

2015年3月期 第2四半期

# 決算説明会

2014年11月11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株式会社



### 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



### 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



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



### 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

## 当社の顧客

■ ソリューション分野では大企業を対象とした直接取引が主流で、年間約200社とお取引があります。

 伊藤ハム

 IPSA

 NHKエデュケーショナル

 NHK出版

 kao

 Designing The Future  
KDDI

 SUNSTAR

 Sanrio

 SHARP

 もっと、あなたに響くこと。  
J:COM

 信頼される安心を、社会へ。  
SECOM

 帝国ホテル

 TEIJIN  
帝人ファーマ株式会社

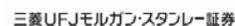
 Nikon

 Amway

 HITACHI  
Inspire the Next

 クルマ・ボーカサイト  
Goonet

 都市に豊かさと潤いを  
三井不動産

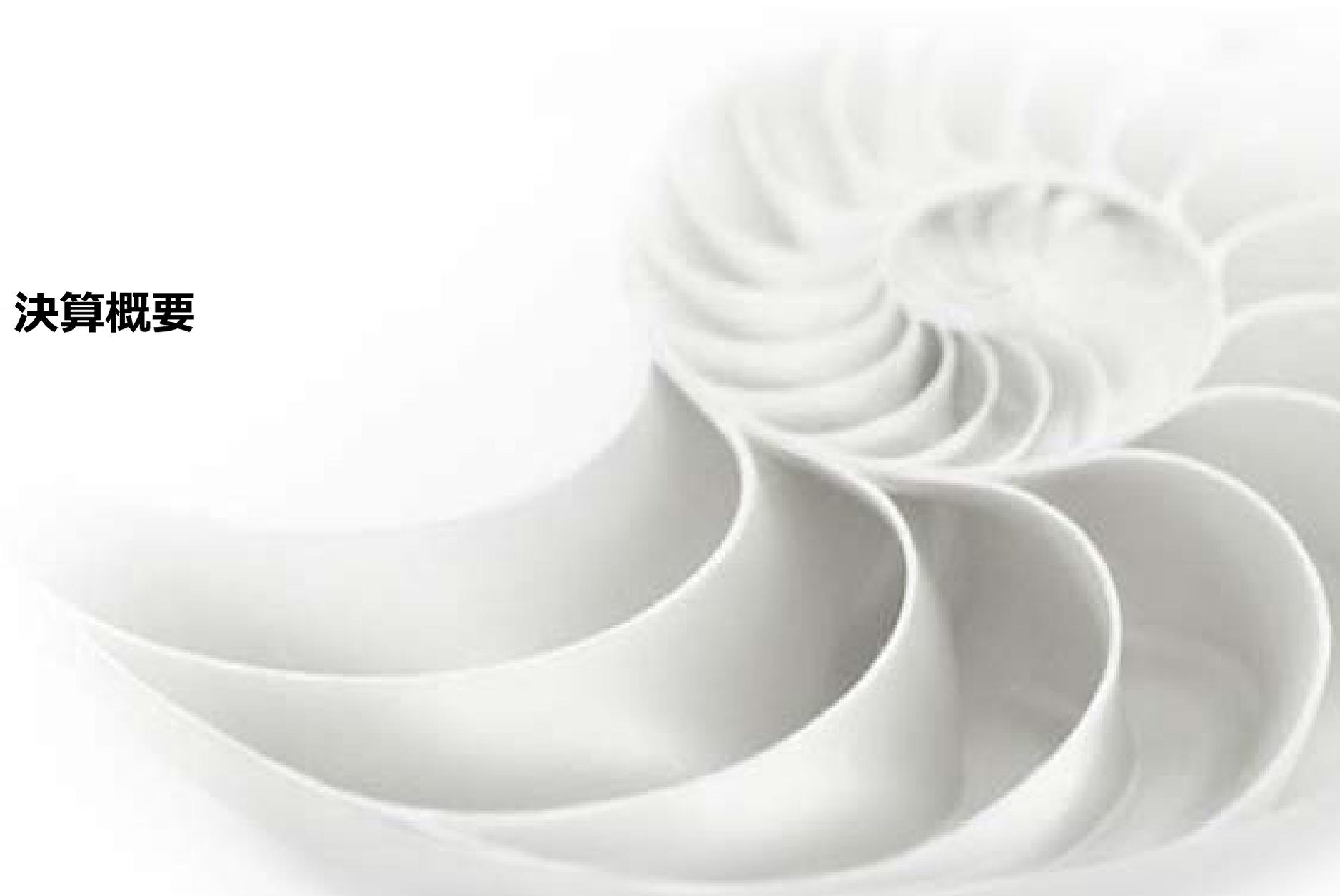
 三菱UFJモルガン・スタンレー証券

 無印良品

■ プロダクト分野では約830社とのお取引があります。

- ・ ソーシャルメディアマーケティングツール 約230社
- ・ コラボレーティブウェアツール 約600社

## 決算概要

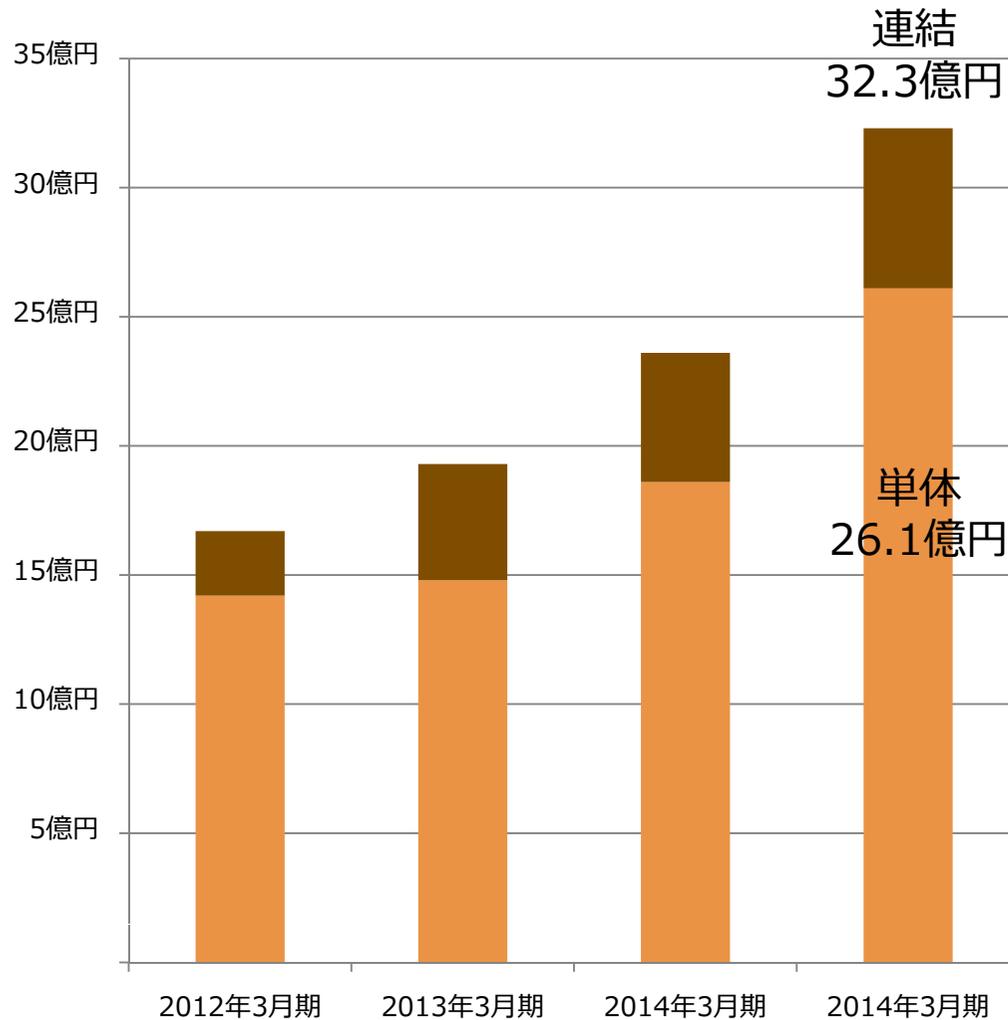


## 業績の概要

■ 売上高	32億3千万円	(前年同期比 36.8%増)
■ 営業利益	1億3千500万円	(前年同期比 31.4%増)
■ 経常利益	1億3千700万円	(前年同期比 30.7%増)
■ 純利益	6千100万円	(前年同期比 10.7%減)

※純利益減少は、のれん償却費増、赤字グループ会社の存在等により、連結営業利益増加額以上に法人税が増加したことが要因です

## 第2四半期連結売上高の状況



連結売上高32.3億円

ネットイヤーグループ単体  
26.1億円(前年比+40.0%)

オムニチャネル関連  
大型プロジェクトにより、  
売上増

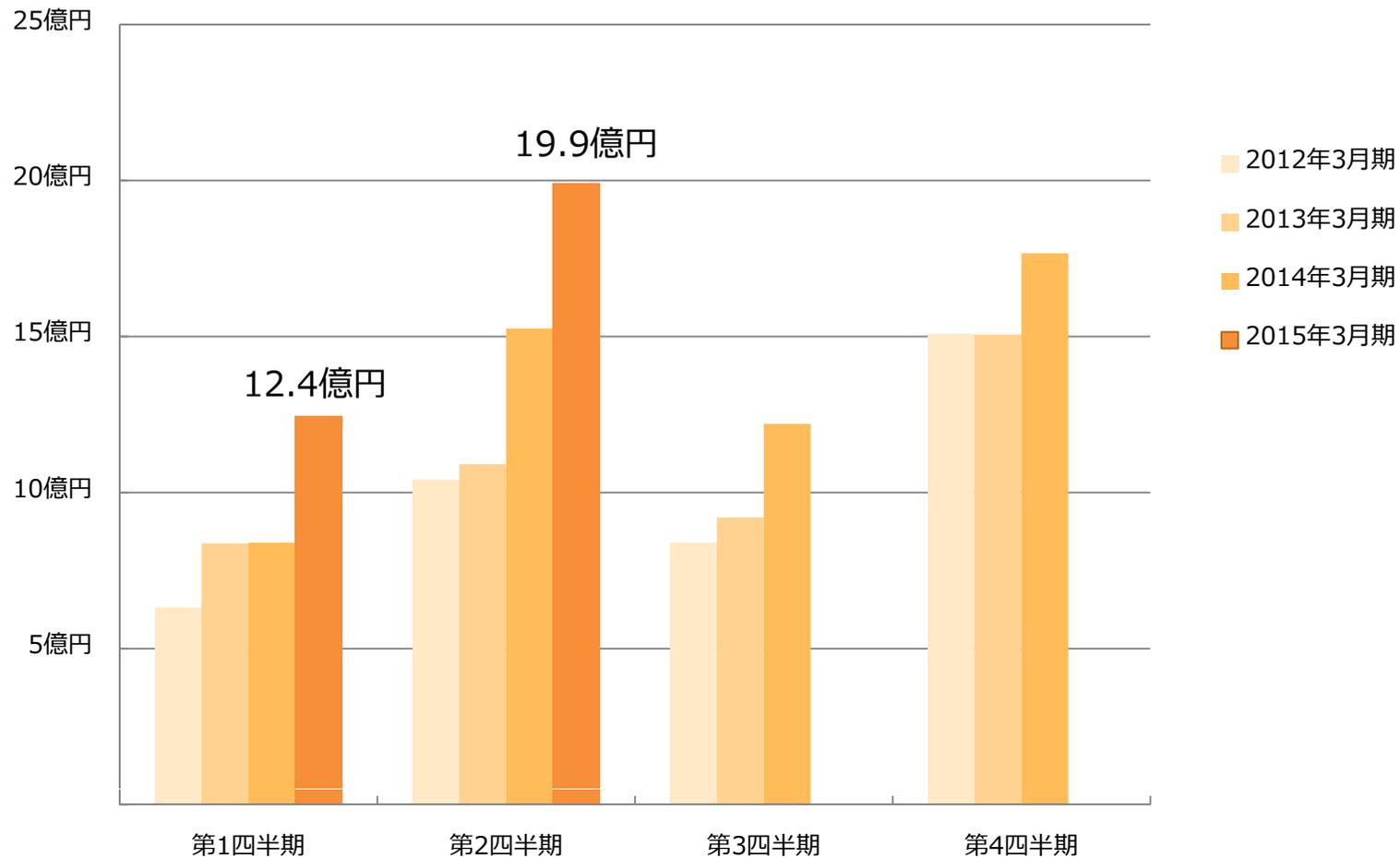
+

連結グループ計  
10.5億円(前年比+6.4%)

制作系案件受注減により、  
売上微増

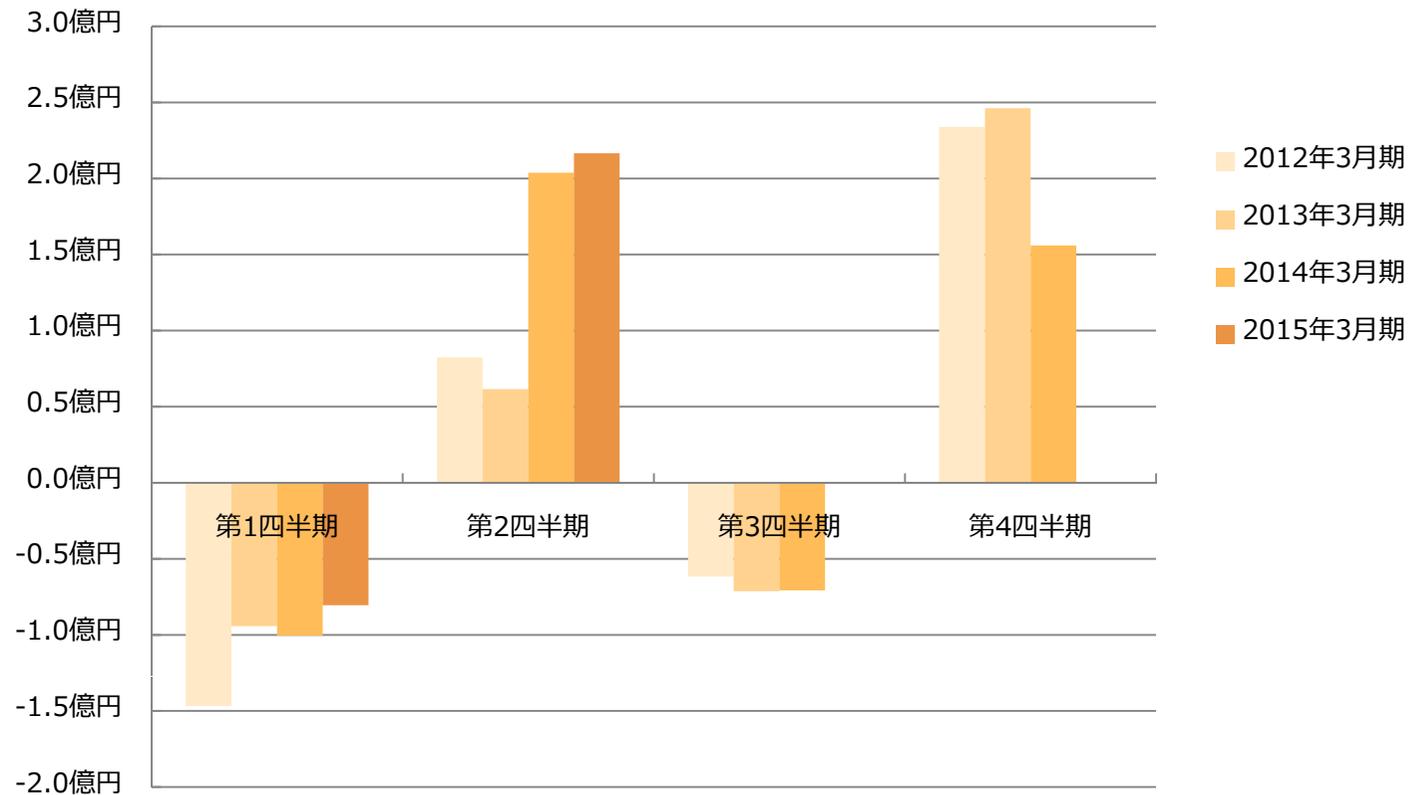
## 四半期別連結売上状況

### ■ 第1四半期、第2四半期ともに前年実績を上回る

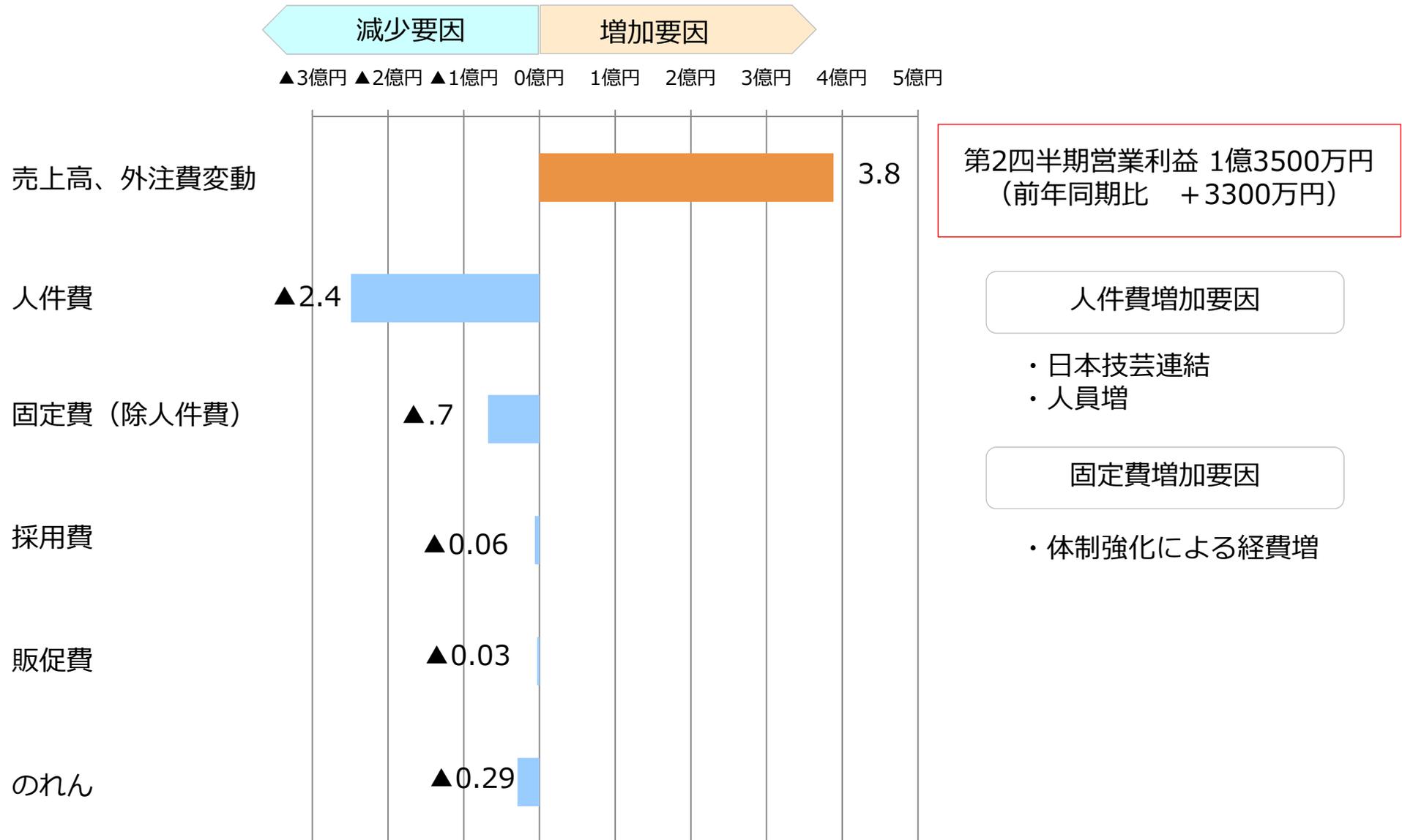


## 四半期別連結営業利益の状況

### ■ 第1四半期、第2四半期とも前年実績を上回る



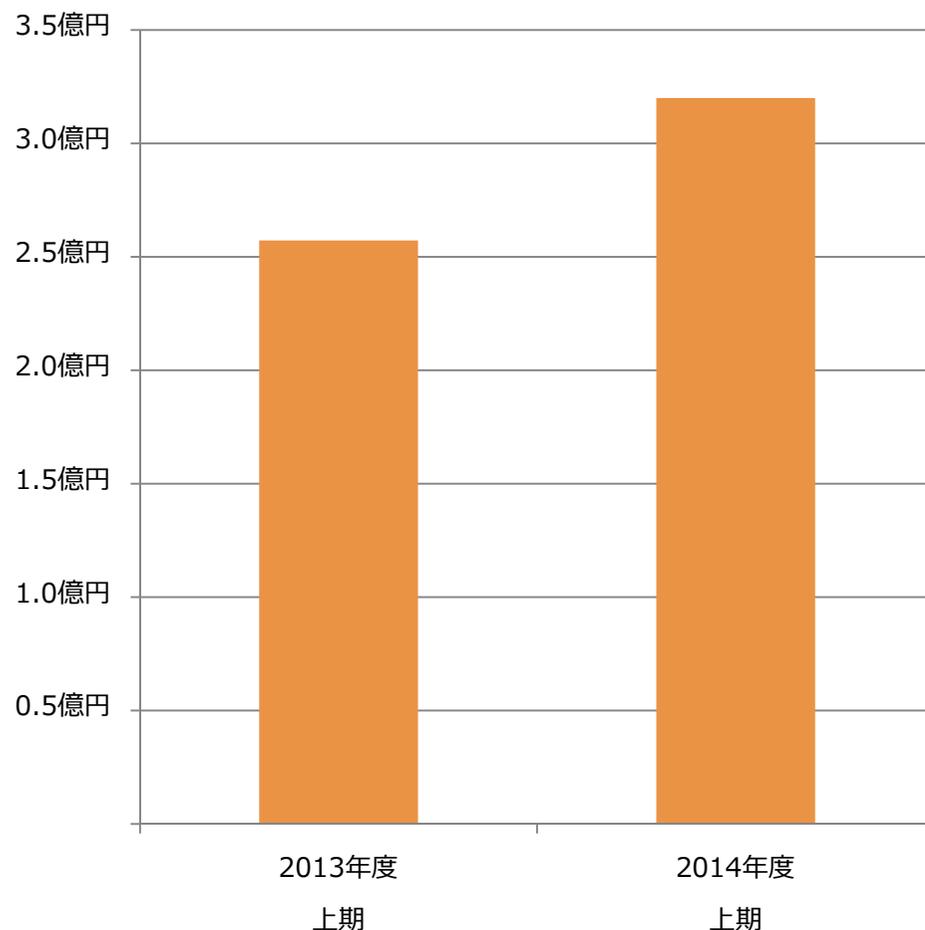
# (参考) 営業利益増減分析 (第2四半期累計)



## プロダクト/ライセンス売上の状況

■ **プロダクト売上高3.2億円（前年比+24.4%）**

■ **連結売上高に占める割合は9.9%**



### 主な製品

ADOBE® SITECATALYST™  
Powered by Omniture®

responsys®

Engage  
Manager

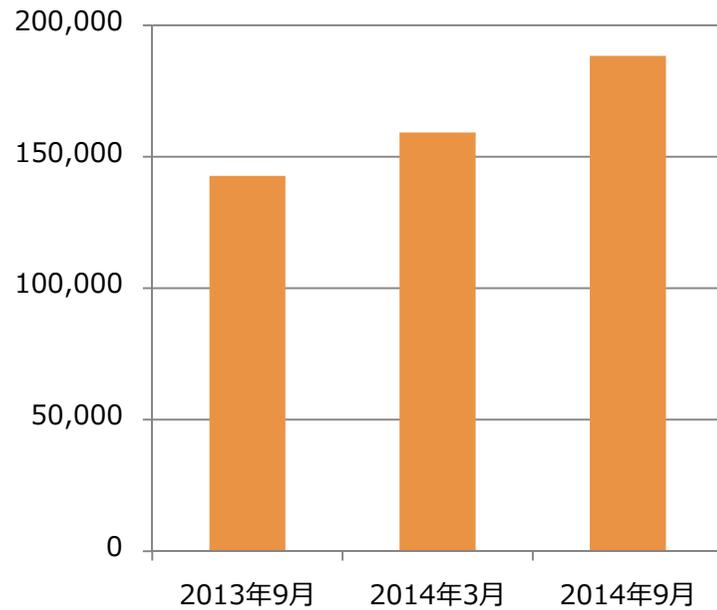
Boom  
Research

rakumo

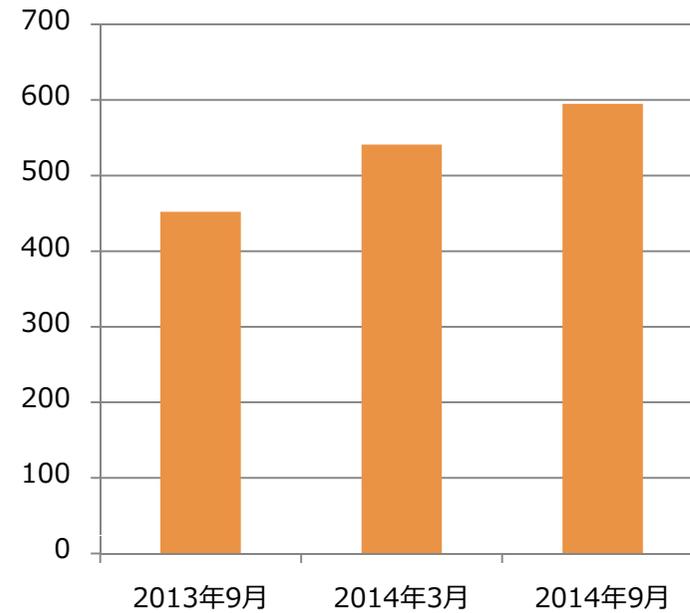
# rakumo契約者数推移

## 約600社、19万ユーザーへ導入

ID数



rakumo契約社数



## 人員の状況

### ■ 人員増も、業界好調の余波を受け採用活動には課題

#### 従業員数推移

	2013年9月	2014年3月	2014年9月	前年増減
ネットイヤーグループ	154	159	175	21
グループ会社	150	150	155	5
合計	304	309	330	26

※株式会社日本技芸は2013年8月に子会社化をし、第3四半期より連結業績に反映されております。  
日本技芸を除いた連結従業員数は、2013年9月時点で274名です。



**事例・実績紹介**

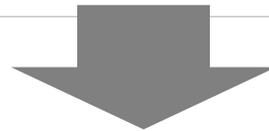
**スクリーンをご覧ください**

11月4日リリース “rakumoケイヒ” コンセプトビデオ

当社を取り巻く事業環境

## デジタル技術の進化

ありとあらゆる場所で情報にアクセスする、ネットワークの進化  
ありとあらゆるユーザーの情報が蓄積される、データベースの進化  
データをリアルタイムで解析し施策化できる、情報技術の進化



**「オムニチャネル」に代表される、企業と消費者の接点の  
多様化、複雑化**

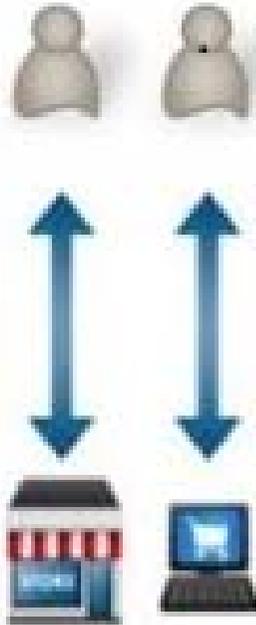
**生産性向上のための、従業員一人一人の業務活動をデータ化  
と活用が進む**

# マルチチャネルからオムニチャネルへ

Single Channel



マルチチャ



複数チャネル  
顧客DB分散

クロス



チャネル横  
≠顧客DB統

オムニチャネル  
(チャネル統合)



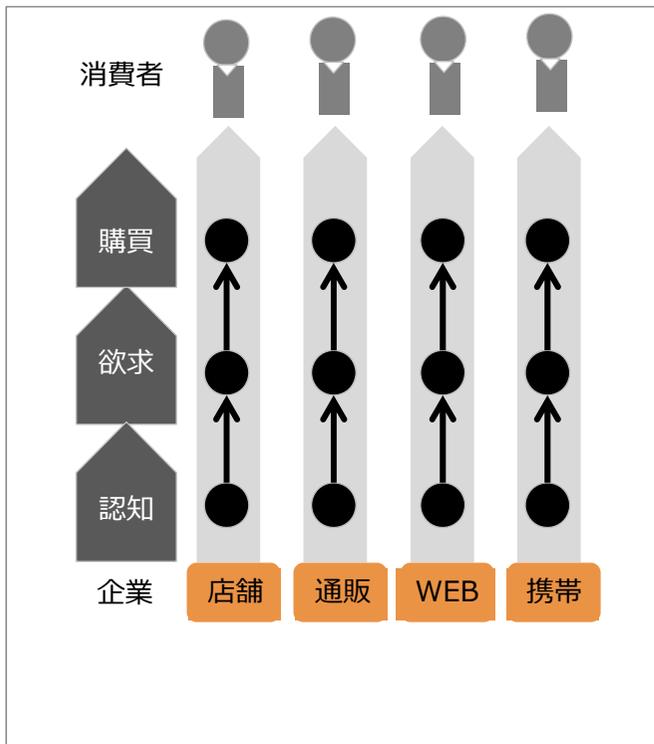
ブランドの経験  
=顧客・商品DB統合

# オムニチャネルとは

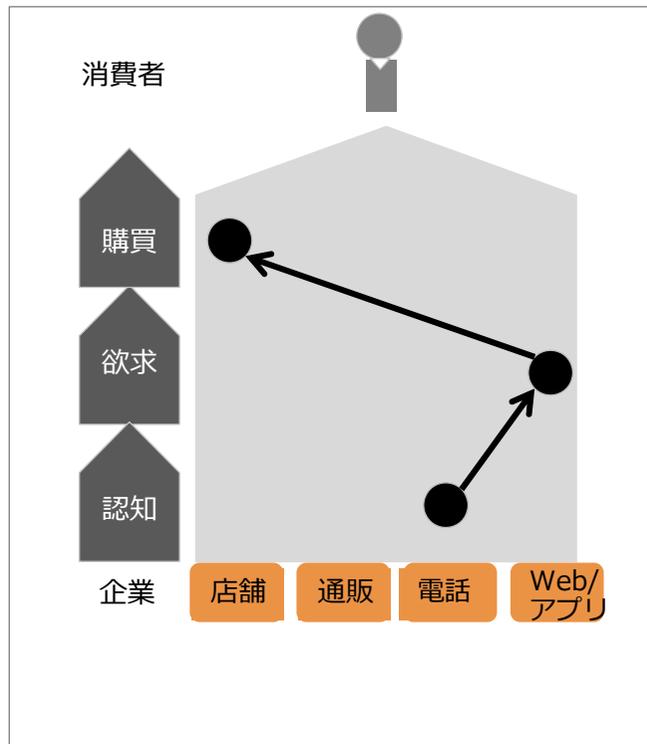
オムニとは「あらゆる」、チャネルとは「お客さまとの接点」という意味です。

「店舗とネットの垣根を越え、いつでも必要な時に、家でも、街中でも、好きな場所で買い物、商品の受け取り、返品ができる」状態になることを指します。

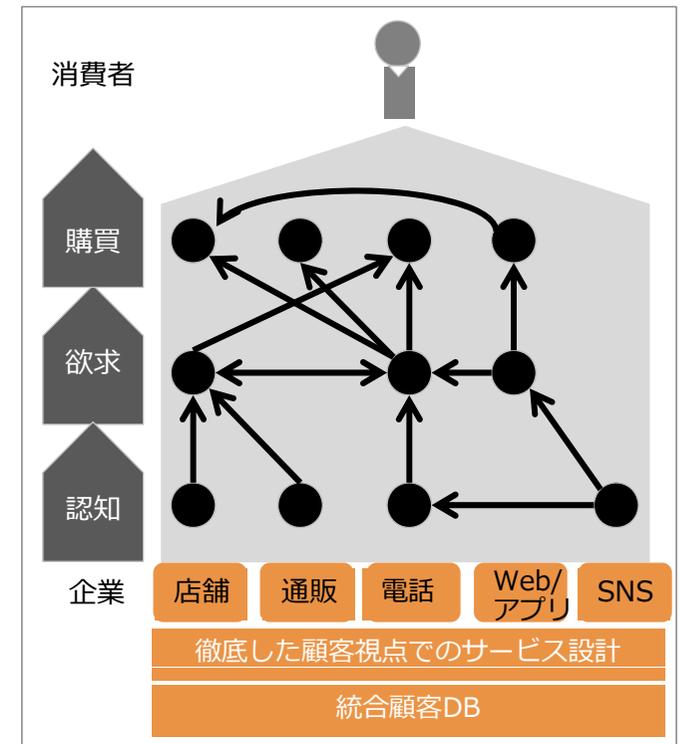
## マルチチャネルの時代



## クロスチャネルの時代



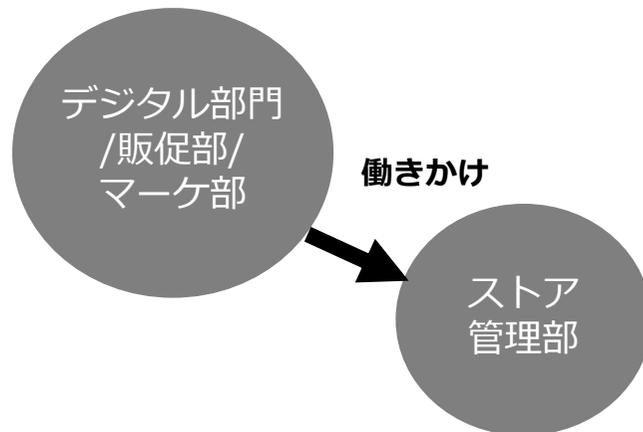
## オムニチャネルの時代



オムニチャネルとは

## ■ オムニチャネル≠O2O

O2O

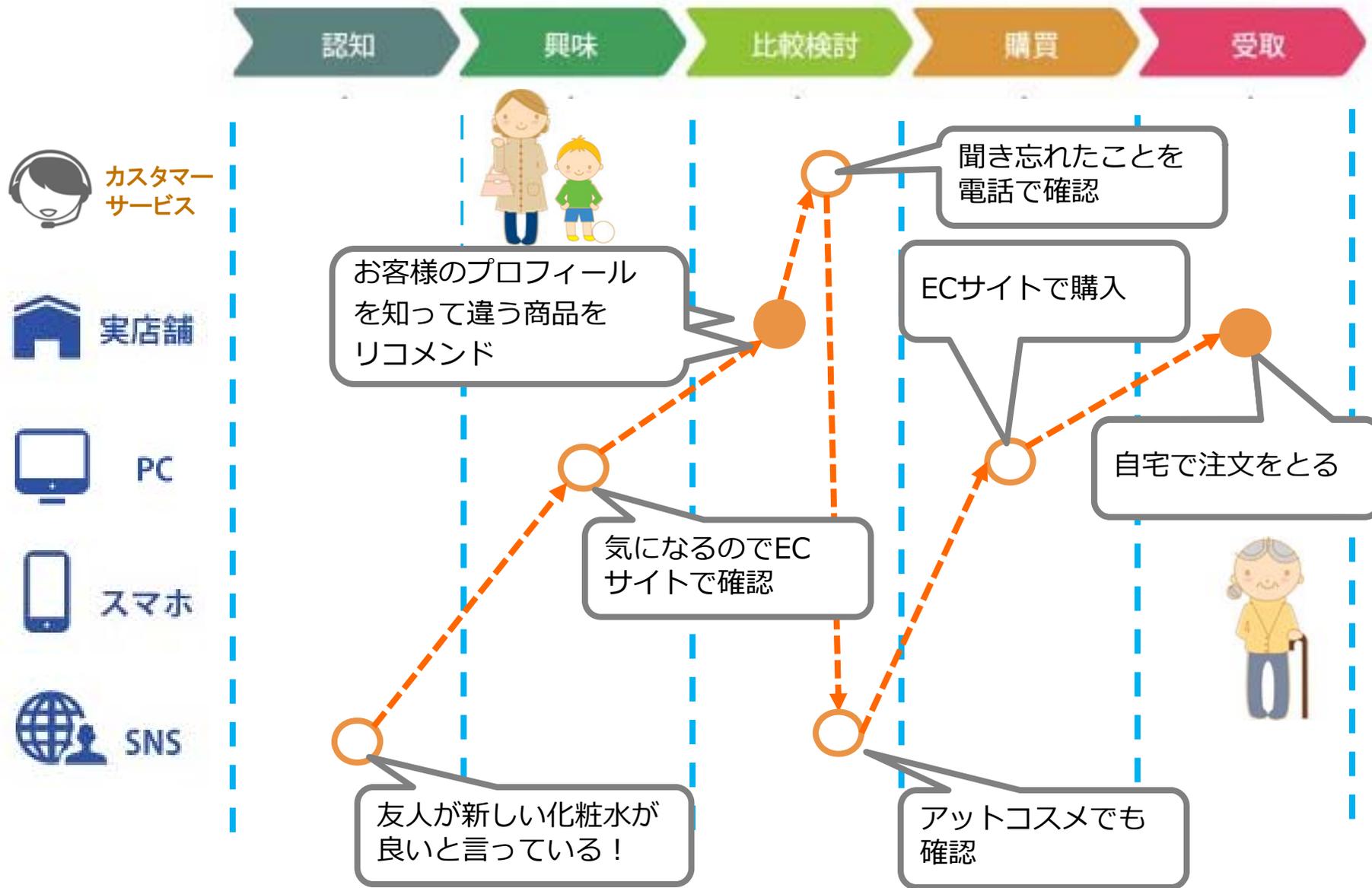


オムニチャネル



**オムニチャネルとは、  
徹底した顧客中心主義に会社を変革し、  
全社で取り組むデジタル時代の成長戦略**

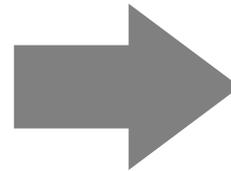
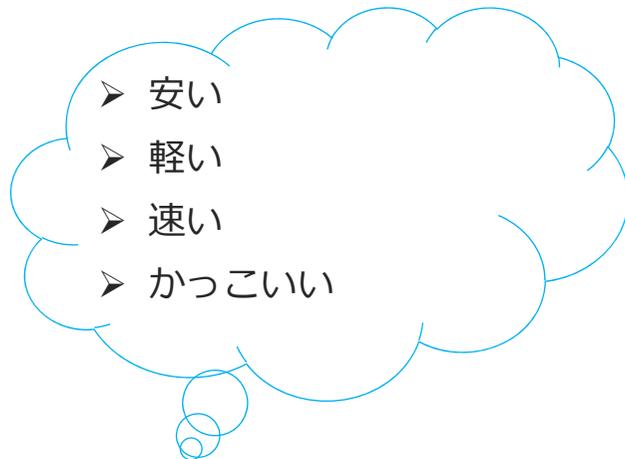
# オムニチャネルにおける化粧品購買のカスタマージャーニー



# モノ消費からコト消費へ

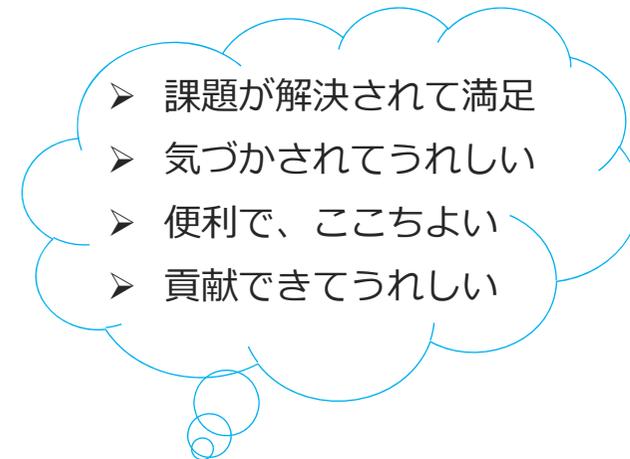
## モノ消費

- ✓ 機能的な価値を求める
- ✓ 所有する価値を求める



## コト消費

- ✓ 作るときの良い体験を求める
- ✓ 買うときの良い体験を求める
- ✓ 買った後の良い体験を求める



お客様に寄り添う

## 時代の変化

体験を重視する  
コト消費へ

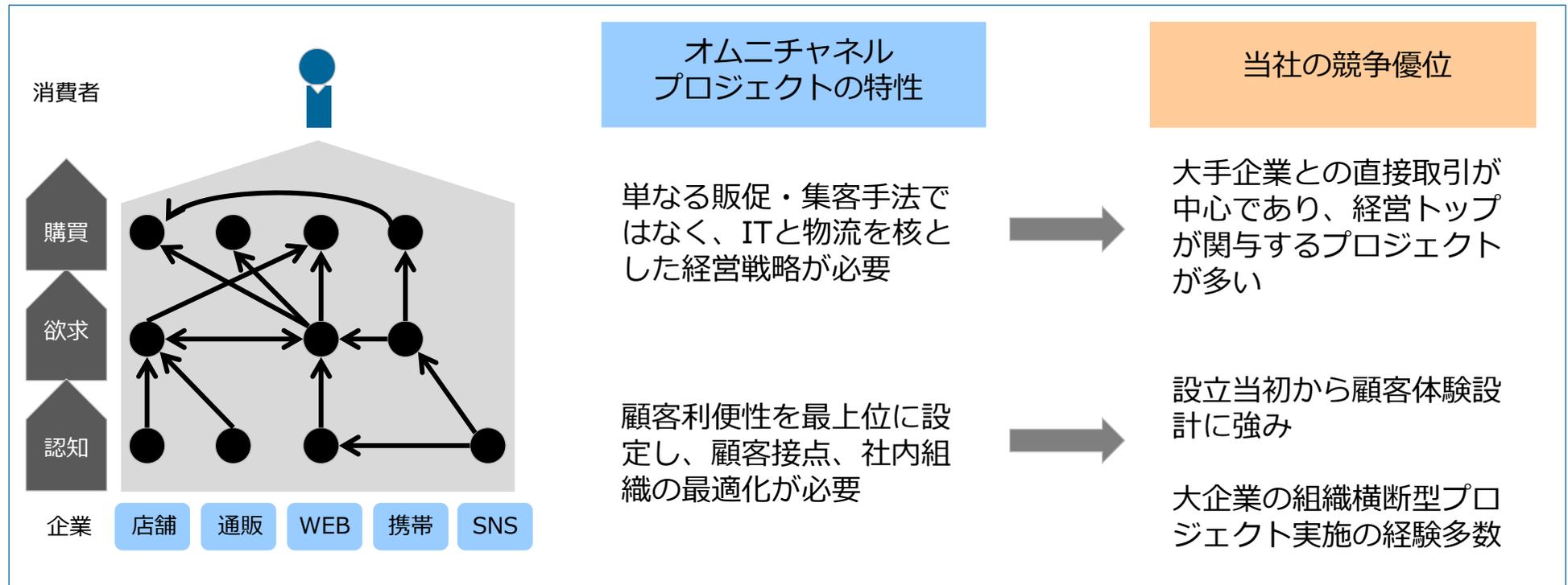
もっと自由な  
購買体験へ

徹底的に、お客さまに寄り添って、お客様のことを理解し、  
お客さまの都合に合わせて、  
サービスを提供することが求められています。

# オムニチャネル戦略

# 当社のビジネスチャンス

## 「オムニチャネル」の広がりとは当社のビジネスチャンス



上流工程からプロジェクトに参加することで高い利益を得るとともに  
設計、開発、運営、分析といったプロジェクトへの参加機会を得る

## 事業方針と業績予想



## 下期事業方針

### ■ オムニチャネルに対応したサービス強化、体制強化

- ・ 戦略、デザイン、データ分析、ソーシャルメディアマーケティング等の個別サービスの強化をはかるとともに、サービスの連携を高めるための体制面を強化をはかる

### ■ プロダクト分野の強化

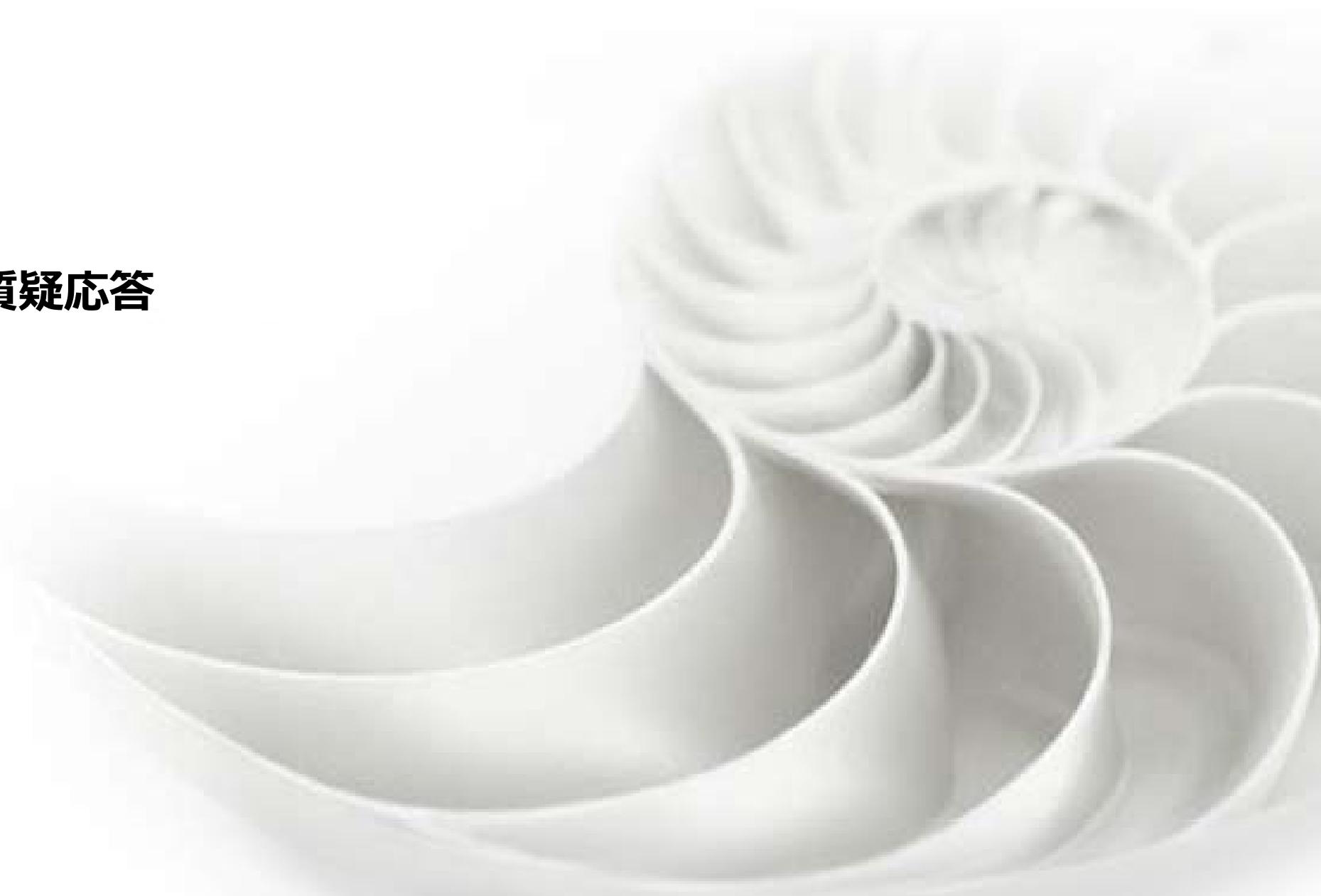
- ・ 売上における資本集約型ビジネスの割合を伸ばすべく、プロダクト分野への投資を引き続き行う。

## 2015年3月期 業績予想の修正

- 下期売上高32億円（前年比+7%）、通期64億円（前年比+19.6%）
- 採用強化、情報セキュリティ強化、新規事業分野への投資などによる費用増を見込み、通期営業利益 2.4億円（前年比+27.3%）、経常利益2.4億円（前年比+25.6%）、純利益1.3億円(前年比+19.3%)

	2014年3月期 実績	2015年3月期 前回予想	2015年3月期 今回予想
売上高	5,352	5,900	6,400
営業利益	188	210	240
（営業利益率）	3.3%	3.6%	3.8%
経常利益	191	210	240
当期利益	59	100	130

## 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。

