



# 2025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) | 2025年8月14日

# Agenda

- ① 2025年9月期 第3四半期 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

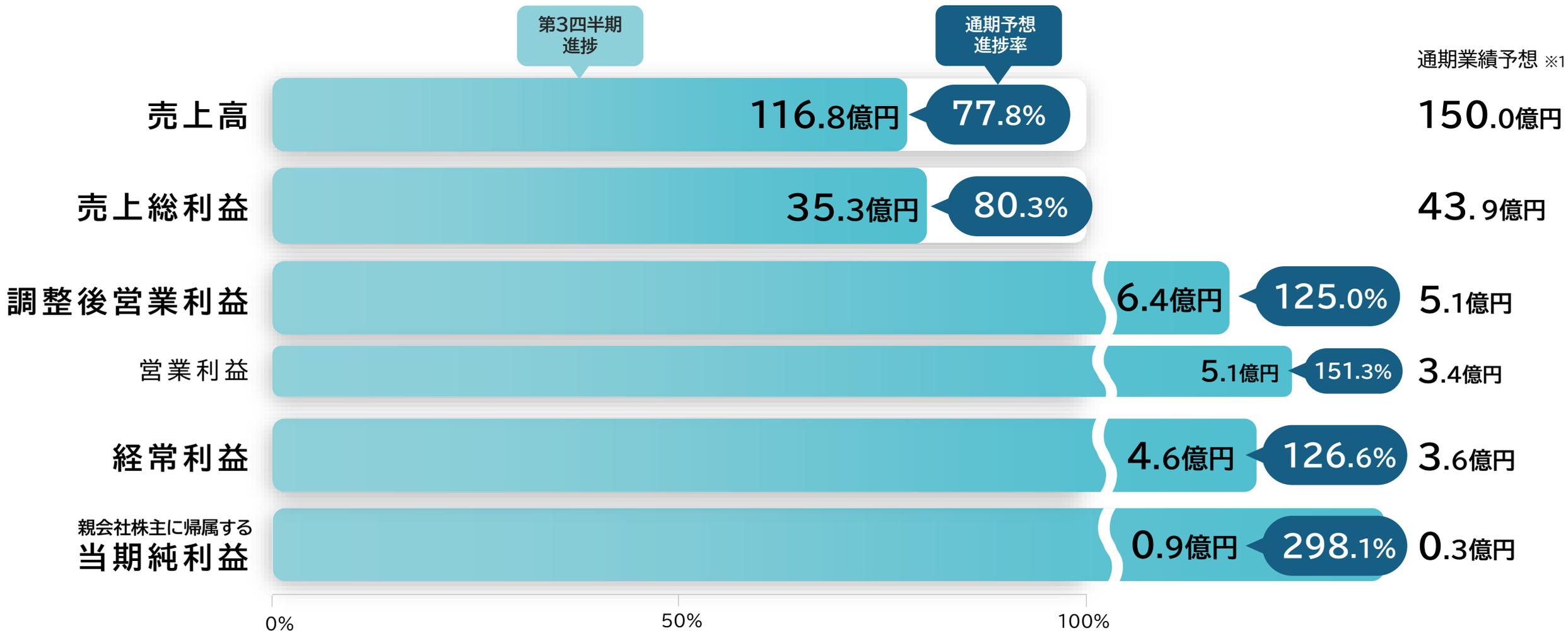
# 2025年9月期 第3四半期累計 連結業績サマリ

データプロダクトとコンサルティングサービスともに前年同期比で増収増益  
前期の人員強化と生産性改善による利益率の向上が成果として顕在化

(百万円)	2024年9月期 第3四半期累計	2025年9月期 第3四半期累計 (10月~6月)	増減	
			増減額	%
売上高	10,324	11,680	+1,356	+13.1%
売上総利益	3,073	3,533	+459	+15.0%
調整後営業利益 ※営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用	381	642	+261	+68.6%
営業利益	353	514	+161	+45.6%
経常利益	302	461	+159	+53.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	286	90	▲195	▲68.3%

# 2025年9月期 通期業績予想に対する進捗

生産性改善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**

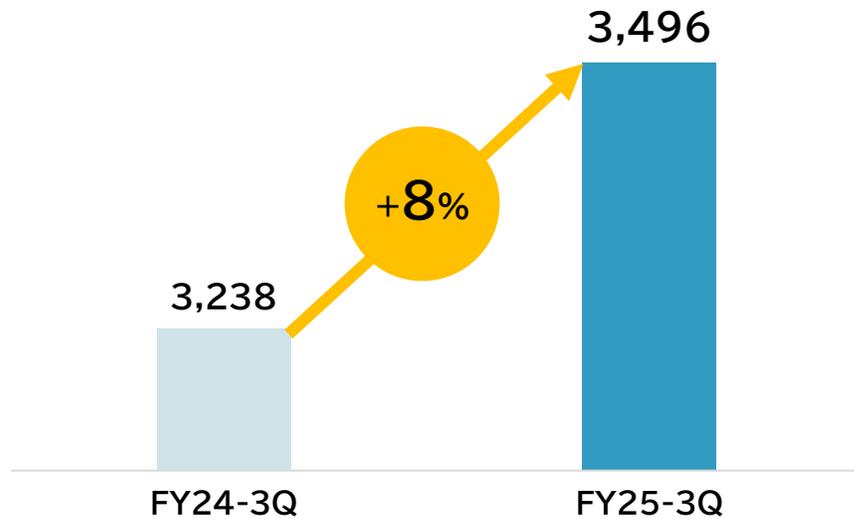


# 連結業績の第3四半期比較

第3四半期は最も広告市場の需要が落ち込み、新卒社員の入社によって費用が増加するが生産性向上施策により、**売上・営利ともに前年同四半期比で増収増益を実現**

## 第3四半期連結の売上比較

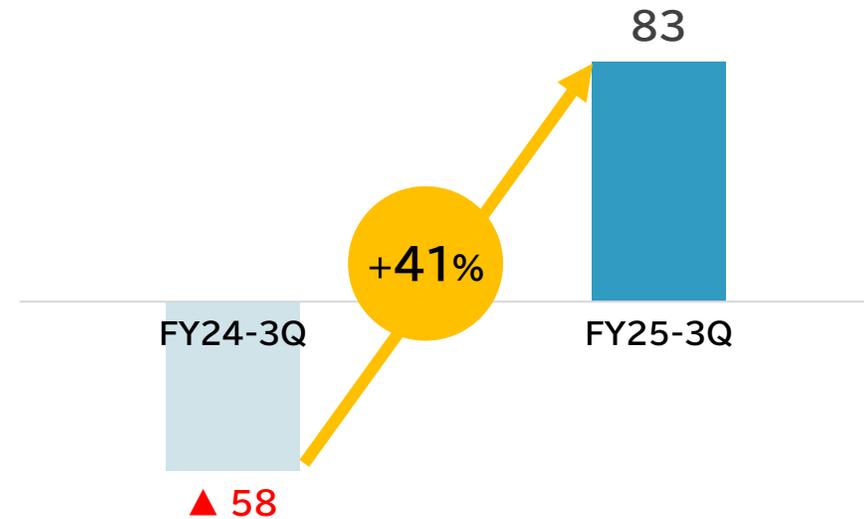
単位:百万円



人員強化等の施策により**売上のベースが向上**

## 第3四半期連結の営業利益比較

単位:百万円



生産性向上施策により**黒字転換を実現**

# 2025年9月期 通期業績予想の修正

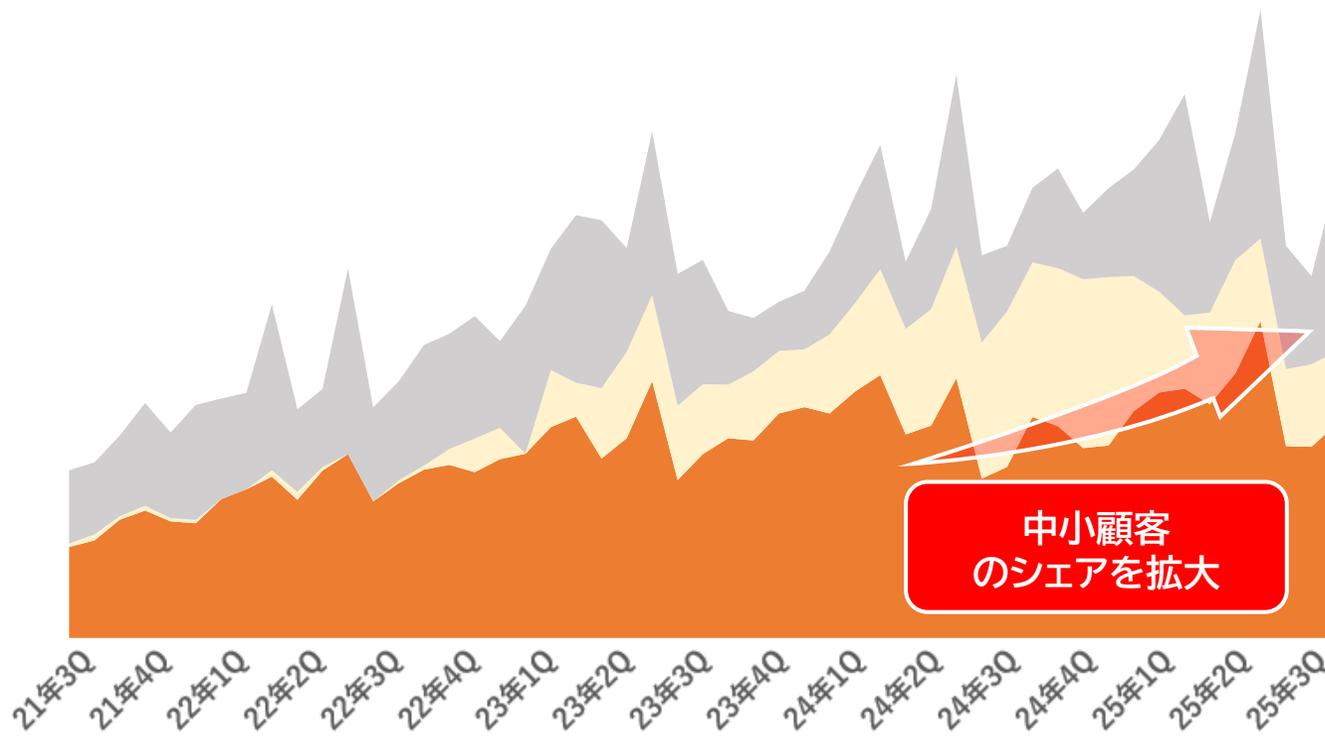
人員強化による売上のベースアップに加え、生産性向上施策により  
**売上及び各段階利益が従来予想を上回るため上方修正**を実施

(百万円)	前回発表予想 (2025年5月15日)	今回修正予想	増減	
			増減額	%
売上高	15,004	15,291	+287	+1.9%
売上総利益	4,397	4,598	+200	+4.6%
調整後営業利益 ※営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用	514	727	+213	+41.5%
営業利益	340	553	+213	+62.6%
経常利益	364	468	+103	+28.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	30	163	+133	+436.6%

# 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



### 大手顧客 - 代理店

前年同四半期比  
**69%増**

25年2Q比  
**14%減**

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  
 新しい商品の投下により前年比で拡大

### 大手顧客 - 直販

前年同四半期比  
**48%減**

25年2Q比  
**19%減**

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  
 一部の大手顧客の予算減少を受けて減少トレンド  
 アカウント数の増加により回復を狙う

### 中小顧客 - 代理店

前年同四半期比  
**8%増**

25年2Q比  
**27%減**

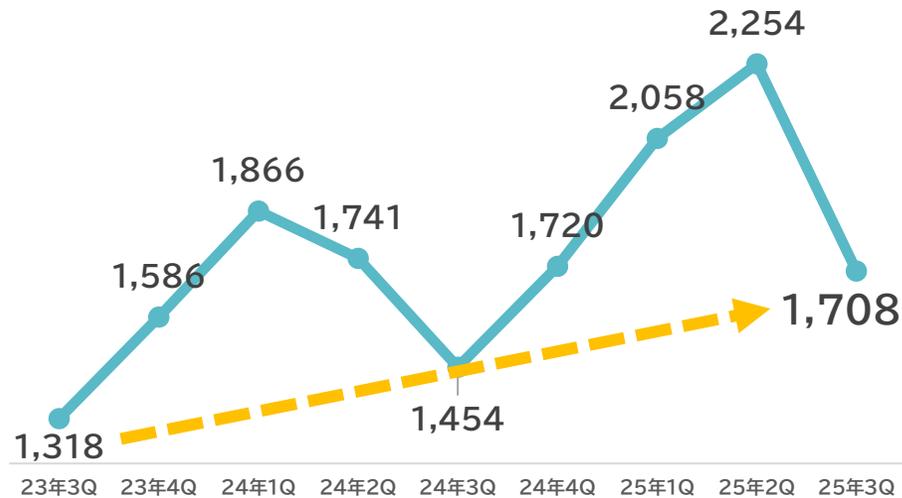
景況感の影響を受けづらく、今後のポテンシャルも大きい  
 採用強化した新人の活動が本格化し前年比で拡大  
 新たに25年8月に北海道支社を設立。この領域の拡大に寄与。

**中小顧客  
のシェアを拡大**

# UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

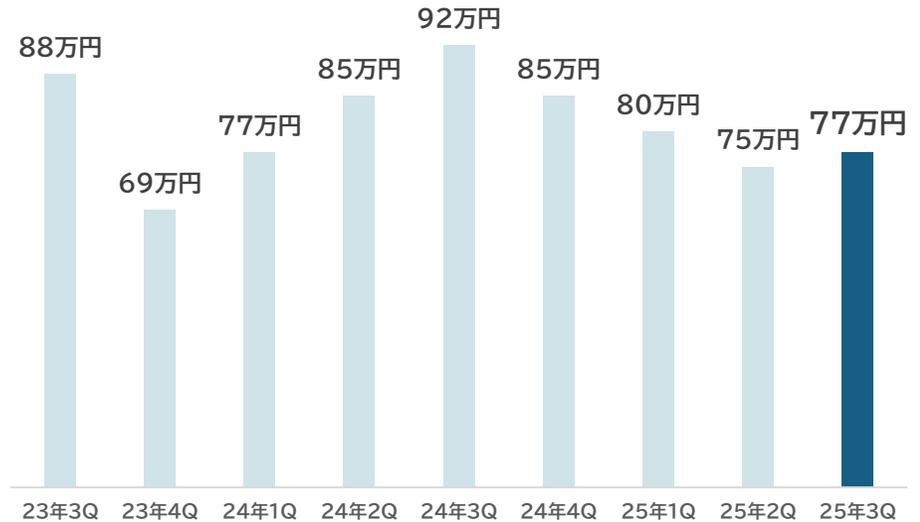
非需要期につき例年通りアカウント数は落ち込むが **前年比では17%増**

## 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拡大

## 平均顧客単価の推移



顧客単価は大きく減少せず微増

## 2025年9月期 第3四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 人員強化や生産性向上施策の**好影響が本格的に顕在化**
- ③ 需要が落ち込み、コストが増加する**第3四半期に増収増益を達成**
- ④ 以上をふまえ**通期業績予想を上方修正**
- ⑤ 引き続き**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

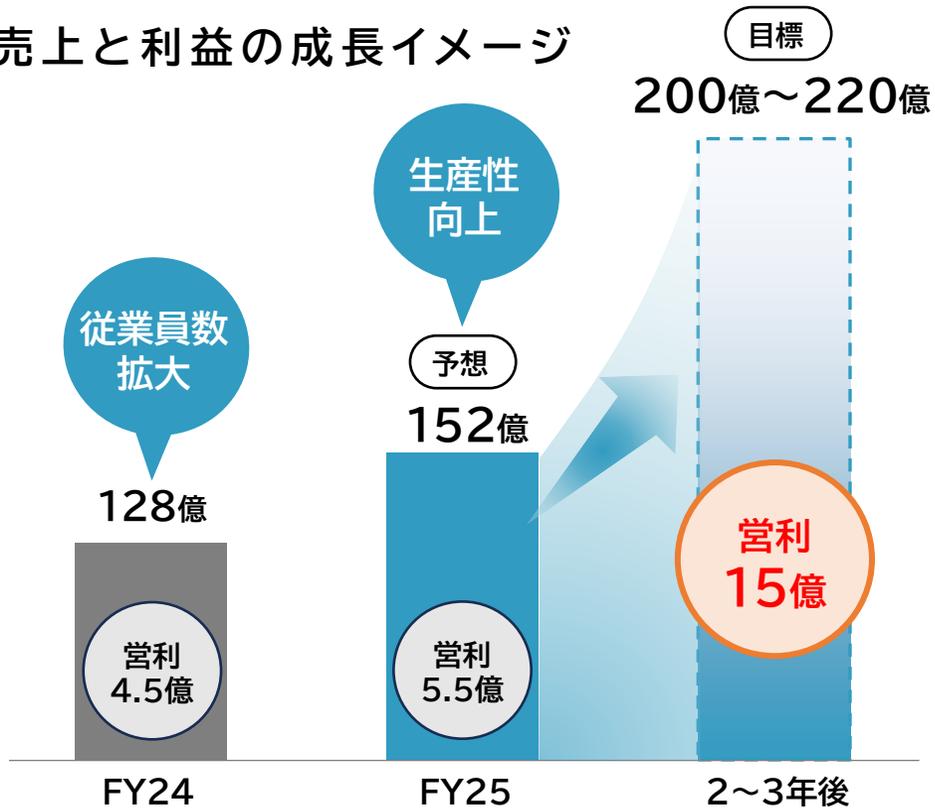
# Agenda

- ① 2025年9月期 第3四半期 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

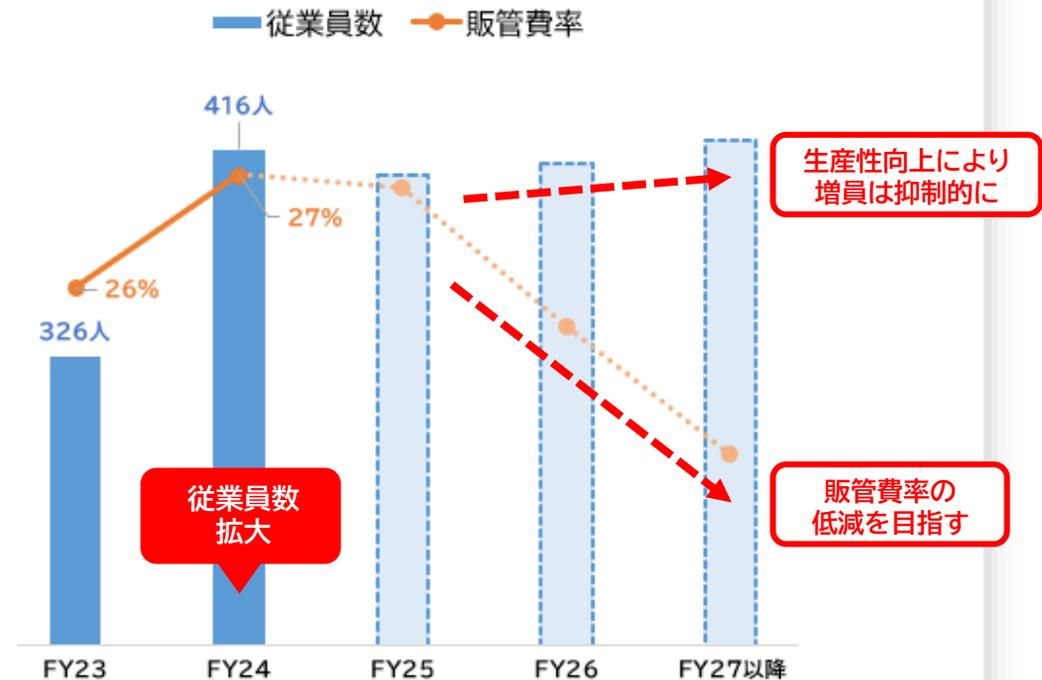
2～3年後の営業利益15億円を目指して、増員した人員の戦力化と生産性向上を実施していく

## 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



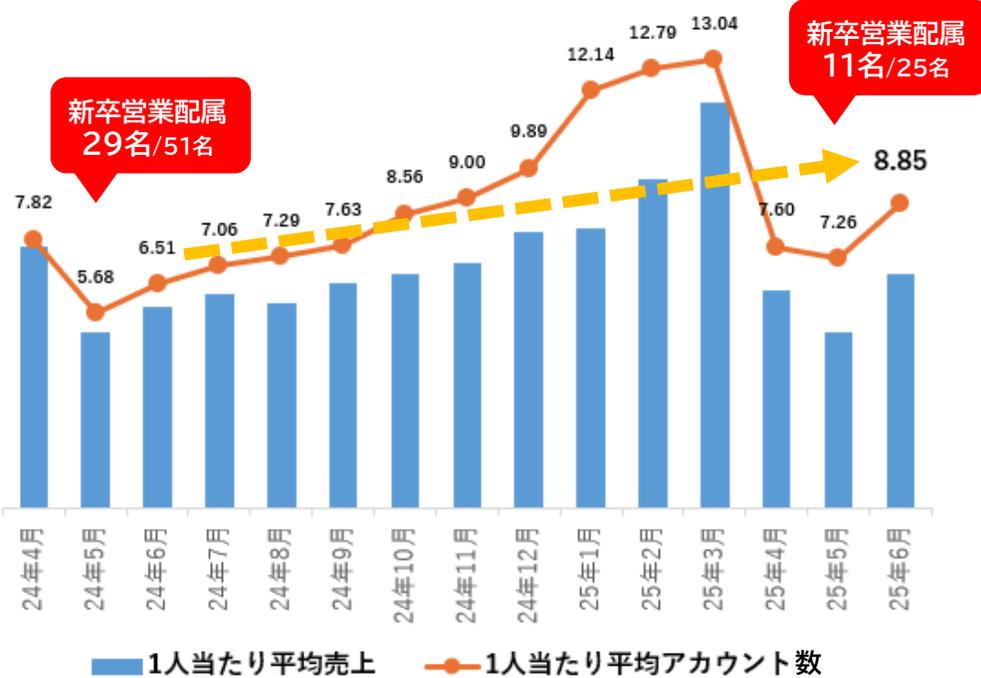
**生産性向上により従業員数の増加は抑制的に  
販管費率の低減を目指す**

# ① 増員した人員の戦力化によるトップラインの拡大

非需要期に入り、生産性は一時的に落ち込むが第4四半期に向け回復基調

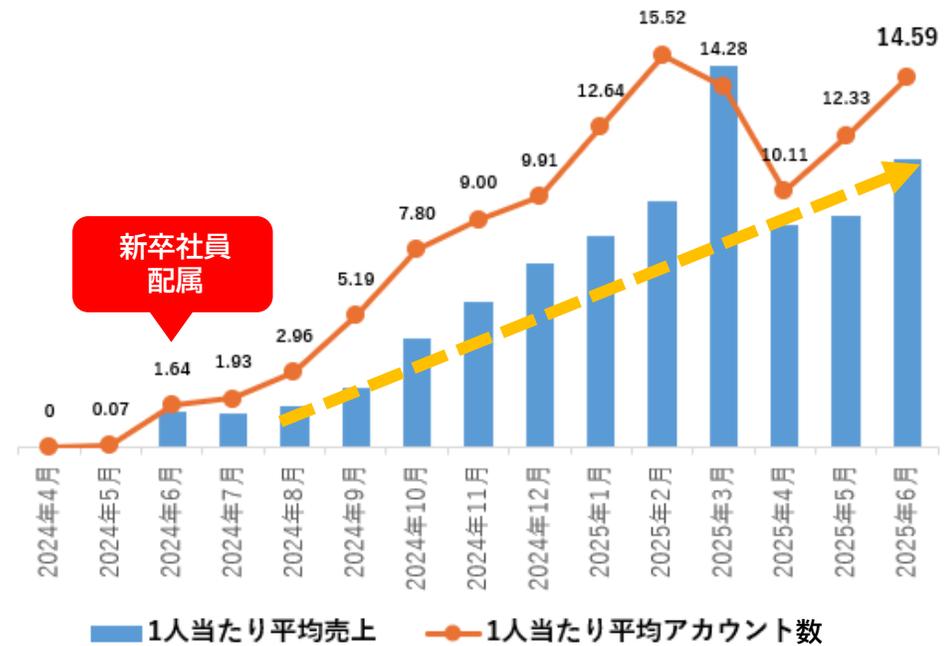
※ 下図の推移はUNIVERSE

## 営業全体の生産性推移



非需要期につき一時的に落ち込むが  
**前年比では着実に生産性は向上**

## 新卒入社社員のための推移(2024年4月入社)



4月で一時的に落ち込むが  
**アカウント数に関しては3月を超える水準**

## 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

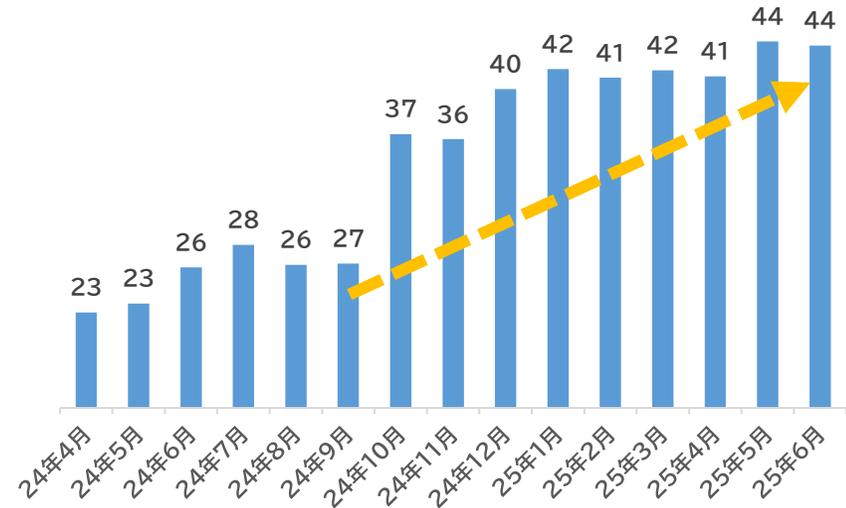
営業一人当たり  
4,800分(10日/月)  
業務削減

進捗

営業一人当たり  
5,145分(10日/月)  
業務削減実施

月間営業活動時間  
**5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

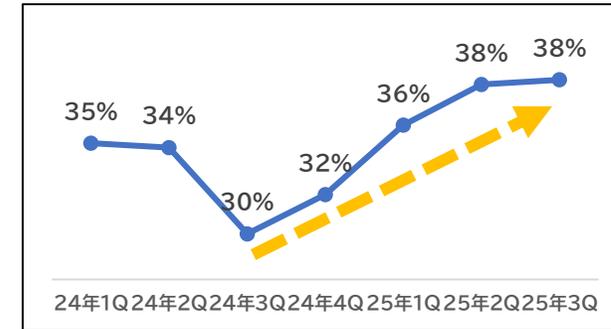
#### 中国の開発子会社清算

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

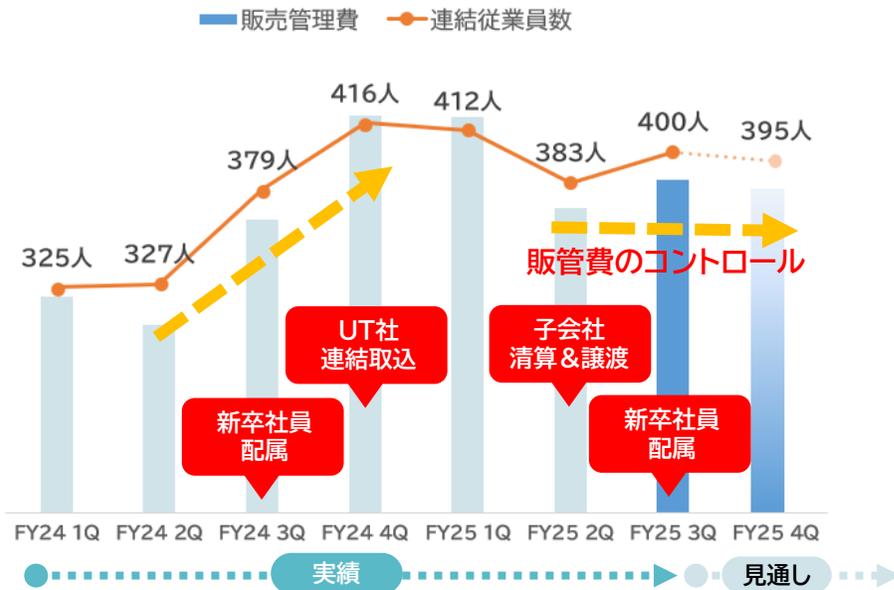
### 来期以降に向けて

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

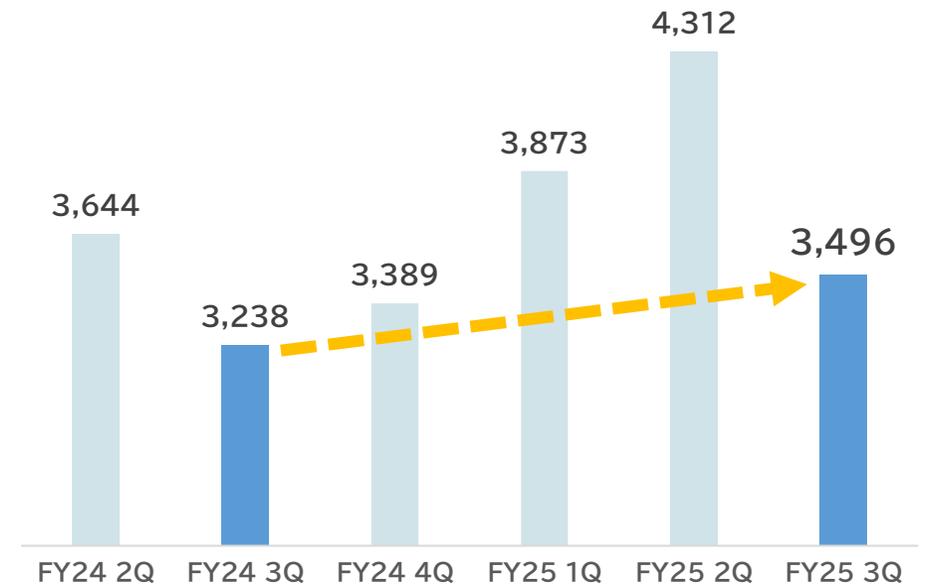
今後の人員増は抑制的に 生産性の向上により**販管費の増分以上の売上成長を狙う**

#### 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3四半期 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

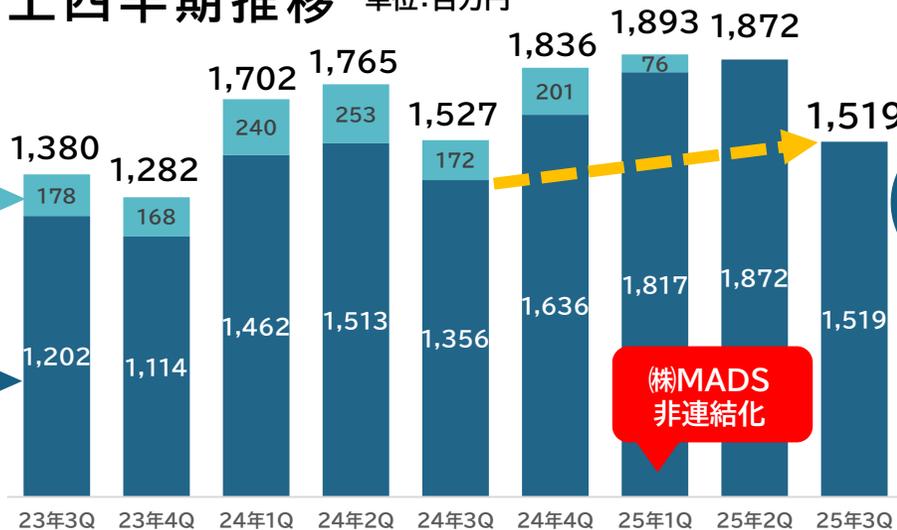
# データプロダクトの売上・粗利推移

主力事業であるUNIVERSEの売上は前年同期比12%増  
 データプロダクト全体では、(株)MADSの非連結化による減少を補う水準まで売上が拡大  
 生産性向上により粗利はさらに拡大し24%増

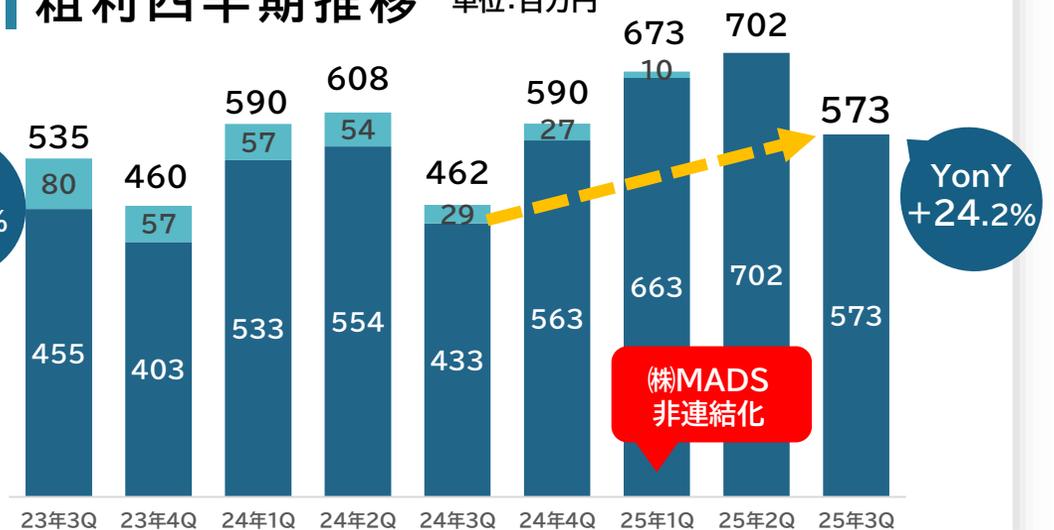
## 売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2024年9月期 第3四半期	2025年9月期 第3四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,527	1,519	▲8	▲0.5%
売上総利益	462	573	+112	+24.2%

## 売上四半期推移 単位:百万円



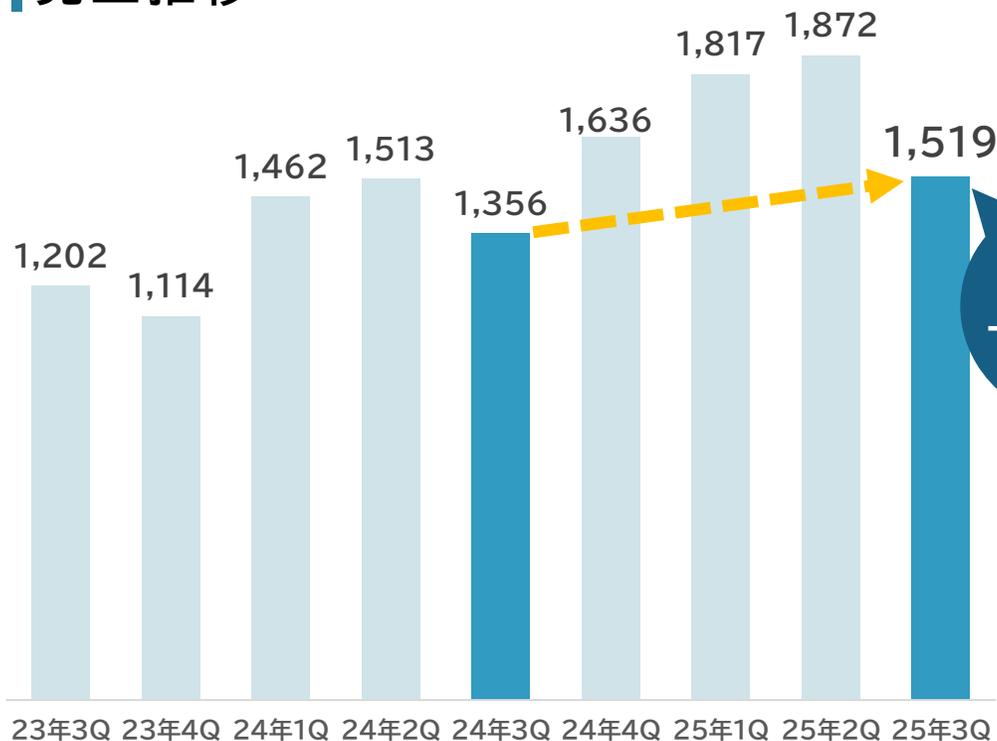
## 粗利四半期推移 単位:百万円



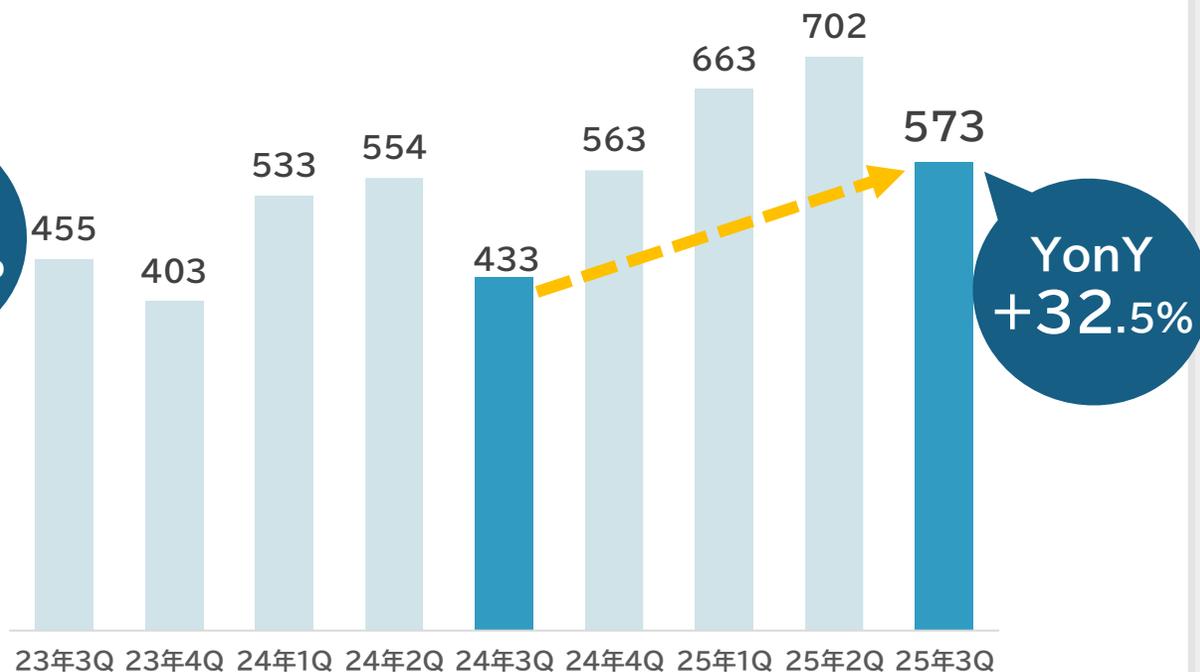
# データプロダクト「UNIVERSE」の売上・粗利推移

前期に採用した人員の戦力化が進み**売上は12%増**  
生産性向上により利益率も向上し**粗利は32%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

中小顧客を中心にBtoBの「シラレル」や、人材領域の「MARBLE」が安定的な売上を創出  
夏季の需要拡大に向けて、飲料メーカー等を中心に「Pantry」の売上が増加

B to B

シラレル

人材

MARBLE  
マーブル

飲料・食品

高成長

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

医療・製薬

IASO

EC

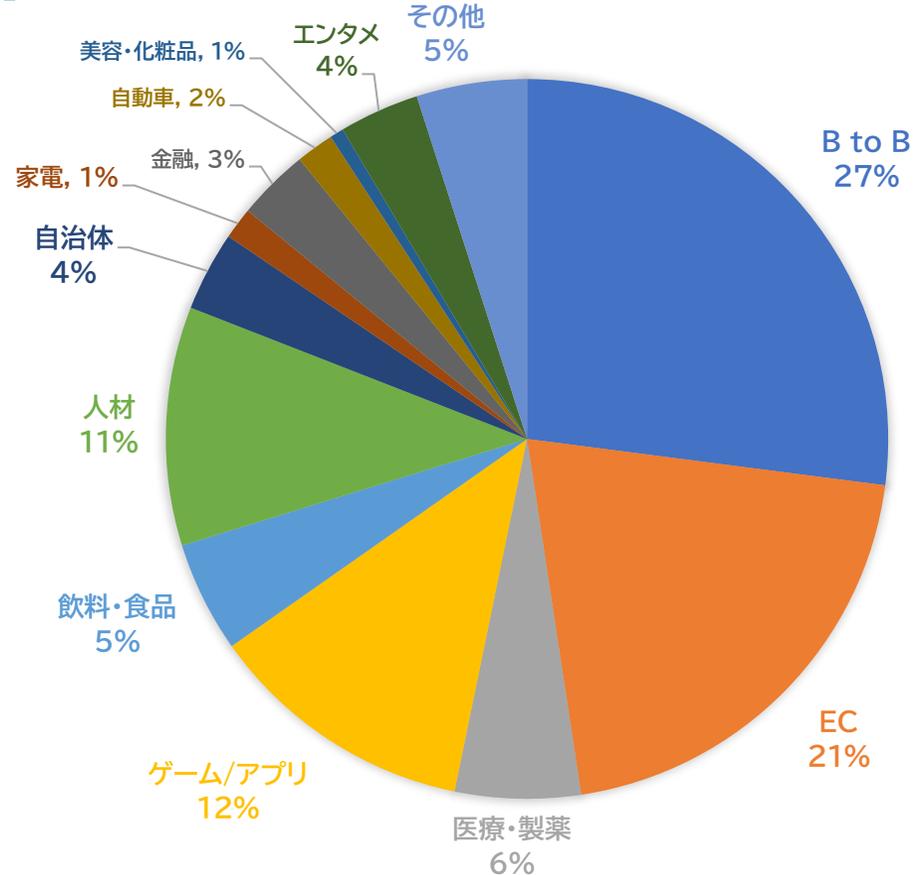
金融  
(新NISA向け)

... 全19業種

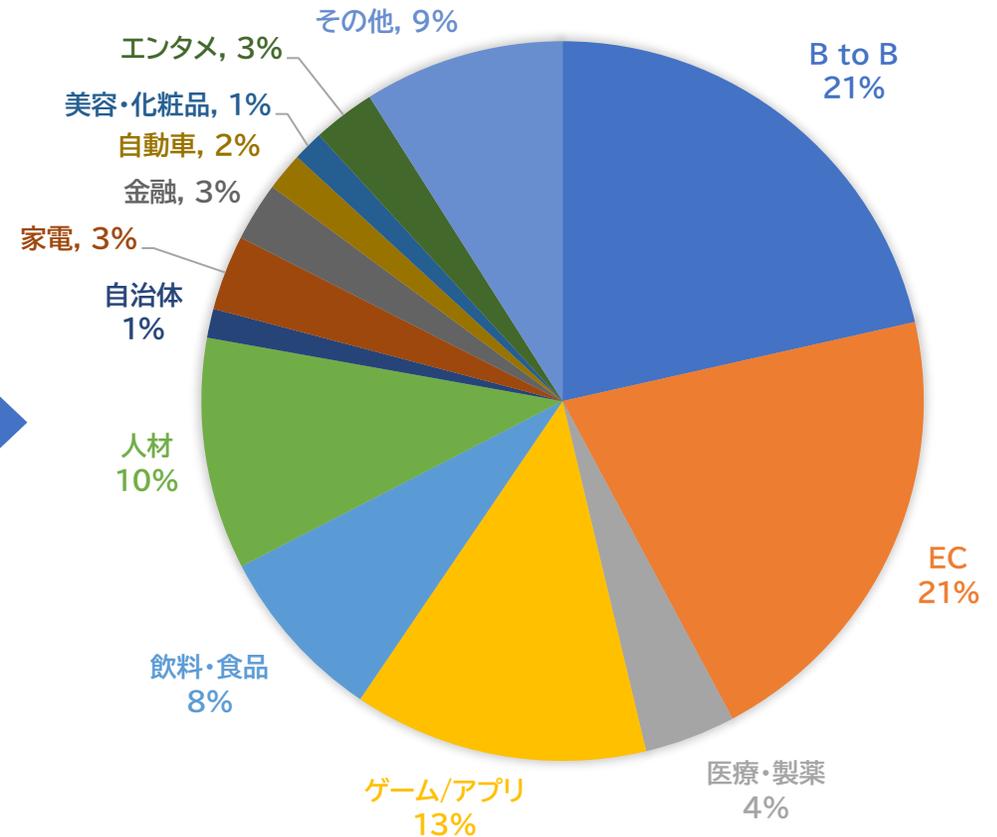
# UNIVERSEにおける業種毎のシェア

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**

## 25年第2四半期の業種ごと売上シェア



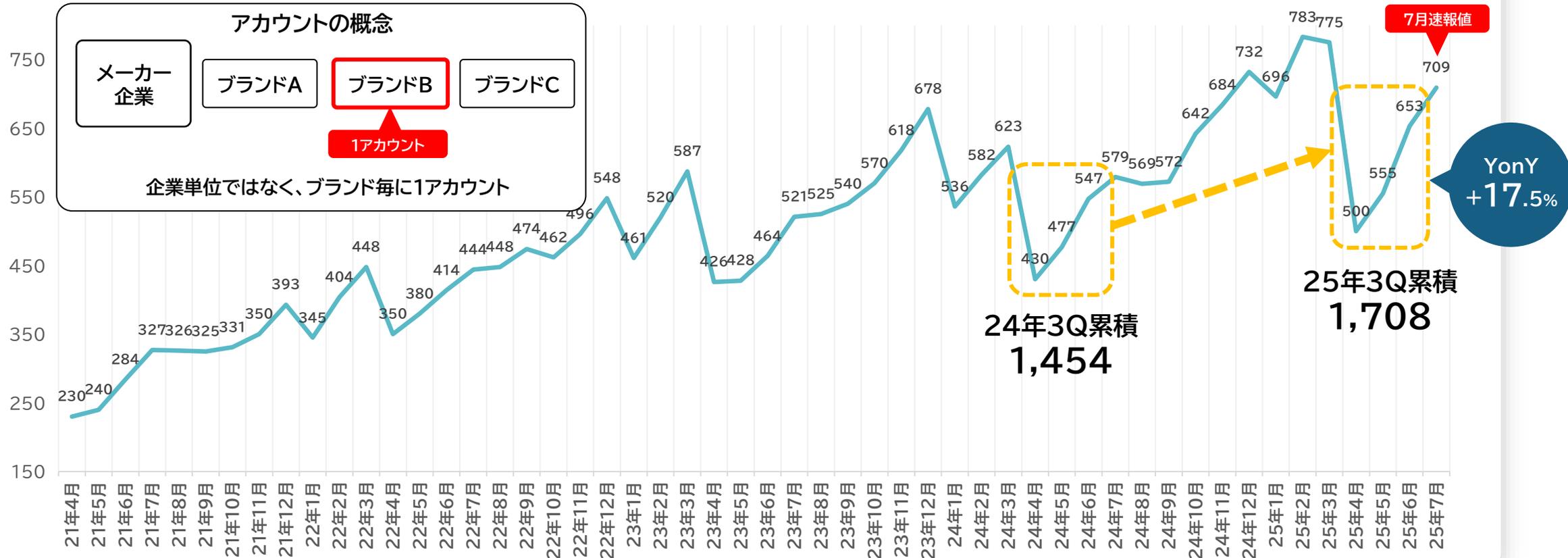
## 25年第3四半期の業種ごと売上シェア



# 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17%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3四半期 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

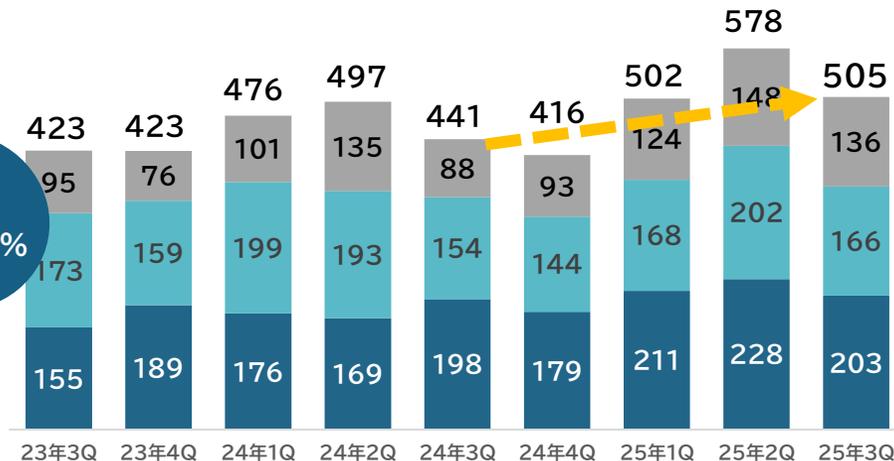
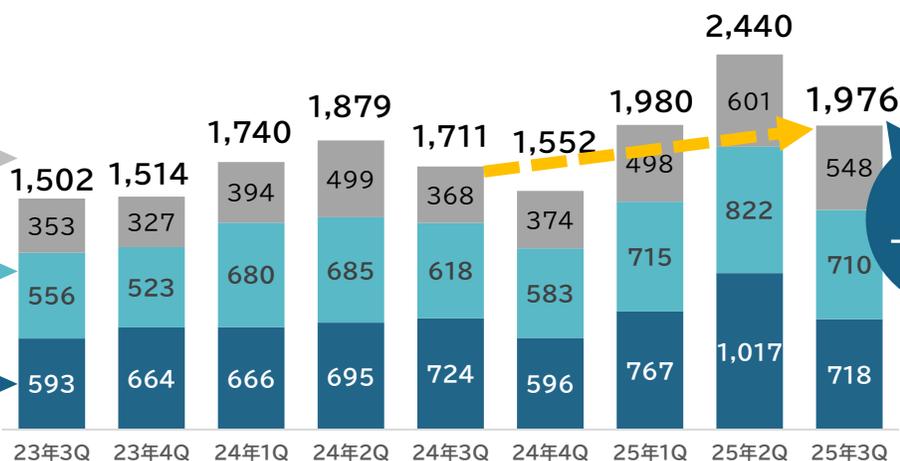
国内メディア向け事業が好調に推移し **前年比で増収・増益**

## 売上・粗利 前年同期比

(百万円)	2024年9月期 第3四半期	2025年9月期 第3四半期	増減	
			増減額	%
売上高	1,711	1,976	+266	+15.5%
売上総利益	441	505	+64	+14.5%

## 売上四半期推移 単位:百万円

## 粗利四半期推移 単位:百万円

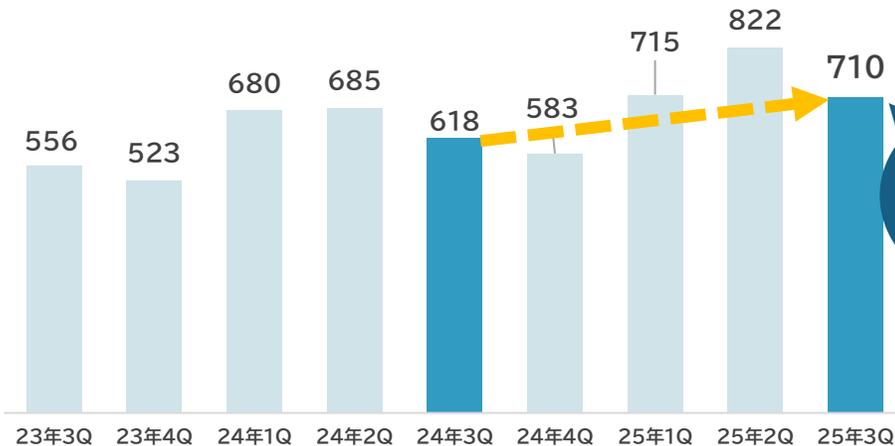


# コンサルティング-メディア向け

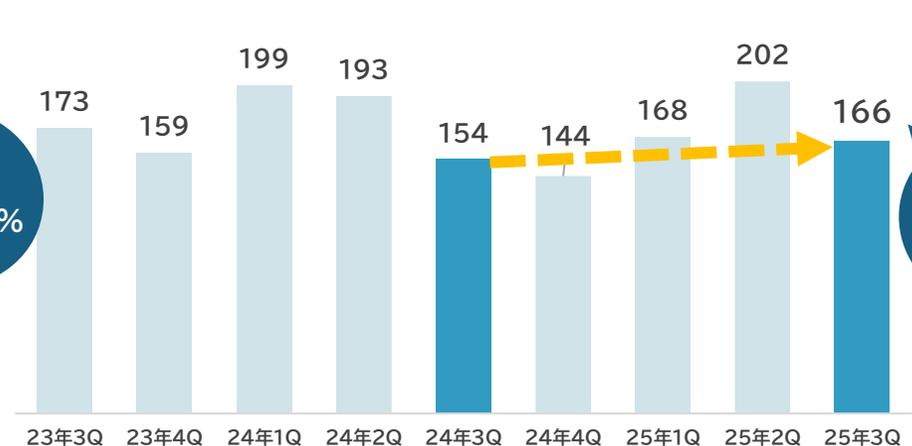
インターネットメディアの広告収益最大化を支援するコンサルティングサービス  
**売上高は前年比14%増、供給する広告サービスの構成変化により粗利は前年比7%増**



売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円

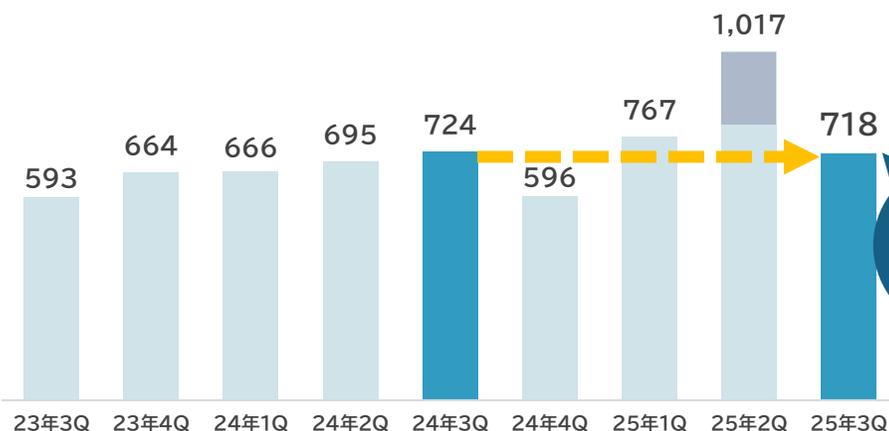


# コンサルティング-海外

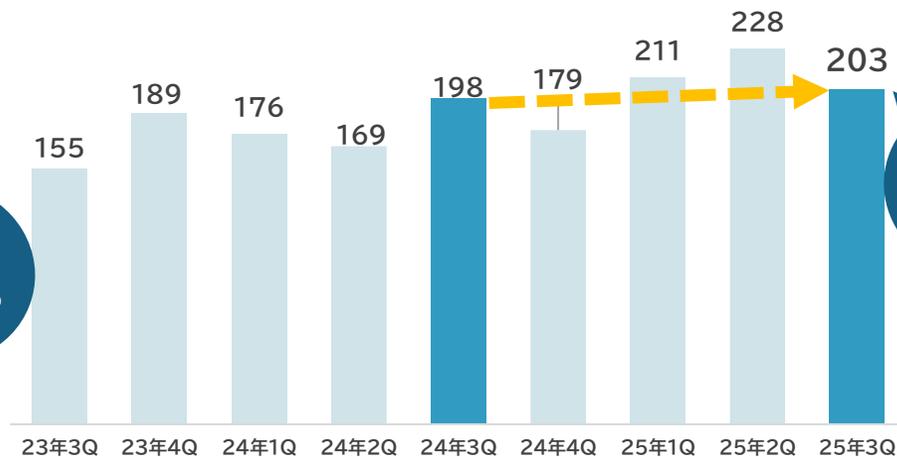
前年同四半期はIPとのコラボ商品(株IPmixer)の物販売上があったが  
 今期は販売売上の計上が無かったため、売り上げは微減  
 第4四半期に向けては**IPmixerによる上半期に実施した物販売上が計上予定**



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3四半期 パフォーマンス推移

(単位:千円)	25年9月期 第1四半期			25年9月期 第2四半期			25年9月期 第3四半期			第3四半期 累計
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
月初総資産	386,126	387,370	387,181	389,472	385,657	381,342	385,984	379,566	377,587	-
損益額	1,244	-189	2,291	-3,815	-4,315	4,642	-6,418	-1,979	-10,365	-18,904
損益率	0.32%	-0.05%	0.59%	-0.98%	-1.12%	1.22%	-1.66%	-0.52%	-2.75%	-

25年9月期 第3四半期終了時点の年利換算

**-6.47%**

4月の急落によるアルゴリズム変化で損失  
現行モデルを停止し、来期から新しいモデルに切替

# Agenda

- ① 2025年9月期 第3四半期 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

# 新規事業及び事業提携に関して

2025年6月に日本国内で正式ローンチした **TikTok Shop** 関連の子会社を新たに設立

## 株式会社IZULCAの設立

2025年6月設立



中国・深センを拠点にTikTokライブコマース事業を行う  
Pinspaceグループとの合併会社

IZULCAでは**Pinspaceグループの日本進出支援**を行う

Pinspaceグループは中国のTikTok Shopで  
**7時間20億円の販売実績**

## 株式会社UNIVERSE PULSEの設立

2025年6月設立



TikTok Shop参入を総合的に支援する子会社を新たに設立

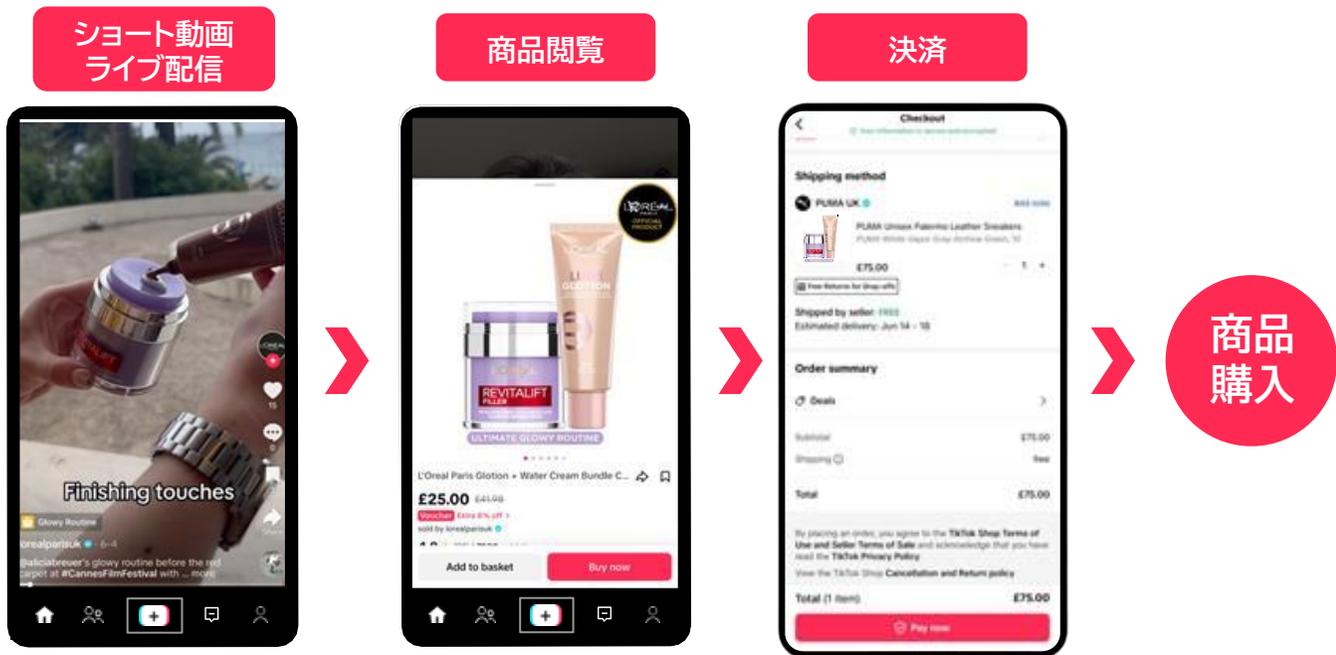
「UNIVERSE」データと分析力を軸に、事業提携によって構築した独自のインフルエンサーネットワークを強みとする

**TikTokの公式認定パートナーに選定され  
より高度なサービス提供が可能**

# TikTok Shopに関して

TikTok内で商品認知から購入までが完結するソーシャルコマースと呼ばれる新しいECの形  
2024年の流通総額は全世界で5兆円まで拡大※1 2025年6月に日本国内で正式ローンチ  
UNIVERSE PULSEでは、アフィリエイトやクリエイターのマッチングを通じたフィーを収益として事業を展開

TikTok内で商品の認知から購入までが完結



## 株式会社UNIVERSE PULSE

二つのTikTok Shop公式パートナーに認定



様々な企業やメディアと事業提携し  
クリエイターネットワークを拡大



# 新規事業及び事業提携に関して

海外向けコンサルティングの事業に属する(株)IPmixerにおいて新しい取り組みを実施

## IPmixerによる国内メーカーの海外進出支援



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

新たに日本のメーカーと、海外で認知度の高いインフルエンサーとのコラボレーション商品の企画・販売を実施

**1ヵ月で単価1万円以上の商品を3,200個以上販売**



受注期間	: 2025年5月1日～5月31日
販売個数	: 3,288個
販売金額	: 蓋なし / 日本円で約12,000円
	: 蓋つき / 日本円で約18,000円
販売地域	: 台湾

# 新規事業及び事業提携に関して

国内向けコンサルティングの事業において新しい取り組みを実施

## Googleプラットフォーム活用による動画広告事業



Google  
Ad Manager

インターネットメディアの広告収益最大化を支援するサービスである「MicroAd COMPASS」の国内実績が認められ

**Googleのアドマネージャーとの連携を実現**

**需要が急増するコネクテッドTVなどの  
インストリーム動画広告サービスを新たに開始**

# 総合データカンパニーに向けて

UNIVERSEのデータ分析力や人材アセットを軸にして、**今期からtoC領域にも事業を拡大**

## BtoB領域

広告をはじめとするマーケティング事業



## BtoC領域

TikTok Shopや海外消費者への物販事業



新領域

# Agenda

- ① 2025年9月期 第3四半期 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**

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 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 1,029,144,448円  
(2025年6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 400名  
(連結、2025年6月末時点)

取締役・監査等委員

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  
(株)UNIVERSE PULSE

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

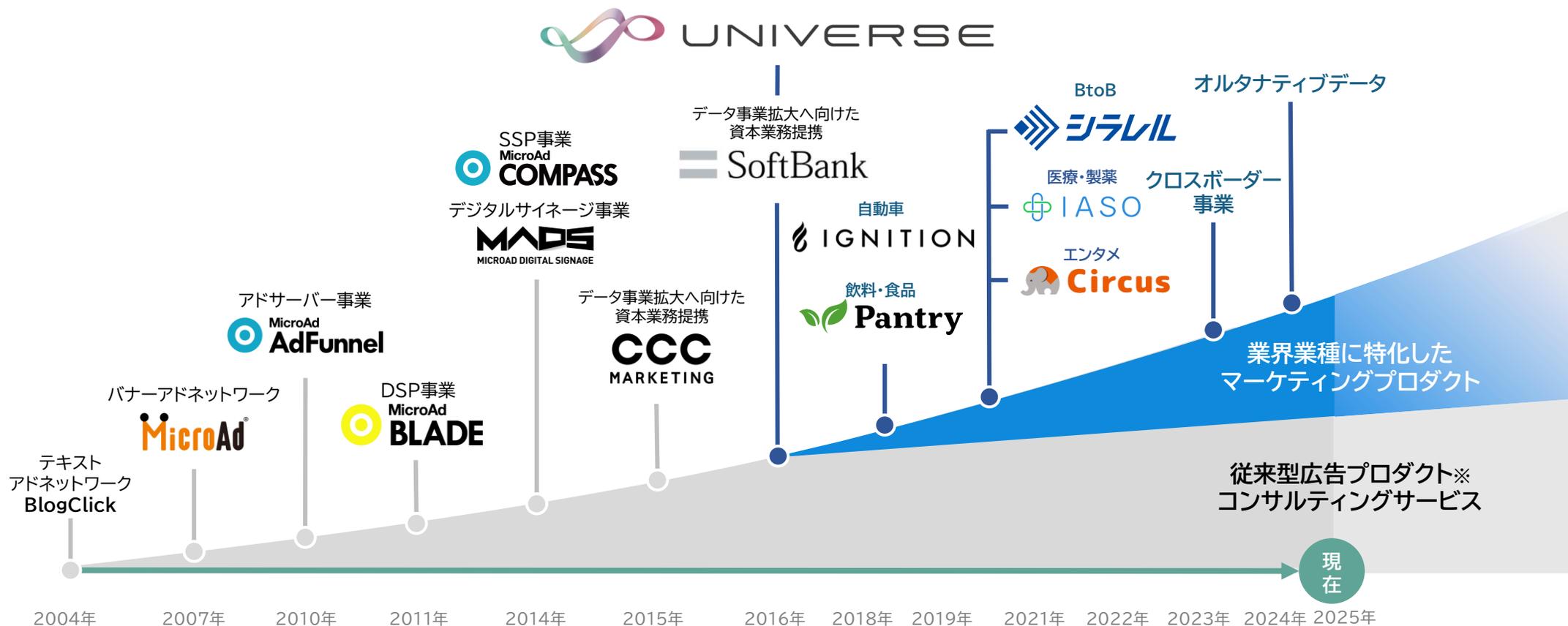
2002年SIer入社。金融会社向けシステム開発に携わる。2004年サイバーエージェント入社。当社の前身となるBlogClick事業の立ち上げに参画する。以後当社事業に携わりプロダクト開発を中心に幅広い業務を担当する。現在の管掌はデータソリューションサービス。



## 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

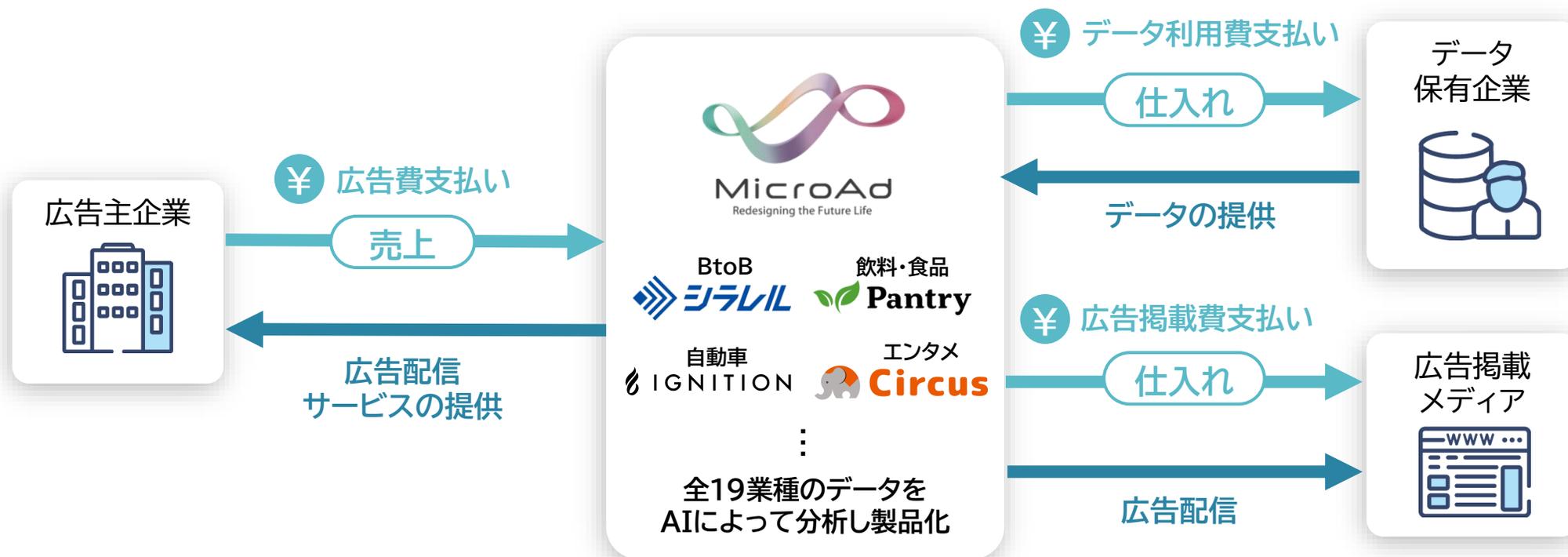
※2024年11月より運営する㈱MADSの株式譲渡により非連結化



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。

