



## 第2四半期 決算説明資料

---

2022年12月期

株式会社イーエムネットジャパン

(東京証券取引所グロース市場 証券コード：7036)



# CONTENTS

- 01 エグゼクティブ・サマリー
- 02 2022年12月期 第2四半期決算概要
- 03 KPI
- 04 2022年12月期 業績予想
- 05 参考情報－会社概要



01

## エグゼクティブ・サマリー

01

エグゼクティブ・サマリー – 2022年12月期 第2四半期 業績

売上高

7.23 億円

「収益認識に関する会計基準」等の適用により前期比は省略

営業利益

1.05 億円

人件費の増加等により  
前期比△54.6%

自己株式の取得

発行済み株式総数の1.2%

資本効率の向上を通じた  
株主の皆様への利益還元



02

## 2022年12月期 第2 四半期決算概要

02

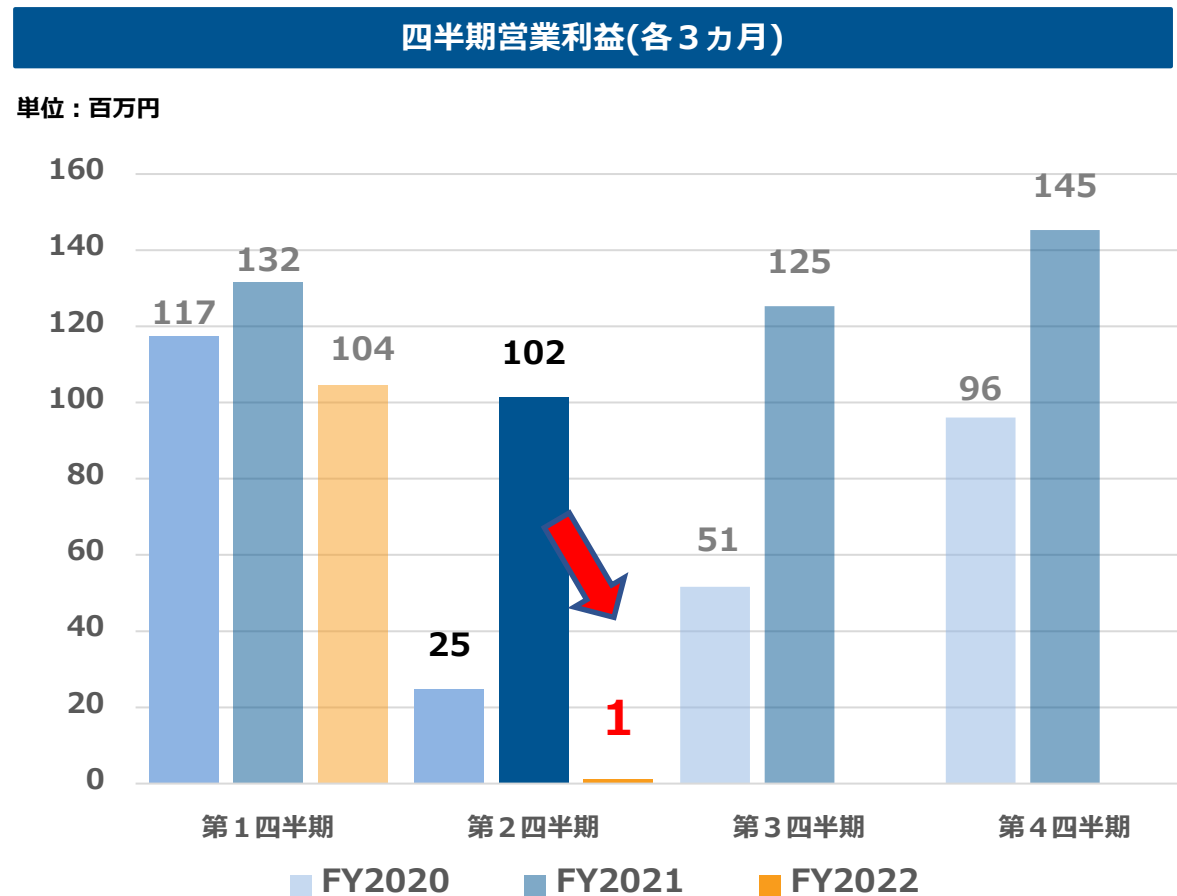
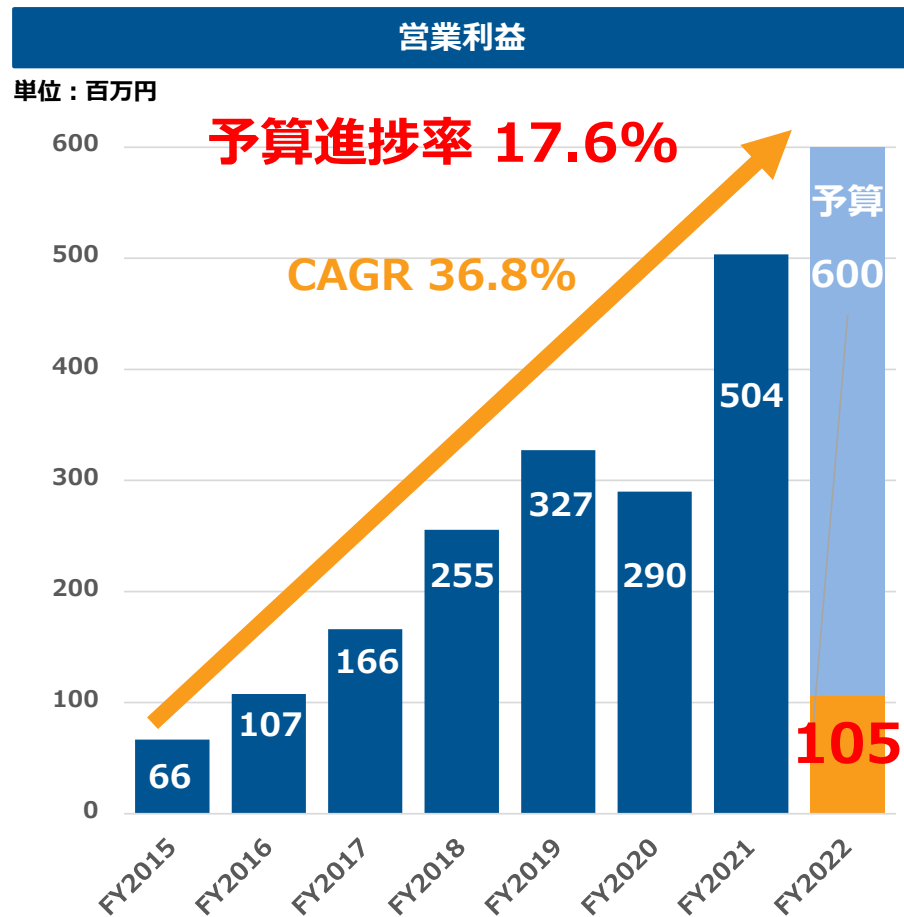
## 2022年12月期第2四半期(累計) 前年同期比

- ✓ 前年同期比で売上総利益減少や人件費の増加により、各段階利益で前年同期比マイナスとなった。

(百万円)	前第2四半期 (累計)	当第2四半期 (累計)	増減	前年同期比
売上高	5,289	723	—	—
売上総利益	739	723	△16	△2.2%
営業利益	233	105	△128	△54.6%
経常利益	165	112	△53	△31.9%
当期純利益	113	77	△36	△31.7%

## 2022年12月期第2四半期 営業利益推移

- ✓ 営業利益の予算600百万円に対して第2四半期は105百万円と予算進捗率17.6%となった。

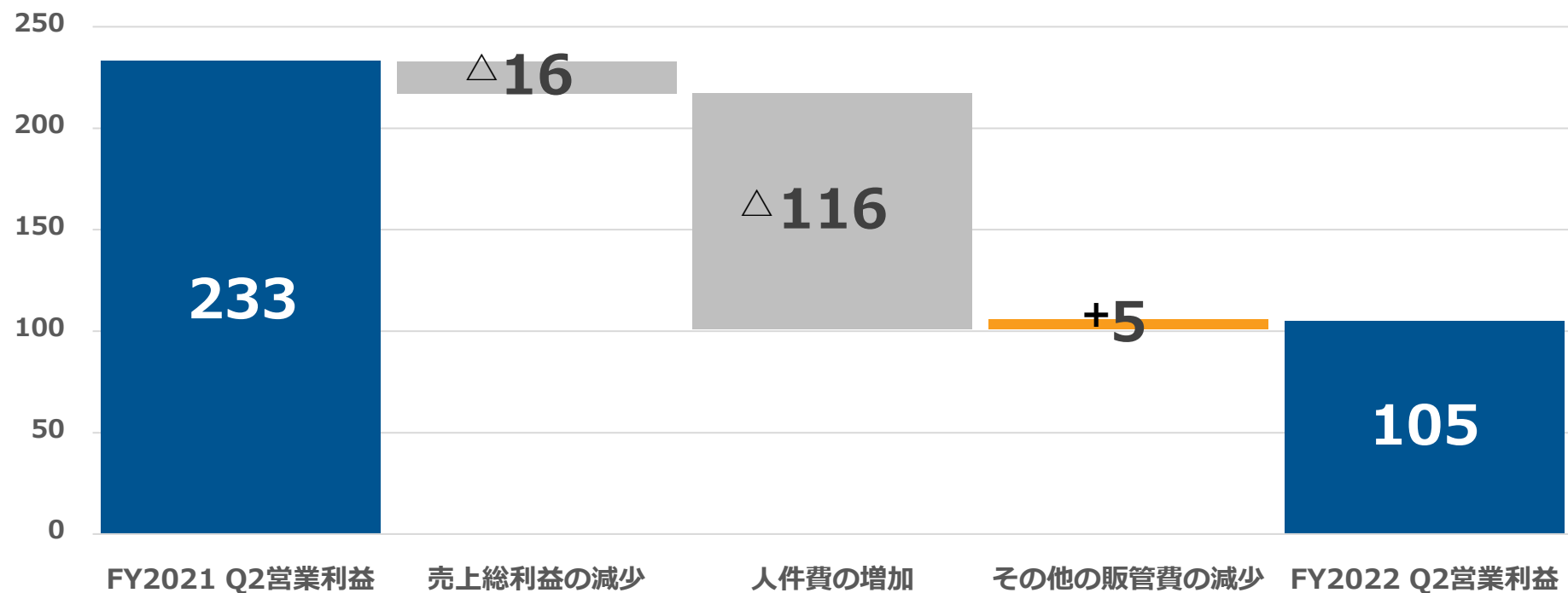


## 2022年12月期第2四半期 前年同期比

- ✓ ソフトバンク株式会社との協業による業績への寄与はあったものの、新規案件の獲得不振等の要因により売上総利益は前年同期比△16百万円となった。また社員増加(21年6月末比+48名)等による人件費増加により営業利益は前年同期比△128百万円となった。

前年同期比 第2四半期営業利益（累計） 増減要因分析

単位：百万円





## 2022年12月期第2四半期 貸借対照表

- ✓ 純資産が増加し自己資本比率が49.8%（前期比+5.8%）となった。
- ✓ 資本効率の向上を通じた株主の皆様への利益還元等の為、発行済み株式総数比1.2%の自己株式取得を決定

(百万円)	前期末	当第2四半期末	前期末比
流動資産	3,066	<b>2,746</b>	△10.4%
内 現預金	1,570	<b>1,454</b>	△7.4%
固定資産	245	<b>274</b>	+11.8%
資産合計	3,312	<b>3,021</b>	△8.8%
流動負債	1,766	<b>1,409</b>	△20.2%
固定負債	78	<b>99</b>	+26.4%
負債合計	1,844	<b>1,509</b>	△18.2%
純資産	1,467	<b>1,512</b>	+3.1%
負債・純資産合計	3,312	<b>3,021</b>	△8.8%
(自己資本比率)	44.0%	<b>49.8%</b>	

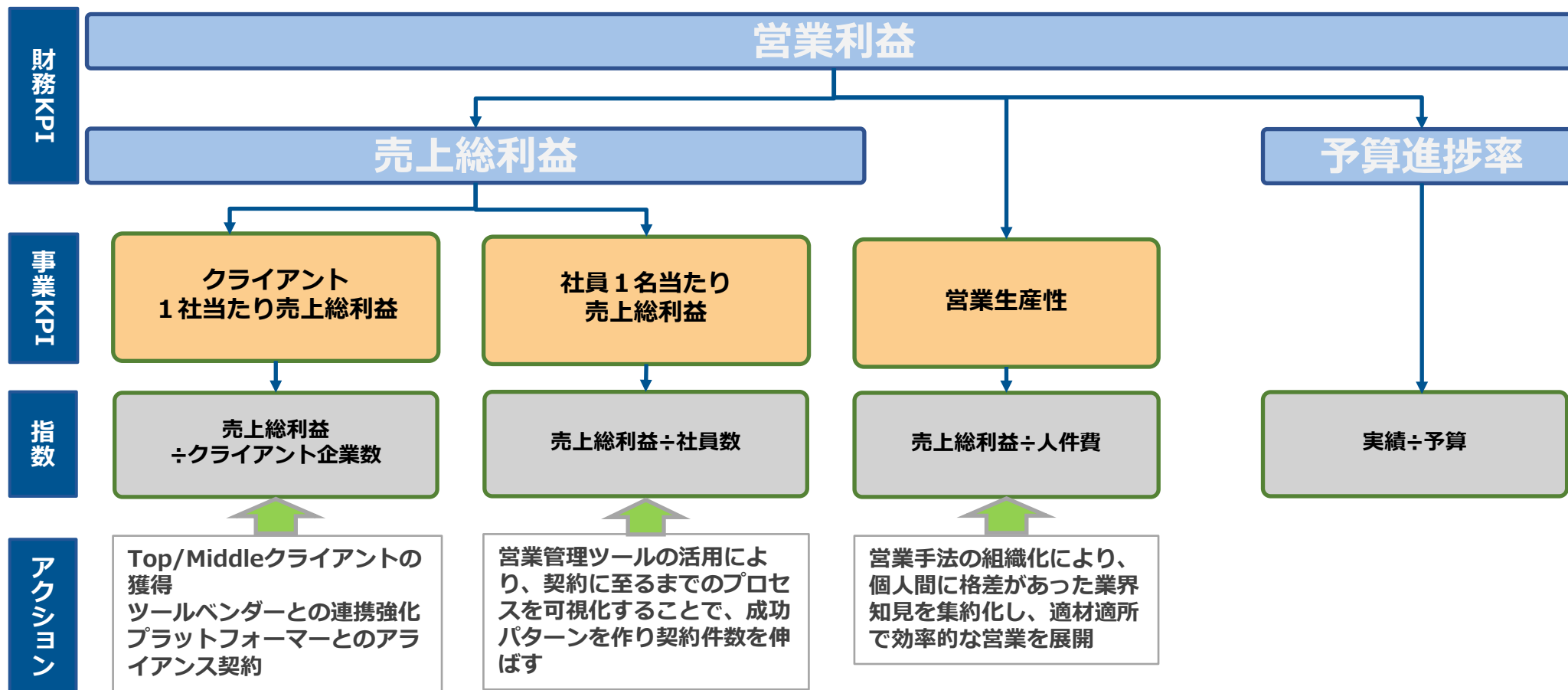


03

**KPI**

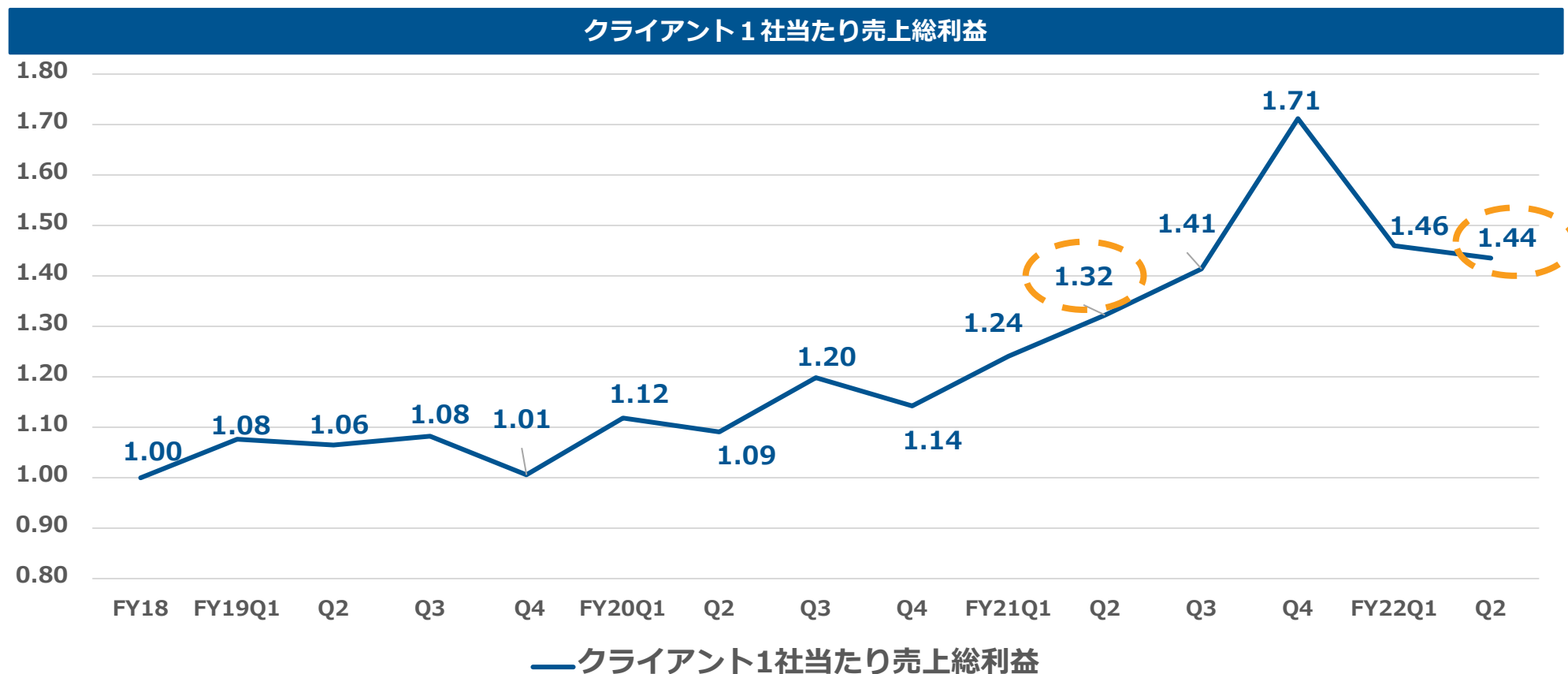
## 経営指標 – 4つのKPI（2022年12月期）

- ✓ 新収益認識基準の適用により重要なKPIについて一部変更。2022年12月期の重要なKPIは、広告事業の収益性を把握する為の①クライアント1社当たり売上総利益及び②社員1名当たり売上総利益、人材への投資成果を把握する為の③営業生産性、予算達成の管理指標である④予算進捗率の4つのKPIを設定



## 経営指標－クライアント1社当たり売上総利益

- ✓ ソフトバンク株式会社との協業効果等により、クライアント1社当たり売上総利益指数は、前第2四半期1.32から1.44へ上昇



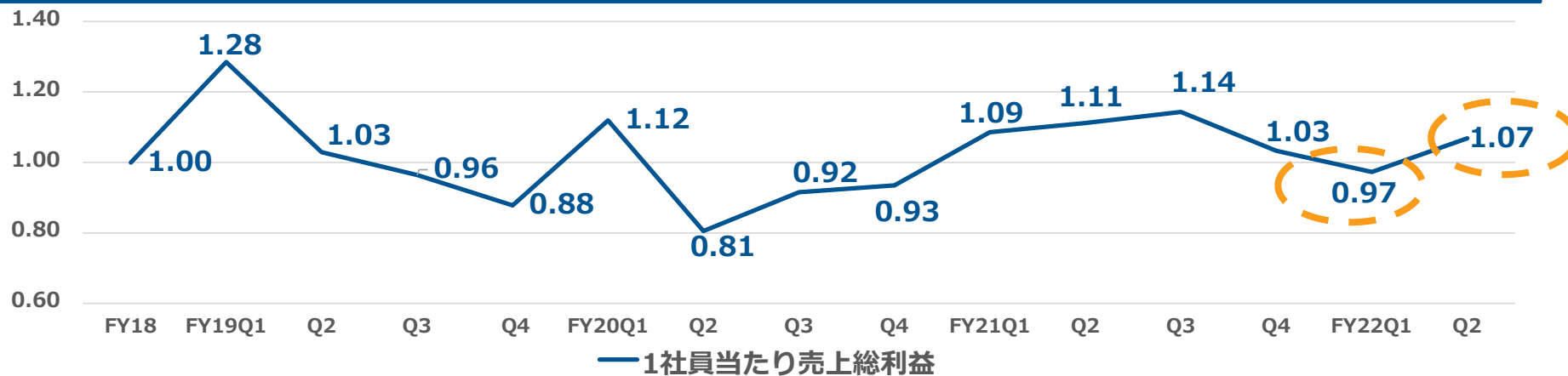
(注) 2018年度の各四半期を基準値「1.00」として各年度の各四半期の指数を算定

## 03

## 経営指標 – 社員 1 名当たり売上総利益・営業生産性

- ✓ 退職による社員数の減少等により 1 社員当たり売上総利益は第 1 四半期から 0.1 ポイント改善
- ✓ 一方、営業生産性は 4 月入社社員の人件費増により第 1 四半期から 0.58 ポイント低下

1 社員当たり売上総利益（4 月入社社員 53 名は研修期間中の為、社員数には含まず）



営業生産性（売上総利益÷人件費）（4 月入社社員 53 名の人件費含む）



(注) 2018 年度の各四半期を基準値「1.00」として各年度の各四半期の指数を算定



04

## 2022年12月期 業績予想

04

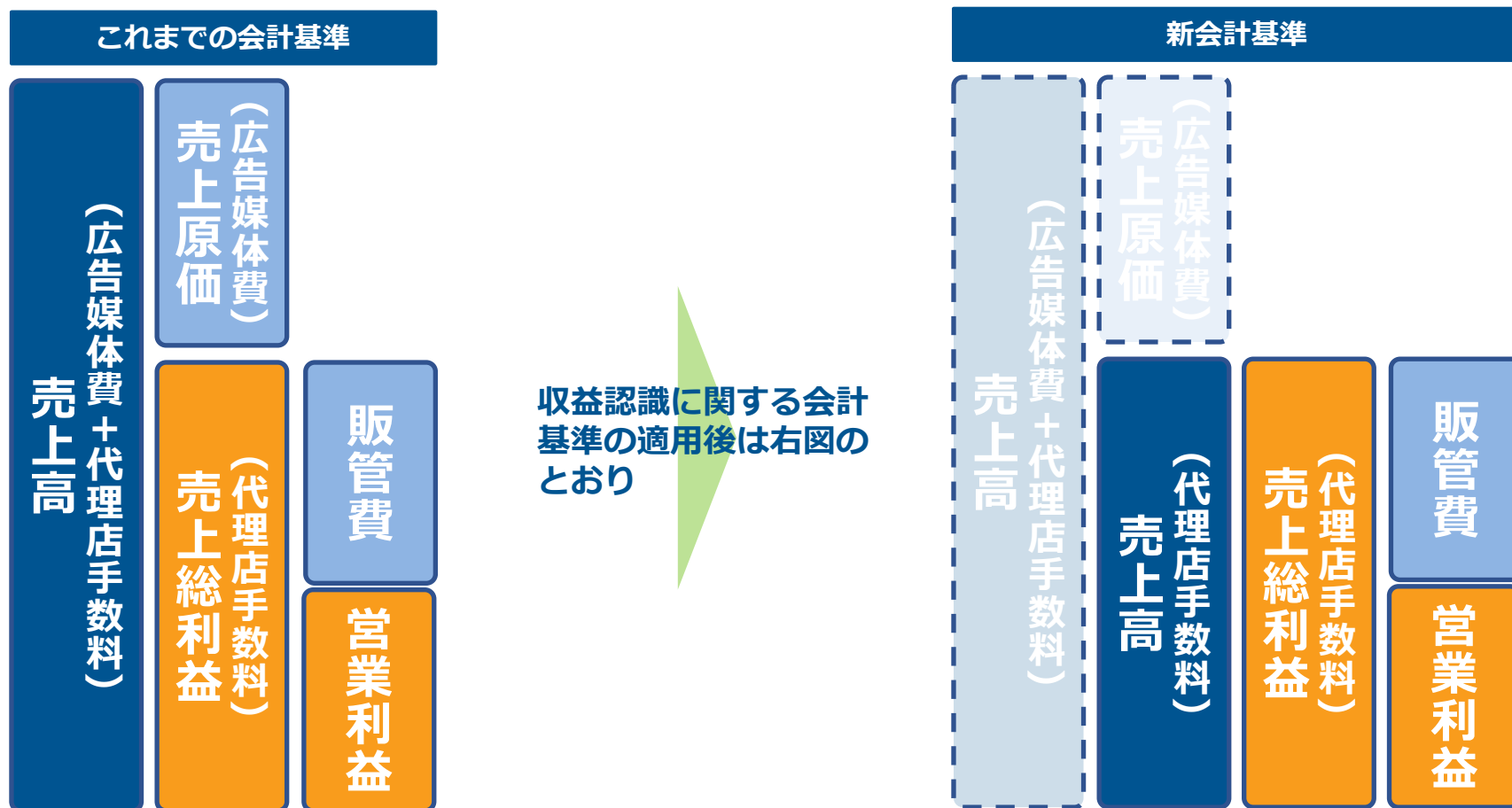
## 2022年12月期第2四半期 予算進捗率

- ✓ 新規案件獲得に向けた営業強化、ソフトバンクとの協業拡大により予算達成を見込む。
- ✓ 4月に新卒53名が入社(前期21名)。来期も新卒採用を中心に引き続き積極的な採用を継続

FY2022 業績予想				
(百万円)	2021年度 実績	2022年度 業績予想	2022年度 第2四半期	業績予想 進捗率
売上高	10,672	<b>1,960</b>	<b>723</b>	36.9%
営業利益	503	<b>600</b>	<b>105</b>	17.6%
経常利益	436	<b>599</b>	<b>112</b>	18.8%
当期純利益	311	<b>402</b>	<b>77</b>	19.3%

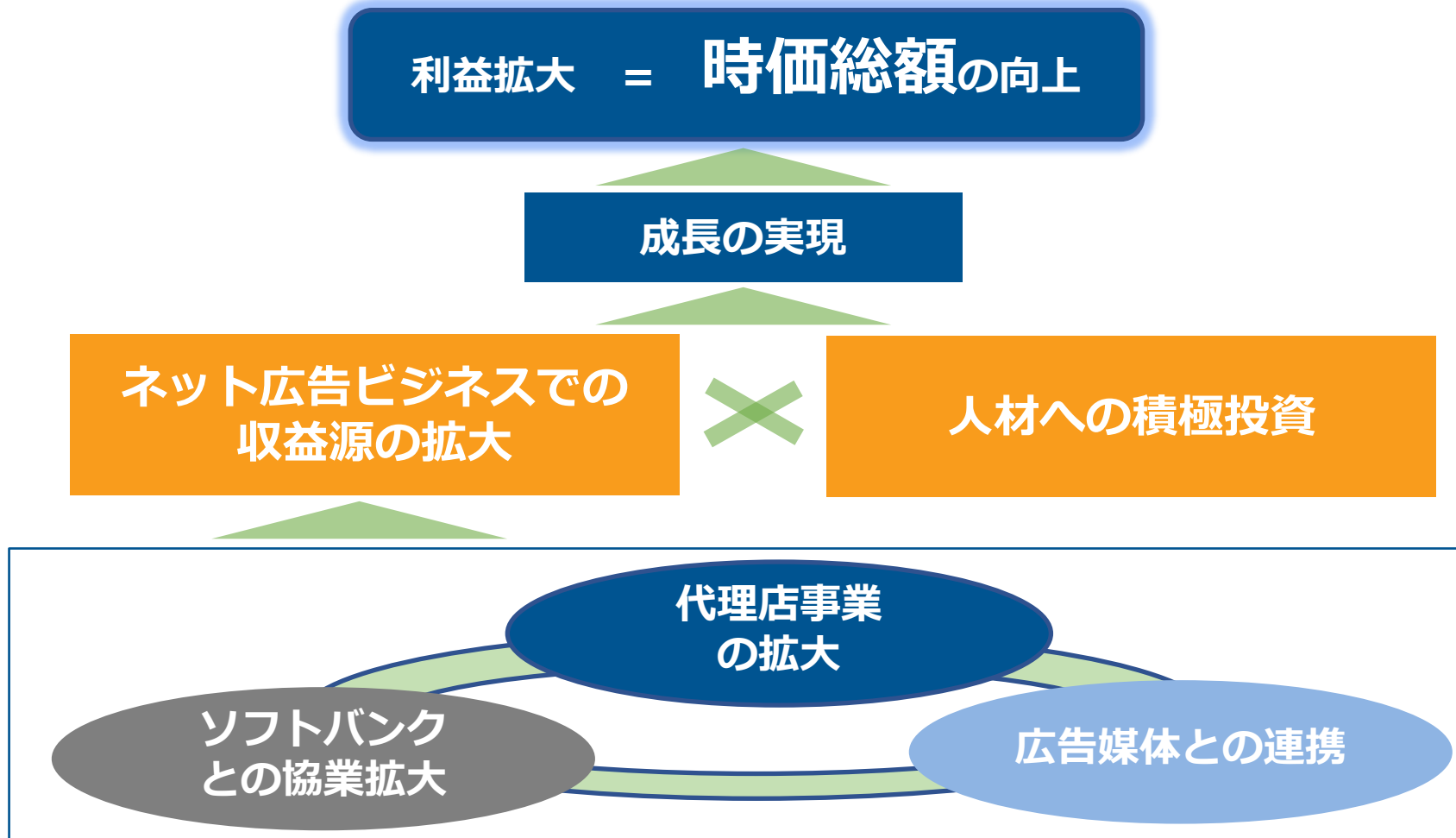
## 損益構造 – 会計基準の変更による影響（2022年12月期）

- ✓ 当期から「収益認識に関する会計基準(企業会計基準第29号)」等の適用による当社のPLへの影響は以下のとおり。

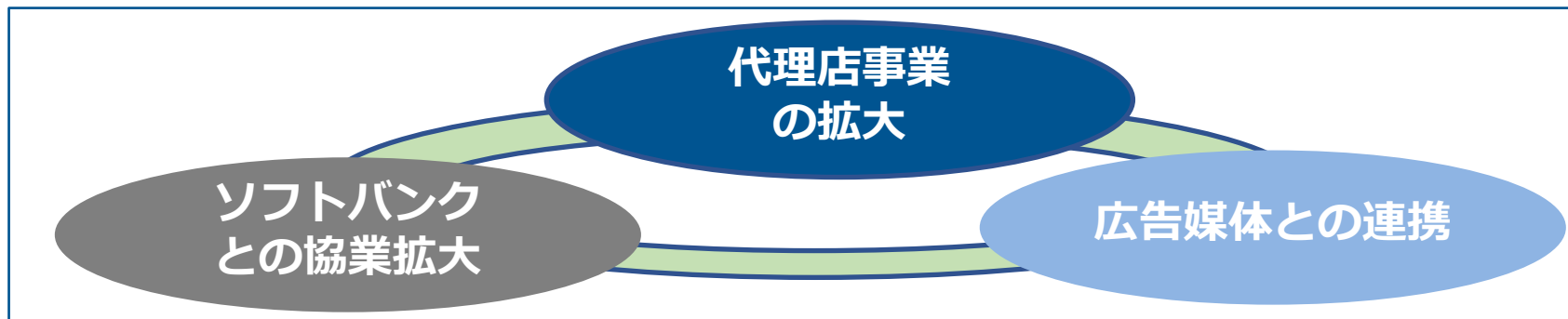




- ✓ 予算達成に向けた成長戦略は、①ネット広告ビジネスでの収益源の拡大、②その為の人材への積極投資



- ✓ 3つの成長戦略のバランスに配慮し持続可能な成長を実現



### ■ 代理店事業の拡大

他の広告代理店や印刷会社、ツールベンダー等とのアライアンスの拡大により、顧客獲得ルート of 拡大を図り収益拡大を目指す。

### ■ ソフトバンク及びグループ企業との協業拡大

協業範囲のタテ及びヨコの拡大により収益拡大を目指す。

### ■ 広告媒体との連携

今後、広告サービスの共同開発等、様々な連携の検討と実現による収益拡大を目指す。

～ 2022年12月期の営業戦略テーマ～

## 3 Synergies (3つのSynergyにより収益拡大)

### Team Synergy

#### 組織的営業の強化

- ・ 営業力強化

→ 組織的、戦略的な営業提案

→ 広告代理店やベンダー等とのアライアンス拡大

- ・ 広告運用力強化

→ 個々の社員のナレッジの集約化

→ 広告運用ツール等の活用

### Group Synergy

#### ソフトバンクとの協業拡大

- ・ 資本業務提携契約にもとづく協業領域のタテとヨコの拡大

→ 協業担当社員の増員

→ ナレッジシェアの促進

### Media Synergy

#### 広告媒体とのシナジー創出

- ・ 連携領域の領域の

- ・ 販売強化

- ・ サービス開発

## Find Synergies Company

## 成長戦略 – 人材への積極投資

- ✓ 一気通貫によるネット広告サービスの提供から、さらにネット広告以外の領域も含めたマーケティング全般のプランニング等のサービスが可能な総合的なマーケティング専門社員の育成を目指す。

デジタルマーケティングを含むマーケティング全般  
の対応が可能なオールラウンダーの育成

企画・営業力  
の強化

広告運用力  
の向上

マーケティングに  
おけるプランニン  
グ力の向上

当社のノウハウである社内研修 + 媒体研修や外部講師の活用

新卒を中心とした採用を主軸としつつ、業界経験者の中途採用で補完



05

## 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

## 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

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

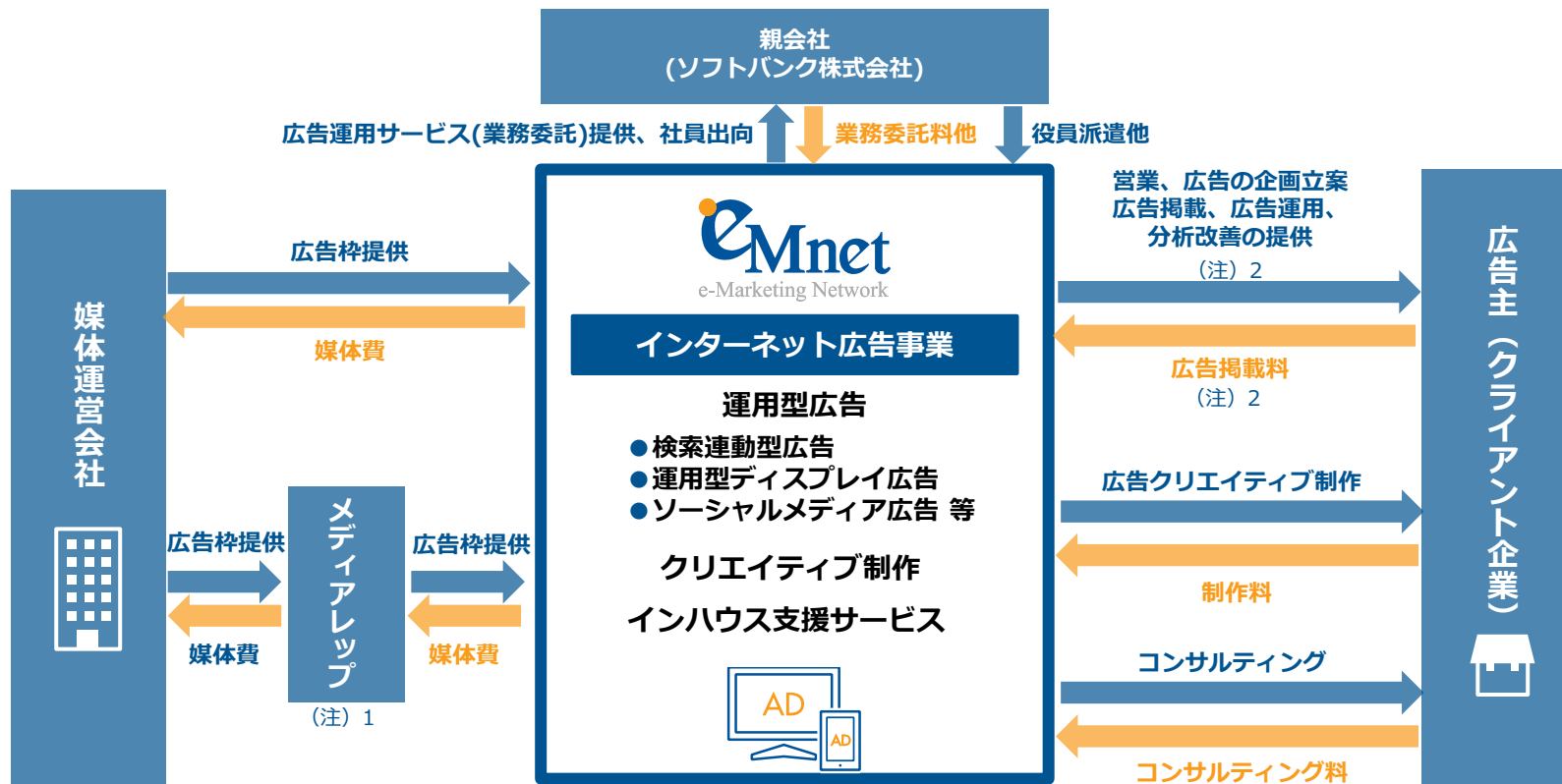
## 沿革

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（現 グロース市場）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
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4つ星に認定される

## 05

## 事業の内容 – 事業系統図

- ✓ 広告主(クライアント企業)のニーズに応じて運用型広告を中心としたインターネット広告の企画提案、広告出稿、広告運用、効果分析とその改善提案等のサービスを提供し、その対価として代理店手数料を収益計上
- ✓ また運用型広告以外にも広告クリエイティブの制作やインハウス支援のコンサルティングサービスを提供



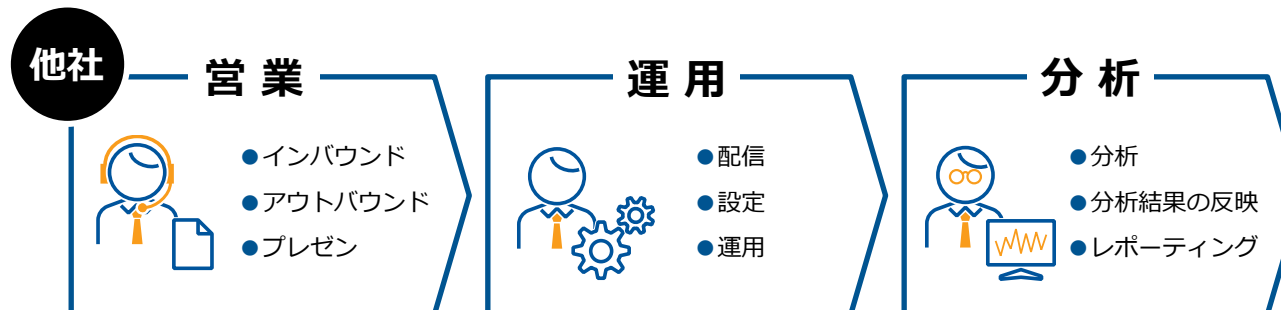
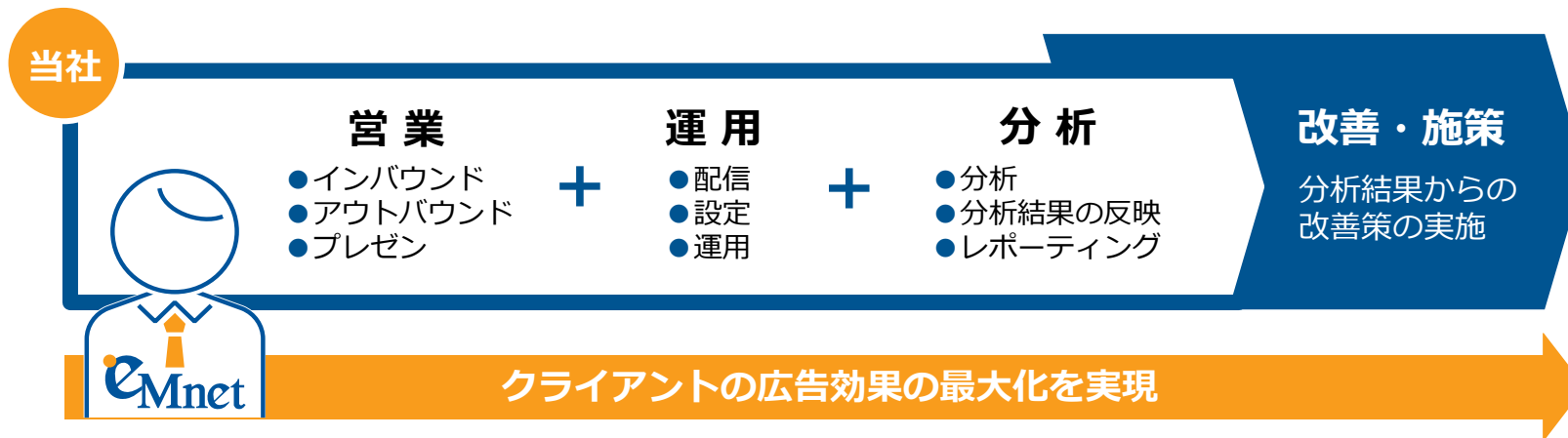
(注) 1.メディアレップとは、インターネット広告の取引において、広告の媒体運営会社と広告代理店や広告主との仲介を行っている事業者のことを意味しております。

2.取引の一部について、代理店を通じて取引を実施しております。

➡ : 資金の流れ

## 競争源泉 – 一気通貫体制（ノウハウ）

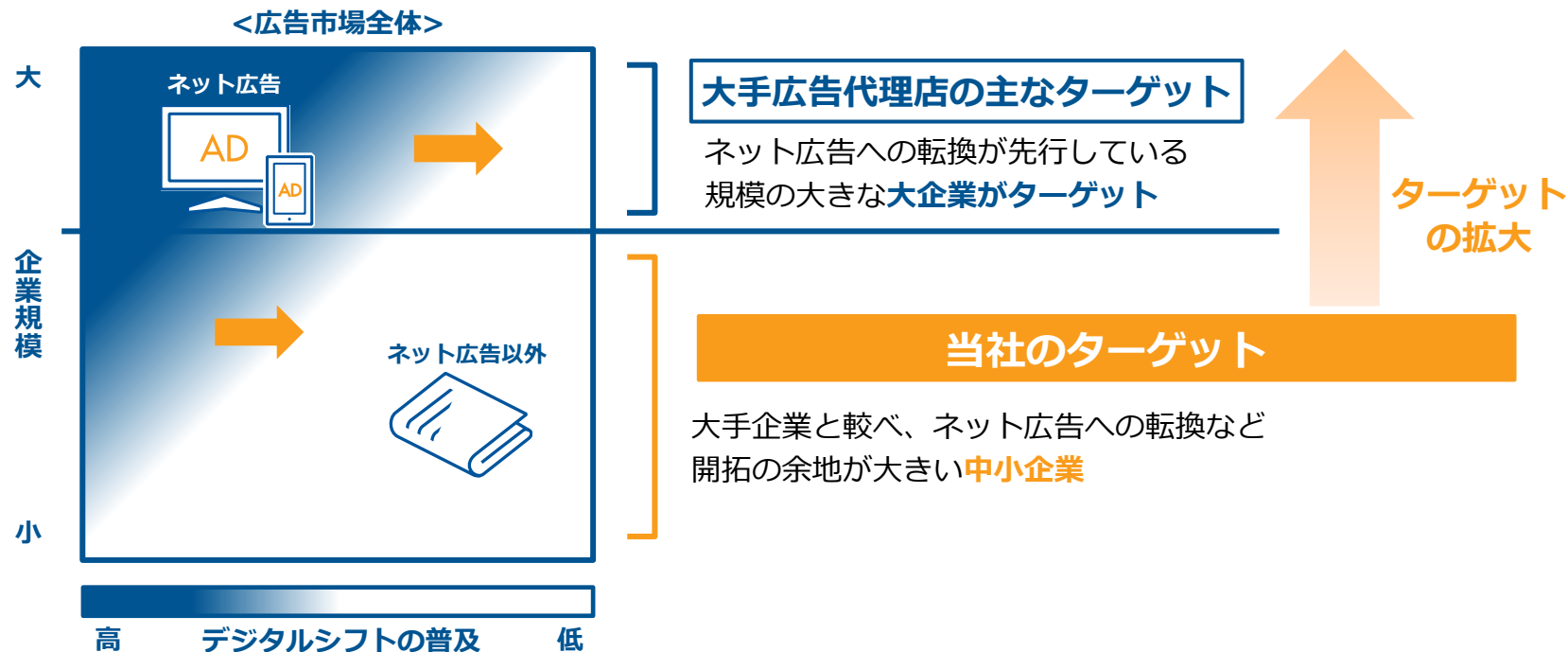
- ✓ 当社の担当が提案から分析・レポートまで専任で対応し、クライアントの広告効果の最大化を実現
- ✓ 各営業担当が知見のある業種へ営業を行うことにより、幅広い業種のクライアントにサービスを提供





## 競合環境 – 当社のポジション

- ✓ これまで当社がターゲットとしてきた中小企業に加え、ソフトバンク株式会社との資本業務提携により大手企業へターゲットを拡大
- ✓ また大企業のインターネット広告の運用体制の内製化ニーズに対応する為、インハウス支援サービスを提供することでも大手企業へターゲットを拡大

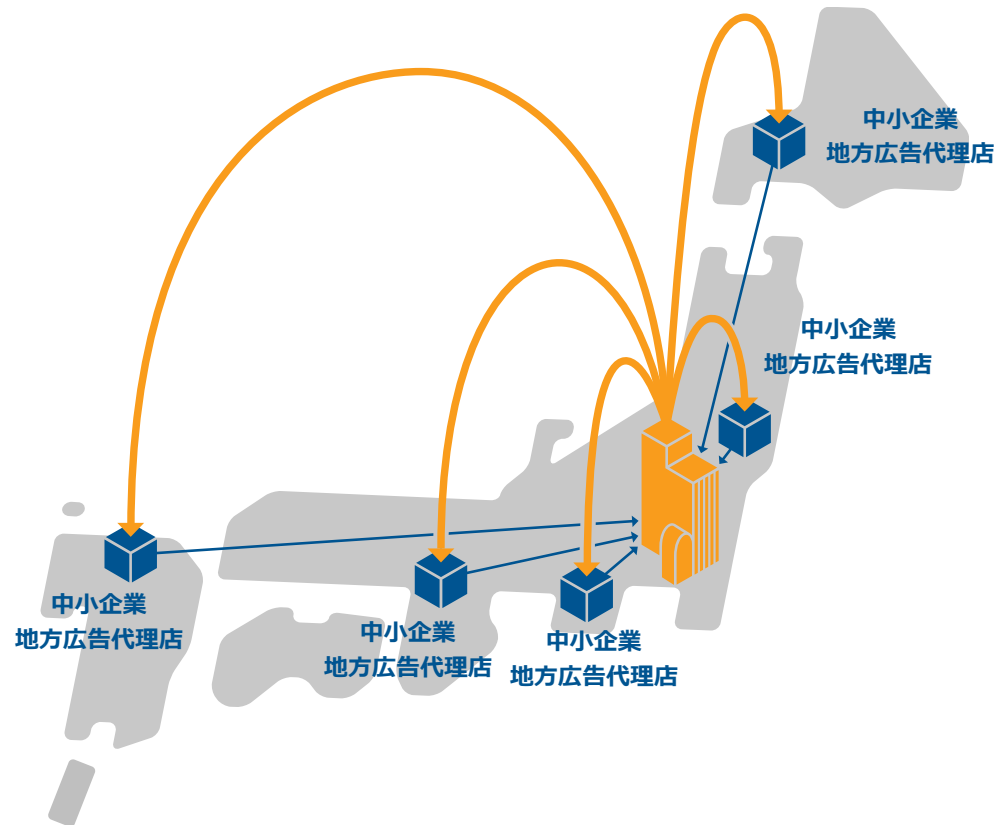


従来、新聞などの紙媒体が中心となっていた中小企業の広告が  
 細かなターゲティングができるネット広告へ徐々にシフト

05

## 競争源泉 – 東京を拠点としたスリムな営業体制

- ✓ 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、東京から地方企業に営業を展開
- ✓ 地方拠点を設置しないことで固定費を抑制し、柔軟な営業体制の構築が可能



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**

05

## ソフトバンク株式会社との資本業務提携 概要

- ✓ 2021年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
- ✓ 2021年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.

**41.37%\***  
連結

**20.67%\***

**eMnet**  
e-Marketing Network

\* 2021年12月31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



SoftBank

eMnet

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

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**

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（顧客拡大）



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**

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





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

05

## ソフトバンク株式会社との資本業務提携 – 業務提携（体制概要）

- ✓ 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





**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。**

**本資料に含まれる将来の見通しに関する記述は、現時点における当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づき判断したものであります。そのためマクロ環境や当社の関連する業界動向等により変動することがあります。従いまして、実際の業績等が、本資料に記載されている将来の見通しに関する記述と異なるリスクや不確実性がありますことをご了承ください。**



株式会社イーエムネットジャパン

〒160-0023 東京都新宿区西新宿6-10-1 日土地西新宿ビル10F