

NET
MARKETING
CO. LTD.

2022年6月期決算

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 決算概要

エグゼクティブサマリー



2022年6月期 全社実績 対前年同期比	売上高 5,168百万円 +8.1% ※	営業利益 404百万円 -30.8%
メディア事業 実績 対前年同期比	売上高 3,750百万円 -21.7%	営業利益 389百万円 -43.2%
広告事業 実績 対前年同期比	売上高 1,428百万円 +21.8% ※	営業利益 748百万円 +34.6%
2022年6月期 業績予想 (2021年8月公表値)	売上高 5,785百万円	営業利益 500百万円

※「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。

<全社>

- 従来基準での売上高は前年同期比で8.1%増収し、2期ぶりに最高売上を更新も、営業利益は30.8%減
- 広告事業は堅調に推移し、大きく業績に貢献をしたものの、メディア事業の業績回復に遅れが生じたため、通期業績予想を下回って着地

<メディア事業>

- 「Omiai」の有料会員数や既存会員のポイント購入数が当初計画よりも減少
- 例年の繁忙期にあたる第4四半期の会員の積み上げが想定を下回ったことにより、前年同期比で減収減益

<広告事業>

- 営業戦略が奏功し、従来基準での売上高は前年同期比で増収。営業利益は34.6%と大幅に増益
- FX、暗号資産を中心とした金融案件が年間を通して好調を維持し、大きく業績に貢献

決算ハイライト

前年同期比 —



NET
MARKETING
CO. LTD.

従来基準での売上高は前年同期比で8.1%増収、2期ぶりに最高売上を更新。営業利益は30.8%減益。

(百万円)

	2021年6月期 実績	2022年6月期 実績	(従来基準※：参考)	増減率 (従来基準での増減)
売上高	14,011	5,168	15,143	+8.1%
売上総利益	4,521	3,906	3,906	-13.6%
粗利益率	32.3%	75.6%	25.8%	
営業利益	584	404	404	-30.8%
営業利益率	4.2%	7.8%	2.7%	
経常利益	592	426	426	-28.0%
当期純利益	336	326	326	-3.0%

※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。

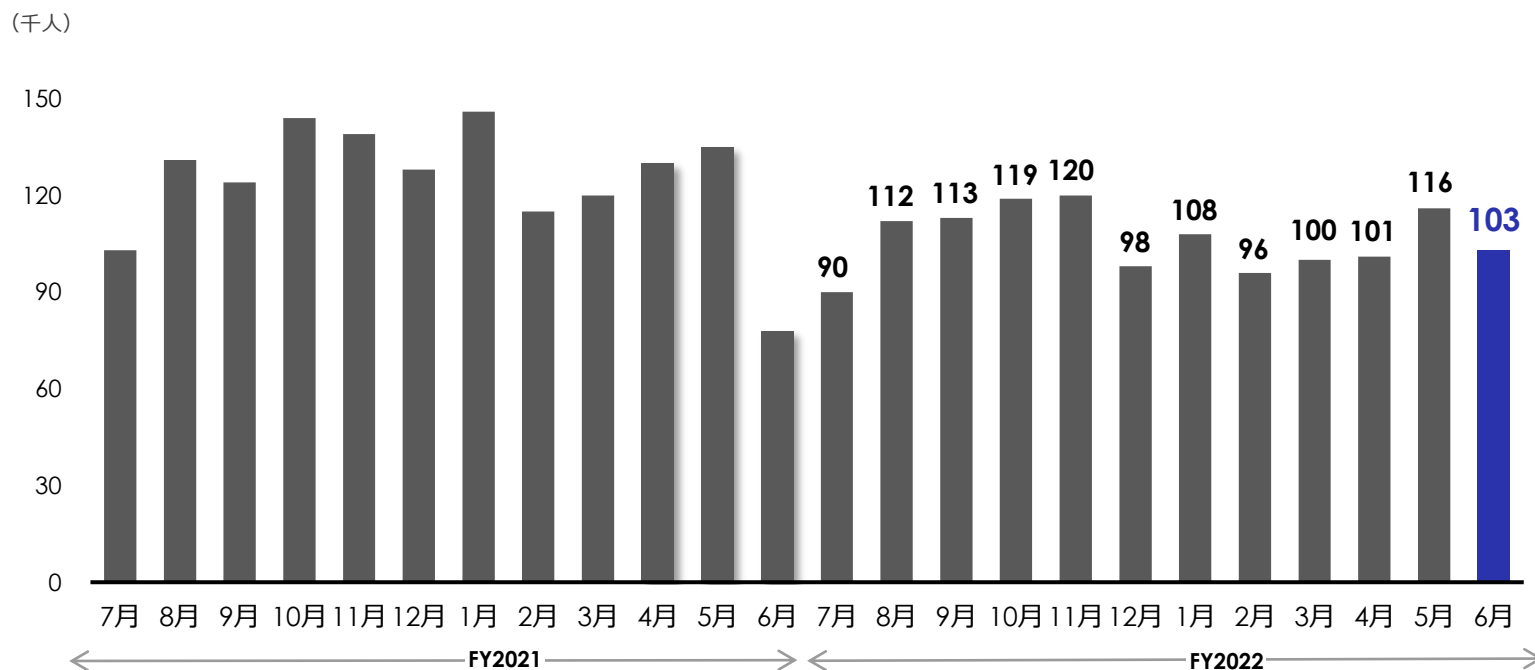
「Omiai」の有料会員数や既存会員のポイント購入数の積み上げが、例年の繁忙期にあたる第4四半期の想定を下回った結果、前年同期に比べ大幅な減収減益

(百万円)

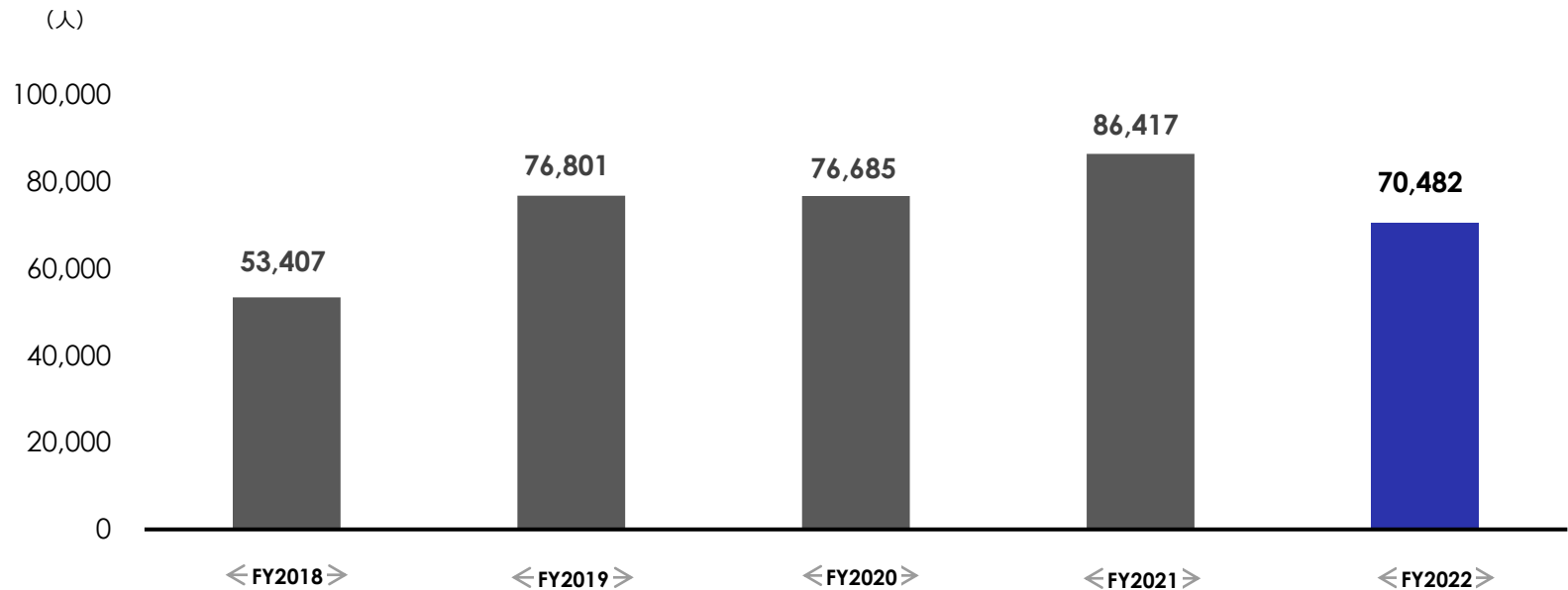
	2021年6月期 実績	2022年6月期 実績	増減率
売上高	4,789	3,750	-21.7%
営業利益	686	389	-43.2%
営業利益率	14.3%	10.4%	

※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。

新規会員数は、獲得効率重視の運用とプロモーション活動のフォローにより、第4四半期にかけて概ね10万人台を堅持。



「Omiai」の将来の成長に向けた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、有料会員数は前期に比べ大幅に減少。FY2023は継続的なプロダクト改善など利便性向上の取り組みを行い、有料会員数の増加を目指す



有料会員数

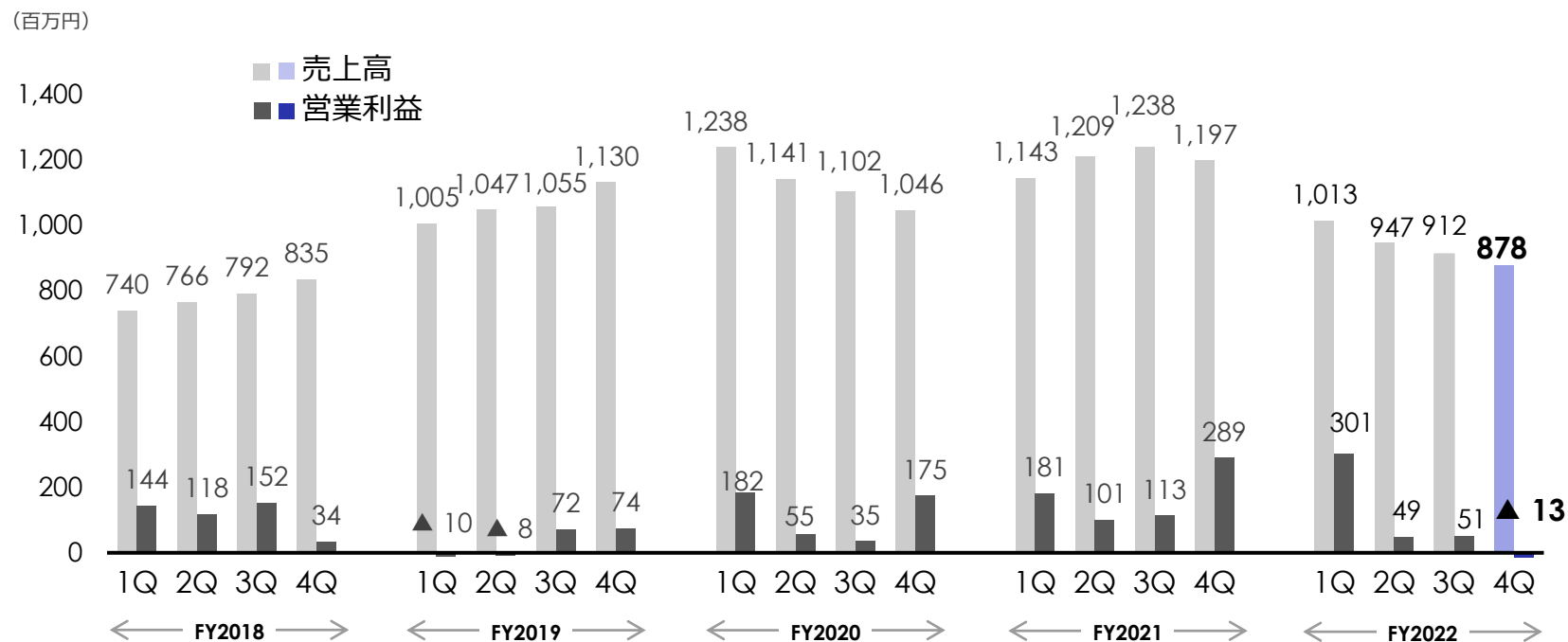
月額サービスをご利用いただいている会員数（月額サービスの利用がなく、ポイント・プレミアムパックのみ購入されている会員は除く）

メディア事業

業績推移



セキュリティ強化や不正会員対策などのサービス改善によるコスト増に加え、会員獲得のためのプロモーション費用の集中投下により、業績は大幅な減収減益となる。FY2023は、会員登録数の拡大と有料会員数獲得向上による早期のV字回復を目指す



※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いましたが、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。



既存案件の積み上げ増、ターゲットを絞った新規開拓などの営業戦略が奏功し、前年同期比で大きく増収増益

特にFX、暗号資産を中心とした金融案件が年間を通して好調を維持し、大きく業績に貢献

(百万円)

	2021年6月期 実績	2022年6月期 実績	(従来基準※：参考)	増減率 (従来基準での増減)
売上高	9,660	1,428	11,767	+21.8%
営業利益	556	748	748	+34.6%
営業利益率	5.8%	52.4%	6.4%	

※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）

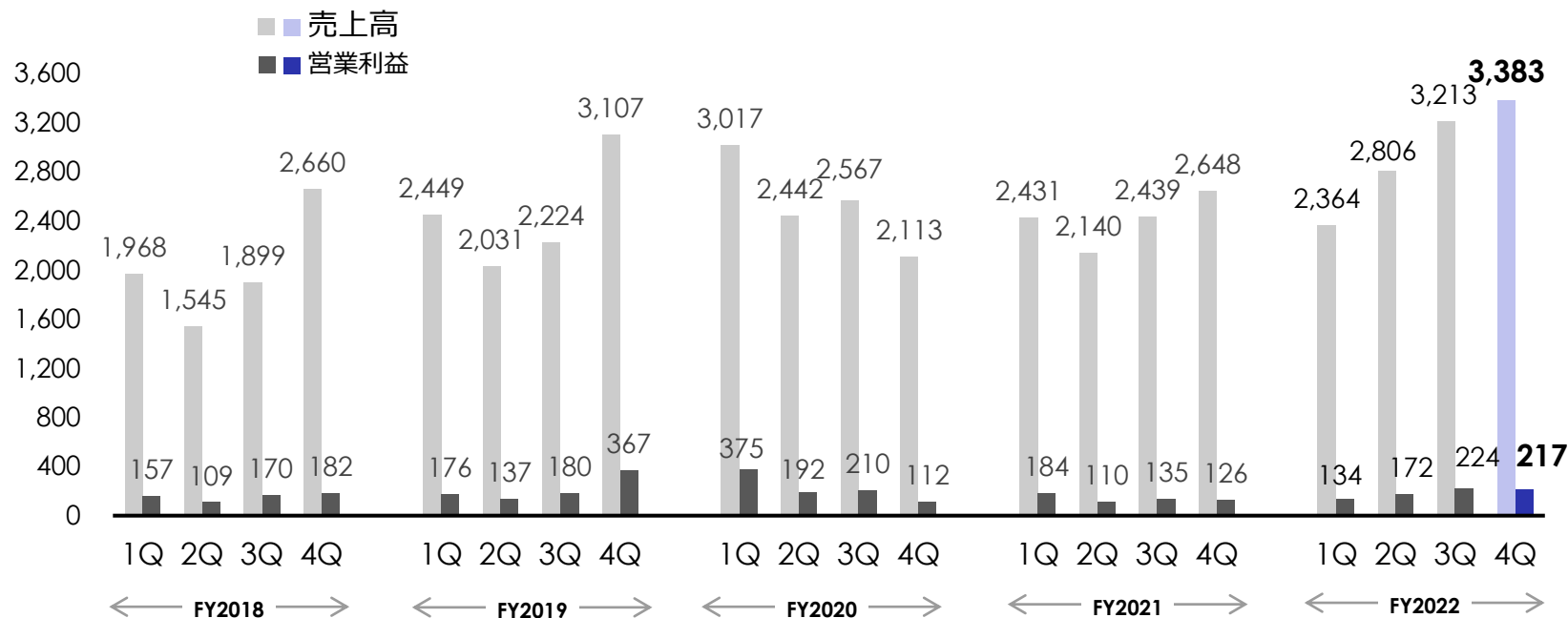
業績推移



NET
MARKETING
CO. LTD.

アフィリエイト広告における金融案件が好調に推移したことにより、第4四半期および通期でも過去最高の売上高を更新

(百万円)



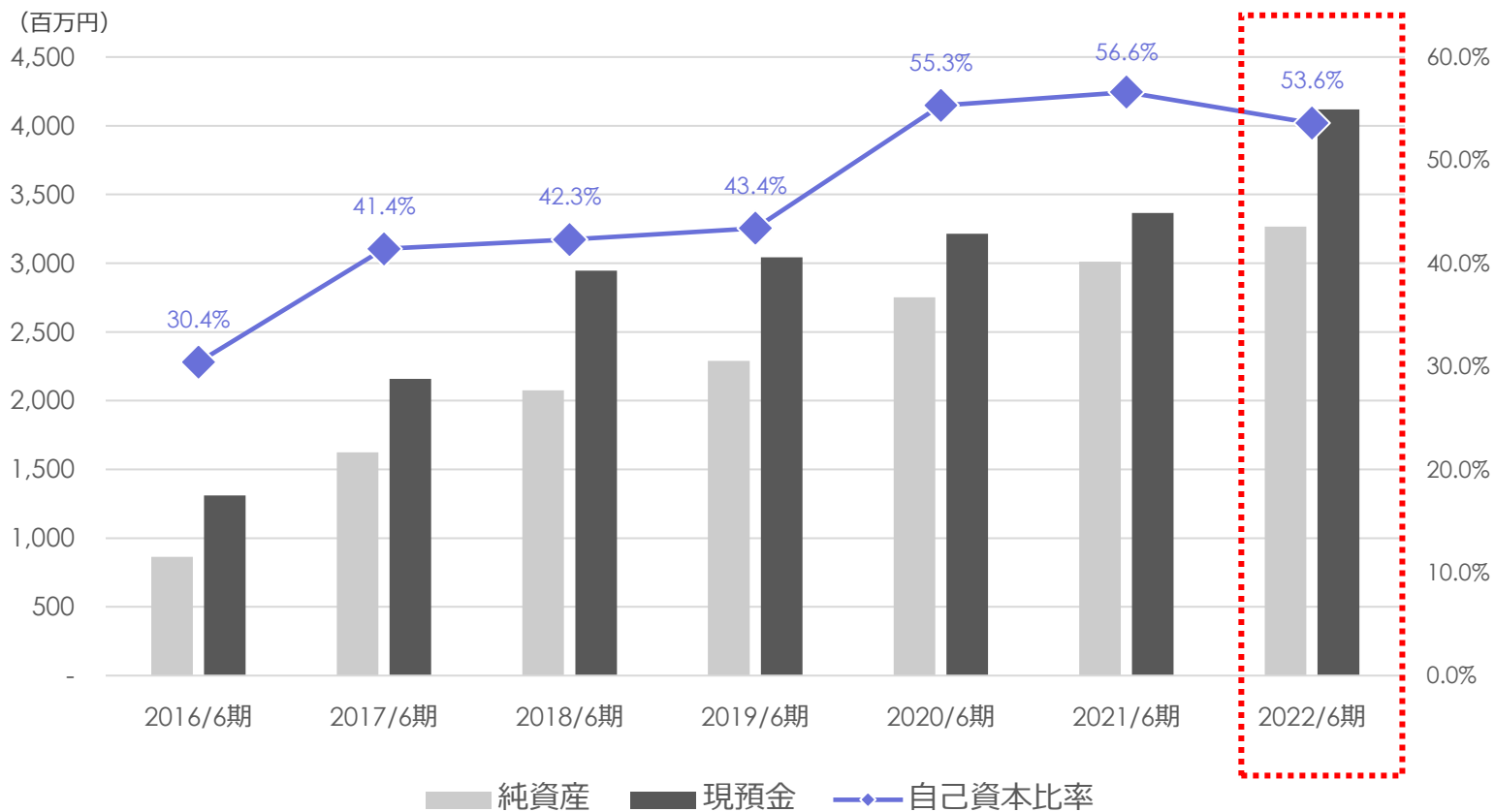
※当事業年度より、新収益認識基準の適用により売上高は純額表示にて計上しておりますが、過去実績と比較しやすいよう本グラフについては総額表示で記載しております。

※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。

純資産・自己資本比率推移

自己資本比率 53.6%、現預金 41.2億円、純資産 32.6億円と安定した財務基盤を維持



2022年6月期 株主還元

安定した利益還元を行う方針により、2022年度6月度の配当につきましては、当初予想通り6円/株とさせていただきます※。

配当の状況：1株当たり配当額

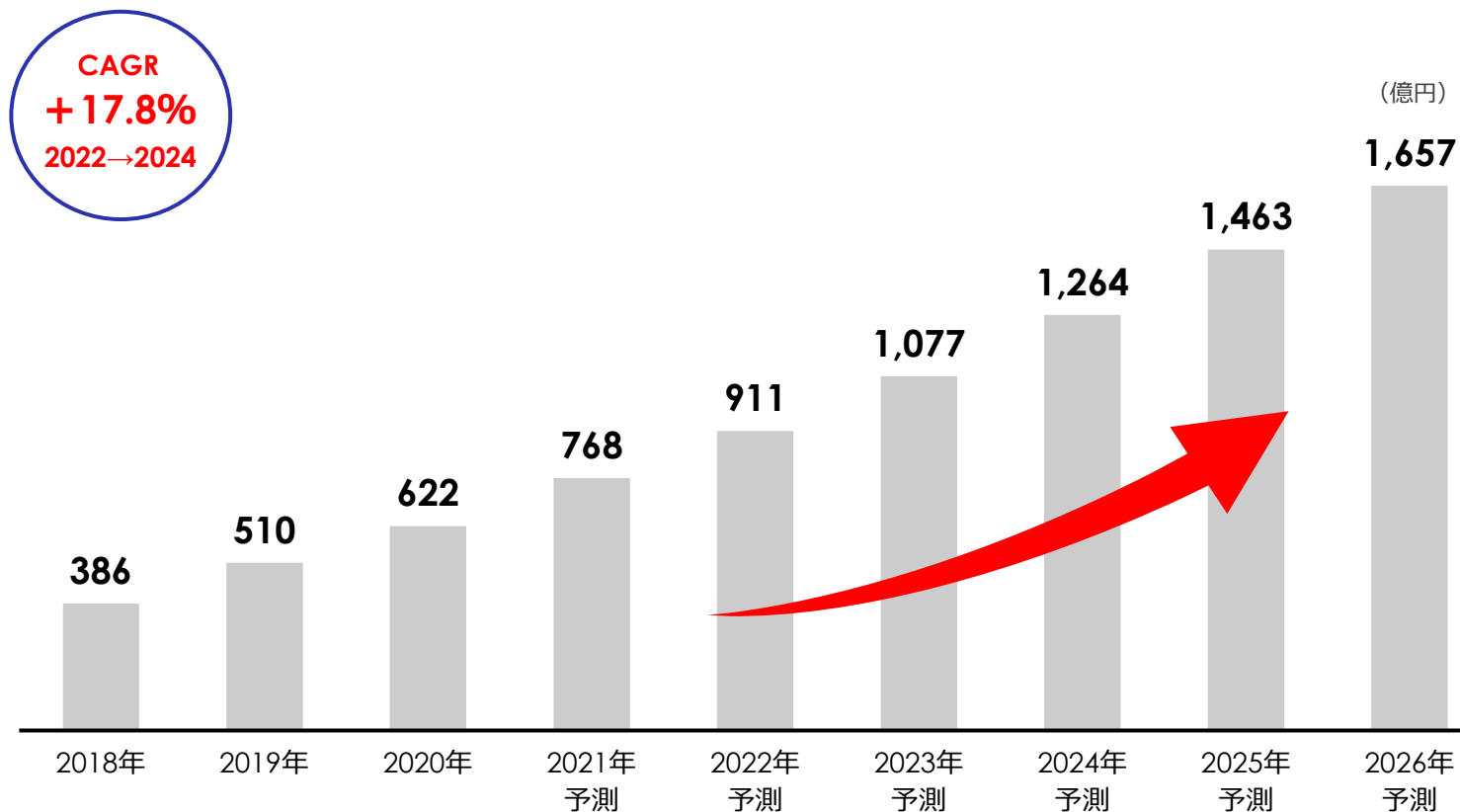
	2020年6月期	2021年6月期	2022年6月期※
中間配当金	0円	0円	0円
期末配当金 (配当性向)	6円 (17.4%)	6円 (26.4%)	6円 (27.5%)

※ 2022年6月期の期末配当金は、2022年9月開催の定時株主総会に上程することとなります。

02



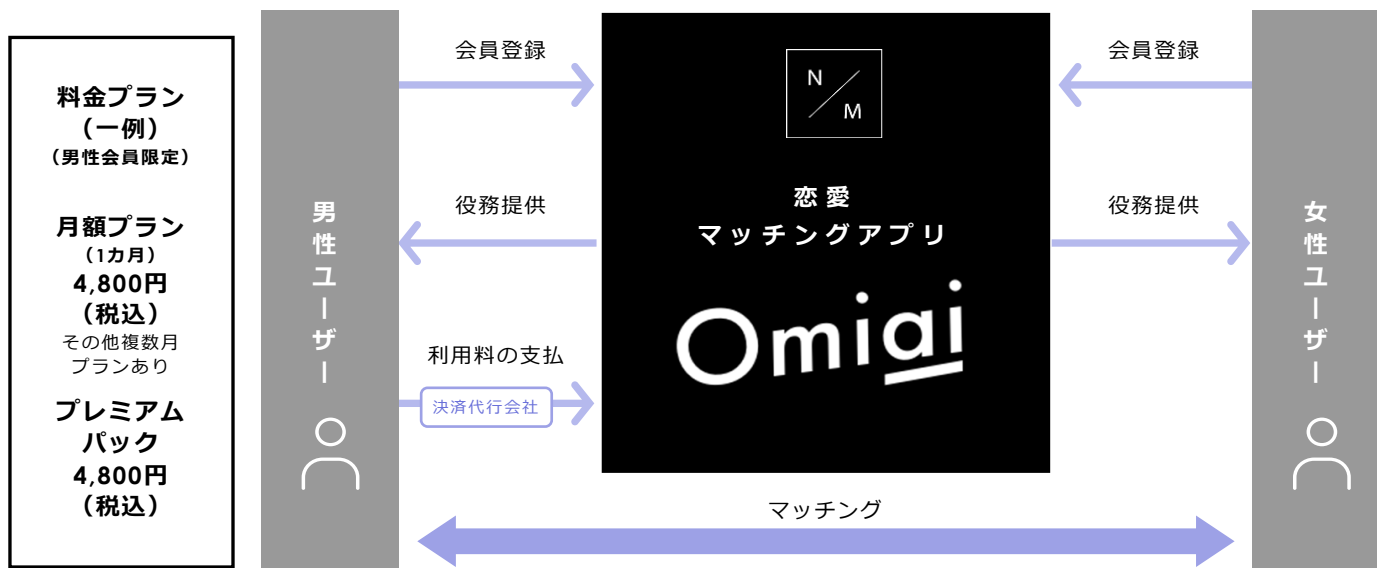
- 参考資料
- ・ 各事業の市場規模予測
 - ・ 各事業のビジネスモデル



恋活・婚活マッチング市場

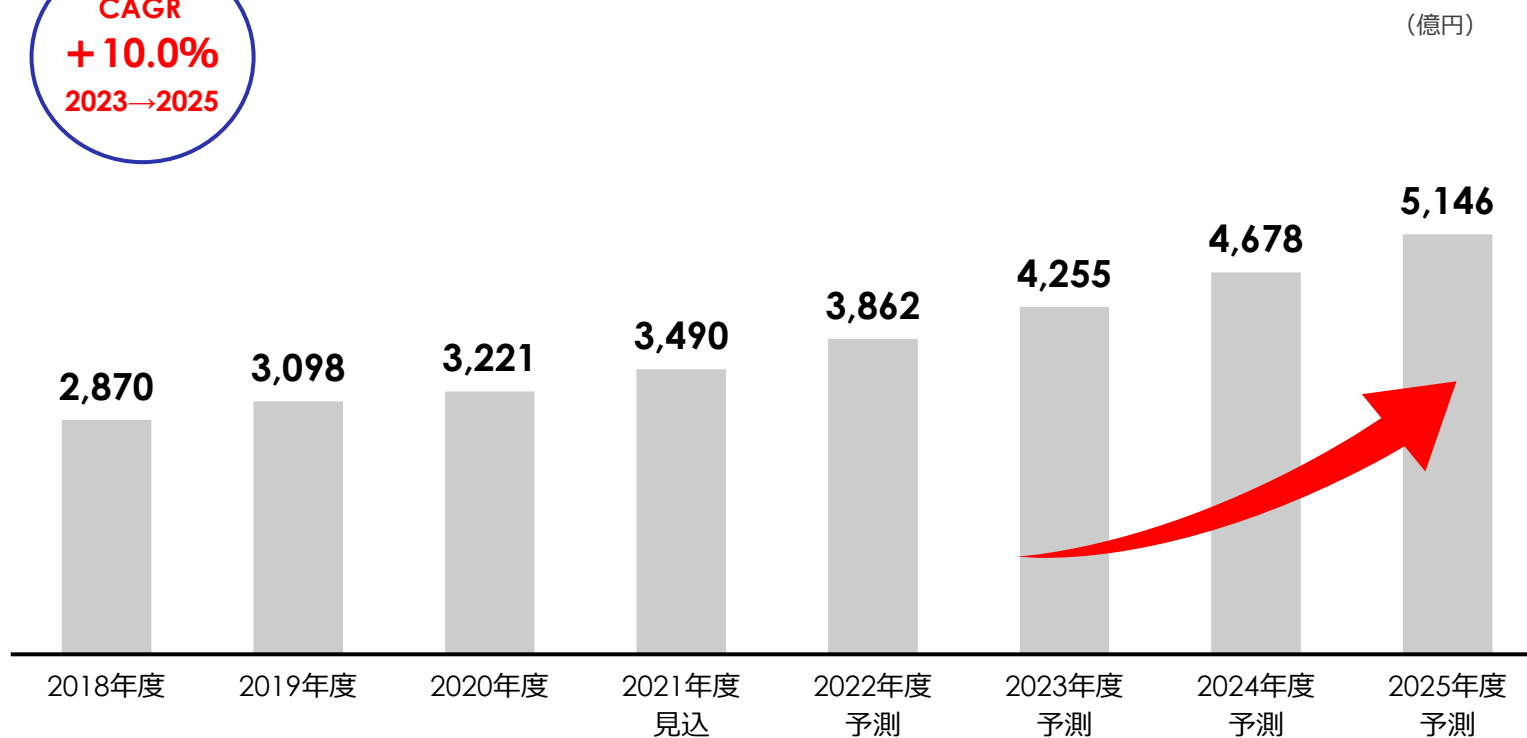
出典：株式会社タップル/デジタルインファクト「国内オンライン恋活・婚活マッチングサービス市場規模予測2018-2026年」数値より図表当社作成。

恋愛マッチングアプリ「Omiai」





CAGR
+10.0%
2023→2025



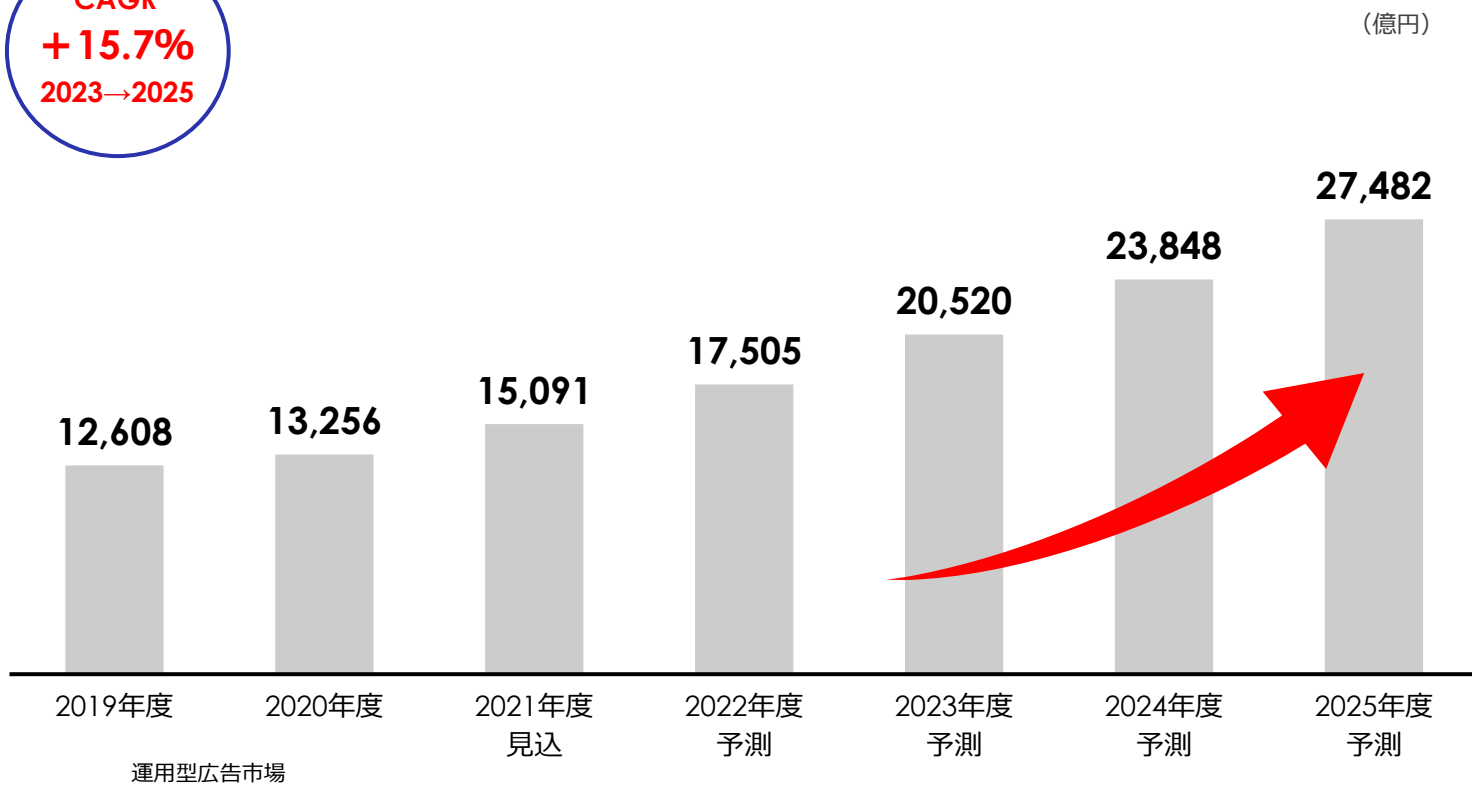
アフィリエイト広告市場

出典：矢野経済研究所『アフィリエイト市場の動向と展望（2022年）』2022年1月31日発表 数値より図表当社作成。

注：2021年度は見込値、2022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%
2023→2025

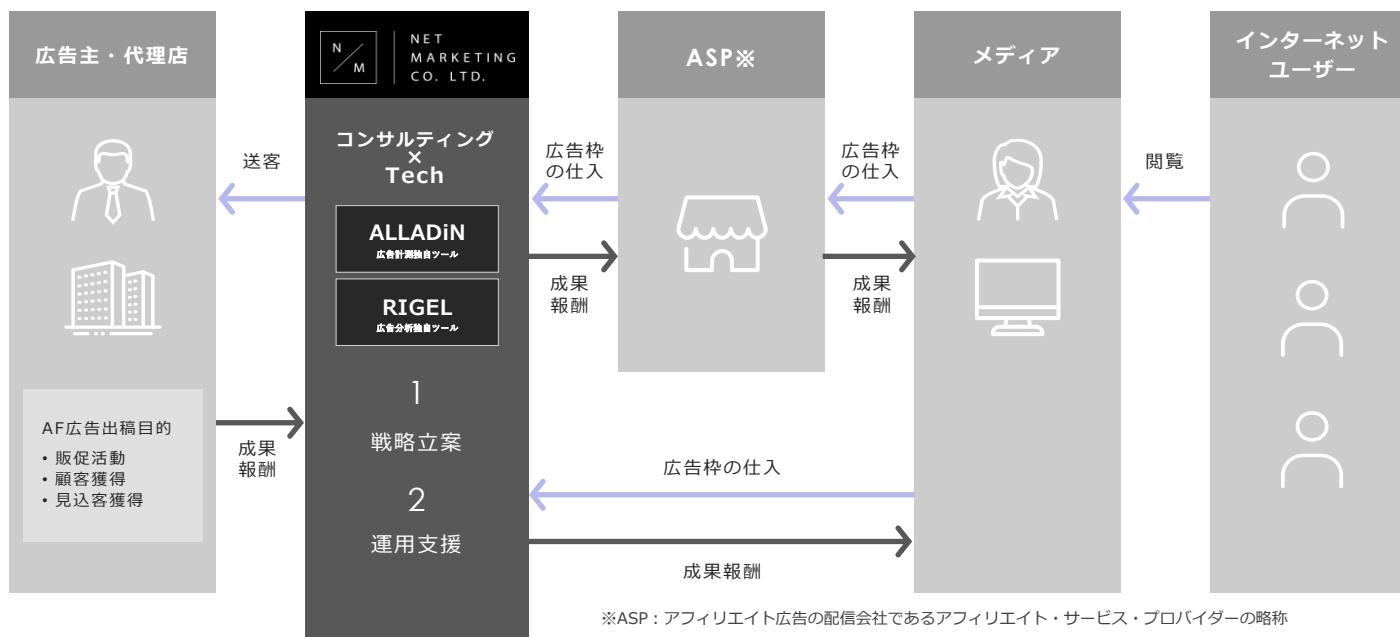


出典 : ミック経済研究所『ネット広告&Webソリューション市場の現状と展望 (2022年)』2022年2月16日発表 数値より図表当社作成。

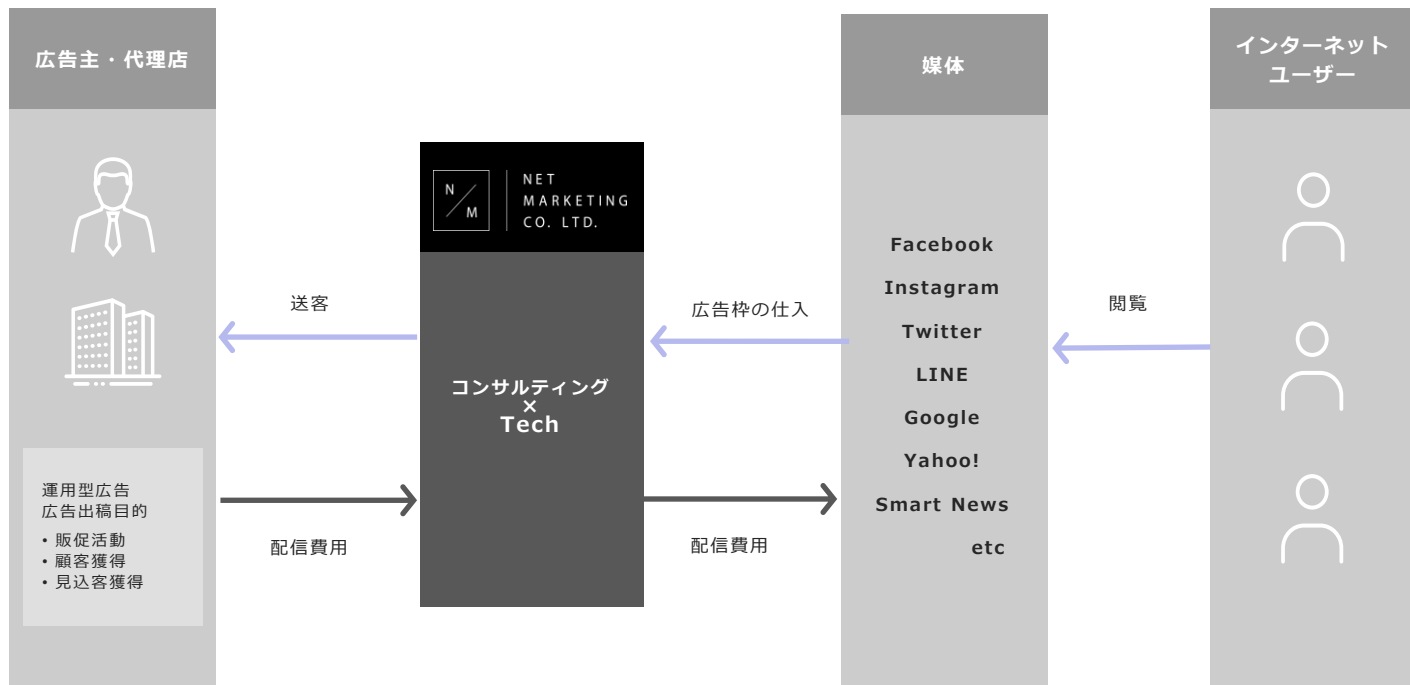
注 : 2021年度は見込値、2022年度以降は予測値。

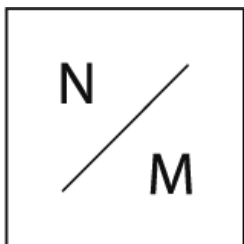
注 : 本数値は、広告代理店市場における運用型広告の市場規模を記載しております。

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。