



2024年9月期 決算説明資料

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2024年11月14日

Agenda

① 2024年9月期 連結業績サマリ

② サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して
- オルタナティブデータ事業に関して

③ 2025年9月期 連結業績予想

- データプロダクト、コンサルティングの業績予想
- 将来の成長イメージに関して

④ Appendix

2024年9月期 連結業績サマリ

本業のUNIVERSEは**前年比約20%の売上成長**
 デジタルサイネージの収益減少と人員増により営業利益率は低下
 生産性の向上による利益率の改善が2025年9月期のテーマ

(百万円)	2023年9月期	2024年9月期	増減	
			増減額	%
売上高	12,868	13,712	+844	+6.6%
売上総利益	4,129	4,079	▲49	▲1.2%
営業利益	833	307	▲525	▲63.1%
経常利益	738	294	▲443	▲60.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	565	282	▲282	▲50.0%

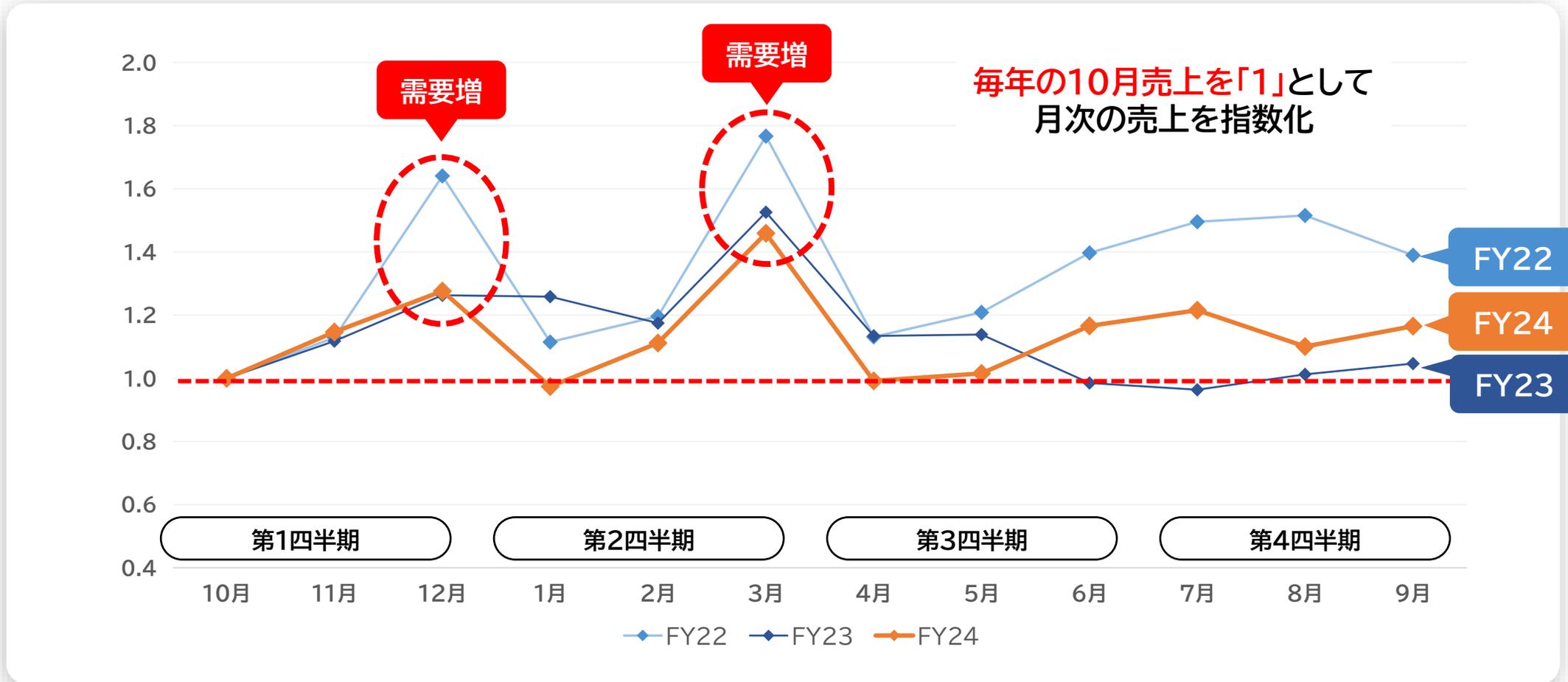
2024年9月期 業績予想に対する進捗

第3四半期決算発表で開示した業績予想に対しては、**予想レンジ内に収まる着地**レンジの上限値として想定していた大型案件の獲得は限定的であったため、2025年9月期第1四半期以降に持ち越し

(百万円)	2024年9月期 予想※	2024年9月期 実績	予想比 (対下限)
売上高	13,600~14,000	13,712	100.8%
売上総利益	4,080~4,260	4,079	99.9%
営業利益	280~460	307	109.8%
経常利益	220~400	294	133.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	190~370	282	148.7%

UNIVERSEの季節性による売上変化

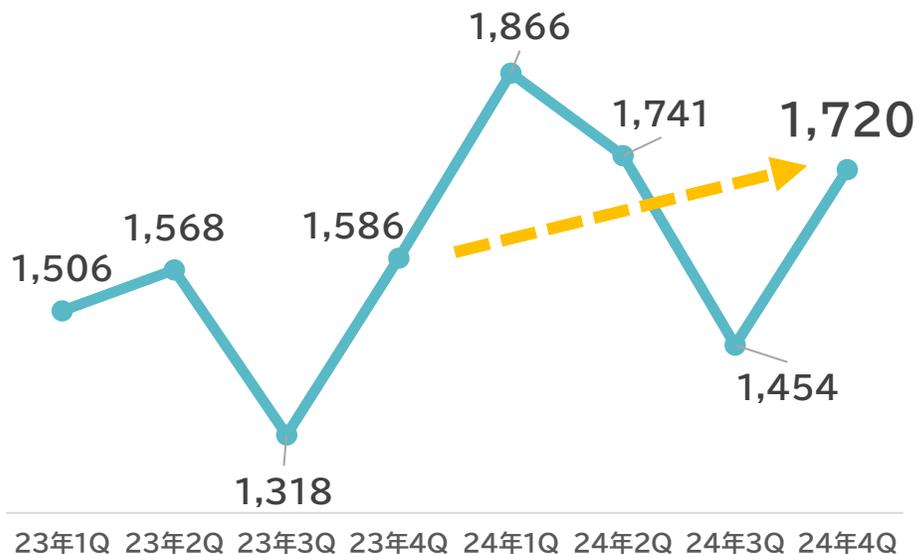
一般的に決算期末の企業が多い12月や3月は広告宣伝の需要が高まる
 22年度の水準には届かなかったが、23年度比較では改善



UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

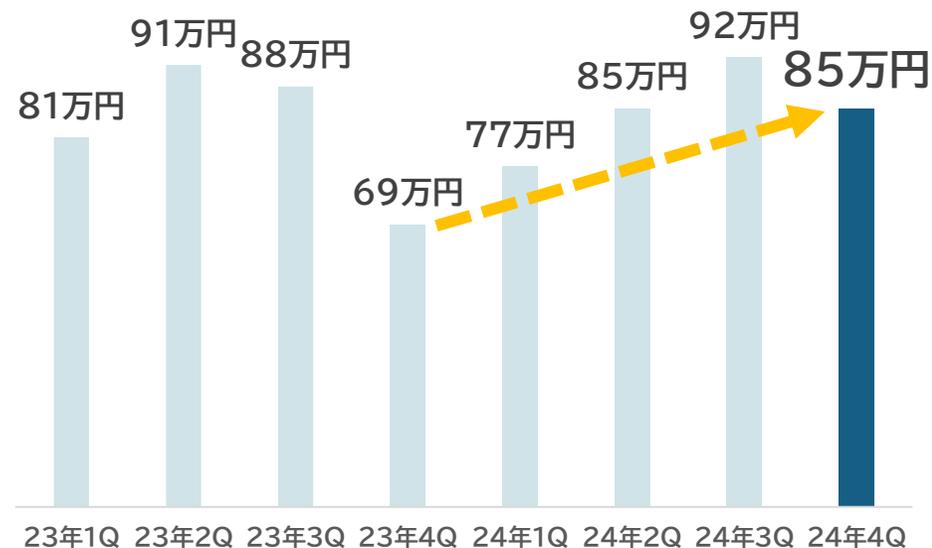
アカウント数は一時的な下げから回復し、単価も高水準を維持

稼働アカウントの推移



自治体など中心に一時的な減少から回復

平均顧客単価の推移

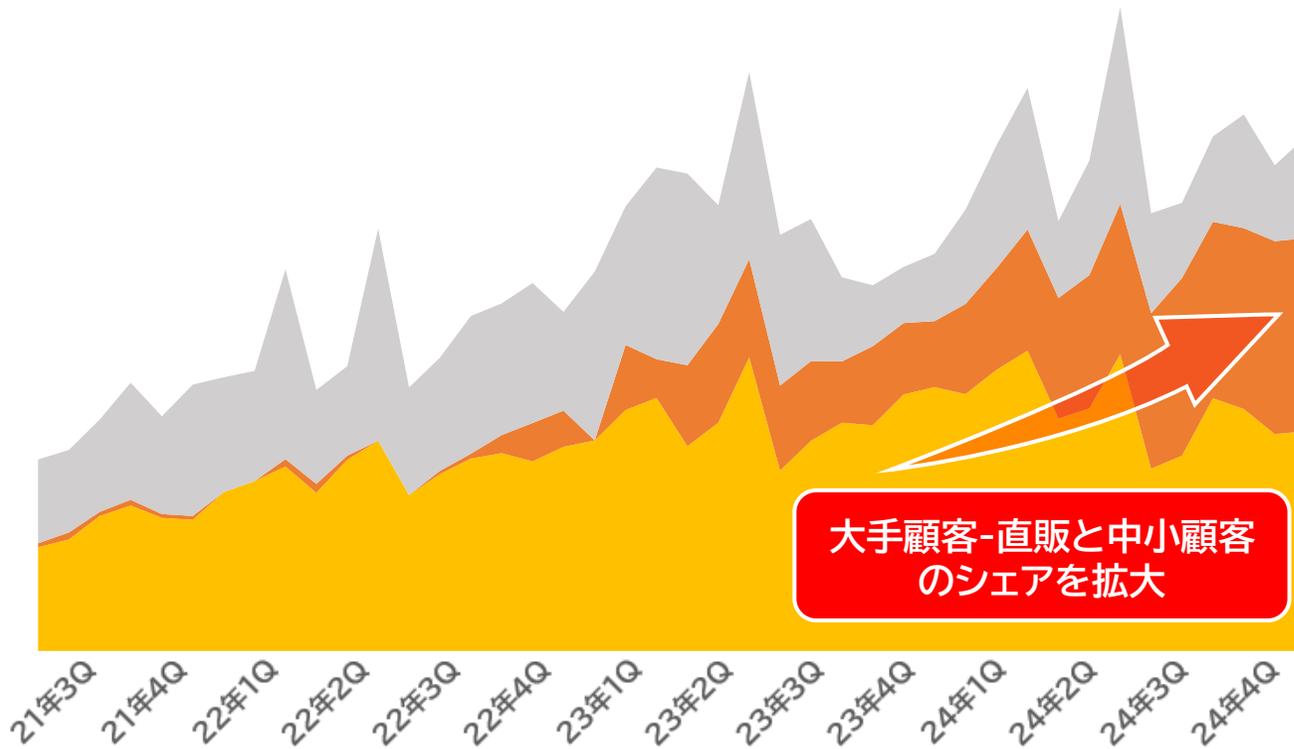


引き続き23年4Qを底に高水準を維持

UNIVERSEの顧客属性ごとの推移と見通し

「中小顧客」と「大手顧客の直販」は**景況感の影響を受けづらい**
 この領域のシェアを拡大することで**顧客基盤を強化し業績の安定化を目指す**

顧客属性毎の売上推移



大手顧客 - 代理店

前年同四半期比
58%増

24年3Q比
12%増

景況感や季節性の影響を受けやすく、ボラティリティが高い
 4Qの大型案件の獲得は限定的、第1四半期以降に持ち越し

大手顧客 - 直販

前年同四半期比
162%増

24年3Q比
11%増

景況感の影響を受けづらく、今後のポテンシャルも大きい
 広告効果に対する満足度が高く引き続き予算を拡大

高成長

中小顧客 - 代理店

前年同四半期比
9%減

24年3Q比
8%増

景況感の影響を受けづらく、今後のポテンシャルも大きい
 3Qの減少からは回復したが生産性が課題
 採用強化した新人の活動が本格化する為、今後の拡大に期待

大手顧客-直販と中小顧客
 のシェアを拡大

2024年9月期 連結業績まとめ

- ① 本業の**UNIVERSEは20%と高成長**、サイネージの影響で減益
- ② サイネージの投資による赤字影響は**25年度からは限定的に**
- ③ 増加した人員の**収益貢献は25年度から**
- ④ 今期はUNIVERSE関連の**新規事業の立ち上げと生産性の向上**に注力

Agenda

① 2024年9月期 連結業績サマリ

② サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して
- オルタナティブデータ事業に関して

③ 2025年9月期 連結業績予想

- データプロダクト、コンサルティングの業績予想
- 将来の成長イメージに関して

④ Appendix

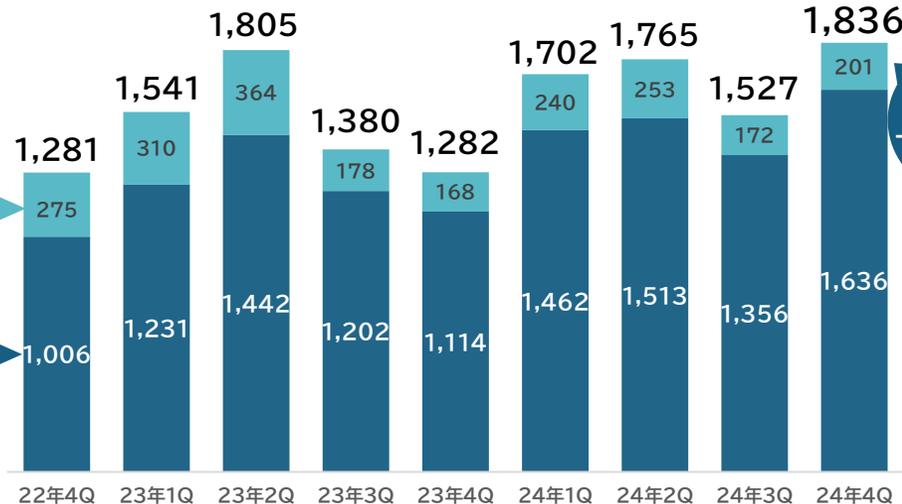
データプロダクトの売上・粗利推移

主力事業である **UNIVERSE** の成長により、売上高は前年比で **43% 増**、粗利は **28% 増**
 第4四半期より UNCOVER TRUTH 社 (UT 社) を連結化
 UT 社を除いた進捗は **YonY** で売上高は **33% 増**、粗利は **12% 増**

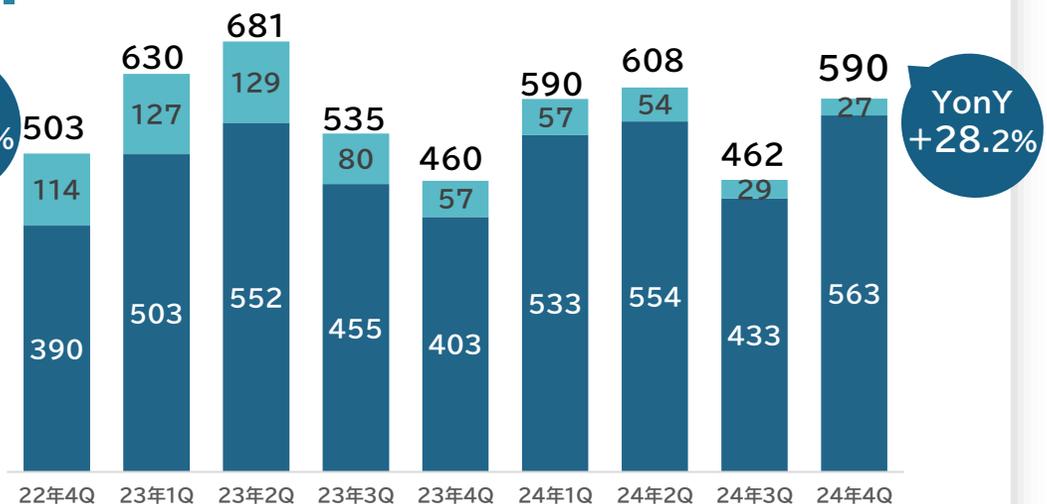
売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2023年9月期 第4四半期	2024年9月期 第4四半期	増減 増減額	%
売上高	1,282	1,836	+554	+43.2%
売上総利益	460	590	+130	+28.2%

売上四半期推移 単位:百万円



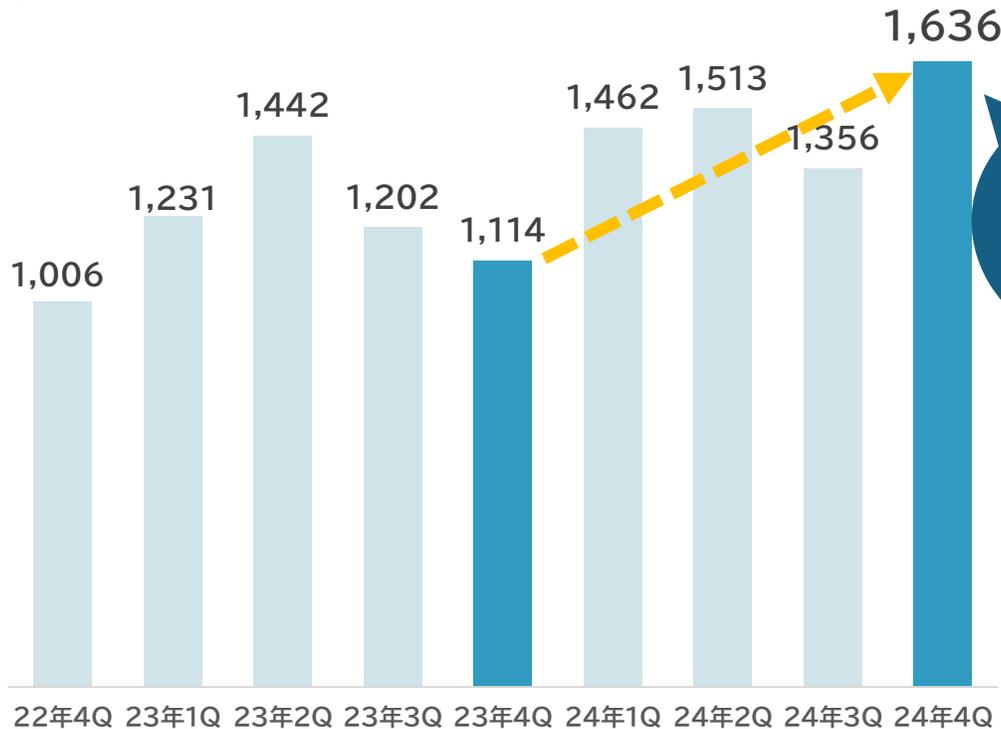
粗利四半期推移 単位:百万円



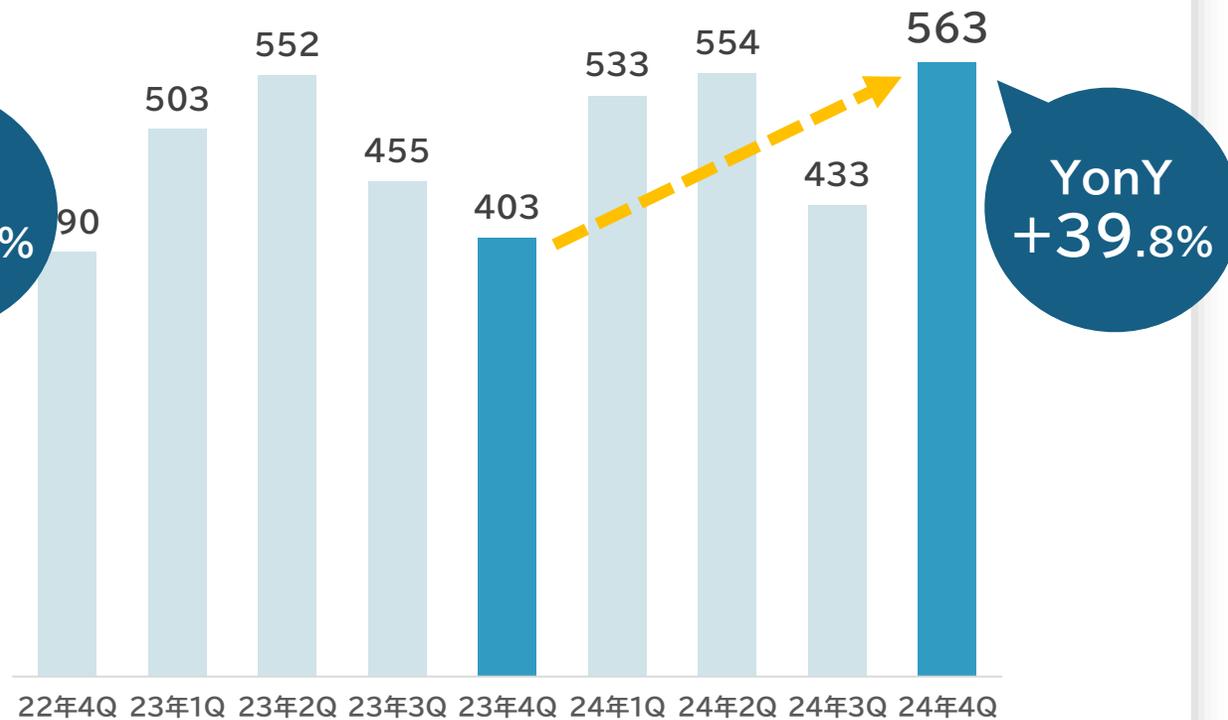
データプロダクト「UNIVERSE」の売上・粗利推移

大手直販経由のEC業種売上や、大手代理店経由の売上が拡大したことで
売上高は前年比46%増、粗利は39%増
UT社を除いた進捗はYonYで売上高は35%増、粗利は21%増

売上推移 単位:百万円



売上総利益推移 単位:百万円



データプロダクト「UNIVERSE」の業種特化製品

EC領域は高成長を継続

自治体が一時的な落ち込みから回復し、年末のふるさと納税に向けて拡大傾向

The image displays a grid of industry-specific data products for 'UNIVERSE'. Each product is represented by a logo and its industry name. The products are:

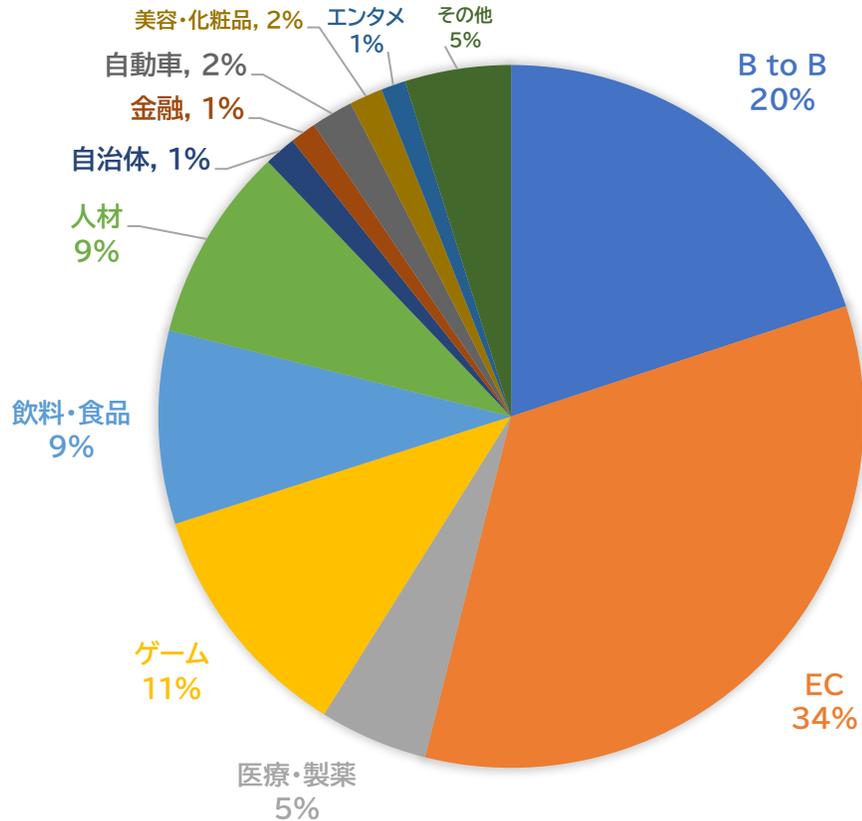
- B to B**: シラレレ (Shirare)
- 人材**: MARBLE (マーブル)
- 飲料・食品**: Pantry
- 自動車**: IGNITION
- エンタメ**: Circus
- 美容・化粧品**: Vesta
- 地方自治体**: まちあげ (Machiage) - marked with a red callout bubble '高成長' (High Growth)
- 医療・製薬**: IASO - marked with a red callout bubble '高成長' (High Growth)
- EC**: EC - marked with a red callout bubble '高成長' (High Growth)
- 金融 (新NISA向け)**: 金融 (新NISA向け) - marked with a red callout bubble '高成長' (High Growth)

... 全19業種

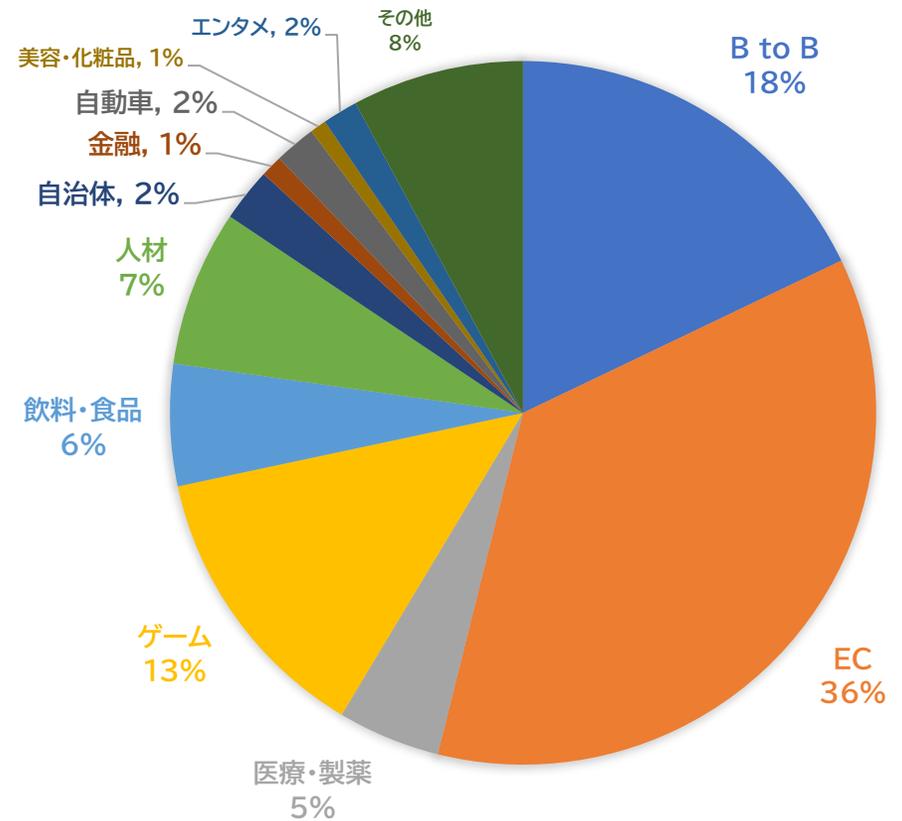
UNIVERSEにおける業種毎のシェア

様々な業種へ製品展開することで、**特定の業種や企業に依存しない事業構造**

24年第3四半期の業種ごと売上シェア



24年第4四半期の業種ごと売上シェア

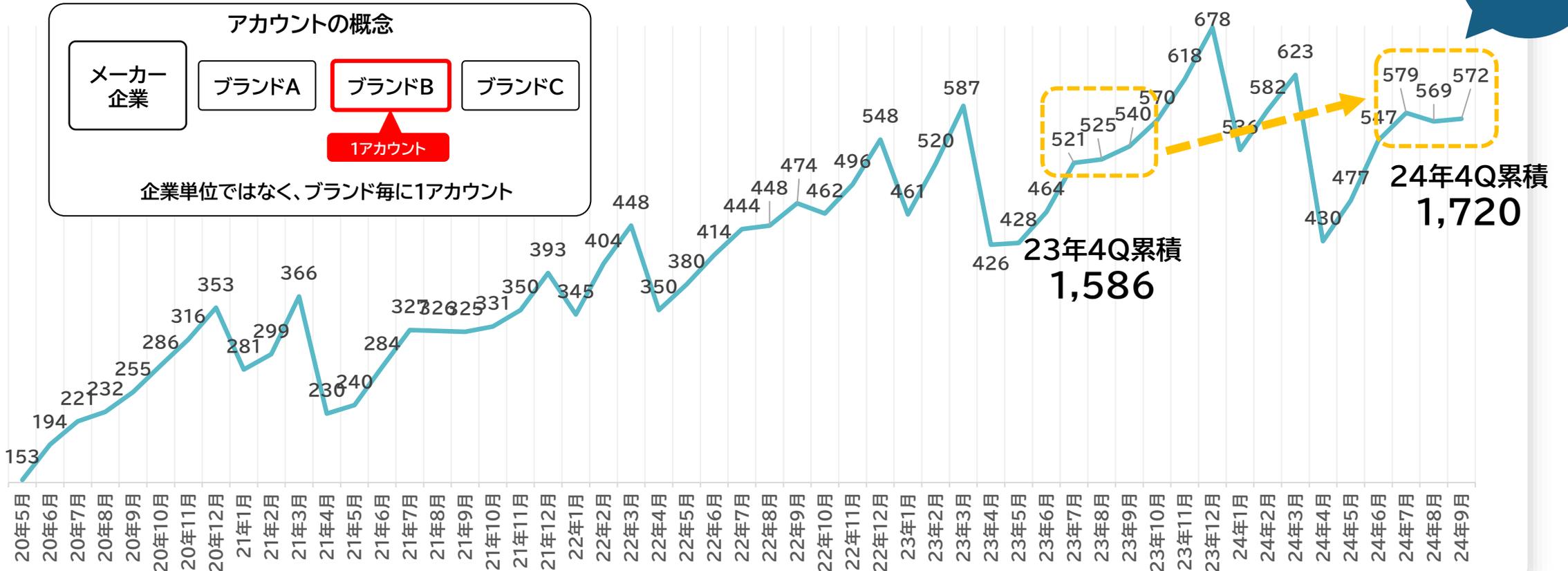
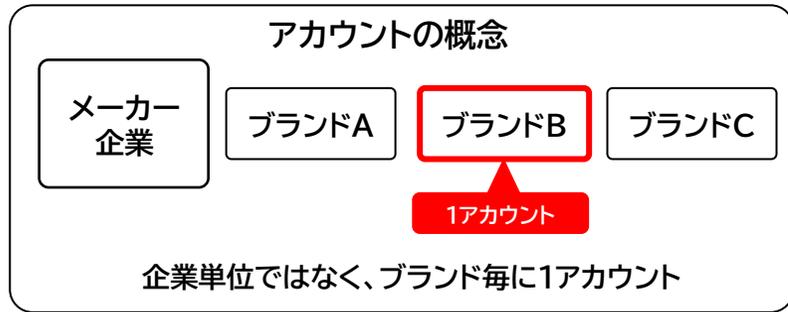


直販
中心

データプロダクト「UNIVERSE」のKPI - 稼働アカウント

第3四半期に一時的に減少したが、**例年通り回復し前年比8%増**

稼働アカウントの月次推移

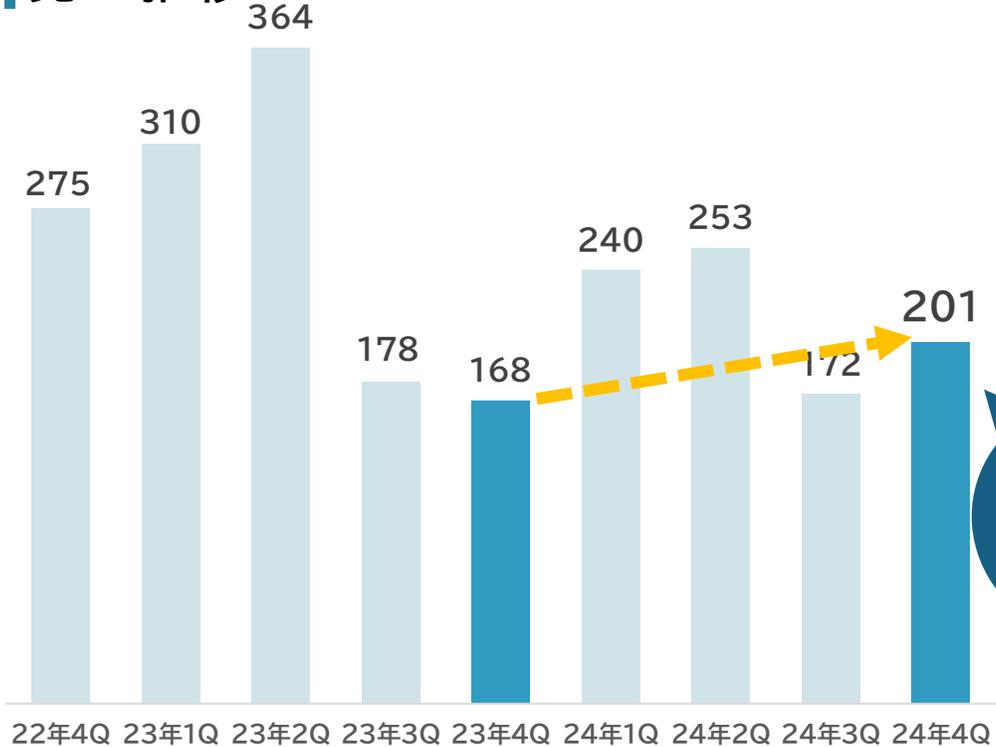


データプロダクト「デジタルサイネージ」の売上・粗利推移

新サービス「OCTAVE」の立上げに伴う先行投資により粗利率が低下し、粗利は前年比53%減引き続き新サービスの立ち上げに注力。収益化にはまだ時間が必要

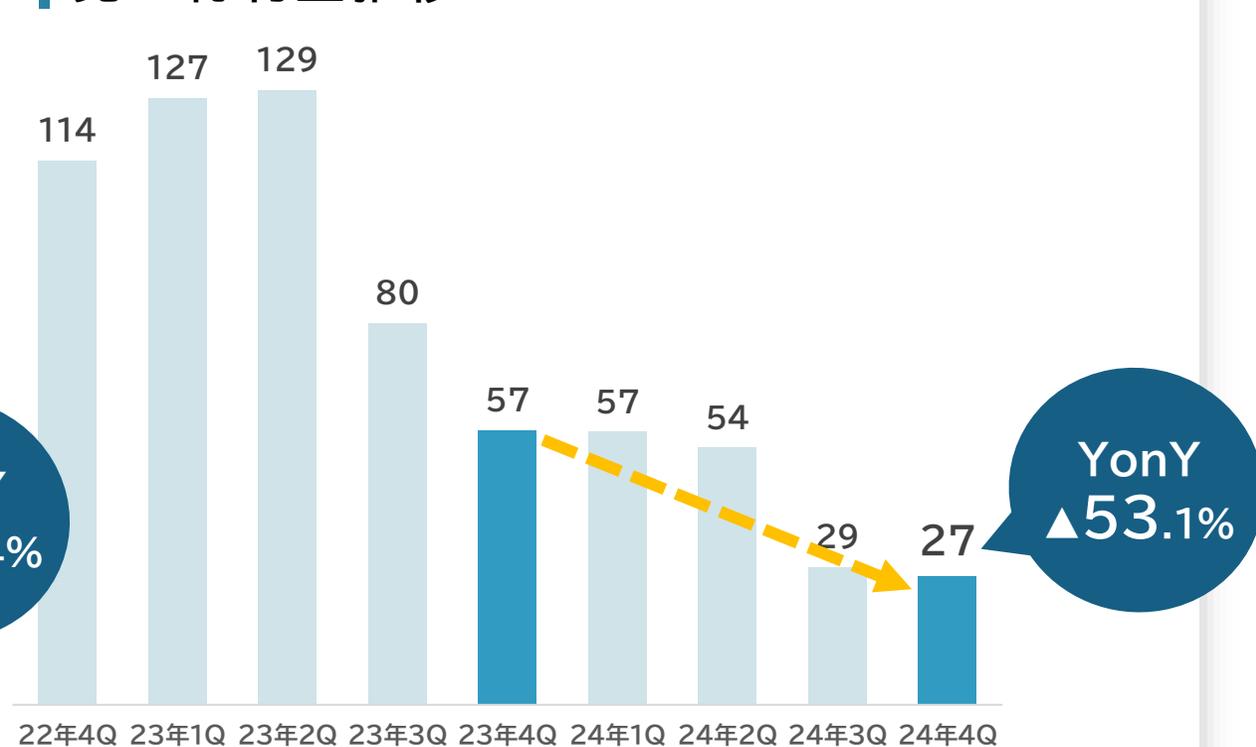
売上推移

単位:百万円



売上総利益推移

単位:百万円



株式会社MADS社の株式譲渡と非連結化に関して

新サービス「OCTAVE」に注力

美容サロンに設置したタブレットをネットワーク化し
様々なコンテンツや広告を配信

OCTAVE
by MADS



新規事業の収益化に向けて
継続的な投資が必要

プレセールスでは良好な評価 **成長ポテンシャルは高い**
積極投資によって早期に事業規模の最大化を図りたい

よりシナジーの高いパートナーに対して
株式を一部譲渡する形で資本業務提携による
早期の収益化を実現したい



2001年よりデジタルサイネージ事業を展開する
ピーディーシー株式会社と提携し
2024年10月31日に株式譲渡を完了

2024年11月より持分法適用会社へ移行し非連結化

Agenda

① 2024年9月期 連結業績サマリ

② サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して
- オルタナティブデータ事業に関して

③ 2025年9月期 連結業績予想

- データプロダクト、コンサルティングの業績予想
- 将来の成長イメージに関して

④ Appendix

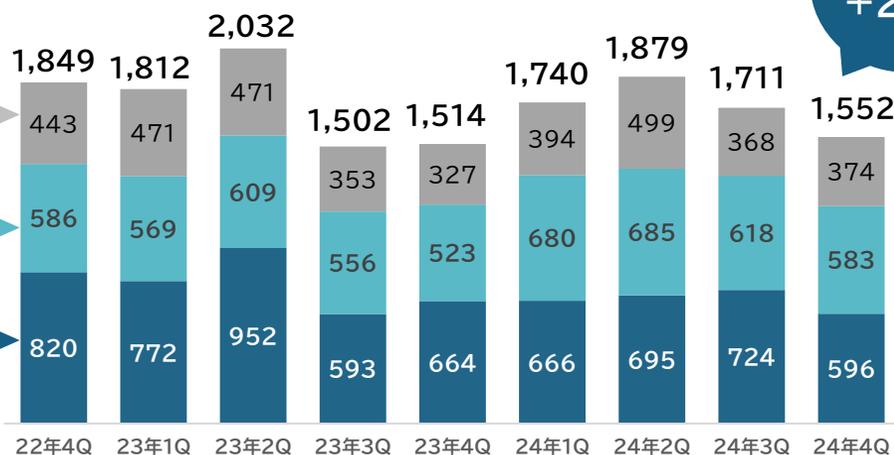
コンサルティングの売上・粗利推移

メディア向けコンサル、海外コンサルティングともに前年同四半期比では減益

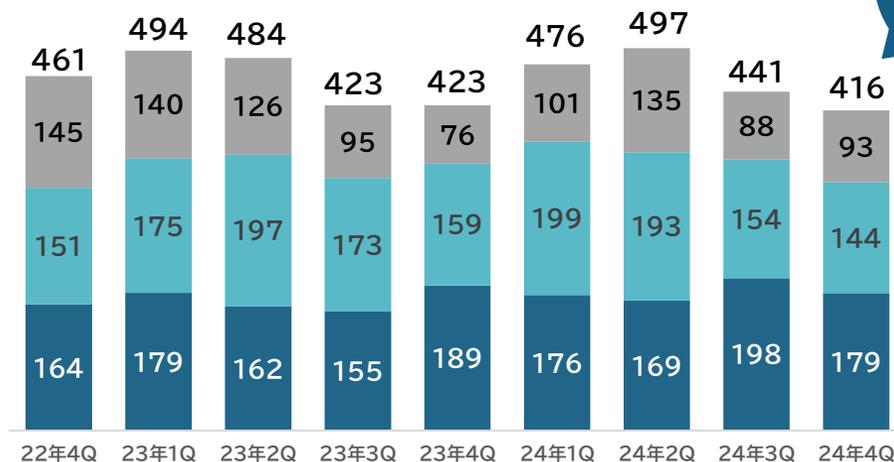
売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2023年9月期 第4四半期	2024年9月期 第4四半期	増減 増減額	増減 %
売上高	1,514	1,553	+38	+2.5%
売上総利益	422	416	▲7	▲1.5%

売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

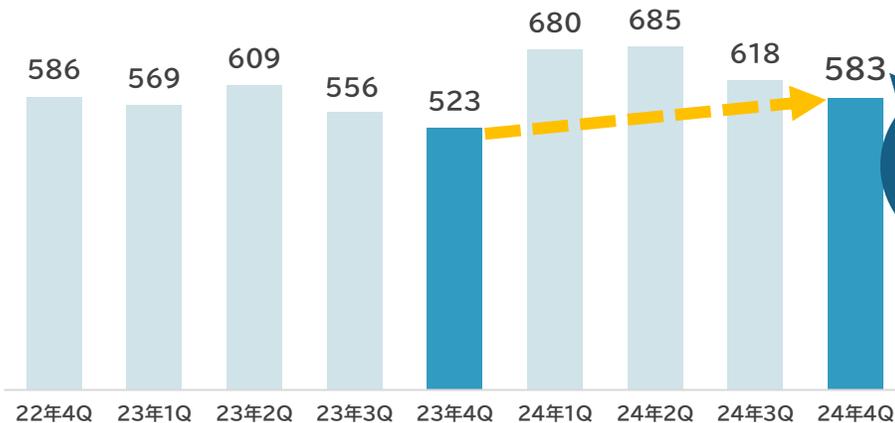


コンサルティング-メディア向け

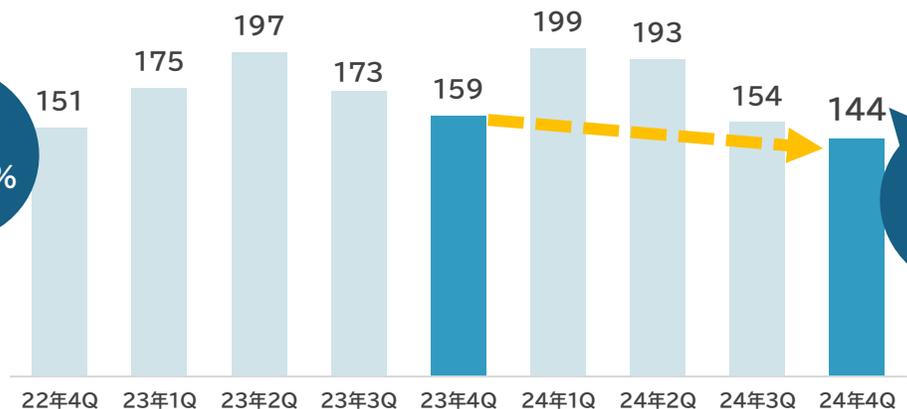
インターネットメディアの広告収益最大化を支援するコンサルティングサービス
売上高は前年比11%増、供給する広告サービスの構成変化により粗利は前年比9%減



売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

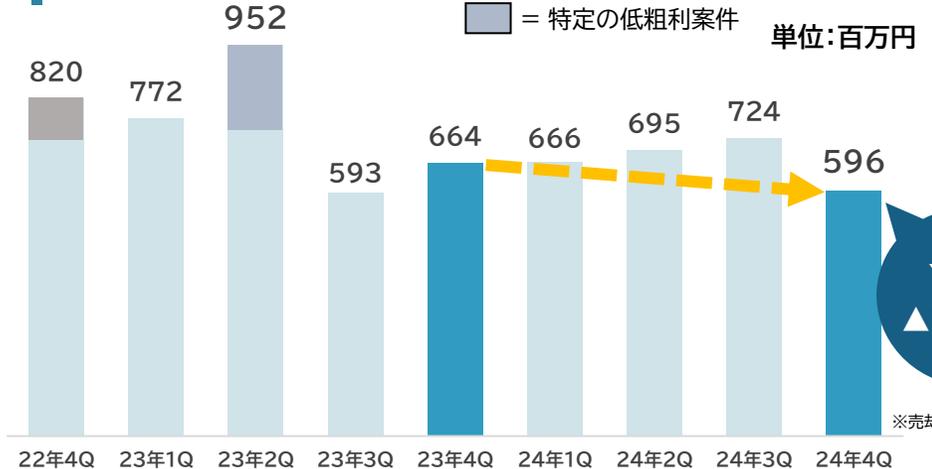


コンサルティング-海外

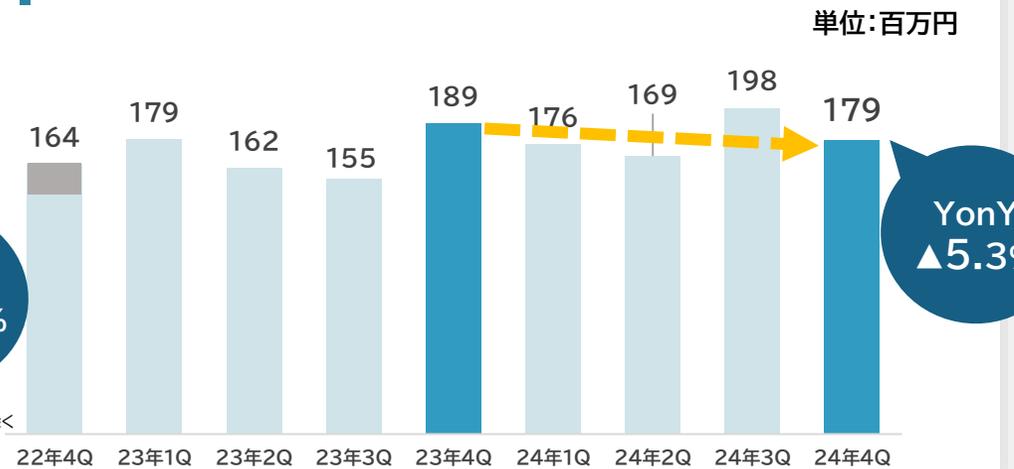
中国からの訪日観光客が本格的に増加し始め、インバウンド需要は拡大しているが
台湾ドル円の為替影響により減収・減益。第1四半期より為替影響は改善見込み



売上四半期推移



粗利四半期推移



オルタナティブデータ事業の進捗

オルタナティブデータ事業

UNIVERSEのデータの分析によって自己資金での株式投資を行う事業

24年9月期 パフォーマンス推移

(単位:千円)	24年9月期 第1四半期			24年9月期 第2四半期			上半期 合計	24年9月期 第3四半期			24年9月期 第4四半期			下半期 合計	2024年9月期 通期合計
	10月	11月	12月	1月	2月	3月		4月	5月	6月	7月	8月	9月		
月初総資産	382,250	386,996	384,680	383,641	385,852	397,094	-	404,433	391,956	386,631	392,683	384,246	381,465	-	-
損益額	4,746	-2,316	-1,039	2,211	11,242	7,339	22,183	-12,477	-5,325	6,052	-8,437	-2,781	4,661	-18,307	3,876
損益率	1.2%	-0.6%	-0.3%	0.6%	2.9%	1.8%	-	-3.1%	-1.4%	1.6%	-2.1%	-0.7%	1.2%	-	-

24年9月期実績の年利換算

1.01%

相場急変動時の対応が課題となっていたが、
8月までに大型アップデートを完了
今期は安定収益を狙うモデルで運用を行っていく

Agenda

① 2024年9月期 連結業績サマリ

② サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して
- オルタナティブデータ事業に関して

③ 2025年9月期 連結業績予想

- データプロダクト、コンサルティングの業績予想
- 将来の成長イメージに関して

④ Appendix

2025年9月期 連結業績予想

UNIVERSEや海外事業のオーガニックな成長により、売上・粗利は増加見込み
 (MADSを除く25年度の売上成長率は15.9%増、粗利は9.6%増)

新サービスの立ち上げによる売上拡大や、コスト構造の見直しによる生産性向上を断行
 生産性向上の一環として(株)MADSの非連結化※や、子会社の清算等を検討しており、
特別損失として一時的な費用を事前に織り込む。新サービスによる売上拡大は現時点で計画には織り込まず
今年度は26年度以降の収益拡大に向けた足場固めに注力

(百万円)	2024年9月期	2025年9月期 業績予想	増減	
			増減額	%
売上高	13,712	15,004	+1,291	+9.4%
売上総利益	4,079	4,298	+219	+5.4%
営業利益	307	219	▲87	▲28.5%
経常利益	294	207	▲86	▲29.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	282	30	▲252	▲89.3%

データプロダクト全体の業績予想

デジタルサイネージのMADS社を非連結化するが既存事業で**増収増益見込み**
 前期実績からMADS社を除いた成長率は、**売上30%増、粗利は20%増**
 複数の新サービスをリリースするが、計画には織り込まず

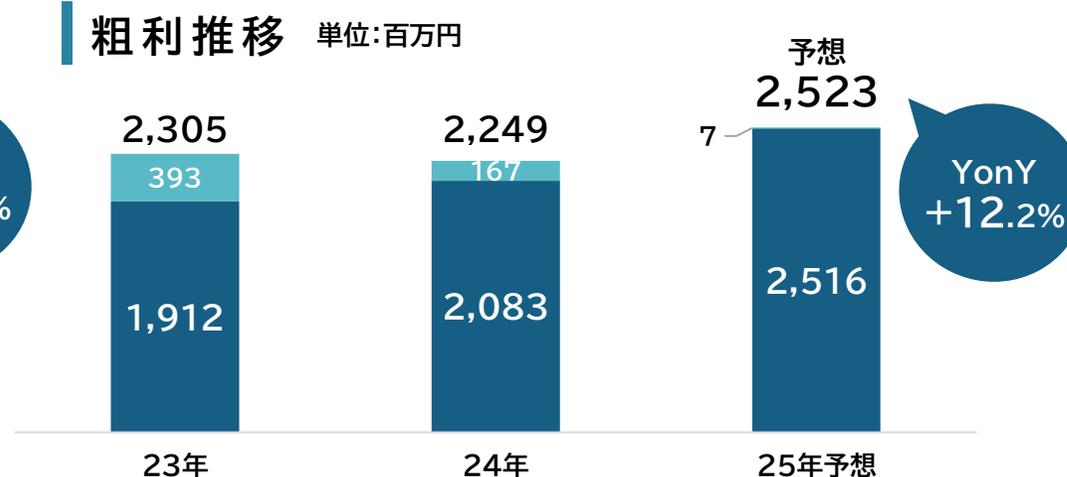
通期売上・粗利推移

(百万円)	2024年9月期	2025年9月期 業績予想	増減	
			増減額	%
売上高	6,831	7,885	+1,841	+15.4%
売上総利益	2,249	2,523	+433	+12.2%

売上推移 単位:百万円



粗利推移 単位:百万円



コンサルティング全体の業績予想

海外事業はインバウンド需要の拡大によって増収・増益見込みだが、メディア事業が減少する見通し

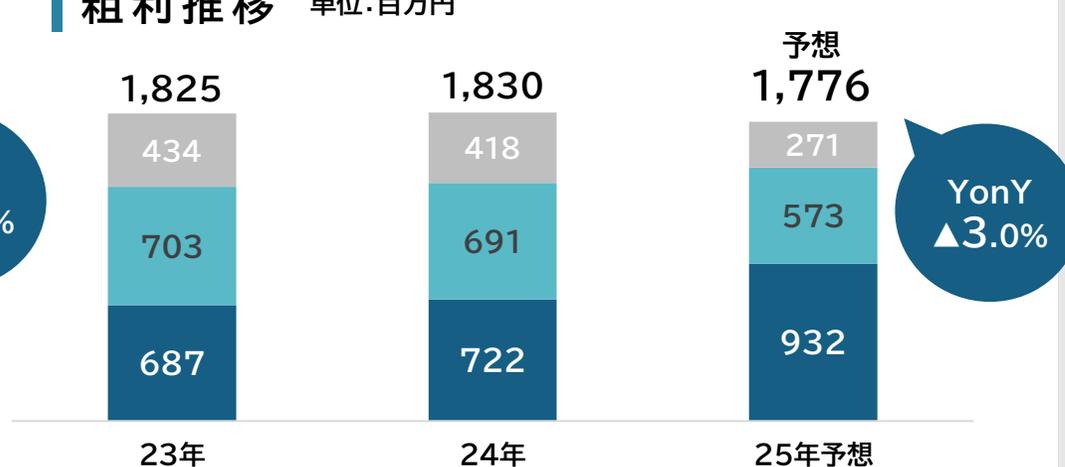
通期売上・粗利推移

(百万円)	2024年9月期	2025年9月期 業績予想	増減	
			増減額	%
売上高	6,882	7,119	+237	+3.4%
売上総利益	1,830	1,776	▲55	▲3.0%

売上推移 単位:百万円



粗利推移 単位:百万円



Agenda

① 2024年9月期 連結業績サマリ

② サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して
- オルタナティブデータ事業に関して

③ 2025年9月期 連結業績予想

- データプロダクト、コンサルティングの業績予想
- 将来の成長イメージに関して

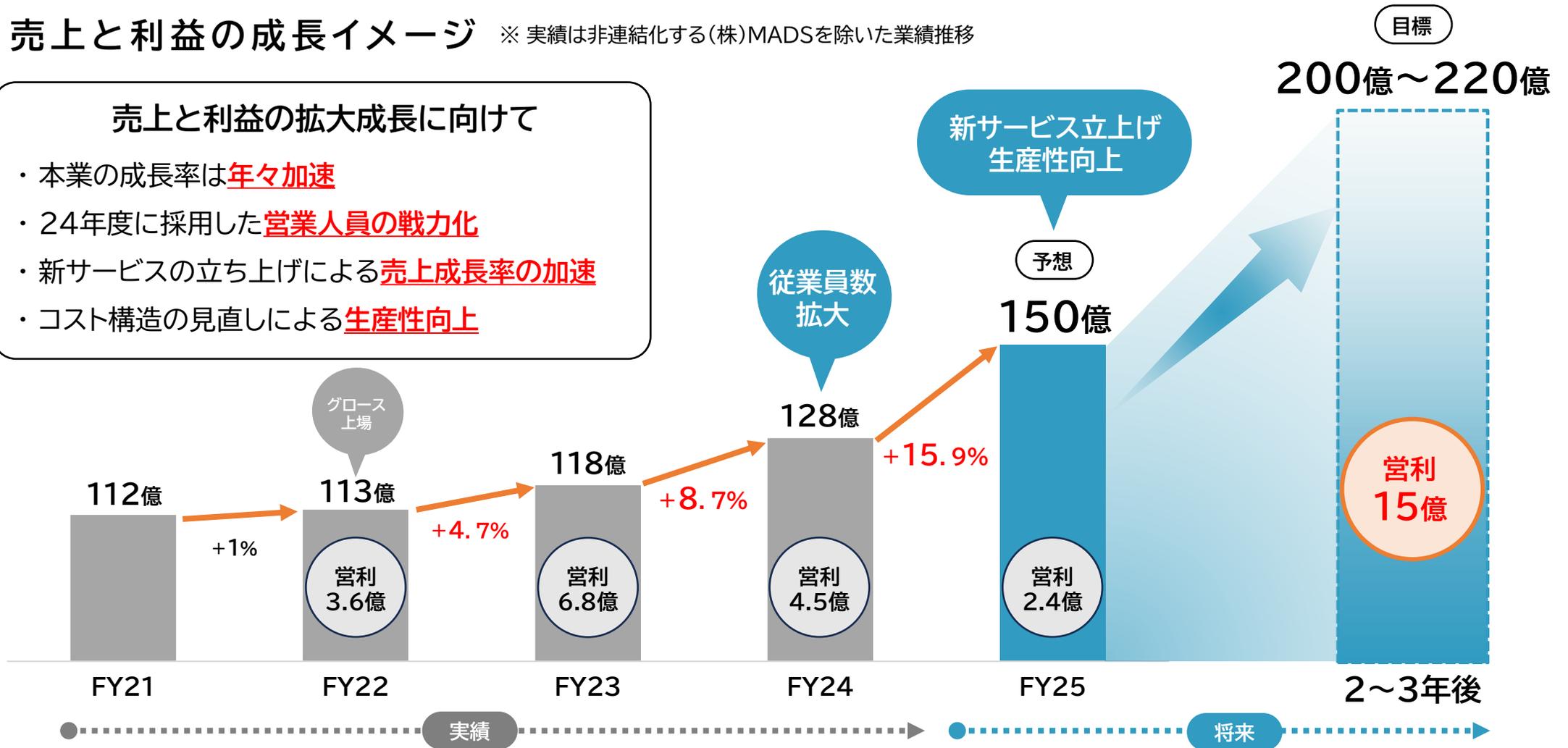
④ Appendix

将来の成長イメージ

売上と利益の成長イメージ ※ 実績は非連結化する(株)MADSを除いた業績推移

売上と利益の拡大成長に向けて

- ・ 本業の成長率は年々加速
- ・ 24年度に採用した営業人員の戦力化
- ・ 新サービスの立ち上げによる売上成長率の加速
- ・ コスト構造の見直しによる生産性向上



売上の拡大に関して

PostCookie対策に投じていた**各種リソースを新規サービスの開発へ投入**
これらの新規サービスが伸びれば、**今期中にPostCookie需要として想定していた売上の巻き返し**も

2024年10月
リリース済



サービス内容

小売・ECサイト・予約サイト等をリテールメディアとして広告媒体化するサービス。
加えて、広告主企業とのマッチングまでをマイクロアドが一通貫で支援。

2024年10月
リリース済



“今”欲しい企業が見つかる

サービス内容

UNIVERSEの企業データ・担当者データ・興味関心データを活用することで導き出した、ターゲット企業に対し、最適な瞬間を捉えてアプローチを行う、商談獲得サービス。

2024年11月
リリース済



サービス内容

企業のWEBサイトの表示速度を高速化するサービス。
高速化により商品の購買率などが大きく改善する。
UNIVERSEなどの広告製品と合わせて提供することで施策の成功率を高める。

2024年7月から
連結化



サービス内容

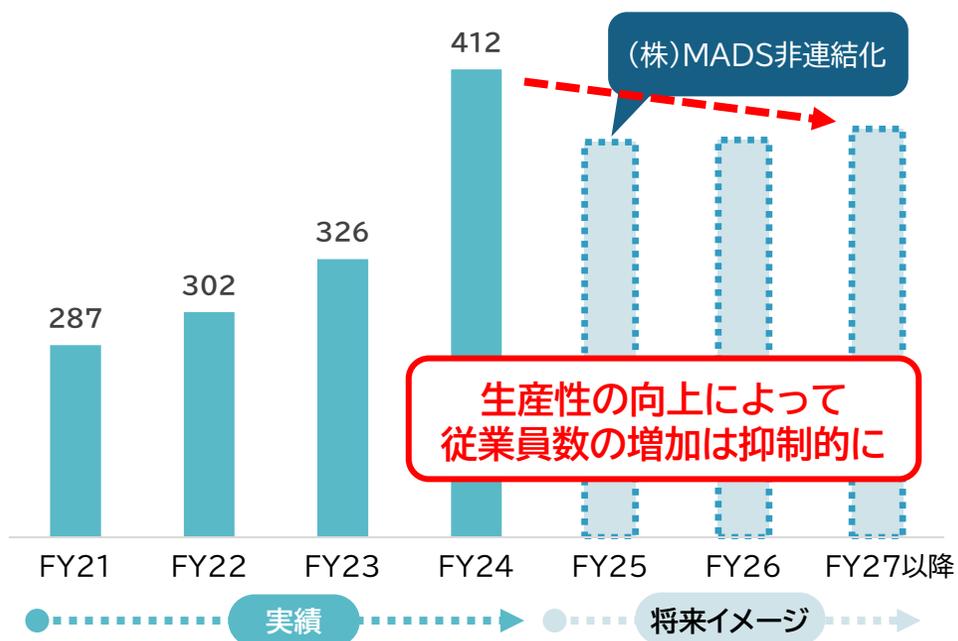
2024年第4四半期より連結化マイクロアドのUNIVERSE事業との連動性をより高めることで、グループ全体での生産性向上と売上拡大を狙っていく。

これら以外にも新規サービスを準備しており、今期の業績予想には織り込まず
25年度はこれらの事業の立ち上げに注力し、来期以降の安定的な売上成長の基盤としていく

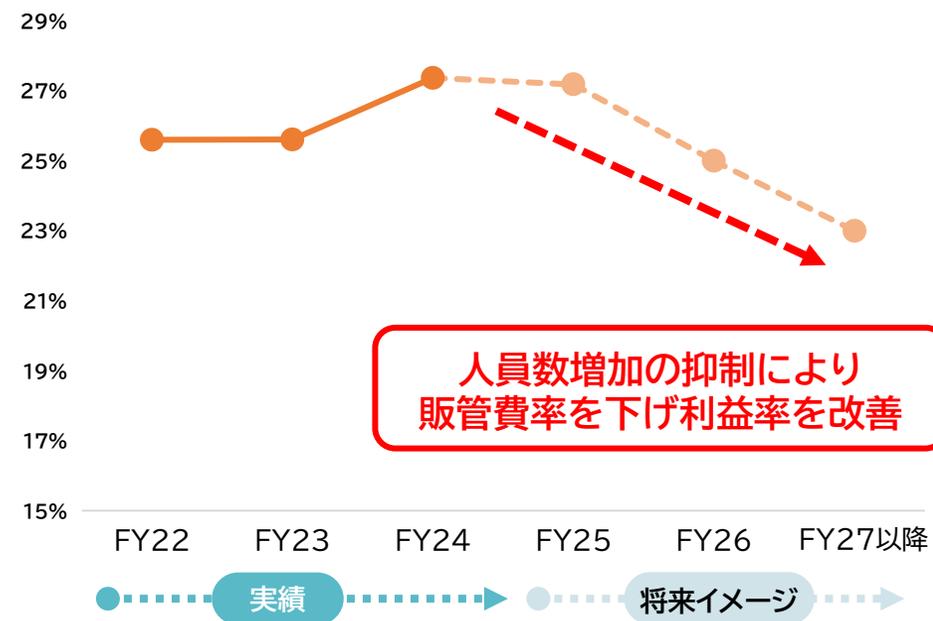
コスト構造の見通し

前期までの増員により、人員リソースは十分に確保
 今後は、現在のシステムや人員のリソースを大きく拡大せず
生成AI等を活用して生産性の向上にフォーカス
売上に対するコスト比率を抑制し利益面での拡大を狙っていく

連結従業員数の推移イメージ



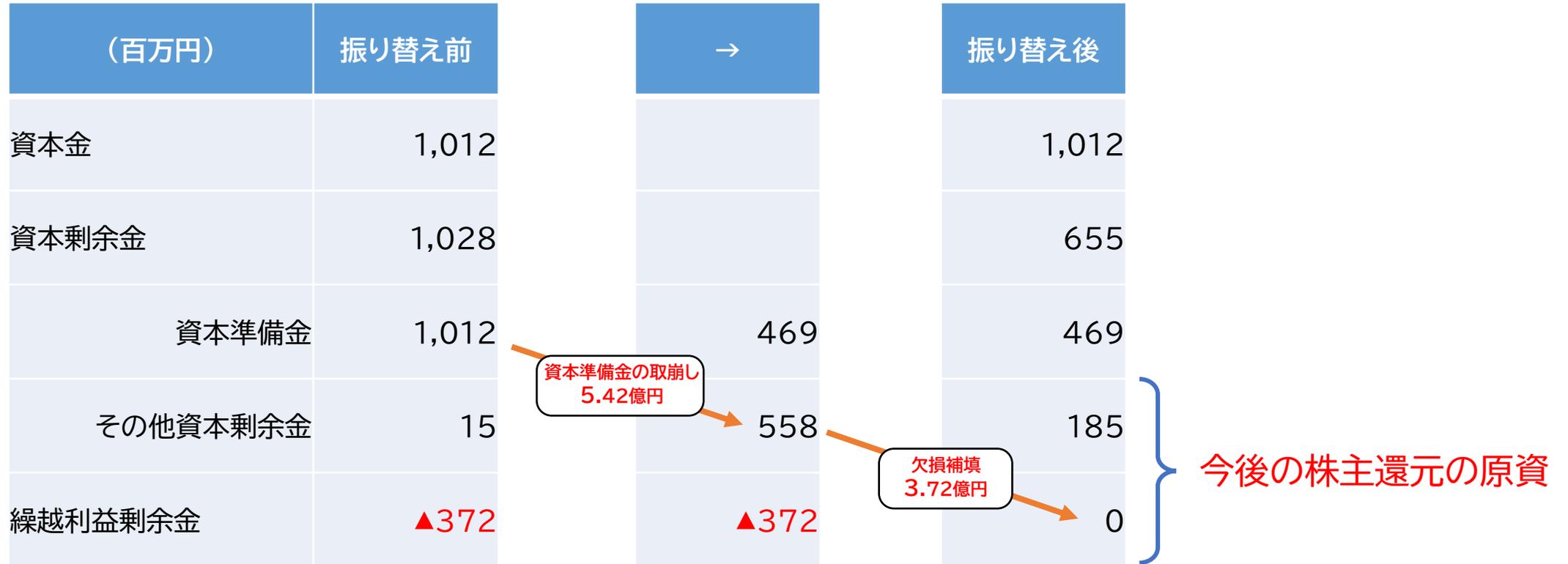
売上に対する販管費率の推移イメージ



株主還元の実施を目的とした資本準備金の取り崩しに関して

自己株買い等の早期の株主還元実施を目的として
資本準備金の取崩しを行う事を12月実施の定時株主総会へ付議することを決議

資本準備金の取り崩しイメージ



成長戦略まとめ

前期までの人員強化により

主力事業や新規事業による**売上成長の仕込みは完了**

さらに**生産性向上に注力**することで

26年度以降の**高収益の基盤を構築**していく

Agenda

① 2024年9月期 連結業績サマリ

② サービス毎業績ハイライト

- データプロダクトに関して
- コンサルティングに関して
- オルタナティブデータ事業に関して

③ 2025年9月期 連結業績予想

- データプロダクト、コンサルティングの業績予想
- 将来の成長イメージに関して

④ Appendix

当社のVISION

Reshaping the Future Life

ビッグ
データ



AI
テクノロジー

データとテクノロジーの力で
“未来を予測する”

マーケティング

物流・小売

金融

医療

会社概要



会社名kabu	株式会社マイクロアド	決算期	9月
設立	2007年7月2日	代表者	代表取締役 社長執行役員 渡辺 健太郎
資本金	1,012,724,800円 (2024年9月末時点)	役員	取締役 副社長執行役員 田中 宏幸 榎原 良樹
従業員数	412名 (連結、2024年9月時点)		取締役・監査等委員 内田 正宏 谷地館 望(非常勤、社外) 宮沢 奈央(非常勤、社外)
主要関連会社	(株)MADS (株)エンハンス (株)cory (株)New B (株)UNCOVER TRUTH		

経営陣



渡辺 健太郎 / 代表取締役 社長執行役員

1997年大塚商会入社。1999年に株式会社サイバーエージェントに入社。同社にて大阪支社を立ち上げるとともに支社長に就任、その後「Amebaブログ(アメブロ)」開始に伴い事業責任者として立ち上げを担当する。2006年に株式会社サイバーエージェント取締役就任後、2007年に株式会社マイクロアドを設立。



田中 宏幸 / 取締役 副社長執行役員

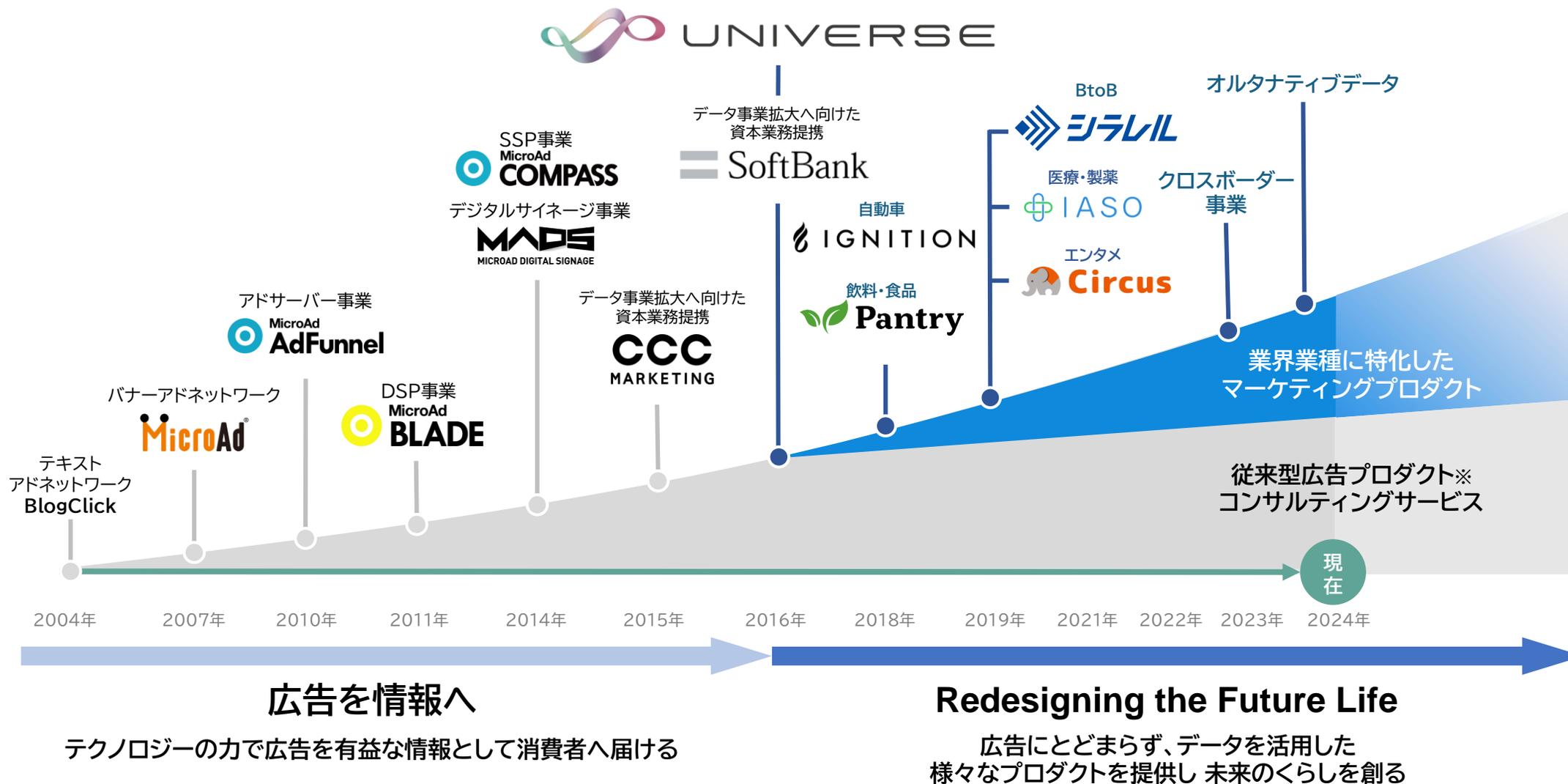
2002年SIer入社。金融会社向けシステム開発に携わる。2004年サイバーエージェント入社。当社の前身となるBlogClick事業の立ち上げに参画する。以後当社事業に携わりプロダクト開発を中心に幅広い業務を担当する。現在の管掌はデータソリューションサービス。



榎原 良樹 / 取締役 副社長執行役員

1997年さくら銀行(現三井住友銀行)入行。2001年サイバーエージェントに入社し、大阪支社長、事業戦略部長などを歴任。2011年マイクロアド海外事業の本格展開に合わせ当社へ参画し、東南アジア現地での事業立ち上げ、拠点統括に従事。2017年に帰国後、当社役員に就任。

マイクロアドの沿革



当社が提供するサービス

自社製品である「**データプロダクト**」と、主に他社製品を扱う「**コンサルティング**」に分類

コンサルティング

他社製品を扱う販売代理店ビジネス

海外コンサルティングサービス

企業のデジタルマーケティングにおける総合的なコンサルティングサービスを提供

メディア向けコンサルティングサービス

メディア企業の広告収益最大化を支援するコンサルティングサービスを提供

データプロダクト

自社製品のプロダクト提供ビジネス

オンライン

業種に特化したマーケティングプロダクト



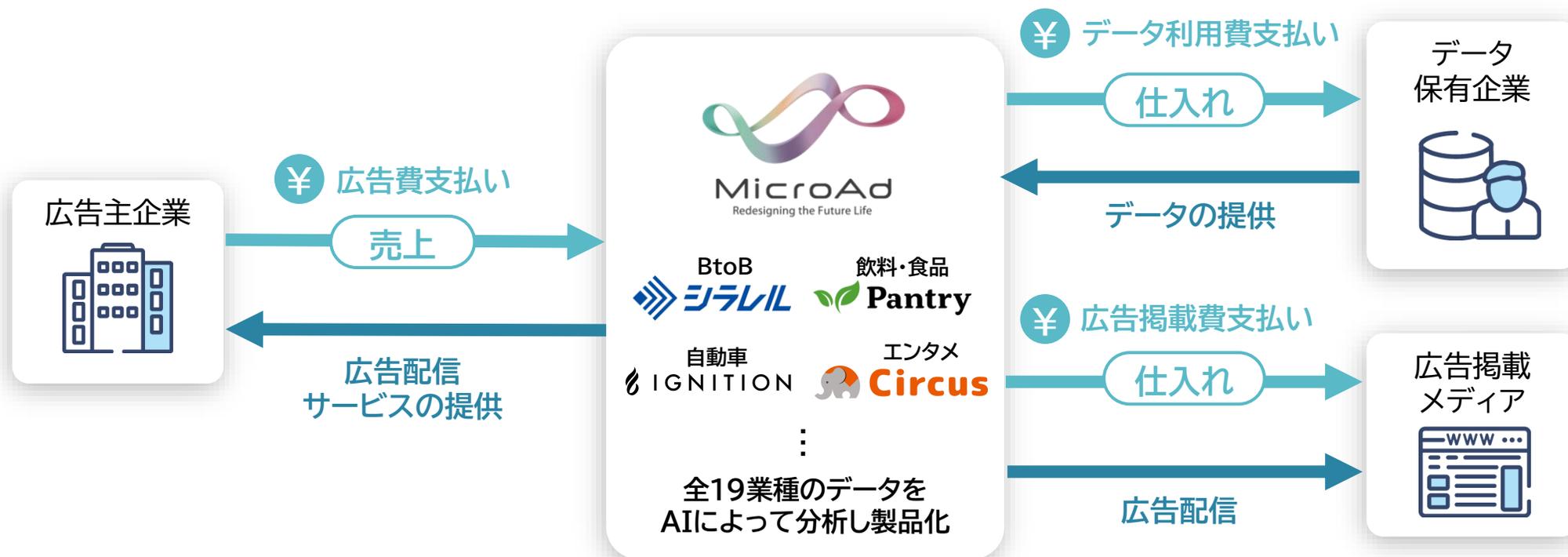
オフライン

屋外広告や交通広告のデジタルサイネージ



データプロダクト「UNIVERSE」のビジネスモデル

データ保有企業から収集した消費行動データを、データプラットフォーム「UNIVERSE」で分析し19業種に向けたマーケティングプロダクトを広告主企業へ提供



データプロダクト「デジタルサイネージ」のビジネスモデル

約13万面のサイネージをネットワーク化し、一元的な広告配信サービスを提供
リテール領域(小売・流通・サロン)のサイネージ設置数と売上の拡大に注力



本資料には、将来に関する計画や見通し、経営目標などが記載されています。
これらの将来に関する記述は、現在における見込みや、
予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらのリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況及び国内や国際的な
経済状況が含まれます。

