



2023年12月期

第2四半期 決算説明資料

2023.08.10 | 東証プライム：3688

CONTENTS

01	2023年12月期 第2四半期連結決算の概要	02
-----------	---------------------------	-----------

02	連結業績予想の進捗	18
-----------	-----------	-----------

03	事業の概況	20
-----------	-------	-----------

APPENDIX

サステナビリティ	44
----------	-----------

中期経営計画（再掲）と進捗状況	48
-----------------	-----------

インターネット広告市場動向	54
---------------	-----------

会社概要	61
------	-----------

各種方針	67
------	-----------



2023年12月期第2四半期 エグゼクティブサマリー

業績

- デジタルマーケティング事業においてインフレによる広告市況の悪化の継続、予約型広告の落ち込み等をうけて売上総利益は前年比▲11%、49.4億円に
- 販売管理費においては広告宣伝費は減少したものの、新卒入社などに伴う人件費の増加等によりほぼ前年と同程度の53.3億円に
- 売上総利益の減少を受けて営業利益は▲3.9億円（前年比▲6.3億円）に

トピックス

- 第2四半期の業績及び、今後の見通しを踏まえ通期業績予想の修正
- 運用型テレビCMのテレシーはグロス売上高で過去最高を更新
- デジタルマーケティング事業の営業力の強化を図るため、連結子会社のZucks、ATRAC、PORTO、CARTA AGEの4社を統合し、2023年10月1日付けで「株式会社CARTA MARKETING FIRM(カルタマーケティングファーム)」に
- 女性活躍推進法に基づく「えるぼし認定」で最高位となる3つ星を取得

通期業績予想の修正（8月10日開示）及び理由

単位：百万円

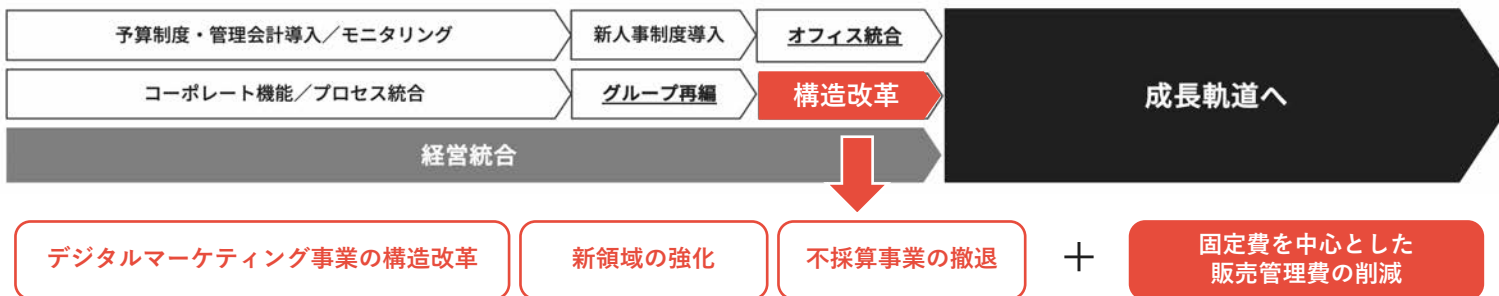
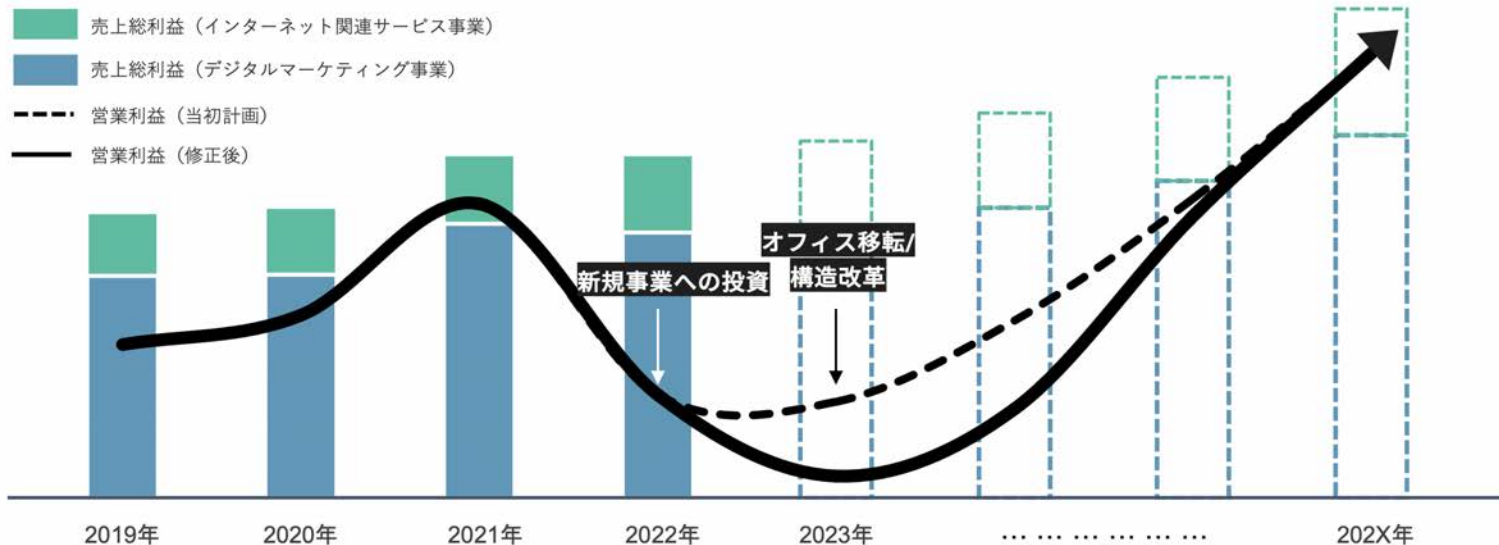
	2023年12月期 連結業績予想(A)	2023年12月期 修正後連結業績予想(B)	増減額 (B-A)	増減率
売上高	26,600	24,200	-2,400	-9.0%
営業利益	2,300	500	-1,800	-78.3%
経常利益	2,300	900	-1,400	-60.9%
当期純利益	100	-1,600	-1,700	-
EBITDA※	2,800	700	-2,100	-75.0%

- 昨年の後半から、マクロ環境の影響等による広告主からの出稿意欲の減退が継続。予約型広告が想定以上に落ち込む。
- 固定費を中心とした販管費削減の効果が来期以降に本格化することから、営業利益以下の各段階利益について、前回発表予想を下回る見込み。
- 来期以降での業績回復へ向けた構造改革のため、当期において一時的な費用の計上を見込む。

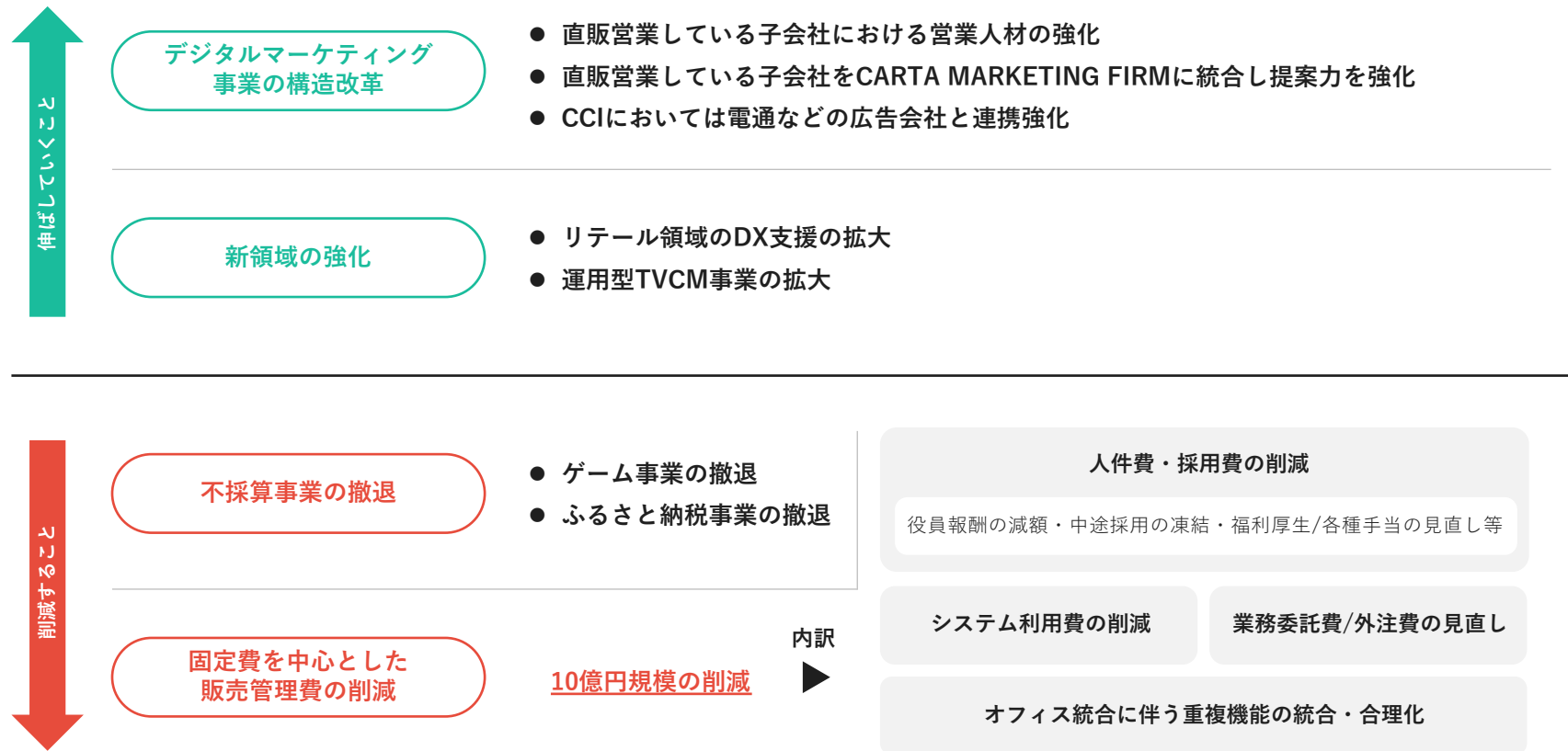
※ EBITDA（利払い前・税引き前・償却前利益）＝税金等調整前当期純利益＋支払利息＋減価償却費＋償却費＋のれん償却費＋固定資産除却損＋減損損失＋前渡金評価損

業績のV字回復に向けた取り組み

デジタルマーケティング事業の構造改革・新領域の強化・不採算事業の撤退に加え、固定費を中心とした販売管理費の削減を推進し、業績のV字回復、その後の成長軌道に向けて取り組んでいく



業績のV字回復に向けた取り組み



2023年12月期第2四半期 業績

単位：百万円	2022年4-6月 実績	2023年4-6月 実績	増減率
売上高	6,199	5,625	-9.3%
売上総利益	5,584	4,943	-11.5%
販売管理費	5,349	5,338	-0.2%
営業利益	234	-395	-
当期純利益	383	54	-85.7%
EBITDA [※]	896	249	-72.1%

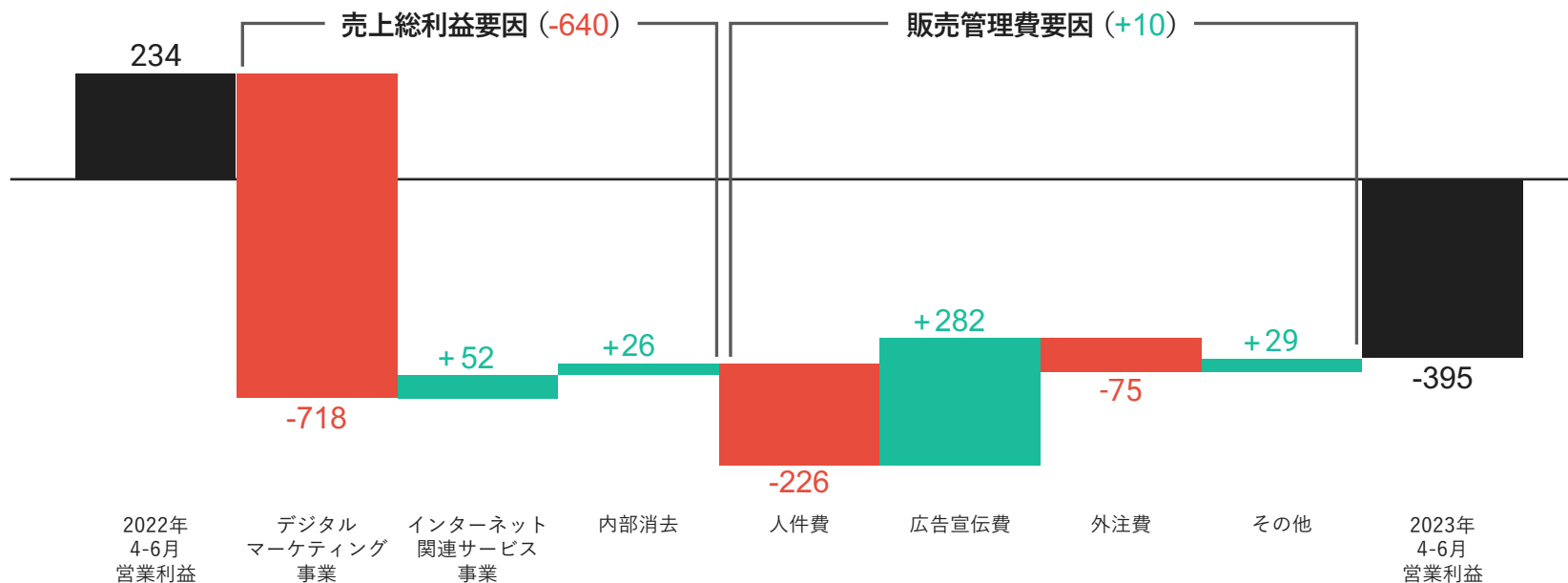
※ EBITDA（利払い前・税引き前・償却前利益）＝税金等調整前当期純利益＋支払利息＋減価償却費＋償却費＋のれん償却費＋固定資産除却損＋減損損失＋前渡金評価損

連結営業利益の増減要因

売上総利益要因として主にデジタルマーケティング事業が減少したことで6.4億円の減少、
販売管理費要因として広告宣伝費は減少したものの人件費等が増加したためほぼ前年と同程度に、営業利益は-3.9億円に

■ 減少 ■ 増加 ■ 合計

単位：百万円



※ 2023年1月のセグメント変更に伴い、過去に遡及して修正

2023年12月期第2四半期 セグメントサマリー

デジタルマーケティング事業

予約型広告の落ち込みにより前年比で減収減益

セグメント売上高

37.6億円 **YoY -14.5%**

セグメント 営業利益

- 4.0億円 **YoY -8.5億円**

インターネット関連サービス事業

人材事業のサポートーズが好調に推移

セグメント売上高

18.6億円 **YoY +2.9%**

セグメント 営業利益

1.6億円 **YoY +2.3億円**

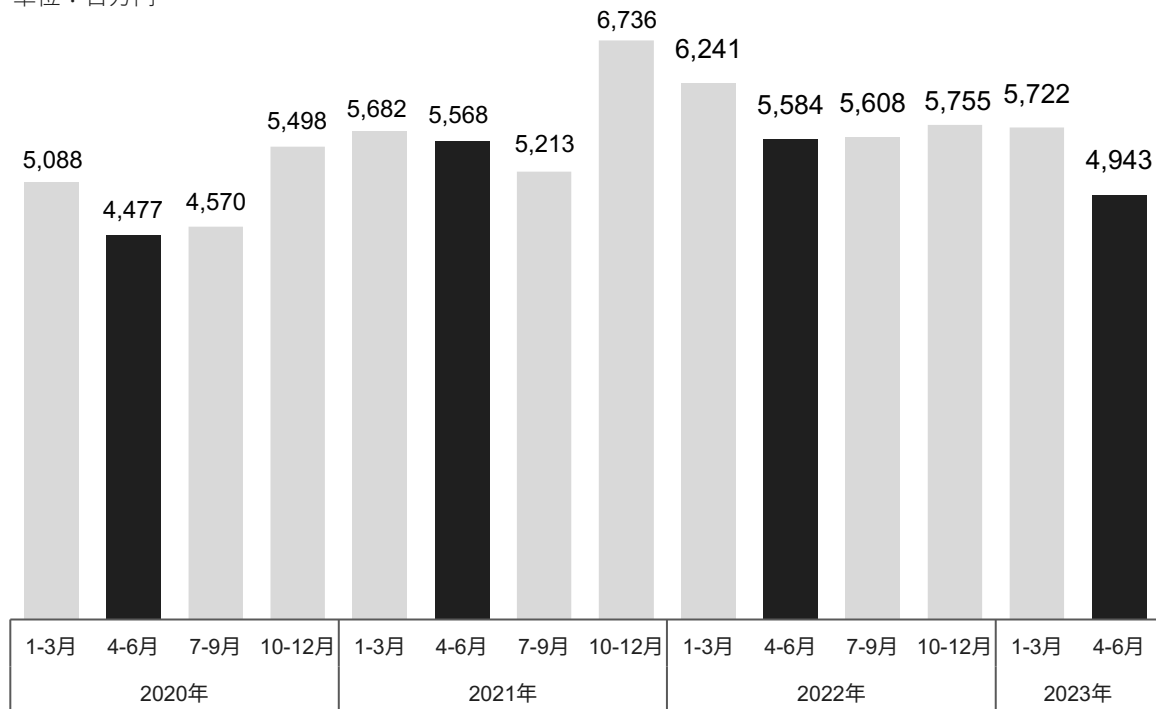
※セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません

※2023年1月のセグメント変更に伴い、過去に遡及して修正

連結売上総利益 四半期推移

■ 売上総利益

単位：百万円



第2四半期 売上総利益

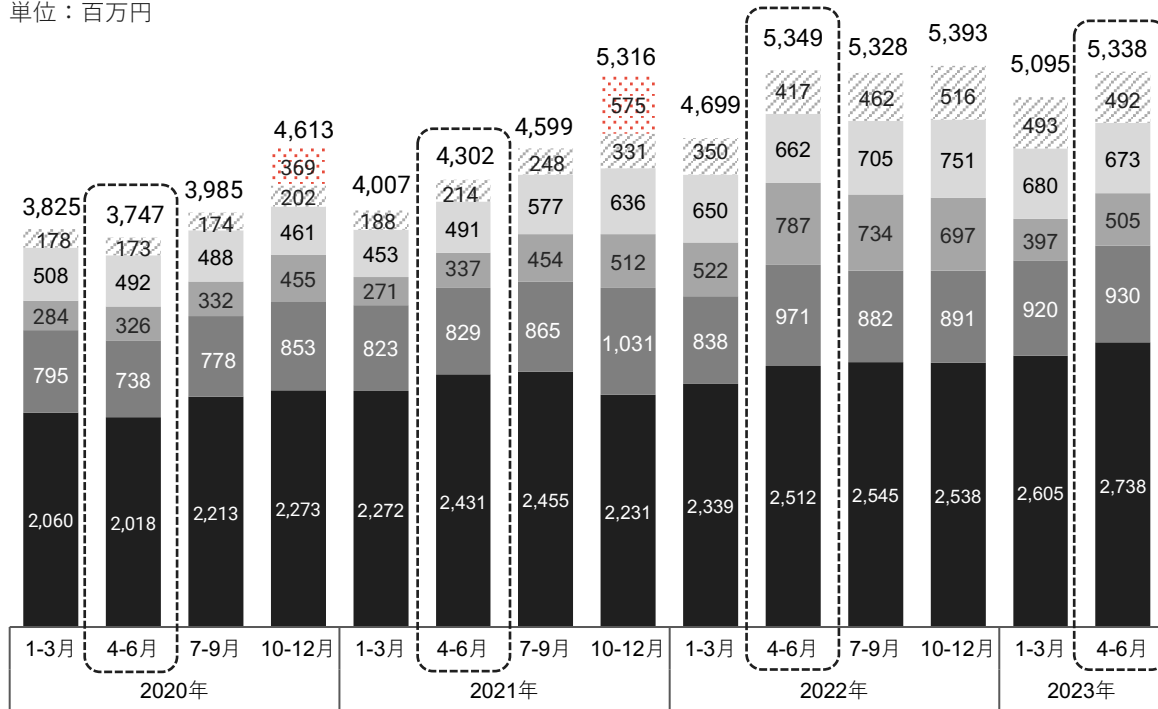
49.4億円

-11.5%

連結販売管理費 四半期推移



単位：百万円



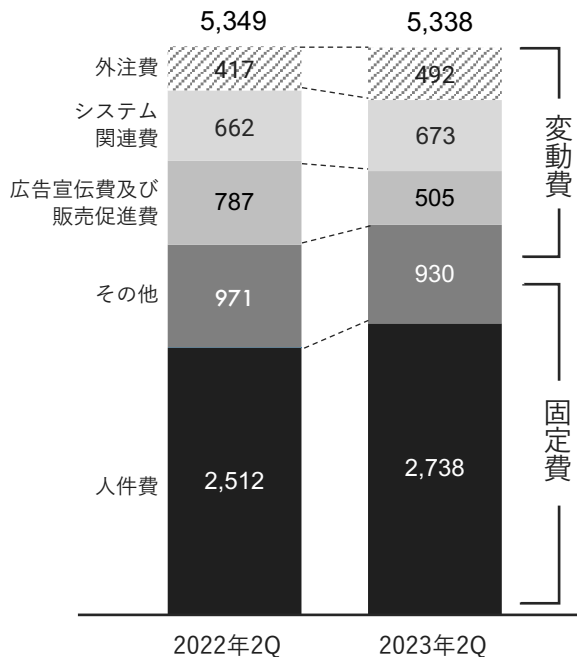
第2四半期 販売管理費

53.3億円 -0.2%

連結販売管理費の増減要因

広告宣伝費などの変動費は減少するも、人員増による人件費増などにより固定費が増加

販売管理費



外注費

ノンコア業務の業務量の拡大に伴い、外注費が増加
今後は業務の効率化など外注費の削減に取り組む

システム 関連費

グループ再編に伴うシステムインフラの一時的な重複利用、
人員増などにより増加

広告宣伝費及 び販売促進費

広告宣伝費及び販売促進費を抑制し2.8億円減少

その他

主に、支払家賃、経営統合に伴う無形資産及びのれんの償却費、
減価償却費、リクルート費用、等

人件費

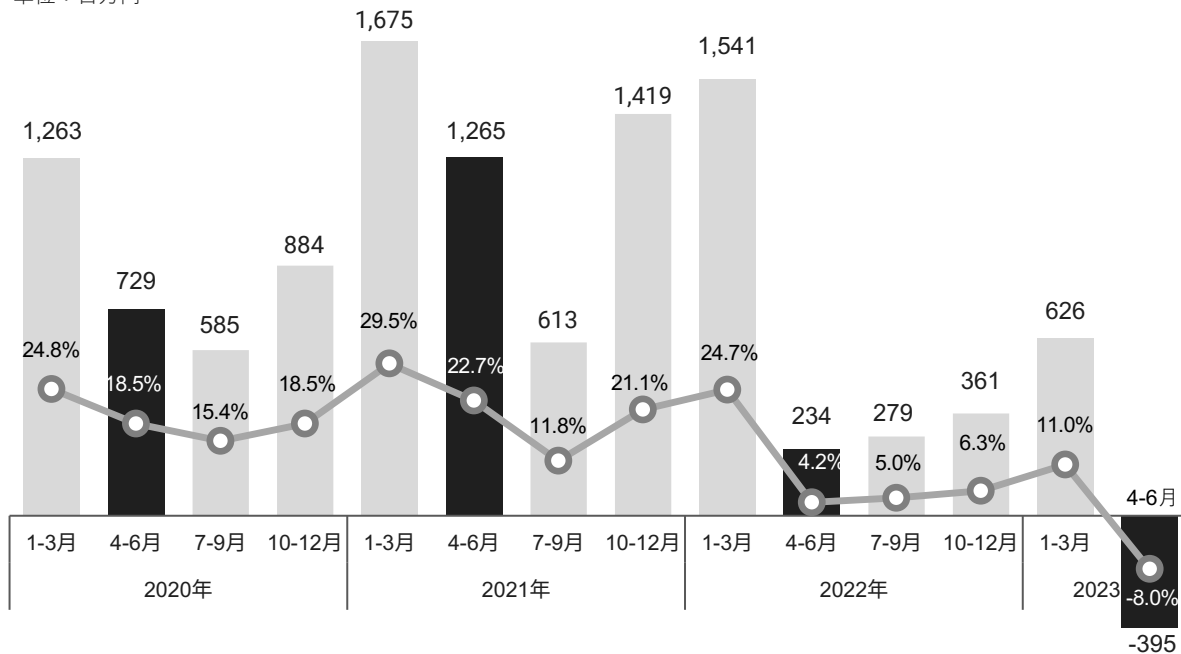
人員増により増加（前年同四半期比115名増加）

連結営業利益 四半期推移

■ 営業利益

○ オペレーティング・マージン (%)

単位：百万円



第2四半期 営業利益

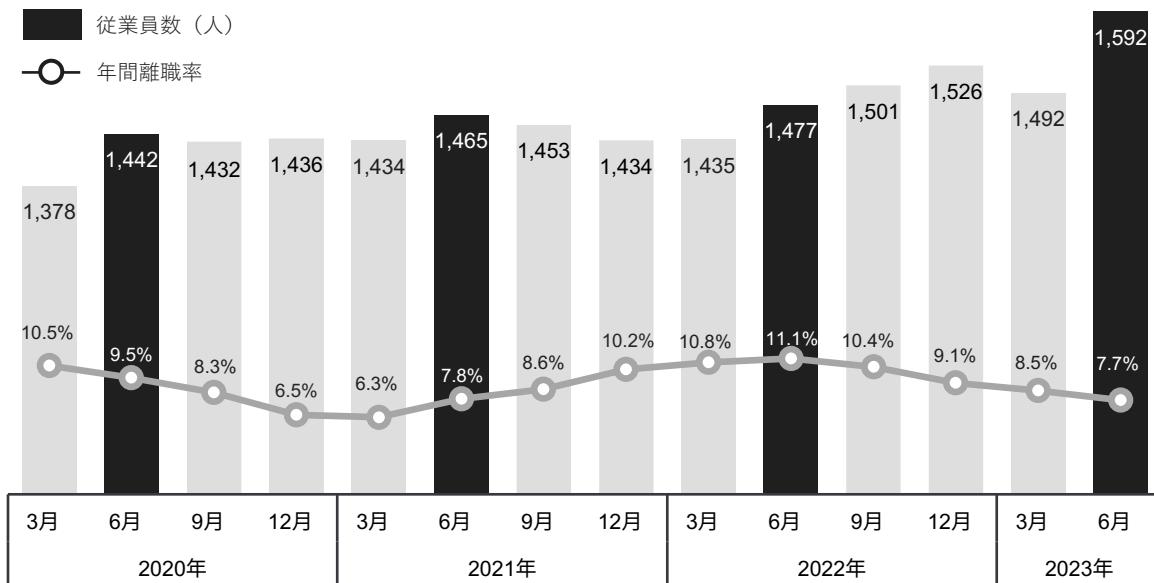
- 3.9 億円

-6.2億円

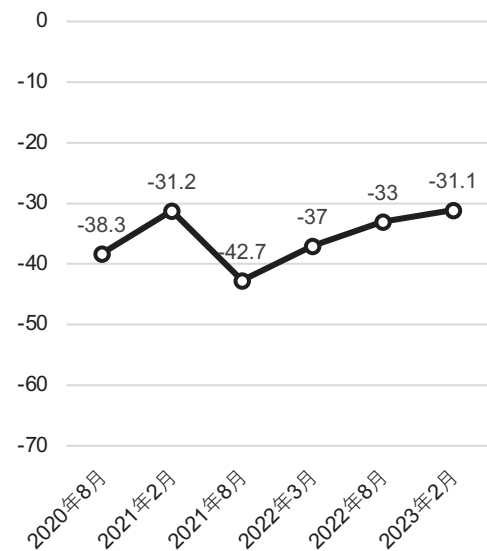
従業員数/離職率/eNPS

4月に新卒が73名入社、離職率低下により従業員数は前年比115名増加

従業員数 (※1) ・ 年間離職率 (※2) 推移



eNPS (※3) 推移



※1 従業員数は期末の平均人数

※2 離職率は直近一年間の従業員数に基づき算出

※3 : eNPSとは、「親しい知人や友人にあなたの職場をどれくらい勧めたいか」を尋ね、「職場の推奨度」を数値化したもの。0に近いほど良いとされ、平均値は-50から-55。

生成AIの取り組み状況

Generative AI Lab主導で生成AIに関する社内基盤を整備するとともに、各事業領域での活用を推進



連結損益計算書

単位：百万円

	2022年4月-6月	2023年4月-6月	増減率
売上高	6,199	5,625	-9.3%
売上総利益	5,584	4,943	-11.5%
販売管理費	5,349	5,338	-0.2%
営業利益	234	-395	-
営業外収益	338	422	+24.8%
営業外費用	-2	-6	-
経常利益	575	34	-94.1%
特別利益	67	6	-90.1%
特別損失	39	-189	-
税金等調整前当期純利益	604	230	-61.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	383	54	-85.7%
EBITDA※	896	249	-72.1%

2022年4-6月 営業利益以下の主な内訳

営業外収益（単位：百万円）	
為替差益	163
賃貸解約関係収入	94
持分法投資利益	46

2023年4-6月 営業利益以下の主な内訳

営業外収益（単位：百万円）	
出資分配金	291
為替差益	108
特別損失（単位：百万円）	
オフィス移転関連費用	-235 (原状回復費用が1Q時点の見積もりより減額)
投資有価証券評価損	29

※ 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＋前渡金評価損

連結貸借対照表

現金及び預金は165億円、自己資本比率55%と十分な財務基盤に

単位：百万円	2023年6月末	2022年6月末	増減	2023年3月末	増減
流動資産	34,406	34,732	-325	36,470	-2,063
うち現金及び預金	16,589	18,402	-1,812	16,350	+239
固定資産	11,904	11,838	+65	11,225	+678
総資産	46,310	46,570	-259	47,696	-1,385
流動負債	19,350	17,803	+1,546	21,292	-1,941
固定負債	937	716	+221	714	+223
純資産	26,022	28,050	-2,028	25,689	+332
負債及び純資産	46,310	46,570	-259	47,696	-1,385

CONTENTS

01	2023年12月期 第2四半期連結決算の概要	02
-----------	---------------------------	----

02	連結業績予想の進捗	18
-----------	-----------	----

03	事業の概況	20
-----------	-------	----

APPENDIX

サステナビリティ	44
----------	----

中期経営計画（再掲）と進捗状況	48
-----------------	----

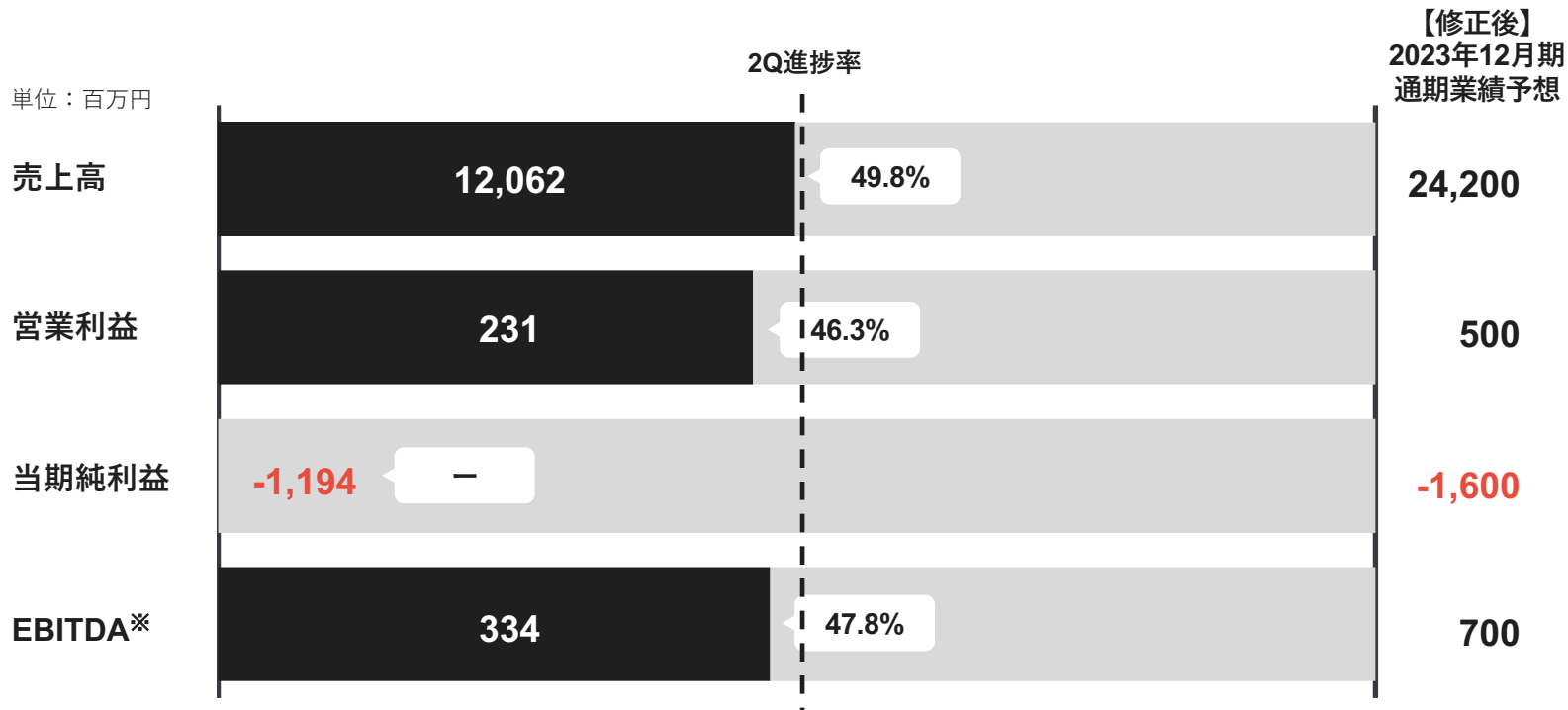
インターネット広告市場動向	54
---------------	----

会社概要	61
------	----

各種方針	67
------	----



2023年12月期 【修正後】 通期業績予想の進捗



※ 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＋前渡金評価損

CONTENTS

01	2023年12月期 第2四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	連結業績予想の進捗	18
----	-----------	----

03	事業の概況	20
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティ	44
--	----------	----

	中期経営計画（再掲）と進捗状況	48
--	-----------------	----

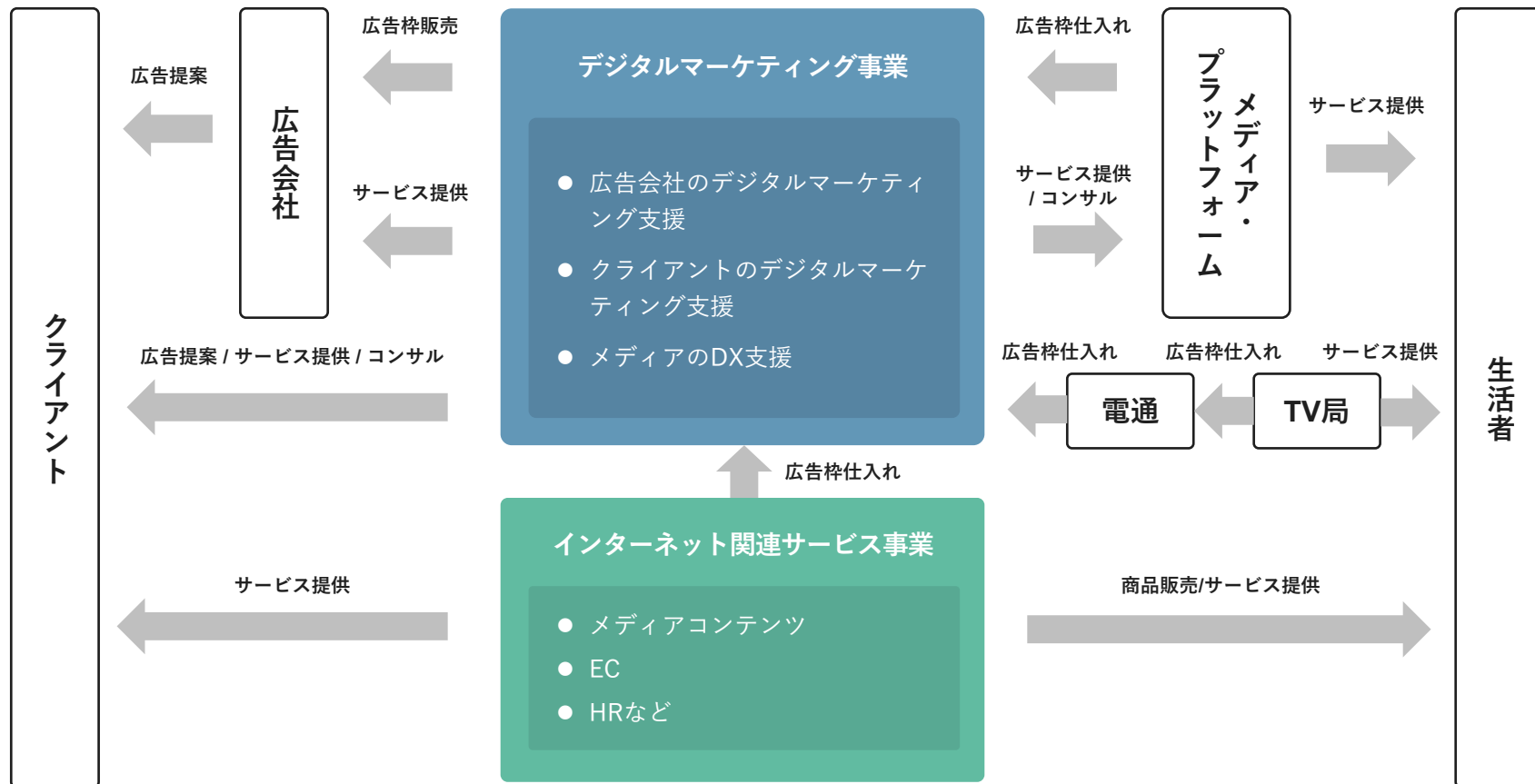
	インターネット広告市場動向	54
--	---------------	----

	会社概要	61
--	------	----

	各種方針	67
--	------	----



ビジネスモデルの概要

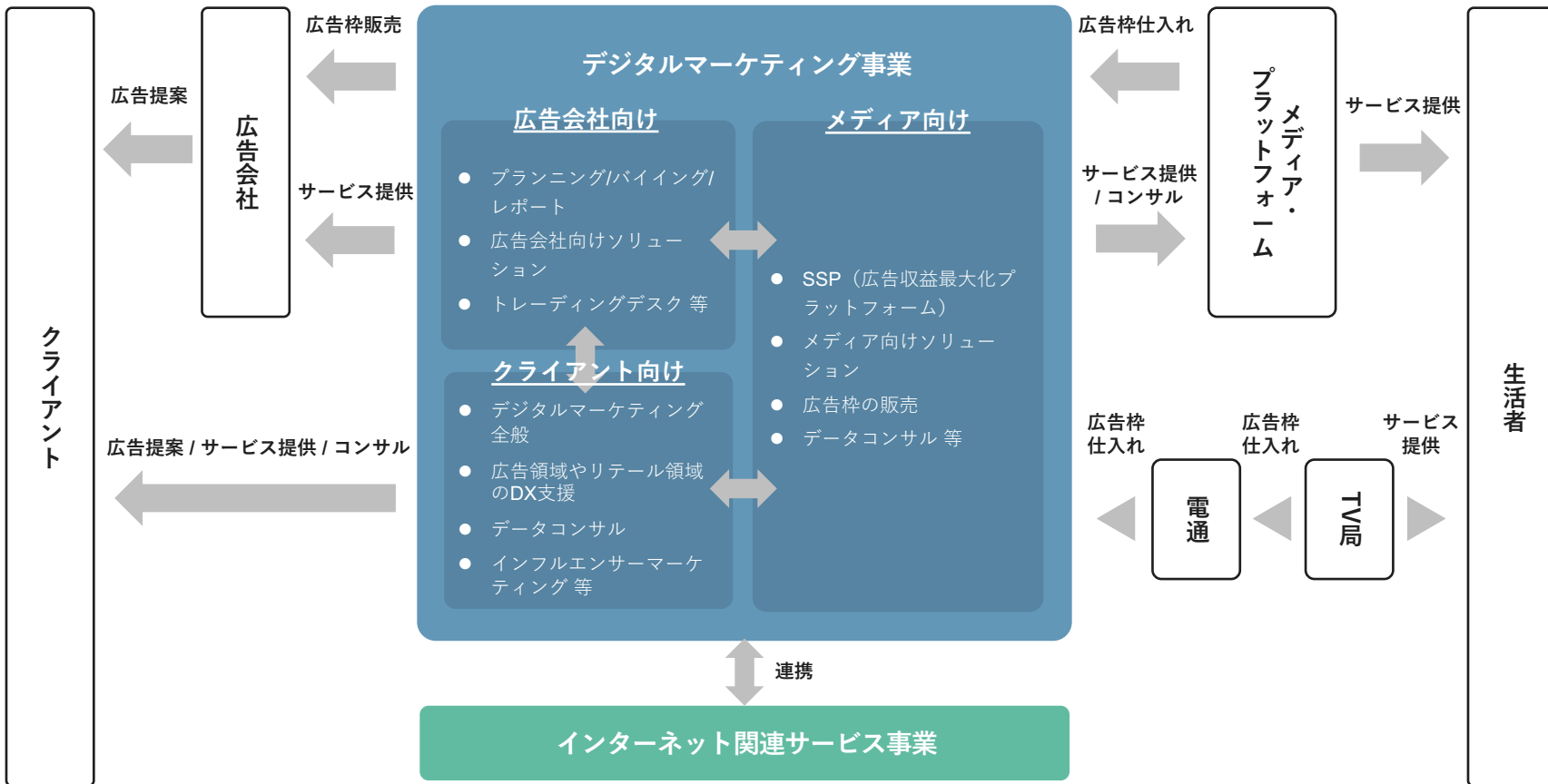


DIGITAL MARKETING

デジタルマーケティング事業

デジタルマーケティング事業の概要

クライアント、広告会社、メディアにとってのデジタルマーケティング/DXパートナーとしてデジタルマーケティングの進化を推進



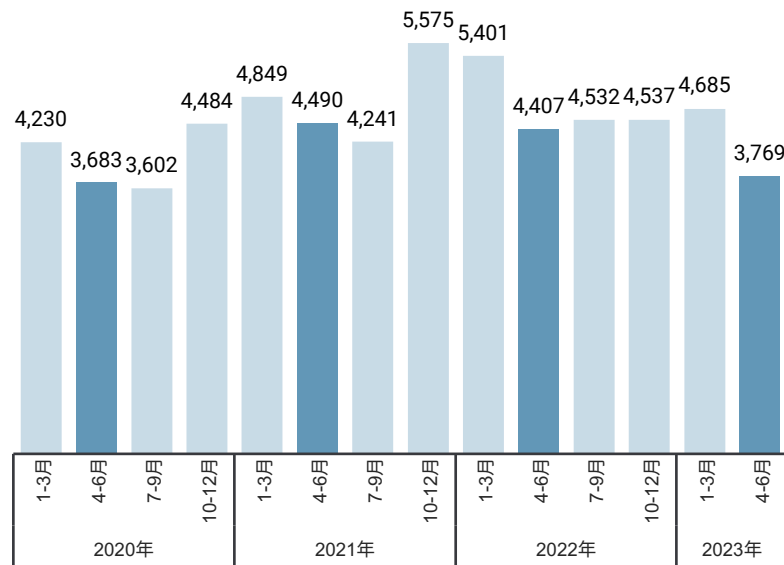
デジタルマーケティング事業 セグメント業績

売上高は前年比 14%減の37.6億円、営業利益は8.5億円減の-4.0億円に

セグメント売上高

37.6億円 **-14.5%**

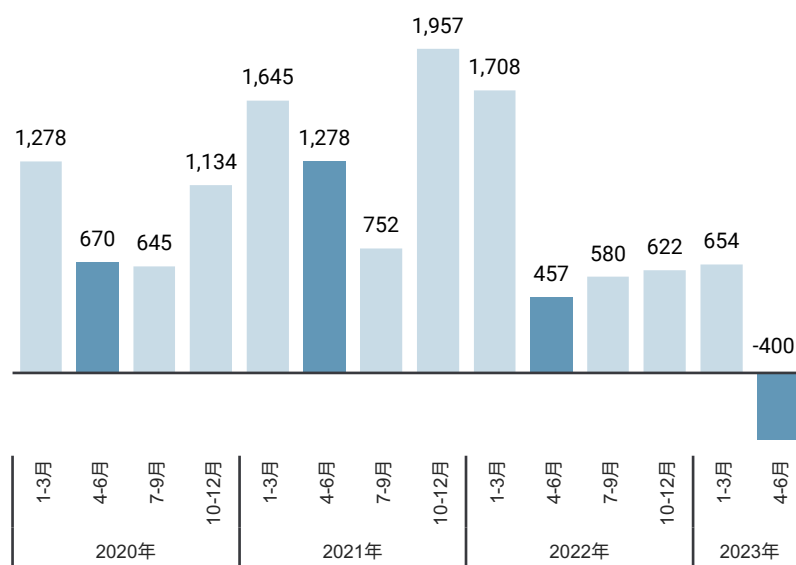
単位：百万円



セグメント営業利益

-4.0億円 **-8.5億円**

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

※ 2023年1Qのセグメント変更に伴い、過去に遡及して修正

デジタルマーケティング事業の業績悪化の要因と今後の対策

業績悪化の要因

①市況の変化

- インフレによる広告市況の悪化
- 予約型広告の急激な落ち込み

②構造的な課題

- メディア/プラットフォームからのインセンティブが大きくマイナスに
- クライアントに対しての総合的な提案力と営業規模の不足

③一時的な要因

- 大型案件において逆ザヤとなる取引が発生

今後の対策

固定費を中心とした販管費を10億円削減

※全事業横断での削減

インセンティブに依存しない事業モデルへの転換

営業力・提案力の強化

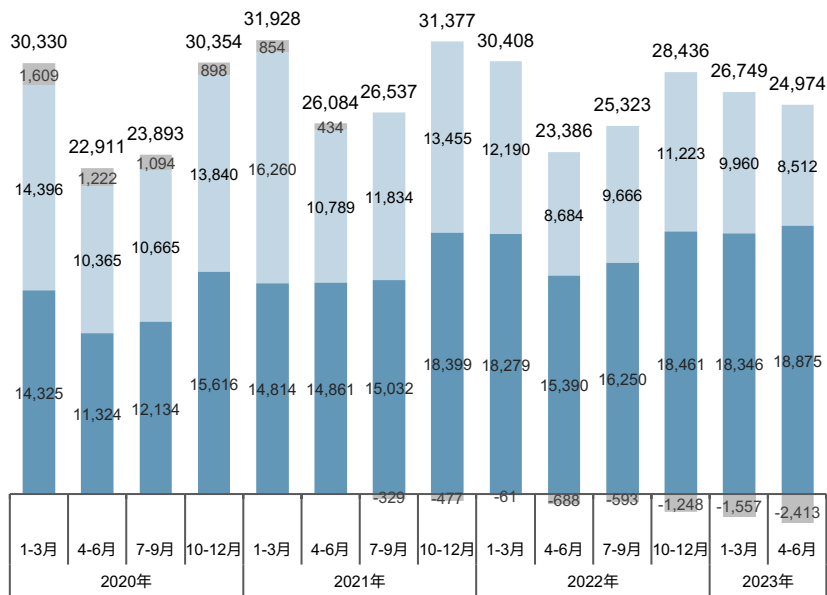
- 直販営業している子会社4社（ATRAC・PORTO・CARTA AGE・Zucks）をCARTA MARKETING FIRMに統合し、提案力の強化を図る
- CCIにおいては電通などの広告会社と連携強化を図り、広告会社とより一体的な営業活動を推進

商材別取扱高・業種別取扱高

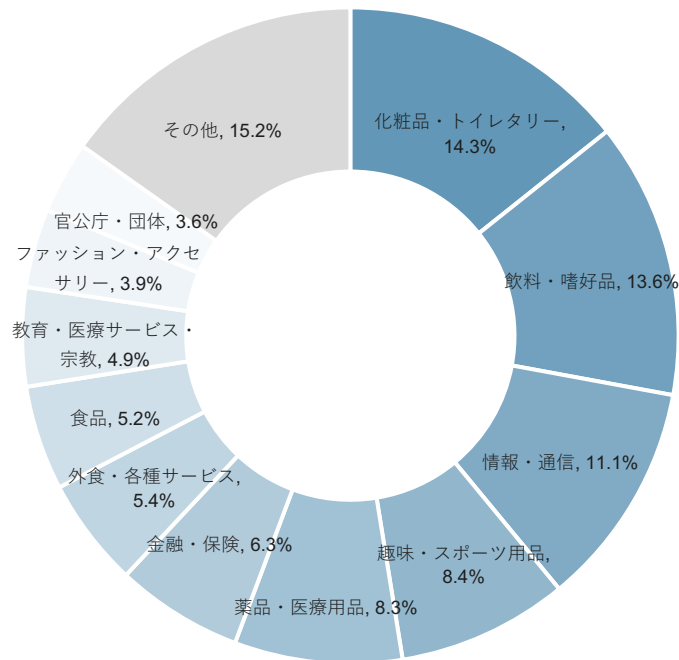
商材別取扱高

■ 予約型 ■ 運用型 ■ その他/セグメント相殺

単位：百万円



業種別取扱高

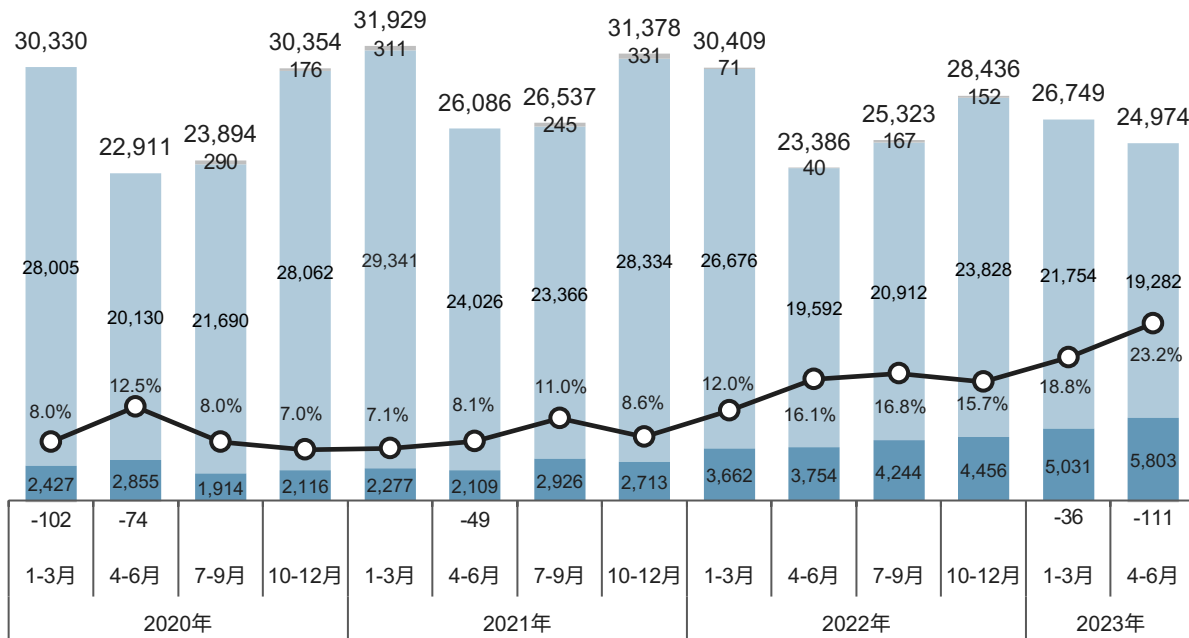


取扱高に対する直販比率

直販比率は23%まで向上し、直販取扱高は前年比54%増の58.0億円に

■ 直販 取扱高 ■ 代理店 取扱高 ■ その他／セグメント相殺 ○ 直販比率 (%)

単位：百万円



第2四半期 直販取扱高

58.0億円 +54.6%

第2四半期 直販比率

23.2% +7.1pt

デジタルマーケティング事業 トピックス



2023.04.17

CCI、国内初「Pinterest コンバージョン API」を導入



2023.04.24

CCIコーポレートサイトリニューアル



2023.05.11

fluct、AIによる動画自動生成プロダクト「GliaStudio」を展開するGliaCloud Co., Ltd.との連携を開始し、動画を活用した広告マネタイズ支援を強化



2023.05.18

PORTO、空港内デジタルサイネージへの広告出稿におけるブランドリフト調査で、広告効果を計測



2023.05.19

テレシー、テレビCM効果測定ツール「テレシーアナリティクス」でCUD認定を取得！



2023.06.20

CCI、データクリーンルームサービス「Syncly」の提供を開始～ファーストパーティデータを企業間のデータコラボレーションで補完～

デジタルマーケティング事業 新領域への取り組み

広告領域のDX支援

テレビCMのDX

CTV（コネクテッドTV）

デジタルサイネージ



リテール領域のDX支援

リテールメディア化

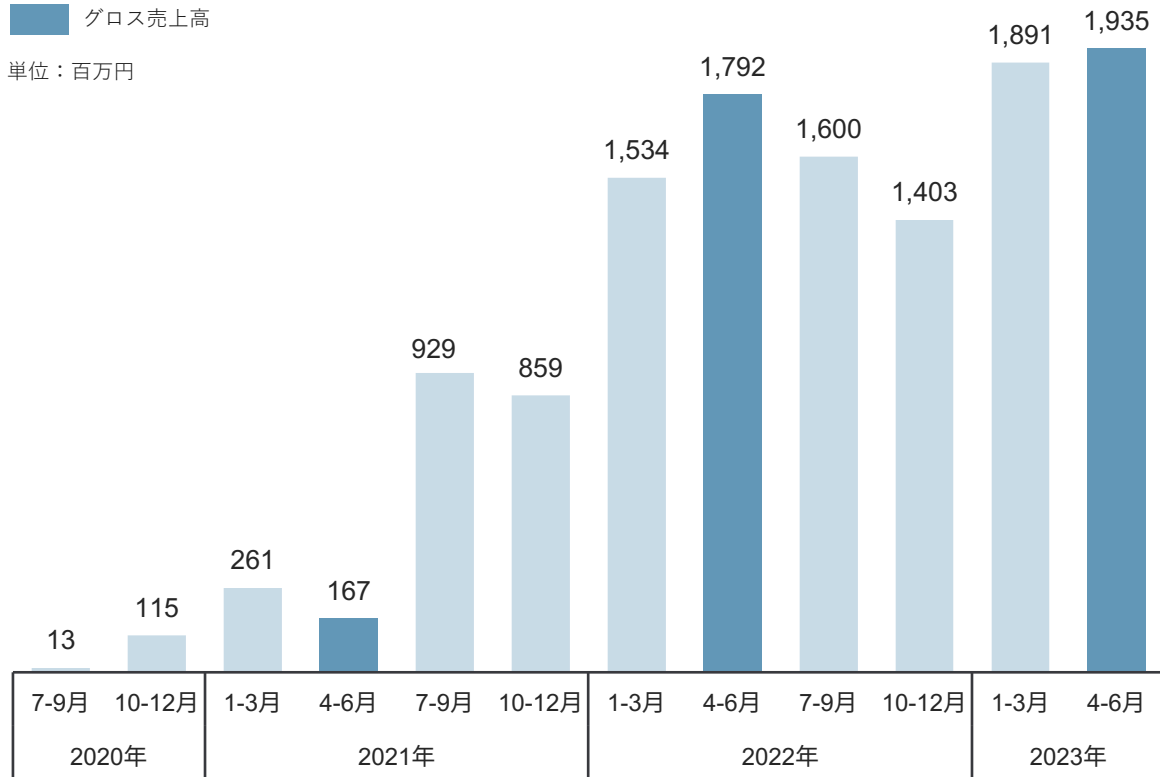
販促データ基盤構築

店舗内ソリューションのデジタル化

テレシー グロス売上高推移

■ グロス売上高

単位：百万円



第2四半期 グロス売上高

19.3億円 **+8.0%**

グロス売上高は過去最高を更新
前年同Q比8.0%増に

デジタルマーケティング事業 新領域への取り組み

広告領域のDX支援

テレビCMのDX

CTV (コネクテッドTV)

デジタルサイネージ



リテール領域のDX支援

リテールメディア化

販促データ基盤構築

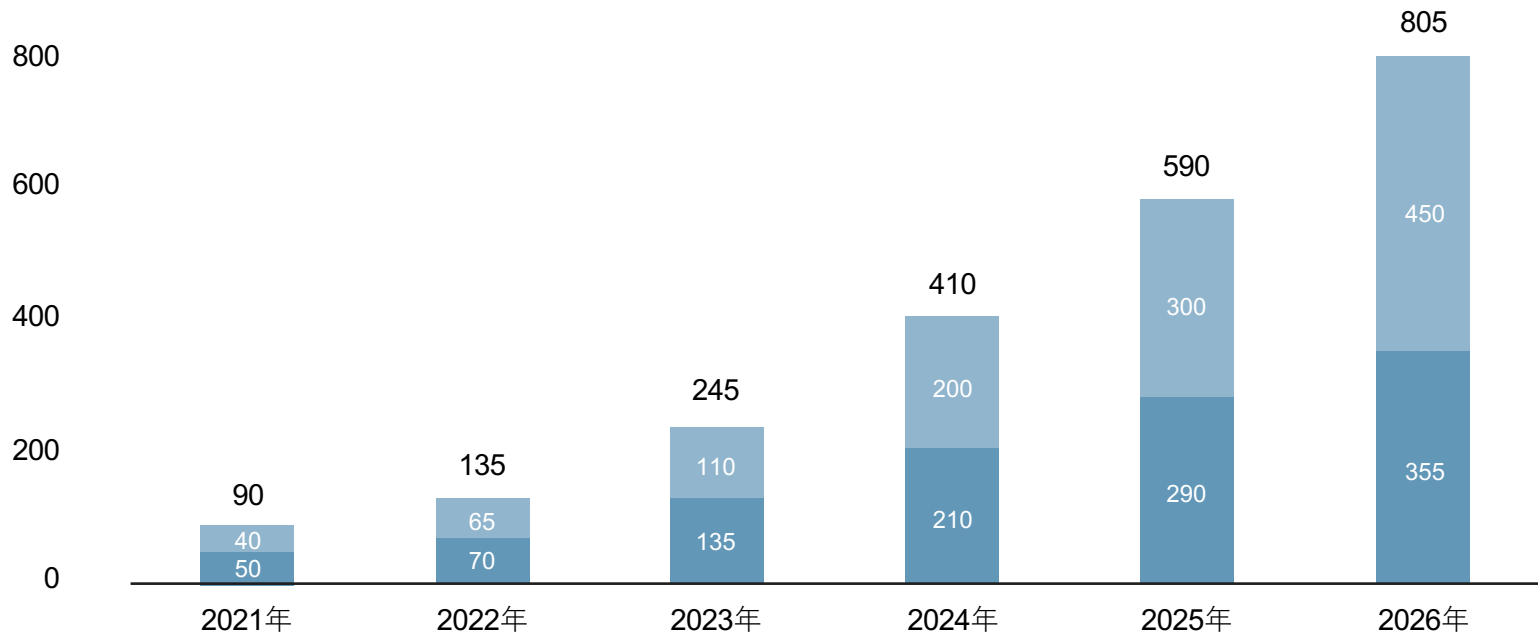
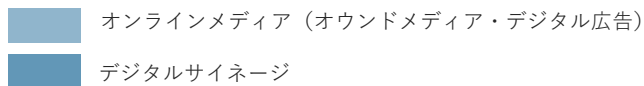
店舗内ソリューションのデジタル化

リテールメディア市場

2022年のリテールメディア広告市場は135億円、2026年には約6倍の805億円規模に拡大すると予測

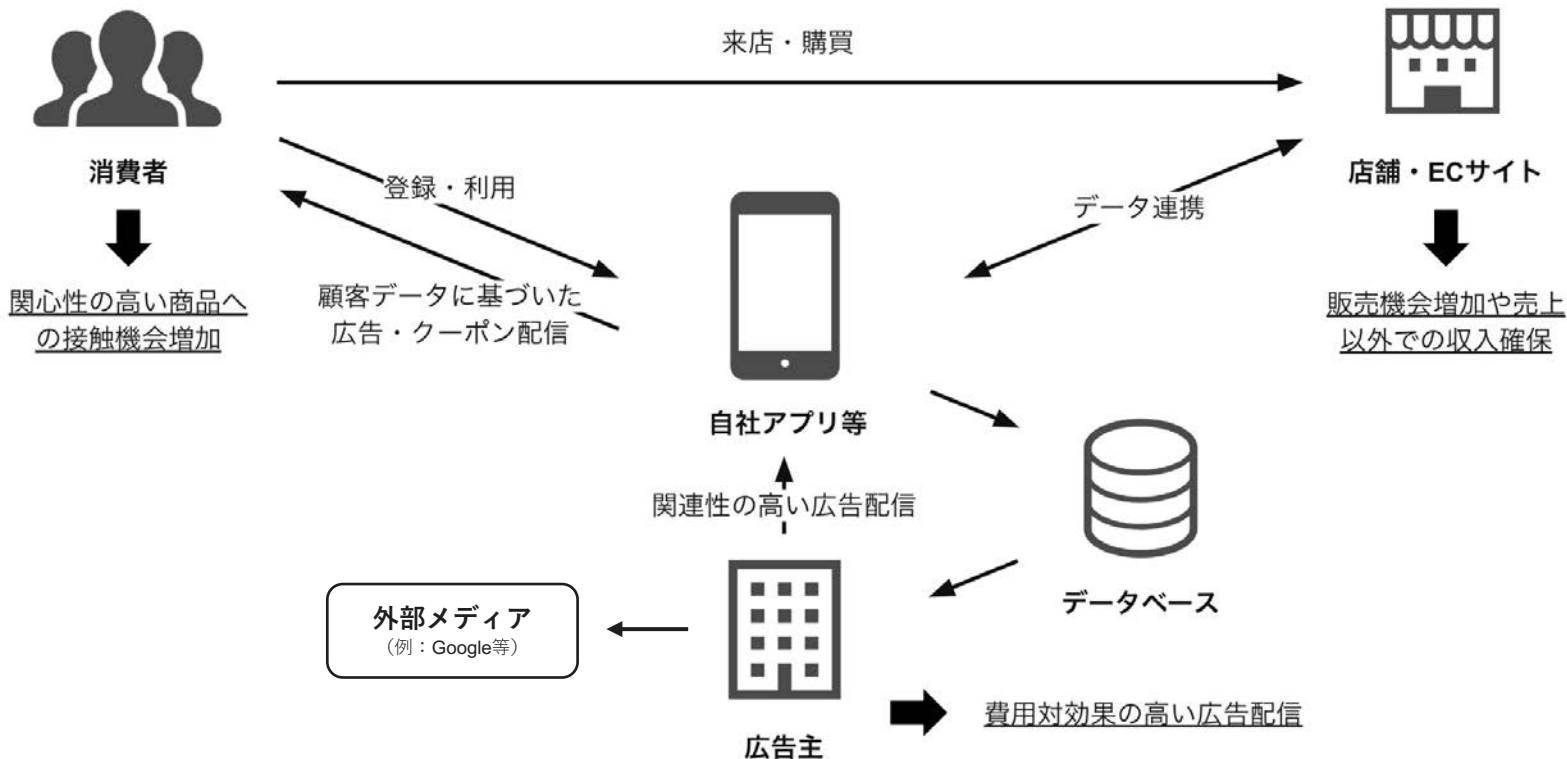
単位：億円

1,000



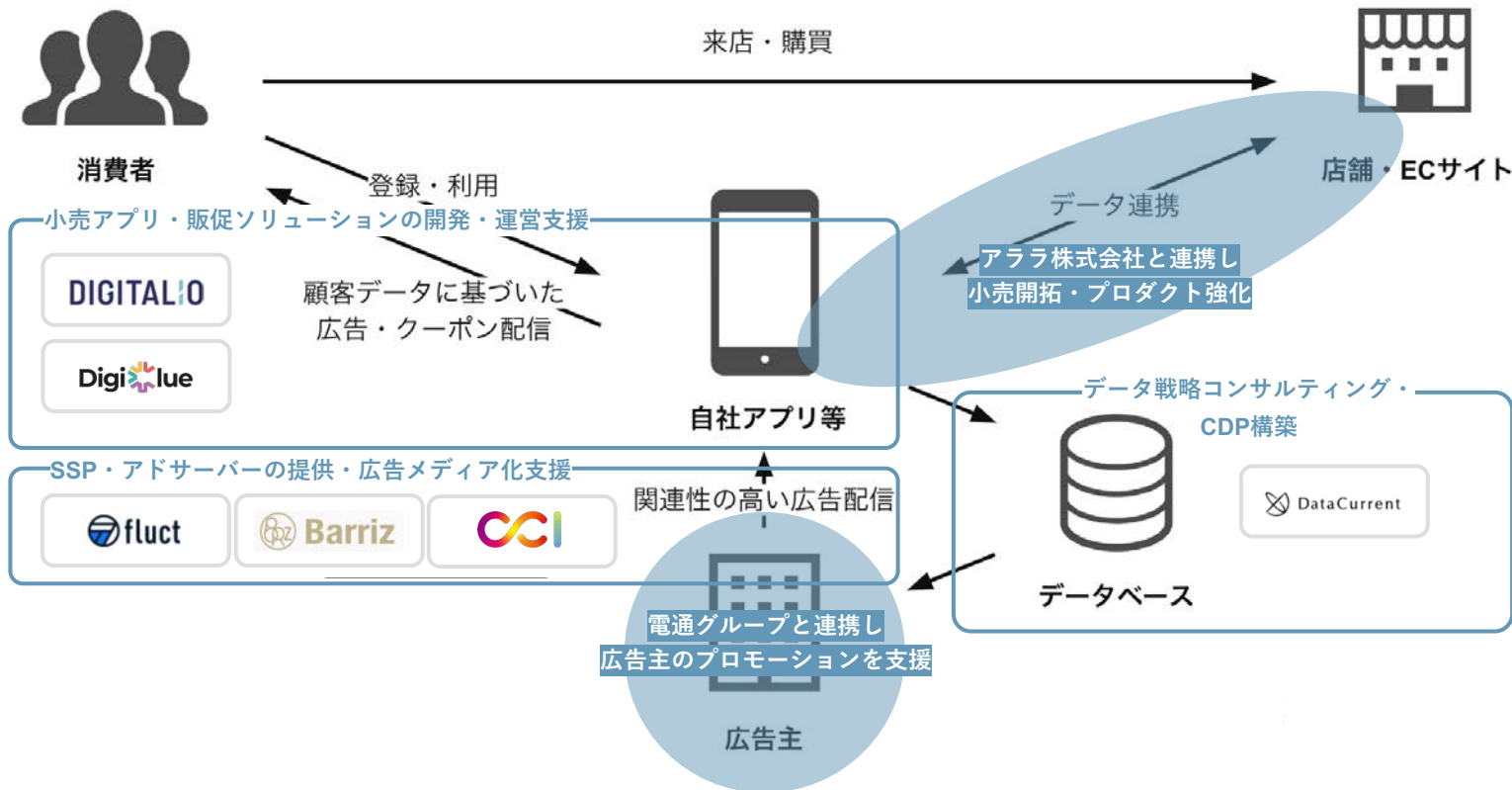
リテールメディアとは？

小売業者が持つ顧客データを活用し、自社の店舗やECサイト・モバイルアプリを広告プラットフォームとする考え



リテール領域の実行体制

個社の専門性を活かし、グループ連携しながら、クライアントと消費者に最適なソリューションを提供



リテールDXのサービス実績

小売キャンペーンプラットフォーム・デジタル会員証・商品予約サービスなどLINEミニアプリ、ネイティブアプリ問わず開発提供

makiya
マキヤアプリを
スマートフォンで使える！

マキヤ公式
LINEミニアプリはじまる。

◆ 新発堂薬局 × DigiLue

デジタル、
新発堂薬局の会員証、
処方せん送信をデジタル化

DigiLue

デジタル、
ダイソー販促キャンペーンを
全国店舗+ネットストアで
デジタル化

LINE Technology Partner App × DigiLue

デジタルが「LINE Biz Partner Program」の「Technology Partner」において「LINEミニアプリ部門」のパートナーに認定

©2022年に初認定、2023年継続認定を受けています

DigiLue

小売店舗の商品予約業務を
LINEで一括管理できるサービス

デジタル商品予約
を提供開始

DigiLue

多彩な販促キャンペーン機能を揃えた
店舗販促プラットフォーム

デジタルプラス
を提供開始

リテールDXのクライアント実績 (五十音順)

小売業を中心にサービスを提供。アプリ開発からデータを活用した運用まで継続支援



DAISO

DEAN & DELUCA



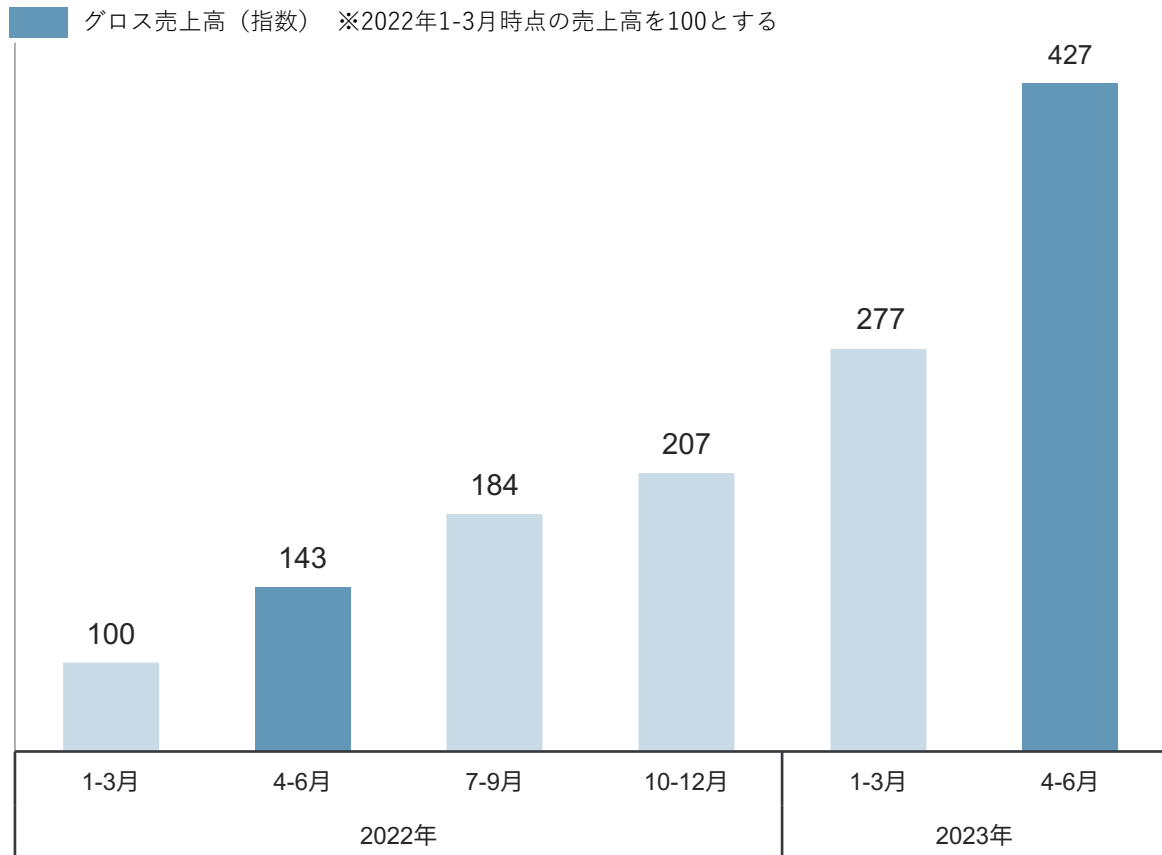
ニシムタ



WonderGOO

など、その他多数

リテール領域 グロス売上高（指数）



第2四半期 グロス売上高（指数）

427 +198%

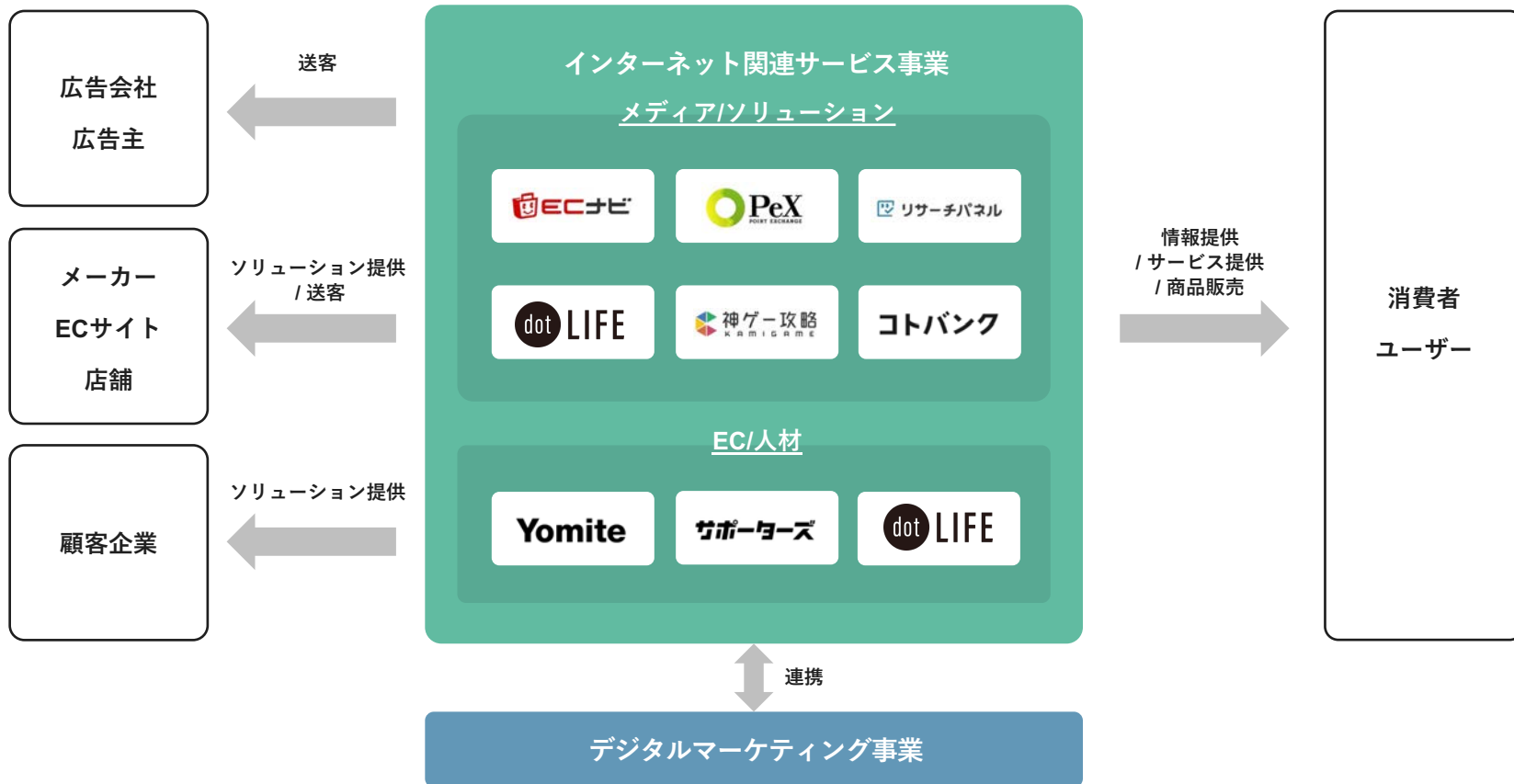
グロス売上高は前年同Q比198%増に

INTERNET RELATED SERVICE

インターネット関連サービス事業

インターネット関連サービス事業概要

デジタルマーケティング事業と連携しながら、財務規律とセットで成長を目指し、不採算事業の撤退を推進し収益構造の改善を図る

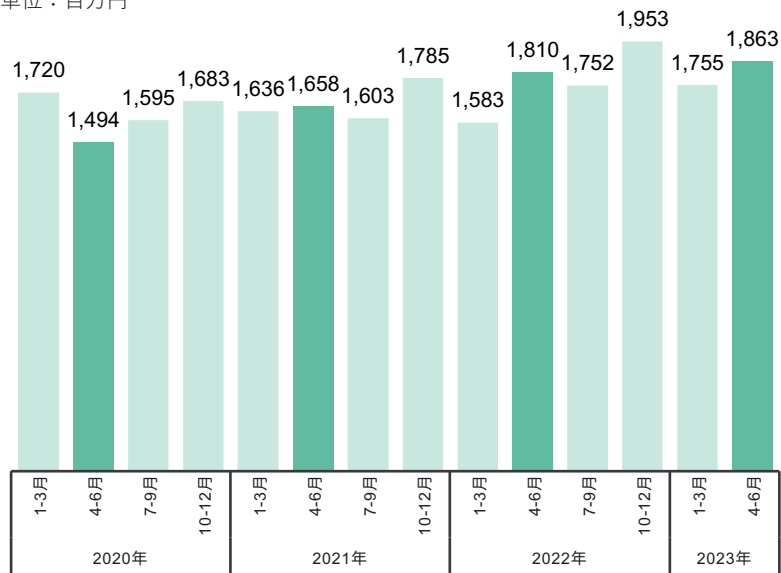


インターネット関連サービス事業 セグメント業績

売上高は前年比2%増の18.6億円、営業利益は1.6億円（前年比+2.3億円）

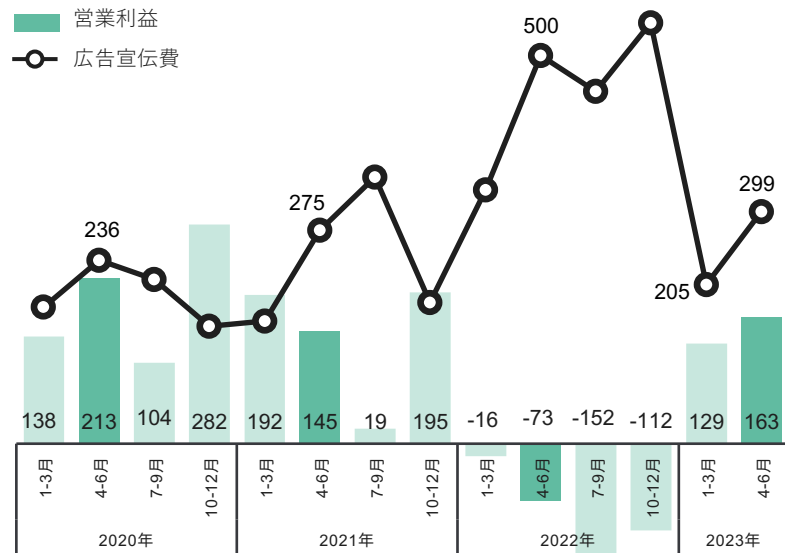
セグメント売上高 **18.6**億円 **+2.9%**

単位：百万円



セグメント営業利益 **1.6**億円 **+2.3億円**

単位：百万円

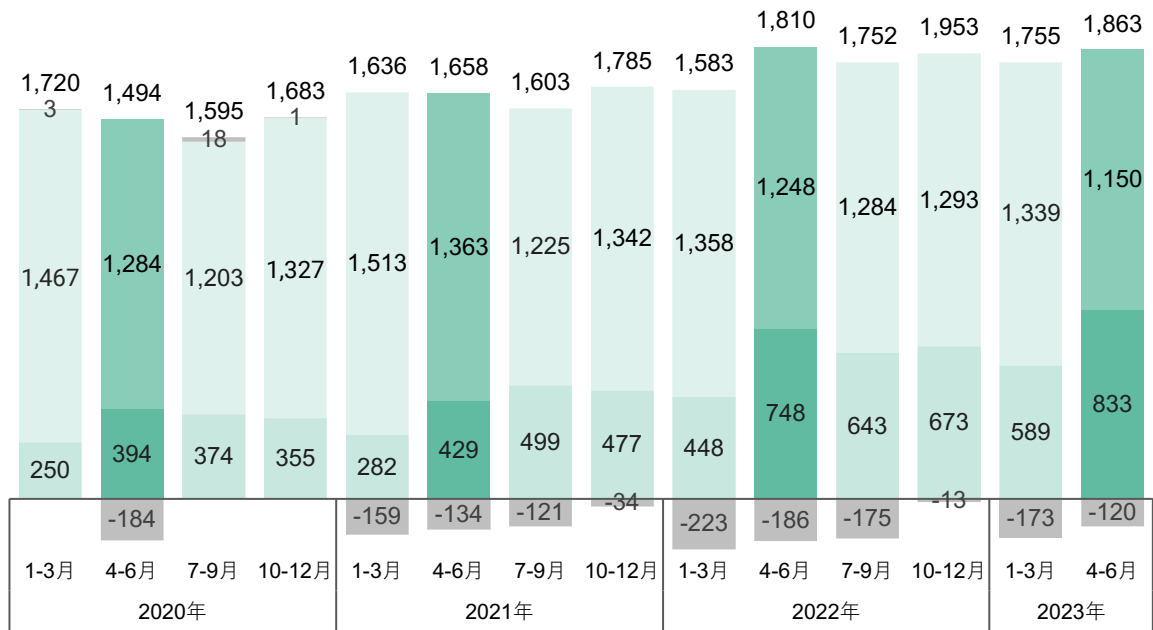


※ セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません

インターネット関連サービス事業 売上高内訳

- メディア/ソリューション
- EC/人材
- その他/セグメント相殺

単位：百万円



メディア/ソリューション

11.5億円 -7.9%

EC/人材

8.3億円 +11.4%

人材事業のサポートーズが好調

サポーターズの取り組み

サポーターズが取り組む『**技育プロジェクト**』が、2023年7月、日本の人事部「HRアワード2023」（主催：「HRアワード」運営委員会、後援：厚生労働省）のプロフェッショナル部門に入賞

技育祭プロジェクトとは ITエンジニアを志望する学生向けのエンジニアキャリア育成プログラム。インプットとアウトプットのサイクルを生み、「自ら考え、自ら創る」ことができるエンジニアを増やすべく、年間150回以上開催される勉強会やハッカソンなどの様々なイベントを実施。



技育祭

年2回(春・秋)開催の国内最大
学生向けテックカンファレンス

インプット



技育展

「もの創り」を展示する
ピッチコンテスト

アウトプット



技育博

「繋がり」を創る
交流イベント

インプット

アウトプット



技育CAMP

月1回のハッカソンや勉強会を
年間を通して開催

インプット

アウトプット

トピックス

サポーターズ

2023.05.17

サポーターズ、「参加してよかったエンジニアサマーインターンランキング2023」を発表！～92%が就職先希望度への影響あり！本選考前のインターンシップの重要性～



オカネノホンネ

2023.05.23

オカネノホンネ「全国1万人の保険実態調査2023年」 調査結果を発表

サポーターズ

2023.05.30

サポーターズ、D-Marketing Academyと共にeラーニングサービス「サポーターズ マケスク」の運営開始 ～25卒学生を対象に、135コンテンツを無料提供～

サポーターズ

2023.06.26

サポーターズ、学生エンジニアのためのピッチコンテスト「技育展2023」を開催～優勝賞金100万円！2023年7月7日にエントリー一次締切～



2023.06.28

DIGITALIOの販促・インセンティブ施策を支援するデジタルギフト「デジコ」、導入企業数1,000社を突破！あらゆる企業のキャンペーンをDX、累計発注件数3,400万件超



2023.06.30

7月1日は恒例の「ポイ活の日」！19周年を迎えたECナビ、「ポイ活の日キャンペーン」を開催 ～みんなでお買い物して合計18億ポイント以上貯めた！ポイ活年間報告発表～

CONTENTS

01	2023年12月期 第2四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	連結業績予想の進捗	18
----	-----------	----

03	事業の概況	20
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティ	44
--	----------	----

	中期経営計画（再掲）と進捗状況	48
--	-----------------	----

	インターネット広告市場動向	54
--	---------------	----

	会社概要	61
--	------	----

	各種方針	67
--	------	----



重点テーマ（マテリアリティ）の取り組み

持続的な事業成長と社会的価値創出のために、
サステナビリティ委員会を新設

多様な社員一人ひとりが個の成長を最大限発揮し、
 持続的な事業成長を実現するために
D&I推進室およびD&I推進委員会を
 新設

女性活躍推進法による
女性の活躍に関する情報公開

D&Iに関するこれまでの主な取り組み

社員発のCARTA HDグループ横断
D&Iプロジェクト「WAVE」の発足

D&I社内意識調査の実施

両立支援

- ・ ベビーシッター割引制度
- ・ 健康・育児セミナー

女性活躍推進

- ・ 女性リーダー向けコーチング研修
- ・ オンライン婦人科受診と低用量ピル服薬支援制度の福利厚生導入

LGBTQ+に関する活動の推進

- ・ パートナーシップ制度の導入
- ・ 相談窓口開設（社内・社外）
- ・ 面接官向けトレーニング

障がい者雇用・活躍の促進

- ・ 外部相談窓口開設
- ・ 定着支援、職場サポート

ESGの取り組み - 環境・社会 -



自然環境保全活動

2008年に山梨県甲州市に「勝沼ECナビの森」を創設。100ヘクタールに及ぶ森の整備活動を行っています。



EMS 676695 / ISO 14001

環境マネジメント

環境マネジメントとして、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。



女性活躍推進

厚生労働省が定める女性活躍推進企業認定「えるぼし認定」の最高位である3つ星(3段階目)をCARTAが取得。



地球温暖化防止・気候危機の取り組み

ATRACが、地球温暖化防止活動等に取り組む特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーンと、連携協定を締結。地球温暖化防止活動や各分野における課題解決を推進してまいります。



地方創生SDGsへの参画

官民連携を図りながら、地域の活性化につながる活動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。



学生向けエンジニアキャリア育成プログラム「技育プロジェクト」

サポーターズが取り組む『技育プロジェクト』が、2023年7月、日本の人事部「HRアワード2023」のプロフェッショナル部門に入賞。

ESGの取り組み - ガバナンス -

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、3名の独立社外取締役を選任しております。また、2021年には、取締役の指名及び報酬等に関する手続きの公正性、透明性、客観性を目的として過半数以上を独立社外取締役で構成する指名報酬諮問委員会を設置しております。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。

CONTENTS

01	2023年12月期 第2四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	連結業績予想の進捗	18
----	-----------	----

03	事業の概況	20
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティ	44
--	----------	----

	中期経営計画（再掲）と進捗状況	48
--	-----------------	----

	インターネット広告市場動向	54
--	---------------	----

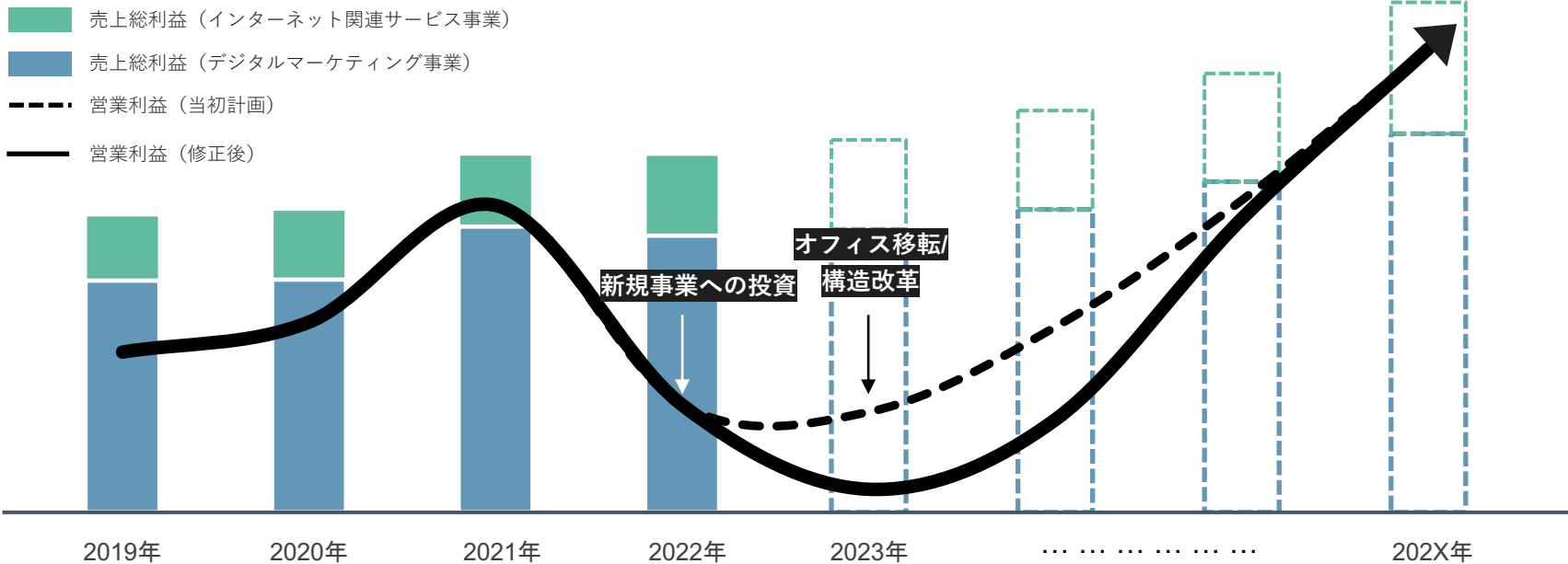
	会社概要	61
--	------	----

	各種方針	67
--	------	----

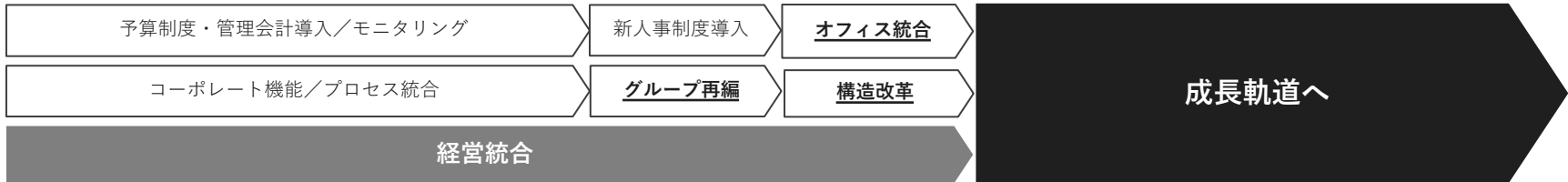


新中期経営方針で目指す方向性

オフィス統合にて経営統合最終フェーズ。デジタルマーケティング事業の構造改革・不採算事業の撤退等を推進し収益構造の改善を図り、業績のV字回復、その後の成長軌道に向けて取り組んでいく



CARTA HOLDINGS Inc.



※2023年8月10日開示の通期業績予想の修正に伴い、営業利益グラフを追加

新中期経営方針の全体像について

ブランドパーパス

人の想いで、人と未来の可能性を、拓いていく。

事業の進化

事業ポートフォリオの最適化
既存事業の成長
新領域への挑戦

経営の進化

人的資本の整備と拡張
経営基盤の強化
資本効率の向上

サステナビリティ経営

社会

- デジタルトランスフォーメーションの推進による社会や産業の発展
- デジタル広告業界の健全な発展
- 気候変動の緩和と適応

人的資本

- ダイバーシティ & インクルージョン
- 人的資本の維持・強化
- 人権の尊重

コーポレート・ガバナンス

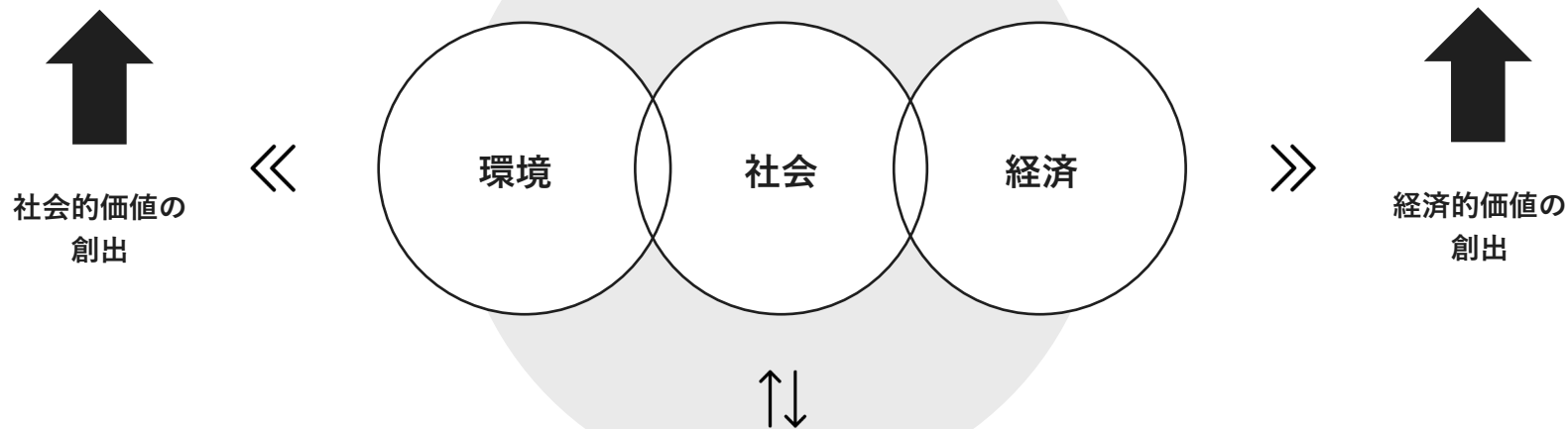
- コーポレート・ガバナンスの高度化と実効性の確保
- コンプライアンス・腐敗防止への対応
- リスクマネジメントの徹底

サステナビリティ経営とは

さまざまな環境・社会・経済問題への配慮や課題を解決することで、事業の持続可能性（サステナビリティ）を図る経営のこと

人の想いで、人と未来の可能性を、拓いていく。

社会的価値と経済的価値の創出を両立しながら
パーパスの実現につなげるのがCARTAの使命

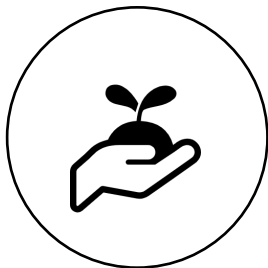


SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

SDGsは環境・社会・経済、これらを17の課題やゴールとして明確にした国際目標のこと

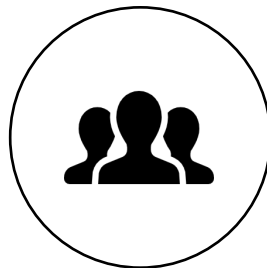
CARTAのマテリアリティ（重要課題）

社会・環境



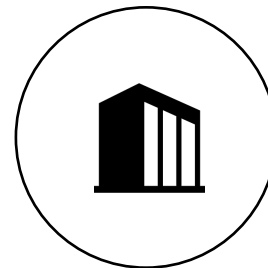
- デジタルトランスフォーメーションの推進による社会や産業の発展
- デジタル広告業界の健全な発展
- 気候変動の緩和と適応

人的資本



- ダイバーシティ&インクルージョン
- 人的資本の維持・強化
- 人権の尊重

コーポレート・ガバナンス



- コーポレート・ガバナンスの高度化と実効性の確保
- コンプライアンス・腐敗防止への対応
- リスクマネジメントの徹底

経営の進化

人的資本の整備と拡張

データドリブンな意思決定の促進

- People Analytics

成長環境・組織づくりの進化

- 個々の志向性に即した成長環境の整備
- 内発的動機の持てる、関係密度の濃い組織づくり
- 組織・人事における「原理原則」をアップデートし、CARTAとしての目指すあり姿とともに社内への浸透を図る

採用力の強化

- 採用ブランドの強化
- 魅力/働きがいのある「仕事」や「職場」作り

資本効率の向上

モニタリング指標の 精査/シンプル化/可視化

データ共有の即時性/予測性の向上

バランスシートの最適化

経営基盤の強化

バックオフィス部門のBP化推進

バックオフィス業務の効率化

- バックオフィス業務をゼロベースで見直し、業務のデジタル化
- DXについては積極的に投資、全社視点での業務効率化を図る
- データドリブンな経営管理の推進
- 業務の最適化と内製/外製の切り分け

事業を超えた施策/意思決定の促進

- 事業ポートフォリオの最適

CONTENTS

01	2023年12月期 第2四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	連結業績予想の進捗	18
----	-----------	----

03	事業の概況	20
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティ	44
--	----------	----

	中期経営計画（再掲）と進捗状況	48
--	-----------------	----

	インターネット広告市場動向	54
--	---------------	----

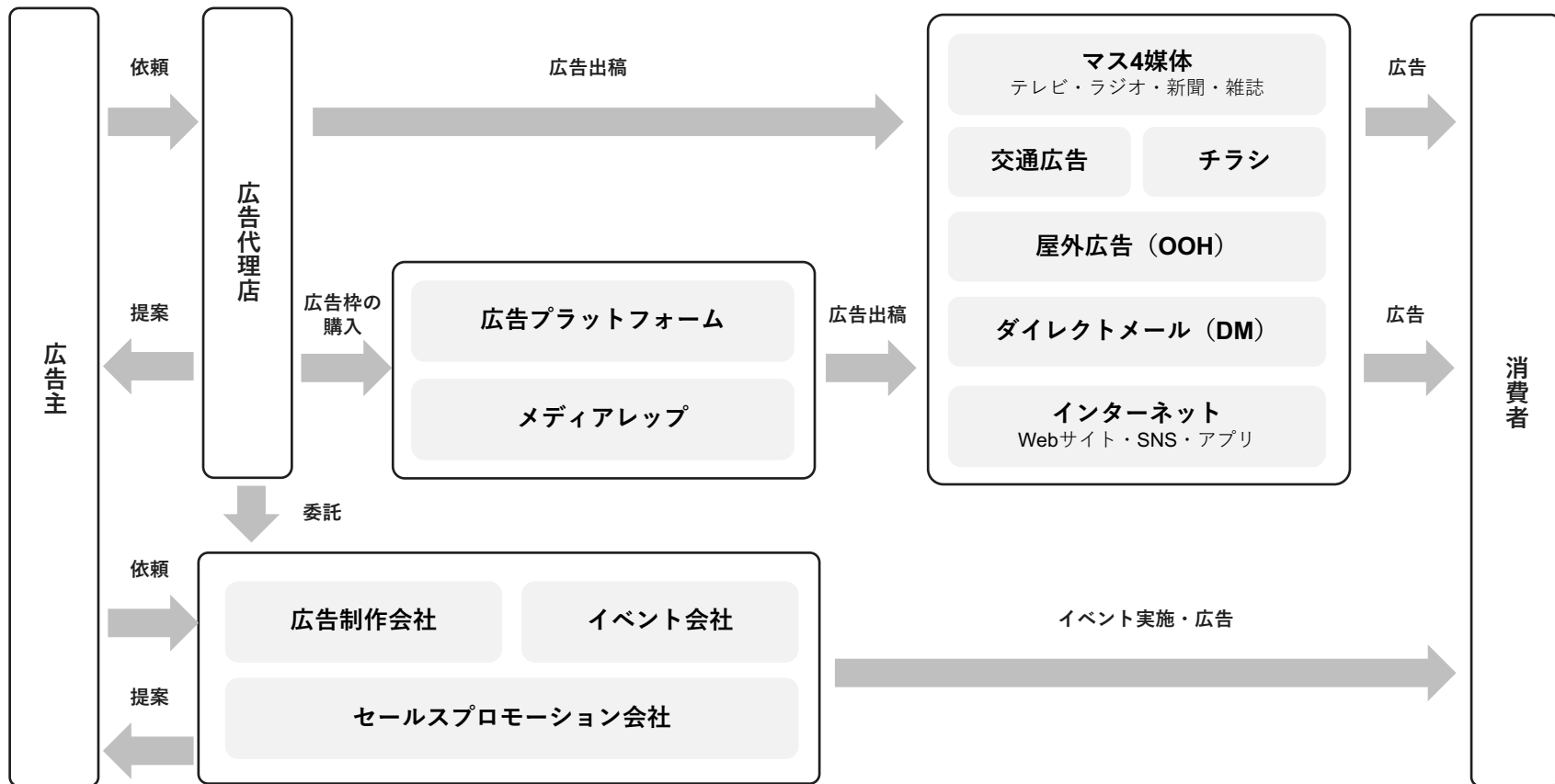
	会社概要	61
--	------	----

	各種方針	67
--	------	----



広告業界について

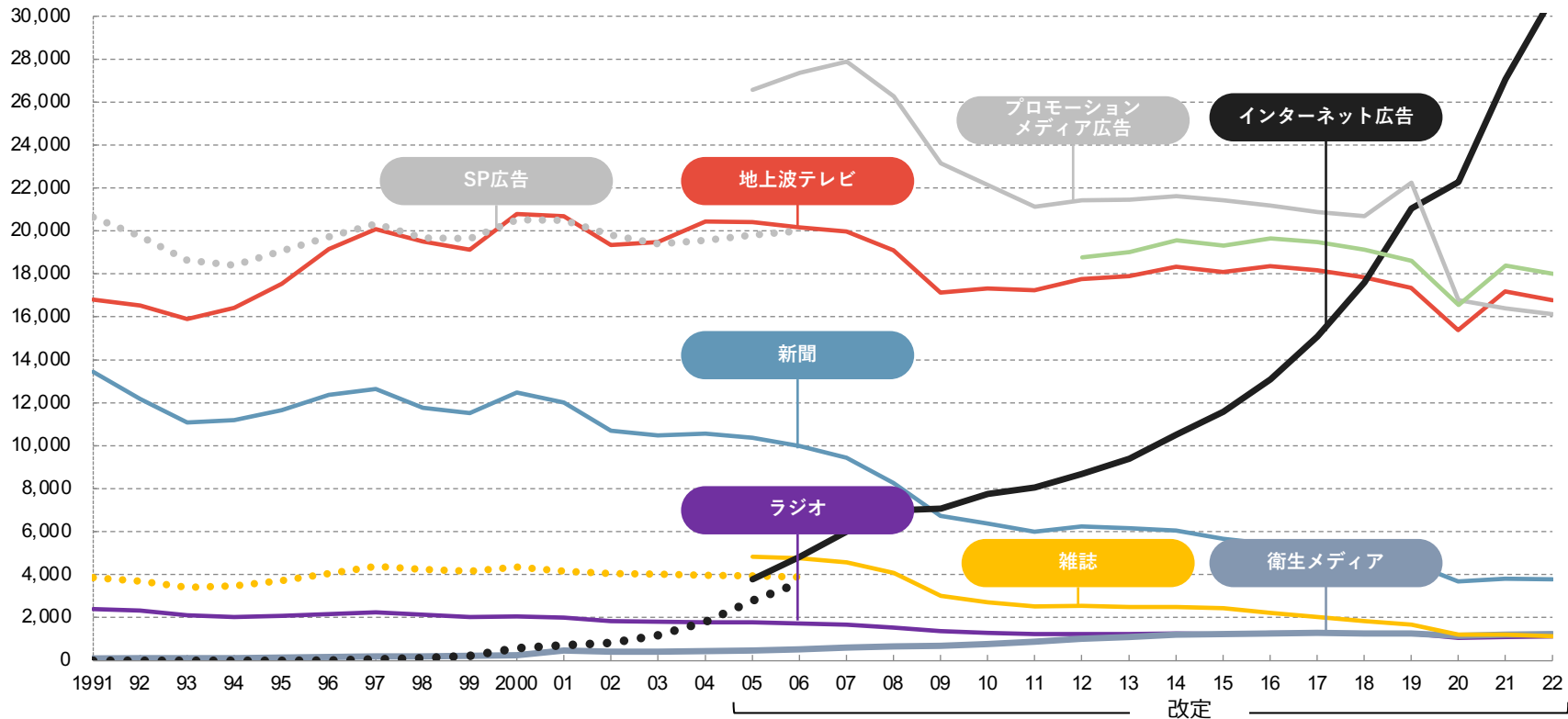
この20年で新しくインターネットメディアが急速に立ち上がり、その周辺においてテクノロジーを起点とした新しい市場が急成長



広告費全体推移

2022年の日本の広告費は7兆1,021億円、インターネット広告費は3兆912億円、総広告費の43.5%に

CARTA HOLDINGS Inc.



出典：株式会社電通「2022年日本の広告費」

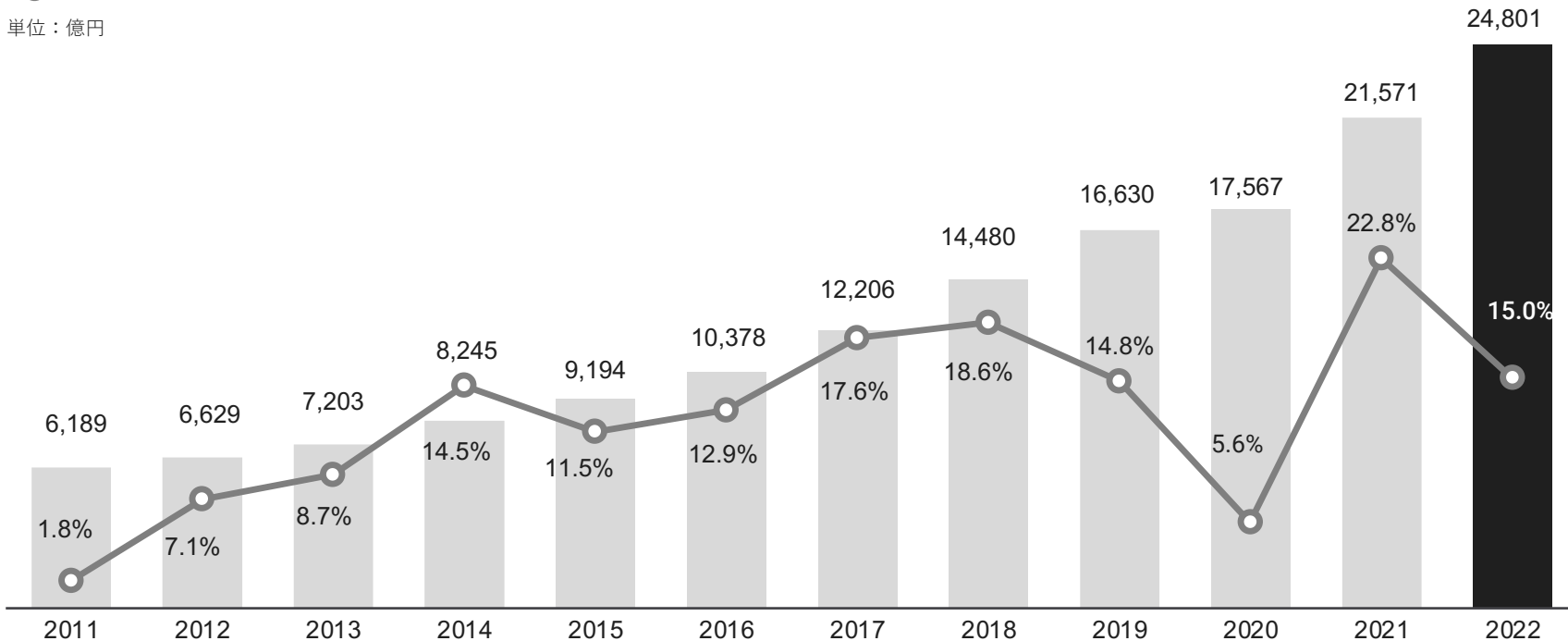
インターネット広告媒体費総額 推移

インターネット広告市場は順調に拡大し、2022年のインターネット広告媒体費は前年比15.0%増の2兆4,801億円に

■ インターネット広告媒体費

○ 成長率

単位：億円



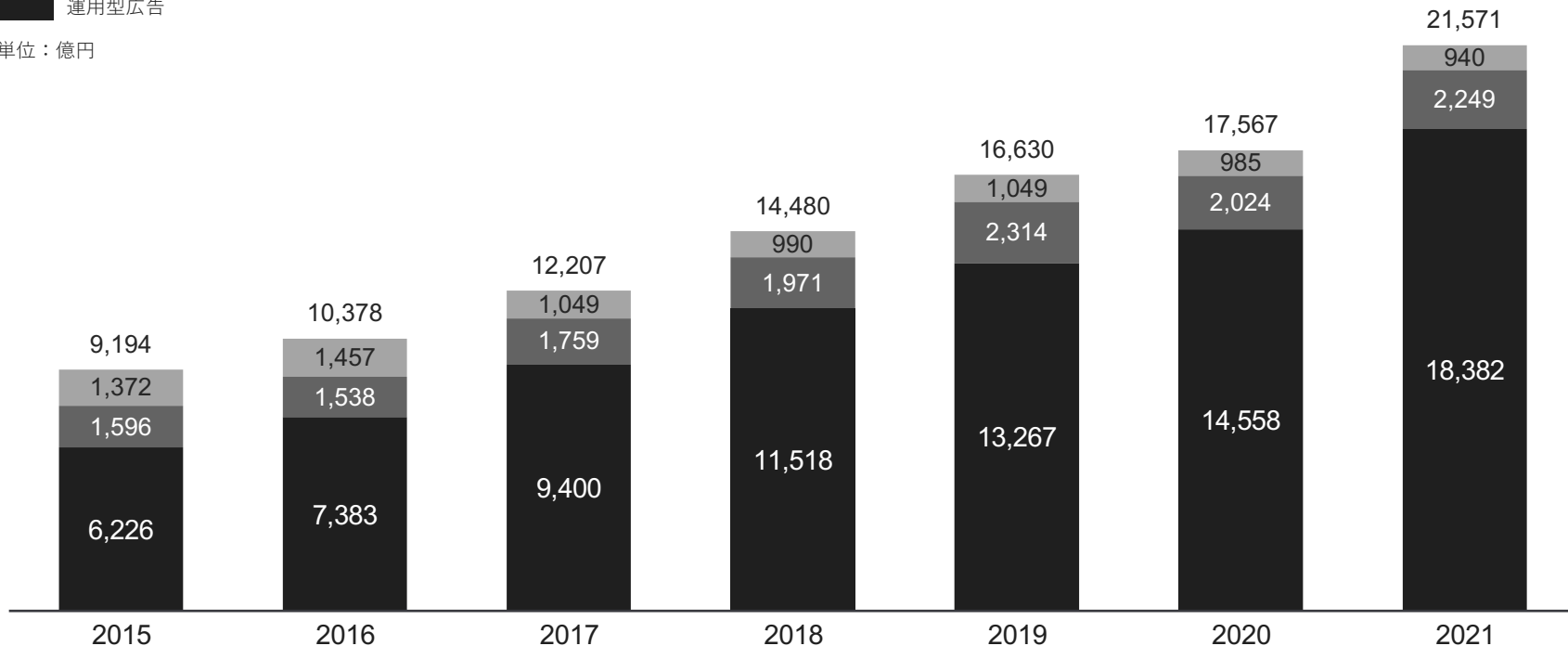
出典：株式会社電通「2021年 日本の広告費」

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、2021年には約1.8兆円強とネット広告市場の約85%に

- 成果報酬型運用広告
- 予約型広告
- 運用型広告

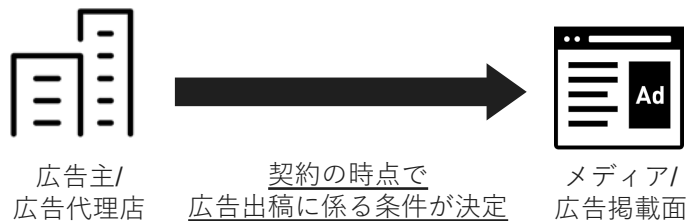
単位：億円



出典：株式会社D2C / 株式会社CARTA COMMUNICATIONS / 株式会社電通 / 株式会社電通デジタル「2021年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

ネット広告の種類

予約型広告



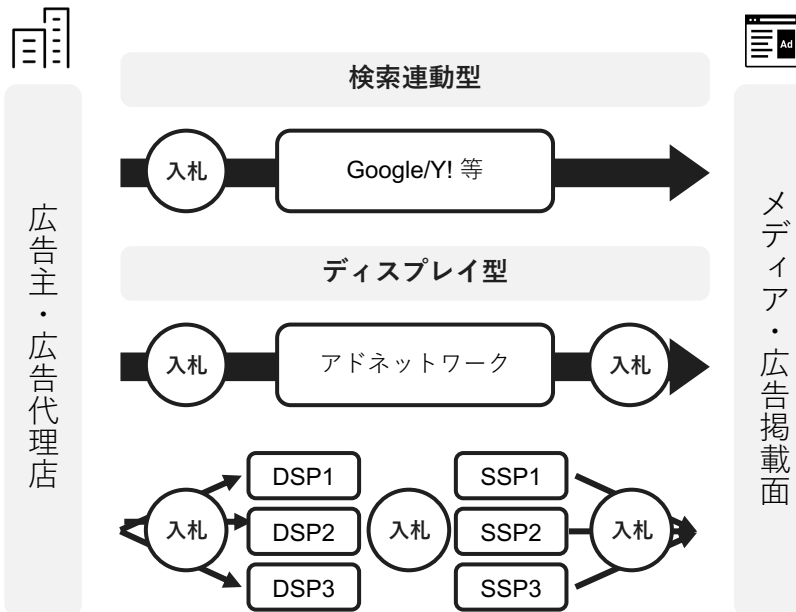
成果報酬型広告



成果（購入やダウンロード）に対してのみ 広告料を支払う

広告配信におけるテクノロジーの発展に伴い、リアルタイムでユーザーにマッチした広告を配信する「運用型広告」が主流に

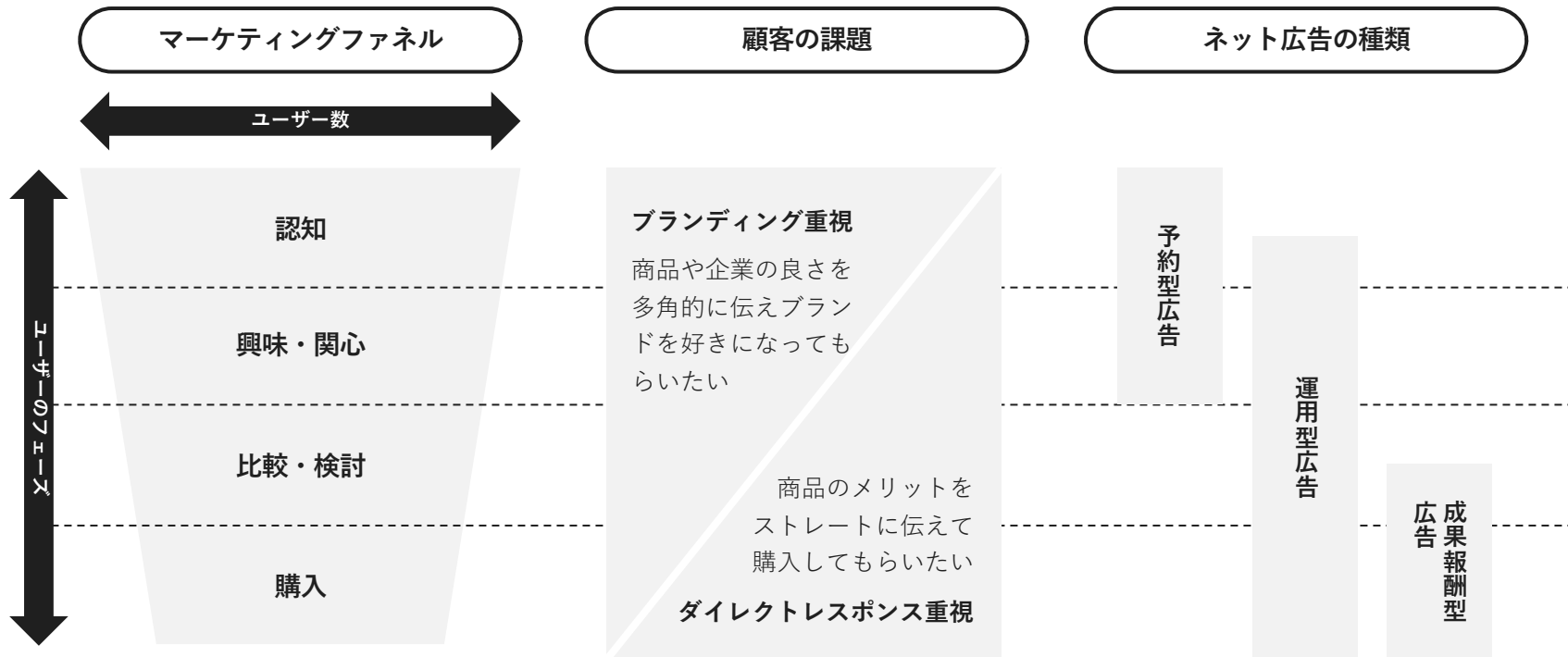
運用型広告



契約後、出稿に係る条件を 変更しながら運用

マーケティングファネルとネット広告

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



CONTENTS

01	2023年12月期 第2四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	連結業績予想の進捗	18
----	-----------	----

03	事業の概況	20
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティ	44
--	----------	----

	中期経営計画（再掲）と進捗状況	48
--	-----------------	----

	インターネット広告市場動向	54
--	---------------	----

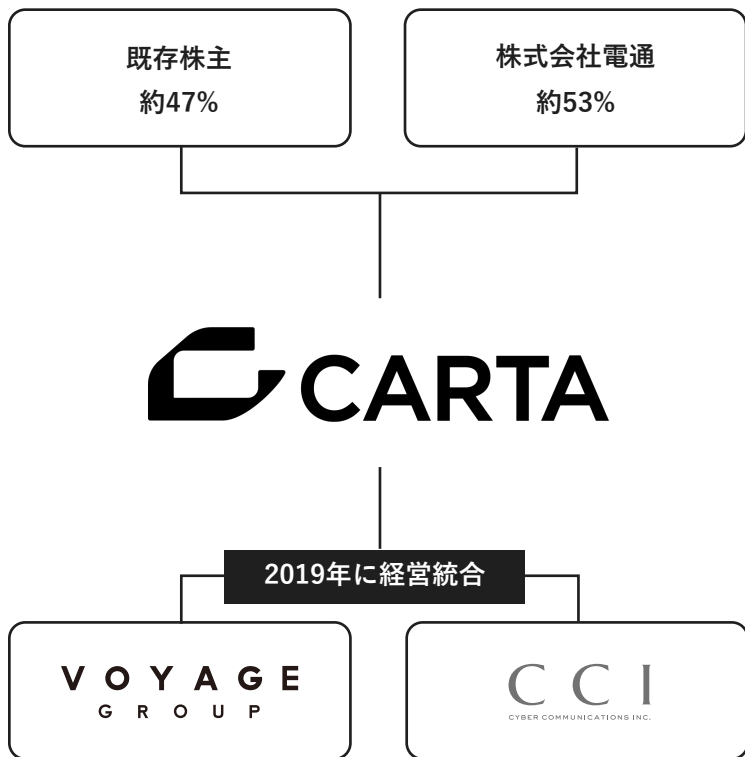
	会社概要	61
--	------	----

	各種方針	67
--	------	----



会社概要

2019年1月にVOYAGE GROUPとCCIが経営統合することで設立、同時に電通の連結子会社化となり資本業務提携契約を締結



会社名	株式会社CARTA HOLDINGS
代表者	代表取締役会長兼CEO 宇佐美進典 代表取締役社長兼COO 新澤明男
所在地	東京都渋谷区道玄坂1-21-1 渋谷ソラスタ15F
事業内容	デジタルマーケティング事業・インターネット関連サービス事業
資本金	1,514百万円
主な株主	株式会社電通グループ
設立	2019年

数字で見るCARTA HOLDINGS

設立



1999年

従業員数※1



1,592人

拠点数※1



6拠点

連結子会社数※1



26社

ネット広告取扱高※2

1,208億円

日本のインターネット広告費の3.9%のシェア

売上総利益※2

231億円

営業利益※2

24.1億円

売上総利益CAGR

7.9%

※2018年から5年間の平均成長率

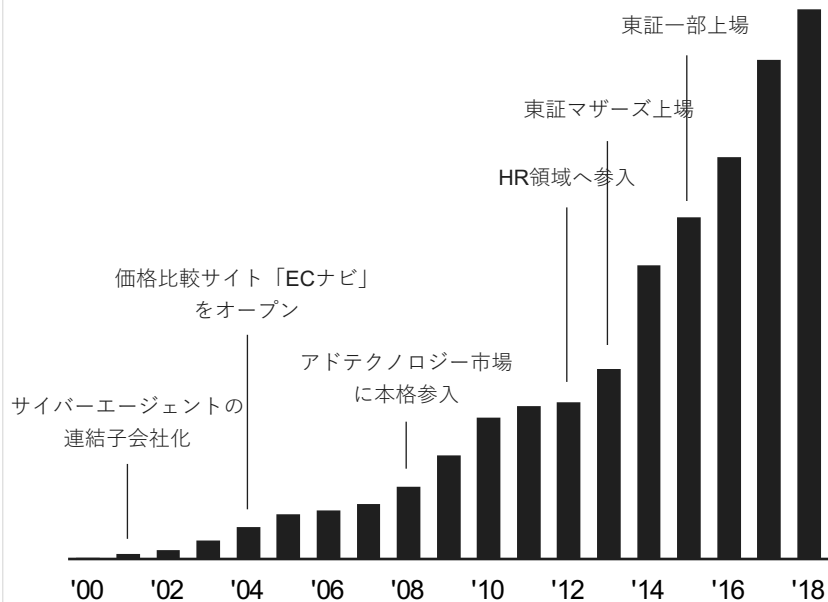
※1 2023年6月末時点の数字

※2 2022年度の数字

VOYAGE GROUPとCCIの沿革

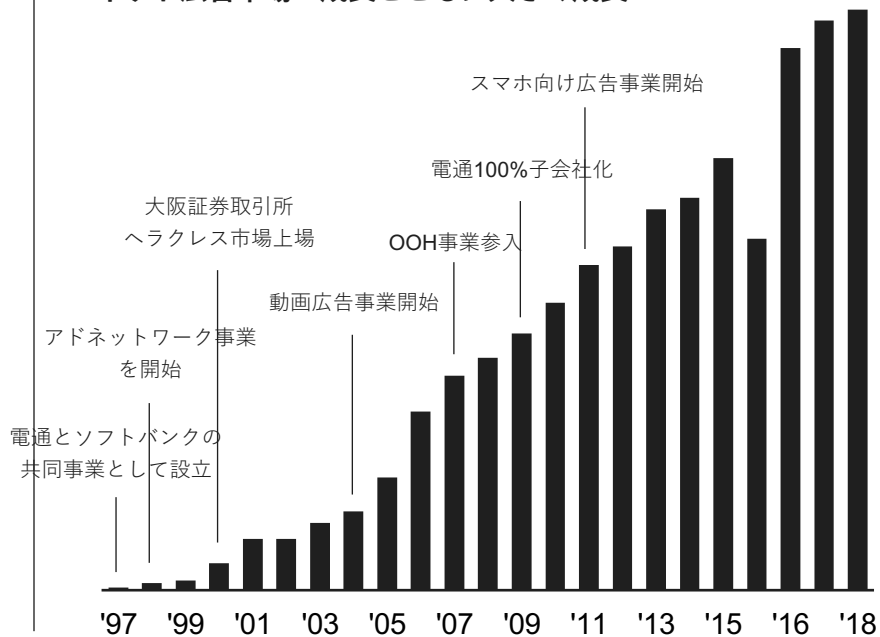
VOYAGE
GROUP

メディア事業から始まり、アドテクノロジー事業を主力としながら新規事業も積極的に展開



CCI
CARTA 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



CARTAの競争優位性

デジタルマーケティング人材とノウハウ、そして事業開発力が競争優位性の源泉

事業領域拡大や事業連携を促進 デジタルマーケティング人材&ノウハウ

オフライン領域に事業領域を拡大



インターネット関連サービスを拡大

Yomite

サポートーズ

大企業とのDX連携

GPOT

Content Data Marketing

TELECY

VOXX

経営統合後、連結子会社を9社設立 事業開発力

2019年

PORTO

DataCurrent

ATRAC

2020年

Barriz

aiP

TELECY

2021年

2022年

Digi{lue

CARTA AGE

CARTA KNOT

主なグループ会社一覧



デジタルマーケティング事業

ATRAC

Barriz

BTP
BIZ TAILOR

CARTA AGE



CARTA KNOT

DataCurrent

DigiLue

D-Marketing
Academy

fluct

PORTO

TELECY
テレシー

Zucks

Zucks China

インターネット関連サービス事業

DIGITALIO

dot LIFE

Lighthouse Studio
By CARTA HOLDINGS

リサーチパネル

サポーターズ

Yomite

CONTENTS

01	2023年12月期 第2四半期連結決算の概要	02
-----------	---------------------------	-----------

02	連結業績予想の進捗	18
-----------	-----------	-----------

03	事業の概況	20
-----------	-------	-----------

APPENDIX

サステナビリティ	44
----------	-----------

中期経営計画（再掲）と進捗状況	48
-----------------	-----------

インターネット広告市場動向	54
---------------	-----------

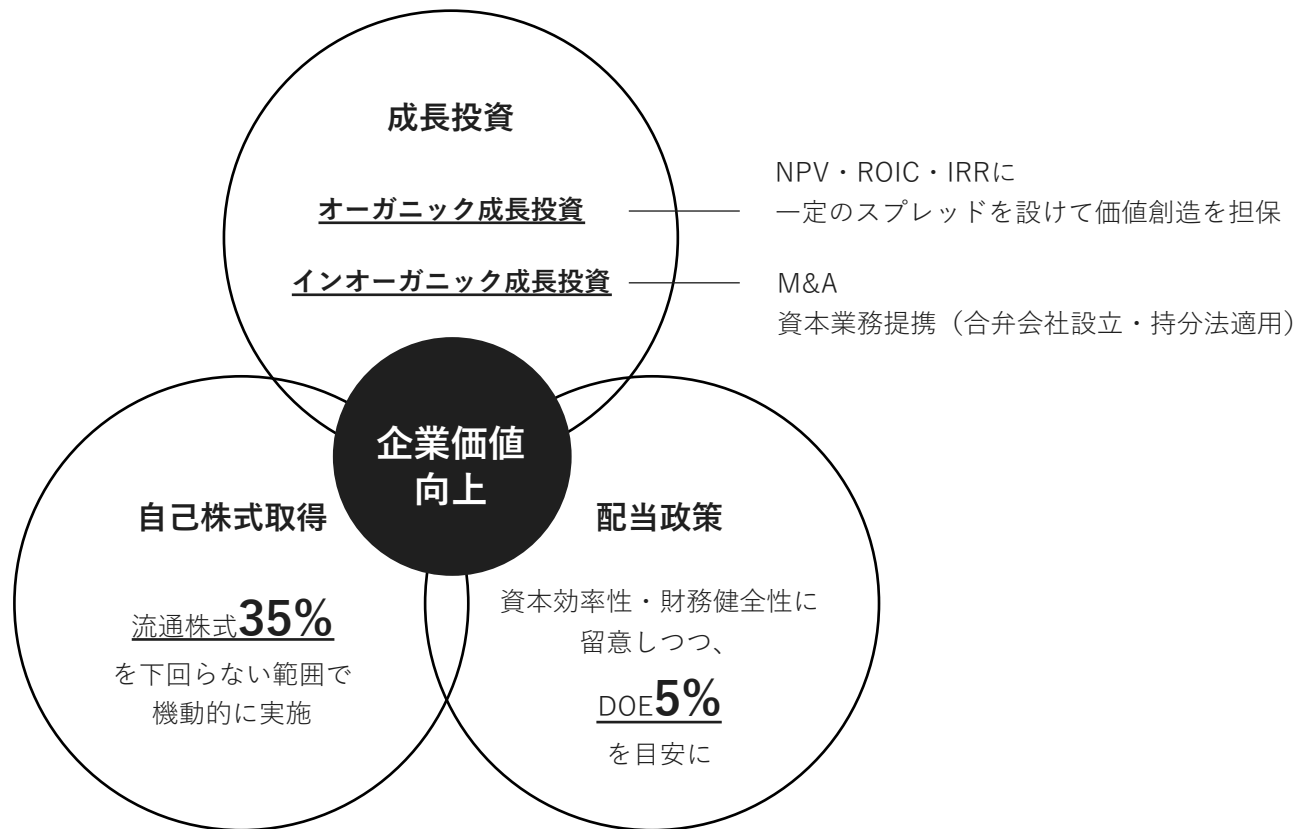
会社概要	61
------	-----------

各種方針	67
------	-----------



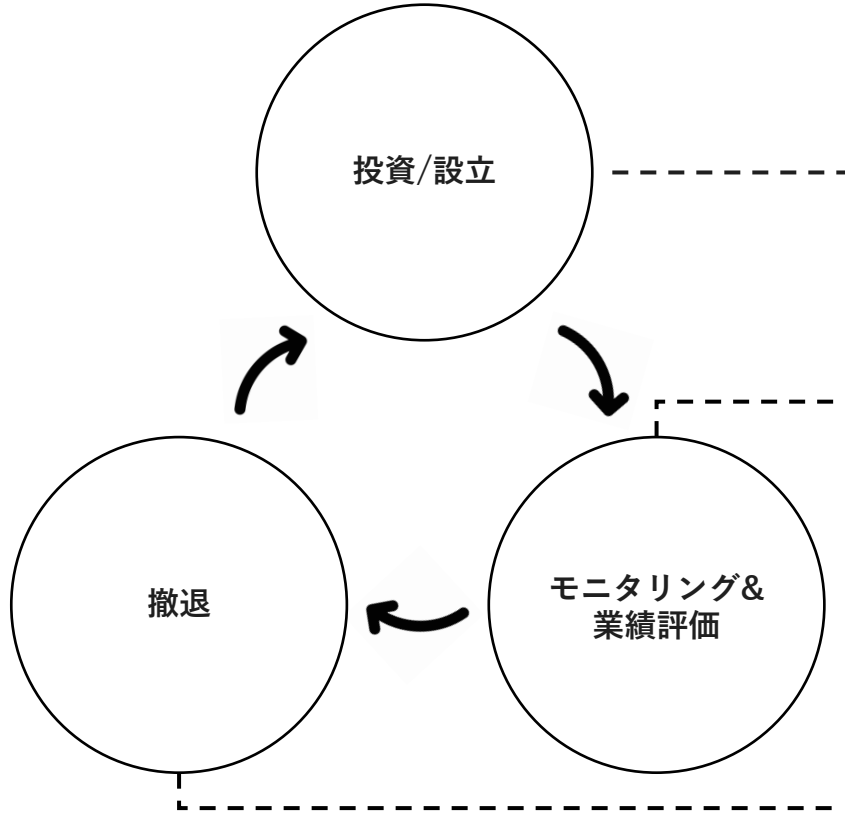
資本分配に関する基本方針

成長投資・株主還元の両立を図り、企業価値最大化を追求。余剰資金および創出されたキャッシュは、成長投資を最優先していく



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



投資基準

- ① NPV ≥ 0 (標準資本コストを適用)
- ② ROIC $\geq 9\%$
- ③ IRR9%以上 (ベンチャー投資時は30%以上)

モニタリング&業績評価

- ① 事業計画とKPIのタイムリーなモニタリング
- ② [収益規模] 売上成長率・営業利益・EVA
- ③ [効率性] ROIC > WACC

下記の基準抵触で、事業継続の可否を審議

撤退基準

- ① 3期連続赤字
- ② 投資時点の計画比で大幅下方乖離
- ③ EVA [NOPAT-(投下資本×資本コスト)] の3期累計赤字

M&Aに関する基本方針

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との比較及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

STEP1 | 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

STEP2 | 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

STEP3 | デュー・デリジェンス

- 事業責任者（担当役員）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

STEP4 | 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

STEP5 | 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

バランスシートマネジメント

ROE \geq 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

流動資産

現金及び現金同等物

- ・ 経常収支1ヶ月分+PeX事業の預り金が目安

余剰資金

- ・ 余剰資金(※1)は成長投資、株主還元積極的に配分

固定資産

政策保有株式

- ・ 資本コストに見合わない株式は原則保有しない

(2022年12月末時点)

※1: 余剰資金 = 161億(現預金) - 119億(平均経常支出1ヶ月分) - 17億(PeX預り金) = 25億

※2: 現在の自己資本 = 271億



負債

有利子負債

- ・ 成長投資資金は保有資金で賄える状態にあるため、不要な借入はしない
- ・ 大型M&A等、資本調達が必要な場合には、借入を利用

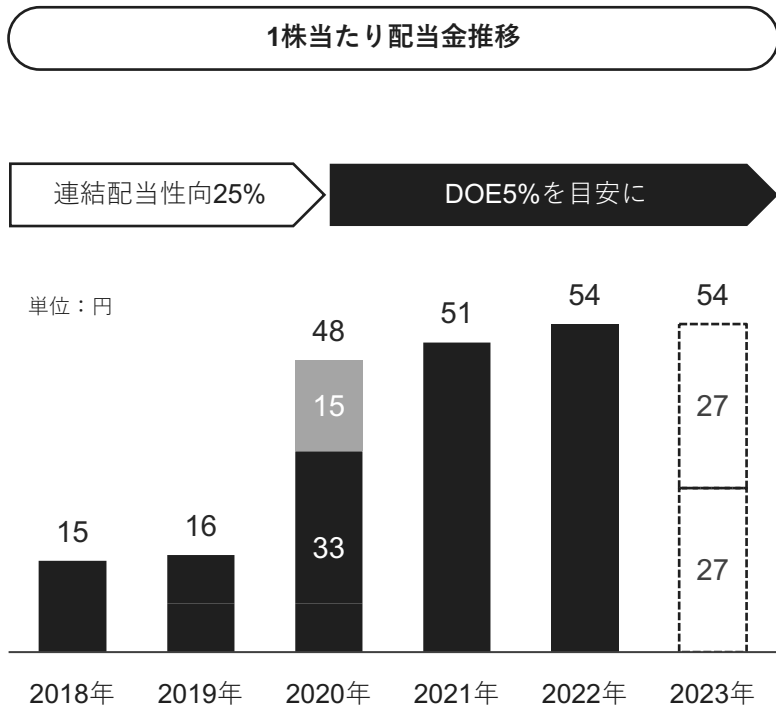
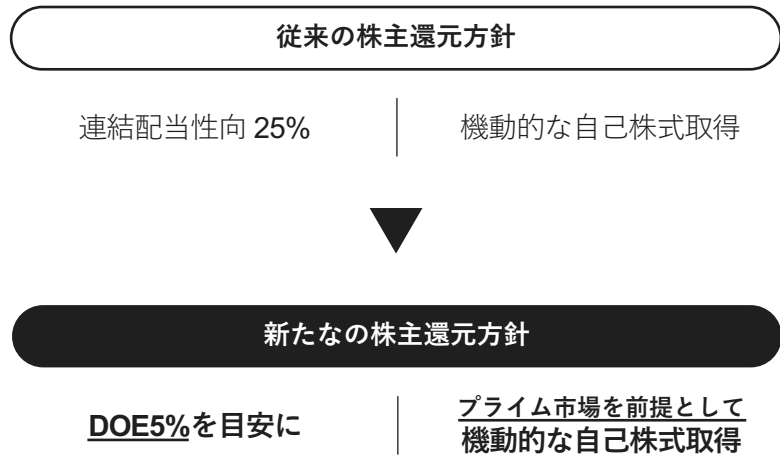
純資産

自己資本(※2)

- ・ 積極的な成長投資・株主還元による資本効率化を意識
- ・ DOE5%目安
- ・ 流通株式35%を下回らない範囲で自己株式取得

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**



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。