

|| 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 >>>](#)

2026年6月22日(月)

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. 2026年9月期中間期の業績概要	01
2. 2026年9月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略と戦略的M&Aへの取り組み	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. 2026年9月期中間期の業績概要	04
2. 財務状況と経営指標	05
■ 今後の見通し	06
● 2026年9月期の業績見通し	06
■ 中長期の成長戦略	07
1. 3つの成長戦略	07
2. 戦略的M&Aへの取り組み	08
■ 株主還元策	09

要約

2026年9月期中間期は過去最高売上高を記録。 戦略的M&Aの実行により成長戦略は加速

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(以下、名証)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している。成長戦略の推進と戦略的M&Aへの取り組みにより、さらなる発展を目指している。

1. 2026年9月期中間期の業績概要

2026年9月期中間期の連結業績は、売上高1,385百万円(前年同期比6.7%増)、営業利益120百万円(同12.7%増)、経常利益121百万円(同15.2%増)、親会社株主に帰属する中間純利益117百万円(同35.9%減)となった。通期予想に対する進捗率は売上高49.5%、営業利益120.6%、経常利益101.7%、親会社株主に帰属する中間純利益117.2%となっている。先行投資として注力してきた人材育成の効果が表れ始め、売上高は過去最高を記録した。一方、親会社株式に帰属する中間純利益については、前年同期に子会社株式の売却という特殊要因があったため減益となった。サービス別では、確かなデータ品質と提供スピードの向上によりリピート受注を伸ばしたカスタマードリブン[※]や、専任営業体制の確立で追加受注の獲得に成功したデジタルマーケティング・PRが、ともに2ケタ増収を達成して同社の成長をけん引した。2026年9月期中間期末の自己資本比率は46.3%(前期末比2.4ポイント上昇)で、2025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34.1%を上回る高い安全性を示している。

[※] カスタマードリブン：一定数のモニター(調査対象者)からアンケートを取得して、クロス集計を行い、属性ごとに分析する定量調査。

2. 2026年9月期の業績見通し

2026年9月期の連結業績については、売上高2,800百万円(前期比21.4%増)、営業利益100百万円(同821.7%増)、経常利益120百万円(前期は7百万円の利益)、親会社株主に帰属する当期純利益100百万円(同275.5%増)と増収増益の見通しである。営業利益の進捗率は中間期で100%を超えており、当期に新たに連結子会社化した2社の業績寄与も見込んでいるが、中間期偏重の傾向や一部既存事業における遅延の可能性を考慮し、通期予想は据え置かれた。リサーチ領域(インサイトドリブン及びカスタマードリブン)では、部長クラスの増員や研修によるマネジメント体制の強化と、生成AI普及への対策などを下期に実行する計画だ。デジタルマーケティング・PR領域では、リサーチ領域からデジタルマーケティングの実行までを一貫してカバーするアプローチで、さらなる売上高の伸長を目指す。あわせて、戦略的M&Aで子会社化した企業が提供するサービスの内製化を進め、高付加価値な新パッケージや安価なSNS運用商材を投入していく方針である。

要約

3. 中長期の成長戦略と戦略的M&Aへの取り組み

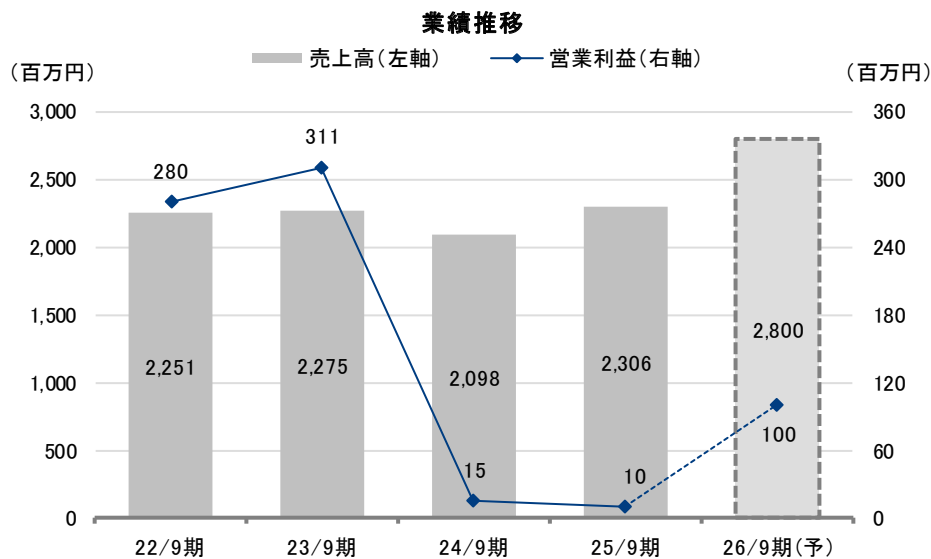
同社は中長期的な成長に向けて、マーケティングコンサルタントの採用・戦力化、対応エリアの拡大、顧客単価増大を目指す成長戦略の推進と、これら3つの戦略推進をサポートする戦略的M&Aに取り組んでいる。

マーケティングコンサルタントの人員数は2026年3月末で61名となった。4月の新卒入社8名のほか、中途入社も数名が決まっており、今期目標の74名体制の達成に向けて採用活動を進めている。また、毎年改善を図っている教育プログラムにより、新規入社組の早期戦力化を進めている。2026年9月期中間期においては、マーケティングコンサルタントの戦力化や各種サービスの品質強化が実を結び、顧客数は569社、顧客単価は2,357千円とともに中間期での過去最高を更新した。

戦略的M&Aについては、同社はサービスメニューの拡充・強化につながる2つの企業を2026年4月に子会社化した。SNSマーケティングに強い(株)エッセンスマーケティングの買収により新規開拓のフックとなる「SNS運用」サービスをメニューに加えたほか、ライフスタイル分野のPRに実績を持つ(株)PA Communicationの買収により外注依存だった広報・PR機能を内製化した。同社は今後も、既存事業とのシナジーを生み出せる企業を対象としたM&Aに積極的に取り組み、成長戦略の推進を加速する方針である。

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
- ・2026年9月期中間期決算は、人材育成の効果が表れ始め、過去最高の売上を記録
- ・2026年9月期は増収増益を予想。マネジメント体制の強化やリサーチから施策の実行までプロセス全体の支援体制に取り組む
- ・2026年4月に、2件の戦略的M&Aを実行。サービスメニューの拡充・強化により、成長戦略の推進を加速



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要及び事業概要

一気通貫でサービスを提供する、 生活者起点のマーケティング支援会社

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。東証スタンダード市場、名証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である。連結ベースの従業員数は166名(2026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。国内最大規模の3,075万人超の生活者パネル※を活用でき、海外のアンケートパネルも豊富に取り揃えている。また、徹底したモニター管理により、高品質なサービスを提供している。大規模調査や海外調査はもちろん、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、特定条件を満たす対象者へ効率的な調査が実施できる。

※ 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。クライアント企業は、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。

(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。

2026年9月期中間期末で426万人と大規模なモニターパネルをもつ同サービスは、多様な属性やニーズに応じたリサーチ設計を柔軟かつ効果的に行うことが可能である。インタビューの実施も最短1営業日で対応でき、スピード感が求められ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。加えて、インタビュー頻度や予算に応じた複数の料金プランが用意されており、利用者にとって利便性も高い。

業績動向

2026年9月期中間期は過去最高の売上高を達成

1. 2026年9月期中間期の業績概要

同社の2026年9月期中間期の連結業績は、売上高1,385百万円(前年同期比6.7%増)、営業利益120百万円(同12.7%増)、経常利益121百万円(同15.2%増)、親会社株主に帰属する中間純利益117百万円(同35.9%減)となった。これまで先行投資として注力していた、マーケティングコンサルタントの採用・育成の効果が顕現し始め、売上高は第2四半期単独及び中間期の双方において過去最高を記録した。親会社株主に帰属する中間純利益は減益となったが、これは前年同期に連結子会社の株式売却という特殊要因があったことによる。通期予想に対する進捗率は、売上高49.5%、営業利益120.6%、経常利益101.7%、親会社株主に帰属する中間純利益117.2%である。

2026年9月期中間期 連結業績

(単位：百万円)

	25/9月中間期		26/9月中間期		前年同期比		26/9期	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	予想	進捗率
売上高	1,297	100.0%	1,385	100.0%	87	6.7%	2,800	49.5%
売上原価	672	51.9%	729	52.6%	56	8.4%	1,500	48.6%
売上総利益	624	48.1%	655	47.4%	31	5.0%	1,300	50.5%
販管費	517	39.9%	535	38.6%	17	3.4%	1,200	44.6%
営業利益	106	8.2%	120	8.7%	13	12.7%	100	120.6%
経常利益	105	8.2%	121	8.8%	16	15.2%	120	101.7%
親会社株主に帰属する 中間純利益	182	14.1%	117	8.5%	-65	-35.9%	100	117.2%

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、カスタマードリブン、デジタルマーケティング・PRが業績をけん引し、全社として安定した成長が示された。インサイトドリブンの売上高は376百万円(前年同期比8.0%増)と堅調に推移した。潜在ニーズを掘り起こすための調査需要が底堅く推移するとともに、複雑な事業上の課題を解決する高付加価値案件の増加が案件単価を押し上げた。カスタマードリブンの売上高は591百万円(同10.9%増)となり、2ケタ増収と好調であった。確かなデータ品質と提供スピードの向上によって顧客との信頼関係が強まり、リピート受注が増加したことが主な要因である。デジタルマーケティング・PRの売上高は249百万円(同14.1%増)と、2ケタの増収となった。専任営業体制の確立による提案のクオリティ向上が、既存顧客からの追加受注の獲得につながった。カスタマーサクセス・その他の売上高は、スポット案件の受注減少により、167百万円(同14.9%減)となった。

2026年9月期中間期の取り組み事例としては、人材紹介事業の将来への「仕込み」が挙げられる。人材紹介業を担う子会社の(株)ネオパートナーズが、2025年12月に就活・転職サイト「entrys Navi」を、2026年1月にはマーケティング・AI領域の動画学習サイト「UPMEcareer(アップミーキャリア)」を相次いでローンチし、「学ぶ」から「キャリアに挑戦する」「実践で活躍する」までを一体的に支援する仕組みの提供を開始した。既存事業の拡充と中長期的な成長分野の双方に取り組む、同社のバランスの取れた戦略がうかがえよう。

業績動向

2. 財務状況と経営指標

2026年9月期中間期末の資産合計は1,990百万円となり、前期末比191百万円増加した。これは、主に受取手形及び売掛金、現金及び預金の増加により、流動資産が202百万円増加したことによる。一方、負債合計は1,068百万円となり、同59百万円増加した。これは主に、買掛金、1年内返済予定の長期借入金の増加により流動負債が75百万円増加したことによる。純資産合計は922百万円となり、同132百万円増加した。これは主に、親会社株主に帰属する中間純利益117百万円の計上による利益剰余金の増加があったことによる。

同社の自己資本比率は46.3%となり、前期末比2.4ポイント上昇した。2025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34.1%を上回るこの数値は、同社の財務基盤の高い安全性を示しているといえよう。

連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	25/9期末	26/9期 中間期末	増減
流動資産	1,432	1,634	202
現金及び預金	1,018	1,065	46
受取手形及び売掛金	332	482	149
固定資産	366	356	-10
有形固定資産	31	32	1
無形固定資産	179	167	-12
投資その他の資産	155	155	0
資産合計	1,798	1,990	191
流動負債	558	634	75
買掛金	80	111	31
1年内返済予定の長期借入金	183	203	20
固定負債	449	434	-15
長期借入金	445	429	-15
負債合計	1,008	1,068	59
(有利子負債合計)	628	633	5
株主資本	790	922	132
利益剰余金	526	644	117
自己株式	-106	-93	13
純資産合計	790	922	132
【安全性】			
自己資本比率	43.9%	46.3%	+2.4pp
【収益性】			
ROA (総資産経常利益率)	0.4%	-	-
ROE (自己資本当期純益率)	3.3%	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

営業利益の進捗率は100%超えも、 慎重を期し通期の業績見通しは据え置き

● 2026年9月期の業績見通し

2026年9月期の連結業績については、売上高2,800百万円(前期比21.4%増)、営業利益100百万円(同821.7%増)、経常利益120百万円(前期は7百万円の利益)、親会社株主に帰属する当期純利益100百万円(同275.5%増)と増収増益の見通しである。通期予想に対する営業利益の進捗率は中間期末で100%を超えており、当期に新たに連結子会社化した2社の業績寄与も見込んでいるが、同社の売上高は中間期偏重の傾向があること、また既存事業の一部において進捗の遅延が見込まれることから、同社は通期連結業績予想を据え置いている。

2026年9月期下期において、同社の経営基盤を支えるリサーチ領域(インサイトドリブン及びカスタマードリブン)では、部長・マネージャークラスの役職者を増員し管理職層への研修を進めることにより、マネジメント体制の強化を図る。マーケティングコンサルタントの増員・教育とあわせ組織力の総合的なレベルアップにより、顧客エンゲージメントの向上を図り、さらなる売上拡大へつなげる。これと並行し、生成AIの普及という市場の変化を捉え、GEO※対策など時代に即した施策を着実に実行する方針である。

※ 生成エンジン最適化(Generative Engine Optimization)のこと。生成AIが回答を生成する際に、自社のコンテンツや自社ブランドが参照・引用されたり言及されたりするように最適化する取り組み。

中間期に好調だったデジタルマーケティング・PR領域では、リサーチ領域からデジタルマーケティングの実行までを一貫してカバーする仕組みを導入し、さらなる売上高の伸長を目指す。さらに、戦略的M&Aによって新たにグループへ迎え入れた、エッセンスマーケティング及びPA Communicationの両社が持つ高度なナレッジを最大限に活用する。これまで外部パートナーへの依存度が高かったSNS運用やPR関連業務の内製化によりサービス品質の向上を図り、確固たる自信を持って市場へ価値を提供する。具体的には、既存サービスと新サービスを組み合わせた付加価値の高い新たなマーケティング・パッケージの展開や、顧客が導入しやすい比較的安価なSNS運用商材の投入により、新規顧客層へのアプローチと顧客単価の増大を加速させる。

一方、生成AIの急速な浸透などによりマクロ環境の厳しさが増しているカスタマーサクセス領域は、現状の収益基盤の維持にとどめる。事業ポートフォリオの最適化を企図し、同社は経営資源を成長性の高いほかの領域に集中する方針である。

2026年9月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	25/9期		26/9期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	2,306	100.0%	2,800	100.0%	493	21.4%
営業利益	10	0.5%	100	3.6%	89	821.7%
経常利益	7	0.3%	120	4.3%	112	1467.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	26	1.2%	100	3.6%	73	275.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーム)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 中長期の成長戦略

戦略的M&Aにより、サービスメニューの強化・拡充が加速

1. 3つの成長戦略

同社は中長期的な事業成長に向けて、(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。また、戦略的M&Aを含めた投資を積極的に行い、成長戦略の推進を加速させる。

(1) マーケティング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の人員数は、2026年9月期中間期末で61名となった。

中間期においては営業活動にリソースを集中する方針を採ったため、採用活動の本格化は下期となる。しかしながら、今期の目標である74名体制の構築に向けては、一定の目途が立っている状況だ。新卒入社8名が2026年10月に現場に配属の予定であり、中途採用においても数名の入社が確定している(2026年5月時点)。現在は、若干名の退職者を補う数名の獲得に向けて選考を進めている。なお、中途採用市場は人材獲得競争の激化により厳しい環境が続いているが、同社は即戦力となる経験者の確保に固執せず、ポテンシャルを持った優秀な人材を採用し、強みである教育体制を通じて育成する方針だ。

採用した人員の早期戦力化については、2年前に設置した「教育委員会」を中心に育成体制をアップデートしている。実際の効果検証をもとに、スキルを段階的に習得するための仕組みや、個々人の習熟度に応じた育成体制など、新たな取り組みを毎年行っている。育成体制におけるPDCAの成果は確実に出てきており、2026年9月期は新卒社員の現場配属を当初予定から前倒しする予定である。

(2) 顧客数拡大とエリア拡大

2026年9月期中間期の顧客数は569社(前年同期比16社増)となり、過去最高を更新した。

この堅調なトレンドをけん引している最大の要因は、足元で進めてきた営業体制の強化である。積極的なマーケティングコンサルタントの増員と社内教育体制の高度化が成果を出し始めており、新規顧客へ効果的にアプローチできる強固な体制が確立されている。また、サービスメニューの拡充も、顧客とのタッチポイントを広げ、新規アプローチ体制の稼働の後押しとなった。納品データの品質向上や提供スピードの迅速化といった取り組みも、顧客満足度の向上による既存顧客のリピート受注拡大といった好循環を生んでいる。

一方、首都圏に偏重しない収益基盤の構築を目指す「エリア拡大戦略」については、関東圏以外の顧客割合に劇的な変化をもたらすまでには至っていない。しかし、先行してリソースを投入した関西エリアは好調に推移しており、人員増強の投資効果が徐々に表れ始めている。さらなる営業リソースの投下によって、関西エリアの顧客数拡大は可能と同社はみており、現地での追加採用を進める計画だ。同社は、地方の優良企業におけるマーケティング支援の潜在ニーズは大きいと確信しており、地方市場へのアプローチを継続する方針である。

中長期の成長戦略

(3) サービスメニューの強化・拡充による顧客単価増大

2026年9月期中間期の顧客単価は2,357千円(前年同期比97千円増)と、顧客数と同様に過去最高となった。

領域別に見ると、インサイトドリブン領域では複雑なビジネス課題を解決する高付加価値案件が伸長し、全体の単価上昇に大きく寄与した。また、デジタルマーケティング・PR領域では、新たに構築した専任の営業体制が機能し提案力が大幅に向上、クロスセルなど追加受注の堅調な拡大につながっている。これらは、単発のスポット支援に留まらず、顧客の課題に対して川上から川下まで並走する「一気通貫型の統合マーケティング支援」が着実に成果を結んでいる証左と言える。

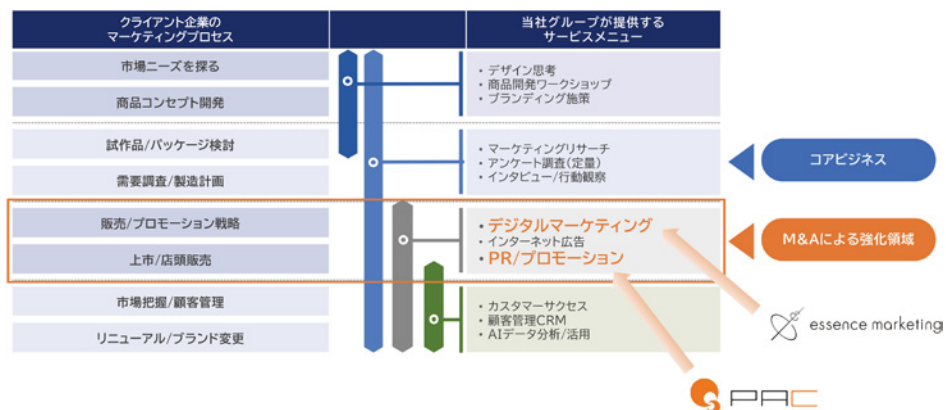
2. 戦略的M&Aへの取り組み

成長戦略における自律的成長に加え、2026年4月に同社は、エッセンスマーケティングとPA Communicationを子会社化した。この2件の戦略的M&Aが、下期以降のサービスメニューの強化・拡充を実現し、顧客単価の増大や顧客数拡大に寄与する見込みである。

エッセンスマーケティングは、これまで同社が単独では保有していなかった「SNS運用」という新規サービスをラインナップに取り込む意味を持つ。また、参入障壁の低い安価な商材として活用できるため、新規顧客開拓におけるフロントフックとしての役割も期待でき、柔軟性の高いシナジーを見込んでいる。

PA Communicationは、美容・ファッションをはじめとするライフスタイル分野のブランディング及び統合型マーケティングコミュニケーションにおいて、25年以上にわたり培ってきた豊富なナレッジと実績を持つ。これまで同社が外注に依存していた広報・PR領域の専門機能をグループ内に取り込むことで、同社の「マーケティングにおける一気通貫体制」をさらに高度化する。自社グループの強みとして包括的な提案・販売が可能になり、顧客に対する提供価値を高め、単価の高い大規模な統合プロモーション案件の獲得数増加につながる事が期待される。

M&Aによるサービスメニューの拡充・強化



出所：決算説明資料より掲載

■ 株主還元策

株主優待でデジタルギフトを贈呈

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月期に株主優待制度を導入しており、現在は9月末を基準日として500株以上を保有する株主に対し、2万円相当のデジタルギフト（Amazonギフトカード、QUOカードPayなど）を贈呈している。また、2025年5月から8月にかけては、自己株式取得も実施している。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。配当実施を含めた追加的な株主還元施策については、事業成長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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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