



2025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) | 2025年2月14日

Agenda

- ① 2025年9月期 第1四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して
- ③ 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
 - ・ オルタナティブデータ事業に関して
- ④ 事業アップデート
- ⑤ Appendix

2025年9月期 連結業績予想(再掲)

2024年9月期第4四半期から(株)UNCOVER TRUTHの、のれん償却を開始
 今後、さらなるM&Aやストックオプションの活用等の可能性を考慮し
 通常の収益力を示す指標として **調整後営業利益を2025年9月期より開示**

(百万円)	2024年9月期	2025年9月期 業績予想	増減 増減額	増減 %
売上高	13,712	15,004	+1,291	+9.4%
売上総利益	4,079	4,298	+219	+5.4%
調整後営業利益 ※営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用	375	368	▲7	▲2.0%
営業利益	307	219	▲87	▲28.5%
経常利益	294	207	▲86	▲29.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	282	30	▲252	▲89.3%

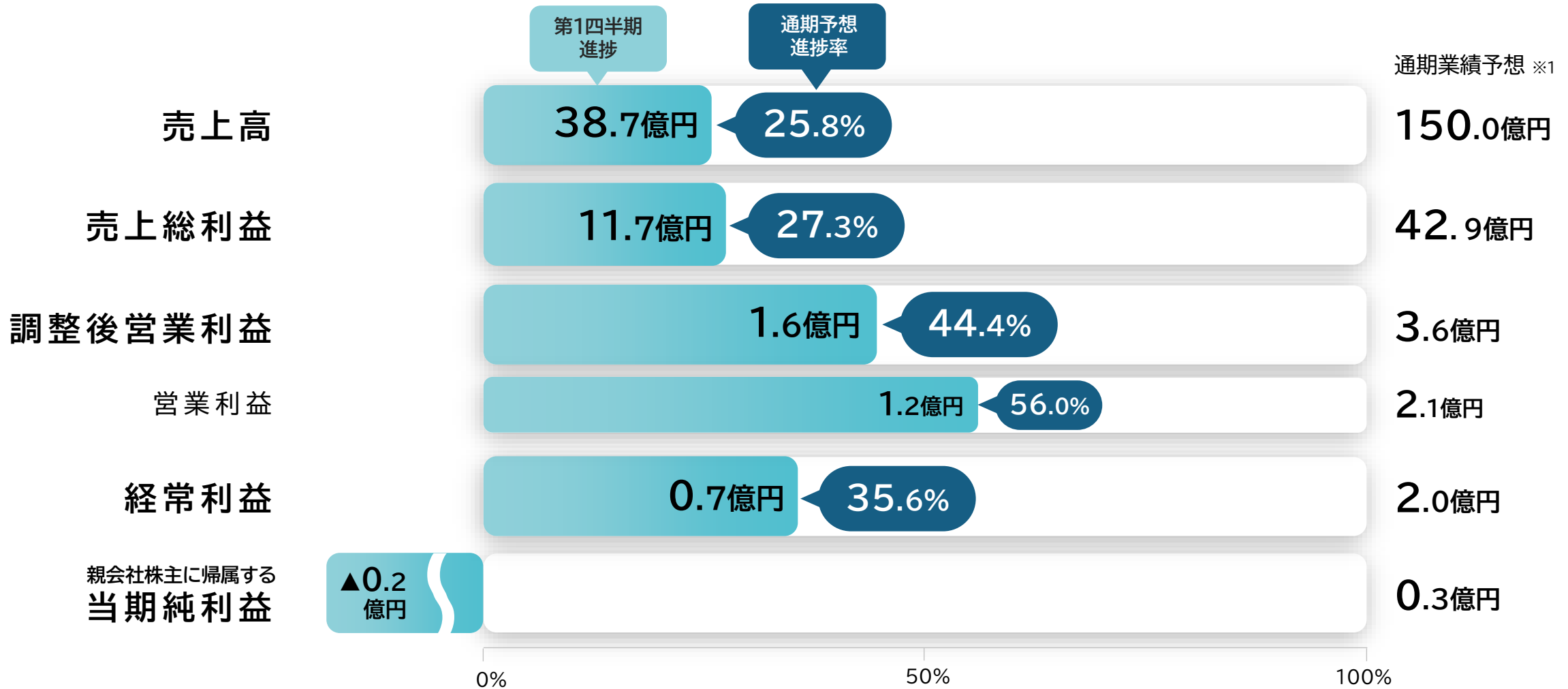
2025年9月期 第1四半期累計 連結業績サマリ

本業のUNIVERSEは前年比約24%の売上成長、海外事業も前年比約15%の売上成長
 営業外損益として海外取引における為替差損が発生
 (株)MADS社の売却による影響で純利益はマイナスだが通期計画には織り込み済み

(百万円)	2024年9月期 第1四半期累計	2025年9月期 第1四半期累計 (10月~12月)	増減	
			増減額	%
売上高	3,442	3,873	+430	+12.5%
売上総利益	1,065	1,174	+180	+10.2%
調整後営業利益 ※営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用	178	163	▲14	▲8.3%
営業利益	174	123	▲51	▲29.4%
経常利益	174	73	▲100	▲57.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	131	▲22	▲153	—%

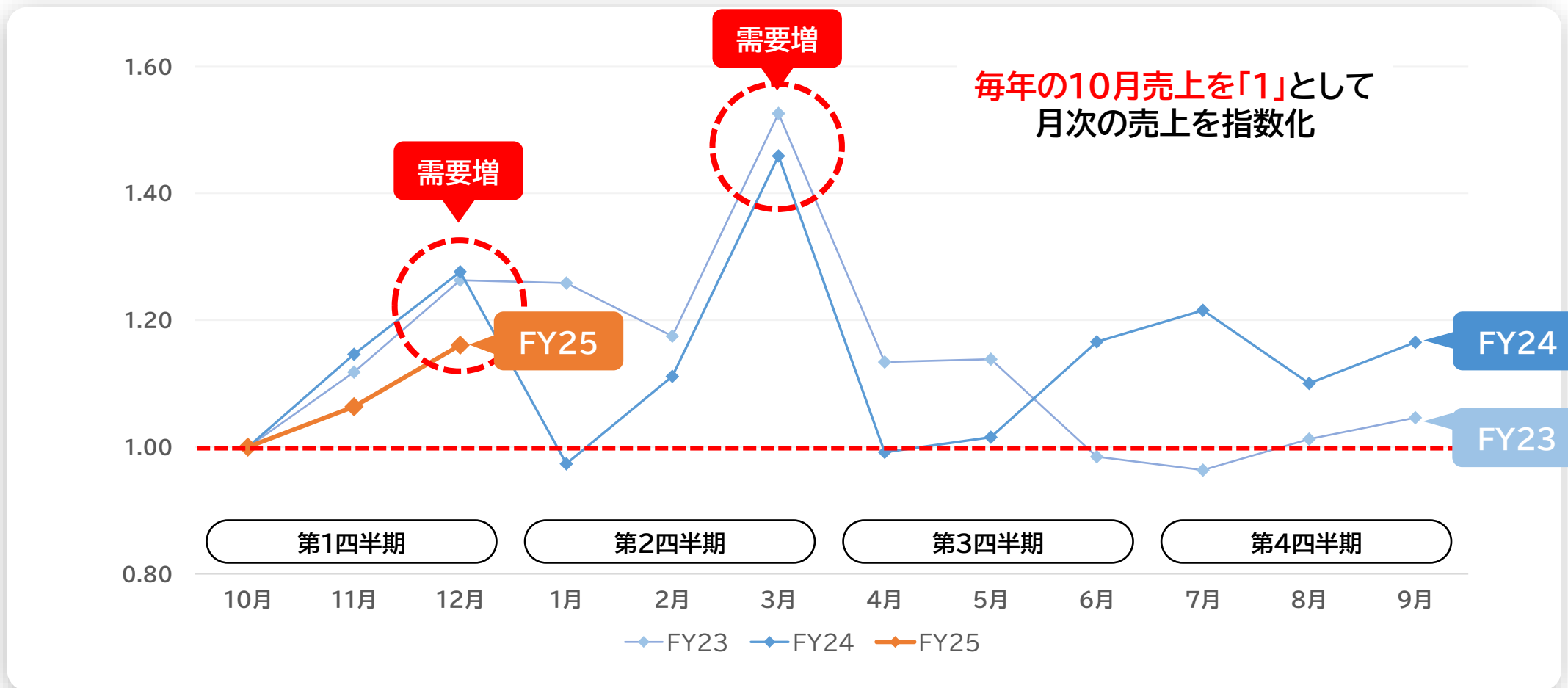
2025年9月期 通期業績予想に対する進捗

商品構成による粗利率の向上により、**売上高・各段階利益すべてで想定を上回る進捗**



UNIVERSEの季節性による売上変化

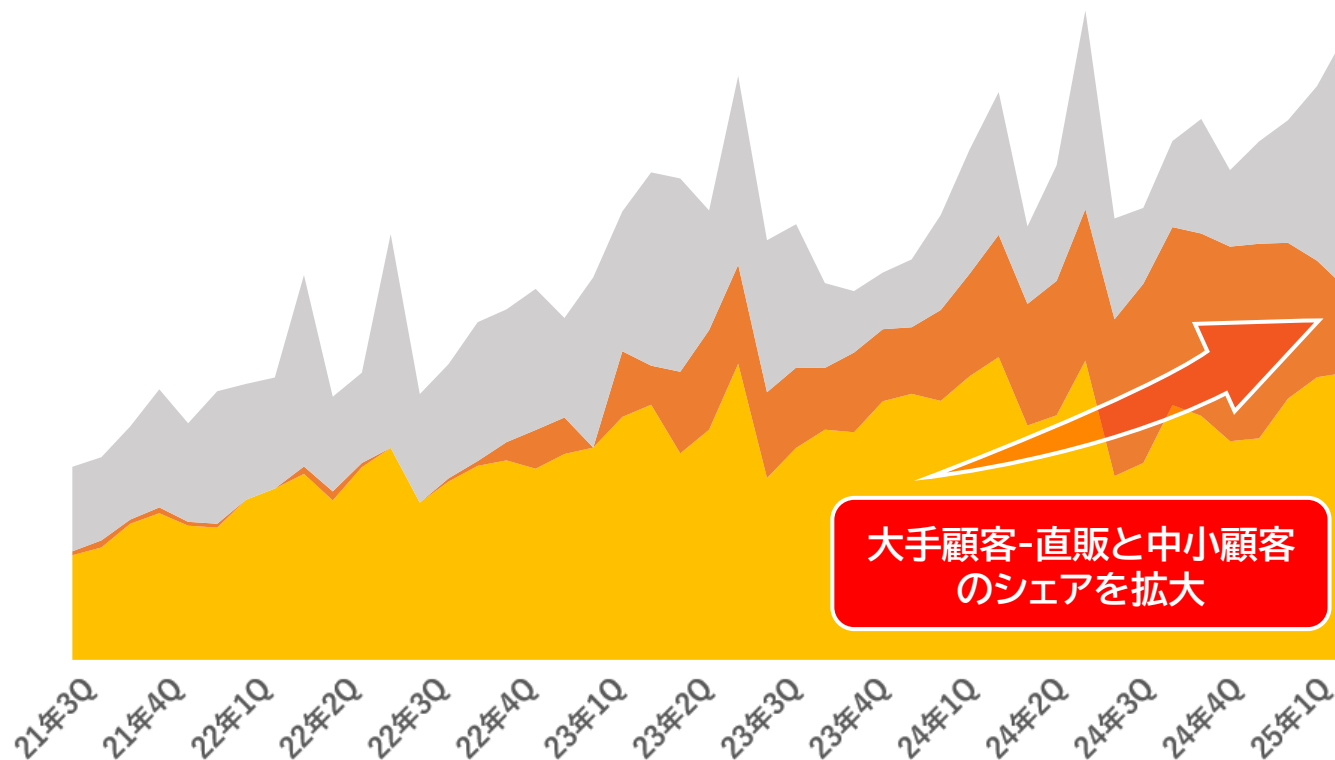
一般的に決算期末の企業が多い12月や3月は広告宣伝の需要が高まる



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



大手顧客 - 代理店

前年同四半期比
53%増

24年4Q比
88%増

高成長

景況感や季節性の影響を受けやすく、ボラティリティが高い
 前期の第4四半期からずれ込んだ案件等の獲得により大きく拡大

大手顧客 - 直販

前年同四半期比
13%増

24年4Q比
38%減

景況感の影響を受けづらく、今後のポテンシャルも大きい
 一部の大手顧客の予算減少を受けてQonQでは減少
 アカウント数の増加により回復を狙う

中小顧客 - 代理店

前年同四半期比
2%減

24年4Q比
21%増

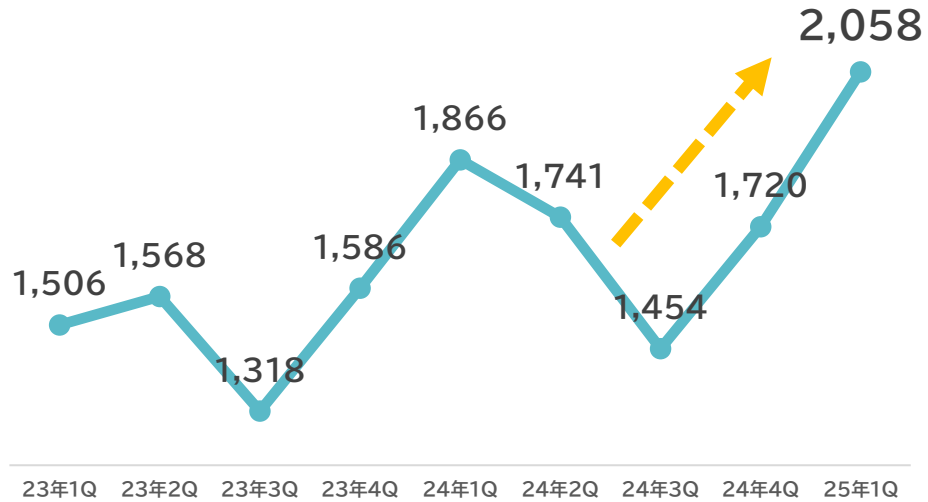
景況感の影響を受けづらく、今後のポテンシャルも大きい
 採用強化した新人の活動が本格化し始めQonQでは大きく拡大

大手顧客-直販と中小顧客
 のシェアを拡大

UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

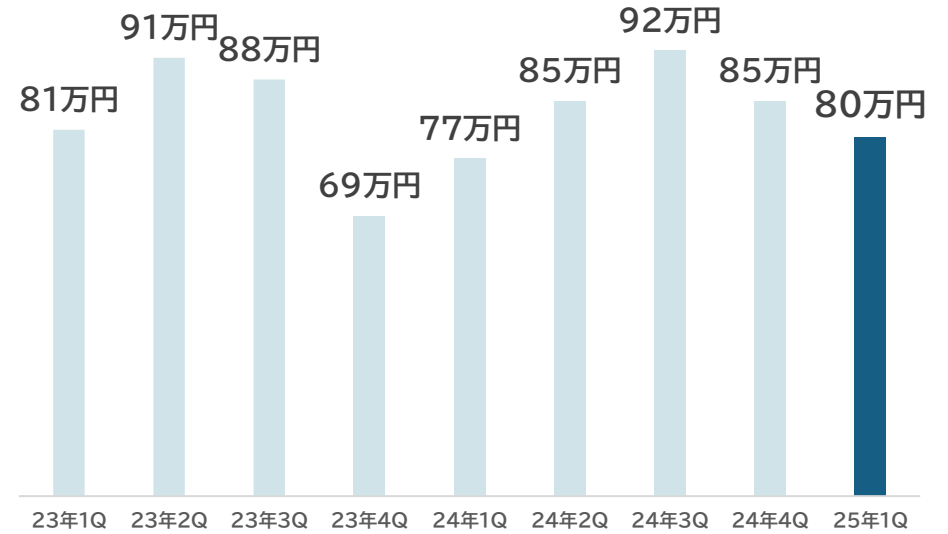
アカウント数は前期の人員強化と、自治体等の年末需要により大きく拡大し、単価も高水準を維持

稼働アカウントの推移



自治体など中心に大きく拡大

平均顧客単価の推移



アカウント数の急増により平均単価は若干低下も引き続き高水準を維持

2025年9月期 第1四半期連結業績まとめ

- ① 通期予想に対しては、**売上高・各段階利益ともに想定を上回る進捗**
- ② 本業の**UNIVERSE**および**海外事業**は引き続き**高成長**
- ③ 前期に増員した人員の活動が**本格化**しはじめて**売上増加に貢献**
- ④ 増加した**人員の収益化と生産性の向上**に注力、さらなる拡大を狙う

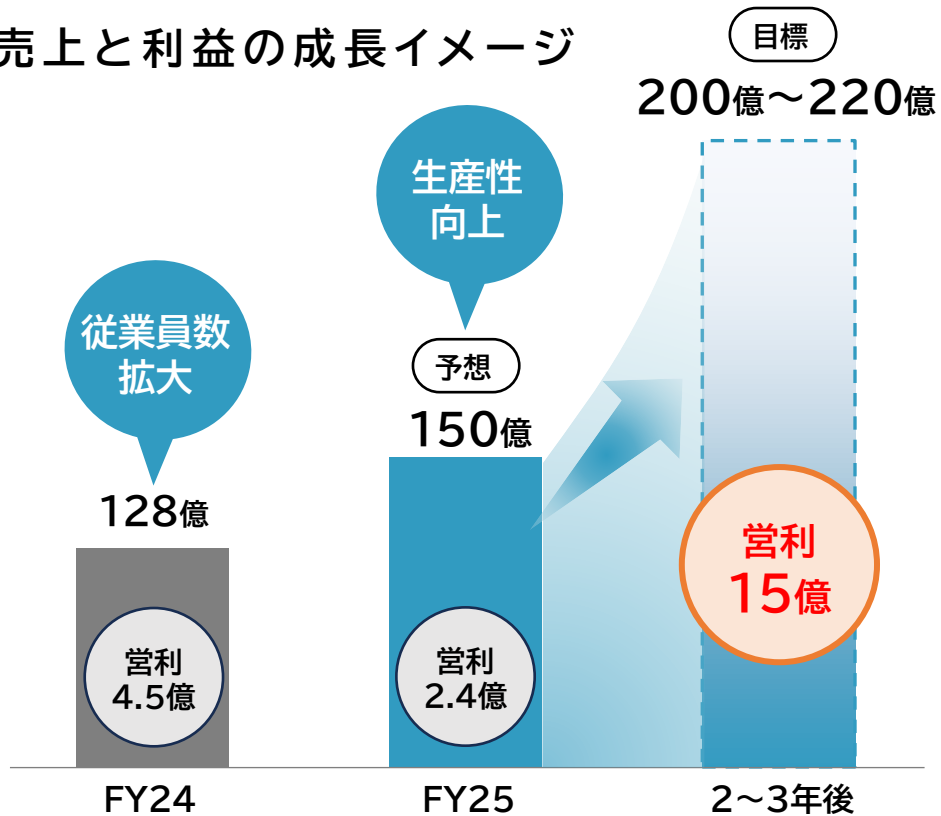
Agenda

- ① 2025年9月期 第1四半期 連結業績サマリ
- ② **生産性向上施策に関して**
- ③ 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
 - ・ オルタナティブデータ事業に関して
- ④ 事業アップデート
- ⑤ Appendix

将来の成長イメージ

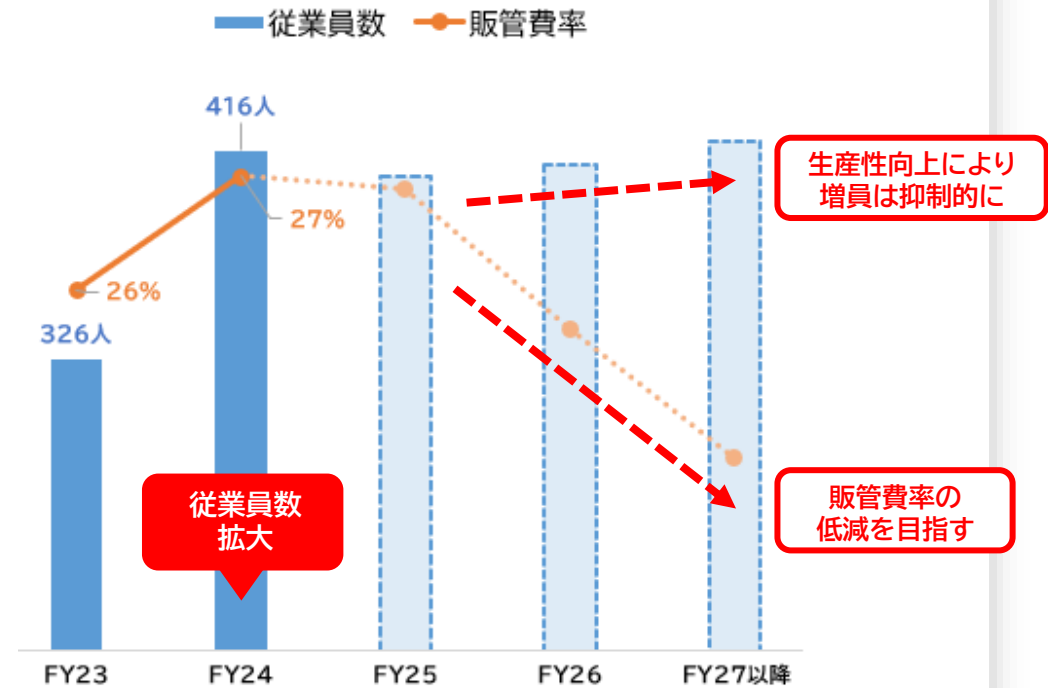
2～3年後の営業利益15億円を目指して、増員した人員の戦力化と生産性向上を実施していく

売上と利益の成長イメージ



2～3年後の営業利益15億円を目指す

従業員と売上に対する販管費率のイメージ

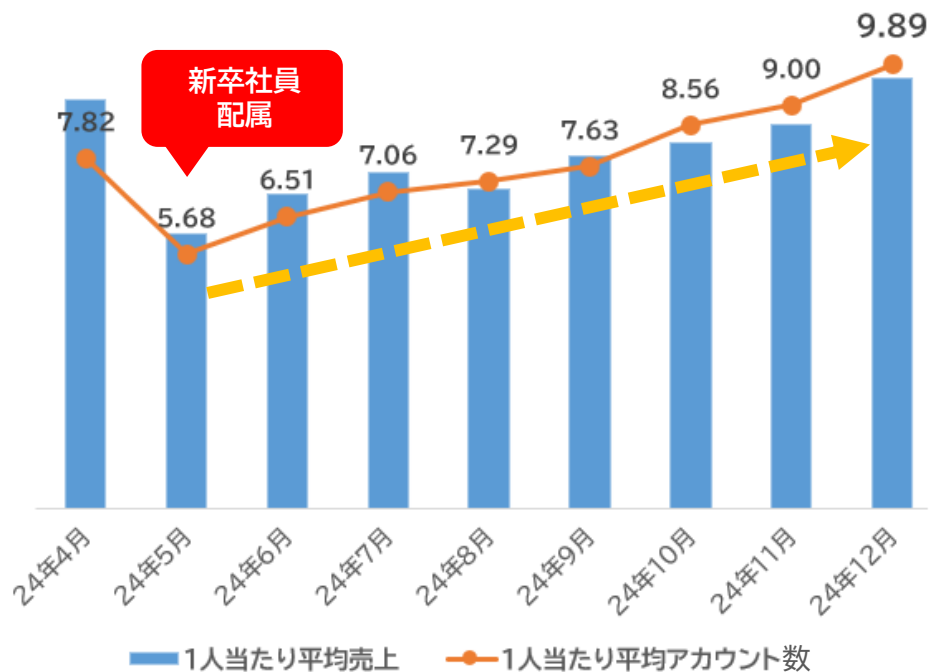


**生産性向上により従業員数の増加は抑制的に
販管費率の低減を目指す**

① 増員した人員の戦力化によるトップラインの拡大

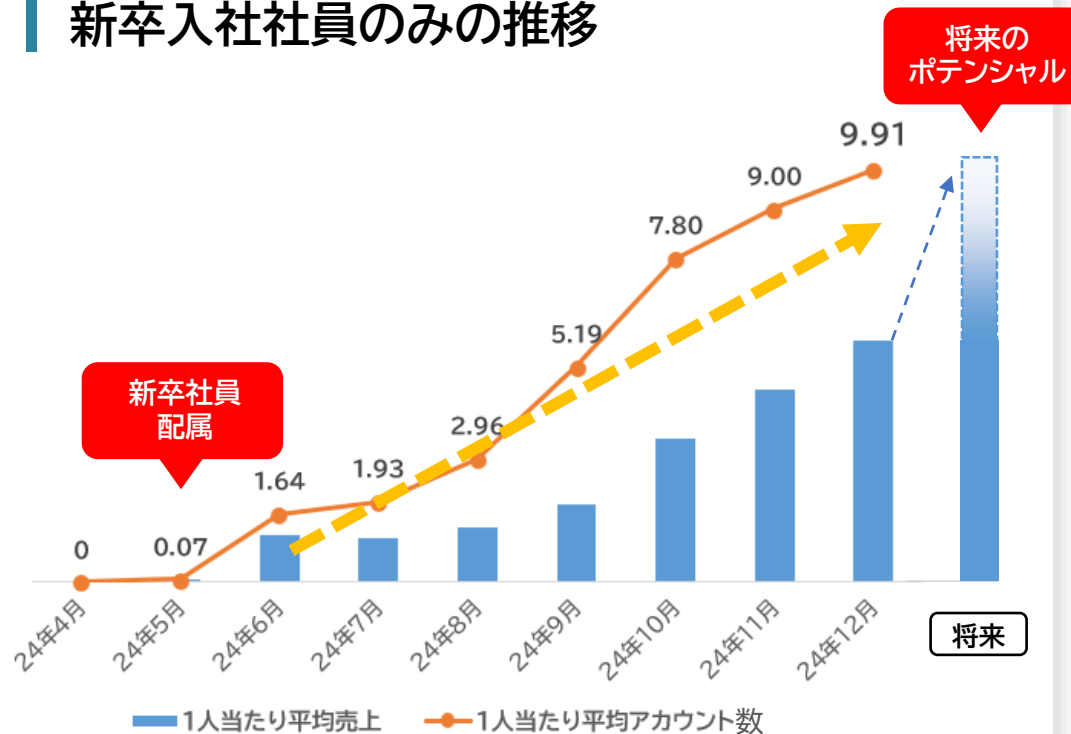
前期の4月に営業職を中心に人員強化を実施したことで、一時的に生産性は落ち込むが
5月以降順調に新人の戦力化が進み生産性は拡大基調 ※下図の推移はUNIVERSE

営業全体の生産性推移



新卒配属により全体の生産性は落ち込むが
12月時点では配属前を超える水準に向上

新卒入社社員のための推移



1人当たりのアカウント創出力は全体平均水準へ
売上生産性は平均の約半分、まだポテンシャルがある

② 様々な生産性向上施策

人員の強化に加えて、その他の生産性向上施策を実施

「売上生産性」の向上

生成AIによる業務効率化

生成AIによる社内チャットボットにより
効率よく必要なナレッジにアクセスできる仕組みを構築

業務削減による営業効率化

顧客への提出レポートの作成など、営業活動以外の雑務を自動化
や削減することで、営業活動へ費やす時間を増やす

目標

営業一人当たり
4,800分(10日/月)
業務削減

進捗

営業一人当たり
2,900分(6日/月)
業務削減実施

= 月間営業活動時間
3割増に成功

「粗利生産性」の向上

中国の開発子会社清算

オフショア開発拠点である中国・瀋陽の業務を国内に移転し清算
2Q以降、開発原価が削減され粗利率の向上に寄与する見込み

グループ内での人員適正化

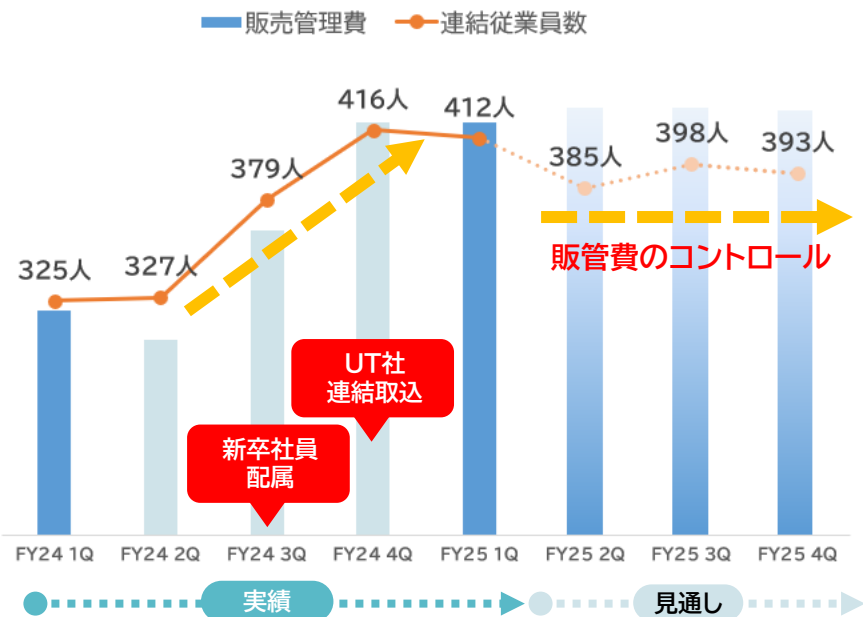
子会社と本社間での人的リソースを共有することで、
外部に流出していた費用を抑制
業務委託費や開発原価を削減することで粗利率向上を狙う

これらの施策以外にも様々な対策を随時実施

③販売管理費のコントロール

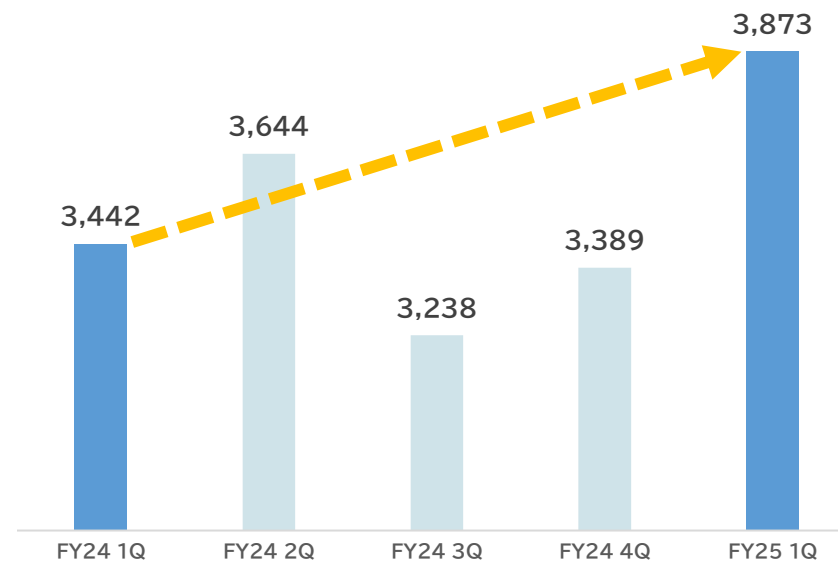
今後の人員増は抑制的に 生産性の向上により**販管費の増分以上の売上成長を狙う**

連結従業員数と販管費の推移



人員強化は完了し、今後の人員増は抑制的にさらに生産性の向上により、**販管費率の低減を狙う**

連結売上高推移 単位:百万円



人員強化の効果が出始め売上は拡大4Qから**YonYで販管費の増加以上の売上成長率を狙う**

Agenda

- ① 2025年9月期 第1四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して
- ③ 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
 - オルタナティブデータ事業に関して
- ④ 事業アップデート
- ⑤ Appendix

データプロダクトの売上・粗利推移

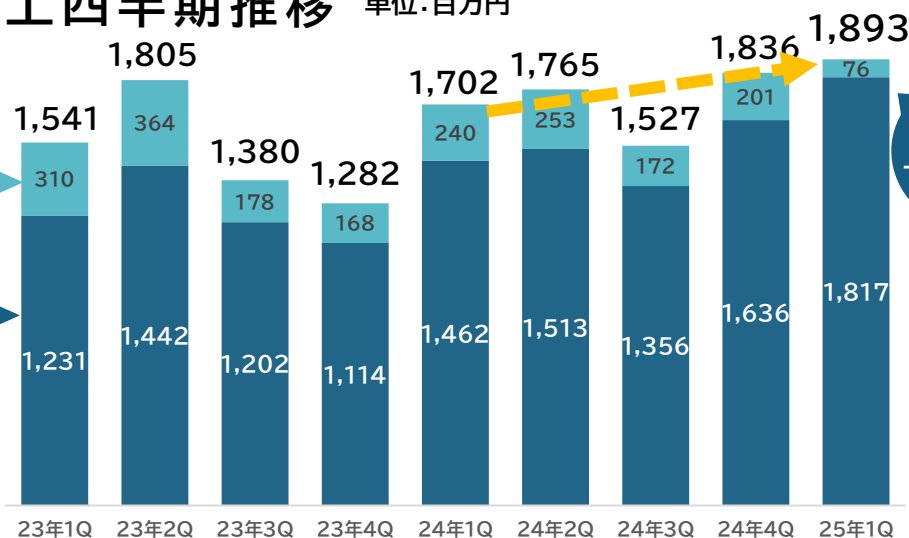
主力事業である **UNIVERSE** の成長により、売上高は前年比で **11%増**、粗利は **14%増**
 デジタルサイネージは非連結化により10月のみの実績取り込みだが、**全体でも売上・利益は拡大**

売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2024年9月期 第1四半期	2025年9月期 第1四半期	増減 増減額	増減 %
売上高	1,702	1,893	+191	+11.2%
売上総利益	590	673	+83	+14.1%

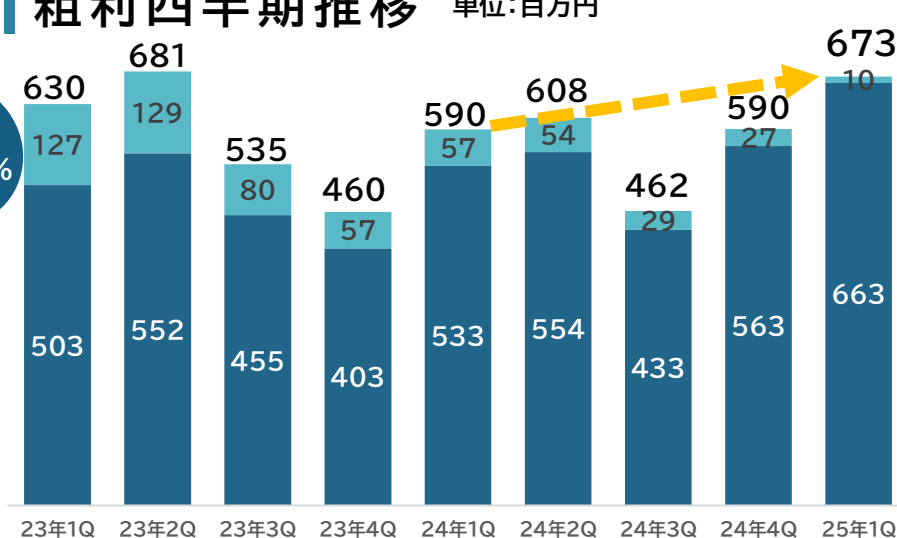
売上四半期推移

単位:百万円



粗利四半期推移

単位:百万円

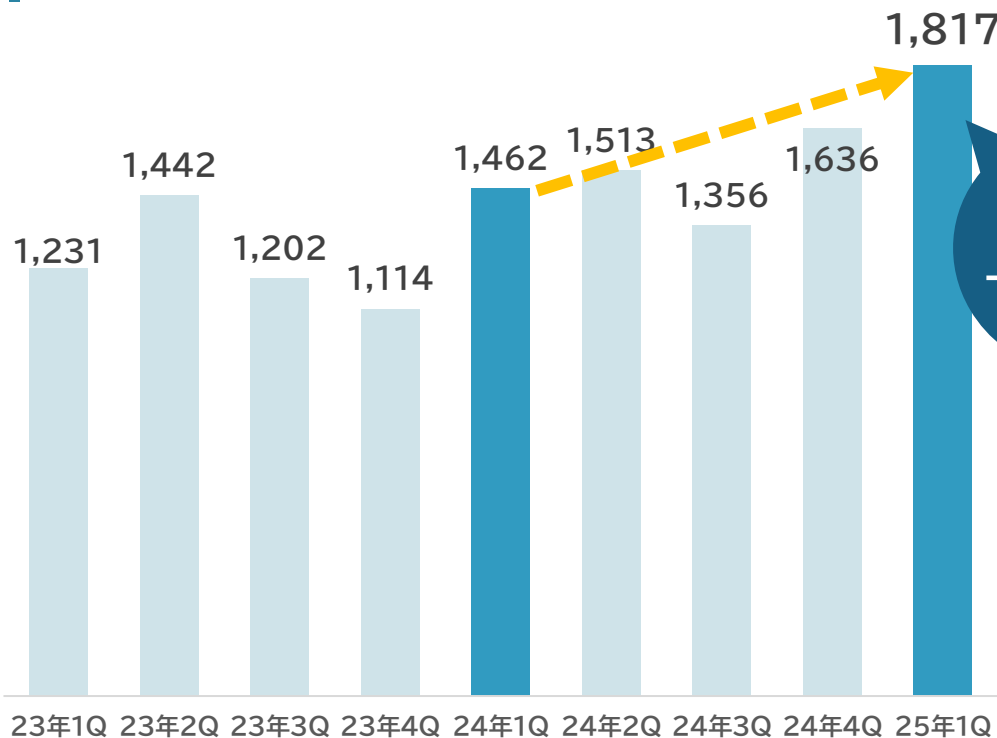


データプロダクト「UNIVERSE」の売上・粗利推移

前期に採用した人員の収益化が進みつつあり、**売上・粗利ともに24%増**引き続き、**生産性の改善に努めることで売上・粗利の拡大を狙う**

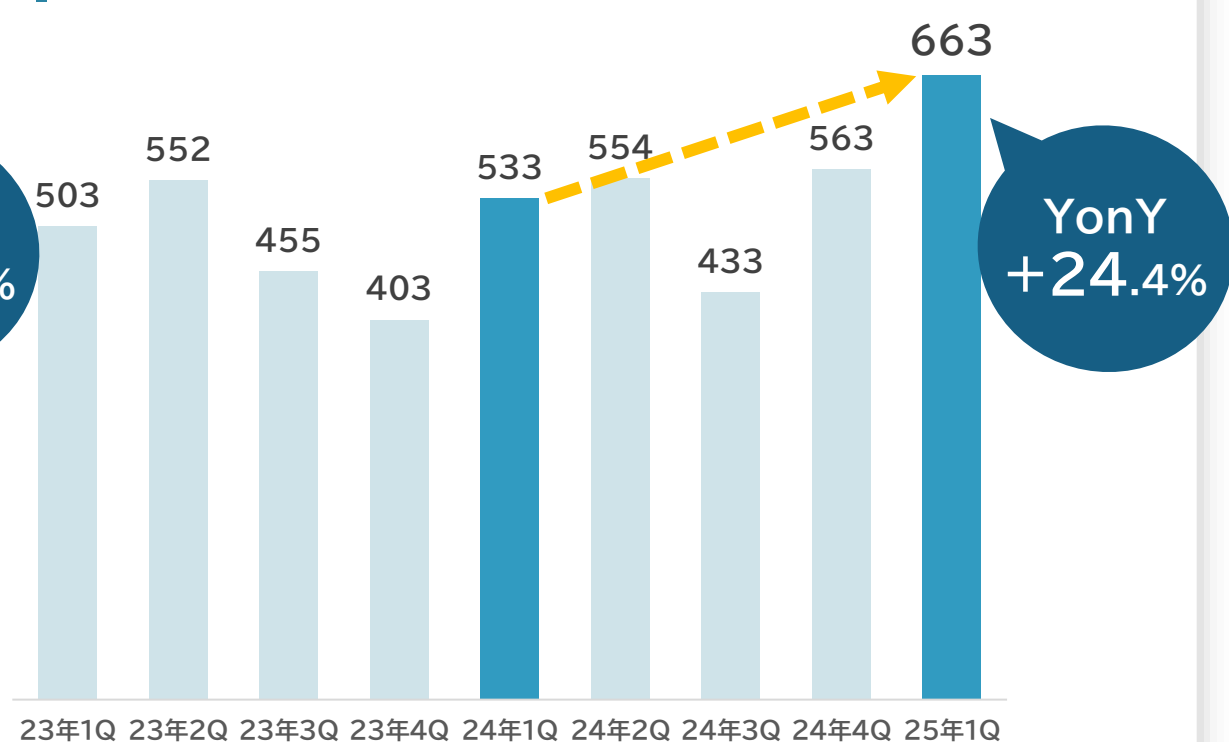
売上推移

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

自治体が年末のふるさと納税のプロモーション需要の増加によって拡大

B to B



人材



飲料・食品



自動車



エンタメ



美容・化粧品



地方自治体



高成長

医療・製薬



EC

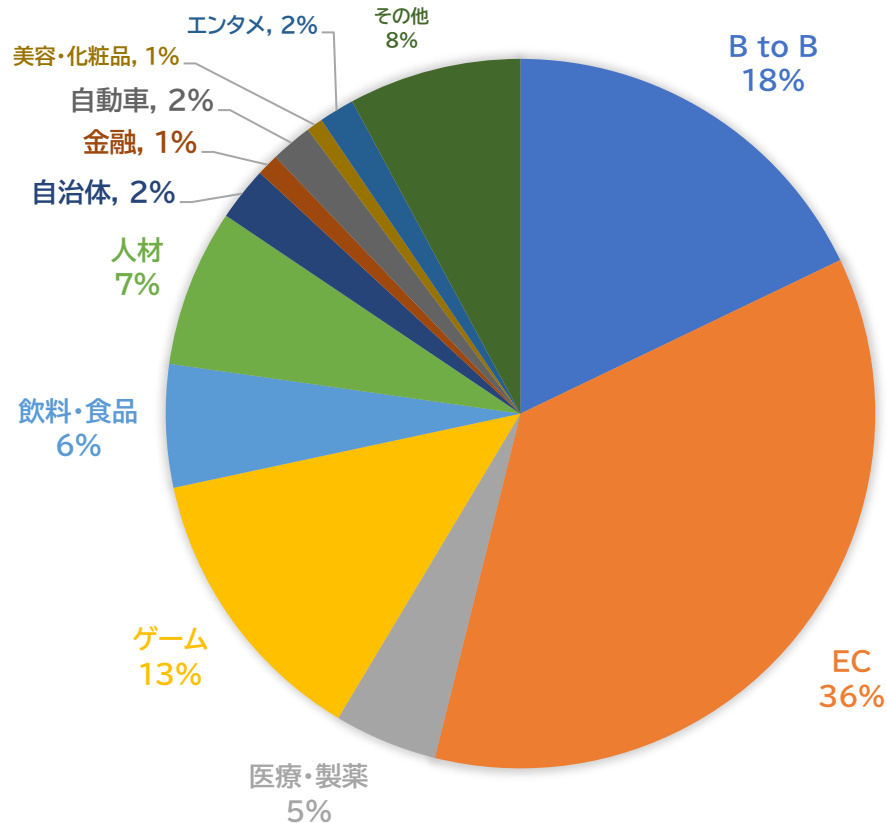
金融
(新NISA向け)

... 全19業種

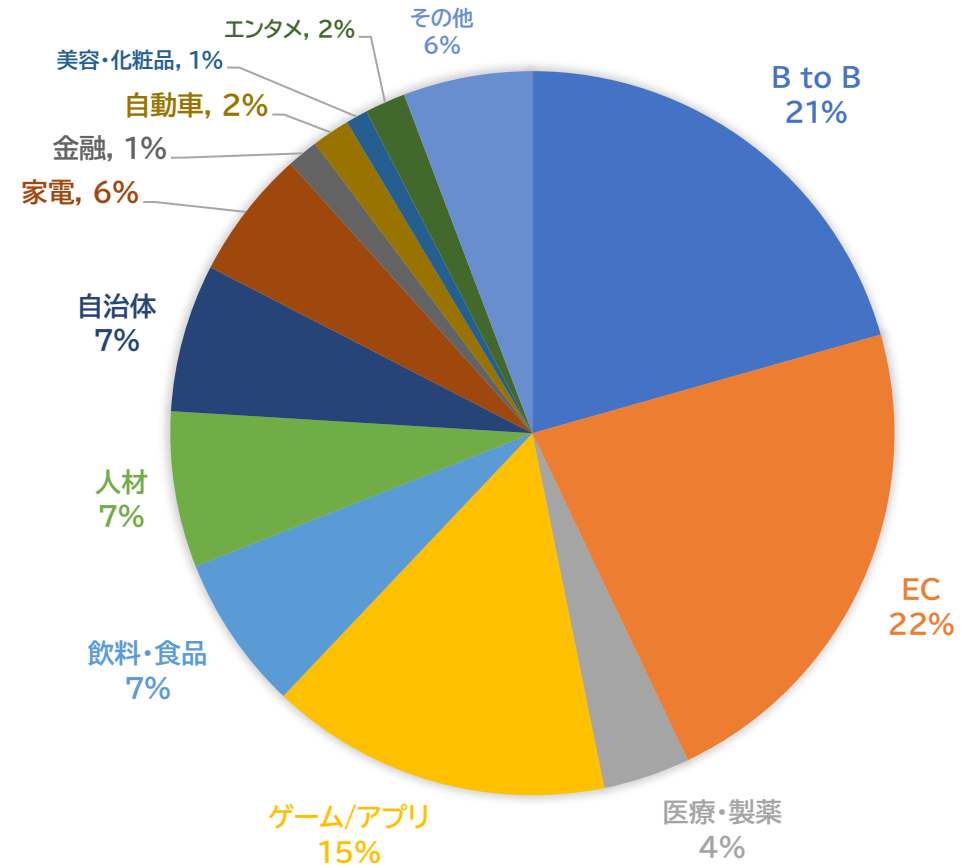
UNIVERSEにおける業種毎のシェア

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4四半期の業種ごと売上シェア



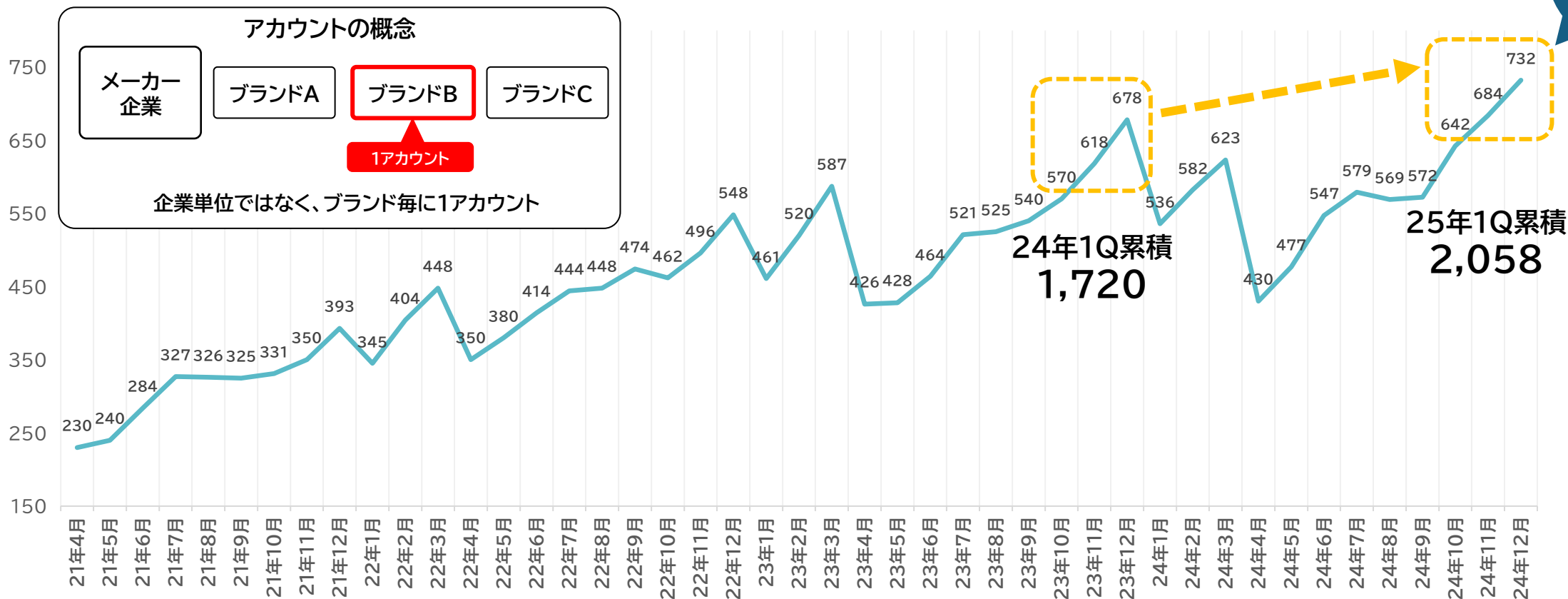
25年第1四半期の業種ごと売上シェア



データプロダクト「UNIVERSE」のKPI - 稼働アカウント

前期に採用した新人の活動が本格化し始めたことで **前年比10%増**

稼働アカウントの月次推移



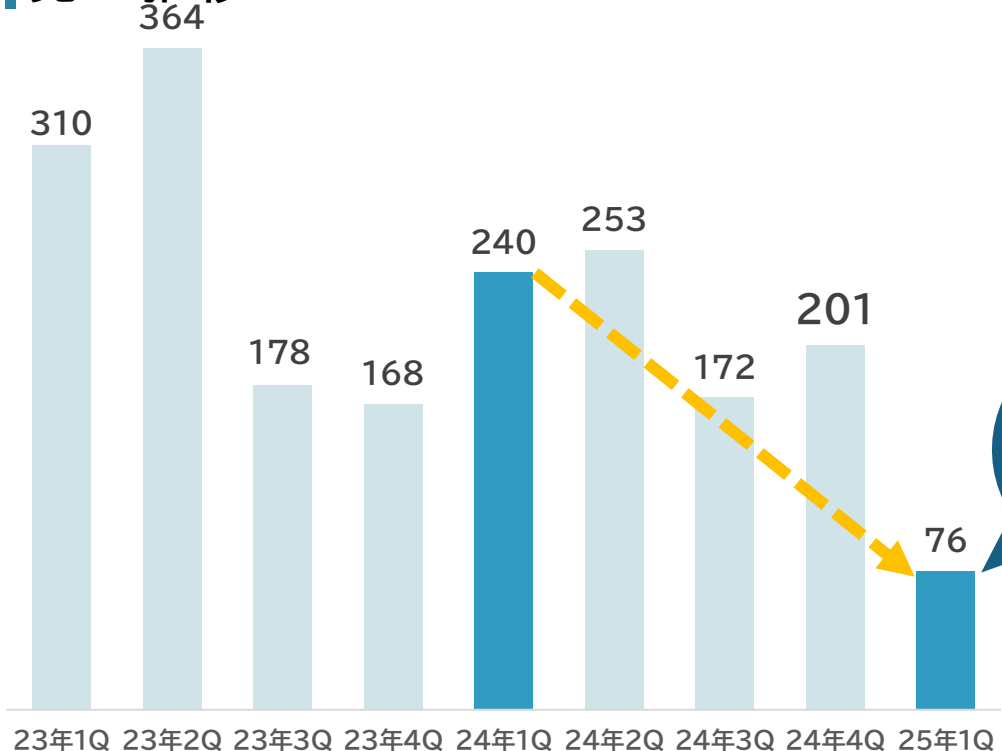
データプロダクト「デジタルサイネージ」の売上・粗利推移

2024年11月より非連結化し、持分法適用子会社へ移行
連結決算においては、2024年10月のみ取り込み

非連結化に伴い第2四半期以降の個別開示は終了

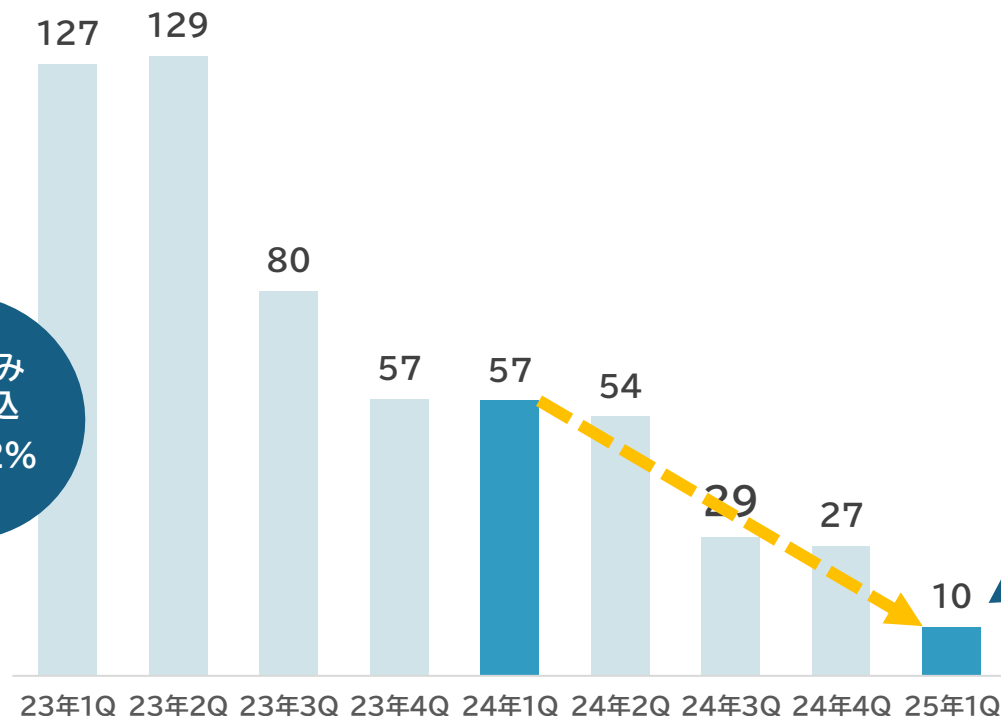
売上推移

単位:百万円



売上総利益推移

単位:百万円



Agenda

- ① 2025年9月期 第1四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して
- ③ 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
 - ・ オルタナティブデータ事業に関して
- ④ 事業アップデート
- ⑤ Appendix

コンサルティングの売上・粗利推移

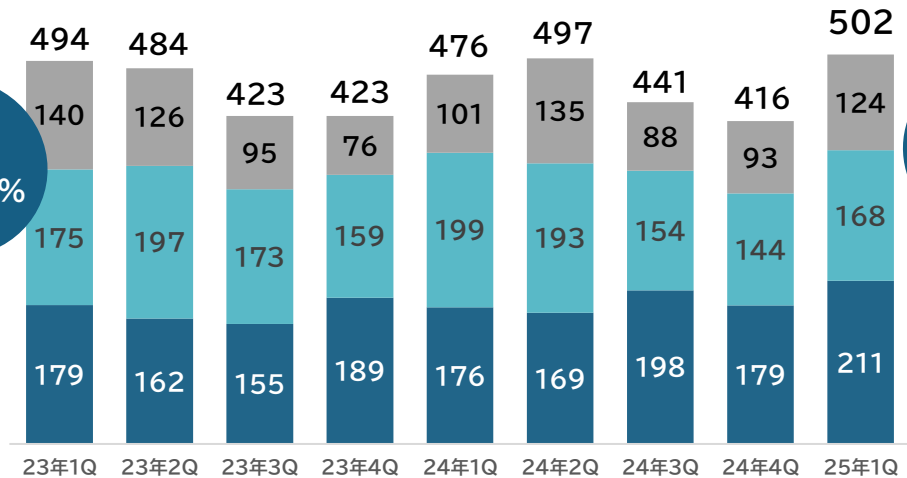
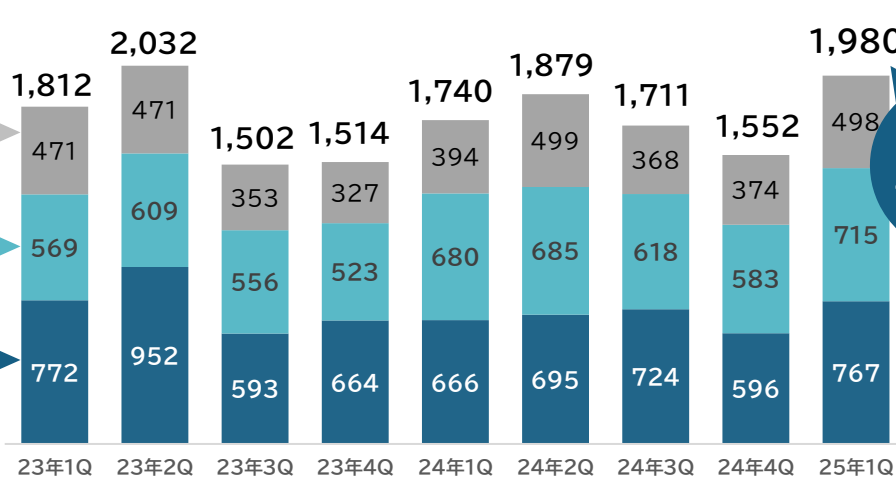
海外事業を中心に拡大し、売上・粗利ともに前年比で増収・増益

売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2024年9月期 第1四半期	2025年9月期 第1四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,740	1,980	+240	+13.8%
売上総利益	476	502	+26	+5.4%

売上四半期推移 単位:百万円

粗利四半期推移 単位:百万円

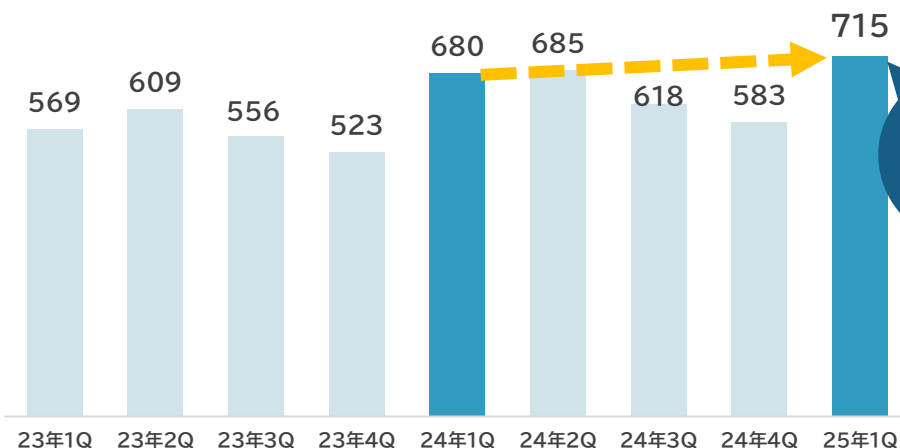


コンサルティング-メディア向け

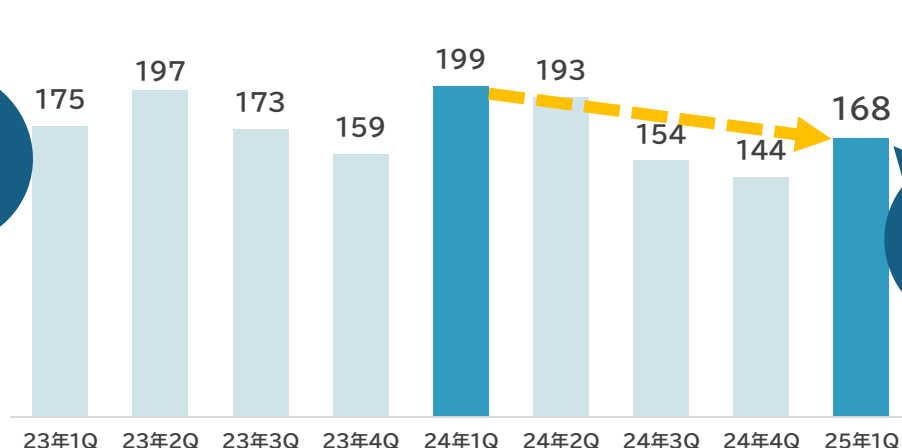
インターネットメディアの広告収益最大化を支援するコンサルティングサービス
売上高は前年比5%増、供給する広告サービスの構成変化により粗利は前年比15%減



売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

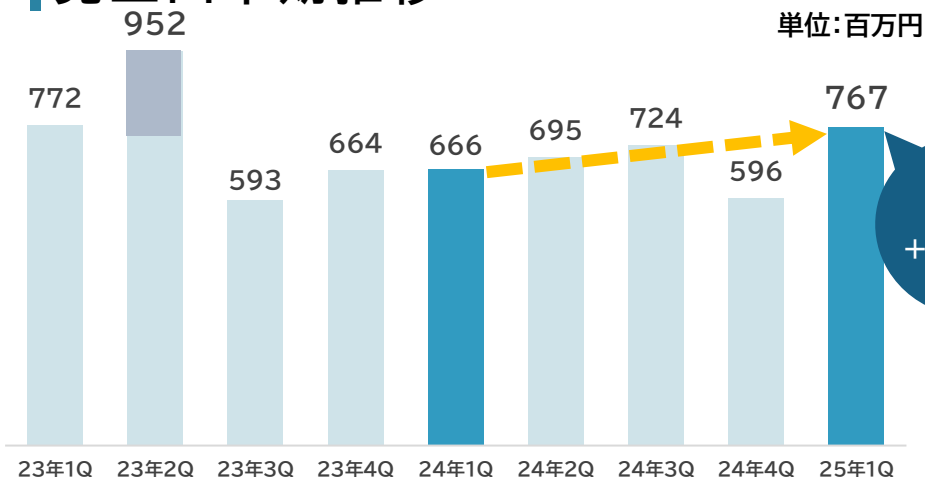


コンサルティング-海外

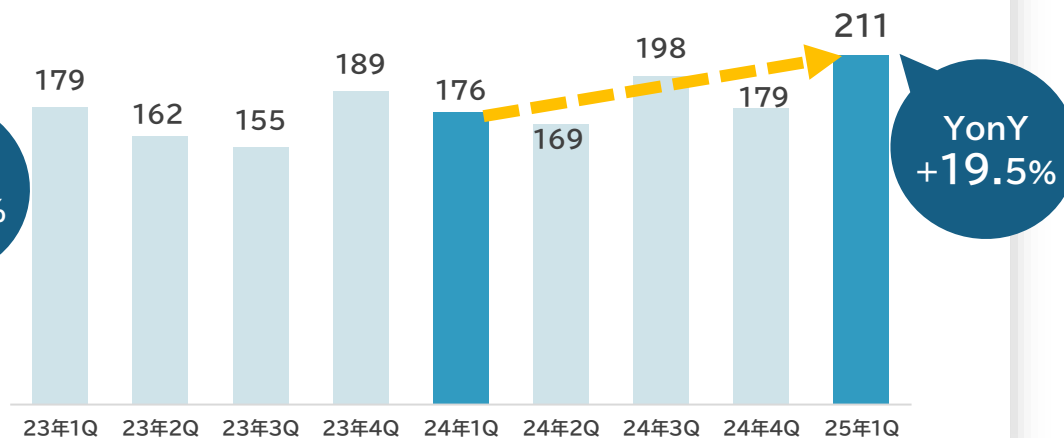
訪日観光客の増加に伴いインバウンドマーケティングの需要が拡大し**売上・粗利ともに増収増益**
 さらに、**新規事業として知的財産(IP)を活用した商品の企画販売事業を開始**



売上四半期推移 □ = 特定の低粗利案件



粗利四半期推移 単位:百万円



オルタナティブデータ事業の進捗

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

25年9月期 第1四半期 パフォーマンス推移

(単位:千円)	25年9月期 第1四半期			第1四半期 合計
	10月	11月	12月	
月初総資産	386,126	387,370	387,181	-
損益額	1,244	-189	2,291	3,346
損益率	0.32%	-0.05%	0.59%	-

25年9月期 第1四半期実績の年利換算

3.51%

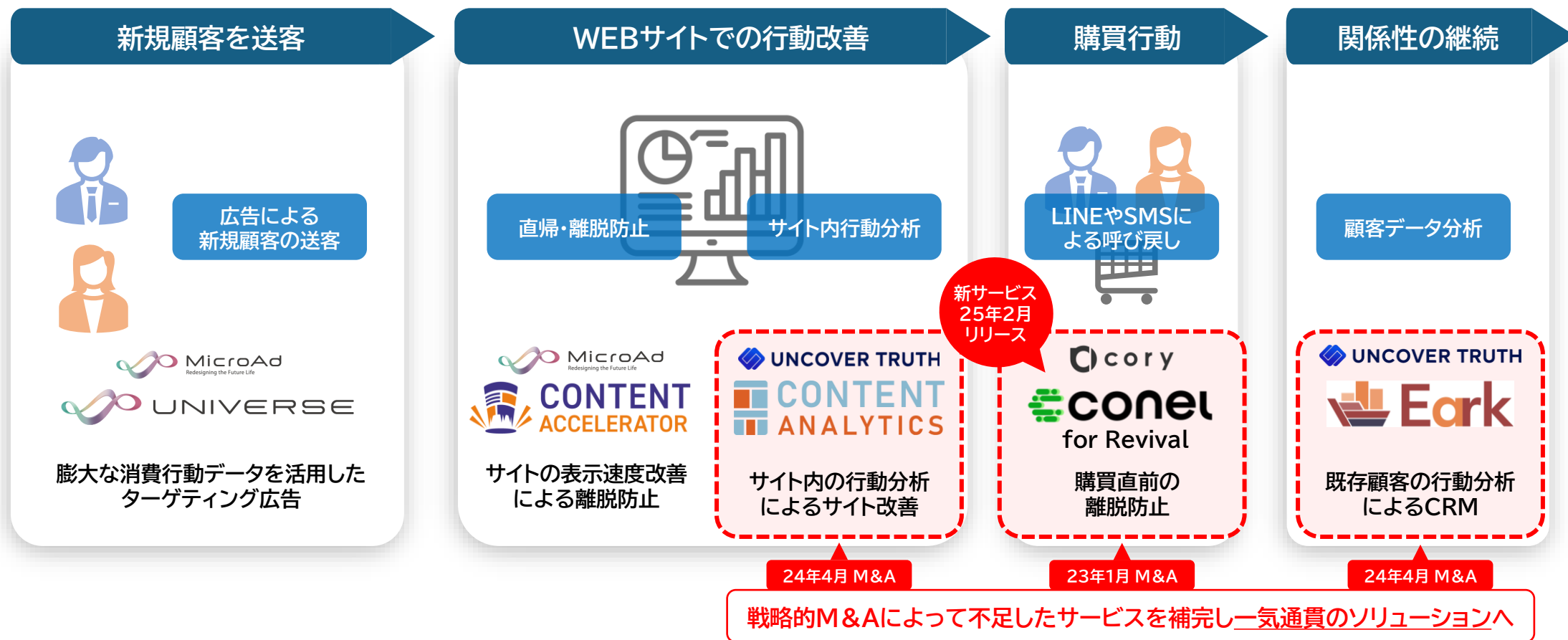
シグナルに合わせた消極的な取引であったが安定収益を確保
業種セクターごとに最適化を図るためのアップデートを開始

Agenda

- ① 2025年9月期 第1四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して
- ③ 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
 - ・ オルタナティブデータ事業に関して
- ④ 事業アップデート**
- ⑤ Appendix

新規サービス「Conel for Revival」

SMSやメール等を活用して購買促進を行うサービスとして **Conel for Revival** をリリース
UNIVERSEやUNCOVER TRUTH社の提供するサービスと連携することで
新規顧客の獲得から既顧客のCRMまでをトータルに支援する



新規事業「(株)IP mixerの設立」

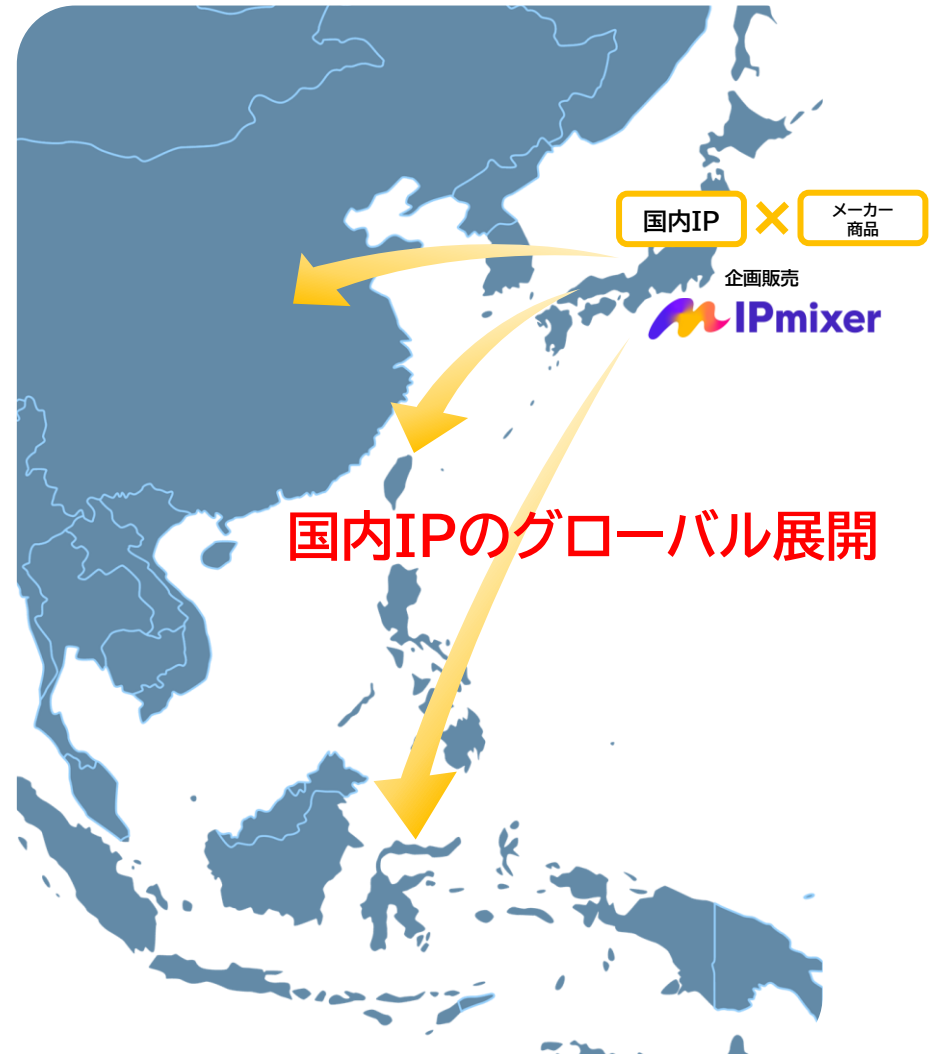
2025年2月 新規事業に伴う
子会社設立予定



事業内容

海外消費者向けに、日本の人気VTuberなどのIP(知的財産)と
メーカーの商品とのタイアップ企画～販売までを行う

今後の海外事業の新しい柱に
成長させるべく新規子会社を設立



Agenda

- ① 2025年9月期 第1四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して
- ③ 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
 - ・ オルタナティブデータ事業に関して
- ④ 事業アップデート
- ⑤ **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	1,018,688,800円 (2024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	412名 (連結、2024年12月時点)		取締役・監査等委員
主要関連会社	(株)エンハンス (株)cory (株)New B (株)UNCOVER TRUTH (株)マイクロアドベンチャーズ		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

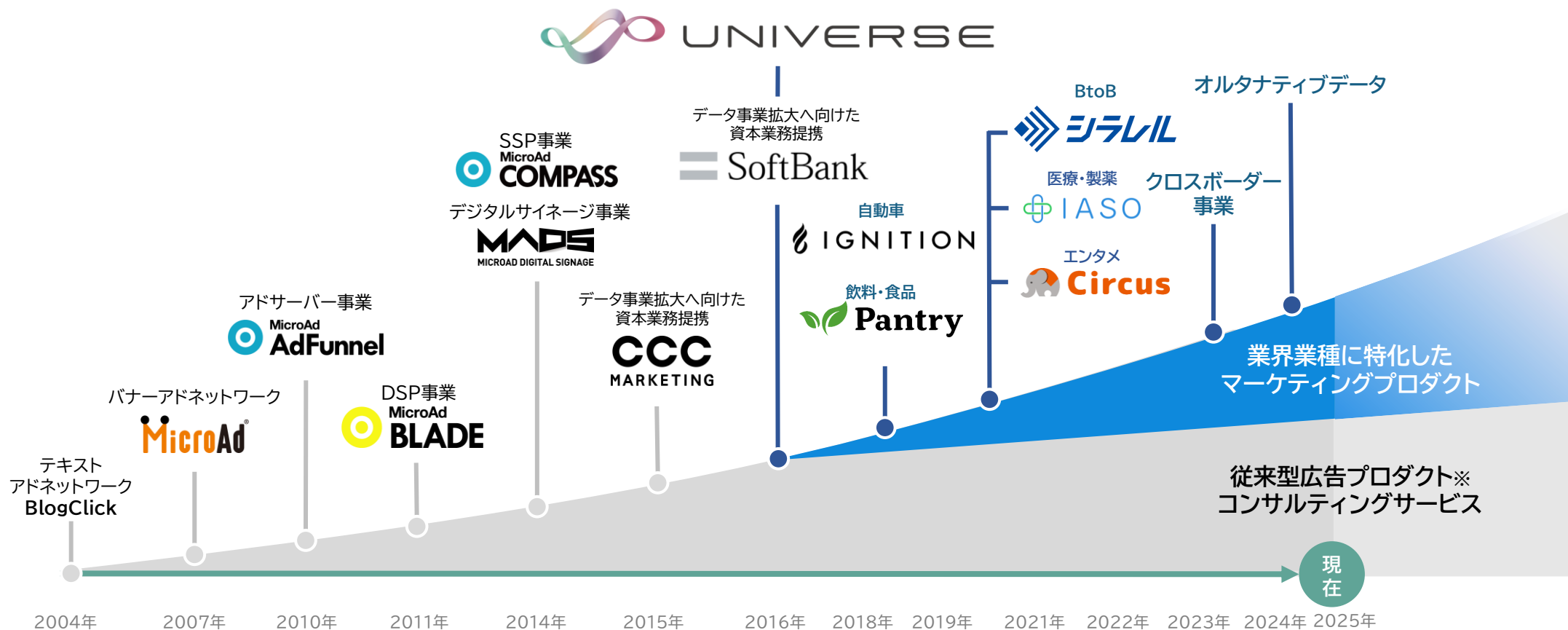
2002年SIer入社。金融会社向けシステム開発に携わる。2004年サイバーエージェント入社。当社の前身となるBlogClick事業の立ち上げに参画する。以後当社事業に携わりプロダクト開発を中心に幅広い業務を担当する。現在の管掌はデータソリューションサービス。



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

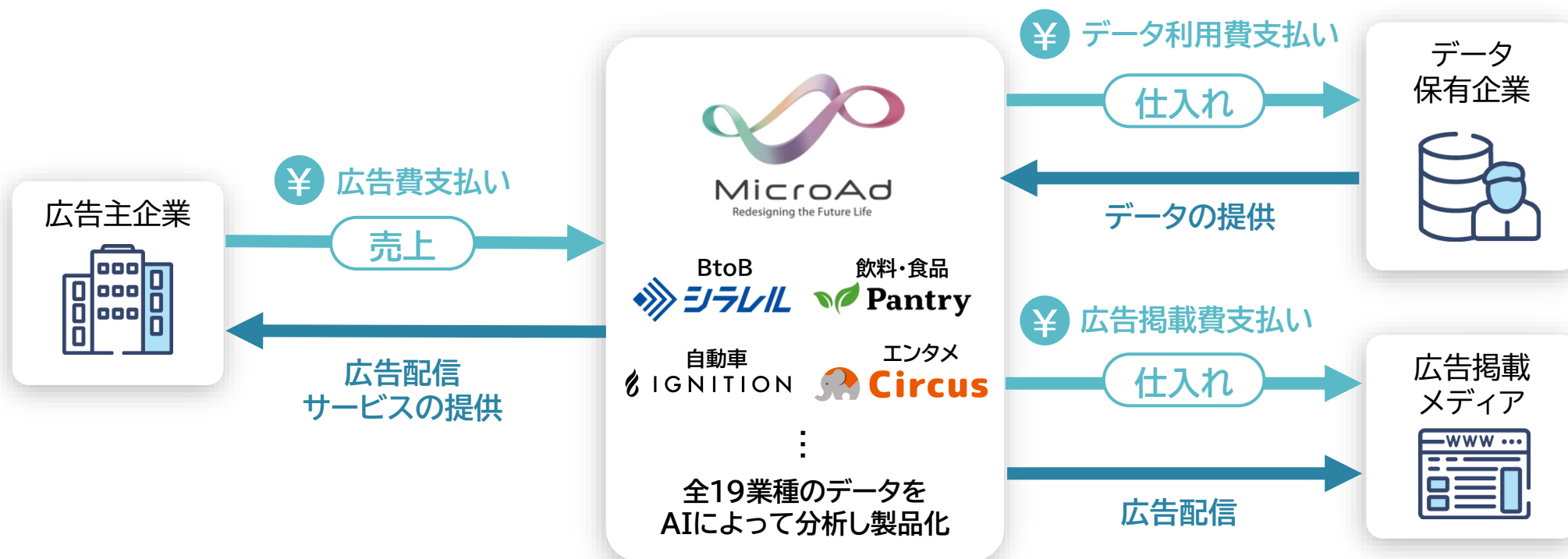
屋外広告や交通広告のデジタルサイネージ



MONOLITHS

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



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。

