



2025年3月31日

各位

会社名株式会社 A V i C
代表者名代表取締役社長 市原 創吾
(コード番号：9554 東証グロース市場)
問合せ先取締役 C F O 笹野 誠
(TEL. 03-6272-6174)

直近のよくある問い合わせと回答

日頃より、当社に関心をお寄せいただき有難うございます。2025年2月14日に開示した2025年9月期第1四半期決算に関連して投資家様から特に多く寄せられた問い合わせと回答について、フェアディスクロージャーの観点から下記の通りお知らせいたします。

Q1. 2025年9月期1Q決算をどう評価するか？

2025年9月期1Q決算は、エンタープライズ顧客を中心に新規顧客の獲得が継続的に進展したことにより、YoY・QoQともに増収・増益となりました。社内計画対比では、売上高が計画通り、各段階利益が上振れての着地となっており、順調な進捗であるものと評価しております。計画策定時の想定と比べ、案件ミックスの関係（計画を上回る受注により相対的に利益率の高いインターネット広告サービスが上振れ、期ズレにより相対的に利益率の低いSEOコンサルティングサービスが下振れ）により、各段階利益が上振れての着地となっております。

Q2. 第2四半期以降の業績の進捗イメージは？

2025年9月期2Qも良好な事業状態が継続しており、社内計画を上回る水準にて進捗中で、YoY、QoQともに現時点で増収・増益が確度高く見通せております。そのため、過去最高の四半期売上高、各段階利益での着地となる見込みです。

3Q及び4Qは、2Qまでに開始している案件が継続しつつ、新たに受注した案件が開始することが見込まれております。結果的に、売上高の進捗について、過年度はマーケティングの需要期に当たる3月を含む2Qが強含む傾向にありましたが、進行期は、季節性以上に成長性が業績に与えるインパクトが大きく、 $1Q < 2Q < 3Q < 4Q$ となる見込みです。

なお、1Qにおいて期ズレの影響があったSEOコンサルティングサービスについても、2Qからは期ズレの影響が解消され、順調な成長をお示しできるものと考えております。

Q3. エンタープライズ顧客の獲得が順調とあるが、大手総合系広告代理店との協業によるものが多いのか？

エンタープライズ顧客の獲得について、大手総合系広告代理店との協業も順調に進捗しておりますが、当社単独での顧客獲得も同様に順調に進捗しております。

Q4. 売上高対比外注費比率の低下が顕著だが、その要因は？

売上高対比外注費比率は、2024年9月期1Qは29.5%でしたが、2025年9月期1Qは19.0%と低下しております。当社の強みを活かしながら、経営戦略に応じて同比率を適切にコントロールした結果となります。同比率低下の要因は主に2点に分けられ、影響度の高い順に説明申し上げます。

1点目が、SEOコンサルティングサービスにおける、自社開発ツールである『SEORY ARTICLE』の活用の進展です。SEOコンサルティングサービスの売上は、月次のコンサルティング料と、記事コンテンツの制作料で主に構成されます。後者の記事コンテンツの制作工程において、AIを搭載した『SEORY ARTICLE』を活用することで、記事コンテンツの制作費用の削減を実現できております。『SEORY ARTICLE』の機能の詳細につきましては、2024年12月20日開示の「[AIプロダクト開発に対する考え方と実績に関するお知らせ](#)」に記載しております。

2点目が、2024年9月期1QからM&Aにより連結開始となった、FACT社のPMIになります。当社がFACT社の経営にコミット（当社役職員のFACT社役員就任、週次でのモニタリング会議の実施等）をすることで、デューデリジェンス時に課題視・改善余地があると考えていた、各種プライシングの適正化等を実施しました。具体的なPMIの実施内容につきましては、2024年12月23日開示の「[直近のよくあるお問い合わせと回答](#)」の「Q4. M&Aの対象の選定軸とPMIの考え方について、教えてほしい。」に記載しております。

Q5. FACT社の営業利益率の上昇が顕著だが、PMIは完了したと理解しているのか？

FACT社の営業利益率は、当社の連結開始直後の2024年9月期1Qは△5.6%でしたが、着実なPMIを実施したことで、2025年9月期1Qは29.7%と良化しております。PMIの内容は

Q4の後段に記載しております。利益率改善のためのPMIは完了し、あとは売上高を伸ばしていただけというフェーズになっております。

Q6. 人材採用の状況をどう評価しているか？

足許は、中途採用が計画対比でややビハインドしている状況ではありますが、当社は即戦力人材に限った厳選した中途採用を実施しているため、現在の状況は期初に計画していた想定シナリオの範囲内でございます。もちろん、当社の採用基準に合致する即戦力中途人材を安定的かつ計画通りに採用することがベストシナリオではございますが、100%の達成率で必ず実現できるとまでは楽観視はしておりませんでした。

デジタルマーケティング業界における人材マーケットという外部環境に目を向けると、近年は、優秀な人材が大手デジタルマーケティング企業で経験を積んだ後、フリーランス化する動きが活発化しております。

そのような外部環境を踏まえ、かつ現在の中途採用が計画対比でややビハインドするというシナリオも想定していたことから、当社は過年度より、あらかじめ優秀なフリーランス人材との関係構築をし、当社の供給サイドに不足が発生したとしても、優秀なフリーランス人材に業務委託をできるような陣容を整備しておりました。

3Q以降にも受注案件が増加することが見込まれる足許においても、今後も即戦力中途採用に努めますが、適材適所での業務委託の活用を徐々に開始し、供給サイドの補完を図ることで、供給制約は発生しません。

また、マネージャー等中間層の育成も引き続き順調に進捗しております。さらに、将来のマネージャー候補である2026年4月入社の新卒社員数の採用目標は20名と過去最多の水準となっております。

以上