

ホリスティック企業レポート

ネオマーケティング

4196 東証 JQS

新規上場会社紹介レポート
2021年4月27日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20210426

**消費財メーカー等を主要顧客に生活者起点のマーケティング支援事業を展開
マーケティングコンサルタント増員と提供サービスの拡大により成長を目指す**

アナリスト: 鎌田 良彦 +81(0)3-6812-2521
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【4196 ネオマーケティング 業種: 情報・通信業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2019/9	1,132	-	20	-	19	-	8	-	3.4	66.8	0.0
2020/9	1,427	26.1	173	8.7x	173	9.1x	116	14.5x	50.2	95.5	0.0
2021/9 予	1,822	27.7	223	28.9	217	25.4	151	30.2	65.2	-	0.0

(注) 1. 連結ベース、純利益は親会社株主に帰属する当期純利益
2. 2020年9月29日付で1:200の株式分割を、2021年3月2日付で1:2の株式分割を実施、1株当たり指標は遡って修正
3. 2021/9期は会社予想、2021/9期予想EPSは公募株式数(40,000株)を含めた予定期中平均株式数により算出

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価	2,924円 (2021年4月26日)	本店所在地 東京都渋谷区
発行済株式総数	2,448,000株	設立年月日 2000年10月6日
時価総額	7,158百万円	代表者 橋本 光伸
上場初値	3,805円 (2021年4月22日)	従業員数 80人 (2021年2月)
公募・売出価格	1,800円	事業年度 10月1日~翌年9月30日
1単元の株式数	100株	定時株主総会 事業年度終了後3カ月以内
		【主幹事証券会社】 いちよし証券
		【監査人】 太陽有限責任監査法人

> 事業内容

◆ 消費財メーカー等を主要顧客にマーケティング支援事業を展開

ネオマーケティング(以下、同社)グループは、同社と子会社3社(うち NEO MARKETING ASIA LIMITED は21年2月に清算終了)からなり、「生活者起点のマーケティング支援」をコンセプトに、食品、化粧品、日用品、家電等の消費財メーカーや消費者向けサービス会社を主要顧客とするマーケティング支援事業を行っている。

同社グループの事業セグメントは、マーケティング支援事業の単一セグメントであるが、主要サービスについて開示を行っている(図表1)。

【図表1】売上内訳

	20/9期		21/9期1Q	
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)
カスタマードリブサービス	658	46.1	194	46.7
インサイトドリブサービス	390	27.3	102	24.6
デジタルマーケティングサービス	65	4.6	34	8.2
その他	314	22.0	85	20.5
合計	1,427	100.0	415	100.0

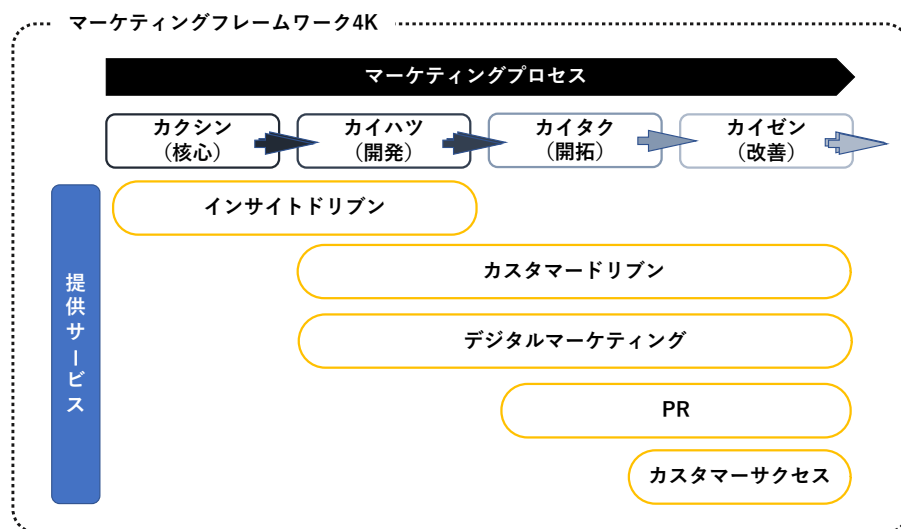
(出所) 届出目論見書、「東京証券取引所 JASDAQ への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

◆ マーケティングフレームワーク 4K

同社では、顧客のマーケティング活動を独自の「マーケティングフレームワ

ーク4K」に基づき4つのプロセスに分けて考察し、それらに対応するサービスを提供している(図表2)。

【 図表 2 】 マーケティングプロセスと提供サービス



(出所) 届出目論見書

4K とは、生活者インサイトの発見(カクシン)から商品開発(カイハツ)、販売促進(カイトク)から各施策の改善(カイゼン)までを指す。同社のマーケティングコンサルタント(営業人員)は、マーケティングフレームワーク 4K を活用し、顧客に対してマーケティング活動全体を俯瞰した提案を行っている。

◆ カスタマードリブンサービス

(注 1) 市場調査等のマーケティング活動への協力のために登録された、消費者のパネルネットワーク。協力者には企業から謝礼が支払われる

同社が運営する生活者パネル^{※1}「アイリサーチ」の会員に対するインターネット上でのアンケート結果を定量的に分析し、顧客起点のマーケティングを行うサービス。特長は、顧客を優良顧客、一般顧客、離反顧客、非購入者、非認知者に分類し、顧客が商品やサービスを知ってから最終的に購買するまでの行動・思考・感情等を解析することで、プロモーション施策の戦略立案から実行後の検証までを提供できる点にある。

アイリサーチの登録者は 20 年 10 月現在約 55 万人で、登録者の性別、年齢、所在地等の属性情報の全登録者に対する構成比率がインターネット人口における比率と近似するように構成されている。また、大量のアンケート対象者が必要な場合には、提携会社とのパネル連携により、1,983 万人超(20 年 10 月現在)の生活者パネルの活用が可能となっている。

◆ インサイトドリブンサービス

同社の生活者パネルのアイリサーチから最適な対象者を抽出し、インタビューや実際の商品使用時の行動観察等の定性調査を実施することにより、生

活者自身が気づいていない意識下の心理(インサイト)を発見するためのサービス。発見したインサイトを起点に同社グループでアイデア・コンセプト、プロトタイプを創り、顧客への提案等も行う。

(注 2) 検索エンジンで検索したキーワードに連動して検索結果に掲載される広告。検索連動型広告。

(注 3) Direct to Consumer の略。自ら企画、生産した商品を消費者と直接取引する販売方法。

(注 4) Software as a Service の略。インターネット経由で必要な機能を必要なだけサービスとして利用できるソフトウェア。

◆ デジタルマーケティングサービス

リスティング広告^{注2}や動画広告等の Web 広告の運用が売上高の過半を占める。20 年 7 月には顧客の D2C^{注3} 支援業務として、Shopify のプラットフォーム上での EC サイト構築サポートを開始した。これにより、EC サイト構築後に Web 広告の運用を行うといったサービスの提供も可能になった。

◆ その他のサービス

その他のサービスとしては、PR、カスタマーサクセス、B to B マーケティング支援サービス、クラウドソーシング等がある。PR は顧客の認知拡大やブランディングを支援するサービスである。具体的には、顧客の目指すブランド像や世界観をカスタマードリブンサービスで明確化したターゲット顧客に対してニュースや記事によって届けるといったものがある。

カスタマーサクセスは、顧客企業の製品・サービスの購入・契約者に対して、同社のカスタマーサクセスセンターから使用状況や満足度の確認等さまざまな働きかけを行うことにより、解約率の低減、リピート率の向上、アップセル等につなげるサービスである。同社は沖縄県的那覇市と石垣市にカスタマーサクセスセンター拠点を設置している。

B to B マーケティング支援サービスは、子会社のセールスサポートが運営する企業リスト収集ツール Urizo により、業種別の企業リスト等を SaaS^{注4} 形態で提供している。企業リストは i タウンページ等の情報を元に作成されている。

クラウドソーシングは、アイリサーチの会員の中から組織化されたプラットフォームの SOLPANEL (ソルパネ) の会員 (20 年 10 月現在、約 6,000 人) に対し、顧客企業がデータ入力や店頭調査、購買体験とアンケート等の業務を委託する。SOLPANEL の企画・運営・販売は子会社のパイルアップが行っている。

> 特色・強み

◆ 一気通貫のマーケティング支援サービス提供とインフラの内製化

同社の特色としては、「生活者起点のマーケティング支援」のコンセプトの下、消費者向け製品やサービスを提供する顧客に対し、カスタマードリブン、インサイトドリブンのリサーチに基づく製品開発から、Web 広告等のプロモーション、既存顧客維持・改善を行うカスタマーサクセスまで一気通貫でサービスを提供できる点が挙げられる。毎年 200 社程度の新規顧客を開拓し、累計の顧客数は 2,000 社を超えている。

また、マーケティング・リサーチのための生活者パネルのアイリサーチや業務委託のプラットフォーム SOLPANEL、カスタマーサクセスセンター等の主要インフラを内製化している。このため、総合的なマーケティング支援サービスの提供において、外注への依存度が高い大手広告代理店等に比べて価格面での優位性がある。

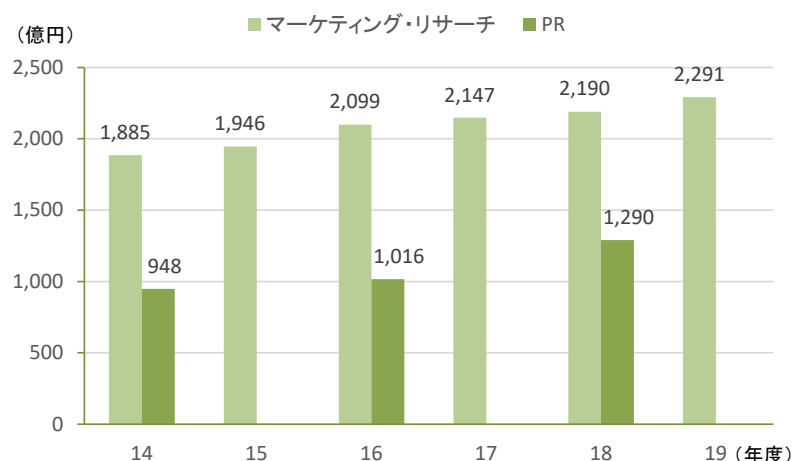
> 事業環境

◆ マーケット・リサーチ、PR 市場は緩やかに成長

日本マーケティング・リサーチ協会の調べによれば、19 年度のマーケティング・リサーチの市場規模は前年度比 4.6%増の 2,291 億円と推定されている。14 年度の 1,885 億円からは年率 4%の成長を遂げてきた。

日本パブリックリレーションズ協会の調べによれば、18 年度の PR 業売上高は 1,290 億円と推定されている。こちらは隔年での調査だが、14 年度の 948 億円からは年率 8%の成長を遂げてきた(図表 3)。

【 図表 3 】 マーケティング・リサーチ、PR 市場の推移



(注) PR 市場は隔年調査

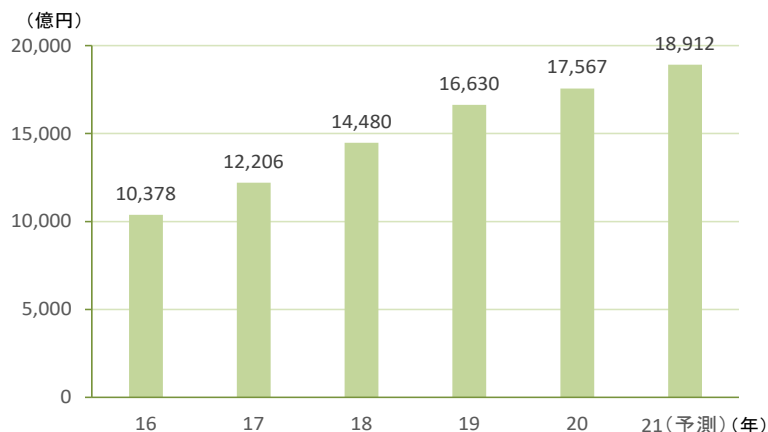
(出所) 日本マーケティング・リサーチ協会「経営業務実態調査」、
日本パブリックリレーションズ協会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 拡大が続くインターネット広告媒体費

D2C、サイバー・コミュニケーションズ、電通、電通デジタルが共同で行った「2020 年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」によれば、20 年のインターネット広告媒体費^{注5}は、前年比 5.6%増の 1 兆 7,567 億円となった(図表 4)。従来の二桁増に比べれば伸び率は鈍化した。20 年の総広告費が新型コロナウイルス感染症拡大の影響により前年比 11.2%減の 6 兆 1,594 億円(電通「2020 年 日本の広告費」)と大幅な落ち込みとなったのとは対照的に拡大が続いた。21 年のインターネット広告媒体費は、同 7.7%増の 1 兆 8,912 億円と引き続き拡大が見込まれている。

(注 5) インターネット広告費からインターネット広告制作費、物販系 EC プラットフォーム広告費を除いたもので、検索連動型広告、ディスプレイ広告、動画広告等が含まれる。

【 図表 4 】 インターネット広告媒体費の推移



(出所) D2C、サイバー・コミュニケーションズ、電通、電通デジタル
 「2020年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」より
 証券リサーチセンター作成

◆ 競合

カスタマードリブンサービスのマーケティング・リサーチ業務では、マクロミル(3978 東証一部)、インテージホールディングス(4326 東証一部)等が競合先となる。一方で、パネル提携を通じて協業している側面もある。

デジタルマーケティングサービスの Web 広告では参入企業が多く競合先は多いが、地方の案件ではソウルドアウト(6553 東証一部)等と競合している。

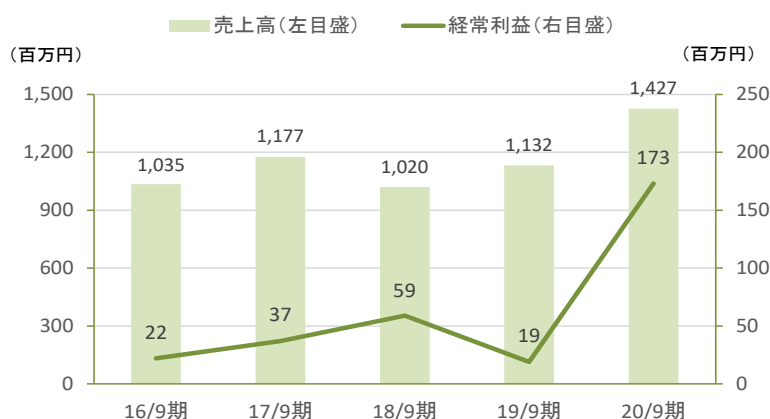
総合的なマーケティング支援業務では、アクセンチュア(東京都港区)、ADK ホールディングス(東京都港区)、博報堂DYホールディングス(2433 東証一部)等の総合コンサルティング会社や大手広告代理店が競合先となる。

> 業績

◆ 過去の業績推移

同社の16/9期以降の業績推移を見ると、19/9期までは売上高は10~12億円、経常利益は1億円弱で推移していた。これはカスタマードリブンサービスのマーケティング・リサーチ業務等、単品のサービス提供に留まっていたためである。19/9期の後半にかけて、デジタルマーケティングやPRのスペシャリストを採用したことで、提供サービスの拡大や一気通貫でのサービス提供が可能になり、20/9期の業績拡大に結び付いた(図表5)。

【図表5】業績推移



(注) 18/9期までは単体決算、19/9期以降は連結決算
(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

◆ 20年9月期

20/9期は、売上高1,427百万円(前期比26.1%増)、営業利益173百万円(同8.7倍)、経常利益173百万円(同9.1倍)、親会社株主に帰属する当期純利益116百万円(同14.5倍)となった。

スペシャリストの採用によりサービスメニューが増加し、デジタルマーケティングやPRの売上高が拡大した。Shopifyのプラットフォームを使ってECサイトを構築するD2C支援業務や、B to Bマーケティング支援業務のUrizoへの引き合いも強かった。

◆ 21年9月期の会社計画

同社の21/9期計画は、売上高1,822百万円(前期比27.7%増)、営業利益223百万円(同28.9%増)、経常利益217百万円(同25.4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益151百万円(同30.2%増)である(図表6)。

【 図表 6 】 21 年 3 月期の会社計画

	20/9期		21/9期 (予)		
	(百万円)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	1,427	100.0	1,822	100.0	27.7
カスタマードリブンサービス	658	46.1	801	44.0	21.7
インサイトドリブンサービス	390	27.3	410	22.5	5.1
デジタルマーケティングサービス	65	4.6	225	12.3	3.5x
その他	314	22.0	386	21.2	22.9
売上原価	719	50.4	968	53.1	34.6
売上総利益	707	49.5	854	46.9	20.8
カスタマードリブンサービス	389	59.1	457	57.1	17.5
インサイトドリブンサービス	167	42.8	164	40.0	-1.8
デジタルマーケティングサービス	10	15.4	36	16.0	3.6x
その他	142	45.2	197	51.0	38.7
販売費及び一般管理費	534	37.4	630	34.6	18.0
営業利益	173	12.1	223	12.2	28.9
営業外収支	0	-	-6	-	-
経常利益	173	12.1	217	11.9	25.4
親会社株主に帰属する当期純利益	116	8.1	151	8.3	30.2

(注) 売上総利益のサービス別内訳項目の構成比は、各サービスの売上高に対する比率(売上総利益率)を示す

(出所) 「東京証券取引所 JASDAQ への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

カスタマードリブンサービス、インサイトドリブンサービスの売上高は、「前期売上実績のレポート売上高+新規売上高」によって計画を策定している。前期売上実績のレポート売上高は、過去の推移から前期売上高の 90%としている。新規売上高は、前期の実績をもとに、21/9 期のマーケティングコンサルタント人員計画 31 人体制(前期末比 7 人増)により算定した新規売上獲得目標を加味して策定している。これらの結果、カスタマードリブンサービスの売上高は 801 百万円(前期比 21.7%増)、インサイトドリブンサービスの売上高は 410 百万円(同 5.1%増)を見込んでいる。

デジタルマーケティングサービスの売上高は、Web 広告の運用を行う月額固定の既存顧客の売上高に 21/9 期のマーケティングコンサルタント人員計画に基づく新規売上獲得目標を加味して策定しており、225 百万円(前期比 3.5 倍)を見込んでいる。

カスタマードリブンサービス、インサイトドリブンサービスの売上原価は、前期の売上高に対する労務費、外注費、ポイント原価をベースとする予定原価率を設定し策定している。デジタルマーケティングサービスの売上原価は前期の売上高に対する外注費比率をベースに予定原価率を設定し策定している。以上の結果、売上原価は 968 百万円(前期比 34.6%増)、売上総利益は 854 百万円(同 20.8%増)を計画している。

販売費及び一般管理費では、マーケティングコンサルタント 7 人の増員等により人件費は 384 百万円(前期比 33.3%増)、基幹システムの運用及びシステム改修により増加する IT サービス費 39 百万円(同 68.5%増)、営業拠点設置で増加する地代家賃 38 百万円(同 8.7%増)、広告宣伝費 32 百万円(同 20.5%増)、上場費用 8 百万円等を見込んでいる。以上の結果、販売費及び一般管理費は 630 百万円(同 18.0%増)、営業利益は 223 百万円(同 28.9%増)を計画している。

営業外損益では上場に伴う株式公開費用を見込み、経常利益は 217 百万円(前期比 25.4%増)の計画である。特別損益は見込んでおらず、法人税等は税引前当期純利益に対する実効税率で算出した結果、親会社株主に帰属する当期純利益は 151 百万円(同 30.2%増)の計画となっている。

◆ 成長戦略

今後の成長戦略として、同社ではマーケティングコンサルタントの増員と顧客への複数サービスの提供により、顧客数を拡大し、顧客単価を引き上げることでの成長を見込んでいる。

顧客数の拡大については、営業拠点を拡大し、マーケティングコンサルタントを配置することで、地方の優良顧客の獲得を図る考えである。営業拠点については、20/9 期末で設置済みの大阪、仙台に加え、21/9 期には那覇、福岡、札幌、22/9 期には広島、京都、名古屋に設置する計画である。マーケティングコンサルタントについては、新卒者を中心に年間 6~7 人を採用し育成する方針である。

また、マーケティングフレーム 4K に基づき、マーケティングコンサルタントが顧客に様々な提案を行うことで、複数サービスの提供による顧客単価の引き上げを目指している。これらの結果、23/9 期にはマーケティングコンサルタント 45 人体制とし、全社売上高で 30 億円を目指している。

> 経営課題/リスク

◆ 人材の確保と維持

同社ではマーケティングコンサルタントの増員による売上高拡大を目指している。そのため、マーケティングコンサルタントの採用と育成が計画通り進まなかったり、退職者が出たりした場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 生活者パネルを確保できないリスク

同社が運営する生活者パネルのアイリサーチは、カスタマードリブサービスやインサイトドリブサービス提供のための重要なインフラとなっている。アイリサーチが競合する他社に対する優位性を失い、生活者パネルの確保が困難になった場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ システム障害のリスク

同社のマーケティング・リサーチは、アイリサーチ会員に対するインターネットを通じてのアンケートが主となっている。このため、大規模なシステム障害が発生した場合には、サービスの提供に支障をきたし、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 配当政策

同社は、現在成長過程にあるとの認識の下、財務体質の強化及び継続的な拡大発展を目指すために内部留保の充実が重要と考えており、当面は配当を行わない方針としている。

【 図表 7 】 財務諸表

損益計算書	2019/9		2020/9		2021/9 1Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	1,132	100.0	1,427	100.0	415	100.0
売上原価	621	54.9	719	50.4	194	46.7
売上総利益	510	45.1	707	49.5	220	53.0
販売費及び一般管理費	489	43.2	534	37.4	131	31.6
営業利益	20	1.8	173	12.1	89	21.4
営業外収益	2	-	3	-	0	-
営業外費用	3	-	3	-	2	-
経常利益	19	1.7	173	12.1	86	20.7
税引前当期(四半期)純利益	18	1.6	173	12.1	86	20.7
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	8	0.7	116	8.1	55	13.3

貸借対照表	2019/9		2020/9		2021/9 1Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	566	68.2	723	73.6	747	74.9
現金及び預金	324	39.0	476	48.5	413	41.4
売上債権	186	22.4	194	19.8	248	24.9
棚卸資産	18	2.2	24	2.4	52	5.2
固定資産	264	31.8	258	26.3	250	25.1
有形固定資産	19	2.3	19	1.9	18	1.8
無形固定資産	160	19.3	158	16.1	153	15.3
投資その他の資産	84	10.1	80	8.1	78	7.8
総資産	830	100.0	982	100.0	997	100.0
流動負債	478	57.6	440	44.8	429	43.0
買入債務	53	6.4	37	3.8	38	3.8
1年内返済予定の長期借入金	134	16.1	142	14.5	146	14.6
固定負債	195	23.5	329	33.5	299	30.0
長期借入金	193	23.3	327	33.3	298	29.9
純資産	156	18.8	211	21.5	268	26.9
自己資本	156	18.8	211	21.5	268	26.9

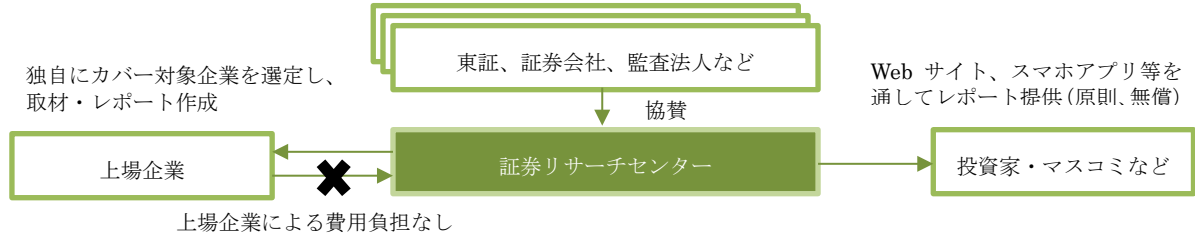
キャッシュ・フロー計算書	2019/9 (百万円)	2020/9 (百万円)
営業キャッシュ・フロー	11	233
減価償却費	9	9
のれん償却額	9	16
投資キャッシュ・フロー	-10	-156
財務キャッシュ・フロー	35	80
配当金の支払額	-	-
現金及び現金同等物の増減額	35	157
現金及び現金同等物の期末残高	318	476

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所
みずほ証券株式会社
有限責任監査法人トーマツ
日本証券業協会
宝印刷株式会社

SMBC 日興証券株式会社
有限責任あずさ監査法人
三優監査法人
日本証券アナリスト協会
株式会社プロネクサス

大和証券株式会社
EY 新日本有限責任監査法人
太陽有限責任監査法人
監査法人 A&A パートナーズ

野村證券株式会社
株式会社 ICMG
株式会社 SBI 証券
いちよし証券株式会社

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接的損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。