

事業計画及び成長可能性に関する事項

2022年5月27日

ネットイヤーグループ株式会社

東証グロース 3622



ネットイヤーグループの紹介



会社概要

代表取締役社長 CEO 佐々木 裕彦
代表取締役副社長 COO 林田 敏之
証券コード 東証グロース (3622)
設立 1999年7月7日
売上高 3,416百万円 (2022年3月期)
従業員数 176人 (2022年3月31日現在)

カスタマーエクスペリエンス
事業部

社会インパクト
事業部

マーケティング部

人事部

経営
管理部

総務部

財務
経理部

法務監
査室

・第1プロデュース部

UXデザインからWebアプリケーションの開発まで支援。特にアジャイル開発プロセスを用いた高度なWebアプリケーション開発を行う。

・第2プロデュース部

UXデザインからWebアプリケーションの開発まで、一貫して支援。広告、EC、データ分析やCRMまで総合的なマーケティングを支援。

・ビジネスグロース部

クライアントのデジタルマーケティング業務全体を統合的に支援。オウンドメディアから、顧客DB、分析、1to1コミュニケーションまで。

・デジタル&フィジカルデザイン部

オンラインとオフラインの垣根を超えた顧客体験の実現に注力し、モバイルアプリ開発、店頭施策、デジタル広告やSEOなどの流入施策の最適化を支援。

・グロースパートナー部

オウンドメディアを効果測定をしながら運営します。特にカスタマーサポートサイトに注力。

・社会ビジネスデザイン部

社会課題の解決に取り組みたい企業のために、社会起業家と連携し、サービスデザインからシステム開発、デジタルマーケティング、運用、SalesforceやOdoopラットフォームまでをフルスタックで提供。また、Shopifyの専門チームを擁し、ストア構築、ストアアプリの企画開発を行う。

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。

ネットイヤーグループは、
ユーザ体験を劇的に変革することで
ビジネスと社会をデザインする会社です。

当社の顧客企業

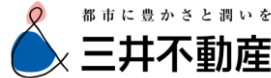
創業以来23年、数多くの日本を代表する企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）とデジタルマーケティングを、ユーザーエクスペリエンス（UX）デザインとデジタルのノウハウでご支援させて頂いています。

取引実績

累計 **800** 社以上

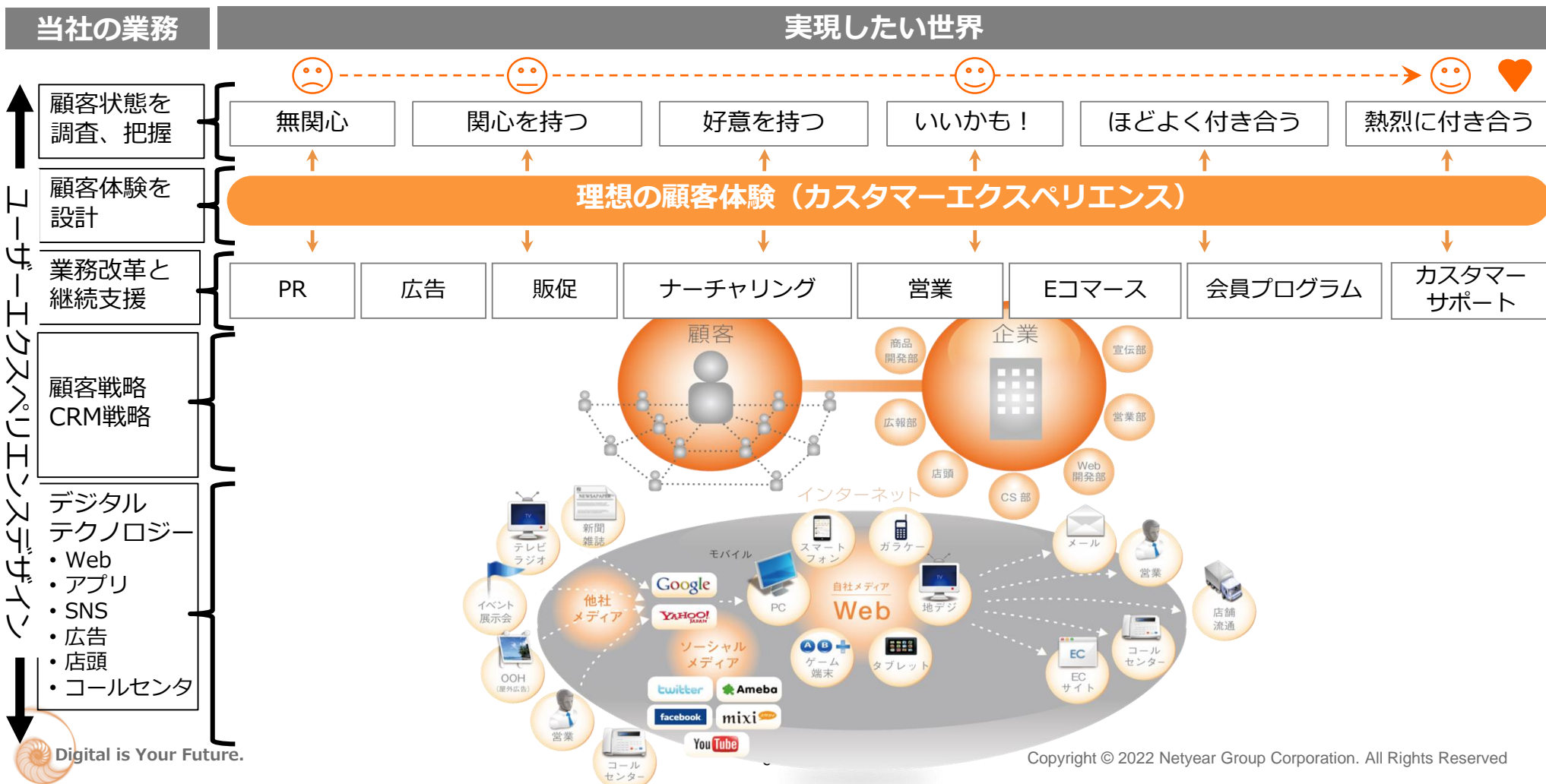
案件数

累計 **25,000** 件以上



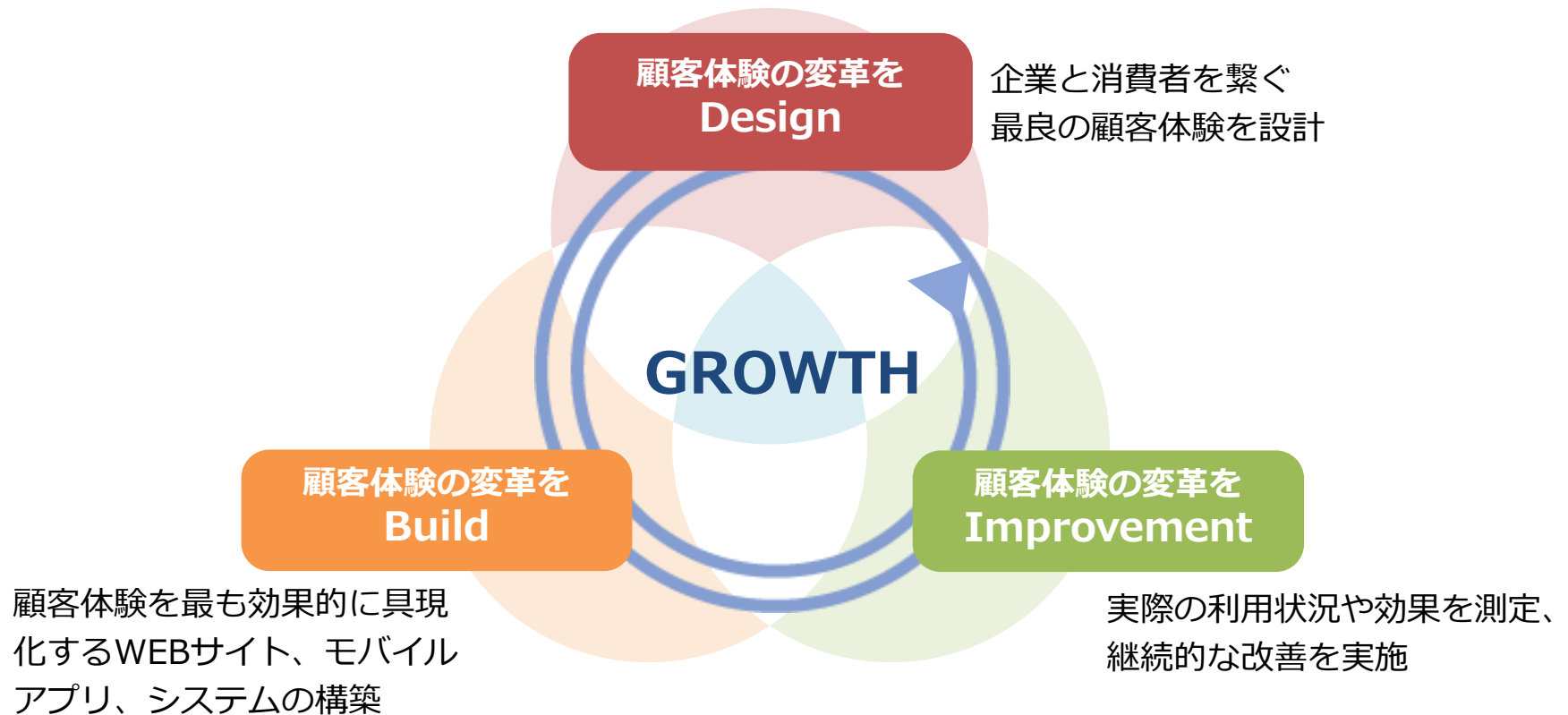
当社の事業内容

企業が顧客と長期的に最良の関係を構築することを目的に、ユーザーエクスペリエンスデザインの手法を用いて、顧客の視点で理想な体験を描き、デジタルテクノロジーを駆使して実現し、顧客企業と伴走しながら業務を支援します。



サービスのプロセス

顧客企業と信頼関係を構築し、
デジタルトランスフォーメーションを実現するために、顧客体験を Design（設計）、
Build（構築）、Improvement（改善）させるプロセスを循環させていきます。



顧客企業との継続的な関係性

NTTデータとの資本業務提携

2019年に、株式会社エヌ・ティ・ティ・データ（以下、NTTデータ）と資本業務提携し、NTTデータグループに参画したことで、企業の大規模なデジタルトランスフォーメーションを支援する基盤が構築されています。

プロジェクトマネジメント

マーケティング

最良の
CX

データ テクノロジー

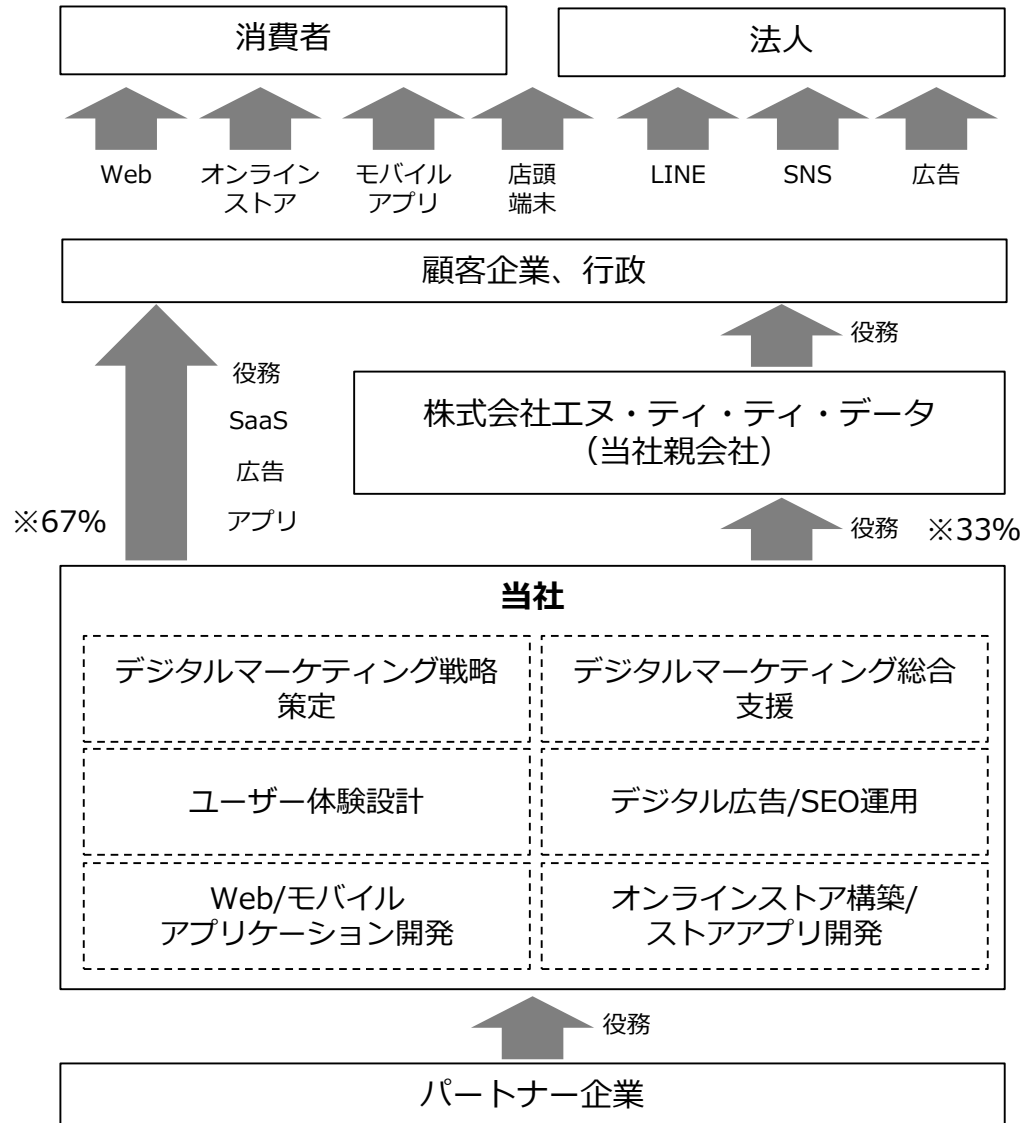


UXデザイン、
デジタルマーケ
ティングのノウ
ハウ

NTT DATA

システムの設計力、
構築力

事業系統図



※2022年3月期における当社売上高に占める比率

成長の可能性



市場トレンドにおける現状の当社の位置付け

- 当期（2023年3月期）は、現中期計画の最終期となります。
- 収益率の改善を最優先事項として組織改革に取り組んで来た結果、黒字体質が定着しました。来期以降の新たな成長に向け、当期は経営基盤強化の取り組みを仕上げる期と位置付けています。
- 長期的に社会に貢献する会社を目指し、次期中期計画を策定します。

UXとデジタルの力で
日本の未来創りに
貢献する



市場動向：デジタルマーケティングからDXへの流れ

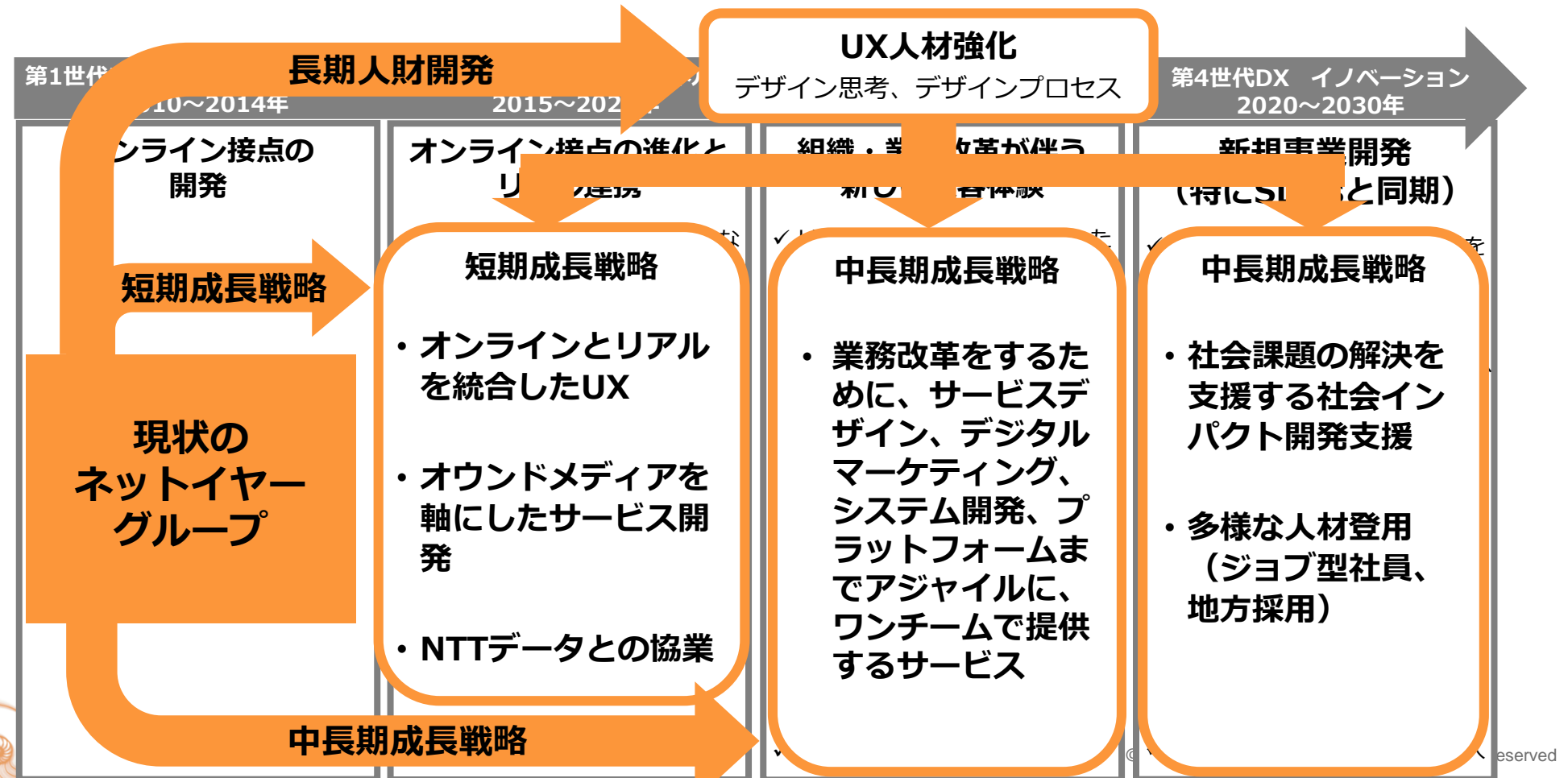
- デジタル広告やSNSを活用した販売促進を目的とする狭義のデジタルマーケティングから、店舗などリアルとの融合が進み、ユーザー起点で新しい事業やサービスを開発することを目的に、業務や組織を一体的に改革する時代に。
- 一方で、SDGs投資や社会インパクト投資、コーポレートフィランソロピーなど、社会課題の解決に向けた取り組みに対する投資が拡大。

| 第1世代DX Webマーケティング 2010～2014年 | 第2世代DX オムニチャネル 2015～2025年 | 第3世代DX リオルグ 2020～2025年 | 第4世代DX イノベーション 2020～2030年 |
|---|---|--|--|
| <p>オンライン接点の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存の店頭、コールセンターなどに影響を及ぼさない範囲 ✓ デジマ系部門が単独で実行可能 ✓ <u>主管はデジマ部門</u> <p>代表的な実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ECサイトを開設し、EC専用の在庫管理、配送、カスタマーサービス ✓ アプリをクーポン配信 ✓ MAを入れて、Webやアプリを通して1to1コミュニケーションをする ✓ Google、Facebookなどのデジタル広告を駆使する ✓ SNSを使ったクチコミマーケティング | <p>オンライン接点の進化とリアル連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存の店頭、コールセンターなどとの連携開始 ✓ <u>部門間調整、連携が必須</u> ✓ 顧客の居場所（GPSなど）に対応するためリアルタイム性が重要 ✓ <u>主管は事業部門、営業部門、情報システム部門</u> <p>代表的な実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ネット注文し、店頭取り置きや店頭受取 ✓ 飲食店のネット注文でデリバリーやテイクアウト ✓ 金融における対面営業とネット接客の融合 | <p>組織・業務改革が伴う新しい顧客体験</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ リアルとオンラインを融合した新しい価値を創出する ✓ 業務設計、社員教育、チーム作りなどマネジメント力が重要 ✓ 組織・業務改革が必須のため、人材教育、組織改を伴う ✓ <u>主管は経営企画部門、DX推進部門</u> <p>代表的な実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ デジタル決済 ✓ レジの無人化 ✓ ダークストア ✓ 注文生産 ✓ 在庫予測、生産予測 ✓ ホテルのチェックイン無人化とオートキー ✓ オンライン診断 | <p>新規事業開発（特にSDGsと同期）</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 新規事業を通して新たな市場を開発する ✓ 社会課題の解決と収益化の同期が主流になる ✓ <u>社内にノウハウがない事が多く、ベンチャーとの業務提携などでスピードとノウハウを確保</u> ✓ 前例がなく成功は保証されない ✓ <u>主管は社内ベンチャー</u> <p>代表的な可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 自動車メーカーが自動運転を用いた移動サービス事業に参入 ✓ 消費者メーカーがサブスクリプション型のD2C事業に参入 ✓ スポーツメーカーが健康支援事業に参入 ✓ 保険会社が健康増進事業に参入 |



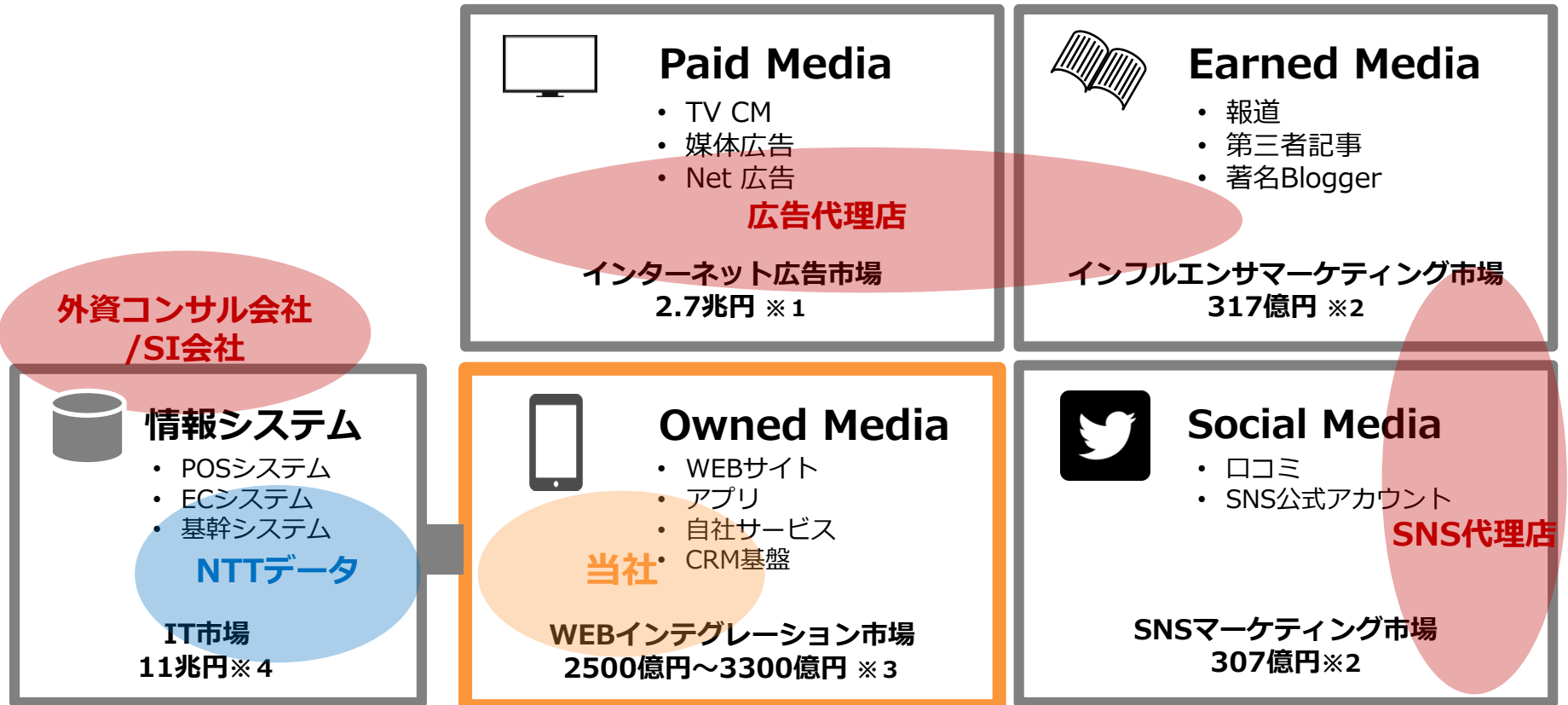
今後の成長方針

- 当社の強みであるユーザーエクスペリエンス（UX）人材の育成・強化に注力していきます。
- SNSや広告を中心とした販売促進の支援から、オウンドメディアを軸としたサービス開発支援に注力し、NTTデータとの協業を強化して顧客体験設計から基盤構築まで提供していきます。
- 顧客体験の変化に伴う業務改革まで支援するためのサービス提供に取り組みます。
- 社会課題に対する意識の高まりを受け、解決に向けた事業開発の支援に取り組みます。



競合環境と対応方針

- デジタルマーケティング市場は業務ごとに細分化され、参入障壁も低く、広告代理店やコンサルティング会社、SI会社などが多く参入してきています。
- 当社は、自社が持つUXデザインのノウハウと実績、またNTTデータが持つシステム開発力を活かし、市場規模の大きいオウンドメディア領域に注力することで、成長および差別化を図っていきます。



出典 ※1 (株)電通 調査レポート「2021年日本の広告費」 ※2 (株)サイバー・バズ プレスリリース「市場動向調査」2020年値
 ※3 デロイト トーマツ ミック経済研究所(株) 「ネット広告&Webソリューション市場の現状と展望2020年度版」におけるWebソリューション市場2022年～2024年予測値
 ※4 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査(2021年) 情報サービス産業」におけるソフトウェア開発、プログラム作成分野の2021年度の売上高値

オウンドメディア実績 ~スターバックスコーヒージャパン~

- 15年以上に渡り、オンラインとオフラインで連動した一貫した顧客体験作りを支援しています。
- 新サービスの企画支援、体験設計、プロモーションプラン、各種クリエイティブ、Web/アプリのUI設計・デザイン・実装、DMP活用、ユーザー受容度調査、購買データ・アクセス解析活用まで、デジタルマーケティング業務全般を専任チームを作って支援しています。

顧客のビジネスの最良のDX構築を高速に支援



ユーザーテストからアジャイル開発

AR (拡張現実) を使った店舗来店促進施策

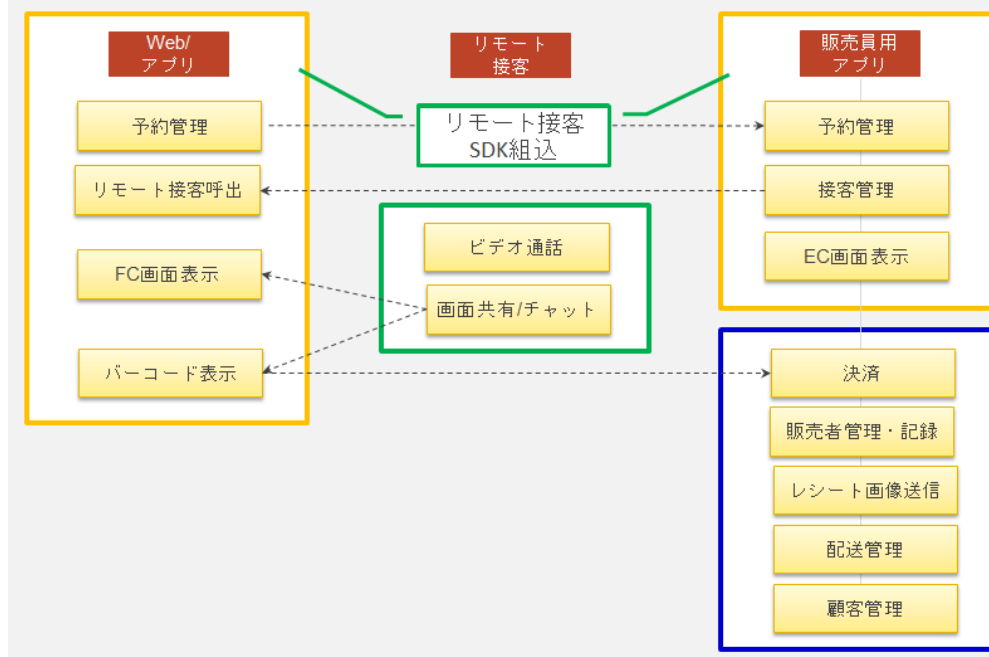
ロイヤリティマーケティング
購買行動連動施策

一人一人の指向に沿った施策

オンライン&オフラインを統合したUX実績 ~小田急百貨店~

- コロナ禍の影響で、大きなデジタル化への改革が求められている小田急百貨店に対して、デジタルを使った新しい顧客価値としてリモート接客の導入を支援しました。
- 売り場ごとに異なる要望をとりまとめ、業務設計、予約管理アプリやチャットなどのWebアプリ開発、ビデオツール導入、撮影機器導入、トレーニングまでリモート接客業務を立ち上げました。

システム全体像



顧客側画面



テナント側画面



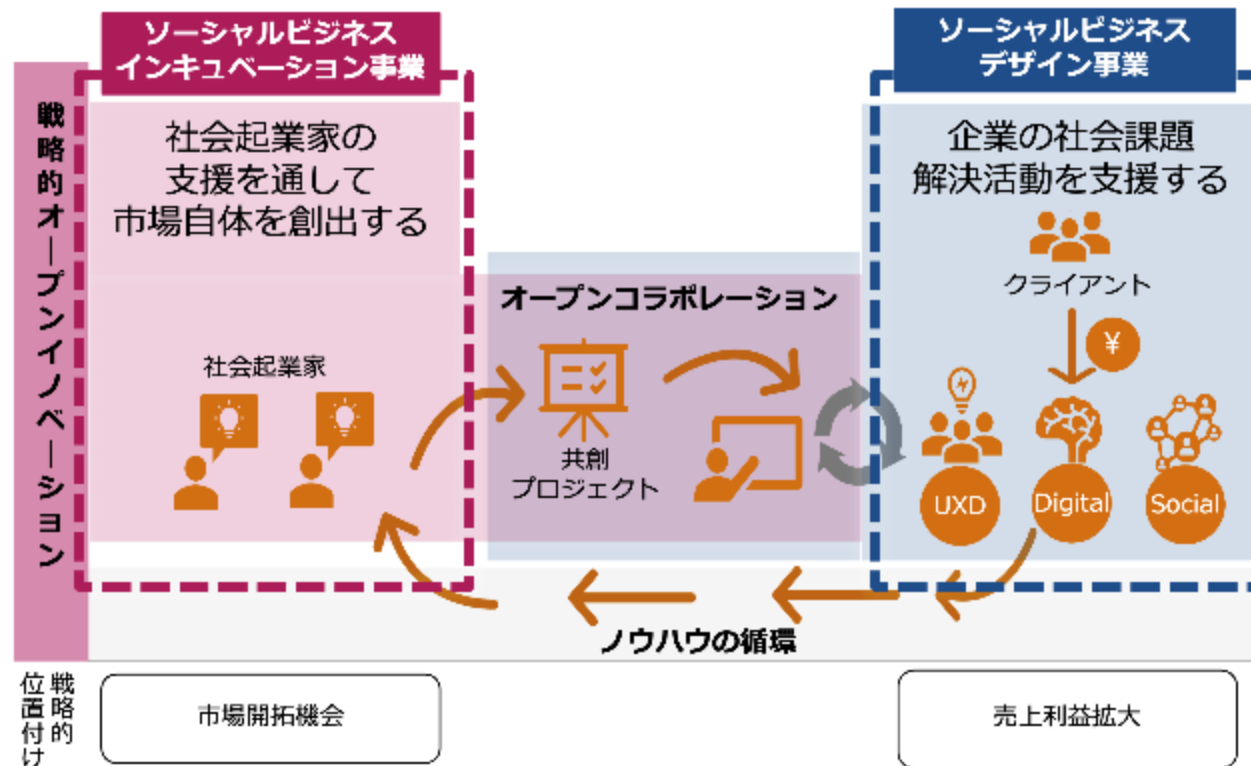
新しい取り組み ～Shopify関連サービス～

- 世界175カ国、計170万以上の店舗が利用するオンラインコマースプラットフォーム Shopify（ショッピファイ）関連のサービスを2021年3月期から開始しました。
- 以下3つのサービスを提供しています。
- 特に国内で1万店以上あるShopify店舗が利用できる有料アプリの開発と販売に注力し、2022年5月時点で、8本のアプリを提供しています。



新しい取り組み ～社会インパクト関連サービス～

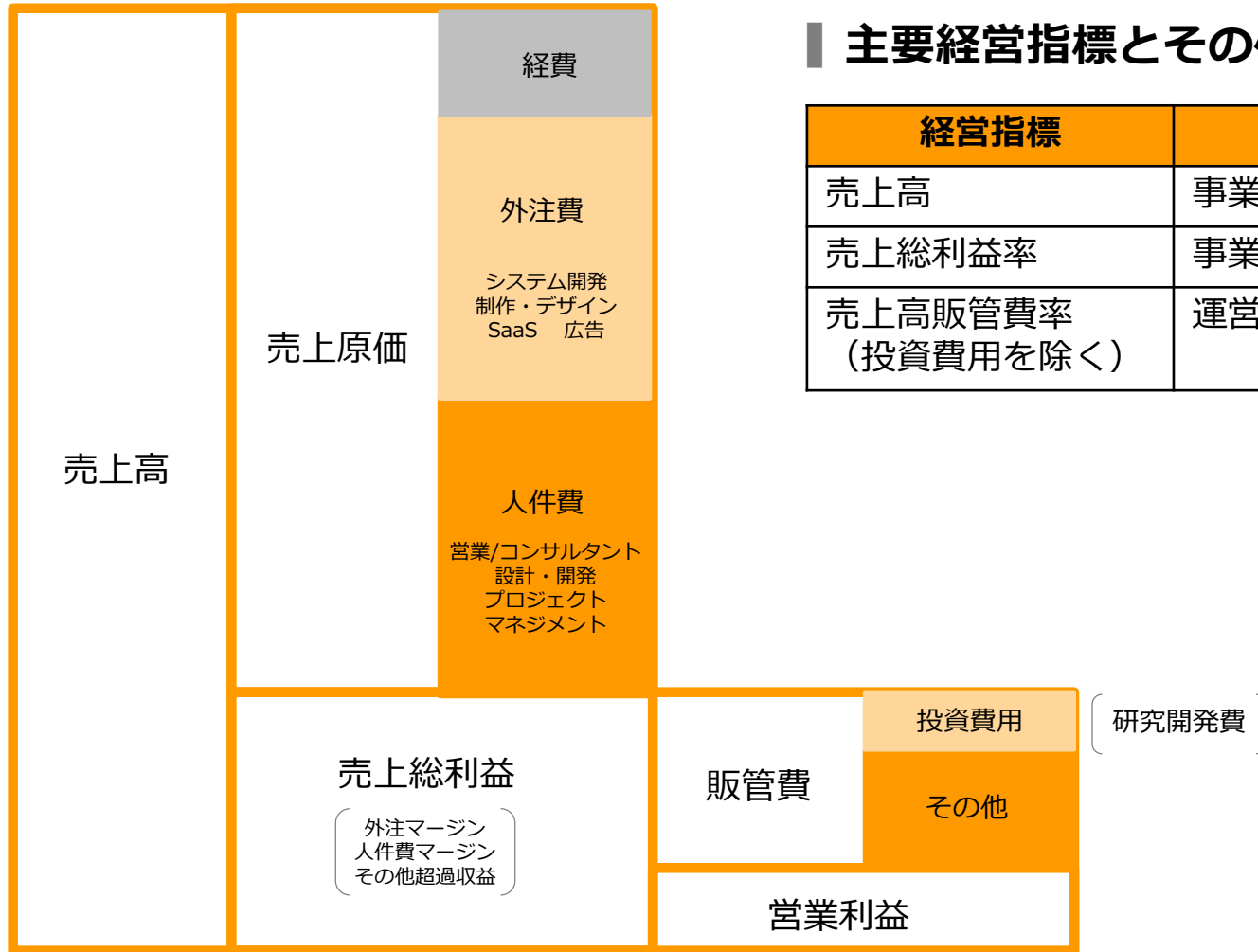
- 社会課題への意識の高まりを受けて、社会課題の解決を目的とした新規事業を支援するサービスを当期（2023年3月期）より開始いたします。
- 社会課題解決の取り組みは、一般のシステム開発のように課題や要件が固定的ではなく、常に流動的に変化するため、柔軟にスピード感を持って対応する必要があり、アジャイルで企画から実装までをワンチームで行います（ソーシャルビジネスデザイン事業）。
- また将来的には、社会起業家との人的ネットワークを活かし、社会起業家とのオープンコラボレーションを行う予定です（ソーシャルビジネスインキュベーション事業）。



經營指標



収益構造と主要経営指標



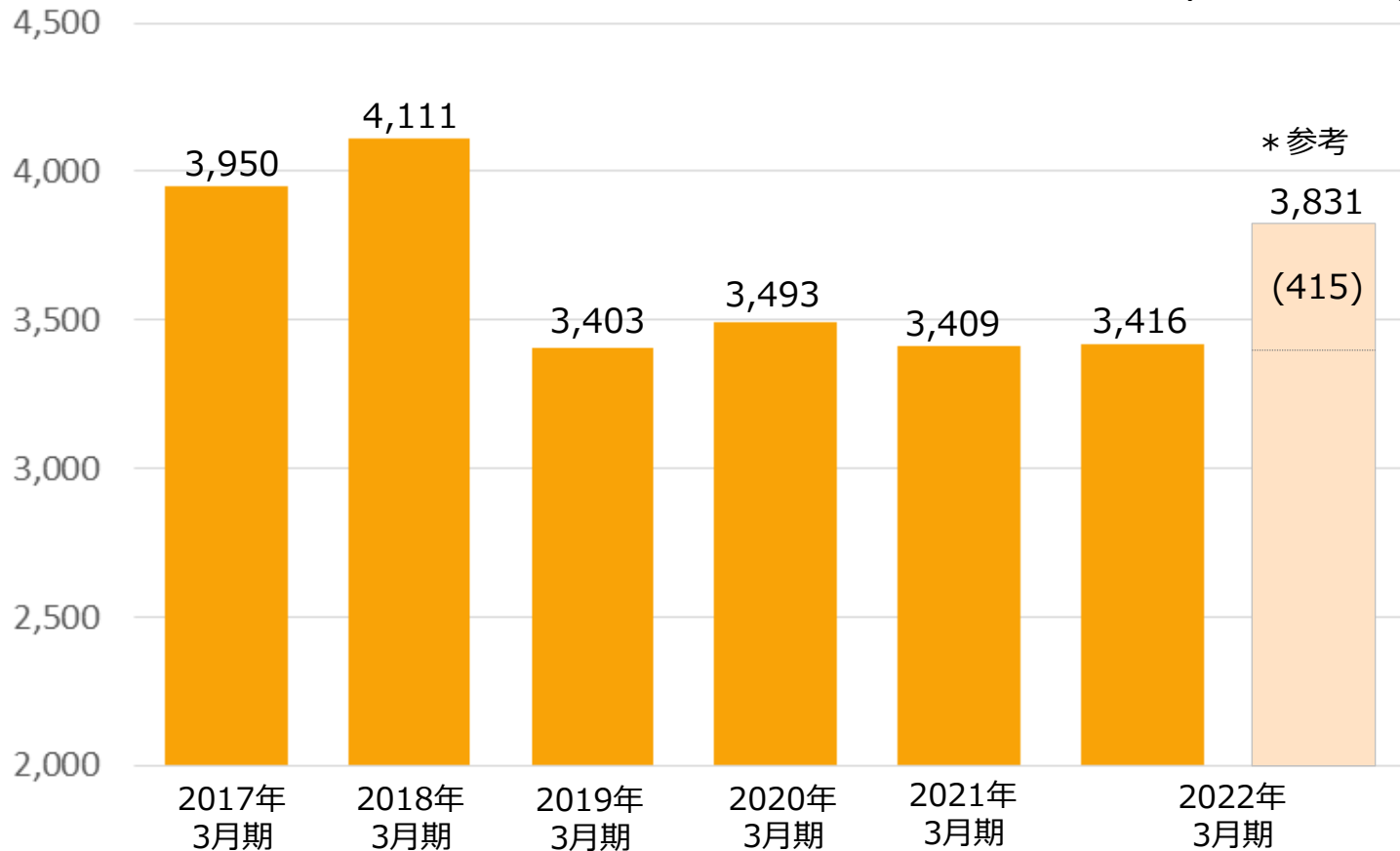
主要経営指標とその位置づけ

| 経営指標 | 位置付け |
|----------------------|--------------|
| 売上高 | 事業成長 |
| 売上総利益率 | 事業収益性、事業付加価値 |
| 売上高販管費率 (投資費用を除く) | 運営効率性 |

主要経営指標の推移

売上高推移

(単位：百万円)

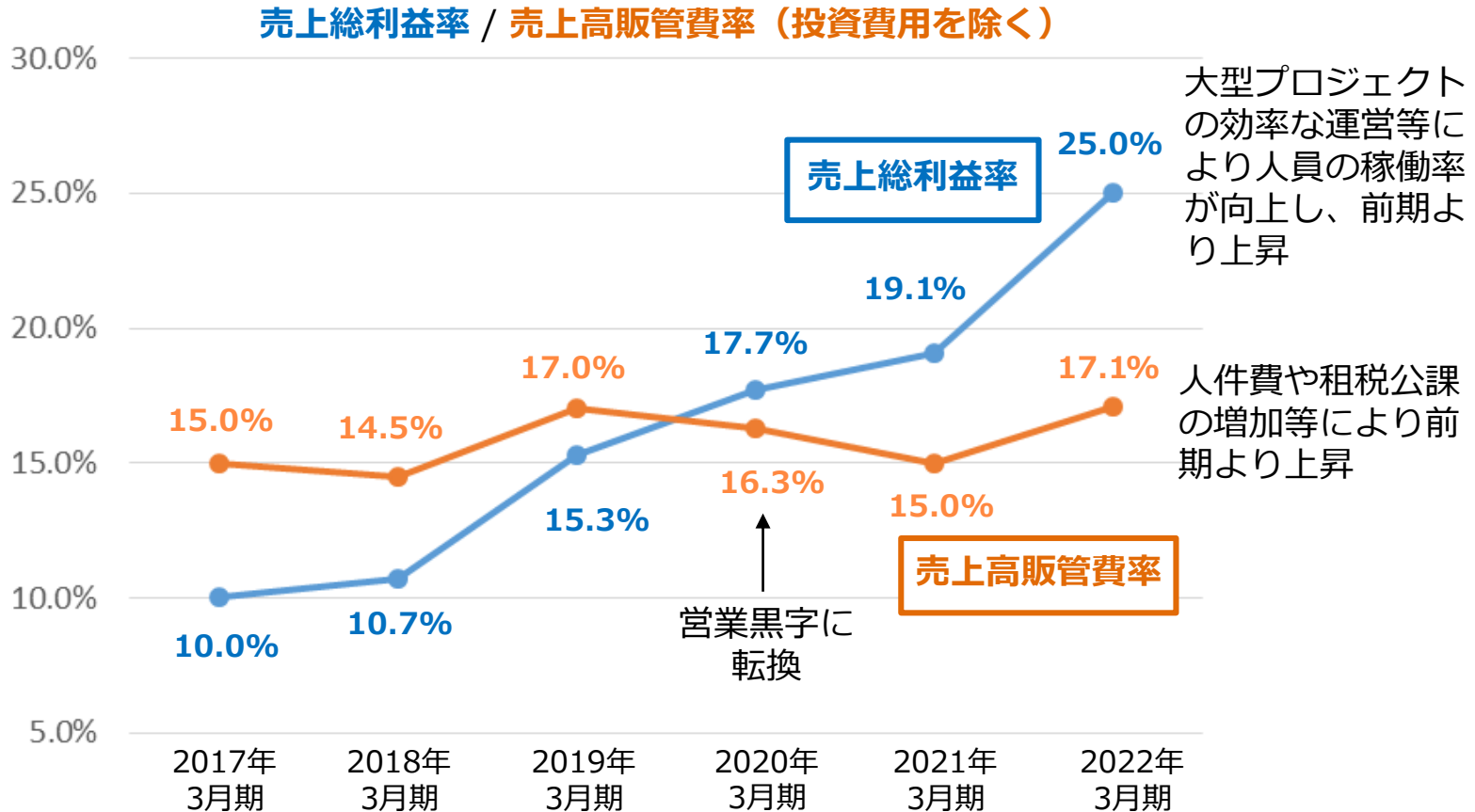


*参考：2022年3月期から「収益認識に関する会計基準」を適用しており、当事業年度の売上高及び売上原価は415百万円減少しております。同基準適用前の従来基準で算定した場合の売上高は3,831百万円となります。

※当社は2022年3月期より単体決算会社となりましたので、単体数値にて比較しております。

主要経営指標の推移

売上総利益率、売上高販管費率（投資費用を除く）推移



※当社は2022年3月期より単体決算会社となりましたので、単体数値にて比較しております。

2022年3月期の業績予想・経営指標想定と実績

■ 業績

(単位：百万円)

| | 予想 | 実績 | 差異 | 差異率 |
|-------|-------|-------|------|-------|
| 売上高 | 3,600 | 3,416 | △183 | △5.1% |
| 営業利益 | 140 | 205 | 65 | 46.5% |
| 経常利益 | 139 | 205 | 66 | 47.7% |
| 当期純利益 | 531 | 580 | 49 | 9.3% |

(1) 売上高

デジタルトランスフォーメーション（DX）に取り組む企業が増加する中、大口顧客との取引が拡大しましたが、デジタル人材の採用競争が激化しており、リソース強化が想定通りに進まず、受注活動に対する制約となったこと等から、予想値より減少しました。

(2) 利益面

営業利益、経常利益につきましては、大型プロジェクトの効率的な運営等により稼働率が向上し、プロジェクトの利益率が上昇したこと等から、予想値より増加しました。当期純利益につきましては、経常利益の増加に加え、関係会社株式売却益 604 百万円の計上等により、580 百万円となりました。

■ 経営指標

(単位：百万円)

| | 想定 | 実績 | 差異 | 差異理由 |
|----------------------|-------|-------|-------|-------------------------------------|
| 売上高 | 3,600 | 3,416 | △183 | 上記「(1) 売上高」に記載の通り。 |
| 売上総利益率 | 20.0% | 25.0% | +5.0% | 上記「(2) 利益面」に記載の通り。 |
| 売上高販管費率 (投資費用を除く) | 15.0% | 17.1% | +2.1% | 主に売上高が予想より減少したことの他、人件費や租税公課の増加等による。 |

2023年3月期の業績予想と経営指標想定

■ 業績予想

(単位：百万円)

| | 2022年3月期 実績 | 2023年3月期 予想 | 対前期 増減率 |
|-------|----------------|----------------|------------|
| 売上高 | 3,416 | 3,600 | +5.4% |
| 営業利益 | 205 | 240 | +17.0% |
| 経常利益 | 205 | 239 | +16.4% |
| 当期純利益 | 580 | 167 | △71.2% |

■ 経営指標

(単位：百万円)

| | 2022年3月期 実績 | 2023年3月期 想定 | 前提となる考え |
|----------------------|----------------|----------------|--|
| 売上高 | 3,416 | 3,600 | 人材の確保、育成に注力し、DX需要が底堅いことを前提に増収を想定しています。 |
| 売上総利益率 | 25.0% | 24.6% | 新サービスの立ち上げコストの発生等により、若干の低下を想定しています。 |
| 売上高販管費率 (投資費用を除く) | 17.1% | 17.9% | 採用費、教育費等の増加により、若干の上昇を想定しています。 |

当社が認識するリスク及び対応策

市場動向及び業界におけるリスクと対応策については、本資料P.13「今後の成長方針」及びP.14「競合環境と対応方針」を参照ください。また、その他のリスクについては、有価証券報告書の事業等のリスクをご参照ください。

| | リスク | 顕在化する可能性 | 時期 | 影響度 | 対応策 |
|--------------------|---|----------|------|-----|---|
| 景気変動に係るリスク | 当社の取引は、顧客企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）予算やマーケティング予算の影響を強く受けます。新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大の継続や資源価格の高騰、ウクライナ情勢の影響等による世界経済の停滞など、景気の変動によって顧客企業の予算が縮小した場合には、当社の業績に影響する可能性があります。 | 中 | 短～中期 | 中 | 当社の強みであるユーザーエクスペリエンス（UX）の設計・実装力を強化して競争優位性を高めるとともに、資本集約型ビジネスへの投資等を通じ、景気の変動を受けにくい成長基盤の確保にスピードを上げて取り組んで参ります。 |
| 人材の確保及び育成に係るリスク | 当社の事業展開においては、個々の人材の知識や能力に依存する要素が大きく、優秀な人材の継続した確保と育成が必要となります。優秀な人材の確保及び育成が想定通りに進まなかった場合には、競争力の低下や事業拡大の制約要因となり、中長期的な成長が低下する可能性があります。 | 中 | 中～長期 | 中～大 | 優れた専門性を有した人材の採用に努めるとともに、働き方の多様化に対応した雇用形態や、リモートワークを中心とした柔軟な勤務形態など、労働環境の整備を推進しております。また人材育成については、各種資格の取得を支援する制度を設けているほか、人材育成プログラムや人材マネジメントの拡充を図っております。 |
| 新型コロナウイルス感染症に係るリスク | 顧客企業における経営状況の変化や投資計画の抜本的見直しが行われた場合には、当社との取引に影響する可能性があります。また営業活動やプロジェクト運営に影響を及ぼし、当社の業績に影響する可能性があります。 | 小 | 短 | 小 | リモートワークやオンラインによるプロジェクト運営が定着しており、まん延防止重点措置の発令や各種自粛による影響を受けにくい事業運営体制がおよそ構築できておりますが、引き続き従業員及び取引先の安全確保を最優先とし、リモートワークにおける労務管理、メンタルケア等の充実を図って参ります。 |
| 受注案件の採算性に係るリスク | 仕様変更への対応等により、当初の見積り以上の作業工数が必要となる場合があり、想定以上の費用負担によりプロジェクト案件が不採算化する可能性があります。また、見積り精度の低下等が生じた場合には、採算性の悪化につながり、当社の業績に影響する可能性があります。 | 中 | 短～中期 | 中 | 案件単位、顧客単位の採算性の可視化、受注時及びシステム要件定義時のレビュー等を強化し、受託案件の採算性を適正に確保するようにしております。 |
| 顧客情報、個人情報の漏洩に係るリスク | 当社が取り扱う機密情報及び個人情報について、漏洩、改竄又は不正使用が生じた場合には、適切な対応を行うための費用増加、損害賠償請求、当社への信用失墜及び顧客との取引停止等によって、当社の業績に影響する可能性があります。 | 中 | 短～中期 | 中～大 | 情報管理を事業運営上の重要事項と認識しており、必要なセキュリティ対策を実施するとともに、情報サービス産業協会よりプライバシーマークの認定を受けております。また、NTTデータに準拠したセキュリティ基準の導入等のセキュリティ強化施策をすすめております。 |

当資料について

- 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。
- 当資料のアップデートは、今後、本決算発表を目処として5月に開示を行う予定です。