

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ネオマーケティング

4196 東証スタンダード市場・名証メイン市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 6 月 11 日 (水)

執筆：客員アナリスト

西村 健

FISCO Ltd. Analyst **Ken NISHIMURA**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2025 年 9 月期中間期の業績概要	01
2. 2025 年 9 月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要及び事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 運営サービス	03
■ 業績動向	04
1. 2025 年 9 月期中間期の業績概要	04
2. 財務状況と経営指標	06
■ 今後の見通し	07
● 2025 年 9 月期の業績見通し	07
■ 中長期の成長戦略	08
1. 中期経営計画	08
2. 成長戦略	08
■ 株主還元策	10

ネオマーケティング

4196 東証スタンダード市場・名証メイン市場

2025 年 6 月 11 日 (水)

<https://neo-m.jp/ir/>

要約

人材投資効果が徐々に顕在化。 中期経営計画最終年度へ向け、先行投資から回収フェーズへ

ネオマーケティング<4196>は、東京証券取引所（以下、東証）スタンダード市場、名古屋証券取引所メイン市場に上場する総合マーケティング支援企業である。生活者の深い理解のためにマーケティングリサーチからスタートし、クライアント企業に対して「生活者との対話」を通じて「買ってもらい続ける仕組み」をコンサルティングする一連の支援活動を展開する。2026 年 9 月期を最終年度とする中期経営計画で公表した 3 つの成長戦略を推進し、さらなる発展を目指している。

1. 2025 年 9 月期中間期の業績概要

2025 年 9 月期第 2 四半期累計（以下、中間期）の連結業績は、売上高 1,297 百万円（前年同期比 7.4% 増）、営業利益 106 百万円（同 22.9% 減）、経常利益 105 百万円（同 23.8% 減）、親会社株主に帰属する中間純利益 182 百万円（同 110.2% 増）となった。通期予想に対する進捗率は売上高 51.9%、営業利益 107.0%、経常利益 105.9%、親会社株主に帰属する中間純利益 107.5% となっている。利益の各項目は通期予想を上回っているが、これは下期にマーケティングコンサルタントの採用を集中させる計画に沿ったものである。サービス別売上高では、前年同期比でインサイトドリブンは 21.4% 増と 2 ケタの大幅増収となり、カスタマードリブン、デジタルマーケティング・PR も前年同期比で増収を達成した。前年同期比で 2.5% 減となったカスタマーサクセス・その他も、2024 年 5 月に連結対象外となった（株）セールスサポートの売上を除いて考慮すれば、前年同期比約 20% の大幅な増収となっている。2025 年 9 月期中間期末の自己資本比率は 52.3%（前期末比 4.3 ポイント上昇）で、2024 年 3 月期東証プライム・スタンダード・グロース市場の全産業合計の 33.7% を上回る高い安全性を達成している。

2. 2025 年 9 月期の業績見通し

2025 年 9 月期の連結業績については、売上高 2,500 百万円（前期比 19.2% 増）、営業利益 100 百万円（同 545.1% 増）、経常利益 100 百万円（同 610.6% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 170 百万円（同 15.3% 増）の見通しである。なお、連結子会社の株式売却に伴って 2024 年 9 月期に計上された評価損が認容されたことに基づき、親会社株主に帰属する当期純利益は 70 百万円から 170 百万円に上方修正となった。2025 年 9 月期は、前期に引き続き中長期的な成長に向けた先行投資の期間と位置付けであり、下期はマーケティングコンサルタントの採用活動を集中的に進める計画である。そのため、上期において通期予想を超える進捗を示した営業利益と経常利益においても、通期予想は据え置かれた。上期においては、営業力・提案力の向上による新規顧客の獲得や、複数サービスの提案による顧客単価の増大といった中期経営計画の成果が出始めており、売上高の通期目標達成への寄与が期待される。

ネオマーケティング

2025 年 6 月 11 日 (水)

4196 東証スタンダード市場・名証メイン市場

<https://neo-m.jp/ir/>

要約

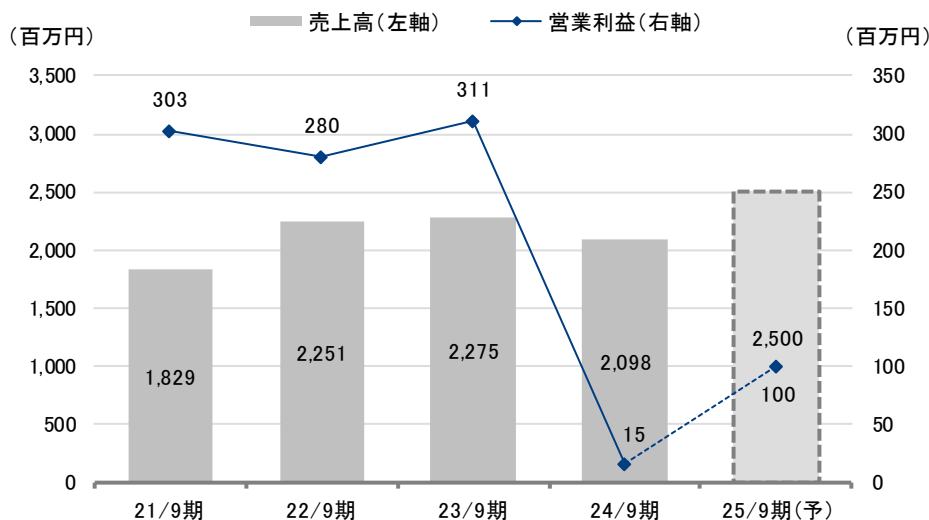
3. 中長期の成長戦略

同社は、3ヶ年の中期経営計画（2024 年 9 月期～2026 年 9 月期）において、最終年度 2026 年 9 月期の目標として、売上高 3,100 百万円、営業利益 250 百万円、ROE20.5% を掲げている。この目標の達成のために、(1) マーケティングコンサルタントの採用・戦力化、(2) 対応エリアの拡大による顧客数増加、(3) サービス拡充による顧客単価向上の 3 つの成長戦略に取り組んできた。2025 年 9 月期上期において、人材面では、教育委員会を設置し体系的なプログラムを導入しており、新卒や中途入社 of 早期戦力化の仕組みを大幅に強化した。顧客開拓面では、関東圏外でも大阪・仙台などでの営業活動を進めるとともに、東海地域でのブランド認知の向上を企図して名古屋証券取引所メイン市場への上場を果たしている。サービス面では、同社の主力であるインサイト領域の拡充に加え、海外展開支援の強化や、人材紹介を事業とする連結子会社（株）ネオパートナーズの設立といった取り組みも進行中である。2025 年 9 月期上期には同期比で新規顧客数・顧客単価ともに過去最高を記録し、採用人員戦力化の効果が表れ始めた。中期経営計画の目標数値の達成とともに、さらなる付加価値の創出と収益性向上が期待される。

Key Points

- ・「生活者起点のマーケティング支援会社」が事業コンセプト
- ・2025 年 9 月期中間期決算は、対前年同期比で増収減益決算。先行投資を進める計画に沿う結果であり、営業利益及び経常利益は通期予想を上期のみで超過
- ・2025 年 9 月期は増収増益を予想。下期は、採用活動を積極化
- ・中期経営計画における人材投資や新サービス導入が進展し、新規顧客数・顧客単価ともに同期比で過去最高を記録

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

ネオマーケティング

4196 東証スタンダード市場・名証メイン市場

2025 年 6 月 11 日 (水)

<https://neo-m.jp/ir/>

会社概要及び事業概要

生活者起点のマーケティング支援会社。 プロセス全体を一気通貫で支援

1. 会社概要

同社は、2000 年 10 月に設立されたマーケティング支援会社である。同社は東証スタンダード市場、名古屋証券取引所メイン市場に上場し、創業以来、橋本光伸（はしもと みつのぶ）氏が代表取締役として同社グループを率いている。同社グループは「生活者起点のマーケティング支援会社」を事業コンセプトにしており、クライアント企業のマーケティングプロセス全般にわたって、一気通貫でサービスを提供する点が特長となっている。連結ベースの従業員数は 162 名（2025 年 3 月末現在）である。

2. 運営サービス

(1) アイリサーチ

「アイリサーチ」は、同社が「生活者起点のマーケティング支援」を実現するためのインフラとして運営する、独自のマーケティングプラットフォームである。外部パネルの利用も含め、国内最大規模である 3,071 万人超の生活者パネル※の活用が可能となっており、海外のアンケートパネルも豊富に取り揃えている。「アイリサーチ」は同社が生活者起点のマーケティング支援事業を展開するうえで基礎となるサービスインフラであり、モニター管理を徹底的に実施することにより、高品質なサービス提供を確保にしている。大規模調査や海外調査実施はもちろん、モニターのデモグラフィック情報（年齢、収入、職業）やジオグラフィック情報（住居、勤務地）を把握しているため、特定条件を満たす対象者への調査についても効率的な調査実施が可能となっている。

※ 企業が実施する市場調査等のマーケティング活動に協力することに承諾し、登録された一般消費者の回答者ネットワーク。登録者には協力した度合いに応じて企業から謝礼が支払われる。

(2) ソルパネ

「ソルパネ」は、インターネットを通じて不特定多数の人々に業務を委託するための会員組織のプラットフォームである。クライアント企業が、会員に対して店頭調査、購買体験、イベント体験、各種アンケート、データ入力などの業務を委託できるサービスを提供している。

(3) リサーチ DEMO!

2024 年 6 月に事業譲受したセルフインタビューツール「リサーチ DEMO!」は、顧客企業が自らエンドユーザーへの定性調査を簡単に実施できるクラウド型サービスである。

ネオマーケティング

4196 東証スタンダード市場・名証メイン市場

2025 年 6 月 11 日 (水)

<https://neo-m.jp/ir/>

会社概要及び事業概要

2025 年 9 月期上期には提携パネルの拡大により、同サービスの調査対象者のリーチ可能数を従来の約 54 万人から約 8 倍となる 426 万人へと大幅に増強した。これにより、多様な属性やニーズに応じたリサーチ設計が、一層柔軟かつ効果的に行えるようになった。また、インタビューの実施も最短 1 営業日で対応可能となり、スピード感を求める現代のマーケティング業務にフィットした体制が整備されている。1 月当たり 3.3 万円(税込) からという導入しやすい価格設定は予算制約のある企業のニーズに応えており、スピード調査はプロジェクト単位の機動的な調査にも適していると言える。

今後はさらなる機能拡張も視野に入れ、ユーザー企業のマーケティング業務の高度化・自走化を後押ししていく方針である。

(4) 人材紹介事業

同社は、2025 年 4 月に 100% 出資子会社である(株)ネオパートナーズを設立し、マーケティング人材に特化した人材紹介事業を開始する。

ネオパートナーズは、マーケティング人材の育成と紹介を担う事業会社として、新卒・中途問わずマーケティングを学びたい人材に対して教育コンテンツを提供し、即戦力となる人材として企業に紹介する。将来的には、派遣やフリーランス人材とのマッチングプラットフォーム構築も視野に入れており、多様化する働き方や人材ニーズに柔軟に対応できる体制を構築していく。本事業を通じて形成される人材ネットワークは、同社のブランド認知の拡大やリサーチ事業におけるモニターの獲得にも寄与することも期待できよう。

業績動向

減益ながら、通期計画に沿った決算。 営業利益、経常利益は通期予想を超過

1. 2025 年 9 月期中間期の業績概要

同社の 2025 年 9 月期中間期累計の連結業績は、売上高 1,297 百万円(前年同期比 7.4% 増)、営業利益 106 百万円(同 22.9% 減)、経常利益 105 百万円(同 23.8% 減)、親会社株主に帰属する中間純利益 182 百万円(同 110.2% 増)となった。前期に引き続き、今期も将来を見据えた先行投資を進める期間として戦略的に減益を織り込んだ計画を立てているため営業利益及び経常利益の減益は想定範囲内であり、計画比ではいずれも通期予想を上回る進捗を示している。今期は下半期に採用活動を積極化する計画であり、通期の営業利益と経常利益の見通しについては、当初の計画数値を据え置いた。通期修正予想に対する進捗率は、売上高 51.9%、営業利益 107.0%、経常利益 105.9%、親会社株主に帰属する中間純利益 107.5% である。

ネオマーケティング

4196 東証スタンダード市場・名証メイン市場

2025 年 6 月 11 日 (水)

<https://neo-m.jp/ir/>

業績動向

2025 年 9 月期中間期 連結業績

(単位：百万円)

	24/9 期中間期		25/9 期中間期		前年同期比		25/9 期	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	修正予想	進捗率
売上高	1,208	100.0%	1,297	100.0%	89	7.4%	2,500	51.9%
売上原価	630	52.2%	672	51.9%	42	6.7%	1,300	51.8%
売上総利益	577	47.8%	624	48.1%	47	8.2%	1,200	52.1%
販管費	438	36.3%	517	39.9%	79	18.0%	1,100	47.1%
営業利益	138	11.5%	106	8.2%	-31	-22.9%	100	107.0%
経常利益	138	11.5%	105	8.2%	-32	-23.8%	100	105.9%
親会社株主に帰属する 中間純利益	86	7.2%	182	14.8%	95	110.2%	170	107.5%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

サービス別売上高は、インサイトドリブンを中心に堅調に推移し、全社として安定した成長が示された。具体的には、インサイトドリブンの売上高は 348 百万円（前年同期比 21.4% 増）と 2 ケタの大幅増収となった。2024 年 6 月に事業譲受した「リサーチ DEMO!」の寄与に加え、インサイトを起点としたマーケティング戦略立案の需要が高水準で推移しており、着実に業績が伸長した。カスタマードリブンの売上高は 533 百万円（同 5.2% 増）となり、安定した業績の拡大を示した。顧客との接点拡大を背景とした新規受注の増加と、カテゴリーエントリーポイントに関連したリサーチ案件の需要増が業績を押し上げた。デジタルマーケティング・PR の売上高は 218 百万円（同 3.4% 増）と堅調に推移した。リサーチ結果を生かした PR 提案が好評を博し、効果的な連携が図れたことが増収の要因である。カスタマーサクセス・その他の売上高は 197 百万円（同 2.5% 減）となったが、2024 年 5 月に連結対象外となったセールスサポートの売上を除いて考慮すれば、実質的には前年同期比約 20% の大幅な増収であった。今後も、既存顧客との取引深耕やターゲット企業へのアプローチを強化し、加えてクロスセルの推進も図り、各サービスの拡販に注力していく方針である。

2025 年 9 月期中間期の取り組み事例としては、多くのパートナーとの協業による海外調査体制の大幅な強化が挙げられる。具体的には、(株)レアジョブとの提携により、フィリピン現地講師ネットワークを活用したオンライン・オフライン調査を可能とし、(株)マーケティングセンターとの連携では、中国や東南アジア諸国における会場調査や訪問調査、エスノグラフィーの実施体制も整備した。(株)ボーダーリンクとの協業により、在日外国人を対象としたオンラインアンケートやインタビューなどの調査体制も確立している。加えて、ドイツ Make Opinion GmbH との協業では、大規模パネルと多言語自動翻訳機能を活用し、調査のスピードとコスト効率の向上も実現した。さらに、ONE-VALUE (ワンバリュー) (株) との連携では、ベトナムやタイなどの富裕層を対象としたリサーチから把握した訪日外国人の価値観を、商品開発や価格設定に活用するための支援も開始している。同社は、これらの取り組みを通じて、国内外の顧客の海外進出やインバウンド施策の支援を一層充実させる方針である。

ネオマーケティング

4196 東証スタンダード市場・名証メイン市場

2025 年 6 月 11 日 (水)

<https://neo-m.jp/ir/>

業績動向

2. 財務状況と経営指標

2025 年 9 月期中間期末の資産合計は 1,923 百万円となり、前期末比 237 百万円増加した。これは、主に受取手形及び売掛金の増加、未収入金の増加により流動資産が同 383 百万円増加し、主に差入保証金の減少によって固定資産が同 146 百万円減少したことによる。一方、負債合計は 917 百万円となり、前期末比 40 百万円増加した。これは主に、買掛金の増加により流動負債が同 67 百万円増加したことによる。純資産合計は 1,006 百万円となり、同 196 百万円増加した。これは主に、親会社株主に帰属する中間純利益 182 百万円の計上による利益剰余金の増加があったことによる。

以上の結果、自己資本比率は 52.3%（前期末比 4.3 ポイント上昇）で、2024 年 3 月期東証プライム・スタンダード・グロース市場の全産業合計の 33.7% を上回る高い安全性を達成している。

連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	24/9 月末	25/3 月末	増減額
流動資産	1,111	1,494	383
現金及び預金	714	759	45
受取手形及び売掛金	272	440	167
固定資産	575	429	-146
有形固定資産	35	33	-2
無形固定資産	205	193	-12
投資その他の資産	334	202	-132
資産合計	1,686	1,923	237
流動負債	477	545	67
買掛金	68	104	36
短期借入金等	121	136	15
固定負債	398	371	-27
長期借入金	393	366	-26
負債合計	876	917	40
(借入金合計)	514	503	-11
純資産合計	810	1,006	196
【安全性】			
自己資本比率	48.0%	52.3%	4.3pp
【収益性】			
ROA（総資産経常利益率）	0.9%	-	-
ROE（自己資本当期純益率）	20.2%	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2025 年 9 月期は中長期成長に向けた人材投資を継続。 中期経営計画の効果も徐々に顕在化

● 2025 年 9 月期の業績見通し

2025 年 9 月期の連結業績については、連結子会社であった（株）Zero の株式売却に伴って 2024 年 9 月期に計上された評価損が認容されたことに基づき、繰延税金資産の回収可能性を再評価した結果、親会社株主に帰属する当期純利益が増加する見込みとなった。その結果、2025 年 9 月期の通期連結業績予想は、売上高 2,500 百万円（前期比 19.2% 増）、営業利益 100 百万円（同 545.1% 増）、経常利益 100 百万円（同 610.6% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 170 百万円（同 15.3% 増）と上方修正となっている。

2025 年 9 月期は、前期と同様に、中長期的な成長を可能にする組織基盤構築のための先行投資期と位置付けられており、営業体制の再構築と上半期の販売活動への注力により売上高の拡大を企図するものの、マーケティングコンサルタントの採用と早期戦力化への取り組みが最重要となる。そのため、営業利益と経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、既に上期のみで通期予想を上回る進捗となったが、税金費用の減少という特殊要因が影響する親会社株主に帰属する当期純利益を除き、営業利益と経常利益の通期予想は据え置かれた。

売上高の通期予想については、中期経営計画の柱である「コンサルタントの採用と戦力化」「対応エリアの拡大」「顧客単価の増大」の 3 つの成長戦略が着実に成果を上げつつあることを踏まえ、弊社では十分に達成可能と見込んでいる。実際に、新規顧客の獲得が堅調に進む一方で、複数サービスの導入や継続発注による顧客単価の増大も見られ、営業力・提案力ともに高まっている様子が窺える。中期経営計画の 3 つの戦略の推進によるさらなる成果を期待したい。

2025 年 9 月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	24/9 期		25/9 期		前期比	
	実績	売上比	修正予想	売上比	増減額	増減率
売上高	2,098	100.0%	2,500	100.0%	401	19.2%
営業利益	15	0.7%	100	4.0%	84	545.1%
経常利益	14	0.7%	100	4.0%	85	610.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	147	7.0%	170	6.8%	22	15.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

戦略的人材投資の効果顕在化・収益化フェーズへ

1. 中期経営計画

同社は、2023 年 11 月に 3 ヶ年の中期経営計画（2024 年 9 月期～2026 年 9 月期）を公表した。最終年度の 2026 年 9 月期に売上高目標を達成するために、マーケティングコンサルタントの採用・教育を強化し、戦力化までの先行投資期間において一時的な利益率の低下を許容するという、中長期的視点に立った戦略的な計画である。最終年度 2026 年 9 月期の数値目標は、売上高 3,100 百万円、営業利益 250 百万円、ROE20.5% となっている。

2026 年 9 月期のサービス別売上高目標は、インサイトドリブンは 729 百万円（2024 年 9 月期比 47.3% 増）、カスタマードリブンは 1,141 百万円（同 34.9% 増）、デジタルマーケティング・PR は 663 百万円（同 64.5% 増）、カスタマーサクセス・その他は 565 百万円（同 60.5% 増）を計画している。また、数値目標達成に向けた 2026 年 9 月期の主要 KPI（単体ベース）は、マーケティングコンサルタント 86 人（同 34 人増）、取引社数 980 社（同 260 社増）、顧客単価 295 万円（同 17 万円増）を計画している。

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の増加につなげるとともに、サービスメニューの拡充にも取り組み顧客単価の引き上げを目指す。そして、引き続きマーケティングプロセス全般にわたる一気通貫のサービスを強化・推進する計画だ。

採用・育成・単価向上で中期経営計画進捗、成果が可視化

2. 成長戦略

中期経営計画の目標達成に向けて、(1) コンサルタントの採用と戦力化、(2) 対応エリアの拡大、(3) 顧客単価増大の 3 つの成長戦略に取り組んでいる。

(1) コンサルタントの採用と戦力化（マーケティングコンサルタント増員）

同社は人材を最重要の経営リソースと位置付けている。特にマーケティングコンサルタントは売上に直結する役割を担っているため、中途採用だけでなく、新卒を戦力化するためのプログラムを充実し早期の戦力化を図っている。これにより、さらなる競争優位性を獲得する計画である。

2026 年 9 月末のマーケティングコンサルタント人員 86 人（2023 年 9 月末比 49 人増）の目標を掲げ、過去と比較して、多くのマーケティングコンサルタントの採用を計画している。2025 年 9 月期中間期においては、計画に基づく営業活動への専念により、2025 年 3 月末のマーケティングコンサルタント人員は 58 人に留まり、2024 年 12 月末の 59 人からは 1 人減となった。2025 年下半年期からは再び採用活動を強化し、中途及び新卒ともに積極的な採用を推進する方針である。

ネオマーケティング

4196 東証スタンダード市場・名証メイン市場

2025 年 6 月 11 日 (水)

<https://neo-m.jp/ir/>

中長期の成長戦略

採用人員の早期の戦力化については、OJT だけでは限界があるとの認識から、効率的な教育方法の分析と継続的な実施に取り組む新たな組織として教育委員会を設置した。委員会は 9 人のメンバーで構成され、毎週インプットの順序・頻度・タイミングなどについて活発に議論を行い、さらに実際のコンテンツ設計や教育プログラムの策定・実行までを担う。また、実施結果に応じて内容をアップデートすることにより、継続的な教育効果の向上を目指している。委員会が策定した教育プログラムは、2025 年 4 月から新卒社員と業界経験の乏しい中途入社社員を対象に展開されており、既にマーケティング支援スキルの効率的な習得を支援する仕組みとして機能し始めている。教育委員会は、体系的かつ継続的に人材育成を行うための重要な取り組みであり、マーケティングコンサルタント全体の習熟度向上、ひいては会社の業績向上につながる重要な仕組みと言える。

マーケティングコンサルタントの採用と戦力化は、中期経営計画の目標値達成のカギとなる最も重要な成長戦略である。同社は、マーケティングコンサルタント一人ひとりの価値を最大化し、顧客への提供価値を高めることにより、市場における競争力を一層強化していく方針だ。

(2) 対応エリアの拡大（顧客数拡大）

同社は、中期経営計画における 2 つ目の重点戦略として「顧客数の拡大」と「対応エリアの拡大」を掲げ、全国的なプレゼンス向上を図っており、2026 年 9 月期に取引社数 980 社（2023 年 9 月期比 238 社増）を目指している。2025 年 9 月期上期においては、これまでの取り組みが着実に実を結びつつある。

2025 年 9 月期上期の顧客数は 553 社（前年同期比 10 社増）と、同期との比較で過去最高となった。新規顧客の獲得が堅調に進んでおり、新たな取引先の数が増加している。これは、マーケティングコンサルタントの採用増強と教育制度の見直しによって提案力が高まり、対応可能な案件数が増加したことが主因と考えられる。

対応エリアの拡大については、関東圏に留まらず、大阪や仙台を中心とした活動が成果を上げている。特に関西エリアでは売上が堅調に推移しており、仙台からの北海道方面への営業展開も継続的に実施されている。また、東海地区での事業拡大の布石として、2024 年 12 月には名古屋証券取引所メイン市場への上場も果たした。新たな拠点の設置には至っていないものの、既存拠点の人員強化により、地域ニーズに柔軟に対応できる体制を構築している。

2025 年 9 月期は、新規顧客基盤の形成と着実な営業展開が進展した年であり、2026 年 9 月期以降のさらなる飛躍に向けた布石を打つことができたと評価できる。今後は、これらの基盤を生かして顧客との関係性を深化させ、収益性の高い案件を継続的に創出していく方針である。

(3) サービスメニューの強化・拡充（顧客単価増大）

同社は、中期経営計画における 3 つ目の重点戦略として、サービスメニューの拡充と顧客単価の持続的な向上に取り組んでおり、2026 年 9 月期に顧客単価 295 万円（2023 年 9 月期比 6 万円増）の実現を目指している。2025 年 9 月期上期はその成果が明確に表れ始めた年となった。

ネオマーケティング

4196 東証スタンダード市場・名証メイン市場

2025 年 6 月 11 日 (水)

<https://neo-m.jp/ir/>

中長期の成長戦略

2025 年 9 月期上期の顧客単価は 226 万円（前年同期比 14 万円増）と、顧客数と同様に同期との比較で過去最高となった。これは、マーケティングコンサルタントの増員と習熟度向上により、提案の質と接点が増加し、1 社当たりの取引深度が高まったことが大きく寄与している。複数のサービスを組み合わせて導入する企業が増加しており、今後さらに顧客単価の底上げが期待される。特に、新規顧客は期中で取引を開始するケースが多いため、上期と比べて下期における顧客単価上昇への寄与が大きくなることが見込まれる。従って、2025 年 9 月期の後半に向けては、取引が定着した新規顧客からの継続的な発注増加に伴う、さらなる単価の押し上げが期待できる。

サービスメニューの拡充においても、具体的な成果が見られる。2024 年 6 月に譲受したセルフインタビューツール「リサーチ DEMO!」は、安定運用フェーズに入り、同社のインサイトドリブンサービス領域における 2 ケタの売上成長を支えている。また、2025 年上期には、外部パートナーとの協業により海外調査体制が大幅に強化された。加えて、2025 年 4 月にはマーケティング人材の育成・紹介を目的とした新会社ネオパートナーズを設立している。既存サービスについても、継続的なアップデートを重ねており、「カテゴリーエントリーポイント提案」「コンセプト評価 360」「チャットアンケート」など、より利便性を高めた提案が新たな受注獲得や単価向上に結び付いている。

このように、2025 年 9 月期上期には、新規サービスの導入と既存サービスのアップグレードの両輪による提案力強化と、それを支える人材力の向上によって、顧客単価の着実な増加の手応えが実現してきたと言えよう。同社は、今後も継続的なサービス改善とマーケティングコンサルタントの戦力化・能力向上により、さらなる付加価値の提供と収益性の向上を目指していく方針である。

株主還元策

2024 年 9 月期に株主優待制度を導入。 配当を含めた株主還元策は継続検討

同社は、中長期的な視点から株主価値の向上を目指しており、利益の再投資を通じた株主価値の向上を図るとともに、事業環境や業績・財務状況等を総合的に勘案したうえで、株主への利益還元を行うとしている。2024 年 9 月期に、100 株以上保有の株主に QUO カード 3,000 円を年 1 回贈呈する株主優待制度を、株主還元の一環として導入した。一方、成長過程にある同社においては、将来への事業投資が株主価値の向上により資するとの考えにより、現時点において配当は実施していない。配当実施を含めた今後の株主還元施策については、業績計画の進捗を考慮しつつ検討していく方針としている。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp