



NEO
MARKETING

株式会社ネオマーケティング 東証スタンダード・名証メイン(4196)

2026年9月期 第3四半期決算説明資料

2026年8月13日

2026年9月期第3四半期

01

第3四半期サマリー

02

第3四半期決算概要

03

主要KPIについて

04

第3四半期の取り組み

05

株主還元について

06

Appendix



Contents

1 2026年9月期第3四半期決算概要について

売上高1,943百万円(前年同期比+13.2%)、営業利益12百万円(前年同期比+90.9%)
当第3四半期より連結子会社化した2社の業績寄与もあり、売上高は同四半期比較で**過去最高を更新**。

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人数:66人、前期末比で+8人。
顧客数:668社、前年同期比で+9社。**過去最高を更新**。
顧客単価:2,624千円、前年同期比で+119千円。**過去最高を更新**。

3 M & Aについて

当第3四半期より、新たに**2社**(株)エッセンスマーケティングおよび(株)PA Communication)を子会社化。成長市場である、SNSマーケティング・PR市場におけるマーケティング支援体制を強化し、当社グループ全体の中長期的な企業価値向上を目指す。

2026年9月期第3四半期

01

第3四半期サマリー

02

第3四半期決算概要

03

主要KPIについて

04

第3四半期の取り組み

05

株主還元について

06

Appendix



Contents

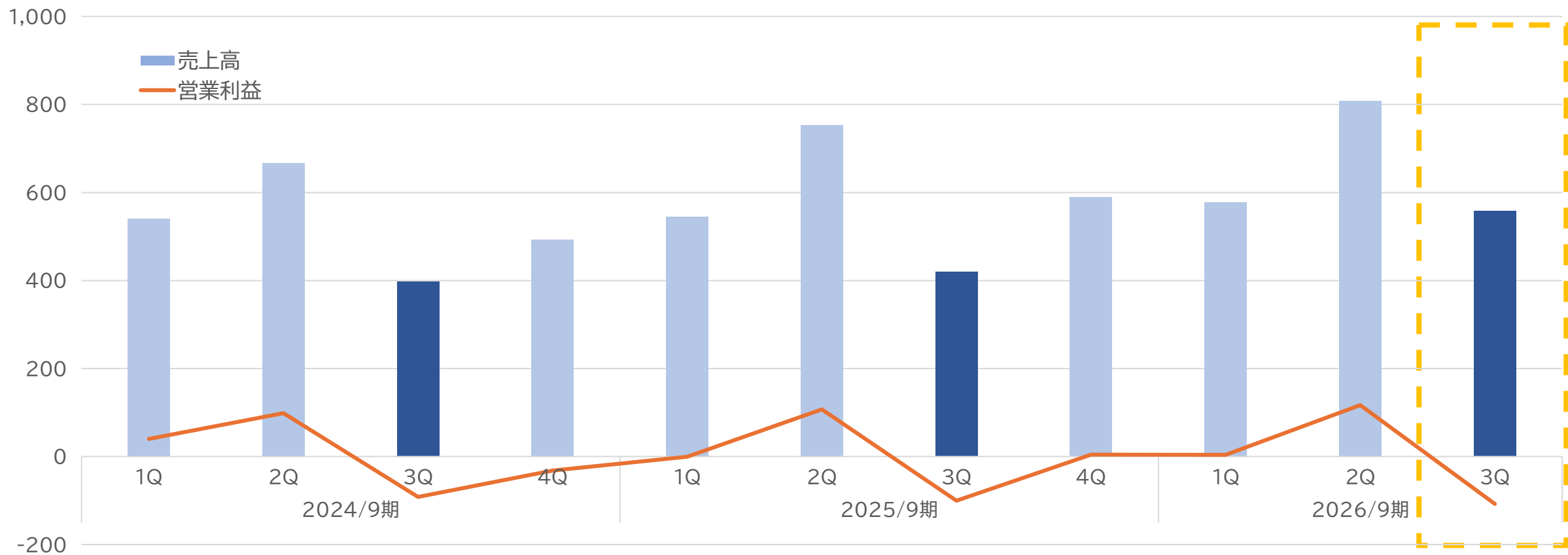
当第3四半期より連結子会社化した2社の業績寄与もあり、売上高は前年同期比+13.2%の増収、営業利益は+90.9%の増益となりました。

第3四半期比較で**売上高**は**過去最高を更新**しております。

(百万円)	2025/9期 3Q実績	2026/9期 3Q実績	増減額	増減率[%]
売上高	1,717	1,943	+226	+13.2
売上原価	914	1,059	+145	+15.9
売上総利益	803	883	+80	+10.0
販売費及び一般管理費	796	870	+74	+9.3
営業利益	6	12	+6	+90.9
経常利益	4	17	+12	+287.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	97	0	▲97	▲100.0

第3四半期会計期間の売上高についても、同四半期会計期間比較で過去最高を更新いたしました。

(単位:百万円)



第3四半期より連結子会社化した2社の業績寄与により、デジタルマーケティング・PR領域が成長を牽引。既存事業においても、顧客課題に応じた統合的なマーケティング支援が奏功し、継続受注が堅調に推移しました。今後も各サービスの提案力と品質の向上に加え、グループ各社の知見・ノウハウを活かした統合提案を推進し、中長期的な成長基盤の強化を図ります。

(百万円)		2025/9期 3Q実績	2026/9期 3Q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	431	469	+37 (+8.8%)	インタビュー調査をはじめとする対面式調査への需要が堅調に推移。生活者の潜在ニーズやインサイトを深く捉える高付加価値な調査領域として、顧客のマーケティング課題の解決に貢献。
	カスタマードリブン	715	763	+48 (+6.7%)	データ品質と提供スピードに対する顧客評価が高まり、リピート受注が堅調に推移。高い顧客満足度を背景に、安定的な収益基盤を構築。
	デジタルマーケティング PR	302	484	+182 (+60.4%)	連結子会社化した2社の業績寄与により、大幅な増収を達成。今後もグループ各社の知見・ノウハウを活かした統合提案を強化し、成長ドライバーとして事業規模の拡大を図る。
	カスタマーサクセス その他	268	225	▲42 (▲15.9%)	スポット案件の獲得減少により減収。当社のマーケティング支援を一気通貫で実現するための重要な機能として位置付けており、顧客支援体制の高度化と業務効率の改善を通じて、安定的な事業運営と収益性の向上に取り組む。

通期見通し(連結)

期首計画通り売上高は前期比+21.4%、営業利益は+821.7%の伸長を見込んでおります。通期計画に対する進捗率は、売上高69.4%、営業利益12.9%となっております。当期に新たに連結子会社化した2社の業績寄与を見込んでおり、現時点においては期首に公表した通期連結業績予想を据え置いております。

(百万円)	2025/9期 実績	2026/9期 計画	増減額	増減率[%]	2026/9期 3Q実績	進捗率[%]
売上高	2,306	2,800	+493	+21.4	1,943	69.4
売上原価	1,227	1,500	+272	+22.2	1,059	70.7
売上総利益	1,078	1,300	+221	+20.5	883	68.0
販売費及び一般管理費	1,068	1,200	+131	+12.4	870	72.6
営業利益	10	100	+89	+821.7	12	12.9
経常利益	7	120	+112	+1467.7	17	14.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	26	100	+73	+275.5	0	0.0

2026年9月期第3四半期

01

第3四半期サマリー

02

第3四半期決算概要

03

主要KPIについて

04

第3四半期の取り組み

05

株主還元について

06

Appendix



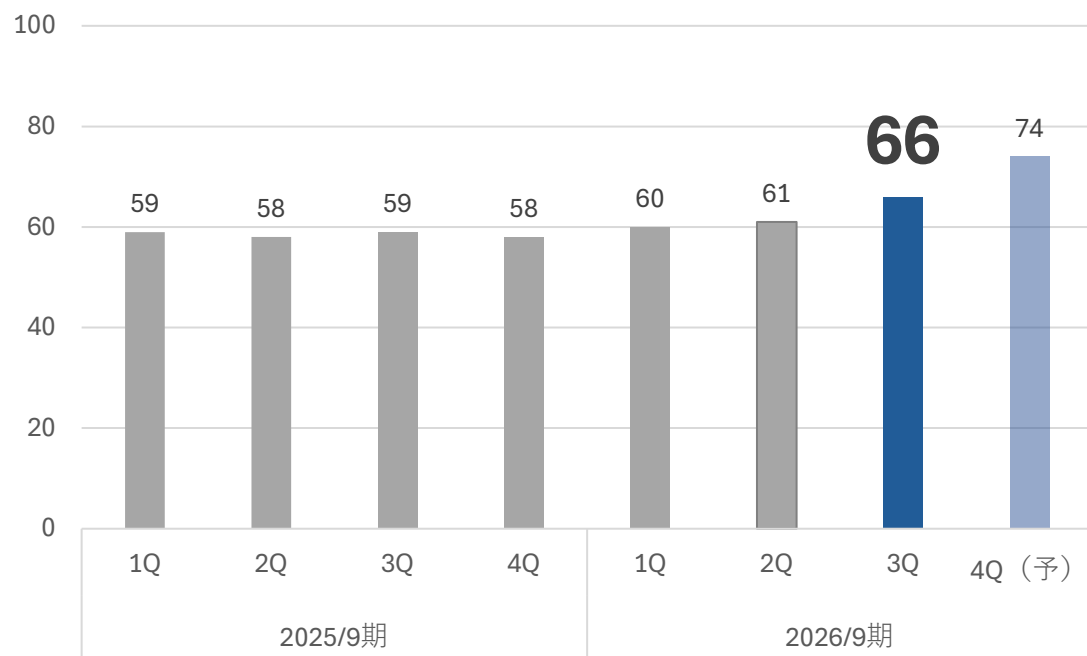
Contents

中期経営計画の達成に向け、マーケティングコンサルタントの採用を継続的に進めております。中途採用については人材獲得競争の激化により厳しい環境が続いておりますが、採用手法の工夫や訴求内容の見直しを通じて、安定的な人材確保に取り組んでおります。また、教育・育成体制の整備も進展しており、徐々に成果が表れ始めていることから、今後も継続的な強化を図ってまいります。

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採用は下半期に注力

(人)



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予定
- ・ 上半期は営業リソースを営業活動に専念させ、採用活動は下半期に集中

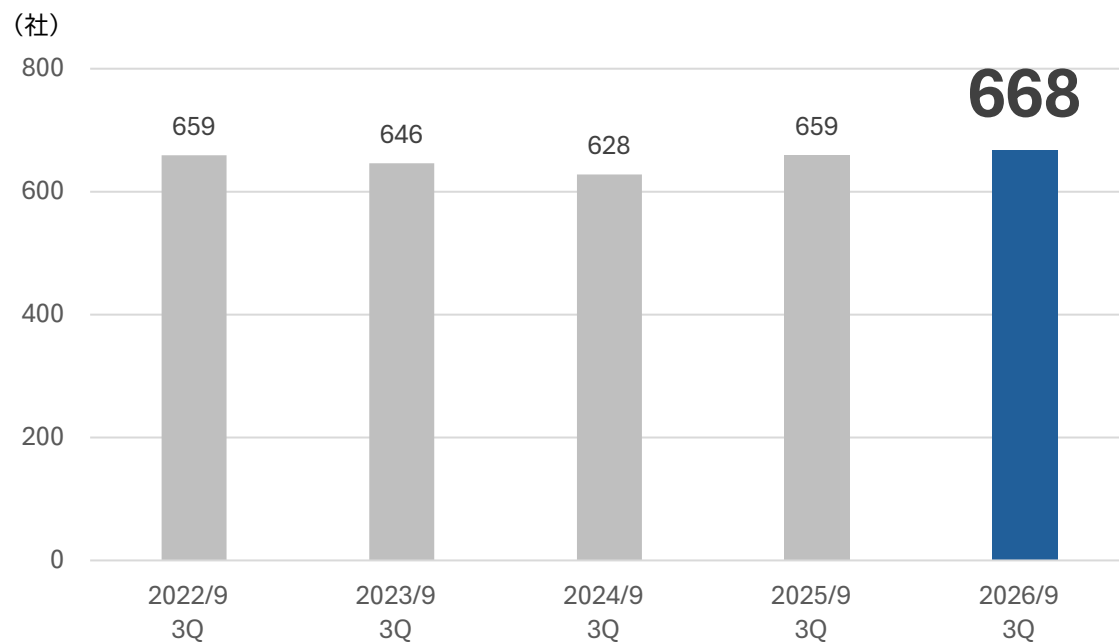
教育体制

- ・ 教育委員会を設置し、採用人員を早期戦力化できる体制の構築
- ・ 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(顧客数および顧客単価)

第3四半期の顧客数および顧客単価はいずれも**過去最高**を更新いたしました。

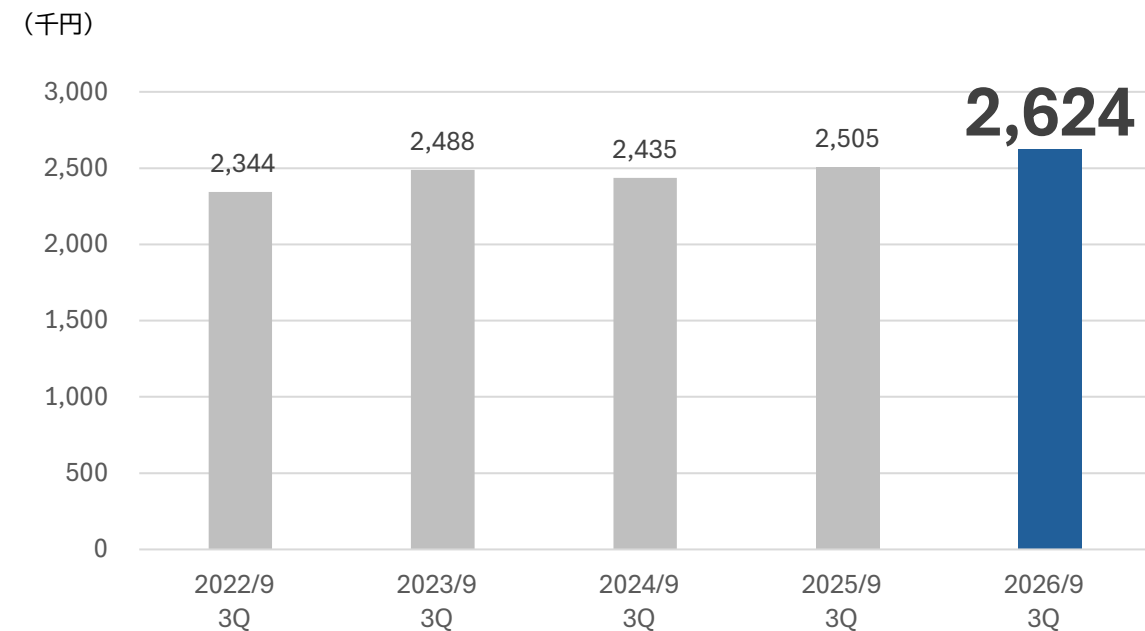
顧客数推移



※社数は単体数値

顧客数は**過去最高**を更新

顧客単価推移



※単価は単体数値

顧客単価も**過去最高**を更新

2026年9月期第3四半期

01

第3四半期サマリー

02

第3四半期決算概要

03

主要KPIについて

04

第3四半期の取り組み

05

株主還元について

06

Appendix



Contents

TikTokを中心とした**若年層向けSNSマーケティング**の設計・実行に高い実績を有する、**株式会社エッセンスマーケティング**を子会社化。両社の有する顧客基盤・ナレッジ・人的リソースを融合させることで、企業のマーケティング課題に対する包括的な支援体制を構築し、クライアント企業に対してより高い付加価値を提供できる体制の実現を目指します。

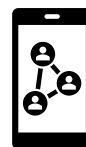
会社概要



essence marketing

会社名	株式会社エッセンスマーケティング
所在地	東京都渋谷区南平台町16-25
設立	2023年4月
代表者	代表取締役 伊藤 舞
事業内容	SNS運用代行事業 等

株式取得の背景



SNSマーケティング領域の強化によるサービス高度化

成長分野であるSNSマーケティングの戦略設計力・運用力を強化し、当社のマーケティング支援体制のさらなる高度化を図る。



両社の顧客基盤・ノウハウの融合による付加価値創出

両社の顧客基盤・知見・人的リソースを融合し、クライアントに対する提供価値の最大化と収益機会の拡大を実現する。

ネオマーケティングの有する調査力とエッセンスマーケティングの有するSNS運用ノウハウを掛け合わせた新グロースサービス「**広告×SNS運用グロースプラン**」を提供開始しました。顧客分析とSNS運用ノウハウを融合することで独自のグロースメソッドを提供し、無駄のない広告投資でクライアント様の売上を最大化します。

広告×SNS運用グロースプランの提供開始



独自のグロースメソッド

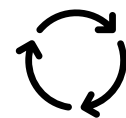
美容・ファッションをはじめとした**ライフスタイル領域**に強みを持つ統合型マーケティングコミュニケーション会社である**株式会社PA Communication**(以下、「PAC」)を子会社化。当社のインサイト・デジタル領域の強みとPACの有するPRナレッジを融合させることで、市場調査からPR実行までを一気通貫で担う統合的な支援体制を構築し、クライアント企業に対してより高い付加価値を提供できる体制の実現を目指します。

会社概要



会社名	株式会社PA Communication
所在地	東京都渋谷区千駄ヶ谷5丁目1-11
設立	1997年2月
代表者	代表取締役 曾原 健
事業内容	ライフスタイル分野におけるブランディング戦略の立案、コンテンツ/クリエイティブ開発、デジタルマーケティング、イベント、PRやSNSの企画・実施・運用・分析

株式取得の背景



統合的マーケティング支援に向けた 広報・PR領域の強化

専門性の高い広報・PR機能を当社グループに取り込むことで、調査・戦略立案からPR実行までを一気通貫で担う、当社のマーケティング支援体制の高度化を図る。



両社のノウハウ融合によるクロスセル推進 と付加価値創出

両社の顧客基盤・人的リソースに加え、当社のインサイト発掘力とPACのPRナレッジを融合し、クライアントに対する提供価値の最大化と収益機会の拡大を実現する。

リサーチ×PRの連携で新サービスを連続展開。PACとの連携により、調査力とPR・メディア流通力を掛け合わせた新サービスを3件リリースいたしました。



2026.06.19

戦略PR支援 「Insight Driven PR」提供開始

ネオマーケティングが持つリサーチ・分析力と、PACが培ってきたブランド戦略・戦略PR・IMC(統合型マーケティング)設計の知見を融合した、リサーチを起点に調査から戦略設計・実装までを一気通貫で支援する戦略PRサービス。



2026.06.26

共同調査プロジェクト 「BEAUTY INSIGHTS JOURNAL」開始

美容業界の最新トレンドと消費者インサイトを継続発信する、PACとの定期調査プロジェクト。美容市場を取り巻く生活者の意識や行動変化を定点観測し、リサーチデータとマーケティング・PRの視点を掛け合わせた分析レポートとして定期的に発信。



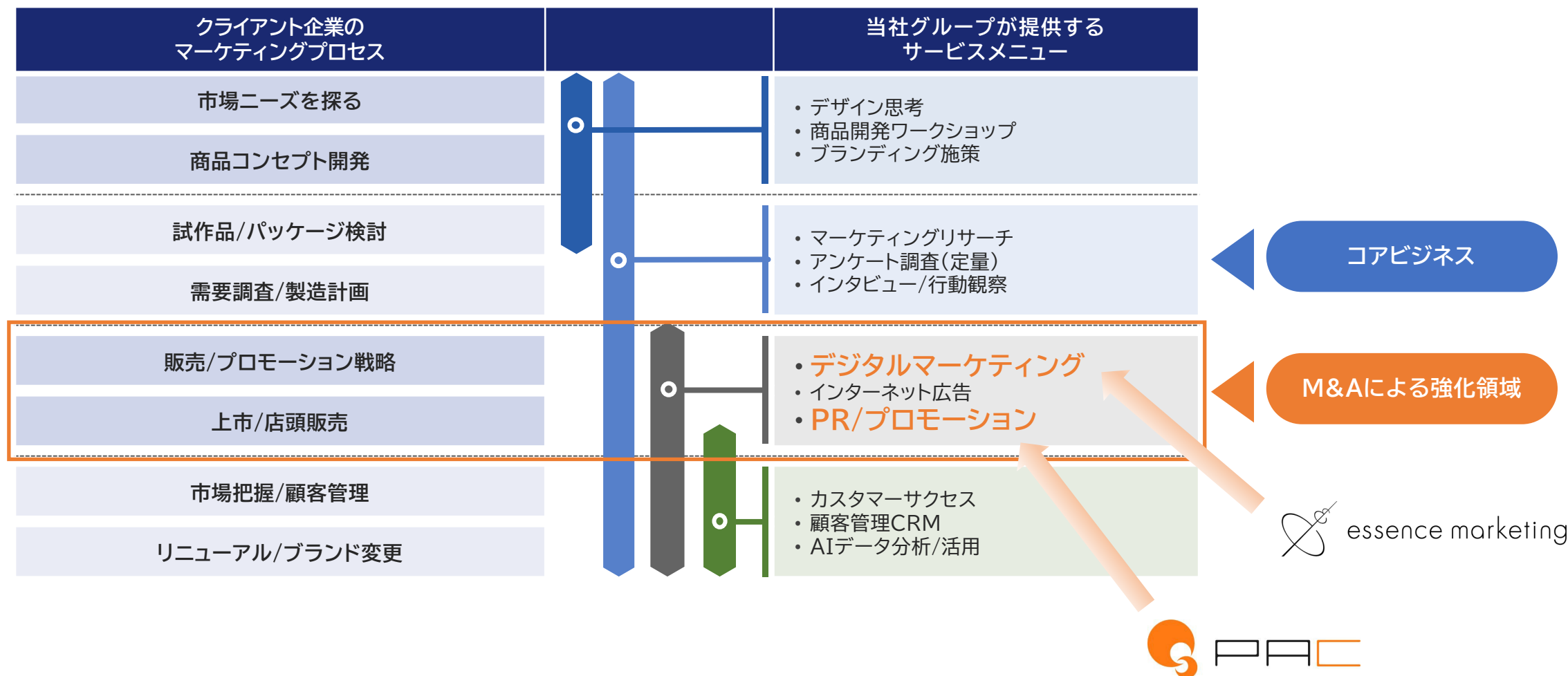
2026.07.17

AI時代のPR支援 「戦略PR For AI」提供開始

AIの回答生成エンジン最適化(GEO)を推進し、AIに選ばれるブランドづくりを支援する共同ソリューション。
生活者調査による独自データ、専門家の知見、第三者メディアによる客観的な情報発信を組み合わせることで、企業・ブランドが生成AIから適切に認識・参照される情報環境の構築を支援。

M & Aによるサービスメニューの拡充・強化

当社の強化領域および成長市場である、デジタルマーケティング、SNS(インフルエンサー)、PR領域を対象としたM&Aを実行し、マーケティング支援体制の一層の高度化を進めております。これにより、従来以上に一気通貫で顧客企業の課題解決を支援できる体制を構築してまいります。



既存事業の着実な成長に加え、さらなる飛躍を実現するため、今後は戦略的なM&Aを通じて成長スピードの最大化を図ります。
これにより、当社グループ全体の中長期的な企業価値向上を目指します。

M&Aについては、中期経営計画の成長戦略に基づきながら、既存事業とのシナジーを生み出せる企業を中心に計画いたします。



2026年4月子会社化

2026年9月期第3四半期

01

第3四半期サマリー

02

第3四半期決算概要

03

主要KPIについて

04

第3四半期の取り組み

05

株主還元について

06

Appendix



Contents

株主優待制度について

当社株式の投資魅力を高め、より多くの皆様に当社株式を保有していただくことを目的として株主優待制度を導入しており、QUOカード Pay や、Amazon ギフトカードなど希望に応じて選択できるデジタルギフト®を贈呈いたします。

(株主優待の内容)

保有株式数 (基準日時点)	基準日	継続保有期間	優待内容
500株以上	9月末	—	デジタルギフト® (QUO カード Pay 含む) 20,000円分

デジタルギフト



- Amazonギフトカード
- PayPayマネーライト
- Google Play ギフトコード
- QUOカード Pay
- dポイント
- au PAY ギフトカード
- Uber Eats ギフトカード
- Visa eギフト vanilla
- 図書カードNEXT
- PlayStation®Store チケット

含めた豊富な交換先から選択可能！

2026年9月期第3四半期

01

第3四半期サマリー

02

第3四半期決算概要

03

主要KPIについて

04

第3四半期の取り組み

05

株主還元について

06

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 名古屋証券取引所 メイン市場
設 立 日	2000年10月
資 本 金	8,725万円(2026年6月末時点)
従 業 員 数	207名(2026年6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、たくさんの人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

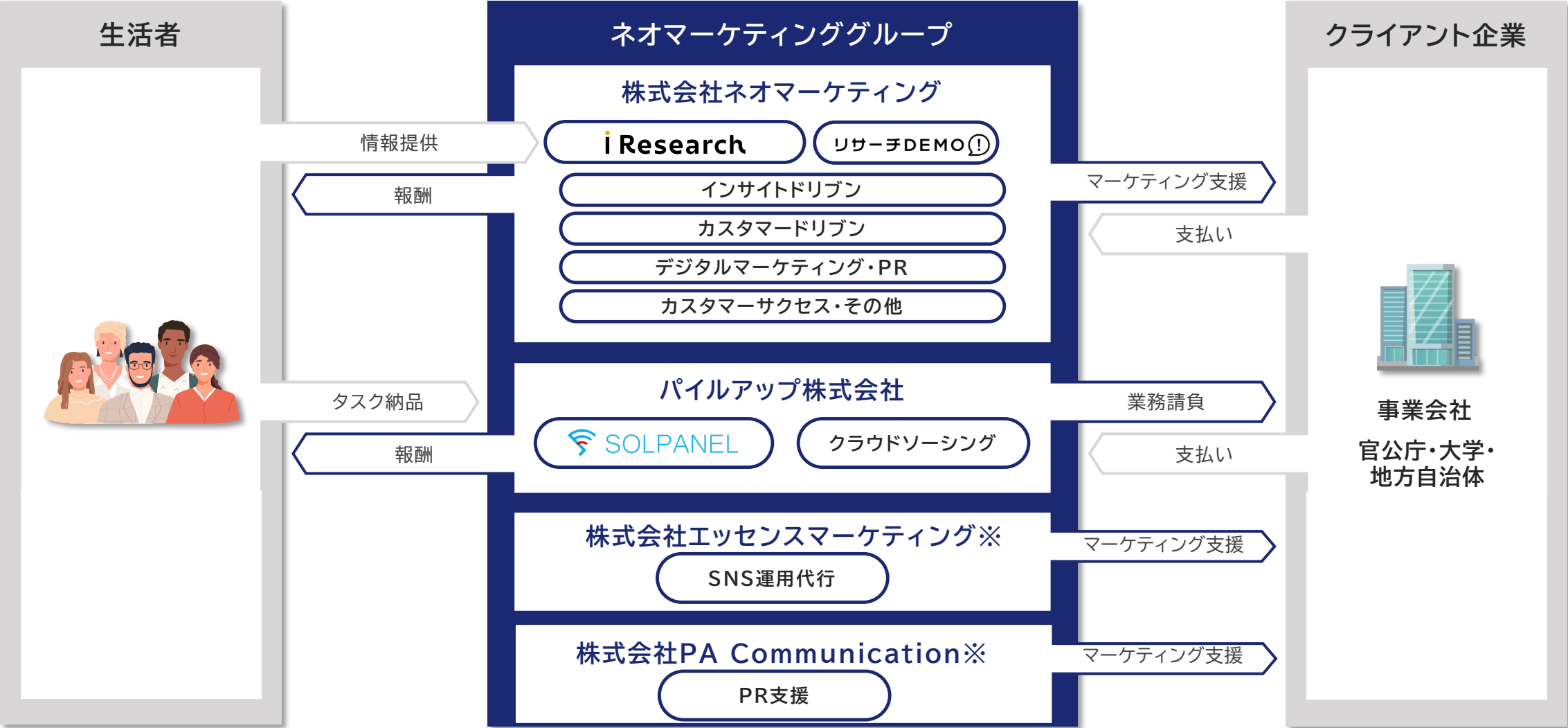
Customer Driven Marketing

生活者起点のマーケティング支援会社

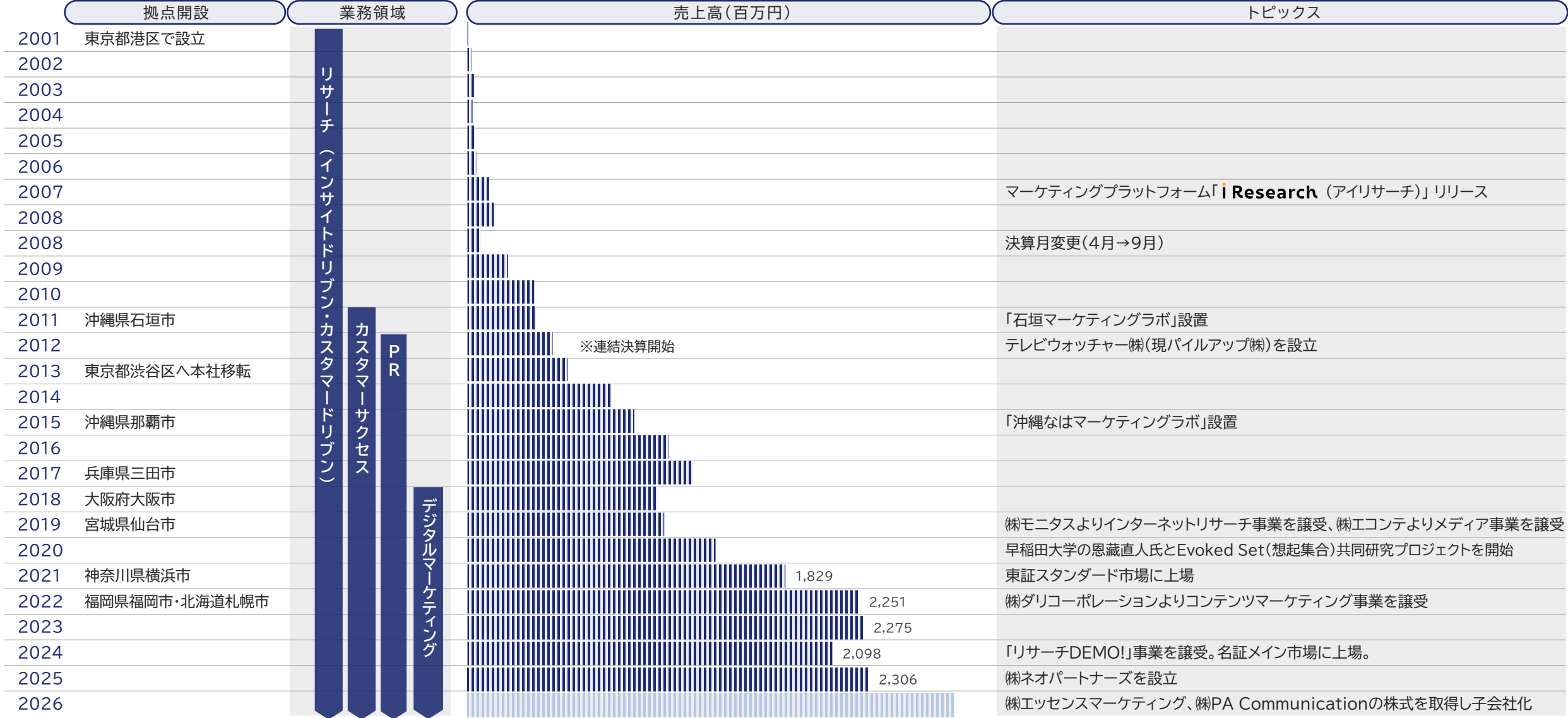
「生活者起点のマーケティング」とは、生活者の深い理解のためにリサーチからスタートし「生活者との対話」を通じて、「買ってもらい続ける仕組み」をつくる一連の活動です。



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。

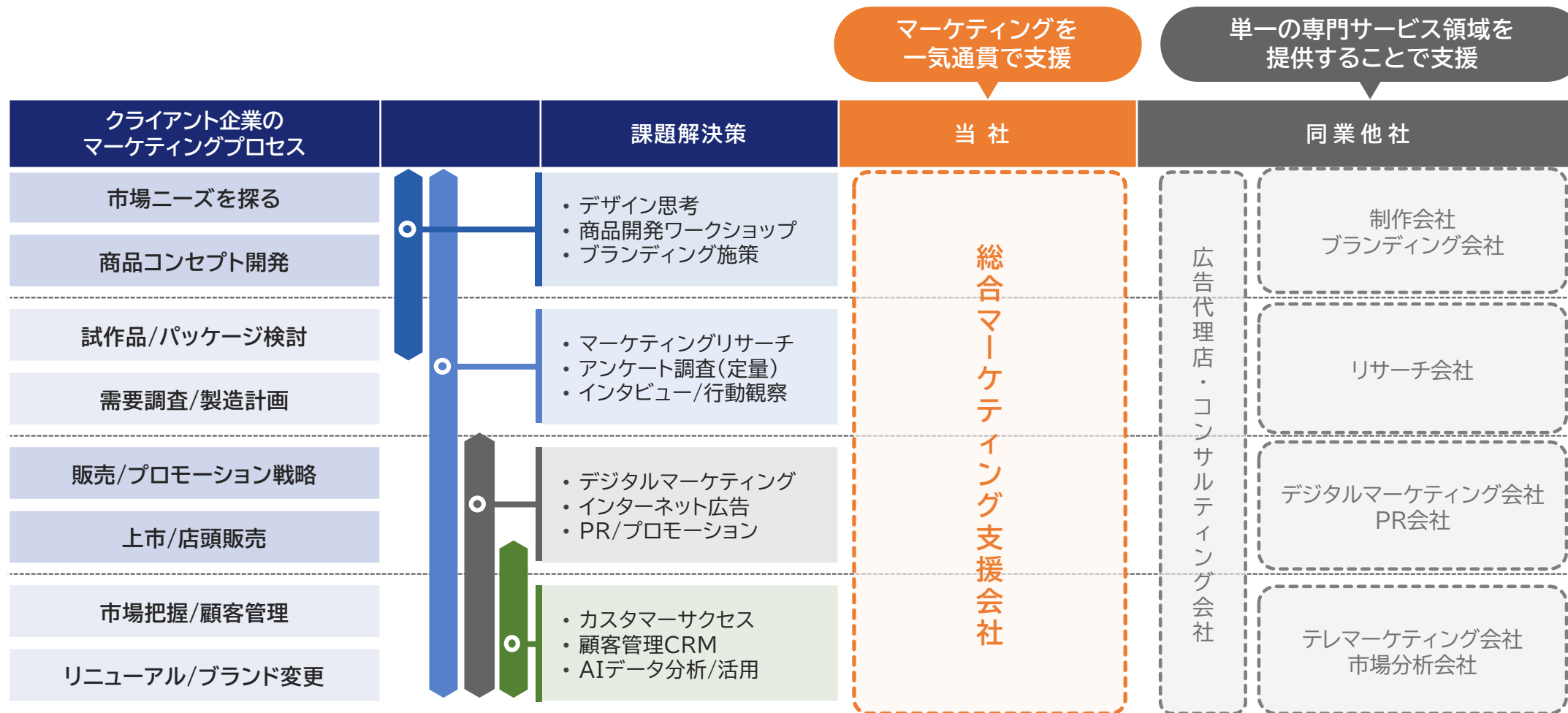


設立から一貫してリサーチ業務を行ってきました。
現在は、顧客のマーケティングに関する本質的なニーズに対応できるサービスラインナップを揃えています。



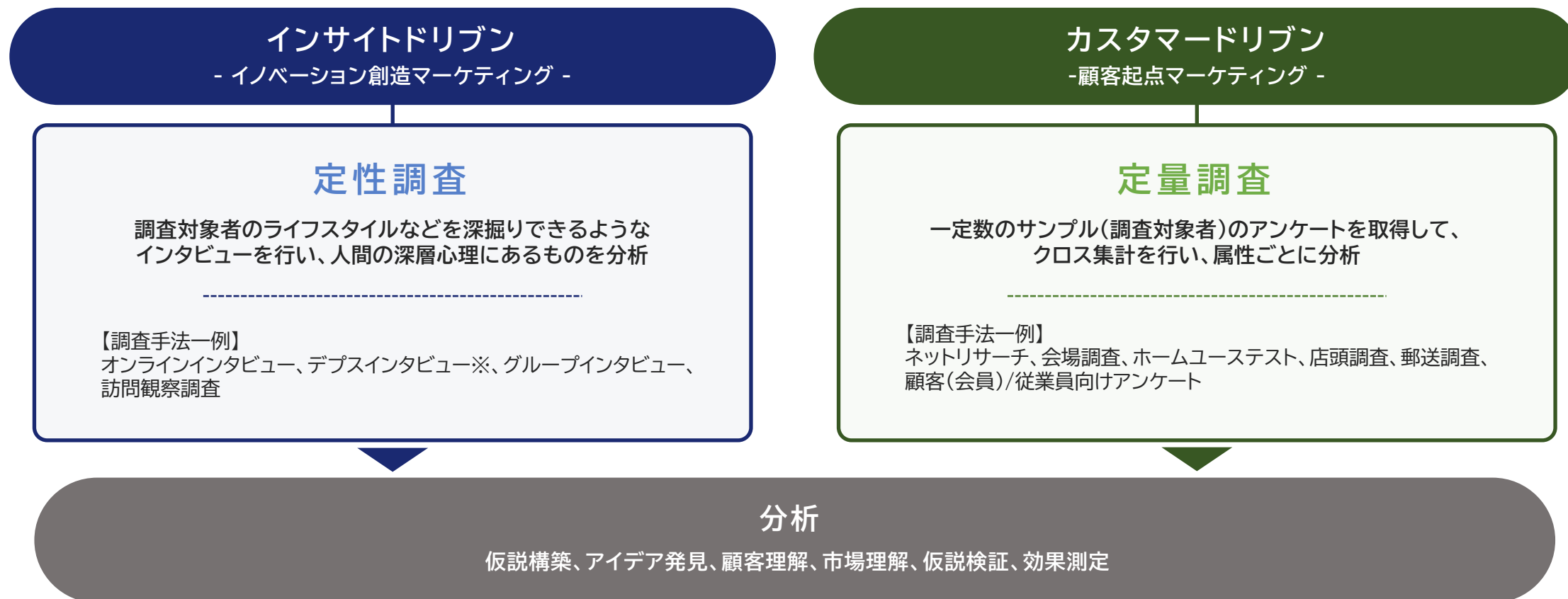
マーケティングを一気通貫で支援

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。



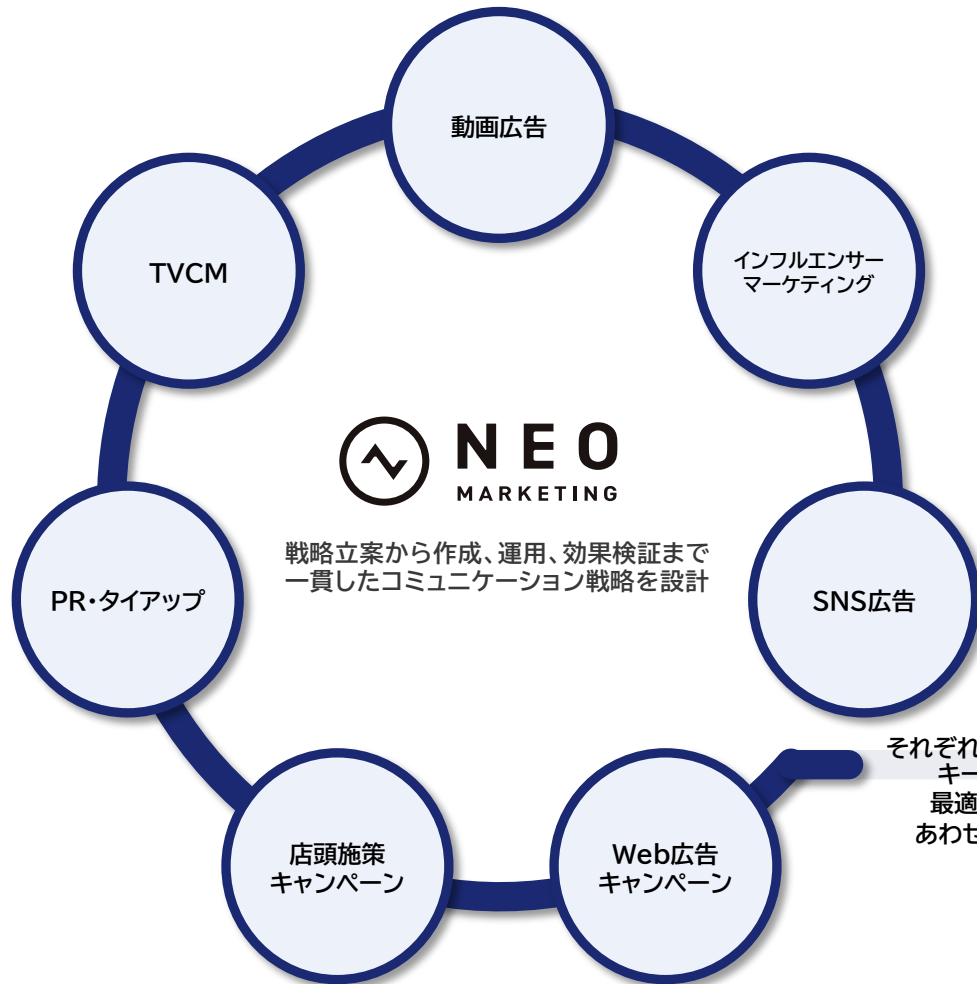
マーケティング支援サービスを内製化してワンストップで提供する数少ない企業

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



生活者

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

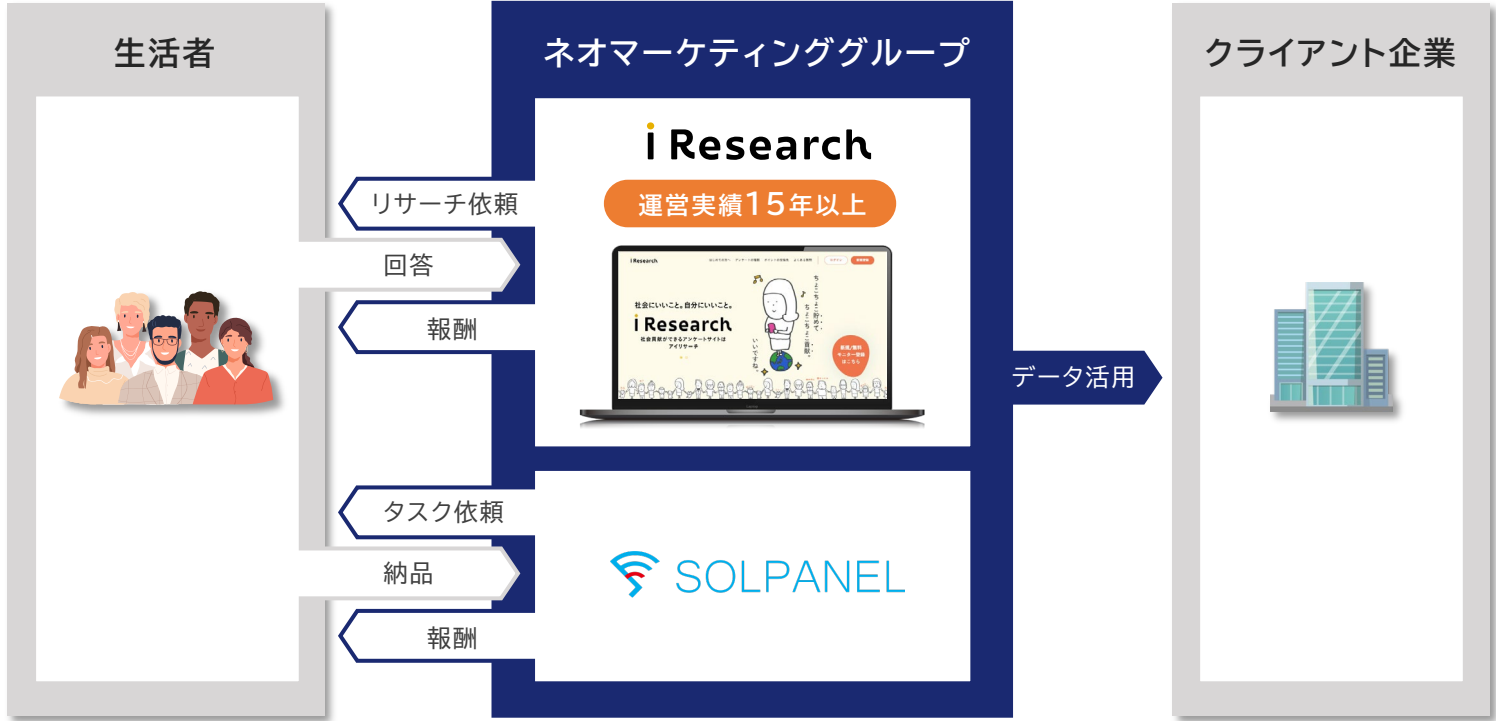
クライアント企業への定量的なアンケートの実施・分析、コールによる定性的なヒアリング実施。

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。

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3,075万人超(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。



アイリサーチの研究メニュー 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

セルフ型のオンラインリサーチプラットフォーム「リサーチDEMO!」を活用して、クライアント企業によるインタビューの内製化支援を強化していきます。



426万人規模のモニターパネルから
質の高い対象者をスクリーニング

オンライン定性調査サービス最大規模、426万人のモニターパネル*へのスクリーニングが可能。年代、性別、子供の有無、職種といった基本属性に加え自由質問による質の高いスクリーニングが可能です。
*提携パネル含む



オンライン対面形式

テキスト等では見えてこない消費者の本当の声・インサイトが聞き出せます。

システム上ですべて完結

対象者の絞り込みや日程調整、実際のインタビューまですべて一気通貫。煩わしい作業は一切発生しません。



新定額プラン			
コース	月額費用	実施件数	1件単価
ベーシック	50,000円	2件	25,000円
スタンダード	100,000円	5件	20,000円
プレミアム	250,000円	15件	16,667円
スーパープレミアム	400,000円	40件	10,000円

スポットプラン	
30分 × 1回	40,000円
30分 × 5回	150,000円
60分 × 1回	60,000円
60分 × 5回	225,000円
※インタビュー謝礼込み	

※オプション費用：インタビュー録画は1件につき10,000円
※上記料金は税抜きです

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。