



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2023年11月

目次

- ① 会社概要
- ② 2023年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略
- ⑥ 2024年9月期 業績予想
- ⑦ リスク情報

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	990,83,0200円 (2023年9月時点)	役員	取締役 副社長執行役員 田中 宏幸 榎原 良樹
従業員数	326名 (連結、2023年9月時点)		取締役・監査等委員
主要関連会社	(株)マイクロアドデジタルサイネージ (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。

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

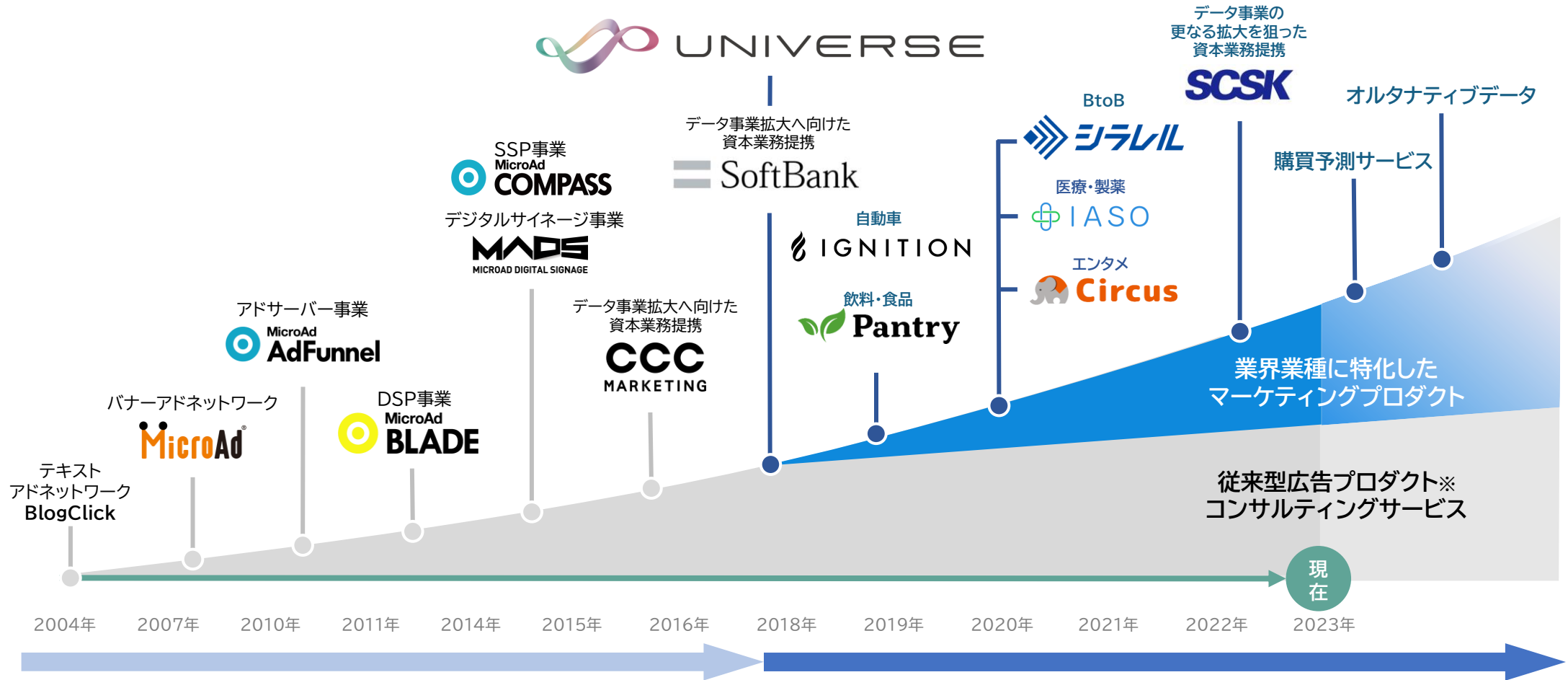
データとテクノロジーの力で
“未来を予測する”

物流・小売

金融

医療

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

目次

- ① 会社概要
- ② **2023年9月期 連結業績**
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略
- ⑥ 2024年9月期 業績予想
- ⑦ リスク情報

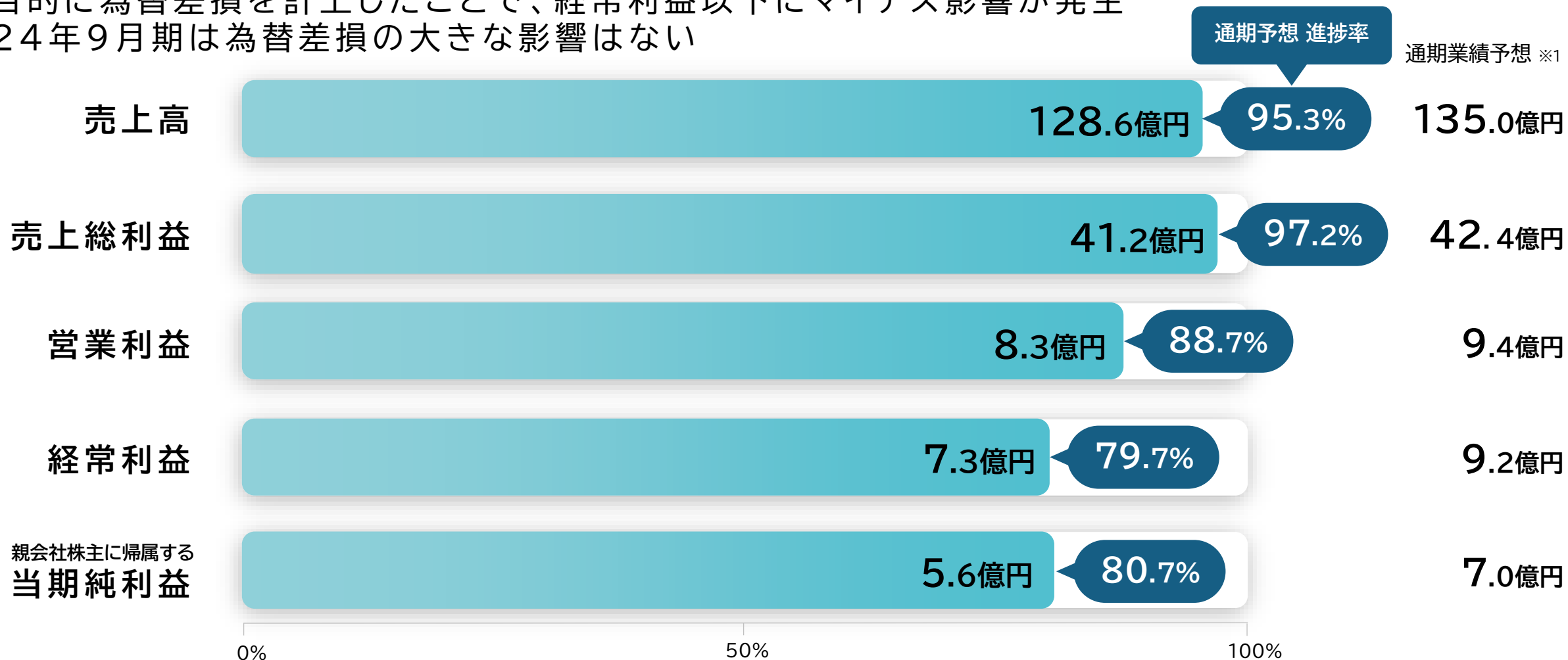
2023年9月期 連結業績サマリ

22年度に売却した子会社の売上を控除すると、**売上は前期比 + 11%増**
 利益率が向上したことで**営業利益は前期比 + 32%増**

(百万円)	2022年9月期	2023年9月期	増減	
			増減額	%
売上高	12,227	12,868	+641	+5.2%
売却子会社分考慮売上	11,574	12,868	+1,293	+11.2%
売上総利益	3,786	4,129	+343	+9.1%
営業利益	626	833	+206	+32.9%
経常利益	592	738	+145	+24.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	496	565	+68	+13.9%

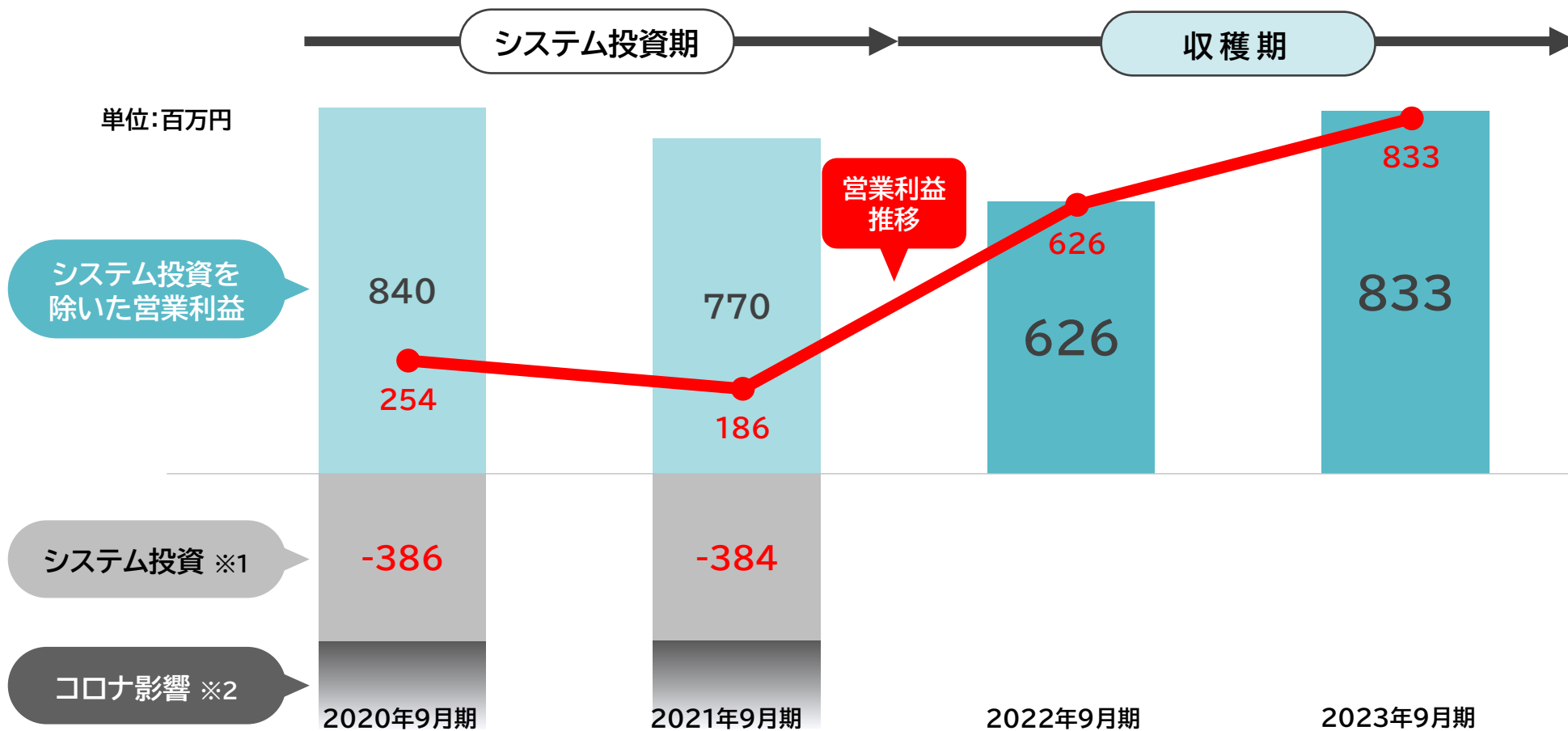
2023年9月期 通期業績予想に対する進捗

第3四半期に海外拠点を含めた連結会計において、為替レートの変動によるギャップ調整を目的に為替差損を計上したことで、経常利益以下にマイナス影響が発生
 24年9月期は為替差損の大きな影響はない



営業利益と投資額の推移

20年9月期～21年9月期は新型コロナウイルス感染症の影響や、広告プラットフォームの刷新などによって、一時的に営業利益が下落
 将来のコスト削減を目的に実施したデータセンター移設や、新広告プラットフォーム開発などの先行投資が21年9月期に完了し、22年9月期より収穫期へ
 上場による調達資金834百万円については、当初の計画通り、2023年9月期以降のデータプロダクト「UNIVERSE」関連の人的費・採用費及び、システム開発資金に充当。



目次

- ① 会社概要
- ② 2023年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル**
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略
- ⑥ 2024年9月期 業績予想
- ⑦ リスク情報

当社が提供する事業

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**」の二つの事業

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



ドラッグストア

美容サロン

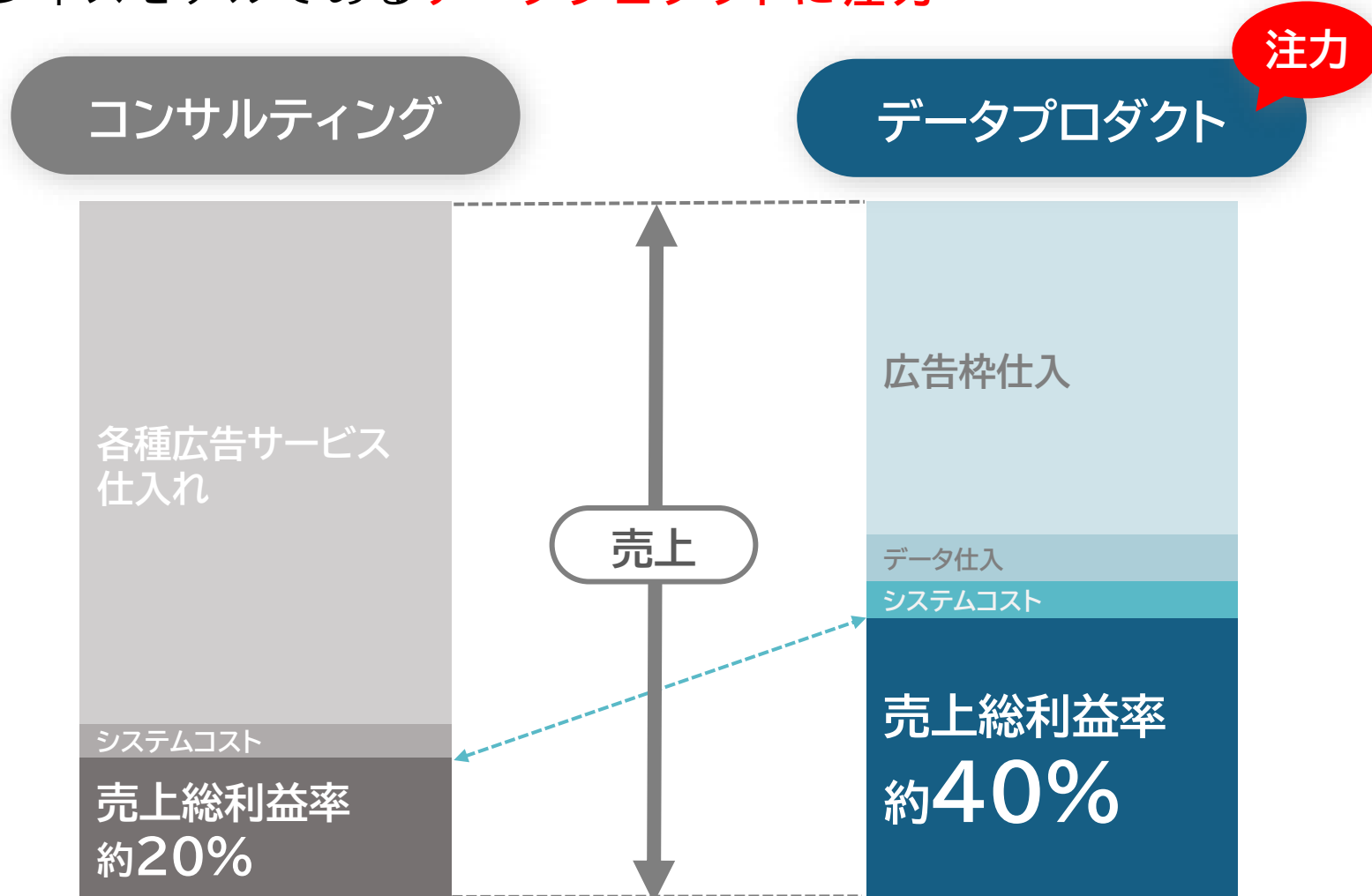
...

屋外ビジョン

タクシー

事業毎の収益性

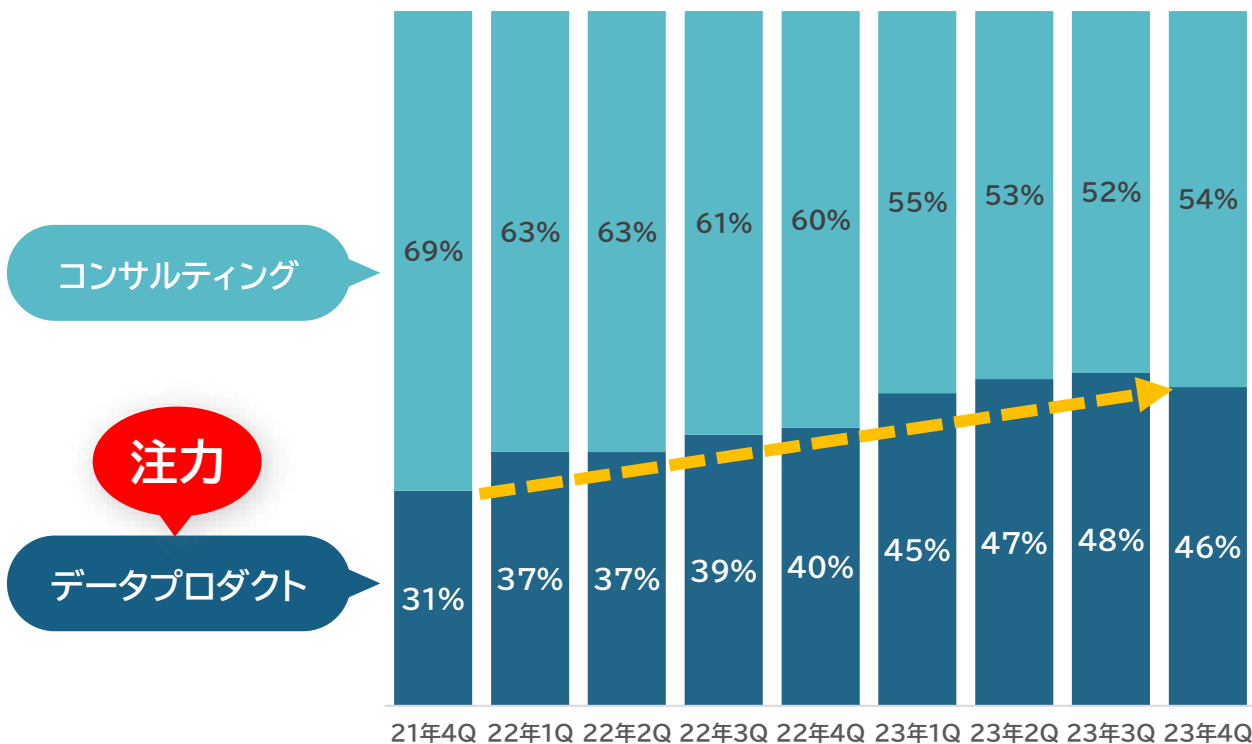
データプロダクトはデータ活用と独自の分析技術による高い付加価値によって高収益を実現
収益性の高いビジネスモデルである **データプロダクトに注力**



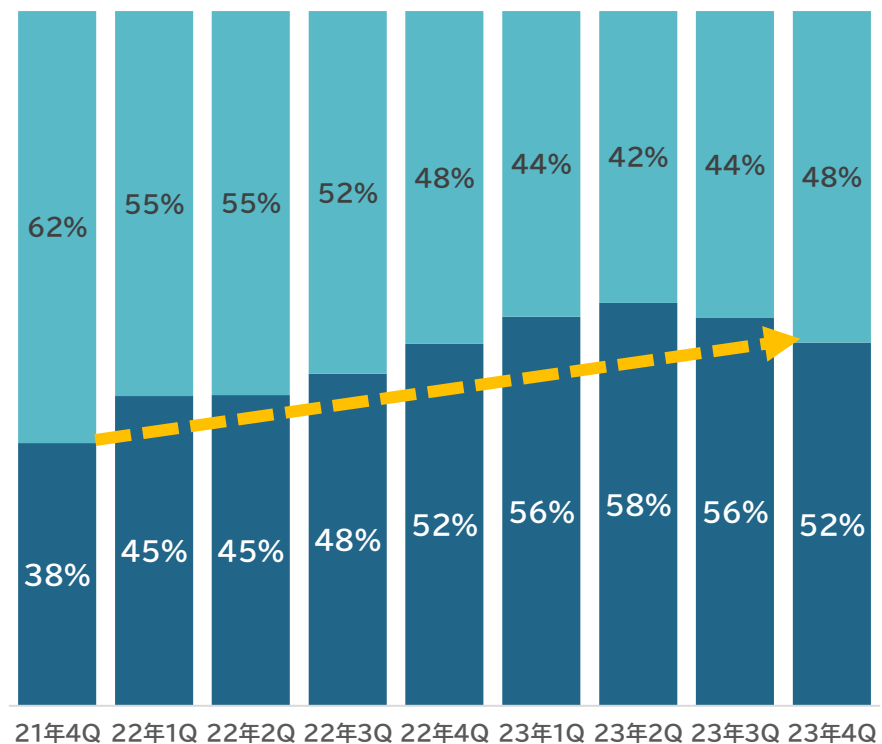
サービス毎の売上・粗利シェア

収益性の高いデータプロダクトを拡大することで、**事業全体の収益性が向上**

売上シェア



売上総利益シェア



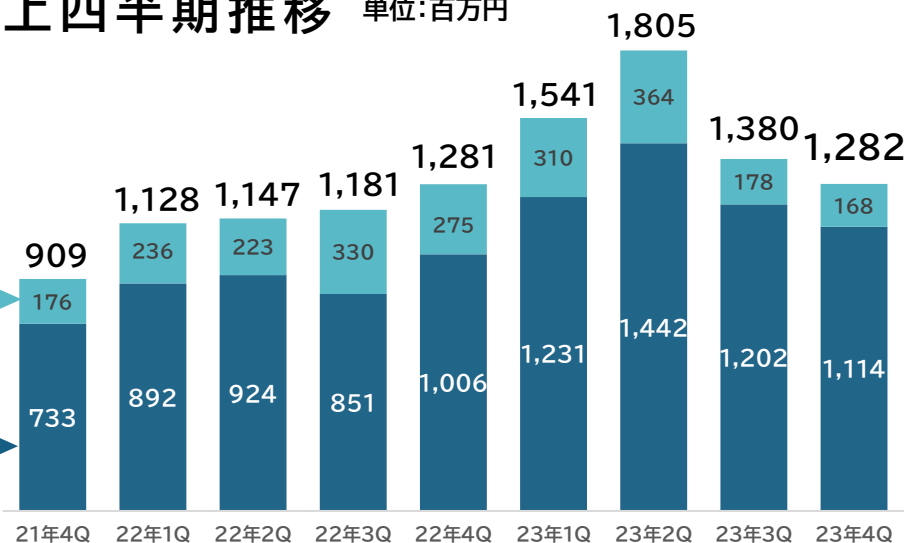
データプロダクトの売上・粗利推移

UNIVERSEを中心とした売上拡大により、**売上高は前年比26%増 / 粗利は前年比28%増**

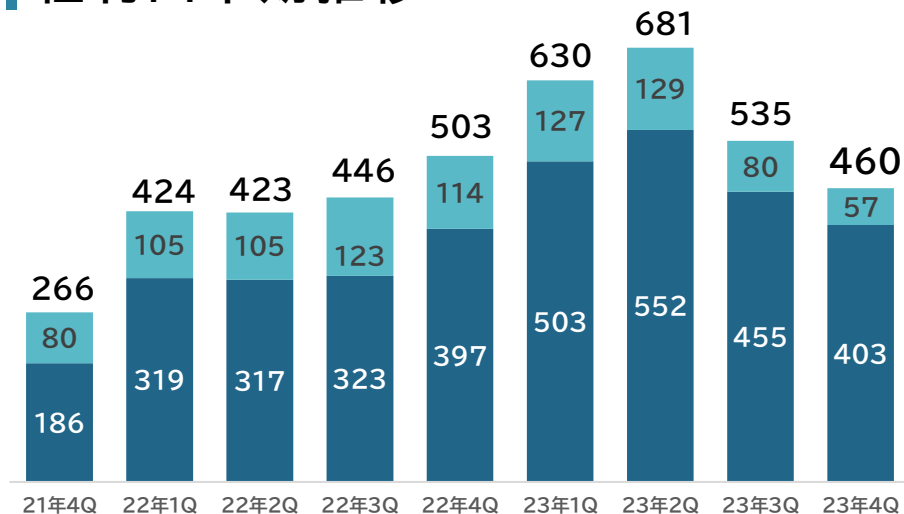
売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2022年9月期	2023年9月期	増減	
			増減額	%
売上高	4,736	6,008	+1,271	+26.8%
売上総利益	1,796	2,305	+509	+28.4%

売上四半期推移 単位:百万円

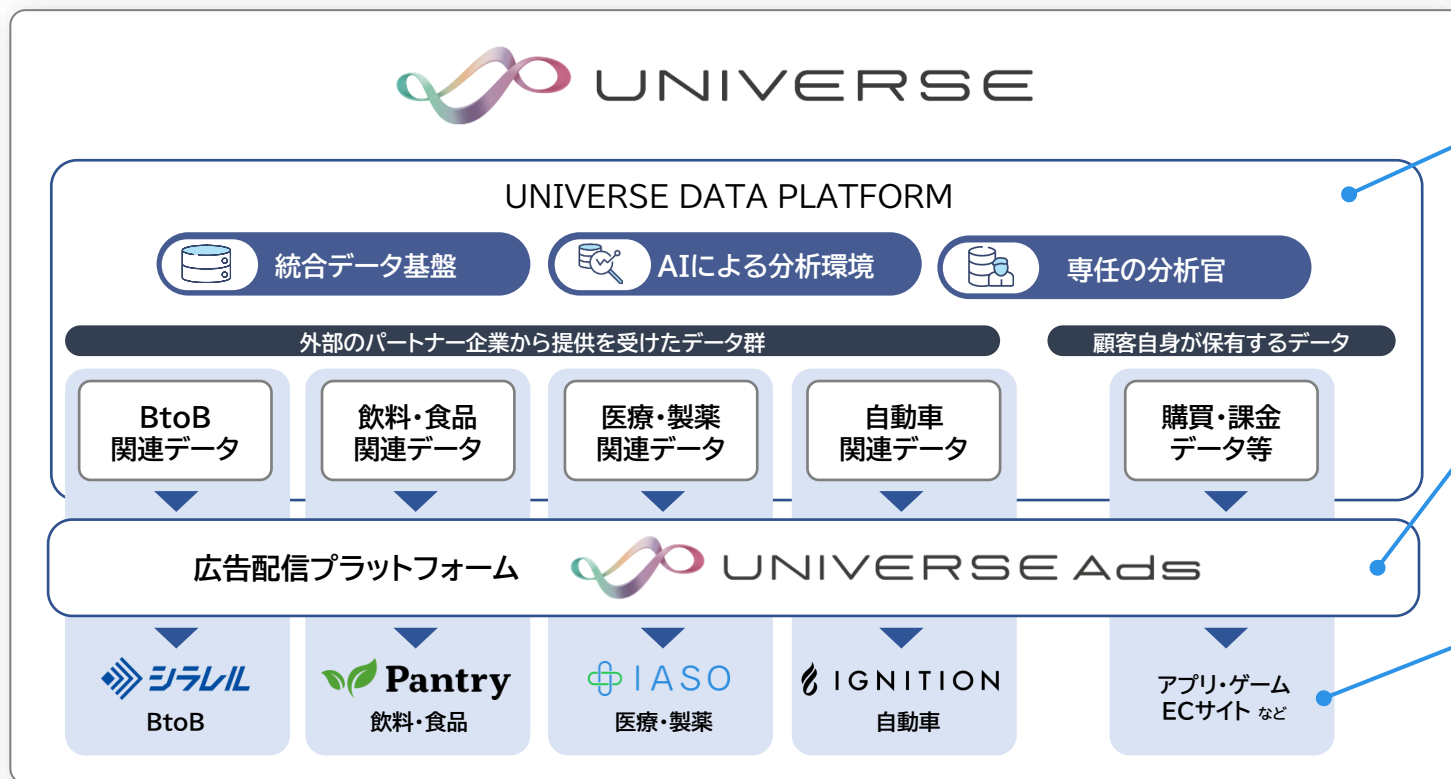


粗利四半期推移 単位:百万円



データプロダクト「UNIVERSE」について

従来型広告プロダクトにおいては、広告主の業界業種に関わらず、画一的なターゲティング機能を提供するものであったが、UNIVERSEでは膨大なデータから業界業種毎の消費行動プロセスの違いを分析することで、特定の製品カテゴリ毎に比較検討を開始したユーザー、最終的な購買検討段階に移行したユーザー、購買意欲が急激に高まった瞬間など、ひとりひとりの製品認知・購買プロセスの段階に応じた、より効果的な広告配信を実現している。



UNIVERSE DATA PLATFORM

200を超える外部のデータ保有企業・メディア(※1)から、業界・業種に特化した消費行動データを収集・蓄積。そのデータを活用し、AIや専任の分析官によって業界業種毎の消費行動モデルの分析を行い、各種プロダクトの広告配信に活用。

UNIVERSE Ads

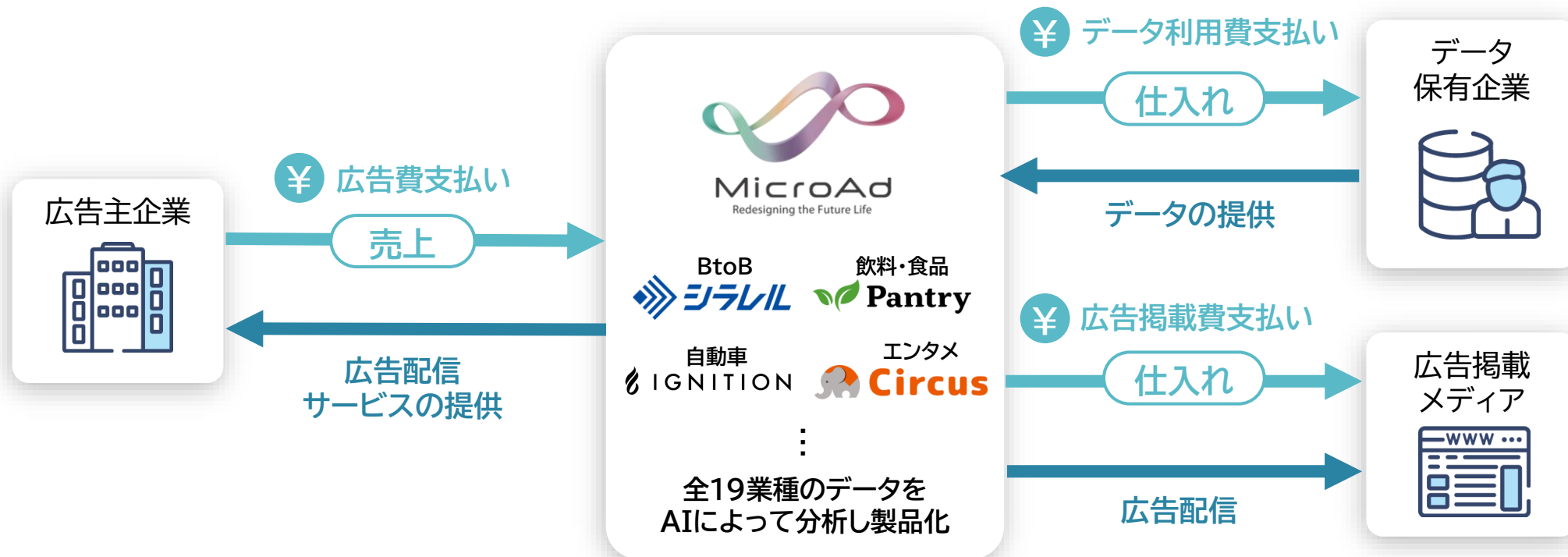
広告主向けの広告配信プラットフォーム。RTB(※2)という技術を用いて、ユーザー毎にリアルタイムに最適な広告を選択し、オークション形式で広告配信を行う。入札最適化機能によって、広告配信の費用対効果の最大化を実現。

業界業種に特化したプロダクト展開

二つのプラットフォームを組み合わせることで、業界業種に特化した複数のプロダクトを開発。2022年9月時点で17業種に展開。

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「UNIVERSE」のソリューション例

UNIVERSEが提供する業界業種に特化した各種マーケティングプロダクトが解決する課題
全19業種(※2023年9月時点)のプロダクト展開を行っており、データ活用を行う主要な5製品を抜粋

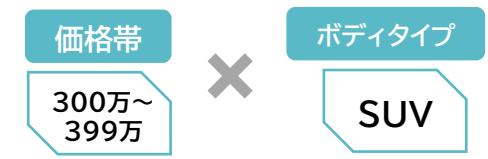
プロダクト	企業の課題	UNIVERSEのソリューション
B to B 	人事部門や経理部門の決裁権者に アプローチできない	>>> データを活用し企業の 特定部門の役職者等を推定し直接アプローチ
医療・製薬 	規制強化によって 医薬品の営業活動が行えない	>>> データを活用し特定の疾患予備軍を推定することで 疾患やワクチンの啓発活動を実施
飲料・食品 	実店舗での商品購買に対して 広告宣伝がどの程度効果があったのか分からない	>>> 実店舗での購買データを活用し 商品購買に対する広告効果を可視化
自動車 	自動車購買の比較検討のデジタル化が進み、 消費者の購買意欲が正しく把握できない	>>> 比較検討～購買直前までの 消費者毎の購買意欲の段階に応じたマーケティングを実現
エンタメ 	エンタメ作品ごとの 細かな趣味嗜好に沿った宣伝が行えない	>>> 作品ジャンルや、監督、俳優など 消費者の細かな趣味嗜好に基づいたマーケティングを実現

データプロダクト「UNIVERSE」の分析例

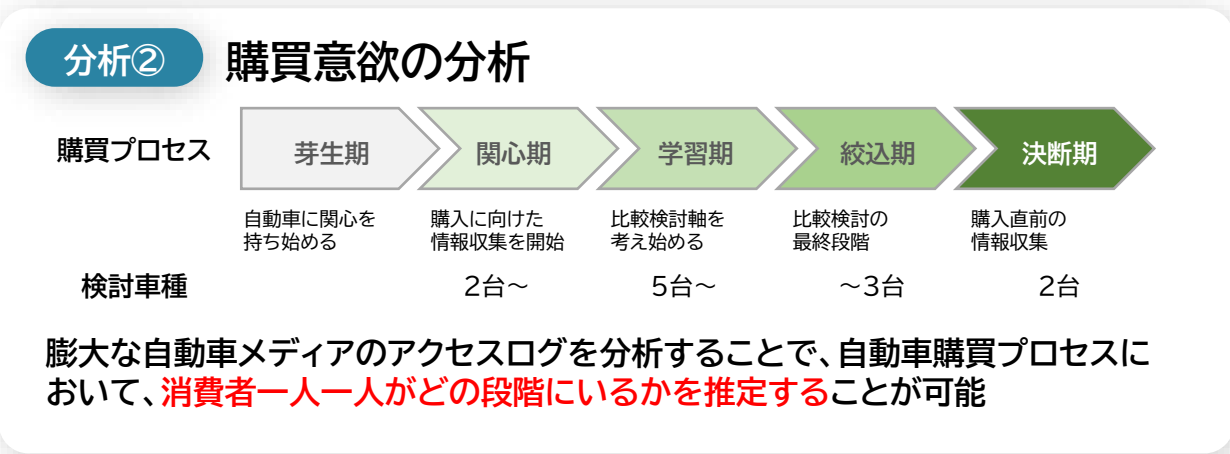
自動車向け IGNITION の分析プロセス



分析結果を活用した広告配信例



300万円台のSUV購入検討ユーザーへ広告配信

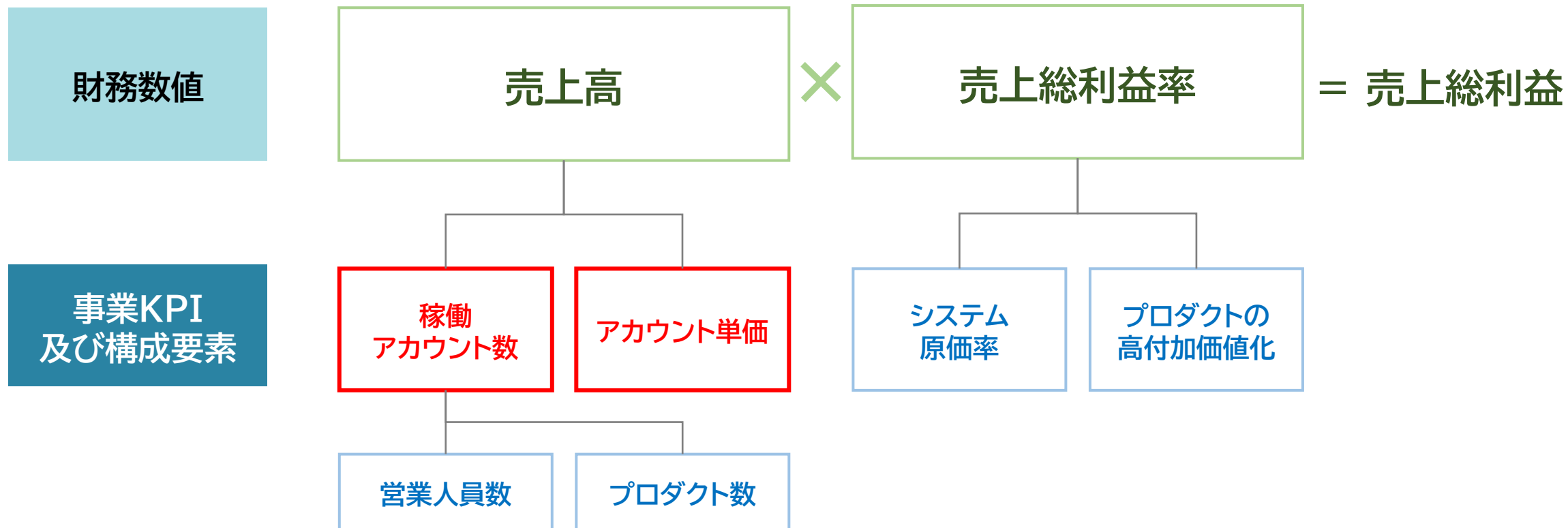


- ・燃費等の機能性比較に関する情報へ接触
- ・レビューコンテンツを頻繁に閲覧
- ・検討車種数は3台以内

比較検討の最終段階のユーザーへ広告配信

経営上の目標とするKPI

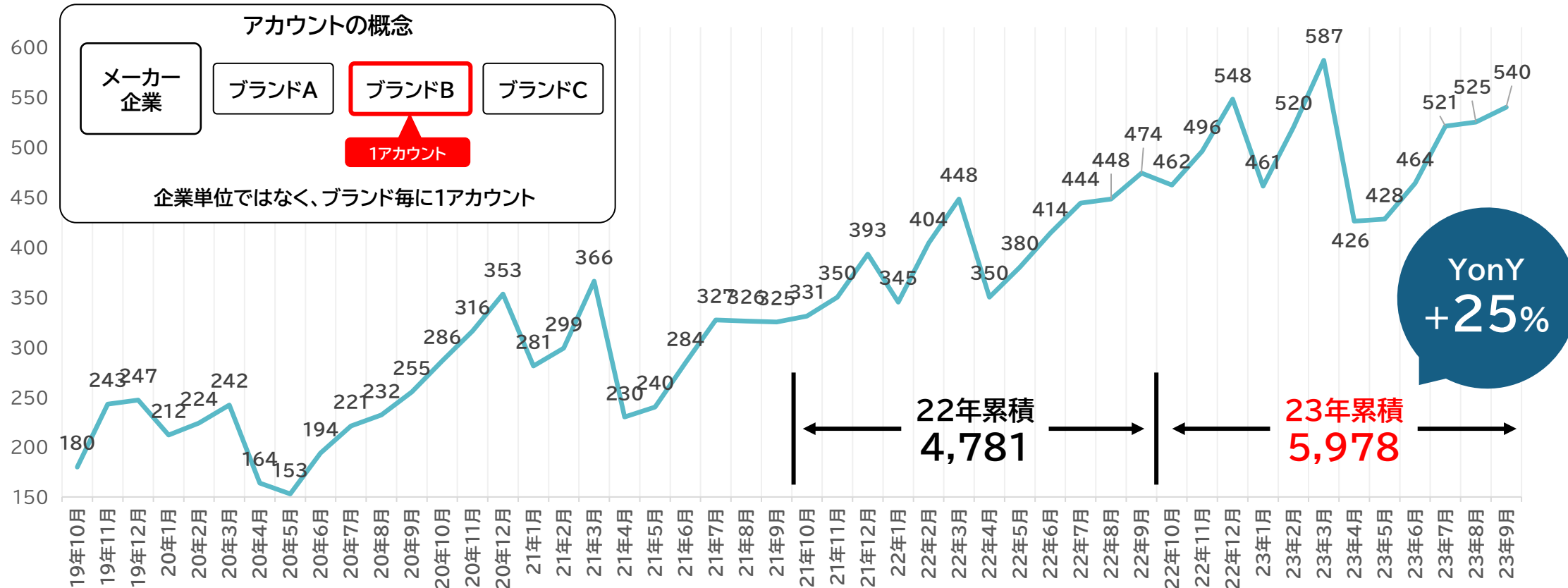
収益性の高いデータプロダクト「UNIVERSE」の稼働アカウント数及び、アカウント単価の拡大が業績拡大へ向けた重要なKPIと認識



データプロダクト「UNIVERSE」のKPI – 稼働アカウント

前回開示の「⑤市場環境と成長戦略」におけるデータプロダクトの拡大戦略の各施策を実行したことで、**23年通期の稼働アカウント数は5,978となり、前期比25%増の成長**

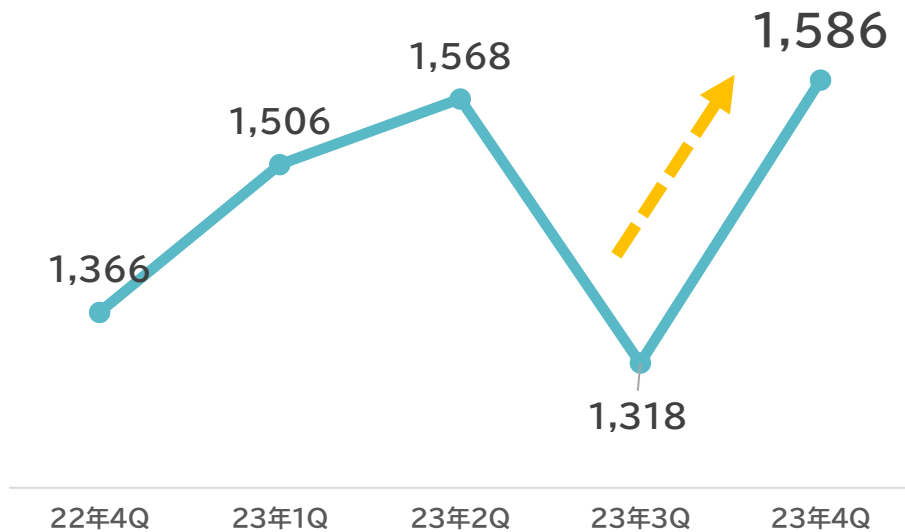
稼働アカウントの月次推移



UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

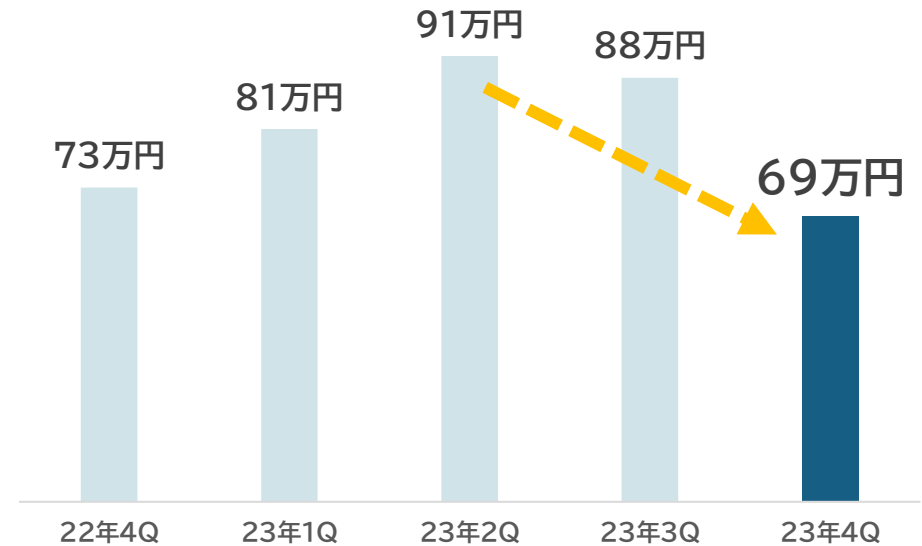
広告市況の悪化を受けた、**大手顧客(特に外資系顧客)の予算縮小**により平均単価が減少
アカウント数は回復しているが、全体の平均顧客単価が下落

稼働アカウントの推移



アカウント数は3Qの減少から回復

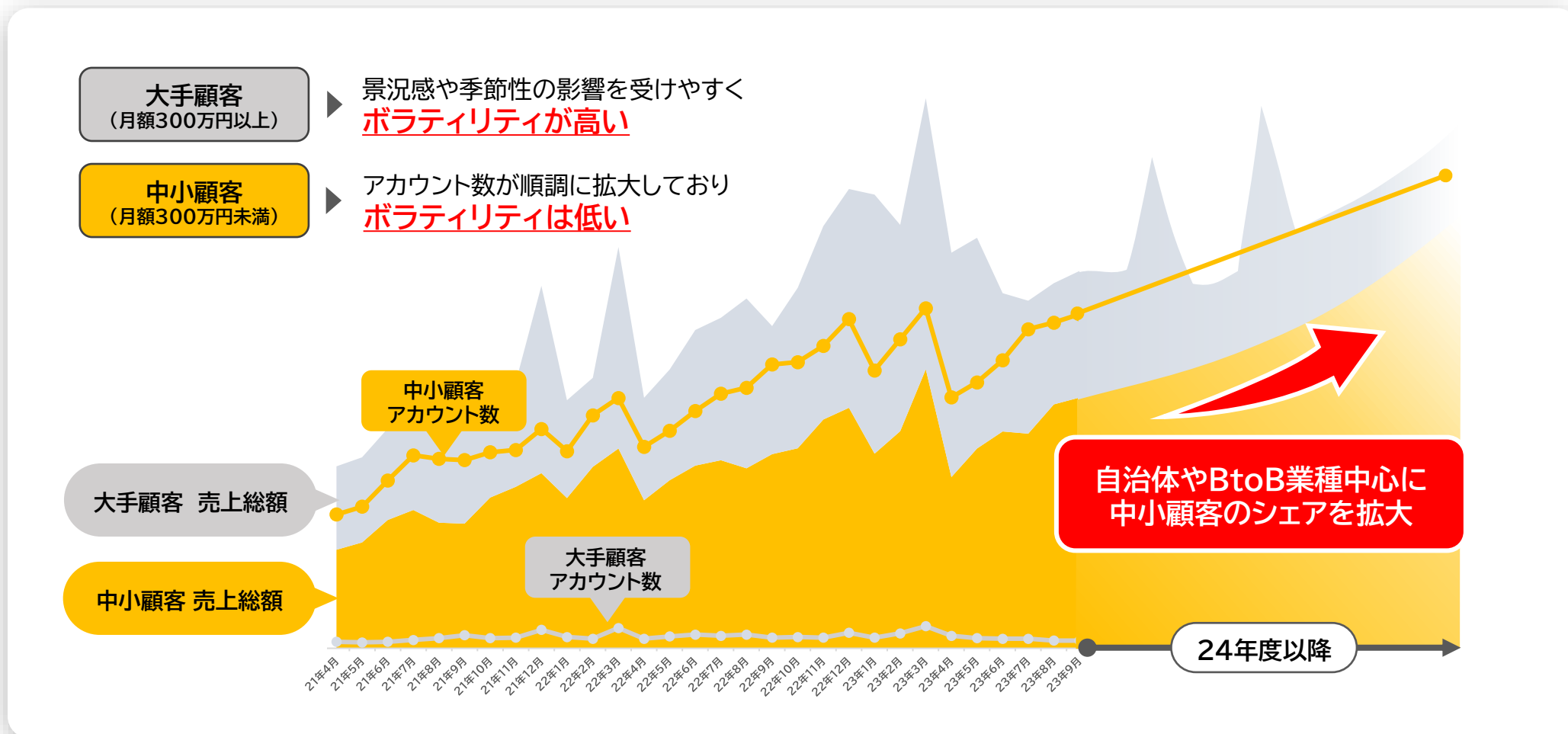
平均顧客単価の推移



平均顧客単価が3Q以降減少

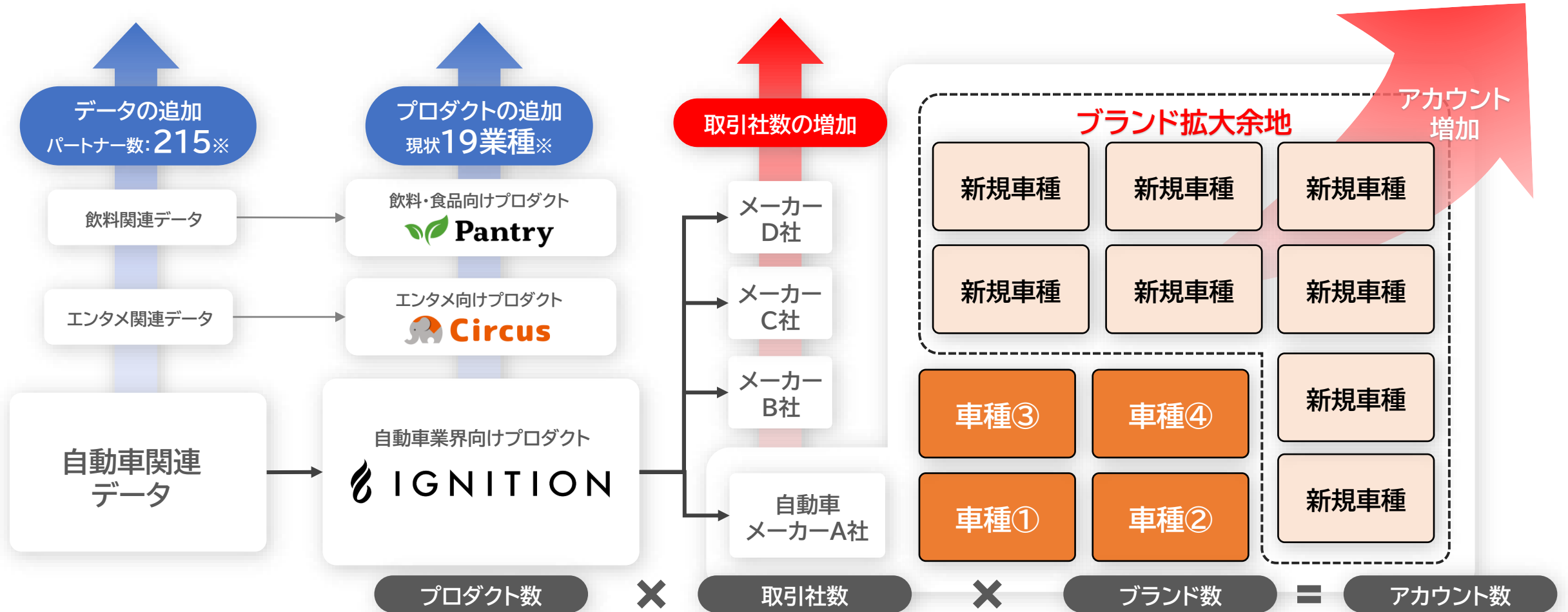
顧客属性ごとの推移と見通し

大手顧客はアカウント数や売上のボラティリティが高いが、**中小顧客は安定的に成長**
中小顧客のアカウント数拡大に注力することで、**顧客基盤の強化により業績の安定化**を目指す



UNIVERSEのアカウント数拡大に向けた戦略

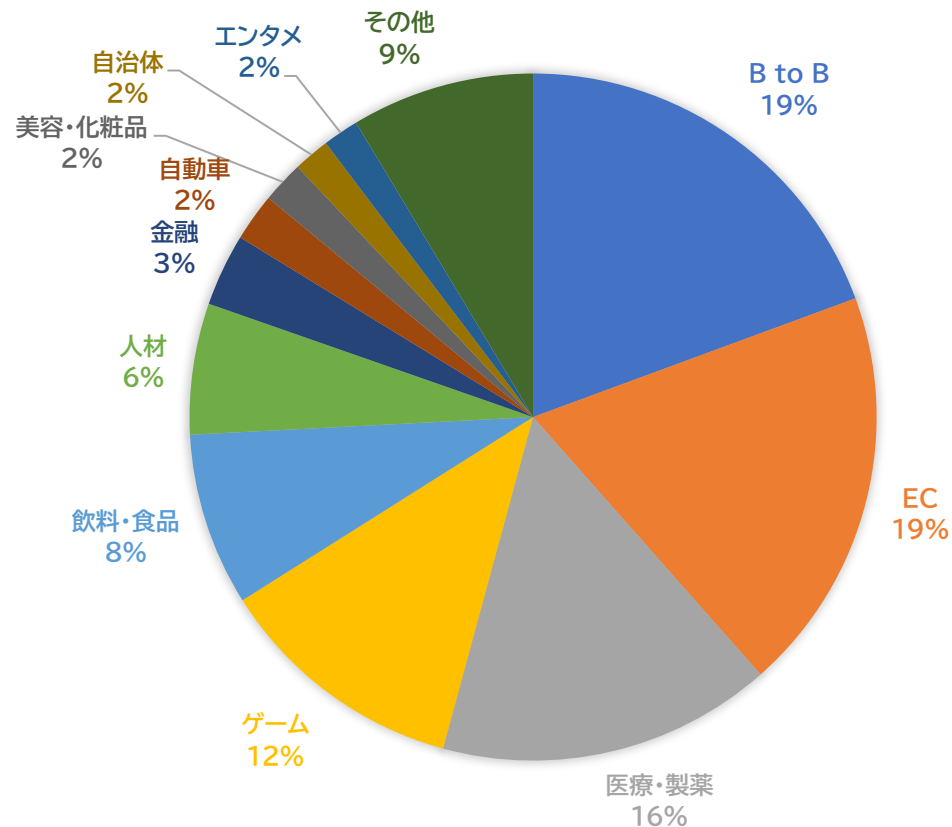
新しい業界業種へのプロダクト展開に加え、
既存顧客企業の製品ブランドへの横展開によってアカウント数の拡大を狙う



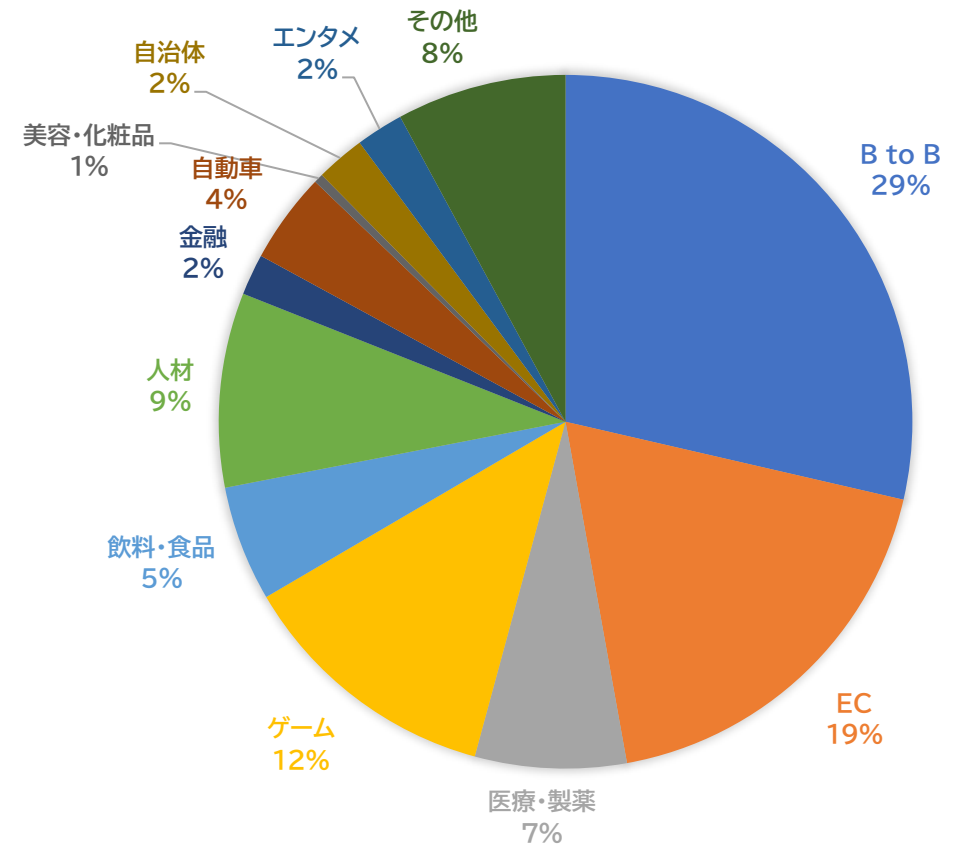
UNIVERSEにおける業種毎のシェア

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**
 医療・製薬は業種特有の季節性によって一時的にシェアが低下

第3四半期の業種ごと売上シェア

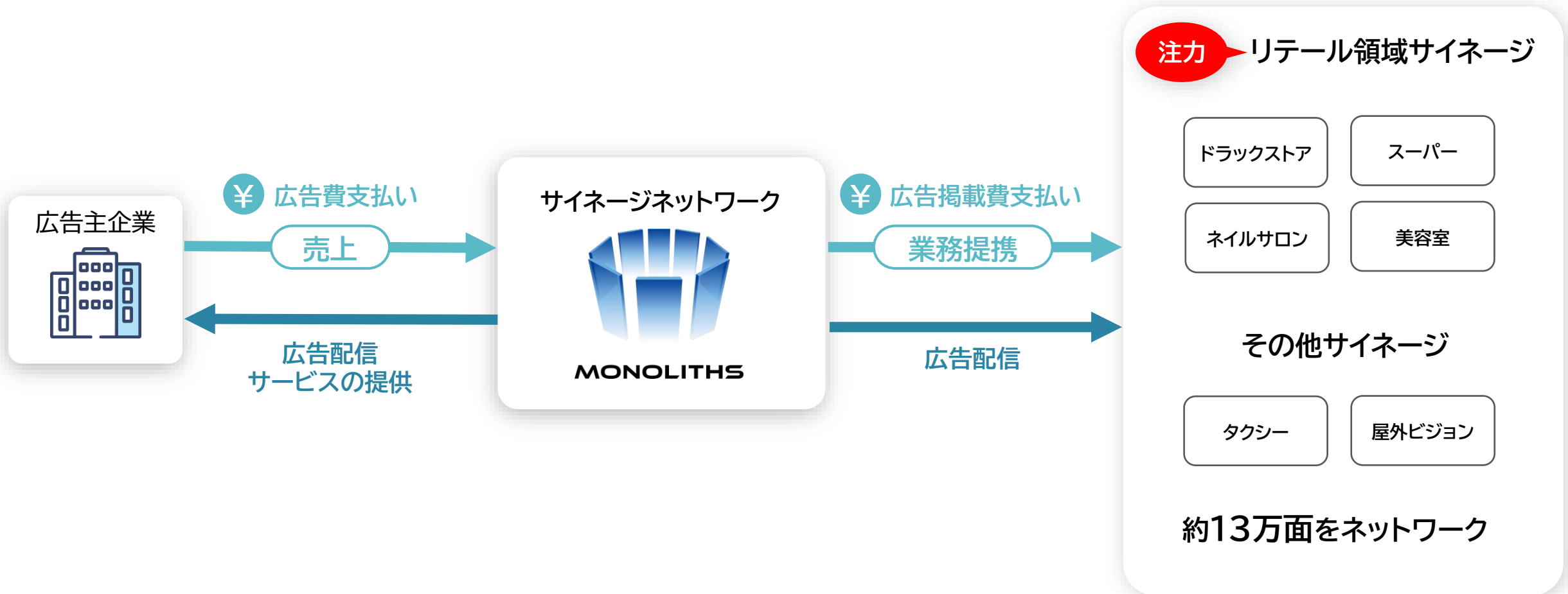


第4四半期の業種ごと売上シェア



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



コンサルティングの売上・粗利推移

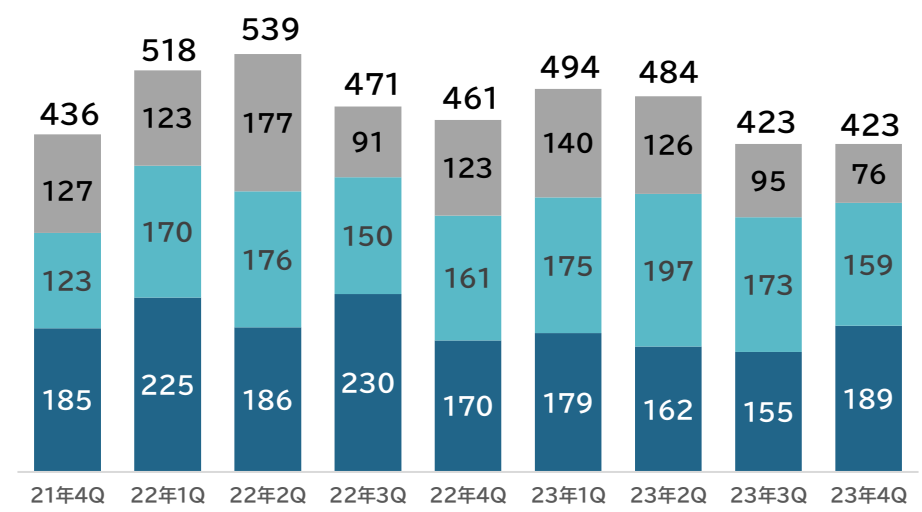
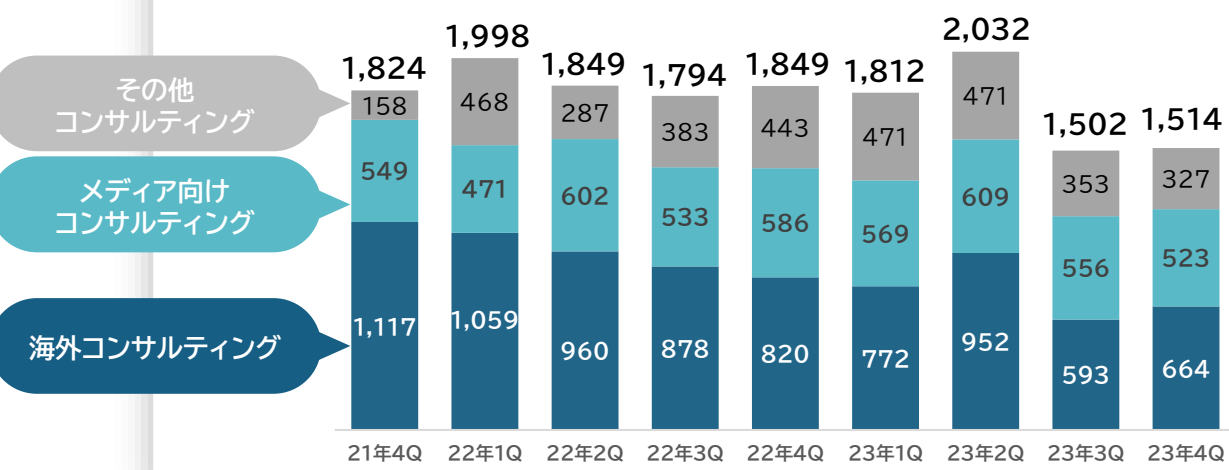
メディア向けコンサルは緩やかに成長し売上・粗利は拡大したが、海外向けコンサルの海外拠点の売却により、コンサルティングサービス全体では減収・減益

売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2022年9月期※1	2023年9月期	増減	
			増減額	%
売上高	7,491	6,860	-631	-8.4%
売上総利益	1,989	1,824	-165	-8.3%

売上四半期推移 単位:百万円

粗利四半期推移 単位:百万円



メディア向けコンサルティングサービスのビジネスモデル

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



MicroAd COMPASS

インターネット広告を掲載するメディア企業向けの広告収益最大化サービスとして、「MicroAd COMPASS」を提供
RTB(※1)によるオークションによってリアルタイムに最も収益が見込まれる広告を瞬時に選択することで、メディア企業の広告収益の拡大に貢献



MicroAd
COMPASS

広告配信

580億回/月間

株式会社エンハンス

企業のデジタルマーケティングのコンサルティングサービスとして、株式会社エンハンスがサービスを提供。
当社グループが提供する製品に加え、他社の各種広告サービスを組み合わせることで、デジタルマーケティングの総合的な課題解決を実現

Enhance

- ・広告主企業向けに、広告ターゲティングや各種ツール活用のプランニング

- ・メディア企業向けに、メディア運営のコンサルティングから、広告収益最大化へ向けた運用支援

海外向けコンサルティングサービスのビジネスモデル

主に、台湾を中心とした東南アジアの現地企業に対するデジタルマーケティングのコンサルティングサービスを提供。
台湾においては、独自の広告プラットフォーム「COMPASS-FIT」の提供や、
自社運営の訪日インバウンドメディア「Japaholic」でのタイアップ広告の提供などもコンサルティングサービスの一環として実施。



デジタルマーケティングにおける コンサルティングサービス

- ・プロモーション施策の立案
- ・LINE、Google、Facebookなどの広告枠の買い付け・運用
- ・広告クリエイティブの制作

台湾:独自の広告プラットフォーム提供



COMPASS-FIT
ネイティブ広告(※1)に特化した
独自の広告プラットフォームの提供

台湾:訪日インバウンドメディア運営

Japaholic 台湾・香港の親日女性向けメディア
の運営及び、広告商品の販売
www.japaholic.com

目次

- ① 会社概要
- ② 2023年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性**
- ⑤ 市場環境と成長戦略
- ⑥ 2024年9月期 業績予想
- ⑦ リスク情報

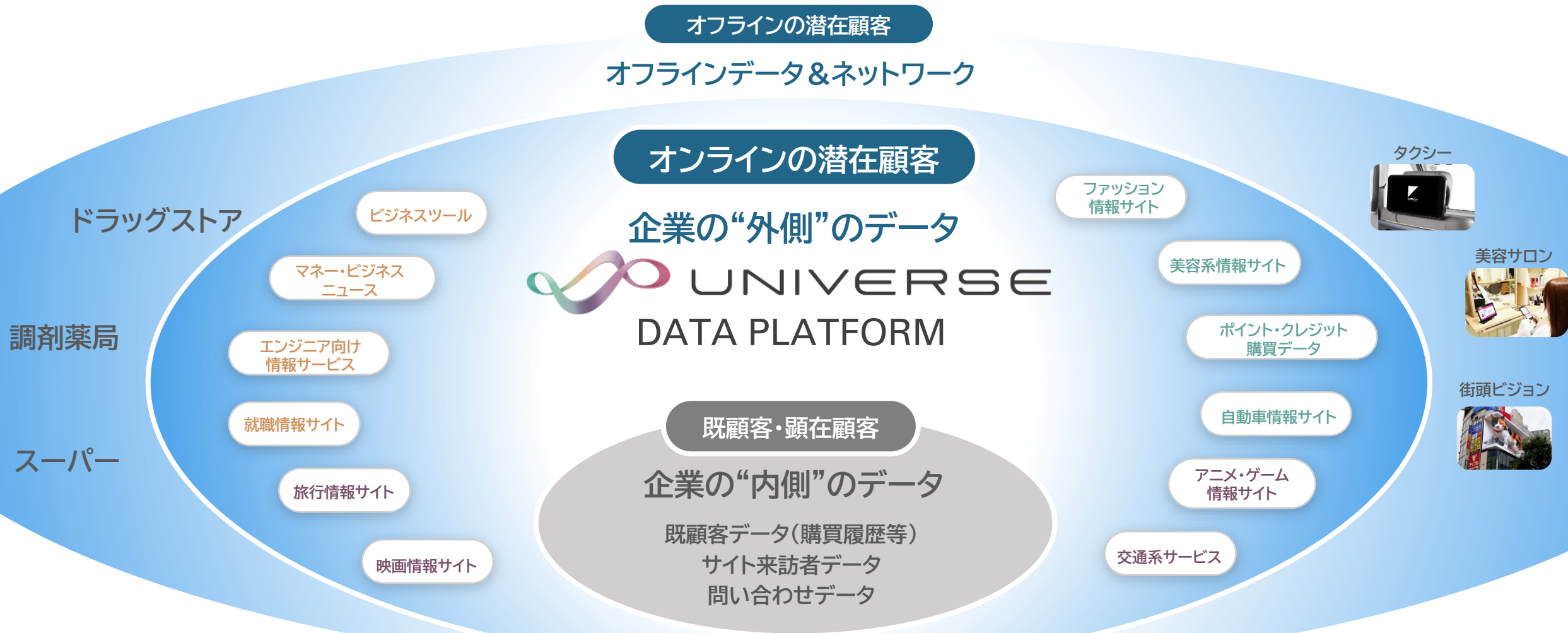
データプラットフォーム「UNIVERSE」

約215※のパートナーから様々な消費購買データを収集し、各種マーケティングプロダクトに活用
膨大なデータによって、**様々な業界業種の消費行動に基づいたマーケティングプロダクト**の開発が可能。



オンライン・オフラインの潜在顧客データ

企業の“内側”のデータによって、既存顧客や顕在顧客分析を行う事業者は数多く存在するが
当社グループは、企業の“外側”のデータやオフラインの広告ネットワークにより、**企業の知りえない潜在顧客 = 新規顧客の開拓を実現**



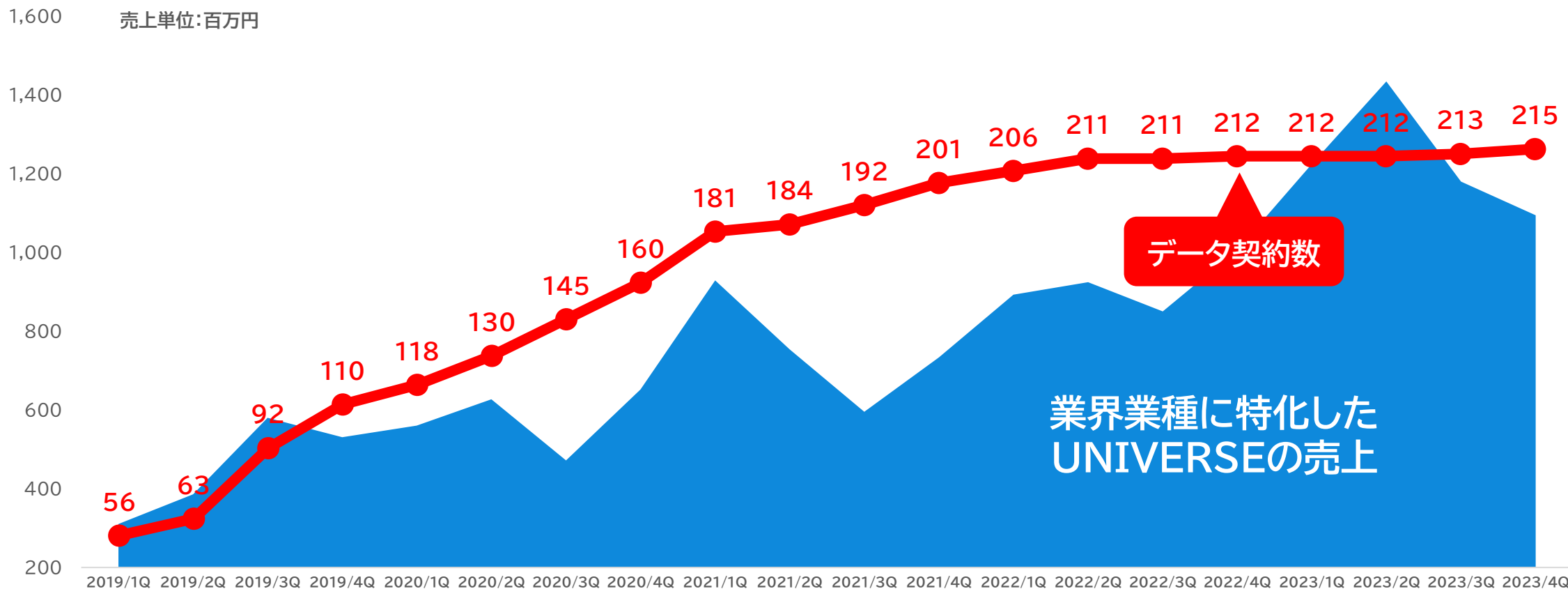
データプラットフォームのビジネスモデル

広告主企業から支払われる広告費の一部を、レベニューシェアという形でデータ保有企業に支払うモデル
UNIVERSEにおける分析によって、データの付加価値を高め、より多くの企業にデータが利用されることで
データ保有企業にとってはデータ資産による収益が拡大する



データ契約数とUNIVERSE売上の推移

データ契約数の拡大と共に業界業種に特化した新しいマーケティングプロダクトを開発することで売上を拡大



データ契約数拡大における競争優位性

UNIVERSEによって積み上げたデータ保有企業との取引実績や収益化実績が、データ契約数拡大における、競争優位性および、高い参入障壁となっている

データ保有企業が重視する二つのポイント

データの収益性

- データを提供することで収益が上がる見込みがあるのか？
- 提供したデータが多くの企業に利用されるのか？

データ提供のリスク

- 提供したデータが関連法令等に準拠し適切に扱われるか？
- 提供したデータが競合企業などに利用されないか？
- データ提供にあたってレピュテーションリスクは無いのか？



収益化の実現

- 200を超えるデータ保有企業との連携実績
- 取引代理店や過去の実績から事前にデータの需要が予測可能
- 独自の分析力によって需要に即したデータ加工と製品化を実現

リスクコントロール

- 関連法令への準拠等、データ取扱いのルールを定めて管理
- 企業のデータ利用時に利用可否判断のフローを構築
- 過去の実績を元にしたレピュテーションリスクのコントロール

独自の販売ネットワークによるマネタイズ力

17年間で培った、広告代理店を中心とする独自の販売ネットワークにより、新しい商品開発における需要の予測や、新製品を即座に市場投入することが可能



独自の広告配信ネットワークによるマネタイズ力

オンライン・オフラインの様々な広告掲載面を抱えるネットワークを独自に保有することで、多くの消費者への広告のリーチと、広告ビジネスのマネタイズを実現

オンラインネットワーク



広告配信 **580億回**/月間
※2023年9月実績

累計**2,000社**以上と提携
※2023年9月実績

オフラインネットワーク



デジタルサイネージ設置数 **13万面**
※2023年9月実績

ドラッグストア

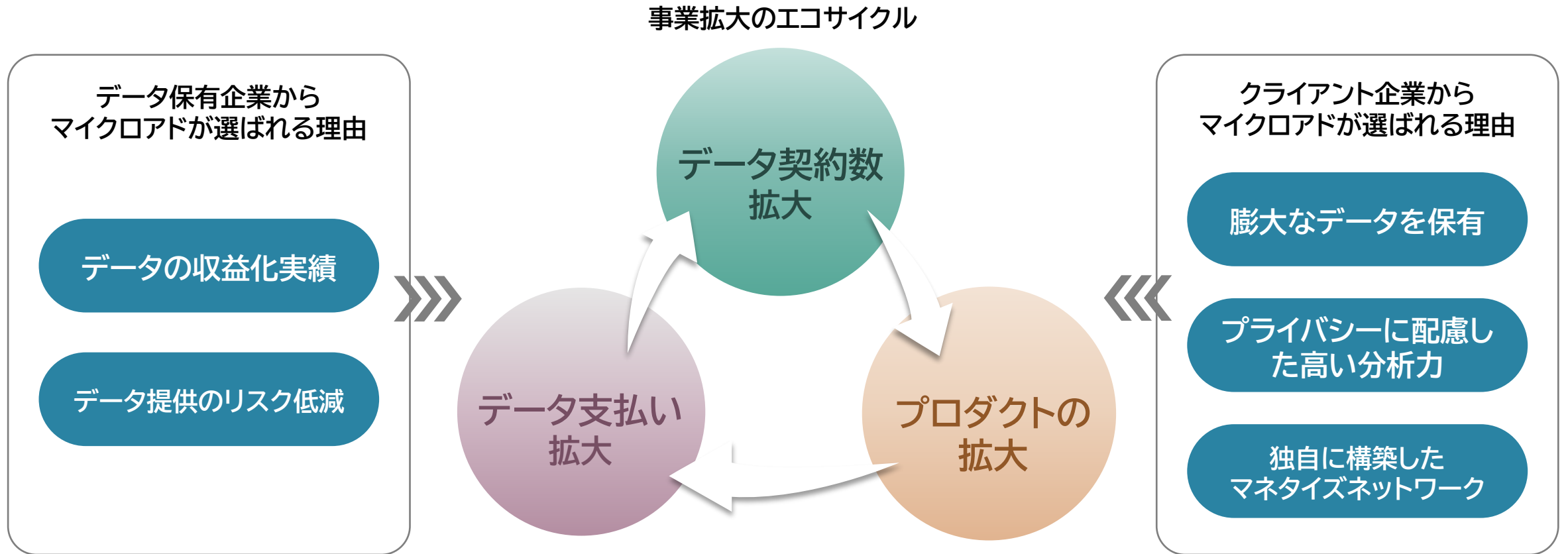
スーパー

美容室

ネイルサロン

UNIVERSEの永続的な成長戦略

事業拡大のエコサイクルにより高い参入障壁と規模の経済による永続的な成長を目指す

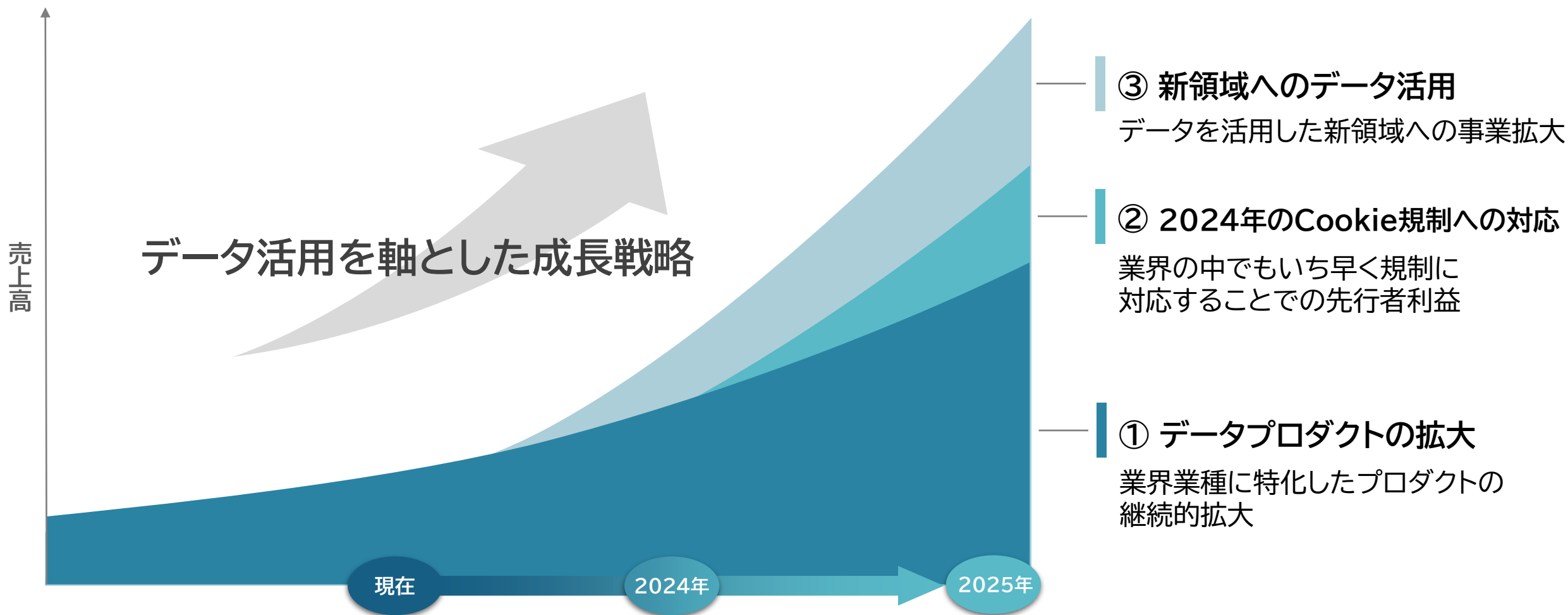


目次

- ① 会社概要
- ② 2023年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略**
- ⑥ 2024年9月期 業績予想
- ⑦ リスク情報

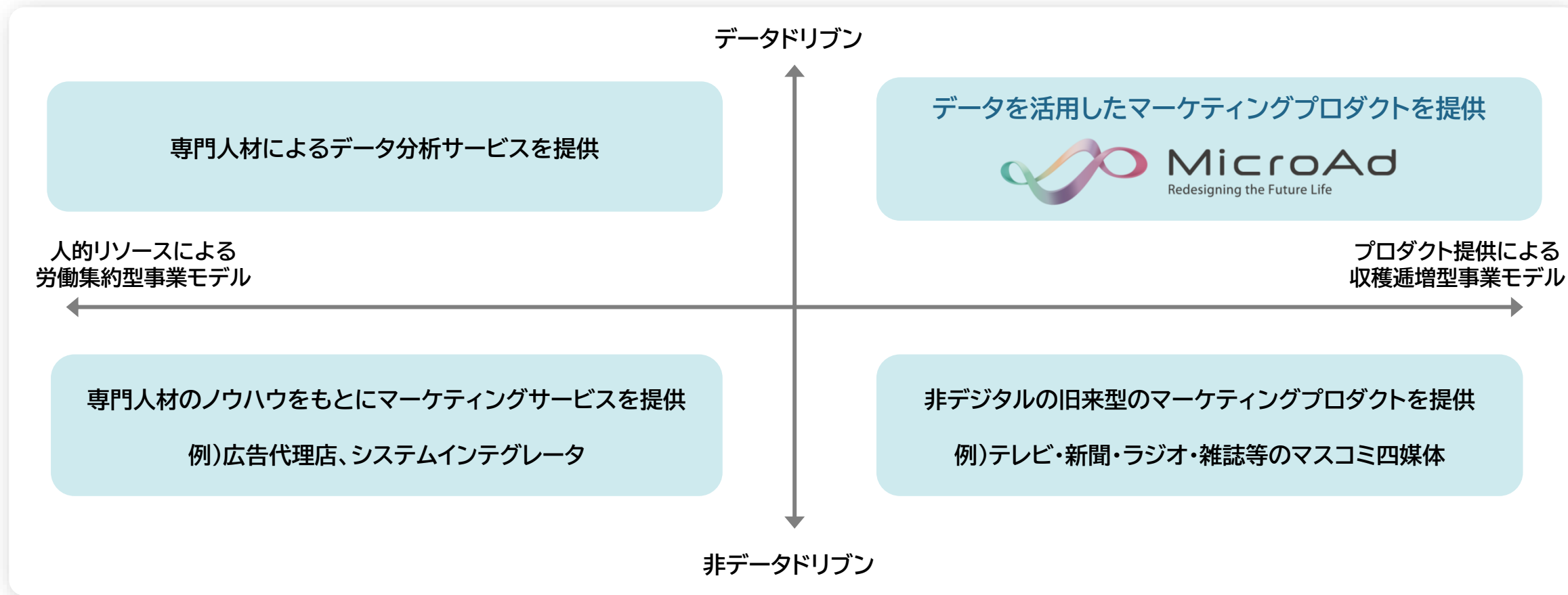
マイクロアドの成長戦略

アドテクノロジーの企業から、**総合データカンパニーへ**



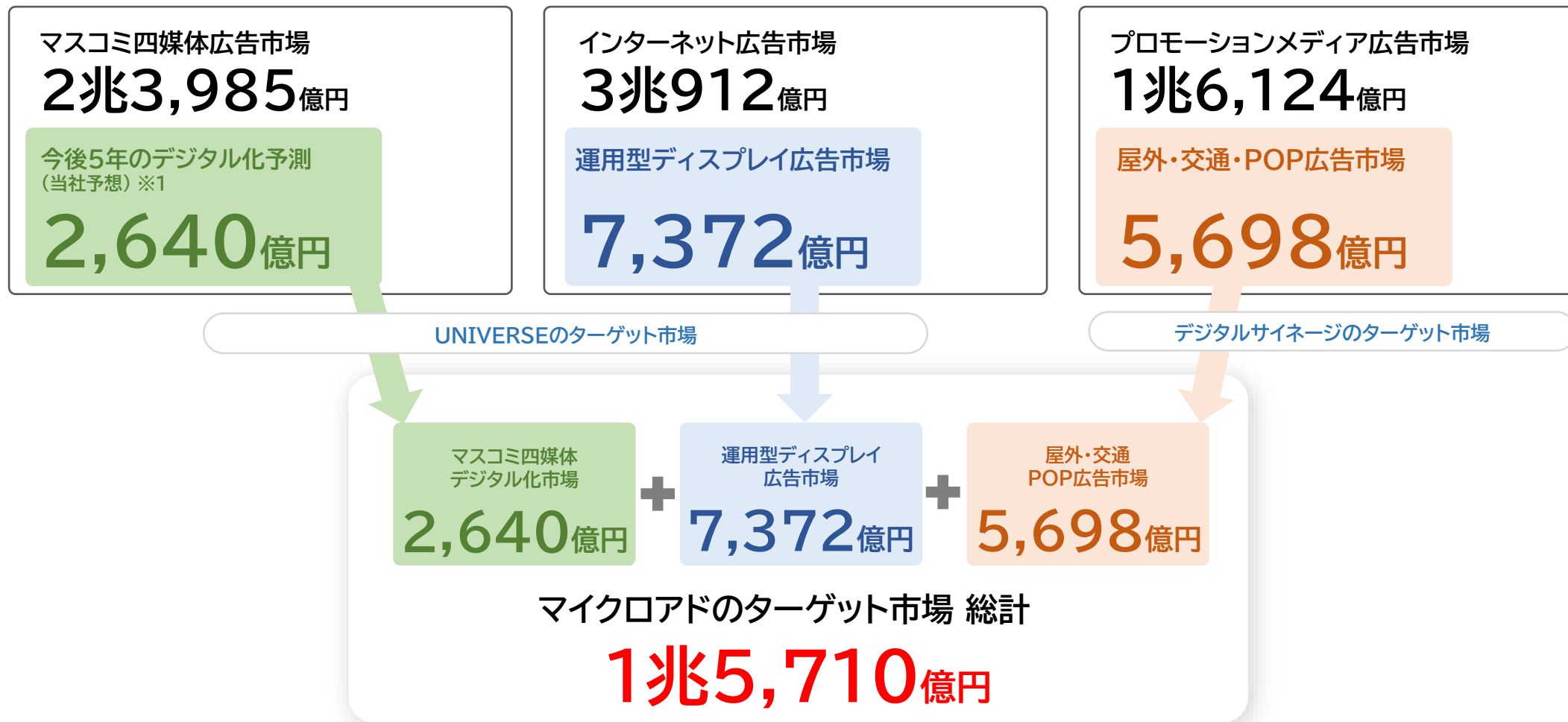
① データプロダクトの拡大 - ポジショニング

今後より一層デジタル化していくマーケティング領域において、労働集約的なビジネスモデルではなく、データを活用したプロダクト開発によるソリューション提供によって、**収穫逓増型の高収益なビジネスモデルを展開していく**



① データプロダクトの拡大 - ターゲット市場

インターネット広告市場に加え、広告のデジタル化によって生まれる新たな需要もターゲット



① データプロダクトの拡大

デジタルマーケティングの2つの領域において**ブランド領域に特化することで競争力を発揮**

ダイレクト
領域

ECサイトやネット系サービスなど
オンラインで購買が完結するネット系企業

ブランド
領域

特化

自動車や飲料・食品など
実店舗での製品提供を行うメーカー企業

ブランド領域に特化する利点

- ブランド領域に特化している**競合企業はいない**
- マス広告(TVCM等)からの**デジタルシフトによる市場拡大**が期待できる
- アフターコロナによる**人流回復を追い風にさらなる需要拡大**が期待できる

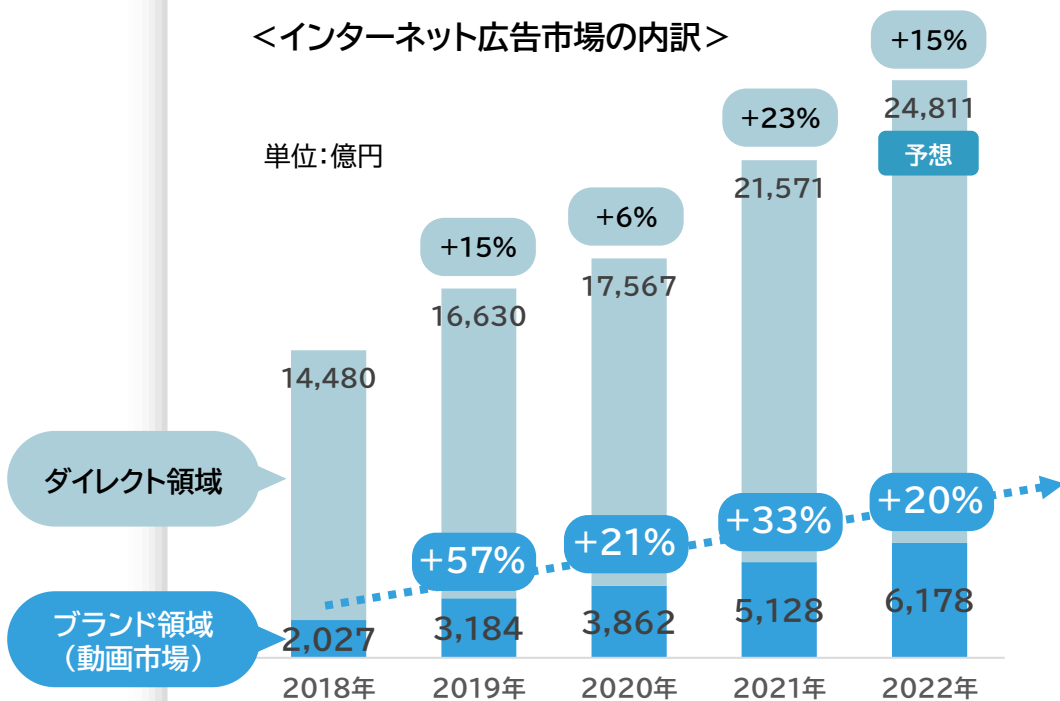
① データプロダクトの拡大 - ブランド領域について

ブランド/ダイレクトの明確な市場規模の統計データは無いが、当社ではインターネット広告市場の内、動画広告市場として定義されている分野が、ブランド領域の市場規模に非常に近いと認識している。**このブランド領域はさらなる市場拡大が期待でき、参入障壁が高く競合が少ない。**

ブランド領域の成長性

<インターネット広告市場の内訳>

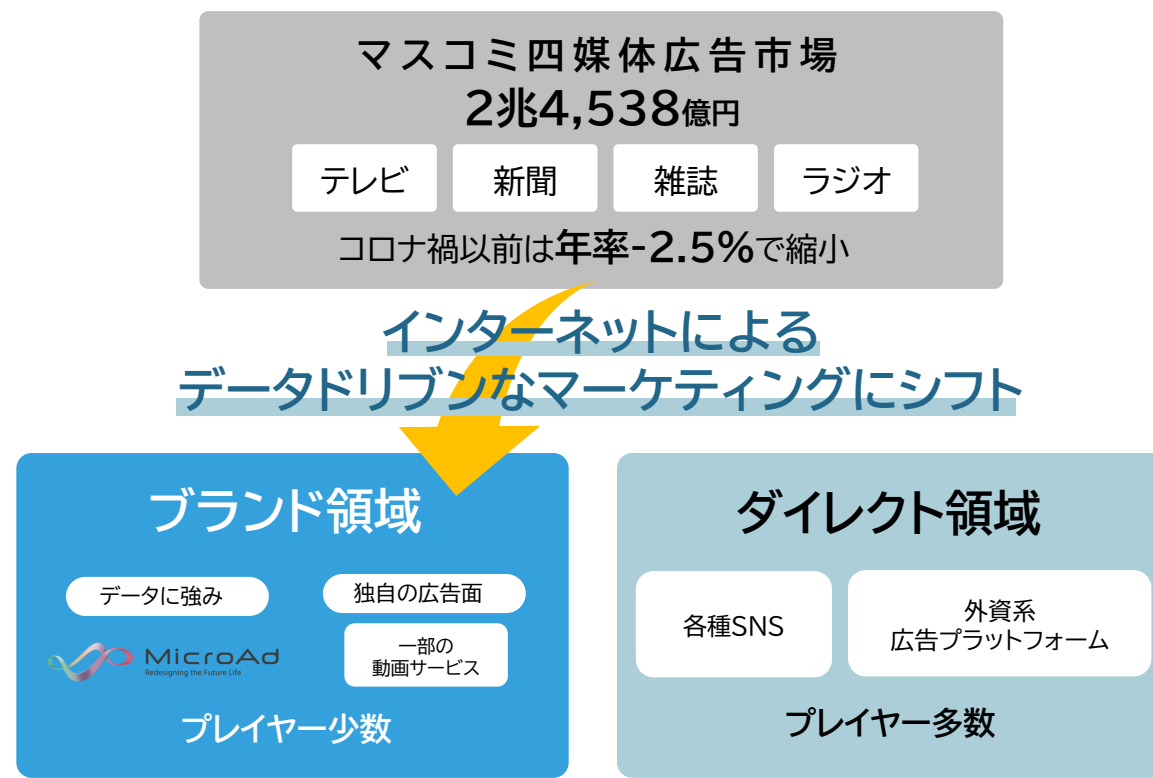
単位: 億円



市場全体の成長率を上回るペースで拡大中

※電通他発表 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析

ブランド領域が成長する理由



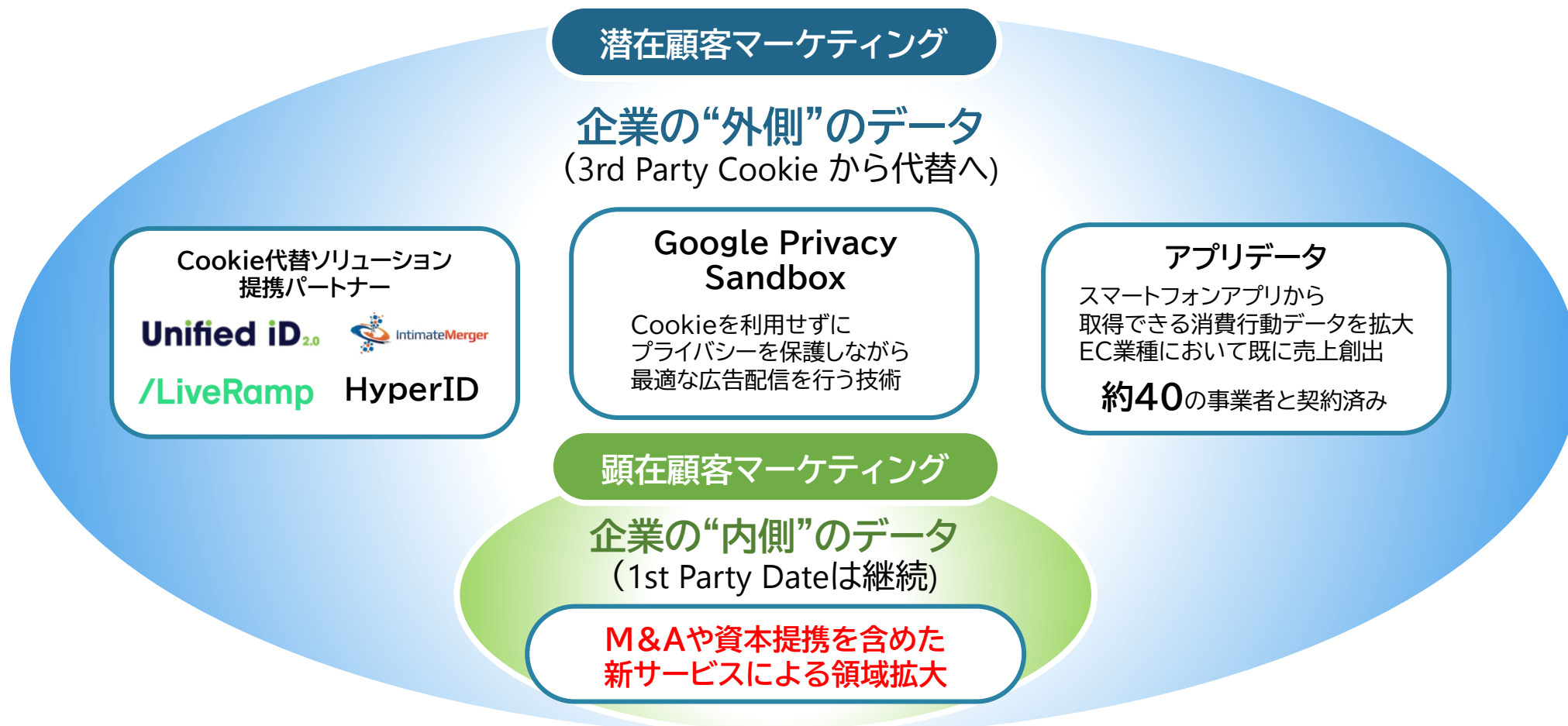
② 2024年のCookie規制への対応

2024年～

PostCookie市場の リーディングカンパニーへ

※電通他発表 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析

② 2024年のCookie規制への対応-PostCookieを見据えたサービス拡大



企業の“外側”のデータは**PostCookieによる大きなゲームチェンジ**
“内側”のデータとの連携がより重要に

Google Privacy Sandboxへの対応

前回開示の「⑤市場環境と成長戦略」における「2024年Cookie規制への対応」に記載の各施策に順次対応
24年度にGoogle ChromeのCookieが廃止され、**代替技術としてPrivacy Sandbox**の提供が開始

Privacy Sandboxの市場規模予想

インターネット広告市場全体 ※2

Privacy Sandboxの市場 ※3

2.4兆円

全体の内

約1兆円

広告配信から効果計測まで広範囲に影響
約1兆円規模の新しいマーケットが生まれる

マイクロアドの対応状況

主要な代替技術として3つの機能が提供される

① Protected Audience API **対応済み**

特定の商品に興味を持つ
ユーザーへの広告配信

② Attribution Reporting API **対応済み**

広告効果の測定機能

③ Topics API **対応予定**

ユーザーの興味関心
に基づいた広告配信

Privacy Sandboxへの対応に加えて下記のCookieに代わる技術導入が完了

Cookie代替ソリューション 提携パートナー



/LiveRamp

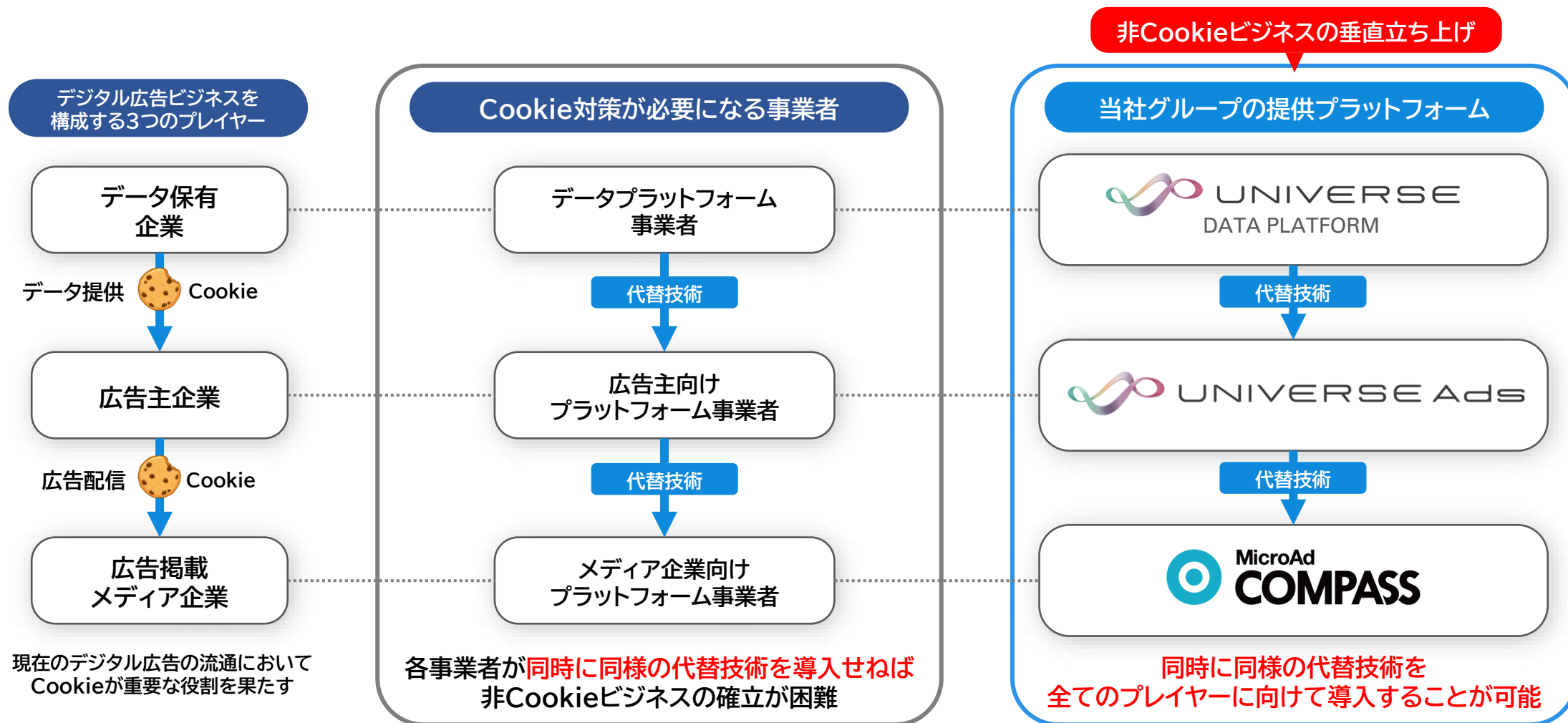
HyperID

Unified ID_{2.0}

いち早く各機能に対応することで先行者利益の獲得を狙う

② 2024年のCookie規制への対応 - 当社の優位性

Cookieに代わる代替技術の導入において、当社グループでは**非Cookieビジネスの垂直立ち上げが可能**



③ 新領域へのデータ活用

保有している膨大なデータや分析技術を生かして、**広告以外の領域でのデータビジネスを拡大**
前回開示の「⑤市場環境と成長戦略」における「新領域のデータ活用」に記載の各サービスの進捗状況は下記の通り

オルタナティブデータ

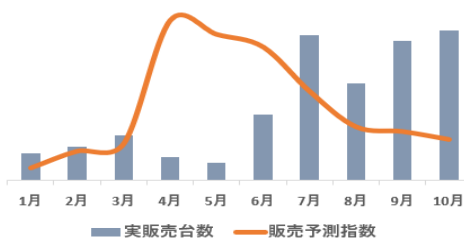
保有データの分析によって自己資金での株式投資を行う事業

2023年4Qに、**デジタルマーケティングのデータ分析手法を取り入れた独自の戦略モデルにアップデート**

また、マーケットの大きな変化に柔軟に対応できる**リスクヘッジ策の導入**
9月からこれらの新戦略モデルを追加、**順調な立ち上がり**

2024年1Qから**四半期ごとのパフォーマンスを開示**予定

自動車の販売台数予測例



保有するデータ分析により
将来の販売台数を予測
このような予測値を基に投資判断

購買データ分析

レシートデータを活用した、購買傾向の分析サービスとして、「カウミー」を提供



活用データ

データ提供



レシートデータを独自に分析
1,400ブランドの分析が可能

単体でのサービス提供を終了
飲食業種向けの「Pantry」へ統合

目次

- ① 会社概要
- ② 2023年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略
- ⑥ 2024年9月期 業績予想**
- ⑦ リスク情報

2024年9月期 連結業績予想

注力するデータプロダクトを中心とした成長により**売上は前年比15%増**
 MADSの新サービスへの先行投資と前期に発生したタクシーサイネージにおける契約更改により
 連結の営業利益に対しては**前年比約▲3.2億円の影響**が発生

(百万円)	2023年9月期	2024年9月期 業績予想	増減	
			増減額	%
売上高	12,868	14,837	+1,969	+15.3%
売上総利益	4,129	4,520	+390	+9.5%
営業利益	833	742	-91	-10.9%
経常利益	738	739	+0	+0.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	565	566	+1	+0.3%

デジタルサイネージ事業を除く業績予想

MADS社の再成長投資として、新サービス「OCTAVE」に関連する費用が増加
MADS社を除く連結業績においては、**経常利益で+42%の成長**を見込む

(百万円)	2023年9月期 ※MADS除外	2024年9月期 業績予想 ※MADS除外	増減	
			増減額	%
売上高	11,848	13,645	+1,796	+15.2%
売上総利益	3,736	4,156	+419	+11.2%
営業利益	689	847	+158	+23.0%
経常利益	593	844	+251	+42.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	497	637	+140	+28.2%

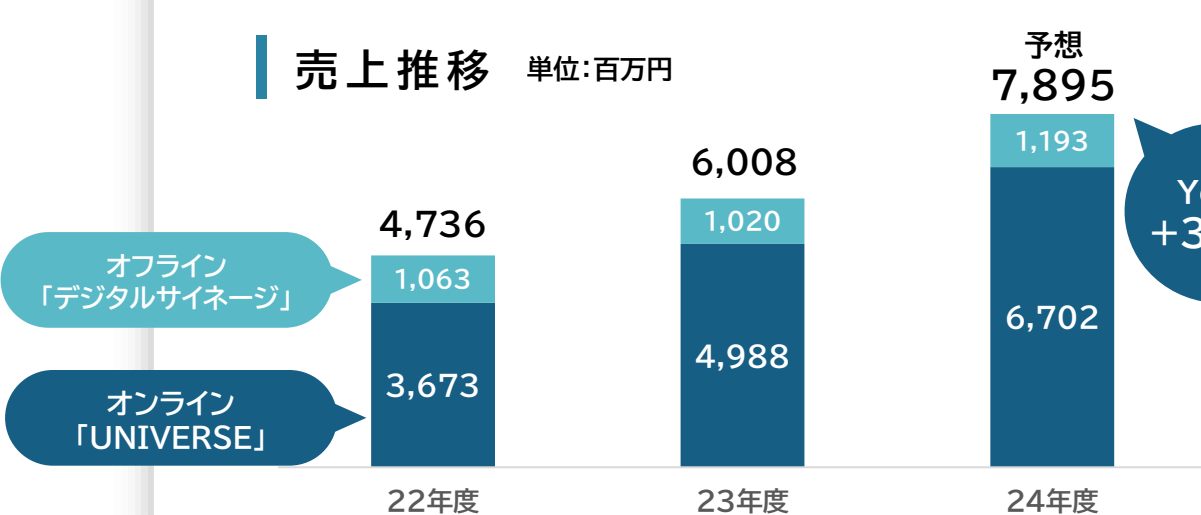
データプロダクト全体の業績予想

UNIVERSEを中心とした成長により**売上で31%増、粗利で22%増の見込み**

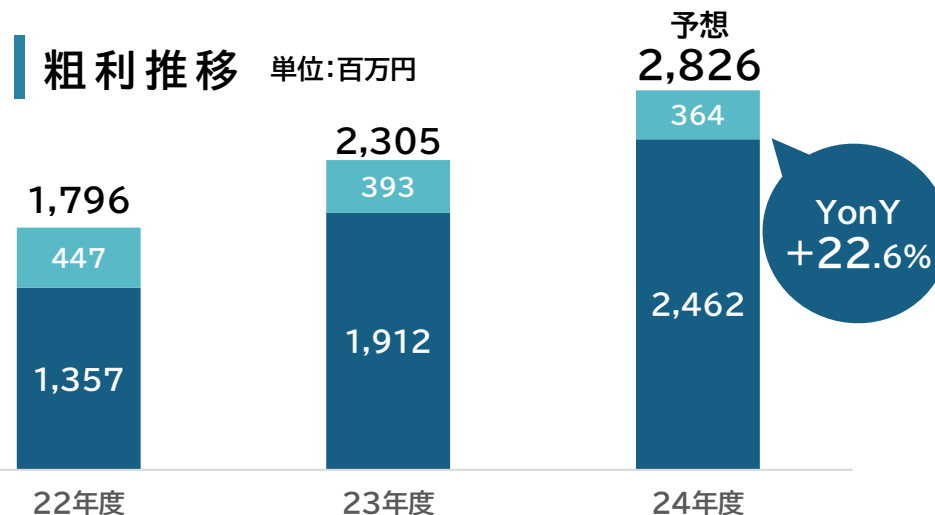
通期売上・粗利推移

(百万円)	2023年9月期	2024年9月期 業績予想	増減	
			増減額	%
売上高	6,008	7,895	+1,887	+31.4%
売上総利益	2,305	2,826	+521	+22.6%

売上推移 単位:百万円



粗利推移 単位:百万円

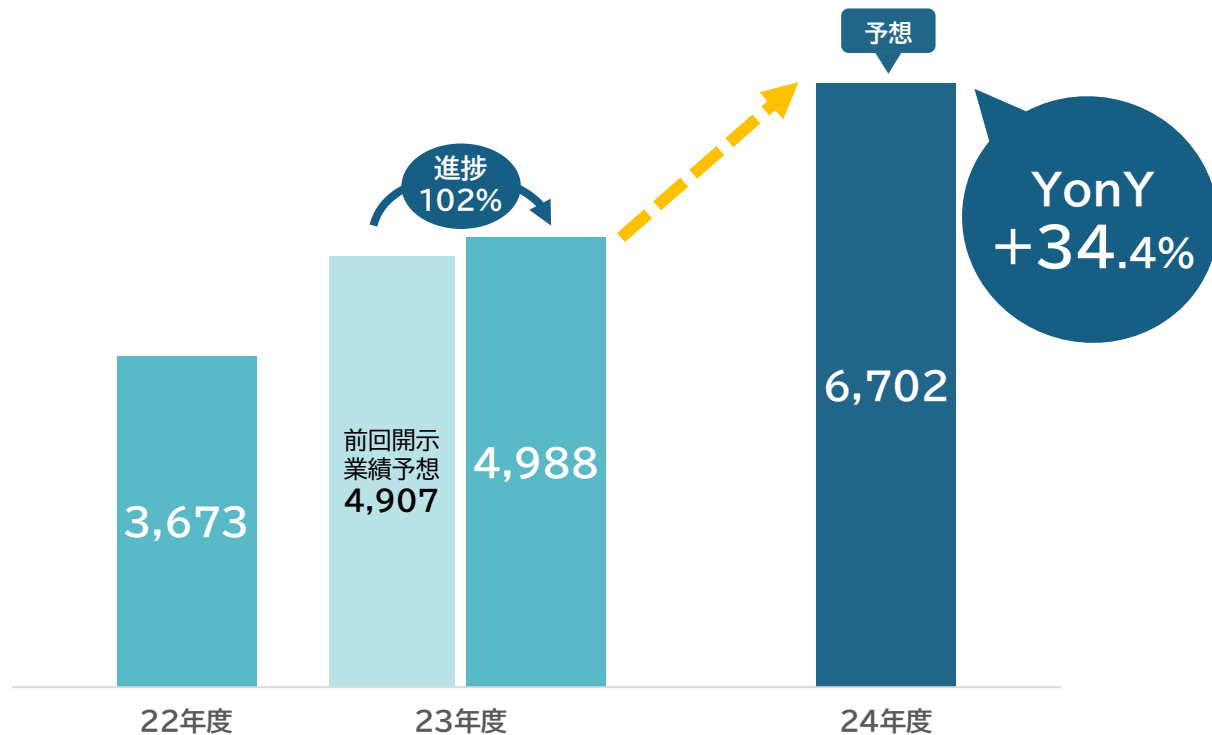


データプロダクト「UNIVERSE」の業績予想

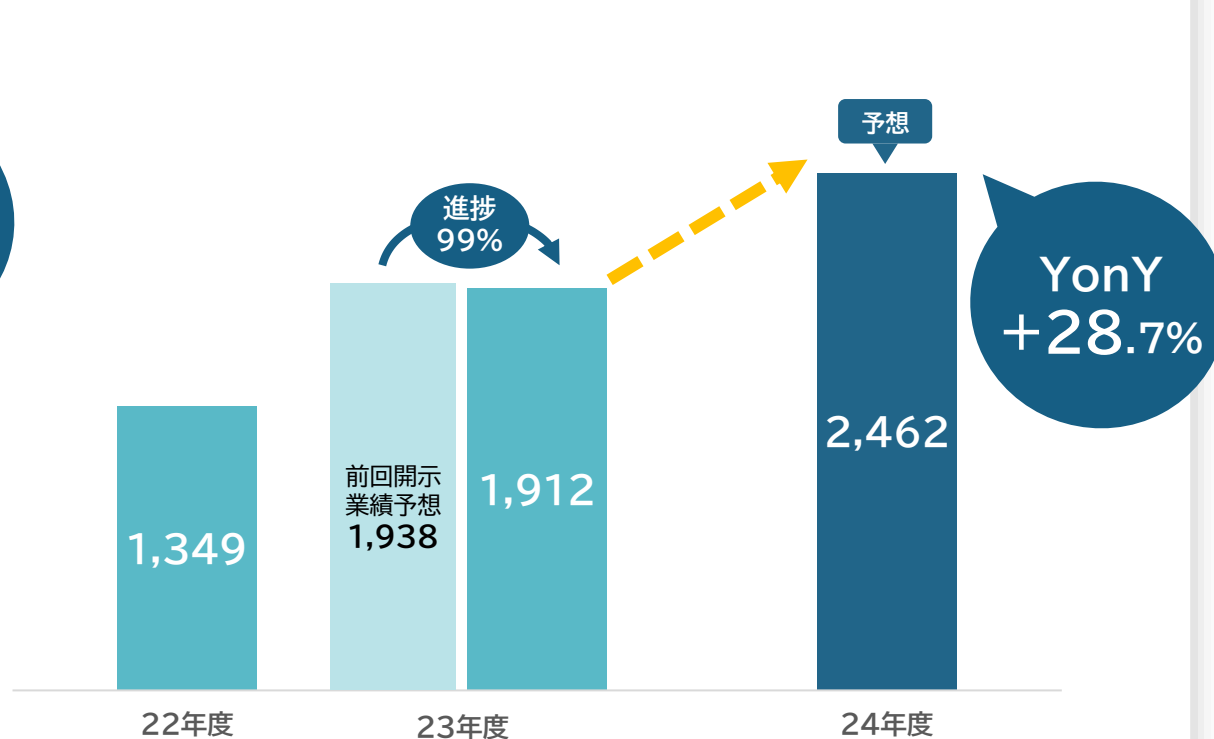
23年度はアカウント数の拡大によって売上は業績予想に対して102%の進捗で着地。一方で相対的に粗利率の低い業種製品が急拡大したことで、売上総利益は予想に届かず。

24年度上半期はPostCookie対応の開発にリソースを投下し、下半期にかけてPostCookieソリューションによる売上拡大によって **売上は34%増、粗利で28%増の見込み**

売上推移 単位:百万円



売上総利益推移 単位:百万円

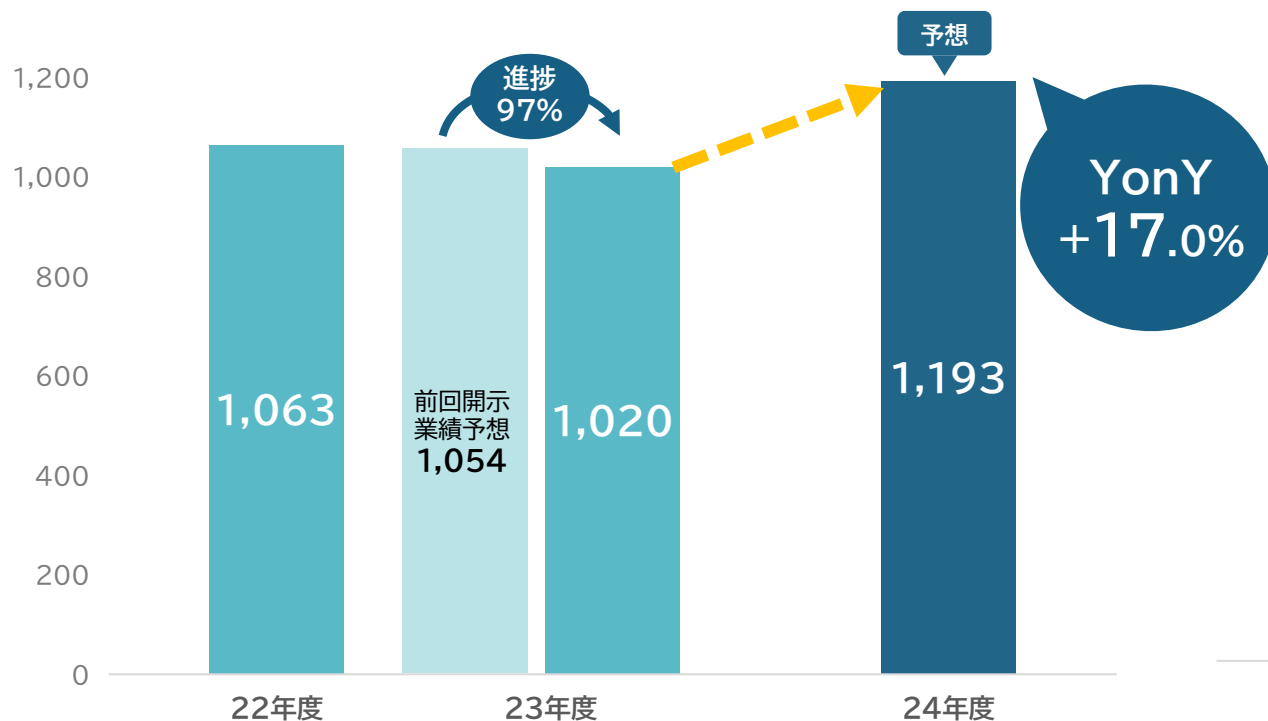


データプロダクト「デジタルサイネージ」の業績予想

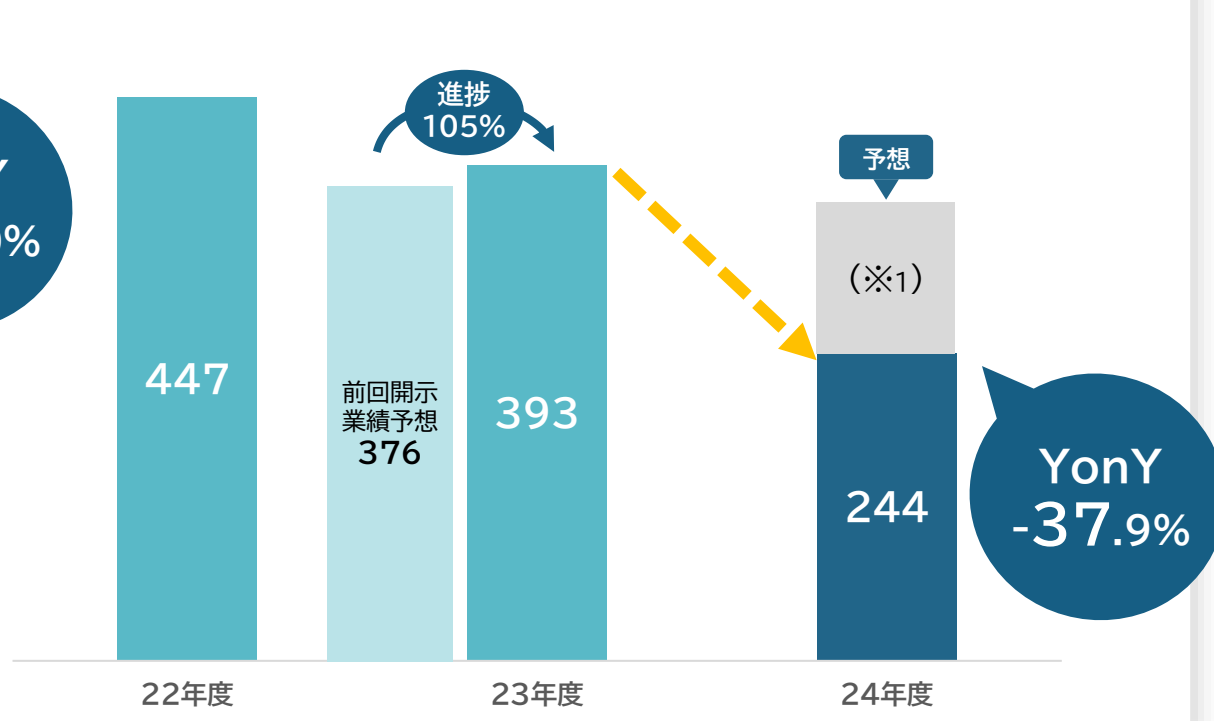
23年度はタクシーサイネージの契約更改による粗利の低下が想定より後倒しになったことで、売上総利益は105%の進捗で着地

24年度は、新規サービスである、美容サロン専用タブレットメディア「OCTAVE」によって**売上は17%増**
上半期にタブレット設置費用が先行投資として嵩むため、通期での粗利は37%減

売上推移 単位:百万円



売上総利益推移 単位:百万円



デジタルサイネージ(MADS)が提供する新サービス「OCTAVE」

美容サロン専用タブレットメディア

OCTAVE

by MADS

美容サロンにタブレットを設置

美容サロンの各座席に、タブレットを設置
提携パートナーの動画コンテンツを楽しむことが可能
約1万台の設置を目指す



▲画面イメージ

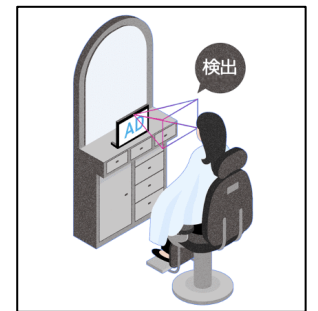
動画広告による収益モデル

配信される動画コンテンツに対して、動画広告を配信
タブレットに搭載されたカメラで、視認状態を検知し※
課金するビューアブル課金を採用することで
より効率的な広告配信を実現

▼動画コンテンツの間に広告を配信



▼視認状態を検知し課金



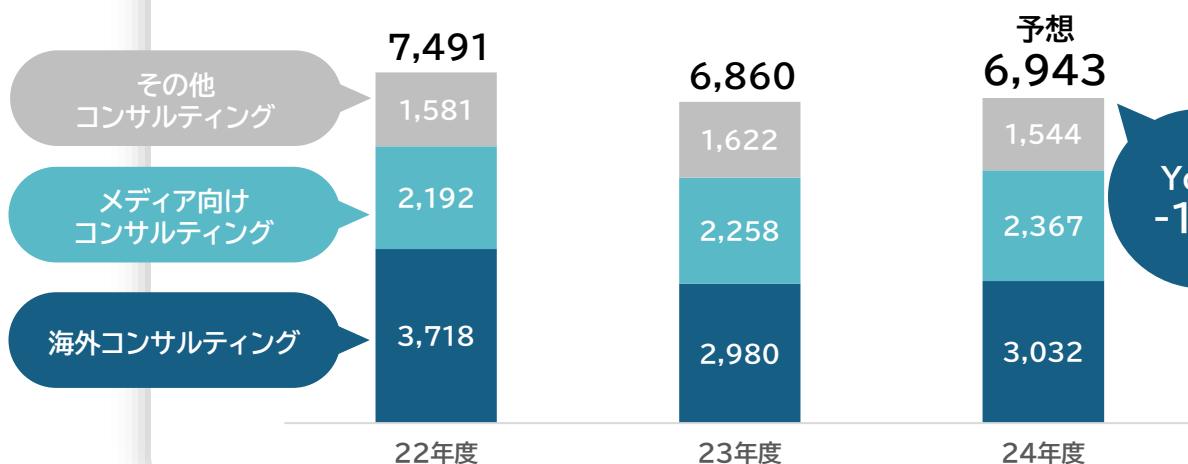
コンサルティング全体の業績予想

メディア向けコンサルティングは緩やかな成長
海外コンサルティングにおいては、クロスボーダー関連の売上拡大が焦点

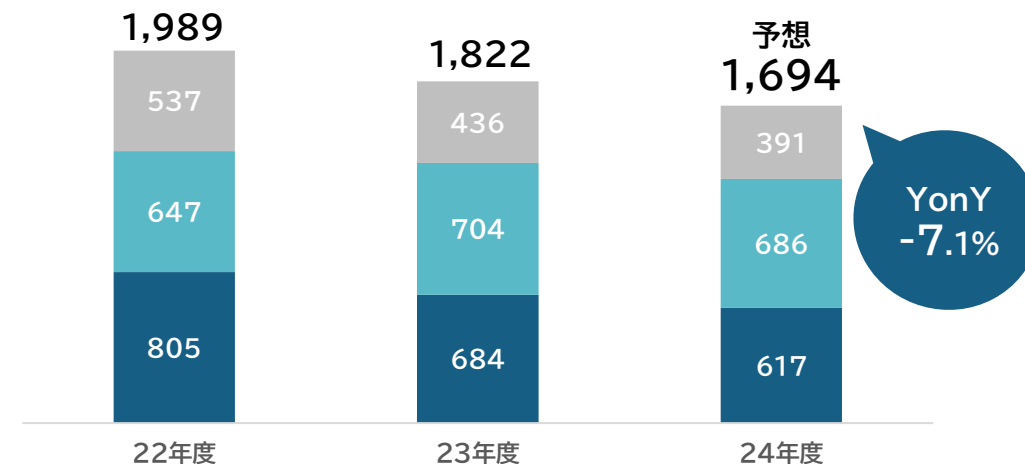
通期売上・粗利推移

(百万円)	2023年9月期	2024年9月期 業績予想	増減 増減額	増減 %
売上高	6,860	6,943	+83	+1.2%
売上総利益	1,822	1,694	-130	-7.1%

売上推移 単位:百万円



粗利推移 単位:百万円

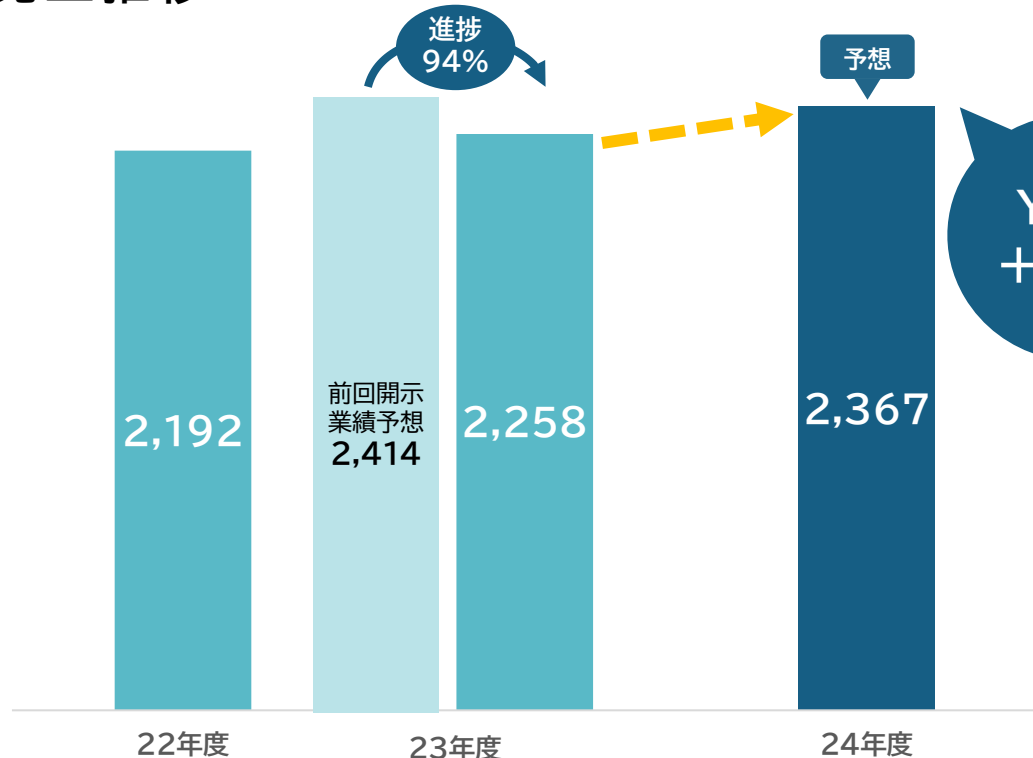


メディア向けコンサルティングの業績予想

23年度は第4四半期から市況感悪化により高粗利製品の売上が減少し売上・粗利ともに予想に届かず。
 24年度は資本業務提携したログリー社との提携などで売上拡大を狙うが粗利率は低下する見通し

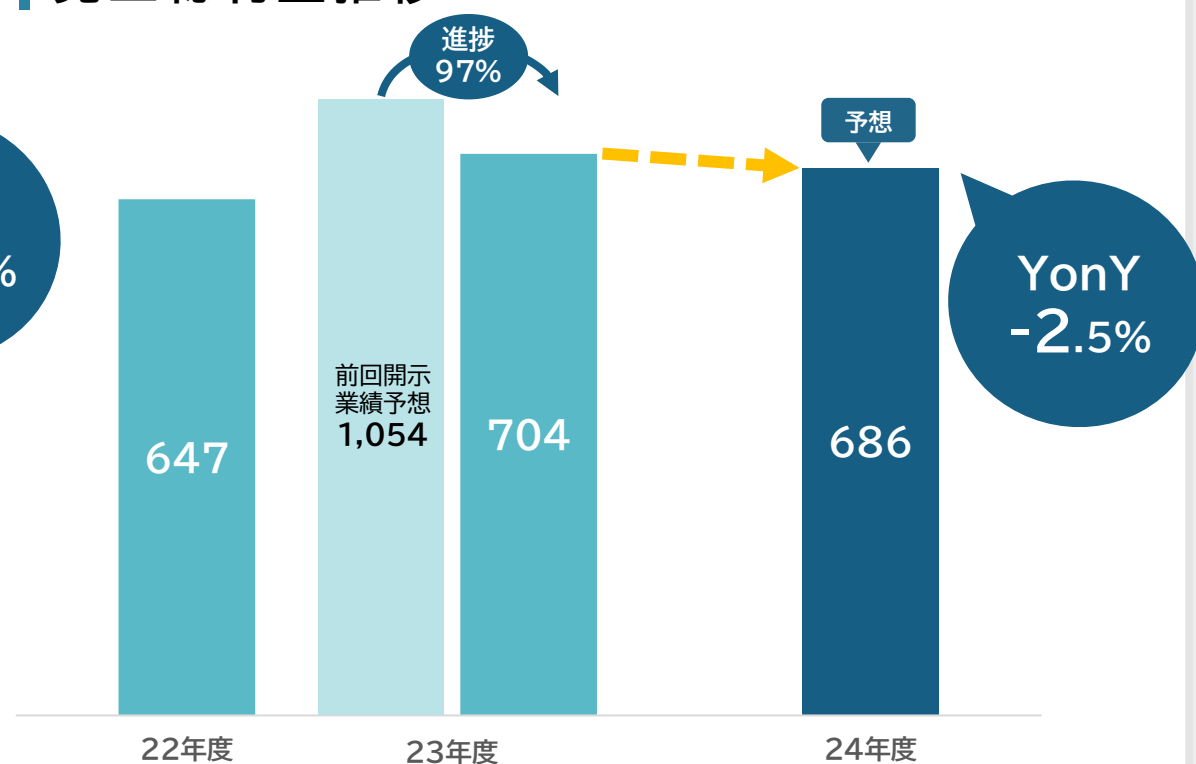
売上推移

単位:百万円



売上総利益推移


単位:百万円

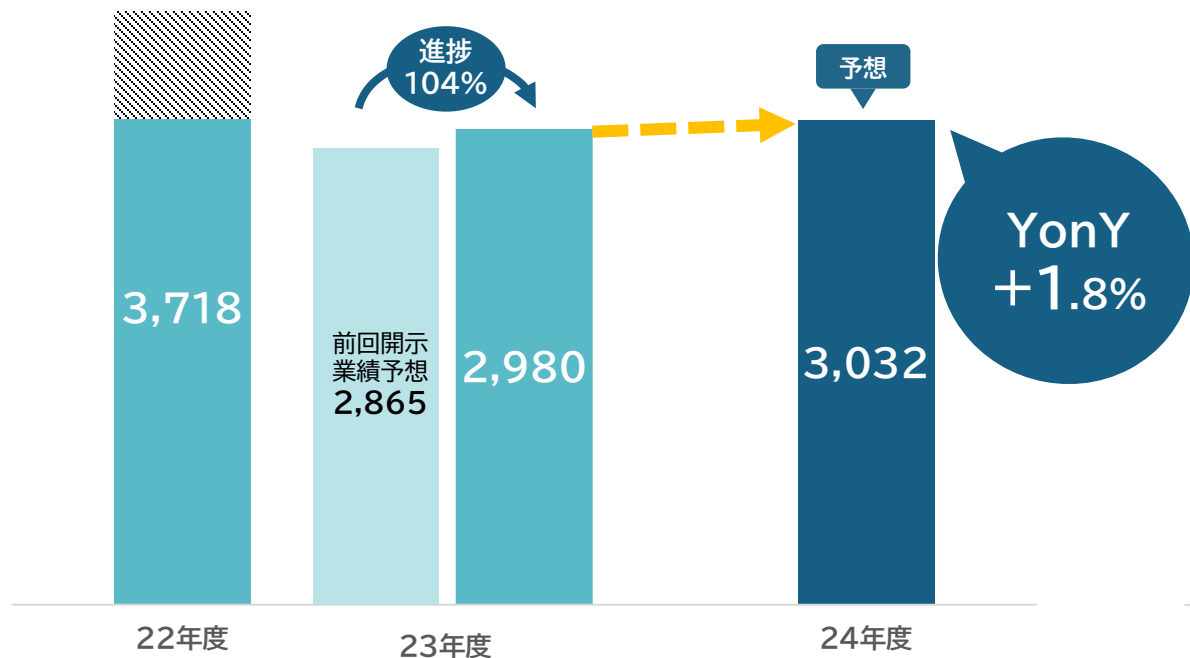


海外コンサルティングの業績予想


23年度は粗利率の高い製品の販売に張力したことで、売上総利益は業績予想の139%で着地
 24年度は、提携パートナーからの販売インセンティブが減少することで粗利率が低下する見込み
 一方で、インバウンド等の**クロスボーダー事業の需要拡大が見込まれるが、業績予想には織り込まず**

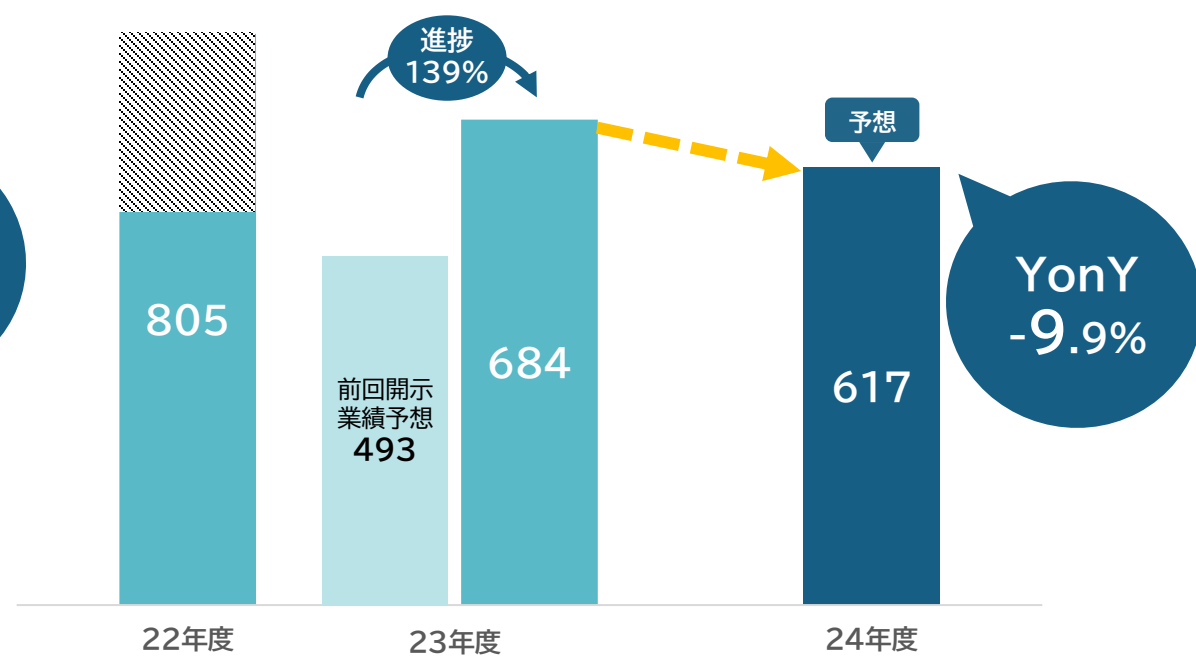
売上推移 単位:百万円

 = 売却子会社分の売上(中国、ベトナム)



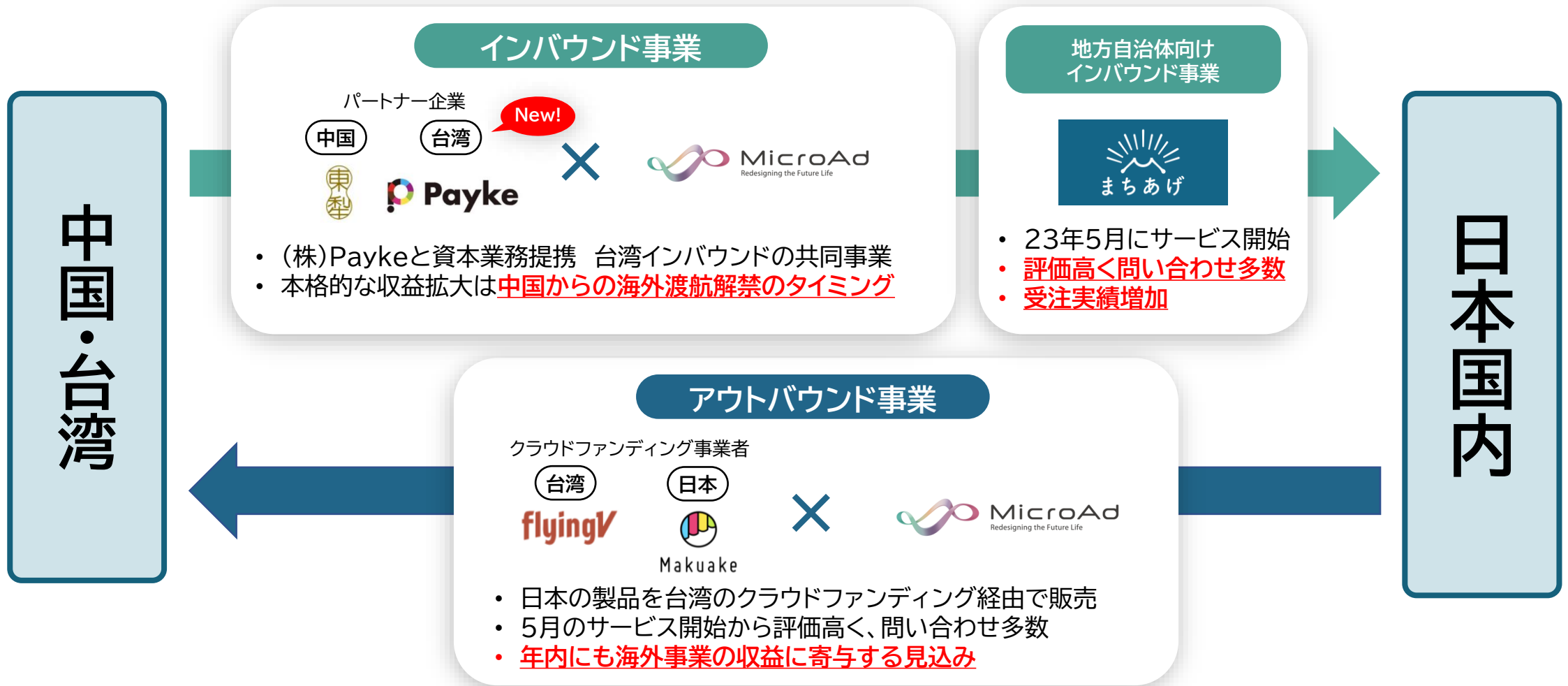
売上総利益推移 単位:百万円

 = 売却子会社分の粗利(中国、ベトナム)



海外コンサルティングークロスボーダー事業

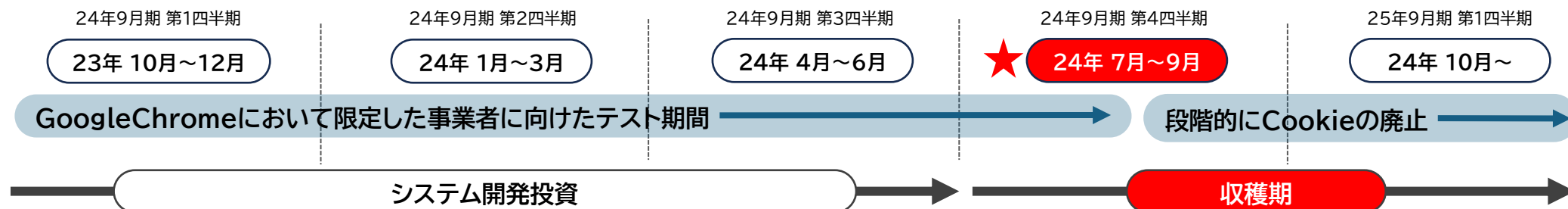
マイクロアドの海外拠点、外部の有力なパートナーと連携したクロスボーダー事業
中国からの訪日観光客の増加(渡航便数の増加)によって、さらなる売上の拡大が見込める



通期の投資と売上の推移

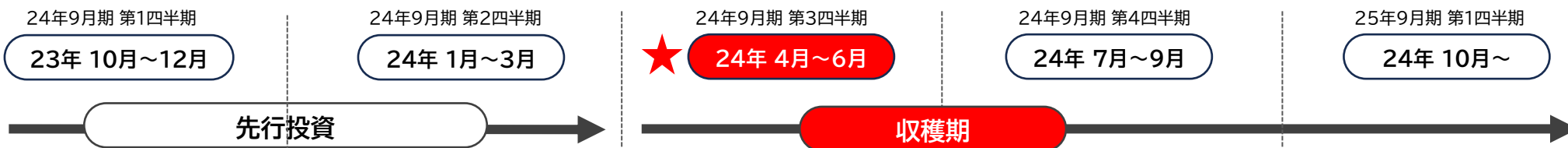
上半期はシステム開発投資や費用が先行し、下半期にかけて各サービスの売上拡大を見込む

UNIVERSEのPostCookieソリューション



上半期はPostCookie対応の開発にリソースを投下し、Cookieの廃止とともに売上拡大を見込む

デジタルサイネージの新サービス「OCTAVE」の拡大



上半期はタブレット設置費用が先行投資として嵩む 下半期にかけてサービスの売上拡大を見込む

2024年9月期 第1四半期の業績予想

2024年9月期第1四半期は、海外事業における大手顧客の予算縮小と、タクシーサイネージの契約更改によって前年比で減収予想

また、デジタルサイネージの新サービス「OCTAVE」への先行投資によって前年比で減益予想
 下半期にかけて、**PostCookie対応による売上拡大や新規サービスの収益化による成長**を狙う

(百万円)	2023年9月期 第1四半期	2024年9月期 第1四半期予想	増減額	通期予想 進捗率
売上高	3,353	3,100~3,300	-253 ~ -53	21% ~ 22%
売上総利益	1123	990~1,020	-133 ~ -103	22% ~ 23%
営業利益	333	50~70	-283 ~ -263	7% ~ 9%
経常利益	313	45~65	-268 ~ -248	6% ~ 9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	211	7~37	-204 ~ -174	1% ~ 7%

2024年度のテーマ

2024年度は
インターネット広告市場始まって以来
最大のゲームチェンジ

上期の先行投資で
PostCookie時代のリーディングカンパニーへ

目次

- ① 会社概要
- ② 2022年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略
- ⑥ 2023年9月期 業績予想
- ⑦ リスク情報**

事業リスクと対応

項目	リスクの内容	発生頻度	影響度	当社の対応方針
技術革新への対応	インターネット関連技術における、技術革新への対応の遅れによるサービスの陳腐化や競争力の低下	中	大	新しいテクノロジーに対する、専任部門による継続的な研究開発の実施
データの取り扱いに関する法的規制	「個人情報の保護に関する法律」等の関連法規の制定・改正による、新たな法令遵守体制の構築やサービスの見直し	小	中	当社グループが提供するサービスに関連する、新たな法規制や改正状況への注視体制の構築
適切な広告配信を行うための体制	広告における、各種法令や監督官庁にの指針やガイドライン等に反した場合の、第三者からの損害賠償請求や当社グループの信用棄損	小	中	法令に基づいた独自の基準を設け、独立した監督部署において、適切な広告配信が行われるよう管理
人材の確保に関して	優秀な人材の当社グループからの離脱や、事業成長へ向けた新たな人材の確保が困難な場合、業績及び事業展開に影響	小	大	既存社員のコンディションを定量的に分析し、即応できる体制の構築。 独自に開発した採用プログラムによる優秀な人材の確保
システム障害について	外部からのコンピュータネットワークへの不正アクセス、偶発的事故、システムへの一時的な過負荷等により、システムダウン、当社グループのサービス提供の停止等が発生	小	大	ネットワークセキュリティの対策、定期的なバックアップ、システムの冗長化、稼働状況の監視等によるシステム障害の防止

上記に記載のない、その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください

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。

本資料は、進捗状況を含む最新の内容を示した上で、年次決算の発表時期(11月頃を予定)を目途として開示を行う予定です。

