

2024年12月期 決算説明資料

株式会社イーエムネットジャパン
2025年2月12日

CONTENTS

01

エグゼクティブサマリー

02

決算概要

03

KPI

04

2025年12月期
業績予想

01

エグゼクティブサマリー

エグゼクティブサマリー：2024年12月期

営業収益（売上高）

13.29 億円

前期比 Δ 2.9% の減収

経常利益

1.04 億円

前期比 Δ 13.1% の減益

営業利益

中間配当金 17円00銭
 期末配当金 15円00銭

年間配当 32円00銭を維持

02

決算概要

前期比

広告代理店業・ソフトバンク株式会社との協業(次頁以降「SB協業」)は前期比増収だったが、広告媒体からの受託収入減少をカバーできず減収減益

前期比				
(百万円)	2023年12月期	2024年12月期	増減	増減率
営業収益 (売上高)	1,369	1,329	△40	△2.9%
営業利益	111	93	△18	△16.6%
経常利益	120	104	△16	△13.1%
当期純利益	73	69	△4	△4.7%

経常利益（年間、四半期(3カ月)の業績推移）

経常利益は予算比86%となったものの、第4四半期(10-12月3カ月)は、前年同四半期比+71.5%の増益となり過去3期で最高益

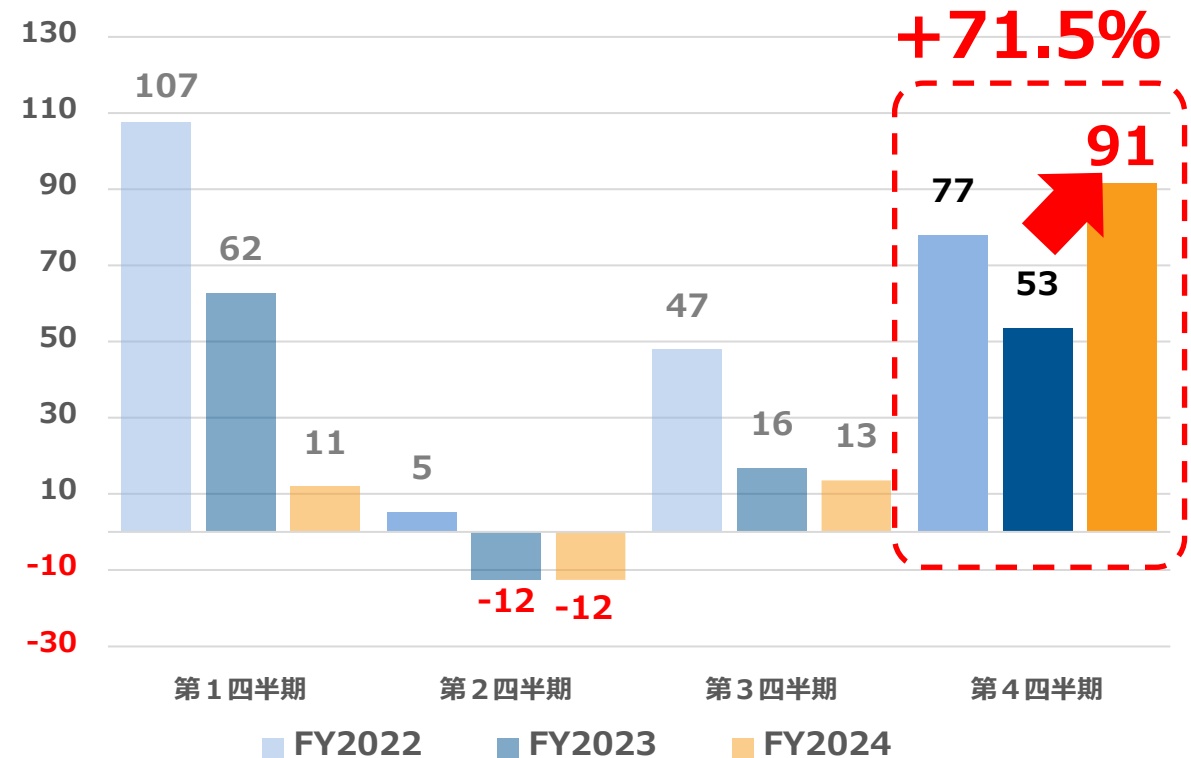
経常利益 推移

単位：百万円



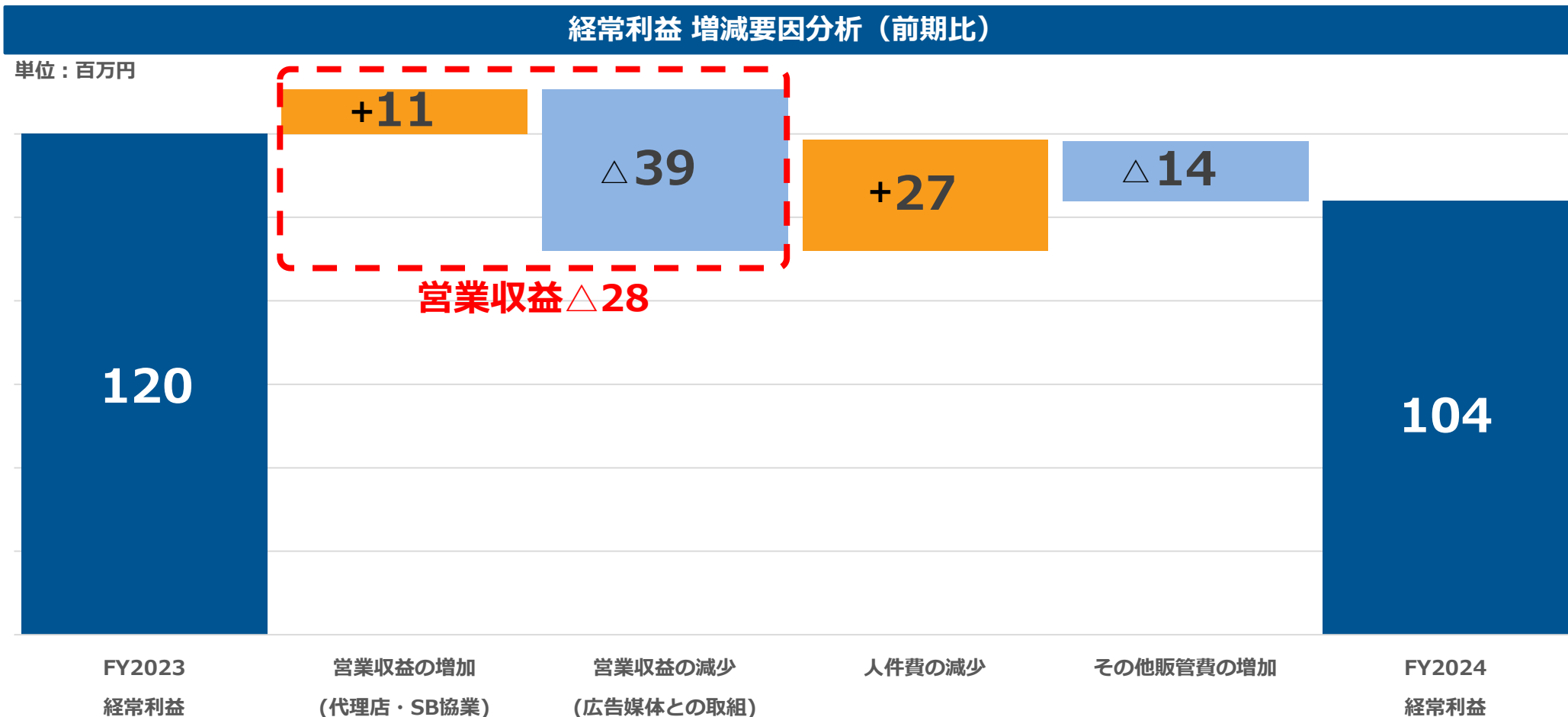
四半期経常利益比較（各3カ月間）

単位：百万円



経常利益の増減要因（前期比）

広告代理店業・SB協業は前期比増収となったものの、広告媒体からの受託売上をカバーできず前期比△16百万円の減益

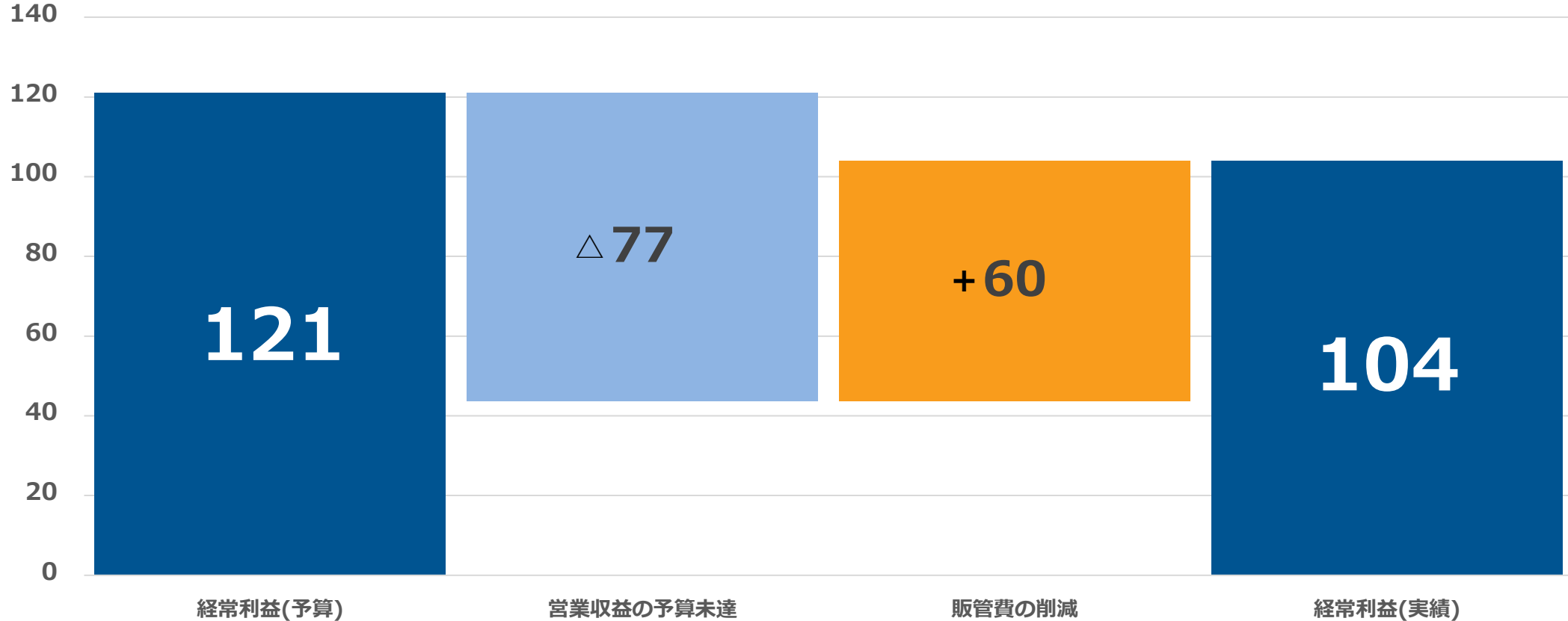


経常利益の増減要因（業績見通し比）

SB協業は業績予想を上回ったものの代理店事業が下回った結果、予算比
△17百万円と業績予想未達

経常利益 増減要因分析（業績予想比）

単位：百万円

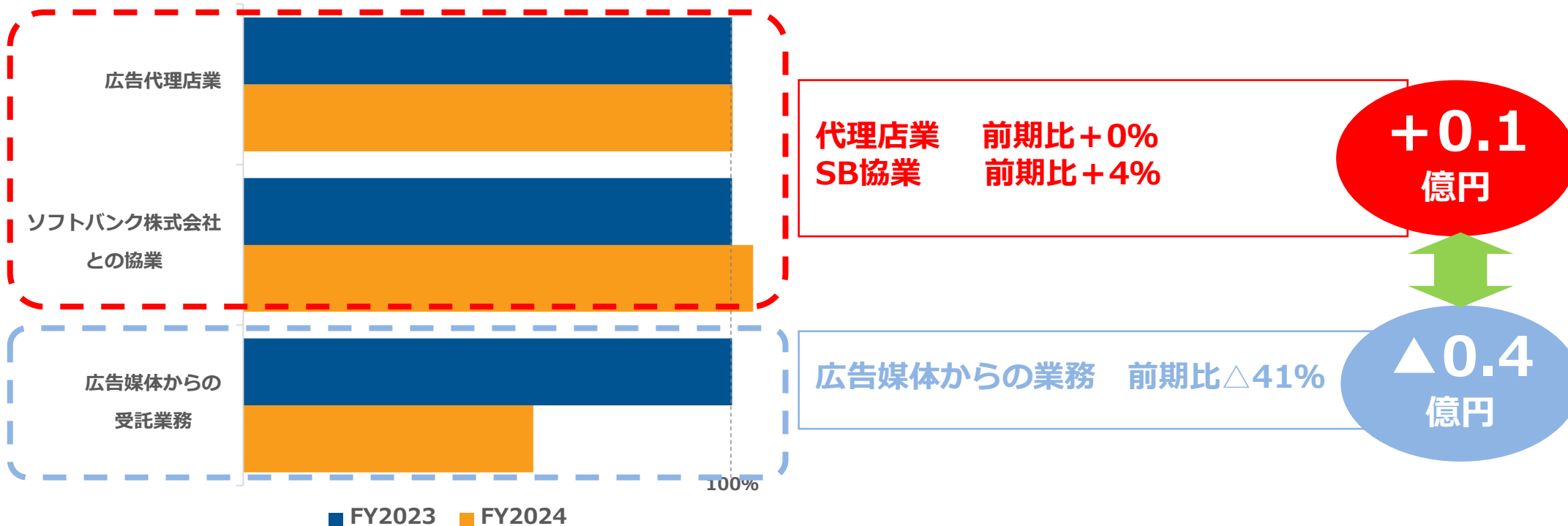


事業別の営業収益（前期比）

広告代理店業は前期比微増、SB協業は前期比+4%増収となったが、広告媒体からの受託収入が減収となり、全社では前年同期比で減収

経常利益 増減要因分析（前第3四半期比）

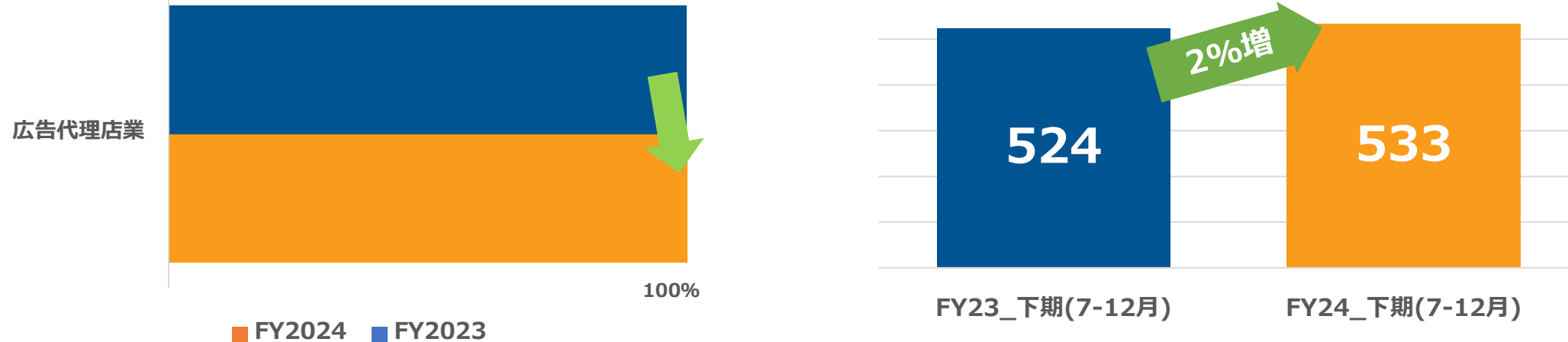
単位：百万円



事業別営業収益の増減（広告代理店業）

3Q以降、新規案件獲得の貢献により下期は前年同半期比+2%の増収
通期も前年同期を上回って着地

広告代理店業 営業収益 増減（前期比）



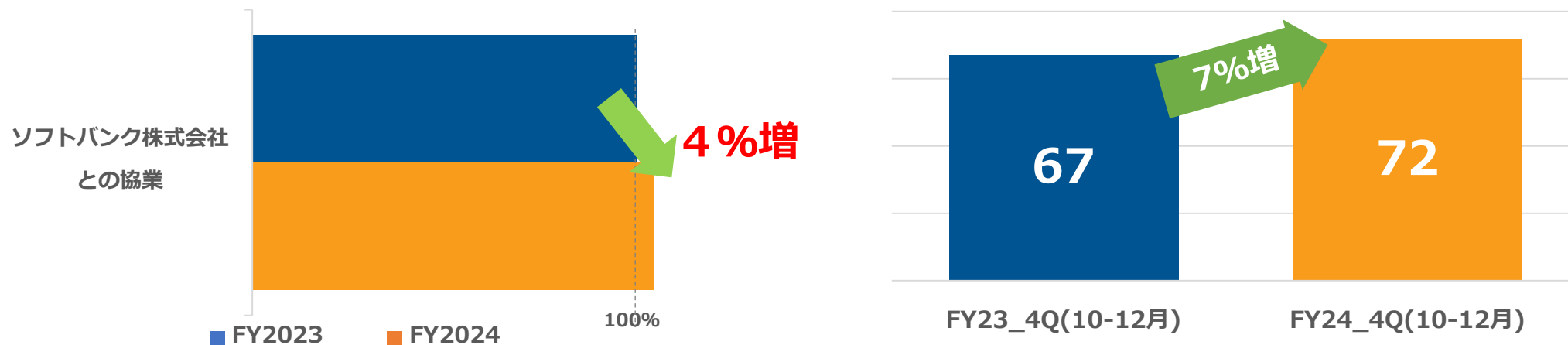
FY24
概況

- ✓ 3Q以降、前年同期比で増収となった結果、通期で前期比微増の増収で着地
- ✓ 新規案件の獲得は、下期は前期を上回る水準まで回復したものの、上期の不振が影響し、通期では前期比を下回った
- ✓ 下期(7-12月)は前年同期比+2%の増収と業績回復傾向を継続
- ✓ 2Q以降、解約対策により前期比約5割の水準まで抑制

事業別営業収益の増減（ソフトバンク株式会社との協業）

大手広告主の一時的な予算減の影響はあったものの、前期比+4%増収

ソフトバンク株式会社との協業 営業収益 増減（前期比）



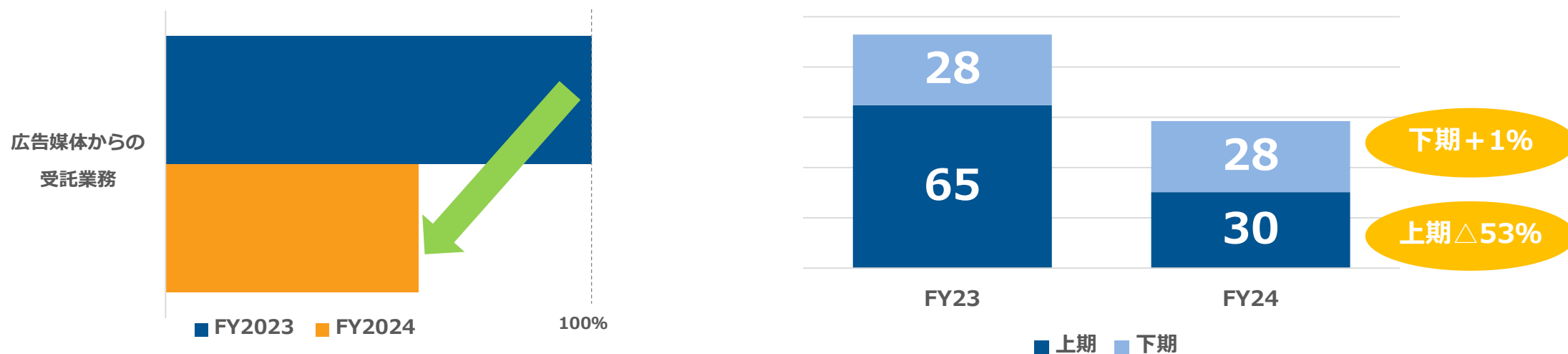
FY24 概況

- ✓ 通期では前期比+4%の増収
- ✓ 上期は、昨年3月のスポーツイベントの特需からの落ち込みの影響があったものの、大手広告主を含む既存案件の広告予算の増加により、前年上期比+13%の増収
- ✓ 下期は3Q以降、一部の大手広告主の一時的な予算減少による影響はあったものの4Qは+7%の増益

事業別営業収益の増減（広告媒体からの受託業務）

上期は受託業務の縮小の影響があったものの、下期は前下期比+1%の増収

広告媒体からの受託業務 営業収益 増減（前期比）



FY24 概況

- ✓ FY23の1Q迄受託業務の縮小の影響があり、上期は前期比 Δ 53%の減収
- ✓ 下期は前年同期比+1%と同水準で推移
- ✓ 今後も下期と同水準の営業収益で推移する見通し

貸借対照表

株主への配当還元を継続し、年間配当32円00銭(前期同額)を維持
借入金ゼロ、自己資本比率52.0%と引き続き財務安全性を維持

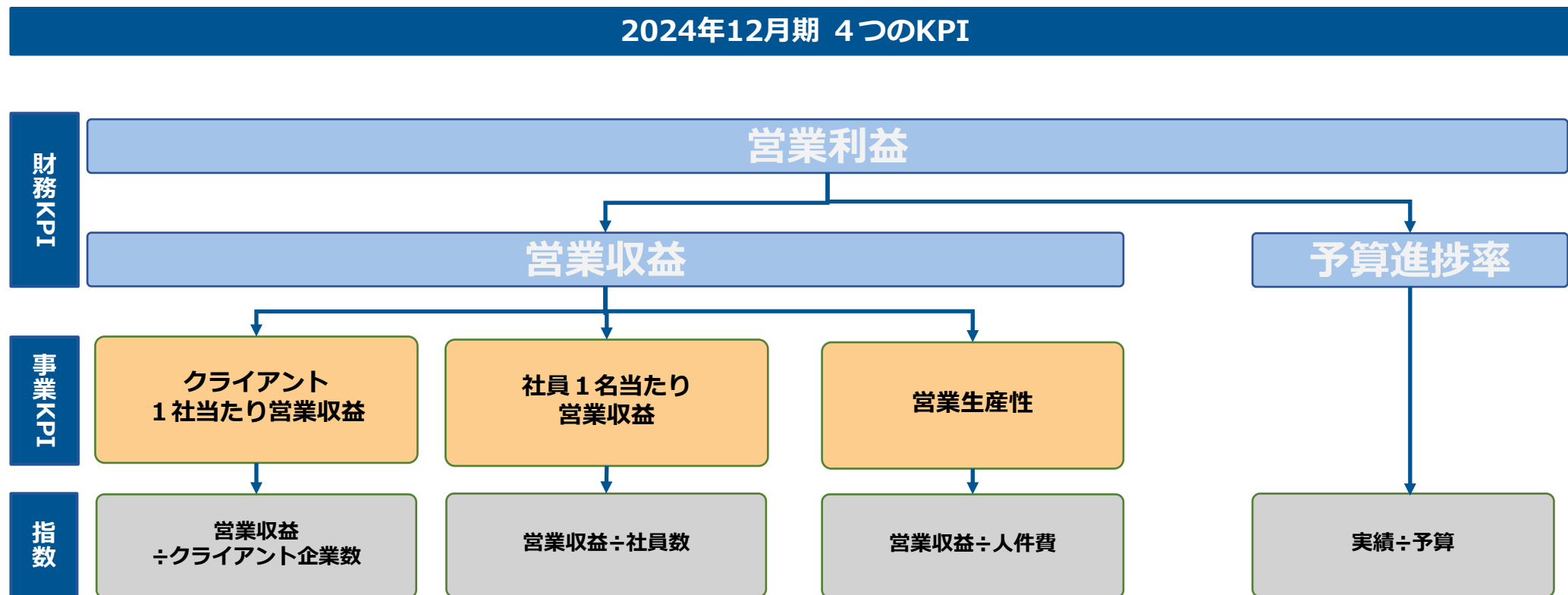
(百万円)	前期末	当期末	前期末比
流動資産	2,710	2,178	△532
内 現預金	1,416	962	△454
固定資産	303	527	+224
資産合計	3,013	2,705	△308
流動負債	1,417	1,126	△291
固定負債	144	173	+29
負債合計	1,561	1,299	△262
純資産	1,451	1,406	△45
負債・純資産合計	3,013	2,705	△308
(自己資本比率)	48.0%	52.0%	



03
KPI

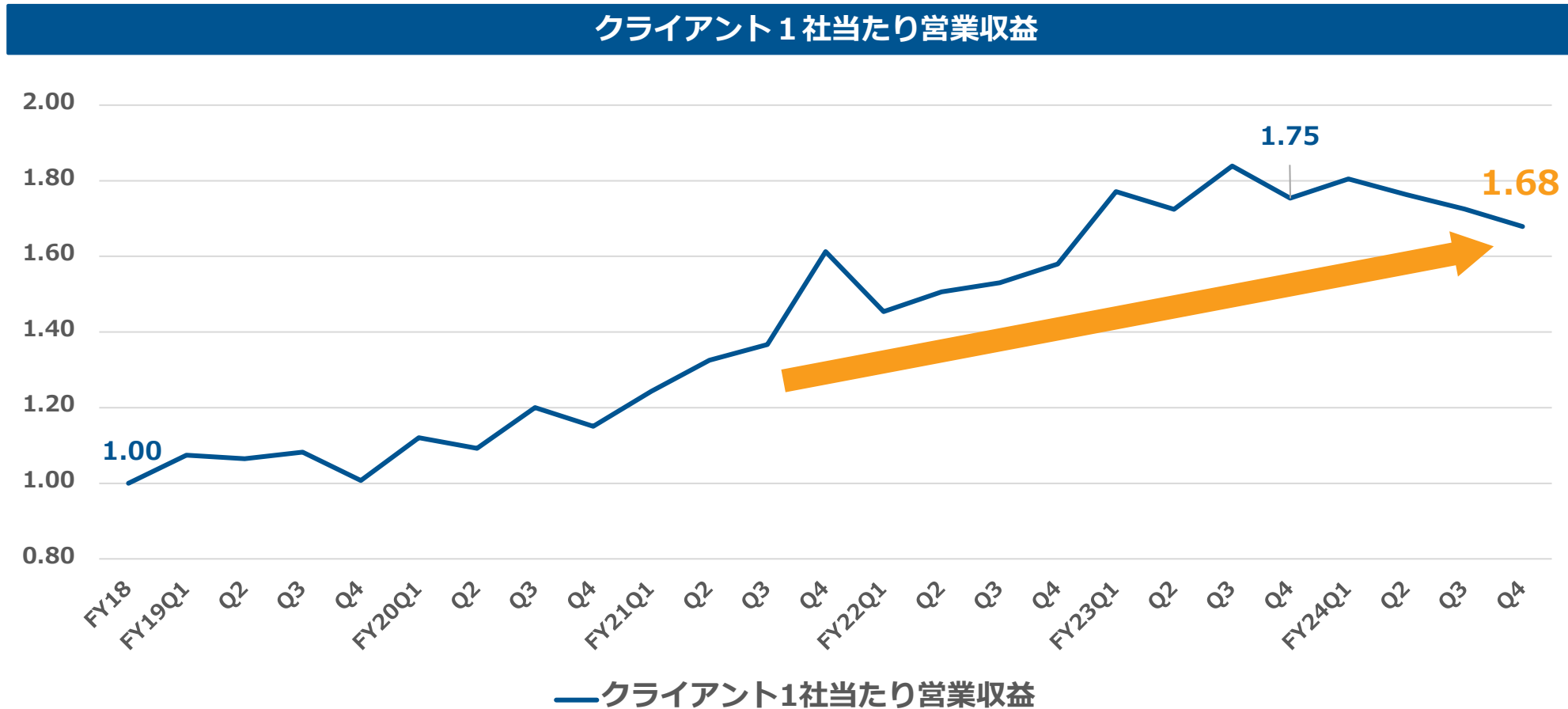
KPI

前期から継続して4つのKPIを設定



KPI – クライアント 1 社当たり営業収益

1.68とQ1から低下傾向だが長期的には上昇傾向継続。4Qは新規案件獲得によりクライアント数は増加したものの広告配信期間が1か月未満となり係数低下に影響

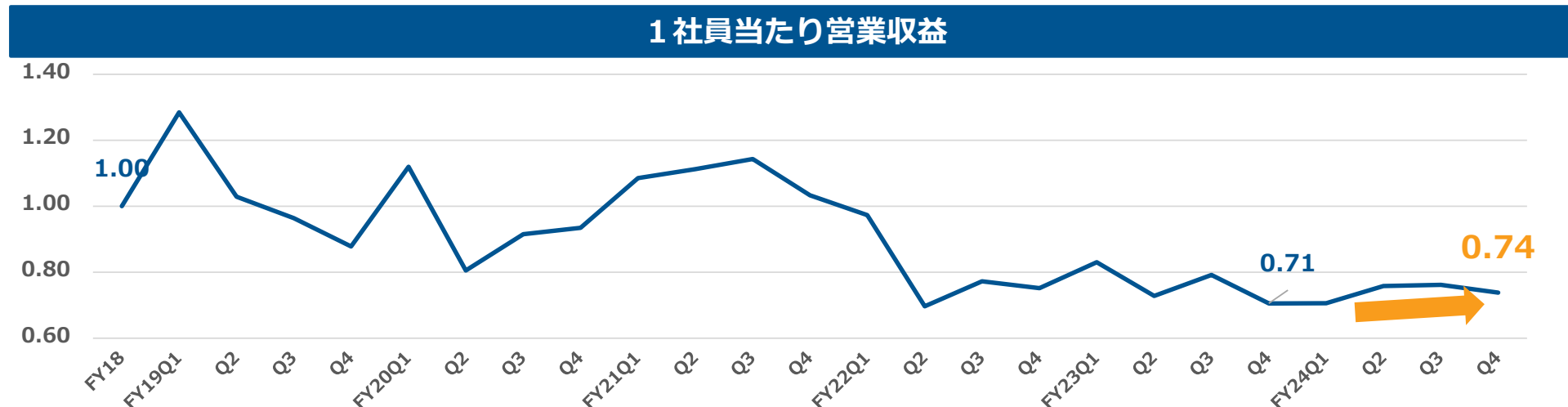


(注) 2018年度の各四半期を基準値「1.00」として各年度の各四半期の指数を算定

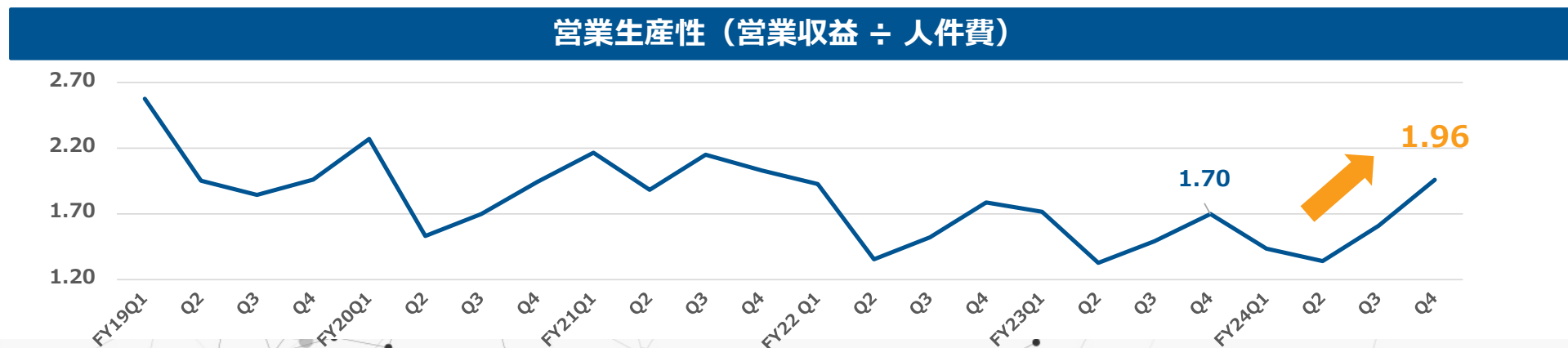
KPI – 1 社員当たり営業収益・営業生産性

1 社員当たり営業収益は引き続き0.7台で推移

営業生産性は、新卒社員の戦力化、人件費削減の影響により1.96まで上昇



(注) 2022年12月期の第4 四半期よりソフトバンク株式会社への出向社員が増加したことにもとない、以降、出向社員を除いて算定



04

2025年12月期
業績予想

2025年12月期 通期業績予想

広告代理業務及びSB協業の増収を見込み、営業利益は前期比+28.9%の増益を見込む

2025年12月期 業績予想				
(百万円)	2024年12月期 実績	2025年12月期 業績予想	増減	増減率
営業収益 (売上高)	1,329	1,431	+102	+7.6%
営業利益	93	120	+27	+28.9%
経常利益	104	121	+17	+16.3%
当期純利益	69	81	+12	+16.8%

2024年12月期の振り返りと2025年12月期の売上向上の為の取組み

注力ポイントとして、①新規営業、②解約防止、③生産性の向上について
2025年度を踏まえた2025年度の取組みは以下のとおり

2024年12月期の振り返り

1

新規営業
2024年の新規契約の目標未達

2

解約防止
大型案件の失注と案件継続率

3

生産性の向上
1提案する際のコスト増
業務の時間効率を要改善

2025年度取組み

1

・運用型広告に限らずアプリ広告、LINE OA
等を含め包括的な広告領域を拡大

2

・運用フロント人材の強化
・顧客アンケートによる満足度調査
契約条件の見直し

3

・提案書作成業務やその他の業務での
生成AI活用による業務効率化の促進

2025年12月期の営業施策（広告代理店業）

広告代理店業は以下の3つの施策を中心に売上拡大を目指す

項目	各施策
インハウス支援による売上拡大	<ul style="list-style-type: none"> インハウス支援サービスによる売上拡大の推進 新規支援先の受注によるサービス提供開始。 また新たなインハウス支援先の獲得に向けた営業強化
サービス拡充	<ul style="list-style-type: none"> 提供サービスの拡充 これまでの当社の提供サービスに加え、LINE OAやアプリ広告、Amazon広告、SNS運用等の提供サービスの拡充を強化 協業先との共同パッケージ開発に伴うオリジナルサービス提供 マーケティング支援ツールベンダーとの共同パッケージ開発等の取り組みを推進
生産性向上	<ul style="list-style-type: none"> 一人当たり売上(KPI)の向上 生成AIを活用した業務効率の向上(広告クリエイティブ制作、営業・企画立案等での活用)やサービスレベルの向上 コンサルティング等の利益率が高いサービスの営業強化

2025年12月期の営業施策（ソフトバンク株式会社との協業）

SB協業は以下の3つの施策を中心に売上拡大を目指す

項目	各施策
Tier別営業戦略 (営業part)	<ul style="list-style-type: none"> 営業先をTier別にグルーピング。Tier別の営業施策による営業強化 ソフトバンク株式会社の営業パスを活用し、大企業から中小企業まで幅広くカバーし案件の獲得を目指す
取扱広告媒体の拡充 (運用part)	<ul style="list-style-type: none"> 取扱い可能媒体を拡大 これまでの主要媒体中心のサービス提供から、当社取扱い媒体すべての営業提案・サービス提供が可能な体制を構築し既存案件の広告予算の増額
ツール運用・分析の強化 (運用part)	<ul style="list-style-type: none"> 広告の運用/管理からツールの提案・導入と運用・分析をサービス展開 効果測定ツールやLPO*ツール等の活用によりコンサルサービスの提供

*LPO : Landing Page Optimizationの略でランディングページ最適化)

事業別営業収益の増減（広告代理店業）

前期比+11%の増収(既存案件1,062百万円、新規案件98百万円)を見込む

2025年12月期 代理店業務 業績予想

2025年12月期の展開

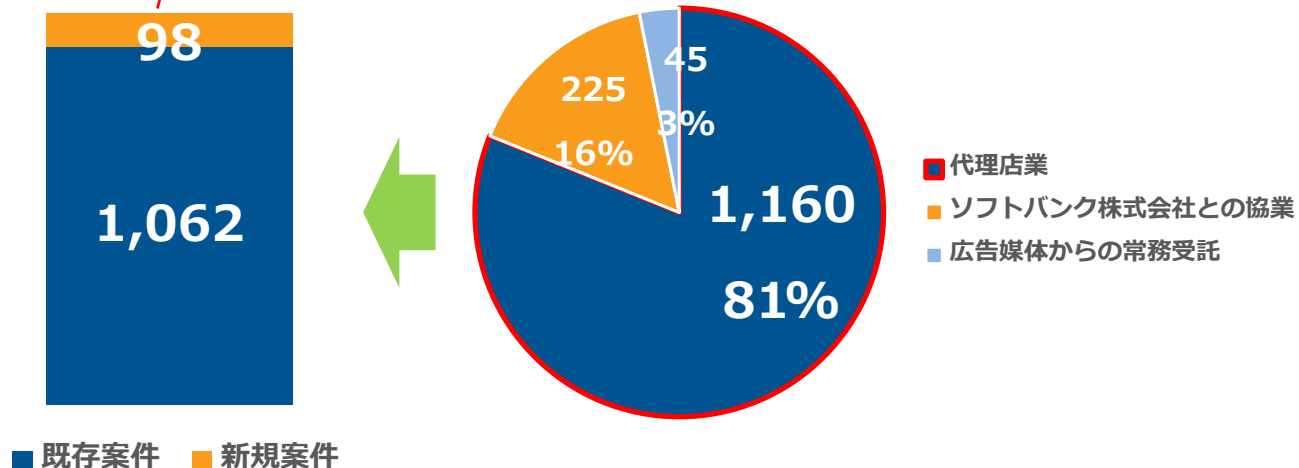
- ✓ FY2024の実績を考慮し業績予想策定
- ✓ 前期3Q以降の新規案件獲得状況を業績予測に反映

代理店業務
(当社と広告主等の契約)

FY2025
展開

- ✓ 2024年に続き2025年も日本経済全体は回復傾向にあるが、業種や地域等により景況感にムラがあり、広告需要もムラがあると予想
- ✓ 景況感のよい業種、広告予算が中規模以上の案件を中心に営業展開
- ✓ 生成AIを活用し業務の効率化、サービス提供の強化を図る
- ✓ 1Qは新規営業やアプリ広告の大型案件の受注等により前期比増収増益、業績予想の達成を目指す

単位：百万円



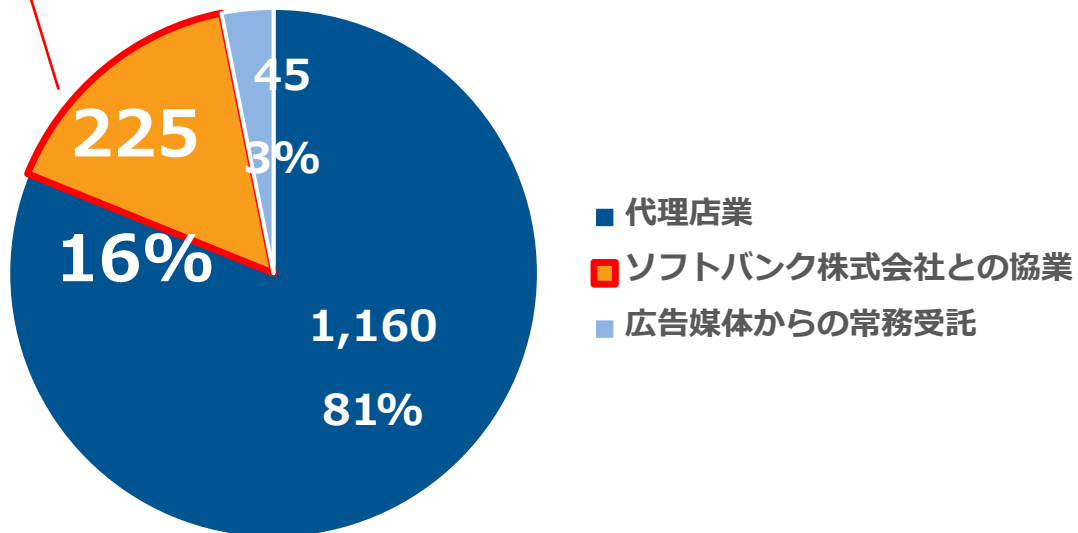
事業別営業収益の増減（ソフトバンク株式会社との協業）

SB協業は、協業拡大により前期比+2%の増収を見込む

2025年12月期 SB協業の業績予想

- ✓ FY2024実績をベースに既存案件の売上見込を中心に策定
- ✓ 新規受注見込を反映

単位：百万円



2025年12月期の展開

ソフトバンク株式会社との協業

FY2025 展開

- ✓ 2024年4月から協業組織体制を強化。ソフトバンク株式会社の営業網の活用により、更なる協業拡大を図る
- ✓ 大型案件の受注を強化しつつ、大企業から中堅・中小企業、自治体案件まで幅広い取引先への営業活動を行い、新規取引先の獲得と既存顧客との取引拡大の両軸で強化を図る
- ✓ 1Qは広告成果好調による既存案件の広告予算増額や3月に向けた広告需要の獲得により前期比増収増益、業績予想の達成を目指す

事業別営業収益の増減（広告媒体からの受託業務）

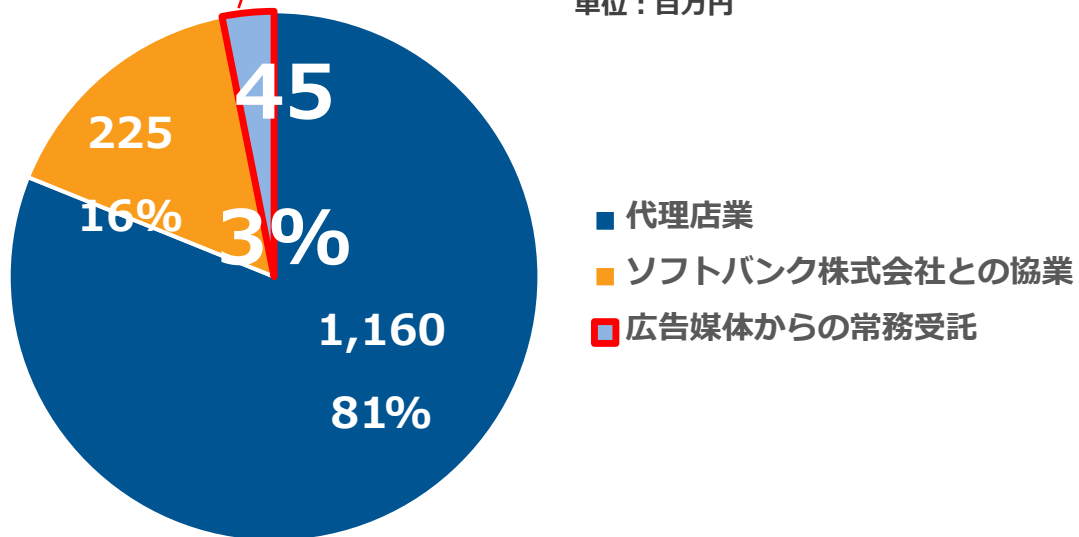
前下期と同水準の営業収益を見込む

2025年12月期 広告媒体からの受託業務の業績予想

2025年12月期の展開

✓ FY2024下期と同水準の営業収益を見込み業績予想を策定

単位：百万円



広告媒体からの受託業務

✓ 受託業務縮小の影響は落ち着き、今後は前下期の水準で推移すると予想

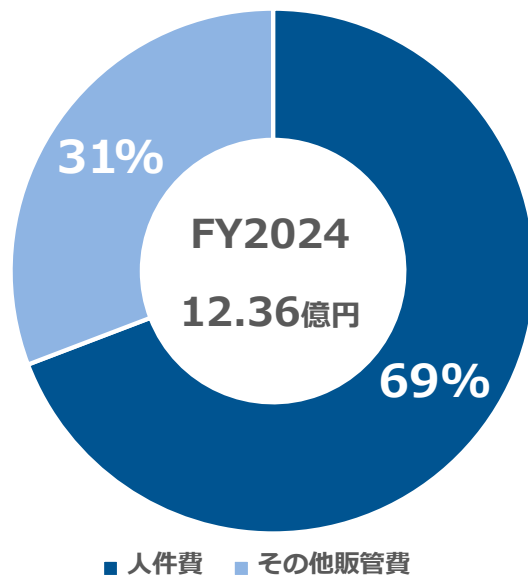
✓ 現状の受注案件の安定稼働を見込む

✓ 一方で、受託業務内容の拡大を図ることで営業収益の業績予想以上の営業収益獲得を目指す

FY2025
展開

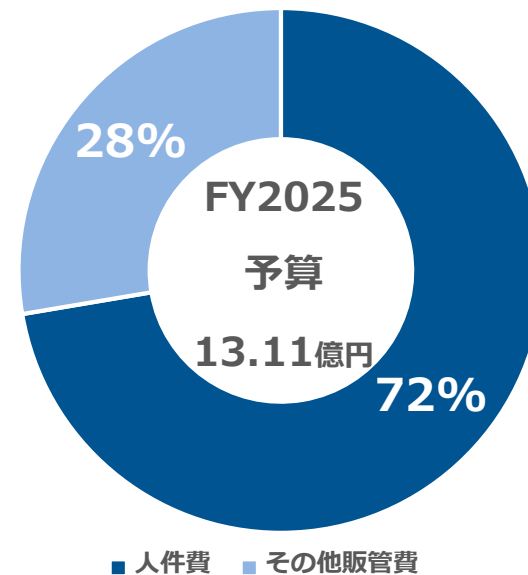
販売費及び一般管理費の業績予想

前期と同様に人件費(72%)を中心としたコスト構造



12.36億円

+0.75億円



13.11億円

- ✓ 昇進や採用による人件費増
- ✓ 引き続き生成AIへの投資費用を見込む

本資料に関する注意事項

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料には、監査法人による会計監査や四半期レビューを受けていない情報が一部記載されています。

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述は、現時点における当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づき判断したものであります。そのためマクロ環境や当社の関連する業界動向等により変動することがあります。従いまして、実際の業績等が、本資料に記載されている将来の見通しに関する記述と異なるリスクや不確実性がありますことをご了承ください。

