

CARTA

HOLDINGS

2021年12月期

通期決算説明資料

2022年2月14日

東証一部：3688



AGENDA

P.02 経営理念

P.07 2021年12月期
通期連結決算の概要

P.16 連結業績予想と株主還元

P.24 事業の概況

APPENIDIX

P.45 第4四半期連結決算の概要

P.52 中期経営計画（再掲）と進捗状況

P.58 インターネット広告市場動向

P.64 会社概要



CARTA經營理念

The Evolution Factory



あらゆる力を「進化」のために。

私たちは「進化」を生み出す。
変わろうとするすべての組織に。
知ってもらえずにいる商品たちに。
力を眠らせたままのあらゆる産業に。

よくする、だけでは足りない。
次のステージへのジャンプを起こす。
つながりえなかったものをつなぎ、
停滞していたものを動かす。
そんな進化を、あらゆる場所につくっていく。

そのためには、「多様な力」が必要だ。
自分だけでは想像もできなかった方法に
辿りつく必要がある。
だから私たちは、意志を持って、様々な人間が共存する。
挑もうとする人と進化を起こすために。

**私たちは進化推進業、
CARTA HOLDINGSです。**

AGENDA

P.02 経営理念

P.07 2021年12月期
通期連結決算の概要

P.16 連結業績予想と株主還元

P.24 事業の概況

APPENIDIX

P.45 第4四半期連結決算の概要

P.52 中期経営計画（再掲）と進捗状況

P.58 インターネット広告市場動向

P.64 会社概要



業績

- コロナ禍においても売上総利益は前年比 **+18%** と順調に推移
- 営業利益は前年比 **+43%**、**49.7億円** と**過去最高**を更新
- 中期経営計画の重要目標であるEBITDA60億円を1年前倒しで達成
前年比 **+48%**、**67.0億円** と**過去最高**を更新

トピック

- 期末配当を**26円/株に増配**、中間配当と合わせて合計51円/株に
- バランスシートの効率性向上のため政策保有株式を売却へ
- グループ再編に伴い、新経営理念を策定

2021年12月期 通期業績

業績は好調に推移し、全指標において過去最高を更新し増収増益に
営業利益、EBITDAは修正後業績予想に対しても大きく上回った

	2020年	2021年			
	実績	業績予想 (8月6日修正開示)	実績	業績予想 達成率	2020年比 増減率
(単位：百万円)					
売上高	22,487	25,000	25,821	103.3%	+14.8%
売上総利益	19,635	—	23,200	—	+18.2%
販売管理費	16,172	—	18,227	—	+12.7%
営業利益	3,463	4,500	4,973	110.5%	+43.6%
当期純利益	1,781	3,120	3,104	99.5%	+74.3%
EBITDA※	4,527	6,000	6,703	111.7%	+48.1%

※ 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 + 固定資産除却損 + 減損損失

2021年12月期 通期事業セグメントサマリー

パートナー
セールス事業

ブランド広告主のデジタル広告シフトを取り込み大きく増収増益

セグメント売上高：115.9億円 YonY 29.9% 増
セグメント営業利益：31.8億円 YonY 102.4% 増

アドプラットフォーム
事業

運用型TVCMのテレシーが急成長、グロス売上高21.8億円に

セグメント売上高：75.4億円 YonY 6.8% 増
セグメント営業利益：24.4億円 YonY 14.6% 増

コンシューマー
事業

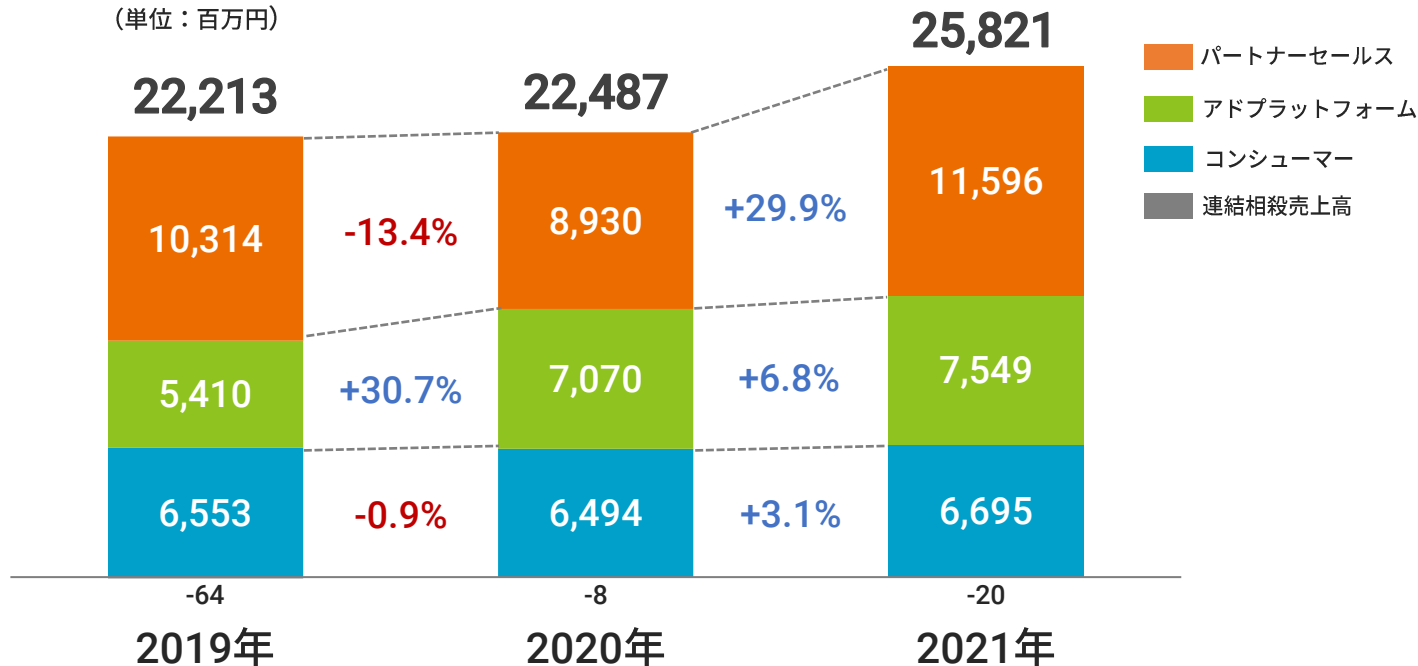
D2C事業における広告宣伝費を戦略的に投下、一時的に利益率が低下

セグメント売上高：66.9億円 YonY 3.1% 増
セグメント営業利益：5.5億円 YonY 25.1% 減

連結売上高推移

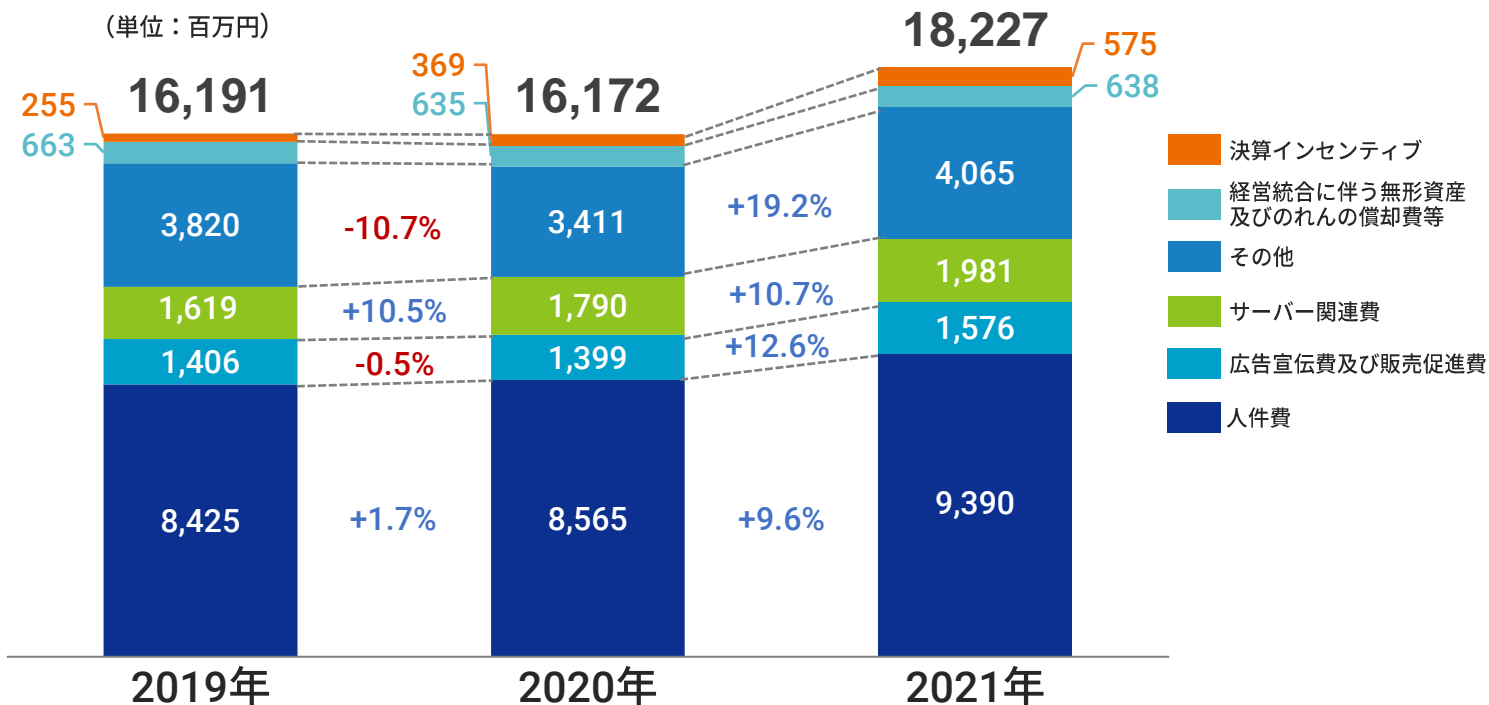
全事業が増収となり売上高は258億円と過去最高を更新
特にパートナーセールス事業は前年比29%増と力強く成長

(単位：百万円)



連結販売管理費推移

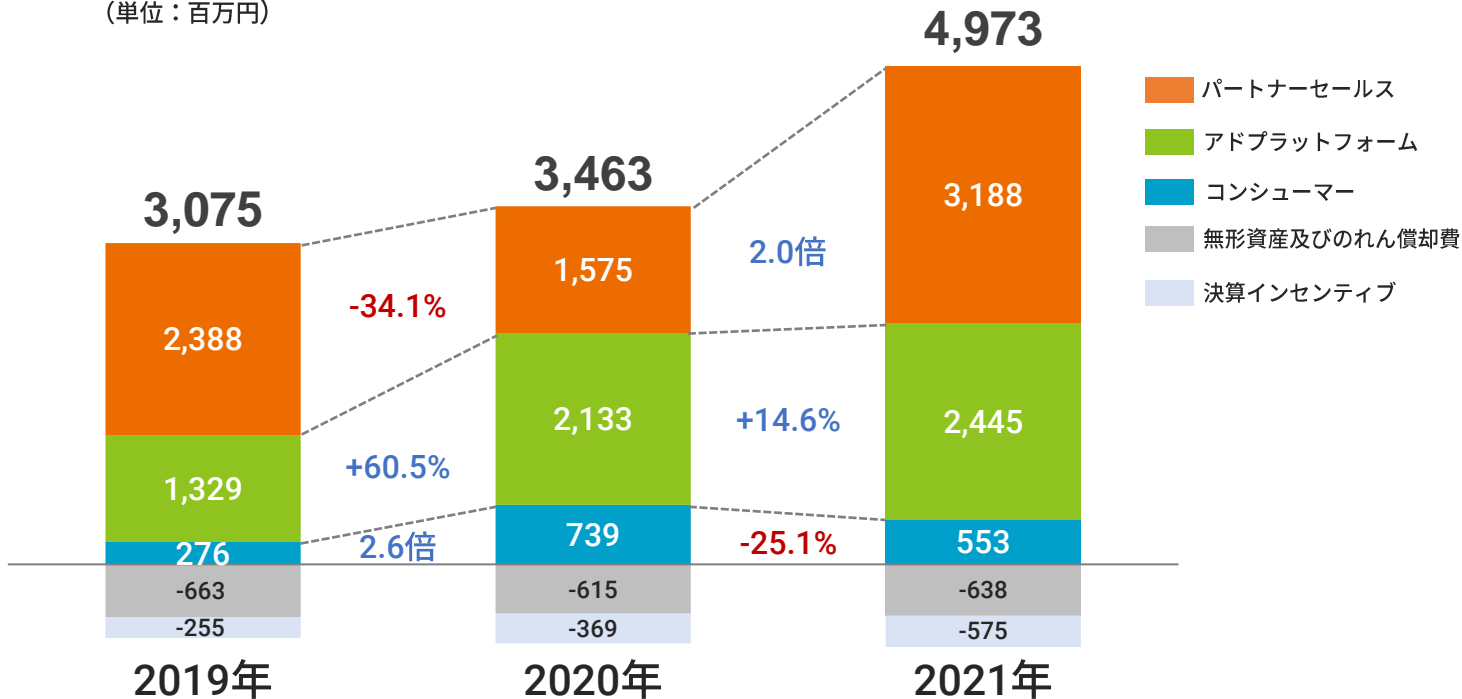
事業成長に伴い、前年比較で20.5億円増加



連結営業利益 四半期推移

パートナーセールス事業が大きく利益を伸ばし、前年比で43.6%増、49.7億円に

(単位：百万円)



連結損益計算書

(単位：百万円)	2020年	2021年	増減率
売上高	22,487	25,821	+14.8%
売上総利益	19,635	23,200	+18.2%
販売管理費	16,172	18,227	+12.7%
営業利益	3,463	4,973	+43.6%
営業外収益 ※1	149	691	+362.1%
営業外費用 ※1	277	49	-82.0%
経常利益	3,335	5,614	+68.3%
特別利益 ※1	231	259	+12.2%
特別損失 ※1	511	723	+41.3%
税金等調整前当期純利益	3,055	5,151	+68.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,781	3,104	+74.3%
EBITDA ※2	4,527	6,703	+48.1%

※1 営業外収益：主に為替差益310百万円・投資事業組合運用益184百万円、特別利益：主に投資有価証券売却益258百万円、特別損失：主に減損損失297百万円・投資有価証券評価損277百万円

※2 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 + 固定資産除却損 + 減損損失

連結貸借対照表

現金及び預金は210億円、自己資本比率49%と十分な財務基盤に

(単位：百万円)	2020年12月末	2021年12月末	増減額
流動資産	37,004	42,513	+5,509
うち現金及び預金	15,600	21,031	+5,430
固定資産	12,255	12,863	+608
総資産	49,259	55,376	+6,117
流動負債	23,287	26,280	+2,992
固定負債	1,417	1,339	-78
純資産	24,553	27,757	+3,203
負債及び純資産	49,259	55,376	+6,117

AGENDA

P.02 経営理念

P.07 2021年12月期
通期連結決算の概要

P.16 連結業績予想と株主還元

P.24 事業の概況

APPENIDIX

P.45 第4四半期連結決算の概要

P.52 中期経営計画（再掲）と進捗状況

P.58 インターネット広告市場動向

P.64 会社概要



2022年12月期の連結業績予想

「中期経営計画CARTA2022」の最終年度として更なる成長を目指す

(単位：百万円)	2021年 実績	2022年 業績予想	前年比
売上高	25,821	28,300	+9.6%
営業利益	4,973	5,500	+10.6%
当期純利益	3,104	4,100	+32.1%
EBITDA※	6,703	7,600	+13.4%

※ 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＋固定資産除却損＋減損損失

政策保有株式の売却について

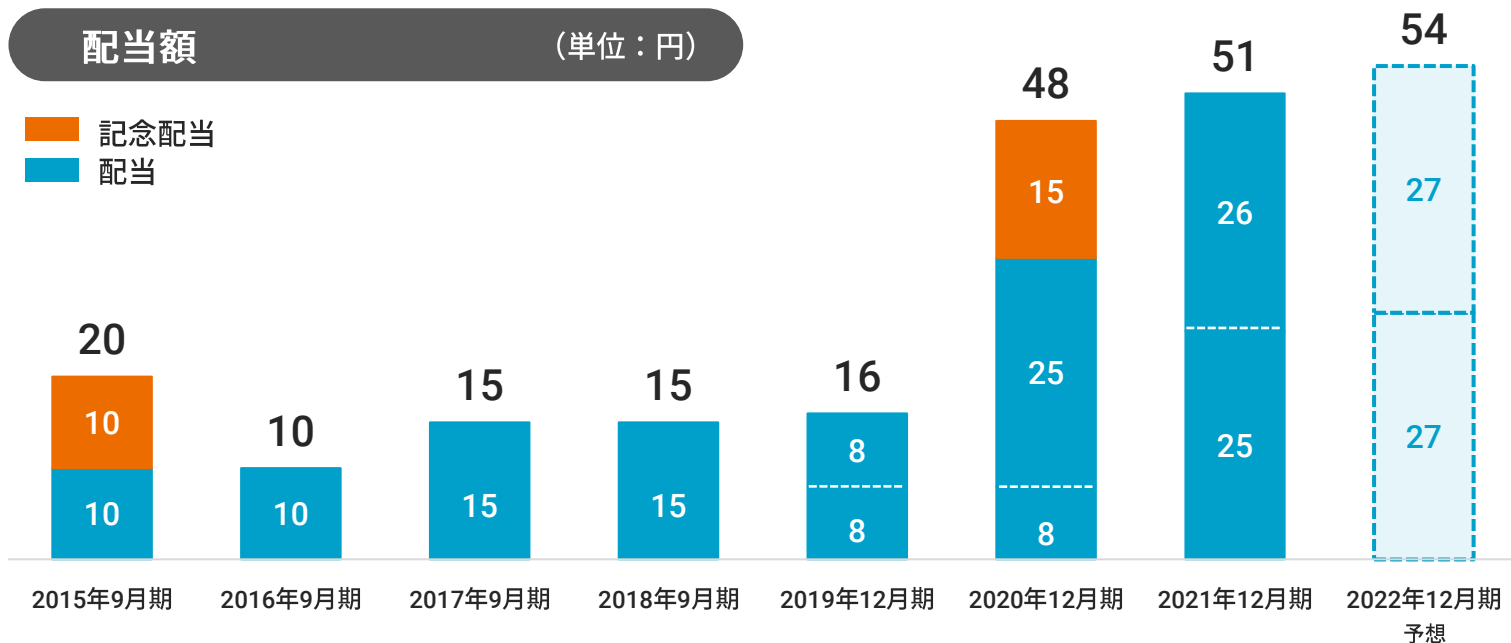
2021年2月16日付で保有するクロス・マーケティンググループ社の株式を、
当社の経営資源の効率化及び最適配分を目的に、同社に譲渡

売却株式の種類	クロス・マーケティンググループ社普通株式
売却する株数の上限	1,600,000株もしくは売却総額が16億円を超えない株数
株式の売却日	2022年2月16日以降
株式の売却方法	東京証券取引所における立会外終値取引(ToSTNeT-2)による売却
投資有価証券売却益	売却する株数の上限まで全てを売却した場合の投資有価証券売却益は600百万円を見込んでおります。

※ 投資有価証券売却益は、現在の当該有価証券の株価から算出した見込み額であり、今後の株価推移、経済情勢及び市場動向等による不確実性を含んでおります。
また、当該見込みについては、2022年2月14日公表の2022年12月期通期連結業績予想にすでに織り込まれております。

配当について

期末配当26円/株に増配、中間配当と合わせて合計51円/株に
2022年については、54円/株（中間配当27円/株、期末配当27円）を予想



※ 2020年12月期より配当についてはDOE5%を目安とすると配当方針を変更しました。

経営目標であるEBITDA60億円は1年前倒しで達成、2022年はEBITDA76億円を目指す

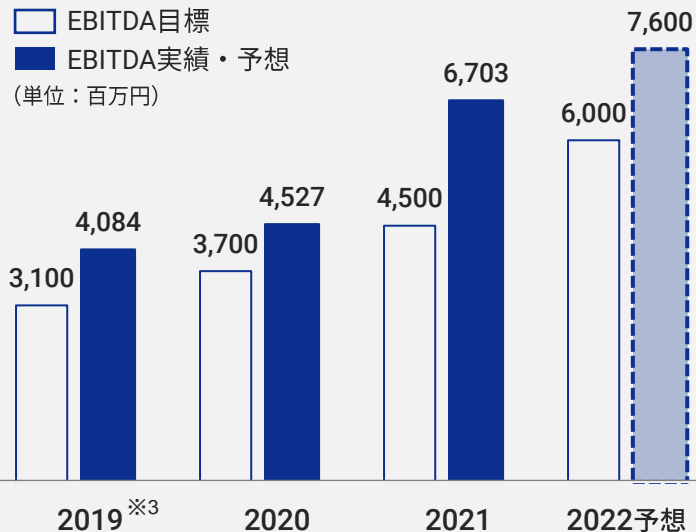
2022年 経営目標

利益指標—EBITDA^{※1} **60** 億円

資本効率性指標—ROE **12** %

株主還元指標^{※2}—DOE **5** % を目安

EBITDA 進捗



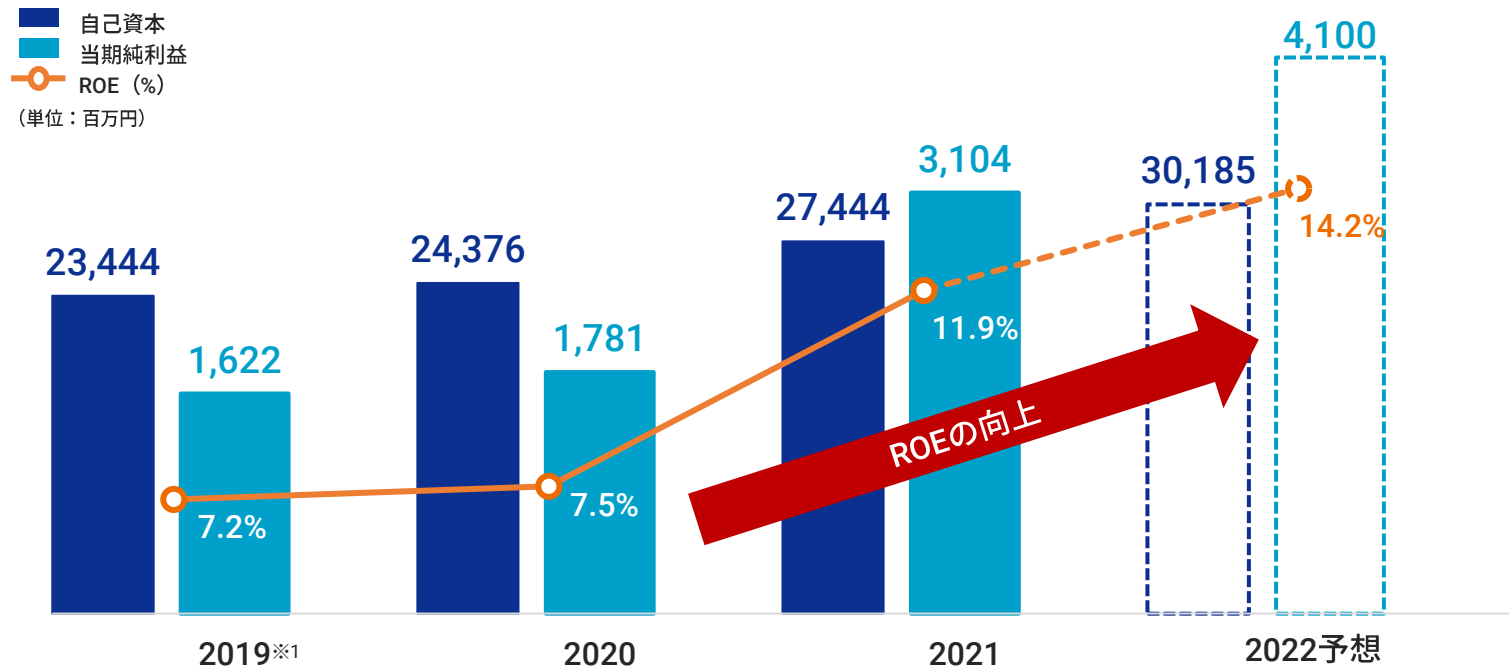
※1 EBITDA (利払い前・税引き前・償却前利益) = 税金等調整前当期純利益 + 支払利息 + 減価償却費 + 償却費 + のれん償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失

※2 2021年2月にて中期経営計画「CARTA2022」の経営目標から売上指標を除外し、株主還元指標を追加

※3 2019年は、12ヵ月換算した数値 (従来は、決算期変更により15ヵ月間の変則決算)

ROE向上に向けた方針と取り組み

積極的な事業投資による利益成長を最優先としつつ、株主還元の拡充による資本効率の改善により、2022年はROE14%を目指す



※1 2019年は、12ヵ月換算した数値（従来は、決算期変更により15ヵ月間の変則決算）

ガバナンス体制・経営体制

グループ再編に伴い、執行役員体制を強化
独立社外取締役を1名追加し、独立社外取締役比率が取締役の50%に

取締役 8名

常勤取締役 3名



宇佐美 進典
代表取締役会長兼CEO
(再任)



新澤 明男
代表取締役社長兼COO
(再任)



永岡 英樹
取締役CFO
(再任)



齋藤 太郎
独立社外取締役
(再任)



高島 宏平
独立社外取締役
(再任)



山口 修治
(再任)



石渡 万希子
独立社外取締役
(再任)



渡辺 尚
独立社外取締役
(新任)

執行役員 11名

目黒 拓
MS SBU長

西園 正志
AP SBU長

古谷 和幸
CS SBU長

佐藤 亘
MS SBU担当

岸岡 勝正
MS SBU担当

望月 貴晃
AP SBU担当

鈴木 健太
CTO

高橋 佑樹
コーポレート本部長

岩崎 理
ファイナンス本部長

小椋 祐二
HR本部長

佐野 敏毅
マネジメントオフィス本部長
兼 ICT本部長

監査役 3名



野口 誉成
社外監査役 (再任)



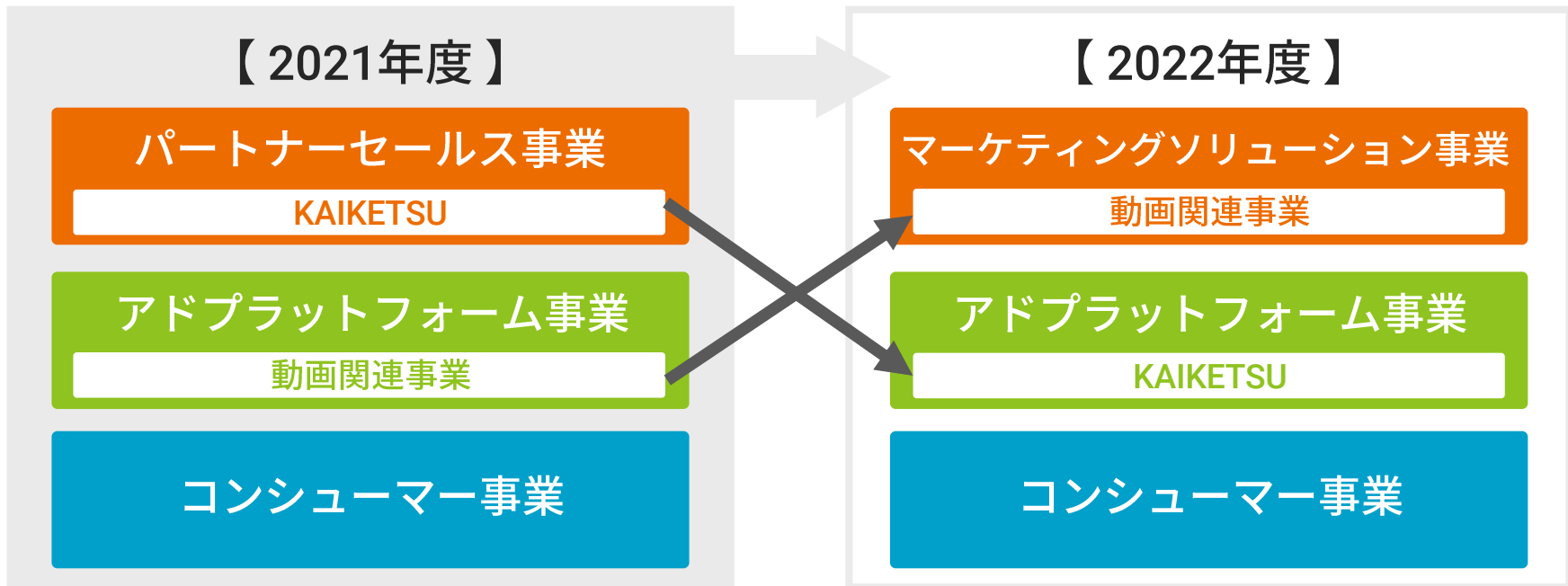
茂田井 純一
社外監査役



曾我 有信
監査役

セグメントの一部変更

- パートナーセールス事業をマーケティングソリューション事業に名称を変更
- パートナーセールス事業のKAIKETSUをアドプラットフォーム事業へ
- アドプラットフォーム事業の動画関連事業をマーケティングソリューション事業へ



AGENDA

P.02 経営理念

P.07 2021年12月期
通期連結決算の概要

P.16 連結業績予想と株主還元

P.24 事業の概況

APPENIDIX

P.45 第4四半期連結決算の概要

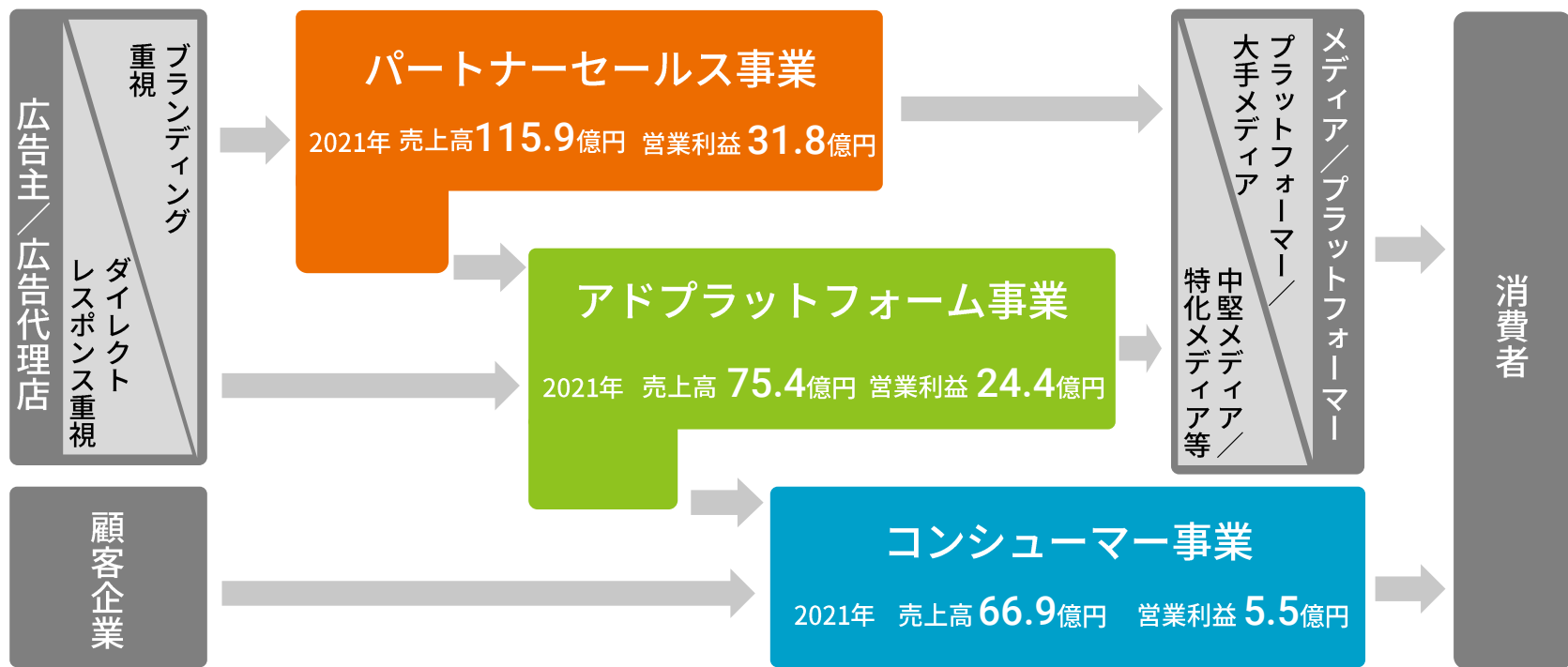
P.52 中期経営計画（再掲）と進捗状況

P.58 インターネット広告市場動向

P.64 会社概要



デジタルマーケティング支援を行う「パートナーセールス事業」、独自の広告プラットフォームを開発/運営する「アドプラットフォーム事業」、「コンシューマー事業」を展開



広告/マーケティング関連のプロダクト/サービス



広告主/
顧客企業

DSP / アドネットワーク/アフィリエイト



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



スマートフォン特化型
CPI/CPA広告ネットワーク

SSP/メディア向けツール



メディア向け収益最大化を
支援するSSP



メディア収益
一元管理サービス



メディエーションツールの
パフォーマンス向上

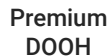
PMP



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



DOOH広告の
プログラマティック配信

情報サービス

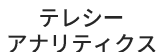


インターネットメディア
広告情報

テレビCM



運用型テレビCMサービス



テレビCM効果測定ツール

データ関連サービス



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



クッキーレス対応のデジタル
マーケティングサービス

デジタル販促支援



デジタルを活用した
店舗マーケティング



即時発行可能な
デジタルギフト



6000種のギフトに対応した
インスタントウィンツール

SNSマーケティング



業界最大規模の
インフルエンサーデータベース



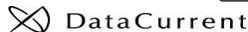
SNSマーケティングの
運用コンサルティングサービス

EC支援



EC領域支援の
ワンストップサービス

DX支援



データを活用した広告
・マーケティングに関する
コンサルティング



媒体社に特化したDX推進
コンサルティングサービス

BPO支援

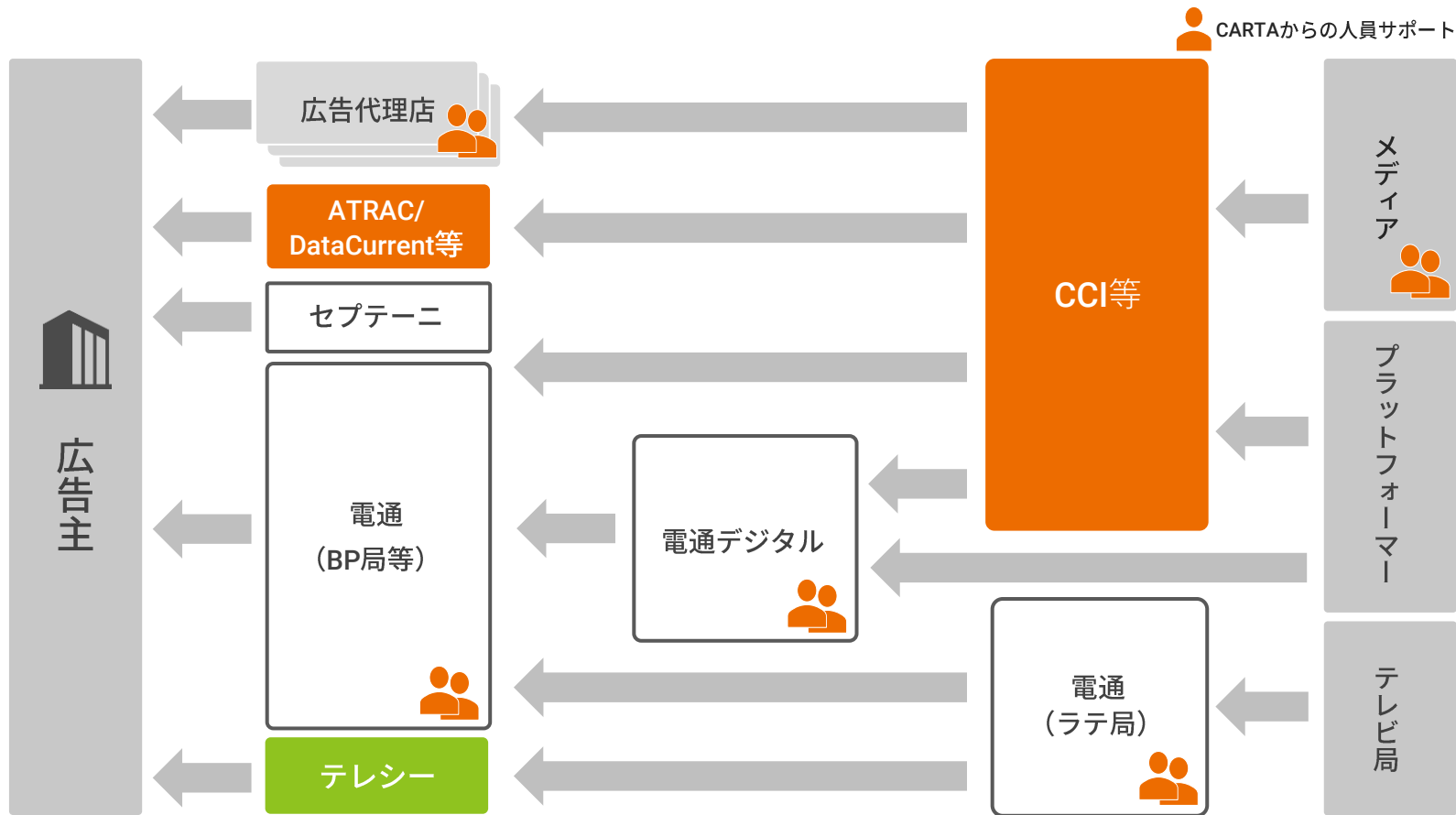


広告、マーケティング領域
における運営サポート



メディア/
消費者

電通グループにおける主要な広告商流

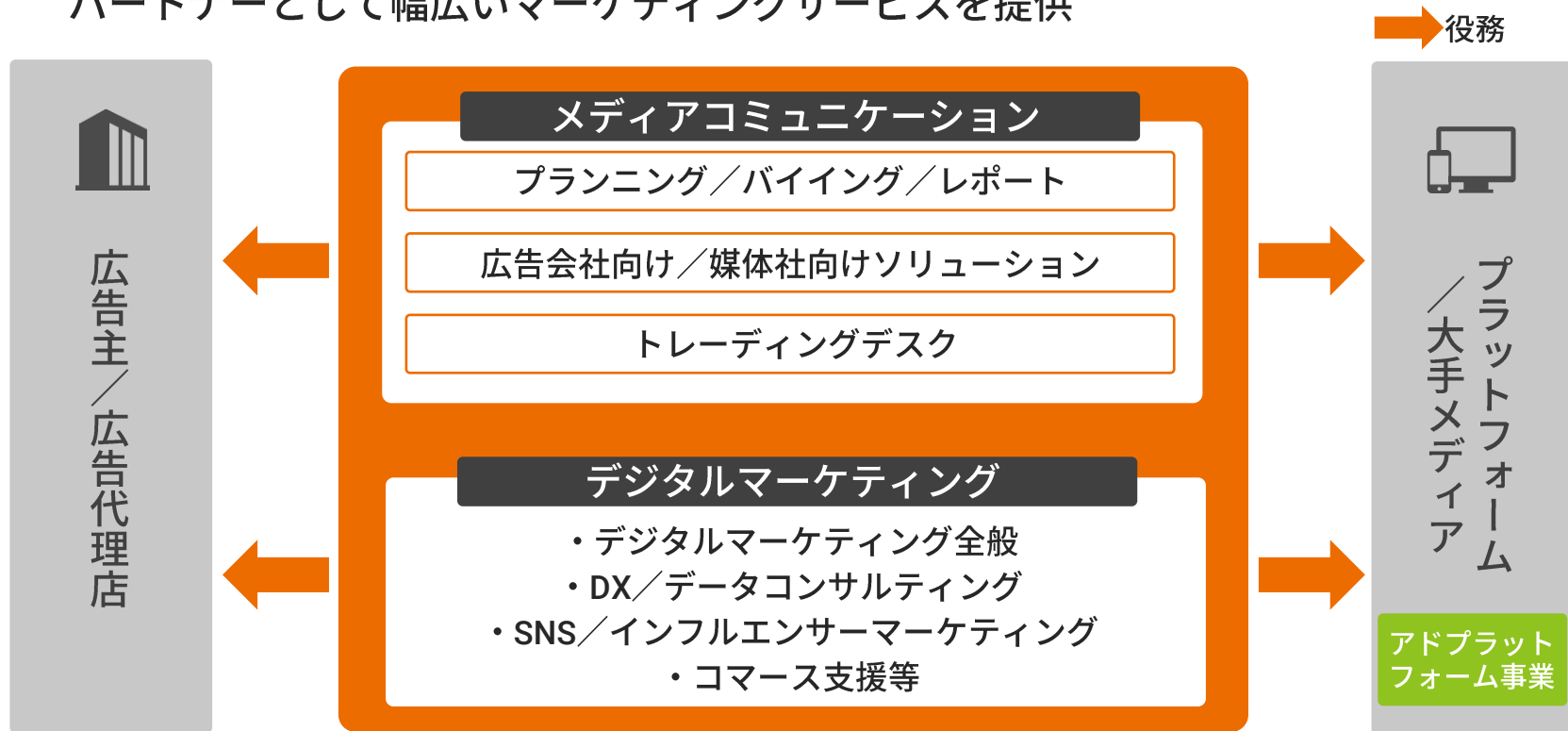


PARTNER SALES

パートナーセールス事業

パートナーセールス事業の概要

広告主や広告代理店、大手メディアに対してデジタルマーケティング領域におけるパートナーとして幅広いマーケティングサービスを提供

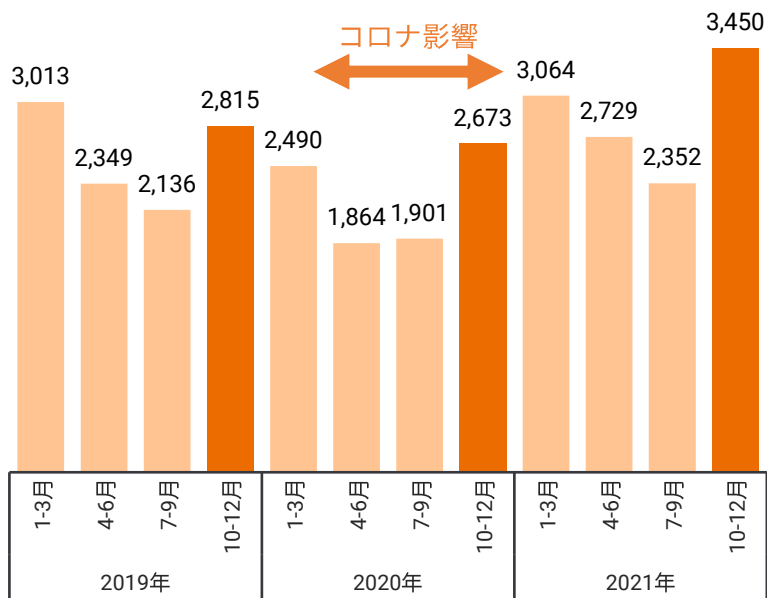


パートナーセールス事業 セグメント業績

ブランド広告主におけるデジタル広告へのシフトが進み好調に推移
売上高、営業利益ともに過去最高を更新

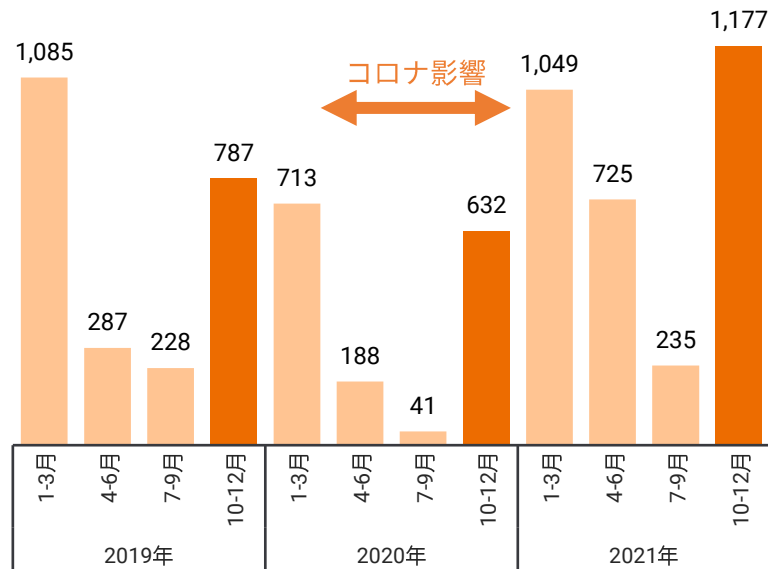
セグメント売上高

(単位：百万円)



セグメント営業利益

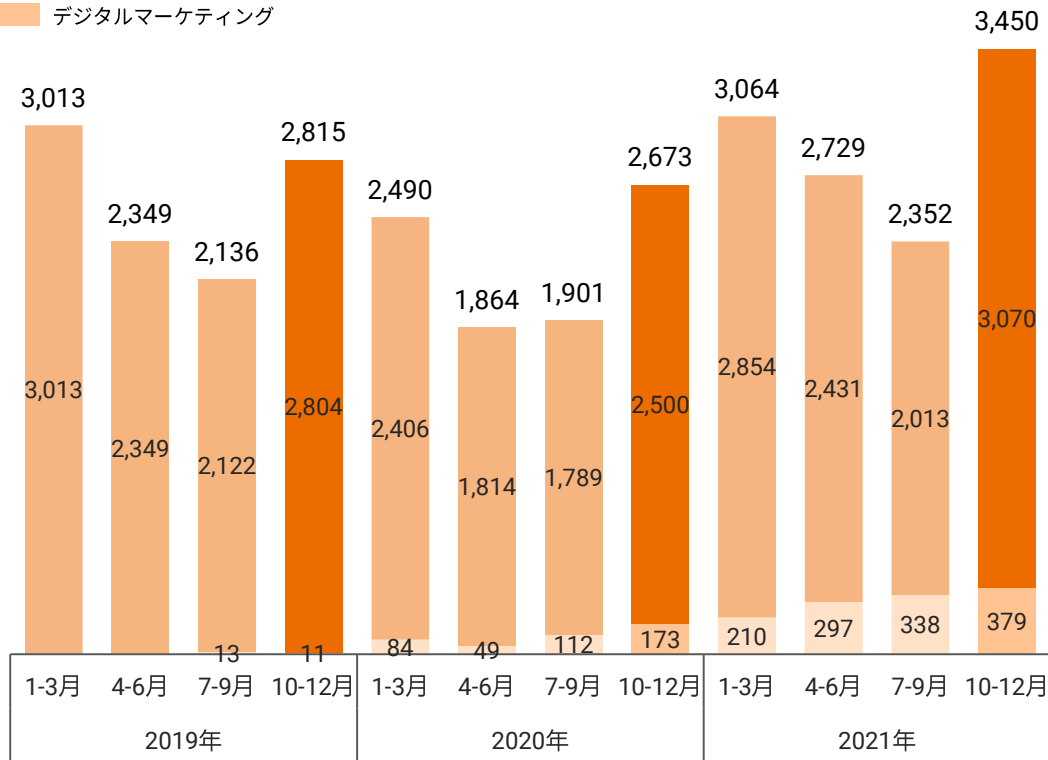
(単位：百万円)



※ 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
 ※ 2021年1月のセグメント変更に伴い、過去に遡及して修正

パートナーセールス事業 売上高内訳

■ メディアコミュニケーション (単位:百万円)
■ デジタルマーケティング



メディアコミュニケーション

YonY **22.8%** 増

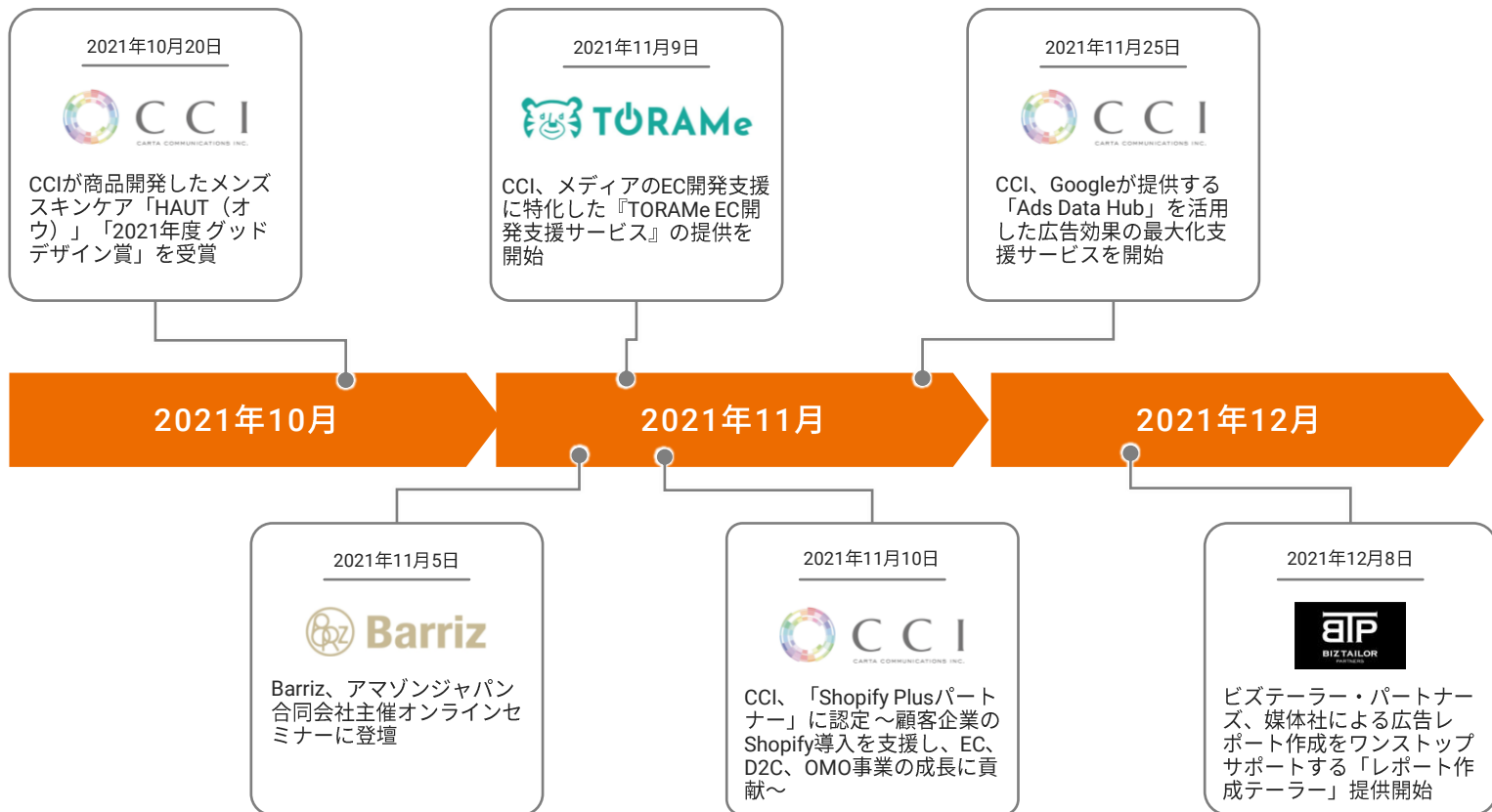
デジタルマーケティング

YonY **2.1** 倍

QonQでも順調に成長

※ 2021年1月のセグメント変更に伴い、過去に遡及して修正

パートナーセールス事業 2021年4Qトピックス



AD PLATFORM

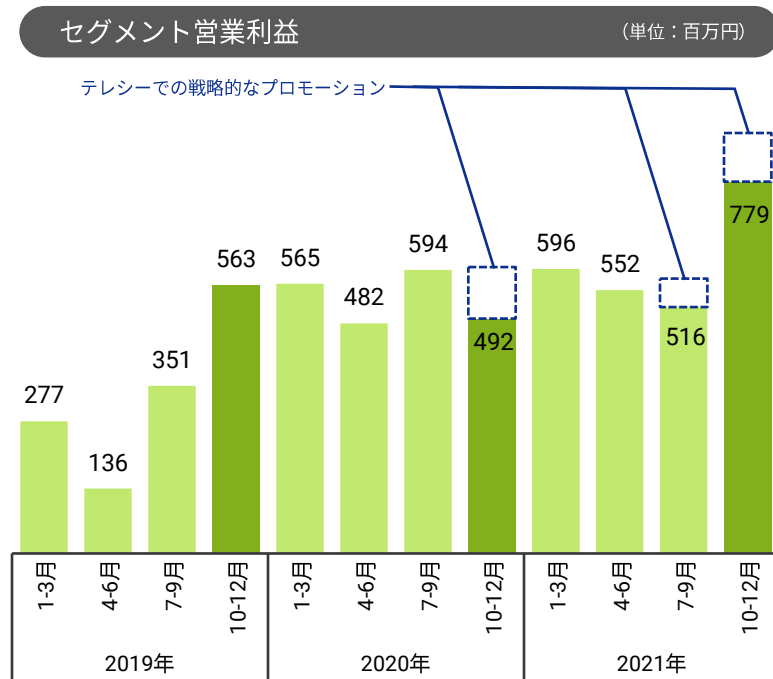
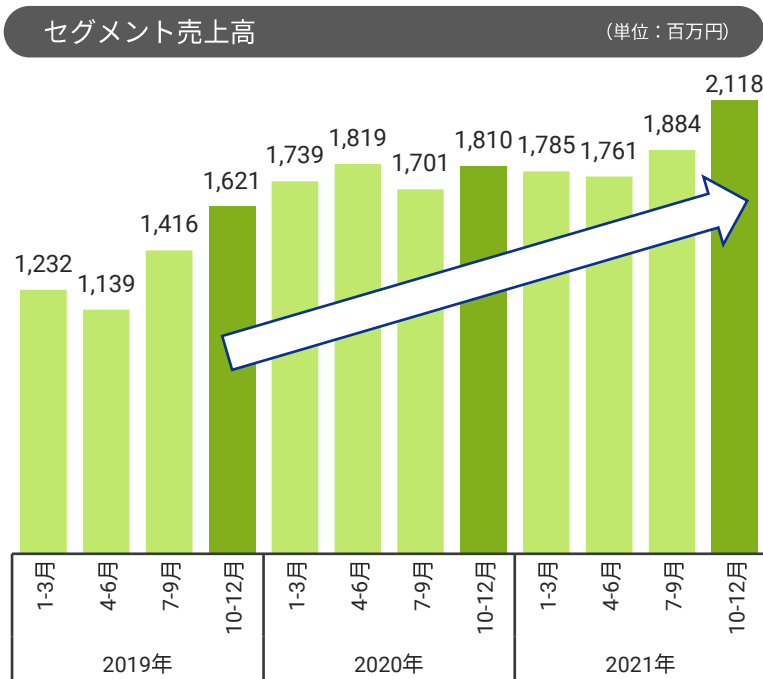
アドプラットフォーム事業

アドプラットフォーム事業の概要

広告の最適化配信をリアルタイムで自動的に行う「運用型広告プラットフォーム」と
 メディア向けに広告収益最大化を支援する「メディア支援サービス」を提供



売上高は前年比17%増の21.1億円、営業利益は58%増の7.7億円に

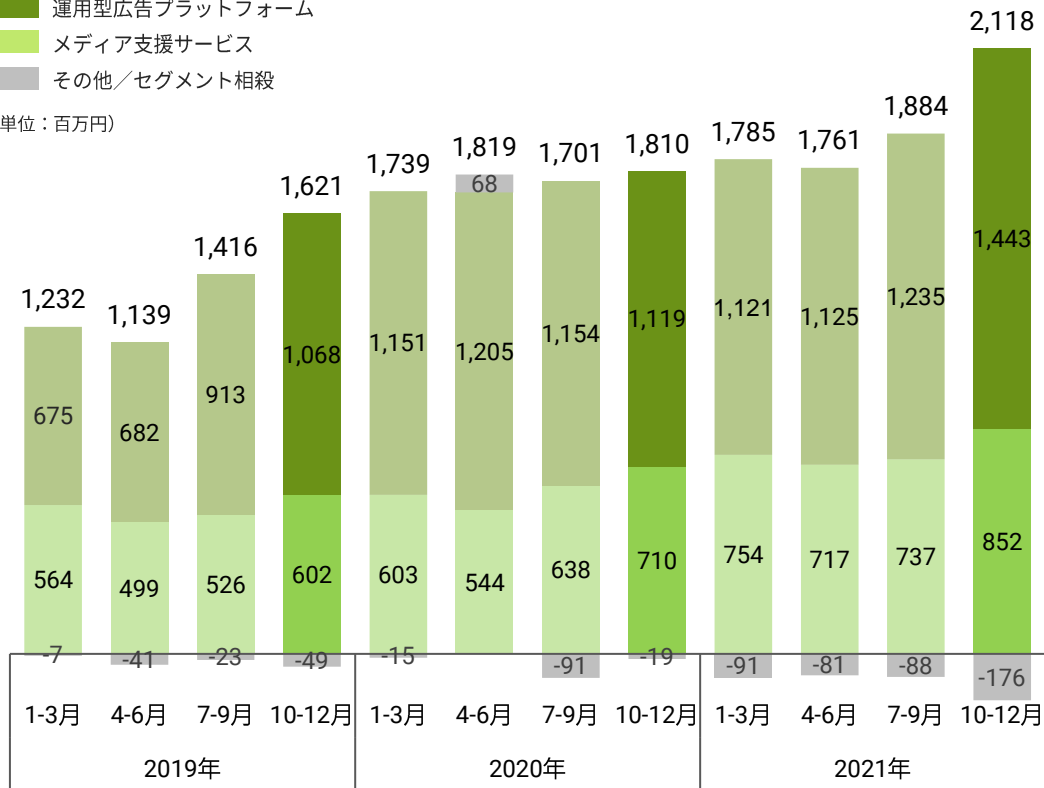


※ セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません
 ※ 2021年1月のセグメント変更に伴い、過去に遡及して修正

アドプラットフォーム事業 売上高内訳

- 運用型広告プラットフォーム
- メディア支援サービス
- その他/セグメント相殺

(単位：百万円)



運用型広告プラットフォーム

YoY **28.9%** 増

メディア支援サービス

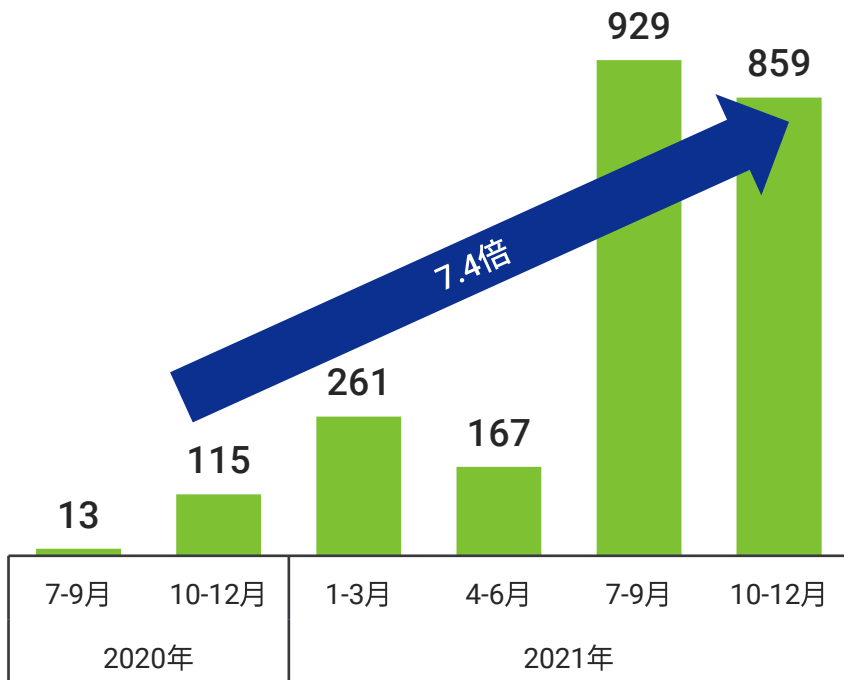
YoY **19.9%** 増

※ 2021年1月のセグメント変更に伴い、過去に遡及して修正

テレシー グロス売上高推移

グロス売上高

(単位：百万円)



第4四半期 グロス売上高

8.5 億円 7.4倍

順調にクライアント数を増やし
グロス売上は前年同Q比7.4倍に

EC企業やスマホゲームアプリ企業といった顧客から、B2B SaaS企業まで顧客の幅が拡大



ECH株式会社様

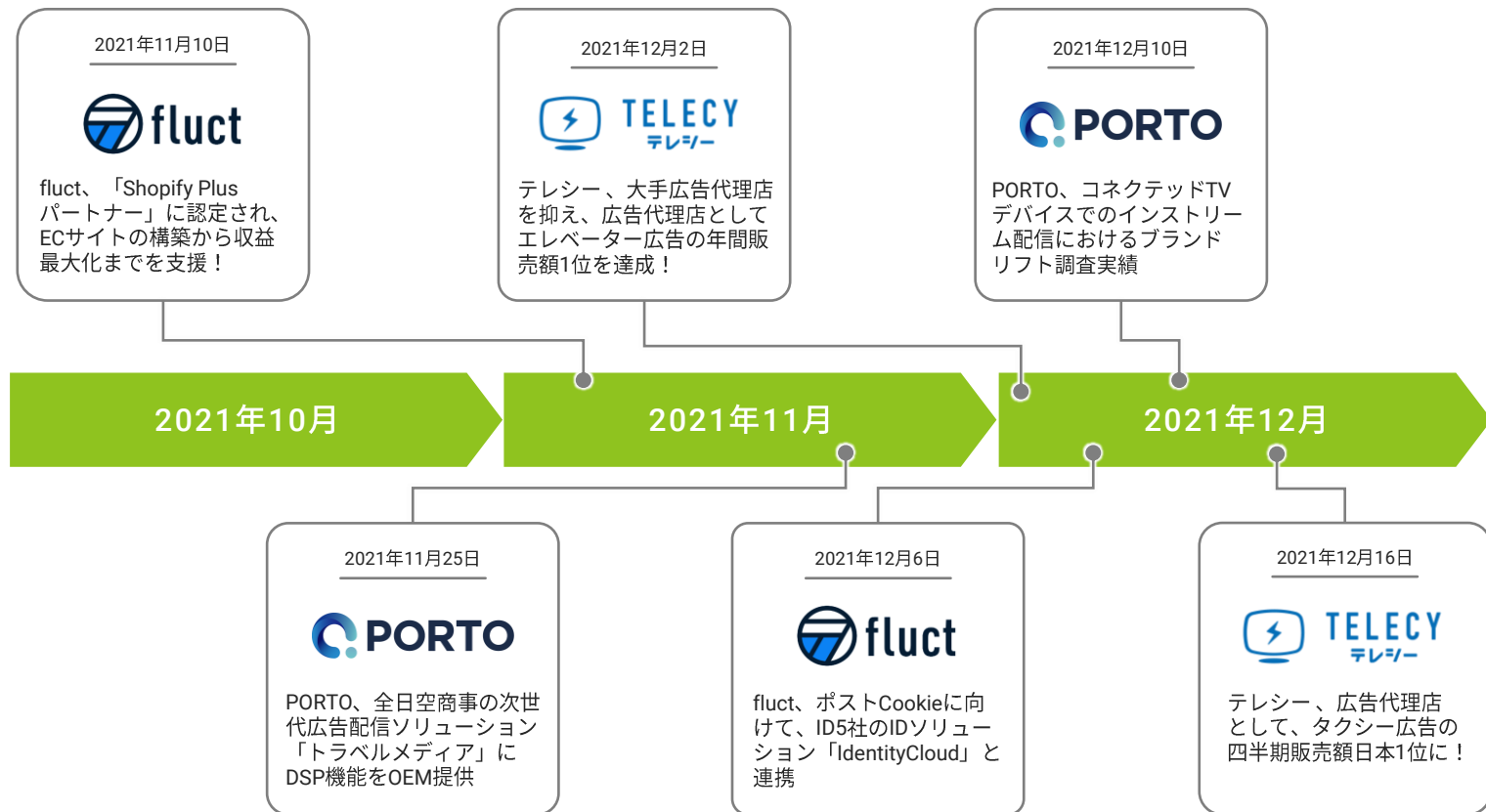


株式会社リブセンス様



Peak様





CONSUMER

コンシューマー事業

コンシューマー事業の概要

オーガニックでの成長だけではなく、新規事業やM&Aでも成長を図っていく

- メディア・ソリューションは、既存メディアの規模拡大、新規メディア立ち上げやM&Aで成長させていく
- 成長しているD2C領域への取り組みを強化することで先行投資しながら中長期的に成長させていく
- 既存産業のDXを推進していく新規事業にも積極的に取り組んでいく

→ 役務

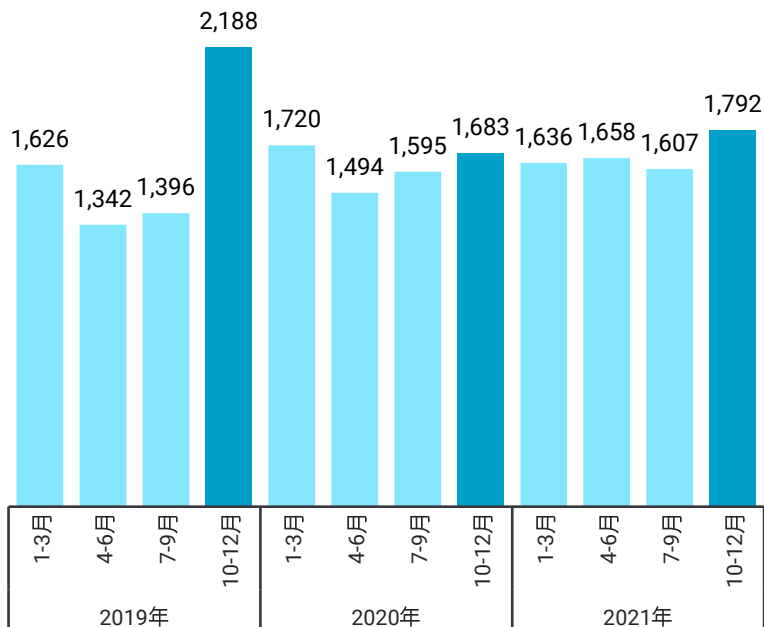


CONSUMER BUSINESS SEGMENT PERFORMANCE

売上高は前年比6%増の17.9億円、営業利益は30%減の1.9億円に

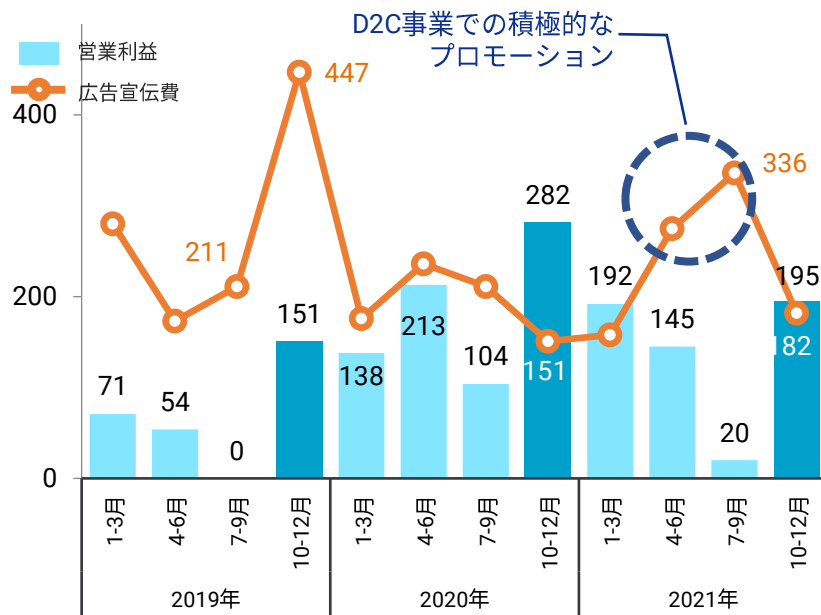
セグメント売上高

(単位：百万円)



セグメント営業利益 / セグメント広告宣伝費

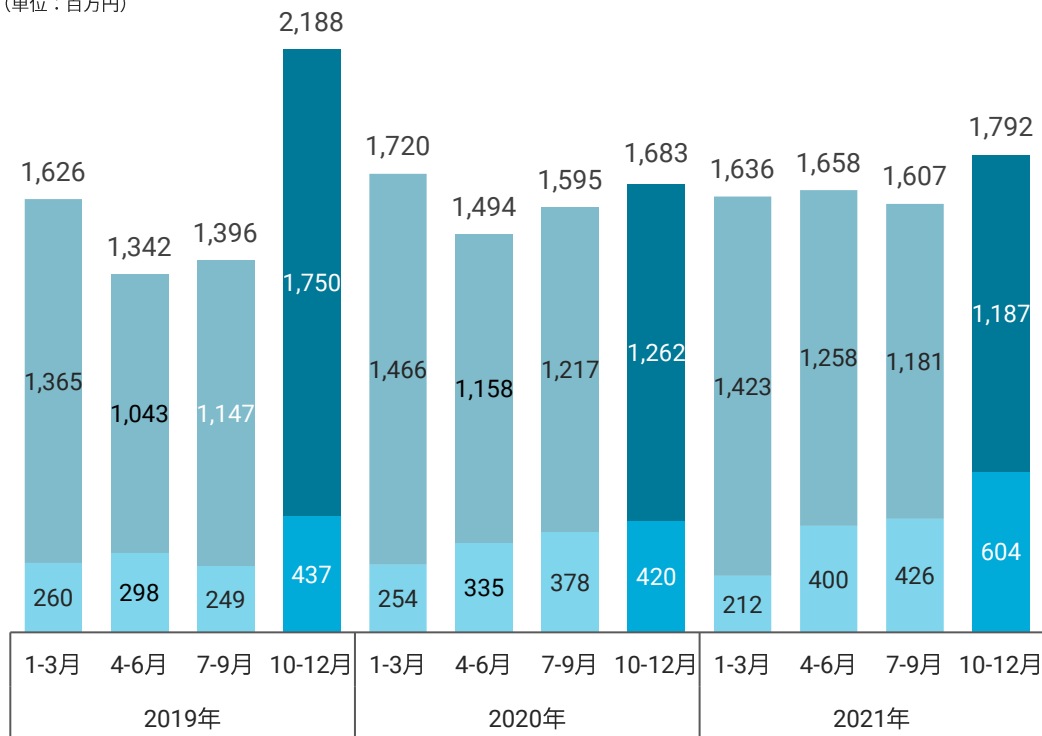
(単位：百万円)



※ 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

コンシューマー事業 売上高内訳

■ メディア・ソリューション
■ EC/ゲーム/人材/その他
 (単位：百万円)



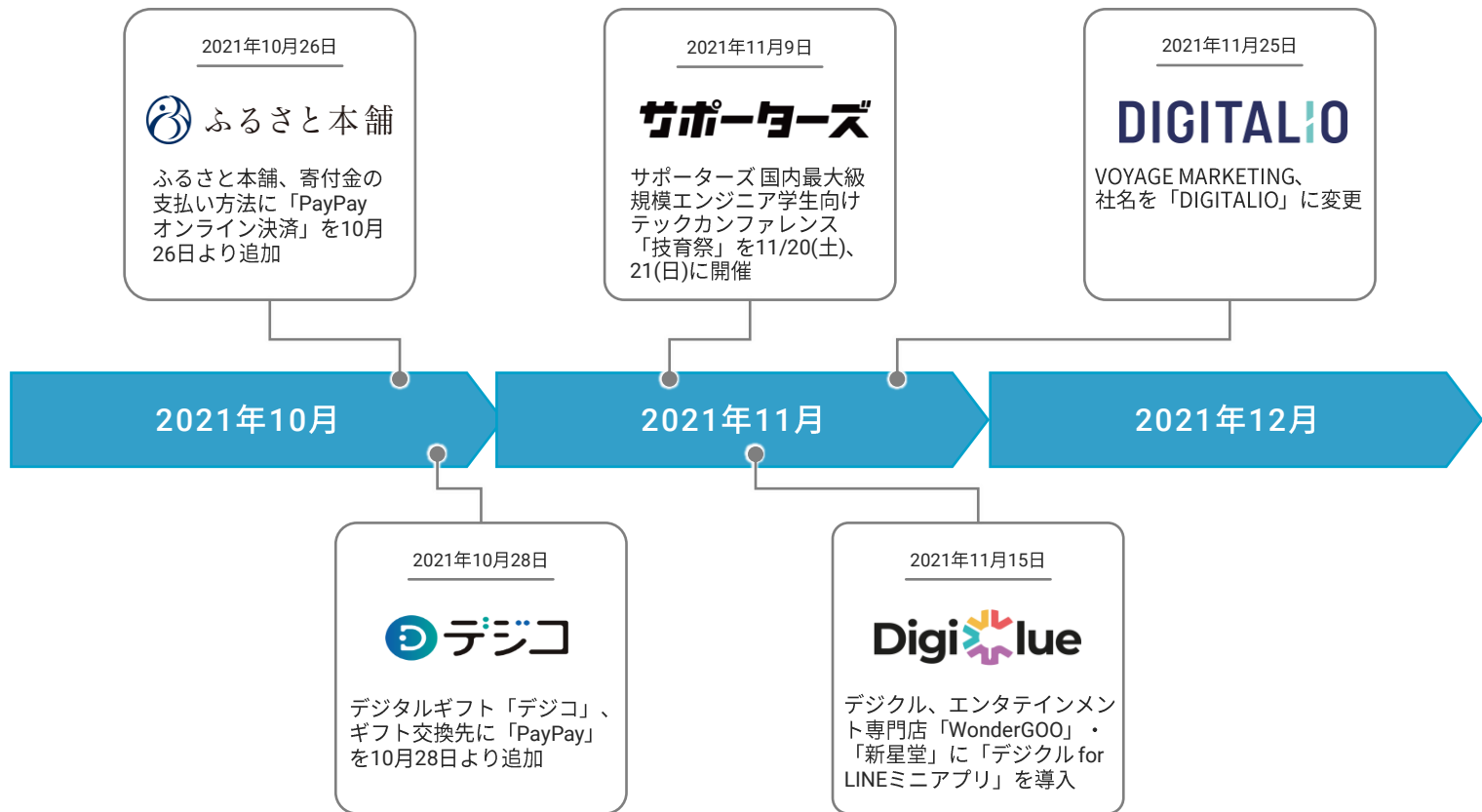
メディア・ソリューション

YonY **5.9%** 減

EC/ゲーム/人材

YonY **43.7%** 増

コンシューマー事業 2021年4Qトピックス



AGENDA

P.02 経営理念

P.07 2021年12月期
通期連結決算の概要

P.16 連結業績予想と株主還元

P.24 事業の概況

APPENIDIX

P.45 第4四半期連結決算の概要

P.52 中期経営計画（再掲）と進捗状況

P.58 インターネット広告市場動向

P.64 会社概要



2021年12月期第4四半期 業績

	2020年10-12月 実績	2021年10-12月	
		実績	増減率
(単位：百万円)			
売上高	6,166	7,357	+19.3%
売上総利益	5,498	6,736	+22.5%
販売管理費	4,613	5,316	+15.2%
営業利益	884	1,419	+60.4%
EBITDA※	1,250	1,708	+36.6%

※ 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 + 固定資産除却損 + 減損損失

2021年12月期第4四半期 業績

(単位：百万円)

		2020年 10-12月 実績	2021年10-12月	
			実績	増減率
アドプラットフォーム事業	セグメント売上高	1,810	2,118	+17.0%
	セグメント営業利益※	492	779	+58.4%
パートナーセールス事業	セグメント売上高	2,673	3,450	+29.0%
	セグメント営業利益※	632	1,177	+86.2%
コンシューマー事業	セグメント売上高	1,683	1,792	+6.5%
	セグメント営業利益※	282	195	-30.9%

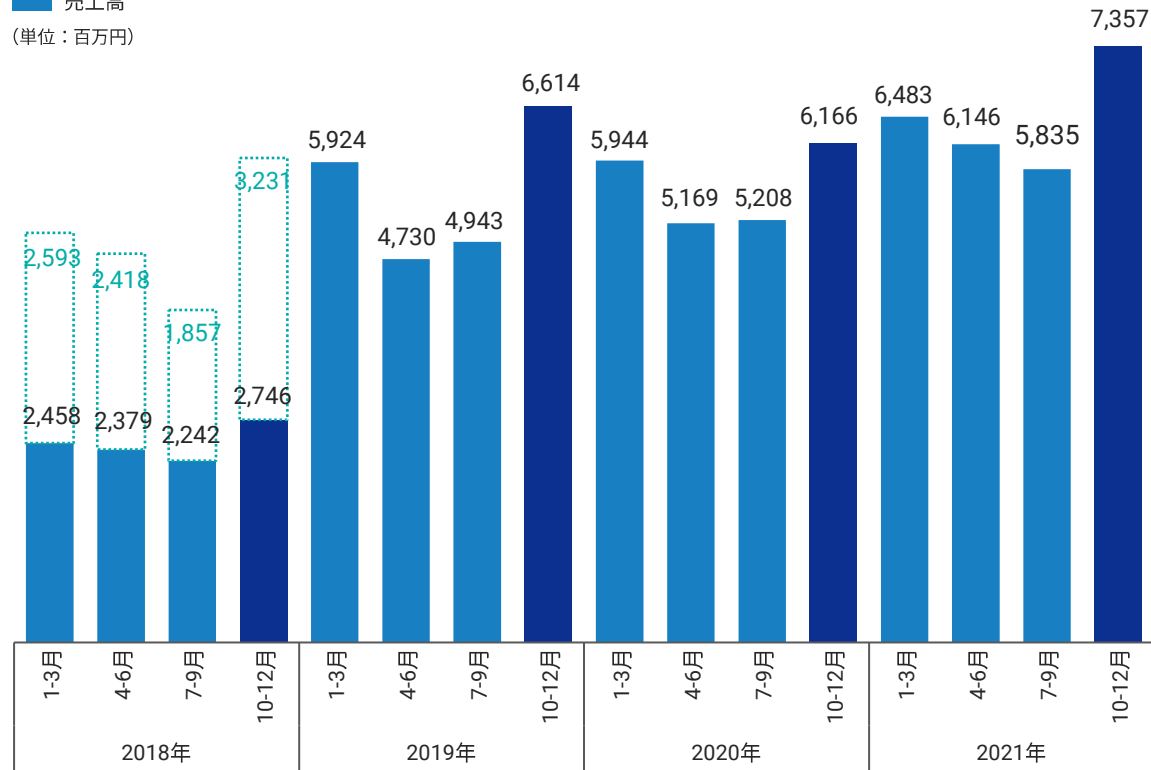
※ セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません

連結売上高 四半期推移

経営統合以前のCCI売上高

売上高

(単位：百万円)



第4四半期 売上高

73.5 億円 **+19.3%**

売上高は過去最高を更新

※ 2018年は、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）

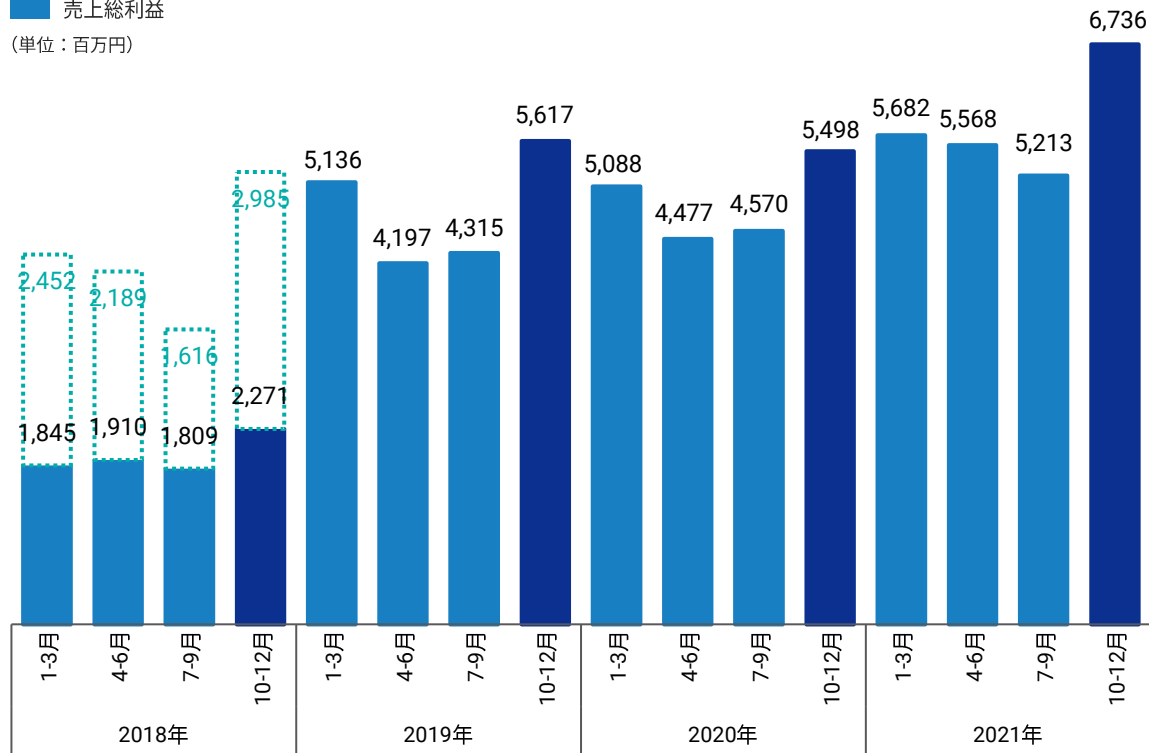
※ 2019年以前は、CMerTV除く数値

連結売上総利益 四半期推移

経営統合以前のCCI売上総利益

売上総利益

(単位：百万円)



第4四半期 売上総利益

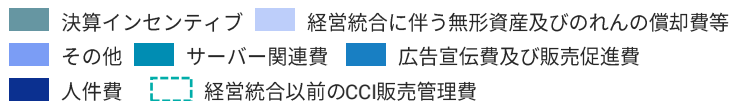
67.3 億円 **+22.5%**

売上総利益は過去最高を更新

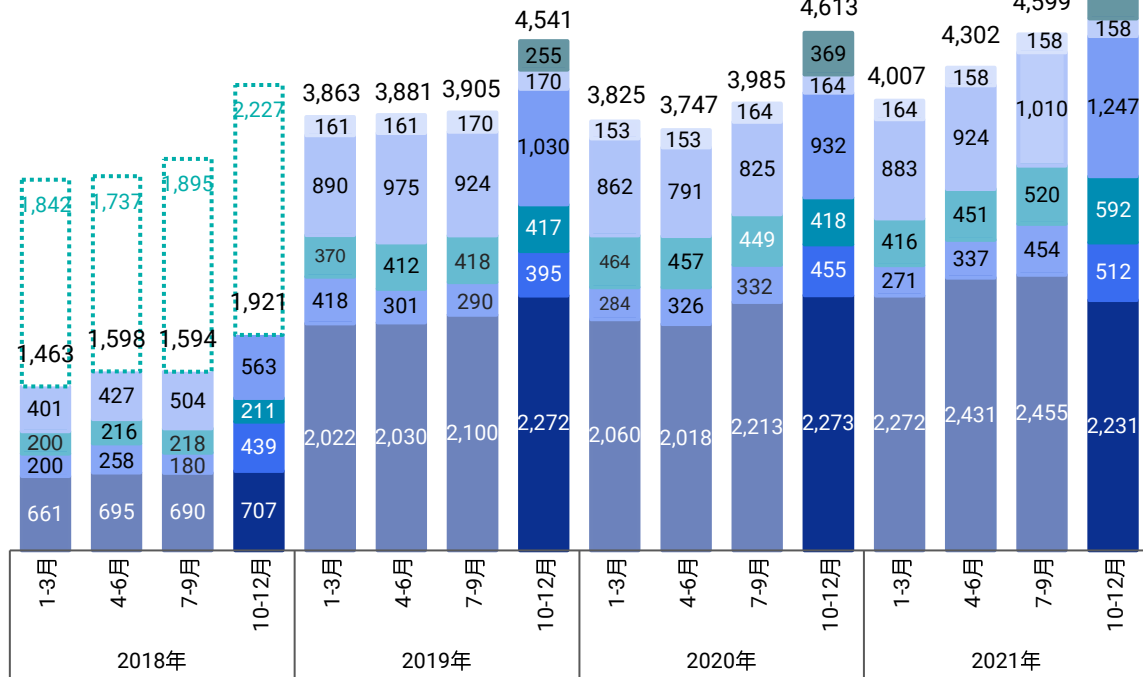
※ 2018年は、比較情報として新収益認識基準（ネット計上）の早期適用を遡及して反映したVOYAGE GROUP及びCCIの数値（監査対象外）

※ 2019年以前は、CMeTV除く数値

連結販売管理費 四半期推移



(単位：百万円)



第4四半期 販売管理費

53.1 億円 **+15.2%**

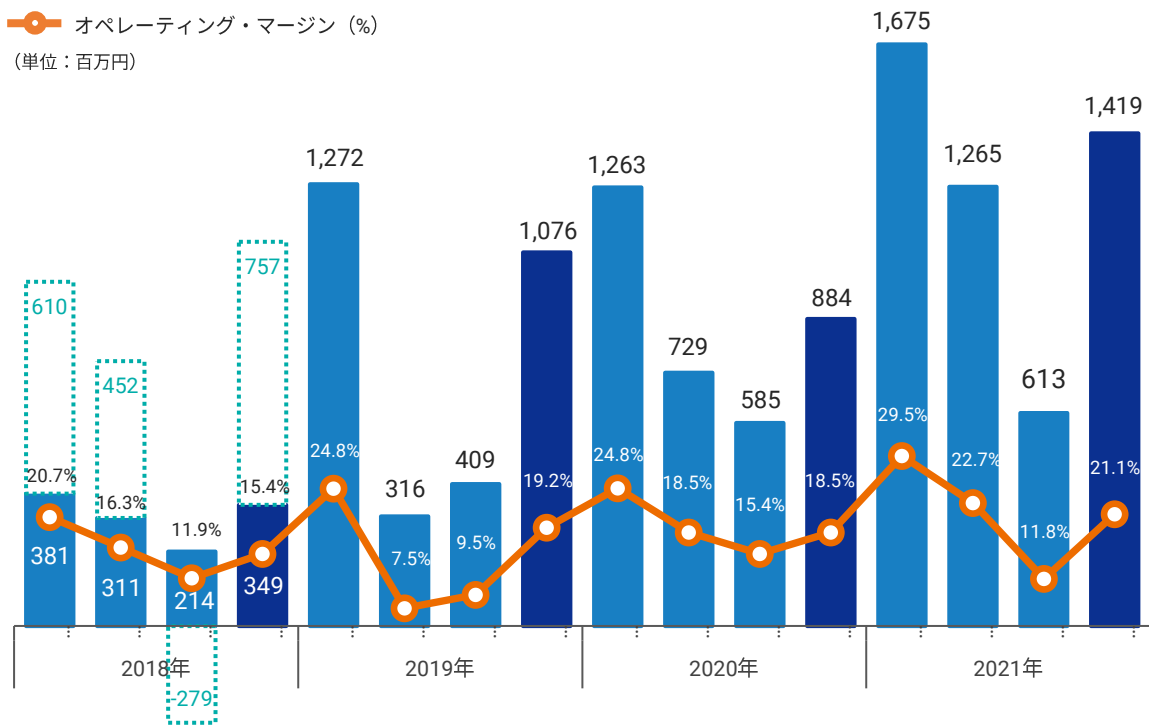
事業成長に伴い、
前年比較で7.0億円増加

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

※ 2019年以前は、CMeTV除く数値

連結営業利益 四半期推移

 経営統合以前のCCI営業利益
 営業利益
● オペレーティング・マージン (%)
 (単位: 百万円)



第4四半期 営業利益

14.1 億円 +60.4%

※ オペレーティング・マージン = 営業利益 ÷ 売上総利益
 ※ 2018年は、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）
 ※ 2019年以前は、CMeTV除く数値

AGENDA

P.02 経営理念

P.07 2021年12月期
通期連結決算の概要

P.16 連結業績予想と株主還元

P.24 事業の概況

APPENIDIX

P.45 第4四半期連結決算の概要

P.52 中期経営計画（再掲）と進捗状況

P.58 インターネット広告市場動向

P.64 会社概要



CARTA
HOLDINGS

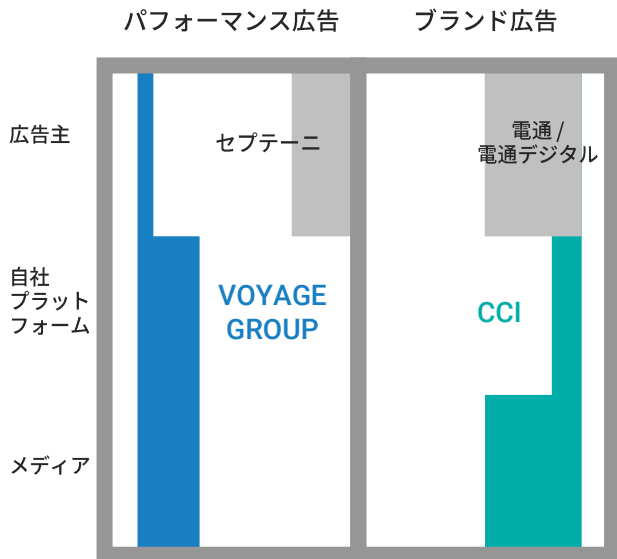
中期経営計画（再掲）

「CARTA 2022」

～NEW JOURNEY, NEW STANDARD～

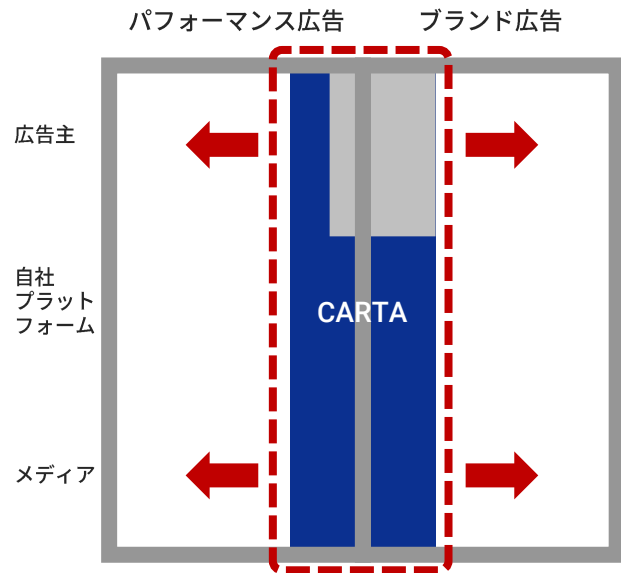
CARTAの成長シナリオ - Phase1 -

インターネット広告市場



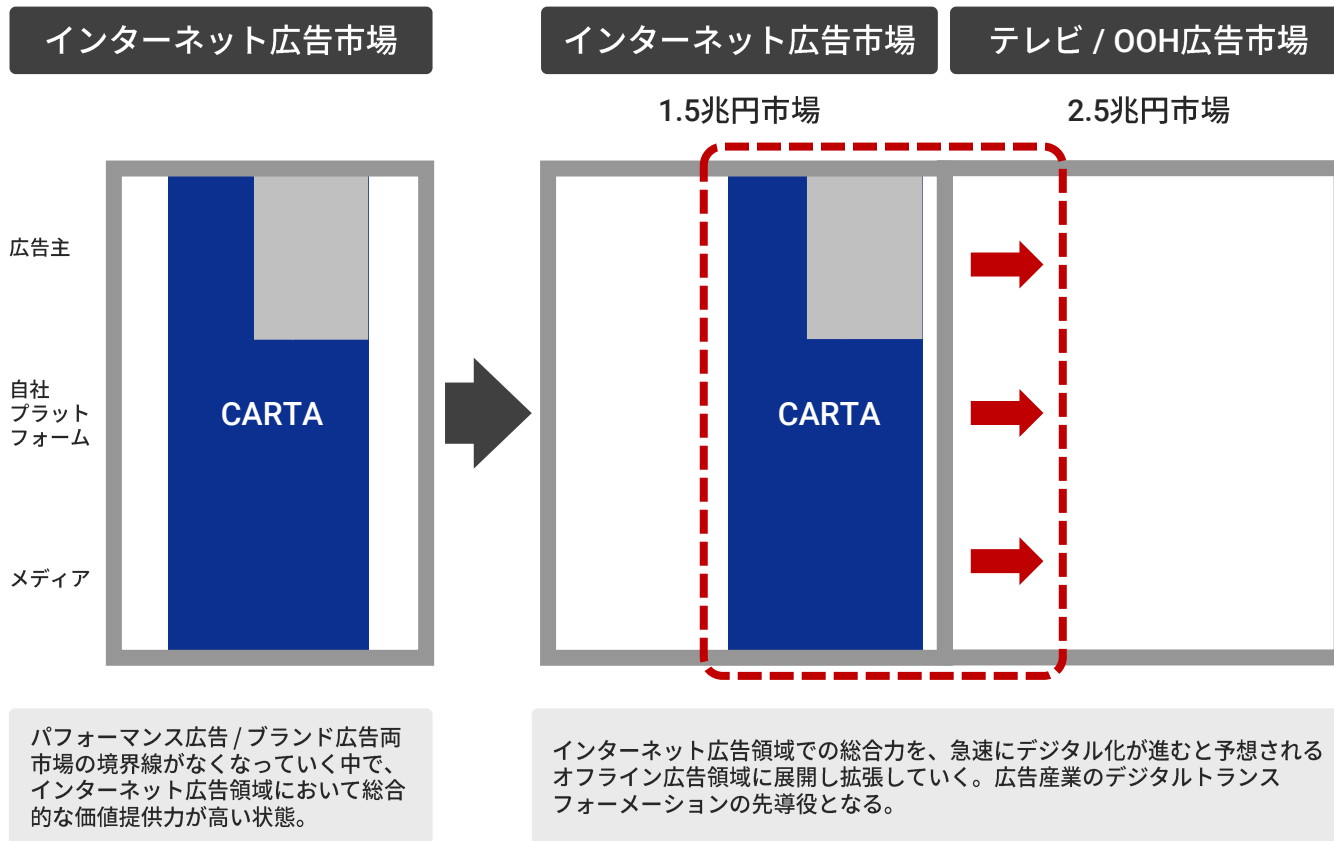
これまで各々で垂直統合と競争優位性の向上を目指してきた。

インターネット広告市場



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。

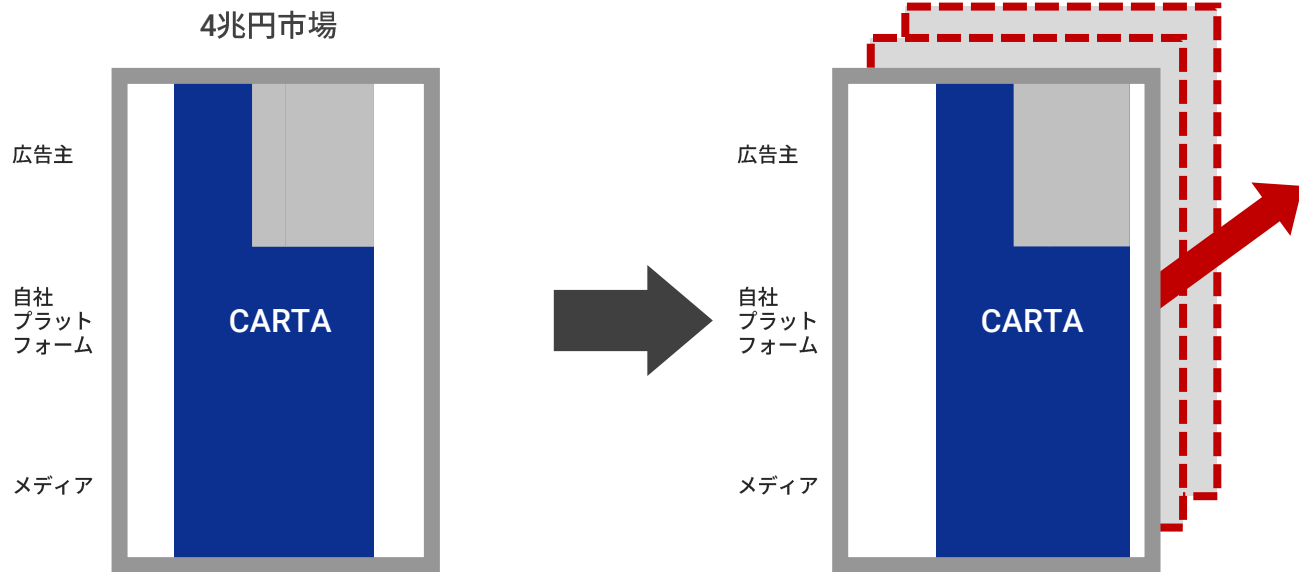
CARTAの成長シナリオ - Phase2-



CARTAの成長シナリオ - Phase3-

インターネット/テレビ/00H広告市場

他の産業へ展開



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。

中期経営計画における最重要指標のEBITDAは1年前倒しで達成

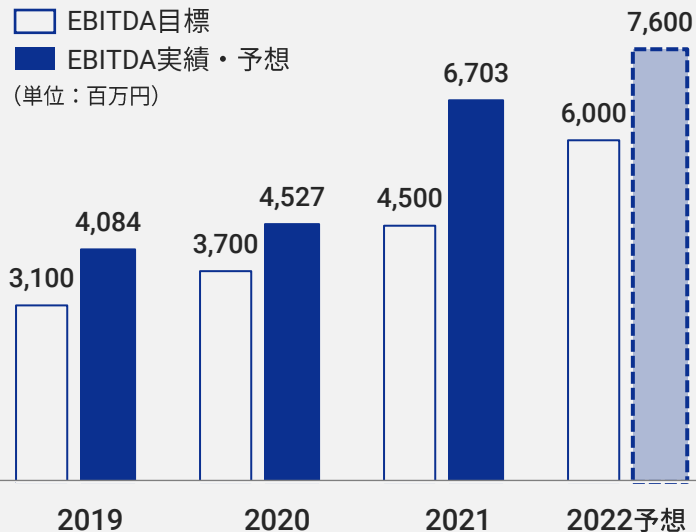
2022年 経営目標

利益指標—EBITDA^{※1} **60** 億円

資本効率性指標—ROE **12** %

※2
株主還元指標—DOE **5** % を目安

EBITDA 進捗



※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 + 固定資産除却損 + 減損損失

※2 2021年2月にて中期経営計画「CARTA2022」の経営目標から売上指標を除外し、株主還元指標を追加

AGENDA

P.02 経営理念

P.07 2021年12月期
通期連結決算の概要

P.16 連結業績予想と株主還元

P.24 事業の概況

APPENIDIX

P.45 第4四半期連結決算の概要

P.52 中期経営計画（再掲）と進捗状況

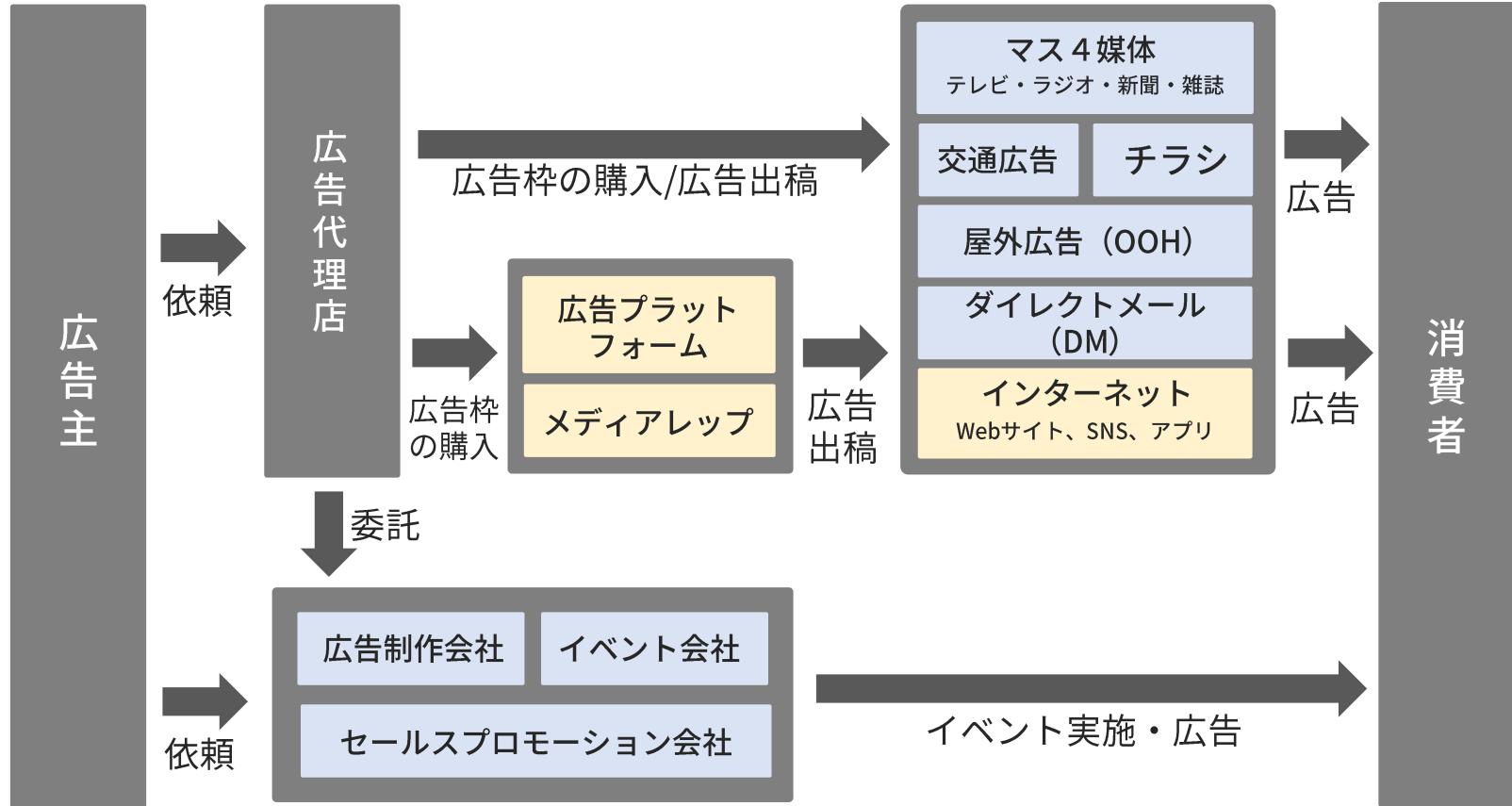
P.58 インターネット広告市場動向

P.64 会社概要



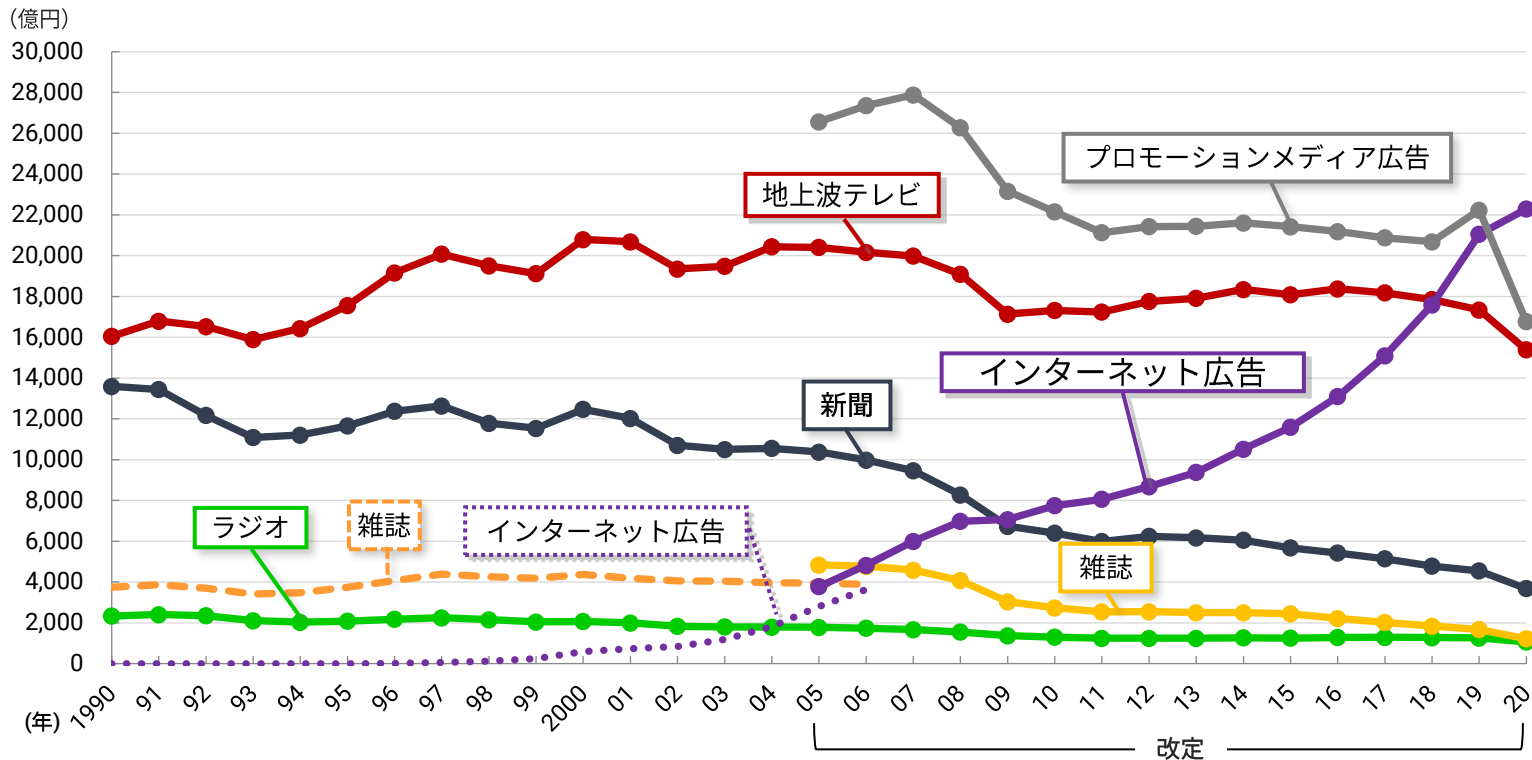
広告業界について

→ 広告の商流



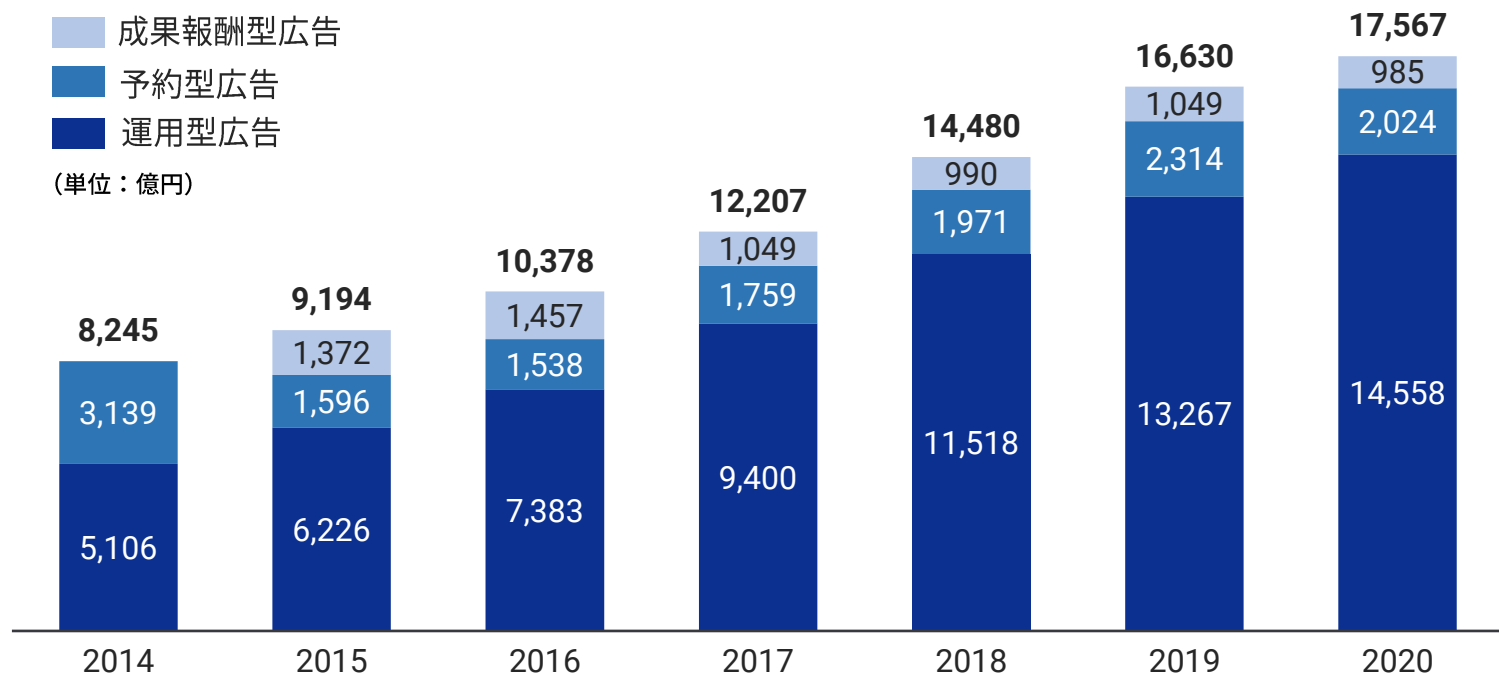
広告費全体推移

2020年のインターネット広告費は2兆2,290億円、総広告費の36.2%に



ネット広告媒体費の種類別市場規模推移

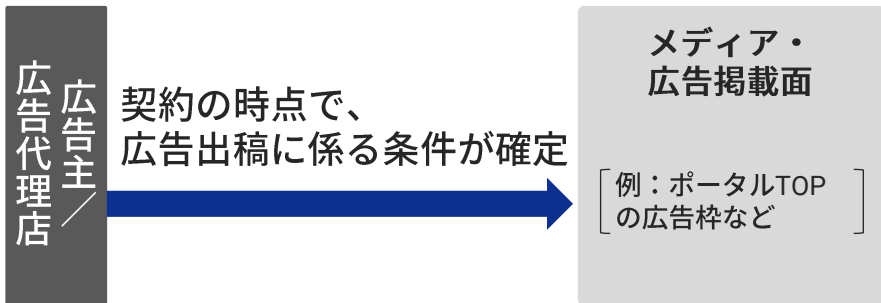
特に成長しているのが「運用型広告」で、2020年には約1.5兆円弱とネット広告市場の約80%に



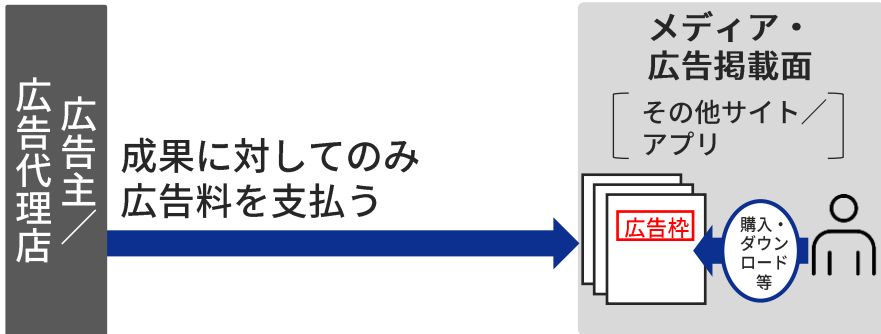
ネット広告の種類

テクノロジーの発展に伴い、運用型広告がネット広告の主流に

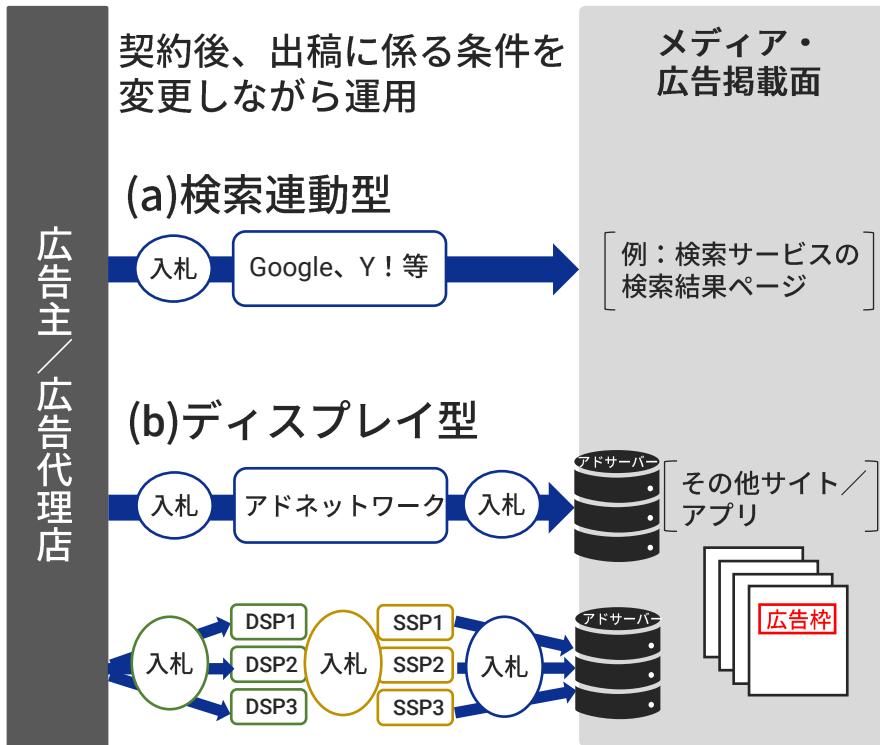
① 予約型広告



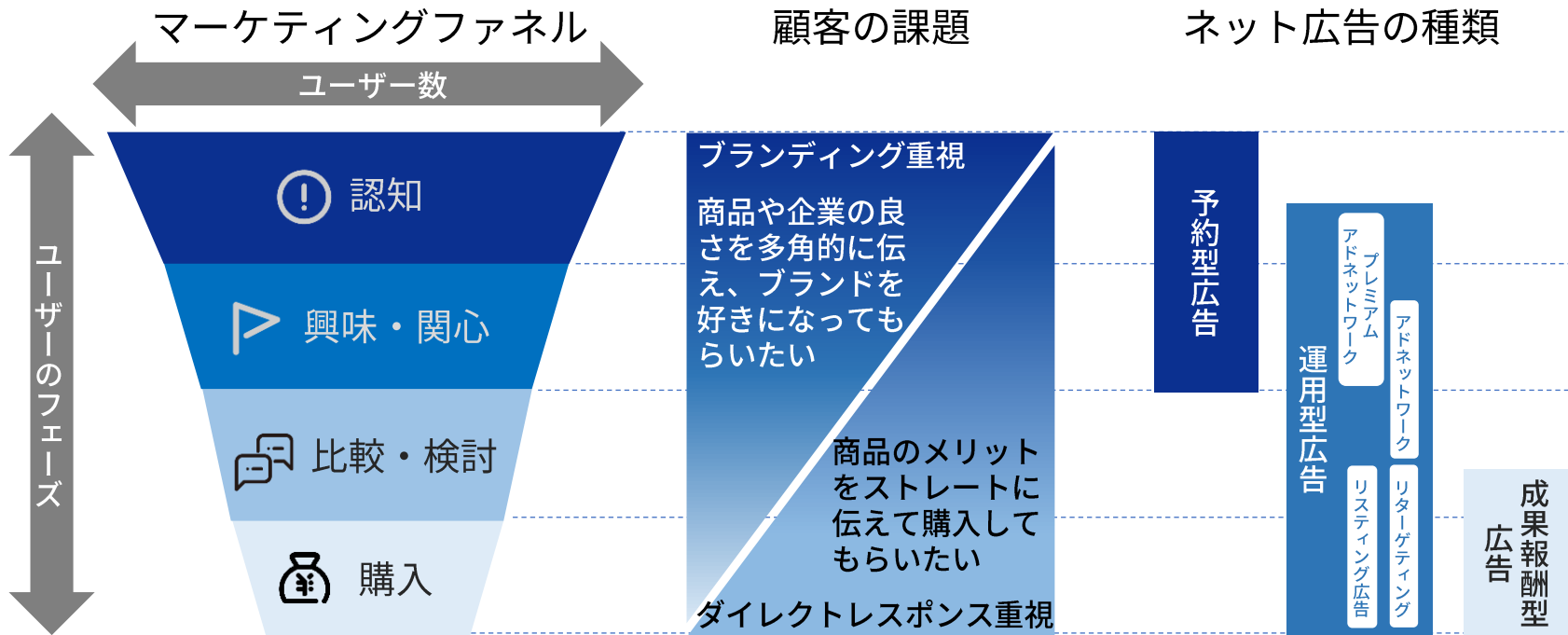
② 成果報酬型広告



③ 運用型広告



ブランディング広告では、予約型広告や運用型広告をメインに利用されることが多く、ダイレクトレスポンス広告では、運用型広告や成果報酬型広告をメインに利用されることが多い



AGENDA

P.02 経営理念

P.07 2021年12月期
通期連結決算の概要

P.16 連結業績予想と株主還元

P.24 事業の概況

APPENIDIX

P.45 第4四半期連結決算の概要

P.52 中期経営計画（再掲）と進捗状況

P.58 インターネット広告市場動向

P.64 会社概要



CARTA HOLDINGSについて

ネット広告領域を中心にデジタルマーケティング支援、
広告プラットフォーム運営など幅広く事業を展開

設立

1999年

東京を拠点



- ・国内：東京、名古屋、大阪、福岡
- ・海外：上海

従業員1,399人



当社グループで直接雇用関係
にある役職員の人数
(2021年12月末時点)

2021年度
取扱高

1,286億円

日本のインターネット広告費の
約5.8%のシェア※1

2021年度
売上総利益

232億円

2021年度
営業利益

49.7億円

売上総利益CAGR

6.5%

2017年から5年間の
年平均成長率

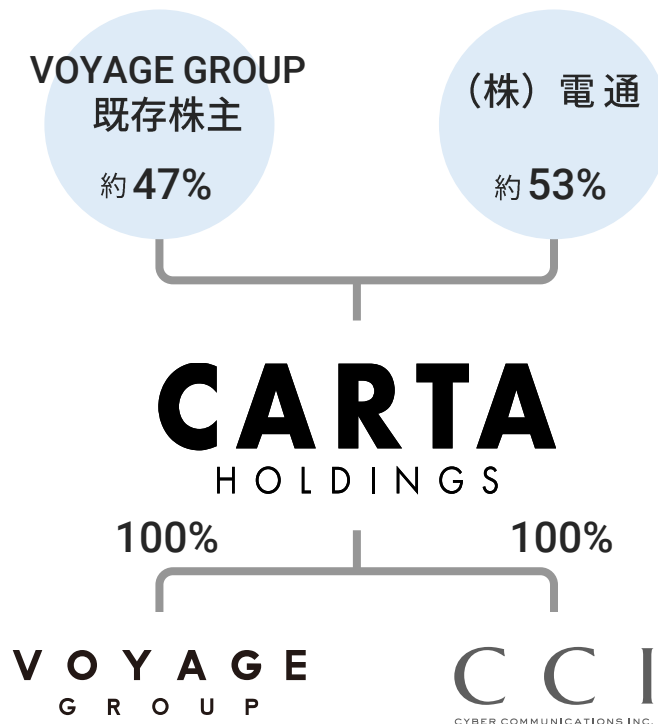
2021年度
オペレーティングマージン

21.4%

※1 2020年の日本のインターネット広告費と2021年の取扱高を用いてシェア率を算定

経営統合について

2019年1月、VOYAGE GROUPとCCIは経営統合し「CARTA HOLDINGS」へ同時に電通の連結子会社となり資本業務提携契約を締結



「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。」

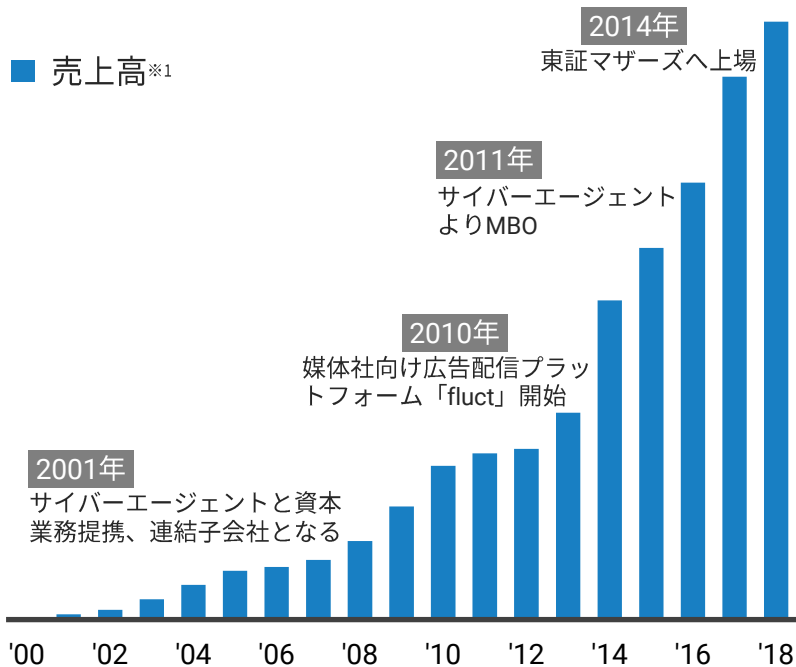
そしてその海図が、デファクトスタンダードとなり、デジタル情報社会の健全な発展を、様々なステークホルダーと共に創りあげていく。」という想いを込め「株式会社CARTA HOLDINGS」としました。

VOYAGE GROUPとCCIの沿革

VOYAGE
GROUP

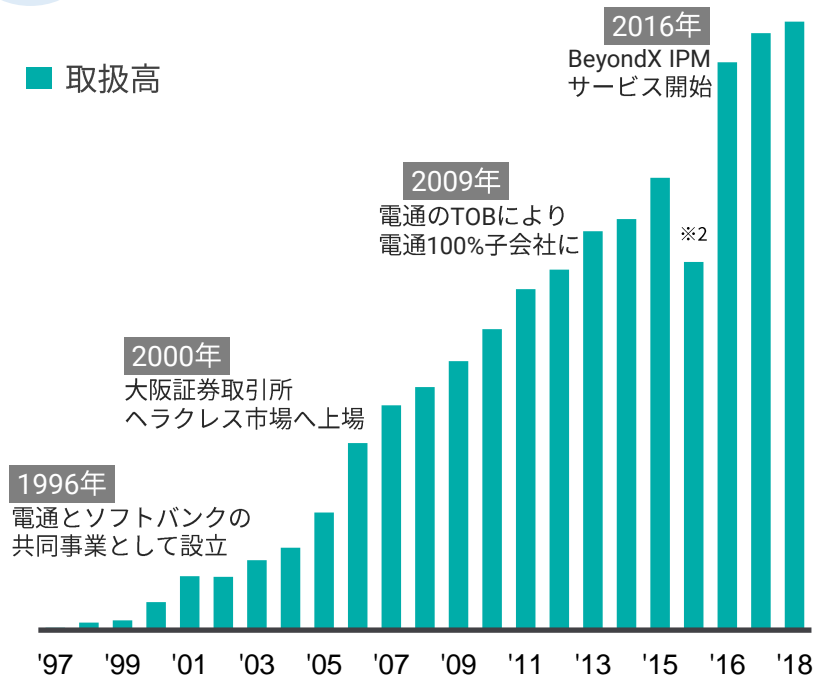
様々なインターネット関連事業を展開
アドテクノロジー事業が大きく成長

■ 売上高※1


CCI
CYBER COMMUNICATIONS INC.

ブランディング広告領域におけるメディアレップ
としてネット広告市場の成長とともに大きく成長

■ 取扱高



※1 新収益認識基準を適用する前の売上高

※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

CARTAがまず目指すこと

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。

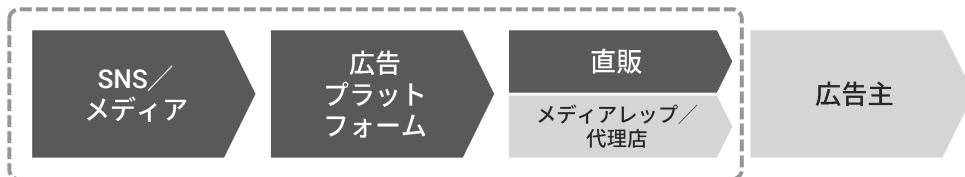
ユニークなビジネスモデル

ネット広告業界においてブランディング広告からダイレクトレスポンス広告までを幅広くカバーし、各事業が連携し合う独自の垂直統合モデルを推進

従来のマス広告



メガプラットフォーマー

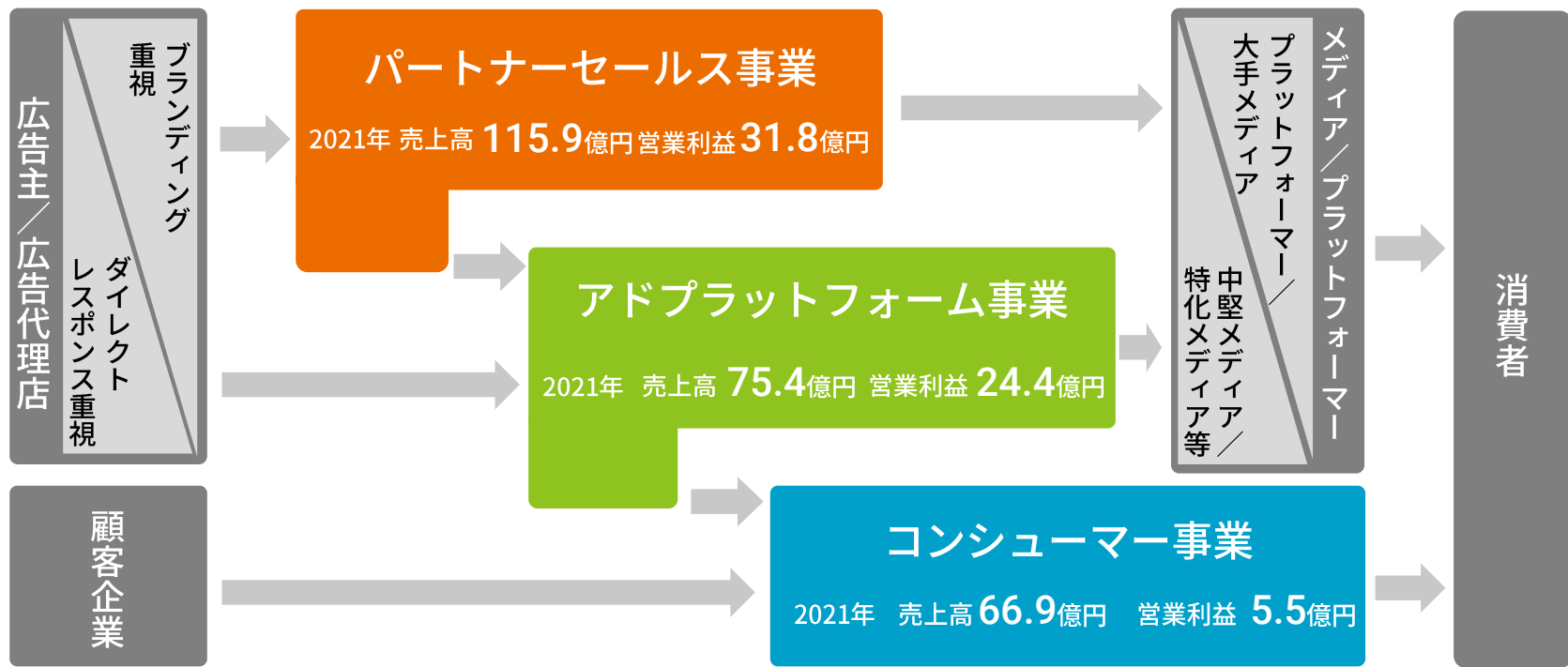


CARTAの
垂直統合モデル



事業概要

デジタルマーケティング支援を行う「パートナーセールス事業」、独自の広告プラットフォームを開発/運営する「アドプラットフォーム事業」、「コンシューマー事業」を展開



各事業セグメントにおける主なグループ会社

パートナーセールス事業

 株式会社ATRAC	 株式会社Barriz	 株式会社CARTA COMMUNICATIONS	 株式会社DataCurrent	 株式会社KAIKETSU	 株式会社ビズテーラー ・パートナーズ
--	---	---	--	---	--

アドプラットフォーム事業

 株式会社CARTA AGE	 株式会社fluct	 株式会社PORTO	 株式会社Zucks	 Zucks China, Inc.	 株式会社テレシー
--	--	--	--	--	---

コンシューマー事業

 株式会社CARTA GAMES	 株式会社CARTA SYNC GAMES	 株式会社DIGITARIO	 rakanu株式会社	 株式会社Lighthouse Studio	 株式会社サポーターズ
 株式会社デジクル	 株式会社ふるさと本舗	 株式会社ヨミテ	 株式会社リサーチパネル		

成長投資、株主還元の両立を図り、企業価値最大化を追及

- 余剰資金および創出されたキャッシュは、**成長投資を最優先**
- 株主還元は、資本効率性・財務健全性に留意しつつ、**DOE5%を目安に**
- 引き続き事業戦略の一環として、**M&A・資本業務提携を積極的に推進**

オーガニック成長投資

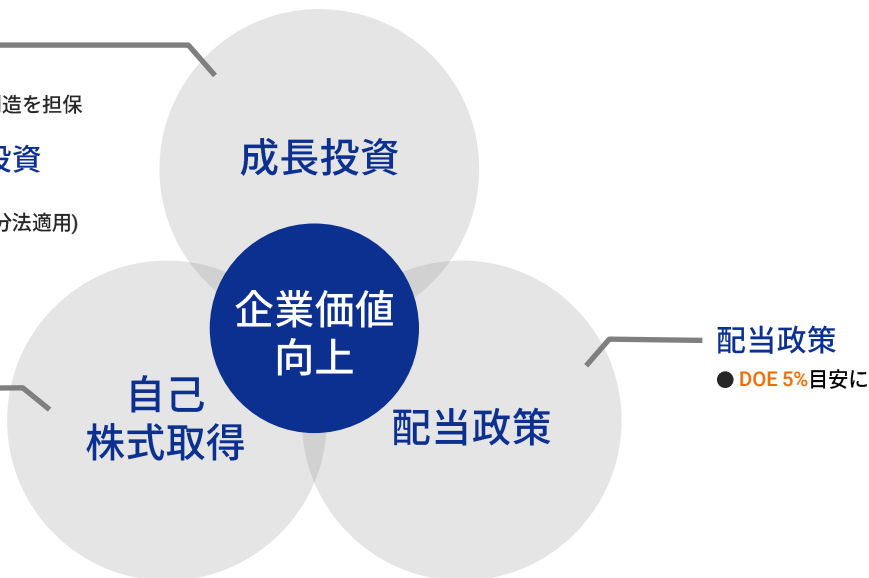
- NPV、ROIC、IRRに
一定のスプレッドを設けて価値創造を担保

インオーガニック成長投資

- M&A
- 資本業務提携 (合併会社設立、持分法適用)

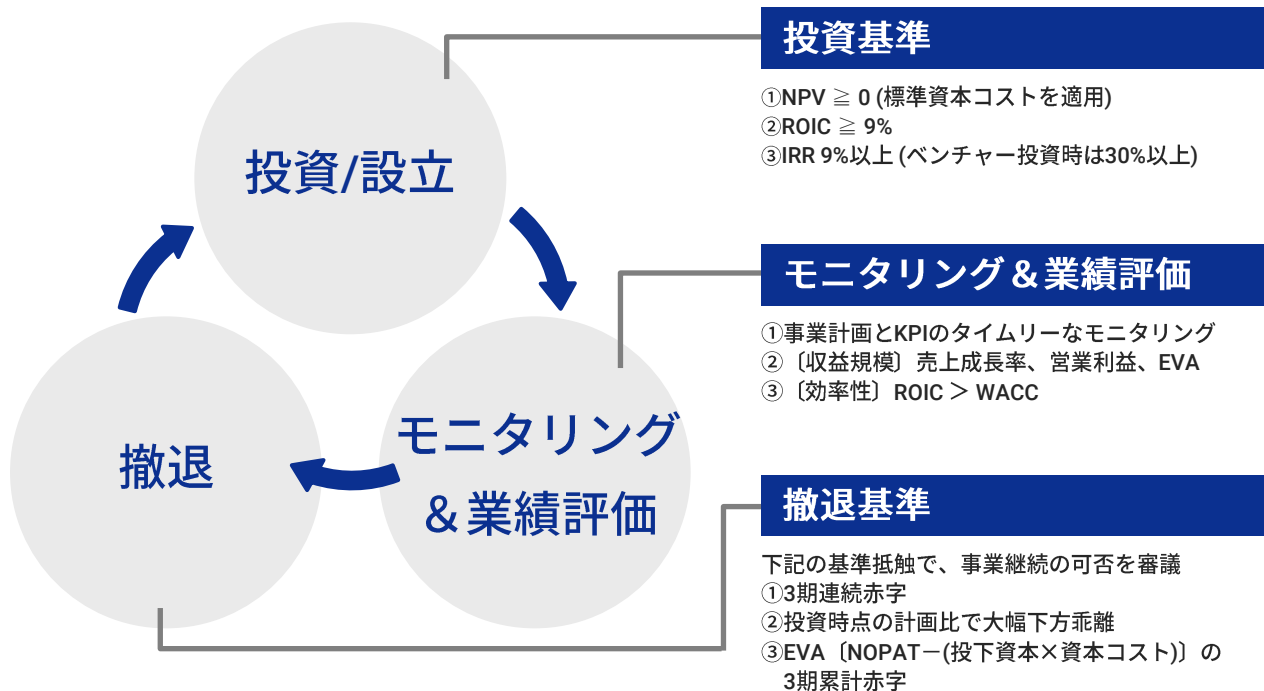
自己株式取得

- **流通株式35%を下回らない**
範囲で機動的に実施



事業ポートフォリオ運営に関する基本方針

事業創出/成長と資本生産性を両立させるポートフォリオマネジメントにより、継続的な企業価値拡大を実現する



M&Aに関する基本方針

- M&Aを重要な成長戦略の一つとして位置づけ、積極的に推進
 - ・収益性・成長性だけでなく、資本コストの観点も重視
 - ・NPVやROICを用いて資本コストを上回る収益が見込めるか算定し、自社基準を超過することを条件に投資を実行
- 買収完了後もROICとWACCとの比較およびシナジー効果を確認し、企業価値への貢献度を定期的にモニタリング

M&Aプロセス

1

ソーシング

- 中長期的な事業成長シナリオに即した事業ドメインに限定

2

初期的投資判断

- 資本コストを踏まえた投資基準への適合条件の確認
- のれん、インセンティブを意識したM&Aスキームの選定

3

デュー・デリジェンス

- 事業責任者(担当取締役)による事業計画の妥当性検証
- 財務部門による買収価格の適正水準(投資上限額)の算出

4

契約交渉・締結

- DDでの検出事項を網羅的に加味
- ダウンサイドリスクの回避を意識した条件交渉

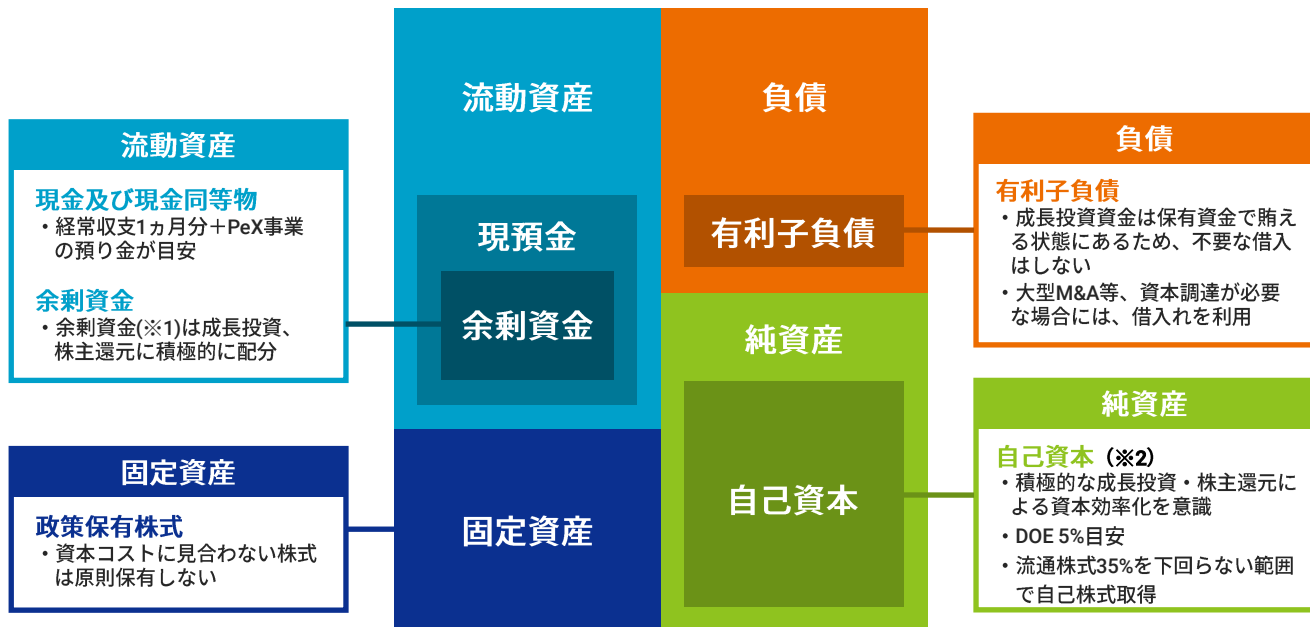
5

PMI

- クロスセル等のグループ間連携の強化、想定シナジーの実現
- WACCを上回るROICの実現と維持

ROE ≥ ROIC > WACCの構造を構築

資本効率を意識した資本配分により、バランスシートの効率性向上を目指す



※1 余剰資金=210億(現預金)-113億(平均経常支出1ヵ月分)-17億(PEX預り金)=80億

※2 現在の自己資本=274億

新規事業及びM&Aへの投資実績

新規事業投資



M&A投資

株主還元方針

2021年2月より資本効率性を高めることも重視し、株主還元方針を変更

従来の株主還元方針

- 連結配当性向 25%
- 機動的な自己株式取得



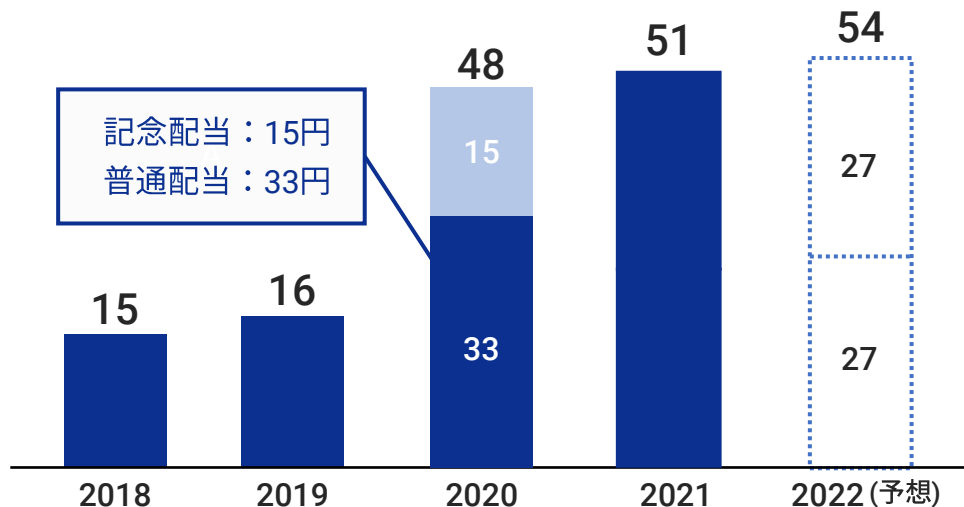
新たな株主還元方針

- DOE 5%を目安に
- プライム市場を前提として機動的な自己株式取得

1株当たり配当金推移 (単位：円)

連結配当性向25%

DOE 5%を目安に



従業員/ユーザーによる自然環境保全活動

自然環境の保全活動の一環として2008年に山梨県甲州市に「勝沼ECナビの森」を創設。ECナビのユーザーへも整備活動参加を募り、当社従業員と一緒に100ヘクタールに及ぶ森の整備活動を行っています。



環境マネジメント

企業の活動やサービスによる環境負荷や環境リスクを低減し、発生を予防するための行動を継続的に改善していく為、環境保全の国際規格である「ISO14001：2015」の認証を取得し、運用しております。



EMS 676695 / ISO 14001

ダイバーシティ

厚生労働大臣より「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」に基づく優良企業として「えるぼし」の最高位にCCIが認定。



社会貢献活動

ふるさと本舗では、ふるさと納税で新型コロナウイルスの影響により、売上が減少するなどの被害がでている事業者の支援をしています。

また、ECナビでは「スマイルプロジェクト」を通して、災害支援や教育・育成に関する支援を行っています。



学生の就職支援

エンジニアを目指す学生向けにテックカンファレンス「技育祭」をサポート一ズがリモート開催、4,000人の学生が参加。



地方創生SDGs官民連携プラットフォームへ参画

官民連携を図りながら、地域の活性化につながる企業のマーケティング活動や新たな価値創出を積極的にサポートしていくことで、持続可能な社会の実現に貢献します。

地方創生 SDGs
官民連携
プラットフォーム



私たちは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスは継続的に事業拡大する上での重要課題と位置付けております。法令、社会規範、倫理などのルールに基づいた企業活動に取り組みながら、取締役会の実効性の向上を目指し2022年3月に新たに社外取締役1名を追加し、独立社外取締役は合計4名（取締役内比率50%）とする予定です。引き続き、取締役会の監督機能および透明性・公正性の強化に努めています。

内部統制システム

グループ全体の持続的な成長を実現するため内部統制システムの整備を推進し、運用・モニタリング体制を構築しています。変化の速い事業環境に柔軟に対応し、高い業務品質の維持と向上に取り組んでいます。

情報セキュリティマネジメント

情報セキュリティにおける適切なリスク対応や事業継続性の向上、業務効率の改善に向けて、情報セキュリティマネジメントシステムISO27001の認証を取得し、運用しております。



IS 598941 / ISO 27001

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。