



事業計画及び成長可能性に関する事項

2021年12月期

株式会社イーエムネットジャパン

(東京証券取引所マザーズ市場 証券コード：7036)



CONTENTS

- 01 **ビジネスモデル**
- 02 **市場環境**
- 03 **競争源泉**
- 04 **事業計画**
- 05 **リスク情報**



01

ビジネスモデル

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

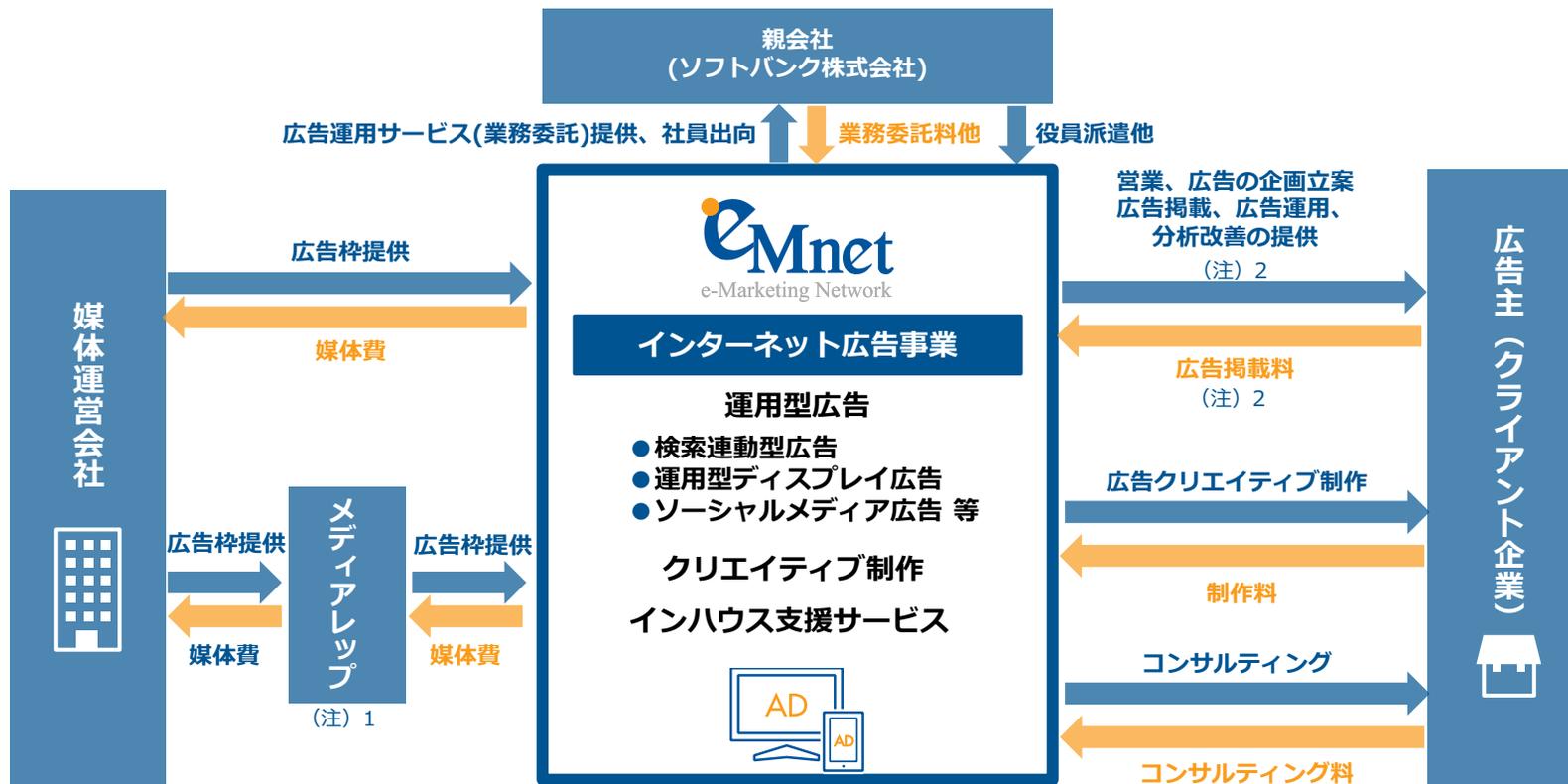
沿革

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

01

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

事業の内容 – 提供サービス（運用型広告・クリエイティブ制作）

検索連動型広告



豊富な実績に基づいた
最適な運用を提供

運用型ディスプレイ広告



新規・訪問・購入・
潜在ユーザーへ最適に
アプローチ

SNS広告



SNSの特性に合わせた
プロモーションで広告
成果を最大化

動画広告



ユーザーの印象に残る
広告を効果的に配信

フィード広告



ユーザーの興味関心に
合わせた広告で効率的
にアプローチ

純広告



課題に合わせた純広告
メニューのプランニン
グで潜在ユーザーへア
プローチ

アクセス解析



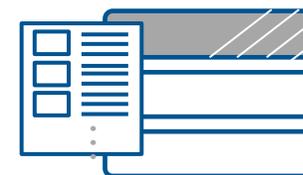
コンテンツマーケティング



WEBサイト制作



LP / バナー制作



01

事業の内容 – 提供サービス（インハウス支援サービス）

- ✓ 大企業を中心としたクライアントの広告運用体制の内製化ニーズの増加に対応するために、当社のこれまでの広告運用ノウハウを活用し、クライアントの広告運用体制の内製化を支援
- ✓ 当社がメインターゲットとしてこなかった大企業へ、インハウス支援サービスを通じてアプローチ



定例会の開催、常駐など運用伴走

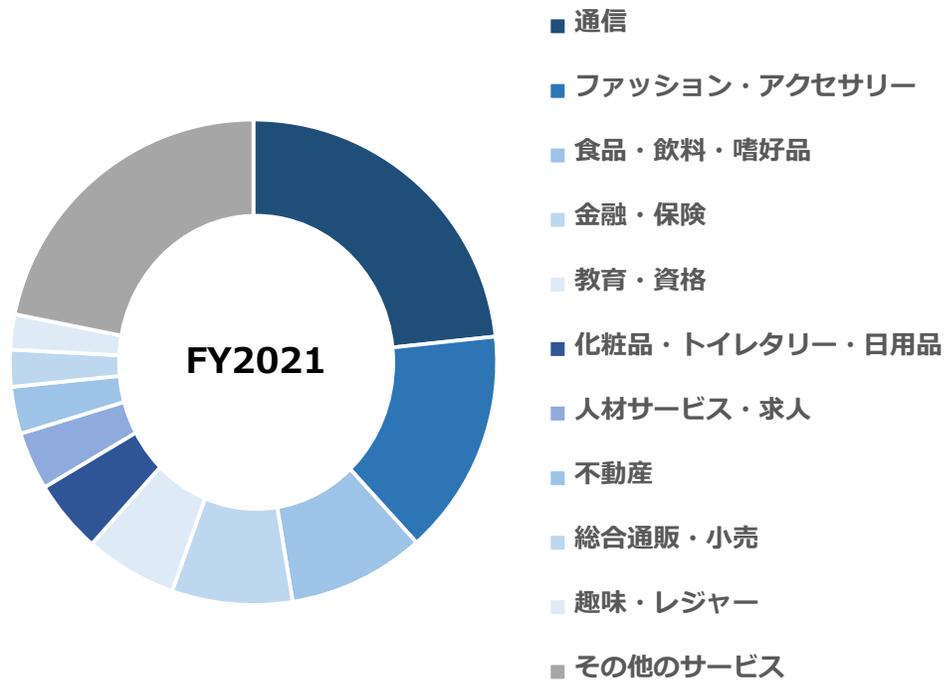
約3カ月～6カ月

01

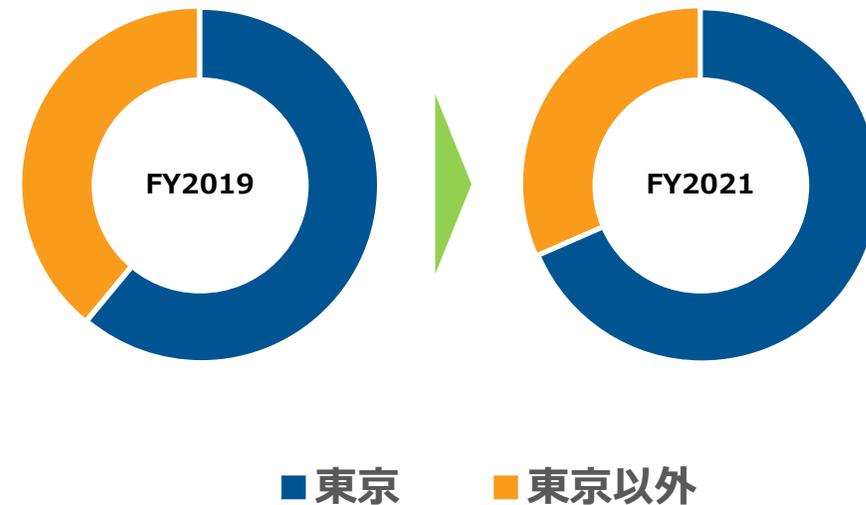
損益構造 – 売上高の構成（FY2021）

- ✓ 業種別の売上高は、幅広い業種のクライアントで構成
- ✓ 地域別売上高は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、FY2019と比べて東京以外のクライアントの売上構成比率が低下

業種別売上高



地域別売上高

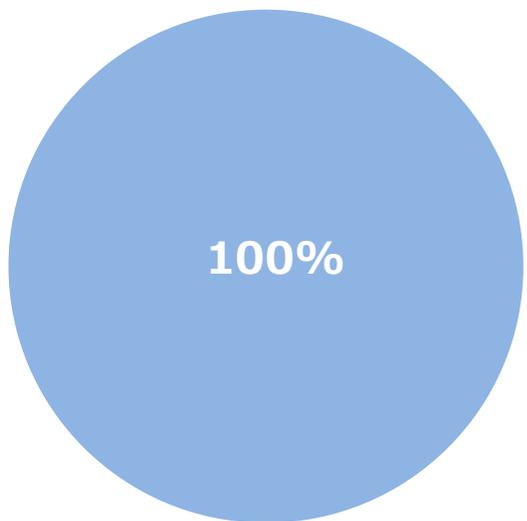


01

損益構造 – 売上高の構成（FY2021）

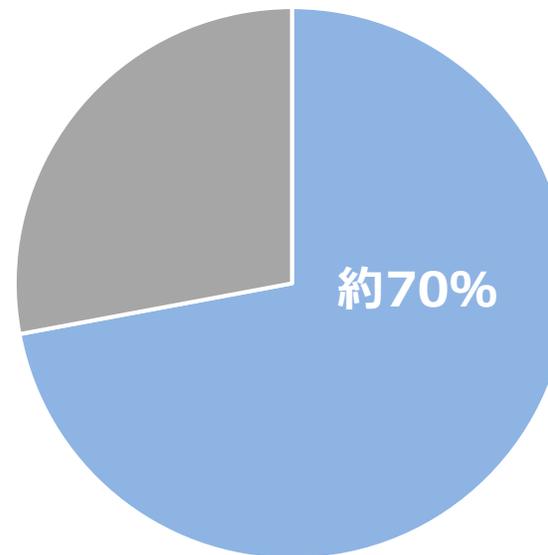
- ✓ 売上原価は、広告媒体費で構成
- ✓ 販売費及び一般管理費の約70%は人件費が占めており、販売費は55%、一般管理費は45%で構成

売上原価 構成比



■ 広告媒体費

販売費及び一般管理費 構成比

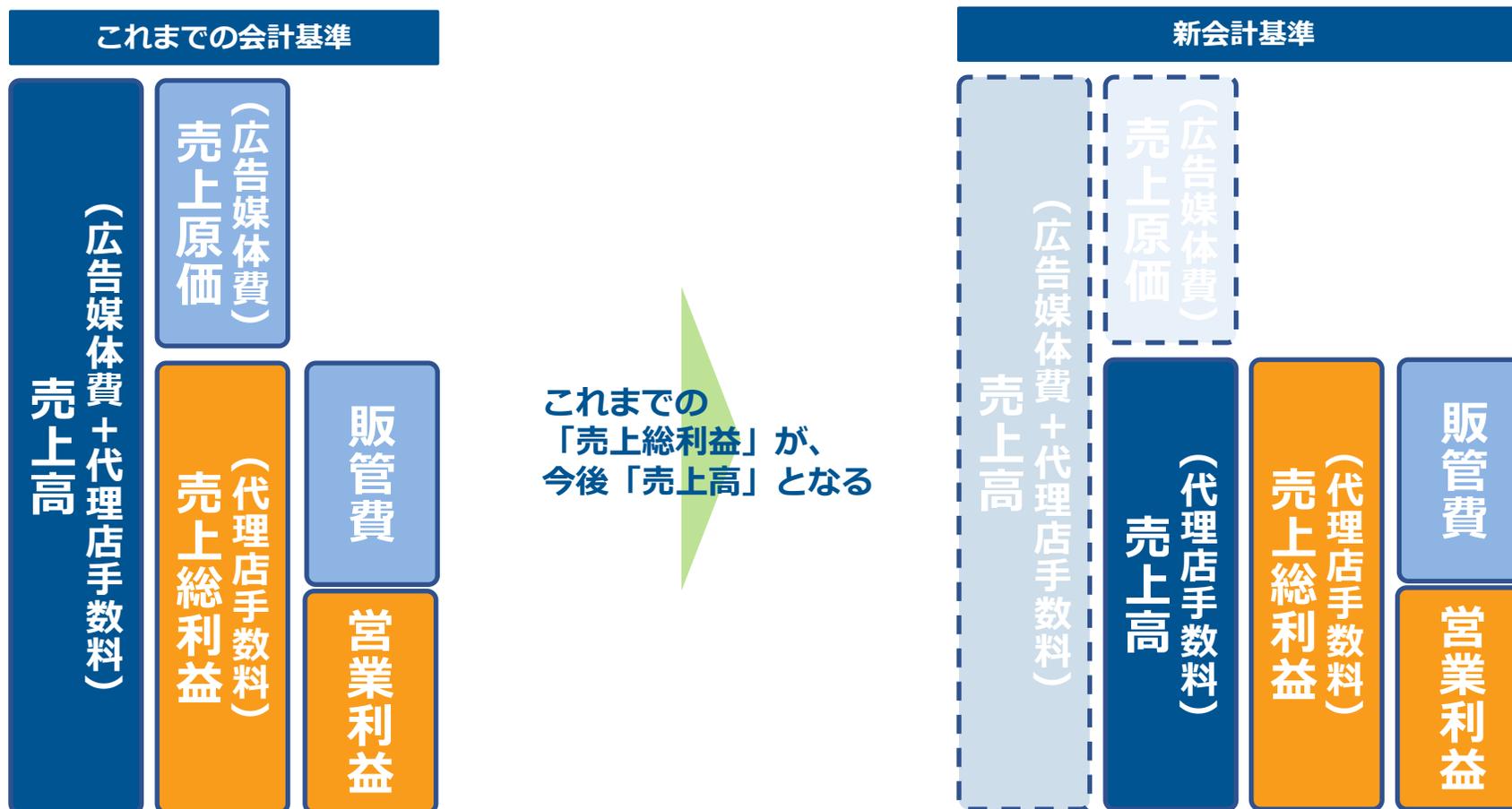


■ 人件費 ■ その他

01

損益構造 – 会計基準の変更による影響（FY2022）

- ✓ FY2022より「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





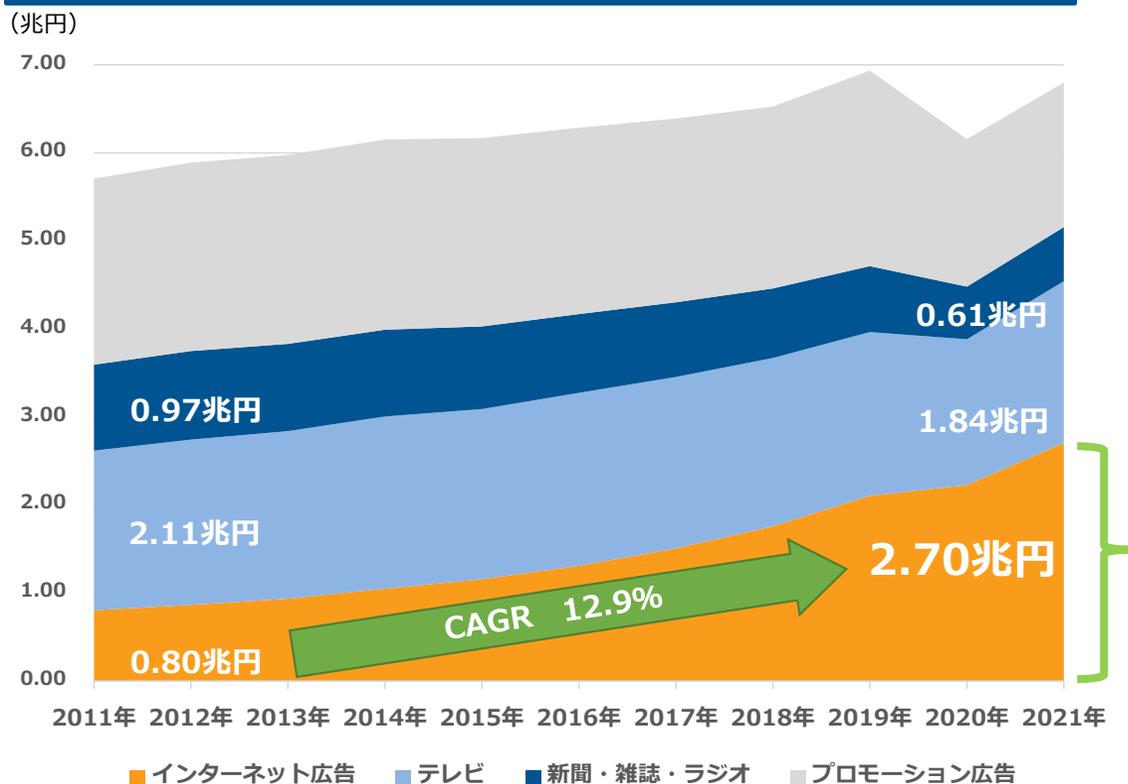
02

市場環境

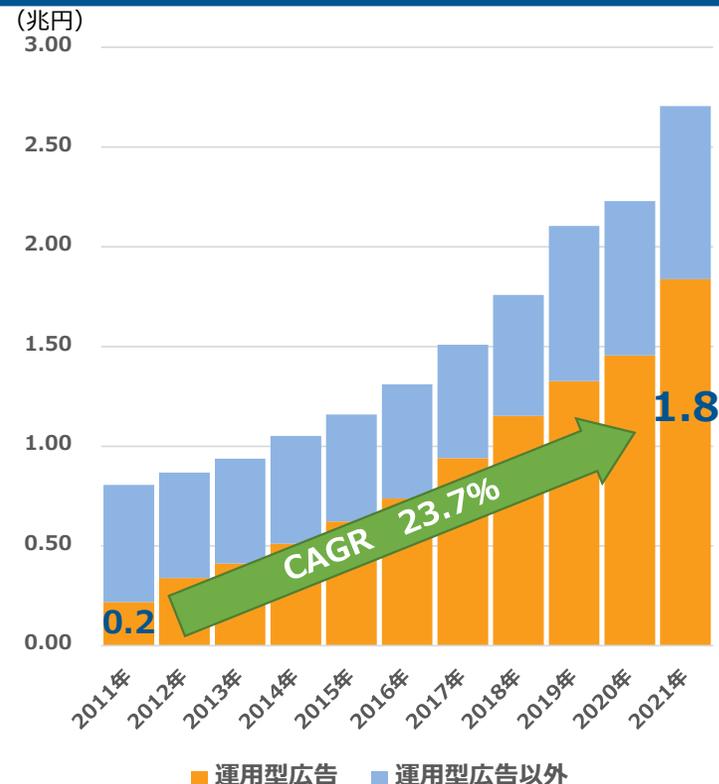
インターネット広告市場の推移

- ✓ インターネット広告市場は、2019年にテレビ広告を抜き広告市場でシェアNo1を達成。更に2021年は初めてマスコミ四媒体の広告費(新聞、雑誌、ラジオ、テレビメディア)」を上回り引き続き成長を継続
- ✓ 当社の主力サービスである運用型広告は、インターネット広告市場の年平均成長率12.9%を上回る23.7%で成長

インターネット広告市場の推移



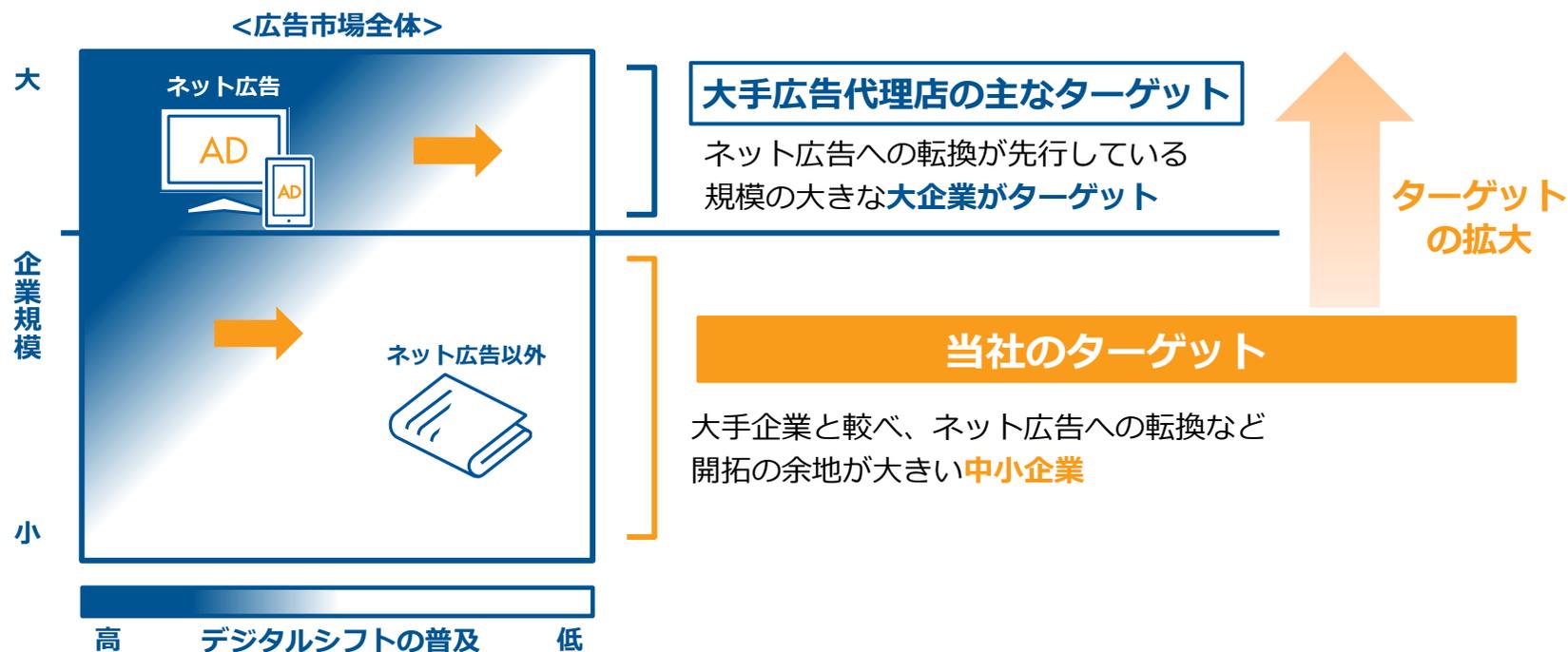
運用型広告市場の推移



出所：「日本の広告費」「2021年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」(株式会社電通)を元に作成

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

04

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



SoftBank

eMnet

大企業を中心とする
複数業種の顧客基盤

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

04

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





03

竞争源泉

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



競争源泉 – 大手広告媒体からの認定

- ✓ 多くの広告媒体から認定代理店として認定
- ✓ 認定により他の代理店と比べ、広告媒体の最新情報等が優先的に提供され、またトレーニング等のサポートの提供を受けられる点で優位性有り

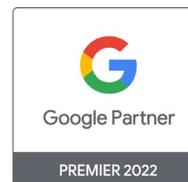
Yahoo!



●認定パートナーとは

Yahoo!広告 パートナー、Yahoo! JAPANの広告商品・サービスを総合的に活用し、優れた実績のあるパートナーに対して、一定の売上基準を満たした広告会社を「★」で認定する制度。プロダクト導入促進サポート、新規プロダクトアップデート情報の共有、マーケティングレポート提供、成果改善提案などのサポート体制。

Google



●Google Partnerとは

- Google Partner バッジには 2 つのレベルがある (Google Partner プレミアバッジ、Google Partner バッジ)
- Google Partner プレミアバッジは、高度な専門知識を持ち、顧客満足度の高い広告運用によって業績を上げる代理店のみ認定が付与

LINE



●「LINE Biz Partner Program」の「Sales Partner」

- 「LINE公式アカウント」、運用型広告「LINE広告」、LINEを活用した店頭販促ソリューション「LINEで応募」を中心とした広告商品を販売するパートナー

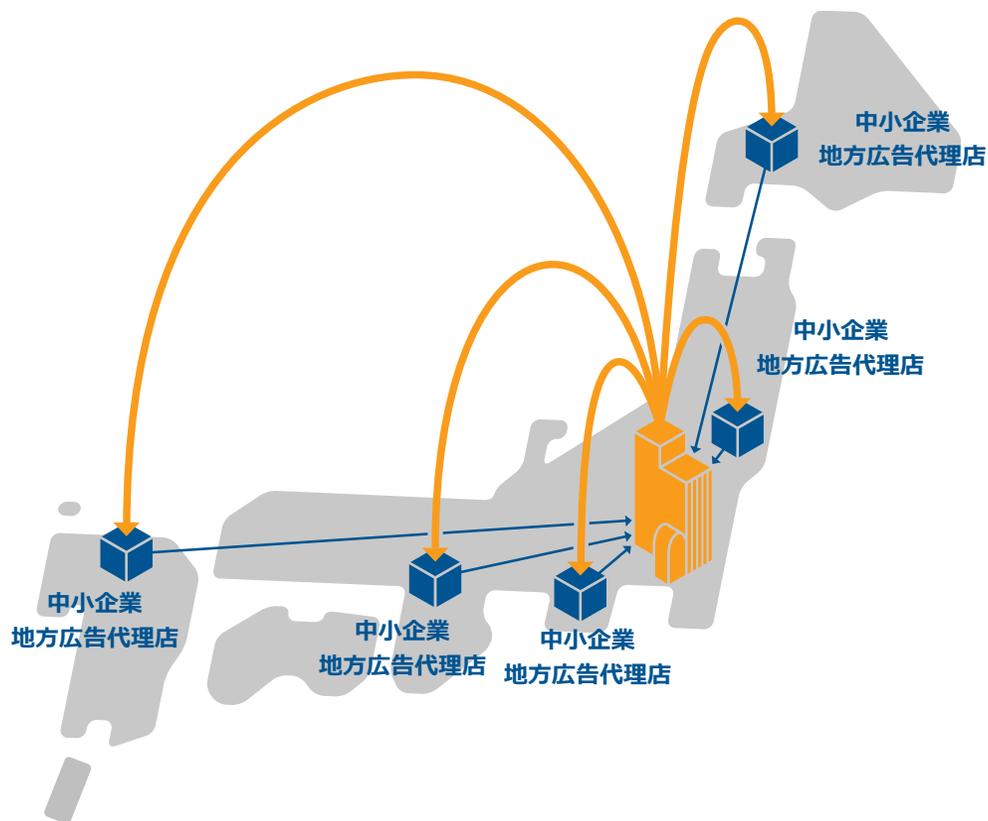
その他 (Facebook、Twitter 等)



- セールスパートナー認定 Facebook、Twitter、Criteo 等

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

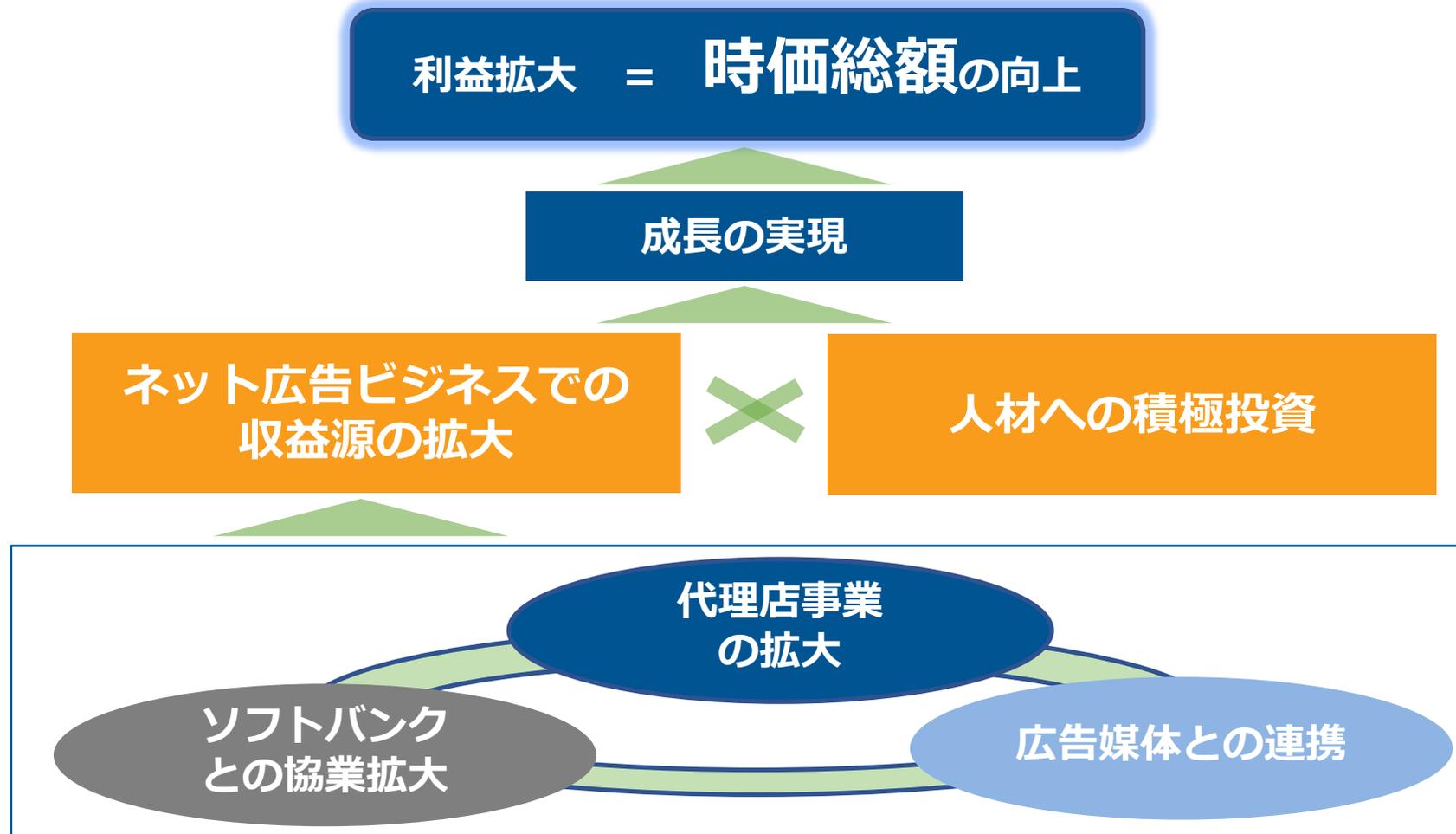
- ▷ 最新の情報に触れられる機会を提供し、
従業員の知識・技術を向上
- ▷ 人員の集中によるサービスの**高いクオリティ・コントロールを実現**



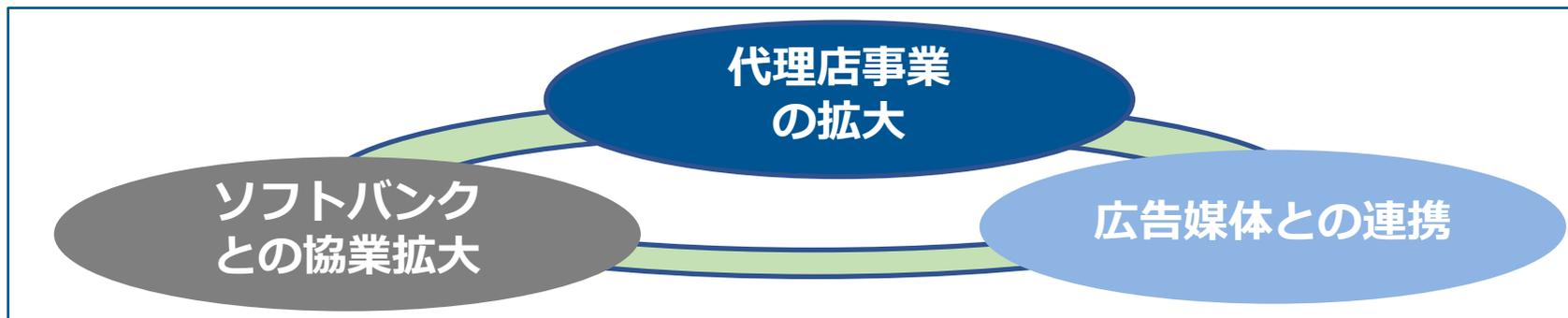
04

事業計画

- ✓ 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、顧客獲得ルートの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。

～ FY2022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

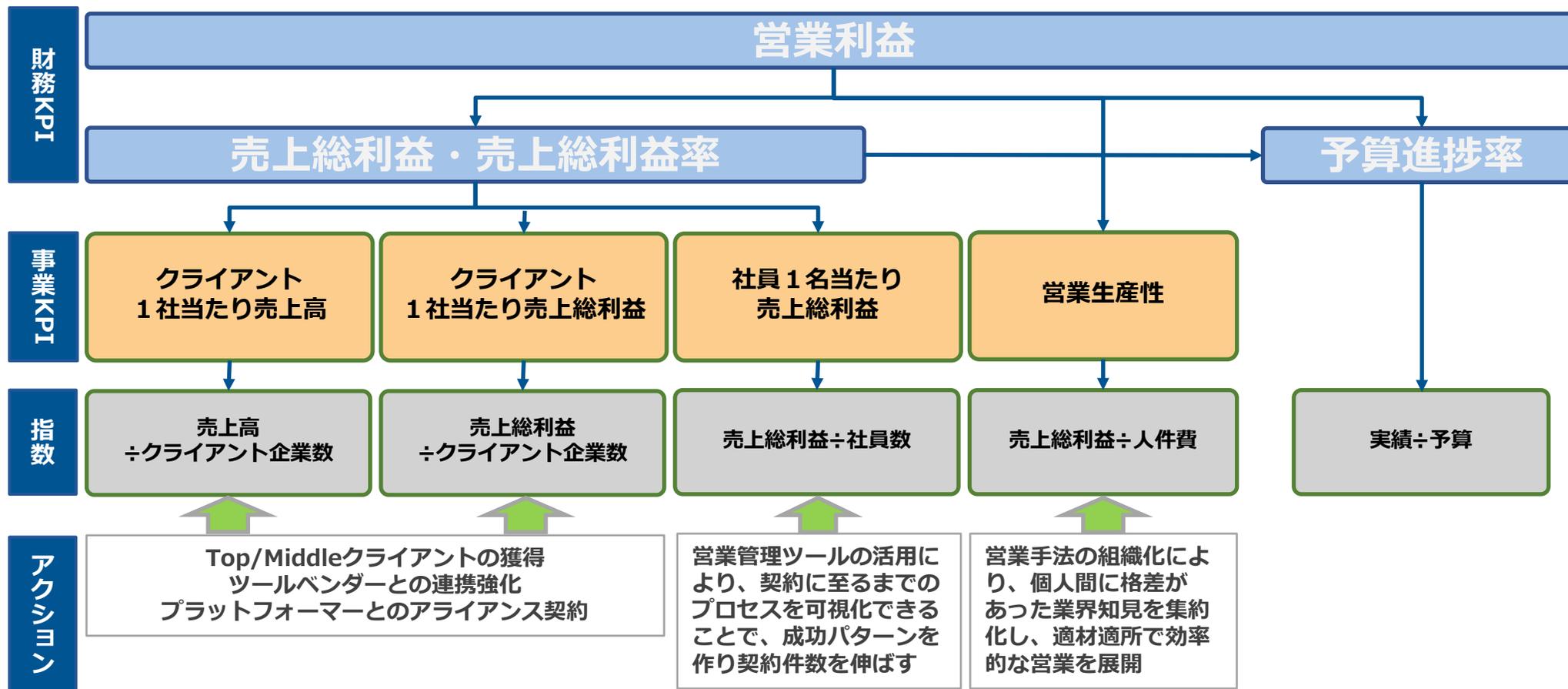
マーケティングに
おけるプランニン
グ力の向上

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

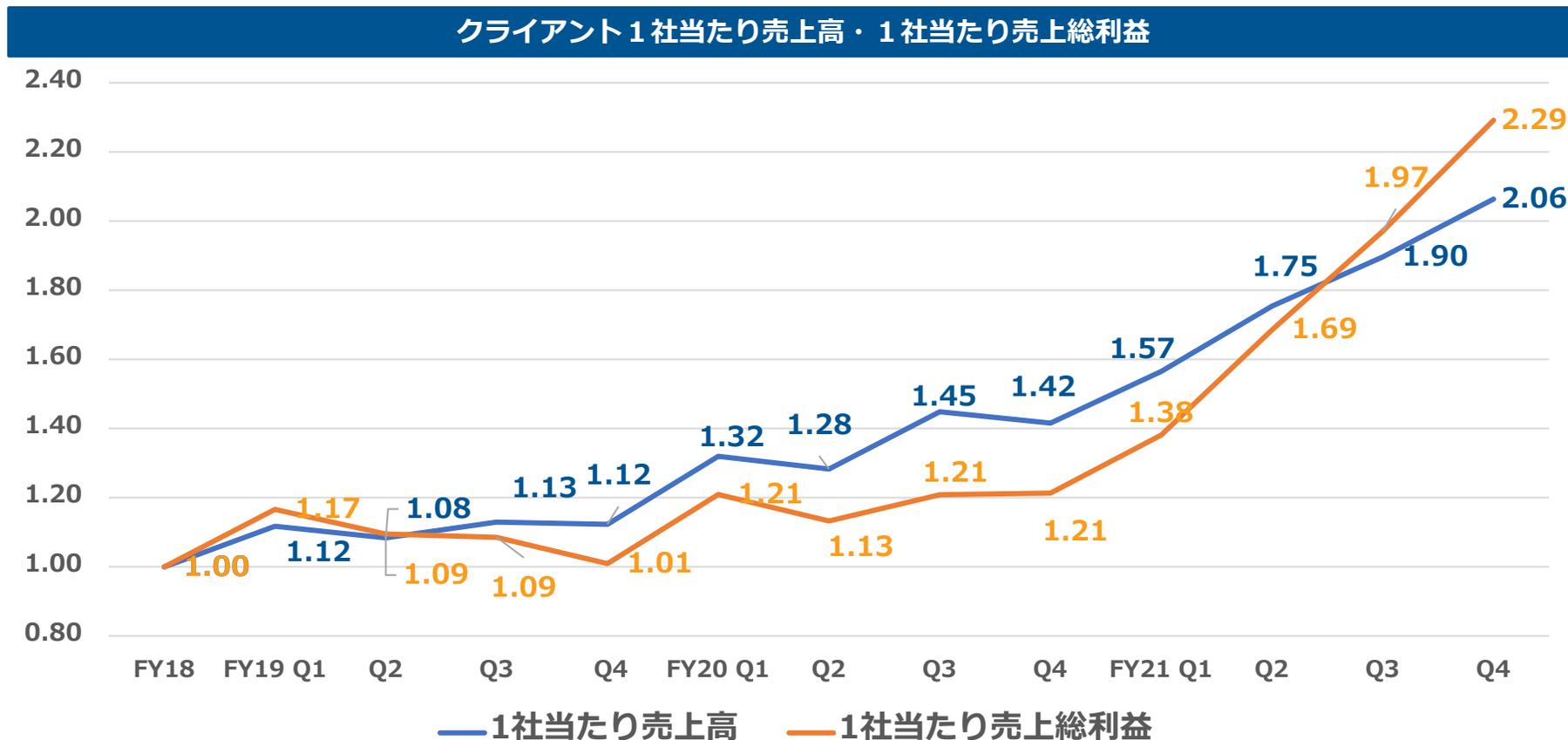
経営指標 – 5つのKPI（2021年12月期）

- ✓ 経営上、重要なKPIは、広告の取扱高を把握する為の①クライアント1社当たり売上高、代理店手数料等である売上総利益のパフォーマンスを計測する②クライアント1社当たり売上総利益及び③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④営業生産性、最後に予算達成の管理指標である⑤予算進捗率の5つのKPI



経営指標 – 4つの事業KPI

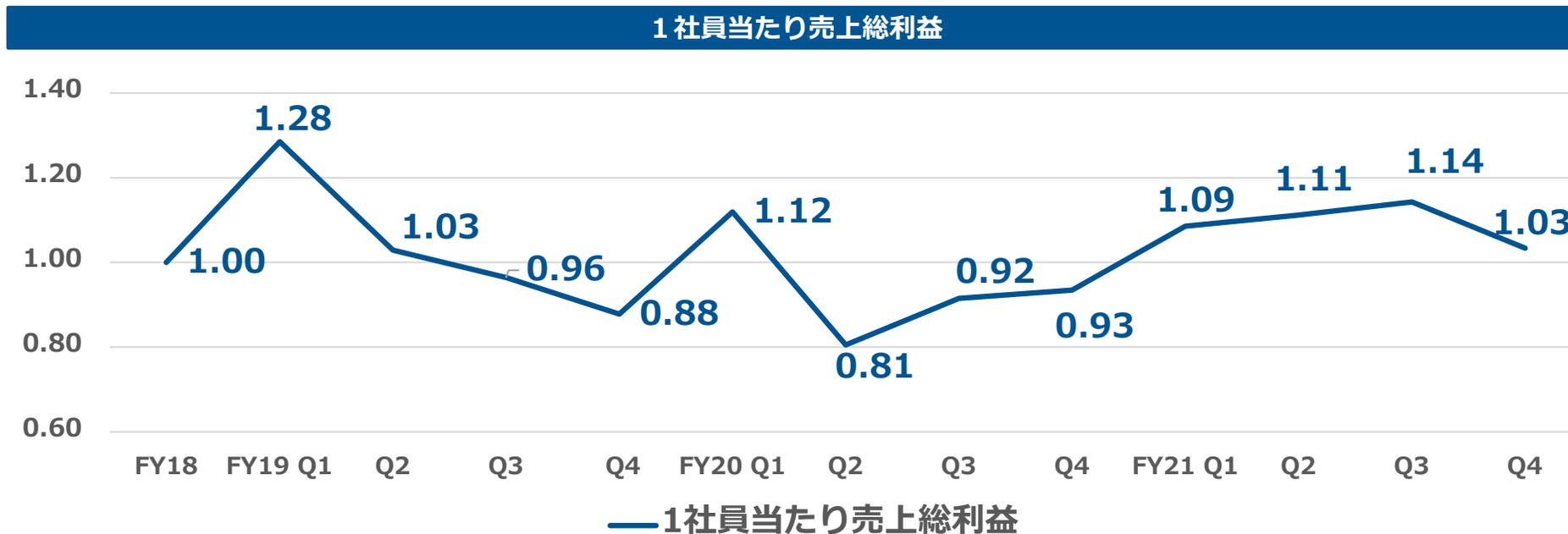
- ✓ FY2018の各四半期を基準値「1.00」として、各年度の各四半期の指数を算定（例えば、FY2018の第4四半期とFY2021の第4四半期の1社当たり売上高を比較して指数2.29を算出）
- ✓ 1社当たり売上高及び売上総利益はともに上昇傾向が継続



(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

経営指標 – 4つの事業KPI

- ✓ 1社員当たり売上総利益は、新型コロナウイルスの感染拡大の影響もありFY2020第2四半期は0.81まで低下したが、その後はFY2021第2四半期には1.03まで改善



(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

経営指標 – 4つの事業KPI

- ✓ 営業生産性は、社員数が増回し、更に社員数の半数弱が入社2年以下ではあるが、FY2021第4四半期では2.33とこれまでの各第4四半期と比べ最高水準となった。今後は社員の戦力化により更なる生産性の向上を見込む。



経営指標 – FY2022 業績予想

- ✓ 今後も代理店事業の成長、ソフトバンクとの協業拡大を見据え人材への積極投資を継続し、新卒50名超の入社(前期21名)や中途採用を予定。人件費増を上回る収益獲得により、FY2022も増益を予想
- ✓ 予算進捗率については、FY2022第1四半期以降、四半期ごとに決算説明資料で報告予定

(百万円)	FY2022 業績予想			
	FY2020 実績	FY2021 実績	FY2022 業績予想	前年 同期比
売上高*	–	–	1,960	–
営業利益	290	503	 600	119.1%
経常利益	291	436	 599	137.6%
当期純利益	212	312	 402	129.3%

* 収益認識に関する会計基準の適用の為、2020年度実績及び2021年度実績の売上高の記載は省略



05

リスク情報

- ✓ 現状、認識しうるリスク及びその対応策は以下のとおり。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照

	主要なリスク	顕在化の可能性 /時期	顕在化した 場合の影響	リスク対応策
インターネット広告事業に係るリスク	技術革新について インターネットビジネスの業界環境は、事業に関連する新技術の開発やそれらを利用した新サービスの導入が相次いでいる。その為、激しい環境変化への対応が遅れた場合には、当社のサービスの陳腐化、競争力の低下が生じる可能性	中/中長期	大	新技術の導入及び新サービスの提供を継続的に検討するとともに、優秀な人材の確保に取り組むことで対応
	景気動向の変動 インターネット広告市場を含む広告市場は、一般的に市場変化や景気動向の変動により広告主が広告費用を削減する等、景気動向の影響を敏感に受けやすい傾向がある。例えば、2020年1月頃より顕在化した新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、消費需要の低迷による広告需要の減少等、わが国経済の景気動向の変動によって、当社の成長に影響を与える可能性	中/中長期	大	景況感を注視しつつ、特に新型コロナウイルス感染症については、日本政府や東京都等の方針に従いつつ、投資等の経営判断を実施することで対応
	市場動向 今後の日本におけるインターネット利用者人口の推移やインターネット広告市場の成長を阻害する状況の発生等、何らかの事情により、インターネット広告市場の成長が将来にわたって継続する保証はなく、結果として当社の成長に影響を与える可能性	小/中長期	大	市場動向を注視しつつ、的確な経営戦略を立案し、それにもとづく経営判断を実施することで対応

- ✓ 現状、認識しうるリスク及びその対応策は以下のとおり。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照

	主要なリスク	顕在化の可能性 /時期	顕在化した 場合の影響	リスク対応策
インターネット広告事業に係るリスク	<p>競合 インターネット広告事業は、新規参入する競合会社も多く、競合会社が多数存在。その為、競合との間で顧客獲得のための価格やサービス競争の激化等により収益性が低下する可能性</p>	中/中長期	中	当社の特徴であるワンストップサービス（一人の担当者が営業、広告の企画提案・運用・分析・改善までをワンストップで行う専任制）により、企画力や営業提案力等の強化や広告主との良好な取引関係の維持等に積極的に取り組み、競争優位性を確保することで対応
	<p>法的規制 広告主が法律に違反しても直ちに当社の広告取引が違法となるわけではないが、当社が広告主の違法行為を助長するものとみなされた場合、当社の社会的信用が失墜し、場合によっては損害賠償請求の対象となる可能性 また、昨今、インターネット上の個人情報保護の観点からクッキー（Webサイトとユーザー間でやり取り・保存されるアクセス情報）に対する規制が検討されているなど、インターネットを取り巻く法令整備は日々進んでおり、今後、このような法令の改正や新たな法令の制定等が行われ、既存の法令等の解釈に変化が生じたり、インターネット広告事業の自主規制が制定された場合、当社の成長に影響を与える可能性</p>	中/中長期	大	各種法的規制に抵触しないよう広告取扱ガイドラインを制定し、広告の内容について管理統括部の専任担当者が慎重に確認する体制を構築し対応 またクッキーに対する規制については、広告媒体と連携し、クッキーに依存しない広告媒体や広告運用に関する情報を適時入手し、クライアントへサービス提供することで対応

- ✓ 現状、認識しうるリスク及びその対応策は以下のとおり。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照

	主要なリスク	顕在化の可能性 /時期	顕在化した 場合の影響	リスク対応策
インターネット広告事業に係るリスク	媒体運営会社への依存 当社は、インターネット広告事業の単一セグメントで事業を展開しており、取引形態の性質上、媒体運営会社からの広告枠の仕入れにビジネスが依存。媒体運営会社のうち、Google,Inc.の提供する「Google 広告」及びヤフー株式会社の提供する「Yahoo!広告」の取次額（媒体費用）への依存度は2社合計で媒体費総額の79.5%（2021年12月期）と高水準の為、当該2社の事業方針の変更や契約の更新内容、また契約の更新ができなかった場合、当社の成長に影響を与える可能性	小/中長期	大	引き続き高い水準のサービス提供を継続する等により、優良な広告代理店として良好な取引関係維持に努めることで対応
	人材の確保・定着及び育成 インターネット広告事業を継続及び拡大させていくためには、優秀な人材の確保・定着及び育成が必要不可欠であり、優秀な人材の確保・定着及び育成が計画通りに進まない場合や優秀な人材の社外流出が生じた場合、当社の成長に影響を与える可能性	小/中長期	中	新卒や業界未経験者の採用も積極的に実施しており、教育体制を充実させることで、人材の育成・確保に努めることで対応



本資料に関する注意事項

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。

なお、当資料の更新は、今後、毎事業年度末後3カ月以内、具体的には3月頃に最新の状況を反映した内容で開示することを予定しております。経営指標の進捗状況につきましては、四半期ごとの決算説明資料において説明をいたします。



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