



**NEO**  
MARKETING

株式会社ネオマーケティング 東証スタンダード(4196)

2023年9月期 通期決算説明資料  
及び 中期経営計画(2024-2026)

2023年11月14日

## 2023年9月期決算概要

01

会社概要

02

決算概要

## 中期経営計画(2024-2026)

03

計画値・概要

04

成長戦略

05

サービス概要

06

競争力の源泉

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

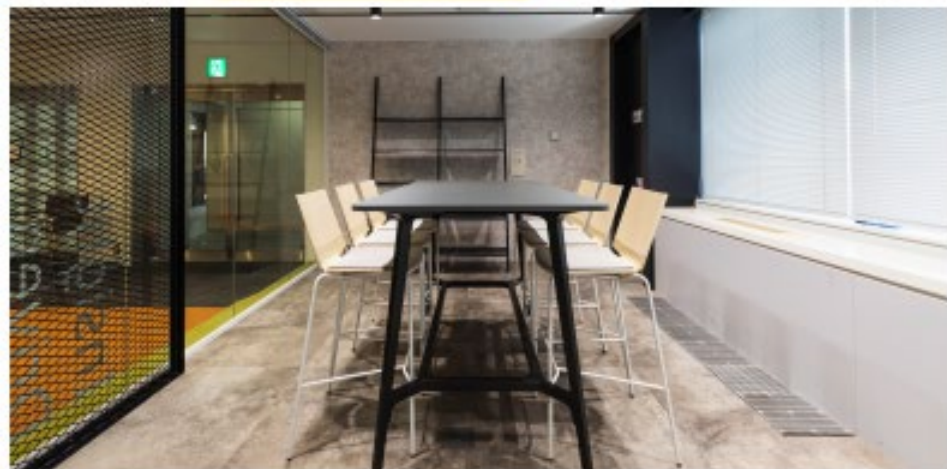
上場取引所 東京証券取引所 スタンダード市場

設立日 2000年10月

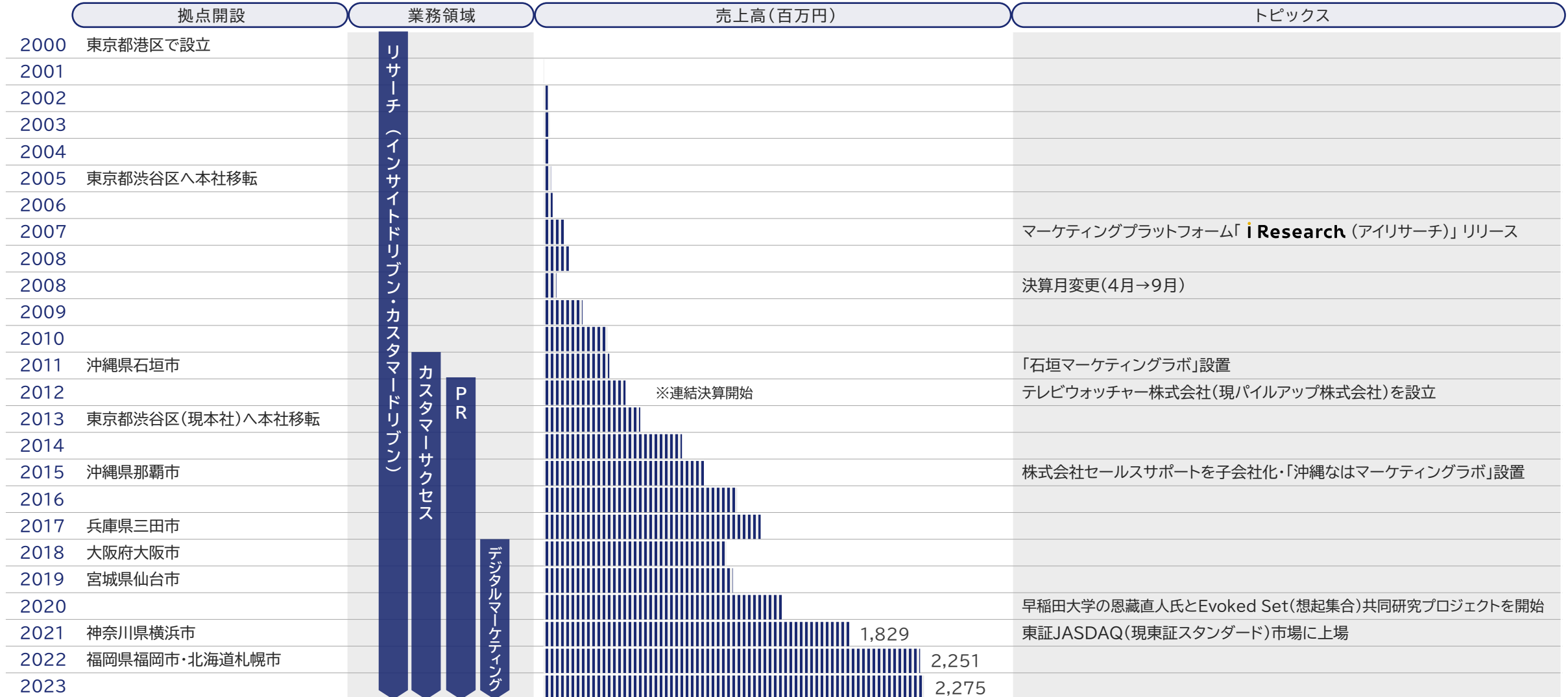
資本金 8,472万円(2023年9月末時点)

従業員数 158名(2023年9月末時点・連結)

所在地 東京都渋谷区南平台町16-25 養命酒ビル



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。



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。



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

## 2023年9月期決算概要

01

会社概要

02

決算概要

## 中期経営計画(2024-2026)

03

計画値・概要

04

成長戦略

05

サービス概要

06

競争力の源泉

07

Appendix

Contents

# 連結損益計算書 サマリー

売上高は前期比+1.1%と微増ながら営業利益は+11.1%の増益となり過去最高益を更新いたしました。今後の売上増大を見込んだ体制構築に伴う人件費や設備費用などの増加の一方で、前期の一時費用や業務効率化の影響等により営業利益は増加いたしました。

(百万円)	2022/9期	2023/9期	増減額	増減率	当初計画	達成率
売上高	2,251	2,275	24	1.1%	2,500	91.0%
売上原価	1,190	1,203	12	1.1%	-	-
売上総利益	1,060	1,072	11	1.1%	-	-
販売費及び一般管理費	780	760	▲19	▲2.5%	-	-
営業利益	280	311	31	11.1%	300	103.9%
経常利益	280	313	33	11.9%	300	104.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲280	198	479	-	200	99.2%



# サービス別 売上高・KPI

デジタルマーケティング、PRによる売上高は好調に推移いたしました。カスタマードリブンによる売上高は前期を下回り、その他に含まれる子会社の売上高が減少いたしました。

		(百万円)	2022/9期 実績	2023/9期 実績	増減額 (増減率)	概要
連結	サービス別 売上高	インサイトドリブン	478	492	13 (2.8%)	インサイトの創出につながる調査需要は堅調に推移
		カスタマードリブン	894	859	▲34 (▲3.9%)	前期スポットで受託した大型案件による影響や円高、原料高などによる予算引き締め等の影響により減収
		デジタルマーケティング PR	323	420	97 (30.0%)	マーケティングリサーチからマーケティング施策の連動が機能し増収
		カスタマーサクセス その他	555	503	▲51 (▲9.4%)	子会社Zeroにかかる売上高が減少
単体	主要 KPI	マーケティングコンサルタント (人)	36	37	1 (2.8%)	微増
		取引社数(社)	772	742	▲30 (▲3.9%)	新規獲得が計画を下回ったことにより減少
		顧客単価(万円)	267	289	22 (8.2%)	既存顧客へのアップセル・クロスセルによって顧客単価増加

※サービス別売上高は連結、主要KPIは単体の数値

# 貸借対照表サマリー

自己株式取得や差入保証金などにより固定資産が増加して流動資産が減少しました。  
負債においては短期借入金が減少し、長期借入金が増加いたしました。

(百万円)	2022/9期	2023/9期	増減額
流動資産	1,084	873	▲210
現預金	709	498	▲210
売掛金	283	278	8
固定資産	275	502	227
資産合計	1,359	1,376	16
流動負債	715	466	▲249
固定負債	121	257	135
負債合計	837	723	▲113
純資産	522	652	130
負債・純資産合計	1,359	1,376	16

リリース日	該当四半期	タイトル	詳細
2023年9月29日	4Q	「SNSダイレクトマーケティング」サービス提供開始のお知らせ	P13
2023年9月27日	4Q	株式会社ママスクエアとの協業開始のお知らせ	P13
2023年7月18日	4Q	「ChatGPT」マーケティングリサーチ業務への活用開始のお知らせ	P12
2023年7月4日	4Q	「インサイト・ドリブンPR」サービス提供開始のお知らせ	P12
2023年6月2日	3Q	「日本パブリックリレーションズ協会」正会員登録のお知らせ	<a href="#">別途資料</a>
2023年4月24日	3Q	社会貢献ができるアンケートサイト「アイリサーチ」リニューアルのお知らせ	<a href="#">別途資料</a>
2023年4月10日	3Q	「ミステリーチャット」サービス提供開始のお知らせ	<a href="#">別途資料</a>
2023年3月30日	2Q	「エボクトセット調査一挙公開」のお知らせ	<a href="#">別途資料</a>
2023年3月23日	2Q	「セルフ薬機法チェックβ版」リリースのお知らせ	<a href="#">別途資料</a>
2023年3月15日	2Q	「ChatGPTをはじめとする汎用型 AI 作成記事の薬機法・景表法チェック & リライト」サービス提供開始のお知らせ	<a href="#">別途資料</a>
2023年1月31日	2Q	「バリューベースプライシングリサーチ」サービス提供開始のお知らせ	<a href="#">別途資料</a>
2023年1月18日	2Q	Data Lab 株式会社との業務提携契約締結に関するお知らせ	<a href="#">別途資料</a>
2022年11月29日	1Q	自己株式の取得結果及び取得終了に関するお知らせ	<a href="#">別途資料</a>

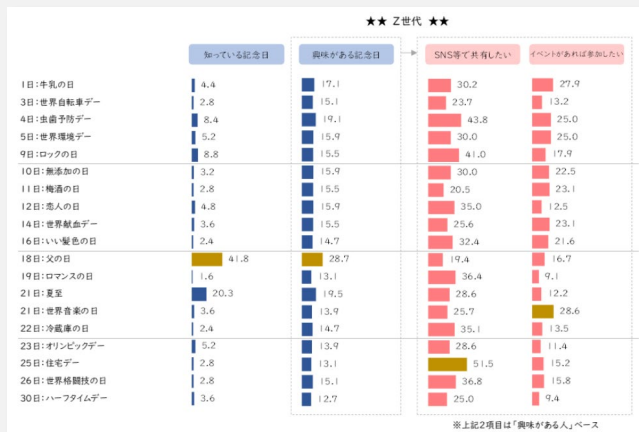
当第4四半期でのトピックスは以下の通りです。

## 「インサイト・ドリブンPR」サービス提供開始のお知らせ

(2023年7月4日リリース)

- ① 2,450万人(※)のパネルネットワークを活かしたインサイトリサーチャーが取り組む信頼性の高い調査
- ② 独自のモーメント調査から適切かつ効果的なPR実施時期を提案
- ③ メディアインサイトに基づいた調査テーマの設定
- ④ PR戦略立案からメディアプロモート活動までワンストップで提供

### 【6月の調査結果一部抜粋】



今までのマーケティングリサーチで培ってきた豊富な調査実績を背景に、独自でモーメント(催事や記念日など)に関する調査を実施。これにより、生活者が寄せる興味などの結果を踏まえて、PRテーマの設定から効果的な実施時期の提案まで戦略立案することが可能に。

## 「ChatGPT」マーケティングリサーチ業務への活用開始のお知らせ

(2023年7月18日リリース)

### ● 2023年4月にChatGPTの研究会を発足

【ナレッジ共有化のための取り組み】

- ① 業務ごとにプロンプトの型作り
- ② 活用すべきプラグインの整理
- ③ Code Interpreterの活用シーンの整理
- ④ ChatGPT等生成系AIに関するコラム執筆・ウェビナー登壇

### ● リサーチャーの作業工程「情報整理、データ分析業務等」を大幅に削減

【例:1万件の自由回答のアフターコーディング】



※ ネオマーケティングが運営するアンケート会員組織「アイリサーチ」と提携パートナーのネットワークの合計

当第4四半期でのトピックスは以下の通りです。

## 株式会社ママスクエアとの協業開始のお知らせ

(2023年9月27日リリース)



ネオマーケティングが保有するアンケートモニターでは、リサーチしづらい0歳～12歳の子どもやその親に対して、調査やサンプリングを行いやすくなる。

### 【想定される依頼内容】

商品テスト



行動観察調査



親子への  
インタビュー



商品  
サンプリング



## 「SNSダイレクトマーケティング」サービス提供開始のお知らせ

(2023年9月29日リリース)

特徴1

### ターゲット精緻な選定

希少なデモグラフィック情報や  
マイクロインフルエンサーをピンポイントで選定

特徴2

### ダイレクトコネクション

直接的なつながりにより、リサーチから  
コラボレーションまでのプロセスがスムーズに進行

特徴3

### 信頼性の高いアカウント

当社公式アカウントの立ち上げにより  
対象者との信頼関係を構築し高いレスポンス率を実現

# 通期業績予想

売上高は主力であるリサーチとPR・デジタルマーケティングの成長を見込んでおります。  
一方で翌期以降の中期的な売上拡大のために採用・育成などの人材に関する投資を積極的に行ってまいります。

(百万円)	2023/9期 実績	2024/9期 計画	増減額	増減率
売上高	2,275	2,500	224	9.9%
営業利益	311	200	▲111	▲35.8%
経常利益	313	200	▲113	▲36.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	198	140	▲58	▲29.4%

## 2023年9月期決算概要

01 会社概要

02 決算概要

## 中期経営計画(2024-2026)

**03 計画値・概要**

04 成長戦略

05 サービス概要

06 競争力の源泉

07 Appendix

Contents

売上高  
40億円

営業利益  
5億円

マーケティングコンサルタント数  
86人

取引社数  
1,270社

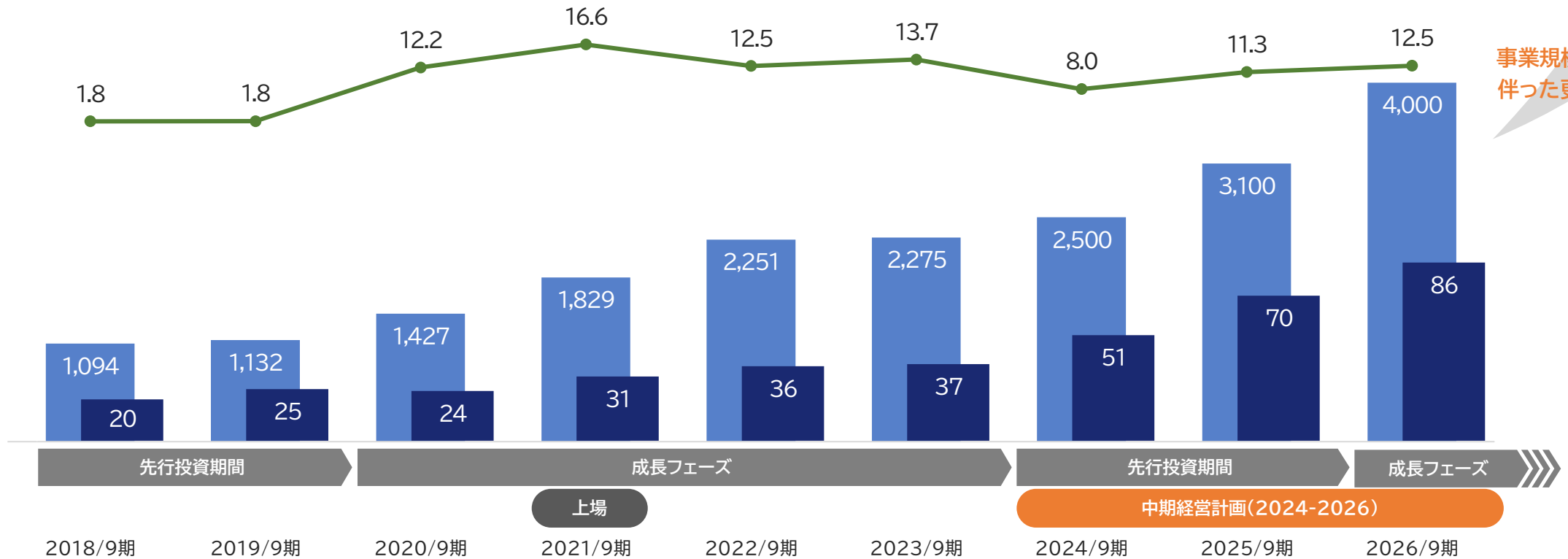
顧客単価  
300万円

※売上高・営業利益は連結、マーケティングコンサルタント数・取引社数・顧客単価は単体の数値



# 中計策定の背景と目的

■ 売上高(百万円)   ■ マーケティングコンサルタント(人)   ● 営業利益率(%)



事業規模の拡大を伴った更なる成長

- ・ マーケティング支援において一気通貫でサービスを提供するための社内体制を構築
- ・ 顧客基盤や支援実績の蓄積

- ・ 中期経営計画最終年度の2026年9年月期売上高目標を達成するために、営業人員を中心とした採用強化
- ・ 営業人員の戦力化までの期間において一時的な利益率の低下を許容

※売上高は連結、マーケティングコンサルタント数は単体の数値

# 中計目標値 PLハイライト

売上高・営業利益を増大をさせて、企業価値向上を目指し、2026/9期の営業利益5億円を目指します。

(億円)	2023/9期 実績	2024/9期 計画	2025/9期 計画	2026/9期 計画	今回中計期間 2024-2026 CAGR
売上高	2,275	2,500	3,100	4,000	26.5%
売上総利益	1,072	1,100	1,400	2,000	34.1%
利益率	47.1%	44.6%	48.3%	50.2%	-
営業利益	311	200	350	500	58.1%
利益率	13.7%	8.0%	11.3%	12.5%	-
販管費率	33.4%	36.8%	37.4%	36.6%	-
ROE	30.4%	17.7%	22.3%	24.2%	-

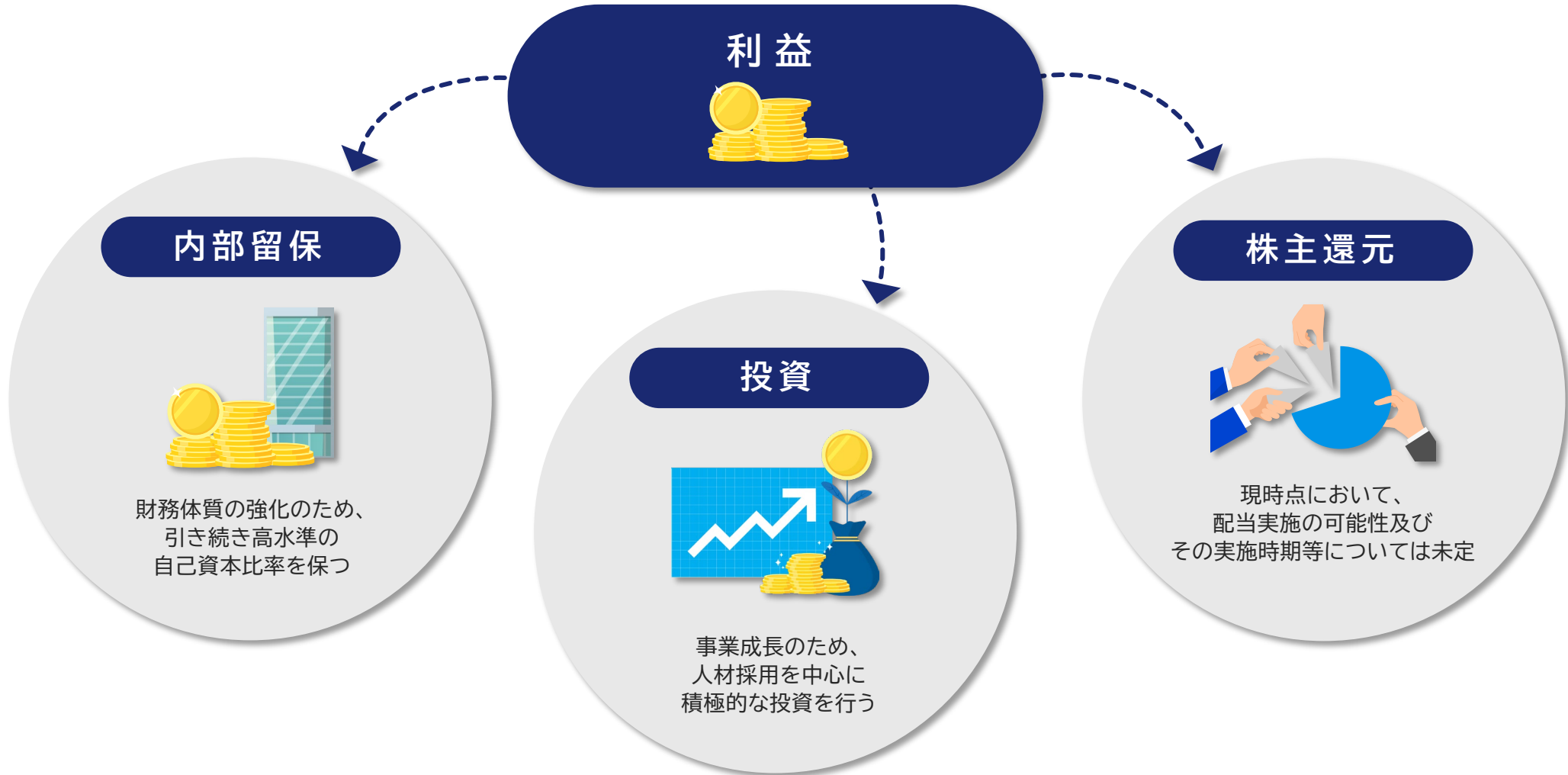
# 中計目標値 サービス別・KPI

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	512	604	801
		カスタマードリブン	859	929	1,167	1,328
		デジタルマーケティング PR	420	580	691	971
		カスタマーサクセス その他	503	479	638	900
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

当社は成長過程にあると考えており、内部留保や将来の事業展開及び経営体質の強化のための投資を行います。事業拡大を目指すことで株主に対する最大の利益還元につながると考えています。



## 2023年9月期決算概要

01 会社概要

02 決算概要

## 中期経営計画(2024-2026)

03 計画値・概要

**04 成長戦略**

05 サービス概要

06 競争力の源泉・市場環境

07 Appendix

Contents

## マーケティングコンサルタント数 増員



### コンサルタントの採用と戦力化

今回の中期経営計画期間では、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ます。リファラル採用を継続しつつ、新卒採用にも積極的に取り組み、早期戦力化のための施策を用意しています。

## 顧客数 拡大



### 対応エリアの拡大

首都圏以外のクライアント発掘のため、拠点の人員強化を計画しています。地方の優良企業にはマーケティング支援を必要としている企業が存在しています。インバウンドの引き合いを増加させる自社マーケティングも強化します。

## 顧客単価 増大

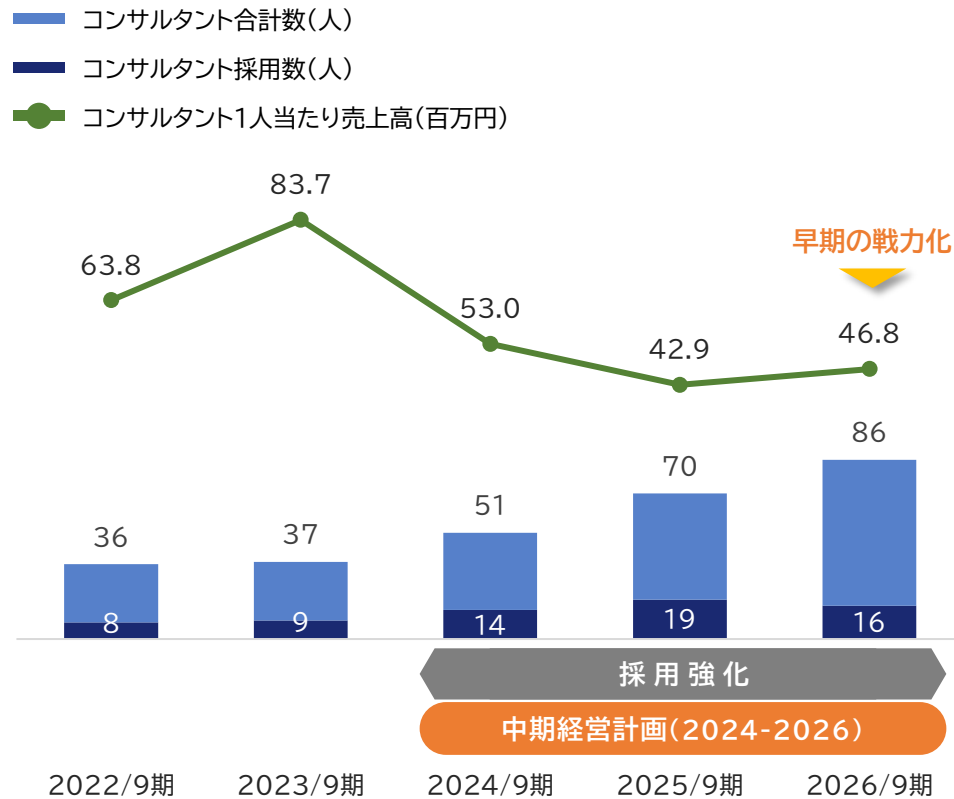


### サービスメニューの強化・拡充

既存サービスのアップセルクロスセルを積極的に行います。従来のマーケティング支援に隣接する新メニューを構築することで、クライアントとより密接な関係性を築いていきます。

当社は人材を最重要の経営リソースと位置づけており、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ます。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させ、早期の戦力化を目指します。

## マーケティングコンサルタントの採用実績と採用計画



※コンサルタント合計数・採用数・1人当たり売上高は単体の数値

## 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採用を強化し、リファラル採用を継続

### 教育体制

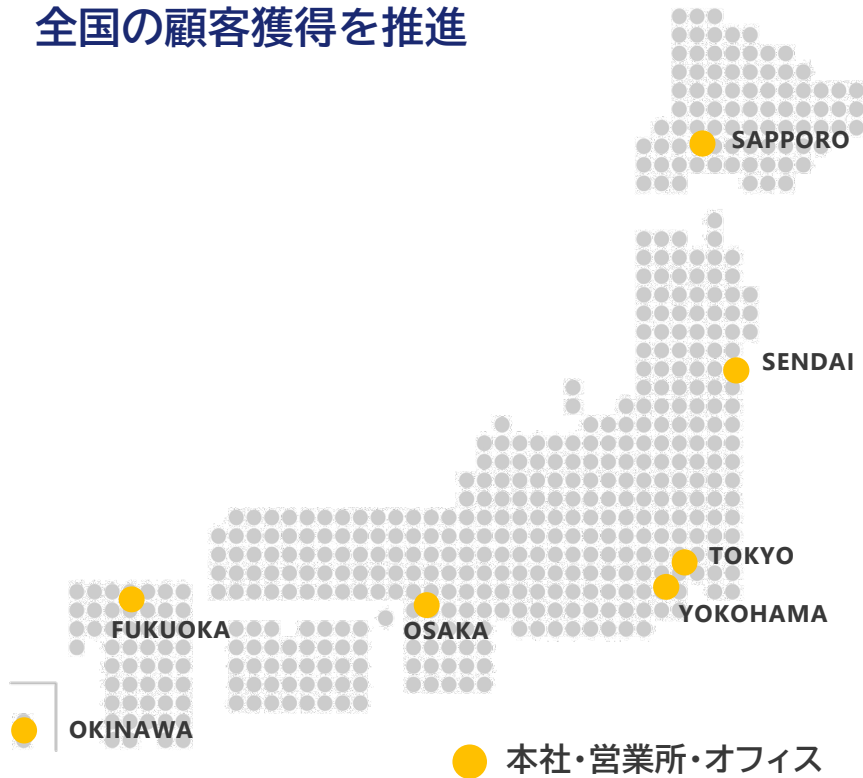
- 新卒向けの戦力化プログラム、各種研修の充実
- リテンション施策として、エンゲージメント維持管理、表彰制度等を活用
- フレックス制や選択的テレワーク、副業許可制度等の魅力的な職場環境

# 成長戦略②対応エリアの拡大(顧客数拡大)

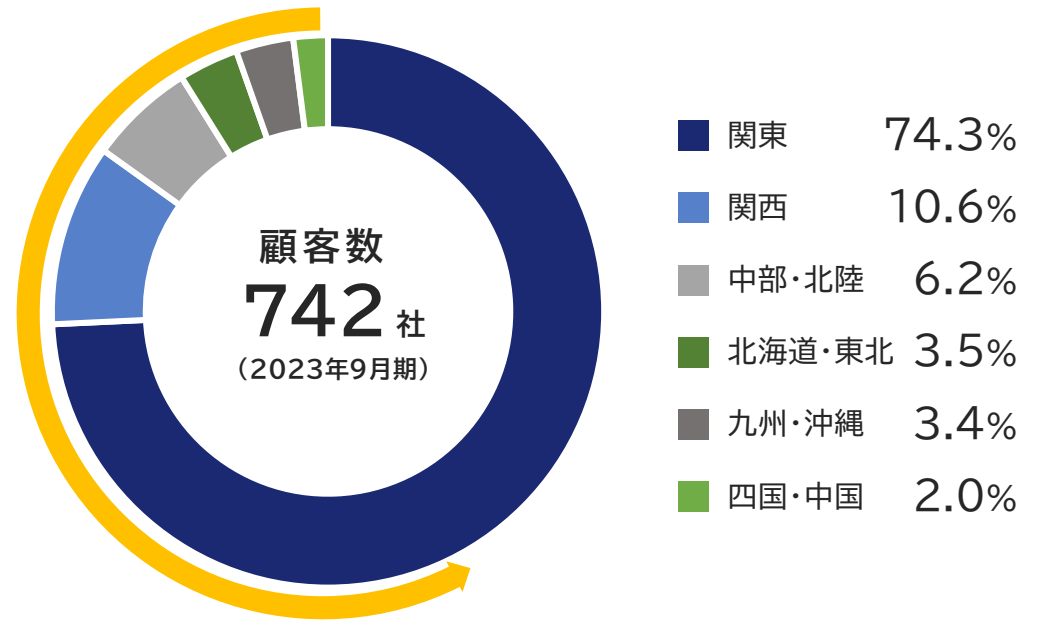
主要都市を中心として、地方企業へのサービス展開を積極的に行います。  
関東エリア外の顧客比率増加を増加することを目指します。

## 現在の拠点

### 全国の顧客獲得を推進



## エリア別・顧客割合

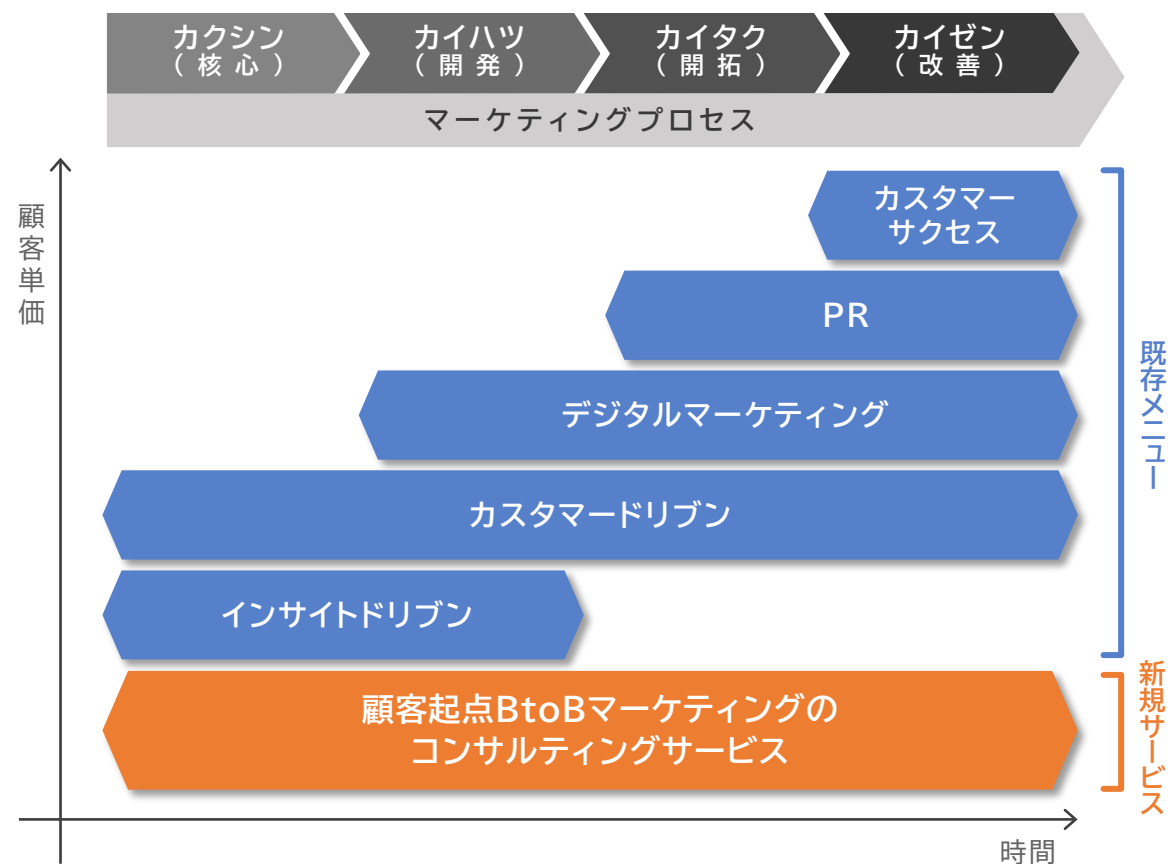


全体の顧客数を増加させながら  
関東・甲信越以外のエリアで顧客比率増加を目指す



伴走型サービスを引き続き強化していきます。  
当社自身が実行して成果をあげることができた自社マーケティングのノウハウをBtoB企業向けに提供します。

## 伴走型サービスの強化



## 新規サービスの特徴

- 1 コロナ禍においても売上を倍増させた自社マーケティングノウハウ
- 2 3,000社以上の累計取引実績から得た顧客起点の戦略立案・実行ノウハウ
- 3 コンサルティングサービスに留まらず、各種マーケティングソリューションをワンストップで提供

## 新たな取り組み一例

- CRMツール導入・運用コンサルティング
- オウンドメディア・コンサルティング



世界的CRMプラットフォームであるHubSpotの認定パートナーとしてとして活動予定

自社マーケティングで実証したナレッジを展開

2023年9月期当社オウンドメディア実績(新規問合せ) **663件**

## 2023年9月期決算概要

01 会社概要

02 決算概要

## 中期経営計画(2024-2026)

03 計画値・概要

04 成長戦略

**05 サービス概要**

06 競争力の源泉

07 Appendix

Contents

当社は単一セグメントですがサービスを4つに分類しており、顧客のマーケティングフェーズに応じたサービスを展開しています。

売上高  
**2,275** 百万円  
(2023年9月期)

インサイトドリブン 売上構成比 **21.6%** 単価帯：300-800万円

- ・「インタビュー」や「行動観察」により、無意識下に存在するインサイト（人を動かす隠れた心理）を発見し、製品やサービス開発に活用するサービス

カスタマードリブン 売上構成比 **37.8%** 単価帯：40-70万円

- ・収集されたデータを数値化し、顧客セグメントを明確化にすることによりマーケティング施策に活かせるアウトプットを出すサービス

デジタルマーケティング・PR 売上構成比 **18.5%** デジタルマーケティング単価帯：50-200万円  
PR単価帯：200-500万円

- ・Web広告に関する戦略立案から作成、運用、効果検証まで一貫したコミュニケーション戦略を設計・実行するサービス
- ・認知拡大・ブランディングが目的のPR支援サービス

カスタマーサクセス  
その他 売上構成比 **22.1%** 単価帯：50-100万円

- ・クライアントのお客様に、長くサービスを利用いただけるようサポートするサービス。例えばサブスクリプションモデルの課金ユーザー離脱防止プログラム等を実施。

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。



# 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2,450万人(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

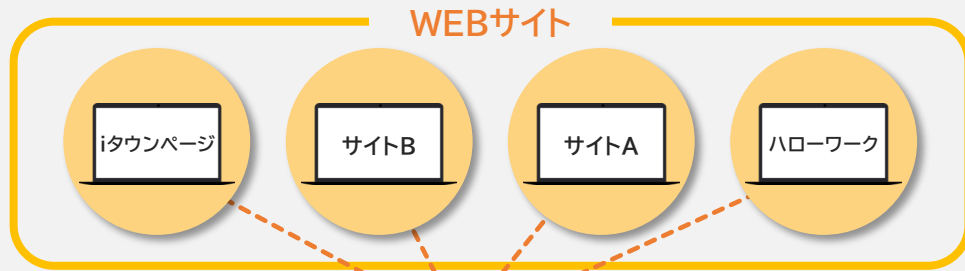
項目	詳細
スマホ・WEB アンケート	・ 選択肢に対してアンケート回答
グループ・オンラインインタビュー	・ 商品やサービスについて自由なディスカッション
会場・訪問・電話 郵送・調査	・ 試作品や試飲等の調査
ホームユーステスト	・ 自宅で商品を使用した調査

## ソルパネのサービス 一例

項目	詳細
アウトソーシング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ データ入力</li> <li>・ 月末の提携業務依頼</li> <li>・ 自社看板撮影</li> <li>・ 交通広告写真撮影</li> </ul>
フィールドリサーチ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 覆面調査</li> <li>・ 店頭調査</li> </ul>
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

セールスに活用できる600万件以上の企業情報を地域・業種別に自動でリスト化が可能。  
郵送DMやFAXサービスも展開しています。

## Urizo ウリゾウ 企業リスト作成ツールの決定版



最新の情報を地域・業種別にリスト化  
企業情報リスト自動収集ツール

### 料金体系

Urizoのご利用には初期費用と月額費用がかかります。  
オプション費用はご希望のお客様のみ必要です。  
スーパープレミアムコースの方は食べログ全項目取得  
オプションを無料でご利用いただけます。

初期費用 5,500円  
(初月のみ)

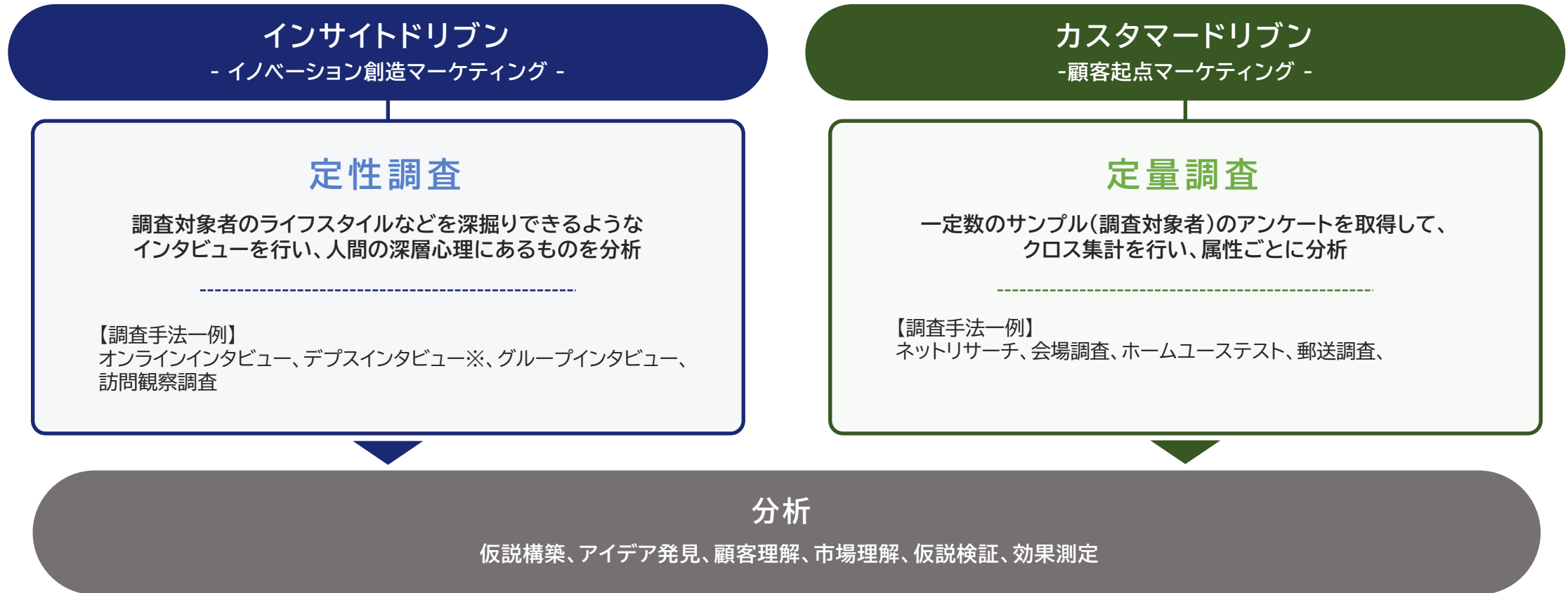
+

月額費用 9,900円~  
(コース毎に異なります)

+

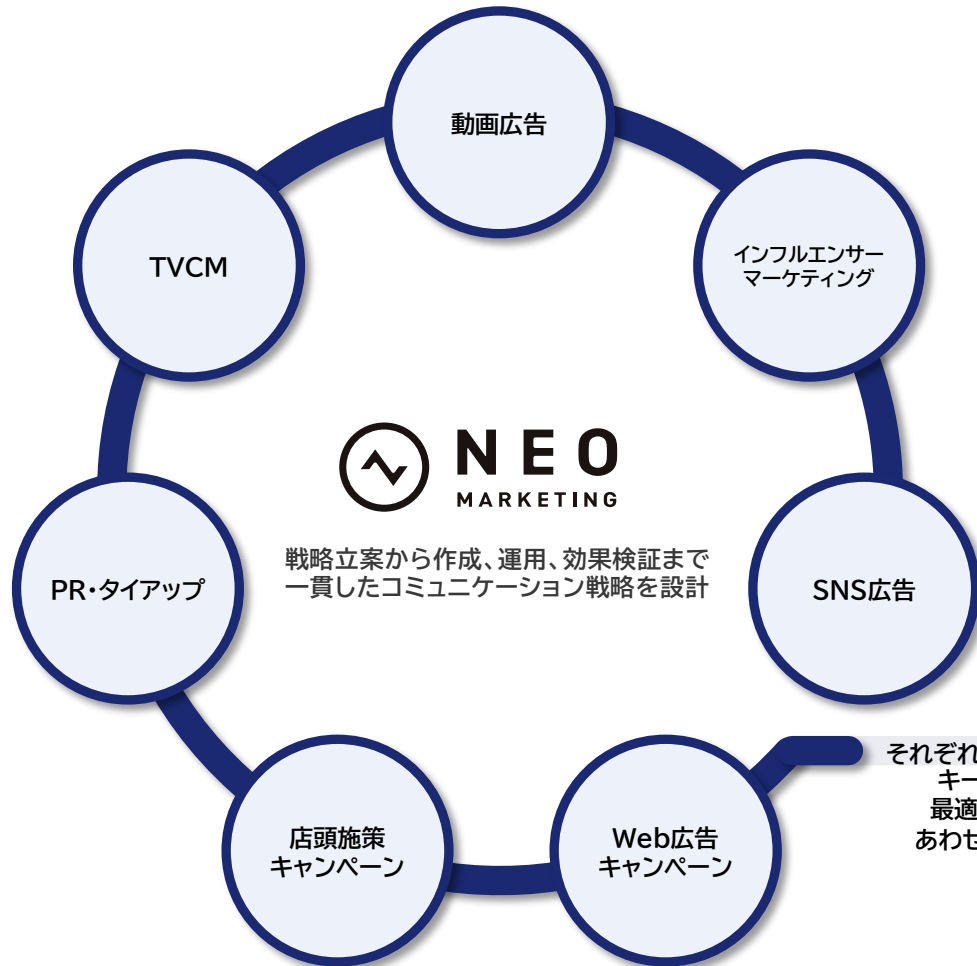
オプション費用  
(必要に応じて)

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。

取引先はメーカー企業にとどまらず、広告代理店やシンクタンクなど、幅広いクライアントとの関係を構築しています。

## メーカー企業を中心とした様々な業界

大手メーカーから中小・中堅メーカー企業まで幅広い顧客層へ  
商品開発から販売戦略まで幅広いマーケティング支援で  
継続的に商品やサービスが売れる仕組みを構築

【クライアント業界例】

家電

食品

飲料

化粧品

日用品

ゲーム

アミューズメント

保険

アパレル

スポーツ

自動車

その他

## その他のクライアント

### 広告代理店・PR会社

エンドクライアントのメーカー企業の共同商品開発支援、  
広告効果測定などの効果検証の実施

### シンクタンク

研究開発に伴う一般消費者向け調査の実施とデータ収集の支援

### 官公庁

政策に対する民意調査、統計調査の実施

### 地方自治体

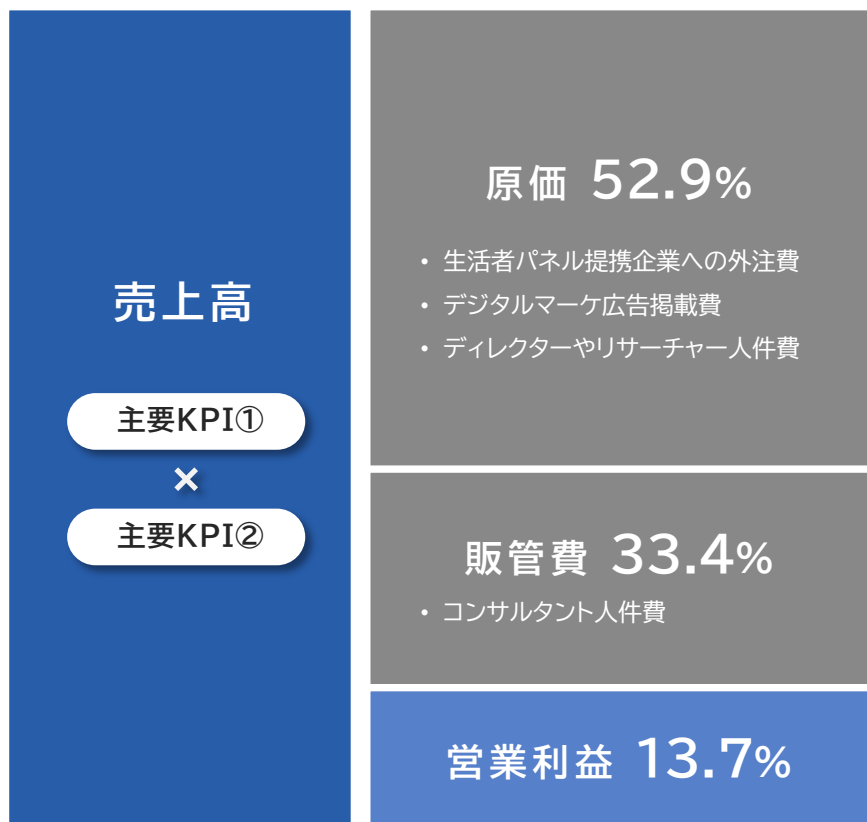
地方政策の浸透把握や、観光誘致策実行の支援

### 大学など

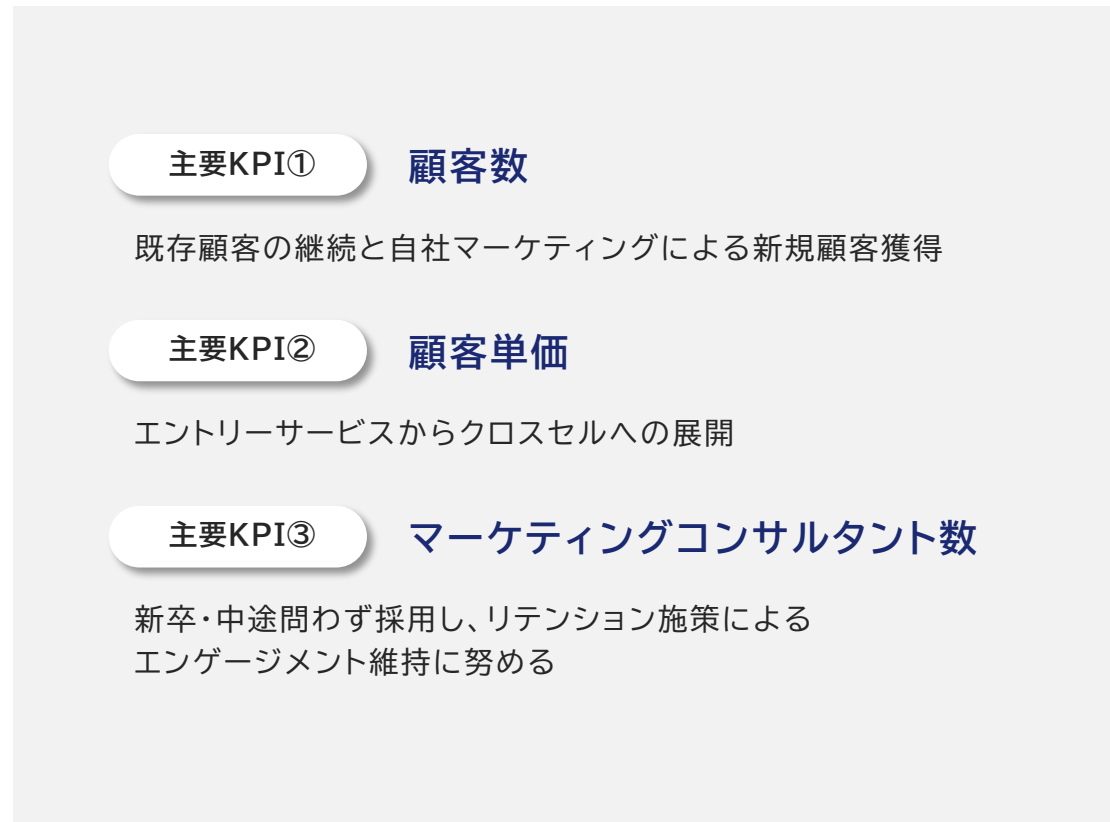
研究に伴う一般消費者向け調査の実施とデータ収集支援

当社の主要KPIは「顧客数」「顧客単価」「マーケティングコンサルタント数」です。  
各KPIを適切に管理しながらトップラインの拡大を目指します。

## 2023年9月期 収益構造概要



## 当社主要KPI



## 2023年9月期決算概要

01 会社概要

02 決算概要

## 中期経営計画(2024-2026)

03 計画値・概要

04 成長戦略

05 サービス概要

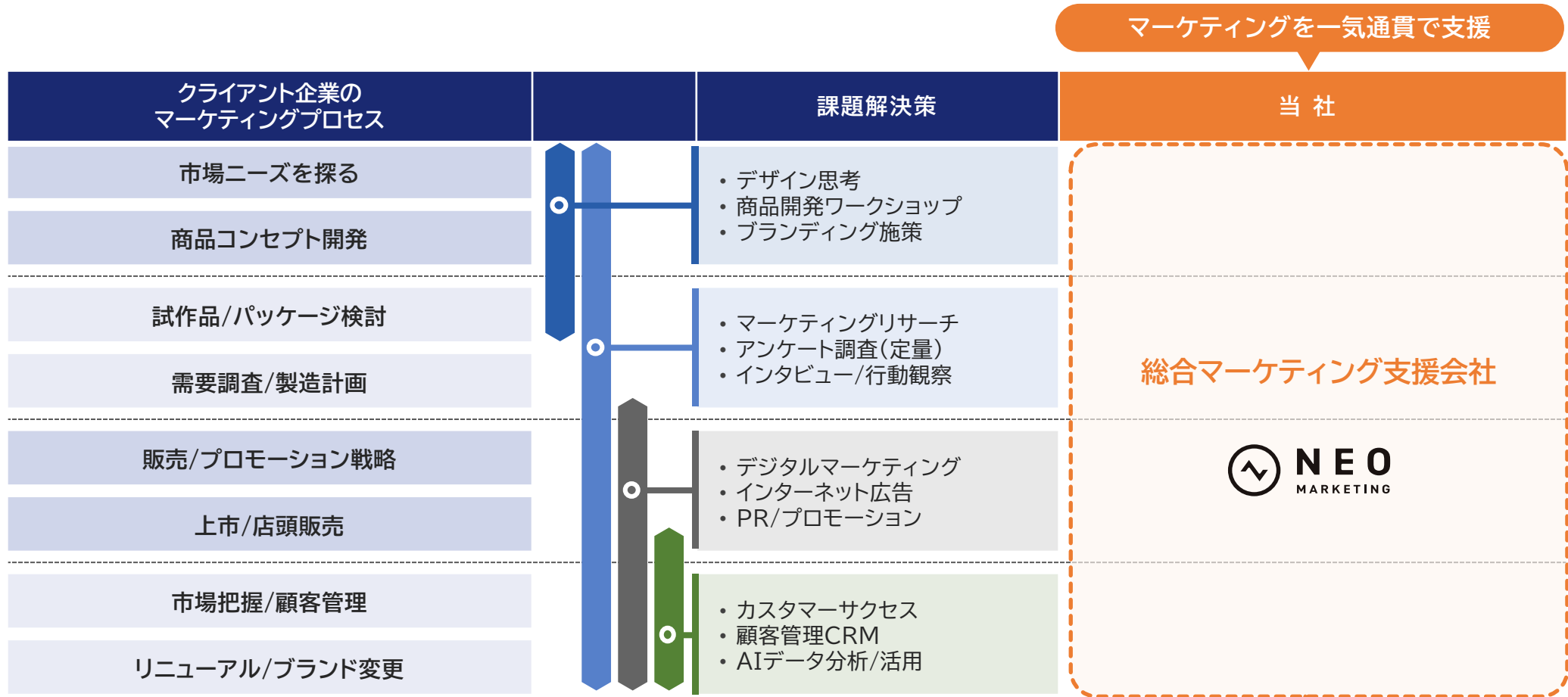
**06 競争力の源泉**

07 Appendix

Contents

# 競争力の源泉①マーケティング支援を一気通貫で支援

顧客のマーケティングプロセスにおける段階ごとに課題に応じた、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。

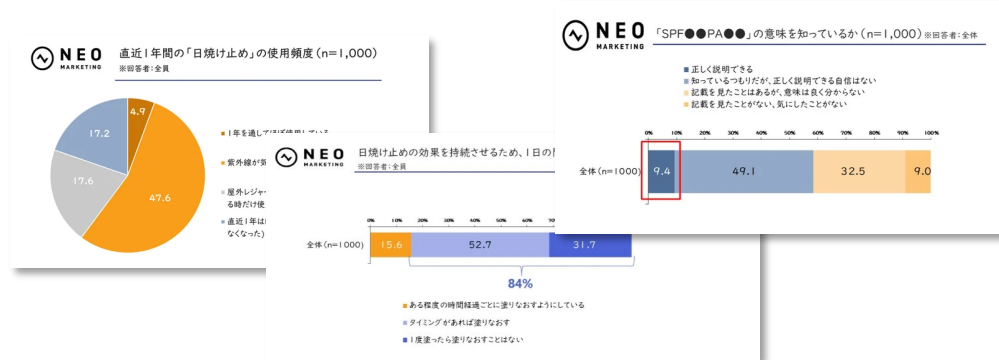
## 市場調査レポート・データ

累計レポート本数  
約**158**本  
(2015年3月～2023年10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。



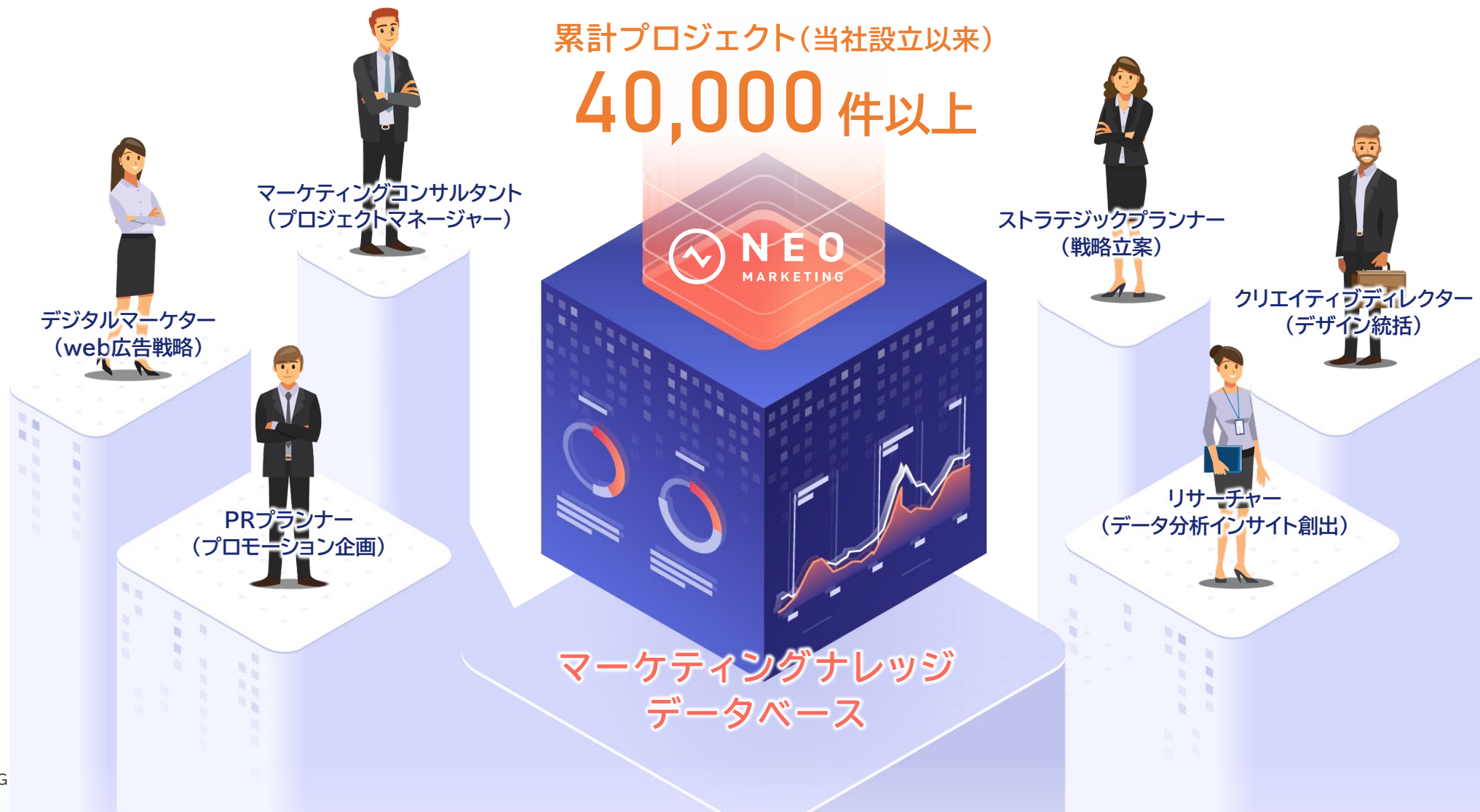
## リード件数の獲得

リード件数 **5,735**件 (2023年9月期)

- 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

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。



## 2023年9月期決算概要

01 会社概要

02 決算概要

## 中期経営計画(2024-2026)

03 計画値・概要

04 成長戦略

05 サービス概要

06 競争力の源泉・市場環境

**07 Appendix**

Contents





※写真左より

		企業経営 経営戦略	営業 マーケティング	法務 リスク管理	人事・労務 人材開発	財務 会計	IT テクノロジー
01	代表取締役 橋本 光伸	●	●				
02	取締役 荒池 和史	●	●				●
03	取締役 森田 尚希			●	●	●	
04	社外取締役 監査等委員 藤元 拓志			●		●	
05	社外取締役 監査等委員 原島 茂雄	●				●	
06	社外取締役 監査等委員 中川 達也			●	●		

# マーケティング関連市場規模(TAM)

拡大傾向にあるマーケティング関連市場において、既存顧客基盤および見込顧客に対して当社の生活者起点による一連のマーケティング施策を展開することにより、TAM(Total Addressable Market)は2兆8,870億円に拡大。

**TAM**  
**28,870** 億円

※1出所:電通 2022年日本の広告費 インターネット広告媒体費  
※2出所:日本マーケティング・リサーチ協会 2022年度経營業務統計実態調査  
※3出所:日本パブリック・リレーションズ協会 2022年度PR業実態調査

インターネット広告市場 ※1

**24,801** 億円

マーケティング  
リサーチ市場 ※2

**2,590** 億円

PR市場 ※3

**1,479** 億円

## 環境



オンラインでアンケートを行うことで、使用する紙の量を大幅削減

## 社会



アンケートモニターサイトの運営を通じて、様々な社会課題の解決  
 大学や研究機関へサービスを低価格で提供し、研究データ収集をサポート  
 自分の都合に合わせて働き、報酬を得られるプラットフォームを構築  
 保有するポイントを支援したいテーマに寄付できるプログラムの運営  
 (寄付先の1つに、子ども食堂の運営を行う「むすびえ」)

## 企業統治



社内取締役と同数の社外取締役の設置  
 社員に向けた情報セキュリティセミナーの実施  
 指名報酬委員会の設置  
 法務担当者の設置

## 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。