



株式会社マイクロアド 事業のご説明

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2022年12月

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 社長 渡辺 健太郎
資本金	916,459,200円	役員	取締役 副社長 田中 宏幸 榎原 良樹
従業員数	302名 (連結、22年9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 谷地館 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 / 取締役 副社長

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

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。

当社のVISION

Reshaping the Future Life



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

当社の事業に関して



当社が提供する事業

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



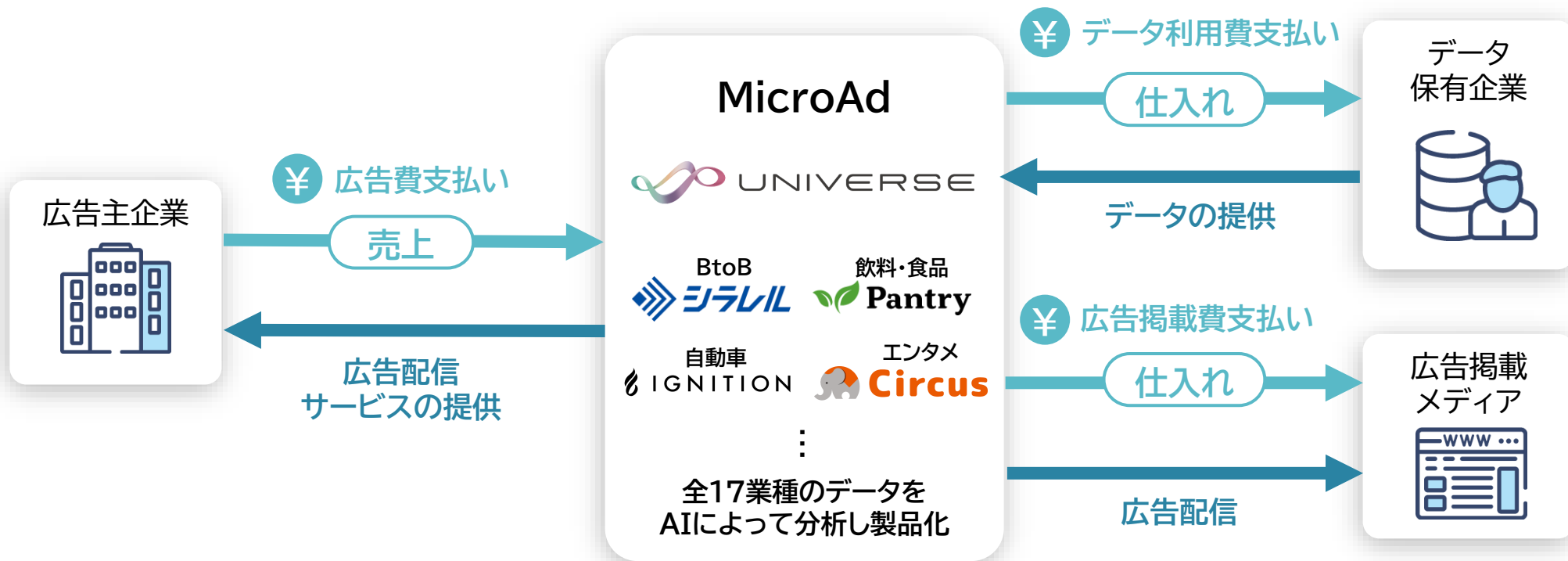
オフライン

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、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



データプロダクト「UNIVERSE」の業種特化製品



B to B **高成長**



医療・製薬 **高成長**



飲料・食品



自動車



エンタメ



美容・化粧品



New!

地方自治体 人材 通信キャリア ... 全18業種

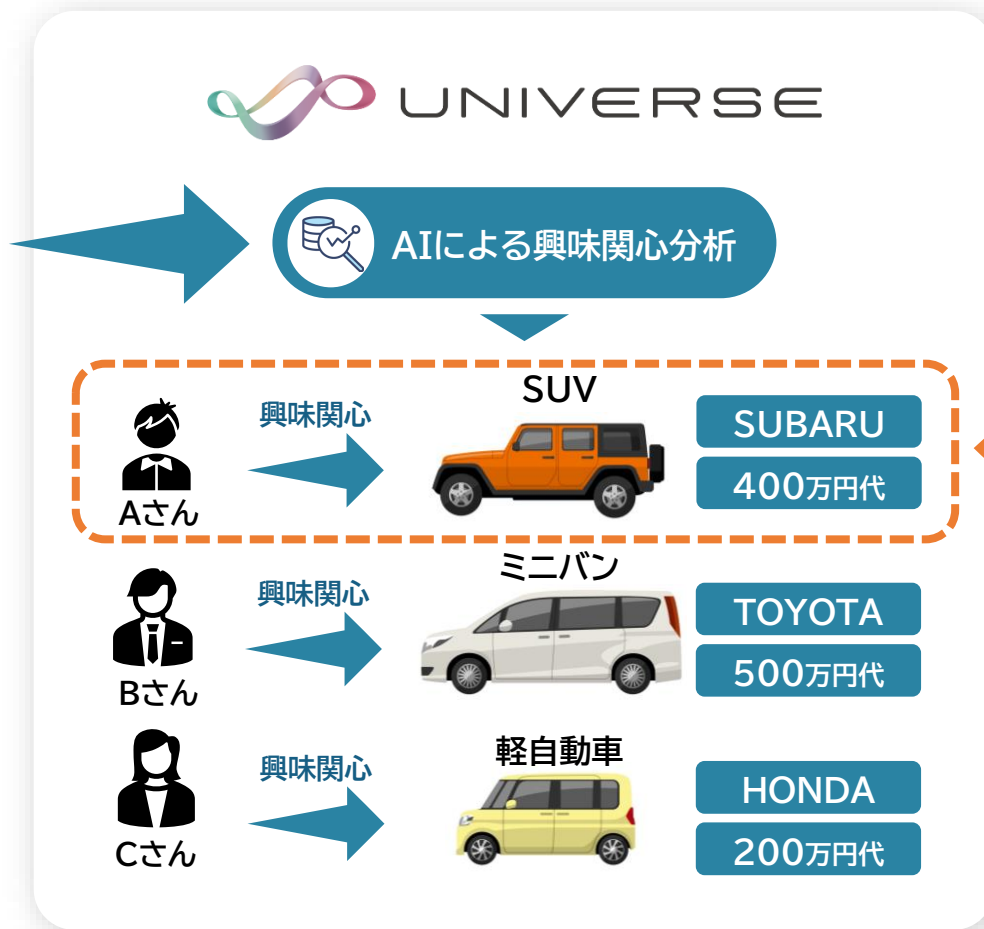
「UNIVERSE」の自動車メーカー向けプロダクト

提供されたデータをマーケティングに活用可能な状態に分析・加工

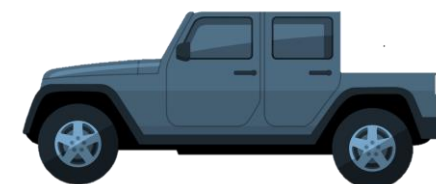
パートナーから提供されるアクセスログ

日時	ユーザーID	アクセスしたURL
2022/11/21 15:32	A	www.xxxx.co.jp/aaa.html
2022/11/21 16:56	B	www.xxxx.co.jp/ccc.html
2022/11/21 17:50	C	www.xxxx.co.jp/bbb.html

この状態では
マーケティングには利用不可能



自動車メーカー



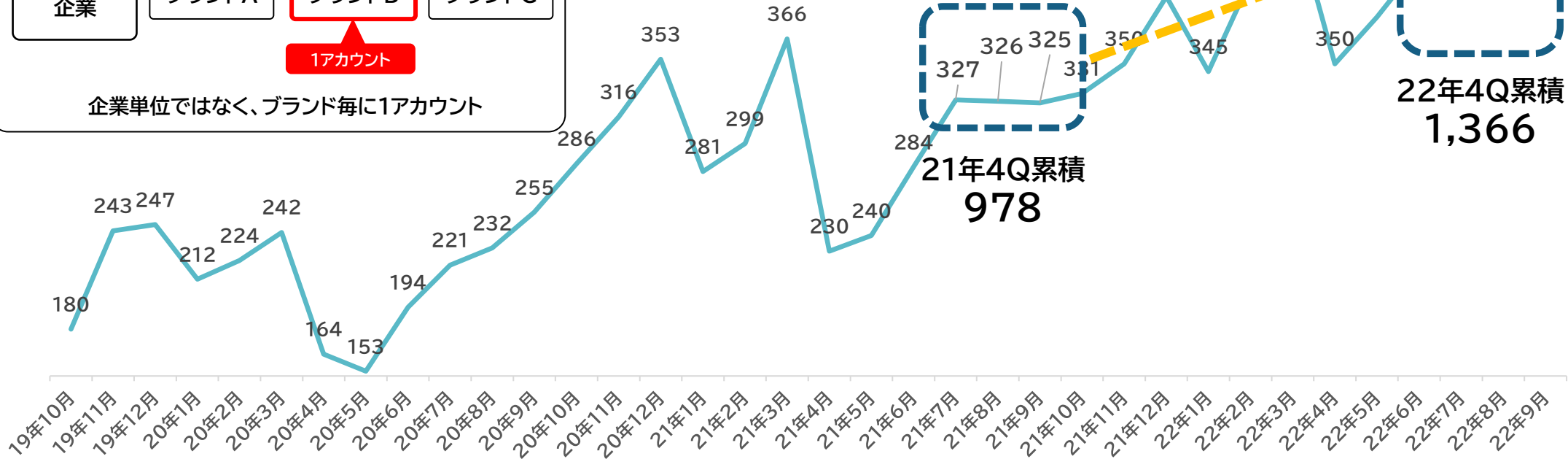
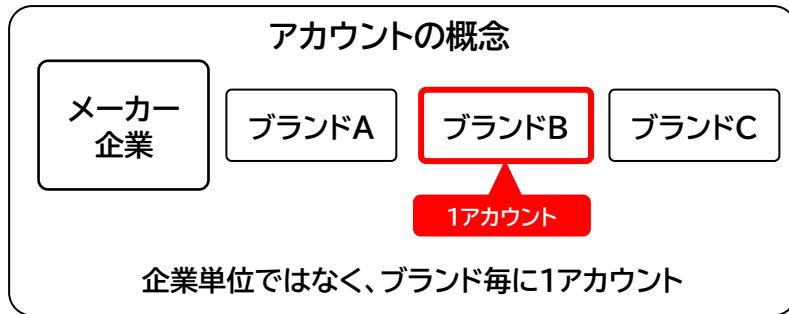
400万円のSUV
新車種プロモーション

データプロダクト「UNIVERSE」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四半期比40%増と大きく拡大

YoY
+40%

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・美容サロン)のサイネージ設置数と売上の拡大に注力



デジタルサイネージの設置ロケーション

様々なロケーションのサイネージへ、インターネットを介して一元的に広告配信

ドラッグストア



スーパーマーケット



タクシー



美容サロン



メディア向けコンサルティングサービスのビジネスモデル

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



MicroAd COMPASS

メディア企業向けの広告収益最大化サービスとして「MicroAd COMPASS」を提供



広告配信 **580億回/月間**

株式会社エンハンス

当社グループの製品や、他社の各種広告サービスを組み合わせることで、メディア企業の収益拡大を実現

Enhance



海外向けコンサルティングサービスのビジネスモデル

主に、台湾を中心とした現地企業に対するデジタルマーケティングのコンサルティングサービスを提供。
また、自社運営の訪日インバウンドメディアを活用した広告サービスを提供



マーケティングコンサルティング

LINE台湾の「The Best Sales Partner」に選出



訪日インバウンドメディア「Japaholic」の運営

Japaholic

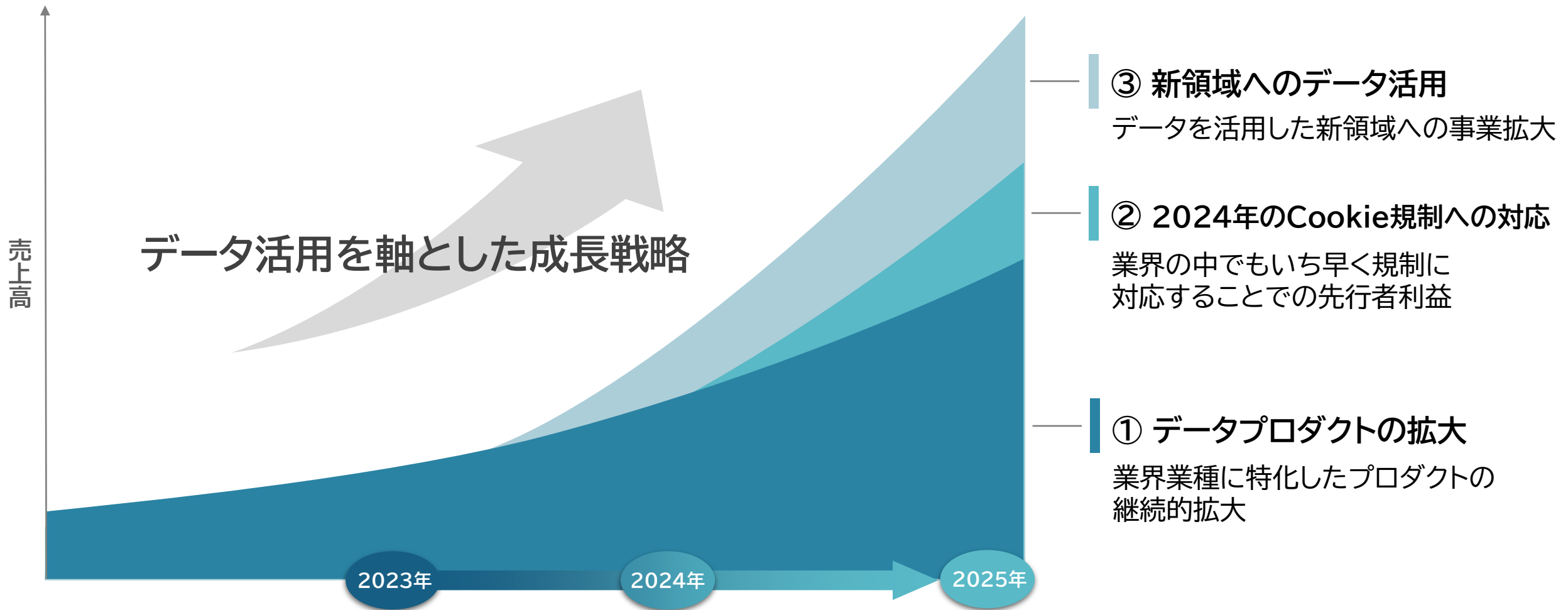
www.japaholic.com



マイクロアドの成長戦略

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



① 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

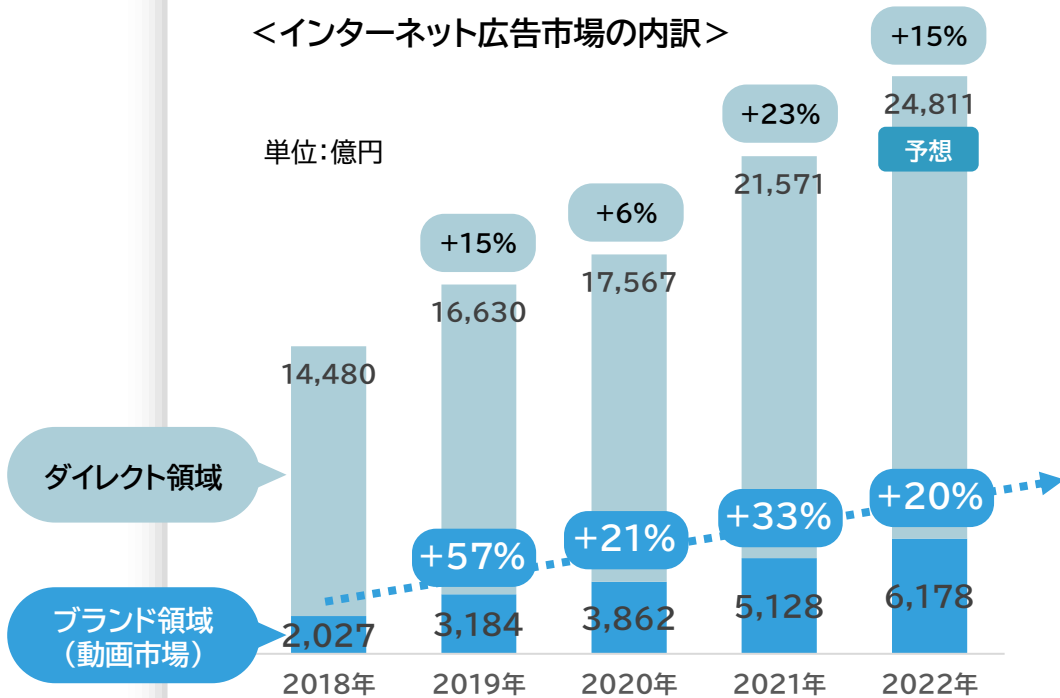
① データプロダクトの拡大 - ブランド領域について

ブランド領域はさらなる市場拡大が期待でき、参入障壁が高く競合がない

ブランド領域の成長性

<インターネット広告市場の内訳>

単位: 億円



市場全体の成長率を上回るペースで拡大中

※電通他発表 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析

ブランド領域が成長する理由

マスコミ四媒体広告市場
2兆4,538億円

テレビ 新聞 雑誌 ラジオ

コロナ禍以前は年率-2.5%で縮小

インターネットによる
データドリブンなマーケティングにシフト

ブランド領域

データに強み

独自の広告面



一部の
動画サービス

プレイヤー少数

直接領域

各種SNS

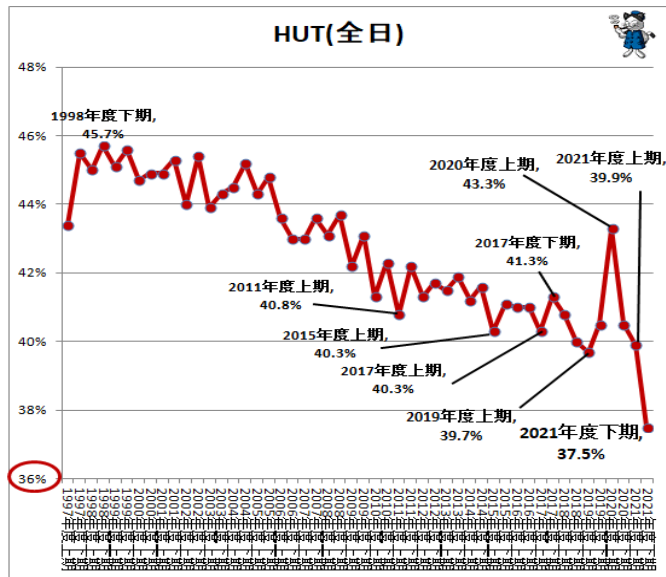
外資系
広告プラットフォーム

プレイヤー多数

① データプロダクトの拡大 - 旧来型広告からのデジタルシフト

旧来型広告を代表する **テレビ広告のデジタルシフト** はより加速していく見込み

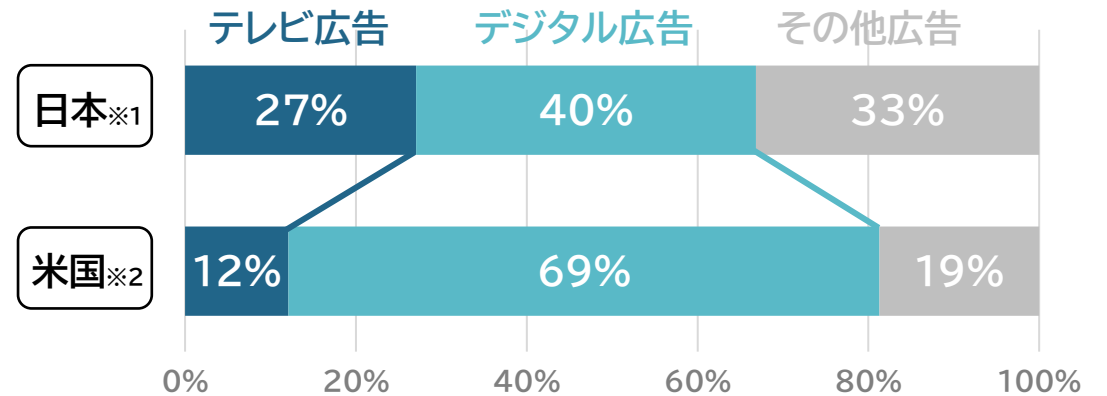
テレビの視聴率推移 (1997年～2021年)



出典: ガベージニュース
<http://www.garbage-news.net>

テレビの世帯視聴率は年々下落

テレビ広告とデジタル広告の日米差



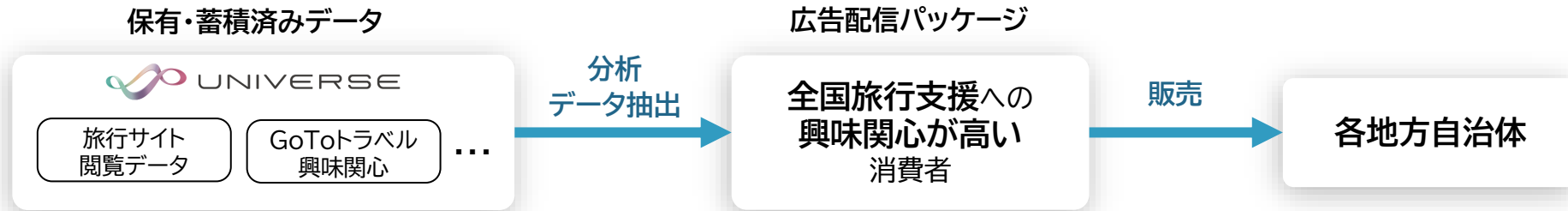
**デジタルシフトが先行する米国においては
 デジタル広告が圧倒的なシェアを獲得**

① データプロダクトの拡大 - 新製品の提供サイクル

保有するデータを組み合わせることで、新規のシステム開発は必要なく、即座に新商品を提供することが可能

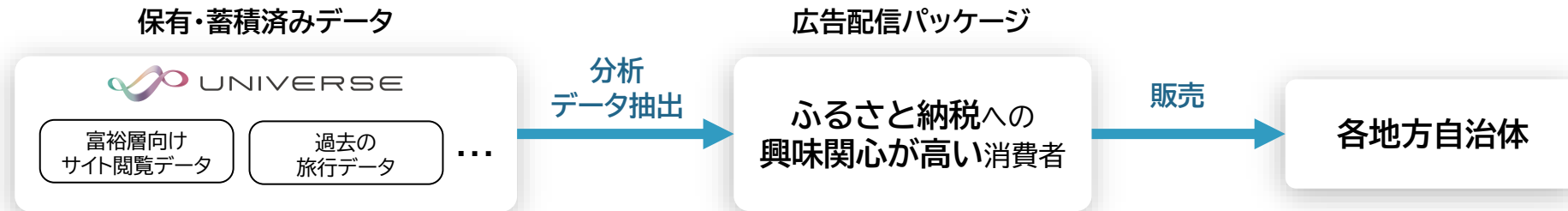
「UNIVERSE for 全国旅行支援」 10月19日販売開始

2022年10月11日から開始された全国旅行支援に合わせたマーケティングプロダクト



「UNIVERSE for ふるさと納税」 10月25日販売開始

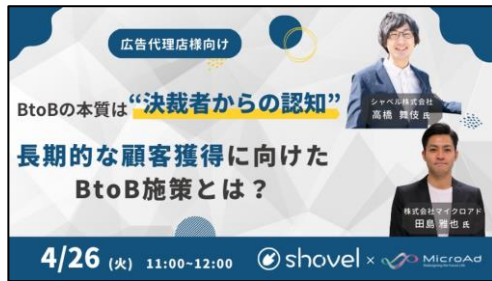
年末に向けて需要が増加するふるさと納税のマーケティングプロダクト



① データプロダクトの拡大 - プロダクト販売体制の強化

リモートワーク中心に変化している顧客企業に対して、オンラインセミナーを通じた販売体制を構築
2023年度はオンラインでの営業活動を行う専門部署を設置しさらに強化

オンラインセミナーの実施



22年度 **全40回**のセミナー実施

2022年度実績

問い合わせ件数
6,600件

受注金額
1億4千万円

直近データプロダクトの売上成長が加速

広告の非需要期である7月～9月は低成長な企業が多い中 **データプロダクトは成長が加速**

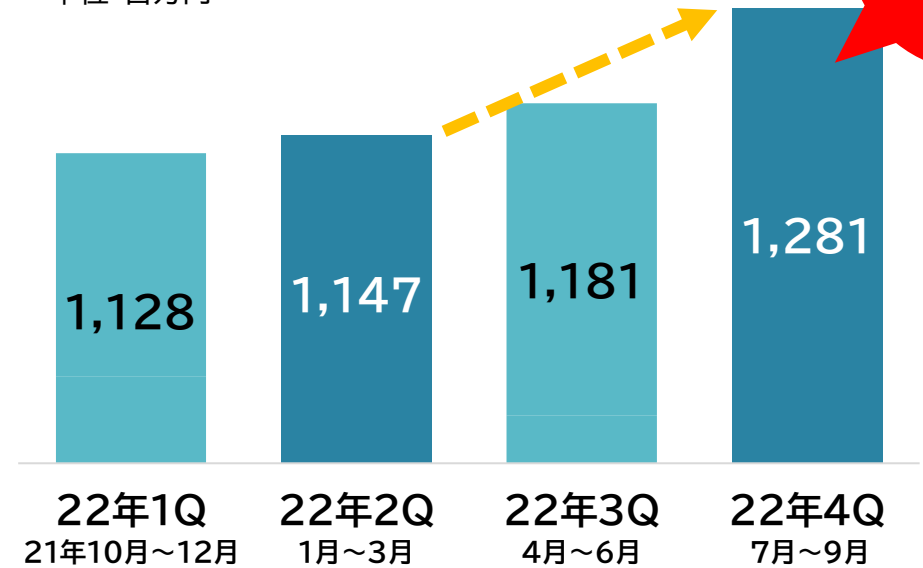
広告関連企業の売上推移

広告関連企業	売上成長率
総合広告代理店 A社	-13%
総合広告代理店 B社	-9%
ネット広告専門代理店 C社	-5%
ネット広告専門代理店 D社	-36%
ネット広告専門代理店 E社	-21%
広告プロダクト提供 F社	-23%

22年1-3月期と7-9月期の売上成長率
7-9月期は**マイナス成長となる企業が多数**

データプロダクトの売上推移

単位:百万円



1-3月期から7-9月期において**11%の売上成長**

② 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
- 当初2023年末予定だったものが、**2024年後半に延期**

マイクロアドの対応

2024年までに～

- 1 Googleが提供予定の代替技術の導入
- 2 Cookieに代わる技術の導入
- 3 新しいターゲティング技術

いち早くこれらの技術の導入を推進し
先行者メリットを狙う

直近のCookie規制対応

22年11月～IntimateMerger社の提供する
Cookieを使わないID技術「IM-UID」を導入



従来からCookieが利用できなかった
iPhoneへの広告配信が可能に



Cookie規制を待たずに新たな収益を創出

③新領域へのデータ活用

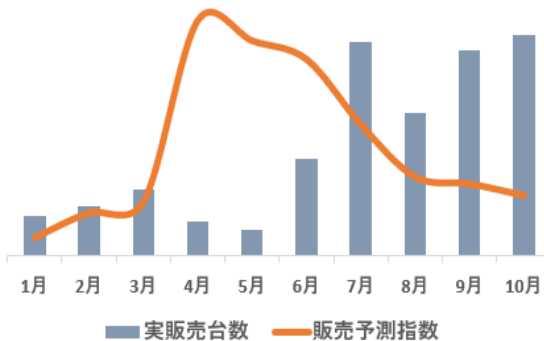
保有している膨大なデータや分析技術を生かして、**広告以外の領域でのデータビジネスを拡大していく**

「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

販売する業種・セクター

- 自動車メーカーなどの「自動車」
- ハウスメーカーなどの「戸建」
- レジャー施設などの「お出かけ」

順次追加

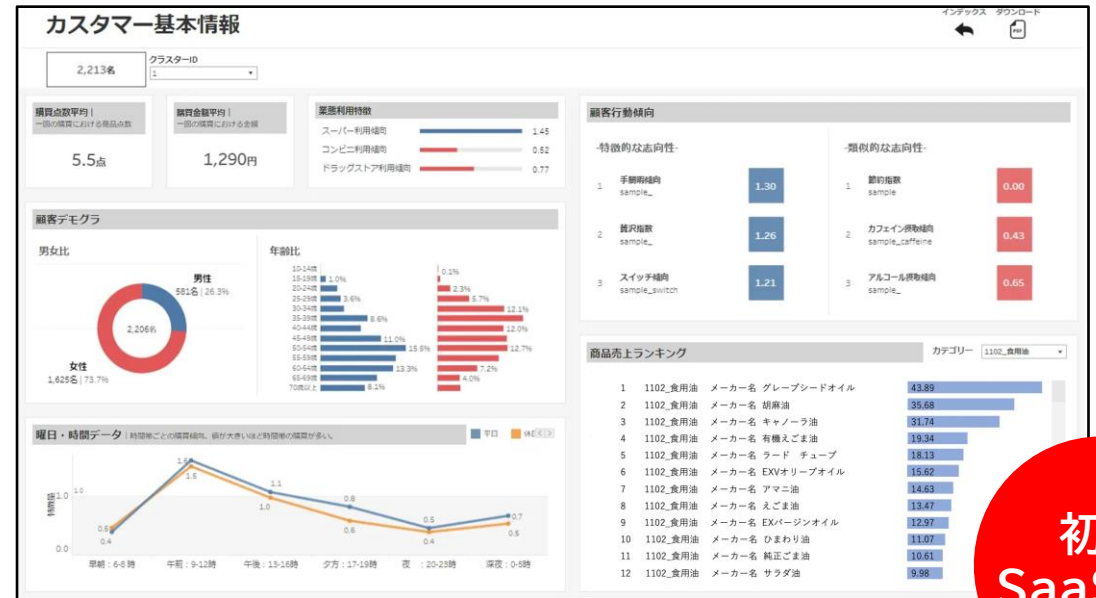
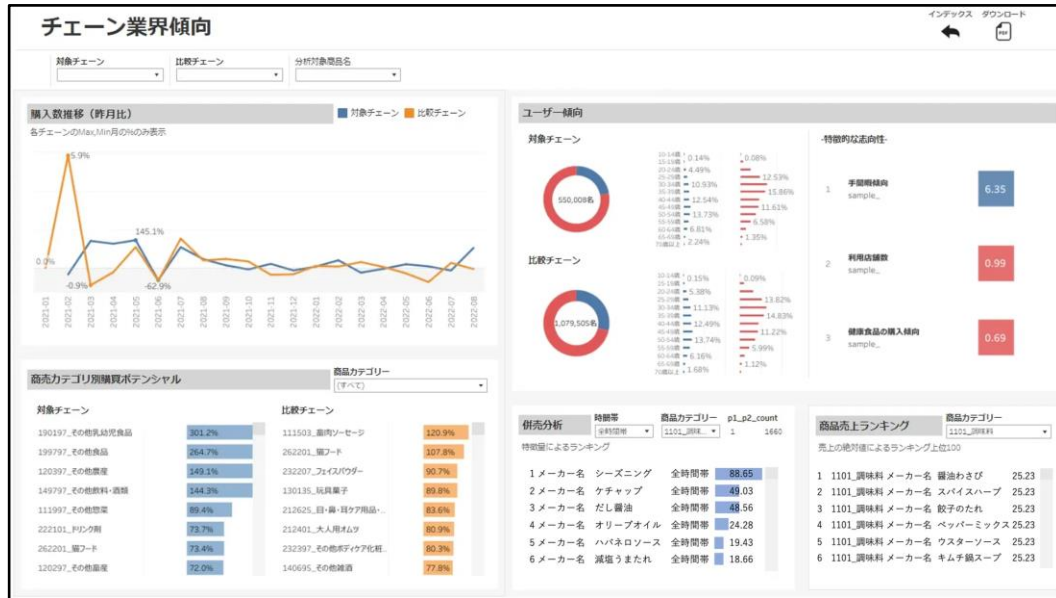
Open:FACTSET™

米FactSet社のプラットフォーム経由で販売

③新領域へのデータ活用

購買データ分析「カウミー」

メーカー向けに小売チェーンを横断した購買分析データを提供



初の SaaS事業

データ提供

mitoriz社の保有する
レシートデータをマイクロアドが独自に分析

1,400ブランドの分析が可能

ビジネスモデル

40万円 / 月額

既存のデータプロダクト以上の粗利率

連結業績に関して



2022年9月期 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**236%増** 各段階利益も大幅に増加

(百万円)	2021年9月期	2022年9月期 実績	増減	
			増減額	%
売上高	11,671	12,227	+556	+4.8%
売上総利益	2,998	3,786	+787	+26.3%
営業利益	186	626	+441	+236.6%
経常利益	153	592	+439	+285.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲38	496	+535	-

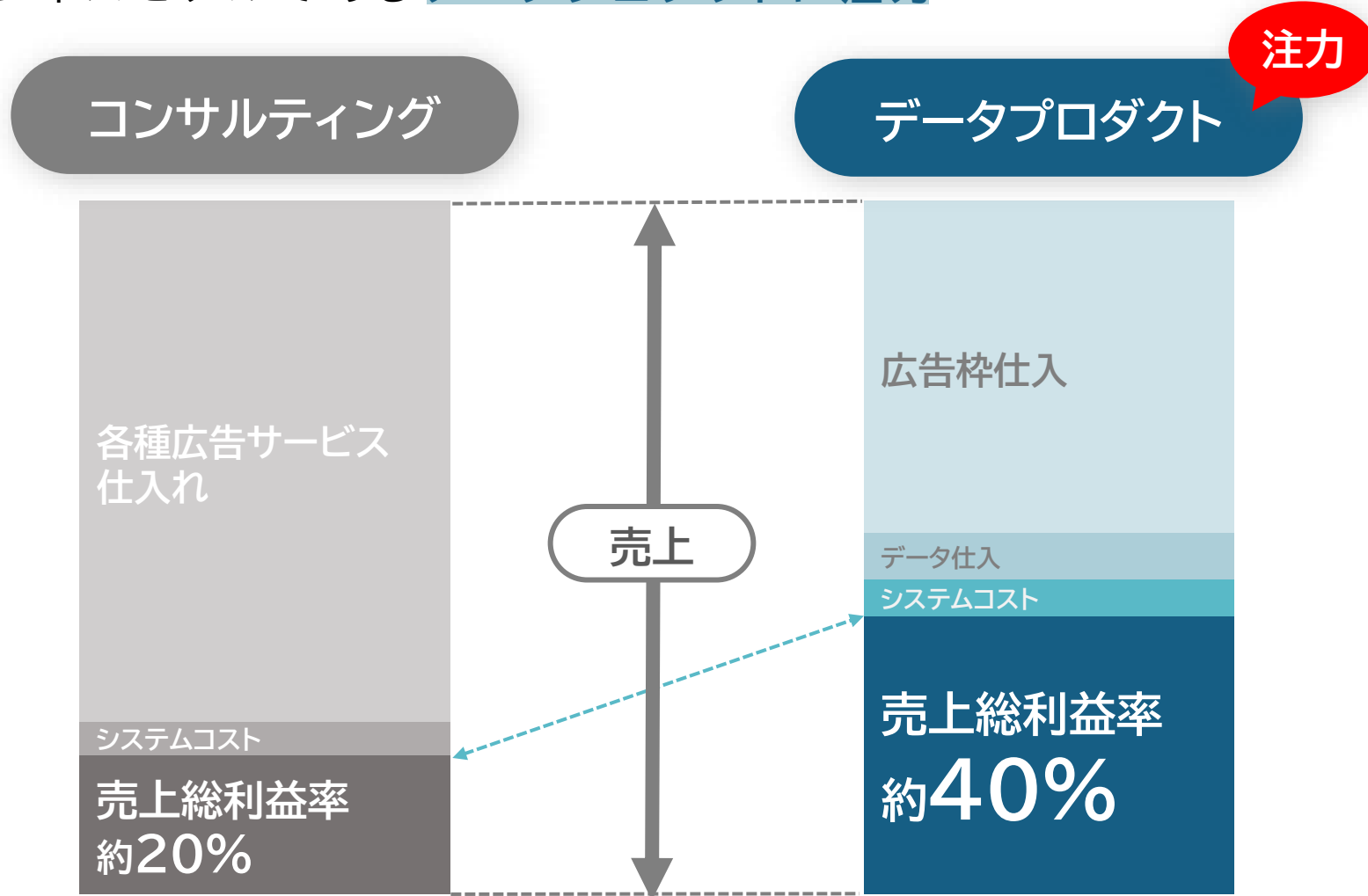
2022年9月期 業績予想に対する実績

売上・営業利益は想定通り。為替差益により経常利益は予想を上回る
また、繰延税金資産による税効果により当期純利益は予想を上回る

(百万円)	2022年9月期 業績予想	2022年9月期 実績	差分	
			差額	%
売上高	12,059	12,227	+168	+1.4%
売上総利益	3,718	3,786	+68	+1.8%
営業利益	621	626	+5	+1.0%
経常利益	548	592	+44	+8.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	220	496	+276	+125.6%

サービス毎の収益性

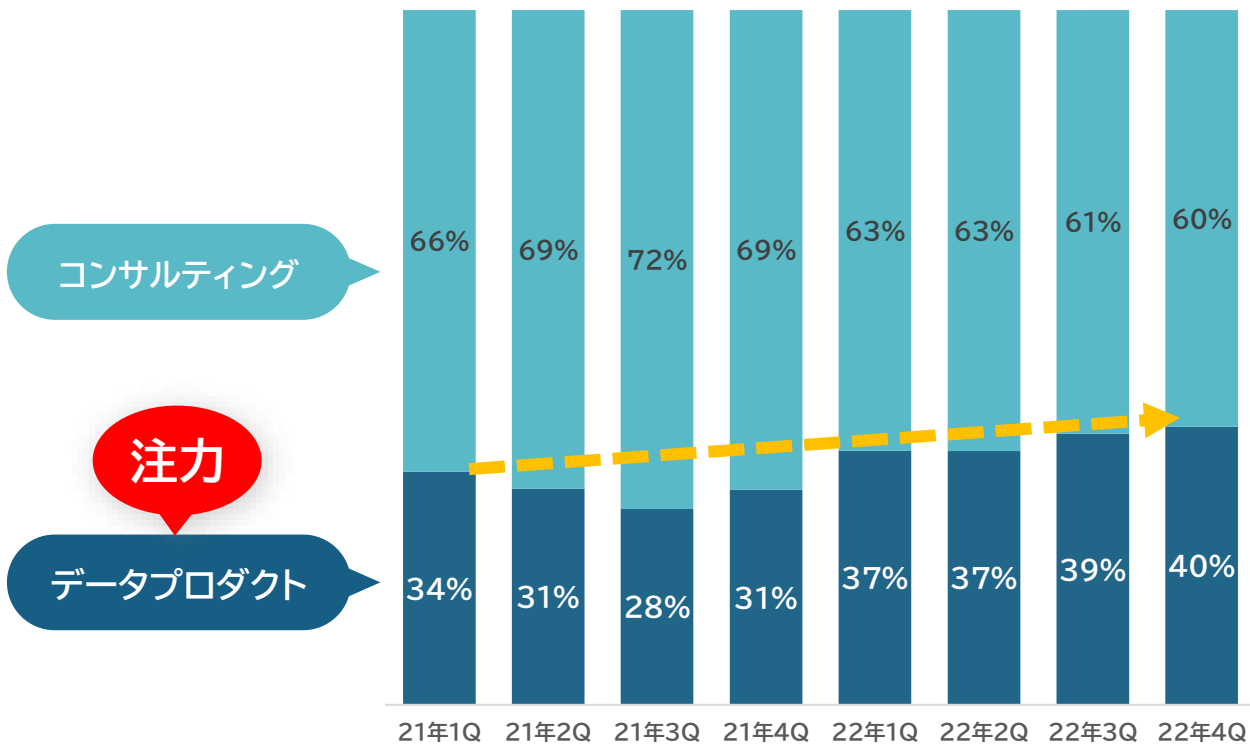
コンサルティングの売上は維持しつつ
収益性の高いビジネスモデルである **データプロダクト**に注力



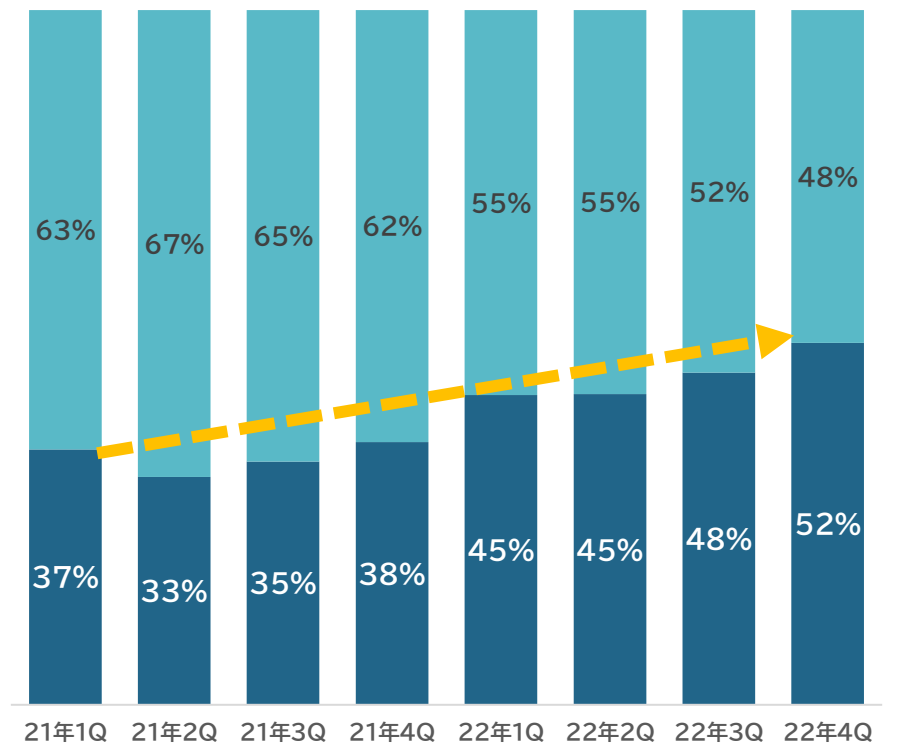
サービス毎の売上・粗利シェア

収益性の高いデータプロダクトを拡大することで、事業全体の収益性が向上

売上シェア



売上総利益シェア



2023年9月期 業績予想



2023年9月期 業績予想

収益性の高いデータプロダクトを中心とした成長により、
22年度に売却した子会社分を除く**売上成長率は前年比11%増、営業利益では23%増の見込み**

(百万円)	2022年9月期	2023年9月期 業績予想	増減 増減額	増減 %
売上高	12,227	12,900	+673	+5.5%
売却子会社分売上考慮※	11,564	12,900	+1,337	+11.6%
売上総利益	3,786	4,020	+234	+6.2%
営業利益	627	771	+145	+23.0%
経常利益	593	775	+183	+30.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	496	606	+110	+22.2%

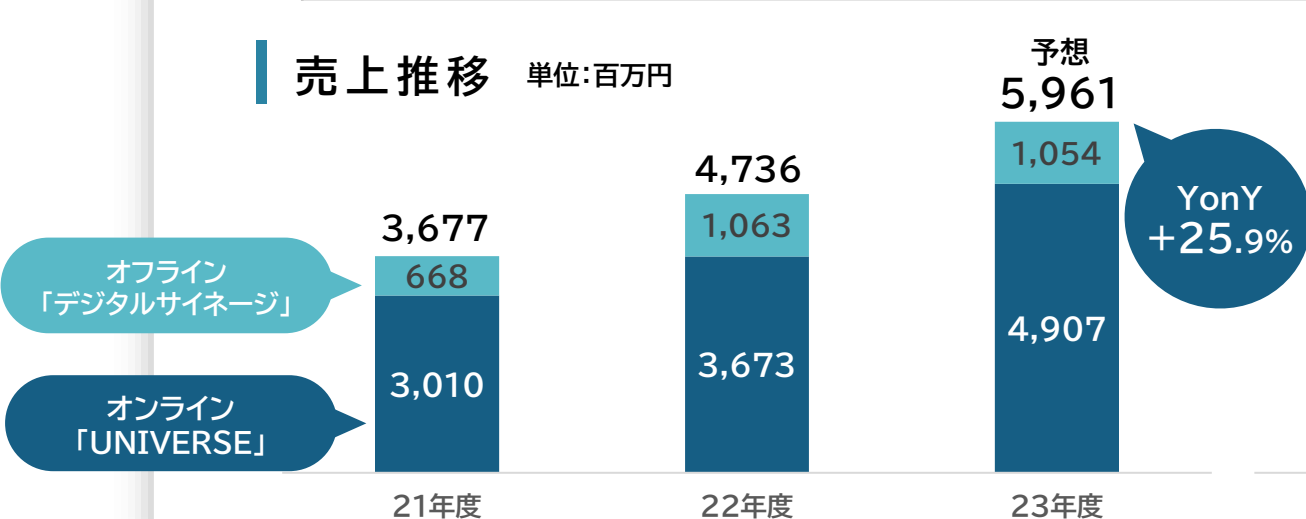
データプロダクト全体の業績予想

UNIVERSEを中心とした成長により **売上で25%増、粗利で28%増の見込み**

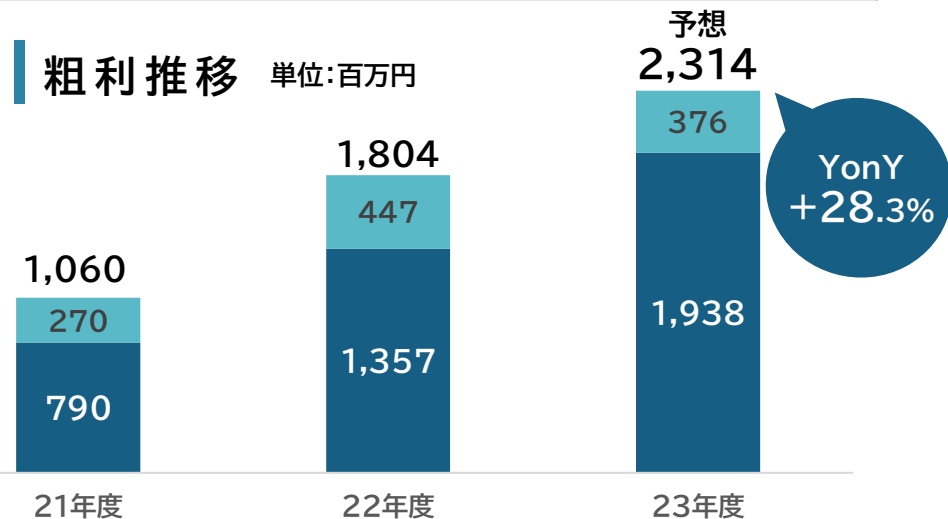
通期売上・粗利推移

(百万円)	2022年9月期	2023年9月期 業績予想	増減	
			増減額	%
売上高	4,736	5,961	+1,225	+25.9%
売上総利益	1,804	2,314	+510	+28.3%

売上推移 単位:百万円



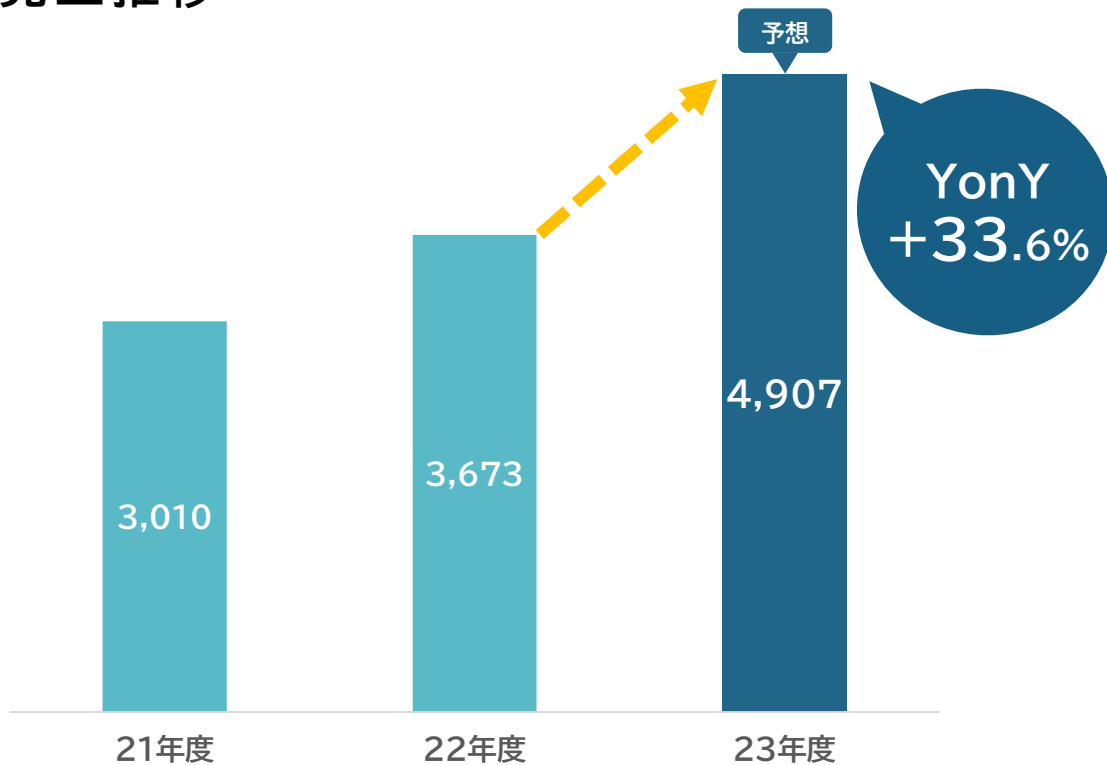
粗利推移 単位:百万円



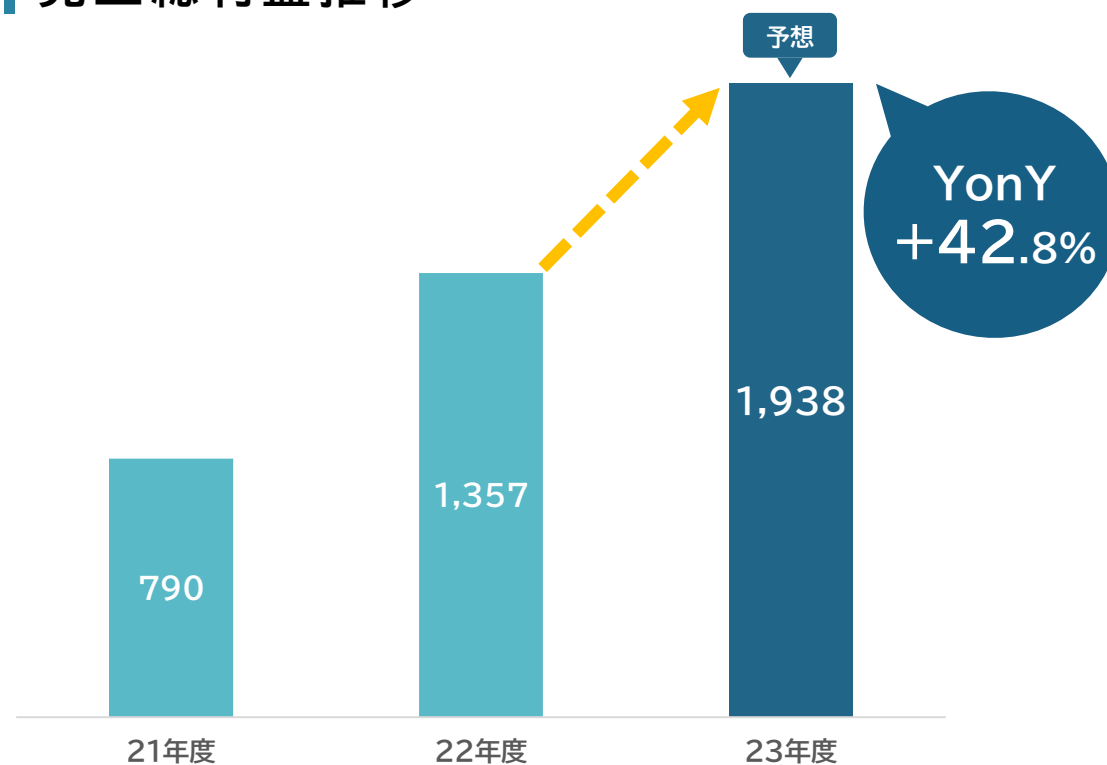
データプロダクト「UNIVERSE」の業績予想

営業体制の強化や、継続的な業種特化プロダクトの投下により
売上で33%増、粗利で42%増の見込み

売上推移 単位:百万円



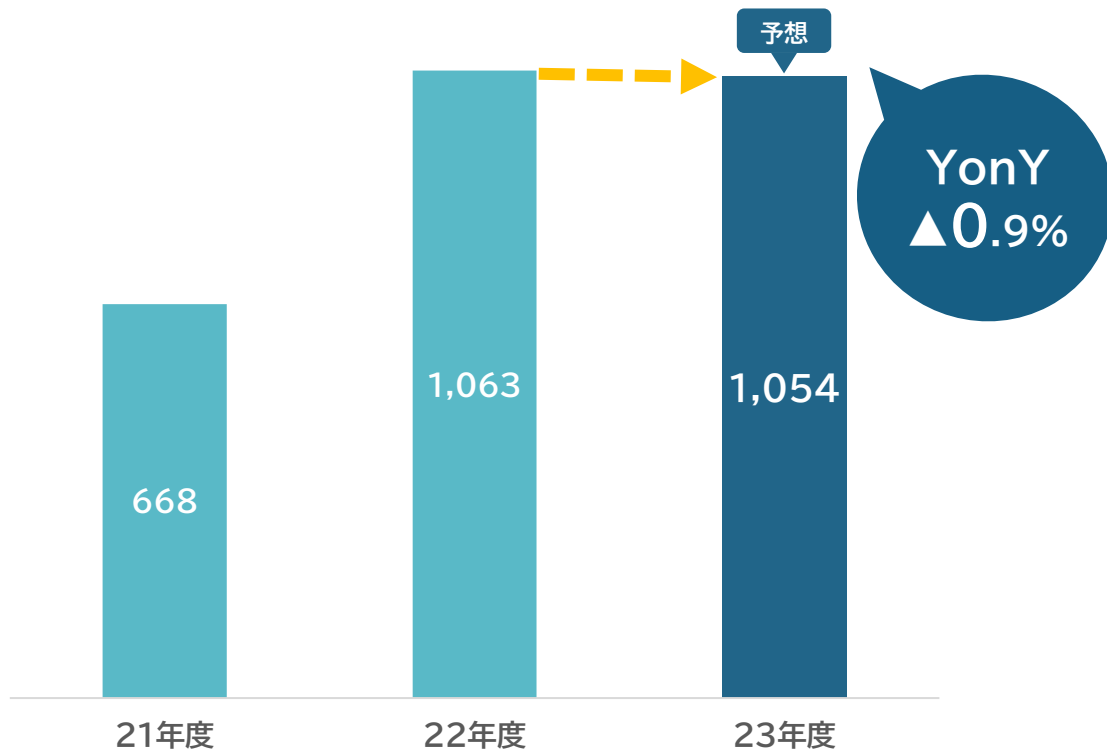
売上総利益推移 単位:百万円



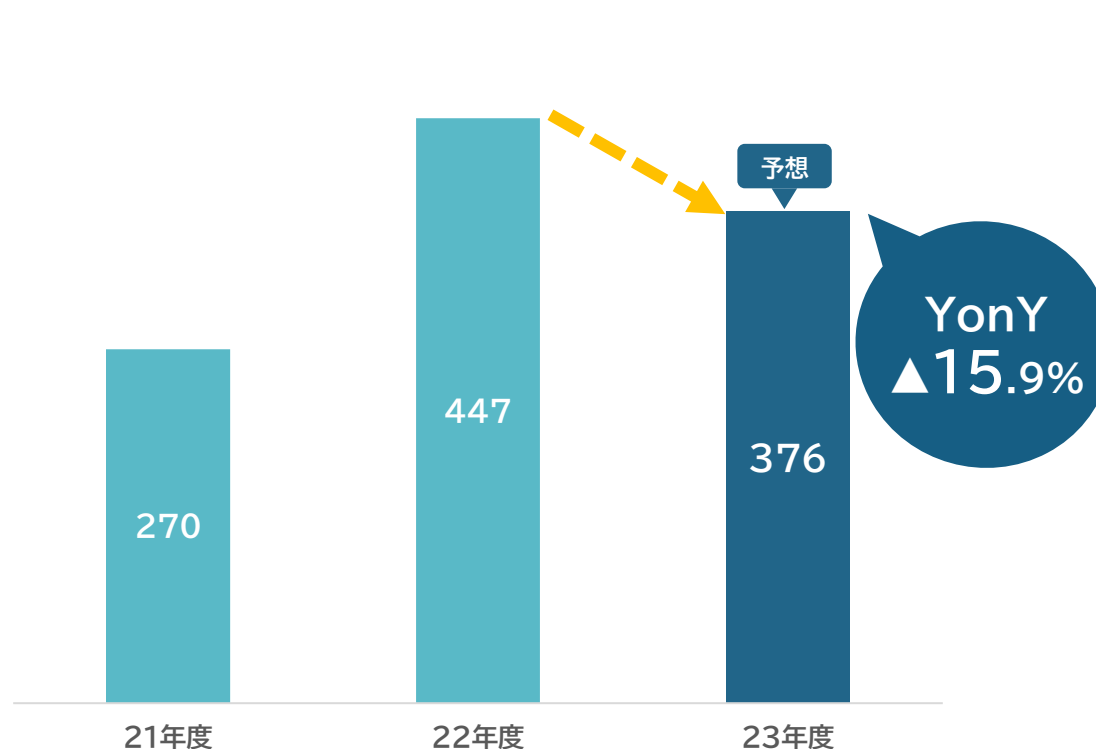
データプロダクト「デジタルサイネージ」の業績予想

タクシーサイネージの契約更改により粗利率が低下
リテール領域への注力により売上は維持の見込み

売上推移 単位:百万円



売上総利益推移 単位:百万円



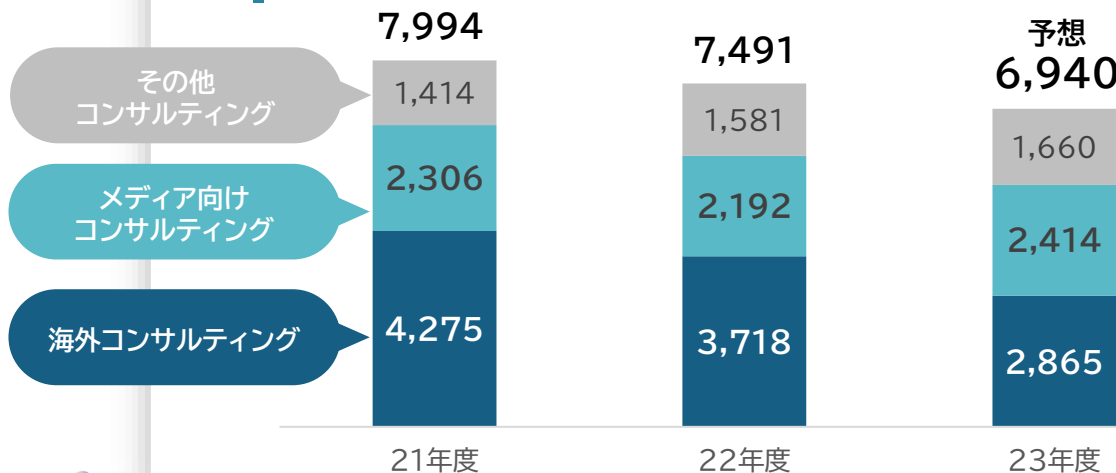
コンサルティング全体の業績予想

海外拠点の売却および、台湾支社の減収により23年度はマイナス成長。売却分を差し引いた成長率は売上で1%となり、台湾の減収分をメディア向けコンサルで補う見込み

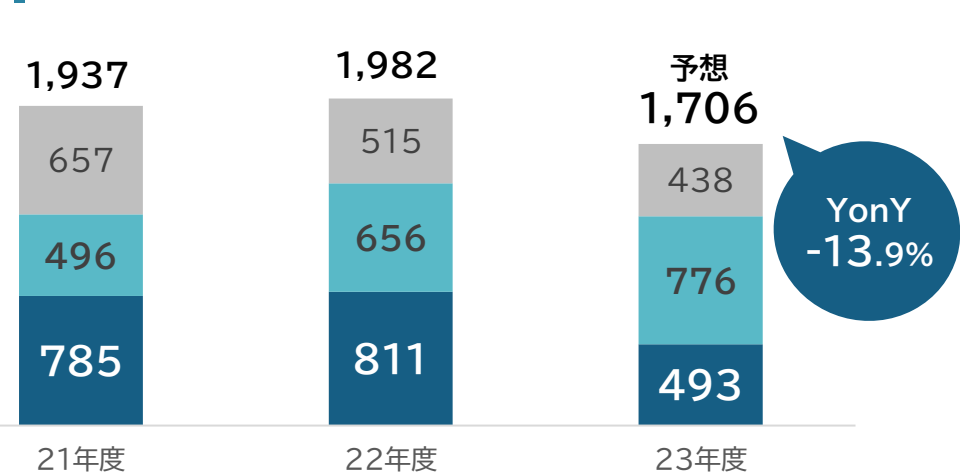
通期売上・粗利推移

(百万円)	2022年9月期	2023年9月期 業績予想	増減	
			増減額	%
売上高	7,491	6,940	▲552	-7.4%
売却子会社分売上考慮	6,828	6,940	+112	+1.6%
売上総利益	1,982	1,706	▲276	-13.9%

売上推移 単位:百万円




粗利推移 単位:百万円

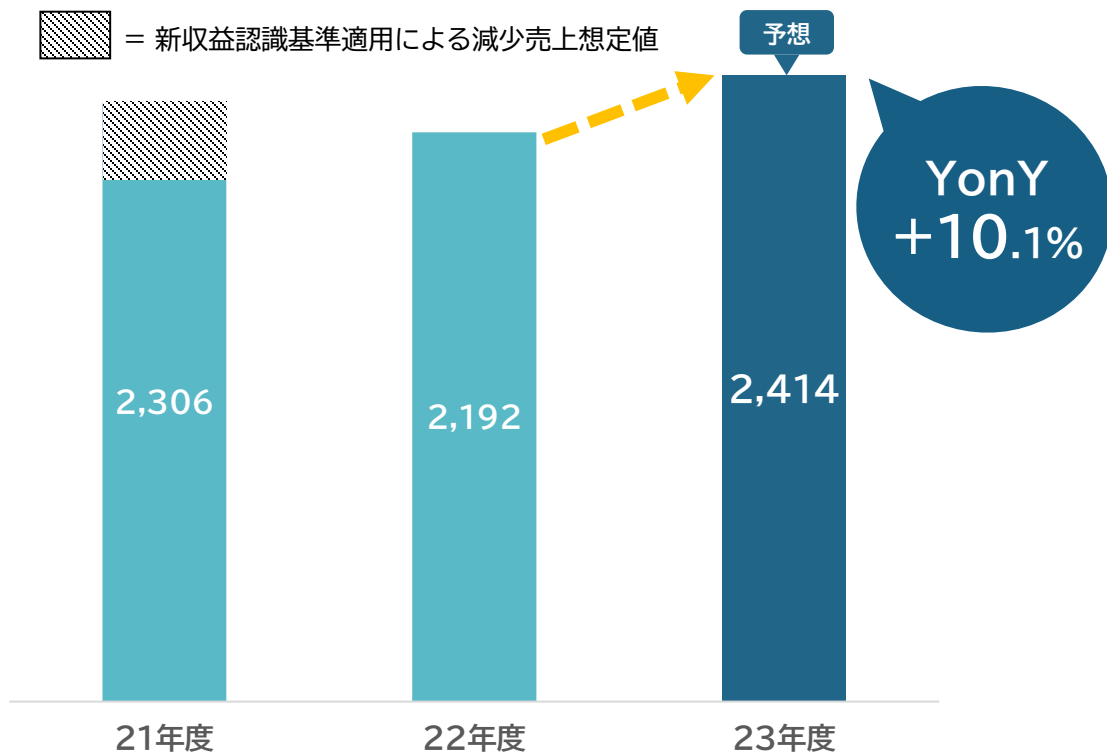


コンサルティング-メディア向けの業績予想

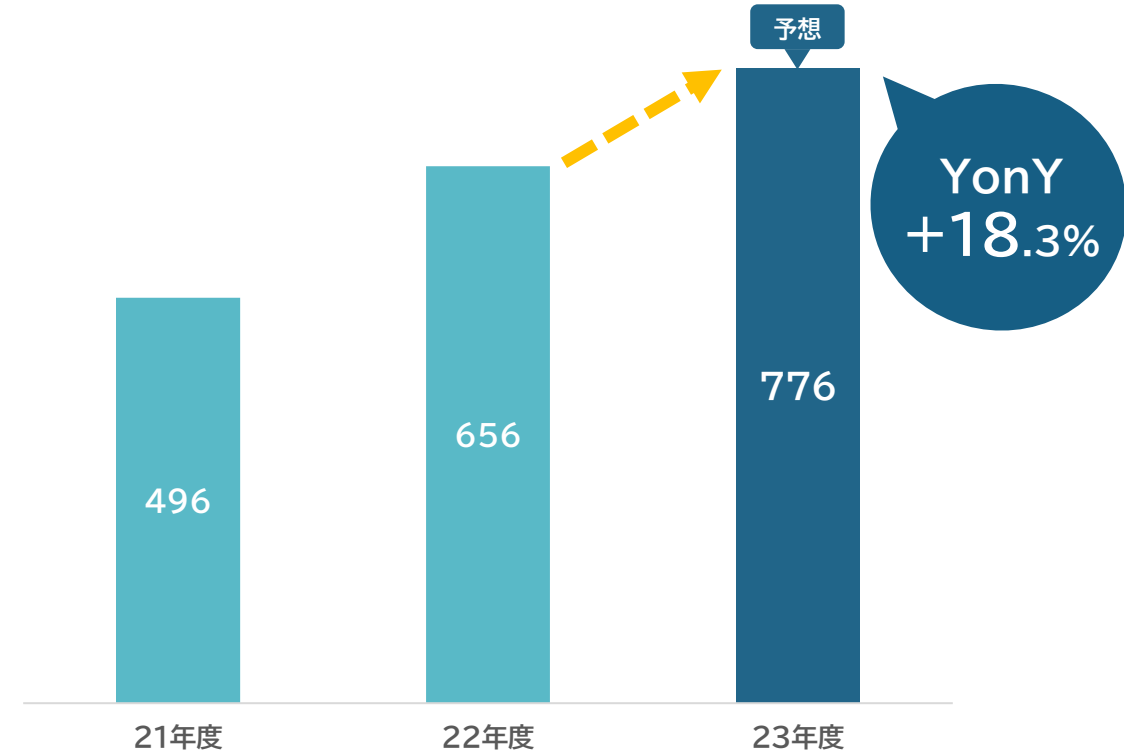
自社サービスのCOMPASSを中心に堅調に成長
売上で10%増、粗利で18%増の見込み

売上推移 単位:百万円

 = 新収益認識基準適用による減少売上想定値




売上総利益推移 単位:百万円

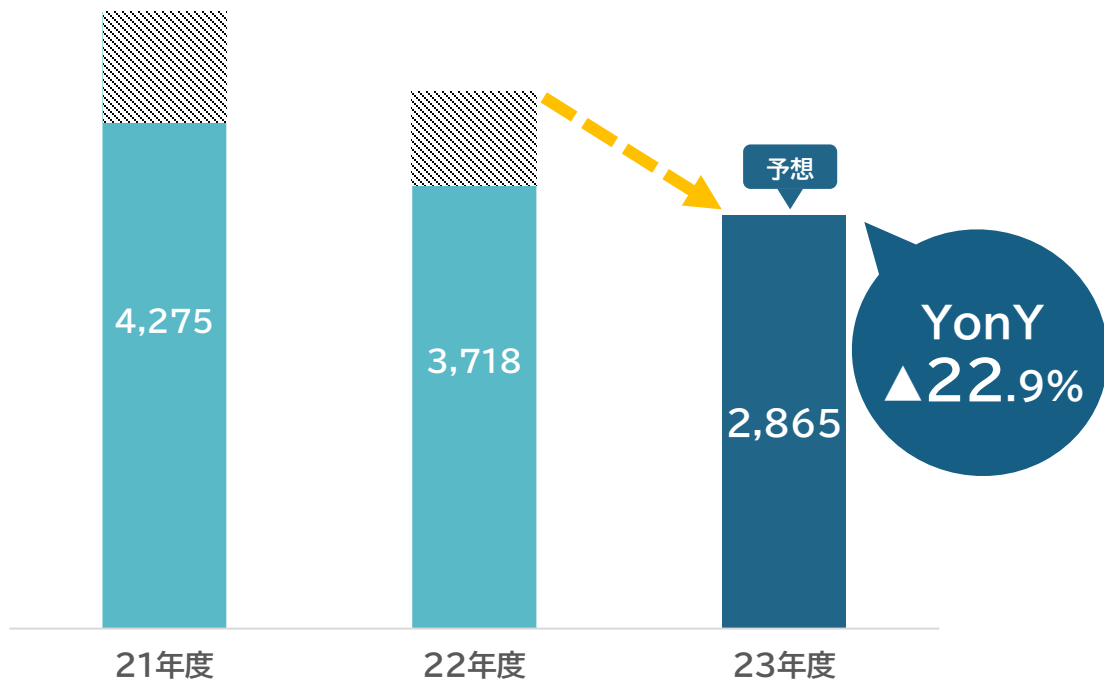


コンサルティング-海外の業績予想


海外拠点の売却及び、台湾支社における大手顧客の取引額減少により減収見込み
24年度に向けた新規サービスの開発に注力

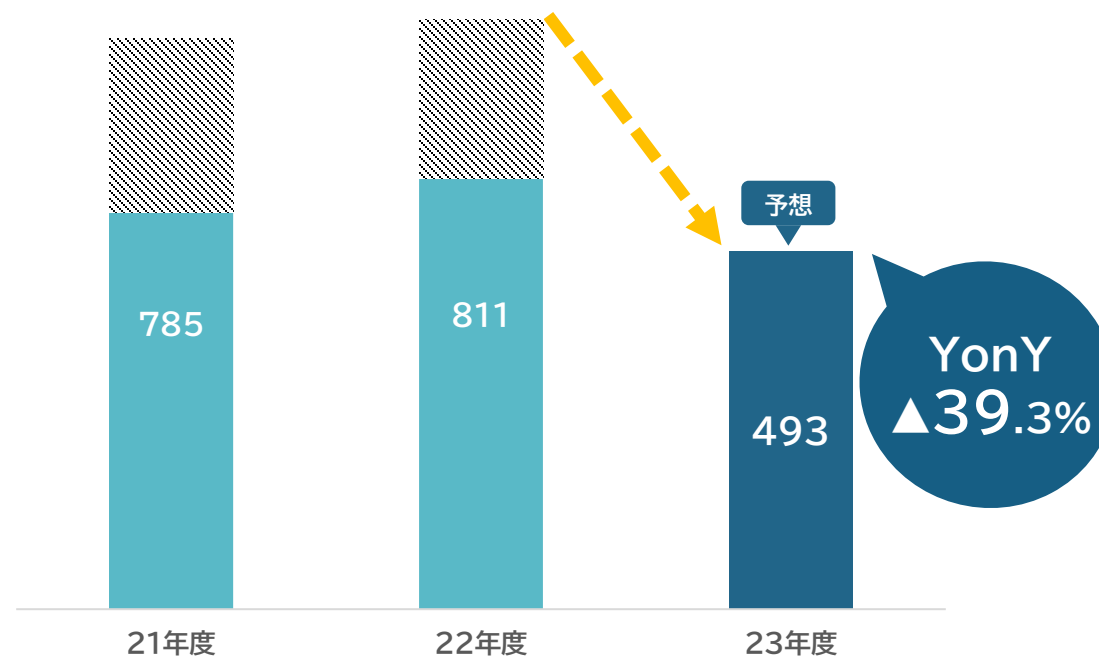
売上推移 単位:百万円

 = 売却子会社分の売上(中国、ベトナム)



売上総利益推移 単位:百万円

 = 売却子会社分の粗利(中国、ベトナム)



2023年9月期 業績予想 まとめ

- 1 「UNIVERSE」は売上33%増、粗利42%増の高成長を見込む
- 2 「デジタルサイネージ」はタクシーの契約更改により粗利率が低下
- 3 コンサルティングは「海外コンサル」の減収を「国内メディアコンサル」の成長で補う
- 4 海外コンサルは訪日インバウンド需要回復へ向けたサービス開発を推進
- 5 新領域の事業は業績予想への織り込み無し

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。

