

2025 年 2 月 12 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 メ デ ィ ッ ク ス
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 田 中 正 則
(コード番号：331A 東証スタンダード市場)
問 合 せ 先 管 理 担 当 取 締 役 馬 場 昭 彦
(TEL 03-5280-9471)

2025 年 3 月期の業績予想について

2025 年 3 月期(2024 年 4 月 1 日から 2025 年 3 月 31 日)における当社の業績予想は、次のとおりであります。

【個別】		(単位：百万円、%)								
項目	決算期	2025 年 3 月期 (予想)		2025 年 3 月期 中間会計期間 (実績)		2024 年 3 月期 (実績)				
			対売上 高比率	対前期 増減率		対売上 高比率		対売上 高比率		
売	上	高	4,185	100.0	0.1	1,944	100.0	4,179	100.0	
営	業	利	益	810	19.4	1.0	253	13.0	801	19.2
経	常	利	益	957	22.9	19.0	400	20.6	804	19.2
当	期	(中間) 純利益	812	19.4	66.0	435	22.4	489	11.7	
1 株	当	たり	当	107 円 60 銭		57 円 83 銭		64 円 85 銭		
(中 間)	純	利	益							
1 株	当	たり	配	14 円 00 銭		—		8 円 00 銭		
当	期	配	当							
金										

- (注) 1. 当社は連結財務諸表を作成しておりません。
2. 2024 年 3 月期(実績)及び 2025 年 3 月期中間会計期間(実績)の 1 株当たり当期(中間)純利益は期中平均株式数により算出しております。2025 年 3 月期(予想)の 1 株当たり当期純利益は公募予定株式数(500,000 株)を含めた予定期中平均株式数により算出しております。
3. 2025 年 1 月 1 日付で普通株式 1 株につき 50 株の割合をもって分割しております。上記では、2024 年 3 月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1 株当たり当期純利益及び 1 株当たり配当金を算出しております。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧ください。また、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

【2025 年 3 月期業績予想の前提条件】

(当社全体の見通し)

① 当社の事業について

当社は、デジタルマーケティング支援事業として、インターネット広告販売（運用型広告）、マーケティング DX/アクセス解析、Web サイト制作などを通じて顧客企業のマーケティングを支援する各種サービスを提供しています。特に運用型広告（検索連動型広告、ディスプレイ広告、フィード広告の総称）に注力し、広告枠を販売・運用し手数料を受け取るインターネット広告が主力サービスとなっております。

② 当社の属する市場環境について

当社の属するインターネット広告市場の 2022 年度の市場規模は 2 兆 9,340 億円(前年比 112.2%)でした。(出所:矢野経済研究所「2023 インターネット広告市場の実態と展望」2023 年 11 月公表)このインターネット広告市場は年々拡大していますが、2021 年度の市場規模は 2 兆 6,160 億円（前年比 126.2%）と景気回復と急速な DX 化の影響により大幅な増加を遂げた一方で、2022 年度はコロナ禍中にオフラインからオンラインに振り替えられていた広告主の予算がオフラインに戻り、市場の成長率が前年の 126.2%と比較し 112.2%と前年に比べて鈍化しました。なお、2023 年度も引き続き成長するものの、前年からの傾向は続き、市場規模は 3 兆 1,180 億円（前年比 106.3%）が見込まれており、2024 年度の同市場は、前年比 106.0%の 3 兆 3,050 億円に、その後毎年 107%程度の前年比で成長をつづけ、2027 年度の同市場は、4 兆 870 億円に成長すると予測されております。

③ 当社の販売方針について

当社では「BtoC 領域」「BtoB 領域」「データマネジメント・その他領域」の 3 つの領域に分けて販売方針を立てております。

「BtoC 領域」「BtoB 領域」はともにインターネット広告を主軸とするデジタルマーケティングの総合支援サービスであり、検索連動型広告、ディスプレイ広告、フィード広告といったインターネット広告の他に、広告の受け皿となる Web サイト制作、またデジタル施策全体の効果改善のためのデータ計測、レポートニング及びダッシュボード化、データ分析、コンサルティング等を行うデータマネジメントのサービスを販売また実行しております。当社の顧客が対象としている事業が BtoC 事業か BtoB 事業かによってデジタルマーケティング支援のやり方やノウハウは大きく異なるため、当社ではそれぞれ専門組織を作り、組織戦略や販売方針を分けて当社の売上拡大に向けてマネジメントしております。

BtoC の事業は、ターゲットが多く、リードタイムが短いのが特徴となるためインターネット広告の運用改善がデジタルマーケティングを成功させる上で非常に重要と考えており、広告運用体制の充実や広告クリエイティブをはじめとした効果改善ノウハウの蓄積に重点をおき、顧客のデジタルマーケティングの効果を改善する事で新たな予算を獲得し、当社の売上拡大を促進しております。

BtoB の事業は、ターゲットが少なく、リードタイムが長いのが特徴となるためインターネット広告の運用改善のプライオリティは BtoC 程高くなく、代わりに獲得したリードを育成するためのコンテンツ制作やインターネット広告の配信状況とオフラインでの営業状況のデータ連携をした上でのデータ分析がデジタルマーケティングを成功させる上で非常に重要と考えており、素早く良質なコンテンツ制作を可能にする環境整備

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

やWeb サイト制作の専用パッケージ化等を行うなど、インターネット広告はもちろん、インターネット広告以外の取引を拡大する事で当社の売上拡大を促進しております。

「データマネジメント・その他領域」は、デジタルマーケティングの総合支援サービスではなく、デジタルマーケティング施策単体の取引を拡大する事で当社の売上拡大を促進していく事を方針としております。当社の競合にあたるインターネット広告代理店の中には、Web サイト制作やデータマネジメント領域のサービスを行っていない企業も多くあるため、サービスごとに市場のニーズに合わせた販売戦略を立案し当社の売上拡大を促進しております。

④ 当社の営業状況について

2025 年 3 月期は例年に比べ厳しい市場環境になる事が予測されておりました、そのため当社の強みである BtoB 領域においては市場の成長以上の予算計画ですが、当社全体としては市場の成長を下回る予算計画を策定しております。これは主に BtoC 領域の大型顧客において 2024 年 3 月期の BtoC 領域の売上高の約 6 %にあたる計 140 百万円の減額が見込まれたためです。尚、主な減額要因は顧客の戦略変更（大手生命保険会社様の新規獲得重視から利益確保への戦略変更：約 80 百万円の減額）や顧客の親会社の業績不振（外国資本の大手家電メーカーの日本法人様において米国親会社の業績不振による広告宣伝の実質停止：約 60 百万円の減額）によるもので、当社サービスへの不信による契約解消、また競合への乗り換えではなく、今後のビジネスへの影響はないものと考えております。

斯かる状況下で始まった 2025 年 3 月期においては、当社の強みである BtoB 領域を中心に新規顧客の獲得が順調に進んでおり、当社の強みであるインターネット広告の運用力、並びにクリエイティブ及び Web サイト制作、データマネジメントまでを一気通貫で提供できるサービスと、弊社の特徴でもあるアカウントプランナーが全領域の窓口となる営業体制は、市場において一定の競争力を有する事が確認できております。

一方で、既存顧客においては、BtoC 領域、BtoB 領域共に顧客の戦略変更等による減額や取引停止もあり、前年と比べ一進一退の状況です。

以上を踏まえ、当社の 2025 年 3 月期の業績予想は、期首から中間会計期間までの実績をもとに、下半期については以下の前提条件での見通しを合算し、売上高 4,185 百万円(前期比 0.1%増)、営業利益 810 百万円(前期比 1.0%増)、経常利益 957 百万円(前期比 19.0%増)、当期純利益 812 百万円(前期比 66.0%増)を見込んでおります。下半期は顧客単価の上昇及び当期中の新規顧客獲得による社数増により前年と比較し約 61 百万円増額の 2,243 百万円の売上高を見込んでおります。また IPO 関連費用約 25 百万円などの一過的な費用計上を見込んでおりますが、コスト削減により前年と比較し約 91 百万円減額の 1,452 百万円の販売費及び一般管理費を見込んでおり、結果、下半期の営業利益は 556 百万円となる見込みです。

(1) 売上高

当社の営業計画は「市場環境及び当社の過去の成長率を踏まえた全社方針」「各事業ユニットの販売計画の積上げ」の 2 つの観点から妥当性を確認し計画策定を行っております。また後者の「各事業ユニットの販売計画」については、「BtoC 領域」「BtoB 領域」「データマネジメント・その他領域」の 3 領域共に顧客との契約や口頭同意の内容を踏まえ確度高く予測できる売上高に加え、過年度における新規顧客からの売上高実績

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

から予測できる新規の売上高、全社並びに各ユニットの営業戦略による追加の売上高の獲得により構成されております。単年度の売上高で見ると既存顧客からの売上高が大半を占めているため、新規顧客による売上高の獲得インパクトは決して高くありませんが、継続して取引金額を拡大していくことで、翌期以降の収益基盤となり、継続的な売上成長を実現するための重要な要素となっております。

2025 年 3 月期(2024 年 4 月 1 日から 2025 年 3 月 31 日)における当社の領域別の売上高予想は、次のとおりであります。

【売上高】		(単位：百万円、%)					
領域	決算期	2025 年 3 月期 (予想)			2025 年 3 月期 中間会計期間 (実績)		
			比率	対前期 増減率		対売上 高比率	比率
全 領 域		4,185	100.0	0.1	1,944	100.0	4,179
B t o C 領 域		2,170	51.8	-4.6	1,027	52.8	2,275
B t o B 領 域		1,094	26.1	14.1	499	25.6	959
データマネジメン ト・その他領域		920	21.9	-2.7	417	21.4	945

当社の 2025 年 3 月期の売上高予想は、期首から中間会計期間までの実績をもとに、下半期については以下の前提条件での見通しを合算し、売上高 4,185 百万円(前期比 0.1%増)となる見込みです。当社の事業は、デジタルマーケティング支援事業の単一セグメントではありますが、領域別という観点から、BtoC 領域、BtoB 領域、データマネジメント・その他領域に分けて説明いたします。

① BtoC 領域

新規顧客に関しては、前年度実績より多くの社数獲得（前年比 160.0%）により売上高増加を見込んでいます。

既存顧客の売上高に関しては、前期に獲得した新規顧客から計 68 百万円を超える取引拡大を見込んでいる等好調な要因がある一方で、大型顧客の広告方針変更による取引縮小（大手生命保険会社様における広告投資の費用対効果を重視する方針への変更により減額：85 百万円の減額）や、大型顧客の業績不振による失注（外資系家電メーカー様における業績不振による広告費用削減：65 百万円）により、前年度と比べて減少しております。

結果、2025 年 3 月期中間会計期間で 1,027 百万円、2025 年 3 月期全体では 2,170 百万円（前年比 95.4%）の見通しとなっております。

ご注意： この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧ください。また、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

② BtoB 領域

新規顧客に関しては、顧客単価の上昇（前年比 179.7%）により売上高増加を見込んでいます。主な要因としては、SaaS 領域に特化した戦略による顧客獲得や広告以外（Web サイト制作）の新規取引が順調な事があげられます。約 20 年近く専門部隊体制で BtoB のデジタルマーケティングに取り組んできた実績やノウハウをベースに、更に領域を絞ることで、アカウントプランナーの知見を磨き上げた事、また独自商品のリリース等で売上を拡大している事が実績に結びついております。

また、既存顧客についても前年以上の売上を見込んでおります。大型顧客の別領域（サイバーセキュリティサービス会社様の認知プロモーション領域や、システムベンダー会社様のオフライン施策領域）への取引領域拡大等、既存顧客の取引拡大に成功しており、前年比 114.4%の売上増加を見込んでおります。

結果、2025 年 3 月期中間会計期間で 499 百万円、2025 年 3 月期全体で 1,094 百万円（前年比 114.2%）の見通しとなっております。他領域と比較して高い成長をみせており、引き続き強化領域として取り組んでいきます。

③ データマネジメント・その他領域

新規顧客に関しては、前年同等の売上を見込んでおります。Web サイト制作領域においては、新規のサイト制作案件の獲得および納品が増加しており、前年より約 9 百万円の売上増加を見込んでおります。サイト制作をパッケージ化することで、商談効率および受注後の制作効率を改善し、効率的に新規案件の獲得から納品までを行えるようになったことが要因です。また、新規で取引開始した大型の代理店案件の拡大等の新規売上を見込んでおります。

既存顧客に関しては、データマネジメント領域にて、大型のコンサルティング案件（ホテル運営企業様やアパレル大手企業様）を獲得する等、計 40 百万円を超える既存顧客の取引拡大を見込んでいたといった好調な要因がある一方で、顧客の内製化を視野にいたの方針転換による失注（教育・生活事業会社様とのアクセス解析コンサルティングの取引の終了（約 40 百万円）や、大手広告代理店案件のインハウス化に伴う取引停止（約 50 百万円））により、前年度と比べて減少しております。

結果、2025 年 3 月期中間会計期間で 417 百万円、2025 年 3 月期全体で 920 百万円（前年比 97.3%）の見通しとなっております。

（2）売上原価、売上総利益

当社の売上原価については主に外注費により構成されます。

当社の売上の中心であるインターネット広告販売においては基本的に売上原価が発生しないため売上高に対する売上原価率は低く、また大きく変動することも考えにくいため、昨年度の売上原価率を基に積算し計画しております。2025 年 3 月期中間会計期間で 205 百万円、2025 年 3 月期全体では 437 百万円（前年比 98.9%）の見通しとなっております。

ご注意： この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧ください。また、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

（３）販売費及び一般管理費、営業利益

当社の販管費としては、人件費及び経費で構成されております。人件費については各ユニットより提出された人員計画をもとに積み上げにより算出しております。経費については各ユニット別・勘定科目別、月別に過去実績並びにユニット毎の施策を織り込んだ経費計画の積み上げにより算出しております。2025年3月期については、人員の増加やIPO関連費用を織り込んでおります。

この結果、販管費は2025年3月期中間会計期間で1,486百万円、2025年3月期全体では2,938百万円（前年比100.1%）を見込んでおり、営業利益は2025年3月期中間会計期間で253百万円、2025年3月期全体では810百万円（前年比101.1%）を見込んでおります。

（４）営業外損益、経常利益

営業外収益として151百万円、営業外費用として3百万円を見込んでおり、営業外収益の主な内容は保険返戻金及び受取配当金並びに受取利息、営業外費用の主な内容は支払利息及び為替差損になっております。

この結果、経常利益は2025年3月期中間会計期間で400百万円、2025年3月期全体では957百万円（前年比119.0%）を見込んでおります。

（５）特別損益、当期純利益

特別利益は現時点において見込んでおらず、特別損失は固定資産除売却損を見込んでおります。

この結果、当期純利益は2025年3月期中間会計期間で435百万円、2025年3月期全体では812百万円（前年比166.0%）を見込んでおります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は、様々な要因によって異なる場合があります。

以上

ご注意： この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧ください。また、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なる場合があります。