



# 2023年9月期 決算説明資料

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2023年11月14日

# Agenda

## ① 2023年9月期 連結業績サマリ

## ② 第4四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 2024年9月期 業績予想

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して

## ④ Appendix

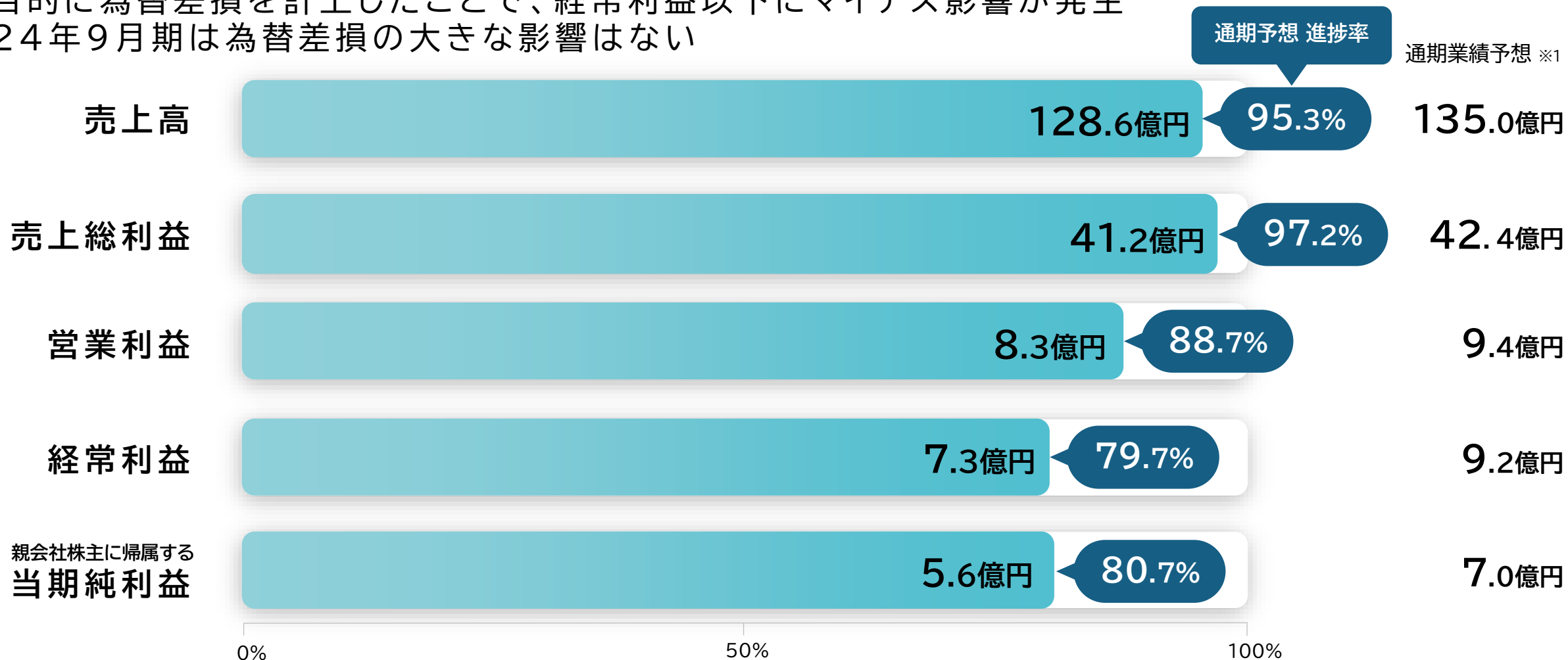
# 2023年9月期 連結業績サマリ

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%

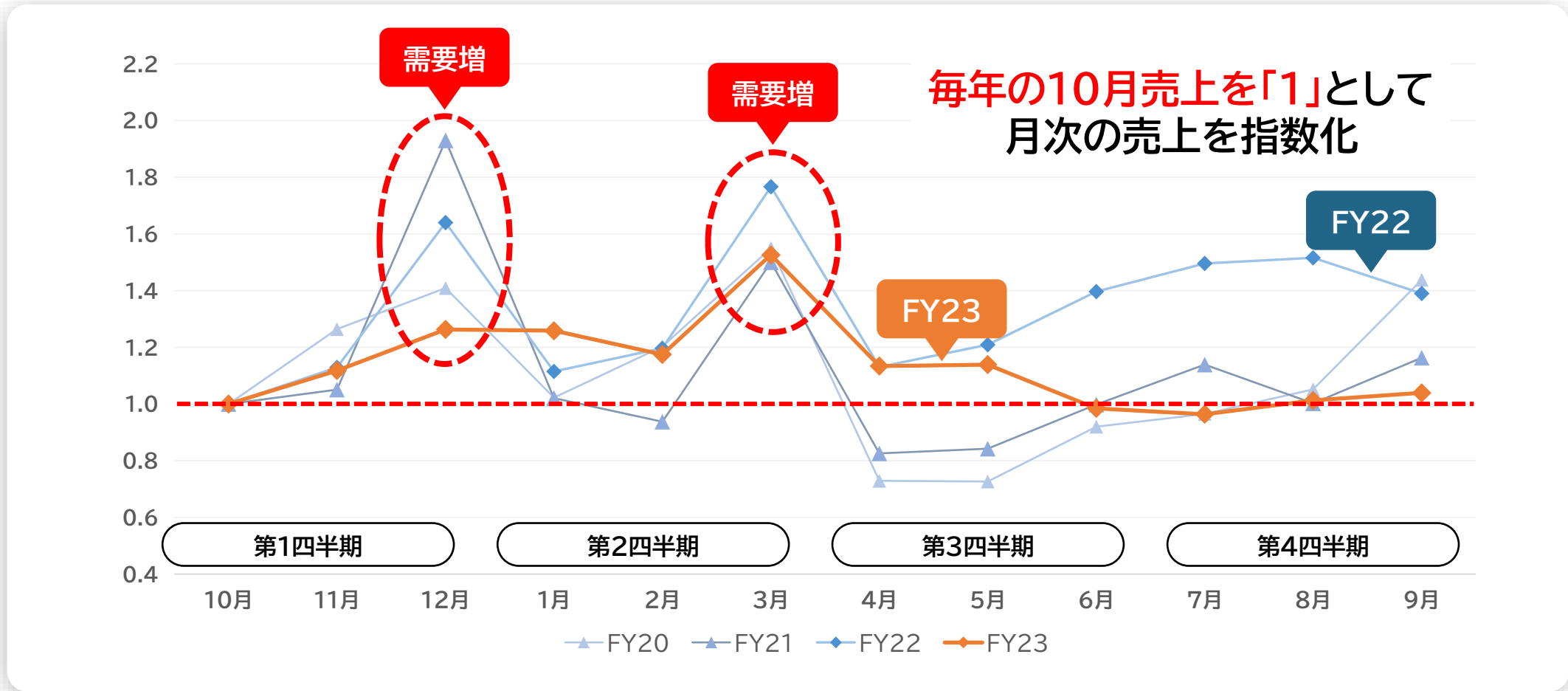
# 2023年9月期 通期業績予想に対する結果

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



# UNIVERSEの季節性による売上変化

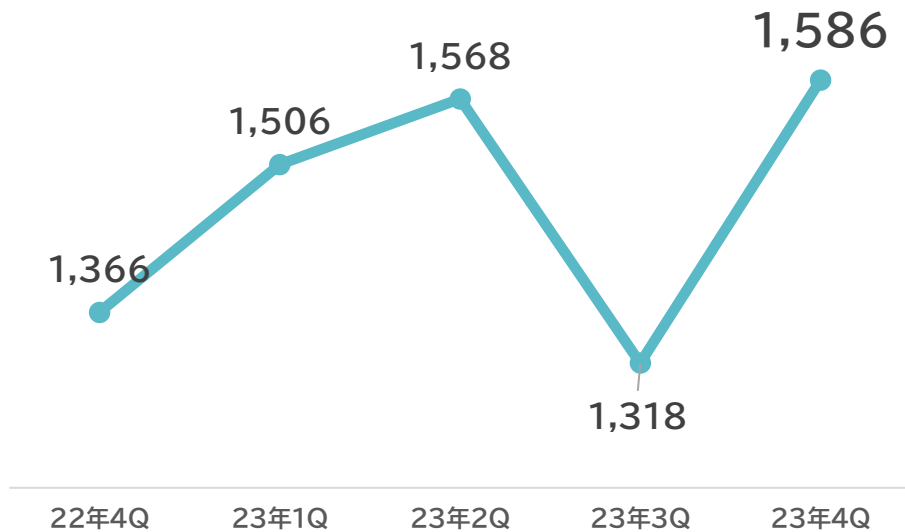
一般的に決算期末の企業が多い**12月**や**3月**は**広告宣伝の需要が高まる**  
 第4四半期は**大手顧客の広告予算縮小**による顧客単価の減少により10月水準並みに伸び悩む



# UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

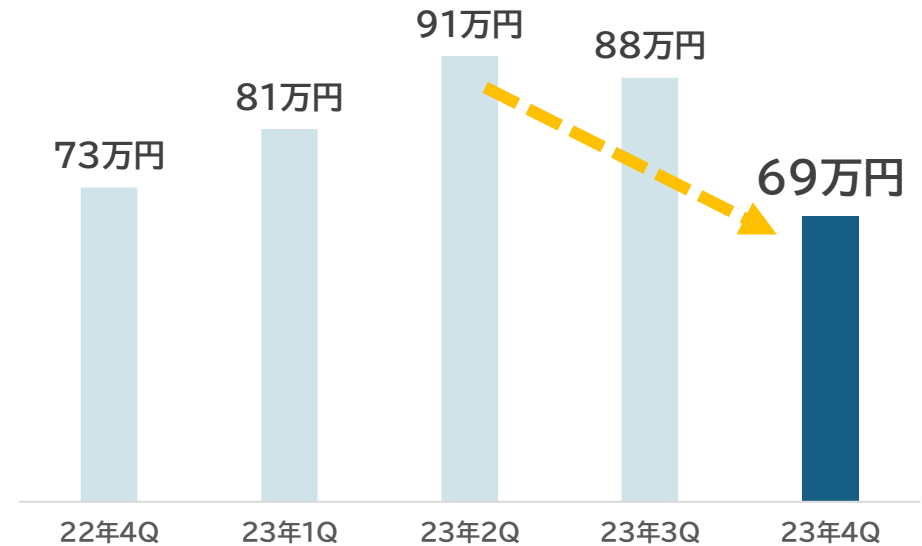
広告市況の悪化を受けた、**大手顧客(特に外資系顧客)の予算縮小**により平均単価が減少  
**アカウント数は回復しているが、全体の平均顧客単価が下落**

## 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

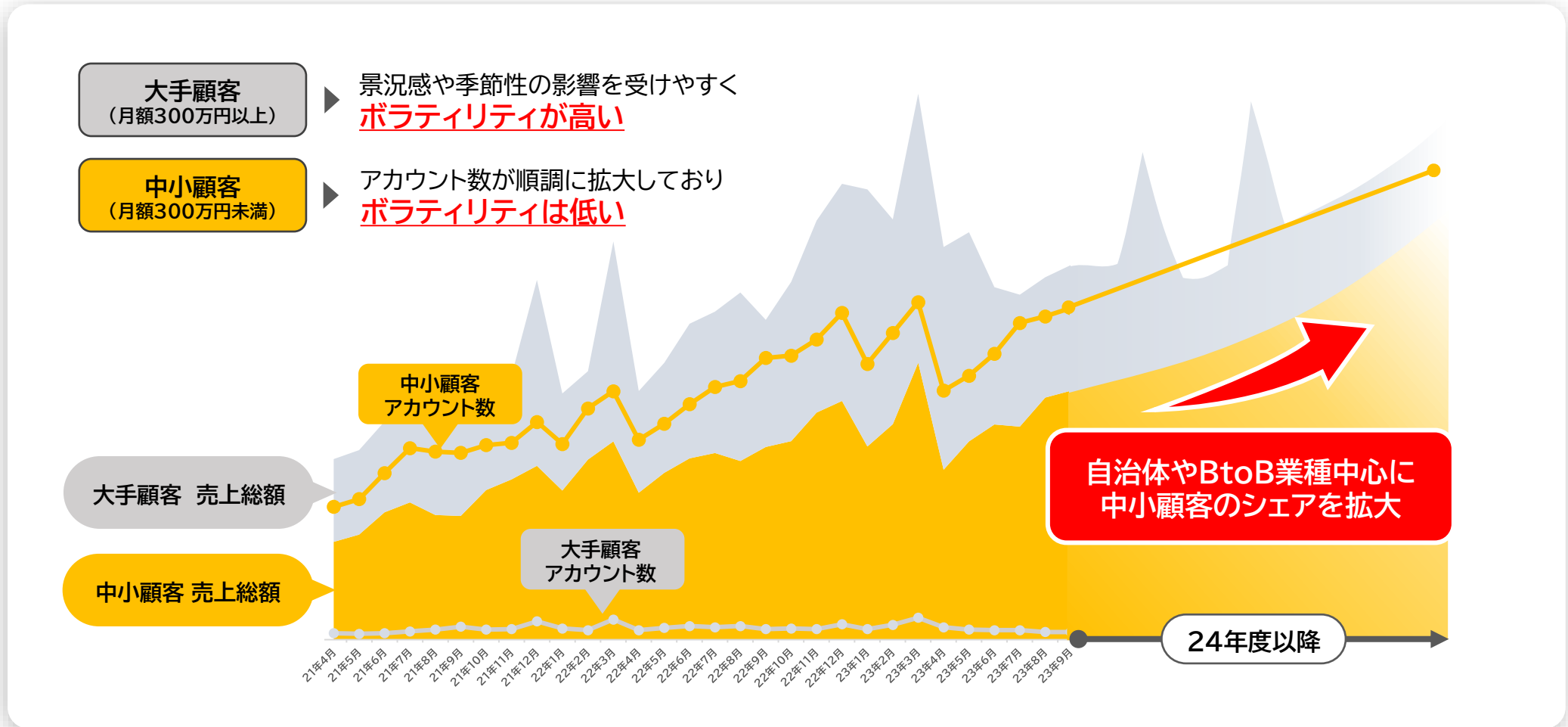
## 平均顧客単価の推移



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



## 2023年9月期 連結業績まとめ

- ① 連結売上は前年同期比**11%増** (海外子会社売却分除く)
- ② 営業利益は前年同期比**32%増**
- ③ 経常利益は前年同期比**24%増**
- ④ 大手顧客の予算縮小により**第4四半期は顧客単価が減少**
- ⑤ 中小顧客は順調に拡大 さらなる拡大によって  
**業績の安定化を目指す**



# Agenda

- ① 2023年9月期 連結業績サマリ
- ② 第4四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 2024年9月期 業績予想
  - ・ データプロダクトに関して
  - ・ コンサルティングに関して
- ④ Appendix

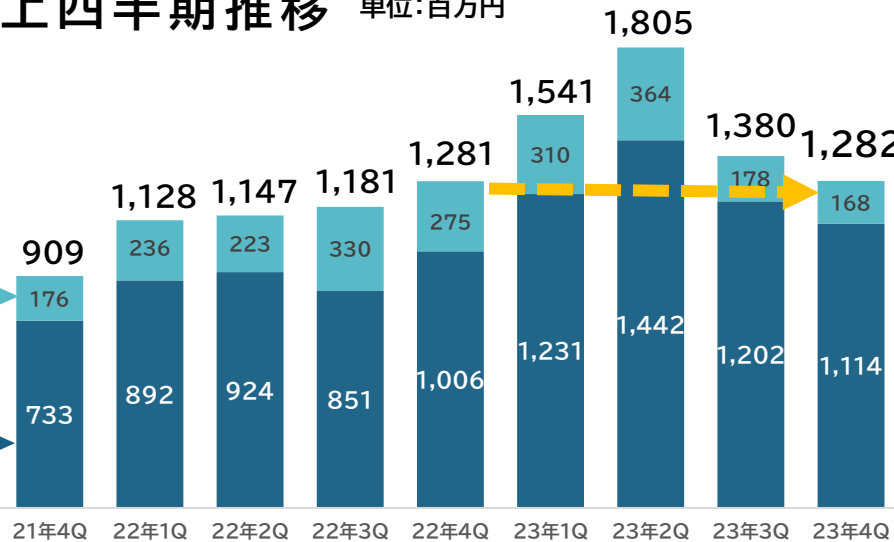
# データプロダクトの売上・粗利推移

タクシーサインージ契約更改の影響により、**売上高は前年比同水準 / 粗利は前年比8%減**

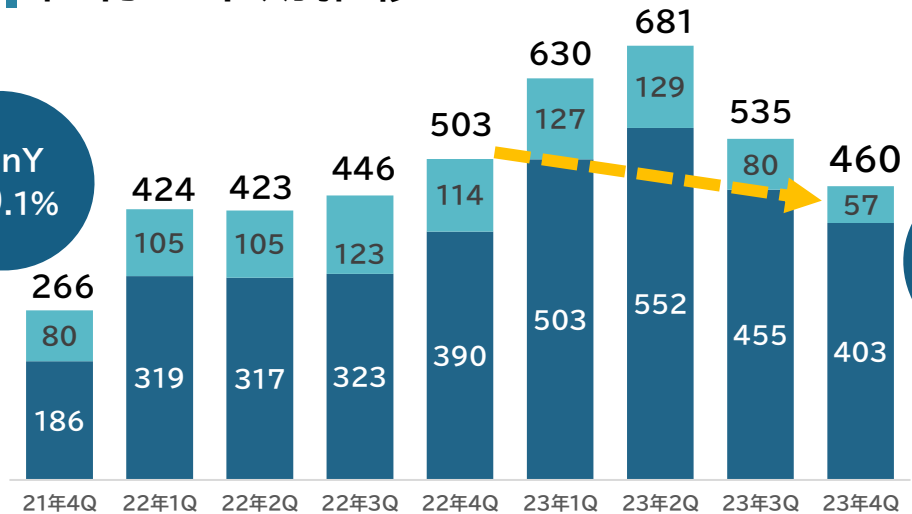
## 売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2022年9月期 第4四半期※1	2023年9月期 第4四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,281	1,282	+1	+0.1%
売上総利益	503	460	-43	-8.5%

## 売上四半期推移 単位:百万円



## 粗利四半期推移 単位:百万円

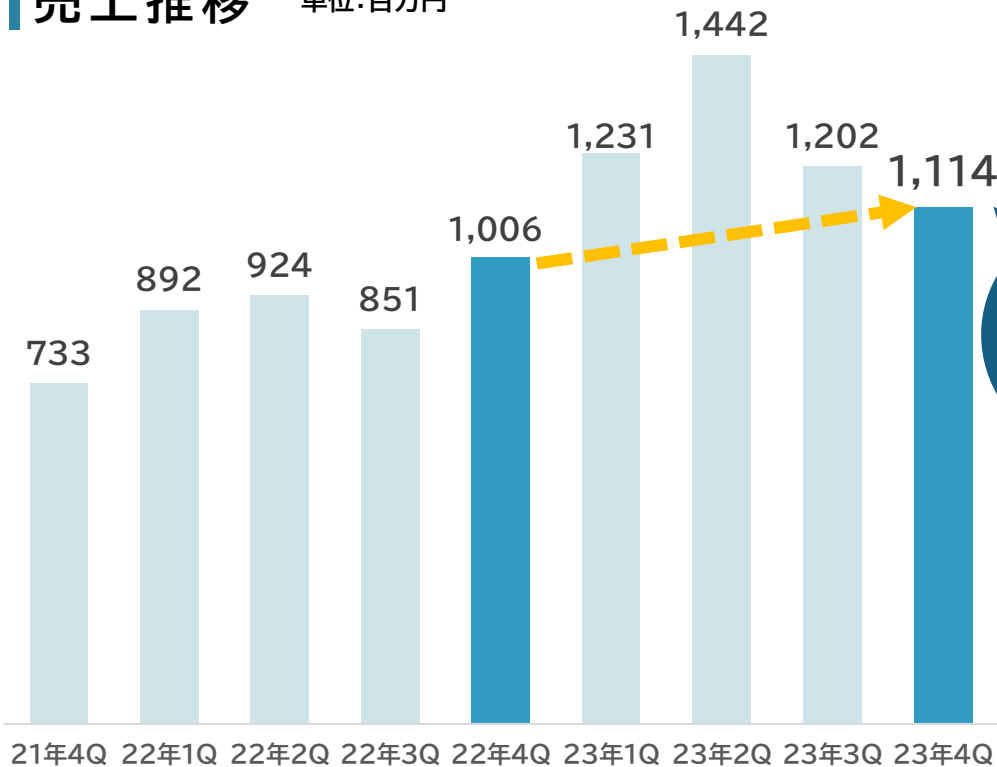


# データプロダクト「UNIVERSE」の売上・粗利推移

新しいデータ連携による性能強化や、新しい業種製品の追加によって**売上は前年比10%増**  
 相対的に粗利率の低い業種製品が急拡大したことで**粗利は前年比3%増**

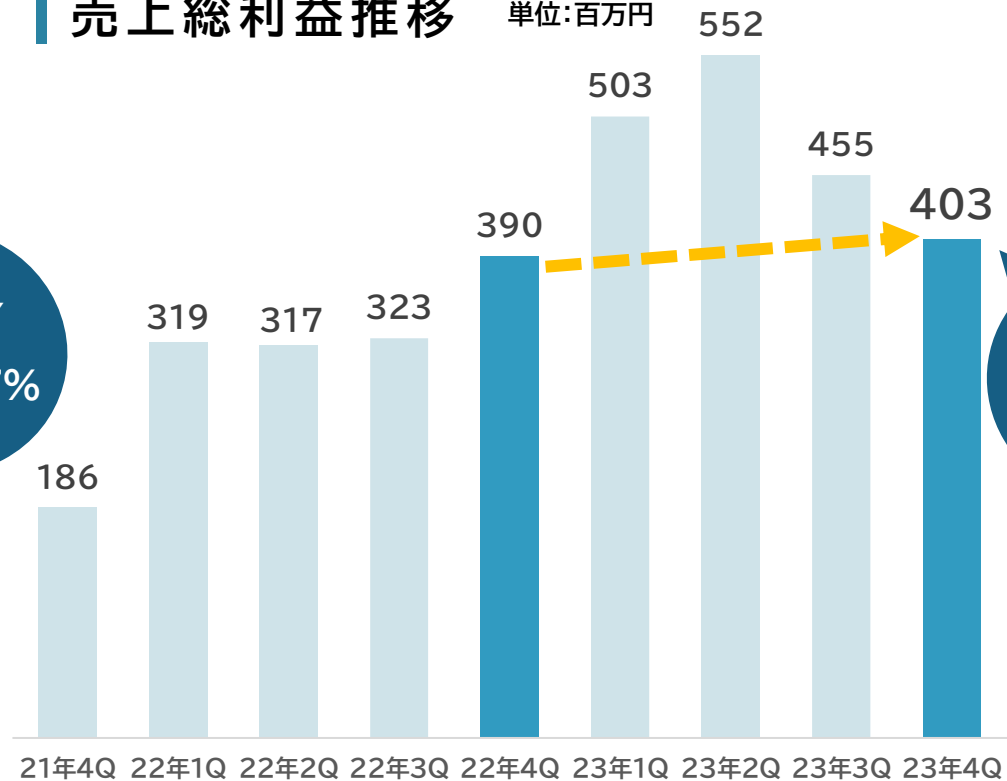
## 売上推移

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

BtoB領域の「シラレル」や、人材領域の「マーブル」、EC領域を中心に拡大

B to B **高成長** **シラレル**

人材 **高成長** **MARBLE**  
マーブル

飲料・食品 **Pantry**

自動車 **IGNITION**

エンタメ **Circus**

美容・化粧品 **Vesta**

地方自治体 **まちあげ**

医療・製薬 **IASO**

**EC** **高成長**

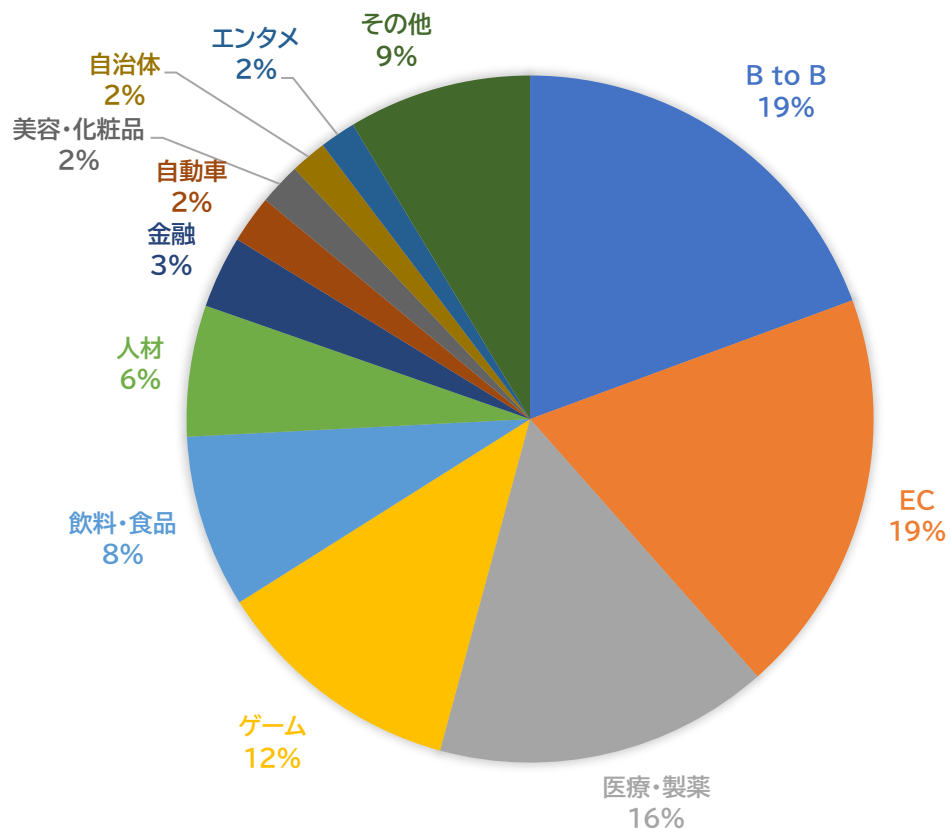
**金融**  
(新NISA向け)

... 全19業種

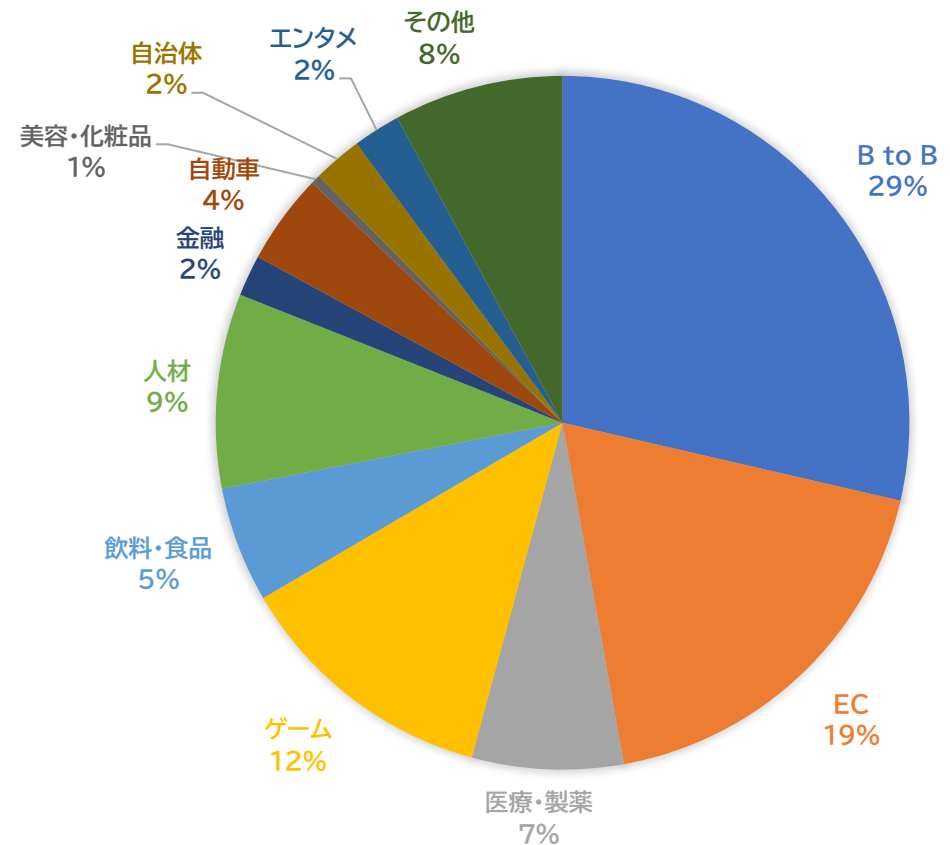
# UNIVERSEにおける業種毎のシェア

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**  
 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



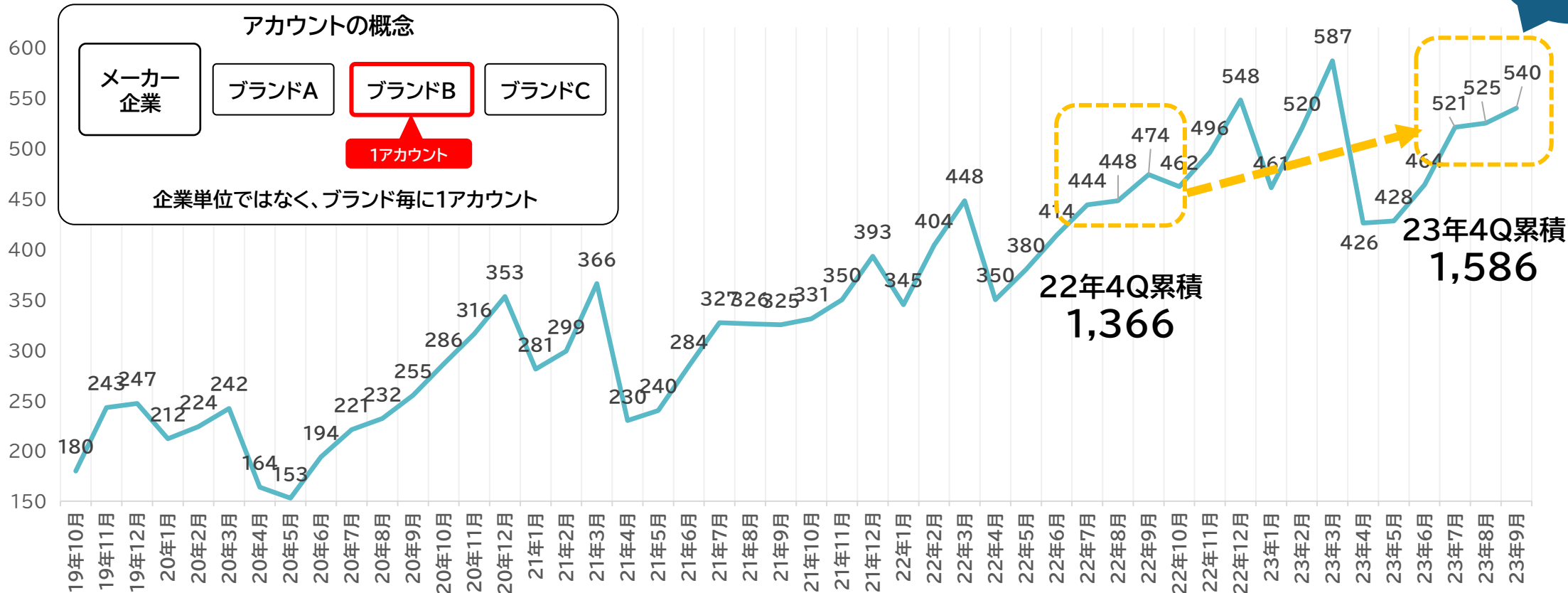
## 第4四半期の業種ごと売上シェア



# データプロダクト「UNIVERSE」のKPI - 稼働アカウント

第3四半期の季節性による減少から回復し、**前年同Q比16%増と順調に拡大**

## 稼働アカウントの月次推移

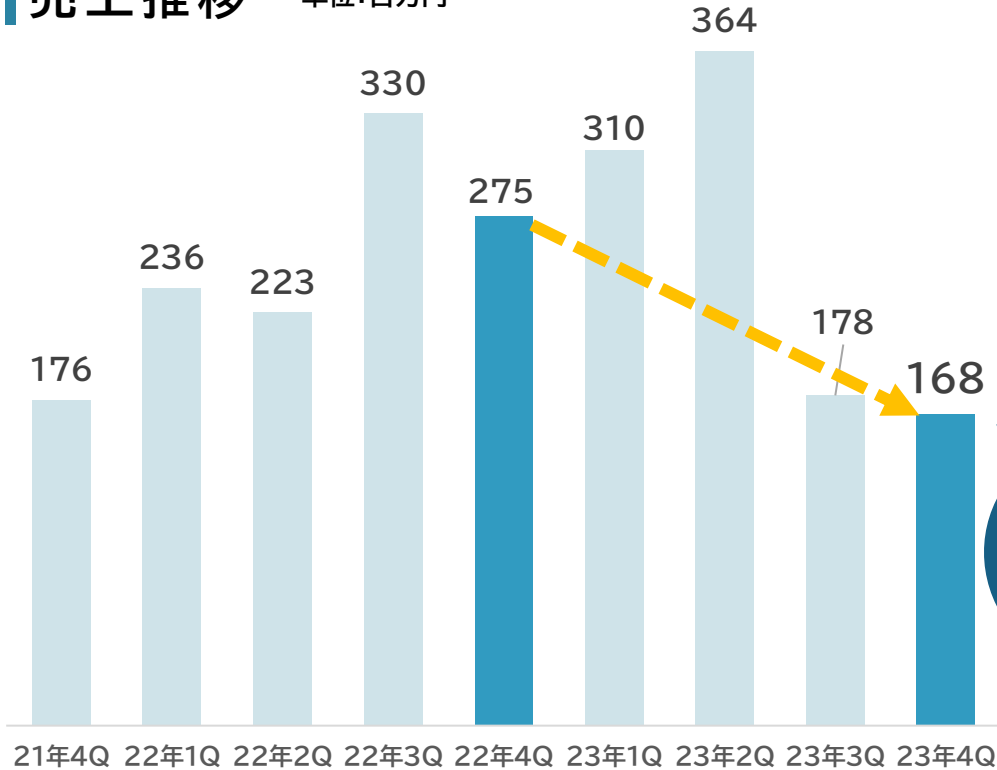


# データプロダクト「デジタルサイネージ」の売上・粗利推移

期初の計画通り、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比で減少  
リテール領域への注力により再成長を目指す

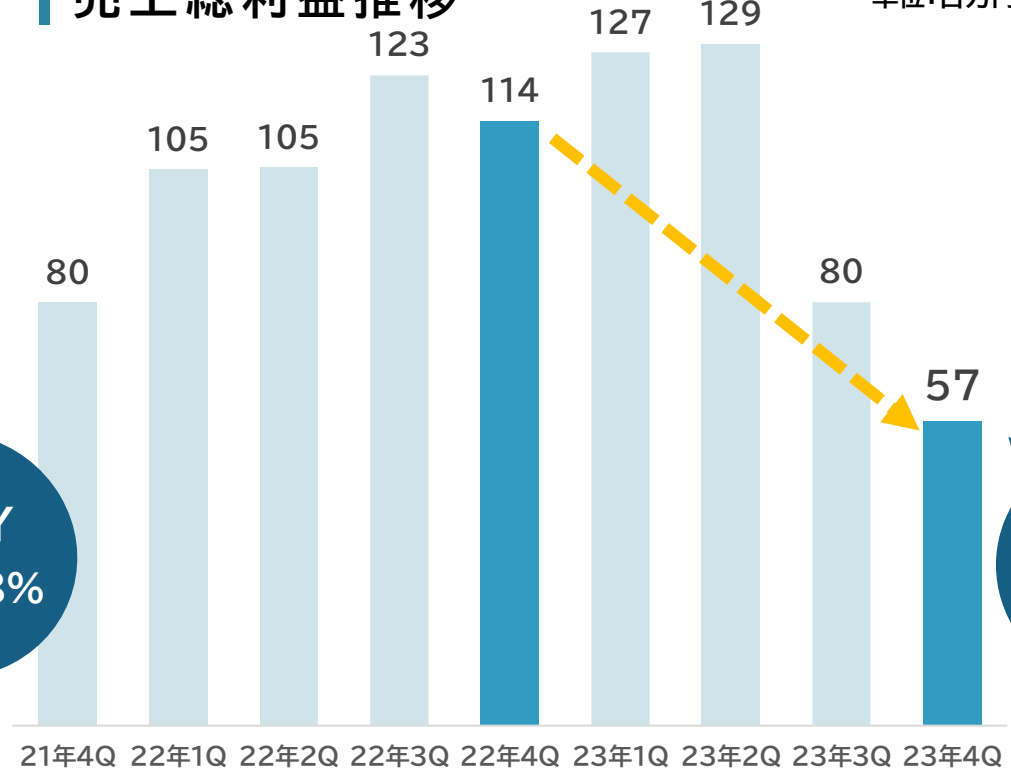
## 売上推移

単位:百万円



## 売上総利益推移

単位:百万円



# Agenda

- ① 2023年9月期 連結業績サマリ
- ② 第4四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 2024年9月期 業績予想
  - ・ データプロダクトに関して
  - ・ コンサルティングに関して
- ④ Appendix



# コンサルティングの売上・粗利推移

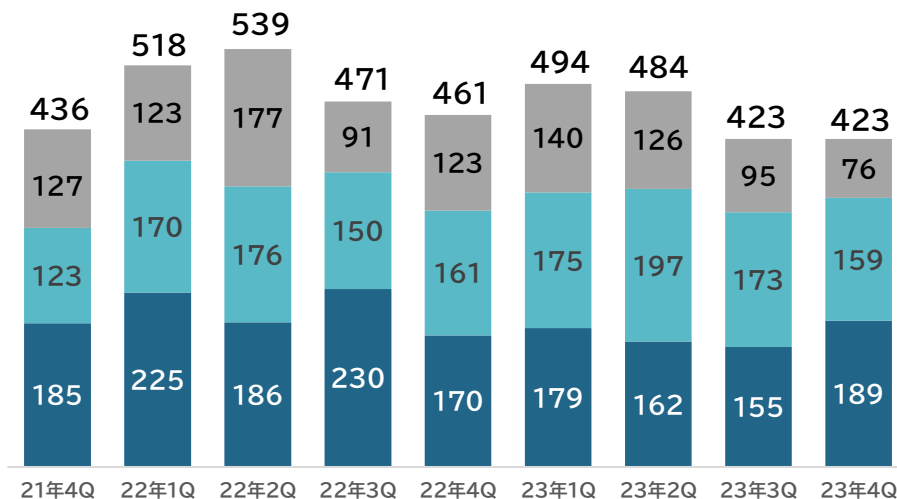
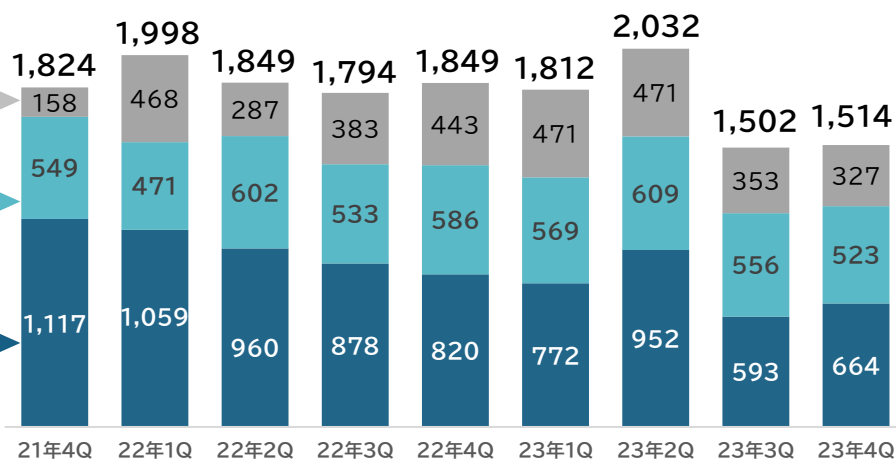
メディア向けコンサルは広告市況悪化の影響を受け減収  
 海外向けコンサルは粗利率の高いサービスの提供によって前年同Q比で増益

## 売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2022年9月期 第4四半期※1	2023年9月期 第4四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,849	1,514	-332	-18.1%
売上総利益	461	423	-38	-8.2%

## 売上四半期推移 単位:百万円

## 粗利四半期推移 単位:百万円



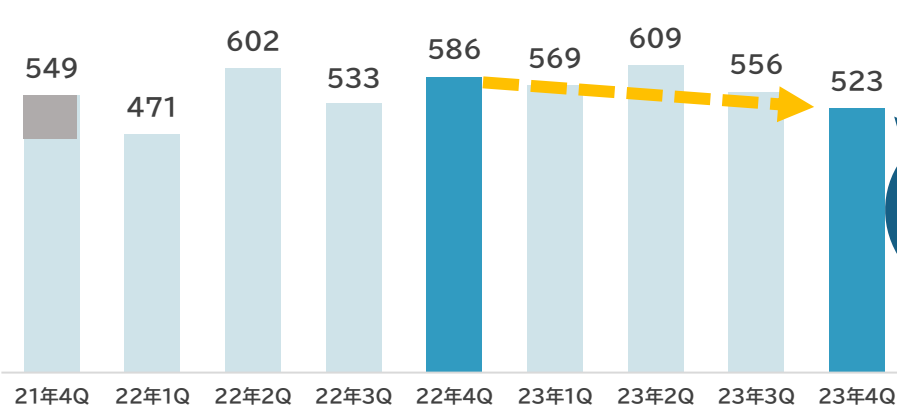
# コンサルティング-メディア向け

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  
**広告市況の悪化の影響を受け前年同Q比で減収。提供するサービスを改善し粗利は4%増**

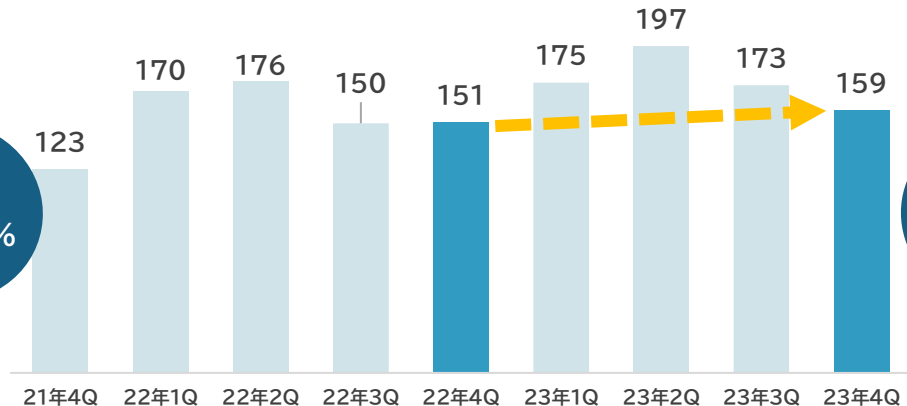


**売上四半期推移** 単位:百万円

■ = 新収益認識基準適用による減少売上想定値 (22年度以降は適用済み)



**粗利四半期推移** 単位:百万円

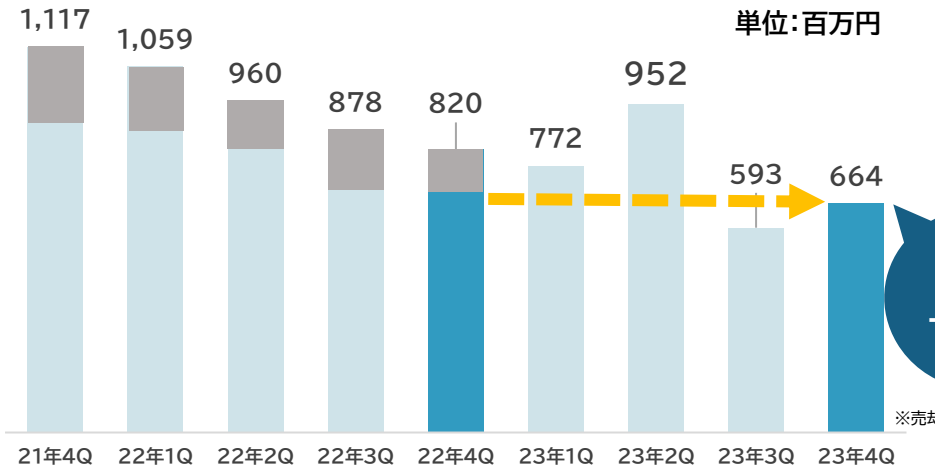


# コンサルティング-海外

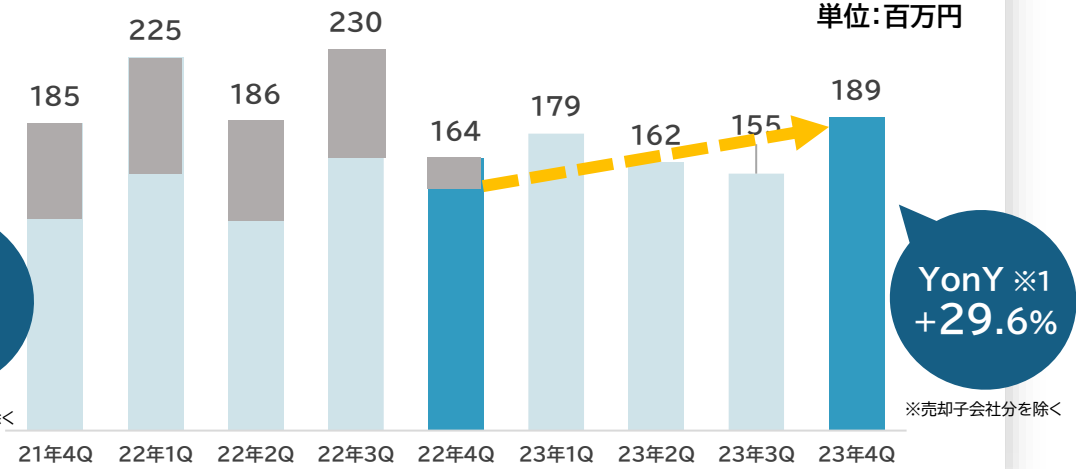
インバウンドマーケティングの需要が増加し、売上は**第3四半期比で増加**  
 また、高粗利なサービスを提供することで粗利率が改善し粗利率は**前年同Q比で29%増**



**売上四半期推移** ■ = 売却子会社分の売上(中国、ベトナム) 単位:百万円



**粗利四半期推移** ■ = 売却子会社分の粗利(中国、ベトナム) ※1 単位:百万円



# Agenda

- ① 2023年9月期 連結業績サマリ
- ② 第4四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 2024年9月期 業績予想**
  - ・ データプロダクトに関して
  - ・ コンサルティングに関して
- ④ Appendix

# 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	<b>13,645</b>	+1,796	<b>+15.2%</b>
売上総利益	3,736	<b>4,156</b>	+419	<b>+11.2%</b>
営業利益	689	<b>847</b>	+158	<b>+23.0%</b>
経常利益	593	<b>844</b>	+251	<b>+42.4%</b>
親会社株主に帰属する 当期純利益	497	<b>637</b>	+140	<b>+28.2%</b>

# Agenda

- ① 2023年9月期 連結業績サマリ
- ② 第4四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 2024年9月期 業績予想**
  - ・ データプロダクトに関して
  - ・ コンサルティングに関して
- ④ Appendix

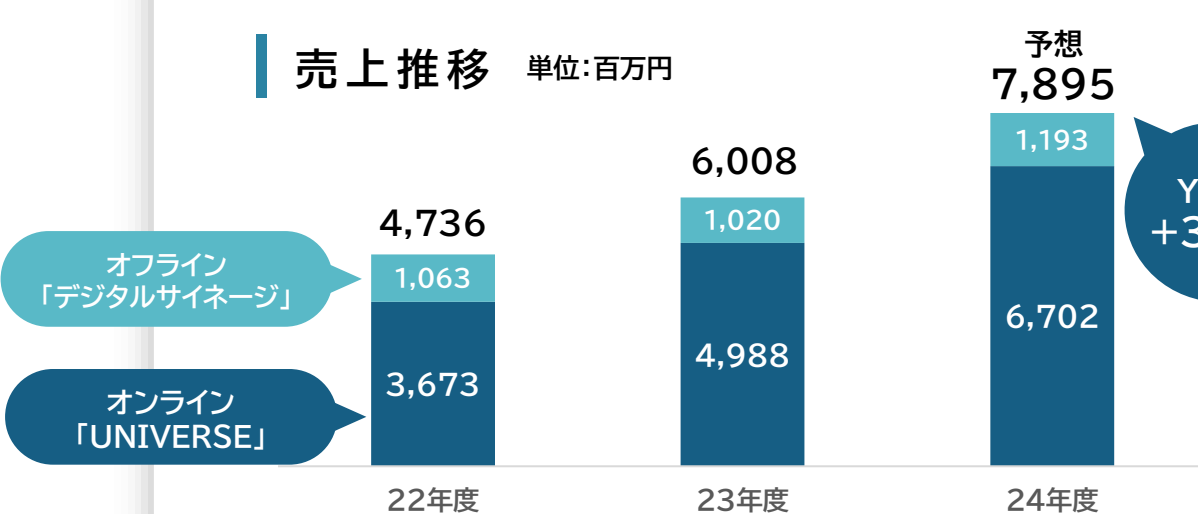
# データプロダクト全体の業績予想

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**

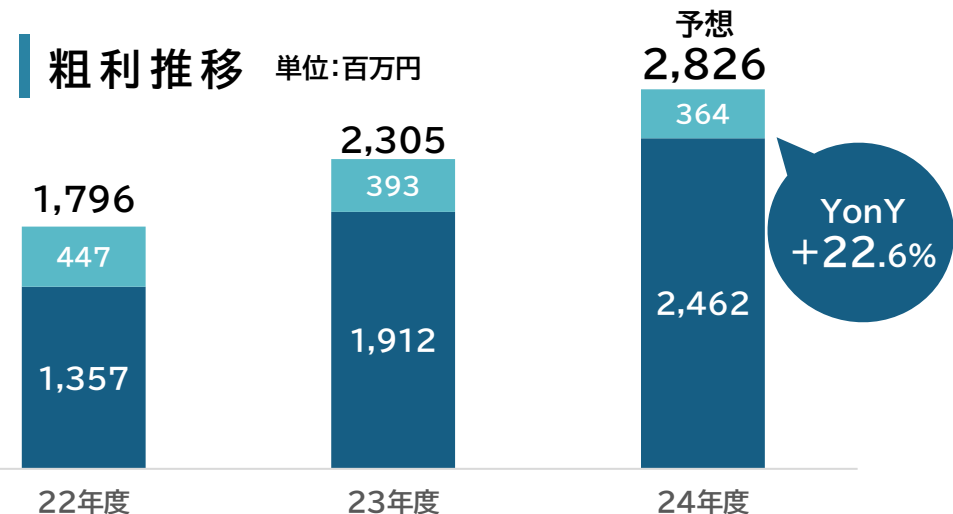
## 通期売上・粗利推移

(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





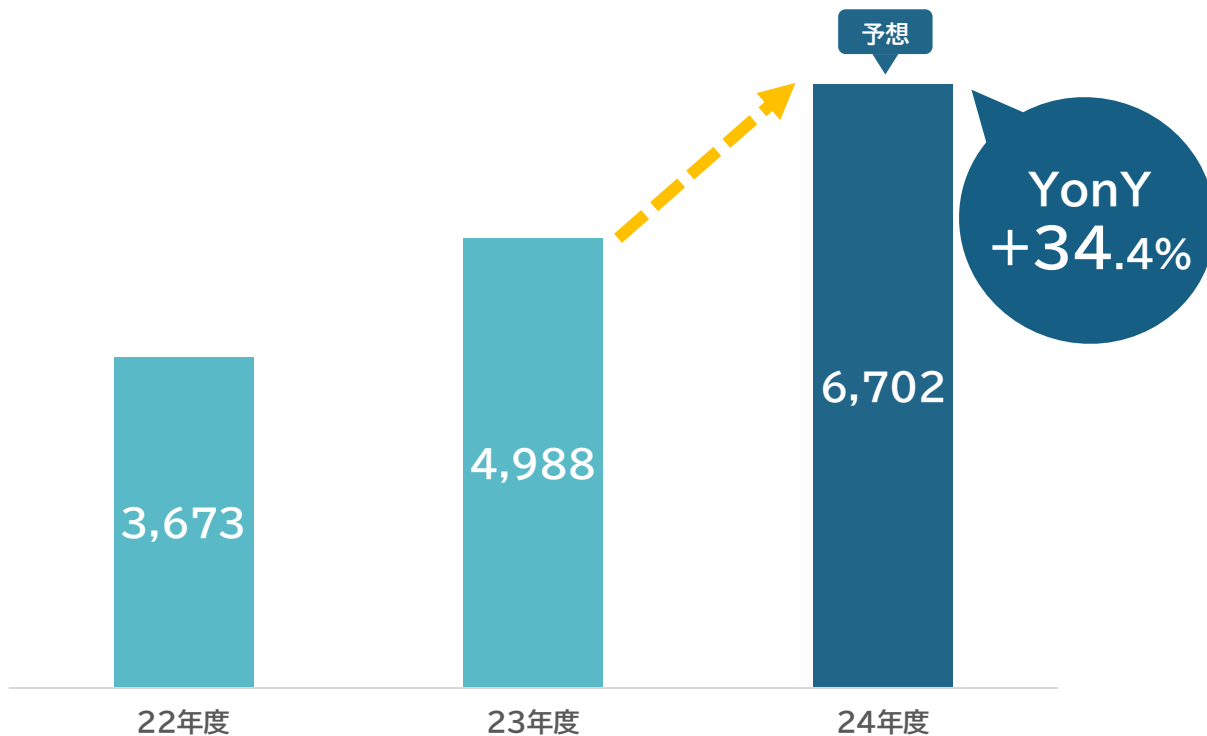
# データプロダクト「UNIVERSE」の業績予想

上半期はPostCookie対応の開発にリソースを投下

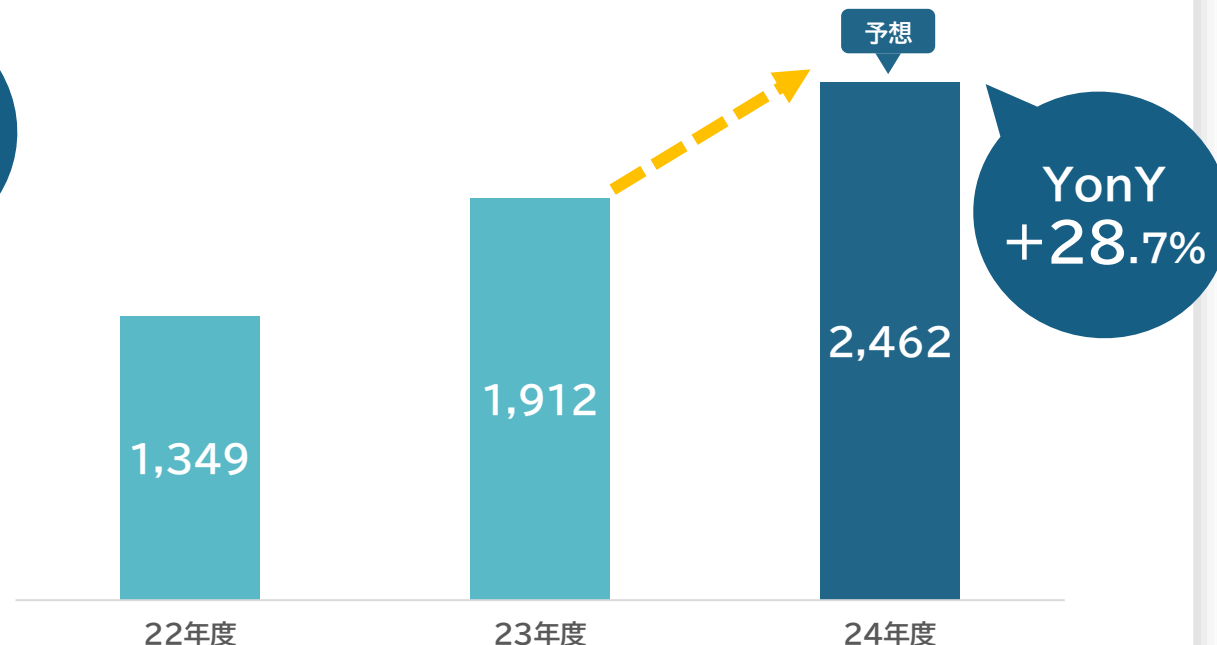
下半期にかけてPostCookieソリューションによる売上拡大によって

**売上は34%増、粗利で28%増の見込み**

売上推移 単位:百万円

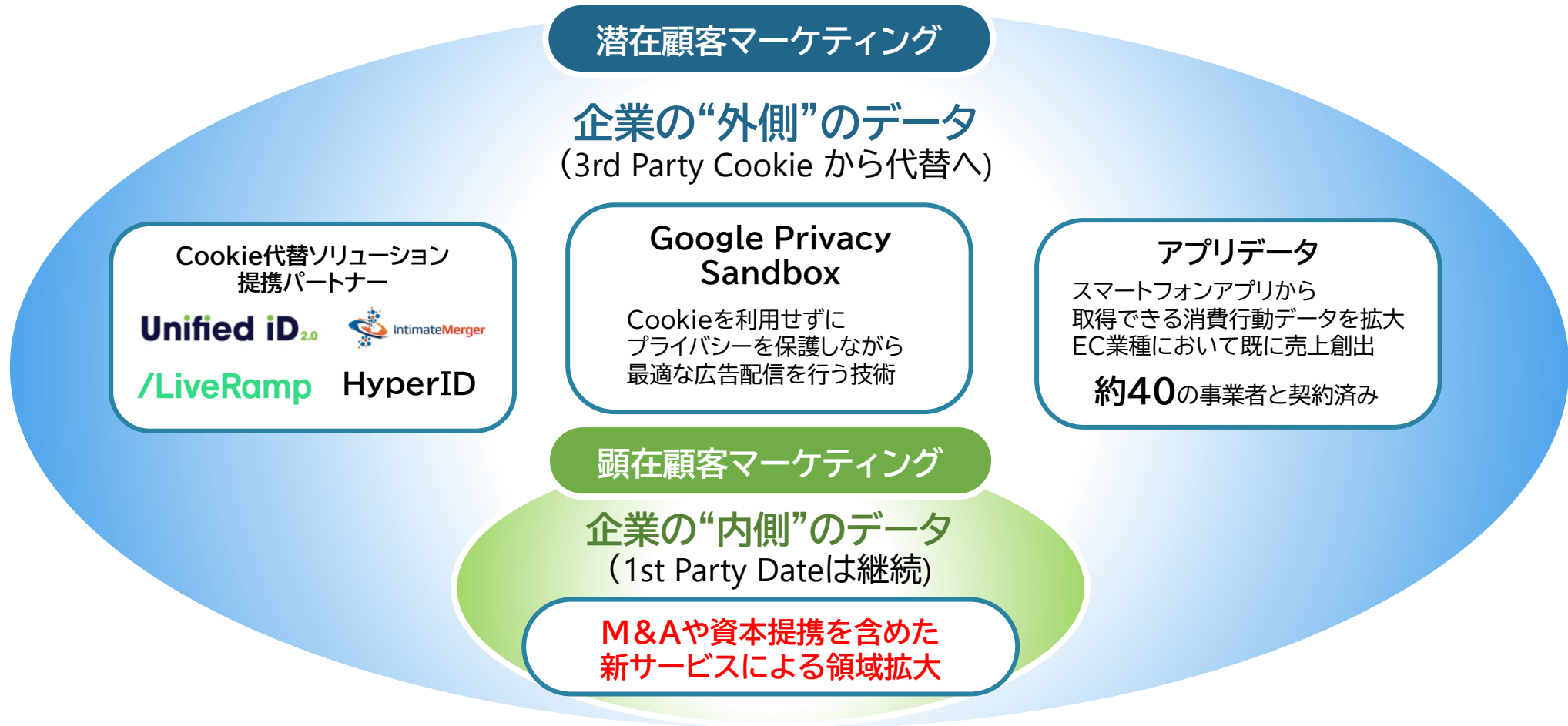


売上総利益推移 単位:百万円



2024年～  
PostCookie市場の  
リーディングカンパニーへ

# データプロダクトの拡大 - 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

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**

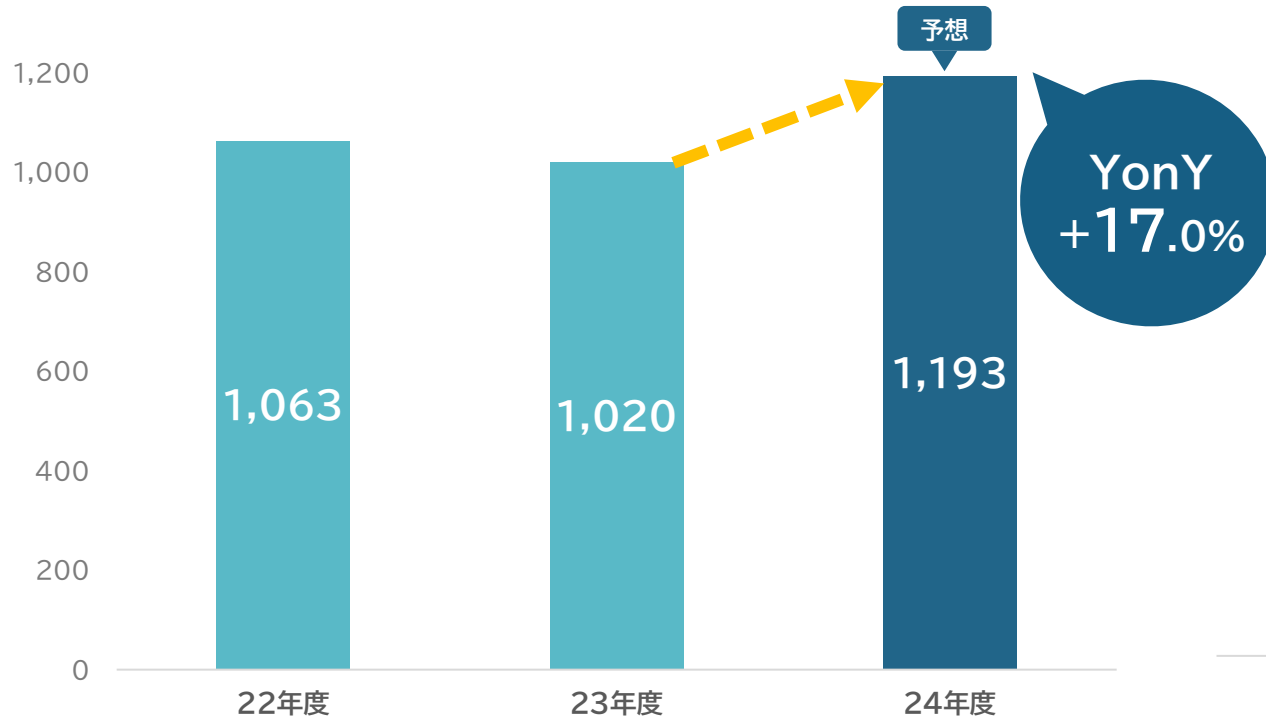
ユーザーの興味関心  
に基づいた広告配信

単一企業で2つの機能に対応したのは国内初  
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

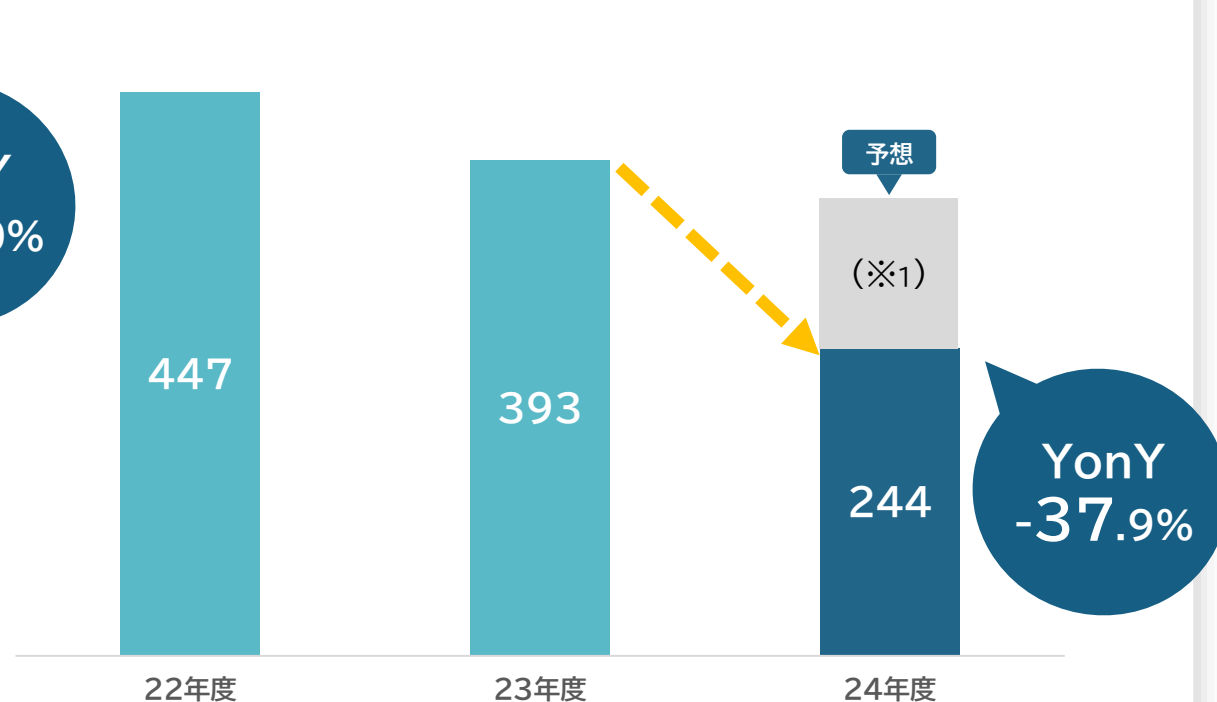
# データプロダクト「デジタルサイネージ」の業績予想

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

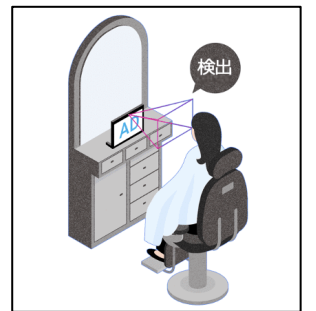
## 動画広告による収益モデル

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



# Agenda

- ① 2023年9月期 連結業績サマリ
- ② 第4四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 **2024年9月期 業績予想**
  - ・ データプロダクトに関して
  - ・ コンサルティングに関して
- ④ Appendix

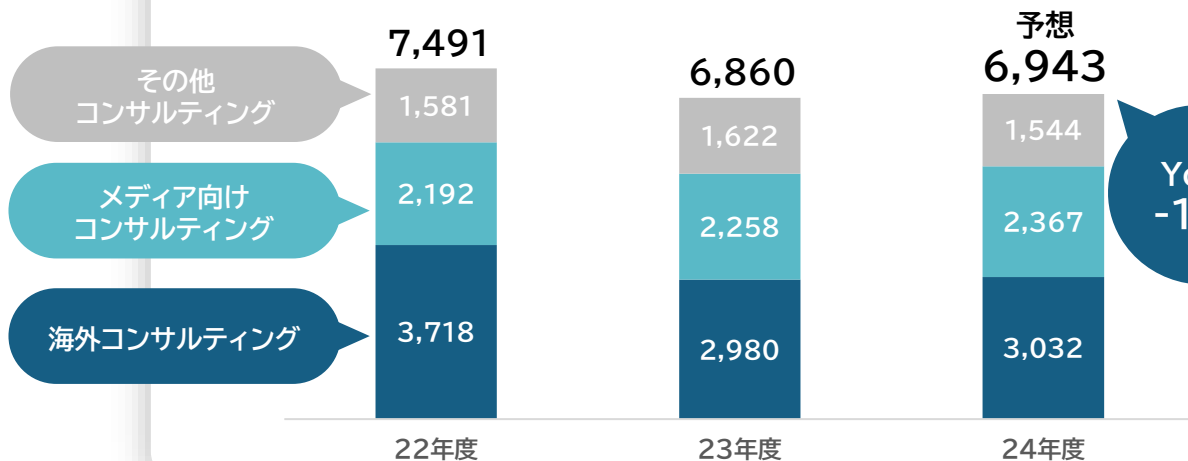
# コンサルティング全体の業績予想

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

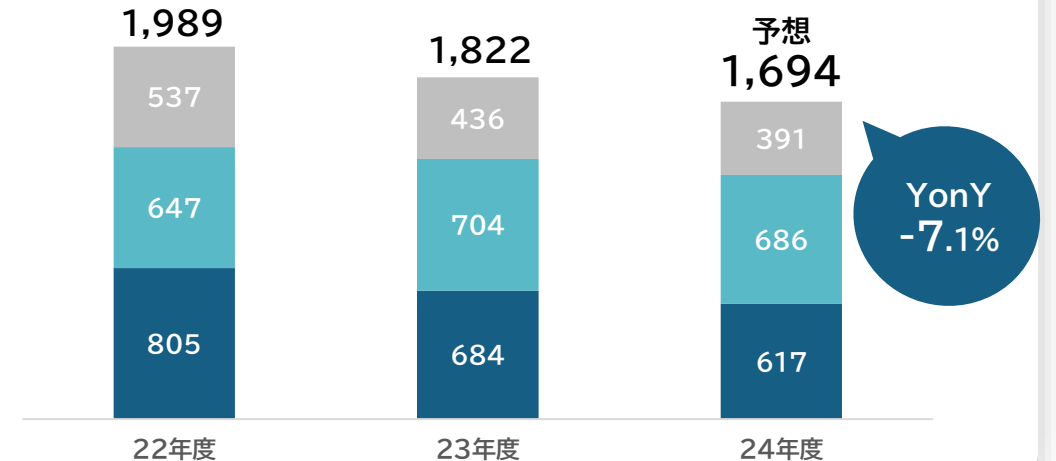
## 通期売上・粗利推移

(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



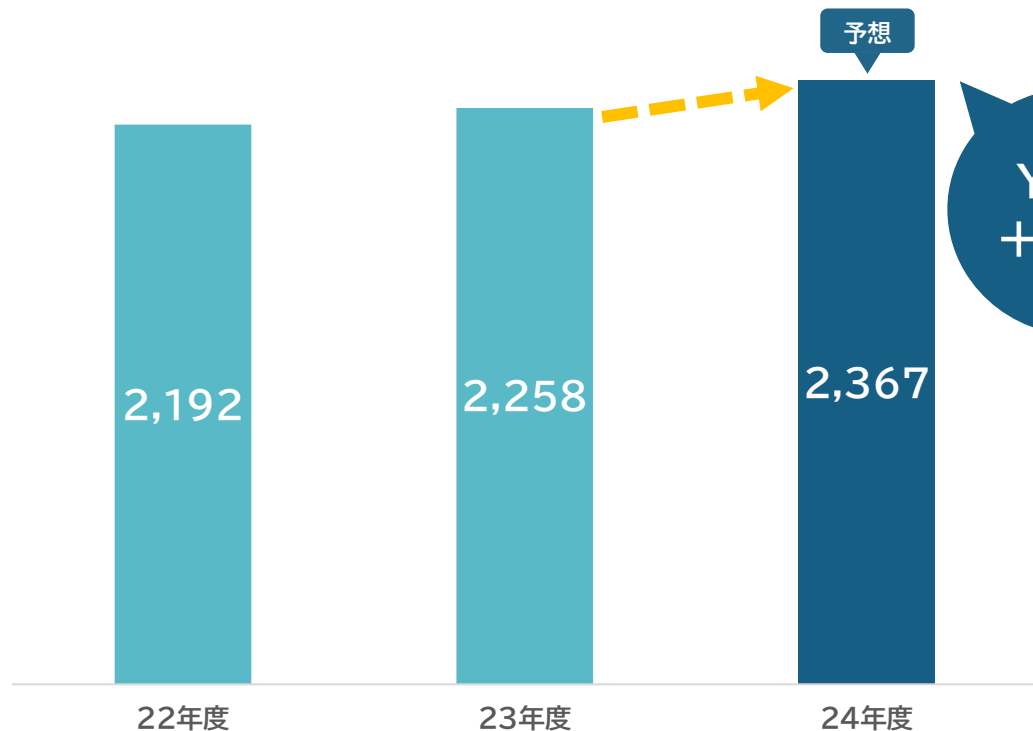


# メディア向けコンサルティングの業績予想

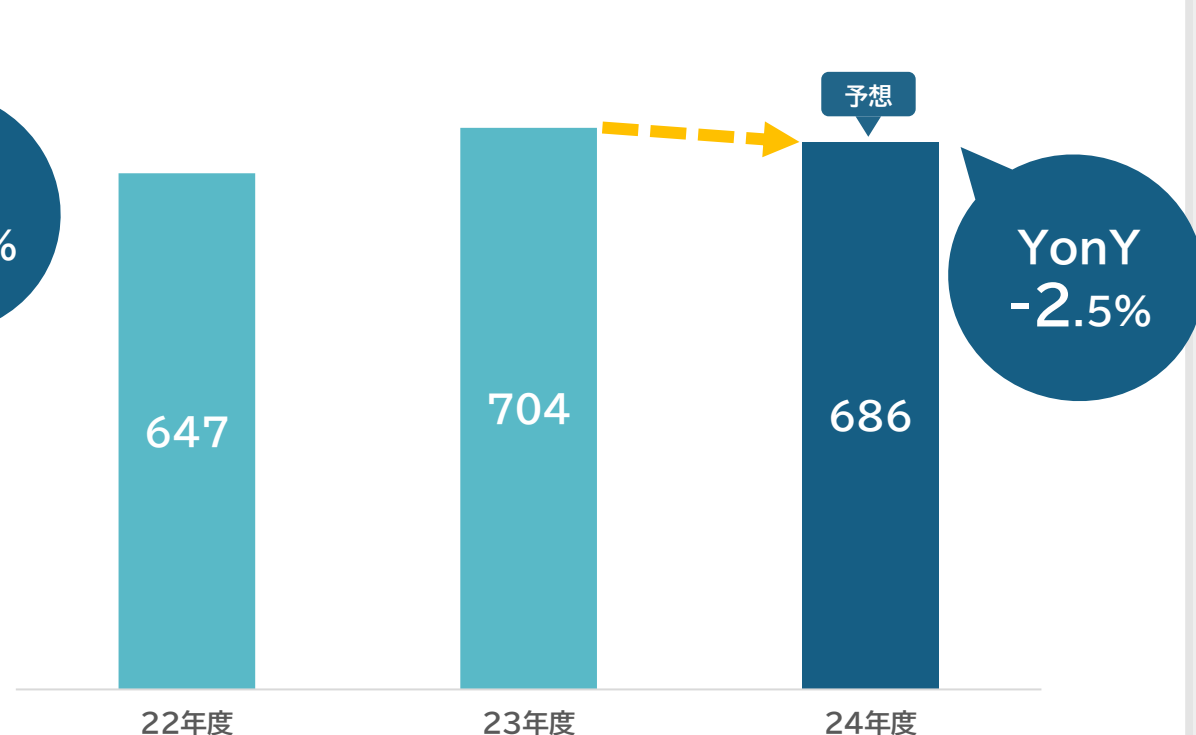
23年第4四半期から市況感悪化により高粗利製品の売上が減少傾向

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

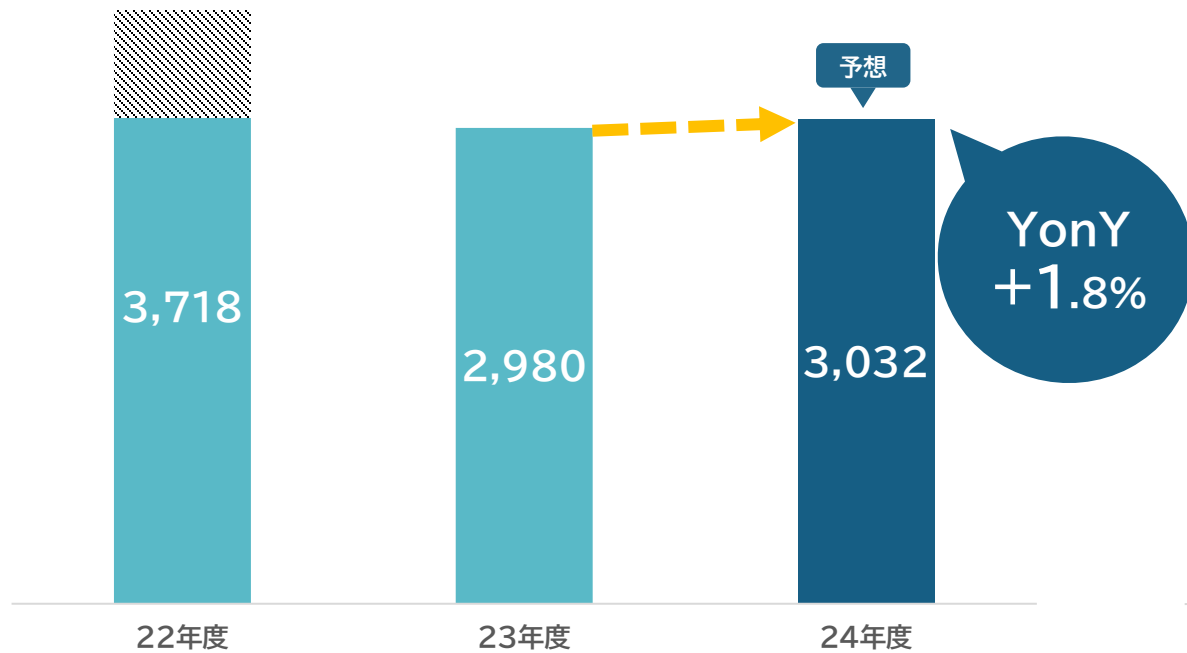


# 海外コンサルティングの業績予想


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  
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**

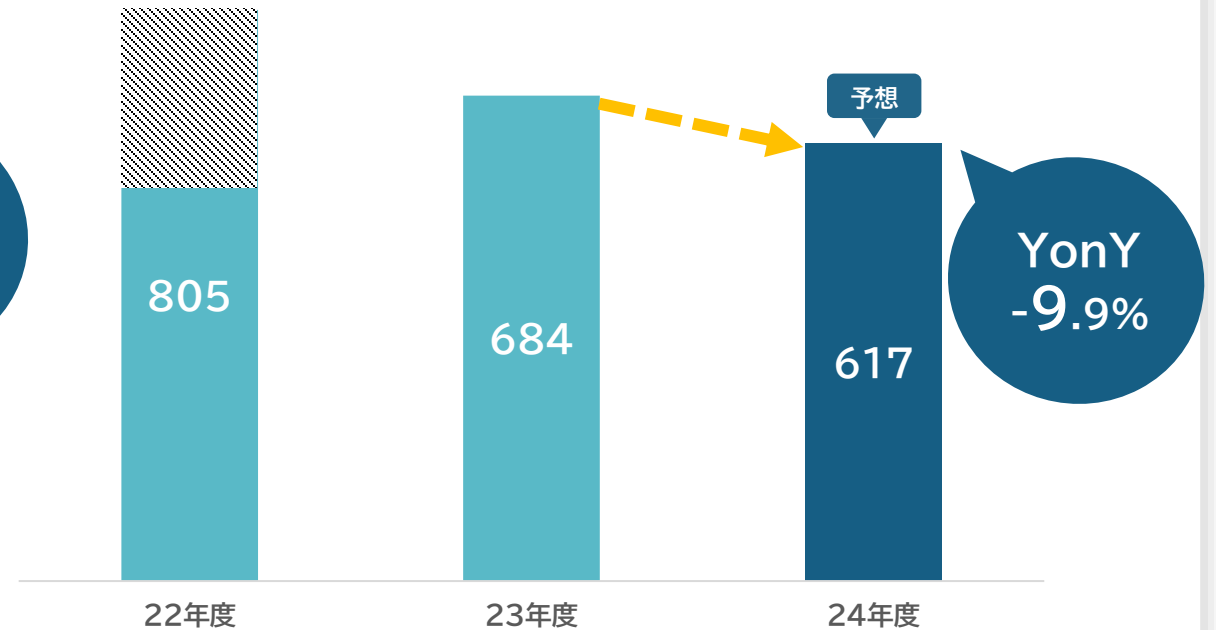
## 売上推移 単位:百万円

 = 売却子会社分の売上(中国、ベトナム)



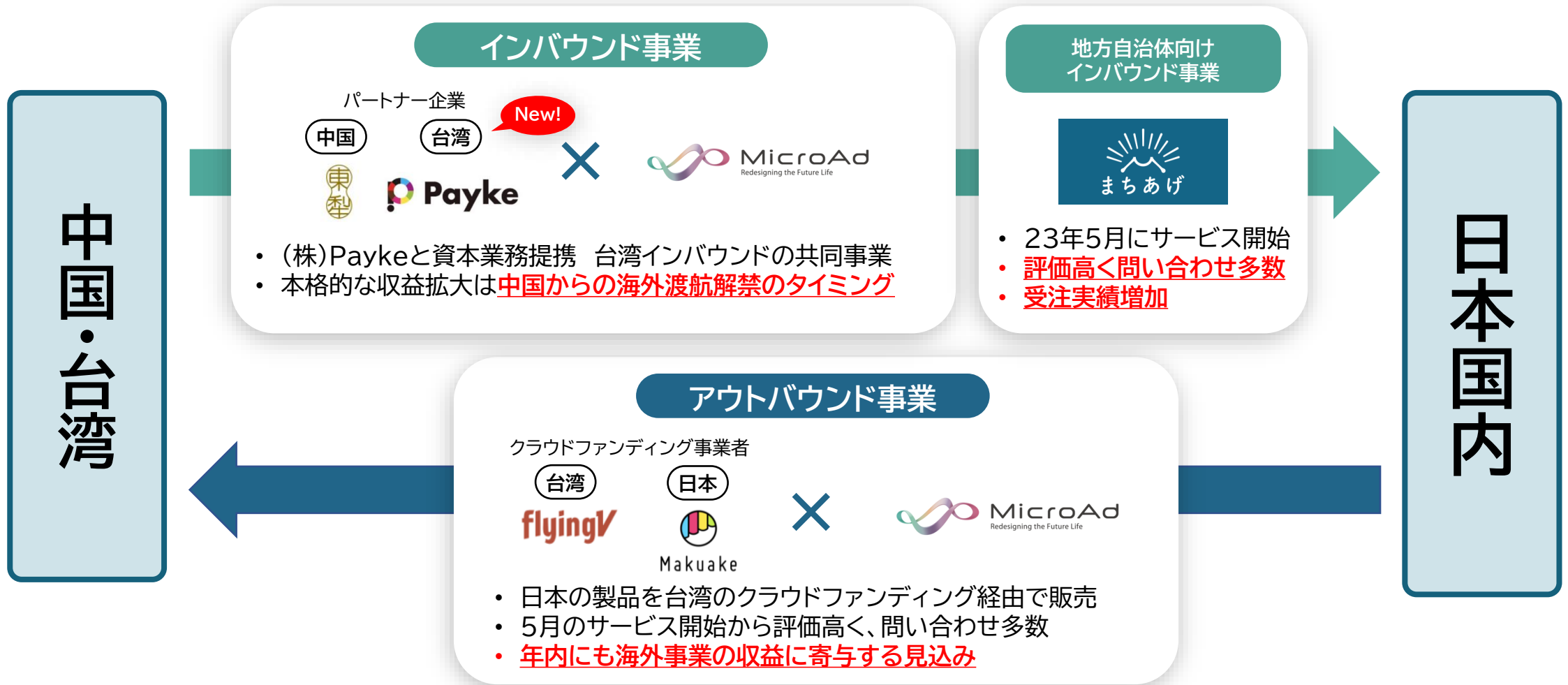
## 売上総利益推移 単位:百万円

 = 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



# 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**

## オルタナティブデータ

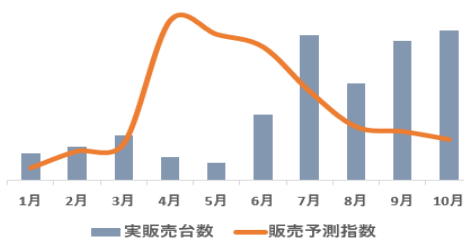
保有データの分析によって自己資金での株式投資を行う事業

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



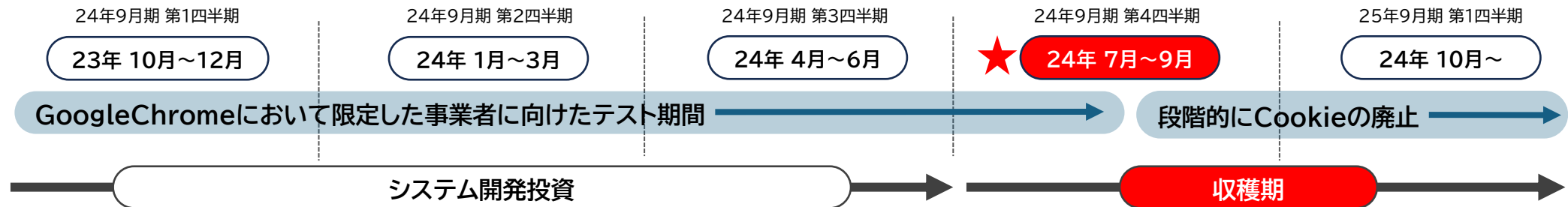
レシートデータを独自に分析  
1,400ブランドの分析が可能

**単体でのサービス提供を終了**  
**飲食業種向けの「Pantry」へ統合**

# 通期の投資と売上の推移

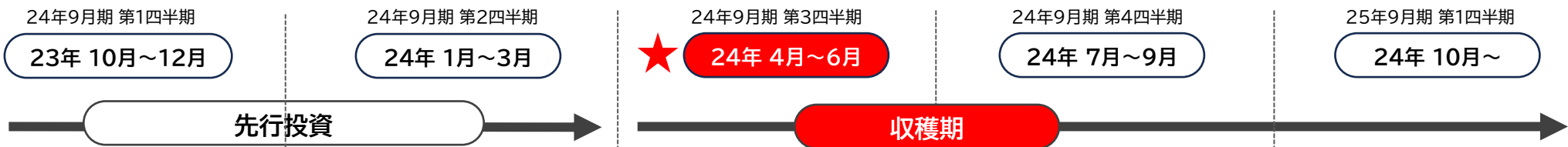
上半期はシステム開発投資や費用が先行し、下半期にかけて各サービスの売上拡大を見込む

## 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

# Agenda

## ① 2023年9月期 連結業績サマリ

## ② 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 2024年9月期 業績予想

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して

## ④ 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	990,83,0200円 (2023年9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	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)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

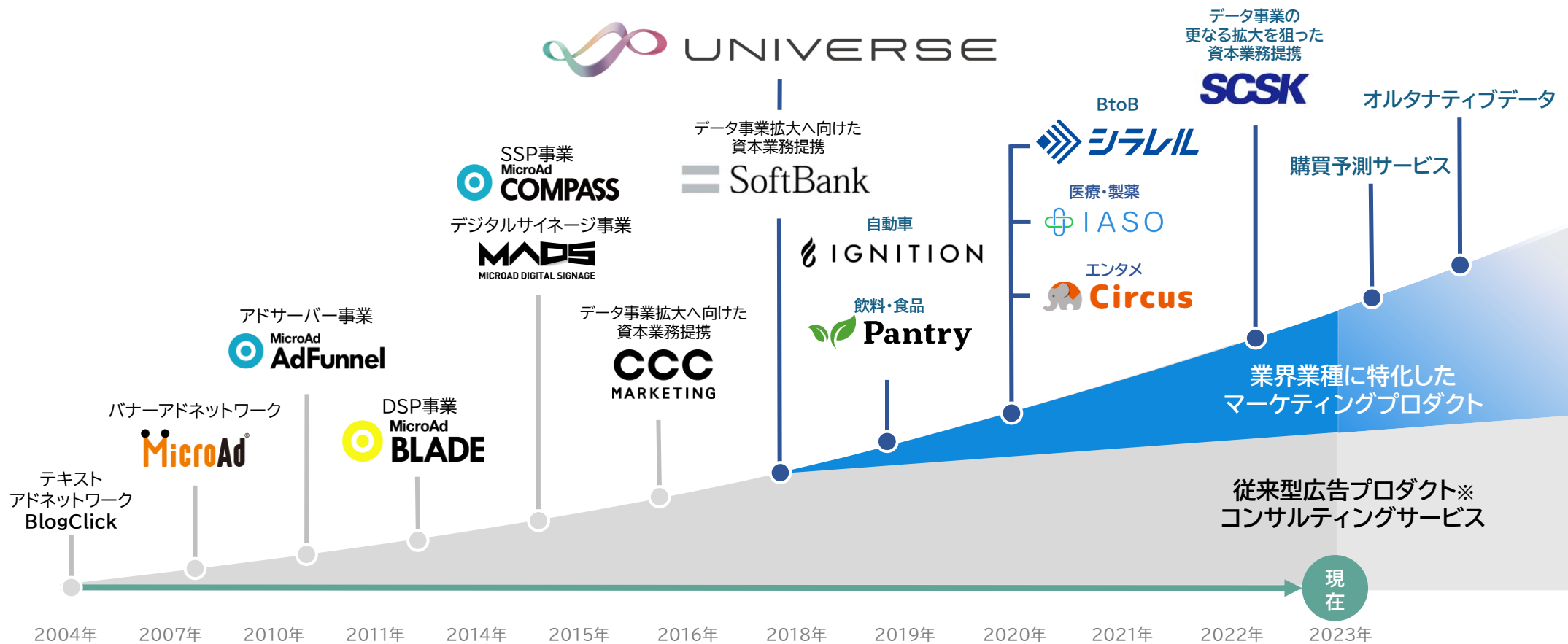
2002年SIer入社。金融会社向けシステム開発に携わる。2004年サイバーエージェント入社。当社の前身となるBlogClick事業の立ち上げに参画する。以後当社事業に携わりプロダクト開発を中心に幅広い業務を担当する。現在の管掌はデータソリューションサービス。



## 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

## Reshaping 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



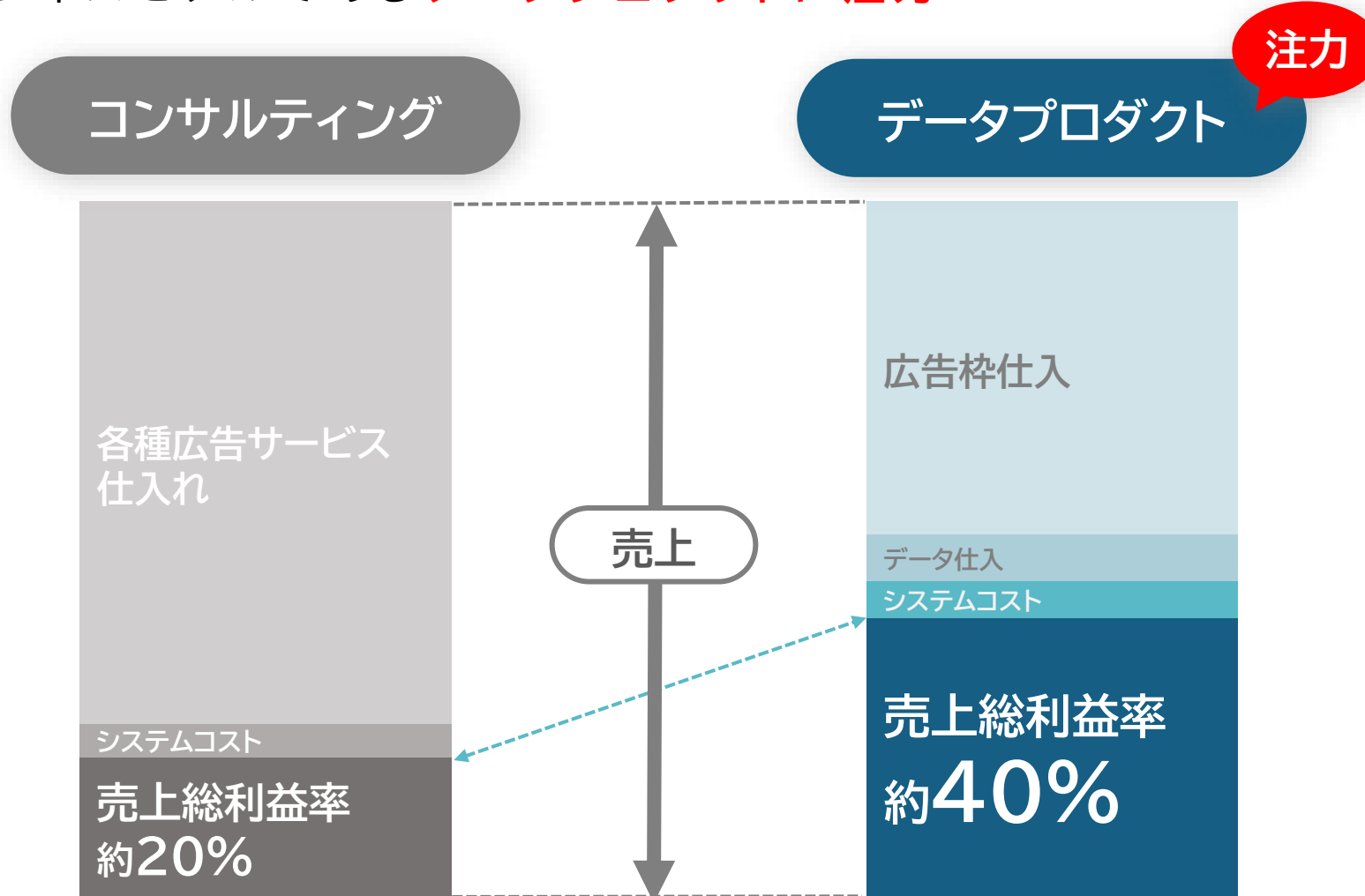
#### オフライン

屋外広告や交通広告のデジタルサイネージ



# サービス毎の収益性

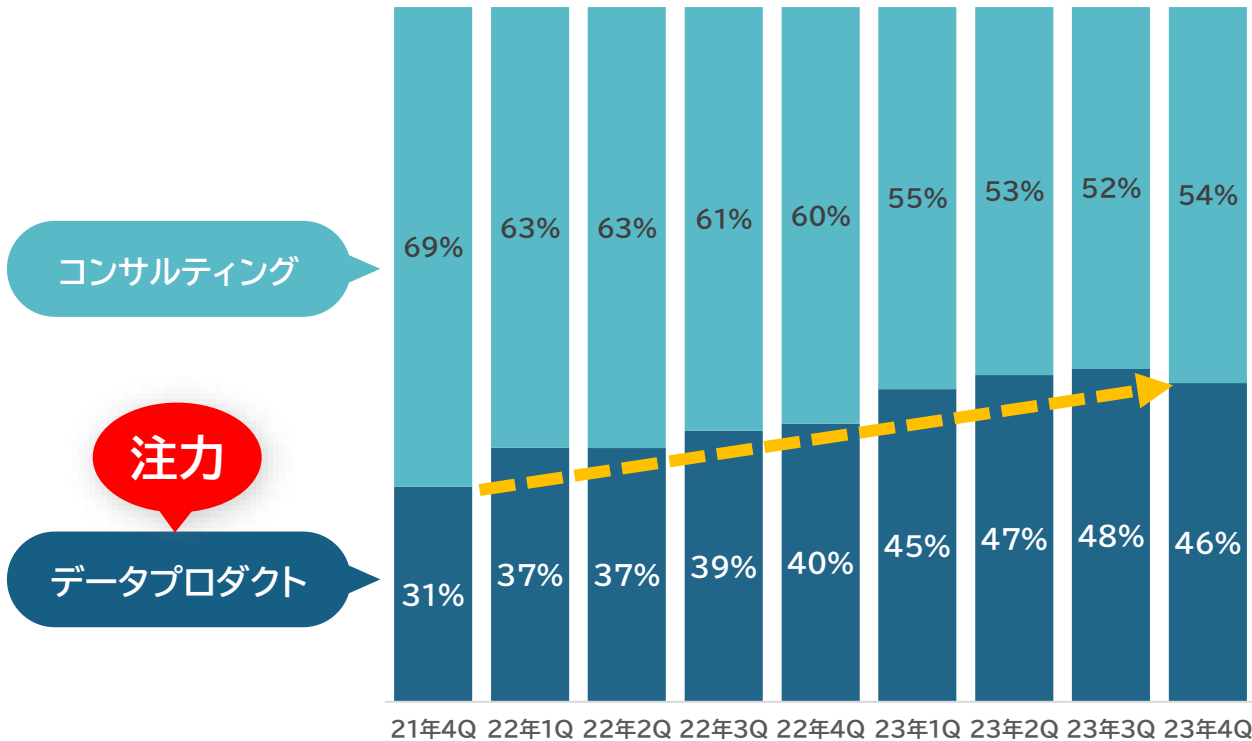
コンサルティングの売上は維持しつつ  
収益性の高いビジネスモデルである **データプロダクト** に注力



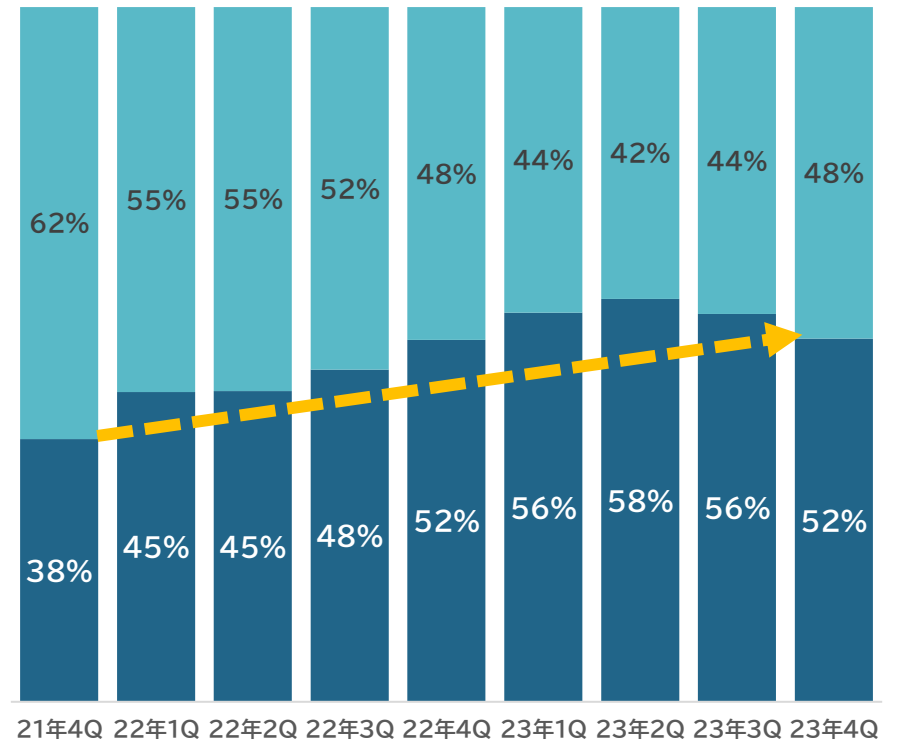
# サービス毎の売上・粗利シェア

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

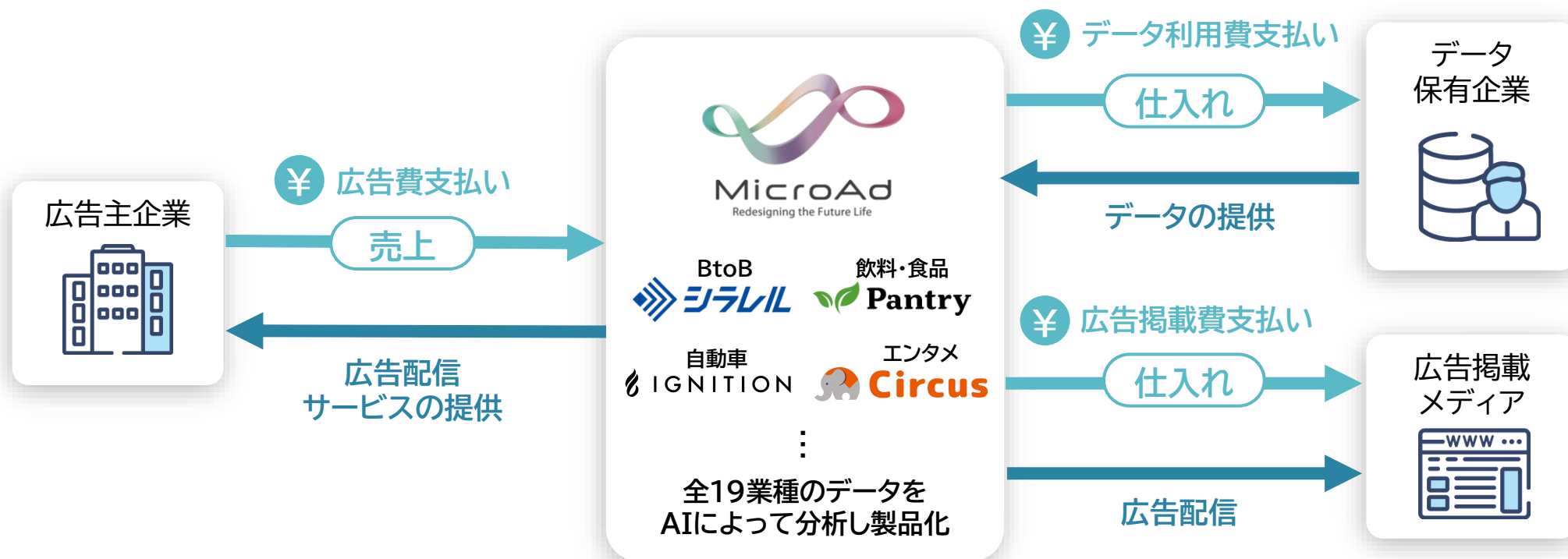


## 売上総利益シェア



# データプロダクト「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。

