

2Q

SECOND
QUARTER

**2019年11月1日 株式会社アドウェイズ
2020年3月期第2四半期決算説明会**

代表取締役社長 岡村 陽久

目次

- 1. 第2四半期の業績 ...P.3
- 2. 事業概況 ...P.16
- 3. 補足資料 ...P.34

1 第2四半期の業績

- Chapter1 : **Second quarter results**

当第2四半期累計の業績と 前年同四半期比較

[単位：百万円]

	2020年3月期 第2四半期累計	前年同期比 2019年3月期第2四半期累計		
		実績	増減額	増減率
売上高	18,023	22,488	▲ 4,464	▲ 19.9%
売上総利益	2,969	3,920	▲ 950	▲ 24.3%
販管費	3,074	3,354	▲ 279	▲ 8.3%
営業利益	▲ 104	566	▲ 671	-
経常利益	▲ 21	525	▲ 546	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	▲ 227	262	▲ 489	-

売上高 前年同期比 **44億64百万円の減少** (19.9%減)

営業利益 前年同期比 **6億71百万円の減少** (-)

当四半期の業績と 前年同四半期・前四半期比較

[単位：百万円]

	2020年3月期 第2四半期	前年同四半期比 2019年3月期第2四半期			前四半期比 2020年3月期第1四半期		
		実績	増減額	増減率	実績	増減額	増減率
売上高	8,997	11,044	▲ 2,047	▲ 18.5%	9,026	▲ 29	▲ 0.3%
売上総利益	1,515	1,802	▲ 287	▲ 16.0%	1,454	+60	+4.2%
販管費	1,510	1,647	▲ 137	▲ 8.3%	1,564	▲ 53	▲ 3.4%
営業利益	4	154	▲ 150	▲ 97.0%	▲ 109	+114	—
経常利益	54	206	▲ 152	▲ 73.8%	▲ 75	+129	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	39	68	▲ 29	▲ 42.7%	▲ 266	+305	—

売上高 前年同四半期比 **20億47百万円の減少** (18.5%減)
前四半期比 **29百万円の減少** (0.3%減)

営業利益 前年同四半期比 **1億50百万円の減少** (97.0%減)
前四半期比 **1億14百万円の増加** (-)

第2四半期における売上・営業利益の増減要因

[売上高 前四半期比(事業別)]

	当四半期 2020/2Q	前四半期 2020/1Q	増減額
スマートフォン	4,396	4,525	▲128
インターネット	3,670	3,567	+103
海 外	624	705	▲80
合 計	8,692	8,797	▲105

[営業利益 前四半期比(事業別)]

	当四半期 2020/2Q	前四半期 2020/1Q	増減額
スマートフォン	480	416	+ 64
インターネット			
海 外	▲100	▲94	▲6
合 計	380	322	+ 58

[主な増減要因]

[単位：百万円]

スマートフォン [売上高：1億28百万円の減少]

UNICORNの売上高は増加したものの、1Qにおいて海外ゲームクライアントの大型案件予算消化が完了し、2Qにおいてゲームアプリの新規タイトル数が減少した。

インターネット [売上高：1億3百万円の増加]

金融：消費税のキャッシュレス還付需要を見込んだキャンペーンが増加した。

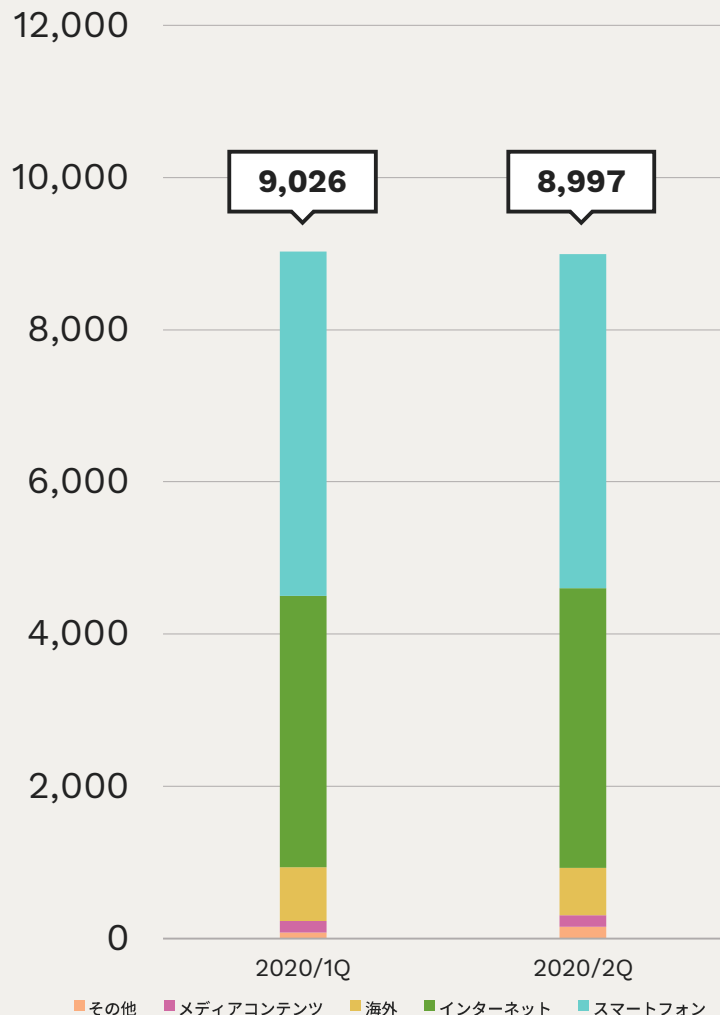
E C：1Qにおいて景表法遵守により健康食品及びコスメ美容関連案件の売上高は減少したものの、2Qにおいて健康食品案件の売上高が増加した。

海 外 [売上高：80百万円の減少]

中国のブランド広告主の予算縮小に加え、円高に伴う中国からの越境ECの発注量の減少により売上高は減少した。

売上高の前四半期比較

単位：百万円



Copyright © Adways Inc. All Rights Reserved.

国内広告業・・・80億67百万円

前四半期比：25百万円減（0.3%減）

スマートフォン・・・43億96百万円

（主にアプリ広告）

前四半期比：1億28百万円減（2.8%減）

UNICORNの売上高は増加したものの、1Qにおいて海外ゲームクライアントの大型案件予算消化が完了し、2Qにおいてゲームアプリの新規タイトル数が減少した。

インターネット・・・36億70百万円

（PCWeb広告及びスマートフォンweb広告）

前四半期比：1億3百万円増（2.9%増）

〔金融〕消費税のキャッシュレス還付需要を見込んだキャンペーンが増加した。

〔EC〕1Qにおいて景表法順守により健康食品及びコスメ美容関連案件の売上高は減少したものの、2Qにおいて健康食品案件の売上高が増加した。

海外事業・・・・・・・・6億24百万円

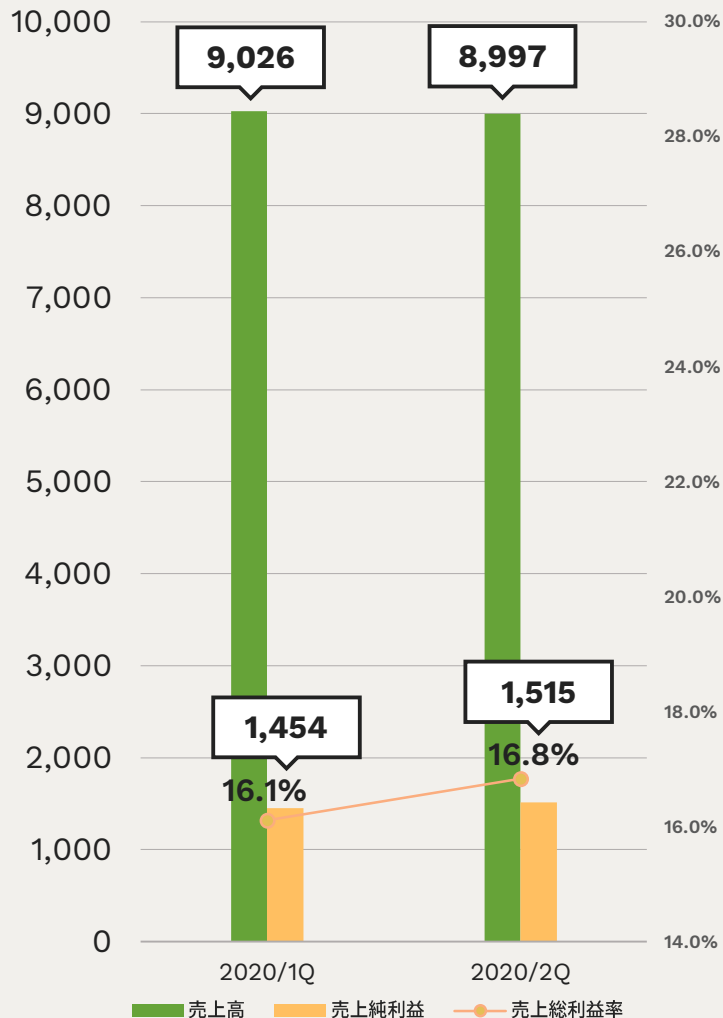
前四半期比：80百万円減（11.4%減）

中国のブランド広告主の予算縮小に加え、円高に伴う中国からの越境ECの発注量の減少により売上高は減少した。

※海外子会社（インド除く）の決算期は12月のため、当社グループにおける2020年3月期第2四半期会計期間の連結決算対象期間は4月～6月となります。

売上総利益の前四半期比較

単位：百万円



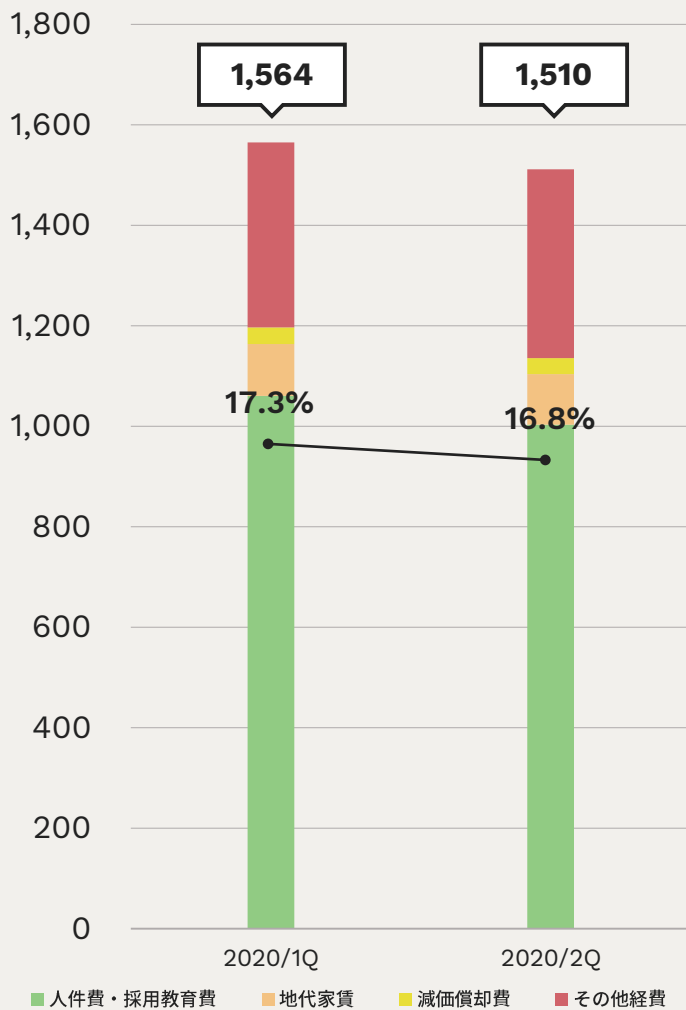
当四半期売上総利益 15億15百万円

前四半期比：60百万円増（4.2%増）

売上総利益率：16.8%（0.7ポイント増）

販管費の前四半期比較

単位：百万円



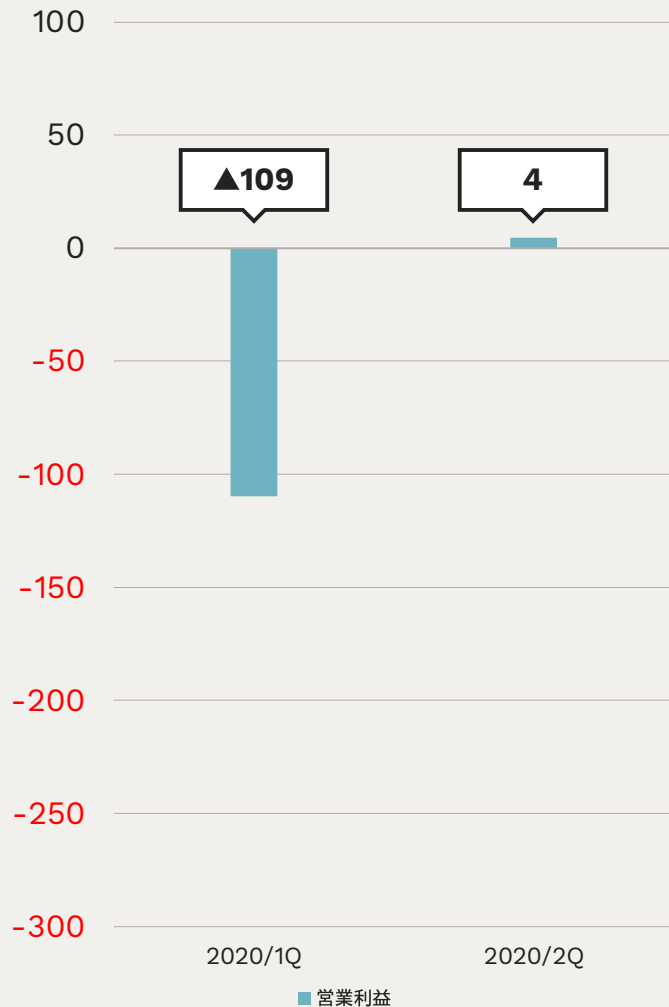
当四半期販管費 15億10百万円

前四半期比：53百万円減（3.4%減）

販管費率：16.8%（0.5ポイント減）

営業利益の前四半期比較

単位：百万円



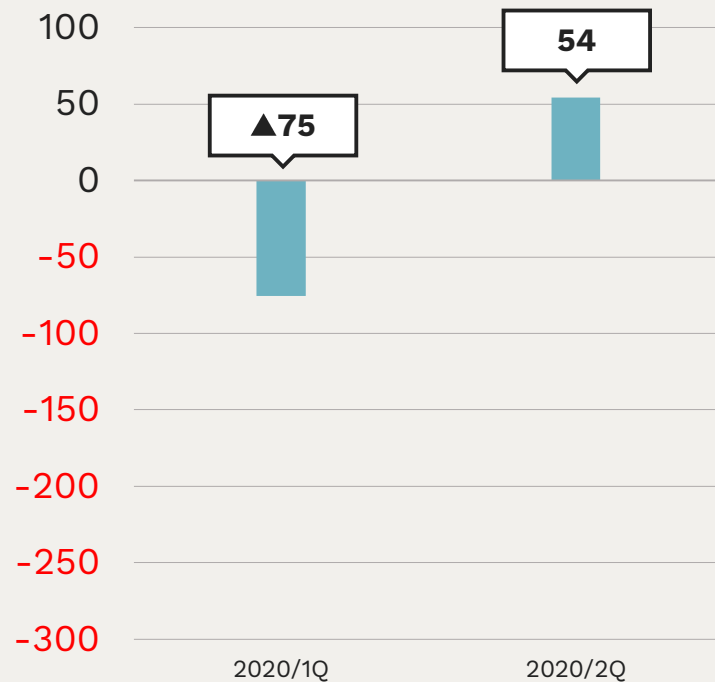
当四半期営業利益 4百万円

前四半期比：1億14百万円増（－）

- ・ 売上総利益の増加及び販管費の減少より増加

経常利益の 前四半期比較

単位：百万円

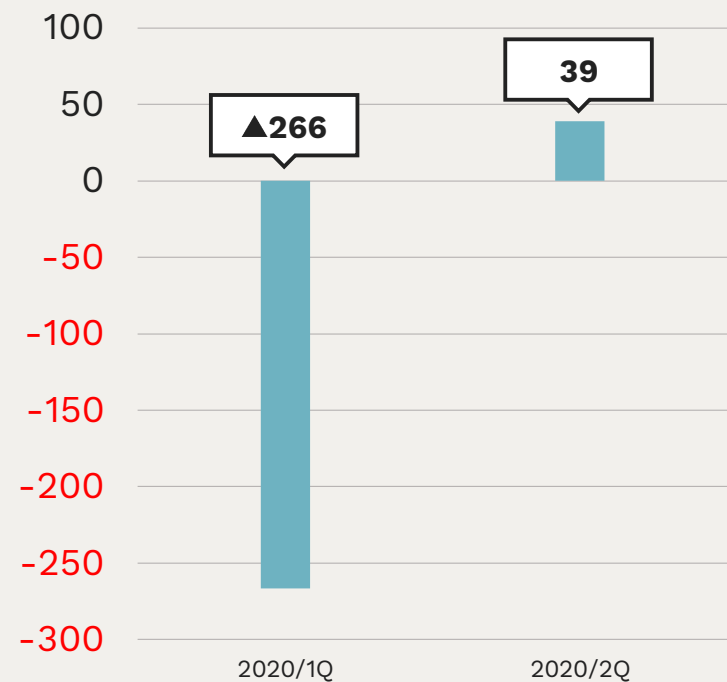


当四半期経常利益 54百万円

前四半期比：1億29百万円増（－）

親会社株主に帰属する 四半期純利益の 前四半期比較

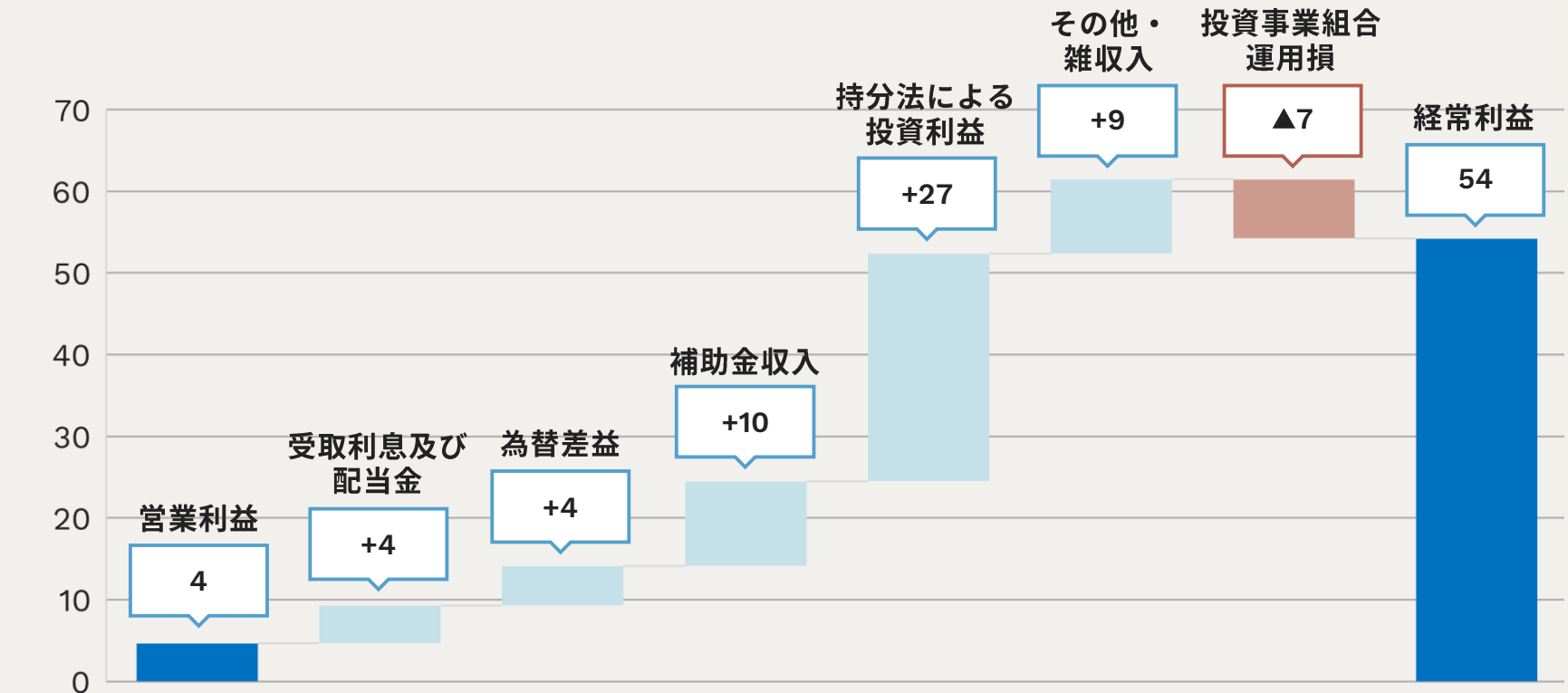
単位：百万円



**親会社に帰属する
当四半期純利益 39百万円**

前四半期比：3億5百万円増（－）

経常利益の推移

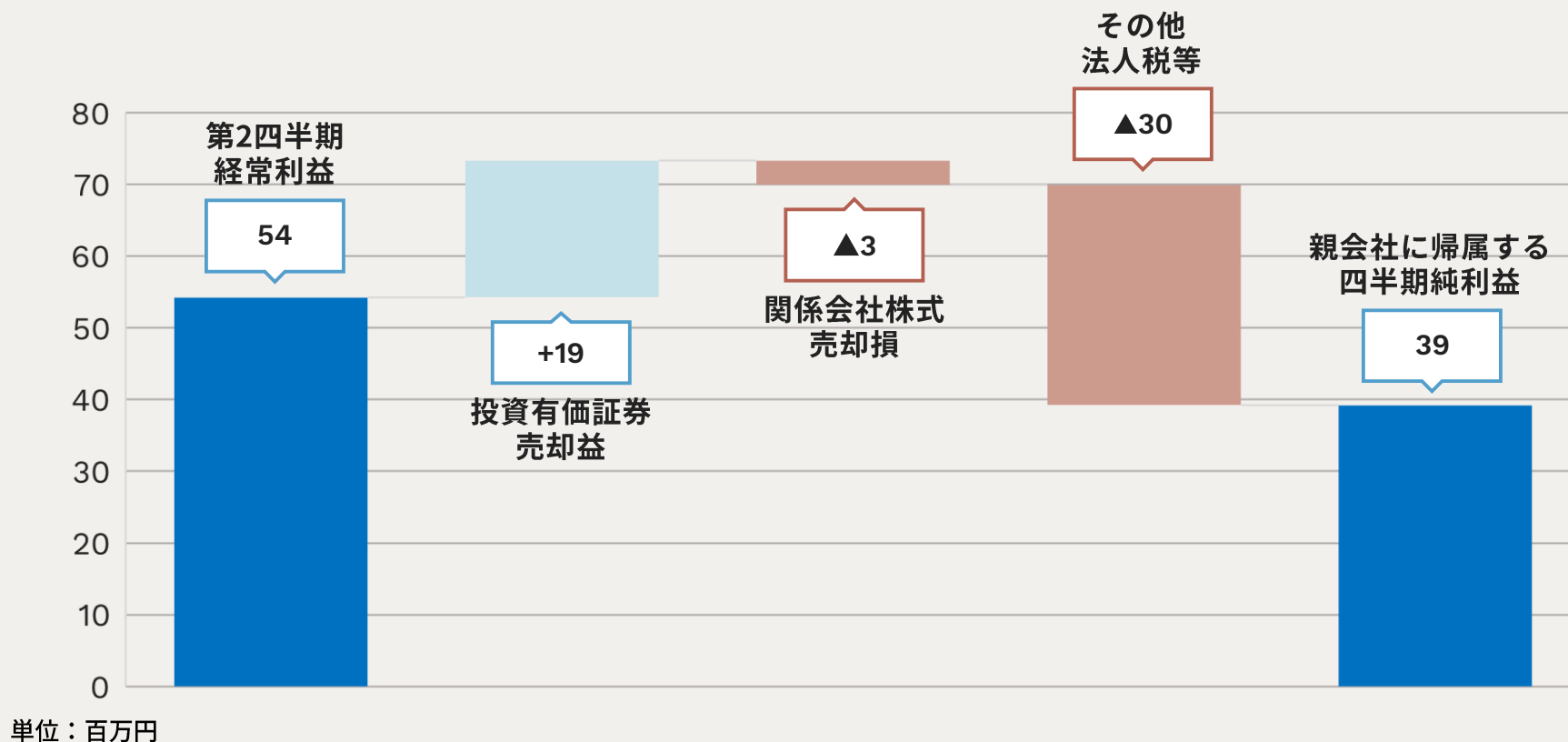


単位：百万円

受取利息及び配当金 4百万円
 為替差損 4百万円
 補助金収入 10百万円

持分法による投資利益 27百万円
 その他・雑収入 9百万円
 投資事業組合運用損 ▲7百万円

親会社株主に帰属する四半期純利益の推移



投資有価証券売却益・・・ 19百万円 銘柄数 (3社)

関係会社株式売却損・・・ ▲3百万円

その他法人税等・・・・ ▲30百万円：うち日本本社法人税▲9百万円

2020年3月期 当初業績予想と実績

[単位：百万円]

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益
当初業績予想	43,200	730	770	252
実績	18,023	▲104	▲21	▲227
進捗率	41.7%	—	—	—

「当初業績予想」とは、2019年5月13日付け決算短信にて発表した数値。

2020年3月期 業績予想の修正

[単位：百万円]

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益
当初業績予想	43,200	730	770	252
修正業績予想	38,000	200	230	30
増減額	▲5,200	▲530	▲540	▲222
増減率	▲12.0%	▲72.6%	▲70.1%	▲88.1%

「当初業績予想」とは、2019年5月13日付け決算短信にて発表した数値。

2.

Chapter2 : business overview

事業概況

経営理念に基づいた 人 儲け



人と機械の共生

人と機械の共生により

second quarter

私達が目指す人と機械が共生する未来において、その業務を人が担うべきか機械が担うべきかの判断が重要です。機械が得意なことを機械化することで、業務が効率化されるだけでなく、人は人にしかできないことを突き詰めて新たな価値を創造できるようになります。

人にはできないことを
機械化

機械にはできないことを
人に集約



パフォーマンスの
最大化



10年、20年後に環境が変わっても、社員1人ひとりが活躍できる環境を作り、人儲けを実現します。

本質的な広告価値とは

second quarter

ユーザー



見たくない広告を届けるのではなく
“出会う価値のある情報”として、
本来届くべきはずのユーザーへ
広告を届ける。

広告主



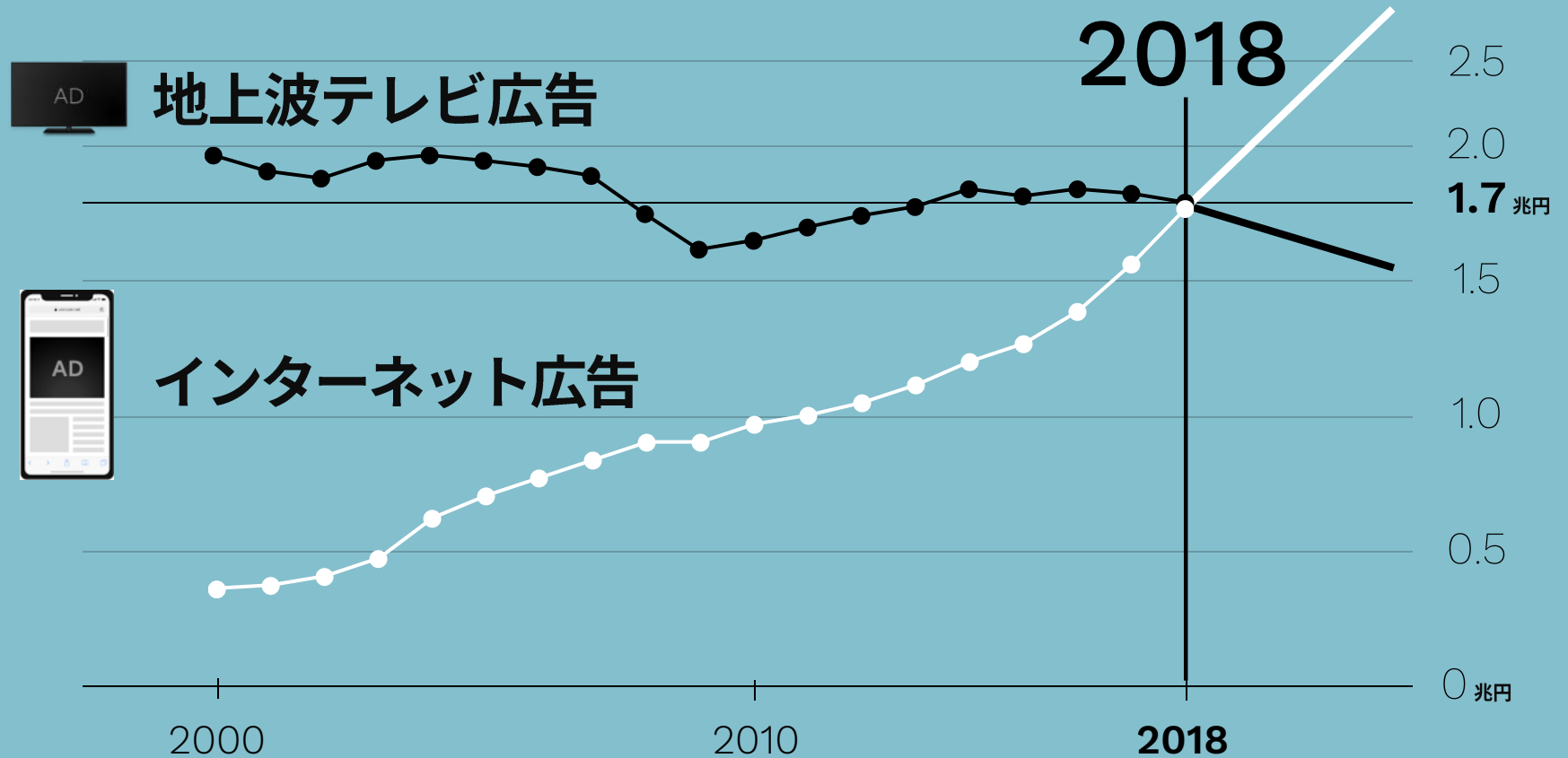
単純作業は機械化し、人にしか
できないことに時間を割けるよう
なり、ユーザーに対し情報として
有益な広告を作りつづける。

**広告とは本来、新しい情報への気付きをもたらすもので、
企業利益だけでなくユーザーにとって有益な情報でなければならない。**

市場の成長

second quarter

参考資料：2019年媒体別広告費 | 電通発表



2019 インターネット広告が
テレビを超える可能性

デジタルシフトに おける広告業界の動向

パフォーマンス広告

PERFORMANCE AD

より高い広告効果を上げるためには、静止画より情報量の多い動画やユーザーの体験を重視したインタラクティブな広告が求められてきている。

ブランディング広告

BRANDING AD

ブランド広告主における
広告予算のデジタル移行の加速化。
ブランド認知だけではなくデジタル
広告の数値的なKPI達成も求められて
きている。

パフォーマンス広告に加えブランディング広告にもアプローチする理由

パフォーマンス広告

PERFORMANCE AD

アプリクライアントを中心とした業界
最先端の全自動システムを活用した
高パフォーマンスの広告運用の
実績とノウハウ。

アドウェイズの得意領域

ブランディング広告

BRANDING AD

動画に加え3DモデルやARを使用し、
興味を持ったユーザーが実際、触れて
体験できるインタラクティブなクリエイ
ティブを実現。リアルタイムで集計し
そのデータをもとにした配信調整も可能。

新たな拡大領域



ADWAYS

アドウェイズグループが保有するUNICORNを活用することで双方領域にアプローチでき、
結果ユーザーに本質的な広告価値を提供できる

サービス事例

second quarter

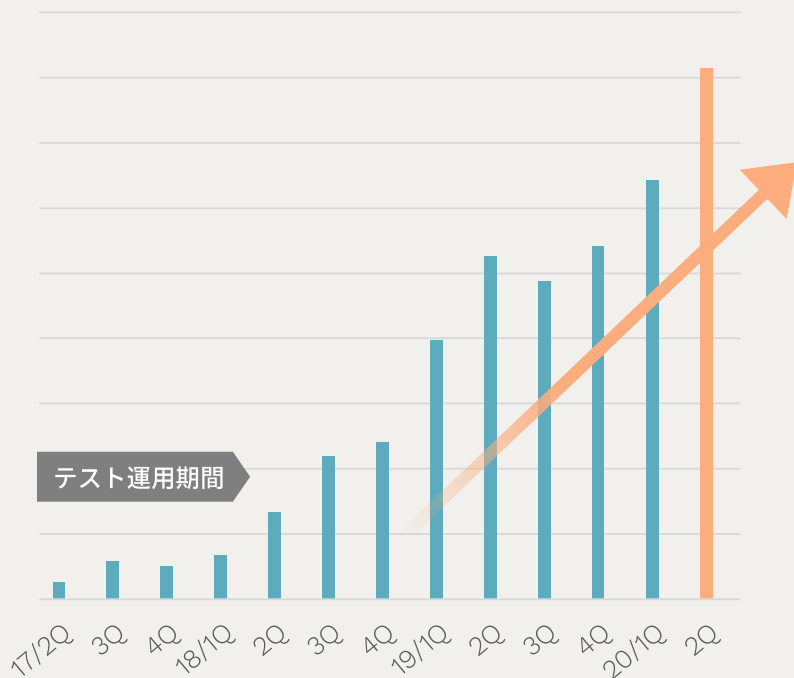
私達が提供する「人と機械の共生」の取り組み例として、全自動マーケティングプラットフォーム「UNICORN」と運用型広告総合支援システム「STROBELIGHTS X（クロス）」についてご説明します。



UNICORNの進捗

second quarter

UNICORNの売上高



売上高は引き続き成長

UNICORN経由での 獲得ユーザーのROAS^{※1}数値



引き続き**高いROAS**を実現

※1 ROAS(Return On Advertising Spend)

投下した広告費に対して得られた利益割合のこと。広告費用対効果。

※2 キャンペーン上位5位を集計。

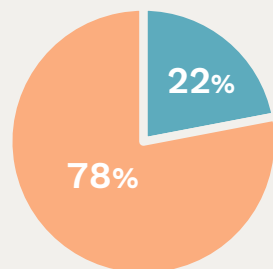
About UNICORN

UNICORNの進捗

second quarter

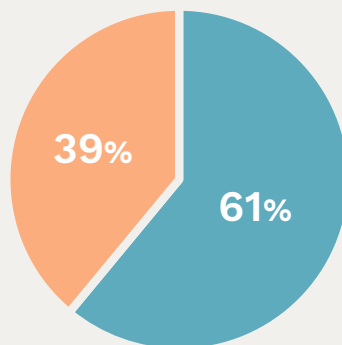
代理店への販売の状況

開放前
2019年3月期3Q実績



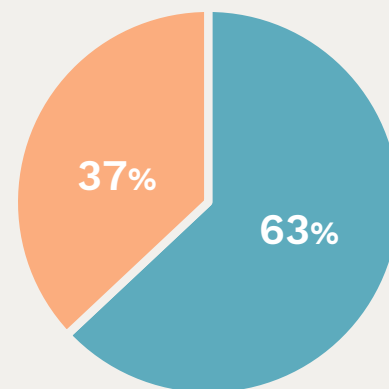
■ 代理店及び直販
■ アドウェイズ

開放後
2020年3月期1Q実績



132.0%

開放後
2020年3月期2Q実績



126.8%

UNICORNを主要代理店に開放

 CyberAgent®

 CYBER

 Digital Garage

 D2CR

 irep
a cycle of success, with us

 opt

 SEPTENI

※名称順

About UNICORN

運用型広告総合支援システム STROBELIGHTS X(クロス)

second quarter

STROBELIGHTS X(クロス)とは



STROBELIGHTS X

グローバルメガプラットフォーム毎の
配信状況を一元管理できる総合ダッシュボード

STROBELIGHTSベストプラクティス



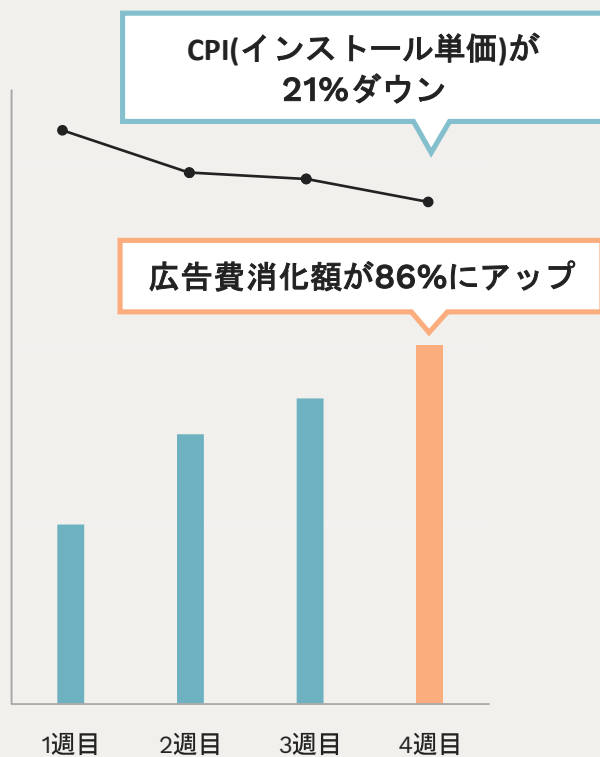
媒体ごとの特性に合わせた配信設定を維持する
「ストロボライツ ベストプラクティスチェッカー」
をリリース

内容	現状	達成率
正方形動画の入稿(10本)	○	100%
縦型動画の入稿(10本)	△	80%
100件以上のコンバージョン	×	60%

結果を元に最適化を進める



BPCで
運用した結果



ブランド広告主 への 取り組み

様々な広告手法

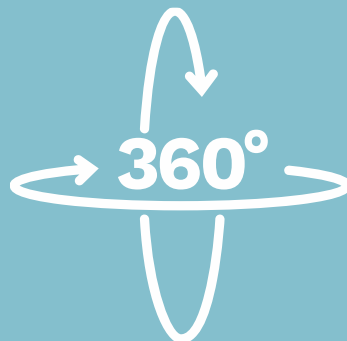
second quarter

インタラクティブ広告



視聴しながらタップなどのアクションをすることができ、ストーリーを選択しながらコンテンツの疑似体験ができる広告

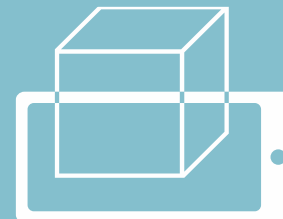
3D広告



商品をタップし360°回転、ズーム、色変更などユーザーが実際に触れることができる全く新しい形の体験型広告

提供開始予定

AR広告



スマホやタブレット型端末のカメラを、現実の風景などに向けると、商品の3Dモデルが空間に配置される広告

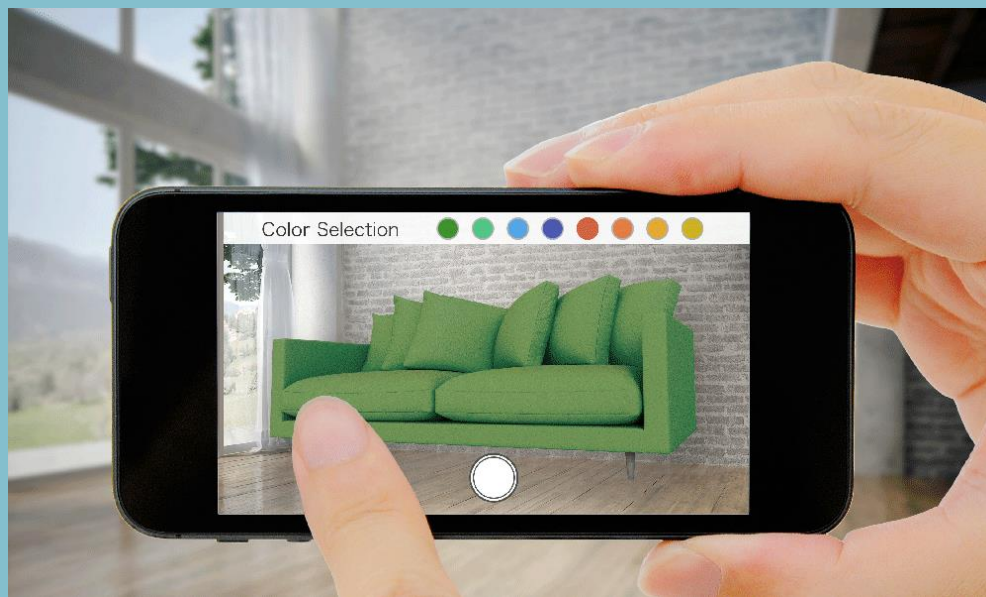
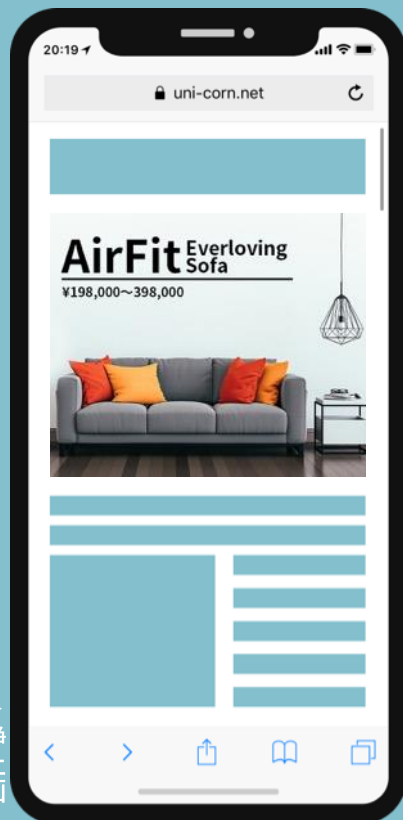
従来のようにユーザーが受動的に視聴する一方通行の広告とは違い、ユーザーのニーズに応じてよりリッチな体験ができることから、ブランド認知の拡大とブランド想起の向上が可能です。

AR広告とは

スマホやタブレット型端末のカメラを、現実の風景などに向けると、商品の3Dモデルが空間に配置される広告です。
購入の前に色や採寸などのイメージを実際に確認することができるので、ユーザーの購入意欲をアップさせることができます。

Brand ads

▶ 静止画



▲ GIFアニメ

※イメージ例

台湾において「POKKT」と 独占販売契約を締結

日本に引き続き、二か国目の独占販売契約。

Brand ads



※順不同

大手ブランド広告主向け動画広告プラットフォーム



Beyond Everything Internet

インターネットの全てを越えていく

はい、すげー
みんなの初めて

本日はありがとうございました

本資料は株式会社アドウェイズの事業及び業界動向についての株式会社アドウェイズによる現在の予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来の展望についても言及しています。これらの将来の展望に関する表明はさまざまなリスクや不確かさがつきまとっています。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確かさ、その他要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。株式会社アドウェイズは将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なるか、さらに悪いこともありえます。

本資料における将来の展望に関する表明は、発表日現在において利用可能な情報に基づいて、株式会社アドウェイズにより2019年11月1日現在においてなされたものであり、様々な要因の変化等によって、実際の業績とは異なる可能性がありますことをご了承ください。

3

Chapter 3 : Supplementary materials

補足
資料

連結売上高 年間業績推移

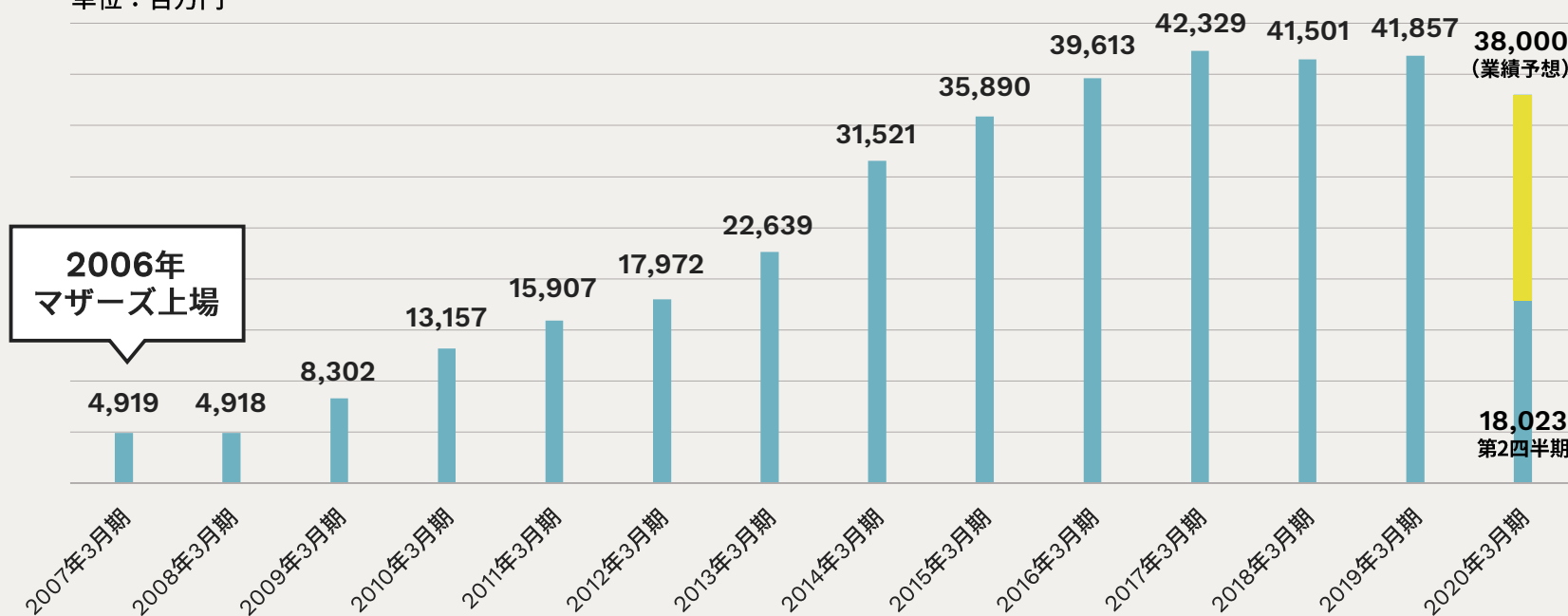
PC/フィーチャーフォン
アフィリエイト事業に注力

スマートフォン広告事業
の開始と拡大

海外への注力

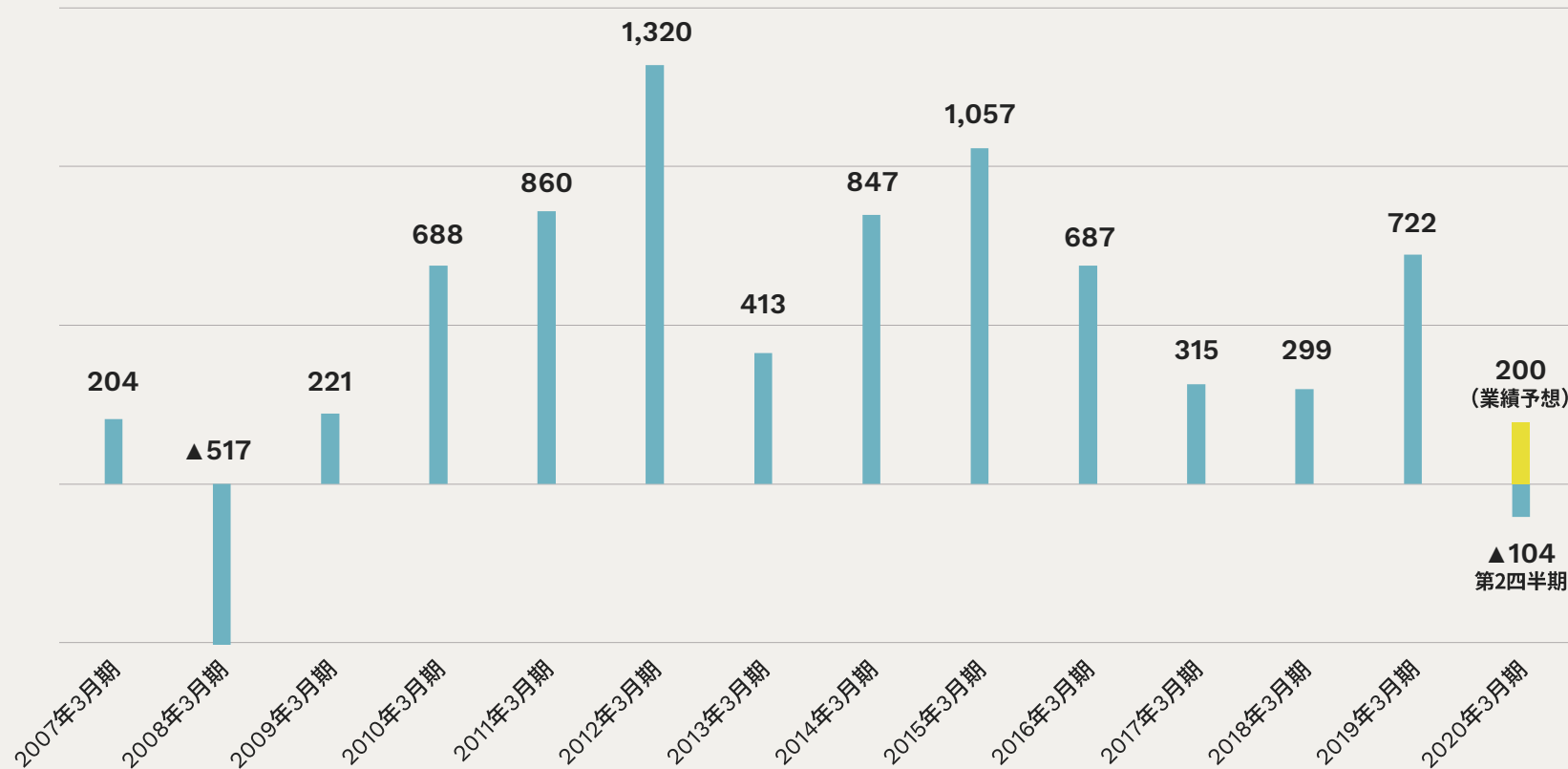
新規プロダクト
への注力

単位：百万円



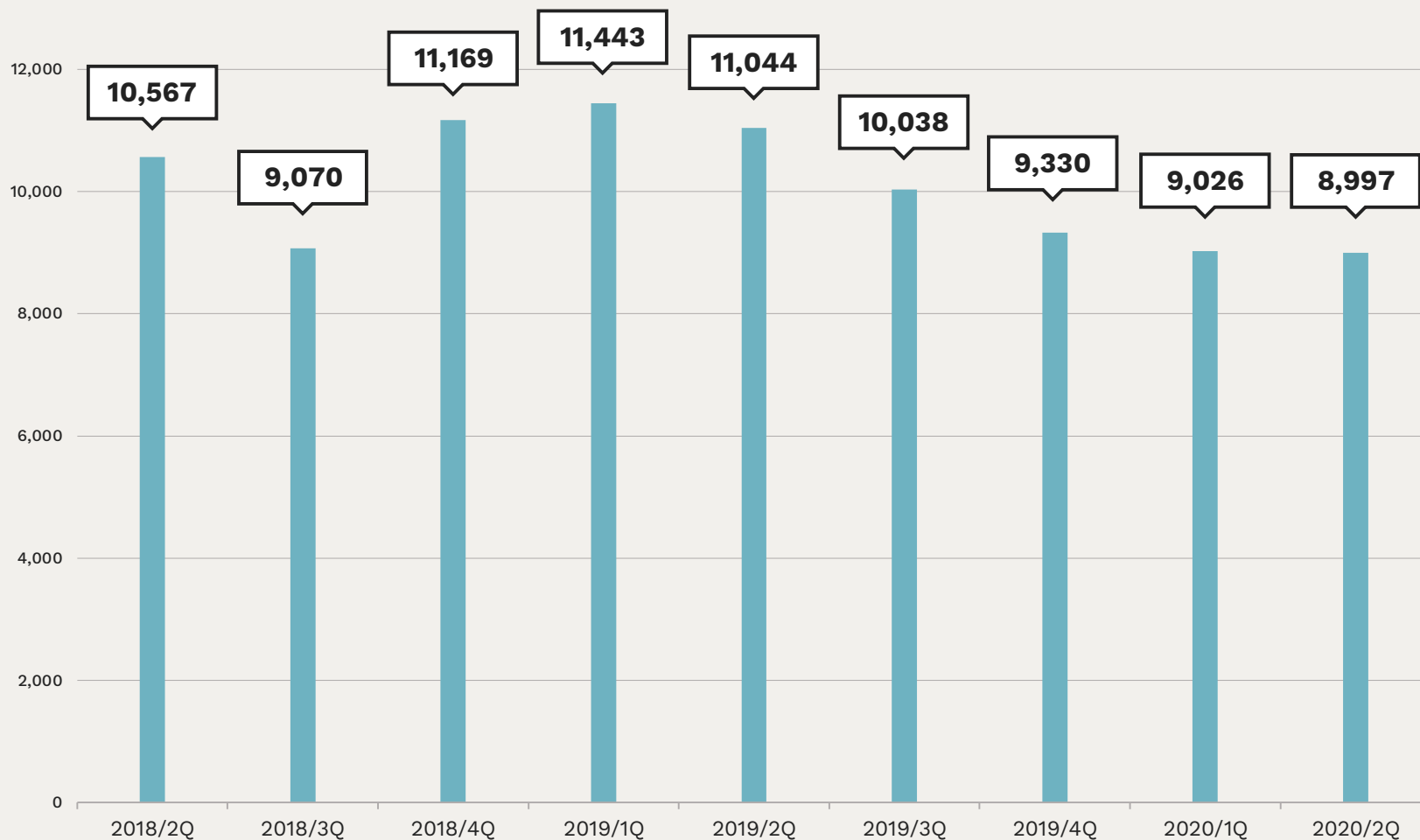
連結営業利益 年間業績推移

単位：百万円

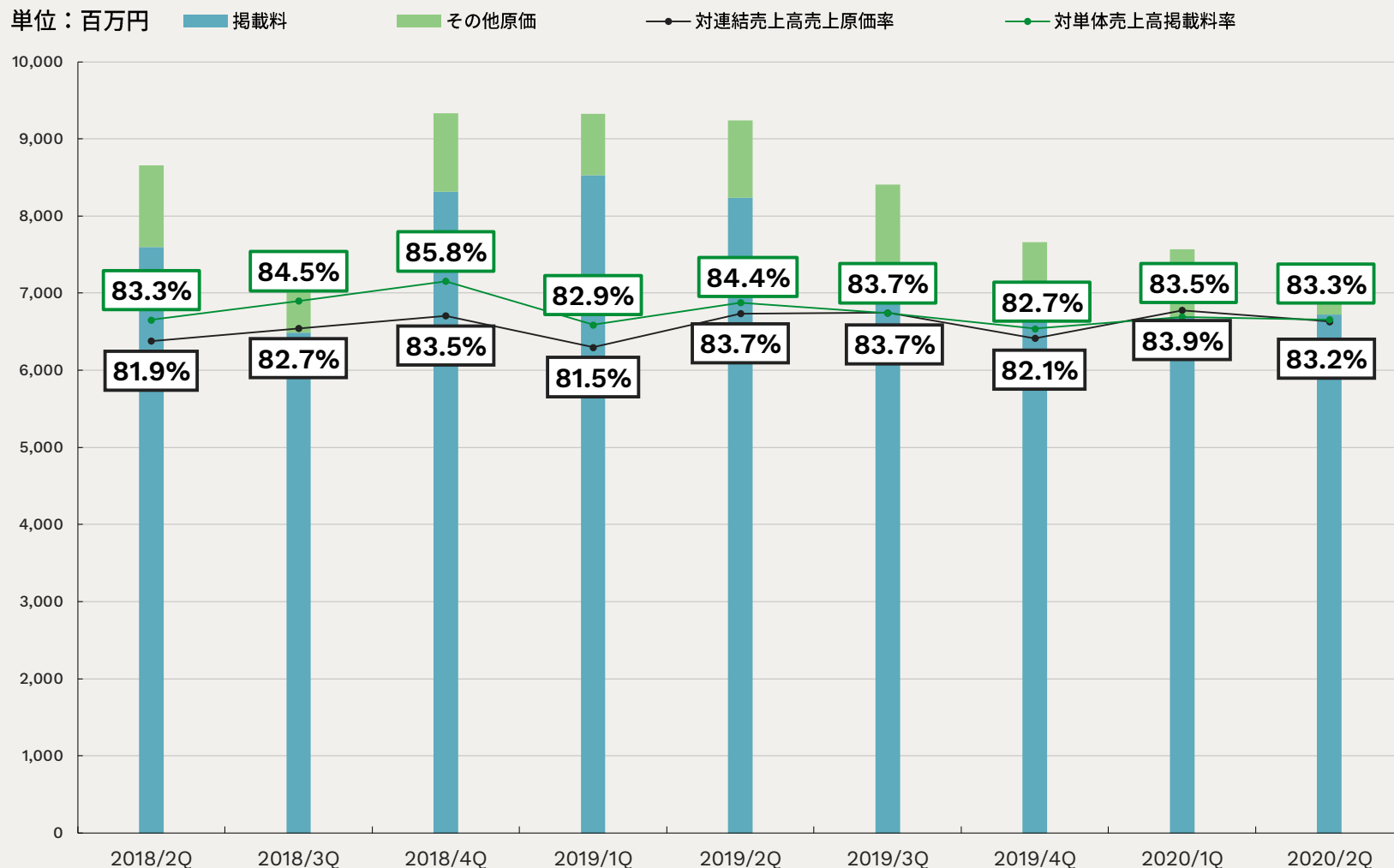


連結売上高 四半期推移

単位：百万円

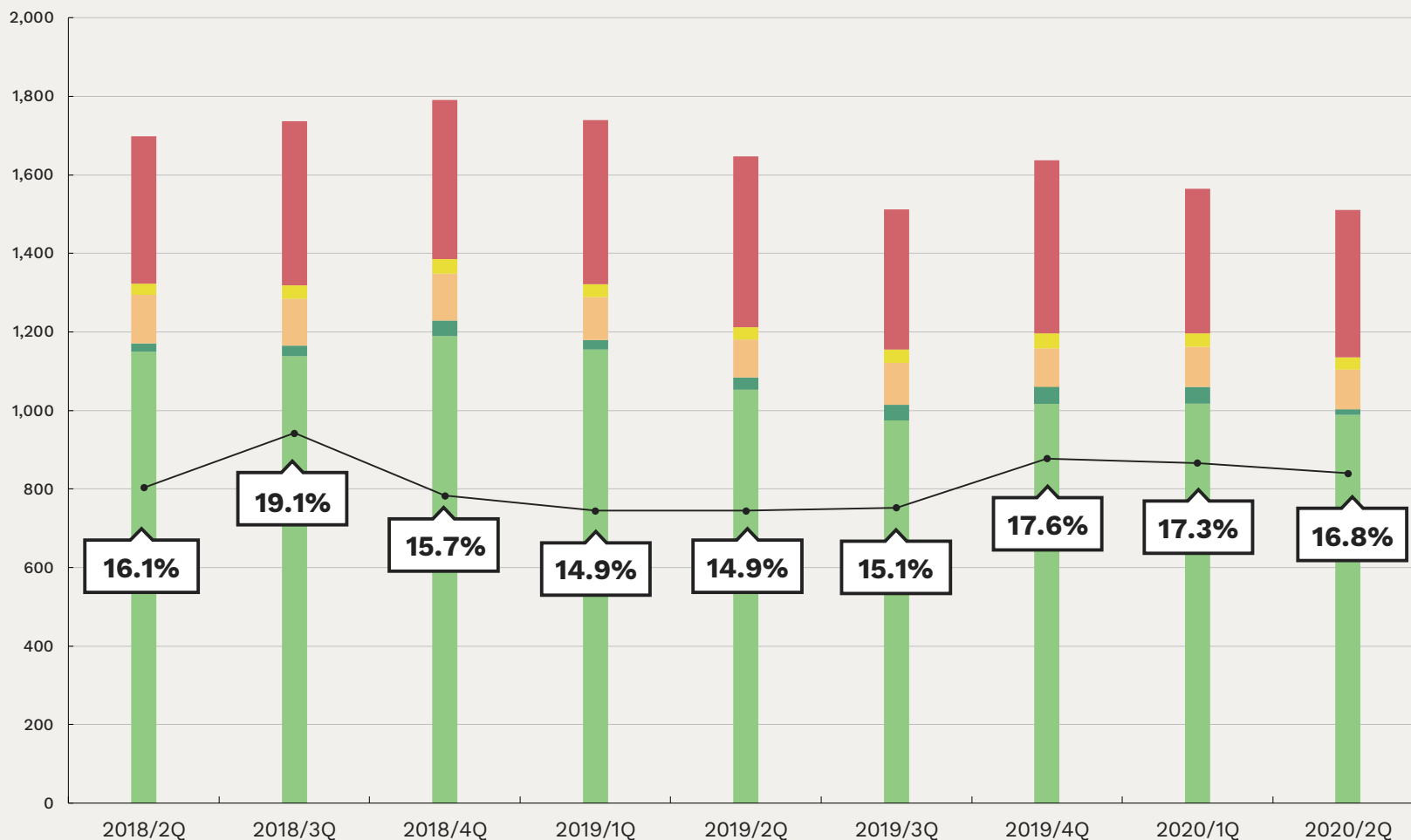


連結売上原価 四半期推移



連結販管費 四半期推移

単位：百万円 人件費 採用教育費 地代家賃 減価償却費 その他経費 —●— 対連結売上高販管費率

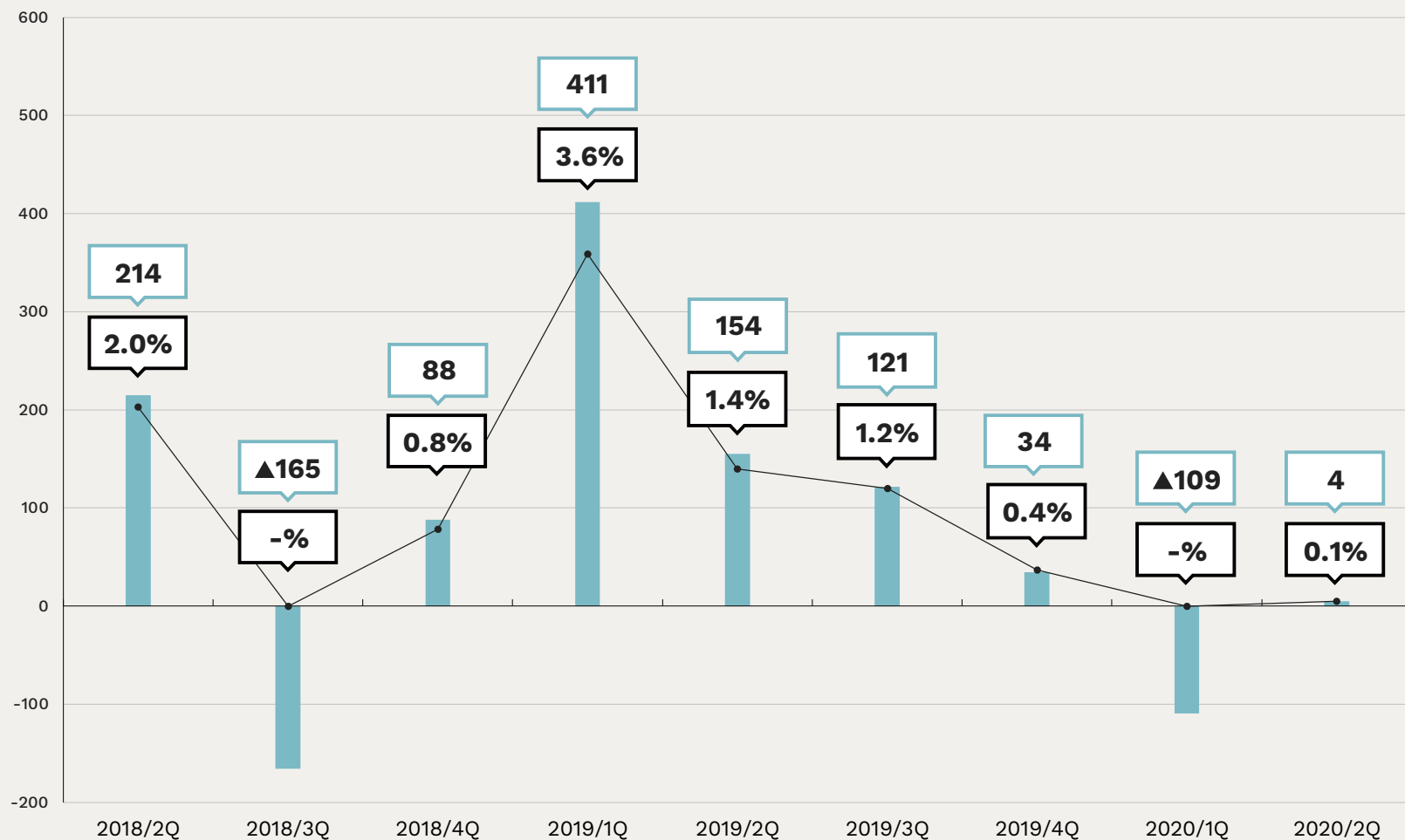


連結営業利益 四半期推移

単位：百万円

営業利益

対連結売上高営業利益率

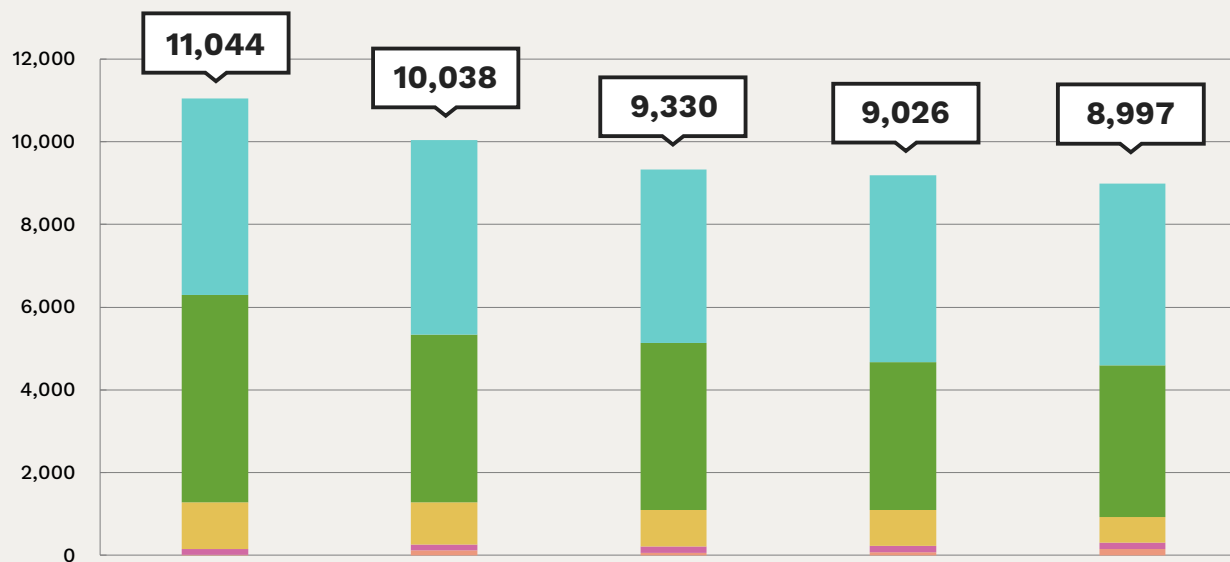


連結貸借対照表（前四半期比）

[単位：百万円]

	2020年3月期2Q	2020年3月期1Q	増減額	増減率
流動資産	14,153	14,517	▲363	▲ 2.5%
（現預金）	8,875	9,676	▲800	▲ 8.3%
固定資産	2,776	2,532	+243	+9.6%
総資産合計	16,929	17,049	▲119	▲ 0.7%
流動負債	5,550	5,775	▲225	▲ 3.9%
固定負債	202	162	+40	+24.8%
負債合計	5,752	5,937	▲184	▲ 3.1%
純資産合計	11,176	11,111	+65	+0.6%

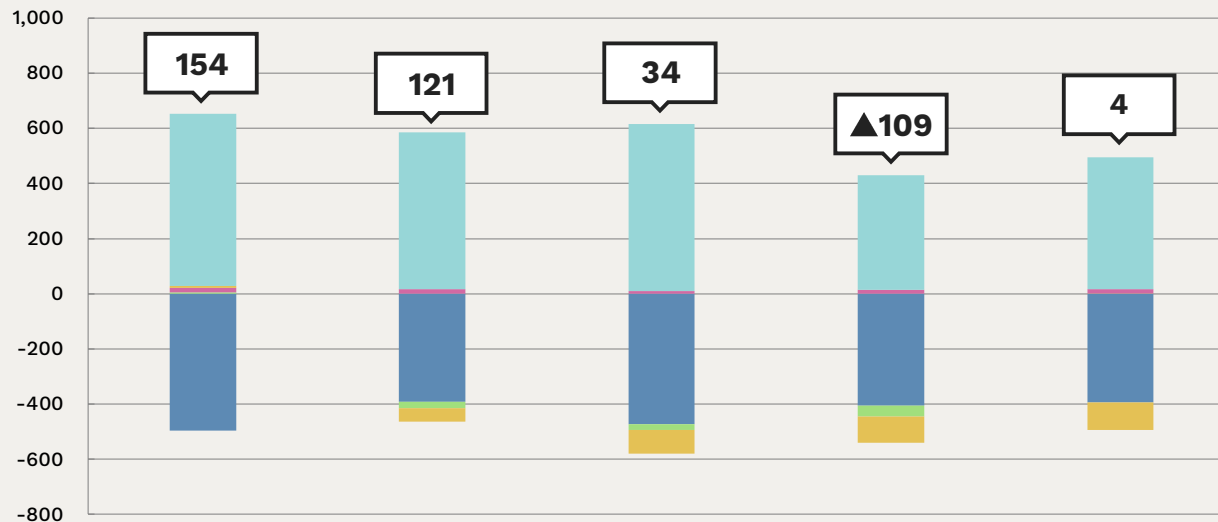
セグメント内訳別連結売上高構成比 四半期推移



						前四半期比	
	2019/2Q	2019/3Q	2019/4Q	2020/1Q	2020/2Q	増減額	増減率
スマートフォン	4,743	4,695	4,198	4,525	4,396	▲128	▲2.8%
インターネット	5,012	4,051	4,037	3,567	3,670	+103	+2.9%
海外	1,132	1,031	871	705	624	▲80	▲11.4%
メディアコンテンツ	134	142	156	150	156	+5	+3.9%
その他	21	118	67	78	148	+70	+90.4%
合計	11,044	10,038	9,330	9,026	8,997	▲29	▲0.3%

※2020/1Qよりセグメント名称をアプリ・メディアからメディアコンテンツに名称を変更しております。

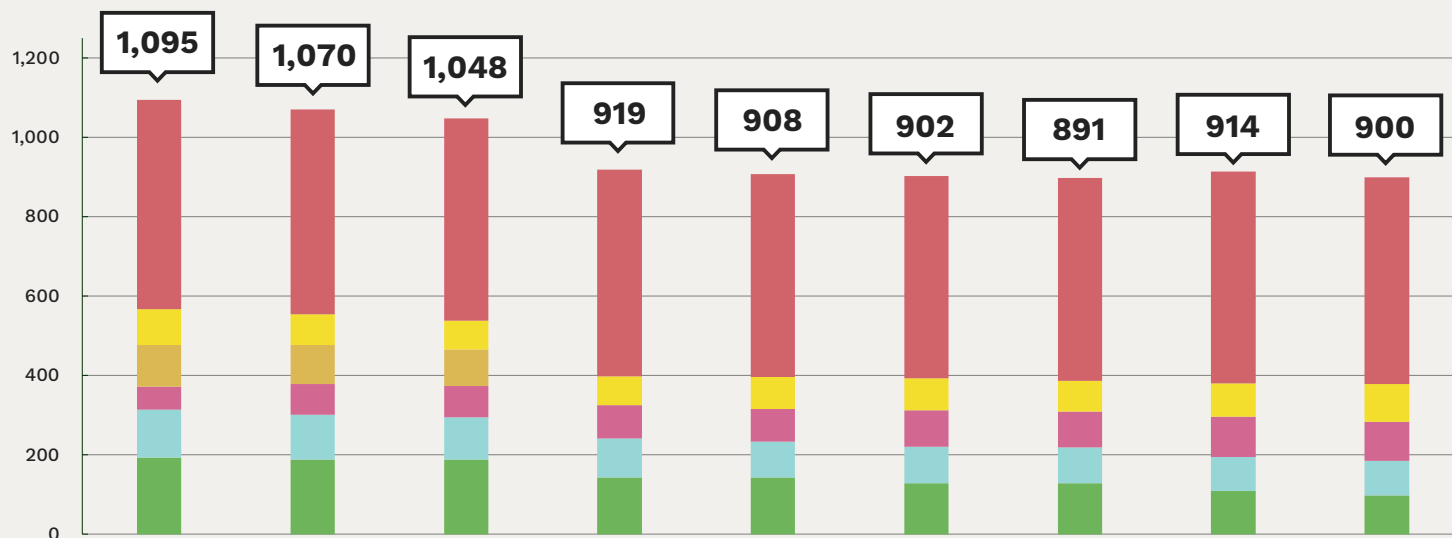
セグメント内訳別連結営業利益構成比 四半期推移



	2019/2Q	2019/3Q	2019/4Q	2020/1Q	2020/2Q	前四半期比	
						増減額	増減率
広告	624	568	606	416	480	+64	+15.6%
海外	6	▲49	▲86	▲94	▲100	▲6	—
メディアコンテンツ	16	17	10	15	15	+0	+4.1%
その他	6	▲23	▲20	▲41	1	+42	—
消去又は全社	▲497	▲392	▲474	▲405	▲393	+12	—
合計	154	121	34	▲109	4	+114	—

※2020/1Qよりセグメント名称をアプリ・メディアからメディアコンテンツに名称を変更しております。

当社グループの従業員数 四半期推移



※2018年3月末にMBOが行われたことにより、中国開発センターの従業員数が「0」になっております。

会社概要

quarter performance

会社名

株式会社アドウェイズ（英名：Adways Inc.）

設立年月日

2001年2月28日

事業概要

インターネット関連事業

代表者氏名

岡村 陽久

資本金

1,605百万円

[2019年9月末日現在]

売上高

41,857百万円

[2019年3月期連結]

従業員数

※臨時雇用者含む

900名（グループ全体）

[2019年9月末日現在]