



2024年9月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2024年8月13日

Agenda

① 2024年9月期第3四半期 連結業績サマリ

② 第3四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

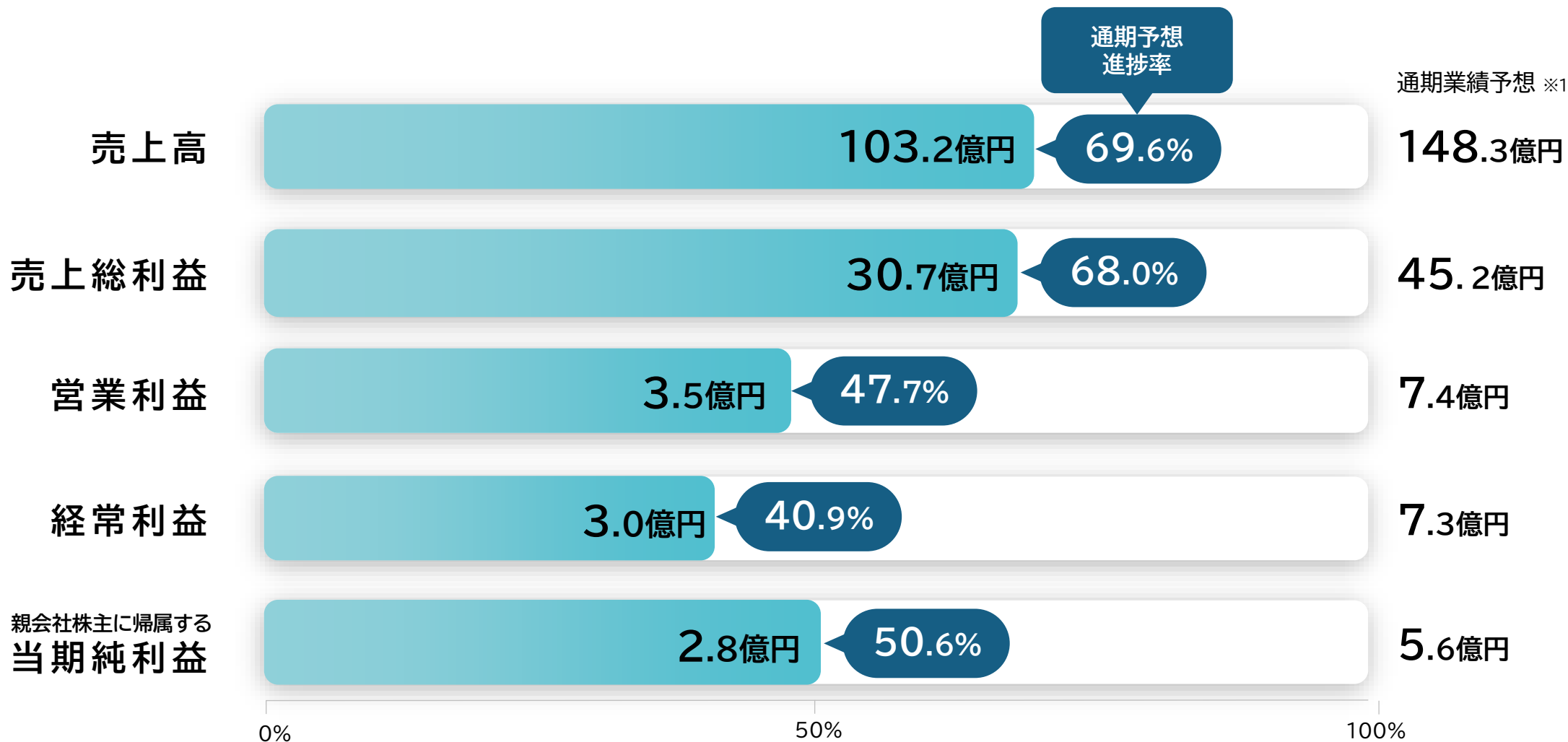
2024年9月期 第3四半期累計連結業績サマリ

売上高は主力サービスであるUNIVERSEと海外事業の成長で前年比増加
デジタルサイネージ事業の収益減少と、人員増によって各段階利益は前年比減少

(百万円)	2023年9月期 第3四半期累計	2024年9月期 第3四半期累計 (10月～6月)	増減	
			増減額	%
売上高	10,071	10,324	+252	+2.5%
売上総利益	3,246	3,073	-173	-5.3%
営業利益	815	353	-462	-56.6%
経常利益	746	302	-444	-59.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	554	286	-267	-48.3%

2024年9月期 通期業績予想に対する進捗

売上高、各段階利益ともに予想を下回る進捗



2024年9月期 通期業績予想の修正

デジタルサイネージ事業において、新サービスの収益化の遅れにより

下半期の**営業利益は当初予算から約8千万円程度乖離**が発生

UNIVERSEにおいては6月から拡大基調ではあるが、Cookie廃止の撤回による影響もあり

当初想定していた売上水準には届かず今期の業績予想を修正

(百万円)	前回発表予想 (2023年11月14日)	今回修正予想	増減率	増減額
売上高	14,837	13,600~14,000	▲8% ~ ▲6%	▲1,237 ~ ▲837
売上総利益	4,520	4,080~4,260	▲10% ~ ▲6%	▲440 ~ ▲260
営業利益	742	280~460	▲62% ~ ▲38%	▲462 ~ ▲282
経常利益	739	220~400	▲70% ~ ▲46%	▲519 ~ ▲339
親会社株主に帰属する 当期純利益	566	190~370	▲66% ~ ▲35%	▲376 ~ ▲196

株式会社MADS社の異動を伴う株式譲渡方針に関して

新サービス「OCTAVE」に注力

美容サロンに設置したタブレットをネットワーク化し
様々なコンテンツや広告を配信

OCTAVE
by MADS



タブレットの設置が難航
当初計画よりも収益化に遅れ

8月でタブレットの設置数は**目標台数に到達**

プレセールスでは良好な評価 **成長ポテンシャルは高い**

積極投資によって早期に事業規模の最大化を図りたい



よりシナジーの高い有力なパートナーに対して
マイクロアドが保有する株式を一部譲渡する形で
資本業務提携を推進していく方針

最終的には**当社グループ連結から外れる可能性も含め**
複数の事業会社と交渉中

Cookie規制の現状

Cookie廃止の撤回

2024年7月にGoogleからCookie廃止の撤回が発表

Googleが提供する代替技術「PrivacySandbox」の機能等に課題
イギリスの規制当局の承認が得られなかったことが要因

Googleのプライバシー保護に対する方針は変わらず
新しいアプローチの提供を予告

ユーザーが選択できる新しいアプローチを提案します。
サードパーティCookieを廃止する代わりに、**Chromeに新しい機能を
導入**し、ユーザーがウェブ閲覧全体に適用される情報に基づいた選択
を行い、いつでもその選択を変更できるようにします。

Google VP Anthony Chavez

完全廃止は撤回し、Cookieの利用を
ユーザー自身が選択できる仕組みを導入する

マイクロアドとして

過去数年にわたってCookieの代替技術の開発へ投資
Cookie廃止に向けて準備は整っている状態へ

様々な代替技術に対応

Unified ID_{2.0}



Privacy
Sandbox

/LiveRamp

HyperID

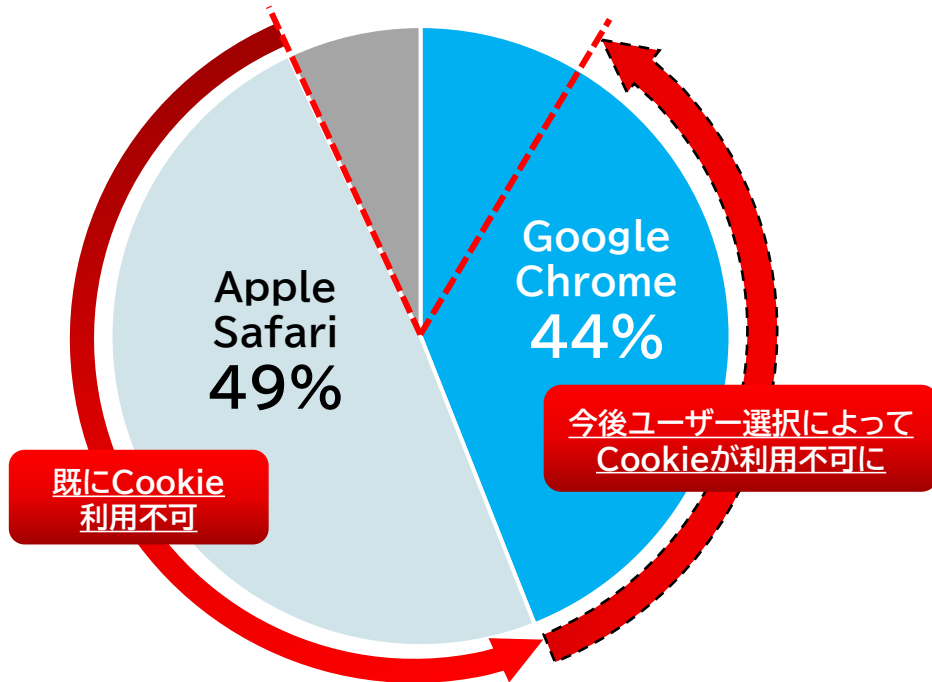
積極的に対応を進めることで
業界の中でも先行するポジションを獲得

廃止撤回により、2024年後半から見込んでいた
事前のテスト需要の獲得は困難に

Cookie規制の今後の見通し

今後のCookie利用可能率

スマートフォンのブラウザシェア※



**ChromeのID利用許諾率は2割程度の見込み
将来的には8割以上でCookieが利用不可に**

マイクロアドとして

当面Cookieと非Cookieのハイブリッドなマーケティングが主流に
これまでの、代替施策への開発投資は
**Chromeにユーザー選択方式が導入されたタイミングで
業績貢献していく見込み**

今後は、Cookie対策に投下していた開発力を
主力サービスのUNIVERSEが本来強みとする領域に振り向ける

① 他社プラットフォームとの協業による拡大

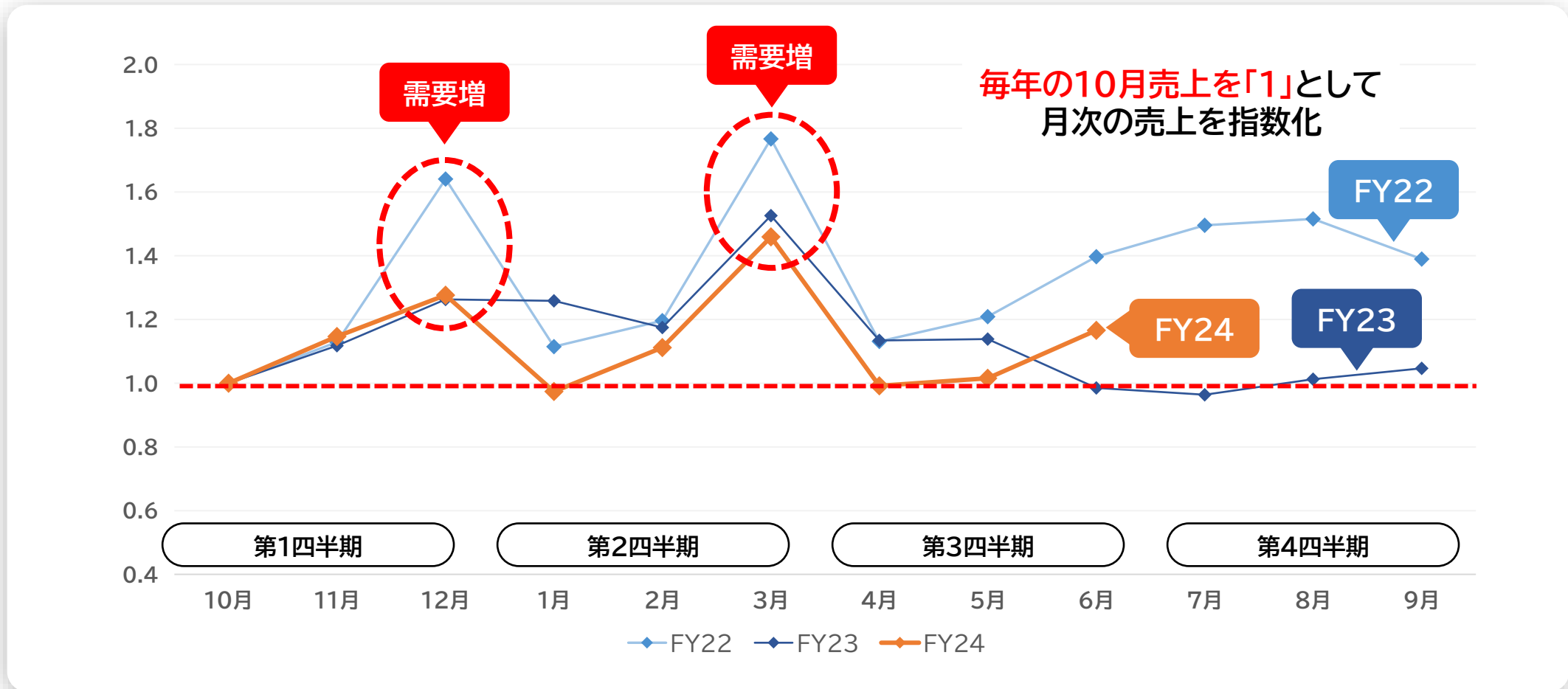
UNIVERSEのデータを軸に、他社の大手広告プラットフォームとの
連携を強化し、ソリューション領域を拡大

② 新たな事業領域に対する新サービス

データを活用したマーケティングに関連する新サービスを開発中
さらなる、スピードアップを図る

UNIVERSEの季節性による売上変化

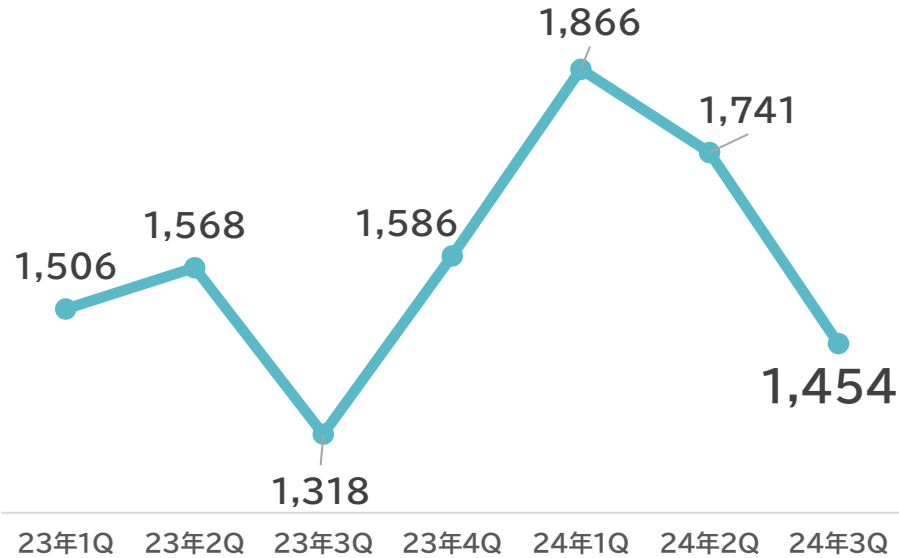
一般的に決算期末の企業が多い12月や3月は広告宣伝の需要が高まる
4,5月は一時的に落ち込んだが、6月にかけて前年の水準を超える成長率へ



UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

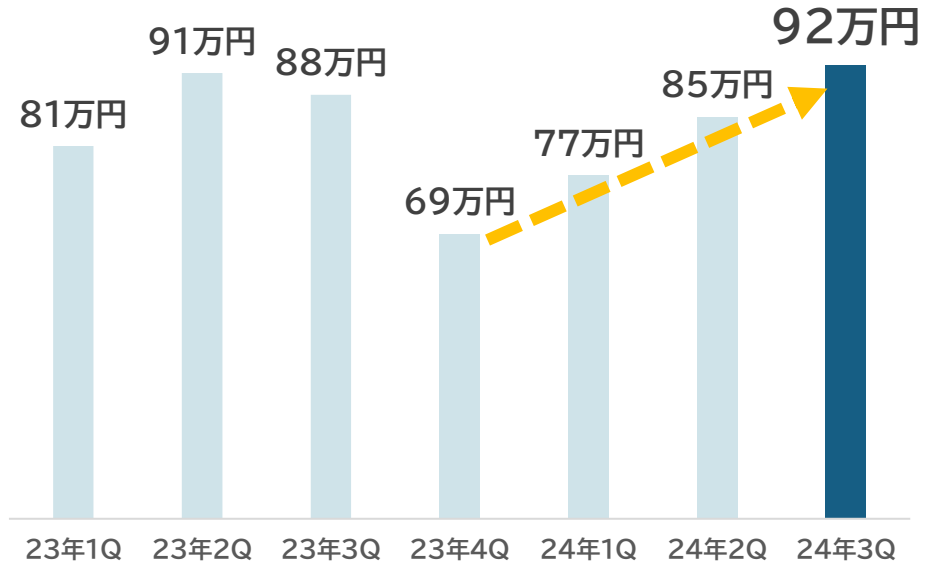
BtoB、自治体などを中心に年度の予算策定期間により、一時的にアカウント減少(6月から回復)
大手直販アカウントの売上高が継続的に成長し、顧客単価はさらに拡大

稼働アカウントの推移



BtoB、自治体など中心に一時的に減少

平均顧客単価の推移

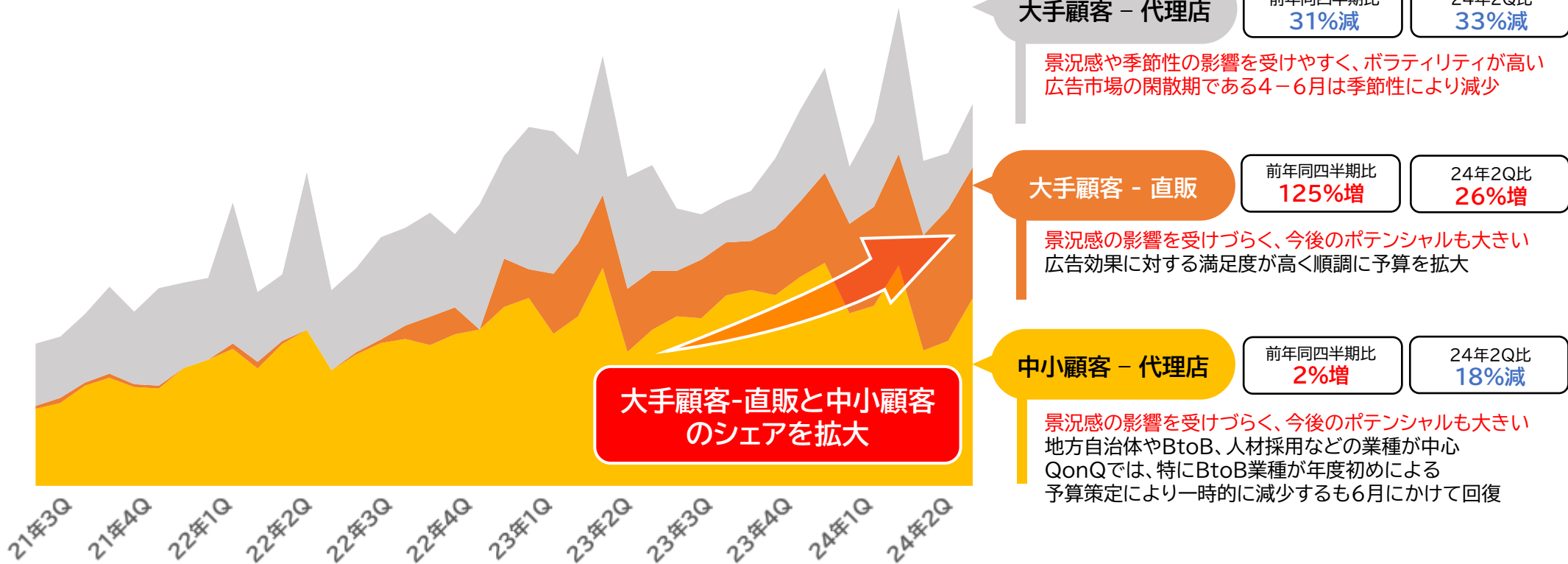


平均顧客単価は23年4Qを底に拡大

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



2024年9月期 第3四半期連結業績まとめ

- ① 売上は**UNIVERSEの拡大により前年比増収**
- ② デジタルサイネージ事業の**収益減少と、人員増によって前年比減益**
- ③ デジタルサイネージ事業は**非連結化も含めた資本業務提携を推進**
- ④ Cookie規制は撤回されたが、**投資は将来的に業績貢献**する見込み
- ⑤ Cookie規制対策に向けていた開発力を、**本来強みとする分野に再度フォーカス**

Agenda

① 2024年9月期第3四半期 連結業績サマリ

② 第3四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

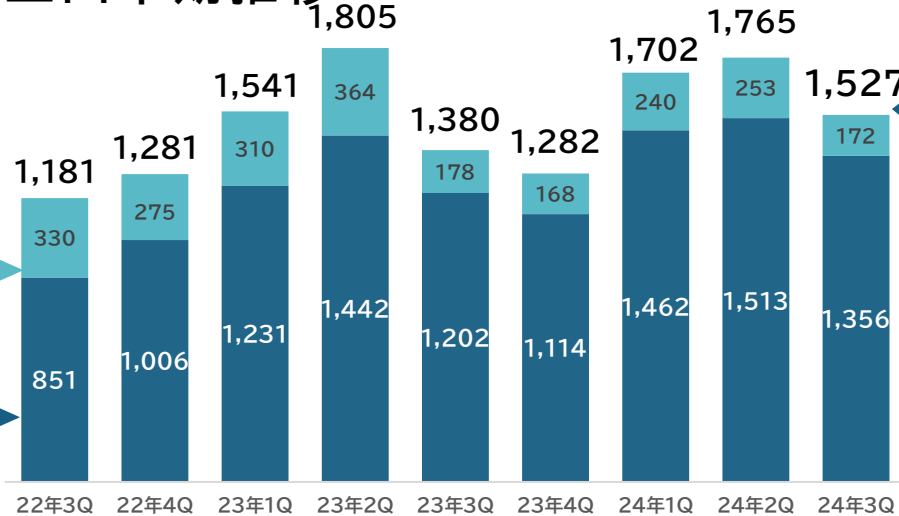
データプロダクトの売上・粗利推移

主力事業である **UNIVERSE** の成長により、売上高は前年比で **10% 増**
 UNIVERSE の粗利率の低下と、サイネージ事業の先行投資により **粗利は前年比13% 減**

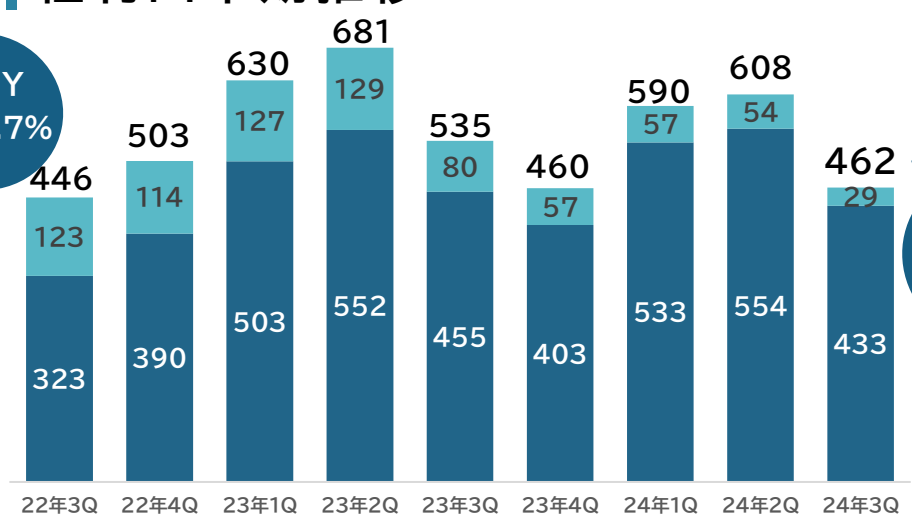
売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2023年9月期 第3四半期	2024年9月期 第3四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,380	1,527	+148	+10.7%
売上総利益	535	462	-73	-13.7%

売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

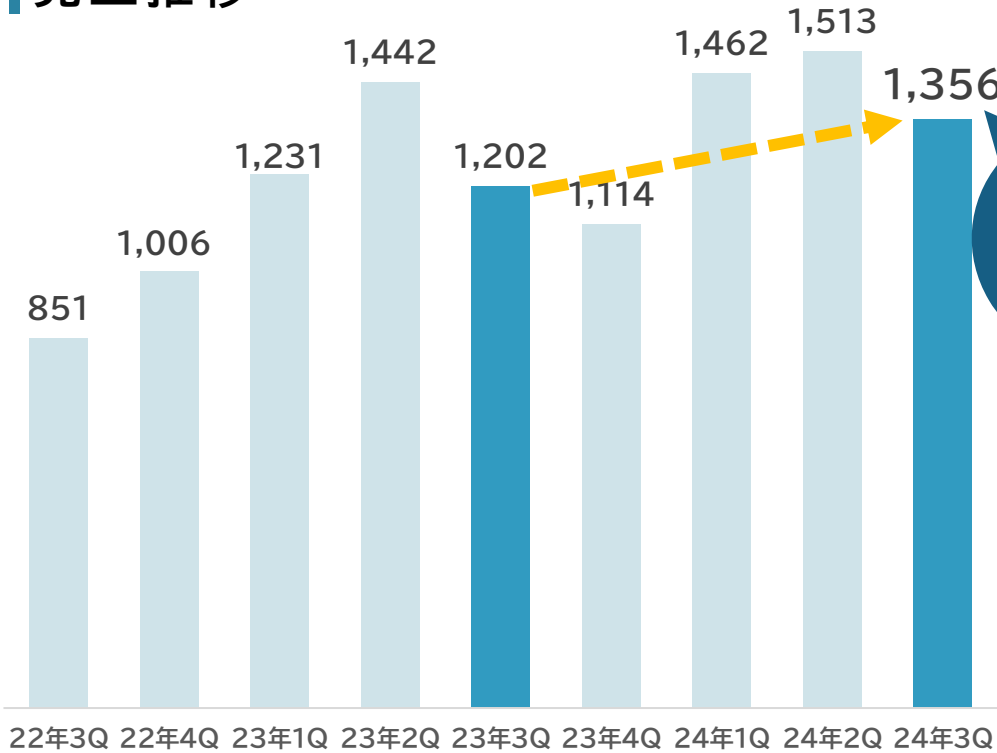


データプロダクト「UNIVERSE」の売上・粗利推移

売上高は、大手直販経由の**EC業種売上**や、**人材業種の売上**が拡大したことで前年比**12%増**
粗利率の高い領域の売上が季節性により減少し、EC業種等の相対的に粗利率が低い領域が
大きく拡大したことで**粗利は前年比4%減**

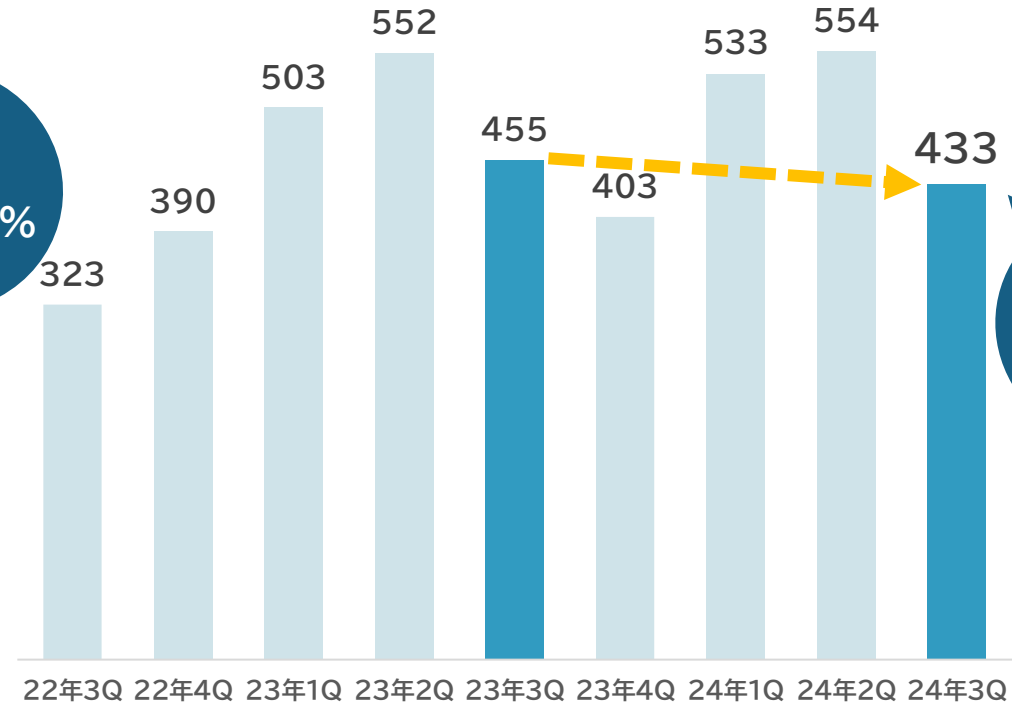
売上推移

単位:百万円



売上総利益推移

単位:百万円



データプロダクト「UNIVERSE」の業種特化製品

人材採用の「MARBLE」や、大手顧客の直販を中心にEC業種の売上が拡大

B to B
シラレール

自動車
IGNITION

地方自治体
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

高成長

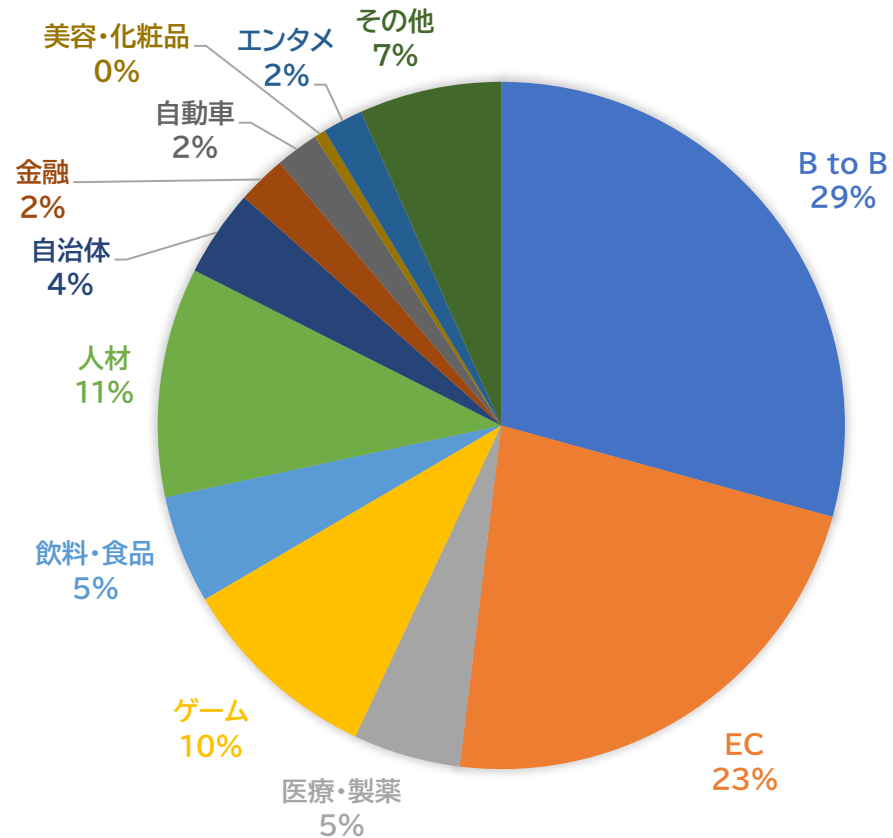
金融
(新NISA向け)

… 全19業種

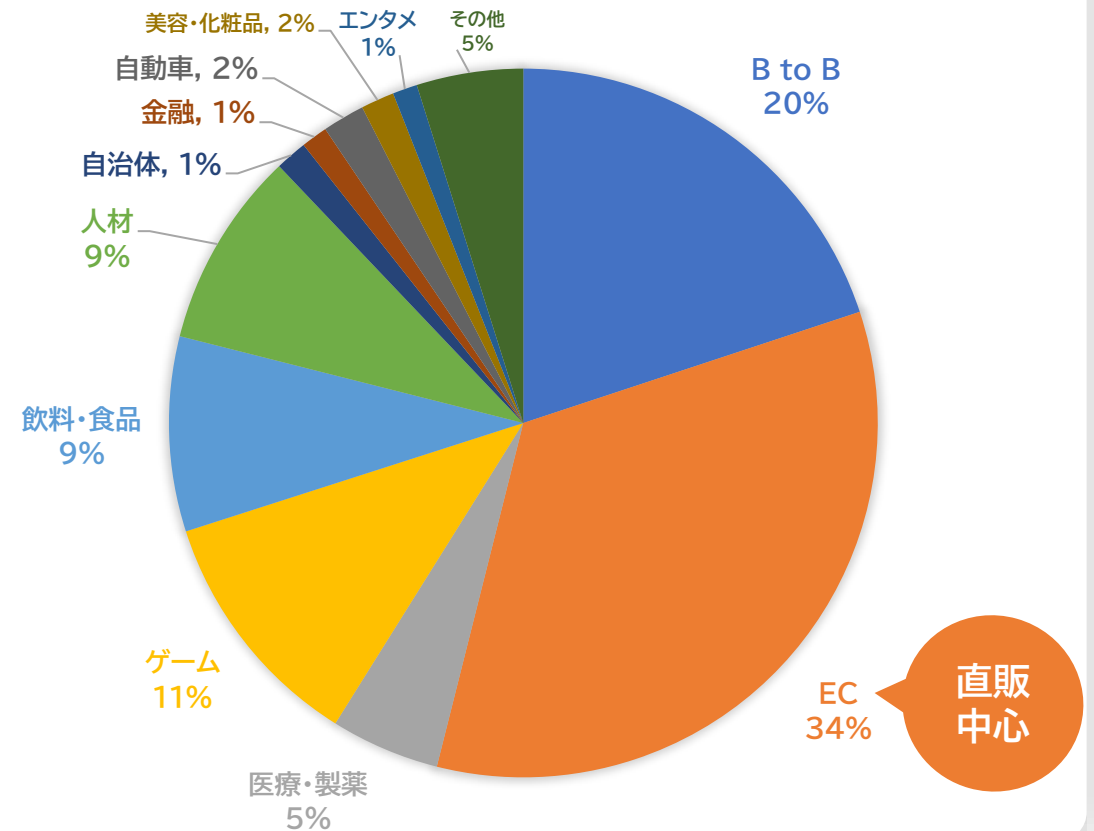
UNIVERSEにおける業種毎のシェア

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**

24年第2四半期の業種ごと売上シェア



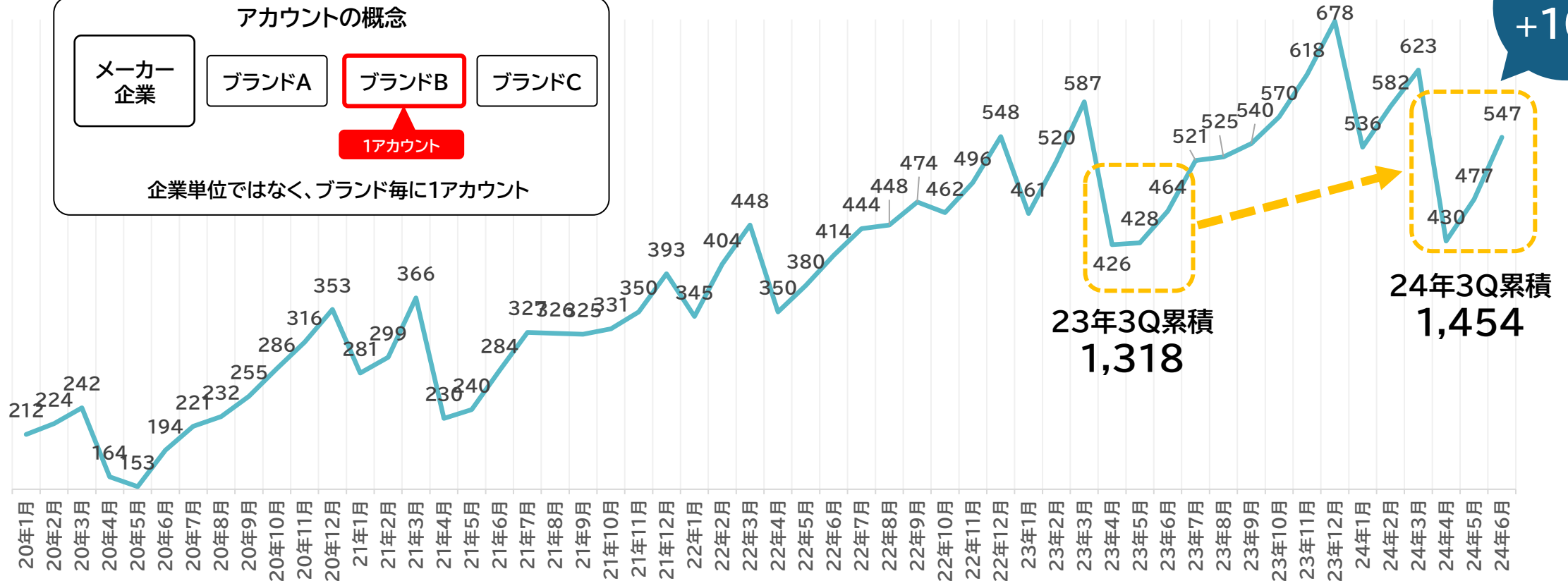
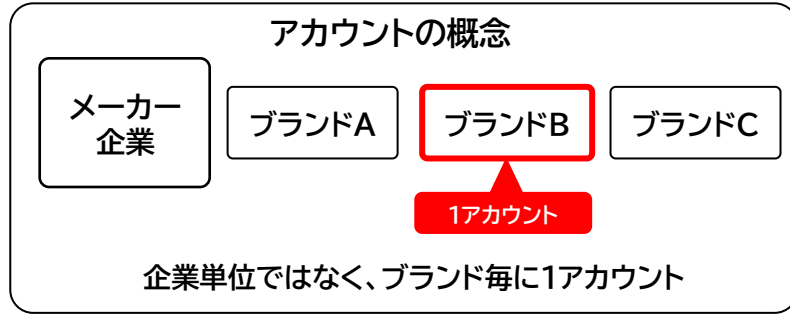
24年第3四半期の業種ごと売上シェア



データプロダクト「UNIVERSE」のKPI - 稼働アカウント

年度初めの予算策定時期により、BtoBや自治体のアカウントが一時的に下落
6月にかけて回復し、第3四半期全体では前年比10%増

稼働アカウントの月次推移



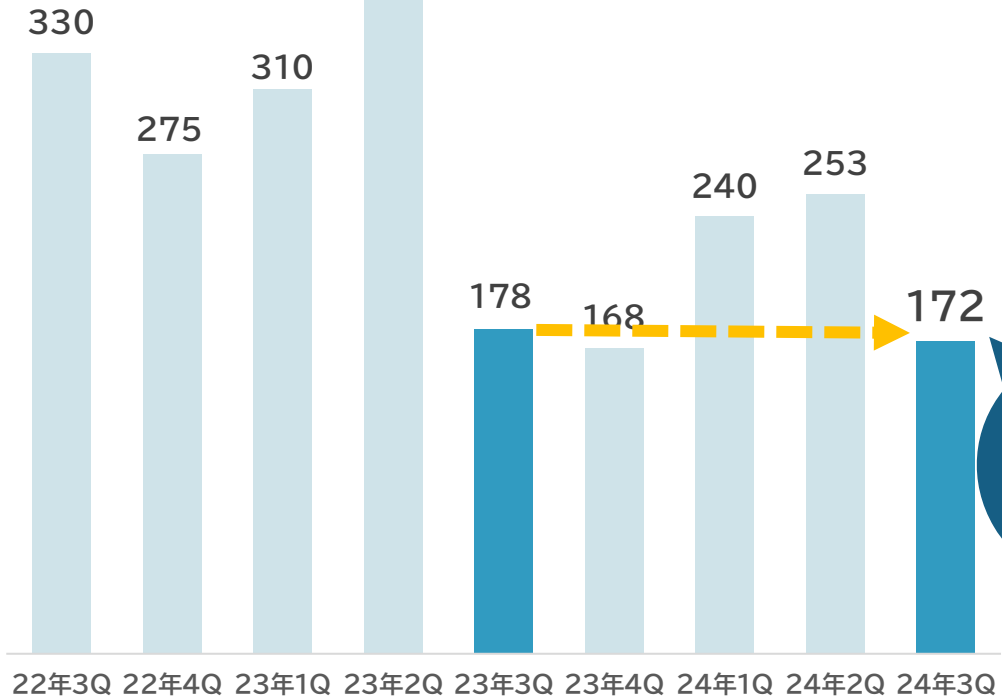
データプロダクト「デジタルサイネージ」の売上・粗利推移

売上高はタクシーサイネージの契約更改による減少影響を
ドラッグストア等のリテール領域の売上拡大によって補い、前年比で同水準

新サービス「OCTAVE」の立上げに伴う先行投資により粗利率が低下し、粗利は前年比64%減

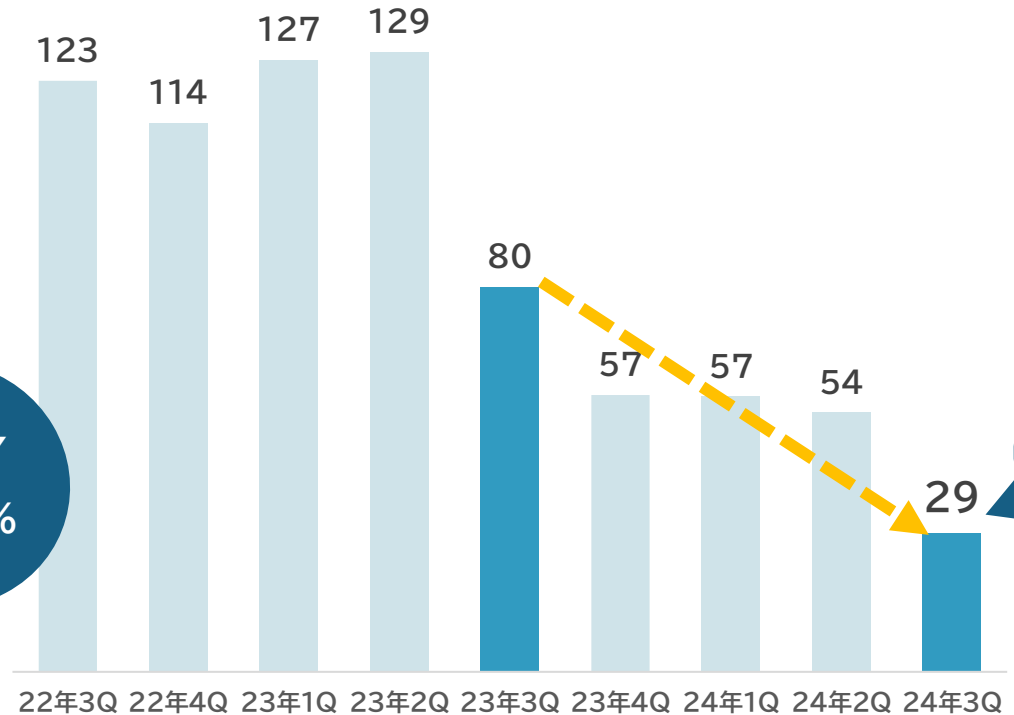
売上推移

単位:百万円
364



売上総利益推移

単位:百万円



Agenda

① 2024年9月期第3四半期 連結業績サマリ

② 第3四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

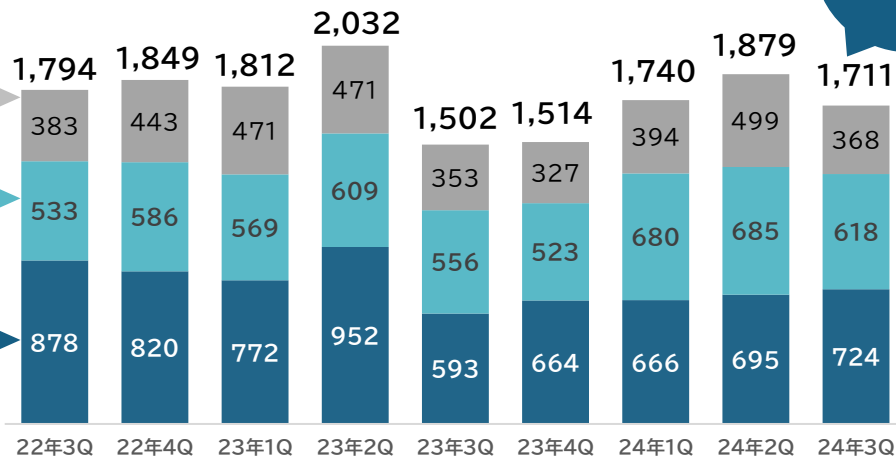
コンサルティングの売上・粗利推移

メディア向けコンサルの減益を、海外コンサルティングの増益によって補い、
 コンサルティング全体の粗利は **前年比4%増**

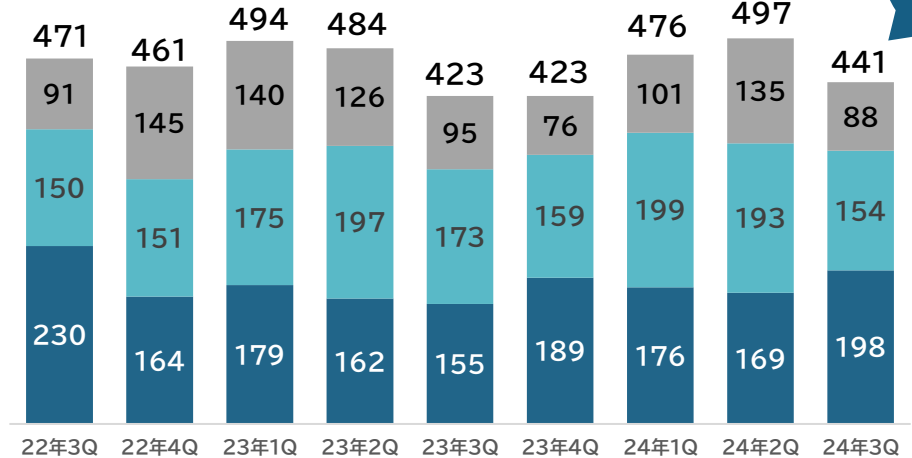
売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2023年9月期 第3四半期	2024年9月期 第3四半期	増減 増減額	増減 %
売上高	1,502	1,711	+209	+13.9%
売上総利益	423	441	+18	+4.2%

売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

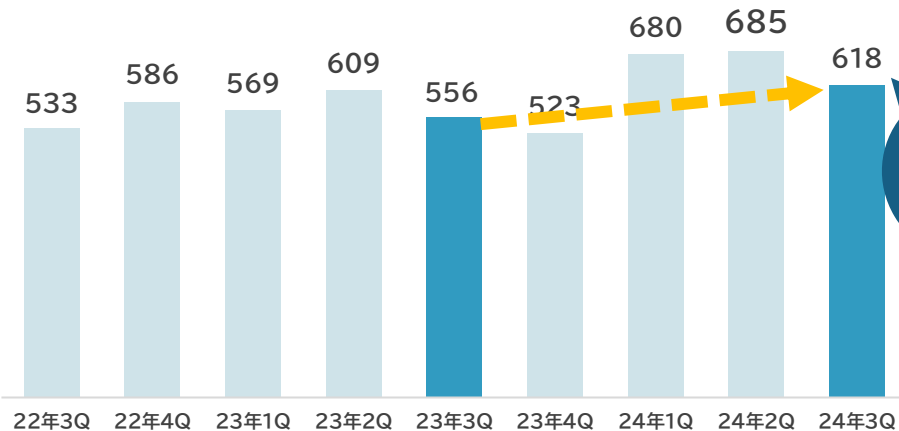


コンサルティング-メディア向け

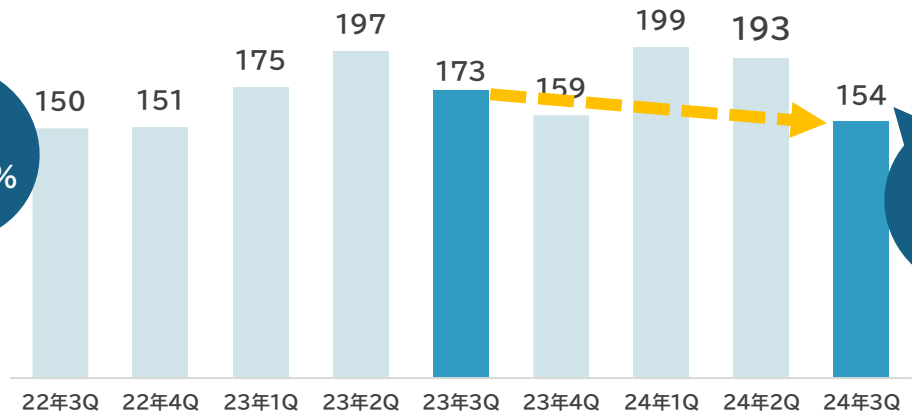
インターネットメディアの広告収益最大化を支援するコンサルティングサービス
売上高は前年比11%増、供給する広告サービスの構成変化により粗利は前年比11%減



売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

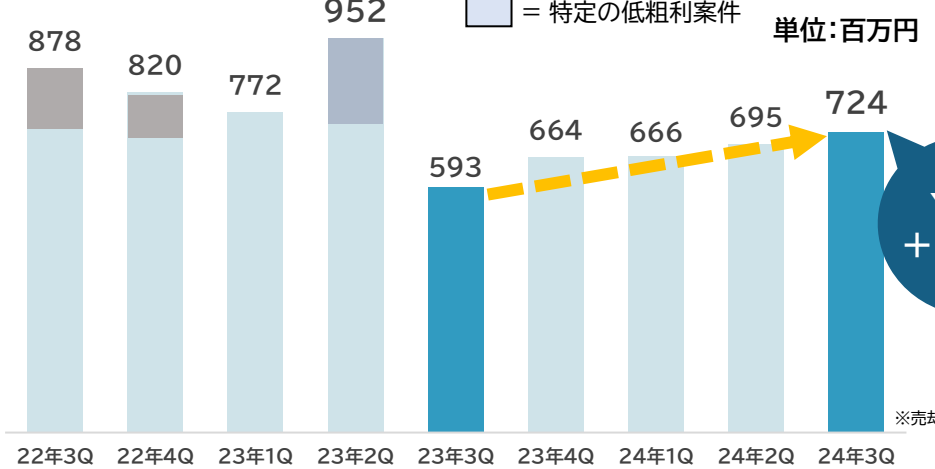


コンサルティング-海外

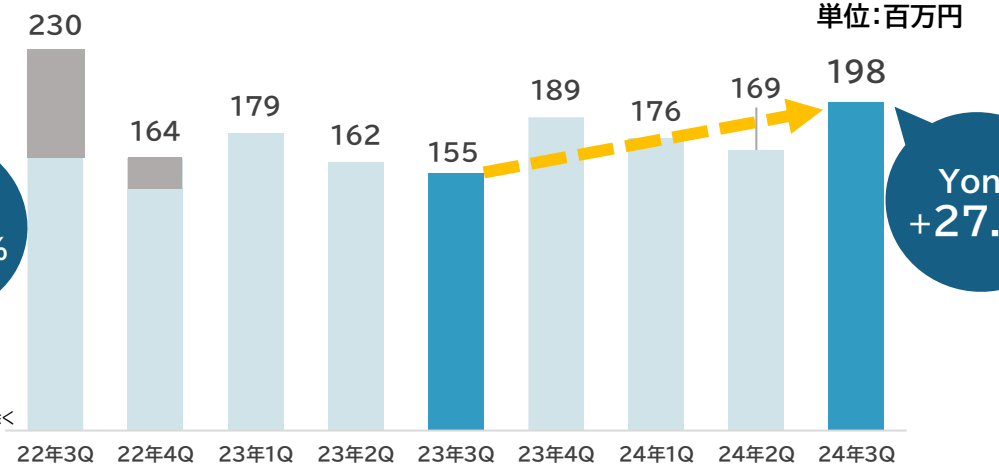
中国からの訪日観光客が本格的に増加し始め、インバウンド需要が拡大した事により
売上高は前年比22%増、粗利は前年比27%増



売上四半期推移 ■ = 売却子会社分の売上(中国、ベトナム) ■ = 特定の低粗利案件 単位:百万円



粗利四半期推移 ■ = 売却子会社分の粗利(中国、ベトナム) ※1 単位:百万円



Agenda

- ① 2024年9月期第2四半期 連結業績サマリ
- ② 第2四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～

BtoBマーケティングカンファレンスの実施

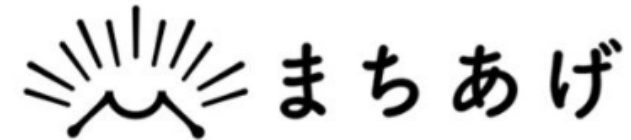


マイクロアド主催で計12社の
共催カンファレンスを実施

約420社の新規顧客リード獲得
来期にかけて売上転換の見込み

自治体向け「まちあげ」にて事業提携を推進

地方自治体向けマーケティングプロダクト



様々なパートナーとの提携や協業を積極推進

- ・ Holidayとの資本業務提携
- ・ JTBコミュニケーションとの協業

他にも複数事業者と協議

**自治体の観光誘致をはじめとした
様々なニーズに応えられる商品へ強化**

事業アップデート ～新領域関連～

オルタナティブデータ事業

UNIVERSEの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

24年9月期 Q1～Q3 パフォーマンス

(単位:千円)	24年9月期 第1四半期				24年9月期 第2四半期				24年9月期 第3四半期			
	10月	11月	12月	累計	1月	2月	3月	累計	4月	5月	6月	累計
月初総資産	382,250	386,996	384,680	-	383,641	385,852	397,094	-	404,433	391,956	386,631	-
損益額	4,746	-2,316	-1,039	1,391	2,211	11,242	7,339	20,792	-12,477	-5,325	6,052	-11,750
損益率	1.2%	-0.6%	-0.3%	-	0.6%	2.9%	1.8%	-	-3.1%	-1.4%	1.6%	-

第3四半期終了時点の年利換算

3.66%

4月の相場急変動に従来モデルが対応できず
再度モデルのアップデートを行ったことで5月以降は安定
市場の急変にも対応できるモデルの追加開発を図っていく

Agenda

- ① 2024年9月期第3四半期 連結業績サマリ
- ② 第3四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 1,006,760,800円
(2024年6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 382名
(連結、2024年6月時点)

取締役・監査等委員
内田 正宏
谷地館 望(非常勤、社外)
宮沢 奈央(非常勤、社外)

主要関連会社 (株)MADS
(株)エンハンス
(株)cory

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

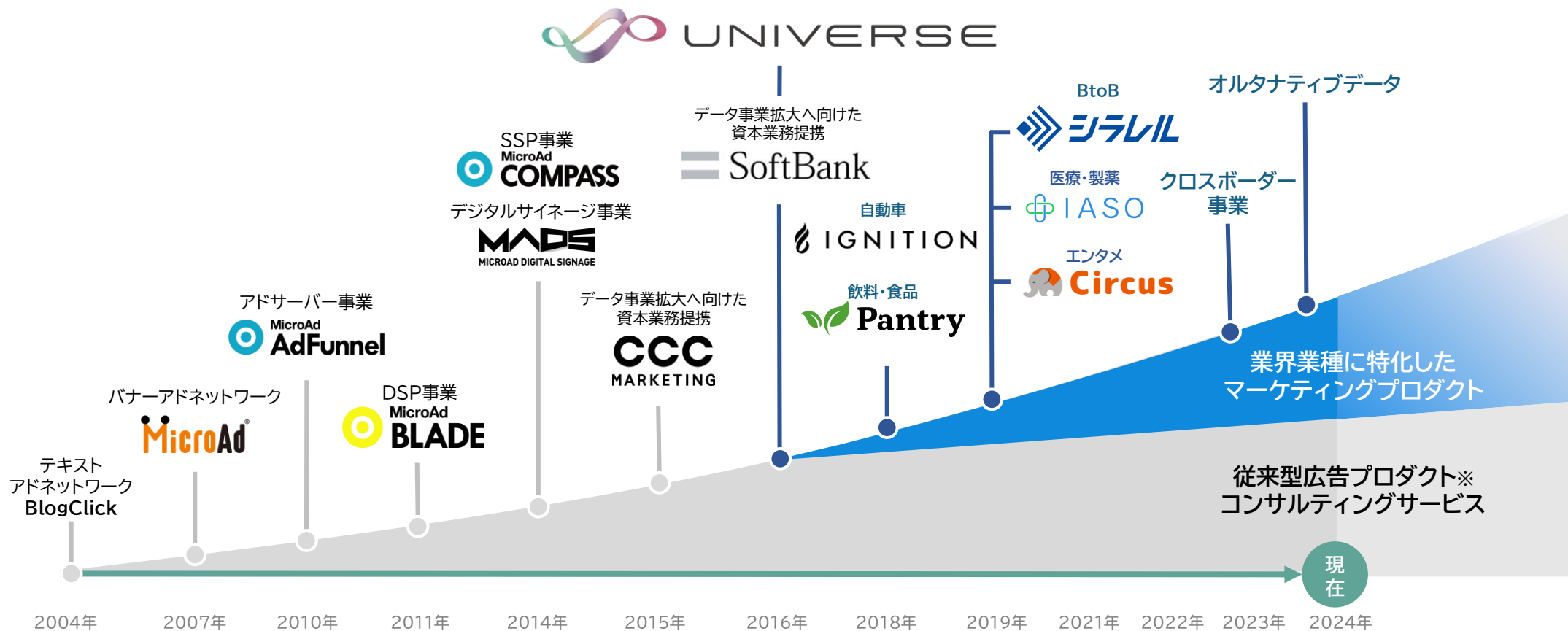
2002年SIer入社。金融会社向けシステム開発に携わる。2004年サイバーエージェント入社。当社の前身となるBlogClick事業の立ち上げに参画する。以後当社事業に携わりプロダクト開発を中心に幅広い業務を担当する。現在の管掌はデータソリューションサービス。



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



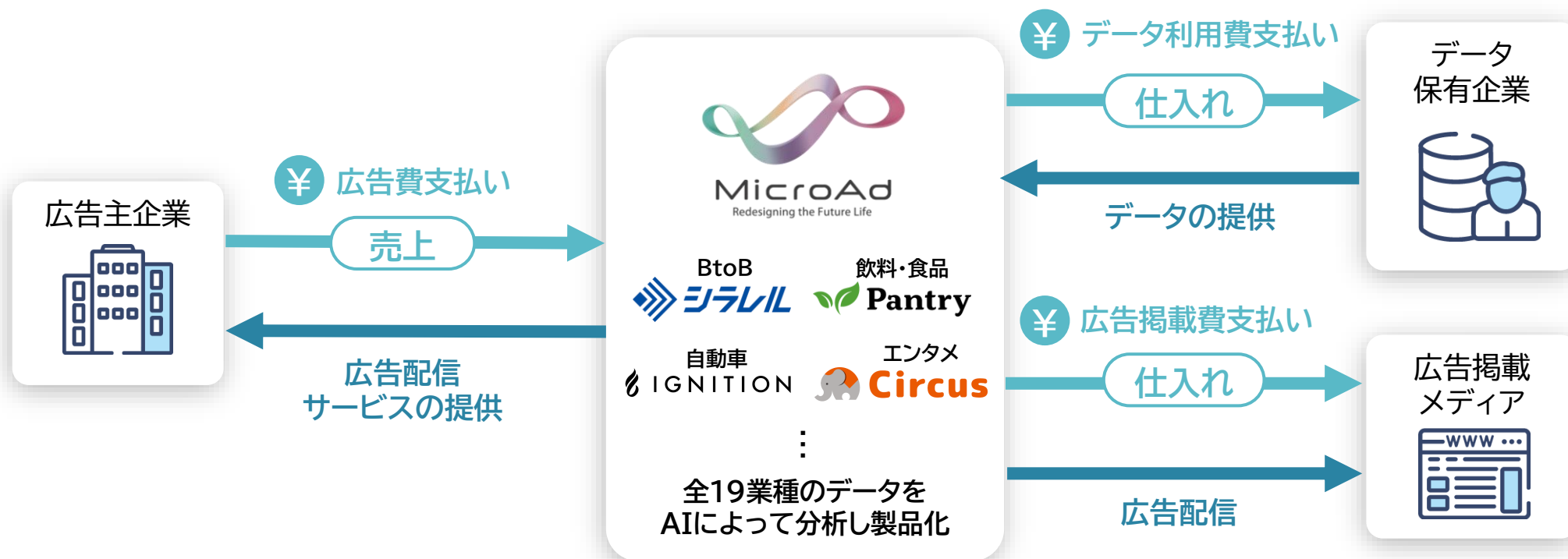
オフライン

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。