

NET
MARKETING
CO. LTD.

2022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

【将来の見通しに関して】

当資料は、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。

【当資料における売上高の表記に関して】

2022年6月期決算より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準29号）が適用されており、広告事業セグメントの売上高を総額表示から純額表示に変更しております。

当資料における広告事業売上高は、前期までの数値比較のため、一部スライドにおいて変更前の総額表示を記載いたしております。

01



2022年6月期第2四半期 決算概要

エグゼクティブサマリー

2022年6月期.2Q 全社 対前年同期比	売上高 2,592百万円 +4.7% ※	営業利益 308百万円 +24.5%
2022年6月期 業績予想 (2021年8月公表) (進捗率)	売上高 5,785百万円 (44.8%)	営業利益 500百万円 (61.6%)
メディア事業 対前年同期比	売上高 1,960百万円 -16.7%	営業利益 351百万円 +24.0%
広告事業 対前年同期比	売上高 636百万円 +13.1% ※	営業利益 306百万円 +4.3%

※「収益認識に関する会計基準」適用前の数値に直して比較計算しております。
また、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。

<その他>

- リスクマネジメント委員会を新設し、全社におけるリスクマネジメント体制の強化を実施。
- 東証新市場区分「スタンダード市場」へ移行（2022年4月～）。

<全社>

- 売上高は広告事業の寄与で前期比4.7%の増収、営業利益、経常利益はともに大幅増益、純利益は47.0%増の達成。

<業績予想の進捗状況>

- 通期業績予想に対する進捗は、売上高44.8%、営業利益61.6%と順調に推移。
- 下期も成長に向けた積極的投資を可能とする土台を確保。

<メディア事業>

- 広告出稿の計画的抑制を実行し、営業利益は24.0%の大幅増益。サービス改善を優先し一時的に停止していた出稿やプロモーションを年末より本格再開。引き続き、継続的な集客強化で再成長フェーズを目指す。

<広告事業>

- 主力であるアフィリエイト広告の金融案件が伸長し、売上高は全社の増収に大きく寄与、運用型広告も2Qに入り新規受注が好調に積み上がる。ビッグデータの細分析によるマーケティングDXにより新たな成長を目指す。

決算ハイライト

前年同期比



NET
MARKETING
CO. LTD.

売上高は前期比で4.7%の増収、営業利益24.5%、経常利益23.3%と大幅増益。
純利益においては47.0%の増益を達成。

(百万円)

	2021年6月期 第2四半期実績	2022年6月期 第2四半期実績	(従来基準※：参考)	増減率 (従来基準での増減)
	売上高	6,671	2,592	6,984
売上総利益	2,217	1,957	1,957	-11.7%
粗利益率	33.2%	75.5%	28.0%	
営業利益	247	308	308	+24.5%
営業利益率	3.7%	11.9%	4.4%	
経常利益	255	315	315	+23.3%
四半期純利益	172	253	253	+47.0%

※収益認識に関する会計基準(企業会計基準第29号)を適用しなかった場合の数値を記載しております。



通期業績予想に対する各段階利益の進捗率は60%を超え、順調に推移。
 広告事業のデータサイエンスに基づく顧客満足度向上と「Omiai」事業の
 システムセキュリティ強化など、成長に向けた投資を下期も推進。

(百万円)

	2022年6月期 通期業績予想	2022年6月期 第2四半期実績	進捗率
売上高	5,785	2,592	44.8%
営業利益	500	308	61.6%
経常利益	500	315	63.1%
当期(四半期)純利益	375	253	67.6%



「Omiai」の信頼回復と将来の成長に向けて、今期はセキュリティ強化と不正会員対策などのサービス改善にリソースを集中。

利用規約の変更、Webブラウザ版サービスの廃止、各種セキュリティ強化や不正会員抑制に向けた変更をほぼ終え、12月以降に集客プロモーションを再開。

売上減少も、広告出稿の計画的抑制で大幅増益。

今後は、ユーザー体験の向上や売上向上に努めるとともに、利益向上の体質改善を進める。

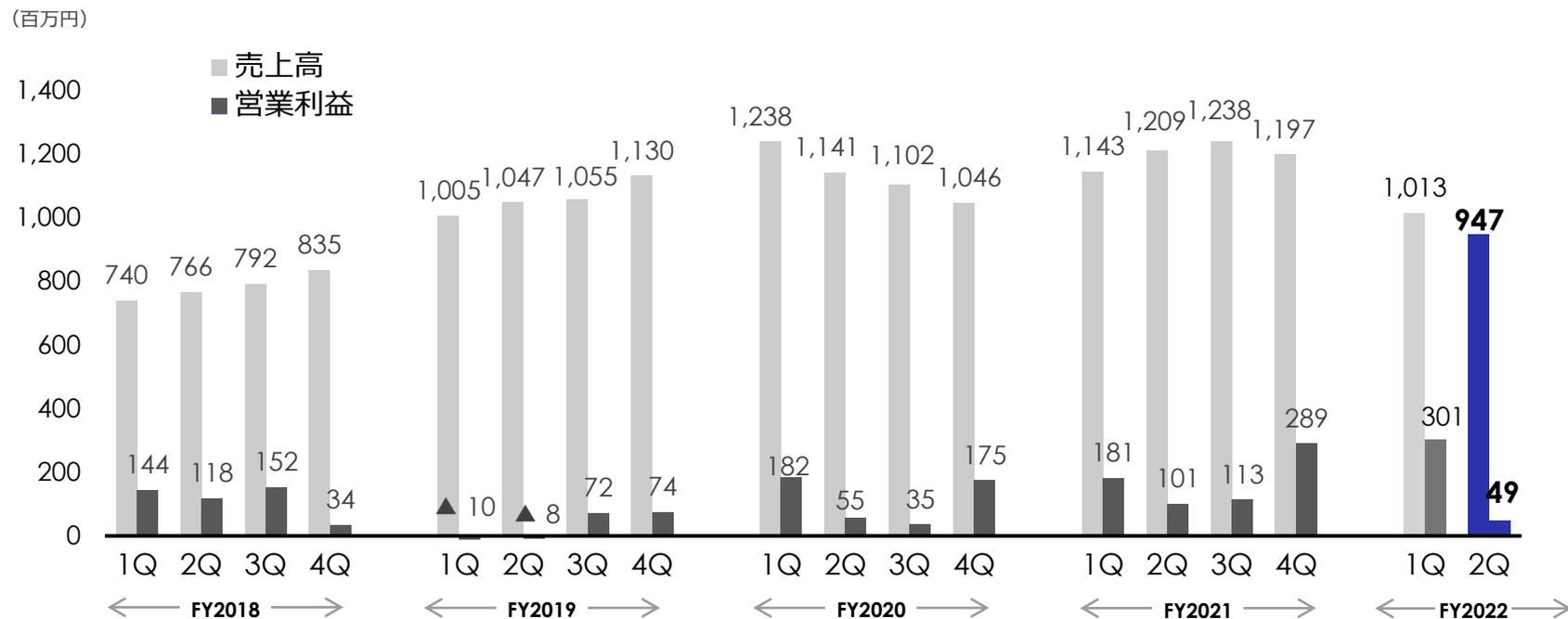
(百万円)

	2021年6月期 第2四半期実績	2022年6月期 第2四半期実績	増減率
売上高	2,353	1,960	-16.7%
営業利益	283	351	+24.0%
営業利益率	12.0%	17.9%	

※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。

セキュリティ強化とサービスの健全化に向けた積極的投資*を順調に進める 「Omiai」ブランドの信頼回復と運営体制強化を目指す。

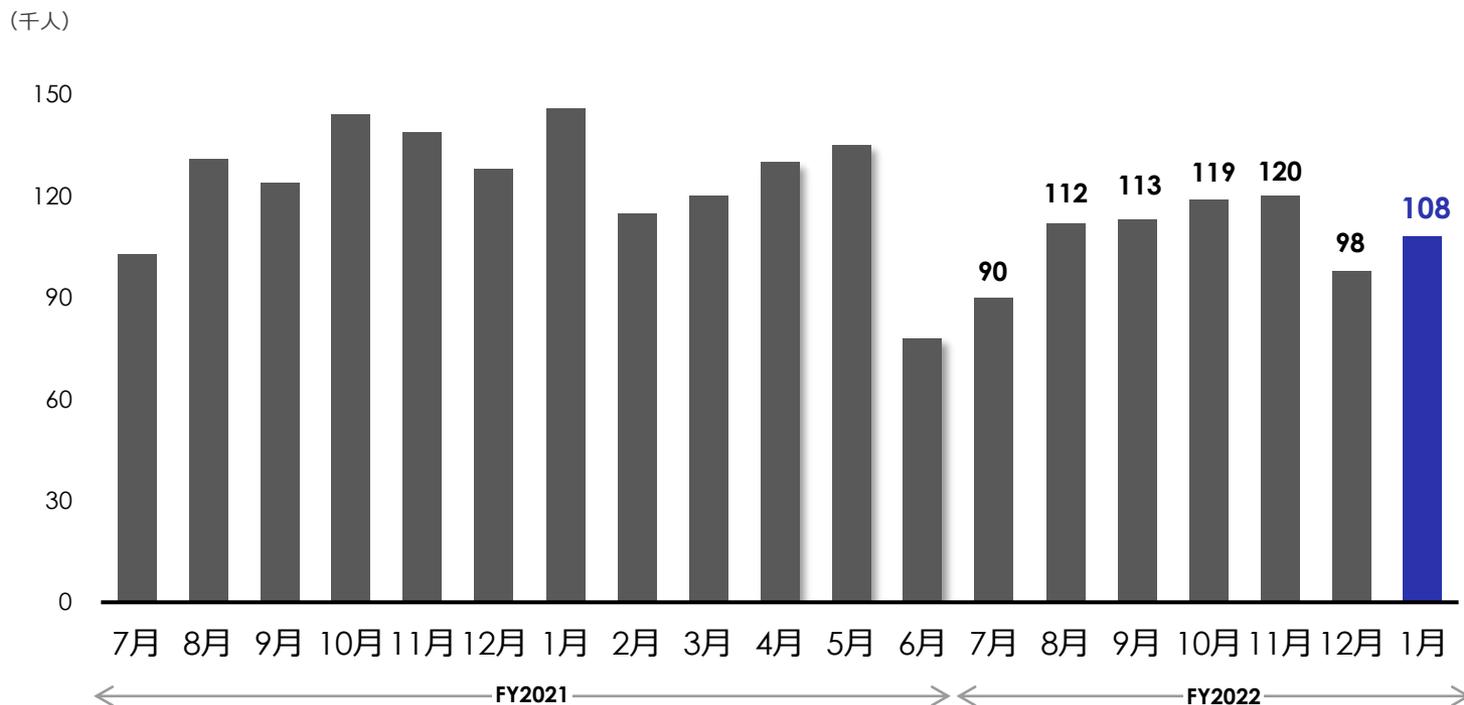
*Webブラウザ版「Omiai」の廃止、メールアドレス認証の導入、厳格な本人確認システム「Liquid eKYC」の導入（今後導入予定）、利用規約・プライバシーステートメントの改定などを実施



※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。

※FY2018は連結として決算発表しておりましたが、FY2019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」の新規会員獲得に向けた広告出稿を12月以降戦略的に集中投下。
 昨年12月末にTwitterのオリジナル動画番組とのコラボ企画による誘客キャンペーン
 の実施などにより、1月の新規会員数は回復傾向へ。
 本年3月には、累計会員数800万人の大台を達成予定。



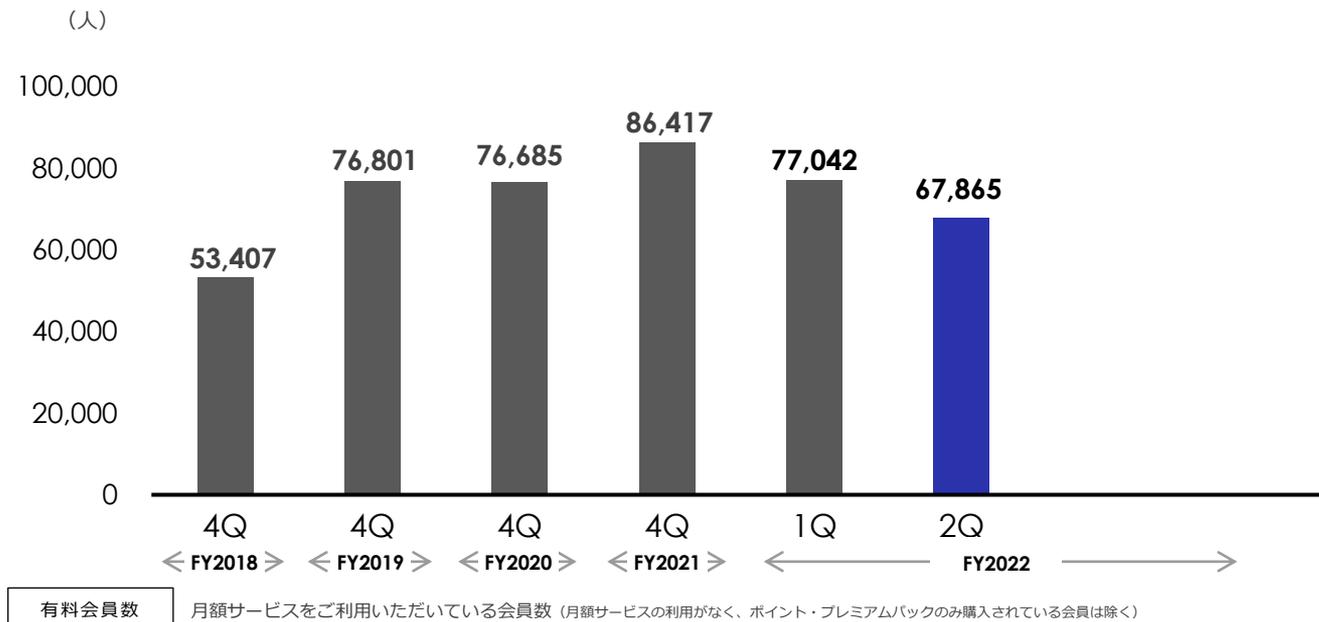
メディア事業

有料会員数（進捗）



NET
MARKETING
CO. LTD.

「Omiai」の信頼回復と将来の成長に向けて、今期はセキュリティ強化と不正会員対策などのサービス改善にリソースを集中したため、有料会員数は1Qに比べ11.9%減少。
 年末年始に集客プロモーションを再開、さらに最大6,000円の会員プラン料金大型割引キャンペーンを実施し、20代ユーザーの誘引を図る。
 今後は、データマーケティングを強化し、利益向上に向けた価格体系の見直しを来期に向け検討。





アフィリエイト広告においては、FXや暗号資産などの金融事業を取り扱う企業案件が伸長し、売上高（※従来基準）が13.1%増と、全社増収に大きく寄与。
ビッグデータの細分析による新規マーケティング施策の導入により新たな成長を目指す。

(百万円)

	2021年6月期 第2四半期実績	2022年6月期 第2四半期実績	(従来基準※：参考)	増減率 (従来基準での増減)
売上高	4,572	636	5,170	+13.1%
営業利益	294	306	306	+4.3%
営業利益率	6.4%	48.2%	5.9%	

※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。

※収益認識に関する会計基準(企業会計基準第29号)適用前の数値を記載しております。

広告事業（総額表示）

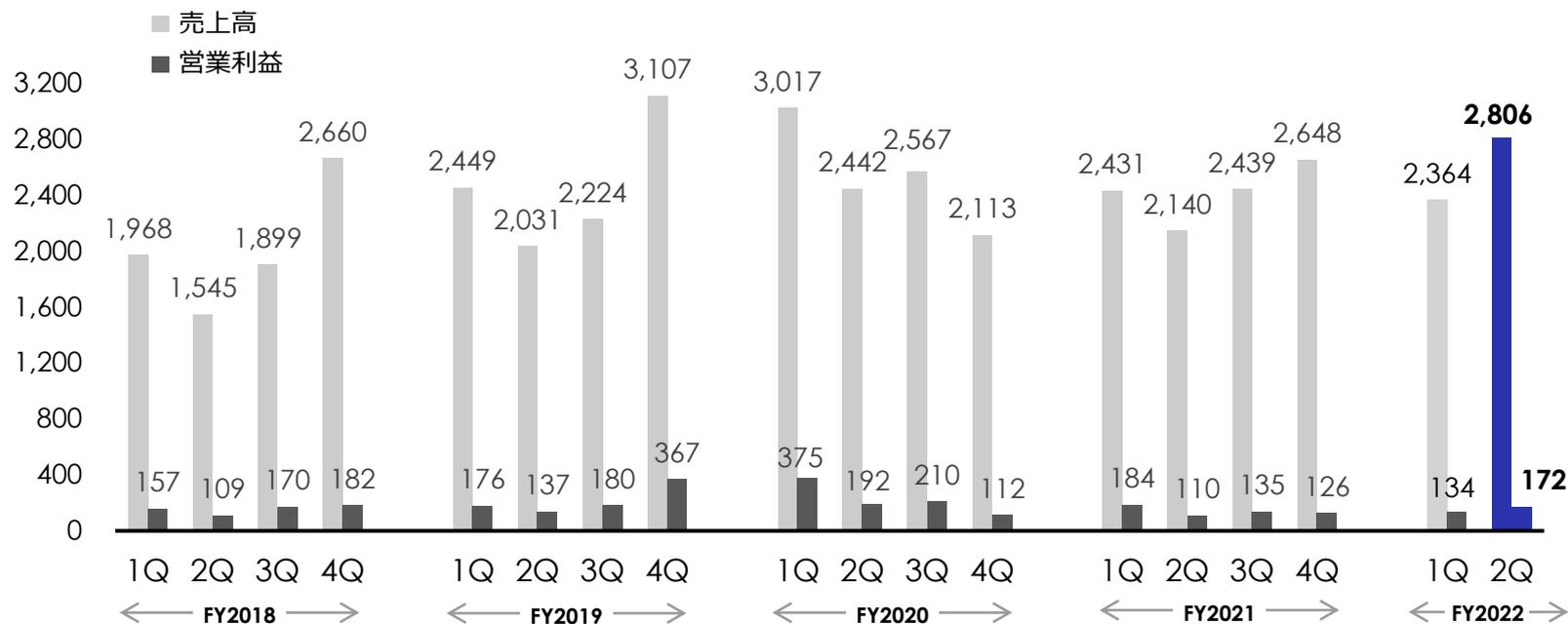
業績推移



NET
MARKETING
CO. LTD.

アフィリエイト広告においてはFXや暗号資産などの企業案件、
運用型広告においてはコロナ禍におけるステイホーム案件が伸長し、増収増益へ。
下期も新規受注の積み上げに注力。

(百万円)



※当事業年度より、新収益認識基準の適用により売上高は純額表示にて計上しておりますが、過去実績と比較しやすいよう本グラフについては総額表示で記載しております。

※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。

※FY2018は連結として決算発表しておりましたが、FY2019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

- **サービス改善：「Omiai」の信頼回復と将来の成長に向けたセキュリティ強化と不正会員対策**
⇒利用規約変更、ブラウザ版サービス廃止、個人情報保護法改正への対応、Liquid eKYCを今後導入予定、会員情報保管期間変更を予定
⇒不正会員対策を実施、ユーザー体験の向上や安心安全の強化
- **集客プロモーションを再開**
⇒「Omiai」年末年始割引キャンペーンや、Twitterのオリジナル動画番組とのスペシャルコラボ企画。
- **顧客満足度向上に向けた研究**
⇒ユーザーのビッグデータにもとづき、今後のあるべきサービス体系を検討
- **売上・利益向上に向けた研究**
⇒大規模市場調査、ビッグデータ分析による「Omiai」の課題と今後の方向性の検討（ブランド、価格、プロダクト）

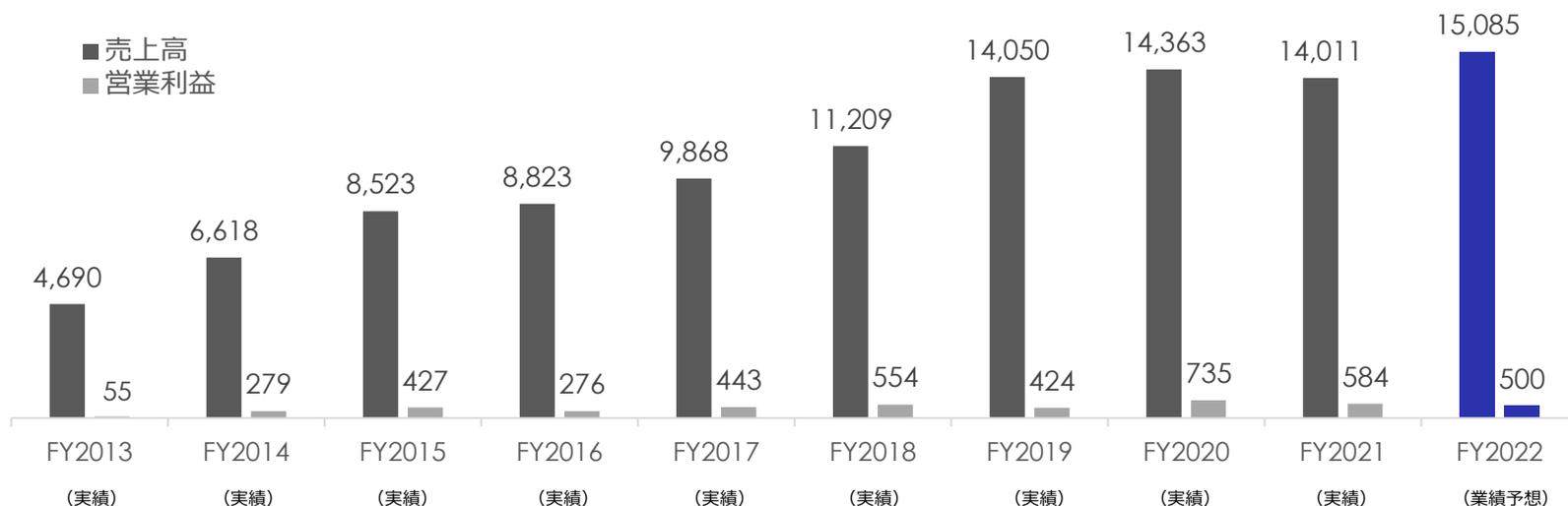
広告事業

- **アフィリエイト広告：FXや暗号資産などの金融事業を取り扱う企業案件を中心とした新規受注の積み上げ。**
- **運用型広告：広告制作における動画を活用したクリエイティブ強化などで受注拡大を目指す。**
- **ビッグデータの細分析による新規マーケティング施策の導入など、事業領域の拡大に向けた基盤を整備。**

2022年6月期 業績推移と業績予想

**FY2022は、前期比で売上高107.7%（※従来基準）、営業利益85.6%の通期業績予想。
全社的に事業運営体制の見直しと、利益重視の構造改革に積極的に取り組む。
今期を、FY2023以降の事業成長を目指す足がかりの年と位置付ける。**

(単位：百万円)

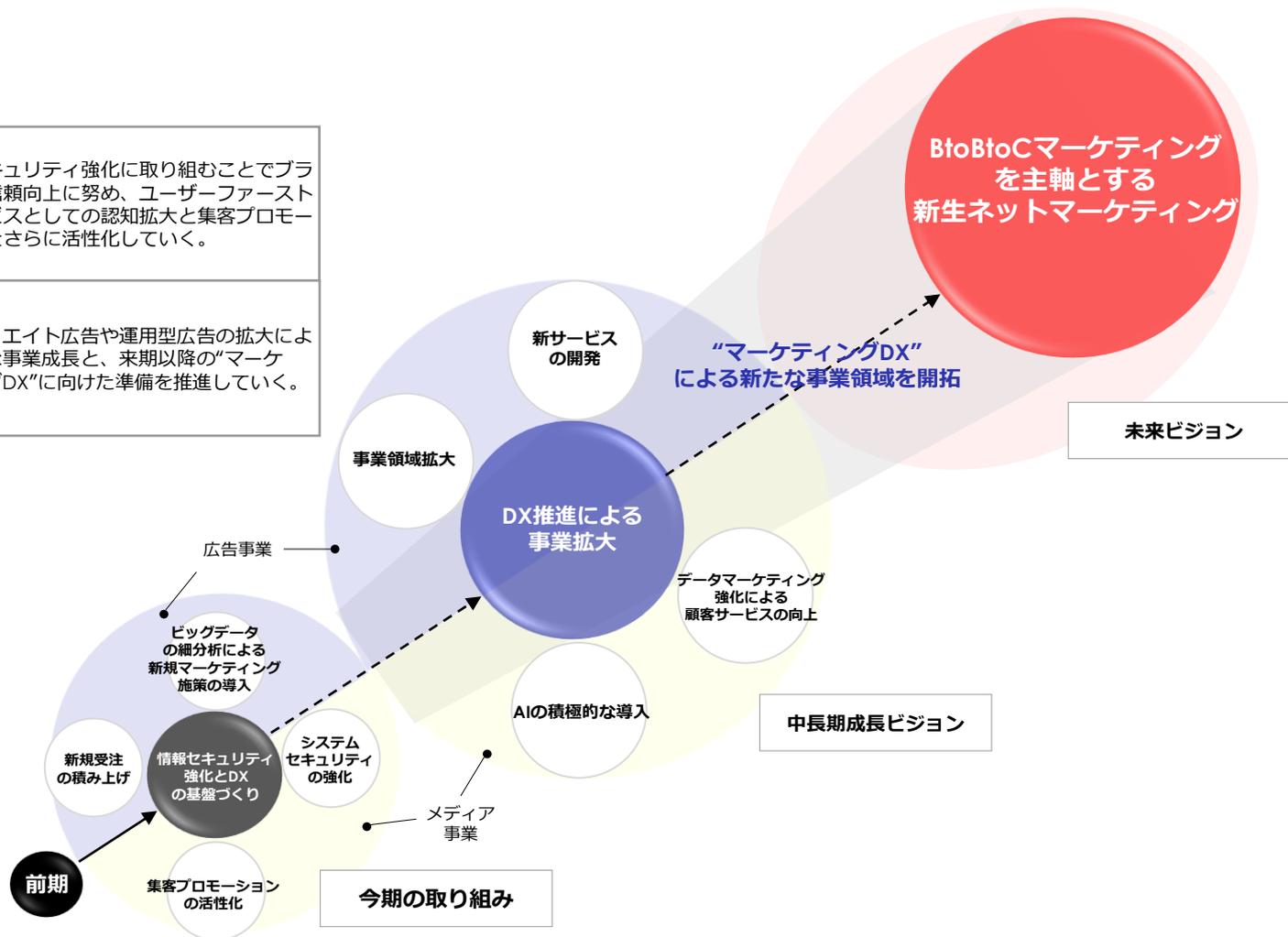


※FY2017、FY2018は連結として決算発表しておりましたが、FY2019より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。
なお、FY2013～FY2016については、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づき、EY新日本有限責任監査法人により監査を受けた数値を掲載しております。

今後の成長イメージ

今期の位置付け

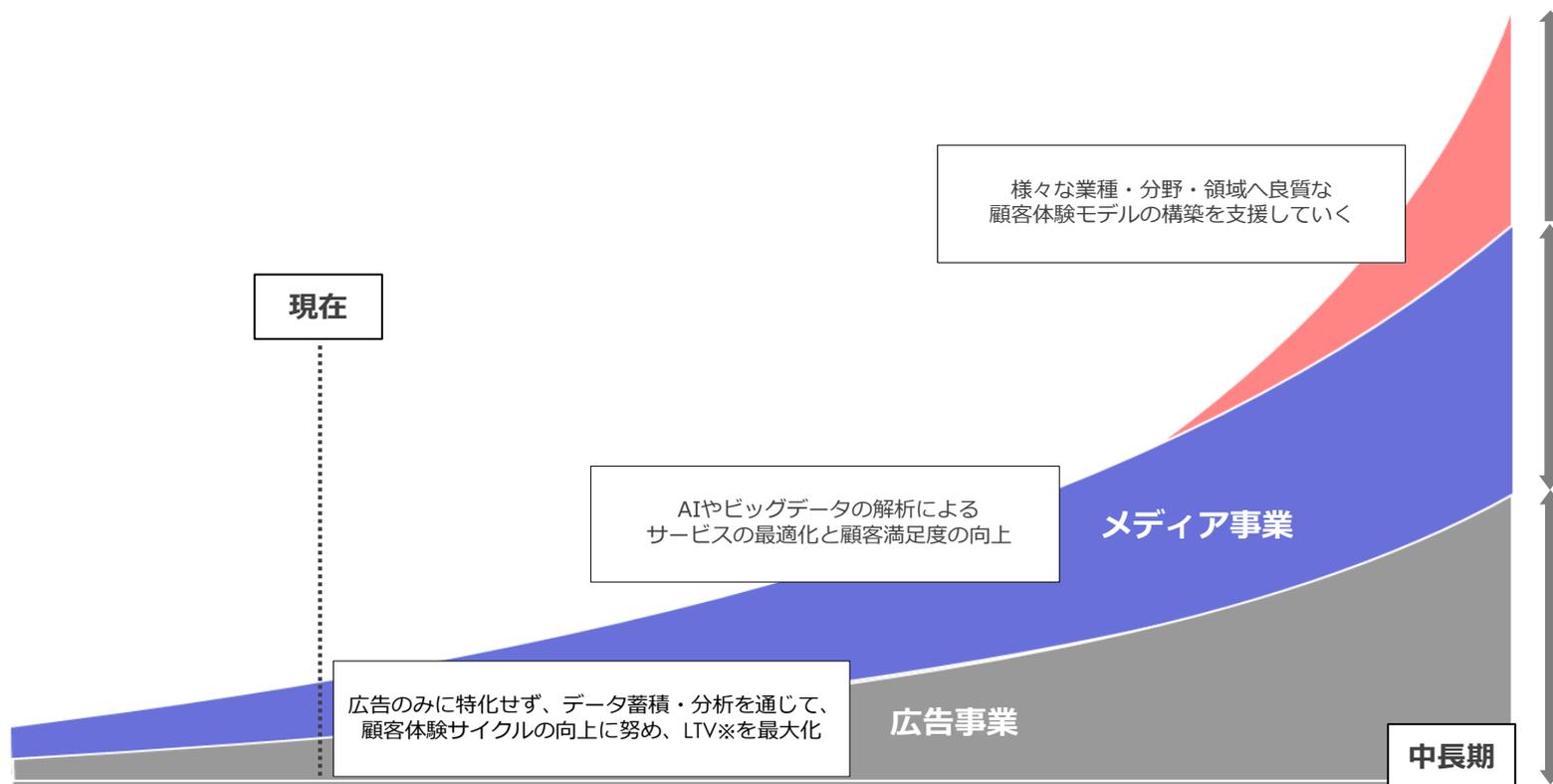
メディア事業	情報セキュリティ強化に取り組むことでブランドの信頼向上に努め、ユーザーファーストなサービスとしての認知拡大と集客プロモーションをさらに活性化していく。
広告事業	アフィリエイト広告や運用型広告の拡大による堅実な事業成長と、来期以降の“マーケティングDX”に向けた準備を推進していく。



DXの今後の成長の考え方

マーケティングDXの実現により、新たな事業領域への拡大を目指す。

BtoBtoCマーケティング
を主軸とする
新生ネットマーケティング

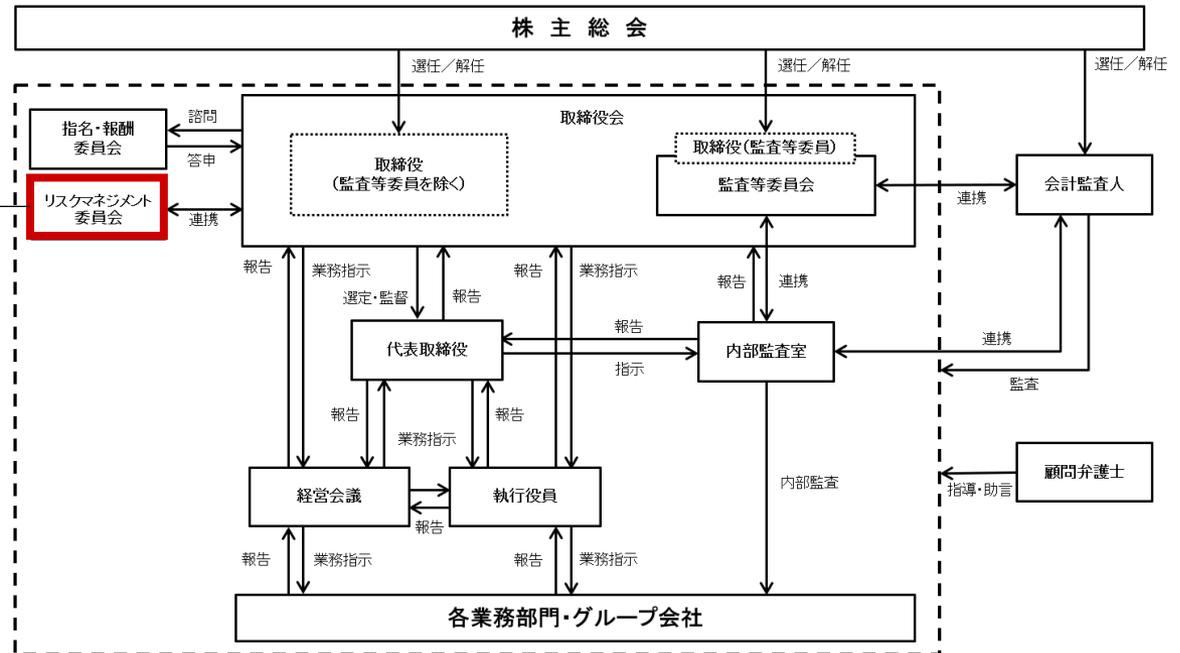


※エル・ティール・ブイと読む。「Life Time Value」の略語。ある顧客から生涯に渡って得られる利益のことを示す。

「リスクマネジメント委員会」の新設

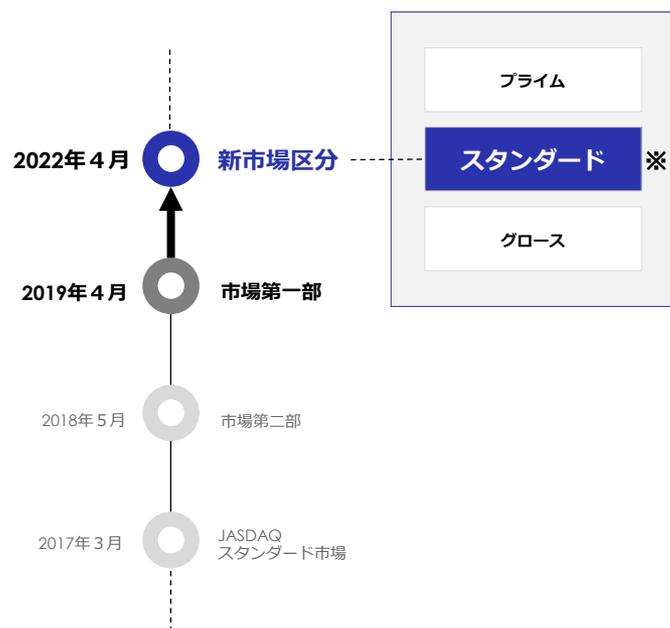
代表取締役社長を委員長とする「リスクマネジメント委員会」を新設し、情報セキュリティやコンプライアンスなど、**全社におけるリスクマネジメント体制の強化を実施。**

- 設置日：
2021年12月
- 構成メンバー：
常勤取締役（監査等委員を除く）
外部専門家



東証新市場区分「スタンダード市場」へ移行

東証市場再編により「スタンダード市場」へ移行（2022年4月より）



当社は、市場第一部へ上場しておりますが、東証市場再編に伴い、「スタンダード市場」へ移行いたします。

今後は、より高い流動性とガバナンス水準を備えたプライム市場への適合条件を満たすべく、中長期的な企業価値向上に取り組んでまいります。

※スタンダード市場
一定の時価総額を持ち、上場企業としての基本的なガバナンス水準を備えた企業が上場する市場です。持続的な成長と中長期的な企業価値の向上が期待されます。

アフィリエイト広告

ユーザーが広告をクリックし、広告主のサイトで商品購入や会員登録などの成果が発生した際、その成果に対して報酬をお支払いするインターネット広告手法。成果報酬型広告と同義。

運用型広告

FacebookやTwitter、InstagramをはじめとしたSNSにおいて展開する広告手法。拡張性の高いSNSならではの特性を活かした効果的なWEBマーケティング手法として注目されている。

eKYC

イー・ケー・ワイ・シーと読む。「electronic Know Your Customer」の略語。オンラインでの電子的な本人確認を行うための仕組みのこと。

DX

デジタルトランスフォーメーションと読む。「Digital Transformation」の略語。デジタル技術を用いることで生活やビジネスを良いものへと変容させていくこと。

LTV

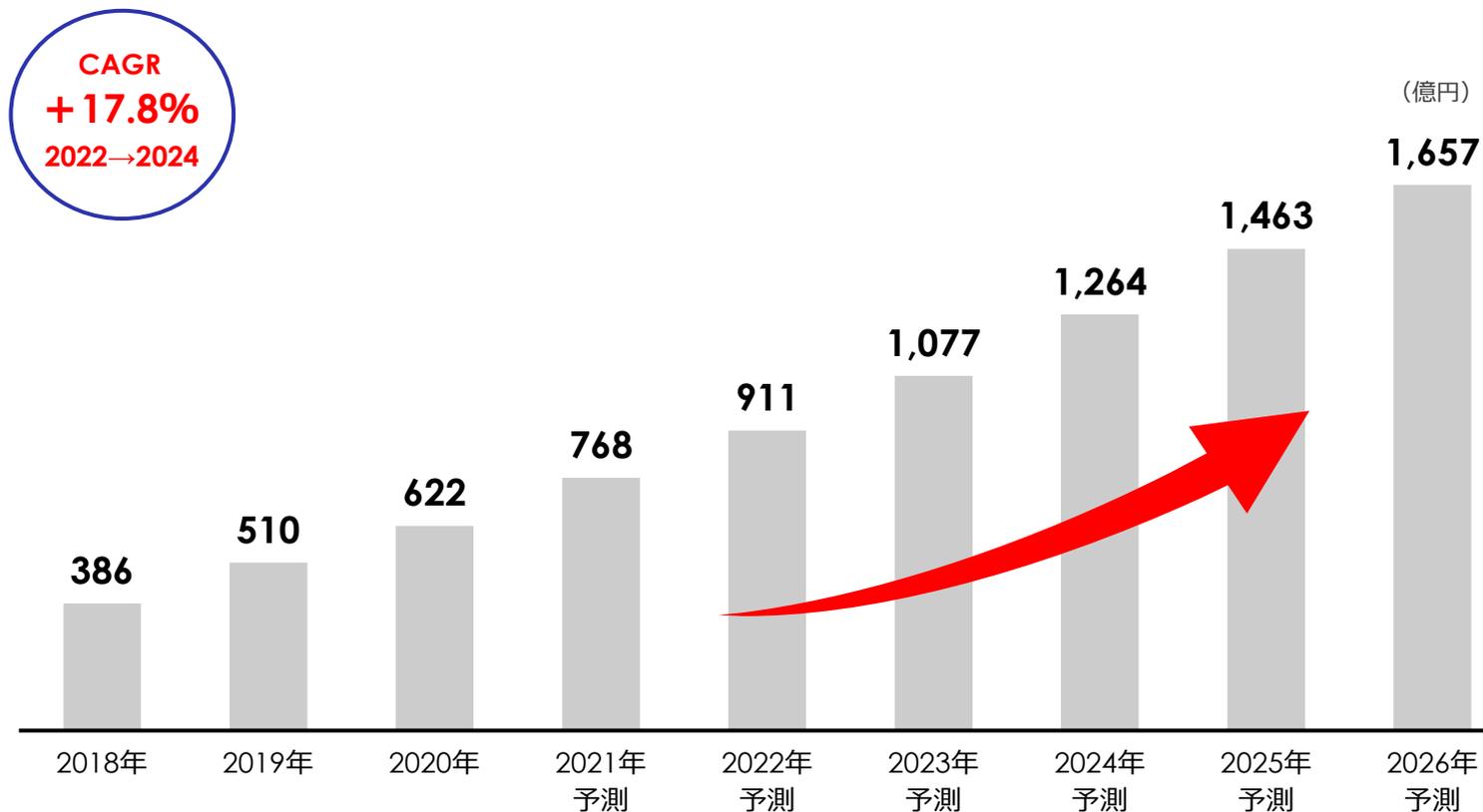
エル・ティー・ブイと読む。「Life Time Value」の略語。ある顧客から生涯に渡って得られる利益のことを示す（顧客生涯価値）。

02



参考資料

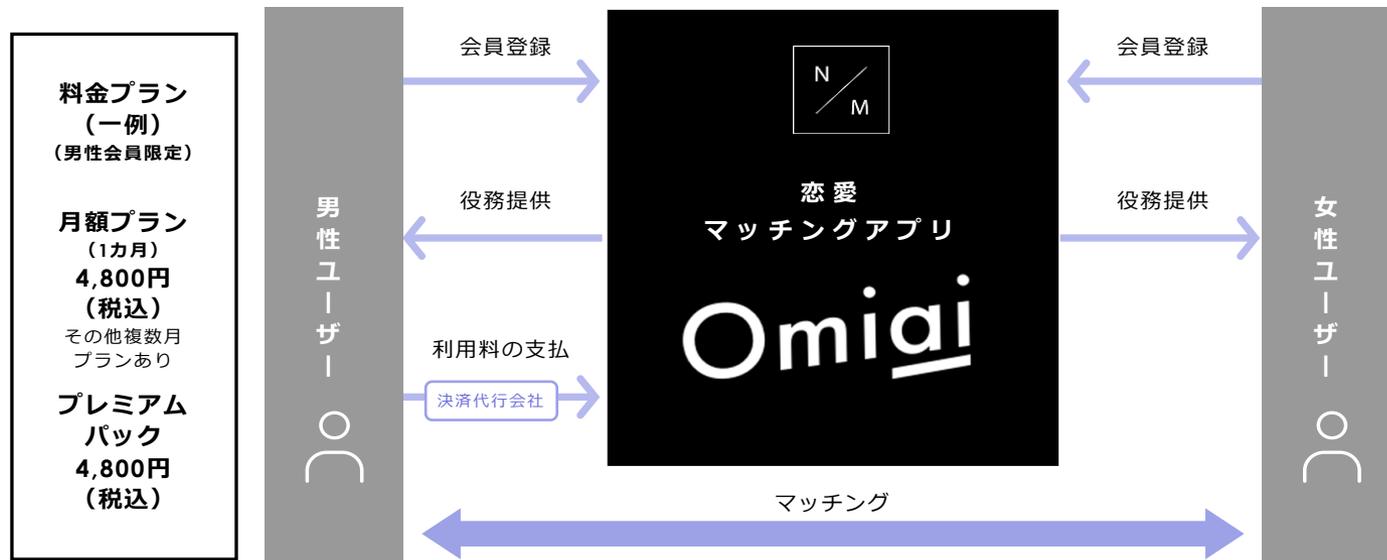
- ・ 各事業の市場規模予測
- ・ 各事業のビジネスモデル



恋活・婚活マッチング市場

出典：株式会社タップル/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。

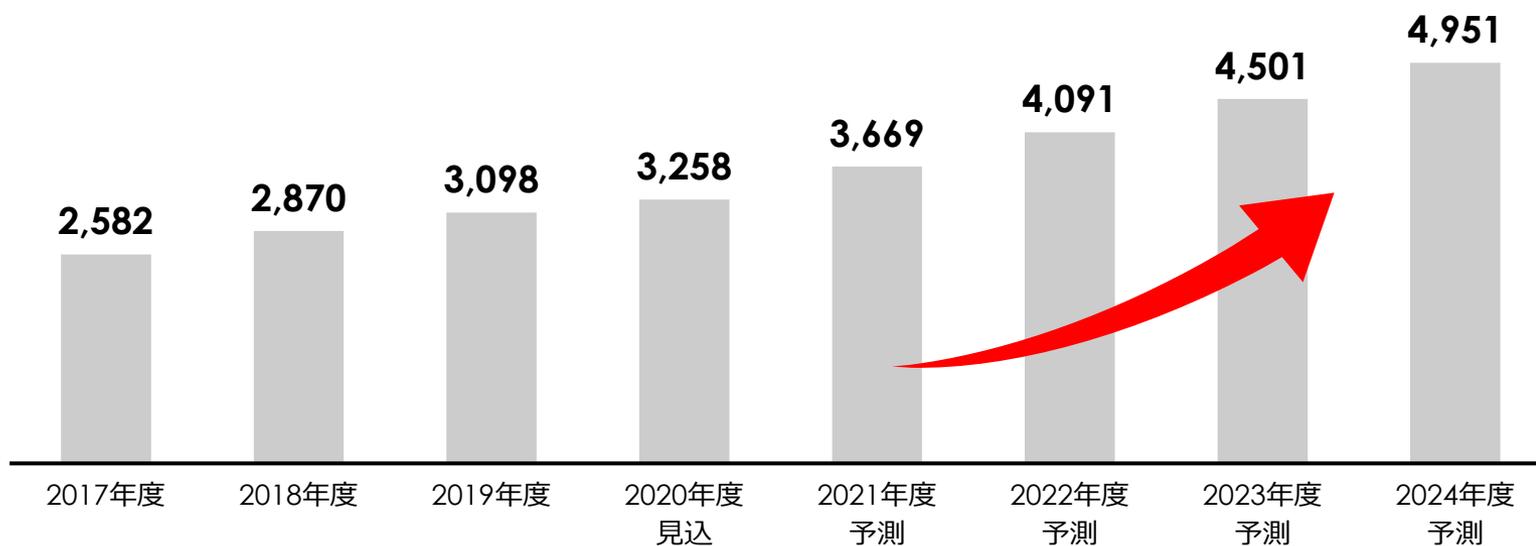
恋愛マッチングアプリ「Omiai」





CAGR
+10.0%
2022→2024

(億円)



アフィリエイト広告市場

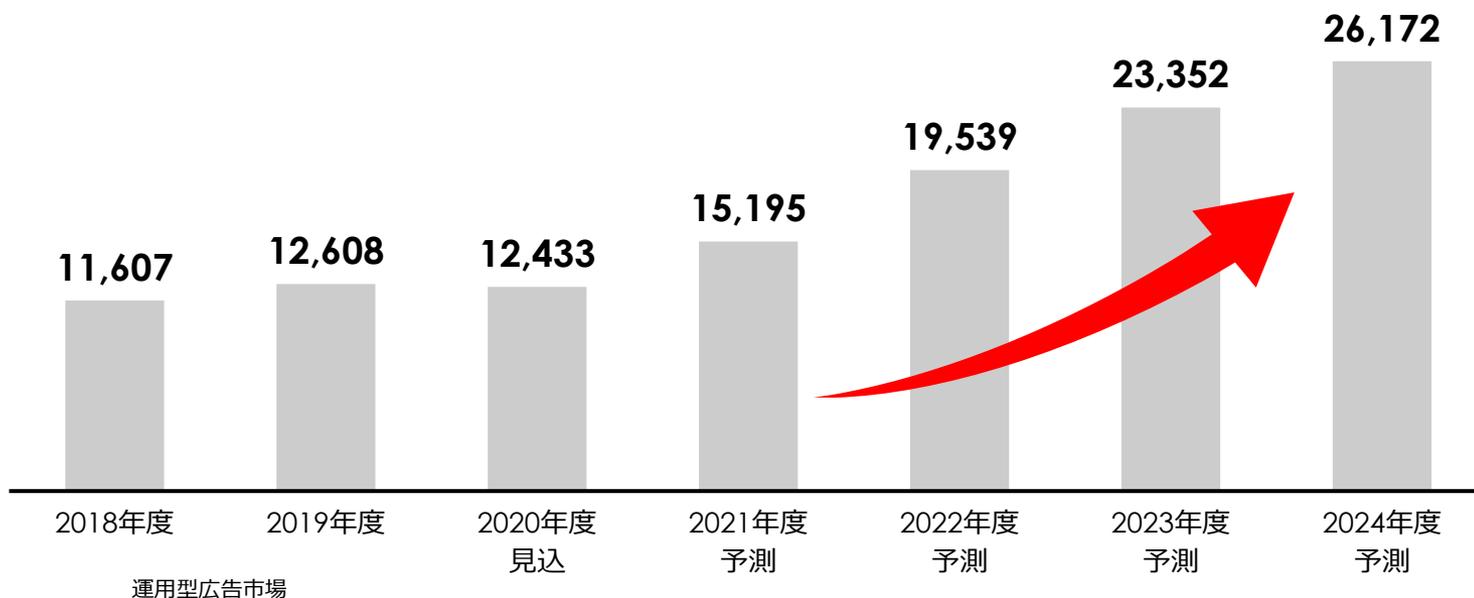
出典：矢野経済研究所『アフィリエイト市場の動向と展望（2021年）』2021年1月29日発表 数値より図表当社作成。

注：2020年度は見込値、2021年度以降は予測値。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。



CAGR
+15.7%
2022→2024

(億円)

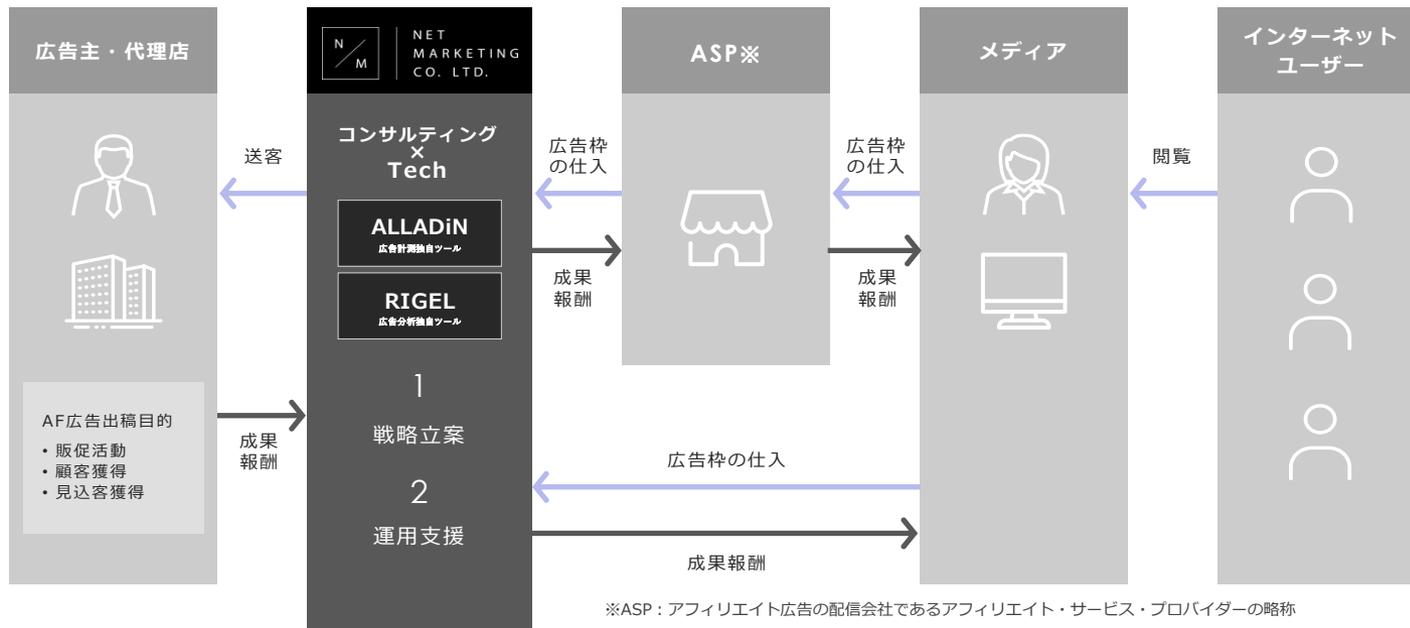


出典 : ミック経済研究所『ネット広告&Webソリューション市場の現状と展望 (2020年)』2020年9月18日発表 数値より図表当社作成。

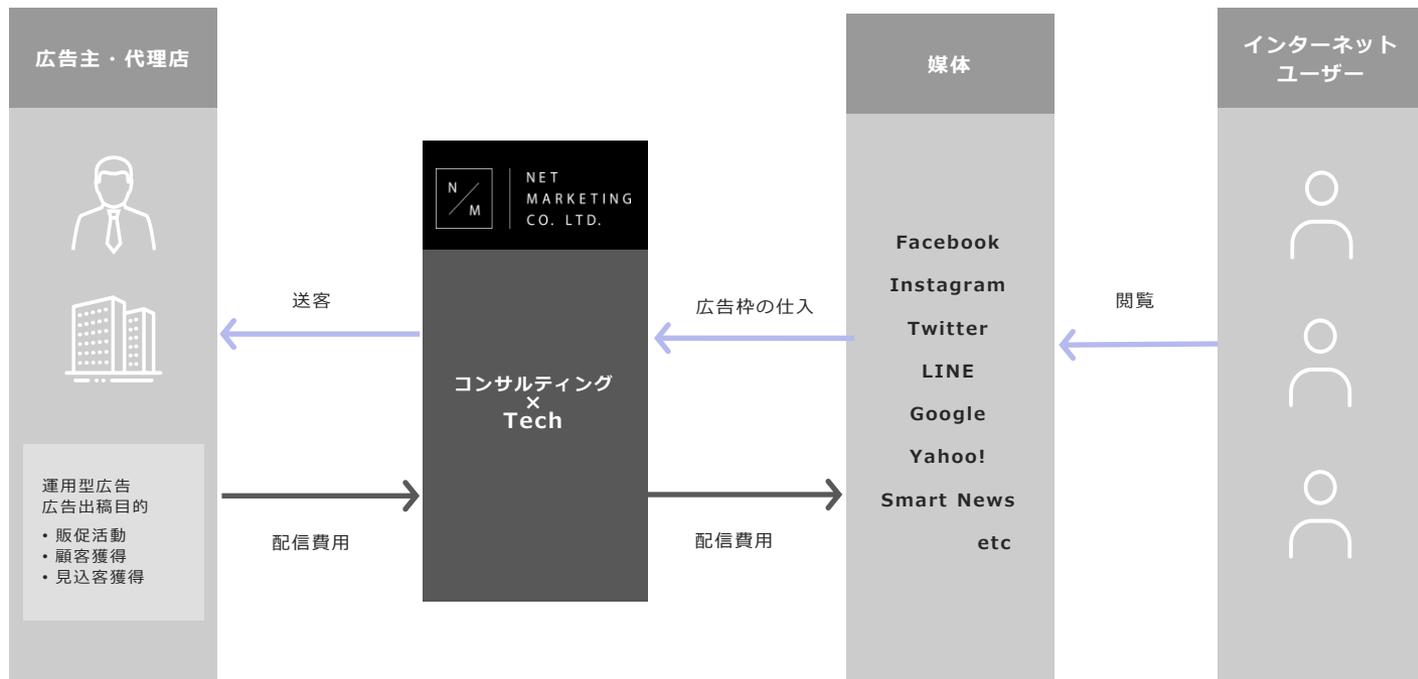
注 : 2020年度は見込値、2021年度以降は予測値。

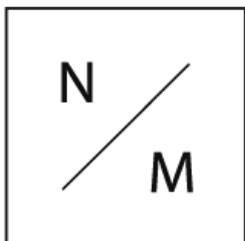
注 : 本数値は、広告代理店市場における運用型広告の市場規模を記載しております。

アフィリエイト広告コンサルティング



運用型広告コンサルティング





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。