

|| 企業調査レポート ||

## マイクロアド

9553 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年1月6日(月)

執筆：客員アナリスト

**清水陽一郎**

FISCO Ltd. Analyst **Yoichiro Shimizu**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2024年9月期の業績概要	01
2. 2025年9月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. データプロダクト	04
3. コンサルティング	08
■ 業績動向	11
1. 2024年9月期の業績概要	11
2. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	14
■ 中長期の成長戦略	15
■ 株主還元策	17

## 要約

### 主力の「UNIVERSE」の売上は20%成長。安定成長に向け基盤を強化

マイクロアド<9553>はデータとテクノロジーの力を活用し、顧客が抱えるマーケティング課題の解決に貢献している企業である。同社の主力はマーケティングプロダクト「UNIVERSE」で、外部企業とメディアが保有する大量のデータを収集・蓄積、データから多種多様な特性を持つ消費者の購買行動を分析したうえで、顧客ごとに適切な広告配信を行っている。また、Webメディアにおける総合的な収益化支援を目的としたプロダクト「MicroAd COMPASS」、デジタルサイネージによる広告配信やコンテンツ配信を一元管理する「MONOLITHS」なども提供している。海外子会社においてはデジタルマーケティングの総合的なコンサルティングサービスも手掛けている。

#### 1. 2024年9月期の業績概要

2024年9月期の連結業績は、売上高が前期比6.6%増の13,712百万円、営業利益が同63.1%減の307百万円、経常利益が同60.1%減の294百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同50.0%減の282百万円となった。「UNIVERSE」が同19.6%増収と引き続き好調でトップラインの拡大をけん引したほか、メディア向けコンサルティングも同13.7%増と売上を伸ばした。「UNIVERSE」はGoogle LLCによる3rd Party Cookie廃止（以下、Cookie廃止）の延期・撤回※を受け、下期に見込んでいたテスト需要が消滅したものの、業界特化型プロダクトの拡販によって稼働アカウント数を順調に積み上げた。利益面では「UNIVERSE」の売上総利益が同8.9%増と好調だった一方で、「デジタルサイネージサービス」が先行投資により減益となったことに加えて、積極的な人員採用によって全社コストが膨らんだことなどが響いた。

※ Googleが3rd Party Cookieを段階的に廃止すると発表し、その後度々延期を発表していたが、2024年7月23日に3rd Party Cookieの廃止を撤回した。

#### 2. 2025年9月期の業績見通し

2025年9月期の連結業績は、売上高で前期比9.4%増の15,004百万円、営業利益で同28.5%減の219百万円、経常利益で同29.5%減の207百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同89.3%減の30百万円を見込んでいる。売上面では「UNIVERSE」とインバウンドが好調な「海外向けコンサルティングサービス」をけん引役に、2024年9月期を上回る成長を見込んでいる。利益面は、人員を拡充したことによるコスト増や生産性向上施策として実施する(株)MADSの非連結化と子会社清算などに伴うコストが影響し、減益となる見通しだ。同社は2025年9月期を2026年9月期以降の安定的な売上成長に向け、新規サービスの立ち上げや生産性の向上によるコストの見直しなどにより基盤強化に注力する方針である。

要約

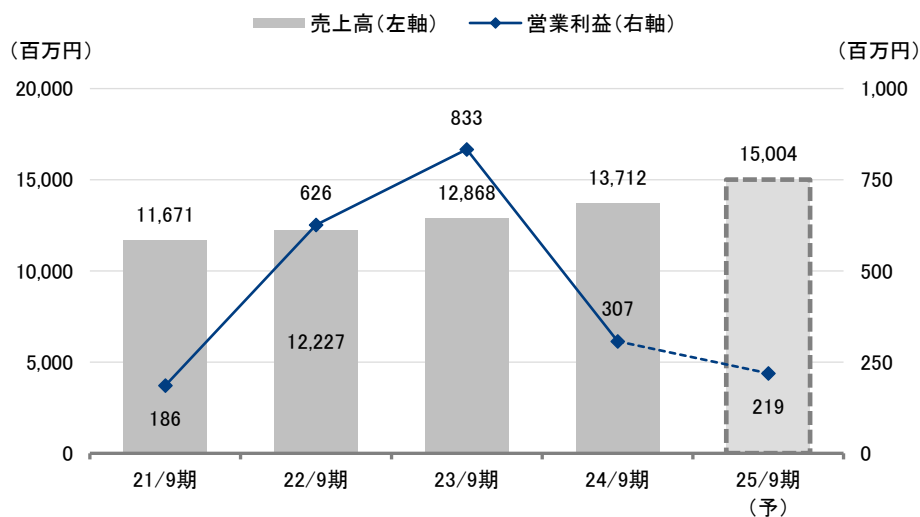
### 3. 中長期の成長戦略

同社は「アドテクノロジーの企業から、総合データカンパニーへ」というスローガンのもとに、データ活用を軸とした中長期成長戦略を描いている。「データプロダクトの拡大」「新領域へのデータ活用」を基本戦略とし、業績の拡大と企業価値の向上を目指す。販売体制の強化と新製品の投入を継続的に実施することによって「UNIVERSE」の稼働アカウント数を増やし、人材投資によって付加価値の高い製品を継続的に生み出す質の高い人材プールを構築する。最終的には広告サービスという枠に留まらず、保有している膨大なデータや分析技術を活用して新領域の積極参入へつなげる。最近でもインバウンド関連の新規サービスや越境 EC 関連の新規サービス、「UNIVERSE」関連の新規サービスなど、市場投入を続けている。また、同社はこれまでポスト Cookie 時代の先行者優位を獲得するために各種開発投資を積極化してきた。Google より Cookie 廃止は撤回されたものの、今後は Google Chrome ユーザーが Cookie の許諾を選択できる見通しである。既に Cookie 代替技術の開発及び提供準備は整っていることから、今後は開発リソースを新規サービスや事業の開発に再度振り向けることによって業績の拡大と企業価値の向上を目指す。

#### Key Points

- ・ 2024年9月期は増収減益。「UNIVERSE」が好調も「デジタルサイネージサービス」における先行投資や人員拡充などが影響
- ・ 2025年9月期も増収減益。2026年9月期以降の安定成長に向け、新規事業立ち上げや生産性向上などの基盤強化に注力
- ・ 既存事業の成長と新領域へのデータ活用によってさらなる成長加速を目指す

#### 業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 大量のデータから消費者行動を分析し、 企業のデジタルマーケティングに貢献

#### 1. 会社概要

同社は「Redesigning the Future Life(データとテクノロジーの力で未来を予測する)」というビジョンの下、データとテクノロジーの力によってマーケティングを変革し、人々の生活をより良いものに、より充実したものにすることを目指している。同社の強みは「膨大な消費者行動データを保有していること」「プライバシー保護に対応したデータ分析と商品開発力を有していること」「マネタイズ能力が高いこと」の3つに大別できる。これらの強みを有機的に結合することによって、大量のデータから消費者行動を分析し、顧客のデジタルマーケティングにおける課題解決に貢献している。

2024年9月期末時点において、(株)エンハンス、(株)cory、(株)UNCOVER TRUTHをはじめとする連結子会社13社の組織体制となっている。国内の事業所及び研究施設は東京本社、大阪支社、福岡支社、名古屋支社、広島支社、仙台支社、京都研究所である。

同社はデータプラットフォーム事業の単一セグメントであるものの、ビジネスモデルに応じた成長戦略を立案するために「データプロダクト」と「コンサルティング」の2つのサービスで事業展開している。

#### 同社が提供するサービス



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

## 消費者の購買プロセスの段階に応じて広告配信を行う「UNIVERSE」

### 2. データプロダクト

「データプロダクト」は、企業のマーケティング課題を解決するためのデジタル広告ソリューション群からなる。消費者に関する膨大なデータの分析をもとに顧客ごとに最適な広告配信を実現する「UNIVERSE」、デジタルサイネージによる広告配信を一元管理する「MONOLITHS」を通じて提供される「デジタルサイネージサービス」が含まれる。

#### (1) 「UNIVERSE」

「UNIVERSE」は業界や業種ごとに多種多様な消費者の好みや購買プロセスを分析し、そこから得られた知見を活用することによって顧客が抱えるマーケティング課題の解決を支援するサービスである。「UNIVERSE」は同社が開発した2つの独自プラットフォーム「UNIVERSE」「DATA PLATFORM」「UNIVERSE Ads」により構成される。

「UNIVERSE DATA PLATFORM」には、消費者のライフスタイルの変化を捉えるデータ、消費者の性別・年齢等を推定したデモグラフィックデータなどの一般的なデータ群に加えて、業界・業種に特化した大量のデータが蓄積されている。2024年9月期末時点で225を超える外部データ保有企業・メディアから閲覧履歴などのデータを収集・集約しており、これらを分析することによって消費者の複雑な購買行動を分析している。

「UNIVERSE Ads」は、「UNIVERSE DATA PLATFORM」が導き出したインサイトを活用し、RTB (Real Time Bidding) という広告配信技術を用いて顧客ごとに適切な消費者に向けて広告配信を行うプラットフォームである。カギとなるのが、同社のAIを活用した最適化アルゴリズムだ。AIによる分析においては、企業の製品・サービスのカテゴリ、掲載面の品質やコンテンツの内容、配信を行う時間、広告クリエイティブの種類（静止画・動画・ネイティブ広告等）など、広告の費用対効果を決定付ける数十の変数を解析し、最適なアルゴリズムを構築している。これにより、リアルタイムで最適な消費者に対して最適な価格での広告配信を実現している。また、多くのSSP (Supply-Side-Platform) に接続可能なことも適切なターゲットに広告を配信できる要因の1つである（配信先数は月間2,000億超）。

「UNIVERSE DATA PLATFORM」「UNIVERSE Ads」を組み合わせることで、顧客の業界業種に合わせたマーケティングプロダクトの提供が可能となり、同社は複数の業界特化型プロダクトを開発し、顧客へサービス提供を行っている。たとえばBtoBマーケティング支援「シラレル」はデータを活用し企業の特定部門の役職者などを推定し直接アプローチできる。自動車業界に特化した「IGNITION」は、比較検討から購買直前までの消費者ごとの購買欲の段階に応じたマーケティングが提供できる。飲料・食品業界に特化した「Pantry」は実店舗での購買データを活用し、商品購買に対する広告効果を可視化できる。エンタメ業界に特化した「Circus」は、作品ジャンルや監督、俳優など消費者の細かな趣味嗜好に基づいたマーケティングを可能にする。現在は19業種へ提供しており、特定の企業や業種に大きく依存しない仕組みを構築している。

なお、「UNIVERSE」の収益モデルは従量課金型であり、顧客がマーケティング活動を行うたびに同社に支払われる広告費とデータ費が売上として計上される仕組みである。

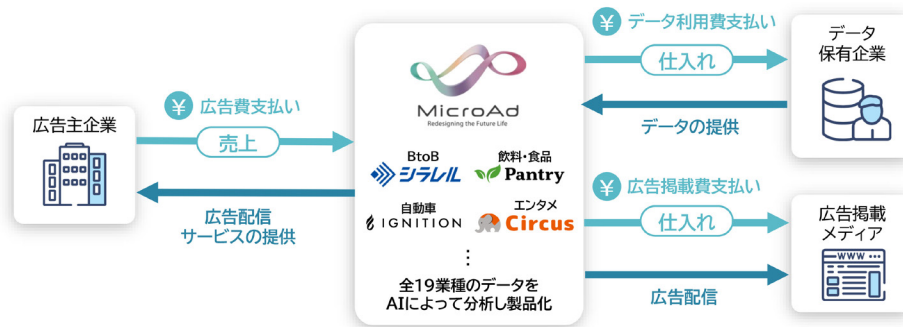
会社概要

業界特化型プロダクトの一例



出所：決算説明資料より掲載

「UNIVERSE」のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

## 「UNIVERSE」の販売拡大に向け営業拠点 2 支社を新設

### a) 「UNIVERSE」を活用した新マーケティングプロダクト

「UNIVERSE」は保有するデータを組み合わせるため新規のシステム開発は必要なく、即座に新商品の提供が可能である。「UNIVERSE」の保有データを活用した新たなマーケティングプロダクトとして、2023年2月に移住・旅行・ふるさと納税といったユーザーの需要に対して地方自治体がより適切なターゲティング広告を配信できる「まちはあげ」、同年6月にNISAの口座を開設する見込みが高い層へ広告配信できる金融業界向けサービス「UNIVERSE for 新NISA」、同年8月に企業にエントリーする見込みが高いと推定される学生に対してターゲティング広告配信を行う新卒採用に特化した「マーブル」など、複数のサービスを順調に市場に投入してきた。



会社概要

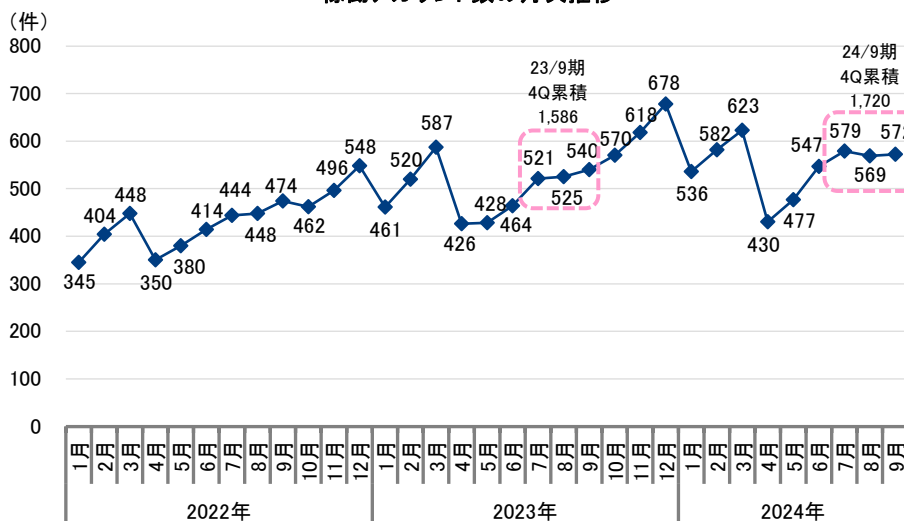
2024年9月期には、2023年10月に連携する位置情報データ量の総数を2倍に拡充し「まちあげ」の機能を強化したほか、2024年5月に(株)JTBCコミュニケーションデザインと共同開発した観光プロモーション支援サービス「AITでまちあげ」をリリースした。また、「UNIVERSE」のデータを活用した新たなサービスとして同年10月にBtoB企業向け商談獲得ツール「ショウグン」を、小売・ECサイト・予約サイト等をリテールメディアとして広告媒体化するサービス「URMS」を、同年11月には企業のWebサイトの表示速度を高速化し商品の購買率などを改善する「Content Accelerator」を提供開始した。引き続き新規プロダクトの開発、既存プロダクトの性能強化や機能拡充を継続して実施している。

b) 「UNIVERSE」の稼働アカウント数

「UNIVERSE」の主要なKPIである稼働アカウント数は好調に推移している。2024年9月期第4四半期の累積稼働アカウント数は前期比8.4%増の1,720件に拡大した。新プロダクトのタイムリーな市場投入やデータ連携による既存プロダクトの性能強化、顧客属性ごとに最適化した営業体制による営業活動の推進などがアカウント数の増加に寄与してきた。各業界業種に特化することによって顧客ニーズは今後も高まることが予想され、稼働アカウント数も順調に推移すると弊社は推察する。また顧客企業のKPIを深く理解することにもつながり、データから抽出したインサイトを適切にKPIと関連付けながら顧客に提案できるという点も同社プロダクトの訴求力を高める要因となっている。実際、2024年9月期においてもリピートアカウントは高水準を維持しており、同社の高い提案能力が顧客の継続利用につながっているようだ(2024年9月期におけるリピートアカウントの割合は公表されていないものの、2023年9月期第2四半期の稼働アカウントに占めるリピートアカウントの割合は約8割と高かった)。顧客企業のKPIに対する深い理解とそれに基づく提案は同社の長い事業活動のノウハウによるもので、他社には模倣が難しく、同社が競争優位にしているポイントと言える。

さらに、累計リピート月数が長くなるにつれて、顧客当たりの月額単価が拡大する傾向にある。顧客が広告活動に投じる予算を段階的に増やしていることが要因だ。今後も新規アカウントの拡大と並行して、リピートアカウントが積み上がることにより、同社の業績も順調に拡大するものと想定される。

稼働アカウント数の月次推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成



会社概要

**c) 「UNIVERSE」 関連トピックス**

近年のプライバシー保護に対する意識の高まりを受け、同社は今後のデジタルマーケティング市場において先行者利益を獲得することを目的として、2024年7月に企業が保有する1st Party Dataの分析や活用を支援する各種ソリューションを提供しているUNCOVER TRUTHを連結子会社化した。潜在顧客を対象としたブランドマーケティングに強みを有する「UNIVERSE」と1st Party Dataの分析や活用に強みを持つUNCOVER TRUTHのノウハウ・ソリューションを組み合わせることによって、より包括的なマーケティングソリューションを提供することができる体制を整え、同社の競争優位をさらに高める構えだ。

また「UNIVERSE」の販売拡大に向けた取り組みとして、2024年2月に広島支社、同年4月に仙台支社を新設した。これは、地方自治体及び拠点周辺企業のデジタルマーケティング需要の高まりに対応するためだ。同社によると2支社では顧客からの引き合いが旺盛であり、足元で業績が好調に推移している。

**最近の性能強化・拡充一覧**

2023年 1月	国内大手テレビメーカーが利用者から同意を得たうえで取得するコネクテッドテレビの視聴データと連携し、ターゲティング広告配信サービス「UNIVERSE TV-Audience Targeting」の提供を開始
2023年 3月	エンタメ向けプロダクトである「Circus」の機能強化
2023年 4月	(一財)日本気象協会及び(株)ALiNKインターネットが運営する天気予報専門メディア「tenki.jp」との提携による医療・製薬業界向けプロダクトの「IASO」の機能強化
2023年 8月	「Ponta」の保有データと連携し、「UNIVERSE TV-Audience Targeting」における広告配信の効果計測として実店舗における購買分析を開始
2024年 7月	旅行事業者のホリデー(株)と資本業務提携し、自治体の観光誘致に伴うツアー造成及びプロモーション支援を開始
2024年 8月	メディア事業を展開する(株)ライブドアと提携し、自治体の観光客誘致プロモーション支援サービス「ストーリーでまちあげ」を提供開始

出所：ニュースリリースよりフィスコ作成

**(2) 「デジタルサイネージサービス」**

MADSは、広告主・ロケーションオーナーの双方をターゲットに「MONOLITHS」を提供している。ロケーションオーナーは自社が保有するデジタルサイネージを一括で管理できるCMSとして「MONOLITHS」を活用し、デジタルサイネージで配信するコンテンツをリアルタイムでWebブラウザを通じて管理できる。また、管理画面より広告枠を設定し、その広告枠をアドネットワークの広告在庫として提供できる。一方、広告主は「MONOLITHS」を使用することによって「渋谷エリア×土日×夕方」のような細かいセグメントで広告枠を買えることに加え、天気やSNSなどの外部データを配信に反映できる。同社のデジタルサイネージは屋外大型ビジョン、ドラッグストア、スーパーマーケット、美容サロン、タクシーなどの多様なロケーションに約13万面を設置している。収益は広告主及び広告代理店がロケーションオーナーに支払う広告費の一部をプラットフォーム利用料として徴収するほか、ロケーションオーナーからCMS利用料を得るビジネスモデルとなっている。

会社概要

2024年9月期から新たに美容サロン専用タブレットメディア「OCTAVE」の提供を開始した。美容サロンの各座席に設置したタブレットで、来店客がインタラクティブに動画コンテンツを視聴できるサービスで、コンテンツ間に配信される動画広告の視認状況をタブレット搭載のカメラで検知し、顧客に広告掲載料を課金する収益モデルである。ビューアブル課金により効率的な広告配信を実現した。

なお、2024年11月に同社が保有するMADSの一部株式を売却し、持分法適用会社に移行した。

「デジタルサイネージ」のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

今後も利益率の高い「海外コンサルティングサービス」に注力

3. コンサルティング

「コンサルティング」では、メディア企業向けプロダクト「MicroAd COMPASS」と子会社エンハンスによるサービス「Enhance」を提供する「メディア向けコンサルティングサービス」、海外を拠点にデジタルマーケティングを総合的に支援する「海外コンサルティングサービス」を行っている。

(1) 「メディア向けコンサルティングサービス」

「メディア向けコンサルティングサービス」は、「MicroAd COMPASS」と「Enhance」から構成される。

会社概要

a) 「MicroAd COMPASS」

「MicroAd COMPASS」は、インターネット広告を掲載するメディア企業向け広告収益最大化サービスである。RTBによるオークションによってリアルタイムで最も収益が見込める広告を瞬時に選択し、顧客の広告収益最大化に貢献している。そのほかの特徴として無償で利用できる豊富なアドサーバー機能、マルチデバイスへの対応、ブランド価値を守る柔軟な掲載可否設定などがある。2024年9月期末時点で累計2,000社を超えるインターネットメディアに導入されており、RTBを通じて多くのDSP（Demand-Side Platform）に接続している。2024年9月期末時点の月間広告配信回数は580億回となった。収益は、メディア企業へ支払われる広告費の一部をプラットフォーム利用料として得ている。

b) 「Enhance」

連結子会社であるエンハンスが、主にメディア企業の広告収益拡大に向けたコンサルティングサービスを提供している。各メディアの広告枠の運用を預かる形で、様々な広告サービスを組み合わせることで収益の最大化を実現し、コンサルティングフィーの形で収益を上げている。

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



出所：決算説明資料より掲載

(2) 「海外コンサルティングサービス」

海外を拠点に顧客企業のデジタルマーケティングをメディアの買付からクリエイティブ制作までワンストップで支援している。台湾企業を中心に、独自のネイティブ向け広告プラットフォーム「COMPASS-FIT」、訪日インバウンドWebメディアの「Japaholic」とのタイアップ広告などを提供している。これらのサービスは差別化ポイントになることに加えて、利益率も高いことから今後も注力する方針だ。

また、外部の有力パートナーと連携した越境マーケティング事業も積極的に推進している。2023年10月に訪日外国人向けショッピングサポートアプリ「Payke（ペイク）」を展開する（株）Paykeとの資本業務提携により、インバウンドプロモーション支援事業を強化したほか、同年12月に宿泊業界向けDXソリューションを提供するTab iLife（株）との資本業務提携により、宿泊施設を接点としたインバウンドプロモーション支援事業を強化した。2024年2月に荷物預かりサービス「ecbo cloak（エクボクローク）」を展開するecbo（株）との資本業務提携により、荷物の預かり場所を接点とした観光客向けプロモーション支援事業を強化し、同年3月にPaykeと共同で消費財メーカーを対象とした訪日台湾人向けのインバウンドプロモーション支援サービス「In-Scan（インスキャン）」の提供を開始した。同年4月には中国人アクティブシニア層を対象にインバウンド・アウトバウンド支援事業を手掛ける合併会社（株）New Bを、上海東犁文化传播有限公司（Shanghai Dongli Culture Spreading Co., Ltd.）と共同で設立するなどの各種施策を積極的に打っている。

会社概要

海外コンサルティングサービスのビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

海外コンサルティングサービスに関する主なアップデート

2023年1月	WAmazing(株)との業務提携により、増加する中華圏の訪日観光客に対して、国際空港などのコンタクトポイントを活用した日系企業の商品プロモーションサービスを開始
2023年2月	越境 EC システム「LaunchCart」を提供するスターフィールド(株)と提携し、日系企業の EC 事業の台湾進出を支援するサービスの提供を開始
2023年4月	中国でアクティブシニア事業を運営する上海東犁文化传播有限公司との業務提携により、訪日中国人観光客向けのパッケージ商品の共同開発及び日本企業への新たなインバウンドマーケティングサービスの提供を開始
2023年5月	アタラシイものや体験の応援購入サービス「Makuake」を運営する(株)マクアケとの提携により、日本・台湾企業それぞれの両国進出をクロスボーダーで支援するマーケティングサービスの提供を開始
2023年6月	中国ビジネスの拡大をねらう日本企業の支援を目的とし、中国ビジネスに特化した情報メディア「catalyst-crossing」の運営を開始
2023年10月	訪日外国人向けショッピングサポートアプリ「Payke」を展開する株式会社 Payke と資本業務提携を締結、外国人の消費行動データを連携し、「UNIVERSE」の機能拡充及びインバウンドプロモーション支援事業を強化
2023年12月	宿泊業界向け DX ソリューションを提供する Tabi Life 株式会社と資本業務提携を締結、宿泊施設を接点とする、インバウンドプロモーション支援事業を強化
2024年1月	台湾・香港女性向けメディア「Japaholic」を多言語化、中国・インドネシア向けに運営開始、訪日観光客向けのインバウンドマーケティングサービスを強化
2024年2月	荷物預かりサービス「ecbo cloak」を運営する ecbo 株式会社と資本業務提携を締結、国内外の観光客に対する、企業や自治体のプロモーション支援を強化
2024年3月	Payke と連携し、台湾人観光客向けインバウンドプロモーション支援サービス「In-Scan」を提供開始、商品プロモーションから、Payke の商品スキャン機能を活用した効果計測までをサポート
2024年8月	香港でデータプラットフォーム事業を展開する「Eternity X」と戦略的業務提携を締結、中国の旅行予約データ等を活用した訪日中国人観光客に対するインバウンドプロモーション支援を開始
2024年 9月	台湾・香港女性向けメディア「Japaholic」、需要の拡大により、タイ・韓国・英語圏において運営を開始

出所：プレスリリースよりフィスコ作成

## 業績動向

### 2024 年 9 月期はデジタルサイネージサービスの先行投資や人員増強を実施

#### 1. 2024 年 9 月期の業績概要

2024 年 9 月期の連結業績は、売上高が前期比 6.6% 増の 13,712 百万円、営業利益が同 63.1% 減の 307 百万円、経常利益が同 60.1% 減の 294 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 50.0% 減の 282 百万円となった。主力の「UNIVERSE」が同 19.6% 増収と引き続き好調となったことに加えて、メディア向けコンサルティングも同 13.7% 増と売上を伸ばして全体の売上高を押し上げた。「UNIVERSE」は、Google の Cookie 廃止撤回を受け下期に見込んでいたテスト需要が消滅したものの、業界特化型製品の拡販によって稼働アカウント数を順調に積み上げ、テスト需要消滅のマイナス影響をカバーした。利益面では、「UNIVERSE」の売上総利益が同 8.9% 増と好調だった一方で、「デジタルサイネージサービス」の先行投資による減益、積極的な人員採用による全社コストが膨らんだことが響いて減益となった。

同社は 2024 年 8 月に 2024 年 9 月期連結業績予想を修正し、新たに売上高が 13,600 ～ 14,000 百万円、営業利益が 280 ～ 460 百万円、経常利益が 220 ～ 400 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が 190 ～ 370 百万円となる下方修正を発表していた。レンジでの予想としたのは、「UNIVERSE」において高単価の大型提案が複数進んでおり、その状況が不確定だったためだ。下方修正となったのは、主にデジタルサイネージにおいて美容サロン向け新サービス「OCTAVE」の立ち上げに遅れが生じたこと、Cookie 廃止の延期・撤回に伴い規制開始前に見込んでいたテスト需要が消滅したことなどによるものだ。ただ Google のプライバシー保護を推し進める方針が変わりはなく、今後はユーザー自身が Cookie の利用可否を選択できる新しい仕組みが導入される予定だ。Cookie 代替技術への開発投資を積極化してきた同社は、ユーザーが Cookie 利用を制限するようになった場合への備えは既に完了しており、Google Chrome にユーザー選択方式が導入されたタイミングで代替施策への先行投資が業績貢献してくる見通しだ。2024 年 10 月 31 日に、「OCTAVE」の早期事業化及び MADS の経営の独立性向上を目的に MADS の株式譲渡とそれによる非連結化を実施した。今後は持分法適用範囲内でマイクロアドグループの利益に貢献してくるとともに、先行投資に伴うコスト負担も限定的となる見込みである。

#### (1) データプロダクト

2024 年 9 月期のデータプロダクトの売上高は前期比 13.7% 増の 6,831 百万円、売上総利益は同 2.4% 減の 2,249 百万円だった。「UNIVERSE」の売上高は同 19.6% 増の 5,966 百万円、売上総利益は同 8.9% 増の 2,083 百万円と好調だった。Cookie 廃止の撤回によって下期に見込んでいたテスト需要が消滅したものの、業種特化型プロダクトの拡販に注力したことや第 3 四半期に UNCOVER TRUTH を連結子会社化（損益取り込みは第 4 四半期から）したことなどが、増収増益に寄与した。「デジタルサイネージ」の売上高は同 15.1% 減の 865 百万円、売上総利益は同 57.5% 減の 167 百万円だった。売上面では、好調な「UNIVERSE」が「デジタルサイネージ」の減収を補ったが、利益面では「デジタルサイネージ」における減益が響いた。「デジタルサイネージ」は、美容サロンへのタブレットの設置が難航したことを受け、収益化が想定よりも遅れた。



業績動向

「UNIVERSE」のKPIである稼働アカウント数は順調に拡大し、2024年第4四半期累積の稼働アカウント数は前年同期比8.4%増の1,720件となった。顧客の属性ごとに最適化した営業体制の下、顧客の業務形態に合わせてオンラインでのセミナー開催やマーケティング活動を行うなどの営業活動に注力したほか、顧客ニーズを的確に反映する形で業種別プロダクトの性能強化を継続したことなどが稼働アカウント数の増加に寄与した。また、同社は業績の安定化と顧客基盤の強化を図るという観点から、景況感の影響を受けづらい中小顧客と大手顧客への直販に注力し、同社の戦略どおり大手顧客直販と中小顧客が伸びたことも業績の拡大に寄与した。第4四半期単独の顧客属性ごとの売上は、大手顧客直販の売上高が2024年9月期第3四半期比11%増、中小顧客が同8%増と成長した。各種営業戦略が順調に進捗し大手顧客直販の売上が伸びるなか、平均顧客単価も高水準を維持した。

## (2) コンサルティング

コンサルティングの売上高は前期比0.3%増の6,882百万円、売上総利益は同0.3%増の1,830百万円となった。「メディア向けコンサルティング」の売上高は同13.7%増の2,566百万円、売上総利益は同1.7%減の691百万円、「海外コンサルティングサービス」の売上高は同10.3%減の2,680百万円、売上総利益は同5.1%増の722百万円だった。売上面はインバウンド需要の回復が想定よりも遅れたことなどを受け「海外コンサルティングサービス」が減収となったものの、メディア向けコンサルティングの増収がカバーした。利益面では、「海外コンサルティングサービス」の増益が寄与した。収益性の高いサービスの提供に注力したことにより利益の積み上げに成功したと言える。2024年9月期においてはインバウンドの回復が想定よりも低調だったものの、足元では中国人観光客の回復を中心にインバウンド需要が盛り上がりを見せている。インバウンド関連の各種新規サービスは順調に市場に投入されてきており、今後は盛り上がりを見せるインバウンド需要を取り込み、業績拡大スピードを高める方針だ。

収穫逡増・高収益である「データプロダクト」が売上高に占める割合は、2021年9月期の32%から2024年9月期には49.8%まで高まっている。今後も同社は「データプロダクト」に注力する方針であり、収益性が高まるものと弊社は予想している。

## 2024年9月期連結業績

(単位：百万円)

	23/9期		24/9期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	12,868	-	13,712	-	844	6.6%
データプロダクト	6,009	46.7%	6,831	49.8%	822	13.7%
UNIVERSE	4,989	38.8%	5,966	43.5%	977	19.6%
デジタルサイネージ	1,020	7.9%	865	6.3%	-155	-15.2%
コンサルティング	6,860	53.3%	6,882	50.2%	22	0.3%
メディア向け	2,257	17.5%	2,566	18.7%	309	13.7%
海外	2,989	23.2%	2,680	19.5%	-309	-10.3%
その他	1,614	12.5%	1,635	11.9%	21	1.3%
売上原価	8,739	67.9%	9,633	70.2%	894	10.2%
販管費	3,296	25.6%	3,772	27.5%	476	14.4%
営業利益	833	6.5%	307	2.2%	-525	-63.1%
経常利益	738	5.7%	294	2.1%	-443	-60.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	565	4.4%	282	2.1%	-282	-50.0%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

## 2. 財務状況と経営指標

2024年9月期末時点の財務状況は、総資産は前期末比1,549百万円増加の8,394百万円となった。この内、流動資産は現金及び預金の減少506百万円などにより、94百万円減少した。固定資産は、株式会社 UNCOVER TRUTH 社を連結子会社化したことなどによるのれんの増加1,052百万円などにより、1,644百万円増加した。

負債合計は前期末比1,382百万円増加の4,497百万円となった。この内、流動負債は短期借入金の増加1,000百万円、1年内返済予定の長期借入金の増加19百万円などにより、1,134百万円増加した。固定負債は長期借入金の増加205百万円、リース債務の増加35百万円などにより、247百万円増加した。純資産合計は同167百万円増加の3,897百万円となった。これは主に、利益剰余金が282百万円増加したことなどによる。

経営指標は、流動比率が前期末比47.3ポイント減の118.2%、固定比率が同40.1ポイント増の89.0%となった。流動比率、固定比率ともに依然として健全な数値であり、長短の支払い能力に問題はないと弊社は考える。また、自己資本比率は39.0%となり、前期末比6.4ポイント低下した。ただ、中長期的には自己資本比率は高まると弊社は推察する。利益率の高いデータプロダクトに注力するなかで当期純利益を積み上げることによって、純資産の厚みが増すためだ。

### 連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	23/9 期末	24/9 期末	増減額
<b>流動資産</b>	5,019	4,925	-94
現金及び預金	2,984	2,478	-506
<b>固定資産</b>	1,824	3,468	1,644
有形固定資産	368	549	180
無形固定資産	646	1,852	1,206
<b>資産合計</b>	6,844	8,394	1,549
<b>負債合計</b>	3,114	4,497	1,382
流動負債	3,033	4,168	1,134
固定負債	81	328	247
<b>純資産合計</b>	3,729	3,897	167
利益剰余金	332	615	282
<b>負債純資産合計</b>	6,844	8,394	1,549
<b>【主要経営指標】</b>			
自己資本比率	45.4%	39.0%	-6.4pp
流動比率	165.5%	118.2%	-47.3pp
固定比率	48.9%	89.0%	40.1pp

出所：決算短信よりフィスコ作成



## ■ 今後の見通し

### 2025 年 9 月期は生産性向上と収益拡大に向けた 新規事業の立ち上げに注力

2025 年 9 月期の連結業績は、売上高で前期比 9.4% 増の 15,004 百万円、営業利益で同 28.5% 減の 219 百万円、経常利益で同 29.5% 減の 207 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 89.3% 減の 30 百万円を見込んでいる。売上面では「UNIVERSE」とインバウンドが好調な海外向けコンサルティングをけん引役に、2024 年 9 月期を上回る成長を見込んでいる。利益面は、人員を拡充したことによるコスト増や生産性向上施策として実施する MADS の非連結化と子会社清算などに伴うコストや前期に買収した UNCOVER TRUTH ののれん償却費が影響し、減益となる見通しだ（のれん償却費や株式報酬費用を除外した調整後営業利益は、同 2.0% 減の 3.68 億円となる見通し）。親会社株主に帰属する当期純利益については非連結化や清算に伴う特別損失の発生を織り込んでいるため、営業利益・経常利益よりも減益率が大きい。同社は 2025 年 9 月期を 2026 年 9 月期以降の安定的な売上成長に向け、新規サービスの立ち上げや生産性の向上によるコストの見直しなどの基盤強化に注力する方針である。

同社は、今後の成長イメージとして新サービスの立ち上げとコスト構造の見直しによる生産性の向上を推進しながら売上・利益の伸びを加速する方針だ。コスト構造の見直しと生産性の向上については、MADS 以外の子会社の清算等も検討している。また、2024 年 9 月期は将来の業績拡大に向けて人員採用を積極化した。採用した営業人員の教育に生成 AI 等を活用することによって社員教育の生産性向上を実現すると同時に、営業人員の早期の戦力化を目指す。既存事業の着実な成長に新規サービスによる売上拡大と生産性の向上により、2～3 期後には売上高で 200 億～220 億円、営業利益で 15 億円の目標を掲げている。

#### (1) データプロダクト

##### a) 「UNIVERSE」

「UNIVERSE」は売上高で前期比 30.9% 増の 7,807 百万円、売上総利益で同 20.8% 増の 2,516 百万円を見込んでいる。2025 年 9 月期も好調な業績推移を見込んでおり、全体の成長をけん引する見通しだ。引き続きデータ連携などによる既存プロダクトの機能拡充によって同社プロダクトの訴求力を高め、中小顧客や大手直販顧客の開拓に注力していく。2024 年 9 月期には過去最大の 50 人の新卒社員が入社した。拡充された人員リソースを顧客数の多い中小顧客や地方代理店向けに配置することで、顧客のアカウント数を伸ばす。売上拡大に向けては営業人材を地方拠点に配置することも重要であり、新たに開設した広島支社、仙台支社についても本格的に業績の拡大に貢献してくる見通しだ。

また、2024 年 9 月期第 4 四半期から損益取り込みを開始した UNCOVER TRUTH の業績が通年で寄与することも業績を押し上げる見通しだ。さらに「UNIVERSE」関連の新規サービスを複数リリースしており、これらの新サービスは「UNIVERSE」の各プロダクトとの併用効果もあることから、既存の営業資産を最大限に活用し早期収益化を図るとしている。なお、これらの新規サービスに関しては 2025 年 9 月期の業績予想に織り込んでいない。これらの新規サービスが想定以上に伸びれば、ポスト Cookie 需要として想定していた売上の消滅を早期に取り戻すことができる可能性がある。

今後の見通し

#### b) 「デジタルサイネージ」

「デジタルサイネージ」は売上高で前期比 91.0% 減の 78 百万円、売上総利益で同 95.8% 減の 7 百万円を見込んでいる。2024 年 11 月に MADS を非連結化したことによるもので、2025 年 9 月期第 1 四半期のみ売上高・利益を取り込む。同社はこの落ち込みを「UNIVERSE」や「海外コンサルティングサービス」の成長、「UNIVERSE」に関連する各種新規サービスの立ち上げによって補うとしている。

#### (2) コンサルティング

##### a) 「メディア向けコンサルティング」

「メディア向けコンサルティング」は売上高で前期比 0.7% 減の 2,547 百万円、売上総利益で同 17.1% 減の 573 百万円を見込んでいる。提携メディア数が減少していることなどを受け、売上高・利益ともに減少することを見込んでいる。

##### b) 「海外コンサルティングサービス」

同サービスは売上高で前期比 23.1% 増の 3,298 百万円、売上総利益で同 29.1% 増の 932 百万円を見込んでいる。「UNIVERSE」とともに業績の拡大をけん引する見通しだ。2024 年 9 月期に関しては、新サービスの投入に対してインバウンドの回復が想定よりも遅かったことから業績拡大スピードが想定を下回ったものの、2025 年 9 月期に関しては各種新規サービスが旺盛なインバウンド需要をしっかりと取り込み、業績は順調に伸びていくものと弊社は見ている。

#### 2025 年 9 月期の業績見通し

(単位：百万円)

	24/9 期		25/9 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	13,712	-	15,004	-	1,291	9.4%
営業利益	307	2.2%	219	1.5%	-88	-28.5%
経常利益	294	2.1%	207	1.4%	-87	-29.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	282	2.1%	30	0.2%	-252	-89.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 中長期の成長戦略

### 既存事業の成長と新領域へのデータ活用によって さらなる成長加速を目指す

中長期の成長戦略として同社は「アドテクノロジーの企業から、総合データカンパニーへ」というスローガンの下、データ活用を軸とした成長戦略を描いている。具体的には「データプロダクトの拡大」「新領域へのデータ活用」という 2 つの基本戦略により、業績の拡大と企業価値の向上を目指す構えだ。

## 中長期の成長戦略

**(1) 「データプロダクトの拡大」**

インターネット広告市場において「ブランド領域（自動車や飲料・食品など、実店舗での製品提供を行う企業が対象となるマーケティング領域）」に特化しながら、販売体制の強化と新製品のタイムリーな投入によって「UNIVERSE」の稼働アカウント数を増やす計画である。ブランド領域に特化する理由は、競合企業がないためだ。また、既存マス広告4媒体（テレビ・新聞・雑誌・ラジオ）からのデジタルシフトによって、市場規模の拡大が見込めることも要因だ。成長する市場のなかで利益を確保していく。

販売体制の強化に関しては、2021年10月に営業組織を顧客の属性に特化した組織体制へと変更したほか、リモートワークを実施する顧客に対応するため、オンラインセミナーを通じて販売強化を推進している。2022年9月期は全40回のセミナーを実施し、販売問い合わせ件数は6,600件（受注金額は140百万円）へ拡大した。2023年9月期においてはオンラインで営業活動を行う専門の部署を新設し、販売体制をより時代に合った形へ変更したほか、「まちあげ」「UNIVERSE for 新NISA」「マーブル」「AITでまちあげ」などの新プロダクトの提供を開始した。2024年9月期は広島支社、仙台支社の2つの販売拠点を新設した。これは地方自治体や拠点周辺の企業のデジタルマーケティングニーズに対応するためであり、「UNIVERSE」の売上拡大を推進するうえで営業人材を地方拠点にも配置することが重要であるからだ。

加えて、付加価値の高い製品を継続的に市場に投入し、中長期的な成長を実現するため土台となる人材への投資を一段と厚くする。具体的には生成AI等を活用した独自の育成ノウハウによって質の高い人材プールを構築する方針だ。

**(2) 新領域へのデータ活用**

同社の事業は広告関連が中心であるが、保有している膨大なデータや分析技術を活用し、広告以外の領域へもデータビジネスの拡大を進めており、実績を順調に積み上げている。2022年8月には、機関投資家や金融機関が投資判断に活用できるオルタナティブデータの提供を開始し、2023年1月からオルタナティブデータを活用した自己資金での投資事業を開始した。さらに直近ではデジタルマーケティングのデータ分析手法を取り入れながら独自の投資戦略を構築し、2024年9月期実績は年利換算で1.01%となった。2024年9月期下期に発生した株式市場の急変を受けパフォーマンスが落ち込んだものの、2024年8月までには相場急変時の対応を目的とした大型アップデートを完了した。今後は安定収益を獲得することを目的にさらに運用モデルのブラッシュアップを進める方針だ。それ以外にも今後のさらなる成長に向けて、インバウンド関連の新規サービスや越境EC関連の新規サービス、「UNIVERSE」関連の新規サービスなど、市場投入を続けている。

なお、同社はこれまでポスト Cookie に向けた対応に注力し、3rd Party Cookie のサポートが停止された際のデジタルマーケティング市場において先行者優位を獲得することを成長戦略の1つとしてきた。Google が Cookie 廃止の撤回・延期を発表したことを受け、同戦略は一旦停止するものの、今後は Cookie 対策に投下していた開発リソースを「UNIVERSE」や「UNIVERSE」関連の新規サービスの開発に振り向けることにより業績の拡大と企業価値の向上を目指す方針だ。

## 中長期の成長戦略

「UNIVERSE」関連の新サービスはリテールメディア「URMS」、BtoB 企業向け商談獲得ツール「ショウグン」、企業 Web サイトの表示速度を高速化し商品の購買率などを改善する「Content Accelerator」の3つがある。「URMS」は、EC サイトへのリテールメディアのシステム提供だけでなく、広告の販売面も含めて一気通貫で事業立ち上げを支援するサービスである。提携する EC サイトが増えることで売上貢献が期待できる。「ショウグン」は、「UNIVERSE」が蓄積している BtoB 企業向けのデータを活用し、新たな顧客を開拓するサービスである。これまで同社は「UNIVERSE」の営業を通じて接点のある BtoB 企業が多くあるため、営業リソースも活用しながら販売活動を進めている。「ショウグン」は「URMS」や従来の「UNIVERSE」とは異なり、SaaS 型のサービスである。「Content Accelerator」は Web サイトの表示速度改善ツールで、ユーザーの利便性を向上させることで商品の購買率改善などが期待できる。UNCOVER TRUTH が提供するサイト内行動分析ツール「Content Analytics」や既存顧客の行動分析を行う CDP<sup>※1</sup>「Eark」と連携することで、顧客の LTV<sup>※2</sup> 最大化をワンストップでサポートできる。「UNIVERSE」を利用している顧客へセットで提供することで広告効果の向上が期待できる。新規顧客には、「Content Accelerator」の導入を通じて「UNIVERSE」などの同社商品のクロスセルにつなげる。

<sup>※1</sup> Customer Data Platform の略。複数のデータソースから顧客データを収集・統合管理し、それらのデータ分析によって個々の顧客に適したマーケティングやカスタマーエクスペリエンスを提供するプラットフォーム。

<sup>※2</sup> 「顧客生涯価値」を意味する Life Time Value の略。顧客が自社の商品・サービスを初めて利用してから長期的な関係のなかで得られる利益を表す指標。

## 株主還元策

### 株主還元の実行を目的に資本準備金の取り崩しを実施する方針

同社は株主に対する利益還元を重要な経営課題の1つとして認識している一方、現在は成長途中の段階であることやこれまで繰越利益剰余金が欠損していたことから、配当や自社株買いなどの株主還元施策を実施していない。また、内部留保を優秀な人材の確保と育成、同社サービスの収益力強化、研究開発などに充当し、より一層事業を拡大することによって将来的に安定的かつ継続的な利益還元を実施できる土台を整えている。今後の剰余金の配当に関しては、同社の財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローを勘案したうえで実施する計画であるが、現時点で配当の実施は未定となっている。ただ、足元では株主還元の拡充に向けて着々と準備を進めており、2024年11月には資本準備金を取り崩し、その他資本剰余金に振り替えたうえで、繰越利益剰余金の欠損を補填する方針であることを発表した。現在生じている繰越利益剰余金の欠損を解消することにより、財務体質の健全化を図るとともに、配当や自己株式取得などの株主還元の早期実現に向け、今後の資本政策の機動性及び柔軟性を確保し、中長期的な企業価値向上の実現に向け株主利益の最大化を図ることが目的だ。今後は自己株式の取得による株主への利益還元に加えて、業績拡大によって利益が積み上がるなかで配当が開始される可能性もあると弊社は見ている。

#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp