



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社マイクロアド(証券コード:9553) | 2025年11月

目次

- ① 会社概要
- ② 2025年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略および業績予想
- ⑥ リスク情報

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 1,033,554,448円
(2025年9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 388名
(連結、2025年9月末時点)

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)

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

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。



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”

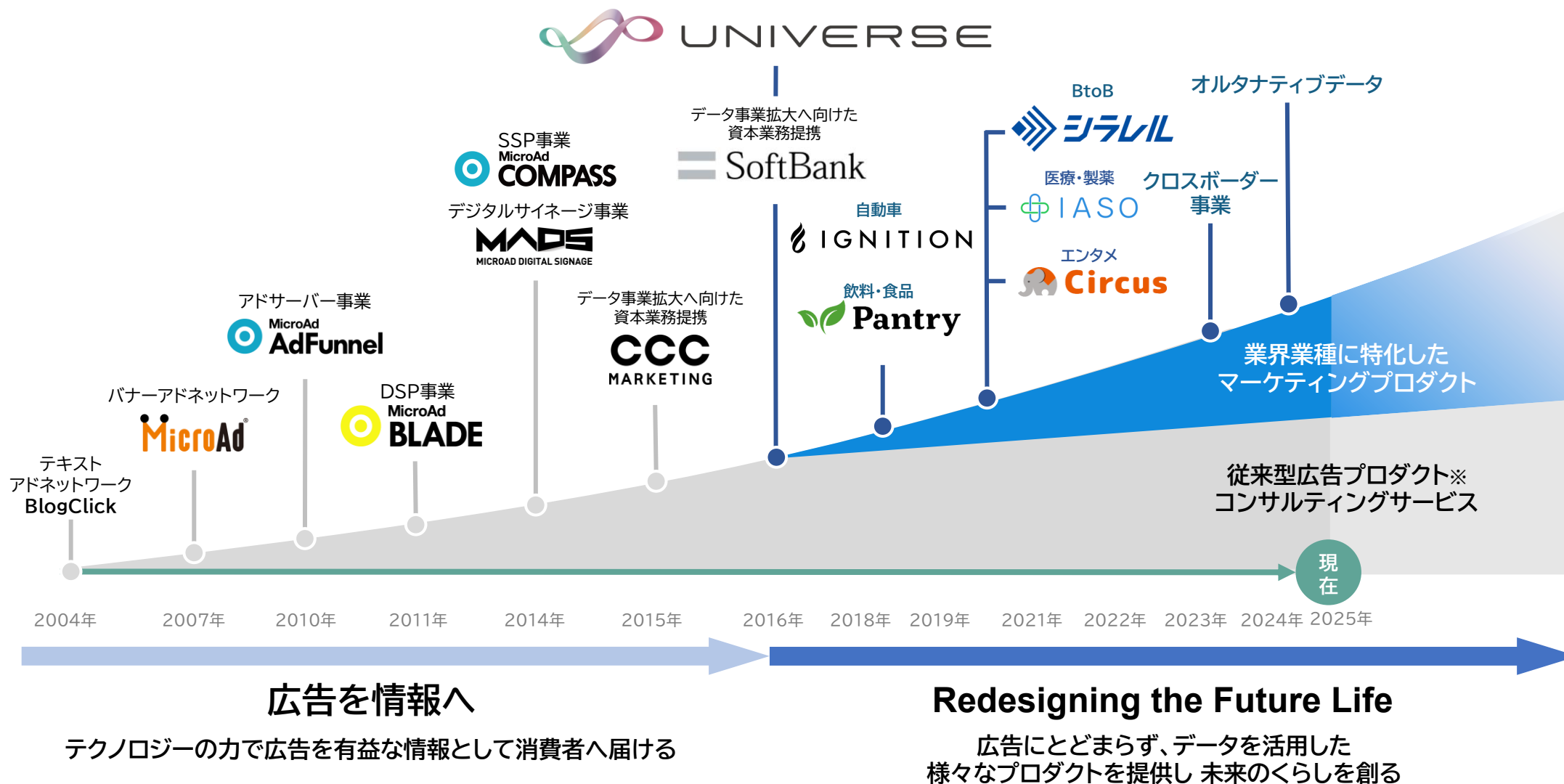
マーケティング

物流・小売

金融

医療

マイクロアドの沿革



目次

- ① 会社概要
- ② **2025年9月期 連結業績**
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略および業績予想
- ⑥ リスク情報

2025年9月期 連結業績サマリ

2025年9月期は、生産性向上施策に注力したことで、売上の拡大と利益率の改善に成功
CVC事業における投資有価証券の減損(約3.3億円)とソフトウェア資産の減損(約1.3億円)に加え
2025年9月には決算賞与(約0.98億円)も実施しており、**実際の利益創出力は前期から大きく成長**

(百万円)	2024年9月期	2025年9月期	増減	
			増減額	%
売上高	13,712	15,670	+1,957	+14.3%
売上総利益	4,079	4,808	+728	+17.9%
調整後営業利益 ※営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用	375	784	+409	+109.0%
営業利益	307	613	+305	+99.4%
経常利益	294	531	236	+80.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	282	195	▲87	▲31.0%

2025年9月期 業績予想に対する進捗

2025年9月期に注力した生産性向上施策が想定以上の効果を上げ、期中に2回の上方修正を実施
特に各段階利益に関しては当初の業績予想から大きく拡大

(百万円)	業績予想 (2024年11月14日発表)	業績予想修正 (2025年5月15日発表)	業績予想修正 (2025年8月14日発表)	2025年9月期 実績	直近業績予想 に対する進捗
売上高	15,004	15,004	15,291	15,670	102.5%
売上総利益	4,298	4,397	4,598	4,808	104.6%
調整後営業利益※	368	514	727	784	107.9%
営業利益	219	340	553	613	110.8%
経常利益	207	364	468	531	113.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	30	30	163	195	119.2%

※ 調整後営業利益 = 営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用

サービス毎の業績予想に対する進捗

データプラットフォーム事業を構成するいずれのサービスにおいても
生産性向上施策が想定以上の効果を上げ、売上総利益に関しては当初の業績予想から大きく拡大

データプロダクトサービスの進捗

(百万円)	業績予想 (2024年11月14日発表)	業績予想修正 (2025年5月15日発表)	業績予想修正 (2025年8月14日発表)	2025年9月期 実績	直近業績予想 に対する進捗
売上高	7,885	7,326	7,074	6,991	98.8%
売上総利益	2,523	2,457	2,536	2,605	102.7%

コンサルティングサービスの進捗

(百万円)	業績予想 (2024年11月14日発表)	業績予想修正 (2025年5月15日発表)	業績予想修正 (2025年8月14日発表)	2025年9月期 実績	直近業績予想 に対する進捗
売上高	7,118	7,677	8,216	8,679	105.6%
売上総利益	1,775	1,939	2,061	2,202	106.8%

目次

- ① 会社概要
- ② 2025年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル**
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略および業績予想
- ⑥ リスク情報

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**」の二つの事業

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

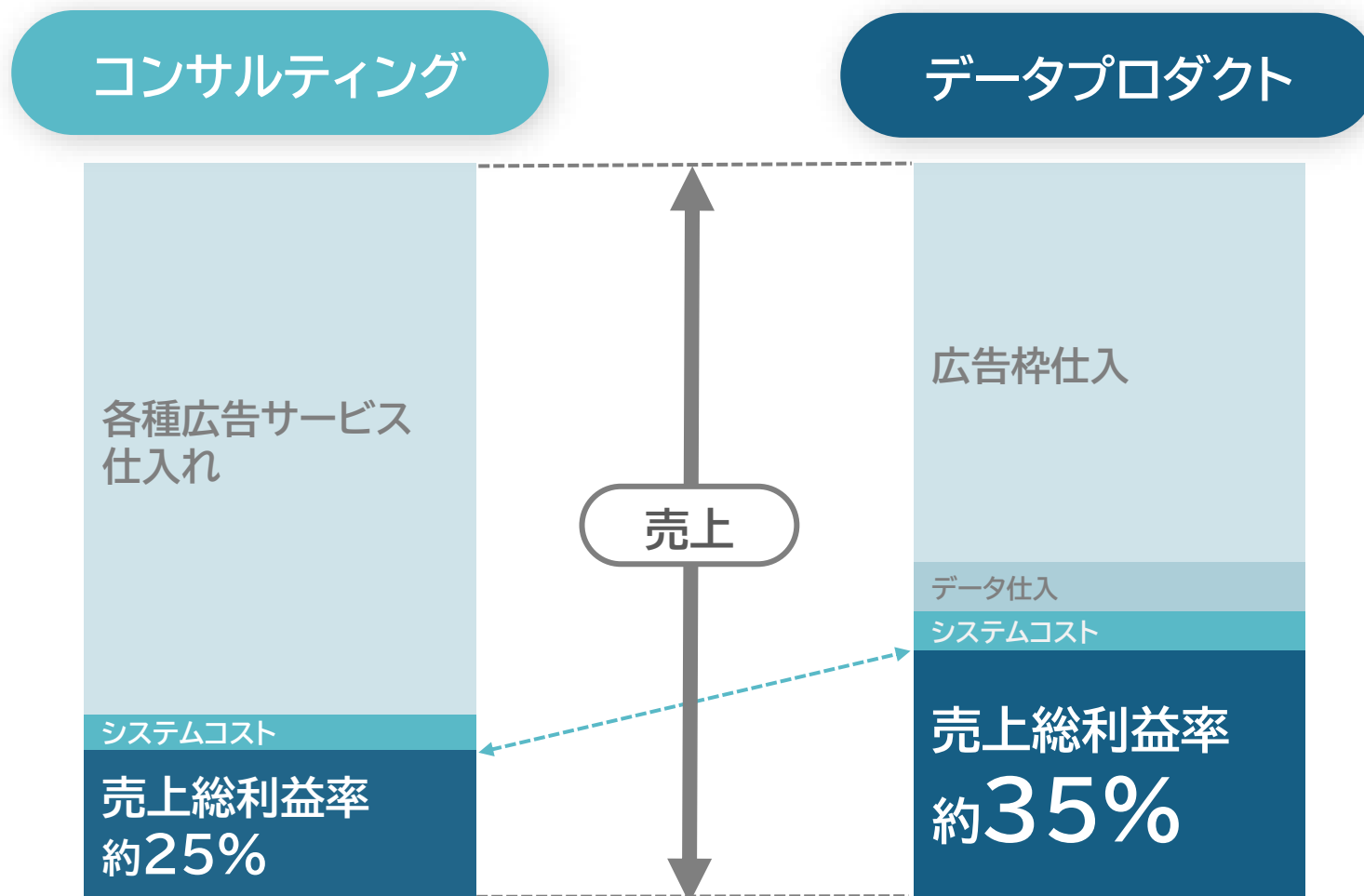
※2024年11月より運営する㈱MADSの株式譲渡により非連結化



MONOLITHS

事業毎の収益性

データプロダクトはデータ活用と独自の分析技術による高い付加価値によって高収益を実現



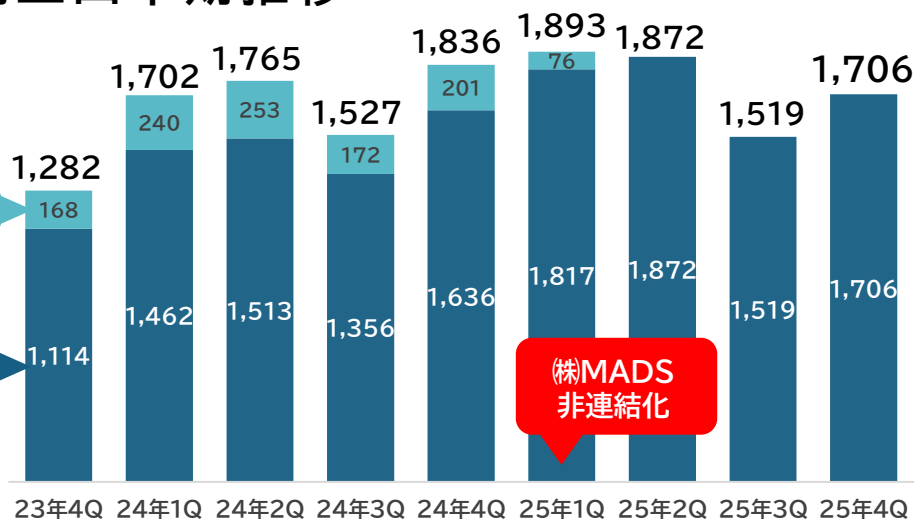
データプロダクトの売上・粗利推移

主力事業であるUNIVERSEの売上は**前期比15%増**、生産性向上により**粗利はさらに拡大し24%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分を超えるまで売上・粗利が拡大**

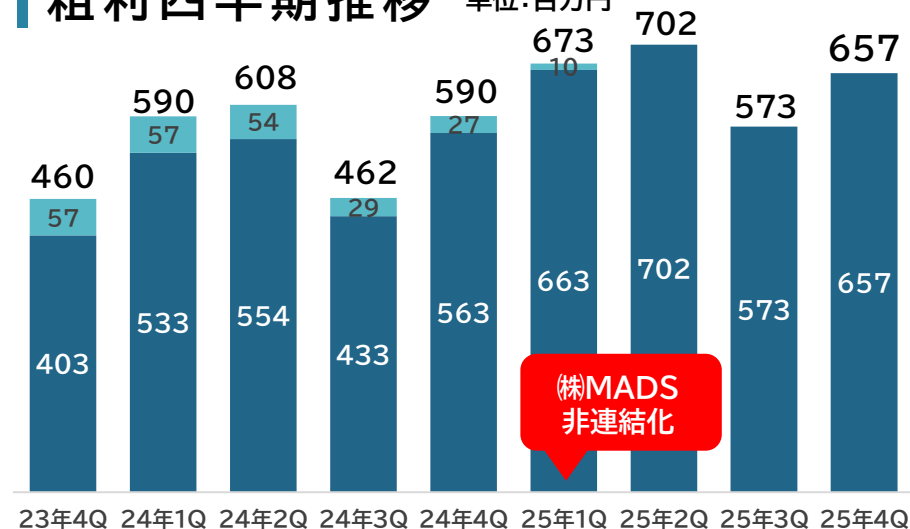
売上・粗利 通期比較

(百万円)	2024年9月期	2025年9月期	増減	
			増減額	%
売上高	6,831	6,991	+160	+2.3%
売上総利益	2,249	2,605	+356	+15.8%

売上四半期推移 単位:百万円

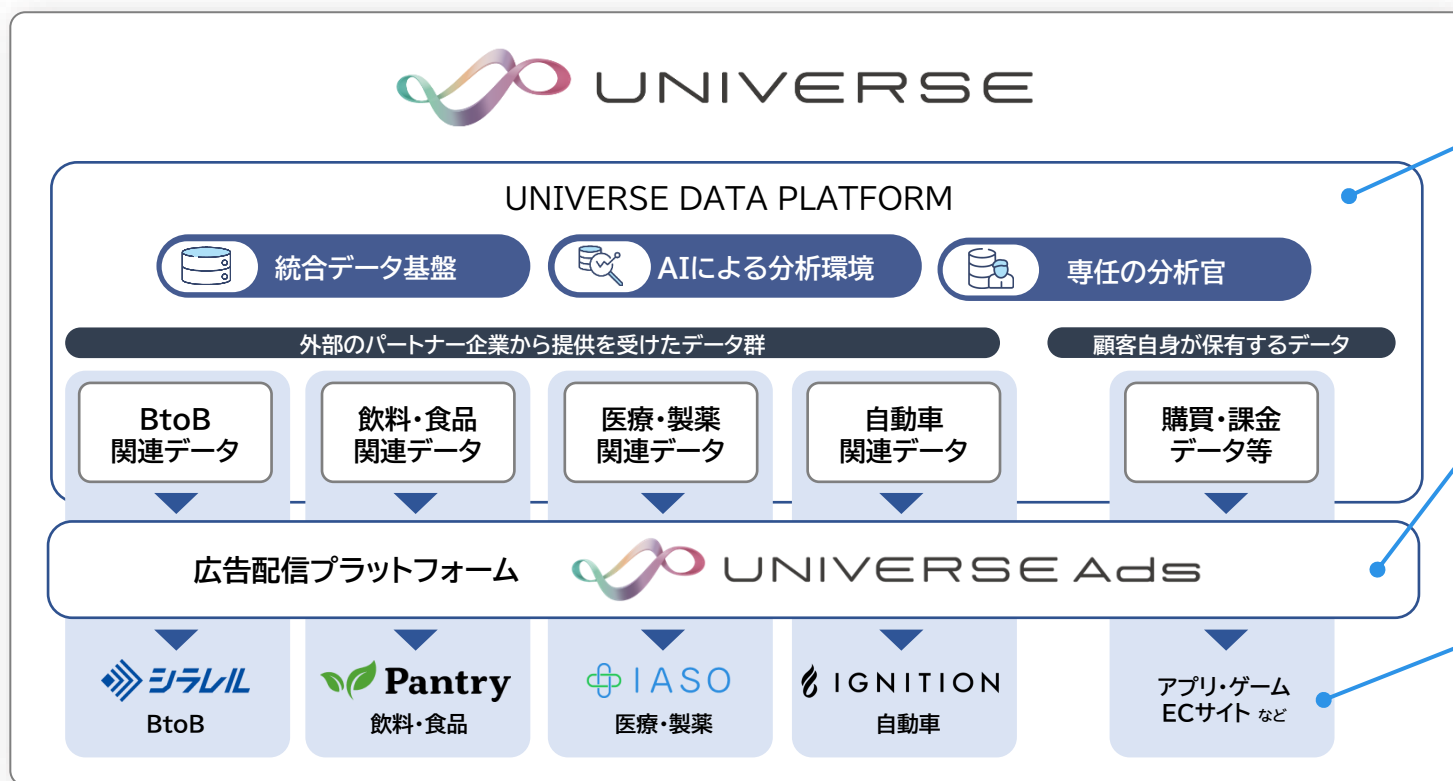


粗利四半期推移 単位:百万円



データプロダクト「UNIVERSE」について

従来型広告プロダクトにおいては、広告主の業界業種に関わらず、画一的なターゲティング機能を提供するものであったが、UNIVERSEでは膨大なデータから業界業種毎の消費行動プロセスの違いを分析することで、特定の製品カテゴリ毎に比較検討を開始したユーザー、最終的な購買検討段階に移行したユーザー、購買意欲が急激に高まった瞬間など、ひとりひとりの製品認知・購買プロセスの段階に応じた、より効果的な広告配信を実現している。



UNIVERSE DATA PLATFORM

200を超える外部のデータ保有企業・メディア(※1)から、業界・業種に特化した消費行動データを収集・蓄積。そのデータを活用し、AIや専任の分析官によって業界業種毎の消費行動モデルの分析を行い、各種プロダクトの広告配信に活用。

UNIVERSE Ads

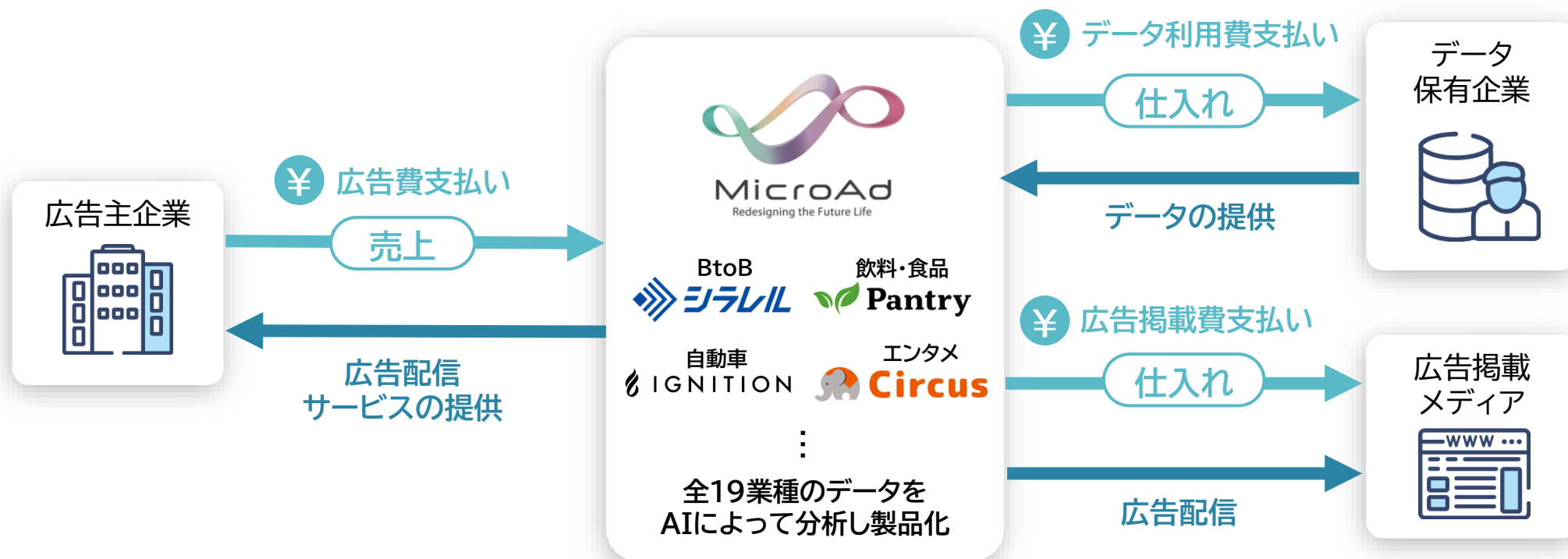
広告主向けの広告配信プラットフォーム。RTB(※2)という技術を用いて、ユーザー毎にリアルタイムに最適な広告を選択し、オークション形式で広告配信を行う。入札最適化機能によって、広告配信の費用対効果の最大化を実現。

業界業種に特化したプロダクト展開

二つのプラットフォームを組み合わせることで、業界業種に特化した複数のプロダクトを開発。2024年9月時点で19業種に展開。

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



データプロダクト「UNIVERSE」のソリューション例

UNIVERSEが提供する業界業種に特化した各種マーケティングプロダクトが解決する課題
全19業種のプロダクト展開を行っており、データ活用を行う主要な5製品を抜粋

プロダクト	企業の課題	UNIVERSEのソリューション
	人事部門や経理部門の決裁権者に アプローチできない	>>> データを活用し企業の 特定部門の役職者等を推定し直接アプローチ
	規制強化によって 医薬品の営業活動が行えない	>>> データを活用し特定の疾患予備軍を推定することで 疾患やワクチンの啓発活動を実施
	実店舗での商品購買に対して 広告宣伝がどの程度効果があったのか分からない	>>> 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
	自動車購買の比較検討のデジタル化が進み、 消費者の購買意欲が正しく把握できない	>>> 比較検討～購買直前までの 消費者毎の購買意欲の段階に応じたマーケティングを実現
	エンタメ作品ごとの 細かな趣味嗜好に沿った宣伝が行えない	>>> 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実現

データプロダクト「UNIVERSE」の分析例

自動車向け IGNITION の分析プロセス

自動車メディア
アクセスログ

メディアA

メディアB

メディアC

⋮

分析① 閲覧コンテンツの分類

メーカー

LEXUS

TOYOTA

NISSAN ...

車種

プリウス

ノート

レガシィ ...

ボディタイプ

ミニバン

SUV

セダン ...

価格帯

100万～
199万200万～
299万300万～
399万 ...

自動車メディアから収集したアクセスログから、各ページのコンテンツを日本語解析技術によって分析し、コンテンツを分類。
この分析によって、**消費者の自動車に対する興味関心データを蓄積し活用**

分析結果を活用した広告配信例

価格帯

300万～
399万

ボディタイプ

SUV

**300万円台のSUV購入検討
ユーザーへ広告配信**

分析② 購買意欲の分析

購買プロセス

芽生期

関心期

学習期

絞込期

決断期

自動車に関心を
持ち始める購入に向けた
情報収集を開始比較検討軸を
考え始める比較検討の
最終段階購入直前の
情報収集

検討車種

2台～

5台～

～3台

2台

膨大な自動車メディアのアクセスログを分析することで、自動車購買プロセスにおいて、**消費者一人一人がどの段階にいるかを推定することが可能**

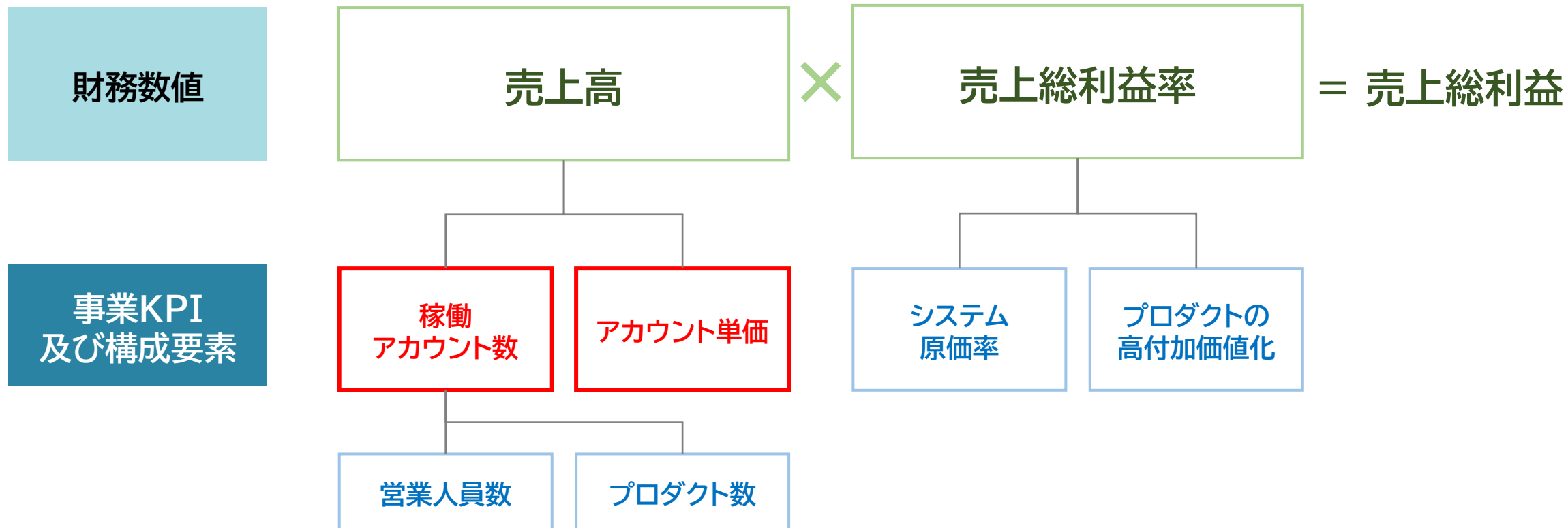
絞込期

- ・燃費等の機能性比較に関する情報へ接触
- ・レビューコンテンツを頻繁に閲覧
- ・検討車種数は3台以内

**比較検討の最終段階の
ユーザーへ広告配信**

経営上の目標とするKPI

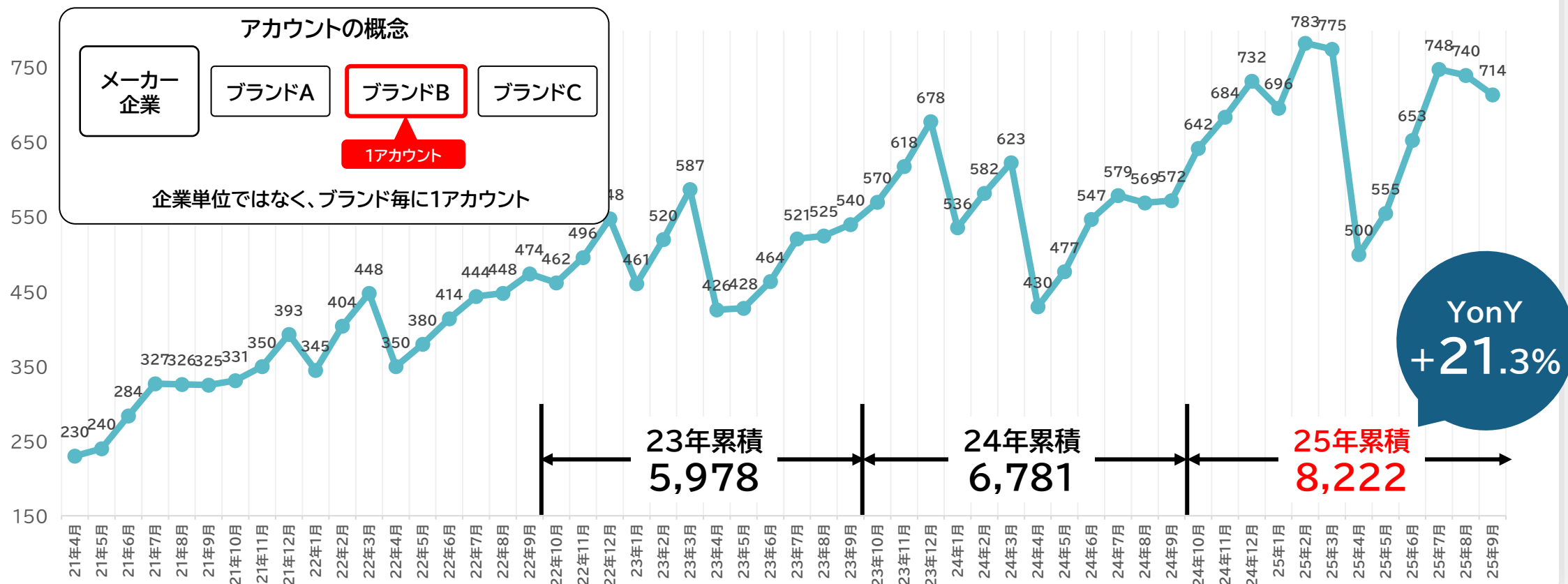
収益性の高いデータプロダクト「UNIVERSE」の稼働アカウント数及び、アカウント単価の拡大が業績拡大へ向けた重要なKPIと認識



データプロダクト「UNIVERSE」のKPI – 稼働アカウント

前回開示の「⑤市場環境と成長戦略」におけるデータプロダクトの拡大戦略の
各施策を実行したことで、**25年通期の稼働アカウント数は8,222となり、前期比21%増**の成長

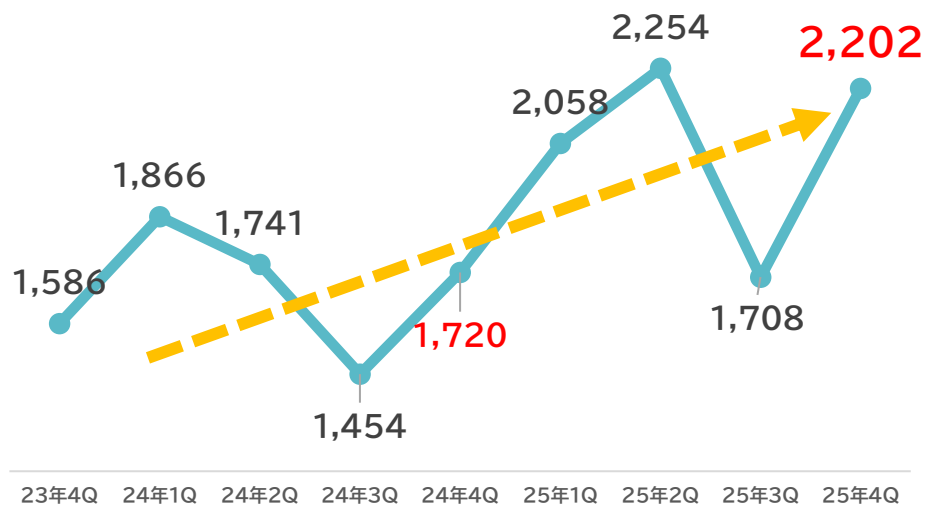
稼働アカウントの月次推移



UNIVERSE稼働アカウント数と顧客単価の推移

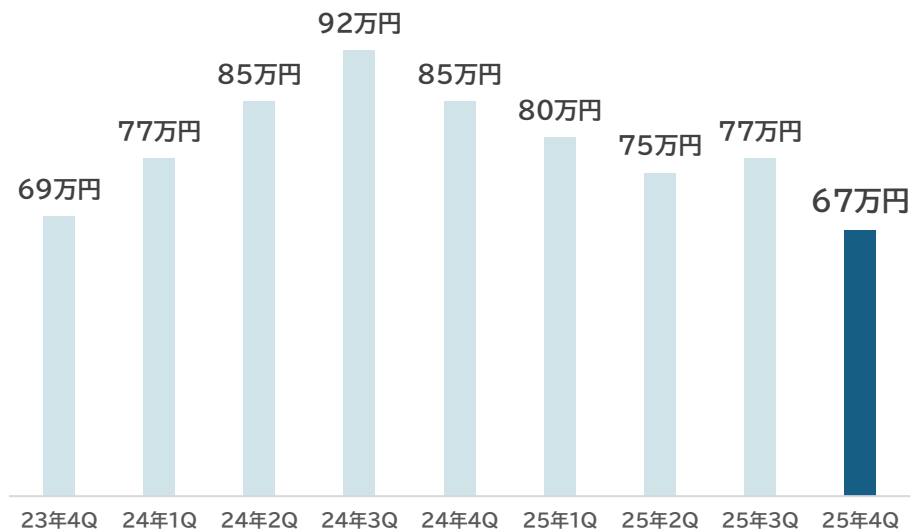
25年第3四半期は非需要期につき例年通りアカウント数は落ち込むが
その後回復し、25年第4四半期の前年同期比では28%増

稼働アカウントの推移



3Qの一時的な減少から回復しアカウント数は拡大

平均顧客単価の推移

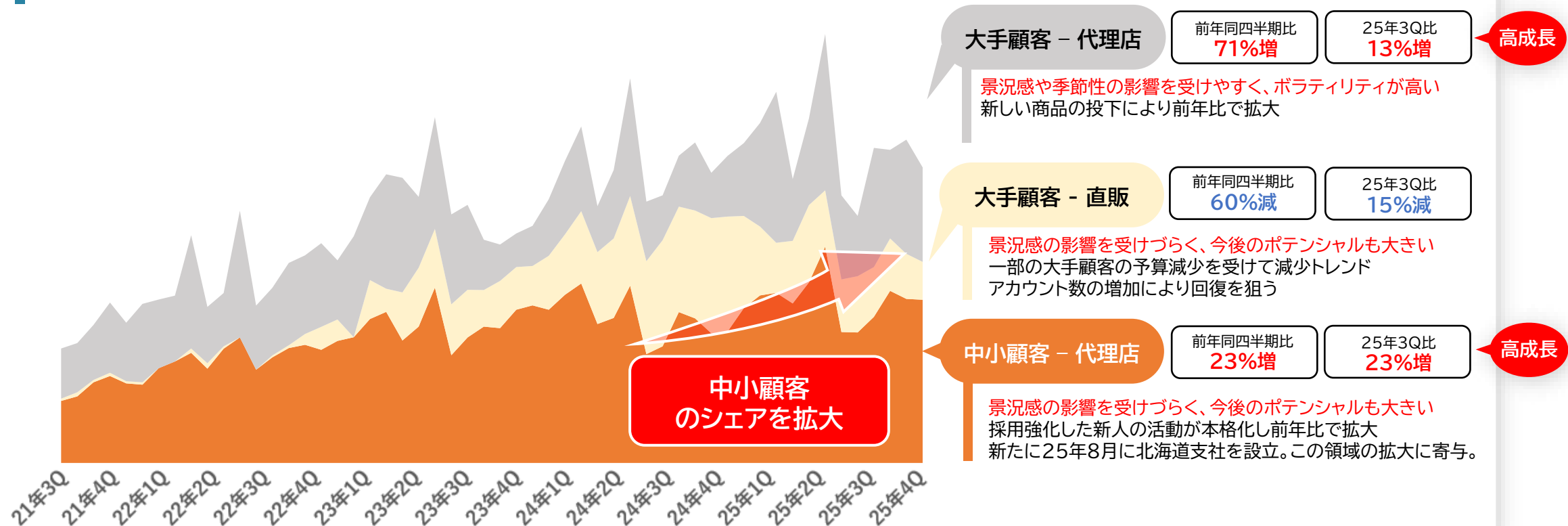


中小顧客が増加しているため
単価は若干減少

UNIVERSEの顧客属性ごとの推移と見通し

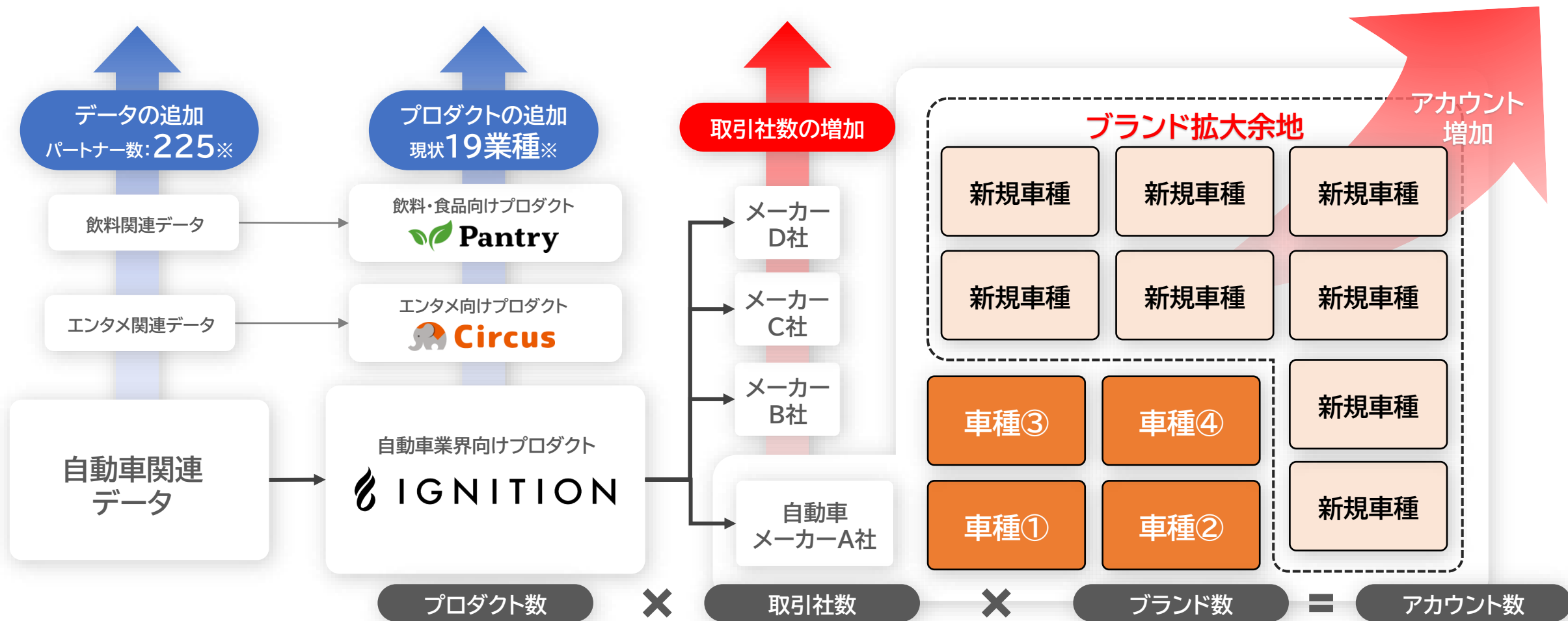
顧客基盤として安定的な成長が期待できる「**中小顧客**」にフォーカス
新人社員の配属や営業拠点の拡大など重点的にリソースを投下

顧客属性毎の売上推移と四半期比較



UNIVERSEのアカウント数拡大に向けた戦略

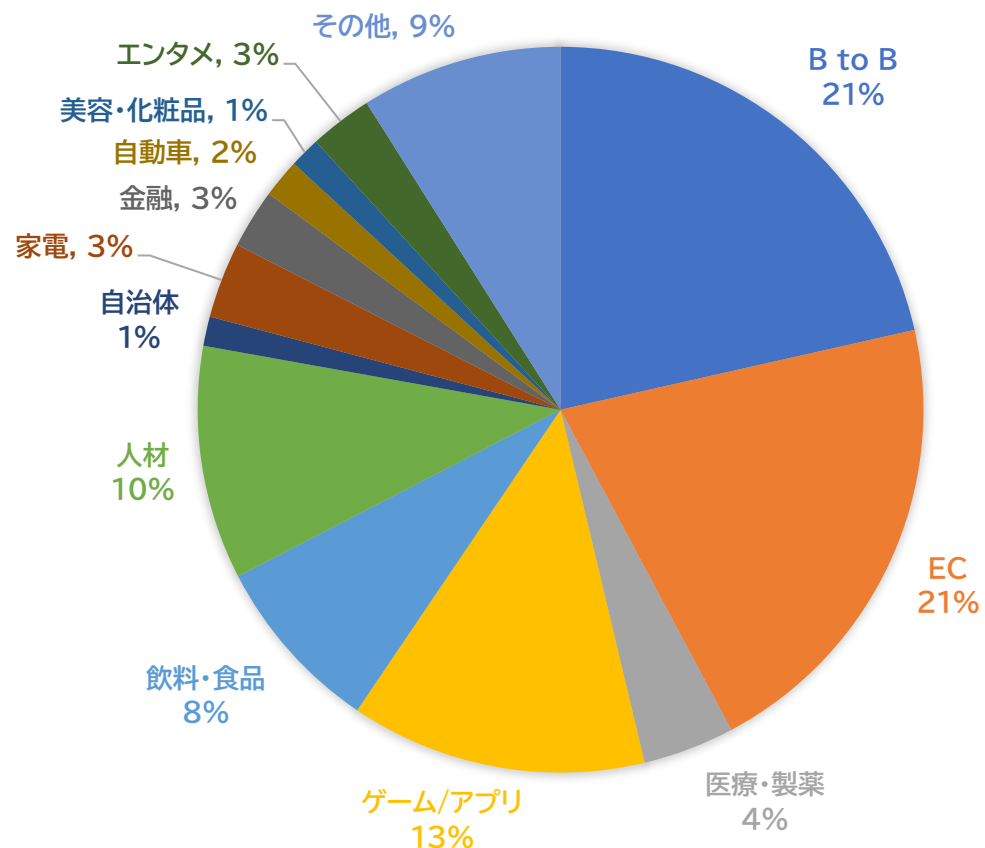
新しい業界業種へのプロダクト展開に加え、
既存顧客企業の製品ブランドへの横展開によってアカウント数の拡大を狙う



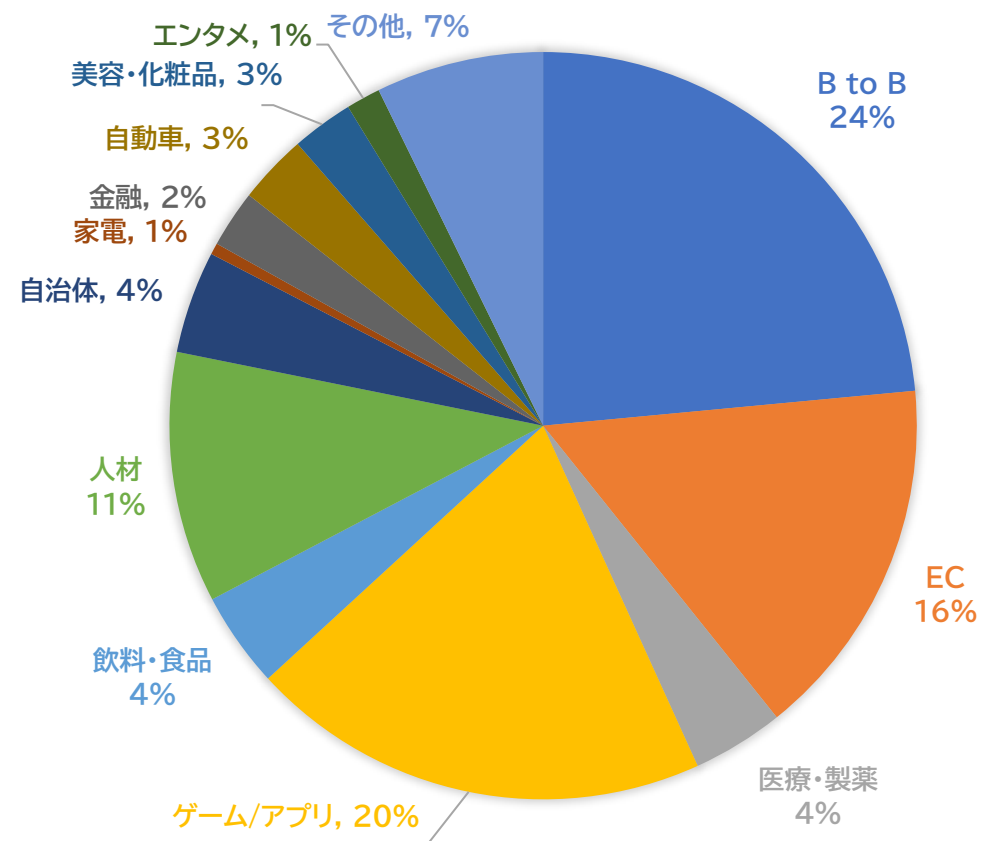
UNIVERSEにおける業種毎のシェア

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3四半期の業種ごと売上シェア

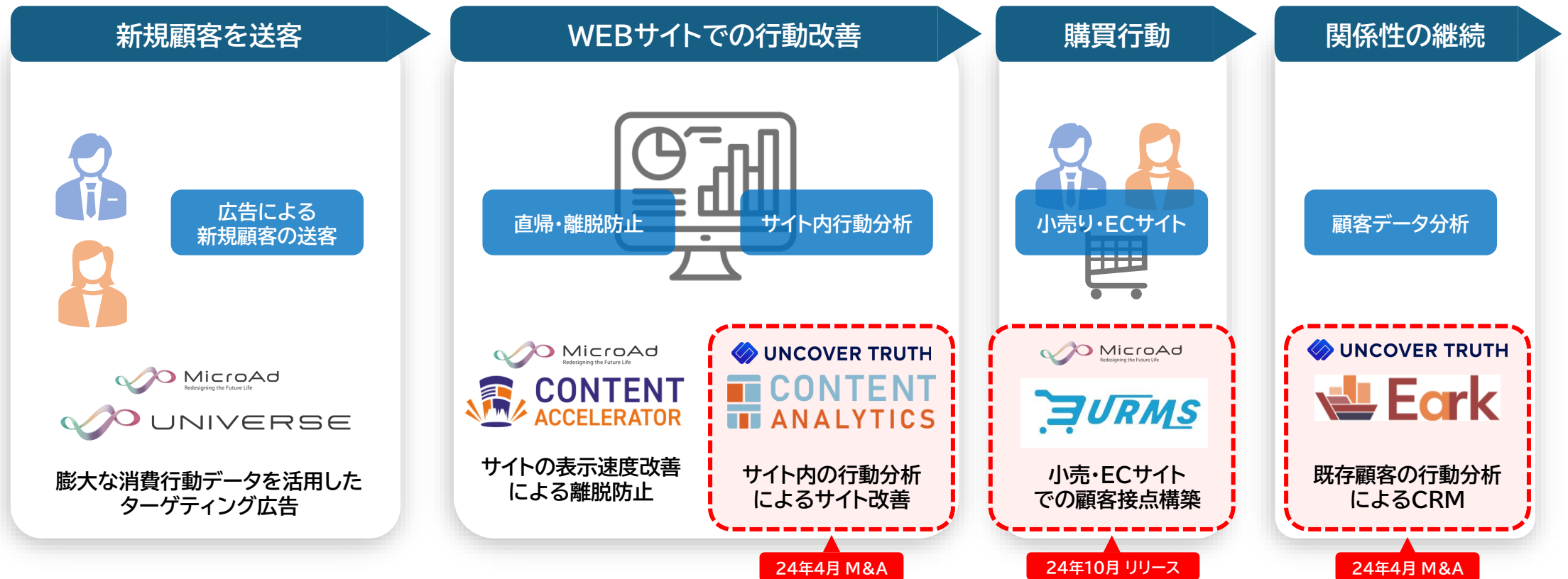


25年第4四半期の業種ごと売上シェア



新領域へのデータ活用による新サービス

前回開示の「⑤市場環境と成長戦略」における「新領域のデータ活用」として新たにリリースした商品群を加え
一貫通貫のソリューションとしてサービスを構成することで、**データプロダクトのアカウント数拡大に貢献**



戦略的M&Aや新規事業によって不足したサービスを補完し一貫通貫のソリューションへ

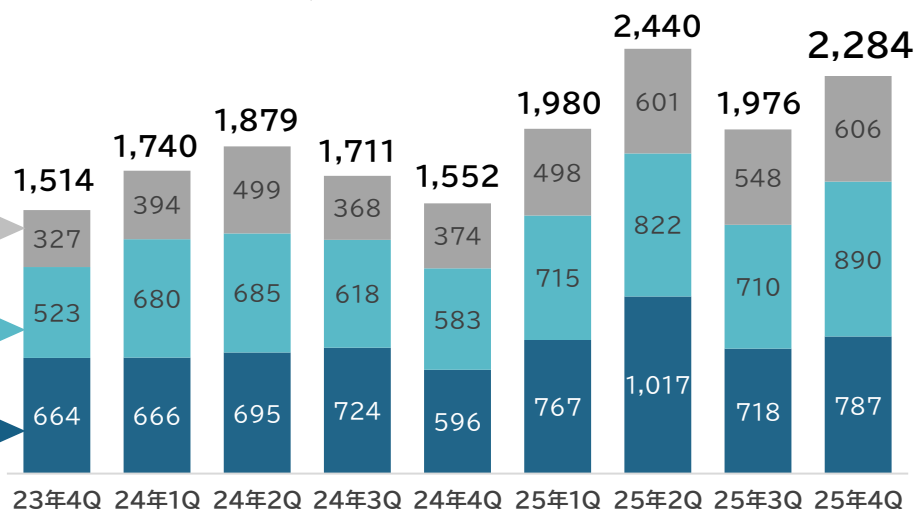
コンサルティングの売上・粗利推移

国内メディア向け事業が好調に推移したことと、海外コンサルティングにおける
新規事業である(株)IPmixerの収益が増加したことで、前期比で増収・増益

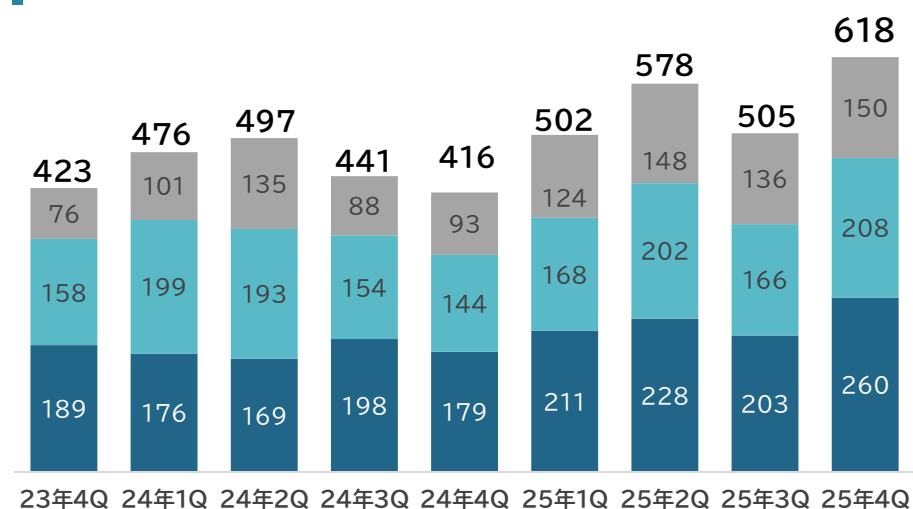
売上・粗利 通期比較

(百万円)	2024年9月期	2025年9月期	増減 増減額	増減 %
売上高	6,881	8,679	+1,797	+26.1%
売上総利益	1,830	2,202	+372	+20.3%

売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円



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

インターネット広告を掲載する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
RTB(※1)によるオークションによってリアルタイムに最も収益が見込まれる広告を瞬時に選択することで、メディア企業の広告収益の拡大に貢献



**MicroAd
COMPASS**

広告配信

580億回/月間

株式会社エンハンス

企業のデジタルマーケティングのコンサルティングサービスとして、株式会社エンハンスがサービスを提供。
当社グループが提供する製品に加え、他社の各種広告サービスを組み合わせることで、デジタルマーケティングの総合的な課題解決を実現

Enhance

・広告主企業向けに、広告ターゲティングや各種ツール活用のプランニング

・メディア企業向けに、メディア運営のコンサルティングから、広告収益最大化へ向けた運用支援

海外コンサルティングサービスのビジネスモデル

台湾を中心とした中華圏や東南アジアで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
2025年2月には海外消費者向けに日本のIP(知的財産)とメーカーのコラボ商品を販売する物販事業を新たに開始



デジタルマーケティングにおける 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などの広告枠の買い付け・運用
- ・広告クリエイティブの制作

クロスボーダー事業

国内外の有力なパートナーと提携し、訪日観光客向けのマーケティング施策の支援や、中華圏への事業進出をしたい企業に向けた支援など、クロスボーダーで様々な支援事業を展開

BtoC向けの物販事業

（株）IPmixerとして子会社を新たに設立
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から販売までを行う物販事業

New!

海外コンサルティングサービス～クロスボーダー事業～

国内外の有力なパートナーと提携し、事業領域を拡大

資本業務提携



訪日外国人向けショッピングサポートアプリ「Payke」を展開
訪日観光客への商品訴求が可能



日本の宿泊施設において、訪日観光客に便利で快適な
サービス提供が可能になるDXソリューションを展開



「荷物を預けたい人」と「荷物を預かるスペースを持つお店」を
つなぐシェアリングサービス「ecbo cloak」を提供

戦略的業務提携



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

事業拡大



日本のショッピング・グルメ・ファッション・美容・エンタメ情報を
発信する、台湾最大級の親日女性向けメディア
新たに中国・インドネシア・タイ・韓国・英語圏向けに事業を拡大
提供国の拡充により、訪日旅行者の70%以上にリーチ可能

ショッピング

宿泊施設

荷物預かり

スマホアプリ

WEB
メディア

訪日観光客に対して
あらゆる場面で
アプローチが可能に

海外コンサルティングサービス～新規事業「(株)IP mixerの設立」～

2025年2月 新規事業に伴う
子会社設立予定

 IPmixer

事業内容

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コラボレーション企画～販売までを行う

今後の海外事業の新しい柱に
成長させるべく新規子会社を設立

2025年5月実施
料理系インフルエンサー × 鉄鍋



2025年11月実施
ANYCOLOR所属VTuber × スマートフォンケース



今後も複数のプロジェクトを展開予定

海外コンサルティングサービス～事業領域拡大～

海外事業の事業規模拡大を目的に、**中国・インドネシアの現地企業を連結子会社化**

中国・インドネシアの現地企業の連結化

2026年1月～連結化予定



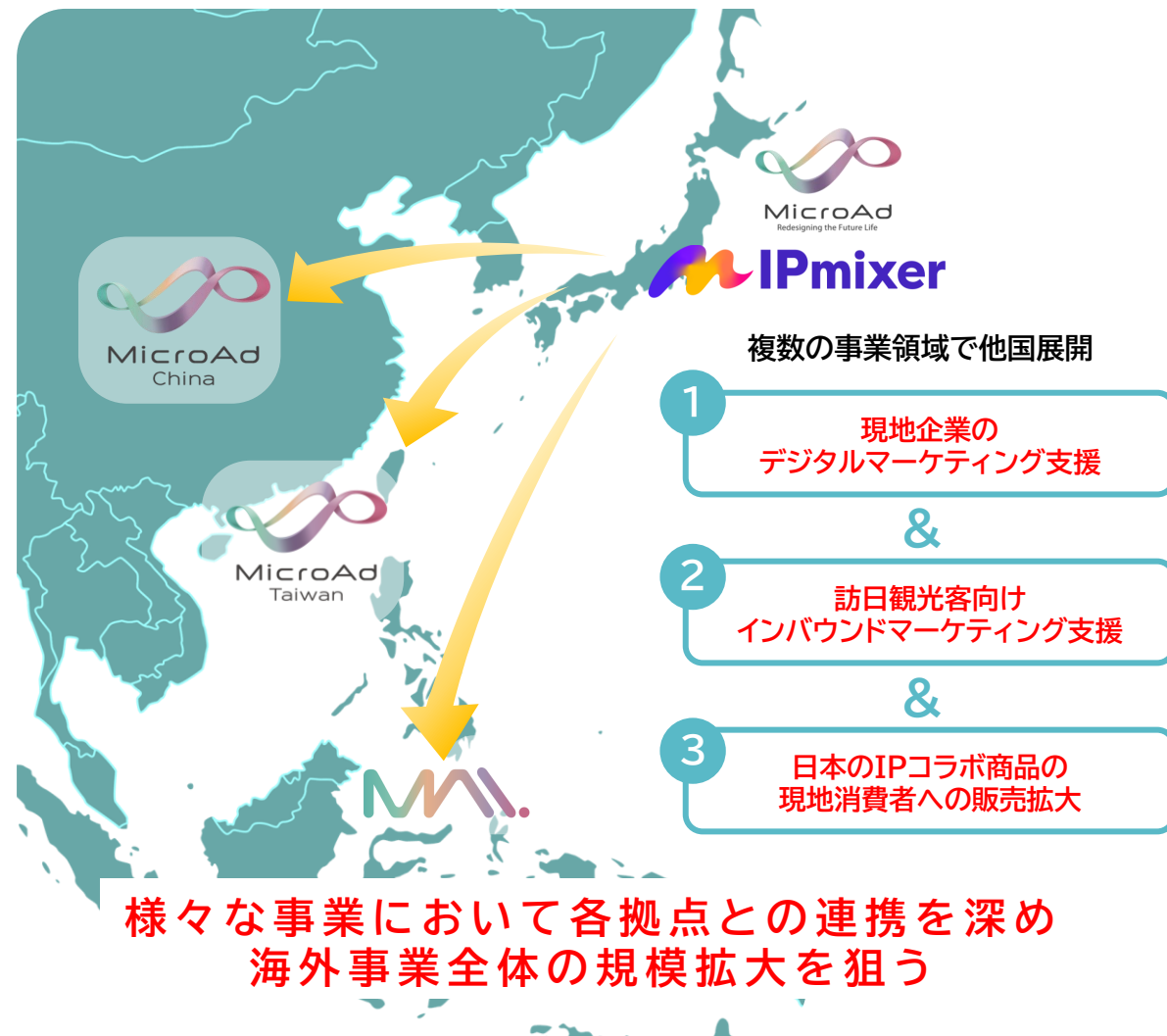
MicroAd
China

微告(上海)广告有限公司



PT Mahakarya Adi Indonesia

海外事業における
複数の事業領域で**他国展開を積極推進**



目次

- ① 会社概要
- ② 2025年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性**
- ⑤ 市場環境と成長戦略および業績予想
- ⑥ リスク情報

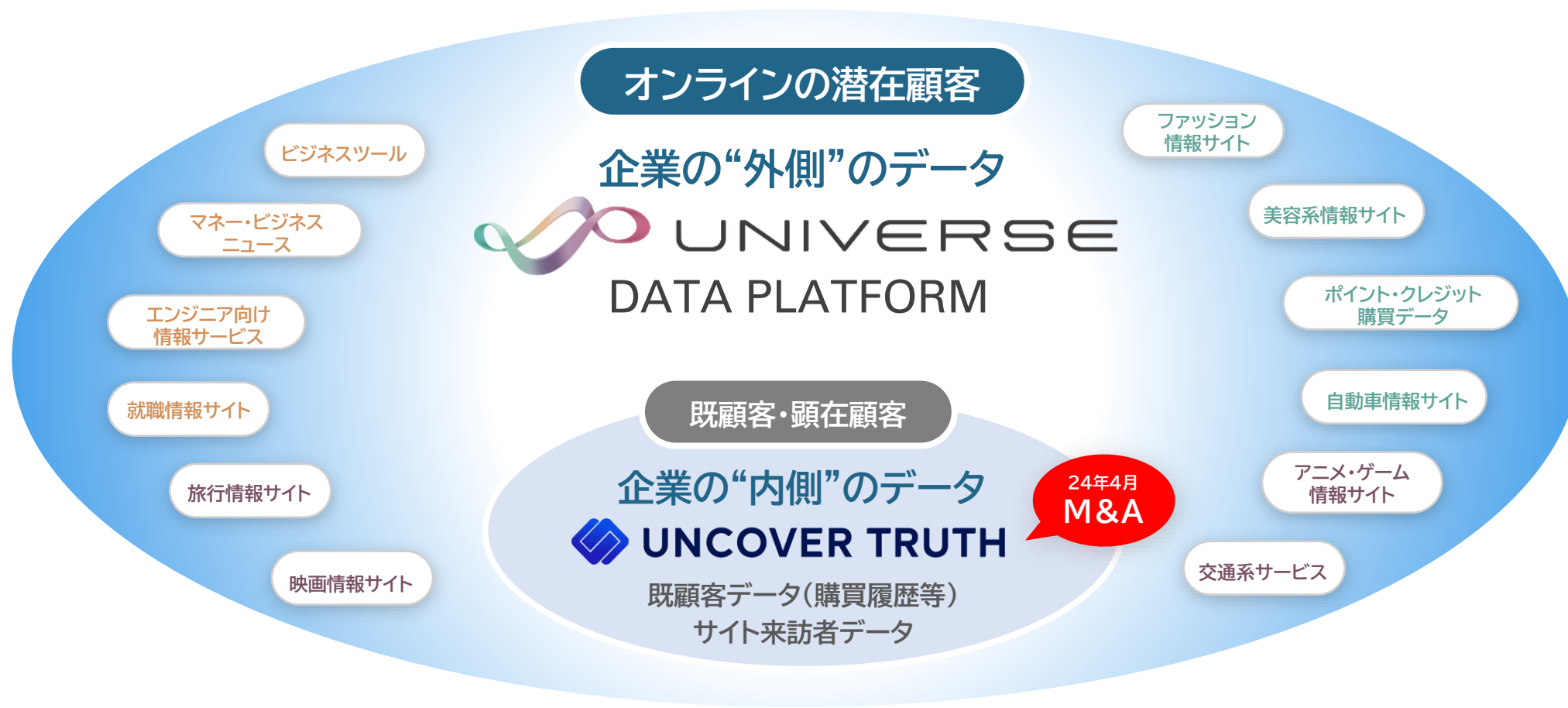
データプラットフォーム「UNIVERSE」

約220を超えるパートナーから様々な消費購買データを収集し、各種マーケティングプロダクトに活用
膨大なデータによって、**様々な業界業種の消費行動に基づいたマーケティングプロダクト**の開発が可能。



オンライン・オフラインの潜在顧客データ

当社グループは、企業の“外側”のデータ、**企業の知りえない潜在顧客 = 新規顧客の開拓を実現**
また、企業の“内側”のデータを扱う、(株)UNCOVER TRUTHをM&Aしたことで、**潜在顧客～既顧客まで包括的なマーケティングが可能に**



データプラットフォームのビジネスモデル

広告主企業から支払われる広告費の一部を、レベニューシェアという形でデータ保有企業に支払うモデル
UNIVERSEにおける分析によって、データの付加価値を高め、より多くの企業にデータが利用されることで
データ保有企業にとってはデータ資産による収益が拡大する



データ契約数拡大における競争優位性

現在のデータ保有企業やメディアとの契約数は220を超える規模まで拡大

UNIVERSEによって積み上げたデータ保有企業との取引実績や収益化実績が、データ契約数拡大における、競争優位性および、高い参入障壁となっている

データ保有企業が重視する二つのポイント

データの収益性

- データを提供することで収益が上がる見込みがあるのか？
- 提供したデータが多くの企業に利用されるのか？

データ提供のリスク

- 提供したデータが関連法令等に準拠し適切に扱われるか？
- 提供したデータが競合企業などに利用されないか？
- データ提供にあたってレピュテーションリスクは無いのか？



収益化の実現

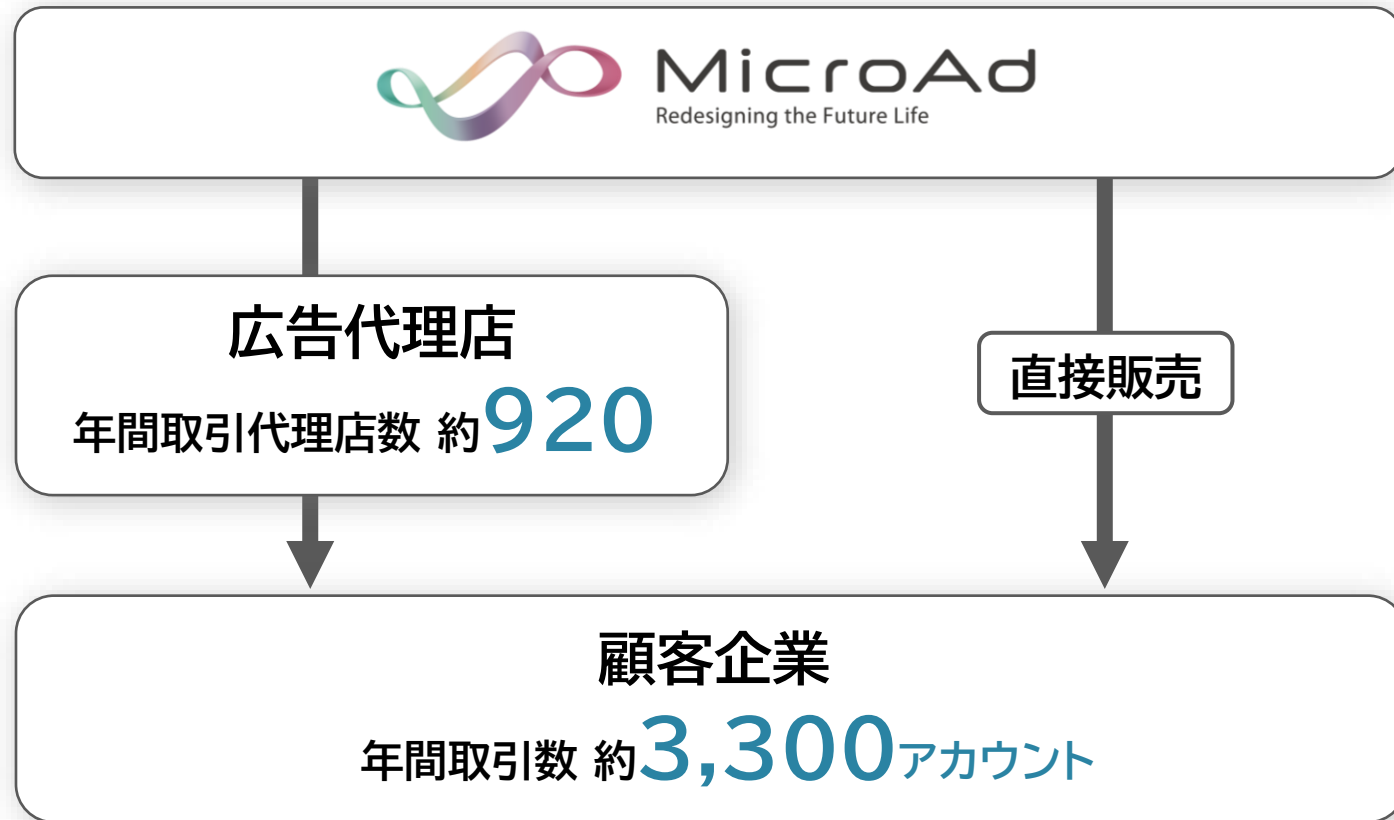
- 200を超えるデータ保有企業との連携実績
- 取引代理店や過去の実績から事前にデータの需要が予測可能
- 独自の分析力によって需要に即したデータ加工と製品化を実現

リスクコントロール

- 関連法令への準拠等、データ取扱いのルールを定めて管理
- 企業のデータ利用時に利用可否判断のフローを構築
- 過去の実績を元にしたレピュテーションリスクのコントロール

独自の販売ネットワークによるマネタイズ力

19年間で培った、広告代理店を中心とする独自の販売ネットワークにより、新しい商品開発における需要の予測や、新製品を即座に市場投入することが可能



独自の広告配信ネットワークによるマネタイズ力

オンライン・オフラインの様々な広告掲載面を抱えるネットワークを独自に保有することで、多くの消費者への広告のリーチと、広告ビジネスのマネタイズを実現

オンラインネットワーク

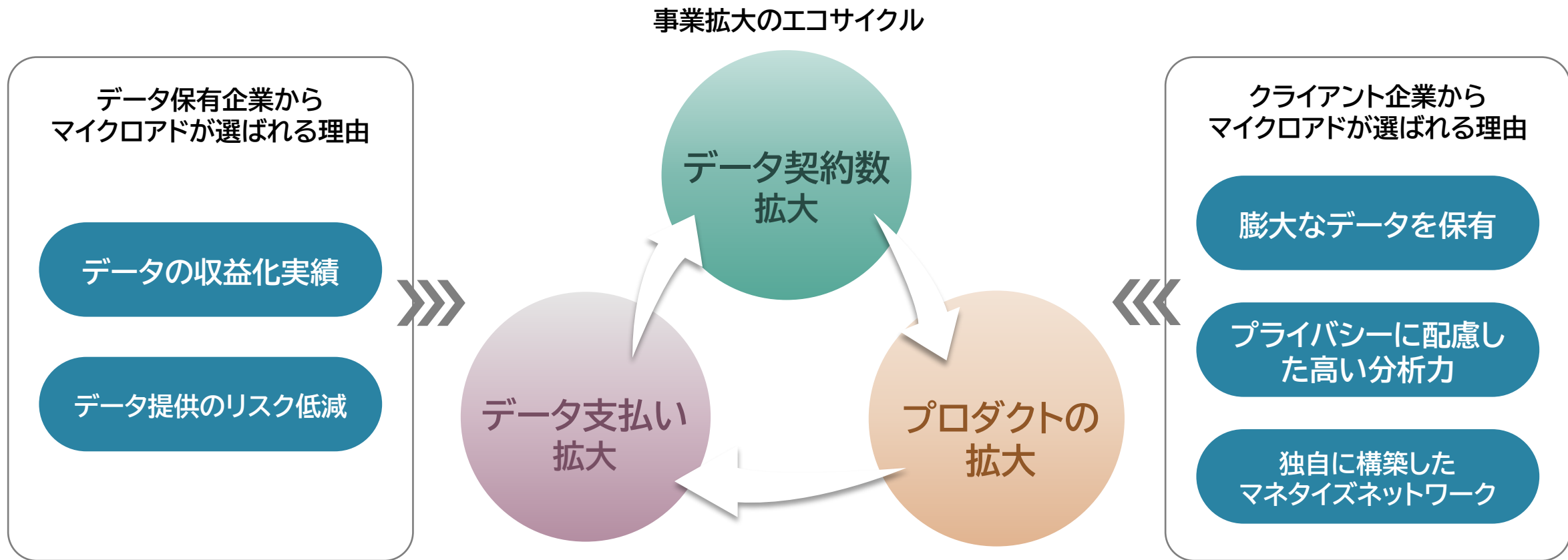


広告配信 **580億回**/月間

累計2,000社以上と提携

UNIVERSEの永続的な成長戦略

事業拡大のエコサイクルにより高い参入障壁と規模の経済による永続的な成長を目指す

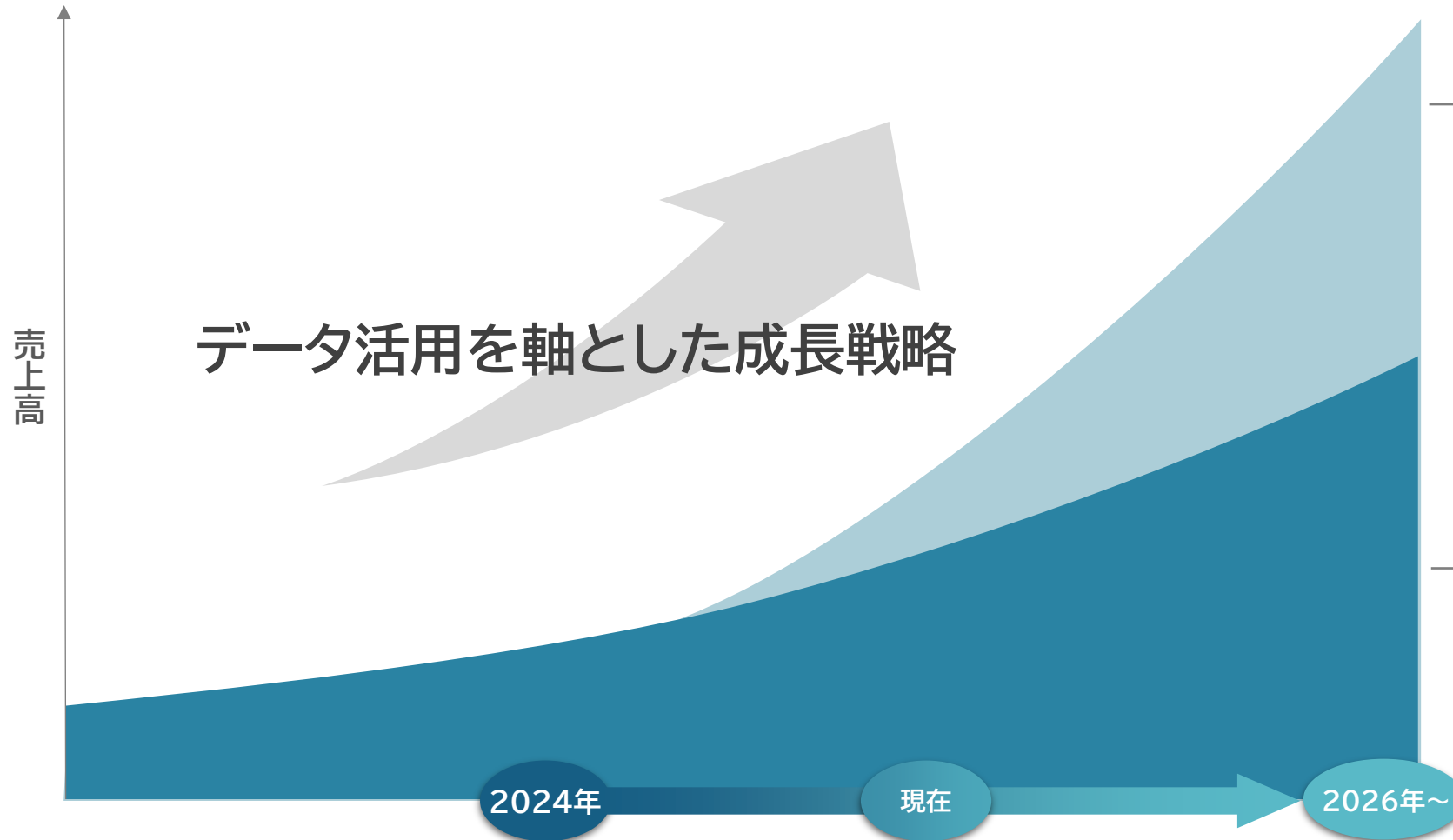


目次

- ① 会社概要
- ② 2025年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略および業績予想**
- ⑥ リスク情報

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



② 新領域へのデータ活用

新領域のサービス群は既存製品を含めた一気通貫のソリューションとすることで、データプロダクトのアカウント数拡大に貢献 (P25:新領域へのデータ活用)

加えて、新たに開始したIPコラボの物販事業は順調に事業が立ち上がっており、今後も複数のプロジェクトを展開予定 (P30:新規事業「(株)IP mixerの設立」)
2026年9月期は新たにTikTok Shop関連の新規事業への投資・拡大を狙う (P46~P48:新領域へのデータ活用)

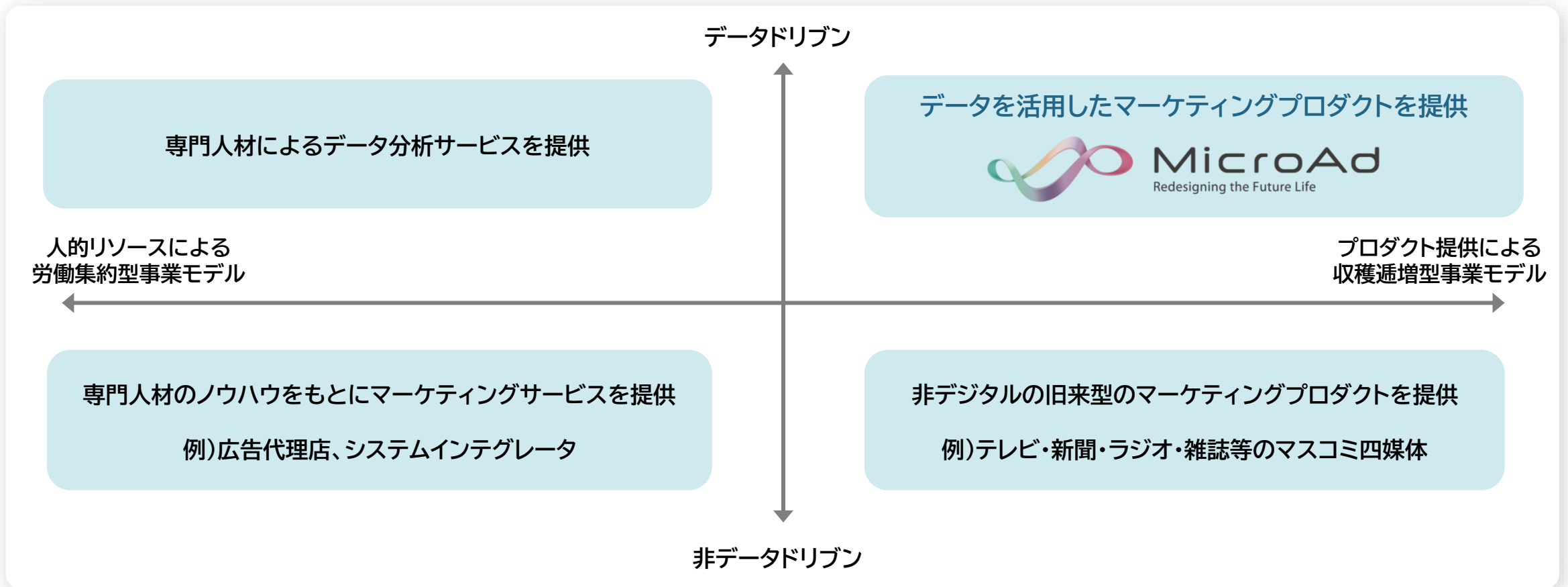
① データプロダクトの拡大

UNIVERSEを中心とした、業界業種に特化したプロダクトのアカウント数は引き続き成長 (P20:「UNIVERSE」のKPI - 稼働アカウント)

今後もマス広告のデジタル化の勢いは加速していくと予想しており、当社の得意とするブランド領域においても、製品の改善を推進することで継続的に拡大する見込み

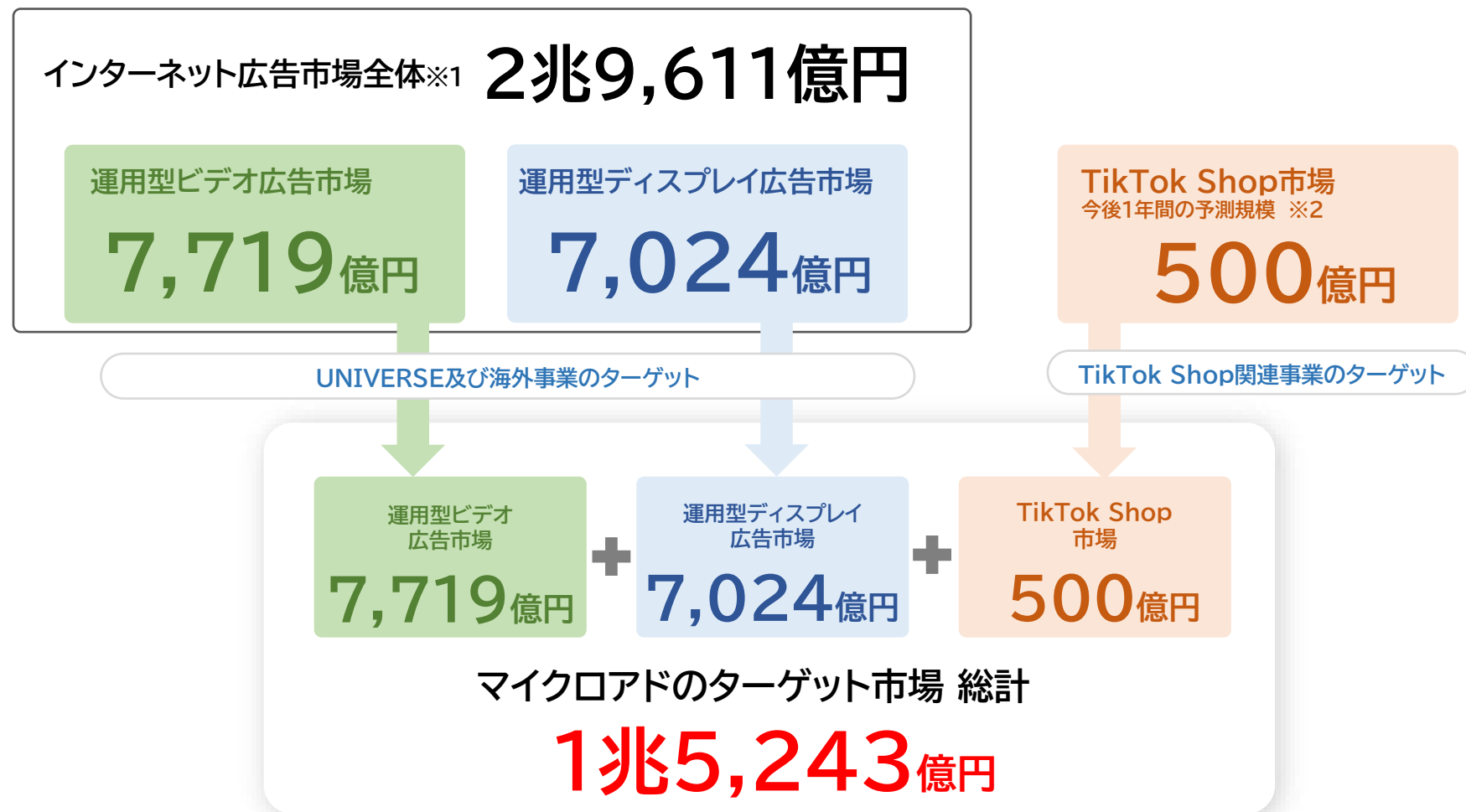
① データプロダクトの拡大 - ポジショニング

今後より一層デジタル化していくマーケティング領域において、労働集約的なビジネスモデルではなく、データを活用したプロダクト開発によるソリューション提供によって、**収穫逓増型の高収益なビジネスモデルを展開していく**



① データプロダクトの拡大 – ターゲット市場

前回開示の「⑤ 市場環境と成長戦略および業績予想」におけるターゲット市場に対して
(株)MADSの非連結化と、TikTok Shop関連事業の新規開始に伴って、ターゲット市場を見直し



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利点

- ・ 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

②新領域へのデータ活用～オルタナティブデータ～

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**
 前回開示の「⑤市場環境と成長戦略」における「新領域のデータ活用」に記載のサービスの進捗状況は下記の通り

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 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			25年9月期 第3四半期			25年9月期 第4四半期			25年9月期 通期
(単位:千円)	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
月初総資産	386,126	387,370	387,181	389,472	385,657	381,342	385,984	379,566	377,587	367,222	362,610	365,244	-
損益額	1,244	-189	2,291	-3,815	-4,315	4,642	-6,418	-1,979	-10,365	-4,612	2,634	2,211	-18,671
損益率	0.32%	-0.05%	0.59%	-0.98%	-1.12%	1.22%	-1.66%	-0.52%	-2.75%	-1.26%	0.73%	0.61%	-

25年9月期の実績年利換算： **-4.84%**

新旧の二つのモデルを並列で運用していたが
 7月に旧モデルを完全停止し、新モデルへ切替

新モデルのみの1月～9月実績

+1,652万円 / +5.99%

今後は
こちらに注力

②新領域へのデータ活用～TikTok Shop関連事業～

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

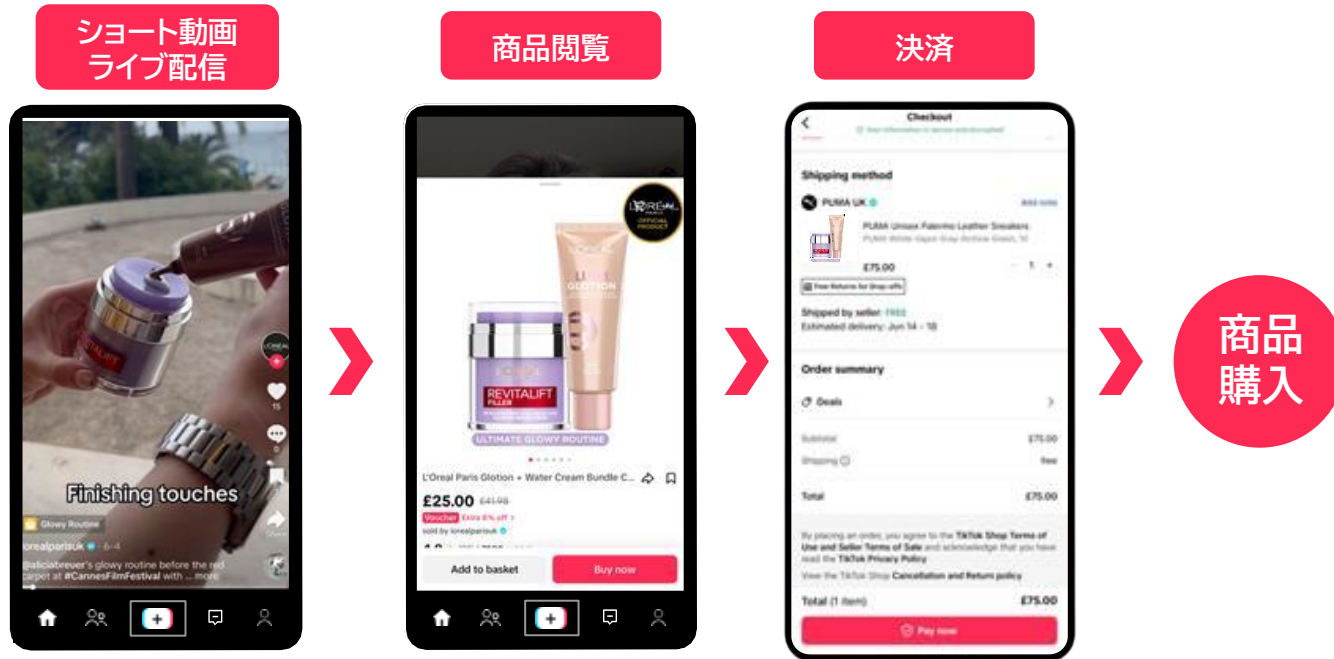
「UNIVERSE」データと分析力を軸に、事業提携によって構築
した独自のインフルエンサーネットワークを強みとする

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

②新領域へのデータ活用～TikTok Shopに関して～

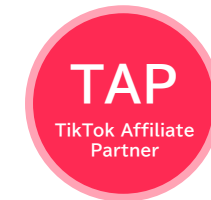
TikTok内で商品認知から購入までが完結するソーシャルコマースと呼ばれる新しいECの形
2024年の流通総額は**全世界で5兆円まで拡大※1** **2025年6月に日本国内で正式ローンチ**
UNIVERSE PULSEでは、**アフィリエイトやクリエイターのマッチングを通じたフィーを収益**として事業を展開

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



総合データカンパニーに向けて

2025年度は新規事業としてtoC領域における複数の物販事業を開始

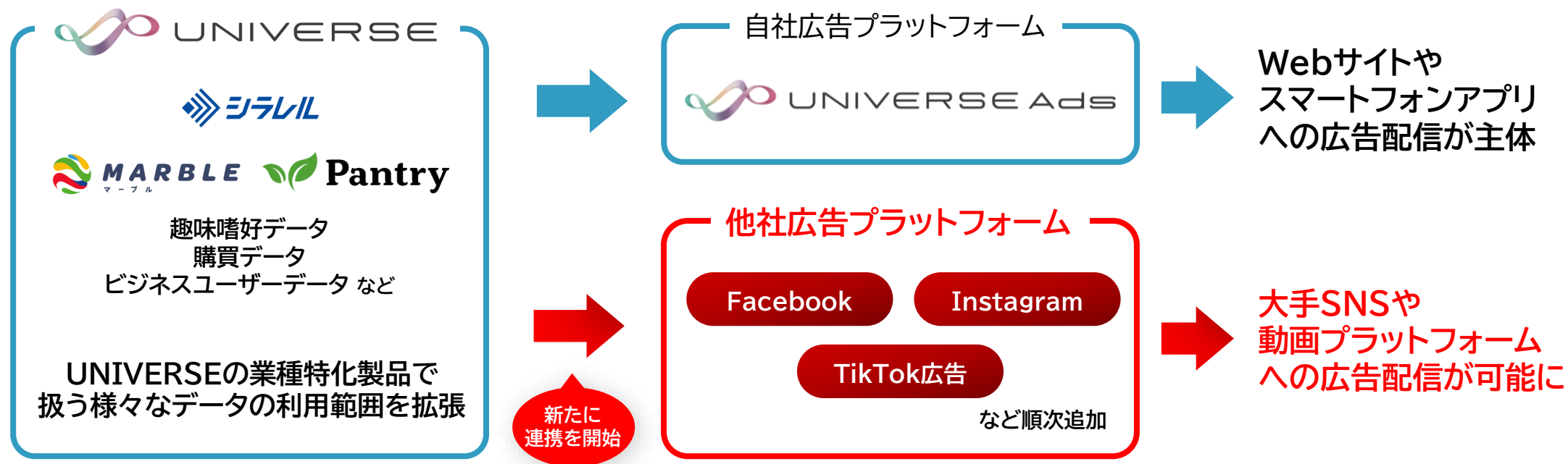
2026年度はさらに、toB領域における新たなUNIVERSEデータ活用の事業を積極推進



UNIVERSEのデータ経済圏拡大～他社広告プラットフォーム～

UNIVERSEデータの他社広告プラットフォームへのデータ連携を推進
新たに大手SNSや動画プラットフォームへの広告配信が可能に

UNIVERSEが保有する様々なデータの利用範囲を拡張



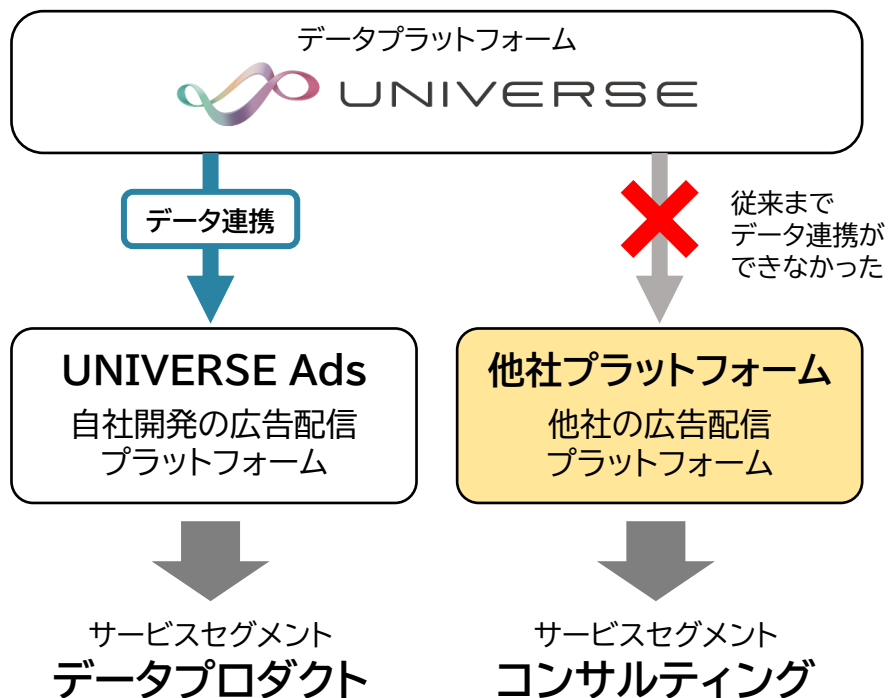
サービス区分の変更に関して ～UNIVERSEの事業領域拡大～

25年度から他社プラットフォームとUNIVERSEのデータ連携を推進

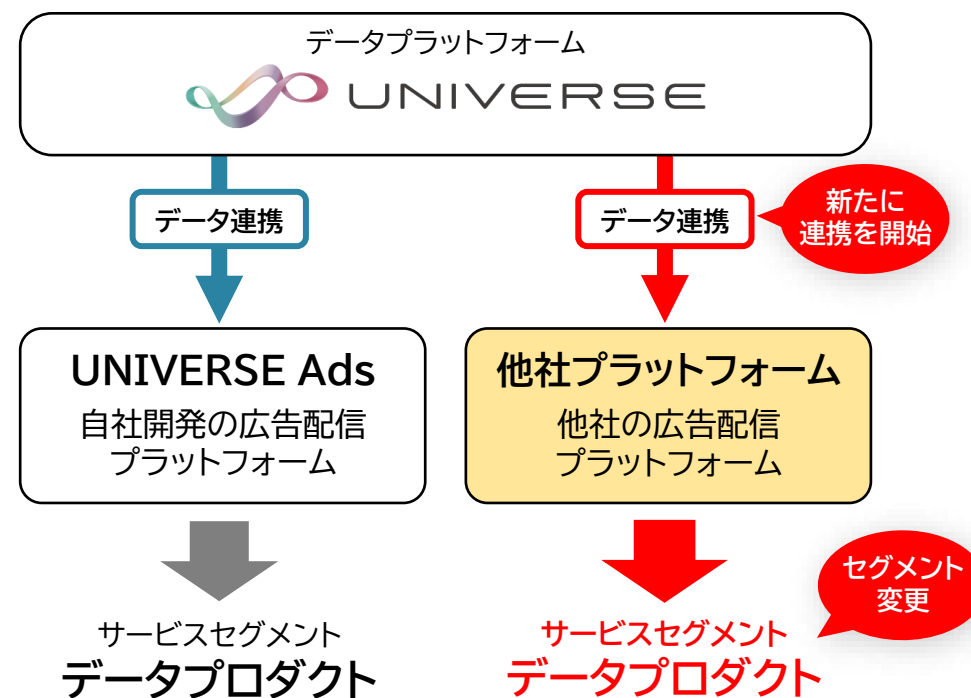
結果的に「コンサルティング-その他」の領域の収益が増加（前期比売上：37%増/粗利33%増）

26年度はさらに他社プラットフォームの拡大に注力するため、サービス区分を変更

従来のサービス区分



新しいサービス区分



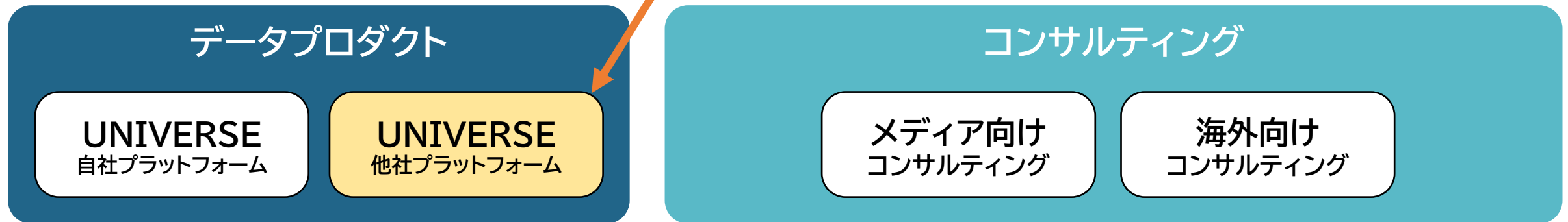
2026年9月期におけるサービス区分の変更に関して

主力事業であるUNIVERSEの事業領域の拡大に伴い
2026年9月期より、事業セグメントを構成するサービス区分の見直しを実施する

■ 従来のサービス区分



■ 新しいサービス区分



25年度1Q 非連結化

2026年9月期 連結業績予想

2025年9月期に実施した生産性向上施策によって、売上のベース拡大と利益率が改善
2026年9月期からは本格的な利益創出フェーズへ
同時に、新たに開始したIP関連事業やTikTok Shop関連の新規事業の投資・拡大も狙う

(百万円)	2025年9月期	2026年9月期 業績予想	増減	
			増減額	%
売上高	15,670	17,444	1,773	+11.3%
売上総利益	4,808	5,470	662	+13.8%
調整後営業利益 ※営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用	784	1,026	242	+30.9%
営業利益	613	815	202	+33.0%
経常利益	531	761	230	+43.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	195	663	468	+240.1%

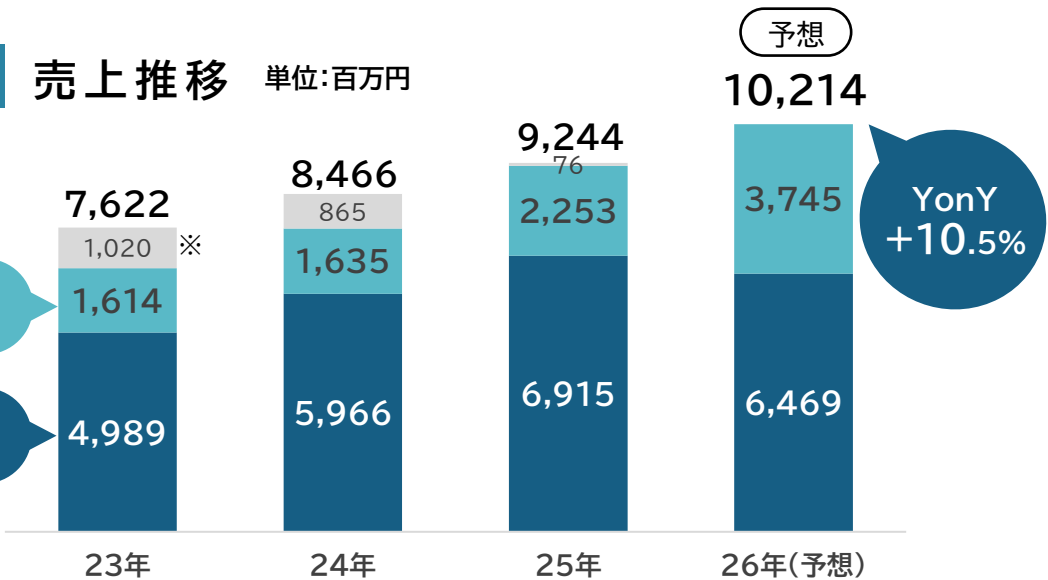
データプロダクトサービスの業績予想

自社プラットフォームは利益率の改善により粗利総額の拡大を狙い
他社プラットフォーム活用によるアカウント増によって、データプロダクト全体の売上・粗利成長を狙う

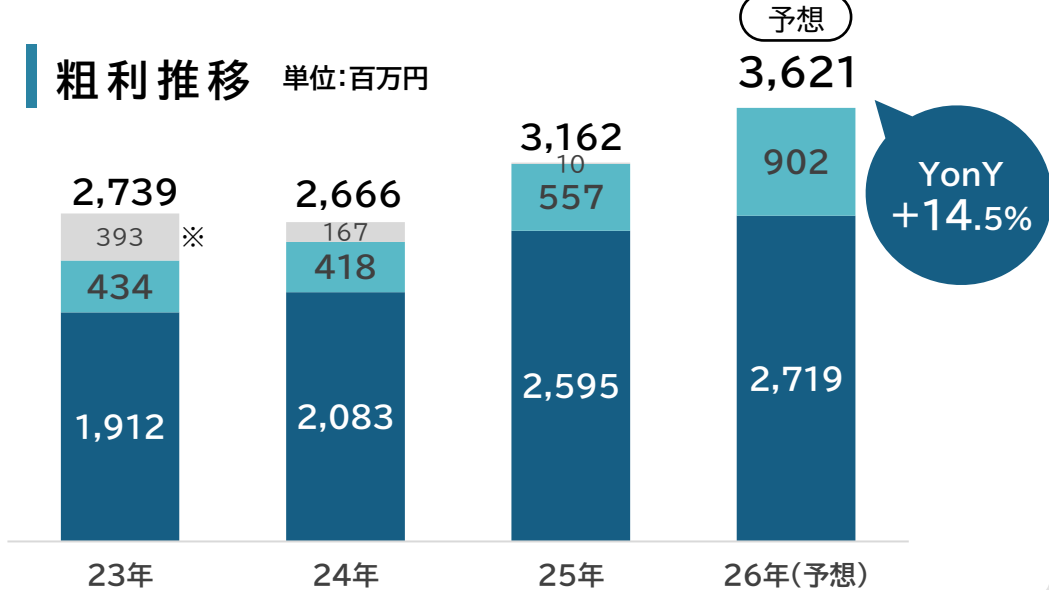
通期売上・粗利推移

(百万円)	2025年9月期	2026年9月期 業績予想	増減	
			増減額	%
売上高	9,244	10,214	+969	+10.5%
売上総利益	3,162	3,621	+458	+14.5%

売上推移 単位:百万円



粗利推移 単位:百万円



コンサルティングサービスの業績予想

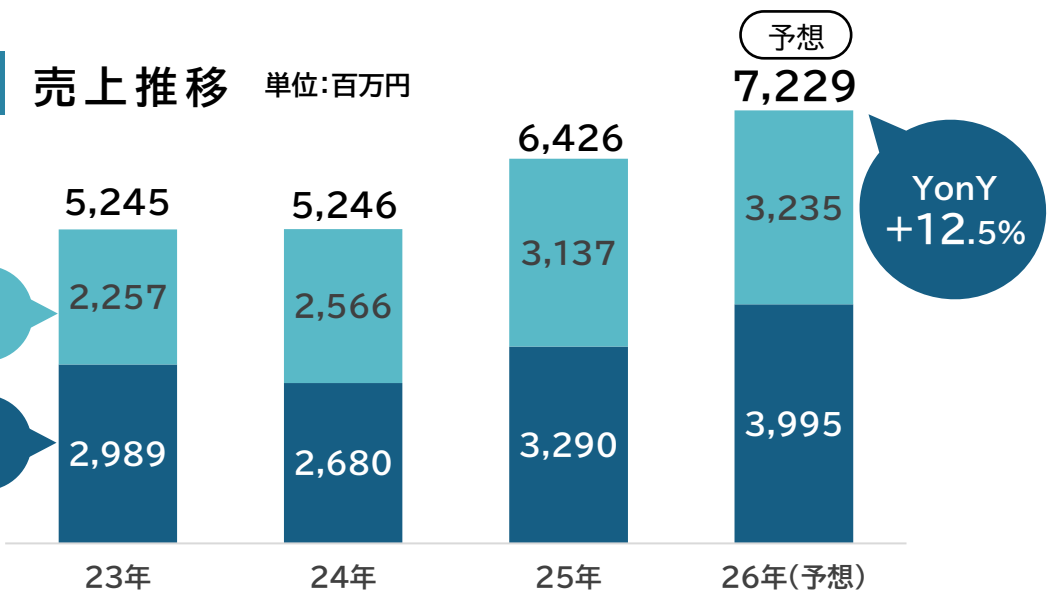
メディア向けコンサルティングは着実な契約メディア数や広告枠数の蓄積によって拡大
海外コンサルティングは、インバウンドマーケティングの需要増加をとらえつつ
IPコラボの新規事業(IPmixer)によって拡大を狙う

通期売上・粗利推移

(百万円)	2025年9月期	2026年9月期 業績予想	増減 増減額	%
売上高	6,426	7,229	+803	+12.5%
売上総利益	1,645	1,849	+203	+12.4%

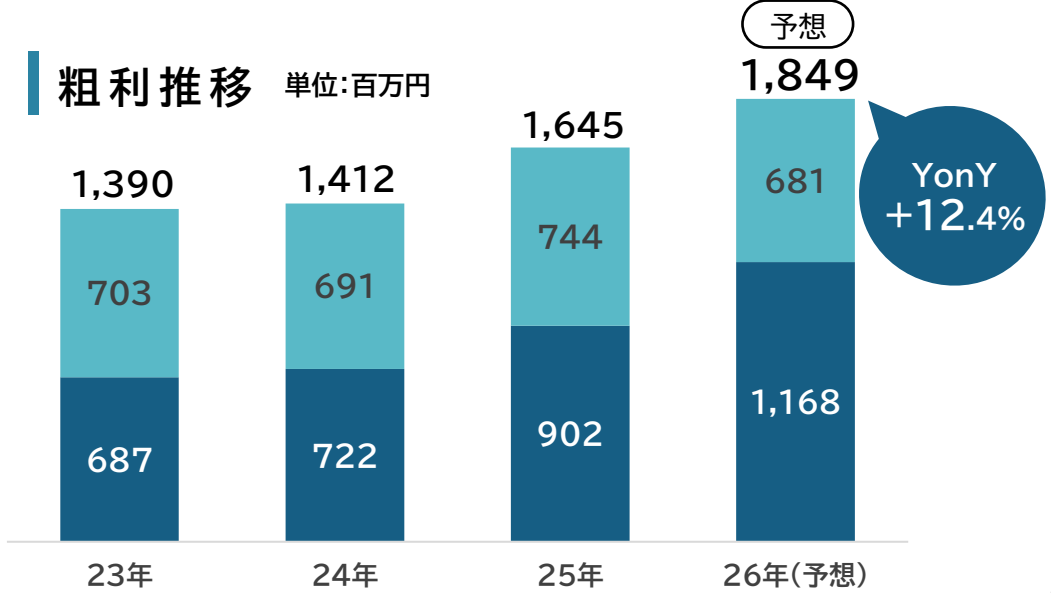
売上推移

単位:百万円



粗利推移

単位:百万円



株主優待制度の新設について

当社株式への投資魅力を高め、より多くの皆様に中長期で応援していただくことを目的に
2026年3月末日を初回基準日として、年2回の株主優待制度を開始
株主優待にかかる費用は業績予想に織り込み済み

株主優待の概要

対象の株主様	各基準日時点の株主名簿において 800株以上 保有の株主様を対象
基準日	3月末日・9月末日
内容	各基準日にデジタルギフト® 7,000円分 年間で 合計14,000円分 を進呈
贈呈時期	各基準日から 3か月以内 を目途に、ご案内を発送

デジタルギフト®の交換先の一例

Amazon ギフトカード / QUO カード Pay
 PayPay マネーライト / d ポイント
 au PAYギフトカード / Visa e ギフト vanilla
 Google Play ギフトコード / 図書カード NEXT
 Uber Taxi ギフトカード / Uber Eats ギフトカード
 PlayStation®Store チケット / すかいらーく 等

交換先につきましては今後変更となる可能性がございますので、
 詳細はデジタルギフト®の公式HP(<https://digital-gift.jp/>)
 をご確認ください。

※1 詳細については、2025年11月14日公表の適時開示資料「株主優待制度の新設に関するお知らせ」をご確認ください

※2 株主優待利回りは、2025年9月30日時点の終値(465円)を元に最低取得単位である800株保有の場合で試算

目次

- ① 会社概要
- ② 2025年9月期 連結業績
- ③ ビジネスモデル
- ④ 市場における優位性
- ⑤ 市場環境と成長戦略および業績予想
- ⑥ リスク情報

事業リスクと対応

項目	リスクの内容	発生頻度	影響度	当社の対応方針
技術革新への対応	インターネット関連技術における、技術革新への対応の遅れによるサービスの陳腐化や競争力の低下	中	大	新しいテクノロジーに対する、専任部門による継続的な研究開発の実施
データの取り扱いに関する法的規制	「個人情報の保護に関する法律」等の関連法規の制定・改正による、新たな法令遵守体制の構築やサービスの見直し	小	中	当社グループが提供するサービスに関連する、新たな法規制や改正状況への注視体制の構築
適切な広告配信を行うための体制	広告における、各種法令や監督官庁にの指針やガイドライン等に反した場合の、第三者からの損害賠償請求や当社グループの信用棄損	小	中	法令に基づいた独自の基準を設け、独立した監督部署において、適切な広告配信が行われるよう管理
人材の確保に関して	優秀な人材の当社グループからの離脱や、事業成長へ向けた新たな人材の確保が困難な場合、業績及び事業展開に影響	小	大	既存社員のコンディションを定量的に分析し、即応できる体制の構築。 独自に開発した採用プログラムによる優秀な人材の確保
システム障害について	外部からのコンピュータネットワークへの不正アクセス、偶発的事故、システムへの一時的な過負荷等により、システムダウン、当社グループのサービス提供の停止等が発生	小	大	ネットワークセキュリティの対策、定期的なバックアップ、システムの冗長化、稼働状況の監視等によるシステム障害の防止

上記に記載のない、その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください

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。

本資料は、進捗状況を含む最新の内容を示した上で、
年次決算の発表時期（11月頃を予定）を目途として開示を行う予定です。

