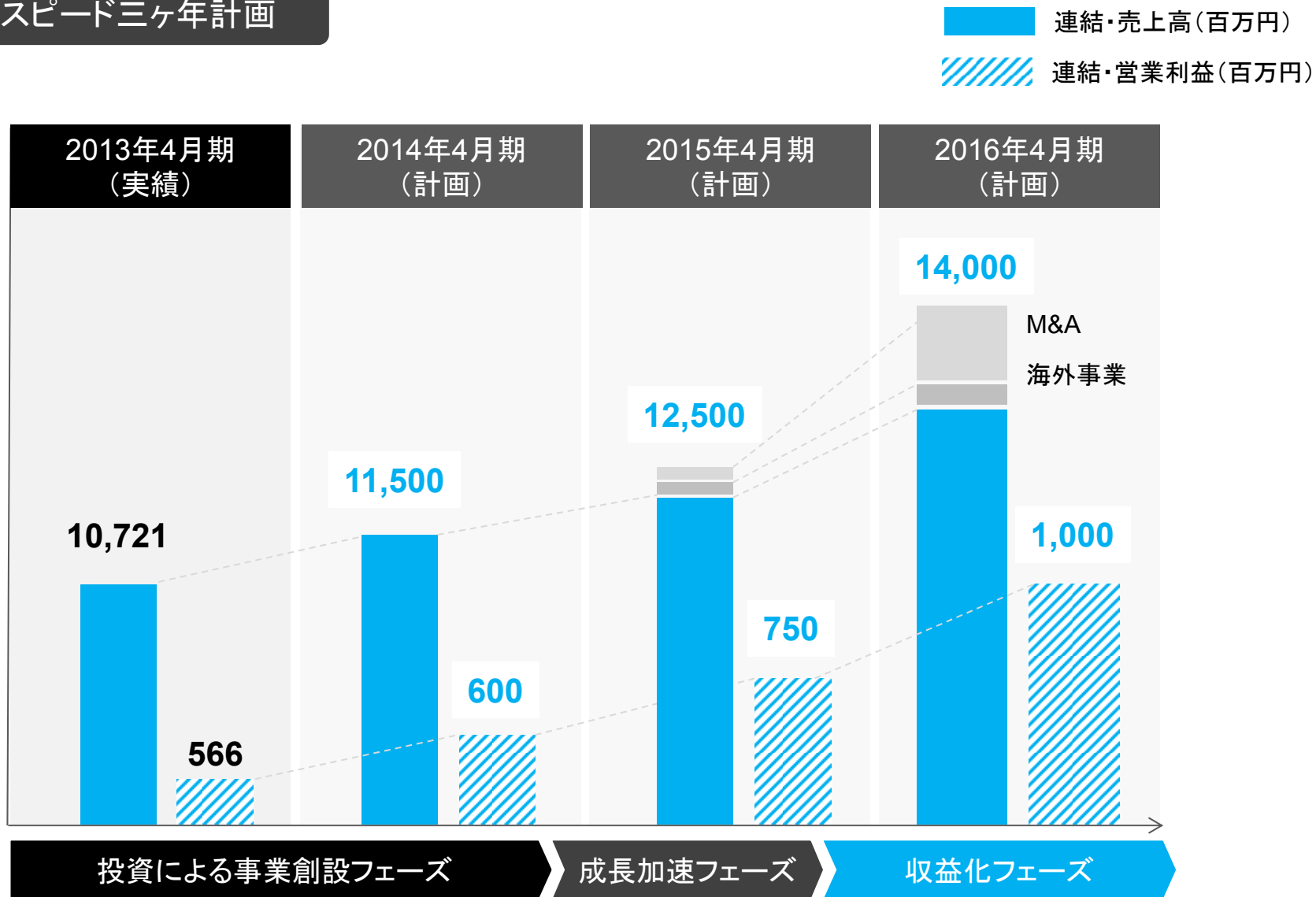
資本政策の考え方

コア事業における潜在成長領域への戦略投資を実施

グループ・ファイナンス or 資本市場を活用した柔軟な資本政策体制

連結納税制度により繰越欠損金を最大限に活用

フルスピード三ヶ年計画



ヒトの心理と広告技術をつなぐ。

“Ad Technology & Marketing Company”

Appendix

フルスピードグループ概要

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）

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	友松 功一
取締役	清水 高
取締役	大泉 洋
取締役	和田 育子

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	107.2億円
営業利益	5.7億円

2013年4月期実績

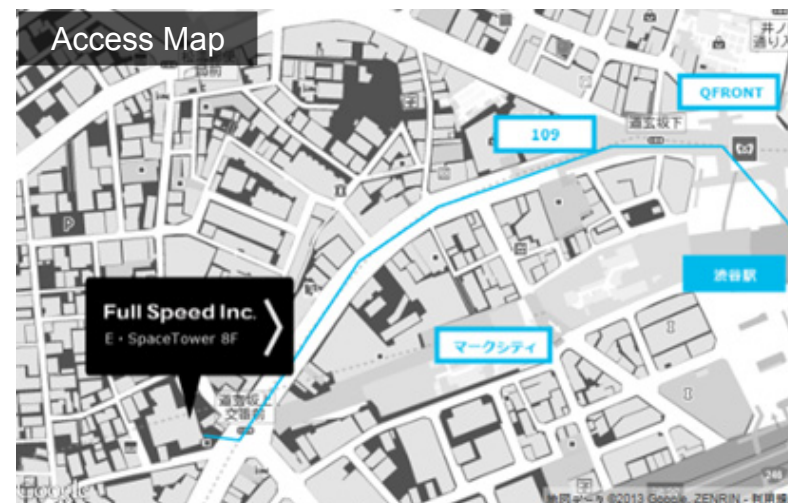
従業員数

連結253名	（正社員216名）
単体214名	（正社員177名）

2013年4月末日現在

本 社 〒150-0044
東京都渋谷区円山町3番6号
E・スペースタワー8階

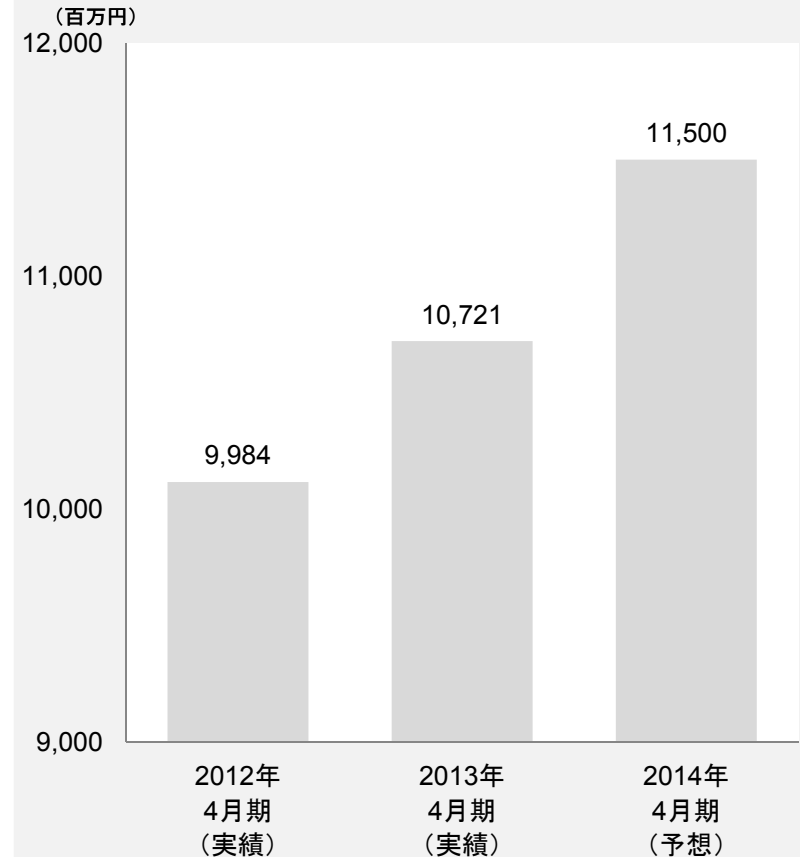
TEL: 03-5728-4460 (代表)
FAX: 03-5728-4461



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
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)

当社取扱高の推移



※ 上記「当社の取扱金額」には、直近5年の連結会計年度における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、予想数値。)



代表取締役社長

田中 伸明

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

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アドバイザリー業務に従事。

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、株式会社フォーイトの取締役に兼任。

2000年、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。



取締役

友松 功一

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。

株式数・株主数

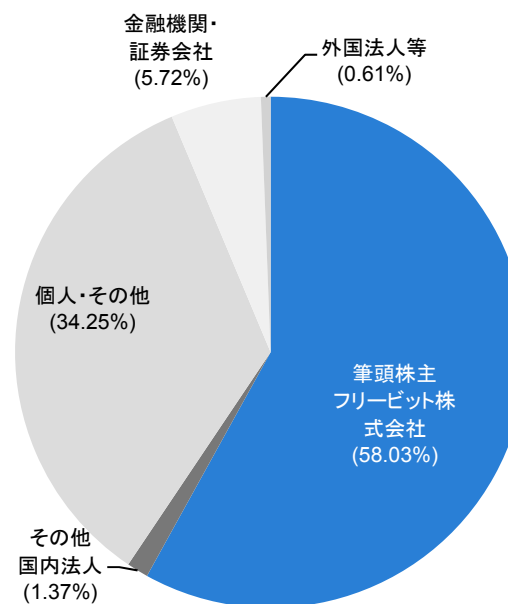
発行可能株式総数	200,000
発行済み株式数	152,680
株主数	4,993

上位株主(1位～10位)の状況

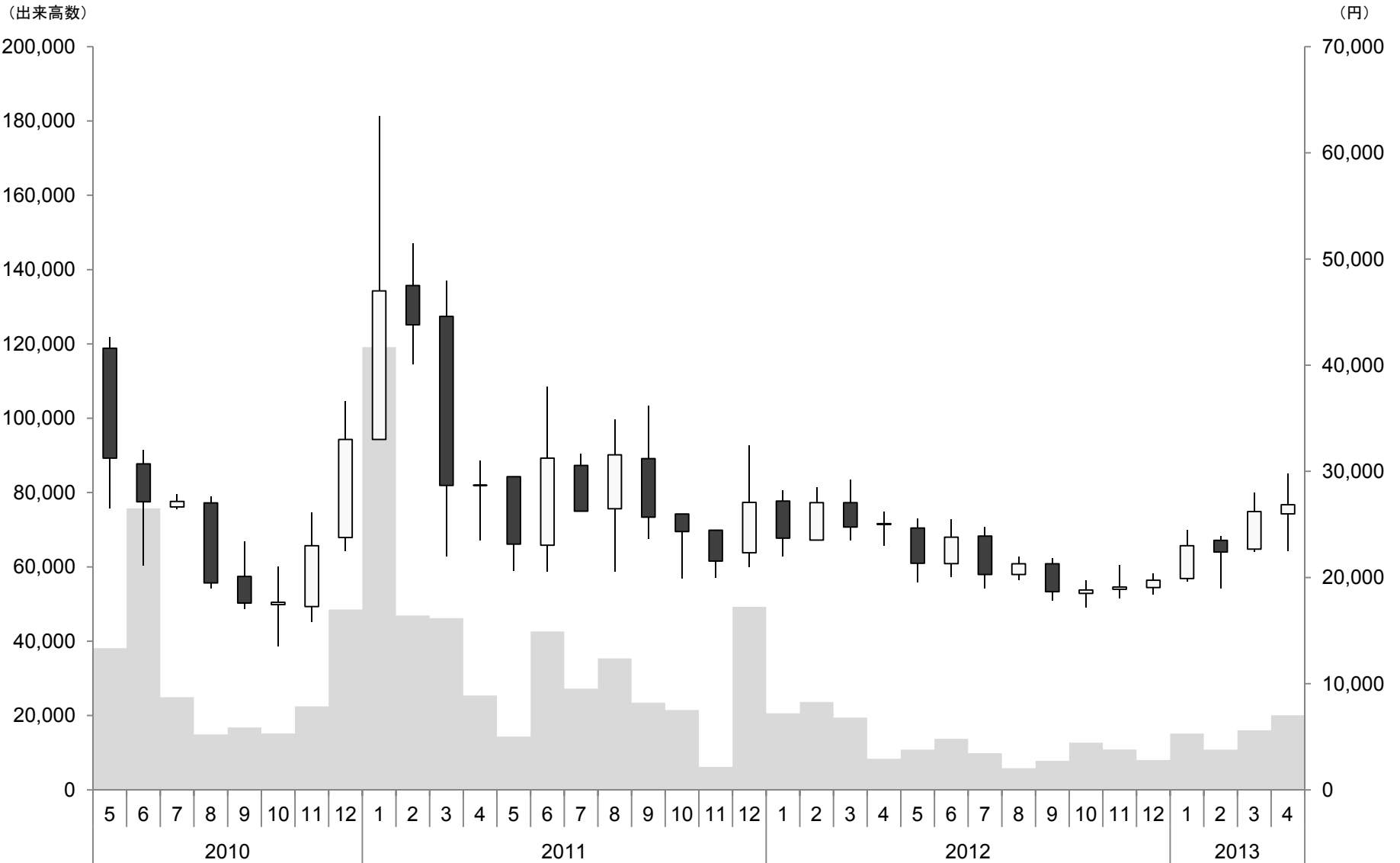
2013年4月30日現在

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	88,585	58.03%
2	日本証券金融株式会社	3,867	2.53%
3	マネックス証券株式会社	1,800	1.17%
4	株式会社SBI証券	1,295	0.84%
5	一般個人株主	1,000	0.65%
6	マネックス証券株式会社	979	0.64%
7	一般個人株主	910	0.59%
8	松井証券株式会社	868	0.56%
9	一般個人株主	777	0.50%
10	一般個人株主	650	0.42%

所有者別株主構成



株価・出来高の推移



当社グループの主要な事業



インターネット広告
代理店事業

リスティング広告

純広告

SEM広告ソリューション

ソーシャル・メディア他

アフィリエイト広告

アドネットワーク事業

ASP(アフィリエイト・サービス・プロバイダー)

ディスプレイ型アドネットワーク

スマートフォン向け広告配信

情報メディア事業

情報メディアサイトの運営

成功報酬型メディアサイトの運営

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

クリエイティブ事業

サイト制作
(Webサイト・スマホ最適化サイト・Facebook ページ他)

LP制作

バナー制作

アプリ開発

連結子会社



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



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



フリービット株式会社(東証マザーズ上場: 3843)

- 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

株式会社ギガプライズ(名証セントレックス上場: 3830)

- HomeIT事業
- システム開発事業

当社が取り組むCSR活動

当社は一般財団法人 環境情報センターが運営する『森づくり宣言』プログラムに参加しております。
『森づくり宣言』プログラムは、企業、団体、個人が、日本の森林を守り、CO2削減の活動に一步踏み出すためのプログラムになります。

当社は当該プログラムへの参加を通じ、国内の健全な森の育成を支援しております。

緑化支援活動『森づくり宣言プログラム』への参加



当社はNPO法人であるエコキャップ推進協会を通じ、当社の従業員が日々使い終わったペットボトルのキャップを集め、ワクチンに変えるプロジェクトを推進しております。

【2012年11月累計実績】

エコキャップ74,980個、ワクチン93.4人分を提供

エコキャップ推進協会 <http://ecocap007.com/>

発展途上国向けワクチン提供『エコキャップリサイクル推進』



ヒトの心理と広告技術をつなぐ。

“Ad Technology & Marketing Company”