

2025年9月期3Q 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 - 2025年6月

目次

01 2025年9月期3Q 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3Q 決算概要

2025年9月期3Q グループ連結業績

- ▶ 好調のマーケティングソリューションに後押しされ、売上高は前年比**12%増加**と二桁増収を継続
- ▶ 既存事業の収益減が影響し、営業利益は前年から減少

(単位:百万円)	FY25.3Q	FY24.3Q	増減額	増減率
取扱高*	20,949	21,001	-52	-0.2%
売上高	6,650	5,940	+710	+12.0%
営業利益	308	524	-216	-41.1%
経常利益	309	516	-207	-40.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	116	275	-159	-57.7%

* 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3Q 決算概要

- ▶ 両セグメントともに売り上げは前年比で伸長
- ▶ 利益率の高い既存事業の低迷により利益は伸び悩み

連結業績

売上高	6,650	百万円	前年比 +12.0%
営業利益	308	百万円	前年比 -41.1%

パフォーマンス マーケティング

セグメント売上高	4,275	百万円	前年比 +15.2%
セグメント利益	263	百万円	前年比 -25.7%

メディア

セグメント売上高	2,375	百万円	前年比 +6.5%
セグメント利益	45	百万円	前年比 -73.2%

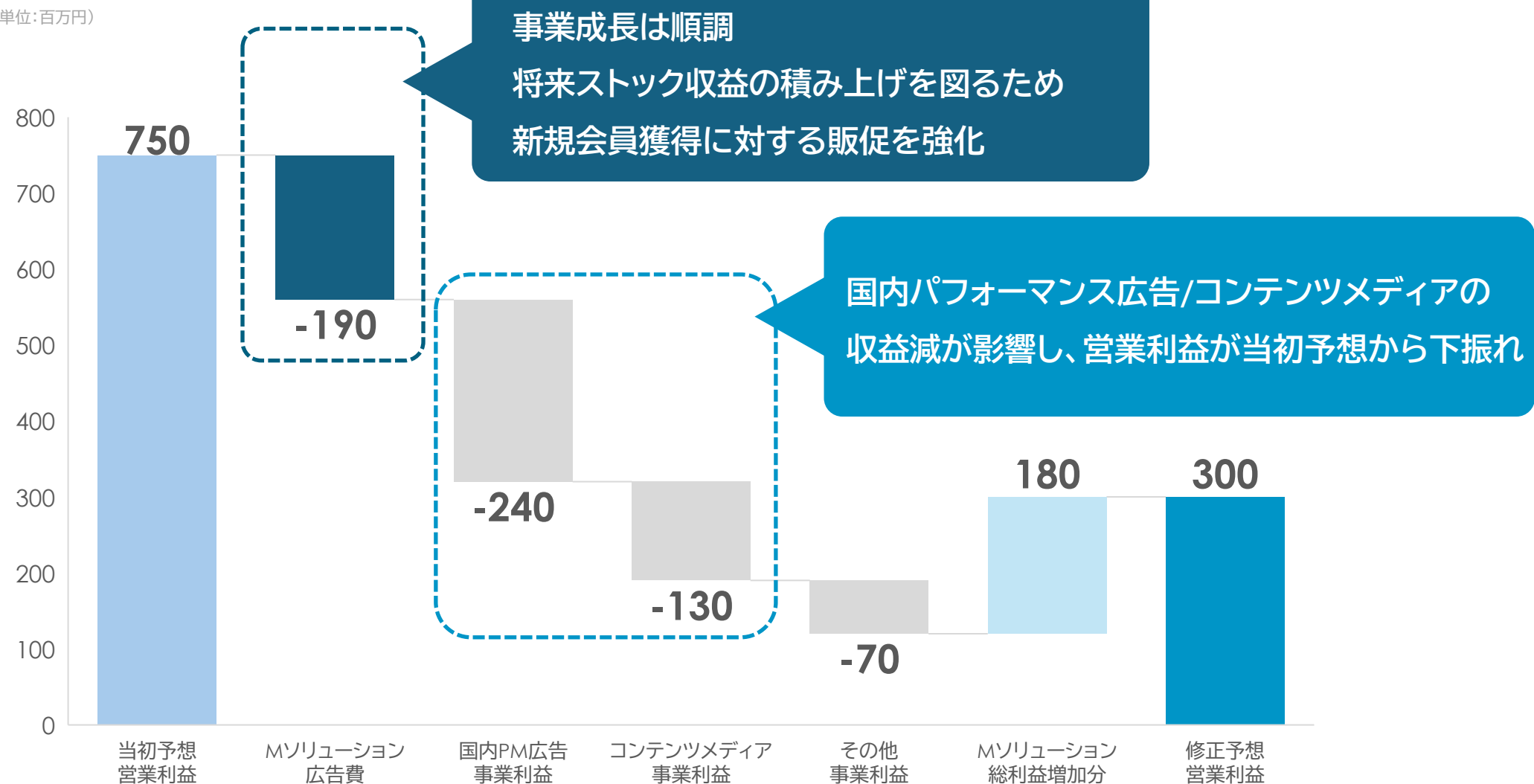
2025年9月期 通期業績予想の修正

- ▶ マーケティングソリューションの成長が見られたものの、売上高は当初予想やや下回る
- ▶ 主に国内パフォーマンス広告/コンテンツメディアの減収により、利益面も当初予想を下回る見通し
- ▶ 将来ストック収益を積み上げるため、新規会員獲得にかかる販促費を積極的に投下

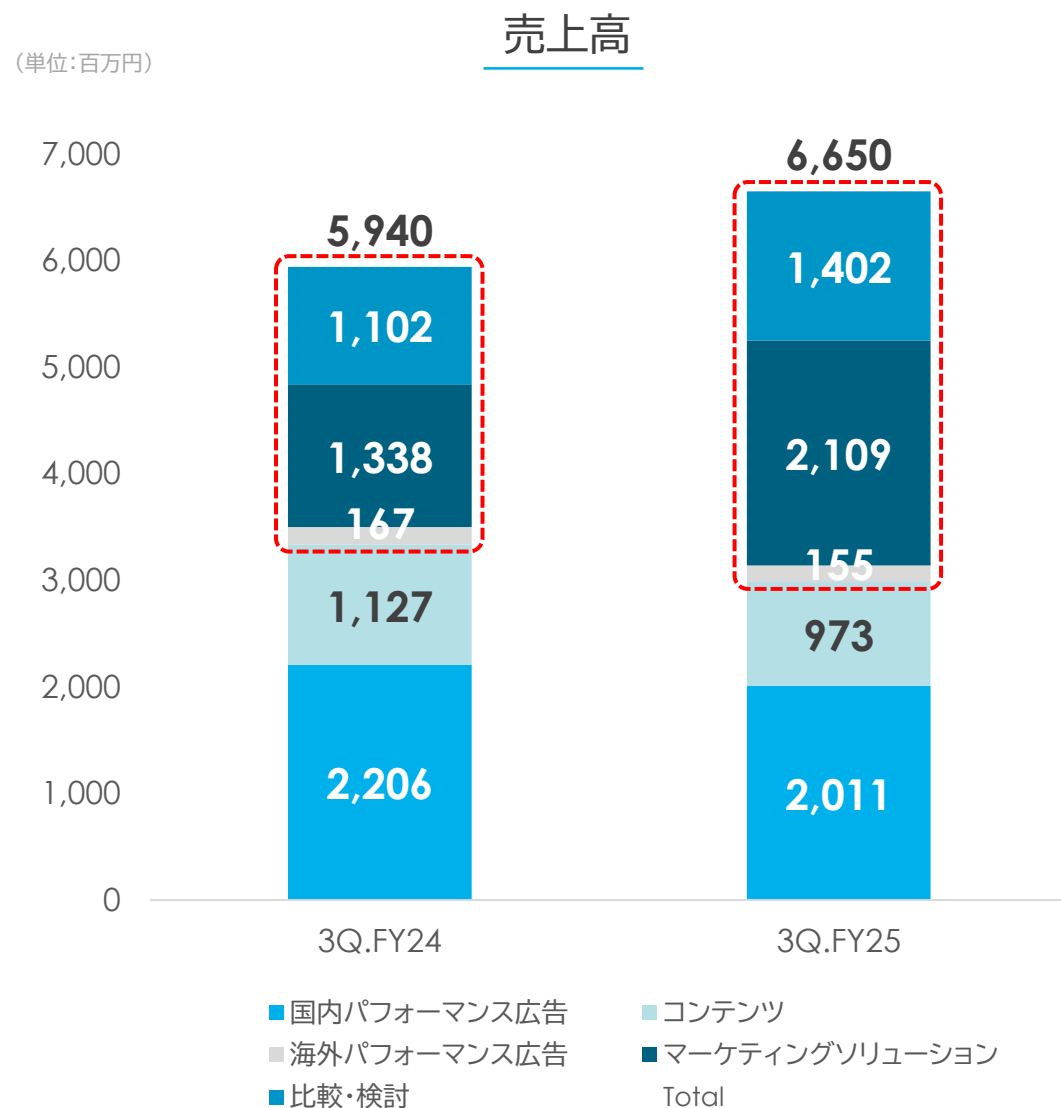
(単位:百万円)	前期実績	当初予想	修正予想	増減額	前年比
売上高	7,909	9,000	8,800	-200	+11.3%
営業利益	555	750	300	-450	-45.9%
経常利益	490	750	300	-450	-38.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	59	400	120	-280	+103.4%

2025年9月期 通期業績予想の修正理由

(単位:百万円)



2025年9月期3Qの振り返り(中期経営計画2年目)



注力領域

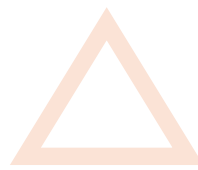
比較・検討型メディア



マーケティングソリューション



海外パフォーマンス広告



コンテンツ型メディア



国内パフォーマンス広告



事業セグメントごとの今後の方針

比較・検討型メディア



さらなる成長に向けた投資を推進
(人員リソース/販促費の投下等)

マーケティングソリューション



海外パフォーマンス広告



引き続き注力はあるものの、
コスト構造の見直し等、損失縮小を図る

コンテンツ型メディア



国内パフォーマンス広告

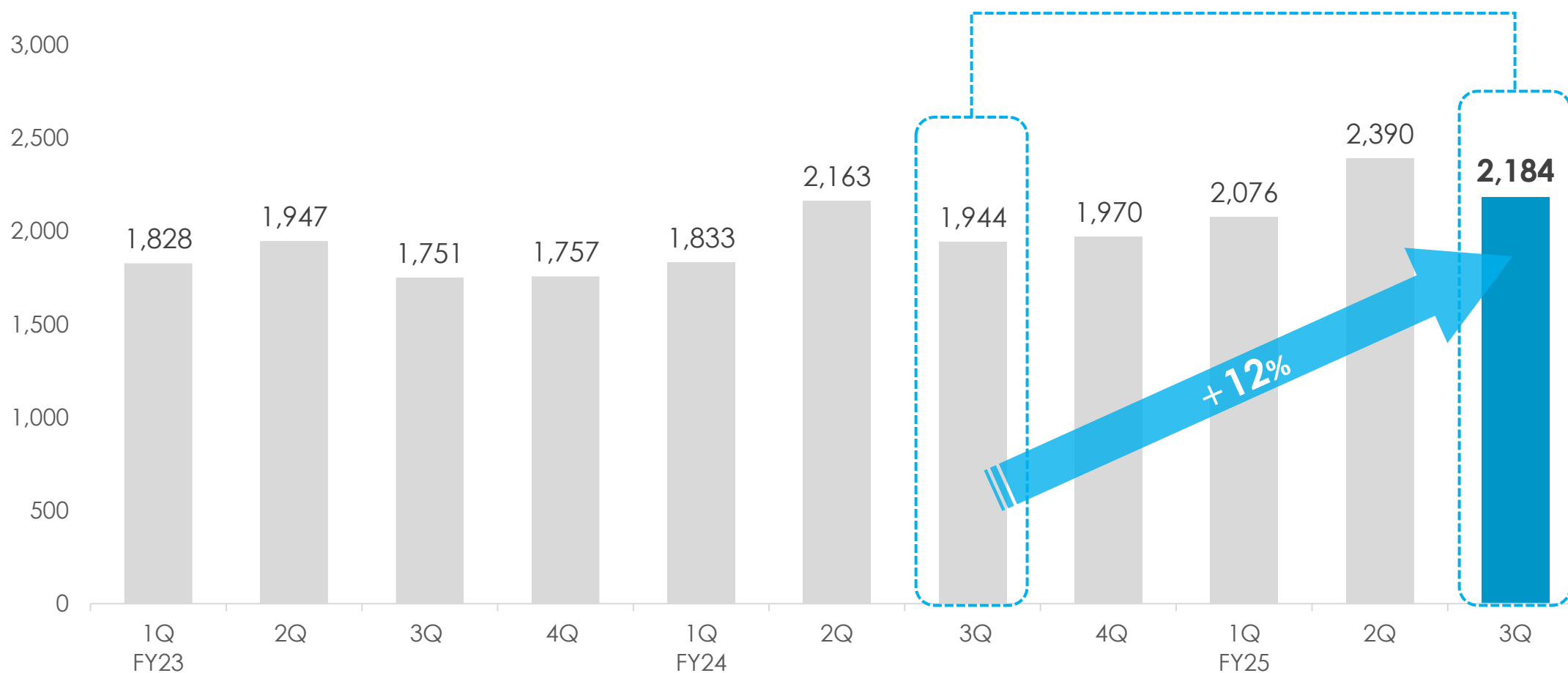


収益モデルの多角化による収益改善
間接コストの削減等による利益改善を図る

連結売上高推移

▶ マーケティングソリューションの伸長により、売上は高水準で推移

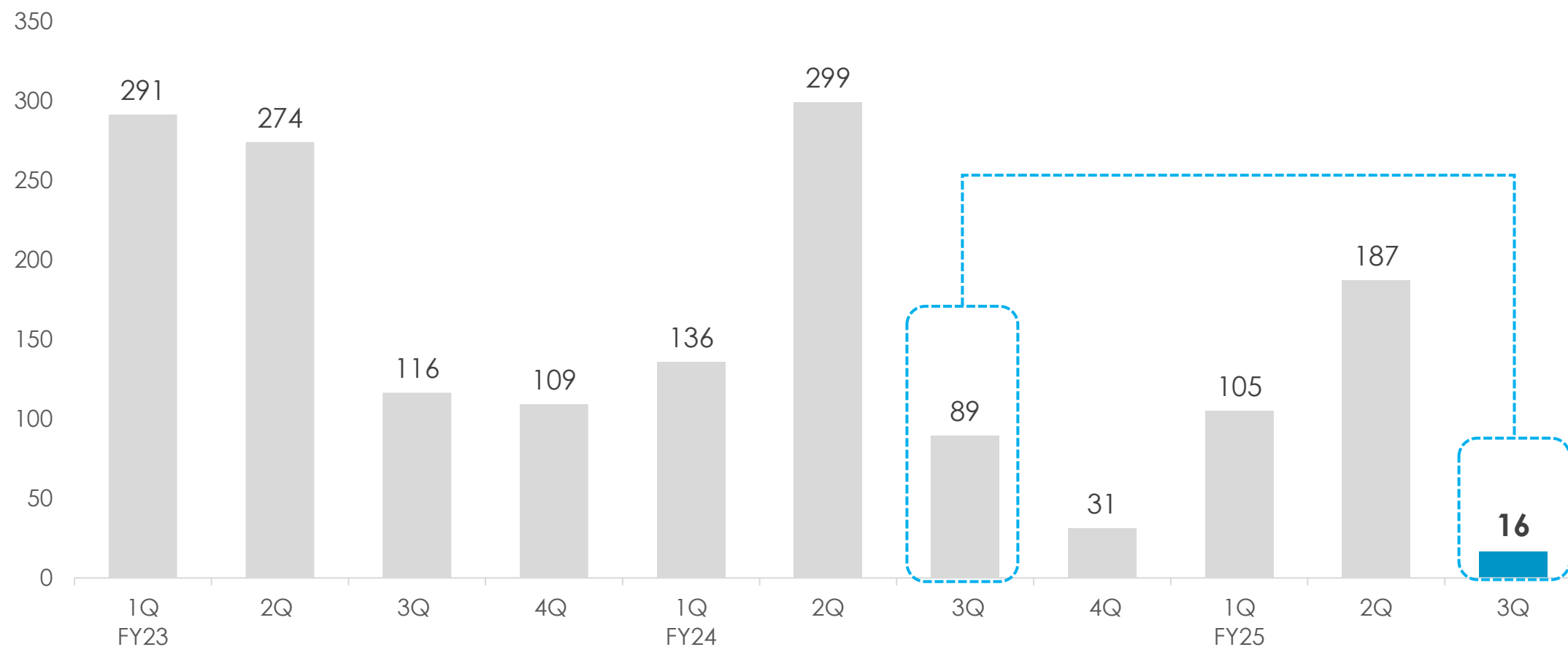
(単位:百万円)



連結営業利益推移

▶ 既存事業の収益減と積極的な販促費の投下により営業利益が減少

(単位:百万円)

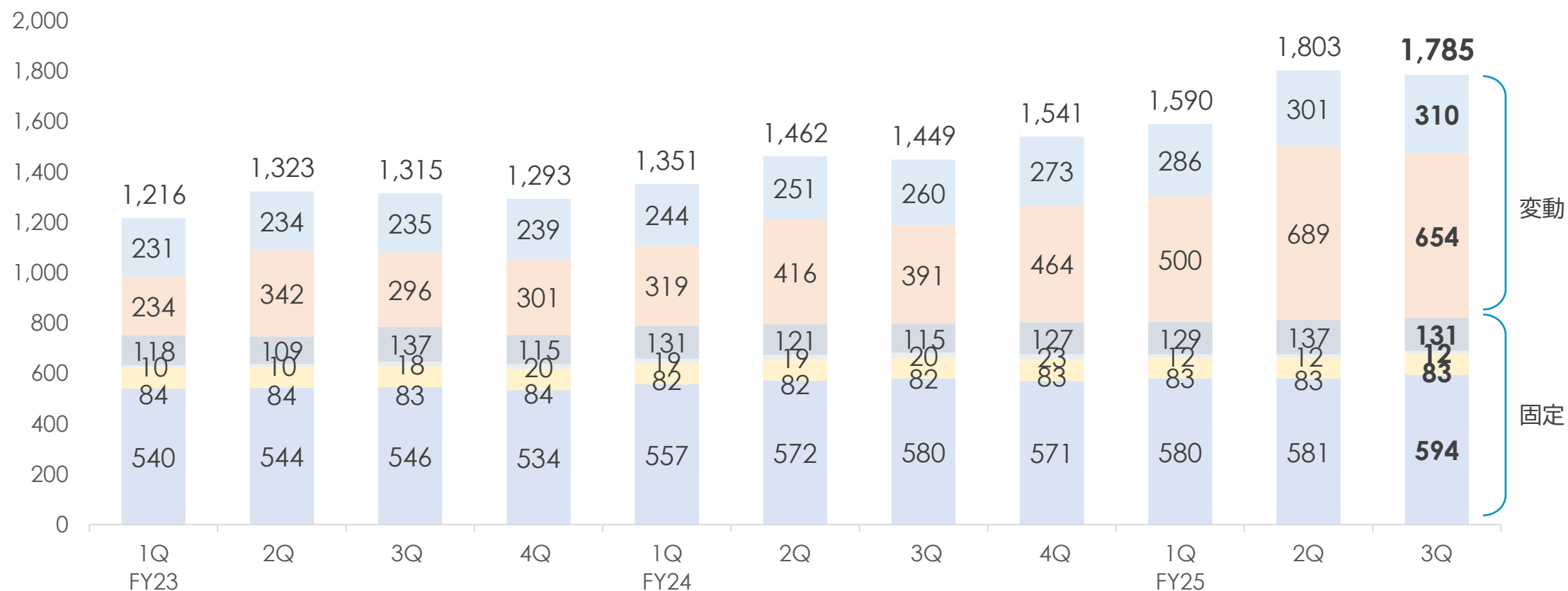


連結販管費推移

▶ マーケティングソリューションの増収に伴う変動費は増加したものの、固定費は横ばいで推移

(単位:百万円)

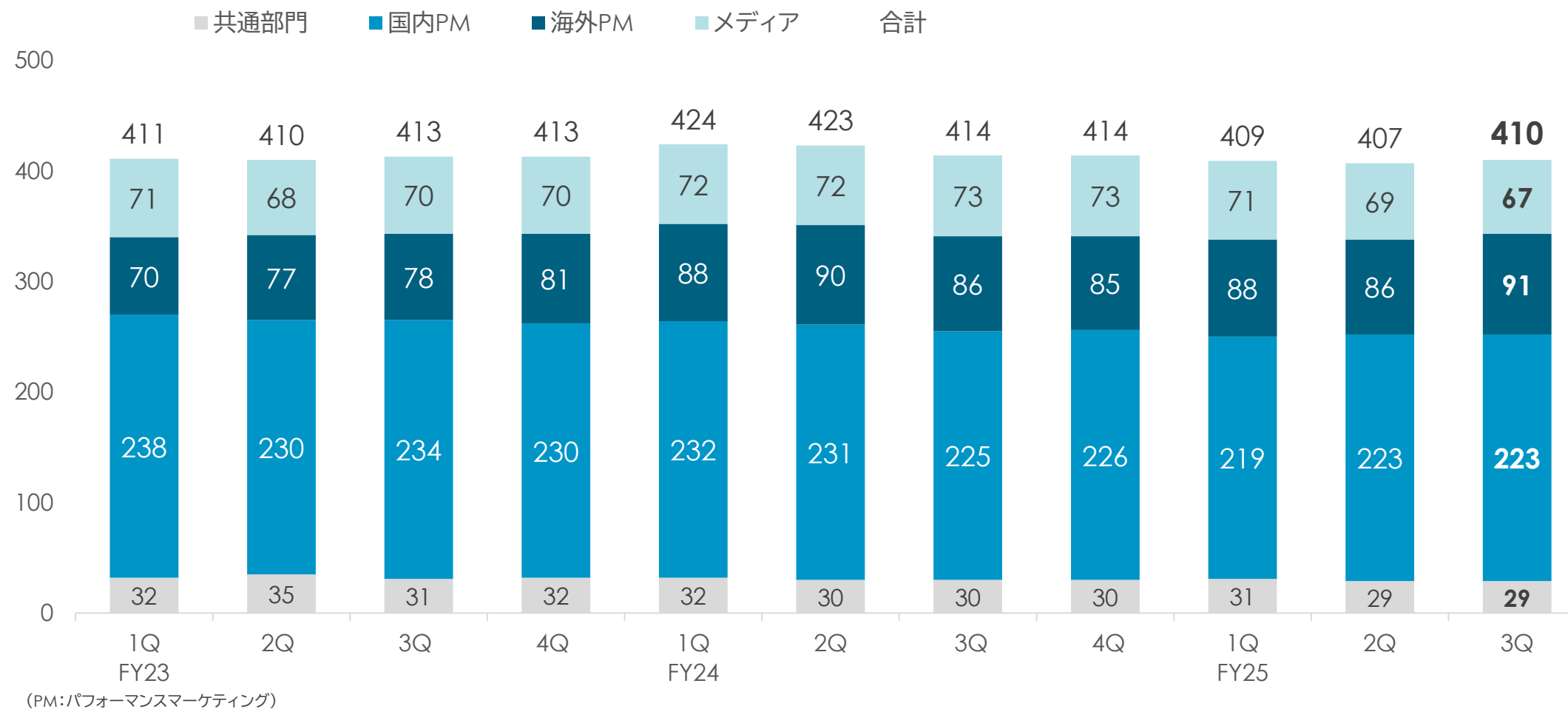
人件費 事務所関係 償却費 その他 広告宣伝費 決済手数料 合計



連結従業員推移

▶ 既存事業では追加採用を抑制し、生産性向上による効率的な組織体制を推進

(単位:人)



連結貸借対照表

	FY25.3Q	FY24.4Q	増減額	補足情報
(単位:百万円)				
現金・預金	5,695	5,953	-258	
流動資産	9,537	9,628	-91	
固定資産	1,570	1,604	-34	
総資産	11,107	11,232	-125	
流動負債	5,484	5,524	-40	
固定負債	64	66	-2	
株主資本	5,564	5,636	-72	
純資産	5,559	5,641	-82	自己資本比率 50%

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



ACCESSTRADE

日本

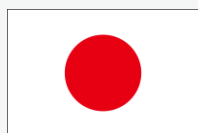
ASEAN

人口 1億2千万人

人口 6億7千万人

GDP 4兆2,311億米ドル*

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



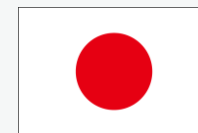
SiteLead



ポケットバックアップ



ダレカナブロック



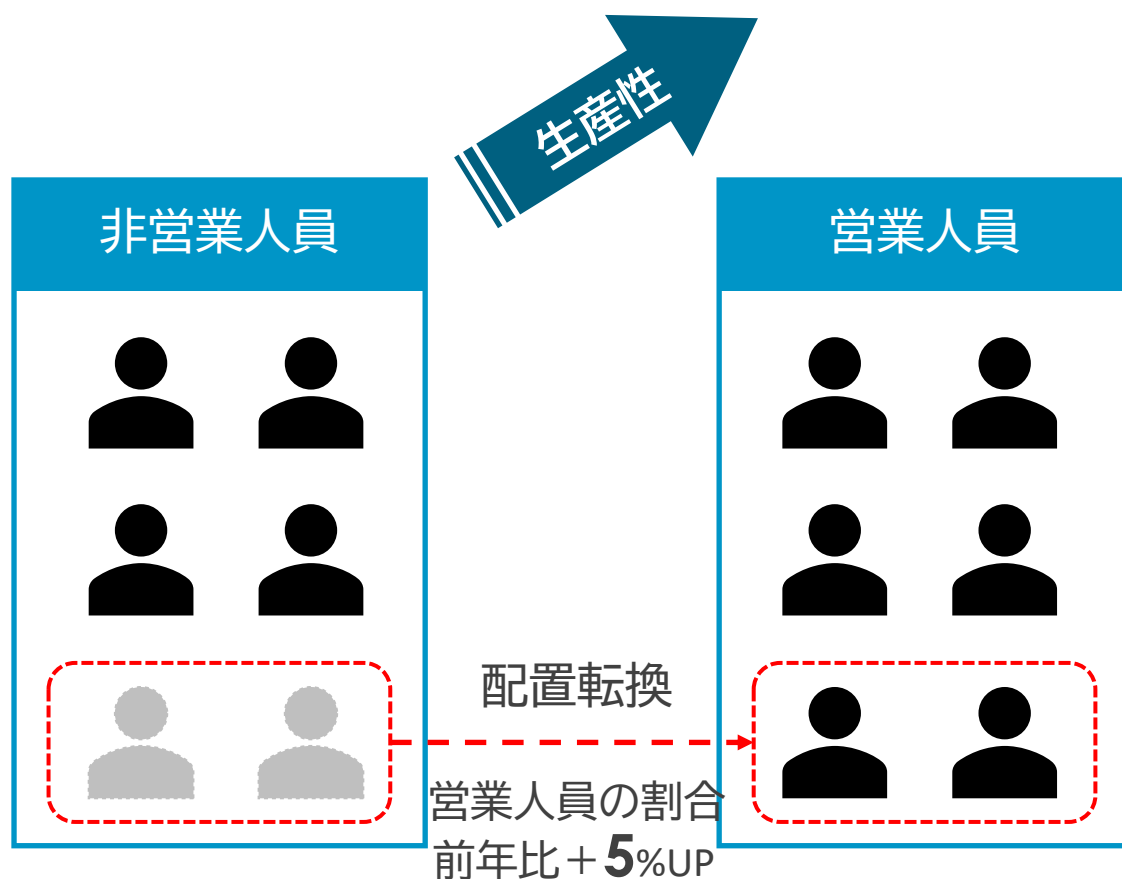
月額課金型サービスによる収益

* 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

19,681 百万円 前年比 + **0.2%**

事業利益*²

748 百万円 前年比 - **10.7%**

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 **143万**



ポケットバックアップ



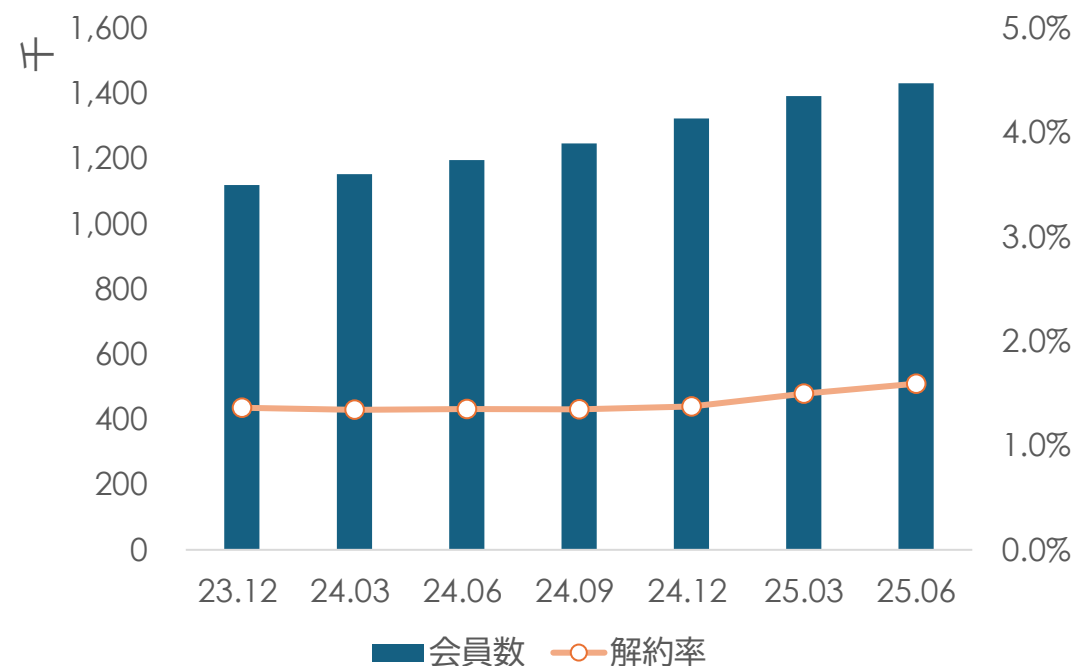
MWSecurityStore



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)



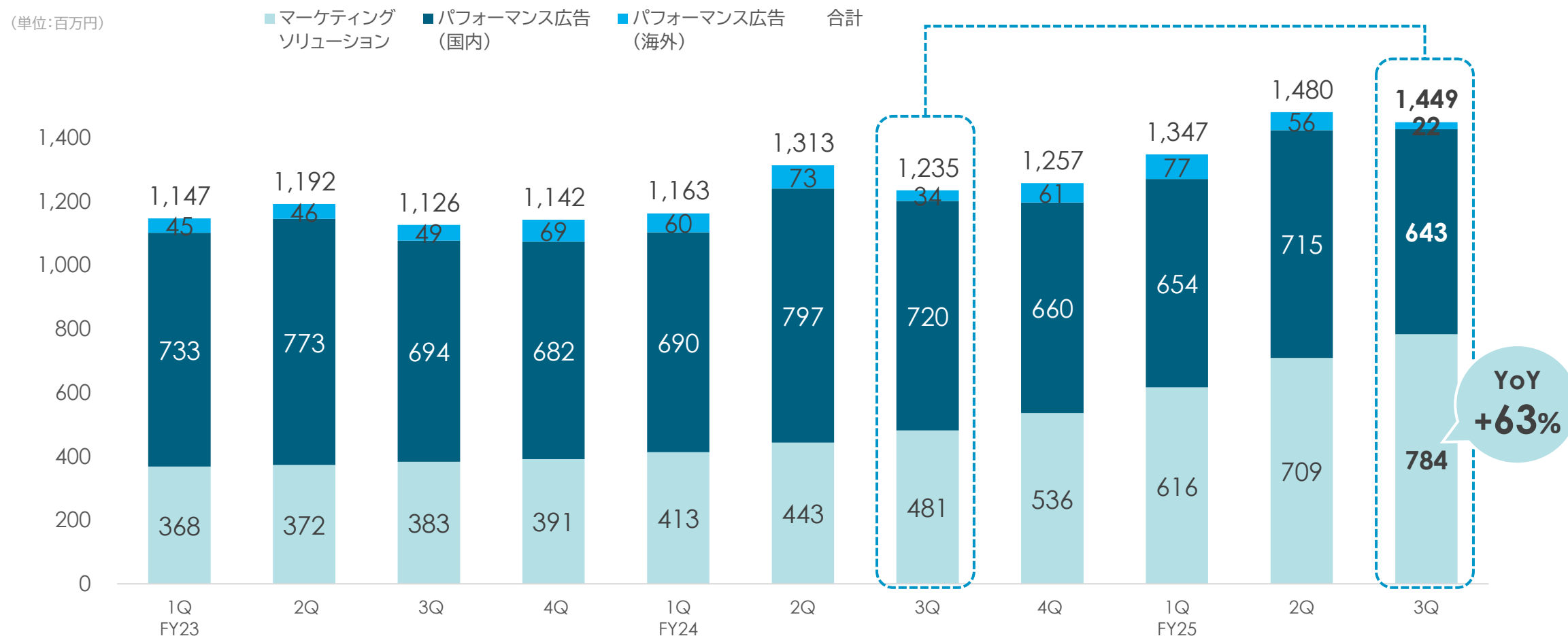
*¹ 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です

*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

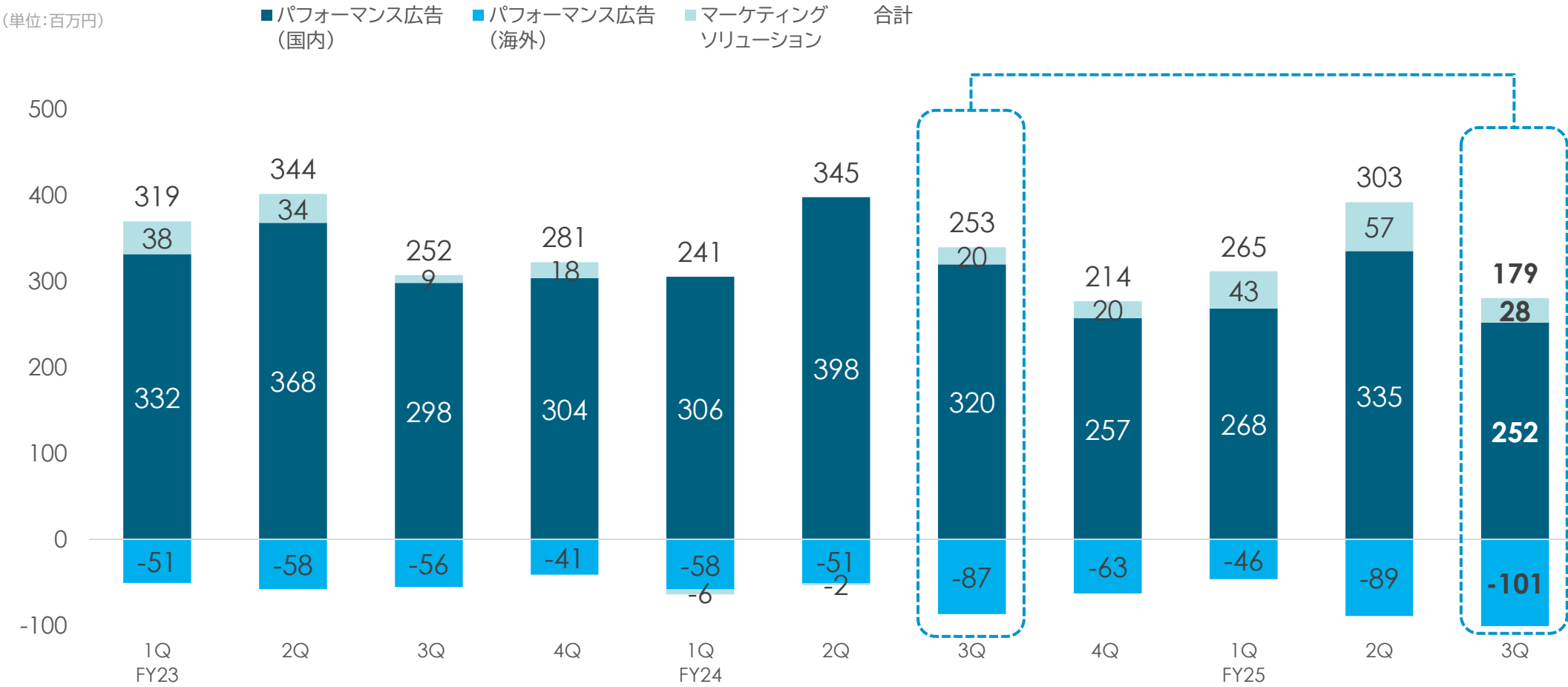
▶ 全体的には前年から**17%増加**と二桁増収

▶ 国内パフォーマンス広告は減少したものの、マーケティングソリューションは前年比+63%の大幅増収



事業別 事業利益推移

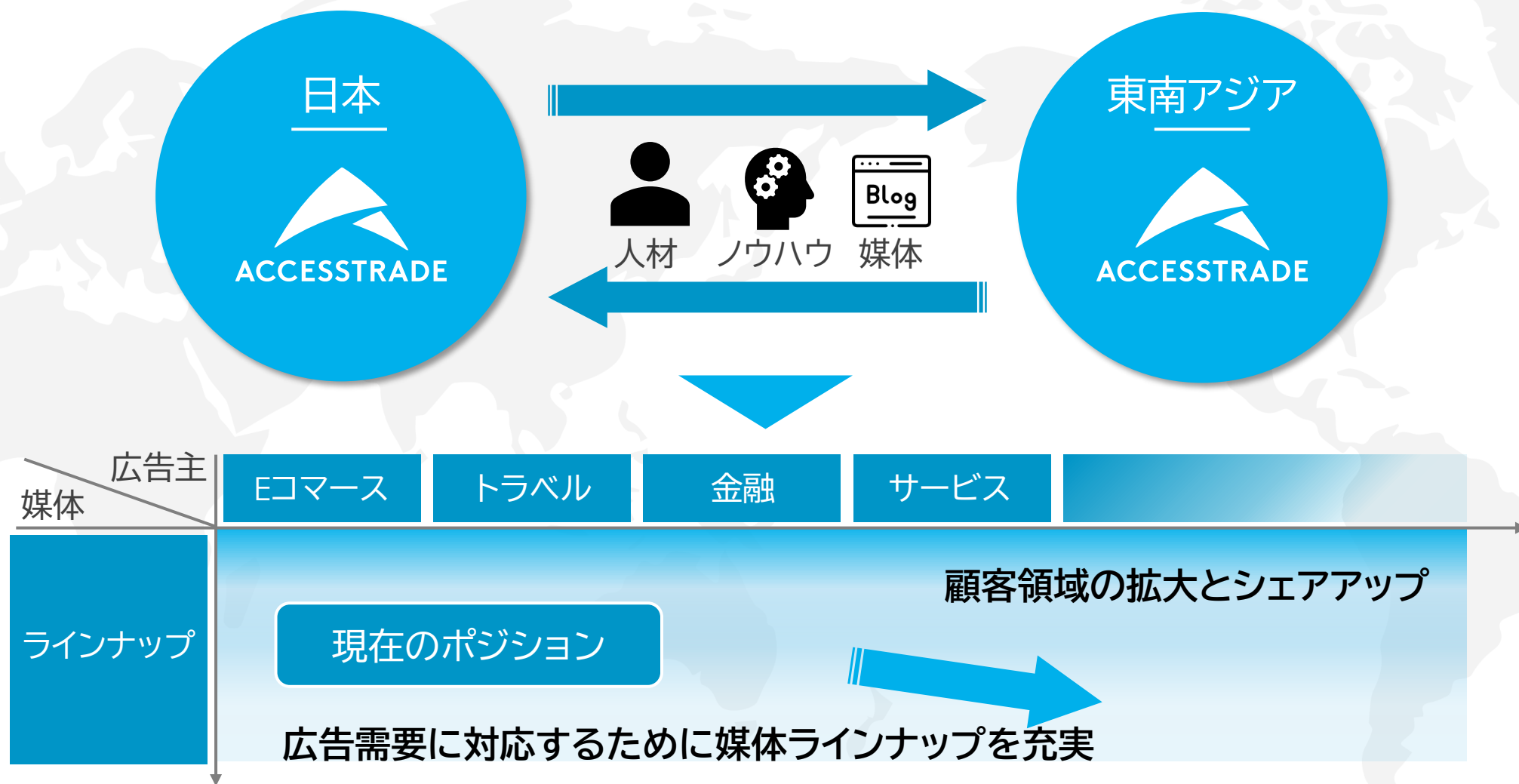
- ▶ マーケティングソリューションについては引き続き販促費の投下により利益寄与は限定的
- ▶ 国内パフォーマンス広告は、減収にともない利益も減少



* 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

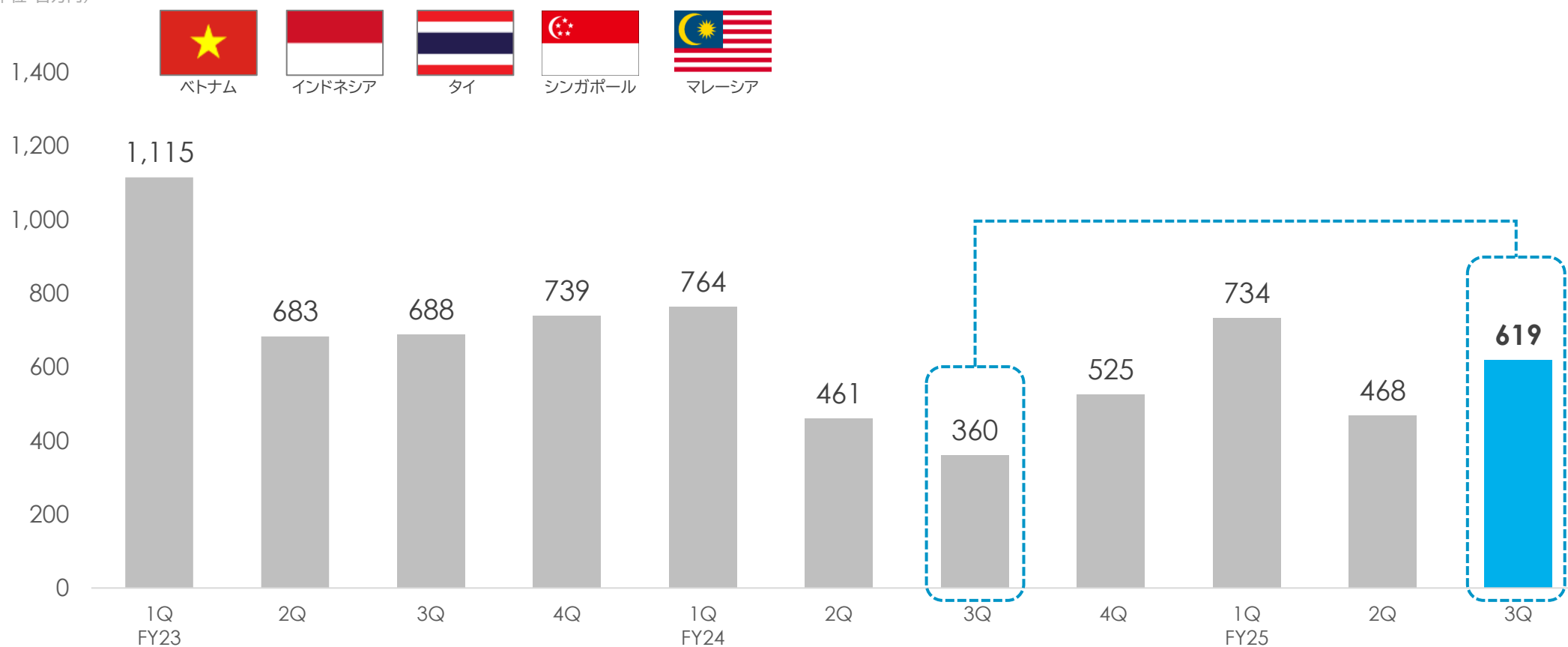
今まで以上に連携を強化、相乗効果を最大化



取扱高（海外パフォーマンス広告）

▶ ベトナムが伸長し前年同期を大幅に上回る

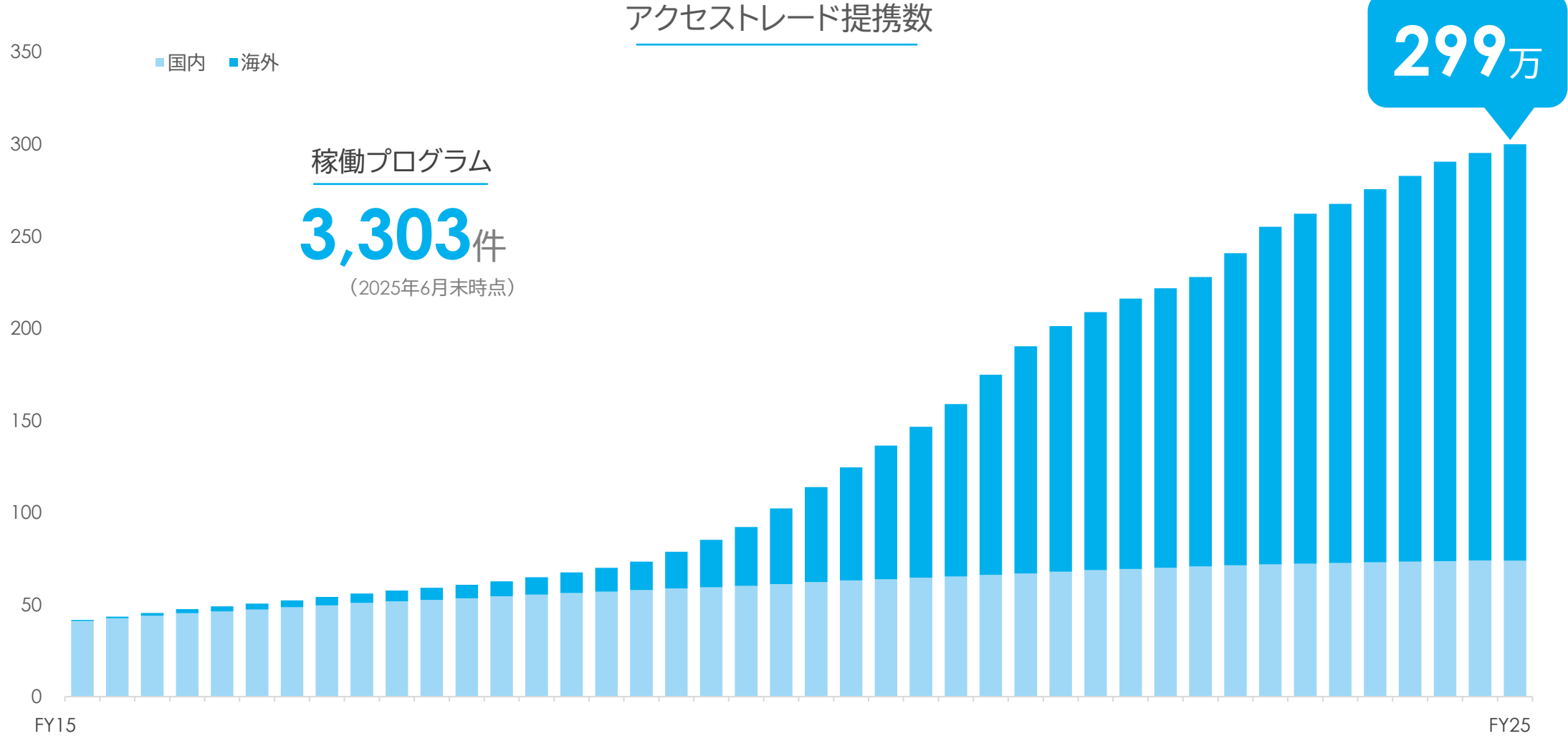
（単位：百万円）



* 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)



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



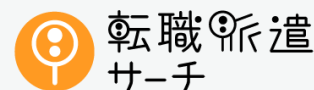
4MEEE 4yuuu



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



アプロリア



APP FINDER



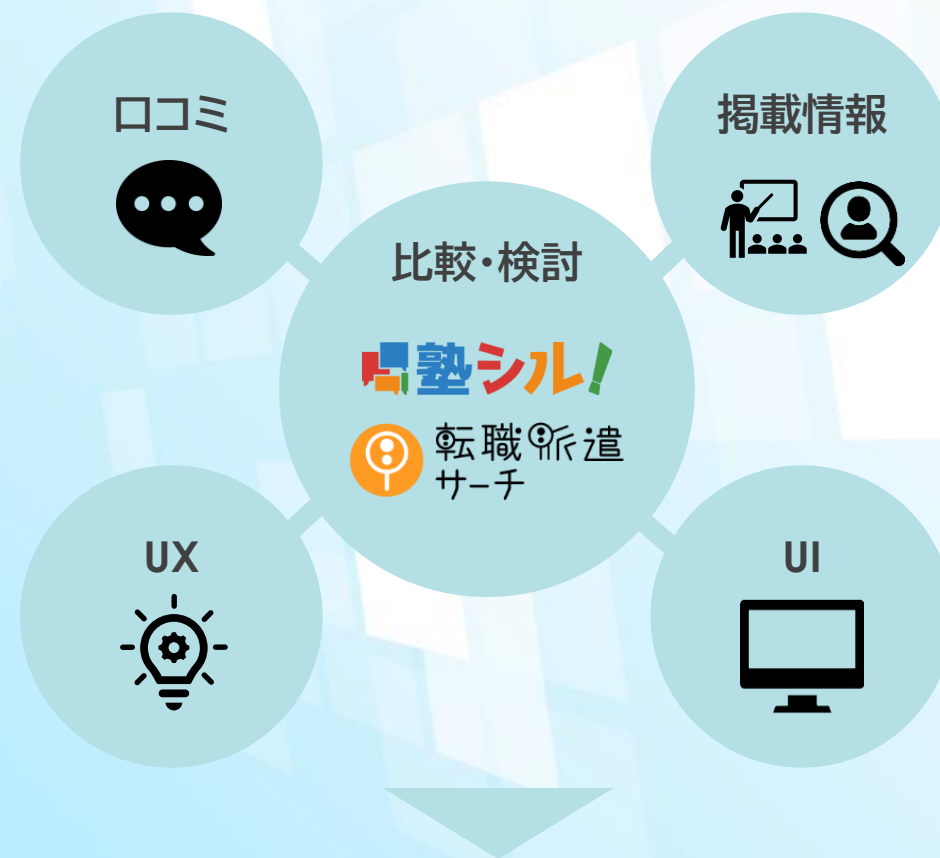
多様な選択肢を

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



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



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

2,375百万円 前年比 + **6.5%**

事業利益*

188百万円 前年比 - **38.4%**

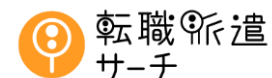
コンテンツ



UX向上のための広告枠を調整
広告収益は減少

会員データとプレミアムコンテンツによる
ユーザーあたり単価の上昇を図る

比較・検討



人材系メディアは需要から一服
塾シルは需要期に向けコンテンツ拡充

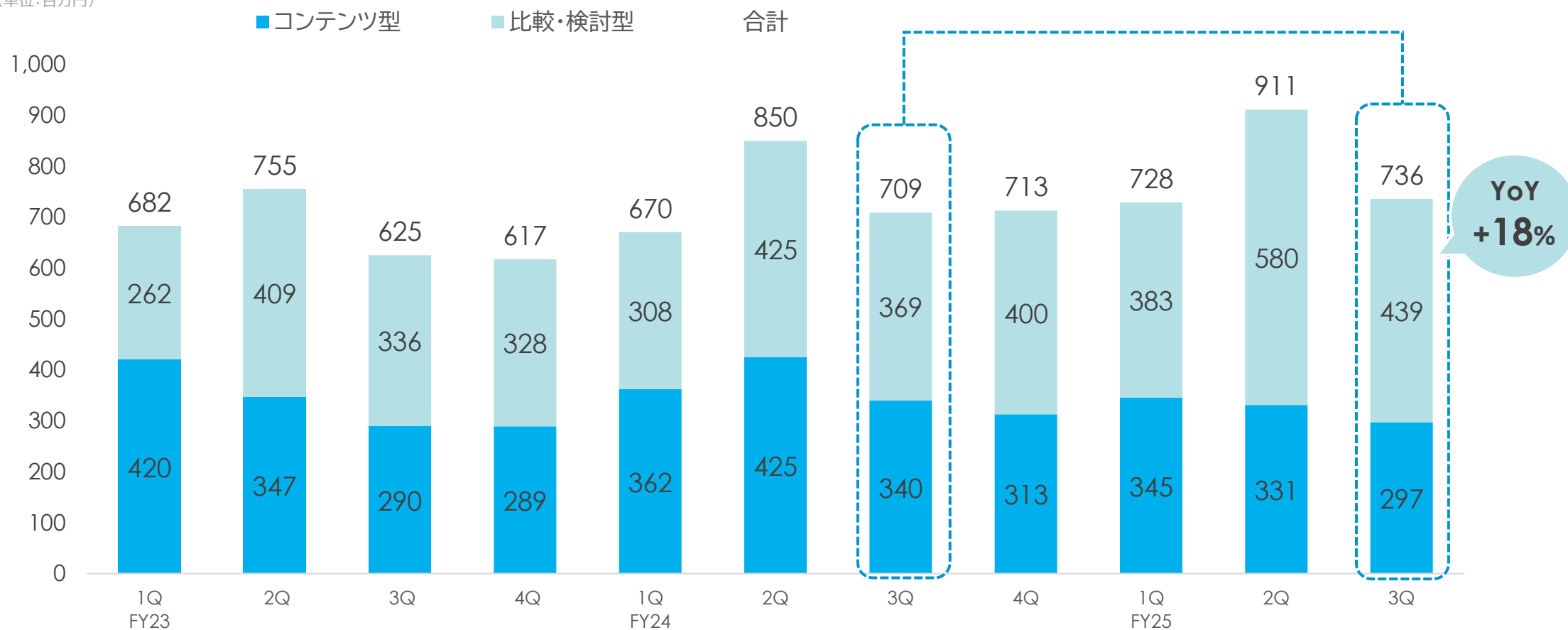
事業黒字化の兆し

* 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、前年から大幅減少
- ▶ 比較・検討は人材系において広告需要からの一服感が見られたものの、前年比+18%の伸長

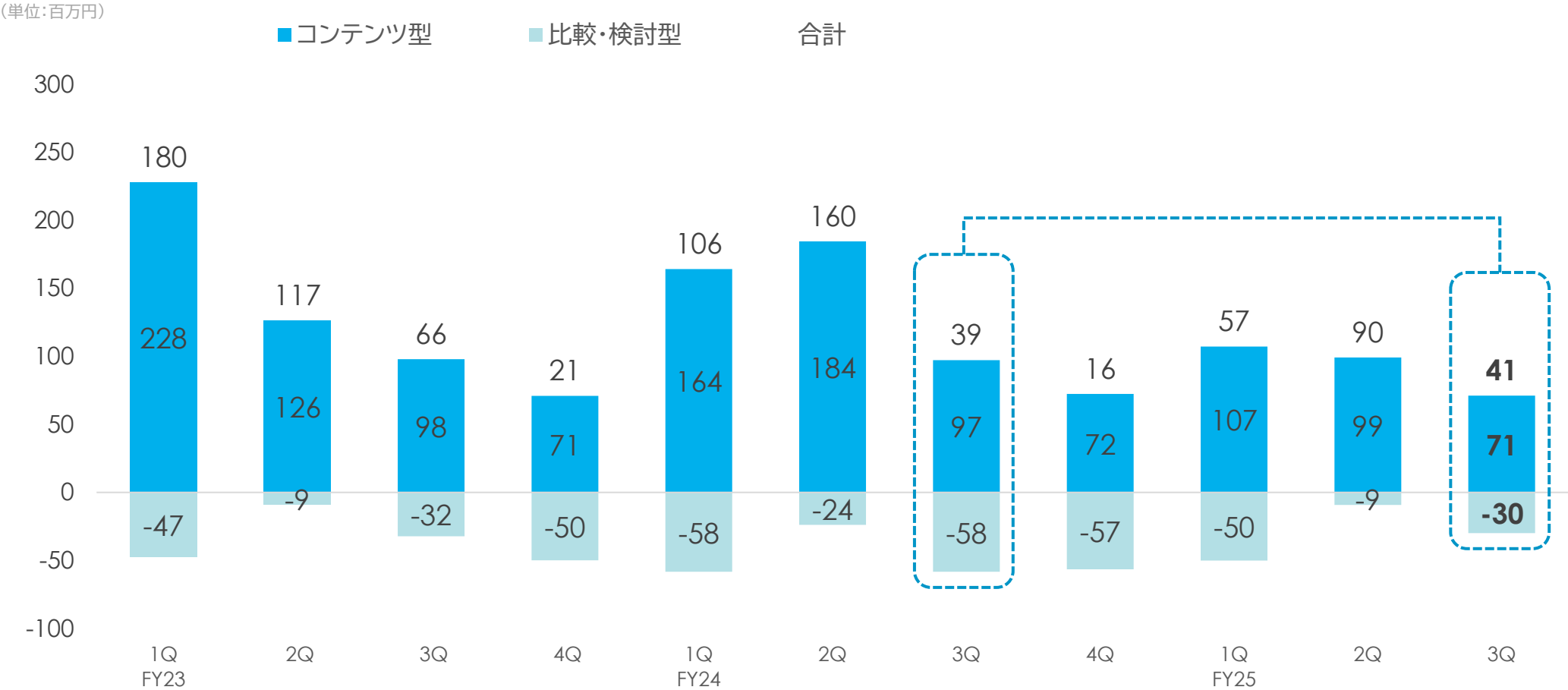
(単位:百万円)



* 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

- ▶ コンテンツはママスタの減収にともない、利益も減少
- ▶ 比較・検討は需要期からの反動があったものの、前年からは損失縮小



* 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は減少したものの、合計PVは横ばいで推移
- ▶ 塾シルの有料掲載教室は順調に増加

メディア合計UU

2,965万
UU

(QoQ -15.9%)

(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 -1.6%)

(四半期の平均ページビュー数)

塾シル有料掲載教室

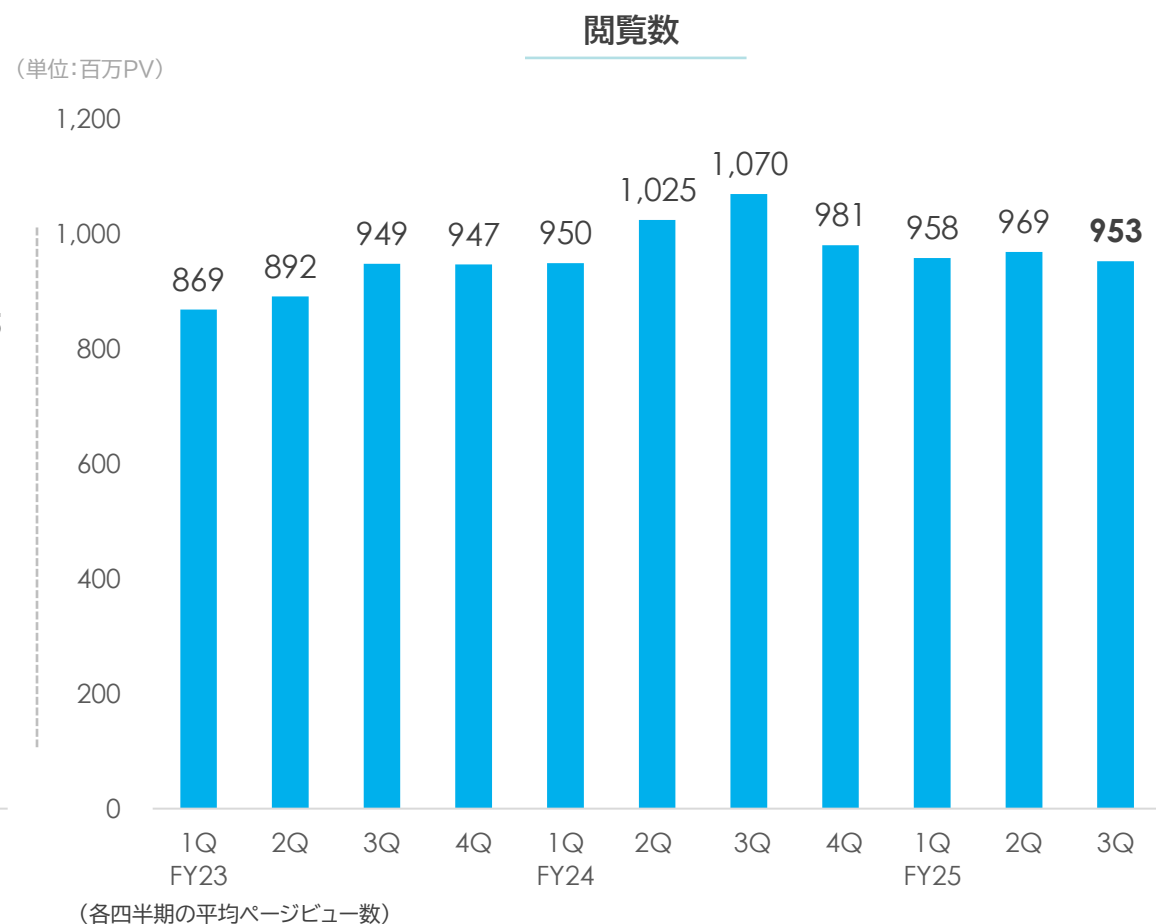
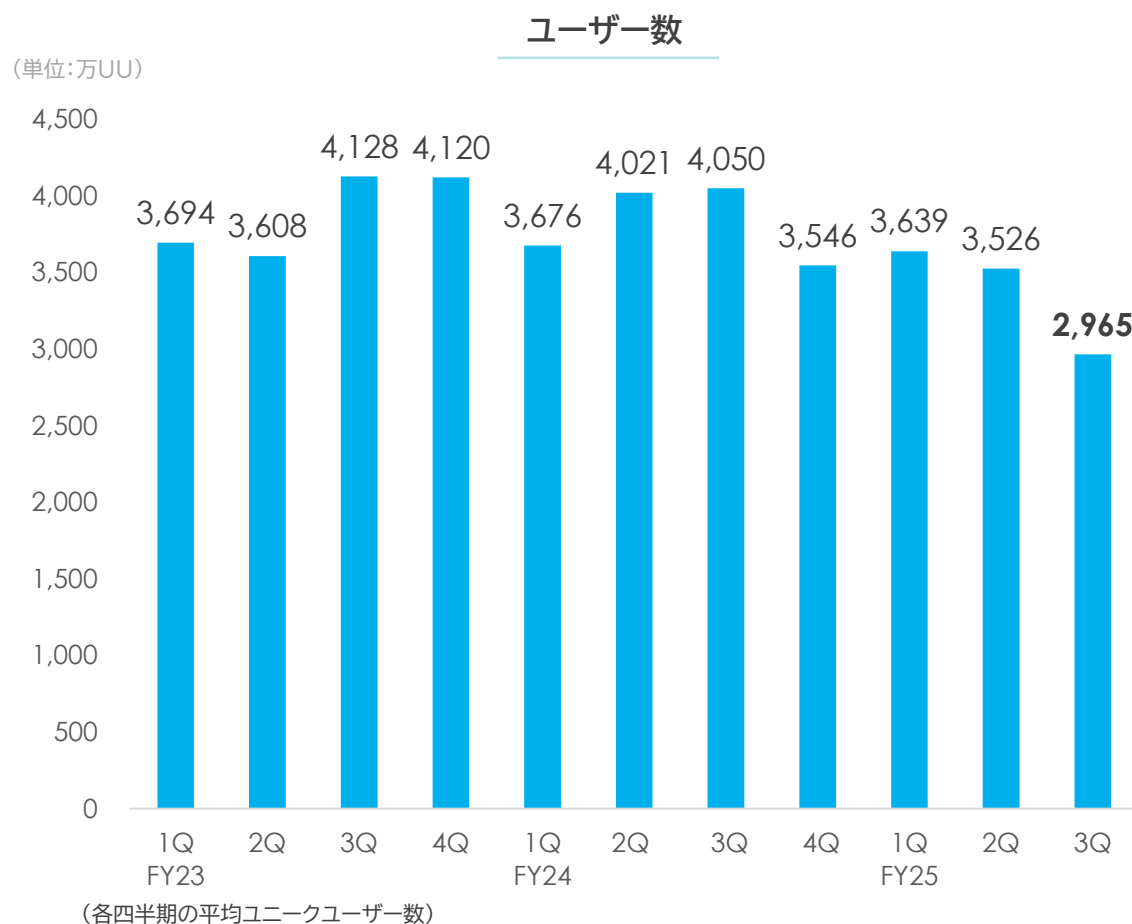
1.4万
教室

(QoQ +121教室)

(2025年6月末時点)

メディア事業 KPI推移

- ▶ 検索エンジンにおけるアルゴリズムのコアアップデートの影響によりUUが減少
- ▶ UUは減少したものの、ヒットコンテンツによりPVは横ばいで推移



ママスタセレクトで新たな機能を提供開始

2週間で
25万件突破

広告非表示



月額150円(税抜)



記事の先読み



コイン機能



ユーザーにより快適なメディア体験を
事業には広告以外の新しい収益を

1

マーケティングソリューション事業の成長

売上高は前年比+57%と急成長中

将来のストック収益積み上げのため、新規会員獲得に対する販促費を大幅に投下

2

既存事業の収益減少

主に国内パフォーマンス広告、コンテンツメディアの収益が減少

収益回復、間接コストの削減等により利益の底上げを急ぐ

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

*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

東南アジア(ASEAN)

人口*2

6.7億人

平均年齢*3

30.1歳

GDP*4

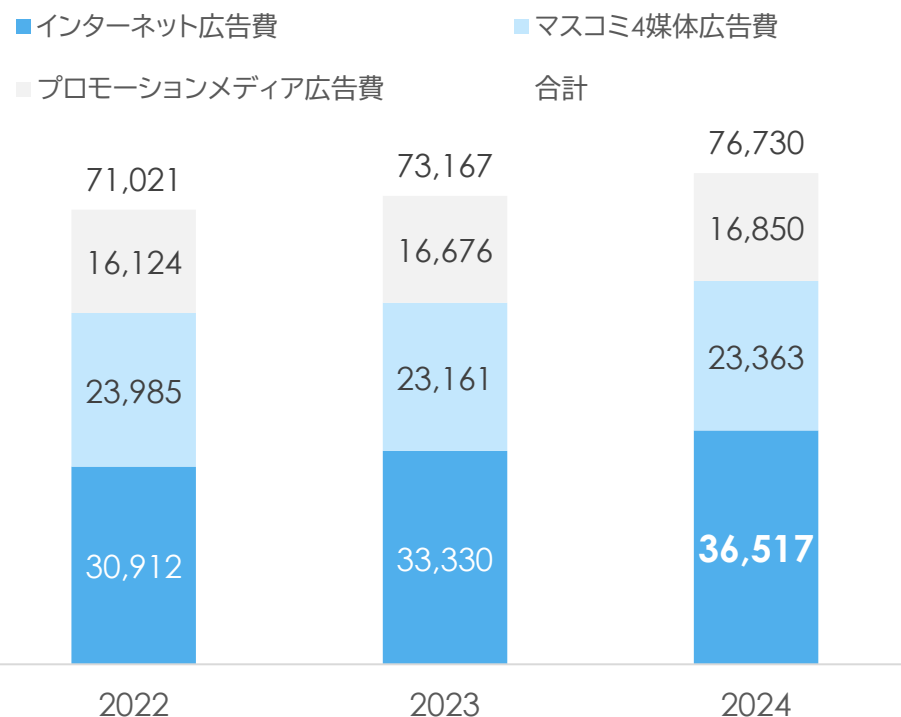
3兆6,223億米ドル

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)

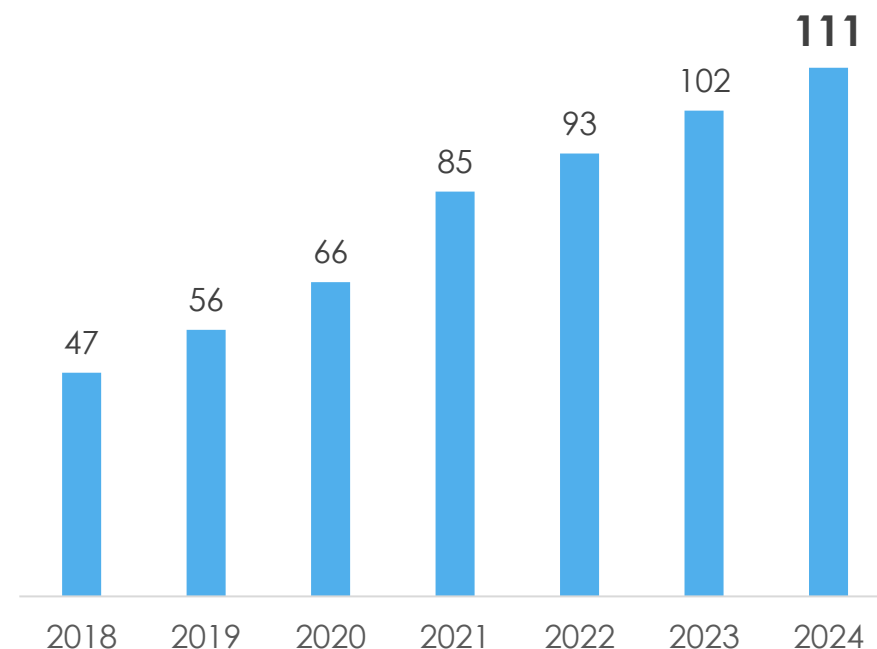
日本の媒体別広告費*¹



(単位:億米ドル)

東南アジアのデジタル広告市場*²

■ South East Asia Advertising Market

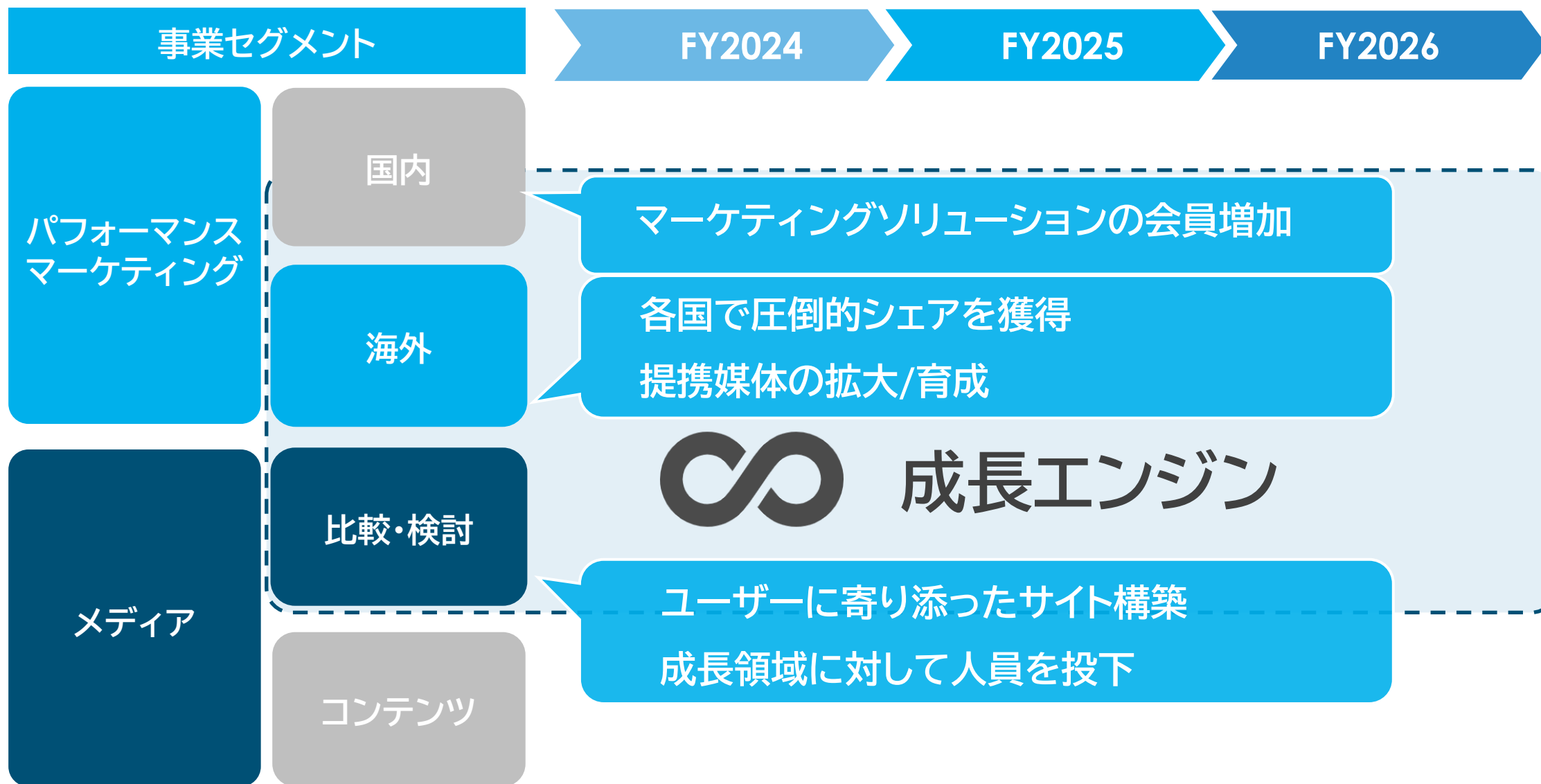


*¹ 株式会社電通「2024年 日本の広告費」より

*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



中期経営計画 FY2024-FY2026

FY2025の目標経営指標

売上高

90 億円

営業利益

7.5 億円

ROE

7.0 %



FY2026に達成すべき目標経営指標

売上高

100 億円

営業利益

15 億円

ROE

15 %以上

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 254名(単体) 410名(連結) ※2025年6月30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

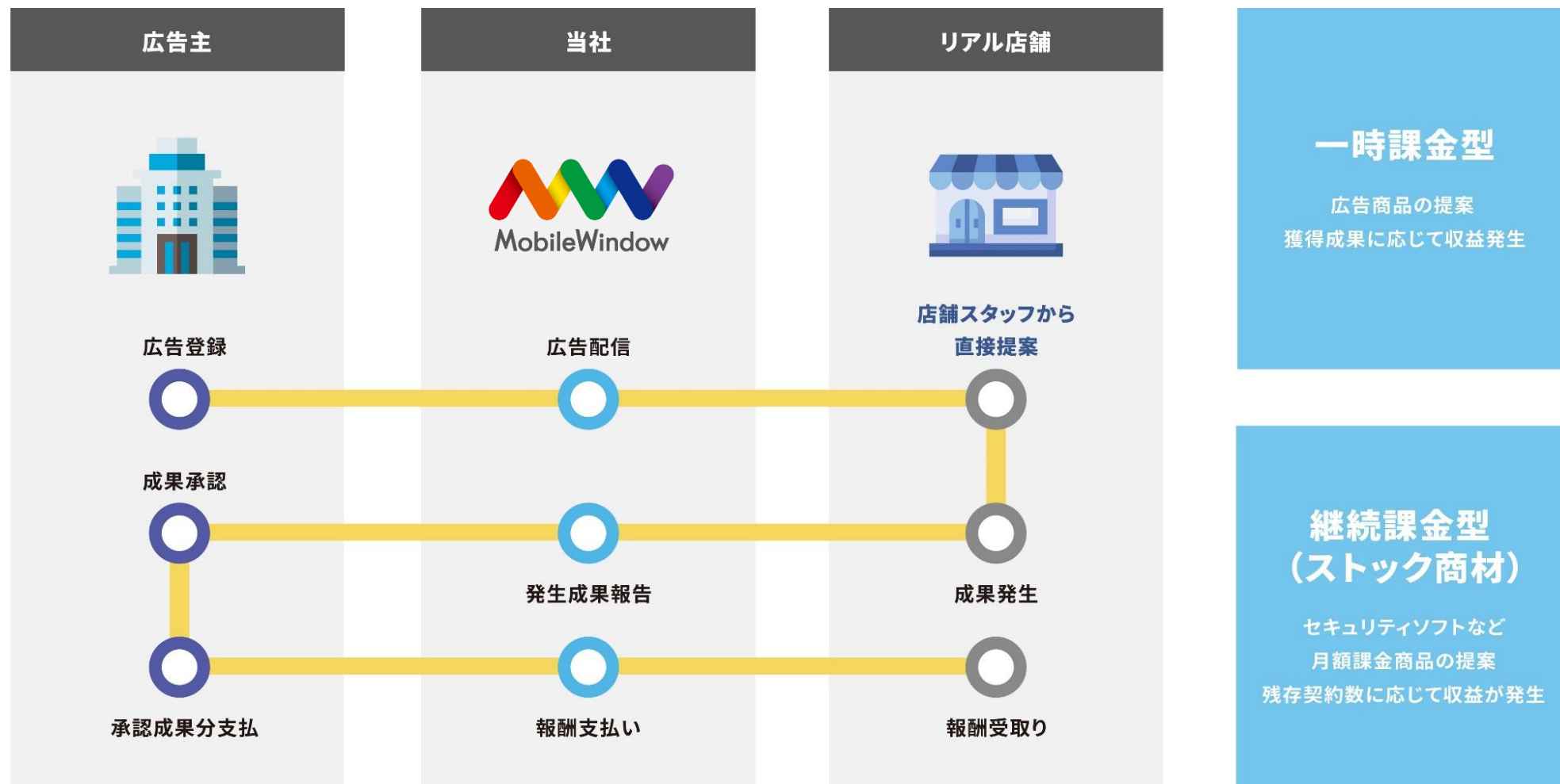
会社名	区分	事業内容
株式会社ストアフロント	連結	店舗運営者向けDXソリューション「モバイルウインドウ」の運営や「ポケットバックアップ」「ダレカナブロック」のアプリを運営
4MEEE株式会社	連結	ファッションメディア「4MEEE」「4yuuu」などを運営
株式会社TAG STUDIO	連結	比較・検討メディア「転職派遣サーチ」などを運営
株式会社ユナイトプロジェクト	連結	学習塾検索サイト「塾シル」を運営
株式会社N1テクノロジーズ	連結	マーケティングSaaS「SiteLead(旧:賢瓦)」を運営
PT. INTERSPACE INDONESIA	連結	インドネシアで海外版「ACCESSTRADE」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



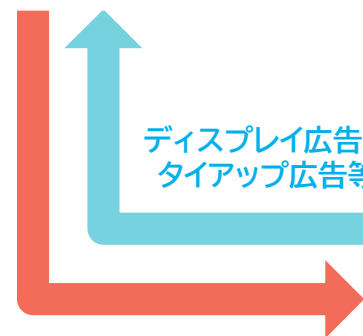
広告主のブランドセーフティを
意識したコンテンツ作りに注力



ユーザー



情報の閲覧



ユーザーへの認知向上

ディスプレイ広告や
タイアップ広告等



企業

ビジネスモデル 比較・検討型メディア

塾シル!



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

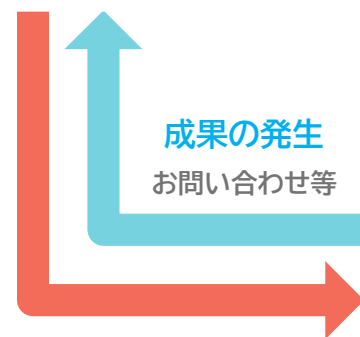


ユーザー



情報の閲覧

情報の掲載

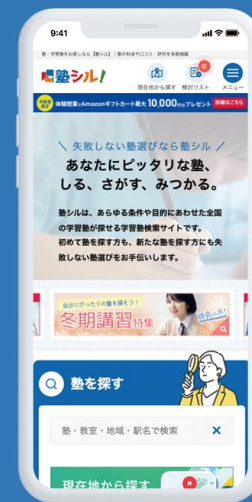


ユーザーを送客

成果の発生
お問い合わせ等



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。