

NET
MARKETING
CO. LTD.

2022年6月期第1四半期決算

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

2022年6月期 第1四半期トピック

全社

- セキュリティ体制を見直し、信頼の回復と再成長に向けた足場固めの一年としてスタート
- 取締役会の監督機能を強化するため、監査等委員会設置会社へ移行
- 収益認識に関する会計基準(企業会計基準第29号)の適用
- 売上高、営業利益ベースでは概ね計画通りで着地

メディア事業

- 新規会員数は増加傾向にあり、前四半期平均に比べ90%超の水準まで回復、有料会員数は計画の範囲内で着地
- インシデントに対する信頼の回復に向け、再発防止策、お客様情報の管理体制の見直しを遂行中。初動として、「Omiai」の利用規約、プライバシーポリシーの変更が完了。その他プロジェクトが順調に進捗中

広告事業

- 8月～9月の新型コロナウイルス感染急拡大の影響により一部案件が縮小したため、前年同期比で一時的に減収減益。緊急事態宣言の解除後、足元では新規、既存案件の広告再開の兆し
- アフィリエイト広告における金融サービス等のステイホーム案件に対する営業活動を引き続き強化

Contents

01

2022年6月期第1四半期 決算概要

P 4

02

事業の状況と今後の取り組み

P 18

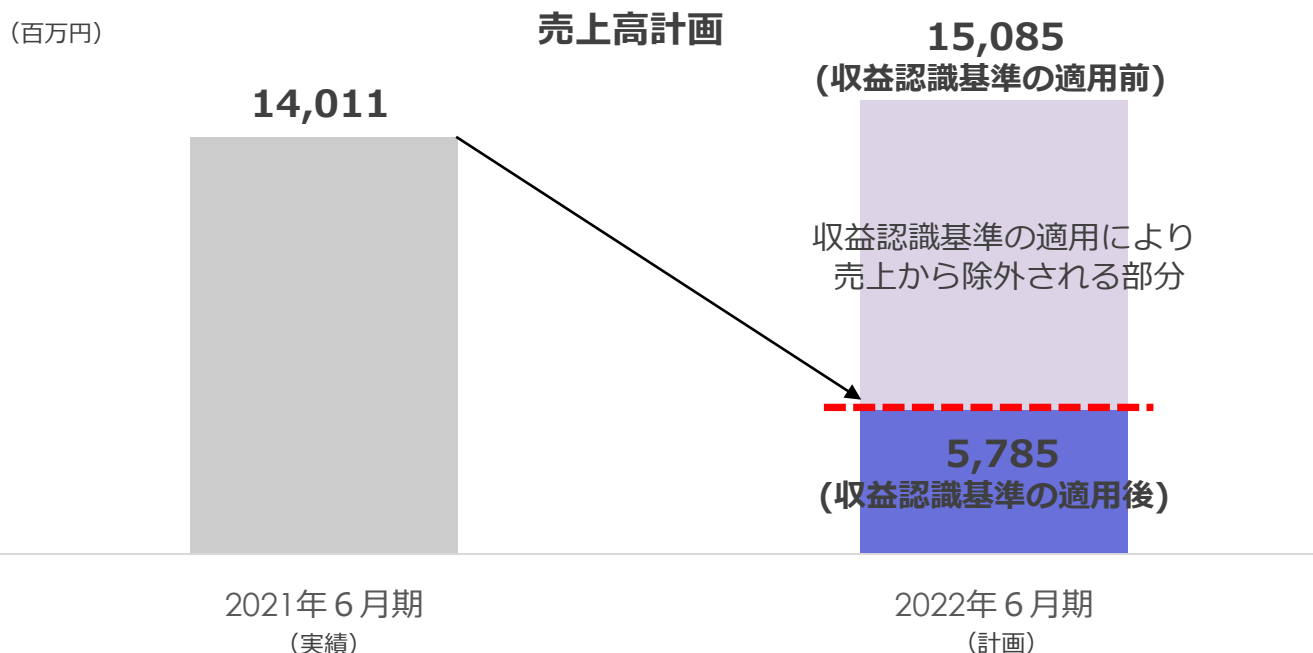
01



2022年6月期第1四半期 決算概要

新収益認識基準の適用

2022年6月期より「収益認識に関する会計基準」が適用されます (企業会計基準第29号)



当社に与える影響

- ▶ 当社における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 (利益に影響なし)
 - ー 従来の売上高(総額表示)からメディアへ支払う掲載費等を差し引いた金額が売上高(純額表示)の額として計上される
 - ※メディア事業セグメントへの影響なし

決算ハイライト

前年同期比

NET
MARKETING
CO. LTD.

売上高は計画通り前年とほぼ同水準で着地

メディア事業におけるデジタル広告の出稿一時停止により、利益は一時的に増加

(百万円)

	2021年6月期 第1四半期実績	2022年6月期 第1四半期実績		増減率 (旧基準での増減)
			(旧基準※：参考)	
売上高	3,447	1,312	3,325	-3.5%
売上総利益	1,061	1,011	1,011	-4.7%
粗利益率	30.8%	77.1%	30.4%	
営業利益	211	257	257	+22.0%
営業利益率	6.1%	19.6%	7.7%	
経常利益	219	260	260	+18.5%
四半期純利益	150	217	217	+44.6%

※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。

決算ハイライト

「Omiai」サービスの会員様情報の一部流出に伴う保険金の請求により、
受取保険金100百万円を計上

特別利益

受取保険金100百万円を計上

特別損失

情報セキュリティ対策費
45百万円を計上

インシデントに係る
大きなコスト計上は
一服し収束へ

当社の各種対応が進み、お客様から
のお問い合わせ件数も低減傾向にあ
り、1Qで本事案の収束に係る大き
なコスト計上は一服

※会員様からの問い合わせ対応や弁護士費用など

2022年6月期

通期業績予想と進捗

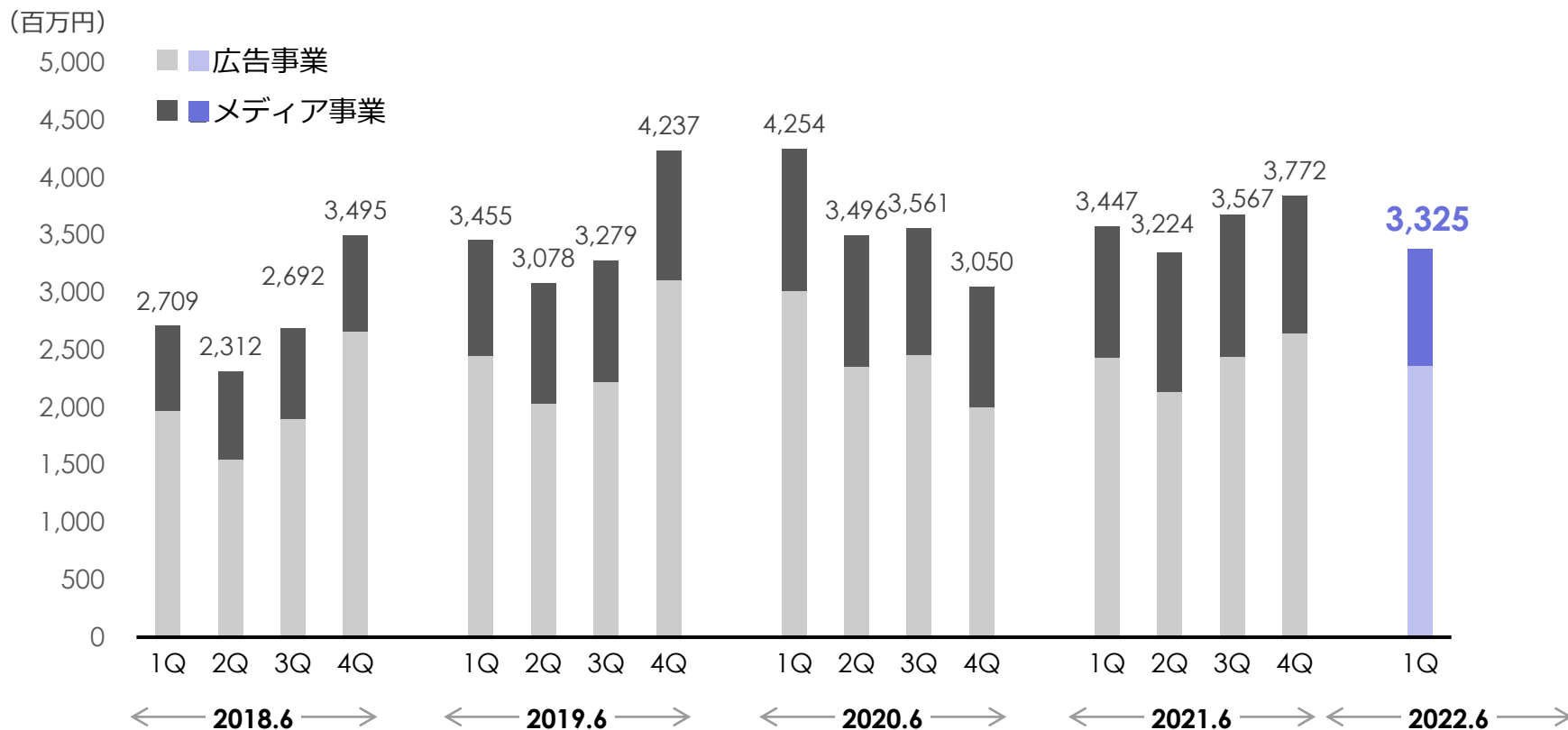
NET
MARKETING
CO. LTD.

売上高、利益ともにほぼ計画通りで進捗
信頼回復に向け、セキュリティ強化の取り組みも着実に進行中

(百万円)

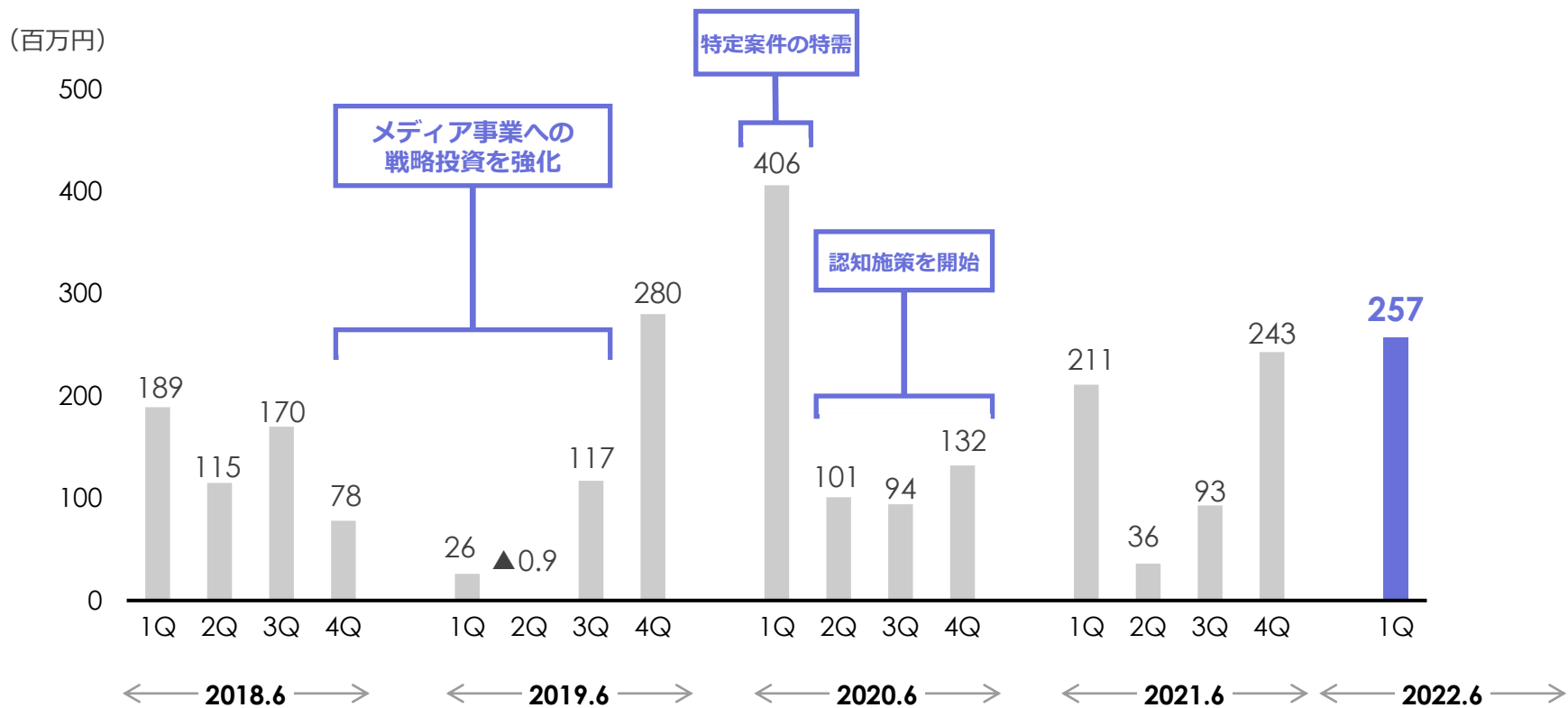
	2022.6 通期業績予想	2022.6 第1四半期実績	進捗率
売上高	5,785	1,312	22.7%
営業利益	500	257	51.5%
経常利益	500	260	52.1%
当期(四半期)純利益	375	217	57.9%

四半期売上高推移（総額表示）



※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。
 ※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



※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「2022年6月期 第1四半期決算短信」をご確認ください。



デジタル広告の出稿を一時的に停止したことにより、
売上高は前年同期比で減少、営業利益は増加

(百万円)

	2021年6月期 第1四半期実績	2022年6月期 第1四半期実績	増減率
売上高	1,143	1,013	-11.4%
営業利益	181	301	+66.4%
営業利益率	15.9%	29.8%	

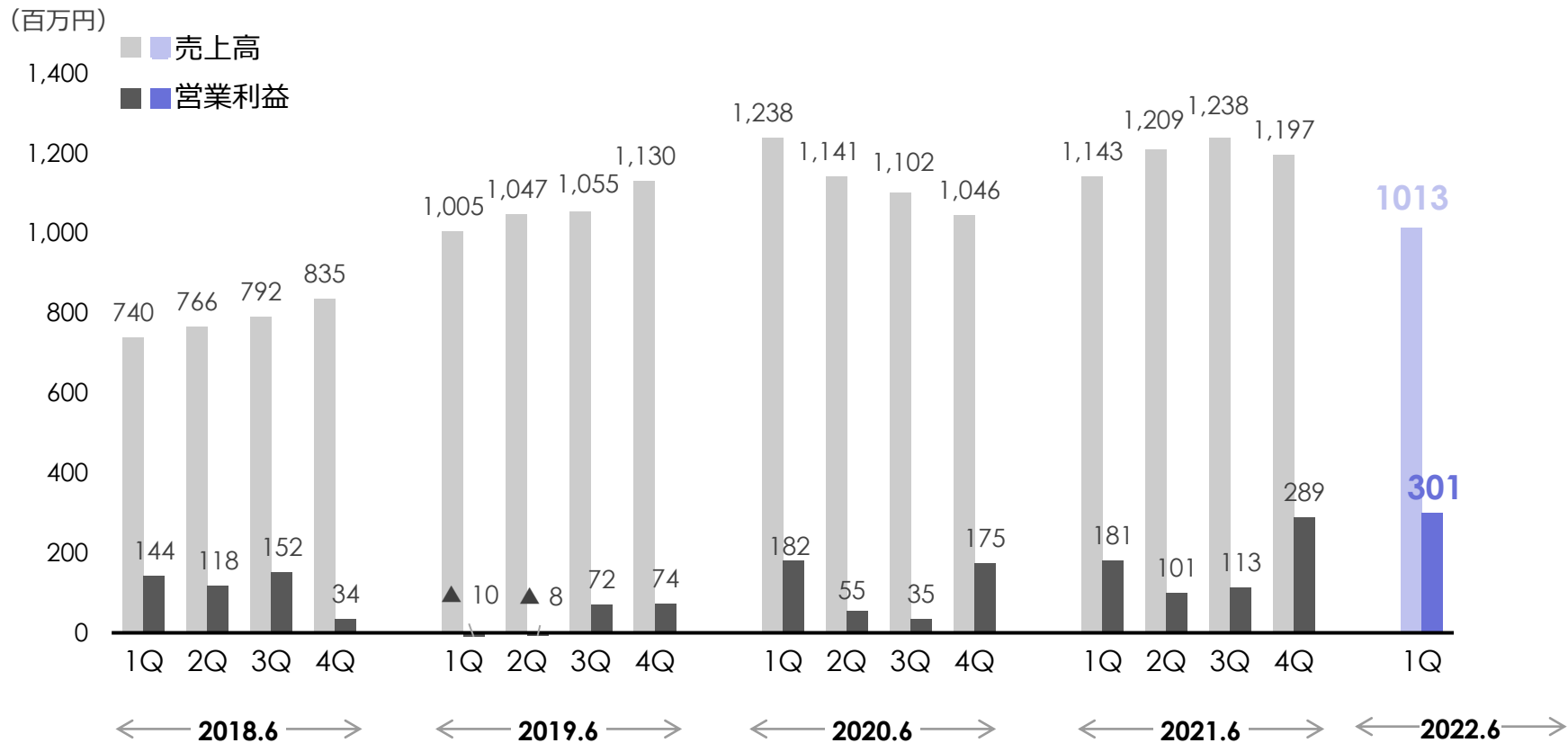
※実績には調整額（内部売上高・全社費用）も含まれております。

メディア事業

業績推移



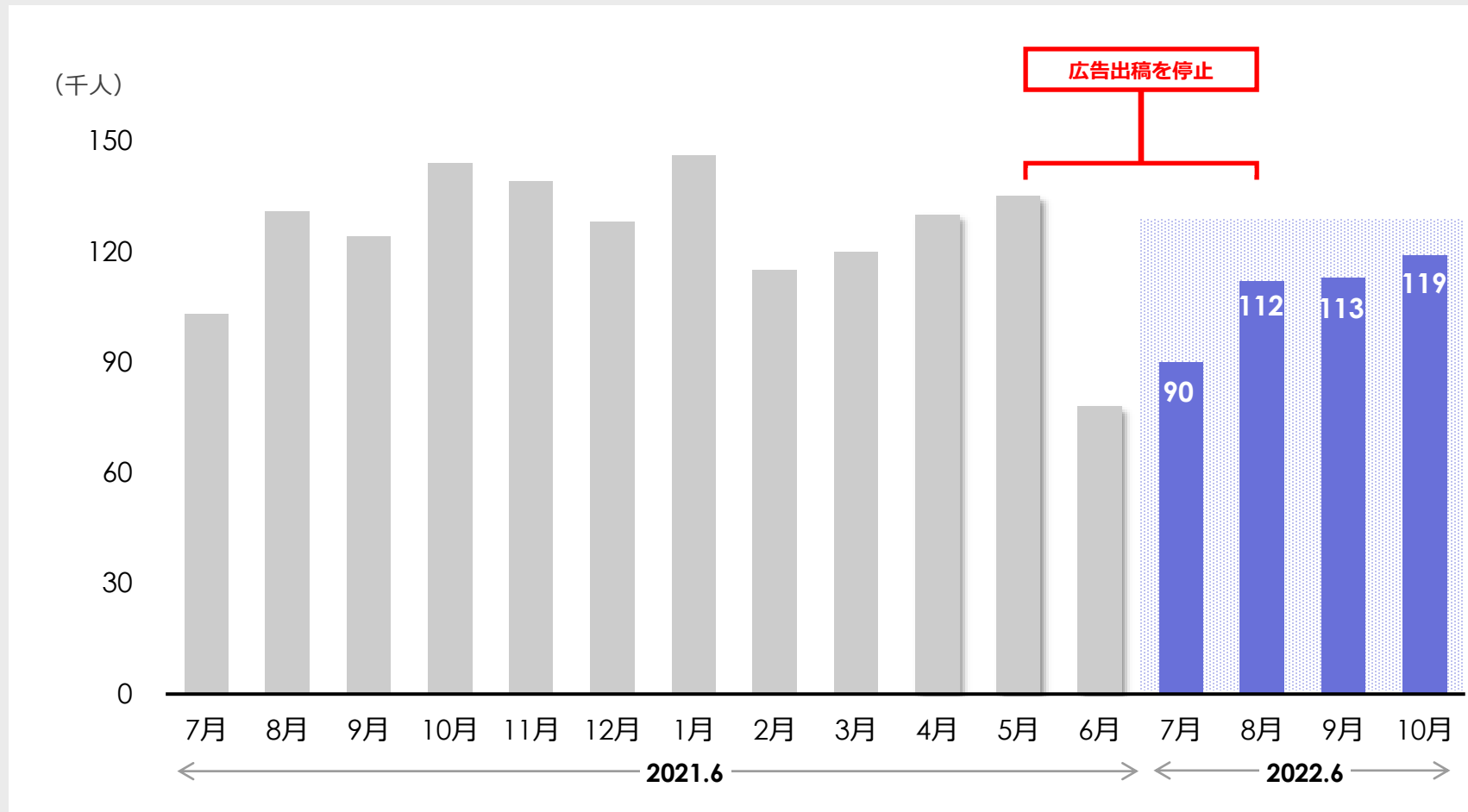
NET
MARKETING
CO. LTD.



※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。

※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。

8月よりデジタル広告を一部再開したことにより、新規会員数は増加傾向
認知を高め自然流入も増やしながら、会員数の増加を目指していく



「Omiai」のクリエイティブを刷新し、ブランドイメージの向上を図る

■ アプリ・HP画面変更



■ 交通広告ツインステッカー



■ WEB-CM



「会員数累計600万人」篇：<https://www.youtube.com/watch?v=QxvuqKwI9oo>

「累計 6000万組マッチング」篇：https://www.youtube.com/watch?v=8fqMrDlka_M

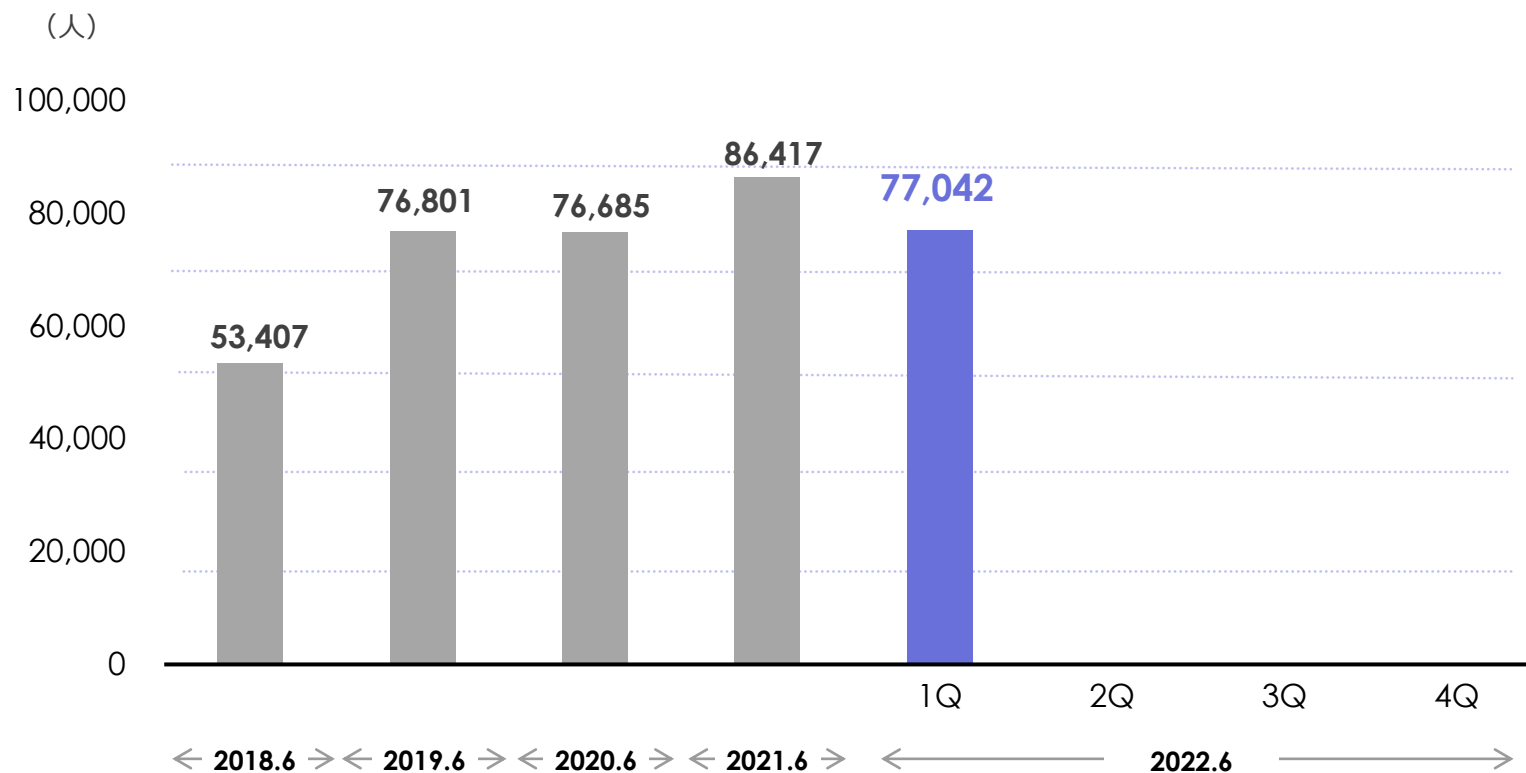
「出会える」篇：<https://www.youtube.com/watch?v=ySM7gCYhkck>

メディア事業

有料会員数（進捗）



デジタル広告の出稿を停止していたことにより、一時的に新規会員数が減少
それに伴い1Q末時点の有料会員数は減少したものの、これは計画の範囲内



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）



8月～9月の新型コロナウイルス感染急拡大の影響により一部案件が縮小、 前年同期比で一時的に減収減益

(百万円)

	2021年6月期 第1四半期実績	2022年6月期 第1四半期実績	(旧基準※：参考)	増減率 (旧基準での増減)
売上高	2,431	300	2,364	-2.8%
営業利益	184	134	134	-27.0%
営業利益率	7.6%	44.7%	5.7%	

※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。

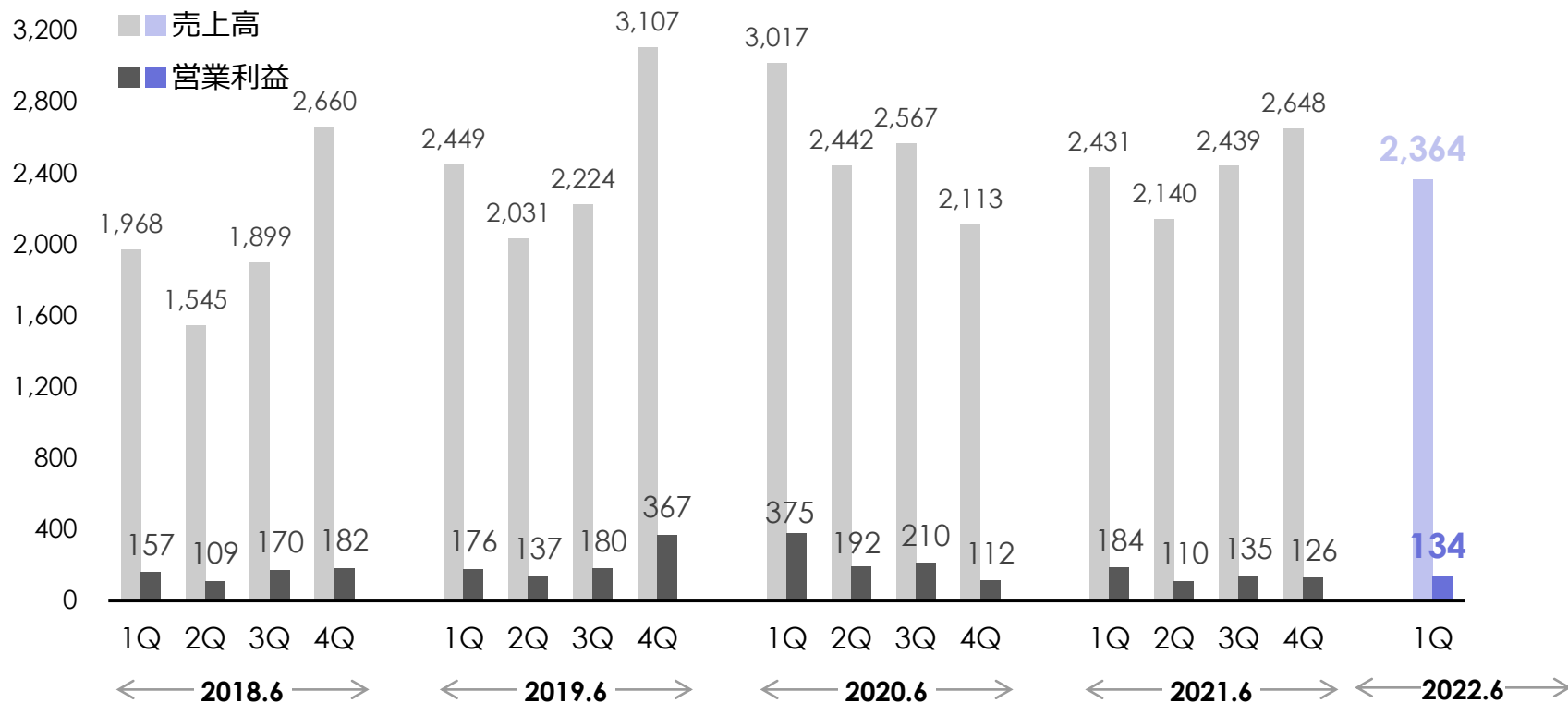
広告事業（総額表示）

業績推移



NET
MARKETING
CO. LTD.

(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。
 ※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。

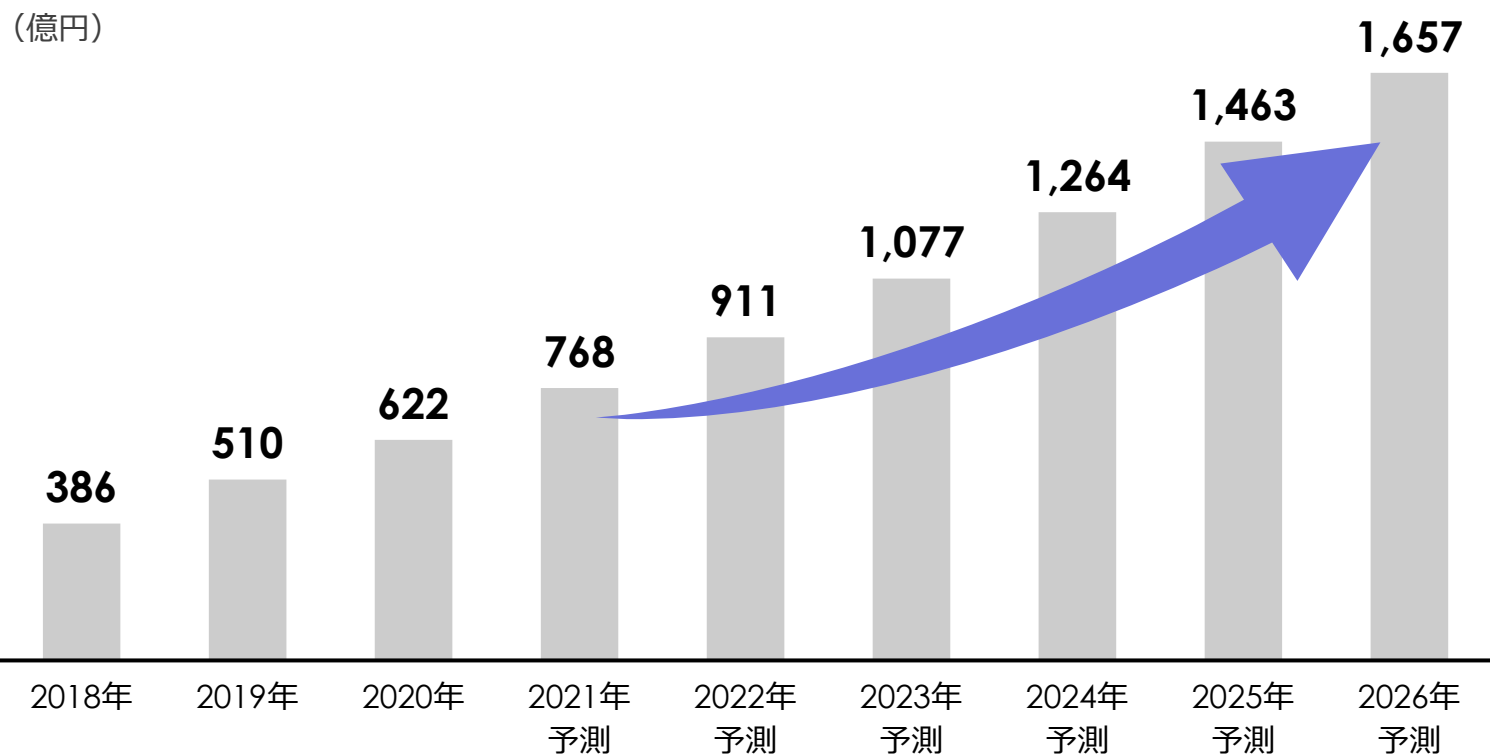


02



事業の状況と今後の取り組み

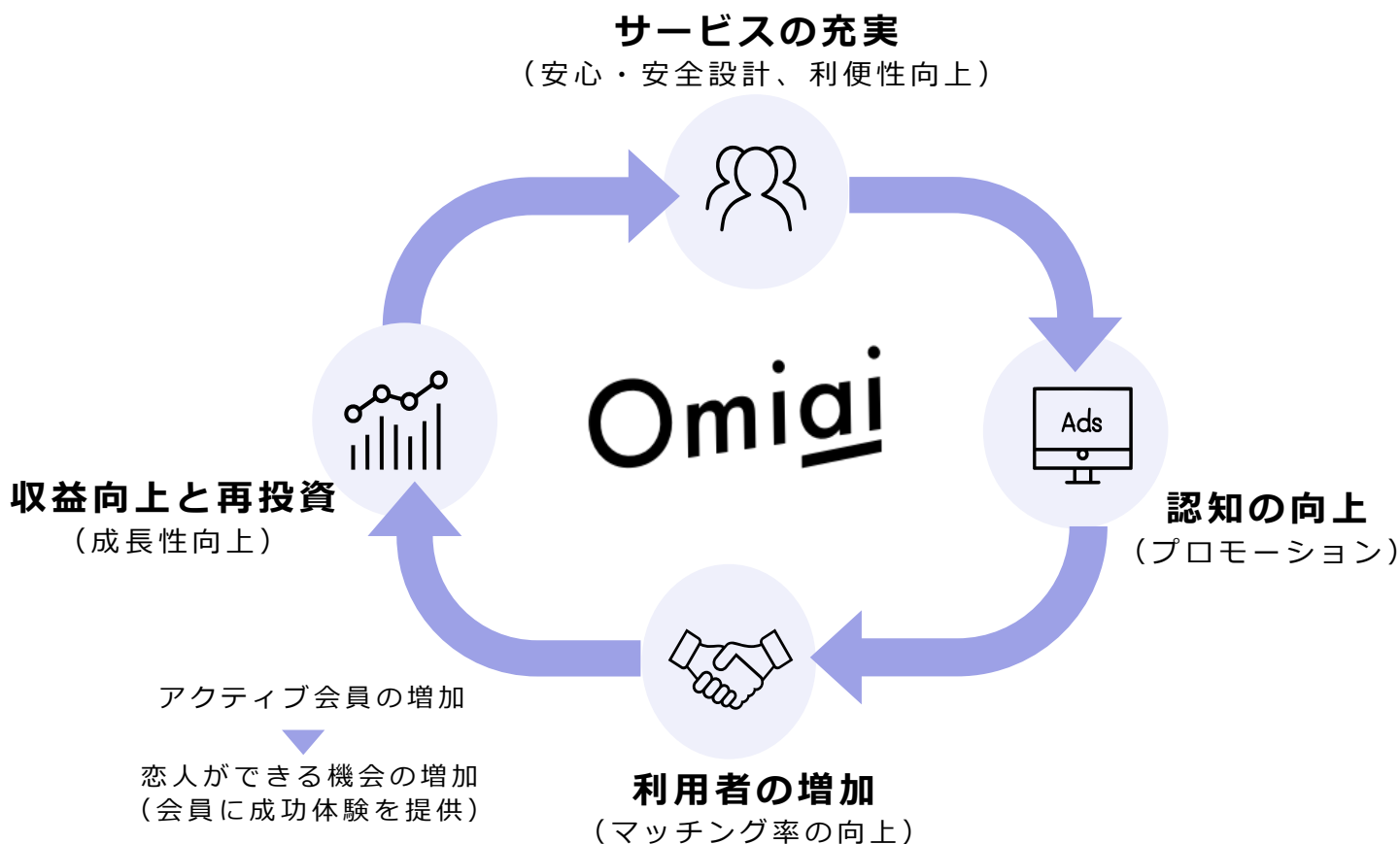
競争環境は依然として厳しいものの、市場は今後も高成長が予想される



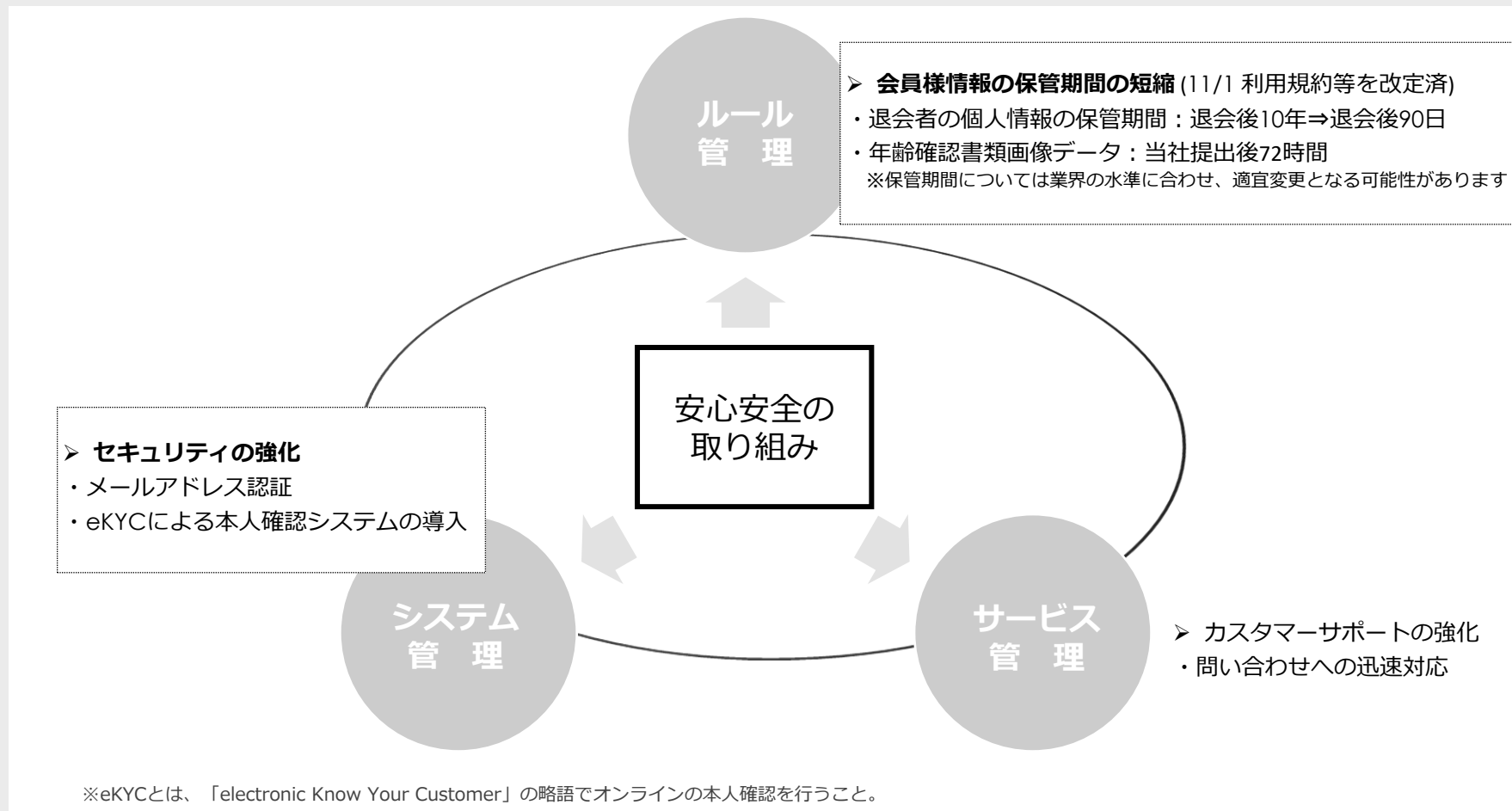
恋活・婚活マッチング市場

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。

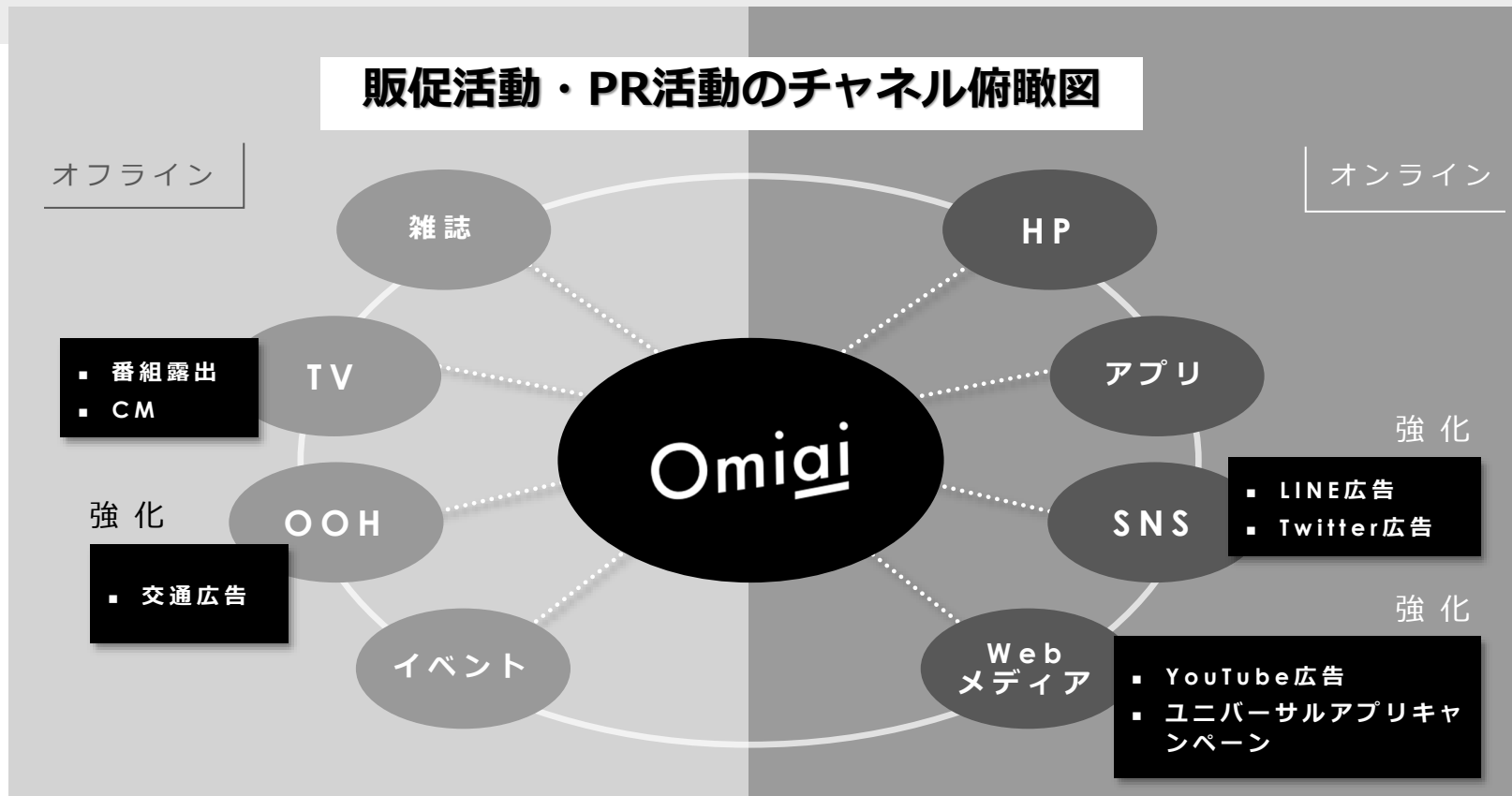
ユーザーファーストであることを重視し、安心・安全なサービスを追求 エコシステムの再構築に取り組む



これまで以上に安心・安全の徹底やニーズを捉えたサービス提供を行い、 信頼の再構築と事業の再成長を図る



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

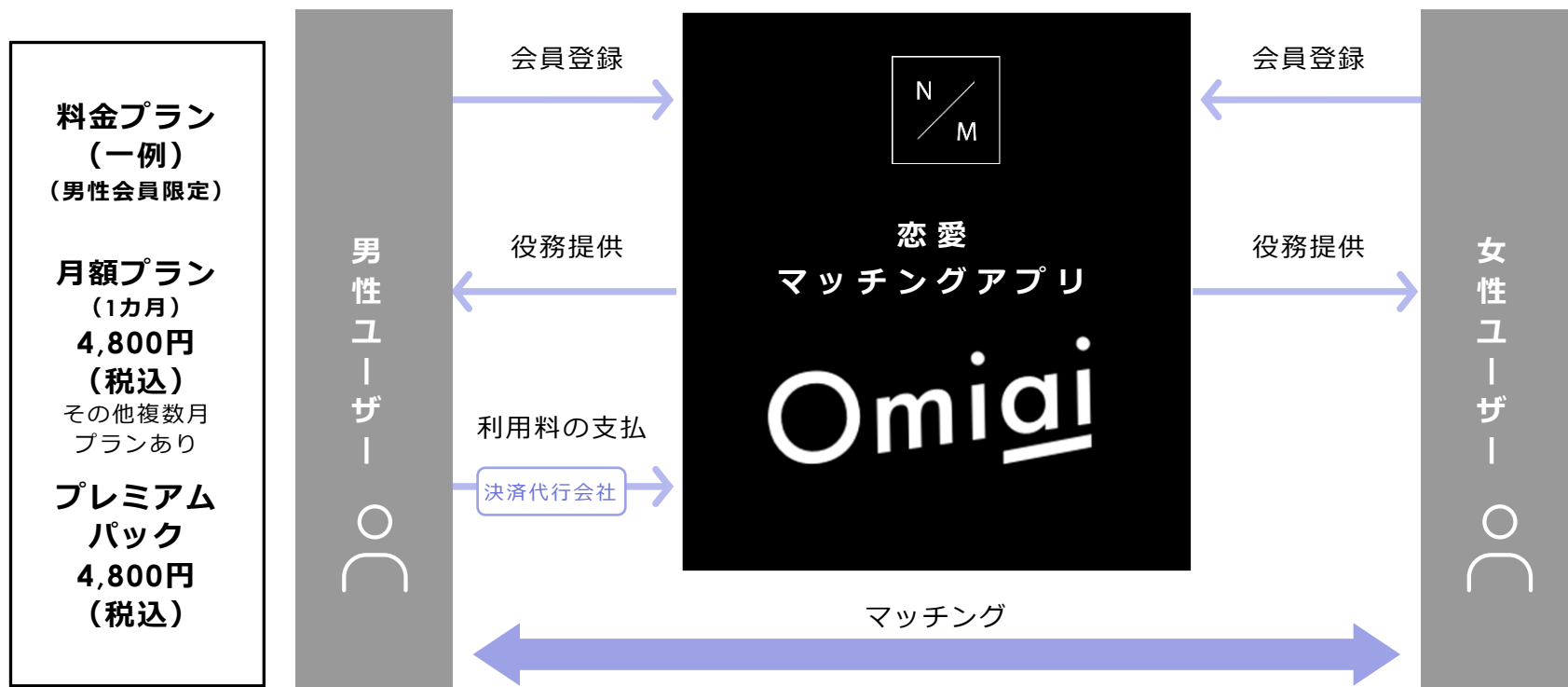


※ユニバーサルアプリキャンペーン

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

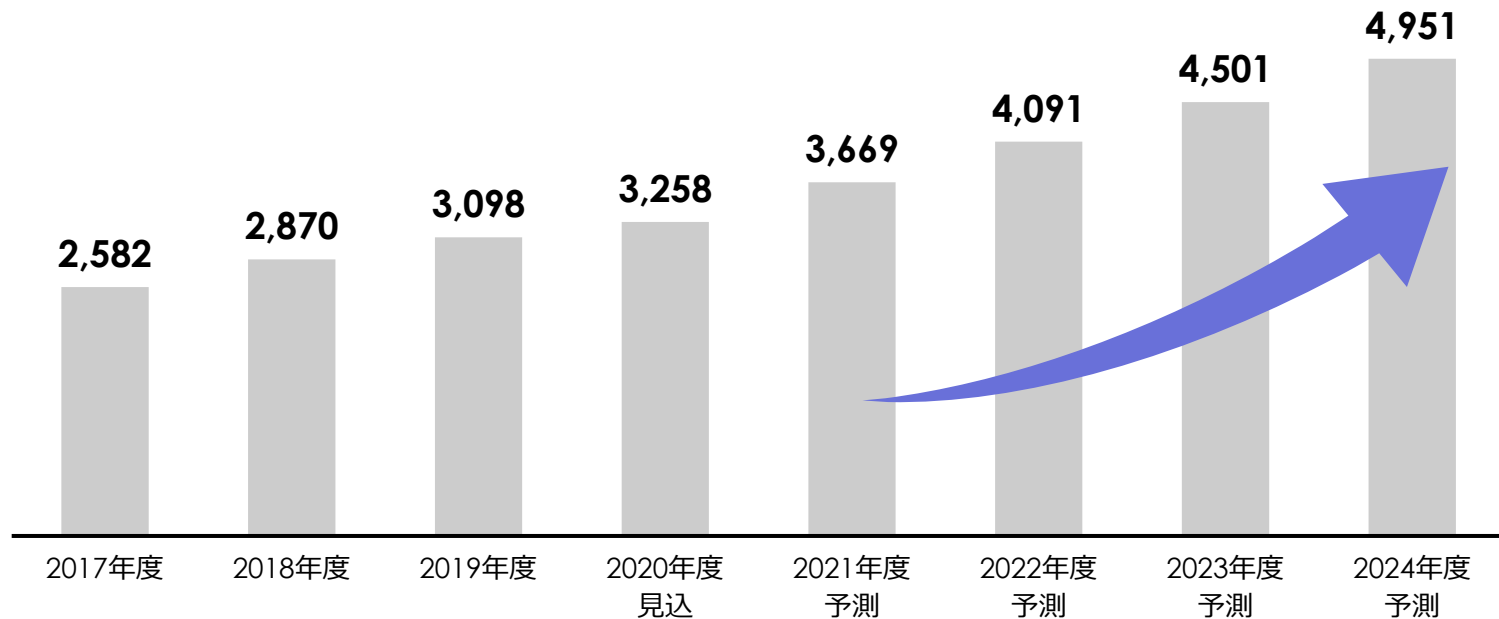
恋活・婚活マッチングアプリ「Omiai」

恋愛や結婚対象となるパートナーをオンライン上で紹介する
オンライン恋活・婚活マッチングサービス



コロナ禍においてもEC分野、金融分野などを中心に成長
この流れは変わらず、今後も持続的な成長が見込まれている

(億円)



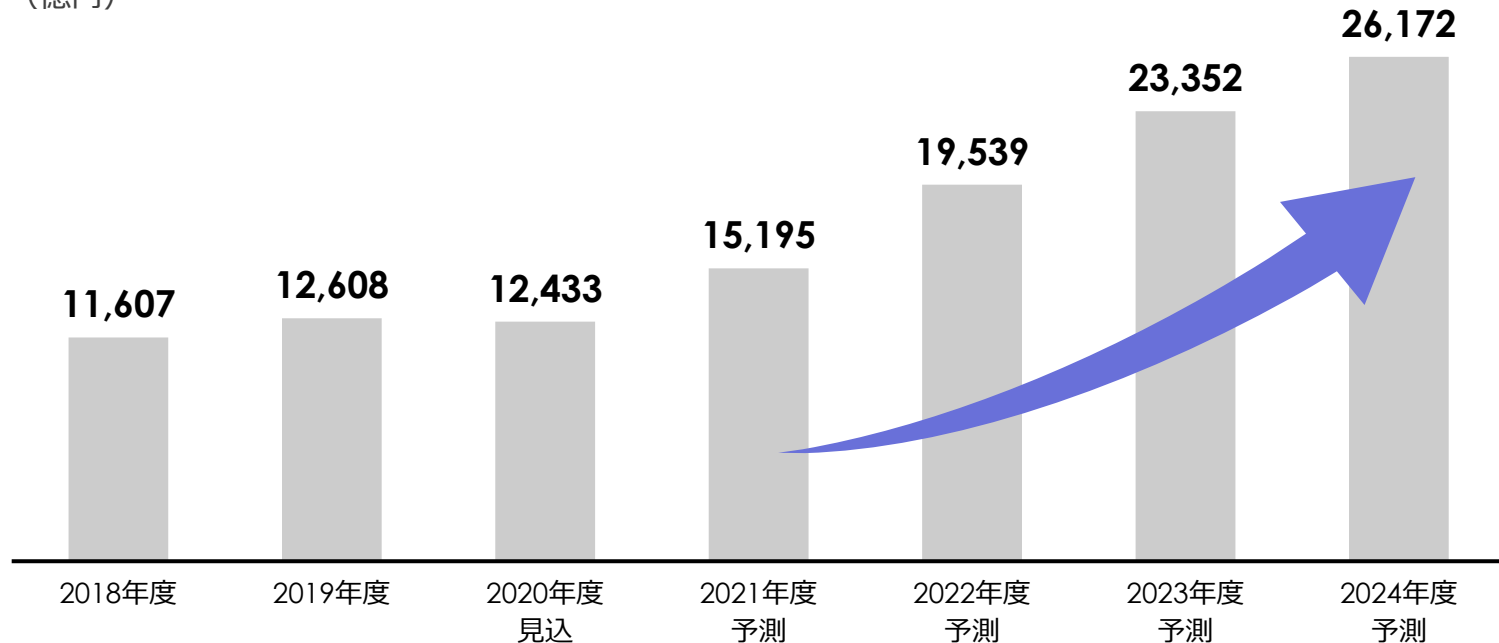
アフィリエイト広告市場

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。

2020年度はコロナ禍の影響を受け、前年比マイナス見込で推移するも、
コロナ禍が終息すれば、2021年度以降はより高い市場成長が予測される

(億円)



運用型広告市場

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分野を持続的に成長させながら、
市場成長が大きな運用型広告分野で更なる価値創造を目指していく

事業成長に向けた3つの方向性

サービス・広告商品拡充

- 運用型広告等の広告商品の取扱いを拡充

新規受注の拡大

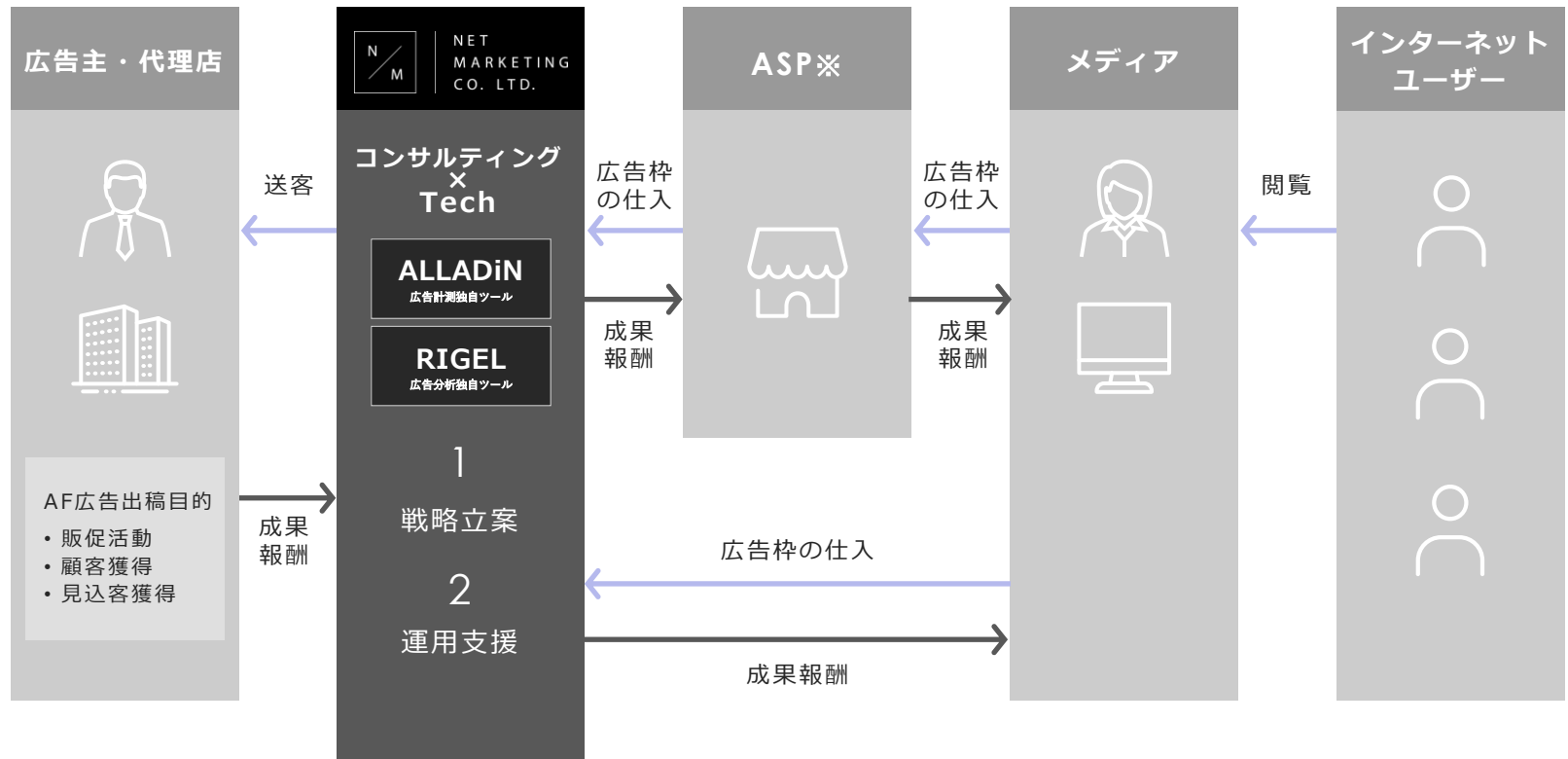
- 営業組織の強化
- 案件ポートフォリオの最適化

既存案件のアップセル

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

アフィリエイト広告コンサルティング

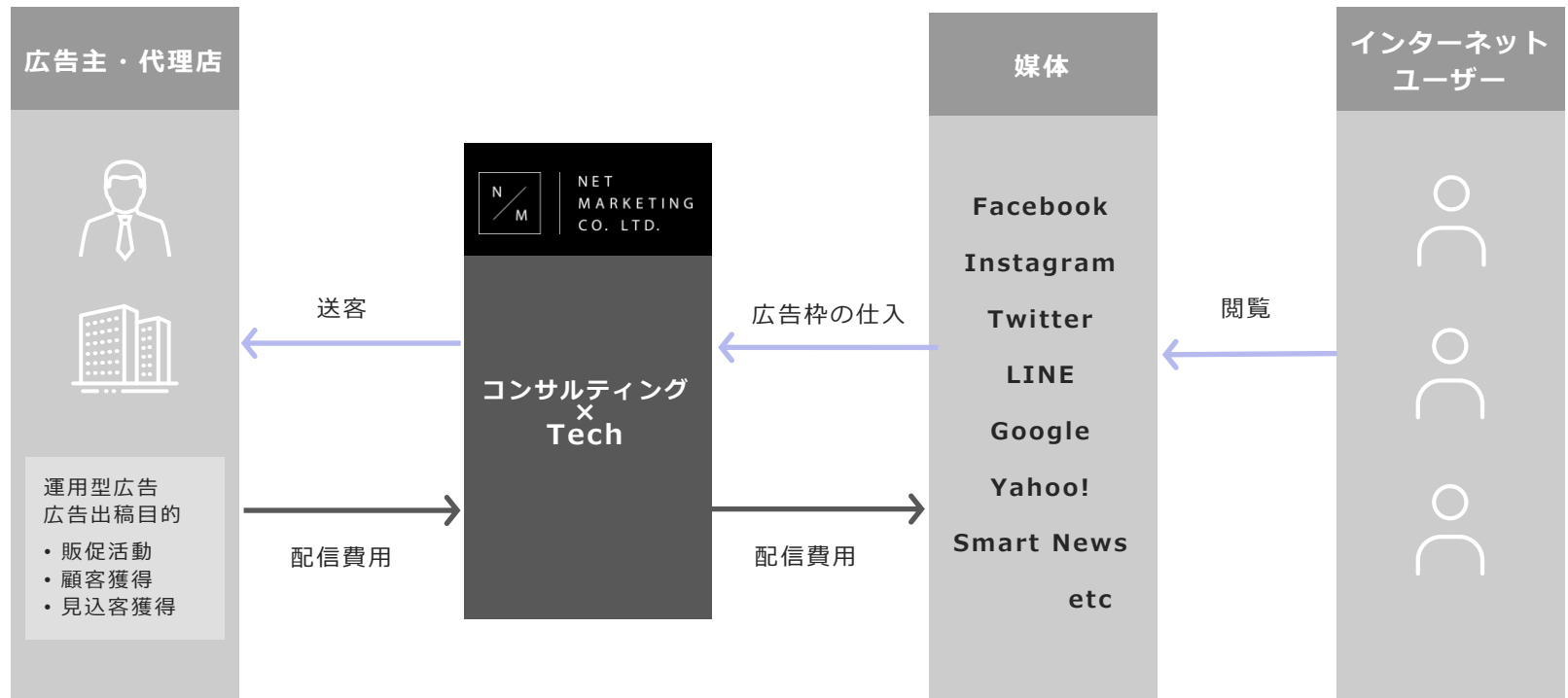
アフィリエイト専門代理店としてスタートして以来、アフィリエイト分野のリーディングカンパニーとして培ってきた多角的な提案により、パフォーマンス向上を実現

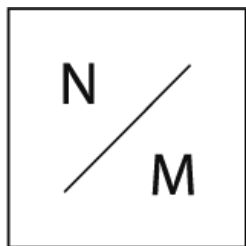


※ASP：アフィリエイト広告の配信会社であるアフィリエイト・サービス・プロバイダーの略称

運用型広告コンサルティング

ソーシャル広告を中心にOmiiaiで培った運用ノウハウをもとに成果を最大化





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。