

NET
MARKETING
CO. LTD.

株式会社ネットマーケティング

決算補足説明資料

2020年6月期決算 第2四半期

Contents



2020年6月期 第2四半期

決算概要



NET
MARKETING
CO. LTD.

2020年6月期 第2四半期

決算概要



コーポレート

- 8/9 中期経営計画を更新・・・基本方針、重点施策等の変更なし
- 9/26 コーポレート・アイデンティティをリニューアル

事業

全社

**全社の売上高、利益ともに前年同期から大きく伸長
広告事業の牽引により、第2四半期業績予想達成**

メディア事業



PR分野への費用投下のため、売上高・営業利益が一時的に減少

- 累計会員数500万人達成
- 重点課題（マーケティング／PR／プロダクト分野）への取り組みを推進・・・P12

広告事業



主力カテゴリーが好調に推移し、増収増益

- 既存案件のアップセル／利益成長を重視した営業活動の継続
- SNS広告の強化継続

全社の売上高、利益ともに前年同期から大きく伸長

| 単位：百万円 | 2019.6 第2四半期 | 2020.6 第2四半期 | 前期比 |
|-----------------|-----------------|-----------------|---------------------------|
| 売上高 | 6,533 | 7,751 | +1,218 (+18.6%) |
| 売上総利益 | 1,953 | 2,503 | +550 |
| 粗利率（売上総利益/売上高） | 29.9% | 32.3% | |
| 営業利益 | 25 | 508 | +482 |
| 営業利益率（営業利益/売上高） | — | 6.6% | |
| 経常利益 | 21 | 513 | +491 |
| 四半期純利益 | 9 | 351 | +342 |

広告事業の牽引により、第2四半期業績予想達成

| 単位：百万円 | 第2四半期実績 | 第2四半期業績予想 | 通期業績予想 |
|--------------|---------|-----------|---------------|
| 売上高 | 7,751 | 7,535 | 16,302 |
| 営業利益 | 508 | 398 | 813 |
| 経常利益 | 513 | 398 | 812 |
| 四半期純利益 | 351 | 275 | 563 |
| 期末配当金 (配当性向) | 0円 | 0円 | 6円 (15.5%) |

※ 業績や戦略に重要な影響が見込まれる場合は、明らかになり次第お知らせいたします。

四半期売上高推移

(百万円)

5,000

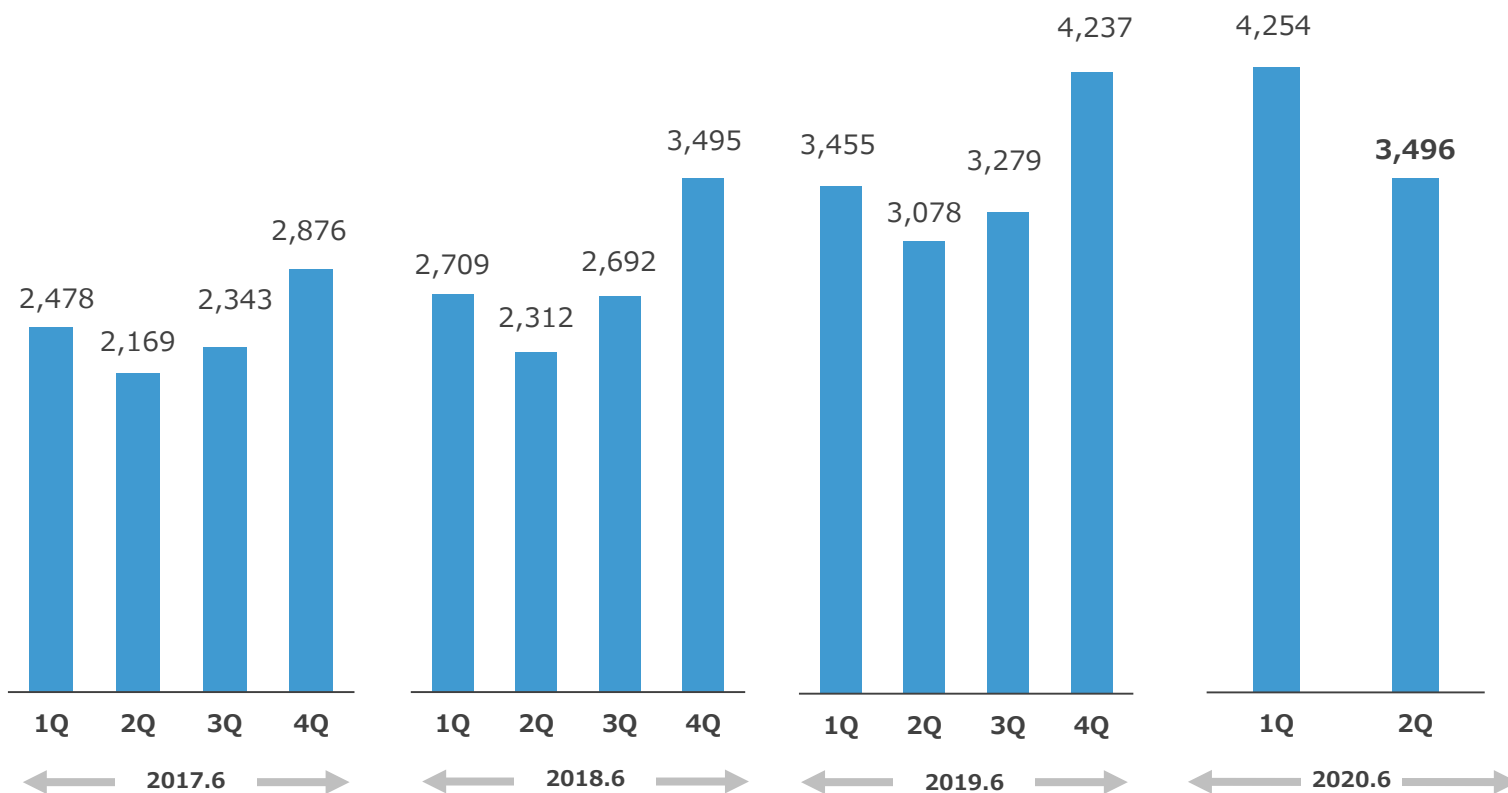
4,000

3,000

2,000

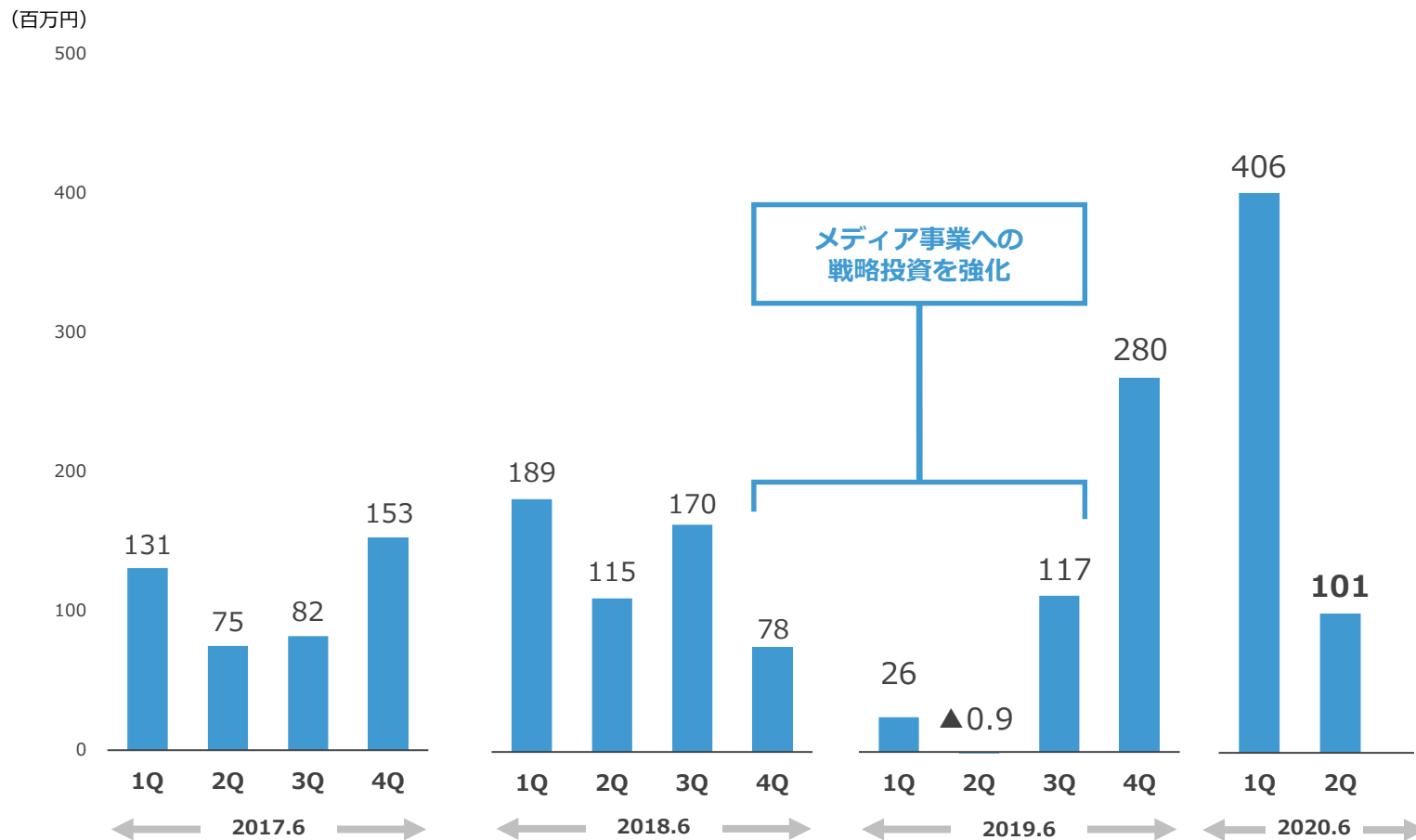
1,000

0



※ 2017年6月期、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。

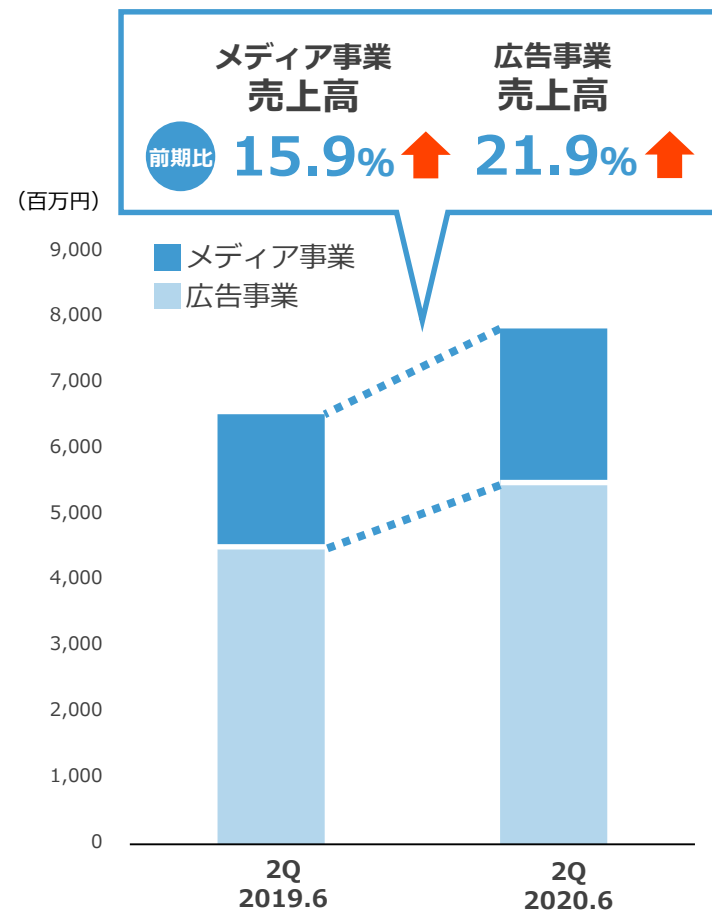
四半期営業利益推移



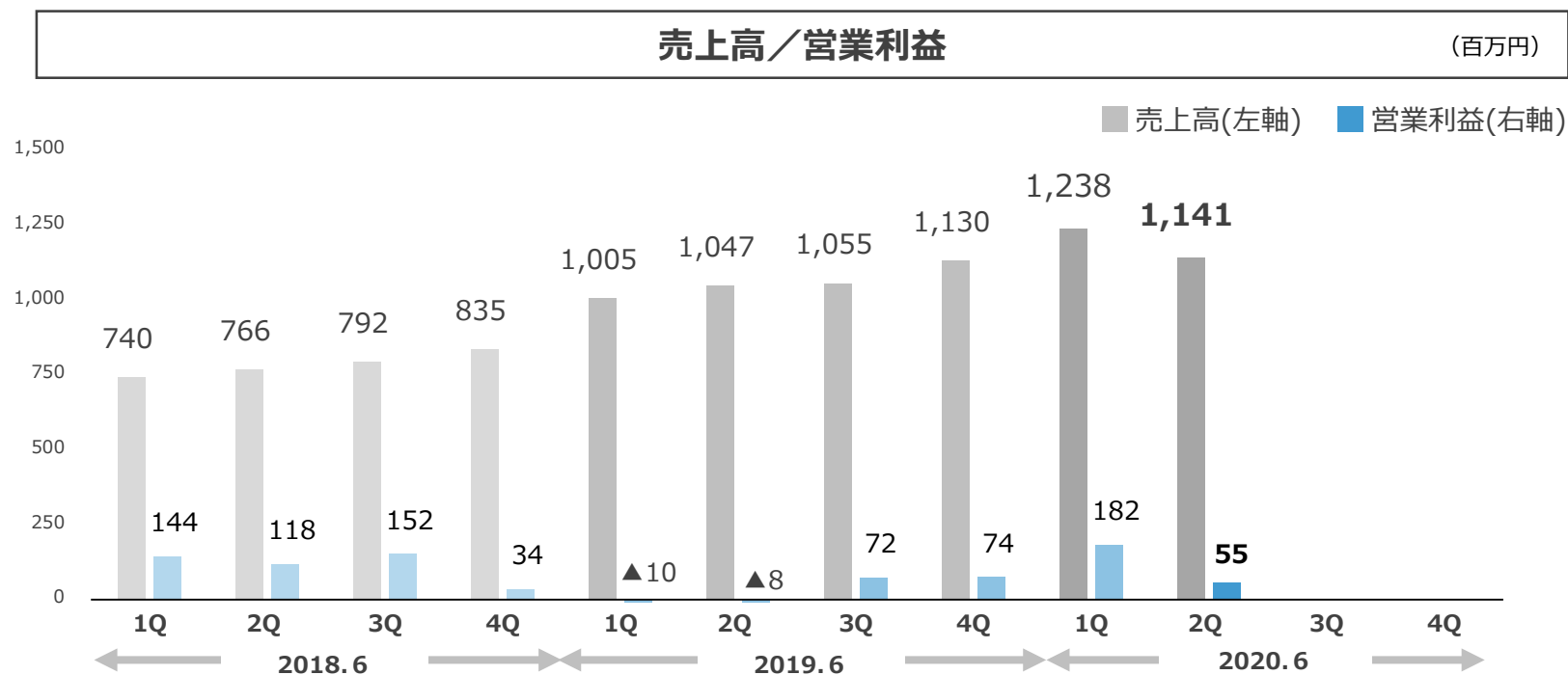
※ 2017年6月期、2018年6月期は連結として決算発表しておりましたが、2019年6月期より非連結決算に移行したため、単体の業績数値を記載しております。

メディア事業、広告事業ともに前期比2ケタ増収

| 単位：百万円 | 2019.6 第2四半期 | 2020.6 第2四半期 |
|---------------|-----------------|-----------------|
| メディア事業 | | |
| 売上高 | 2,053 | 2,379 |
| 営業利益 | ▲18 | 238 |
| 利益率（営業利益/売上高） | - | 10.0% |
| 広告事業 | | |
| 売上高 | 4,480 | 5,460 |
| 営業利益 | 314 | 568 |
| 利益率（営業利益/売上高） | 7.0% | 10.4% |
| 調整額 | | |
| 売上高 | - | ▲88 |
| 全社費用 | ▲269 | ▲297 |



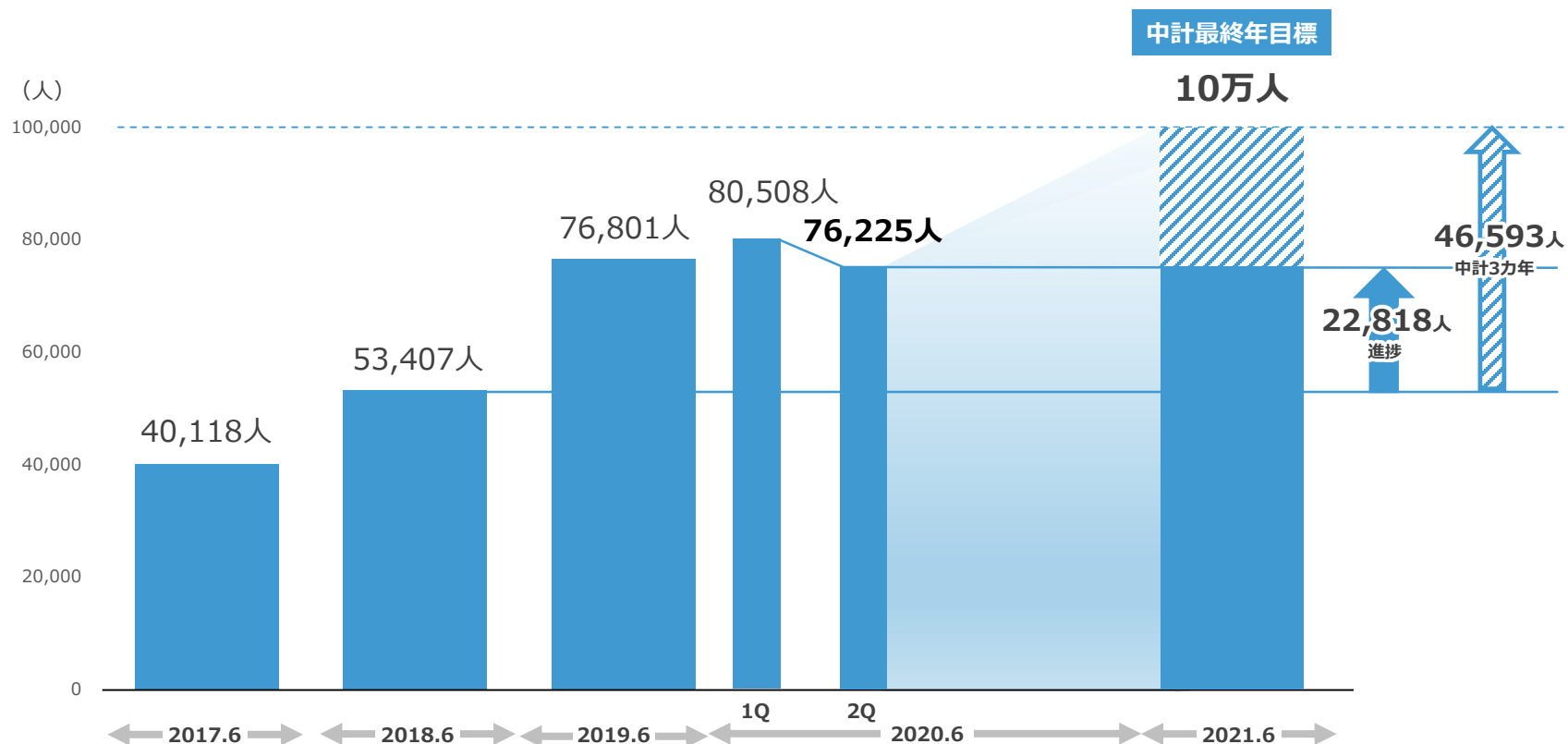
PR分野への費用投下のため、売上高・営業利益が一時的に減少



※ 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。

有名タレントを起用したPR施策準備に経営資源を投下 年末年始の獲得強化により、1月の有料会員数は回復



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）

重点課題への取り組みを進め、更なる事業拡大の実現を目指す

重点課題 : 需要期に向けた注力分野

取り組み状況

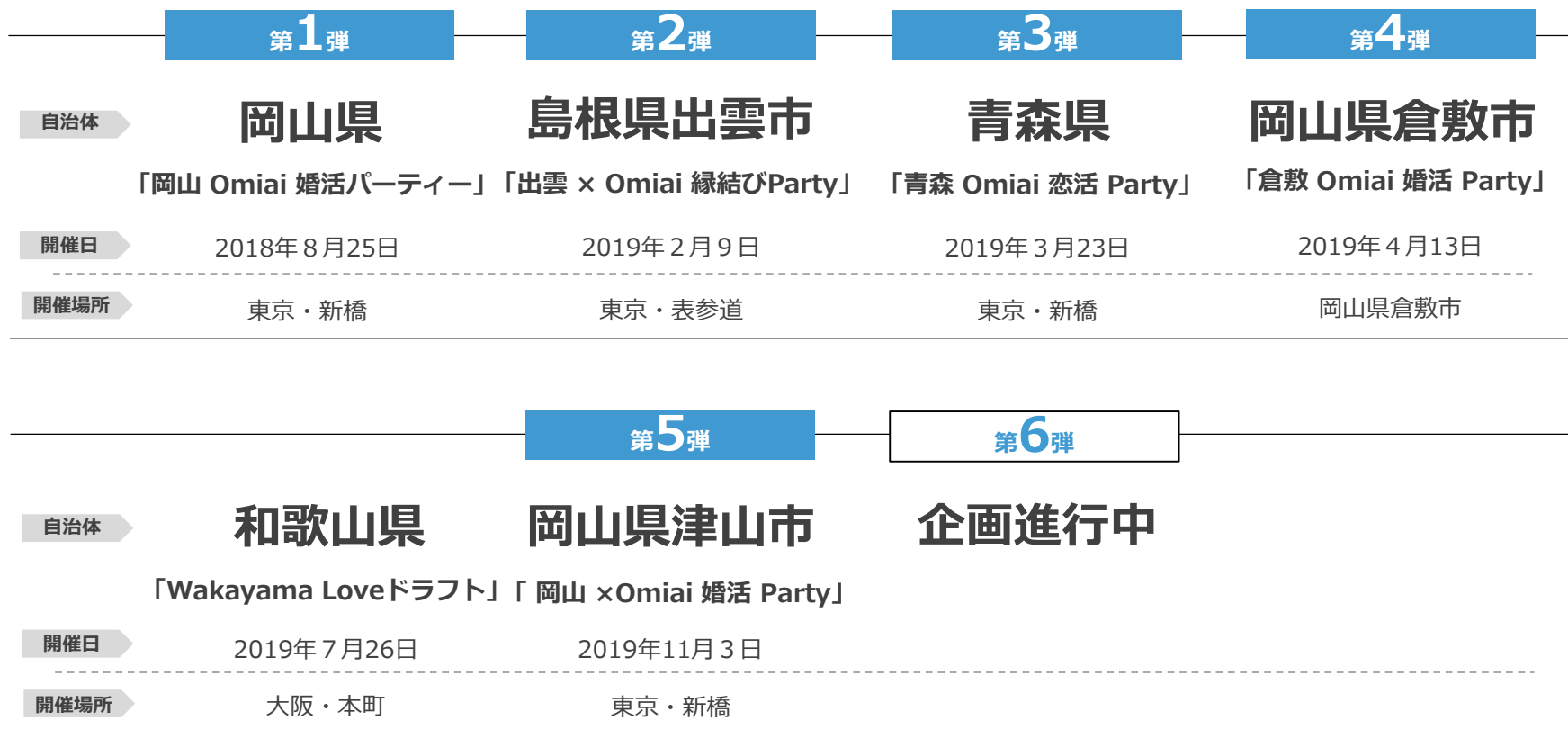
| | |
|-----------|--|
| マーケティング分野 | 各種KPIの最適化、 広告手法／チャネルの拡大に 向けた取り組み |
| PR分野 | 認知度、好感度の向上に 向けたPR活動 |
| プロダクト分野 | UI／UXの改良等 |



各種KPIの最適化、
広告手法／チャネルの拡大に
向けた取り組みを継続

**有名タレントを起用した
PR施策準備中**

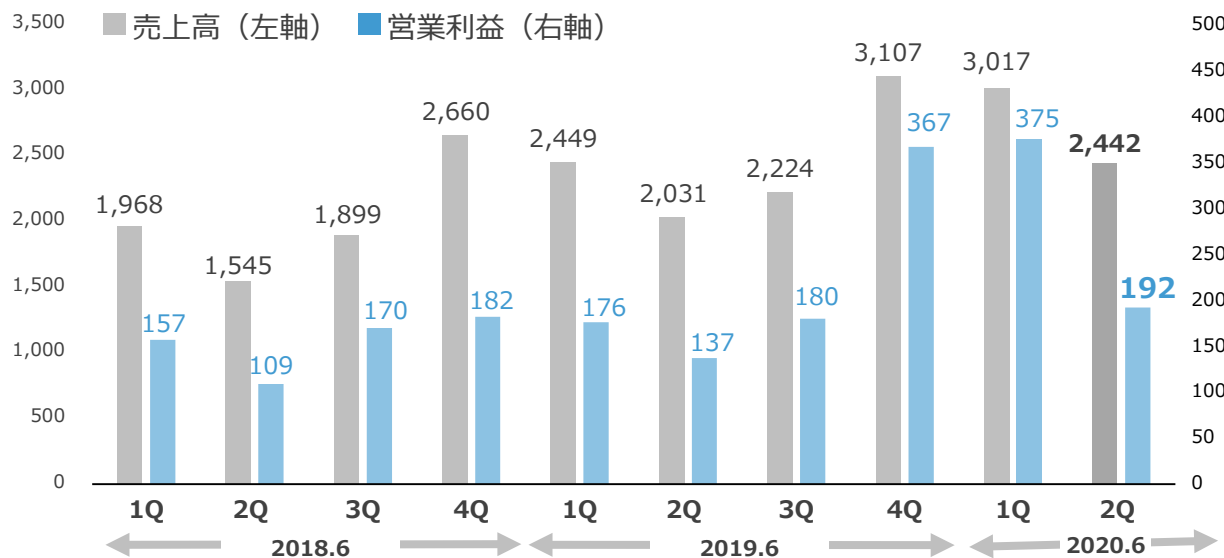
登録導線の最適化など
プロダクト充実を継続



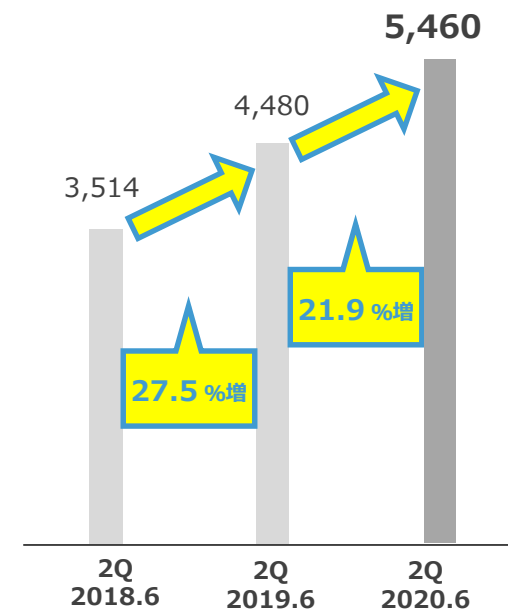
2Qは前年同期と同様に売上高成長率20%超

売上高／営業利益

(百万円)



売上高(累計) 2Q比較 (百万円)



※ 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。



NET
MARKETING
CO. LTD.

Appendix

マーケット環境資料

中計3カ年において約50%成長の高成長市場

(億円)

1,200

1,000

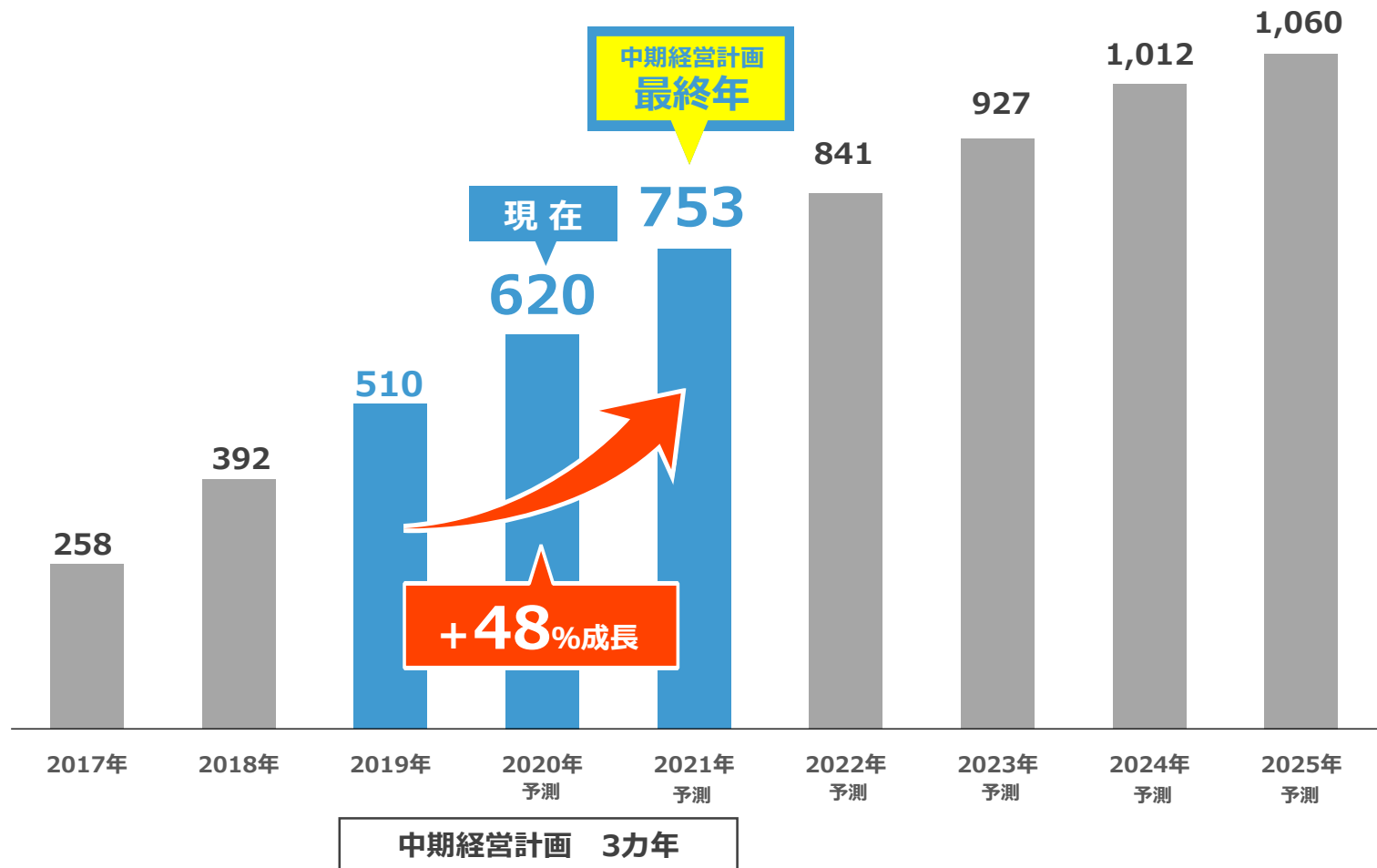
800

600

400

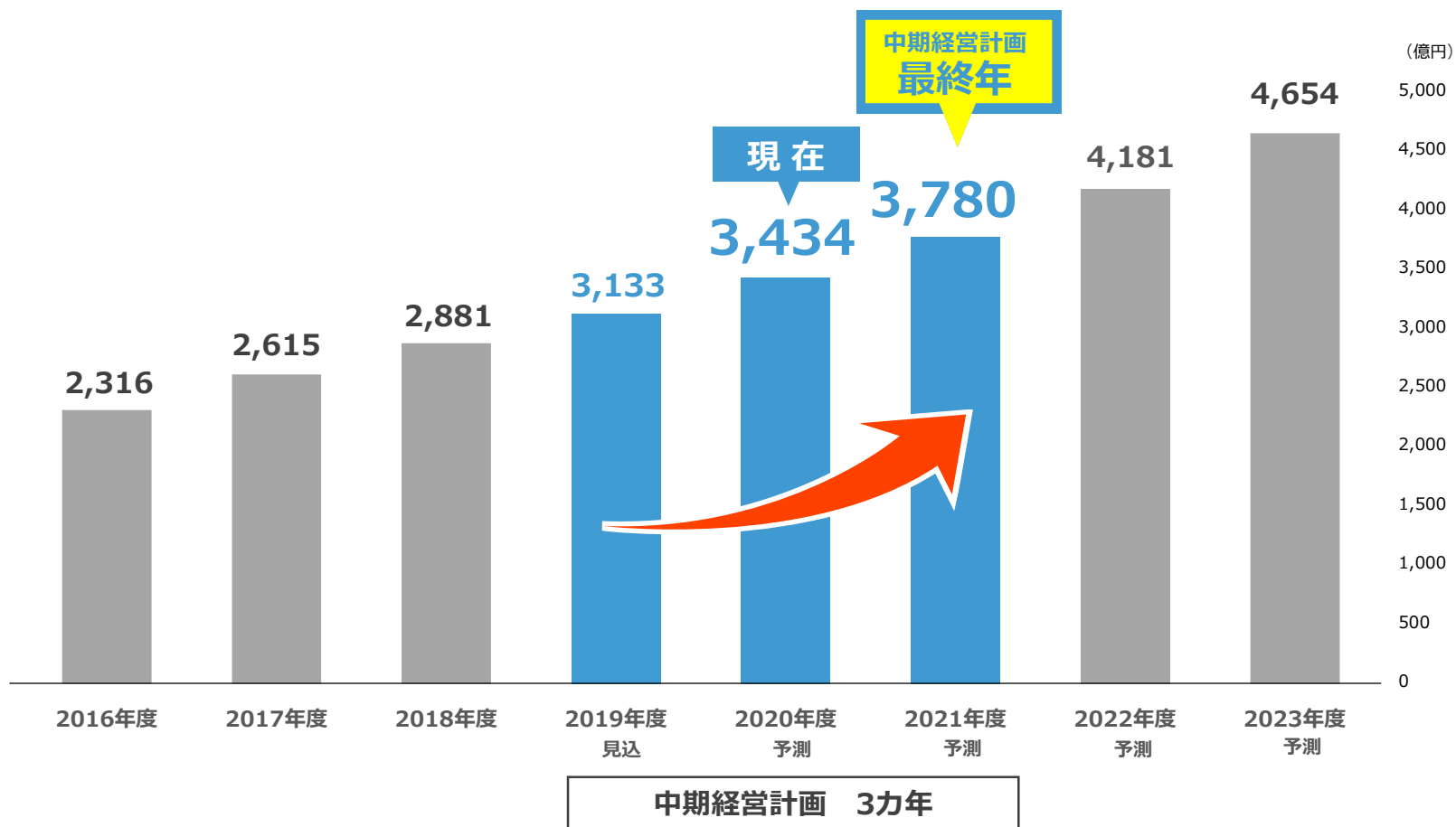
200

0



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 2017-2025年」より当社作成

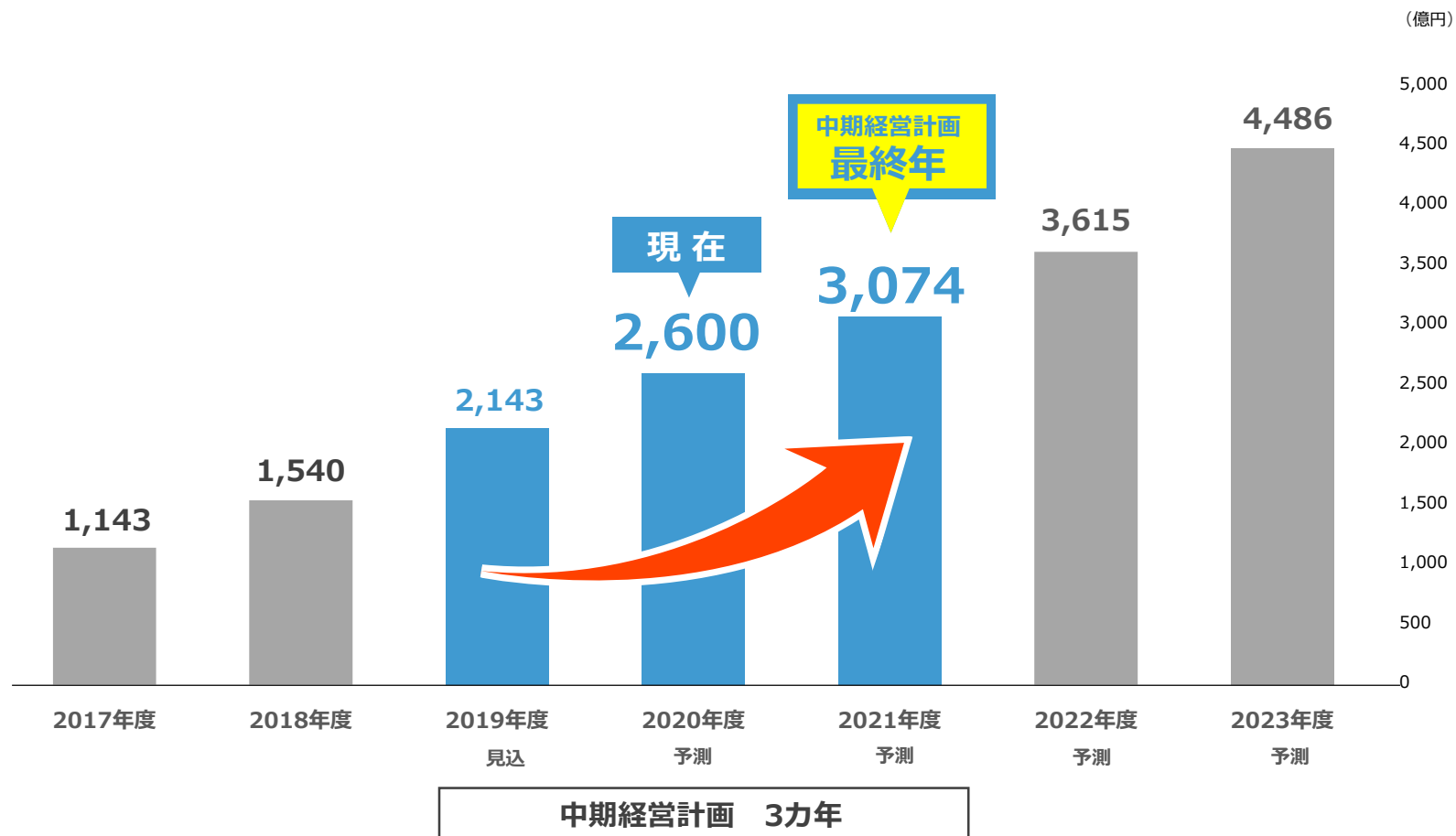
中計3カ年において安定成長が見込まれる市場



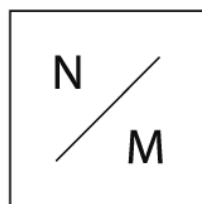
出典：矢野経済研究所『アフィリエイト市場に関する調査（2019年）』

注：2019年度は見込値、2020年度以降は予測値（2019年12月現在）。アフィリエイト広告の成果報酬額、手数料、諸費用などを合算し、市場規模を算出した。

中計3カ年において約43%の成長市場



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 2019年度版』より当社作成



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。