



2022年9月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2022年8月15日

Agenda

- ① 2022年9月期第3四半期連結業績サマリ
- ② サービス毎業績ハイライト
- ③ 事業戦略について
- ④ 通期業績予想
- ⑤ 成長戦略
- ⑥ Appendix

2022年9月期第3四半期連結業績サマリ

2021年9月期までに実施していたシステムへの先行投資が完了し、**今期から収穫期**へ営業利益は**193%増**、各段階利益も大幅に増加

(百万円)	(参考)2021年9月期 第3四半期累計※1	2022年9月期 第3四半期累計 (10月～6月)	増減	
			増減額	%
売上高	8,938	9,097	+159	+1.8%
売上総利益	2,296	2,821	+525	+22.9%
営業利益	191	561	+370	+193.7%
経常利益	173	488	+315	+182.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	88	208	+120	+136.4%

Agenda

- ① 2022年9月期第3四半期連結業績
- ② サービス毎業績ハイライト
- ③ 事業戦略について
- ④ 通期業績予想
- ⑤ 成長戦略
- ⑥ Appendix

当社が提供するサービス

1 データソリューションサービス

膨大なデータと独自の分析技術により業界業種に特化したマーケティングプロダクトを提供



業界業種に特化したマーケティングプロダクト群



2 デジタルサイネージサービス

屋外広告や交通広告への広告配信サービス



ドラッグストア



美容サロン



屋外ビジョン



タクシー

3 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

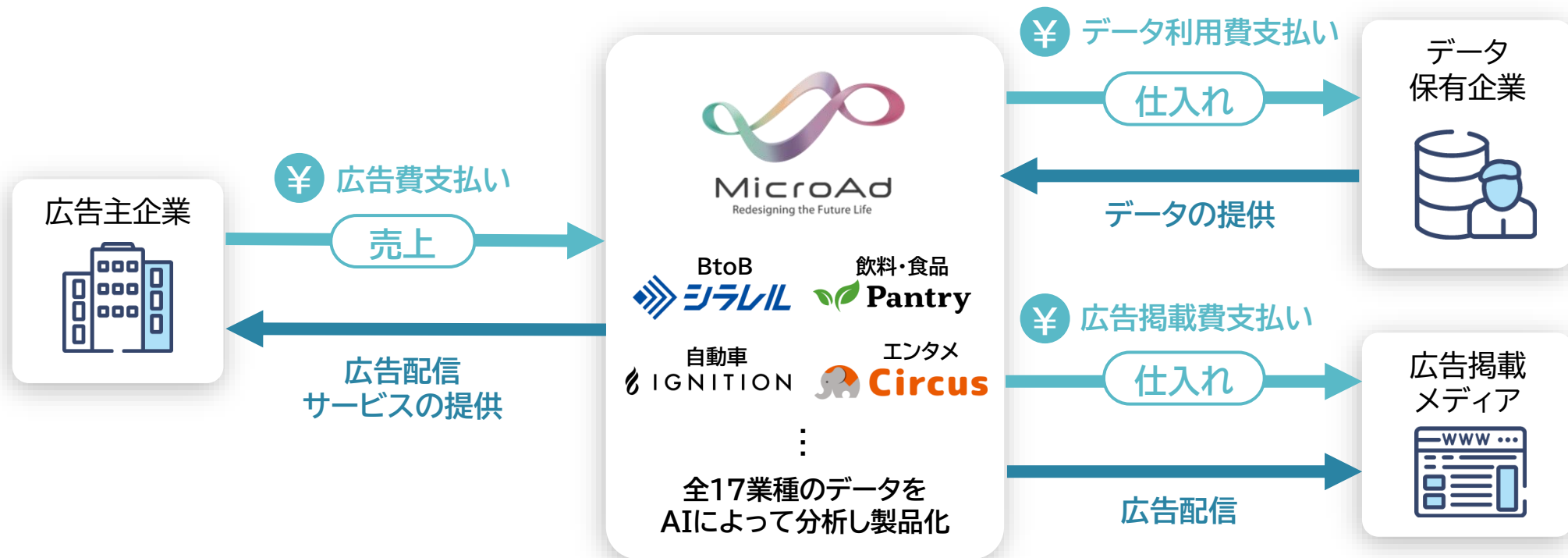
2022年9月期第3四半期累計サービス毎業績サマリ

データソリューションサービスとデジタルサイネージサービスが成長を牽引

(百万円)	(参考※)2021年9月期 第3四半期累計	2022年9月期 第3四半期累計 (10月～6月)	増減	
			増減額	%
データソリューション サービス	5,201	5,464	263	+5.1%
デジタルサイネージ サービス	491	789	298	+60.7%
海外コンサルティング サービス	3,246	2,843	▲403	▲12.4%

データソリューションサービスのビジネスモデル

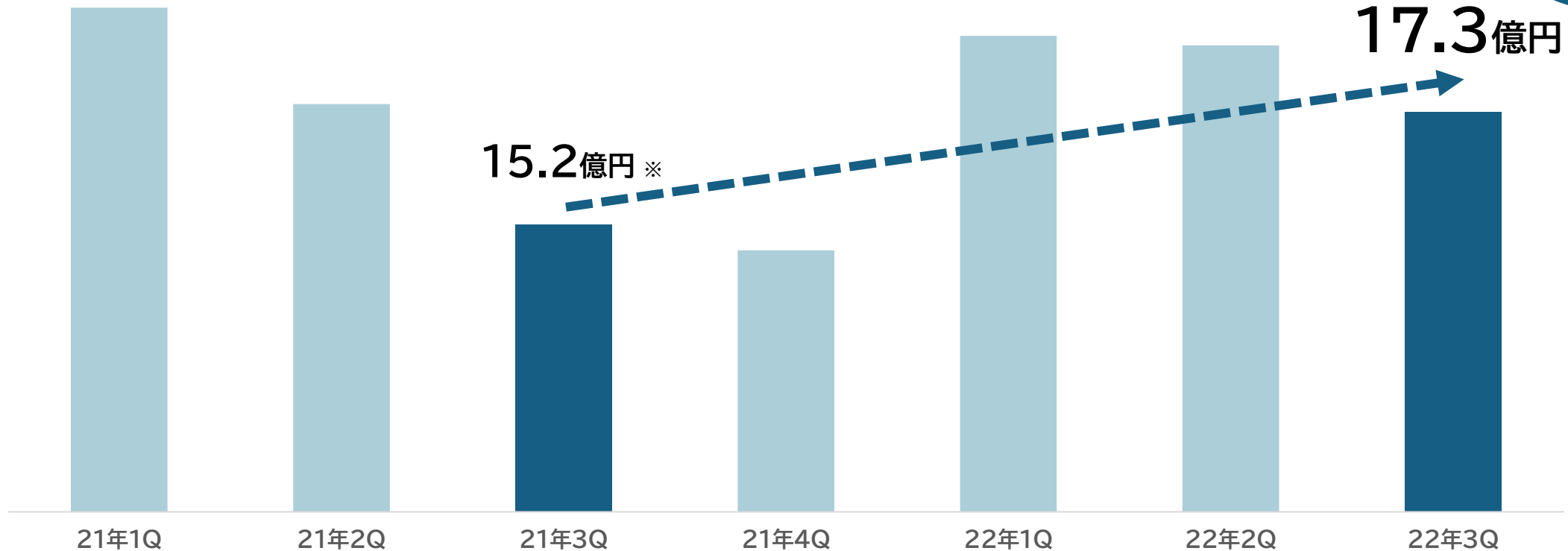
データ保有企業から収集した消費行動データを、データプラットフォーム「UNIVERSE」で分析し17業種に向けたマーケティングプロダクトを広告主企業へ提供



データソリューションサービスの売上推移

営業体制の強化及び、新型コロナの影響が終息したことにより稼働アカウントが拡大し、前年同Q比**13.6%の増収**

四半期毎 売上推移




YoY
+13.6%

デジタルサイネージサービス

屋外・屋内広告、交通広告をネットワーク化した
 広告配信サービス「MONOLITHS」を提供

リテールのサイネージ設置数拡大による広告売上増
 に加え、前年までの新型コロナの影響が終息し
 前年同Q比 **+55.5%の増収**



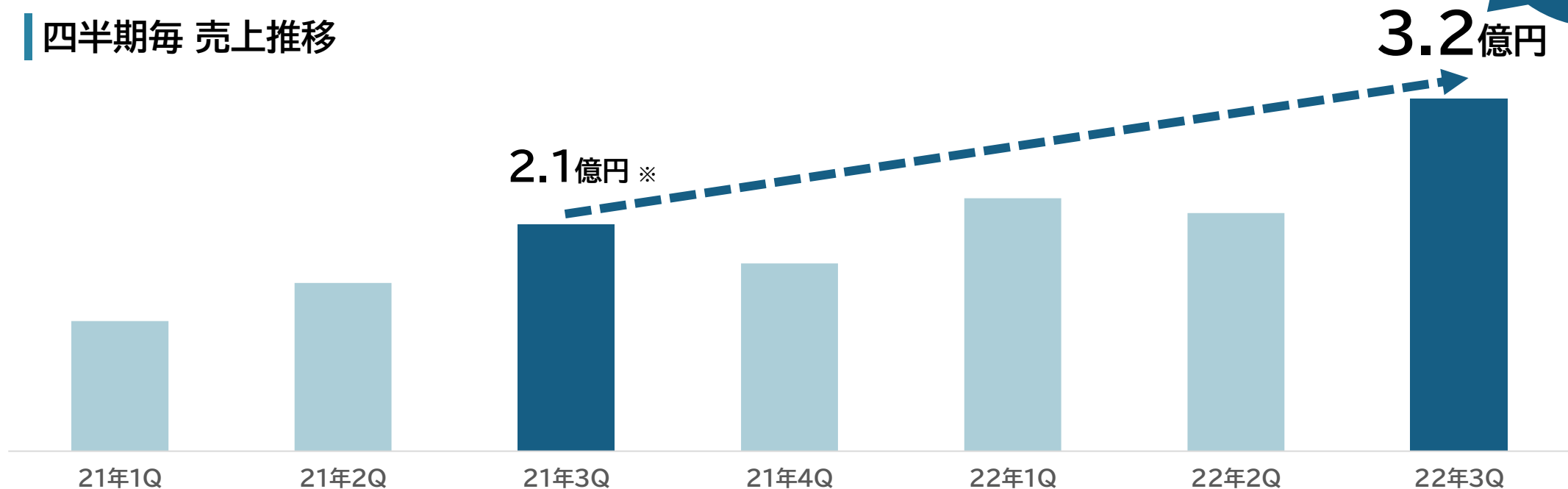
デジタルサイネージ設置ロケーション

ドラッグストア	スーパー	ネイルサロン
タクシー	屋外ビジョン	美容室

サイネージ設置数 13万面 (22年2月実績)

YonY
 +55.5%

四半期毎 売上推移



海外コンサルティングサービス

台湾を中心とした海外の
デジタルマーケティング支援サービスを提供

大手顧客の取引額減少によって
前年同Q比で減収

デジタルマーケティング コンサルティングサービス

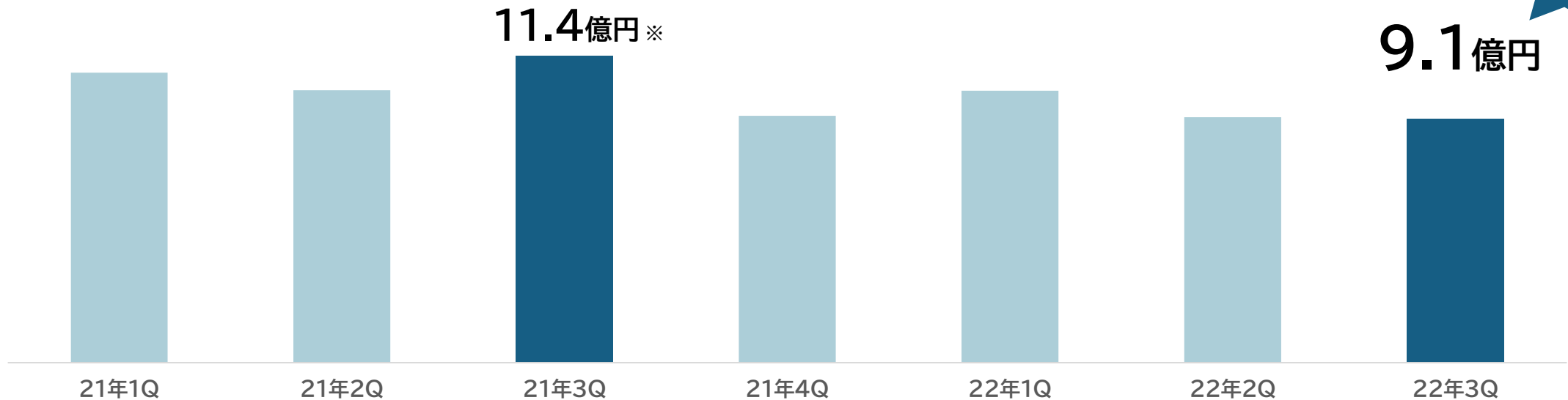
- ・プロモーション施策の立案
- ・LINE、Google、Facebookなどの広告枠の買付、運用
- ・広告クリエイティブの制作

独自の広告プラットフォーム



COMPASS-FIT
ネイティブ広告(※1)に特化した
独自の広告プラットフォームの提供

四半期毎 売上推移



YoY
-20.5%

Agenda

- ① 2022年9月期第3四半期連結業績
- ② サービス毎業績ハイライト
- ③ 事業戦略について**
- ④ 通期業績予想
- ⑤ 成長戦略
- ⑥ Appendix

提供するサービスとビジネスモデル

提供サービスを二つのビジネスモデルに分類し戦略を策定

ビジネスモデル コンサルティング

労働集約型の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

その他、国内のメディア向け事業や
旧来型広告プロダクト等

ビジネスモデル データプロダクト

収穫逓増型のプロダクト提供ビジネス

データソリューションサービス

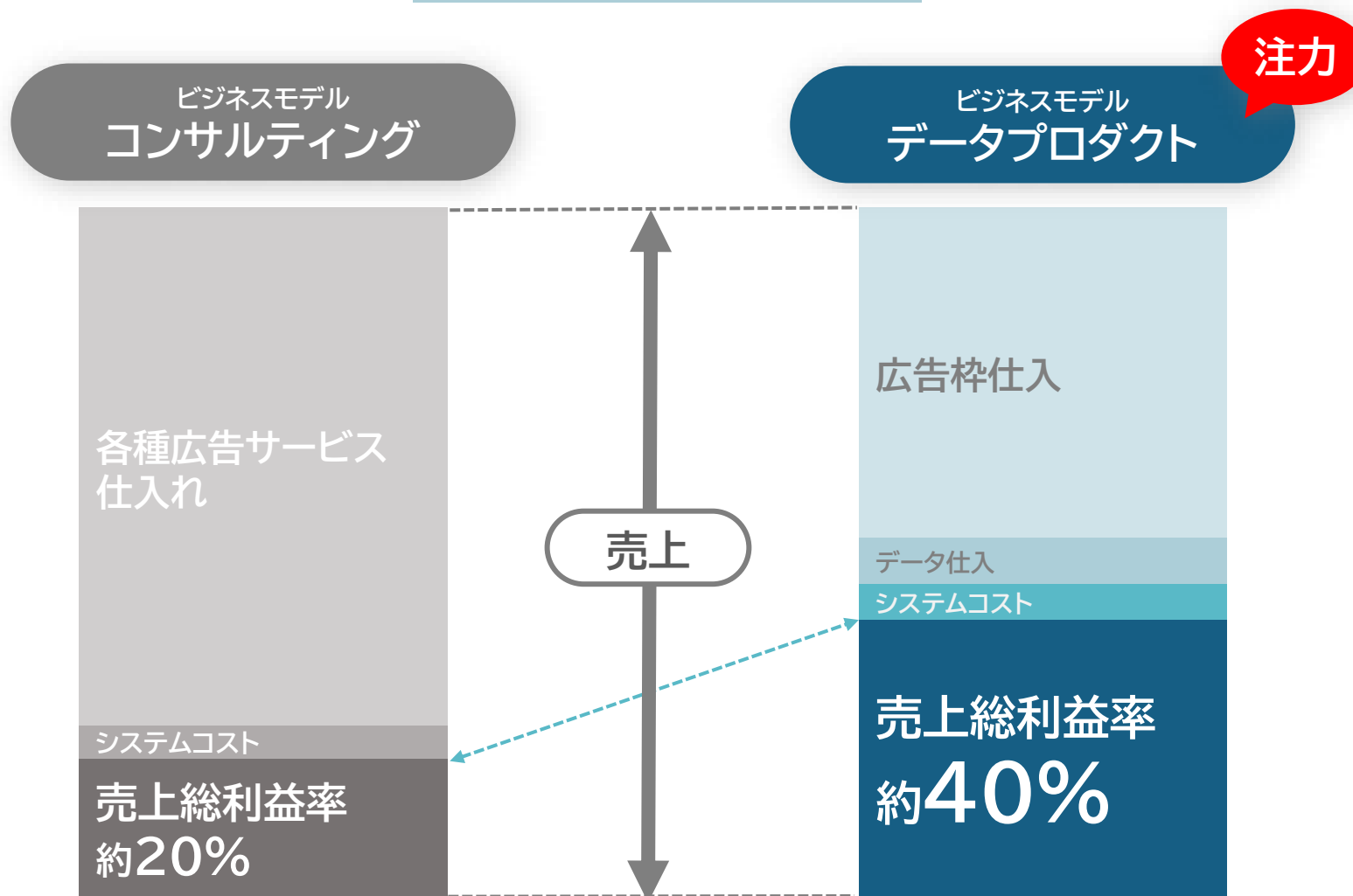
業界・業種に特化したマーケティングプロダクトを提供

デジタルサイネージサービス

屋外広告や交通広告への広告配信サービス

ビジネスモデル毎の収益性

収益性の高いビジネスモデルである **データプロダクト** に注力

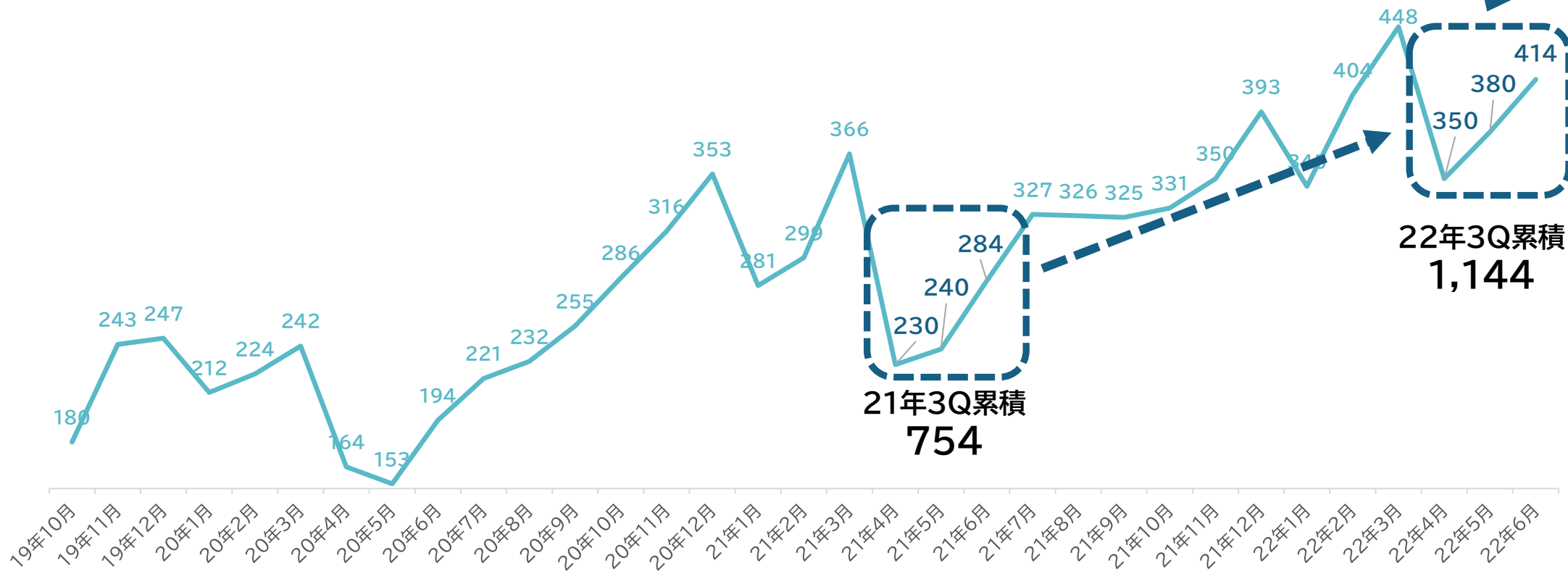


データプロダクトのKPI - 稼働アカウント

営業体制の強化及び、新型コロナの影響が終息したことにより稼働アカウント数は前年同Q比52%増と大きく拡大

YoY
+52%

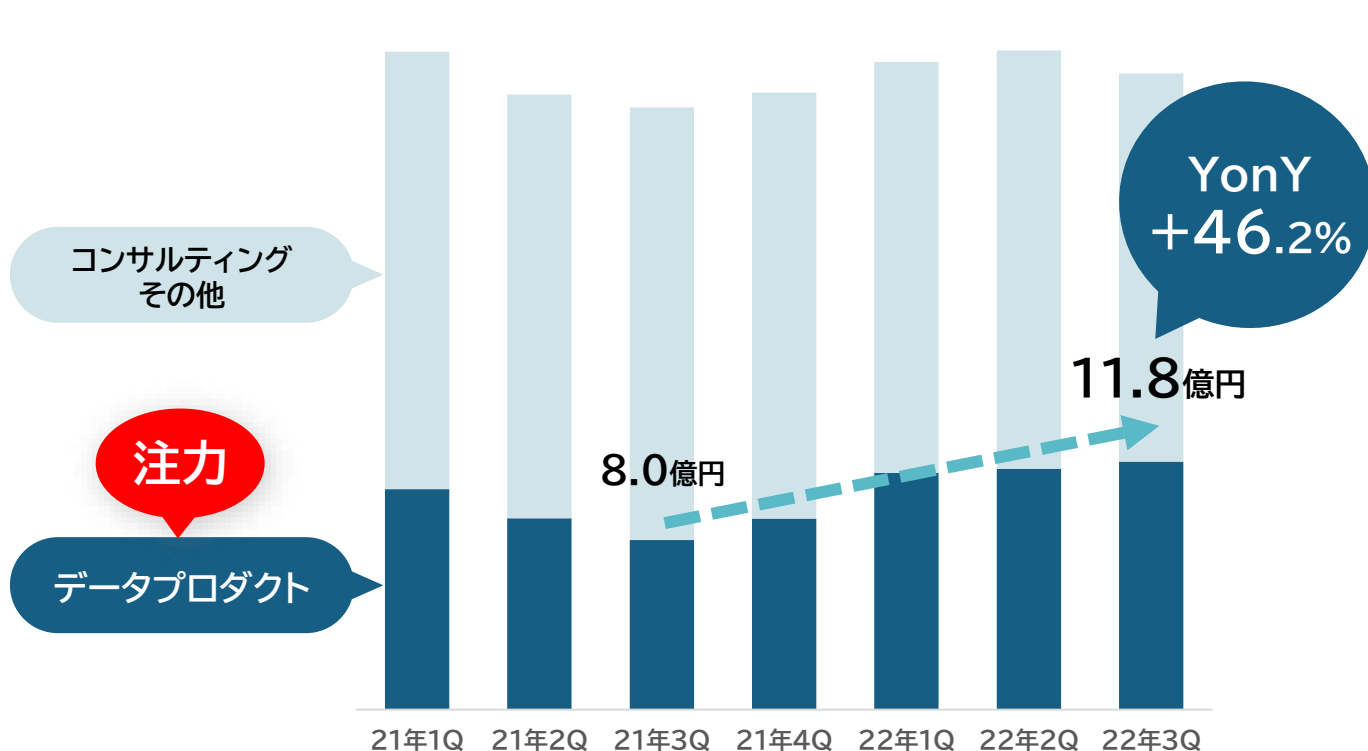
稼働アカウントの月次推移



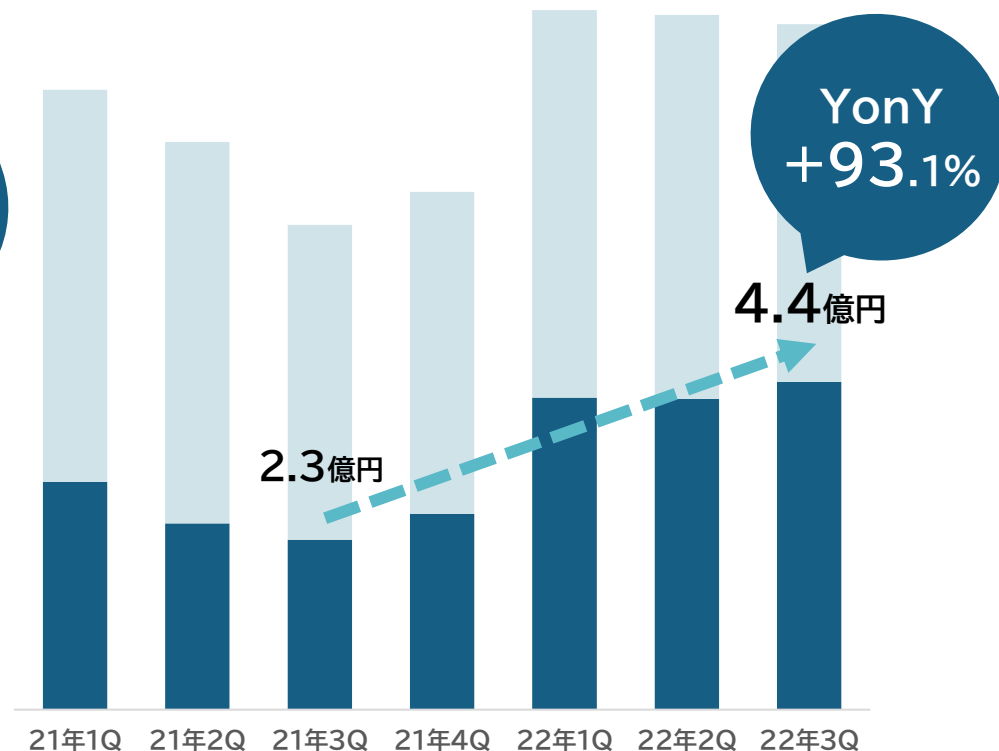
ビジネスモデル毎の売上・粗利シェア

データプロダクトに注力することで、売上は前年同Q比46.2%増
収益率の高さから、売上総利益はさらに大きく拡大し前年同Q比93.1%増

売上推移



売上総利益推移



Agenda

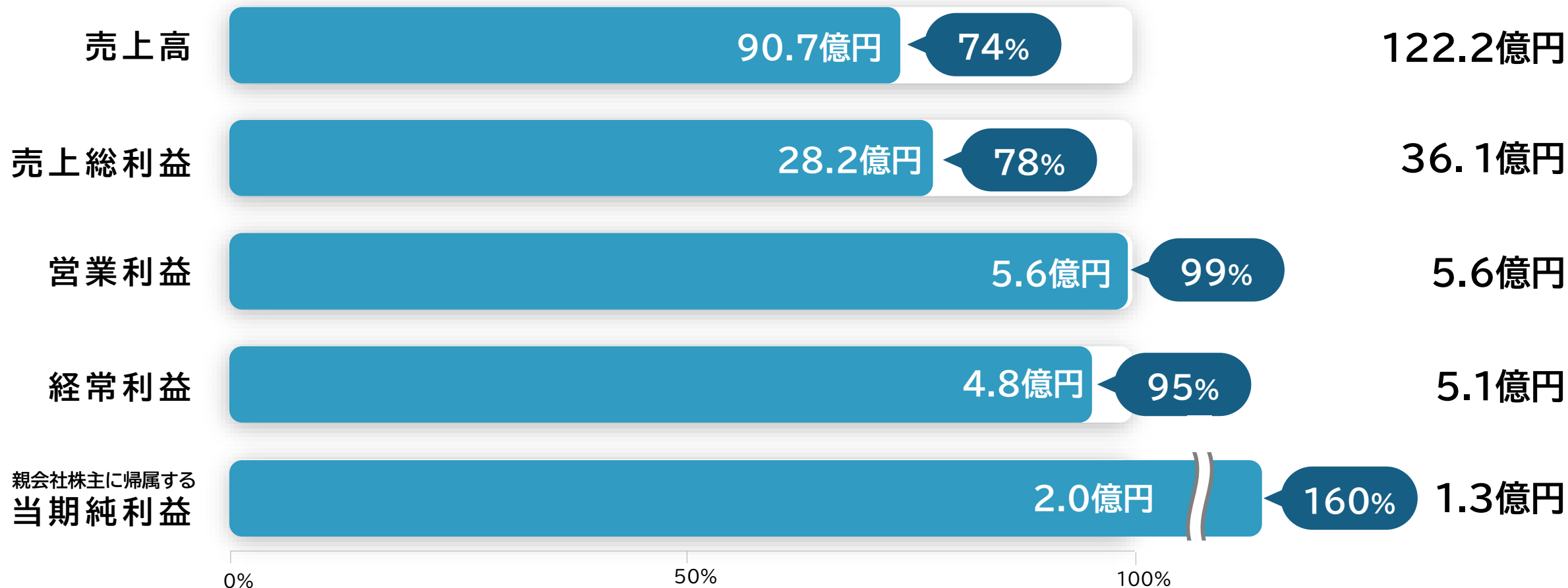
- ① 2022年9月期第3四半期連結業績
- ② サービス毎業績ハイライト
- ③ 事業戦略について
- ④ 通期業績予想**
- ⑤ 成長戦略
- ⑥ Appendix

2022年9月期第3四半期累計実績と進捗率

第3四半期時点で、通期業績予想に対して順調に推移

第3四半期累計(10月～6月)実績と進捗率

通期業績予想 ※1



2022年9月期 通期業績予想の修正

収益性の高いデータプロダクトの拡大により、売上総利益率が向上したことで、各段階利益が当初の計画を上回る見込み。
当期純利益は、特損と税金が当初より低く着地見込みの為大きく上振れ

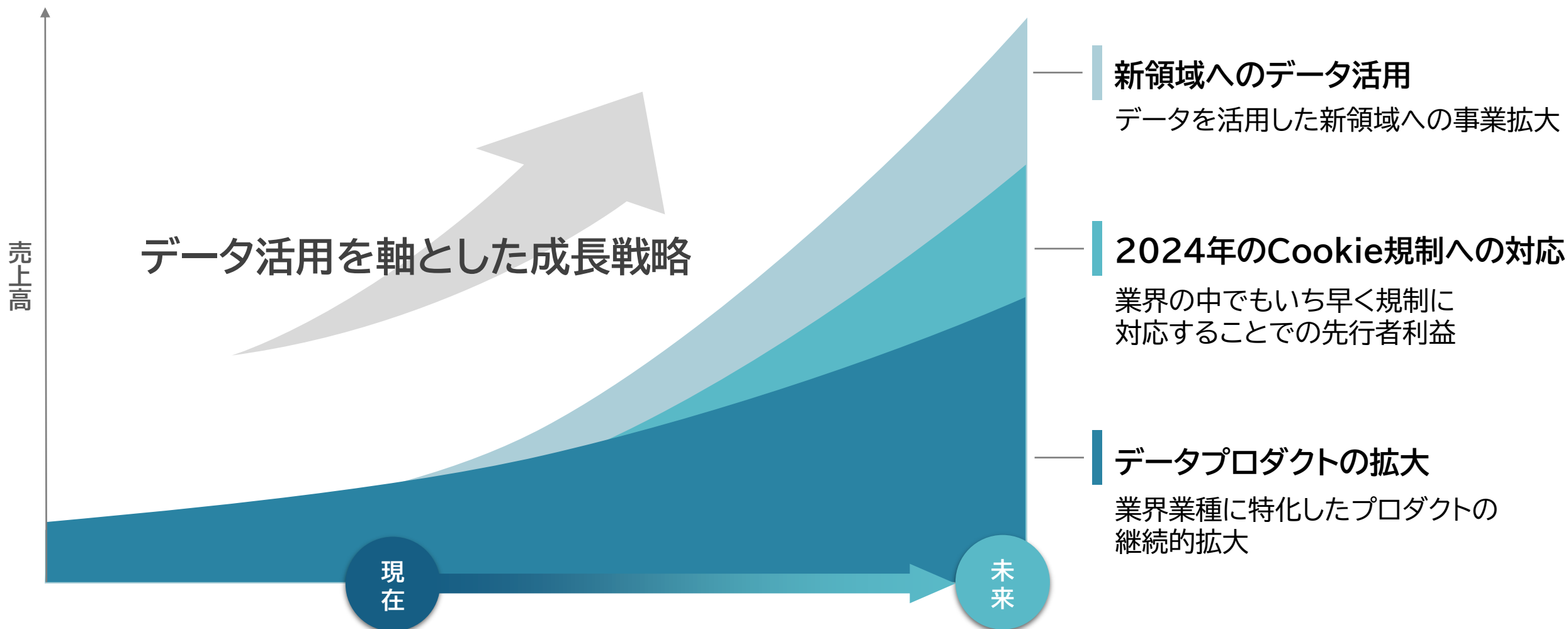
(百万円)	前回発表予想 (2022年6月29日)	今回修正予想	増減	
			増減額	%
売上高	12,228	12,059	▲169	▲1.4%
売上総利益	3,614	3,718	+104	+2.9%
営業利益	564	621	+57	+10.1%
経常利益	510	548	+38	+7.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	130	220	+90	+69.2%

Agenda

- ① 2022年9月期第3四半期連結業績
- ② サービス毎業績ハイライト
- ③ 事業戦略について
- ④ 通期業績予想
- ⑤ 成長戦略**
- ⑥ Appendix

マイクロアドの成長戦略

アドテクノロジーの企業から、**総合データカンパニー**へ



データプロダクトの拡大

デジタルマーケティングの2つの領域において **ブランド領域に特化することで競争力を発揮**

ダイレクト
領域

ECサイトやネット系サービスなど
オンラインで購買が完結するネット系企業

ブランド
領域

特化

自動車や飲料・食品など
実店舗での製品提供を行うメーカー企業

ブランド領域に特化する意義

- ブランド領域に特化している **競合企業はいない**
- マス広告(TVCM等)からの **デジタルシフトによる市場拡大**が期待できる
- Cookie規制によって **ブランド領域への予算シフト**が期待できる

2024年のCookie規制への対応

- Google社のChromeにおいて、Cookieの利用が制限される予定
- Google社からPrivacy SandboxというCookieに代わる機能を提供予定
- 当初2023年末予定だったものが、2024年後半に延期

Google発表の公式スケジュール



当社では、いち早くPrivacy Sandboxなどの、Cookieに代わる代替技術の導入を推進し、先行者メリットを狙う

新領域へのデータ活用①

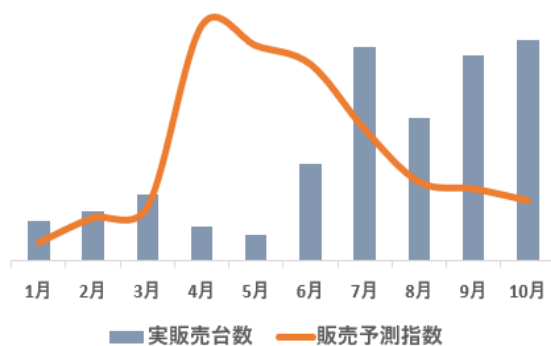
近日リリース
予定

「オルタナティブデータ」

ビッグデータを独自に解析し、投資判断に活用できる分析データの提供



自動車の販売台数予測実例



保有するデータ群を分析することで**将来の販売台数の推移を予測**することが可能

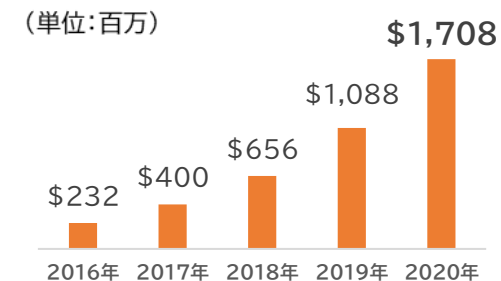
メーカー・車種単位での予測も提供可能

分析可能な領域・銘柄

- 自動車
 - 映画関連
 - 医薬品
 - ゲーム
 - お出かけ
 - 製造業
- メーカー8銘柄
13銘柄
70銘柄
30銘柄
11銘柄
20銘柄

合計150銘柄以上提供可能

グローバルの市場規模



17億ドル規模まで拡大 ※1
※2019年以降については2018年時点の予測値

新領域へのデータ活用②

近日リリース
予定

「購買データ分析による需要予測」

保有する購買データを解析し、メーカー向けに需要予測データを提供



分析可能な商品ブランド数

1,400ブランド

飲料・食品メーカーの
様々な商品ブランドの分析が可能

ビジネスモデル

10~30万円 / 月額

月額固定のデータ販売契約
ストック型のビジネスモデルを見込む

Agenda

- ① 2022年9月期第3四半期連結業績
- ② サービス毎業績ハイライト
- ③ 事業戦略について
- ④ 通期業績予想
- ⑤ 成長戦略
- ⑥ **Appendix**



当社のVISION

Reshaping the Future Life

データとテクノロジーの力で未来の暮らしを創る

ビッグ
データ

×

AI



様々な産業の
イノベーションを実現

マーケティング

物流・小売

セキュリティ

⋮

会社概要



会社名	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 渡辺 健太郎
資本金	916,459,200円	役員	取締役 田中 宏幸(常務) 榎原良樹
従業員数	344名 (連結、22年6月時点)		取締役・監査等委員
主要関連会社	(株)マイクロアドデジタルサイネージ (株)エンハンス		内田 正宏 谷地 舘望(非常勤、社外) 宮沢 奈央(非常勤、社外)

経営陣



渡辺 健太郎 / 代表取締役社長

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 / 常務取締役

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。

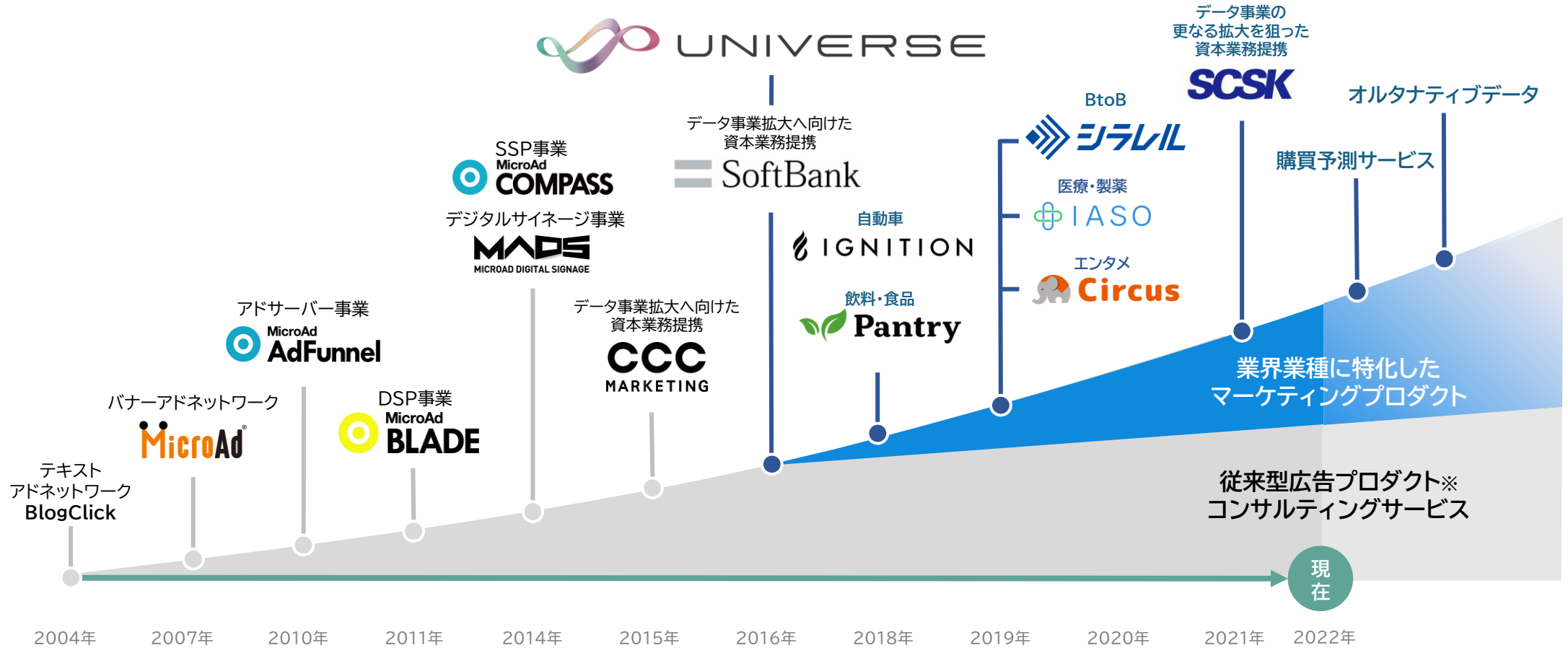


榎原 良樹 / 取締役

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

2016年のUNIVERSEリリース以降、業界業種に特化したプロダクトを中心に事業を拡大



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。

