

NET  
MARKETING  
CO. LTD.

2021年6月期 第2四半期決算

## 決算補足説明資料

株式会社ネットマーケティング

証券コード6175

# Contents

- 01 2021年6月期第2四半期 決算概要 P 3
- 
- 02 2021年6月期 業績予想の修正と事業の状況 P 13
- 
- 03 Appendix P 23
-



01

2021年6月期第2四半期  
決算概要

# 決算ハイライト

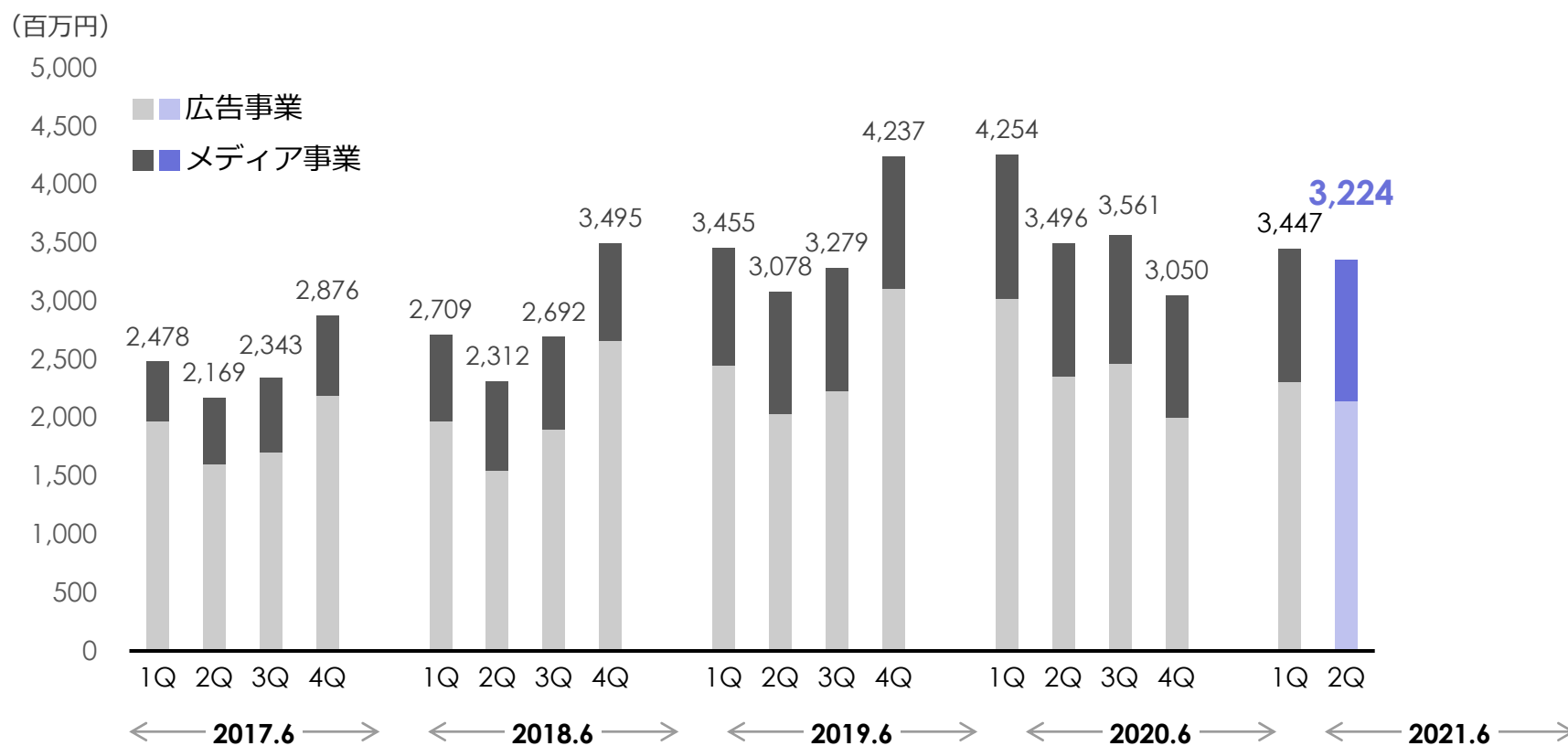
前年同期比

新型コロナウイルスの感染拡大により、広告事業の一部案件において成果件数の減少や終了案件があり、全社業績は前年同期比で減収減益

(百万円)

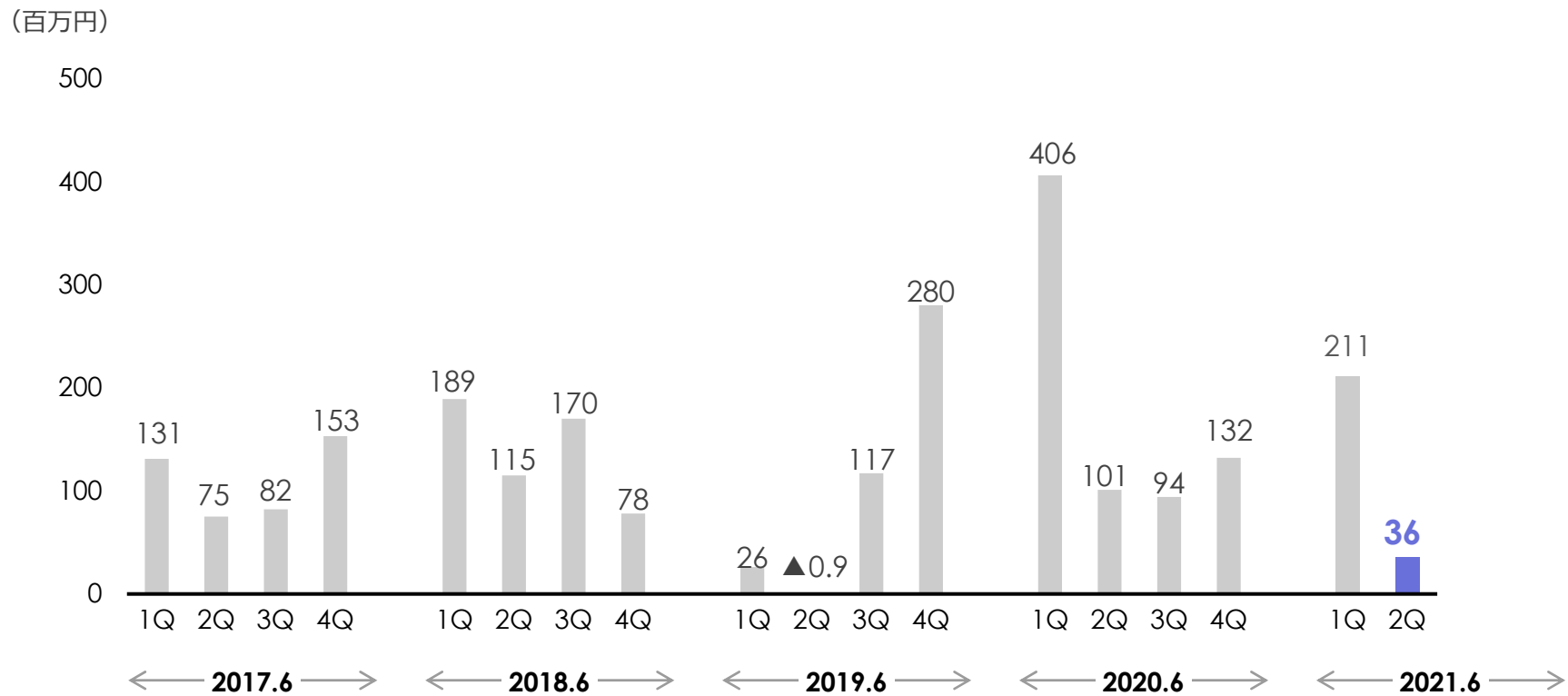
	2020.6 第2四半期実績	2021.6 第2四半期実績	前年同期比 (増減額)
売上高	7,751	<b>6,671</b>	<b>86.1%</b> (-1,080)
売上総利益	2,503	<b>2,217</b>	<b>88.6%</b> (-286)
粗利益率	32.3%	<b>33.2%</b>	
営業利益	508	<b>247</b>	<b>48.7%</b> (-260)
営業利益率	6.6%	<b>3.7%</b>	
経常利益	513	<b>255</b>	<b>49.9%</b> (-257)
四半期純利益	351	<b>172</b>	<b>49.0%</b> (-179)

# 四半期売上高推移



※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。

# 四半期営業利益推移



※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。  
 ※グラフの値は、事業別の内訳を記載しておりません。詳細につきましては「2021年6月期 第2四半期決算短信」をご確認ください。

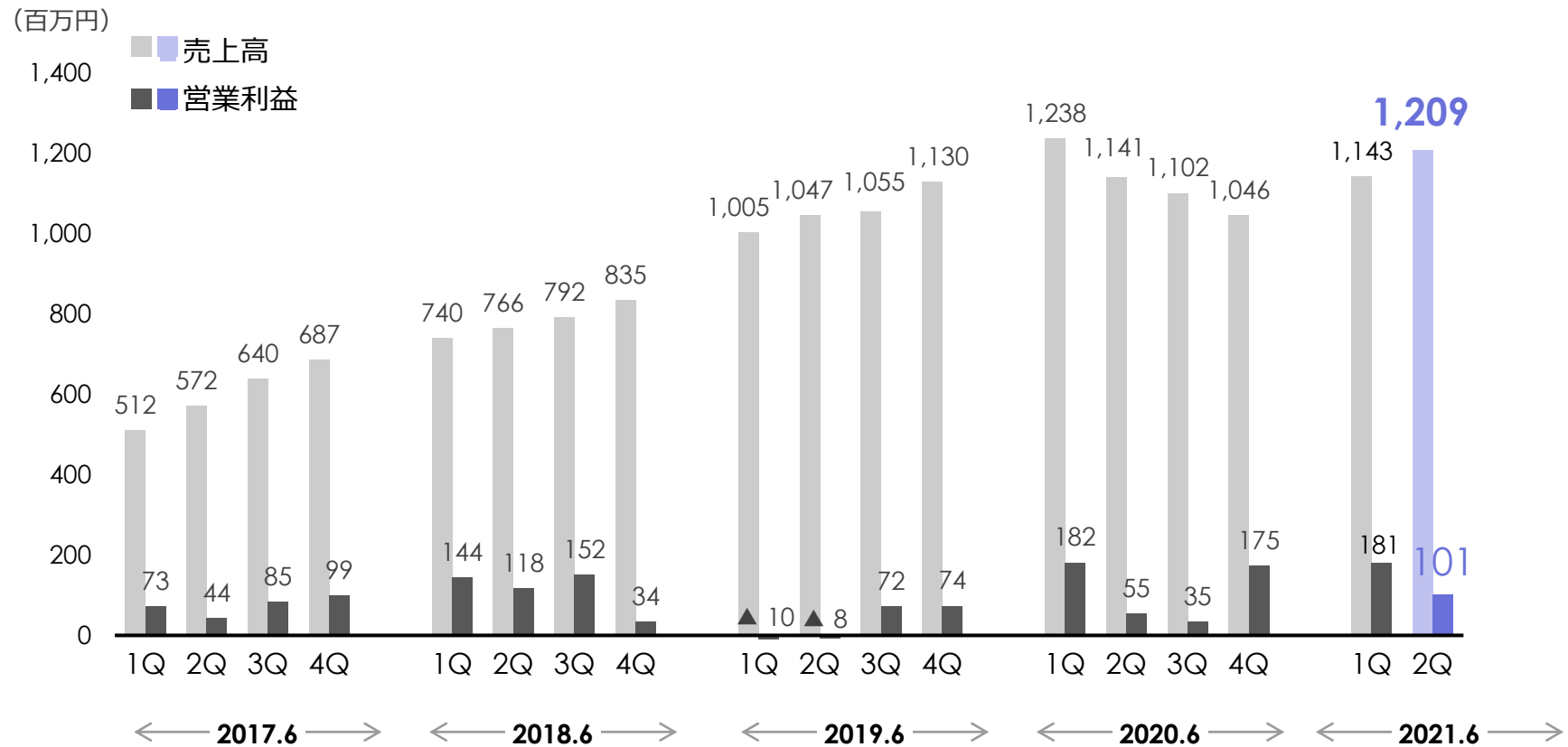
## 新型コロナウイルスによる事業進捗への影響はなく、前年同期に比べ増益

(百万円)

	2020.6 第2四半期実績	2021.6 第2四半期実績	前年同期比
売上高	2,379	<b>2,353</b>	<b>98.9%</b>
営業利益	238	<b>283</b>	<b>119.0%</b>
営業利益率	10.0%	<b>12.0%</b>	

※実績には調整額（内部売上高・全社費用）も含まれております。

## 積極的なプロモーションと有料会員の増加により、売上高は増加傾向

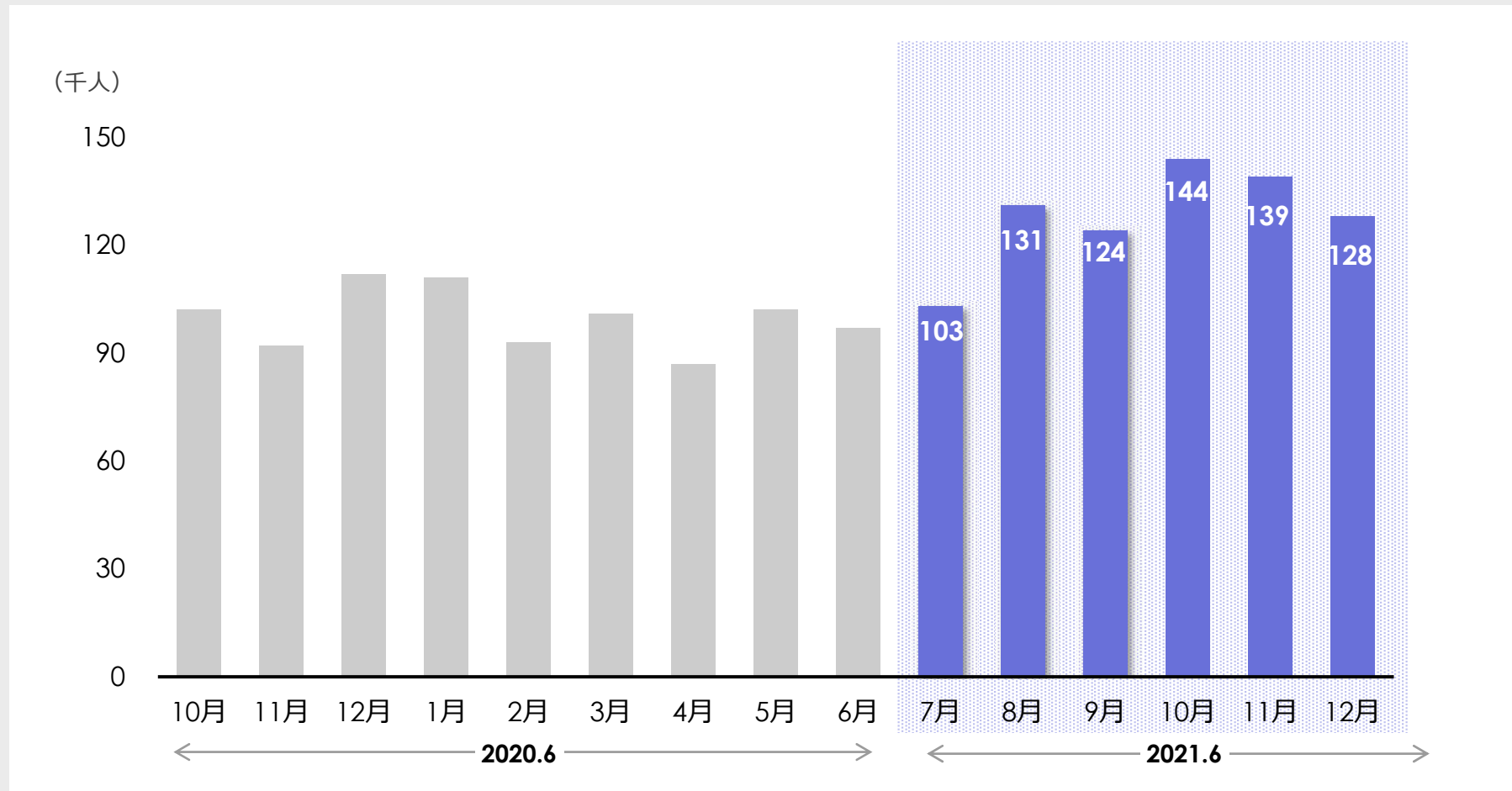


※グラフの値は、部門における「調整額」の金額を含めた数字を表示しております。

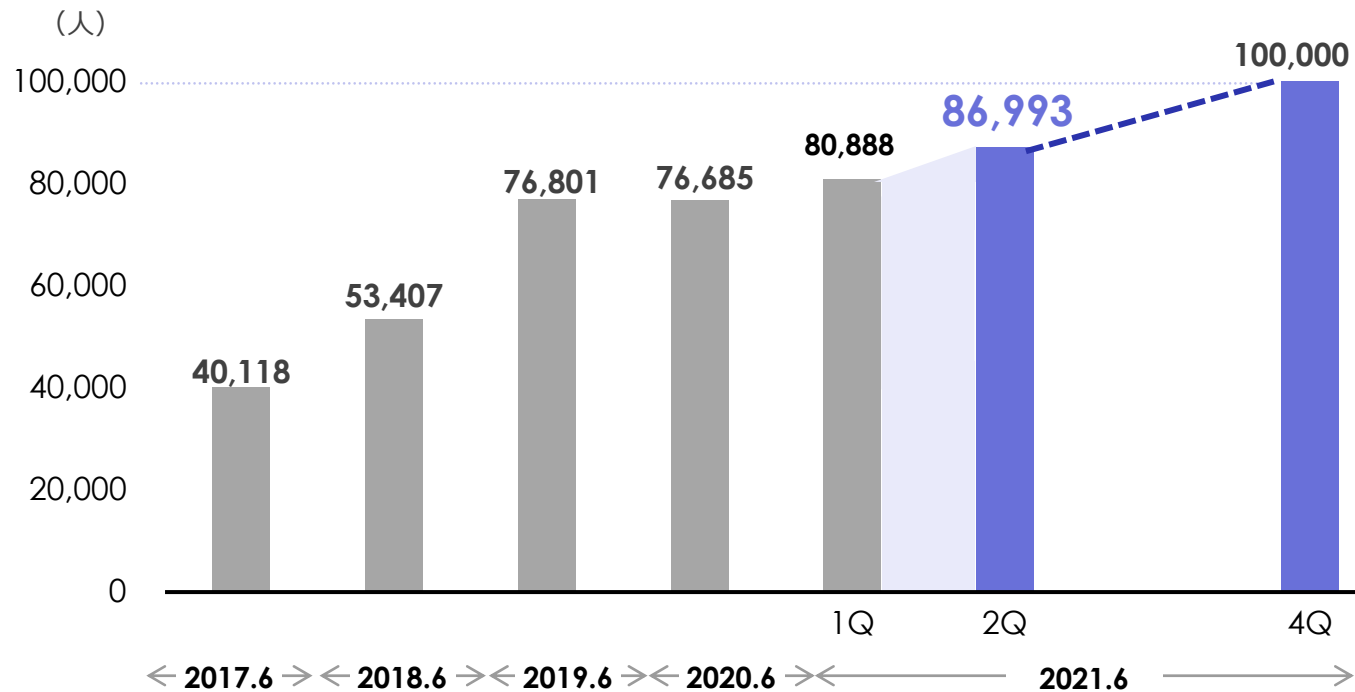
※2017年6月期、2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。



認知度向上の取り組みにより、新規会員数の水準が前期比でベースアップ  
自然流入の増加により会員獲得の効率も向上



## 中期経営計画で掲げた有料会員数10万人に向け、順調に推移 本四半期の有料会員数は過去最高を記録



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）

# 広告事業

第2四半期実績



新型コロナウイルスによる一部案件への影響で、前年同期比で減収減益  
案件ポートフォリオの安定化に向けた取り組みを強化

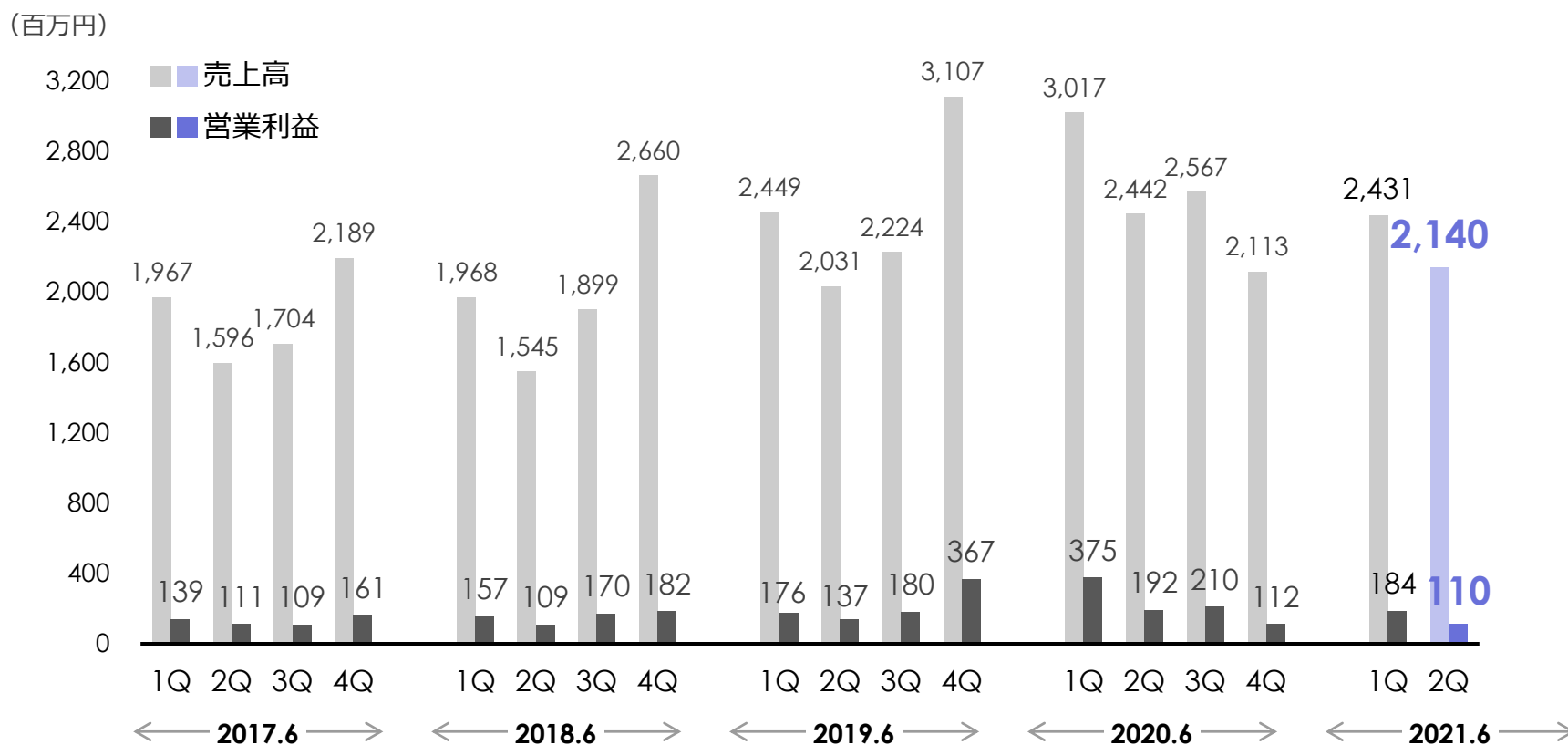
(百万円)

	2020.6 第2四半期実績	2021.6 第2四半期実績	前年同期比
売上高	5,460	<b>4,572</b>	<b>83.7%</b>
営業利益	568	<b>294</b>	<b>51.8%</b>
営業利益率	10.4%	<b>6.4%</b>	

※実績には調整額（内部売上高・全社費用）も含まれております。

# 広告事業

業績推移



※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。

※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。

# 02

2021年6月期

業績予想の修正と事業の状況



# 2021年6月期 業績予想の修正

事業環境の変化を踏まえ、2021年6月期業績予想を修正しております。

(百万円)

	2020.8 公表	2021.2 公表
売上高	15,500	<b>14,400</b>
営業利益	500~ 800	<b>400</b>
経常利益	500~ 800	<b>400</b>
当期純利益	340~ 550	<b>270</b>

## 要因①

### 新型コロナウイルスの影響

- 広告事業

## 要因②

### Omiaiの認知向上に向けたプロモーション投資

- メディア事業

# 業績予想の修正

～新型コロナウイルスの影響～

新型コロナウイルス感染症の収束時期が不透明であることから、その影響を考慮し、広告事業の業績予想を見直し

## 広告事業

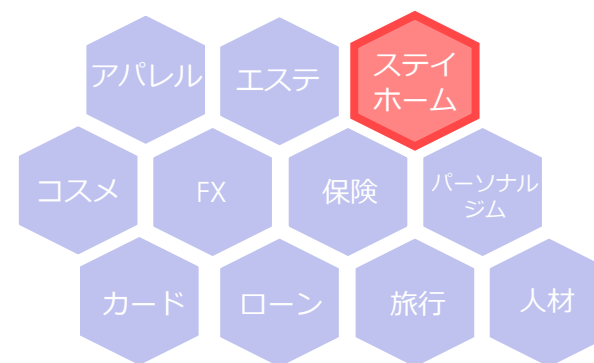
3Qは、店舗型ビジネスのカテゴリに属する案件で新型コロナウイルスの影響による減収が想定される



### 【対策】

ポートフォリオの改革に着手することにより安定的な売上構成を実現する

- コロナ禍でもニーズのある案件の拡充（ステイホーム案件等）
- 新規顧客開拓の営業組織強化



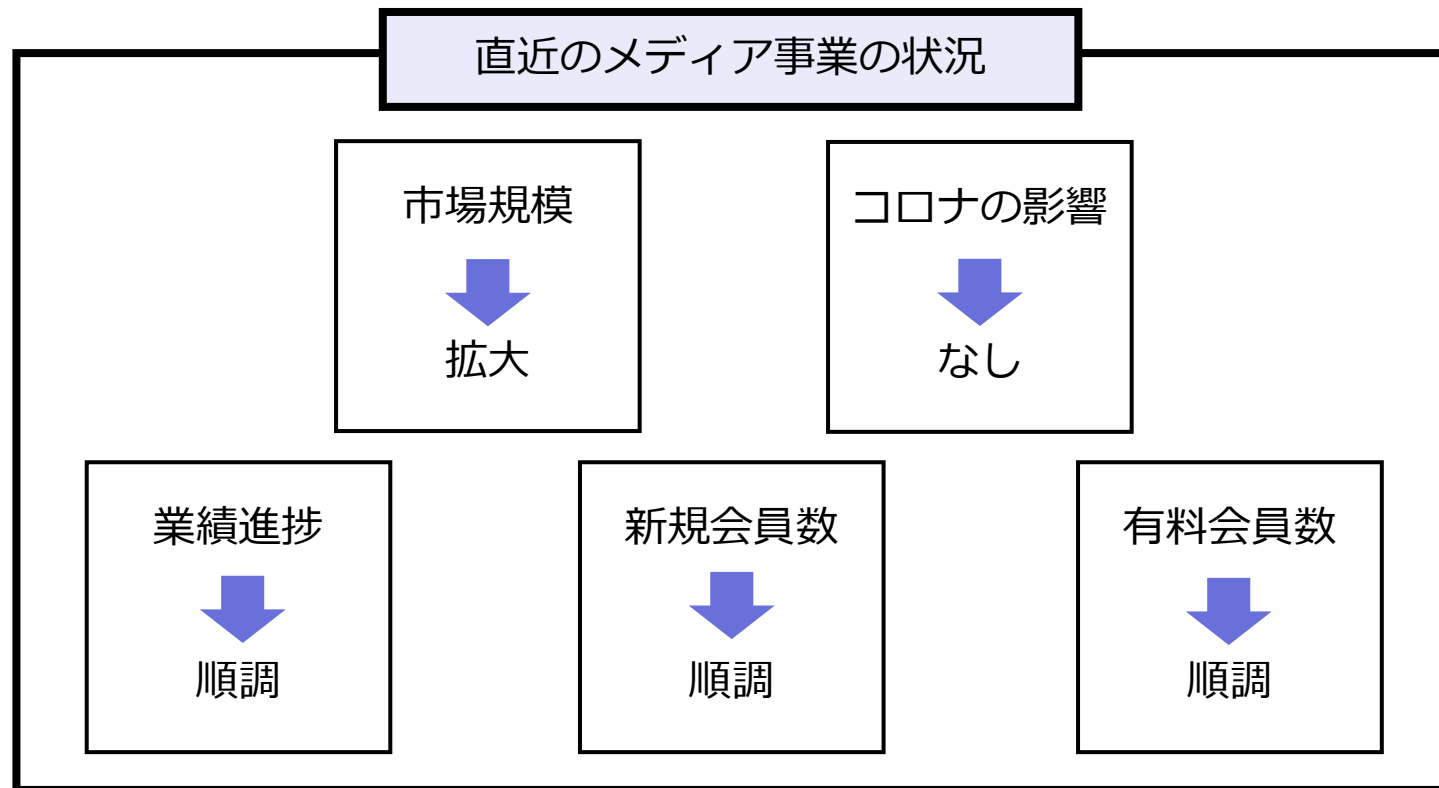
## メディア事業

事業へのマイナス影響はなし

# 業績予想の修正

～Omiaiの認知向上に向けたプロモーション投資①～

直近の事業の状況は順調だが、将来的なシェア拡大のためには市場の変化を捉え、認知向上を目的としたプロモーション投資が必要





# 業績予想の修正

～Omiaiの認知向上に向けたプロモーション投資②～

～導入期～

競争少ない

顕在顧客

獲得広告

マッチング市場は  
新たな成長局面へ

競争状況

対 象

集客手法

～成長期～

競争増加

潜在顧客

認知広告

導入期では、顕在顧客の集客を獲得広告中心に展開  
成長期では、潜在顧客への認知投資が重要となる。

# 業績予想の修正

～Omiaiの認知向上に向けたプロモーション投資③～

## ～前回発表予想～

(2020.8公表)

テレビCMの実施が可能になった場合に  
備え、予算3億円を見込む

## ～今回修正予想～

(2021.2公表)

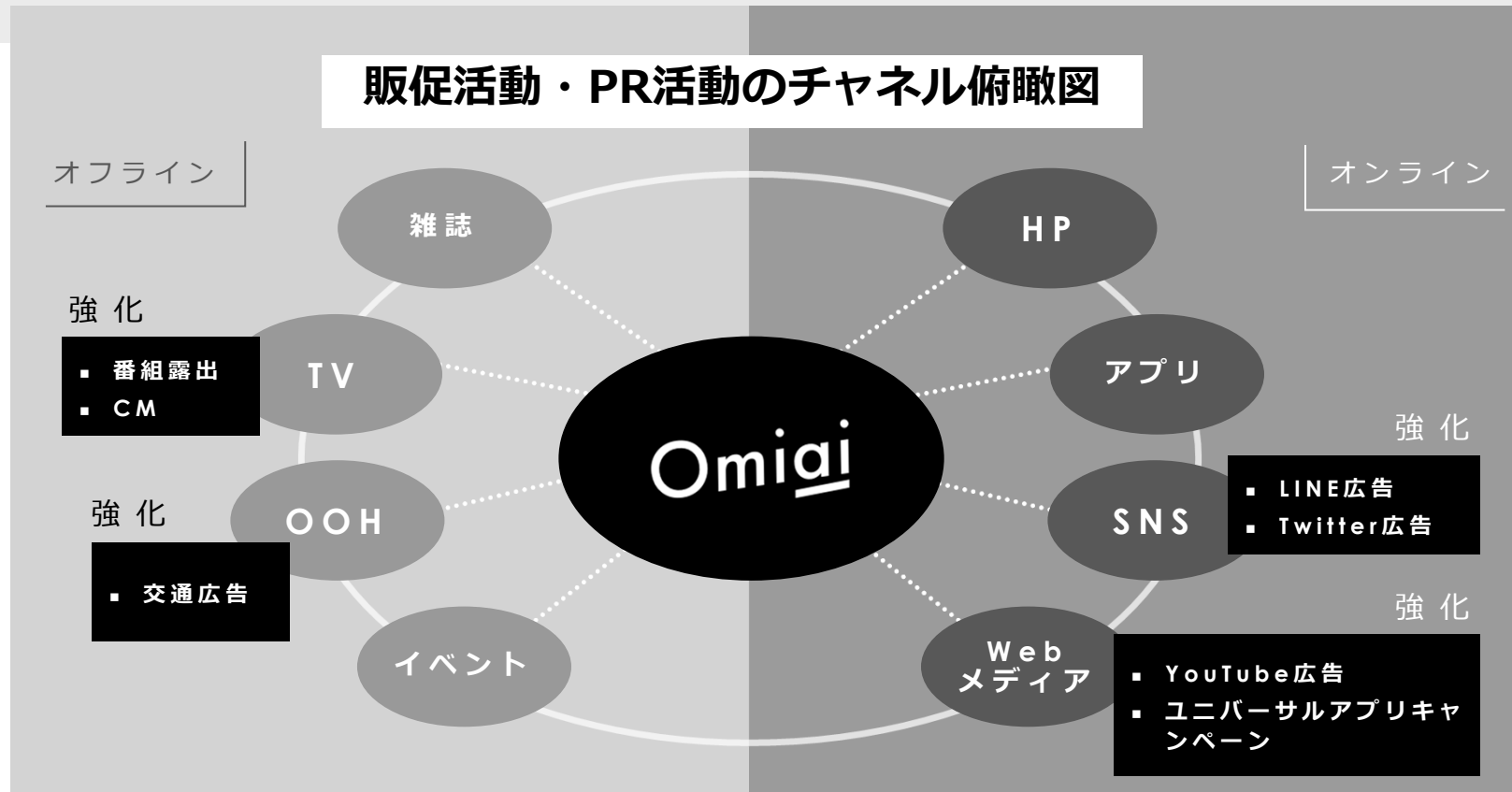
テレビCMに限定せず、認知向上を目的  
としたプロモーション投資等へ充当

これから本格化する成長期において、認知拡大やブランディングの向上に向けた投資を強化し、更なるシェア拡大を狙う。

# メディア事業の状況

市場シェア拡大に向けた取り組み

## チャネルの拡大等により、認知度や広告効率の向上を図る

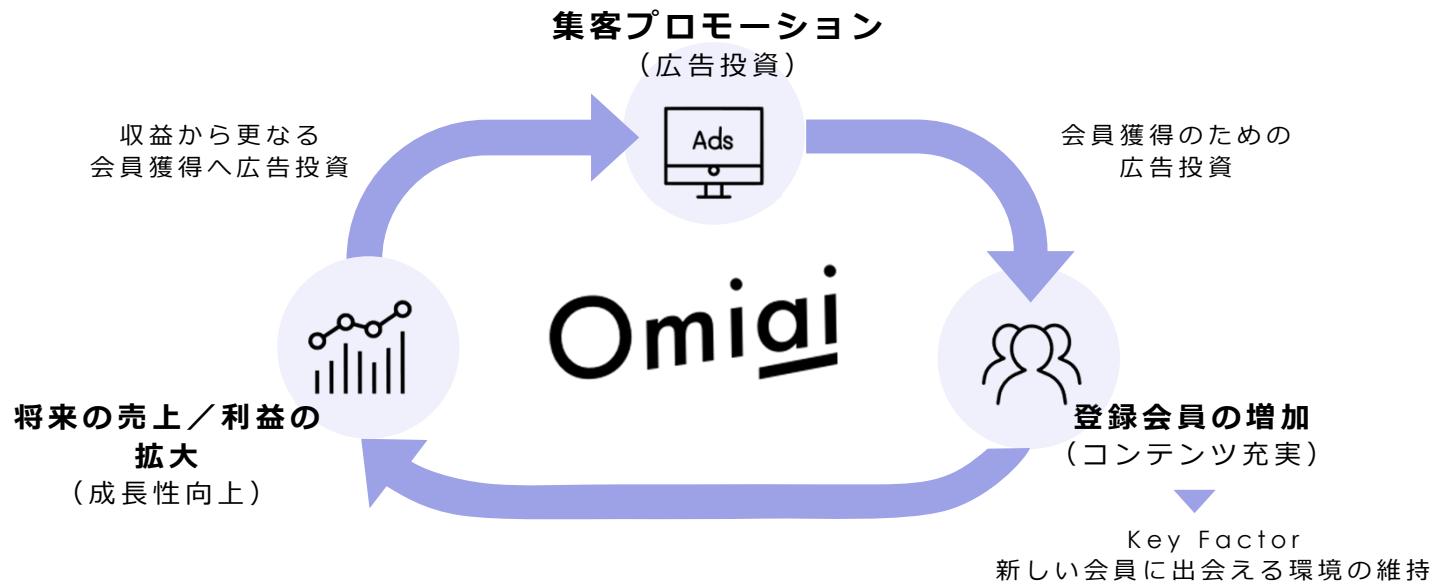
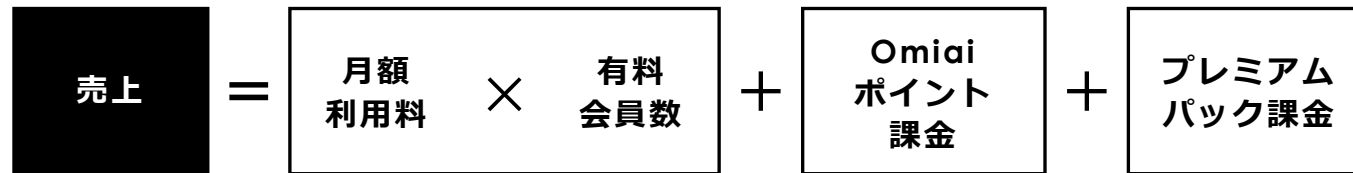


※ユニバーサルアプリキャンペーン  
広告文とアセット（広告に必要な画像、動画、テキスト等）を登録することで、Google検索、Googleディスプレイネットワーク、Google Play、YouTubeと  
いった、Google広告のほとんどの配信面に広告を配信できるキャンペーン

# メディア事業の状況

Key Factor

## 集客の好循環を生み出すことが事業拡大の重要なカギ



## 認知度の向上とブランド力の強化により、会員数獲得の増加を図る

### 重点課題

#### ■ 認知度・ブランド力の向上



### 課題に対する取り組み

- 広告手法の拡大等、販促活動の強化
- チャンネルの拡大等、PR活動の強化
- サービス品質向上に向けたIMS認証取得準備

#### ■ 有料化率・LTVの向上



- 男女の出会いのための独自アルゴリズムの開発
- UI/UXの改良等
- CS体制強化によるサービス品質の向上

## 重点課題の取り組みにより、収益力の回復を図る

### 重点課題

■ 既存案件のアップセル



■ 新規受注の拡大



■ 広告メニューの拡大



### 課題に対する取り組み

■ コンサルテーションの強化と  
新たなアドテクノロジーの構築等  
サービスレベルの向上

■ 案件ポートフォリオの最適化  
■ 新規顧客開拓の営業組織強化

■ ソーシャル広告の強化

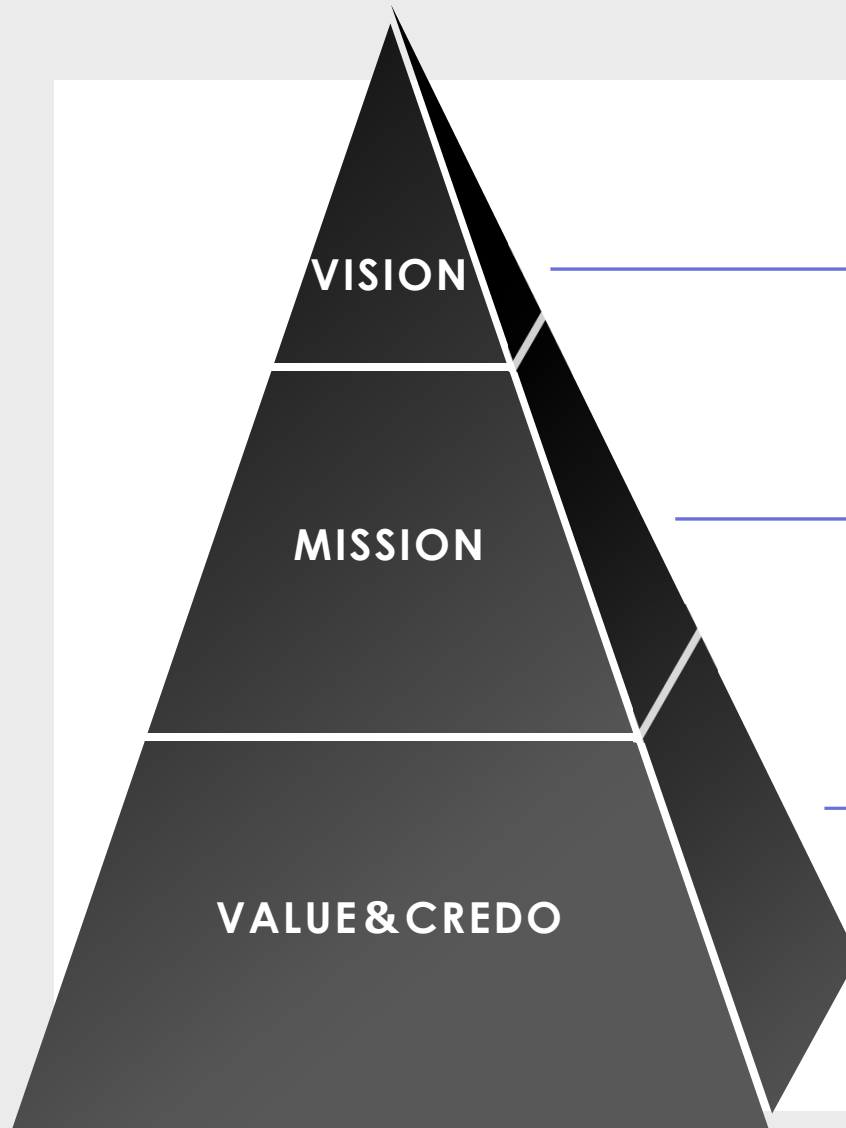
# 03



## Appendix

- 経営理念
- 地方創生の取り組み
- ビジネスモデル
- 市場規模予測

# 経営理念



常識を超え、人々に幸せをとどけ、  
より豊かな社会を創り続ける。

アイデアとパッションで、  
ライフスタイルを革新する。

1. 「最善を見つけ出そう！」
2. 「全力でやろう！」
3. 「壁を乗り越えていこう！」
4. 「最高のサービスを追求しよう！」
5. 「正道を行こう！」
6. 「仲間と心を繋げよう！」
7. 「自らも革新しよう！」



	第1弾	第2弾	第3弾	第4弾
自治体	<b>岡山県</b>	<b>島根県出雲市</b>	<b>青森県</b>	<b>岡山県倉敷市</b>
	「岡山 Omiai 婚活パーティー」	「出雲 × Omiai 縁結びParty」	「青森 Omiai 恋活Party」	「倉敷 Omiai 婚活Party」
開催日	2018年8月25日	2019年2月9日	2019年3月23日	2019年4月13日
開催場所	東京・新橋	東京・表参道	東京・新橋	岡山県倉敷市
		第5弾	第6弾	
自治体	<b>和歌山県</b>	<b>岡山県津山市</b>	<b>鳥取県</b>	
	「Wakayama Love ドラフト」	「岡山 × Omiai 婚活 Party」	「鳥取 × Omiai オンライン縁結びパーティー」	
開催日	2019年7月26日	2019年11月3日	2020年11月7日、14日	
開催場所	大阪・本町	東京・新橋	オンライン	

# ビジネスモデル

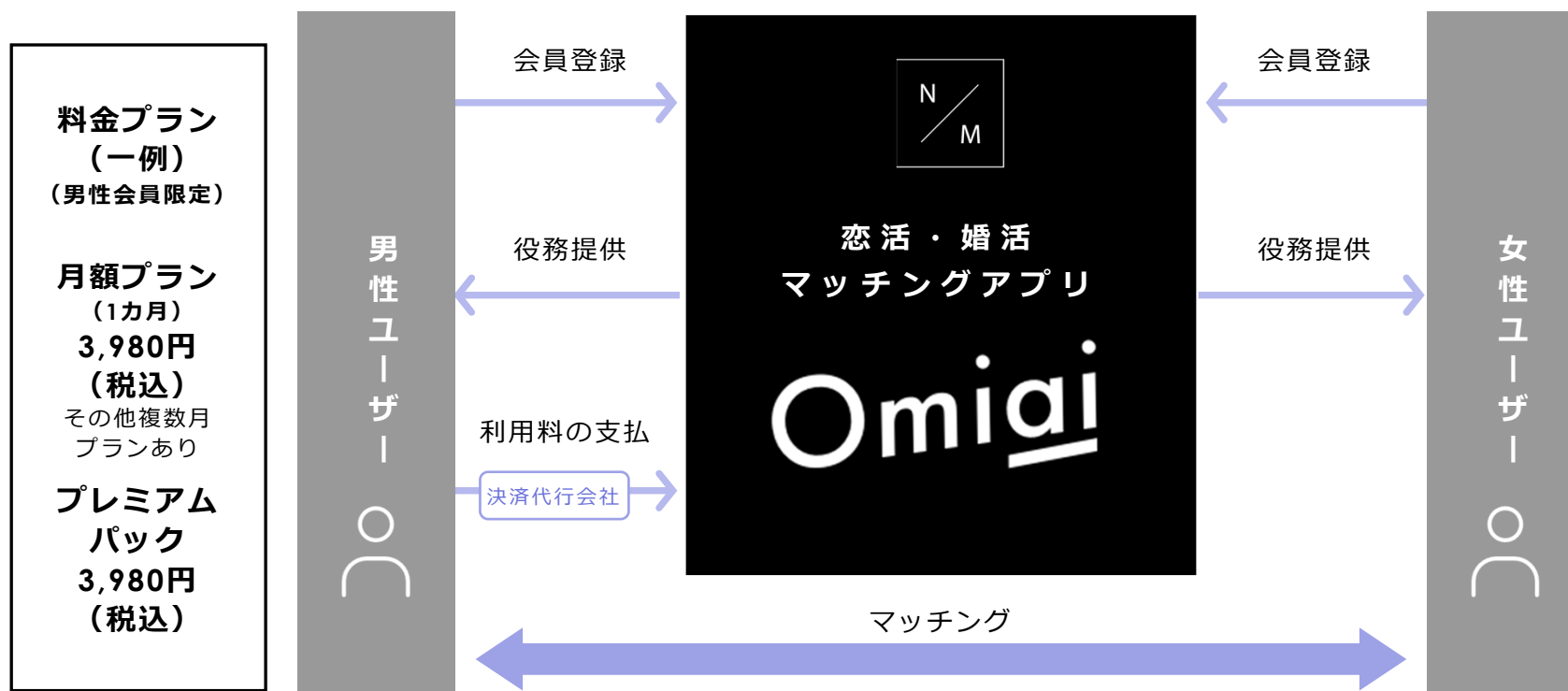
メディア事業



NET  
MARKETING  
CO. LTD.

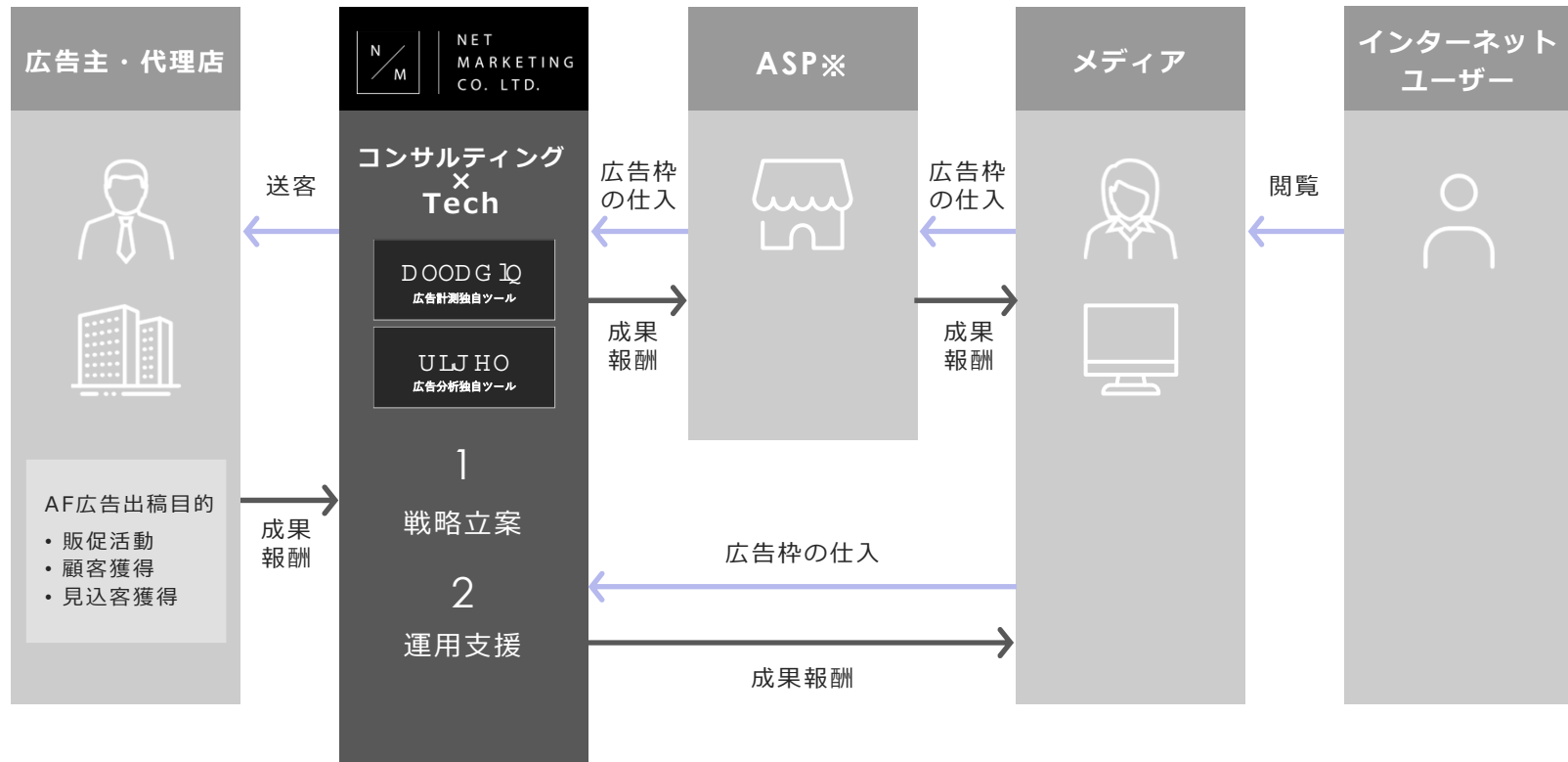
## 恋活・婚活マッチングアプリ「Omiai」

- 安心安全に配慮したサービス設計で、異性とのまじめな出会いの場を提供



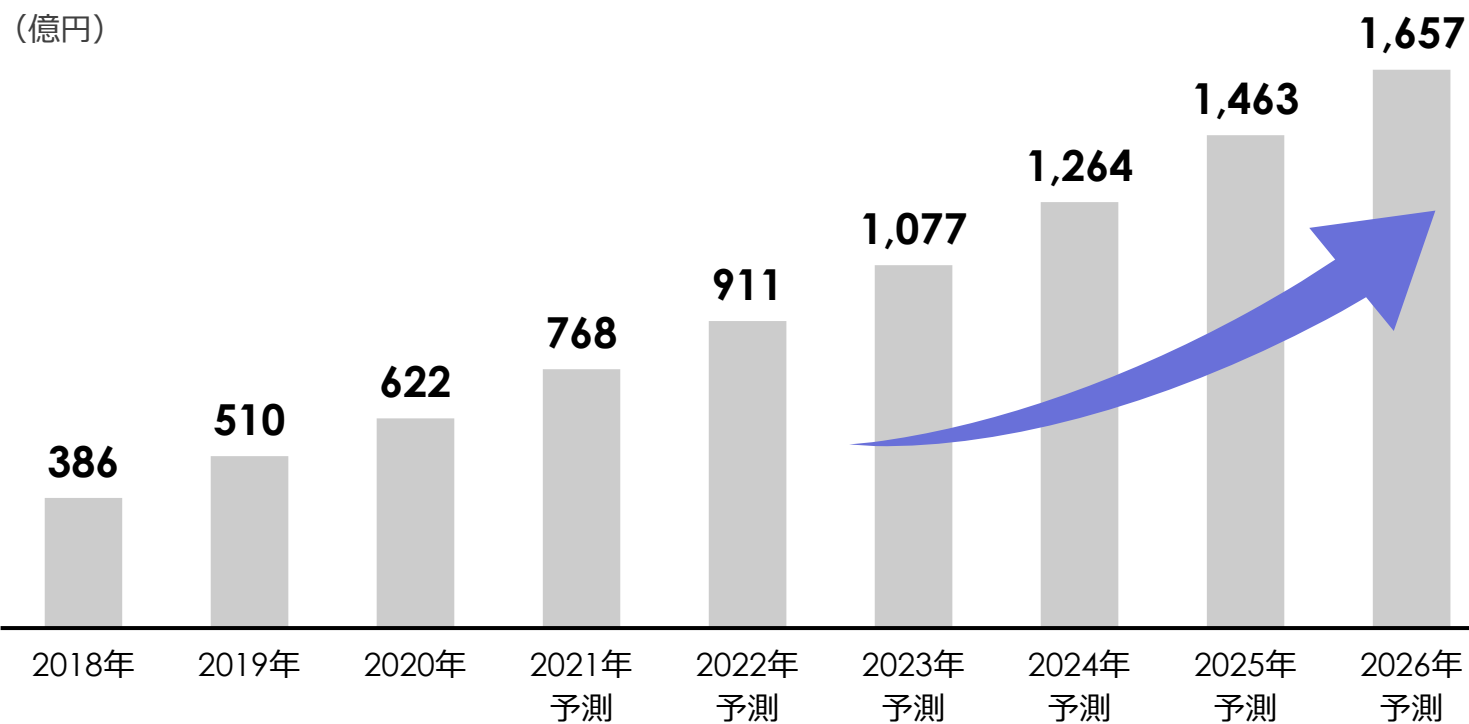
## アフィリエイト広告コンサルティング

- 「コンサルティング×Tech」で、広告効果の最大化に向けたサービスを提供



※ASP：アフィリエイト広告の配信会社であるアフィリエイト・サービス・プロバイダーの略称

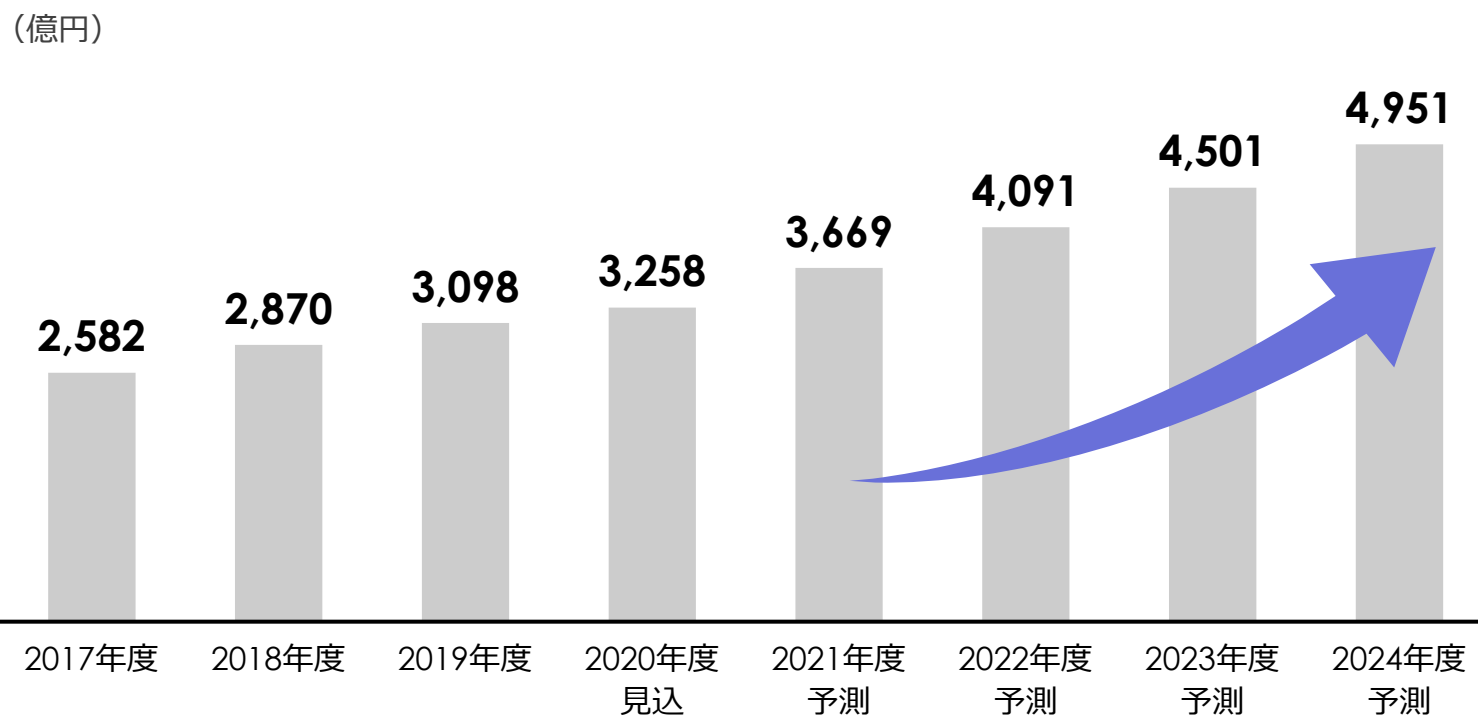
# [参考] 恋活・婚活マッチング市場規模予測



## 恋活・婚活マッチング市場

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2018-2026年」数値より図表当社作成

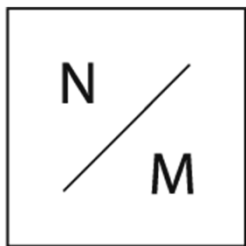
## [参考] アフィリエイト広告市場規模予測



### アフィリエイト広告市場

出典 : 矢野経済研究所『アフィリエイト市場の動向と展望(2021年)』2021年1月29日発表 数値より図表当社作成

注 : 2020年度は見込値、2021年度以降は予測値(2020年12月末現在)。アフィリエイト広告の成果報酬額、手数料、諸費用等を合算し、市場規模を算出。



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。