

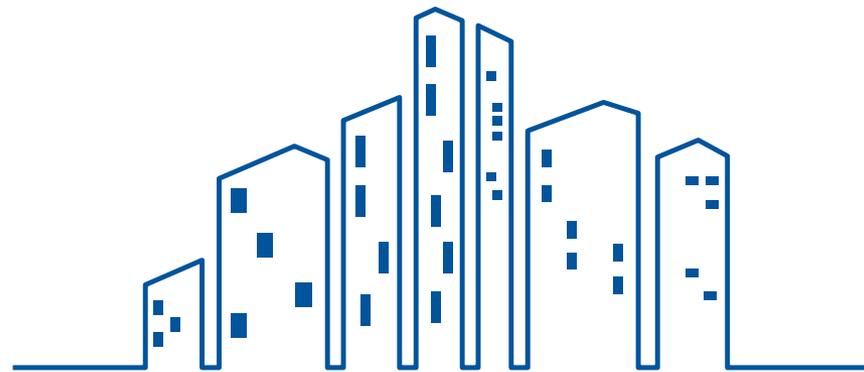
成長可能性に関する 説明資料

株式会社イーエムネットジャパン

2018年9月21日

目次

会社概要	2	頁
事業環境	8	頁
当社の強み	12	頁
成長戦略	16	頁
業績推移	19	頁



会社概要

会社概要

会社名	株式会社イーエムネットジャパン
所在地	東京都新宿区西新宿6-10-1 日土地西新宿ビル10F
設立	2013年4月22日 設立 2014年1月1日 営業開始
代表取締役社長	山本 臣一郎
事業内容	インターネット広告事業

沿革

2013年 4月	東京都新宿区に株式会社イーエムネットジャパン設立
2014年 1月	EMNET INC.の日本支社より事業譲渡を受け、株式会社イーエムネットジャパンとして事業を開始 日本支社よりGoogle,Inc.の「Google AdWords 広告」の正規代理店登録を継承
2015年 10月	ヤフー株式会社のYahoo!認定代理店に登録
2016年 7月	グーグル合同会社のAdWords 認定パートナーとして、「Google Partner プレミアバッジ」を取得
10月	ヤフー株式会社より「Yahoo!マーケティングソリューション正規代理店」として三つ星に認定される
2017年 4月	インターネット広告業界への人材供給を目的として、労働者派遣事業の許可を取得
4月	ヤフー株式会社より「Yahoo!マーケティングソリューションパートナー」のゴールドに認定される
6月	Twitter Japan株式会社の認定代理店に登録
7月	Facebook, Inc.の「Facebook agency directory」の認定代理店に登録
10月	LINE株式会社より「Marketing Partner Program」のSales Partner(Basic)に認定される

企業理念

「クライアントと共に歩む企業」

クライアント企業様と共に歩む企業を目指しております。

クライアント企業様の成長、それがイーエムネットジャパンの成長です。

スローガン

Beyond the Internet Advertising

従来のインターネット広告のみならず、更に様々な事業・インターネット広告を通じたビジネスを展開し、クライアント企業様に新たなサービスを提供していきます。

ビジョン

デジタルマーケティング業界における 専門家の育成

常に変化するインターネット広告において、クライアント企業様の様々なニーズに柔軟に対応し、最適な広告を提供するために、デジタルマーケティング業界の専門家を育成していくことを目標としております。

クライアント企業へのインターネット 広告に関する最新の情報と広告運用の提供

インターネット広告に関する最新の情報と広告運用のノウハウで、クライアント企業様の企業価値やブランド価値向上に貢献するサービスを提供していきます。

山本 臣一郎 代表取締役社長

ダブルクリック株式会社、トランス・コスモス株式会社から当社に至るまで約20年にわたり、インターネット広告、インターネット業界に従事
2010年トランス・コスモス社より韓国イーエムネットへ転籍、常務執行役員に就任
2016年11月に当社代表取締役に就任

村井 仁 取締役CFO兼管理統括部部長

デロイトトーマツコンサルティング株式会社（現アビームコンサルティング株式会社）、有限責任監査法人トーマツを経て、2016年11月に当社取締役CFOに就任
一般財団法人会計教育研修機構の実務補習所運営委員、講師
公認会計士

加藤(高橋)和之 取締役 営業本部営業統括

大手人材会社に入社後、株式会社イーエムネットジャパンに入社主に営業に従事しつつ、営業体制を構築
2014年日本法人設立後、営業統括責任者に就任
2016年11月に当社取締役に就任

上野 正博 社外取締役

株式会社リクルート入社。その後、ダブルクリック株式会社で代表取締役社長に就任
その後、トランスコスモス株式会社 取締役、オーバージュア株式会社 代表取締役社長、ピカム株式会社 代表取締役社長を歴任
2011年4月にCRITEO株式会社アジア太平洋地域最高責任者に就任後、同年6月に代表取締役に就任
2018年5月当社社外取締役に就任

瀧野 章 常勤監査役

株式会社都民銀行に入行後、丸和証券株式会社（現証券ジャパン）、新光証券株式会社（現みずほ証券）と長年にわたり金融業に従事。その後、2社の常勤監査役を経て、2016年11月に当社常勤監査役に就任

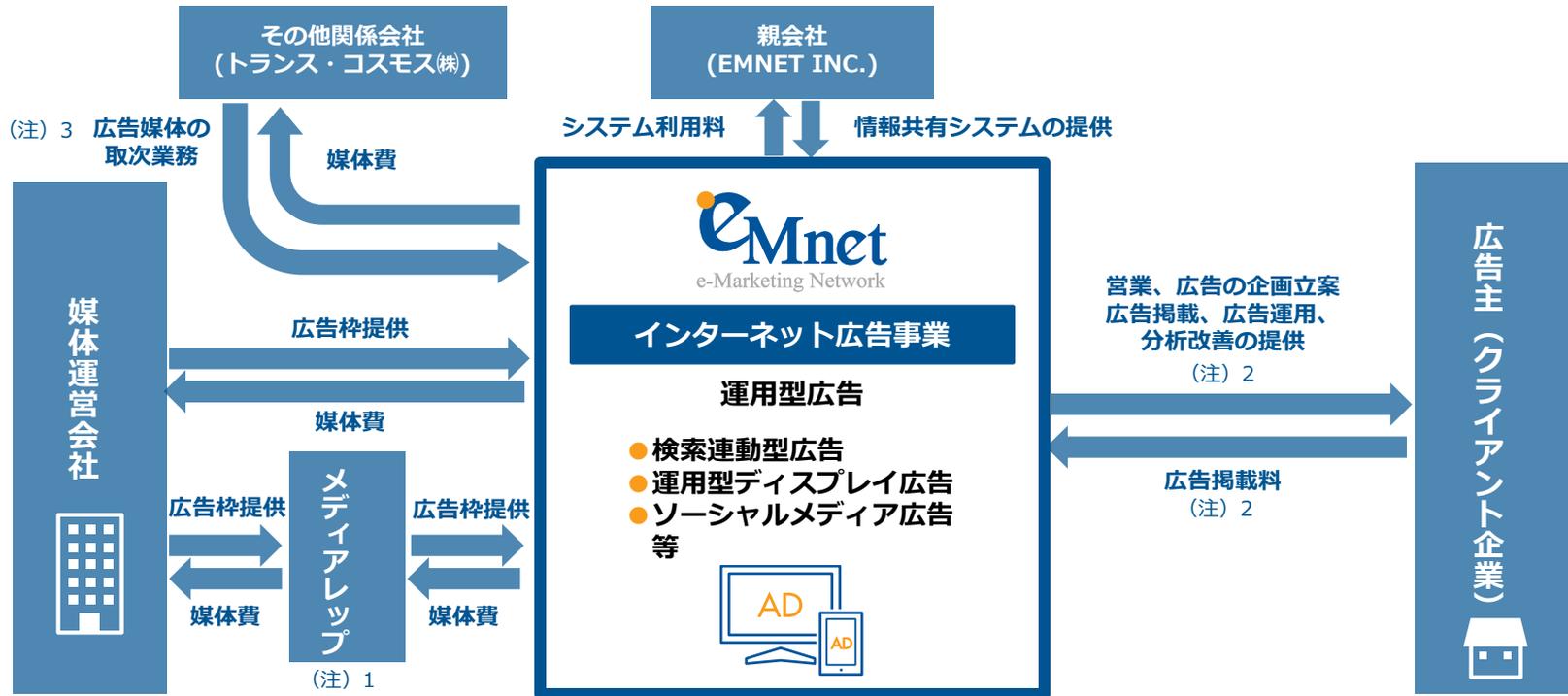
金 永源 監査役

株式会社イーエムネット（韓国、KOSDAQ市場上場）を2000年に設立し同社代表取締役社長に就任
2013年に当社を設立し、取締役に就任
その後、2015年に当社代表取締役社長に就任
2016年11月に当社非常勤監査役に就任

小口 光義 監査役

監査法人朝日新和会計社（現有限責任あずさ監査法人）へ入所後、2003年同所代表社員に就任
2017年3月に当社非常勤監査役に就任
公認会計士

事業系統図



- (注) 1.メディアアレップとは、インターネット広告の取引において、広告の媒体運営会社と広告代理店や広告主との仲介を行っている事業者のことを意味しております。
 2.取引の一部について、代理店を通じて取引を実施しております。
 3.トランス・コスモス株は、当社の親会社のEMNET INC.の株式を25.14%保有しているため、トランス・コスモス株と当社は、その他の関係会社の関係にあります(2018年8月末日現在)。



検索連動型広告のイメージ



運用ディスプレイ広告のイメージ

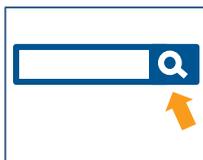


ソーシャルメディア広告のイメージ

Beyond the internet Advertising

当社のサービス内容

検索連動型広告



豊富な実績に基づいた
最適な運用を提供

運用型ディスプレイ広告



新規・訪問・購入・
潜在ユーザーへ最適に
アプローチ

SNS広告



SNSの特性に合わせた
プロモーションで広告
成果を最大化

フィード広告



ユーザーの興味関心に
合わせた広告で効率的
にアプローチ

純広告



課題に合わせた純広告
メニューのプランニン
グで潜在ユーザーへア
プローチ

動画広告



ユーザーの印象に残る
広告を効果的に配信

アクセス解析



コンテンツマーケティング



WEBサイト制作



LP / バナー制作



多種多様なクライアントが地方に分散

特定の業界・業種に依存せず、広告運用力のある営業担当が
幅広い業種のクライアントへサービスを展開

eMnet
e-Marketing Network



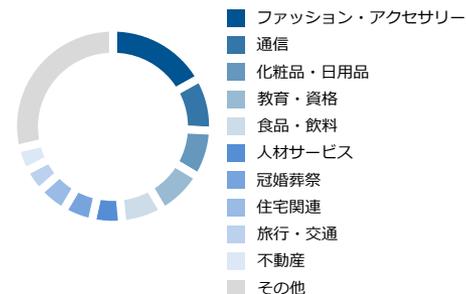
営業担当

多種多様なクライアントに最適な
ソリューションをご提供

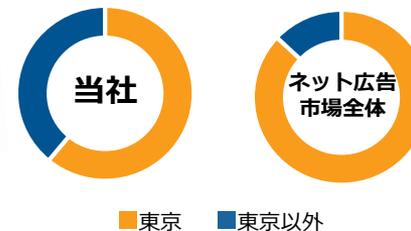


様々な業種、地方にクライアントが分散

当社業種別売上高



地域別売上高



出所：平成27年特定サービス産業実態調査報告書
広告業編（経済産業省）を元に作成



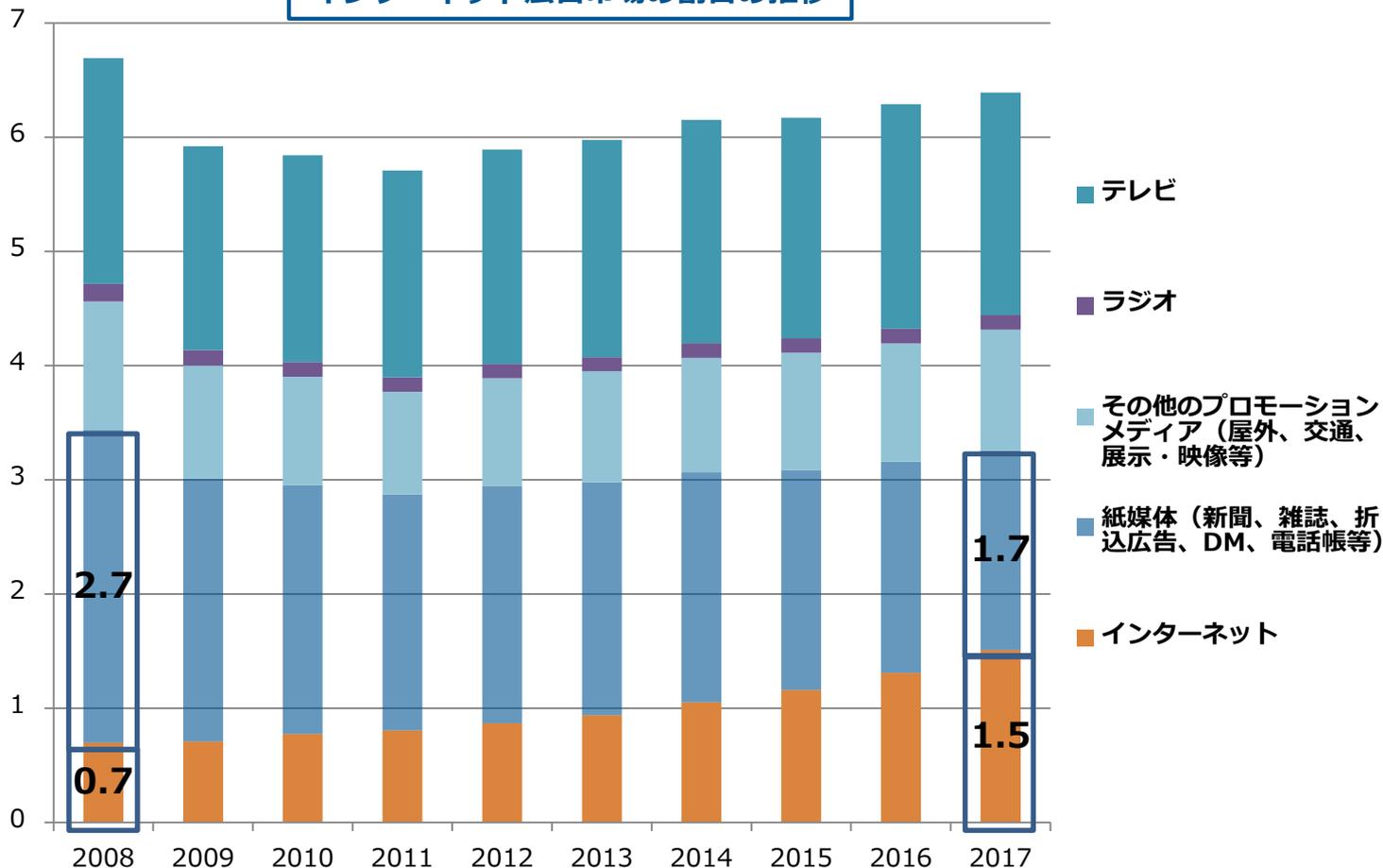
事業環境

インターネット広告市場

広告市場全体におけるインターネット広告の割合は継続的に増加
特に紙媒体からインターネット広告へシフト

(兆円)

インターネット広告市場の割合の推移



出所：2017年日本の広告費（株式会社電通）を元に作成

中小企業のインターネット広告費 市場シミュレーション

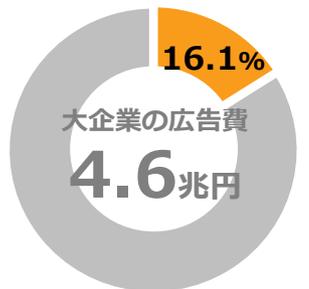
中小企業にインターネット広告による広告効果の最大化を提案し市場を開拓

大企業と中小企業のインターネット広告費割合

- 現状中小企業のインターネット広告比率は6.2%であり、大企業の16.1%と比べ劣後



中小企業の
インターネット広告費比率
6.2%

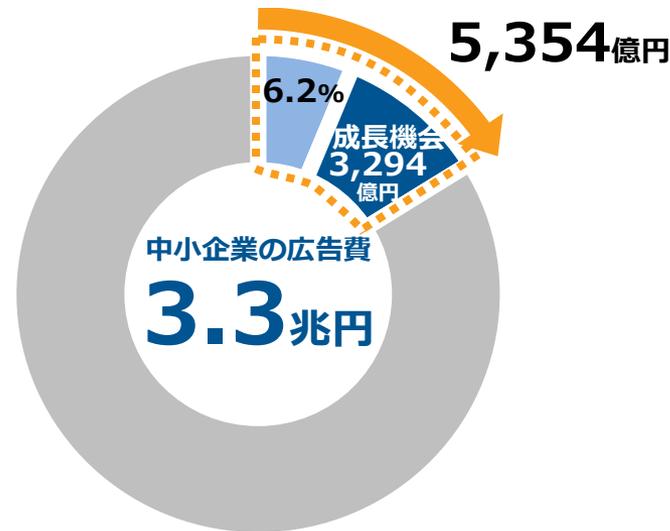


大企業の
インターネット広告費比率
16.1%

中小企業のインターネット広告費の成長機会

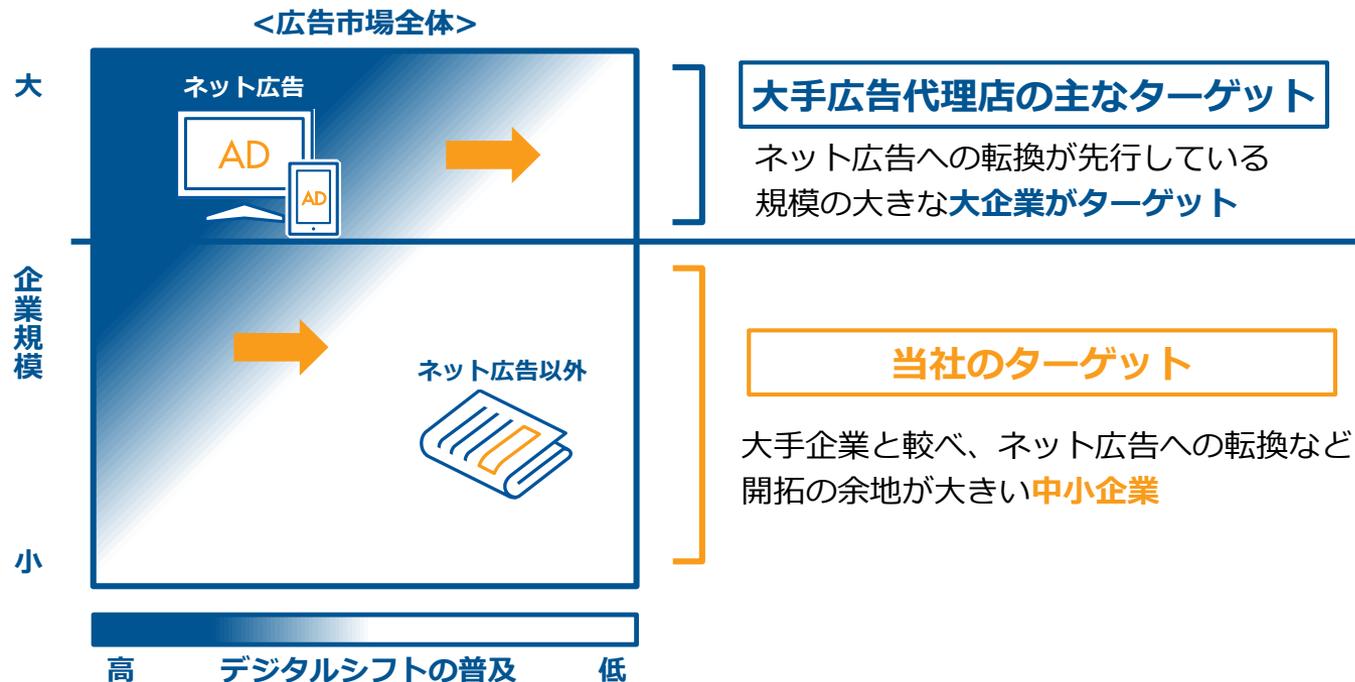
- 今後大企業と同水準まで広告費比率が上がるだけで大きな潜在的な成長機会を見込む

中小企業の
インターネット広告費比率
現状6.2%→16.1%
(大企業のインターネット広告費水準)



中小企業：従業員100名未満の企業 大企業：従業員100名以上の企業
出所：平成27年特定サービス産業実態調査報告書広告業編（経済産業省）を元に作成

中小企業は、大手企業と比べ、ネット広告への更なるシフトが期待でき、
既存の広告媒体からのシフトが見込める



従来、新聞などの紙媒体が中心となっていた中小企業の広告が
細かなターゲティングができるネット広告へ徐々にシフト



当社の強み

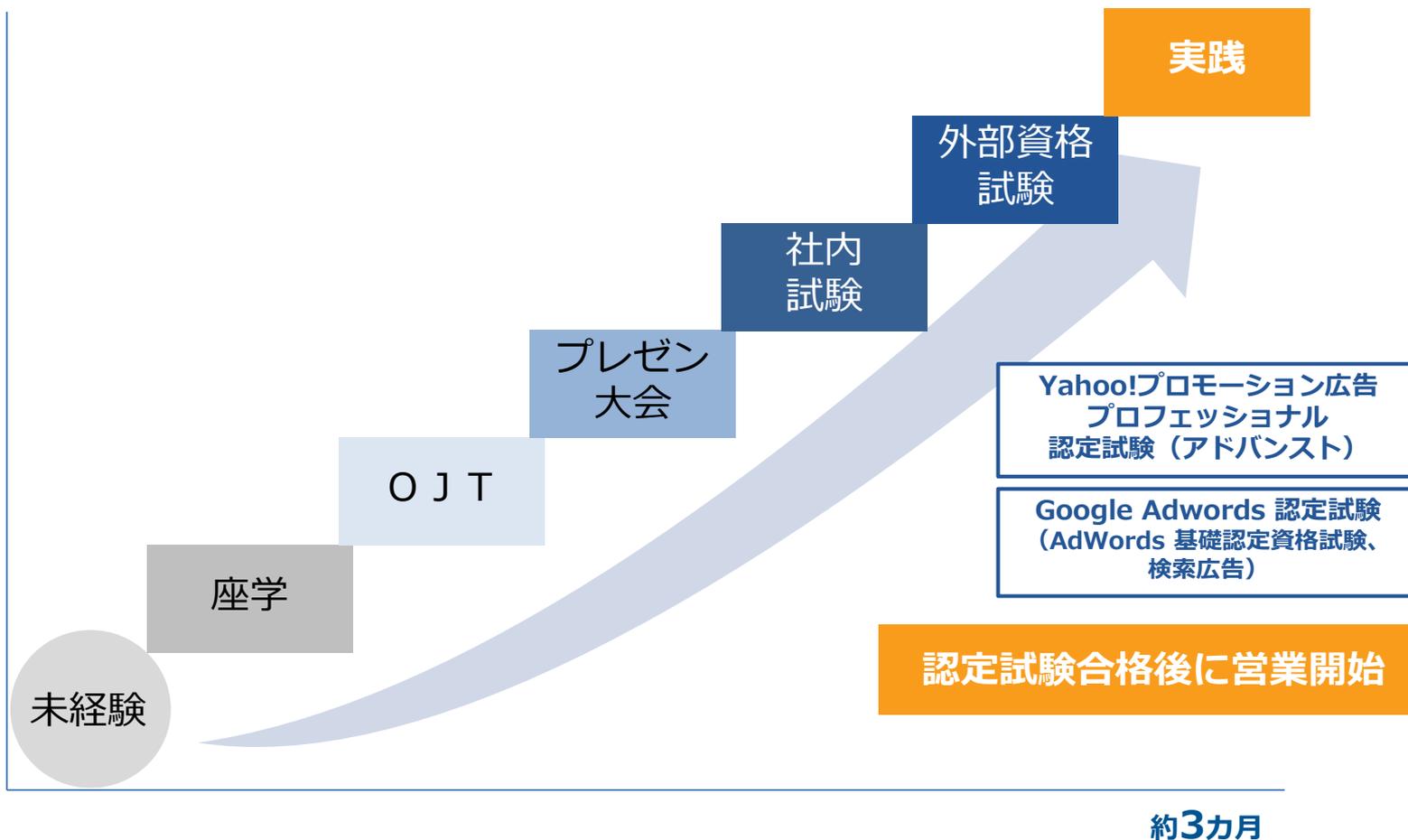
専任の担当がご提案から分析・レポートまで一気通貫に対応
クライアントの広告効果の最大化を実現



当社の強み—教育体制

当社で構築した研修プログラムにより業界未経験者を
短期間で広告運用力のある人材に育成

戦力化



当社の強みー大手パートナーからの認定

Yahoo!



●認定パートナーとは

パートナーの中で、Yahoo! JAPANの広告商品・サービスを総合的に活用し、優れた実績のあるパートナーに対して、ダイヤモンド、プラチナ、ゴールド、シルバーの認定

●マーケットデベロップメントパートナーとは

少額予算の広告主向けのサービスにおいて、実績と品質が一定の基準以上であると認定されたパートナー。少額予算の広告運用に必要な独自のノウハウと体制の両方を有する。

●審査エクスペンスとは

審査基準を順守し、質の高い広告運用を行うパートナーには、広告商品別に審査時間を短縮できる審査エクスペンスを付与

Google



●Google Partnerとは

- Google Partner バッジには 2 つのレベルがある (Google Partner プレミアバッジ、Google Partner バッジ)
- Google Partner プレミアバッジは、高度な専門知識を持ち、顧客満足度の高い広告運用によって業績を上げる代理店のみに認定が付与

その他 (LINE、Twitter、Facebook)



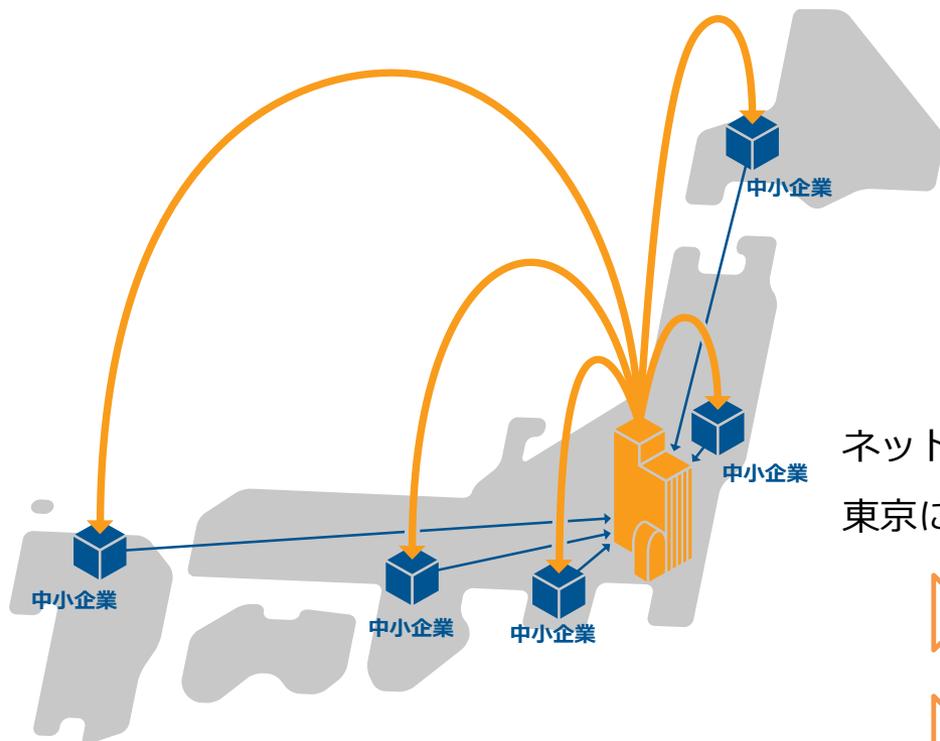
- セールスパートナー認定 大手SNS (LINE、Facebook、Twitter) より



成長戦略

成長戦略 1 東京本社による地方市場の開拓

広告効果の最大化によって、当社は東京から
デジタルシフトが今後期待される中小・地方企業の市場開拓を加速

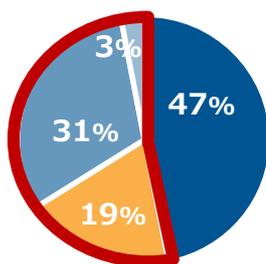


ネット広告の情報があつまる東京に拠点を設置
東京に人員を集中させることで

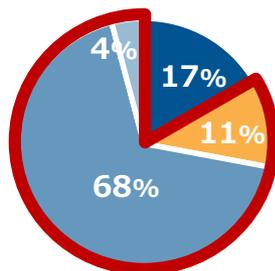
- 最新の情報に触れられる機会を提供し、**従業員の知識・技術を向上**
- 人員の集中による**高いクオリティ・コントロールを実現**

絶えず進化を続けるインターネット社会の変化にも
人材への投資を続ける事で対応を行っていく

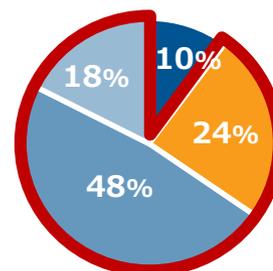
デバイスの
多様化の推移



2000年



2007年



2016年

- PCのみ
- モバイル端末のみ
- PCとモバイル端末
- ゲーム機・テレビ等、PC・モバイル端末の組み合わせ等



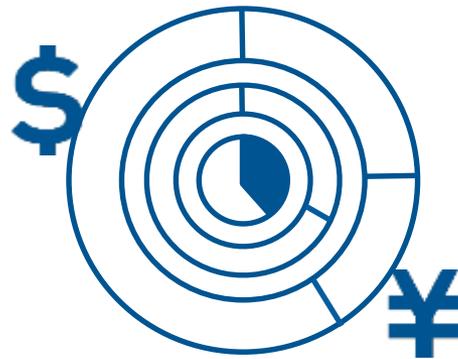
広告メディアの
多様化の推移

● 検索広告

● ディスプレイ広告

● SNS広告

出所：総務省「通信利用動向調査」より「端末別にみた個人のインターネット利用の割合の推移」を元に作成

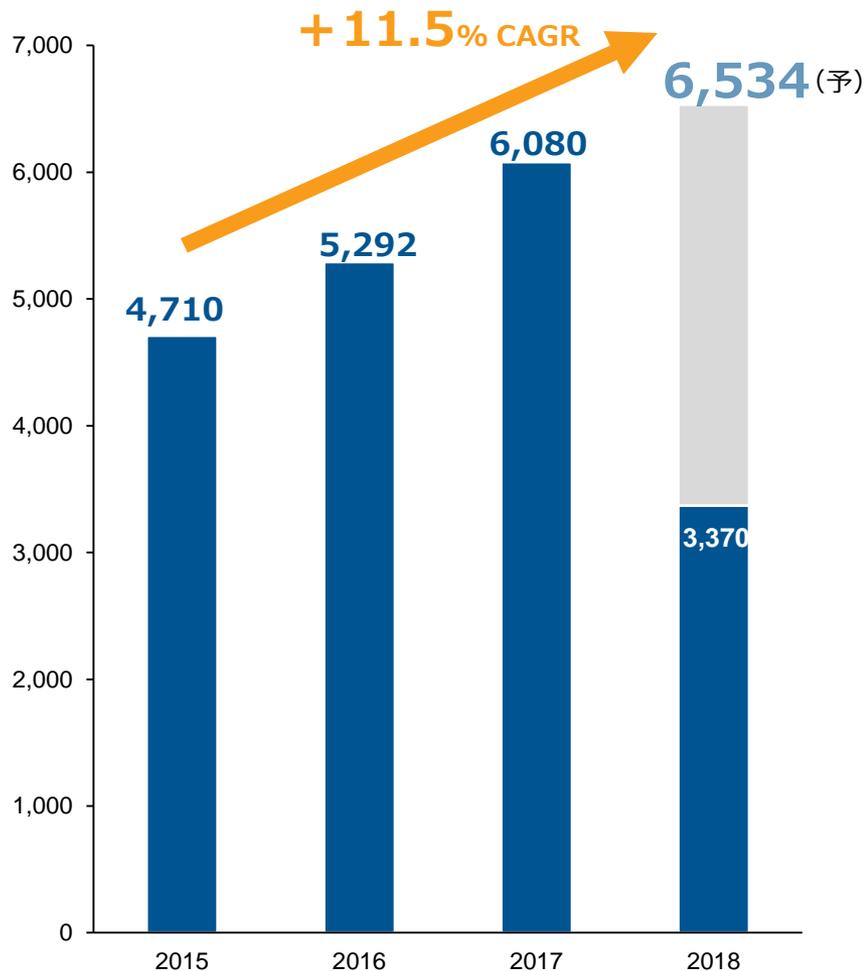


業績推移

売上高・経常利益

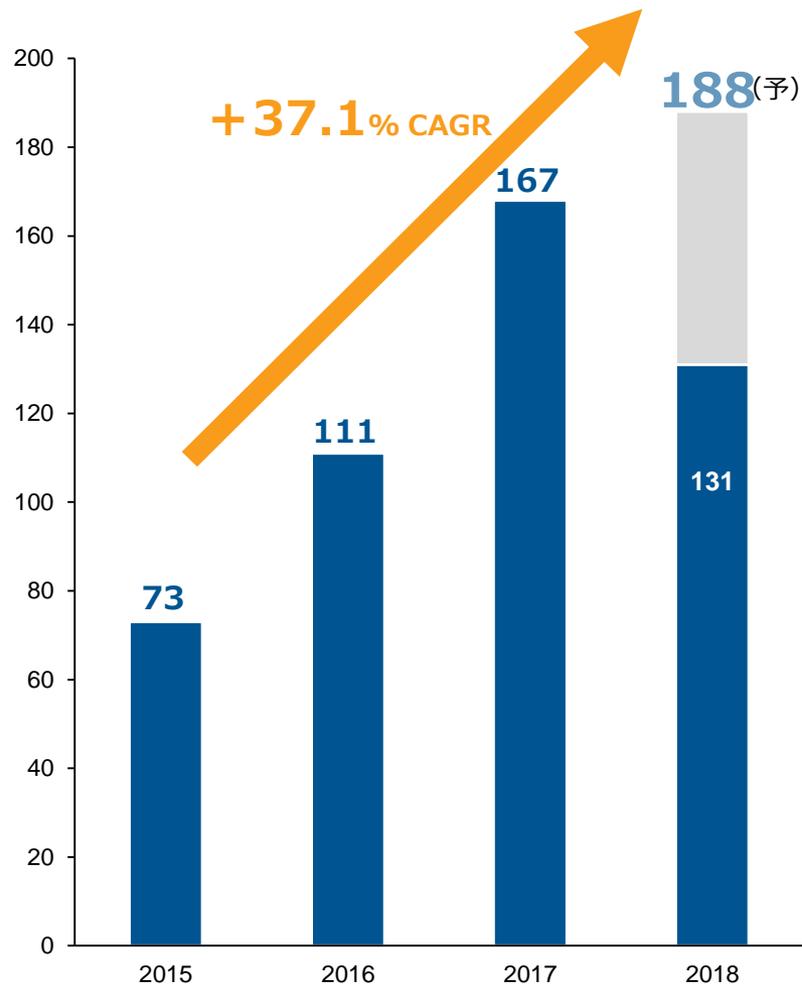
売上高

(百万円)



経常利益

(百万円)



(注)2018年の数値に関しては青色は2018年12月期第2四半期実績数値、灰色については2018年12月期の予想数値に基づいて作成

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

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。

本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、投資家の皆様がご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。