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）｜2026年11月

目次

① 会社概要
② 2026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

© MicroAd, inc.

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 CEO 渡辺 健太郎
資本金	1,033,554,448円 （2026年9月末時点）	役員	取締役 副社長執行役員 COO 榎原 良樹
従業員数	495名 （連結、2026年9月末時点）		取締役 専務執行役員 田中 宏幸
主要関連会社	(株)エンハンス (株)UNCOVER TRUTH (株)IPmixer MicroAd Taiwan, Ltd. PT Mahakarya Adi Indonesia 微告(上海)広告有限公司		取締役・監査等委員 森光 直代（常勤、社外） 谷地舘 望（非常勤、社外） 宮沢 奈央（非常勤、社外）

© MicroAd, inc.

経営陣



渡辺 健太郎 / 代表取締役 社長執行役員　CEO

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。



榎原 良樹 / 取締役 副社長執行役員 COO

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。



田中 宏幸 / 取締役 専務執行役員

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。

© MicroAd, inc.

MicroAd
Redesigning the Future Life

当社のVISION

Redesigning the Future Life



データとテクノロジーの力で

“未来を予測する”

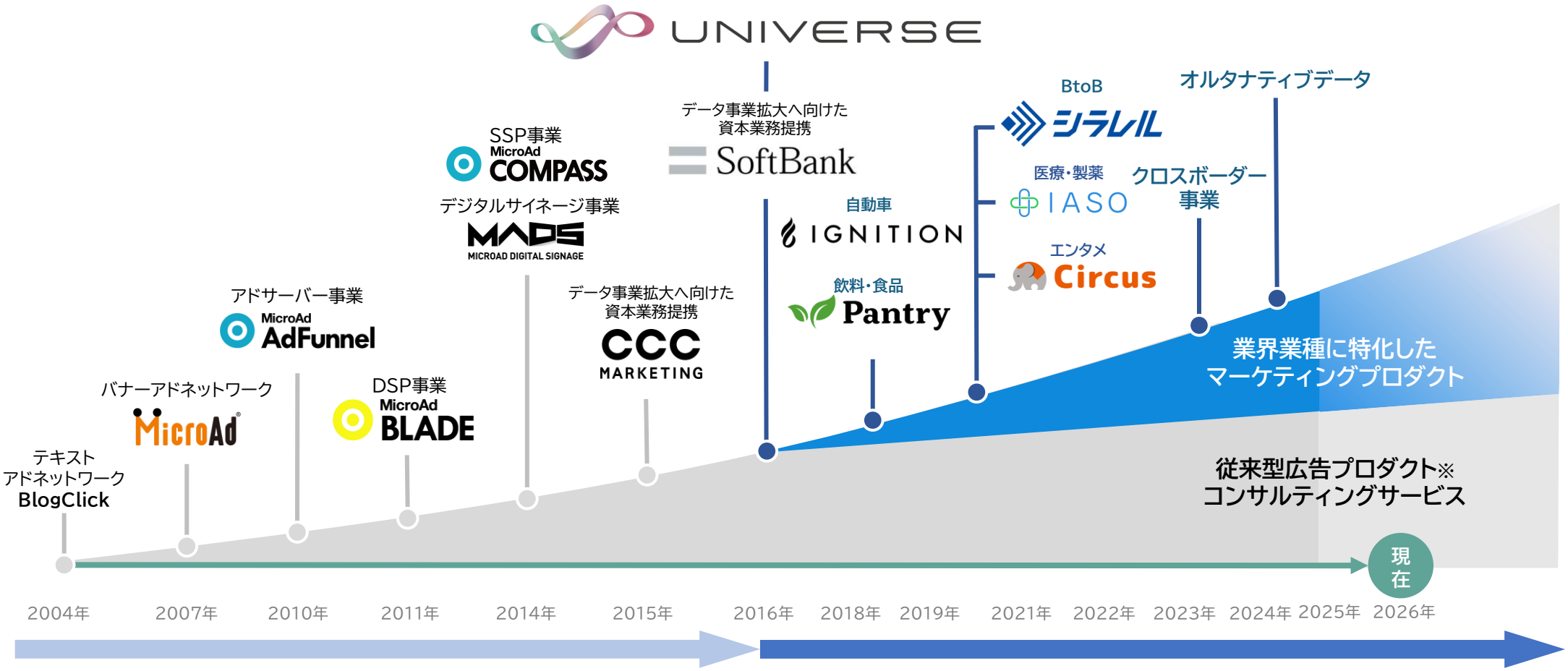
マーケティング

物流・小売

金融

医療

マイクロアドの沿革



© MicroAd, inc.

※従来型広告プロダクト：行動ターゲティングと呼ばれる、予め用意されたユーザー毎の趣味嗜好のカテゴリを選択し広告配信を行う手法やリターゲティングと呼ばれる、広告主サイトへの再来訪を促す広告配信手法を用いた広告プロダクト

目次

① 会社概要
② 2026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

© MicroAd, inc.

2026年9月期 連結業績サマリ

生産性向上施策や海外事業の拡大により、**前年比で売上・各段階利益ともに大きく成長し、営業利益、経常利益、純利益においては過去最高益を達成**

（百万円）	２０２５年９月期	２０２６年９月期	増減 増減額	増減 %
売上高	15,670	20,452	4,781	+30.5%
売上総利益	4,808	6,189	1,381	+28.7%
調整後営業利益※	784	1,369	585	+74.6%
営業利益	613	1,114	501	+81.7%
経常利益	531	1,003	472	+88.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	195	760	565	+289.9%

※ 調整後営業利益 = 営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用+ 株主優待費用

© MicroAd, inc.

2026年9月期 業績予想に対する進捗

生産性向上施策が想定以上の効果を上げ、期中に上方修正を実施
Ｍ＆Ａを実施したインドネシア子会社が市場環境の変化により減損を実施（２.８億円）
また、２６年９月には決算賞与（約１.２億円）を実施しつつも、**通期業績予想を上回る結果に着地**

（百万円）	業績予想 （2025年11月14日発表）	業績予想修正 （2026年5月15日発表）	２０２６年９月期 実績	直近業績予想 に対する差額	直近業績予想 に対する進捗
売上高	17,444	17,788	20,452	+2,663	115.0%
売上総利益	5,470	5,791	6,189	+398	106.9%
調整後営業利益※	1,056	1,295	1,369	+74	105.8%
営業利益	815	1,024	1,114	+89	108.8%
経常利益	761	952	1,003	+51	105.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	663	678	760	+82	112.2%

※ 調整後営業利益 = 営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用+ 株主優待費用

© MicroAd, inc.

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（2025年11月14日発表）	業績予想修正（2026年5月15日発表）	２０２６年９月期 実績	直近業績予想に対する差額	直近業績予想に対する進捗
売上高	10,214	10,733	10,702	▲31	99.7%
売上総利益	3,621	3,686	3,724	+37	101.0%

コンサルティングサービスの進捗

（百万円）	業績予想（2025年11月14日発表）	業績予想修正（2026年5月15日発表）	２０２６年９月期 実績	直近業績予想に対する差額	直近業績予想に対する進捗
売上高	7,229	7,055	9,750	+2,694	138.2%
売上総利益	1,849	2,104	2,465	+360	117.1%

© MicroAd, inc.

目次

① 会社概要
② 2026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

© MicroAd, inc.

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

データを活用したプロダクト群

データプラットフォーム

UNIVERSE

データ連携

独自開発

自社広告プラットフォーム

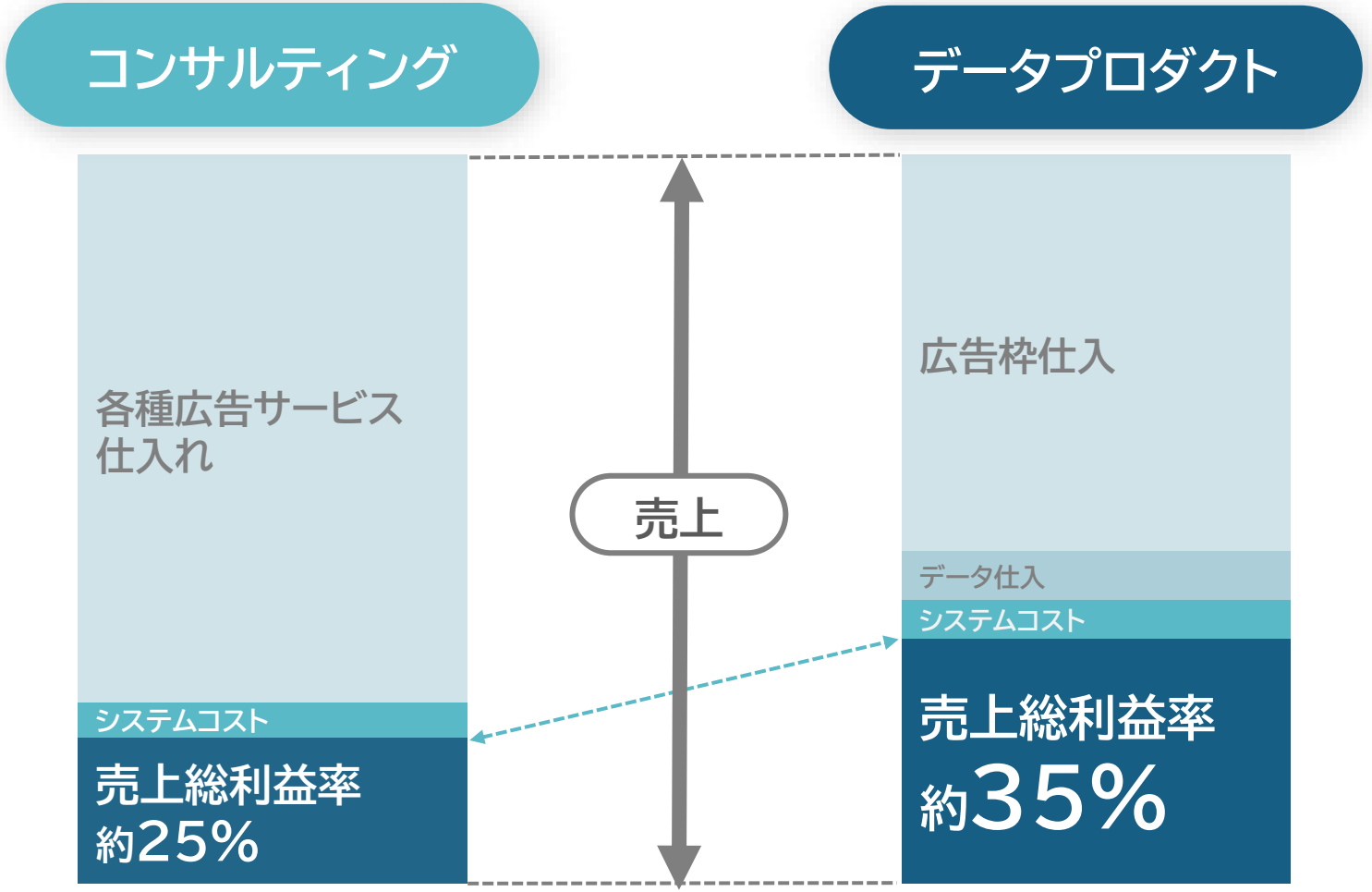
大手SNSや動画サイト

他社広告プラットフォーム

© MicroAd, inc.

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



© MicroAd, inc.
※数値データは2026年9月期の平均実績

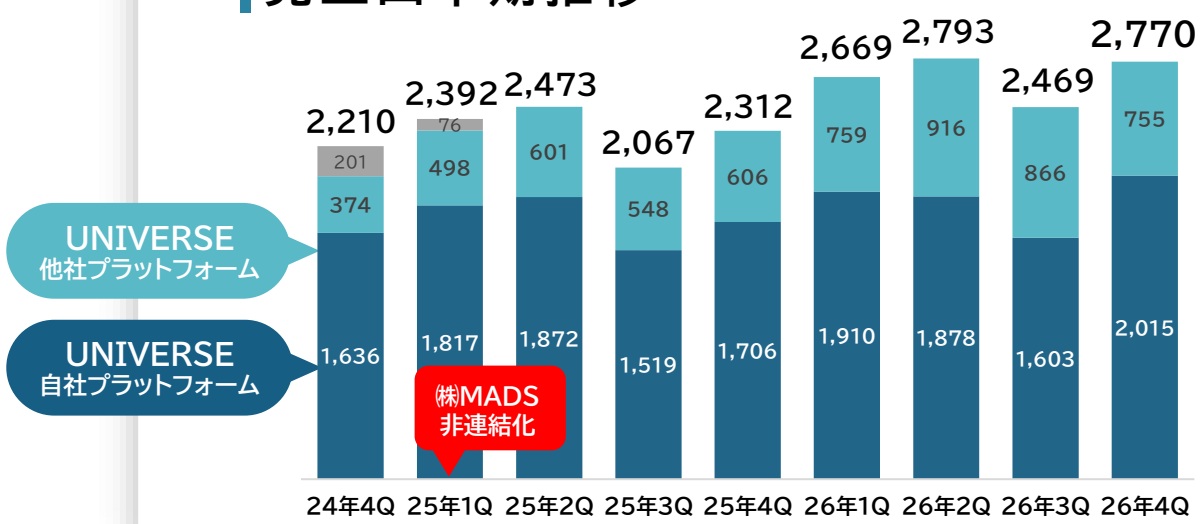
データプロダクトの売上・粗利推移

他社プラットフォームへのデータ接続による売上の拡大と、
生産性向上施策による利益率の向上によって、売上は前年比15%増・粗利は17%増

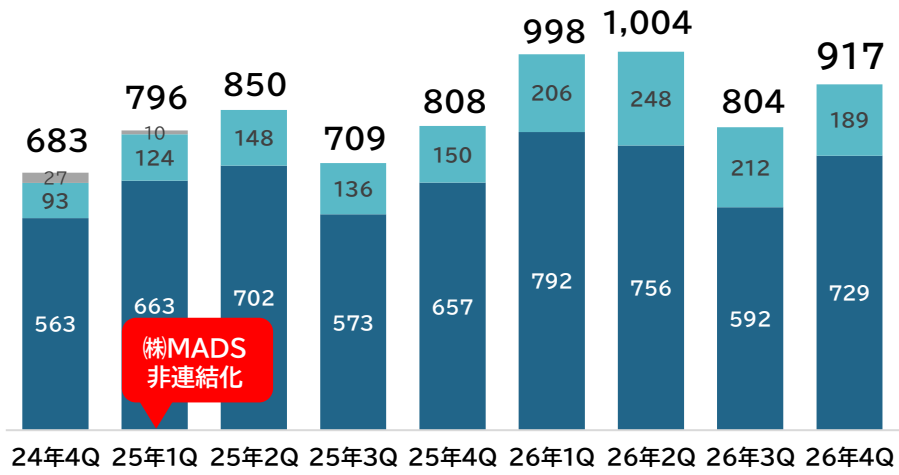
売上・粗利 前年同期比

（百万円）	2025年9月期	2026年9月期	増減 増減額	増減 %
売上高	9,244	10,702	+1,458	+15.8%
売上総利益	3,162	3,724	+562	+17.8%

売上四半期推移 単位:百万円



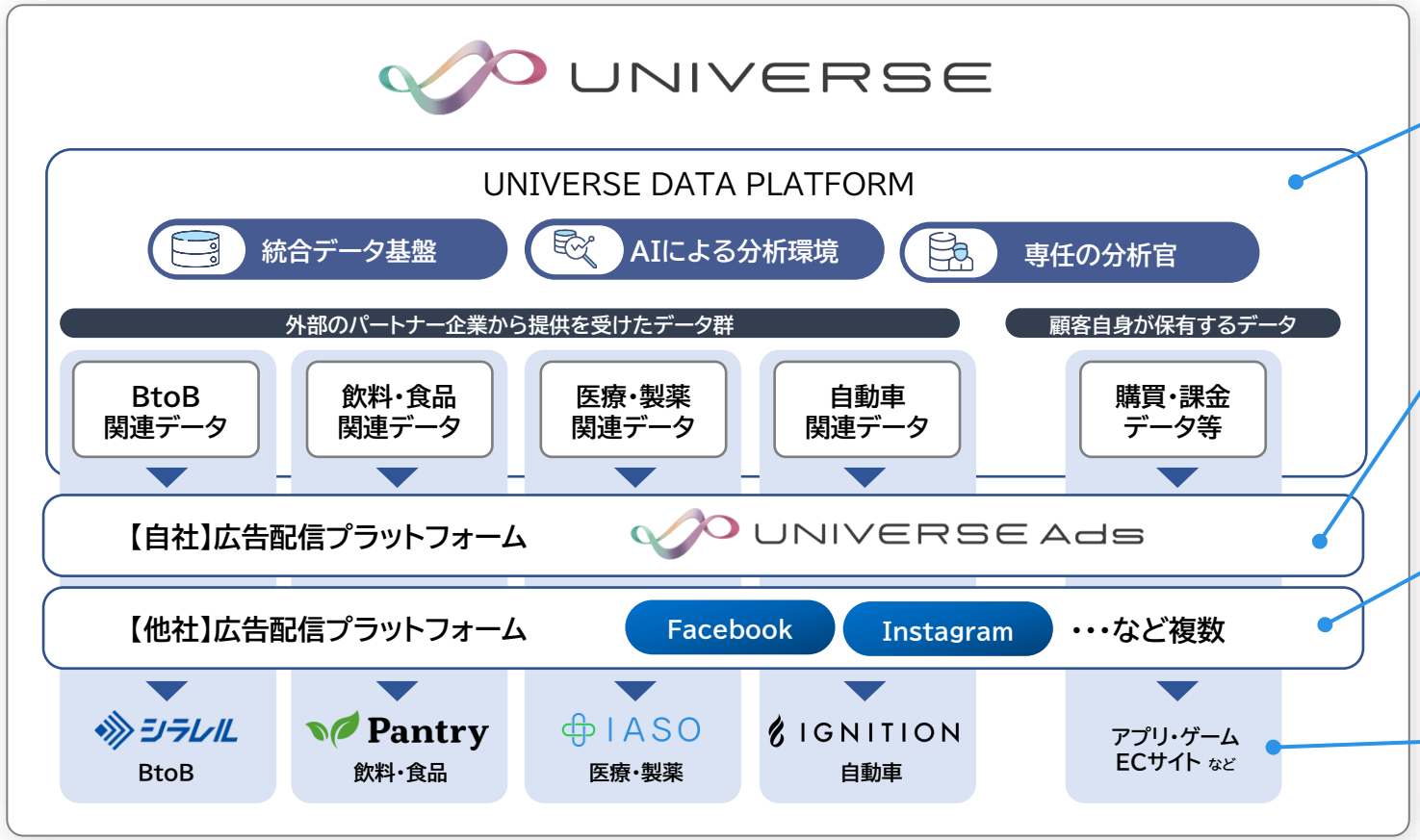
粗利四半期推移 単位:百万円



© MicroAd, inc.

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

自社開発した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。

他社の広告配信プラットフォーム

UNIVERSEのデータを大手SNSや動画プラットフォームなどの他社の広告プラットフォームに接続することで、自社でリーチできない領域へ配信を拡大。2026年9月期より本格的に拡販を開始

業界業種に特化したプロダクト展開

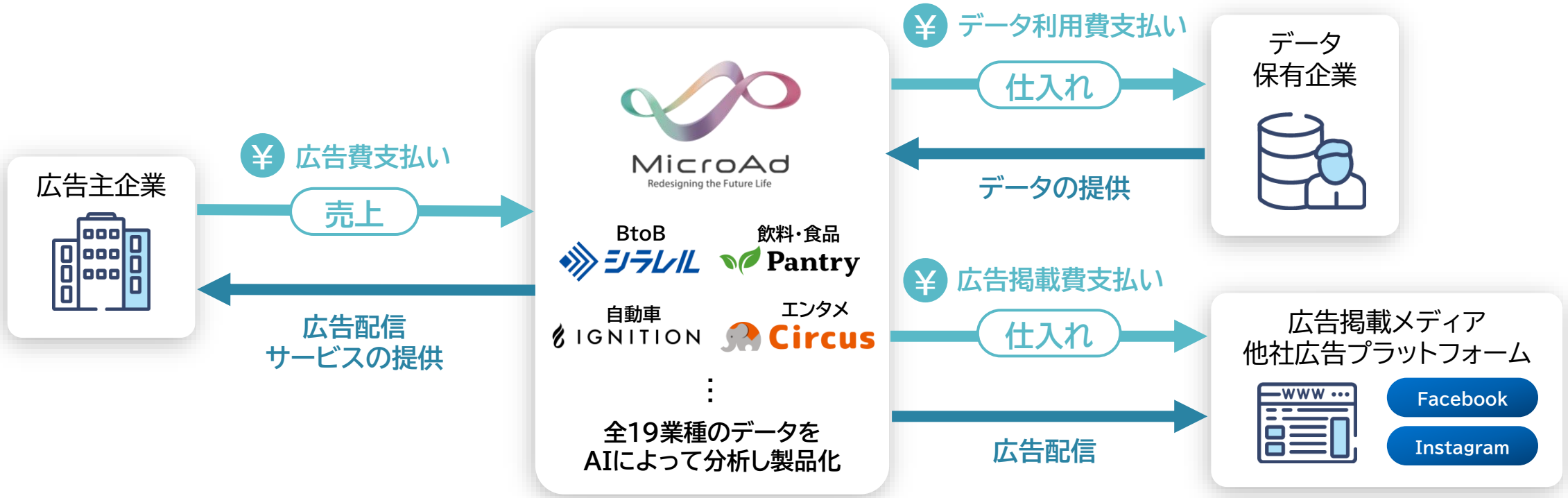
データと広告配信のプラットフォームを組み合わせることで、業界業種に特化した複数のプロダクトを開発。
2026年9月時点で19業種に展開。

※1 2025年9月実績
※2 RTB：Real Time Biddingの略称。消費者がWEBサイト上の広告枠を閲覧するごとに、広告主からの入札によるオークションによって、リアルタイムに配信する広告を決定する仕組み

MicroAd Redesigning the Future Life
© MicroAd, inc.

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



© MicroAd, inc.

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
B to B シラレル	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
医療・製薬 IASO	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
飲料・食品 Pantry	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 IGNITION	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 Circus	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

© MicroAd, inc.

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

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

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

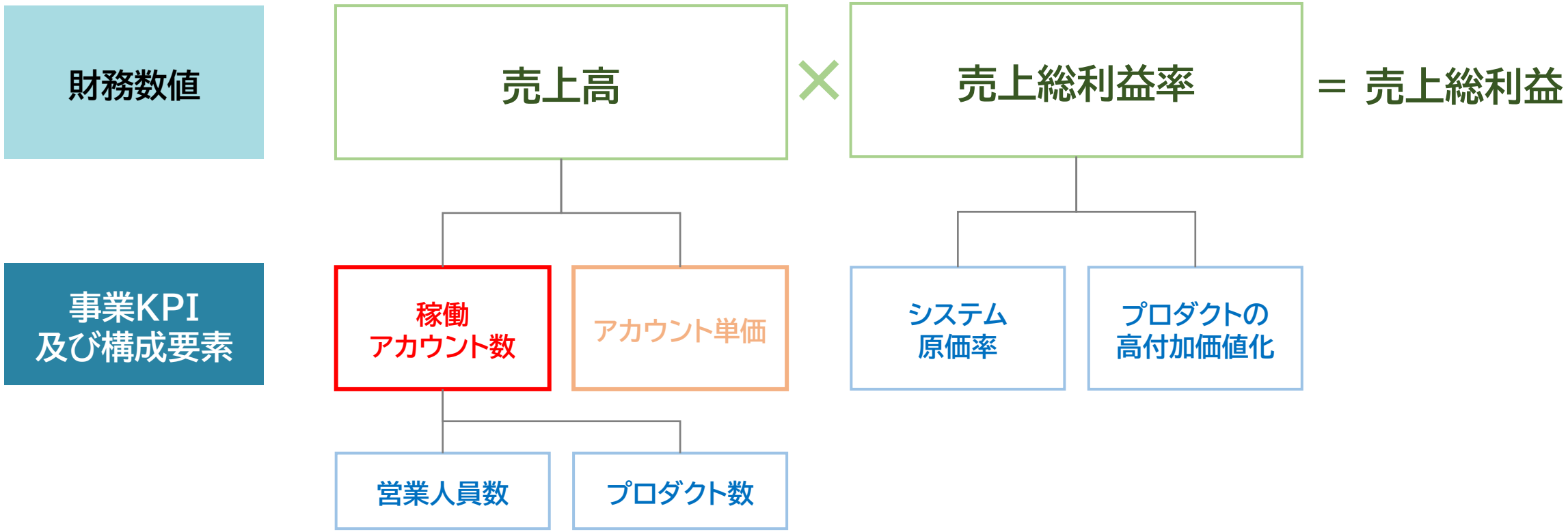
比較検討の最終段階のユーザーへ広告配信

© MicroAd, inc.

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**の拡大を業績拡大へ向けた重要なKPIとして設定

なお、前回開示の「③ビジネスモデル：経営上の目標とするKPI」においては、アカウント単価も重要なKPIとしていたが、
新規顧客の増加や、顧客の規模によって単価の大小にばらつきが大きいため、現在は単価水準の大きな変動が無いかを
定点観測する指標としており、売上拡大に対してはあくまで稼働アカウント数を重視している。

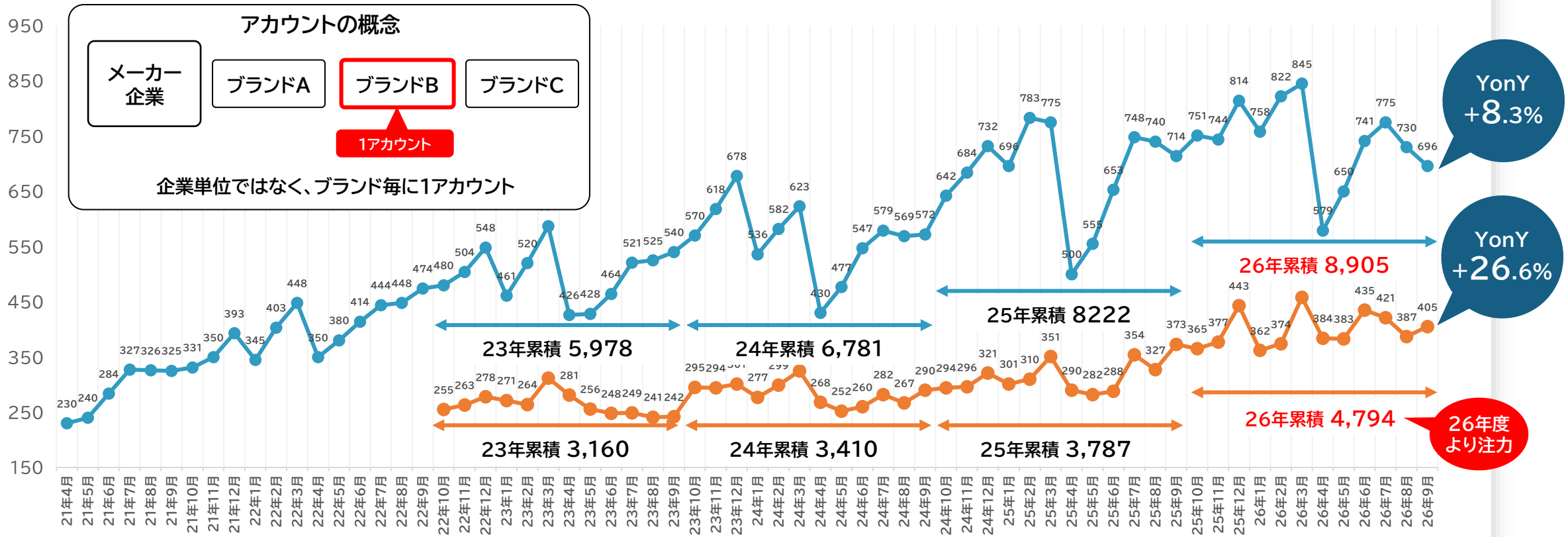


© MicroAd, inc.

UNIVERSEのKPI – 稼働アカウントの推移

前回開示の「⑤市場環境と成長戦略」におけるUNIVERSEのデータ経済圏の拡大戦略に記載した通り
26年9月期より他社プラットフォームの拡販に注力し、戦略通り稼働アカウント数が拡大

稼働アカウントの月次推移

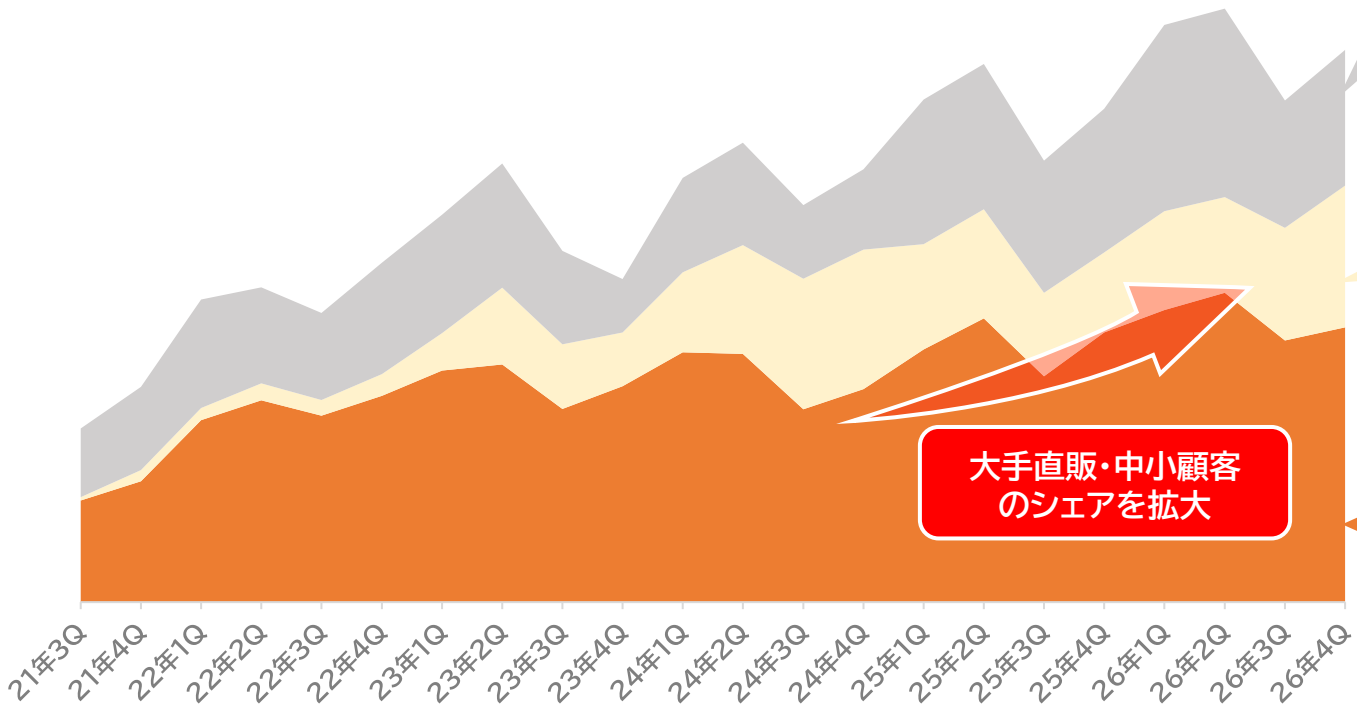


© MicroAd, inc.

UNIVERSEの顧客属性ごとの推移と今後の方針

顧客基盤として安定的な成長が期待できる「大手顧客-直販」や「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　FY25-FY26通期比 13%増

大手広告代理店経由の顧客。予算規模が大きく、
外資系企業なども多いため、グローバルの景況感や
季節性の影響を受けやすく、ボラティリティが高い
今後は他社プラットフォームを中心に緩やかな拡大を継続。

大手顧客 - 直販　FY25-FY26通期比 19%増　注力

代理店を経由せずに直接取引を行う顧客
広告効果に敏感な顧客が多く難易度は高いが、
一方で季節性の影響を受けづらく、ポテンシャルも大きい
今後もサービス品質(広告効果)の向上を継続的に実施することで
さらなる拡大を目指す。

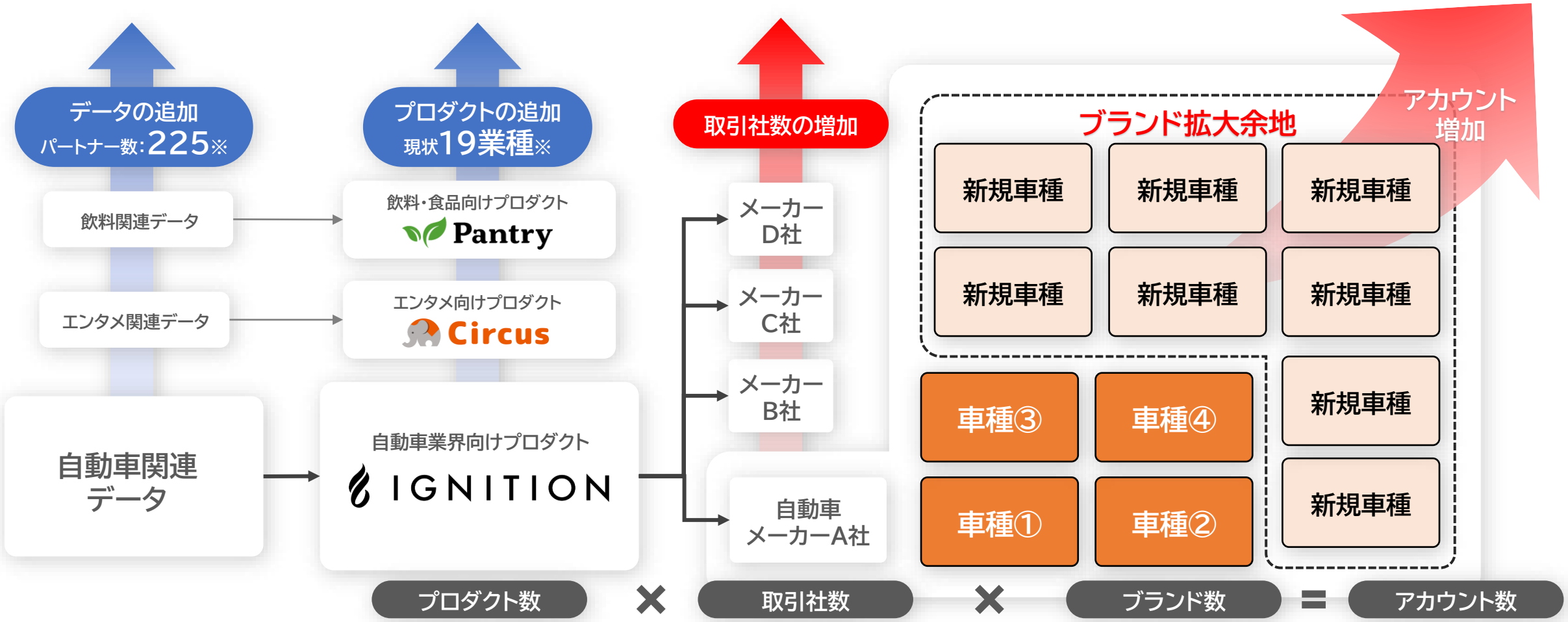
中小顧客 – 代理店　FY25-FY26通期比 10%増　注力

中小の広告代理店や、地方の広告代理店経由で取引を行う顧客
国内8拠点の営業支店ネットワークを生かして、日本全国で取引を拡大している。顧客数が多いことで季節性や景況感の影響などを分散できる。
今後も新人社員を中心的に配属し、新たな拠点開設などリソースを
重点的に投下して拡大を目指す。

© MicroAd, inc.

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



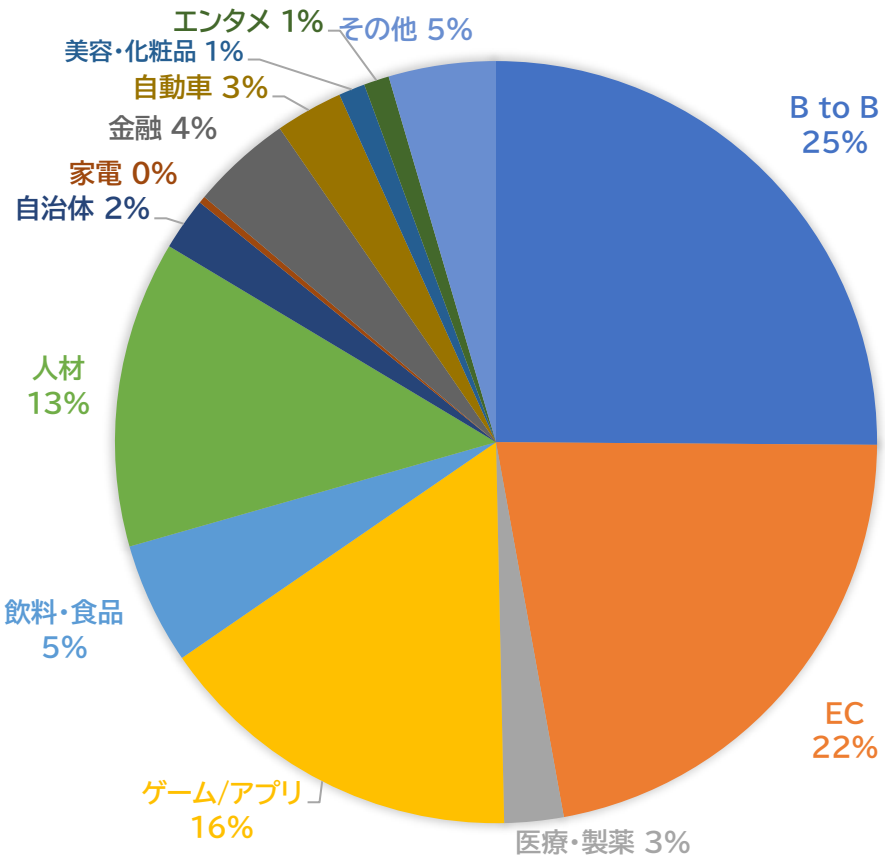
© MicroAd, inc.

※パートナー数、業種数は2026年9月時点

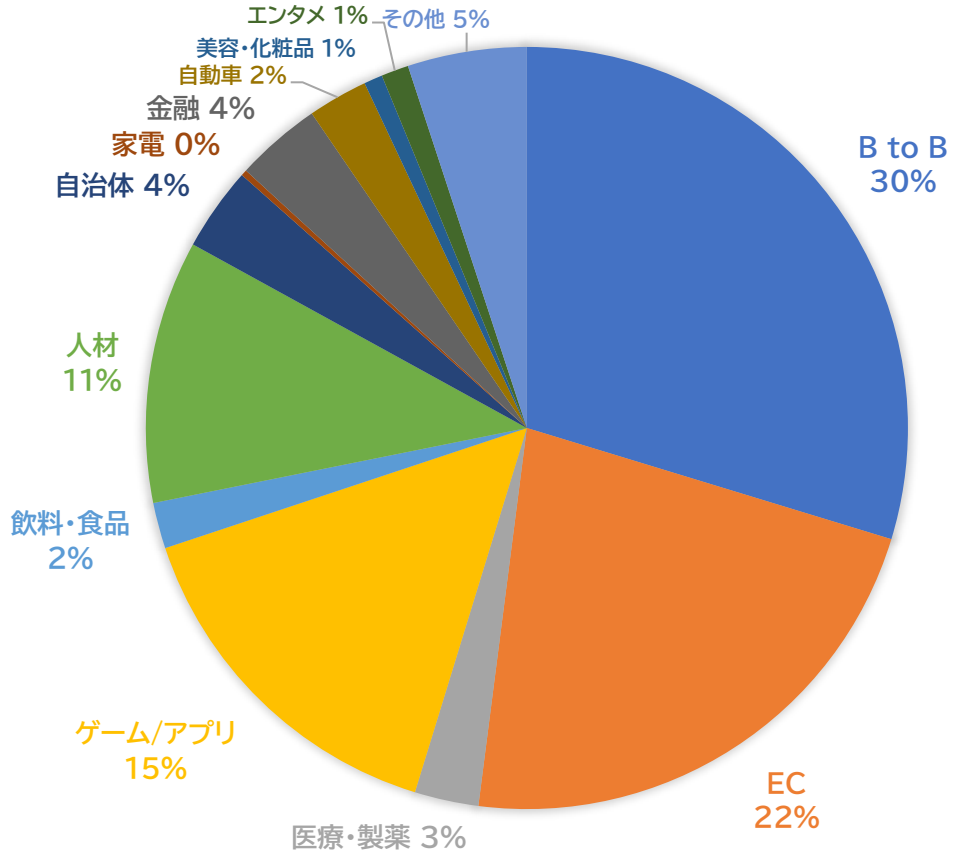
UNIVERSEにおける業種毎のシェア

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**

26年第3四半期の業種ごと売上シェア



26年第4四半期の業種ごと売上シェア



MicroAd Redesigning the Future Life | © MicroAd, inc.

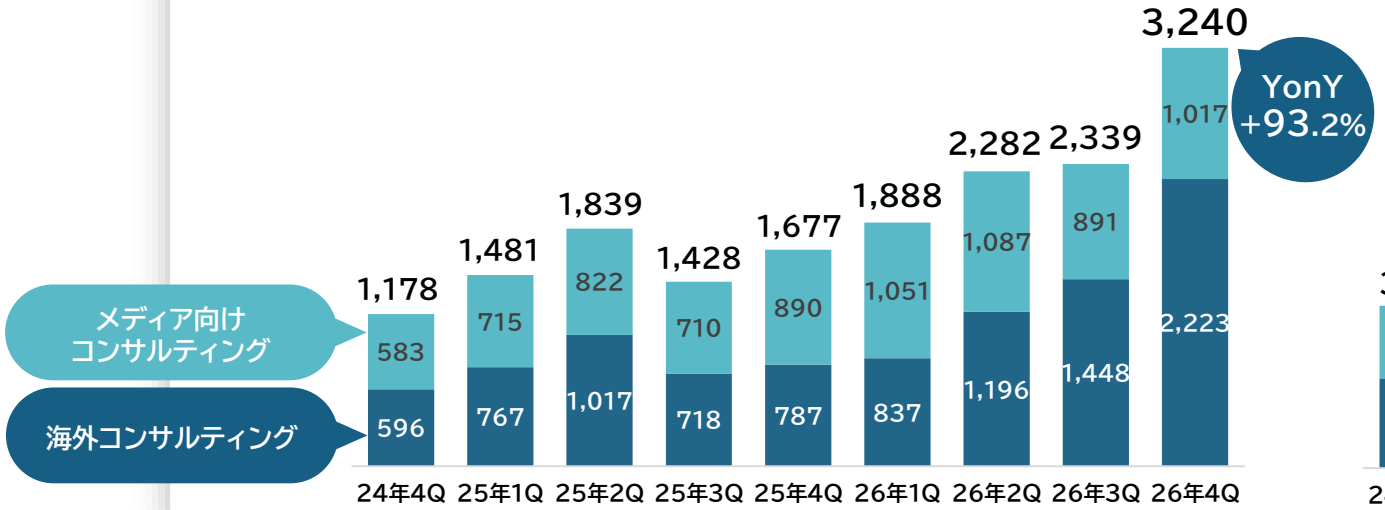
コンサルティングの売上・粗利推移

海外コンサルティングが大幅に拡大し、**売上は51%増、粗利は49%増と大幅に増収・増益**

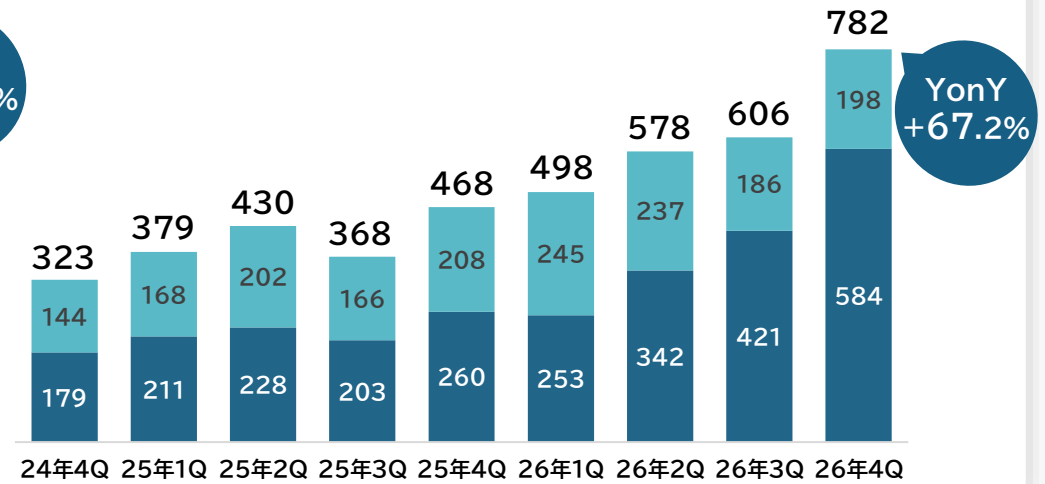
売上・粗利 前年同期比

（百万円）	2025年9月期	2026年9月期	増減 増減額	増減 %
売上高	6,426	9,750	+3,324	+51.7%
売上総利益	1,645	2,465	+820	+49.8%

売上四半期推移 単位:百万円



粗利四半期推移 単位:百万円



© MicroAd, inc.

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

© MicroAd, inc.

※1 RTB：Real Time Biddingの略称。消費者がWEBサイト上の広告枠を閲覧するごとに、広告主からの入札によるオークションによって、リアルタイムに配信する広告を決定する仕組み

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

急成長

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

㈱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

© MicroAd, inc.

海外事業におけるクロスボーダーマーケティング

訪日客向けの「インバウンド」と、日本企業の海外展開を支援する「アウトバウンド」を両輪とする
クロスボーダーマーケティングが大きく拡大※

インバウンド　海外 → 日本

事業内容　訪日外国人に対して、日本の商品・地域・店舗へ送客

主なサービス

- 訪日専門独自メディア：Japaholic
- 訪日ターゲティング広告：Eternity marketing technology
- インフルエンサー活用：株式会社ブルズとの合弁 株式会社MaBullz
- 購買分析・来店促進：Payke / Tabi Life 複数の企業と資本業務提携

アウトバウンド　日本 → 海外

事業内容　日本企業の海外進出・現地でのマーケティングを支援

主なサービス

- 現地デジタル広告運用：Google / Meta / LINE Baidu / WeChat 等
- クリエイティブサービス：Web制作 / コンテンツ制作 バナー・動画制作
- ポップアップ・実店舗展開：PAL FILLER 26年2月に専門企業を子会社化
- 日本IP・日本製品物販事業：IPmixer

両輪を支える共通基盤

1. **海外拠点ネットワーク**
   台湾・中国・インドネシア等の海外拠点と
   パートナー連携で多サービス・多国展開で事業を拡大
2. **データ・ノウハウの相互活用**
   インバウンド・アウトバウンドの双方で蓄積した
   様々なデータや知見を両輪で共有・活用
3. **現地目線の本質的マーケティング**
   言語に加え、各国の商習慣・生活文化を理解した
   現地起点のマーケティング企画～実行

© MicroAd, inc.

※ 前回開示時点では「クロスボーダー事業」と表記していましたが、より一般的な呼称である「クロスボーダーマーケティング」に変更。事業内容や位置づけに変更はありません。

目次

① 会社概要
② 2026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

© MicroAd, inc.

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。



© MicroAd, inc.

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**



© MicroAd, inc.

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



© MicroAd, inc.

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

UNIVERSE

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？

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

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か？

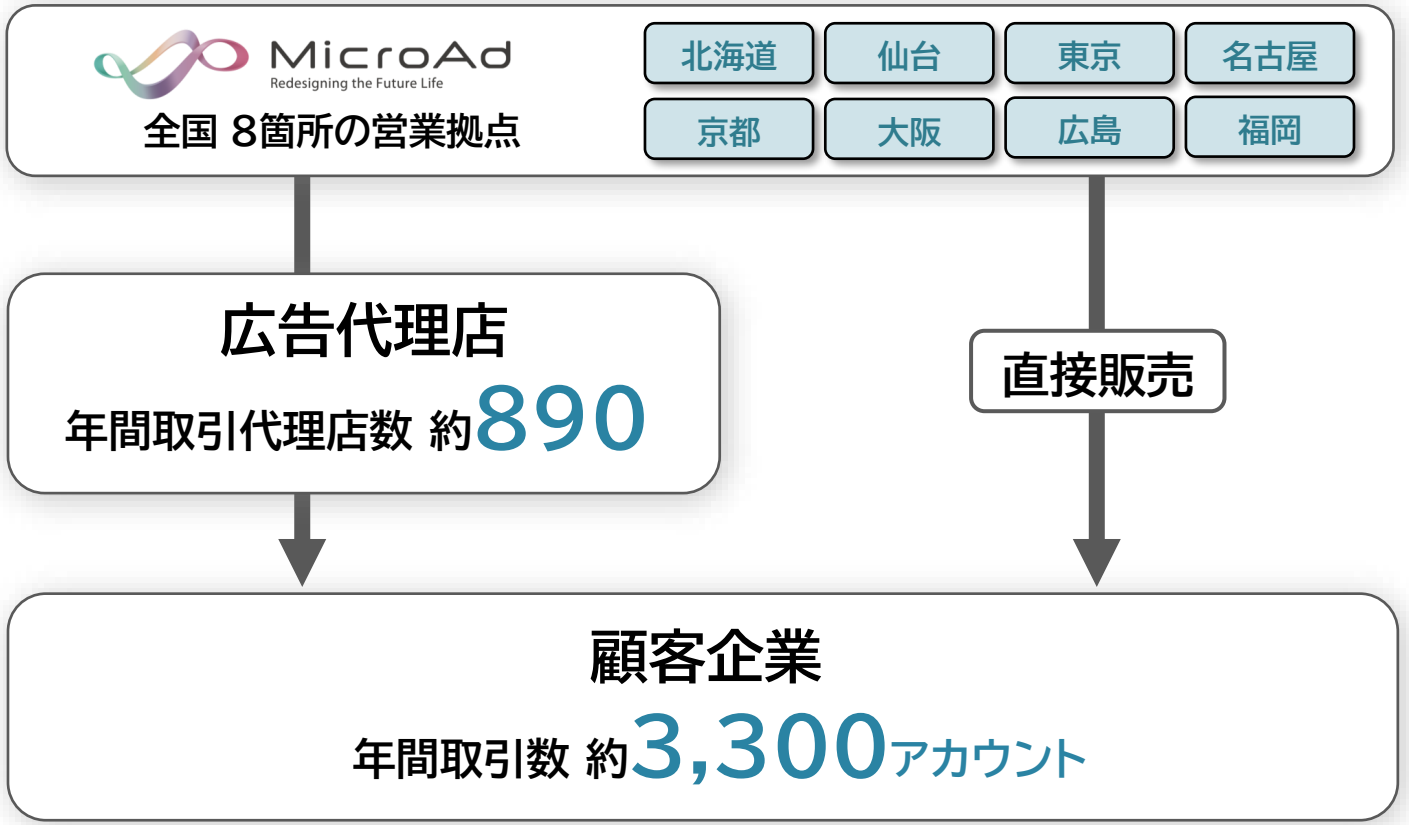
リスクコントロール

・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

© MicroAd, inc.

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



© MicroAd, inc.
※各種数値実績は2026年度9月期実績

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

MicroAd COMPASS

広告配信 580億回/月間

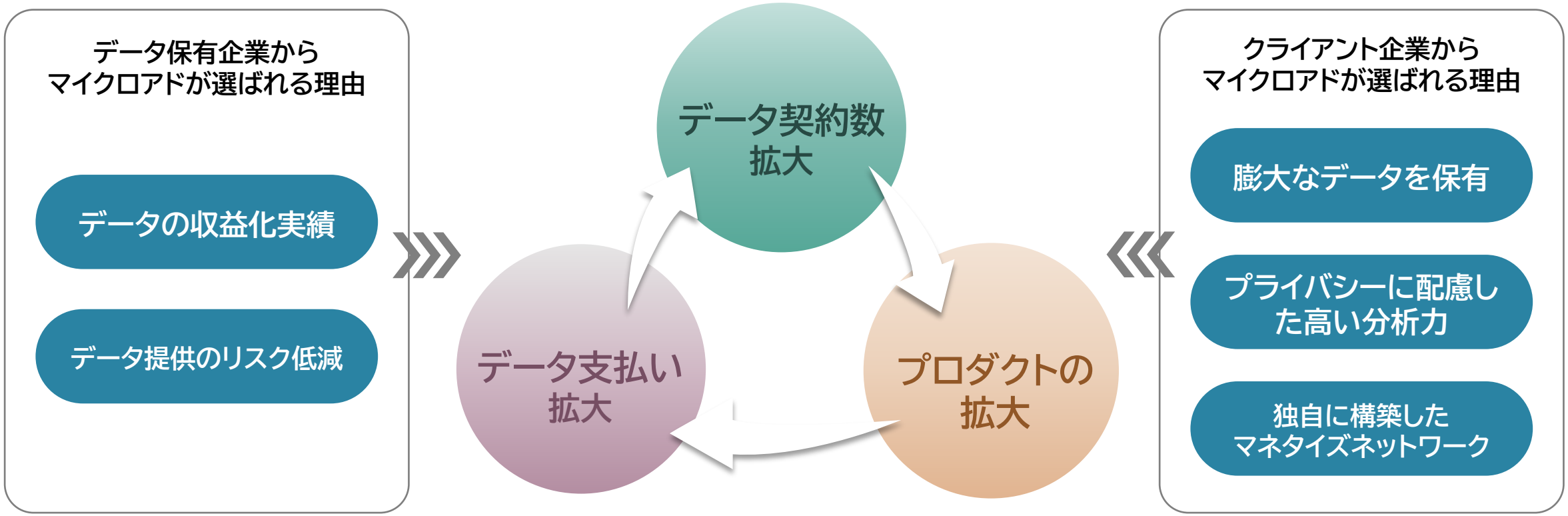
累計2,000社以上と提携

© MicroAd, inc.
※各種数値実績は2026年度9月期実績

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

事業拡大のエコサイクル



© MicroAd, inc.

目次

① 会社概要
② 2026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

© MicroAd, inc.

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**



③ AIファクトリー構想

独自のAIインフラの構築により、既存事業の生産性向上から
新領域におけるデータ経済圏の拡大に資する新たな投資を計画
（P46～P48：AIファクトリー構想 ）

② 新領域へのデータ活用

海外事業におけるクロスボーダーマーケティングにおいて、様々なプロダクトや
データをインバウンド・アウトバウンドの相互活用により事業を拡大
（P27：海外事業におけるクロスボーダーマーケティング）

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
（P44 :新領域へのデータ活用 –IPmixerのコラボ商品拡大）

2025年9月期よりTikTok Shop関連事業を新たに開始
（P45：新領域へのデータ活用 – TikTok Shop関連事業に関して）

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
は引き続き成長しており、他社プラットフォームへの接続によりさらなる拡大を狙う
（P20：「UNIVERSE」のKPI – 稼働アカウントの推移）

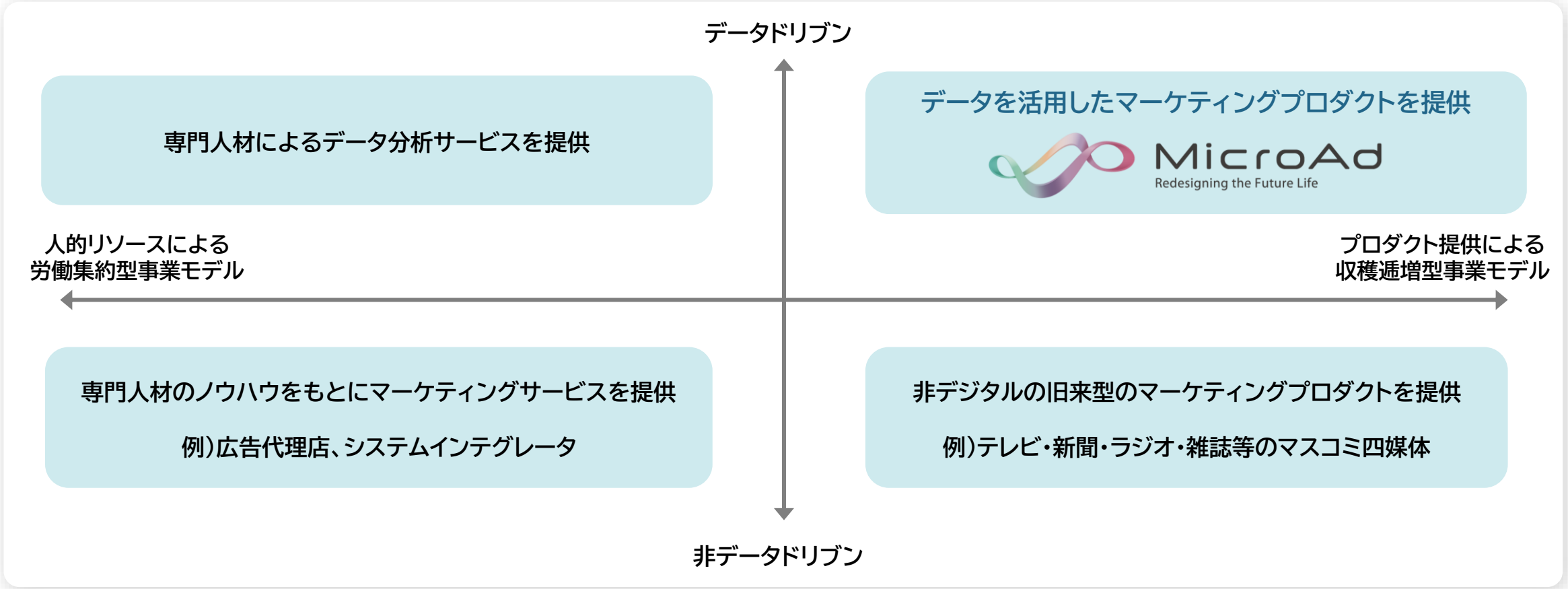
また、2024年9月期にM&Aを実施した
UNCOVER TRUTHにおいても新プロダクトをリリースし
データプロダクトの領域拡大を狙う
（P42：データプロダクトの拡大–UNCOVER TRUTHの新プロダクト提供）

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

© MicroAd, inc.

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**



© MicroAd, inc.

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
㈱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

インターネット広告市場全体※1 **3兆3,093億円**

運用型ビデオ広告市場	運用型ディスプレイ広告市場	TikTok Shop市場規模予測 ※2
8,691億円	7,830億円	500億円

UNIVERSE及び海外事業のターゲット

TikTok Shop関連事業のターゲット

運用型ビデオ広告市場	＋	運用型ディスプレイ広告市場	＋	TikTok Shop市場
8,691億円		7,830億円		500億円

マイクロアドのターゲット市場 総計

1兆7,021億円

※1 出典：電通グループ『「2025年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」』
※2 出典：studio15調べ

© MicroAd, inc.

①データプロダクトの拡大 –特化する領域

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

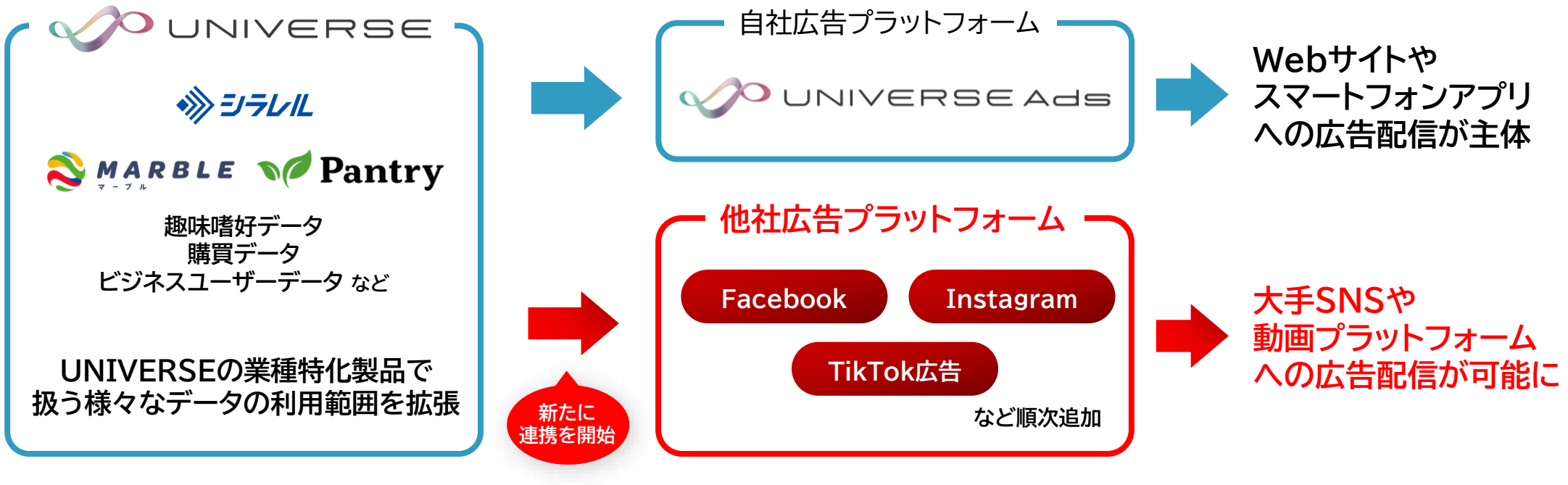
- ブランド領域に特化している**競合企業はいない**
- マス広告（TVCM等）からの**デジタルシフトによる市場拡大**が期待できる

© MicroAd, inc.

①データプロダクトの拡大 –他社広告プラットフォームへの接続

従来までは、自社開発した自社プラットフォームのみで事業を拡大していたが、
新たに、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
26年9月期よりUNIVERSEの独自データを活用した大手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



© MicroAd, inc.

①データプロダクトの拡大–UNCOVER TRUTHの新プロダクト提供

２０２４年にＭ＆Ａした㈱ＵＮＣＯＶＥＲ ＴＲＵＴＨにおいて、顧客企業のＬＴＶ(顧客生涯価値)
最大化を支援する**AIドリブンマーケティング基盤サービス「AXUA(アクア)」の提供を開始**

AXUAが実現する顧客理解と
施策実行環境の進化に向けたステップ

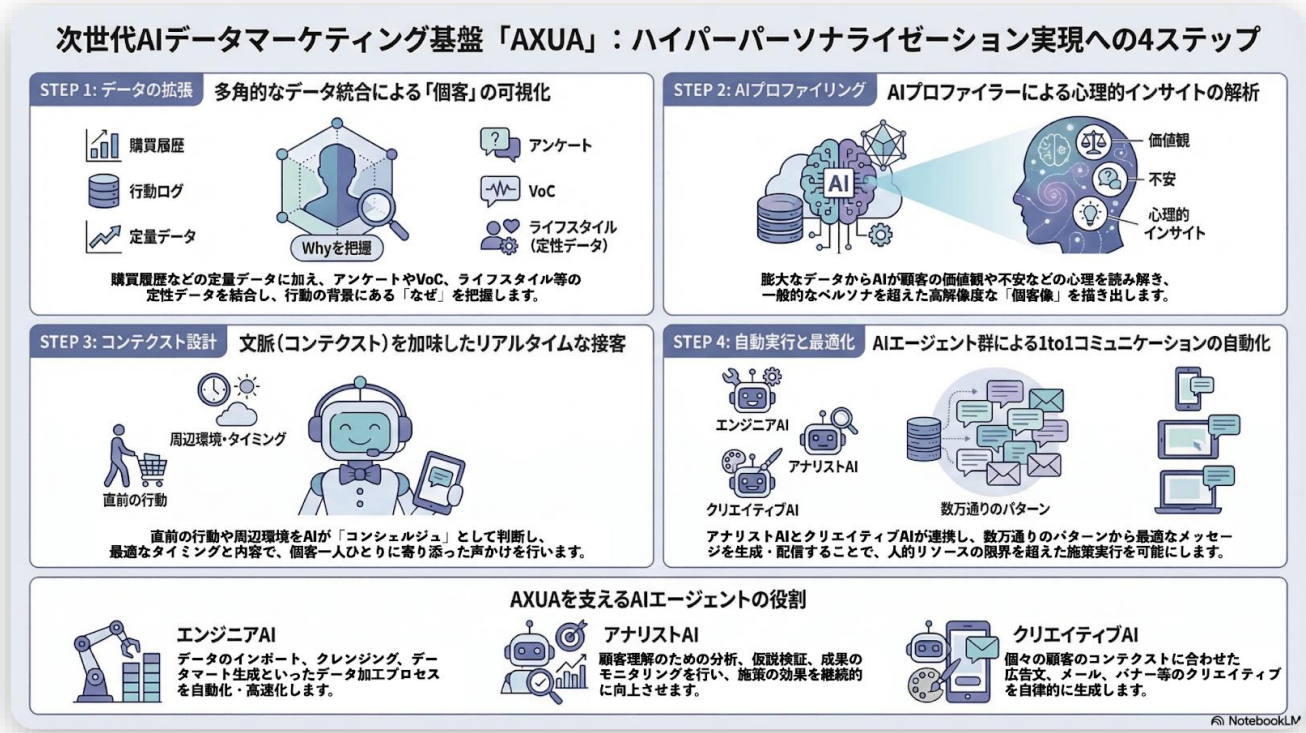
STEP 1
多角的なデータ統合による「個客」の可視化

STEP 2
AIプロファイラーによる心理的インサイトの解析

STEP 3
文脈(コンテクスト)を加味したリアルタイムな接客

STEP 4
AIエージェント群による1to1コミュニケーションの自動化

UNCOVER TRUTH



© MicroAd, inc.

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

26年9月期　パフォーマンス推移

	26年9月期 第1四半期				26年9月期 第2四半期				26年9月期 第3四半期				26年9月期 第4四半期				通期累計
(単位:千円)	10月	11月	12月	1Q累計	1月	2月	3月	2Q累計	4月	5月	6月	3Q累計	7月	8月	9月	4Q累計	
月初総資産	367,459	364,763	375,236	–	387,141	401,238	430,361	–	400,210	403,755	406,647	–	410,966	409,203	424,465	–	–
損益額	▲2,696	10,473	11,905	19,682	14,097	29,123	▲30,151	13,069	3,545	2,892	4,319	10,756	▲1,763	15,262	1,669	15,168	58,675
損益率	-0.73%	2.87%	3.17%	–	3.64%	7.26%	-7.01%	–	0.89%	0.72%	1.06%	–	-0.43%	3.73%	0.39%	–	–

26年9月期 実績利回り：**15.97%**

AIを活用したデータ分析の継続により
今後も通期での安定収益を狙う

© MicroAd, inc.

②新領域へのデータ活用 –IPmixerのコラボ商品拡大

プロジェクト実施数やコラボレーションするIPをさらに増やして事業拡大を狙う

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

保有する各種のマーケティングデータや
国内外の拠点の連携によって
高付加価値なコラボレーションを生み出していく

26年9月期 実施事例



© COVER © The National Gallery, London

2026年5月

「ロンドン ナショナル・ギャラリー」と
ホロライブ所属「儒烏風亭らでん」のコラボ企画



2026年2月

台湾で人気のVTuber真理果Marikaとの
コラボレーションディフューザー
「Magic Diffuser」の発売



2026年1月

「人気料理家KAZU監修・日本製鉄鍋」を
台湾・香港で再販



© COVER

2026年1月

ホロライブEnglish所属VTuberとのコラボレーション
フレグランスミストシリーズ「MEMORIES」の発売

© MicroAd, inc.

②新領域へのデータ活用 – TikTok Shop関連事業に関して

TikTok Shop関連事業として、新たに二つの子会社を新設
2026年9月期は新たな施策を通じて事業の立ち上げにフォーカス

「極太麻婆春雨」の販売を実施

2026年4月～販売開始



TikTok Shopのノウハウと消費行動データを活かし
デリバリーで人気の「極太麻婆春雨」を
公式オンラインストアおよびTikTok Shopで全国販売開始

兵庫県豊岡市との共同TikTokコマース実施

2025年11月13日～19日の1週間において、
TikTok Shop内の全商品の中で売上高1位を記録



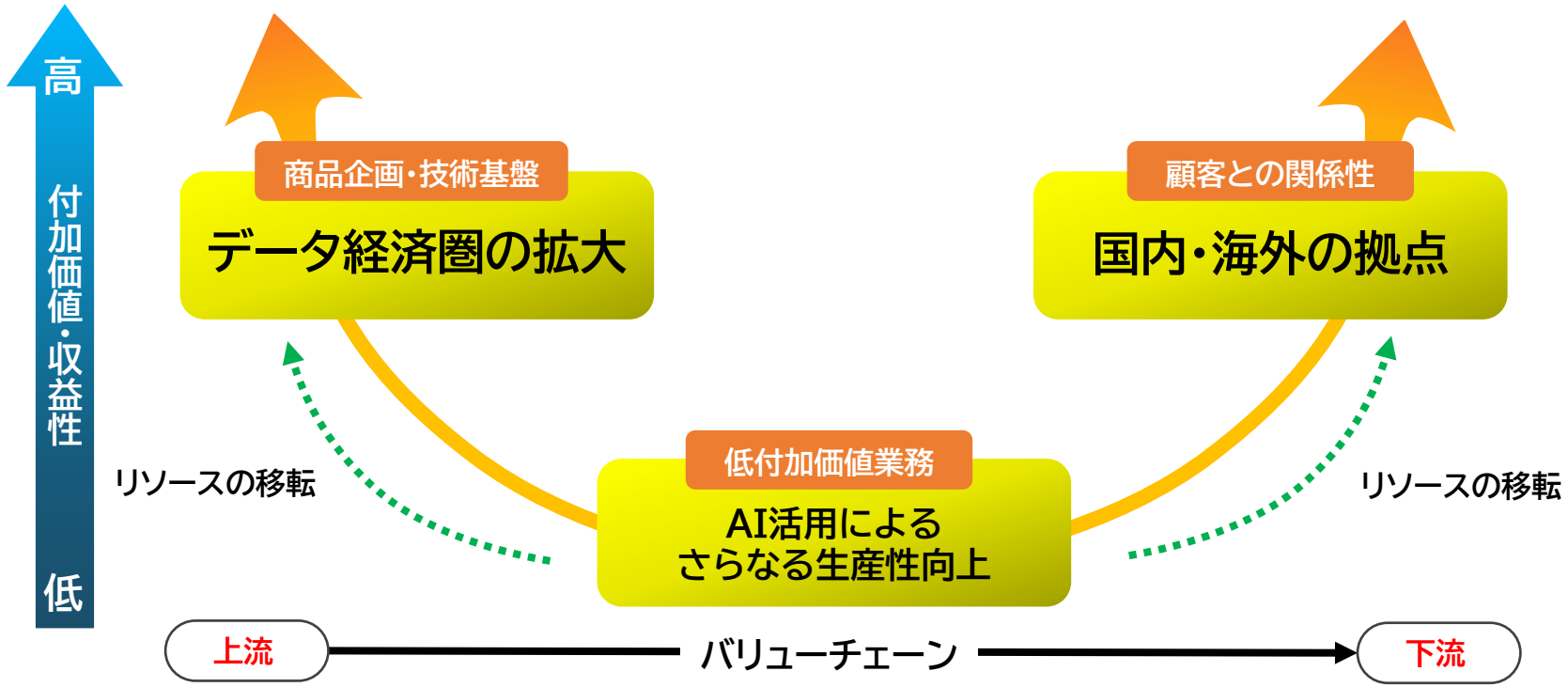
**今後も地方自治体と連携した商品開拓と
TikTok Shopでの販売を強化**

© MicroAd, inc.

③AIファクトリー構想 –AI活用によるリソースの最適化

２０２５９月期～２０２６年９月期にかけて、グループ全体で生産性向上に注力したことで収益性が向上している。
今後の成長戦略においても、生産性向上は大きなテーマであり高付加価値業務へのリソース移転によりそれを実現する。
下図のスマイルカーブの両端の高付加価値領域を最大化することで、事業拡大と収益性向上による成長を狙う。

スマイルカーブの両端の高付加価値領域を最大化



© MicroAd, inc.

③AIファクトリー構想 –AIファクトリーとは

高付加価値業務へのリソース移転を実現するために、**既存のインフラ資産を土台に独自のAI環境を構築**することで、
外部AIに依存せず、制約なくAIをフル活用し事業成長に寄与する様々な施策実行につなげていく

AIファクトリー ｜ 自社で保有するデータとインフラにAIを組み込んで
サービスを作り出す「工場」

2027年
稼働予定

構築：必要な3つの要素

土台は運用中の既存インフラ基盤と人材。3要素が追加投資分。

計算基盤（ハードウェア）
GPUサーバー・ネットワーク・ストレージを随時調達し
AIに向けた計算基盤を構築

ソフトウェア（AI/MLOps）
オープンモデルLLMをベースに、
AIエージェント基盤を自社開発

専門人材（インフラ・AIエンジニア）
既存のインフラ／機械学習エンジニアチームの
人員を強化

AIファクトリーによる2つの効果

商品企画・技術基盤

データ経済圏の拡大

データ分析・活用など外部AIに依存しない環境によって、
マーケティングのAI化を推進

低付加価値業務の低減

AI活用によるさらなる生産性向上

外部AIのコスト高騰を見据え、
自社AI活用で外部依存度を低減しコスト効率を最大化

より具体的な活用用途は今後順次公開予定

© MicroAd, inc.

③AIファクトリー構想 –資金調達の実施

AIファクトリー構想の実現に向けて、2026年7月に第三者割当による新株予約権付社債(以下、CB)を発行し**総額22億円の資金調達**を実施

Arena Holdingsに関して

Arena Holdingsは、**卓越した非上場企業および上場企業に投資を行うパーマネントキャピタル(永続的資本)投資家**

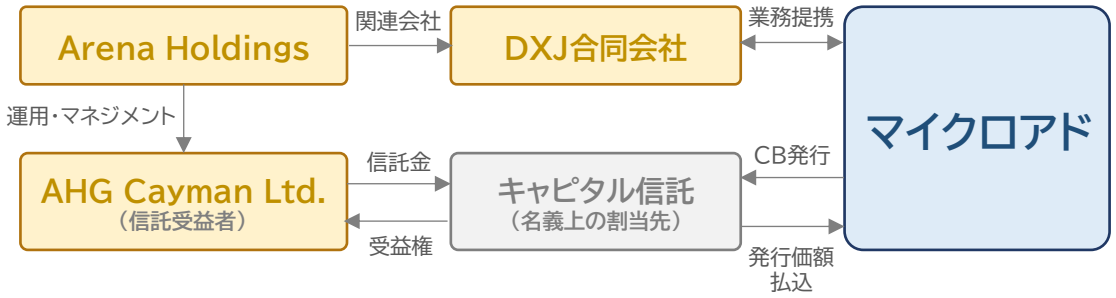
国内外を問わず各分野のリーディングカンパニーに投資しており、
日本国内においては、SmartHR、CADDi、UPSIDER、JapanCloud
などへの投資実績を有している。

CB発行の概要

CB発行総額	CB転換価額	償還期限
22億円	614円	2029年8月

資金使途
① AIファクトリー構築：3.6億円
② データ経済圏拡大に資するM&A・戦略投資：17.9億円

本件CBの資金の流れと業務提携の構造



DXJ合同会社との戦略的業務提携

1. AIファクトリー戦略へのアドバイザリー
2. ソーシャルライブコマース事業の拡大支援
3. データセットの強化によるデータ経済圏の拡大支援
4. M&A機会の拡大

© MicroAd, inc.

2027年9月期 連結業績予想

2030年9月期 営業利益30億円の達成に向けて、**事業単位の経営管理を開始し、成長性と収益性を高めていく。また、AIファクトリーを軸とした新たな施策の種まきを開始**

（百万円）	2026年9月期	2027年9月期	増減 増減額	増減 %
売上高	20,452	21,674	1,221	+6.0%
売上総利益	6,189	7,047	858	+13.9%
調整後営業利益※	1,369	1,831	461	+33.7%
営業利益	1,114	1,509	395	+35.5%
経常利益	1,003	1,444	440	+43.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	760	1,001	240	+31.6%

※ 調整後営業利益 = 営業利益 + のれん償却費 + 株式報酬費用+ 株主優待費用

© MicroAd, inc.

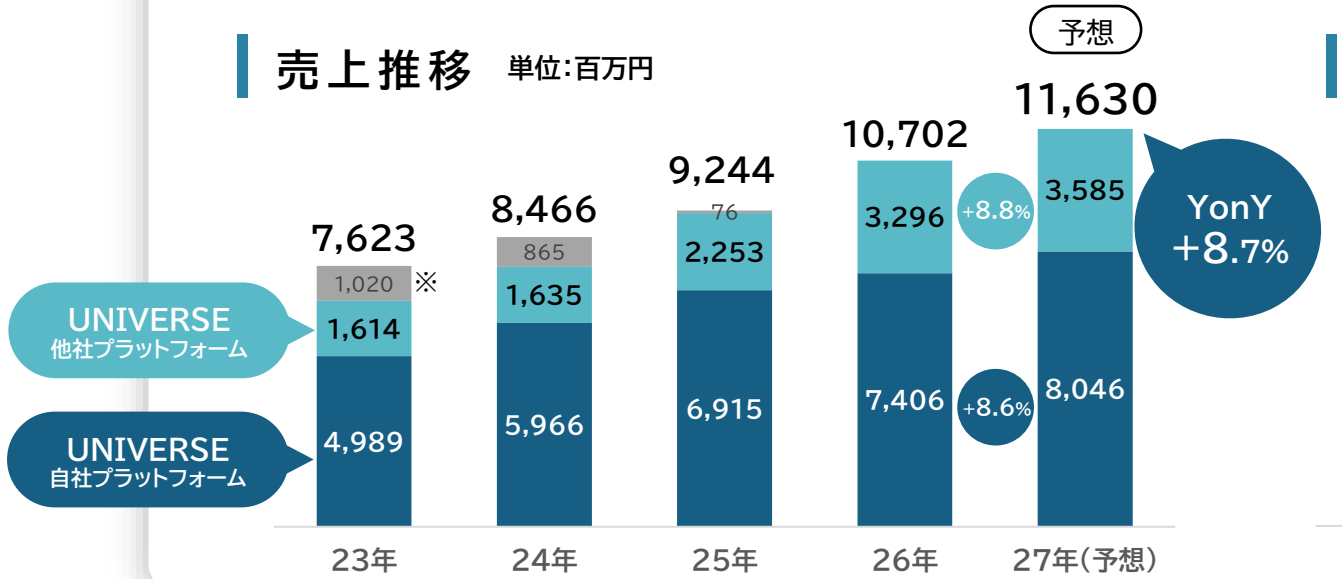
データプロダクトサービスの業績予想

自社プラットフォームは**新たな商品投下による利益率の改善**により粗利総額の拡大を狙う
他社プラットフォームは**運用効率化をさらに推進することで、顧客数の拡大**を狙う

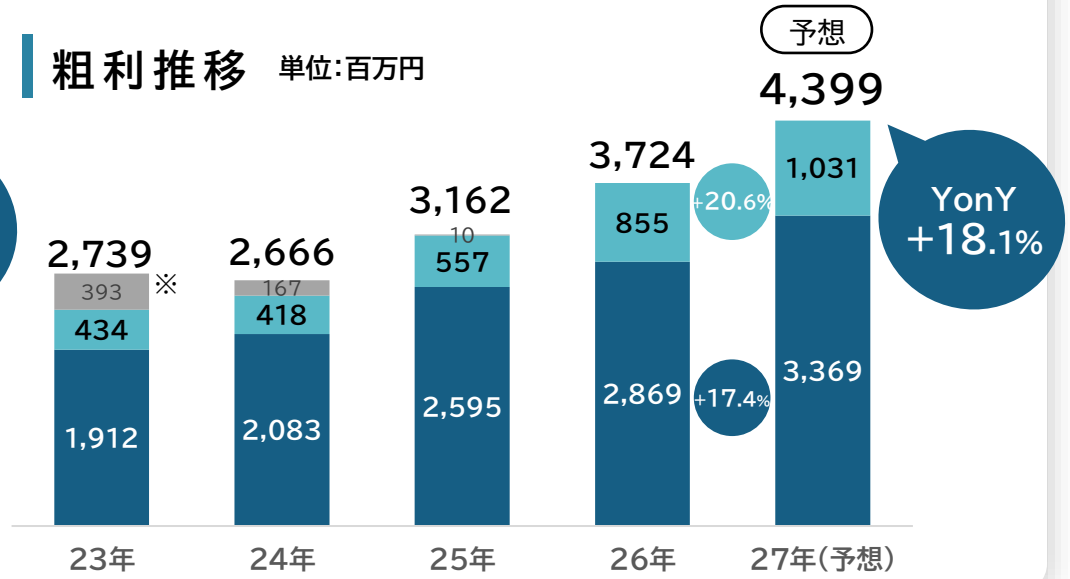
通期売上・粗利推移

（百万円）	2026年9月期	2027年9月期 業績予想	増減 増減額	増減 %
売上高	10,702	11,630	+929	+8.7%
売上総利益	3,724	4,399	+676	+18.1%

売上推移 単位:百万円



粗利推移 単位:百万円



※2025年9月期 第1四半期に非連結化した㈱MADSの実績

© MicroAd, inc.

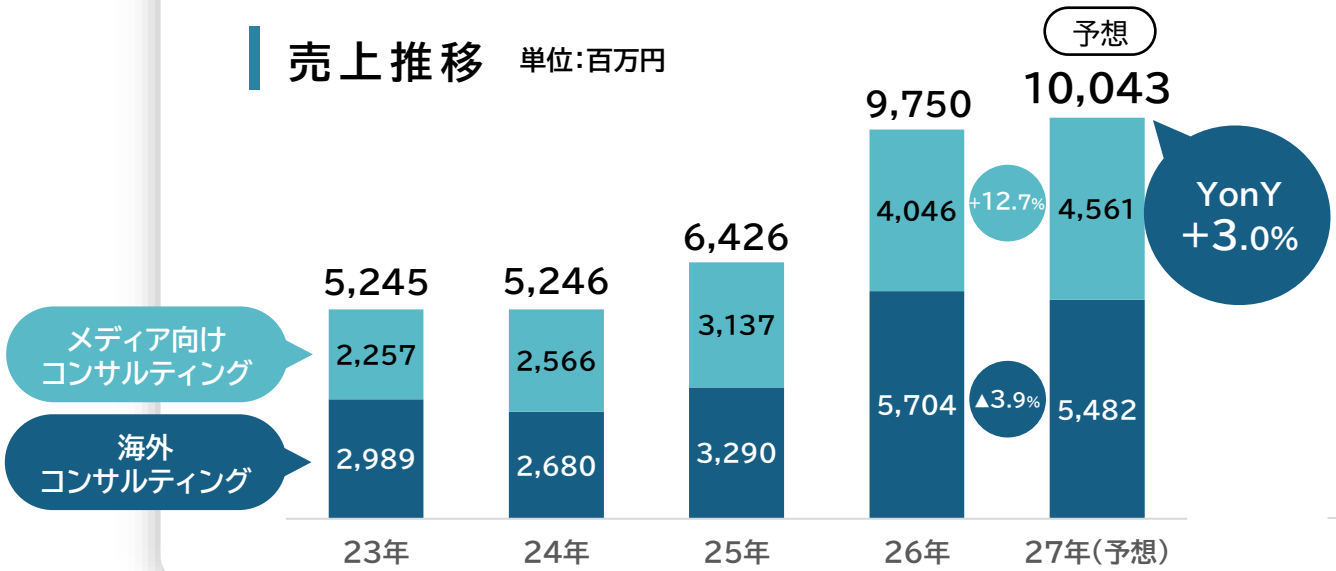
コンサルティングサービスの業績予想

メディア向けコンサルティングは商品構成の変化による利益率の低下が継続する見通し
海外コンサルティングは、前期に急拡大した売り上げを維持しつつ、生産性を向上させ利益率向上を狙う

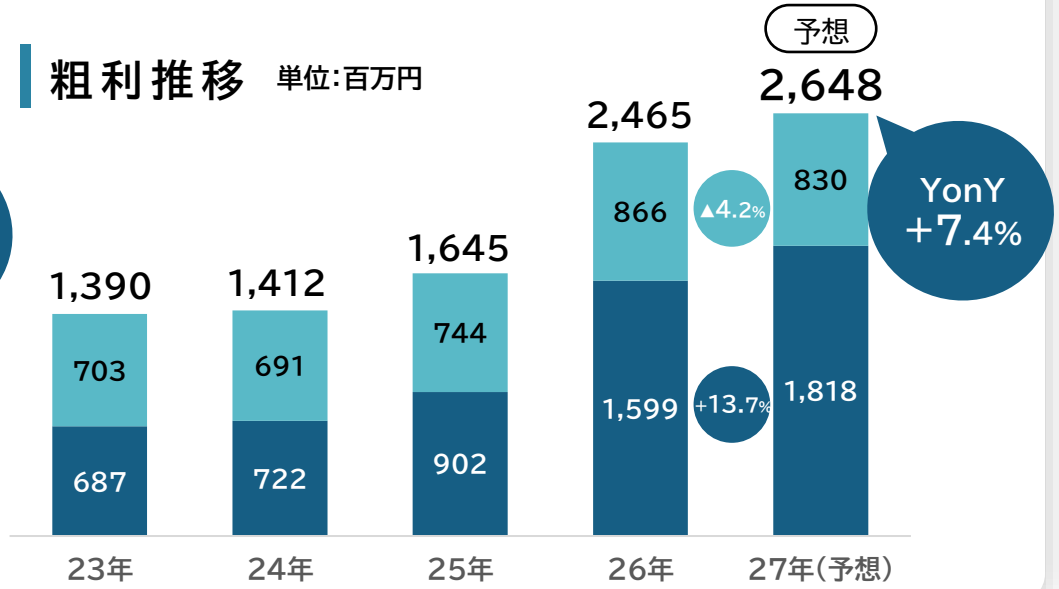
通期売上・粗利推移

（百万円）	2026年9月期	2027年9月期 業績予想	増減 増減額	増減 %
売上高	9,750	10,043	+293	+3.0%
売上総利益	2,465	2,648	+183	+7.4%

売上推移 単位:百万円



粗利推移 単位:百万円



© MicroAd, inc.

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9月期より年2回の株主優待制度を実施

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。

※ 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

© MicroAd, inc.

目次

① 会社概要
② 2026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

© MicroAd, inc.

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が関連する、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、独立した監督部署をおいて、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因等により、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、有価証券報告書の「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。

MicroAd
Redesigning the Future Life