

2024年9月期2Q 決算説明資料

株式会社インタースペース（スタンダード：2122）

2023年10月 - 2024年3月

目次

01 2024年9月期2Q 決算概要

02 2024年9月期事業方針

03 パフォーマンスマーケティング事業

04 メディア事業

05 中期経営計画の進捗

01

2024年9月期2Q 決算概要

2024年9月期2Q 決算概要

- ▶ 両事業とも売上高は前年から増加し、全体としても+5.8%と想定以上の結果
- ▶ コンテンツメディアの広告単価の上昇により、営業利益も計画を上回る格好となった

連結業績

売上高	3,996 百万円	前年比 + 5.8%
営業利益	435 百万円	前年比 Δ 23.1%

パフォーマンス マーケティング

セグメント売上高	2,476 百万円	前年比 + 5.9%
セグメント利益	260 百万円	前年比 Δ 26.5%

メディア

セグメント売上高	1,520 百万円	前年比 + 5.7%
セグメント利益	175 百万円	前年比 Δ 17.6%

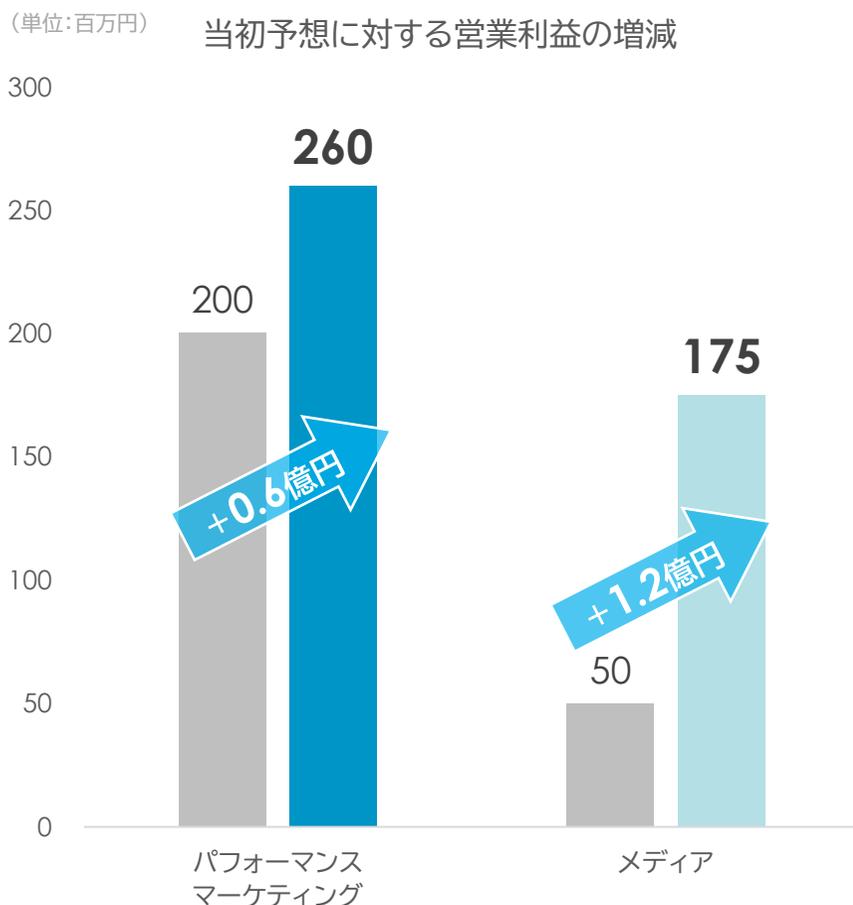
2024年9月期2Q グループ連結業績

- ▶ メディアの収益増に加えて、マーケティングソリューションも伸長
- ▶ 持ち分利益減少により経常利益は減少

(単位:百万円)	FY24.2Q	FY23.2Q	増減額	増減率
取扱高*	14,213	13,098	+1,115	+8.5%
売上高	3,996	3,776	+220	+5.8%
営業利益	435	566	△131	△23.1%
経常利益	425	615	△190	△30.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	250	413	△163	△39.4%

* 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です。

2024年9月期当初予想に対する2Q実績



パフォーマンスマーケティング

- ・国内アフィリエイトは金融分野が好調
- ・マーケティングソリューションのストック収益も伸長

メディア

- ・今期方針に掲げた、新たな広告メニューを追加施策が奏功し計画を前倒して広告単価は回復

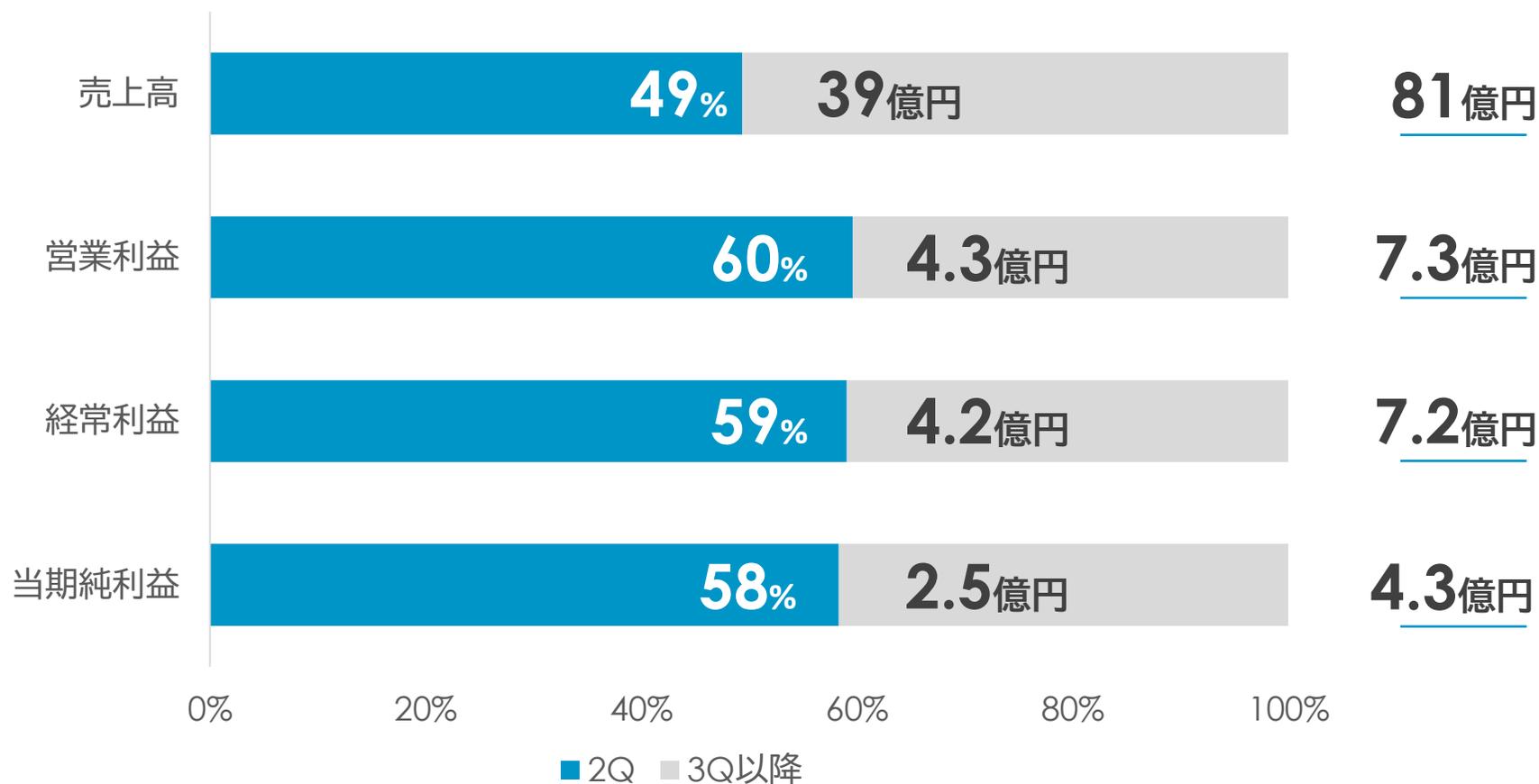
2024年9月期 通期業績予想の修正

- ▶ コンテンツメディアの広告単価の上昇により、収益は計画を上回る結果となった
- ▶ 自社プロダクトの会員獲得プロモーション費は増加したものの、それ以上の収益増

(単位:百万円)	修正予想	修正前	増減額	増減率
売上高	8,100	7,700	+400	+5.2%
営業利益	730	530	+200	+37.7%
経常利益	720	570	+150	+26.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	430	320	+110	+34.4%
一株当たり 当期純利益	68.51円	50.98円	—	—

2024年9月期 修正後業績予想に対する2Q進捗

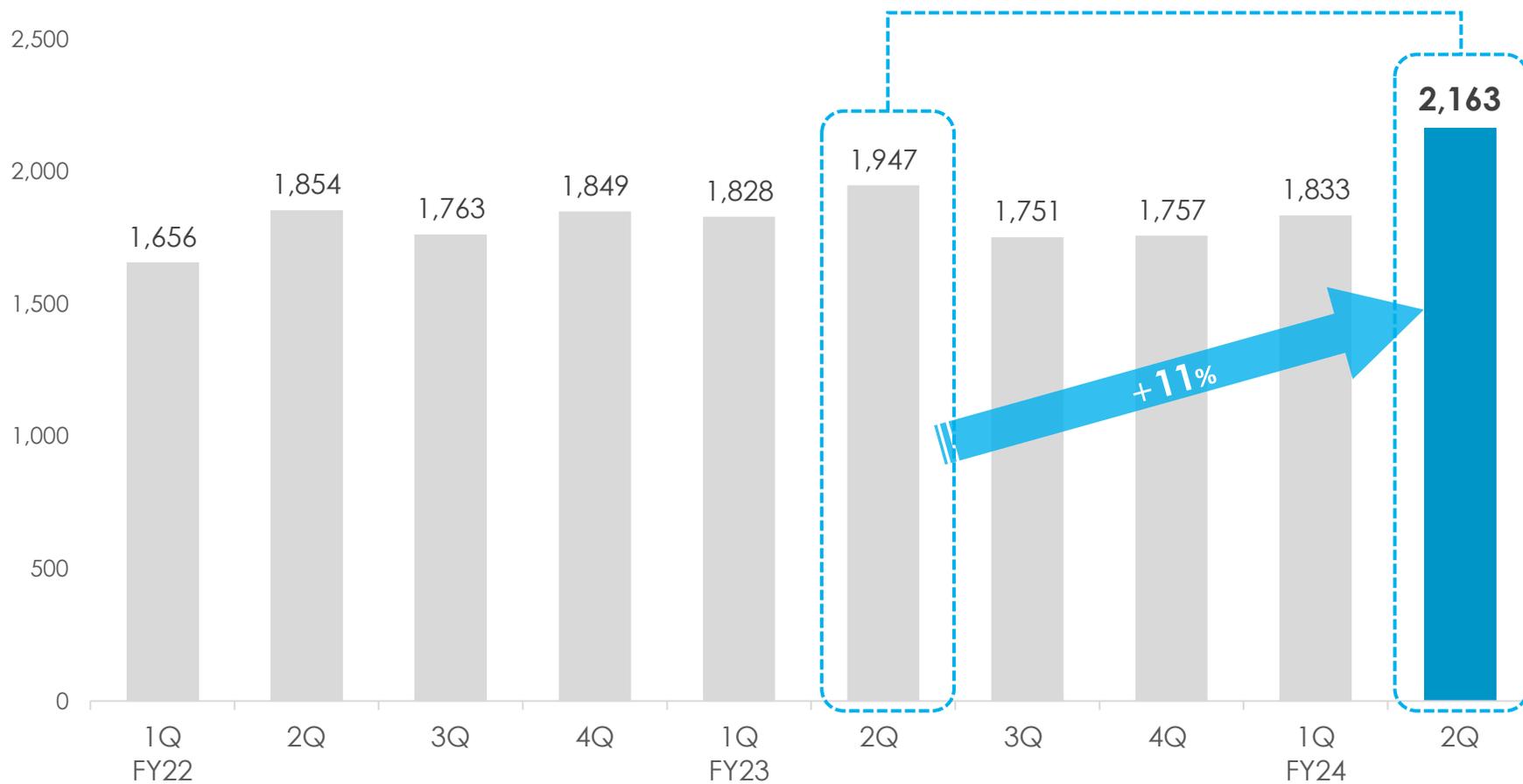
- ▶ 売上高はほぼ半分、利益面はやや先行
- ▶ 海外パフォーマンス広告、比較・検討型メディアへ積極的に投資を予定



連結売上高推移

▶ メディア事業の収益増により、売上高はYoY+11%

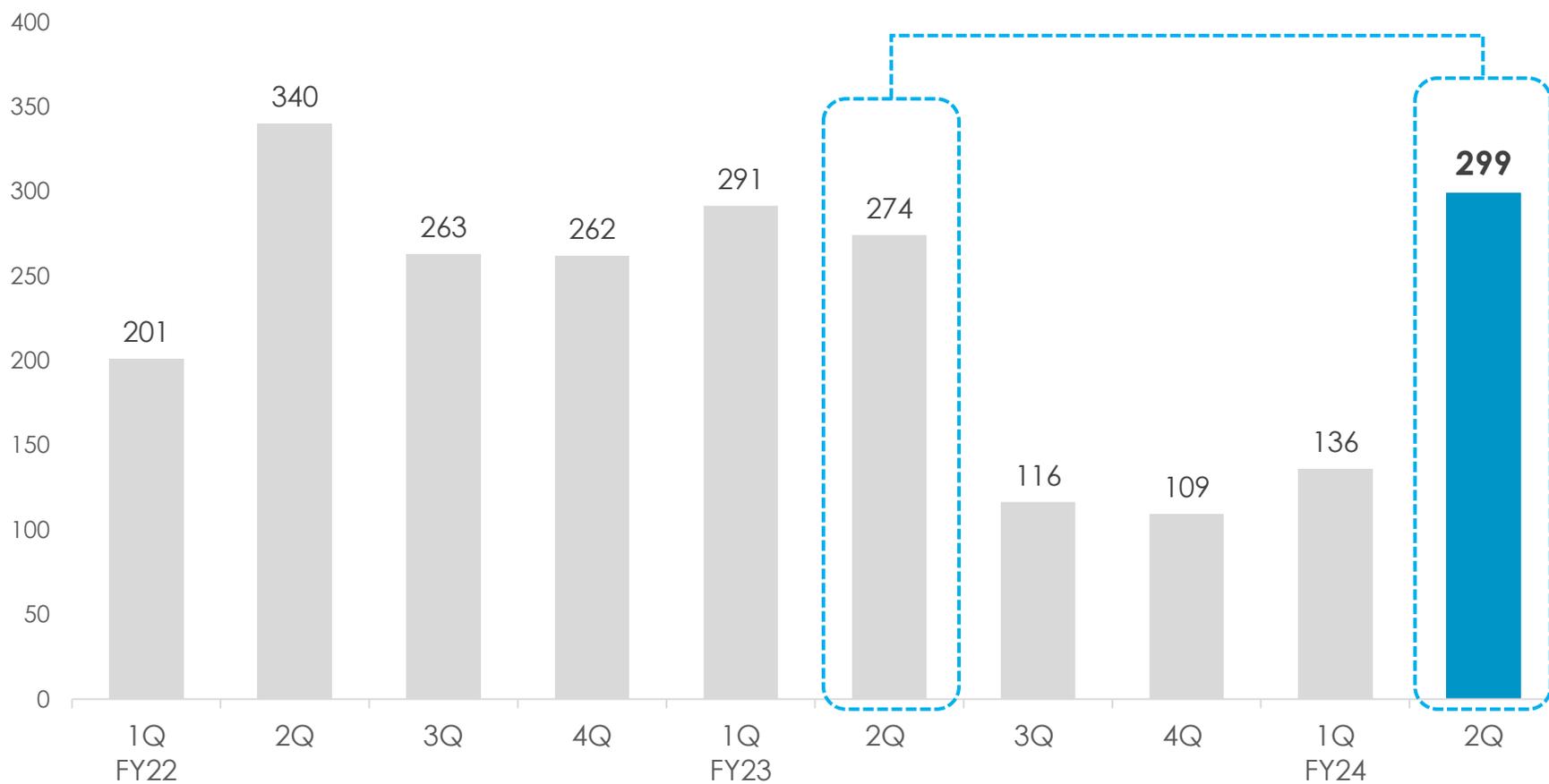
(単位:百万円)



連結営業利益推移

▶ 高収益なメディア事業の広告単価上昇により、営業利益は急回復

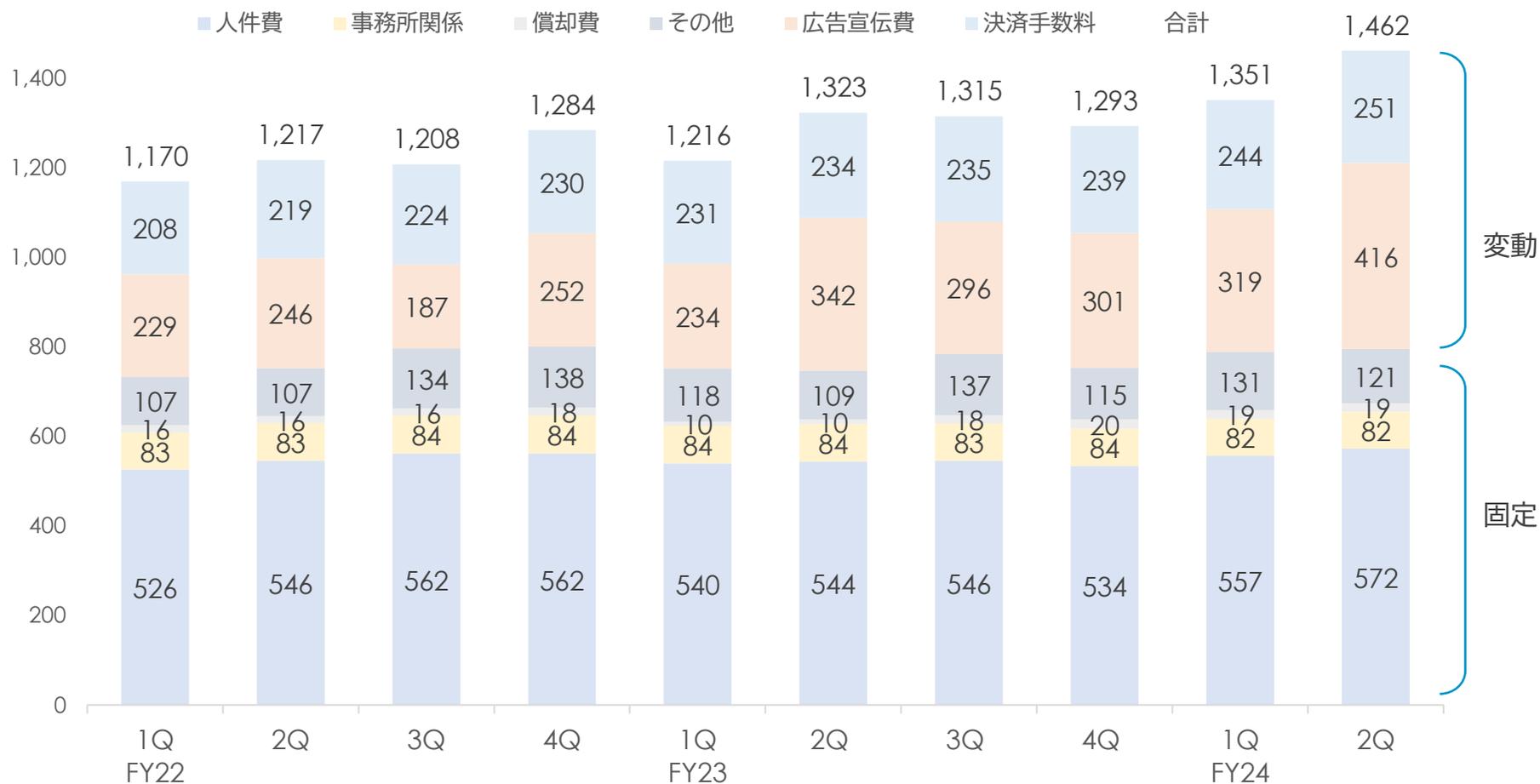
(単位:百万円)



連結販管費推移

▶ 広告宣伝費が増加しているものの、概ね計画通りの推移

(単位:百万円)



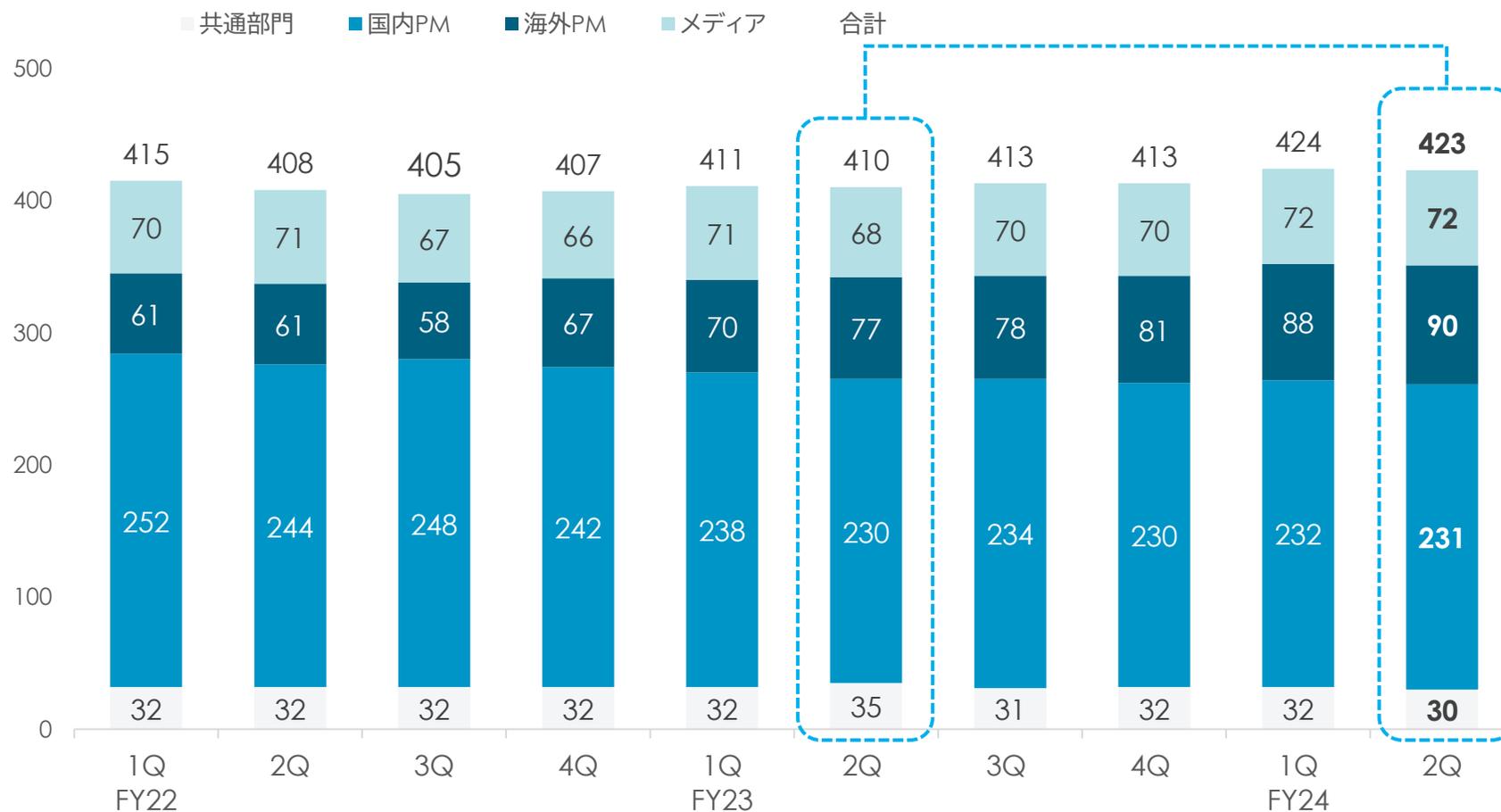
変動

固定

連結従業員推移

▶ 海外パフォーマンスマーケティング事業における積極採用に伴い増員が進む

(単位:人)



(PM:パフォーマンスマーケティング)

連結貸借対照表／連結キャッシュフロー計算書

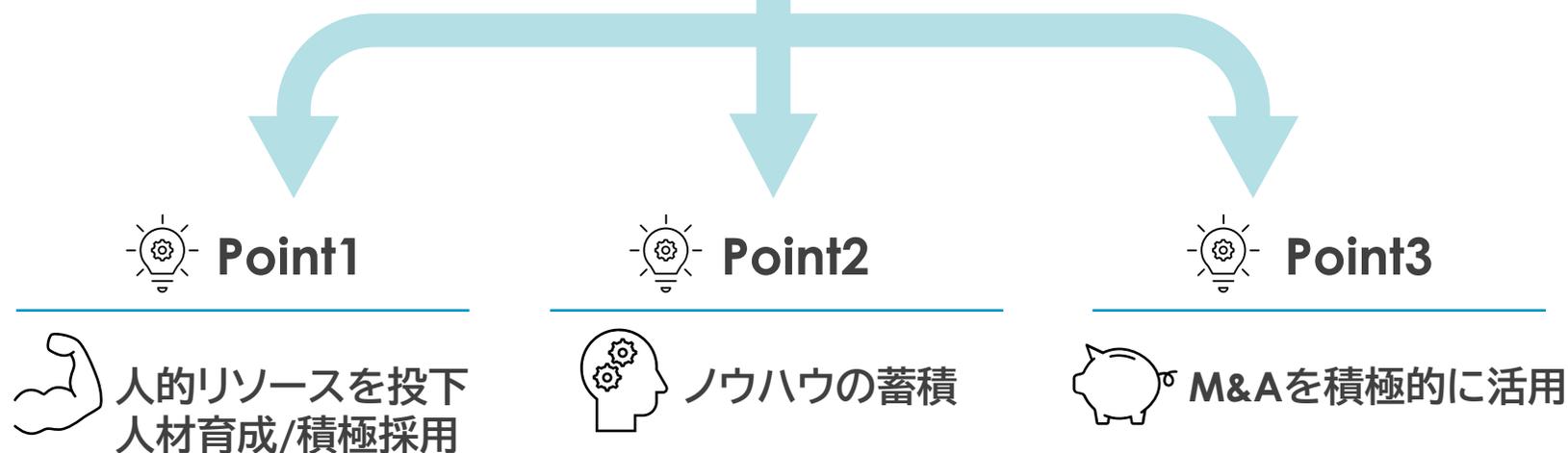
BS	(単位:百万円)	FY24.2Q	FY23.4Q	増減額	補足情報
現金・預金		5,728	5,631	+97	
流動資産		9,934	9,339	+595	
固定資産		1,804	1,754	+50	
総資産		11,739	11,094	+645	
流動負債		5,807	5,244	+563	
固定負債		69	69	+0	
株主資本		5,827	5,734	+93	
純資産		5,863	5,780	+83	自己資本比率 50%
CF	(単位:百万円)	FY24.2Q	FY23.2Q	増減額	補足情報
営業活動によるCF		455	399	+56	
投資活動によるCF		△179	△144	△35	
財務活動によるCF		△156	△156	+0	
現金同等物の残高		5,728	5,843	△115	

02

2024年9月期事業方針

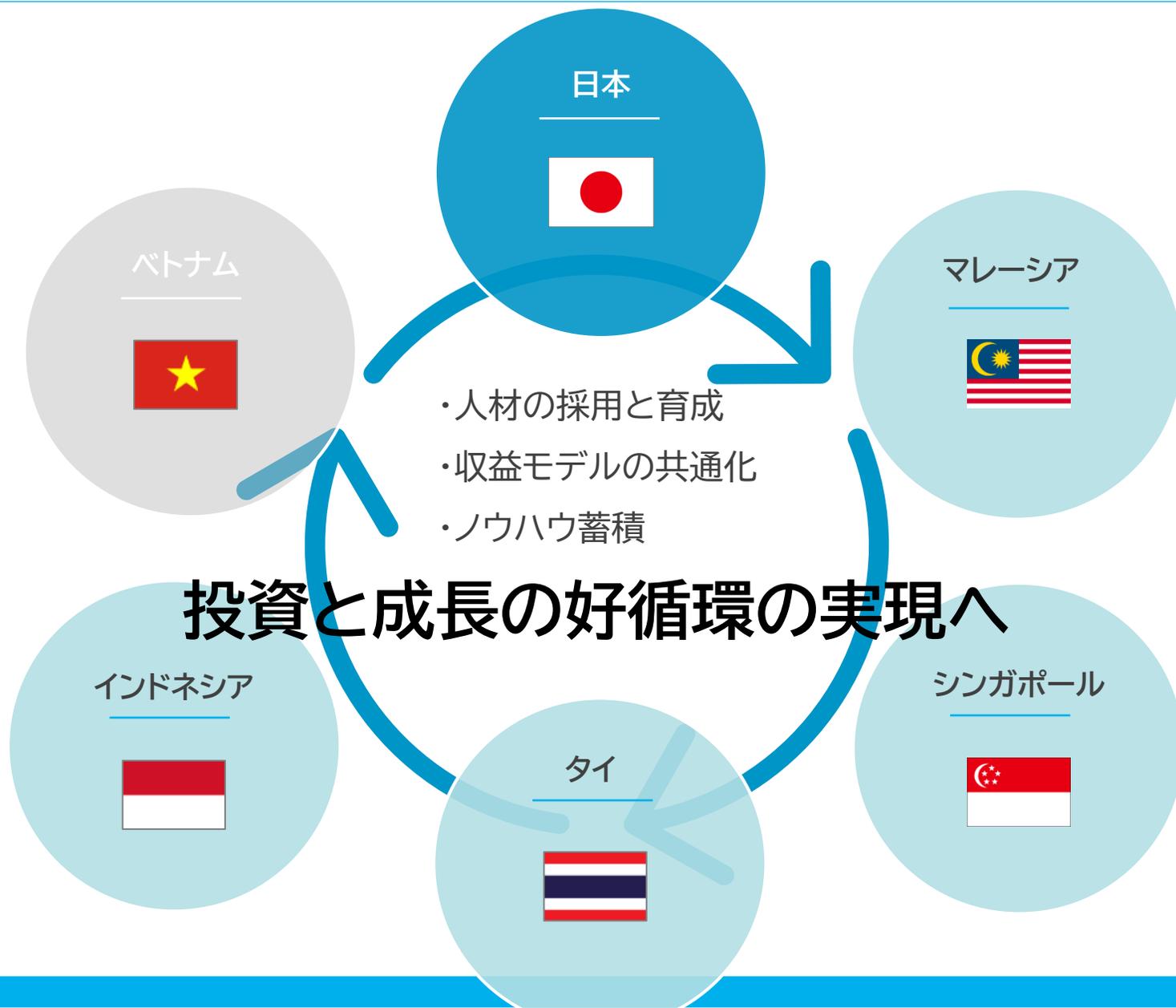
- 1 比較・検討メディアへの投資推進
- 2 海外アフィリエイトへの投資と
収益モデルの展開
- 3 マーケティングソリューション分野への投資と
アフィリエイトの生産性向上

比較・検討メディアへの投資推進



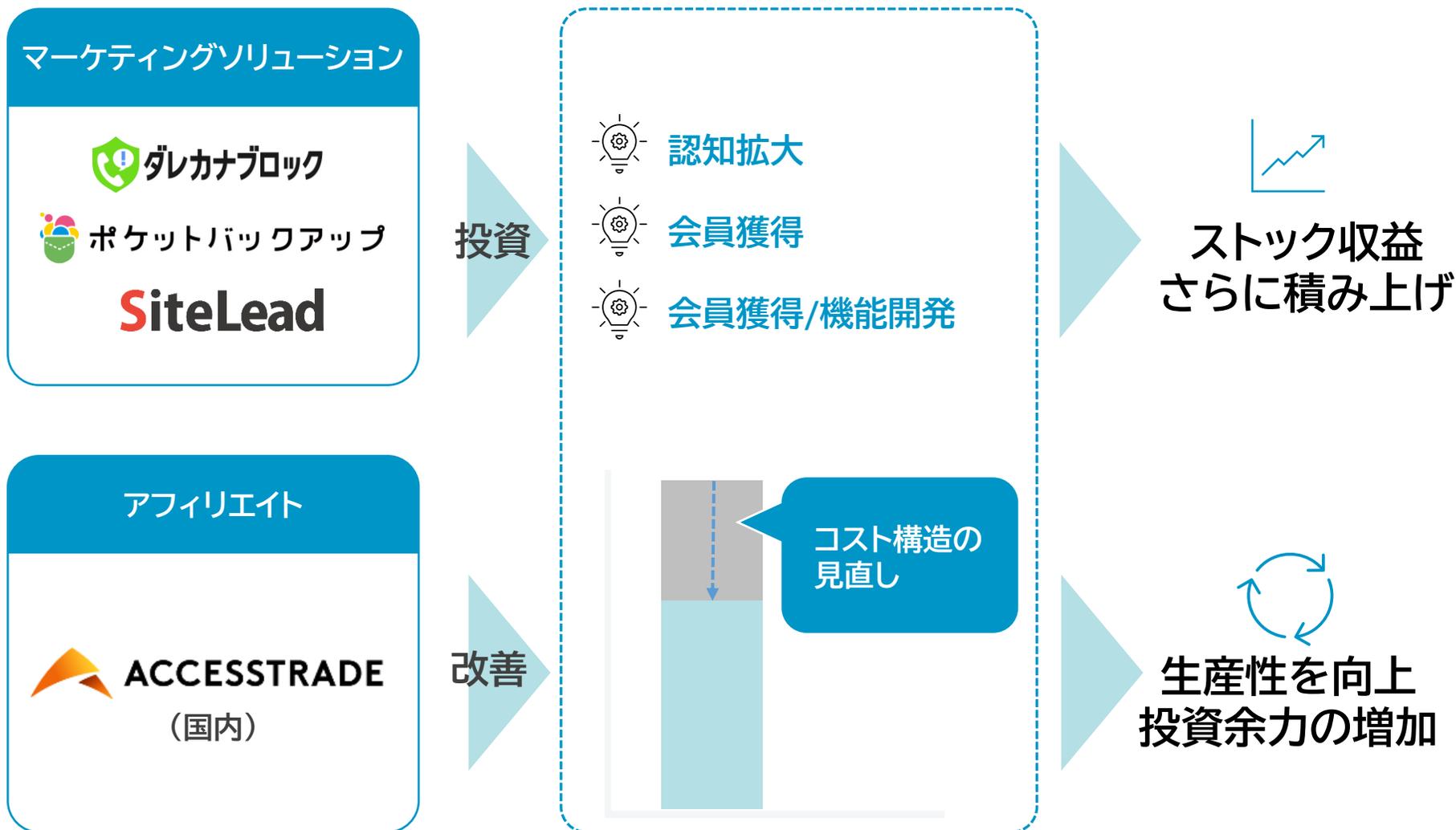
収益力を引き上げ、キャッシュをさらに生み出す体制作りへ

海外アフィリエイトへの投資と収益モデルの展開



マーケティングソリューション分野へ投資、アフィリエイトの生産性向上

メリハリのある事業ポートフォリオに向けた動き



03

パフォーマンス
マーケティング事業

パフォーマンスマーケティング事業のご紹介

パフォーマンス広告



日本

ASEAN

人口 1億2千万人

人口 6億7千万人

GDP 4兆2,311億米ドル*

GDP 3兆6,223億米ドル*



タイ

インドネシア

マレーシア

シンガポール

ベトナム

マーケティングソリューション



SiteLead



ポケットバックアップ



ダレカナブロック



*外務省アジア太平洋局資料より

パフォーマンスマーケティング事業 業績ハイライト

FY2024
パフォーマンス
マーケティング

取扱高*1 **13,276** 百万円 前年比 +**9.3%**
事業利益*2 **586** 百万円 前年比 Δ **11.5%**

パフォーマンス広告

 **ACCESSTRADE** (日本) ▶ 広告需要を取り込み金融分野が好調に推移

 **ACCESSTRADE** (東南アジア) ▶ インドネシアが好調に推移

マーケティングソリューション

 **ポケットバックアップ** ▶ 自社プロダクトの会員数は着実に増加
 **ダレカナブロック** ▶ 会員獲得プロモーションは継続

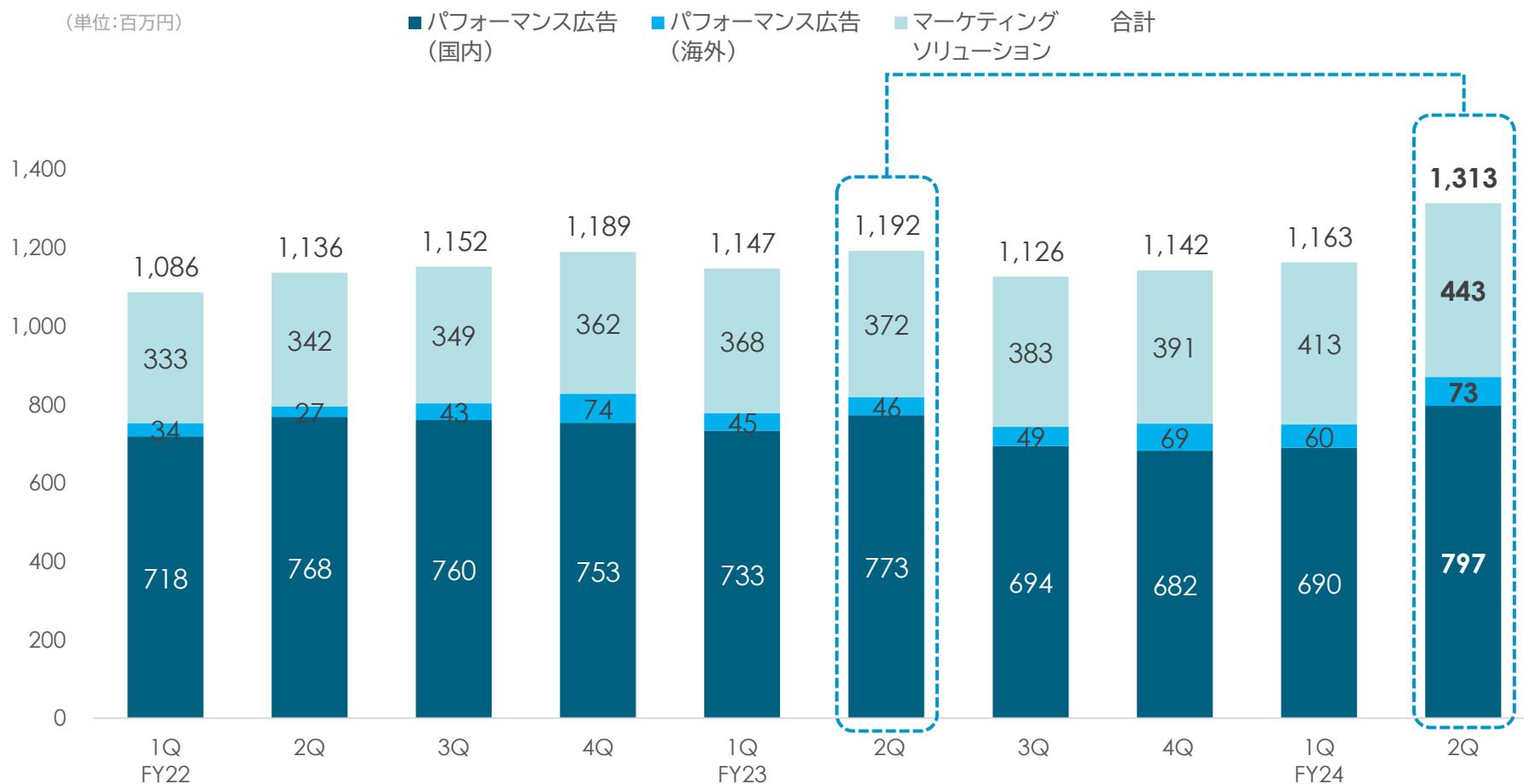
SiteLead ▶ 利用者数3,000を突破！

*1 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です

*2 共通費を含まない事業部門の数値です

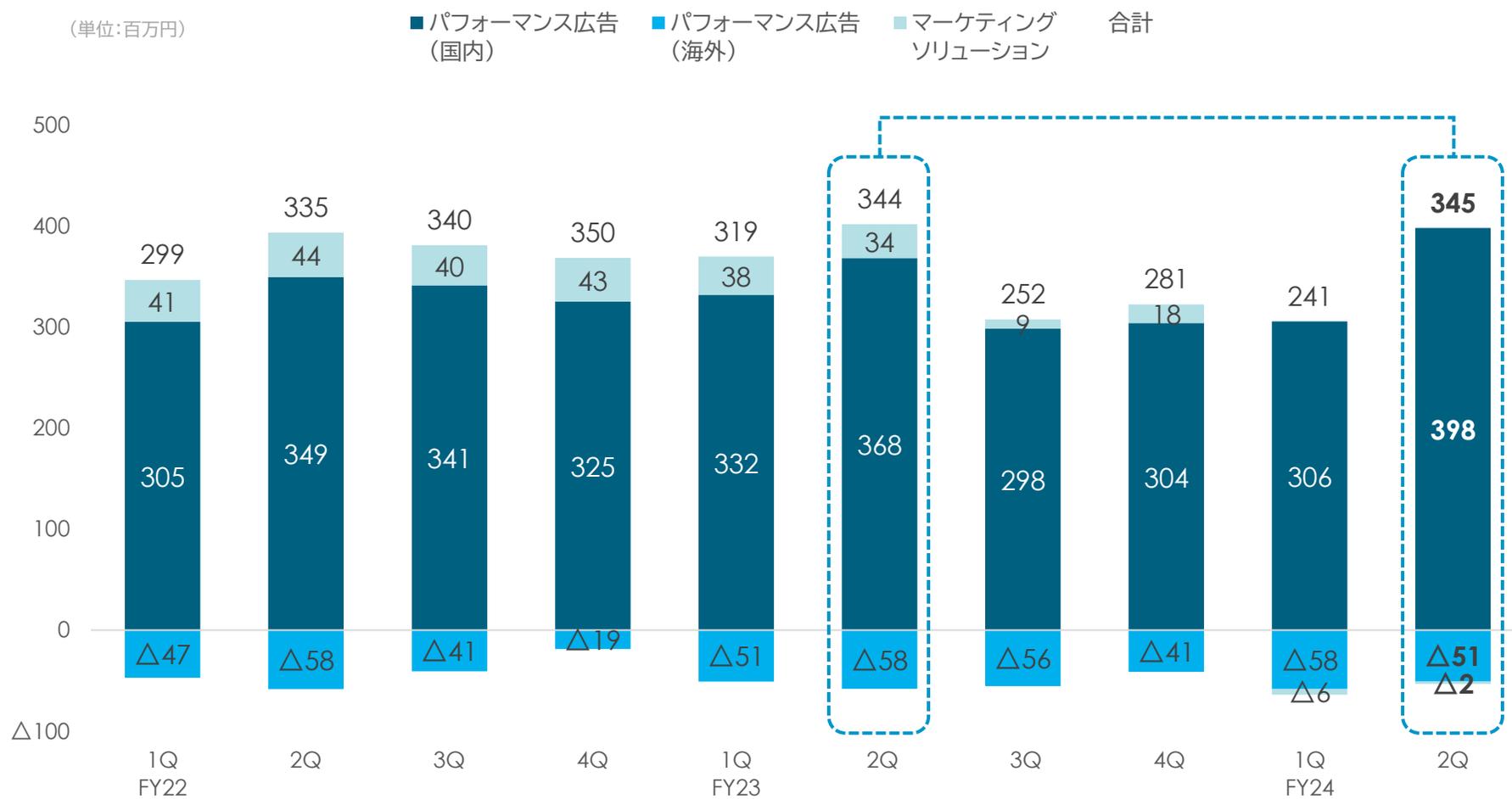
事業別 売上高推移

- ▶ パフォーマンス広告は金融を中心に好調に推移
- ▶ 会員の増加にともない、マーケティングソリューションの売上高はYoY+19%



事業別 事業利益推移

- ▶ パフォーマンス広告の収益増により、前年を上回る
- ▶ マーケティングソリューションは計画していたプロモーションコストが発生

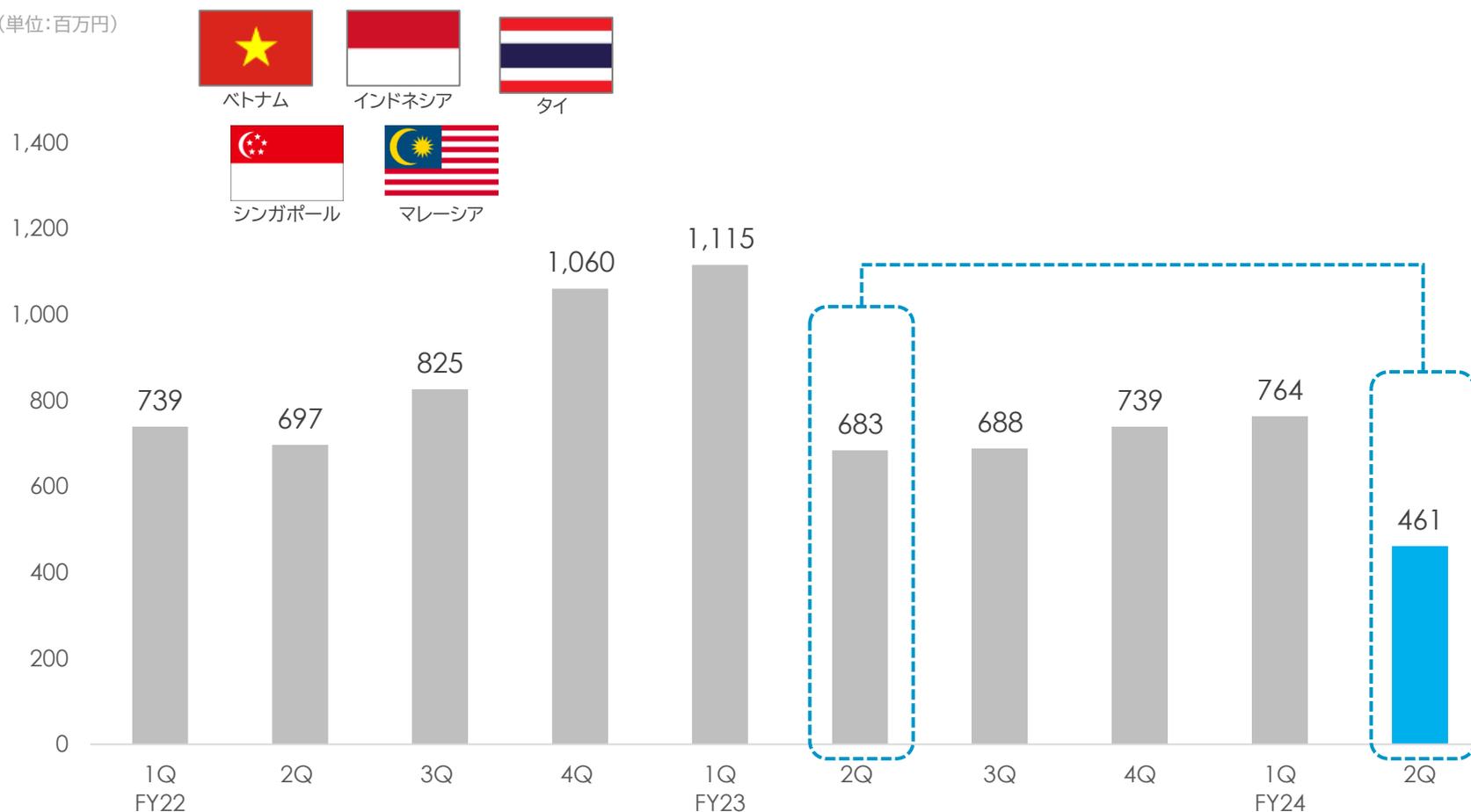


* 共通費を含まない事業部門の数値です

取扱高推移(海外パフォーマンス広告)

- ▶ 今までのけん引役であったベトナムが大きく減少
- ▶ インドネシアはEC分野が好調、前年から継続的に成長

(単位:百万円)



* 新収益認識基準適用前の売上高に近似する金額です
海外アフィリエイトの取扱高には、持分法適用会社(ベトナム)の売上高を含めて表示しています

パフォーマンス広告 KPI推移

(単位:万)

アクセストレード提携数

300

■国内 ■海外

267万

250

稼働プログラム

3,630件

(2024年3月末時点)

200

150

100

50

0

FY15

FY24

04

メディア事業

メディア事業のご紹介

コンテンツ型メディア



4MEEE

4yuuu



新しい気づきを

比較・検討型メディア



アプロリア



APP FINDER



多様な選択肢を

メディア事業 業績ハイライト

FY2024

メディア

売上高 **1,520** 百万円 前年比 +**5.7%**

事業利益* **266** 百万円 前年比 Δ **10.4%**

コンテンツ型



▶ 広告メニューの追加等により、広告単価は上昇



▶ 4yuuuで大手ポータルとの連携によりPVが増加
売上高も好調に推移

比較・検討型



▶ 有料掲載数が1.2万教室まで増加、売上高も二桁成長
人的資源も投下、今後も投資を継続つつ集客ノウハウを蓄積



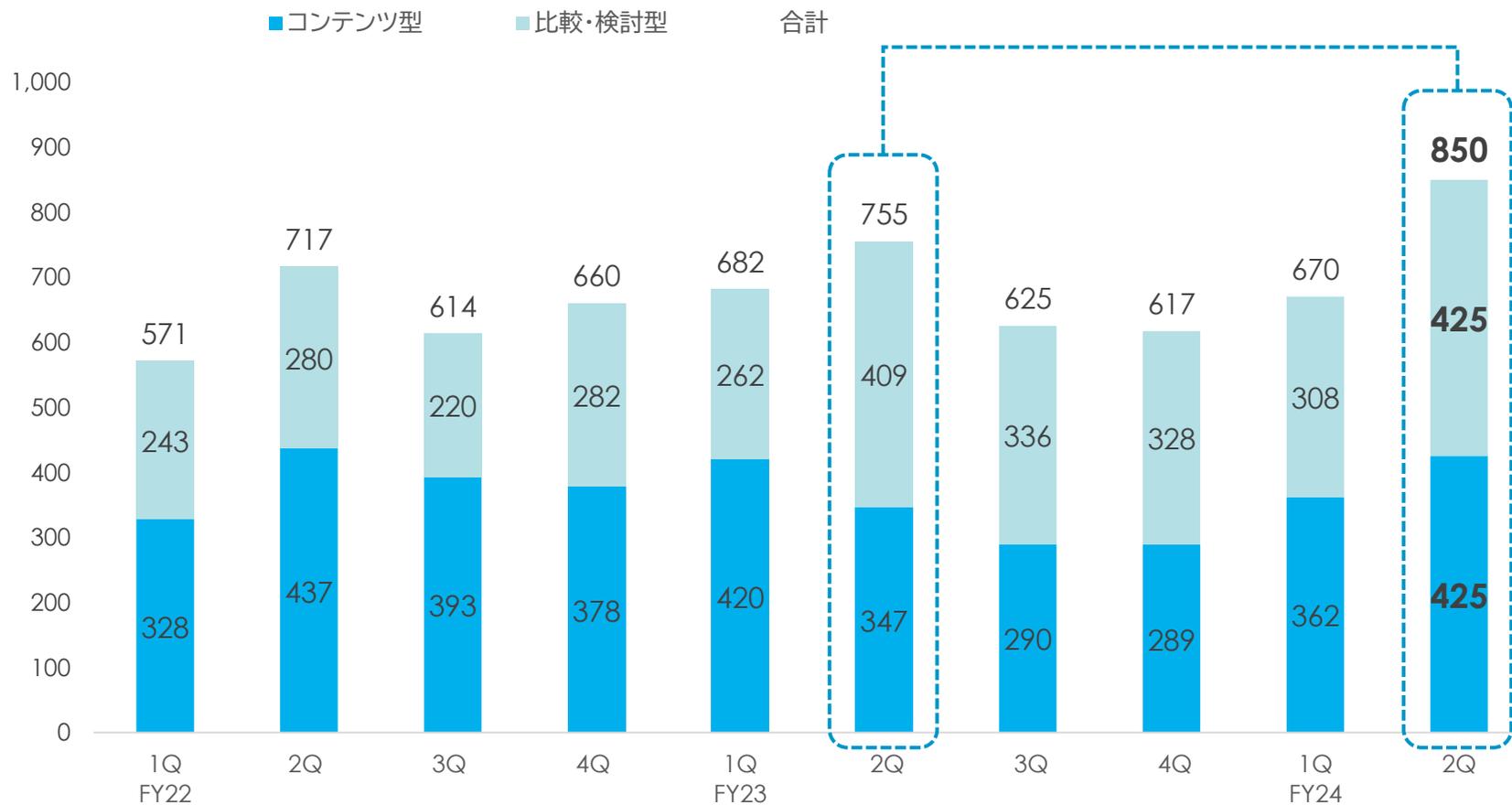
▶ 集客力強化に向け、サイトUIの構築が進む
売上高も前年から増加

* 共通費を含まない事業部門の数値です

事業別 売上高推移

- ▶ コンテンツ型の収益増が影響し、過去最高の四半期売上高を更新
- ▶ 比較・検討型はサービス分野の広告需要を取り込み、高水準で推移

(単位:百万円)

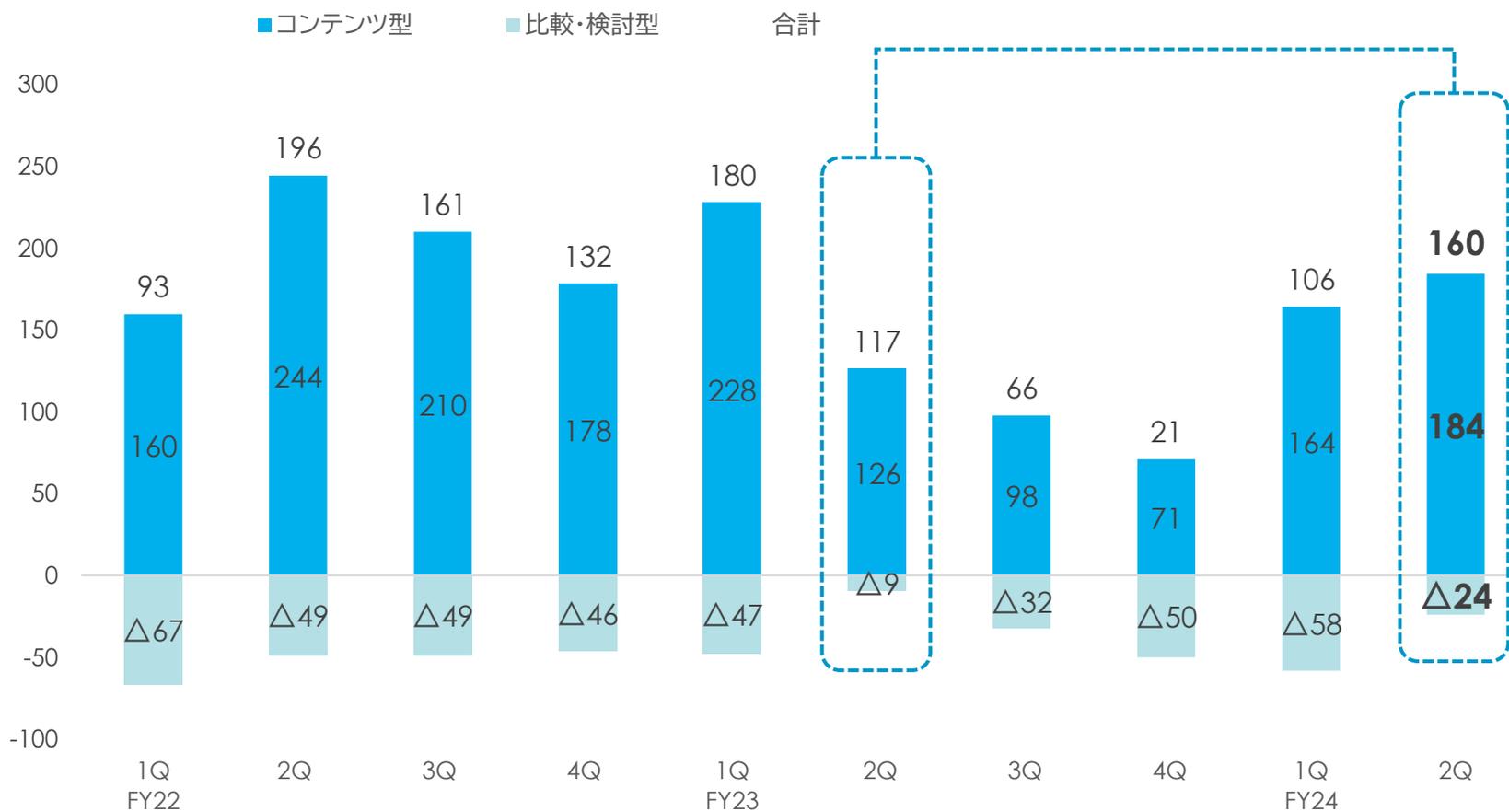


* メディア売上高には内部取引を含めて表示しています

事業別 事業利益推移

- ▶ コンテンツ型はママスタの広告単価の上昇に加え、4MEEEも好調
- ▶ 比較・検討型は投資フェーズであるものの、売上の増加に伴い事業損失も改善

(単位:百万円)



* 共通費を含まない事業部門の数値です

メディア事業 KPIハイライト

- ▶ UU/PVともに前Qから大幅に増加、四半期平均PVとしては初の10億PVを突破
- ▶ 塾シルの有料掲載教室は微減なものの、概ね計画通りに推移

メディア合計UU

4,019万
UU

(QoQ +9.4%)

(四半期の平均ユニークユーザー数)

メディア合計PV

10.2億
PV

(QoQ +7.9%)

(四半期の平均ページビュー数)

塾シル有料掲載教室

1.2万
教室

(QoQ Δ 112教室)

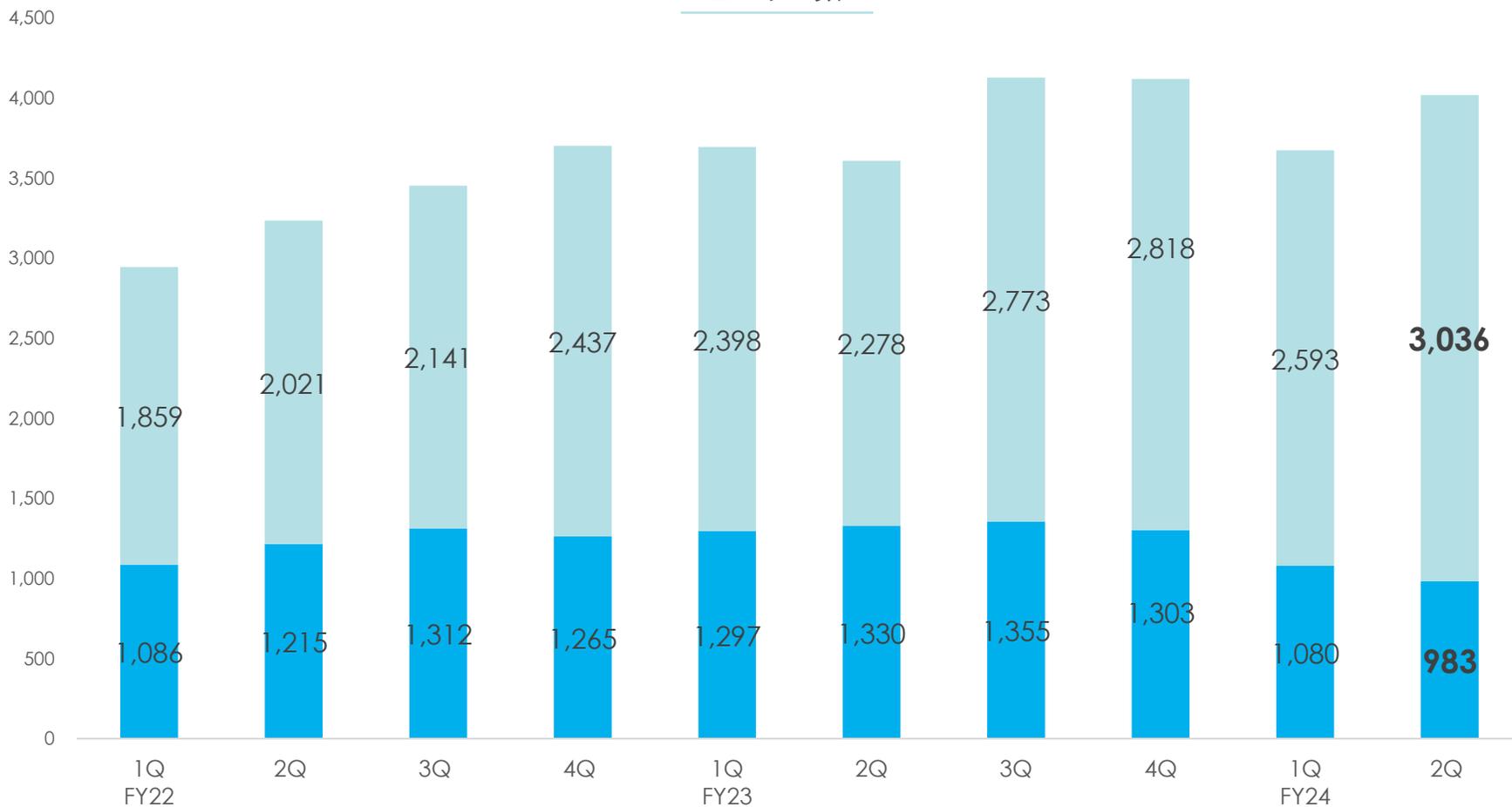
(2024年3月末時点)

メディア事業 KPI推移

▶ ママスタは減少したものの、外部連携を開始した4yUUUを中心にその他メディアが大幅増

(単位:万UU)

ユーザー数



(各四半期の平均ユーザー数)

■ ママスタ ■ その他

05

中期経営計画の進捗

中期経営計画に向けて

Mission「Win－Winをつくり、未来をつくる。」

Be innovative!

次の時代を切り拓く、革新的な企業へ

長期Vision

中期Vision

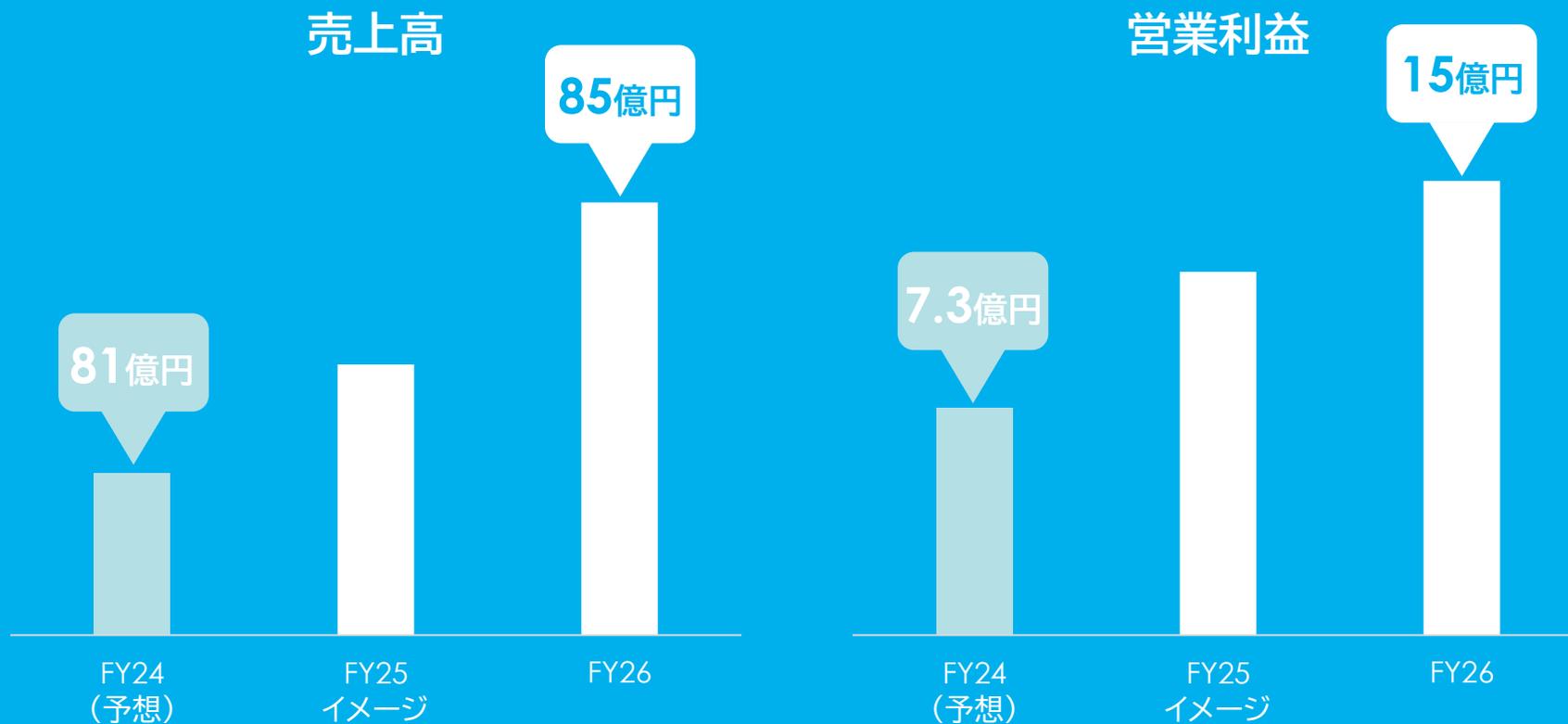
Global市場に向け、パフォーマンスマーケティング領域で
Asiaトップ*のポジションを目指す

FY24-FY26

既存事業の安定化 ▶ アフィリエイト/(投資事業との連携)
ママスタを中心にコンテンツメディアが収益を底上げ

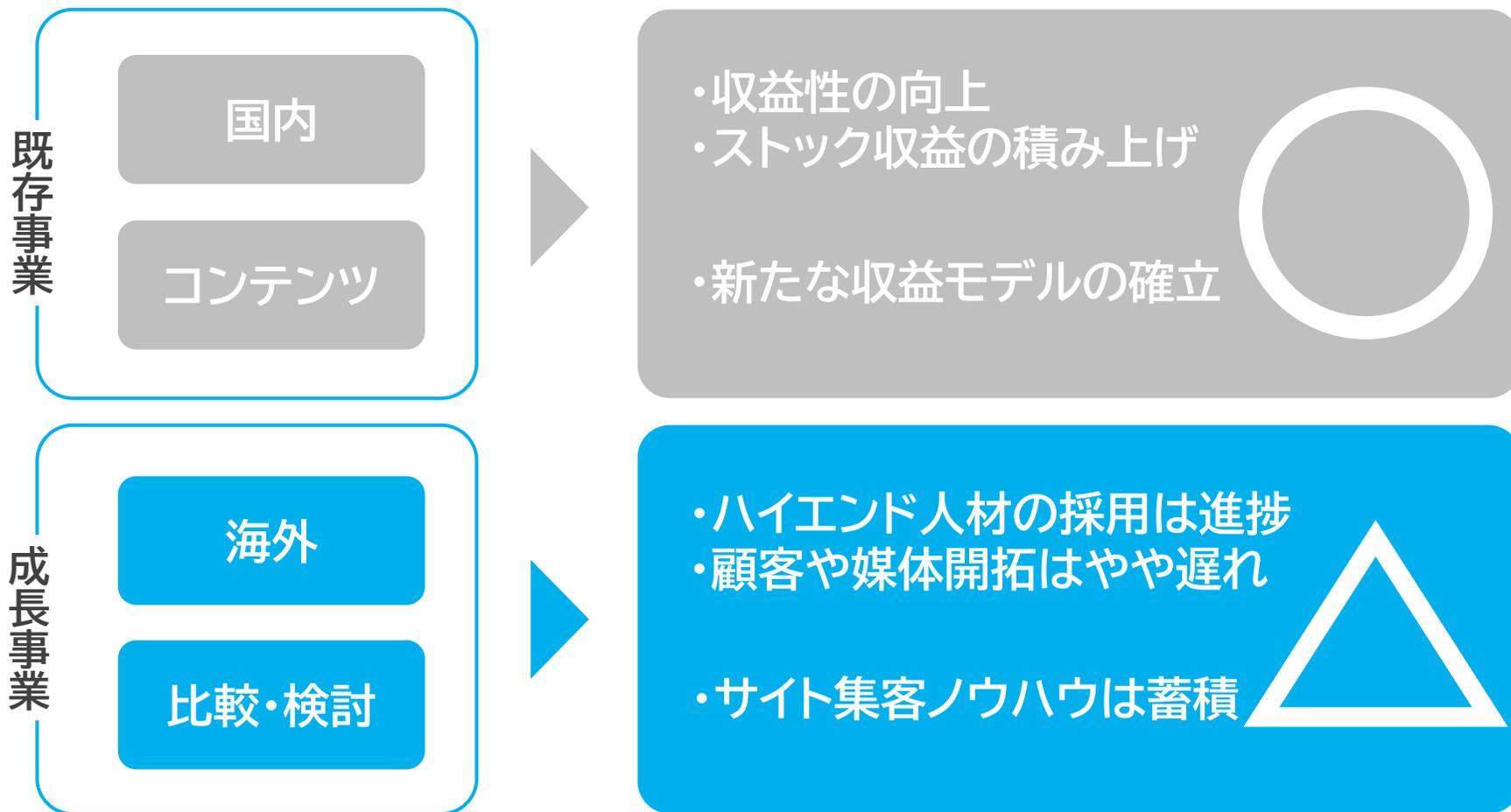
成長事業への投資 ▶ マーケティングソリューション領域への投資と成長
海外AT進出国の深堀、SEO/インフルエンサー媒体の拡大
比較・検討型メディア強化/データベースメディアの構築

FY2026に達成すべき目標経営指標



中期経営計画の進捗

▶ 既存収益事業の底上げはできているものの、成長事業の進捗は一部遅延が発生



APPENDIX

中期経営計画概要 FY2024-FY2026

※ 2023年11月15日公表

中期経営計画に向けて

▶ ミッション

Win-Winをつくり、未来をつくる。

MISSION STATEMENT

私たちが思う Win-Winとは、人と人とお互いを思いやりながら、良い影響を与え合うこと、未来をつくるとは今まで成し得なかった新しい価値を実現することにあります。

このような Win-Winの考えの基となるのは、適切な情報を必要な人々に届けること。
それにより新しい気づきと多様な選択肢を提供すること。
情報格差をなくし、たくさんの挑戦を生み出すこと。
そして、フェアで活気に満ちた世界を実現すること他なりません。

そのために私たちは、インターネットのテクノロジーで新しい未来をつくります。
失敗を恐れずに、世界中に大きなインパクトを与えるための挑戦を、これからも続けていきます。

私たちは、Win-Winをつくり、未来をつくります。

中期経営計画に向けて

Mission「Win－Winをつくり、未来をつくる。」

Be innovative!

次の時代を切り拓く、革新的な企業へ

長期Vision

中期Vision

Global市場に向け、パフォーマンスマーケティング領域で
Asiaトップ*のポジションを目指す

FY24-FY26

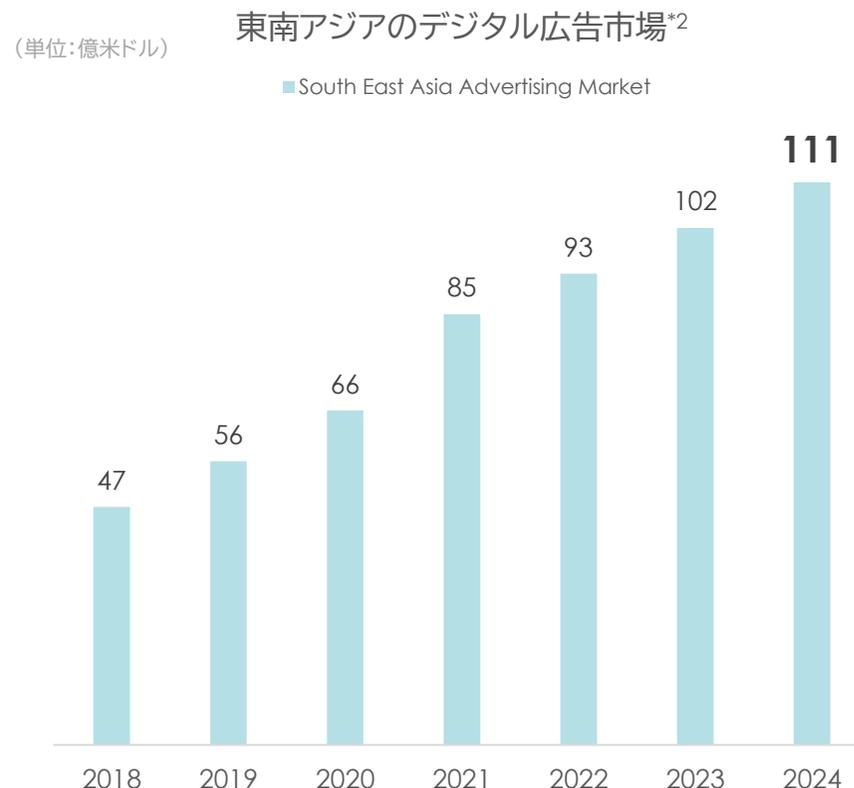
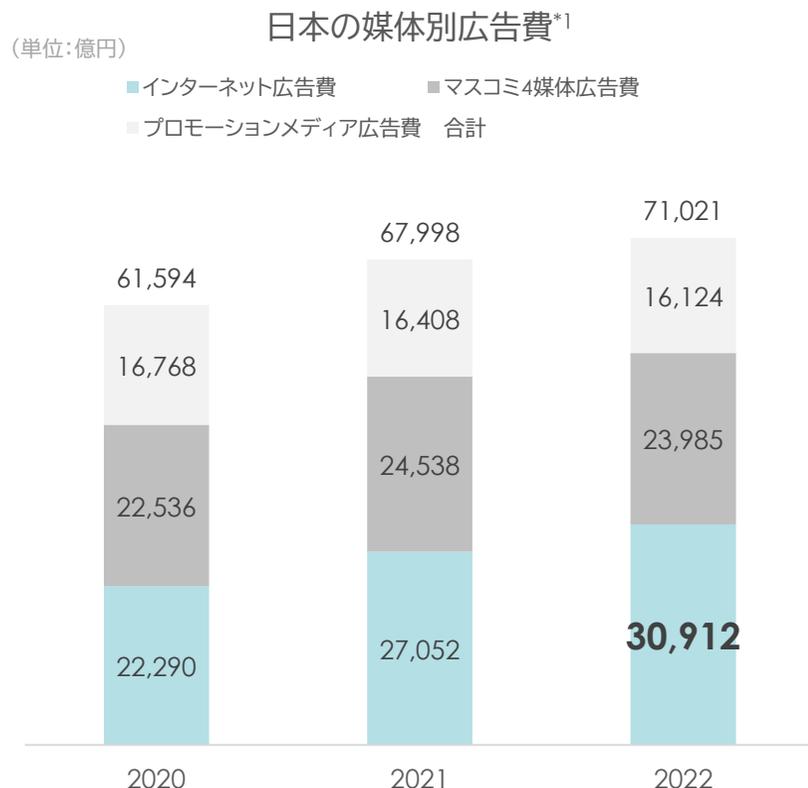
既存事業の安定化 ▶ アフィリエイト/(投資事業との連携)
ママスタを中心にコンテンツメディアが収益を底上げ

成長事業への投資 ▶ マーケティングソリューション領域への投資と成長
海外AT進出国の深堀、SEO/インフルエンサー媒体の拡大
比較・検討型メディア強化/データベースメディアの構築

中期経営計画に向けて

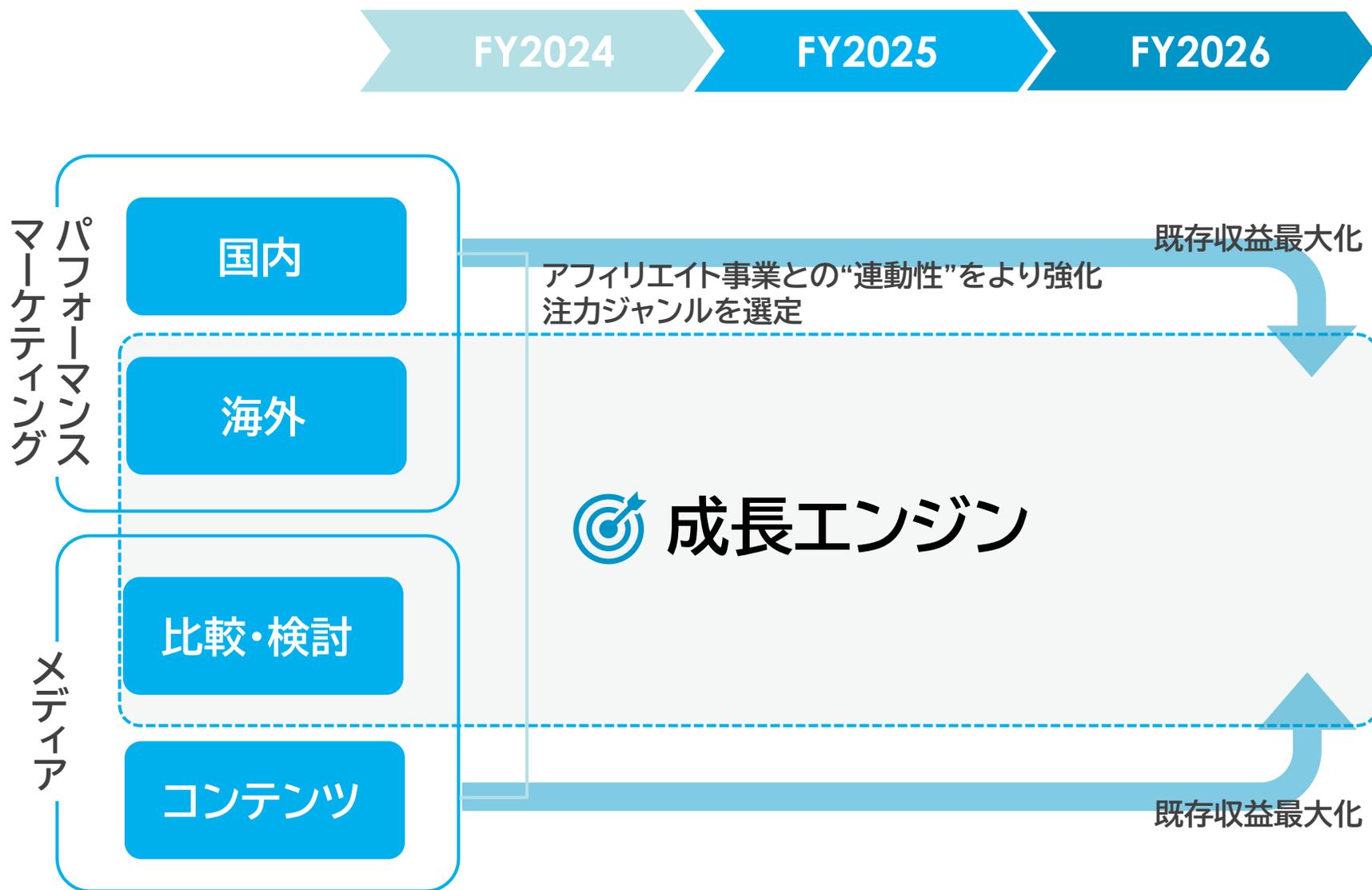
なぜ、東南アジアなのか？

- ・東南アジアのデジタル広告市場は2024年には1.6兆円*3まで拡大すると予測される
- ・人口は6.7億人と日本の1.2億人の5.7倍
- ・平均年齢は29歳と日本の46歳よりも17歳若い



*1 株式会社電通「2022年 日本の広告費」より
*2 statista「Digital Advertising - Southeast Asia」より
*3 1ドル150円で換算

中期経営計画 方針



中期経営計画 方針

FY2024

FY2025

FY2026

パフォーマンス
マーケティング

国内

海外

比較・検討

メディア

コンテンツ



ローカルTOP人材の採用/育成



提携媒体の拡大/育成



成長エンジン

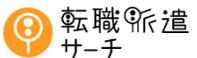


ユーザーオリエンテッドなサイト構築



成長領域に対して人員を投下

中期経営計画 ロードマップ

		FY2024	FY2025	FY2026
パフォーマンス マーケティング	 ACCESSTRADE  StoreFront  SiteLead	<ul style="list-style-type: none"> ・コストの効率化により生産性を高め、収益最大化 		
	 ACCESSTRADE (東南アジア)	<ul style="list-style-type: none"> ・会員獲得プロモーションを拡大/ユーザービリティの向上 		
		<ul style="list-style-type: none"> ・ハイクラス人材に照準を定めた、積極的な採用と人材育成 ・広告需要に対応するため、豊富な媒体ラインナップの実現へ 		
メディア	 転職派遣サーチ  塾シル!  RECOTRIP <small>旅の好きは人から人へ</small>	<ul style="list-style-type: none"> ・ユーザーオリエンテッドなマインドの人材を採用/育成、ノウハウ共有 ・データベース型メディア×バーティカルSaaSに積極的に投資 		
	 mamasta	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランド力等を活用し、検索流入に依存しないメディア価値を構築 		
	 saita  4MEEE  yoga JOURNAL ONLINE	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな収益モデルの確立とその拡大 		

アジアトップクラスのパフォーマンスマーケティング企業へ

FY2026に達成すべき目標経営指標

売上高

85 億円

営業利益

15 億円

ROE

15 %以上

会社紹介

会社名	株式会社インタースペース(証券コード:2122)
英文表記	Interspace Co.,Ltd.
所在地	東京都新宿区西新宿2丁目4番1号
設立	1999(平成11)年11月8日
代表者	代表取締役社長 河端 伸一郎
従業員	263名(単体) 423名(連結) ※2024年3月31日現在
事業内容	インターネット広告事業 メディア事業
主要グループ会社	株式会社 ストアフロント 4MEEE 株式会社 株式会社 TAG STUDIO 株式会社 ユナイトプロジェクト 株式会社 N1テクノロジーズ PT. INTERSPACE INDONESIA INTERSPACE(THAILAND)CO.,LTD. INTERSPACE VIETNAM CO.,LTD. INTERSPACE DIGITAL SINGAPORE PTE. LTD. INTERSPACE DIGITAL MALAYSIA SDN. BHD.



Win-Win をつくり、未来をつくる。

私たちが思う Win-Win とは、人と人とお互いを思いやりながら、良い影響を与え合うこと、
未来をつくるとは今まで成し得なかった新しい価値を実現することにあります。

このような Win-Win の考えの基となるのは、適切な情報を必要な人々に届けること。

それにより新しい気づきと多様な選択肢を提供すること。

情報格差をなくし、たくさんの挑戦を生み出すこと。

そして、フェアで活気に満ちた世界を実現すること他なりません。

そのために私たちは、インターネットのテクノロジーで新しい未来をつくります。

失敗を恐れずに、世界中に大きなインパクトを与えるための挑戦を、これからも続けていきます。

私たちは、Win-Win をつくり、未来をつくります。

Be Innovative!
THE HUB

ビジネスモデル

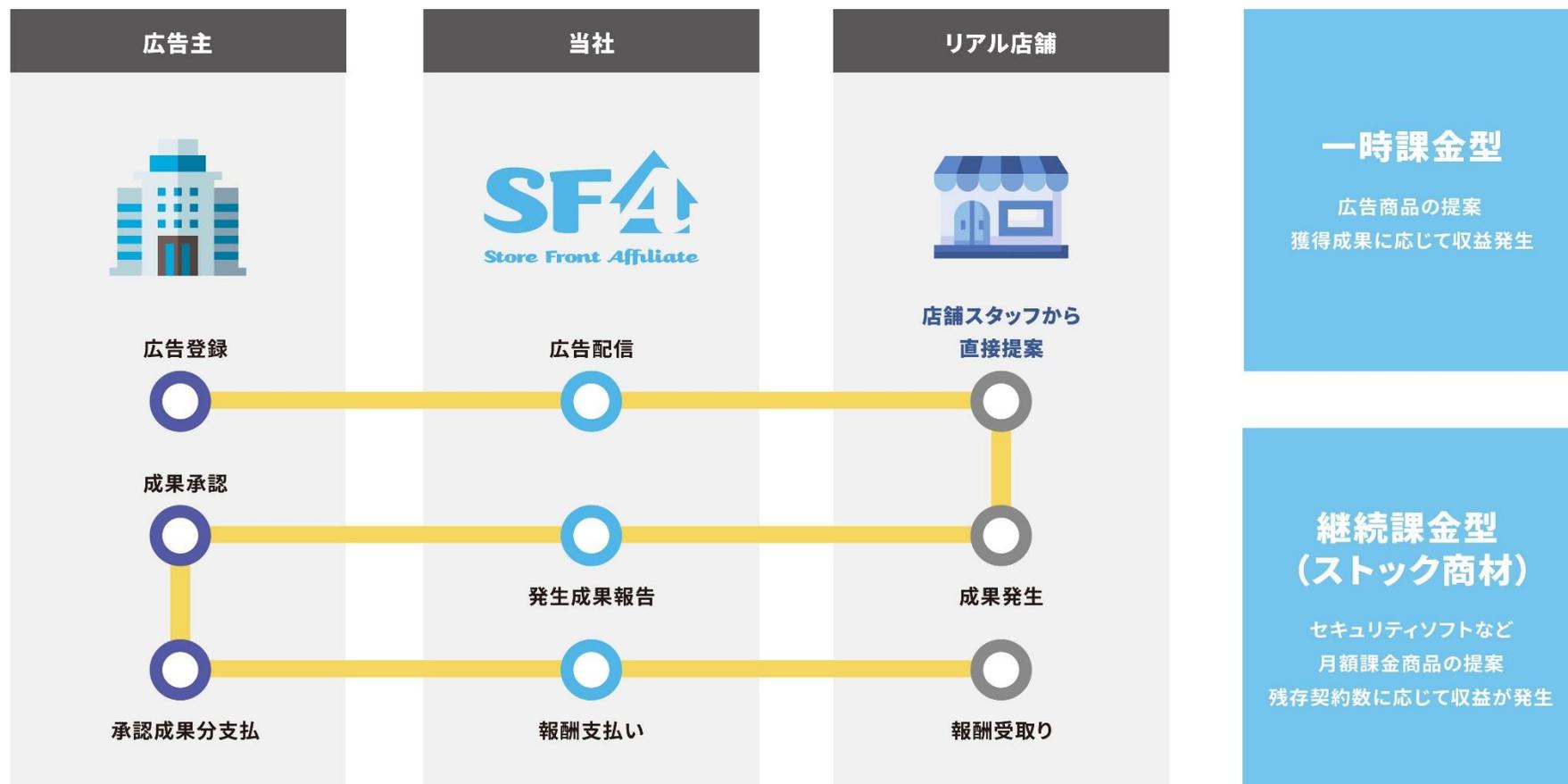
▶ アクセストレード(アフィリエイトサービス)



提携するアフィリエイトネットワーク(パートナーWEBサイト)にて、成果(会員登録、商品購入など)が発生し、その成果に合わせて広告費を請求 ⇒ パートナーへ報酬を支払うビジネスモデル

ビジネスモデル

▶ ストアフロントアフィリエイト(店舗向けアフィリエイトサービス)



提携する店舗(主に携帯販売店)にて、対面接客による広告商品の提案(スマホアプリなど)
その獲得成果に合わせて広告費を請求 ⇒ 提携店舗へ報酬を支払うビジネスモデル

ビジネスモデル

▶ コンテンツ型メディア



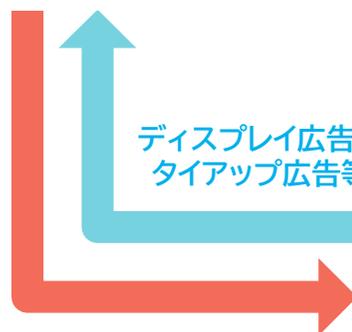
ブランド認知向上を目的とした
広告収益モデル



広告主のブランドセーフティを
意識したコンテンツ作りに注力



情報の閲覧



ユーザーへの認知向上



ディスプレイ広告や
タイアップ広告等

ビジネスモデル

▶ 比較・検討型メディア

点塾シル!



取引企業数の拡大や
ユーザー認知の向上などを図る

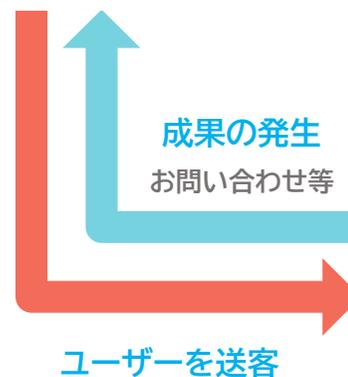
派遣サーチ



送客に応じた収益を得る
成果型ビジネスモデル



情報の掲載





INTERSPACE MEDIA GUIDE





本説明会及び資料に記載された業績見通し等に関する記述は、
発表日時点での当社の判断に基づくもので、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、実際の業績と異なる可能性があることをご了承ください。