

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3四半期

Contents



2020年6月期 第3四半期

決算概要



NET
MARKETING
CO. LTD.

2020年6月期 第3四半期
決算概要



コーポレート

- 2019/8/9 中期経営計画を更新・・・基本方針、重点施策等の変更なし
- 2019/9/26 コーポレート・アイデンティティをリニューアル

全社

全社では前期に比べ増収増益

新型コロナウイルス感染症拡大により、通期業績予想を算出中・・・P7

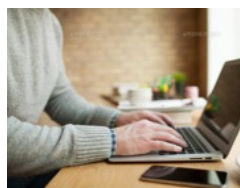
メディア事業



Omiaiリブランディング実施 新クリエイティブの展開を開始

- 累計会員数500万人達成（2019年12月時点）
- 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・・・P13
- PR活動（リブランディング、タレントキャスティング、OOHなど）・・・P14、P15

広告事業



売上高、利益ともに成長を継続

- 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

事業

売上高、利益ともに前年同期に比べ増収増益

単位：百万円	2019.6 第3四半期	2020.6 第3四半期	前期比
売上高	9,812	11,313	+1,500 (+15.3%)
売上総利益	2,989	3,589	+600
粗利率（売上総利益/売上高）	30.5%	31.7%	
営業利益	143	602	+458
営業利益率（営業利益/売上高）	1.5%	5.3%	
経常利益	139	613	+473
四半期純利益	91	419	+328

※ 2019年6月期第3四半期はメディア事業における戦略投資を実行したため、一時的に営業利益が落ち込んでおります。

通期業績予想を再度算出中、配当予想の変更なし

業績への影響が予想可能
となった時点で公表予定

単位：百万円	第3四半期実績	通期業績予想
売上高	11,313	—
営業利益	602	—
経常利益	613	—
四半期純利益	419	—
期末配当金 (配当性向)	—	6円

<業績への影響>

全社

新型コロナウイルス感染症の拡大が依然として続いており、いまだ先行きが不透明な状況が続いております。そのような状況の中、当社業績に対しても影響が出始めておりますが、現時点においては具体的な業績予想の算出が困難であると判断しております。従いまして、業績予想については一旦未定とし、適正な算出が可能となった時点で速やかに公表いたします。なお、各事業において想定される影響は下記のとおりでございます。

メディア事業

外出自粛による消費マインドの低下が続いた場合、事業KPIへの影響が大きくなる可能性があります。

広告事業

政府及び各自治体の要請により各事業者の休業や営業時間短縮が続いた場合、特に店舗型ビジネスのカテゴリーに属する広告主からの売上高が減少する可能性があります。

四半期売上高推移

(百万円)

5,000

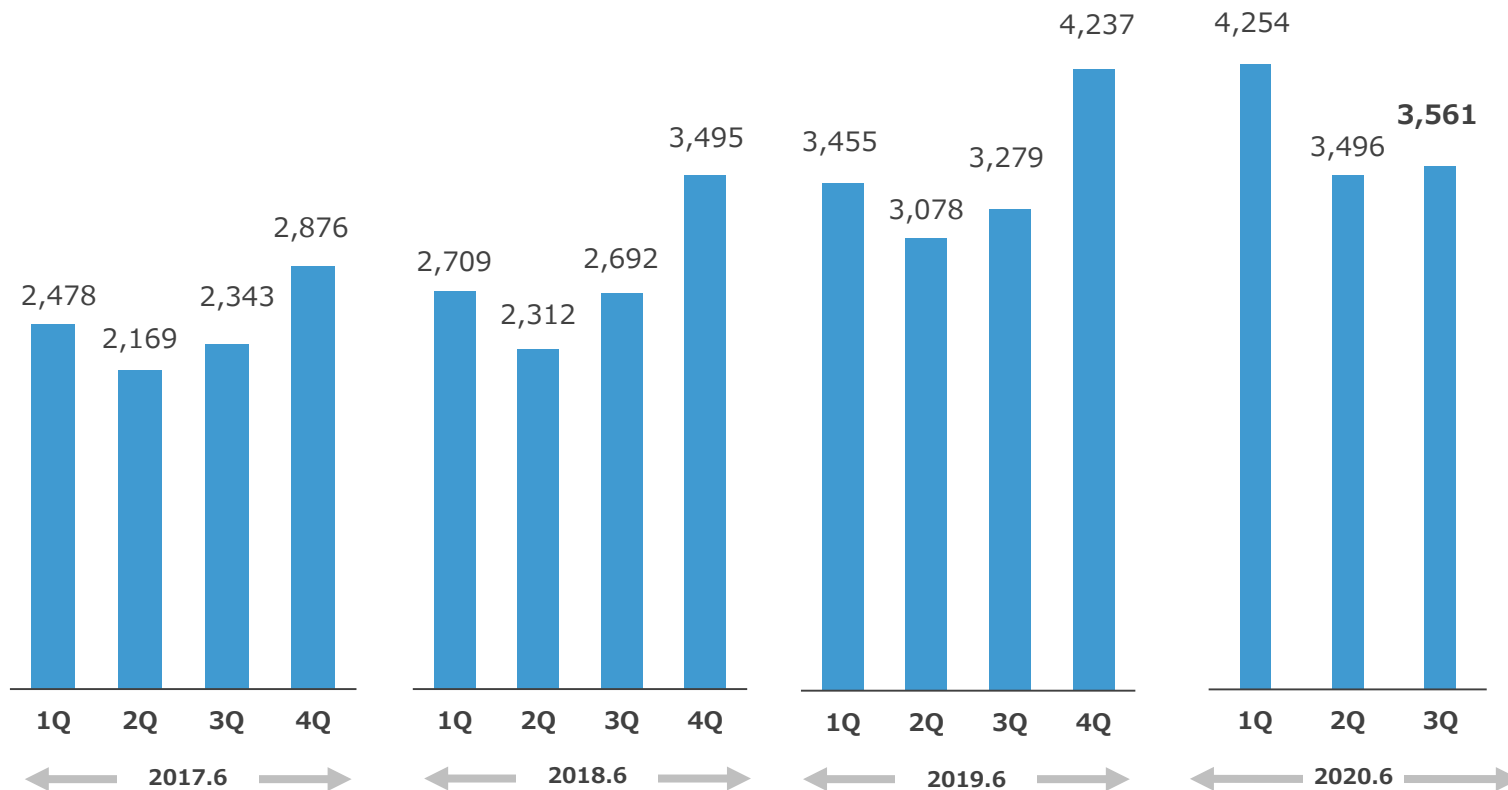
4,000

3,000

2,000

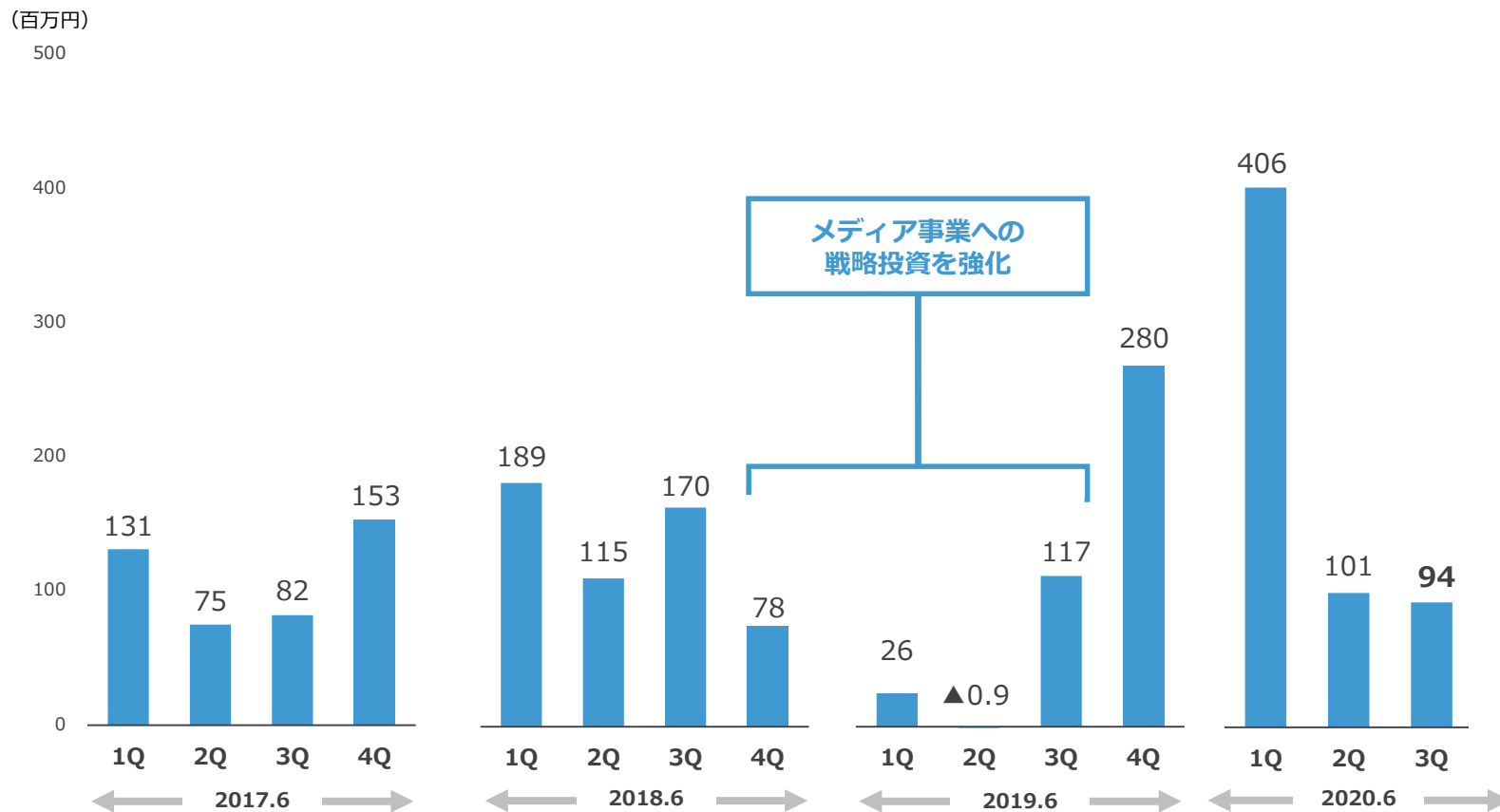
1,000

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。

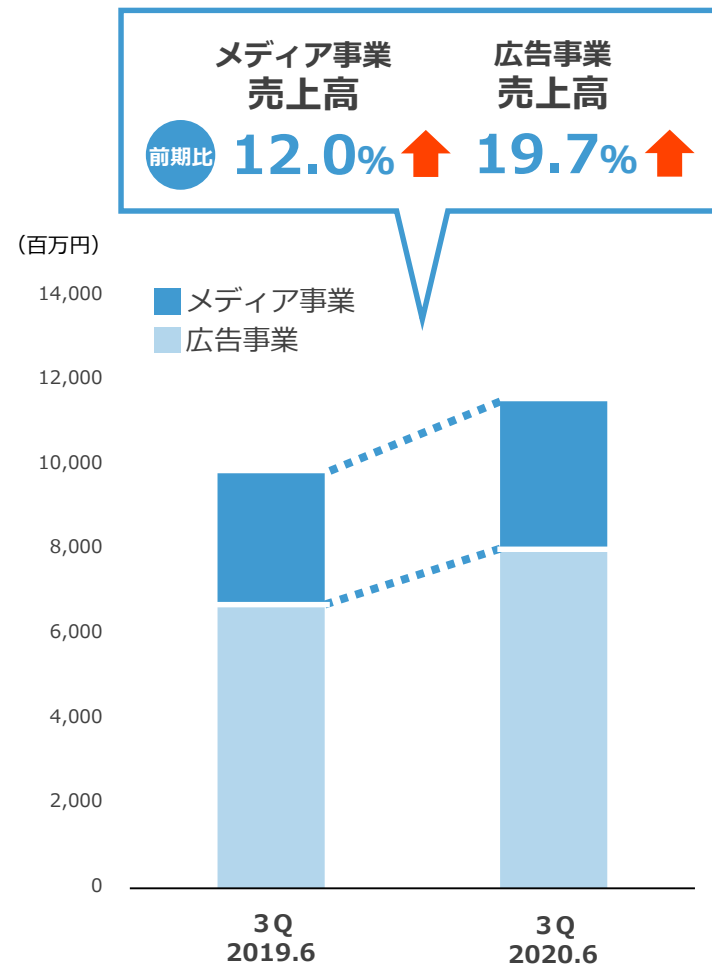
四半期営業利益推移



※ 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

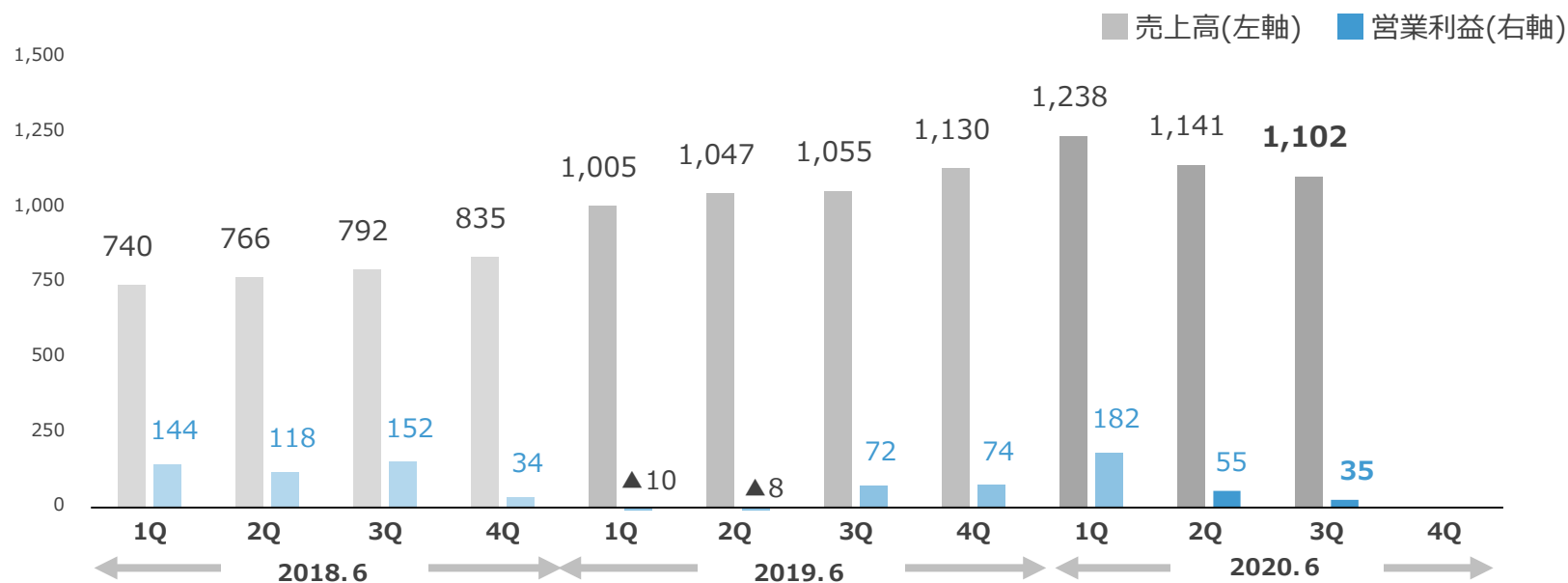
単位：百万円	2019.6 第3四半期	2020.6 第3四半期
メディア事業		
売上高	3,108	3,482
営業利益	53	273
利益率（営業利益/売上高）	1.7%	7.9%
広告事業		
売上高	6,704	8,028
営業利益	494	778
利益率（営業利益/売上高）	7.4%	9.7%
調整額		
売上高	—	▲197
全社費用	▲404	▲449



有料会員数は増加も、顧客単価の低い長期プランの推進により売上高は減少 有料会員のライフタイムを長期化させることで将来的な売上増加を狙う

売上高／営業利益

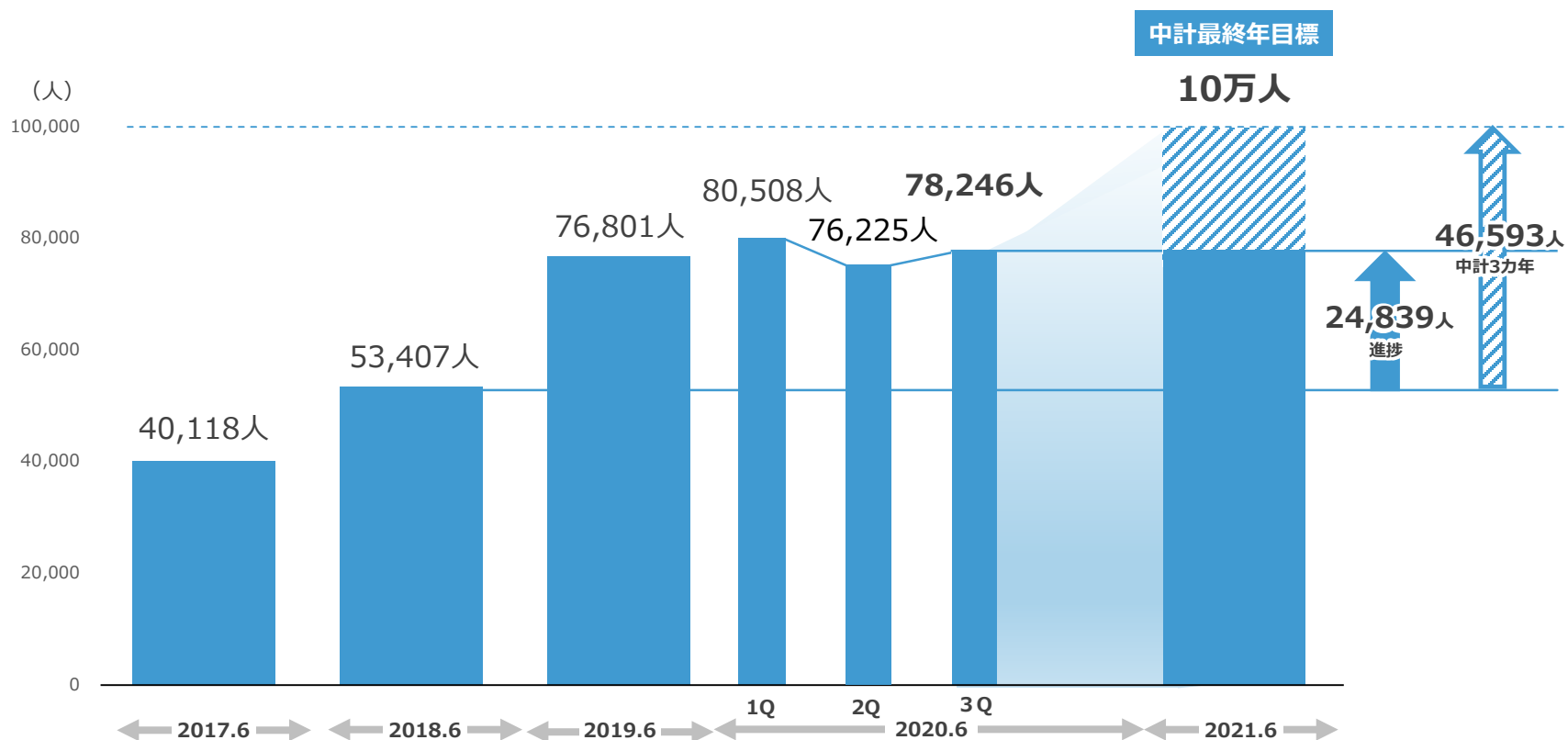
(百万円)



※ 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。

有料会員数は年末年始の獲得強化施策により、2Qに比べ回復



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

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



取り組み状況

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

ブランドアンバサダーを起用し、屋外広告等の
PR施策を展開、中長期的な認知度及び好感度の
向上を図る

リブランディングに伴うUIの刷新

～リブランディングにより認知度・好感度の向上を推進～

Omi*ai* リブランディング

Omi*ai* リブランディング概要・・・ インターネットを通じてパートナーと出会うことが当たり前の時代が到来。国内マッチングサービス市場の牽引役として、“より真剣で安全な出会いを求める方々が安心して使えるサービス”を目指します。

■ ブランドロゴリニューアル

Omi*ai*

「愛 (ai) のある、まじめな出会いを応援したい」という思いから、新しいロゴが完成

■ ブランドアンバサダーに「のん」さんを起用



幅広い世代に支持をされ、透明感のある「のん」さんを起用

■ 新クリエイティブ展開



新しい出会いに踏み出す人の、背中を押すブランドメッセージ

2/20実施リブランディング発表会

左からCOO松本英樹、「のん」さん、CEO宮本邦久。CROAK Prime Studio にて。当日の様子は、多数のメディアにて報道。



Omiaiブランドアンバサダーに「のん」さんを起用

直近PR施策実績

■ アプリ・HP画面変更



■ 特設ページ開設



■ OOH (屋外広告)

展開エリア：関東、関西
掲載媒体：屋外セットボード
屋外ビジョン
車内ポスター
駅構内デジタル
サイネージ



■ WEB-CM

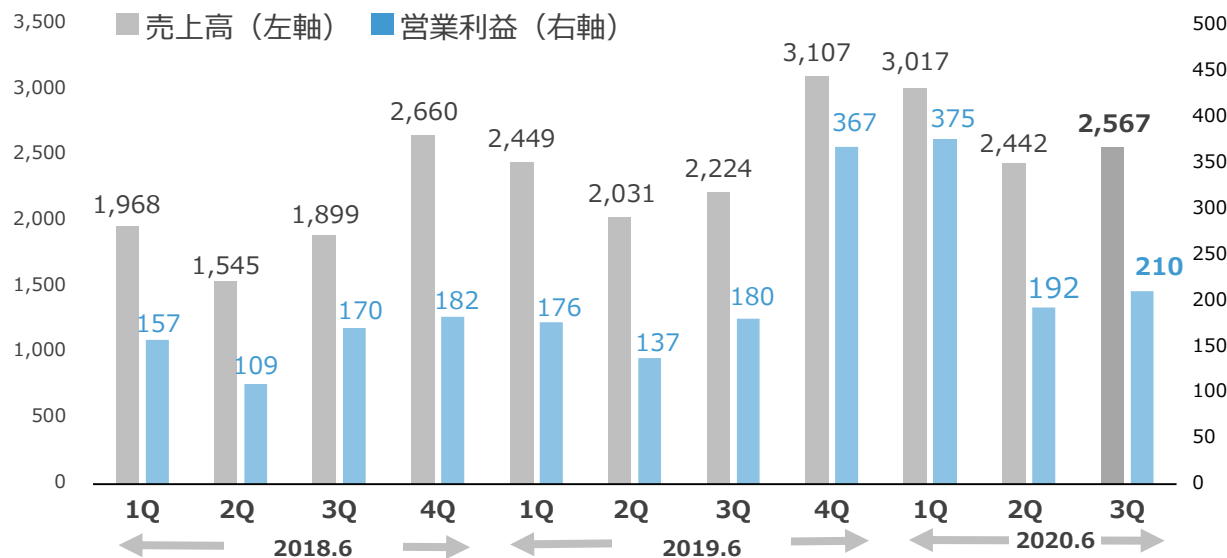
特設ページ
でも配信→



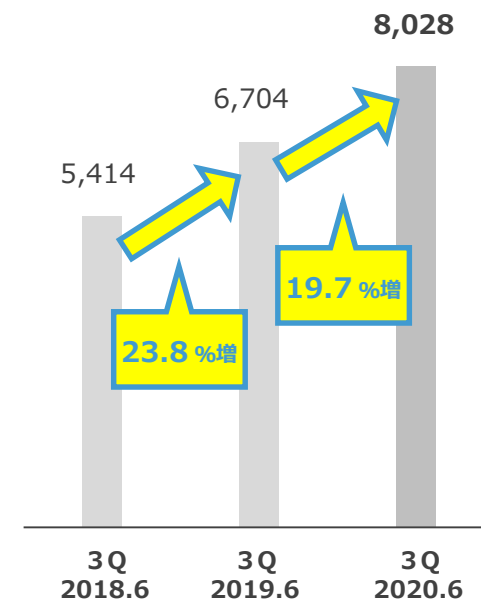
売上高、利益ともに成長を継続

売上高／営業利益

(百万円)



売上高(累計)3Q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

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）拡大の影響が加味されていない状態での市場予測です。

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

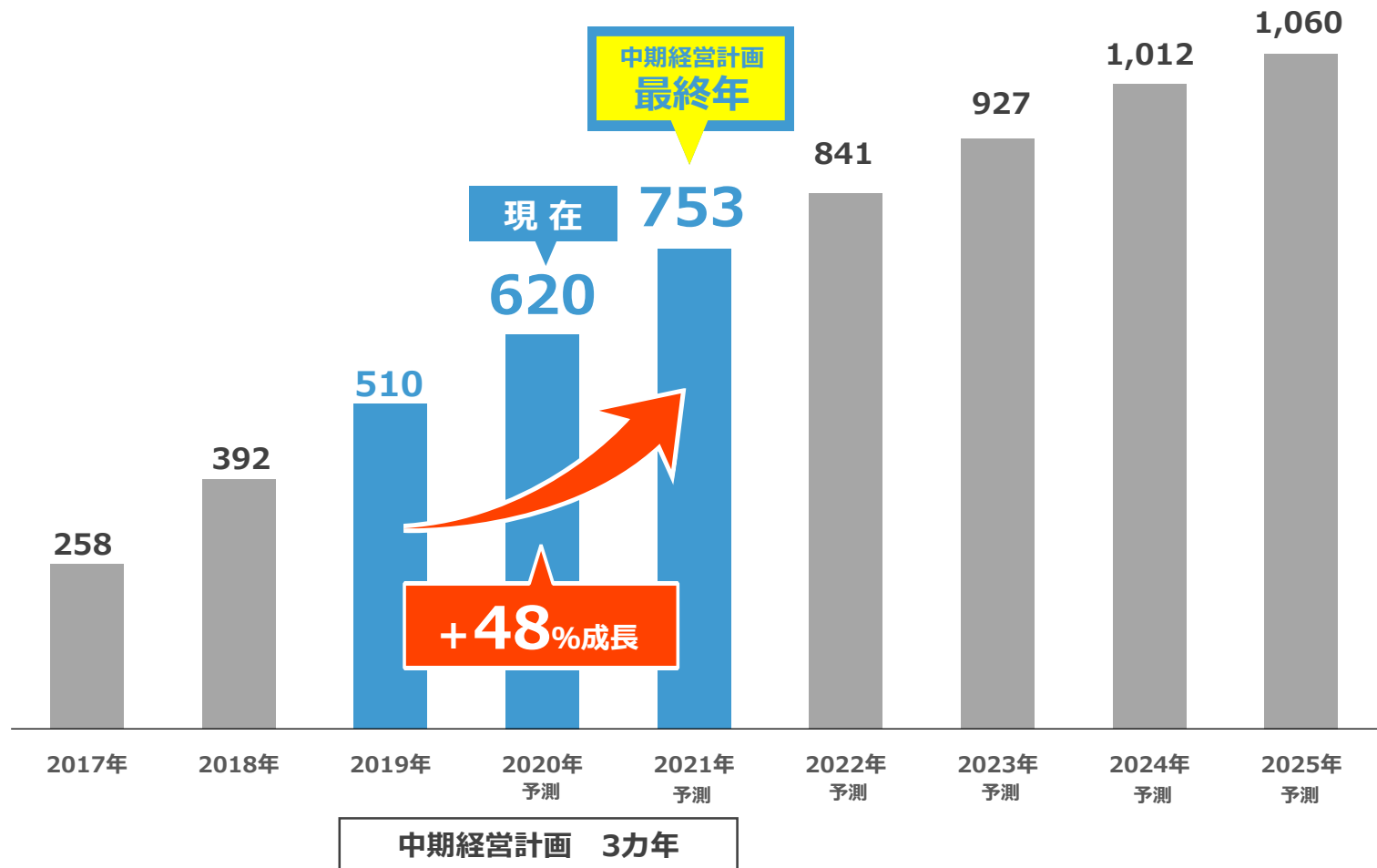
800

600

400

200

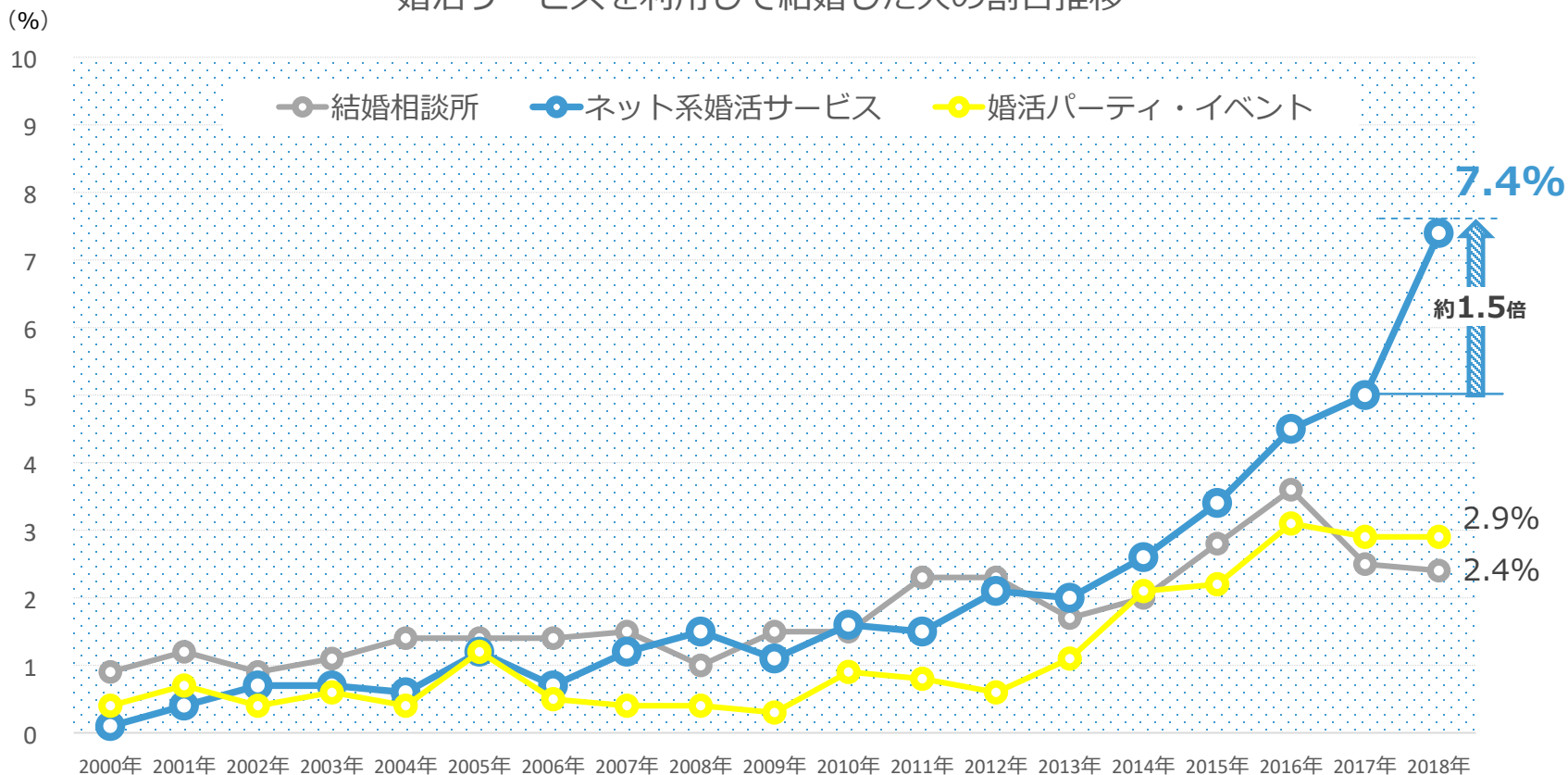
0



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」数値より図表当社作成
注：2020年度以降は、2020年1月リリース時点の予測値のため新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響は加味せず。

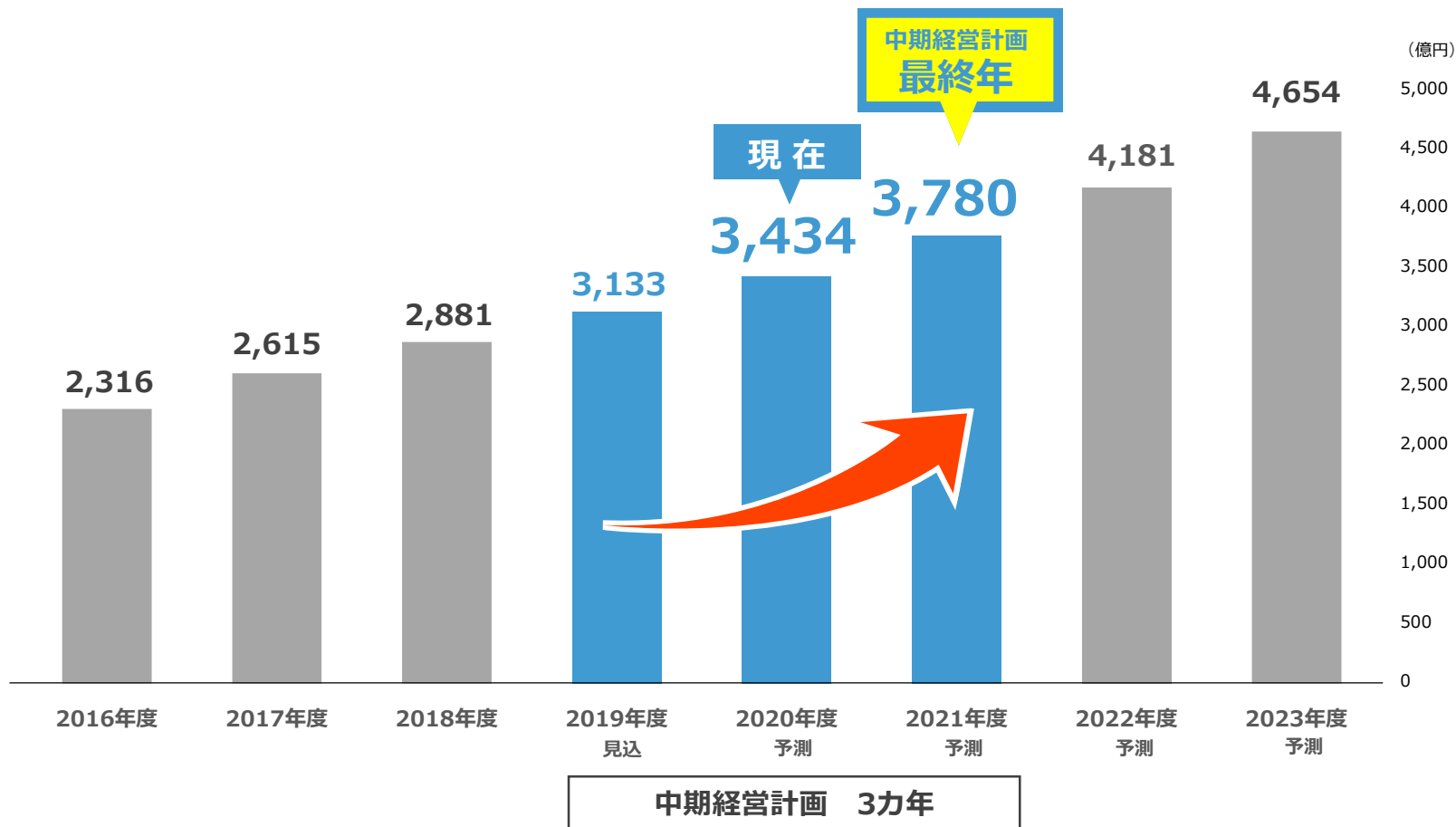
ネット系婚活サービスを通じて結婚した人の割合は 7.4%と過去最高、前年比約1.5倍に

婚活サービスを利用して結婚した人の割合推移



出典：「婚活実態調査2019（リクルートブライダル総研調べ）」数値より図表当社作成

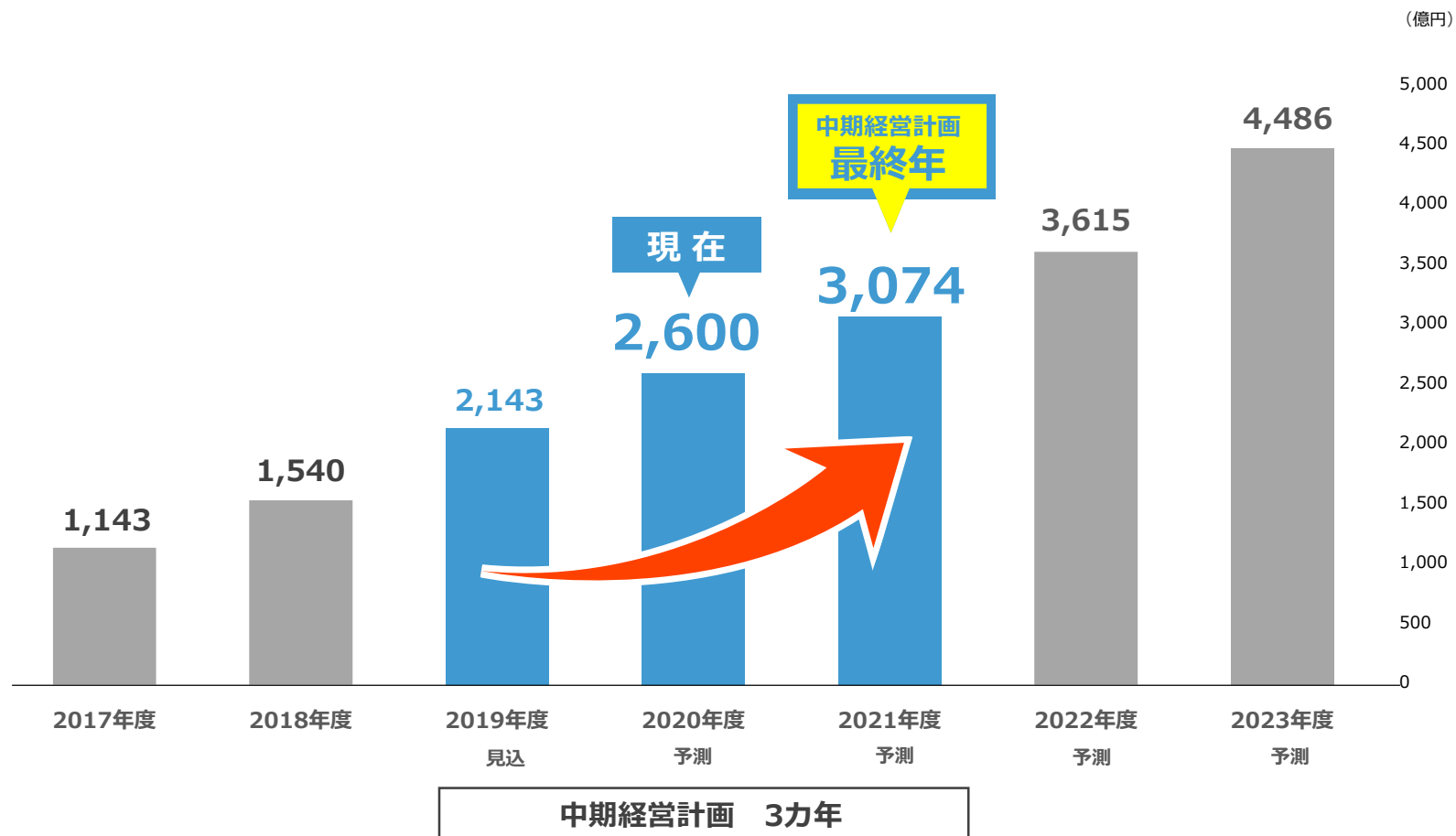
中計3カ年において安定成長が見込まれる市場



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）』2020年2月7日発表 数値より図表当社作成

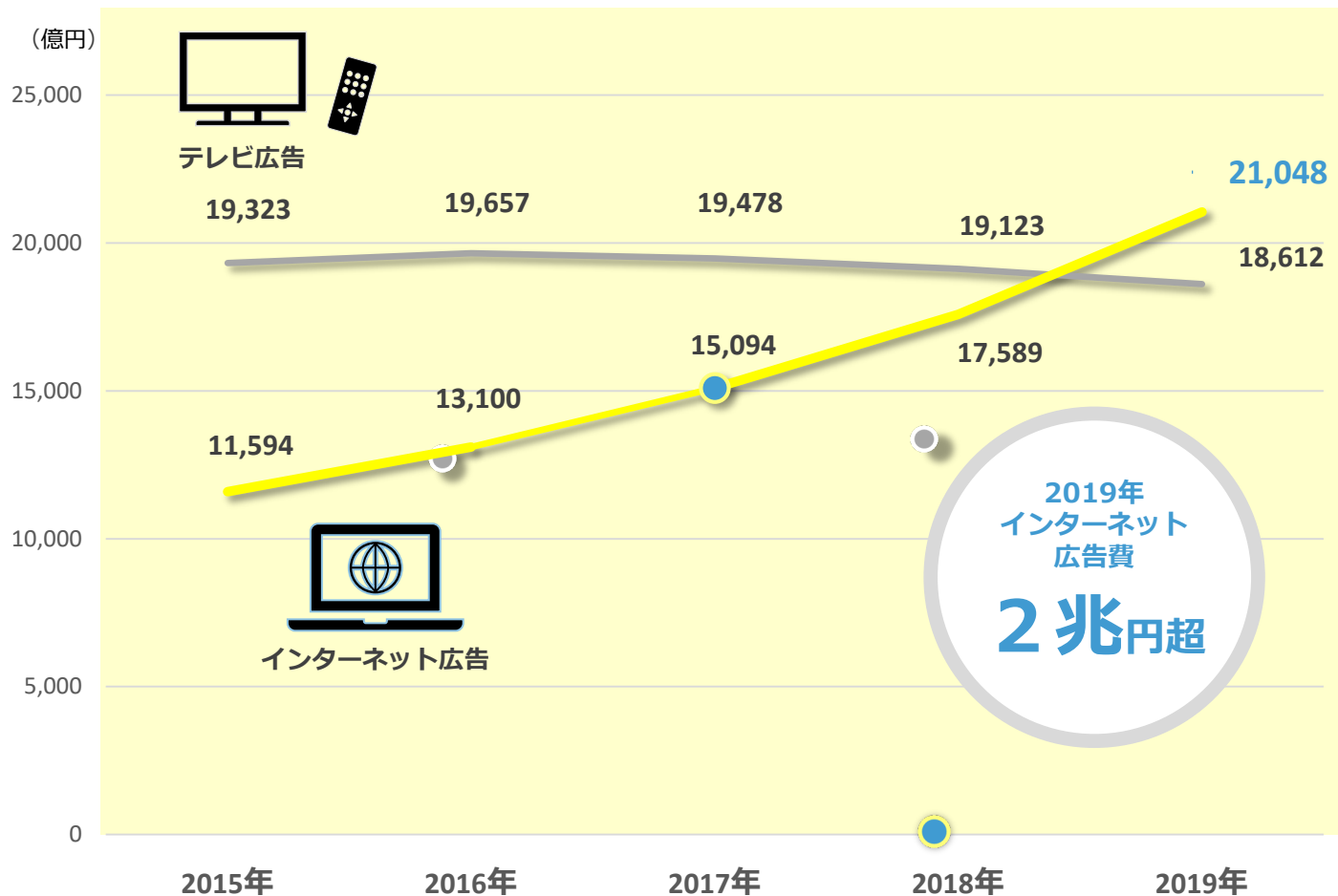
注：2019年度は見込値、2020年度以降は予測値（2019年12月現在）。アフィリエイト広告の成果報酬額、手数料、諸費用などを合算し、市場規模を算出した。2020年度以降は、2019年12月現在の予測値のため新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響は加味せず。

中計3カ年において約43%の成長市場

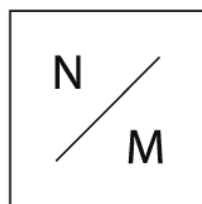


出典：ミック経済研究所『ネット広告&Webソリューション市場の現状と展望 2019年度版』数値より図表当社作成
注：将来予測値については、2019年6月28日発刊時点のものであり、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響は加味せず。

2019年初めてインターネット広告がテレビ広告を抜いて成長



出典：株式会社電通『2019年日本の広告費』数値より図表当社作成



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。