



2024年9月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2024年2月14日

Agenda

① 2024年9月期第1四半期 連結業績サマリ

② 第1四半期サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して

③ 事業アップデート

- データプロダクト関連
- 新領域関連

④ Appendix

2024年9月期 第1四半期業績予想に対する進捗

中小顧客の継続的な拡大及び、大手顧客の予算回復によって
第1四半期の各段階利益は予想を大きく上回る進捗

(百万円)	2024年9月期 第1四半期予想※	2024年9月期 第1四半期累計 (10月~12月)	予想比 (対上限)
売上高	3,100~3,300	3,442	104.3%
売上総利益	990~1,020	1,065	104.5%
営業利益	50~70	174	248.8%
経常利益	45~65	174	268.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7~37	131	355.0%

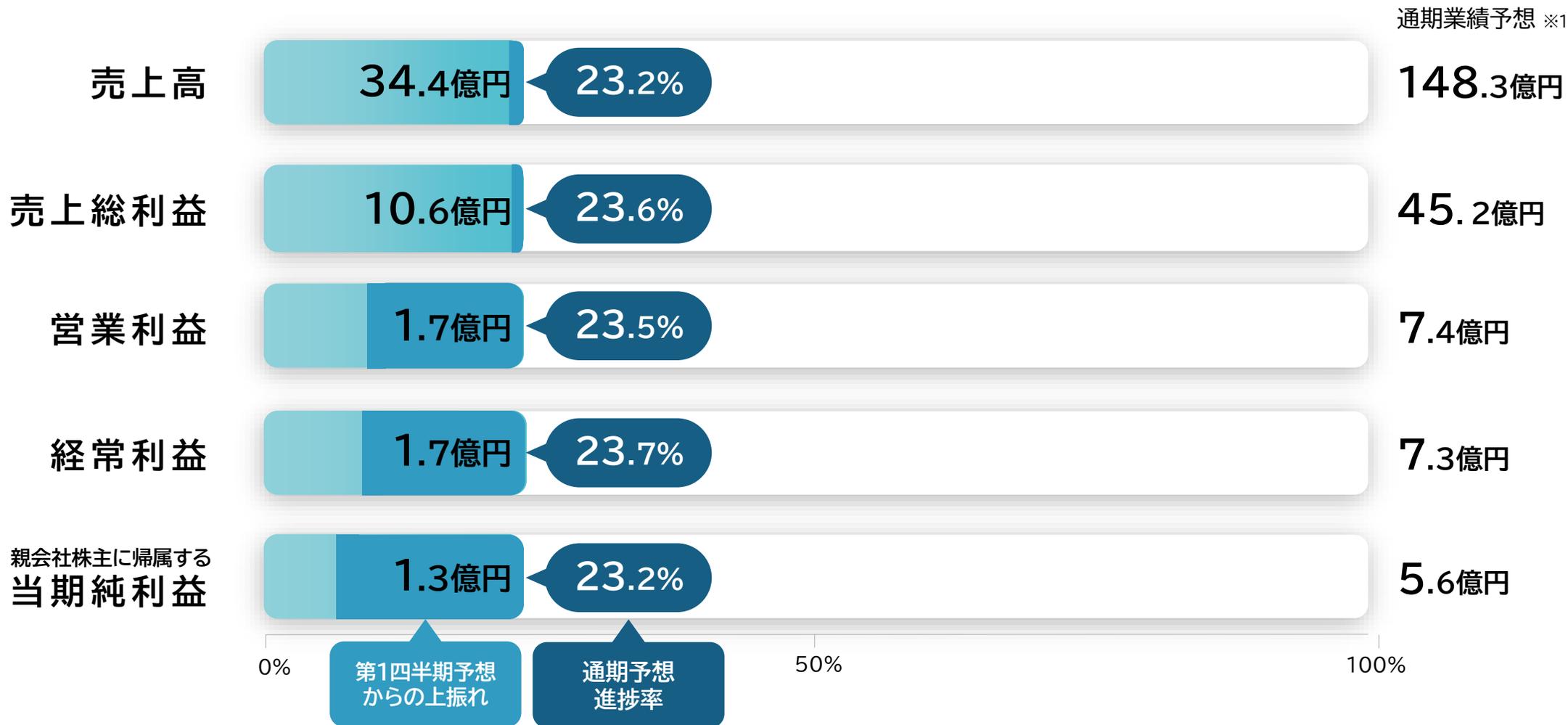
2024年9月期 第1四半期連結業績サマリ

売上高はタクシーサイネージの契約更改による減少を**UNIVERSE**で補い増収
各段階利益はタクシーサイネージ契約更改によって減益

(百万円)	2023年9月期 第1四半期累計	2024年9月期 第1四半期累計 (10月~12月)	増減	
			増減額	%
売上高	3,353	3,442	+88	+2.6%
売上総利益	1,123	1,065	-57	-5.1%
営業利益	333	174	-159	-47.7%
経常利益	313	174	-138	-44.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	211	131	-79	-37.8%

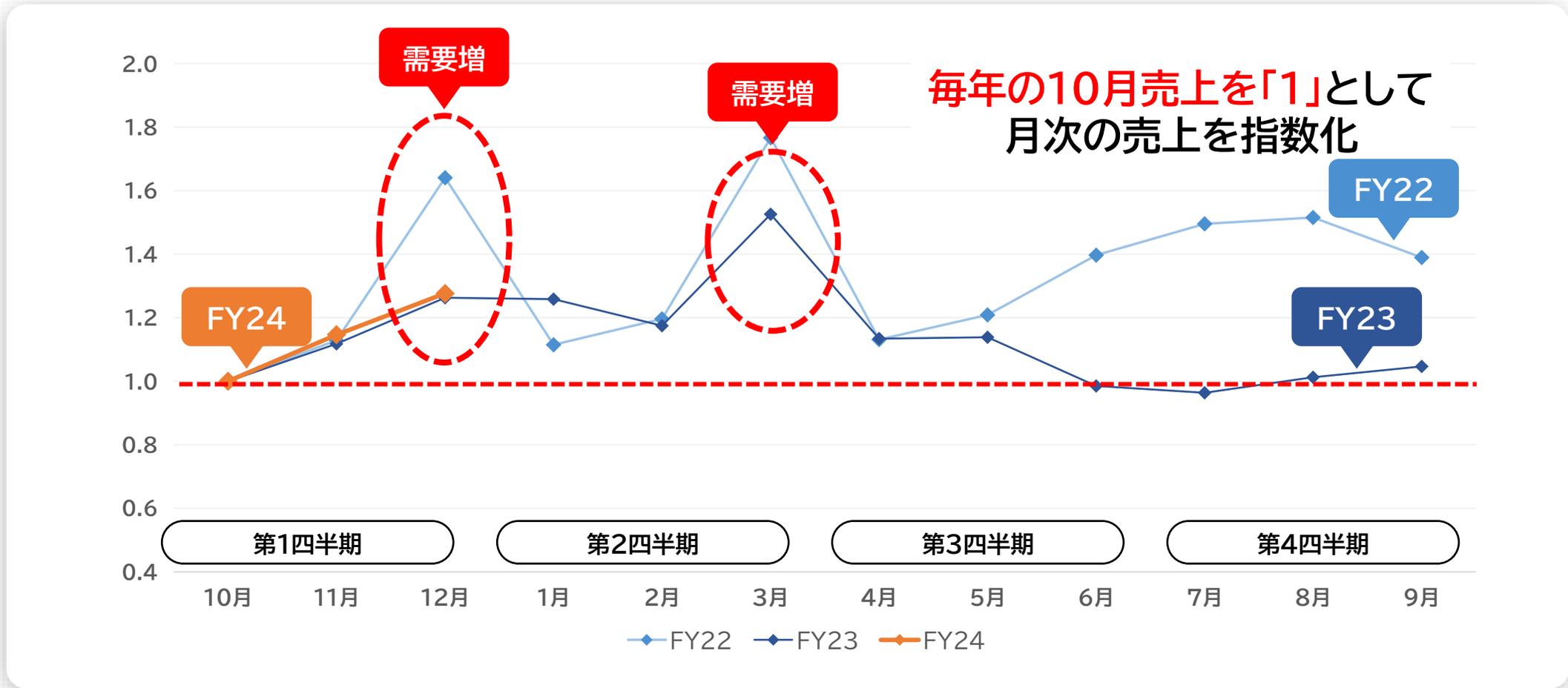
2024年9月期 通期業績予想に対する進捗

第1四半期予想に対して大きく上回っており **通期予想に対しても順調に推移**



UNIVERSEの季節性による売上変化

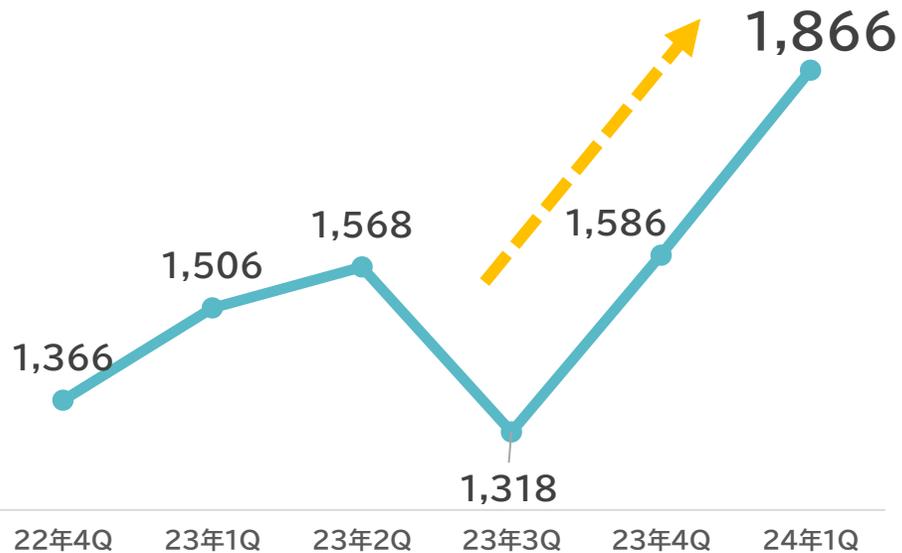
一般的に決算期末の企業が多い**12月**や**3月**は**広告宣伝の需要が高まる**



UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

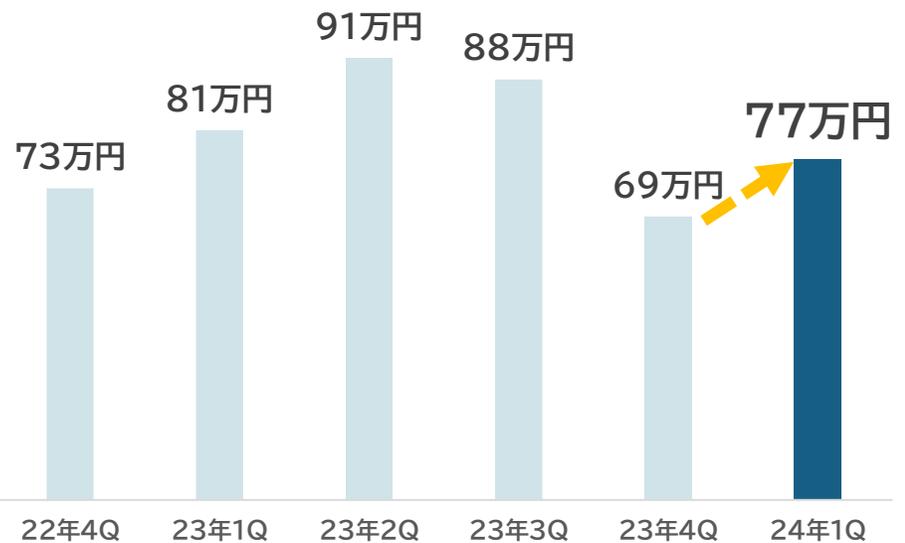
地方自治体などの中小顧客を中心に**アカウント数は大きく拡大**
大手顧客の予算拡大によって、**単価も前四半期を底に回復**

稼働アカウントの推移



アカウント数は中小顧客中心に順調に拡大

平均顧客単価の推移



平均顧客単価は23年4Qを底に回復

2024年9月期 第1四半期連結業績まとめ

- ① 第1四半期は**当初計画より大幅に増益**
- ② 23年第4四半期を底に**大手顧客の売上が回復**
- ③ アカウント数は**中小顧客を中心に大きく拡大**
- ④ 中小顧客の拡大による**顧客基盤の安定化を継続**

Agenda

① 2024年9月期第1四半期 連結業績サマリ

② 第1四半期サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して

③ 事業アップデート

- データプロダクト関連
- 新領域関連

④ Appendix

データプロダクトの売上・粗利推移

UNIVERSEの成長により、**売上高は前年比10%増**
 タクシーサインージ契約更改の影響により、**粗利は前年比6%減**

売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2023年9月期 第1四半期	2024年9月期 第1四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,541	1,702	+161	+10.5%
売上総利益	630	590	-40	-6.3%

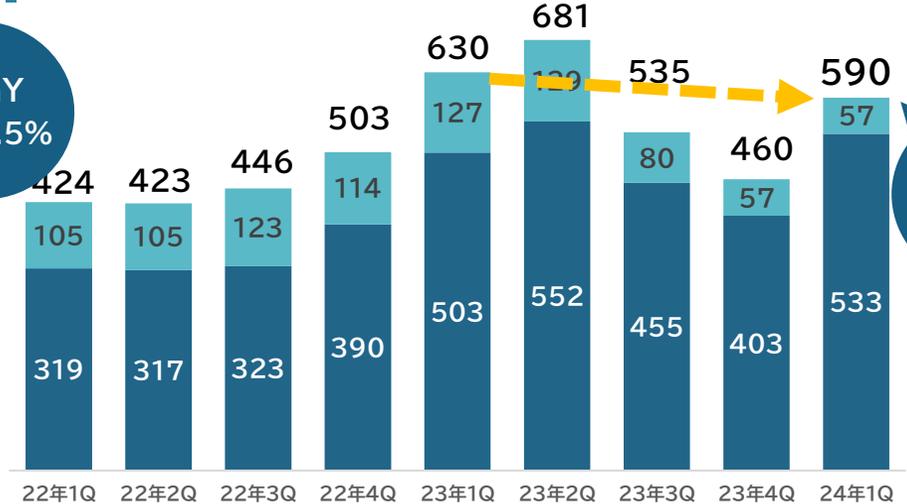
売上四半期推移

単位:百万円



粗利四半期推移

単位:百万円

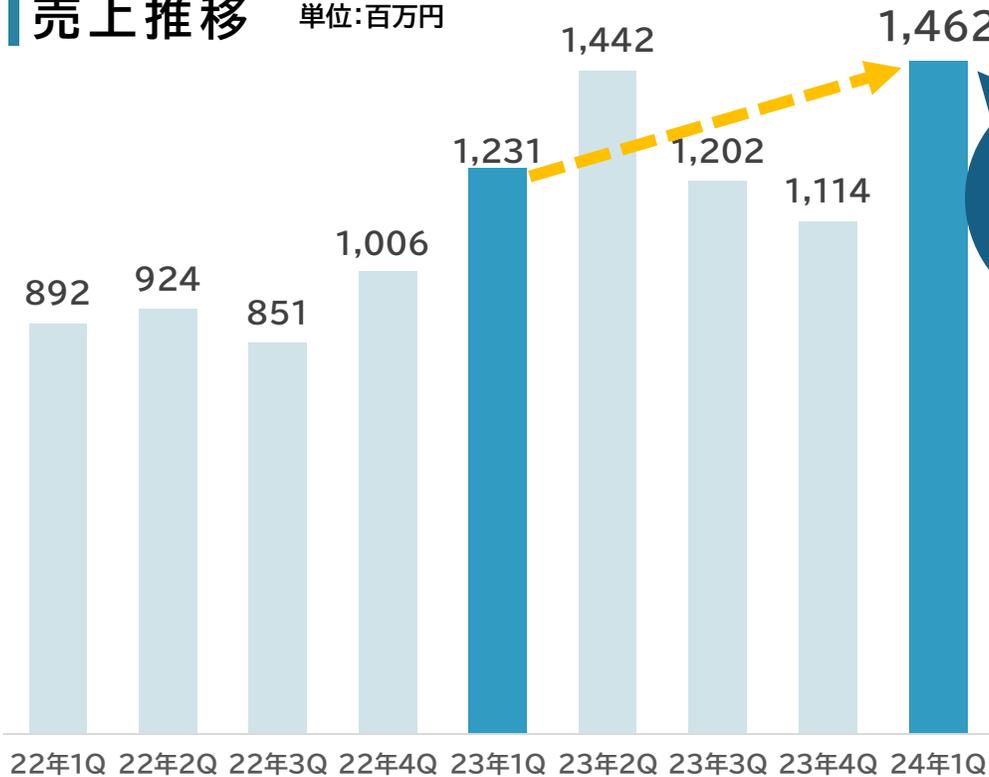


データプロダクト「UNIVERSE」の売上・粗利推移

「中小顧客」と、「大手顧客の直販」領域の売上が拡大し**売上高は前年比18%増**
相対的に粗利率の低い「大手顧客の直販」売上が想定以上に拡大したため**粗利は前年比6%増**

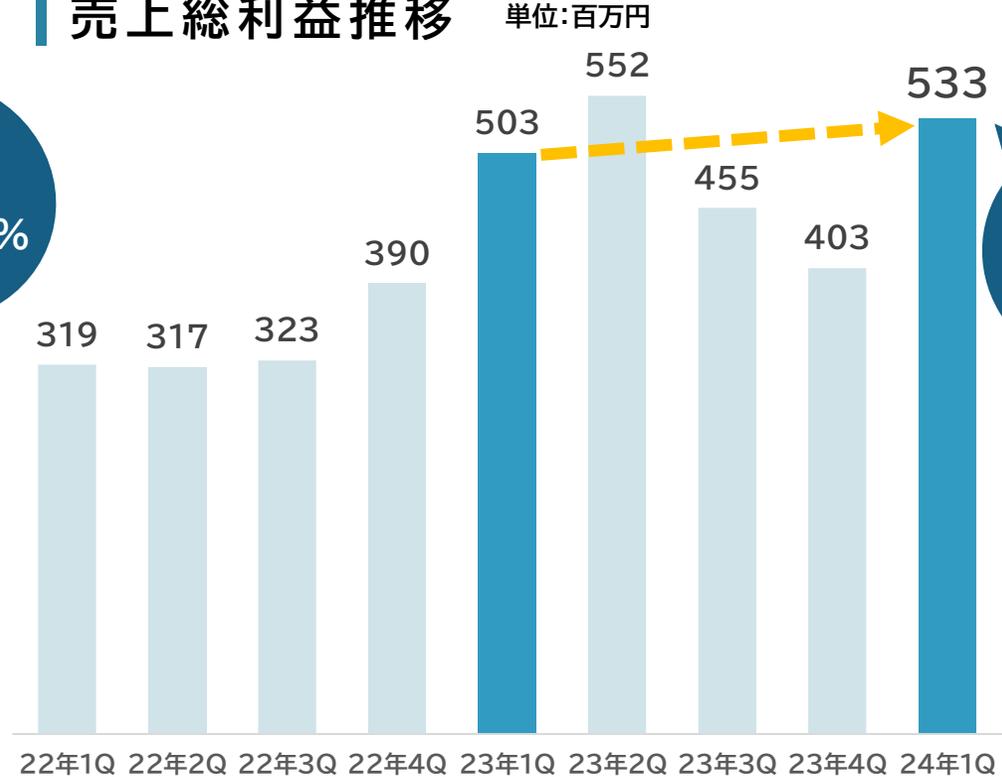
売上推移

単位:百万円



売上総利益推移

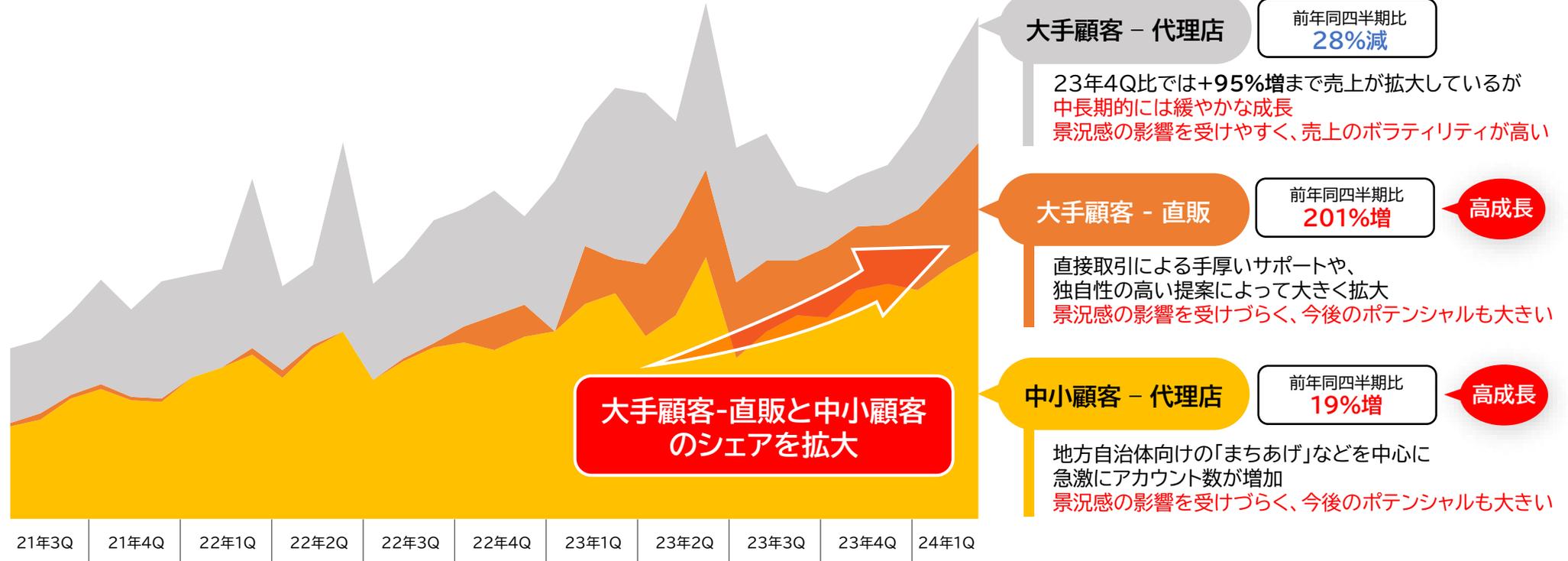
単位:百万円



UNIVERSEの顧客属性ごとの推移と見通し

「中小顧客」と「大手顧客の直販」は**景況感の影響を受けづらい**
この領域のシェアを拡大することで**顧客基盤を強化し業績の安定化を目指す**

顧客属性毎の売上推移



データプロダクト「UNIVERSE」の業種特化製品

中小顧客を中心に、BtoBの「シラレル」や、地方自治体の「まちあげ」のアカウント数が大幅に増加
大手顧客の直販を中心にEC業種の売上が拡大

B to B **高成長**

シラレル

自動車

IGNITION

地方自治体 **高成長**

まちあげ

人材

MARBLE
マーブル

エンタメ

Circus

医療・製薬

IASO

飲料・食品

Pantry

美容・化粧品

Vesta

EC

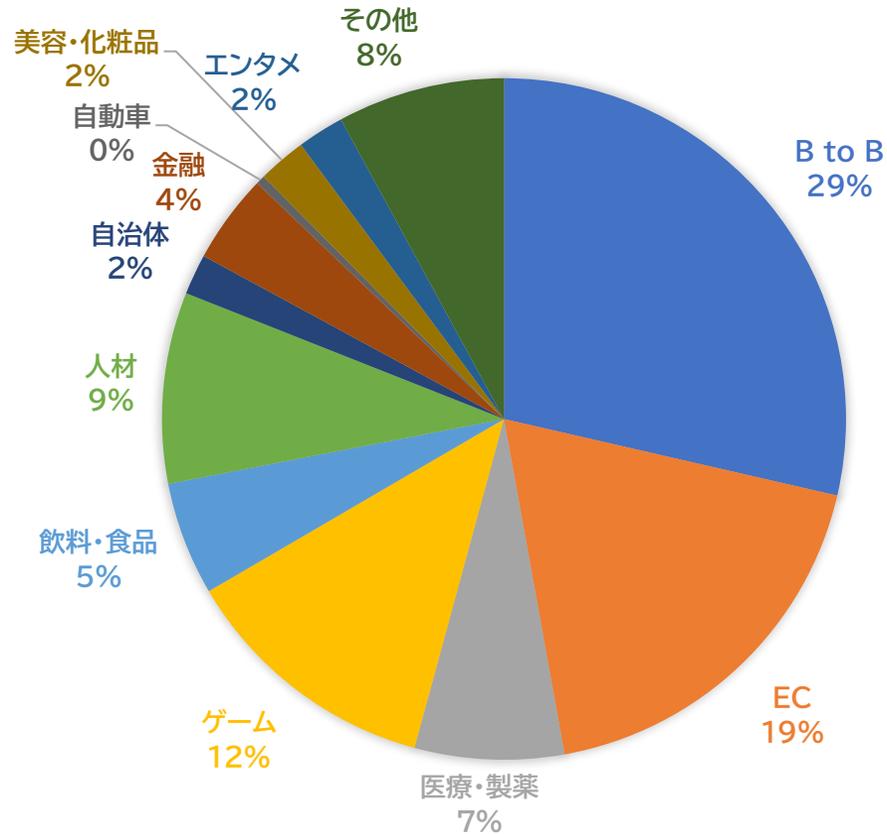
金融
(新NISA向け) **高成長**

... 全19業種

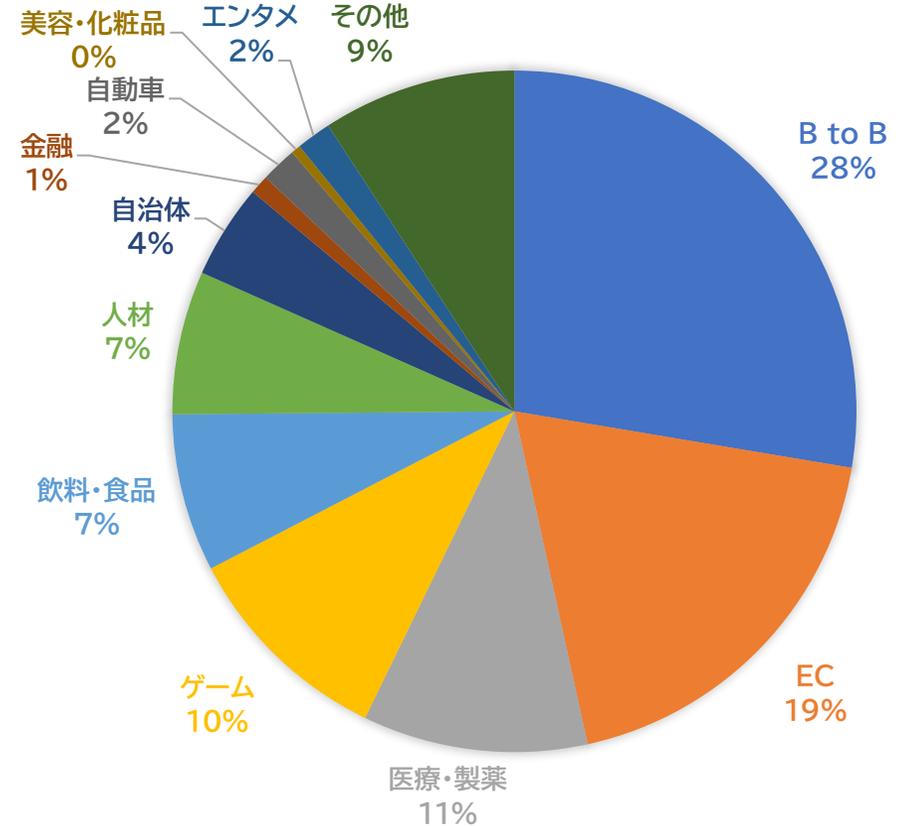
UNIVERSEにおける業種毎のシェア

様々な業種へ製品展開することで、**特定の業種や企業に依存しない事業構造**

23年第4四半期の業種ごと売上シェア



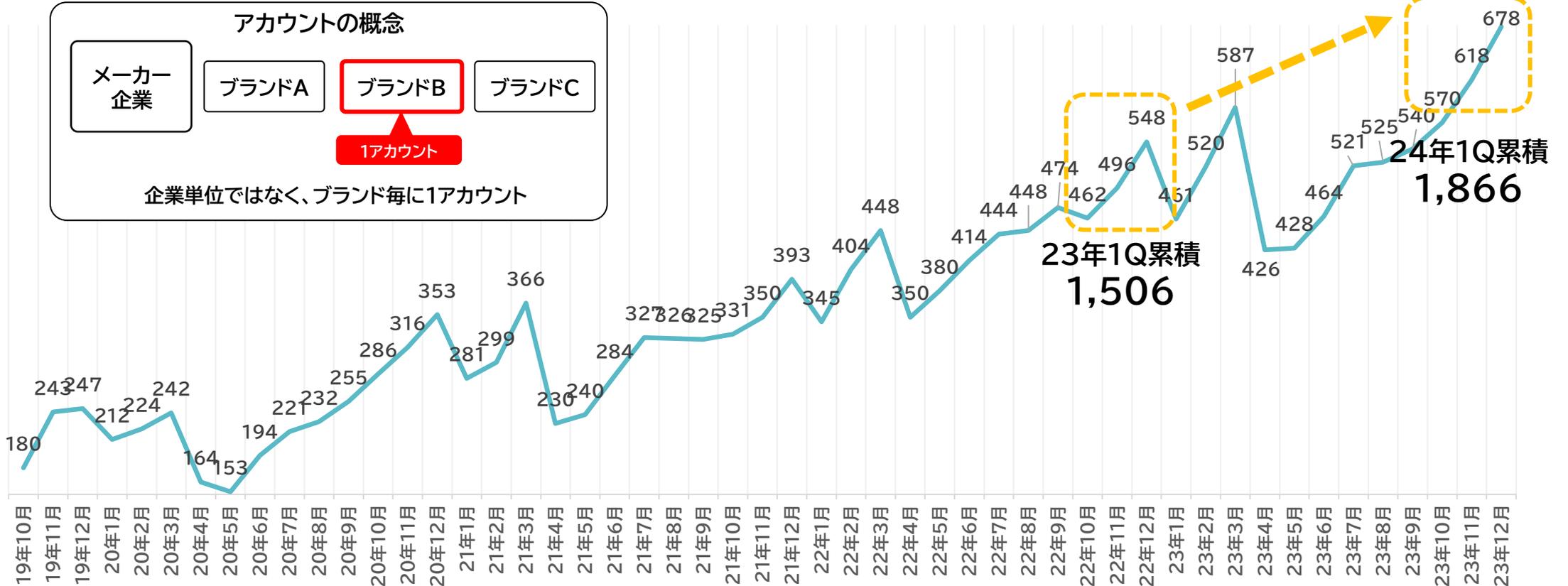
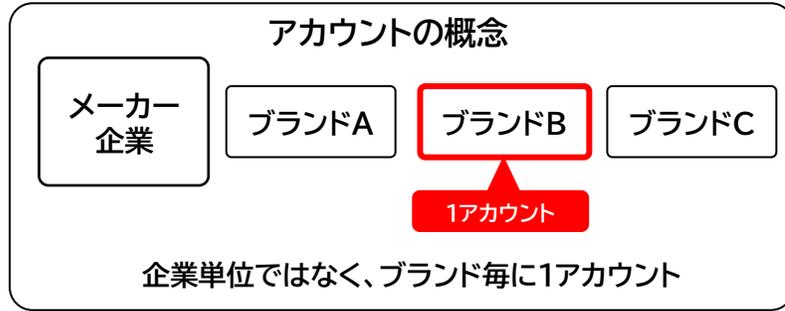
24年第1四半期の業種ごと売上シェア



データプロダクト「UNIVERSE」のKPI - 稼働アカウント

地方自治体向けの「まちあげ」を中心にアカウント数が増加し **前年比24%増と大幅に拡大**

稼働アカウントの月次推移

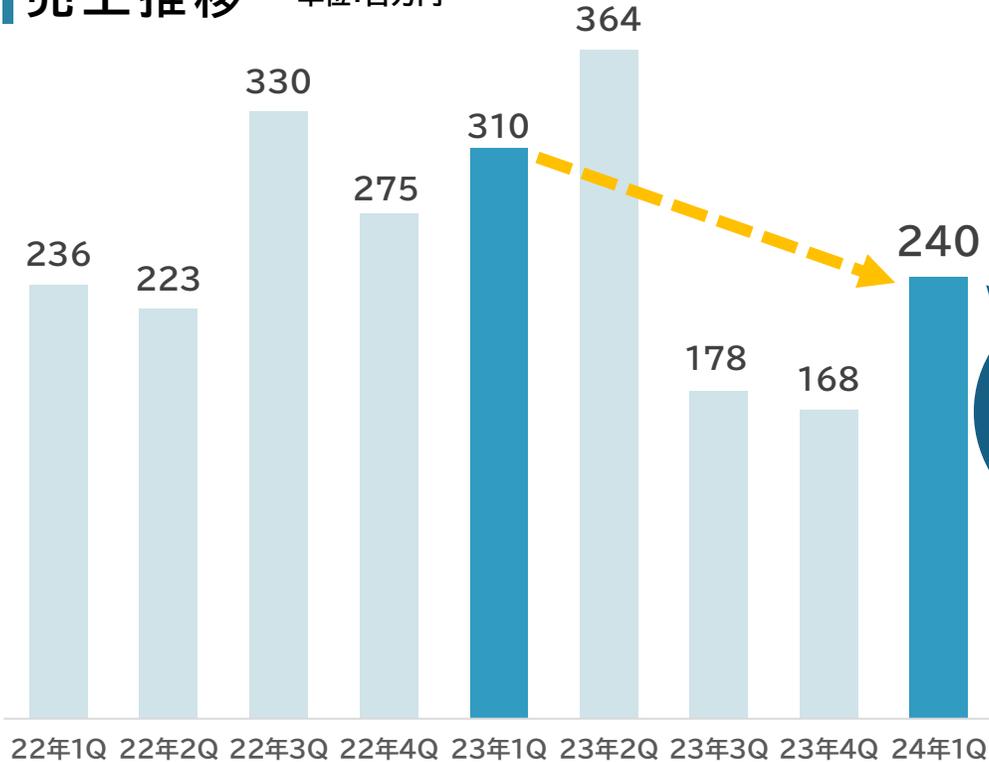


データプロダクト「デジタルサイネージ」の売上・粗利推移

タクシーサイネージの契約更改の影響で売上・粗利ともに前年同Q比で大幅に減少
美容サロン向け新サービス「OCTAVE」のサービス立上げに注力

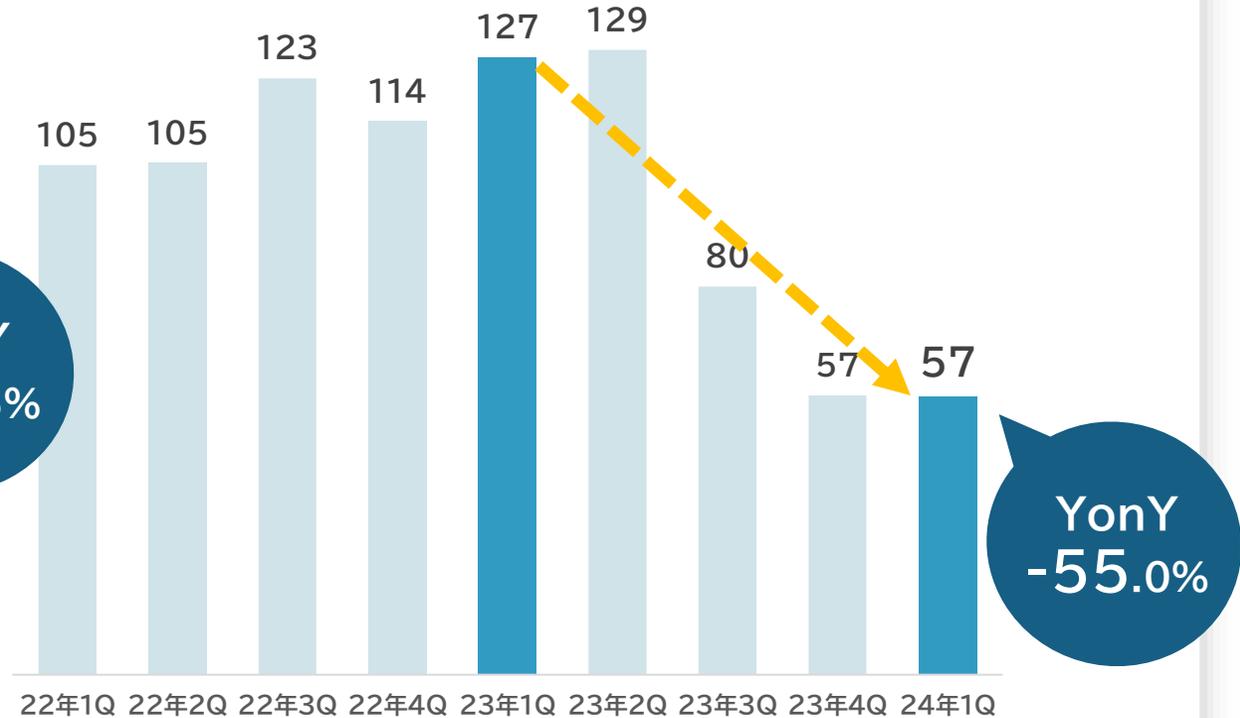
売上推移

単位:百万円



売上総利益推移

単位:百万円



Agenda

① 2024年9月期第1四半期 連結業績サマリ

② 第1四半期サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して

③ 事業アップデート

- データプロダクト関連
- 新領域関連

④ Appendix

コンサルティングの売上・粗利推移

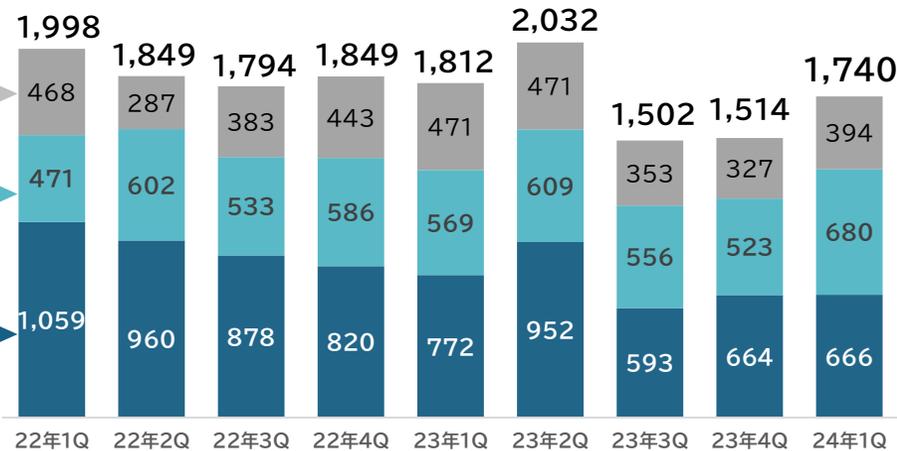
メディア向けコンサルは増収増益推移

海外コンサルティングが大手顧客の予算縮小の影響を受け、コンサルティング全体では減収減益

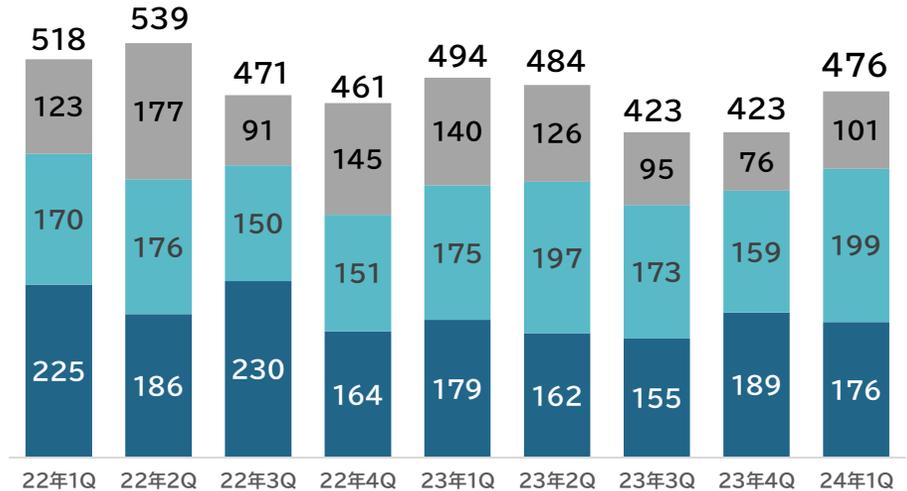
売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2023年9月期 第1四半期	2024年9月期 第1四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,812	1,740	-76	-4.0%
売上総利益	494	476	-18	-3.6%

売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

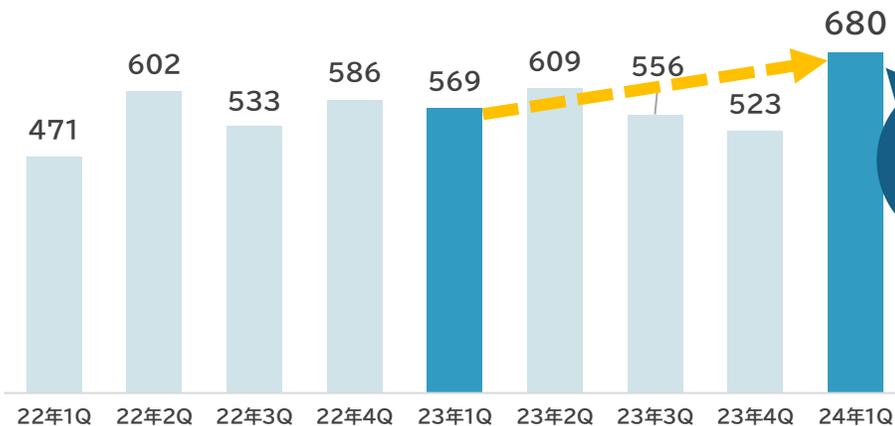


コンサルティング-メディア向け

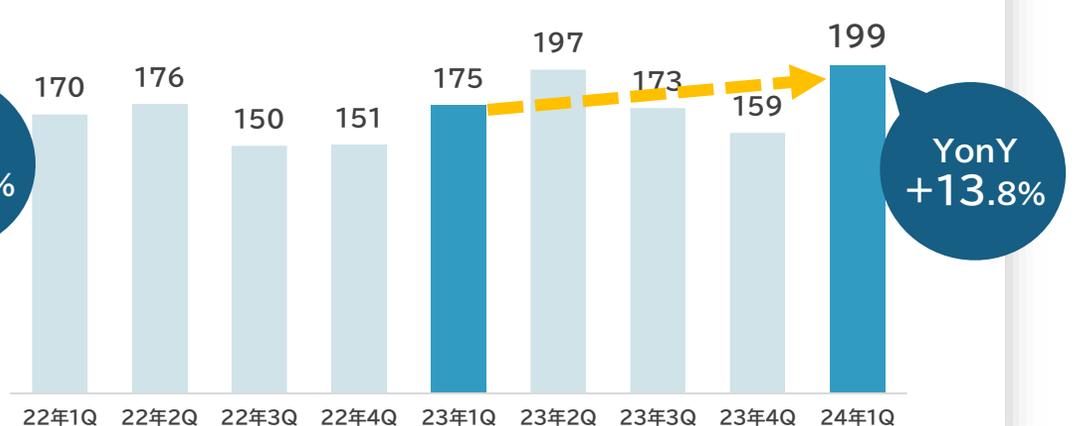
インターネットメディアの広告収益最大化を支援するコンサルティングサービス
供給する外部広告パートナーの復調を受け、売上高は前年比19%増、粗利は前年比13%増



売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円



コンサルティング-海外

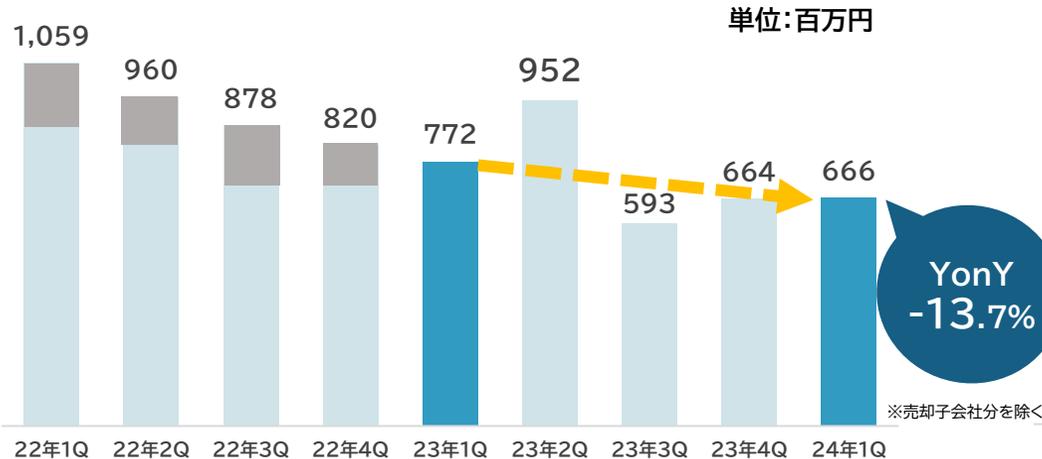
前年比では大手顧客の予算縮小によって減収減益

インバウンド等の需要拡大に向けたクロスボーダー事業による回復を狙う



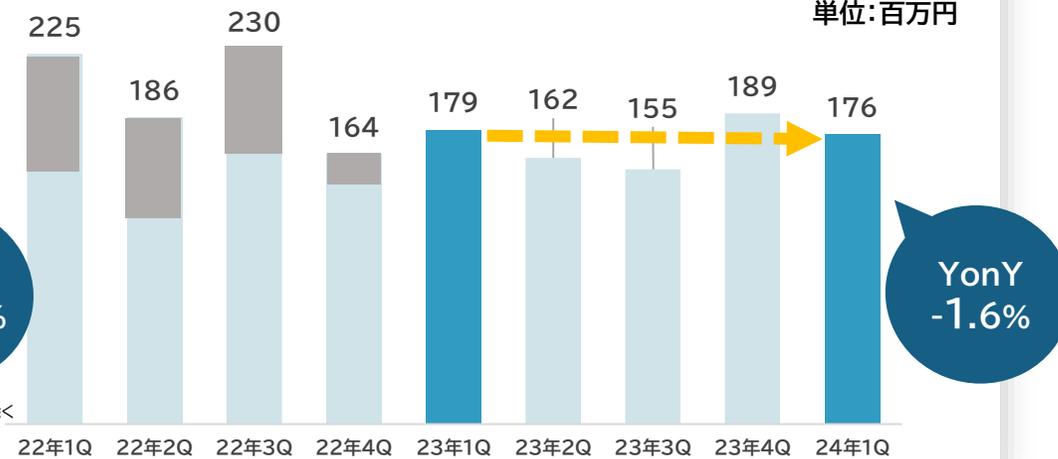
売上四半期推移

■ = 売却子会社分の売上(中国、ベトナム)



粗利四半期推移

■ = 売却子会社分の粗利(中国、ベトナム) ※1



Agenda

① 2024年9月期第1四半期 連結業績サマリ

② 第1四半期サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して

③ 事業アップデート

- データプロダクト関連
- 新領域関連

④ Appendix

事業アップデート ～データプロダクト関連～

新規営業拠点の設立

現在の営業支社

東京

大阪

名古屋

福岡



広島支社

営業エリア
中国・四国エリア
2024年2月～営業開始

仙台支社

営業エリア
北海道・東北・北信越エリア
2024年4月～営業開始予定

国内のほぼ**全てのエリア**を網羅
地方自治体を中心に**アカウント数の拡大**に貢献

PostCookie対策

Cookie廃止までのスケジュール

24年9月期 第2四半期
24年1月～3月

24年9月期 第3四半期
24年4月～6月

24年9月期 第4四半期
24年7月～9月

25年9月期 第1四半期
24年10月～

システム開発・導入
および配信テスト

現在

段階的に
Cookie廃止

施策① 代替IDソリューション

➡ システム導入完了 利用顧客・媒体の拡大に注力

施策② Privacy Sandboxの導入

➡ システム導入完了 テストを通じたチューニング

複数の施策を同時並行で推進
先行者利益の獲得を狙う

事業アップデート ～新領域関連～

クロスボーダー事業

新たに国内外の有力なパートナーと提携し、事業領域を拡大

資本業務提携



訪日外国人向けショッピングサポートアプリ「Payke」を展開
訪日観光客への商品訴求が可能



日本の宿泊施設において、訪日観光客に便利で快適なサービス提供が可能になるDXソリューションを展開



「荷物を預けたい人」と「荷物を預かるスペースを持つお店」をつなぐシェアリングサービス「ecbo cloak」を提供

戦略的業務提携



中国人観光客が訪日しているタイミングに合わせて、スマートフォンアプリに広告配信が可能

事業拡大



日本のショッピング・グルメ・ファッション・美容・エンタメ情報を発信する、台湾最大級の親日女性向けメディア
新たに中国・インドネシア向けに事業を拡大

ショッピング

宿泊施設

荷物預かり

スマホアプリ

WEB
メディア

訪日観光客に対して
あらゆる場面でアプローチが可能に

オルタナティブデータ

保有データの分析によって自己資金での株式投資を行う事業

第1四半期パフォーマンス

(単位:千円)	10月	11月	12月	累計
月初総資産	382,250	386,996	384,680	-
損益額	4,746	-2,316	-1,039	1,391
損益率	1.24%	-0.60%	-0.27%	-

第1四半期終了時点での想定年利

12.32% (理論値※)

第1四半期はモデルのアップデート期間

モデルの理論値は機能しているため
新しい戦略モデルに向けたシステム開発で
その実現を狙っていく

※ 終値をベースに算定した理論値であり
実際は執行価格が異なるために実績値とは異なります。

Agenda

① 2024年9月期第1四半期 連結業績サマリ

② 第1四半期サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して

③ 事業アップデート

- データプロダクト関連
- 新領域関連

④ **Appendix**

当社のVISION

Reshaping the Future Life

ビッグ
データ



AI
テクノロジー

データとテクノロジーの力で
“未来を予測する”

マーケティング

物流・小売

金融

医療

会社概要



会社名	株式会社マイクロアド	決算期	9月
設立	2007年7月2日	代表者	代表取締役 社長執行役員 渡辺 健太郎
資本金	994,711,000円 (2023年12月末時点)	役員	取締役 副社長執行役員 田中 宏幸 榎原 良樹
従業員数	325名 (連結、2023年12月時点)		取締役・監査等委員
主要関連会社	(株)MADS (株)エンハンス (株)cory		内田 正宏 谷地館 望(非常勤、社外) 宮沢 奈央(非常勤、社外)

経営陣



渡辺 健太郎 / 代表取締役 社長執行役員

1997年大塚商会入社。1999年に株式会社サイバーエージェントに入社。同社にて大阪支社を立ち上げるとともに支社長に就任、その後「Amebaブログ(アメブロ)」開始に伴い事業責任者として立ち上げを担当する。2006年に株式会社サイバーエージェント取締役就任後、2007年に株式会社マイクロアドを設立。



田中 宏幸 / 取締役 副社長執行役員

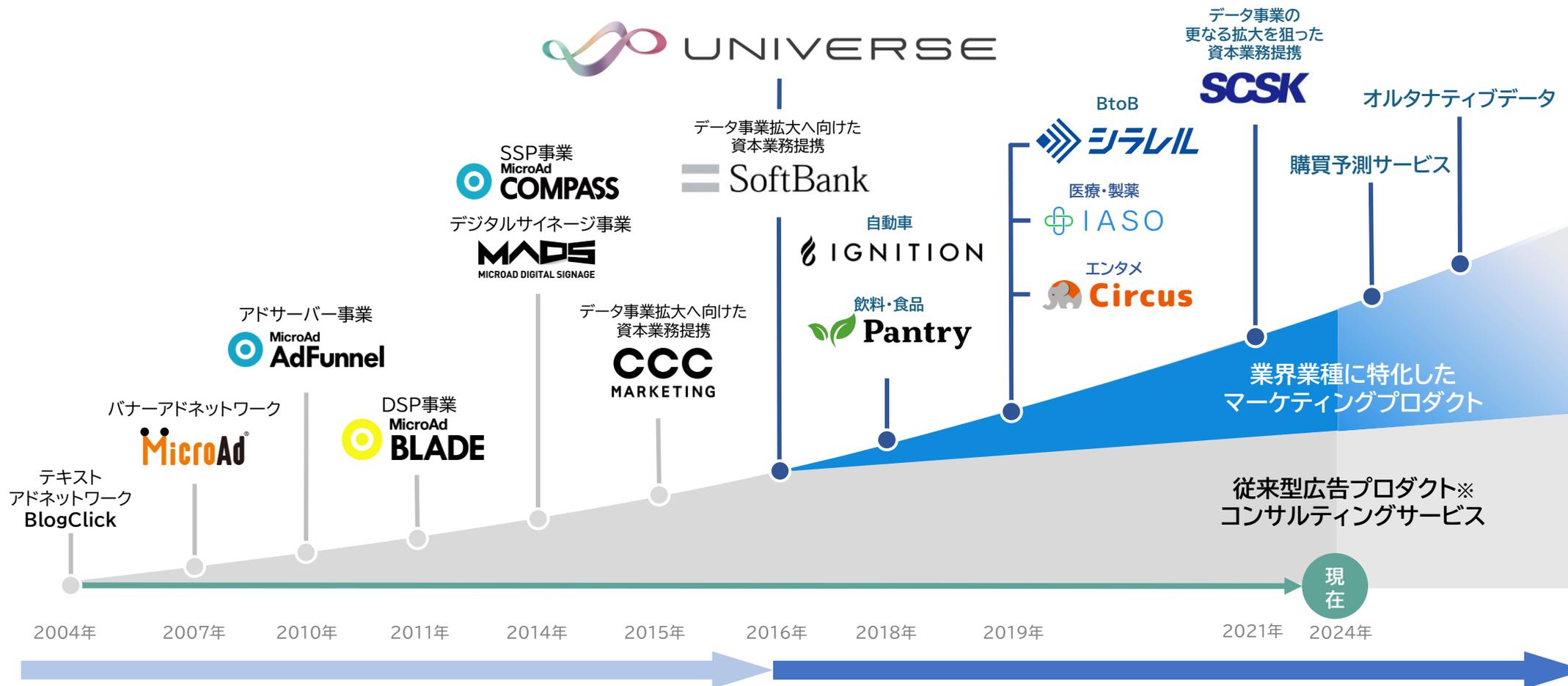
2002年SIer入社。金融会社向けシステム開発に携わる。2004年サイバーエージェント入社。当社の前身となるBlogClick事業の立ち上げに参画する。以後当社事業に携わりプロダクト開発を中心に幅広い業務を担当する。現在の管掌はデータソリューションサービス。



榎原 良樹 / 取締役 副社長執行役員

1997年さくら銀行(現三井住友銀行)入行。2001年サイバーエージェントに入社し、大阪支社長、事業戦略部長などを歴任。2011年マイクロアド海外事業の本格展開に合わせ当社へ参画し、東南アジア現地での事業立ち上げ、拠点統括に従事。2017年に帰国後、当社役員に就任。

マイクロアドの沿革



広告を情報へ

テクノロジーの力で広告を有益な情報として消費者へ届ける

Redesigning the Future Life

広告にとどまらず、データを活用した様々なプロダクトを提供し 未来の暮らしを創る

当社が提供するサービス

自社製品である「**データプロダクト**」と、主に他社製品を扱う「**コンサルティング**」に分類

コンサルティング

他社製品を扱う販売代理店ビジネス

海外コンサルティングサービス

企業のデジタルマーケティングにおける総合的なコンサルティングサービスを提供

メディア向けコンサルティングサービス

メディア企業の広告収益最大化を支援するコンサルティングサービスを提供

データプロダクト

自社製品のプロダクト提供ビジネス

オンライン

業種に特化したマーケティングプロダクト



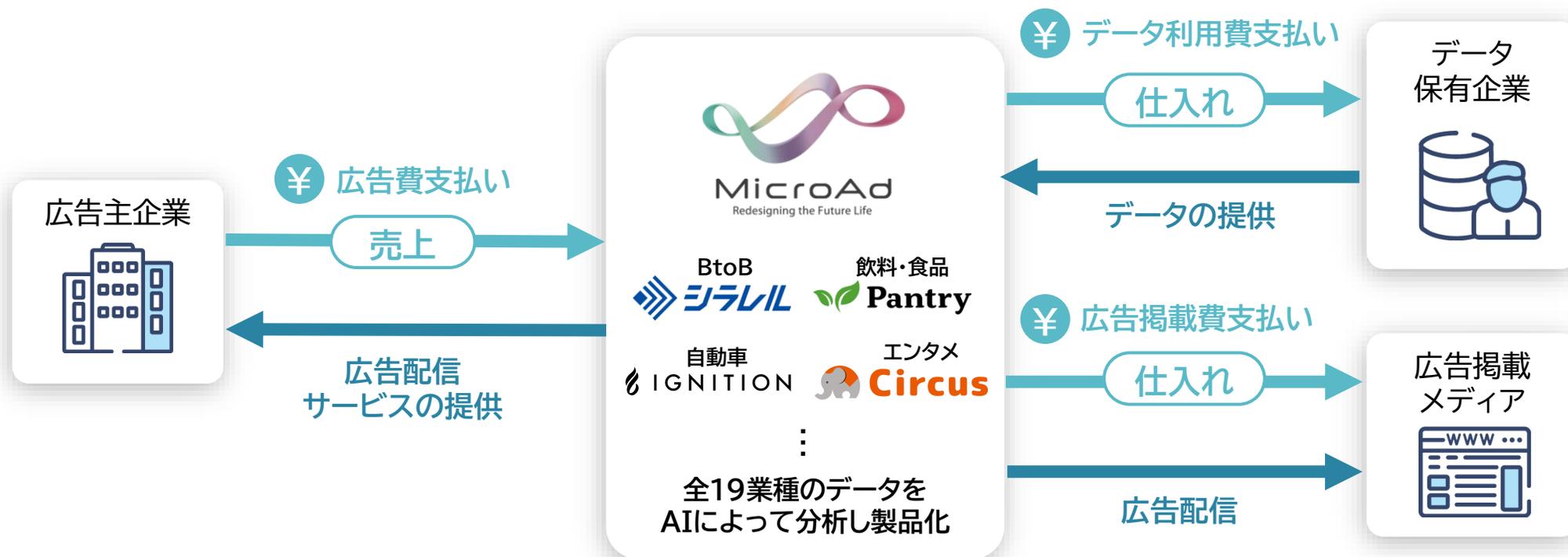
オフライン

屋外広告や交通広告のデジタルサイネージ



データプロダクト「UNIVERSE」のビジネスモデル

データ保有企業から収集した消費行動データを、データプラットフォーム「UNIVERSE」で分析し19業種に向けたマーケティングプロダクトを広告主企業へ提供



データプロダクト「デジタルサイネージ」のビジネスモデル

約13万面のサイネージをネットワーク化し、一元的な広告配信サービスを提供
リテール領域(小売・流通・サロン)のサイネージ設置数と売上の拡大に注力



本資料には、将来に関する計画や見通し、経営目標などが記載されています。
これらの将来に関する記述は、現在における見込みや、
予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらのリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況及び国内や国際的な
経済状況が含まれます。

