

イーエムネットジャパン

9月21日上場 [7036・マザ]

初値 **7,000円** 単元 **100株**
 騰落率 **133.33%** 決算 **12月**

地方・中小企業のネット広告市場を開拓 営業から運用、分析まで一気通貫で支援

インターネット広告代理のイーエムネットジャパン(7036)が9月21日、東証マザーズに上場した。同社は、近年急速に拡大するインターネット広告市場において幅広いサービスを提供している。地方・中小企業のネット広告市場開拓に注力する同社の山本臣一郎社長に戦略を聞いた。

同社は、インターネット広告全般を取り扱うネット広告代理

事業を手掛ける。検索したキーワード検索に応じて表示される「検索連動型広告」、ユーザー情報に基づいて表示される「運用型ディスプレイ広告」、フェイスブックなどの交流サイト(SNS)向けの「SNS広告」の3サービスを主力とし、インフォード広告、バナー広告等の純広告、動画広告など幅広いメニューを提供している。

広告市場全体におけるインターネット広告市場規模は1兆5000億円(2017年)。今後も拡大が続くと見られるが、同社は主に地方の中小企業をターゲットに市場を開拓している。

国の調査では、現在、大企業の広告費4・6兆円のうち、インターネ



山本臣一郎社長

ット広告比率は約16%。一方、中小企業の広告費3・3兆円におけるインターネット広告比率は6%、規模は2060億円。今後この比率が上がるにつれて同社は予測している。「中小企業の広告が紙媒体からネ

ット広告にシフトし、ネット広告比率が大企業並みの16%に上がれば、市場は今の2060億円から5300億円強に成長する。この市場の開拓に取り組んでいます」(山本臣一郎社長)

ネット広告は成長市場であるため、売上高拡大を目指す企業が多い中、同社は利益にこだわり、利益額を増やす戦略を採っている。これは、ネット広告業界に20年近く携わる中で、「売上のトップラインを伸ばすために、途中で利益が出ない構造になつていく会社を何社も見てきた」という山本社長が重視している方針だ。その施策として、一人の担当者がクライアント企業に対し、営業から運用、分析まで一気通貫で対応する専任制を敷いている。これにより、総合的かつ専門的なサービスを提供でき、利益等についても可視化できる点が強みとなっている。

また、教育体制への投資も同社の強みだ。未経験者を採用し、約3カ月の研修期間をかけて広告運用力のある人材を育てる。現在、営業など約60人の社員全員がヤフー、グー

グルの認定試験に合格している。

「クライアントと主に歩む企業」
ビジネスの成長を共に実感

2018年12月期の業績は、売上が前期比7・5%増の65億円、営業利益が21%増の2億円を見込む。今後の成長戦略として注力するのは、地方市場の開拓だ。競合が少なく、地方の広告代理店はネット広告の運用までは難しいため、最近では地方の広告主からの直接の依頼が増えているという。

ただし地方には拠点を置かず、東京を拠点にビデオ会議等を活用して市場開拓を図る。地方の広告代理店との協業の準備を進めており、現在の地方顧客の比率3割を5割に伸ばしていく計画だ。

「ネット広告は、効果の出るものに常に変えることができるクリエイティブな要素を持っています。運用型でしっかりとウォッチしていけば、効果をまだまだ上げていくことができます。スタート時の予算が月100万円だったお客さんが、月数百万円、1000万円と伸びるケースもあるのです。それだけビジネスも順調に成長していただいているという実感と一緒に味わうことができます。当社の企業理念は「クライアントと共に歩む企業」。顧客の成功が私共の成功です」(同社長)