

# 2024年9月期 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）

2023年10月 - 2024年9月

# 目次

- 01 2024年9月期 決算概要
- 02 パフォーマンスマーケティング事業
- 03 メディア事業
- 04 中期経営計画の進捗
- 05 2025年9月期 業績予想及び事業方針

01

# 2024年9月期 決算概要

# 2024年9月期 グループ連結業績

- ▶ 売上高はマーケティングソリューションと比較・検討メディアがけん引し、前年比8%増加
- ▶ 中計初年度として先行投資の実施と特別損失の計上により、利益は減少

(単位:百万円)	FY24	FY23	増減額	増減率
取扱高*	27,419	25,903	+1,516	+5.8%
売上高	7,909	7,284	+625	+8.6%
営業利益	555	791	△236	△29.8%
経常利益	490	908	△418	△46.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	59	585	△526	△89.8%

\* 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です。

# 2024年9月期 決算概要

- ▶ パフォーマンスマーケティングはストック収益が大幅成長
- ▶ メディアは、3Q以降伸び悩んだものの、売上高は前年比9%増加で着地

## 連結業績

売上高	<b>7,909</b> 百万円	前年比 + <b>8.6%</b>
営業利益	<b>555</b> 百万円	前年比 $\Delta$ <b>29.8%</b>

## パフォーマンス マーケティング

セグメント売上高	<b>4,967</b> 百万円	前年比 + <b>7.8%</b>
セグメント利益	<b>412</b> 百万円	前年比 $\Delta$ <b>29.4%</b>

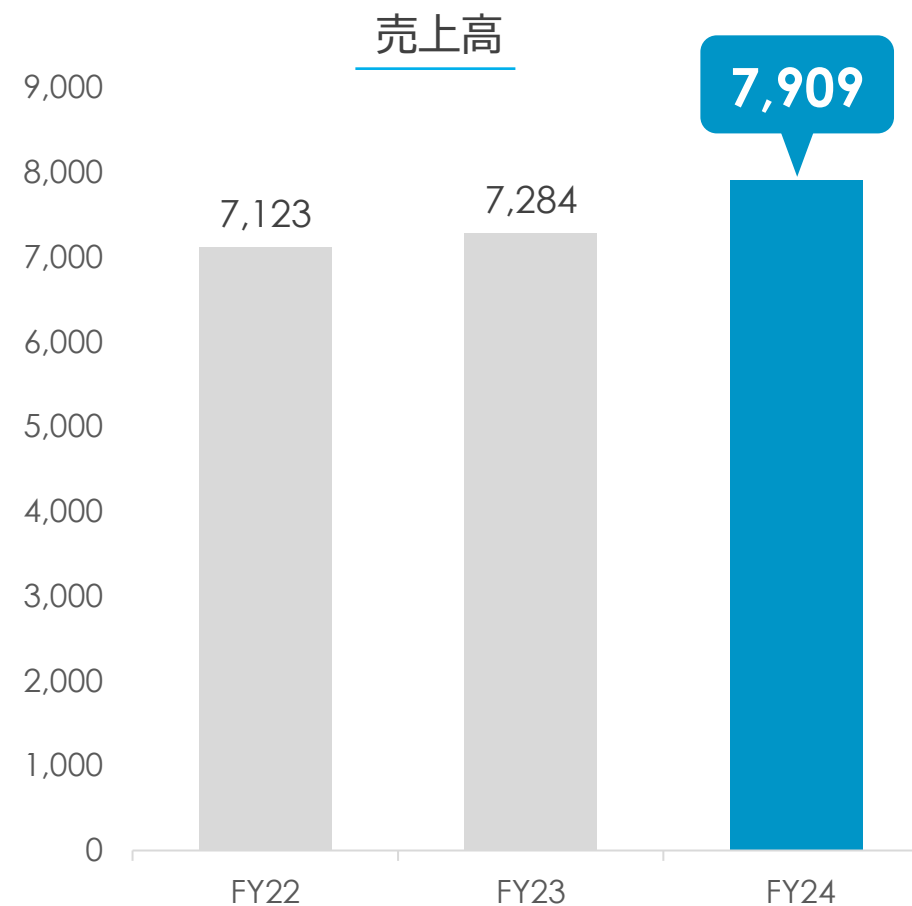
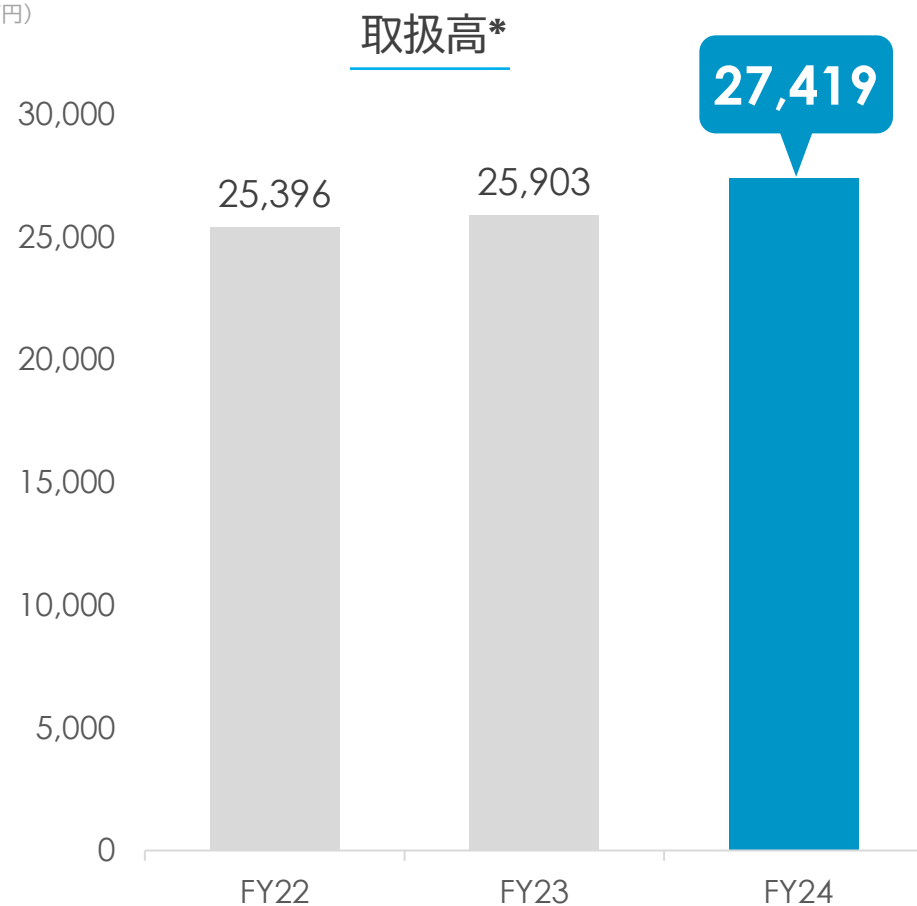
## メディア

セグメント売上高	<b>2,942</b> 百万円	前年比 + <b>9.8%</b>
セグメント利益	<b>143</b> 百万円	前年比 $\Delta$ <b>30.9%</b>

# 連結取扱高推移／連結売上高推移

- ▶ 増収に伴い取扱高も前年比5%増加
- ▶ マーケティングソリューション/比較・検討メディアの成長に後押しされ売上高は前年比8%増加

(単位:百万円)



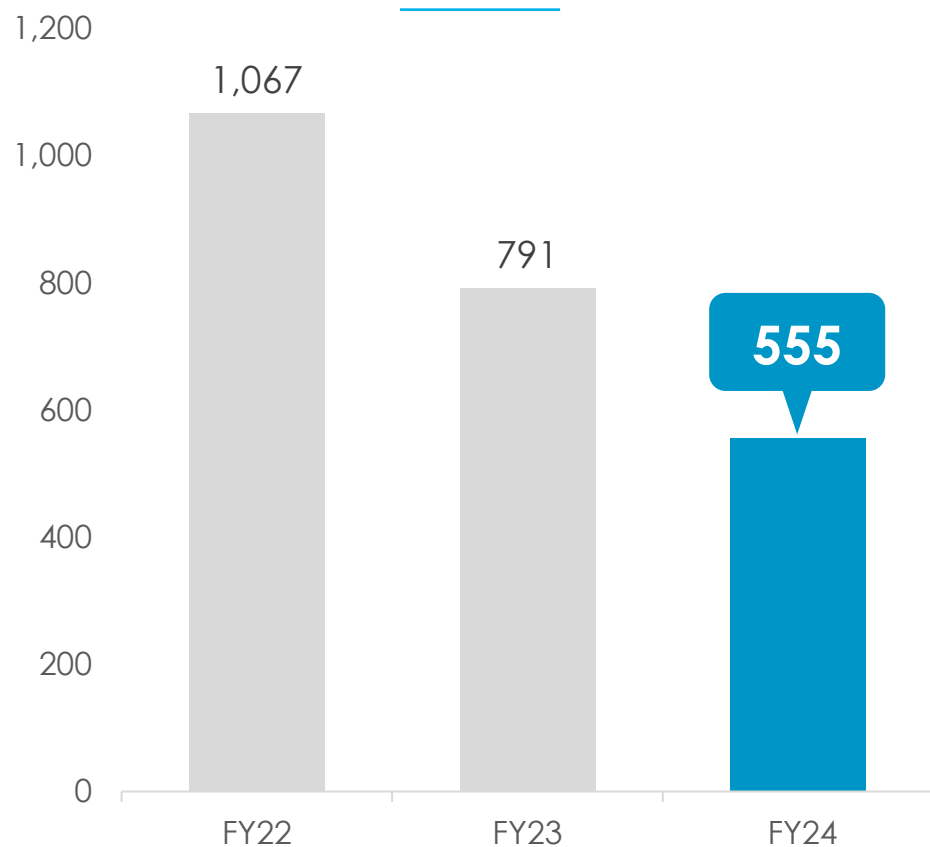
\* 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です。

# 連結営業利益推移／連結販管費推移

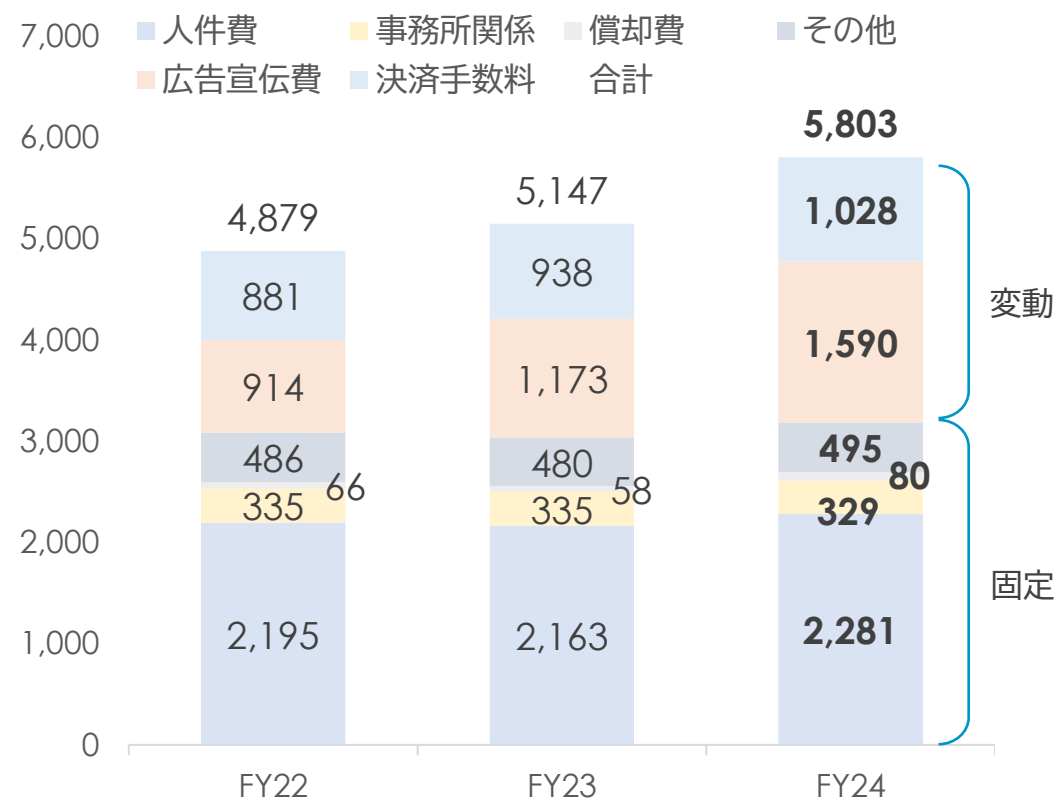
- ▶ 中計初年度として先行投資を実施、コスト増加により前年から減益で着地
- ▶ マーケティングソリューション/比較・検討メディアの成長により変動費は増加

(単位:百万円)

## 営業利益

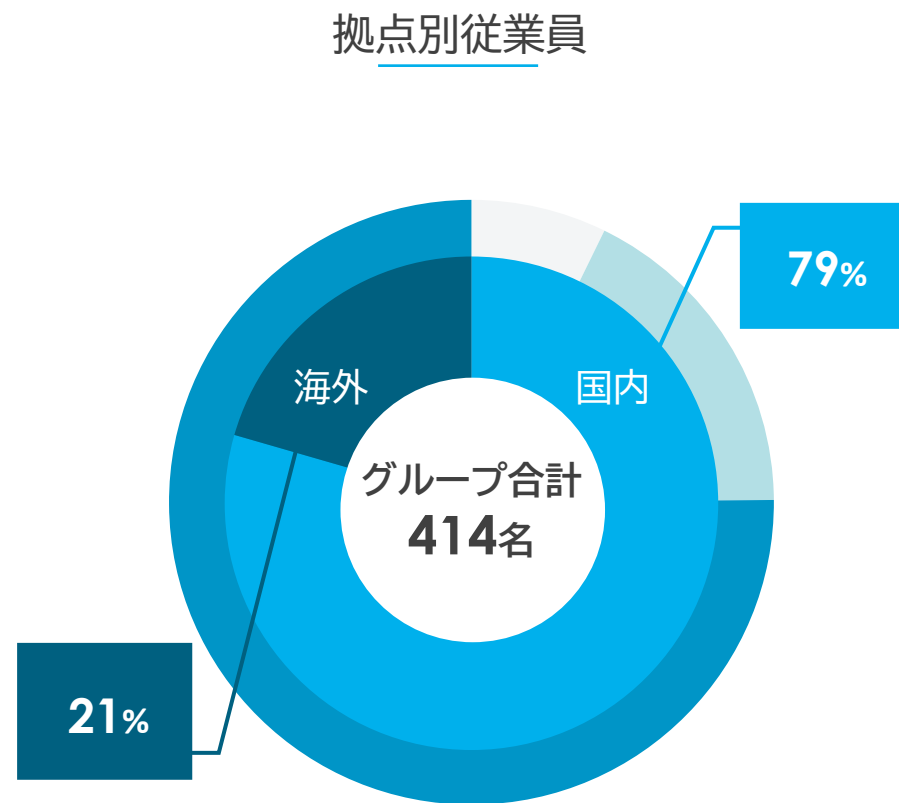
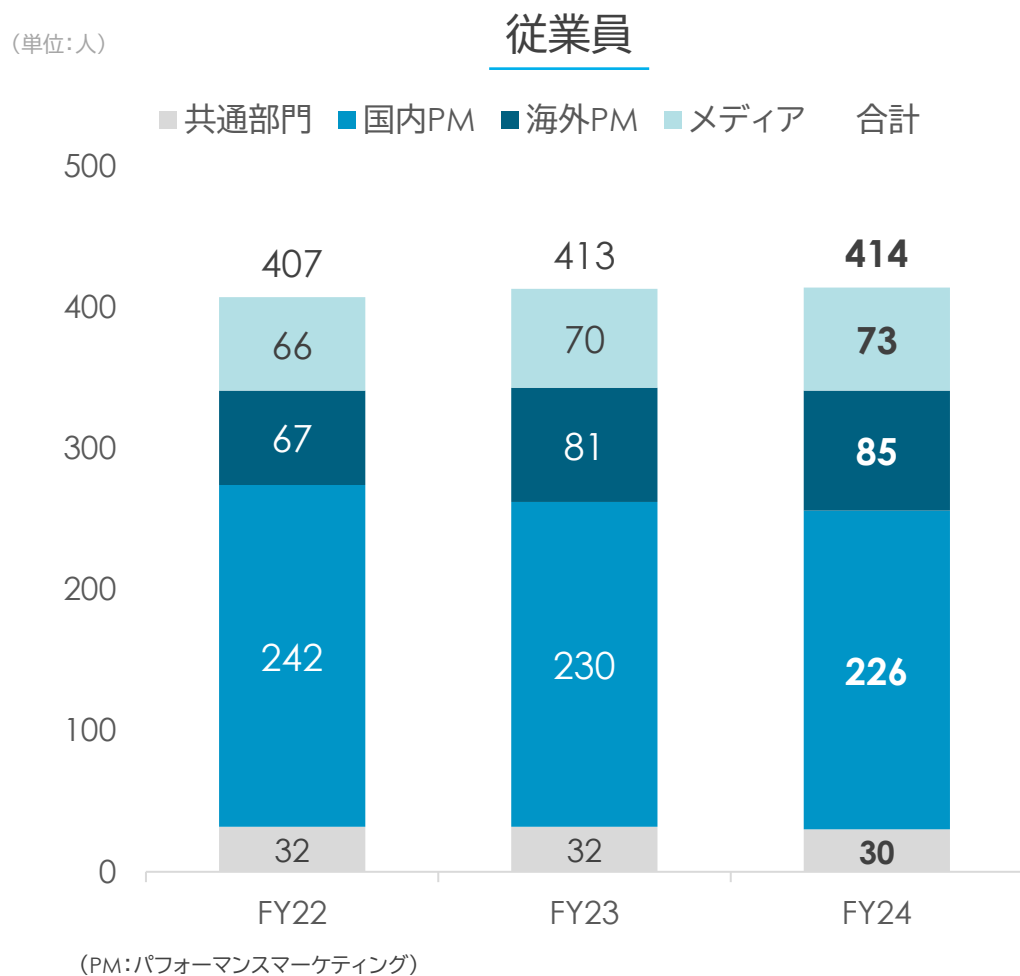


## 販管費



# 連結従業員推移／拠点別従業員の割合

▶ 海外パフォーマンスマーケティングの人員を増強、海外人員の構成比が高まる





# 連結貸借対照表／連結キャッシュフロー計算書

(単位:百万円)	FY24	FY23	増減額	補足情報
現金・預金	<b>5,953</b>	5,631	+322	
流動資産	<b>9,628</b>	9,339	+289	
固定資産	<b>1,604</b>	1,754	△150	
総資産	<b>11,232</b>	11,094	+138	
流動負債	<b>5,524</b>	5,244	+280	
固定負債	<b>66</b>	69	△3	
<b>株主資本</b>	<b>5,636</b>	5,734	△98	
純資産	<b>5,641</b>	5,780	△139	自己資本比率 50.2%
	FY24	FY23	増減額	補足情報
営業活動によるCF	<b>836</b>	512	+324	
投資活動によるCF	△ <b>332</b>	△482	+150	
財務活動によるCF	△ <b>156</b>	△156	+0	
<b>現金同等物の残高</b>	<b>5,953</b>	5,631	+322	

02

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

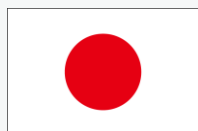
## パフォーマンス広告



日本

人口 1億2千万人

GDP 4兆2,311億米ドル\*



ASEAN

人口 6億7千万人

GDP 3兆6,223億米ドル\*

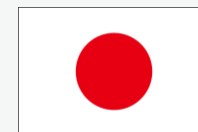


\* 外務省アジア太平洋局資料より

## マーケティングソリューション



SiteLead



# 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

**25,668**百万円 前年比 + **6.3%**

事業利益\*2

**1,052**百万円 前年比  $\Delta$  **12.0%**

パフォーマンス広告

取扱高\*1

**20,864**百万円  
(前年比 + **2.0%**)

事業利益\*2

**1,021**百万円  
(前年比  $\Delta$  **6.8%**)

マーケティングソリューション

取扱高\*1

**4,804**百万円  
(前年比 + **29.7%**)

事業利益\*2

**31**百万円  
(前年比  $\Delta$  **68.3%**)

 **ACCESSTRADE**  
(日本)

▶ 金融/サービス分野が堅調

 **ACCESSTRADE**  
(東南アジア)

▶ 取扱高は横ばいなものの  
媒体開拓は好調、登録パートナー数は増加  
人員増強によるコストが増加

 ポケットバックアップ  
 **ダレカナブロック**

▶ 会員獲得プロモーションが奏功  
会員数も増加、ストック収益拡大

**SiteLead** ▶ UI/UXの改善に向けた機能開発を継続

\*1 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です

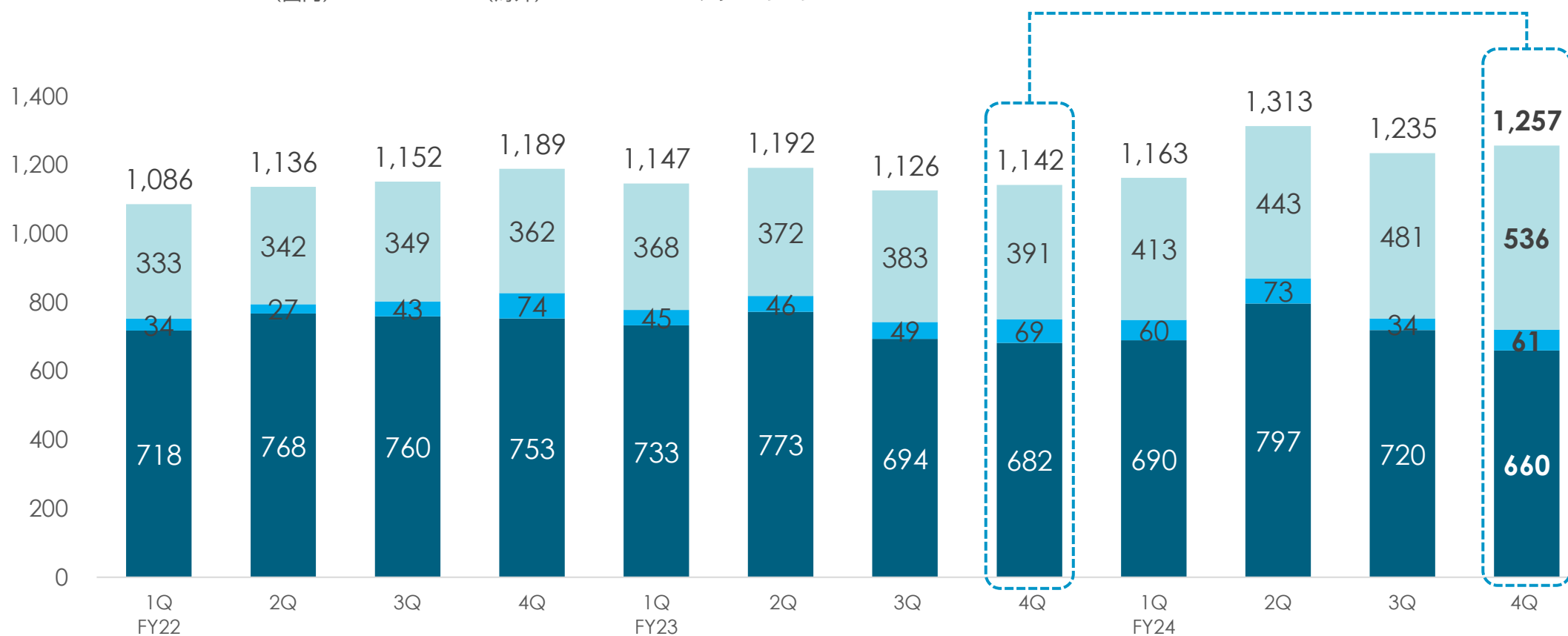
\*2 共通費を含まない事業部門の数値です

# 事業別 売上高推移

- ▶ 全体的には前年Q比10%増加で推移
- ▶ 特にマーケティングソリューションの会員増によるストック収益が大幅成長

(単位:百万円)

■ パフォーマンス広告 (国内)   ■ パフォーマンス広告 (海外)   ■ マーケティングソリューション   合計

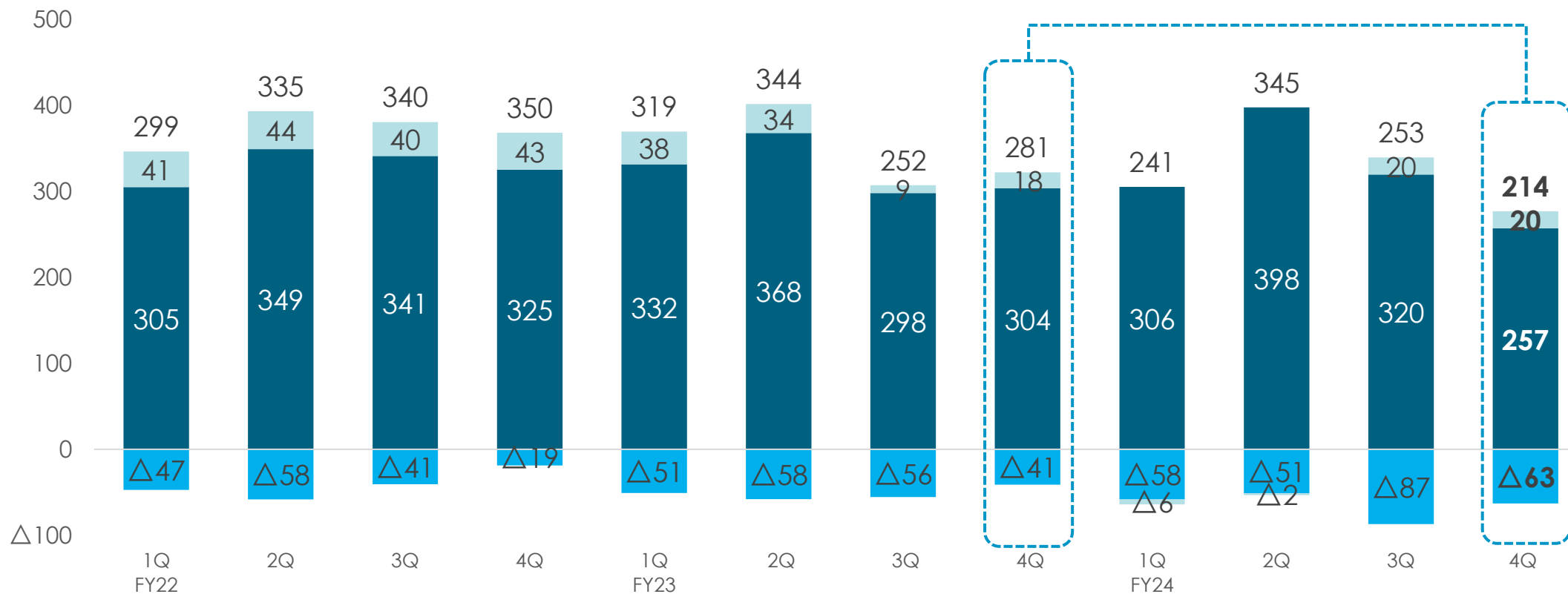


# 事業別 事業利益推移

- ▶ マーケティングソリューションは売上増加に伴い事業利益も好調
- ▶ 海外パフォーマンス広告はインドネシアを中心に伸長、事業損失も縮小

(単位:百万円)

■ パフォーマンス広告 (国内)
 ■ パフォーマンス広告 (海外)
 ■ マーケティングソリューション
 ■ 合計

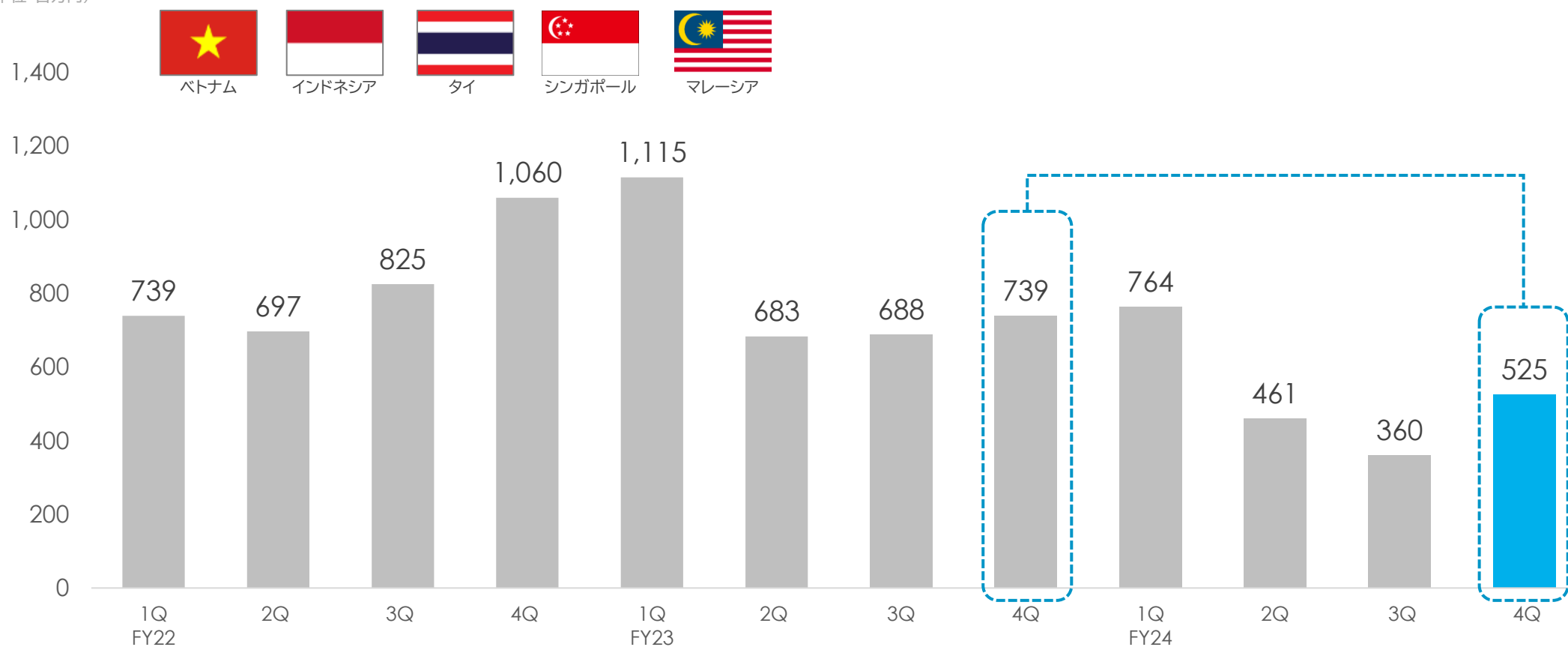


\* 共通費を含まない事業部門の数値です

# 取扱高（海外パフォーマンス広告）

- ▶ インドネシアが好調に推移、単体でも通期黒字で着地
- ▶ 低迷していたベトナムが取扱高も回復傾向

(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)

300

■国内 ■海外

アクセストレード提携数

282万

250

稼働プログラム

3,576件

(2024年9月末時点)

200

150

100

50

0

FY15

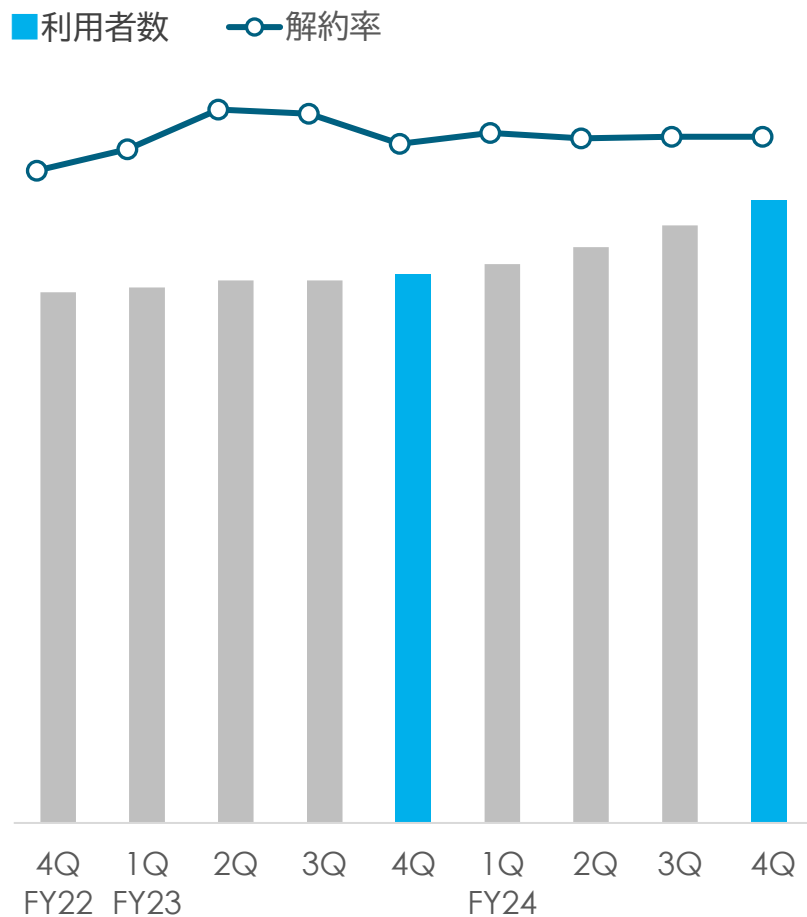
FY24



# マーケティングソリューション 利用者数/解約率



## 利用者数/解約率



\* マーケティングソリューションにおける合計利用者数と平均解約率です

## 利用者数

自社アプリの「ポケットバックアップ」  
「ダレカナブロック」を中心に大幅伸長

前年比 **13%**増加

## 解約率

**1.3%**と低水準で推移



# 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

 mamasta


 saita  yoga  
JOURNAL  
ONLINE

4MEEE 4yuuu



 新しい気づきを

## 比較・検討型メディア

 転職派遣  
サーチ


 塾シル!

 プロリア

 転職  
Finder

 APP FINDER



 多様な選択肢を

# メディア事業 業績ハイライト

## 売上高

**2,942**百万円 前年比 + **9.8%**

## 事業利益\*

**321**百万円 前年比  $\Delta$  **16.4%**

## コンテンツ

### 売上高

**1,440**百万円  
(前年比 + **6.9%**)

### 事業利益\*

**518**百万円  
(前年比  $\Delta$  **0.9%**)


## 比較・検討


### 売上高


**1,502**百万円  
(前年比 + **12.6%**)

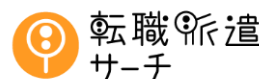
### 事業利益\*

$\Delta$  **196**百万円  
(前年比  $\Delta$  **58**百万円)

 **mamasta** ▶ アルゴリズムのアップデートにより収益は3Q以降伸び悩んだものの、前年からは増収

 **4MEEE yoga** ▶ 大手ポータルサイトとの連携開始により、閲覧数は増加傾向

 **熟シル!** ▶ 掲載教室数は計画通りに推移  
人員の増強によるコストが増加

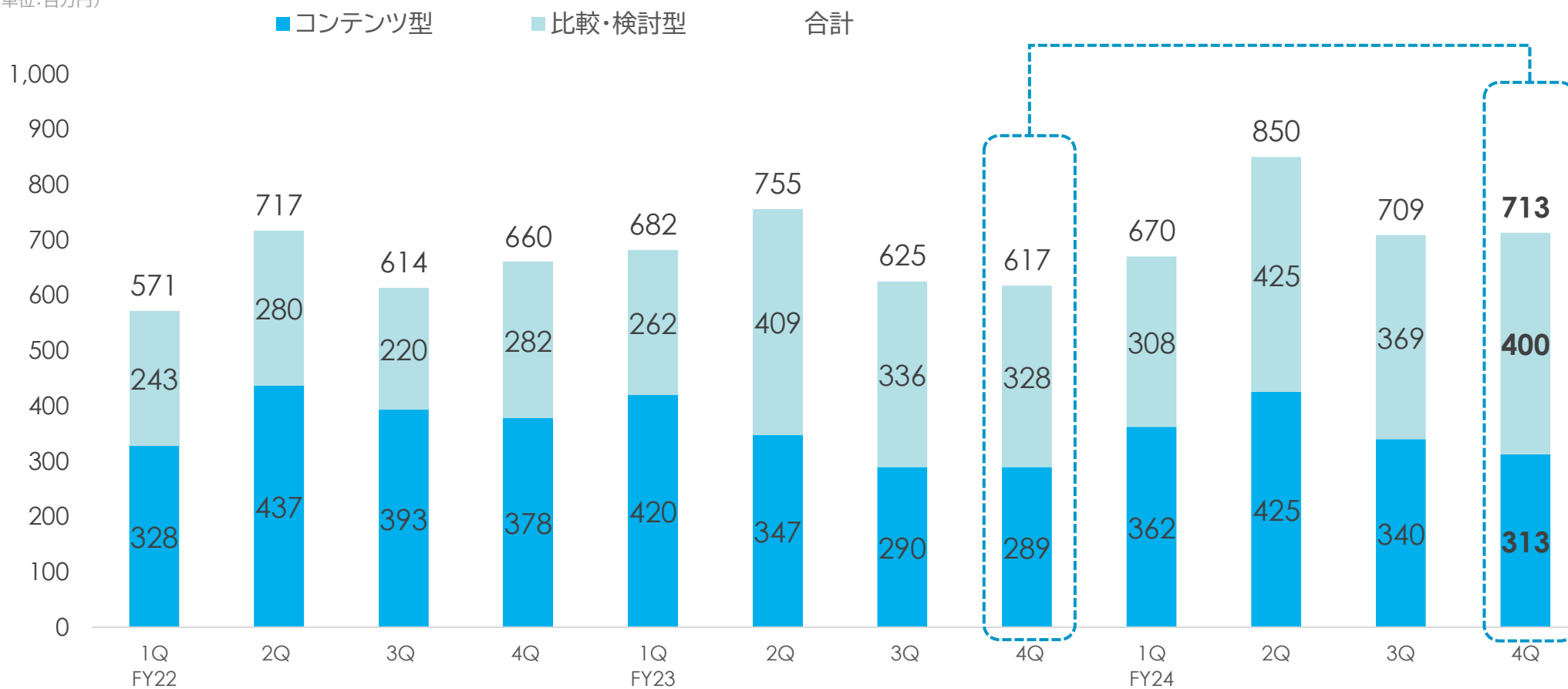
 **転職派遣サーチ** ▶ 広告需要を取り込み売上高は前年比14%増加

\* 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3Q以降に広告単価低迷の影響を受けたものの、前年Q比8%増加
- ▶ 比較・検討は人材系の広告需要を取り込み大きく伸長、前年Q比21%増加

(単位:百万円)

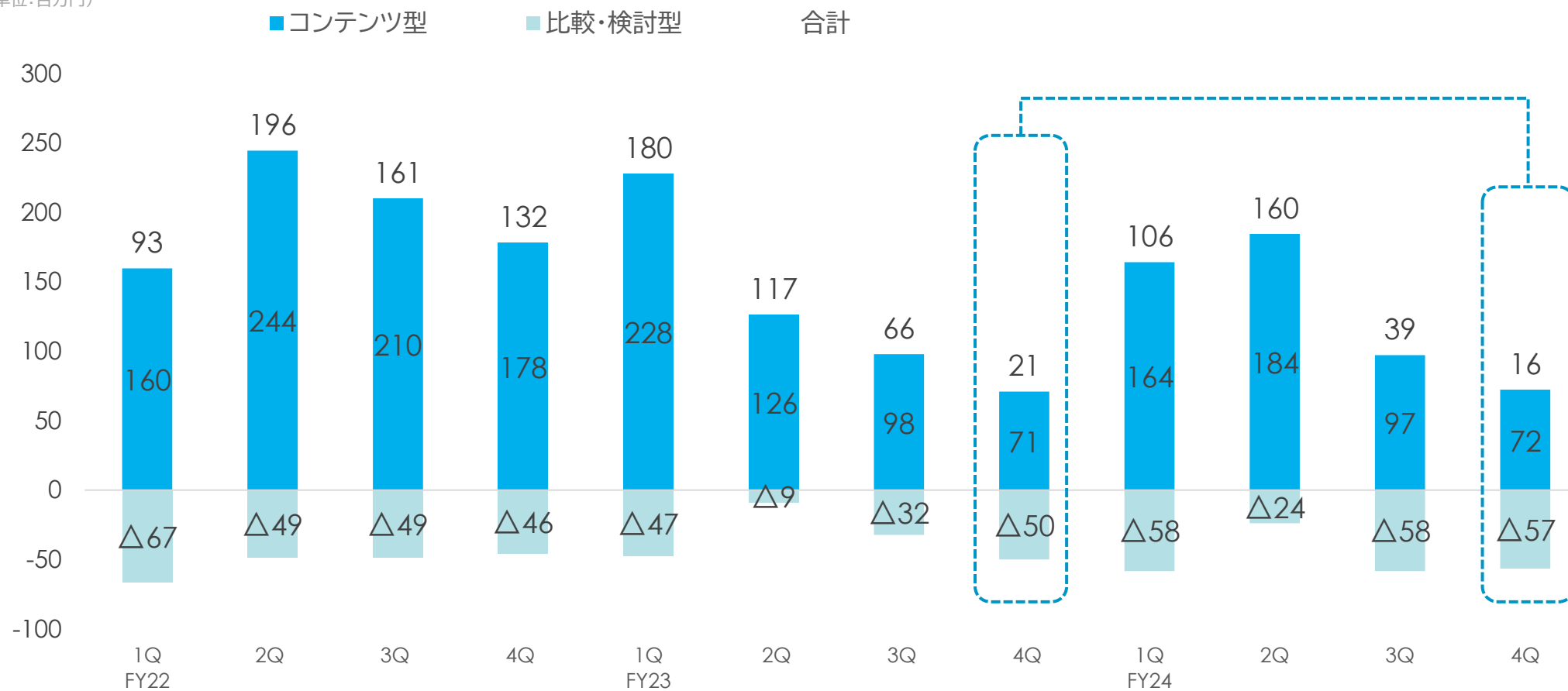


\* メディア売上高には内部取引を含めて表示しています

# 事業別 事業利益推移

- ▶ コンテンツは売上減少の影響により、事業利益も減少
- ▶ 比較・検討は一部事業の撤退もあり、今期以降損益は改善に向かう

(単位:百万円)



\* 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

- ▶ プラットフォームのレギュレーション変更により一部メディアのトラフィックが減少
- ▶ 人気コンテンツの配信によりPVの減少は下げ止まり、収益は横ばいで推移

## メディア合計UU

**3,545**万  
UU

(QoQ  $\Delta$ 12.5%)

(四半期の平均ユニークユーザー数)

## メディア合計PV

**9.8**億  
PV

(QoQ  $\Delta$ 8.3%)

(四半期の平均ページビュー数)

## 塾シル有料掲載教室

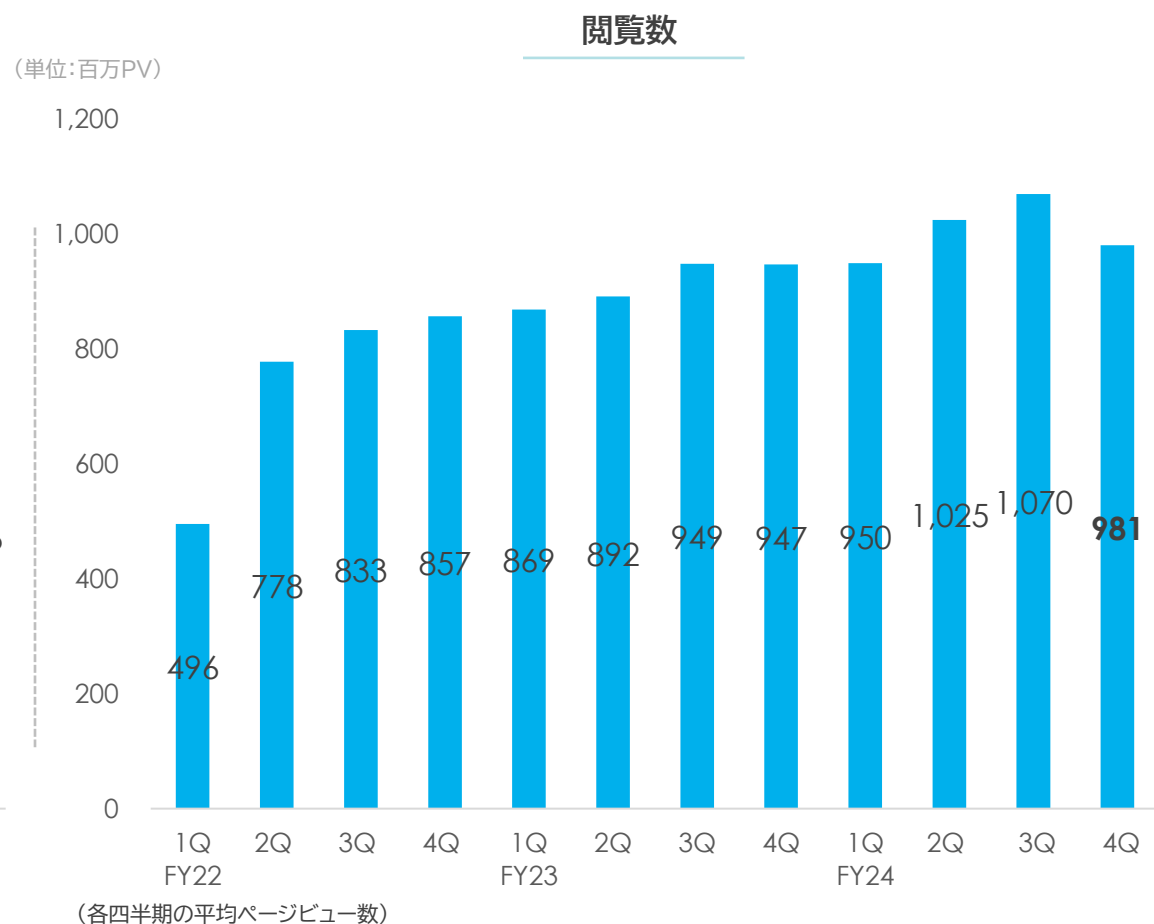
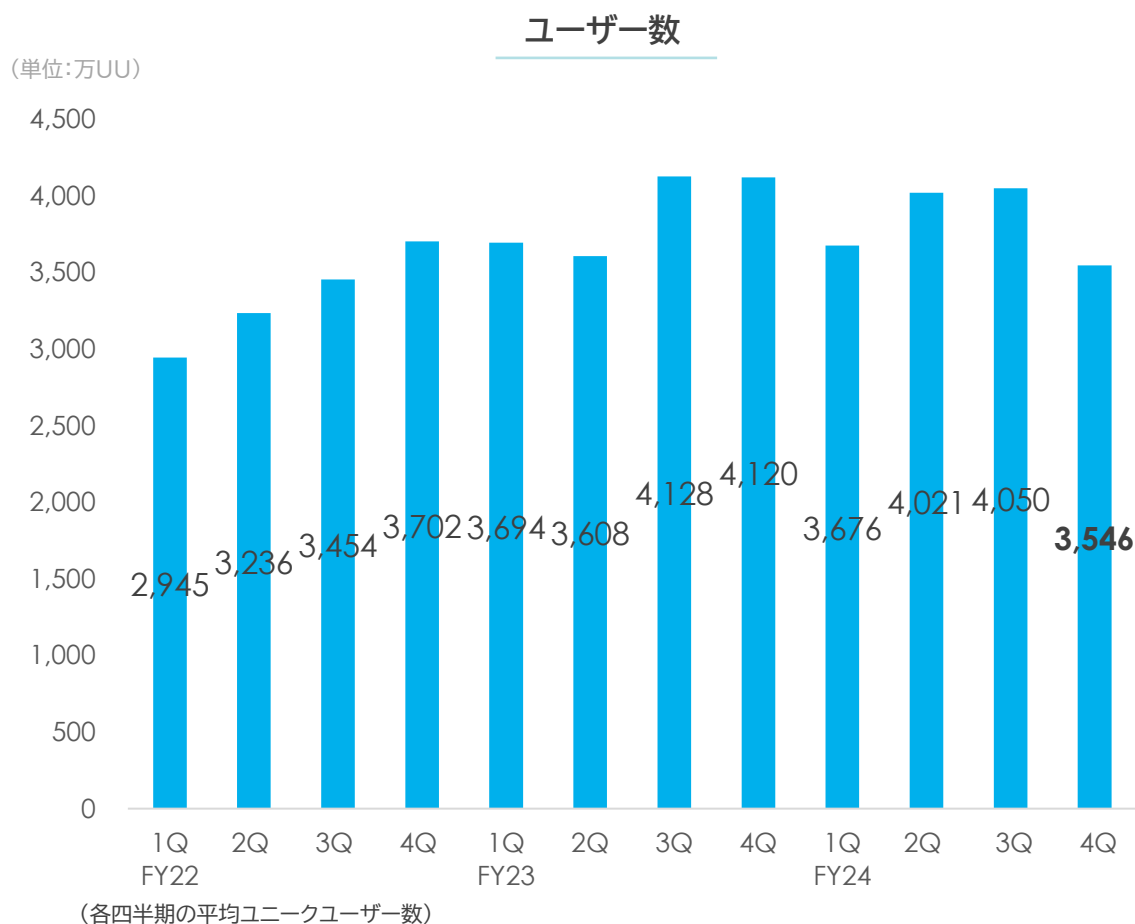
**1.3**万  
教室

(QoQ +358教室)

(2024年9月末時点)

# メディア事業 KPI推移

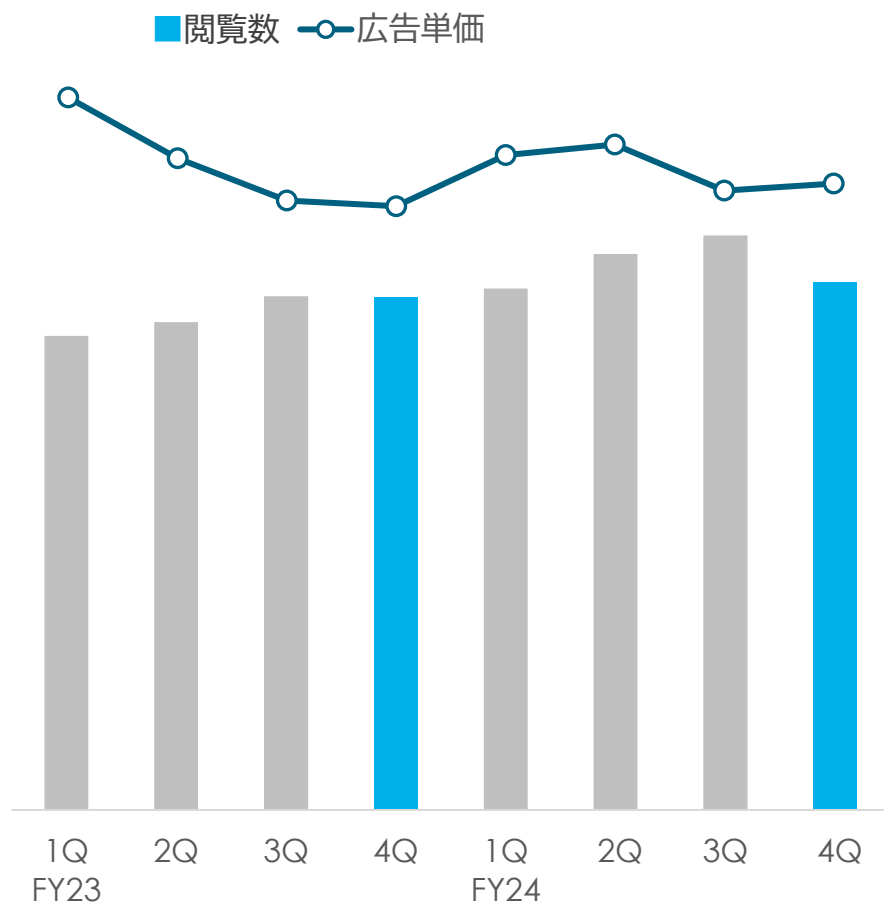
- ▶ ポータルのレギュレーション変更によりユーザー数は大きく減少した
- ▶ 一方でサイト内回遊が増加したことで閲覧数は一定を確保





# コンテンツメディア 閲覧数/広告単価

## 閲覧数/広告単価



各四半期の平均ページビュー数と平均広告単価

## 閲覧数

コンテンツの拡充によりサイト内回遊が増加し  
高水準で推移

前年Q比 **3%**増加



## 広告単価

収益の安定化に向け新たな広告メニューを提供し  
前年から回復

前年Q比 **22%**上昇



04

## 中期経営計画の進捗

# 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

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

\*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

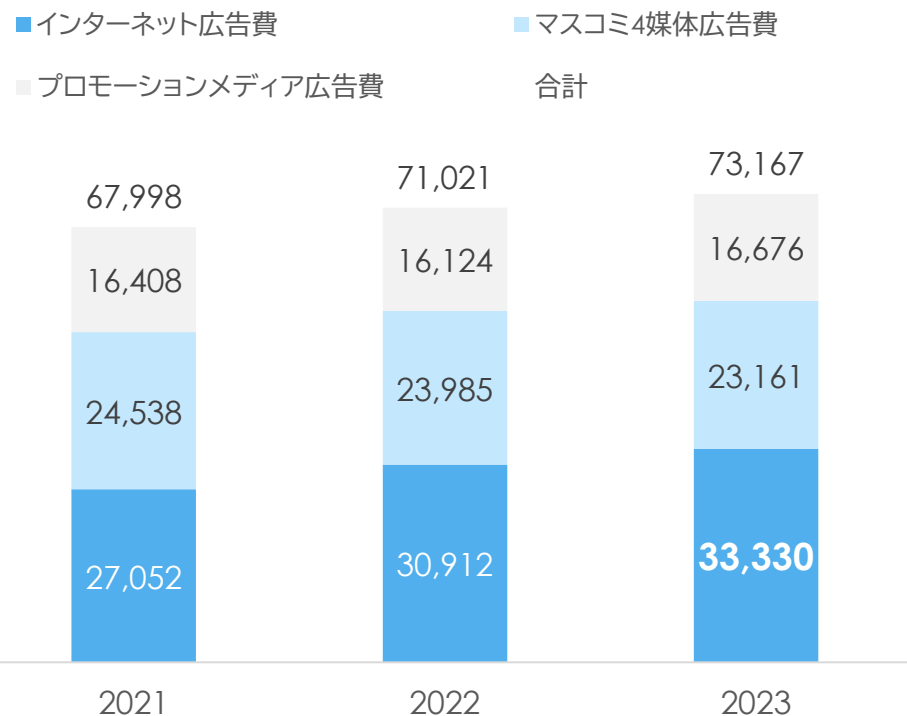
\*4 外務省アジア太平洋局資料「目で見るASEAN」より

# 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

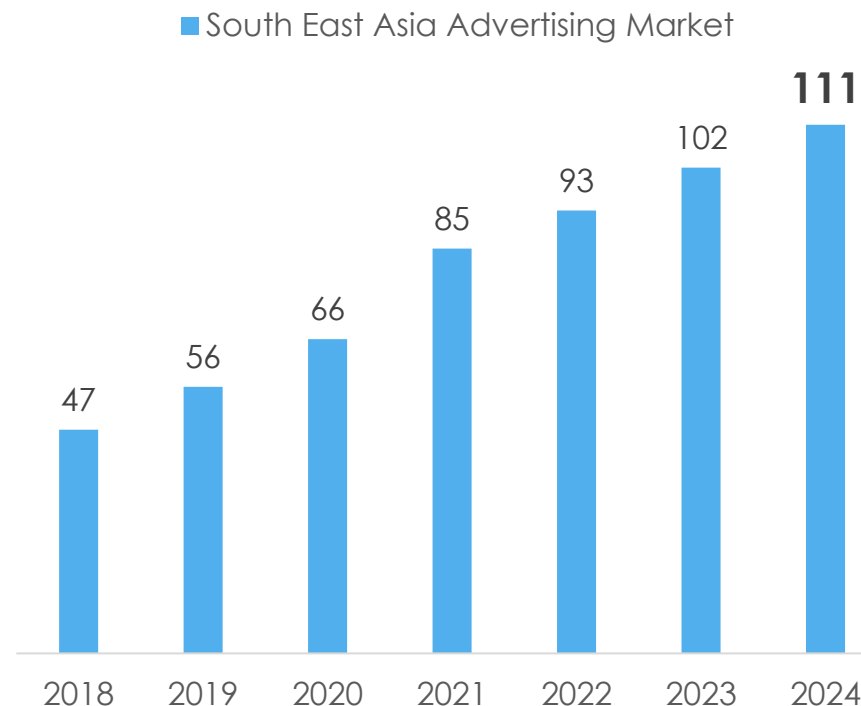
(単位:億円)

### 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

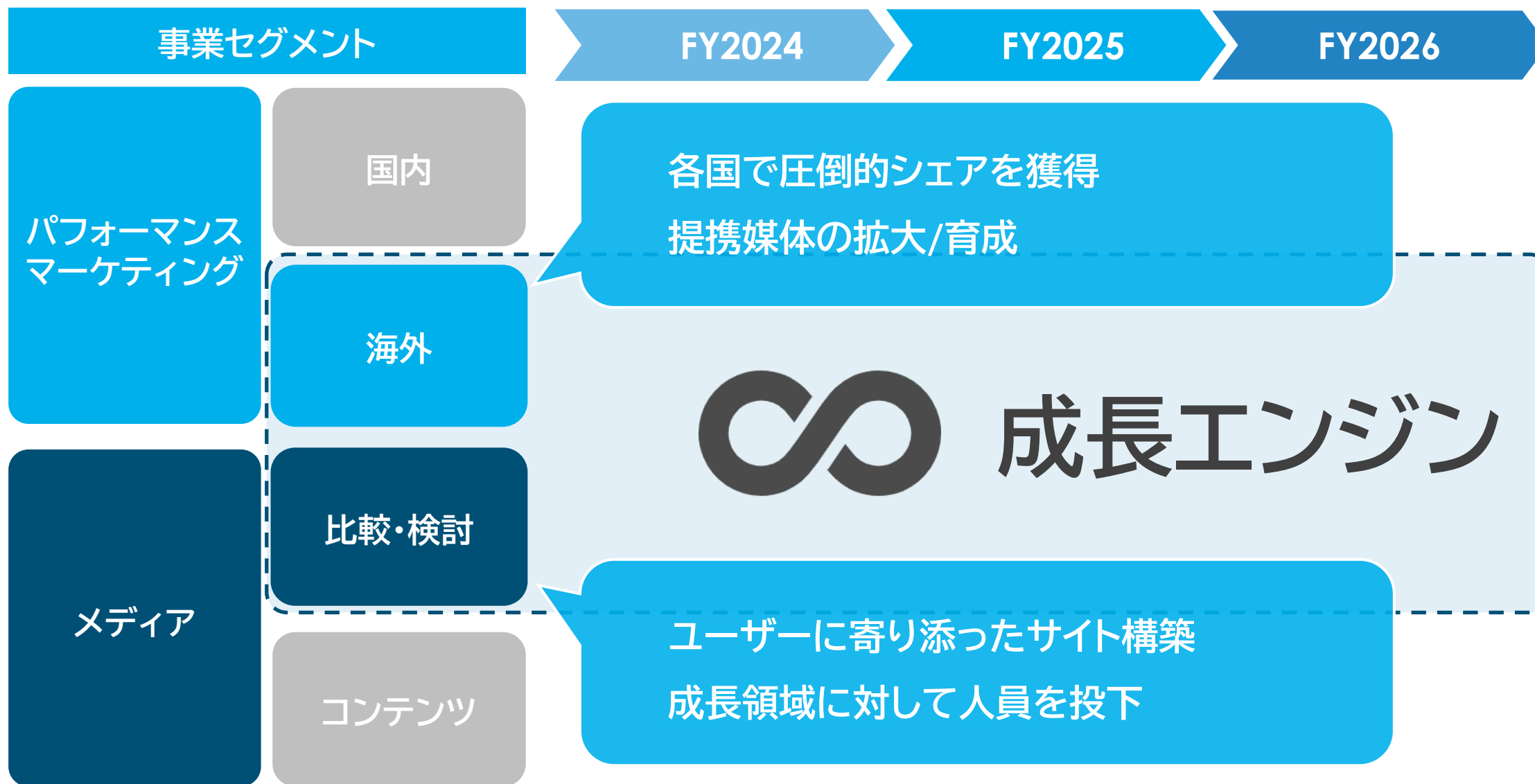


\*1 株式会社電通「2023年 日本の広告費」より

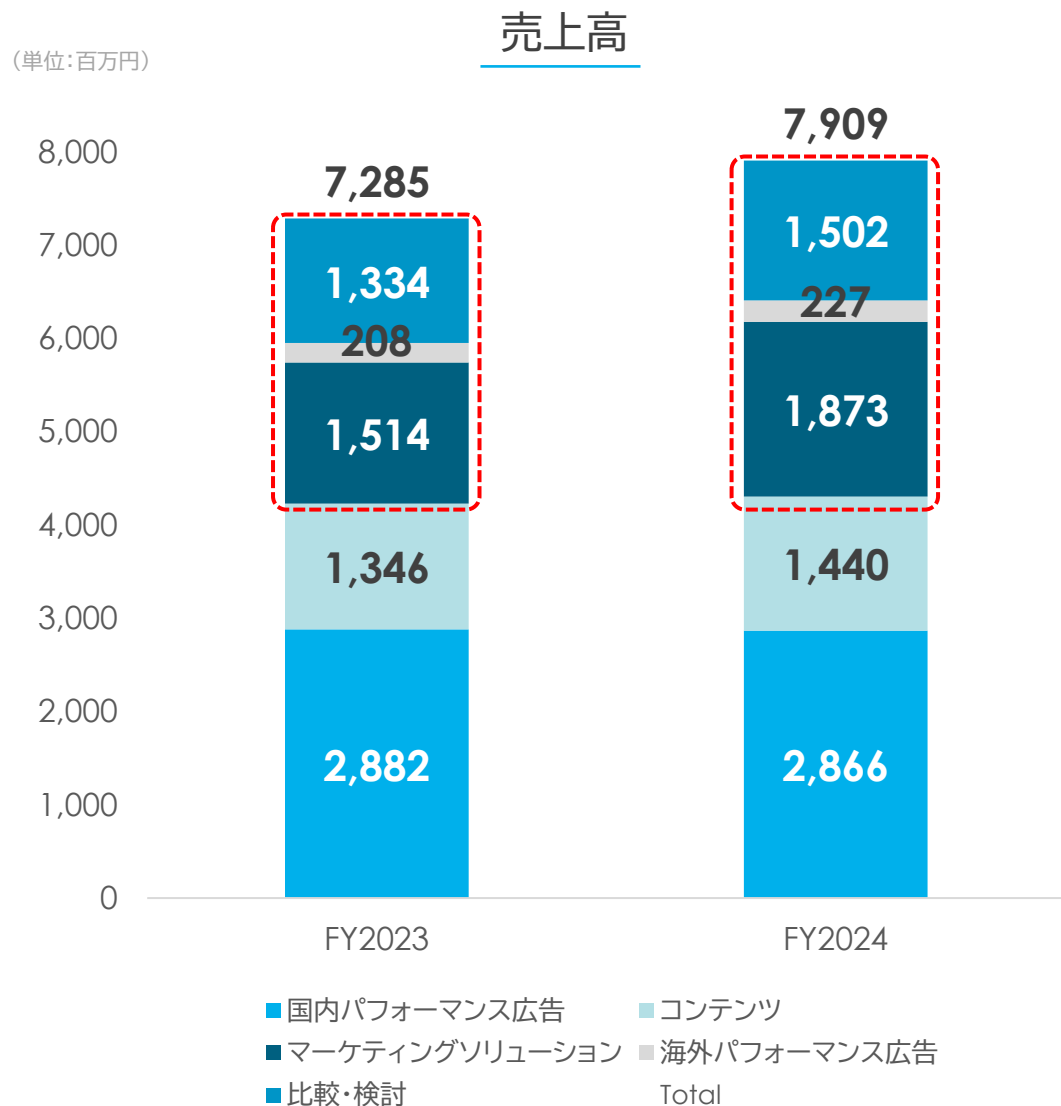
\*2 statista「Digital Advertising - Southeast Asia」より

\*3 1ドル150円で換算

# 中期経営計画 方針



# 2024年9月期の振り返り(中期経営計画1年目)

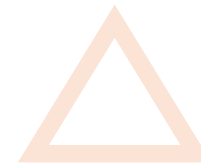


## 注力領域

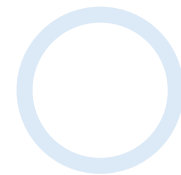
比較・検討型メディア



海外パフォーマンス広告



マーケティングソリューション



コンテンツ型メディア



国内パフォーマンス広告



05

# 2025年9月期 業績予想及び事業方針

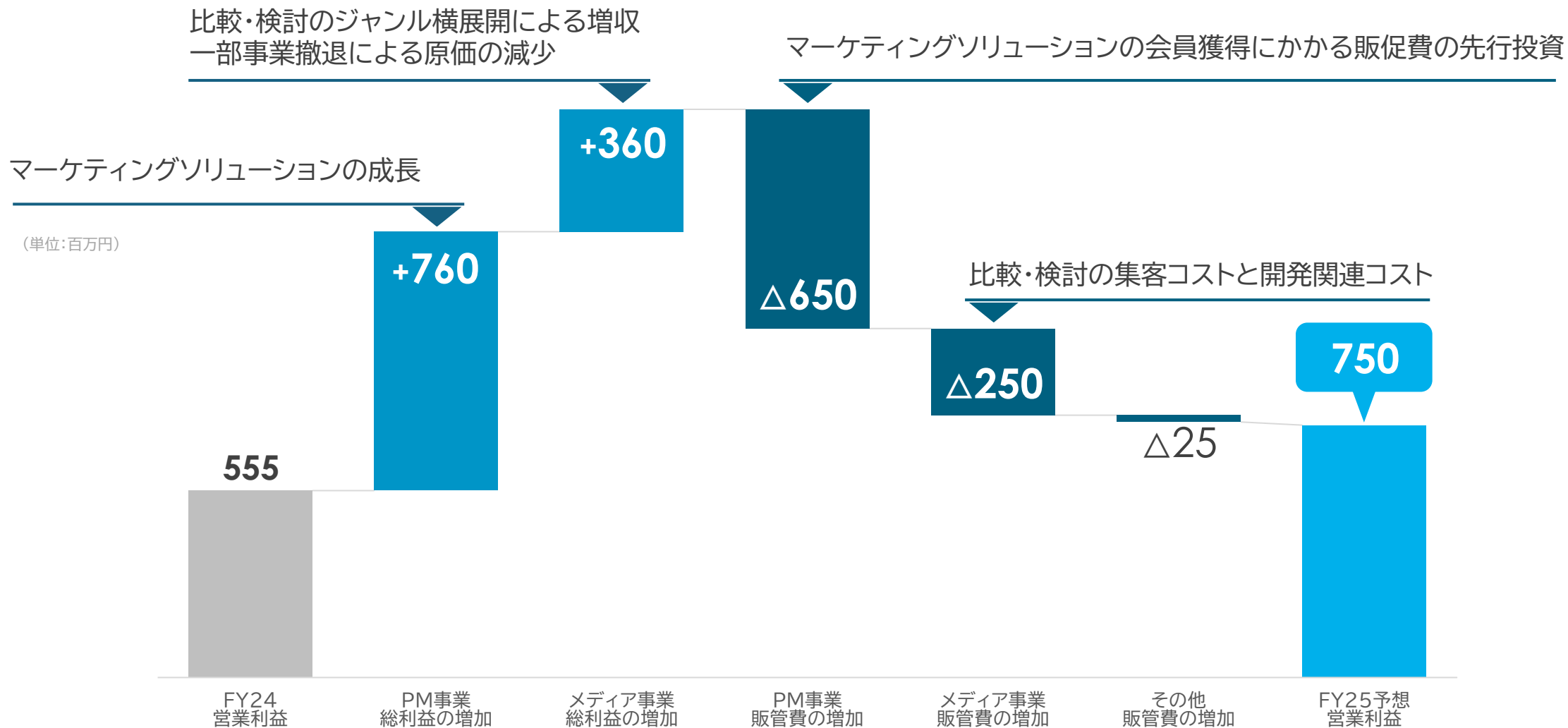


## 2025年9月期 業績予想(中期経営計画2年目)

- ▶ 売上高はマーケティングソリューション/比較・検討メディアが大きく伸長する見通し
- ▶ 最終利益は不採算事業の整理や減損からの回復により大幅増益を見込む

(単位:百万円)	FY25 業績予想	FY24 実績	増減額	増減率
売上高	<b>9,000</b>	7,909	+1,091	+13.8%
営業利益	<b>750</b>	555	+195	+35.0%
経常利益	<b>750</b>	490	+260	+52.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	<b>400</b>	59	+341	+572.0%
一株当たり 当期純利益	<b>63.73円</b>	9.48円	—	—

# 営業利益増減分析

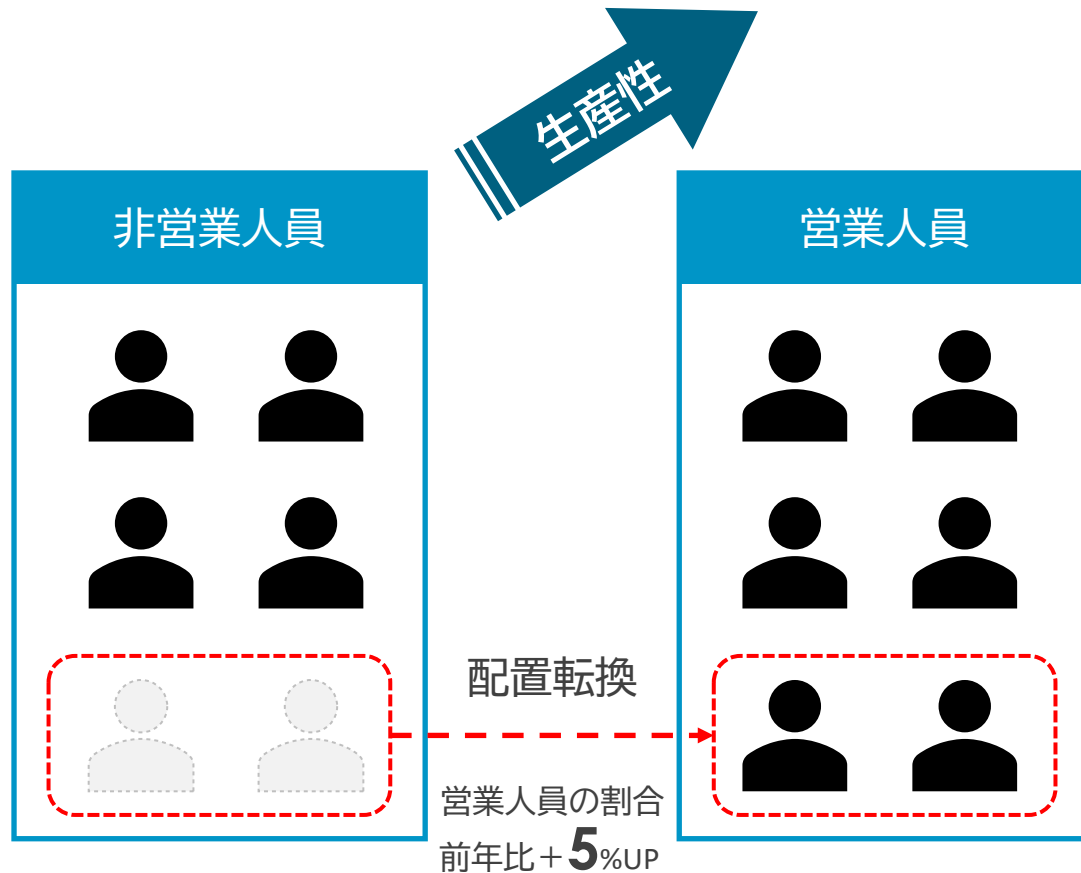


(PM:パフォーマンスマーケティング)

# 国内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

商品力とクロスセルを強化  
顧客単価の増加と新規顧客の開拓



# メディア収益基盤の安定化と投資推進

より効果的なマーケティング活動が可能



よりユーザーにとって有益な情報を

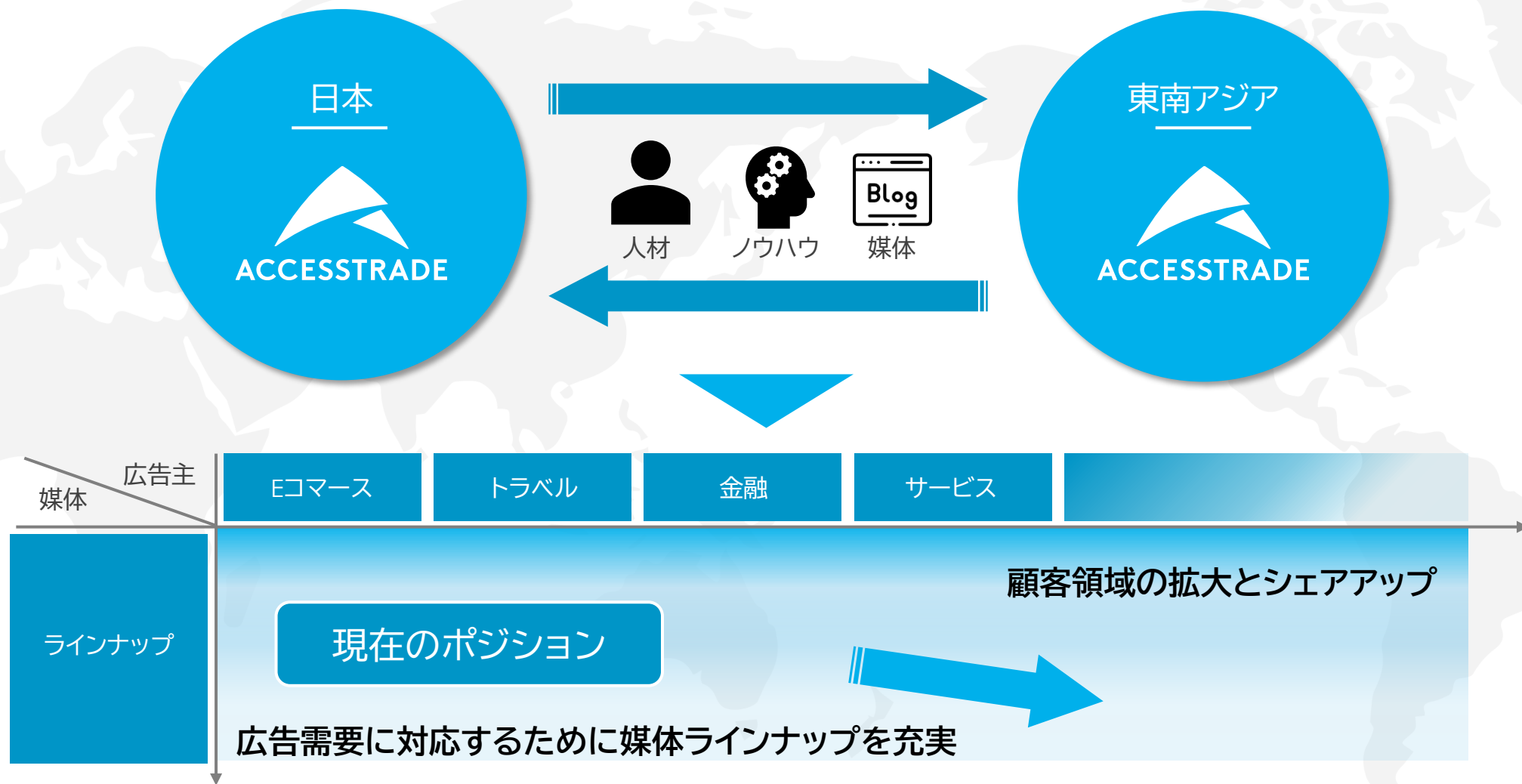
新たなブランド価値を構築  
独自の広告モデルにより収益の安定化を図る



コンテンツの拡充とUI/UXの向上  
積極投資によりサイトの更なる成長

# 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

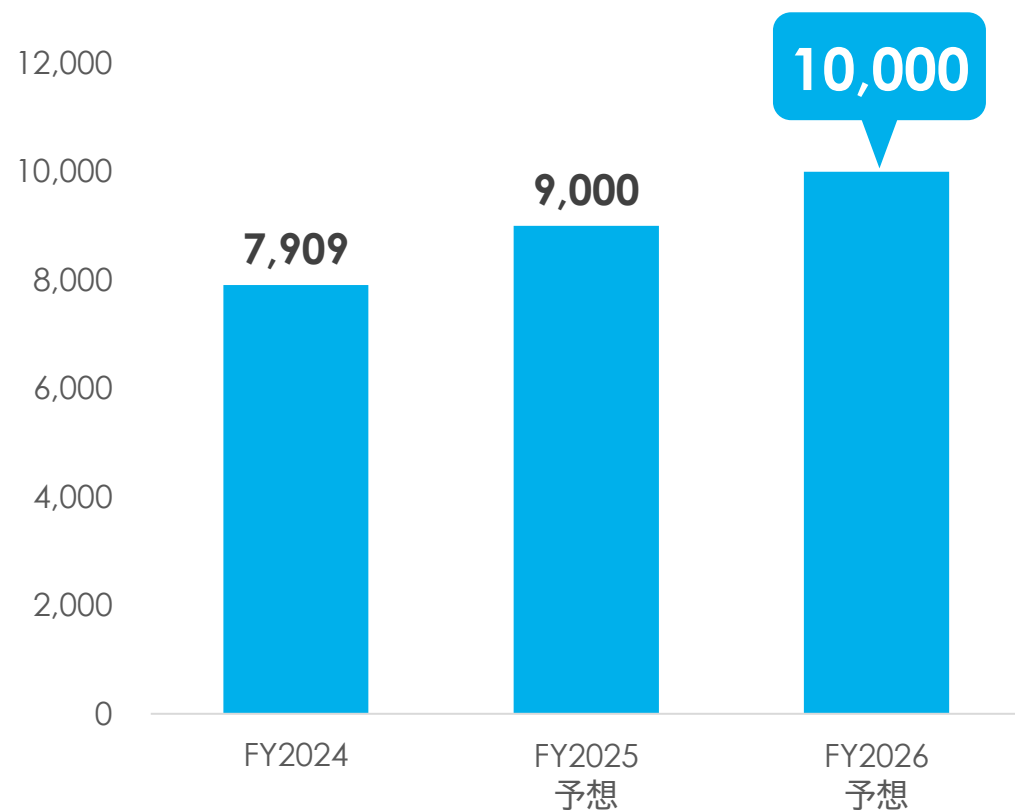


# 中期経営計画 まとめ

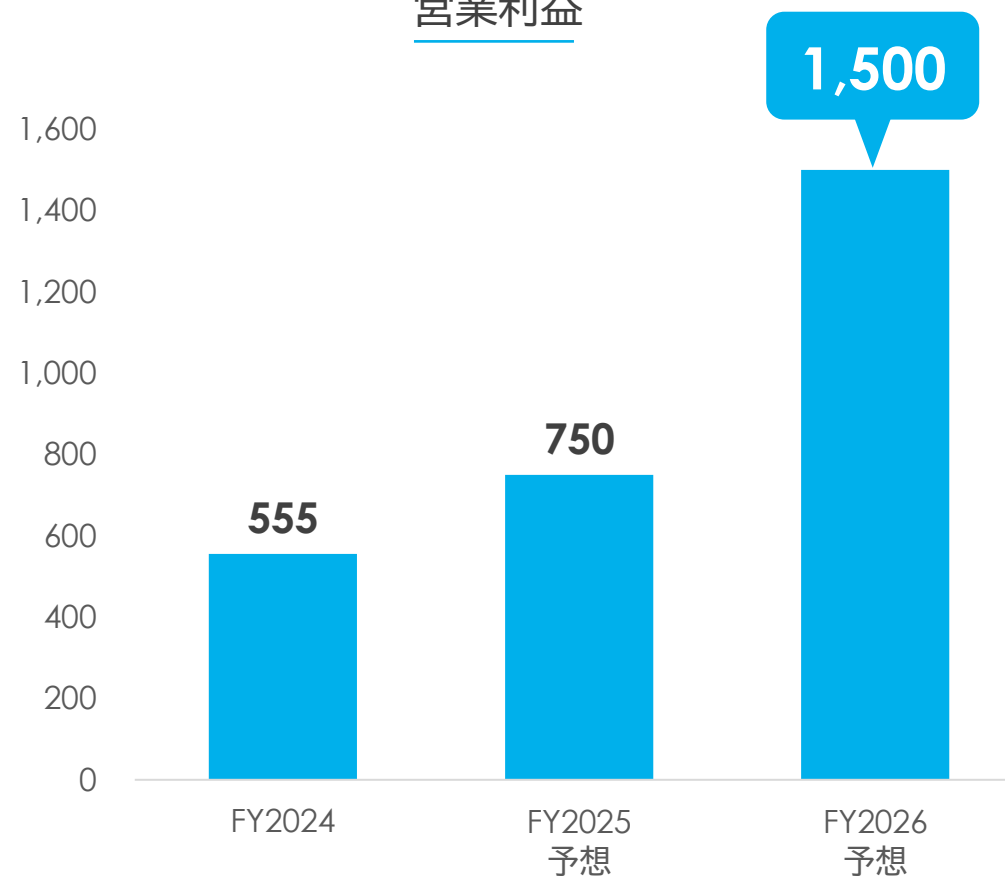
マーケティングソリューションが当初計画を上回りFY2026の売上高を修正  
中計3年目に向け、既存収益の更なる底上げと成長事業の成長にコミット

(単位:百万円)

売上高



営業利益



# 中期経営計画 FY2024-FY2026

## FY2025の目標経営指標



## FY2026に達成すべき目標経営指標



# 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 260名(単体) 414名(連結) ※2024年9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

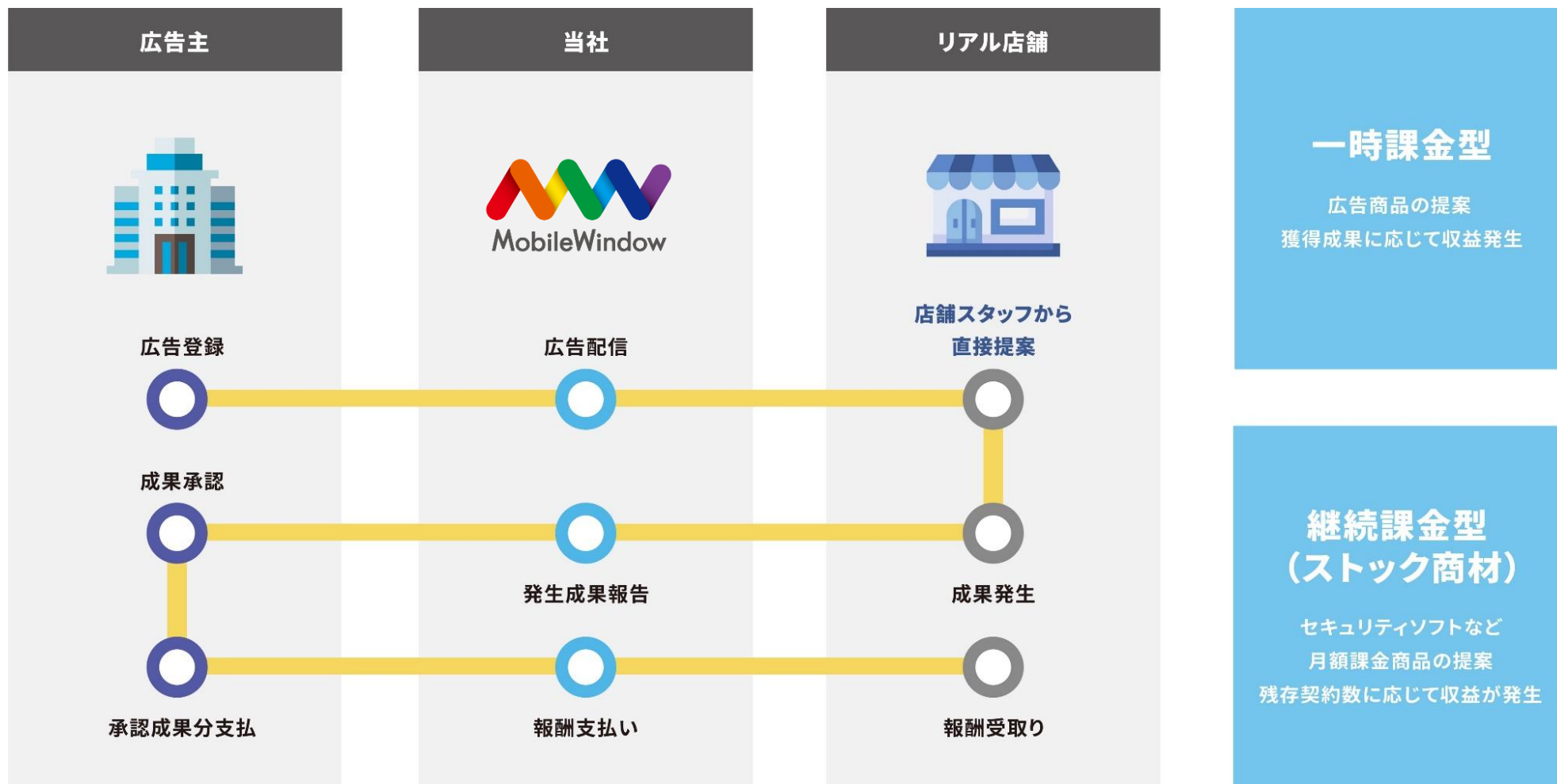
会社名	区分	事業内容
株式会社ストアフロント	連結	店舗向けアフィリエイトサービス「ストアフロントアフィリエイト」の運営や「ポケットバックアップ」「ダレカナブロック」のアプリを運営
4MEEE株式会社	連結	ファッションメディア「4MEEE」「4yuuu」などを運営
株式会社TAG STUDIO	連結	比較・検討メディア「転職派遣サーチ」などを運営
株式会社ユナイトプロジェクト	連結	学習塾検索サイト「塾シル」を運営
株式会社N1テクノロジーズ	連結	マーケティングSaaS「SiteLead(旧:賢瓦)」を運営
PT. INTERSPACE INDONESIA	連結	インドネシアで海外版「ACCESSTRADE」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

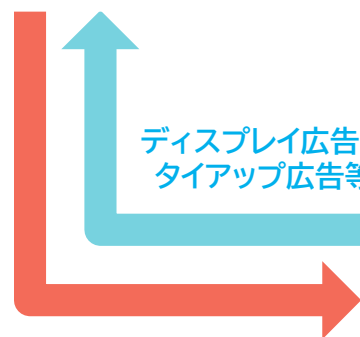


ブランド認知向上を目的とした  
広告収益モデル

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



情報の閲覧



ユーザーへの認知向上



# ビジネスモデル 比較・検討型メディア

熟シル!



取引企業数の拡大や  
ユーザー認知の向上などを図る

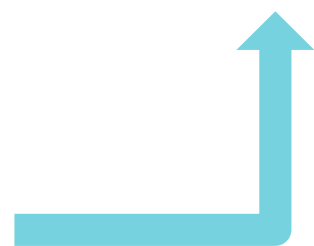
派遣サーチ



送客に応じた収益を得る  
成果型ビジネスモデル

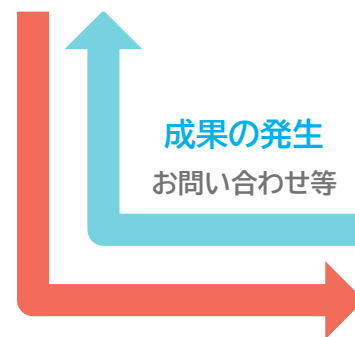


ユーザー



情報の閲覧

情報の掲載

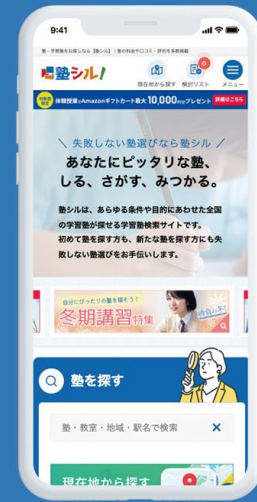


ユーザーを送客

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。