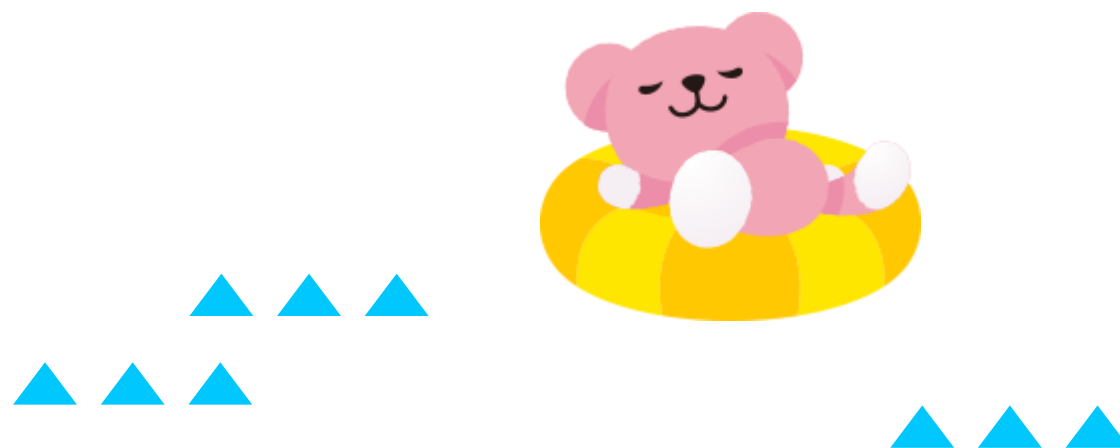




So-net Media Networks

2019年3月期 第1四半期決算説明資料

Copyright © 2018 So-net Media Networks Corporation. All rights reserved.



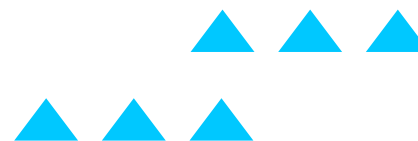
目次

01

2019年3月期 第1四半期連結決算概要 P03

02

第1四半期事業の状況 P13



So-net
Media Networks



2019年3月期第1四半期決算概要

決算ハイライト(総括)

前年同期比

(単位:百万円)

連結業績	売上	2,386	+356	アドテクノロジー中心に 好調に推移 前年同期比で増収増益
	営業利益	108	+51	
	当期純利益	62	+19	

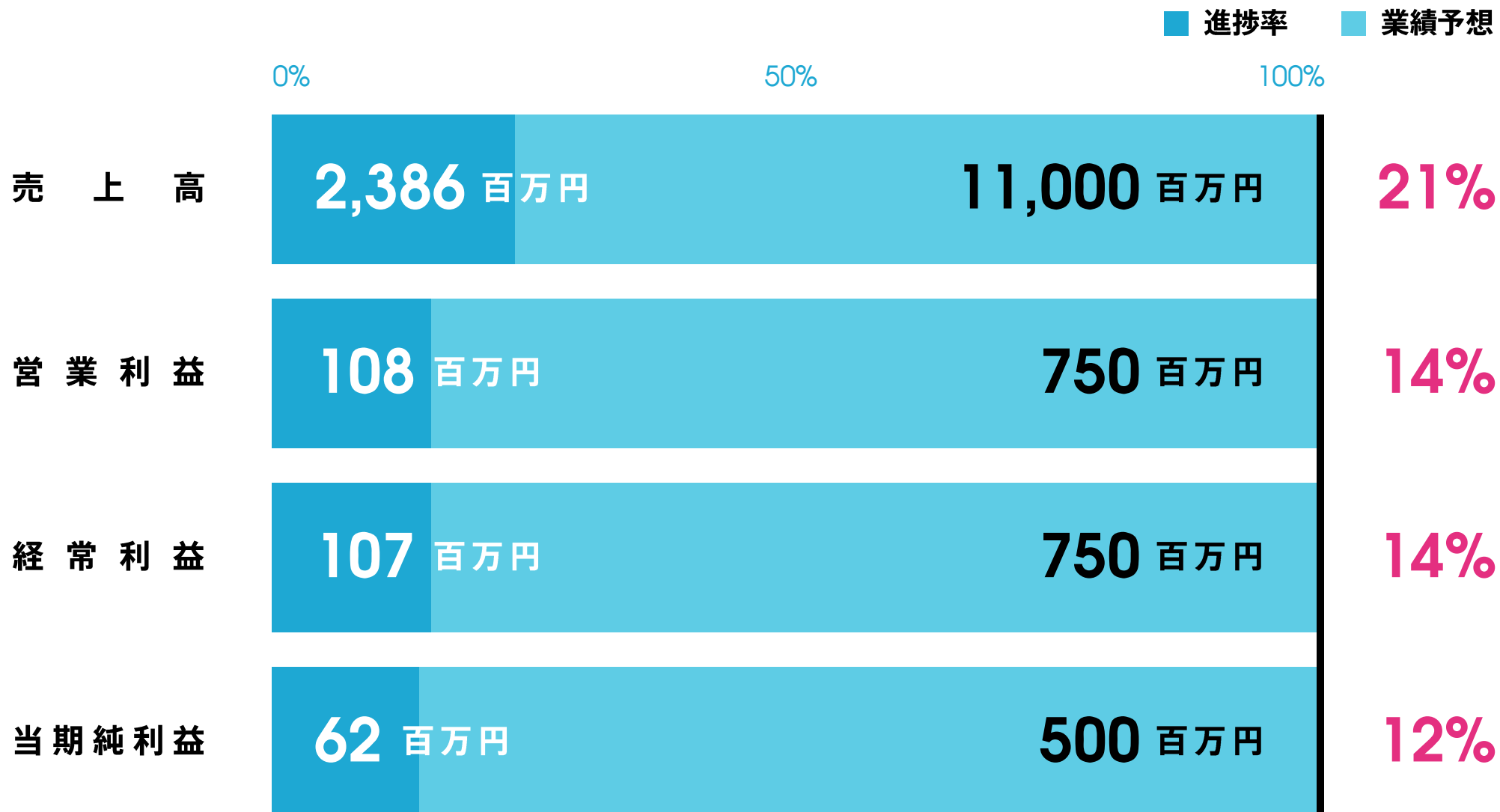
売上内訳

前年同期比

アドテクノロジー	売上	1,436	+29.1%	Logicadダイナミッククリエイティブ が成長を牽引、他商材も成長
アフィリエイト	売上	890	+9.9%	既存カテゴリの深耕が奏功 複数カテゴリで伸長
メディアプランニング	売上	58	△44.8%	ソニーグループの広告枠の 仕入販売が鈍化

決算ハイライト (進捗率)

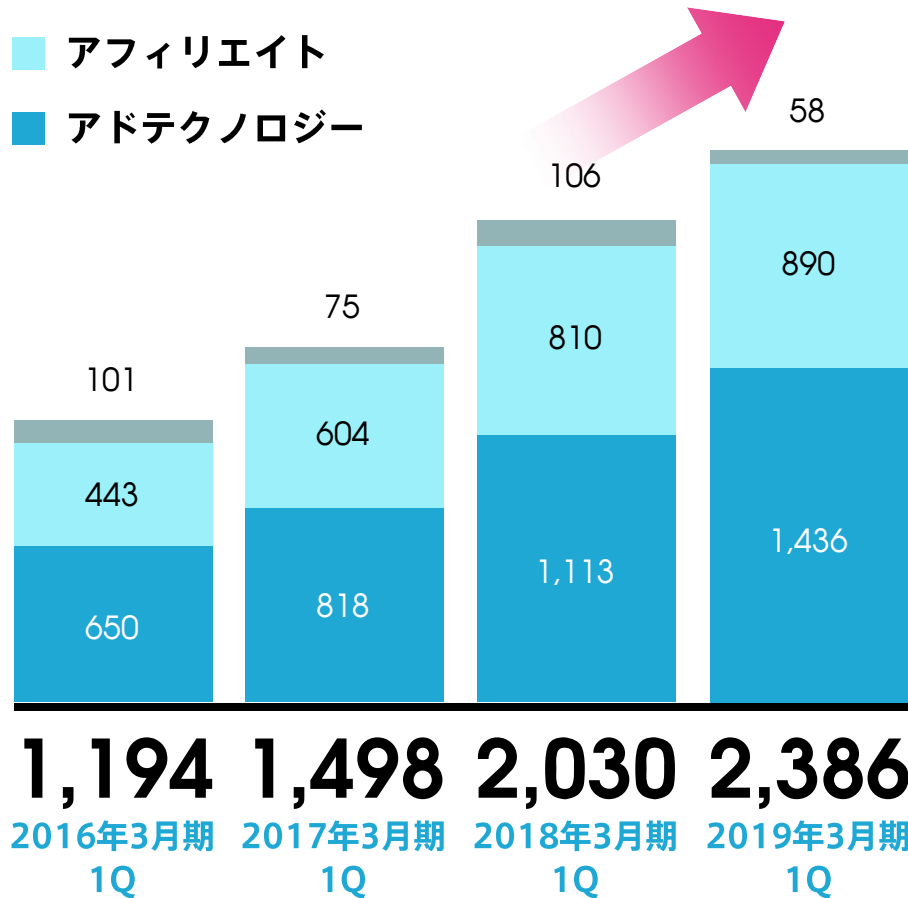
業績予想に対して想定通り進捗、前年同期並みの水準



決算ハイライト(売上)

通期に向けて1Qとしては 順調に規模拡大

- メディアプランニング
 - アフィリエイト
 - アドテクノロジー
- (単位:百万円)

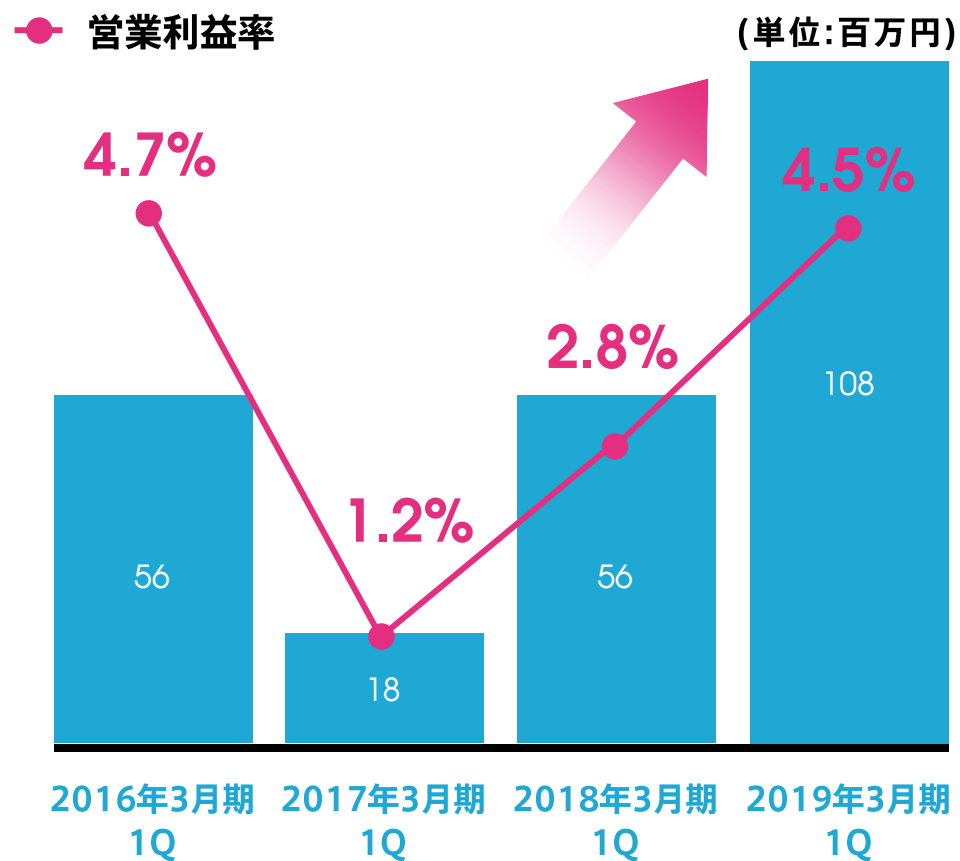


前年同期比

+17%

決算ハイライト（営業利益）

販管費率の低下により 前年同期比で増益

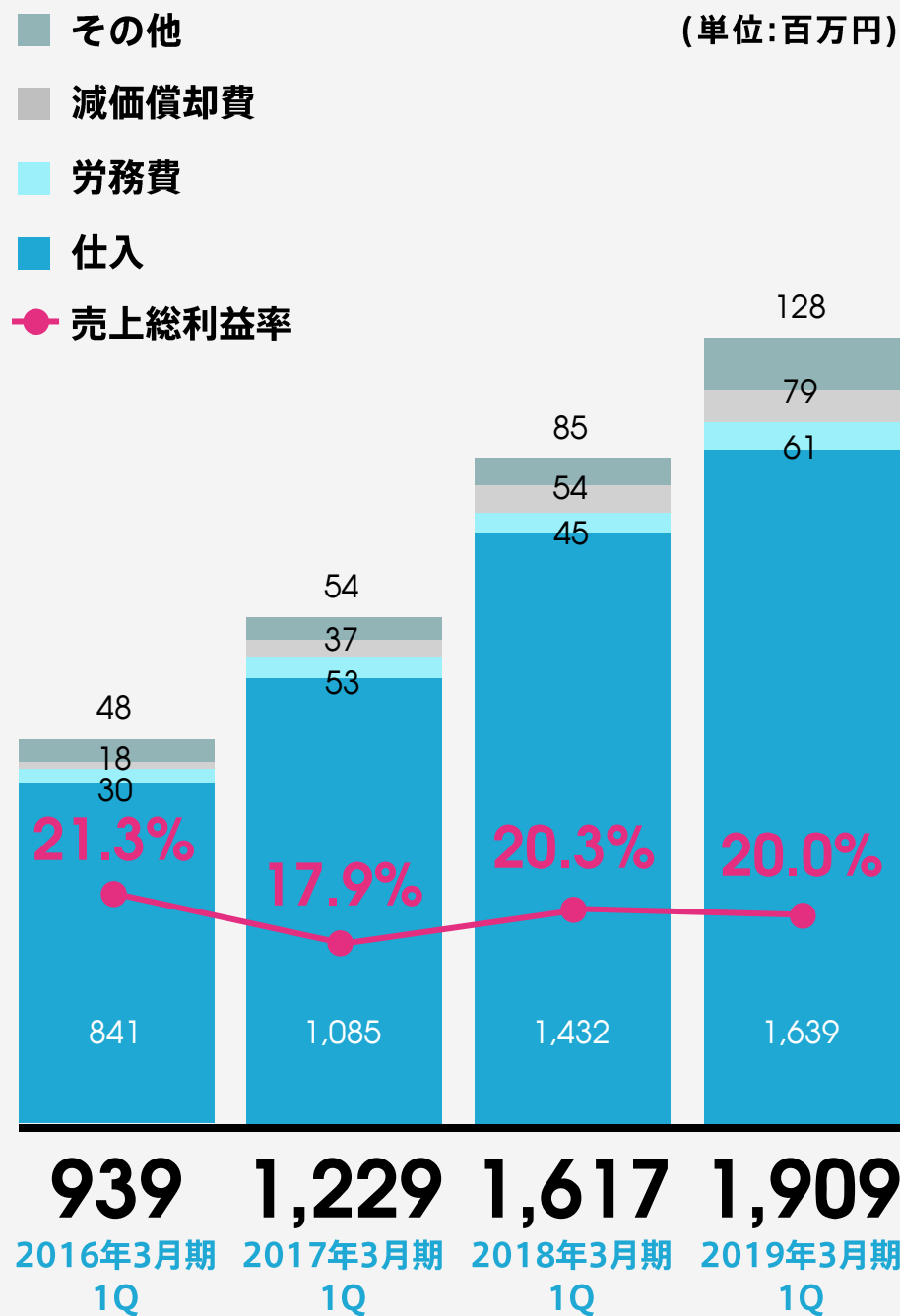


前年同期比

+90%

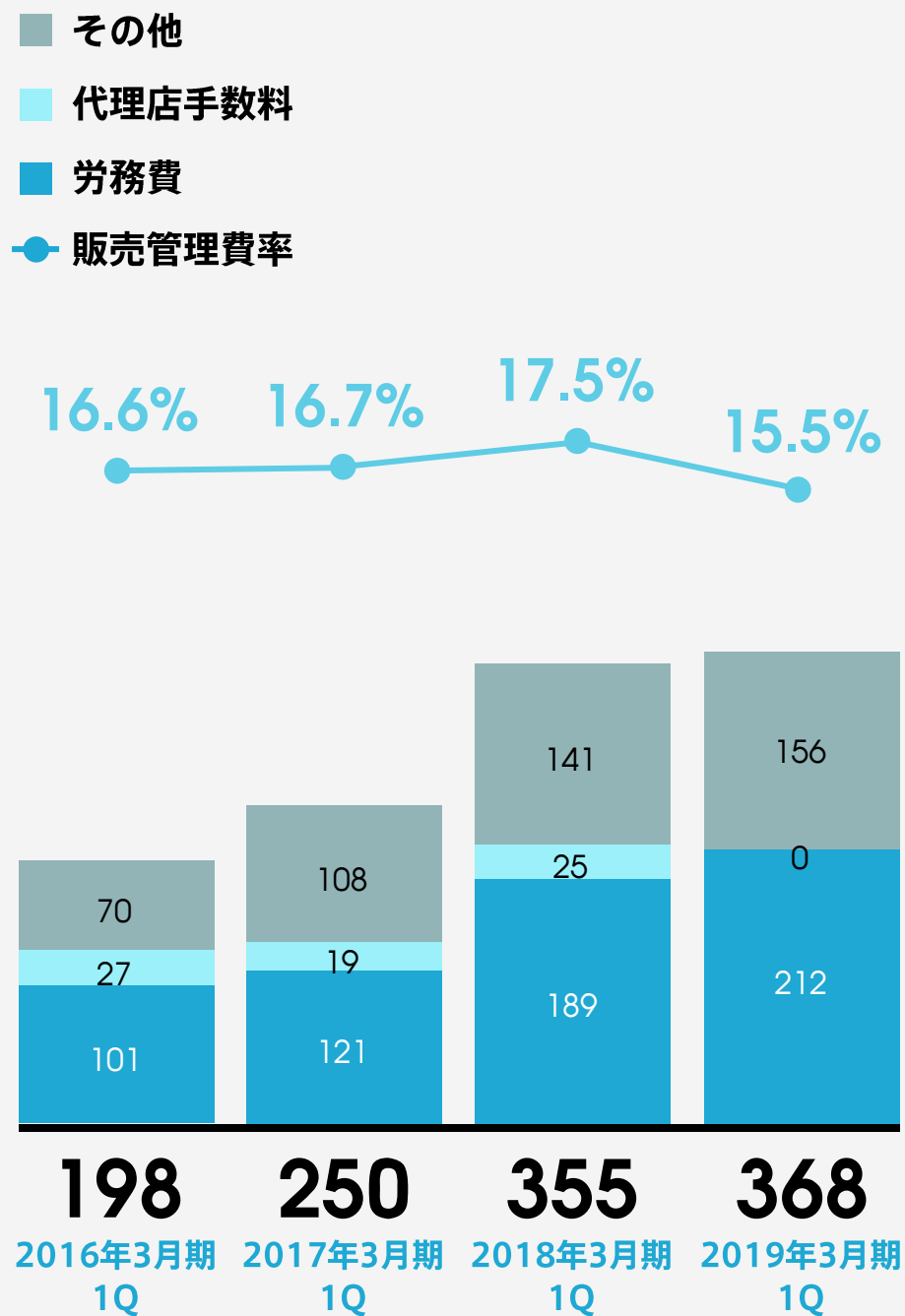
決算ハイライト (売上原価)

アドテク以外の
サービスで苦戦し
売上総利益率は
前年同期並み



決算ハイライト（販管費）

人員増加に伴う
人件費等の固定費が
増加も販管費率は
減少



決算ハイライト（貸借対照表）

債務・未払法人税等の支払により流動負債**減少**
ソフトウェア開発により無形固定資産**増加**

(単位:百万円)

	2017年6月末	2018年3月末	2018年6月末	前期末比
流動資産	2,757	3,236	3,022	△ 7%
現預金	1,746	1,836	1,814	△ 1%
固定資産	1,153	1,708	1,738	+ 2%
無形固定資産	776	993	1,067	+ 7%
総資産	3,911	4,944	4,761	△ 4%
流動負債	990	1,386	1,119	△ 19%
固定負債	36	52	50	△ 3%
純資産	2,884	3,505	3,591	+ 2%

So-net
Media Networks



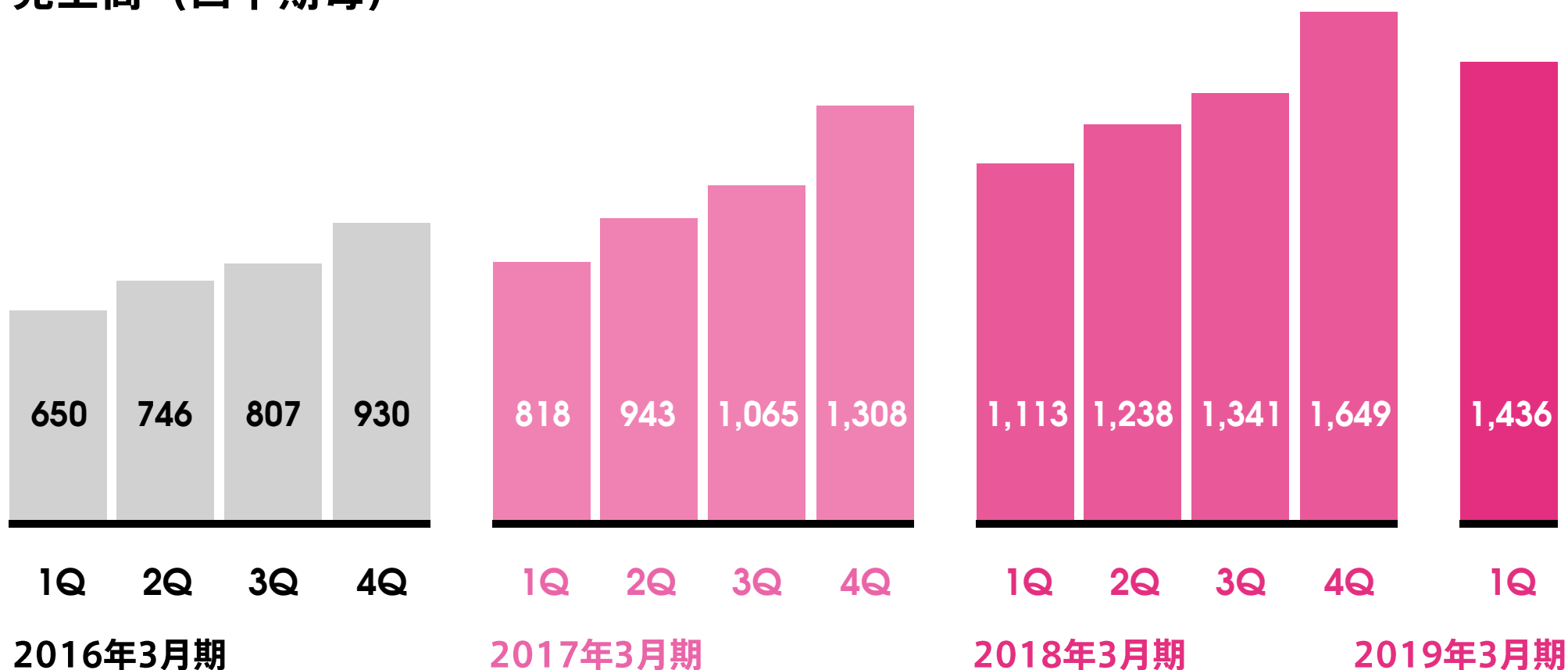
第1四半期事業の状況

アドテクノロジー

Logicadダイナミッククリエイティブに加え他商材も好調に推移し 第1四半期として過去最高売上を達成

(単位:百万円)

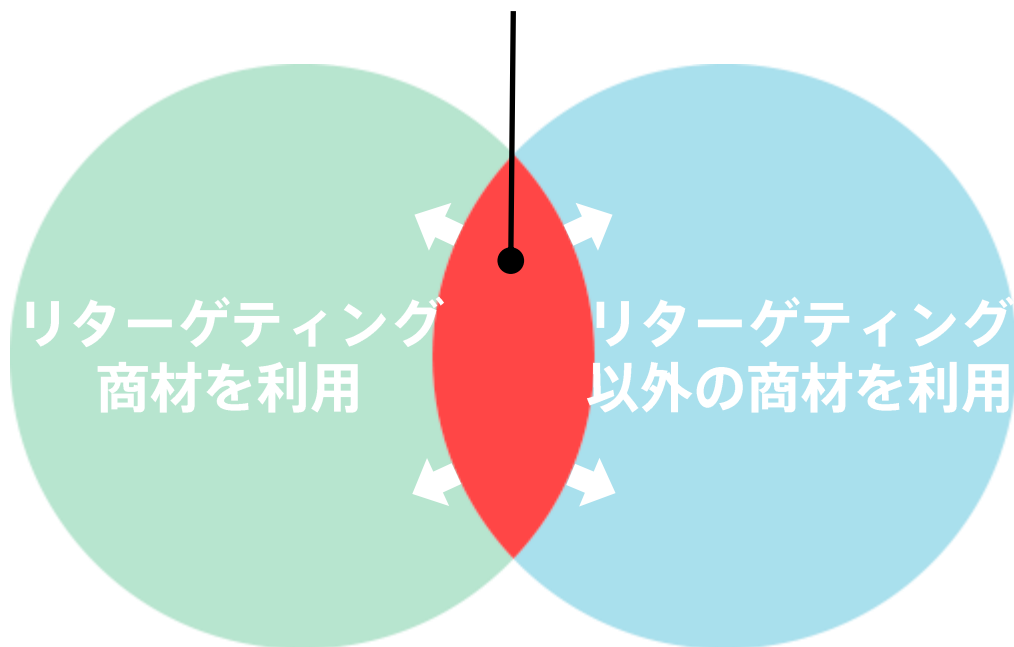
売上高 (四半期毎)



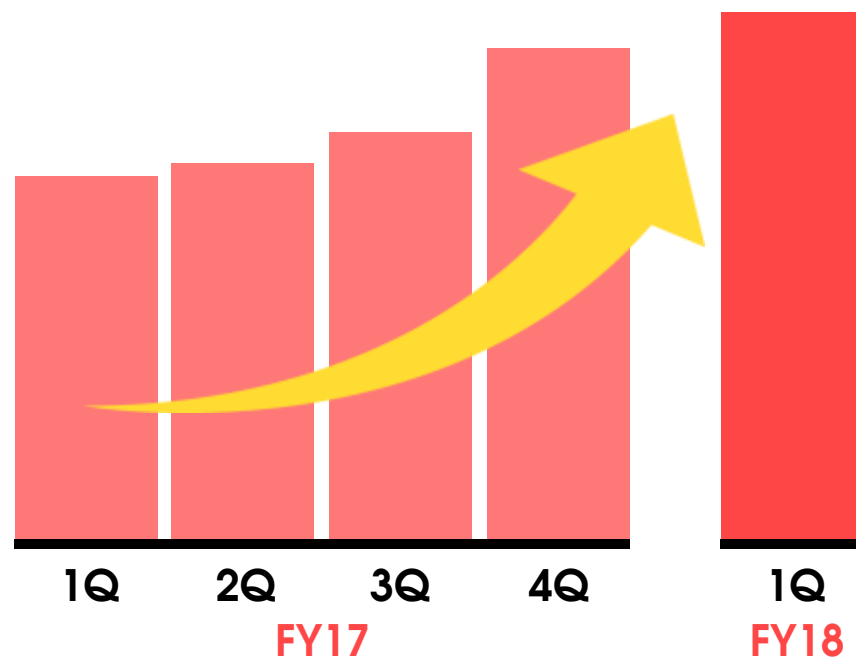
アドテクノロジー

市場のニーズに応える商材を**高頻度にリリース**することで
多様な商材を並行して利用する広告主比率が拡大

リターゲティング及びそれ以外の商材の
両方を利用する広告主



左記広告主の比率

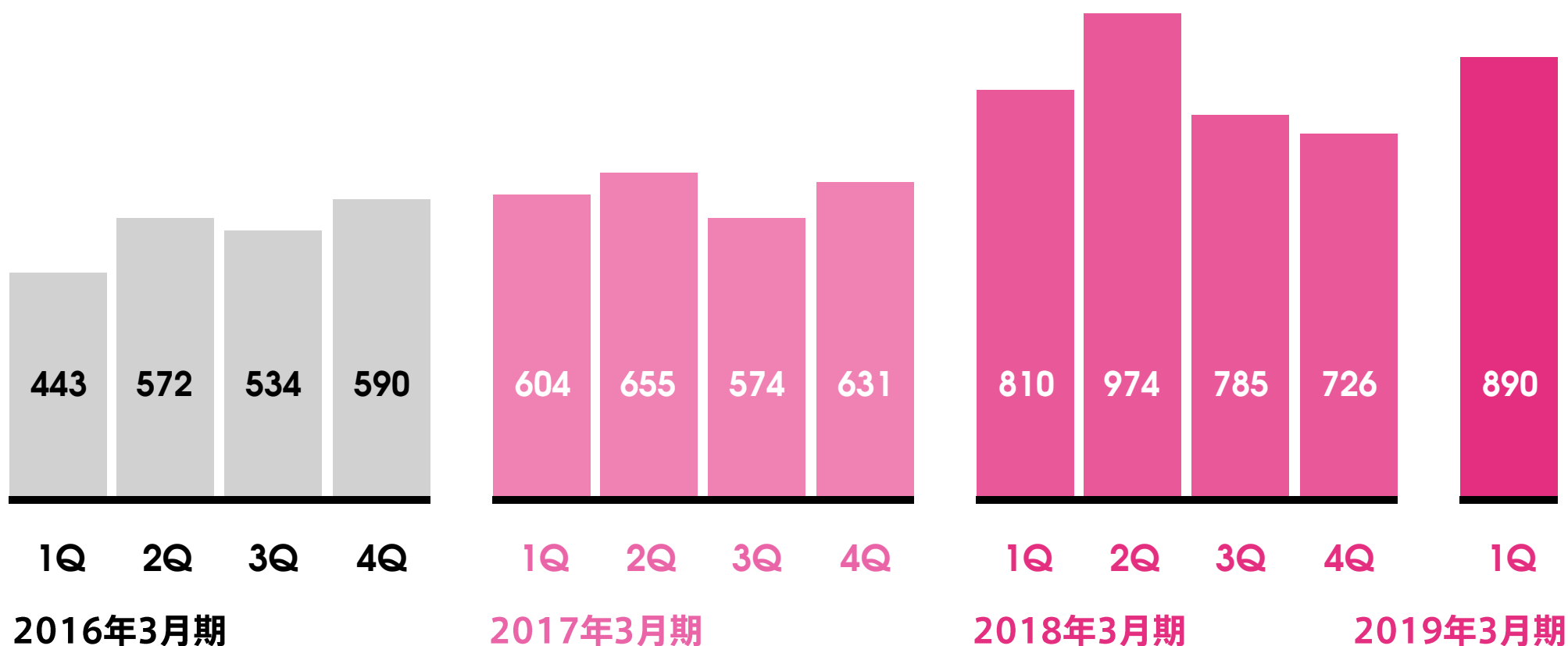


アフィリエイト

美容・健康食品に加えその他既存カテゴリも伸長 第1四半期としては過去最高売上を達成

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）

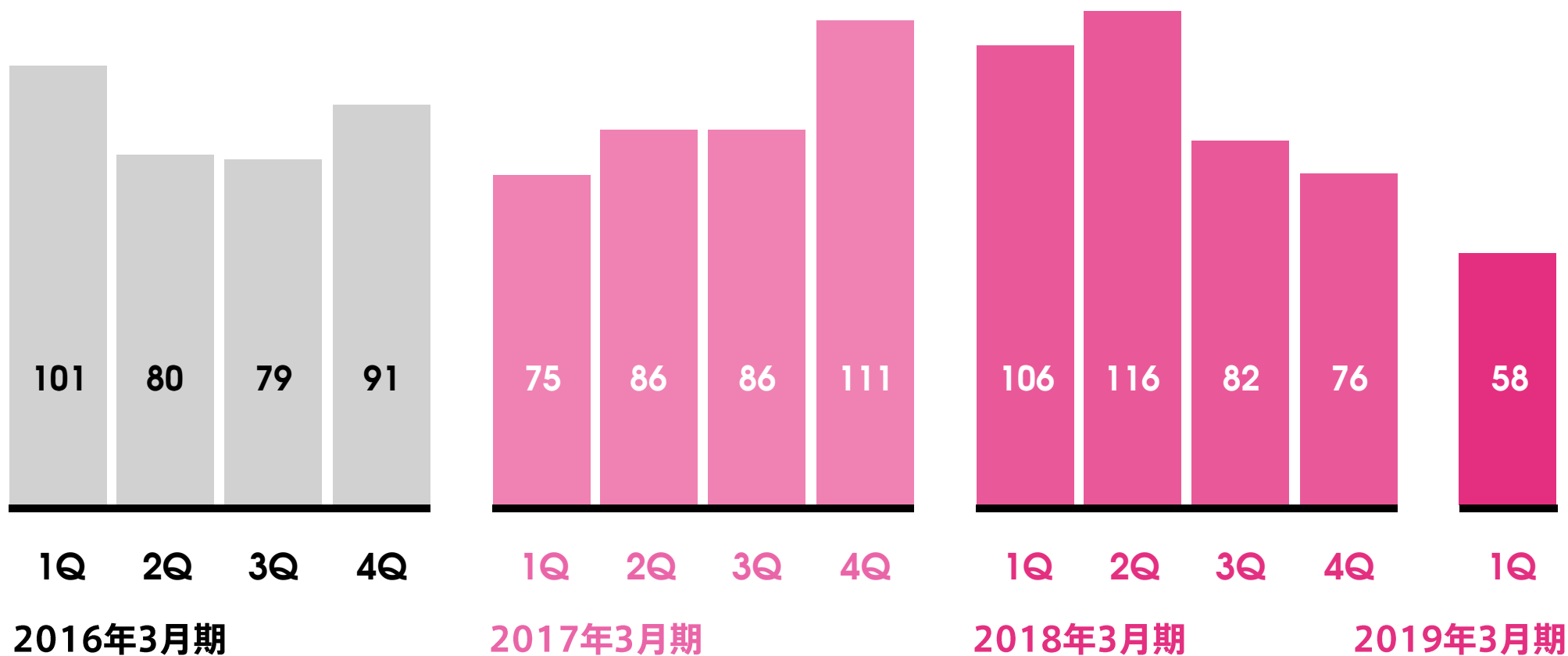


メディアプランニング

ソニーグループの広告枠仕入販売が鈍化したことにより**売上減**
優良メディアの発掘が**最優先**

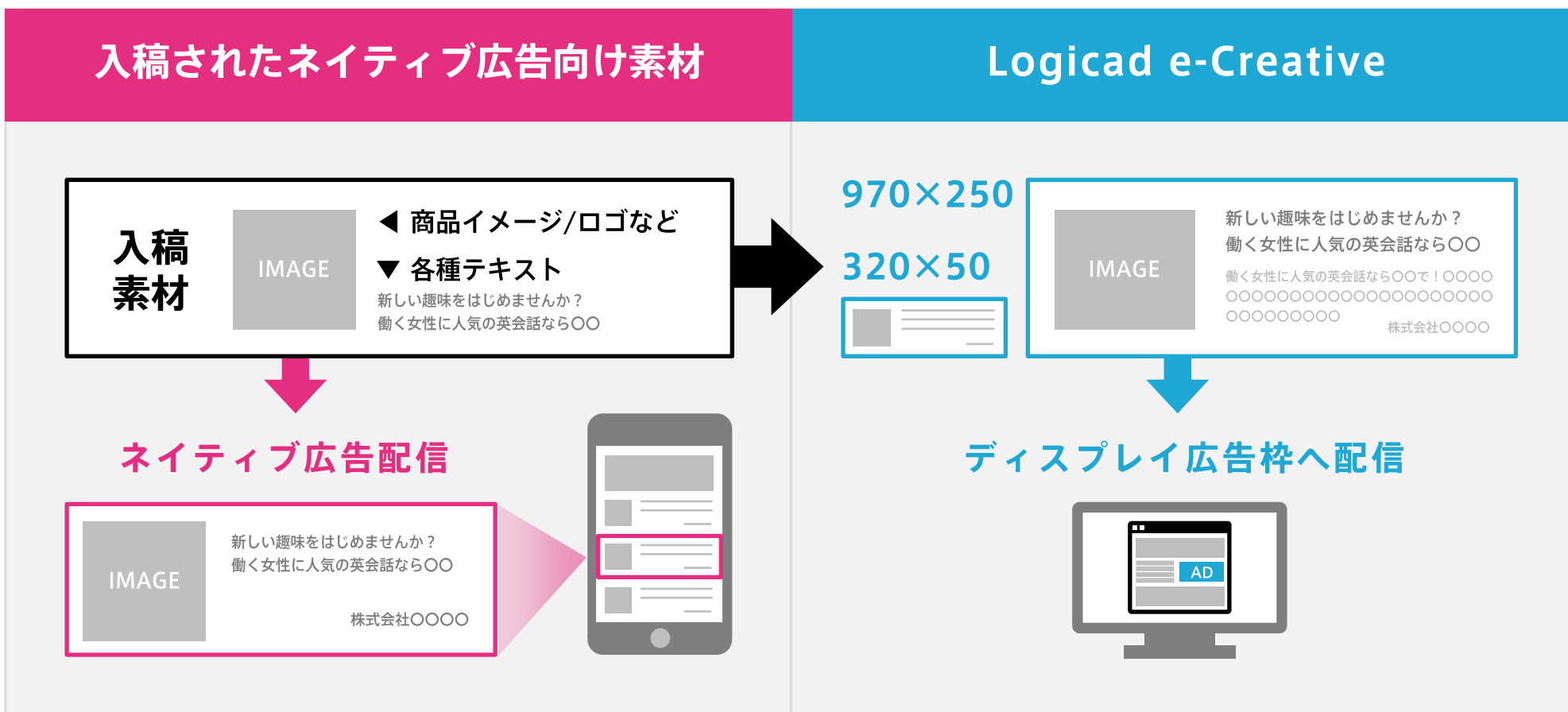
売上高（四半期毎）

（単位：百万円）



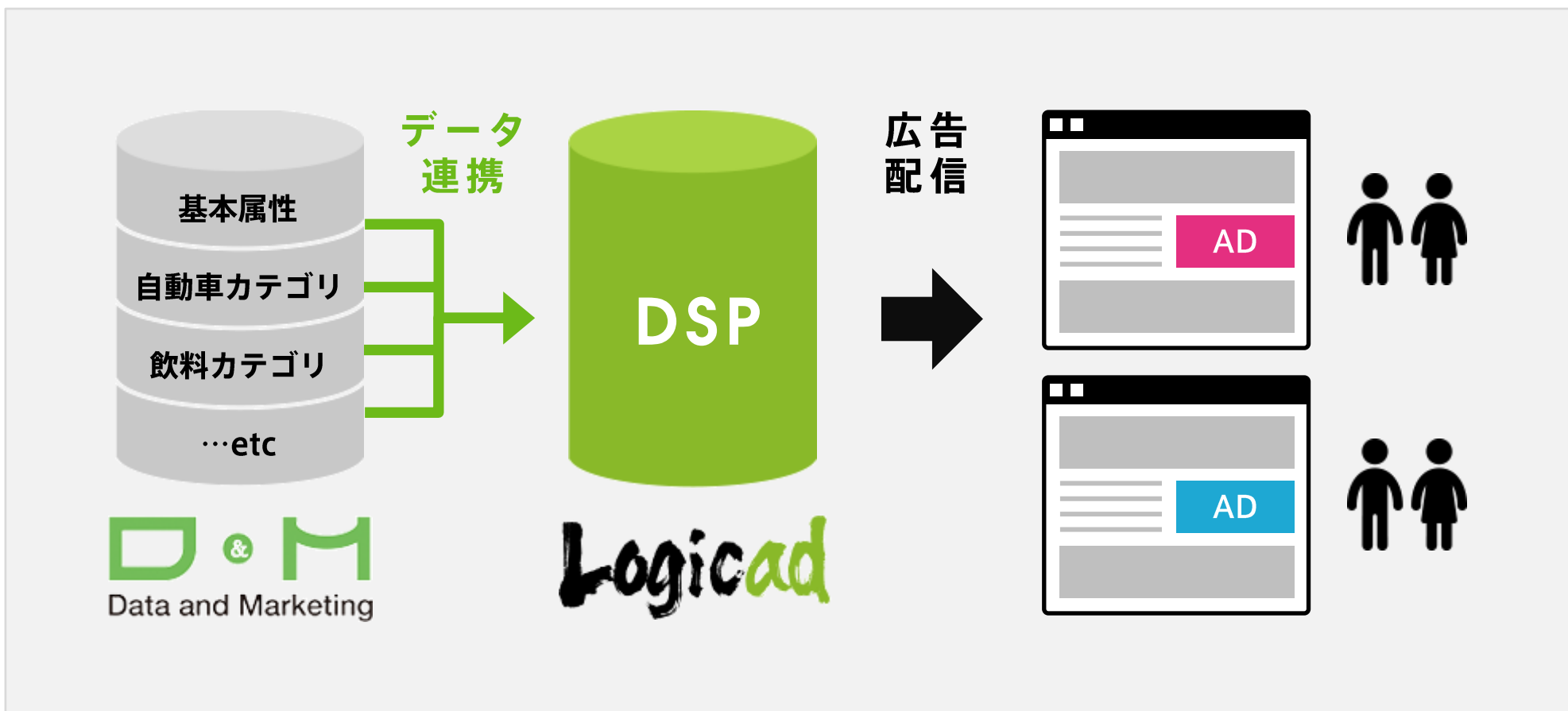
Logicad e-Creativeの提供開始

ネイティブ広告の素材を活かし、サイズ違いのクリエイティブ（バナー）を作成・配信できる新機能をリリース



D&M社が保有する消費者データとの連携開始

月間アクティブユーザー120万人の消費者データを活用し、
消費者パネルのアンケート回答を基にセグメントを作成し広告配信



1Q TOPICS 新規事業 (Marketing Touch)

「ウェブ行動履歴」とリアル「購買/位置/時間データ」 を融合させた、**実店舗向けサービス**を提供開始

マーケティングデータ

SNSや自社コンテンツなどあらゆるコミュニケーションツールで来店訴求。



来店データ、購買データ

電子スタンプ設置 や POSレジ連携のみでカンタンに実店舗をデジタル化し、
ウェブ施策から来店・購買分析を可能とする。



実店舗とネットを融合させ
収益最大化に向けた
販促施策を実現

AIによる分析・レポート

「マーケティングデータ」及び「来店データ、購買データ」を
人工知能「VALIS-Engine」が分析し、インサイトの発見、ターゲットの特定、
コミュニケーションの最適化など様々な戦略立案を支援。

1Q TOPICS 新規事業 (Marketing Touch)

実店舗の販促ツールを手軽にデジタルシフト これまでバラバラだった施策をデータ起点で最適化

実店舗事業者のマーケティング課題

実店舗 (Offline) とWeb (Online) の連携・利活用にハードル

	実店舗	ウェブ、SNS	新聞・雑誌・ラジオ・TV	カタログ・DM
気付	●	●	●	●
興味関心	●	●	●	●
検索	●	●	●	●
欲求	●	●	●	●
購買	●	●		
共有		●		

プラットフォームとデータがバラバラ

初期システム投資やハードウェアの導入の負担大

データの欠落や、煩雑な分析など

Marketing Touch

あらゆる業態業種に対応

アプリのDLが不要
ブラウザベースで利用可能

低コストで導入可能

電源不要の電子スタンプを
設置するだけ

ビッグデータ×AIの活用

アドテクノロジー事業で培った
技術を利用し、情報を可視化・
インサイト発見をサポート

※O2O : Online to Offlineのこと。

発想力と技術力で

**社会にダイナミズムをもたらす
ユニークな事業開発会社になる**



**So-net
Media Networks**