

NET
MARKETING
CO. LTD.

株式会社ネットマーケティング

決算補足説明資料及び中期経営計画

2018年6月期決算

2019年6月期-2021年6月期中計

Contents

1 /



2018年6月期 通期決算報告

2 /



中期経営計画

Investment to Growth 2021

- 策定に至った背景
- 全社戦略
- 個別戦略

3 /



Appendix

- 参考資料
- 株主構成
- 株主・投資家の皆様へ

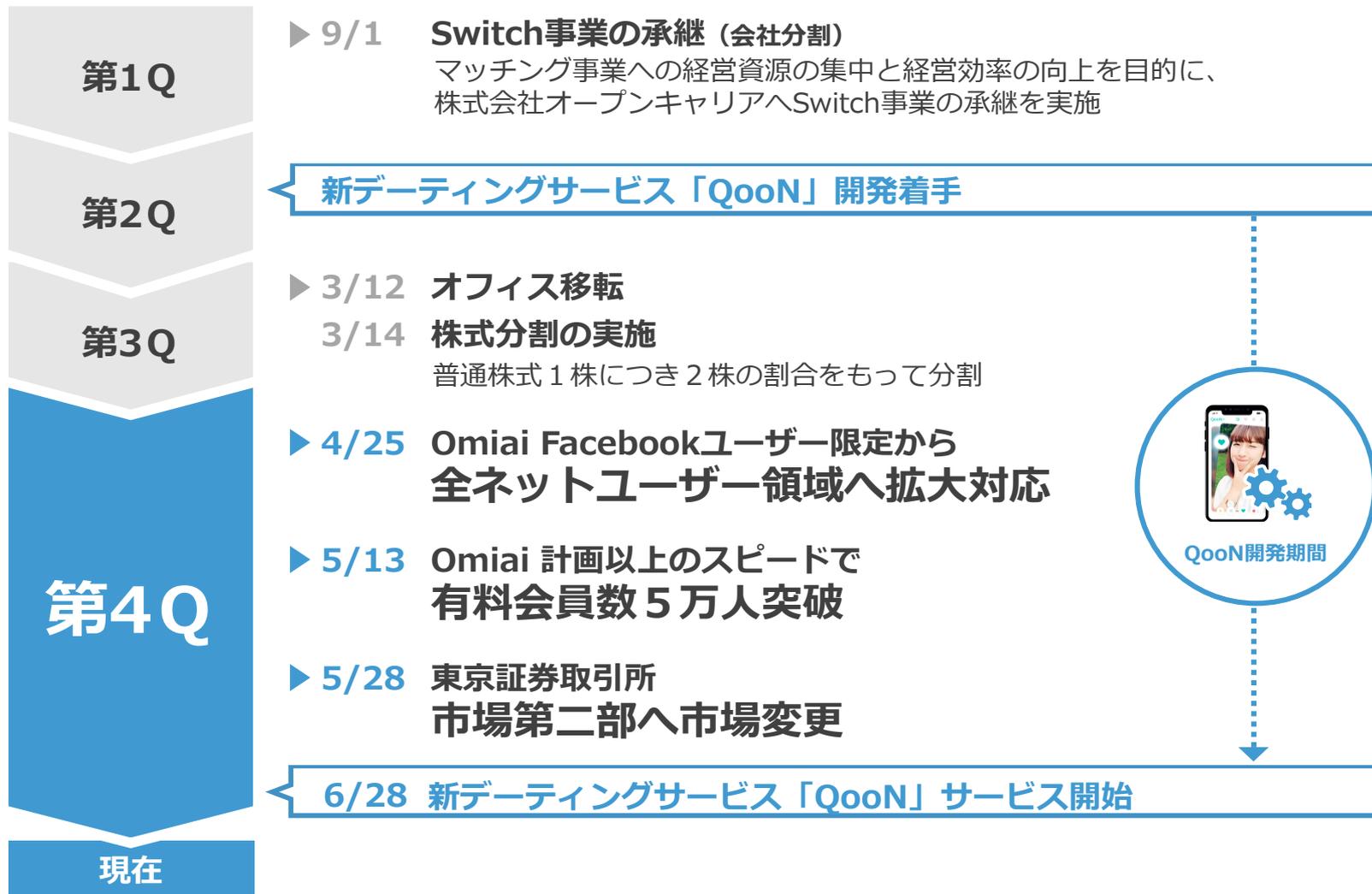
1

2018年6月期通期 決算報告

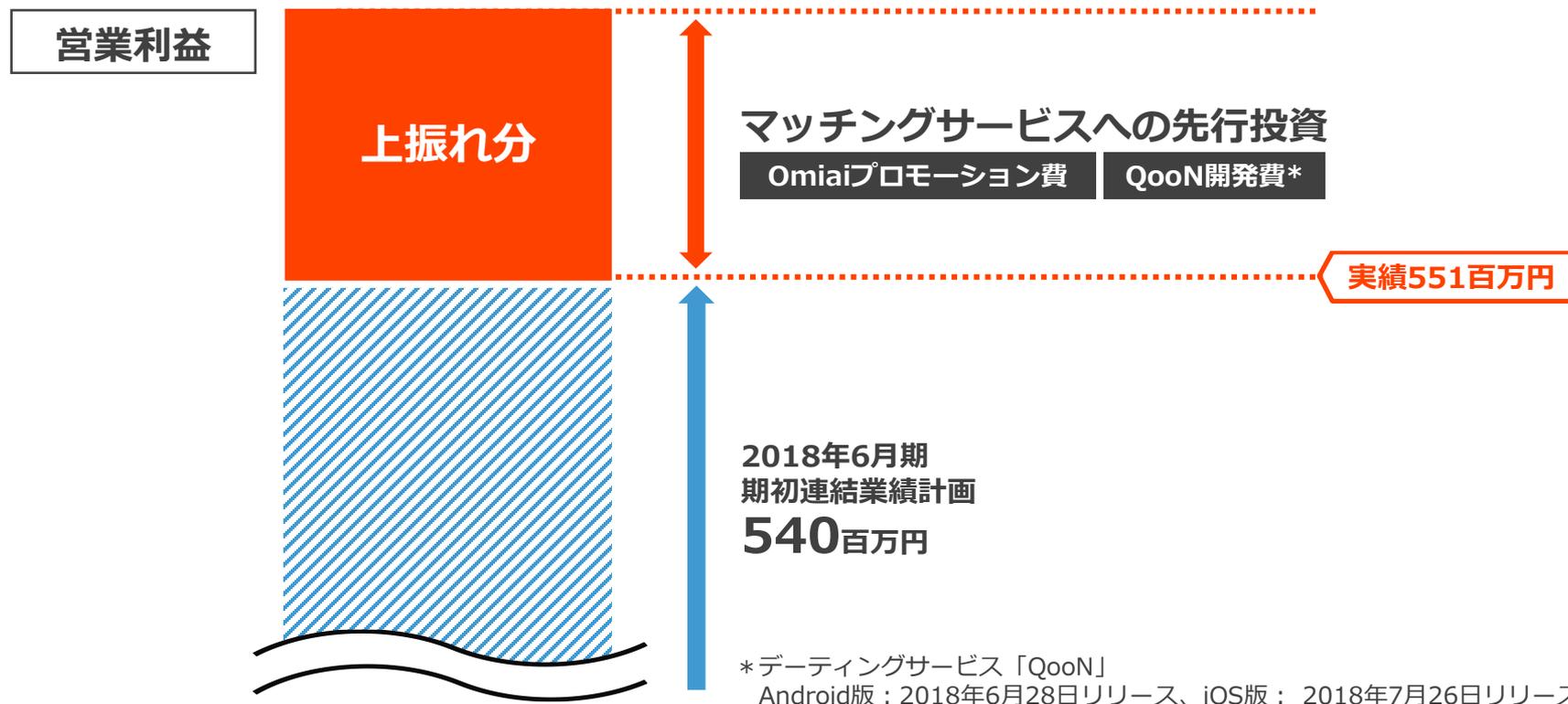


NET
MARKETING
CO., LTD.





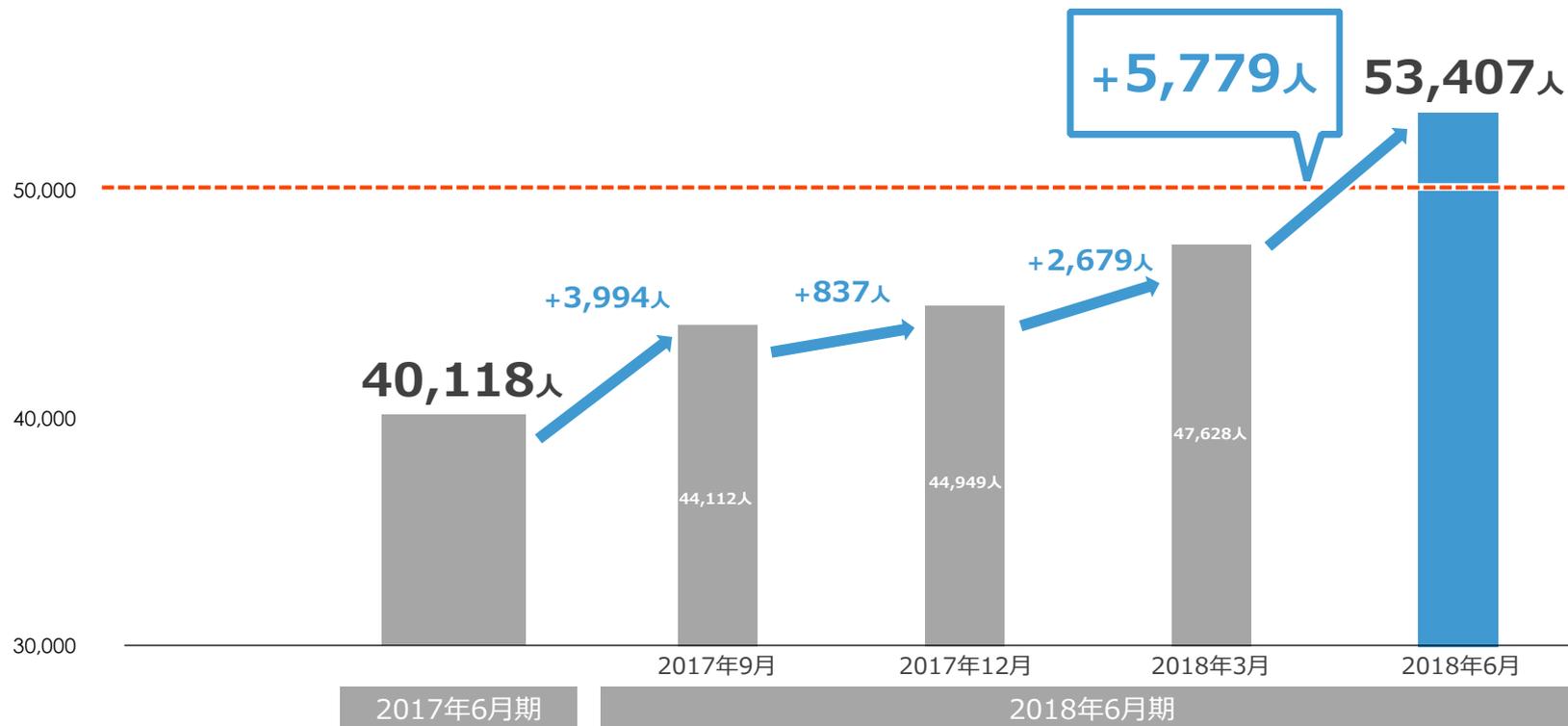
予算に対し大幅な増益を確保した上で、 メディア事業へ将来の売上成長に向けた戦略投資を実行



追加プロモーションへの戦略投資により 6月末5万人を達成！

(人)

60,000



有料会員数

2018年6月末時点において月額サービスをご利用いただいている会員数（月額サービスの利用がなく、ポイント・プレミアムパックのみ購入されている会員は除く）

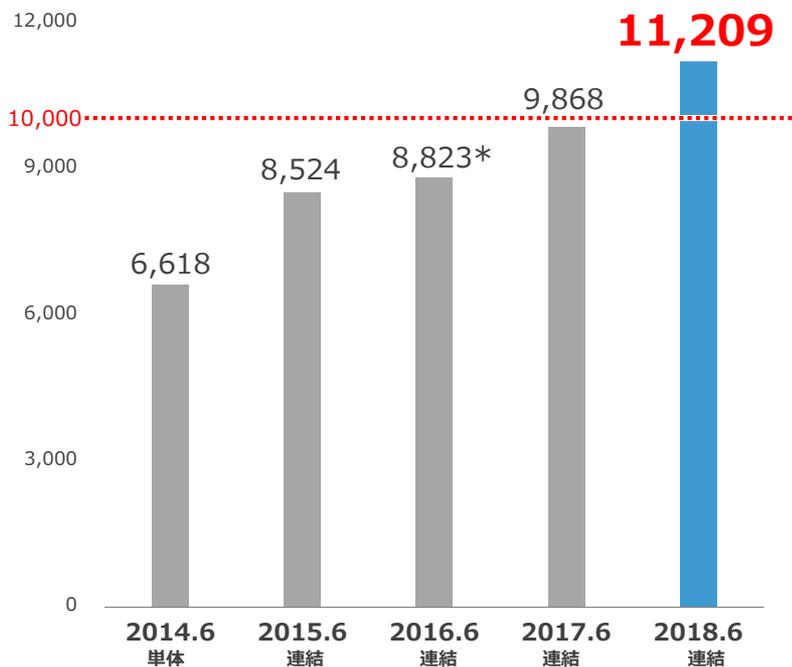
ほぼ計画どおり予算を達成

単位：百万円	期初業績予想	実績	達成率
売上高	11,296	11,209	99.2%
営業利益	540	551	102.1%
経常利益	538	566	105.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	371	403	108.8%
期末配当金（連結配当性向）*	5円 (18.8%)	5円 (17.7%)	

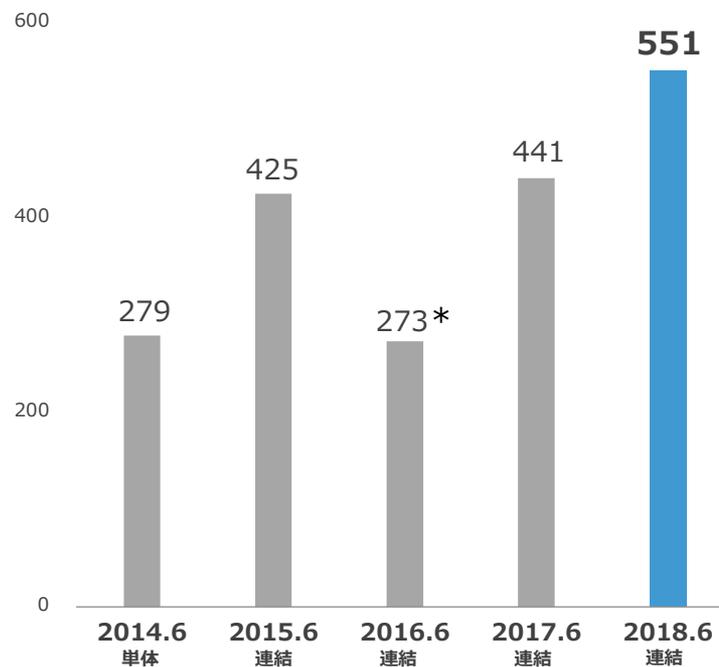
* 1株当たり期末配当金は、株式分割の影響を考慮しております（2018年3月14付で普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割）

過去最高の売上高と営業利益を達成 増収増益で、売上高100億円超へ

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)



* 事業ポートフォリオの見直し実施

売上は13.6%増、 利益面は20%超の大幅伸長

営業利益（前期比）

24.9% ↑

経常利益（前期比）

33.7% ↑

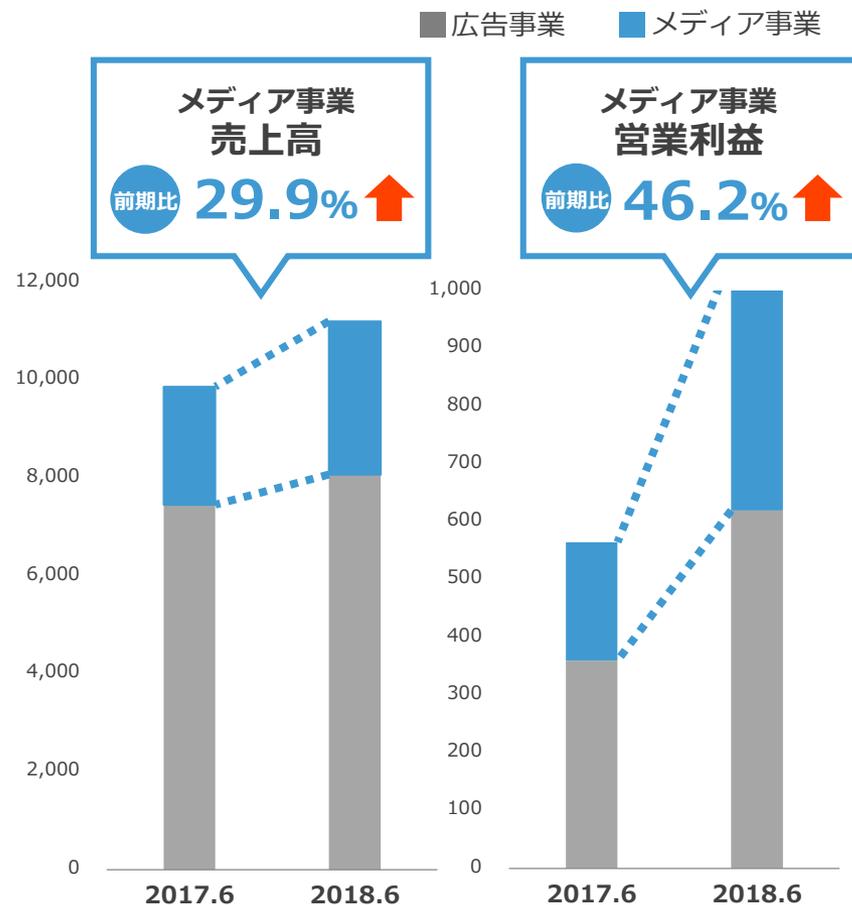
当期純利益（前期比）

35.9% ↑

単位：百万円	2017.6	2018.6	前期比	
			増減額	増減率
売上高	9,868	11,209	+1,341	+13.6%
売上総利益	2,531	3,272	+740	+29.3%
粗利率（売上総利益/売上高）	25.7%	29.2%	-	-
営業利益	441	551	+109	+24.9%
営業利益率（営業利益/売上高）	4.5%	4.9%	-	-
経常利益	423	566	+142	+33.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	296	403	+106	+35.9%

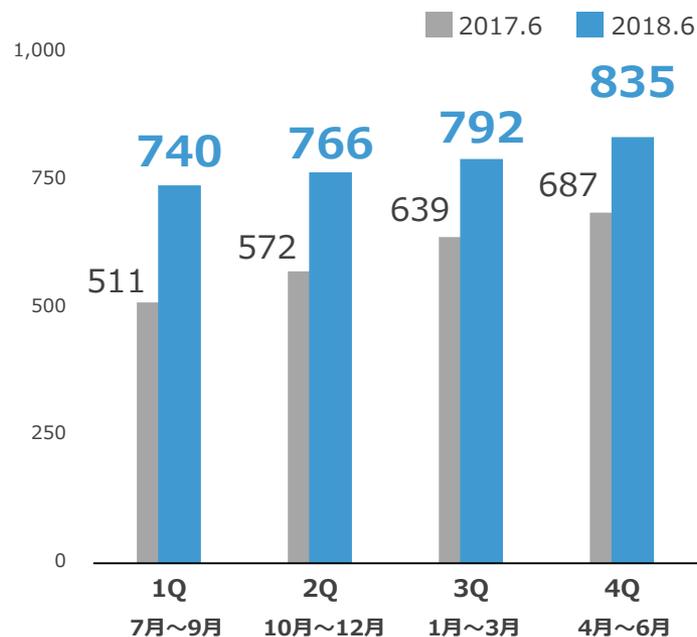
メディア事業 (Omiai) が 増収増益を牽引

単位：百万円	2017.6	2018.6
メディア事業		
売上高	2,413	3,135
営業利益	305	447
利益率 (営業利益/売上高)	12.7%	14.3%
広告事業		
売上高	7,457	8,074
営業利益	522	620
利益率 (営業利益/売上高)	7.0%	7.7%
調整額		
売上高	▲2	0
全社費用	▲386	▲515

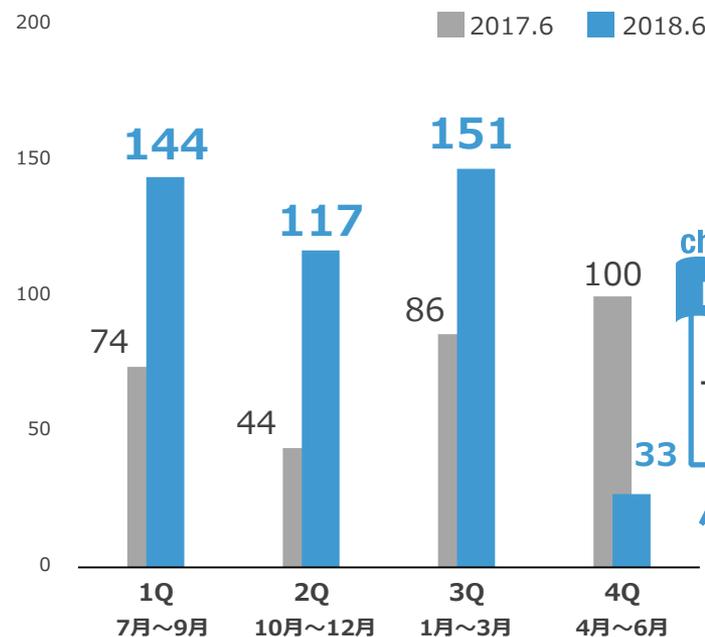


予実を見ながら戦略投資にコスト投下し 会員獲得による売上の拡大に貢献

売上高 (百万円)



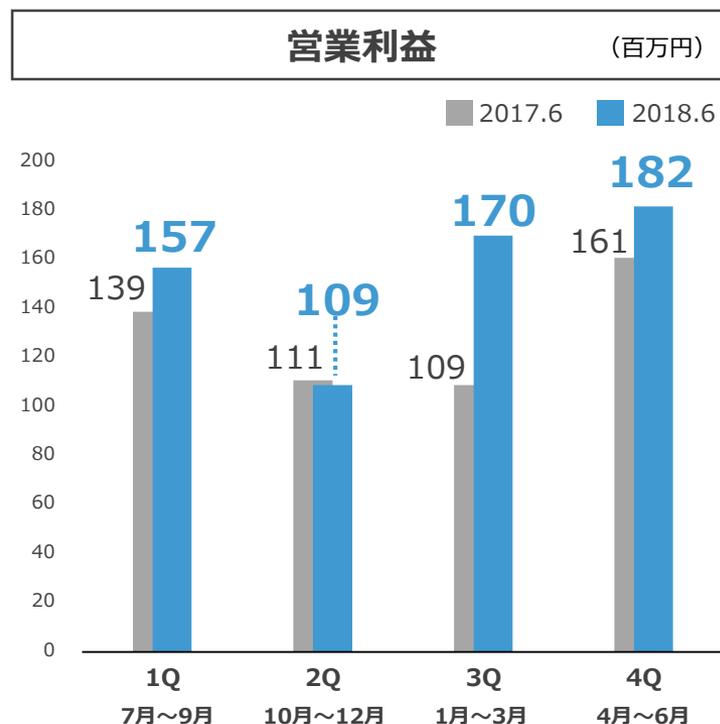
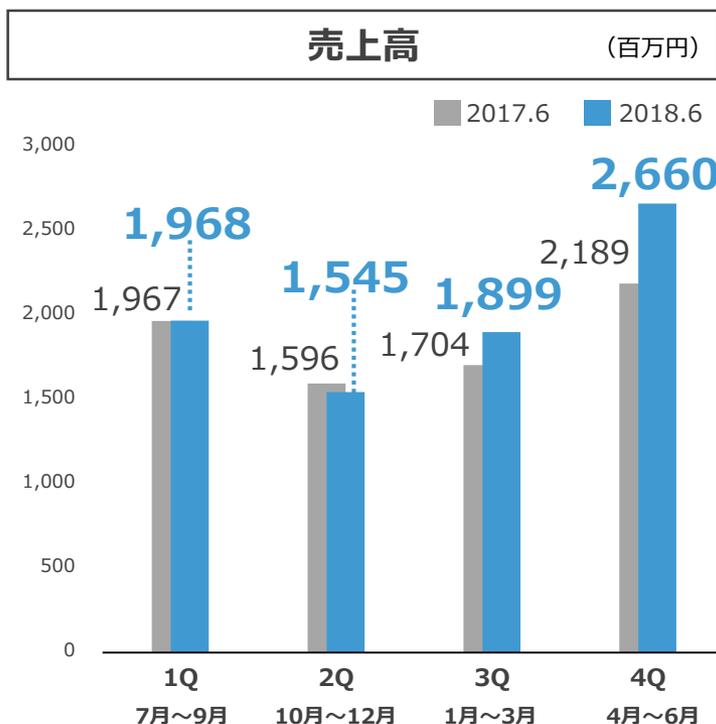
営業利益 (百万円)



check
P5
「決算の重要ポイント
-営業利益の増減要因-」
ご参照ください。

※グラフの値は、部門における「調整額」の金額を含めた数字を表示しております。

当社広告案件の季節要因により、 例年どおり第3四半期と第4四半期が伸長



※グラフの値は、部門における「調整額」の金額を含めた数字を表示しております。

2

中期経営計画

2019年6月期-2021年6月期



NET
MARKETING
CO. LTD.

Investment to Growth 2021

「中期経営計画」策定に至った背景

当社は、「“The New Value Provider ∞ Internet” の経営ビジョンの基、日本を代表するインターネットグループ企業になる」という大目標を持っております。

これは当社創業時から今日に至るまで役職員が大切に繋げてきた思いであり、
未来へ繋げていきたい思いでもあります。
今はまだ「長期目標」と言わざるを得ません。

当社は、短期的な利益の底上げやPL指標の最大化ではなく、
中長期的な競争力向上や会社の根源的価値の向上を最重視し、
日々の事業活動や企業活動における経営判断を行っていきたいと考えております。

長期計画達成の道のりには、積極的な先行投資や新たな事業の試み等、
思い切った事業の舵取りが必要となる局面もあり、
その機会が今到来していると考えております。

そのため、市場へ会社の考えや事業戦略を事前に示すことが重要であると考え、
3年後の中期ビジョンとそのための戦略投資を織り込んだ
「中期経営計画」を策定いたしました。



Investment to Growth 2021

全社戦略

市場環境

国内マッチングサービス市場への参入企業が増加、MSPJで業界改善が活発化し
マッチングサービスの利用環境の整備が進む

利用者数の増加が見込まれ マッチングサービス市場全体の成長が期待される

メディア事業

- オンライン恋活・婚活マッチングサービス市場は前年度比120%超の成長が見込まれる※1
- 政府が「50年後に人口1億人を維持する」との中長期の国家目標を設定。現状のペースでは2065年の人口は約8,808万人の予測
- 競合の出現及び成長により、当社Omiaiのシェア低下が懸念される

※1 2018年：374億円 2019年：499億円 2020年：605億円
2021年：693億円
(出展：マッチングエージェント/デジタルインファクト)

広告事業

- 主力事業領域であるアフィリエイト広告市場は前年度比115%超の成長が見込まれる※2
- 特に、金融やECの分野においてアフィリエイト広告を利用する広告主が拡大する見通し
- インターネット広告全体ではスマートフォン広告市場の拡大が著しく、中でもSNS広告が顕著に伸びている

※2 2018年度：2,635億円 2019年度：3,080億円
2020年度：3,542億円 2021年度：4,058億円
(出展：矢野経済研究所)

内部環境

メディア事業

- Omiaiの累計会員数は330万人となり（2018年7月末）、引続き国内有数のマッチングサービスとしての立ち位置を確立
- 2018年4月25日から全ネットユーザーを対象にOmiaiの利用を開放
- Omiaiユーザー数の増加に伴いサーバー増強の必要性を認識
- 新デートサービスQooNをリリースし、デート市場に参入
(Android版：2018年6月28日、iOS版2018年7月26日)

広告事業

- 大手を含む数多くのASPや直メディアと強いパートナーシップを構築
- 特定の商材・クライアントへの依存傾向
SNS広告の取り扱いを開始
- 新規案件の受注増を目的として営業メンバーを増強
人材定着に苦戦し、恒常的に人員計画との乖離が発生



**市場環境・内部環境ともに
投資に適したタイミング**

3年後の成長イメージ

メディア 事業

マッチングサービス
国内NO.1を目指す

- 当社シェアを圧倒的なものとするため戦略的先行投資を実施する
- QooNの早期立ち上げを実現し、ネットワーク効果を最大化させる
- Omiai・QooNの2ブランドでマッチング市場でのシェアを拡大させる

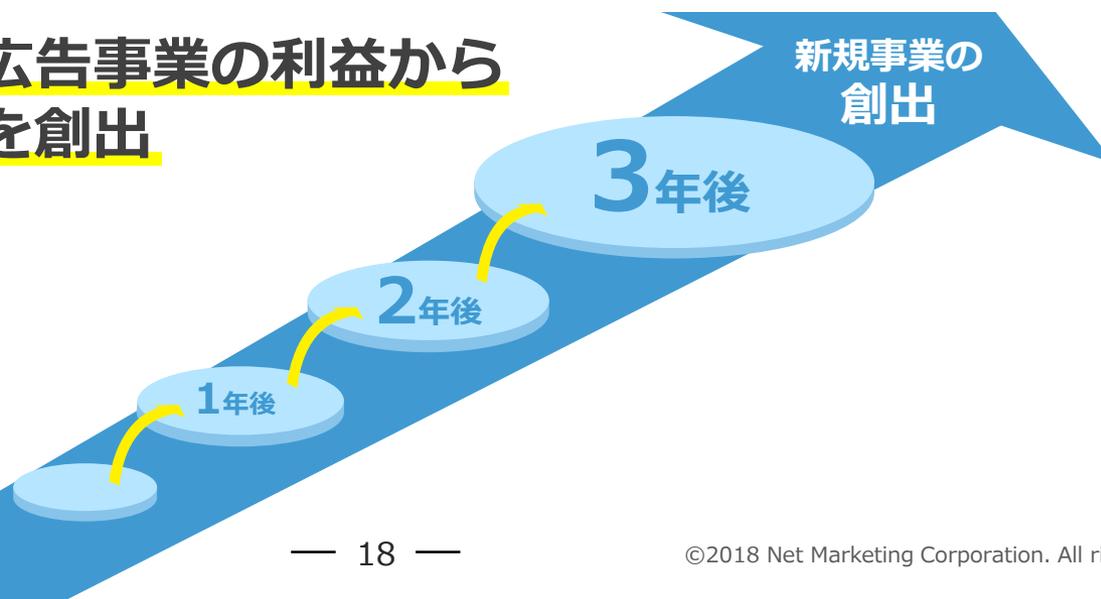
広告 事業

ネット総合代理店としての
地位の確立を目指す

- 大型案件を中心とした受注及び運用戦略を推進する
- SNS広告を第2の事業の柱へと成長させるため運用体制を確立する
- 人材を増強し組織の強化を図る

**メディア事業と広告事業の利益から
更なる新規事業を創出**

新規事業の
創出



2 / 2 全社戦略 3カ年の位置付け



メディア事業

- 全ネットユーザー開放
- プロダクト開発 (先行投資)

- 積極的なプロモーションを実施
- 新デートサービス“QooN”の立ち上げ

大幅増収 & 減益

集客プロモーションへの戦略投資を継続

- 前年の大型投資を回収
テレビ等の新たな広告手法へのチャレンジ
- デートサービスとしての地位を確立

国内市場シェア拡大

売上100億円超

- 広告費を最大化
- 通期黒字化

OmiaiとQooNの2ブランドで **マッチングサービスNo.1**へ

広告事業

- サービスの立ち上げ

組織力の強化 (人員増強等)

- 市場への本格参入 (Facebook, Twitter, LINE, Instagram)

SNS広告領域での基盤構築

- 事業を第2の主軸事業へ育成
- SNS広告単体の売上10億円突破
- 事業単体利益の黒字化

広告事業で売上100億円超

代理店としてのシェア拡大

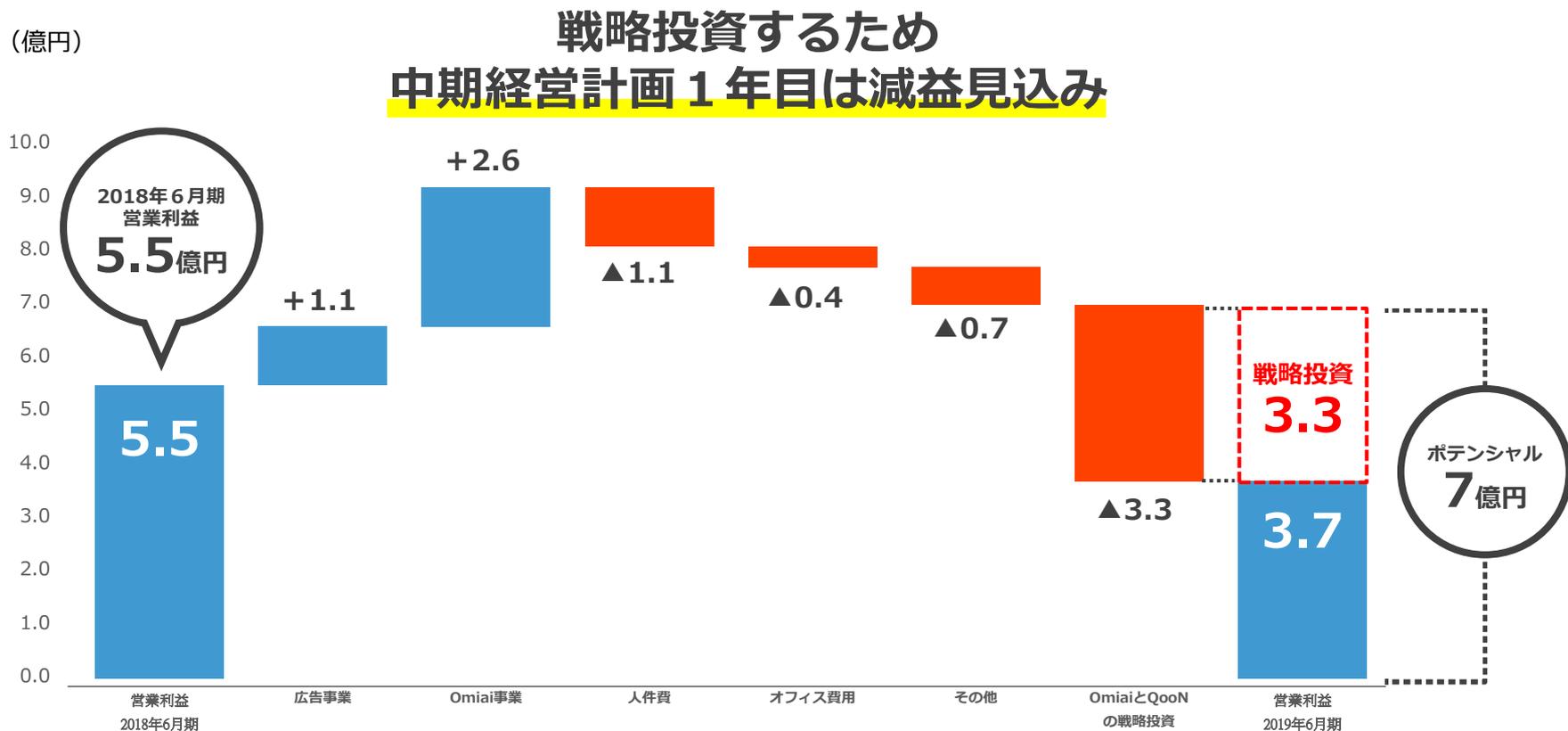
- アフィリエイト広告の売上100億円
- 持続的成長を実現

ネット総合代理店としての地位の確立を目指す

単位：億円	2018年6月期 (連結実績)	中期経営計画 1年目 2019年6月期 (単体)	中期経営計画 2年目 2020年6月期 (単体)	中期経営計画 最終年 2021年6月期 (単体)
売上高	112	144	191	240
広告事業	80	94	109	127
メディア事業	31	50	82	113
セグメント利益	10	9	14	23
広告事業	6	6	7	8
メディア事業	4	3	7	15
新規事業への投資	-	-	-	▲5
全社コスト	▲5	▲5	▲6	▲6
営業利益	5	3	8	12

※2019年6月期より非連結決算に移行しております

Omiaiの集客プロモーションやQooNの立ち上げへ戦略投資

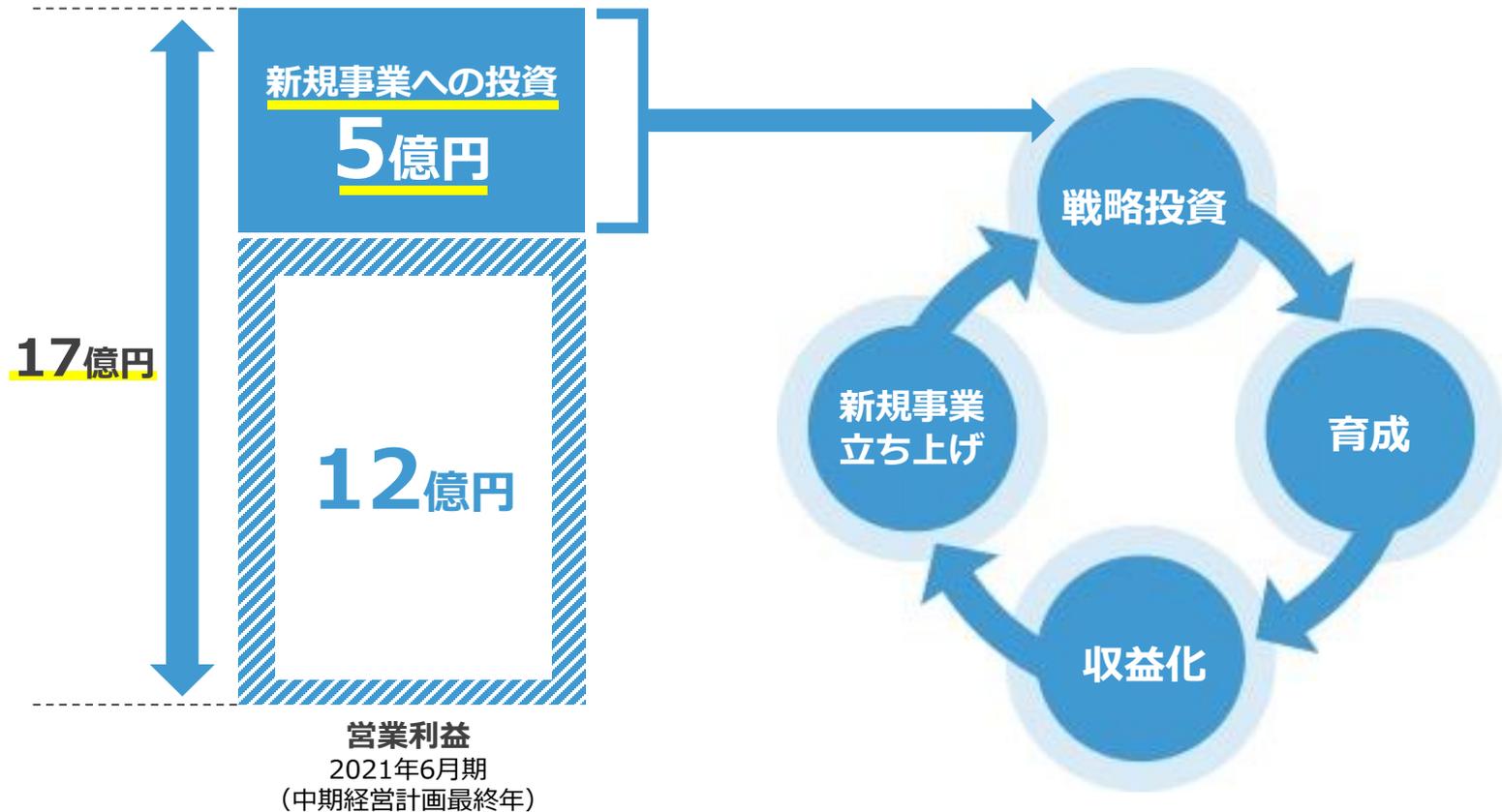


メディア事業への戦略投資により 3年後、中計最終年の会員獲得と売上的大幅伸長を目指す

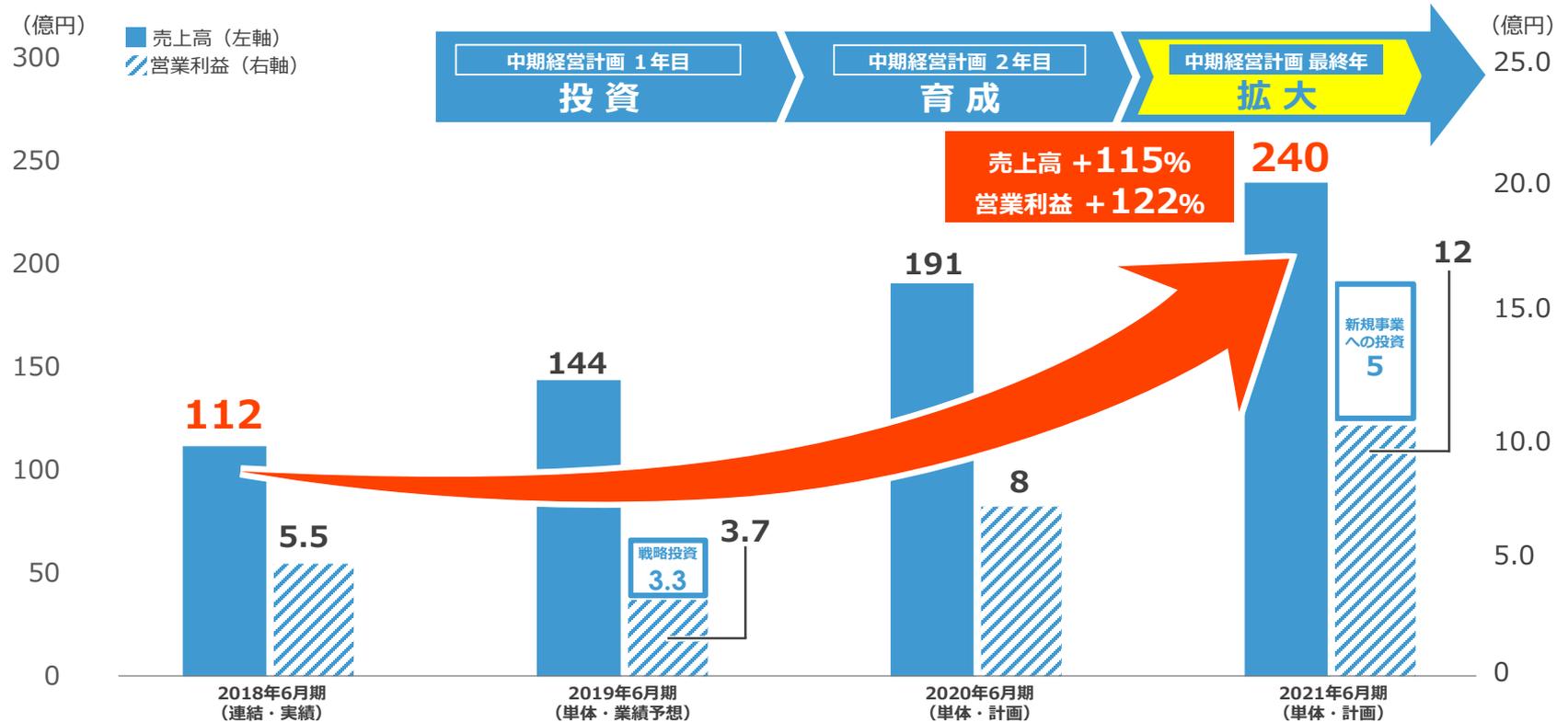
単位：百万円	2019.6
売上高	14,465
営業利益	373
経常利益	372
当期純利益	258
EPS（円）（当期純利益／期中平均株式数）	17.73
期末配当金（配当性向）*	5円 (28.2%)

*企業価値を最大化するための中長期的な取り組みや事業拡大に必要な内部留保とのバランスを勘案し、業績に応じた株主還元を実施する方針です。2019年6月期も2018年6月期と同水準の配当を実施予定。

中期経営計画初年度の戦略投資により
最終年は既存事業の営業利益が大幅伸長し**17億円**へ



長期的な視点に立った大規模投資により高い成長性を描く 2021年6月期 売上高240億円超、営業利益12億円超を目指す



- ▶ 2019年6月期の戦略投資により、過去3年より事業成長が加速
- ▶ 中期経営計画最終年の2021年6月期は、広告事業・メディア事業のそれぞれが100億円超へ成長



Investment to Growth 2021

個別戦略

日本の20代・30代男女数

未婚者数

1,463万人

男性 804万人 女性 659万人

総数

2,798万人

男性 1,419万人 女性 1,379万人

2017年
国内インターネット
ユーザー総数

約**1億**人

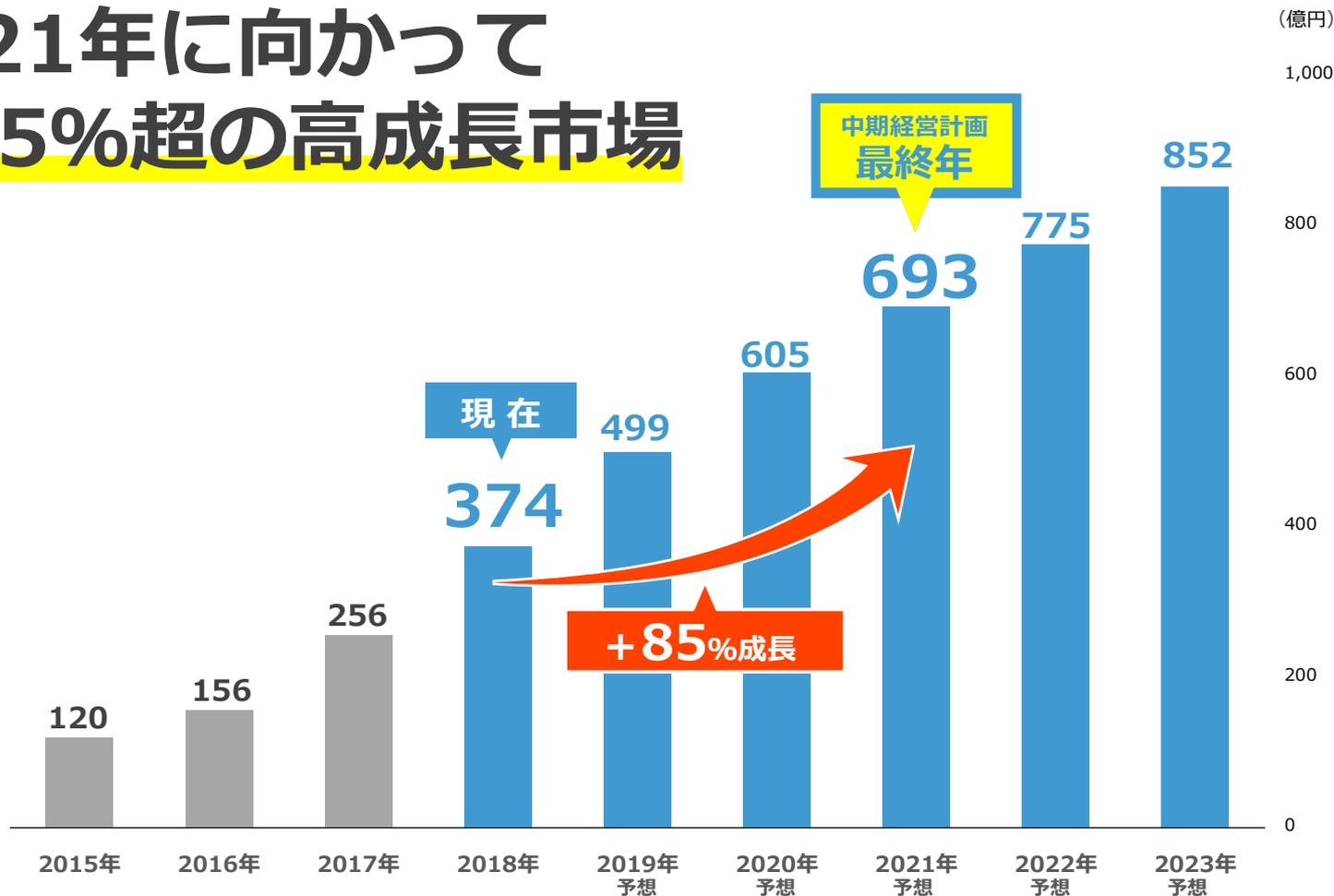
Facebookユーザー
約**2,800**万人

+

非Facebookユーザー
約**7,200**万人

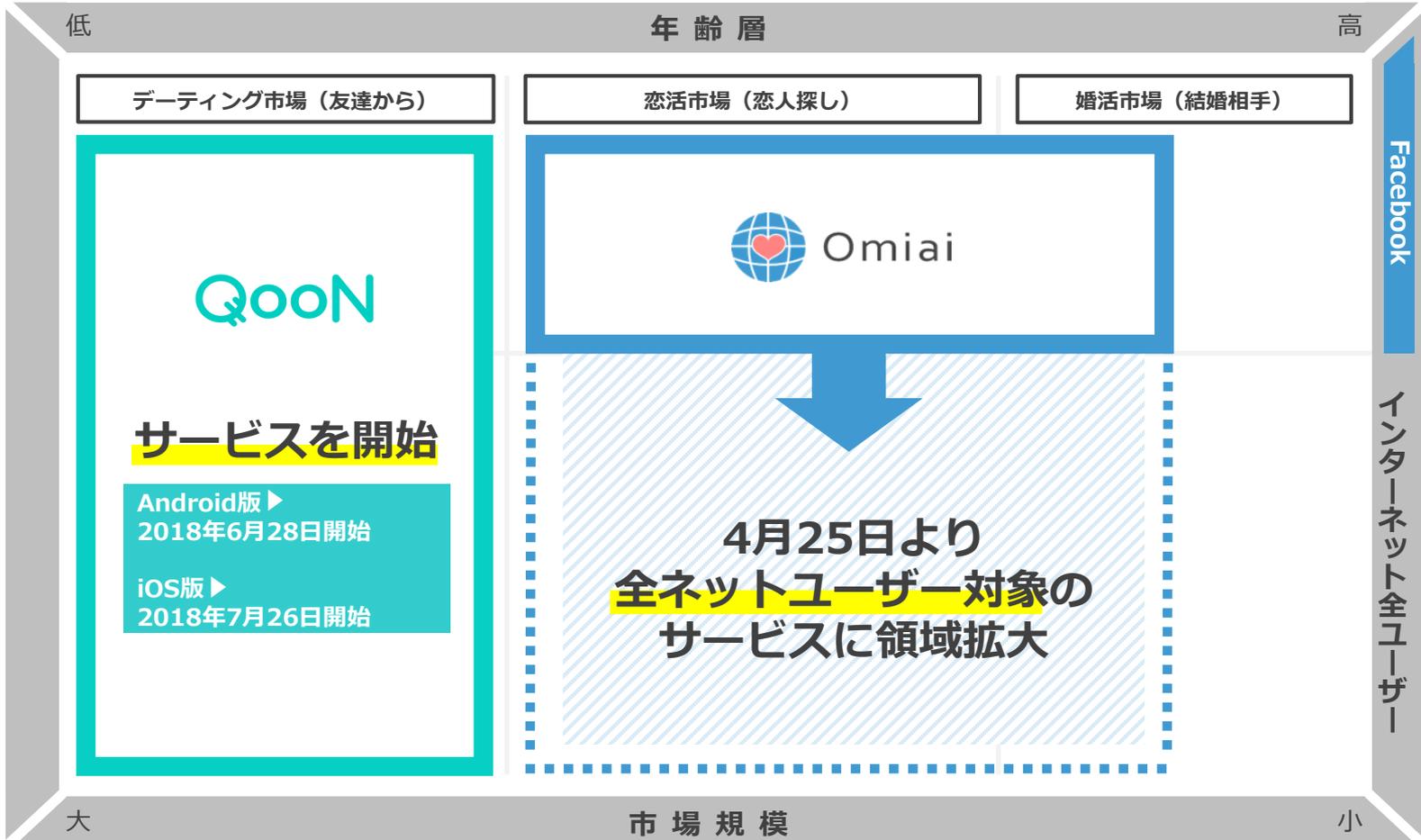
※「平成27年国勢調査人口等基本集計結果」（総務省）を基に当社作成

2021年に向かって +85%超の高成長市場



出典：マッチングエージェント/デジタルインファクト
「国内オンライン恋活・婚活マッチングサービス市場規模予測 2015-2023年」より当社作成

2ブランドで国内マッチングサービスのシェア拡大

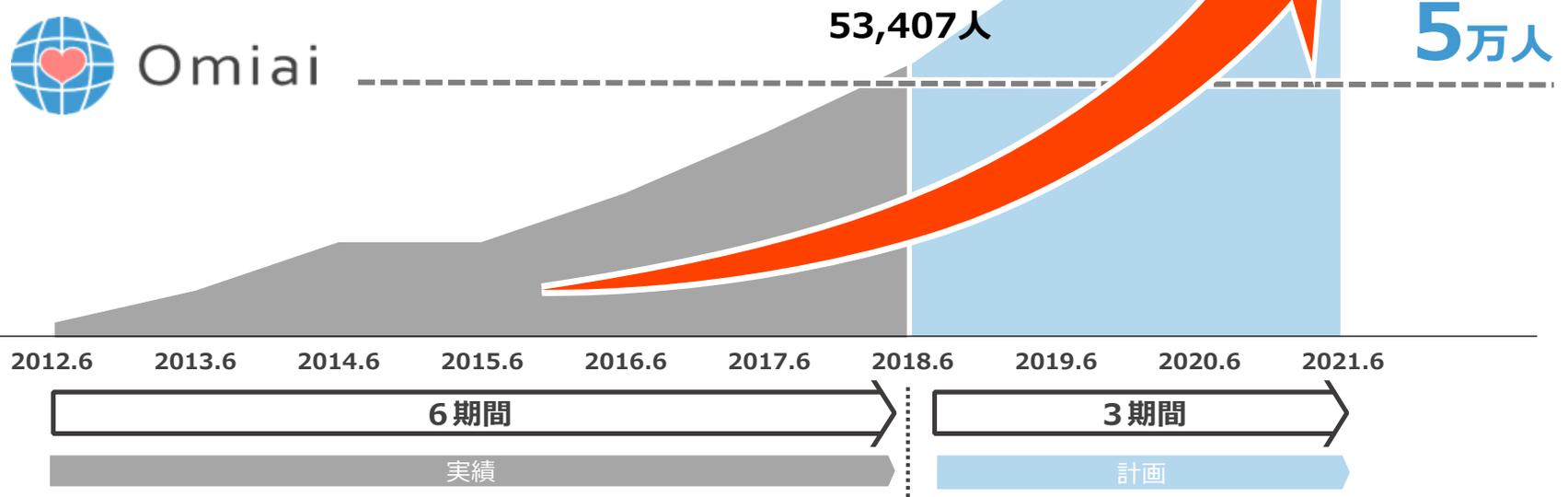


今後3期間で Omiaiの有料会員数を**倍増**

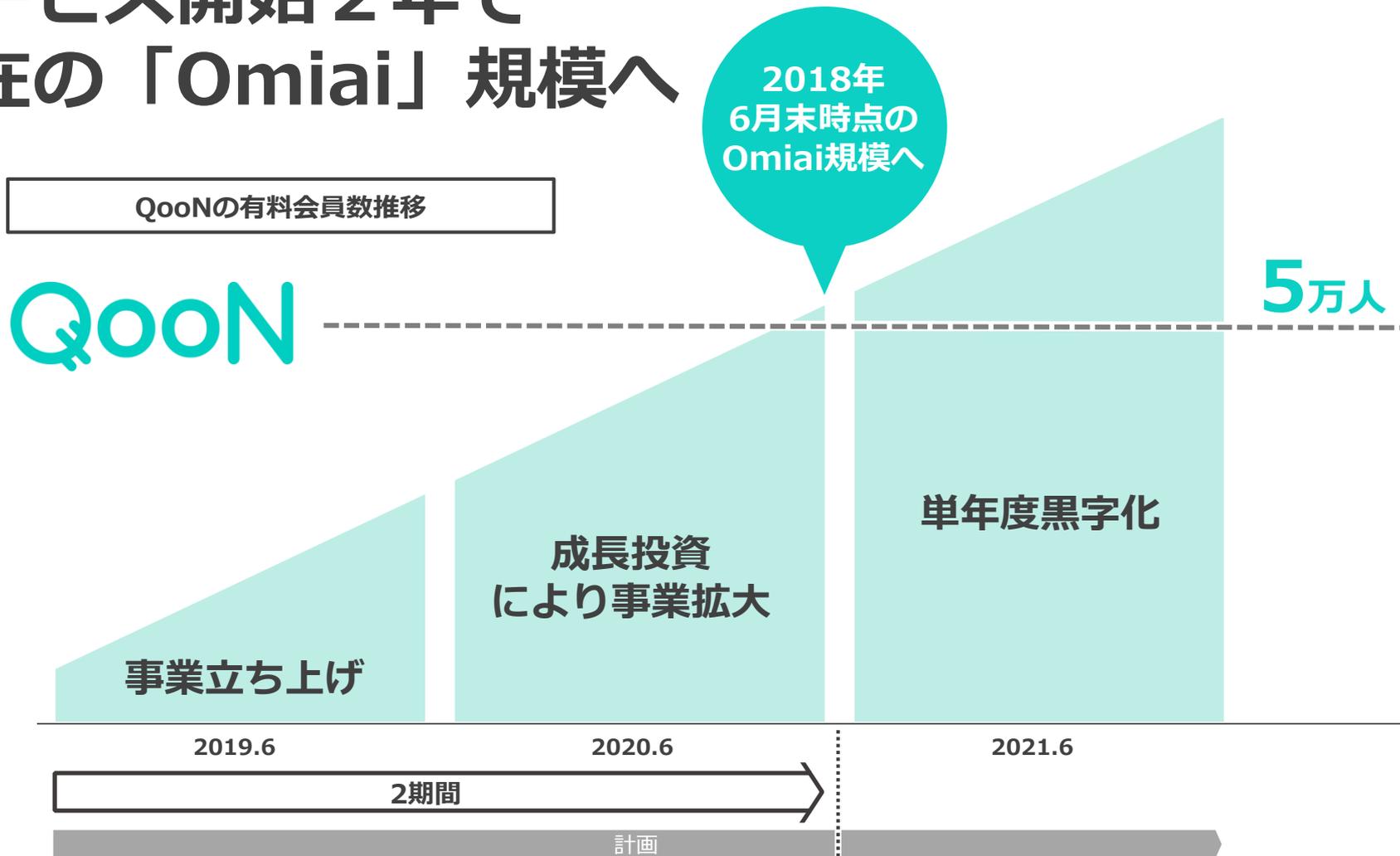
Omiaiの有料会員数推移



Omiai



サービス開始2年で 現在の「Omiai」規模へ



オンラインマッチングの認証制度が開始（予定） サービス環境の向上により 利用者の増加が見込まれる

一般社団法人
結婚・婚活応援プロジェクト（MSPJ）



活動目的
業界改善と
安心・安全な
出会いの場の醸成

一般社団法人 結婚・婚活応援プロジェクト
インターネット婚活サービス分科会
MSPJ MARRIAGE | SUPPORT | PROJECT

参加企業 一覧（五十音順）

株式会社イグニス	株式会社ネットマーケティング
株式会社エウレカ	マッチアラム株式会社
株式会社サイバーエージェント	株式会社リクルートマーケティングパートナーズ
株式会社Diverse	

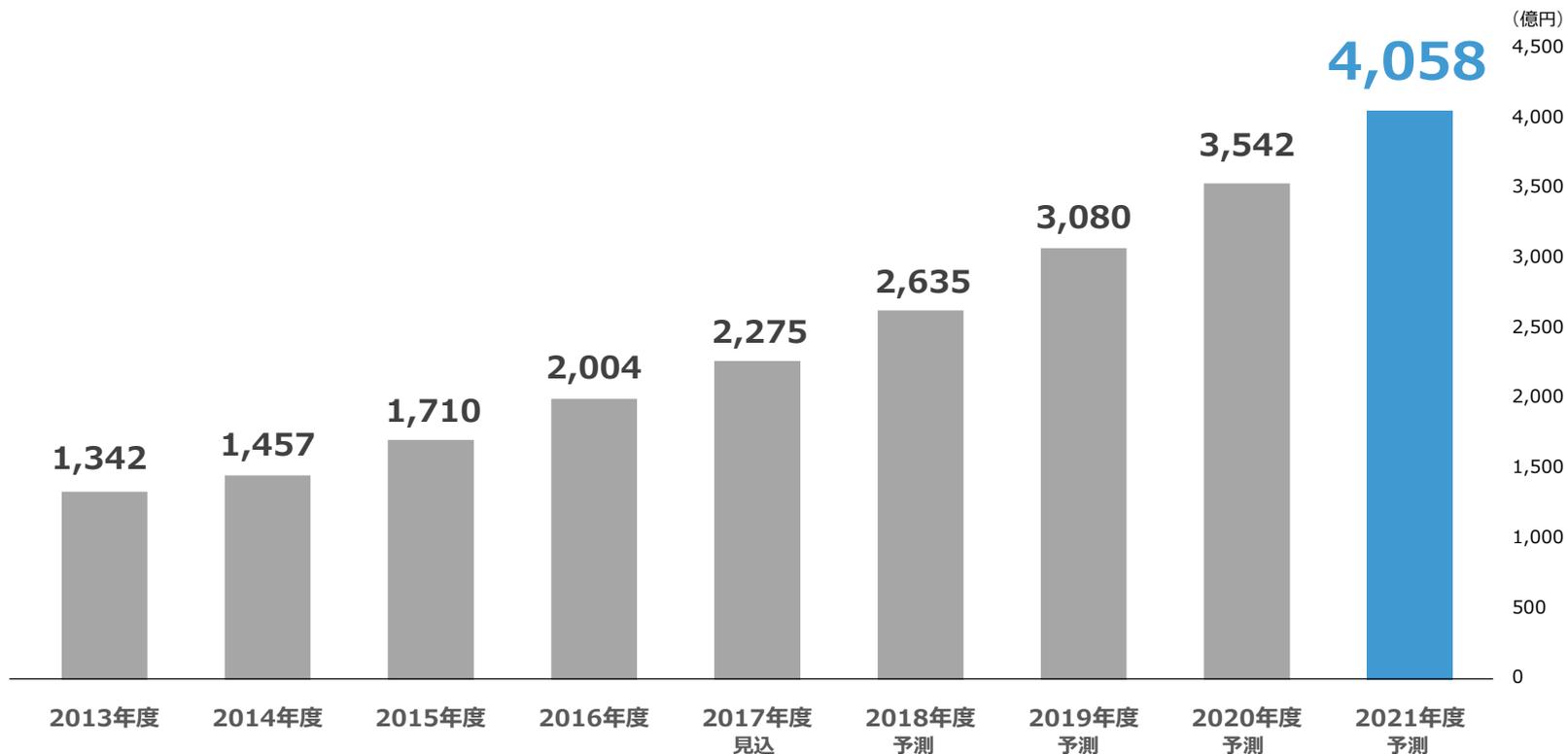
テレビCMの解禁へ

2ブランドで
マッチングサービス
国内No.1企業を
目指す



2021年度に向かって安定成長が見込まれる市場

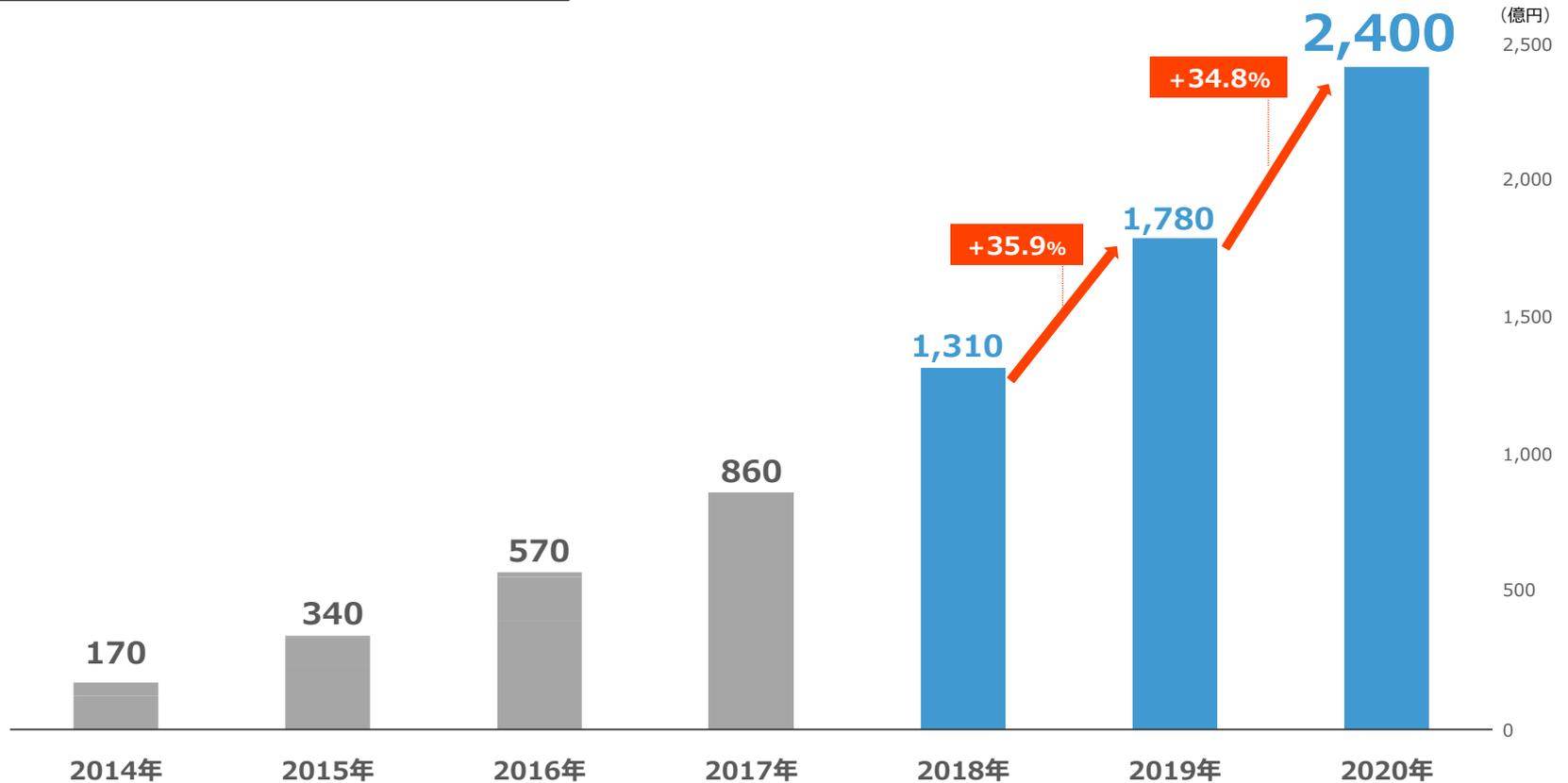
アフィリエイト広告市場規模予測 (2013-2021年度)



出典：矢野経済研究所『アフィリエイト市場の動向と展望 2018』より当社作成

2020年に向かって年35%の高成長市場

ソーシャル広告代理市場の規模



出典：「ミック経済研究所2016」より当社作成

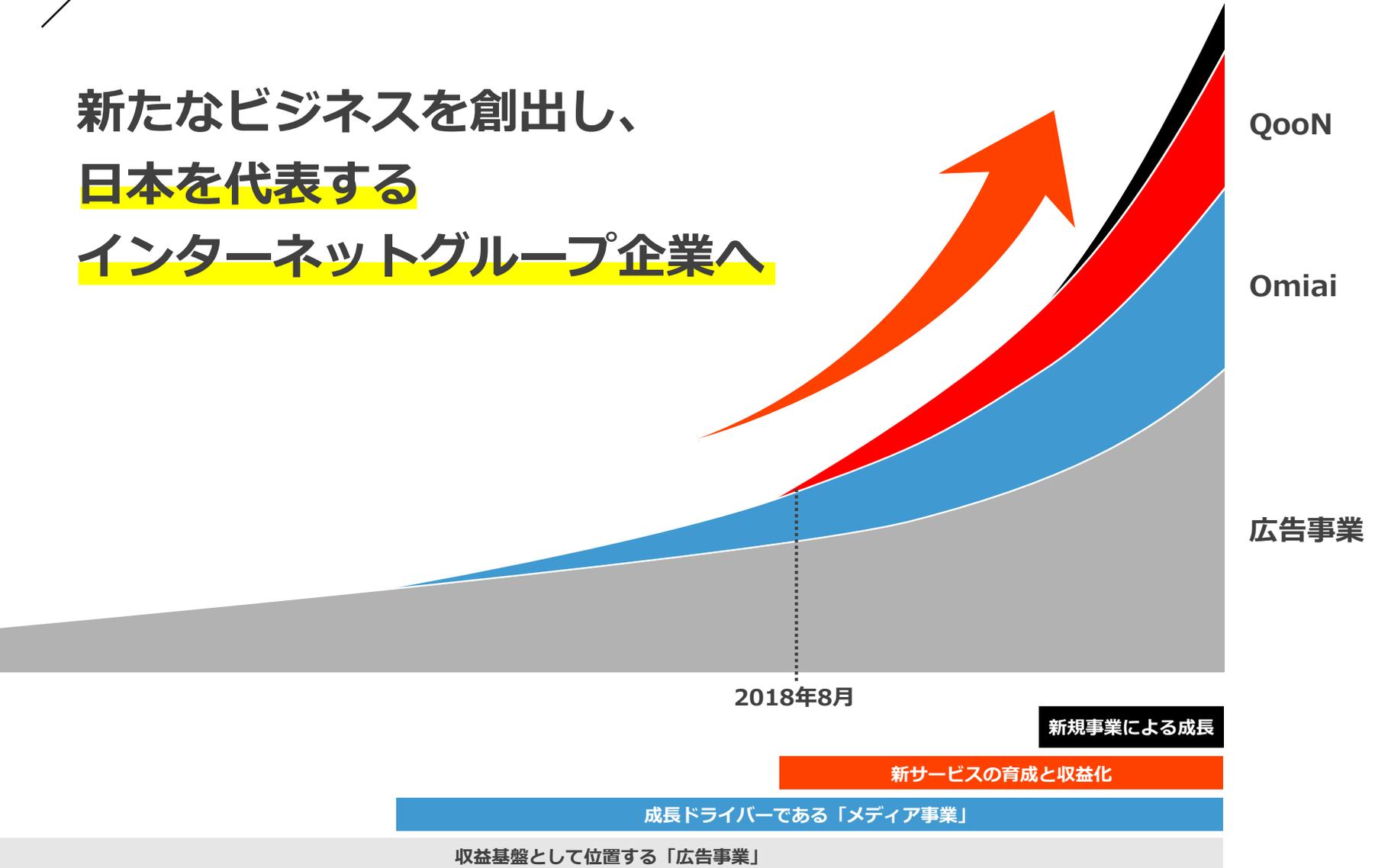
アフィリエイト広告のシェア拡大と SNS広告の立ち上げにより広告事業の業容拡大を図る



SNS広告の主要代理店としてのポジションを確立

ネット総合代理店へと事業成長

新たなビジネスを創出し、
日本を代表する
インターネットグループ企業へ



3

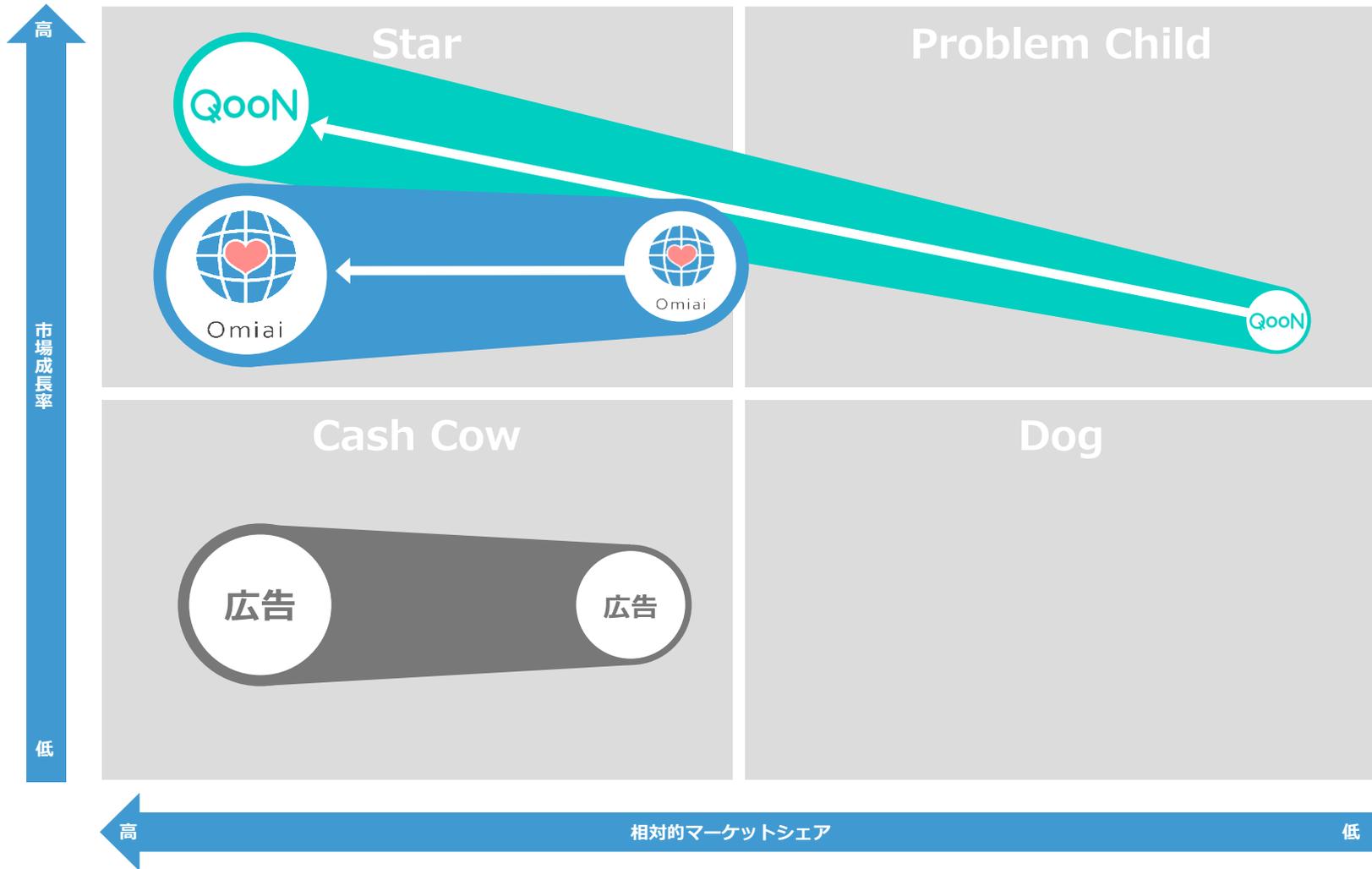
Appendix



NET
MARKETING
CO., LTD.



3 各事業のマトリクス (PPM分析)



3 / マッチンサービス - 各ブランドの特徴 -



🔍 検索型

! 直感型

多くの会員から気になる相手を見つけ
条件に合ったお相手へアプローチ

スワイプ操作で写真を振り分け
気になるお相手へ気軽にアプローチ

1
あなたにオススメの
お相手をご紹介します

2
気になるお相手に
「いいね！」をする

3
マッチングしたら
メッセージ交換

スピードマッチング機能「Qdish」「Qtoday」については ▶ [check P47](#)



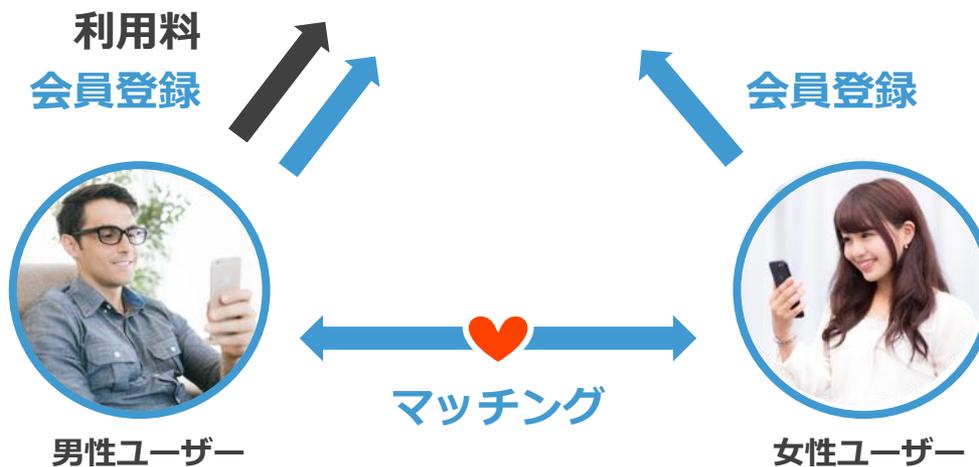
Skip
Skipすると
次の異性へ



いいね!
いいね!すると
アプローチ

※画像はイメージです

3 / マatchingサービス - ビジネスモデル -

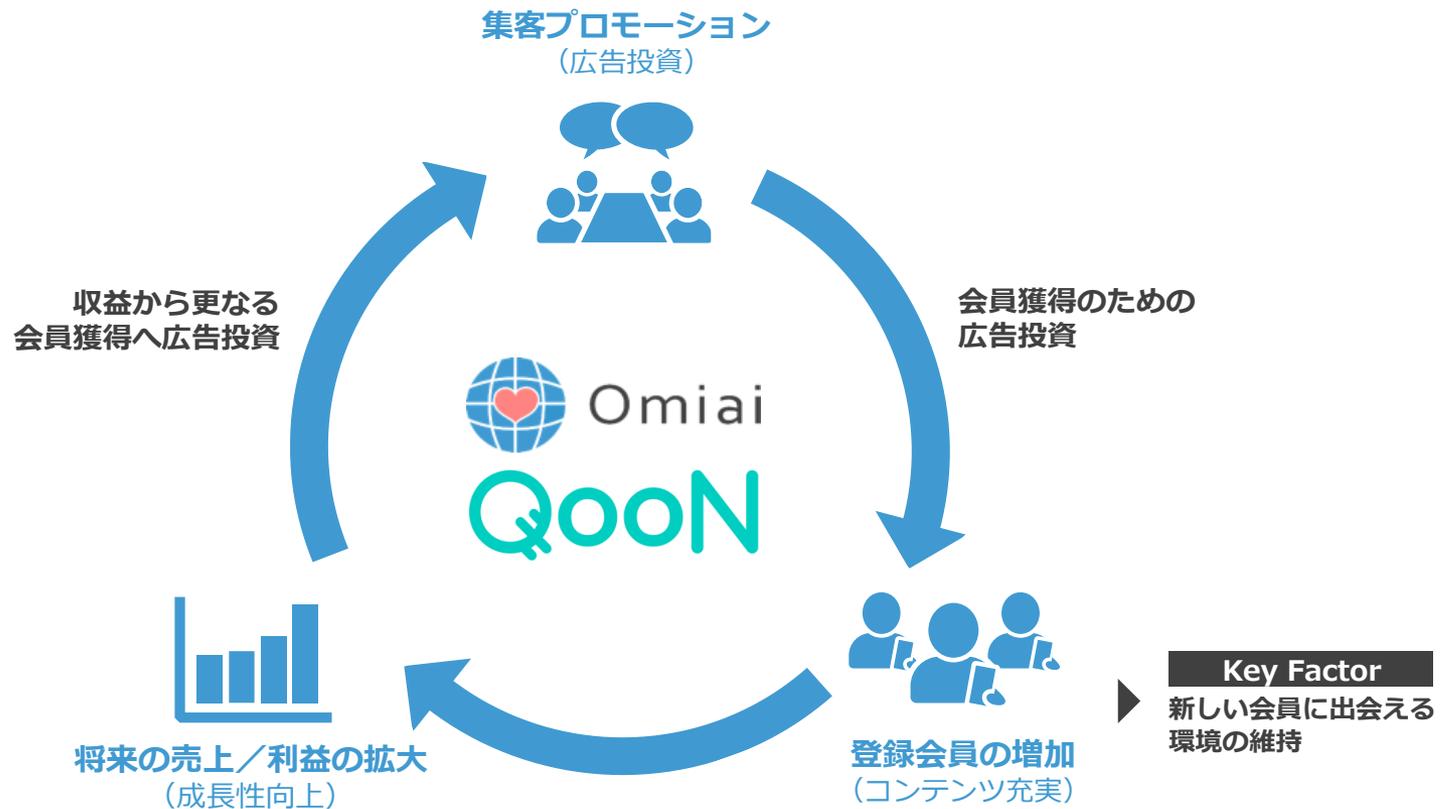


売上 =

月額 利用料	×	有料 会員数	+	ポイント 課金	+	プレミアム パック課金
Omiai		¥ 3,980~				
Qoon		¥ 3,800~				

※上記月額利用料は、クレジットカード決済による一か月料金プランの例（AppleID決済やGooglePlay決済有り）
 ※その他、複数月料金プラン有り

事業拡大で重視すべきは新規会員の継続的な流入 集客プロモーションと会員増加の好循環がカギ



広告の出稿先や出稿量の強化により 集客プロモーションの実効性を高めていく



※YouTubeはニールセン調べ、その他は各社公式発表を参照
 ※Facebook・InstagramはMAU、Twitter・YouTubeは月間利用者数で記載

長年培ってきた事業管理のノウハウと安全性向上により 更なる市場シェアの拡大を図っていく

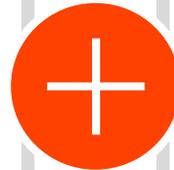
プロダクト/マーケティングノウハウ KPI管理

CPA管理

有料化率/再有料化率の管理

ARPPU管理

継続率の管理



“安心安全”設計とサービス運営



身分証明書の提示に
基づいた厳格な年齢確認



24時間365日の
メッセージ監視



ユーザーからの
違反申告機能



不正ユーザーの
強制退会



ブラックリストの
運用

世界有数のオンラインマッチングサービス企業、
45以上のブランドを世界190カ国以上に展開

Match Group, Inc

NASDAQ上場時価総額：約**10.5**億USD（約1兆1,650億円）

※2018/8/3時点、1USD=111円で換算

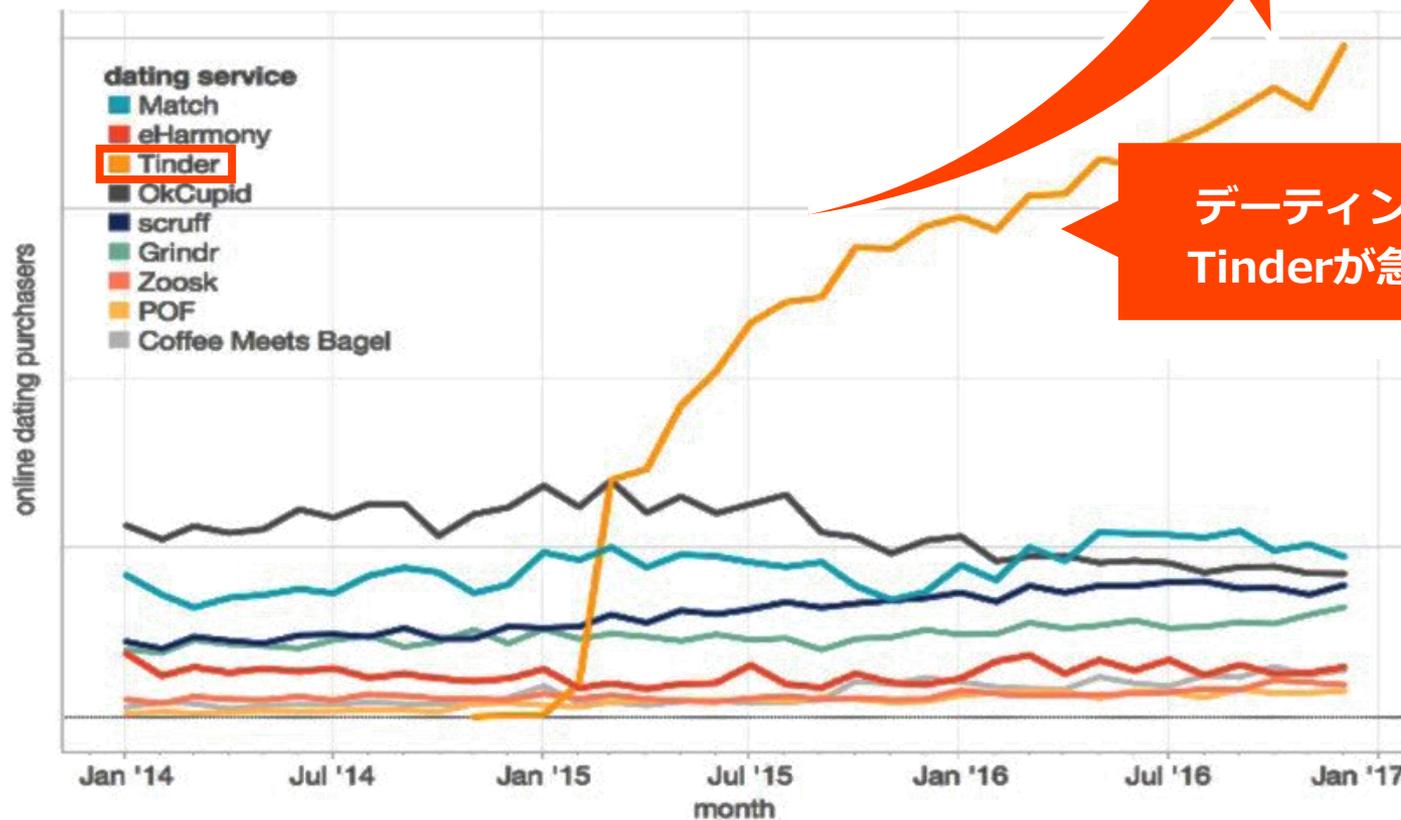
Tinder

デーティングアプリ
(友達探し)

5,000万人以上※ etc.

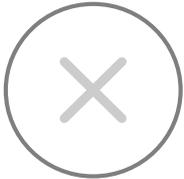
※ Tinderの会員数：当社調べ

デーティングアプリがApp Store 総合ランキング世界売上1位を記録



デーティングアプリ
Tinderが急激な成長

お相手の写真を左右にスワイプさせて 気軽にアプローチ

Skip

Skipすると
次の異性へ



いいね!

いいね!すると
アプローチ

※画像はイメージです

特許出願中

デートに直結 “スピードマッチング”とは？

Qdish MODE

気になる人と、
気になるお店で



日にちを決めて**お店デート**

- 1 デートするお店を決めてマッチング
- 2 プロフィールの魅力 + **お店の魅力**
- 3 **お店デート**

Qtoday MODE

今日を特別な日に



空いてる時間で**今日デート**

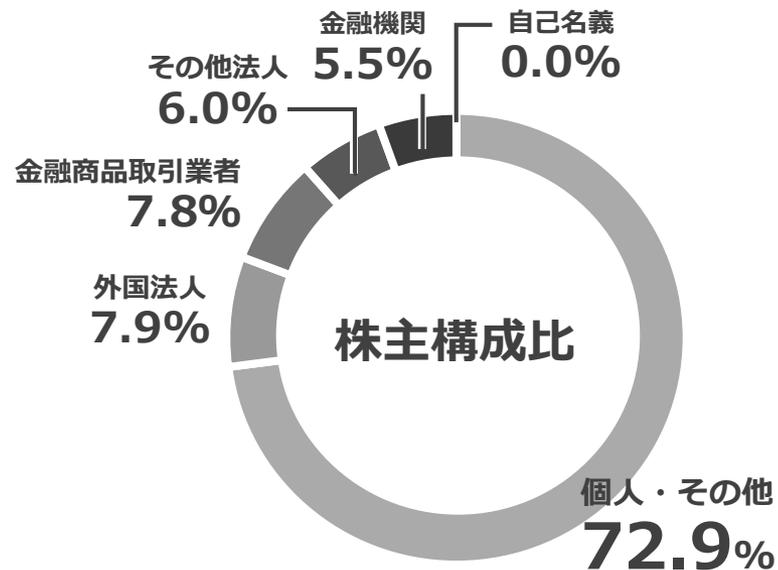
- 1 今日出会う時間やお店を決めてマッチング
- 2 **空いた時間**を使って楽しく出会う
- 3 **当日デート**

3 株主構成

発行済株式総数 14,562,000株

全株主数 5,400名

	株主数 (名)	株式数 (株)	株式数 分布比率 (%)
個人・その他	5,303	10,621,500	72.9
外国法人	27	1,145,997	7.9
金融商品取引業者	29	1,128,057	7.8
その他法人	37	867,700	6.0
金融機関	3	798,600	5.5
自己名義	1	146	0.0

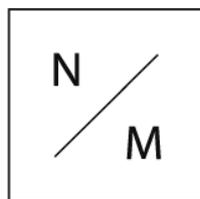


株主名	所有株数 (株)	所有株式数の割合 (%)
宮本邦久	3,374,200	23.17
長野貴浩	2,157,000	14.81
株式会社 S B I 証券	659,000	4.52
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505019	594,100	4.07
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	468,100	3.21

3 株主・投資家の皆様へのメッセージ

「中期経営計画」では、会社の本質的な成長に向けた構想や方針、事業戦略について記載いたしました。株主や投資家の皆様におかれましては、各期の業績や指標に込めた中長期的な視点を考慮した上で、投資をご検討いただきたいと考えております。

役職員は、中期経営計画によりビジョンを共有し、
全社1チームとなり目標達成に取り組んでまいります。



NET
MARKETING
CO. LTD.

当資料は、株式会社ネットマーケティング（以下、当社）の現状をご理解いただくために当社が作成したものです。当資料に含まれる情報は当社内の知見及び当社が入手可能な公開情報等から引用したものであり、これらの正確性について当社は保証しません。また、当社の実際の業績は今後の様々な要因によって異なる可能性があります。