

2018年3月期(2017年度)

# 決算説明会

2018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



## 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

## 2017年度決算概要

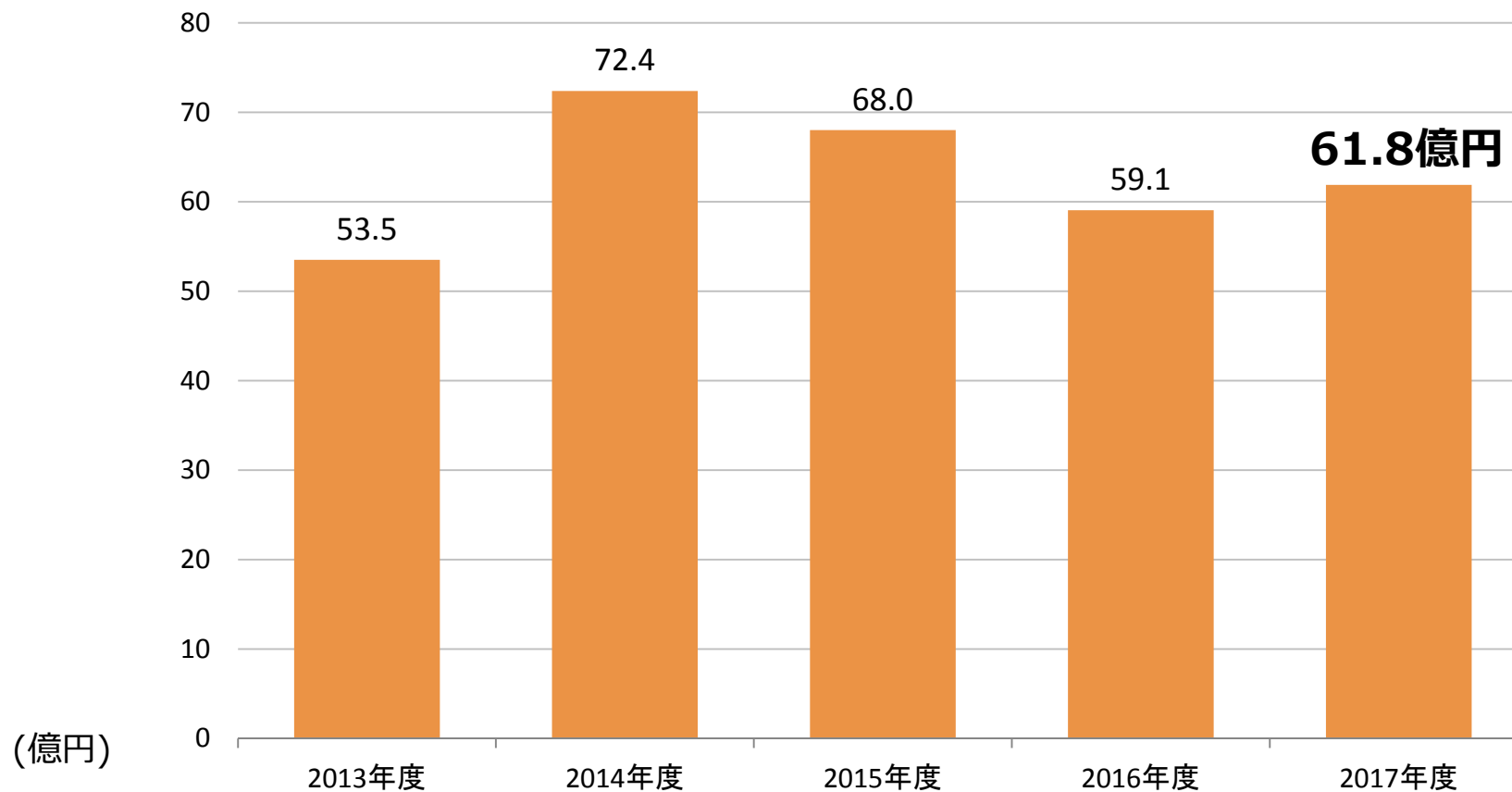


## 連結売上高

■ SNSやキャンペーンの大型受注等により、売上回復

■ rakumo株式会社売却による連結売上高減2億

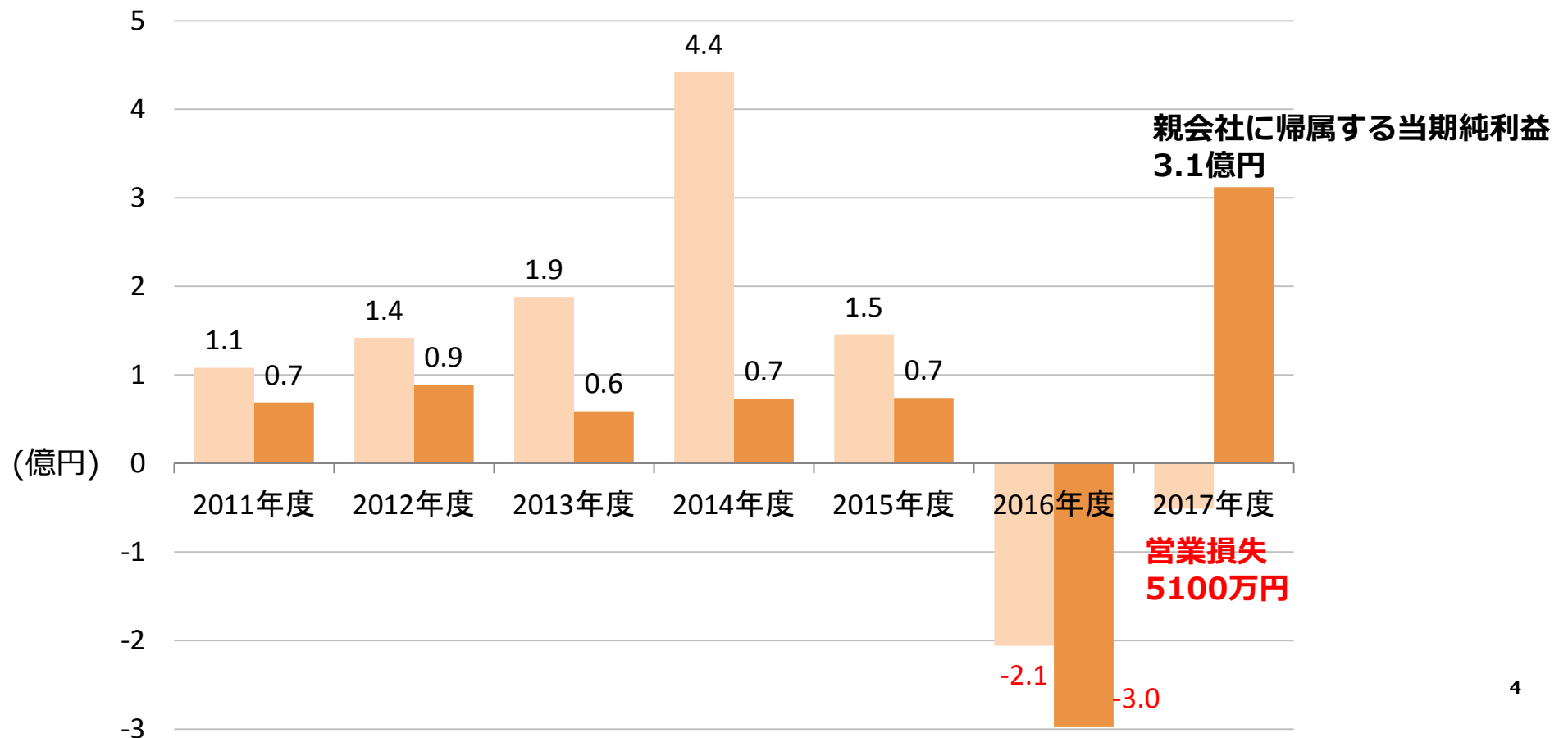
■ 連結売上高61.8億円（前年比+4.8%）



## 連結営業利益、純利益

■ 新規赤字プロジェクトの発生等により営業損失 5100万円

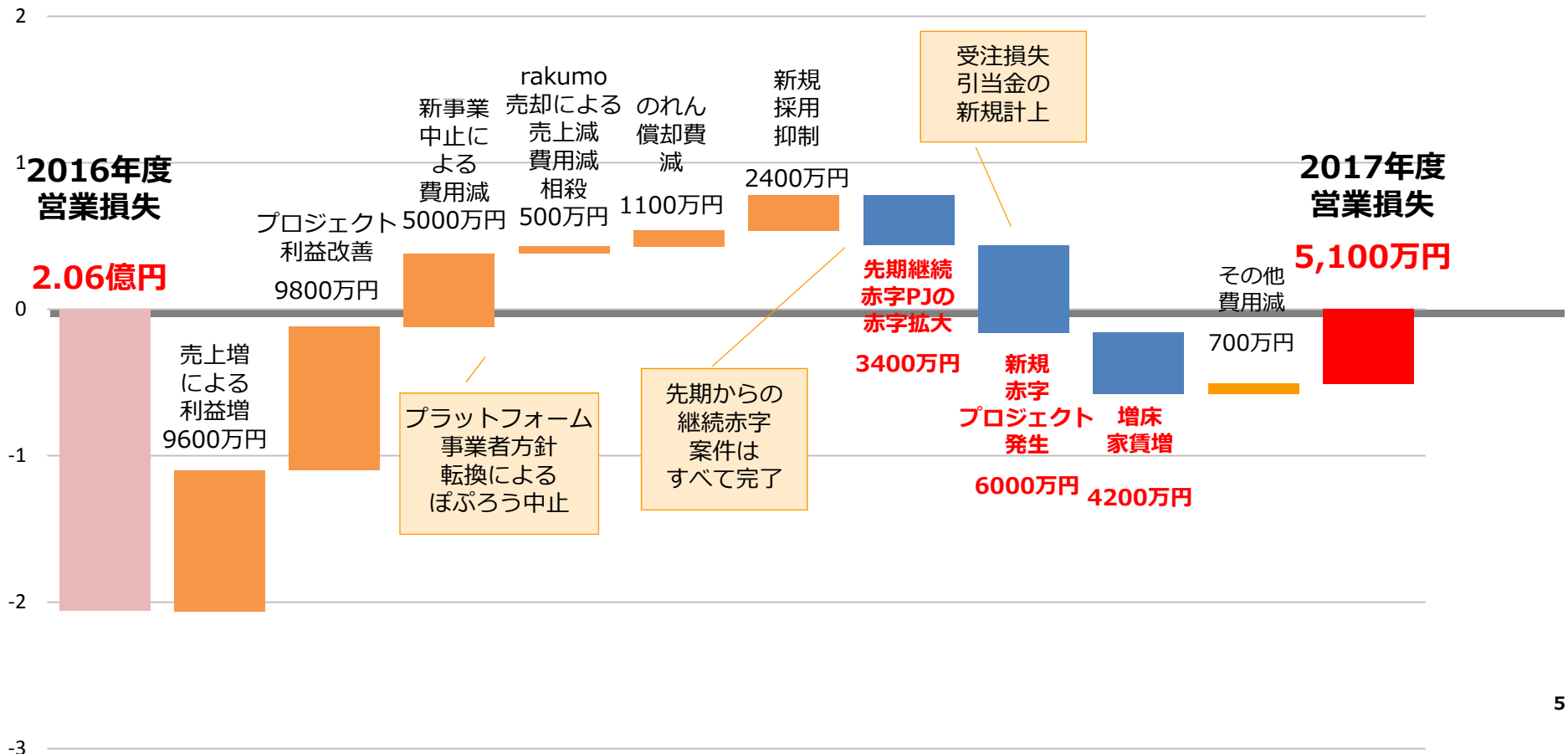
■ デジタルマーケティング領域へ集中するためrakumo株式会社売却、当期純利益 3.1億円



# 営業利益増減分析

■ 売上回復やプロジェクト利益率改善等による利益回復も、赤字プロジェクトにより営業損失にとどまる

■ rakumo売却の利益面での影響は僅少



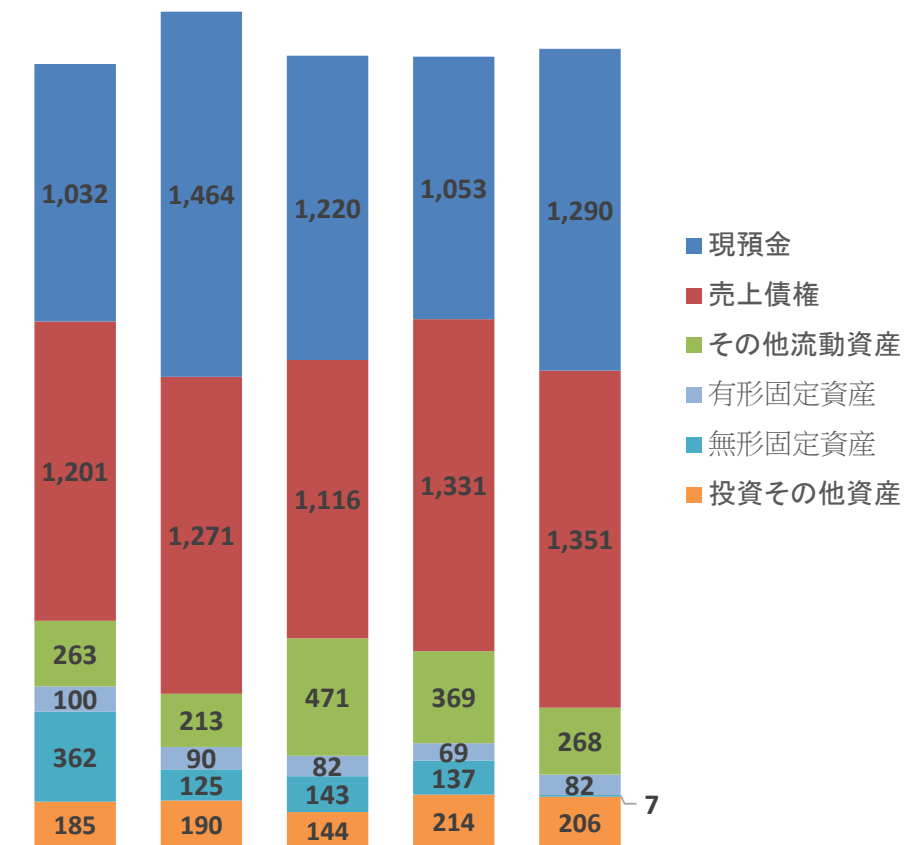
## 特別利益

### ■ 関係会社売却により4.1億円の特別利益計上

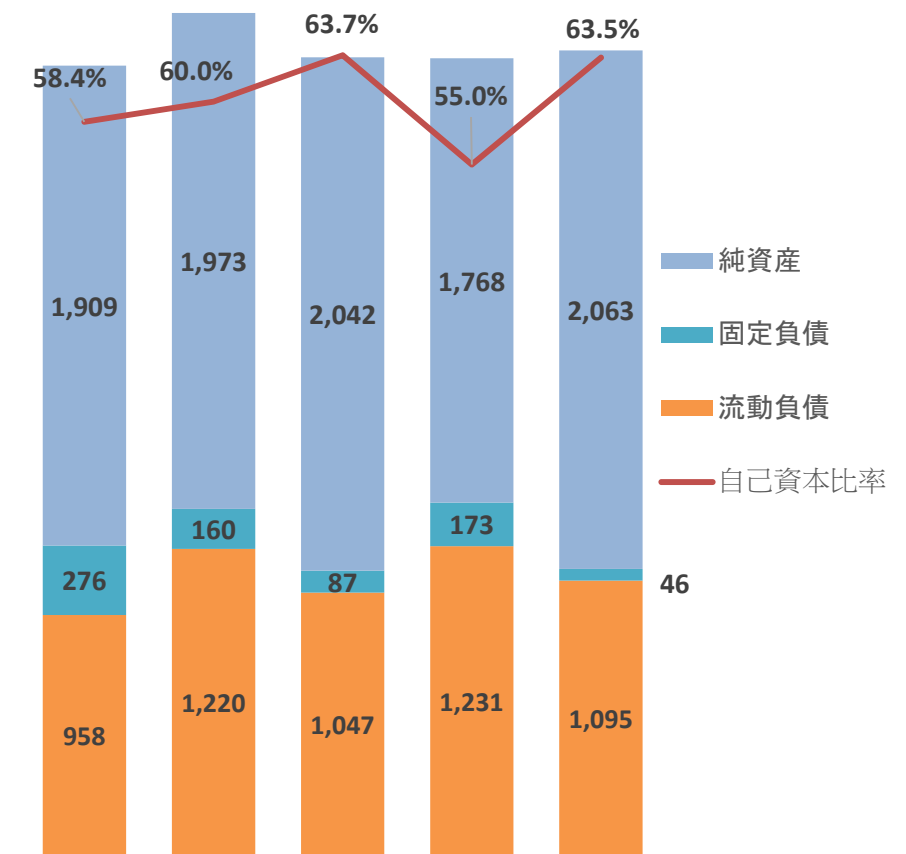
|           | 2017年度 | 2018年度       |
|-----------|--------|--------------|
| 関係会社株式売却益 | -      | 413,841 (千円) |

# 貸借対照表

## 関係会社売却により、ソフトウェア資産、長期借入金、固定負債減少



2013年度 2014年度 2015年度 2016年度 2017年度 (百万円)



2013年度 2014年度 2015年度 2016年度 2017年度 (百万円)

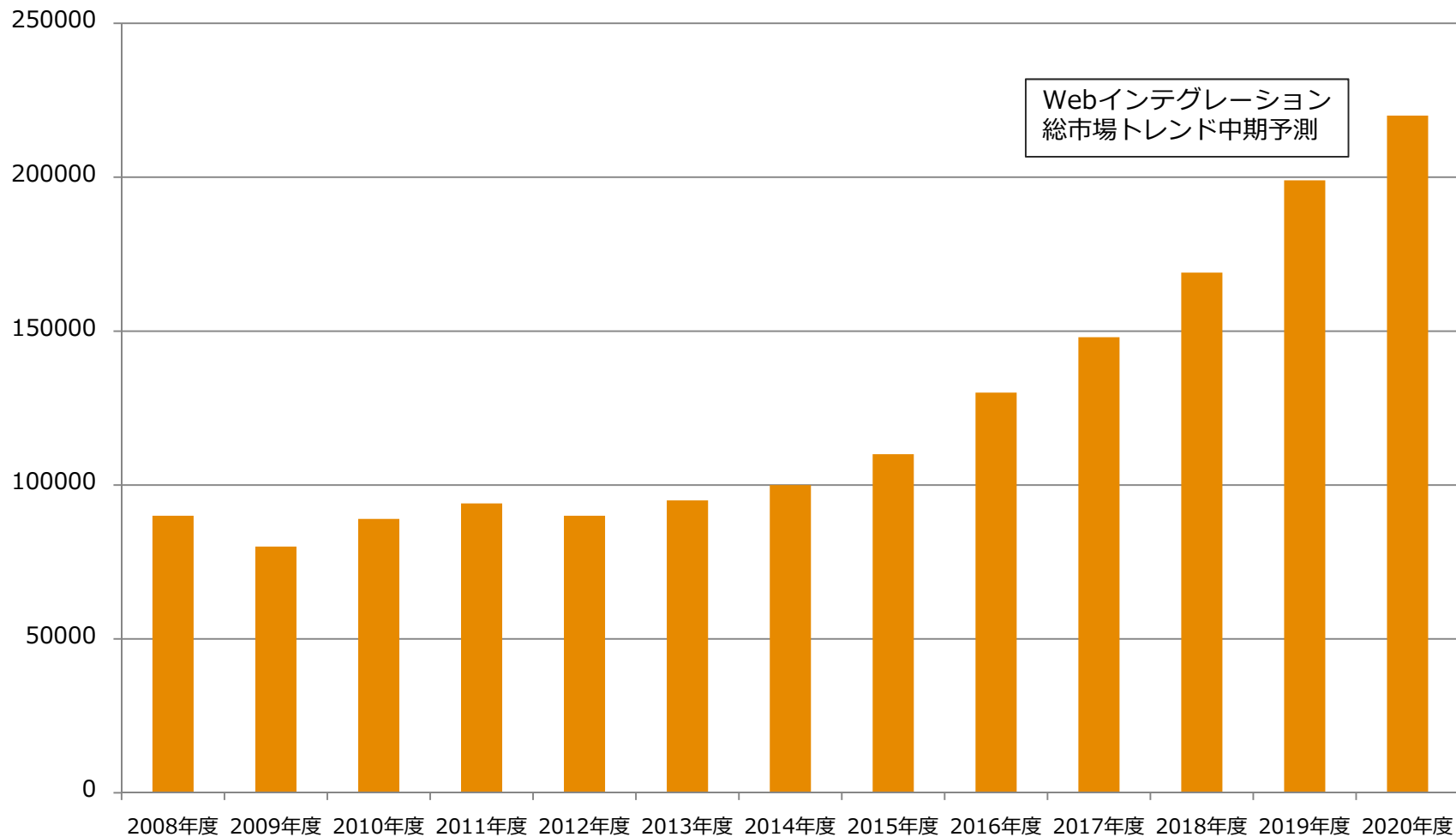


## 市場の動向と2017年度取り組み実績



## 市場動向①

■ Webインテグレーション市場は拡大。2020年度の市場規模は2200億円、2016年以降年平均成長率14.5%で市場が拡大する見込み

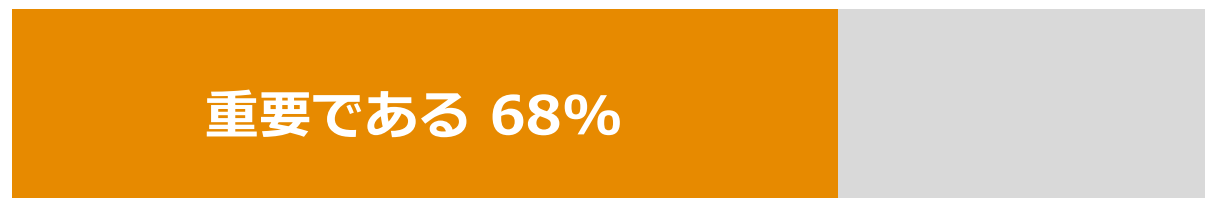


出典元：株式会社 ミック経済研究所「Webインテグレーション&ネット広告プラットフォーム市場の現状と展望  
2017年版」<https://mic-r.co.jp/mr/01085/>

## 市場動向②

- ITによる企業変革「デジタルトランスフォーメーション」に取り組みはじめる企業が増加
- 上流から実装までを一貫して行う当社のビジネス機会増

自社のデジタルトランスフォーメーションが重要だと考える企業の割合



デジタルトランスフォーメーションへの取り組み状況



株式会社電通デジタル  
日本のデジタルトランスフォーメーションおよびデジタルマーケティングに関する実態調査（2017年度）

デジタルトランスフォーメーション：  
ITを用いて企業のビジネスモデルやビジネスプロセスを変革すること  
流通業における「オムニチャネル」もその一例

## 2017年度の取り組み

### 受託領域における体質改善、利益向上施策

- プロジェクト利益改善
  - 原価管理の強化
  - 顧客との価格交渉
- 既存人材の付加価値強化
  - 教育による能力向上
  - 働き方改革、労働環境改善によるES向上

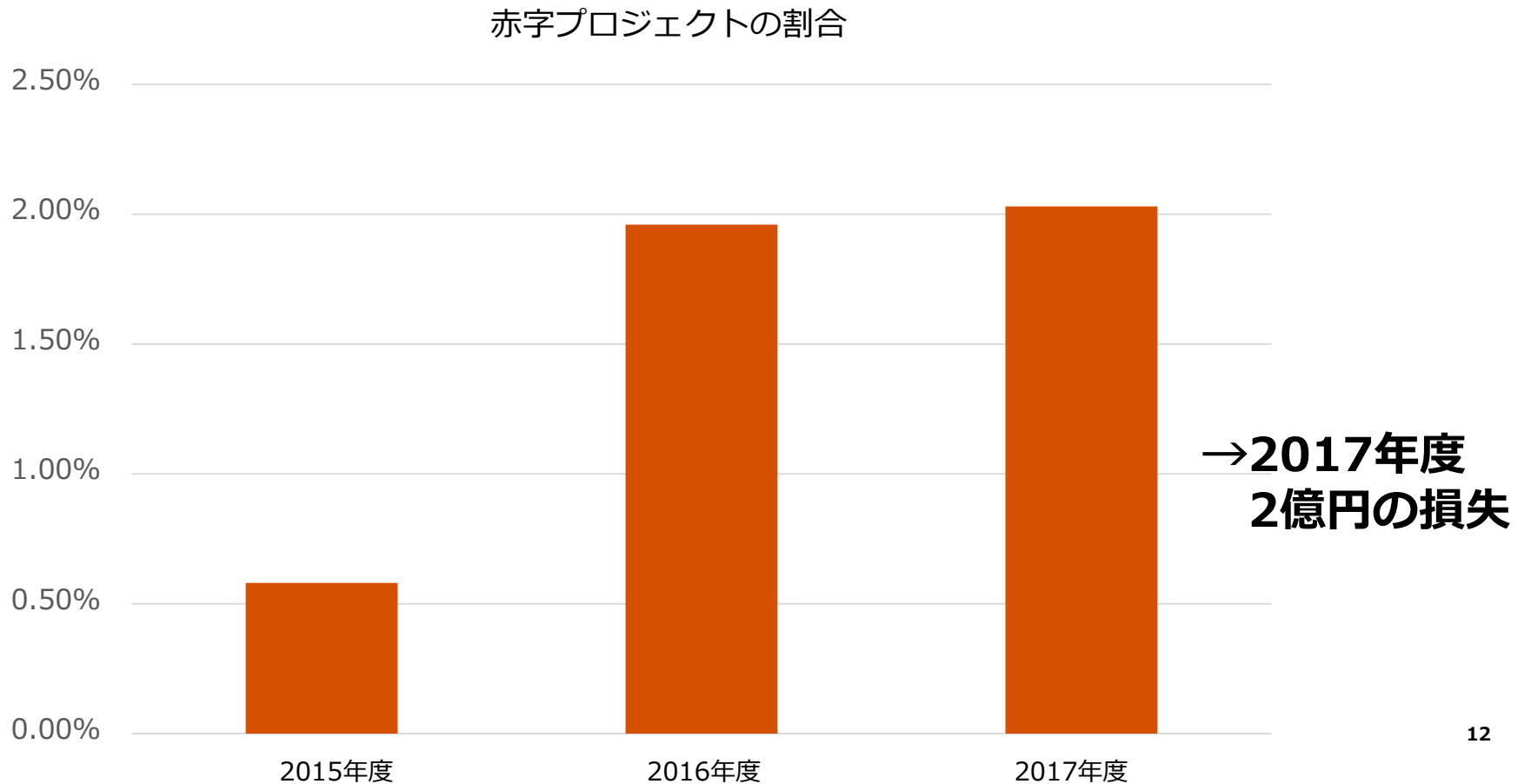
### マーケティング施策強化

### 新事業領域の投資

## プロジェクト利益改善の状況

■ 全体としてプロジェクト利益水準は改善方向も、依然として発生する赤字プロジェクトにより2億円の損失が発生

■ 赤字プロジェクト防止が今後最大の課題



## 既存人材の付加価値強化

# ■ 新規採用は抑制、人材にかかわる費用は新規採用費から既存人材強化へシフト

## 人材の付加価値強化

教育の拡充による能力強化

働き方改革、労働環境改善によるES向上



社内勉強会  
“Netyear Business School”

テレワークの導入

LGBTをはじめとする多様な人材への対応

work with Pride



コミュニケーション&  
ミーティングスペース  
増床



社内外セミナーに使用する  
セミナールーム増床

## マーケティング強化

### ■ブランディング、引き合い獲得のための自社セミナーを積極展開

### ■当社知見を生かした有償セミナーも実施



**自社セミナー開催 25回**  
(2016年度実績 18回)

セミナーテーマ例：

LINEの1to1メッセージで店舗集客、売り上げ向上を実現！  
サカゼン様Salesforce Marketing Cloudとトレジャー  
データ活用事例紹介セミナー

業務に生かすUX体験セミナー ～カスタマージャーニー  
マップから見つかる施策のヒント～



ペルソナ作り～ユー  
ザーテストまでの一  
連の流れを体験す  
る、UX デザインを凝  
縮した実践的講座

10回コース 75000円

**年間問い合わせ(インバウンドリード) 件数 前年比60%増**

## 新事業領域への投資

- 「ぽぷろう」はプラットフォーム側のガイドライン変更により2018年1月をもって中止
- 資本集約型ビジネス領域の開拓、サービス投資は引き続き継続





## SMC\*の導入・実装をサポートし、お客さまの体験に沿ったコミュニケーションで、店舗への送客率アップに貢献



### 課題

年間約4億人ものお客さまが来店し、アプリ会員は約1,400万、オトクーポン（クーポンサイト）の会員は約1,000万に及んでいます。そうした中、アプリとメルマガによる送客の効率化と、運用負荷の削減が課題

### 施策

マーケティングオートメーションツール「Salesforce Marketing Cloud」の導入にあたり要件定義・配信シナリオの作成、設計・実装を支援

クーポン利用歴や属性に合わせたメルマガを最適なタイミングで自動配信する仕組みの設計・実装を支援

### 成果

アプリのプッシュ配信でクリック率45%、クーポン利用率31%アップとメルマガ開封率20%アップ

## ■ ダイレクトメール主体からLINEによる1to1コミュニケーションにシフトチェンジすることで、売り上げアップとコスト削減に貢献



### 課題

お客さまにとって心地よいタイミングで、属性や買い物履歴に合わせたメッセージを効果的におくるコミュニケーションチャネルの最適化と年500万通のDM郵送にかかる膨大なコストを抑えることが課題

### 施策

マーケティングオートメーションツール  
「Salesforce Marketing Cloud」の導入にあたり要件定義・配信シナリオの作成、設計・実装を支援

LINEでの1to1メッセージ送信のプラットフォーム構築とシナリオの作成、設計・実装を支援

### 成果

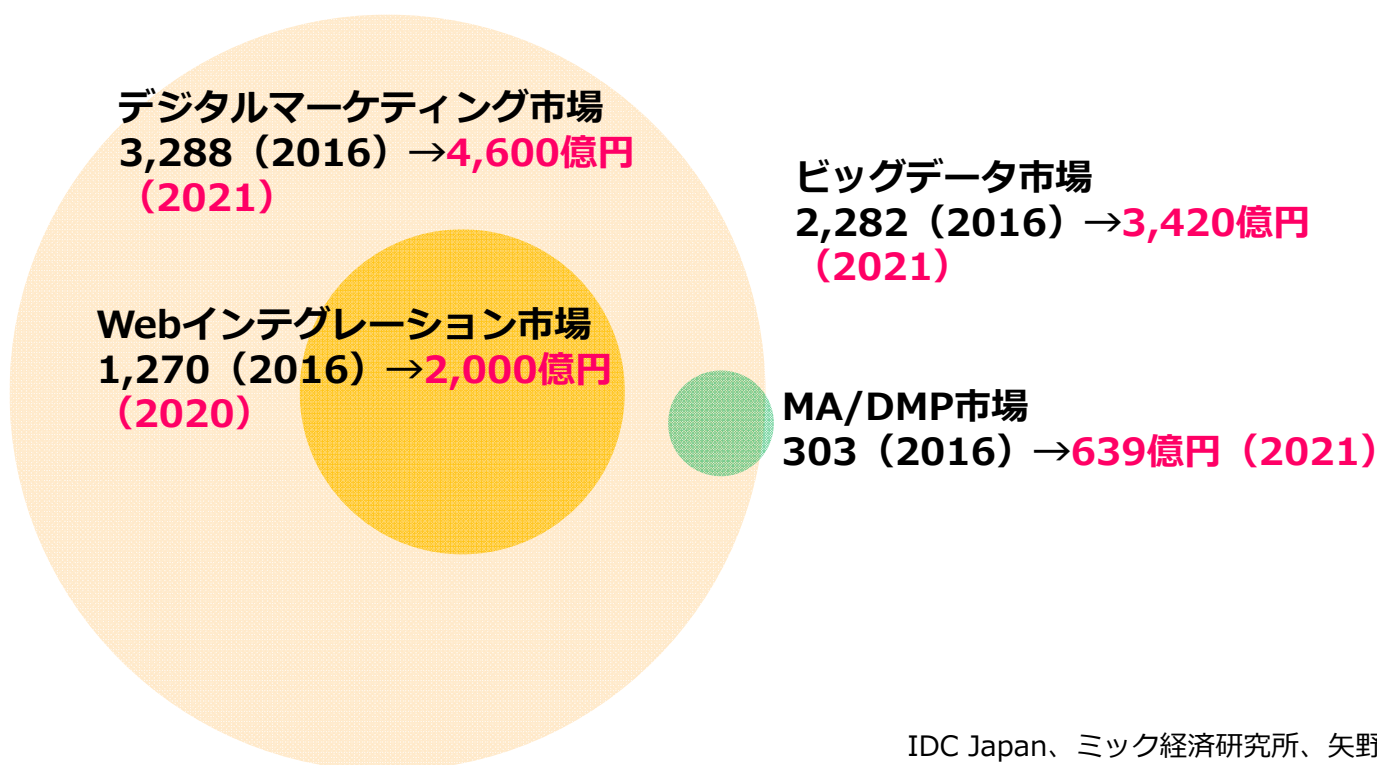
コミュニケーション最適化により、年間6,000万以上のコスト削減を見込む

## 2018年度経営方針



## 中期環境想定

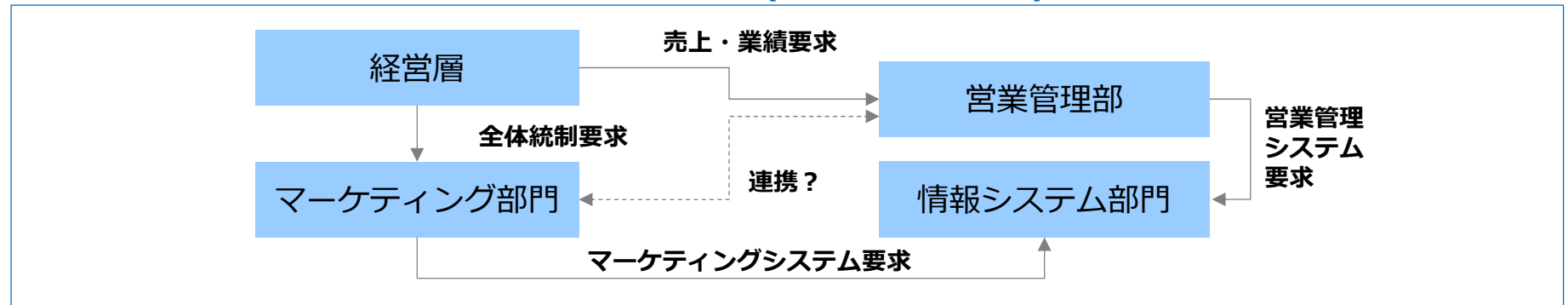
- デジタルマーケティング関連市場は今後も拡大
- テクノロジーによる人的サービスの代替、低付加価値サービスの淘汰
- 複雑化したプロジェクトに対応できる高付加価値プレイヤーへのニーズ



IDC Japan、ミック経済研究所、矢野経済研究所  
公表資料より当社作成

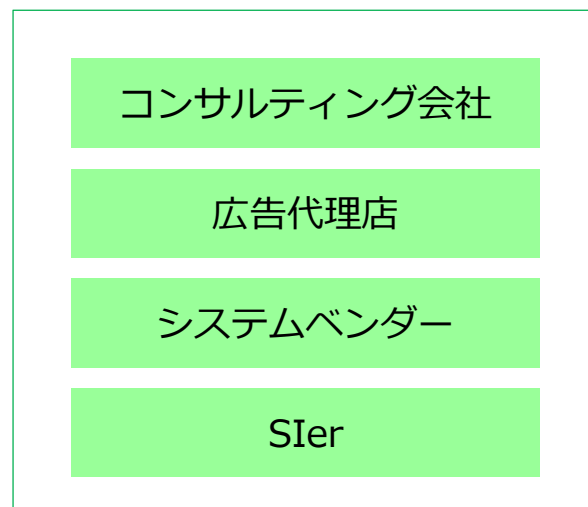
# 高付加価値サービスのニーズと中長期優位性獲得の方針

## マルチステークホルダー (企業内の利害調整)

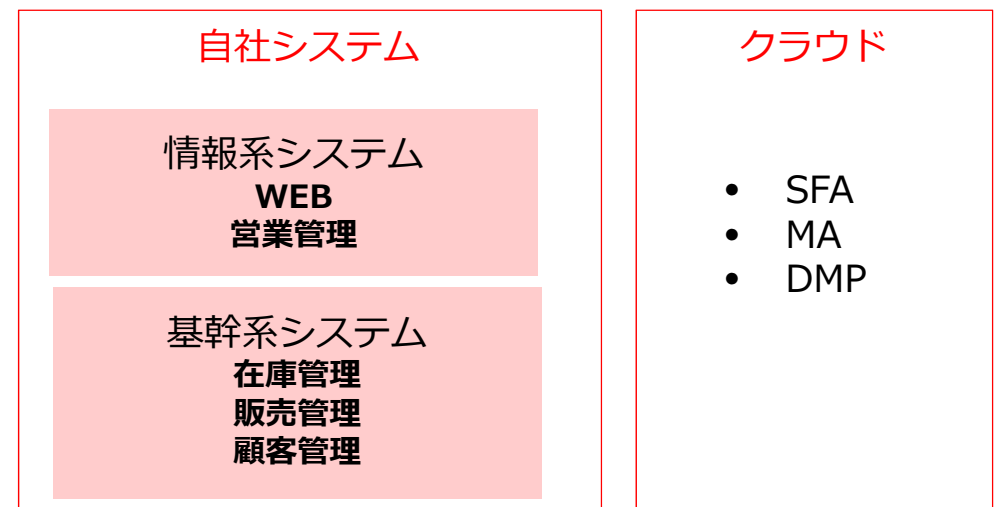


3つの「マルチ」をコントロールするプレイヤーが求められはじめている  
この領域にチャレンジし、実現することで中長期優位性を確保

## マルチベンダー (複雑な商流・利害の調整)



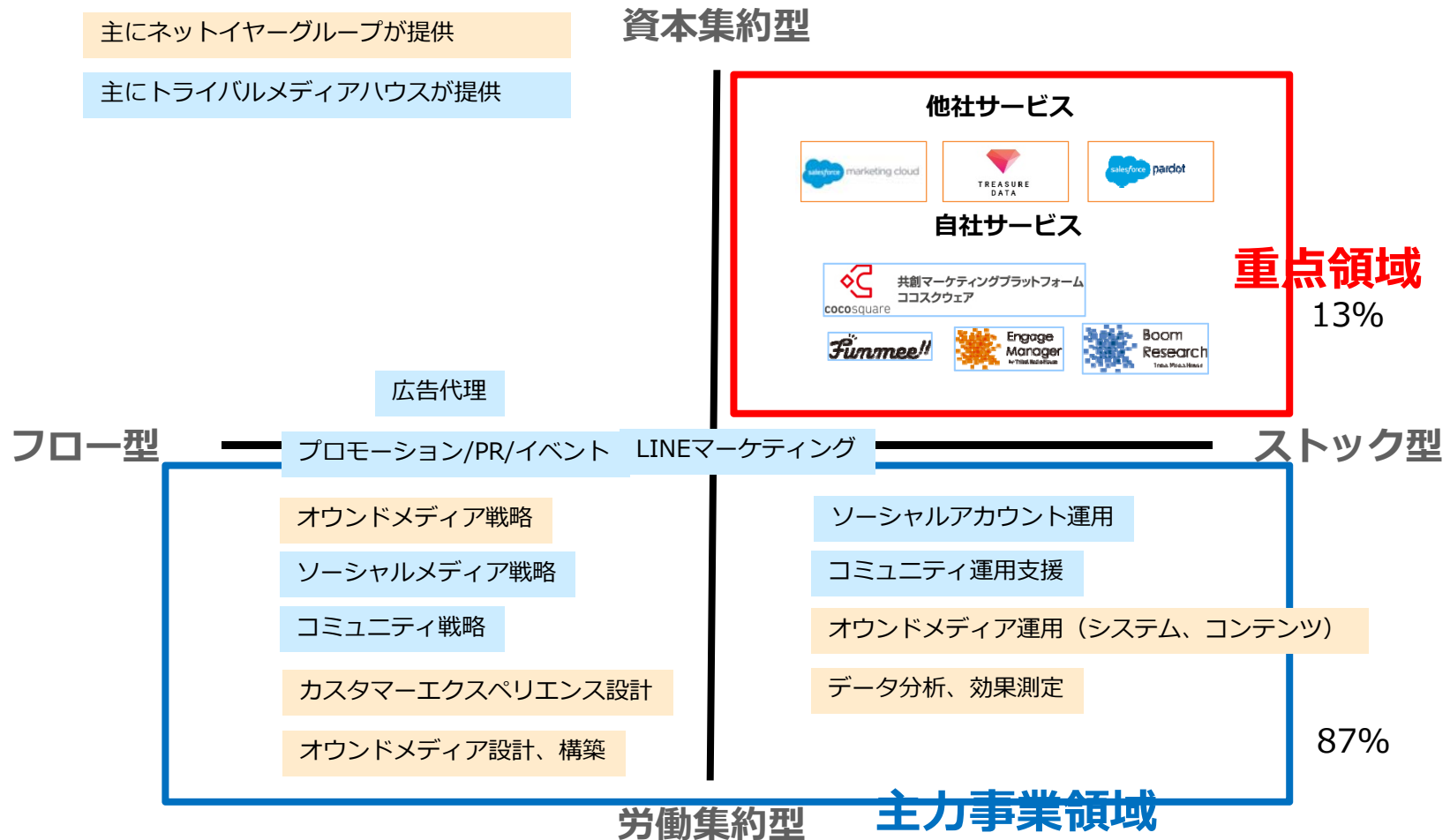
## マルチシステム (複数のシステムの連携)



# グループサービスポートフォリオ

■ 当社グループ売上の約9割は労働集約型サービスに集中

■ 資本集約、ストックが狙えるビジネスを重点領域と設定



## 2018年度の方針

### 受託領域における収益性改善

2017年度からの取り組みを強化推進するために  
2018年4月に組織変更。組織的にプロジェクト収益  
性改善・赤字PJ防止を行っていく

- トラブルが発生しやすいシステム受注案件は、提案時と要件定義フェーズ終了時に社内レビューを徹底。赤字プロジェクトの芽を摘む
- 属人的になっていたプロジェクトの各フェーズにおける各種成果物の内容やプロジェクト進行方法等について会社標準を策定、プロジェクト品質のバラツキをなくす
- 商談における裁量を見直し、無駄な営業値引きを抑制する
- 顧客サイズ、商談サイズを大きくすることで営業・事務効率改善をはかる

### 成長分野への投資

中長期成長のための  
MA、DMP領域専任  
事業部の新設

今期は「カスタマーサクセス支援サービス」を軸に投資フェーズと位置づけ

媒体事業（Funmee）  
への投資継続

### 自律したプロ集団が安心して活躍できる環境整備

全社員向けの資格取得プログラム、  
現業メンバー向け業界動向研修、管理職向け階層・マネジメント研修  
メンター制度、OJT制度等

## 今期新サービス「カスタマーサクセス支援サービス」について

### ■ 成長が見込めるMA,DMP市場分野でのサービス強化

### ■ 主にMA,DMPを導入したが活用できていない企業向けにシステム、データ分析、コンサルティング、コンテンツ運用をパッケージで提供

#### 戦略立案

LTV最大化のための  
仮説導出

仮説検証ロジック策定

#### 実行、運用

UX施策の立案

SMCのシナリオ作成

コンテンツ設計

#### データ分析

データ加工  
(クレンジング)

データ分析

仮説の検証

#### ツール

DMP、MA等データマーケティング基盤の提供

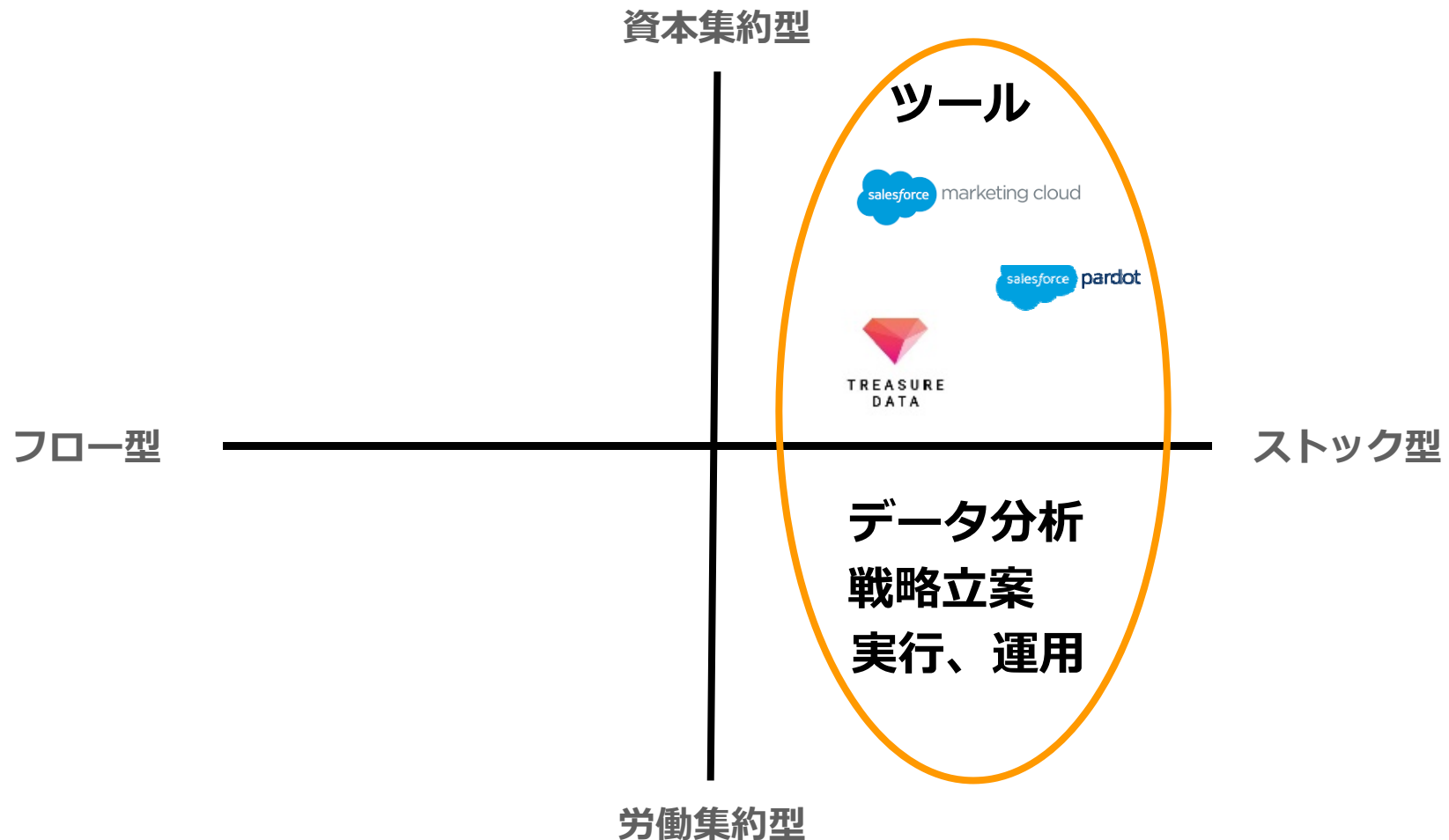




ポートフォリオとしての位置づけ

■ 運用パッケージとすることで、ストック型ビジネスからスタート

■ ノウハウを蓄積、中期的には資本集約型の自社サービス展開を狙う



## 2018年度業績予想について

### ■ 利益改善、赤字防止を最優先

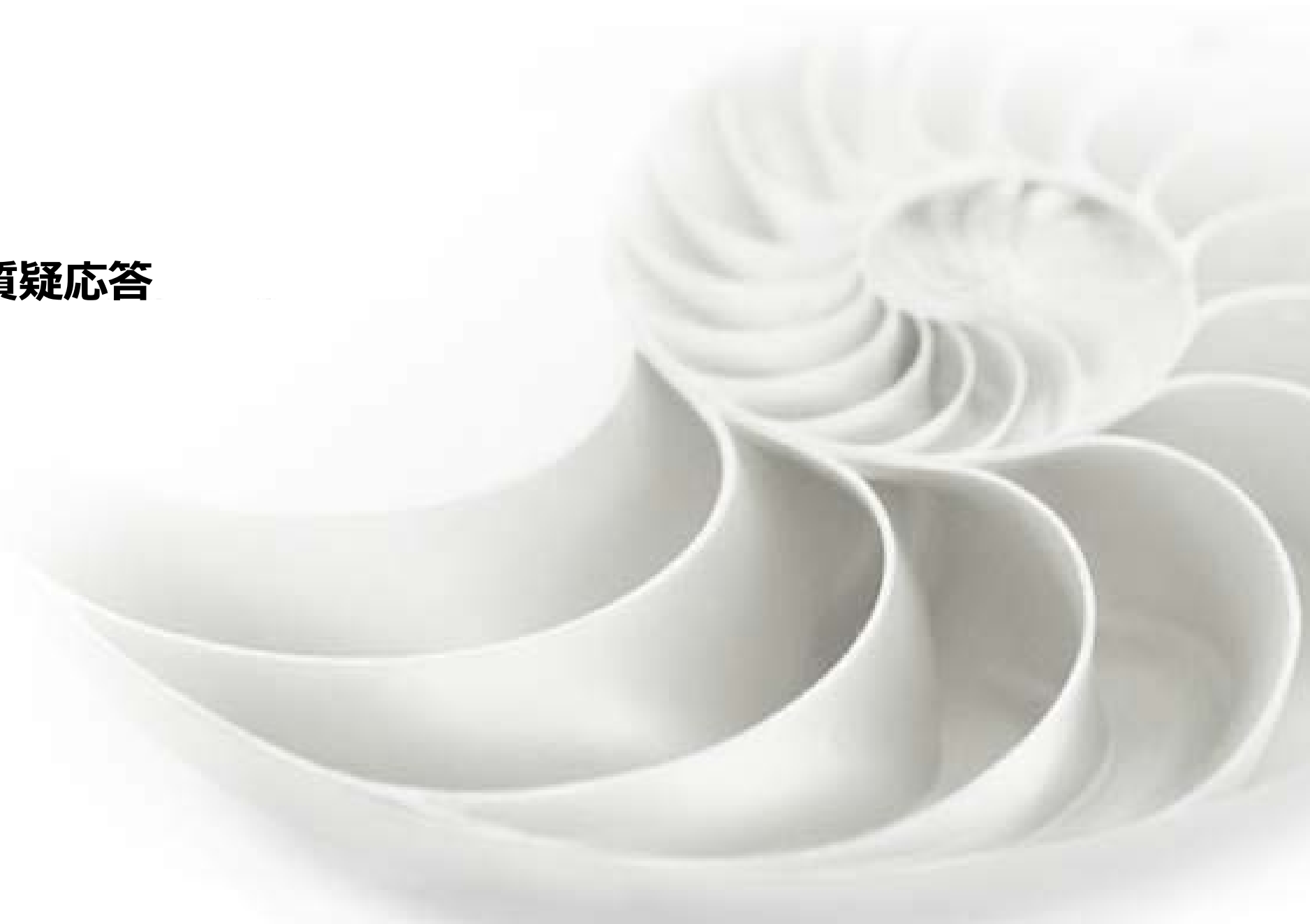
### ■ 連結会社売却による2018年度売上高影響は▲1.3億円

### ■ 中期を見据えた新規領域投資は引き続き継続

(百万円)

| 区分    | 2017年度実績 | 2018年度(予) | 前期比    |
|-------|----------|-----------|--------|
| 売上高   | 6,189    | 6,100     | -1.5%  |
| 営業利益  | -51      | 80        | -      |
| 経常利益  | -53      | 79        | -      |
| 当期純利益 | 312      | 56        | -82.1% |

## 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。

