



2025年9月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2025年5月15日

Agenda

① 2025年9月期 第2四半期 連結業績サマリ

② 生産性向上施策に関して

③ 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

④ 事業アップデート

⑤ Appendix

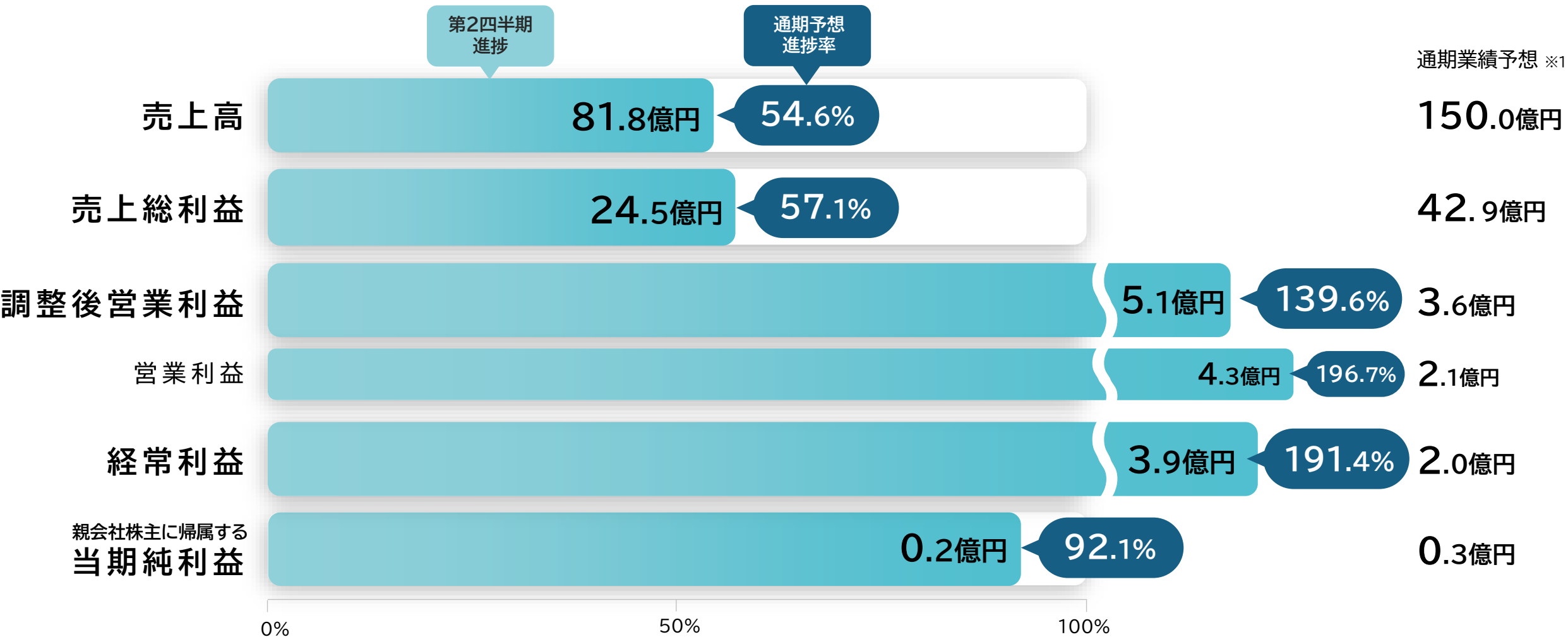
2025年9月期 第2四半期累計 連結業績サマリ

UNIVERSEは粗利が前年同半期比14%増、コンサルティングも粗利が前年同半期比11%増と好調な推移
生産性向上施策の一環として、中国子会社の清算に伴う費用(約4.4千万円)を特別損失に計上
また、ログリー社の投資有価証券の減損(約1.49億円)を実施し特別損失に計上

(百万円)	2024年9月期 第2四半期累計	2025年9月期 第2四半期累計 (10月～3月)	増減	
			増減額	%
売上高	7,086	8,185	+1,098	+15.5%
売上総利益	2,170	2,455	+284	+13.1%
調整後営業利益 ※営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用	426	513	+87	+20.5%
営業利益	411	432	+20	+4.9%
経常利益	418	397	▲20	▲4.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	329	27	▲302	▲91.5%

2025年9月期 通期業績予想に対する進捗

生産性向上による粗利率の向上やコスト削減により **売上・各段階利益すべてで想定を上回る進捗**



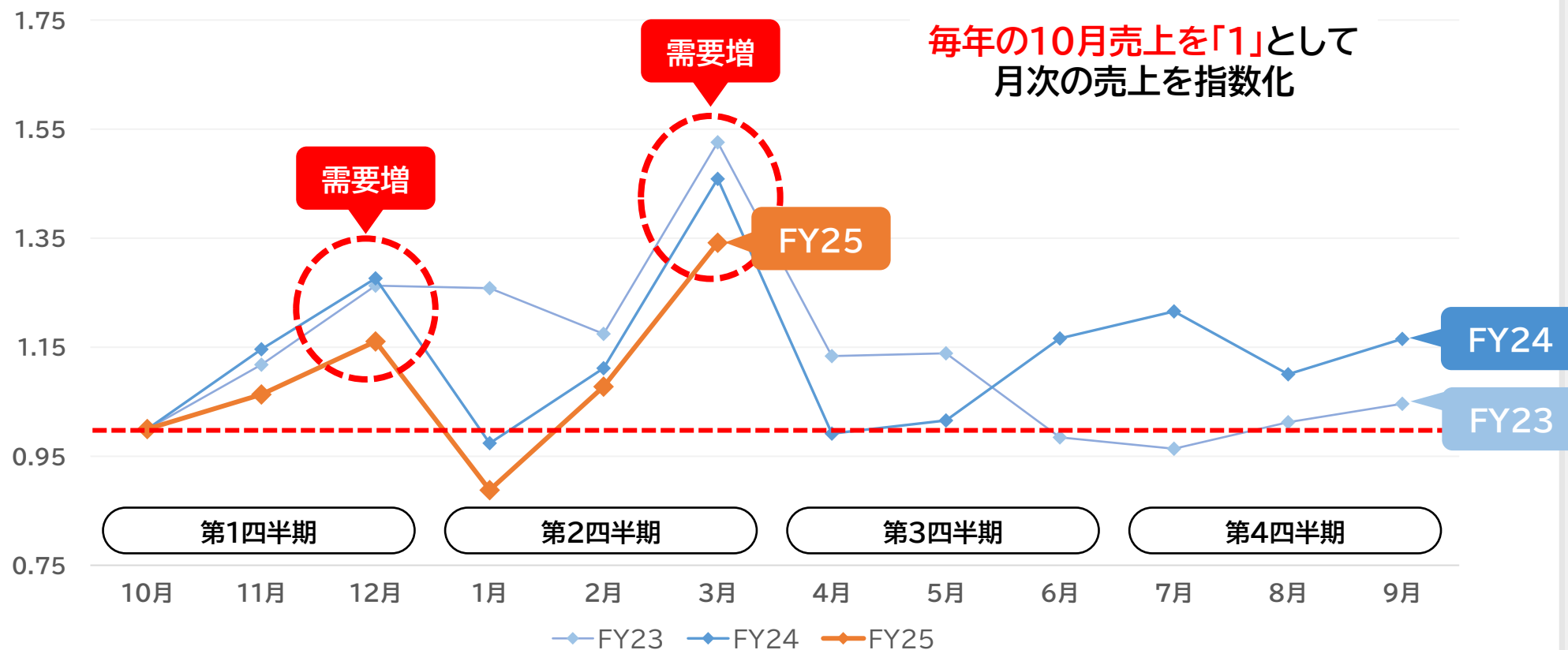
2025年9月期 通期業績予想の修正

生産性向上施策により **各段階利益が従来予想を上回るため上方修正**を実施
売上高に関しては、過去の実績を踏まえて **保守的に据え置き**
ログリーの投資有価証券の減損(約1.49億円)を実施したため
親会社株主に帰属する当期純利益は当初予想を据え置き

(百万円)	前回発表予想 (2024年11月14日)	今回修正予想	増減	
			増減額	%
売上高	15,004	15,004	—	—%
売上総利益	4,298	4,397	+99	+2.3%
調整後営業利益 ※営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用	368	514	+145	+39.6%
営業利益	219	340	+120	+54.9%
経常利益	207	364	+157	+75.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	30	30	—	—%

UNIVERSEの季節性による売上変化

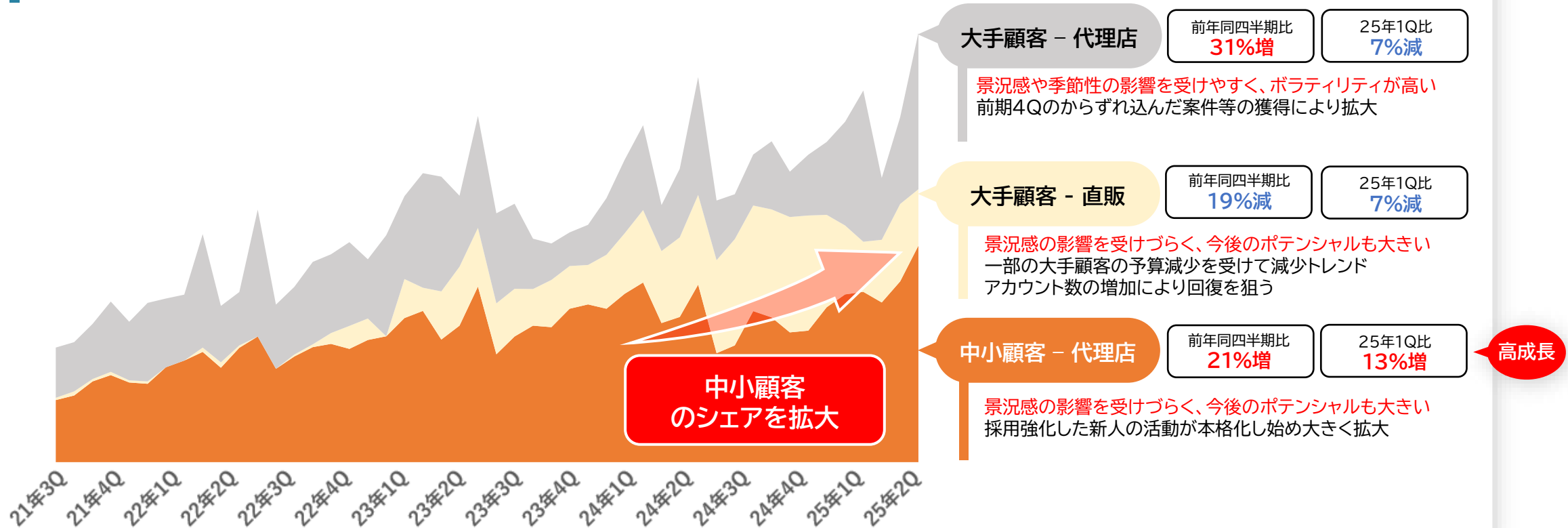
一般的に決算期末の企業が多い12月や3月は広告宣伝の需要が高まる
上半期の売上高は前年比15%増と拡大



UNIVERSEの顧客属性ごとの推移と見通し

顧客基盤として安定的な成長が期待できる「**中小顧客**」にフォーカス
新人社員の配属や営業拠点の拡大など重点的にリソースを投下

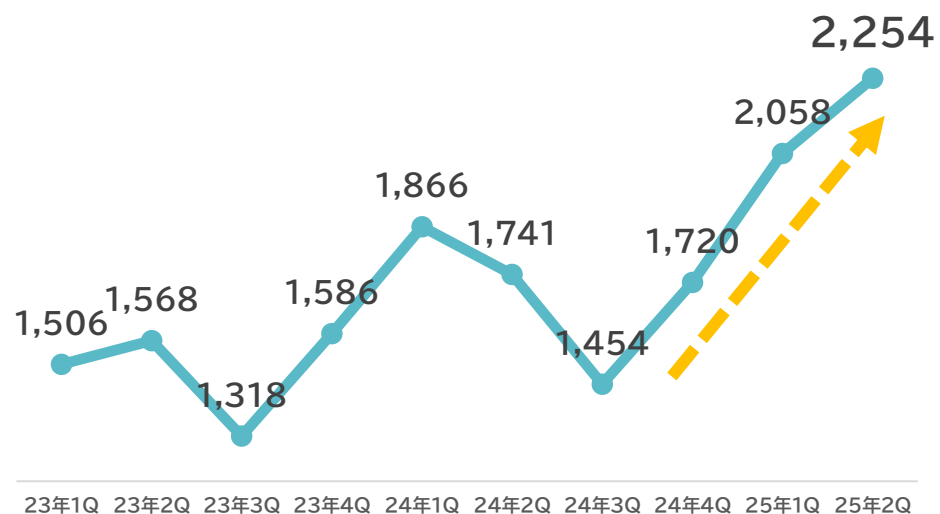
顧客属性毎の売上推移



UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

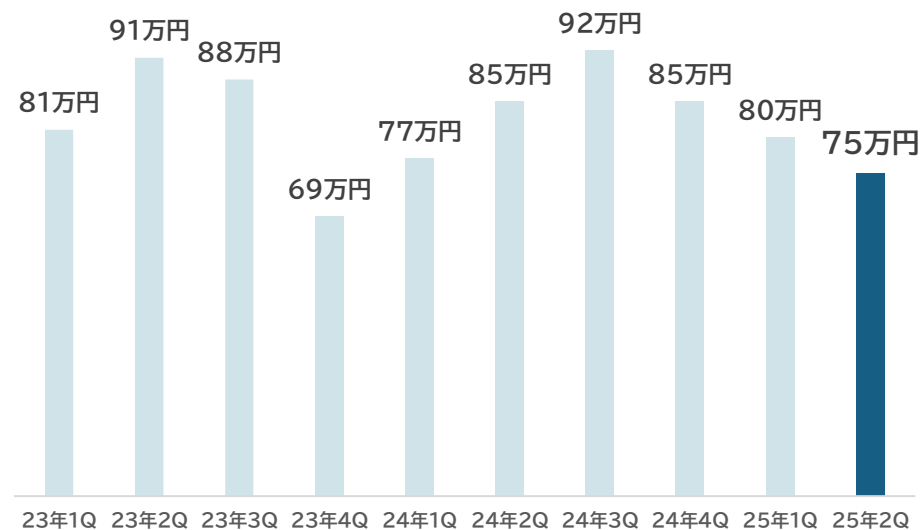
アカウント数は人員強化と業務効率化により大きく拡大
アカウント数の急増により単価は下落

稼働アカウントの推移



新卒入社社員の活動が本格化しアカウント数は急増

平均顧客単価の推移



新人社員中心のアカウント急増により単価は減少

2025年9月期 第2四半期連結業績まとめ

- ① 通期予想に対しては、**売上高・各段階利益ともに想定を上回る進捗**
- ② 本業の**UNIVERSE**および**海外事業は引き続き高成長**
- ③ 通期業績予想は**保守的に上方修正**
- ④ 下半期は**生産性の向上および新規事業に注力**、さらなる拡大を狙う

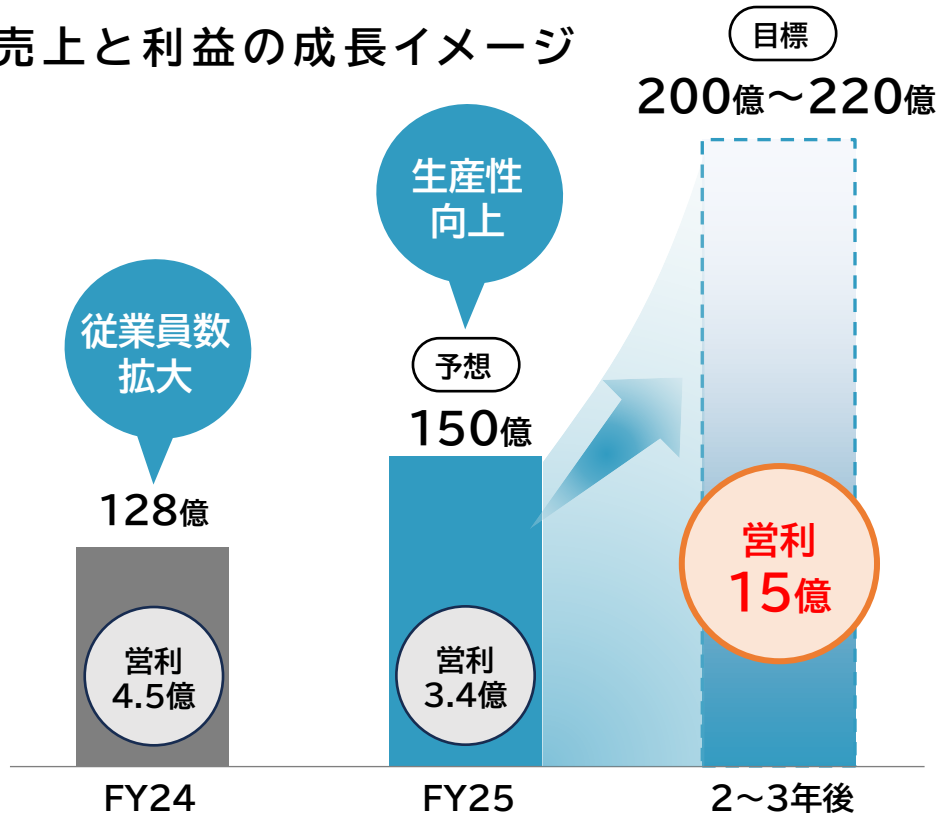
Agenda

- ① 2025年9月期 第2四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して**
- ③ 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
- ④ 事業アップデート
- ⑤ Appendix

将来の成長イメージ

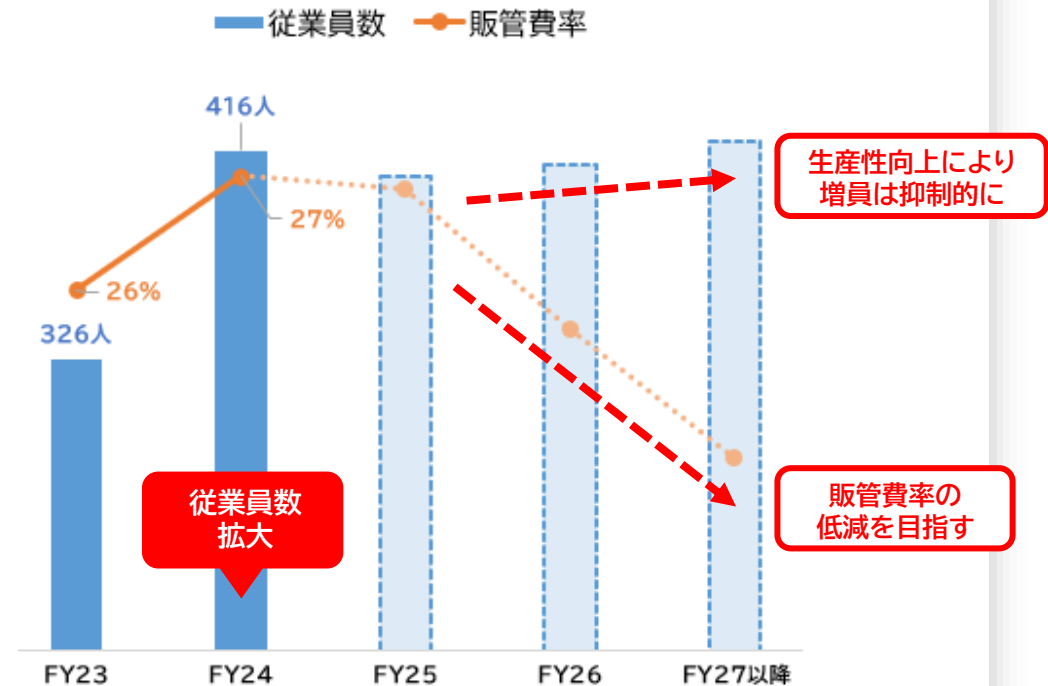
2～3年後の営業利益15億円を目指して、増員した人員の戦力化と生産性向上を実施していく

売上と利益の成長イメージ



2～3年後の営業利益15億円を目指す

従業員と売上に対する販管費率のイメージ

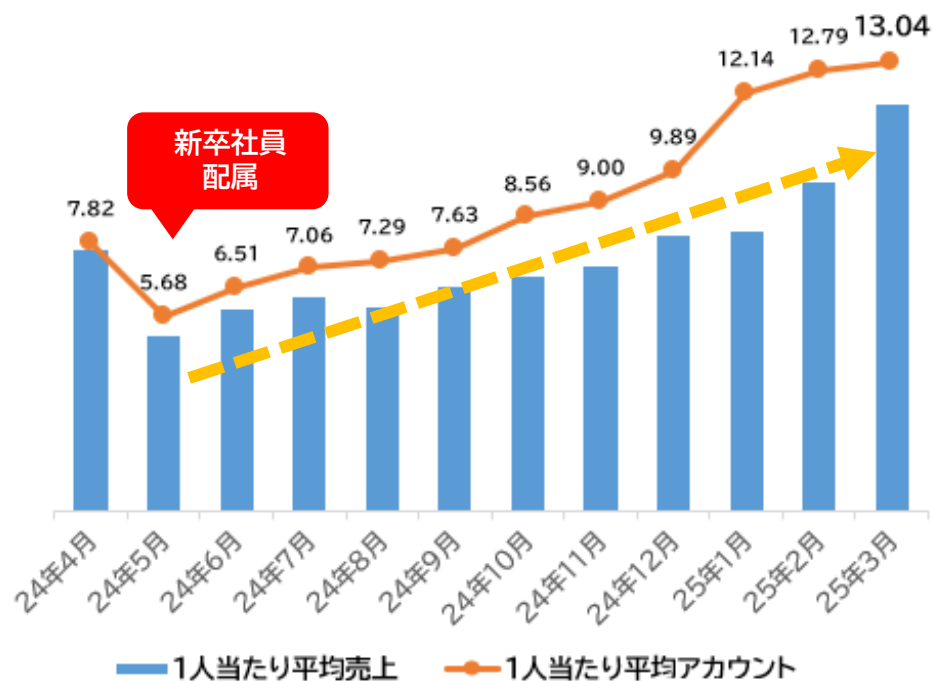


生産性向上により従業員数の増加は抑制的に
販管費率の低減を目指す

① 増員した人員の戦力化によるトップラインの拡大

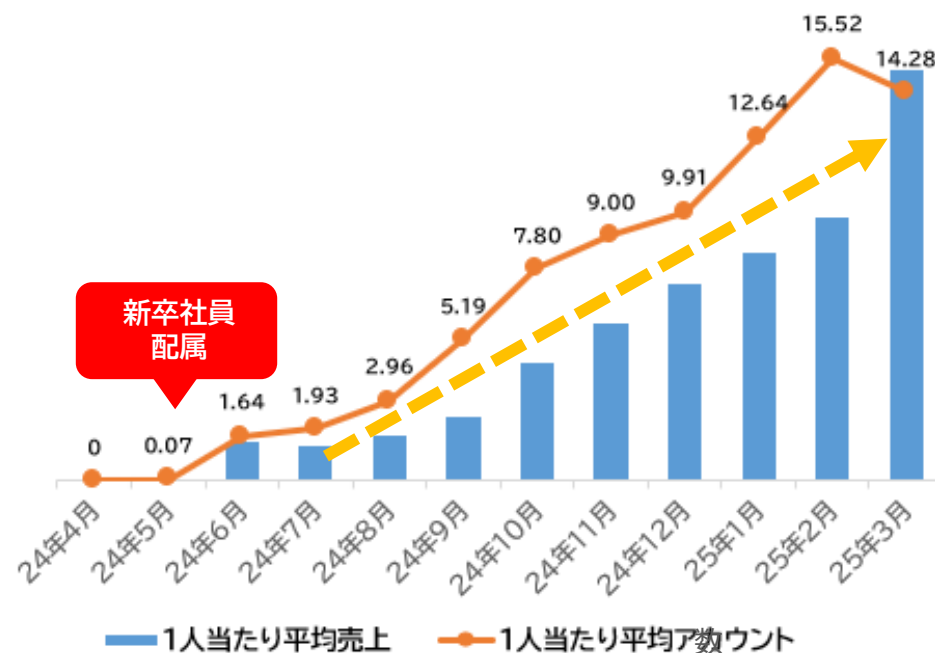
前期の4月に営業職を中心に人員強化を実施したことで、一時的に生産性は落ち込むが
5月以降順調に新人の戦力化が進み生産性は拡大基調 ※下図の推移はUNIVERSE

営業全体の生産性推移



新人の戦力化と業務効率化によって
生産性は新人配属前を超える水準に向上

新卒入社社員のための推移



新卒社員の育成が順調に進み
最需要期にあたる3月に最も高い生産性を発揮

② 様々な生産性向上施策

営業活動へ費やす時間を確保する施策を実施することで **提案数が増加し売上拡大に貢献**

「売上生産性」の向上

生成AIによる業務効率化

生成AIによる社内チャットボットにより
効率よく必要なナレッジにアクセスできる仕組みを構築

業務削減による営業効率化

顧客への提出レポートの作成など、営業活動以外の雑務を自動化
や削減することで、**営業活動へ費やす時間を増やす**

目標

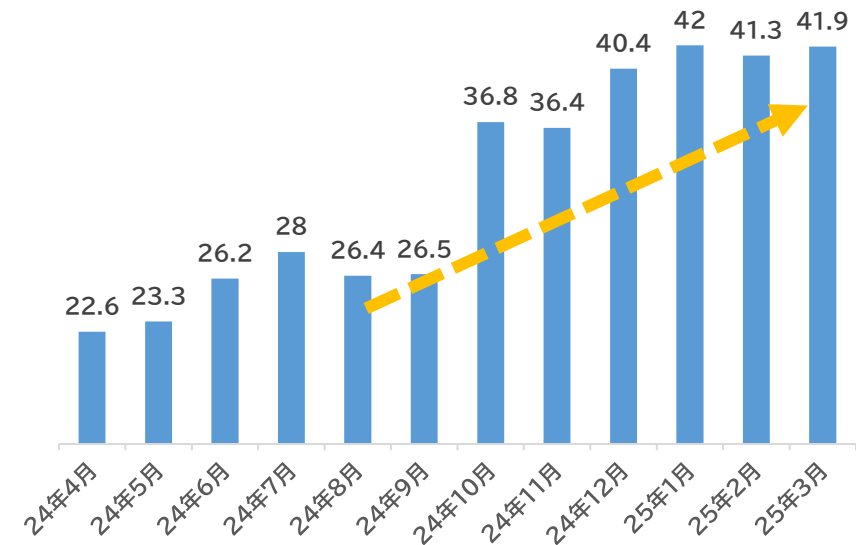
営業一人当たり
4,800分(10日/月)
業務削減

進捗

営業一人当たり
3,733分(8日/月)
業務削減実施

= 月間営業活動時間
4割増に成功

営業一人当たりの提案数推移



業務効率化により1.5倍まで
顧客提案数が増加、将来の売上拡大へ

② 様々な生産性向上施策

様々なコスト削減施策により**粗利率が向上**。引き続きいくつかの施策を準備

「粗利生産性」の向上

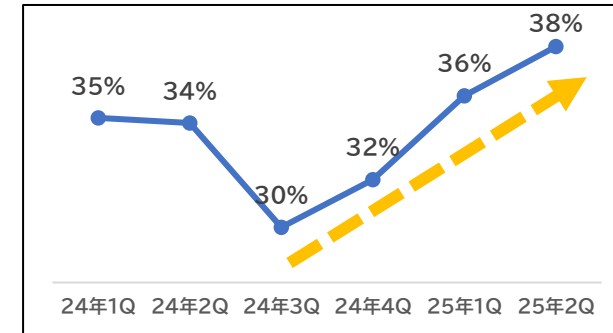
中国の開発子会社清算

オフショア開発拠点である中国・瀋陽の業務を国内に移転し清算
2Q以降、開発原価が削減され粗利率の向上に寄与する見込み

グループ内での人員適正化

子会社と本社間での人的リソースを共有することで、
外部に流出していた費用を抑制
業務委託費や開発原価を削減することで粗利率向上を狙う

データプロダクトの粗利率推移



子会社の清算等により粗利率が向上

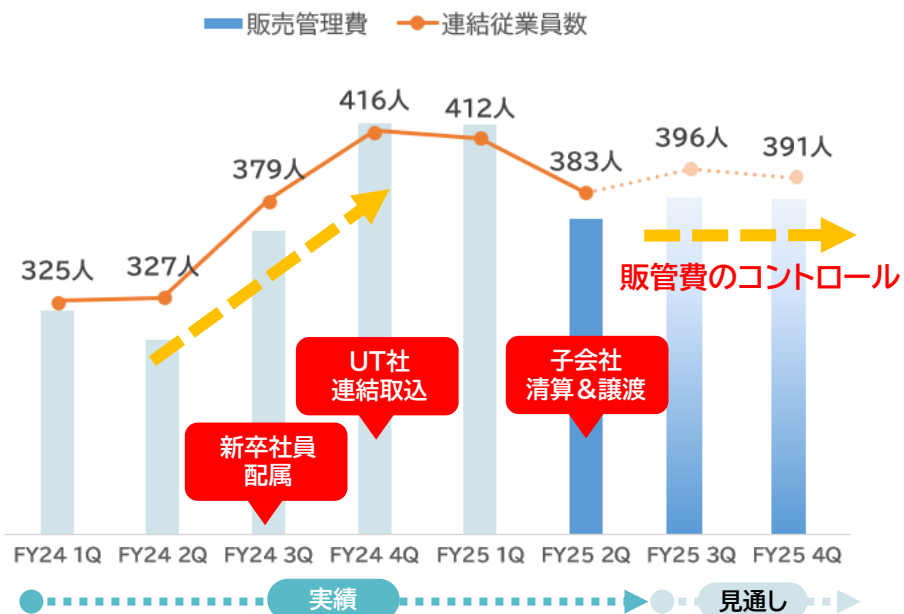
来期以降に向けて

下半期の追加施策を合わせると
原価の削減は通期換算で約1億円
来期以降の粗利生産性の向上が期待できる

③販売管理費のコントロール

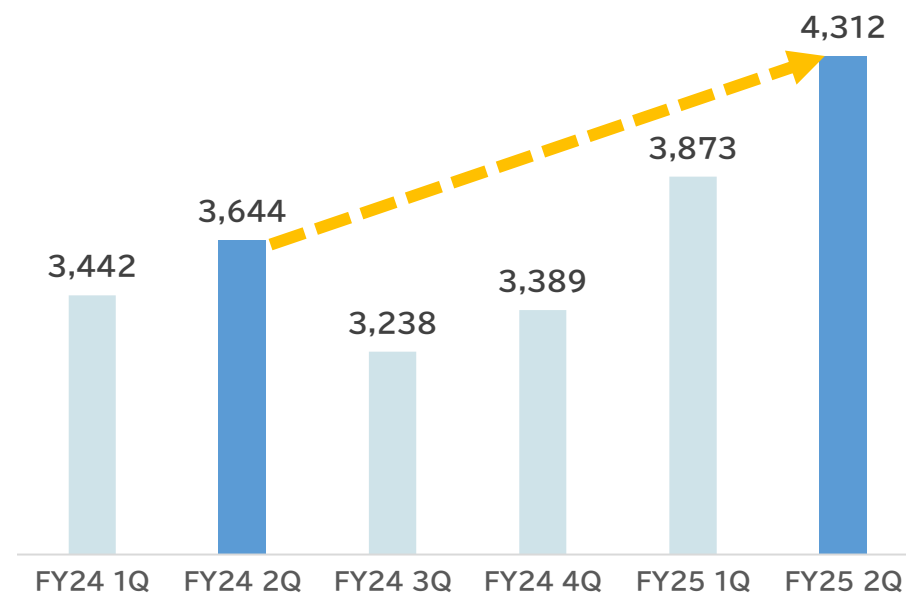
今後の人員増は抑制的に 生産性の向上により**販管費の増分以上の売上成長を狙う**

連結従業員数と販管費の推移



人員強化は完了し、今後の人員増は抑制的に
さらに生産性の向上により**販管費率の低減を狙う**

連結売上高推移 単位:百万円



人員強化と生産性向上の効果により売上は拡大
4Qから**YonYで販管費の増加以上の売上成長率を狙う**

Agenda

- ① 2025年9月期 第2四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して
- ③ 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
- ④ 事業アップデート
- ⑤ Appendix

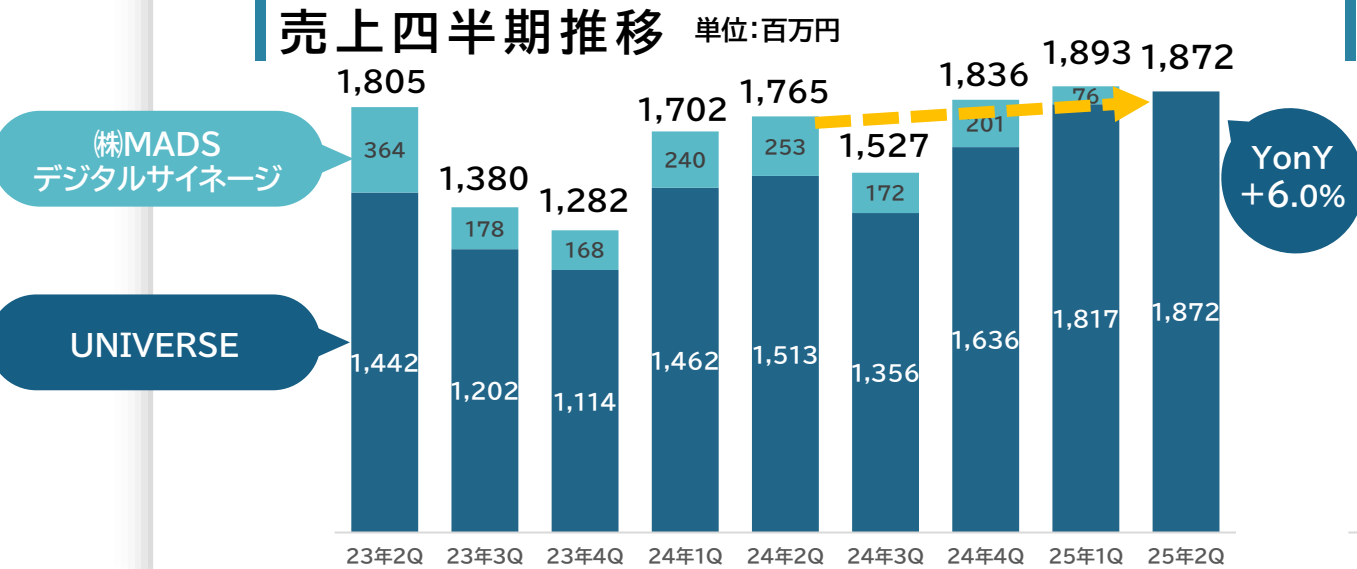
データプロダクトの売上・粗利推移

主力事業である **UNIVERSE** の成長により、売上高は前年比で **6% 増**、粗利は **15% 増**
原価の見直しや子会社の清算等により粗利率が改善 (MADS は第1四半期の11月から非連結化)

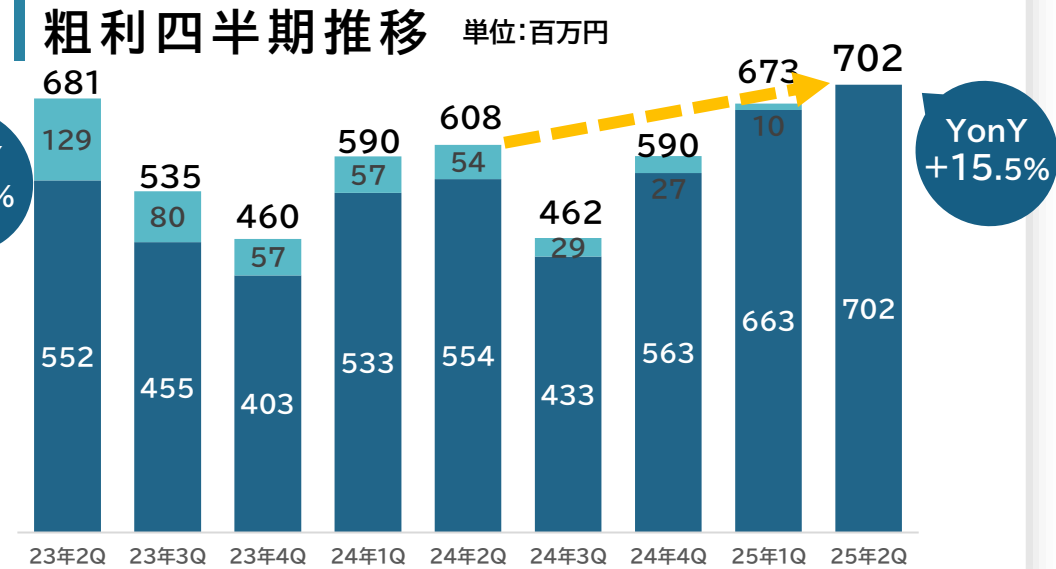
売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2024年9月期 第2四半期	2025年9月期 第2四半期	増減 増減額	%
売上高	1,765	1,872	+107	+6.0%
売上総利益	608	702	+94	+15.5%

売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

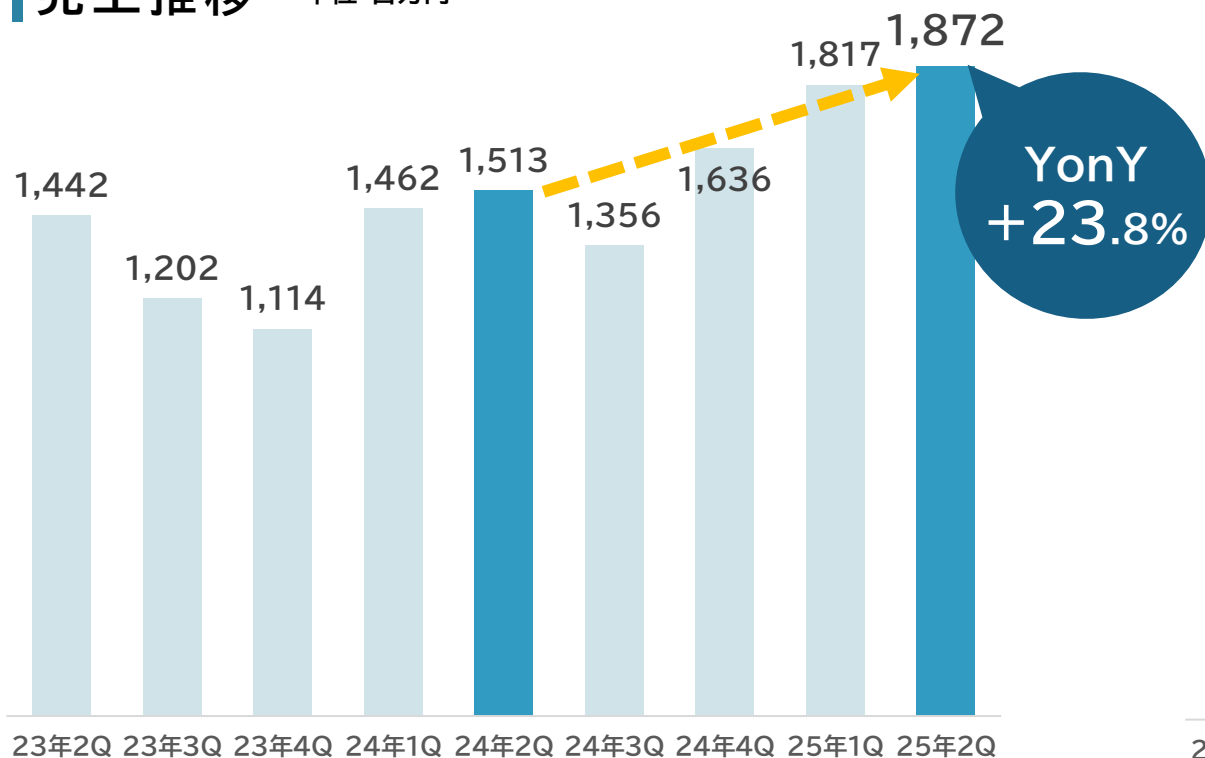


データプロダクト「UNIVERSE」の売上・粗利推移

前期に採用した人員の収益化が進み**売上は23%増、粗利は26%増**
引き続き、**生産性の改善に努めることで売上・粗利の拡大を狙う**

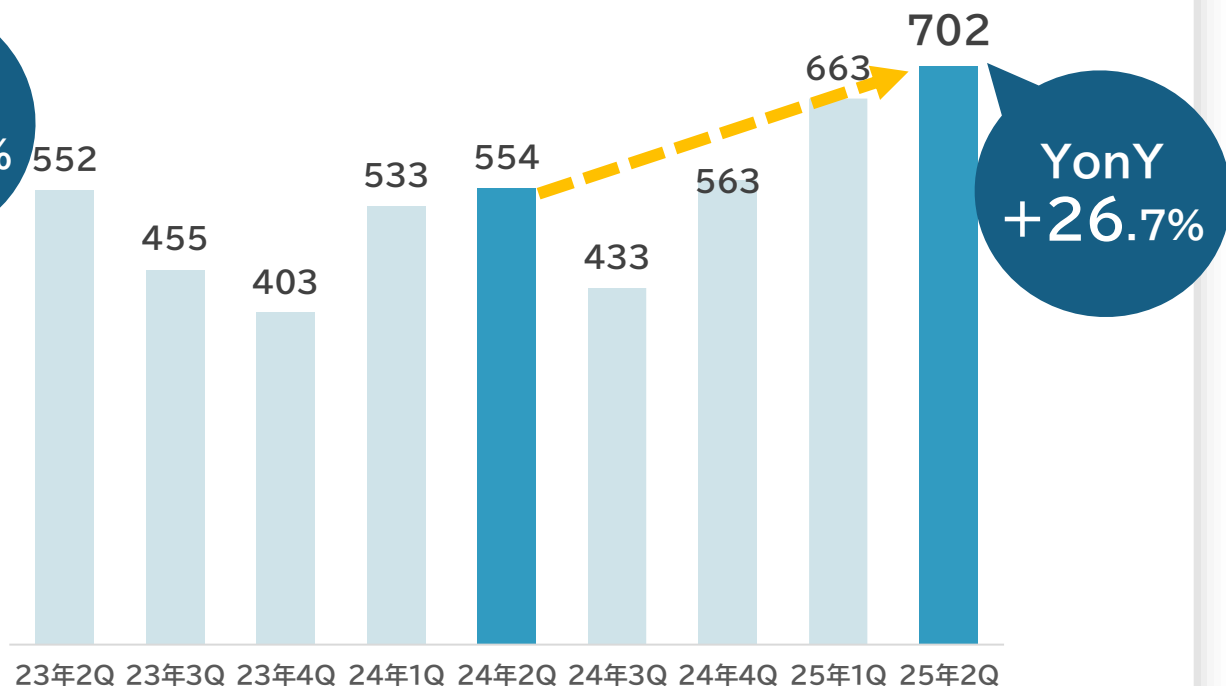
売上推移

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

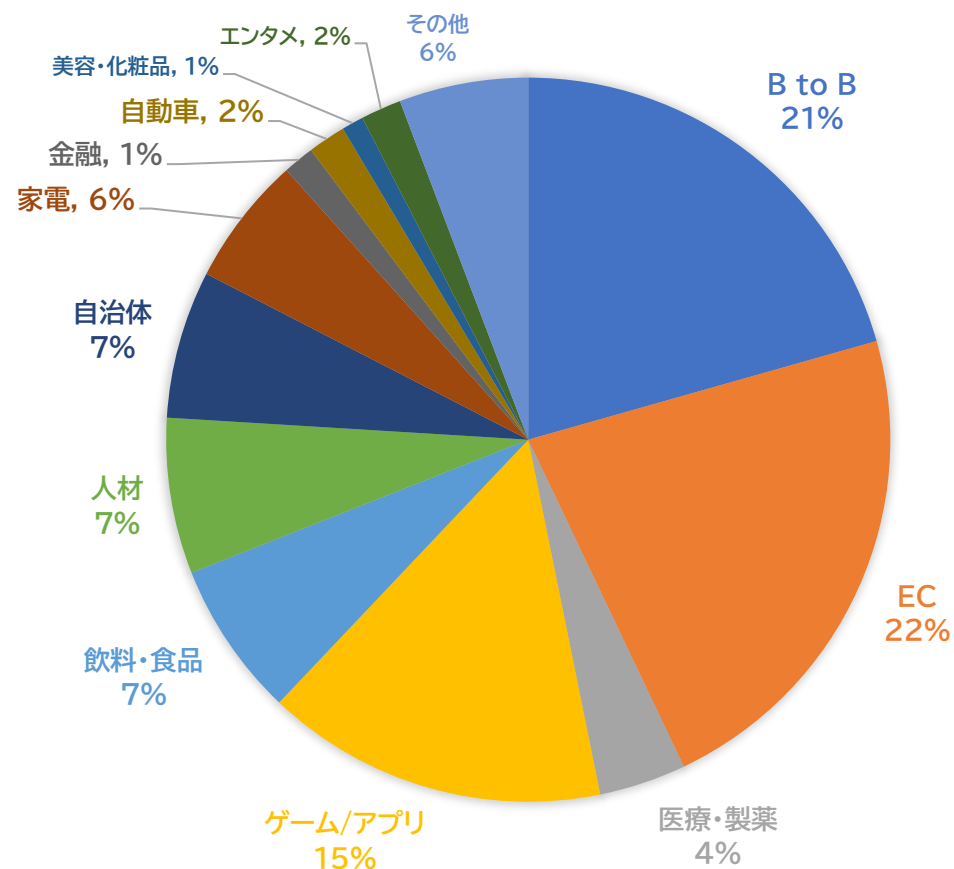
中小顧客を中心にBtoBの「シラレル」や、人材領域の「MARBLE」の売上が増加



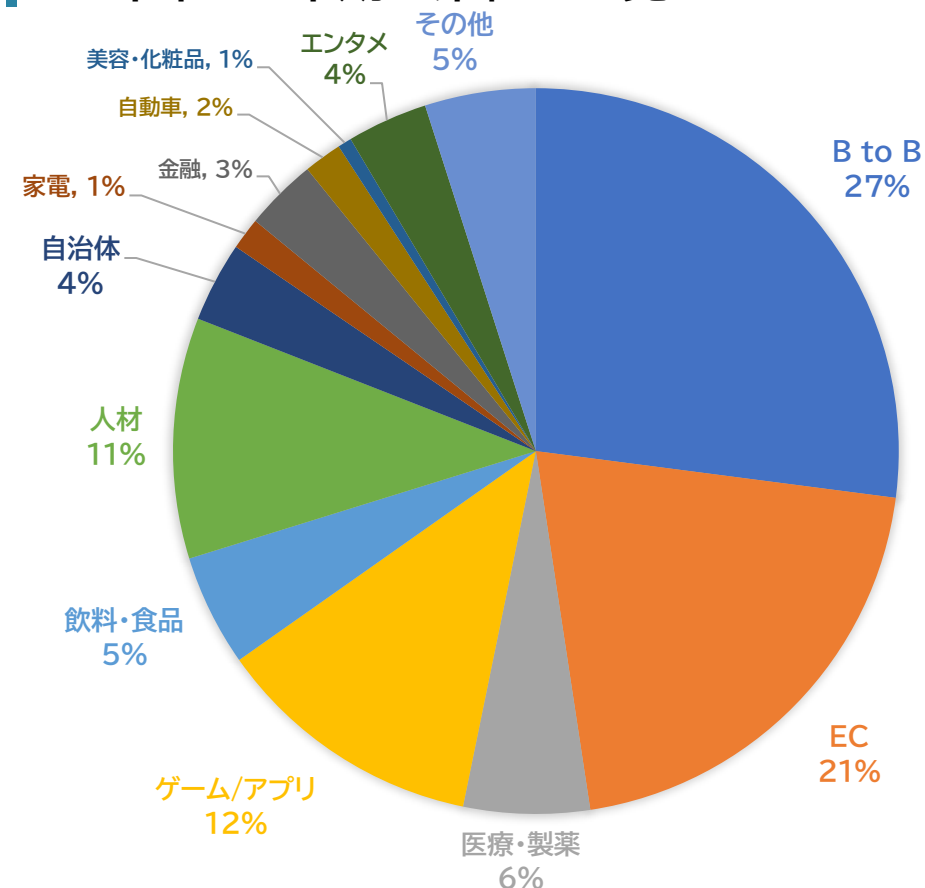
UNIVERSEにおける業種毎のシェア

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**

25年第1四半期の業種ごと売上シェア



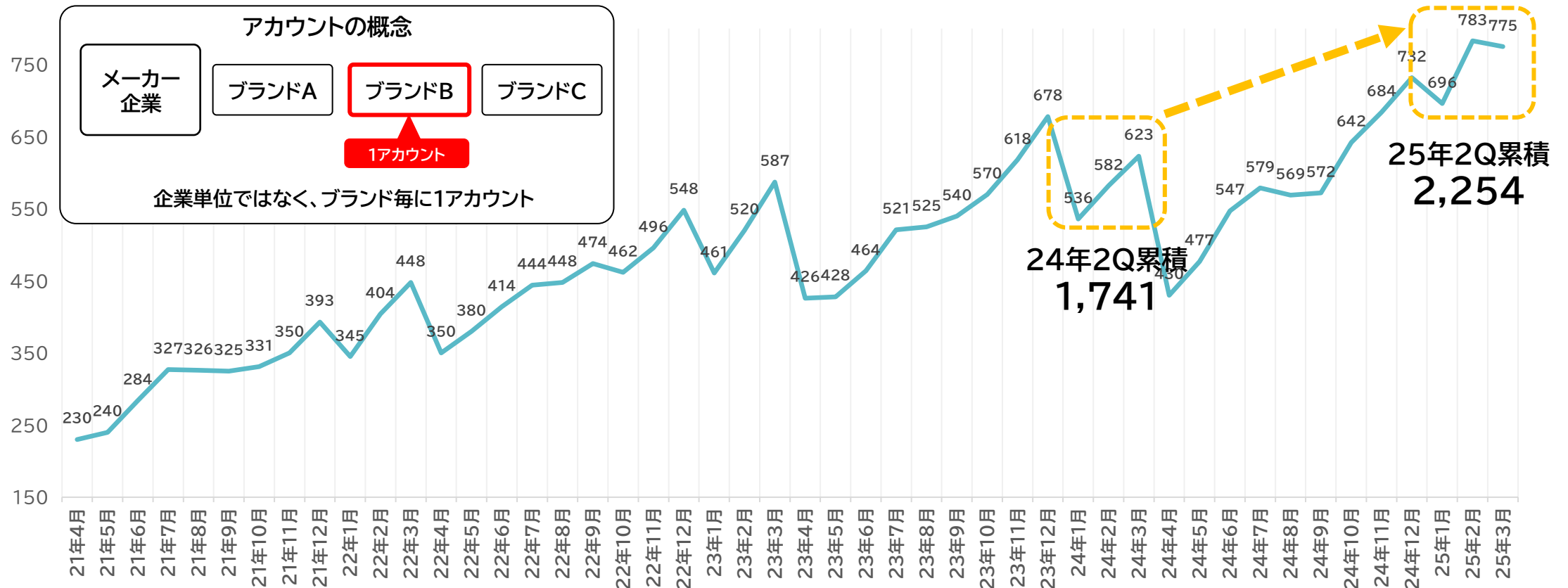
25年第2四半期の業種ごと売上シェア



データプロダクト「UNIVERSE」のKPI – 稼働アカウント

前期に採用した新人の活動が本格化し始めたことで **前年比29%増と大幅に拡大**

稼働アカウントの月次推移



| Agenda

- ① 2025年9月期 第2四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して
- ③ 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
- ④ 事業アップデート
- ⑤ Appendix

コンサルティングの売上・粗利推移

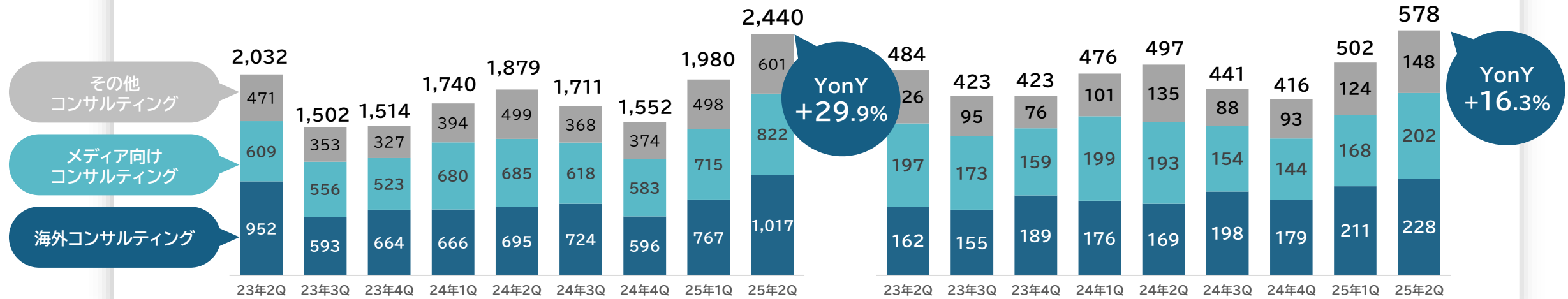
国内メディア向け事業と海外事業ともに好調に推移し **前年比で増収・増益**

売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2024年9月期 第2四半期	2025年9月期 第2四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,879	2,440		+29.9%
売上総利益	497	578		+16.3%

売上四半期推移 単位:百万円

粗利四半期推移 単位:百万円



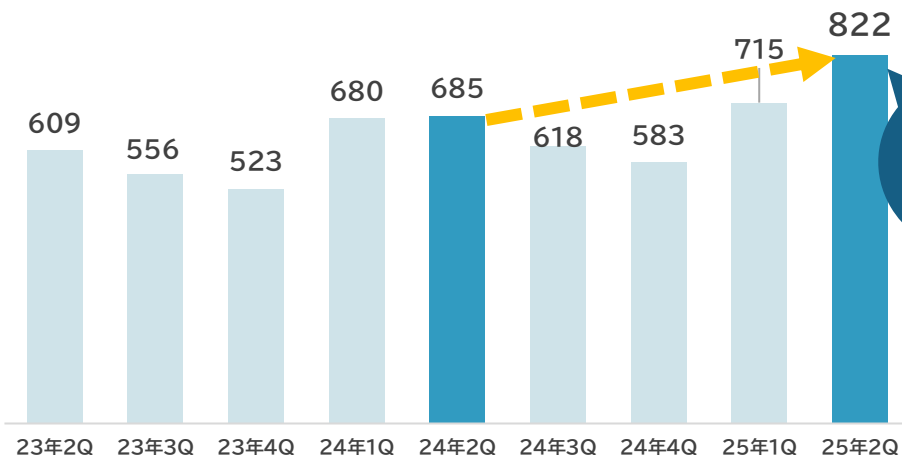
コンサルティング-メディア向け

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

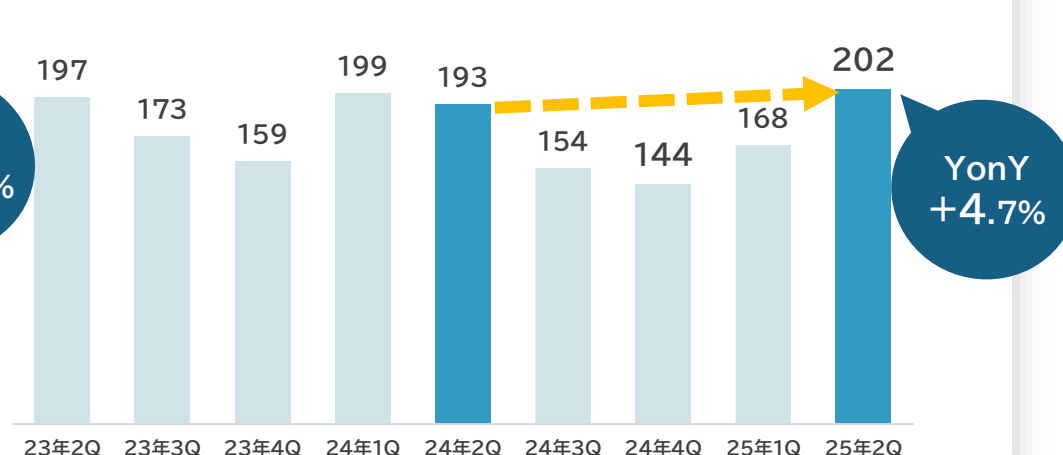
売上高は前年比19%増、供給する広告サービスの構成変化により粗利は前年比4%増



売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円



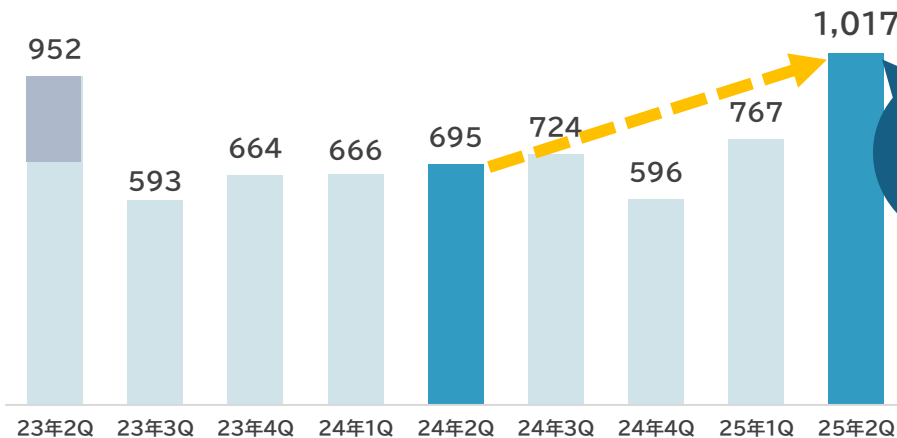
コンサルティング-海外

訪日観光客の増加に伴いインバウンドマーケティングの需要拡大と
新規事業の(株)IPmixerによるVTuberとのコラボレーション商品の販売も好調に進み
売上は46%増、粗利は35%増と大きく拡大

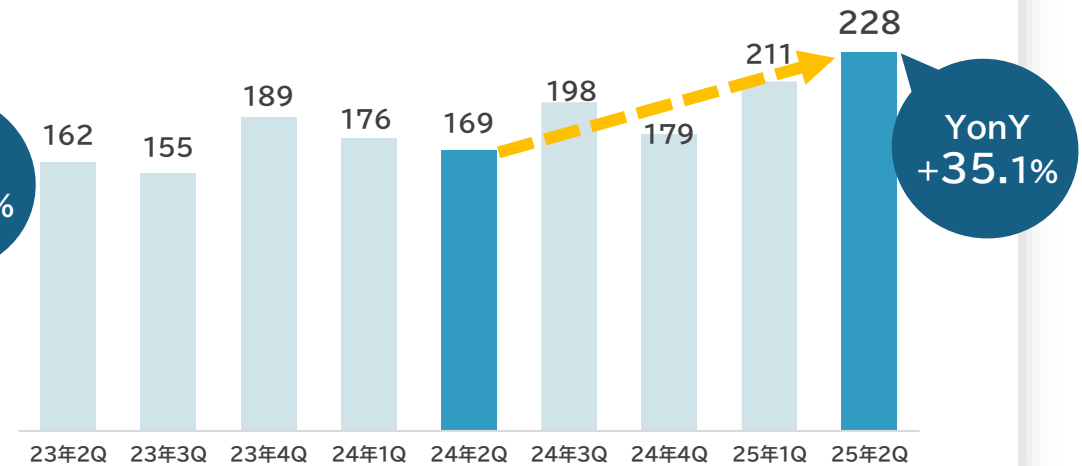


売上四半期推移 □ = 特定の低粗利案件

単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円



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

25年9月期 第2四半期 パフォーマンス推移

	25年9月期 第1四半期			25年9月期 第2四半期			上半期 合計
(単位:千円)	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
月初総資産	386,126	387,370	387,181	389,472	385,657	381,342	-
損益額	1,244	-189	2,291	-3,815	-4,315	4,642	-142
損益率	0.32%	-0.05%	0.59%	-0.98%	-1.12%	1.22%	-

25年9月期 第2四半期実績の年利換算

-0.07%

既存モデルで一部銘柄の株価急変により損失
一方、1月から開始した新施策は好調なスタート

Agenda

- ① 2025年9月期 第2四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して
- ③ 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
- ④ 事業アップデート**
- ⑤ Appendix

事業アップデート

複数の新規事業を立ち上げ推進、下半期にも新たな事業を開始予定

(株)IPmixer

海外消費者向けに、日本の人気VTuberなどのIP(知的財産)とメーカーの商品とのタイアップ企画～販売までを行う



ANYCOLOR株式会社所属の
VTuberとのコラボレーション香水を
3月に発売し完売

引き続きコラボ商品を準備中

リテールメディア事業「URMS」

小売り事業者のリテールメディア化から、広告主企業とのマッチングまでを一気通貫で支援する事業



オイシックス・ラ・大地株式会社の運営する「Oisix」の広告事業のマネタイズ支援を皮切りに**現在10社程度**の事業者のマネタイズ支援を開始

さらなる新規事業の開始

大型の事業提携による
新規事業を準備中

Coming soon...

下半期にリリース予定

| Agenda

- ① 2025年9月期 第2四半期 連結業績サマリ
- ② 生産性向上施策に関して
- ③ 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
- ④ 事業アップデート
- ⑤ **Appendix**



MicroAd
Redesigning the Future Life

当社のVISION

Redesigning 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 株式会社マイクロアド

設立 2007年7月2日

資本金 1,029,144,448円
 (2025年3月末時点)

従業員数 383名
 (連結、2025年3月末時点)

主要関連会社 (株)エンハンス
 (株)cory
 (株)New B
 (株)UNCOVER TRUTH
 (株)マイクロアドベンチャーズ
 (株)IPmixer

決算期 9月

代表者 代表取締役 社長執行役員
 渡辺 健太郎

役員 取締役 副社長執行役員
 田中 宏幸
 榎原 良樹

 取締役・監査等委員
 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

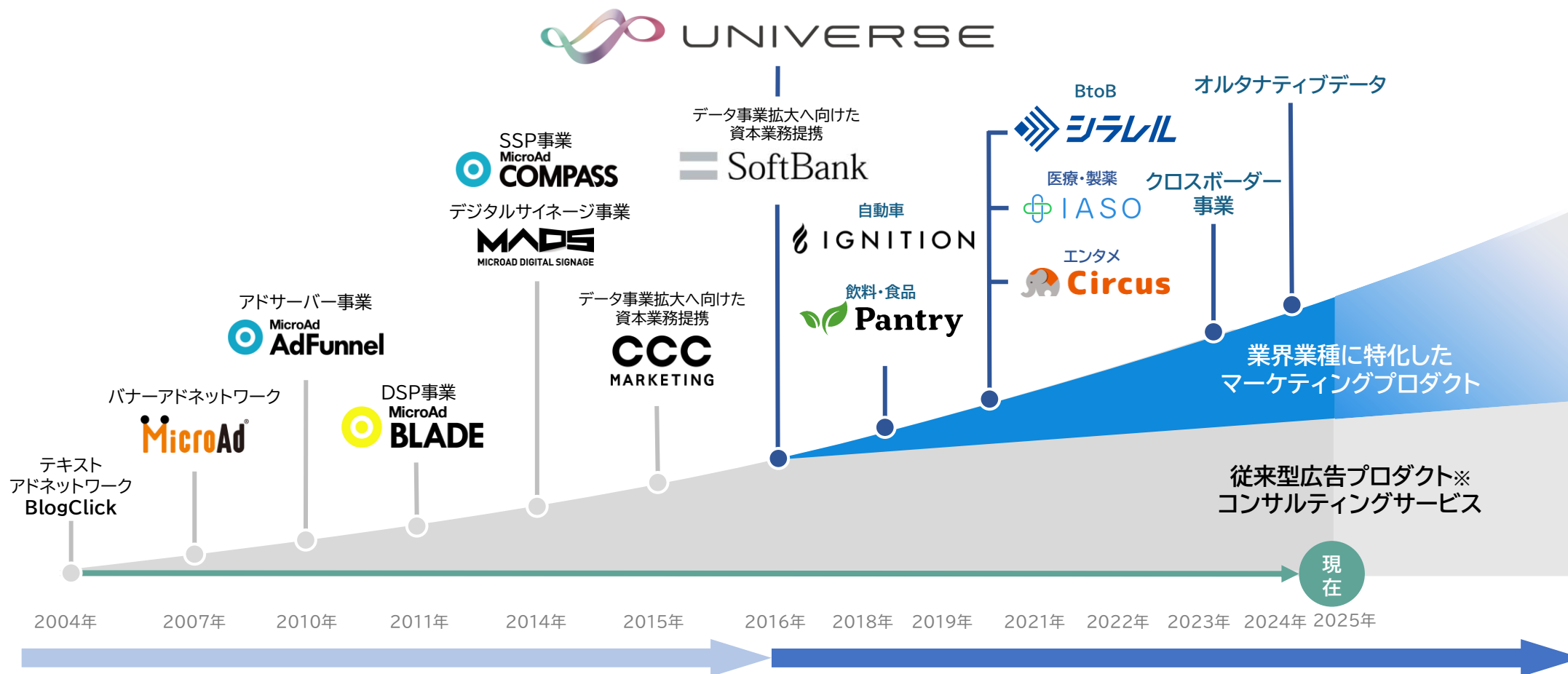
2002年SIer入社。金融会社向けシステム開発に携わる。2004年サイバーエージェント入社。当社の前身となるBlogClick事業の立ち上げに参画する。以後当社事業に携わりプロダクト開発を中心に幅広い業務を担当する。現在の管掌はデータソリューションサービス。



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



広告を情報へ

テクノロジーの力で広告を有益な情報として消費者へ届ける

Redesigning the Future Life

広告にとどまらず、データを活用した
様々なプロダクトを提供し 未来の暮らしを創る

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

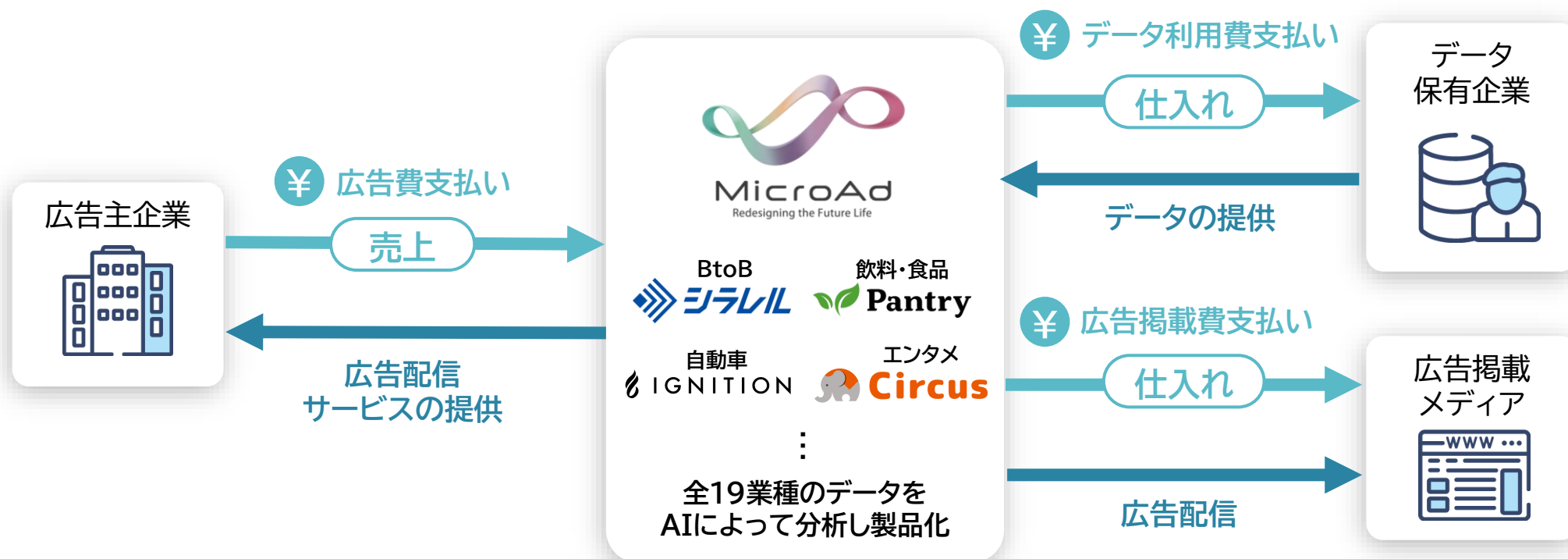
※2024年11月より運営する㈱MADSの株式譲渡により非連結化



MONOLITHS

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



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。