



2021年8月19日

各 位

会 社 名 株式会社イーエムネットジャパン
代 表 者 名 代表取締役社長 山本 臣 一 郎
(コード番号：7036 東証マザーズ)
問 合 せ 先 常務取締役 CFO 兼管理統括部部长 村井 仁
(TEL. 03-6279-4111)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

○ 開催状況

開催日時	2021年8月18日 15時～16時
開催方法	オンラインによるライブ配信 視聴者からチャットで質問を受け付け、回答を実施
開催場所	東京都新宿区西新宿六丁目10番1号 日土地西新宿ビル10階
説明会資料名	四半期決算 説明会資料 2021年12月期第2四半期

【添付資料】

投資説明会において使用した資料

以 上

四半期決算 説明会資料

2021年12月期 第2四半期

株式会社イーエムネットジャパン

2021年8月18日

(東京証券取引所マザーズ 証券コード : 7036)

目次

エグゼクティブ・サマリー	2 頁
ソフトバンク株式会社との 資本業務提携 概要	6 頁
2021年12月期 第2四半期決算概要	14 頁
2021年12月期 業績予想と見通し	20 頁
参考情報－会社概要	27 頁

エグゼクティブ・サマリー

2021年12月期 第2四半期(累計) 業績

売上高

52.8億円

過去最高の第2四半期売上高を更新

前年同期比**121.1%**

営業利益

2.3億円

過去最高の第2四半期営業利益を達成

前年同期比**163.8%**

中間配当金の増配決定

中間配当金 **20.0円**

前期中間配当比 **7.5円**増配

2021年12月期 第2四半期（3カ月）業績

売上高

26.9億円

過去最高の四半期売上高
(3カ月)を更新
前年同期比**130.8%**

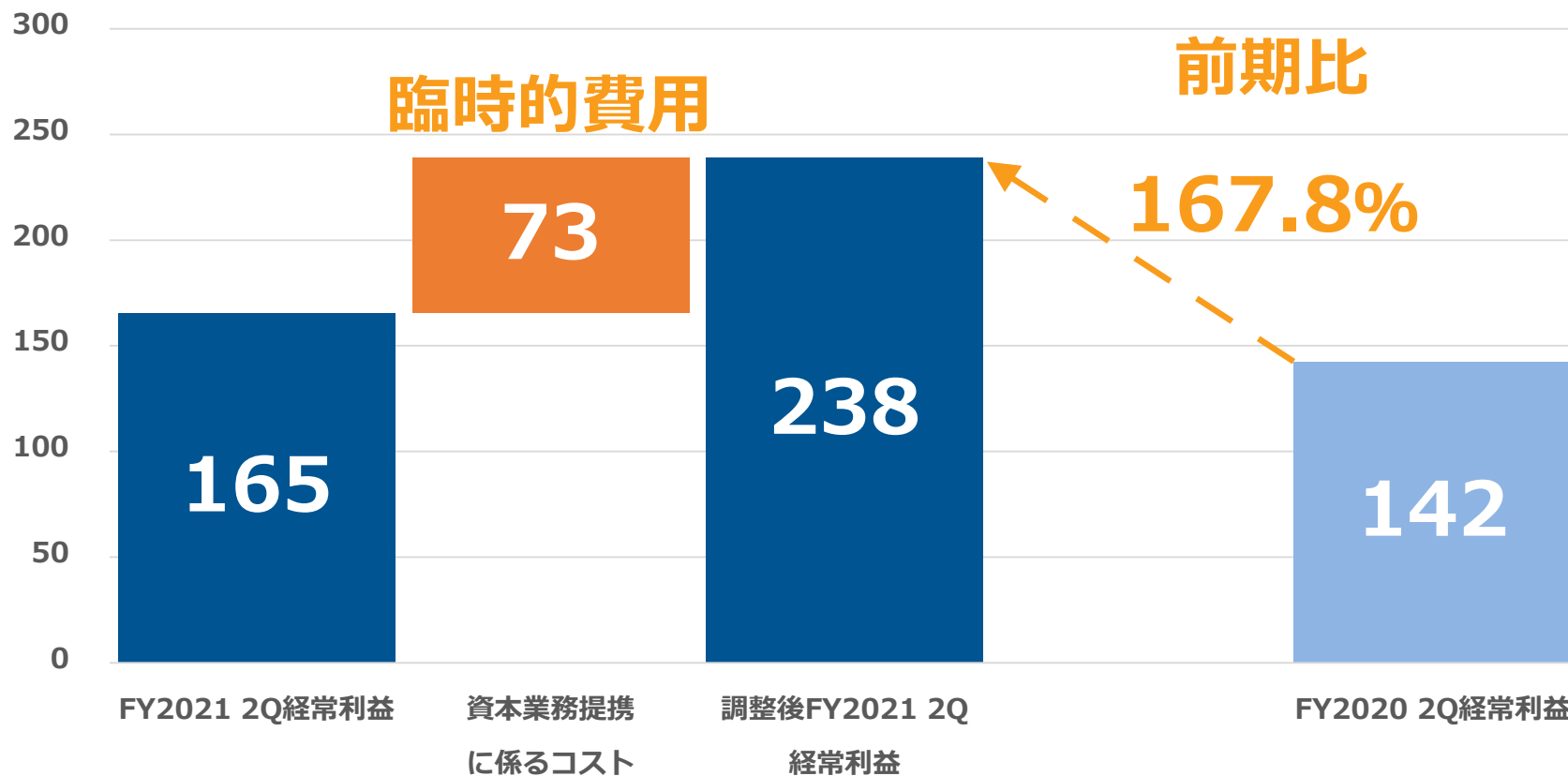
営業利益

1.0億円

過去最高の第2四半期営業利益
(3カ月)を達成
前年同期比**408.8%**

第2四半期(累計)経常利益分析

- ✓ ソフトバンク株式会社との資本業務提携に関連する臨時的費用73百万円を計上したことにより、経常利益は165百万円となった。
- ✓ 臨時的費用の影響を除いた場合、経常利益は前期比167.8%を達成



ソフトバンク株式会社との 資本業務提携 概要

ソフトバンク株式会社との資本業務提携 – 資本提携

- ✓ 5月21日にソフトバンク株式会社(以下「ソフトバンク」)と資本業務提携契約を締結
- ✓ 6月28日のTOB完了をもって、当社はソフトバンクの連結子会社化
- ✓ これまでの親会社EMNET INC.は、引き続き株主として残り事業上の関係を継続

TOB前

eMnet
EMNET INC.

62.78%*
連結

eMnet
e-Marketing Network

TOB後

SoftBank

eMnet
EMNET INC.

41.40%*
連結

20.68%*

eMnet
e-Marketing Network

* 2021年6月30日現在の持株比率

ソフトバンク株式会社との資本業務提携 – 業務提携（目的）

【業務提携の目的】

- デジタルマーケティング市場におけるインターネット広告を活用した法人顧客への戦略的提案
- 広告効果の分析から運用及び改善に至る一気通貫したサービスを両社協業で提供することで、顧客に寄り添えるパートナーとして長期的な関係を顧客と構築するとともに、両社の事業の更なる拡大を目指すことを目的

SoftBank

eMnet



マーケティングDX支援の
体制強化



顧客拡大



ナレッジ及び
テクノロジーの
相互活用

出所：2021年5月21日公表「ソフトバンク株式会社による当社株券等に対する公開買付けに関する意見表明及び同社との資本業務提携のお知らせ」より抜粋・要約



マーケティングDX支援の体制強化

SoftBank

通信領域で培った営業及び
マーケティングに関するノウハウ

Yahoo! JAPANやLINE等の
デジタルプラットフォーム
及びデータ活用

eMnet

インターネット広告運用
ノウハウ

両社の経営資源を用いた **体制強化** 及び **新規サービス開発**



SoftBank

大企業を中心とする
複数業種の顧客基盤

eMnet

中小企業を中心とする
幅広い地域の顧客基盤

ソフトバンクの営業ネットワークを活用した **顧客拡大**



ナレッジ及びテクノロジーの 相互活用

SoftBank

eMnet

ソフトバンクが有する
業務プロセスの自動化に係る
ナレッジ及びテクノロジーを
当社に導入

ソフトバンクの顧客、ソフトバンク
のグループ会社等に対し、
デジタルマーケティングに関する
インハウス化支援を行う

ソフトバンクの顧客、ソフトバンクのグループ会社等の
マーケティング関連業務をより効率化

出所：2021年5月21日公表「ソフトバンク株式会社による当社株券等に対する公開買付けに関する意見表明及び同社との資本業務提携のお知らせ」より抜粋・要約

ソフトバンク株式会社との資本業務提携 – 業務提携（体制イメージ）

- ✓ ソフトバンク及びグループ企業と連携し、経営資源を相互に活用することによって、クライアントのマーケティングDXの推進を支援



*1 : ヤフー:年間ログインユーザーID数(2020年3月時点)

*2 : LINE:国内月間アクティブユーザー数(2021年3月時点)

クライアント

ソフトバンク株式会社との資本業務提携 – 業務提携（スケジュール）

- ✓ 7月よりソフトバンクとの協業に向けて準備を開始。10月頃を目途として本格的な協業開始を予定

7月

8月

9月

10月

11月～

ソフトバンクとの 協業準備

- 資本業務提携契約上合意された広告運用体制の構築準備に着手
- 従業員の出向に関する基本契約を締結し、7月より当社からソフトバンクに従業員を出向

本格的な 協業開始

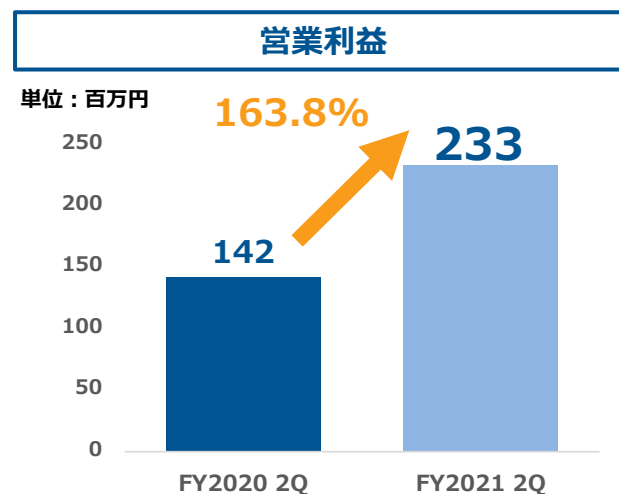
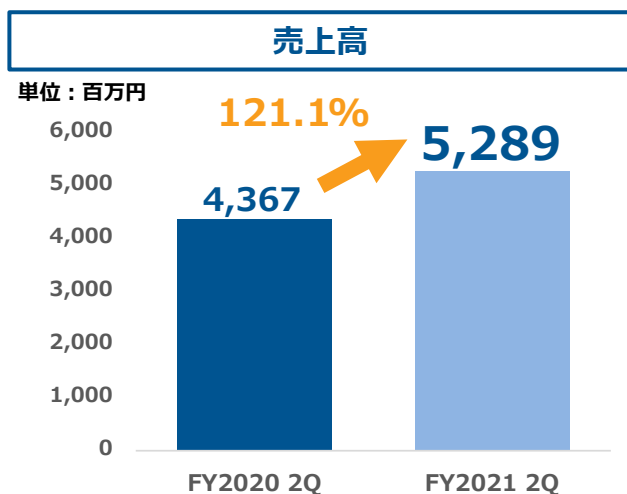
出所：2021年5月21日公表「ソフトバンク株式会社による当社株券等に対する公開買付けに関する意見表明及び同社との資本業務提携のお知らせ」より抜粋・要約

2021年12月期 第2四半期 決算概要

2021年12月期 第2四半期(累計) 前年同期比

- ✓ 緊急事態宣言の再発令の影響はあるものの、引き続き新規案件獲得と既存案件の予算増により売上高は前年同期比121.1%、営業利益は163.8%と大幅プラスを達成
- ✓ ソフトバンクとの資本業務提携による業績への貢献は、第4四半期以降を想定

(百万円)	前第2四半期	当第2四半期	増減	前年同期比
売上高	4,367	5,289	+922	121.1%
営業利益	142	233	+91	163.8%
経常利益	142	165	+23	116.1%
当期純利益	98	113	+15	115.3%



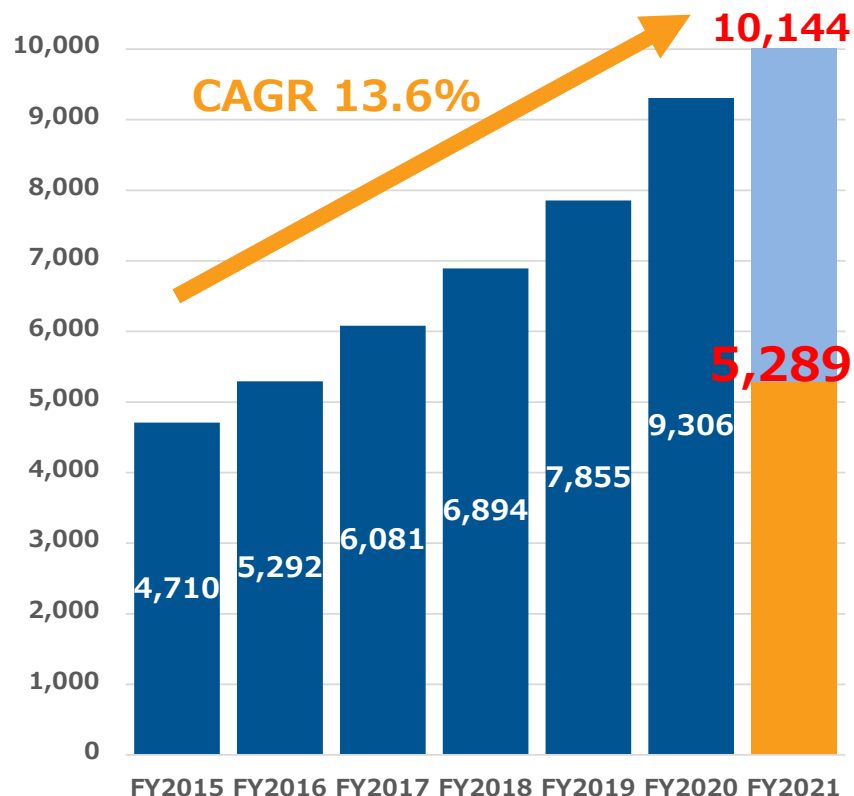
2021年12月期 第2四半期 予算進捗

- ✓ 売上高の予算進捗率は52.1%、営業利益は58.3%と50%超となり、予算達成に向けて順調に推移

売上高

単位：百万円

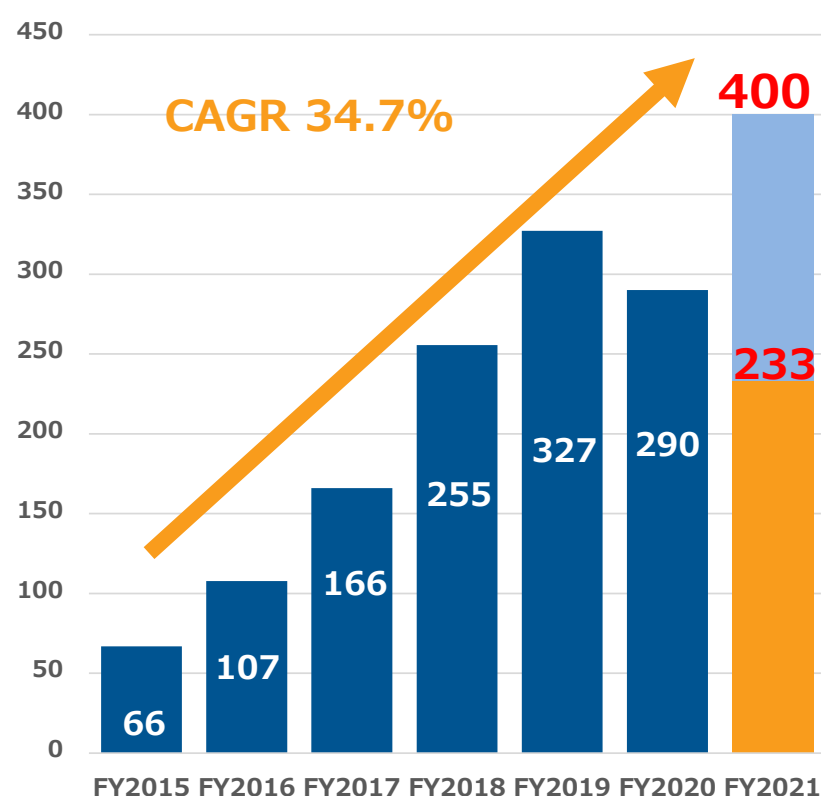
予算進捗率 52.1%



営業利益

単位：百万円

予算進捗率 58.3%



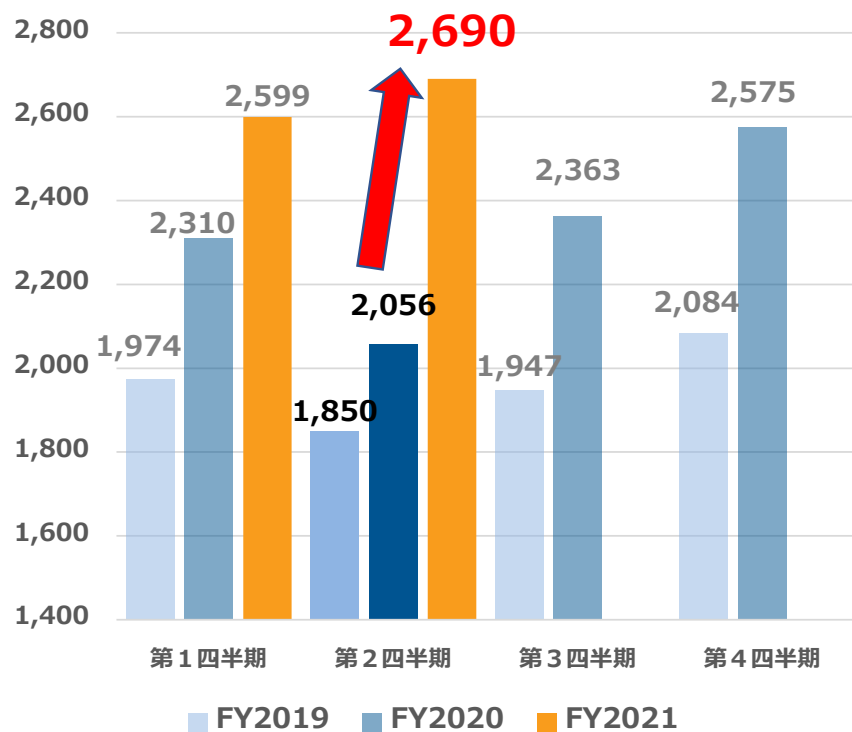
2021年12月期 四半期業績推移

- ✓ **新型コロナウイルス感染症拡大による影響を引き続き受けつつも、第2四半期売上高(3カ月)は過去最高を達成**
- ✓ **第2四半期営業利益(3カ月)は、前年同期比で約4倍と大幅に回復**

売上高

単位：百万円

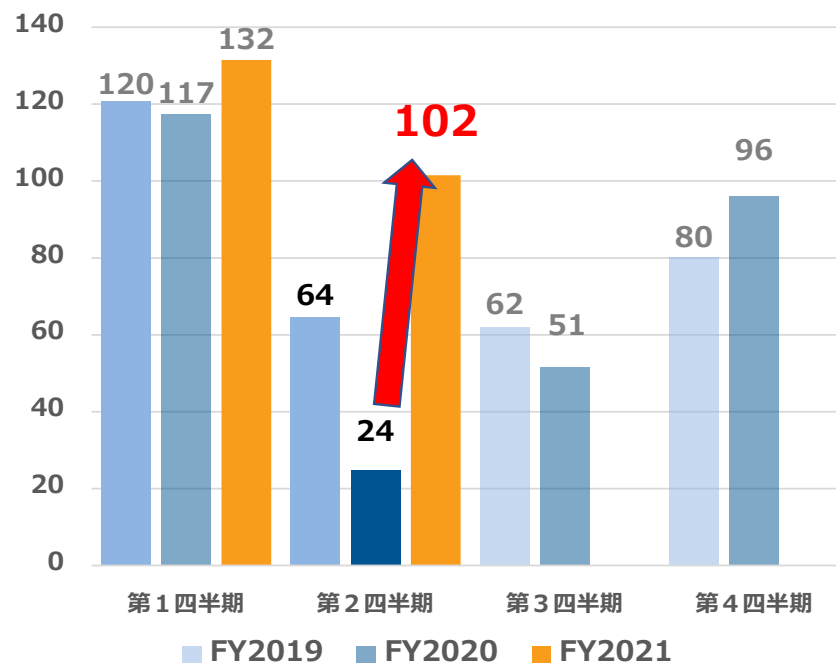
前年同期比 130.8%



営業利益

単位：百万円

前年同期比 408.8%

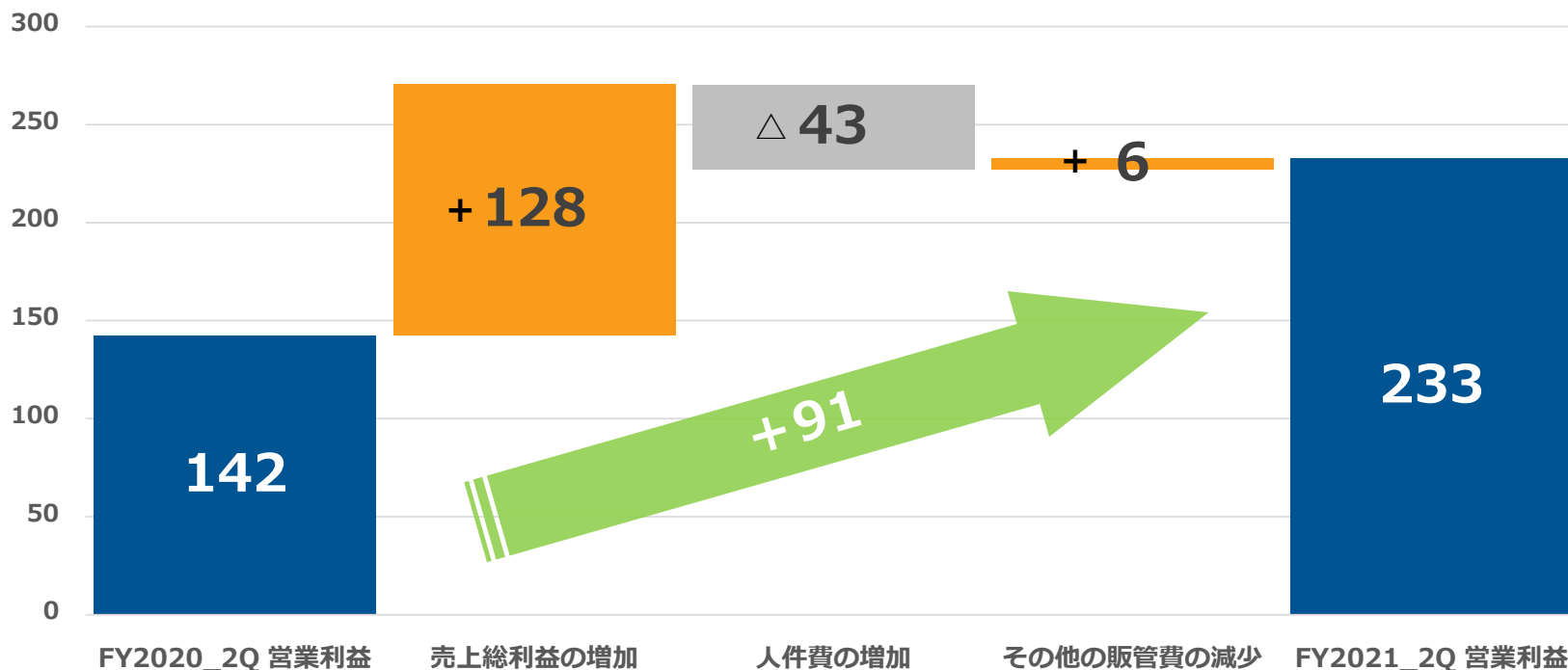


2021年12月期 第2四半期 営業利益 増減要因分析

- ✓ 第1四半期に続き広告予算拡大や新規案件の獲得、インハウス支援サービスの拡大等が貢献し、人件費の増加を超える売上総利益の増加（前年同期比+128百万円）により、営業利益は+91百万円と大幅な増収増益を達成

前年同期比 営業利益 増減要因分析

単位：百万円



2021年12月期 第2四半期 貸借対照表

- ✓ 財政状況や経営成績予測を勘案した結果、**中間配当金20.0円(7.5円の増配)**を決定。また**期末配当金予想22.0円(7.0円の増配)**により、**年間配当金合計14.5円の増配を予定**

(百万円)	前期末	当第2四半期末	前期末比
流動資産	2,781	2,906	104.5%
内 現預金	1,263	1,256	99.4%
固定資産	239	249	104.1%
資産合計	3,020	3,155	104.5%
流動負債	1,730	1,760	101.8%
固定負債	64	69	108.0%
負債合計	1,794	1,829	102.0%
純資産	1,226	1,325	108.1%
負債・純資産合計	3,020	3,155	104.5%
(自己資本比率)	40.5%	41.8%	

2021年12月期 業績予想と見通し

2021年12月期 業績予想と見通し

- ✓ 第2四半期は売上高、営業利益ともに予算進捗率は50%超となり、引き続きは予算達成に向けて順調に推移
- ✓ ソフトバンクとの資本業務提携による業績への貢献は、第4四半期以降を想定しているが、現在公表している業績予想には織り込んでいない。
- ✓ 引き続き積極的な人材投資により、来期は50名程度の新卒を採用予定
- ✓ 1月以降、約8~9割の社員がテレワークで対応中。引き続き緊急事態宣言の影響を注視しつつも、下半期の業績も想定通りの進捗で推移するものと予想

(百万円)	2020年度 実績	2021年度 業績予想	2021年度 第2四半期	業績予想 進捗率
売上高	9,305	10,144	5,289	52.1%
営業利益	290	400	233	58.3%
経常利益	291	404	165	40.9%
当期純利益	212	291	113	39.0%

(参考) 2020年12月期 営業戦略の振り返り

- ✓ FY2020の営業方針の「3“In”」は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大にともなう緊急事態宣言等の影響により戦略の変更
- ✓ 上記の環境の中、3つのInのうち、In side sales、In houseは順調に進んでおり、FY2021に向けて拡大を望む。

FY2020の新規案件獲得の3つ取り組み(“3in”)

In bound

- ◆ 海外広告
TCIマレーシアと連携
- ◆ 旅行・地方

新型コロナ禍での世界的な海外渡航制限、東京オリンピックの延期等の外的要因により厳しい環境

・東京オリンピック等の動向を注視しつつ今後の営業展開を検討

In side sales

- ◆ セールス強化
- ◆ 営業社員の増員
- ◆ アウトソーシング化

営業先の広告予算縮小等の要因により厳しい環境の中、環境対応により善戦し増収

・FY2020の採用人材の戦力化により、インサイドセールスの強化

In house

- ◆ 予算の大きい企業との連携開始
- ◆ コンサル業務
- ◆ 媒体連携

大型クライアントへのサービス提供等、順調に進捗

・既存案件に注力しつつ、新たな案件獲得に向けて模索

(参考) 2021年12月期 営業戦略

- ✓ In side salesをFY2021ではさらに強化。特にFY2021は大型クライアント/予算規模の大きい企業の獲得を強化
- ✓ プラットフォーマーやツールベンダーとのアライアンスをFY2021ではより強化を図り、アライアンス先の増加と大手プラットフォームとの連携を目指す。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、広告費削減を余儀なくされたクライアントに対して、FY2021ではクライアントとより一層向き合い、クライアントの売上成長の後押しを支援

FY2021の代理店事業 営業戦略3つの取り組み

For Deal

Top/Middleクライアントの獲得

For Alliance

ツールベンダー&プラットフォームとのアライアンス契約

For Clients

FY2020対比売上成長

動画広告の拡大

▶ インサイドセールスの強化

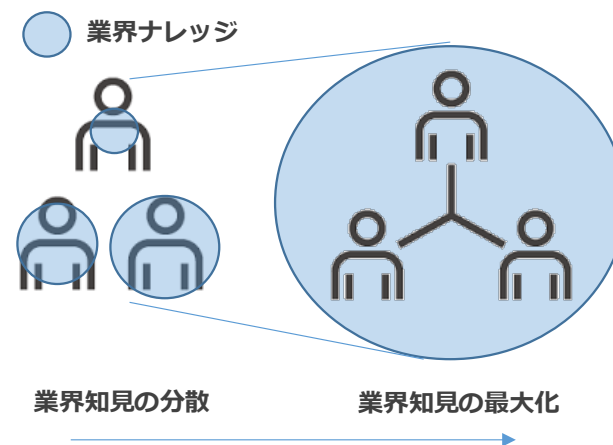
✓ 組織的な営業手法の強化

各営業が独自にアプローチをしていた従来の体制から、各組織単位で①業種選定 ②マーケット分析 ③媒体選定 ④トークスクリプトを計画し実行する。また、営業管理ツールの活用により、契約に至るまでのプロセスを可視化できることで、成功パターンを作り契約件数を伸ばす。

▶ Top/Middleクライアントの獲得

✓ 大型クライアントの獲得強化

インサイドセールス強化により、大手企業への提案を増加
営業手法の組織化により、個人間に格差があった業界知見を集約化することで、従来の営業体制よりも大型クライアントの獲得率向上を目指す。



▶ ツールベンダーとの連携強化

✓ 既存アライアンス先との関係強化

すでにアライアンスを結んでいるマーケティングツールベンダーとの連携強化によりアプローチ案件の増加を目指す。

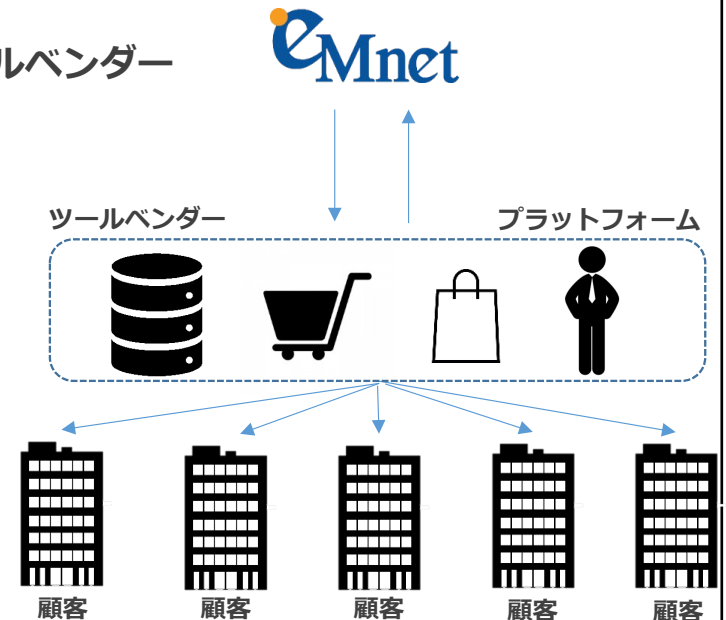
▶ プラットフォーマーとのアライアンス契約

✓ 大手プラットフォームへの協業を目指す

ショッピングカート、人事管理ツール、

ECプラットフォーム等の大手企業への協業提案を強化

協業の先にプラットフォームの顧客に対して広告提案のリードを獲得



▶ コンサルティングの強化

- ✓ 2021年度に経営統合されるYahoo!広告、LINE広告の予算拡大、
案件数増を目指す

セールス
強化

営業本部を横断して
推進プロジェクトを実施

データ活用

LINE公式アカウント、
Yahoo!DMPを利用した配信。
DS Insightのレポート提供

クリエイティブ
強化

広告成果を向上させるために
フォーマット拡充、
パターン増、変更頻度UP

▶ リレーションシップの強化

- ✓ 継続率を高く維持し予算拡大を目指す

ダッシュボードツール：成果把握を容易に行い、広告主側の実績確認時間を効率化。

クッキーレス：Google、Facebookなどオウンド枠に強い媒体での対策提案、トラッキングサポート。

情報提供：既存のツールやアップデート情報などの定期共有

参考情報－会社概要

会社概要

会社名	株式会社イーエムネットジャパン
所在地	東京都新宿区西新宿6-10-1 日土地西新宿ビル10F
設立	2013年4月22日 設立 2014年1月1日 営業開始
代表取締役社長	山本 臣一郎
事業内容	インターネット広告事業

沿革

2013年 4月	東京都新宿区に株式会社イーエムネットジャパン設立
2014年 1月	EMNET INC.の日本支社より事業譲渡を受け、株式会社イーエムネットジャパンとして事業を開始 Google,Inc.の「Google AdWords 広告」の正規代理店登録を継承
2015年 10月	ヤフー株式会社のYahoo!認定代理店に登録
2016年 7月	グーグル合同会社のAdWords 認定パートナーとして、「Google Partner プレミアバッジ」を取得
10月	ヤフー株式会社より「Yahoo!マーケティングソリューション正規代理店」として三つ星に認定される
2017年 4月	インターネット広告業界への人材供給を目的として、労働者派遣事業の許可を取得
4月	ヤフー株式会社より「Yahoo!マーケティングソリューションパートナー」のゴールドに認定される
6月	Twitter Japan株式会社の認定代理店に登録
7月	Facebook, Inc.の「Facebook agency directory」の認定代理店に登録
10月	LINE株式会社より「Marketing Partner Program」のSales Partner(Basic)に認定される
2018年 8月	LINE株式会社より「LINE Biz-Solutions Partner Program」の「LINE Ads Platform」部門にて「Sales Partner」の「Bronze」に認定される
9月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場
2019年 5月	TRANSCOSMOS (MALAYSIA) SDN.BHD.グローバルデジタルマーケティングセンターとの契約締結
5月	LINE株式会社とのSMB領域における戦略的パートナーシップ契約締結
10月	ヤフー株式会社より「Yahoo!マーケティングソリューションパートナー」の認定パートナーとして三つ星に認定される
2021年 1月	一般社団法人 日本経済団体連合会へ入会
5月	ソフトバンク株式会社と資本業務提携契約を締結

企業理念

「クライアントと共に歩む企業」

クライアント企業様と共に歩む企業を目指しております。
クライアント企業様の成長、
それがイーエムネットジャパンの成長です。

スローガン

Beyond the Internet Advertising

従来のインターネット広告のみならず、
更に様々な事業・インターネット広告を
通じたビジネスを展開し、クライアント企業様に新たな
サービスを提供していきます。

ビジョン

デジタルマーケティング業界における 専門家の育成

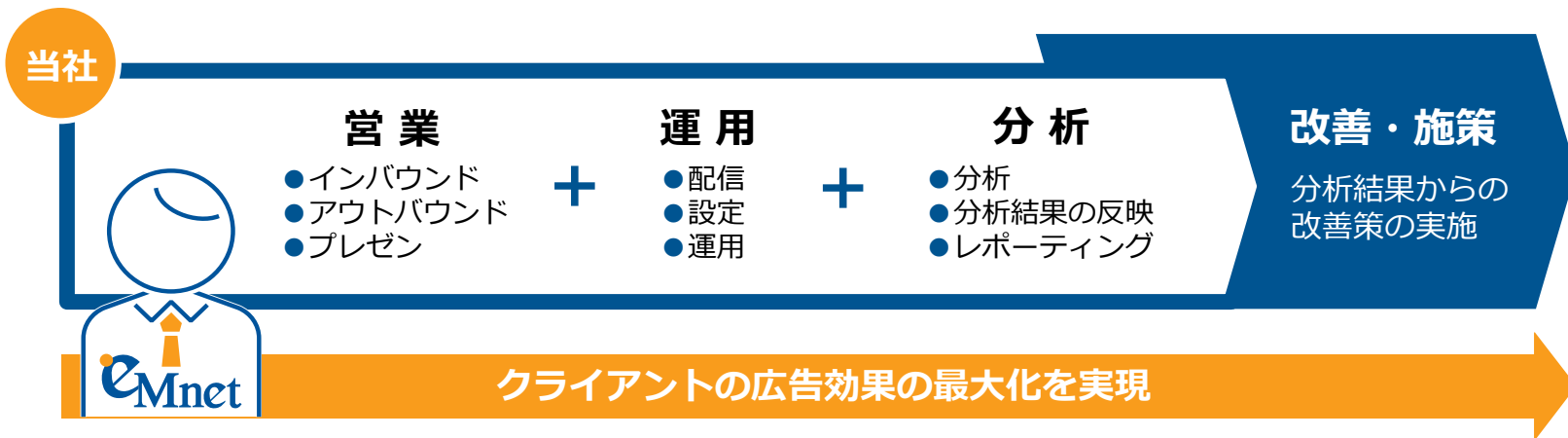
常に変化するインターネット広告において、
クライアント企業様の様々なニーズに柔軟に対応し、
最適な広告を提供するために、デジタルマーケティング業
界の専門家を育成していくことを目標としております。

クライアント企業へのインターネット 広告に関する最新の情報と広告運用の提供

インターネット広告に関する最新の情報と広告運用のノウハウで、クライアント企業様の企業価値やブランド価値向上に
貢献するサービスを提供していきます。

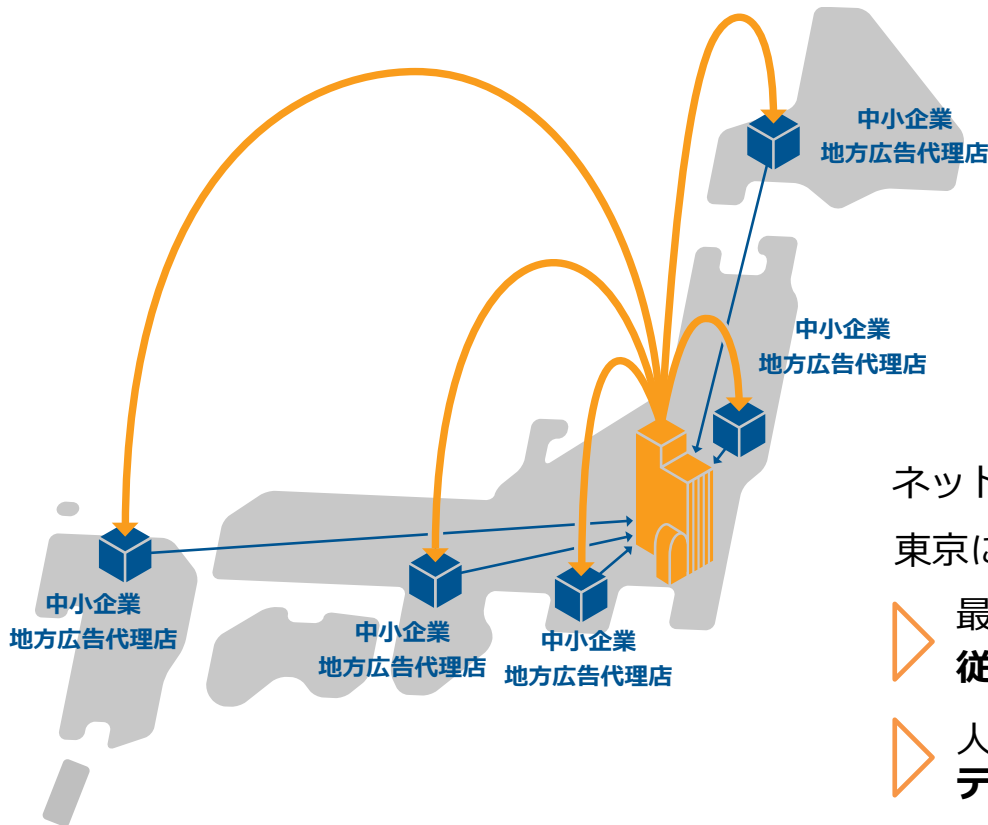
当社の強み — 一気通貫体制

専任の担当がご提案から分析・レポートまで一気通貫に対応
クライアントの広告効果の最大化を実現



当社の強み — 東京を拠点とした営業体制

- ✓ 固定費が発生する地方拠点は設置せず、地方広告代理店等のビジネスパートナーとの協業により、東京から中小・地方企業に営業を展開



ネット広告の情報が集まる東京に拠点を設置
東京に人員を集中させることで

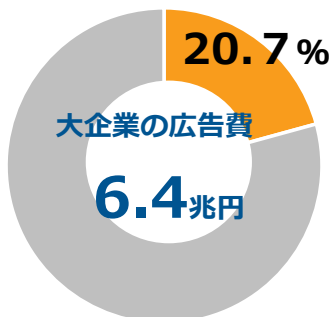
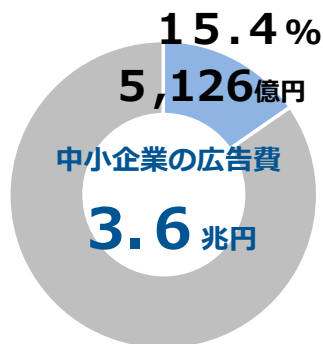
- ▷ 最新の情報に触れられる機会を提供し、**従業員の知識・技術を向上**
- ▷ 人員の集中によるサービスの**高いクオリティ・コントロールを実現**

市場動向 – 大企業・中小企業の動向予測

- ✓ 中小企業の広告費全体に占めるインターネット広告費の割合は、前期10.2%から15.4%へ5.2%増加。今後もデジタル化の流れにより、仮に大企業並みの水準までさらに成長すると仮定した場合、約1,795億円の市場成長機会が存在すると推計

大企業と中小企業のインターネット広告費割合

- 現状中小企業のインターネット広告比率は10.2%であり、大企業の20.3%と比べ劣後



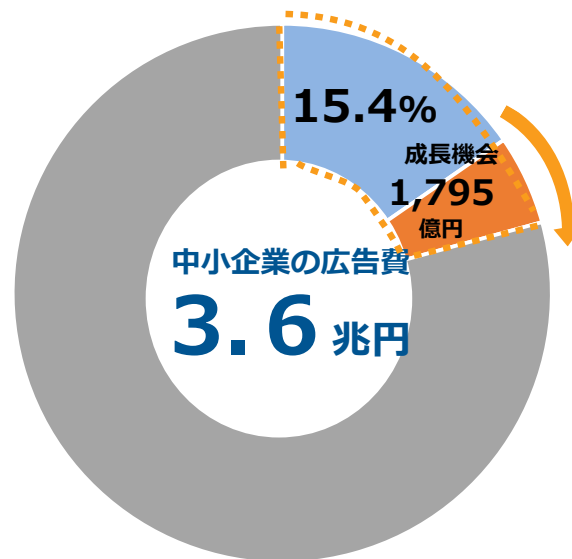
中小企業の
インターネット広告費比率
15.4% (前期10.2%)

大企業の
インターネット広告費比率
20.7% (前期20.3%)

中小企業のインターネット広告費の成長機会

- 今後大企業と同水準まで広告費比率が上がるだけで大きな潜在成長機会があると予測

中小企業の
インターネット広告費比率
現状15.4%→20.7%
(大企業のインターネット広告費水準)



中小企業：従業員100名未満の企業 大企業：従業員100名以上の企業
出所：2019年経済構造実態調査 乙調査 | 経済構造実態調査 | (経済産業省) を元に作成

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。

また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

さらに、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料には、監査法人による会計監査や四半期レビューを受けていない情報が一部記載されています。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、投資家の皆様がご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。



「クライアントと共に歩む企業」

