



2024年3月15日

各位

会社名 株式会社売れるネット広告社  
 代表者名 代表取締役社長CEO 加藤公一レオ  
 (コード番号: 9235 東証グロース)  
 問合せ先 取締役 CFO 植木原宗平  
 (TEL 092-834-5520)

2024年7月期通期単体業績予想の修正及び2024年7月期通期連結業績予想の公表に関するお知らせ

当社は、2024年3月15日開催の取締役会において、以下のとおり、最近の業績の動向等を踏まえ、2023年10月23日の東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせにて開示した2024年7月期(2023年8月1日～2024年7月31日)の業績予想を修正いたしましたのでお知らせいたします。

1. 当期の通期単体業績予想数値の修正 (2023年8月1日～2024年7月31日)

(単位: 百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益又は 当期純損失
前回発表予想(A)	1,051	250	245	152	45円55銭
今回修正予想(B)	800	▲9	▲15	▲15	▲4円34銭
増減額(B-A)	▲251	▲259	▲260	▲167	—
増減率(%)	▲23.8	—	—	—	—
(参考) 前期実績 (2023年7月期)	959	151	166	113	37円77銭

2. 修正の理由

下方修正となった理由としましては、2024年7月期上期(2023年8月～2024年1月)において成果報酬型のマーケティング支援サービスの売上高が163百万円(当初計画比57.1%)と軟調に推移しているためでございます。また、クラウドサービスにつきましても「売れるネット広告でざいん」の売上高が想定定の61.6%で進行していること及び解約率が41.6%(2023年7月期46.6%)と前年を下回って推移しているものの、当初計画である35%を上回っており、新規アカウント獲得数につきましても当初計画を下回って推移し、売れるD2Cつくるの契約アカウント数が2024年1月末時点で145社となっていること等から、クラウドサービス全体の売上高は169百万円(当初計画比81.7%)となっております。

なお、2024年7月期下期(2024年2月～2024年7月)につきましては、株式会社グループスへの運用広告委託による内製化に伴うマーケティング支援サービスの売上拡大、大規模有料セミナーの開催等による売

上・各利益共に2024年7月期上期（2023年8月～2024年1月）を上回る想定ではございますが、上期未達分を補うまでは至らないと判断し、上記の通り業績予想を修正いたします。なお、売上原価・販売管理費につきましては前回発表のとおりに進捗をしております。

マーケティング支援サービスが軟調に推移している理由としましては、当社は2023年9月中旬より、D2C(ネット通販)業界において直近課題の一つとなっております、「不正注文の対策」に集中する施策を実行したためでございます。

不正注文とは、転売目的等で商品を購入しようとする悪質な注文のことでございます。転売目的等で不当に商品を買占める“転売屋”や初回価格狙いで即解約する“初回ピッカー”がD2C(ネット通販)事業者の経済的損失やブランド価値の毀損につながる事態となり、業界全体の大きな課題となっております。

不正注文が発生する理由としましては、D2C(ネット通販)のビジネスモデルが原因の一つとなっております。

D2C(ネット通販)のビジネスモデルは、初回申し込みのハードルを下げ、まずは1度試してもらうために、新規顧客に「初回特別価格」をオファーすることが慣例になっております。(例：「初回70%OFF、2回目以降10%OFF」のように、初回価格と2回目以降の価格に大きく差をつけているビジネスモデル)

D2C(ネット通販)事業者は2回目以降も継続して購入する想定 of 価格設定であるため、初回注文価格で何度も購入を繰り返し、解約をする消費者が増加するほど、D2C(ネット通販)事業者は赤字に陥ることとなります。当社におきましても、不正注文が一つの理由として、事業撤退を余儀なくされるクライアントが発生するなど早期に対策を講じる必要がございました。

そこで、当社は2024年7月期上期（2023年8月～2024年1月）に不正注文を減少させるべく、当社クラウドサービスにおいて、D2C(ネット通販)における新しいビジネスモデル「半永久的に●%OFF」という初回価格と2回目以降の価格差が発生しないビジネスモデルをクライアントの皆様の協力を仰ぎながら実行して参りました。(例：「初回も2回目以降もずっと、半永久的に20%OFF」のように、割引率を固定する方法)

この「初回も2回目以降もずっと同じ価格にする」という新しいビジネスモデルを導入したクライアントにおいては、不正注文が減少したという事例が確認でき、一定の実績を作ることが出来ております。

一方で、本施策について不正注文は減少いたしますが、初回と2回目以降の価格差をなくすことで、結果的に初回申し込みのハードルが上がるため、コンバージョン(申込件数)が低下することとなります。

当社マーケティング支援サービスにおいては、「売れるD2Cつくる」クライアントにのみ提供をしているサービスであり、クラウドサービスで制作された「ランディングページ」に一般消費者を集客することを目的として、インターネット上に広告を配信するサービスです。本サービスにおいては、掲載した媒体に対して一般消費者によるコンバージョンが発生し、メディアプラットフォーム上で計測される申込件数によって料金が発生する成果報酬型広告を中心としております。

上記施策は当事業年度期首から実施を検討し、2023年9月中旬から開始を致しました。当初は業績への影響は軽微であると想定しておりましたが、想定以上にコンバージョン(申込件数)が減少したことでマーケティング支援サービスの売上高が2024年7月期上期（2023年8月～2024年1月）において、前回発表の業績予想の57.1%と軟調に推移することとなり下方修正の要因となっております。

### 3. 2024年7月期通期連結業績予想の公表（2023年8月1日～2024年7月31日）

(単位：百万円)

	連結売上高	連結営業利益	連結経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益	1株当たり連結当期純利益
今期予想	1,150	45	12	10	2円89銭

#### 4. 通期連結業績予想の公表理由

当社は2024年2月に2社のM&A、2社の子会社の新設により連結決算に移行するためでございます。

##### (1) 上場後に実施したM&A等の背景

当社が東京証券取引所グロース市場への上場後にM&A、子会社の新設等を積極的に行った理由としましては、上場まではクラウドサービス及びマーケティング支援サービスを軸に安定的に成長を続けて参りましたが、当社が目指している「売れるネット広告社に依頼すれば世界中のダイレクトマーケティング領域の課題が解決する」という目標を実現するために、事業領域を拡げていく必要があると考えたためでございます。

また、上場後の投資家の皆様の反応から、当社が上場しております東京証券取引所グロース市場において期待される「高い成長可能性」を実現するためには、早期に成長スピードを上げていく必要性を感じたことも理由の一つでございます。

##### (2) 売上高の増収要因

単体売上高は上記「1. 当期の通期単体業績予想数値の修正（2023年8月1日～2024年7月31日）」のとおり、前期と比較し減収となっておりますが、2024年7月期下期（2024年2月～2024年7月）から子会社化する株式会社グループ（前期売上高：452百万円）、株式会社オルリンクス製薬（前期売上高：340百万円）、株式会社売れるD2C業界M&A社、株式会社売れる越境EC社により2024年7月期下期（2024年2月～2024年7月）3.5億円の売上計上を予定しており、連結決算売上高は11.5億円を予想しております。

##### (3) 連結営業利益面の減益要因

単体営業利益は上記「1. 当期の通期単体業績予想数値の修正（2023年8月1日～2024年7月31日）」のとおり、前期と比較し減益となっておりますが、2024年7月期下期（2024年2月～2024年7月）から子会社化する株式会社グループ（前期営業利益：▲14百万円）、株式会社オルリンクス製薬（前期営業利益：34百万円）、株式会社売れるD2C業界M&A社、株式会社売れる越境EC社により2024年7月期下期（2024年2月～2024年7月）54百万円の営業利益計上を予定しており、売れるネット広告社単体の営業利益と併せ、連結営業利益は45百万円を予想しております。

##### (4) 連結経常利益面の減益要因

連結経常利益につきましては、前回発表の業績予想の株式交付費に加え、予算未設定であったM&Aによる株式取得に関する取得関連費用が25百万円程度発生したことで、連結経常利益は12百万円を予想しております。

#### (業績予想について)

上記の予想は、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき当社が判断しており、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。実際の業績は、今後様々な要因により異なる可能性があります。

以 上