

2025年9月期 決算説明資料

株式会社インタースペース（スタンダード：2122）

2024年10月 - 2024年12月

目次

01 2025年9月期1Q 決算概要

02 2025年9月期 事業方針

03 パフォーマンスマーケティング事業

04 メディア事業

05 中期経営計画概要

01

2025年9月期1Q 決算概要

2025年9月期1Q グループ連結業績

- ▶ 売上高は前年比**13.2%**増と二桁増収
- ▶ 営業利益は減益も持分法適用であるベトナムの収益増や為替変動により経常利益は増加

(単位:百万円)	FY25.1Q	FY24.1Q	増減額	増減率
取扱高*	6,638	6,567	+71	+1.1%
売上高	2,076	1,833	+243	+13.2%
営業利益	105	136	△31	△22.7%
経常利益	155	123	+32	+25.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	90	68	+22	+31.4%

* 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です。

2025年9月期1Q 決算概要

- ▶ 両セグメントともに売上高は伸長し連結では**13.2%**の成長
- ▶ パフォーマンスマーケティングは増益もメディア事業は減益

連結業績

売上高	2,076 百万円	前年比 + 13.2%
営業利益	105 百万円	前年比 Δ 22.7%

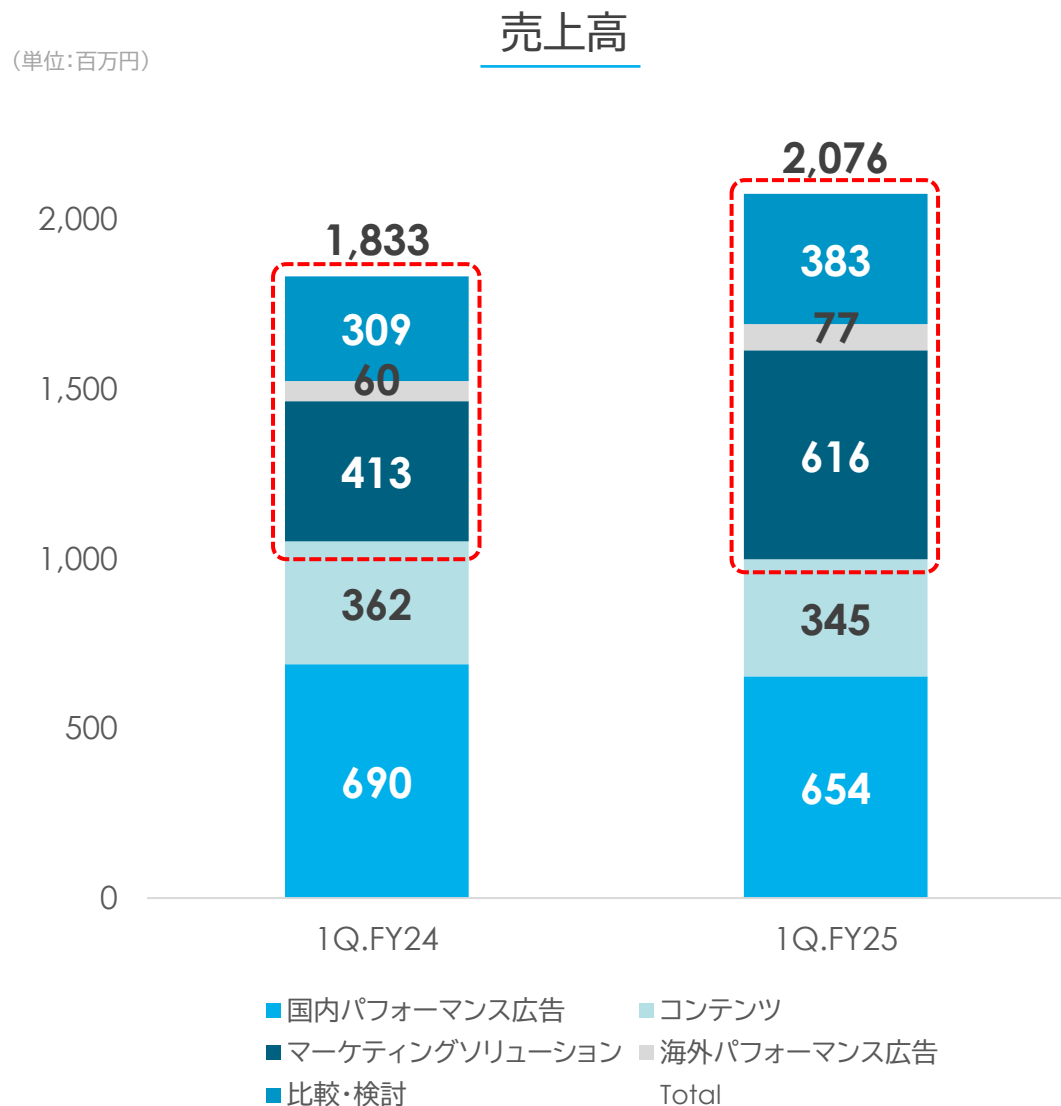
パフォーマンスマーケティング

セグメント売上高	1,347 百万円	前年比 + 15.9%
セグメント利益	99 百万円	前年比 + 29.2%

メディア

セグメント売上高	728 百万円	前年比 + 8.7%
セグメント利益	5 百万円	前年比 Δ 90.5%

2025年9月期1Qの振り返り(中期経営計画2年目)



注力領域

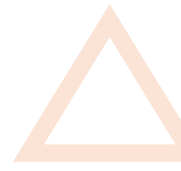
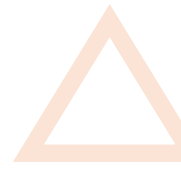
比較・検討型メディア

海外パフォーマンス広告

マーケティングソリューション

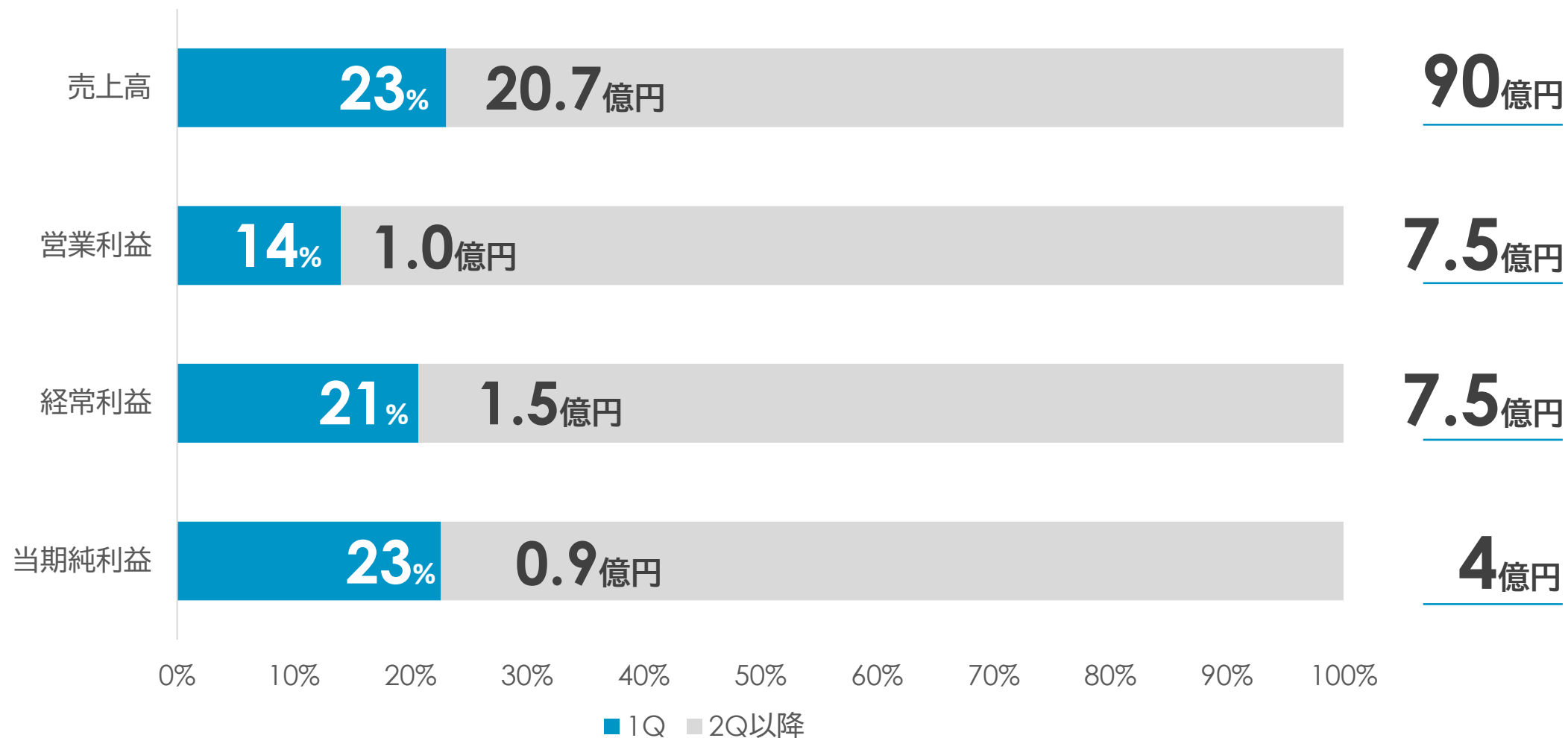
コンテンツ型メディア

国内パフォーマンス広告



2025年9月期業績予想に対する1Q進捗

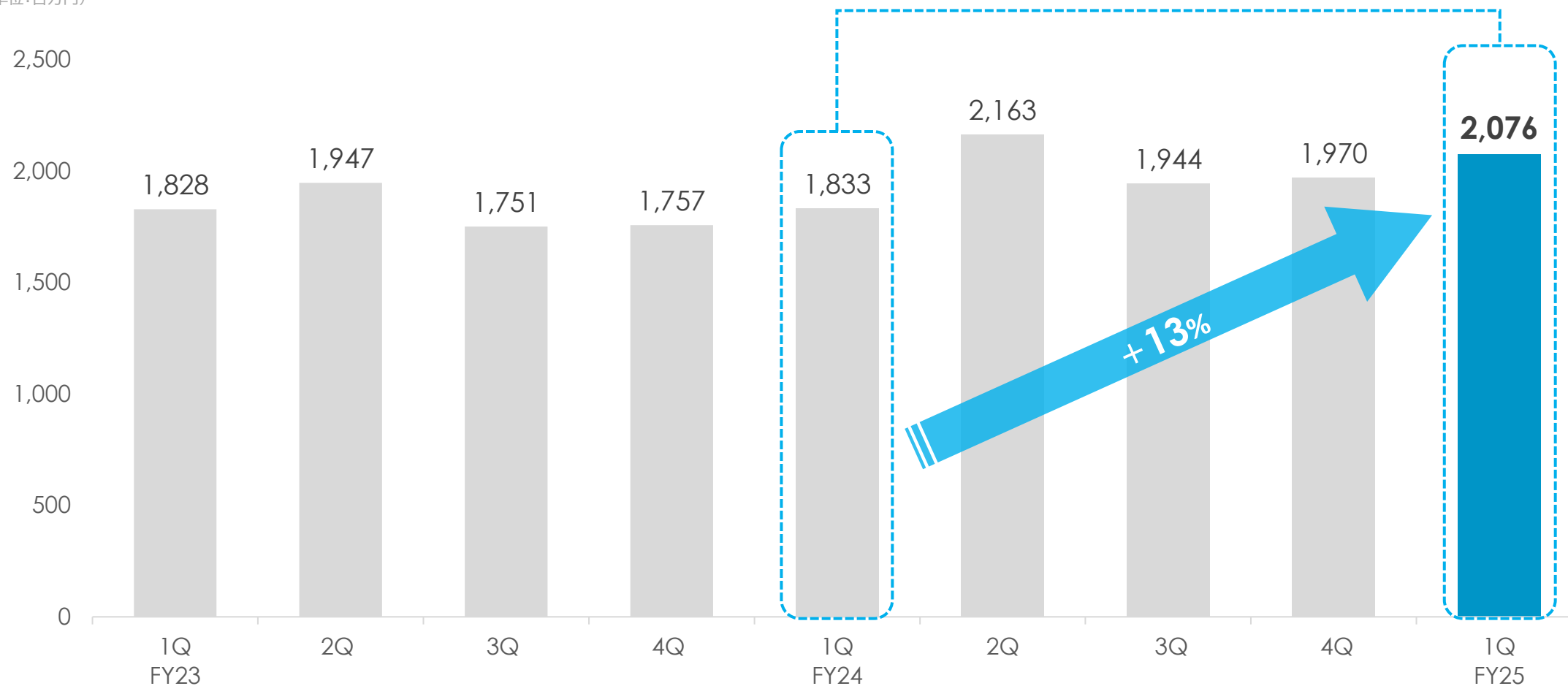
▶ 第一四半期は概ね計画通りに推移



連結売上高推移

▶ 両セグメント増収で着地、特にマーケティングソリューションのストック収益が寄与し前年比**13%**増加

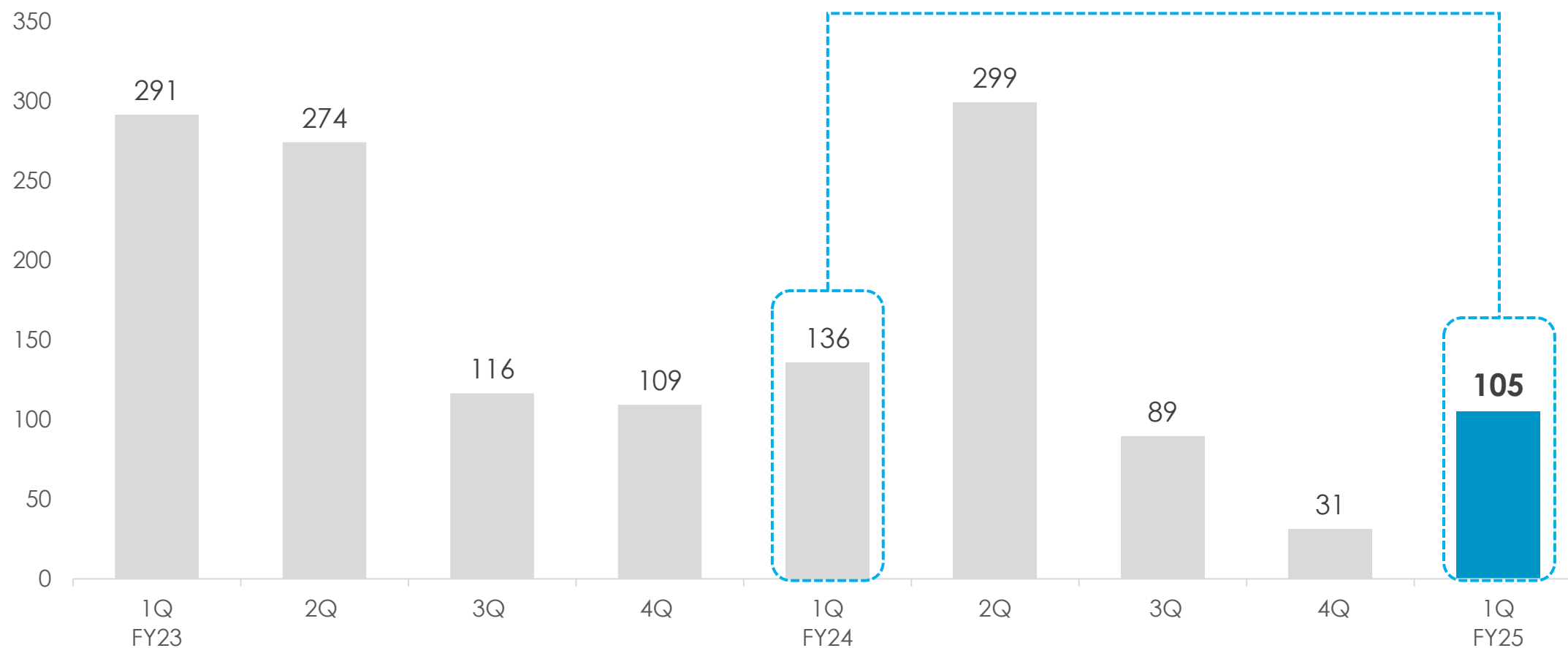
(単位:百万円)



連結営業利益推移

▶ メディアの広告枠調整による売上減少の影響により、営業利益は前年から減少

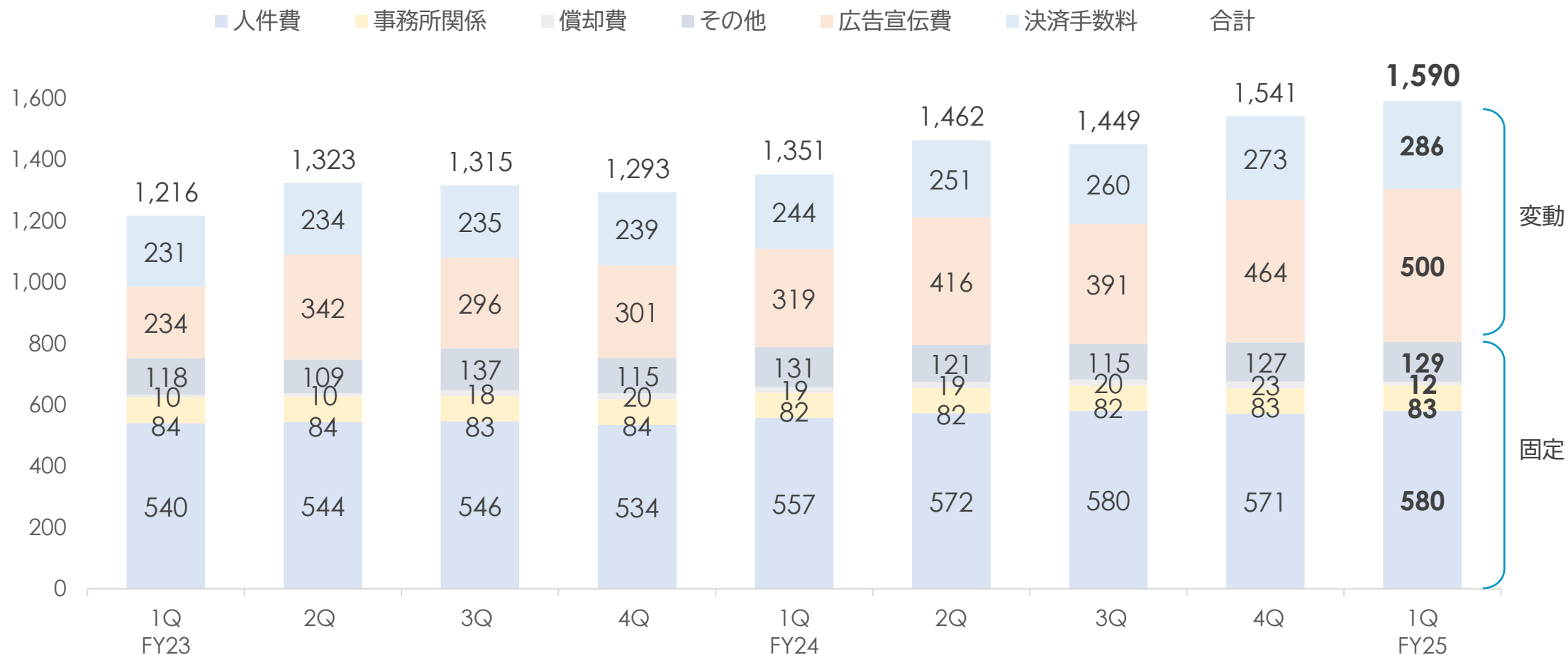
(単位:百万円)



連結販管費推移

▶ マーケティングソリューション、比較検討メディアの増収に伴う変動費が増加。固定費はほぼ横ばい

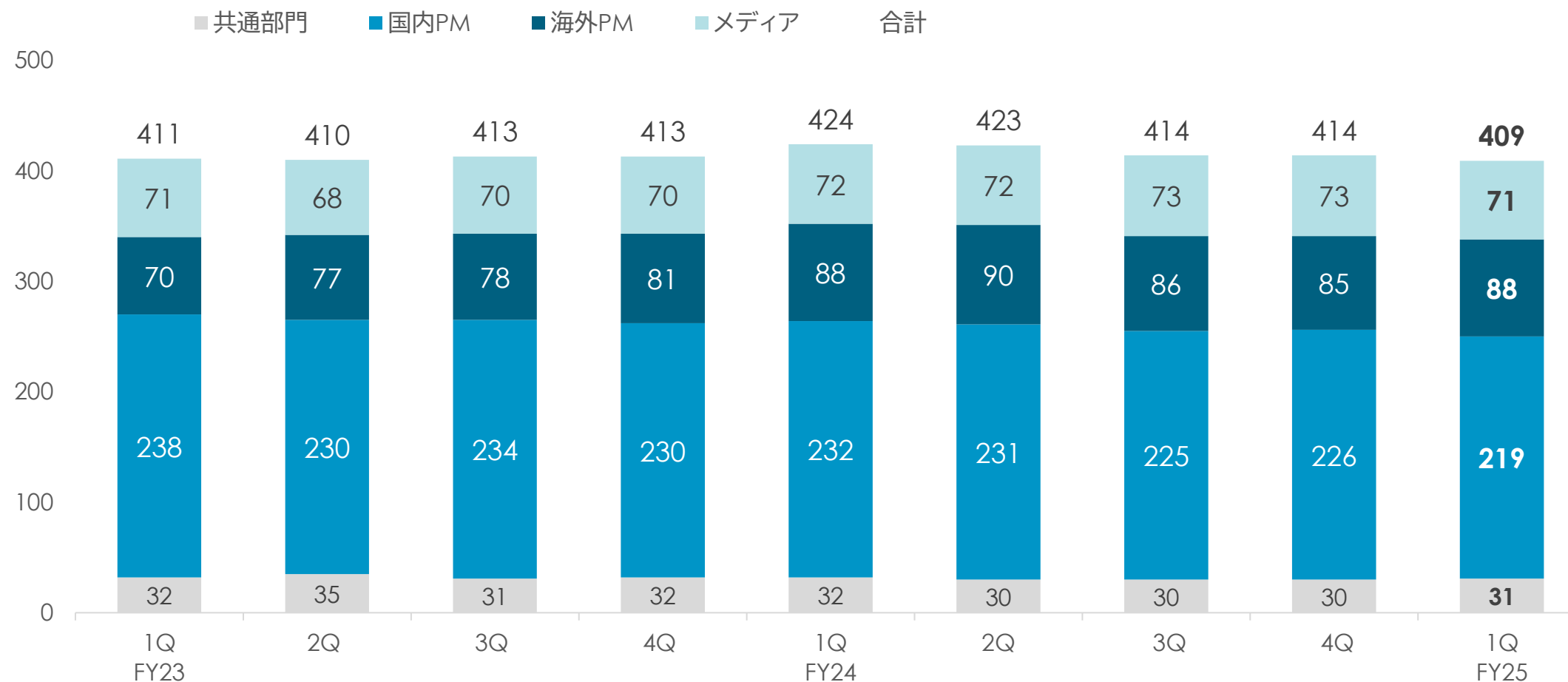
(単位:百万円)



連結従業員推移

▶ 海外PMの採用は進んでいるものの、全体的にはやや減少

(単位:人)



(PM:パフォーマンスマーケティング)

連結貸借対照表

	(単位:百万円)	FY25.1Q	FY24.4Q	増減額	補足情報
現金・預金		5,711	5,953	△242	
流動資産		9,591	9,628	△37	
固定資産		1,614	1,604	+10	
総資産		11,206	11,232	△26	
流動負債		5,602	5,524	+78	
固定負債		64	66	△2	
株主資本		5,538	5,636	△98	
純資産		5,539	5,641	△102	自己資本比率 49%

02

2025年9月期 事業方針

2025年9月期 事業方針

- 1 国内パフォーマンスマーケティング事業の生産性向上と商品力強化
- 2 メディア事業の収益基盤安定化と投資推進
- 3 海外事業の成長投資の推進

03

パフォーマンスマーケティング事業

パフォーマンスマーケティング事業のご紹介

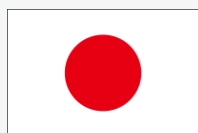
パフォーマンス広告



日本

人口 1億2千万人

GDP 4兆2,311億米ドル*



ASEAN

人口 6億7千万人

GDP 3兆6,223億米ドル*

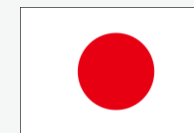


成果報酬型広告による収益

マーケティングソリューション



SiteLead



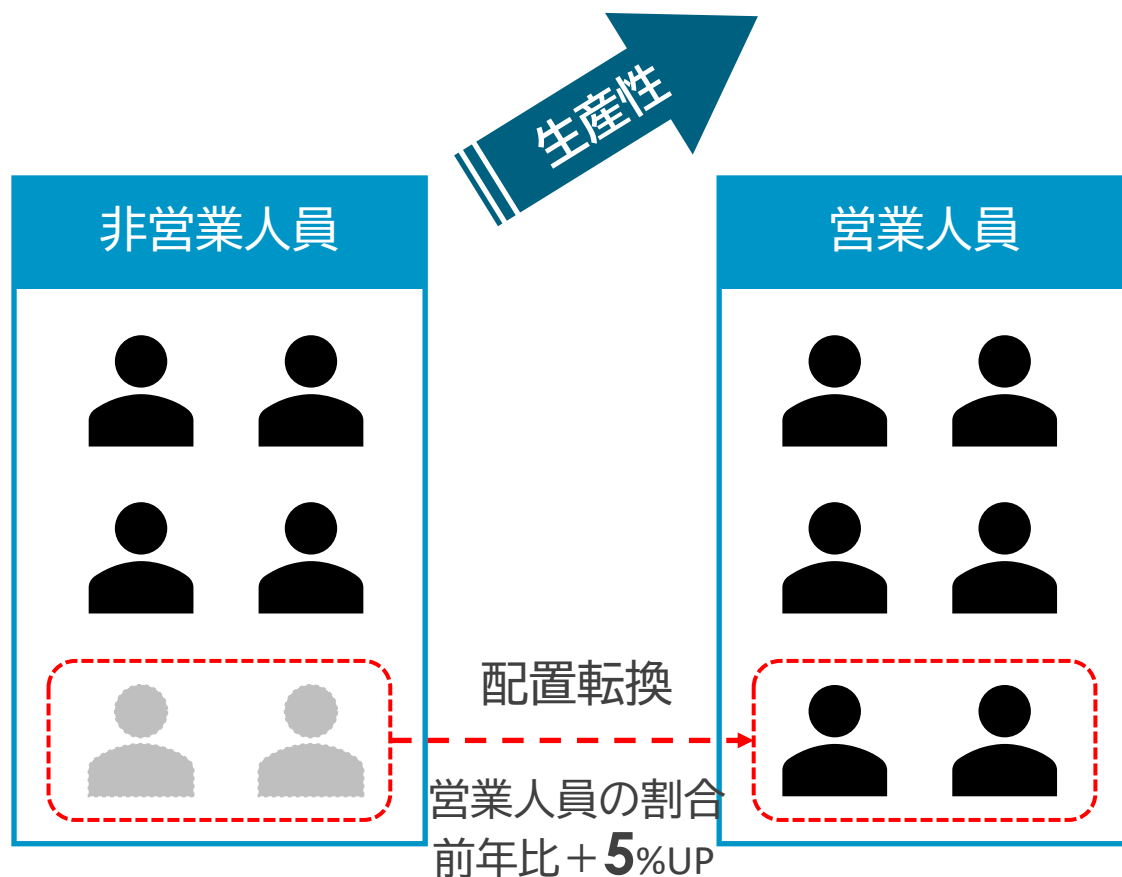
月額課金型サービスによる収益

* 外務省アジア太平洋局資料より

国内パフォーマンスマーケティング事業の生産性向上と商品力強化

営業人員を増強、営業組織の再構築を急ぐ
事業部内での配置転換により採用費を抑制

マーケティングソリューションの
商品力とラインナップを強化



パフォーマンスマーケティング事業 業績ハイライト

取扱高*1

6,207 百万円 前年比 + 1.2%

事業利益*2

265 百万円 前年比 + 10.0%

マーケティングソリューションが好調

有料アカウント数が**130万**を突破



ポケットバックアップ



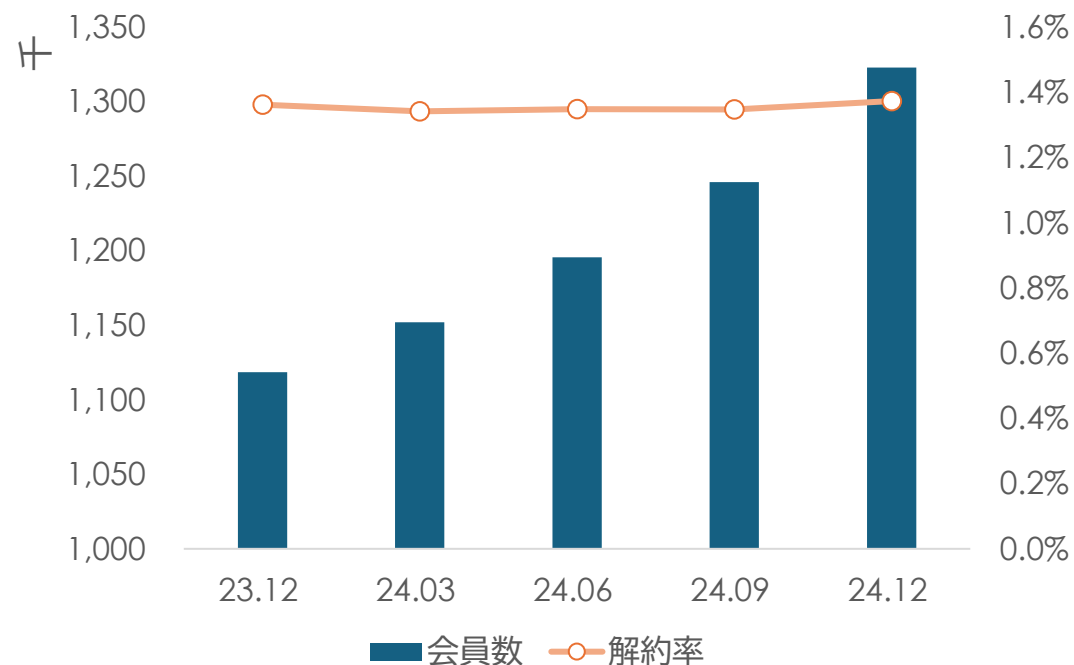
MWSecurityStore



ダレカナブロック

SiteLead

有料アカウント数/チャーンレート(解約率)



*1 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です

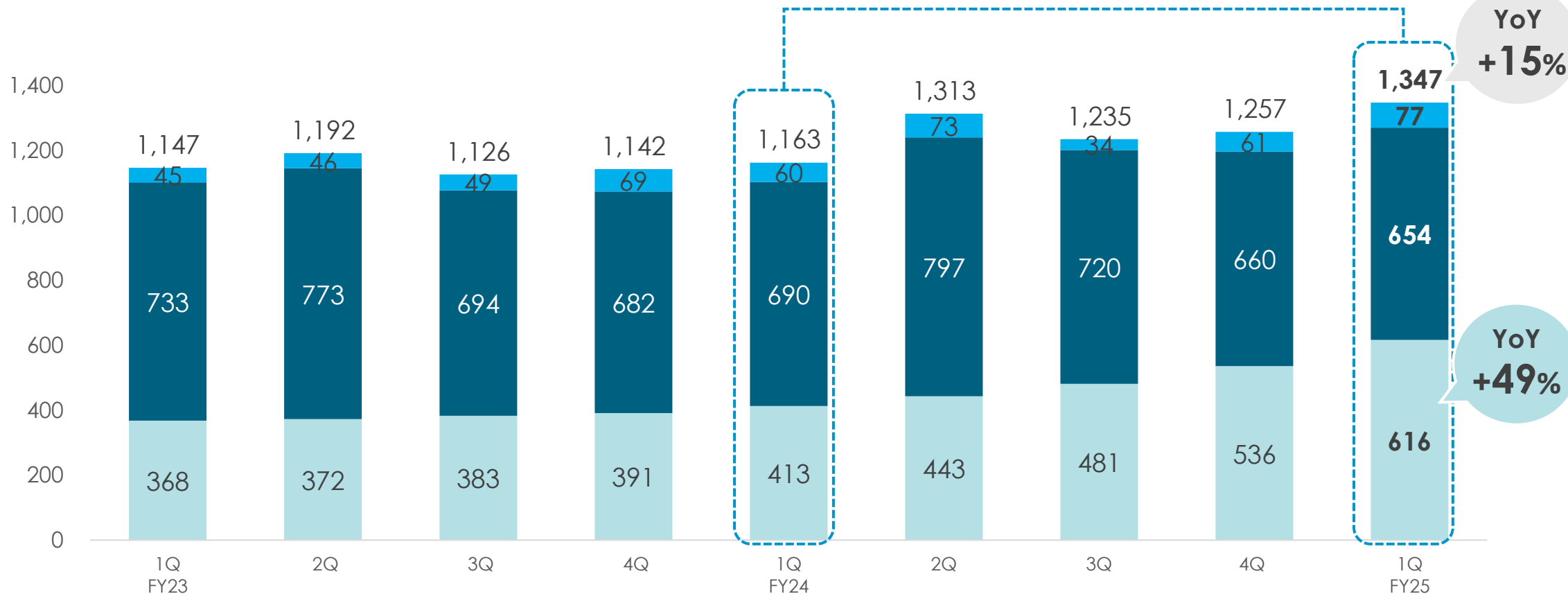
*2 共通費を含まない事業部門の数値です

事業別 売上高推移

- ▶ 全体的には前年から**15%**増加と高い成長率で推移
- ▶ 特にマーケティングソリューションのストック収益が前年比**49%**増加

(単位:百万円)

■ マーケティングソリューション ■ パフォーマンス広告(国内) ■ パフォーマンス広告(海外) ■ 合計



YoY
+15%

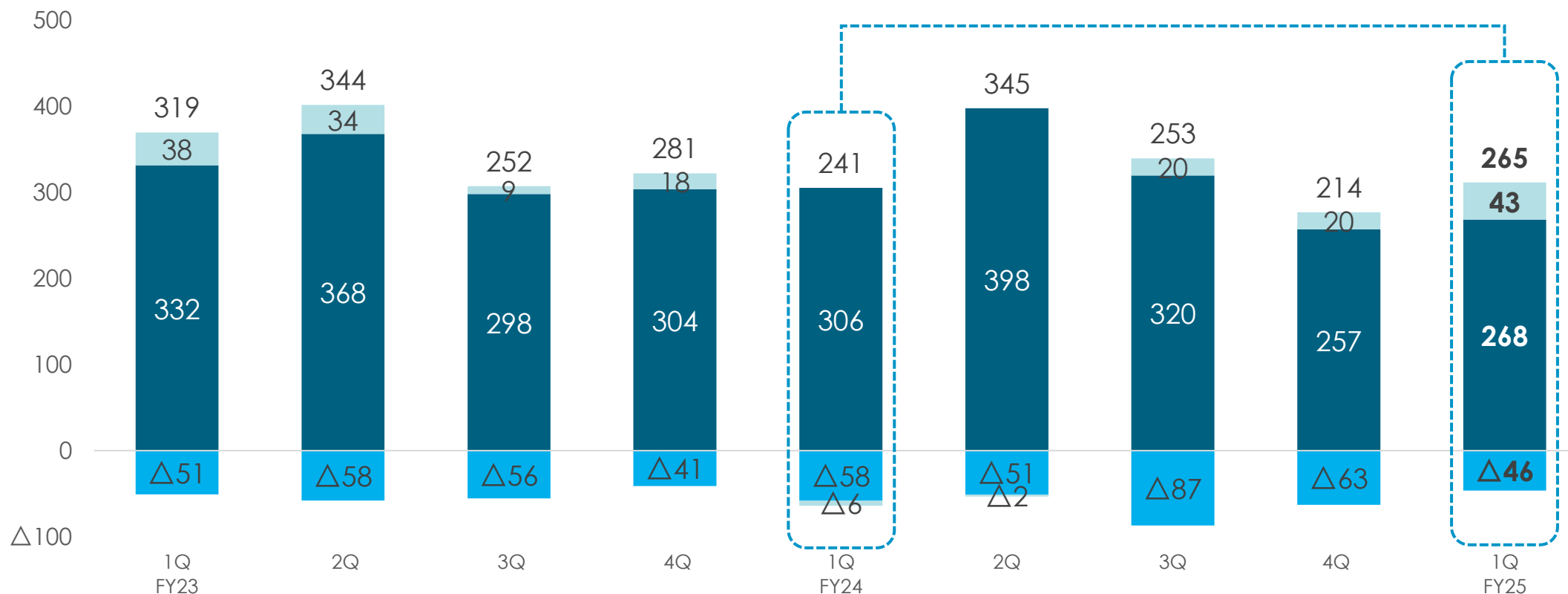
YoY
+49%

事業別 事業利益推移

- ▶ マーケティングソリューションは前年からの積極的なプロモーションによるユーザー増に伴い増益
- ▶ 海外パフォーマンス広告はインドネシアが成長を後押し、事業損失も縮小

(単位:百万円)

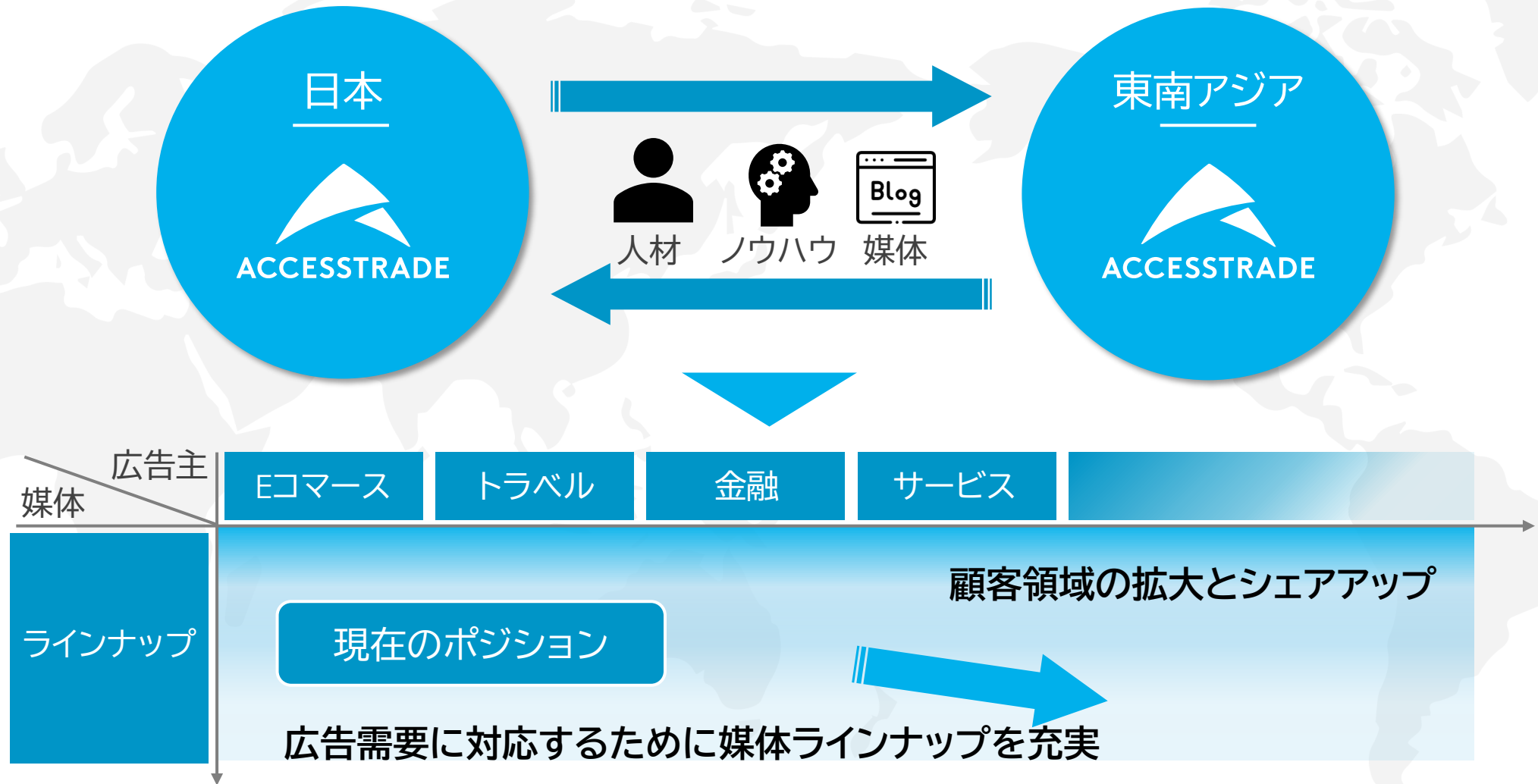
■ パフォーマンス広告 (国内)
 ■ パフォーマンス広告 (海外)
 ■ マーケティングソリューション
 ■ 合計



* 共通費を含まない事業部門の数値です

海外事業の成長投資の推進

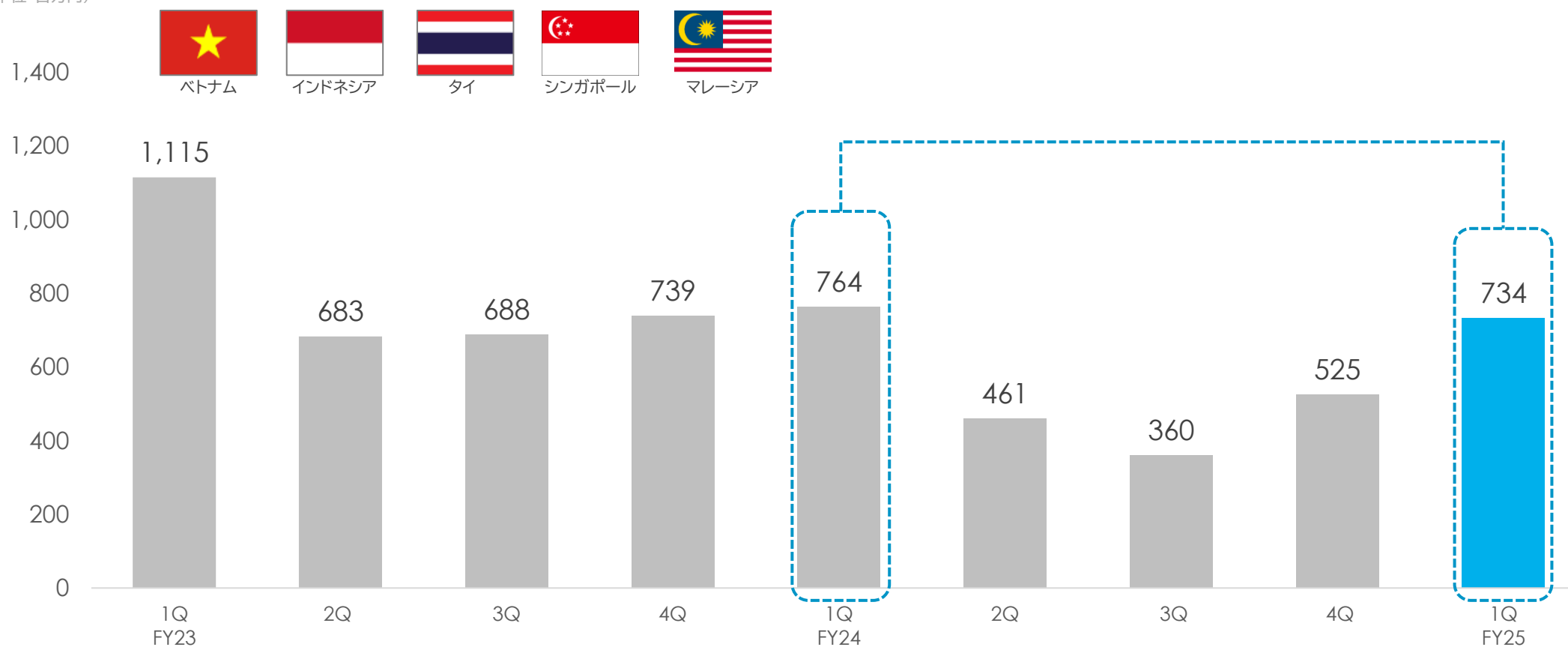
今まで以上に連携を強化、相乗効果を最大化



取扱高（海外パフォーマンス広告）

- ▶ インドネシアがEC分野を中心に好調に推移
- ▶ 低迷していたベトナムが復調

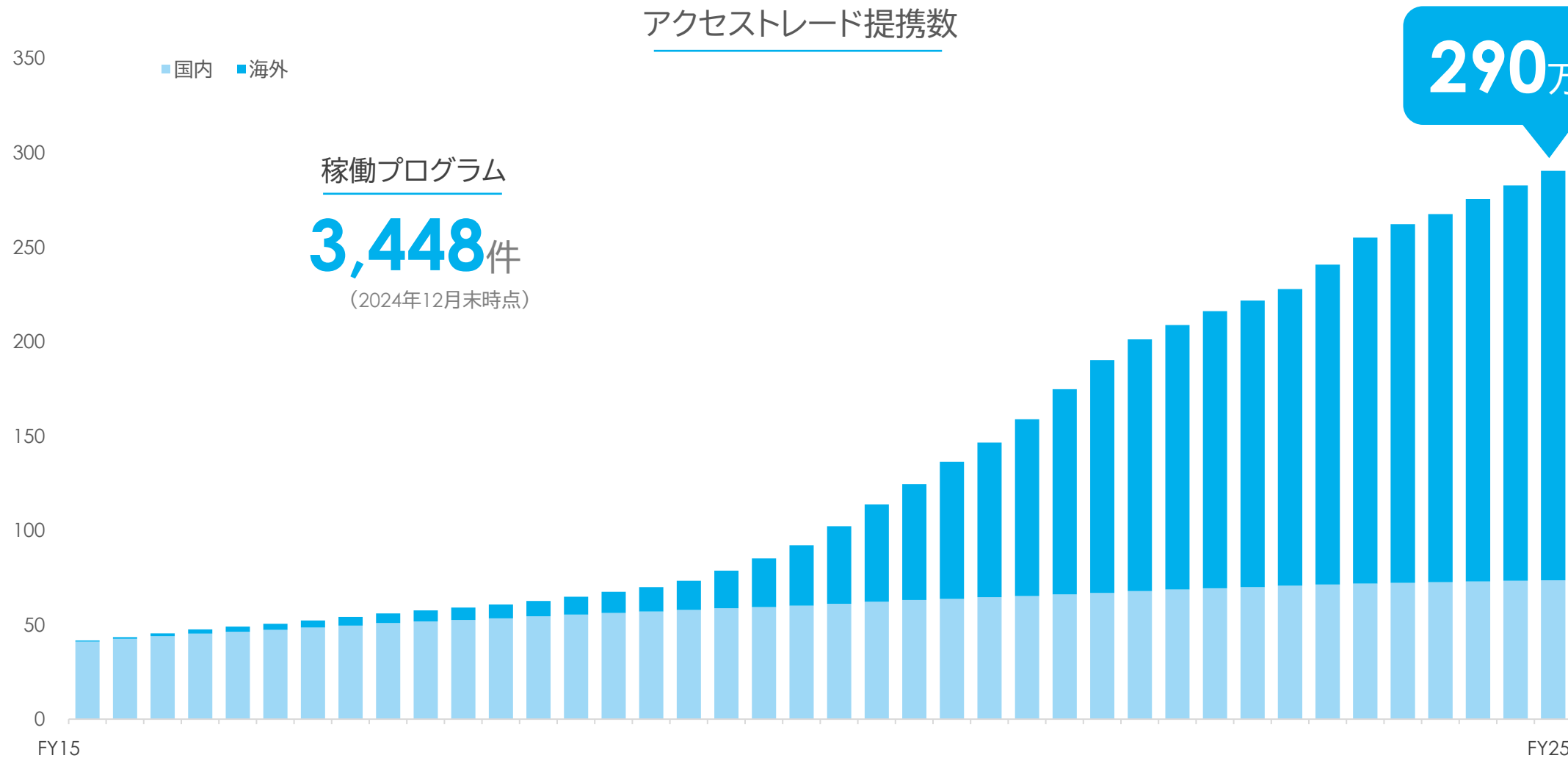
(単位:百万円)



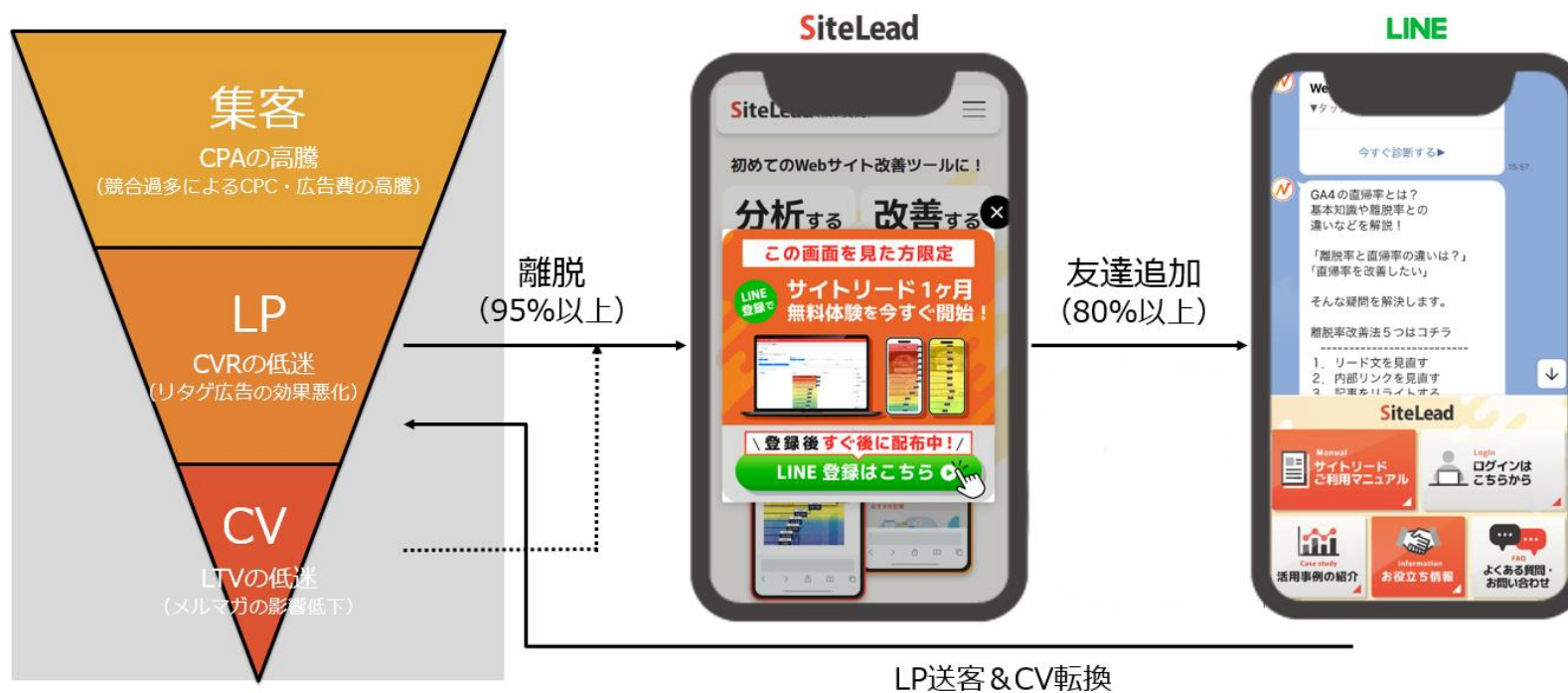
* 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です
海外アフィリエイトの取扱高には、持分法適用会社(ベトナム)の売上高を含めて表示しています

パフォーマンス広告 ネットワーク推移

(単位:万)



グループ子会社N1テクノロジーズで「SiteLeadナーチャリング」の提供開始 LINEを活用した顧客育成でマーケティングの投資対効果を最大化



04

メディア事業


メディア事業のご紹介

コンテンツ型メディア

 mamasta


 saita 

4MEEE 4yuuu

 新しい気づきを

主にディスプレイ型広告による収益

比較・検討型メディア


 転職派遣
サーチ







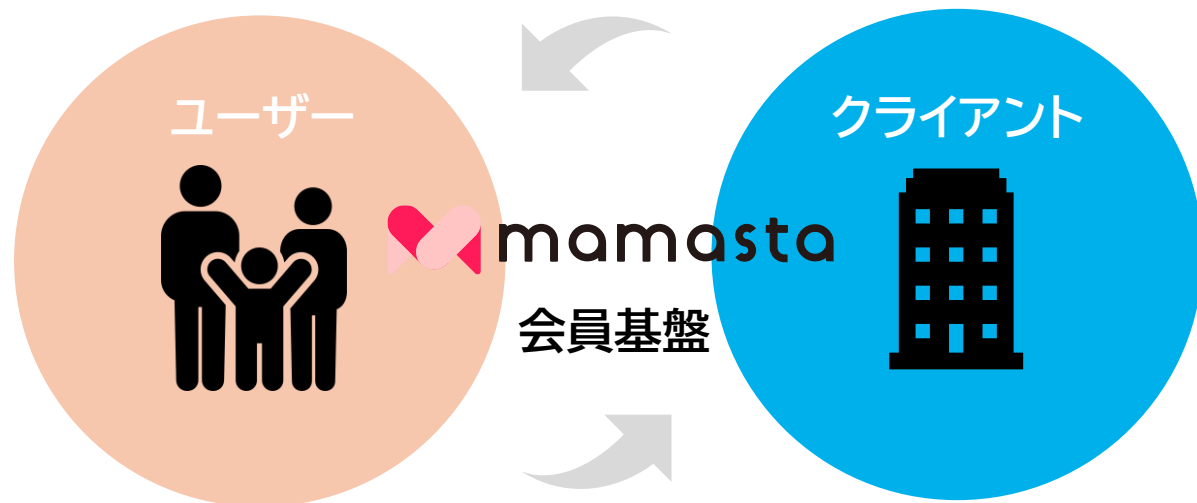


 多様な選択肢を

主に成果報酬型広告による収益

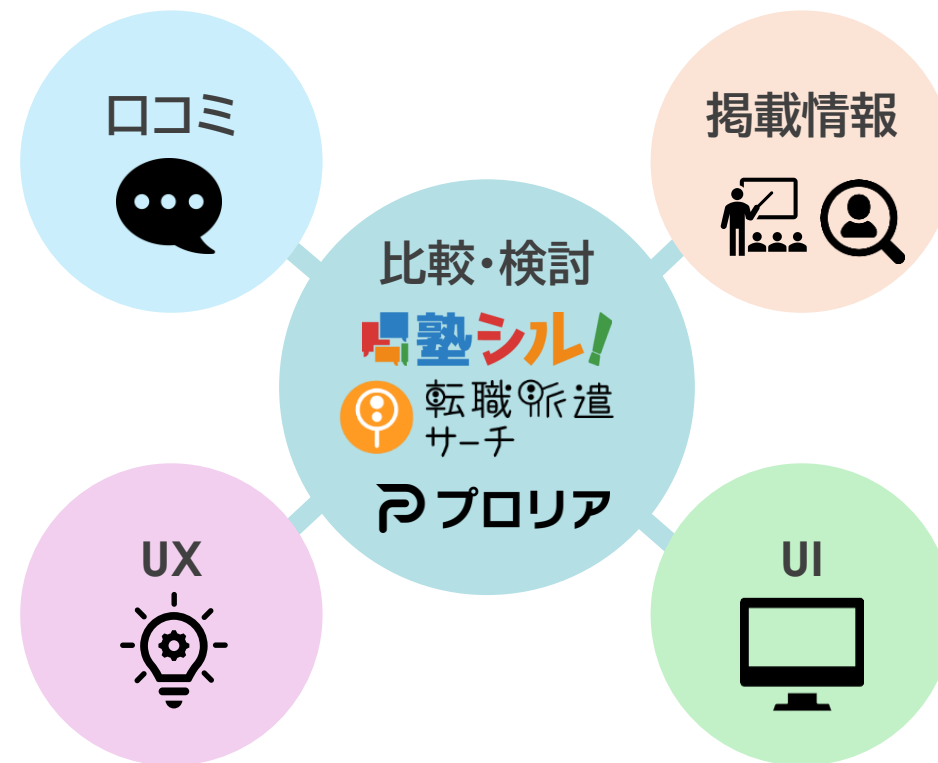
メディア事業の収益基盤安定化と投資推進

コンテンツ型メディア



プレミアムコンテンツの拡充による
会員ユーザー属性の把握と単価上昇

比較・検討型メディア



積極投資によりサイト数の増加
およびサイトコンテンツの充実

メディア事業 業績ハイライト

売上高	事業利益*
728百万円 前年比 +8.7%	57百万円 前年比 △45.7%

コンテンツ



UX向上のための広告枠の適正化により
広告収益は減少



今後は会員データの捕捉により
ユーザーあたりの単価上昇を目指す

比較・検討



積極的な広告投資により増収減益



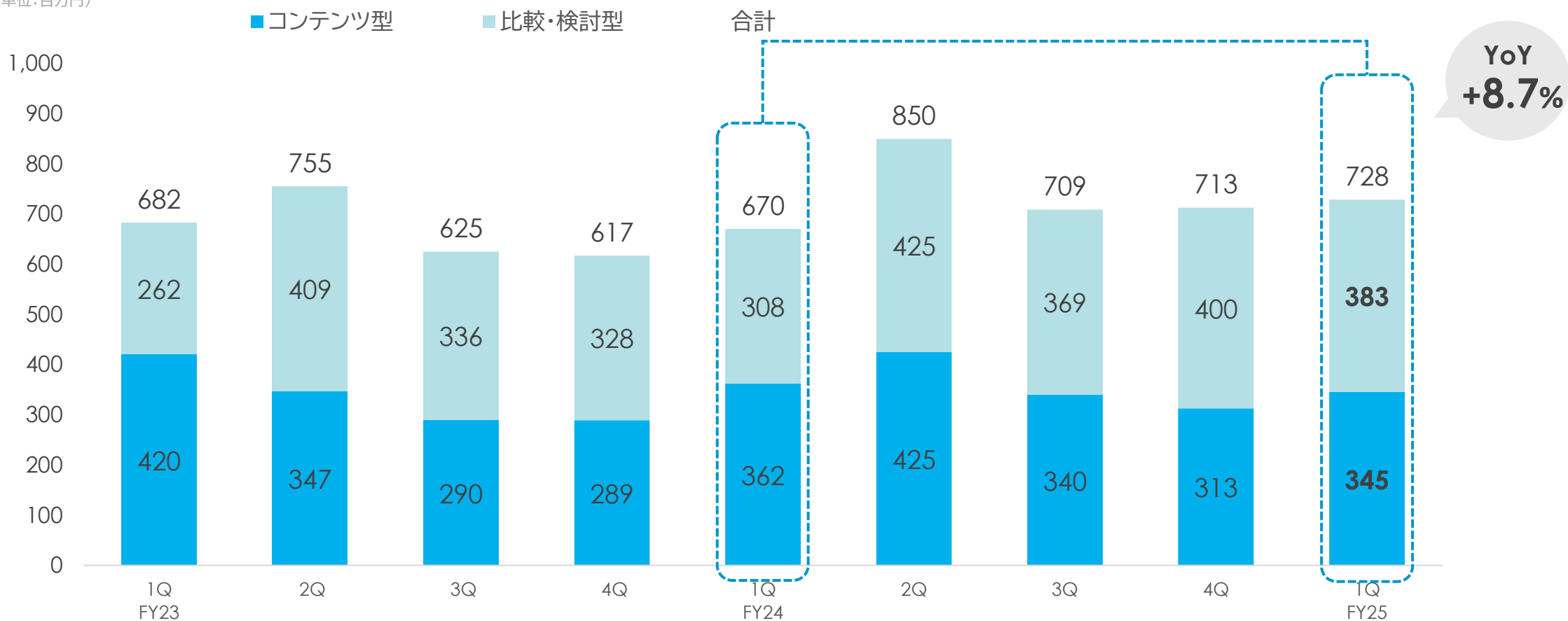
広告最適化&オーガニック強化により
収益改善を見込む

* 共通費を含まない事業部門の数値です

事業別 売上高推移

- ▶ コンテンツはママスタの収益減が影響し、前年から減少
- ▶ 比較・検討は人材系の広告需要を取り込み大きく伸長、前年から**24%**増加

(単位:百万円)

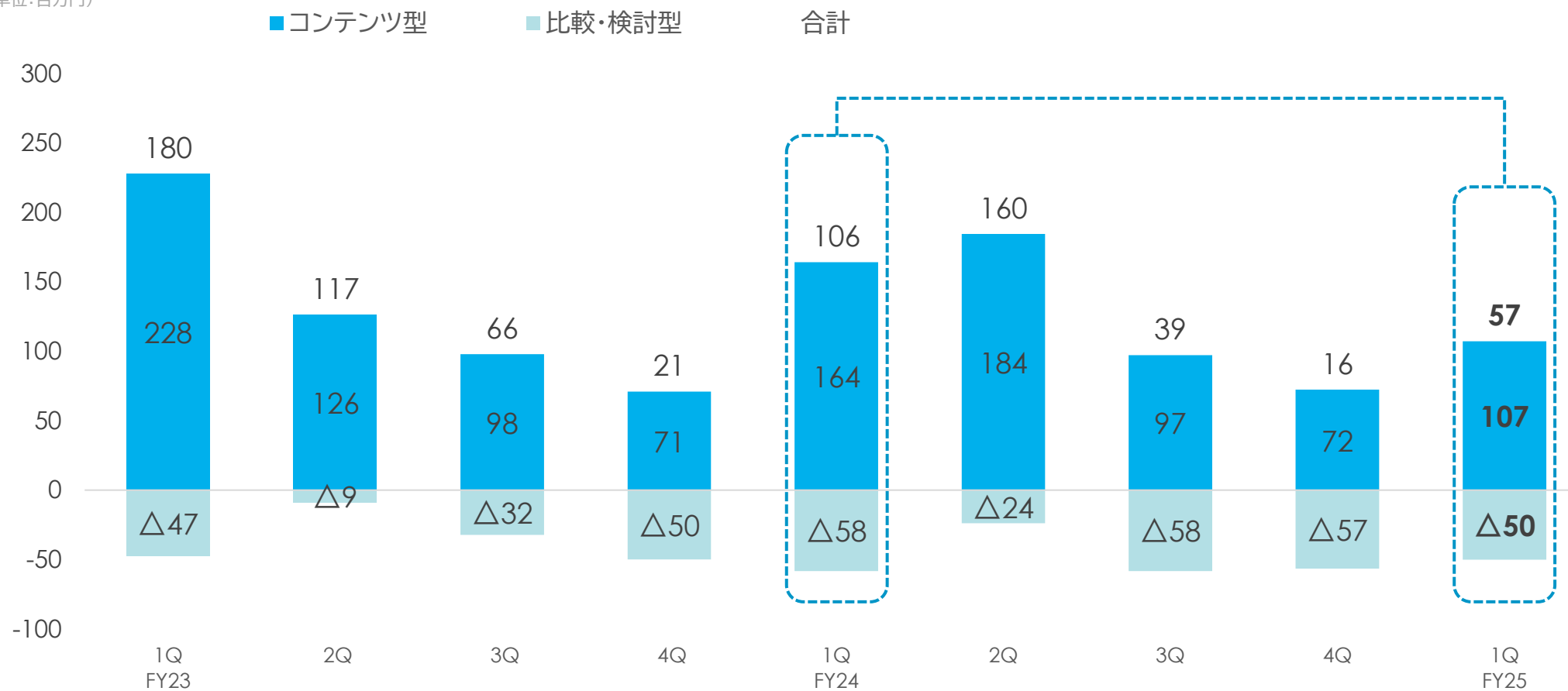


* メディア売上高には内部取引を含めて表示しています

事業別 事業利益推移

- ▶ コンテンツは売上の減少に伴い、利益も減少
- ▶ 比較・検討は広告費が増加したものの、損失は縮小傾向

(単位:百万円)



* 共通費を含まない事業部門の数値です

メディア事業 KPIハイライト

- ▶ 合計UUは堅調に推移したものの、合計PVはやや減少
- ▶ 新規開拓等が奏功し、塾シルの有料掲載教室は順調に増加

メディア合計UU

3,639万
UU

(QoQ +2.6%)

(四半期の平均ユニークユーザー数)

メディア合計PV

9.5億
PV

(QoQ Δ 2.3%)

(四半期の平均ページビュー数)

塾シル有料掲載教室

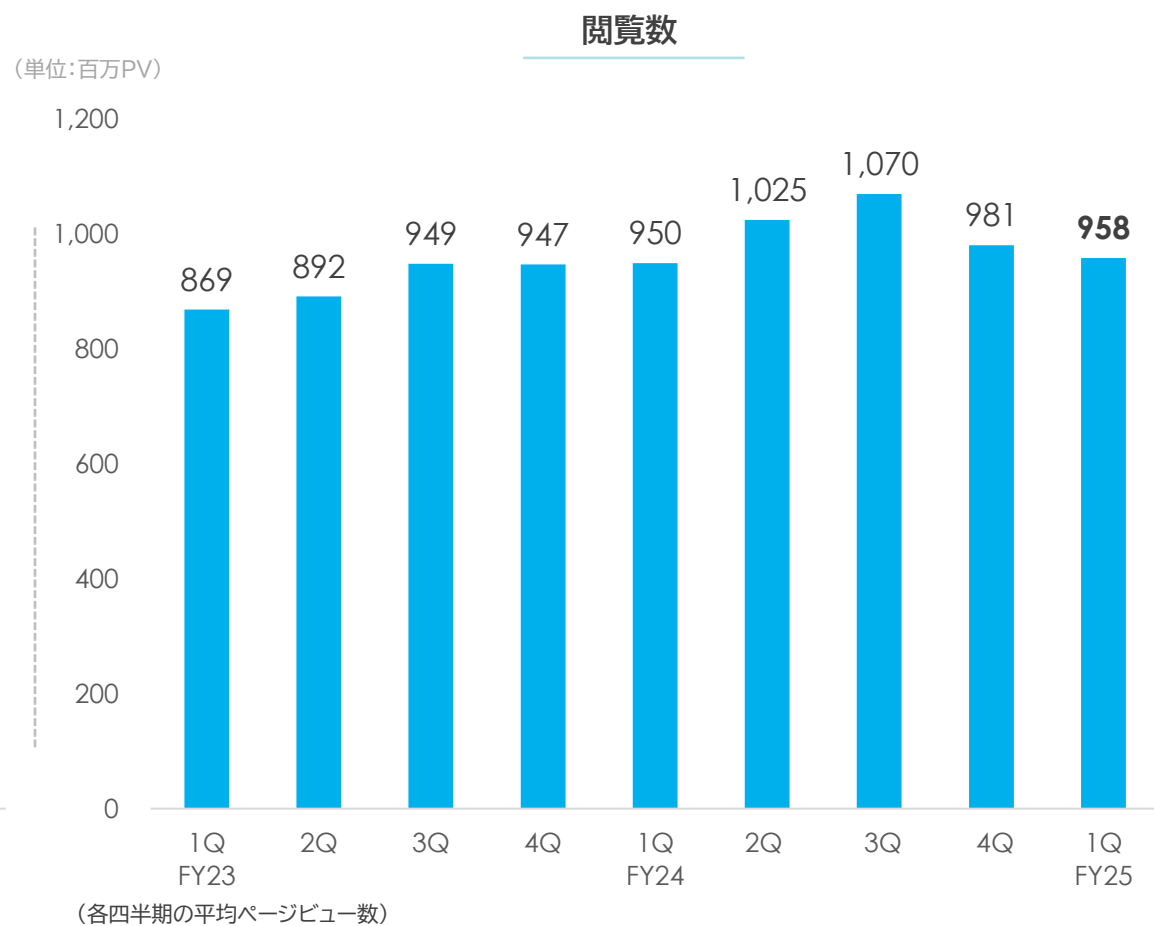
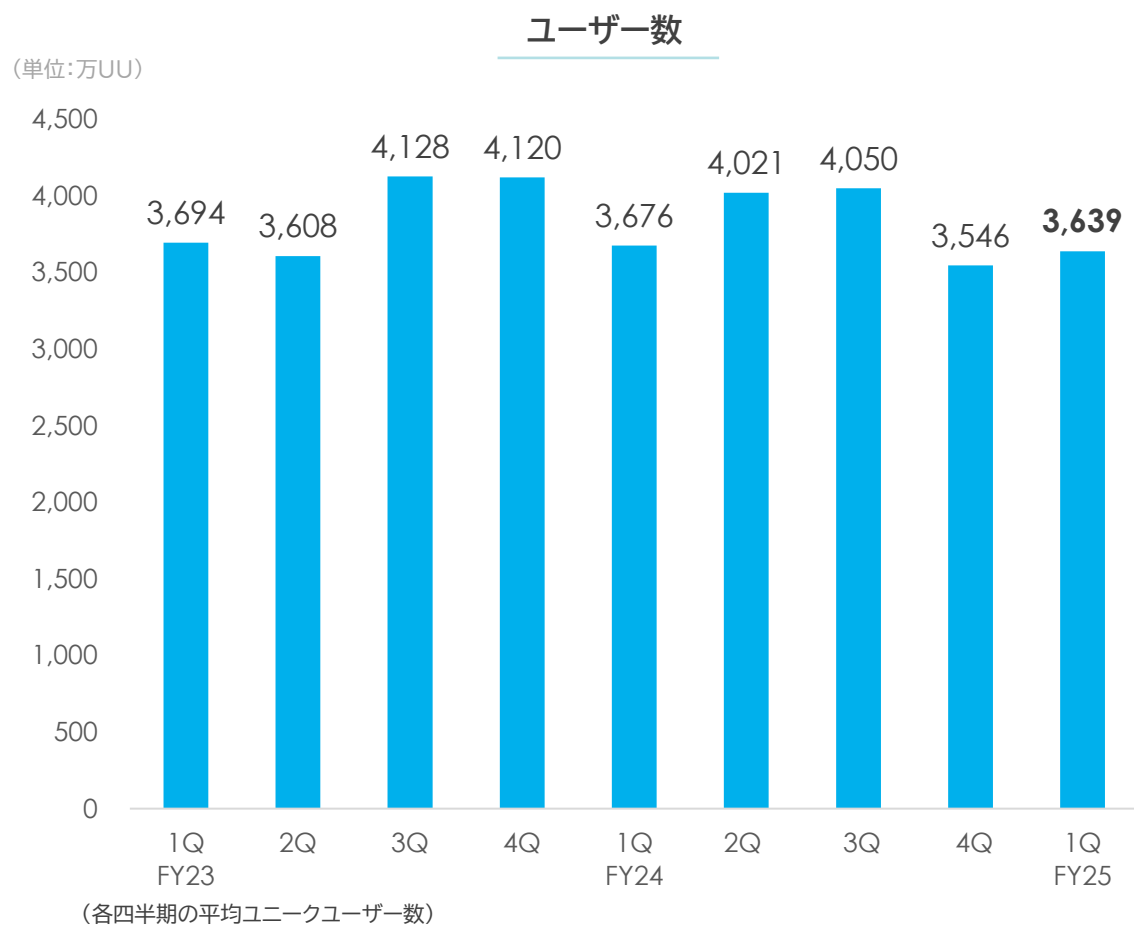
1.3万
教室

(QoQ +127教室)

(2024年12月末時点)

メディア事業 KPI推移

- ▶ ヨガ/4MEEEを中心にUU/PV数は堅調
- ▶ ママスタは前四半期同等の水準



05

中期経営計画の概要

※2023年11月15日公表

中期経営計画に向けて

Mission 「Win－Winをつくり、未来をつくる。」

長期Vision

Be innovative!

次の時代を切り拓く、革新的な企業へ

中期Vision

Global市場に向け、パフォーマンスマーケティング領域で
Asiaトップ*のポジションを目指す

FY24-FY26

既存事業の安定化

▶ アフィリエイト/(投資事業との連携)
ママスタを中心にコンテンツメディアが収益を底上げ

成長事業への投資

▶ マーケティングソリューション領域への投資と成長
海外AT進出国の深堀、SEO/インフルエンサー媒体の拡大
比較・検討型メディア強化/データベースメディアの構築

* 当面は日本と東南アジアでの事業拡大にフォーカス

中期経営計画に向けて

なぜ、東南アジアなのか？

- ・人口は日本の1.2億人の5.7倍で6.7 億人
- ・平均年齢は日本の48歳よりも18歳 若い30歳
- ・2050年にはインドネシアだけで日本のGDPを超えると予測される*1

日本

人口*2

1.2億人

平均年齢*3

48.6歳

GDP*4

4兆2,311億米ドル

東南アジア(ASEAN)

人口*2

6.7億人

平均年齢*3

30.1歳

GDP*4

3兆6,223億米ドル

*1 PwC調査レポート「2050年の世界:世界の経済力のシフトは続くのか?」より

*2 World Population 2022より

*3 World Population Reviewを基に計算

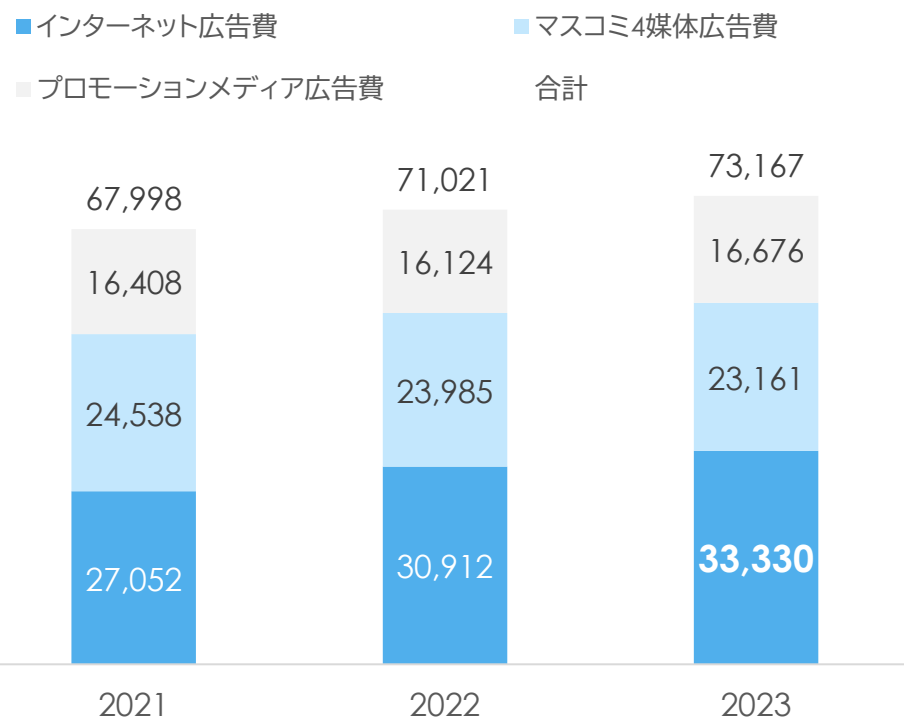
*4 外務省アジア太平洋局資料「目で見るASEAN」より

中期経営計画に向けて

東南アジアのデジタル広告市場は2024年には1.6兆円*3まで拡大すると予測される

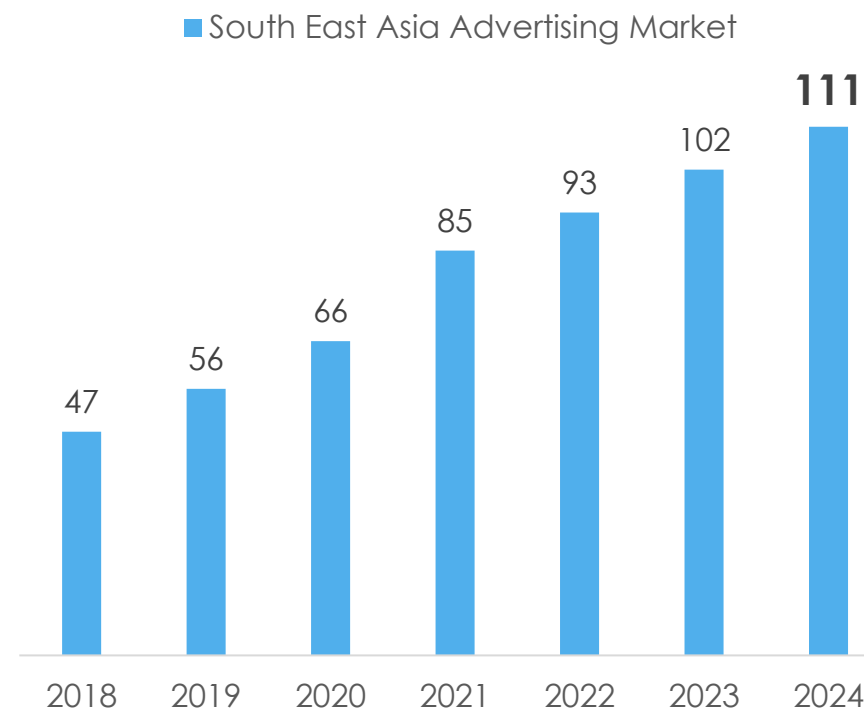
(単位:億円)

日本の媒体別広告費*1



(単位:億米ドル)

東南アジアのデジタル広告市場*2

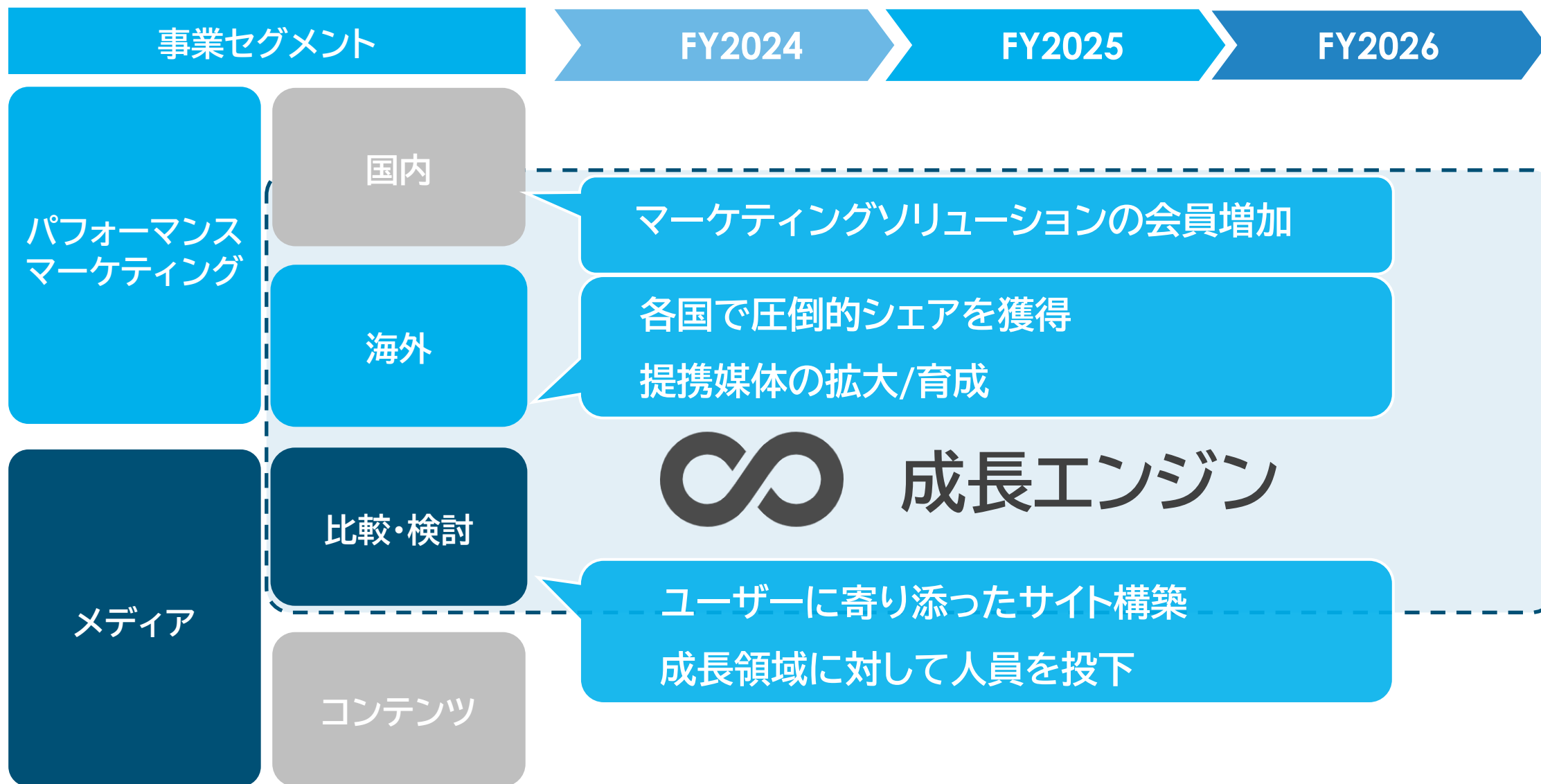


*1 株式会社電通「2023年 日本の広告費」より

*2 statista「Digital Advertising - Southeast Asia」より

*3 1ドル150円で換算

中期経営計画 方針



FY2025の目標経営指標



FY2026に達成すべき目標経営指標



Appendix

Win-Winをつくり、未来をつくる。

私たちが思う Win-Winとは、
人と人とお互いを思いやりながら、良い影響を与え合うこと、
未来をつくるとは今まで成し得なかった新しい価値を実現することにあります。

このような Win-Winの考えの基となるのは、
適切な情報を必要な人々に届けること。
それにより新しい気づきと多様な選択肢を提供すること。
情報格差をなくし、たくさんの挑戦を生み出すこと。
そして、フェアで活気に満ちた世界を実現すること他なりません。

そのために私たちは、インターネットのテクノロジーで新しい未来をつくります。
失敗を恐れずに、世界中に大きなインパクトを与えるための挑戦を、
これからも続けていきます。

私たちは、Win-Winをつくり、未来をつくります。

会社紹介

- 会社名 株式会社インタースペース(証券コード:2122)
- 所在地 東京都新宿区西新宿2丁目4番1号
- 設立 1999年11月8日(26期目)
- 代表者 代表取締役執行役員社長 河端 伸一郎
- 従業員 256名(単体) 409名(連結) ※2024年12月31日現在
- 事業内容 パフォーマンスマーケティング事業
メディア事業



主なグループ会社

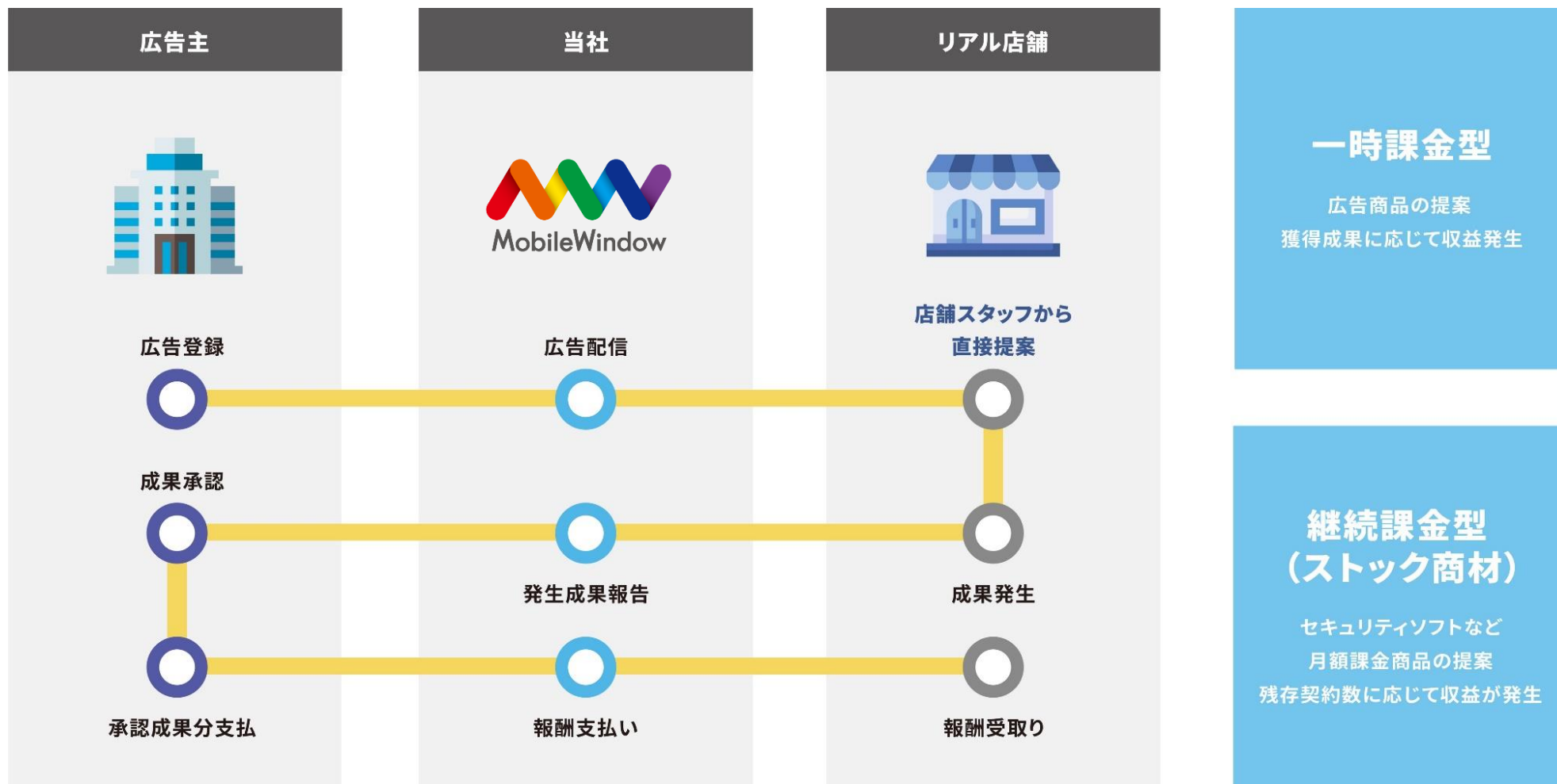
会社名	区分	事業内容
株式会社ストアフロント	連結	店舗向けアフィリエイトサービス「ストアフロントアフィリエイト」の運営や「ポケットバックアップ」「ダレカナブロック」のアプリを運営
4MEEE株式会社	連結	ファッションメディア「4MEEE」「4yuuu」などを運営
株式会社TAG STUDIO	連結	比較・検討メディア「転職派遣サーチ」などを運営
株式会社ユナイトプロジェクト	連結	学習塾検索サイト「塾シル」を運営
株式会社N1テクノロジーズ	連結	マーケティングSaaS「SiteLead(旧:賢瓦)」を運営
PT. INTERSPACE INDONESIA	連結	インドネシアで海外版「ACCESSTRADE」を運営
INTERSPACE(THAILAND)CO.,LTD.*	連結	タイで海外版「ACCESSTRADE」を運営
INTERSPACE DIGITAL SINGAPORE PTE. LTD.	連結	シンガポールで海外版「ACCESSTRADE」を運営
INTERSPACE DIGITAL MALAYSIA SDN. BHD.	連結	マレーシアで海外版「ACCESSTRADE」を運営
INTERSPACE VIETNAM CO.,LTD.	持分法	ベトナムで海外版「ACCESSTRADE」を運営

ビジネスモデル アクセストレード(アフィリエイトサービス)



提携するアフィリエイトネットワーク(パートナーWEBサイト)にて、成果(会員登録、商品購入など)が発生し、その成果に合わせて広告費を請求 ⇒ パートナーへ報酬を支払うビジネスモデル

ビジネスモデル モバイルウィンドウ(店舗向けアフィリエイトサービス)



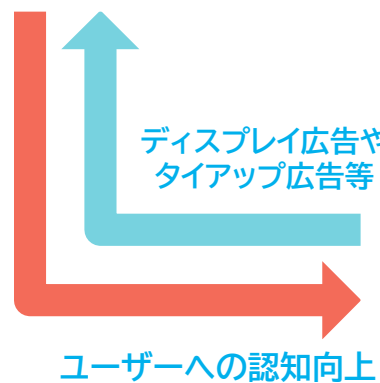
提携する店舗(主に携帯販売店)にて、対面接客による広告商品の提案(スマホアプリなど)
その獲得成果に合わせて広告費を請求 ⇒ 提携店舗へ報酬を支払うビジネスモデル

ビジネスモデル コンテンツ型メディア



ブランド認知向上を目的とした
広告収益モデル

広告主のブランドセーフティを
意識したコンテンツ作りに注力



ビジネスモデル 比較・検討型メディア

熟シル!



取引企業数の拡大や
ユーザー認知の向上などを図る

派遣サーチ



送客に応じた収益を得る
成果型ビジネスモデル

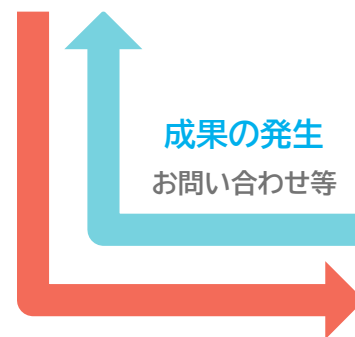


ユーザー



情報の閲覧

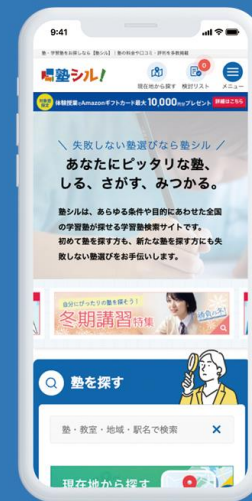
情報の掲載



ユーザーを送客



企業



INTER SPACE MEDIA





上記から、当社IRページをご覧ください。

本資料に記載された業績見通し等に関する記述は、
発表日時点での当社の判断に基づくもので、その情報の正確性を保証するものではありません。
様々な要因の変化により、実際の業績と異なる可能性があることをご了承ください。