

WMH、雑誌系広告会社を買収

クラウドのマーケ、本格開始



ワールド・モード・ホールディングスの小西聡常務。広告代理店A I A Dの社長も務める

27〜28年度上場目指す

ファッション業界向けなどで広告事業や人材サービスを手掛けるワールド・モード・ホールディングス(WMH、東京・渋谷)は31日付で広告代理店の双葉通信社(同・中央)を買収する。買収額は非公表。広告事業の拡大だけでなく、クラウドサービスを活用したマーケティング支援事業を本格的に始める。2027〜28年度の上場を目指す。

WMHは、双葉通信社の株式80%分を親会社の双葉ホールディングス(同・中央)から31日付で取得する。将来は双葉通信社の完全子会社化も視野に入れる。双葉通信社の社長にWMH傘下の広告代理店A I A D(アイアド、同・

ワールド・モード・ホールディングス	双葉通信社
2012年設立	1948年創業
人材サービスや広告など多角経営。ファッション・化粧品業界に特化	雑誌向け広告の老舗
売上高は280億円(23年2月期)。27〜28年度の上場を目指す	売上高は非公表。クラウドを活用したマーケティング支援も強み

丸。人材派遣や店舗運営などと幅広く事業を手掛けるが、今回の双葉通信社の買収目的の1つである広告事業も手掛ける。同事業は雑誌向け広告以外に、SNSを活用した広告戦略の設計・運用やEC(電子商取引)サイトの構築を手掛けるなど、デジタルマーケティングに強みを持つ。WMHの顧客はラグジュアリーブランドから化粧品やアパレル、スポーツブランドまで多岐にわたる。1948年創業の双葉通信社は雑誌向け広告に強く、ファッション・宝飾品業界を中心に取引先は約400社にのぼる。WMHが双葉通信社の買収を決めた理由は2つある。1つは同社が持つ出版社などの取引先を増やすことだ。WMHが強みとするデジタルマーケティングの事業も生かせる。

もう1つが、クラウドサービスを使ったマーケティングを本格的に始めることだ。双葉通信社はフランスのローンチメトリックス社が提供する「ローンチメトリックス」の日本と韓国の販売代理店を務める。ブランド顧客のマーケティングを支援するサービスで、オンラインシヨールームの運用や、サンプルの管理情報などを部門横断で共有できるなど、販促を支援する。

同サービスはラグジュアリーブランドをはじめとして計1000以上の各国ブランドが利用している。WMHは今回の買収でこうした顧客を獲得し、グループとして海外で積極的に事業展開していく。WMHが提供するサービスも合わせて販売していく考えだ。WMHは今後、主力の人材サービスと、広告を含むマーケティングの事業で成長する計画を持つ。24年2月期の売上高は300億円を超える見込みだ。(米田百合香)

許諾番号 30095992 日本経済新聞社が記事利用を許諾しています。

©日本経済新聞社 無断複製転載を禁じます。

日本経済新聞社は、記事内容により、特定の企業・団体や商品・サービスの購入・投資等を推奨するものではありません。