



# 2024年9月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2024年5月15日

# 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

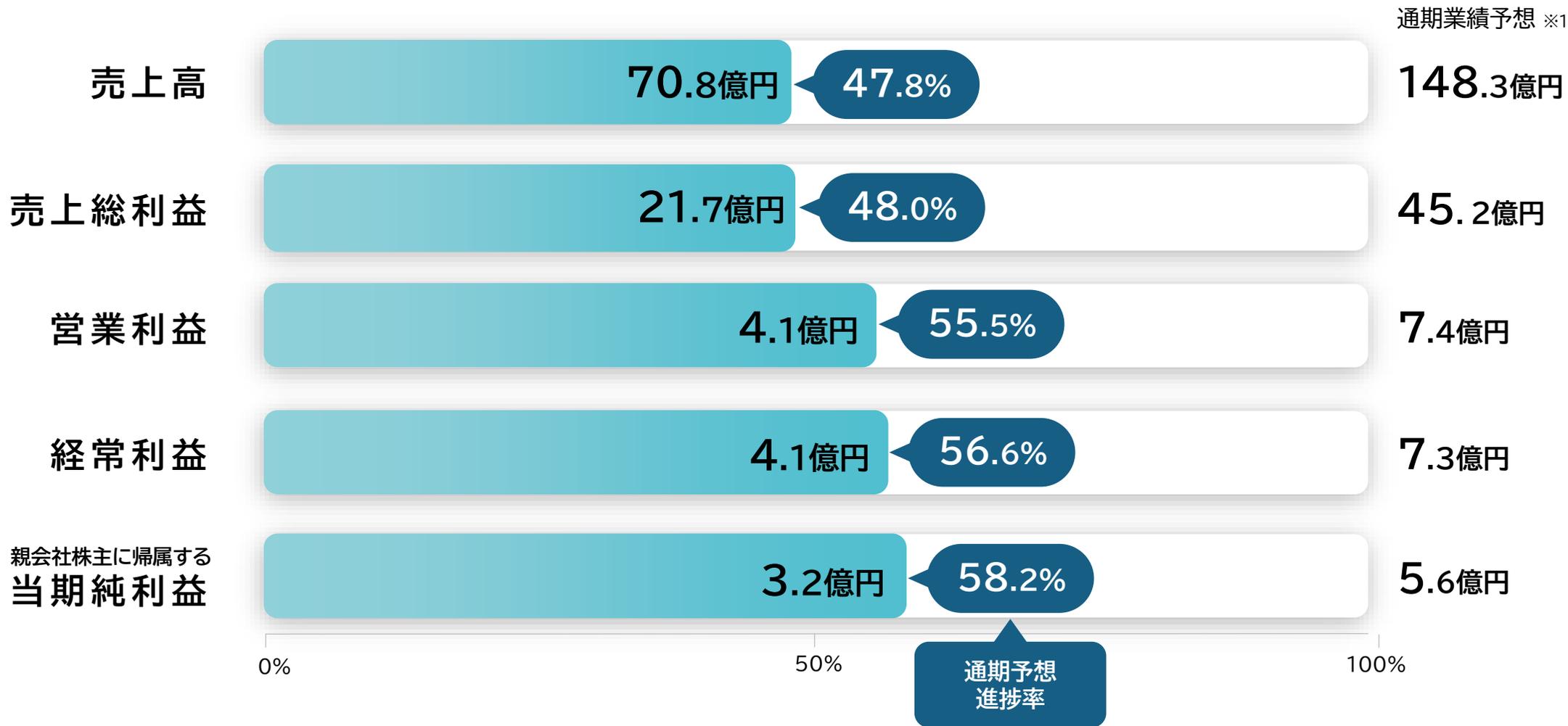
# 2024年9月期 第2四半期累計連結業績サマリ

タクシーサイネージの契約更改による減少を  
**UNIVERSE**で補い、第2四半期累計は計画を上回り着地

(百万円)	2023年9月期 第2四半期累計	2024年9月期 第2四半期累計 (1月～3月)	増減	
			増減額	%
売上高	7,190	<b>7,086</b>	-104	-1.4%
売上総利益	2,288	<b>2,170</b>	-117	-5.1%
営業利益	709	<b>411</b>	-297	-41.9%
経常利益	692	<b>418</b>	-274	-39.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	509	<b>329</b>	-179	-35.3%

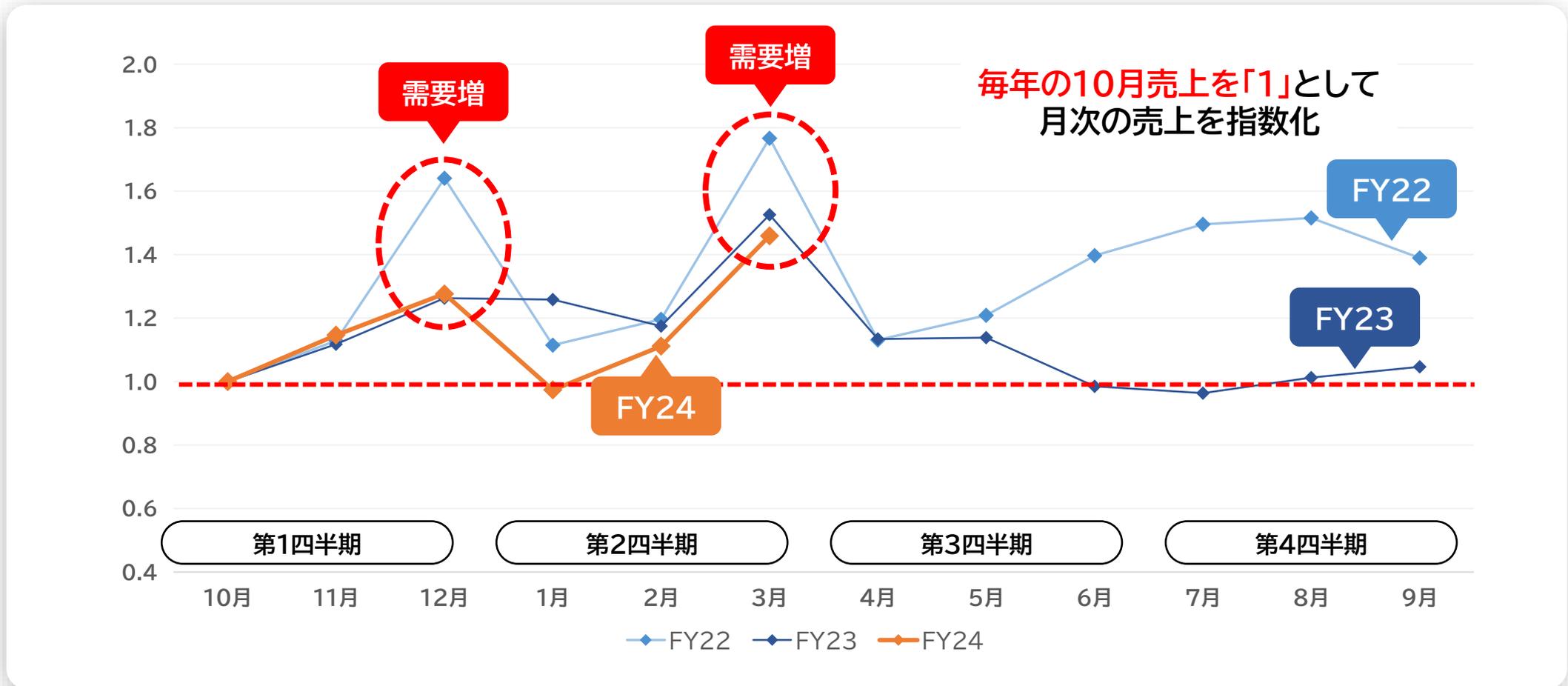
# 2024年9月期 通期業績予想に対する進捗

通期予想に対して計画より上振れて好調に推移



# UNIVERSEの季節性による売上変化

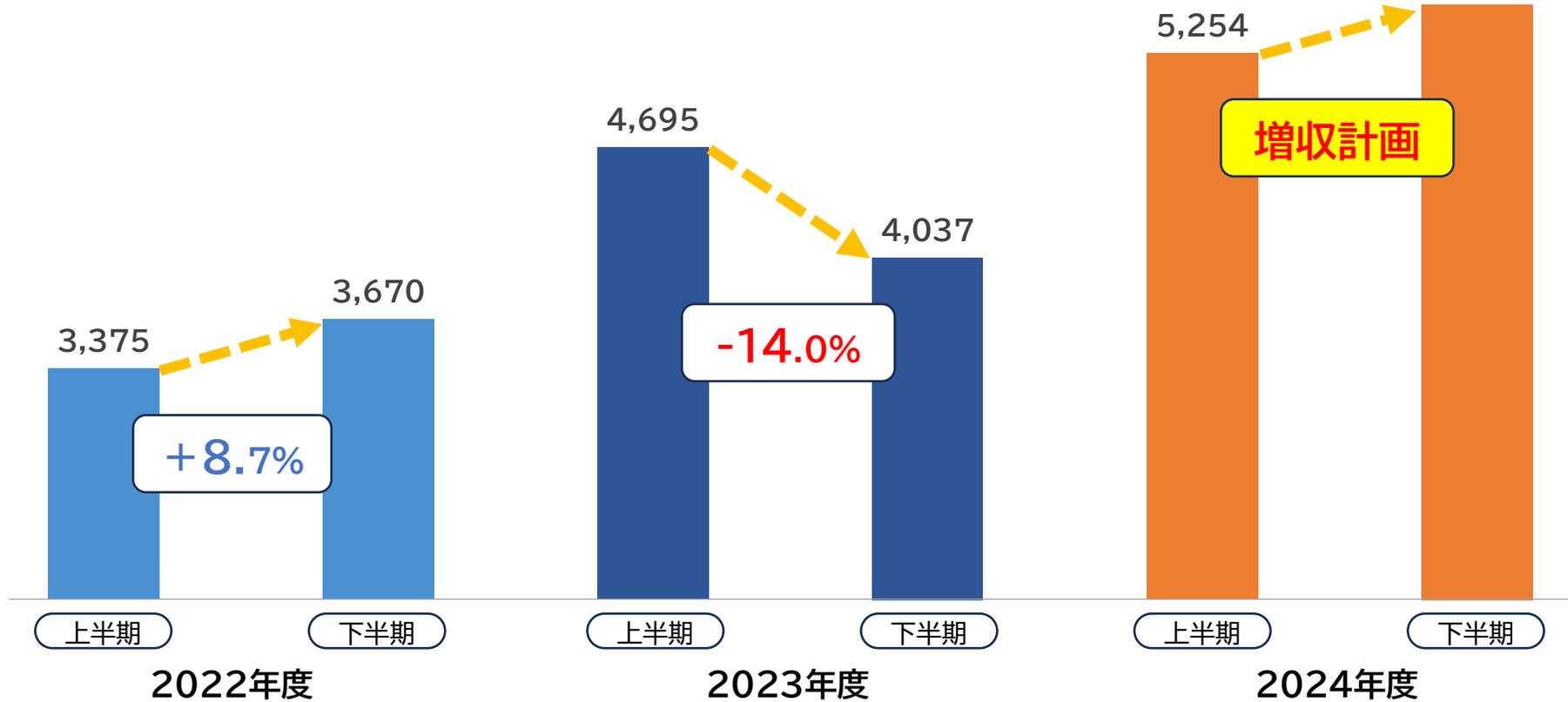
一般的に決算期末の企業が多い12月や3月は広告宣伝の需要が高まる  
上半期に比較して下半期は需要が弱まるが、今期の計画は下半期の売上拡大を狙う



# マイクロアド単体(サイネージ・海外を除く)の売上推移

24年度は、22年度と同様に**上半期比で増収・増益を計画**

半期毎の売上推移 単位:百万円



# 24年度下半期の売上拡大に向けて

## ① Cookie廃止に向けたテスト需要の取り込み

上半期は460件のアカウントにおいて代替施策のテストを実施  
下半期もテスト需要は引き続き拡大する見込み

## ② 「中小顧客」と「大手顧客の直販」の売上拡大

地方自治体向け「まちあげ」や、BtoB向け「シラレル」を中心とした中小顧客と  
大手広告主の直販領域への注力によりUNIVERSEの売上をさらに拡大

## ③ 海外インバウンド需要の本格化

24年3月の訪日中国人数が前年比496%増※となり、インバウンドマーケティングの需要が本格化  
中国でアクティブシニア事業を展開する「上海東犁」と合併会社を設立し需要を取り込む

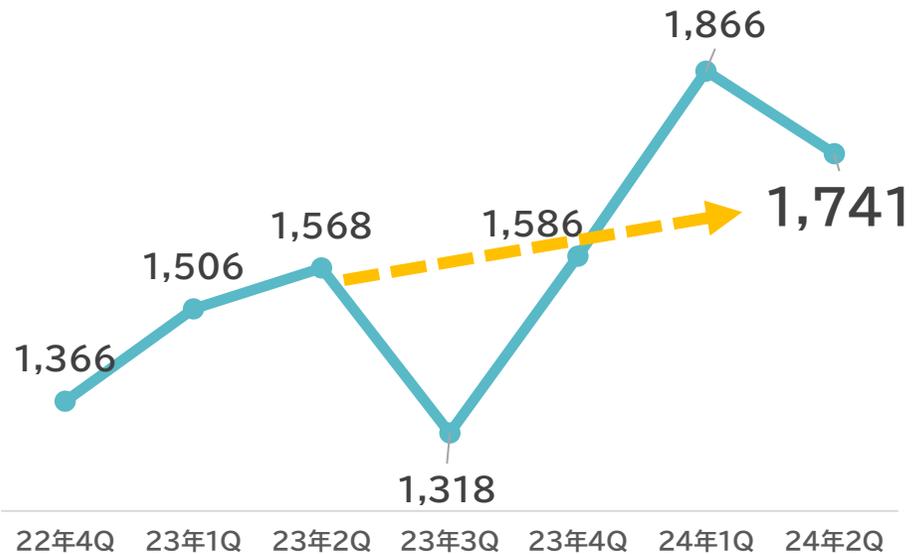
## ④ 美容サロンサイネージ「OCTAVE」の収益化

美容サロンへのサイネージ設置は計画より遅れているが下半期から収益化

# UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

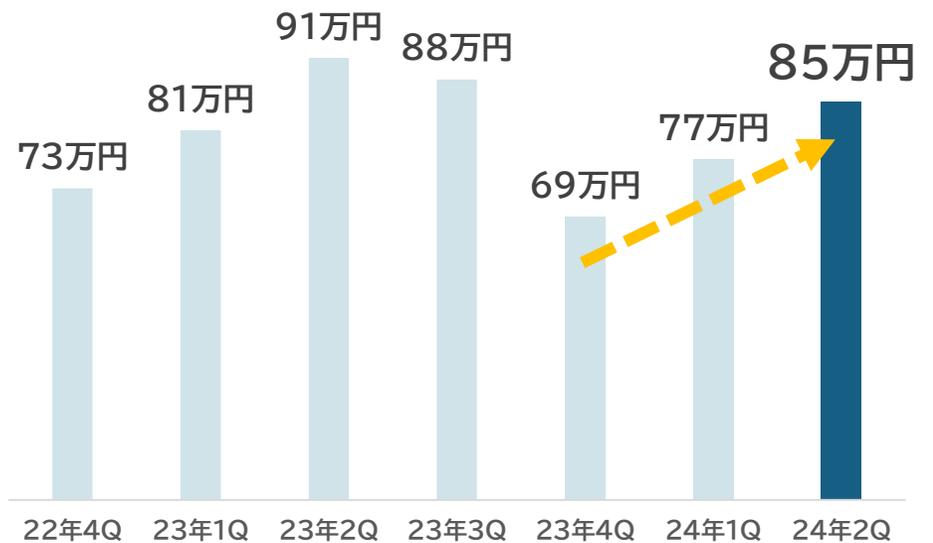
地方自治体などの中小顧客を中心に**アカウント数は拡大**  
大手顧客の予算拡大によって、**単価も23年第4四半期を底に回復**

## 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

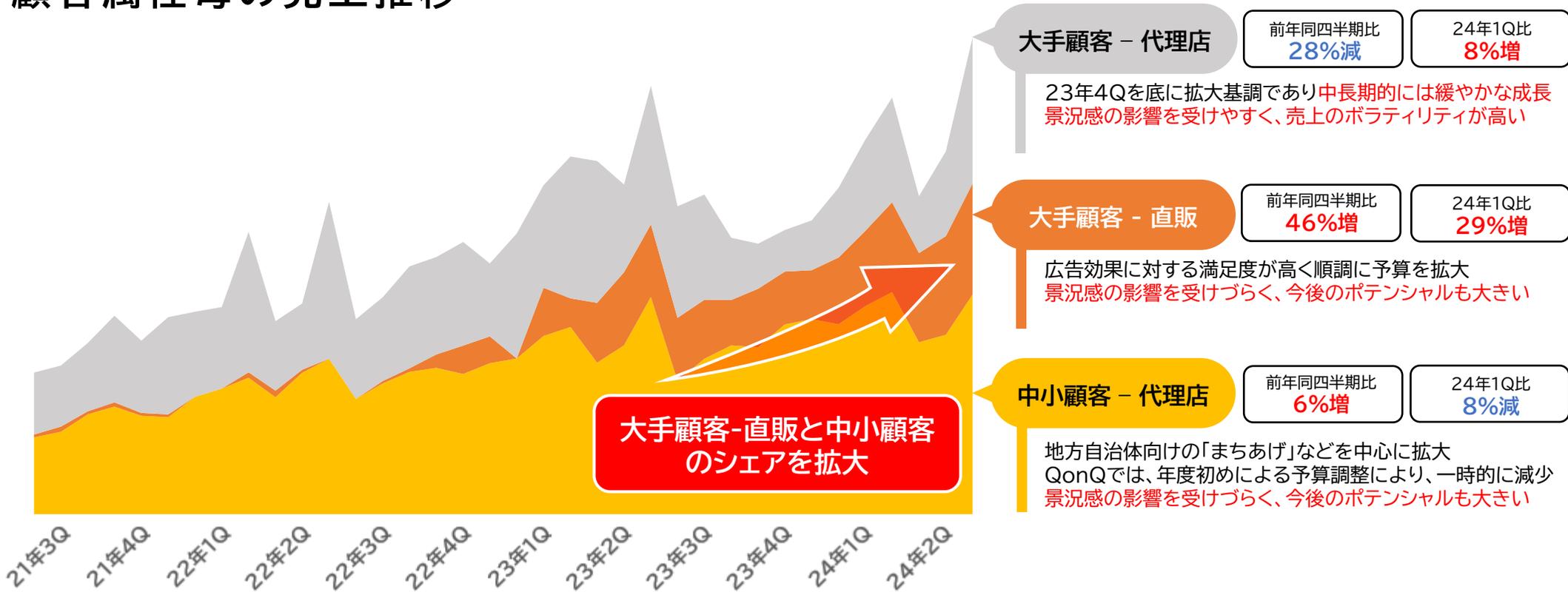


平均顧客単価は23年4Qを底に回復

# 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



高成長

## 2024年9月期 第2四半期連結業績まとめ

- ① 第2四半期累計は**計画より上振れて好調に推移**
- ② デジタルサイネージの落ち込みを**UNIVERSE**で補う
- ③ UNIVERSEは戦略通り**大手直販と中小顧客が拡大**

# 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

# データプロダクトの売上・粗利推移

主力事業である **UNIVERSE** は前年比で増収増益

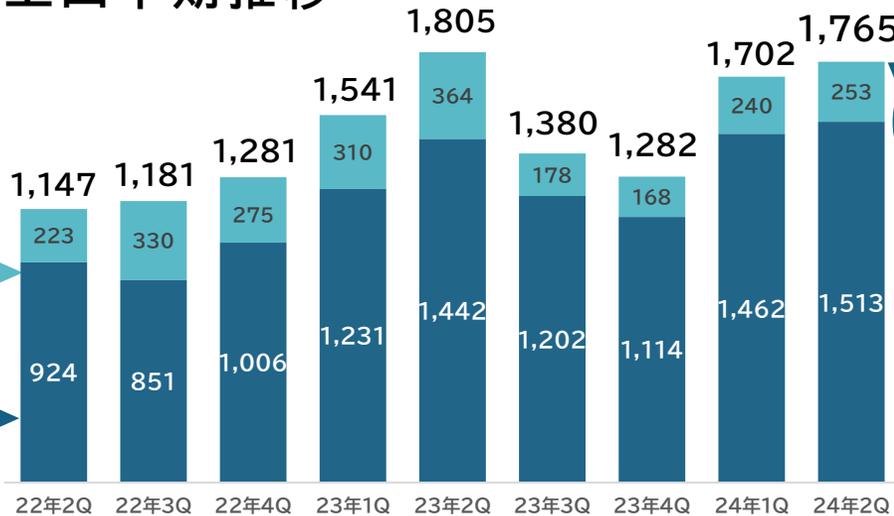
タクシーサインージ契約更改の影響により、**売上高は前年比2%減、粗利は10%減**

## 売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2023年9月期 第2四半期	2024年9月期 第2四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,805	1,765	-40	-2.2%
売上総利益	681	608	-73	-10.7%

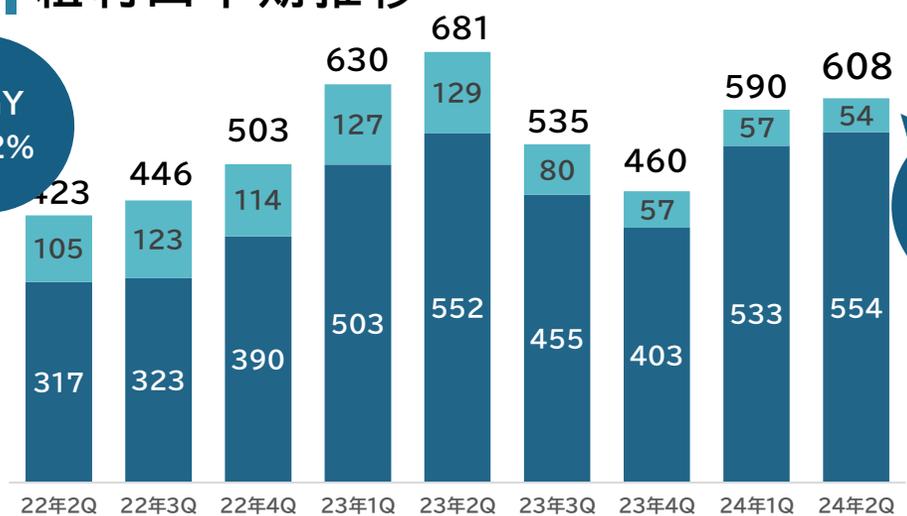
## 売上四半期推移

単位:百万円



## 粗利四半期推移

単位:百万円

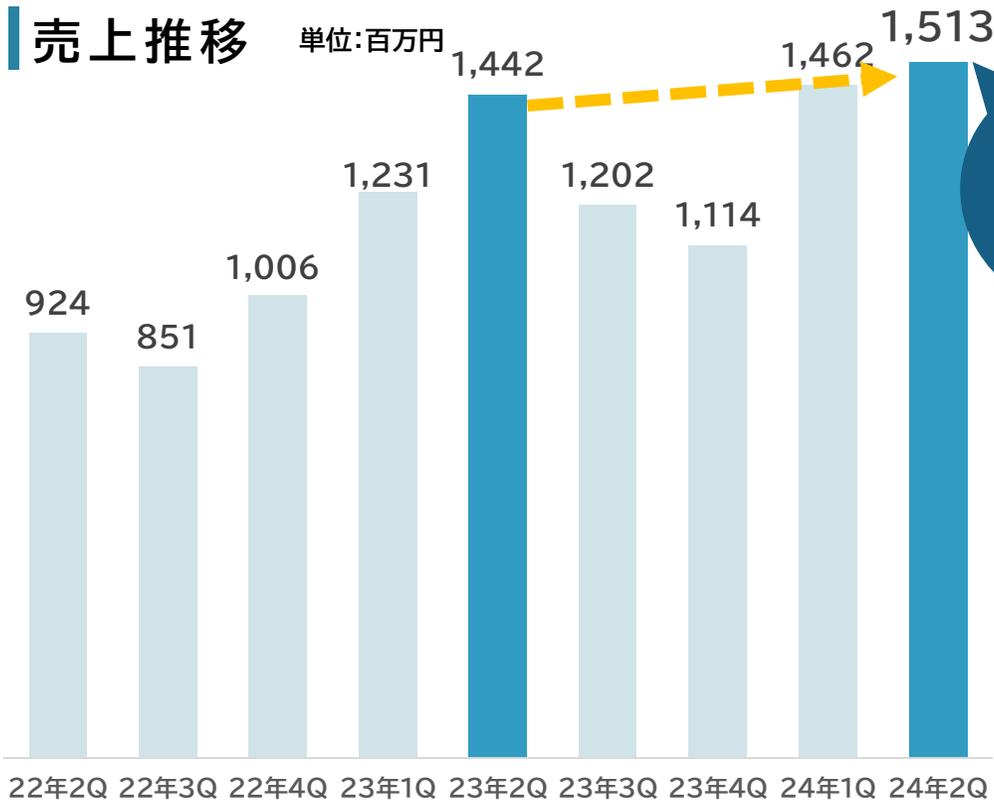


# データプロダクト「UNIVERSE」の売上・粗利推移

「大手顧客-代理店」領域は回復途上も、  
「中小顧客」と「大手顧客-直販」領域の売上が拡大し増収増益をキープ

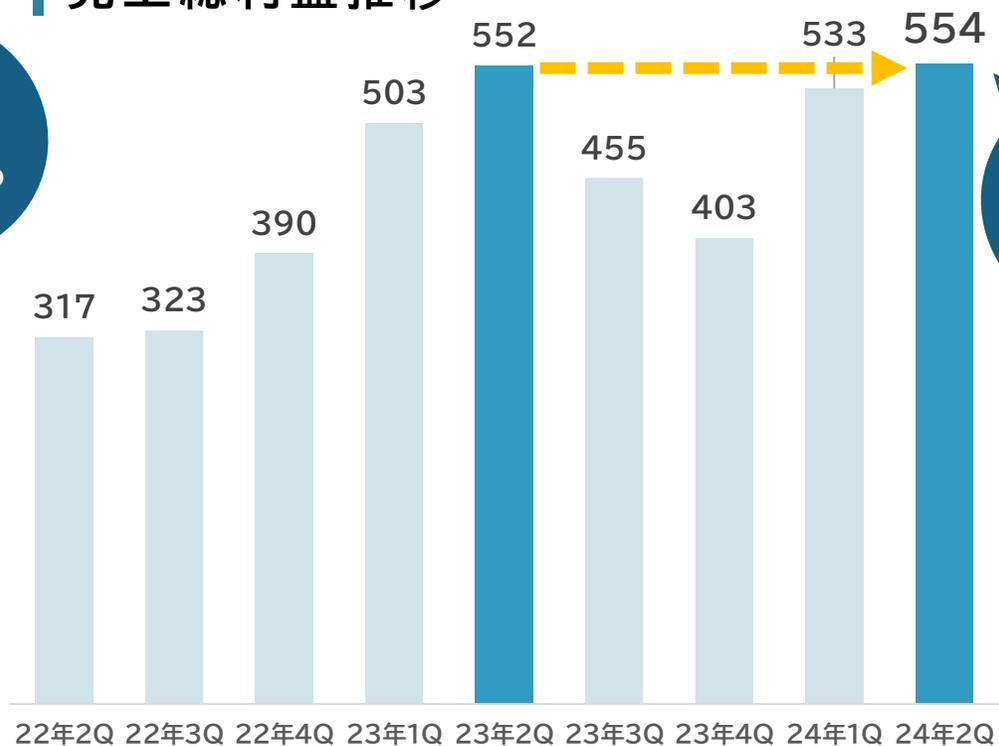
## 売上推移

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

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

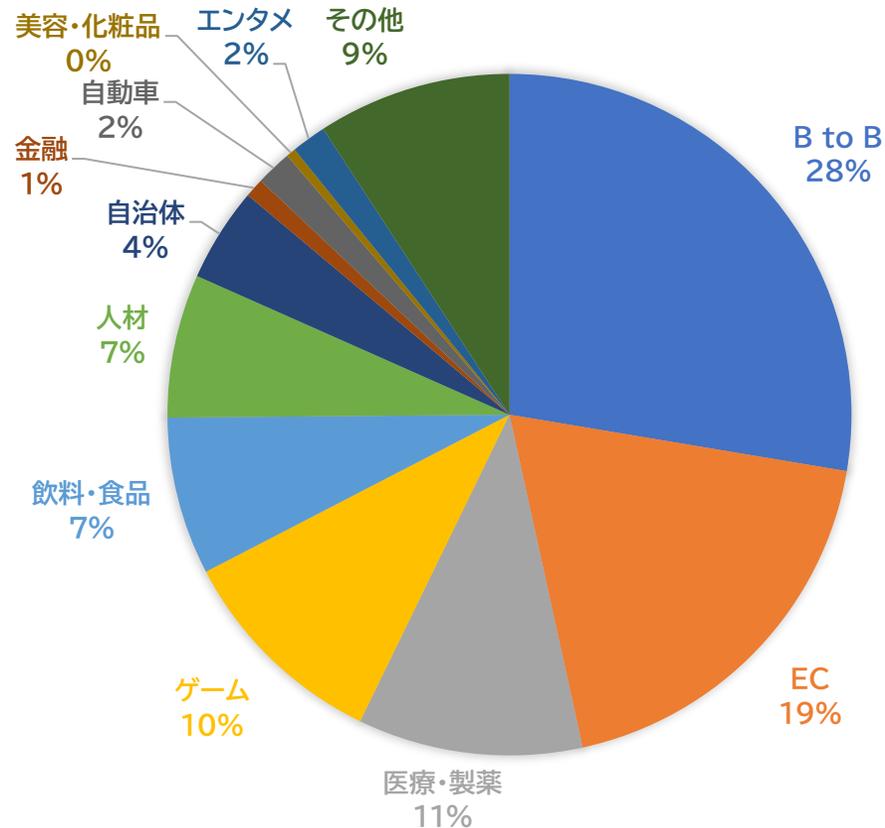
金融  
(新NISA向け) **高成長**

... 全19業種

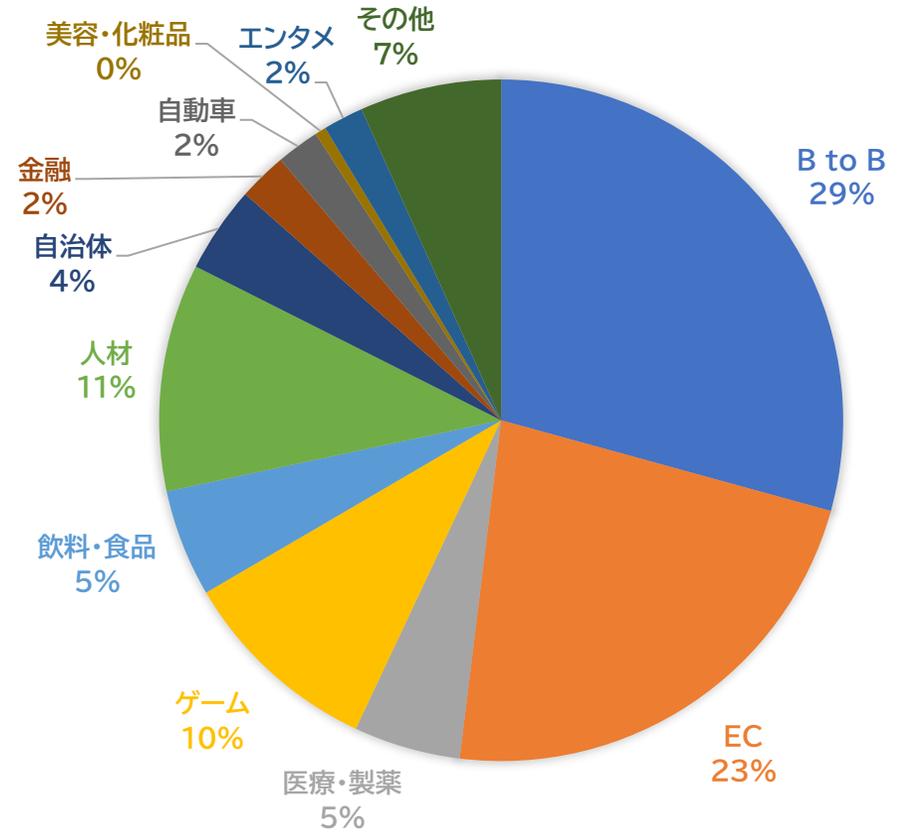
# UNIVERSEにおける業種毎のシェア

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**

## 24年第1四半期の業種ごと売上シェア



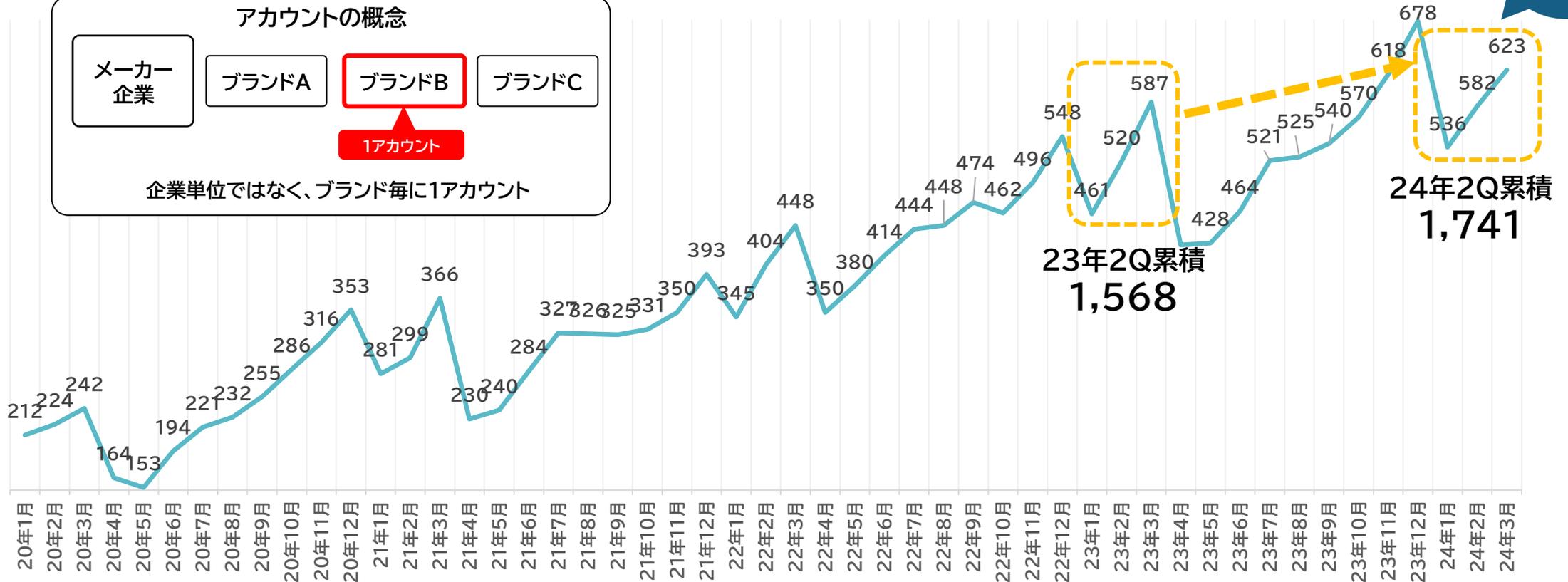
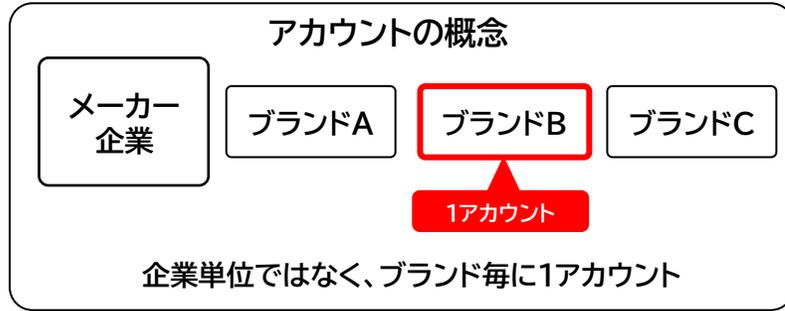
## 24年第2四半期の業種ごと売上シェア



# 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11%増に拡大**

## 稼働アカウントの月次推移

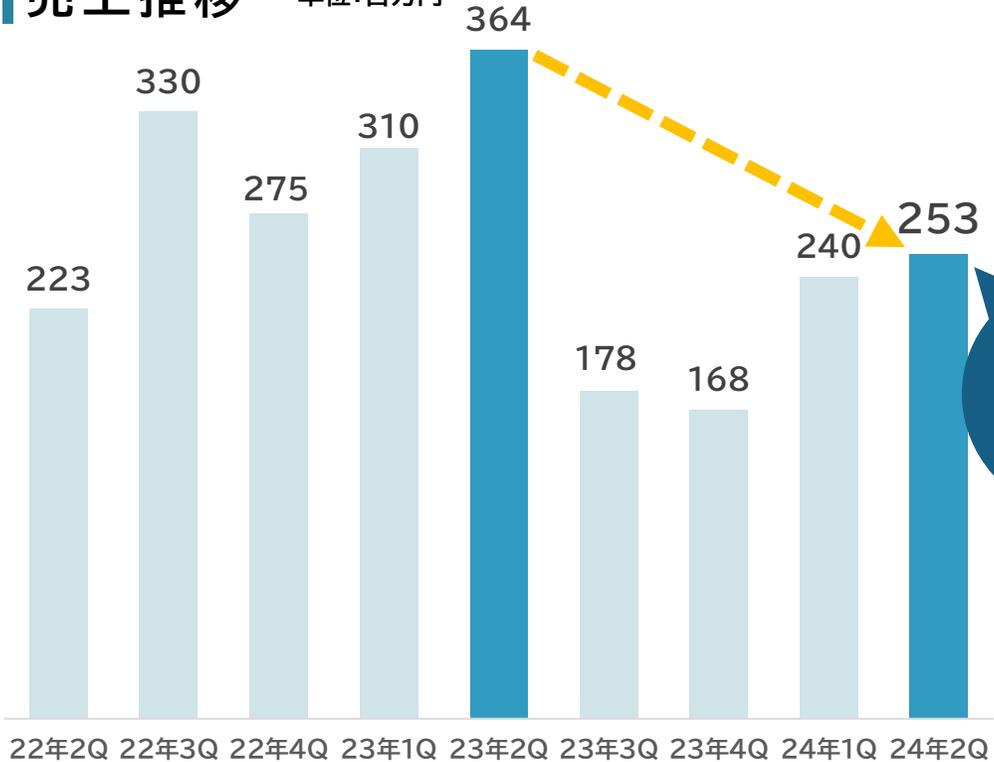


# データプロダクト「デジタルサイネージ」の売上・粗利推移

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

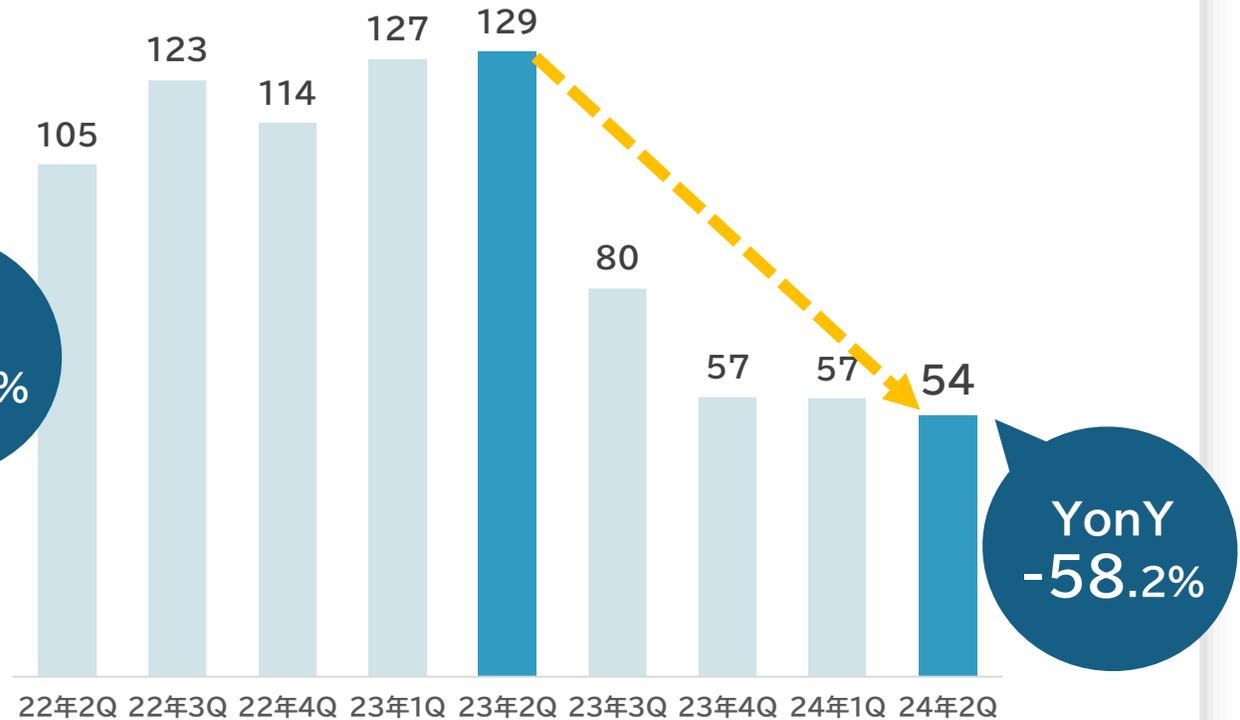
## 売上推移

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

# コンサルティングの売上・粗利推移

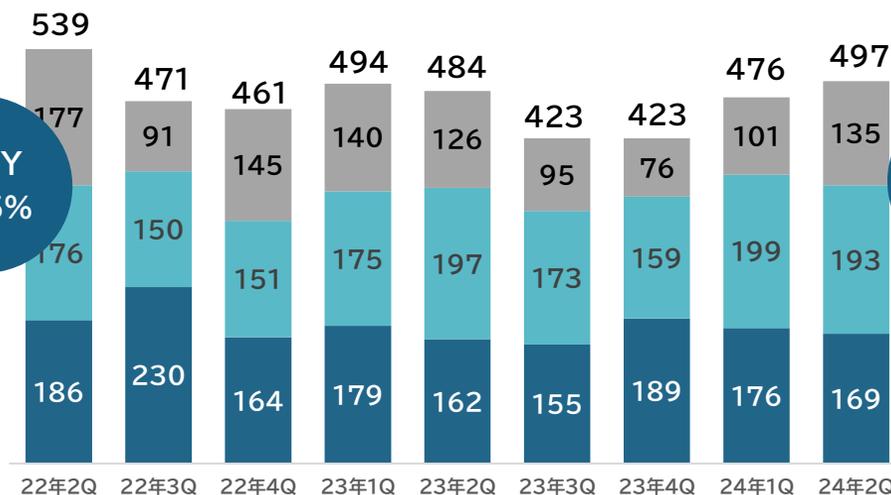
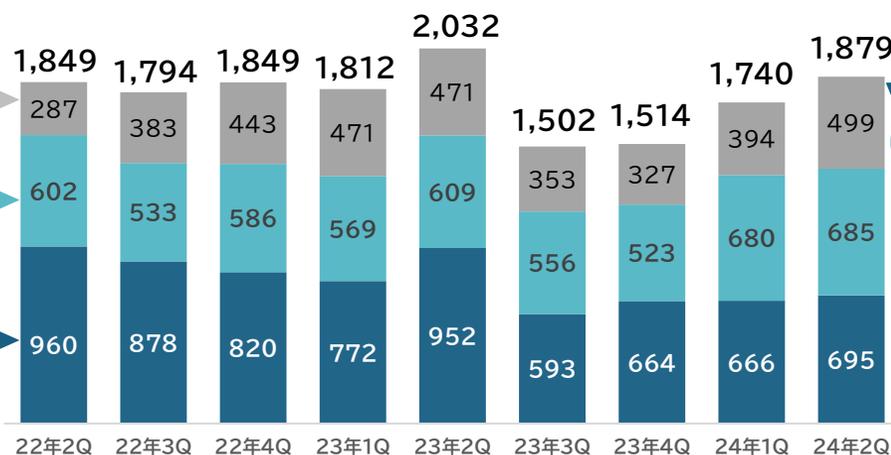
メディア向けコンサルの減益を、海外コンサルティングの増益によって補い、コンサルティング全体の粗利は前年比2%増

## 売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2023年9月期 第2四半期	2024年9月期 第2四半期	増減	
			増減額	%
売上高	2,032	1,879	-153	-7.5%
売上総利益	484	497	+13	+2.6%

## 売上四半期推移 単位:百万円

## 粗利四半期推移 単位:百万円

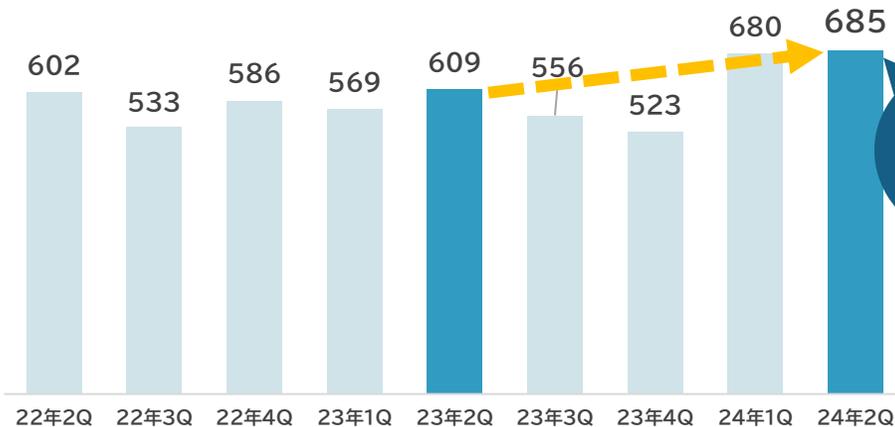


# コンサルティング-メディア向け

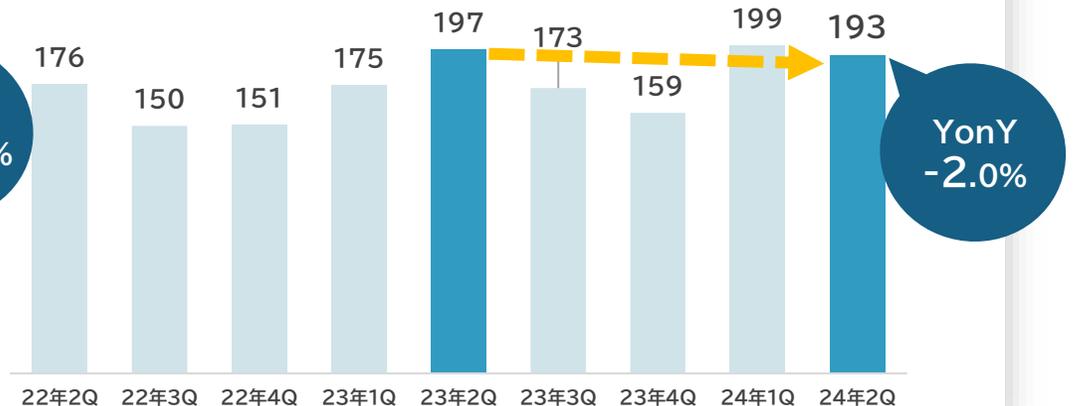
インターネットメディアの広告収益最大化を支援するコンサルティングサービス  
**売上高は前年比12%増、供給する広告サービスの構成変化により粗利は前年比2%減**



売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

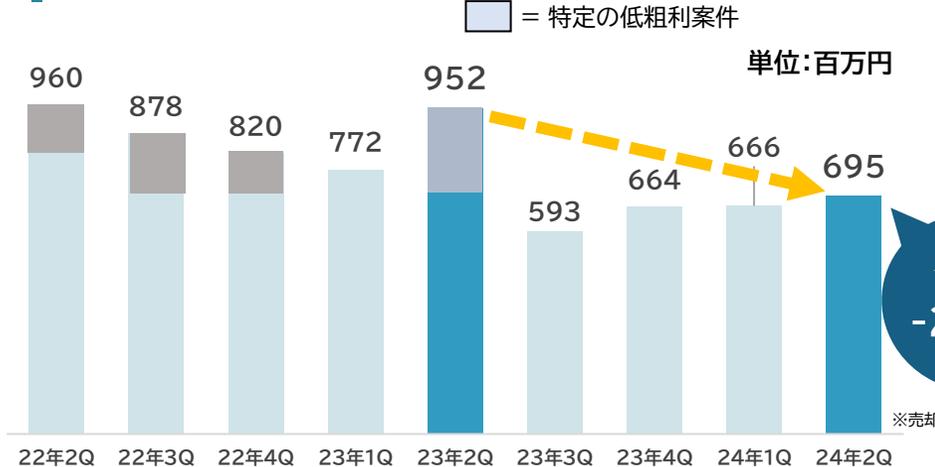


# コンサルティング-海外

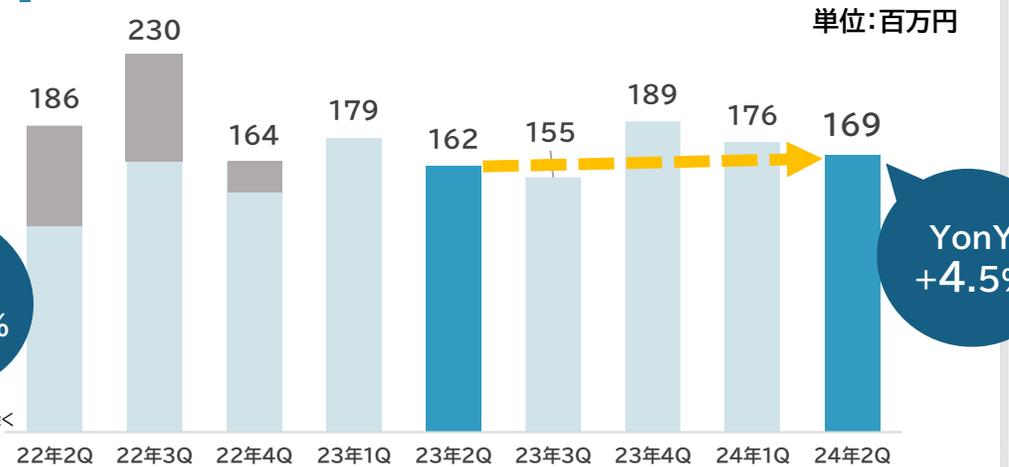
前年同四半期は一時的な低粗利案件により、売上は前年比減収・粗利は前年比+4%増  
 中国からの訪日観光客が本格的に増加、第3四半期以降からインバウンド需要の拡大を見込む



売上四半期推移



粗利四半期推移



# 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

# PostCookie対策関連のアップデート

## 3rdPartyCookie廃止が延期

### マイクロアドの事業影響

#### (旧)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

段階的に  
Cookie廃止

約半年の  
延期

24年度の計画においては  
**Cookie廃止前のテスト需要を獲得していく計画**

上半期は**460件のアカウント**でテストを実施

#### 更新された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～12月	25年9月期 第2四半期 25年1月～
--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------------------	------------------------

システム開発・導入および配信テスト

段階的に  
Cookie廃止

現在

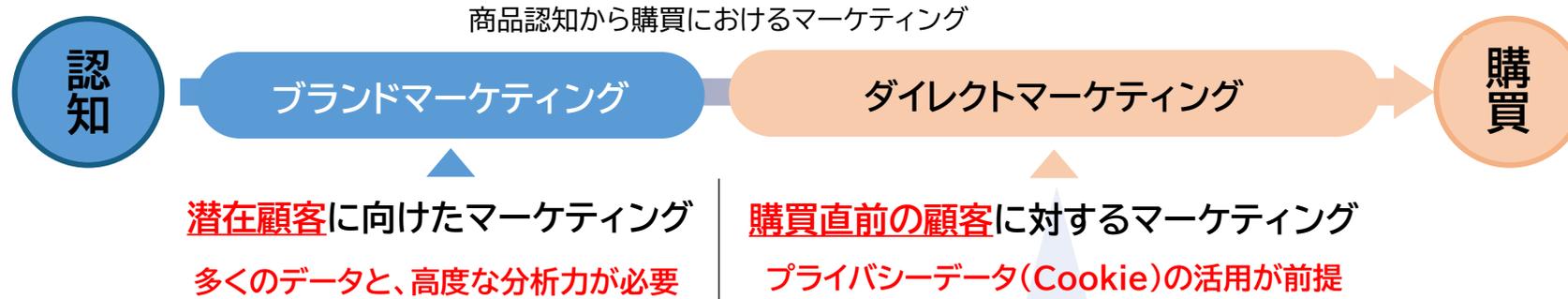
今後、テスト需要は拡大見込み  
**業績や戦略への影響はない**

PostCookie時代のマーケティングとは？

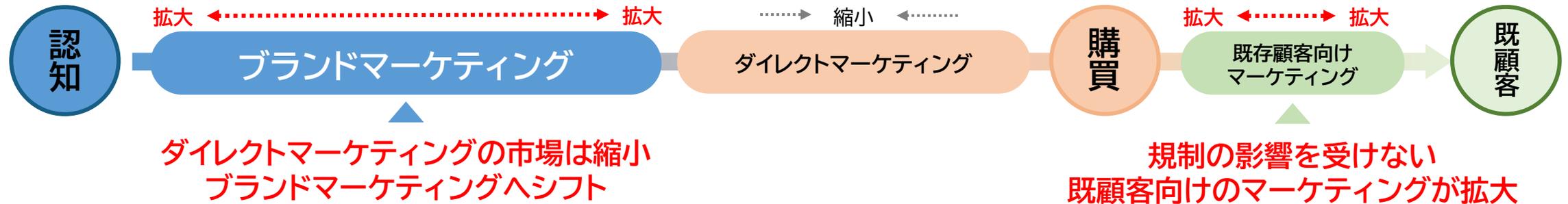
プライバシーデータを活用して広告効果を出す時代から  
データやAIを活用したマーケティングの時代へ

# PostCookie時代におけるマーケティングの変化

## 従来のデジタルマーケティング



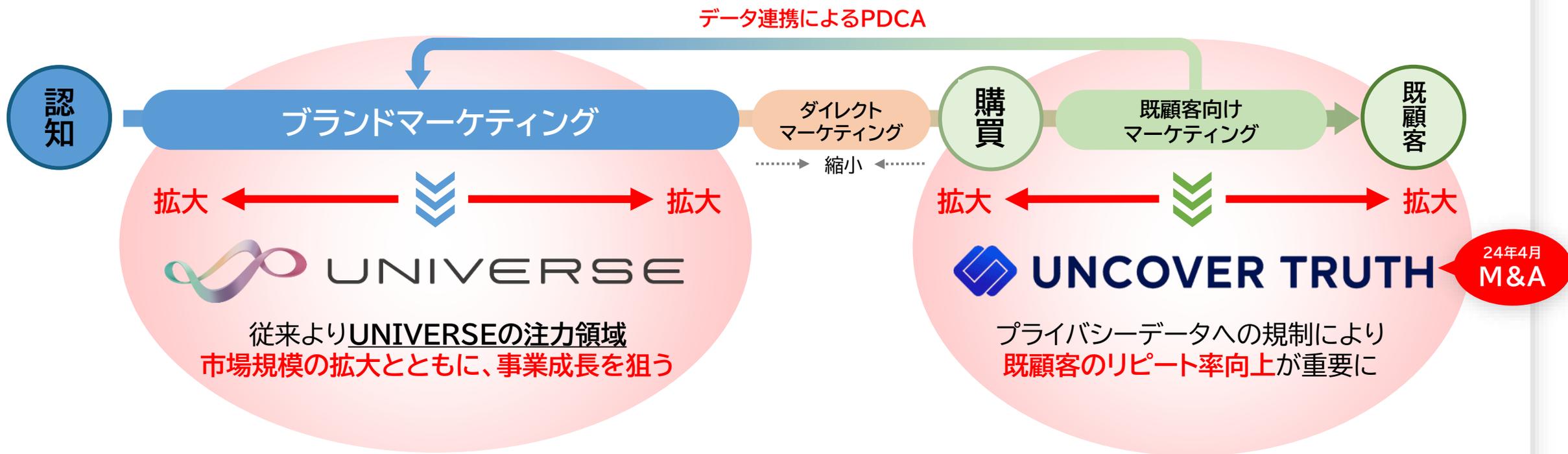
## PostCookie時代のデジタルマーケティング



# PostCookie時代におけるマイクロアドの戦略

プライバシーデータへの規制により、**ブランドマーケティングに強いUNIVERSEへ予算シフト**  
M&Aによって**既顧客向けマーケティング領域に事業を拡大**

## データプロダクトの位置づけ



# 株式会社UNCOVER TRUTHに関して

24年4月に株式取得・子会社化



企業が保有する顧客データの分析や活用を支援する各種ソリューションを提供

顧客データの収集・統合・活用プラットフォーム



CDP※と呼ばれるデータ分析プラットフォームを独自開発し企業へ提供

**CDP導入の初期投資を抑えながら**  
顧客データ分析や、マーケティング活用を支援

コンテンツデータによるユーザー体験分析ツール



サイト内の顧客行動から、興味関心を定量化する分析ツール

一般的なWEB解析ツールと比較して  
**直感的な分析が可能であり、専門スキルが不要**

即戦力データアナリストの常駐型支援サービス



即戦力となるデータアナリストが常駐型でデータ活用を支援するサービス

データ抽出・分析・可視化スキルを用いて  
**企業のDX化を推進**

これらのソリューションとUNIVERSEを連携することで  
**PostCookie時代の統合型マーケティングサービスを展開していく**

# 事業アップデート ~ 新領域関連 ~

## クロスボーダー事業

マイクロアドの海外拠点および、外部の有力なパートナーと連携した越境マーケティング事業

中国でアクティブシニア事業を展開する「上海東犁」と合併会社「株式会社New B」を設立

# New B

24年4月より営業開始



24年1月から急激に観光客数が増加  
インバウンドマーケティングの需要が本格化

## 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 上半期パフォーマンス

(単位:千円)	24年9月期 第1四半期				24年9月期 第2四半期			
	10月	11月	12月	累計	1月	2月	3月	累計
月初総資産	382,250	386,996	384,680	-	383,641	385,852	397,094	-
損益額	4,746	-2,316	-1,039	1,391	2,211	11,242	7,339	20,792
損益率	1%	-1%	0%	-	1%	3%	2%	-

### 第2四半期終了時点の年利換算

**11.94%** (理論値※)

1Qのモデルアップデートによりパフォーマンスが向上  
データベースの強化を進めることで  
既存モデルの安定化と新戦略モデルの開発を図っていく

※ 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**

当社のVISION

# Reshaping the Future Life

ビッグ  
データ



AI  
テクノロジー

マーケティング

データとテクノロジーの力で  
“未来を予測する”

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3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	327名 (連結、2024年3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

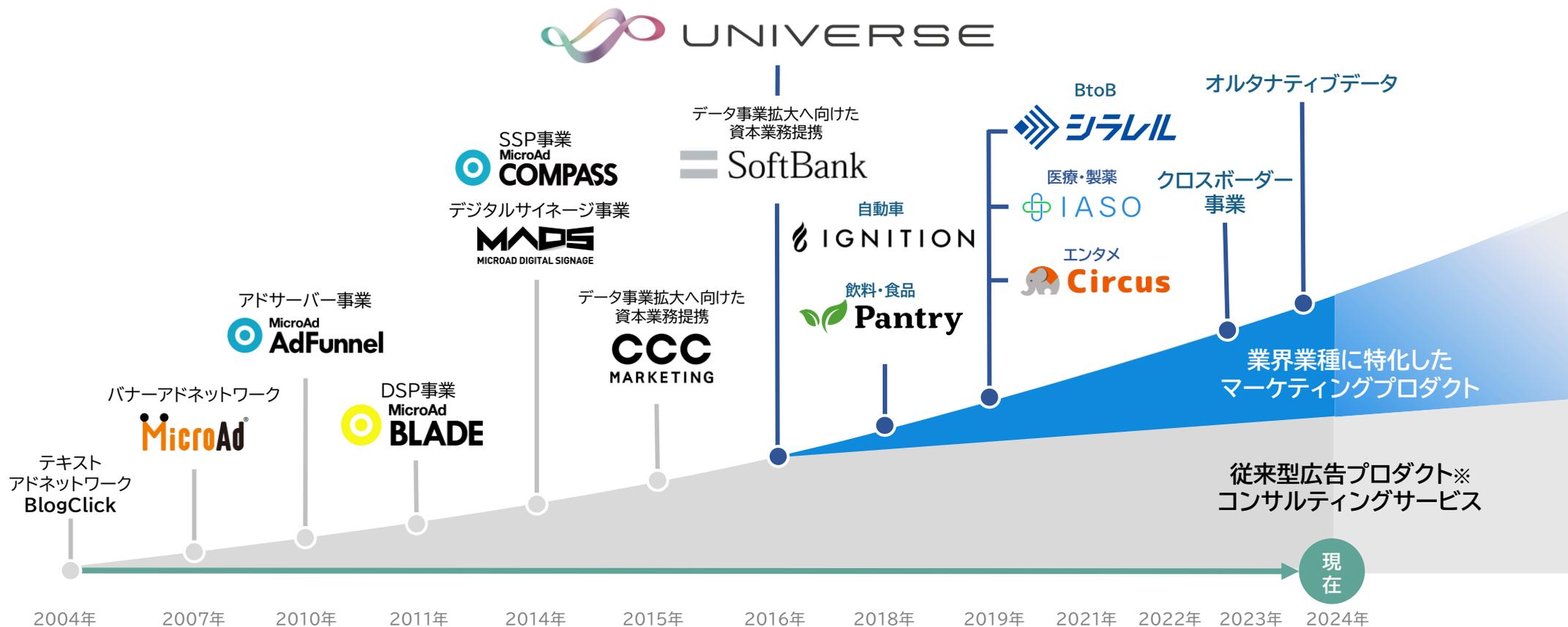
2002年SIer入社。金融会社向けシステム開発に携わる。2004年サイバーエージェント入社。当社の前身となるBlogClick事業の立ち上げに参画する。以後当社事業に携わりプロダクト開発を中心に幅広い業務を担当する。現在の管掌はデータソリューションサービス。



## 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



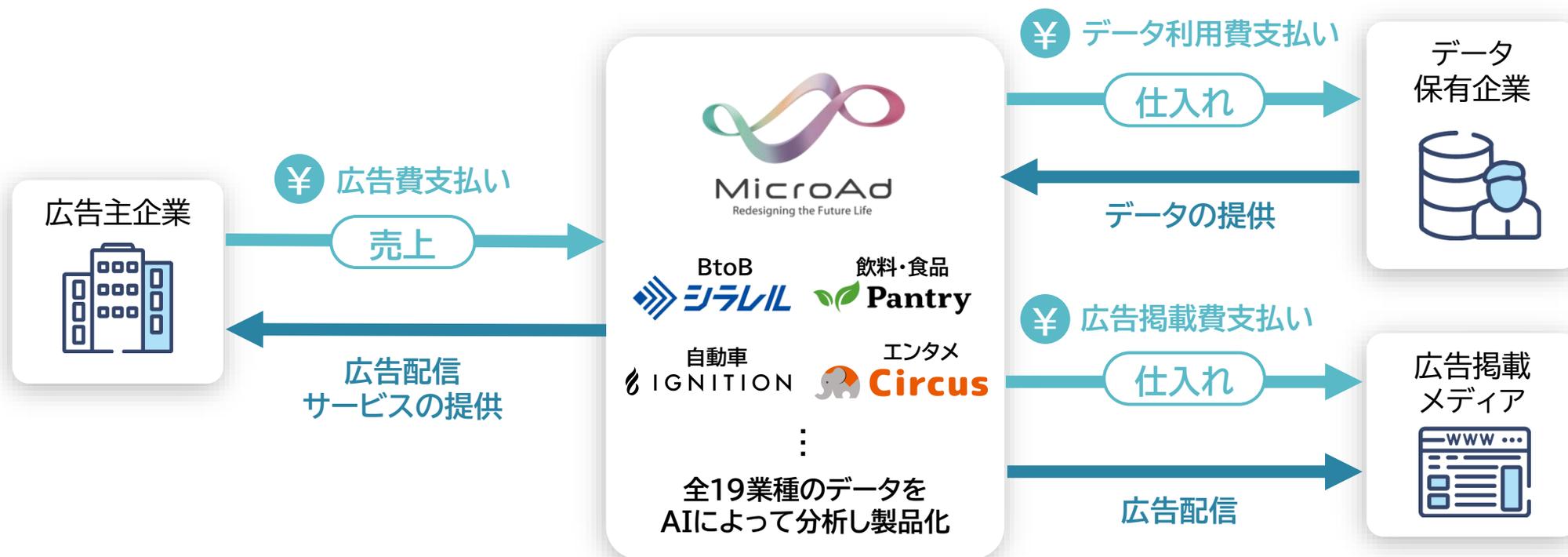
#### オフライン

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。

