

ホリスティック企業レポート

ネットマーケティング

6175 東証 JQS

アップデート・レポート
2018年3月2日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20180227

ネットマーケティング (6175 東証 JQS)

発行日: 2018/3/2

アフィリエイト広告のコンサルティングと恋愛マッチングサービスを提供 恋愛マッチングサービスの高成長により業績拡大が続く

> 要旨

◆ 事業内容

・ネットマーケティング(以下、同社)は、主にアフィリエイト広告(成功報酬型広告)のコンサルティングを行う広告事業と、恋愛マッチングサービス「Omiai」を提供するメディア事業を行っている。

◆ 18年6月期第2四半期累計決算の概要

・18/6期第2四半期累計期間の売上高は前年同期比8.0%増の5,021百万円、営業利益は同47.4%増の304百万円であった。広告事業の売上高が前年同期比微減となる一方、メディア事業の大幅な伸びにより増収となった。営業利益は両事業とも順調に伸び、会社計画を上回る結果となった。同社が期初に公表した通期計画に対する進捗率は、売上高で44.5%、営業利益で56.3%となっている。

◆ 18年6月期の業績予想

・18/6期の会社計画は、期初予想通り売上高が前期比14.5%増の11,296百万円、営業利益が同22.4%増の540百万円である。オフィス移転にかかる費用を予算に織り込み、新サービスへの投資は通期業績予想から上振れた利益の範囲で実施することを公表している。
・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、会社計画を若干上回る業績予想を据え置いている。

◆ 事業戦略と中期業績見通し

・同社は、広告事業ではアフィリエイト広告でのシェア拡大と新たな広告手法への事業領域拡大により、安定的な成長を目指す考えである。メディア事業では、広告事業で培ったノウハウを活かした効率的なプロモーションを実施して会員を獲得し、高成長につなげていくことを目指している。
・当センターでは、市場拡大を追い風としたアフィリエイト広告の伸びや、会員数の増加によるメディア事業の拡大が当面の業績拡大に寄与すると考えており、20/6期まで増収増益が続くと予想する。

アナリスト: 佐々木 加奈
+81(0)3-6858-3216
レポートについてのお問い合わせはこちら
info@stock-r.org

【主要指標】

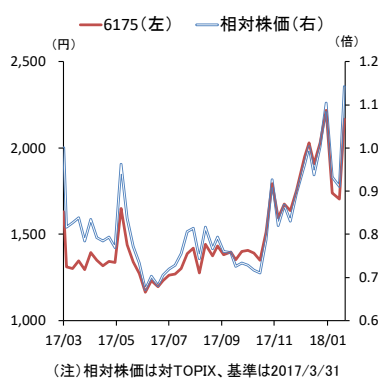
	2018/2/23
株価(円)	2,167
発行済株式数(株)	7,110,000
時価総額(百万円)	15,407

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	48.1	40.7	34.5
PBR(倍)	9.4	7.7	6.5
配当利回り(%)	0.0	0.5	0.5

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	6カ月
リターン(%)	-0.4	30.3	50.1
対TOPIX(%)	3.9	32.6	37.9

【株価チャート】



【6175 ネットマーケティング 業種: サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2016/6	8,823	3.5	273	-35.6	274	-34.4	176	-34.8	27.2	131.1	0.0
2017/6	9,868	11.8	441	61.3	423	54.2	296	68.1	45.0	230.8	0.0
2018/6 CE	11,296	14.5	540	22.4	538	27.2	371	25.0	53.1	-	10.0
2018/6 E	11,348	15.0	550	24.7	548	29.6	378	27.7	53.2	280.2	10.0
2019/6 E	12,748	12.3	650	18.2	648	18.2	447	18.3	62.9	333.1	10.0
2020/6 E	14,188	11.3	766	17.8	764	17.9	527	17.9	74.1	397.3	10.0

(注) CE: 会社予想, E: 証券リサーチセンター予想。17年3月の上場時に280,000株の公募増資、144,000株の第三者割当増資を実施

アップデート・レポート

2/17

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

> 事業内容

注1) アフィリエイト広告
成功報酬型広告とも呼ばれる。
広告経由での商品購入や資料請求など、何らかの成果が発生した場合に広告掲載料が発生する
広告形態。

◆ 広告事業及びメディア事業を手掛ける

ネットマーケティング(以下、同社)は、広告事業及びメディア事業を手掛けている。

広告事業は、インターネット上でマーケティング活動を行う企業に対して、主にアフィリエイト広告^{注1)}のコンサルティングを行っている。同社が独自開発して運営する広告効果計測ツール「ALLADiN (アラジン)」を活用し、アフィリエイト・サービス・プロバイダー (以下、ASP) や同社が提携するメディアと広告主を繋ぐことで、広告主の業務負担を減らして効果的なマーケティング活動を実現しているのが特徴である。

メディア事業では、恋愛マッチングサービス「Omiai」を提供している。「Omiai」は、実名制を採用するインターネット上のソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) である Facebook のアカウントを所持するユーザーが利用できる、異性との出会いの場を提供するサービスである。尚、15年1月から提供を開始した、Facebook 特化型ソーシャルジョブマッチングサービス「Switch.」は、17年9月に会社分割 (簡易吸収分割) し、アイモバイル (6535 東証マザーズ) の子会社であるオープンキャリアに承継させている。

同社の子会社は、「Omiai」を米国展開するための市場調査を行う目的で12年に設立した Net Marketing International, Inc.1社であるが、現時点で連結業績に与える影響はほとんどない。

> ビジネスモデル

◆ 広告事業が売上高の7割超を占める

同社のセグメントは広告事業とメディア事業に分かれており、18/6期第2四半期累計期間 (以下、上期) の売上構成比は、広告事業が70%、メディア事業が30%である (図表1)。尚、17/6期の広告事業における上位販売先は、電通 (4324 東証一部) の子会社である電通デジタル、EPARK (非上場)、DMM.com ラボ (非上場)、リクルートホールディングス (6098 東証一部) の子会社であるリクルートキャリアとなっており、上位4社で同事業売上高の6割超を占めている。

【図表1】セグメント別売上高・営業利益

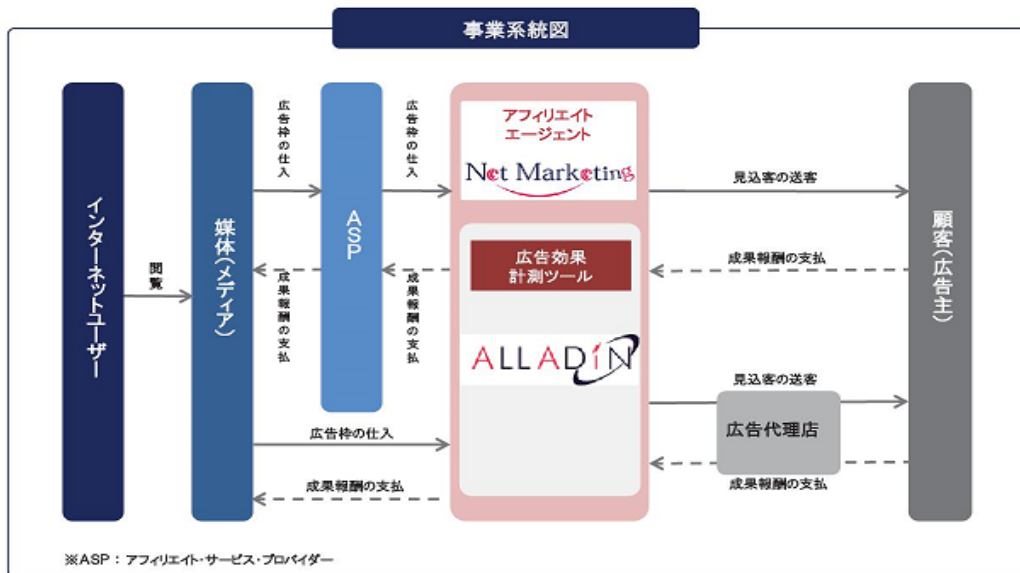
セグメント		売上高				営業利益				
		16/6期	17/6期	18/6期第2四半期累計	前年同期比	16/6期	17/6期	18/6期第2四半期累計	前年同期比	営業利益率
報告セグメント	広告事業	7,356	7,457	3,514	-1.4%	438	522	266	6.3%	7.6%
	メディア事業	1,466	2,413	1,507	38.9%	160	305	261	119.5%	17.4%
調整額		-	-2	-	-	-325	-386	-224	-	-
合計		8,823	9,868	5,021	8.0%	273	441	304	47.4%	6.1%

(出所) ネットマーケティング決算短信、有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 広告事業では広告主からの成果報酬、メディア事業ではユーザーからの月額利用料などが同社の売上高

広告事業では、インターネット上で商品の販売及びサービスの提供等のマーケティング活動を行う企業に対するコンサルティングの対価、成果に連動した報酬が同社の売上高となる (図表 2)。

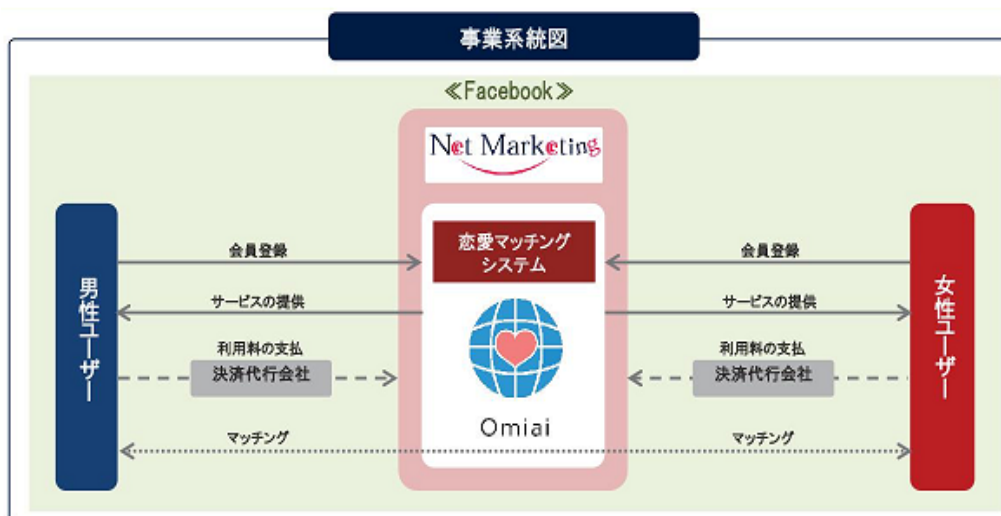
【 図表 2 】 事業系統図 (広告事業)



(出所) ネットマーケティング決算説明会資料

メディア事業で提供するものは、Facebook を活用した恋愛マッチングサービス「Omiai」である (図表 3)。

【 図表 3 】 事業系統図 (メディア事業)

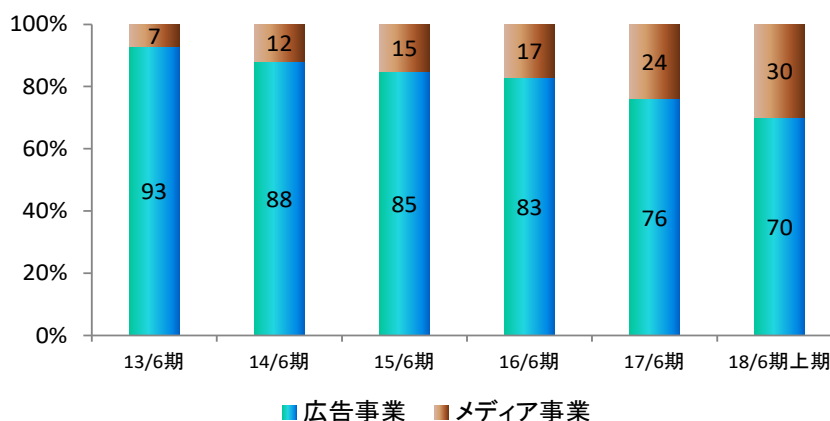


(出所) ネットマーケティング決算説明会資料

「Omiai」の売上高は、メッセージ交換が可能な有料会員からの月額利用料(1カ月料金プラン3,980円から)、会員がアプローチ回数を増加させるために購入するポイント、マッチング率を高めるための付加機能であるプレミアムパックによる課金収入である。

同社は、広告事業を安定成長の収益基盤と位置付けているが、メディア事業の成長加速に伴い、売上構成比は低下傾向にある(図表4)。

【図表4】セグメント別売上構成比の推移



(出所) ネットマーケティング決算短信、決算説明会資料から証券リサーチセンター作成

全社ベースの原価率は18/6期上期実績で69.8%であった。同社の広告事業における売上原価は、媒体運営会社等に支払う広告媒体費用が大きな部分を占める。メディア事業における売上原価は、「Omiai」サービスの決済代行手数料やその他運営費である。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)の大きなものは人件費265百万円及び販売促進費643百万円で、合計で販管費の75.0%を占める。販管費率は24.1%となっている。

注2) アフィリエイトエージェント

広告主に代わってアフィリエイトにおける戦略立案と運営支援を一手に担うアフィリエイト総合代理店のこと。

注3) LP(ランディングページ)

アクション(購入、申込、登録)を起こしてくれそうな人を集客してアクションを起こしてもらうために作成するページのこと。

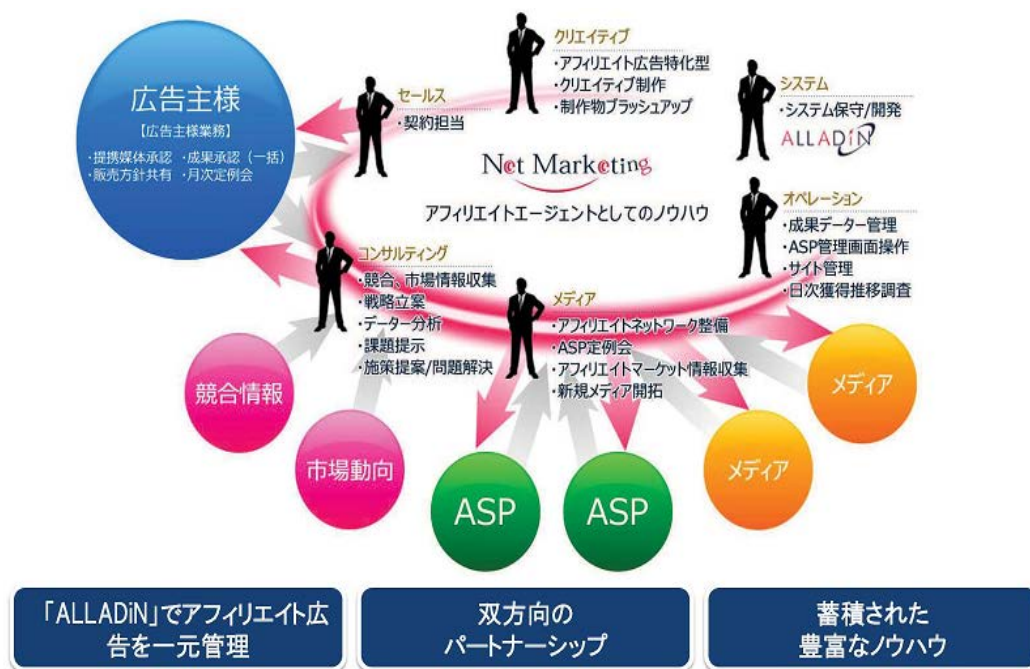
◆ 広告事業の詳細と特徴

アフィリエイト広告は、広告出稿料が成果報酬型であるため、広告主にとって、費用対効果が分かりやすい広告である。

同社は、広告主に代わり、アフィリエイトにおける戦略立案と運用支援をトータルで手掛けるアフィリエイトエージェント^{注2}で、広告主の費用対効果を最大化するため、セールsteam(戦略立案、契約などを担当)、オペレーションteam(成果データ管理、管理画面操作などを担当)、コンサルティングteam(コンサルティングとメディアを担当)、クリエイティブteam(アフィリエイト専用のLP^{注3}、

バナー制作などを担当)、システムチーム (システムの保守、開発などを担当) が連携して業務を行っている (図表 5)。

【 図表 5 】 広告事業の仕組み



(出所) ネットマーケティング決算説明会資料

同社が手掛ける広告事業の特徴は、1) 独自に開発した広告効果計測ツール「ALLADiN」を活用した事業展開をしていること、2) アフィリエイト広告に特化した専門エージェントとして、豊富なノウハウを有していること、3) 大手広告代理店及び各 ASP と双方向のパートナーシップを持つことである。

1) 独自に開発した広告効果計測ツール「ALLADiN」を活用した事業展開をしていること

「ALLADiN」とは、次世代アフィリエイト支援ソリューションとして同社が独自に開発した広告運用システムである。これにより、ワンタグ注4) システムによる複数 ASP 横断での一元管理、成果情報のリアルタイム管理、各 ASP の管理システムとの連携による傘下メディアの詳細なデータ分析などが可能となり、アフィリエイト広告に特化したエージェントとしての強みとなっている。

2) アフィリエイト広告に特化した専門エージェントとして、豊富なノウハウを有していること

同社は 07 年にアフィリエイト広告に特化したエージェントへ事業モ

注 4) ワンタグ

複数の ASP 等を一括して管理するシステムのこと。ASP ごとのタグを設定する必要がないため、広告の出稿から成果の管理までを一括で行えるというメリットがある。

デルを転換し、着実に業容を拡大してきた。長年の実績により、コンサルティングからクリエイティブ制作、成果データの管理まで様々なノウハウを有していると同時に、経験豊富な人材を数多く有している。

3) 大手広告代理店及び各 ASP と双方向のパートナーシップを持つこと

同社は電通を始めとする大手広告代理店とアライアンスを組み、各広告主に対する提案及びコンサルテーションを行っている。また、ASPであるファンコミュニケーションズ(2461 東証一部)、インタースペース(2122 東証マザーズ)、アドウェイズ(2489 東証マザーズ)、レントラックス(6045 東証マザーズ)、ソネット・メディア・ネットワークス(6185 東証マザーズ)など数多くの企業と代理店契約を結んでいる。各 ASP と同社は、相互に情報を共有しながら様々なプロモーションを運用しており、精緻な調整をタイムリーに行うことができるのが強みとなっている。

◆ メディア事業の詳細

メディア事業では12年2月にサービス提供を開始した「Omiai」を展開している(図表6)。

【図表6】「Omiai」のサービスの流れ



(出所) 決算説明会資料

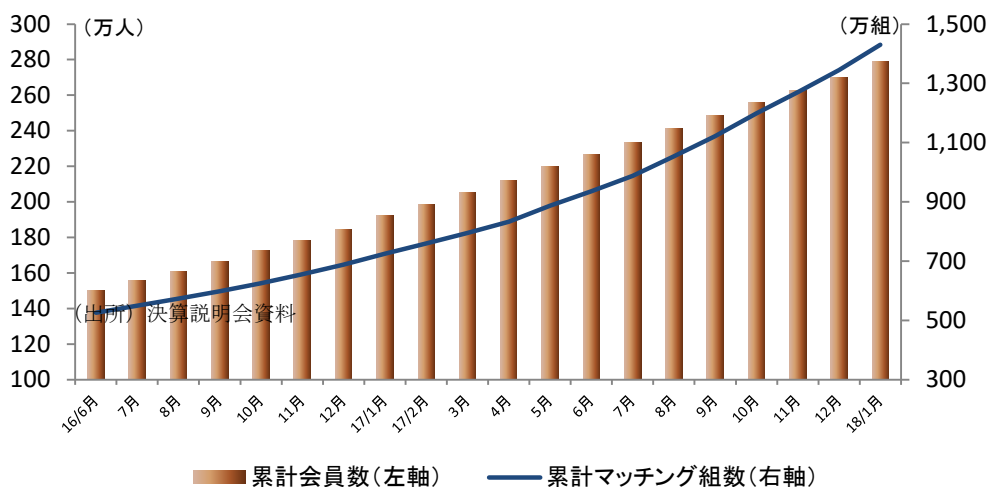
「Omiai」は、Facebook のアカウントを所持しているユーザーが利用できる異性との出会いの場を提供するサイトであり、Facebook アプリケーション（以下、アプリ）及びスマートフォンアプリとして提供している。Facebook を活用している理由として同社は、1) 実名制であること、2) 利用者が日本で急増していることに加え、世界規模では数億人という利用者があること、3) Facebook 上でアプリを許諾するだけで「Omiai」が利用可能なことを挙げている。

「Omiai」は「インターネット異性紹介事業」に該当するため、各種公的証明書（免許証、保険証など）による厳格な年齢確認を実施するとともに、カスタマーサポートセンターによる 24 時間 365 日の投稿監視体制を構築し、サービスの健全性維持に努めている。「Omiai」の利用者数は順調に増加しており、18 年 1 月末には約 279 万人となっている（図表 7）。サービス開始以来成立したマッチング組数^{注 5}も順調に増加している。

注 5) マッチング組数

プロフィール情報の閲覧により、他の会員と 1 対 1 で連絡をとるための双方の意思確認が行われた組数。

【 図表 7 】 「Omiai」 累計会員数、累計マッチング組数の推移



(注) 月末時点の累計会員数、累計マッチング組数
(出所) ネットマーケティング会社資料から証券リサーチセンター作成

> 強み・弱みの分析

◆ SWOT 分析

同社の内部資源（強み、弱み）、および外部環境（機会、脅威）は、図表 8 のようにまとめられる。

【 図表 8 】 SWOT 分析

強み (Strength)	<ul style="list-style-type: none"> ・アフィリエイト広告に特化したエージェントとして、トータルでサービス提供できる体制を構築していること ・独自開発の「ALLADiN」を活用した事業展開をしていること ・分業型の運用体制により、クライアントへのレベルの高い提案と効率的な運用を実現していること ・メディア事業の会員数が順調に増加し、279万人（18年1月末現在）となっていること
弱み (Weakness)	<ul style="list-style-type: none"> ・特定人物（代表取締役社長）への依存度が高い事業運営 ・小規模組織であること ・広告事業において、一部顧客への収益依存度が高いこと
機会 (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット広告市場及びオンライン恋愛・婚活マッチングサービス市場の拡大が見込まれること ・海外への事業拡大余地があること ・上場による人材確保の容易化や知名度向上による顧客獲得の容易化
脅威 (Threat)	<ul style="list-style-type: none"> ・事業モデルを模倣される可能性があること ・競合先 の増加による事業環境の悪化 ・景気の悪化により企業が広告を縮小する可能性があること

(出所) 証券リサーチセンター

➤ 知的資本分析

◆ 知的資本の源泉は「ALLADiN」という独自開発の広告効果計測ツールを持ち、それを活かせる体制を構築していることにある
 同社の競争力を、知的資本の観点で分析した結果を図表 9 に示し、KPI の数値をアップデートした。

同社の知的資本の源泉は、「ALLADiN」という独自開発の広告効果計測ツールを持ち、それを活かせる効率的な体制を構築して組織資本を拡充してきたことにある。

【 図表 9 】 知的資本の分析

項目	分析結果	KPI	
		項目	数値
関係資本	ユーザー ・一般消費者 (アプリ利用ユーザー)	・「Omiai」 累積会員数	279万人超 ※18年1月末現在
	クライアント ・広告事業クライアント	・広告主の業種	金融、美容など多業種
		・広告主の企業数	非開示
		・広告代理店	特になし
ブランド	・運営アプリ 「Omiai」	・運営開始からの年数	6年
	ネットワーク ・連結子会社	・累積マッチング組数	14,305千組 ※18年1月末現在
・代理店契約締結企業		・子会社数	1社
組織資本	プロセス ・「ALLADiN」を活用し、広告戦略のトータルサポートを立案 ・分業型運用体制 ・ワンストップでサービスを提供	・クライアントの高い満足度を表現	特になし
		・「ALLADiN」を活かした効率的な広告運用	・導入から改良を重ねて現状の形式に進化
		・蓄積されたノウハウ	・07年のアフィリエイト専門エージェントへ事業モデル転換以来蓄積したノウハウ
	知的財産 ノウハウ	・企画、コンサルティング、運用に当たる経験豊富な人材を保有	・広告事業社員数
・現代表取締役社長下での体制		・メディア事業社員数	29名
人的資本	経営陣 ・インセンティブ	・在任期間	14年
		・代表取締役社長の保有	1,854株 (26.5%)
		・ストックオプション (取締役・監査役)	397,000株 (5.7%)
	従業員 ・企業風土 (経験者、技術者を積極採用) ・インセンティブ	・役員報酬総額 (取締役) *社外取締役は除く	49.6百万円 (3名)
		・従業員数	111名
		・平均年齢	31.0歳
	・平均勤続年数	3.3年	
	・各種の資格取得支援制度を導入	特になし	
	・ストックオプション制度を導入	特になし	

(注) KPIの数値は、特に記載がない場合は17/6期か17/6期末のものとする

(出所) ネットマーケティング有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料、株主総会招集通知書、ヒアリングをもとに証券リサーチセンター作成

> 決算概要

◆ 18年6月期上期決算の概要

18/6期上期の売上高は前年同期比 8.0%増の 5,021 百万円、営業利益は同 47.4%増の 304 百万円、経常利益は同 53.5%増の 315 百万円、純利益は同 59.2%増の 220 百万円であった (図表 10)。期初計画 (売上高 5,222 百万円、営業利益 254 百万円、経常利益 253 百万円、純利益 174 百万円) に対しては、売上高が若干未達となったが、利益は上回った。

広告事業の売上高は、一部案件が終了した影響で前年同期比 1.4%減となった。一方、メディア事業の売上高は、「Omiai」のプロモーションを積極化した効果で、同 38.9%増となった。調整額控除前セグメント

利益は、広告事業では利益率を重視した営業を徹底したことにより同6.3%増と順調に伸びた。メディア事業では、大幅増収となったことに加え、各種 KPI を重視した運営を継続したことで利益率が高まり、同119.5%増となった。

同社が期初に公表した通期計画に対する進捗率は、売上高で 44.5%、営業利益で 56.3%となっている。

【 図表 10 】 ネットマーケティングの 18 年 6 月期上期実績

(単位: 百万円)

	17/6期	17/6期	18/6期	前年同期比	18/6期	進捗率 (A) / (B)
	通期実績	上期実績	上期実績		会社計画 (B)	
売上高	9,868	4,648	5,021	8.0%	11,296	44.5%
広告事業	7,457	3,564	3,514	-1.4%	-	-
メディア事業	2,413	1,085	1,507	38.9%	-	-
売上総利益	2,531	1,154	1,516	31.4%	-	-
売上総利益率	25.7%	24.8%	30.2%	-	-	-
営業利益	441	206	304	47.4%	540	56.3%
営業利益率	4.5%	4.4%	6.1%	-	4.8%	-
経常利益	423	205	315	53.5%	538	58.6%
経常利益率	4.3%	4.4%	6.3%	-	4.8%	-
当期純利益	296	138	220	59.2%	371	59.5%

(注) 前年同期比は 17/6 期上期実績と 18/6 期上期実績との比較

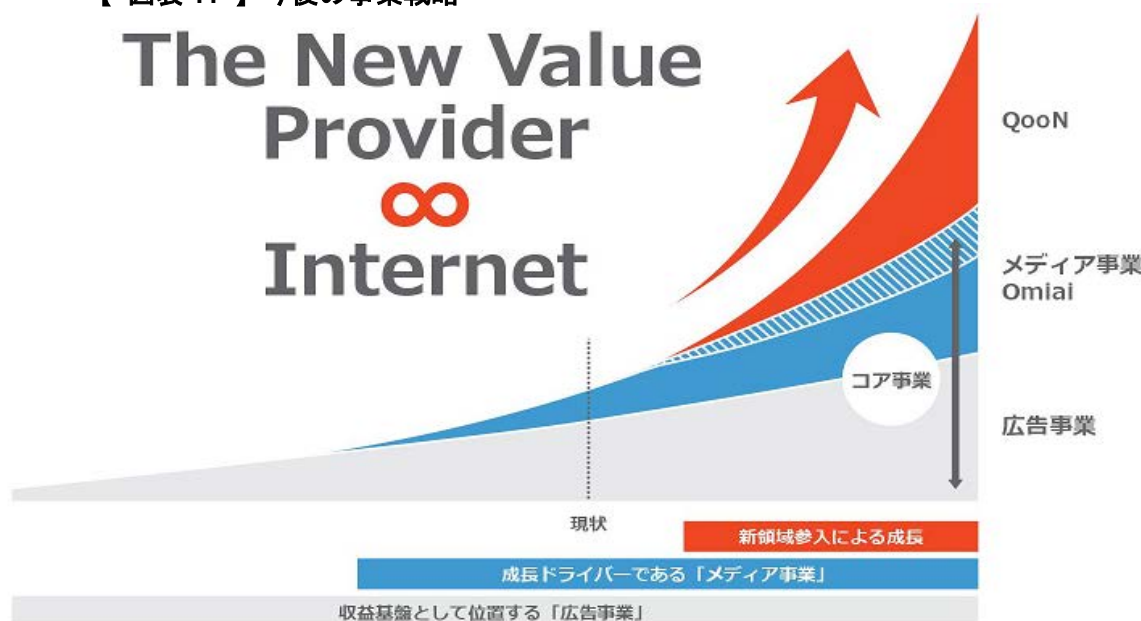
(出所) ネットマーケティング決算短信、決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

> 事業戦略の進捗

◆ 広告事業、メディア事業に新アプリによる事業拡大を加えて持続的な成長を目指す

同社は、広告事業ではアフィリエイト広告でのシェア拡大と新たな広告手法への事業領域拡大により、安定的な成長を目指す考えである。メディア事業では、広告事業で培ったノウハウを活かした効率的なプロモーションを実施して新規会員数を獲得し、高成長につなげることを目指している。また、新アプリにより新たな領域へ参入することを公表している (図表 11)。

【 図表 11 】 今後の事業戦略



(出所) ネットマーケティング決算説明会資料

◆ 広告事業の取り組み

広告事業では、引き続き利益成長を重視した営業活動を重視し、収益性の向上を図っていく考えである。加えて、効率的な広告運用を実施し、広告効果とクライアントの満足度を高めることで既存クライアントの継続取引を増加させると同時に、新規クライアントの開拓についても積極化する考えである。

同社では、新規クライアント開拓のために「EC 案件等をターゲットとしたシステムの構築」、「顧客基盤の拡大に向けたリレーション活動の強化」、「ターゲット商材における広告運用ノウハウの蓄積」などに注力している。

◆ メディア事業の取り組み

メディア事業では、1) 会員数の更なる増加、2) サービス領域の拡大により収益拡大を目指す考えである。

会員数の更なる増加のために、広告チャネルの多様化を図っている。これまでは、Web 広告が中心であったが、雑誌記事や新聞記事など、多様なメディアを効果的に使い、集客効果の最大化を目指す考えである。また、現在の「Omiai」ユーザーは Facebook ユーザーに限定されているが、Facebook 以外の国内ポータルサイト等との連携を図り、対象ユーザーを大幅に拡大することも計画している。同社は、具体的な実施時期については、近日公表するとしている。

サービス領域の拡大として、現状の恋活・婚活（恋人探し、結婚相手探し）に至る以前の、「友達から始めたい」というニーズへ対応するサービスを開始することを公表している。こうしたサービスを導入すれば、より幅広い顧客層の取り込みが進むことが期待できる。同社は、「Omiai」の成長を図りながら、創出した利益を原資として新たなサービスを立ち上げ、メディア事業全体の収益性を維持しながら継続的な収益拡大を目指す方針である。

◆ 新アプリについて

同社は、サービス領域の拡大という観点から、新アプリの運用開始に向けた準備を進めてきた。17年11月27日には新領域・デートングアプリ「QooN（クーン）」を18/6期中にリリースすることを公表した（図表12）。

【 図表 12 】 「QooN」の基本機能



(出所) ネットマーケティング決算説明会資料

デートングとは、恋人や結婚相手探しに至る以前の、よりライトな出会いの場を生み出すことである。デートングアプリを利用することで、週末の飲み友達を探したい、趣味が共通な人と話したいなど、多様なニーズで多くの人との出会うことが可能となる。米国では世界最大のデートングサイト「Tinder（ティンダー）」（NASDAQ 市場に上場する Match Group Inc.が運営）があり、市場は急成長を遂げている。

「QooN」は、「Omiai」で培った身分証提示に基づいた厳格な年齢確認や24時間体制のメッセージ監視などのノウハウを活用し、全ネットユーザーが利用できる、日本市場向けにローカライズされたゲーティングアプリとしてリリースする予定である。正式なサービス開始日については近日発表するとしている。

> 業績予想

◆ 18年6月期の二桁増収増益計画に変更なし

18/6期の会社計画は、期初予想通り売上高11,296百万円(前期比14.5%増)、営業利益540百万円(同22.4%増)、経常利益538百万円(同27.2%増)、当期純利益371百万円(同25.0%増)である。

同社では、セグメント別の売上予想を開示していないが、広告事業では、大型案件を取り扱う一部企業との取引見直しの影響が17/6期で一巡したことで、その他既存クライアントとの取引を維持しながら17/6期と同ペースの新規クライアント獲得を進める計画である。メディア事業では、「Omiai」の累計会員数の増加に伴い、売上高拡大が続くことを見込んでいる。

コスト面では、オフィス移転にかかる費用を予算に織り込んでいること、新サービスへの投資は通期業績予想から上振れた利益の範囲で実施することを公表している。

同社は、成長重視の投資を優先するという判断から、内部留保を優先して17/6期まで配当を行っていなかった。今後は、業績動向を考慮しながら、将来の事業拡大や収益の向上を図るための資金需要や財務状況を勘案して適切に実施するとともに、株主重視経営に向けて、業績に応じた株主還元をする方針である。18/6期は、初配当として、1株当たり期末配当金10円を予定している。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想

証券リサーチセンター(以下、当センター)による同社の18/6期業績予想は、売上高が前期比15.0%増の11,348百万円、営業利益が同24.7%増の550百万円、経常利益が同29.6%増の548百万円、当期純利益が同27.7%増の378百万円である。上期の結果を鑑み、広告事業の売上予想を若干引き下げたものの、一方でメディア事業の売上予想を増額しており、会社計画を若干上回る前回予想に変更はない(図表13)。

【 図表 13 】証券リサーチセンターの業績予想 (損益計算書) (単位:百万円)

	16/6	17/6	18/6CE	18/6E	19/6E	20/6E
損益計算書						
売上高	8,823	9,868	11,296	11,348	12,748	14,188
前期比	3.5%	11.8%	14.5%	15.0%	12.3%	11.3%
セグメント別						
広告事業	7,356	7,457	-	7,750	8,100	8,390
メディア事業	1,466	2,413	-	3,600	4,650	5,800
調整額	0	-2	-	-2	-2	-2
売上総利益	1,792	2,531	-	2,939	3,327	3,731
前期比	#DIV/0!	41.2%	-	16.1%	13.2%	12.1%
売上総利益率	20.3%	25.7%	-	25.9%	26.1%	26.3%
販売費及び一般管理費	1,519	2,090	-	2,389	2,677	2,965
販管費率	17.2%	21.2%	-	21.1%	21.0%	20.9%
営業利益	273	441	540	550	650	766
前期比	-35.6%	61.3%	22.4%	24.7%	18.2%	17.8%
営業利益率	3.1%	4.5%	4.8%	4.8%	5.1%	5.4%
経常利益	274	423	538	548	648	764
前期比	-34.4%	54.2%	27.2%	29.6%	18.2%	17.9%
経常利益率	3.1%	4.3%	4.8%	4.8%	5.1%	5.4%
当期純利益	176	296	371	378	447	527
前期比	-34.8%	68.1%	25.0%	27.7%	18.3%	17.9%

(注) CE:会社予想 E:証券リサーチセンター予想

(出所) ネットマーケティング決算短信、決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

当センターでは、業績予想を策定する上で、以下の想定をした。

1) 事業別の売上高については、広告事業 7,750 百万円(前期比 3.9%増)、メディア事業が 3,600 百万円(同 49.2%増)と想定した。広告事業においては、継続取引先の 1 クライアント当たり売上高の微増と新規取引先の増加が増収に寄与すると想定した。メディア事業では、「Omiai」の累計会員数が 17/6 期末の 226 万人から 18/6 期末は 321 万人まで拡大し、売上増に寄与すると想定した。

2) 18/6 期の売上総利益率は、メディア事業の売上構成比が高まることにより前期比 0.2%ポイント改善の 25.9%と予想する。

3) 販管費率については、オフィス移転費用の発生や人件費の増加を見込むものの、売上増により吸収して同 0.1%ポイントの改善を想定した。広告事業の社員数は前期末より 6 名増加の 69 名、メディア事業の社員数は 5 名増加の 34 名とした。全社共通(管理部門)の増加を 3 名とし、これに伴い人件費は 17/6 期より 55 百万円の増加の 549 百万円を想定した。

> 中期業績予想

◆ 証券リサーチセンターの中期業績予想

同社は中期経営目標について、数値、期間を含めて公表はしていないものの、広告事業、メディア事業に新アプリによる事業拡大を加えて、持続的な成長を目指す方針を掲げている。

当センターでは、19/6 期以降についても、良好な事業環境が続くなか人材採用及び育成が順調に進み、業績拡大が継続することを予想する。業績予想については前回予想を据え置き、19/6 期の売上高は前期比 12.3%増の 12,748 百万円、営業利益は同 18.2%増の 650 百万円、20/6 期の売上高は同 11.3%増の 14,188 百万円、営業利益は同 17.8%増の 766 百万円と予想する

予想の前提は以下の通りである。尚、同社が公表している新アプリの展開による収益貢献については、今回の予想に織り込んでいないことを注記する。配当については、18/6 期と同額の 1 株当たり年間 10 円が継続すると予想した。

1) 19/6 期のセグメント別売上高は、広告事業が 8,100 百万円（前期比 4.5%増）、メディア事業が 4,650 百万円（同 29.2%増）、20/6 期は広告事業が 8,390 百万円（前期比 3.6%増）、メディア事業が 5,800 百万円（同 24.7%増）とした。

2) メディア事業の売上構成比拡大に伴い、売上総利益率は每期 0.2%ポイントの改善を想定した。

3) 販管費率については、人件費の増加を売上増で吸収し、每期 0.1%ポイントの改善を想定した。従業員数は 13 名ずつ増加し、それに伴い人件費は每期 51 百万円程度の増加を想定した。

> 投資に際しての留意点

◆ 事業に関する法的規制について

同社が展開する広告事業においては、「不当景品類及び不当表示防止法」、「おとり広告に関する表示」などの関連業法や告示が存在する。メディア事業では「インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律、同法施行令、同法施行規則」の適用を受けている。同社は関連業法の遵守に係る体制を構築しているものの、規制に抵触した場合には通常の事業展開が困難になる可能性がある。

◆ システム障害について

同社の広告事業のサービスは、インターネット上での広告配信、成果の管理等をシステム化して行っている。人為的なミスや通信ネットワ

ーク機器の故障、アクセス数の急激な増大、自然災害等によるシステム障害が発生した場合には事業運営に影響が出る可能性がある。

◆ **業績の季節変動について**

同社の広告事業では、美容等の商材への依存度が高い。エステ、脱毛等の美容案件は、夏を控えた第4四半期(4月～6月)に売上が偏る傾向があり、第4四半期の業績によって通期業績が左右される可能性があることに留意する必要がある。

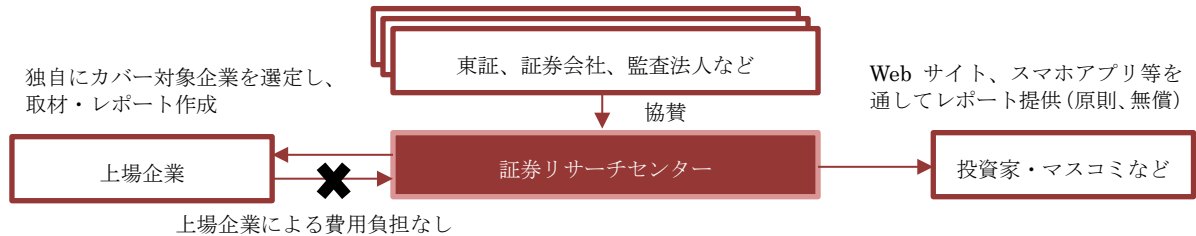
◆ **特定顧客への依存について**

同社の広告事業では、販売先上位数社で同事業売上高の6割超を占めている。このため、大口取引先との取引の動向が業績に影響を与える可能性がある。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

(協賛)

株式会社東京証券取引所

SMBC 日興証券株式会社

大和証券株式会社

野村證券株式会社

みずほ証券株式会社

有限責任あずさ監査法人

有限責任監査法人トーマツ

新日本有限責任監査法人

株式会社 ICMG

(準協賛)

三優監査法人

太陽有限責任監査法人

優成監査法人

株式会社 SBI 証券

(賛助)

日本証券業協会

日本証券アナリスト協会

監査法人 A&A パートナーズ

いちよし証券株式会社

宝印刷株式会社

株式会社プロネクサス

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。