

CARTA

HOLDINGS

NEW JOURNEY, NEW STANDARD

—— 2020年12月期 ——

第1四半期 決算説明資料

2020年5月14日

東証一部：3688



AGENDA

- P.02** 2020年12月期
第1四半期連結決算の概要
- P.12** 業績予想の進捗
- P.18** 2019年日本の広告費
インターネット広告媒体費
詳細分析
- P.22** 主要事業の概況
- P.41** 参考資料



3 2020年12月期第1四半期 ハイライト

業績

前年同四半期比でほぼ横ばい、**業績予想比では順調に進捗**

アドプラットフォーム事業の売上は前年同四半期比で**42%増**※1

新型コロナウイルスの影響

1Qは、売上▲1.3億円、営業利益▲1.0億円の影響

4月以降に影響本格化、年末までに最大売上▲18億円見込むが各種対策を進めることで**期首業績予想は据え置き**

株主還元

自己株式取得状況としては4月末時点で上限の300,000株（発行済株式数の1.18%）を取得済み

4 2020年12月期第1四半期 業績

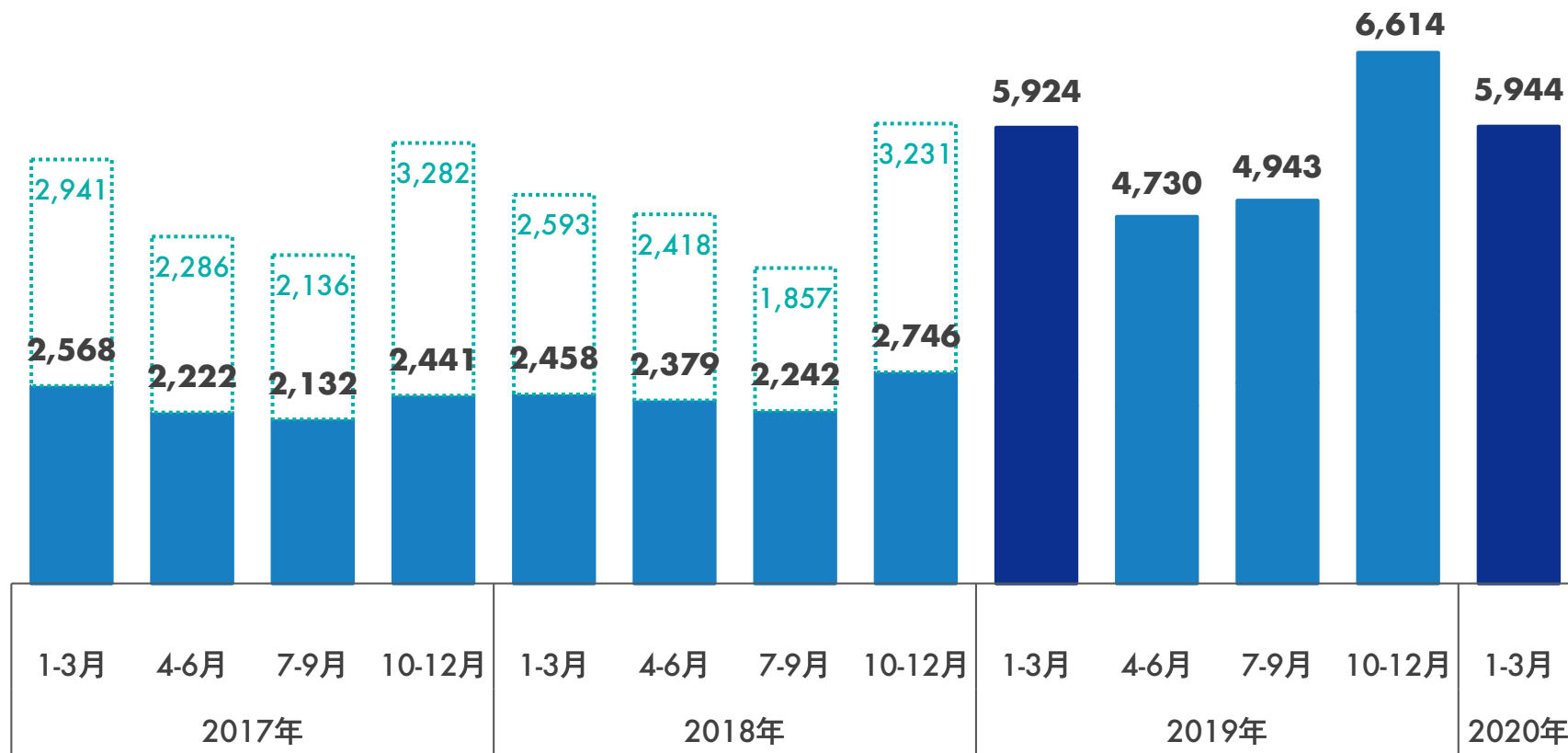
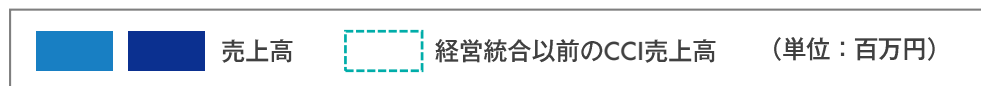
前年同四半期比ではほぼ横ばい

(単位：百万円)	2019年1-3月 実績 (CMerTV除く)	2020年1-3月	
		実績	増減率
売上高	5,924	5,944	+0.3%
売上総利益	5,136	5,088	-0.9%
営業利益	1,272	1,263	-0.7%
EBITDA ^{※1}	1,547	1,558	+0.7%

※1 EBITDA（利払い前・税引き前・償却前利益）＝税金等調整前当期純利益＋支払利息＋減価償却費＋償却費＋のれん償却費

5 連結売上高 四半期推移

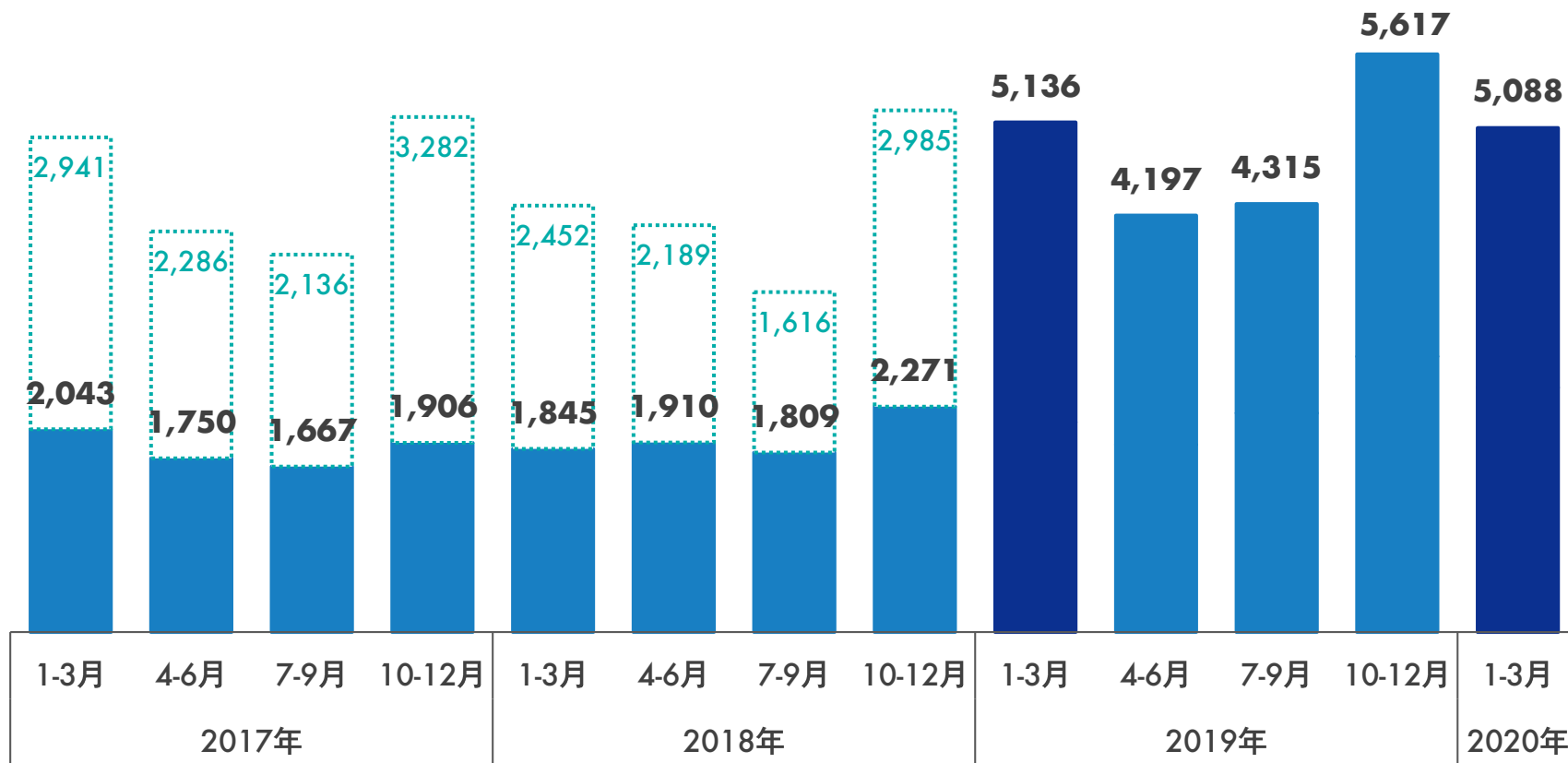
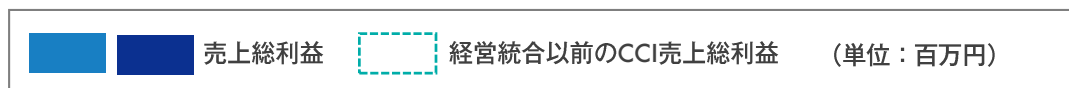
新型コロナウイルスの感染拡大による影響は一部受けつつも
アドプラットフォーム事業が好調に推移し59.4億円に



※ 2018年以前は、比較情報として新収益認識基準（ネット計上）の早期適用を遡及して反映したVOYAGE GROUP及びCCIの数値（監査対象外）
 ※ 連結から外れたCMerTV社の業績分を除く

6 連結売上総利益 四半期推移

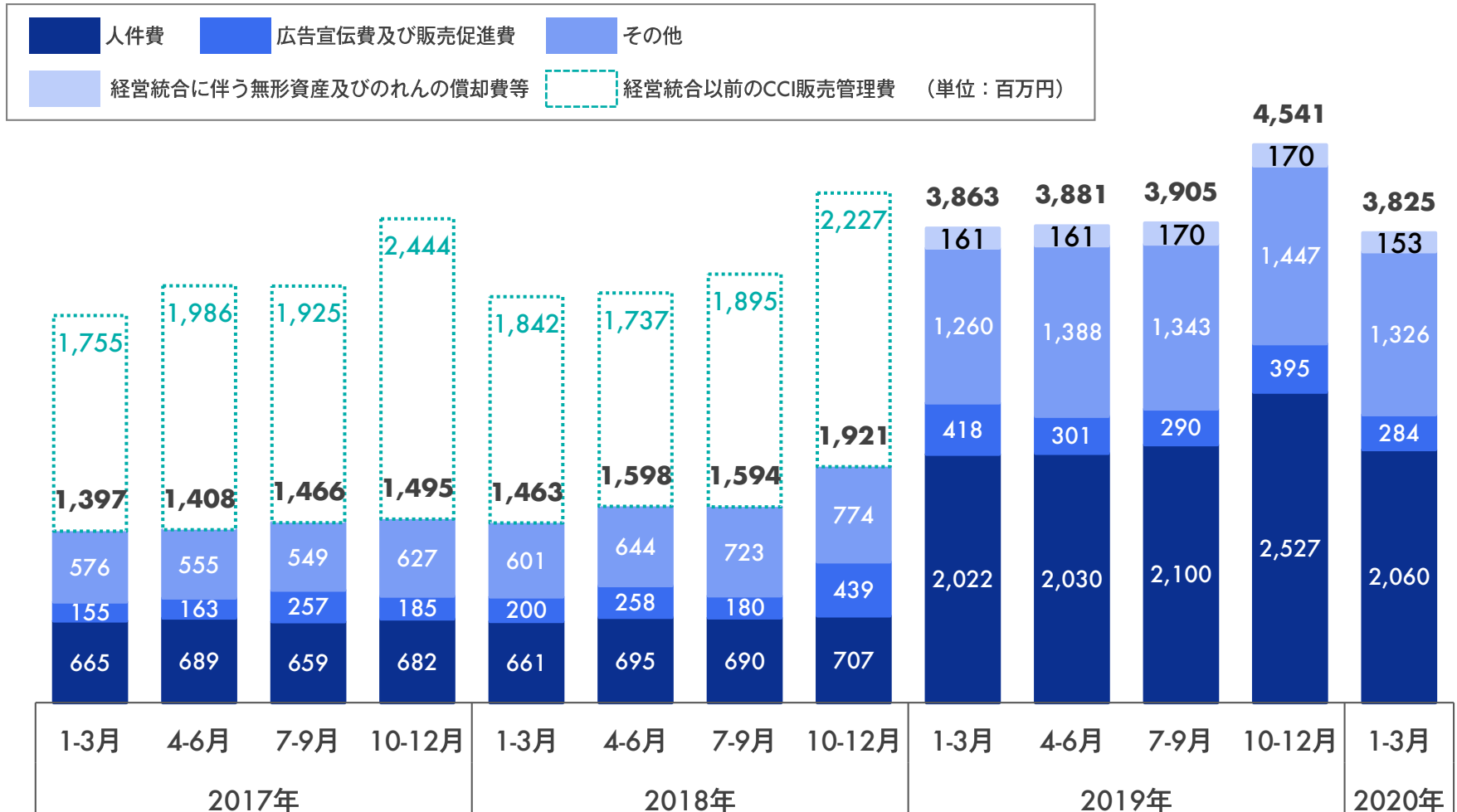
売上高と同様にほぼ前年並みの50.8億円に



※ 2018年以前は、比較情報として新収益認識基準（ネット計上）の早期適用を遡及して反映したVOYAGE GROUP及びCCIの数値（監査対象外）
 ※ 連結から外れたCMerTV社の業績分を除く

7 連結販売管理費 四半期推移

前年同四半期比で1.0%減の38.2億円に
 今後は新型コロナウイルスの影響を見据えてコスト管理を徹底

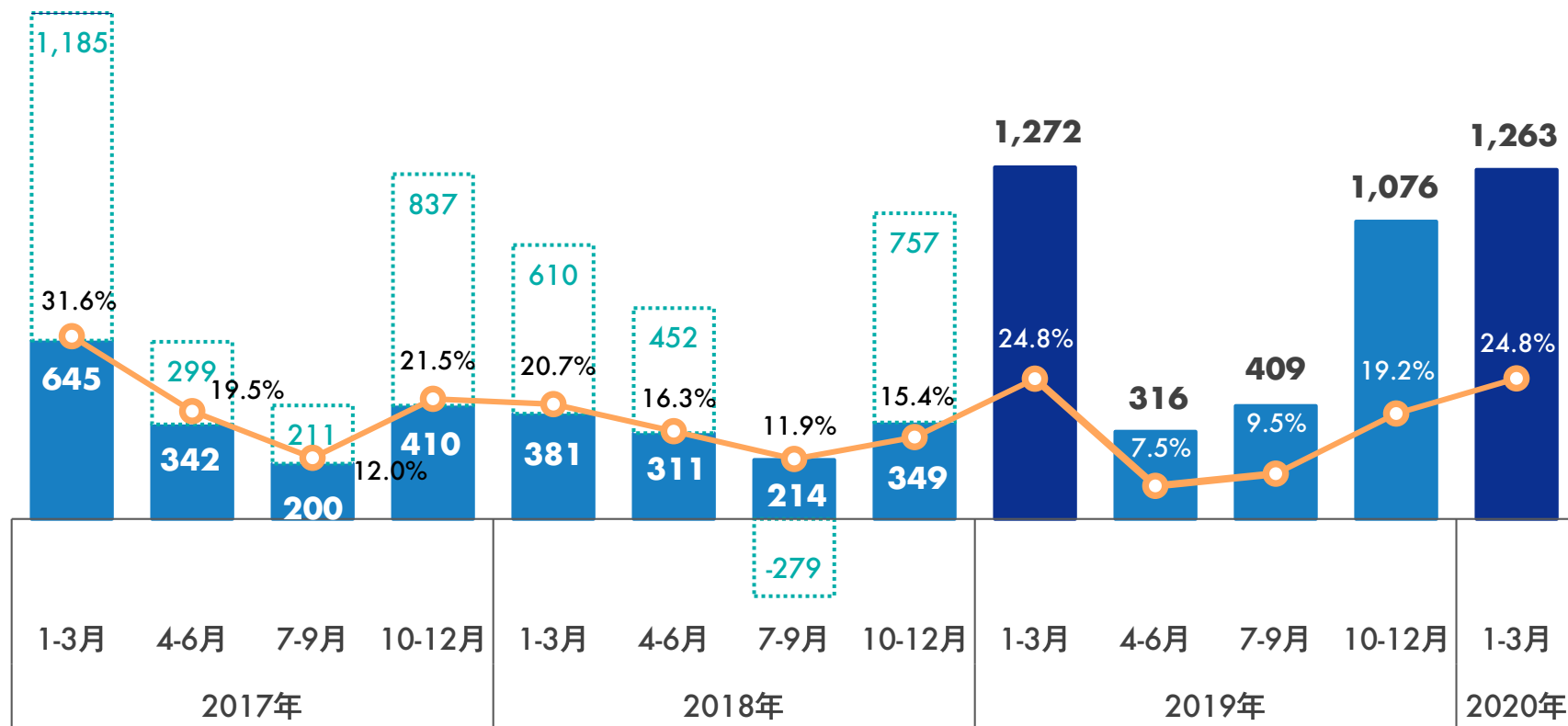
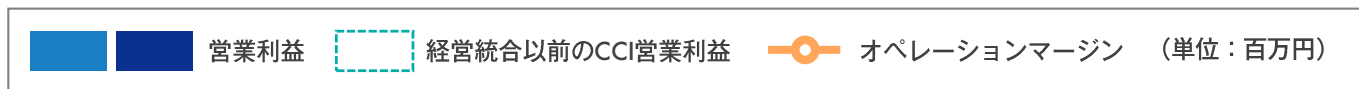


※ 2018年以前は、比較情報として新収益認識基準（ネット計上）の早期適用を遡及して反映したVOYAGE GROUP及びCCIの数値（監査対象外）

※ 連結から外れたCMerTV社の業績分を除く

8 連結営業利益 四半期推移

前年同四半期とほぼ同程度の12.6億円に
前年に一時的な収益が（約3億円）あったことを考慮すると実質的に増益



※ 2018年以前は、比較情報として新収益認識基準（ネット計上）の早期適用を遡及して反映したVOYAGE GROUP及びCCIの数値（監査対象外）
 ※ オペレーションマージン = 営業利益 ÷ 売上総利益
 ※ 連結から外れたCMerTV社の業績分を除く

9 2020年度の全社方針と取り組みの進捗

共通基盤の整備を通じて「経営融合」を推進
1Qにおいては新型コロナウイルス対策に並行して下記に取り組む

方針と取り組み	1Qにおける具体的な取り組み
持続的成長を実現するための 共通基盤の整備／強化	<ul style="list-style-type: none">● CARTA内にコーポレート本部/テクノロジー本部 /広報室/組織戦略室等を発足● 管理会計のための基盤整備● コミュニケーション基盤としてslack等の統合● セキュリティ基盤の整備● 内部監査体制の整備
粗利生産性の向上／間接部門の スリム化	<ul style="list-style-type: none">● 非コア業務のアウトソース検討
早期の上場再承認に向けた 社内体制の強化	<ul style="list-style-type: none">● 外部アドバイザーとの契約締結● 上場承認を見据えた内部体制/規程などの整備

10 連結損益計算書

(単位：百万円)	2019年1～3月	2020年1～3月	前年比
売上高	6,159	5,944	-3.5%
売上総利益	5,371	5,088	-5.3%
販売管理費	4,032	3,825	-5.1%
営業利益	1,338	1,263	-5.6%
営業外収益	55	51	-6.7%
営業外費用※1	23	128	+437.2%
経常利益	1,369	1,186	-13.4%
特別利益※2	0	227	—
特別損失※3	55	123	+123.7%
税金等調整前当期純利益	1,314	1,290	-1.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	764	693	-9.3%
EBITDA※4	1,626	1,558	-4.2%

※1 営業外費用：主に投資事業組合運用損63百万円、持分法による投資損失55百万円

※2 特別利益：主に投資有価証券売却益166百万円、子会社株式売却益46百万円

※3 特別損失：主に関係会社株式売却損77百万円、固定資産除却損43百万円

※4 EBITDA（利払い前・税引き前・償却前利益）＝税金等調整前当期純利益＋支払利息＋減価償却費＋償却費＋のれん償却費

11 連結貸借対照表

現金及び預金は138億円、自己資本比率49%と強固な財務基盤
事業継続が最優先ではあるが新規事業やM&A等の成長投資に活用していく

(単位：百万円)		2019年12月末	2020年3月末	増減
流動資産		36,283	35,084	-1,199
	うち現金及び預金	14,546	13,897	-648
固定資産		14,338	12,378	-1,960
総資産		50,621	47,462	-3,159
流動負債		25,019	22,551	-2,468
固定負債		1,881	1,535	-345
純資産		23,720	23,375	-345
負債及び純資産		50,621	47,462	-3,159

AGENDA

- P.02 2020年12月期
第1四半期連結決算の概要
- P.12 業績予想の進捗
- P.18 2019年日本の広告費
インターネット広告媒体費
詳細分析
- P.22 主要事業の概況
- P.41 参考資料



13 1Qにおける新型コロナウイルスの影響

新型コロナウイルスの感染拡大により3月から広告需要が減退
1Qでの影響は、売上高▲1.3億円、営業利益▲1.0億円

	新型コロナウイルスの影響	売上影響額 (1-3月)
全社	● 2月よりリモートワーク開始	合計▲1.3億円
アドプラットフォーム事業	● サプライサイドにおけるCPMが低下 ● デマンドサイドにおいて一部広告主の出稿控え	▲0.3億円
パートナーセールス事業	● キャンペーンの延期、縮小、キャンセル ● オリンピック期間中の受注キャンセル	▲0.7億円
コンシューマー事業	● 運用型広告のCPMが低下 ● サポーターズの新卒採用イベントの延期、キャンセル ● ゲーム攻略メディアの3月PVは過去最高に	▲0.3億円

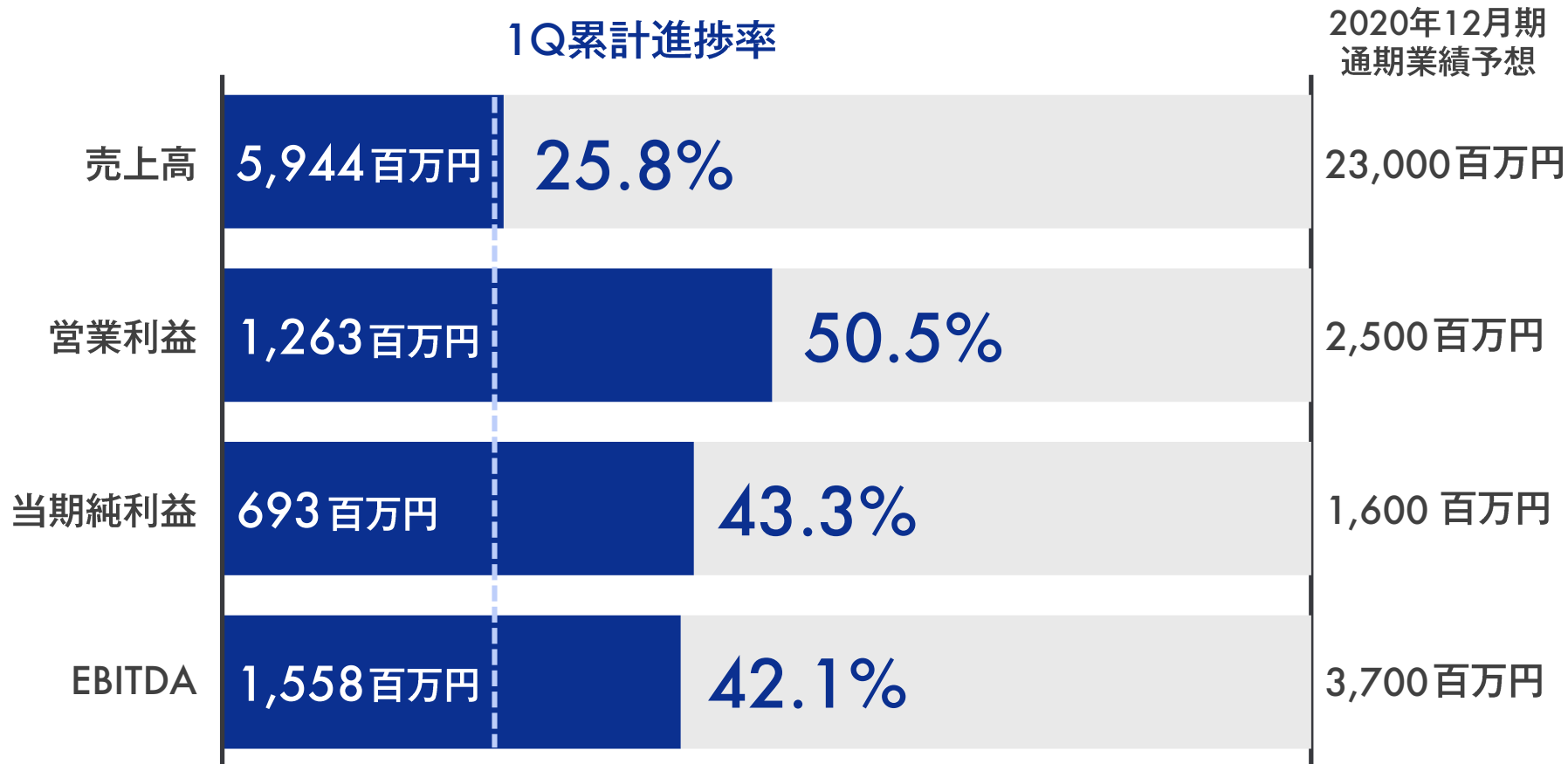
14 4月以降の新型コロナウイルスの影響と対策

夏頃までに新型コロナウイルスはある程度収束し、広告主の需要は9月頃から復調し年末に向けて正常化に向かうことを前提に試算
売上高への影響は最大▲18億円となるが、各種対策により
営業利益への影響を最小化することを目指す

	最大売上影響額 (4月~12月)	具体的な対策
全社	▲18億円	<ul style="list-style-type: none">● コストの徹底的な見直し● 最適人員配置の見直し● リモートワークの長期化を見据えて、生産性向上への各種制度/インフラを整備
アドプラットフォーム事業	▲4億円	<ul style="list-style-type: none">● 商談のオンライン化● 家中消費対応企業／好況業種の攻略
パートナーセールス事業	▲10億円	<ul style="list-style-type: none">● 商談のオンライン化● 広告運用のオンライン対応● 家中消費対応企業／好況業種の攻略
コンシューマー事業	▲4億円	<ul style="list-style-type: none">● 巣ごもり需要の恩恵を受けるメディア、EC事業を強化● 新たな収益機会へのチャレンジ

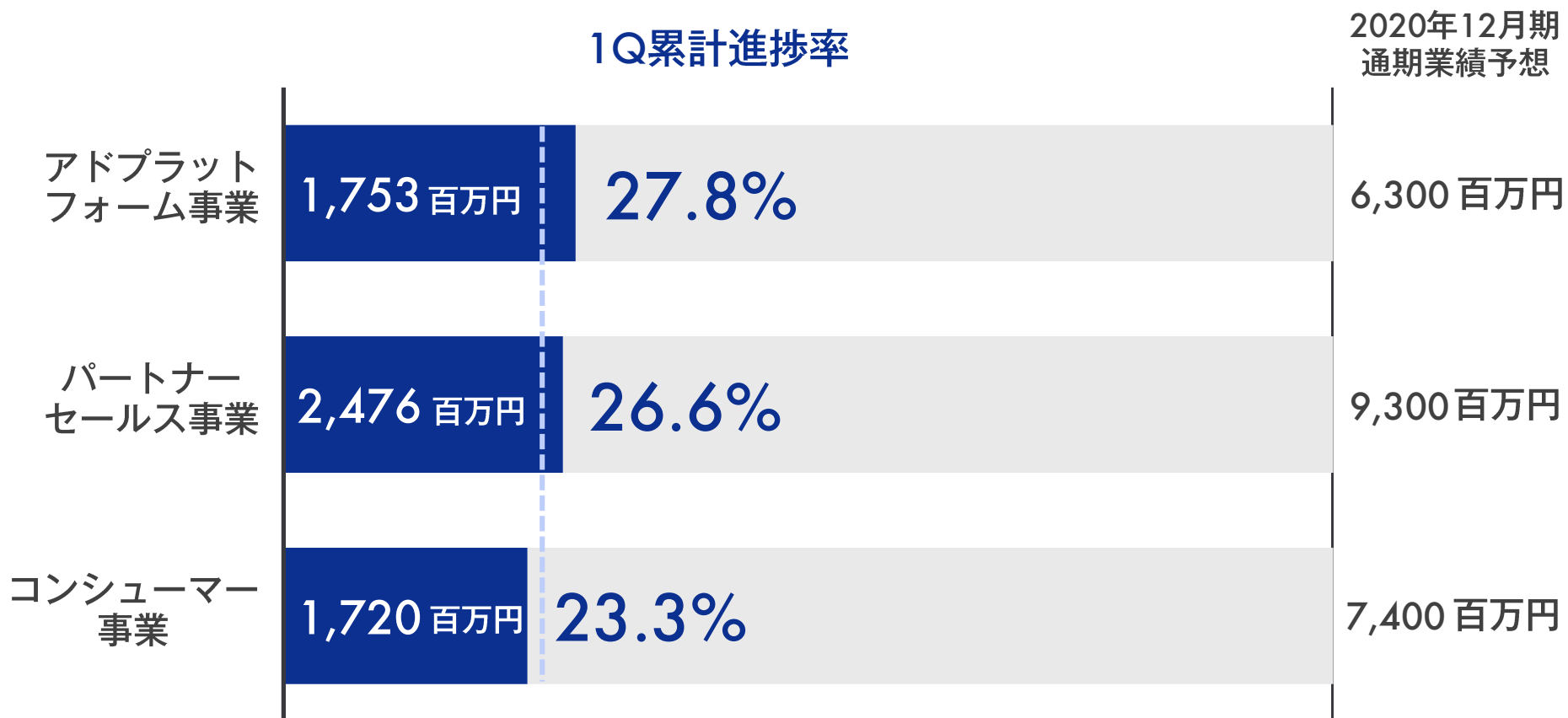
15 2020年12月期通期 連結業績予想の進捗

新型コロナウイルスの影響はありつつも1Qは順調に進捗
各種対策を進めること、またアドプラットフォーム事業が当初想定よりも
順調に成長していることから**期首業績予想については据え置き**



16 2020年12月期通期 セグメント売上予想の進捗

1Qとしては全セグメントにおいて順調な滑り出し



2020年12月期の業績予想について、新型コロナウイルスの感染拡大による各事業への影響が5月時点での想定より大幅に悪化した場合には、業績に更なる影響を及ぼす可能性があります。

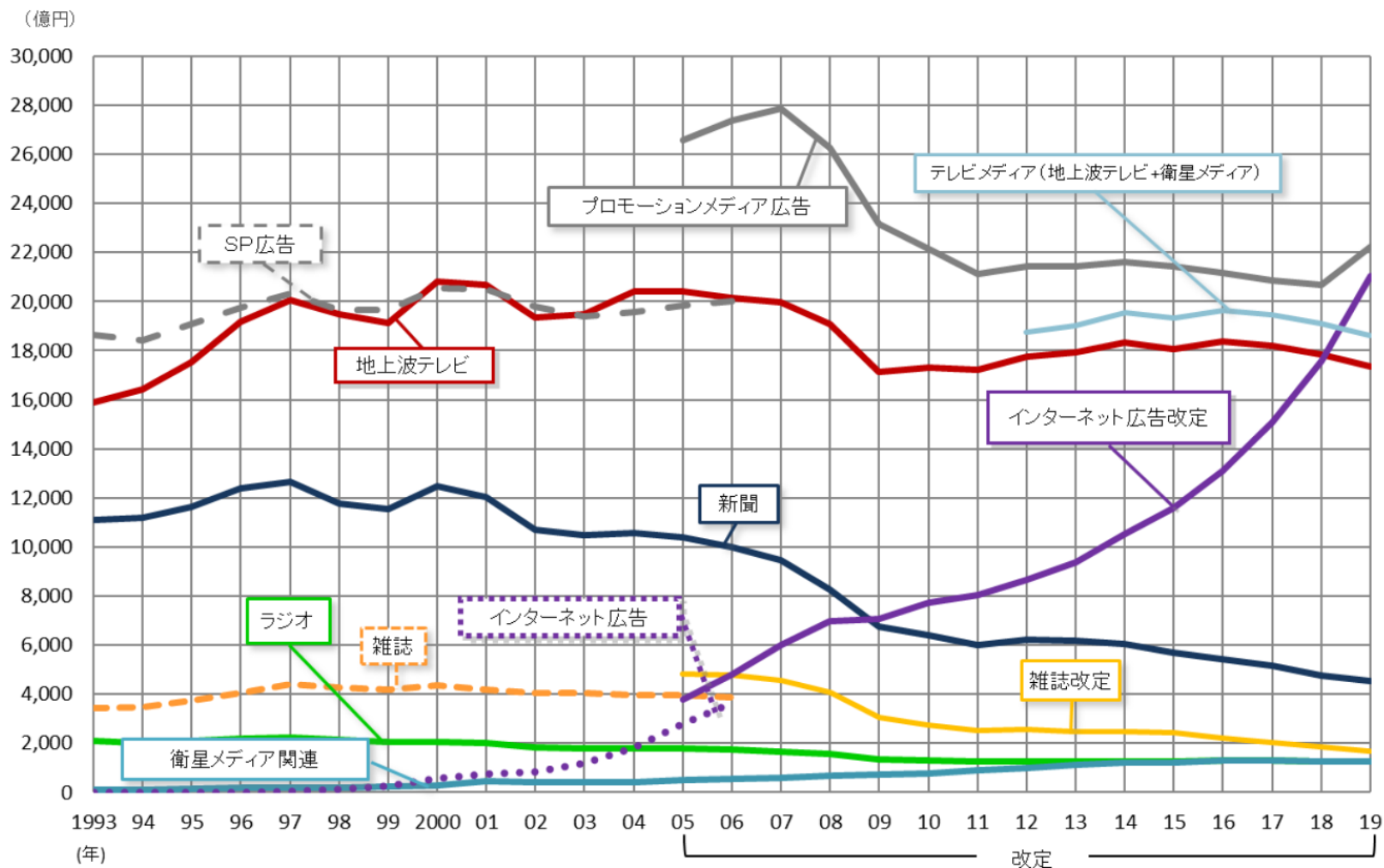
AGENDA

- P.02 2020年12月期
第1四半期連結決算の概要
- P.12 業績予想の進捗
- P.18** 2019年日本の広告費
インターネット広告媒体費
詳細分析
- P.22 主要事業の概況
- P.41 参考資料



19 媒体別広告費 推移

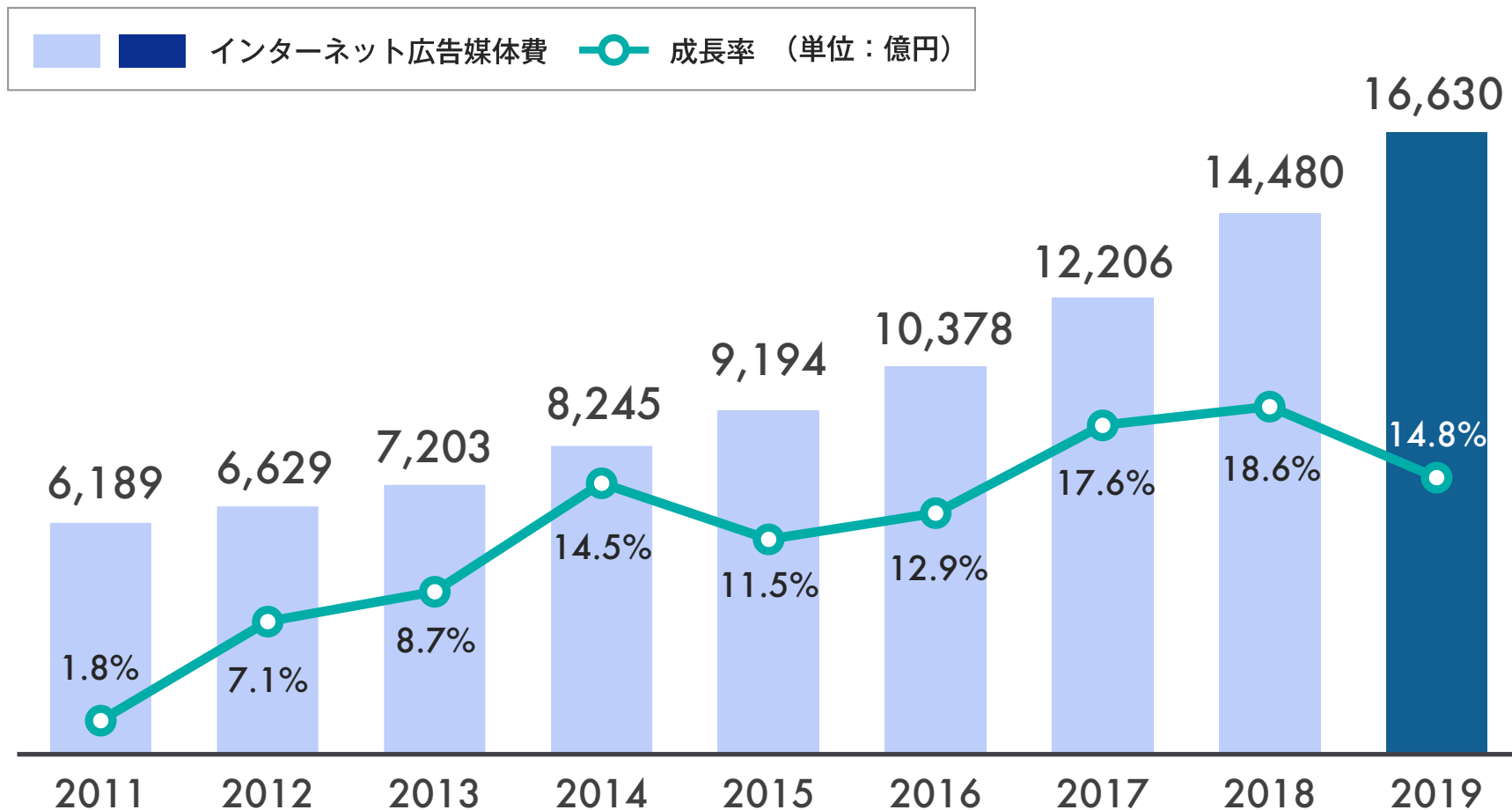
2019年のインターネット広告費は2兆1,048億円、総広告費の30.3%となり、テレビメディアを初めて抜く



出所：株式会社 D2C/株式会社 サイバー・コミュニケーションズ (CCI)/株式会社 電通/株式会社 電通デジタル
「2019年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」より

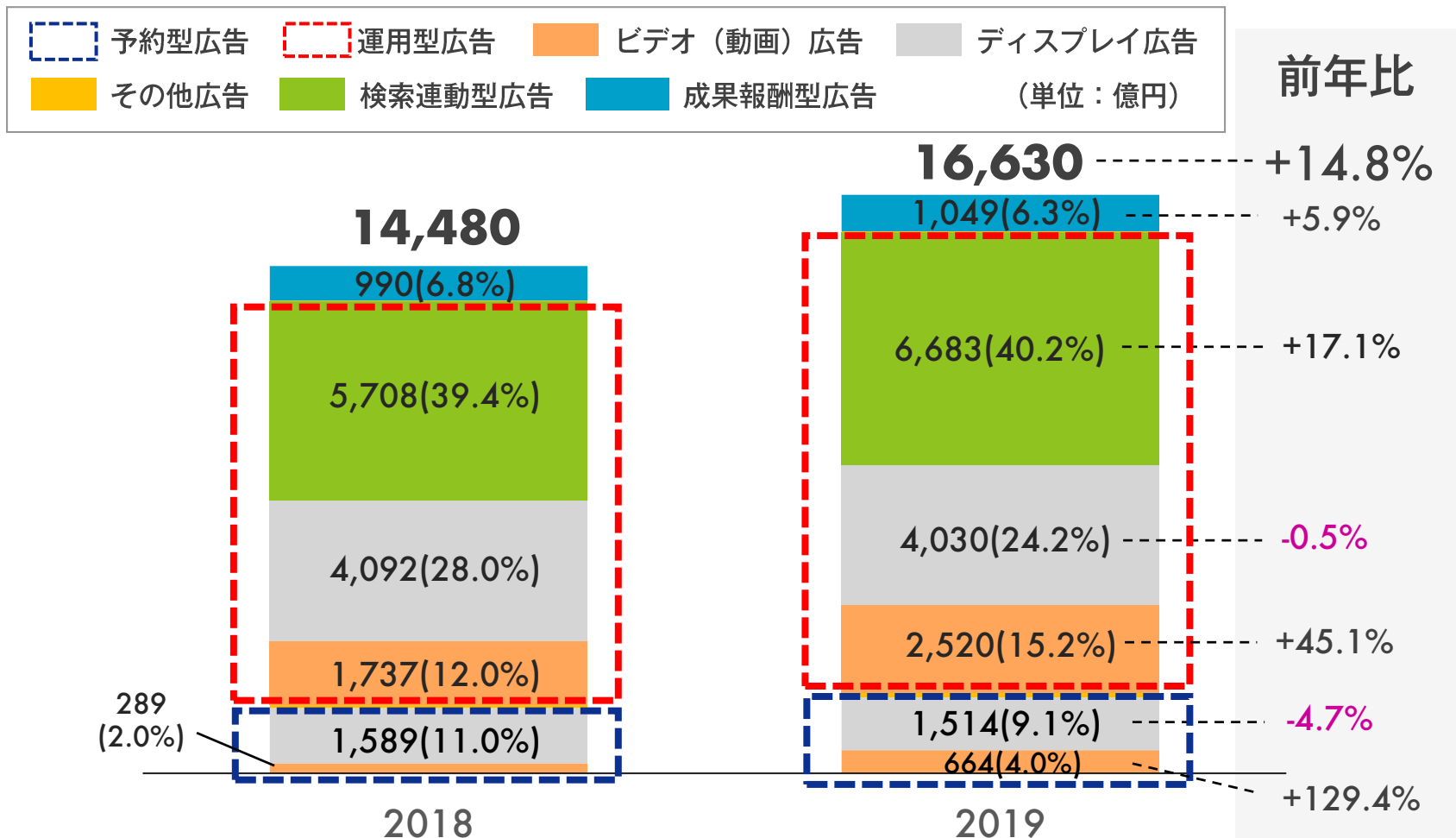
20 インターネット広告媒体費総額 推移

インターネット広告市場は順調に拡大し、2019年のインターネット広告媒体費は前年比14%増の1兆6,630億円に



21 インターネット広告媒体費の取引手法別×広告種別構成比

運用型、予約型共に伸長する中で、CARTAが得意とするアドテクノロジーを活用した動画広告領域の伸長が著しく、今後も電通グループと連携しながら動画広告領域の強化を加速していく予定



出所：株式会社 D2C/株式会社 サイバー・コミュニケーションズ/株式会社 電通/株式会社 電通デジタル
「2019年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」より

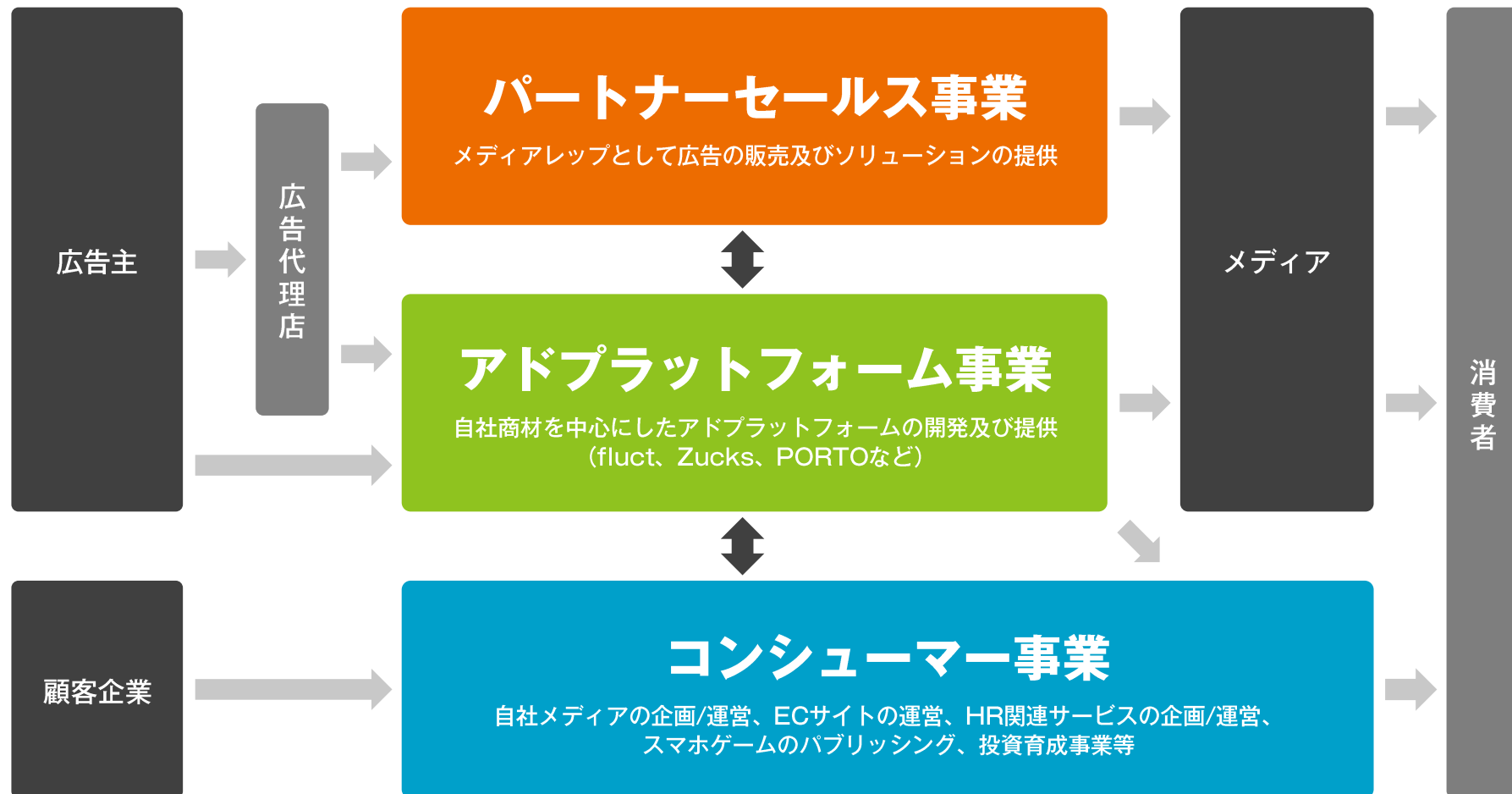
AGENDA

- P.02 2020年12月期
第1四半期連結決算の概要
- P.12 業績予想の進捗
- P.18 2019年日本の広告費
インターネット広告媒体費
詳細分析
- P.22 主要事業の概況
- P.41 参考資料

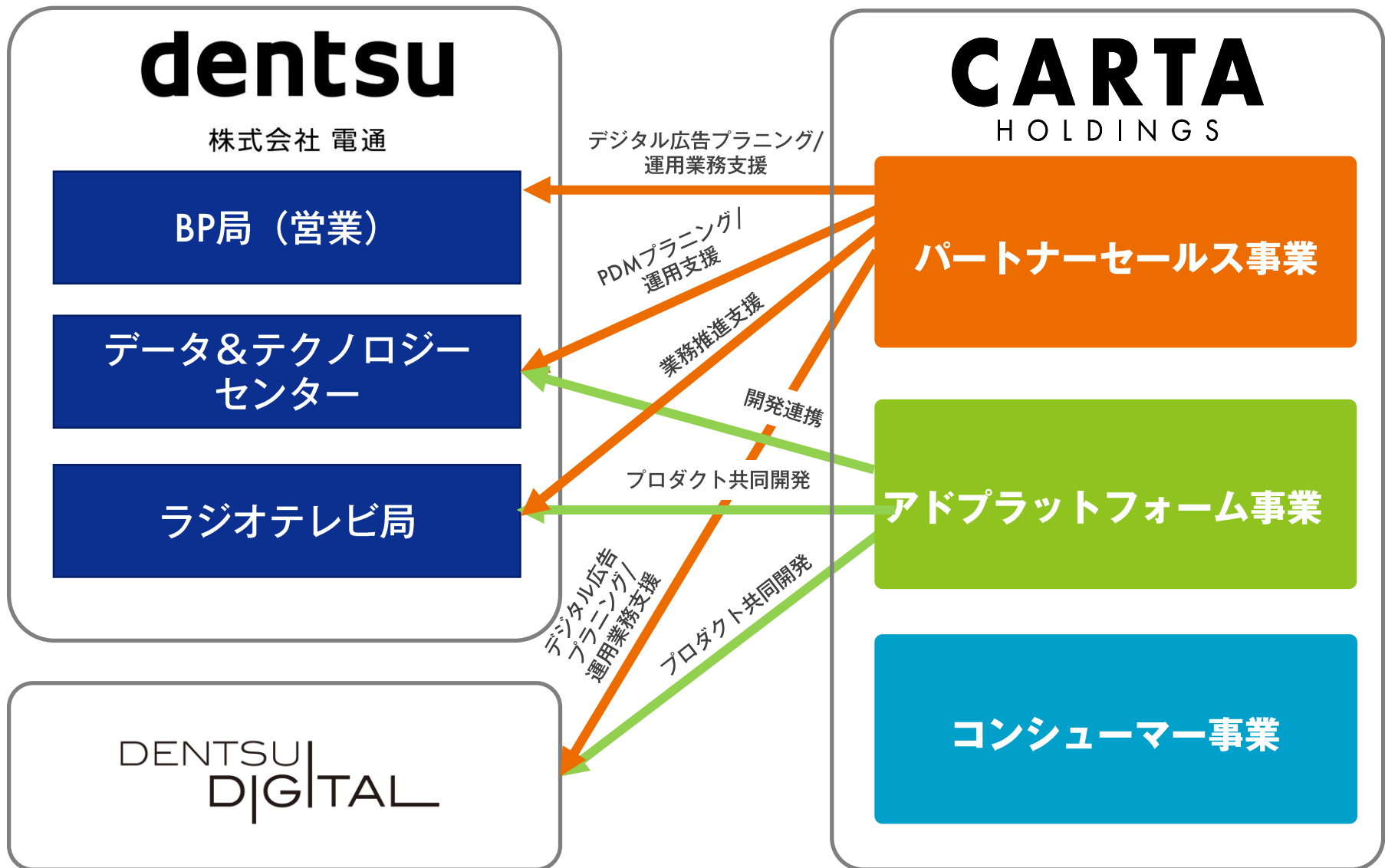


23 事業概要

アドプラットフォーム事業及びパートナーセールス事業を中心に、自社メディアなどのコンシューマー事業を行うことで、広告市場における垂直統合を推進



24 電通グループ各社との主な連携



25 広告関連のプロダクト/サービス



広告主
広告会社



メディア

DSP / アドネットワーク



スマートフォン特化型
CPC型アドネットワーク



ブランド広告主向け
アドプラットフォーム

SSP



メディア向け収益最大化を
支援するSSP

PMP



音声コンテンツ媒体への
音声広告配信サービス



プレミアム媒体/コンテンツ面への
インストリーム運用型広告サービス



280以上のプレミアム媒体社が
参画するPMP

DMP



4億ユニークブラウザ、
1億モバイル広告IDのデータを保有・分析

3PAS



ビデオ等広告テンプレート
クリエイティブ配信・管理

アフィリエイト



スマートフォン特化型
CPI/CPA広告ネットワーク

デジタルサイネージ



DOOH広告の
プログラマティック配信

メディア向けツール



広告在庫資産
運用サービス

情報サービス



インターネットメディア広告情報



メディア収益
一元管理サービス

AD PLATFORM

アドプラットフォーム事業

27 アドプラットフォーム事業

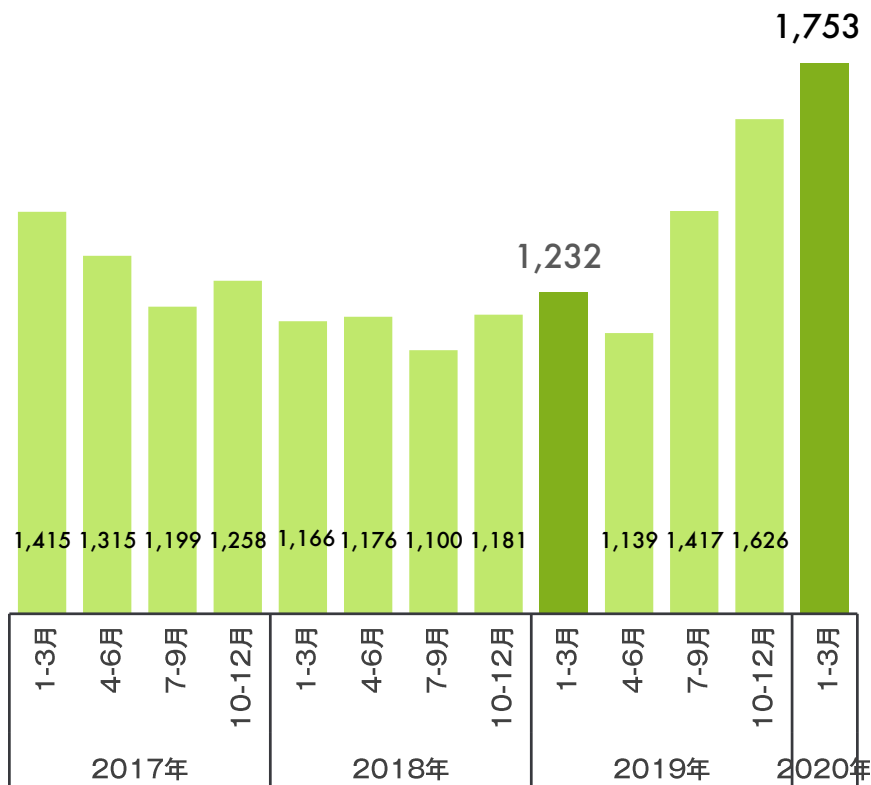


28 アドプラットフォーム事業 セグメント業績

前年同四半期比で売上高は42%増の17.5億円
営業利益は65%増の5.6億円とどちらも過去最高を達成

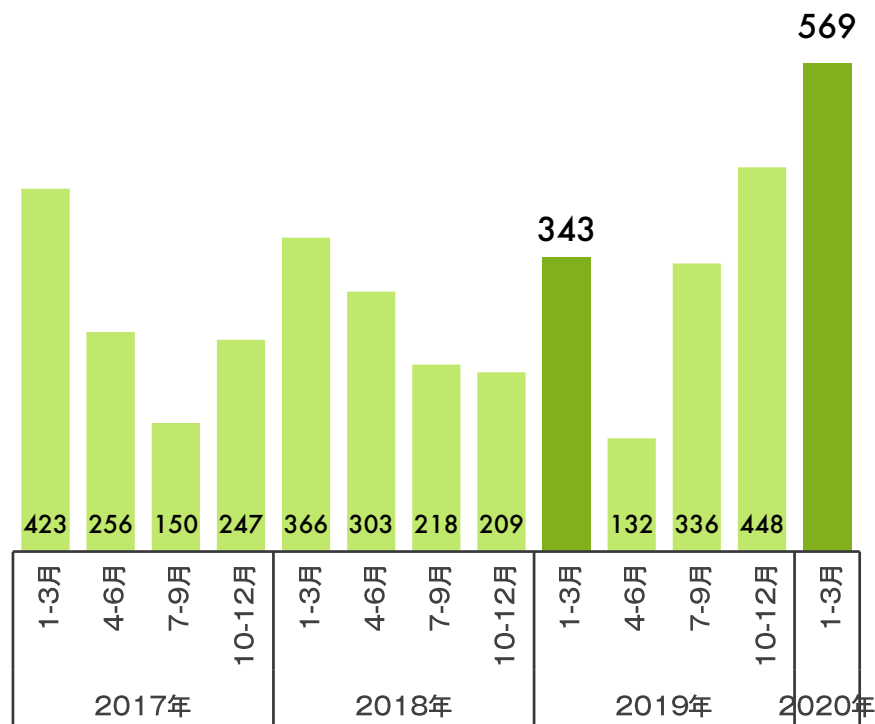
セグメント売上高

(単位：百万円)



セグメント営業利益

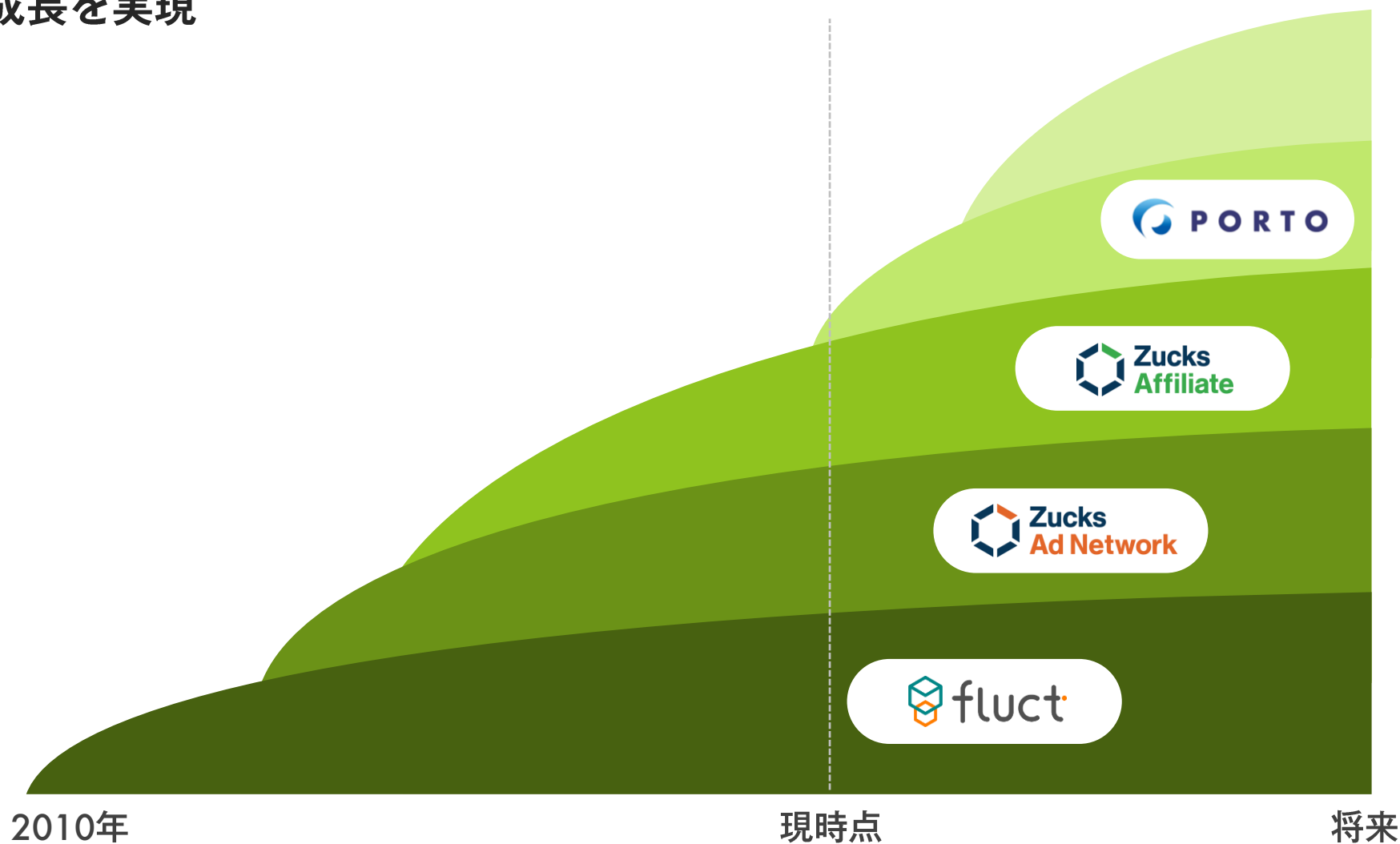
(単位：百万円)



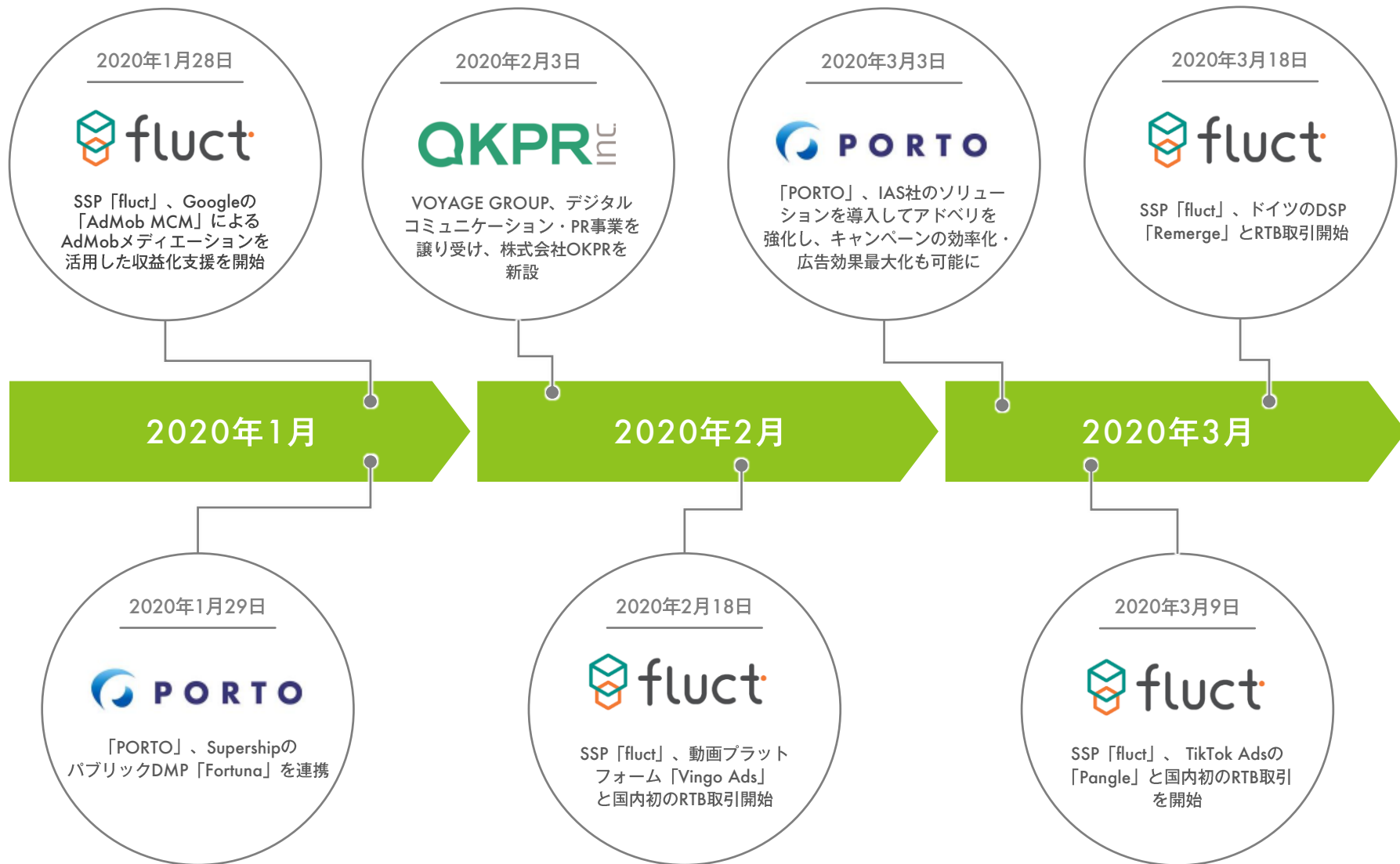
※ 2018年以前は、比較情報として新収益認識基準（ネット計上）の早期適用及びセグメント変更を遡りして反映したVOYAGE GROUPとCCIとの単純合算数値（監査対象外）
 ※ セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません
 ※ 連結から外れたCMerTV社の業績分を除く

29 アドプラットフォーム事業における持続的成長

サプライサイドからデマンドサイドへ事業領域を拡大させながら持続的な成長を実現



30 アドプラットフォーム事業 2020年1Qの取り組み



PARTNER SALES

パートナーセールス事業

32 パートナーセールス事業



広告主
広告会社

広告主・広告会社向けサービス

マーケティング活動に必要な機能
(部署・リソース) をニーズに合わせて提供

メディアプランニング

メディアバイイング

クリエイティブ制作

入稿オペレーション

運用コンサルティング

運用オペレーション

分析レポート

媒体社向け総合支援サービス

1,500以上のメディアを取扱い
媒体社ごとに最適な形で各種サービスをカスタマイズし、課題解決に向けた柔軟な取り組みが可能

CCI MEDIA DOCK

流入施策・サイト改善

広告商品開発

収益最大化

業務支援

コンテンツ開発



メディア

データコンサルティングサービス



プライベートDMP



プランニング
広告出稿



効果検証



データ利用



総合的なデータ解析

最適な基盤システムの構築、
機械学習や深層学習を
活用したデータ解析、
データを活用した
マーケティング施策の推進



DataCurrent



プライベートDMP



広告配信



タイアップ
分析レポート



データ収益化



オフラインプライバシー
管理サービス

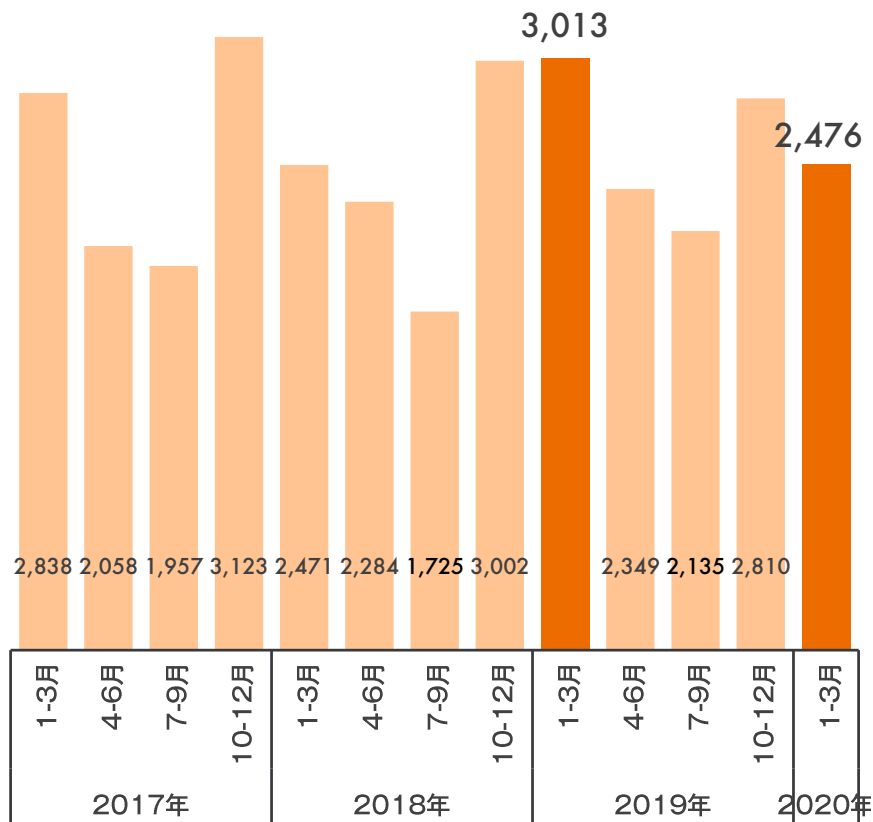


33 パートナーセールス事業 セグメント業績

前年同四半期比で売上高は17%減の24.7億円、営業利益は3.7億円減、前年の一時的な収益（約3億円）の影響を除くと前年水準

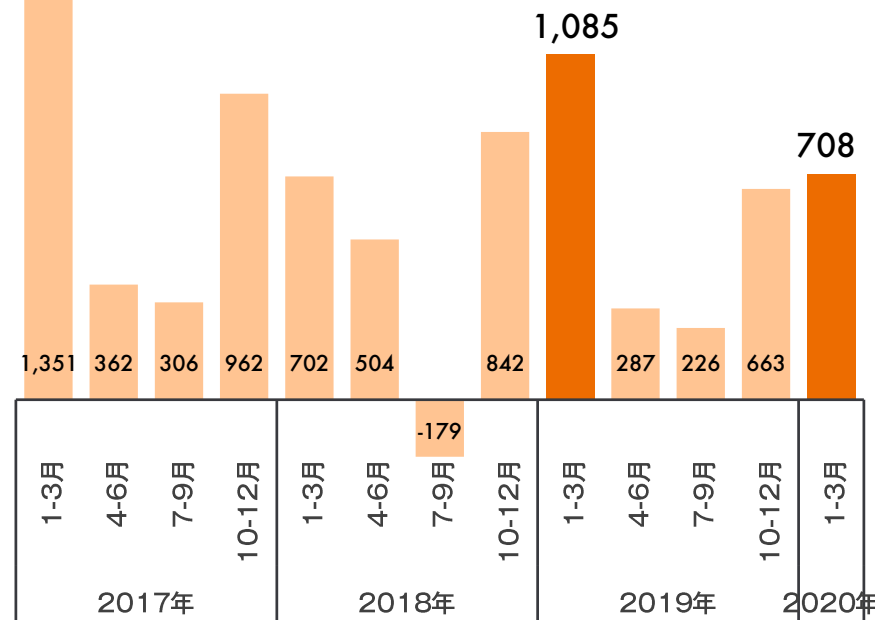
セグメント売上高

(単位：百万円)



セグメント営業利益

(単位：百万円)



※ 2018年以前は、比較情報として新収益認識基準（ネット計上）の早期適用及びセグメント変更を遡及して反映したCCIの数値（監査対象外）
 ※ セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません

34 パートナーセールス事業方針と取り組みの進捗

粗利生産性を重視し、より収益が上がる領域に選択と集中

方針と取り組み

1Qにおける具体的な取り組み

パートナーセールス事業全体の
生産性向上

- パートナーセールス事業内における各領域ごとに収益管理を精緻化し、人財の最適再配置を実施
- マス領域におけるデジタルトランスフォーメーション施策の強化

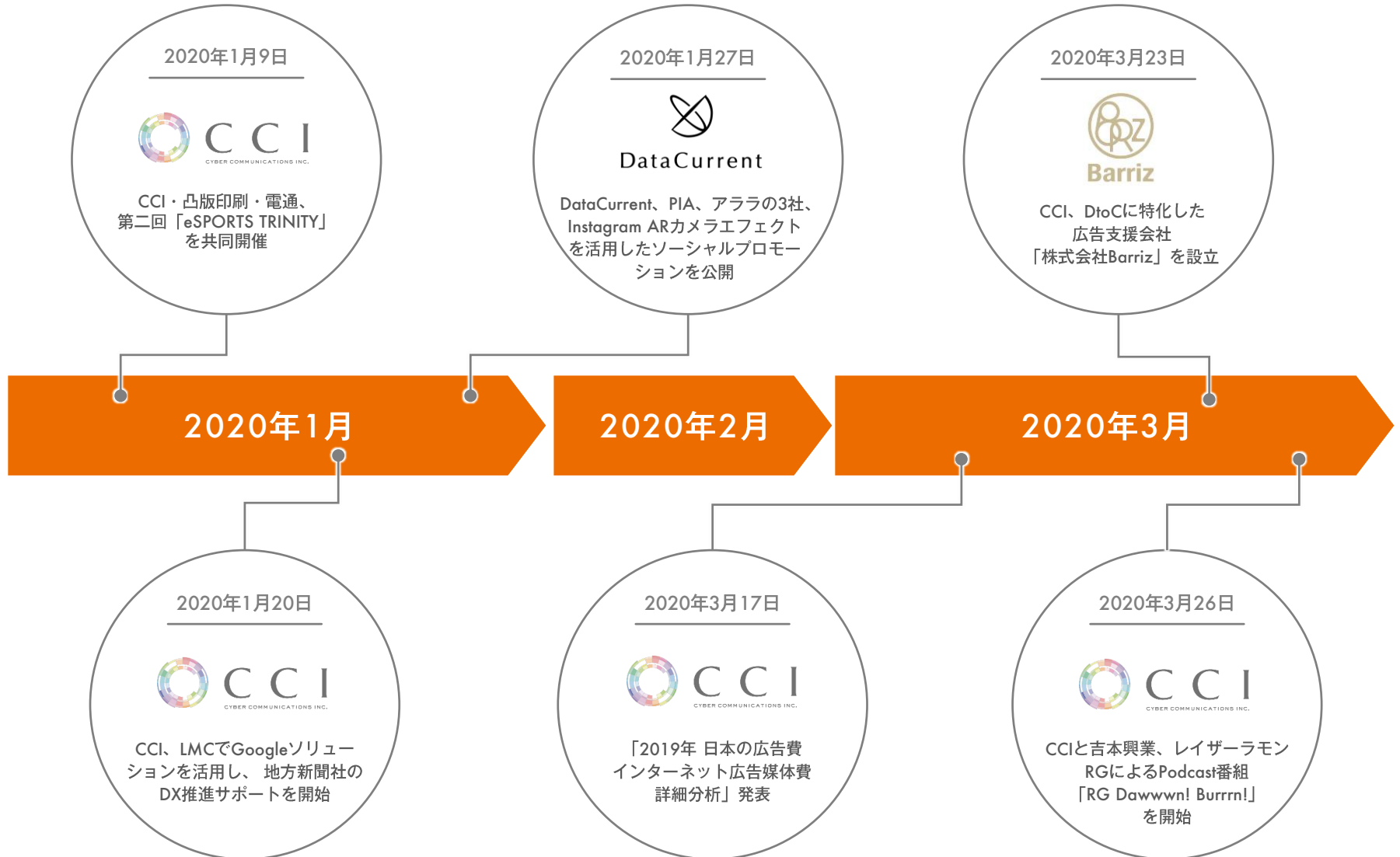
運用型広告のトレーディングデスク
機能の強化

- 自社内のトレーディングデスク強化とともに非コア領域のBPOを加速
- CARTAグループ統一のトレーディングデスク構築による効率化推進

グループ商材比率の向上、連携強化
によりグループシナジーを推進

- 垂直統合体制を推進し、パフォーマンスの強化と粗利生産性向上を同時に実施
- 電通グループと連携し、クライアントニーズに即したプロダクト開発及び販売体制を強化

35 パートナーセールス事業 2020年1Qの取り組み



CONSUMER

コンシューマー事業

メディア



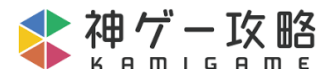
会員数600万人を超える
ポイントサイト「ECナビ」の
企画・運営



170万人のアンケートモニターを抱え
「リサーチパネル」の
企画・運営



ポイント交換プラットフォーム
「PeX」の企画・運営



ゲーム総合メディア



国内最大の
無料辞典サイト



犬種特化型
ペットメディアの企画・運営



マンガ・アニメ
百科事典サイト



子育てママのための
無料プリント整理アプリ



学生向け旅行メディア



iPhone/iPadアプリを
比較・検討できるサイト

HR・ゲーム・ECなど



キャリア支援事業



海外のスマートフォン向けゲームの
パブリッシング・マーケティング事業



ふるさと納税サイト
「ふるさと本舗」の企画・運営



未上場インターネット関連
ベンチャー企業への投資



給与前払いサービス



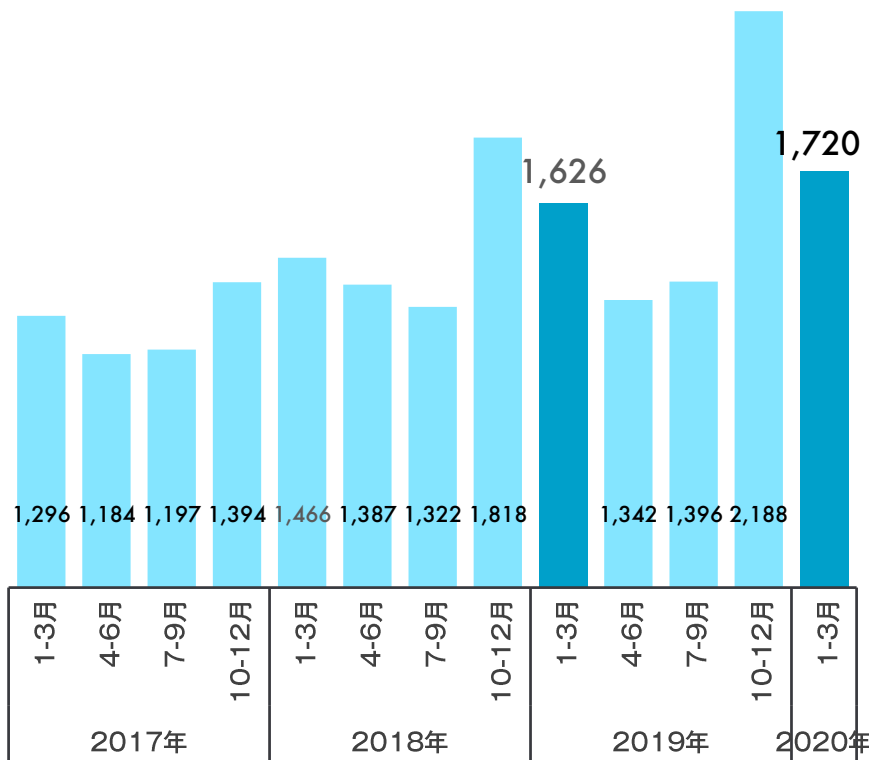
即日発行可能なデジタルギフト

38 コンシューマー事業 セグメント業績

前年同四半期比で売上高は5%増の17.2億円、営業利益は94%増の1.3億に引き続き、中長期での成長に向けた事業投資を推進

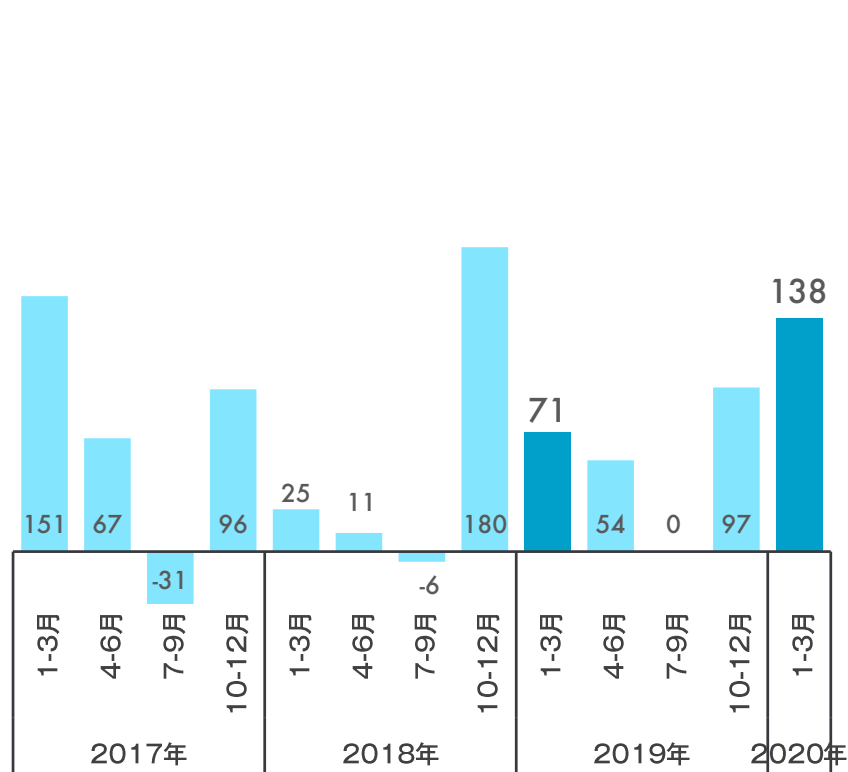
セグメント売上高

(単位：百万円)



セグメント営業利益

(単位：百万円)



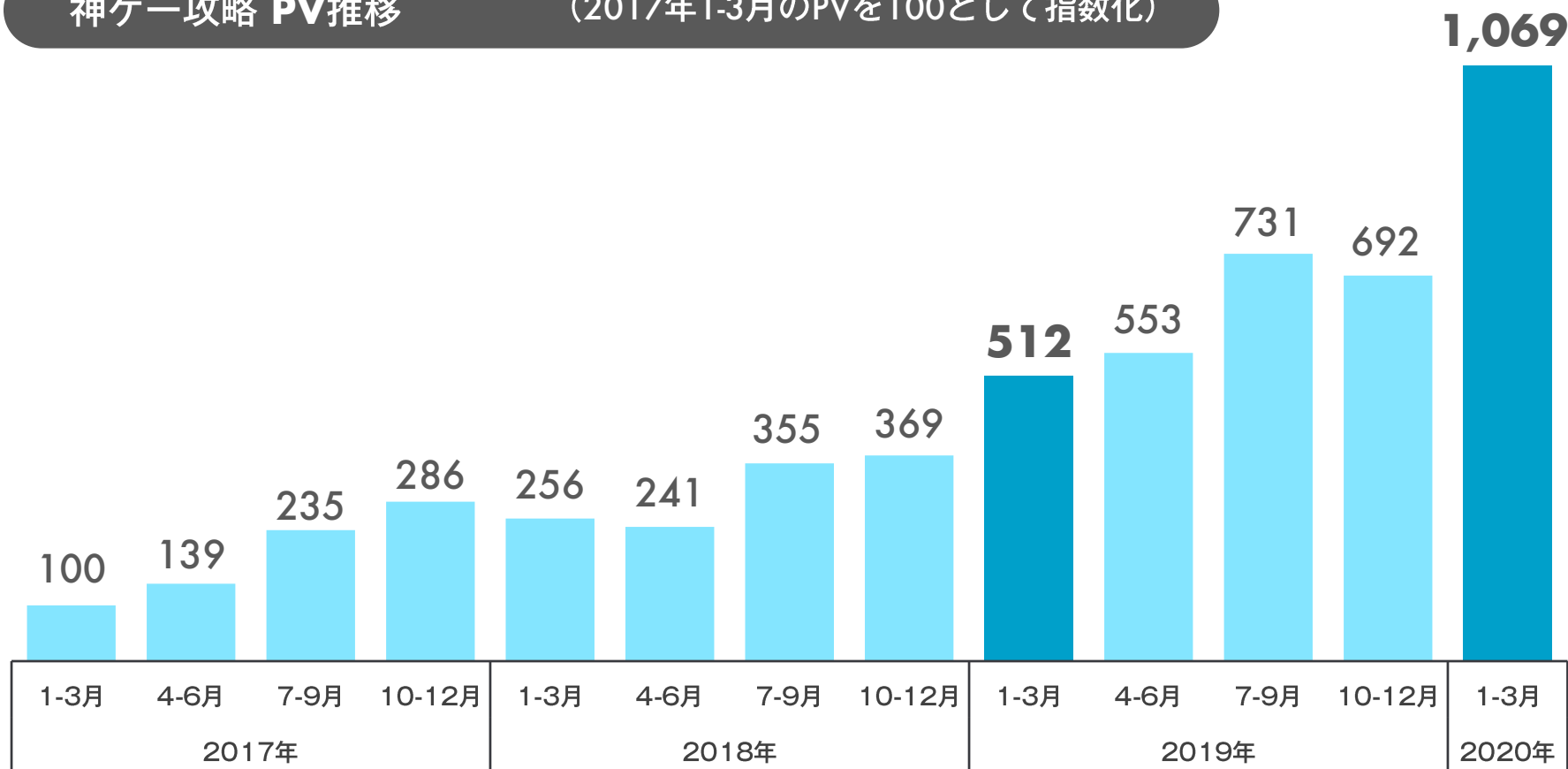
※ 2018年以前は、比較情報として新収益認識基準の早期適用及びセグメント変更を遡及して反映したVOYAGE GROUPの数値（監査対象外）
 ※ セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません

39 ゲーム攻略サイト「神ゲー攻略」が急成長

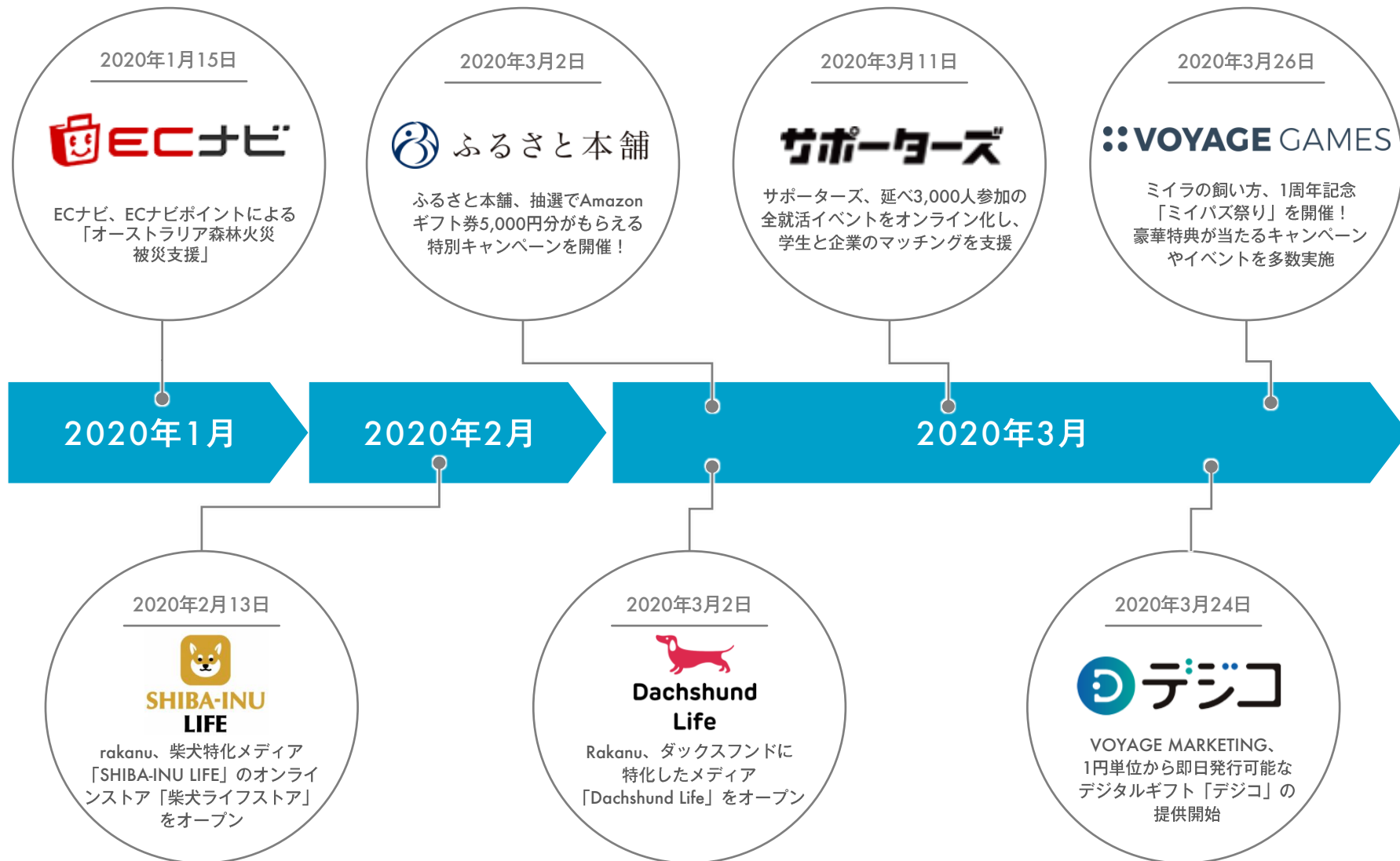
新型コロナウイルスの影響による巣ごもり需要を取り込み、PVが大幅増

神ゲー攻略 PV推移

(2017年1-3月のPVを100として指数化)



40 コンシューマー事業 2020年1Qの取り組み



AGENDA

- P.02 2020年12月期
第1四半期連結決算の概要
- P.12 業績予想の進捗
- P.18 2019年日本の広告費
インターネット広告媒体費
詳細分析
- P.22 主要事業の概況
- P.41 参考資料**



中期経営計画
「CARTA 2022」
(再掲)

CARTA
HOLDINGS

中期経営計画

「CARTA 2022」

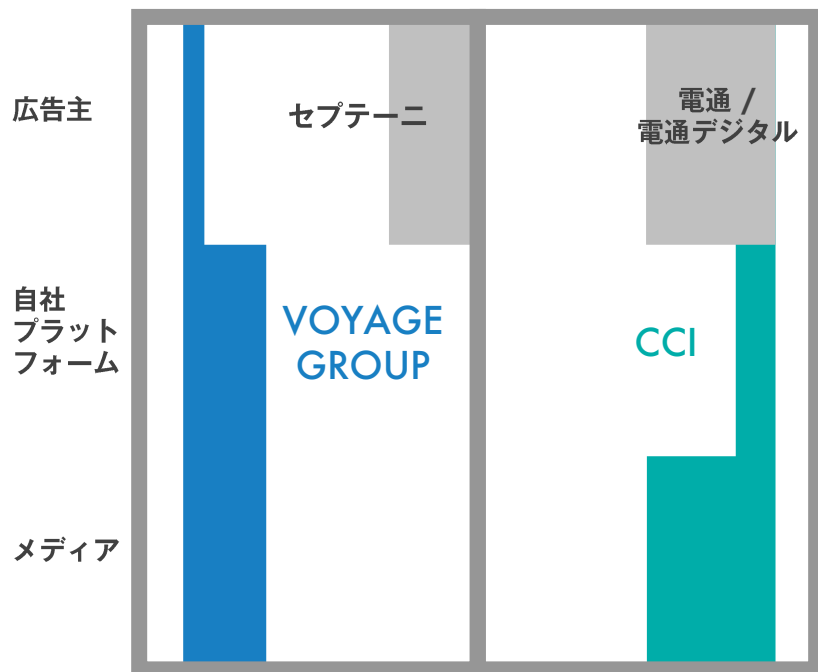
~NEW JOURNEY, NEW STANDARD~

44 CARTAの成長シナリオ - Phase 1 -

インターネット広告市場

パフォーマンス広告

ブランド広告

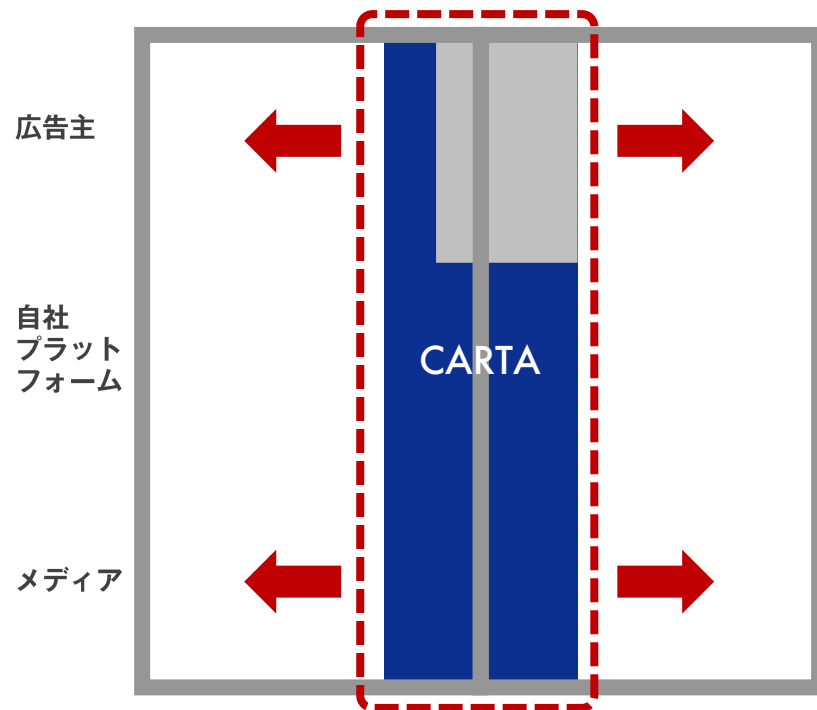


これまで各々で垂直統合と競争優位性の向上を目指してきた。

インターネット広告市場

パフォーマンス広告

ブランド広告



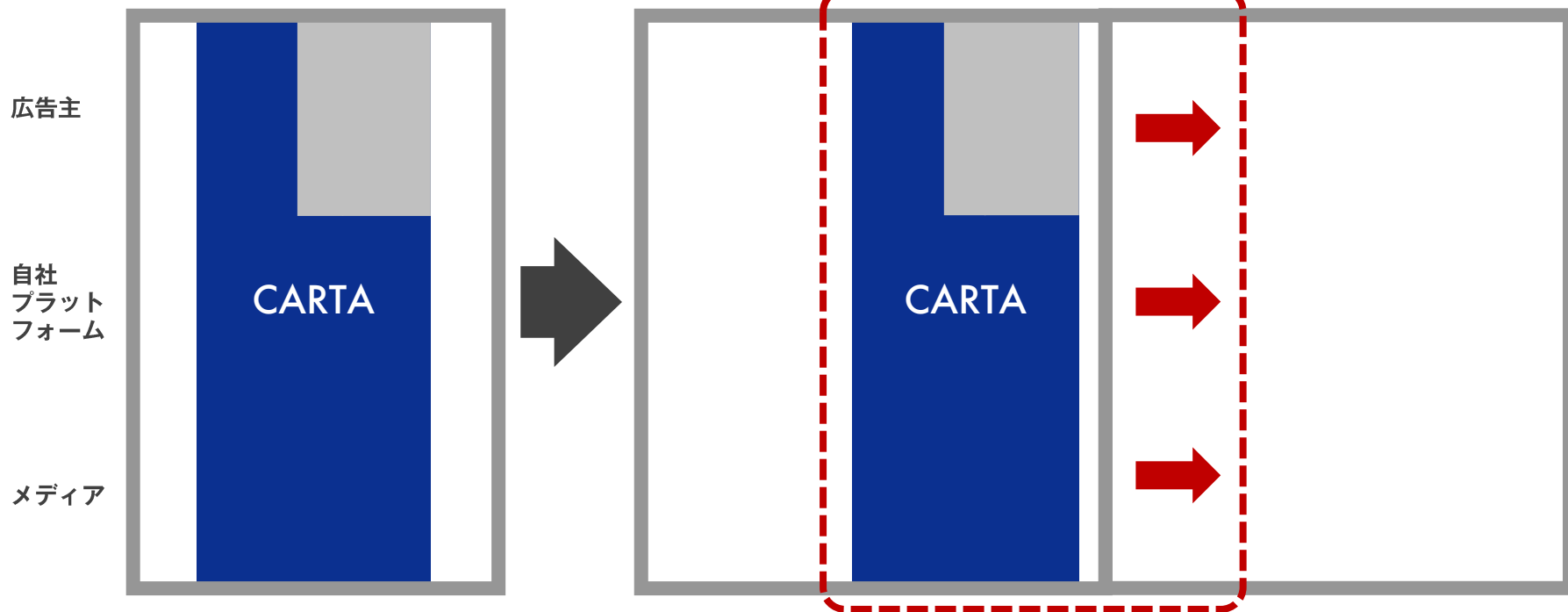
経営統合によりパフォーマンス広告 / ブランド広告の両市場をカバーする、垂直統合した事業体を確立する。その総合力を武器に自社プラットフォームを強化し、広告主・メディアのシェアを拡大。

45 CARTAの成長シナリオ - Phase2-

インターネット広告市場

インターネット広告市場

テレビ / OOH広告市場



1.5兆円市場

2.5兆円市場

広告主

自社
プラットフォーム

メディア

パフォーマンス広告 / ブランド広告両市場の境界線がなくなっていく中で、インターネット広告領域において総合的な価値提供力が高い状態。

インターネット広告領域での総合力を、急速にデジタル化が進むと予想されるオフライン広告領域に展開し拡張していく。広告産業のデジタルトランスフォーメーションの先導役となる。

46 CARTAの成長シナリオ - Phase3-

インターネット / テレビ / OOH広告市場

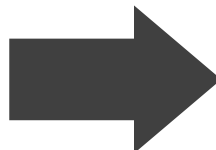
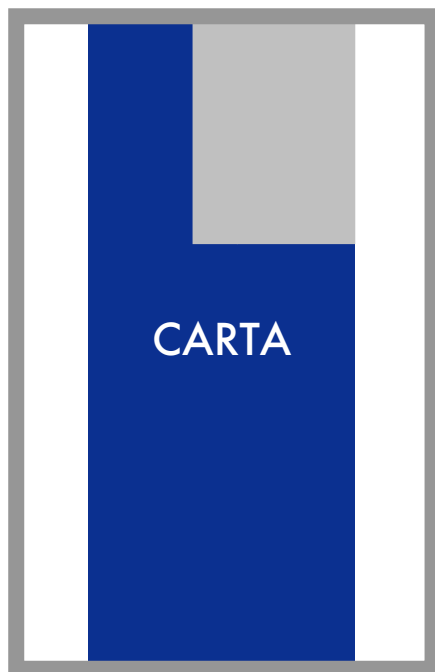
他の産業へ展開

4兆円市場

広告主

自社
プラット
フォーム

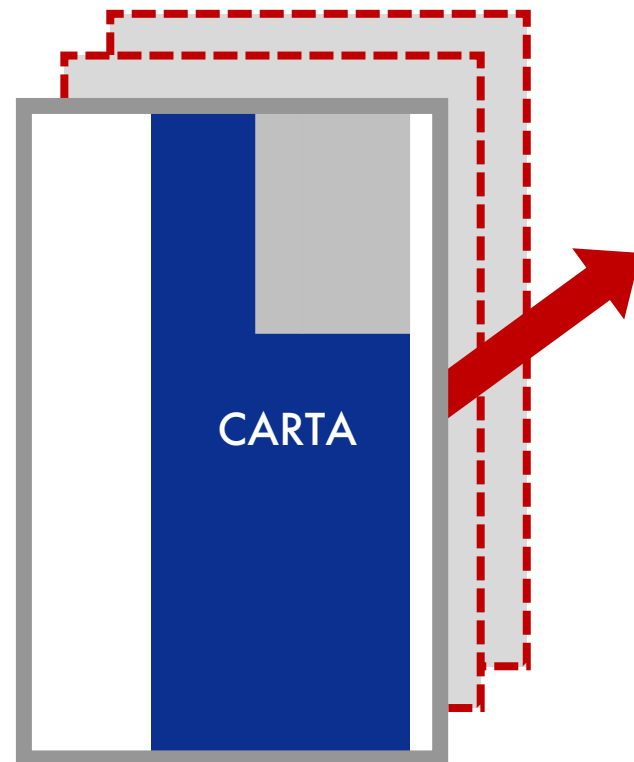
メディア



広告主

自社
プラット
フォーム

メディア

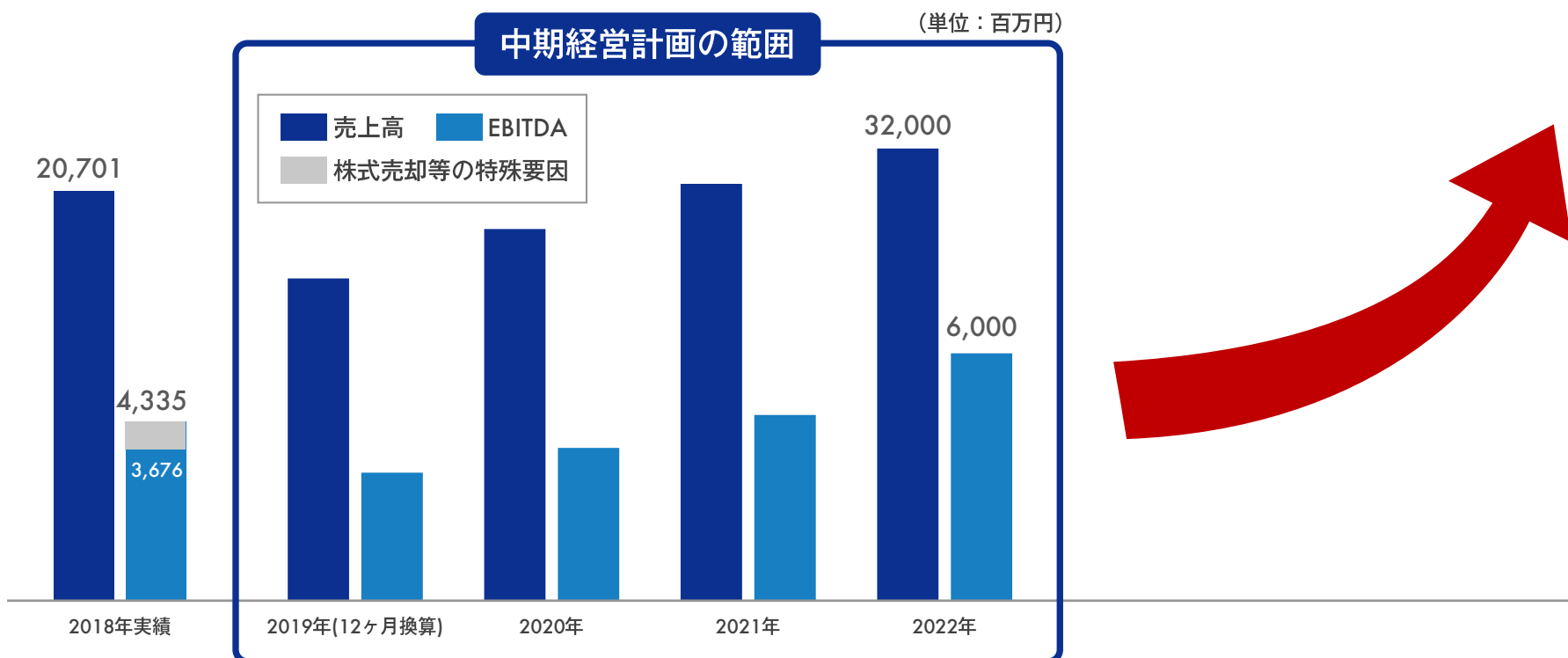


オンライン広告 / オフライン広告の境界線がなくなって
いく中で、広告領域において総合的な価値提供力が高い
状態。

広告領域での総合力を、デジタル化が進む全産業領域に
展開し拡張していく。あらゆる分野のデジタルトランス
フォーメーションの先導役となる。

47 中期経営計画「CARTA2022」の概要

EBITDAを重要指標とし、2022年度で60億円を目指す



重点的な取り組み

- ①事業シナジーの推進 ②電通グループとの協業推進 ③経営基盤の強化

成長戦略

- ①既存事業の成長 ②M&Aや投資による成長 ③新領域への挑戦

飛躍の
ステージへ

※1 各年12月期ベースでの12ヶ月間の数値。2019年度は実際には15ヶ月間の変則決算。

※2 2018年実績は、比較情報として新収益認識基準の早期適用を遡及して反映したVOYAGE GROUPとCCIとの単純合算数値（監査対象外）

2022年 経営目標

売上 ————— 320 億円

EBITDA^{※1} ——— 60 億円

ROE ————— 12 %

※1 EBITDA（利払い前・税引き前・償却前利益）＝税金等調整前当期純利益＋支払利息＋減価償却費＋償却費＋のれん償却費

CARTA
HOLDINGS

CARTA
HOLDINGS

CARTA
HOLDINGS

会社概要



50 CARTA HOLDINGS 会社概要

<p>社名</p>	<p>株式会社CARTA HOLDINGS</p>	<p>代表者</p>	<p>代表取締役会長 宇佐美 進典 代表取締役社長 新澤 明男</p>
<p>設立</p>	<p>1999年10月8日</p>	<p>従業員数</p>	<p>連結1,107名 (臨時雇用者を含まない数値 2020年3月末時点)</p>
<p>所在地</p>	<p>【本社】 東京都渋谷区道玄坂1-21-1 渋谷ソラスタ15階 【東京築地オフィス】 東京都中央区 【大阪オフィス】 大阪府大阪市 【中部オフィス】 愛知県名古屋市 【九州オフィス】 福岡県福岡市 【沖縄オフィス】 沖縄県那覇市 【中国オフィス】 中華人民共和国 上海市</p>		
<p>関連会社</p>	<p>株式会社サイバー・コミュニケーションズ 株式会社VOYAGE GROUP 株式会社DataCurrent 株式会社Barriz 株式会社BiztailorPartners 株式会社Zucks 株式会社fluct 株式会社Anchor 株式会社ATRAC 株式会社OKPR 株式会社VOYAGE MARKETING 株式会社リサーチパネル 株式会社サポーターズ 株式会社VOYAGE GAMES 株式会社VOYAGE SYNC GAMES 株式会社VOYAGE Lighthouse Studio 株式会社ふるさと本舗 rakanu株式会社 株式会社VOYAGE VENTURES</p>		

51 経営統合について

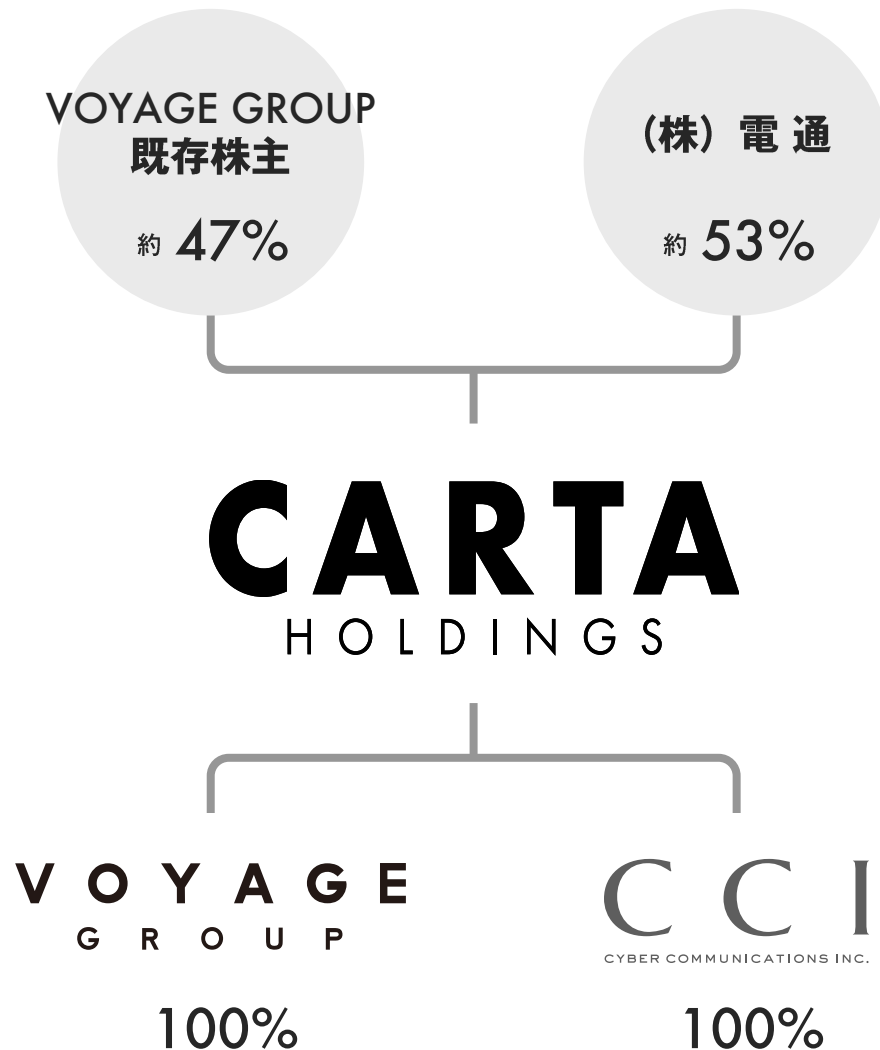
CARTA HOLDINGSは、
2019年1月に東証一部上場企業である
VOYAGE GROUPと
電通100%子会社の
サイバー・コミュニケーションズ (CCI) が
経営統合してできた持株会社です。

[VOYAGE GROUP]

アドプラットフォーム事業を中心に幅広く事業展開。
テクノロジーや事業開発力が強み。

[CCI]

デジタル広告のメディアレップ事業を中心に事業展開。
強い顧客基盤が特徴。



CARTA HOLDINGS

「CARTA」とは、ラテン語の「紙」、それが転じてポルトガル語の「海図」、
またイングランド王国立憲主義を出発点とし、
民主主義の礎となった「マグナ・カルタ（大憲章）」に由来しています。

そこで持株会社の社名には「これまでの常識に捉われず、
自ら新たな航路を切り拓き、新しい海図を描いていく。

そしてその海図が、デファクトスタンダードとなり、
デジタル情報社会の健全な発展を、
様々なステークホルダーと共に創りあげていく。」という想いを込め
「株式会社CARTA HOLDINGS」としました。

ネット広告市場において 業界をリードする圧倒的な存在に

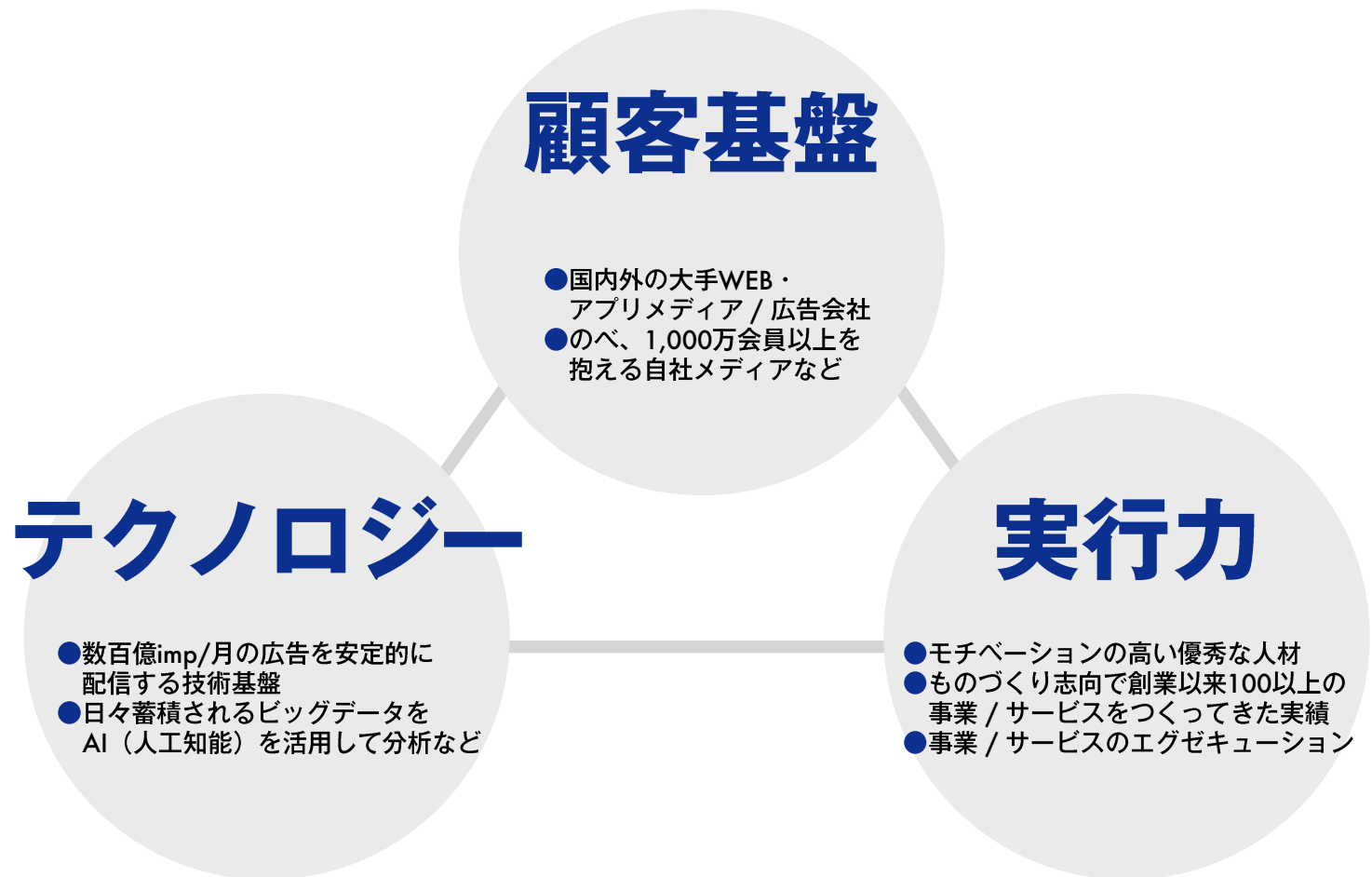


インターネット業界から見える広告の世界、広告業界から見えるインターネットの世界、CARTA HOLDINGSだからこそ両方のアプローチができる。

まずは、ネット広告市場において業界をリードする圧倒的な存在に。

もちろんその周辺領域においてもチャンスを見逃さずに。

電通グループとしての幅広い顧客基盤をベースに、優秀かつモチベーションの高いメンバーによる実行力と高い技術力が競争優位性の源泉に。

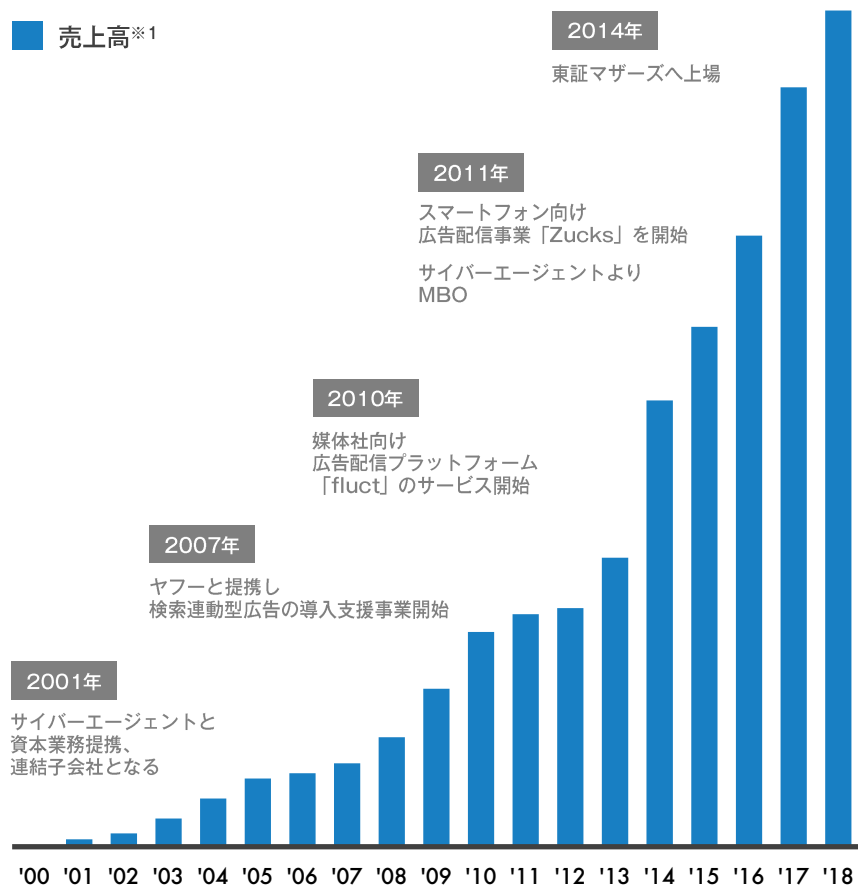


55 事業成長の歴史

VOYAGE GROUP

様々なインターネット関連事業を展開
2012年以降はアドテクノロジー事業が大きく成長

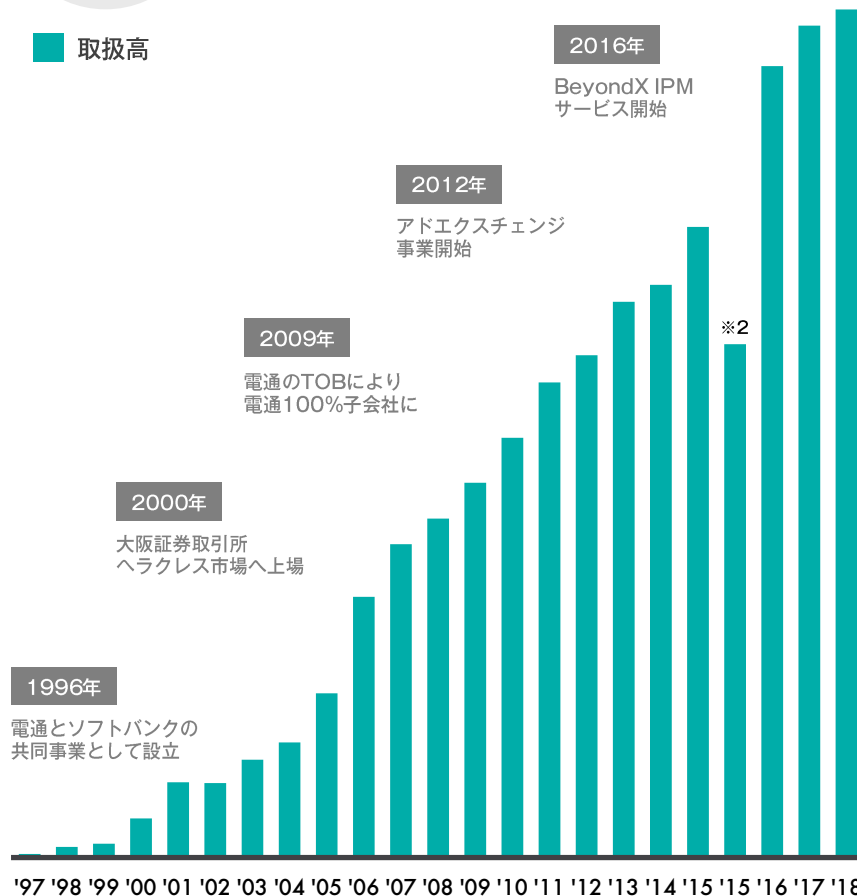
■ 売上高※1



CCI
CYBER COMMUNICATIONS INC.

メディアレップとしてヤフーなどの
予約型広告の販売を中心に事業成長を実現

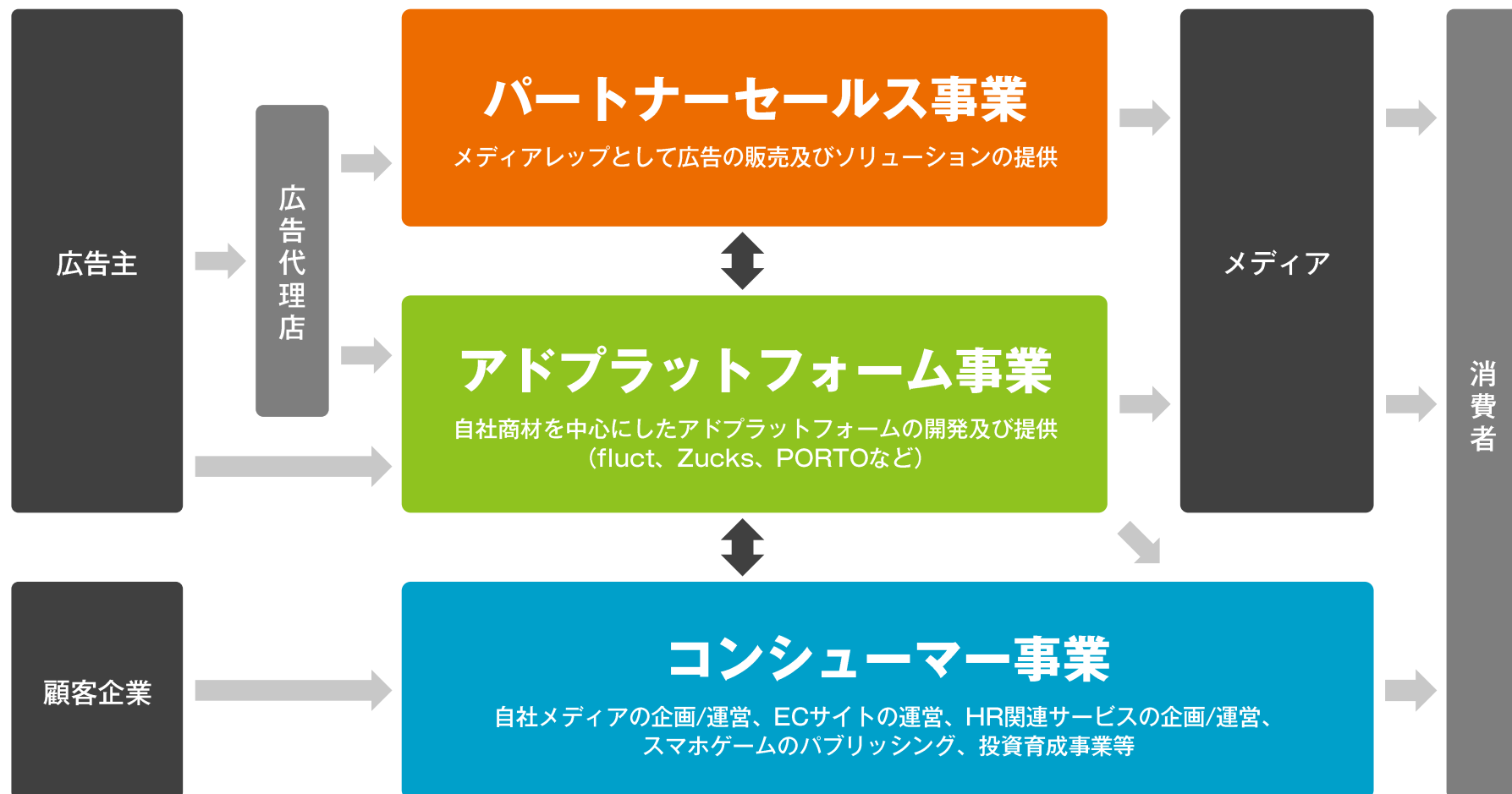
■ 取扱高



※1 新収益認識基準を適用する前のグロス計上ベースの売上高
※2 CCIの2015年12月期は3月期から12月期への決算期変更に伴う9ヶ月間の変則決算

56 事業概要

アドプラットフォーム事業及びパートナーセールス事業を中心に、自社メディアなどのコンシューマー事業を行うことで、広告市場における垂直統合を推進



本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、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や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。また、独立した公認会計士又は監査法人による監査を受けていない過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報、並びに財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご承知おきください。