

ADWAYS

2023

2023年12月期 - 2025年12月期

MEDIUM-TERM
MANAGEMENT PLAN



中期 経営計画

中期経営計画

アドウェイズの目指す姿

2023-2025中期経営計画

事業セグメント別重点戦略

アドウェイズ の目指す姿

アドウェイズの成長

アドウェイズは設立以来、インターネット広告業を軸に、成長を続けています。

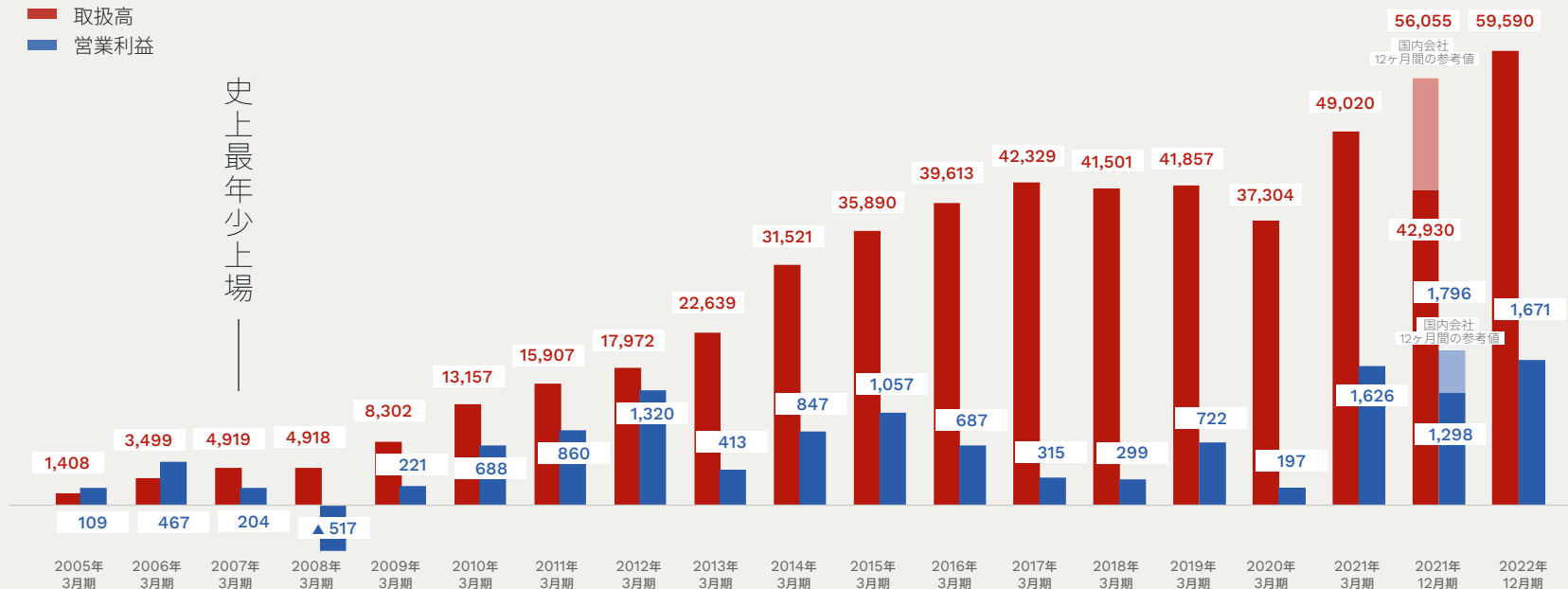
2006年に東証マザーズへ上場し、当時の代表取締役社長 岡村陽久（現 取締役会長）が最年少上場を果たすと、2020年には東証一部へ上場、2021年には山田翔に代表取締役社長を交代、2022年にはプライム市場へ移行し、成長を続けています。また、当社グループの2022年12月期の業績は、取扱高※1は595億90百万円、営業利益は16億71百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は25億36百万円と、3期連続で過去最高取扱高を更新※2いたしました。

※1 2021年12月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しております。それに伴い「旧基準での売上高」を「取扱高」として記載しております。

※2 2021年12月期は決算期の変更に伴い、国内会社の会計期間が9ヶ月間のため、会計期間を12ヶ月間に換算した場合の業績と比較しています。

単位：百万円

■ 取扱高
■ 営業利益



アドウェイズを取り巻く インターネット広告の現状

価値を感じられない広告や不正が存在。

アドウェイズが身を置くインターネット広告業界では、価値を感じられない広告や不正な広告が存在し、ユーザーが広告を敬遠する一因になっています。



価値のない広告や不正な広告が存在

アドウェイズが考える “インターネット広告のあるべき姿”

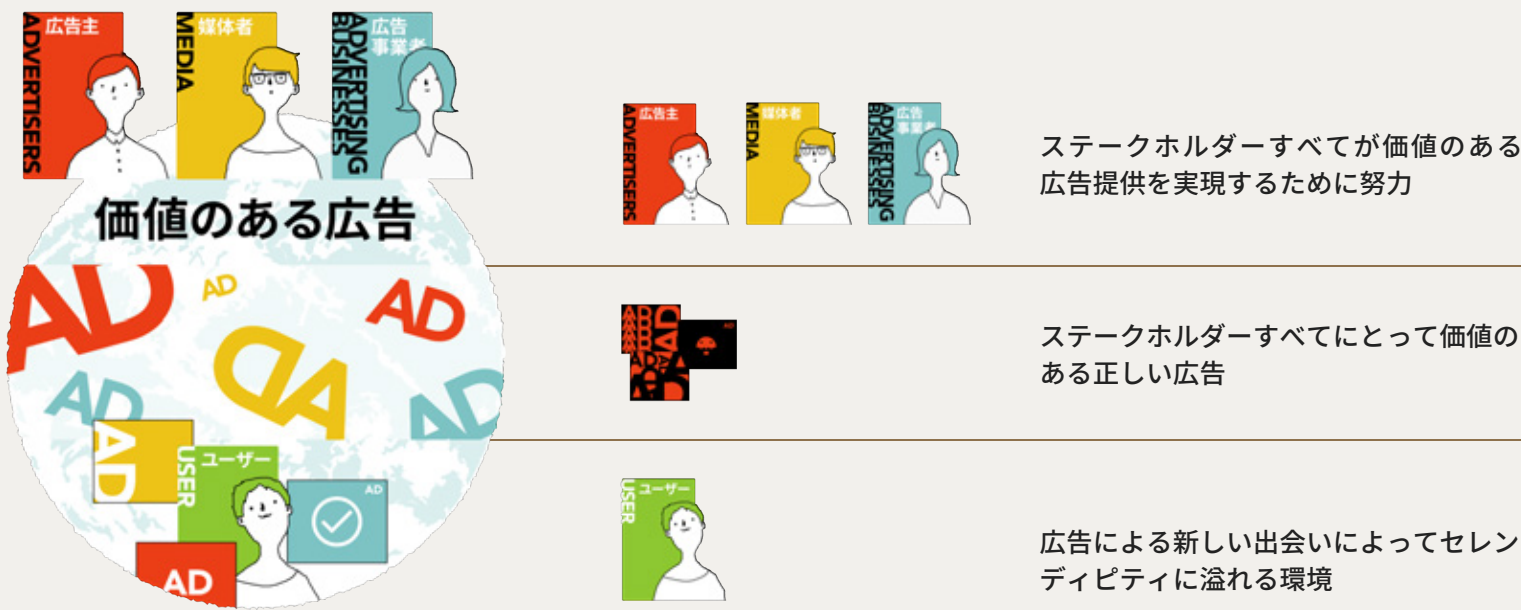
広告本来の価値を取り戻すために。

アドウェイズはどこを目指すべきなのか。

「ステークホルダー全てにとって価値のある正しい広告」

「広告による新しい出会いによってセレンディピティに溢れる環境」

これが、アドウェイズの考える“インターネット広告のあるべき姿”なのです。



アドウェイズが 大切にしていること

目先の利益ではなく、社会的意義。

近年、アドウェイズでは“インターネット広告のあるべき姿”の実現に向け、目先の利益に囚われず、本質的な価値の提供や社会へのインパクトを与えられるような選択をしてきました。



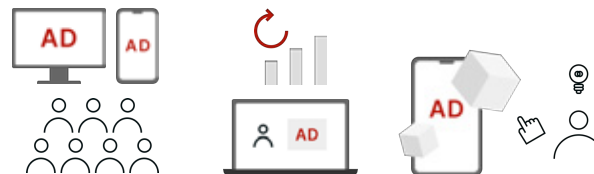
“インターネット広告のあるべき姿”への実現に向けたアドウェイズの取り組み

広告健全化への取り組み



- KTAA（景表法特商法遵守広告代理店認証）及び、YMAA（薬機法医療法遵守広告代理店認証）を取得
- JICDAQ（一般社団法人デジタル広告品質認証機構）にて「品質認証事業者」に認証

本質的なソリューションの提供

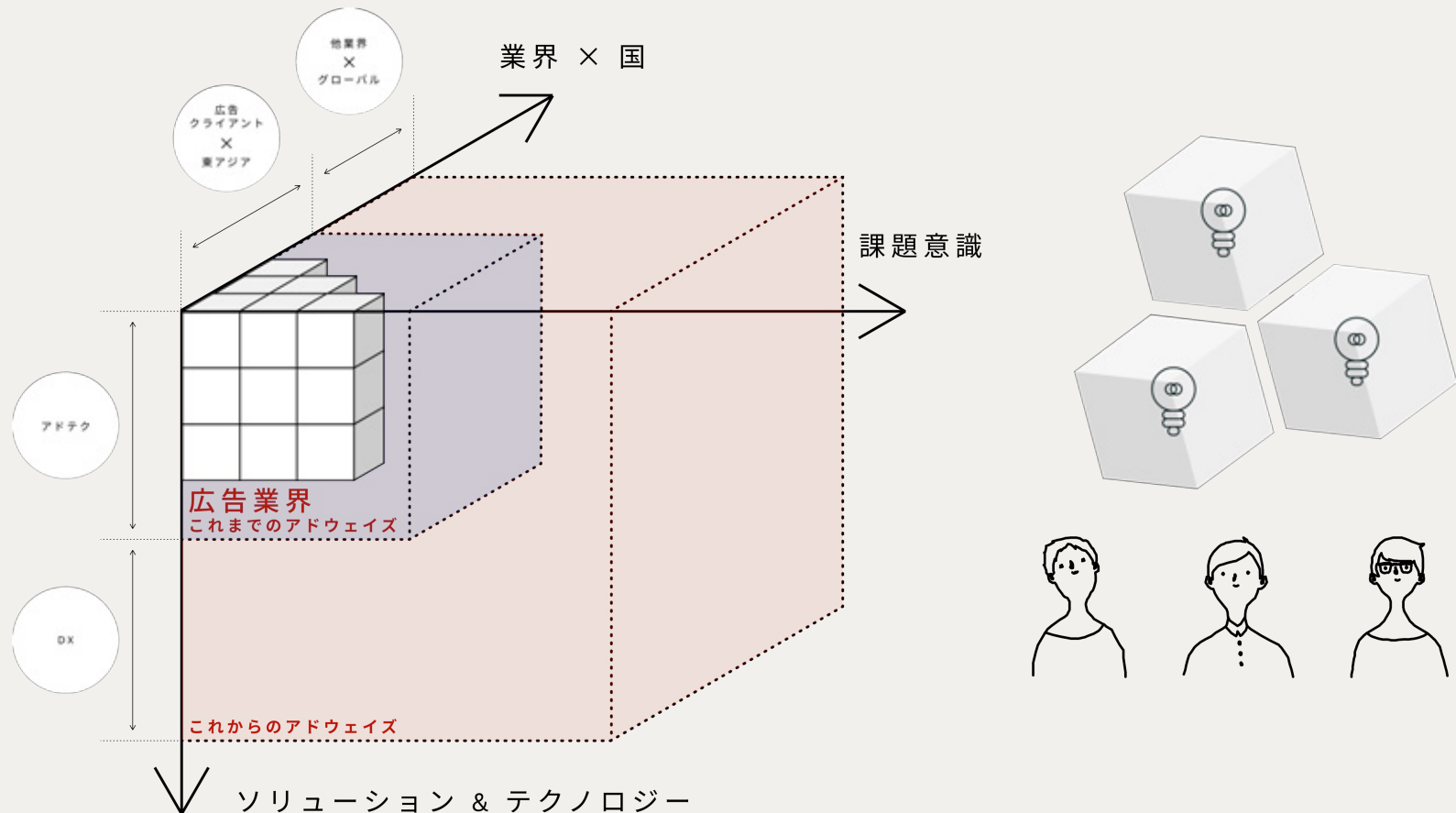


- ディライトマーケティング
- 広告主、掲載プラットフォームの厳格化
- 先進的な広告手法で、これまで出会えなかったユーザーとの新たなコミュニケーションを実現

アドウェイズのこれから

世界中の課題に対し、テクノロジー&ソリューションで解決。

アドウェイズでは“インターネット広告のあるべき姿”の実現に向け、業界を超えた社会課題の発掘や解決へも取り組みを拡げ、アドウェイズに関わる全てのステークホルダーに対し、本質的な価値を提供していきたいと考えています。



自社の利益だけに囚われず、
世の中へ“本質的な価値”を届ける事業を
アドウェイズは手掛けていきます。

「アドウェイズのこれから」

を実現するため、

パーパス & バリューを
策定しました。

PURPOSE

PURPOSE OF ADWAYS

**全世界に
「なにこれ すげー こんなのはじめて」
を届け、
すべての人の可能性をひろげる
「人儲け」を実現する。**

ABOUT

なにこれ すげー こんなのはじめて

人は革新的なものを見たとき「なにこれ!？」と口にする。

つぎにその価値に触れて「すげー」と驚き、「こんなのはじめて」と価値観がアップデートされる。

アドウェイズは、「なにこれ すげー こんなのはじめて」と思わず口にするサービスやソリューションを、つぎつぎと世の中に提供することを約束します。

また、この約束はアドウェイズで働くひとり一人にも重要です。

立場や職種、業務の大小に関わらず、あらゆる場面で人に「なにこれ!？」を与えるマインドが、人生や仕事を豊かにします。

みんなを笑顔にして、驚かせる「なにこれ すげー こんなのはじめて」をつくるために、日々の小さな「なにこれ すげー」を積み重ねてゆきます。

ABOUT 人儲け

企業の継続的な活動に重要なこと。それは利益をあげること。
ですが、それ以上にアドウェイズが大切にしたいことは、「人儲け」です。

会社の業績を上げるためだけに、意味を見出せない仕事ではなく、誰もがいて
もたってもいられなくなって、「挑戦してみたい！」と思える仕事や、日々の
成長をひしひしと実感できる仕事であふれる会社であること。
胸を張って家族に自慢したくなる、価値ある仕事であふれる会社であること。

これらを実現することは簡単ではないですが、私たちは人の可能性を信じてい
ます。他の誰もが諦めたとしても、我々が主体者となって不可能に立ち向かい
続けます。

そうして生み出されたものは、誰かの挑戦心に火を灯し、波紋のように広がり、
やがては、みんなが成長する喜びを実感できる社会がつかれるはずです。

さあ、すべての人の可能性を広げ、成長の機会を提供できる「人儲け」を。
「金儲けより人儲け」こそ、わたしたちが世の中に存在する意義なのです。

VALUE

VALUE OF ADWAYS

信じる、
自分を。

進もう、
大胆に。

愛そう、
違いを。

ABOUT

信じる、自分を。

求められたことを、ただ実現するだけでいいのだろうか？

本来あるべき姿を見据え、どうすれば実現できるかを問い続けた先に、新しい価値は生まれる。

しかし、わたしたちはつい、今までと同じことをやり続けたり、みんなが無理だと思ふ事から目を反らしてしまいがちだ。

けれど、少しだけ考えてほしい。

世界を変えてきた人たちは、多くの人に無謀だ、無意味だと言われ続けながらもあるべき姿を追い続け、世の中にまだない価値を生み出してきたのだ。

自分を信じて、しつこく本質を問い続けよう。

今は共感を得られなかったとしても、誰もが理解できないことの中に、未来の当たり前はあるはずだから。

ABOUT

進もう、大胆に。

「どうせ意見を出しても意味がない」「きっと誰かがやってくれる」と勝手に未来を否定し、誰かが解決してくれることを、わたしたち人間は期待しがちだ。

けれど、少しだけ考えてほしい。

もしかすると、その課題はあなただけにしか見えていないものかもしれない。誰もやっていないし、やるべきかどうかがわからないと、最初の一步は踏み出しづらい。そんな時こそ、不安な気持ちを乗り越えて踏み出してみよう。

そうすれば、実は同じ思いを持っていた人が賛同しやすくなり、課題に向き合うエネルギーはどんどん大きくなっていく。

一步を踏み出せたなら、必ず、もう一步も踏み出せる。

さあ、勇敢に進んでみよう。

大胆に踏み出して、たとえ転んでしまったとしても、また立ち上がって歩き出せばいいのだから。

ABOUT

愛そう、違いを。

たとえ一緒に働く仲間だとしても、分かり合えないことは当然ある。

自分の考えを押しつけたり、相手のできていない部分ばかりに着目し、拒絶してしまうことだってあるかもしれない。

けれど、少しだけ考えてほしい。

考えも、できることも、みんな同じだったら一つの会社に集まる意味なんてない。
ゴールまでの道筋がいく通りもあるように、人によって考え方は違う。
得意なことや苦手なことも人それぞれ違う。

互いに理解できないとあきらめるよりも、違いを受け入れ、
これまで考えもしなかったような視点からモノゴトに向きあってみよう。

違いを受け入れる不安を乗り越え、さまざまな価値観が交わることで
世の中に大きな価値を提供できるようになるのだから。

これまでになかった
“なにこれ すげー こんなのはじめて”
を多くの方々へ届け、
また、すべての人が成長できる社会へ向け、
事業を通じて本質的な価値を創造し、
パーパスを実現してまいります。

2023-
2025

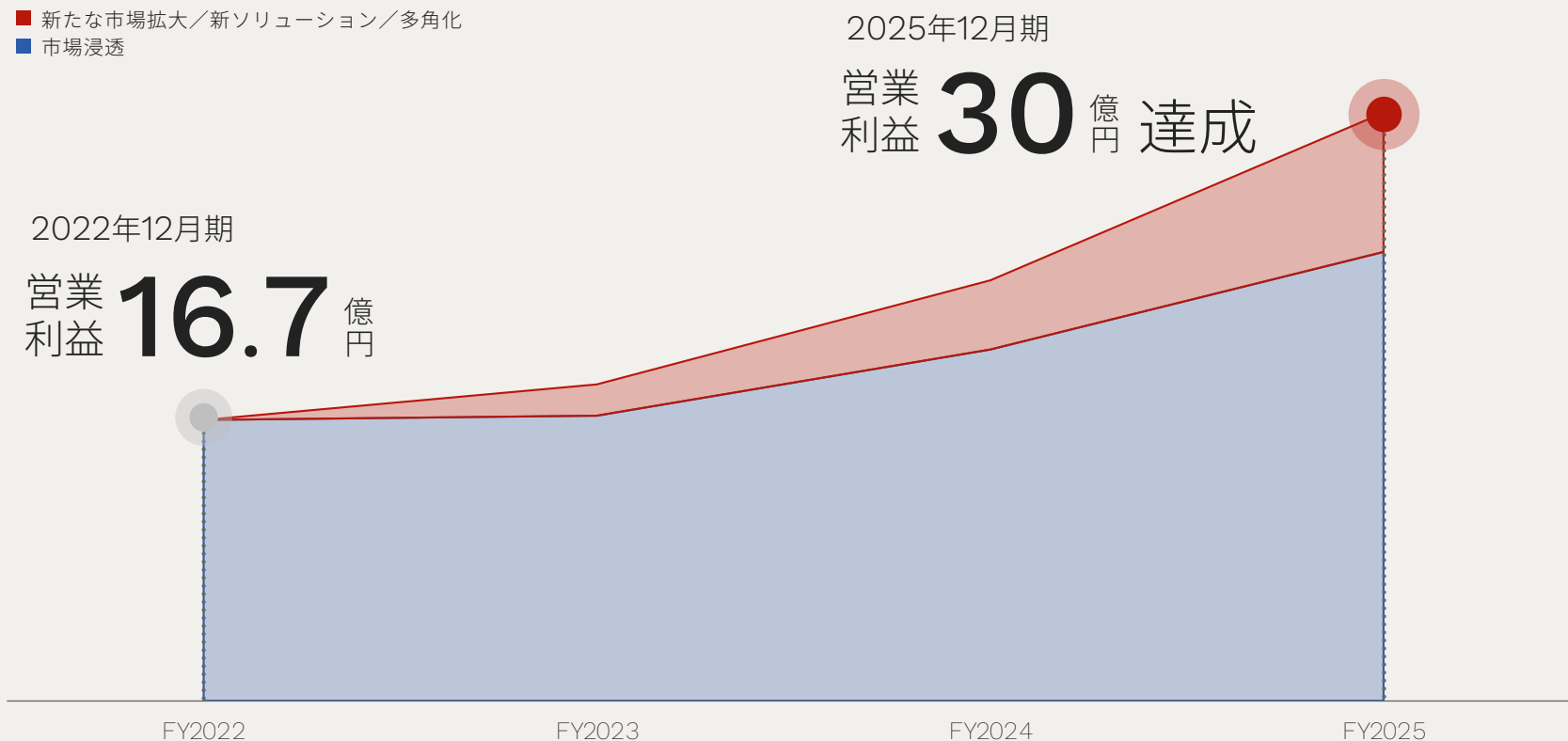
Contents02 : **Medium-term management plan**

中期 経営計画

2025年12月期に 営業利益30億円を目指す

当社グループは、「パーパス」の実現に向け、より積極的な取り組みを促進してまいります。
その決意を込め、2023年12月期から2025年12月期を「挑戦する3年」と位置付け、新たな中期経営計画を策定いたしました。

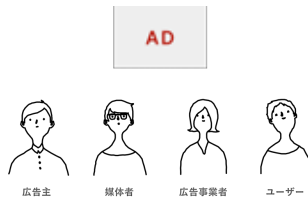
■ 新たな市場拡大／新ソリューション／多角化
■ 市場浸透



2023年12月期-2025年12月期 中期経営計画

01. 広告事業

広告に関わるステークホルダー
すべての成長を実現



- ・エージェンシー事業（国内）
顧客の事業成長ドライバーとして、マーケティングDXを実現
- ・エージェンシー事業（海外）
国境を越えたマーケティング支援
- ・アドプラットフォーム事業（UNICORN）
チャンネル×提供価値×アカウントの3軸で立体的に拡大
- ・アドプラットフォーム事業（JANet / AppDriver）
 - アフィリエイト広告を新たな概念へアップデート
 - 生活者体験の向上×メディア収益最大化を実現するサービス開発の強化

02. その他事業（広告以外）

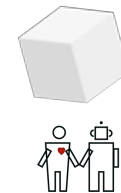
広告事業以外でのパーパス実現



- ・新たな体験や価値の提供
- ・新たなソリューション、事業の多角化を推進

03. 人が持つ可能性の解放

人にしかできない仕事へのフォーカス
と持続的な挑戦ができる環境の醸成



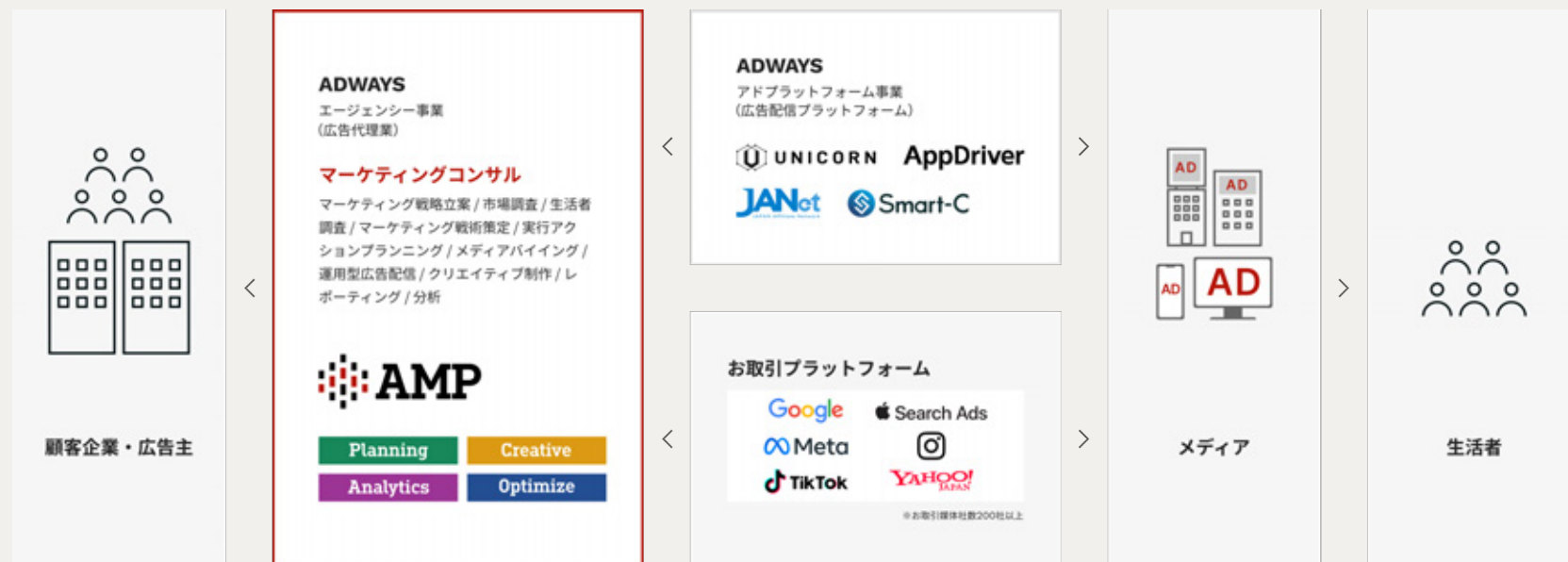
- ・“人と機械の共生”
- ・なめらかな会社機能の構築

事業 セグメント別 戦略

エージェンシー事業

エージェンシー事業

「人」による高い運用力・創造力とAIを活用した高度な「マーケティングテクノロジー」を融合し、本質的な広告価値を生み出すことで、クライアントの事業成長を包括的かつ効率的に支援。



エージェンシー事業戦略（国内）

Business Strategy

顧客の事業成長ドライバーとして、マーケティングDXを実現。

大手企業向けの



- ・営業強化



顧客ニーズに沿った



- ・フルファネル / フルチャネル
- ・包括的なマーケティング支援



広告市場の未来を作る



- ・プロダクトソリューション開発

エージェンシー事業戦略（国内）

博報堂D Yグループとの協働深化により、クライアントへの提案力強化。

博報堂D Yグループとの協働事業

ケイパビリティ向上による大手企業への提案を強化。

Hakuhodo DY holdings

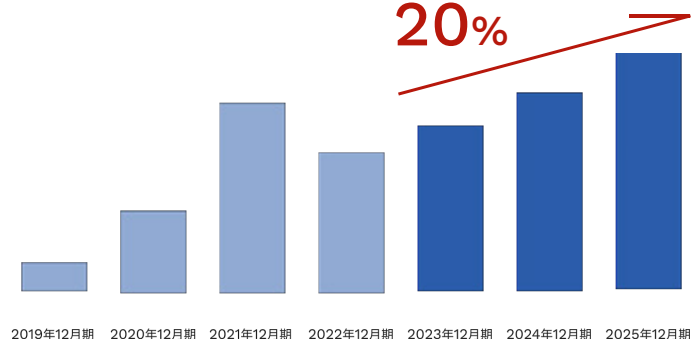


Hakuhodo DY
media partners



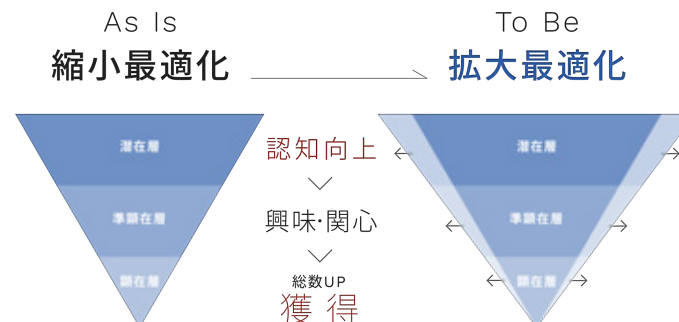
ADWAYS

CAGR
20%



フルファネル・フルチャネルでの包括的なマーケティング支援

データ活用による認知、獲得ファネル横断と縦断の統合。顧客事業の投資対効果及び事業拡張の実現。



エージェンシー事業戦略（国内）

広告市場の未来を創る、プロダクトソリューションの開発を促進。

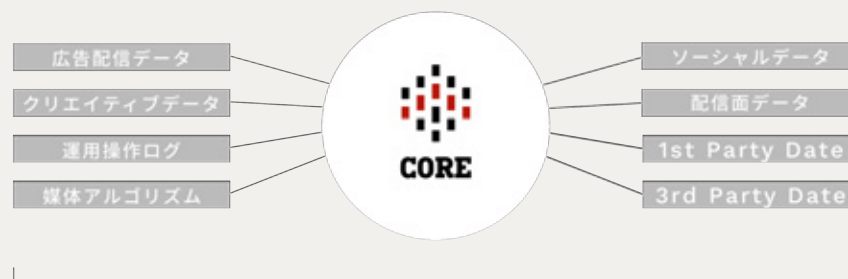
次世代のデジタル広告最大化ソリューション「AMP（Amplify Marketing Program）」

案件データや俯瞰的データなどの超極小粒度のデータを連結した上で、“高度に機械化”された新次元の広告運用を実現。



AMP CORE

10年分のデータ&システムを融合した中枢システム【アンプコア】



Planning

プランニングシリーズ

- マーケットデータ分析
- 将来予測AI



Creative

クリエイティブシリーズ

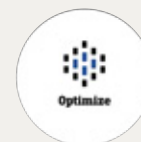
- クリエイティブAI分析
- クリエイティブ自動生成



Analytics

アナリティクスシリーズ

- 媒体アルゴリズム解析
- 行動因果ビジョニング



Optimize

オプティマイズシリーズ

- 広告運用最適化
- 独自運用機能追加

エージェンシー事業戦略（国内）

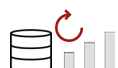
「AMP」シリーズによる、データドリブンマーケティングの実現。

AMP MediaAnalyzerによる 運用最適化

媒体アルゴリズム解析&行動因果ビジョニングシステムによりAIが広告最適化ポイントを検知。マーケティング戦略に沿った広告配信のコントロールを実現。

Analytics
アナリティクスシリーズ

MediaAnalyzer



データの蓄積・
可視化



媒体アルゴリズム
分析



適切な運用方法
説明



AIが広告効果最適化
ポイントを検知



どのようなジャンルの案件でも、
誰もが高いレベルで広告運用が可能に。

主要メガプラットフォームに対応 ※対象媒体順次拡大予定

MediaAnalyzer
MA4G
Google

MediaAnalyzer
MA4M
Meta
- Facebook
- Instagram

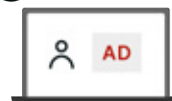
MediaAnalyzer
MA4TT
TikTok

MediaAnalyzer
MA4T
Twitter

クリエイティブソリューション開発

クリエイティブの構成・要素スコアをデータ化し、
独自AIモデルによる効果予測・改善要素提案を用いて、
論理的に高効果なクリエイティブ制作を実現。

データ分析 > 効果予測 > 仮説提案



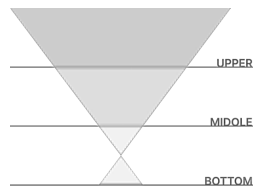
実証的で、より効果の高いクリエイ
ティブ制作が可能に。

エージェンシー事業戦略（海外）

Business Strategy

国境を越えたマーケティング支援。

ファネル



- ・ 認知
- ・ 比較検討
- ・ 興味関心
- ・ 購入
- ・ 共有
- ・ ファネル対応
- ・ ブランド×EC強化



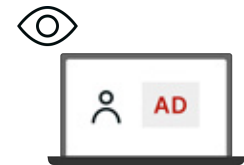
アカウント



- ・ ゲーム（App）
- ・ ゲーム以外（App）
- ・ ブランド



施策

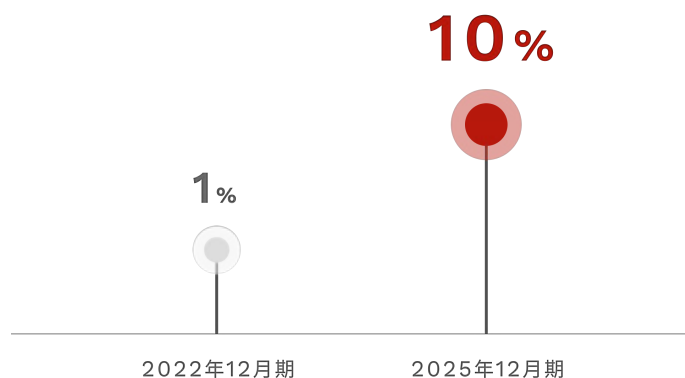


- ・ 運用/クリエイティブ強化
- ・ 正しい広告効果の可視化
- ・ 独自ソリューション強化

エージェンシー事業戦略（海外）

海外マーケティングや独自ソリューション強化によるブランド領域の拡大。

ゲーム以外の領域を開拓（中国）



自動車・コスメを含め、世界展開を加速させている中国企業の海外マーケティング支援を通じ、ゲーム以外の領域の取扱高10%を目指す。

独自ソリューションである
「IDEA Push」・「UNICORN」による
価値の提供（台湾）



LINE公式アカウント内
広告配信支援ソリューション



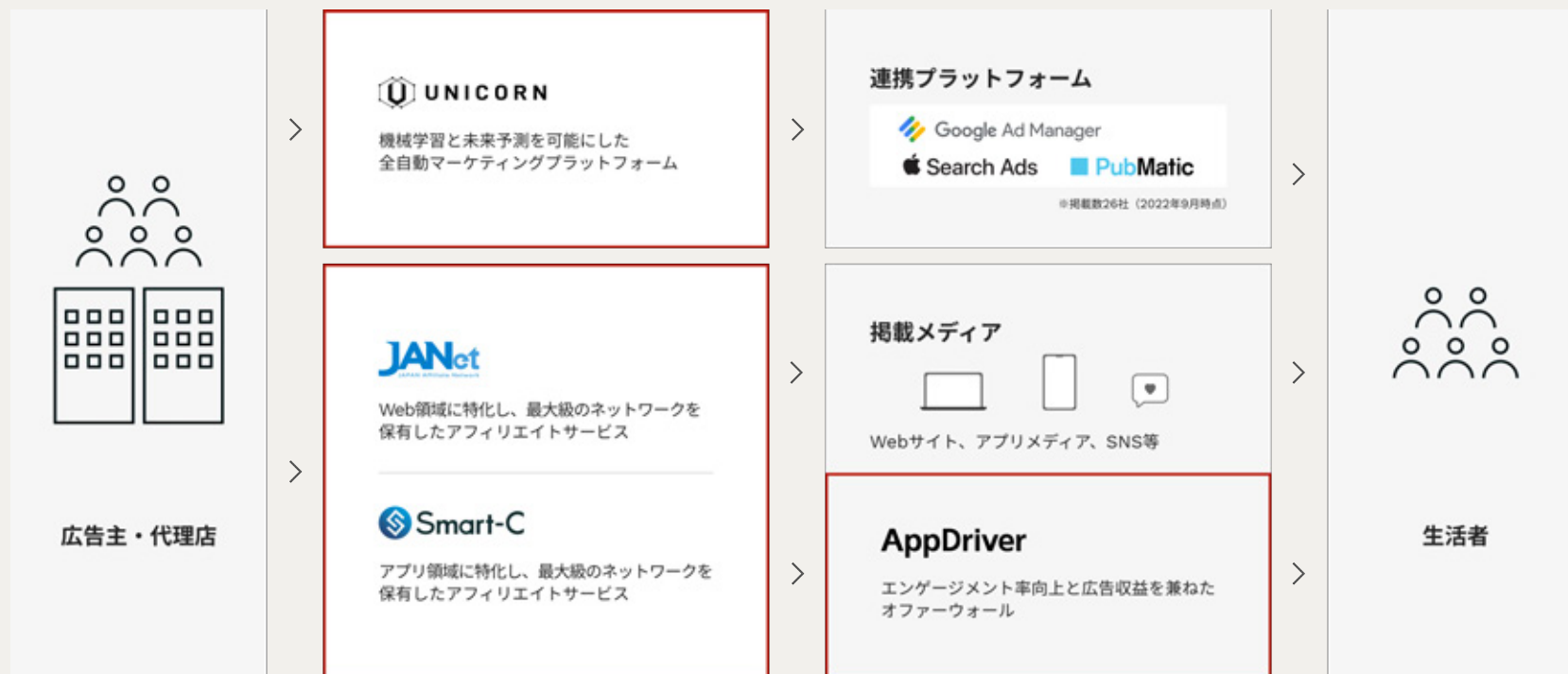
UNICORNによる
ブランド広告領域の強化

独自ソリューションにより、台湾主要代理店が手がけていない事業領域へ参入。

アドプラットフォーム事業

アドプラットフォーム事業

広告の価値を追求し、新しい広告表現や広告効果最大化などテクノロジーを駆使することで、ステークホルダーの持続成長をサポート。

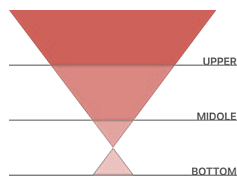


アドプラットフォーム事業戦略 (UNICORN)

Business Strategy

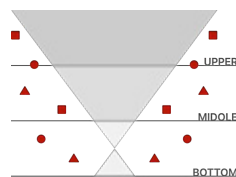
チャネル × 提供価値 × アカウントの3軸で立体的に拡大。

ファネル



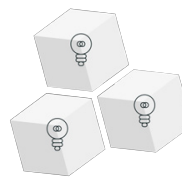
認知
比較検討
興味関心
購入
共有

チャネル



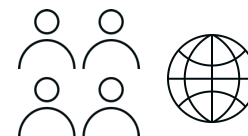
- ・スマホディスプレイ広告
- ・App Store
- ・OTT / CTV / InGame etc.
- ・Mega Platform
Google Search、
YouTube 等対応予定
- ・PCディスプレイ広告

新たな価値の提供



- ・機械学習を活用した
ハイパフォーマンス配信
- ・クリエイティブ強化
Interactive AD
- ・本質的な広告効果の実現
- ・ユーザー識別に依存しない
ハイパフォーマンス配信
- ・ユーザーメリットのある
コミュニケーションの実現

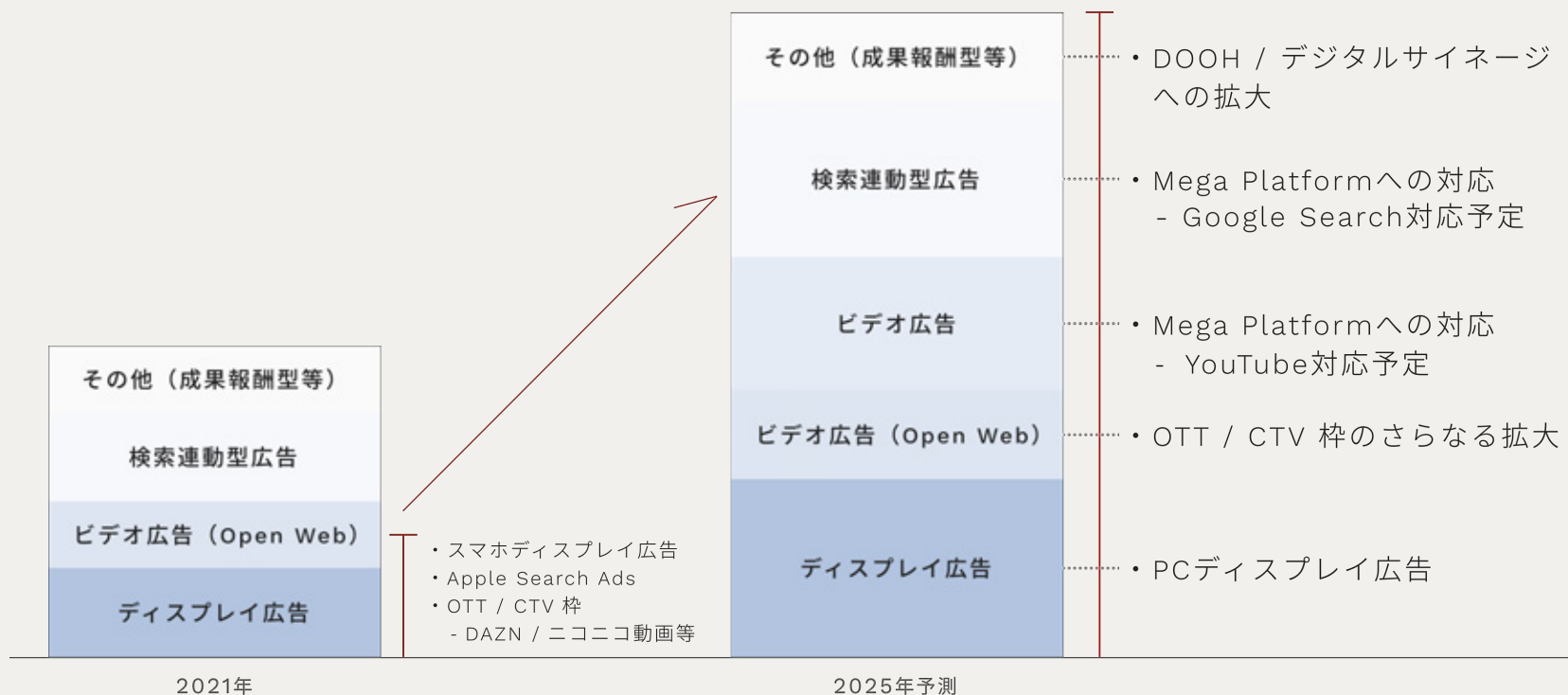
アカウント



- ・国内Webクライアント
- ・海外Webクライアント
- ・国内アプリクライアント
- ・海外アプリクライアント

アドプラットフォーム事業戦略（UNICORN）

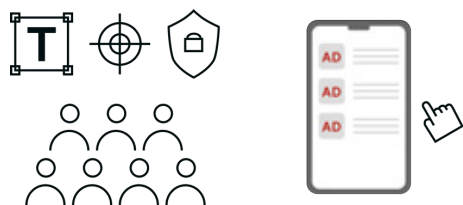
あらゆるチャネルでのコミュニケーション最適化の実現。



アドプラットフォーム事業戦略 (UNICORN)

ユーザー識別に頼らない次世代のコミュニケーション最適化。

計測 / 評価



ユーザーを識別しない計測方法を用いた最適化の実現。

コンバージョンデータを用いずとも、高いレベルの最適化ができるエンジンの研究開発。

ターゲティング / 配信



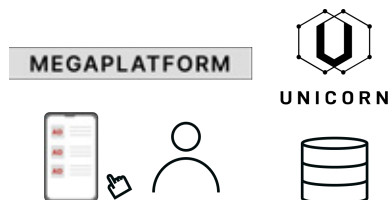
個人を特定しない形でのコンテキストターゲティングに加え、ユーザーの状況を理解したシチュエーションターゲティングなどの実現。

広告に触れることによる直接的なユーザーメリットや、ユーザーが広告をコントロールできるような仕組みを提供。

アドプラットフォーム事業戦略（UNICORN）

国内での実証実験を元に再び世界へ。

パフォーマンス広告 （アプリ）× 欧米



ターゲットは主に北米。
海外での競合も同じく
MegaPlatformに。
市場規模は日本の約10倍。

ブランディング広告 （Web）× SEA



東アジアから東南アジア
へと拡大予定。

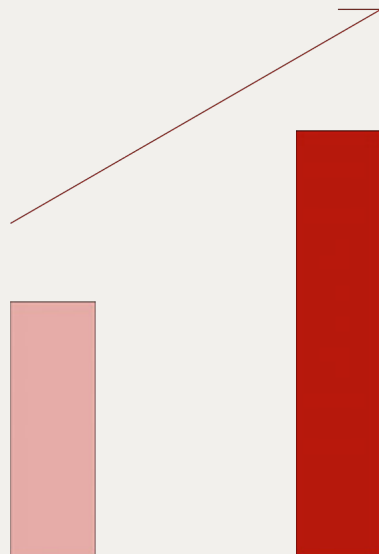
その後、 全世界へ



北米、SEAそれぞれで
グローバル展開に向けた
テストを行い、全世界への
展開を目指す。

アドプラットフォーム事業（UNICORN） 売上総利益成長計画

CAGR
32%



2022年

2025年

STEP

01

- ・ アプリ広告主：フルチャネル/フルファネルでのシェア拡大
- ・ ブランド広告主：ディスプレイ広告シェア拡大
- ・ 海外展開テスト

STEP

02

- ・ 本質的な広告効果の評価測定の確立
- ・ アプリ広告主：海外配信拡大
- ・ ブランド広告主：メガプラットフォーム予算の奪取

STEP

03

- ・ 気づきのあるマーケティングプラットフォームの実現
- ・ ブランド広告主：海外配信拡大

アドプラットフォーム事業戦略 (JANet)

Business Strategy

アフィリエイト広告を新たな概念へアップデート。

これまでのアフィリエイト領域



データソリューション領域



ユーザーの感動体験の創出 = ディライトマーケティング

アドプラットフォーム事業戦略 (AppDriver)

Business Strategy

生活者体験の向上 × メディア収益最大化を実現するサービス開発の強化。

流入数



アクション数



単価

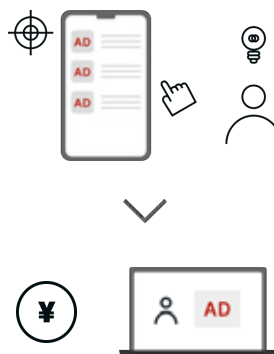
開発・施策

開発・施策

オファーウォールへの
動線最適化



ユーザー活性化による
メディア収益の最大化

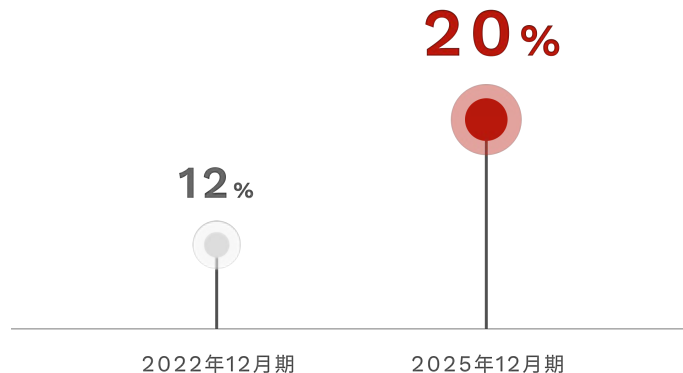


広告事業における海外比率

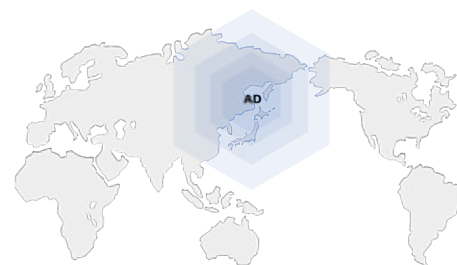
広告事業における海外比率

UNICORNの海外展開も含めグローバルにおける広告事業を強化。

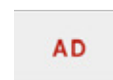
広告事業の海外比率 (粗利)



施策



- ・ 東アジア市場注力
(中国・台湾・香港・韓国)



- ・ UNICORN × 海外展開

その他事業（広告以外）

パーパス実現に向け、
広告以外の事業における目指すべき姿、
ステークホルダーすべての成長を、
支援する事業を。

アドウェイズグループでは、ステークホルダー全ての成長を支援するため、また、より良い環境や社会の実現に向け、インターネット広告以外にも様々な事業を展開しています。



その他事業（広告以外）

新たな体験・価値の提供

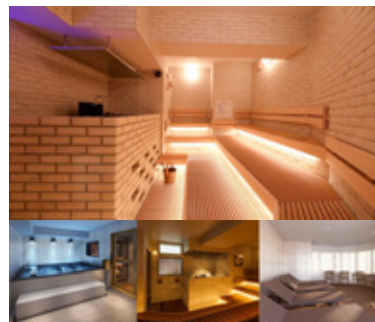
広告事業以外での新たなソリューション、事業の多角化を推進。

Vtuber Business



エンターテインメントでの新しい体験を提供

New Contents Business



最新技術を用いた店舗運営で、
現在都内3店舗に展開

土田昆衛製作所



日本製 × 新体験による
新たな価値の提供

人が持つ可能性の解放

人が持つ可能性の解放とは？ 人が本来持っている能力を 最大限発揮できる環境を構築する。

アドウェイズグループでは、
“人と機械の共生”をテーマに、人にしかできないこと、
機械が得意なことの2つを完全に分離し、互いが得意
な領域を最大化させる取り組みを進めています。
当社で働く社員の持続的な挑戦が可能となる、
本当に働きやすい環境の醸成に向け取り組みを加速
させてまいります。

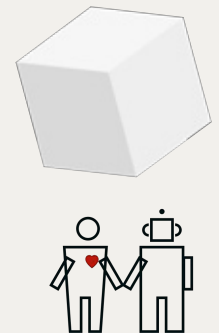
人が持つ可能性の解放

“人と機械の共生”は、
価値を生み出す上での基本思想となる。

機械が得意なこと×人にしかできないこと

人がやるべきことと機械がやるべきことを見極め、機械が得意な仕事を機械に任せることができれば、人は“人の心をゆさぶるプロダクトやシステム”を今までより時間をかけ深く考え、生み出すことが可能になります。

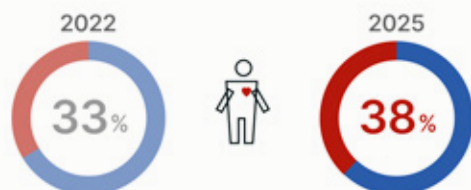
人が本来取り組むべき仕事に集中できるよう、“人と機械の共生”を軸に、さまざまな会社機能をシームレスに連携し、より事業に集中でき、働きやすい環境へ向けた取り組みを進めています。



ダイバーシティ&インクルージョン

多様性を尊重し、
全ての従業員が自分らしく活躍できる環境へ

女性従業員比率



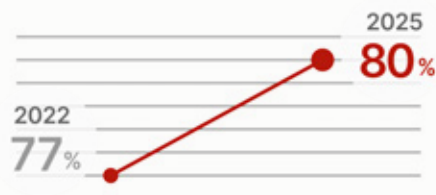
女性管理職比率



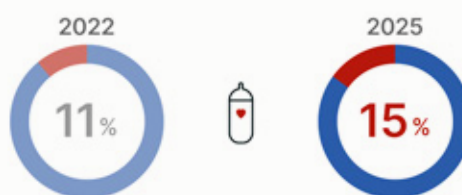
女性役員構成 (執行役員含む)



従業員満足度



男性育児休暇取得率

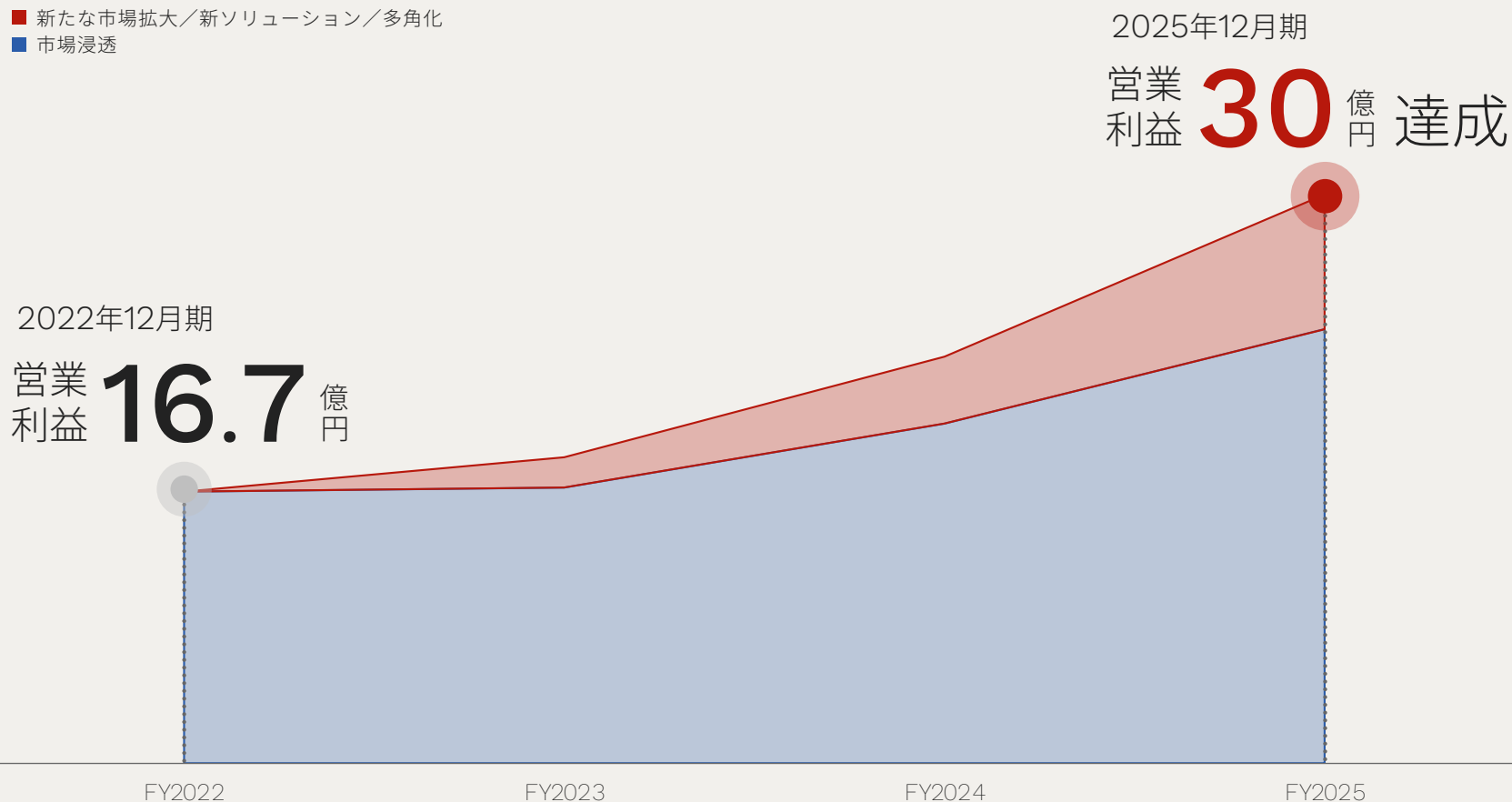


外国人従業員比率



2025年12月期に 営業利益 **30** 億円を目指す

- 新たな市場拡大／新ソリューション／多角化
- 市場浸透



PURPOSE OF ADWAYS

**全世界に
「なにこれ すげー こんなのはじめて」
を届け、
すべての人の可能性をひろげる
「人儲け」を実現する。**