

2013年度 通期

# 決算説明会

2014年5月16日

ネットイヤーグループ株式会社

東証マザーズ 3622



# ネットイヤーグループのご紹介



# グループ ミッション



■ ビジネスの未来をデジタルで創る、

■ 日本の未来をデジタルで創る

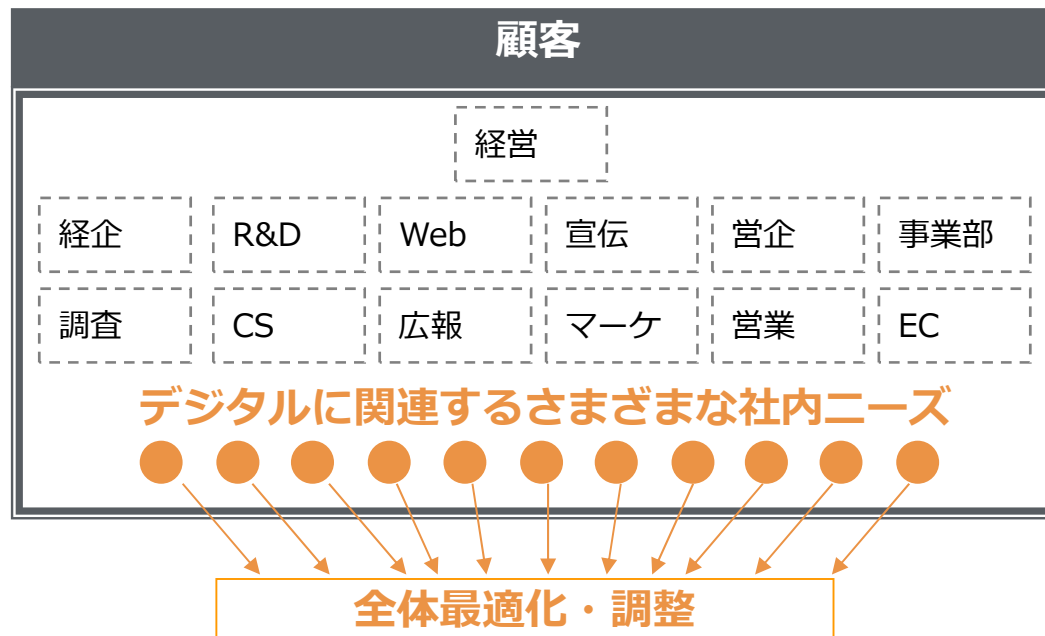


Tribal Media House

日本技基

## ネットイヤーグループの特徴

■ 顧客企業内に存在するデジタル関連の様々なニーズに対し、最適な施策を企画提案、実行します。



プラットフォーム

データ分析、MA

ソーシャル

PR、広告、イベント

Web制作

カスタマーサービス

Web、モバイル、開発

システム開発

# すべての顧客接点を網羅するサービス一覧



広報



マーケティング



web統括



CS推進



商品開発



営業企画

デジタルマーケティング戦略策定 全体プロデュース プロジェクト管理 予算管理

顧客データ分析  
予測モデリング  
アクセス解析  
効果測定  
ダッシュボード



Google Analytics

ADOBE® SITECATALYST®  
Powered by Omniture®



Boom Research  
by Tribal Media House

Engage Manager  
by Tribal Media House

Social Media Risk Manager  
by Tribal Media House



social voice  
for support

salesforce.com.  
Success. Not Software.®

responsys®

サイト戦略、構築  
プラットフォーム構築  
EC、CMS開発、導入  
大規模サイト運用  
サイトガバナンス

マーケティング  
オートメーション  
メール配信運用  
リードナーチャリング

SEO  
第三者配信  
DSP運用

戦略PR  
キャンペーン

ソーシャルメディア運用  
投稿管理ツール  
傾聴ツール  
リスク管理

製品開発  
コミュニティーパネル

アクティブサポート  
QAサイト改善

O2O  
オムニチャネル  
デザイン

営業管理  
活動分析

アプリ開発



G  
Y!



お客さま

# ネットイヤーグループの特徴

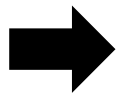
## ユーザー エクスペリエンス デザインが私たちのアプローチです

情報過多の上、顧客接点が多様化しているデジタル時代では、企業のメッセージはなかなか生活者に届きません。  
 また、企業が考える新しいサービスも、デジタル時代の生活者の行動を理解していない一方的なものになりがちです。  
 企業の商品やサービスを、如何に生活者の「自分ゴト」として興味を持ってもらうか。  
 そのためには、徹底した生活者やユーザー視点でのサービス設計が必要なのです。

### エクスペリエンスフロー

どのようなメディアに接触してもらって、どのように行動をとってもらって、ブランドへの関心を高めてもらいたいかを設計するチャート

興味な〜い



ステージ	1. 調査	2. 比較・検討	3. 問い合わせ
利用者の行動	【クチコミ】友人・知人や同僚に聞く 【Web】「不動産」「Web」などで検索 【メール】先輩に聞く 【メール】取引があるか確認する 【書類】取引があれば、成果を確認する	【Web】比較サイトで競合他社を調べる 【Web】事例をもとに価格を調べる 【メール】メルマガを登録する	【電話】電話で問い合わせる 【Web】フォームで問い合わせ 【メール】メールで問い合わせる
利用者の課題	キーワードで出てくるのかな？ きちんとSEOにも対応しているのかな？ どんな会社があるのかな？	競合に比べて優位性は何か？ 気にしている価格の比較がされているか？ いい評価が書かれているか？	問い合わせ方法がすぐに見つかるか？ フォームの書き方がわからない 問い合わせにすぐに反応してくれるか？
利用者の感情	 いい開発会社ないかな？ 安くて品質の良い会社ないかな？ 実績のある会社ないかな？	 この会社いいね。競合に比べていい 実績でA社もやっているのなら安心 問い合わせしてみよう	 すぐに問い合わせできた 電話の対応がいい ここなら気持ちよく話ができるかも
要件整理	SNSなどでの告知 検索連動広告・出稿 SEO対策	比較サイトでの掲載・出稿 カスタマーレビュー ランディングページ	問い合わせ窓口の掲載 問い合わせフォーム 問い合わせ後のフォロー掲載

自分に関係  
あるかも？



## グループ企業



### ネットイヤーグループ株式会社

デジタルマーケティング戦略の立案、コンテンツプランニング、データ分析、プロジェクトマネジメント、プロデュース  
社員数 164名(2014年3月現在)



### ネットイヤークラフト株式会社

CMSなどのwebシステム、アプリ、webサイト、デジタルコンテンツの設計、制作、構築、運用業務設計、運用  
社員数 77名(2014年3月現在)



Tribal Media House

### 株式会社トライバルメディアハウス

ソーシャルメディア戦略策定から、Facebook、Twitterなどの公式アカウントの開設、運用、リスク管理、プロモーション  
社員数 41名(2014年3月現在)



### 株式会社日本技芸

Google Apps™ for Business やforce.com上で動作するオフィスアプリケーション群「rakumo」シリーズの開発・販売  
社員数 54名(2014年3月現在)

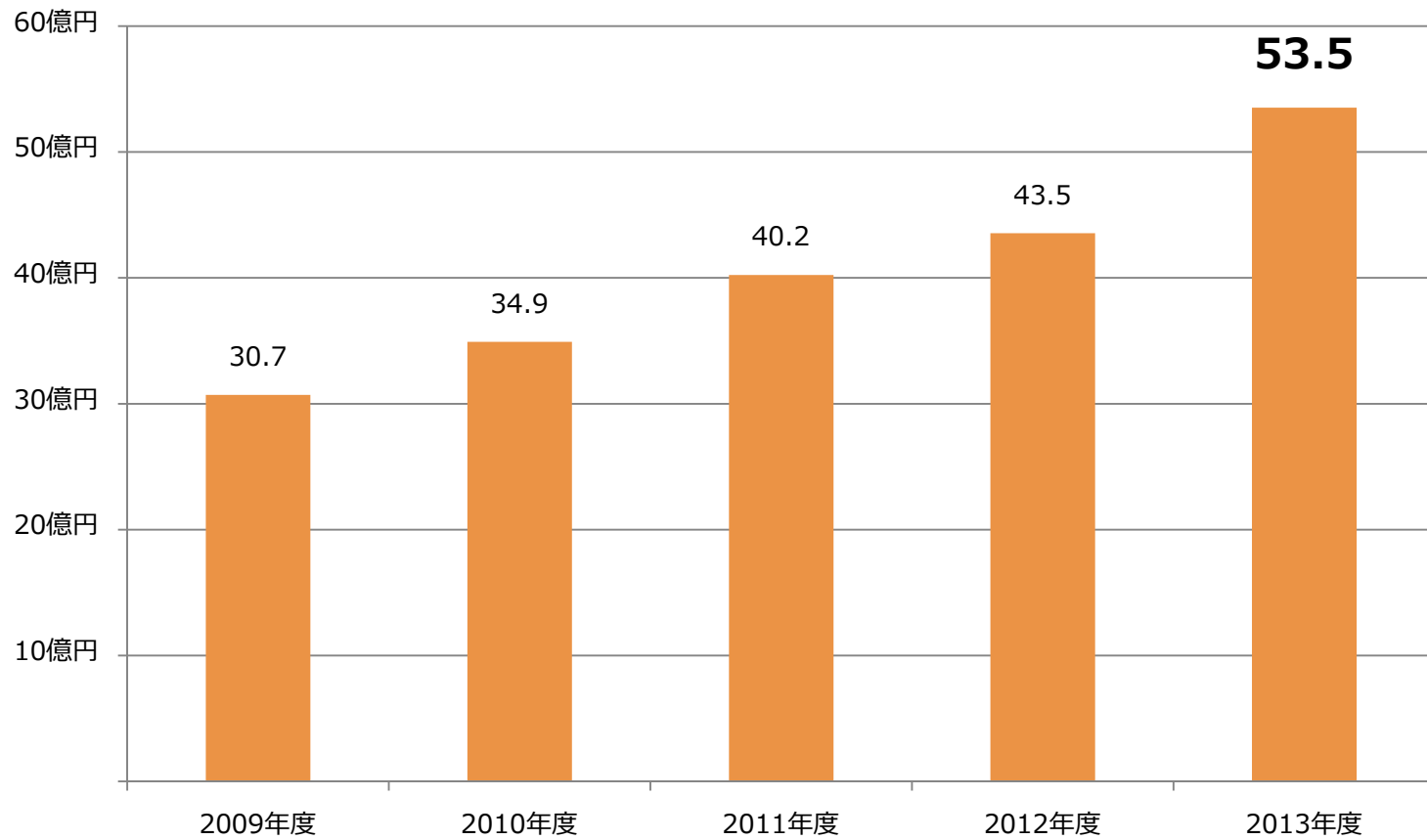


## 2013年度の事業および業績の状況



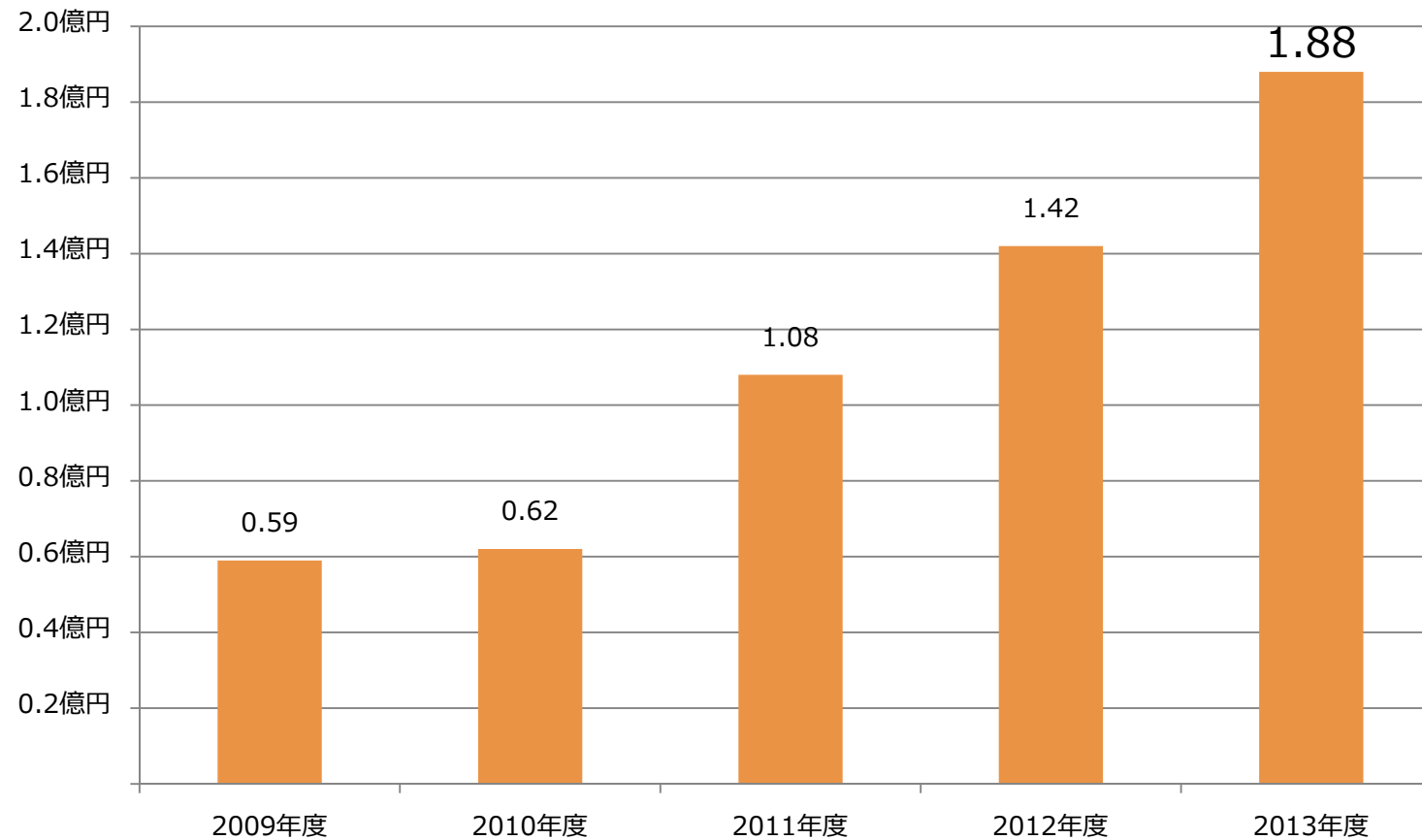
## 売上の状況

### ■ デジタルマーケティング市場は引き続き好調、前年比22.9%増



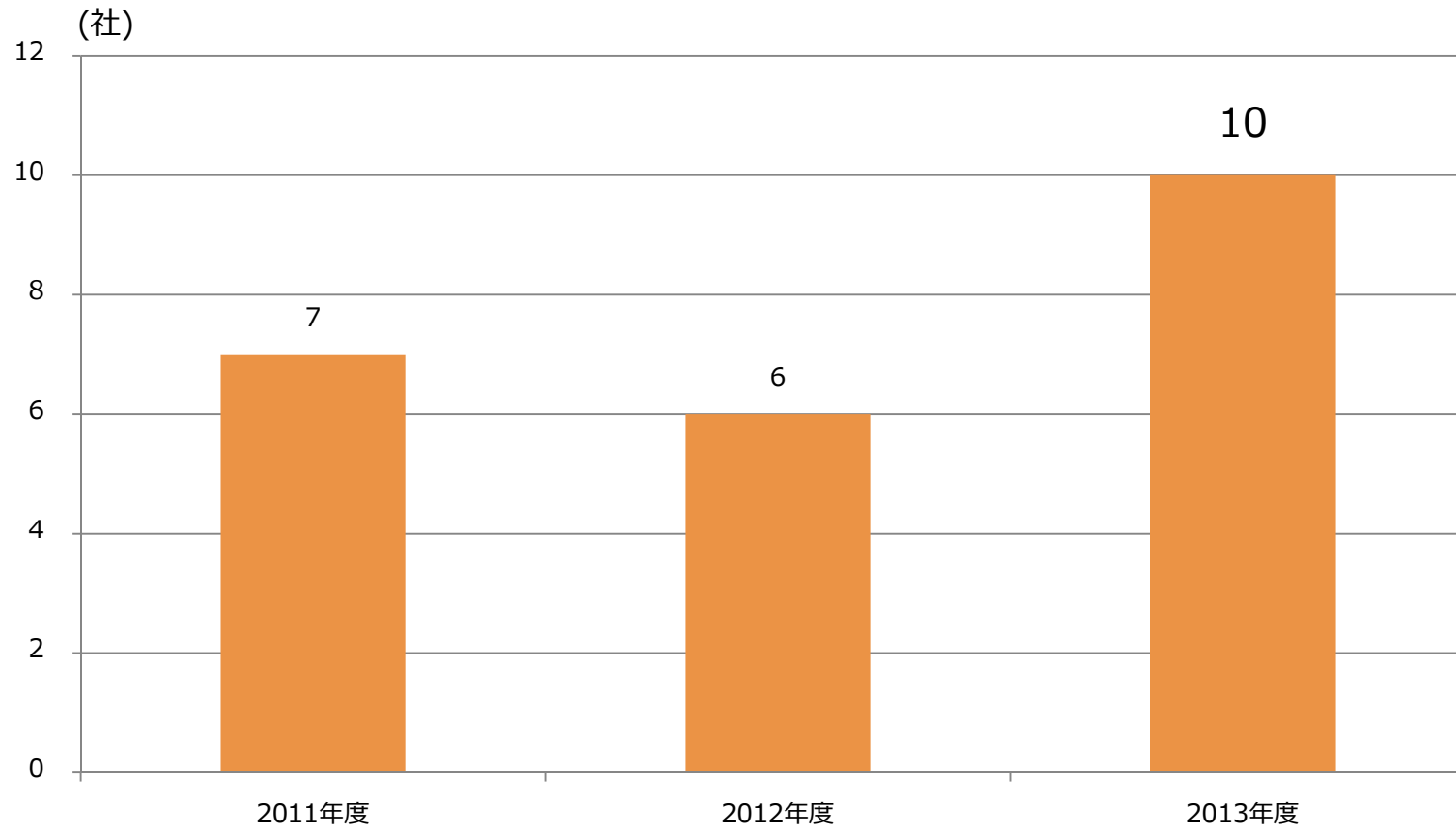
## 営業利益の状況

■ 一部不採算プロジェクトがあったものの順調に進捗、前年比  
32.7%増



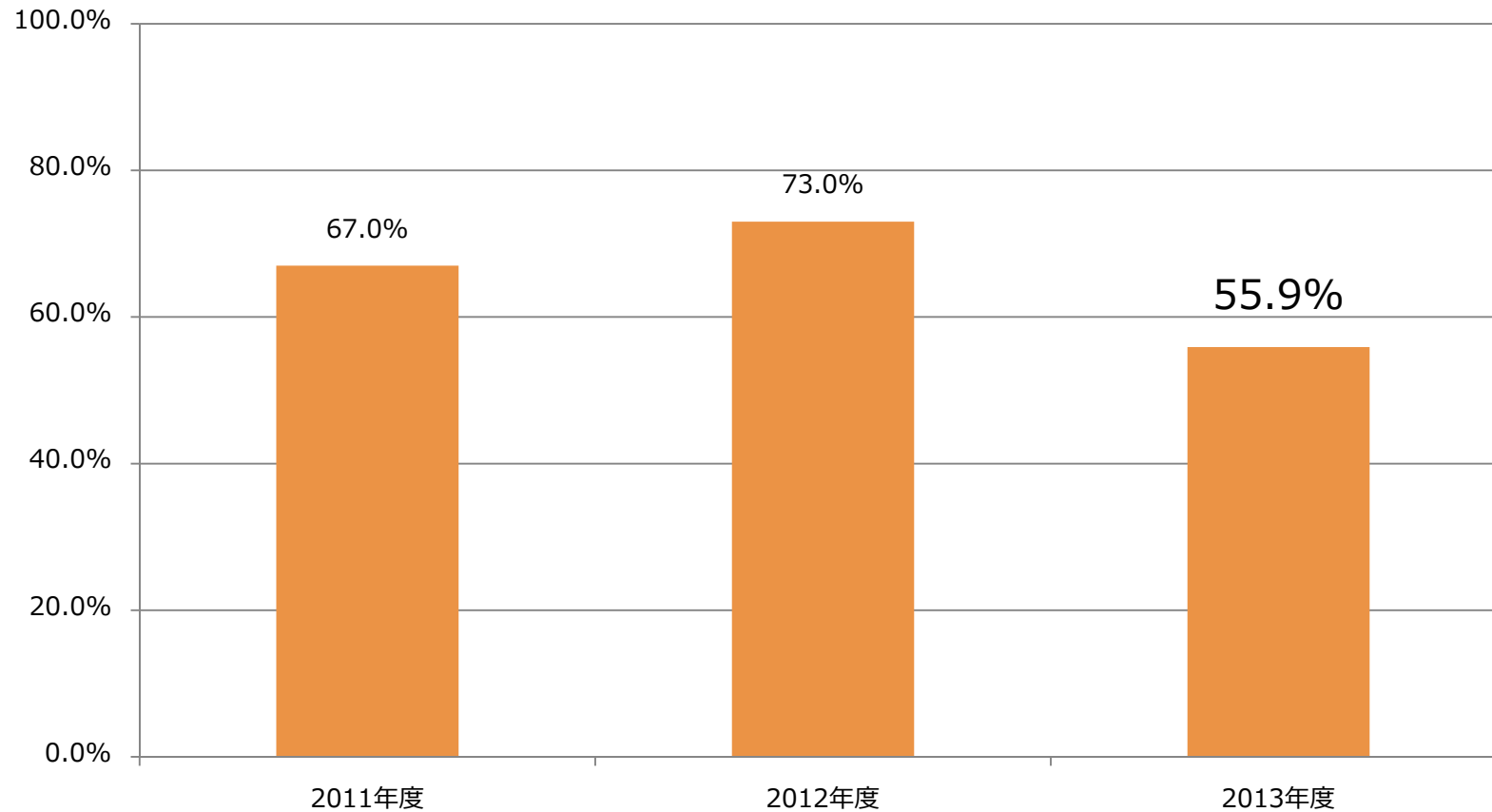
売上KPI ～売上1億円以上の取引先数～

## ■ システム開発等の大型案件の増加により、売上1億円超の取引先増



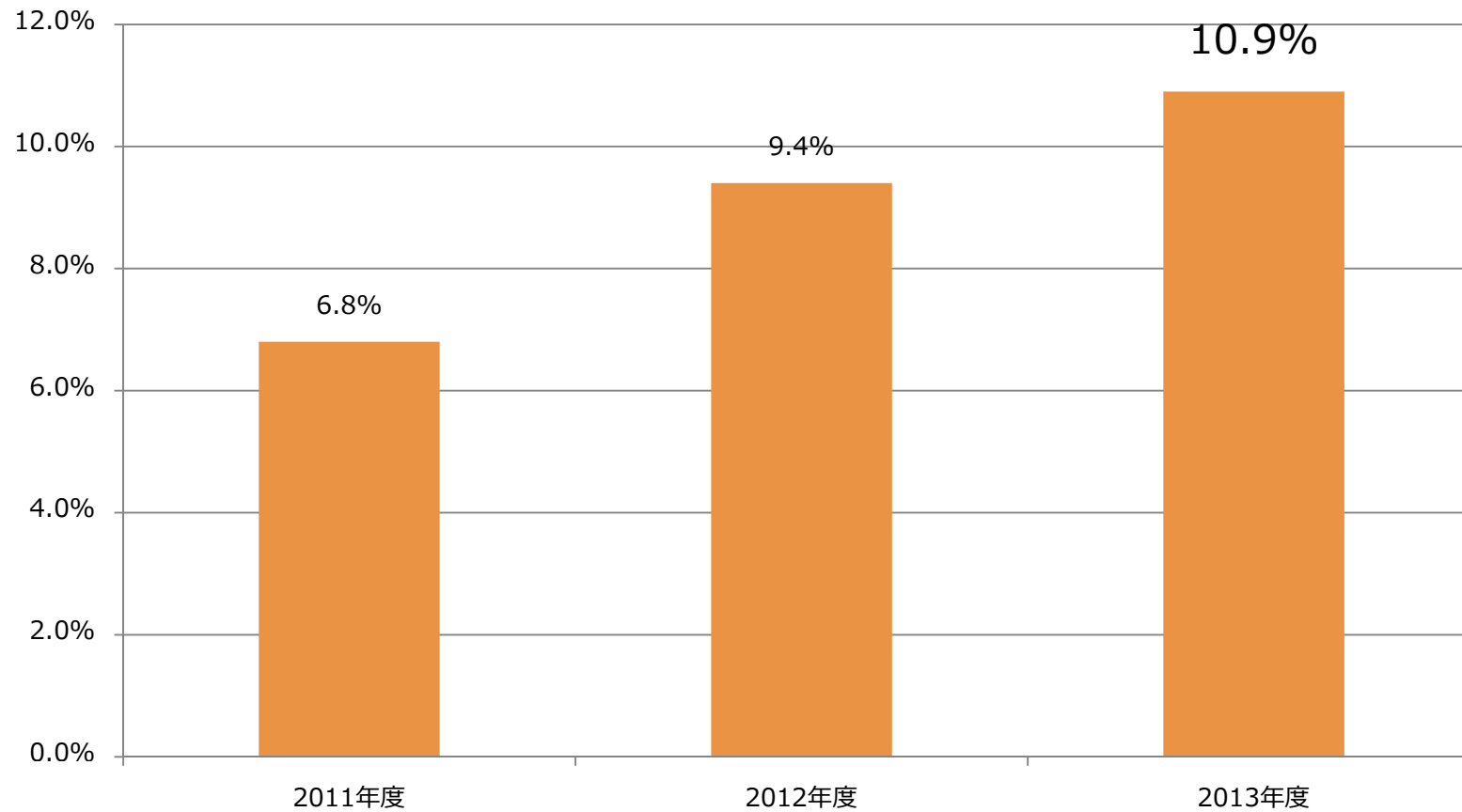
## 売上KPI ～売上高の上位20社依存率～

### ■ 取引先の増加に伴い、上位顧客への売上依存度は低下



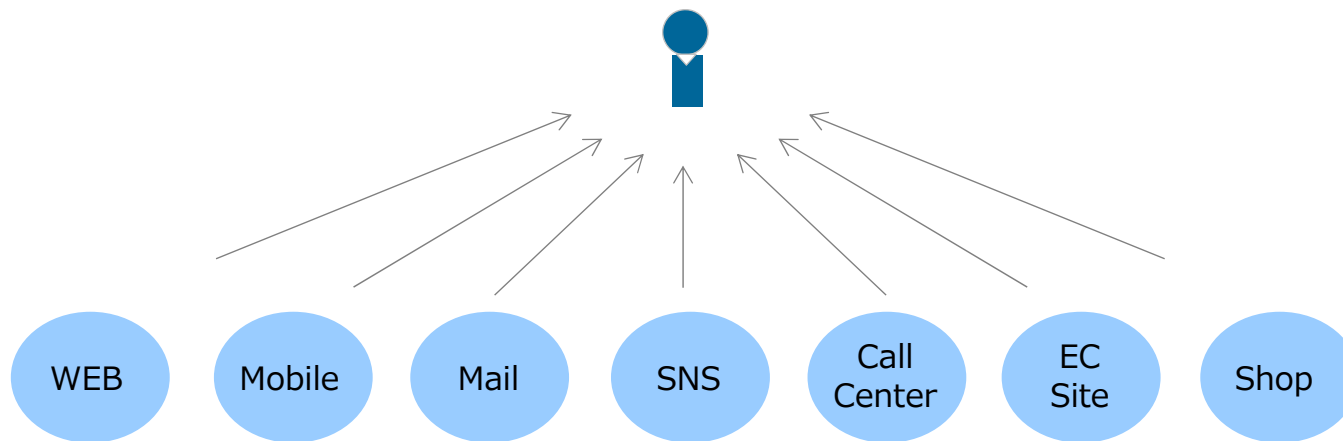
売上KPI ～プロダクト売上の割合～

## ■ ソーシャルメディア・データ分析関連を中心に、プロダクト割合は増加



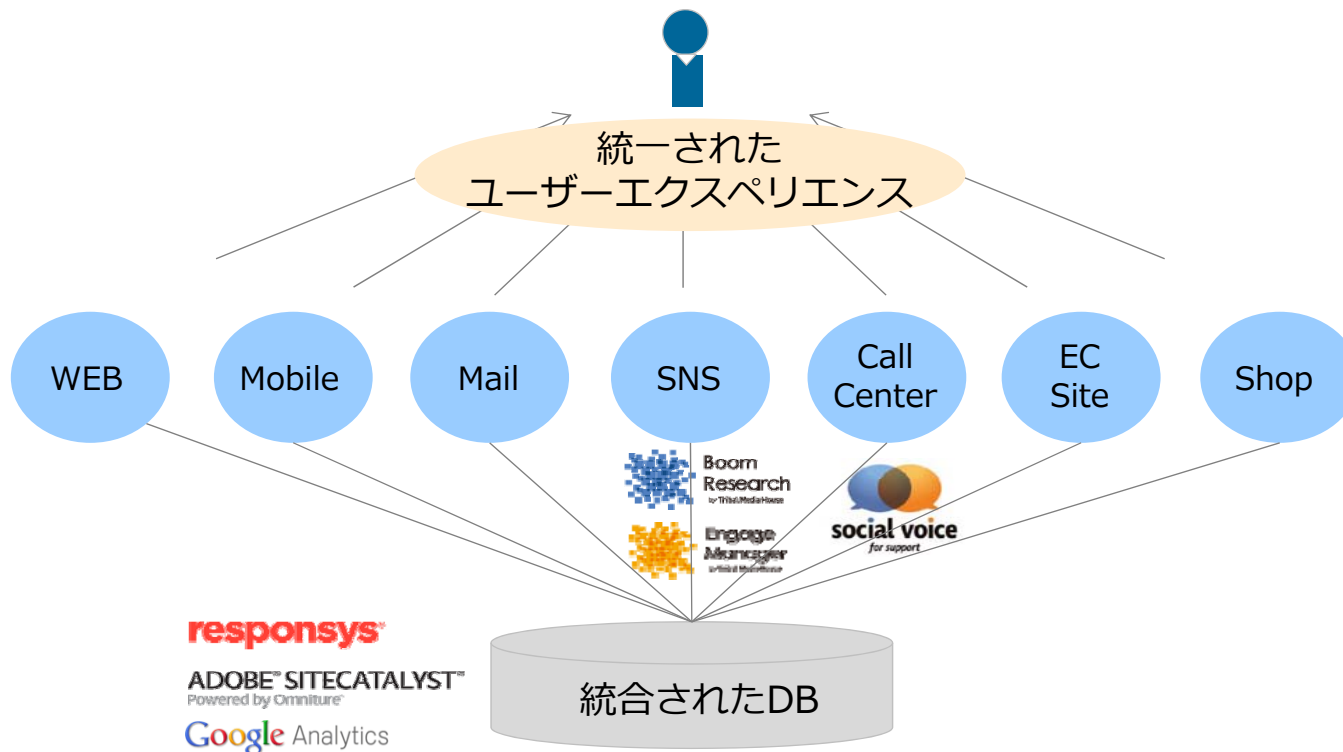
## 市場の環境

■ 自社サイト、ソーシャルメディア、ECサイト、実店舗等が連携する「オムニチャネル」に取り組む企業が増加



## オムニチャネル化による当社のビジネスチャンス

- 当社の強みである「ユーザーエクスペリエンス」へのニーズ増
- ソーシャルメディア、データ分析、クラウド、ユーザーサポート等  
当社サービスに対するニーズ増

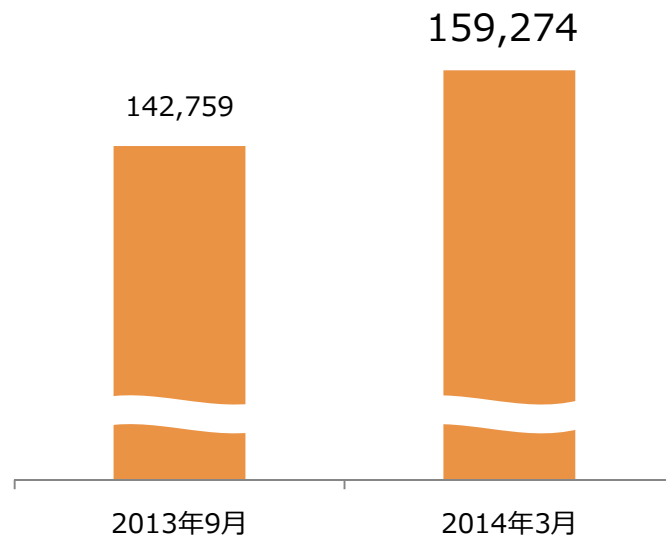


## 株式会社日本技芸の子会社化

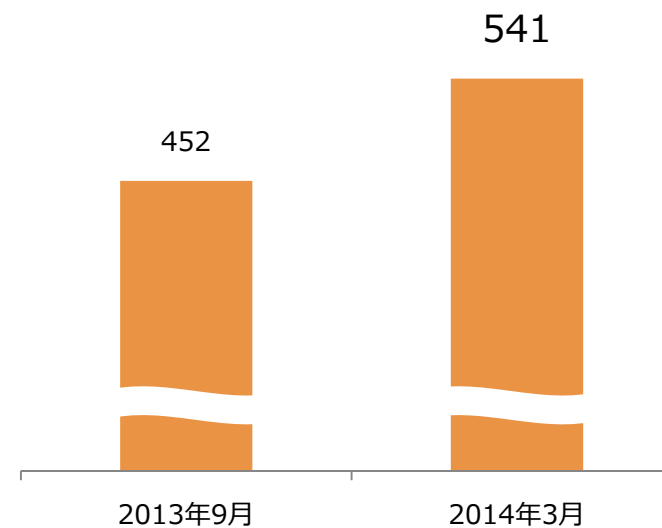
### ■ 開発力の強化、プロダクトビジネスの強化を目的として、2013年8月に株式会社日本技芸を子会社化

- ・ 日本技芸の主な事業
  - » 国内外のクラウド基盤に対応したシステムの受託開発
  - » コラボレーティブウェア “rakumo”の開発、販売

rakumo ID数



rakumo 導入社数





## 人員の状況

### ■ 日本技芸が加わることで体制強化

(人数)

	2012年3月	2013年3月	2014年3月	前年増減
ネットイヤーグループ	129	146	159	13
グループ会社	96	115	150	35
合計	225	261	309	48

※正社員数

## 連結売上原価の状況

### ■ 体制以上の需要増により、外注比率増

### ■ 不採算プロジェクトにより、受注損失引当金の発生

(百万円)

区分	2012年度		2013年度		増減	前期比
売上高	4,355		5,352		998	122.9%
製造費用						
人件費	1,362	31.3%	1,575	29.4%	214	115.7%
外注費	1,674	38.4%	2,250	42.0%	576	134.4%
受注損失引当金	0	0.0%	63	1.2%	62	-
その他経費	392	9.0%	425	7.9%	33	108.5%
製造費用合計	3,428	78.7%	4,313	80.6%	885	125.8%
期首仕掛	47	1.1%	53	1.0%	6	113.5%
期末仕掛	53	1.2%	126	2.4%	72	235.9%
売上原価計	3,421	78.6%	4,240	79.2%	819	123.9%
売上総利益	933	21.4%	1,112	20.8%	179	119.1%

## 連結販管費の状況

■ 好調な業界環境を受け、人材採用は苦戦

■ 日本技芸子会社化に伴い、のれん償却費増

(百万円)

区分	2012年度		2013年度	
	金額	比率	金額	比率
人件費・派遣費	472	59.6%	550	59.5%
採用費	69	8.7%	49	5.3%
のれん償却費	21	2.6%	49	1.8%
その他	234	29.0%	275	29.8%
合計	791	100.0%	923	100.0%

増減	前期比
78	116.5%
-20	71.0%
28	233.3%
41	117.5%
132	116.7%

# 連結資産の状況

(百万円)

主な科目		2013年3月	2014年3月	増減	
流動資産		2,226	2,496	270	
	現金及び預金	1,051	1,032	-19	
	受取手形及び売掛金	1,020	1,201	180	● 3月計上プロジェクト増
	仕掛品	53	131	77	● 4月以降計上プロジェクト
	その他	102	132	30	
固定資産		229	645	416	
	有形固定資産	36	100	64	● 移転に伴う工事・備品
	無形固定資産	25	362	337	● のれん増
	投資その他	168	183	15	
資産計		2,455	3,143	688	

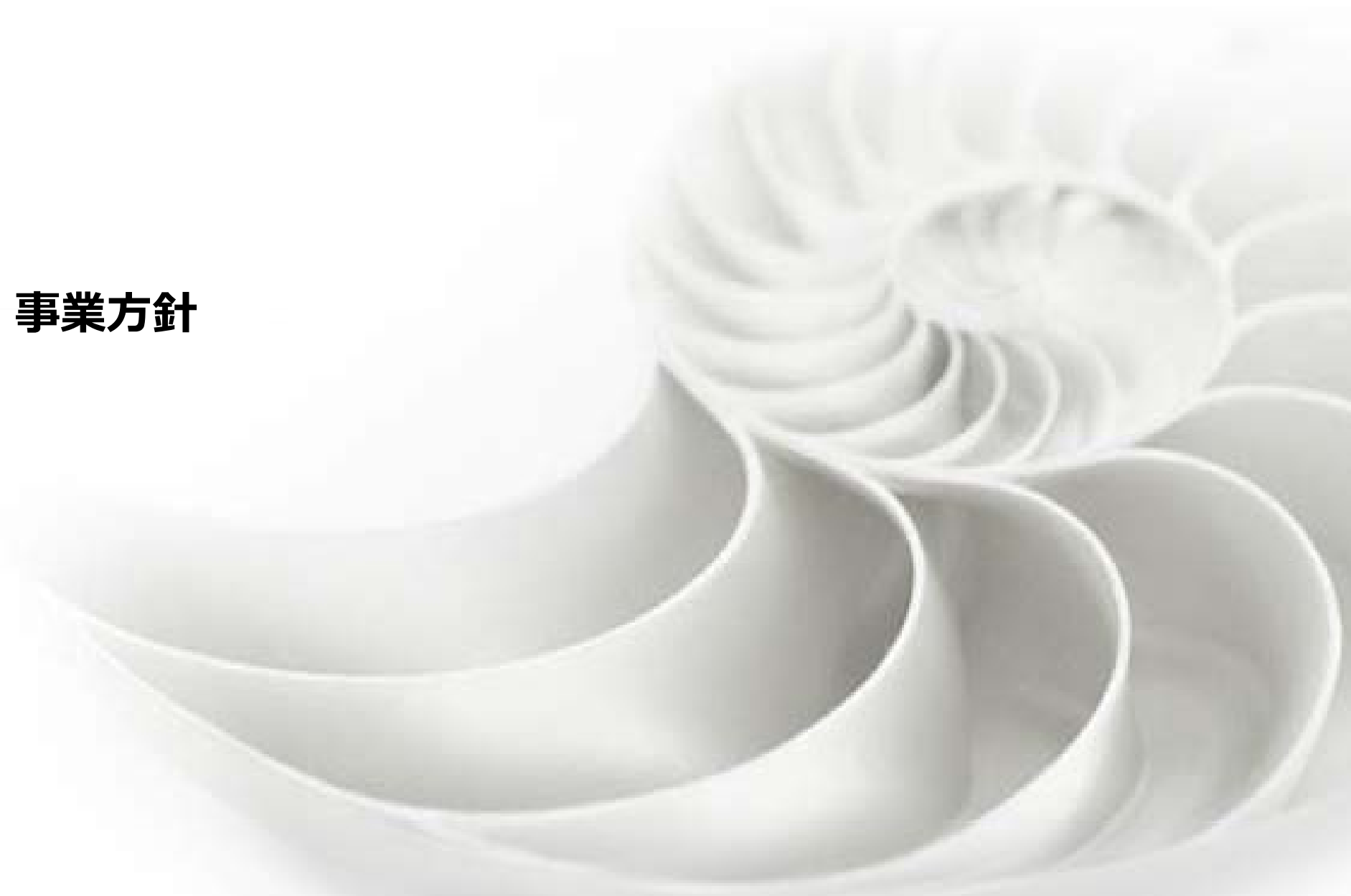
# 連結負債・純資産の状況

(百万円)

主な科目	2013年3月	2014年3月	増減
<負債の部>			
流動負債	610	958	348
買掛金	233	272	39
1年以内返済長期借入金	13	127	114
未払法人税等	35	116	80
受注損失引当金	0	63	63
その他	329	380	51
固定負債	0	276	276
長期借入金	0	266	266
長期預り金	0	10	10
負債の部合計	610	1,234	624
<純資産の部>			
株主資本	1,838	1,899	61
資本金	528	540	12
資本剰余金	609	621	12
利益剰余金	700	738	38
少数株主持分等	7	10	3
純資産の部合計	1,845	1,909	64

- 借入の実行
- 法人税増
- 不採算プロジェクトによるもの
- 借入の実行

## 事業方針

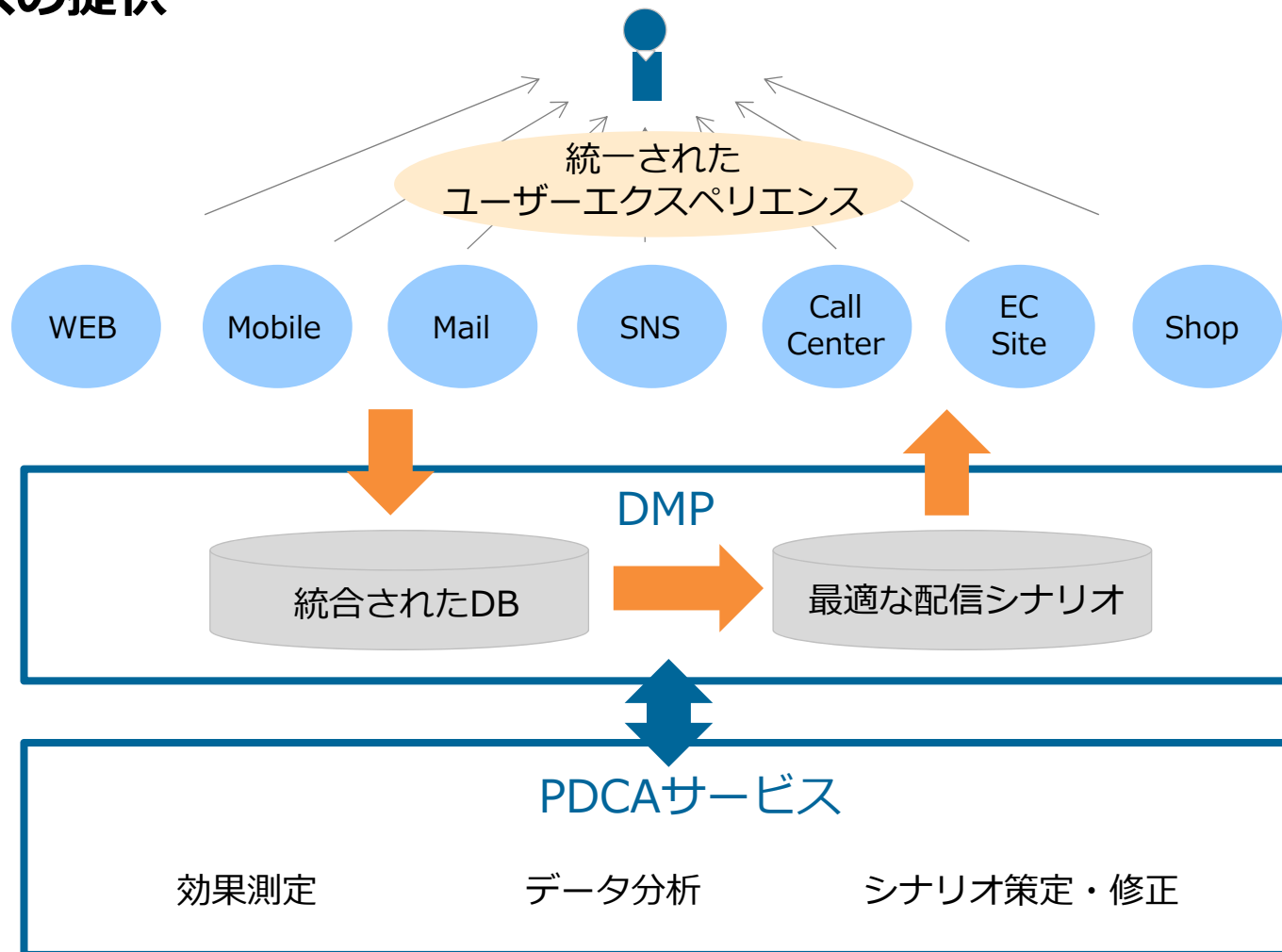


## 当社のとりくみ

- **デジタルマーケティングサービスの強化**
- **データ活用サービスの強化**
- **体制の強化**

## デジタルマーケティングサービスの強化

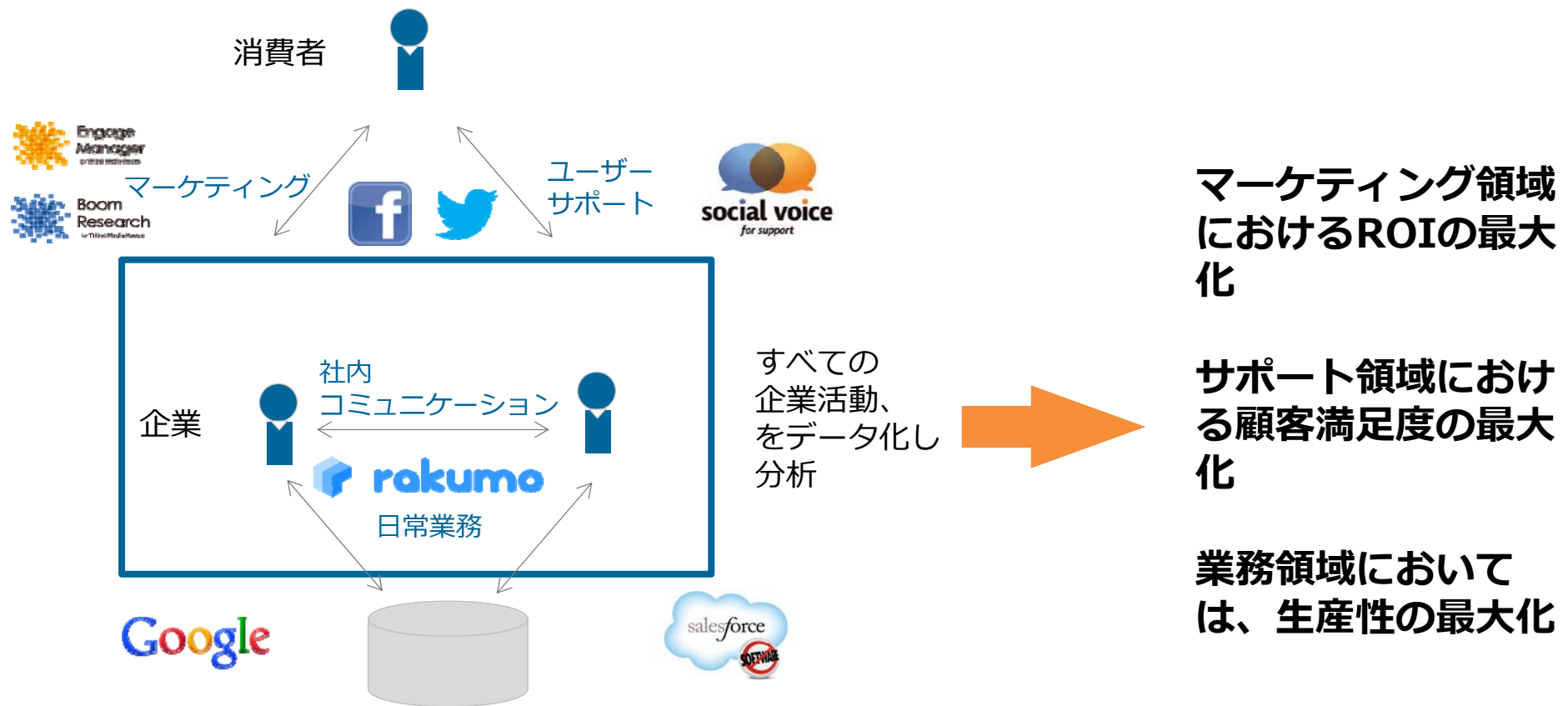
- ユーザーデータを一元管理し、分析し、最適なコンテンツを配信する  
DMP(Data Management Platform)、PDCAを適切にまわすための運用サービスの提供





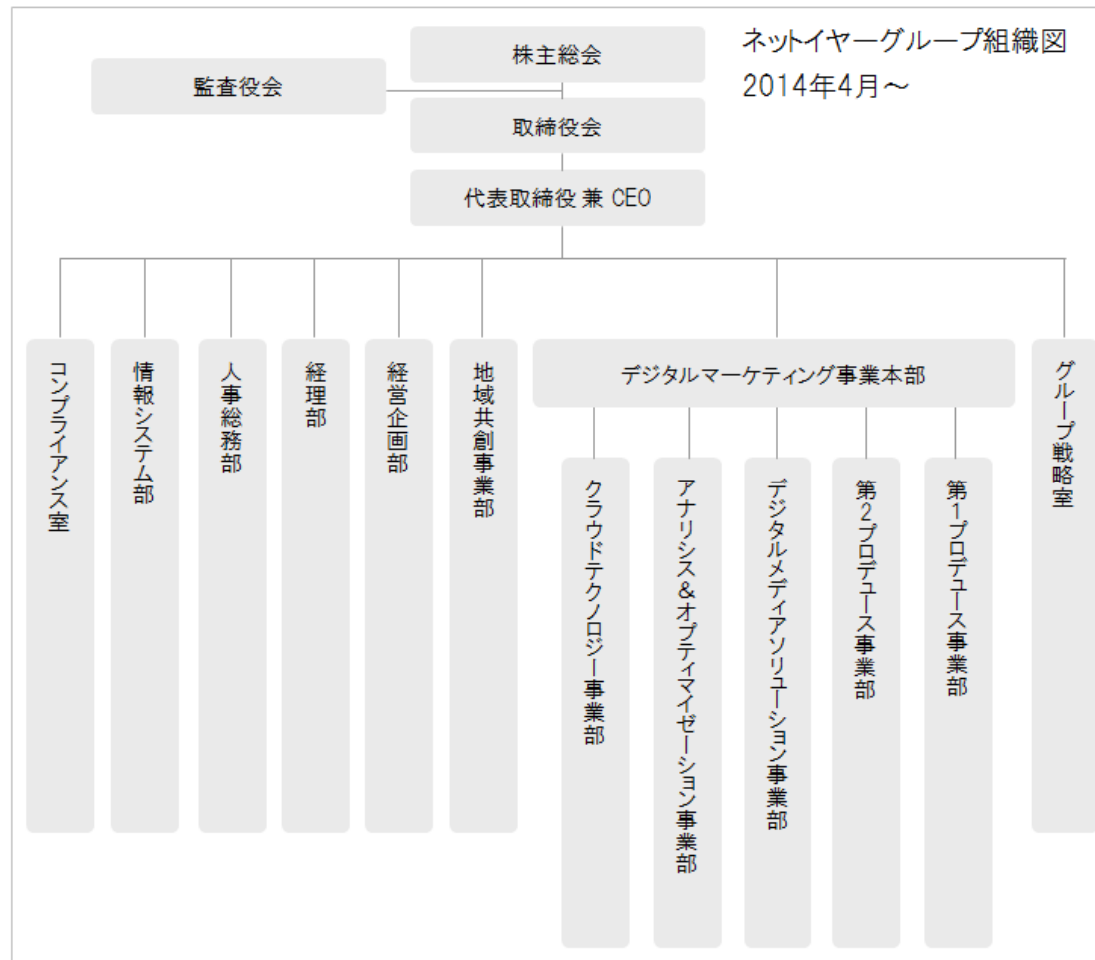
## データ活用サービスの強化

# ■ マーケティング領域から、ユーザーサポート分野、社内業務の領域までデータ活用サービスを強化



## 体制の強化 ①

# ■ オムニチャネル対応サービスの強化、プロジェクト管理体制の強化のため、デジタルマーケティング事業本部を設立



## 体制の強化 ②

### ■ サービス体制、事業体制強化のため、採用を強化

(人数)

	2013年3月	2014年3月	2015年3月(計画)	前年増減
ネットイヤーグループ	146	159	185	26
グループ会社	115	150	180	30
合計	261	309	365	56

※正社員数

## 2014年度 業績予想



## 2014年度業績予想

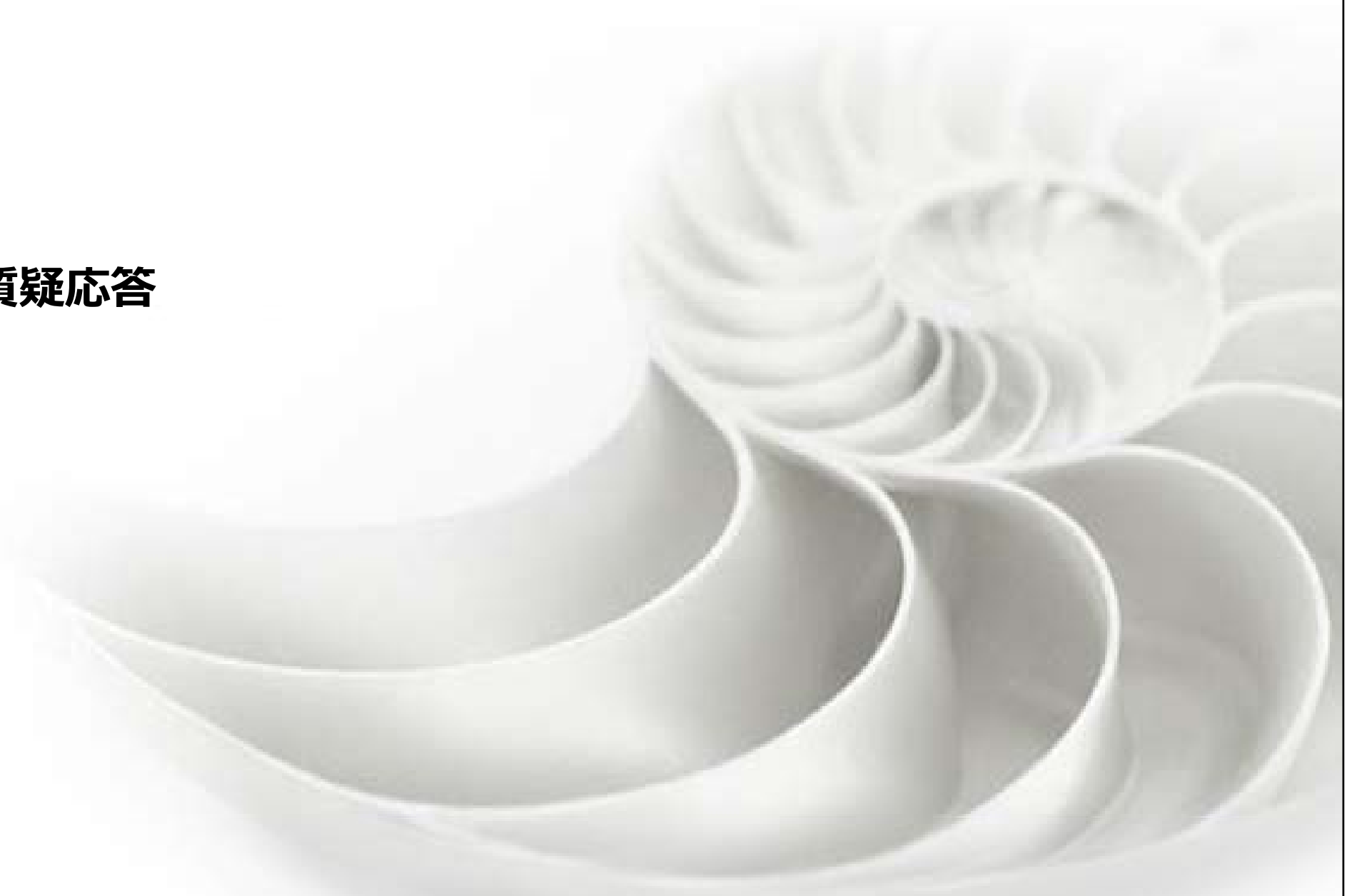
■ ソリューション分野を中心に引き続き増収増益

■ プロダクトの売上シェアは 13～15%を見込む

(百万円)

区分	2013年度	2014年度(予)	前期比
売上高	5,352	5,900	110.2%
営業利益	188	210	111.3%
経常利益	191	210	109.9%
当期純利益	59	100	169.2%

## 質疑応答



本説明会および当資料に含まれる意見や将来に対する予測は、本資料の発表日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいた判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。

様々な要因の変化等により、実際の業績や結果が異なることがある点を予めご了承ください。

また、業界等に関する記述や意見に関しても、信頼できると当社が判断したデータに基づいて作成していますが、当社がその内容を保証するものではありません。

