



2023年12月期

通期決算説明資料

2024.02.13 | 東証プライム：3688

CONTENTS

01	2023年12月期 通期連結決算の概要	02
-----------	------------------------	----

02	通期業績見通しと株主還元	12
-----------	--------------	----

03	事業の概況	18
-----------	-------	----

APPENDIX

サステナビリティの取り組み	39
---------------	----

中期経営計画（再掲）	43
------------	----

インターネット広告市場動向	49
---------------	----

会社概要	54
------	----

各種方針	60
------	----



2023年12月期 通期エグゼクティブサマリー

業績

- 売上総利益は4Qは前年同Q比でプラス成長に反転するも通期では前年比▲7.4%、214.8億円に
- コスト削減により販管費は前年比▲5.9億円減の201億円となり、営業利益は13.0億円（修正後業績予想比2.6倍）に
- オフィス移転、早期希望退職プログラムの実施、経営統合時ののれんの期末再評価等により特損として39.5億円を計上

トピックス

- テレシーのグロス売上高が過去最高の78.9億円となり前年比25%の成長
- 東銀座オフィスと渋谷オフィスの2拠点を集約し、虎ノ門新オフィスへ移転
- サステナビリティ経営を推進し、D&I領域で複数の認定獲得や受賞
（えるぼし認定「3つ星」、D&I AWARD「ベストワークプレイス」、PRIDE指標2023「ゴールド」）

2023年12月期 通期業績

単位：百万円	2022年	2023年		
	実績	業績予想 (8月10日修正開示)	実績 (2月5日修正開示)	業績予想比 (8月10日修正開示)
売上高	25,940	24,200	24,111	-0.4%
売上総利益	23,189	-	21,480	-
販売管理費	20,771	-	20,178	-
営業利益	2,418	500	1,301	+160.4%
当期純利益	3,035	-1,600	-2,360	-
EBITDA※	6,093	700	1,163	+66.3%

※ 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

2023年12月期 通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等により前年比で減収減益

セグメント売上高

169.1億円 **YonY -10.2%**

セグメント営業利益

13.6億円 **YonY -59.4%**

インターネット関連サービス事業

広告宣伝費等の抑制により前年比で大きく増益

セグメント売上高

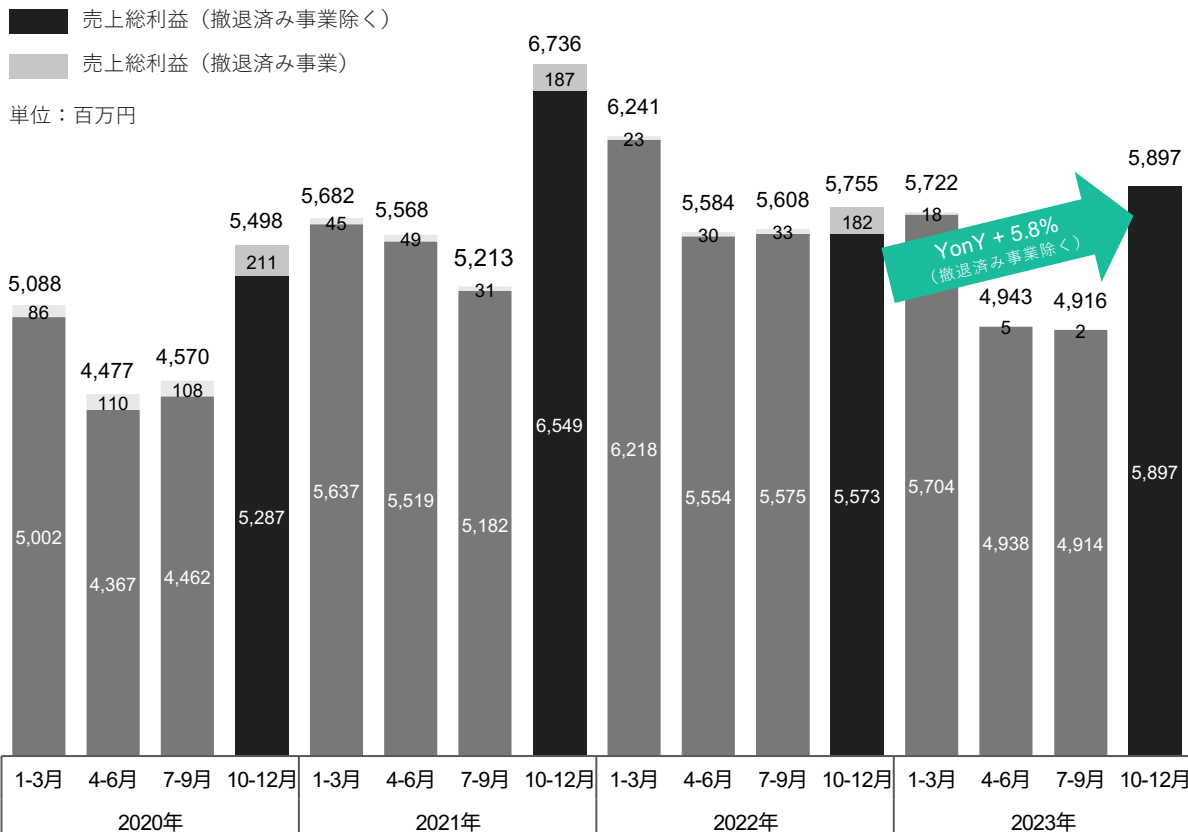
71.8億円 **YonY +1.2%**

セグメント営業利益

5.6億円 **YonY +9.1億円**

※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 推移



通期 売上総利益

214.8億円

YoY -6.4% (撤退済み事業除く)

YoY -7.4% (撤退済み事業含む)

第4四半期 売上総利益

58.9億円

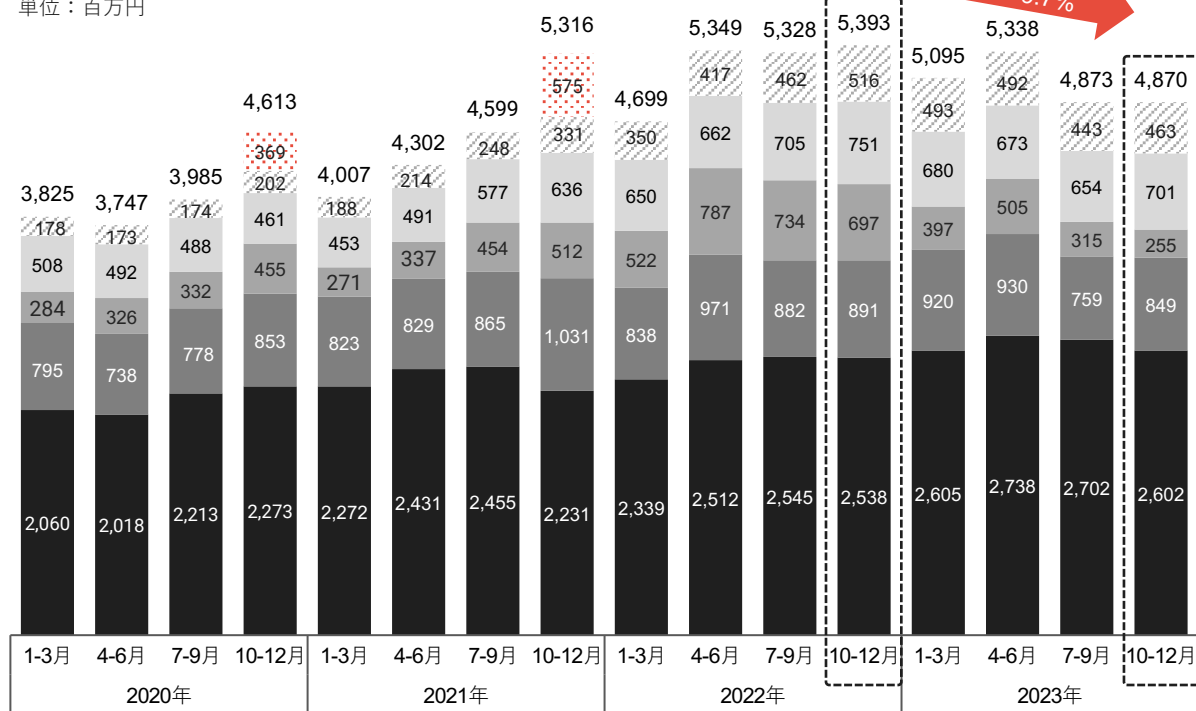
YoY +5.8% (撤退済み事業除く)

YoY +2.5% (撤退済み事業含む)

連結販売管理費 推移



単位：百万円



通期 販売管理費

201.7 億円 YoY -2.9%

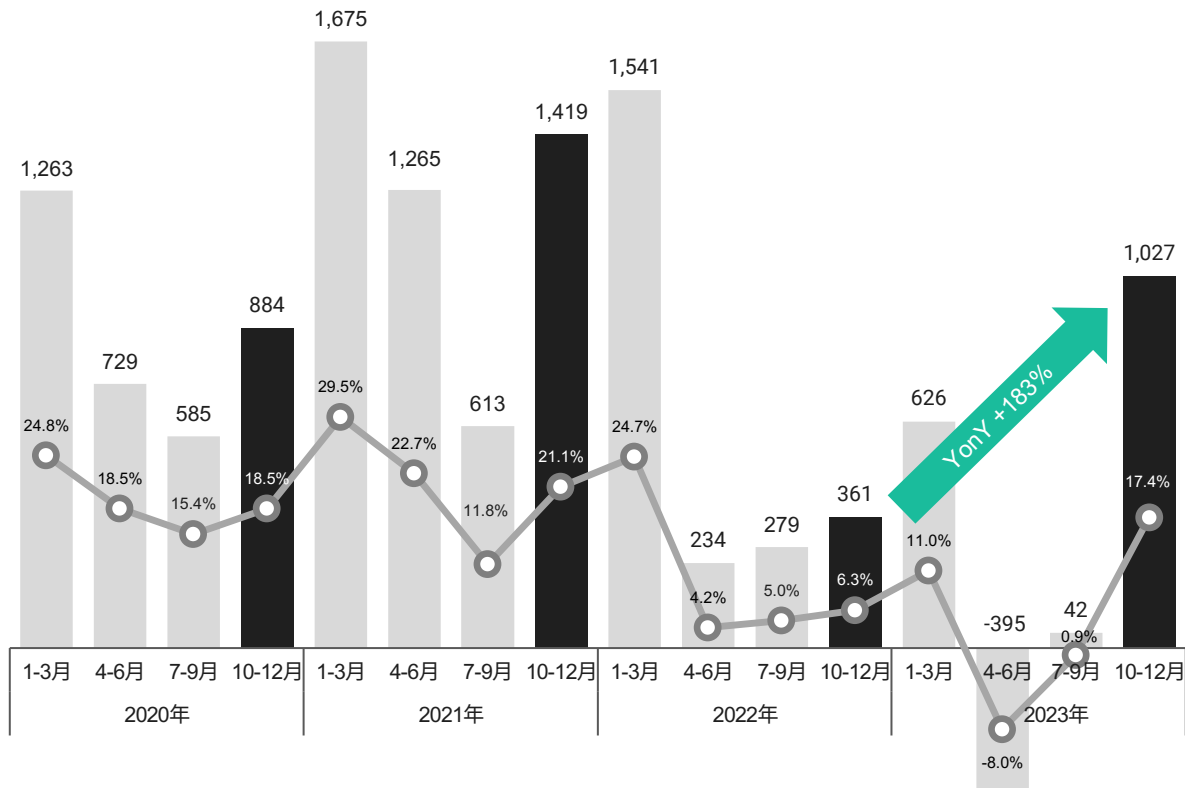
第4四半期 販売管理費

48.7 億円 YoY -9.7%

連結営業利益 推移

■ 営業利益 ○ オペレーティング・マージン (%)

単位：百万円



通期 営業利益

13.0 億円 **YoY -46.2%**

第4半期 営業利益

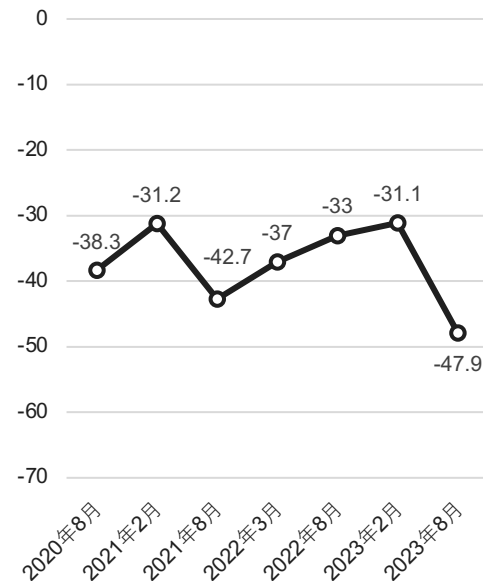
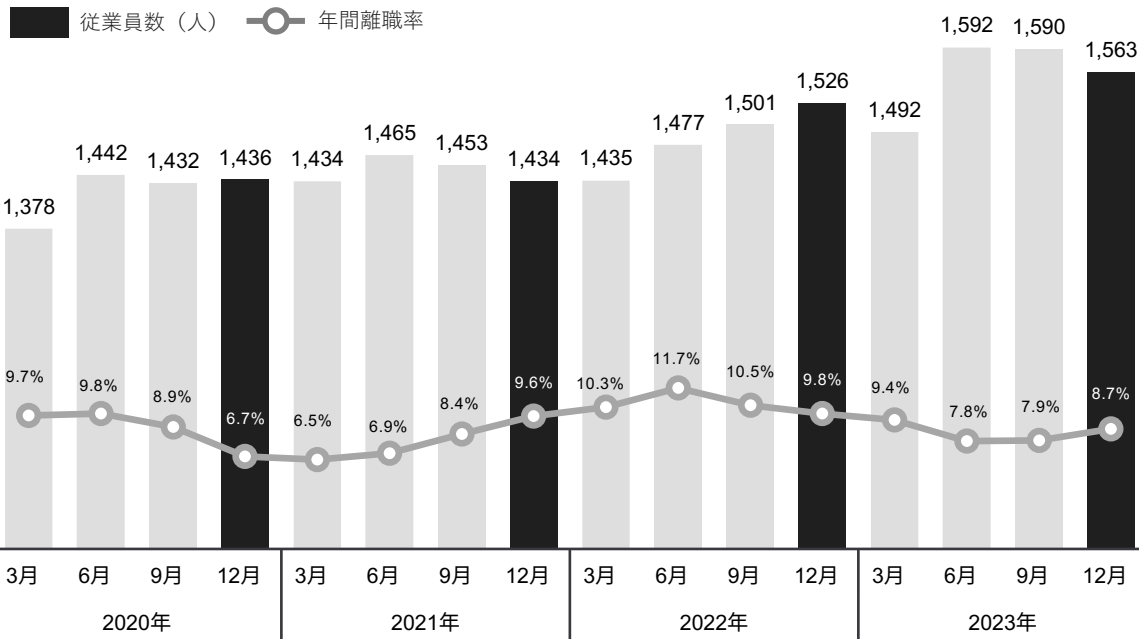
10.2 億円 **YoY +183.9%**

従業員数/離職率/eNPS

中途採用抑制により従業員数は減少。早期希望退職者を含む12月末の退職者105名は、2024年1Qに反映

従業員数※1)・年間離職率(※2)推移

eNPS(※3)推移



※1 従業員数は各四半期末日時点の人数

※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。

連結損益計算書

単位：百万円

	2022年	2023年	増減率
売上高	25,940	24,111	-7.1%
売上総利益	23,189	21,480	-7.4%
販売管理費	20,771	20,178	-2.9%
営業利益	2,418	1,301	-46.2%
営業外収益	698	669	-4.1%
営業外費用	79	173	+116.8%
経常利益	3,036	1,798	-40.8%
特別利益	2,017	51	-97.4%
特別損失	355	3,956	+1,012.5%
税金等調整前当期純利益	4,698	-2,105	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,035	-2,360	-
EBITDA※	6,093	1,163	-80.9%

2022年 営業利益以下の主な内訳

営業外収益 698百万円		特別利益 2,017百万円	
賃貸解約 関係収入	283	投資有価証券 売却益	1,221
為替差益	157	持分変動利益	680
持分法による 投資利益	103	関係会社株式 売却益	116

2023年 営業利益以下の主な内訳

営業外収益 669百万円		特別損失 3,956百万円	
出資分配金	291	オフィス移転関連費 用（旧オフィス資産 の減損損失、重複家 賃）	1,672
受取利息及び 配当金	147	経営統合のれん等 の減損損失	1,463
為替差益	104	早期希望退職者募集 に伴う特別退職金	519

※ 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135億円、自己資本比率47.2%と十分な財務基盤に

単位：百万円	2023年12月末	2022年12月末	増減	2023年9月末	増減
流動資産	37,669	38,364	-695	32,778	+4,890
うち現金及び預金	13,528	16,101	-2,573	14,196	-668
固定資産	12,194	12,075	+118	12,649	-455
総資産	49,863	50,440	-577	45,427	+4,435
流動負債	25,704	21,841	+3,862	19,467	+6,237
固定負債	325	1,127	-801	954	-628
純資産	23,833	27,471	-3,638	25,005	-1,172
負債及び純資産	49,863	50,440	-577	45,427	+4,435

CONTENTS

01	2023年12月期 通期連結決算の概要	02
----	------------------------	----

02	通期業績見通しと株主還元	12
----	--------------	----

03	事業の概況	18
----	-------	----

APPENDIX

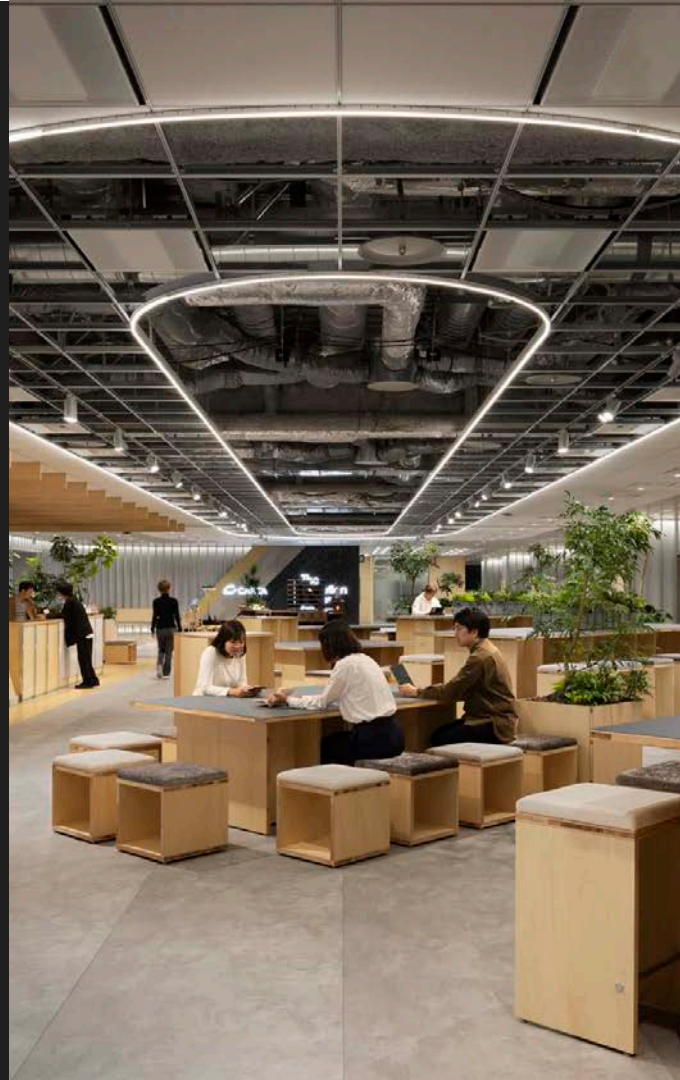
	サステナビリティの取り組み	39
--	---------------	----

	中期経営計画（再掲）	43
--	------------	----

	インターネット広告市場動向	49
--	---------------	----

	会社概要	54
--	------	----

	各種方針	60
--	------	----

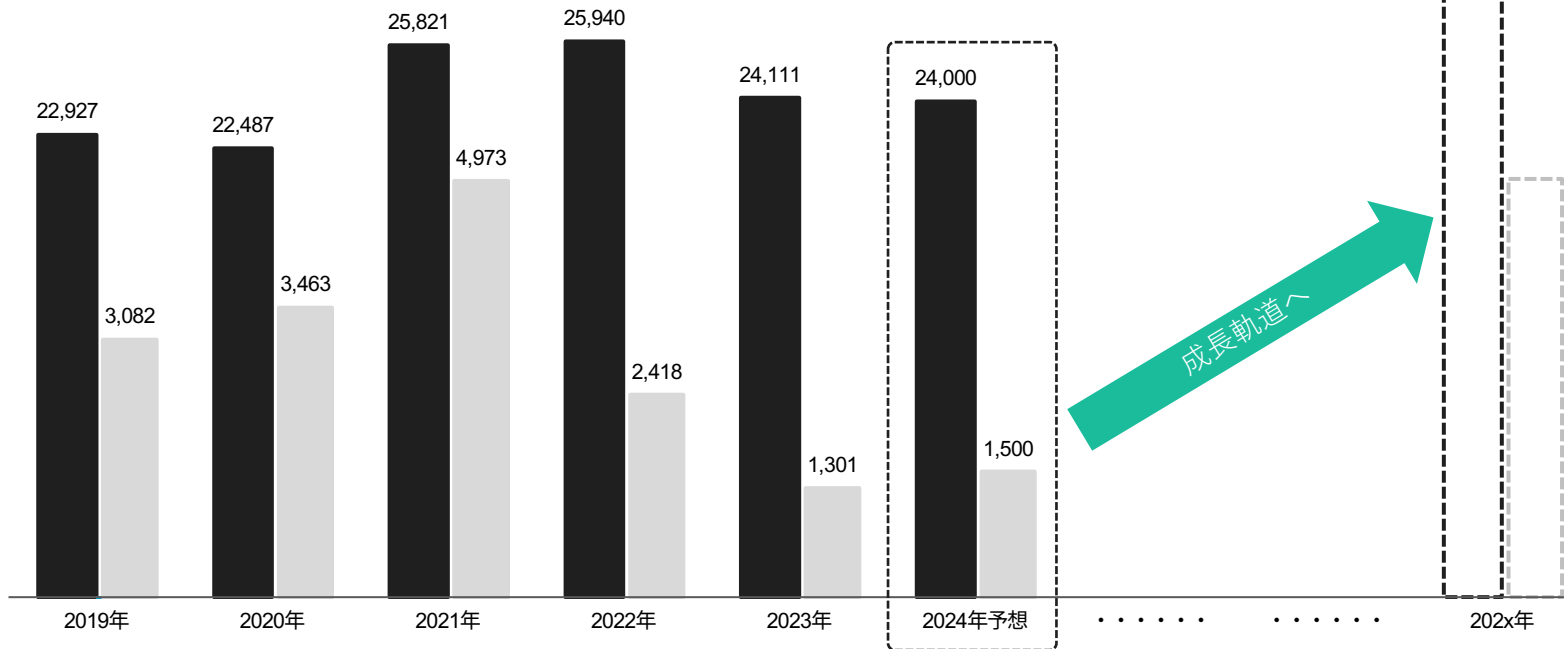


2024年12月期 通期業績見通し

■ 売上高
■ 営業利益
単位：百万円

売上高 **240**億円 **YoY -0.5%**
営業利益 **15**億円 **YoY +15.2%**

経営統合後、経営基盤の整備や新規事業立ち上げ、事業の構造改革などを推進。2023年度の営業利益をボトムに、高い成長と企業価値向上を図る。



2024年12月期 通期業績見通し

市場環境としては先行きの不透明感はありつつも、緩やかな回復傾向が続く見込み。
一方でPF各社におけるcookie規制強化による広告単価の下落等の影響も踏まえ、保守的な業績予想に。

単位：百万円	2023年12月期 実績	2024年12月期 業績予想	前年比
売上高	24,111	24,000	-0.5%
売上総利益	21,480	21,500	+0.1%
販売管理費	20,178	20,000	-0.9%
営業利益	1,301	1,500	+15.2%
当期純利益	-2,360	800	-
EBITDA※	1,163	2,300	+97.6%

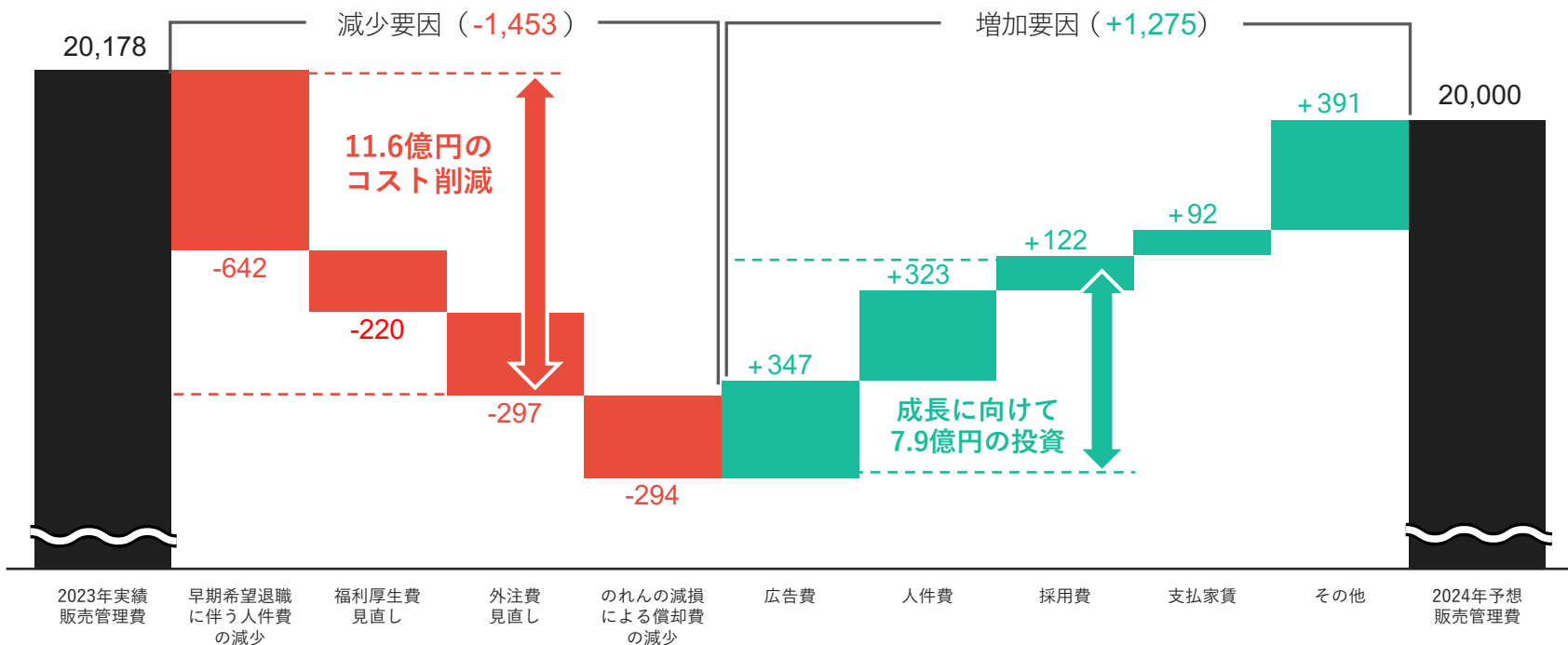
※ EBITDA（利払い前・税引き前・償却前利益）＝税金等調整前当期純利益＋支払利息＋減価償却費＋償却費＋のれん償却費＋固定資産除却損＋減損損失＋前渡金評価損

販売管理費 増減要因

2023年度に取り組んだ固定費を中心とした販売管理費の削減施策により11.6億円のコストを削減、2024年度は成長に向けた投資として7.9億円積み増し、販売管理費は200億円に

■ 減少 ■ 増加 ■ 合計

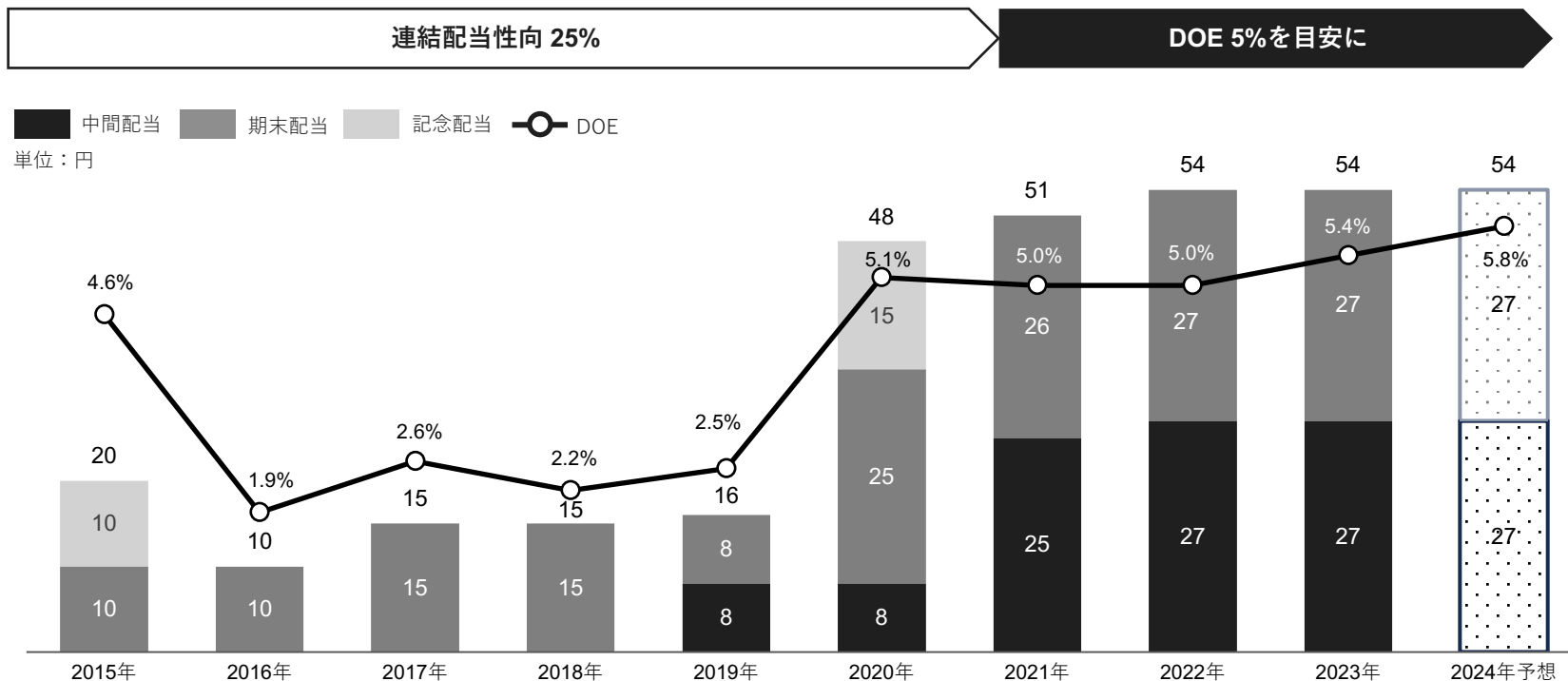
単位：百万円



株主還元

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
 配当はDOE5%を目安とし、プライム市場の基準（流通比率等）を満たす
 範囲内で、機動的な自己株式取得を行う

1株当たり配当金推移



経営体制

取締役7名

常勤取締役3名



宇佐美 進典
代表取締役
社長執行役員



新澤 明男
取締役
副社長執行役員



永岡 英則
取締役
執行役員CFO

非常勤取締役4名



齋藤 太郎
独立社外取締役



石渡 万希子
独立社外取締役



渡辺 尚
独立社外取締役



北原 整
非常勤取締役

執行役員12名

宇佐美 進典
社長執行役員

新澤 明男
副社長執行役員

永岡 英則
執行役員CFO

目黒 拓
上級執行役員

西園 正志
上級執行役員

古谷 和幸
上級執行役員

岸岡 勝正
執行役員

望月 貴晃
執行役員

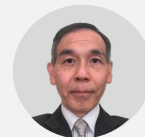
鈴木 健太
執行役員CTO

小椋 祐二
執行役員

岩崎 理
執行役員

梶原 理加
執行役員

監査役3名



野口 誉成
独立社外監査役



茂田井 純一
独立社外監査役



波多野 日出夫
監査役

CONTENTS

01	2023年12月期 通期連結決算の概要	02
-----------	------------------------	----

02	通期業績見通しと株主還元	12
-----------	--------------	----

03	事業の概況	18
-----------	-------	----

APPENDIX

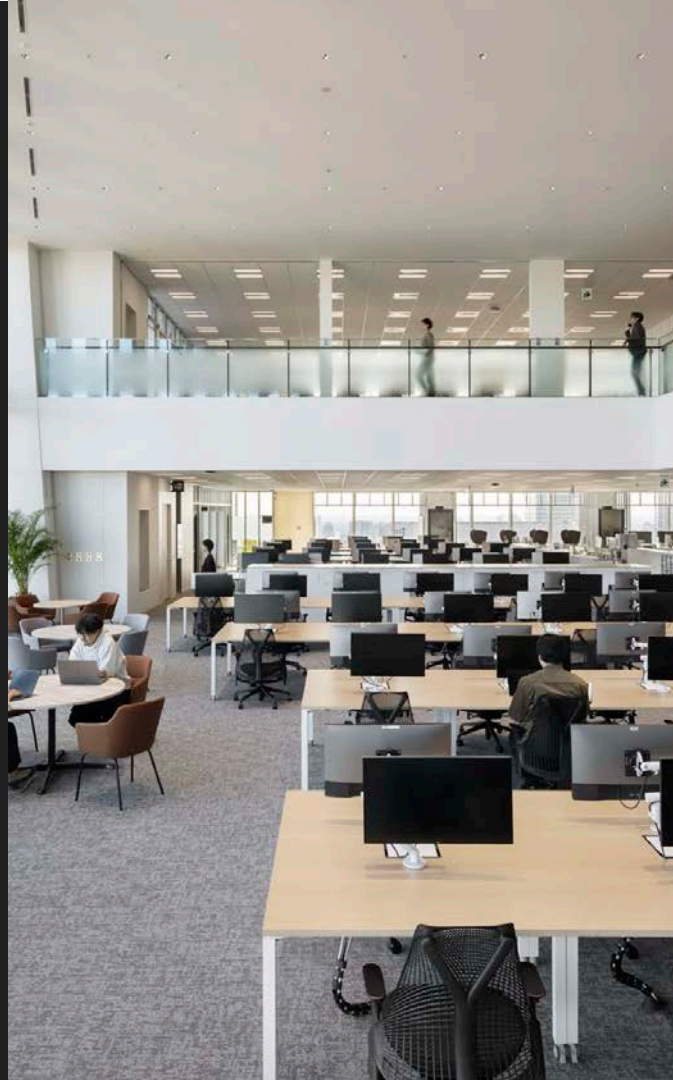
サステナビリティの取り組み	39
---------------	----

中期経営計画（再掲）	43
------------	----

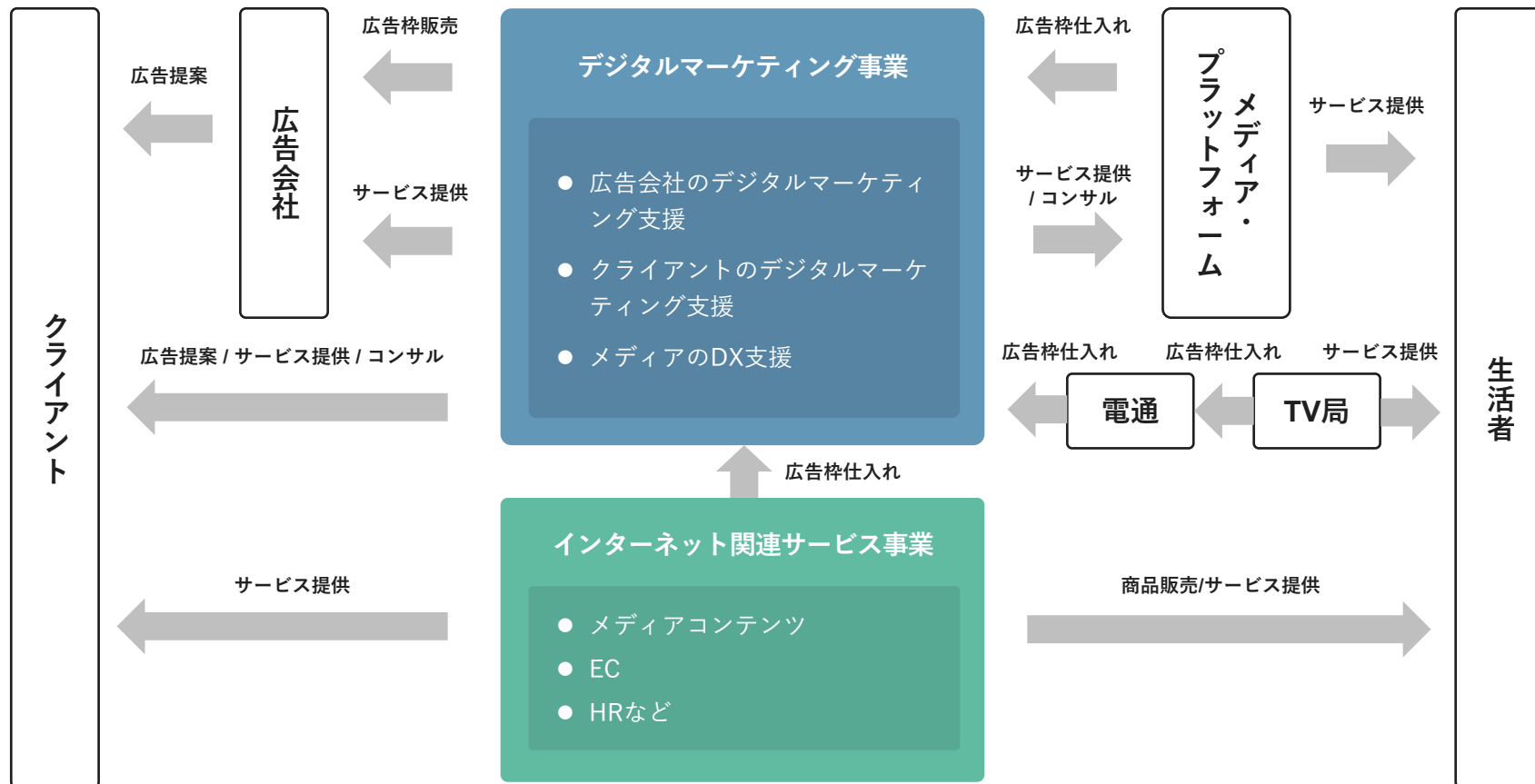
インターネット広告市場動向	49
---------------	----

会社概要	54
------	----

各種方針	60
------	----



ビジネスモデルの概要

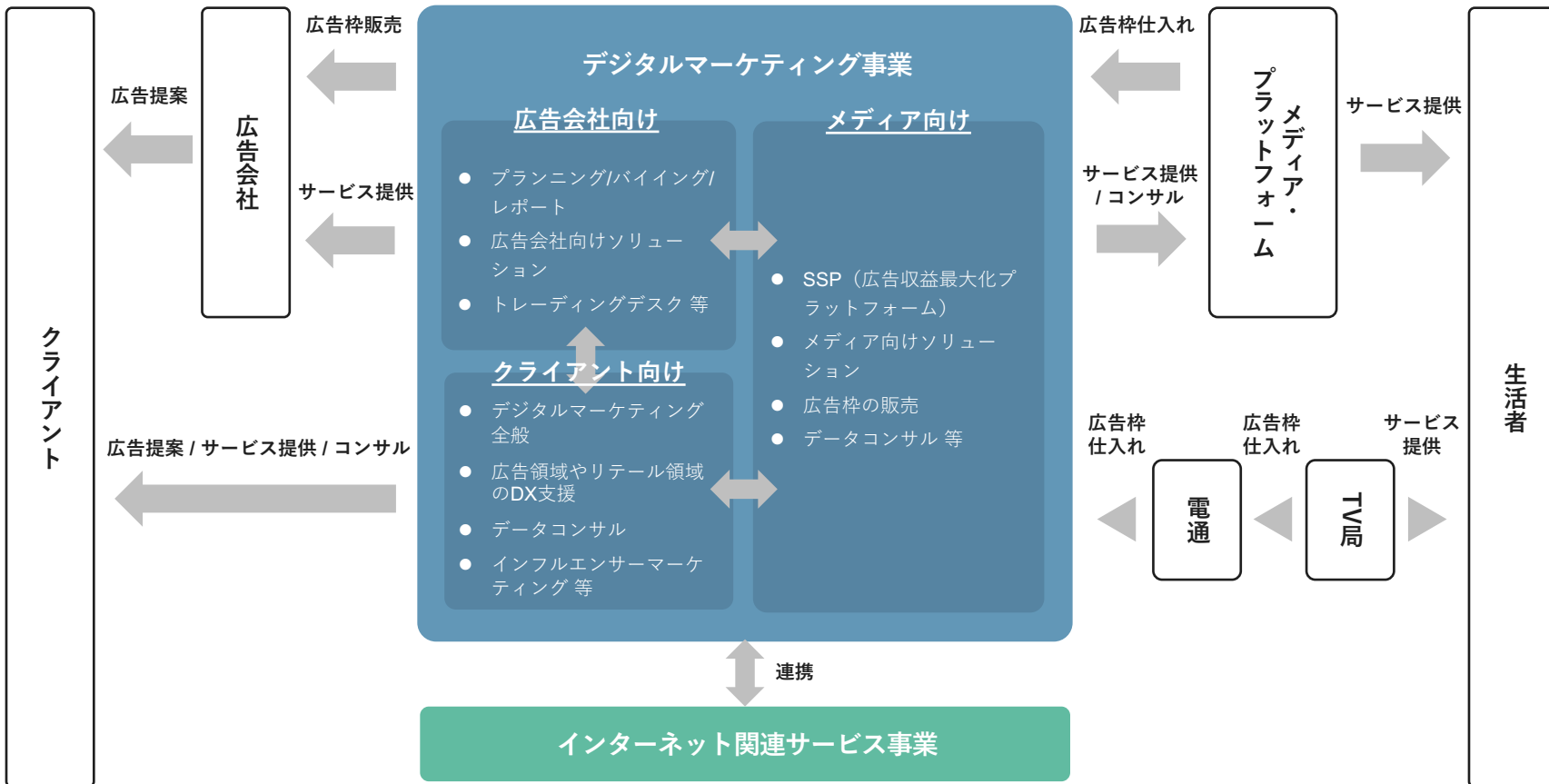


DIGITAL MARKETING

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

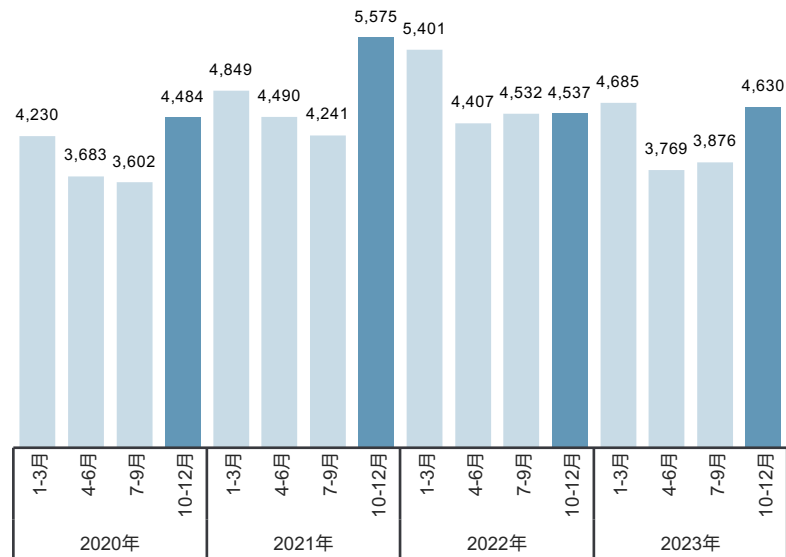


デジタルマーケティング事業 セグメント業績

売上高は前年比2%増の46.3億円、営業利益は53%増の9.5億円に

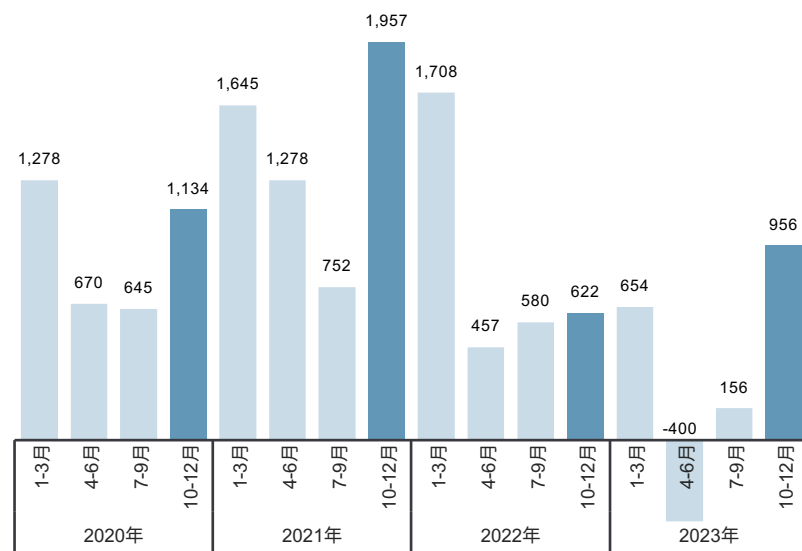
セグメント売上高 **46.3**億円 YoY +2.1%

単位：百万円



セグメント営業利益 **9.5**億円 YoY +53.7%

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

2023年度におけるデジタルマーケティング事業の業績悪化の要因と対策

業績悪化の要因

対策

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

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

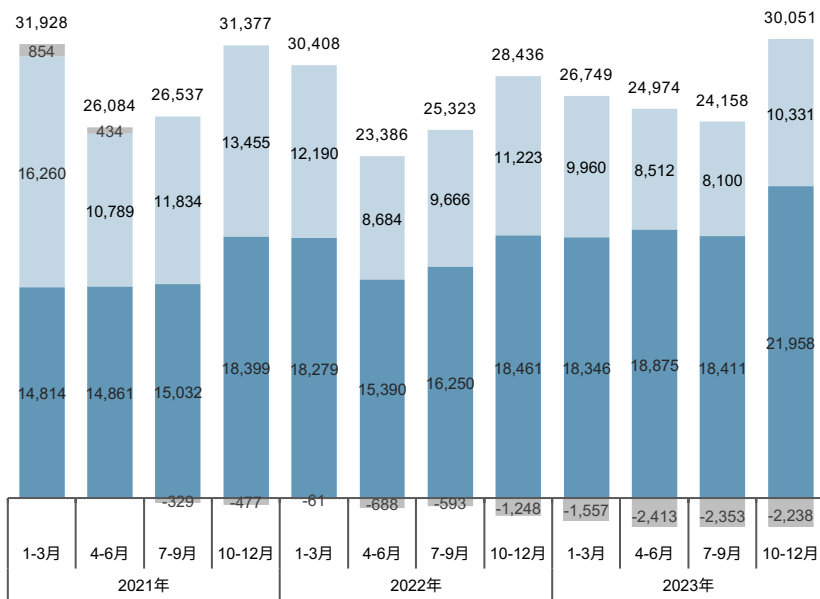
- 直販営業している子会社4社（ATRAC・PORTO・CARTA AGE・Zucks）をCARTA MARKETING FIRMに統合し、営業力・提案力の強化を図る
- CCIにおいては電通などの広告会社と連携強化を図り、広告会社とより一体的な営業活動を推進

商材別取扱高・業種別取扱高

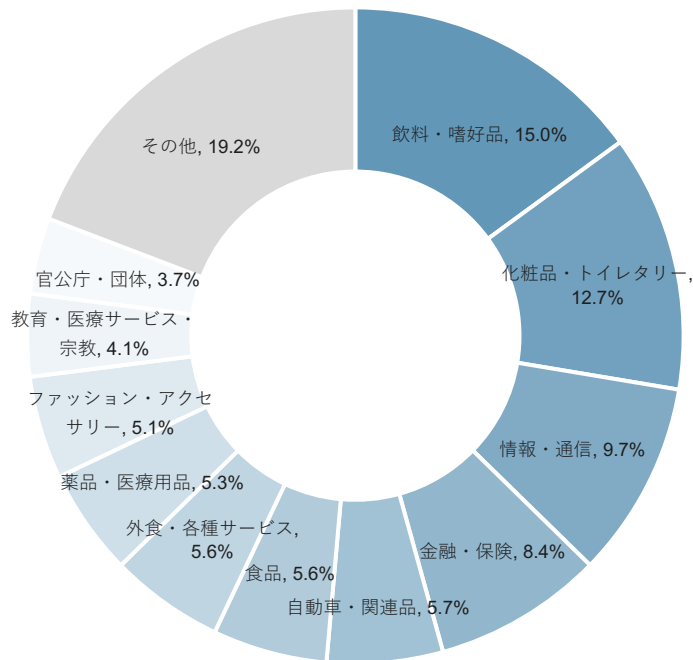
商材別取扱高

■ 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

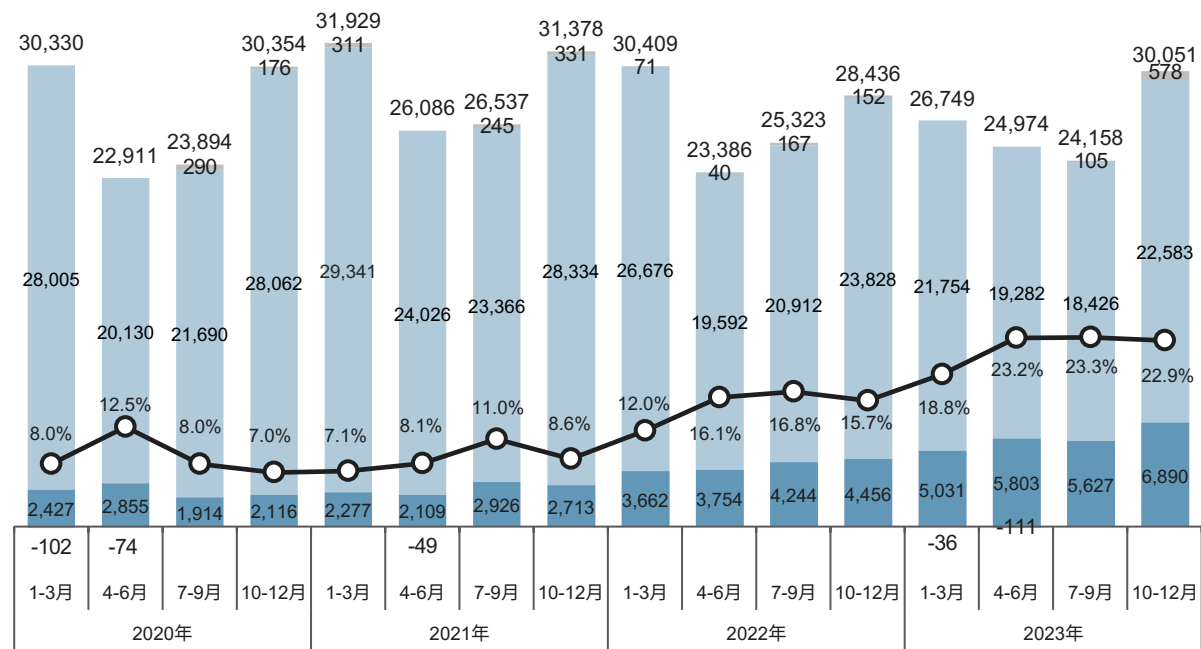


取扱高に対する直販比率

直販比率は23%まで向上し、直販取扱高は前年比54%増の68.9億円に

■ 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4四半期 直販取扱高

68.9億円 **YoY +54.6%**

第4四半期 直販比率

22.9% **YoY +7.2pt**

サードパーティークッキー廃止（Cookieレス）への対応状況

ネット広告への影響

①ターゲティング 広告の変化

- クッキーの利用範囲制限
- 個別ユーザーの追跡（リターゲティング等）困難化

②ユーザー測定 の変化

- 広告パフォーマンス分析の制約
- クロスデバイストラッキングの制約

③データの統合の 重要性

- ファーストパーティータの重要性増加
- データクリーンルームの構築



CARTAとしての対応状況

脱cookieプロダクト開発の強化

- コンテンツターゲティング広告
- 媒体独自ID生成ターゲティング広告の共同開発
- chromeのPrivacy SandboxをAPI活用したプロダクト開発の実証実験



ファーストパーティータの活用強化

- 共通IDへの積極的な参加（ID5等）
- プラットフォーマーのクリーンルームの活用することによる広告主データの詳細分析
- 独自のクリーンルームデータのエクステンションサービスの提供



デジタルマーケティング事業 トピックス



2023.10.10

D-Marketing Academy、ライトアップの「助成金サポートパッケージ」の提供を開始～助成金申請の負担を抑え、企業の育成コストを大幅に低減～



2023.11.01

CCI、Meta が主催する「Meta Agency Award」にて「Best Growth Partner Award Bronze」を受賞



2023.11.15

CCI、「Data Dig」においてGoogle提供の「Ads Data Hub」を活用し、YouTube広告で新たな評価指標を用いた検証サービスの提供を開始



2023.12.04

CCI、役員人事および業務執行体制に関するお知らせ

Zucks China

2023.12.22

Zucks Chinaの代表変更、広州支社拠点の営業開始のお知らせ



2023.12.26

デジタル、LINEのパッケージ認定

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

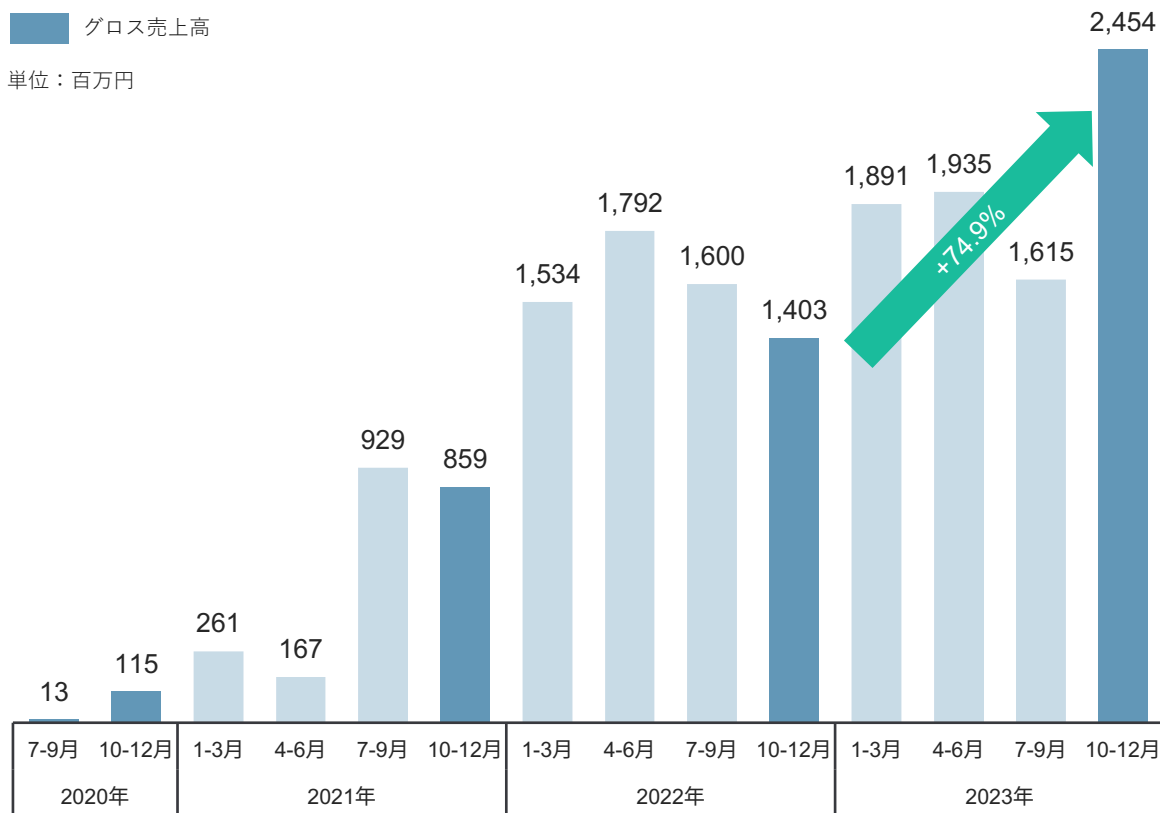
販促データ基盤構築

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



通期 グロス売上高

78.9億円 YonY +24.7%

第4半期 グロス売上高

24.5億円 YonY +74.9%

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



makिया

マキヤアプリかを
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。



新生堂薬局 × DigiLue

デジタル、
新生堂薬局の会員証、
処方せん送信をデジタル化



LINE Technology Partner × 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年に特許出願、2023年特許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



DEAN & DELUCA



ニシムタ

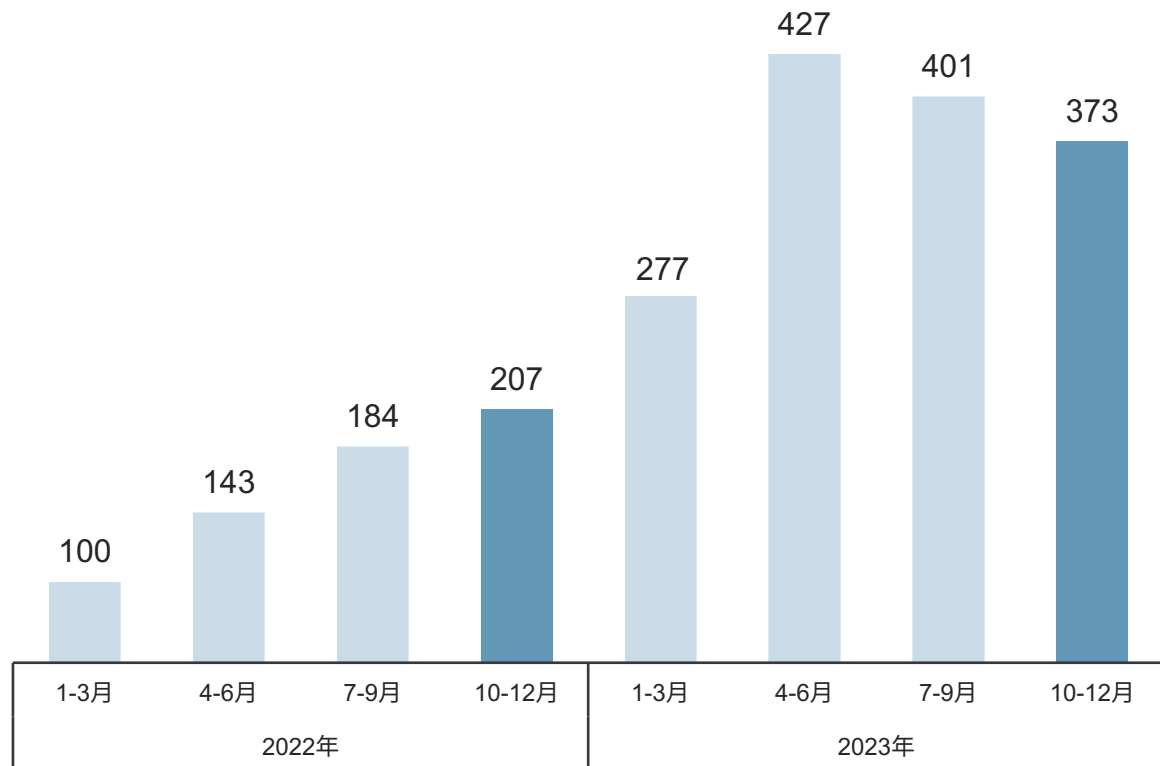


WonderGOO

など、その他多数

リテール領域 グロス売上高（指数）

■ グロス売上高（指数） ※2022年1-3月時点の売上高を100とする



第4四半期 グロス売上高（指数）

373 YoY +80.3%

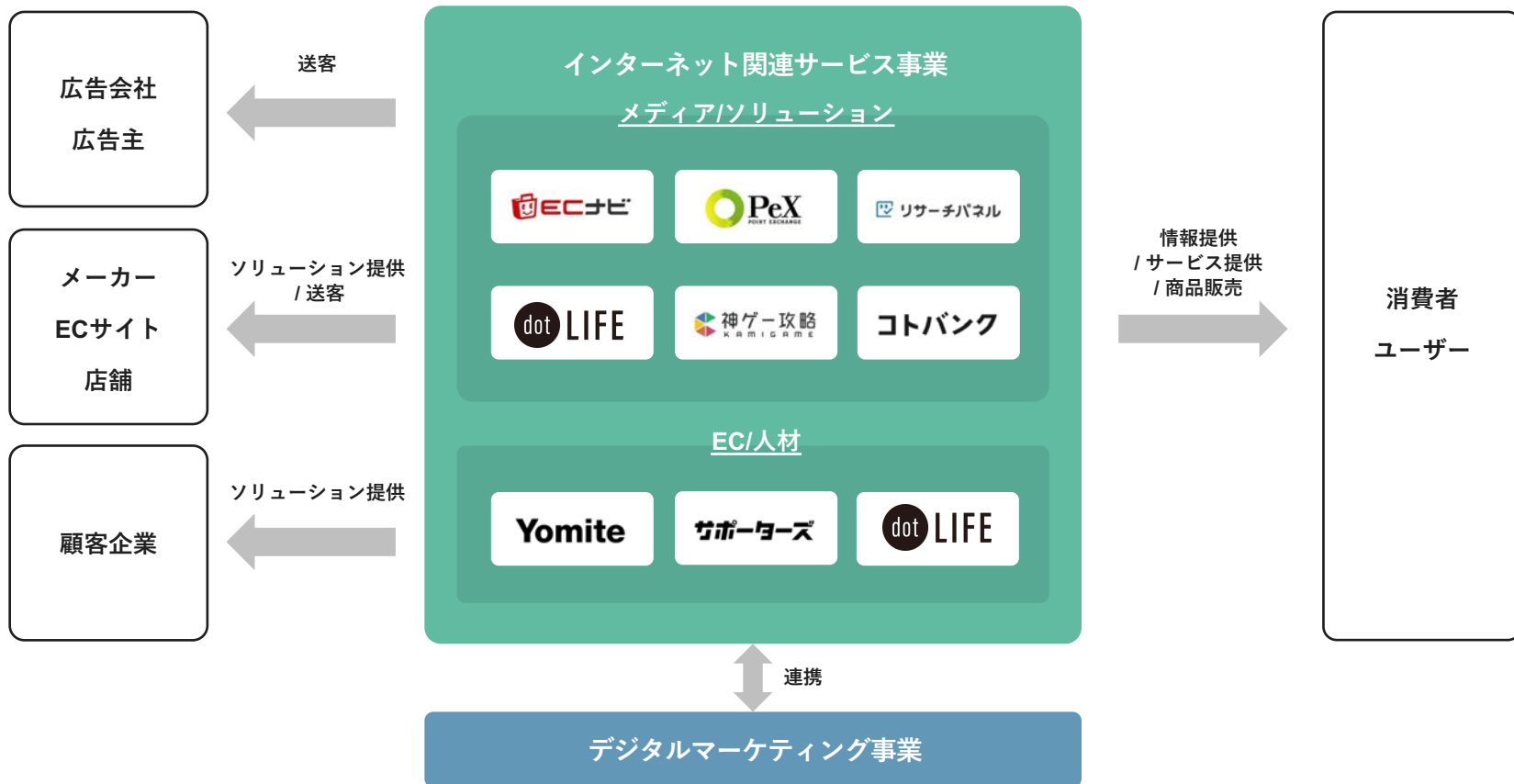
※ 2023年11月13日に発表しました「2023年12月期第3四半期決算説明資料」について、リテール領域グロス売上高（指数）の2023年7-9月の集計方法に誤りがございましたので、訂正しております。

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



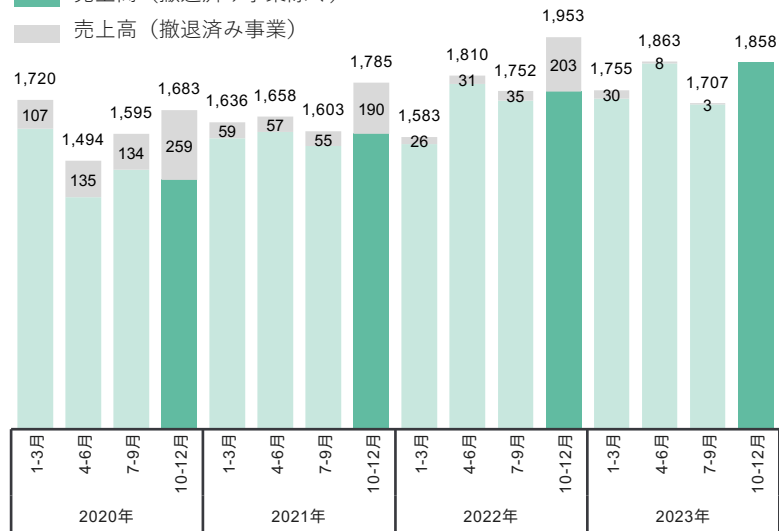
インターネット関連サービス事業 セグメント業績

撤退済事業を除く売上高は前年同四半期比で6%増、営業利益は2.2億円（前年比+3.3億円）に

セグメント売上高 **18.5**億円 YoY -4.9%

単位：百万円

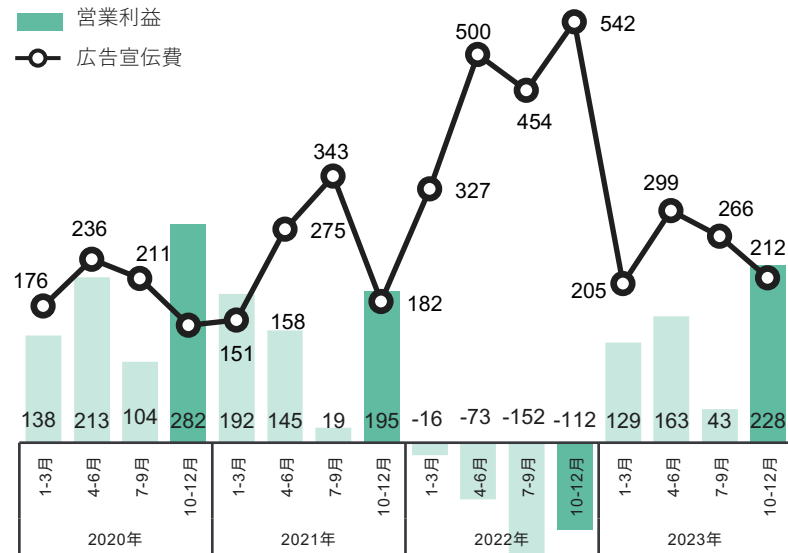
■ 売上高（撤退済み事業除く）
■ 売上高（撤退済み事業）



セグメント営業利益 **2.2**億円 YoY +3.4億円

単位：百万円

■ 営業利益
○ 広告宣伝費

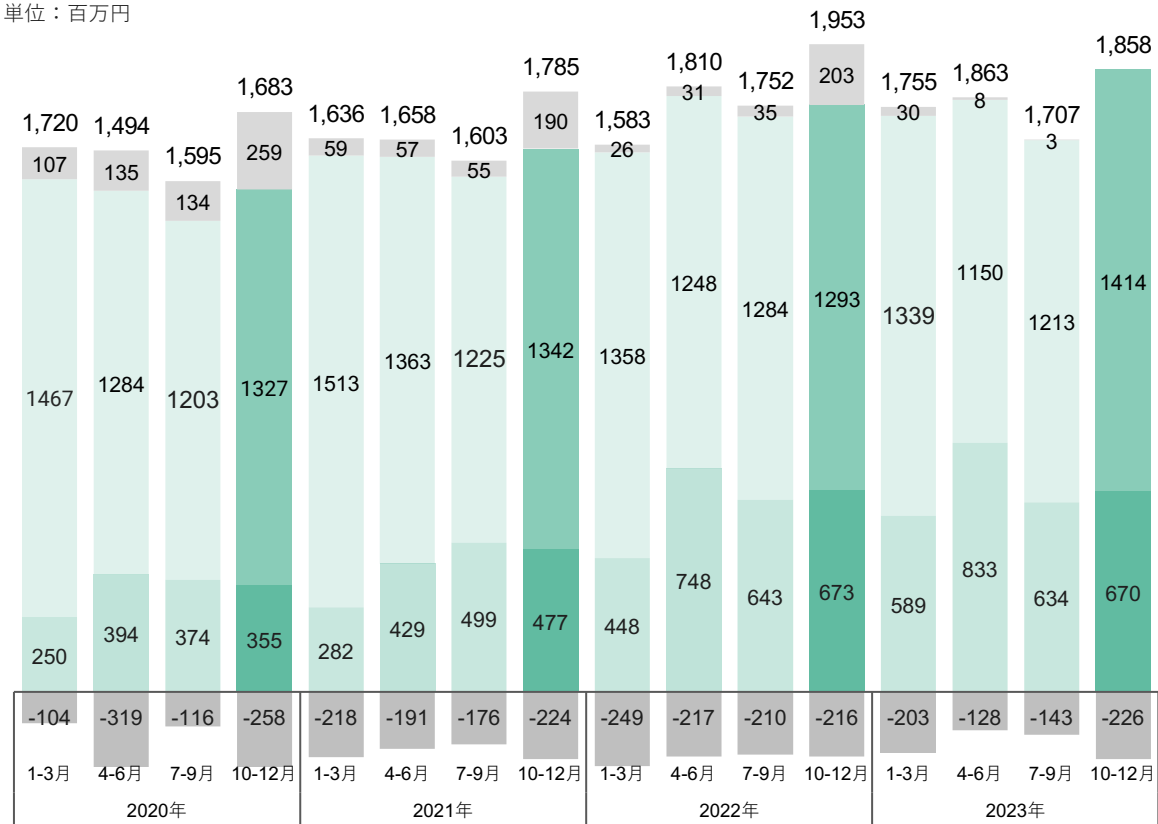


※ セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません

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
 ■ 撤退済み事業
 ■ 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

14.1 億円 YoY +9.3%

EC / 人材

6.7 億円 YoY -0.5%

トピックス



サポーターズ

2023.10.06

サポーターズ『技育プロジェクト』、日本の人事部「HRアワード2023」人材開発・育成部門優秀賞を受賞



デジコ

2023.10.12

デジコ、「貯蓄と消費」に関する意識調査を実施



サポーターズ

2023.11.02

サポーターズ、「2025年卒 エンジニア学生対象 就職希望企業ランキング」を公開



ECナビ

2023.12.13

ポイントサイト「ECナビ」のスマイルプロジェクト、5つのチャリティ団体へ総額500万円を寄付 ～子どもたちへの教育支援や、突発的な災害支援を通じて日本を笑顔に～

CONTENTS

01	2023年12月期 通期連結決算の概要	02
----	------------------------	----

02	通期業績見通しと株主還元	12
----	--------------	----

03	事業の概況	18
----	-------	----

APPENDIX

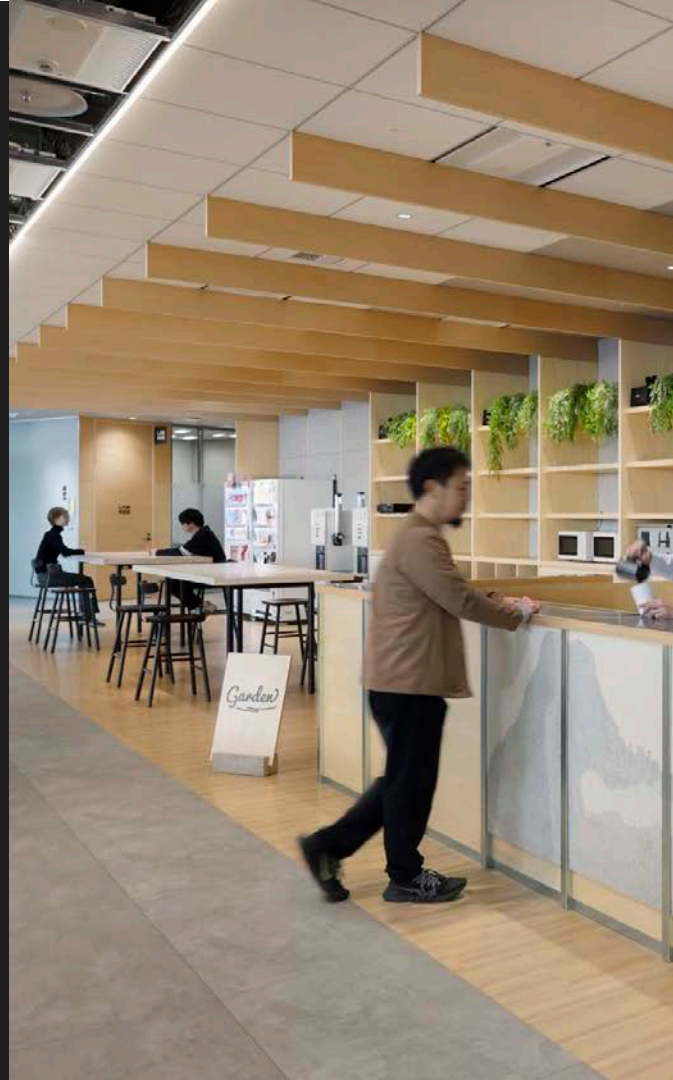
	サステナビリティの取り組み	39
--	---------------	----

	中期経営計画（再掲）	43
--	------------	----

	インターネット広告市場動向	49
--	---------------	----

	会社概要	54
--	------	----

	各種方針	60
--	------	----



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

女性活躍推進企業認定
「えるぼし認定（3つ星）」

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

- 女性エンパワメントプログラム「MAST」実施
- 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。



LGBTQ+への取り組み

CARTA HOLDINGSは、LGBTQ+への取り組みを評価する「PRIDE指標2023」にて最高ランクの「ゴールド」を受賞しました。



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10月、日本の人事部「HRアワード2023」人材開発・育成部門優秀賞受賞。

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 通期連結決算の概要	02
----	------------------------	----

02	通期業績見通しと株主還元	12
----	--------------	----

03	事業の概況	18
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティの取り組み	39
--	---------------	----

	中期経営計画（再掲）	43
--	------------	----

	インターネット広告市場動向	49
--	---------------	----

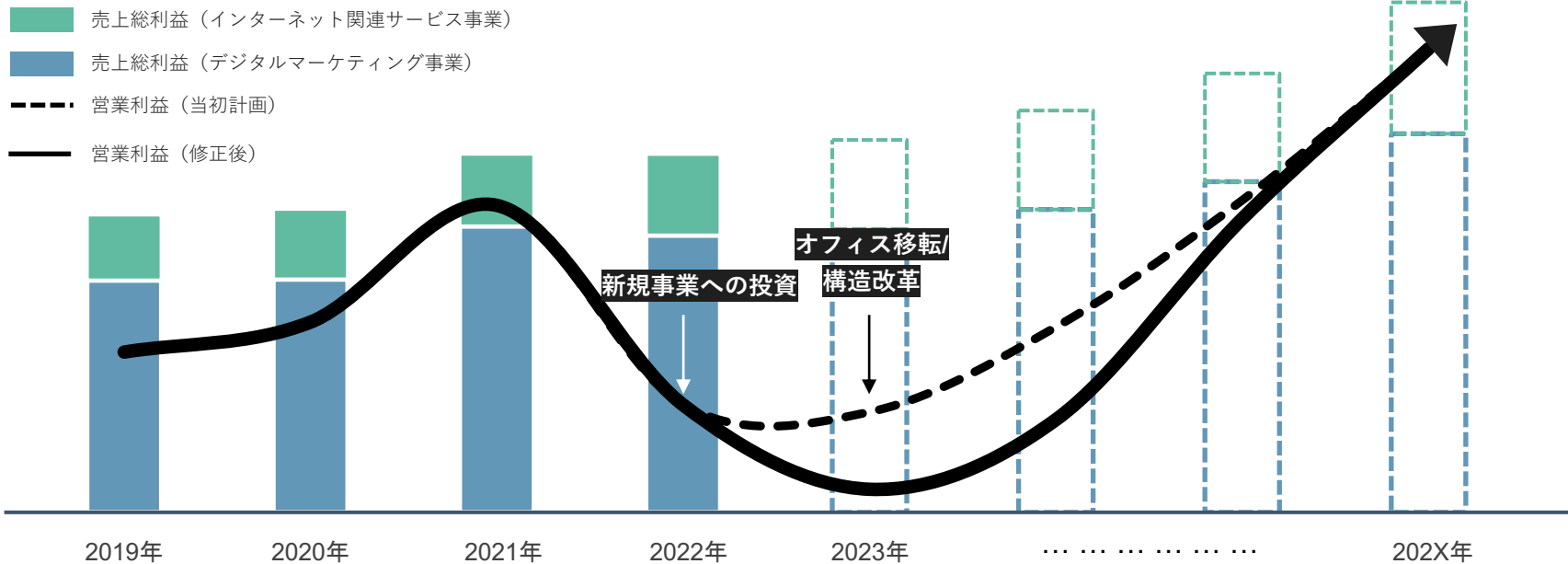
	会社概要	54
--	------	----

	各種方針	60
--	------	----

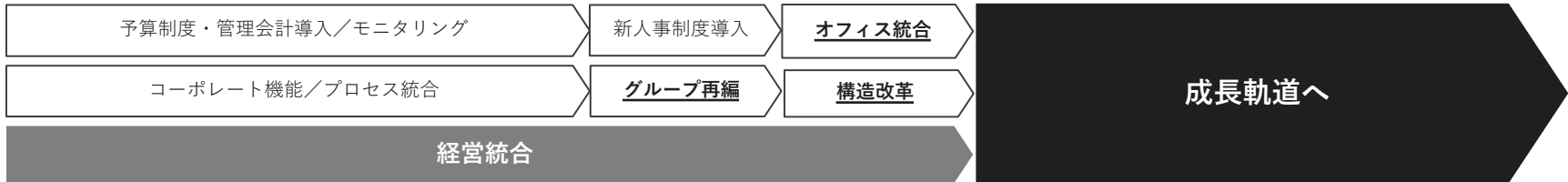


新中期経営方針で目指す方向性

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

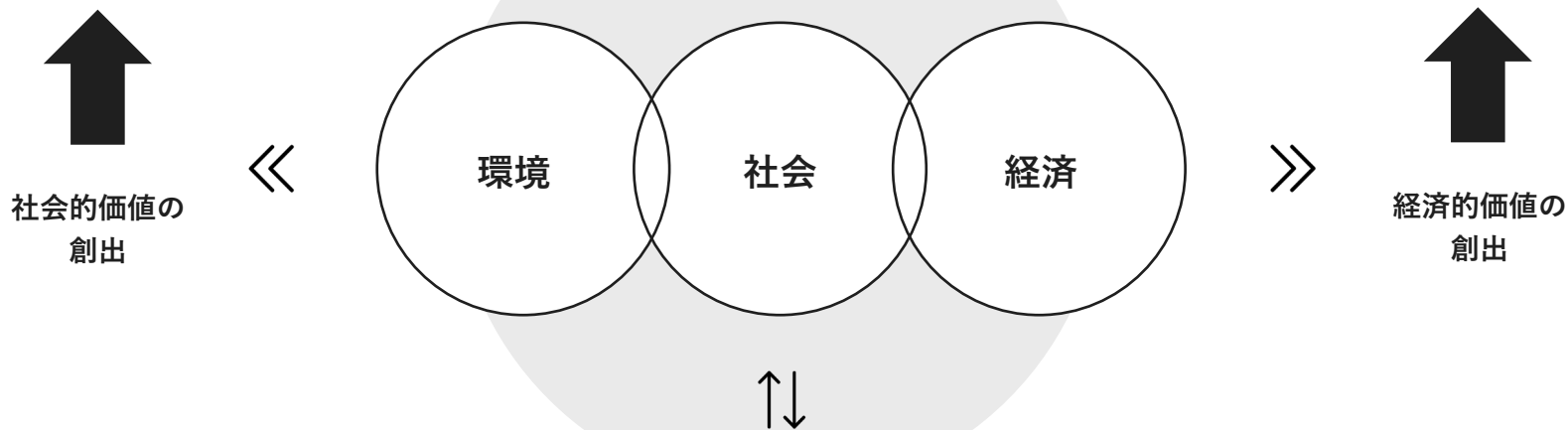
- コーポレート・ガバナンスの高度化と実効性の確保
- コンプライアンス・腐敗防止への対応
- リスクマネジメントの徹底

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ことが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

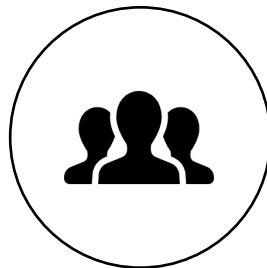
CARTAのマテリアリティ（重要課題）

社会・環境



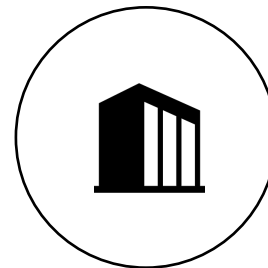
- デジタルトランスフォーメーションの推進による社会や産業の発展
- デジタル広告業界の健全な発展
- 気候変動の緩和と適応

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 通期連結決算の概要	02
----	------------------------	----

02	通期業績見通しと株主還元	12
----	--------------	----

03	事業の概況	18
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティの取り組み	39
--	---------------	----

	中期経営計画（再掲）	43
--	------------	----

	インターネット広告市場動向	49
--	---------------	----

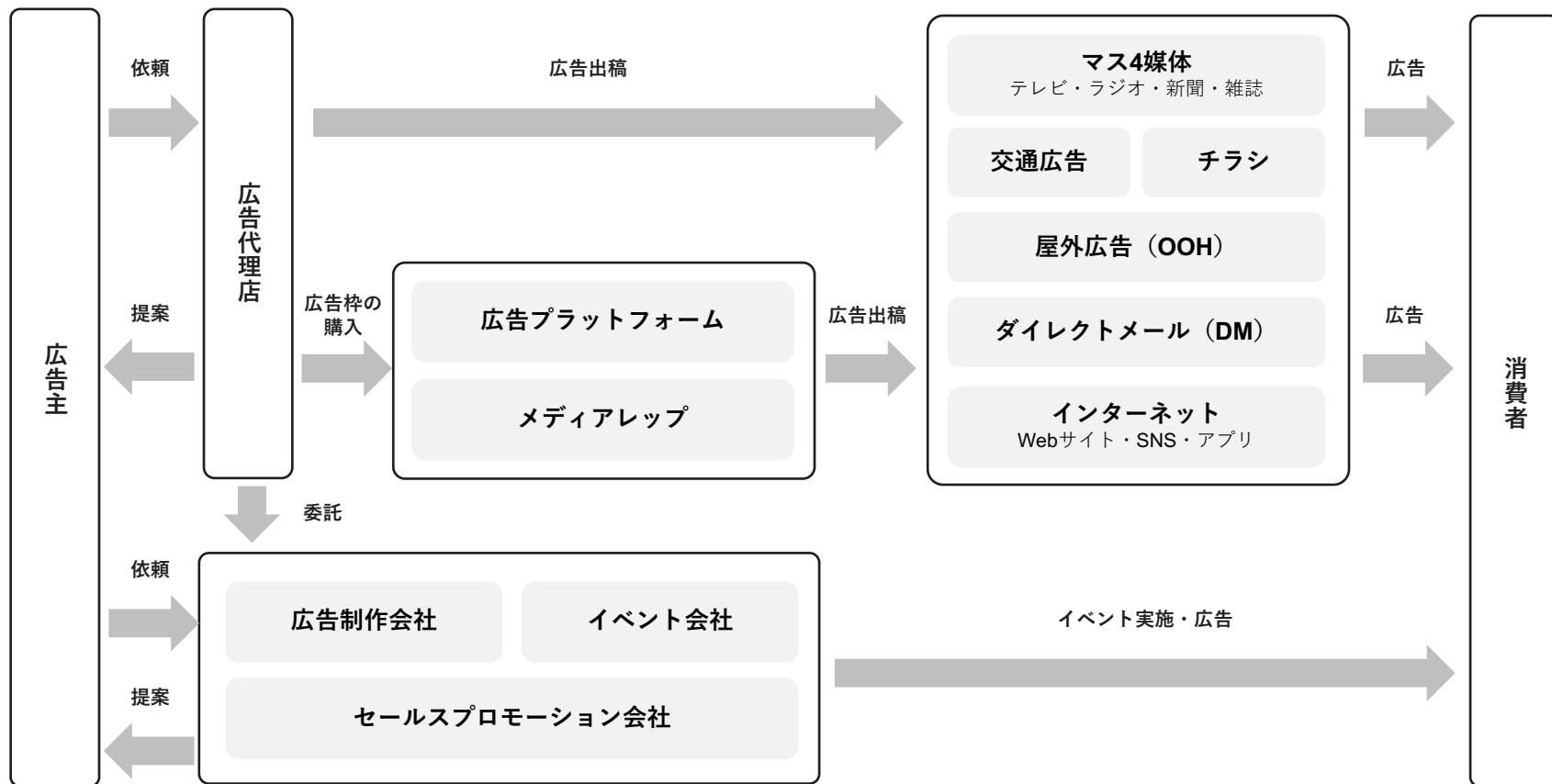
	会社概要	54
--	------	----

	各種方針	60
--	------	----



広告業界について

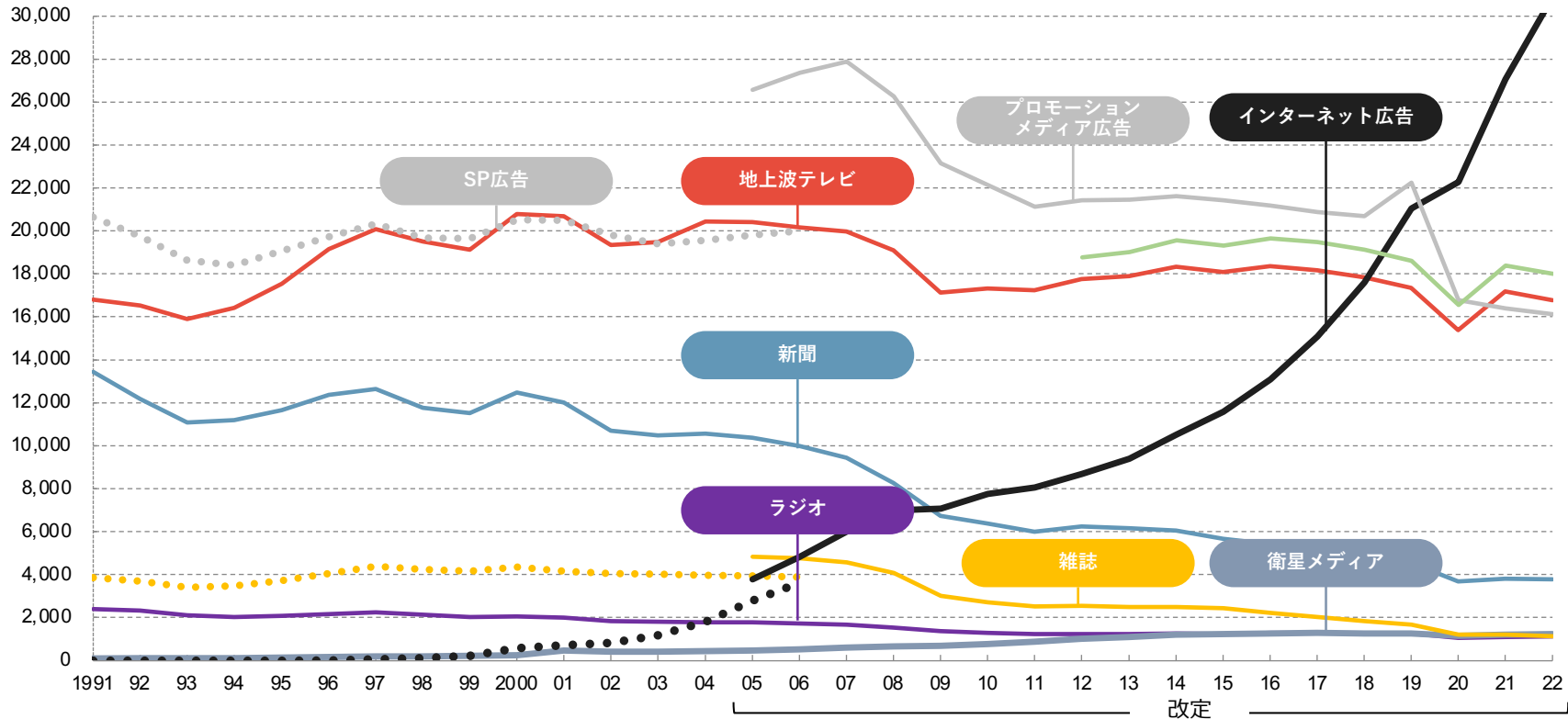
この20年で新しくインターネットメディアが急速に立ち上がり、その周辺においてテクノロジーを起点とした新しい市場が急成長



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」

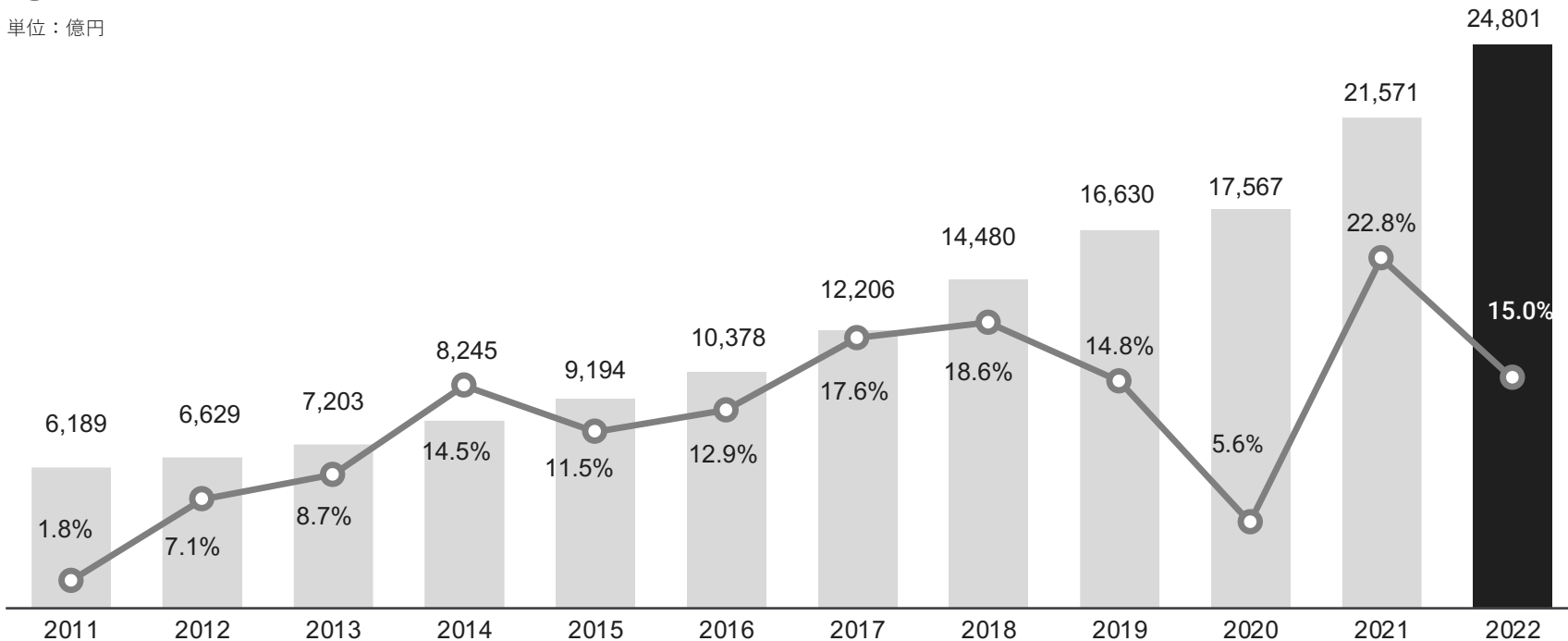
インターネット広告媒体費総額 推移

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

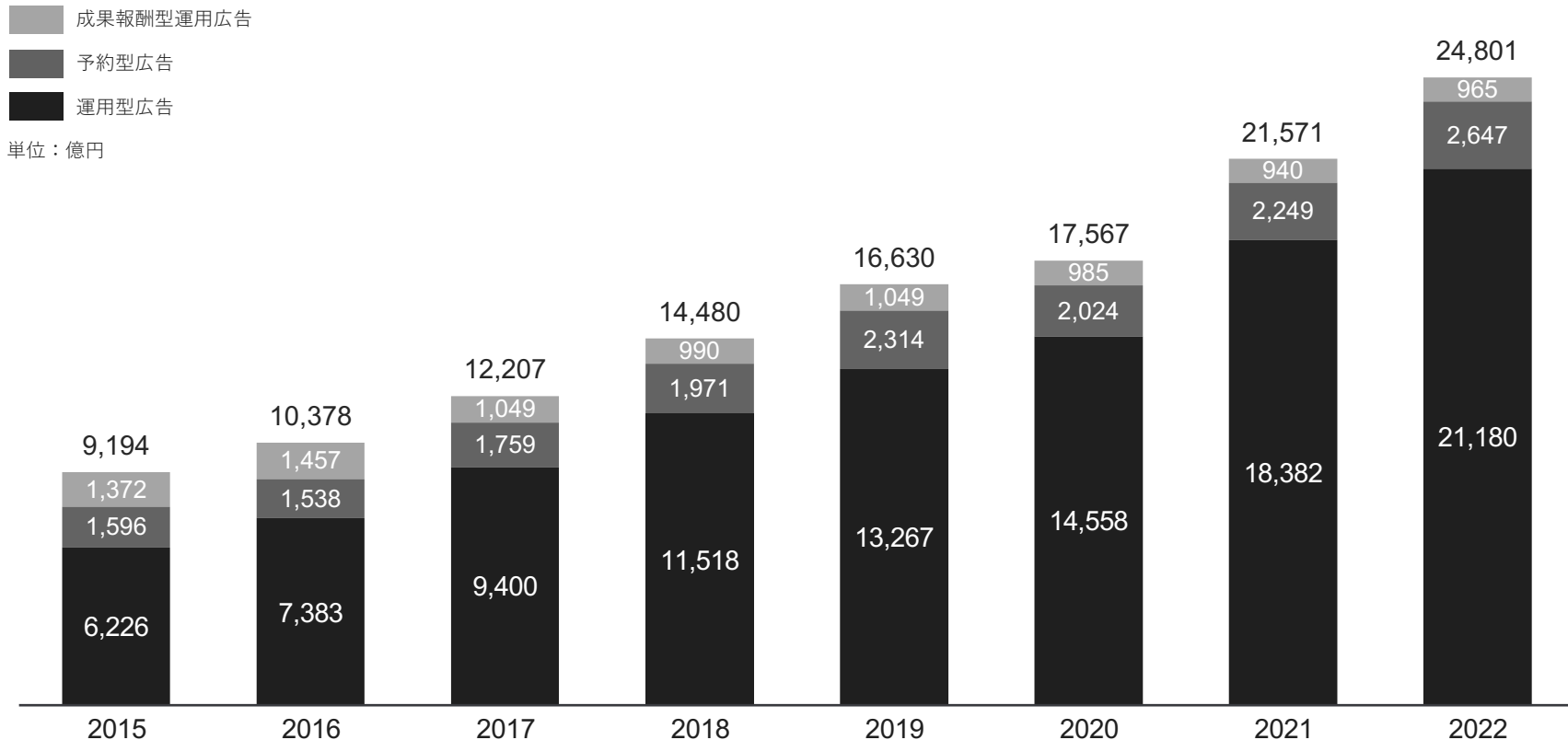
単位：億円



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、2022年には約2.1兆円強とネット広告市場の約85%に



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「2022年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

CONTENTS

01	2023年12月期 通期連結決算の概要	02
-----------	------------------------	----

02	通期業績見通しと株主還元	12
-----------	--------------	----

03	事業の概況	18
-----------	-------	----

APPENDIX

サステナビリティの取り組み	39
---------------	----

中期経営計画（再掲）	43
------------	----

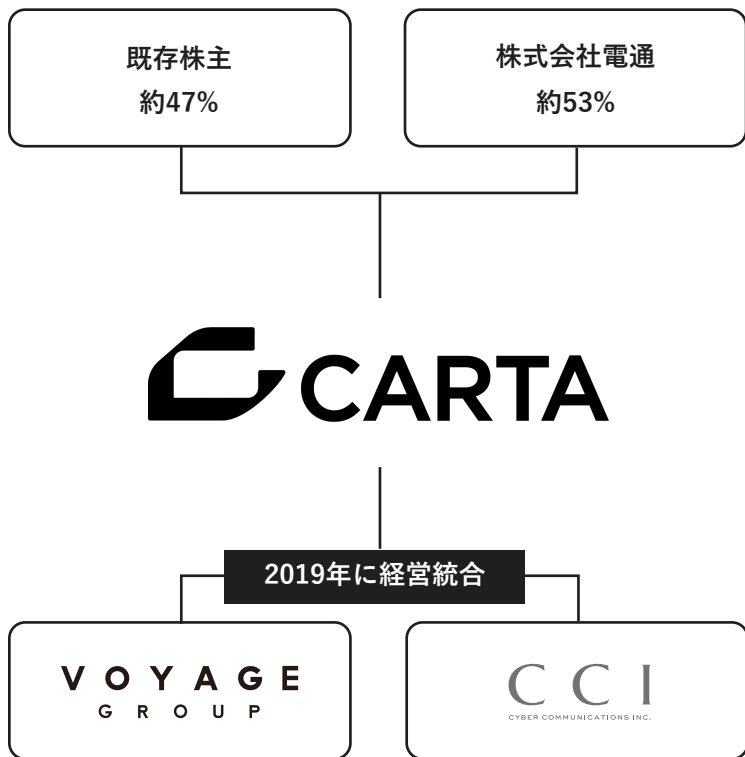
インターネット広告市場動向	49
---------------	----

会社概要	54
------	----

各種方針	60
------	----



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 社長執行役員 宇佐美進典

所在地 東京都港区虎ノ門2-6-1
虎ノ門ヒルズ ステーションタワー36F

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 1,517百万円

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



1,563人

ネット広告取扱高※2

1,205億円

日本のインターネット広告費※3の3.9%のシェア

売上総利益※2

214億円

営業利益※2

13.0億円

拠点数※1



5拠点

連結子会社数※1



22社

売上総利益CAGR

2.8%

※2019年から5年間の平均成長率

※1 2023年12月末時点の数字

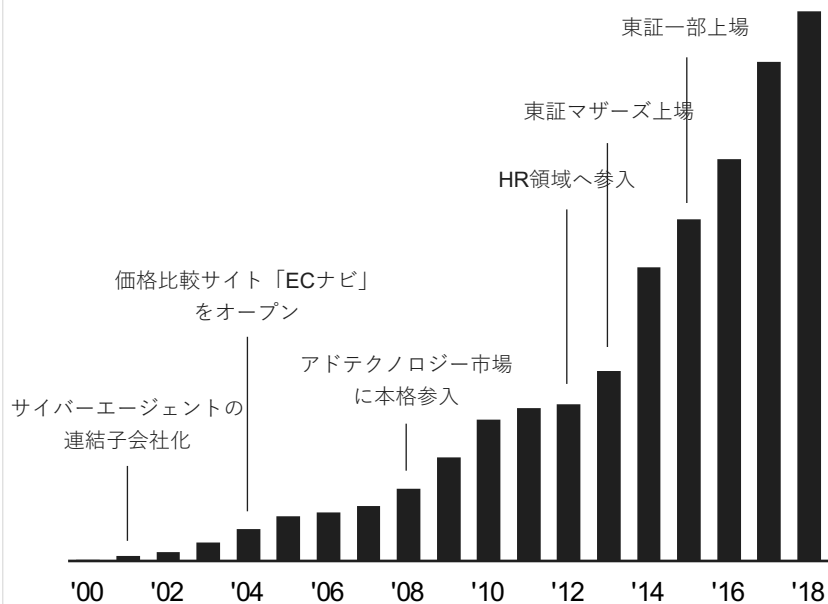
※2 2023年度の数字。

※3 出典：株式会社電通「2022年 日本の広告費」

VOYAGE GROUPとCCIの沿革

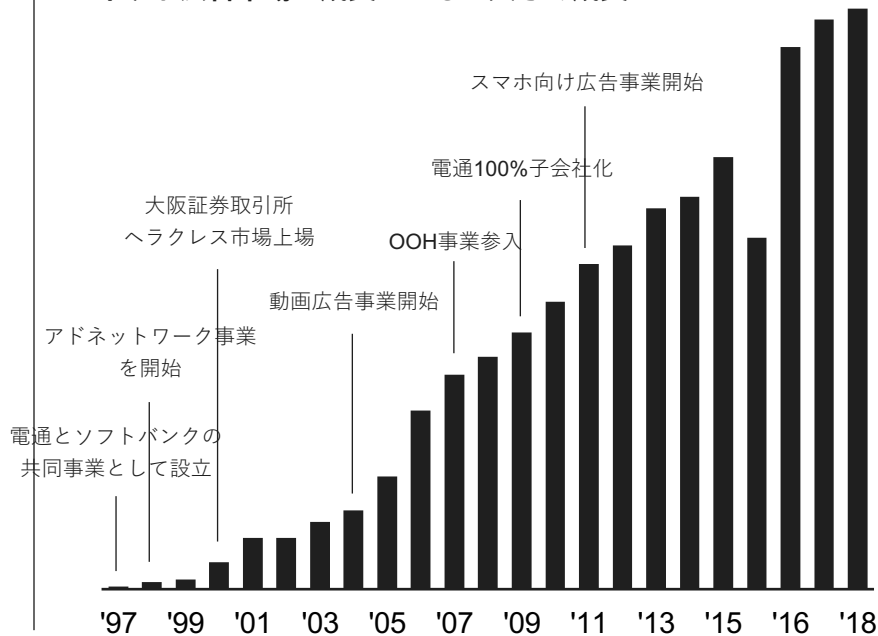
VOYAGE
GROUP

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

CPOT

Content Data Marketing



VOXX

経営統合後、連結子会社を10社設立 事業開発力

2019年

PORTO

DataCurrent

ATRAC

2020年

Barriz

aiP



DigiLue

2021年

CARTA AGE

2022年

CARTA KNOT

2023年

CARTA MARKETING FIRM

主なグループ会社一覧



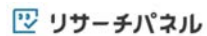
デジタルマーケティング事業



Zucks China

インターネット関連サービス事業

DIGITALIO



サポーターズ

Yomite

CONTENTS

01	2023年12月期 通期連結決算の概要	02
----	------------------------	----

02	通期業績見通しと株主還元	12
----	--------------	----

03	事業の概況	18
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティの取り組み	39
--	---------------	----

	中期経営計画（再掲）	43
--	------------	----

	インターネット広告市場動向	49
--	---------------	----

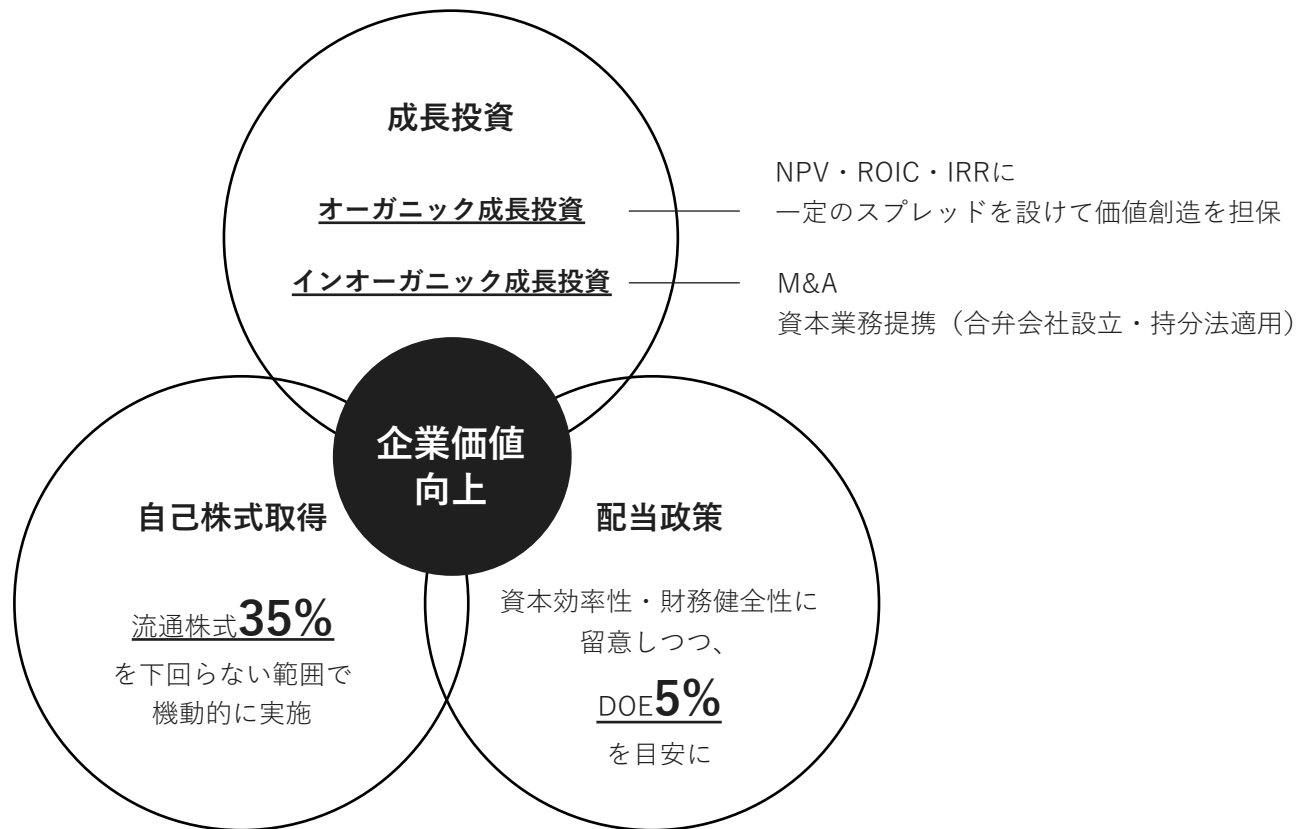
	会社概要	54
--	------	----

	各種方針	60
--	------	----



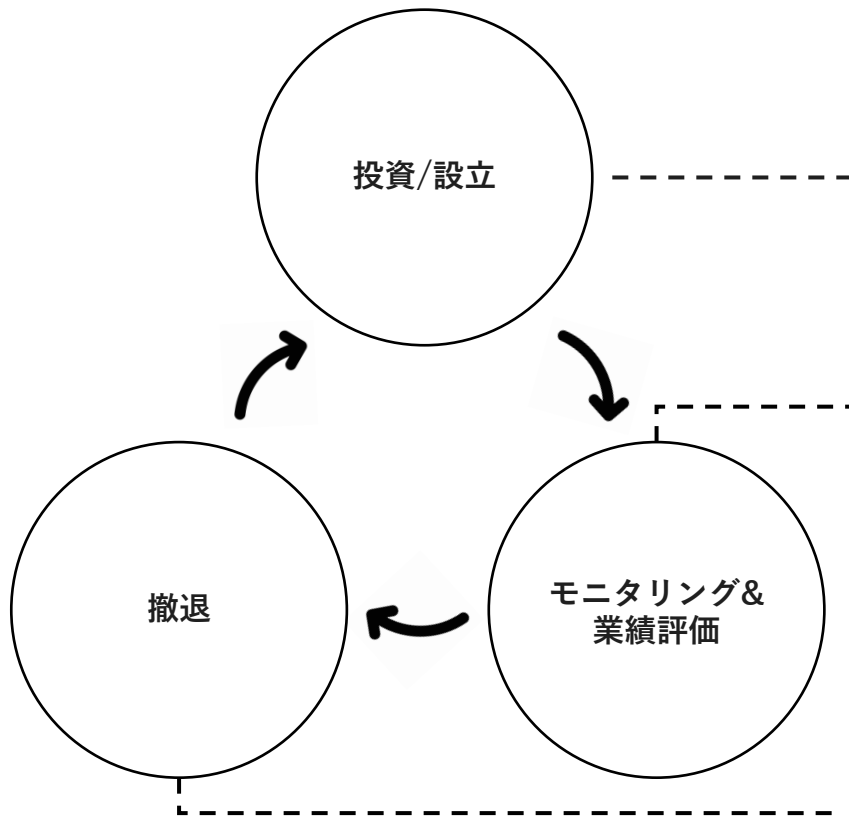
資本分配に関する基本方針

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

- 運転資本3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

(2023年12月末時点)

※1: 余剰資金 = 135億(現預金) - 56億(運転資本3ヶ月分) - 19億(PeX預り金保全分) = 60億

※2: 現在の自己資本 = 235億



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

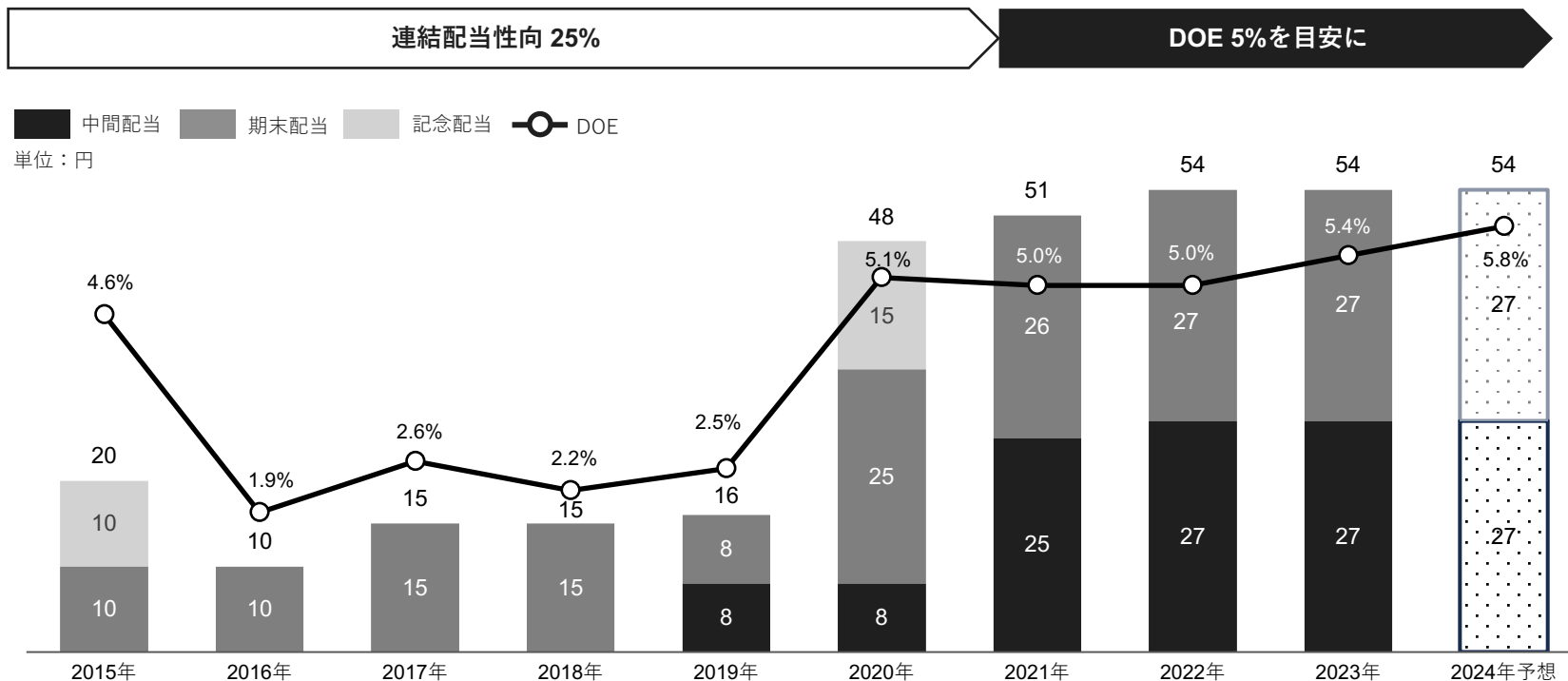
自己資本(※2)

- 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

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
 配当はDOE5%を目安とし、プライム市場の基準（流通比率等）を満たす
 範囲内で、機動的な自己株式取得を行う

1株当たり配当金推移



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。