

地方・中小企業のデジタルシフト進展 来期はインバウンド広告展開も

イーエムネットジャパン 山本臣一郎代表取締役社長に聞く



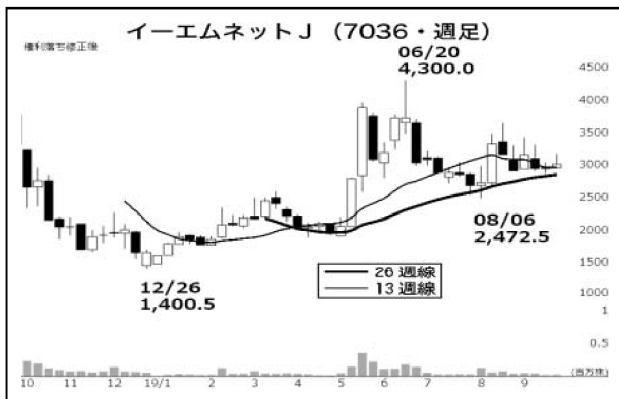
上場1年銘柄に注目

イーエムネットジャパン（7036・東マ）は検索連動型広告（リスティング広告）、運用型ディスプレイ広告、SNS（交流サイト）広告を主力とするインターネット広告事業者。9月21日に新規上場から1年を迎えた。これまでの歩みを振り返るとともに今後の展望について山本臣一郎代表取締役社長CEO（最高経営責任者）に聞いた。

——上場1年を振り返って。 研修プログラムで育成・戦力化し、会社の競争力強化につなげていく」

「当社は新卒中心の採用を行っている。例年、10名程度の人材確保を目標としているが、今年4月入社の新卒採用数は20名超という結果に。その多くは上場承認が下りた後のタイミングで内定承諾書を受諾しており、上場効果の大きさがうかがわれた。翌年度以降の会社の方向性を見る上で、人材をどれだけ確保できるかは大事な指標となる。なお、来年4月入社の新卒数も約30名と順調。当社独自の社内

業のデジタルシフトが進ん



「御社の強みと特徴は。広告市場全体の総売上はここ10年、約6兆円と頭打ちの状態が続く。その中でインターネット広告は唯一2桁成長を遂げ、今ではテレビと肩を並べるまでに至っている。当社の強みは地方・中小企業のクライアントが多い点。地域別売上高では地方比率が上場時の約3割からこの1年で約4割に上昇。クライアント数の増加に加え、1件当たりの金額も増えている」

「学習塾やカーディーラーなど、もともと広告で紙媒体を利用していた地方企業のデジタルシフトが進ん

「積極的な人材採用を行

いながらも、利益2桁成長を継続できる体質。今12月期についても業績に対する不安感はない。第2四半期（1～6月）は競合各社が苦戦する中で、前年同期比37・3%営業増益を達成。通期の営業利益予想3億1800万円（前期比24・6%増）

「現在の注力している取り組みを教えてください。」

「クライアント継続率は約8割。さらに、年々利用額が増えていくケースが非常に多い。良好な関係を長く続けていくためにも、広告効果を向上させる取り組みに注力している。また、近年はインバウンド（訪日外国人）需要が東京・大阪・京都などの主要観光地から地方へと分散しつつある。インバウンドに対して中小企業がさまざまな広告を打てるような仕組みを構築し、来期のサービス展開に向けて準備を進めている」

「最後に株主還元策に対する考え、投資家の皆さまへ一言お願いします。」

企業名	イーエムネットジャパン
事業概要	検索連動型広告（リスティング広告）、運用型ディスプレイ広告を中心としたインターネット広告事業
上場日	2018/9/21
初値	7000円（1対2株式分割前）

「会社自体は安定的に利益を生み出せる体質。社会貢献の意味も含めて、ここで生まれた利益を株主には配当、社員には報酬、クライアントには広告効果として還元していく。社員報酬については政府が産業界に3%以上の賃上げを要請した際も、当社では即座に対応した。配当も継続的に行っていく考えで、今期は株式分割前換算で年35円（前期実績は30円）を予定」