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

㈱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

Ad Technology & Marketing Company

Full Speed Inc.

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

フルスピードグループ 概要

- 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　・フォーイット、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 >

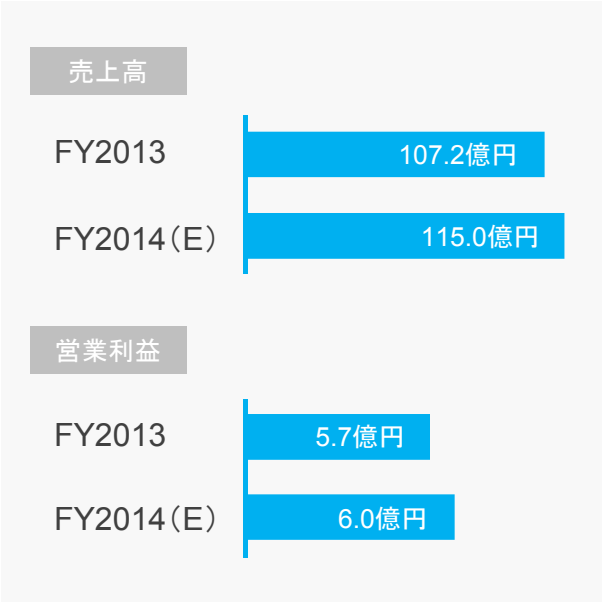
press@fullspeed.co.jp

03-5728-4460

IR・広報担当　小宮山、堀川

事業提携担当　泉

会社業績



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

グループにおけるフルスピードの位置づけ

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

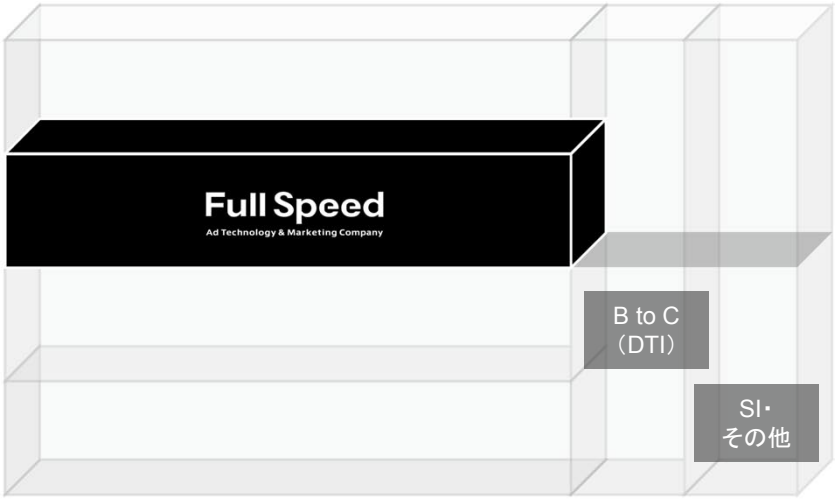
Being The NET Frontier!

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　～

フルスピードグループの事業内容

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

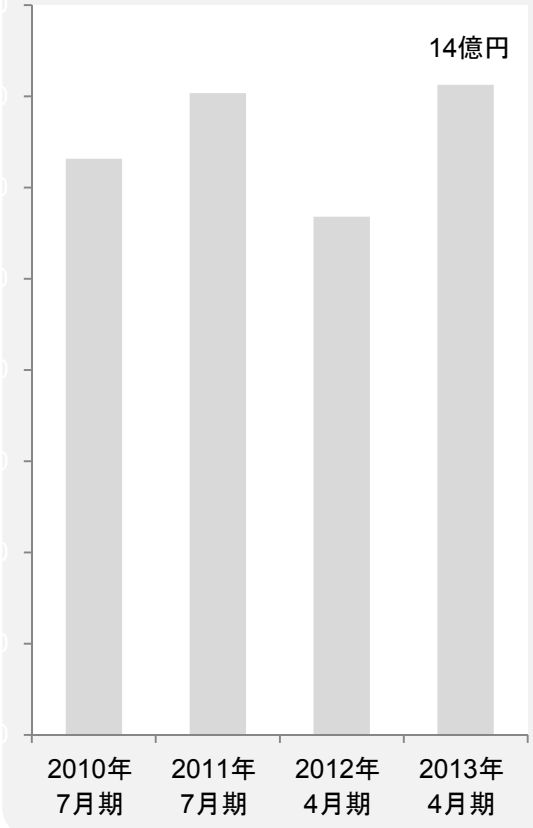
● 情報メディア事業（0.6%）

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

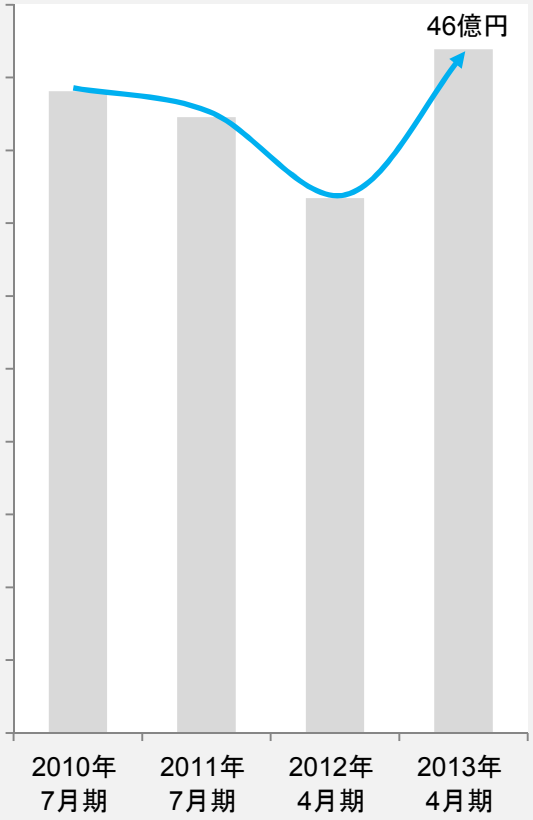
主力事業の現況

各事業セグメントの売上推移

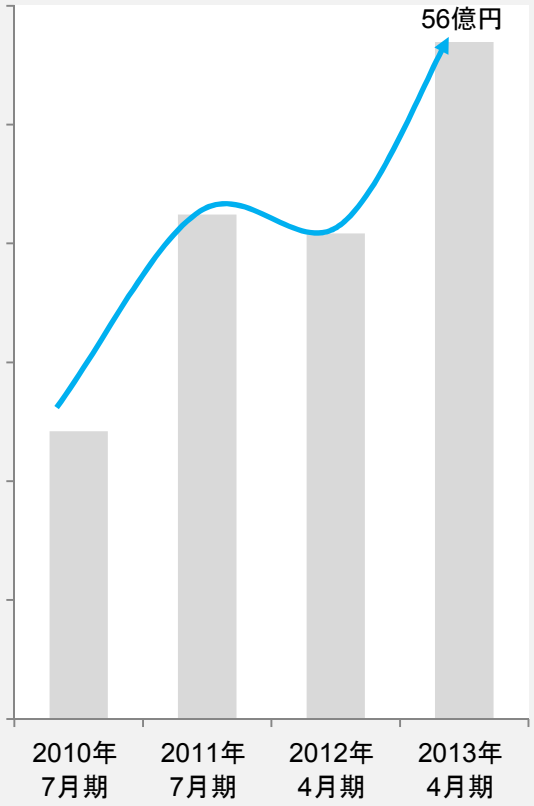
- SEM広告ソリューション



- リスティング広告



- アドネットワーク関連

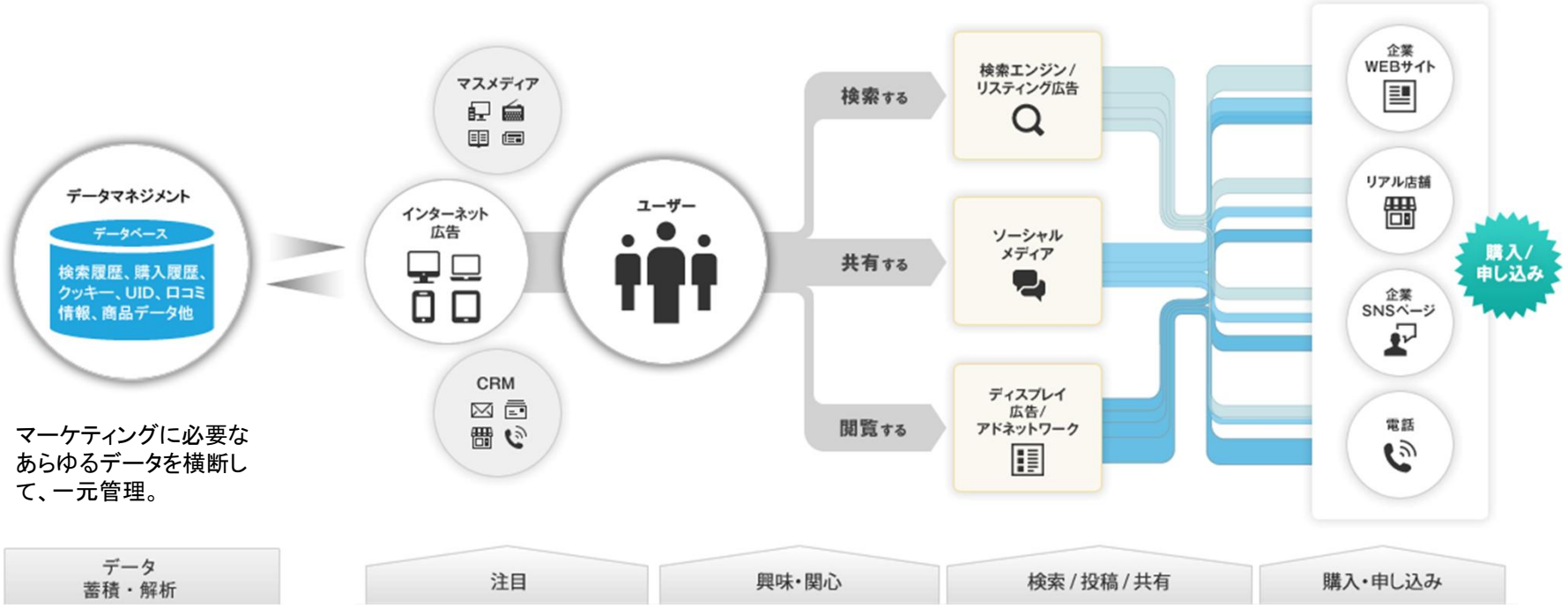


※グラフは内部取引消去前

※アドネットワーク関連は、子会社フォーイット＋当社アフィリエイト広告売上

当社のソリューション領域

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。

フルスピードグループの企業理念

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

フルスピードグループの経営ビジョン

Full Speed
Ad Technology & Marketing Company

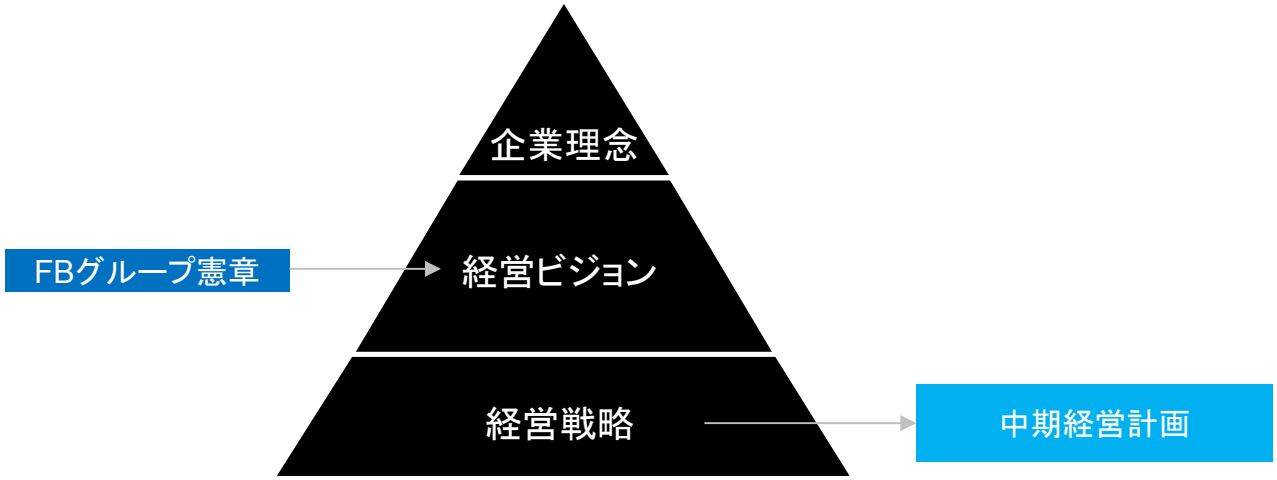
“AdTechnology & Marketing Company”

- 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 -

中期経営計画の位置づけ

フルスピードの理念体系



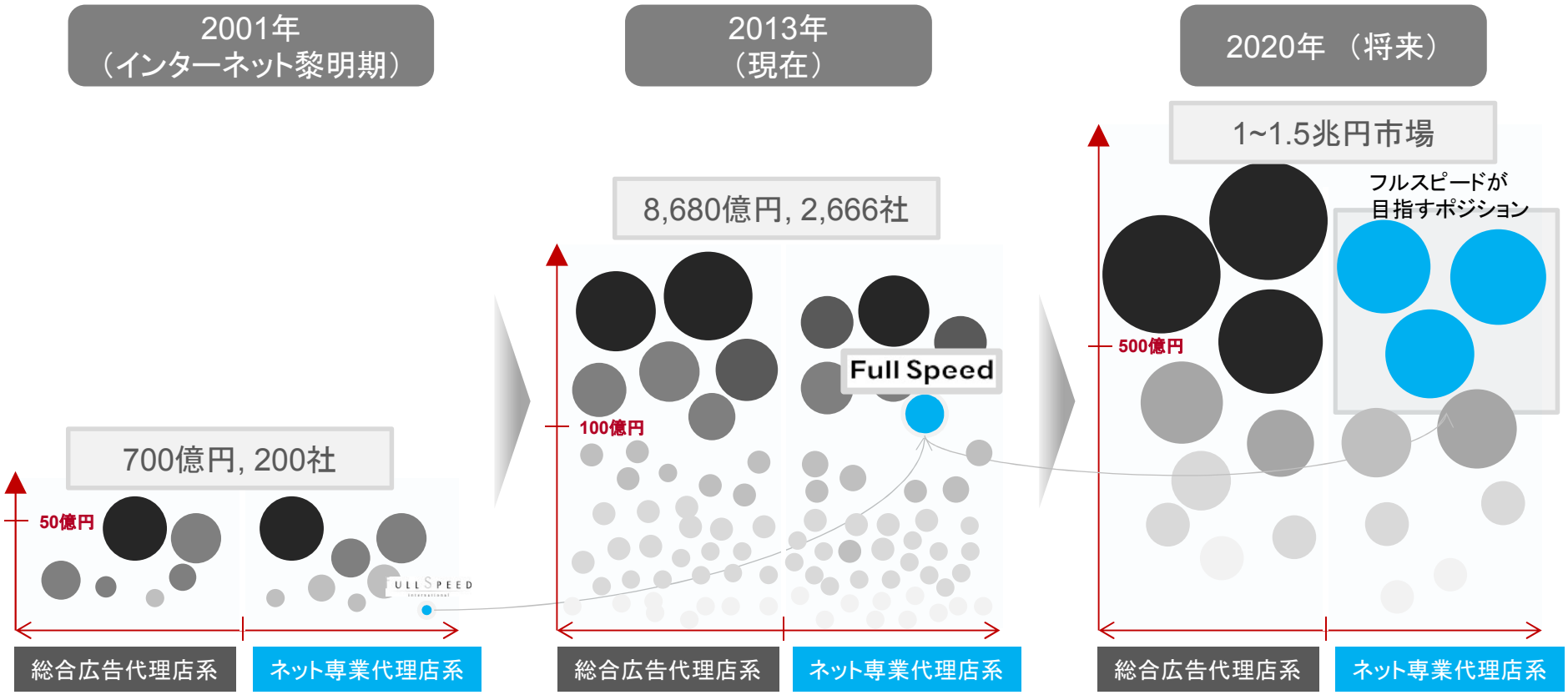
3つの理念体系

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。

フルスピードグループの長期的な成長戦略

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



中期経営計画の骨子

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。

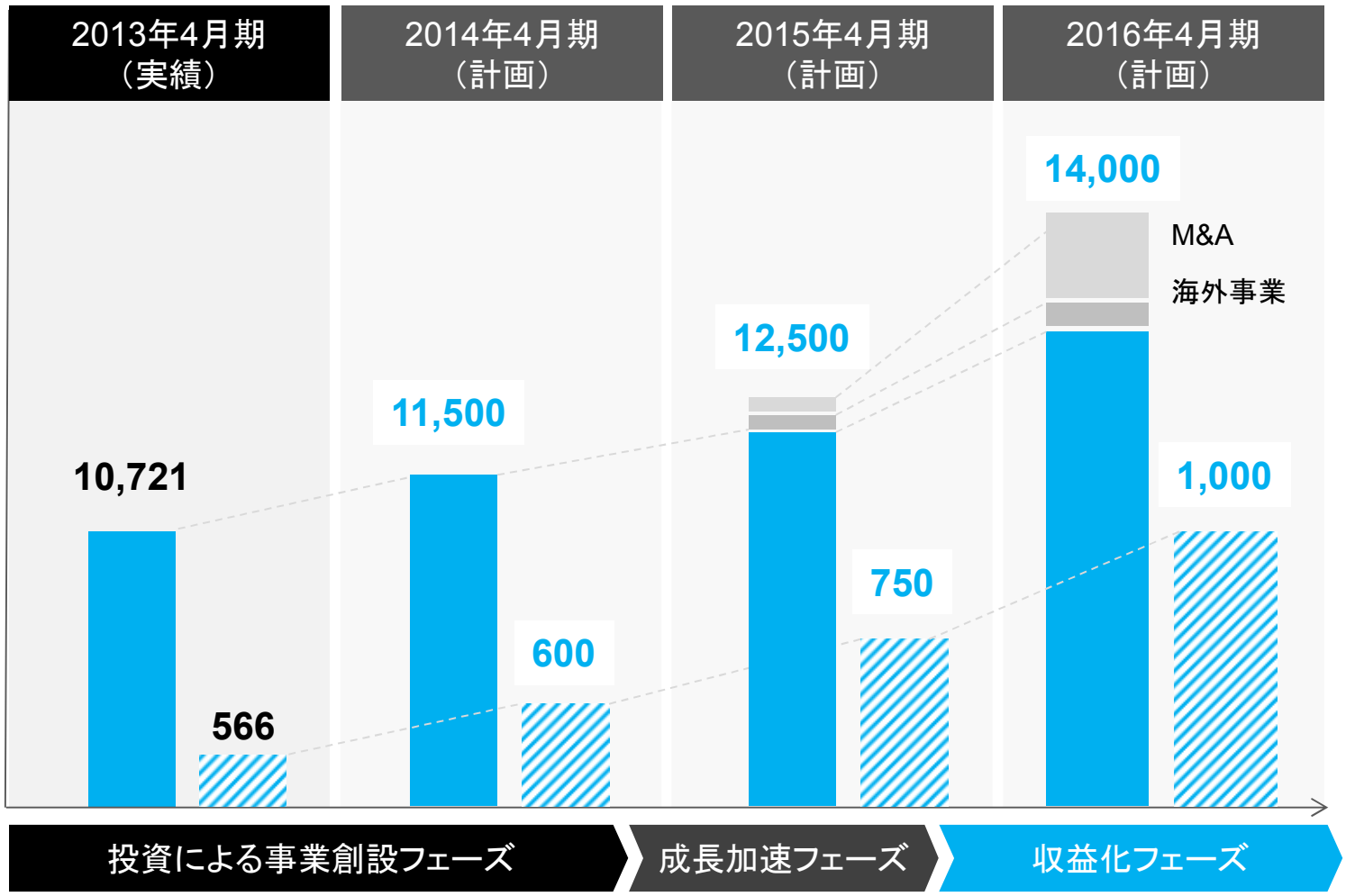
中期経営計画　FY2014 - 2016

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。		

中期経営計画の数値目標 FY2014-2016

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

フルスピードグループの変遷

創業期から現在までの変遷

創業期（2001年～）	上場～規模拡大（2006年～2009年）	ターンアラウンド（再生）期（2010年～2012年）	第二次・創業期（現在）
2001.1 Webサイトの企画・制作・運営を目的として、有限会社エクシスを設立	2007.8 東京証券取引所マザーズ市場に株式上場		
		2010.6 フリービット株式会社と資本業務提携契約を締結	
		2010.6～ 経営マネジメント層の一新	
			2012.7 親会社同一ビル内に本社機能を移管（E・スペースタワー）
● ネット広告代理業の基盤確立	● 事業多角化による拡大 ⇒ノンコア事業の失敗、業績失速	● 戦略ビジネス領域の明確化 ⇒ノンコア事業、不採算事業の整理を進め、コア事業を強化	● 成長領域への投資を開始
2002.6 業界初となる成功報酬型SEOサービスの販売を開始	2008.4 ギルドコーポレーション株式会社（アパレル事業）を買収	アフィリエイト広告事業を分社化、株式会社フォーイットを設立	2012.6 広告運用統合プラットフォーム「AdMatrixシリーズ」提供開始
2004.10 Google, Inc.と販売代理店契約締結	2008.6 株式会社JPS（コインパーキング事業）完全子会社化		2012.8 中国（上海）に現地法人を設立

フルスピードグループ連結子会社の社数　7社 ▶ 3社

前回策定した中期経営計画のテーマの振り返り

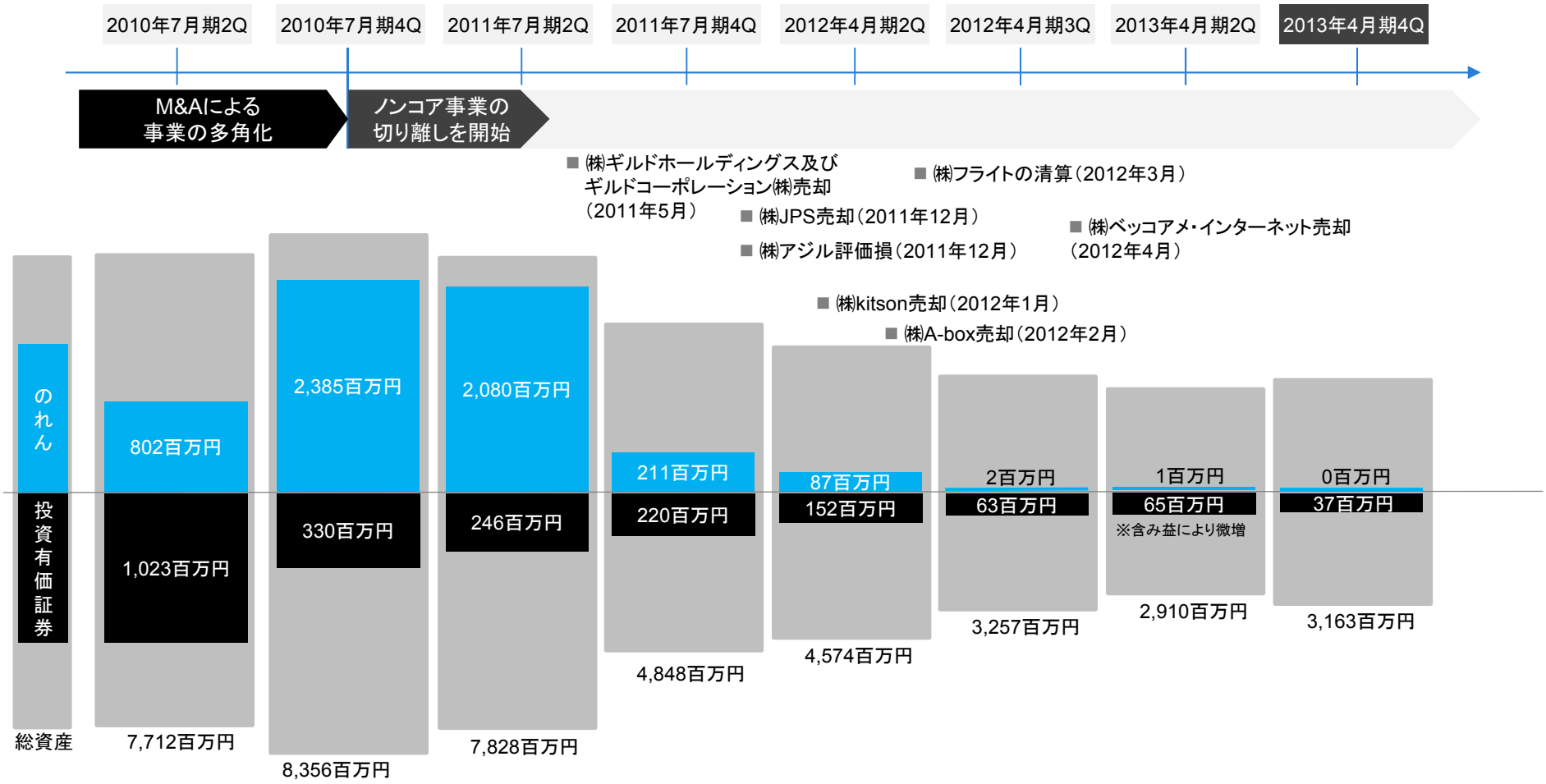
重要な5つの施策

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

（1）不採算事業の整理

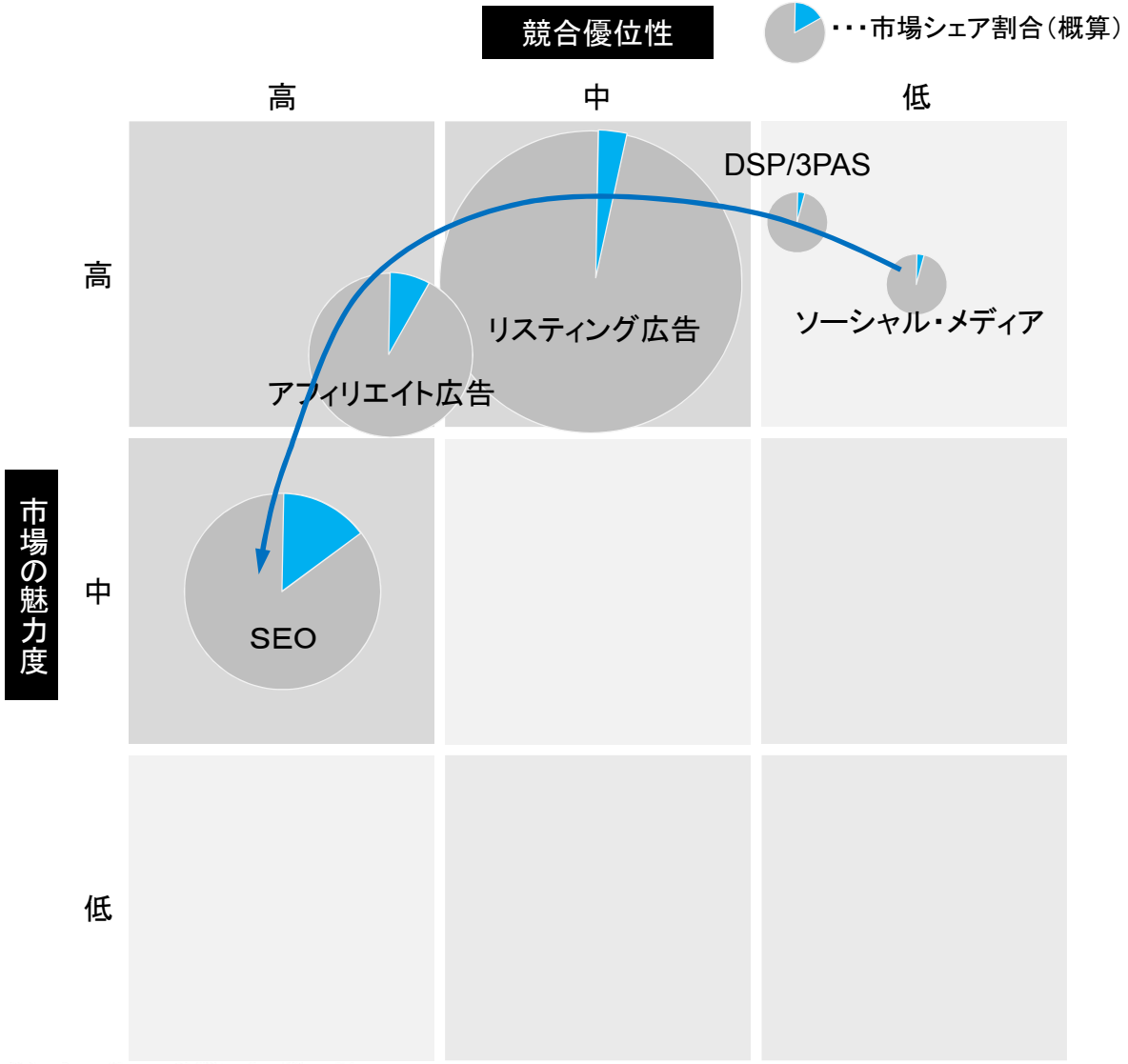
ノンコア事業の売却

- 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



（2）事業ポートフォリオの再構築

現在の事業ポートフォリオ

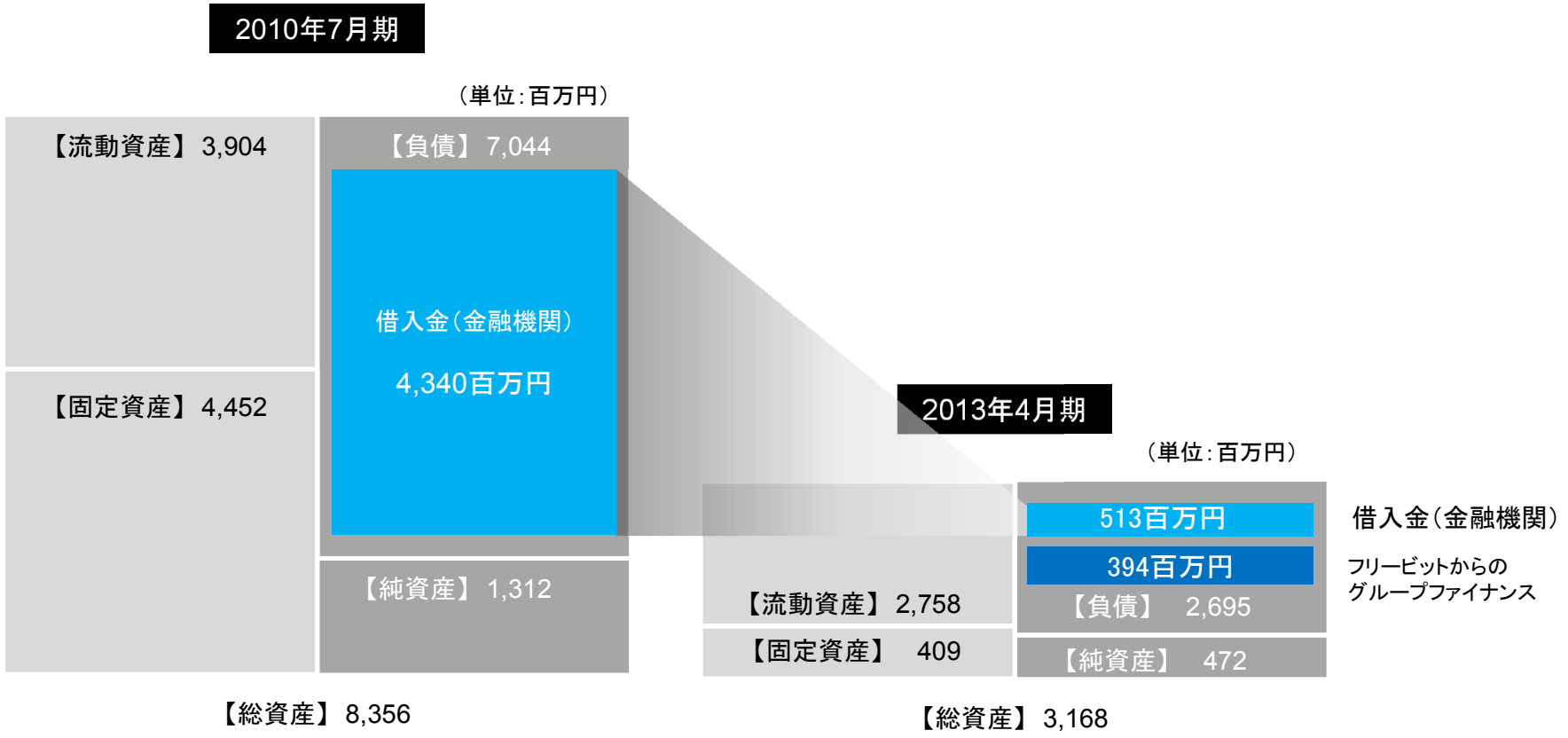


- SEO市場は、成熟しつつあるが、競合との優位性は高いため、市場シェアをさらに拡大する。
- リスティング広告市場／アフィリエイト広告市場は、今後も高成長を見込む。
- DSP/3PASやソーシャル・メディアの市場規模は今後、拡大基調を見込んでおり、当社も本年度から本格的に当該事業領域への進出を決定。

（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。

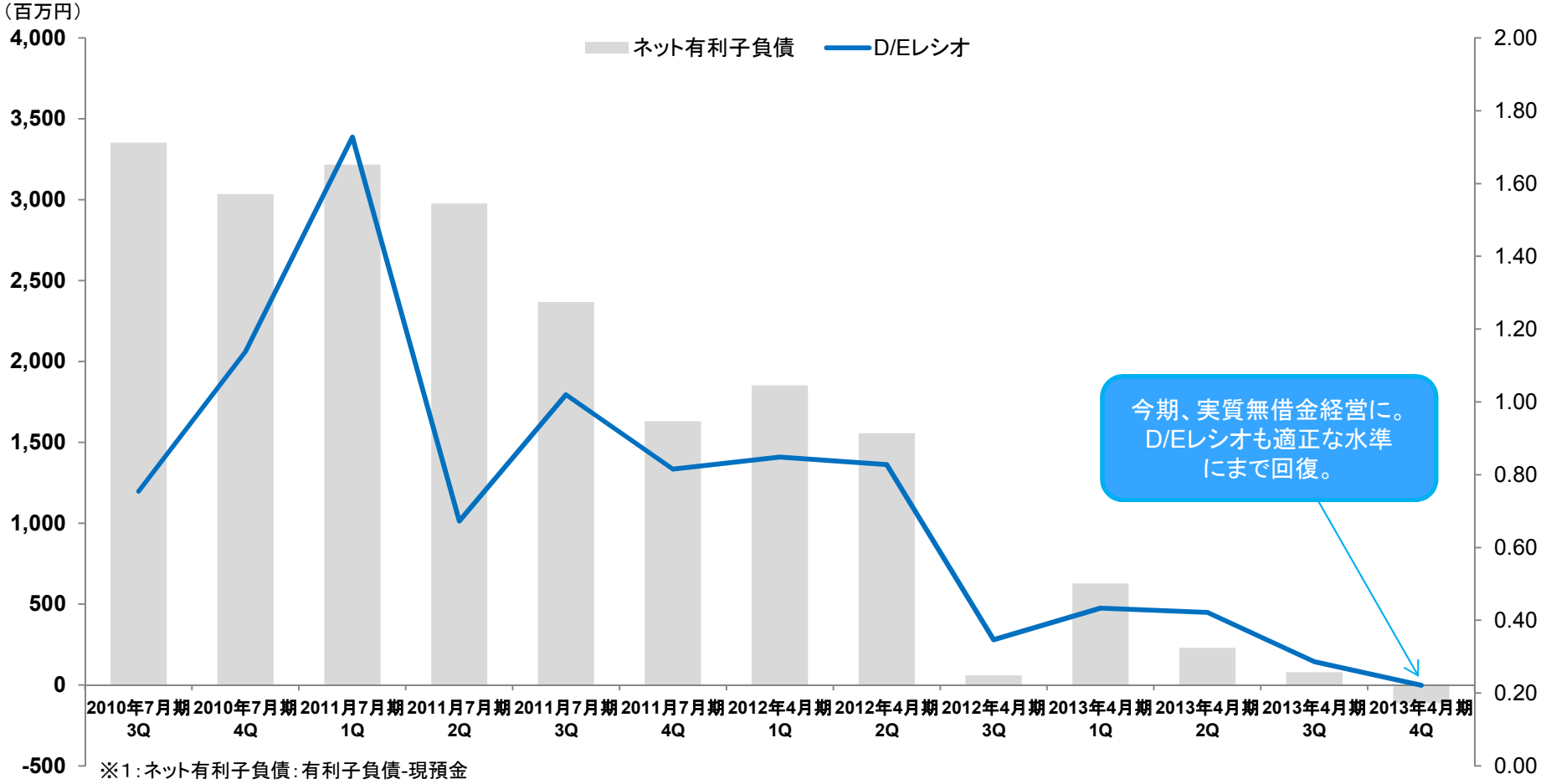
財務体質の改善



（4）財務レバレッジの正常化

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



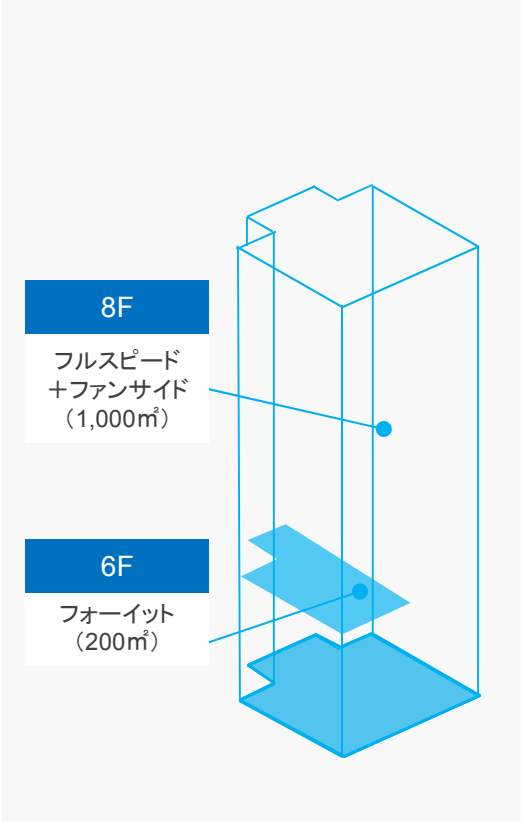
※1：ネット有利子負債：有利子負債-現預金

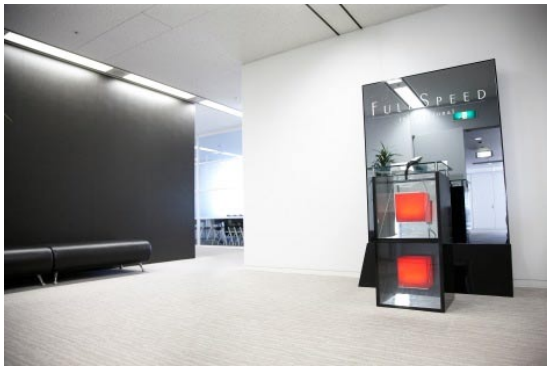
（5）コスト構造改革　①オフィス効率化

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）

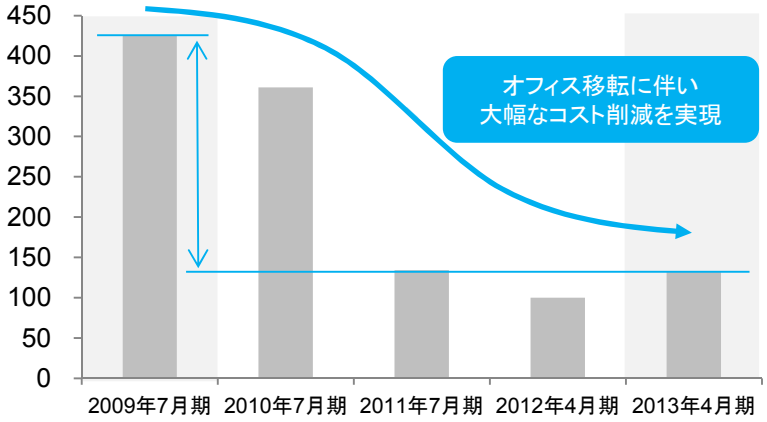


Before	After
	
	

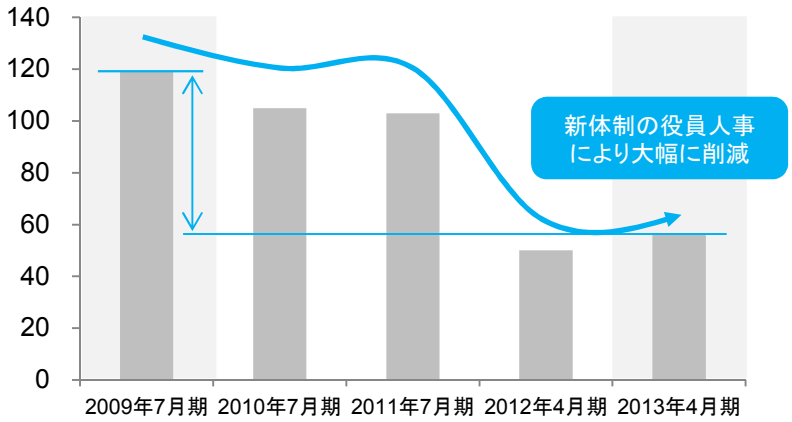
（5）コスト構造改革　②販管費の大幅な圧縮

販管費の削減と戦略投資の実施

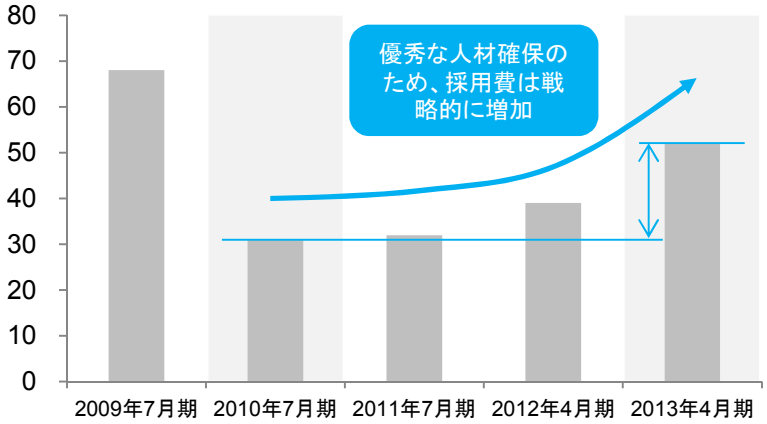
賃料



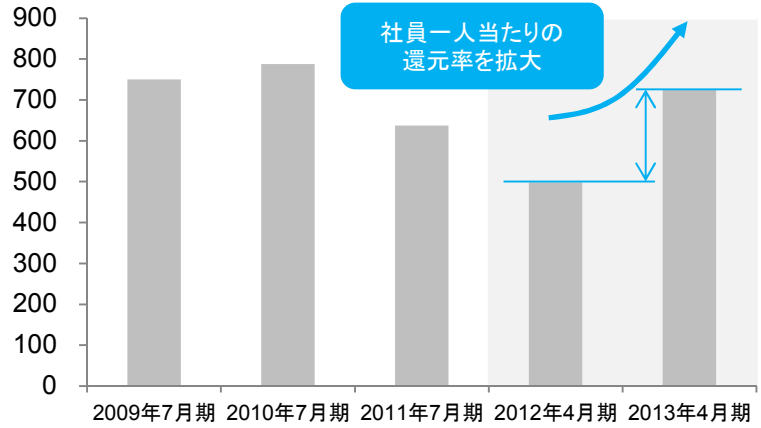
役員報酬



採用費



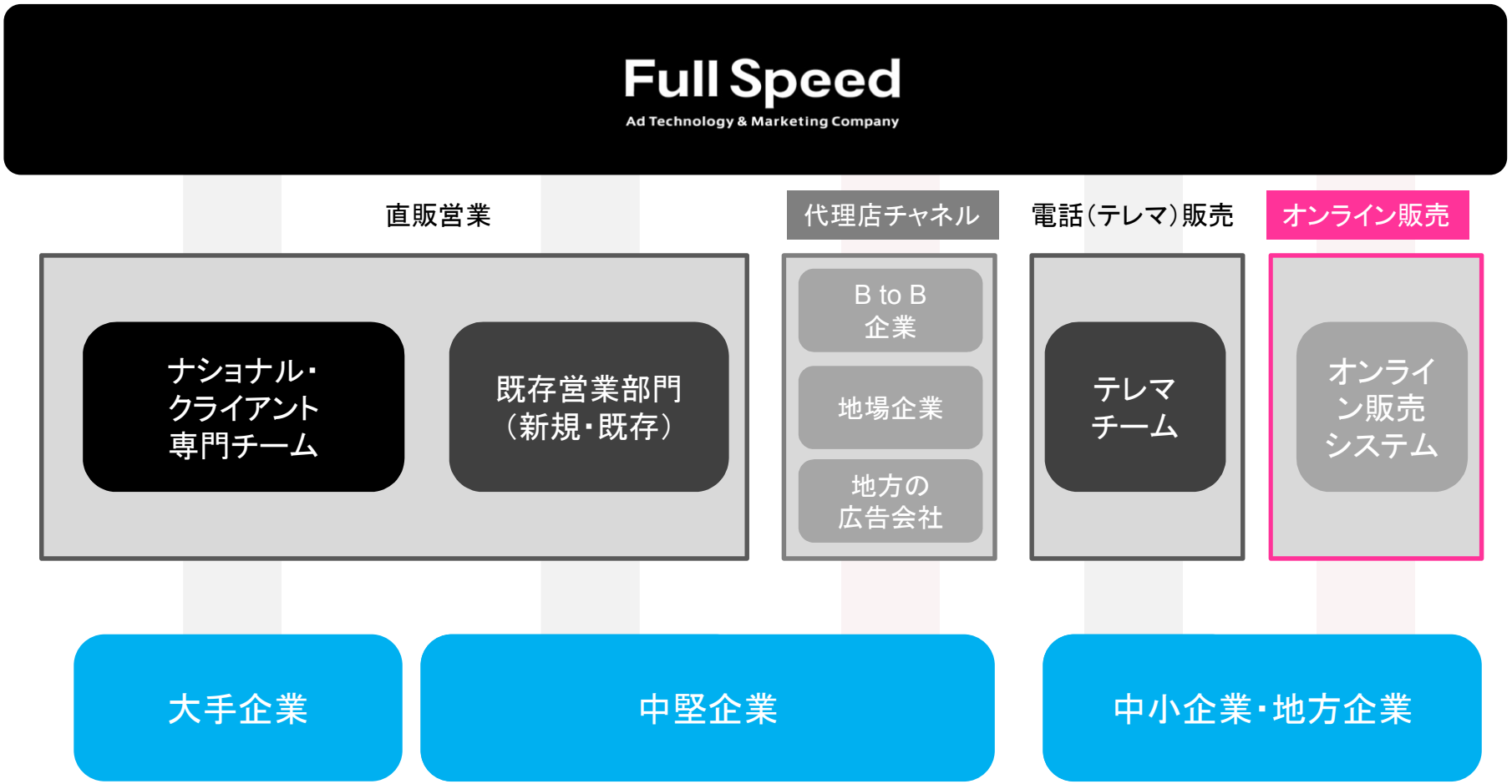
人件費



※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

（6）営業体制の確立



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。

(7)リブランディング・プロジェクトの進捗

	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

（7）リブランディング・プロジェクトの進捗

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

アドテク企業の社会的意義と責任



“枠売り”“予算消化至上主義”構造からの脱却

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。

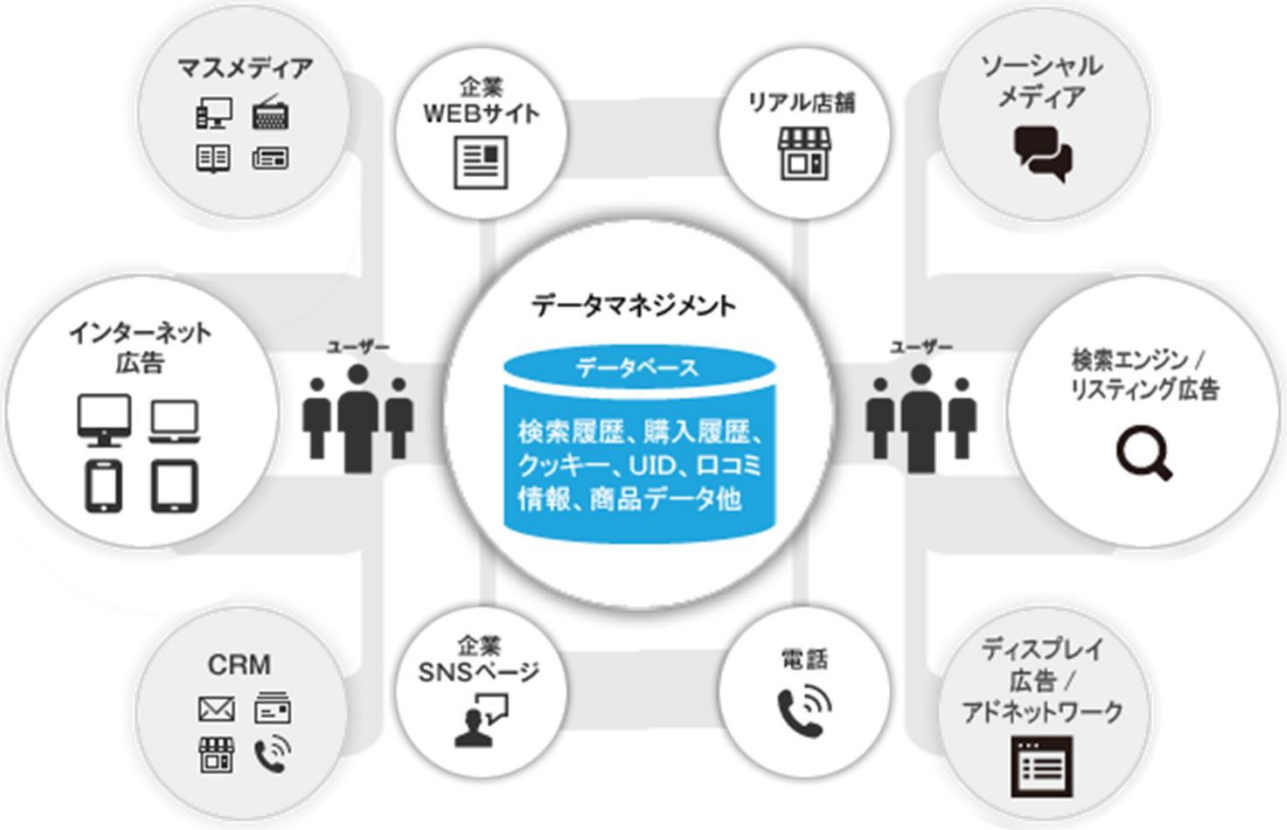
高い利益構造が保てるビジネスストラクチャーを構築する。

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。

データを効率的に活用する時代に

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。

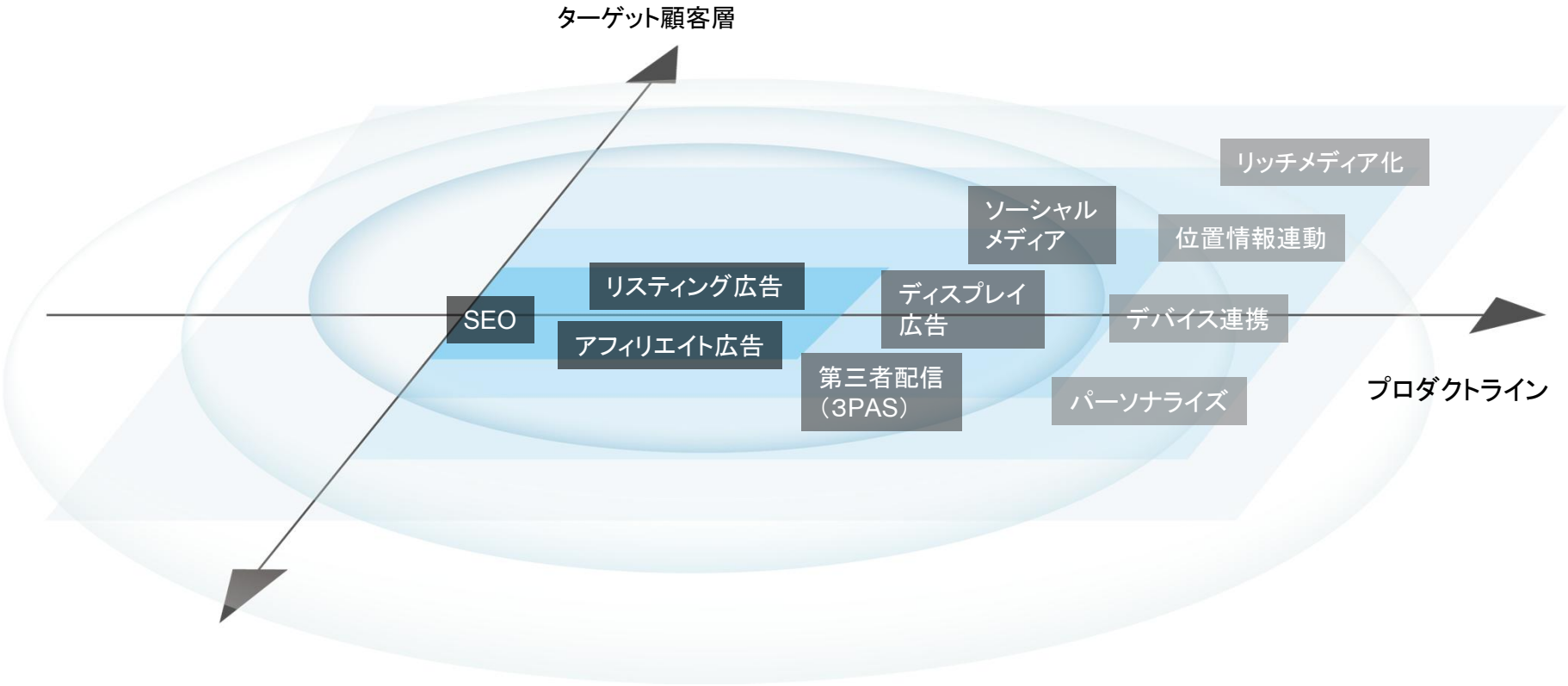
企業のマーケティング活動と膨大なデータ



フルスピードのプロダクト戦略

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。

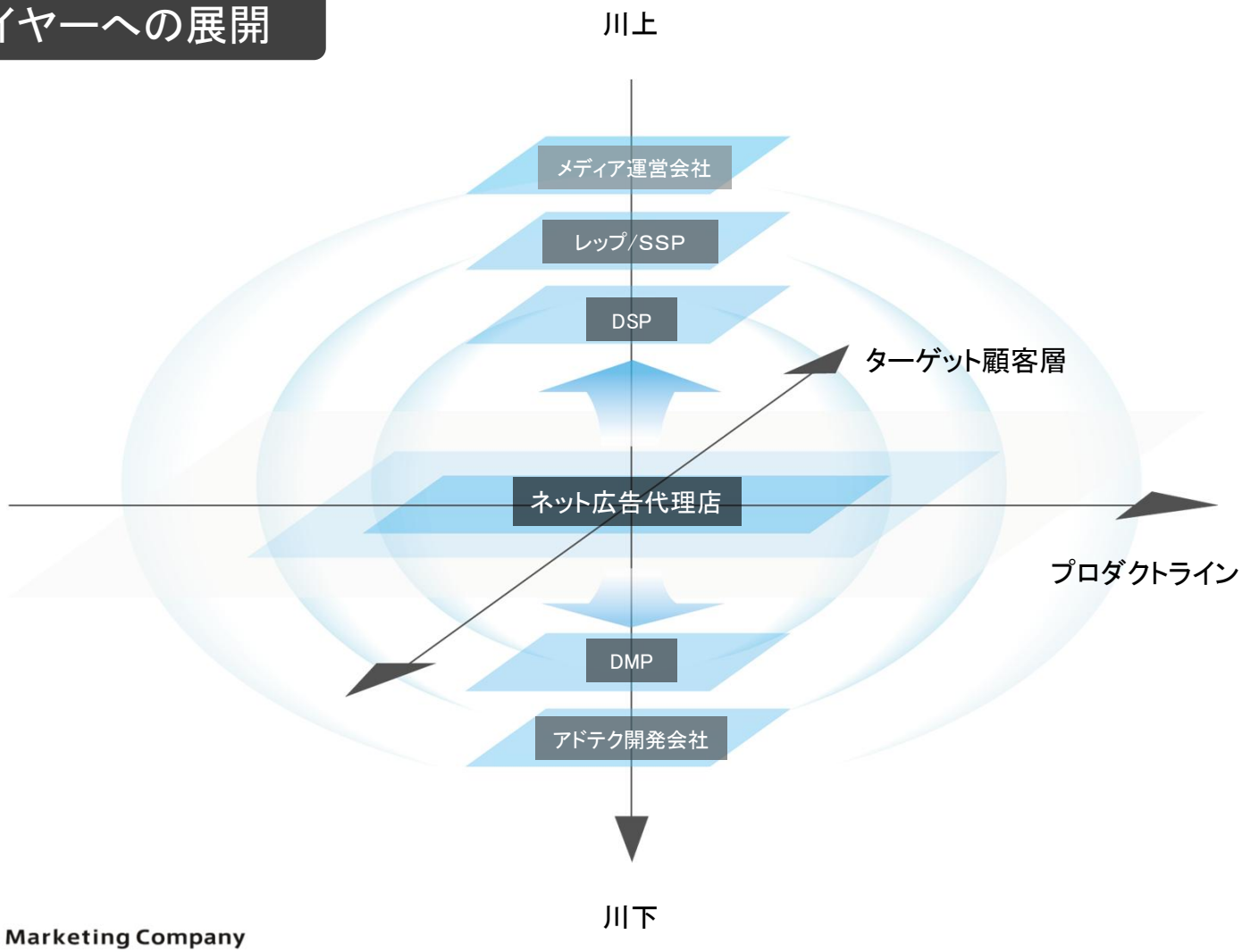
水平レイヤーへの展開



フルスピードのバーティカル戦略

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。

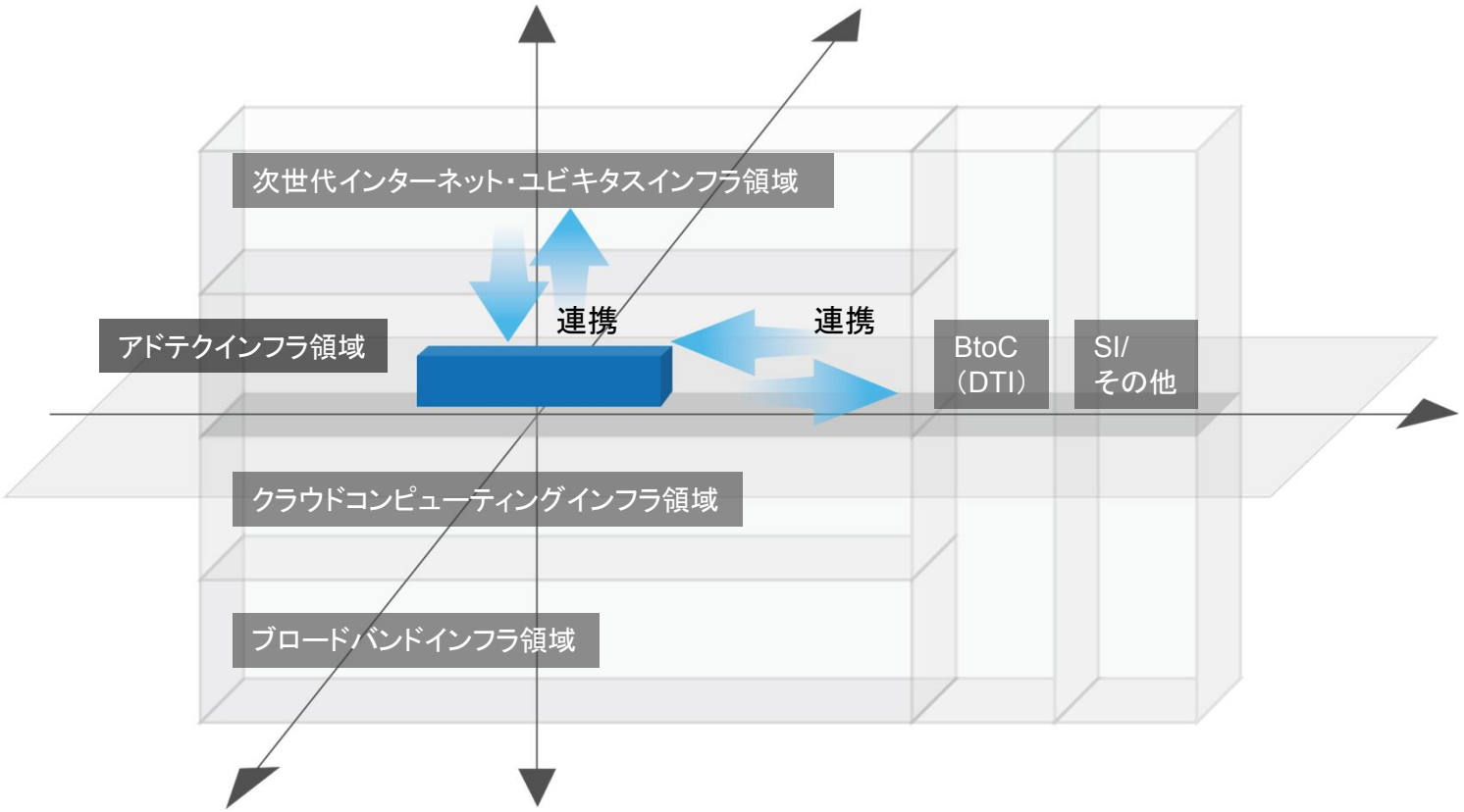
垂直レイヤーへの展開



フリービットグループとの連携領域

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

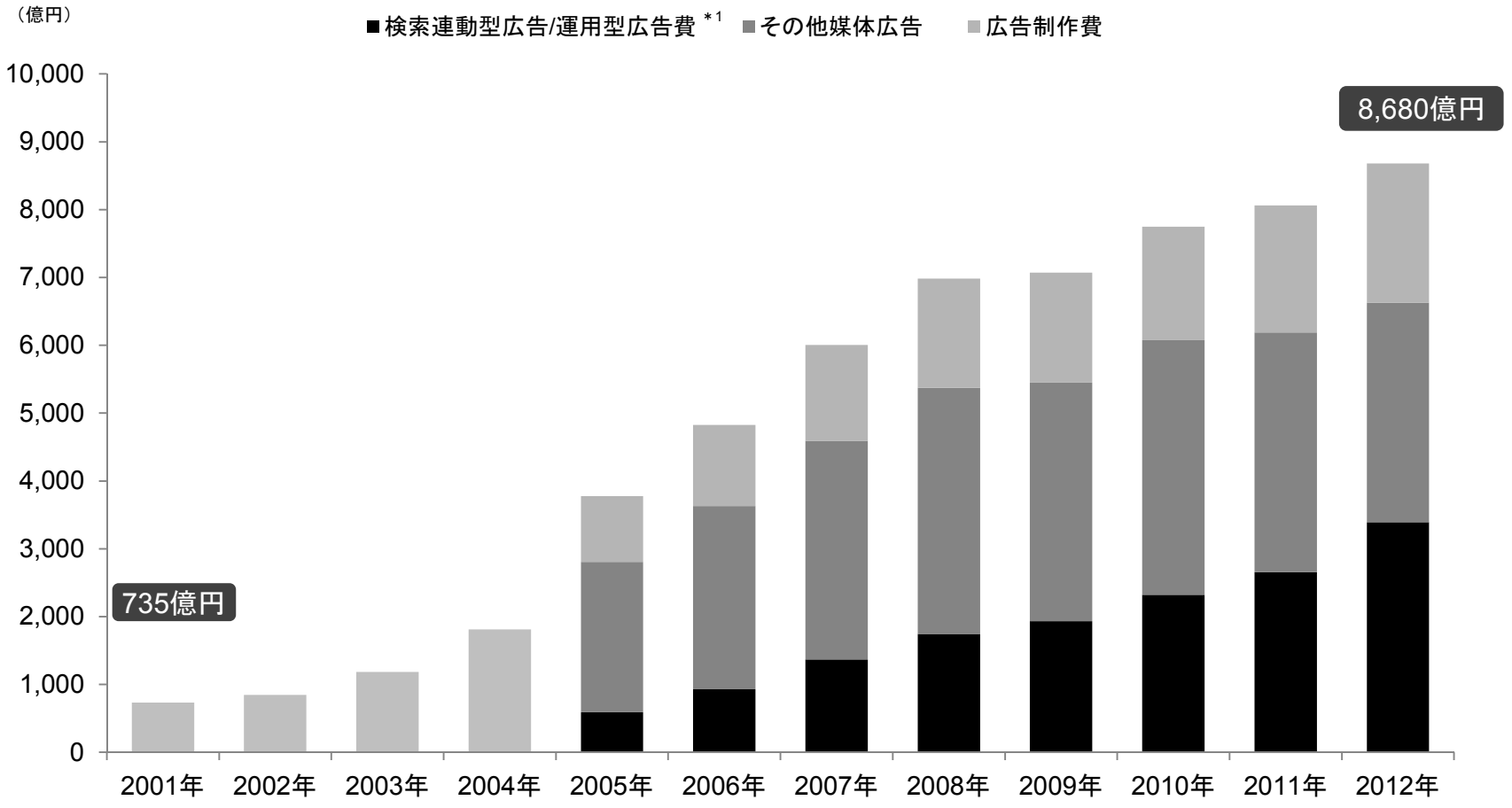
アドテク領域における事業環境

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	ユーザーのターゲッ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。

当社サービス領域の市場トレンド

日本のインターネット広告市場



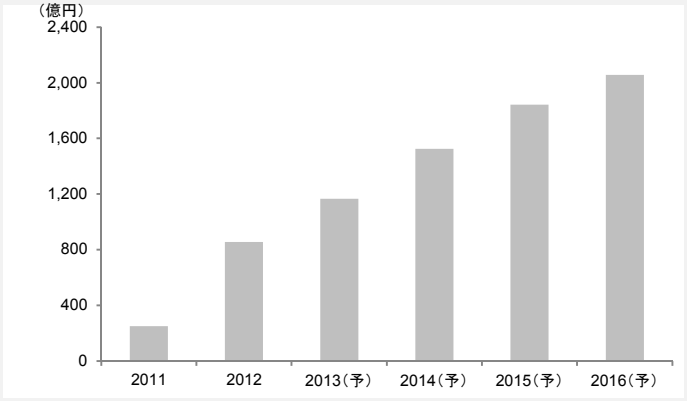
（電通調べ）

＊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、広告配信の新手法（DSP、SSP、アドエクスチェンジ等）を含む。

当社サービス領域の市場トレンド

リスティング広告（スマートフォンのみ）市場

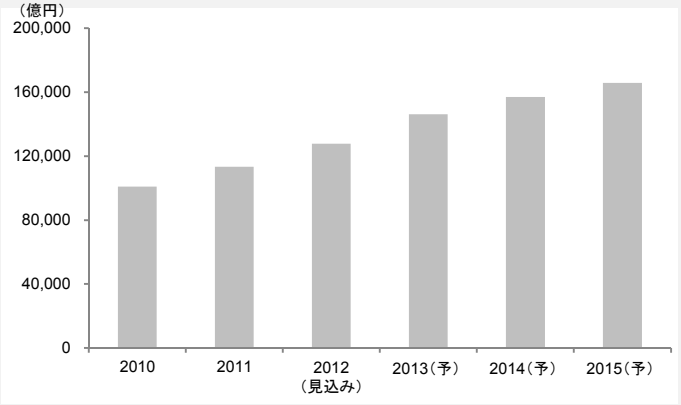
■スマートフォンリスティング広告市場規模予測



（シード・プランニング調べ）

アフィリエイト広告市場

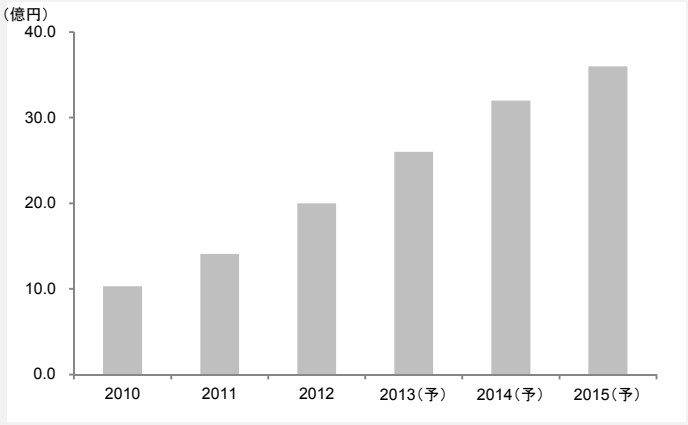
■アフィリエイト市場に関する調査結果（矢野経済研究所）



（矢野経済研究所調べ）

ソーシャルメディア解析市場

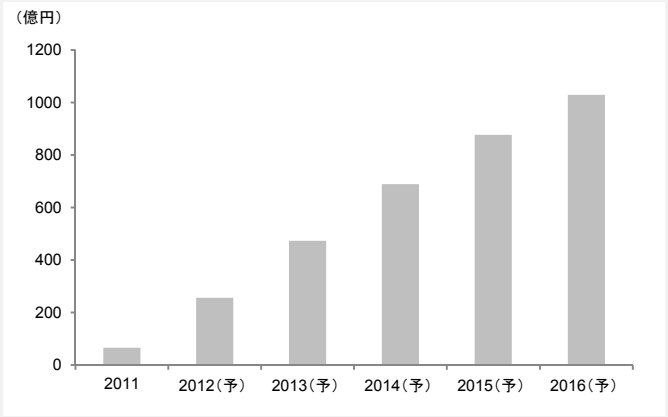
■ソーシャルメディア解析市場規模推移



（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）

参入プレイヤーの飽和と大手数社への集約

大手インターネット広告代理店上位の勢力図

X%：インターネット広告専業比率（%）

【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

6%

博報堂グループ系

D.A.Consortium　irep　UNITED

10%

アサツーディ・ケイグループ系

ADK

3%

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

98%

・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　47%
・Blogメディア、ソーシャルゲーム等に強み

GMO INTERNET GROUP　39%
・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　12%
・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　74%
・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

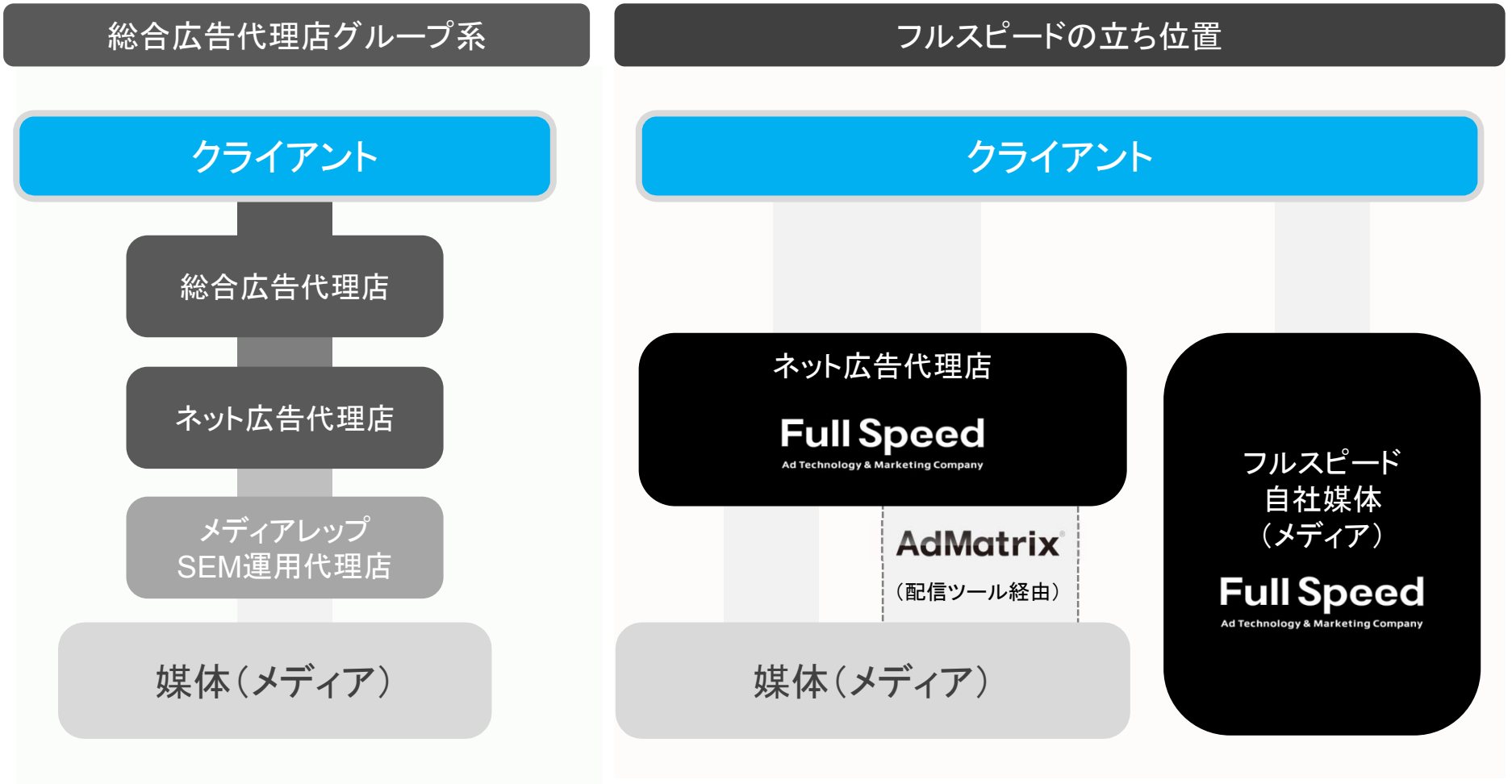
F@N COMMUNICATIONS　ADWAYS
INTERSPACE　ValueCommerce

ソーシャルメディア

Trenders　MEMBERS

※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との商流の違い



ベンチャー企業として、高い成長を遂げているネット専業証券、ネット専業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業とは、ビジネス構造上「商流」と「利益構造（※次頁ご参照）」が異なる。

将来利益構造の違い

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）

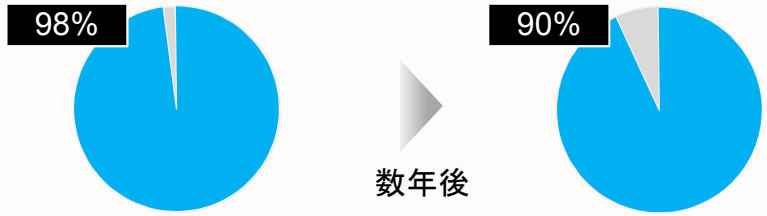
一人当たり人件費：高水準
700〜900万円前後

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

マーケティング戦略　（1）サービスラインナップの強化

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					新たに進出（サービス化）する領域		
分析項目	SEO	リスティング広告	アフィリエイト		DSP	広告効果測定（3PAS）	ソーシャルメディア
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	＋	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
売上貢献度	中	大	中		中	小～中	小～中
粗利率	高	低	高		高	高	中～高
市場成長の見通し	→	↘	↘		↘	↘	↘

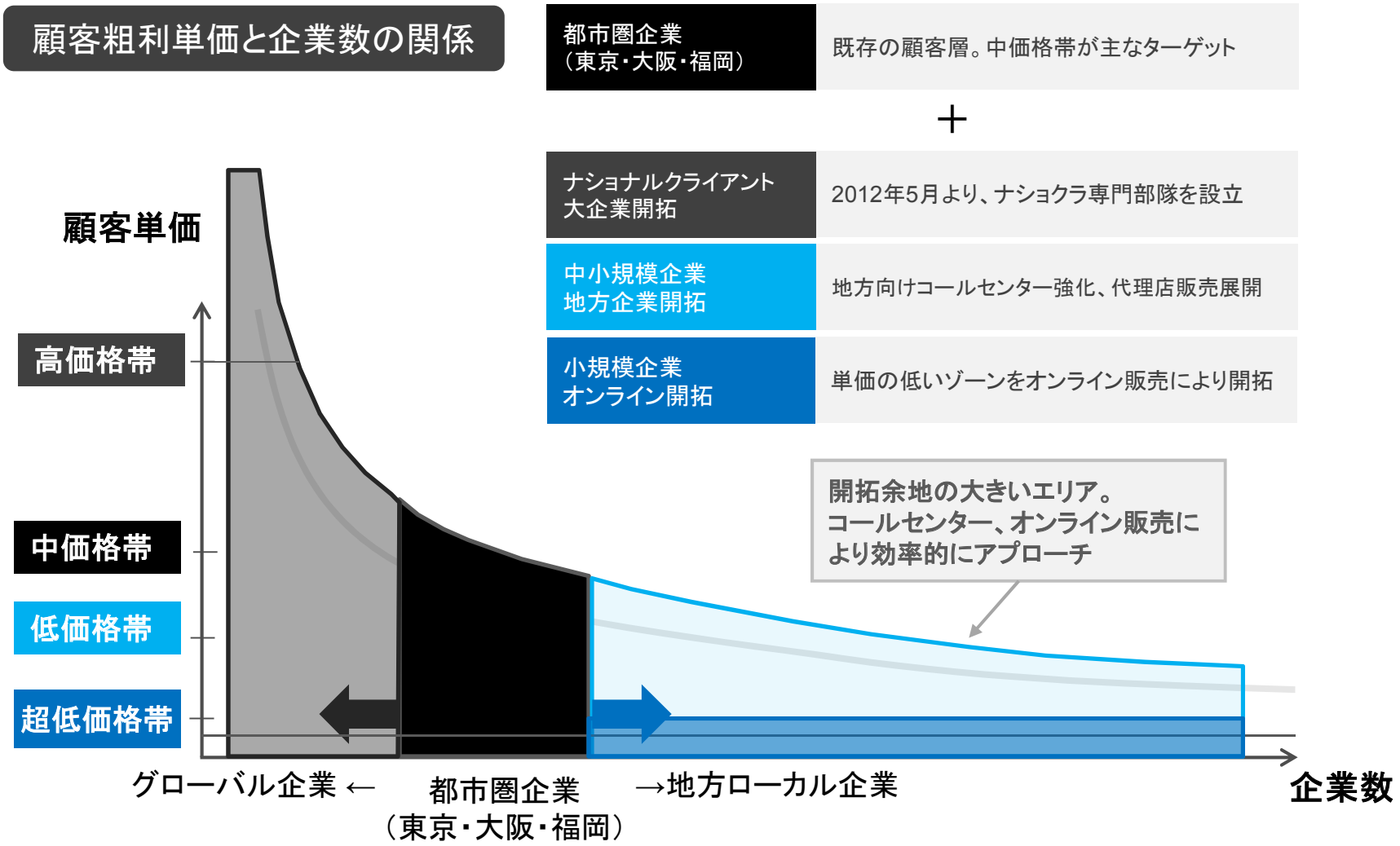
※1･･･IR情報等に基づく自社調べ

※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

マーケティング戦略　（2）顧客ターゲッティング戦略

チャネル別の顧客ターゲッティング戦略

顧客粗利単価と企業数の関係

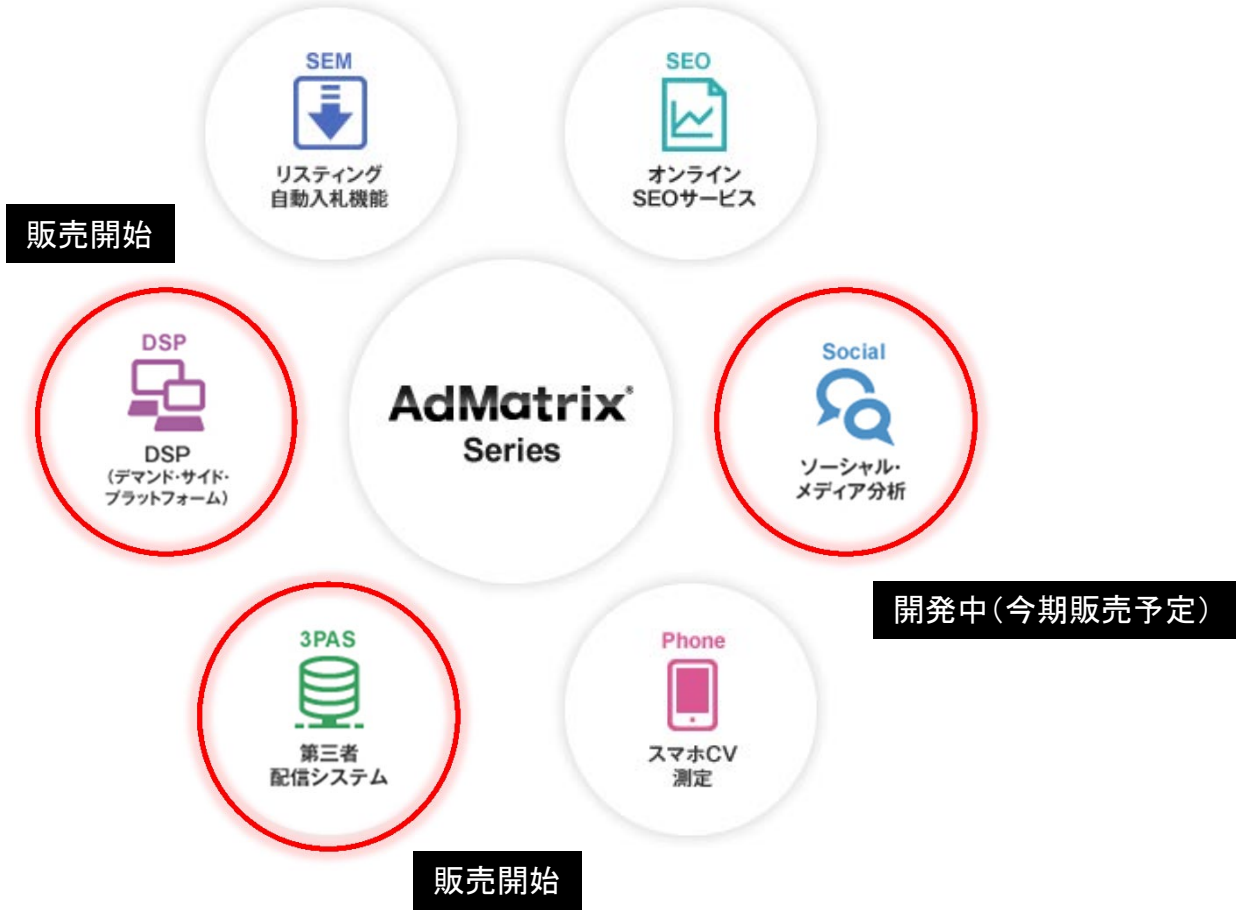


都市圏企業 （東京・大阪・福岡）	既存の顧客層。中価格帯が主なターゲット
＋	
ナショナルクライアント 大企業開拓	2012年5月より、ナショクラ専門部隊を設立
中小規模企業 地方企業開拓	地方向けコールセンター強化、代理店販売展開
小規模企業 オンライン開拓	単価の低いゾーンをオンライン販売により開拓

開拓余地の大きいエリア。コールセンター、オンライン販売により効率的にアプローチ

広告の統合マネジメント化　①統合ツールAdMatrix

開発プロダクトのシリーズ化

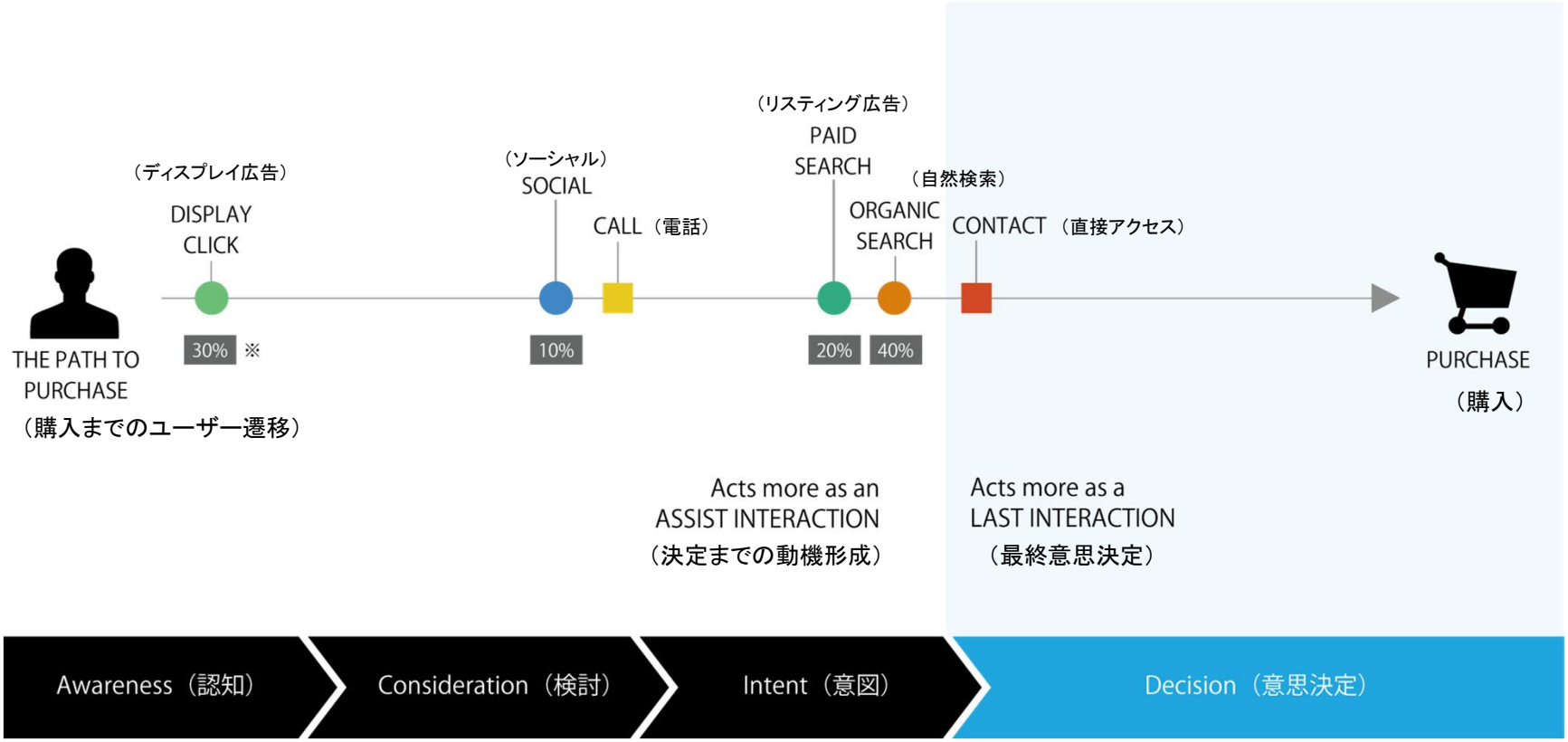


「枠」への配信から「個」へのターゲッティング広告

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（%）

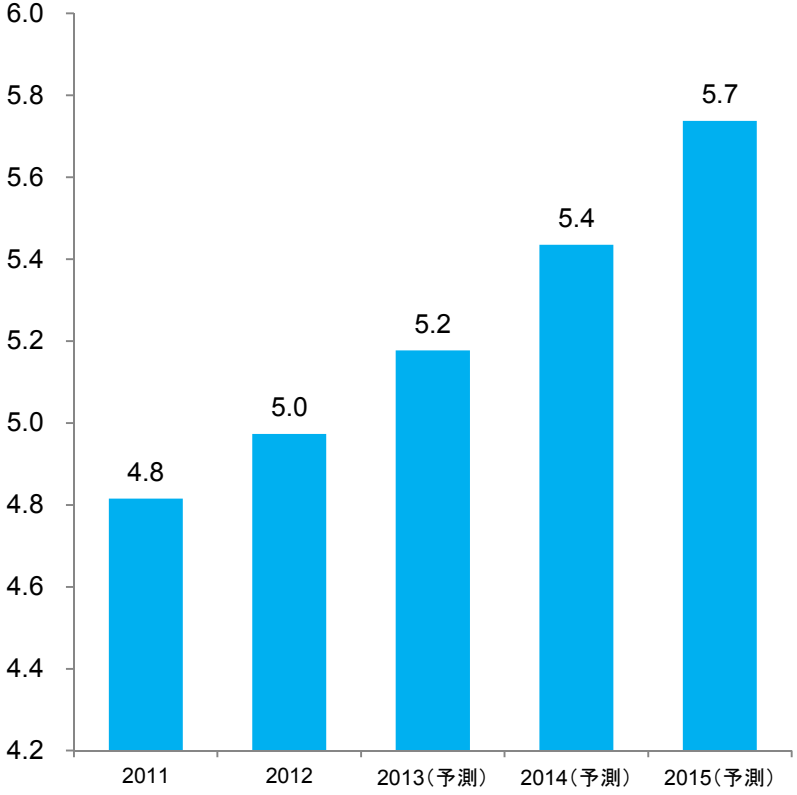


06 Overseas Businesses and Alliance

グローバル展開とアライアンス戦略

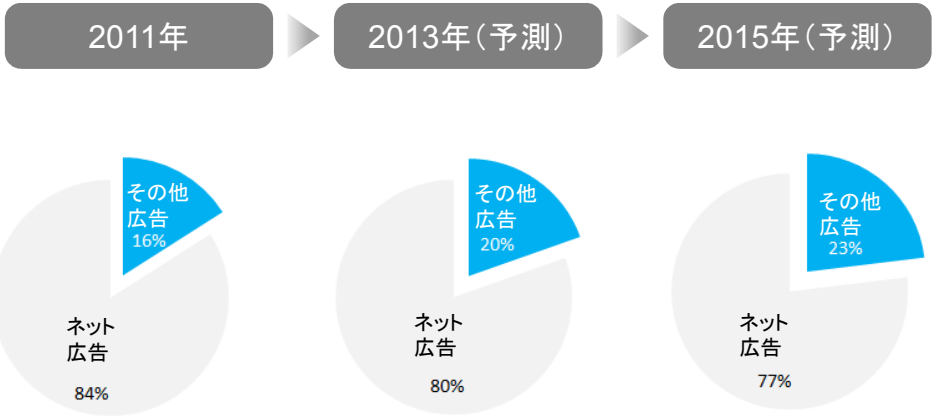
急拡大する世界のインターネット広告市場

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

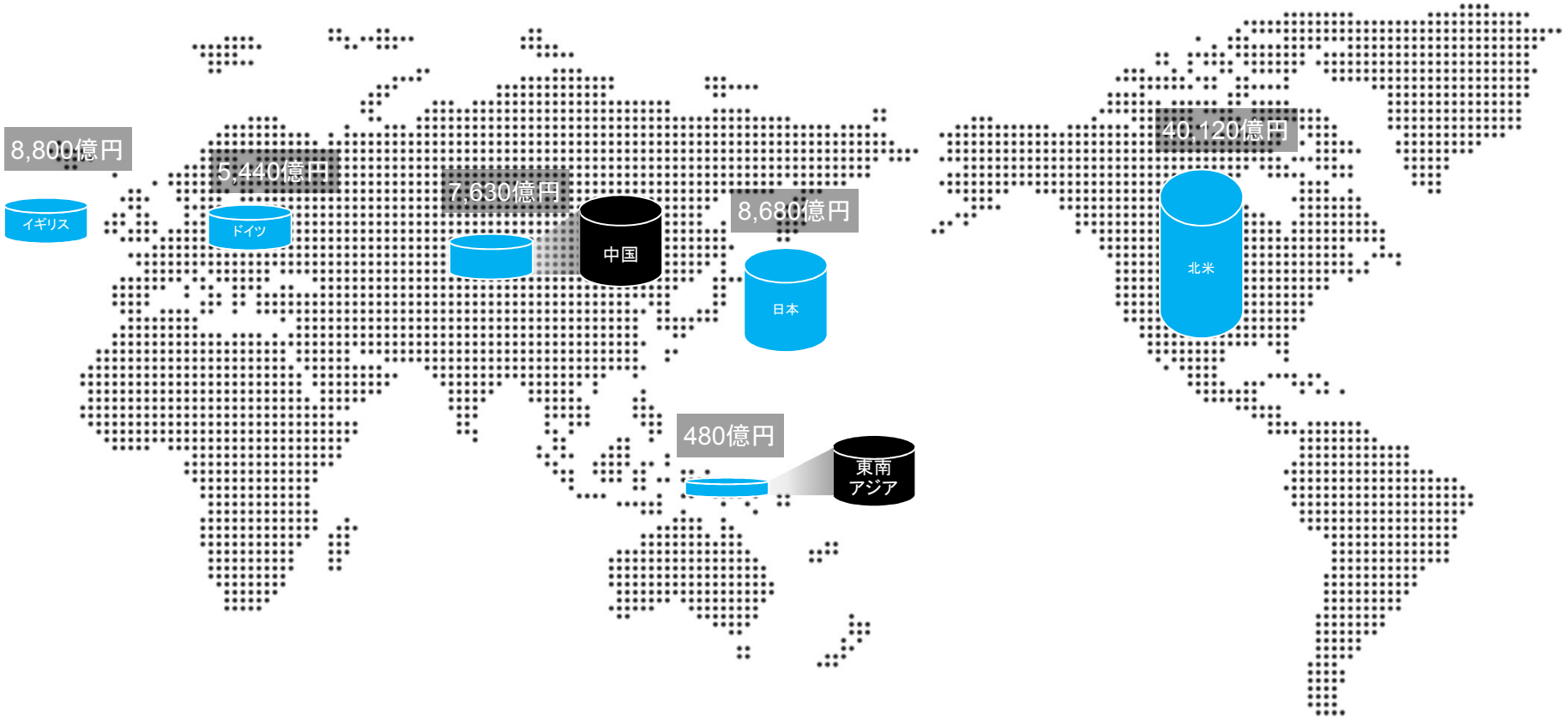
増え続けるインターネット広告の割合（%）



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。

海外各国のインターネット広告市場規模

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。

中国（上海）拠点に続く東南アジア展開

フルスピードにおける海外展開



中国拠点（上海 Shanghai）	2012年8月に上海オフィスを設立。
東南アジア拠点（予定）	展開する国については、市場の潜在成長性と社会情勢等を勘案し、検討。現地企業との資本提携による展開を模索。

上海拠点に続き、EC市場やソーシャルメディアが活発な東南アジアへの展開を準備。シンガポールをハブに東南アジア諸国へのドミナント展開も検討。

M&A戦略及びアライアンス戦略

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

人材マネジメント戦略

人材マネジメントの戦略コンセプト



グローバル人材育成に向けた人材マネジメント

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。

各種教育プログラム：充実した基礎研修プログラム

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
			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

継続した人材イノベーションのための取り組み

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。

自己啓発支援/福利厚生プログラム

会社からの各種支援制度


家賃補助（4km圏内）


書籍購入費の会社補助


社外セミナーへの参加費の会社援助

クリエイター・エンジニア支援制度

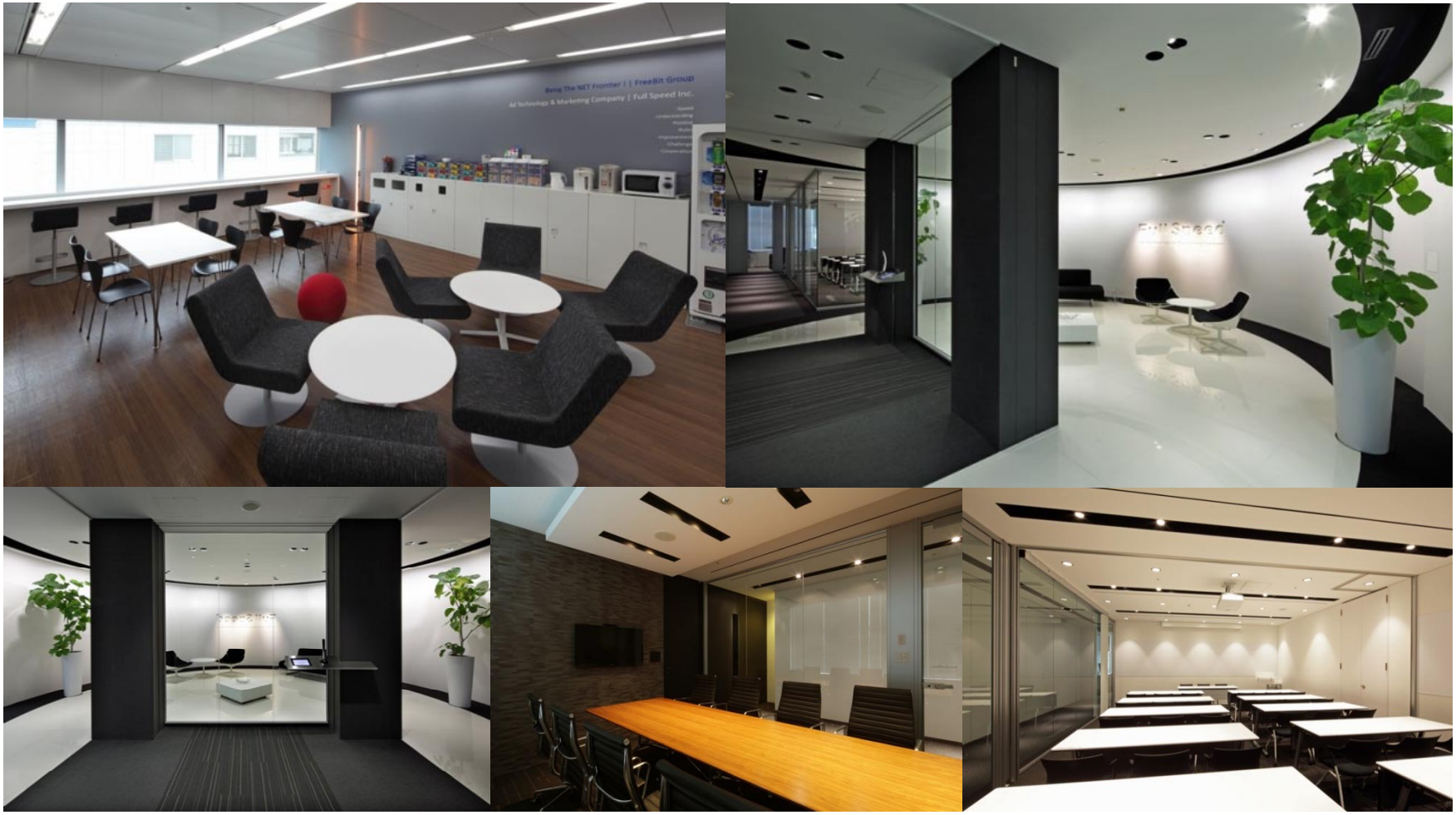

リモート作業環境の提供


エンジニア専用チェア制度（予定）


最新スペック端末の支給

働きやすい空間の醸成

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

三ヵ年計画と資本政策

次なる資本市場のステージへ向けた政策

資本政策の考え方

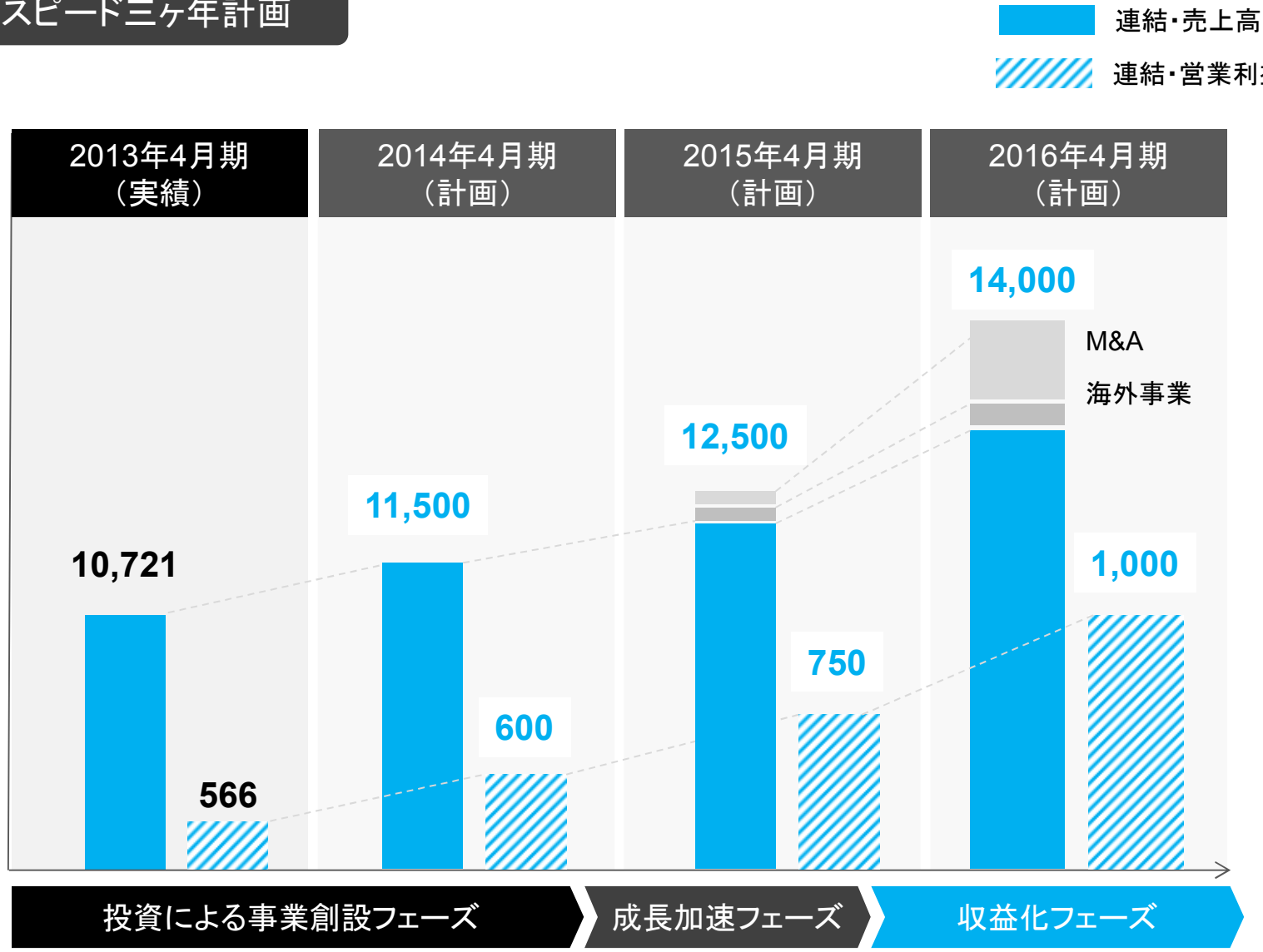
コア事業における潜在成長領域への戦略投資を実施

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

フルスピードの三ヶ年計画

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

Full Speed Inc.

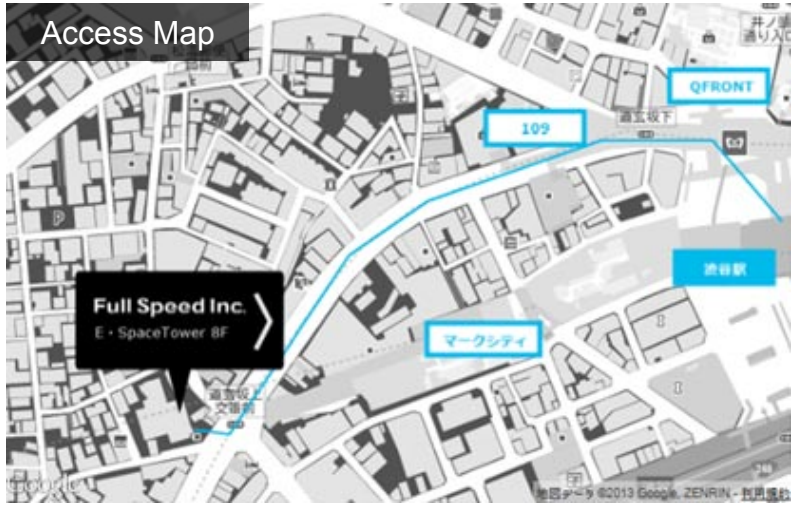
会社概要

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

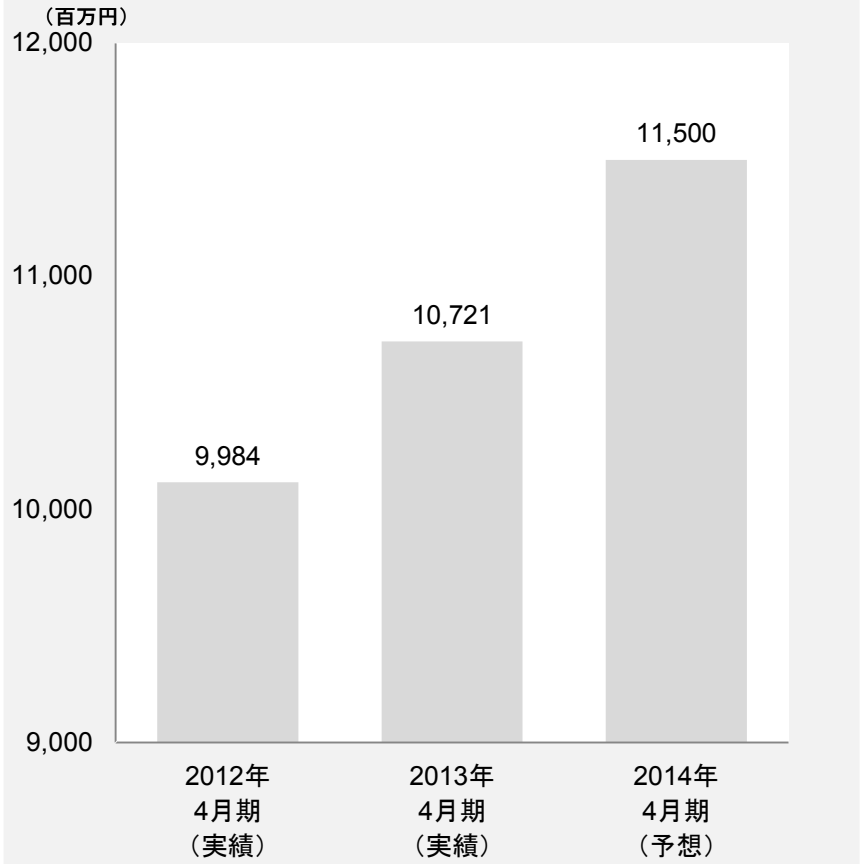


会社沿革

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、株式会社フォーイットを設立
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。）

役員紹介



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、株式会社フォーイットの取締役を兼任。

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・株主の状況

株式数・株主数

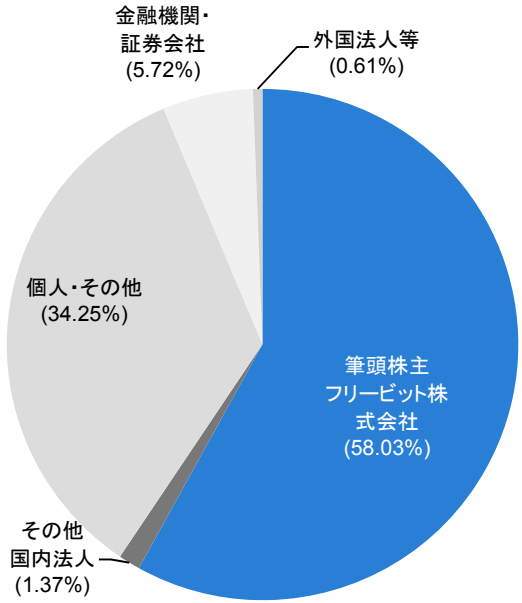
発行可能株式総数	200,000
発行済み株式数	152,680
株主数	4,993

上位株主（1位～10位）の状況

2013年4月30日現在

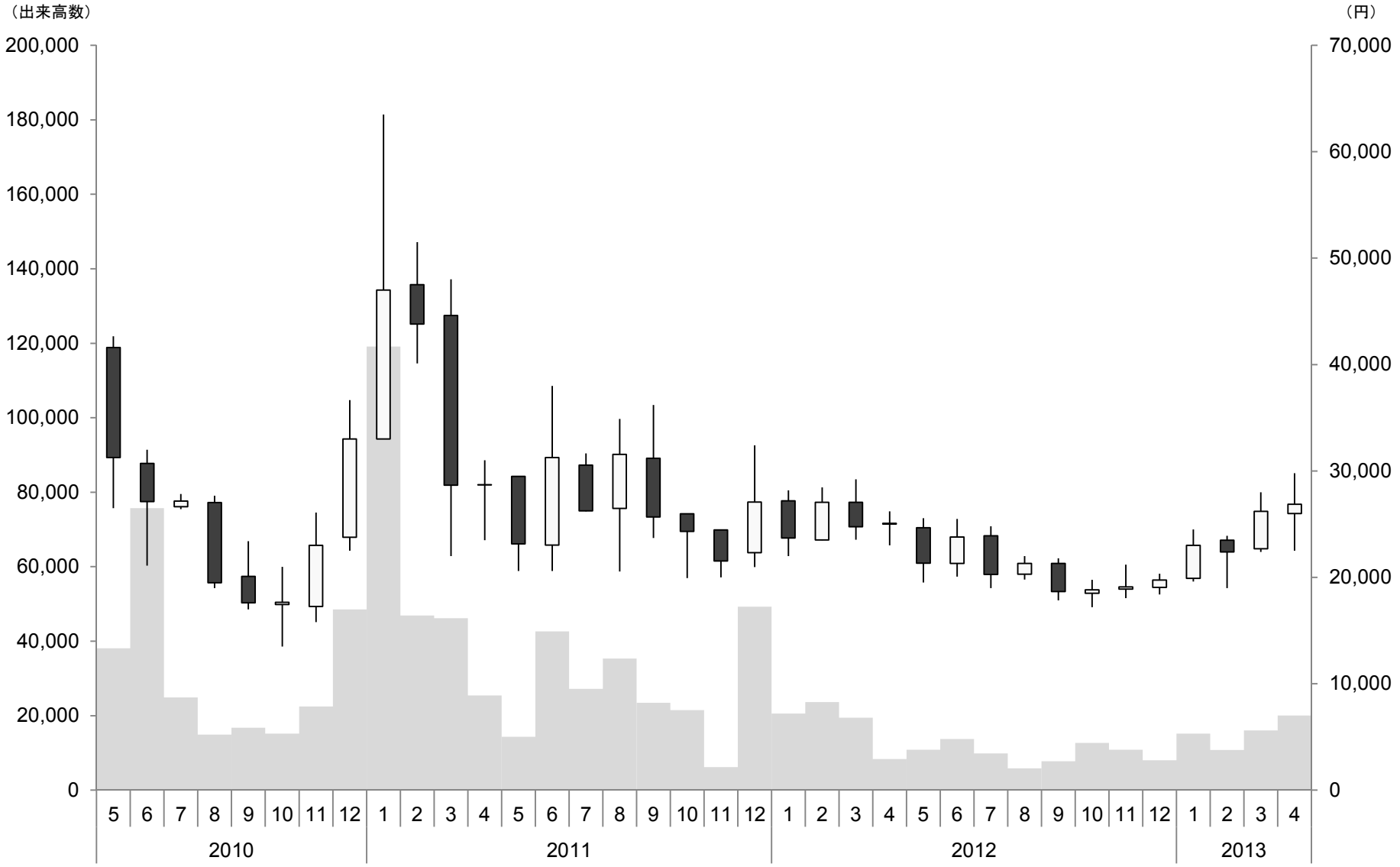
順位	株主氏名	所有株数	持株比率
1	**フリービット株式会社**	**88,585**	58.03%
2	日本証券金融株式会社	3,867	2.53%
3	マネックス証券株式会社	1,800	1.17%
4	株式会社SBI証券	1,295	0.84%
5	一般個人株主	1,000	0.65%
6	マネックス証券株式会社	979	0.64%
7	一般個人株主	910	0.59%
8	松井証券株式会社	868	0.56%
9	一般個人株主	777	0.50%
10	一般個人株主	650	0.42%

所有者別株主構成



株価の状況

株価・出来高の推移



フルスピードグループ概要

Appendix

当社グループの主要な事業

Full Speed
Ad Technology & Marketing Company
FORIT
fanside

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

株式会社フォーイット
（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

CSR・社会貢献活動

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削減の活動に一歩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”