

NET
MARKETING
CO. LTD.

2021年6月期 第3四半期決算

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3四半期 決算概要	P 3
----	--------------------	-----

02	今後の課題と取り組み	P 13
----	------------	------

03	Appendix	P 17
----	----------	------

01



2021年6月期第3四半期
決算概要

決算ハイライト

前年同期比

NET
MARKETING
CO. LTD.

広告事業において一部案件の終了があり、全社では減収減益
2Qから3Qにかけては売上・利益ともに回復傾向

(百万円)

	2020.6 第3四半期実績	2021.6 第3四半期実績	前年同期比 (増減額)
売上高	11,313	10,238	90.5% (-1,075)
売上総利益	3,589	3,362	93.7% (-227)
粗利益率	31.7%	32.8%	
営業利益	602	341	56.6% (-261)
営業利益率	5.3%	3.3%	
経常利益	613	349	57.0% (-263)
四半期純利益	419	235	56.2% (-183)

2021年6月期第3四半期

通期業績予想と進捗

NET
MARKETING
CO. LTD.

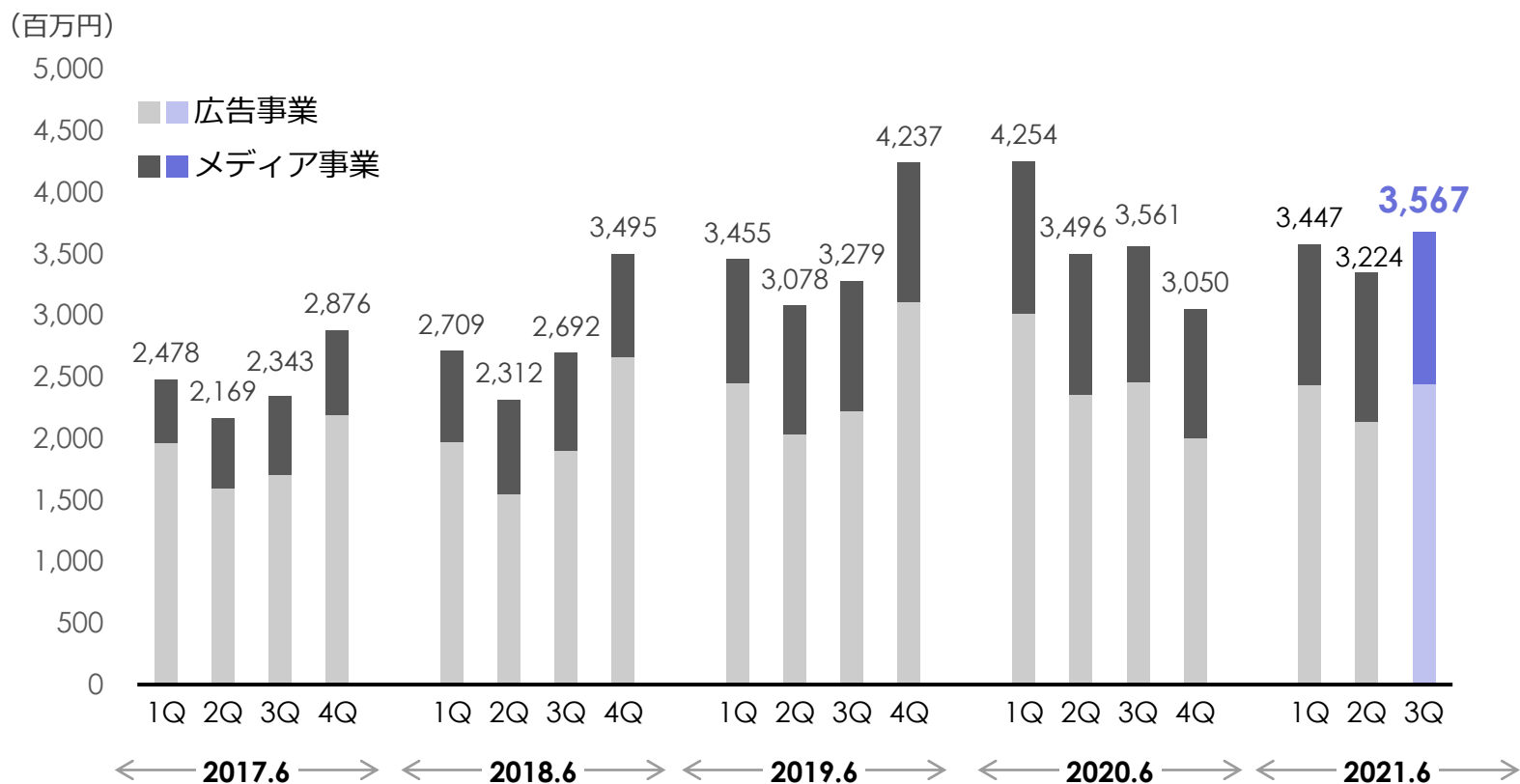
通期業績予想に対して、第3四半期までの実績は計画の範囲内で進捗

(百万円)

	2021.6 通期業績予想※	2021.6 第3四半期実績	進捗率
売上高	14,400	10,238	71.1%
営業利益	400	341	85.3%
経常利益	400	349	87.4%
四半期純利益	270	235	87.4%

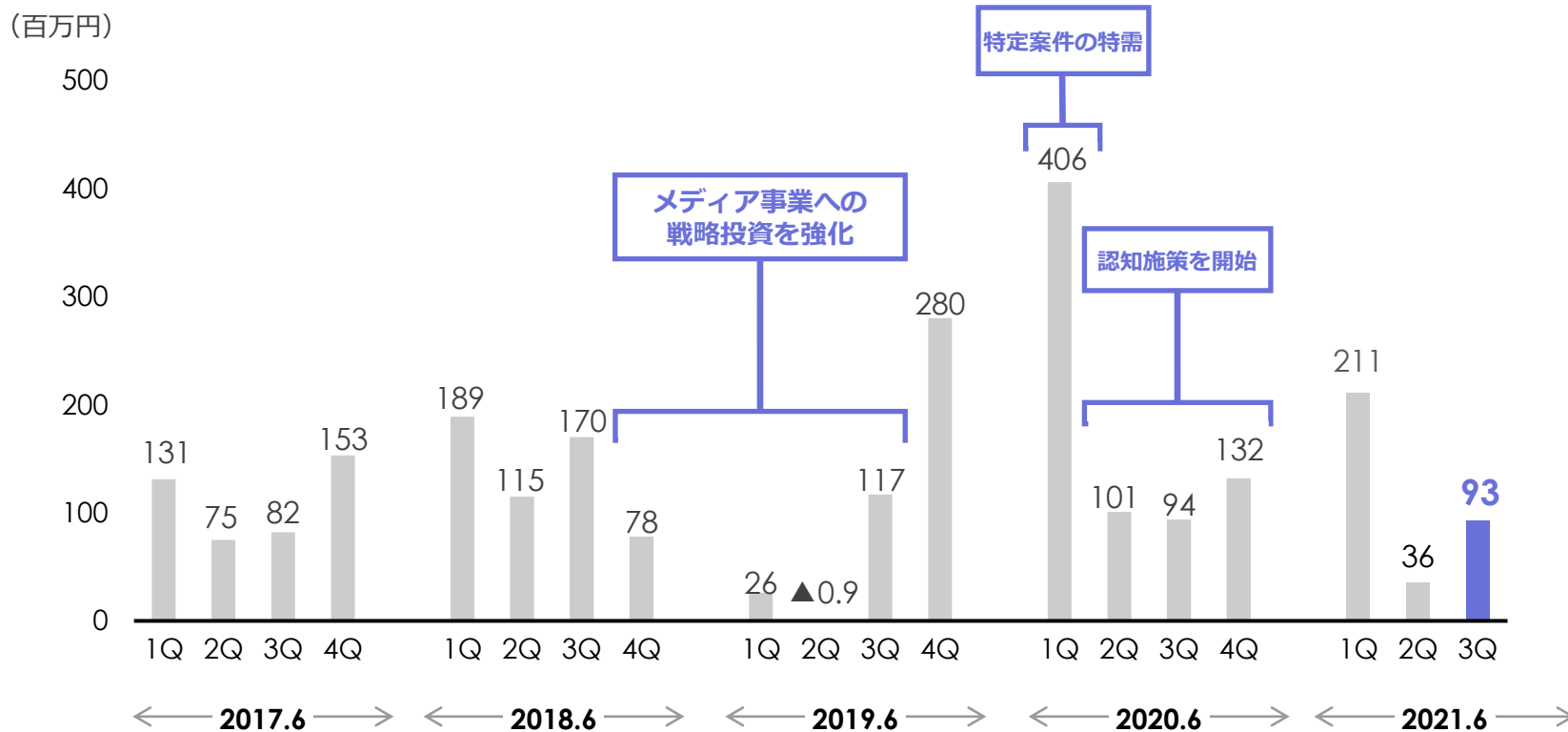
※「通期業績予想の修正に関するお知らせ」を2021年2月9日に公表しております。

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3四半期決算短信」をご確認ください。



認知施策による自然流入の増加で獲得効率が向上 前年同期に比べ増益

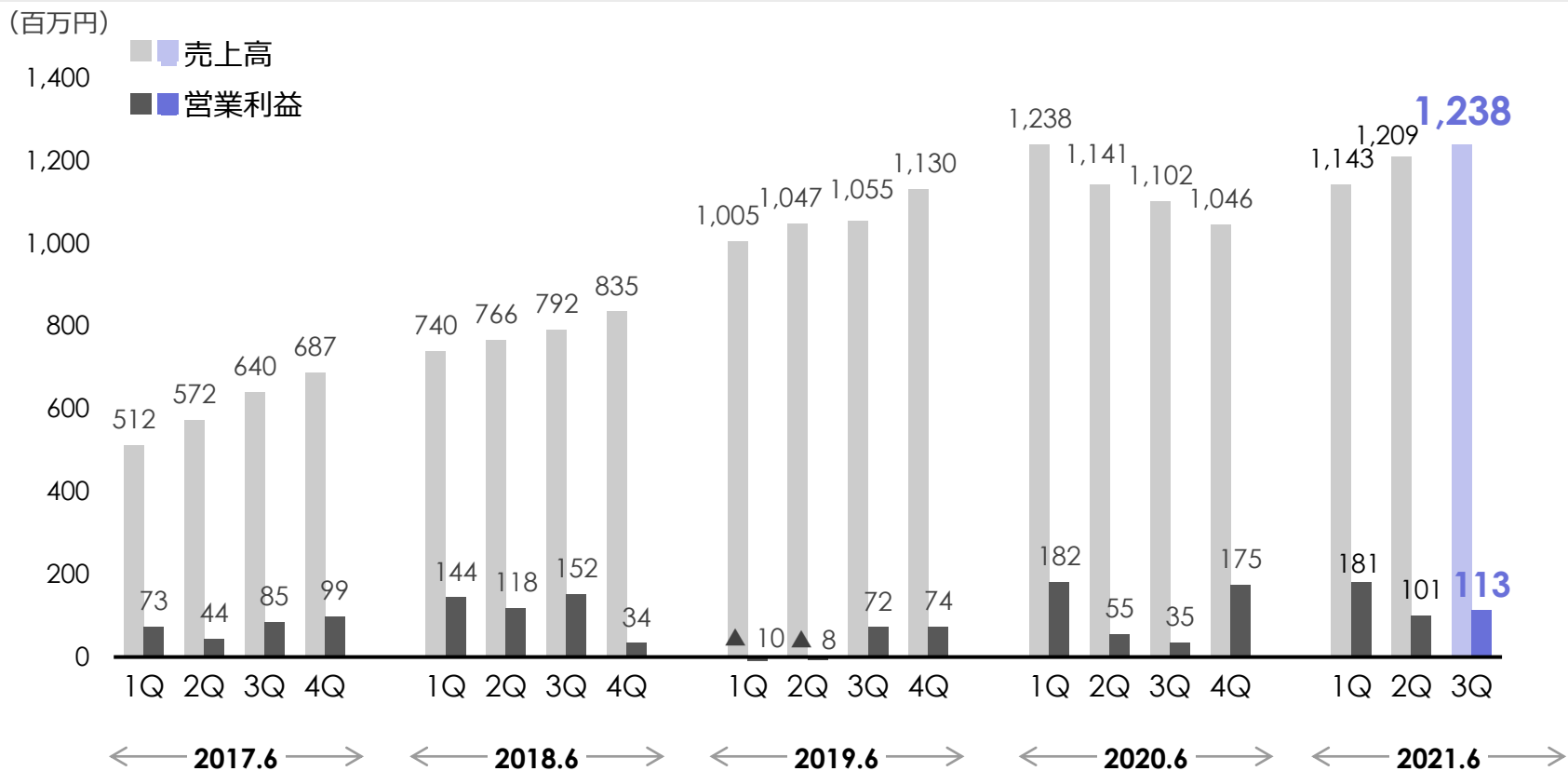
(百万円)

	2020.6 第3四半期実績	2021.6 第3四半期実績	前年同期比
売上高	3,482	3,591	103.1%
営業利益	273	396	145.1%
営業利益率	7.9%	11.0%	

※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。

メディア事業

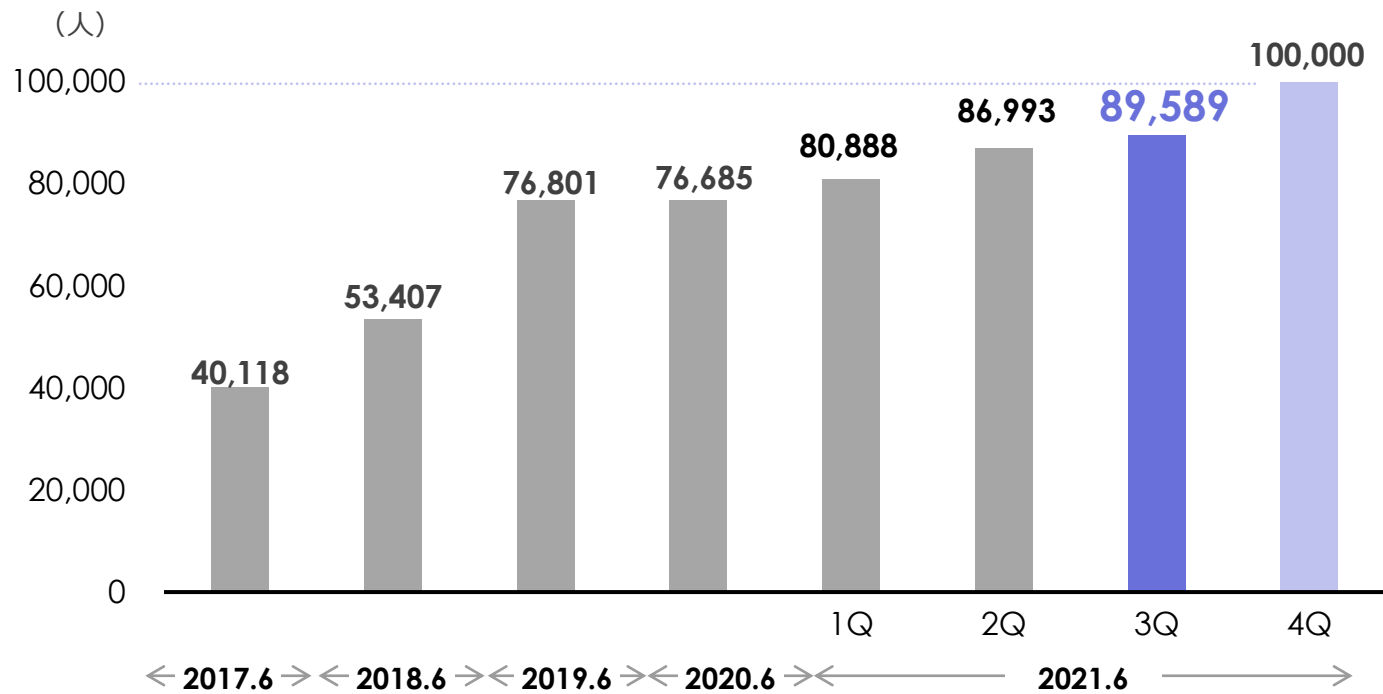
業績推移



※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。

認知施策の更なる強化により、有料会員数10万人を目指す



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）



一部案件の終了もあり、前年同期比で減収減益 一方で金融カテゴリーの案件は好調に推移

(百万円)

	2020.6 第3四半期実績	2021.6 第3四半期実績	前年同期比
売上高	8,028	7,012	87.3%
営業利益	778	429	55.2%
営業利益率	9.7%	6.1%	

※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。

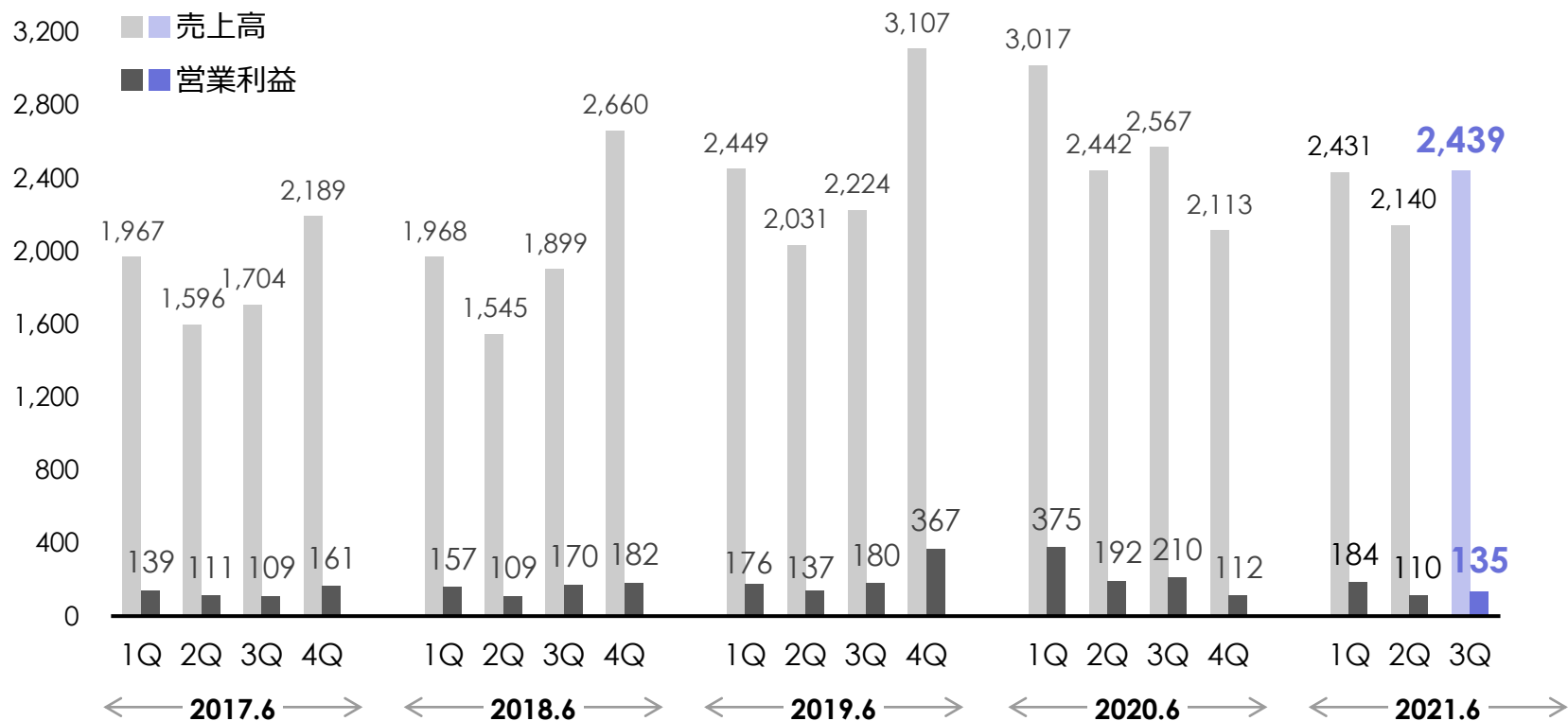
広告事業

業績推移



NET
MARKETING
CO. LTD.

(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。

※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

今後の課題と取り組み



カスタマーサクセスをより意識した取り組みを実施することにより、
会員獲得数の増加を図る

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

- 有料化率・LTVの向上

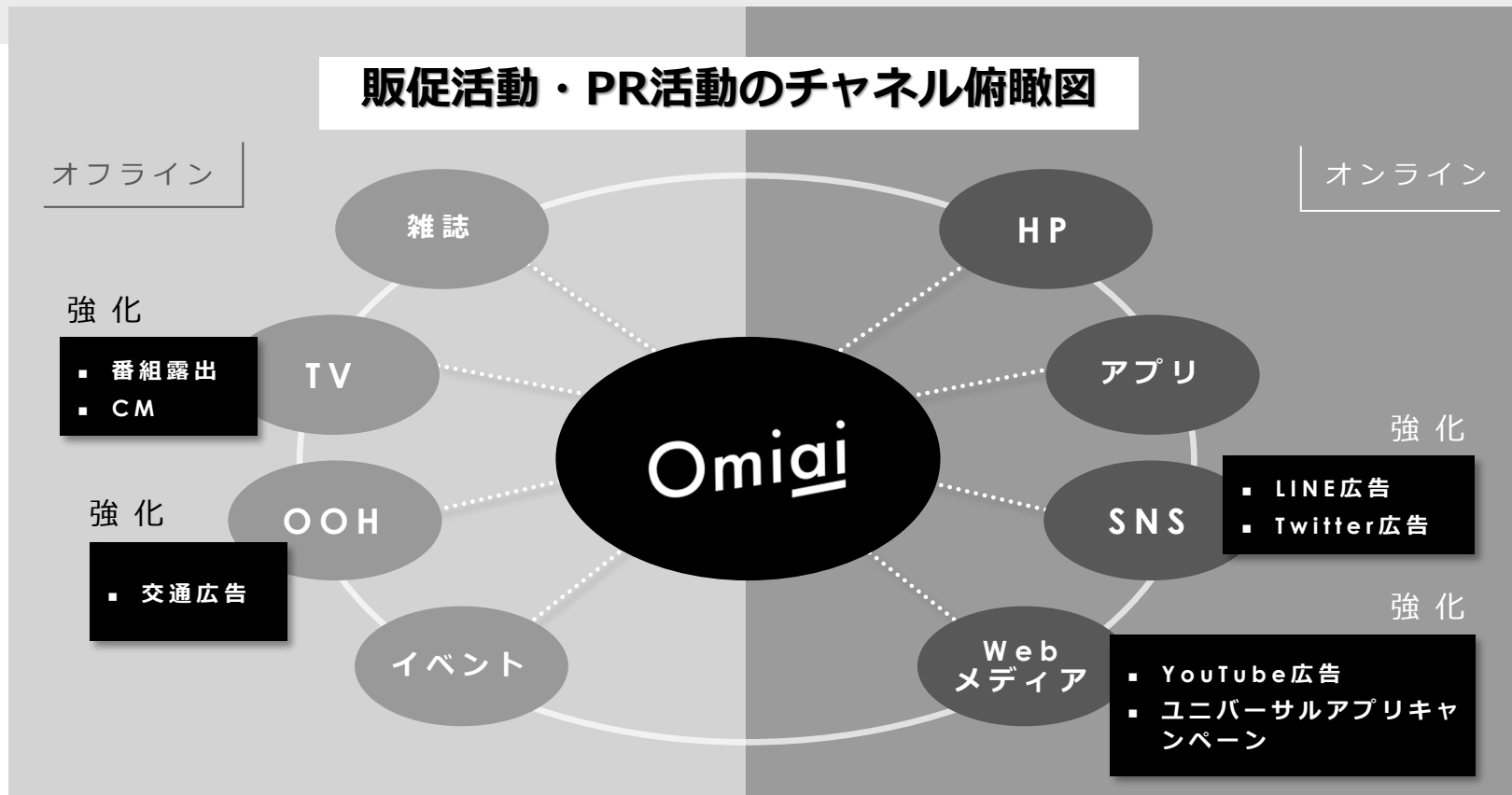


- 男女の出会いのための独自アルゴリズムの開発
- UI/UXの改良等
- CS体制強化によるサービス品質の向上

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ケーション

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

新規顧客の開拓を強化し、案件カテゴリーの拡大を図る

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

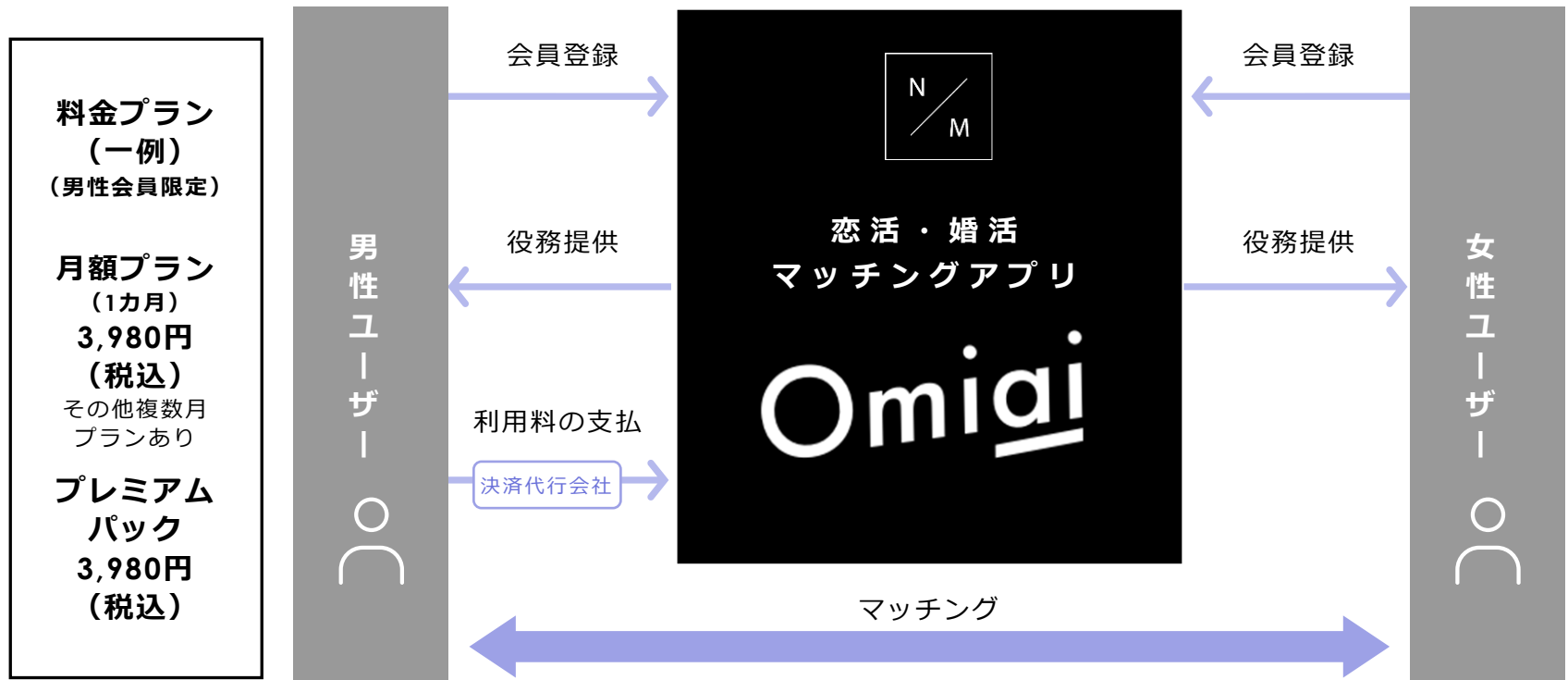


Appendix

- ビジネスモデル
- 市場規模予測

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



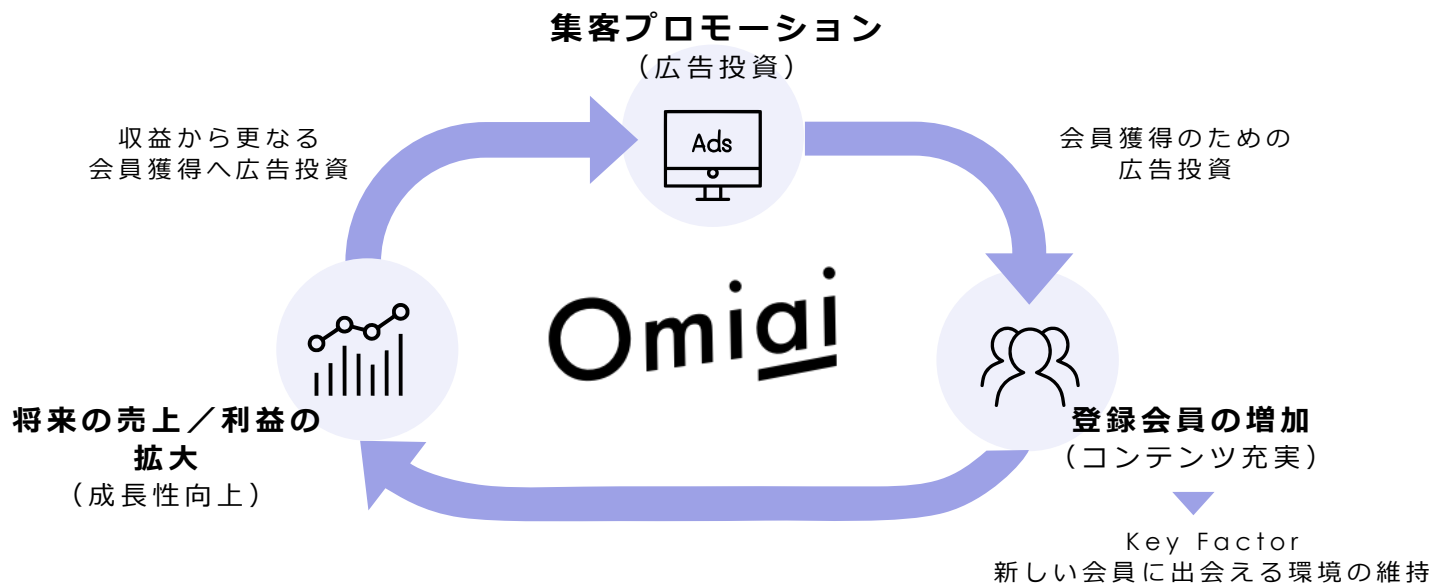
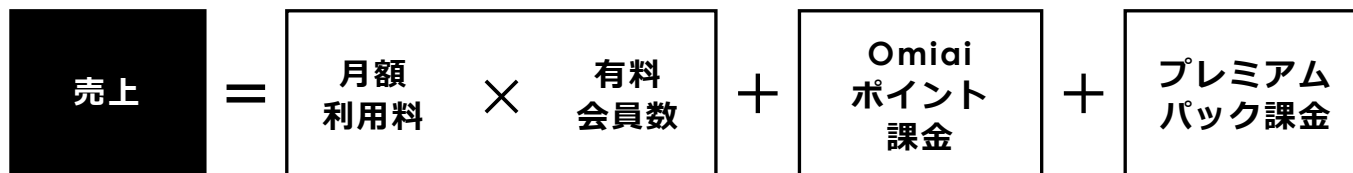
メディア事業の状況

Key Factor



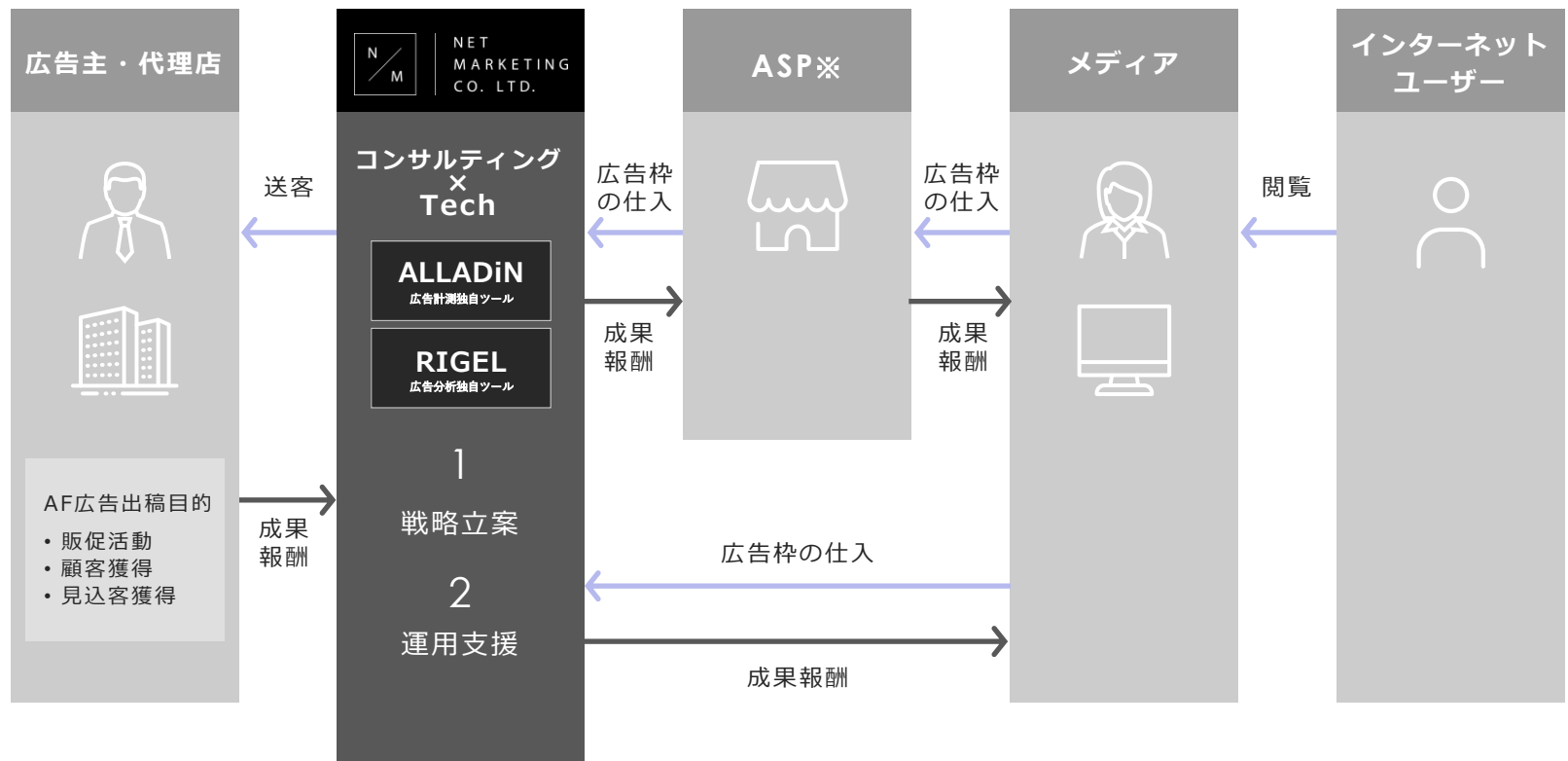
NET
MARKETING
CO. LTD.

集客の好循環を生み出すことが事業拡大の重要なカギ



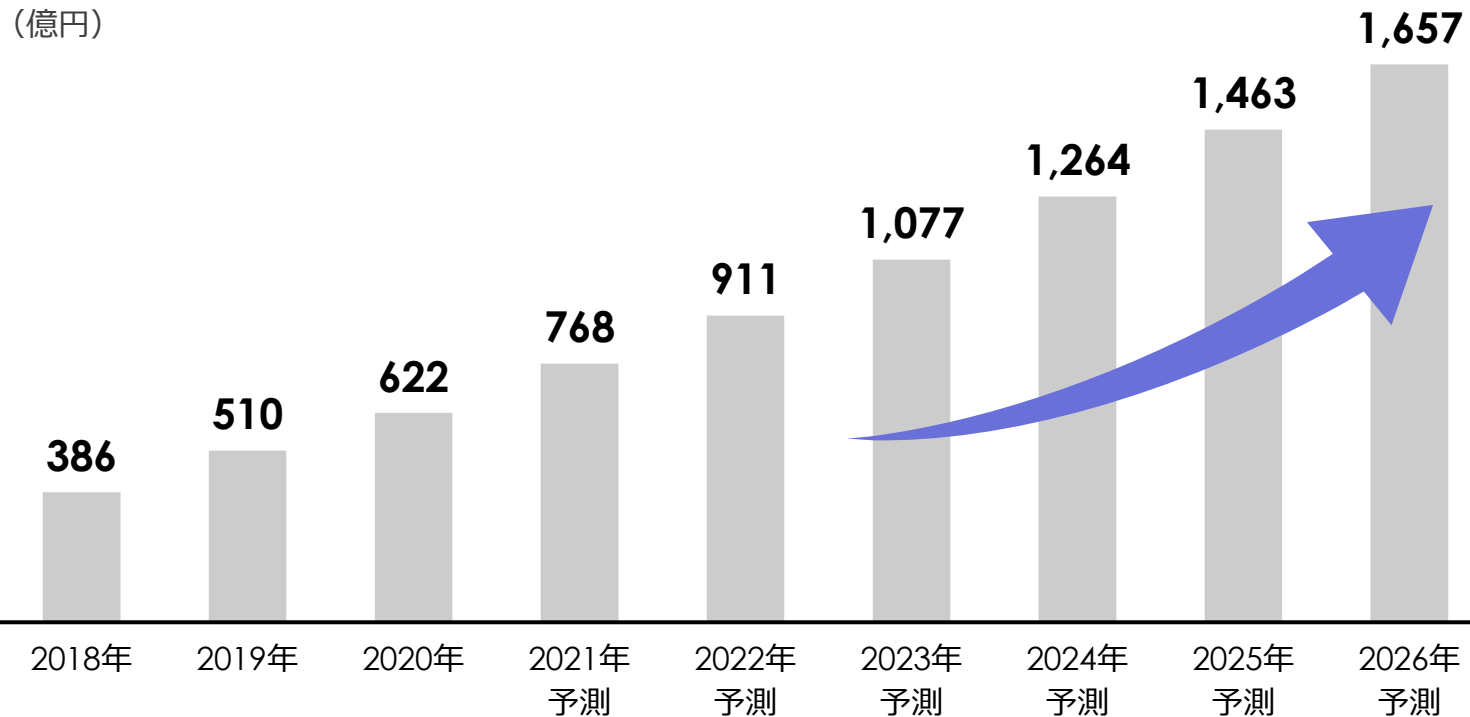
アフィリエイト広告コンサルティング

- 「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

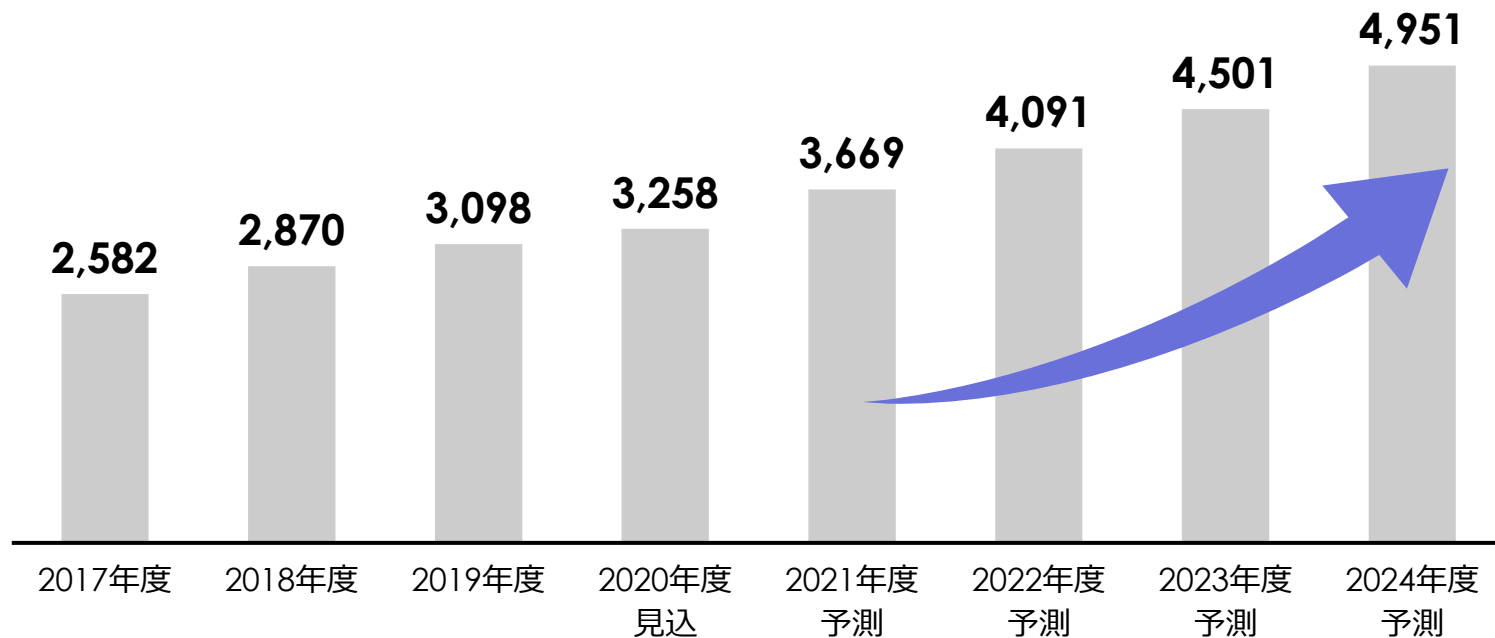


恋活・婚活マッチング市場

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

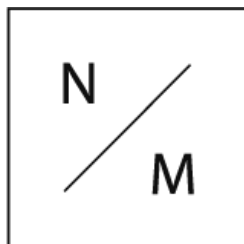
(億円)



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。