



NEO
MARKETING

株式会社ネオマーケティング 東証スタンダード(4196)

2024年9月期 第2四半期決算説明資料

2024年5月14日

2024年9月期第2四半期

01

会社概要・事業概要

02

第2四半期サマリー

03

第2四半期決算概要

04

第2四半期の取り組み

05

主要KPIの進捗状況について

06

通期連結業績予想の上方修正

07

Appendix



Contents

会社概要



会社名 株式会社ネオマーケティング
NEO MARKETING INC.

代表者 橋本光伸

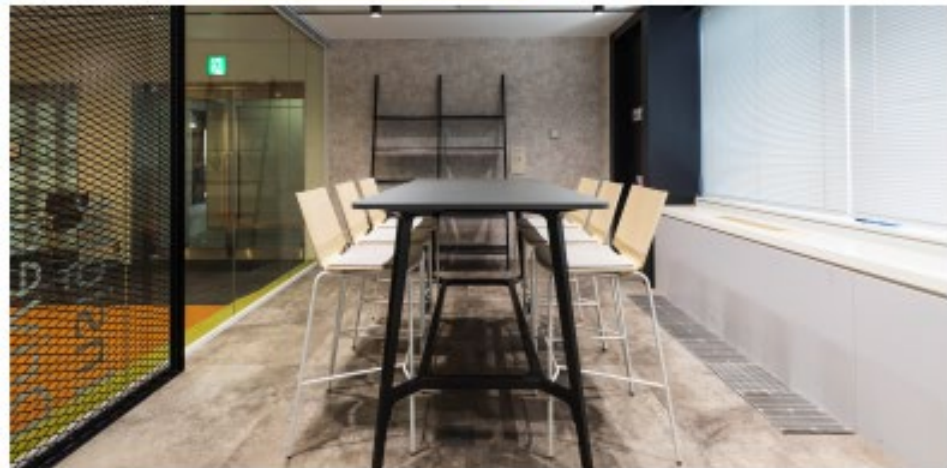
上場取引所 東京証券取引所 スタンダード市場

設立日 2000年10月

資本金 8,501万円(2024年3月末時点)

従業員数 165名(2024年3月末時点・連結)

所在地 東京都渋谷区南平台町16-25



変化していくことと変えてはいけないもの。
私たちはこれからも“本質”を追求し続けます。

VISION

私たちは人の心を満たす商品・サービスが
あふれる社会を目指している

Make everyone Wonderful

私たちは、あらゆる人々が喜びに満ちて笑顔で快適に生活している世界を夢見ています。
生活者起点のマーケティングには、夢を実現するチカラがあると信じています。
私たちの仕事により、たくさんの方が豊かで幸せになれる持続可能な世界が、
日々近づいていることに、最高の充実感と喜びを感じています。

代表取締役 **橋本 光伸**
Mitsunobu Hashimoto

Customer Driven Marketing

生活者起点のマーケティング支援会社

「生活者起点のマーケティング」とは、生活者の深い理解のためにリサーチからスタートし「生活者との対話」を通じて、「買ってもらい続ける仕組み」をつくる一連の活動です。

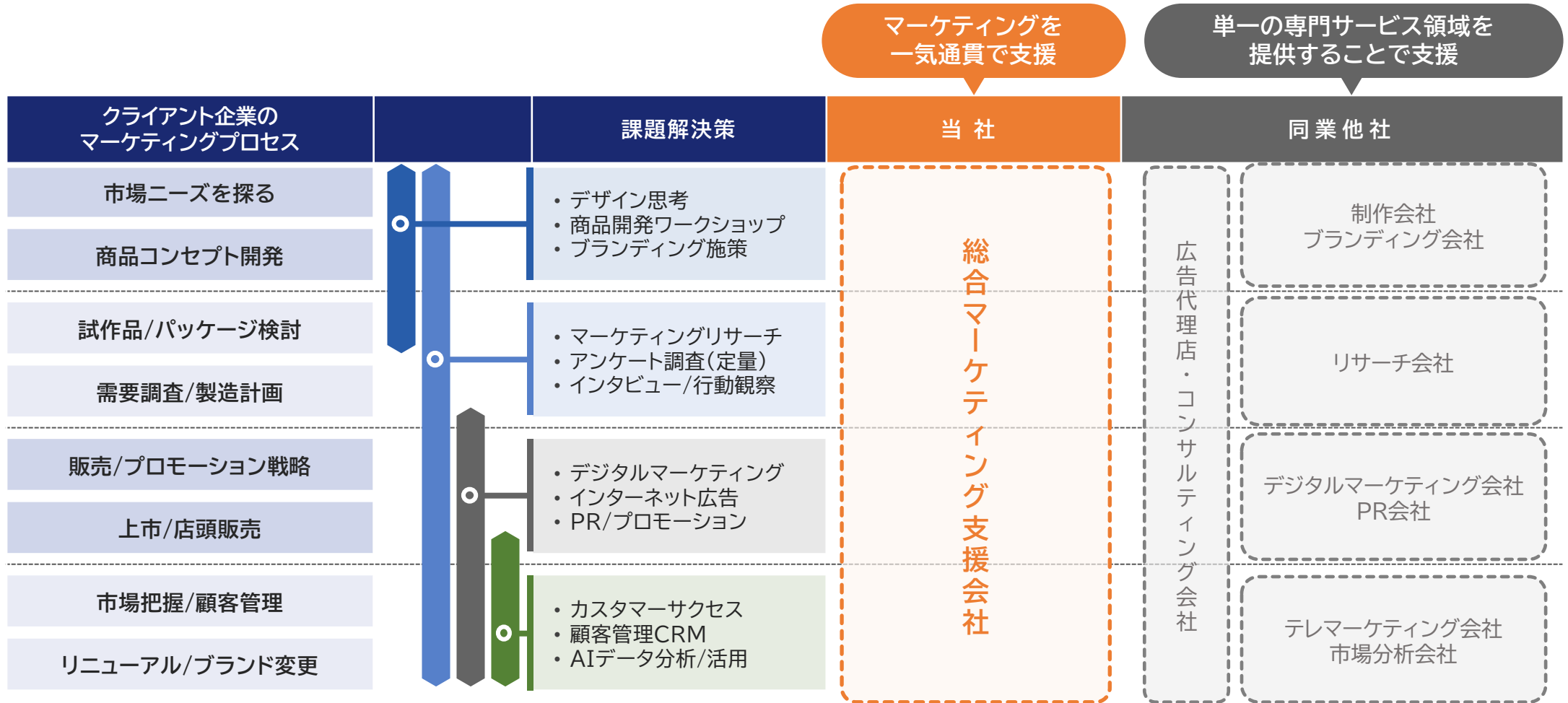


総合マーケティング支援企業として、生活者起点(=消費者目線)のマーケティング支援を展開しています。



競争力の源泉①マーケティングを一気通貫で支援

顧客のマーケティングプロセスにおける課題に応じた、コンサルティング(課題解決)を一気通貫で実施しています。



マーケティング支援サービスを内製化してワンストップで提供する数少ない企業

競争力の源泉②インバウンドによる案件流入経路の確立

マーケティング会社としての優位性・経験則を活用して、自社オウンドメディアの運用により顧客獲得を実現しています。独自の調査レポートは、優良な見込み顧客獲得ツールとして重要な役割を果たしています。

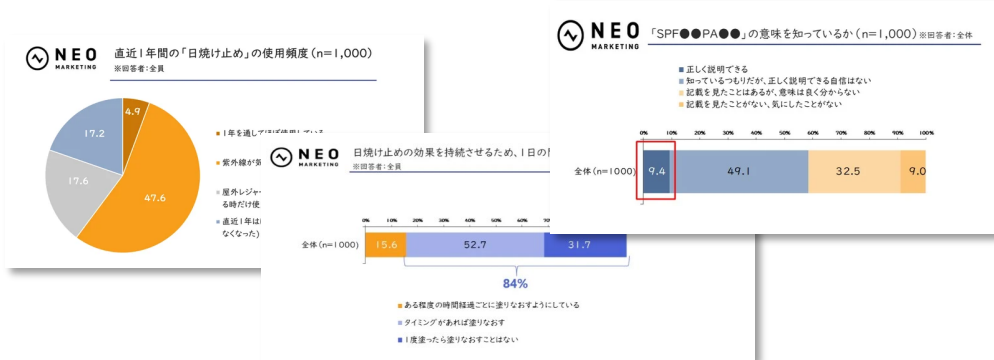
市場調査レポート・データ

累計レポート本数
172本
(2015年3月～2024年3月末現在)

- 市場調査
- SDGs調査
- 共同調査
- マーケティング情報

(ご参考)日焼け止めに関する意識調査・2023年8月公表

生活者は日焼け止めをどの程度重要視しているのか、効果への理解度合い、また日焼け止めの使用方法の実態や選定基準など、日焼け止めに関する様々な事柄を調査。



リード件数

リード件数 **5,497**件 (2024年9月期2Q)

- セミナー・ウェビナー
- ダイレクトレスポンス
- 調査・リリース
- 広告
- カンファレンス
- etc. その他

多くのリード獲得をインバウンドにより実現
第2四半期末時点で、前期通期実績5,735件に迫る勢い

競争力の源泉③ナレッジの蓄積

プロジェクトの実績はマーケティングナレッジデータベースとして蓄積。
社内の専門家たちがプロジェクトチームを組んで顧客のマーケティング課題を解決し、品質の高いナレッジを提供します。



2024年9月期第2四半期

01

会社概要・事業概要

02

第2四半期サマリー

03

第2四半期決算概要

04

第2四半期の取り組み

05

主要KPIの進捗状況について

06

通期連結業績予想の上方修正

07

Appendix

Contents

1 通期予算に対しては概ね計画通りの進捗

前年同期比で売上高は▲0.5%の減収、営業利益については▲36.7%の減益となった。当期は積極的な投資時期と位置付けており、リサーチャーを含む専門人材およびマーケティングコンサルタントの採用を強化し育成を進めている。通期予算に対する進捗率は、売上高は48.3%、販管費は48.7%、営業利益は69.4%と概ね計画通りである。

2 主要KPIの進捗状況について

マーケティングコンサルタント採用:前期末比で+10%(+4人)と増加しており、順調に進捗。
顧客数:前年同期比で+3.2%(+17社)と順調に増加。CAGR(年平均成長率/過去4期)でも3.6%と堅調。
顧客単価:前年同期比で▲2.8%となったが、CAGRでは3.5%と堅調。

3 通期連結業績予想の上方修正

連結子会社である株式会社セールスサポートの株式譲渡を2024年5月15日付で実行予定。これにより、子会社株式売却益として特別利益の計上を予定していることから通期連結業績予想を上方修正。

2024年9月期第2四半期

01

会社概要・事業概要

02

第2四半期サマリー

03

第2四半期決算概要

04

第2四半期の取り組み

05

主要KPIの進捗状況について

06

通期連結業績予想の上方修正

07

Appendix



Contents

連結損益計算書 サマリー

前年同期比▲0.5%の減収、営業利益は▲36.7%の減益となりましたが、通期予算に対しては概ね計画通り進捗しています。前1Qに引き続き、先行投資として今後の売上増大を見込んでリサーチャーを含む専門人材およびマーケティングコンサルタントの採用の強化、育成を積極的に行っているため、利益は一時的に減少しますが、下期には事業活動に寄与できるように進めております。なお、連結子会社株式譲渡にともなう特別利益の計上を見込んでいることから通期業績予想を上方修正いたしました。

(百万円)	2023/9期 2Q実績	2024/9期 2Q実績	増減額	増減率[%]	修正計画 (2024/5/14)	進捗率[%]
売上高	1,213	1,208	▲5	▲0.5	2,500	48.3
売上原価	634	630	▲4	▲0.7	1,400	45.0
売上総利益	578	577	▲1	▲0.2	1,100	52.5
販売費及び一般管理費	359	438	+79	+22.0	900	48.7
営業利益	219	138	▲80	▲36.7	200	69.4
経常利益	220	138	▲81	▲37.0	200	69.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	140	86	▲53	▲37.9	280	31.1

サービス別 売上高

売上高に関しては、カスタマーサクセスの大型案件の契約満了等の影響により前期を下回りましたが、インサイトドリブンは前年同期比で二桁成長と好調に推移しております。商談数やデジタルマーケティング・PRなどのコミュニケーション施策案件の相談数が増加しており、下期に向けてさらに営業活動に注力していきます。

		(百万円)	2023/9期 2Q実績	2024/9期 2Q実績	増減額 (増減率)	概要
サービス別 売上高	インサイトドリブン		255	286	+31 (+12.4%)	オンラインリサーチでは解決できない難易度の高い顧客課題に対して積極的に提案を行うことで、単価がアップ
	カスタマードリブン		492	507	+14 (+2.9%)	リサーチャー増員により提案力が強化され受注単価向上 新サービスのリリースにより案件引き合いが増加
	デジタルマーケティング PR		206	211	+5 (+2.5%)	体制構築のための採用活動やデジタルマーケティングやPRに関する教育に重点をおき、積極的な販売強化は下期以降を想定
	カスタマーサクセス その他		259	202	▲56 (▲21.9%)	2023年9月期で契約が満了した大型案件の影響により減収

貸借対照表サマリー

主な増減は、新規借入の実行による流動資産の増加や、利益剰余金による純資産の増加になります。

(百万円)	2023/9期 実績	2024/9期 2Q 実績	増減額
流動資産	873	1,148	+275
現預金	498	636	+137
売掛金	278	417	+138
固定資産	502	479	▲23
資産合計	1,376	1,628	+252
流動負債	466	496	+29
固定負債	257	383	+126
負債合計	723	880	+156
純資産	652	748	+95
負債・純資産合計	1,376	1,628	+252

2024年9月期第2四半期

01

会社概要・事業概要

02

第2四半期サマリー

03

第2四半期決算概要

04

第2四半期の取り組み

05

主要KPIの進捗状況について

06

通期連結業績予想の上方修正

07

Appendix

Contents

顧客数拡大および顧客単価増大施策として品質向上およびサービスメニューの拡充の取り組みを実施しました。

視線活用の実証検証を開始

● ヴィアゲート社※との協業検証プロジェクト

※録画型映像プラットフォーム事業を運営するセーフィー社からスピンアウトした企業

取り組みの成果目標と検証計画

● 成果目標

- ・生体データによる不正回答自動検知
- ・パッケージ評価やシエルフ評価での活用
- ・UIUX調査(インタビュー)への活用

● 検証計画

検証1:視線データを用いたアンケートの実施

- ・設問文、選択肢、コンセプト文、呈示画像等、きちんと見た上で回答しているのか
- ・視線と回答データの整合性はあるのか

検証2:視線データを用いたUIUX調査(インタビュー)の実施

- ・視線とサイト・アプリの動作・評価に整合性はあるのか

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000007.000116494.html>

視線×マーケティングリサーチによる品質向上

● 検証プロジェクト発足の狙い

①マーケティングリサーチ機能の強化

リサーチの回答品質が、マーケティングの成否を大きく左右するため、マーケティング支援会社としてリサーチの品質担保は最優先事項と位置付けています。

②デジタルを活用した不正回答自動検出

従来のデータクリーニングは、あらかじめ定義された基準に基づく処理のみを行っていましたが、新たに生態データ(視線)を用いることで品質の標準化を目指します。

③検証結果第一弾リリース

不正回答者はアンケートの視線滞在時間が短いことが確認できました。品質を向上させる上で、視線データを用いることは有効といえます。

<https://neo-m.jp/news/4236/>

アンケート調査品質向上を目的とした取り組み

● 実施概要

①アンケートの回答時間と不正回答の関連性を検証

回答時間による不正回答の基準を定めるために自主調査を実施いたしました。

<https://form.neo-m.jp/download/investigation/4186?ga=2.75908821.1504922261.1713660909-1611174664.1705455303>

②アンケートの回答時間と不正回答の関連性を検証～第二弾～

イント目的による不正回答を可能な限り排除する取り組みを開始します。今回はその第二弾として、不正回答の発生時間基準を年代で比較しました。

<https://form.neo-m.jp/download/investigation/4227?ga=2.209184338.1504922261.1713660909-1611174664.1705455303>

③「視線データを用いたリサーチの品質向上」共同検証を開始

ヴァイアゲート株式会社と生体データから回答態度を測定し、回答内容との関係性を研究することで、これまでになかった調査サービスの提供を目指します。

<https://neo-m.jp/news/4196/>

インクルーシブマーケティングのソリューションを提供開始

● ソリューションラインアップ

①インクルーシブマーケティング特化型調査

フリーアンサーを中心とした定性情報を含めたカスタマイズ可能な調査設計を行います。インクルーシブな視点で「当事者及び身近に当事者がいる人」の回答を重視し、少数の声に耳を傾けます。

②インクルーシブマーケティング導入ワークショップ

多様性への理解や社会課題解決を目的とした、インクルーシブマーケティングの導入を検討している企業・団体向けのワークショップを開催します。

③インクルーシブマーケティングコンサルティング

調査設計や PR 戦略策定に必要な専門的なコンサルティングをリテナー契約で提供します。学術的な指導が必要な場合は、学識経験者などの専門家をプロジェクトチームに加え、顧客企業・団体と共に中長期的な取り組みを行います

※インクルーシブとは
ジェンダー、年齢、障がい、国籍など、多種多様な特徴を持つ人々がいます。違いを認め合い、尊重しあい「すべてを包括する、包みこむ」ことをさします

2024年9月期第2四半期

01

会社概要・事業概要

02

第2四半期サマリー

03

第2四半期決算概要

04

第2四半期の取り組み

05

主要KPIの進捗状況について

06

通期連結業績予想の上方修正

07

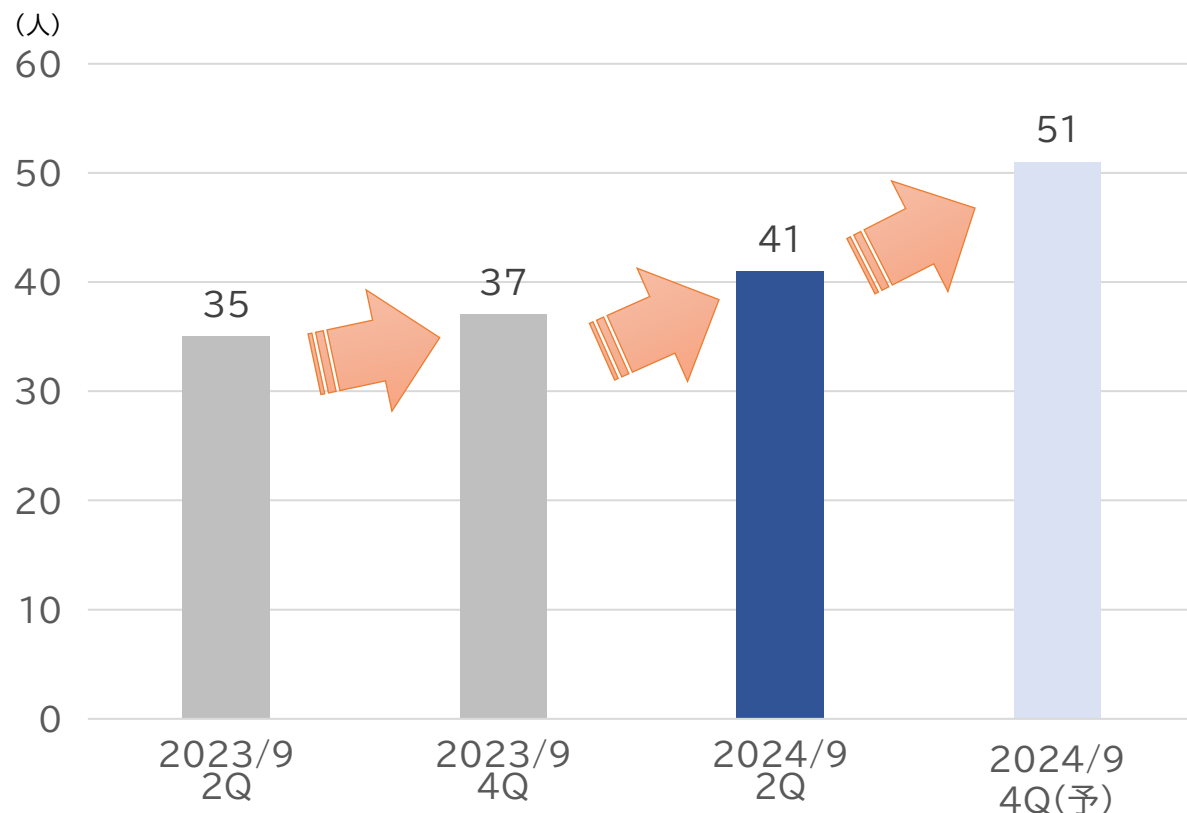
Appendix

Contents

中期経営計画達成のため、マーケティングコンサルタントの採用を強化しております。

マーケティングコンサルタント人員推移

●マーケティングコンサルタントの採用は計画に対して順調に進捗



採用計画と早期の戦力化

採用計画

- 中途と新卒をバランスよく採用
- エグゼクティブ人材に対するリファラル採用を継続

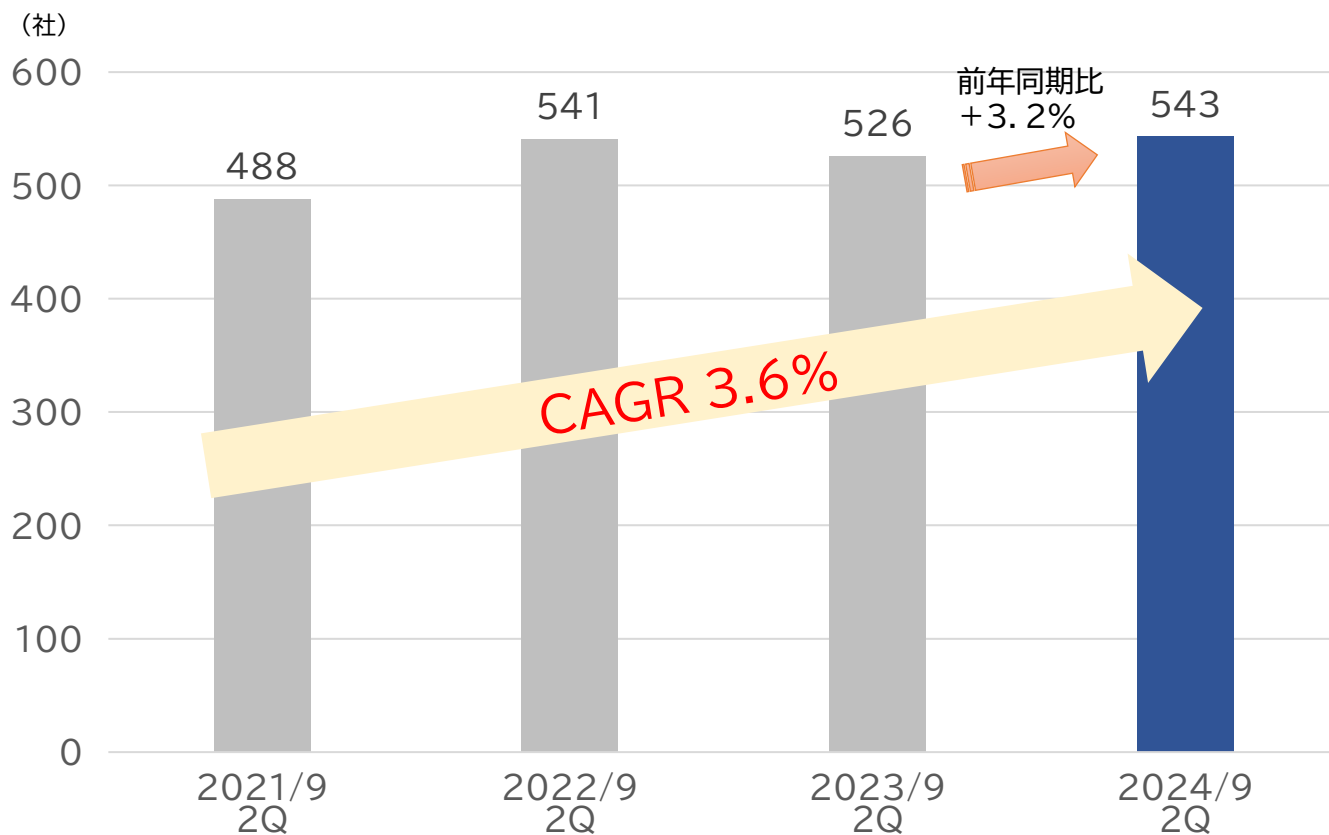
教育体制

- 新卒向けの戦力化プログラム、各種研修の充実
- リテンション施策として、エンゲージメント維持管理、表彰制度等を活用
- フレックス制や選択的テレワーク、副業許可制度等の魅力的な職場環境

KPI進捗(顧客数拡大)

主要都市を中心として、全国的にサービス展開を行います。関東エリア外の顧客獲得も積極的に行い、顧客数の拡大を目指します。

顧客数推移(同期比)

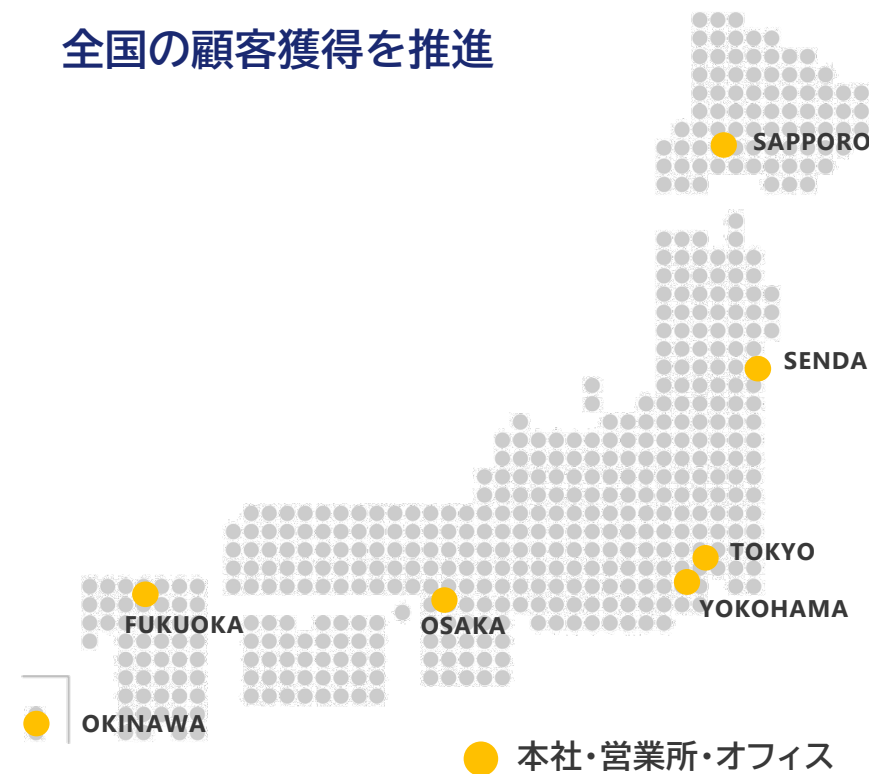


前年同期比で+3.2%、CAGRで+3.6%

※社数は単体数値

現在の拠点

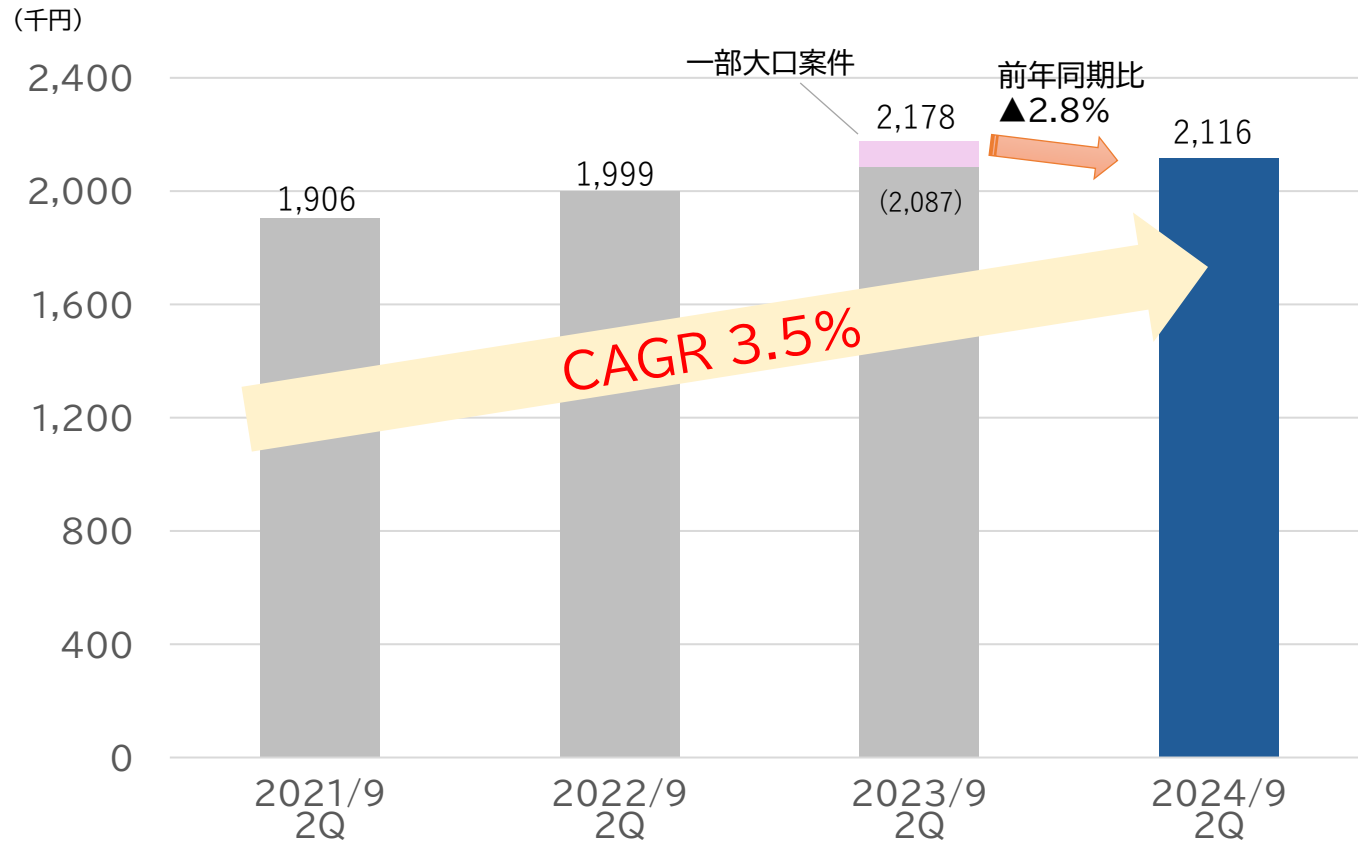
全国の顧客獲得を推進



KPI進捗(顧客単価増大)

一部大口案件終了の影響で顧客単価は前年同期比で▲2.8%と減少しましたが、CAGRでは+3.5%の成長率となっております。

顧客単価推移(同期比)



※単価は単体数値

中計目標値 サービス別・KPI

中期的な企業成長のために人材に関する積極的な投資を行い、取引社数を増加させ、サービスメニューの拡充により顧客単価を引き上げます。引き続き、インサイトドリブン、カスタマードリブンといったリサーチから、デジタルマーケティング・PRといったマーケティング施策への一貫通貫のサービスを推進します。

		(百万円)	2023/9期 実績	2024/9期 計画	2025/9期 計画	2026/9期 計画
連結	サービス別 売上高	インサイトドリブン	492	480	604	881
		カスタマードリブン	859	929	1,167	1,132
		デジタルマーケティング PR	420	612	691	1,039
		カスタマーサクセス その他	503	479	638	948
単体	主要 KPI	マーケティングコンサルタント (人)	37	51	70	86
		取引社数(社)	742	830	980	1,270
		顧客単価(万円)	289	290	295	300

※サービス別売上高は連結、主要KPIは単体の数値

2024年9月期第2四半期

- 01 会社概要・事業概要
- 02 第2四半期サマリー
- 03 第2四半期決算概要
- 04 第2四半期の取り組み
- 05 主要KPIの進捗状況について
- 06 通期連結業績予想の上方修正**
- 07 Appendix

Contents

通期連結業績予想の上方修正

連結子会社である㈱セールスサポートの株式譲渡にともない、子会社株式売却益として特別利益を計上しました。
 これにより通期連結業績予想を上方修正いたします。
 子会社売却によって得たキャッシュを次なる投資(採用、M&A、サービス開発等)に振り向け、事業成長を加速させていきます。

(百万円)	前回発表予想	今回修正予想	増減額	増減率[%]	(参考) 2023年9月期実績
売上高	2,500	2,500	0	—	2,275
売上原価	1,400	1,400	0	—	1,203
売上総利益	1,100	1,100	0	—	1,072
販売費及び一般管理費	900	900	0	—	760
営業利益	200	200	0	—	311
経常利益	200	200	0	—	313
親会社株主に帰属する 当期純利益	140	280	+140	+100.0	198

2024年9月期第2四半期

01

会社概要・事業概要

02

第2四半期サマリー

03

第2四半期決算概要

04

第2四半期の取り組み

05

主要KPIの進捗状況について

06

通期連結業績予想の上方修正

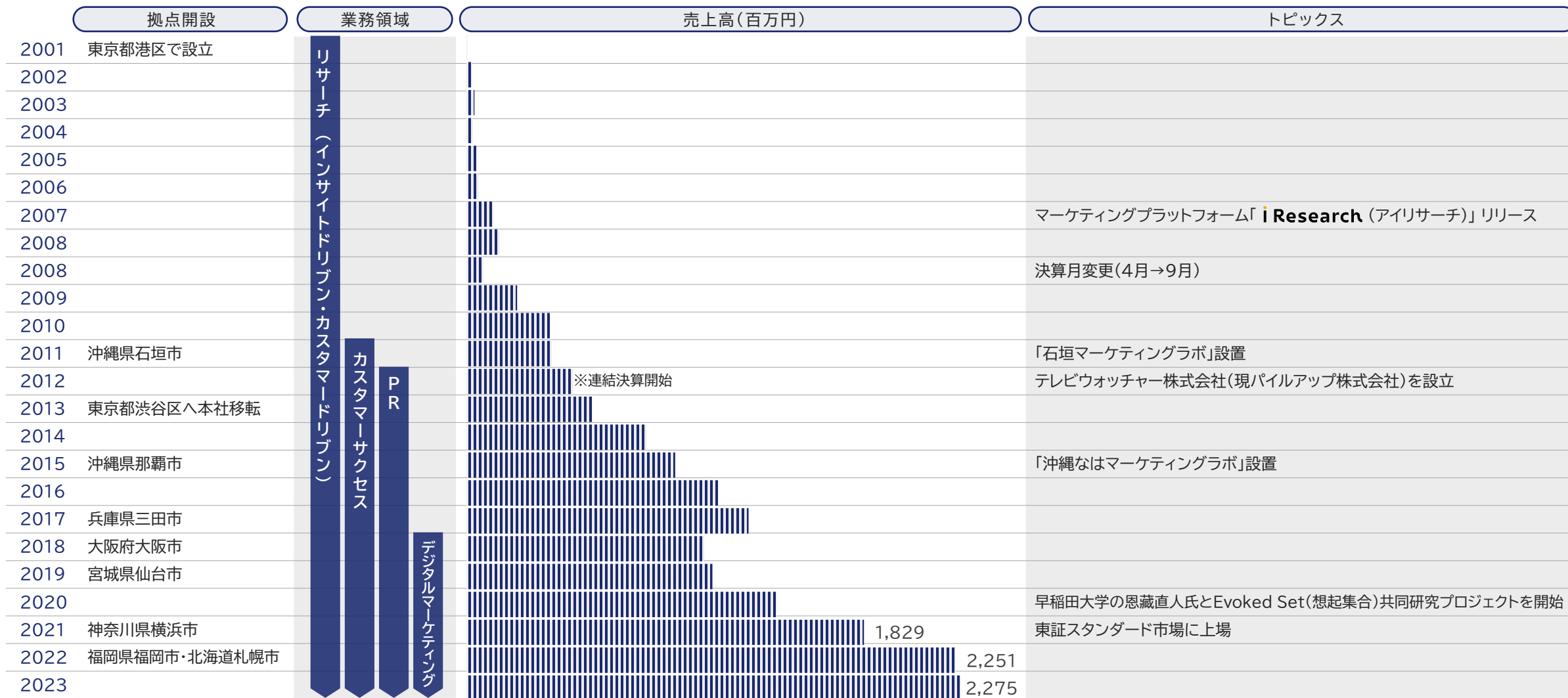
07

Appendix



Contents

設立から一貫してリサーチ業務を行ってきました。
 現在は、顧客のマーケティングに関する本質的なニーズに対応できるサービスラインナップを揃えています。



運営サービス紹介(アイリサーチ・ソルパネ)

当社独自で運営する生活者パネル「アイリサーチ」は約2,889万人(提携含む)の独自のマーケティングプラットフォームです。ソルパネは、人を活用したプロモーションやマーケティングソリューションを提供するために構築した会員組織です。



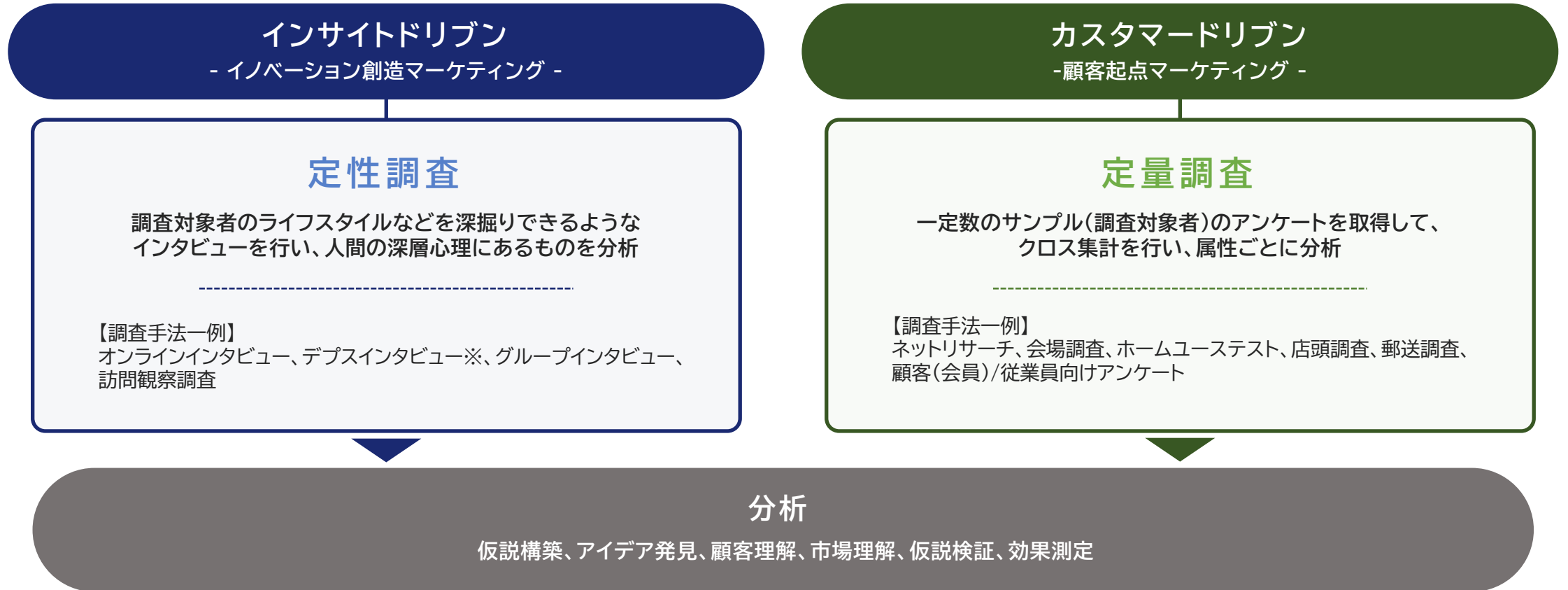
アイリサーチのリサーチメニュー 一例

項目	詳細
スマホ・WEBアンケート	・ 選択肢に対してアンケート回答
グループ・オンラインインタビュー	・ 商品やサービスについて自由なディスカッション
会場・訪問・電話郵送・調査	・ 試作品や試飲等の調査
ホームユーステスト	・ 自宅で商品を使用した調査

ソルパネのサービス 一例

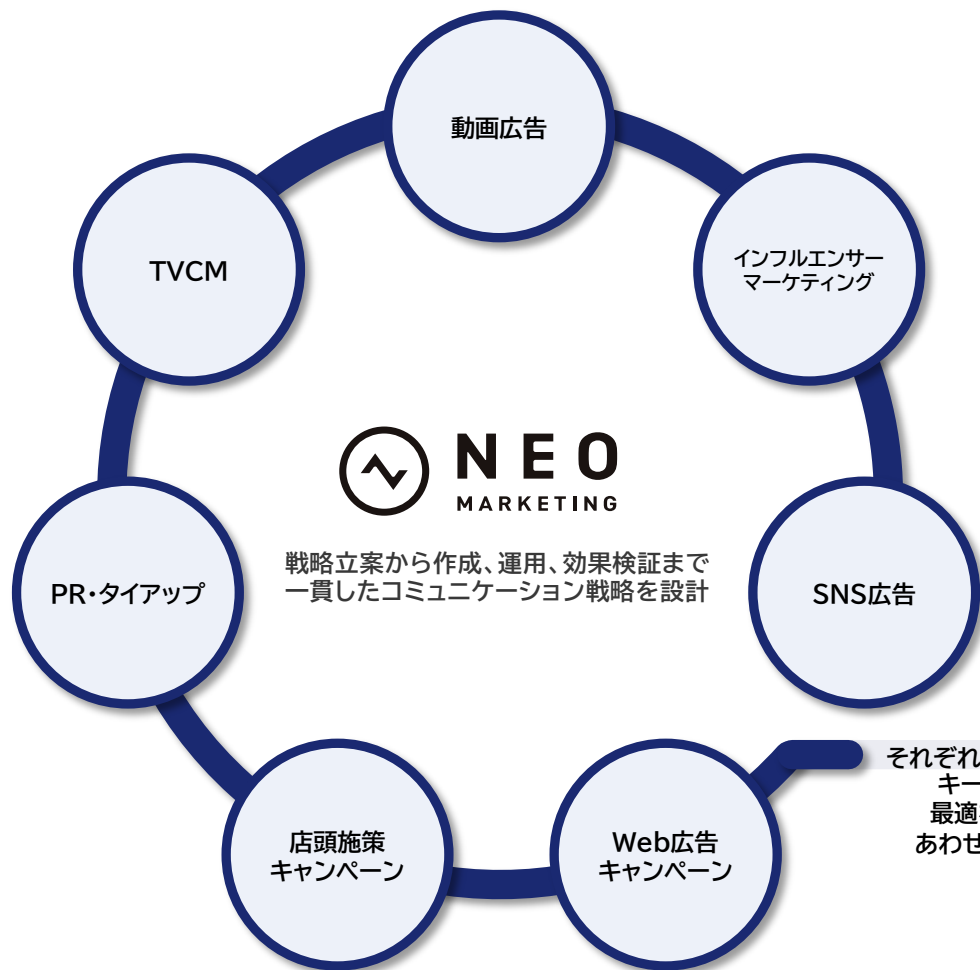
項目	詳細
アウトソーシング	・ データ入力 ・ 月末の定型業務依頼 ・ 自社看板撮影 ・ 交通広告写真撮影
フィールドリサーチ	・ 覆面調査 ・ 店頭調査
リサーチ	・ TV番組等のアンケート企画～集計
プロモーション	・ 商品サービスの満足度、改善要望

インサイトドリブンで行う定性調査とは、インタビュー形式で1人の意見を深掘りし、「ことば」から情報を得る調査です。
カスタマードリブンで行う定量調査とは、結果を明確な数値(人数や割合%)で分析するための調査です。



※ デプスインタビュー:対象者とモデレーターが1対1で実施する調査方法で、「パーソナルインタビュー」ともいわれる。ターゲットの商品やサービスの選択方法やその購買理由など、生活に深く関わる部分を知ることができるため、商品開発やそのPR方法の方向性などを定める際に適している。

ターゲットのタッチポイントに沿ったデジタルコミュニケーションの戦略策定から施策実行・効果検証までをトータルにカバーすることで、あらゆるコミュニケーションの課題を解決します。



ブランディング観点での クリエイティブ開発 + 認知拡大のためのPR支援

それぞれのターゲットに対して、
キービジュアルを基に
最適なタッチポイントに
あわせた表現・施策を開発



クライアント企業



消費者

カスタマーサクセスとは、当社のコンサルタントがLTVの最大化を目的として戦略を練り、能動的に問題や課題の解決を働きかけ顧客がサービスを通して目的を達成するために支援する新しい顧客管理スタイルです。

優良顧客、一般顧客、離反顧客などに分類し施策立案
顧客の目的、ニーズ、利用状況、感情などを可視化



LTV向上のための施策一例

クライアント企業向け

高品質な対応を維持し、ブランドイメージを浸透

ミステリーコール

調査員が利用者を装い企業のコールセンターに電話をかけ、オペレーターの対応品質をチェックする調査。

サービス利用者向け

積極的にお客様へコンタクトをとることで、潜在的な不満の早期解消を目指す

サンクスコール

利用開始時に顧客のサービス利用を軌道にのせ、本来のサービスや商品価値を実感していただくための支援。

BtoB顧客満足度調査

クライアント企業への定量的なアンケートの実施・分析、コールによる定性的なヒアリング実施。

その他サービス

ロイヤルコール: サービスを継続利用されている優良顧客に対して、定期的にフォローコールを実施。

免責事項

■本資料の取り扱いについて

本資料に記載された内容は、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。

本資料において記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、判断や仮定に内在する不確実性およびその他の様々な要因によって、実際に生じる結果と異なる可能性があります。

上記の不確実性および変動の要因には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった国内および国際的な経済状況が含まれます。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報について、更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。