

2017年3月期 第2四半期

決算説明会

2016年11月7日

ネットイヤーグループ株式会社

東証マザーズ 3622



グループ ビジョン



ビジネスの未来をデジタルで創る、

ビジネスの未来をユーザーと創る。

ユーザーエクスペリエンスからすべてが始まる



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



ネットイヤークラフト株式会社(100% 連結子会社)

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(92.5% 連結子会社)

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

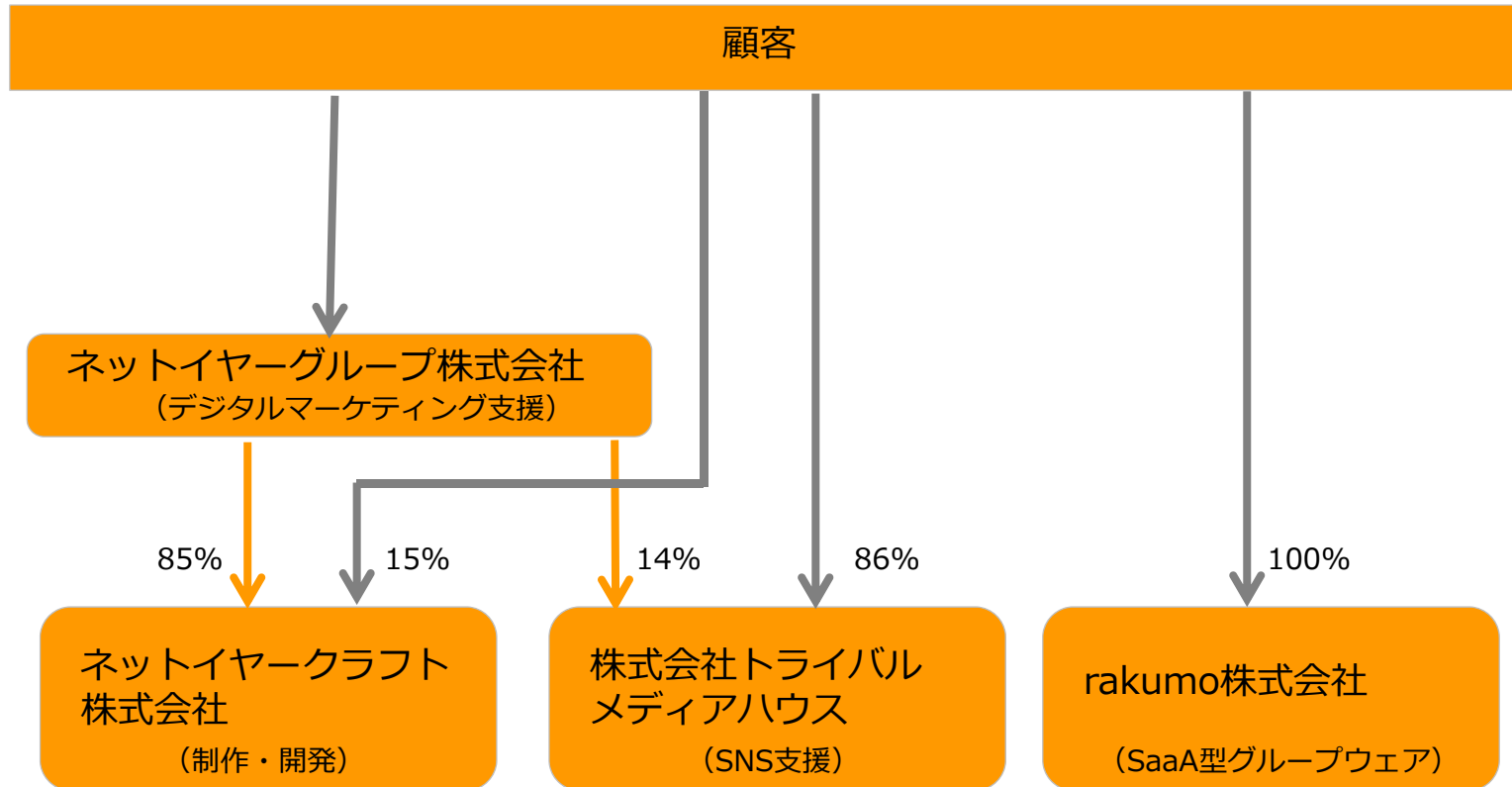


rakumo株式会社(51.0% 連結子会社)

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

※2015年11月1日 株式会社日本技芸より社名変更

連結グループ商流



連結業績の概要

■ 売上高 23億2700万円

(前年同期比 36.5%減)

■ 営業利益 ▲3億1500万円

■ 経常利益 ▲3億1500万円

■ 純利益 ▲3億6000万円

減収減益の要因

主要収益源における受託ビジネスにおいて、大型プロジェクトの存在により、非稼働人材の不採算状況が見えにくい状態にあった。
FY2015下期のプロジェクト縮小に伴い、営業・開発体制の再構築を行っていたが、想定より時間がかかった。

昨年第4四半期に発生したトラブルプロジェクトの収束が遅れ、人材育成、組織マネジメントに影響を及ぼした。



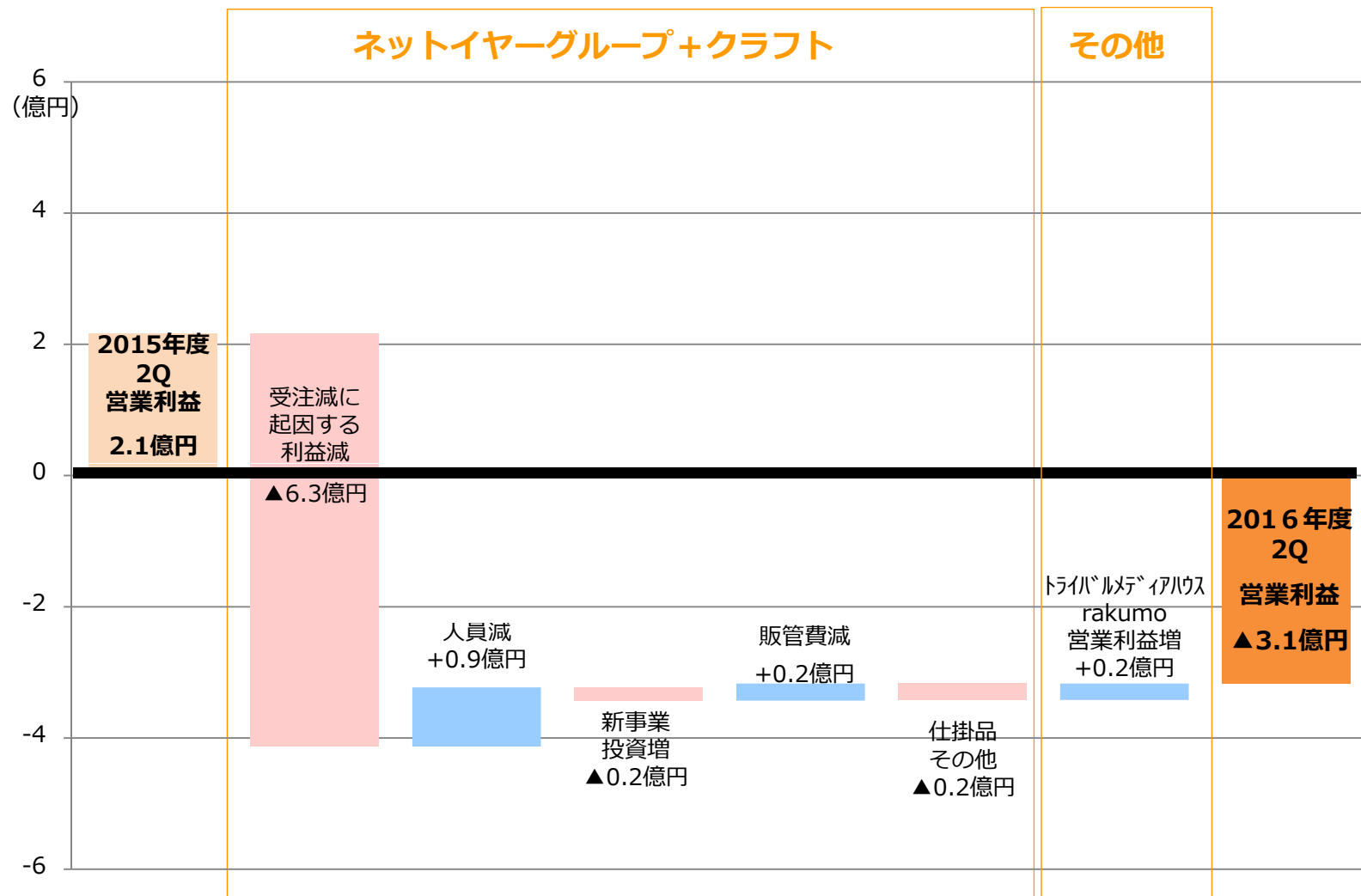
組織マネジメント、教育、顧客開拓、提案活動等が不十分になり、売上が大幅に減少。

ぽぷろう、Salesforce Marketing Cloud等のプロダクト系新事業には引き続き投資を行っていたが、当初想定より若干立ち上がりが遅れた。

受託ビジネスの収益を新事業に充てる見込みであったが、結果として赤字負担が大きくなった。

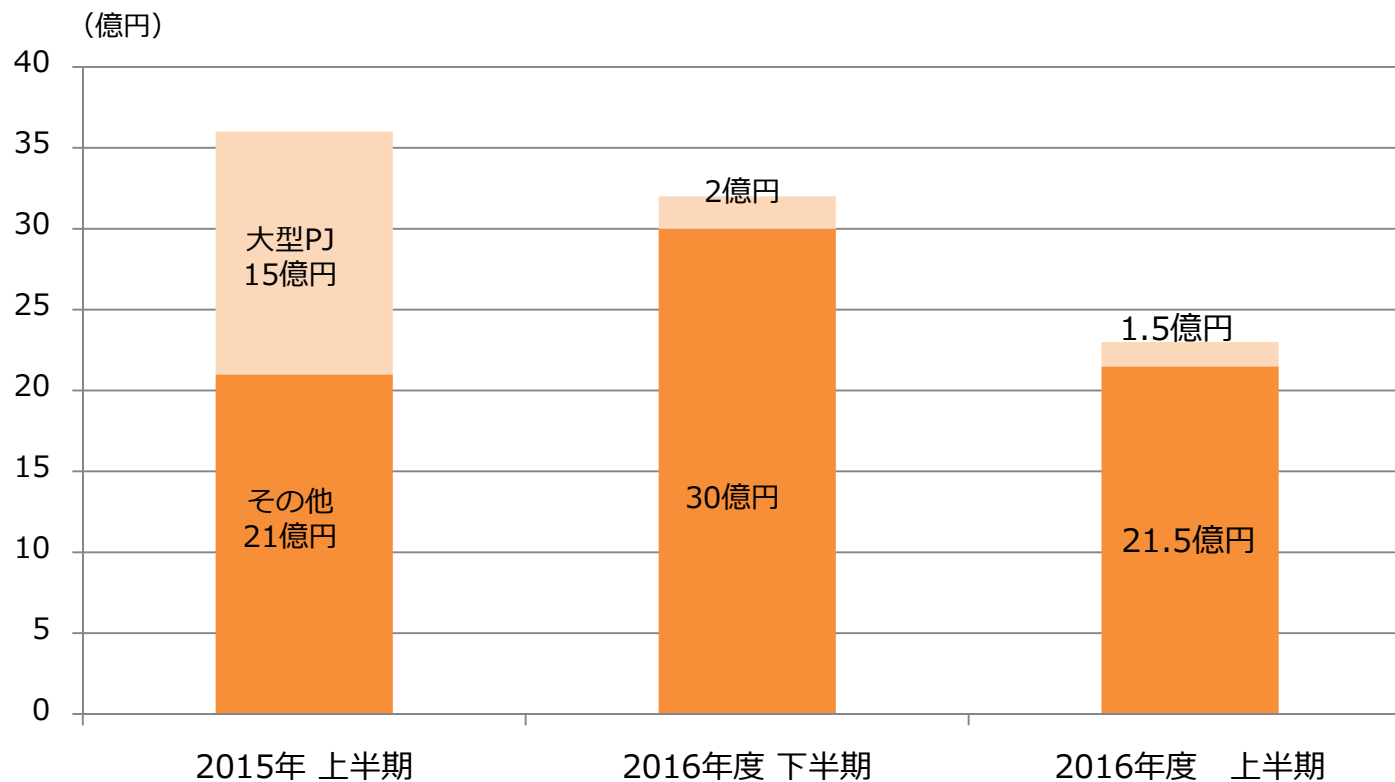
昨年同期増減分析

■ ネットイヤーグループ（+ネットイヤークラフト）におけるプロジェクト受注減が主要因



売上の状況

■ 大型プロジェクトの受注減は想定済みであったが、その他プロジェクトを伸ばすことができなかった。



対策と取り組み

- **経営の意思決定のスピードを上げるため、「デジタルビジネス事業本部」「コーポレート本部」の2本部制に移行**
- **ネットイヤークラフトを吸収合併、デジタルビジネス事業本部と統合**

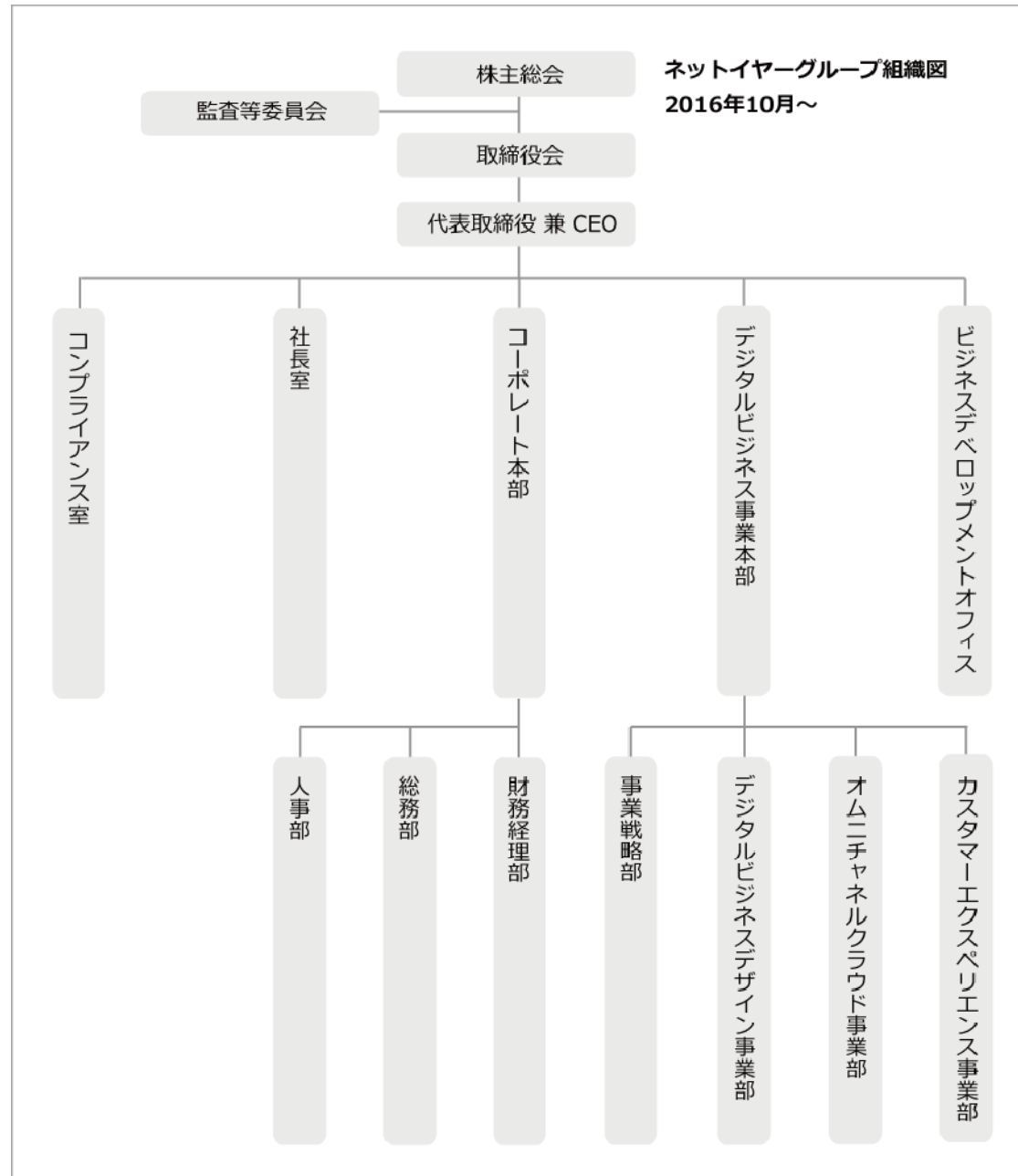
デジタルビジネス事業本部

マネジメント単位の細分化、製販一体体制により「売り切る組織」へ
品質管理部門の新設により、サービス品質、プロジェクトマネジメント力を強化
サービスポートフォリオの再構築

コーポレート本部

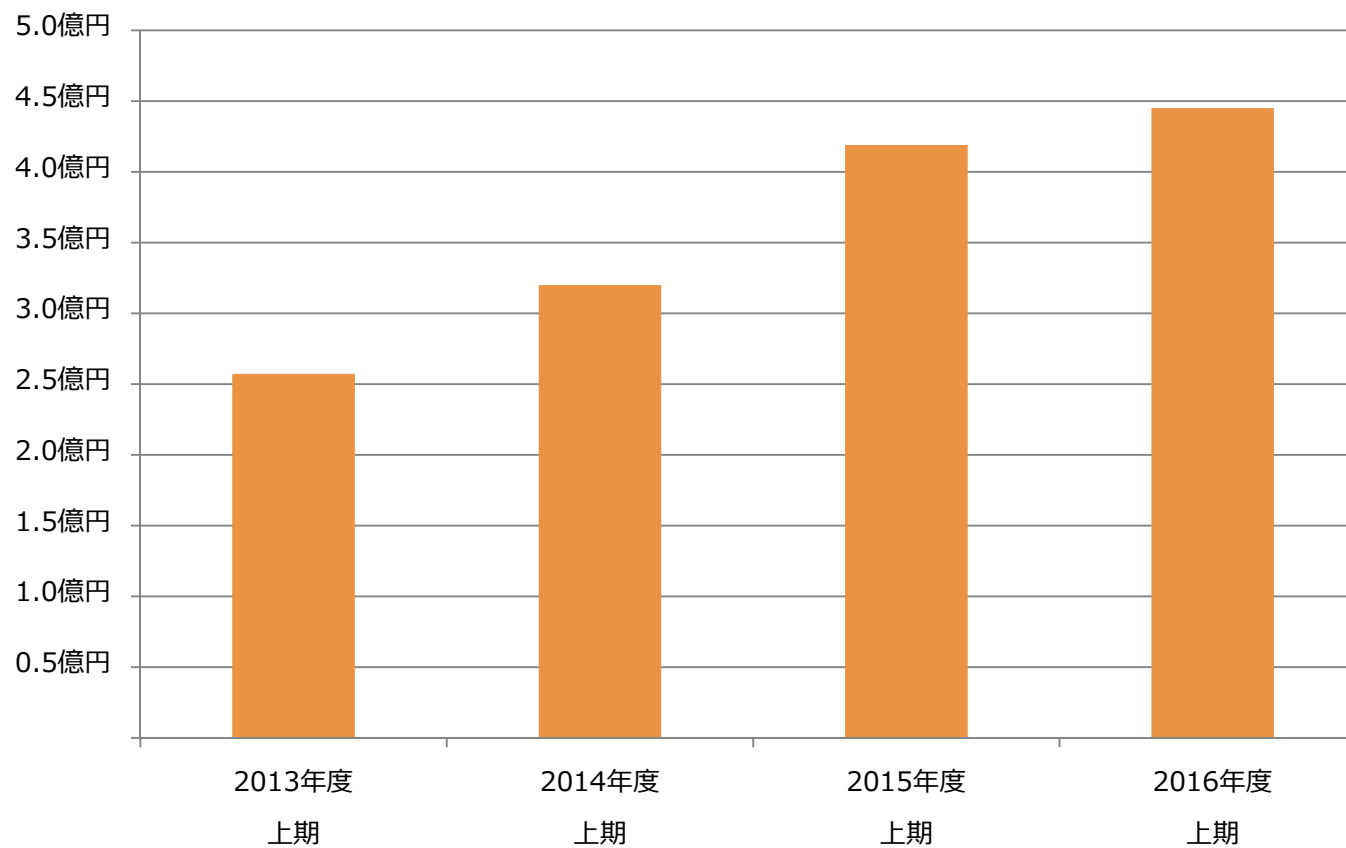
管理体制の見直しによる業務の効率化

新組織



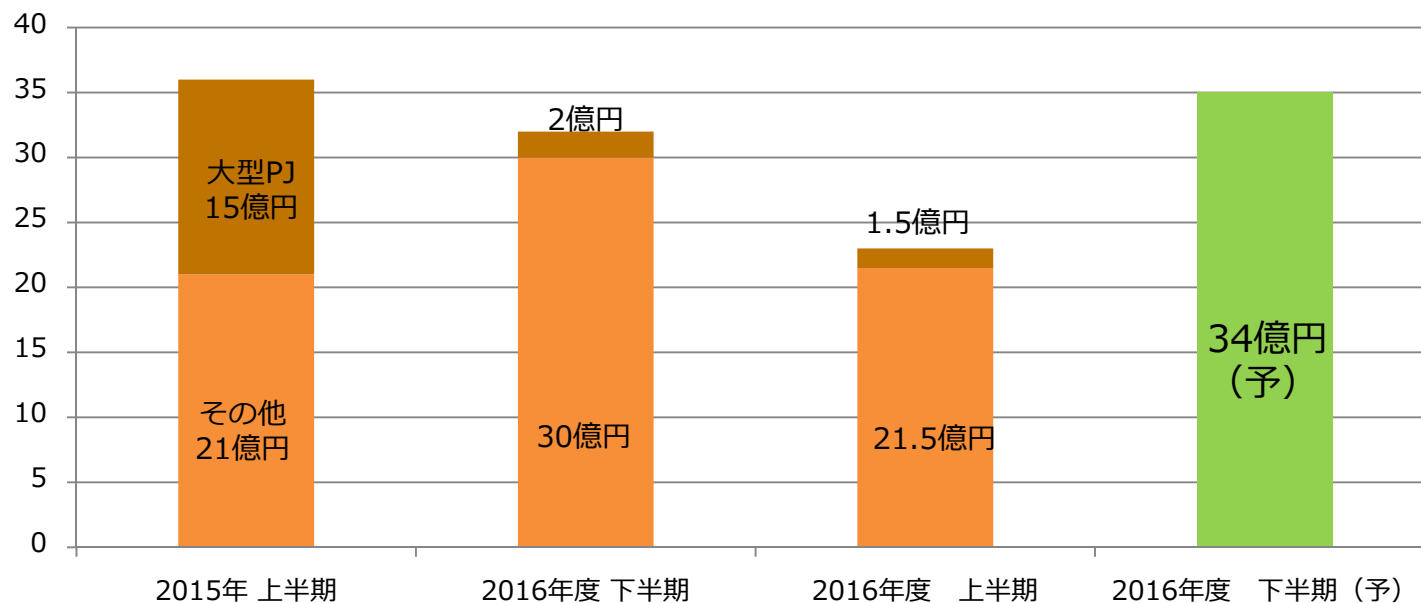
プロダクト売上の推移

■ プロダクト売上高は、4.5億円（前期比106%）



下期業績予想について

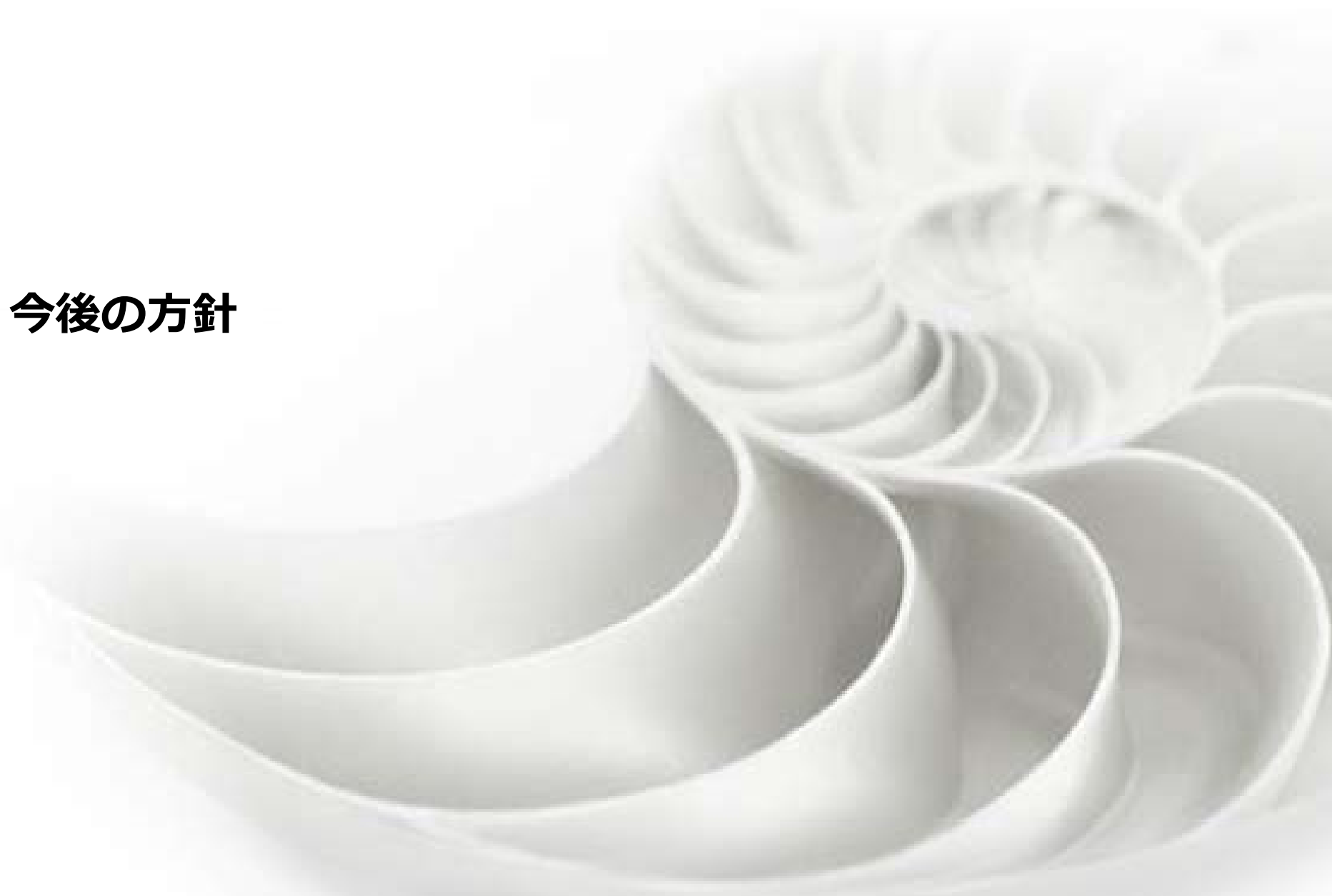
■ 下期業績は、34億円の売上を見込むが、業績挽回は困難と判断、業績予想を修正



(単位 百万円)

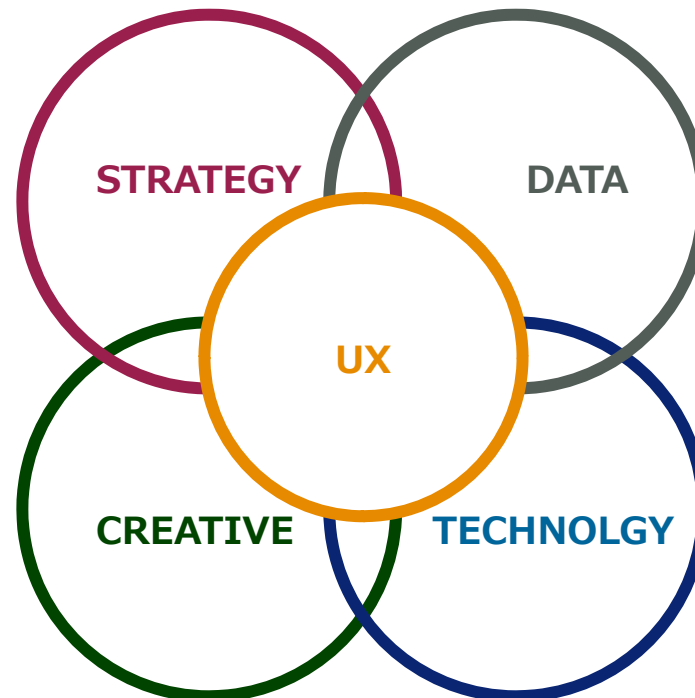
	売上高	営業利益	経常利益	純利益
前回発表予想	6,500	200	200	124
修正予想	5,800	▲200	▲200	▲280
増減額	▲700	▲400	▲400	▲404

今後の方針



これまで、そしてこれからのネットイヤーの強み

- ネットイヤーグループは、1999年に日本で最初のSIPS会社（ストラテジックインターネットプロフェッショナルサービス）として創業して以来、一貫して、日本のデジタル戦略を牽引してきました。
- UX・戦略・クリエイティブ・テクノロジー・データの専門家が協働して働くユニークな文化があるからこそ作り上げられる、最高のカスタマーエクスペリエンスをデザインし、顧客企業の新しいビジネスを実現します。



サービスポートフォリオ再構築の方針

- **マーケティング戦略・コミュニケーションプラン・カスタマージャーニーが描けるSI会社を目指し、特にマーケティングに必要なCMS・DMP・MA・Commerceを中心としたテクノロジーに注力します**
- **業務要件をベースとする従来のSI企業と異なり、「カスタマーエクスペリエンス要件」から「売上を上げるシステム」を作ります**



サービス、ビジネス転換シナリオ（計画）

FY2016下期

FY2017~2018（想定）

事業の再構築

ネットイヤー クラフトの統合

クラフトを経営統合し、
ディレクター・開発人材の
再配置・再編成を行う

製販一体組織

これまで分離していた営業
とデリバリーを一体化した
グループ制にする

職務・単価の再定義

複雑化していた職務定義を
簡素化し、市場の状況に合
わせ単価の見直しを行う

現行の **Cost Based Pricing** での生産性を追求

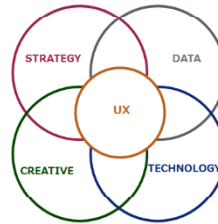
稼働率の向上

製販一体組織において、稼
働率を高める取り組みを行
い、目標にも組み込む

1人当たり単価の向上

創設した専門グループにお
いて採用・育成を行い高単
価人材を増やす

専門性の融合で付加価値の高い **Surprise Project** を実現



専門性の融合

5つの専門領域が融合した
高付加価値案件を手掛け、
競争力を高める

Technology Business で利益率の高いビジネス構造へ

マーケSIのサービス化

利益効率の高い「サービ
ス」としてマーケSIを提供
できる体制にする。
(MA・DMP・CMS)

テクノロジーチームの強化

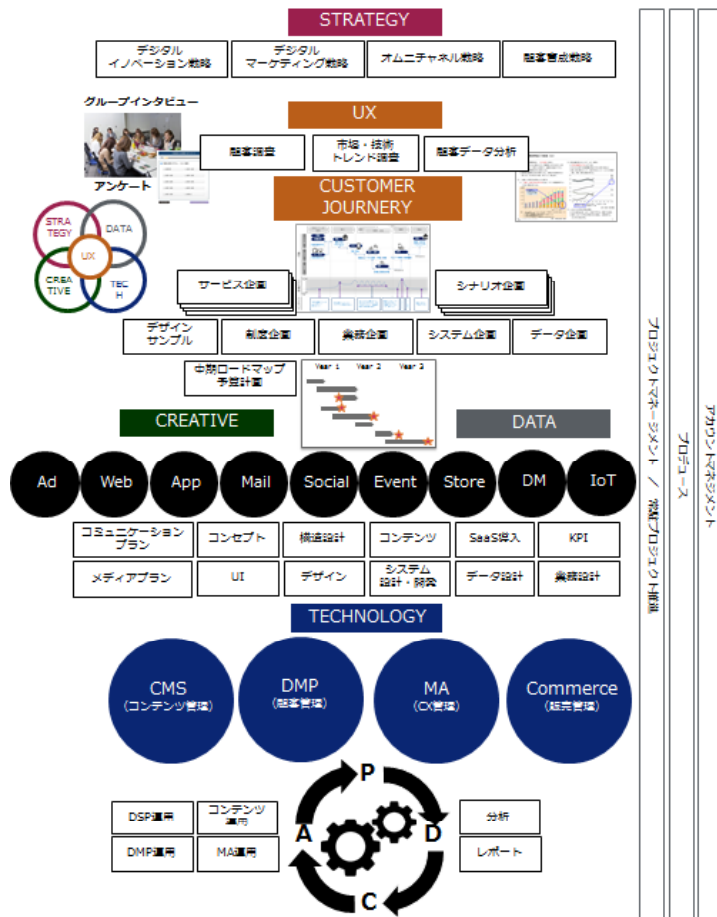
テクノロジーGを新設、
マーケSIの領域で実装力を
強化し収益力を高める。

持続的な
競争優位の
実現

サービス戦略：全体像と主要サービス

フルカスタマイズの大型案件対応に加え、提供可能なサービスラインナップを強化する

NETYEAR GROUP CXD BUSINESS MODEL VER.1.0



主要サービス例

戦略系サービス

- ・オムニチャネル戦略
- ・デジタルイノベーション戦略
- ・金融オムニチャネル戦略
- ・顧客育成戦略

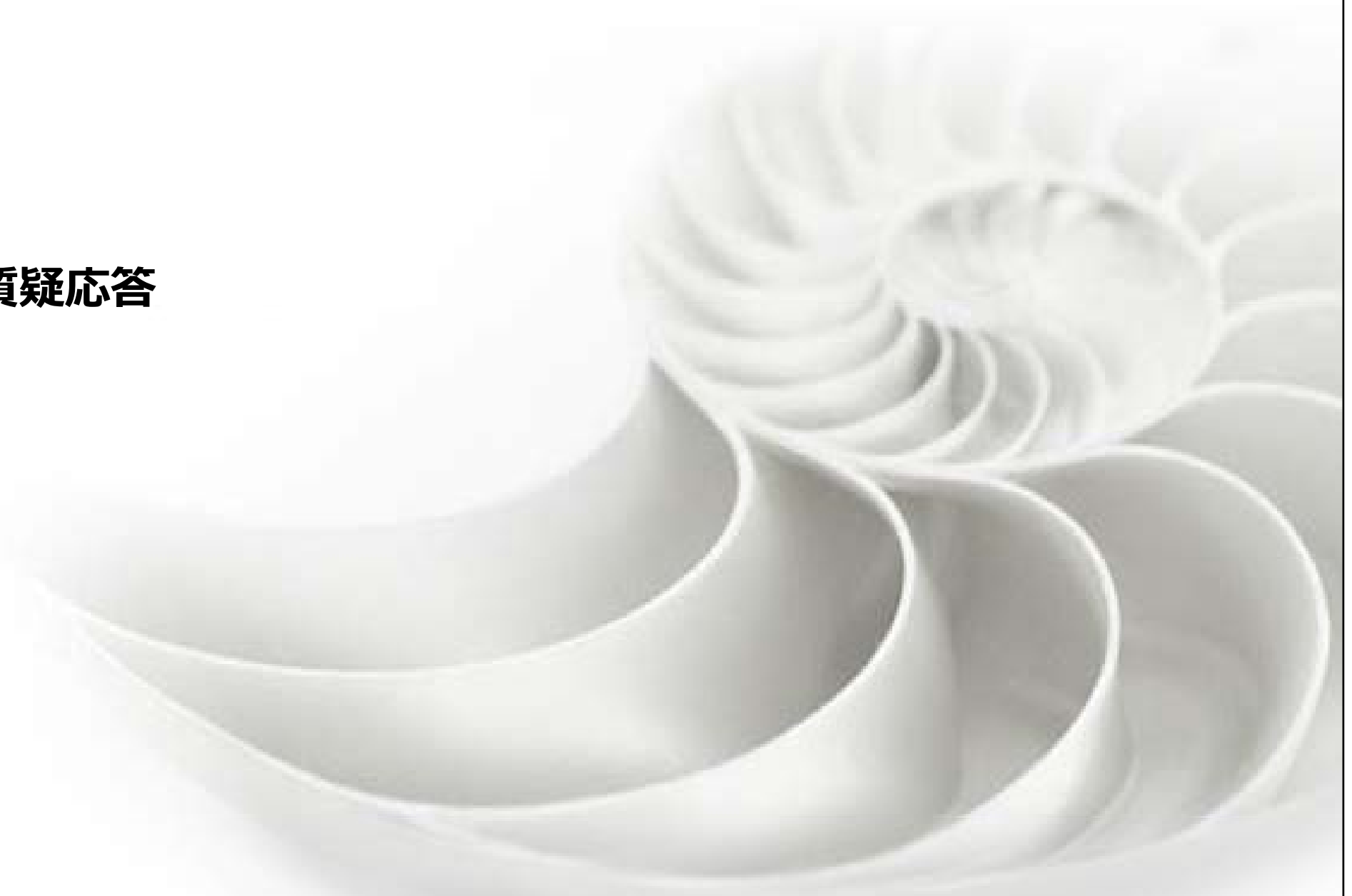
テクノロジー系サービス（マーケティングSI）

- ・DMP構築（自社サービス「Neuron DMP」を展開予定）
- ・DMP/DSPを活用したデジタル広告運用
- ・MA導入（Salesforce Marketing Cloud、Pardot）
- ・パーソナライズWeb（CMS）

カスタマーエクスペリエンスデザイン

- ・UXアクセラレーター（ワークショップ）
- ・カスタマージャーニーマップ
- ・MA×UX

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。

