

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

2019年6月期決算 第1四半期

# Contents

1



2019年6月期 第1四半期  
決算概要

2



## Appendix

— 中期経営計画

Investment to Growth 2021



NET  
MARKETING  
CO., LTD.

1

# 2019年6月期 第1四半期 決算概要



## コーポレート

### ● 8/10 中期経営計画発表 戦略投資を含む3カ年計画を発表

詳細 Appendix

- 9/27 定時株主総会開催 初配当の実施
- 9/27 役員人事発表 役割分担の明確化と経営の機動性等の向上  
コーポレート・ガバナンスの一層の強化

## 事業

### 全社

#### 業績予想に対し、進捗順調

### メディア事業



積極的プロモーション投資の効果により、Omiaiの有料会員が過去最高の伸び。計画通り利益は減益となるも、売上高は順調に推移

**Omiai** ▶ 2018年6月期第4四半期に引き続き、積極的なプロモーション投資を展開。地方自治体と連携した社会課題への取り組み（ESGへの取り組み）

**QooN** ▶ iOS版をリリース・立ち上げ。テストマーケティングによるKPIチューニング期間

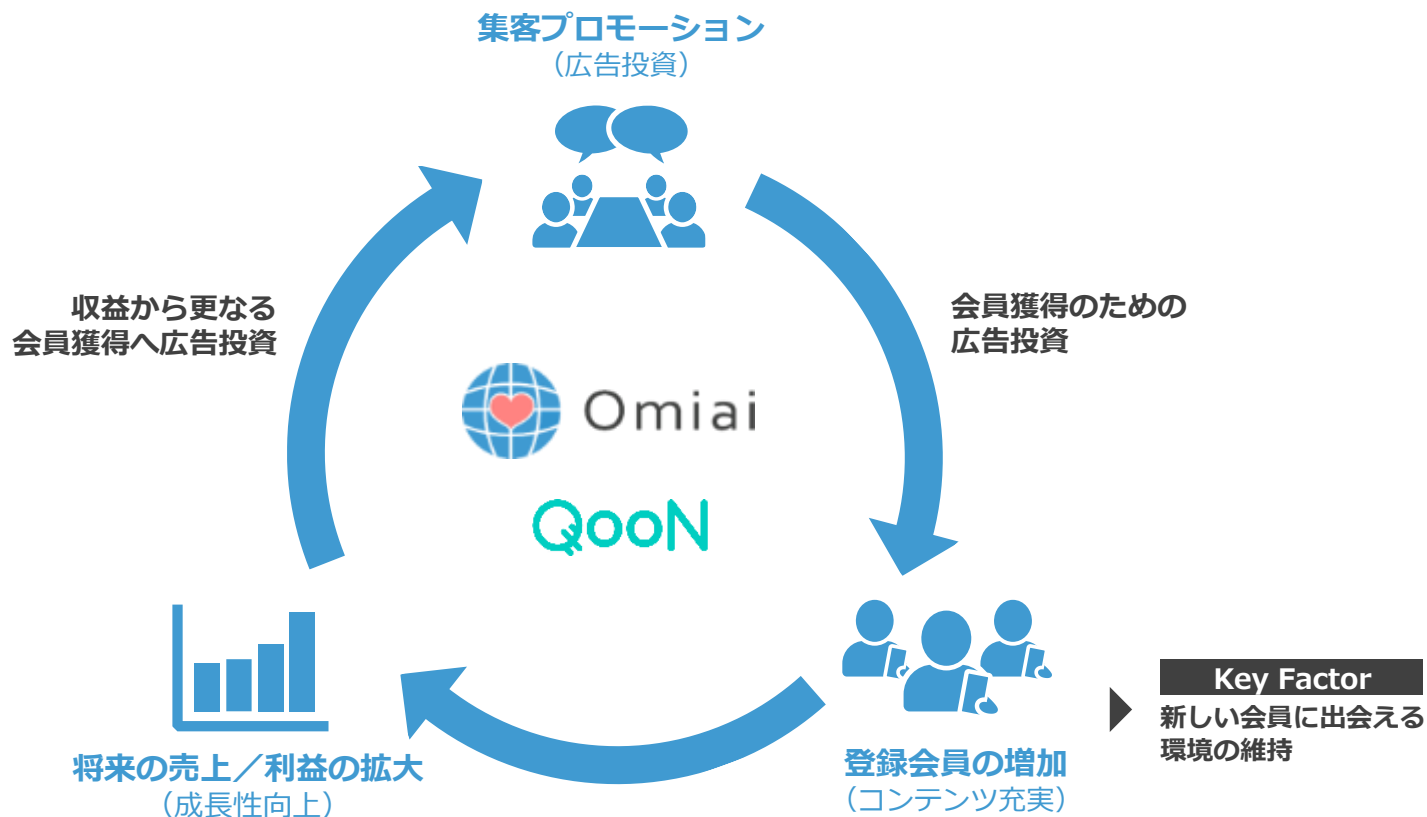
### 広告事業



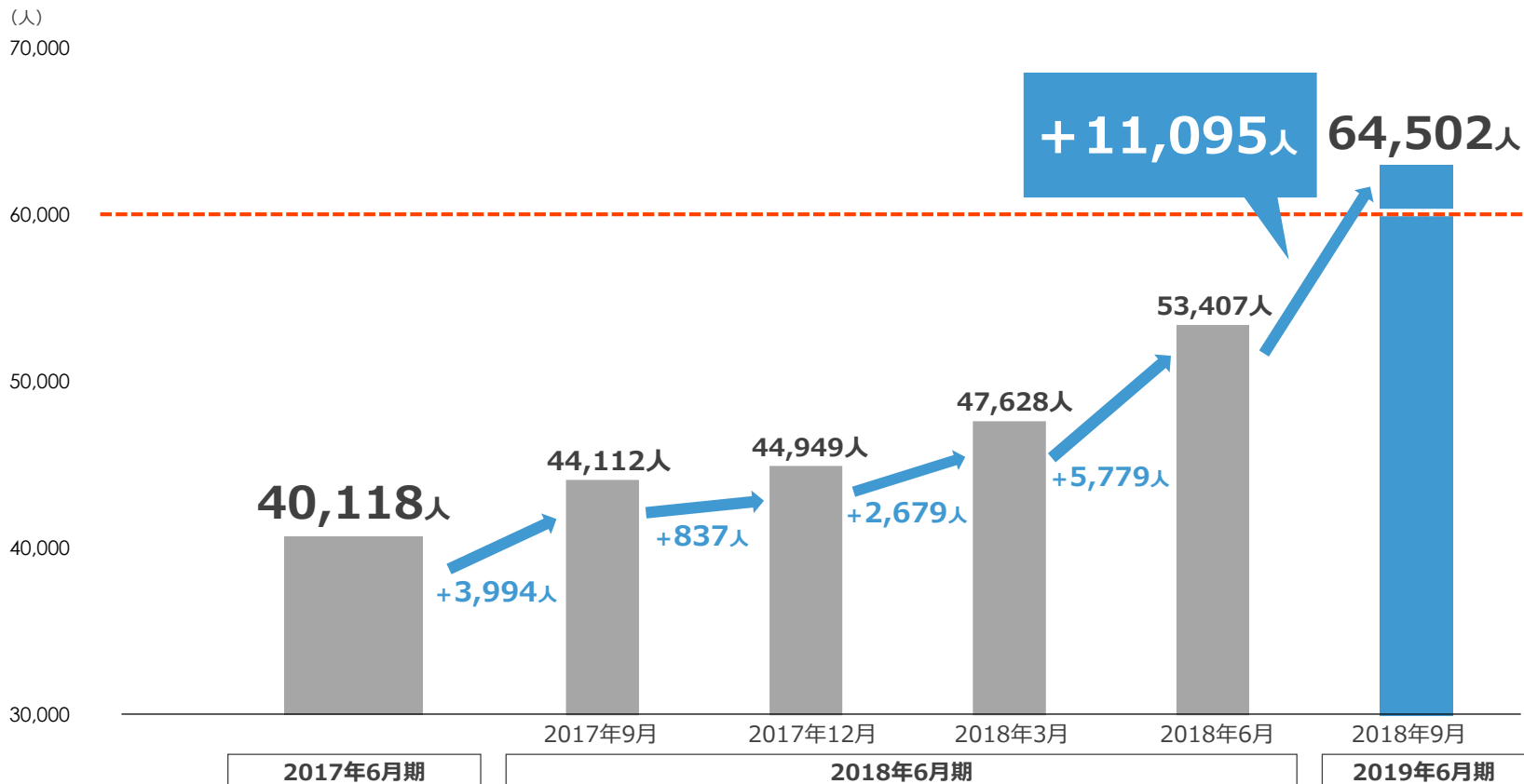
エステ・人材案件が好調に推移。SNS広告も順調な立ち上がり

- 既存案件のアップセル／利益成長を重視した営業活動の継続
- SNS広告への取り組み強化、立ち上げ順調

# 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



# プロモーションへの戦略投資により 過去最高の1万人超の増加！前四半期と比べ倍の伸び



## 有料会員数

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）

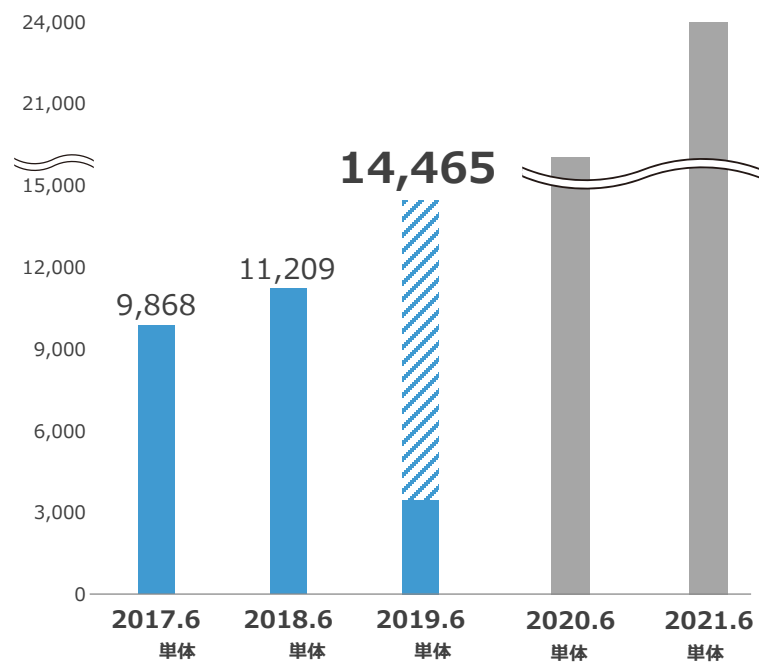
# 売上業績予想に対し

## 通期23.9%・第2四半期51.9%の進捗

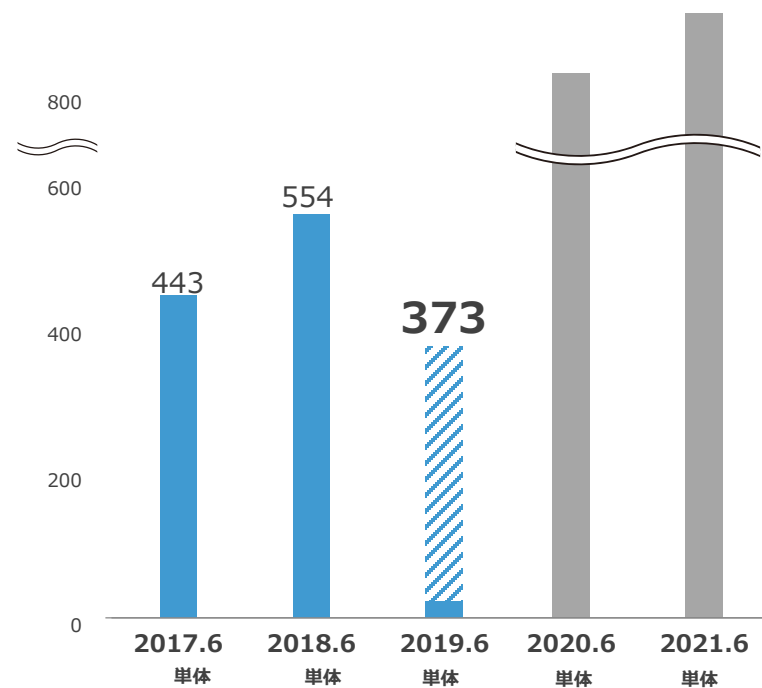
単位：百万円	第1四半期実績	第2四半期業績予想	通期業績予想
売上高	3,455	6,652	14,465
営業利益	26	▲169	373
経常利益	27	▲169	372
四半期純利益	16	▲170	258
期末配当金 (配当性向)	-	0円	5円 (28.2%)

# 中期経営計画に基づき 集客プロモーション等の戦略投資を実施

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)



※ 2017年6月期、2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。



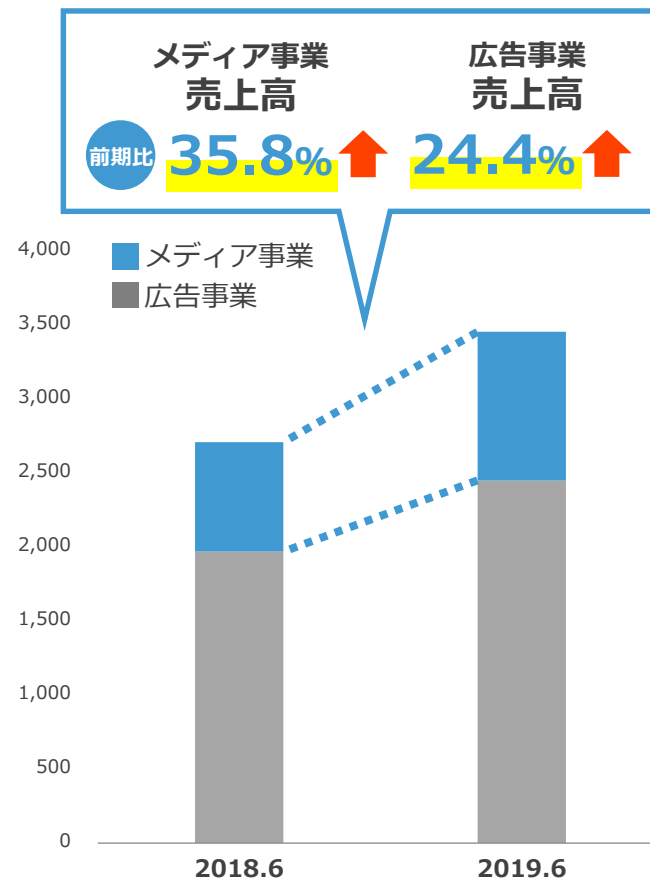
# 戦略投資により 売上は前期比27.5%の成長性

単位：百万円	2019.6 第1四半期	2018.6 第1四半期	前期比増減額
売上高	<b>3,455</b>	2,709	<b>+745</b>
売上総利益	<b>981</b>	771	<b>+210</b>
粗利率（売上総利益/売上高）	<b>28.4%</b>	28.5%	
営業利益	<b>26</b>	189	<b>▲163</b>
営業利益率（営業利益/売上高）	<b>0.8%</b>	7.0%	
経常利益	<b>27</b>	202	<b>▲175</b>
四半期純利益	<b>16</b>	144	<b>▲127</b>

※ 2018年6月期は連結として決算発表していましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

# メディア事業、広告事業ともに大幅伸長 特にOmiaiが牽引

単位：百万円	2019.6 第1四半期	2018.6 第1四半期
<b>メディア事業</b>		
売上高	<b>1,005</b>	740
営業利益	<b>▲10</b>	144
利益率（営業利益/売上高）	-	19.6%
<b>広告事業</b>		
売上高	<b>2,449</b>	1,968
営業利益	<b>176</b>	157
利益率（営業利益/売上高）	<b>7.2%</b>	8.0%
<b>調整額</b>		
売上高	-	0
全社費用	<b>▲138</b>	▲111



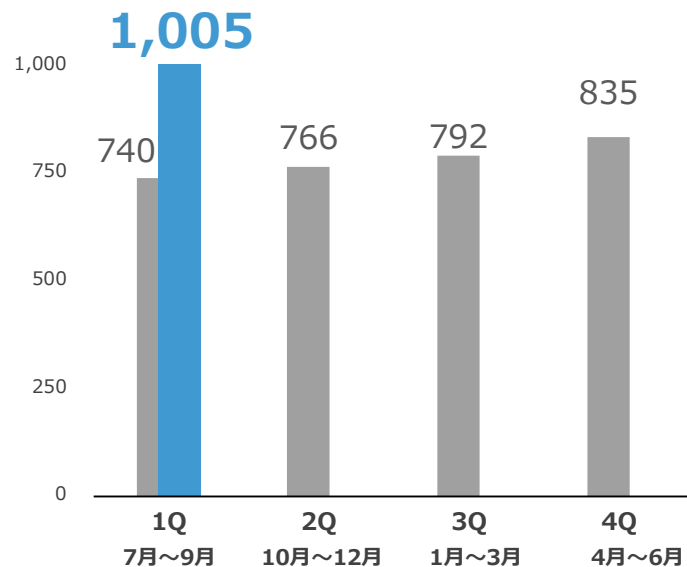
※ 2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

# 四半期で売上が過去最高の伸び

売上高 (百万円)

■ 2018.6 ■ 2019.6

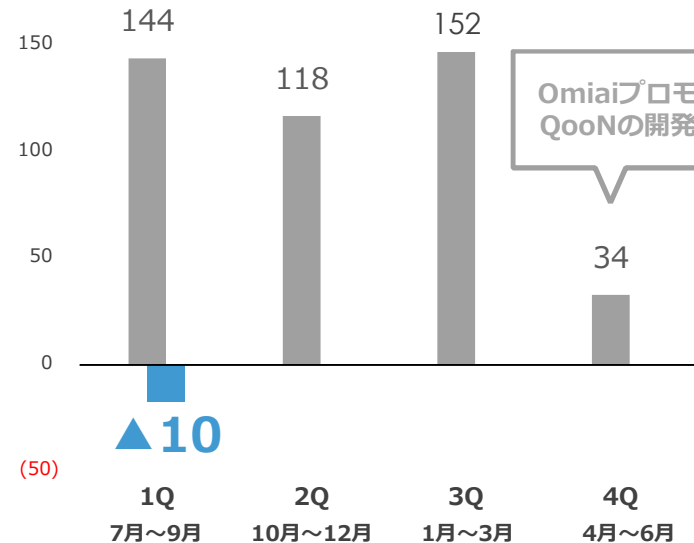
1,250



営業利益 (百万円)

■ 2018.6 ■ 2019.6

200

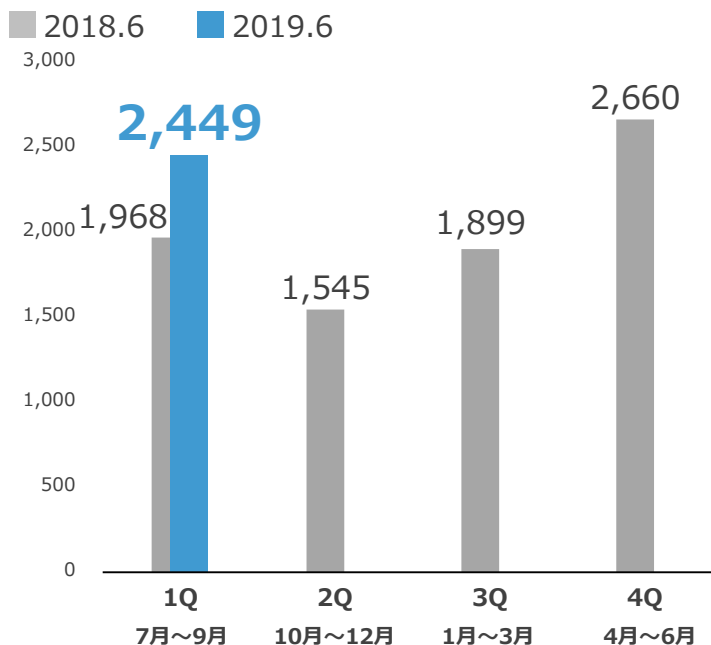


※ グラフの値は、部門における「調整額」の金額を含めた数字を表示しております。

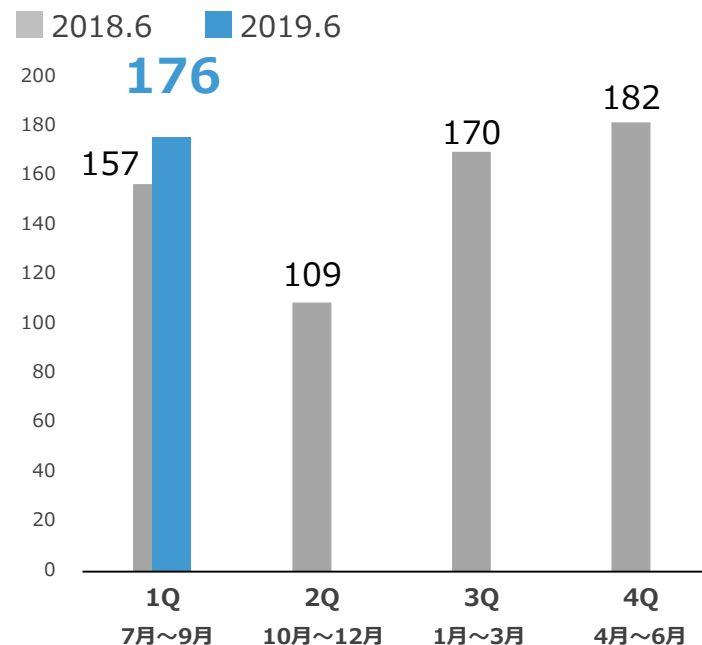
※ 2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

# エステ・人材案件が今期も好調に推移し 売上・利益ともに順調

売上高 (百万円)



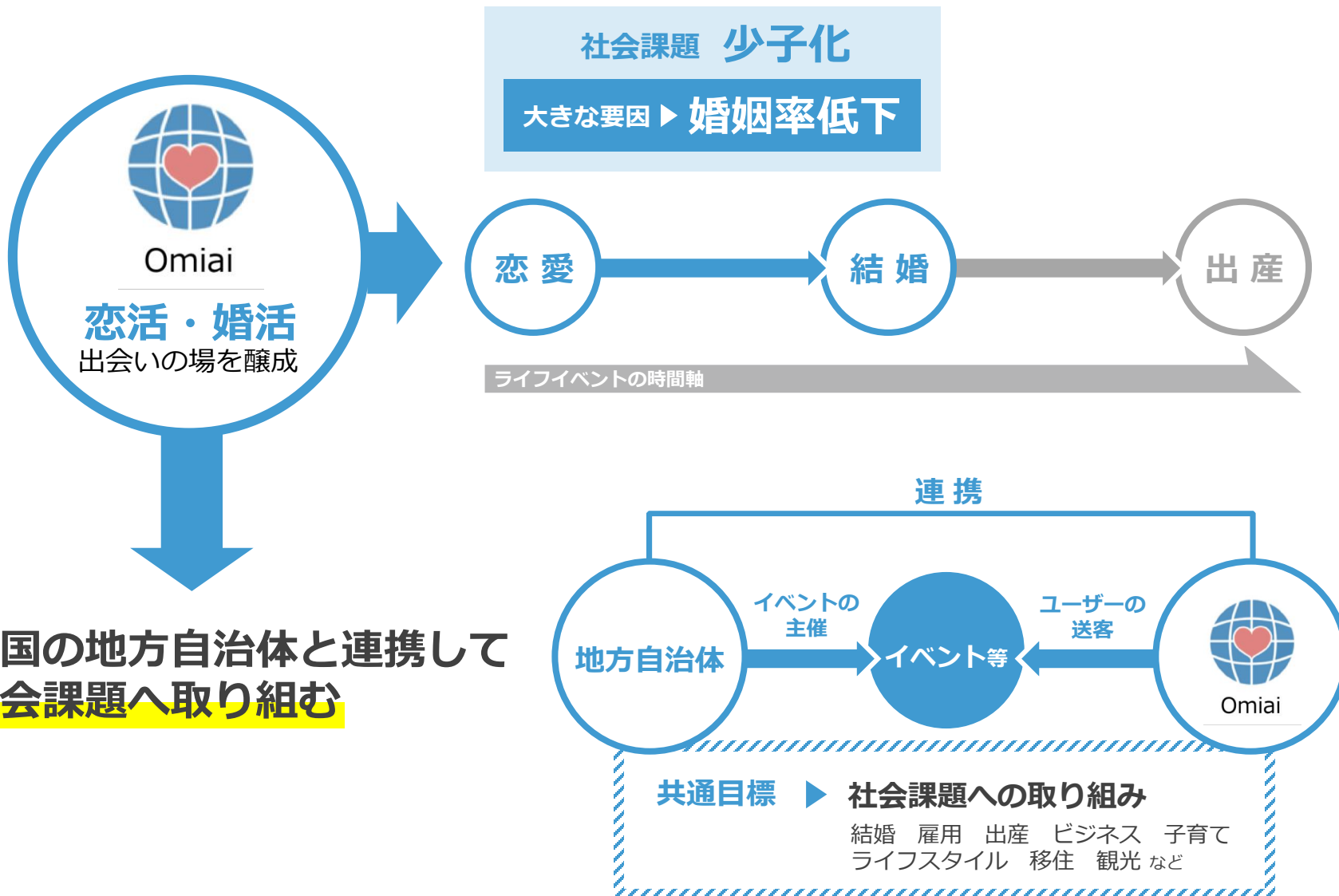
営業利益 (百万円)



※ 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。

※ 2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

# 1 社会課題への取り組み 地方自治体との連携



全国の地方自治体と連携して  
社会課題へ取り組む

# 地方自治体と連携して 日本の出会いをサポート

岡山県 × 岡山盛り上げよう会 × Omiai



開催日 2018年8月25日

イベント参加者 58人 男性 28人 女性 30人



「岡山Omiai 婚活Party」 (開催場所：東京・新橋)

# 2

# Appendix

中期経営計画  
「Investment to Growth 2021」



NET  
MARKETING  
CO. LTD.

2018年8月10日発表「決算補足説明資料及び中期経営計画」の「中期経営計画」の内容を掲載しております。

2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

## 「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
- 新デートングサービスQooNをリリースし、デートング市場に参入  
（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

3年後

2年後

1年後

# 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
- 新デーティングサービス“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
- デーティング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

Omi ai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

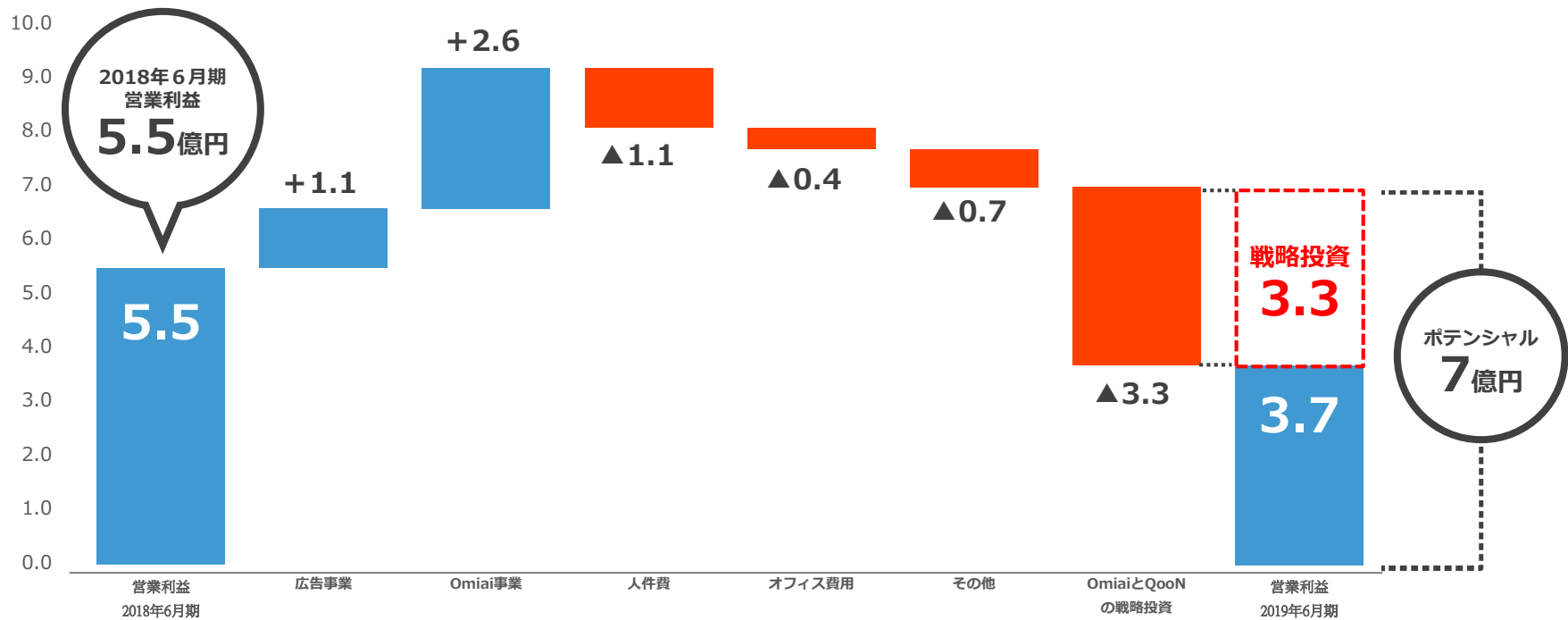
ネット総合代理店としての地位の確立を目指す

単位：億円	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 5px; text-align: center;">中期経営計画 1年目</div> <div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 5px; text-align: center;">中期経営計画 2年目</div> <div style="background-color: #FFD700; color: black; padding: 5px; text-align: center;">中期経営計画 最終年</div> </div>			
	2018年6月期 (単体)	2019年6月期 (単体)	2020年6月期 (単体)	2021年6月期 (単体)
<b>売上高</b>	<b>112</b>	<b>144</b>	<b>191</b>	<b>240</b>
広告事業	80	94	109	127
メディア事業	31	50	82	113
<b>セグメント利益</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>23</b>
広告事業	6	6	7	8
メディア事業	4	3	7	15
<b>新規事業への投資</b>	-	-	-	<b>▲5</b>
<b>全社コスト</b>	<b>▲5</b>	<b>▲5</b>	<b>▲6</b>	<b>▲6</b>
<b>営業利益</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>12</b>

※ 2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

# Omiaiの集客プロモーションやQooNの立ち上げへ戦略投資

(億円) **戦略投資するため  
中期経営計画1年目は減益見込み**



※ 2018年6月期は連結として決算発表していましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

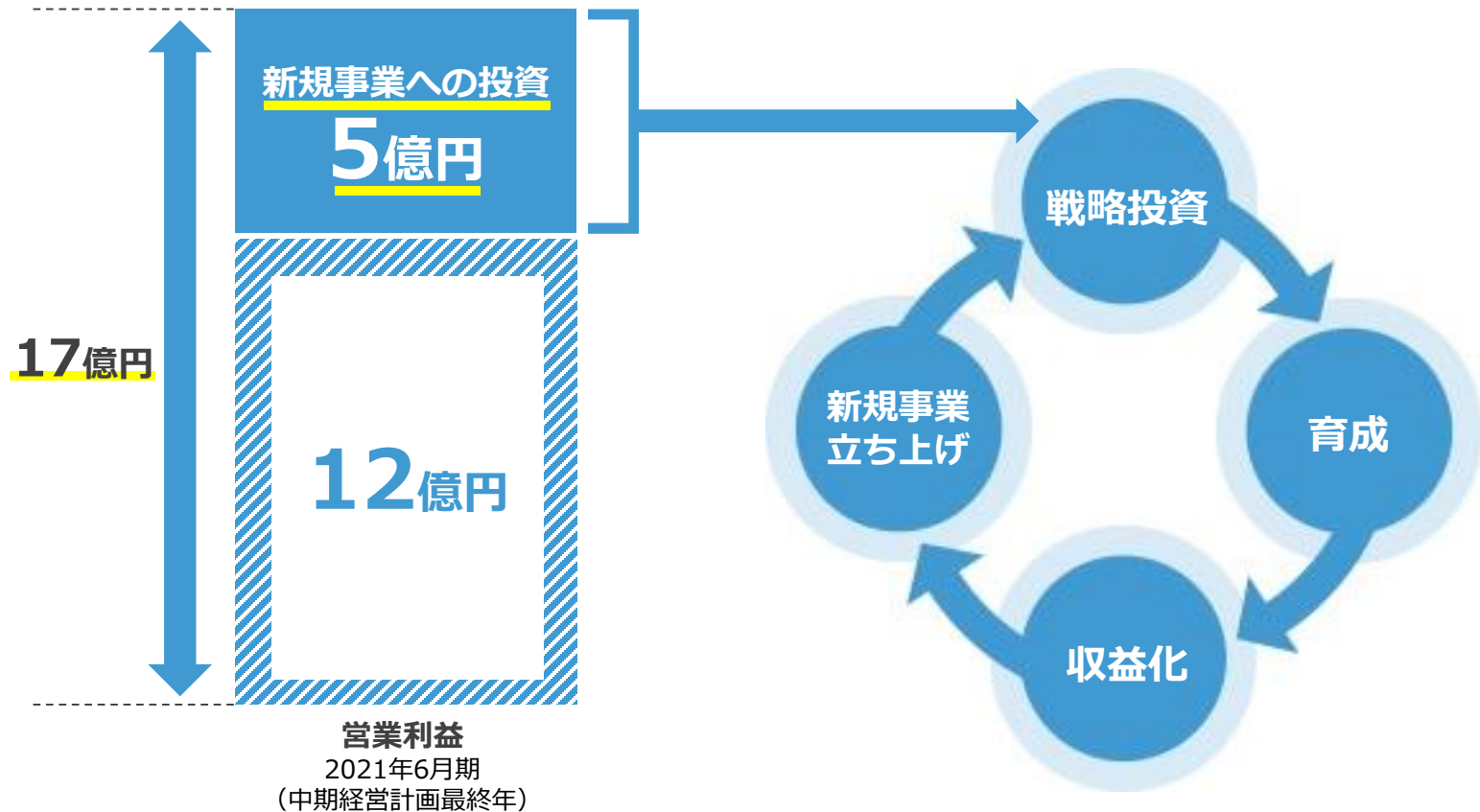
## メディア事業への戦略投資により 3年後、中計最終年の会員獲得と売上的大幅伸長を目指す

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

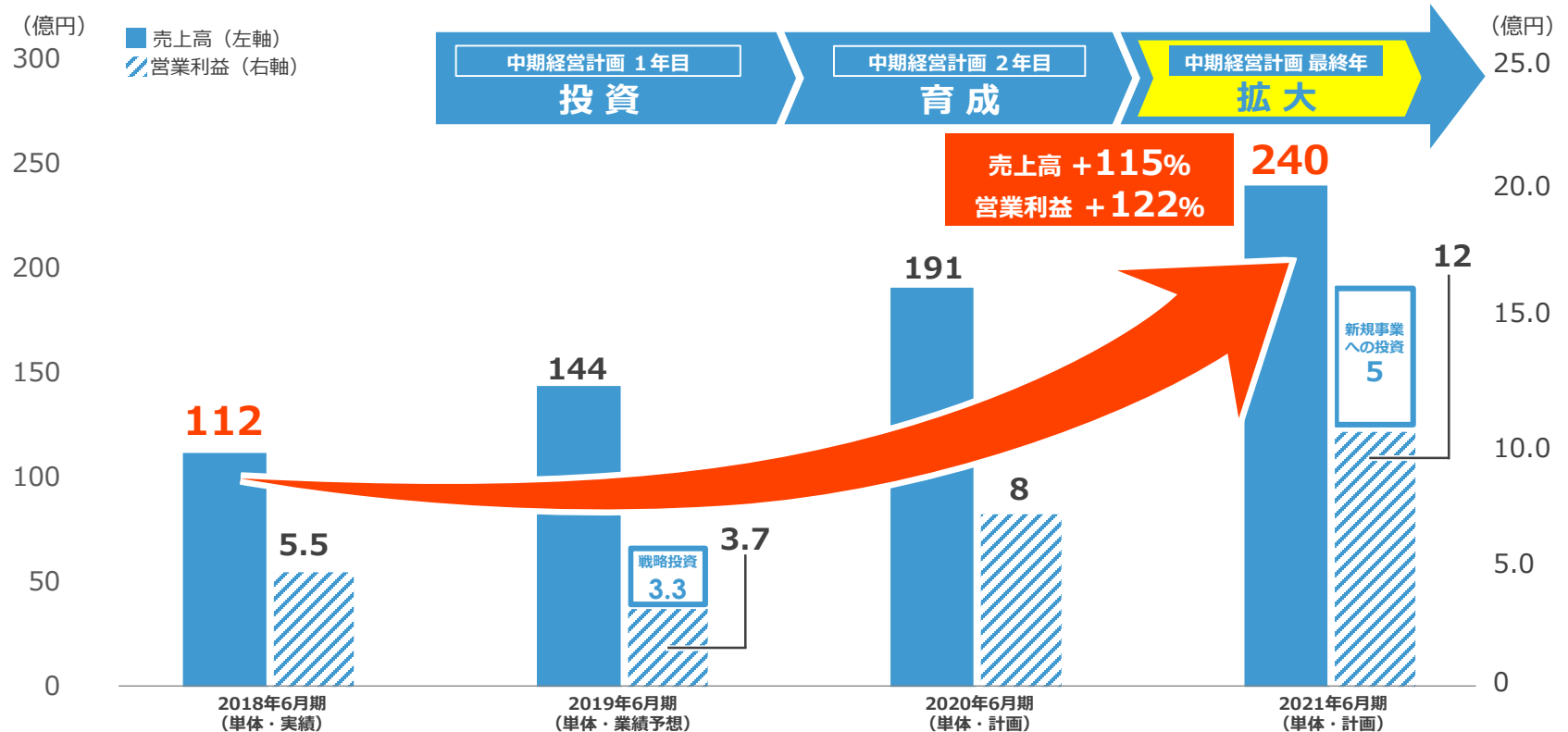
＊企業価値を最大化するための中長期的な取り組みや事業拡大に必要な内部留保とのバランスを勘案し、業績に応じた株主還元を実施する方針です。2019年6月期も2018年6月期と同水準の配当を実施予定。



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

※ 2018年6月期は連結として決算発表していましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。



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

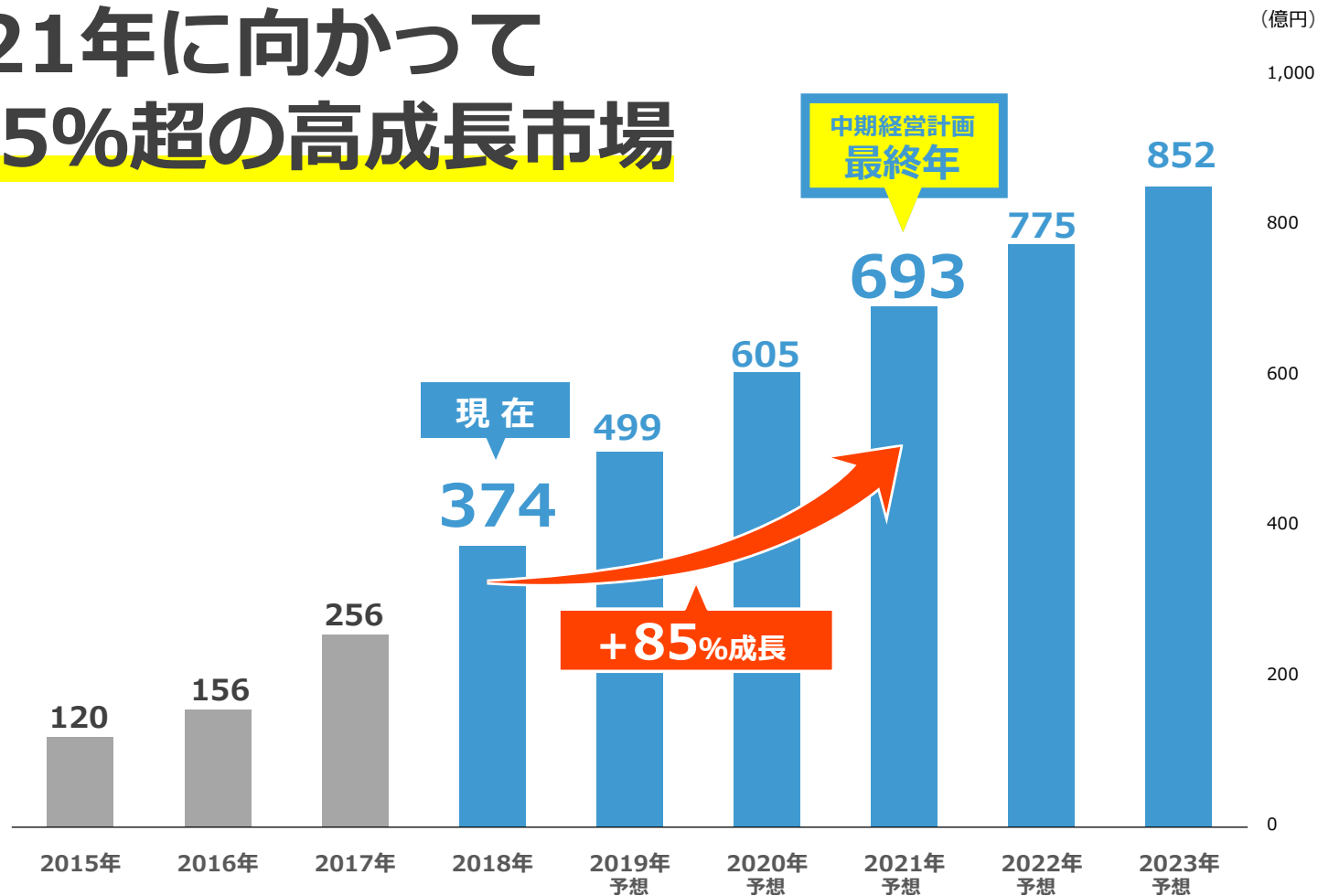
Facebookユーザー  
約2,800万人

+

非Facebookユーザー  
約7,200万人

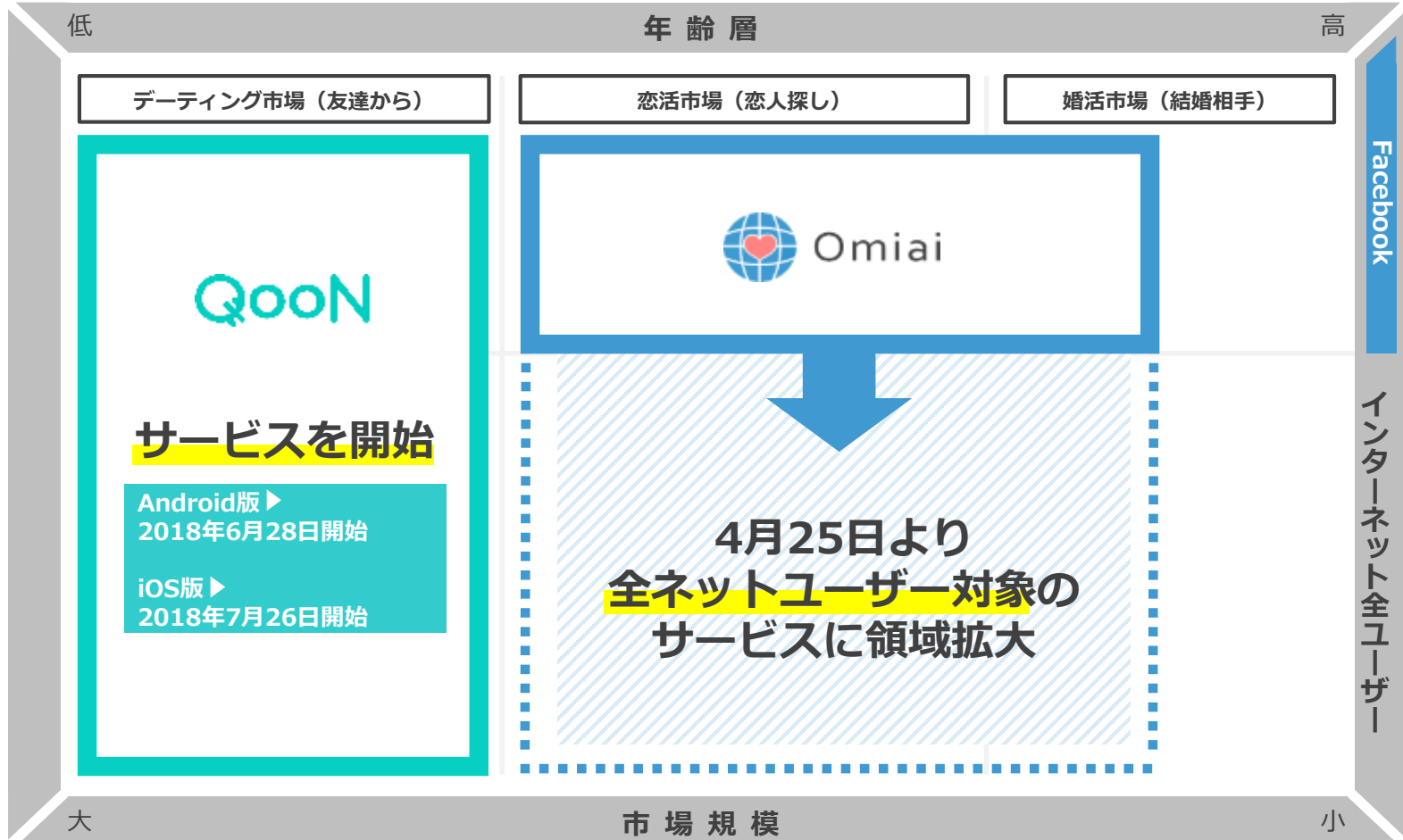
※「平成27年国勢調査人口等基本集計結果」（総務省）を基に当社作成

# 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

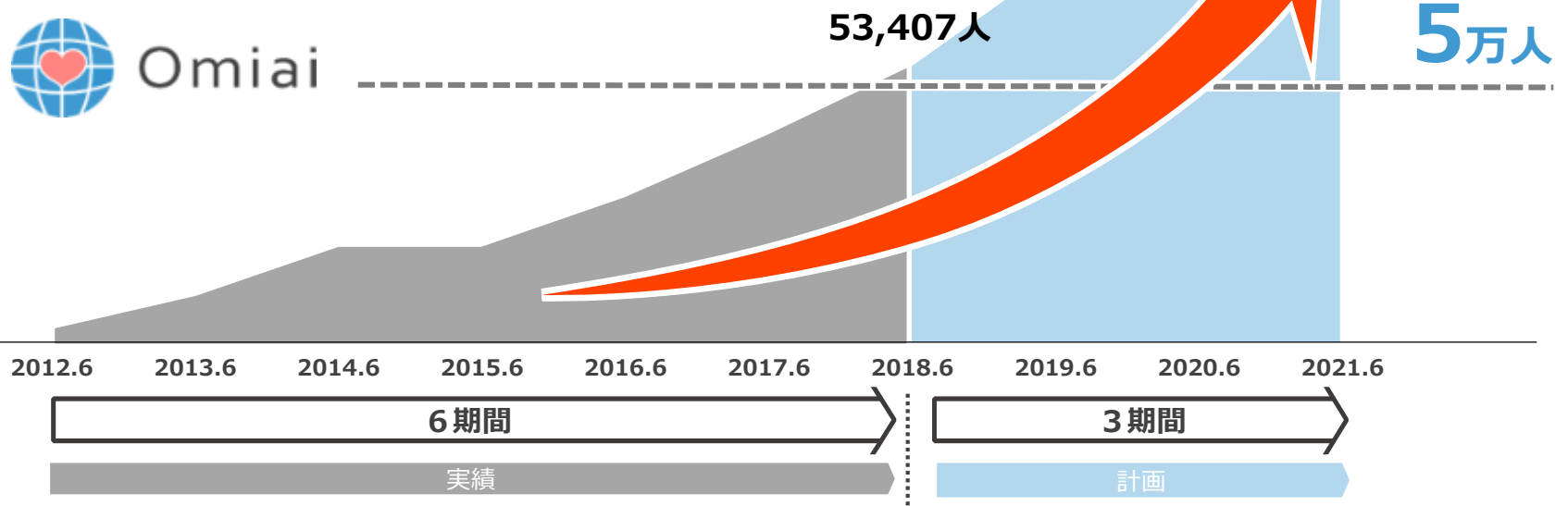


# 今後3期間で Omiaiの有料会員数を**倍増**

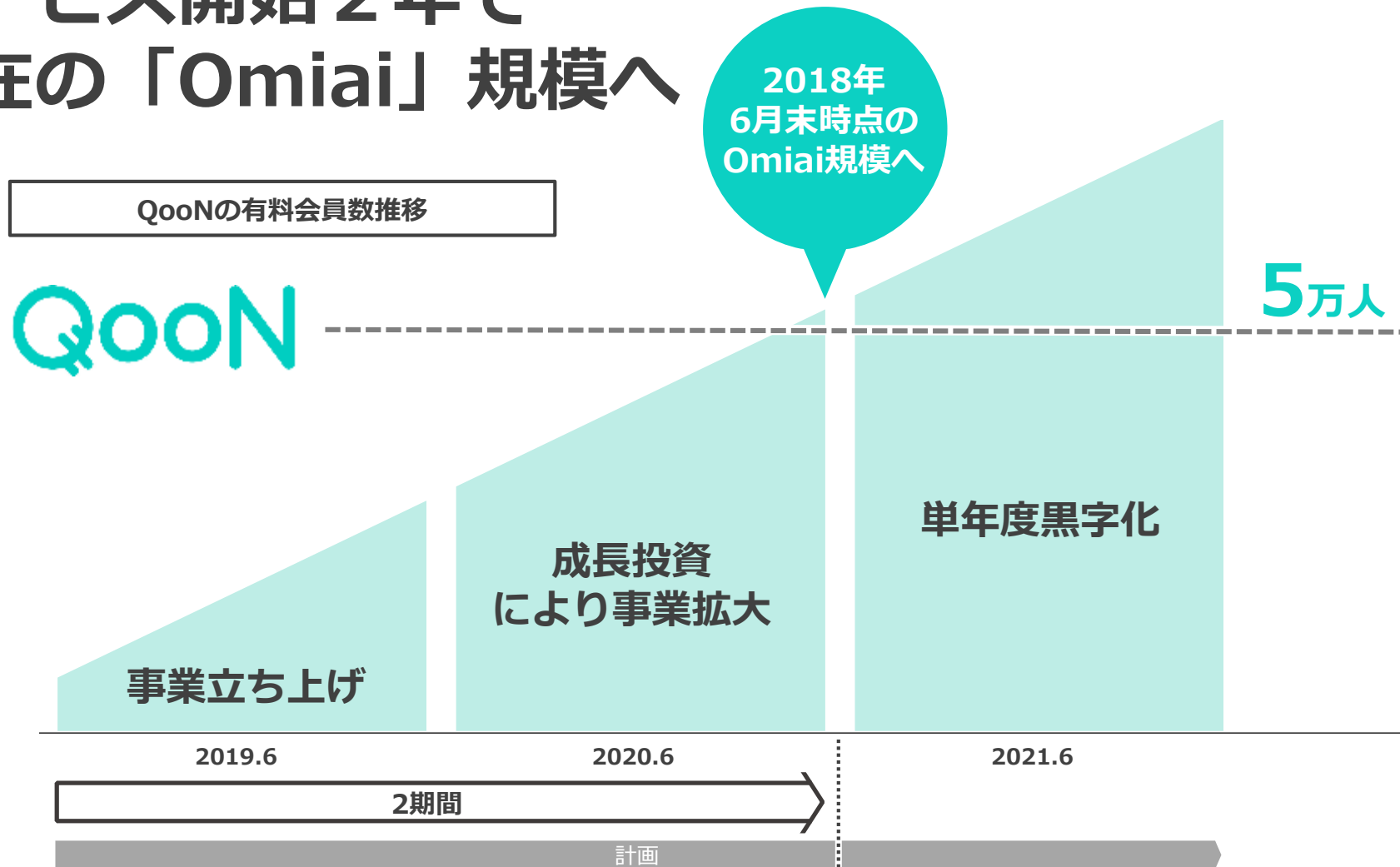
Omiaiの有料会員数推移



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	



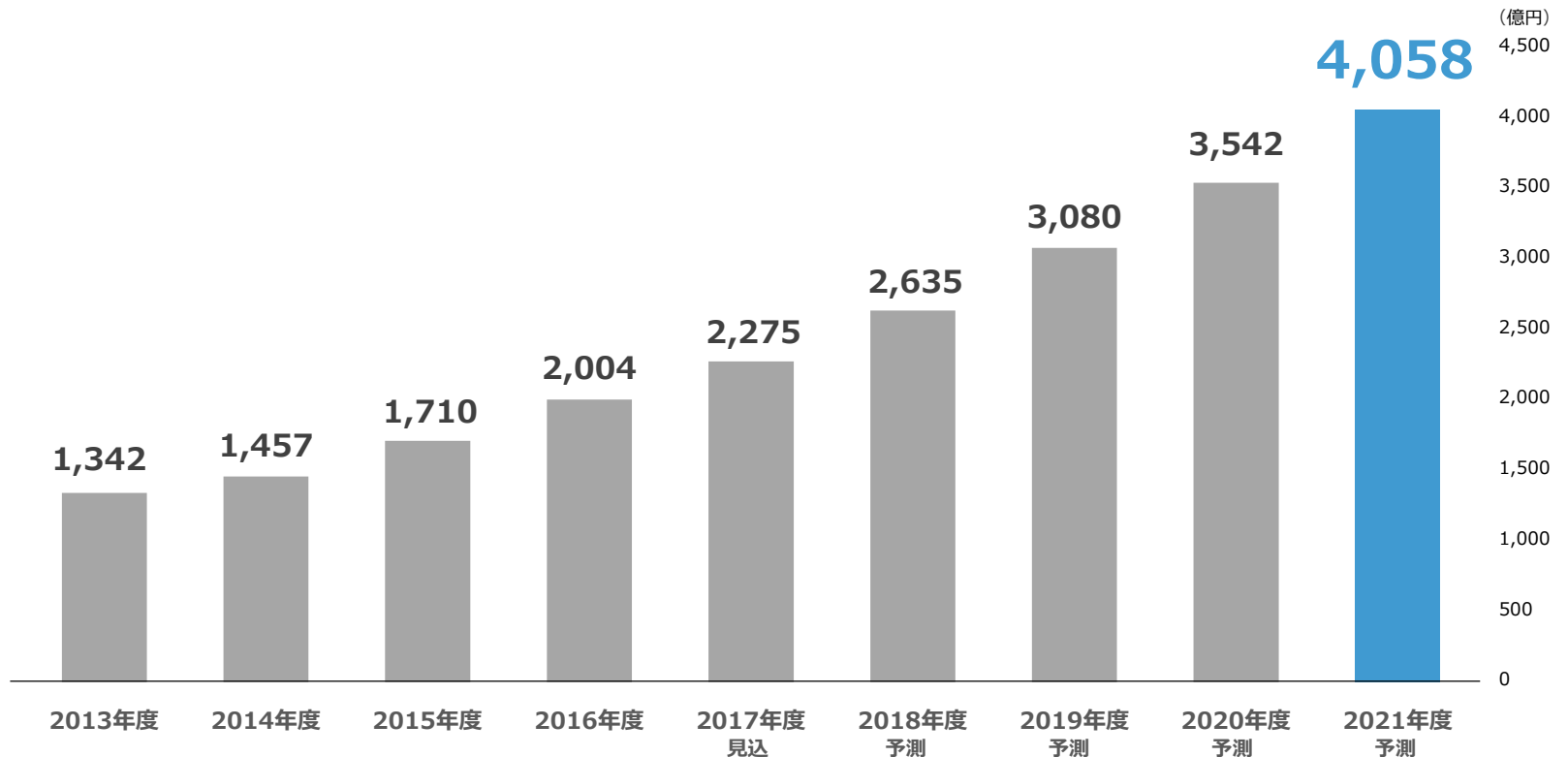
# テレビCMの解禁へ

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

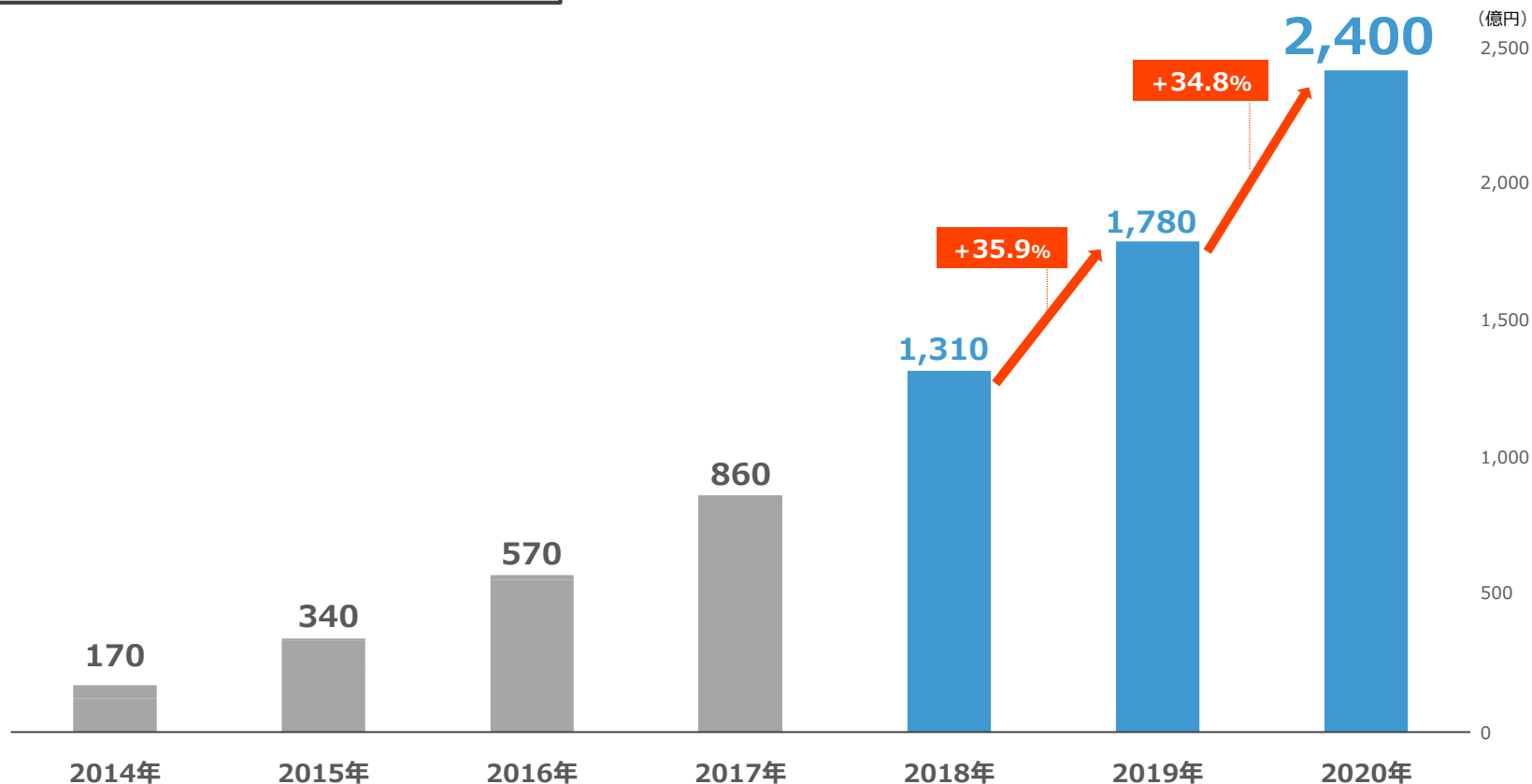
アフィリエイト広告市場規模予測 (2013-2021年度)



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

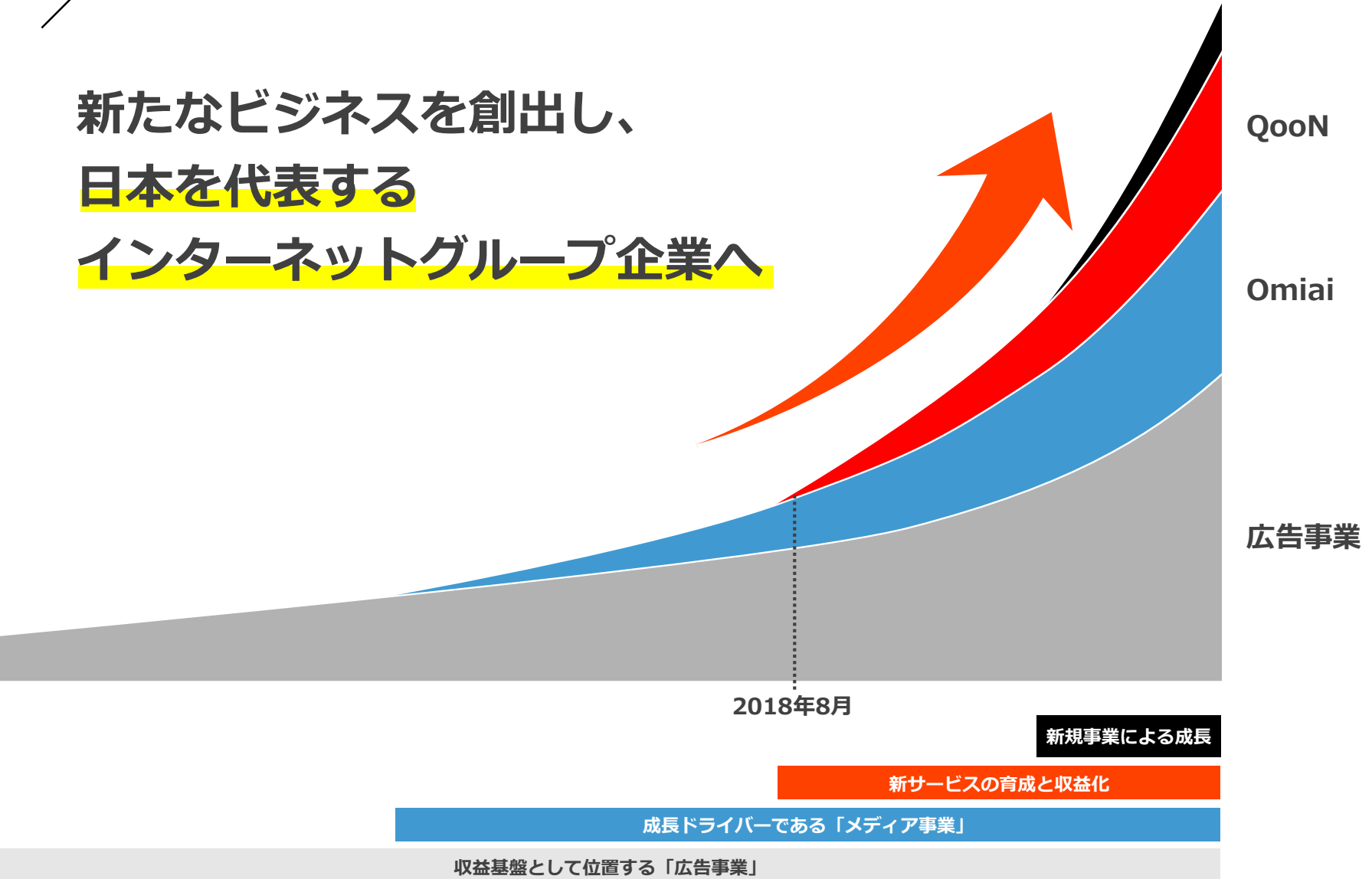
## アフィリエイト広告のシェア拡大と SNS広告の立ち上げにより広告事業の業容拡大を図る

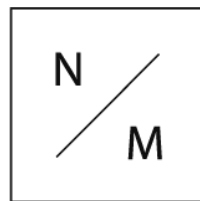


SNS広告の主要代理店としてのポジションを確立

## 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





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。