

2024年9月期 第2四半期 決算説明資料

2024年5月 株式会社 AV i C

ディスクレイマー

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

目次

01	通期計画の修正	P5
02	決算概要	P7
03	当社の強みと成長戦略	P18
04	会社概要	P32
	Appendix	P35

At a Glance

若い力が提供する高いサービス品質を背景に、デジタルマーケティング業界において業界随一の成長率・利益率を実現

創業

2018年3月

売上高成長率 (注.1)

35.0%

営業利益率 (注.2)

22.3%

社員1人当たり売上高の成長率 (注.3)

24.1%

社員数 (注.4)

62人

社員数の増加率 (注.5)

8.8%

社員の平均年齢 (注.4)

32.0歳

社員の平均年間給与 (注.4)

6,737千円

女性管理職率 (注.6)

16.0%

注.1：2023/9期2Q累計と2024/9期2Q累計とを比較した成長率です。

注.2：2024/9期2Q累計の数値です。

注.3：2Q累計の売上高を2Q末の人員数で除した数値の成長率を指します。

注.4：2024年3月末の数値です。

注.5：2023年3月末から2024年3月末の増加率です。

注.6：管理職の対象者は役員、本部長、部長、マネージャーです（2024年4月1日時点の数値）。

A white diagonal bar pointing from the bottom-left towards the top-right, containing the number 01.

01

通期計画の修正

通期計画の修正

人材の採用と育成・エンタープライズクライアントをはじめとした新規クライアントの獲得の加速等の成長戦略（P25～29参照）の着実な実現により、当初の想定を上回る業績推移となっていることを踏まえ、通期計画を修正

（百万円）

	2023/9期 実績	2024/9期期初 計画	2024/9期修正 計画	修正による増減額	修正による増減率
売上高	1,488	1,902	2,049	+146	+7.7%
売上原価	689	791	849	+57	+7.3%
売上総利益	798	1,111	1,200	+88	+8.0%
販売管理費および一般管理費	480	757	758	+0	+0.1%
営業利益	318	353	441	+87	+24.9%
営業利益率	21.4%	18.6%	21.5%	-	+3.0pt
経常利益	291	344	434	+89	+26.1%
当期純利益	219	255	317	+62	+24.4%



02

決算概要

ハイライト

■ 創業来最高の四半期業績を達成

引き続き新規クライアントの獲得が順調に進捗し、YoYで売上高は+28.9%、売上総利益は+42.5%、営業利益は+51.6%と大幅増収増益
なお、今期から連結対象となったFACT社については、買収時から想定していた事業転換を含めたPMI中につき、3Qから利益貢献見込み

■ 期初社内計画を上回る順調な進捗のため、通期計画の修正を実施

上方修正後の通期計画に対する進捗率は、売上高で48.9%、売上総利益で48.5%、営業利益で49.6%

■ 成長戦略（注.1）の着実な遂行により、3Q以降もYoYでのクオリティ・グロースを継続

オンボーディング人材の増加・マネジメントレイヤーの内部登用をはじめとする人材育成は引き続き順調に進捗（成長戦略①）
株式会社ADKマーケティング・ソリューションズとの合併会社設立等パートナー協業のための体制構築が進展したことにより、
エンタープライズクライアントをはじめとした新規クライアントの獲得が加速（成長戦略②）
これらにより、今後のクオリティ・グロースの礎が強固なものに
なお、2Qは需要期である3月を含むことから、スポット性案件による業績貢献も一定あり
3Qも、YoYで売上高で+30%以上、営業利益で+50%以上の増収増益となる見込み

■ 重要な成長ドライバーの一つである人員採用は一定進捗

社員数は2Q末時点で62名（YoYで+8.8%、+5名）、4月に新入社員が11名入社

■ 自社開発ツールの活用浸透、社員の順調な育成の進展により、高生産性を維持

2Q累計の社員1人当たりの売上高（注.2）は15.9百万円と、YoYで+24.1%の成長率（注.2）

注.1：成長戦略の詳細についてはP25以降をご参照ください。

注.2：2Q累計の売上高を2Q末の人員数で除した数値と当該成長率を指します。

2024年9月期2Q業績 1/2

新規クライアントの獲得が順調に進捗し、YoY・QoQともに売上高、全段階利益で大幅増収増益

(百万円)

	2023/9期2Q	2024/9期1Q	2024/9期2Q	YoY	QoQ
売上高	396	475	511	+28.9%	+7.6%
売上総利益	212	257	303	+42.5%	+17.7%
販売管理費および一般管理費	122	175	166	+35.8%	△5.3%
営業利益	90	82	137	+51.6%	+66.9%
営業利益率	22.9%	17.3%	26.9%	+4.0pt	+9.6pt
経常利益	90	74	136	+51.3%	+83.5%
当期/四半期純利益	65	53	99	+51.0%	+87.6%

2024年9月期2Q業績 2/2

人材の採用と育成・エンタープライズクライアントをはじめとした新規クライアントの獲得の加速等の成長戦略の着実な実現により、当初の想定を上回る業績推移となっていることを踏まえ、通期計画の修正を実施
下期偏重の過去の業績推移の傾向に鑑み、修正計画対比でも順調な進捗

(百万円)

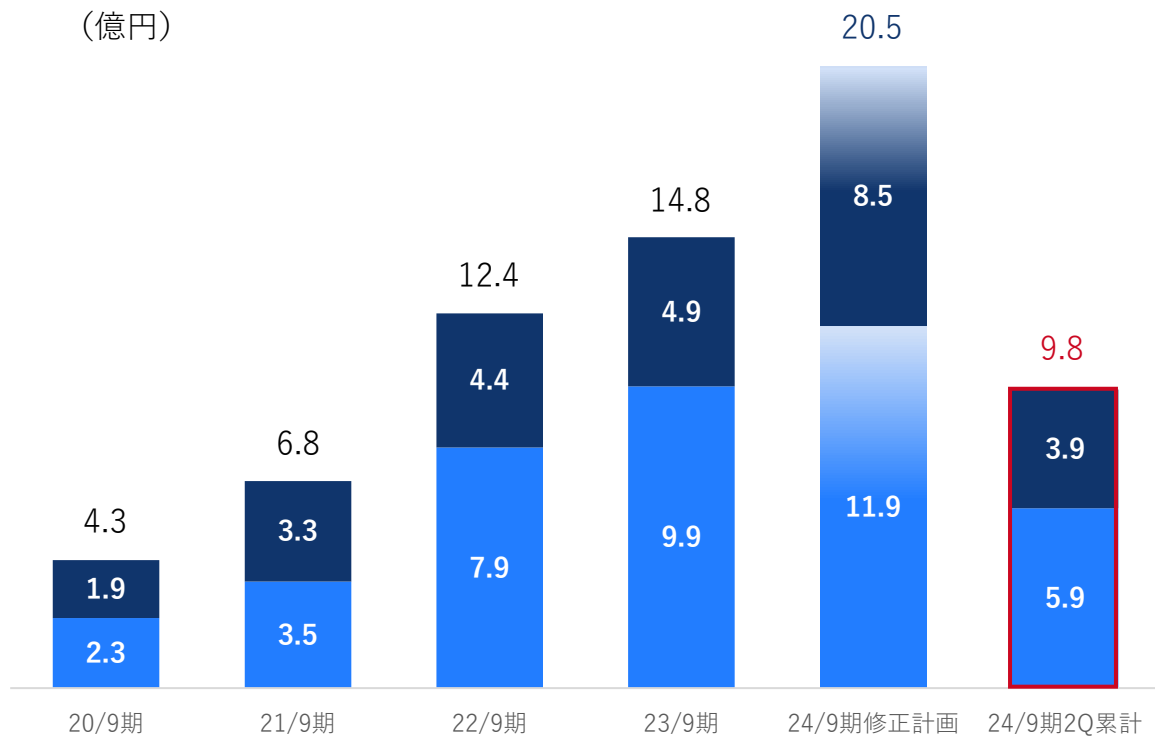
	2024/9期2Q累計	2024/9期 修正 計画	修正計画対比 進捗率	2024/9期 期初 計画	期初計画対比 進捗率
売上高	986	2,049	48.1%	1,902	51.8%
売上総利益	561	1,200	46.8%	1,111	50.5%
販売管理費および一般管理費	342	758	45.2%	757	45.2%
営業利益	218	441	49.5%	353	61.8%
経常利益	211	434	48.7%	344	61.3%
当期/四半期純利益	152	317	48.1%	255	59.9%

財務ハイライト 1/3

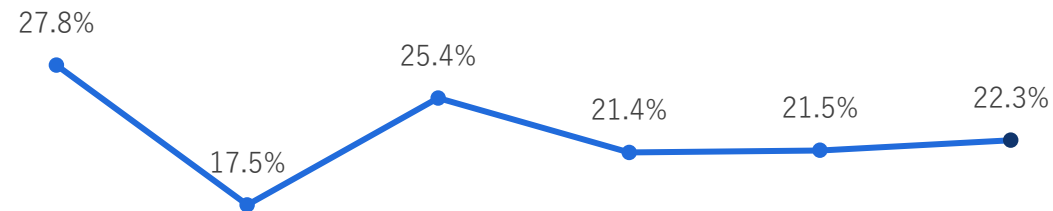
サービス別売上高 (注.1、2) の推移

■ インターネット広告 ■ SEOコンサルティング

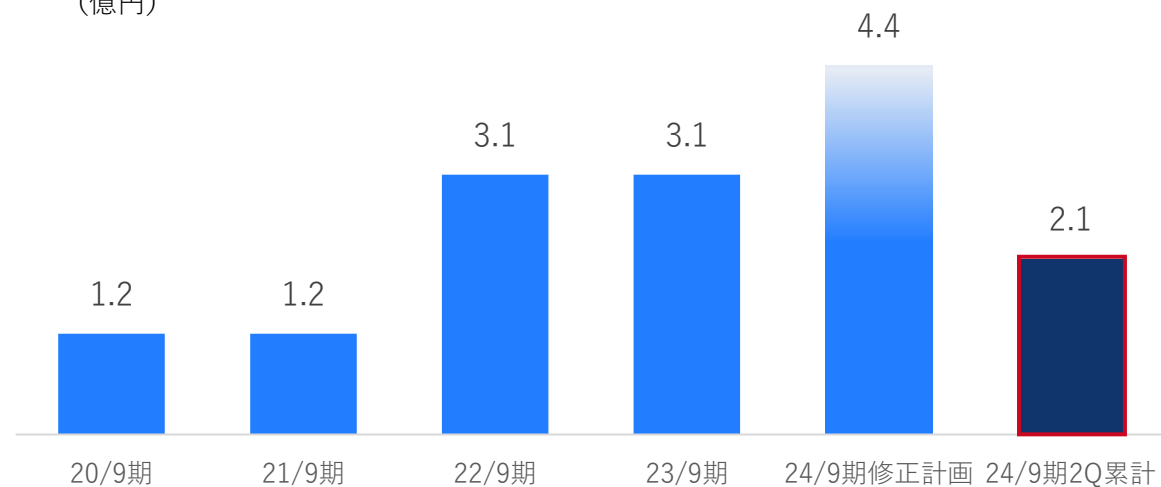
(億円)



営業利益・営業利益率の推移



(億円)

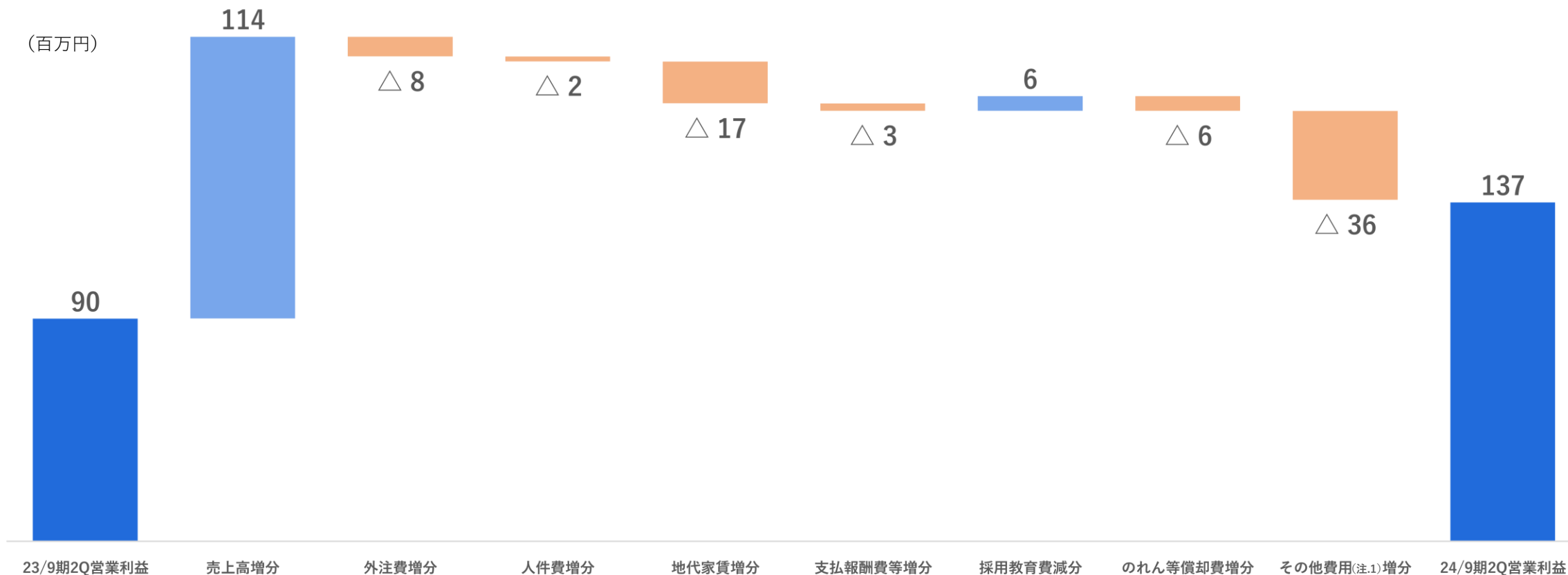


注.1： 2022/9期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、2020/9期の期首から当該基準を適用したと仮定し、売上高を記載しております。

注.2： FACT社の売上高はSEOコンサルティングサービスに計上しております。

財務ハイライト 2/3 | YoYでの営業利益の増減分析

各種費用の増加がありながら、引き続き新規クライアントの獲得が順調なことと、前年度3Qを底にインターネット広告サービスにおける新興系顧客の予算減額・離反がなくなったことから、YoYで+51.6%の増益を達成

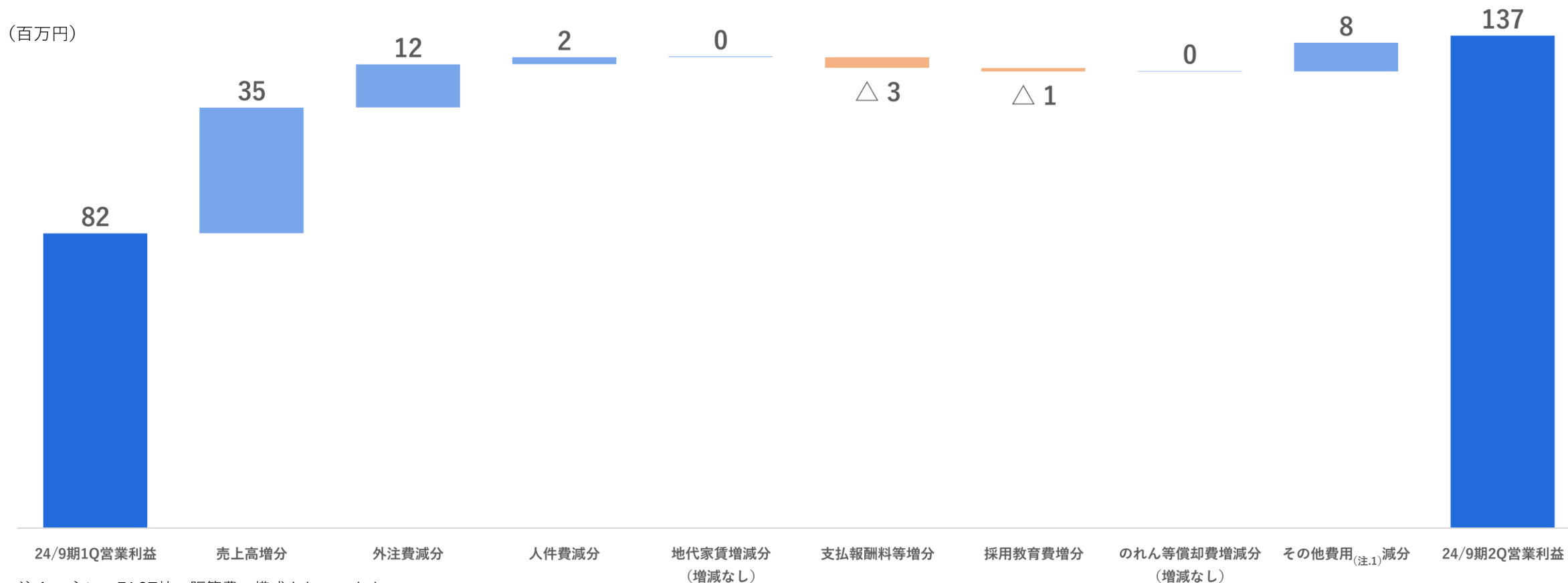


注.1：主に、FACT社の販管費で構成されています。

財務ハイライト 3/3 | QoQでの営業利益の増減分析

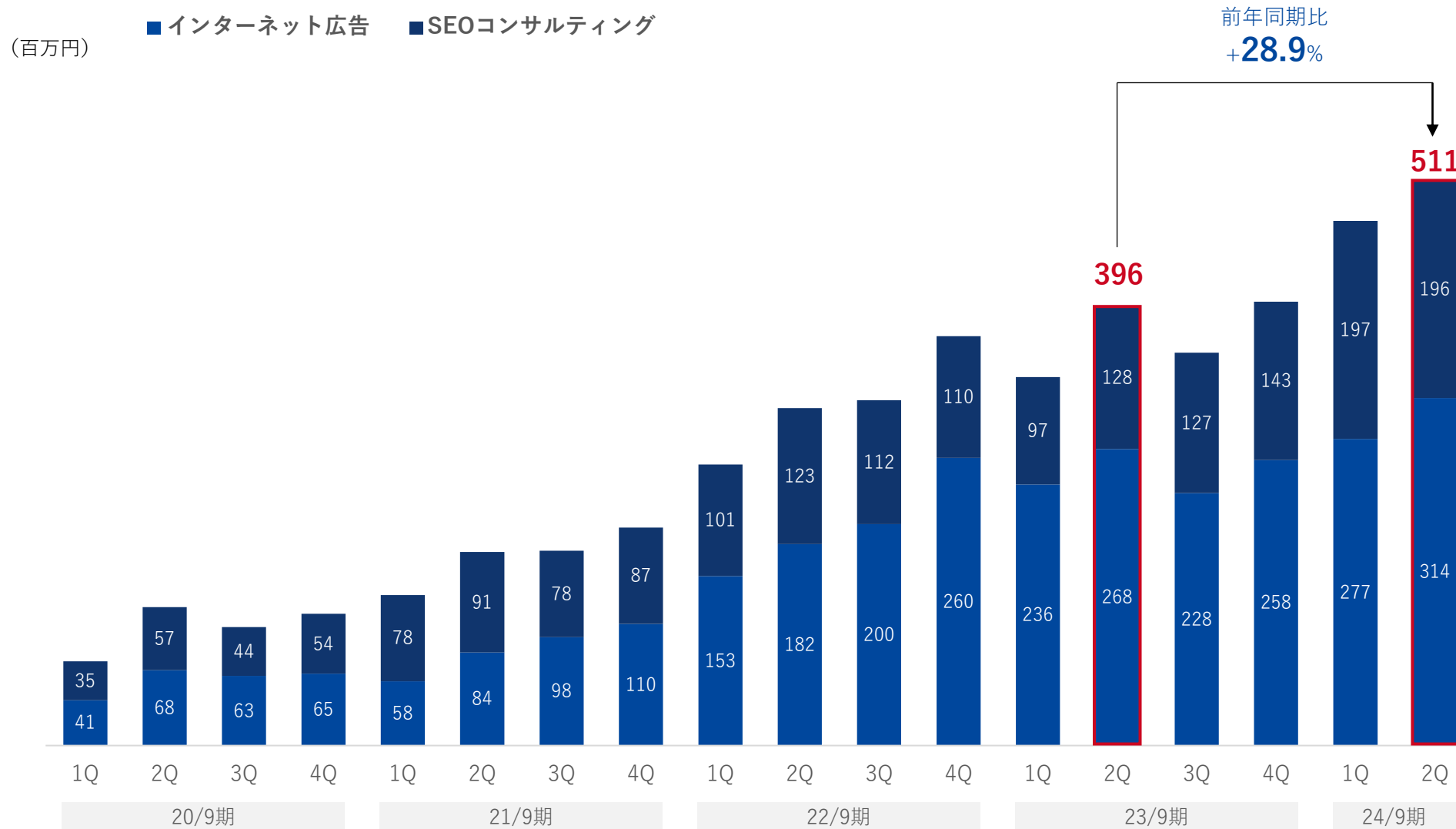
引き続き新規クライアントの獲得が順調に推移したこと、2Qは企業のマーケティングの需要期である3月を含みスポット性案件による業績貢献も一定あったことから、QoQで+66.9%の増益を達成

AViC単体での外注原価削減、PMIによりFACTの原価率が低下したことも増益に貢献



注.1：主に、FACT社の販管費で構成されています。

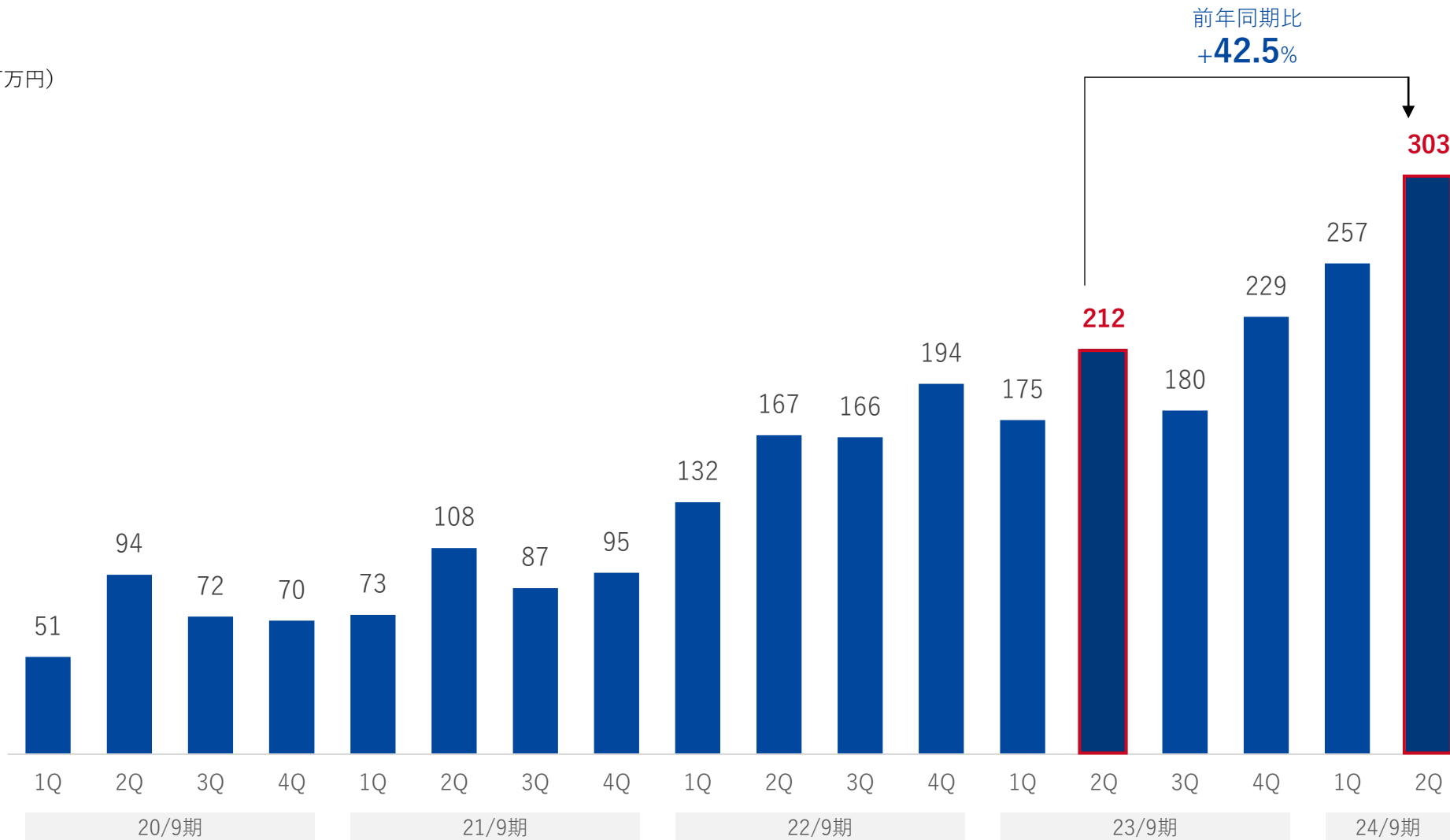
業績の進捗 | 売上高



注.1：2022/9期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、2020/9期の期首から当該基準を適用したと仮定し、売上高を記載しております。

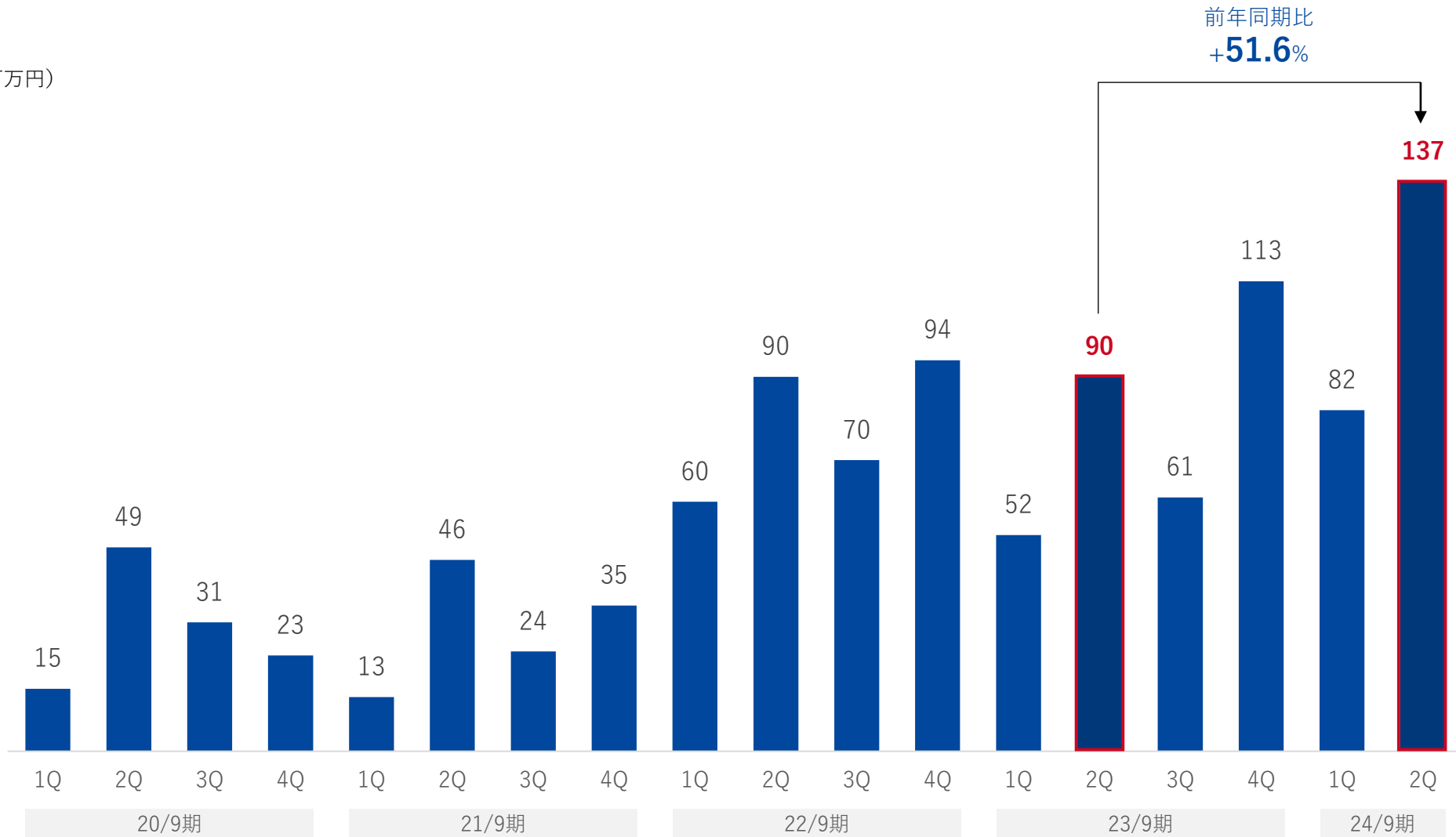
業績の進捗 | 売上総利益

(百万円)



業績の進捗 | 営業利益

(百万円)

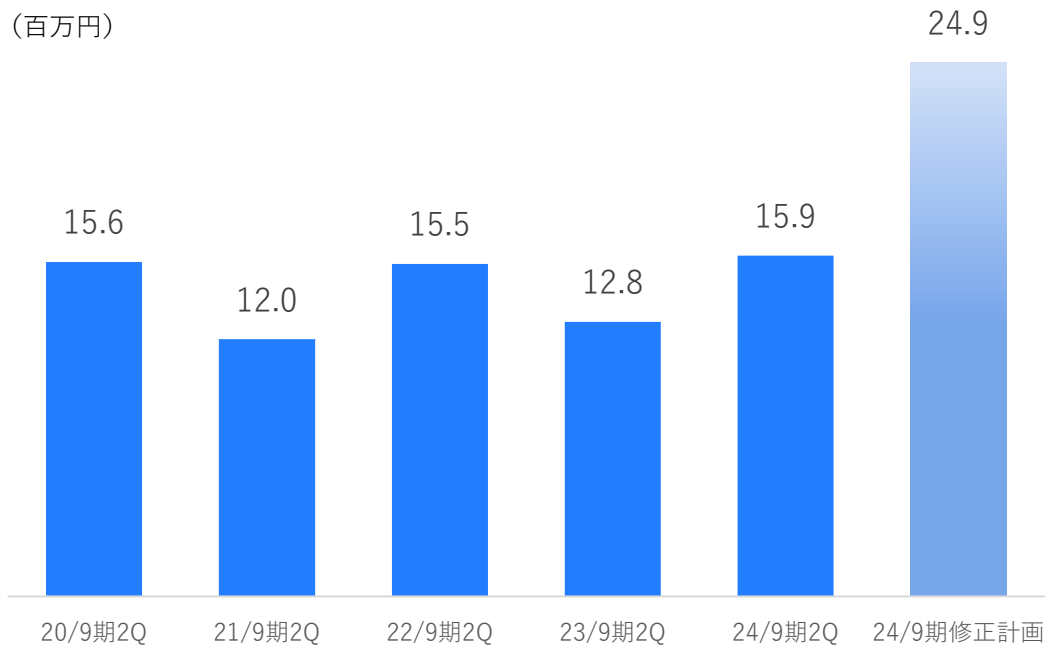


重視している経営指標

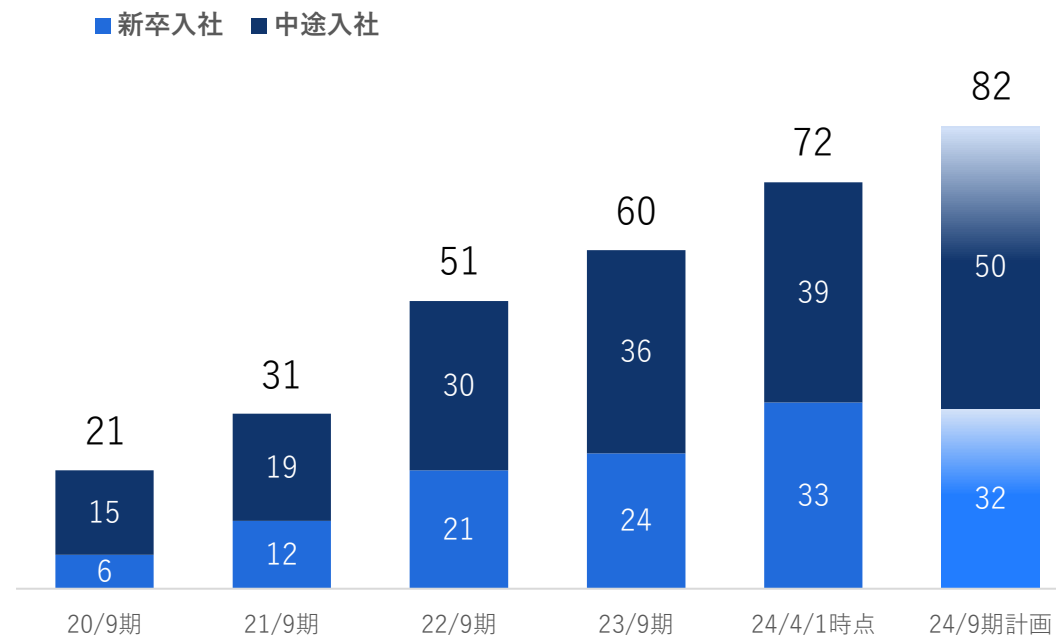
当社の強みである「ソリッドな経営メソッド」の実現により、生産性（社員1人当たりの売上高（注.1））が継続的に維持・向上
修正年度計画に対し、社員1人当たりの売上高は順調に進捗

2024/4/1に11名の新卒社員が入社する等、現時点において、75名（+中途3名）までの社員数が見通せている状況

社員1人当たりの売上高の推移



社員数（注.2）の推移



注.1：2Q累計の売上高を2Q末の人員数で除した数値を指します。

注.2：期末人員数をカウントしております。

A white diagonal bar pointing from the bottom-left towards the top-right, containing the number 03.

03

当社の強みと成長戦略

当社の強み

当社の強みは、高い品質のサービス提供・高い事業生産性（営業利益率）・業界最高水準の売上高成長率を、再現性をもって実現する「ソリッドな経営メソッド」

■ 経営全般

- ・データドリブン経営の徹底（P20）

■ 開発・人材投資

- ・自社開発ツールの活用（P21）
- ・「イネーブルメントプロジェクト」による早期オンボーディングの実現（P22、25）

■ 営業活動

- ・他の中小広告代理店では獲得が容易でないエンタープライズクライアントの獲得（P26、27）

当社の強みが発揮される背景

広告代理店業務は構造的な課題を抱えているものの、当社はその構造を理解し、解消する仕組みを構築することで、勝ち筋を見つけている

広告代理店業務の構造的な課題

- ✓ 採算性（生産性）確保の難しさ
 - ・ エンタープライズクライアント
→ 案件執行難易度が高く人員コストが嵩む
 - ・ SMBクライアント
→ 案件単価が低いものの一定の人員コストを要する
- ✓ 組織的に安定して高品質サービスを提供することの難しさ
 - ・ 一部のハイパーフォーマーに依存した事業運営により、サービス品質にムラが発生

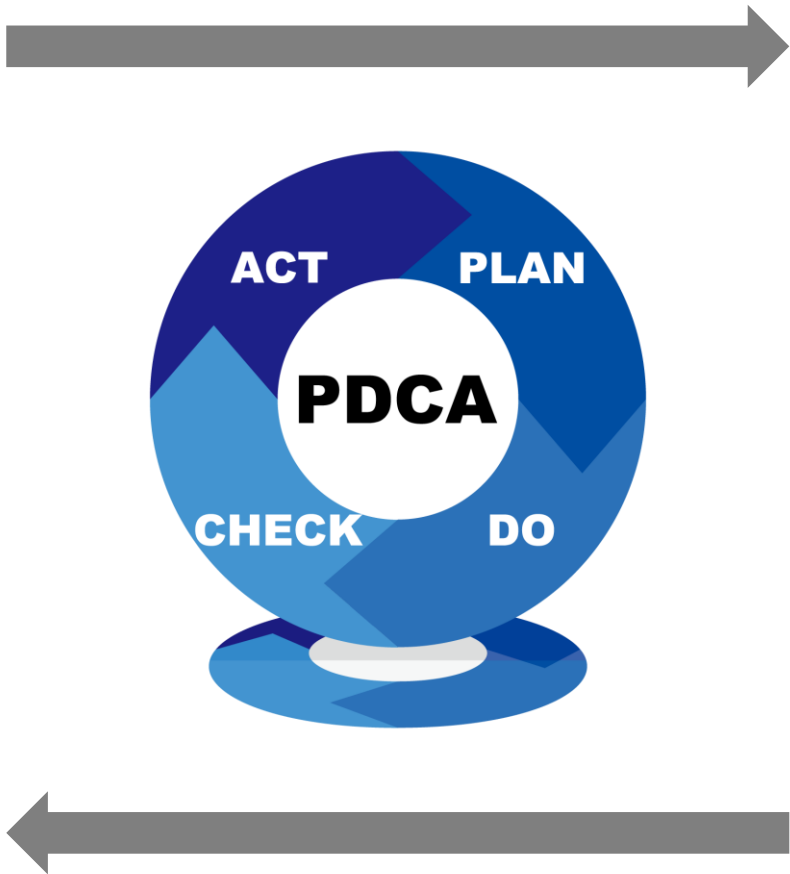


- ✓ クライアントの求めるサービス水準に合わせた、適切な人員配置、工数管理をデータドリブンに実行することで、適切な採算性（生産性）を確保
- ✓ 自社開発ツールの活用により、高品質サービスを属人化せず組織として提供
- ✓ イネーブルメント・プロジェクト（科学的な人材育成）により、安定的かつスピーディに多能化人材が育つ環境・仕組みを確立

データドリブン経営の徹底

従業員の工数管理（各人・各グレード毎）・SLA（Service Level Agreement）等各種データの全社横断マネジメントと定量データに基づく経営の意思決定が、高い事業生産性（営業利益率）の源泉

KPI



各人毎の時間の使い方（左：案件単位、右：個人単位）



各人毎の投下したリソース（左：Tier単位、右：案件生産性）



各種KPIに対して全社横断でデータ分析・検証を実施し、定量データに基づいて経営の意思決定を実行

自社開発ツールの活用

自社開発ツールを活用することで、生産性高く高品質サービスを属人化せず組織として提供可能に

Quality Station

- ✓ モニタリングすべき項目を設定・指標化・数値化
- ✓ 膨大な数の指標を、短時間でリアルタイムモニタリング

CreTechForce

Creative Force × Technology for Video Ads

- ✓ 動画内に存在する、物体情報・テキスト情報・音声情報の自動解析により、情報量の多い動画を、人による感覚的な分析ではなく、科学的・統計的に分析

SEORY PRO

- ✓ 当社トップコンサルタントの思考をツールにより自動化
- ✓ ツールが自動で高精度の分析・戦略設計・打ち手設計・シミュレーションをアウトプット

SEORY ARTICLE

- ✓ AIの力だけで書いた記事よりも読み応えがあり、かつ人の力だけで書いた記事コンテンツよりも深く分析の加わった良質な記事コンテンツを生成

人材の育成 | 人材が早期に育成される仕組み

戦力化人材の育成において、属人的・感覚的ではなく、「科学的」なアプローチをすることにより、着実かつスピーディに多能化人材が育つ環境・仕組みを確立（内定者アルバイトも積極活用）

イネーブルメント・プロジェクト（注.1）

下記の ①→②→③→②→① サイクルを繰り返すことで育成の精度を上げ続ける

①

状態や行動を
言語化・項目化

トッププレイヤー

育成対象



ギャップ



言語化・項目化

②

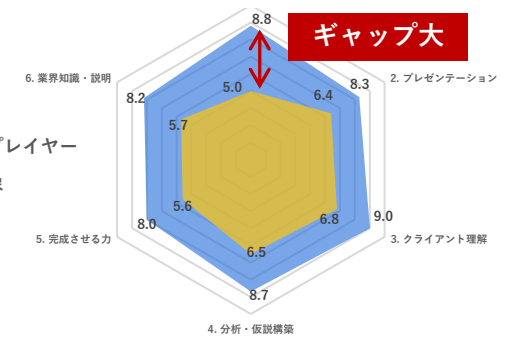
①で明確化された定義に基づき
各メンバーを項目毎に採点

採点表サンプル

大カテゴリ	小カテゴリ		
営業スキル	1. コミュニケーション		
KDI	合意取得		
	詳細		
	定例MTGの中で、発注提案（アップセル、継続）の内容について共有し、予めクライアントの合意をとっておく		
	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10		
定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を全く行わず、上司が代わりにやっている。	定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成に挑戦するが、うまく話をまとめることができず、上司が代わりにやっている。	定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。	先方決裁者（定例中でも定例外でも可）に、発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。

③

ギャップが大きい項目に対し
仕組みとして育成施策を打つ



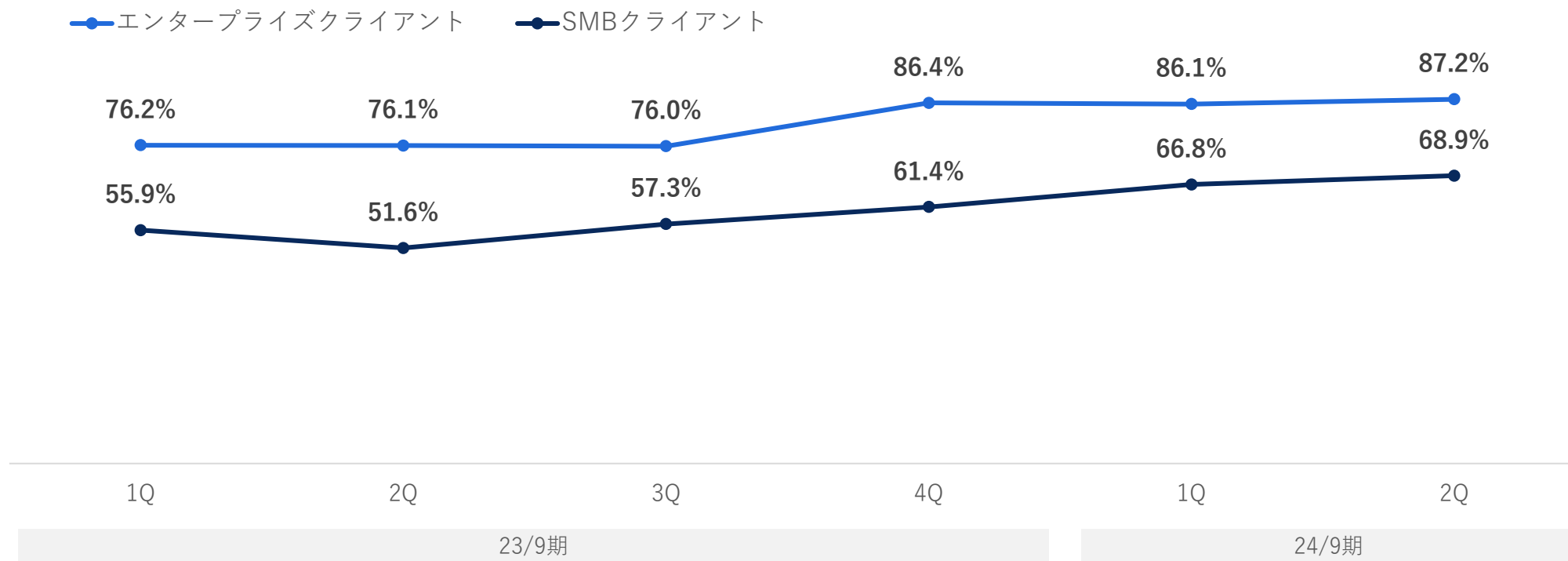
■実施策・仕組化の例

- ・クライアント理解を上げるためのテンプレートの作成
- ・クライアントとの認識齟齬を生まないための行動管理表の作成（見るべき、伝えるべき項目の明確化）

注.1： 当社独自の呼称で、当社の費用の過半以上を占める人件費を「有効化（イネーブルメント）」するための取組みを指します。2022/9期中から開始しました。

クライアント属性別事業部粗利率 (注.1) の推移

「ソリッドな経営メソッド」により、エンタープライズクライアント、SMBクライアントいずれに対しても、高い事業生産性（事業部粗利率）を確保しながらサービス提供が可能に

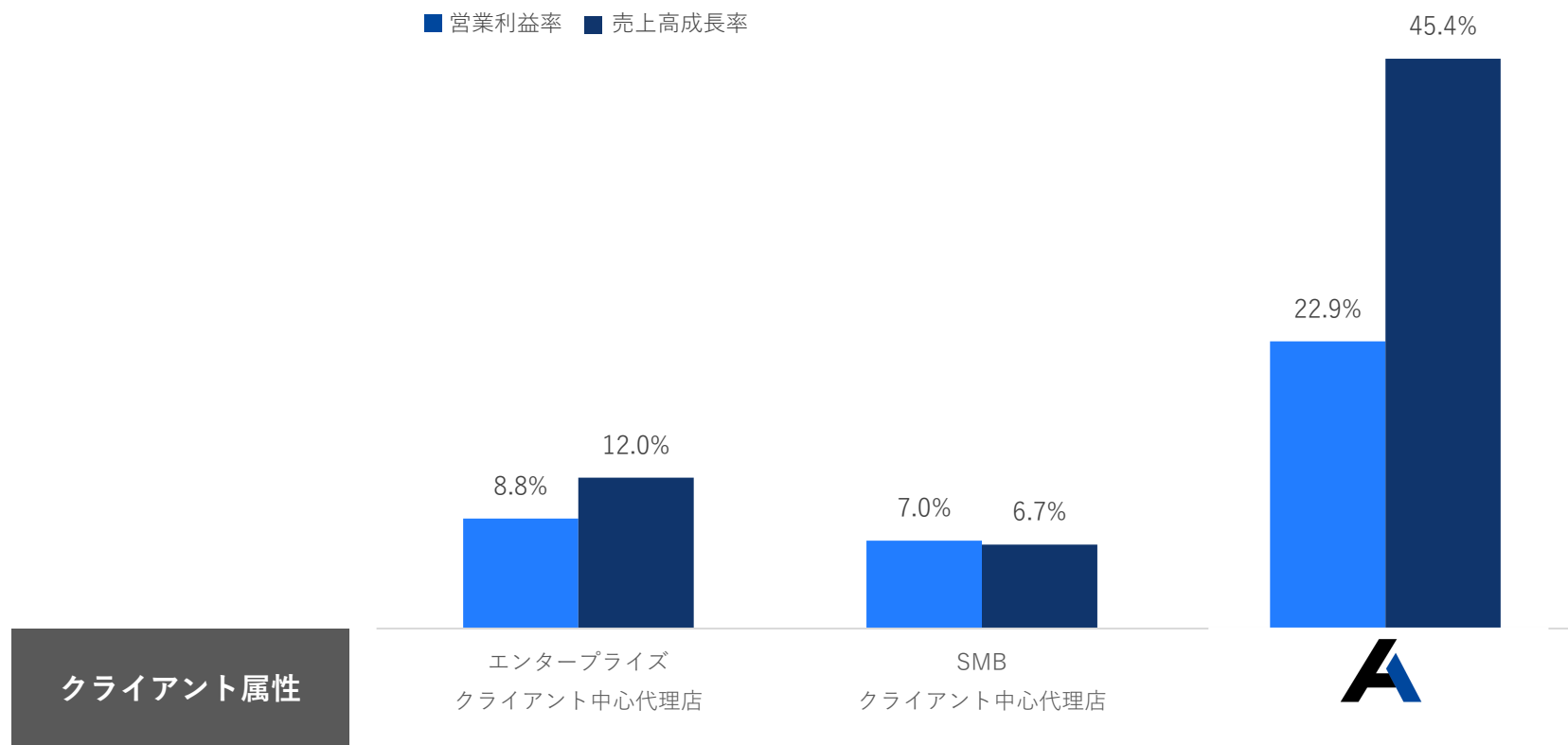


注.1：月次の事業部粗利額が200万円以上のクライアントをエンタープライズクライアント、200万円未満のクライアントをSMBクライアントとしています。事業部粗利は、各サービス別の売上高から各サービス別の外注費を控除して算出した利益を指します。事業部粗利率は各サービス別の売上高を分母、事業部粗利を分子として算出した利益率を指します。

なお、本ページにおけるSEOコンサルティングサービスにはFACT社の数値は入っておらず、当社単体の数値になります。

他の広告代理店対比での当社の業績

当社は同業他社を上回る事業生産性（営業利益率（注.1））と売上高成長率（注.1）の高さを実現

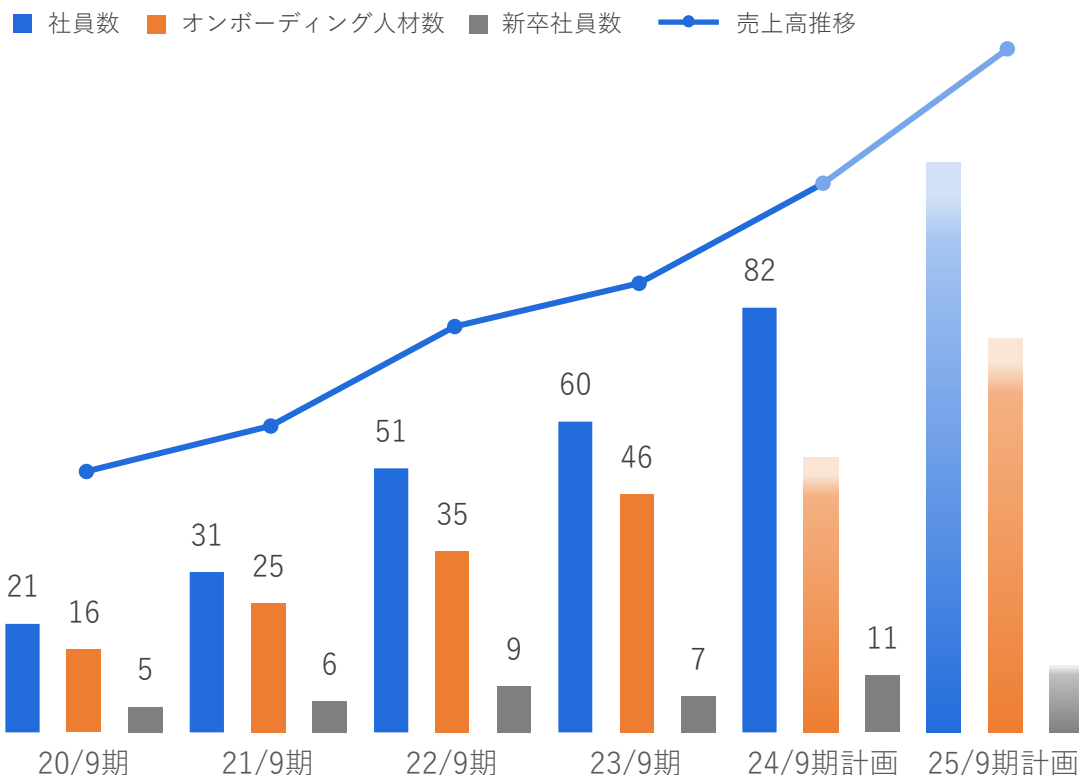


注.1：当社と、当社の選定する同業他社の内、クライアント属性がエンタープライズ中心の同業他社（4社）と、SMB中心の同業他社（5社）のFY1、FY0、FY-1（FY1の開示のない同業他社はFY-2を採用）3期の営業利益率、売上高成長率の平均値を算出し記載しております。なお、「収益認識に関する会計基準」を遡及適用していない同業他社の売上高成長率は、2期のみ採用となっております。

成長戦略①：人材の採用と育成・計画的な社員数の拡大

新卒採用・育成と即戦力中途社員の採用を計画的に実施することで、オンボーディング人材数を向上させながら、事業成長ペースに合わせて適切に組織を拡大

社員数・オンボーディング人材数・新卒社員数・売上高推移



イネーブルメント・プロジェクトの進捗 （「オンボーディング人材」の人員数）

※コーポレート部門を除く

23/9期2Q末

24/9期2Q末

41名

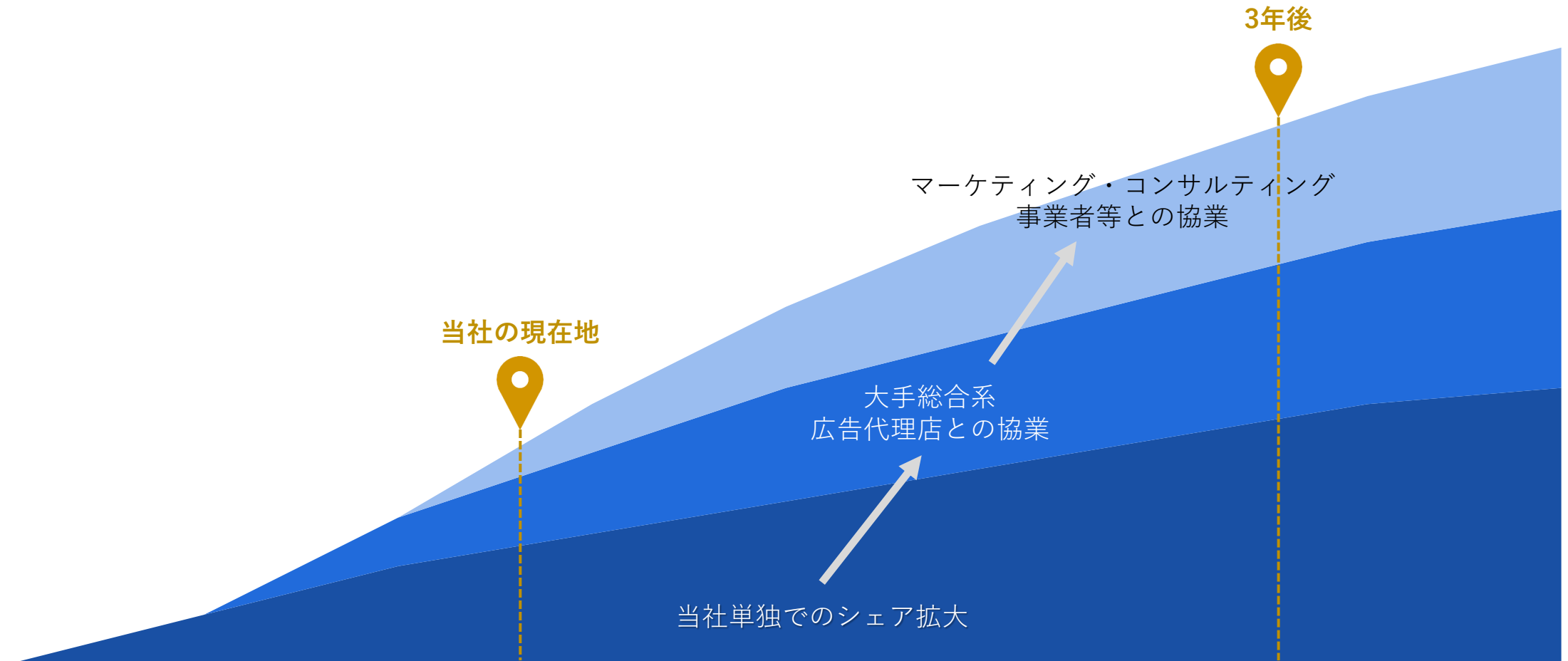
49名

「オンボーディング人材」の定義抜粋

- 標準化された業務の遂行ができる。業務上必要な連絡や情報収集をスムーズに行える（社内外）
基礎的な業界知識を体得できている。
- メンターが外れ、自身が未経験メンバーのメンターとなることができる。

成長戦略②：クライアント基盤の更なる拡充 1/2

当社単独でのクライアント開拓、大手総合系広告代理店やマーケティング・コンサルティング事業者等との協業を更に拡大することで、SMBクライアントだけでなく、エンタープライズクライアントの獲得を強化



成長戦略②：クライアント基盤の更なる拡充 2/2

株式会社ADKマーケティング・ソリューションズとの合併会社である

株式会社ADK AViC パフォーマンスデザイン（以下、A2PDという。）を設立（2024/3/26契約締結、2024/5/1会社設立・本格営業開始）

従前より株式会社ADKマーケティング・ソリューションズとは協業を行っていたものの、

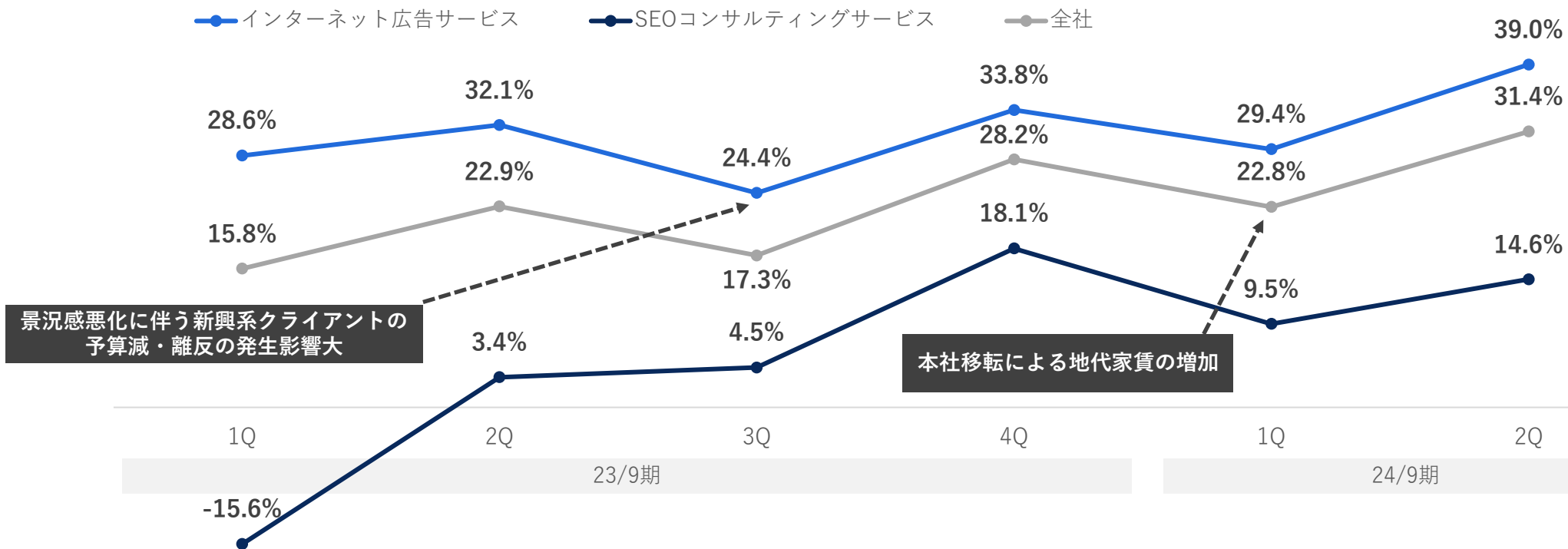
合併会社に「営業」機能を持たせることで、よりエンタープライズクライアントへのマーケティング支援の強化を図る

当社の主たる収益（売上高）の源泉は、A2PDへの広告運用・各種プロダクトのサービス提供による手数料



成長戦略③：「ソリッドな経営メソッド」の継続運用

当社の強みである「ソリッドな経営メソッド」を継続運用することで、高い事業生産性（営業利益率）を再現性をもって実現し、M&Aにより取得した事業も含め今後も各サービス別での営業利益率の向上（注.1）が見込めるもの
中長期的には全社営業利益率30%以上の安定的な実現を目指す



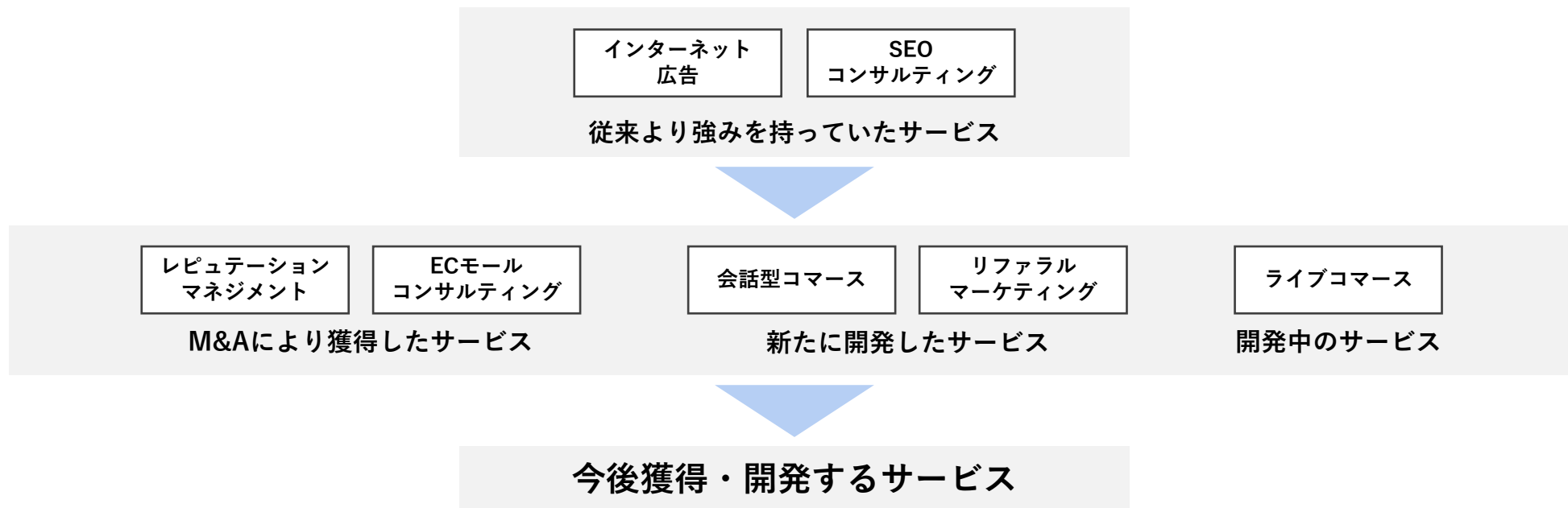
注.1：各サービス別の売上高を分母、各サービス別の売上総利益から各サービス別の人件費等の全社費用を各サービスに携わる人員の比率に応じて按分した費用を控除した利益を分子として算出した利益率を指します。
なお、本ページにおけるSEOコンサルティングサービスにはFACT社の数値は入っており、当社単体の数値になります。

成長戦略④：「ソリッドな経営メソッド」の横展開

M&Aにより獲得したサービス・新たに開発したサービス・開発中のサービスにも「ソリッドな経営メソッド」を横展開することで、当該サービスにおいても高い事業生産性（営業利益率）と売上高成長率の実現が可能に

結果、マーケティング領域においてアクセスできる市場が拡大し、クライアント単価・継続率が向上

「ソリッドな経営メソッド」の横展開



マーケティング領域においてアクセスできる市場が拡大し、クライアント単価・継続率が向上

当社の構造的な競争優位性

データドリブン経営を土台に、「Supply」と「Demand」の双方が構造的に維持・強化されるため、高い事業生産性（営業利益率）と売上高成長率の実現が継続



A white diagonal bar pointing from the bottom-left towards the top-right, containing the number 04.

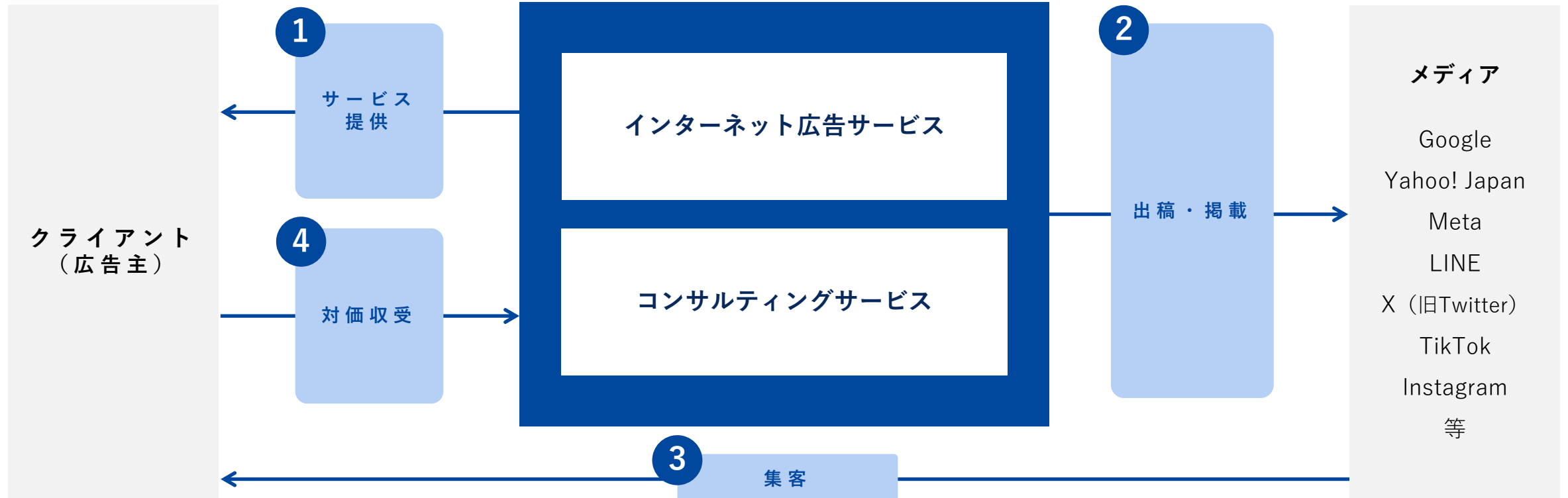
04

会社概要

事業内容

マーケティング戦略のプランニングから実行まで一気通貫したサービスを提供することで
クライアント（広告主）のインターネットにおける集客を支援

デジタルマーケティング事業



マネジメントチーム

代表取締役社長

市原 創吾

SOGO ICHIHARA



2009年青山学院大学工学部卒業。株式会社サイバーエージェントに入社し、一貫して運用型広告を中心としたインターネット広告事業に従事。2018年3月当社を創業、代表取締役社長に就任。

社外取締役 常勤監査等委員

安生 あづさ

AZUSA ANJO

1994年関西学院大学社会学部卒業。監査法人入所後会計監査に従事。ベンチャー企業でのIPO関連業務や会計事務所を経て、三優監査法人にて会計監査・財務DD等に従事。2006年あんじょう会計事務所代表就任。ベンチャー企業の経理・財務サポート、管理体制の構築支援等を実施。2023年12月当社社外取締役常勤監査等委員に就任。

取締役CFO

笹野 誠

MAKOTO SASANO



2010年東京大学卒業。株式会社みずほ銀行にて大企業営業に従事した後、2015年にみずほ証券株式会社にてテレコム・メディア・テクノロジーセクターのカバレッジとして投資銀行業務に従事。2020年1月にCFOとして当社に入社、2月より取締役に就任。

社外取締役 監査等委員

山元 雄太

YUTA YAMAMOTO

2007年京都大学卒業。株式会社ボストンコンサルティンググループに入社。NKリレーションズ株式会社（現 ノーリツ鋼機株式会社）、株式会社JMDC取締役副社長兼CFO等を経て、2020年8月に当社社外取締役に就任。2021年12月より現任。2014年弁護士登録。

社外取締役

長利 一心

KAZUSHI OSARI

2006年京都大学大学院修了。ベイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド、株式会社セガゲームス（現 株式会社セガ）社長室長等を経て、2018年株式会社メルカリに入社。2022年より同社マーケットプレース事業 COO（現任）。2022年12月当社取締役に就任。

社外取締役 監査等委員

阿久津 操

MISAO AKUTSUI

1980年早稲田大学商学部卒業。株式会社リクルート（現 株式会社リクルートホールディングス）に入社し、人事業務に10年半従事。その後株式会社ココブリーズを設立し、組織・人事コンサルティングを始動。並行してベンチャー企業の監査役を通算9社務める（現職は4社）。2022年12月当社取締役監査等委員に就任。



Appendix

会社概要

会社名 株式会社 A V i C (英表記 AViC Co., Ltd.)

所在地 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル19階

創業日 2018年3月

代表者 代表取締役社長 市原 創吾

社員数 62名 (2024年3月末時点)

資本金 (資本準備金を含む) 645,708,100円 (2024年3月末時点)

事業内容 デジタルマーケティング事業

マーケティングで 人・企業・社会をより良くする

我々が進めているのは、マーケティングにおける企業のデジタル・デバイド（格差）を無くすこと。

マーケティングにおいてもデジタルシフトが益々進む中で、潤沢な予算を有さない企業が受けられるデジタルマーケティングサービスは決して高い品質であるとは言えず、予算を有する企業と比較するとマーケティングの成果に大きな格差が発生しているのが現状であると考えております。

企業がどんなに良い製品・サービスを提供していても、期待通りのマーケティングを行えず、世の中から姿を消してしまう事例が少なくないと考えております。

我々は、良質なデジタルマーケティングサービスを受けられていない企業に対して、当社が有する、国内トップクラスの環境で研鑽・蓄積してきたノウハウ、最高峰のデジタルマーケティング技術を駆使して、質の高いサービスを提供することにこだわり、お客様のマーケティング成果に真摯に向き合います。

損益計算書の推移

(百万円)

	2020/9期 実績	2021/9期 実績	2022/9期 実績	2023/9期 実績	2024/9期 修正計画	2024/9期 2Q累計実績
売上高	431	687	1,245	1,488	2,049	986
売上総利益	289	364	660	798	1,200	561
営業利益	120	120	316	318	441	218
経常利益	122	111	305	291	434	211
税引前当期純利益	122	111	306	294	434	230
当期/四半期純利益	86	78	226	219	317	152

貸借対照表の推移

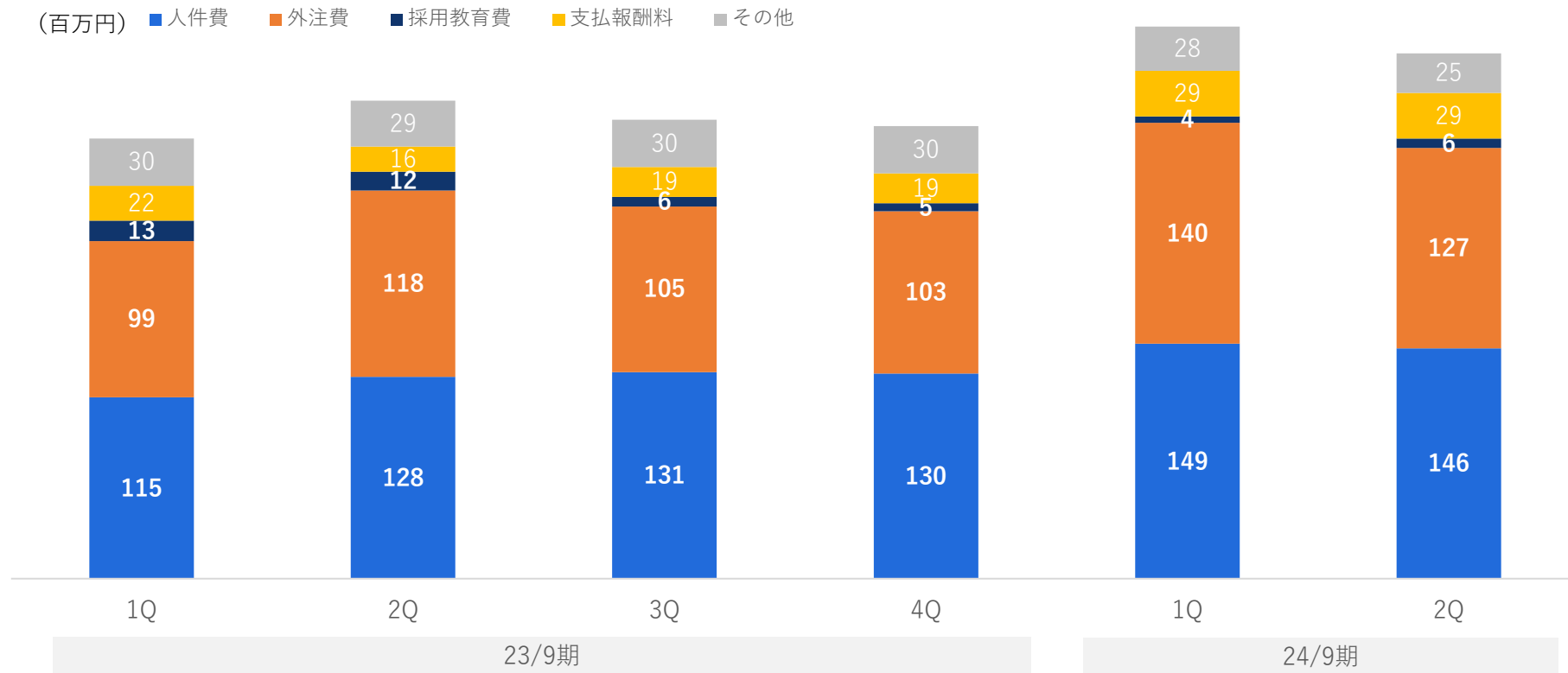
(百万円)

	2023年3月末	2023年12月末	2024年3月末	前期比	前四半期比
流動資産	1,302	1,419	1,757	+454	+338
現金及び預金	771	629	1,019	+248	+389
固定資産	250	590	507	+257	△83
総資産	1,552	2,010	2,265	+712	+254
流動負債	565	607	721	+155	+114
固定負債	123	97	137	+14	+40
純資産	863	1,305	1,406	+542	+100

費用の内容・構成

受注案件は豊富にあり、かつ経験のある中途社員は元より未経験社員が即戦力化するため、人員が増加しても高い利益率を維持できる費用構造

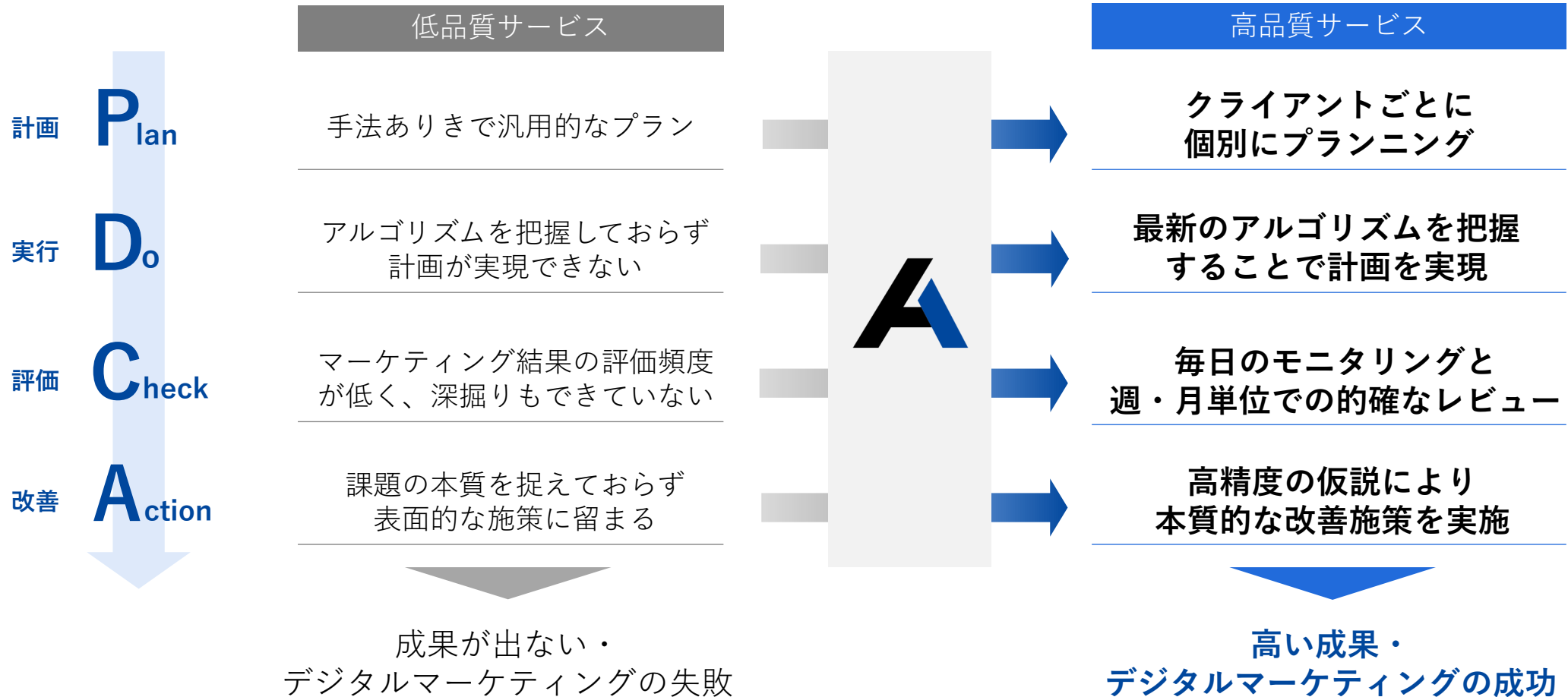
外注費は一定売上高に連動も、外注費のコントロールにより、1Q対比で2Qの売上高対比外注比率は低下



注.1：人件費は、役員報酬、労務費（売上原価）、給料手当（販管費）、法定福利費の合計値を指します。支払手数料は、銀行の振込手数料、会計・労務管理等の業務ツールの費用が主たるものです。支払報酬料は、監査報酬等の専門家費用が主たるものです。

高品質なサービスとは

高品質なサービスを提供することの難易度は高いが、当社はそれを属人化させることなく組織として実現

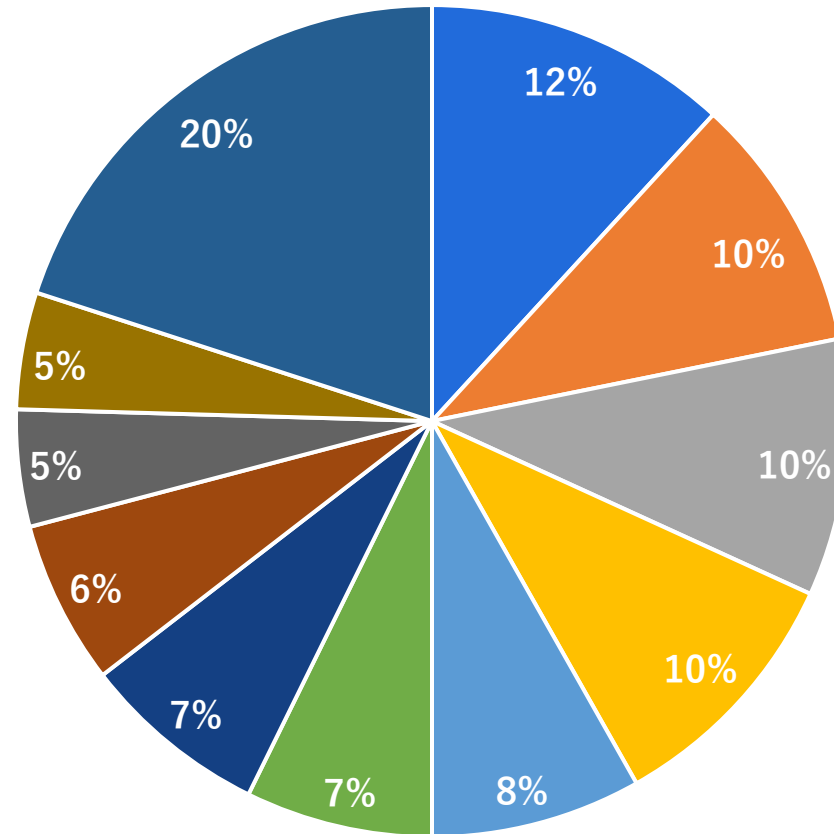


事業概要に関するFAQ

#	Q	A
1	社名の由来は？	A (最上級の) Vista (景色) Create (創る)、から作成した造語になります。小文字の「i」をアクセントにしています。「i」は人のアイコンで、新しい景色の中に「人=i」が立っているイメージになります。
2	業績に季節性はあるのか？	マーケティングの需要期に当たる3月を含む2Qが強含みますが、季節性以上に成長性が業績に与えるインパクトは大きいため、過年度は1Q<2Q≦3Q<4Qという傾向がございました。
3	なぜ高品質なサービスを提供できるのか？	社長以下当社経営幹部は、デジタルマーケティング市場が拡大したこの約15年間、市場の最前線で、高品質なサービスを提供することに最注力し、高品質なサービスを「定義」してきました。また、そのノウハウを属人化させず組織知化することにも努めているおります。
4	本資料P24に記載のある、営業利益率と売上高成長率の算出に用いている同業他社名は？	具体的な社名を申し上げることはできませんが、デジタルマーケティングサービス（インターネット広告、SEO関連）を主業としている上場会社をピックアップしております。
5	貴社サービスに価格競争力はあるのか？	フィーやマージンの水準は同業他社比一般的な水準ですが、高いマーケティング効果（同一予算でのCPAやCVの水準等）により、実質的に価格競争力が高くなっているものと考えます。
6	「イネーブルメント・プロジェクト」による未経験者のオンボーディングまでの期間は？	平均して約6ヶ月間になります。
7	人材の定着についてどのような工夫をしているのか？	高付加価値化・生産性を重視した経営、社員がマーケティングの面白さを感じられるような健全な組織体制の構築、フェアな人事評価制度制定・運用、業界内で高い平均給与水準、社内コミュニケーション・エンゲージメントの重視、コンプライアンスの重視等の取り組みを行っております。
8	M&Aの取組みについての考え方は？	クライアント基盤、従業員等案件執行体制、事業運営ノウハウ等の獲得やM&A後の各種シナジー創出を目的として取組んでおります。EV/EBITDAの上限を設定することで適切なバリュエーション水準を堅持し、P/L影響に配慮（対象を原則、株式取得・経営統合後に安定的にキャッシュ・フローを創出できる企業に限定）した形での実行をしております。

クライアント業種の分散の状況（2024年3月時点、社数ベース）

■ 飲食・製薬 ■ 人材 ■ 自動車・バイク ■ 美容・理容・医療 ■ IT・メディア ■ 教育 ■ エンタメ ■ 情報通信 ■ 不動産 ■ 金融 ■ その他



注.1： その他は、エネルギー、旅行、電子機器販売、宝飾品販売、土業等の様々な業種を指します。

社員持株会の設立

社員持株会設立時において、入会率が30%を突破
次回入会タイミングでの入会意向を示す社員も多数おり、今後も入会率は向上する見込み



2024年3月1日

各位

会社名 株式会社 AV i C
代表者名 代表取締役社長 市原 創吾
(コード番号: 9554 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 笹野 誠
(TEL. 03-6272-6174)

社員持株会設立に関するお知らせ

当社は、社員持株会を設立し、2024年3月から継続的に当社株式を購入することといたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 設立の目的

当社は、従業員の安定的な資産形成の促進、中長期における会社経営への参画意識の向上、福利厚生の充実による人材獲得と定着、安定株主の増加など、当社の中長期的な企業価値の向上を図ることを目的として社員持株会を設立いたします。

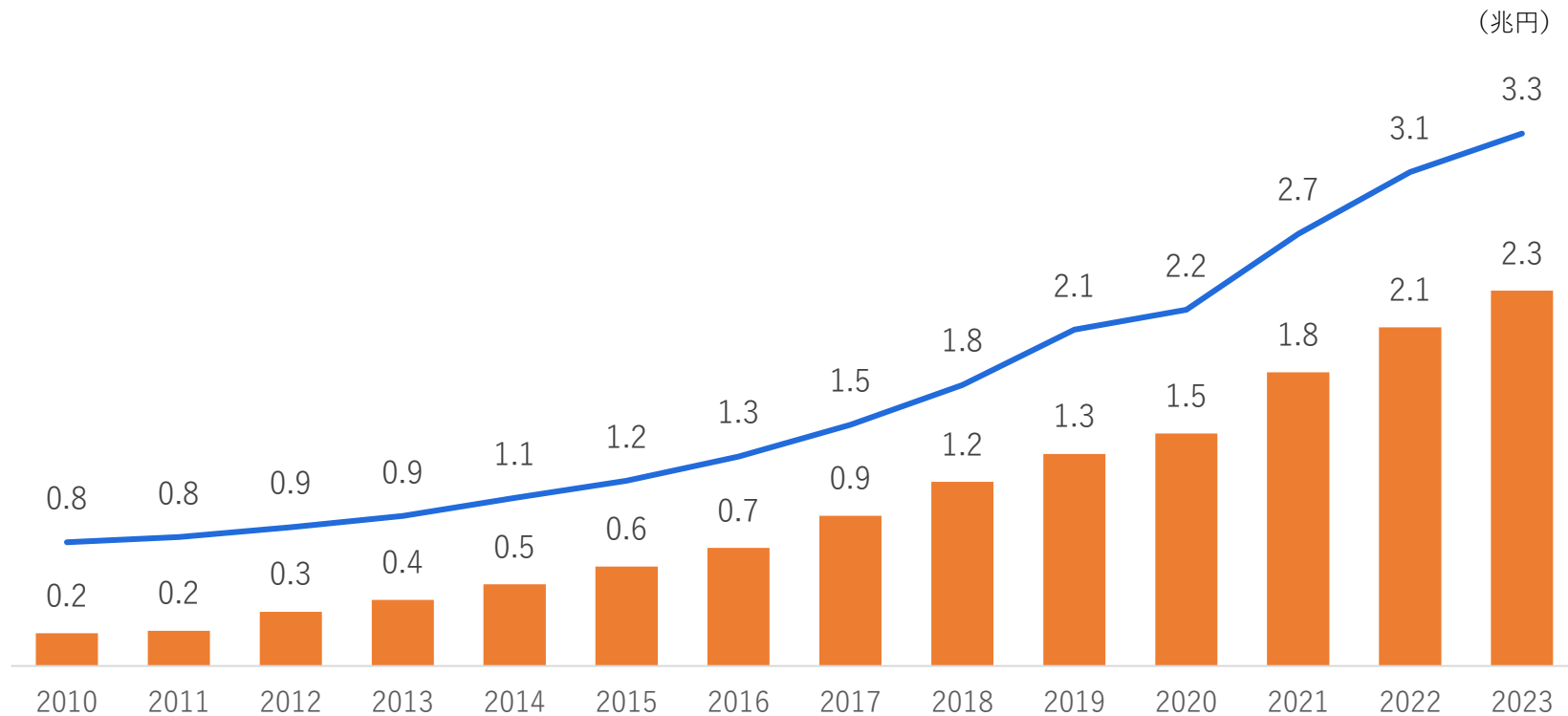
2. 社員持株会の概要

名称	AV i C社員持株会
入会資格	当社従業員
開始時期	2024年3月
拠出金	1口1,000円とし、上限50口
奨励金付与率	拠出金の10%

以上

日本のインターネット広告市場の規模（注.1）

当社事業が属する約3.3兆円のインターネット広告市場は、年率2ケタ%の高い成長が続く肥沃な市場
あらゆる産業のDX化の推進で、今後も同市場は堅調に拡大するものと当社は予想



インターネット広告市場

CAGR：12%

運用型広告市場

CAGR：21%

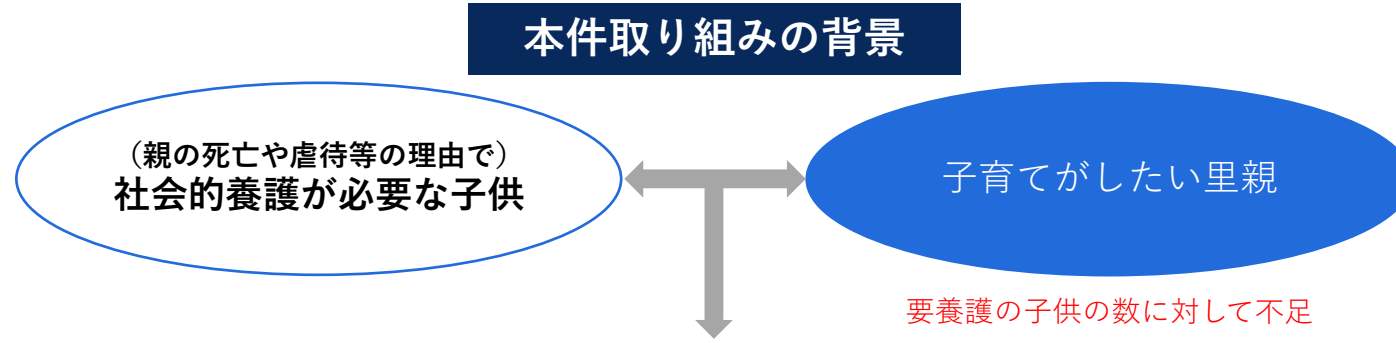
2023年の
インターネット広告媒体費
に占める運用型広告の比率

87.4%

注.1：株式会社電通「2022年 日本の広告費」をもとに当社が作成しています。2010年、2011年は、モバイル端末は調査の対象外となっております。

NPO法人が行う特別養子縁組事業の活動支援を開始

CSRの一環として、特定非営利活動法人ミダス & ストックサポートが行う特別養子縁組事業において、マーケティングの観点から社会課題の解決に向けてその活動を支援



「貧困の連鎖を断ち切る」というミッションの下で活動するMIDAS財団が、本事業における大手NPO法人と組んで参画するにあたり、里親募集のデジタルマーケティングについて協力依頼があったもの

当社が本件に取り組む理由

- ✓ 事業ノウハウが活かせる、当社ならではの貢献である
- ✓ 社会的インパクト（貢献度）が大きい
- ✓ 以前より企業の社会的責任を担う機会を探していた
- ✓ 社員の一部からも社会貢献したいという声があった
- ✓ 信頼できるMIDAS財団からの声掛けである
- ✓ 運営の負担が過大でなく継続的な取り組みが可能である

Google社のプログラム（当社の費用負担なし）



Google Ad Grants でより多くのオンライン寄付者にリーチ

Ad Grants プログラムで支給される広告クレジットを使って Google 検索に広告を掲載し、寄付を募ったり、団体の認知度を高めたり、ボランティアを募集したりできます。

テキストベースの広告に使用できる広告クレジットが毎月 10,000 ドル分支給されます。

ESG・SDGsへの取り組み

当社の成長によるサステナブルな社会の実現を展望



特別養子縁組事業の
活動支援

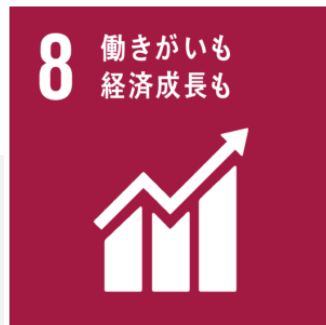


女性管理職比率 (注.1)

16.0%

女性社員比率 (注.2)

33.3%



高付加価値化・
生産性を重視した経営

社員がマーケティングの面白さを感じられるような組織体制の構築
無理なアウトバウンド営業の必要がない健全な組織体制の構築
積極的な未経験者（新卒）採用



フェアな
人事評価制度

業界内で高い平均給与水準



法令遵守・
ガバナンス重視の経営

高度な情報セキュリティ体制の構築

注.1：管理職の対象者は役員、本部長、部長、マネージャー（2024年4月1日時点の数値）になります。

注.2：女性社員の対象者には役員、内定承諾者アルバイトを含みます（2024年4月1日時点の数値）。

