

2026年11月期 第2四半期決算説明資料

株式会社アスマーク
東証スタンダード (4197)

1. 2026年11月期 第2四半期業績のご報告

2026年11月期 事業方針

再成長への投資期間と位置付け、人的資本やデータ分析事業への投資で事業構造を変革し、2027年以降のV字回復と飛躍的成長による企業価値の最大化を実現する

2026年11月期 第2四半期業績

(単位：百万円)

- ・ 第2四半期（3～5月）に回復の兆しを見せ増収に転化
- ・ その中でも事業会社からの売上が復調（11%伸長）
- ・ 引き続き、外注比率が高まるとともに、人的資本投資による増員を進めたことにより減益

売上高
2,414
前年比 +1.2%

限界利益
1,603
前年比 △1.3%

営業利益
127
前年比 △48.0%

海外事業

グローバルリサーチは
前年比89.1%の減収

HR事業

HRテック事業は
前年比117.7%で順調に推移

M&A・アライアンス

- ・ リーン・ニシカタ社とのシナジー創出に向けてPMI推進中
- ・ 継続的に提携案件を検討中

- ✓ 売上高は、第2四半期累計で2,414百万円（前年同期比1.2%増）と微増で推移
- ✓ 外注比率の上昇に加え、次期成長を見据えた人的資本投資（増員）を計画通り進めた結果、営業利益は127百万円（同48.2%減）と減益
- ✓ 第2四半期累計で減益は継続しているものの、通期計画の営業利益の進捗率は63.8%

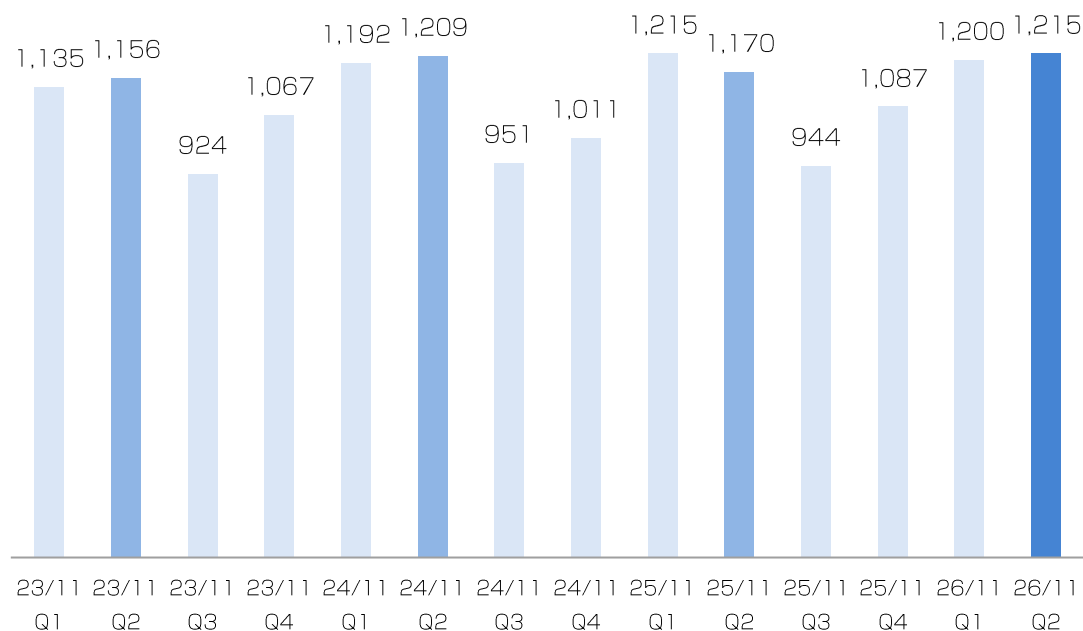
（単位：百万円）

	第2四半期会計期間 (12/1~5/31)			通期業績予想 (2026/1/14開示)	
	2025/5	2026/5	前年比	計画	達成率
売上高	2,385	2,414	101.2%	4,700	51.4%
営業利益	245	127	51.8%	200	63.5%
営業利益率	10.3%	5.3%	△5.0pt	4.3%	—
経常利益	250	134	53.6%	210	63.8%
経常利益率	10.5%	5.6%	△4.9pt	4.5%	—
当期純利益	169	82	48.5%	140	58.6%
当期純利益率	7.1%	3.4%	△3.7pt	3.0%	—

- ✓ 売上高は、第2四半期累計で2,414百万円（前年同期比1.2%増）と微増で推移
- ✓ 外注比率の上昇に加え、次期成長を見据えた人的資本投資（増員）を計画通り進めた結果、営業利益は127百万円（同48.2%減）と減益
- ✓ 第2四半期累計で減益は継続しているものの、通期計画の営業利益の進捗率は63.8%

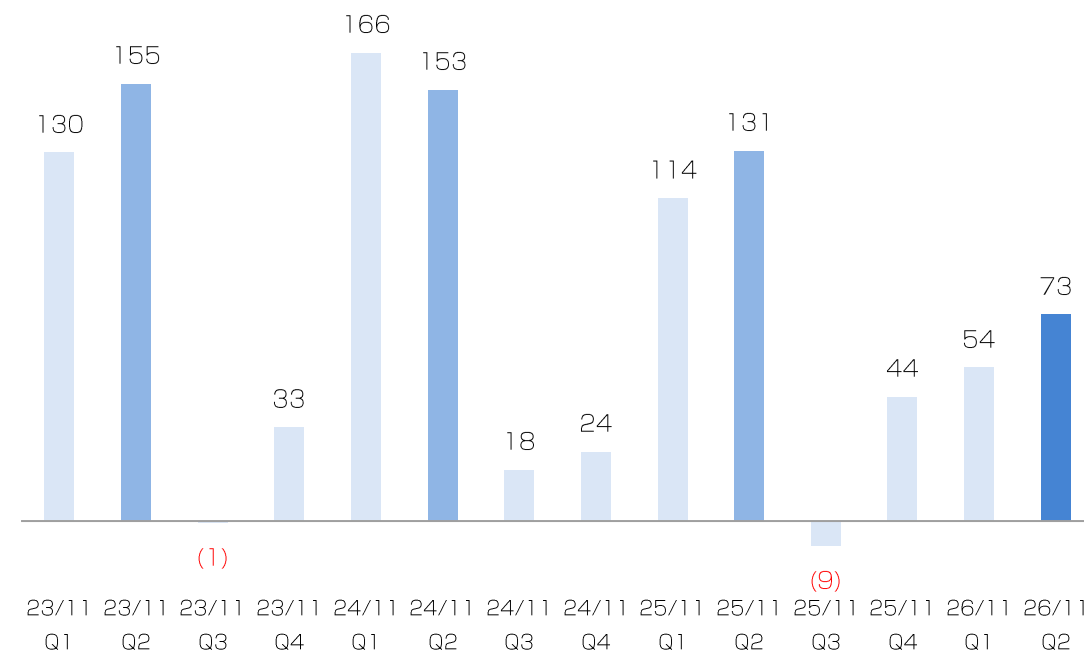
■ 売上高の推移

（単位：百万円）



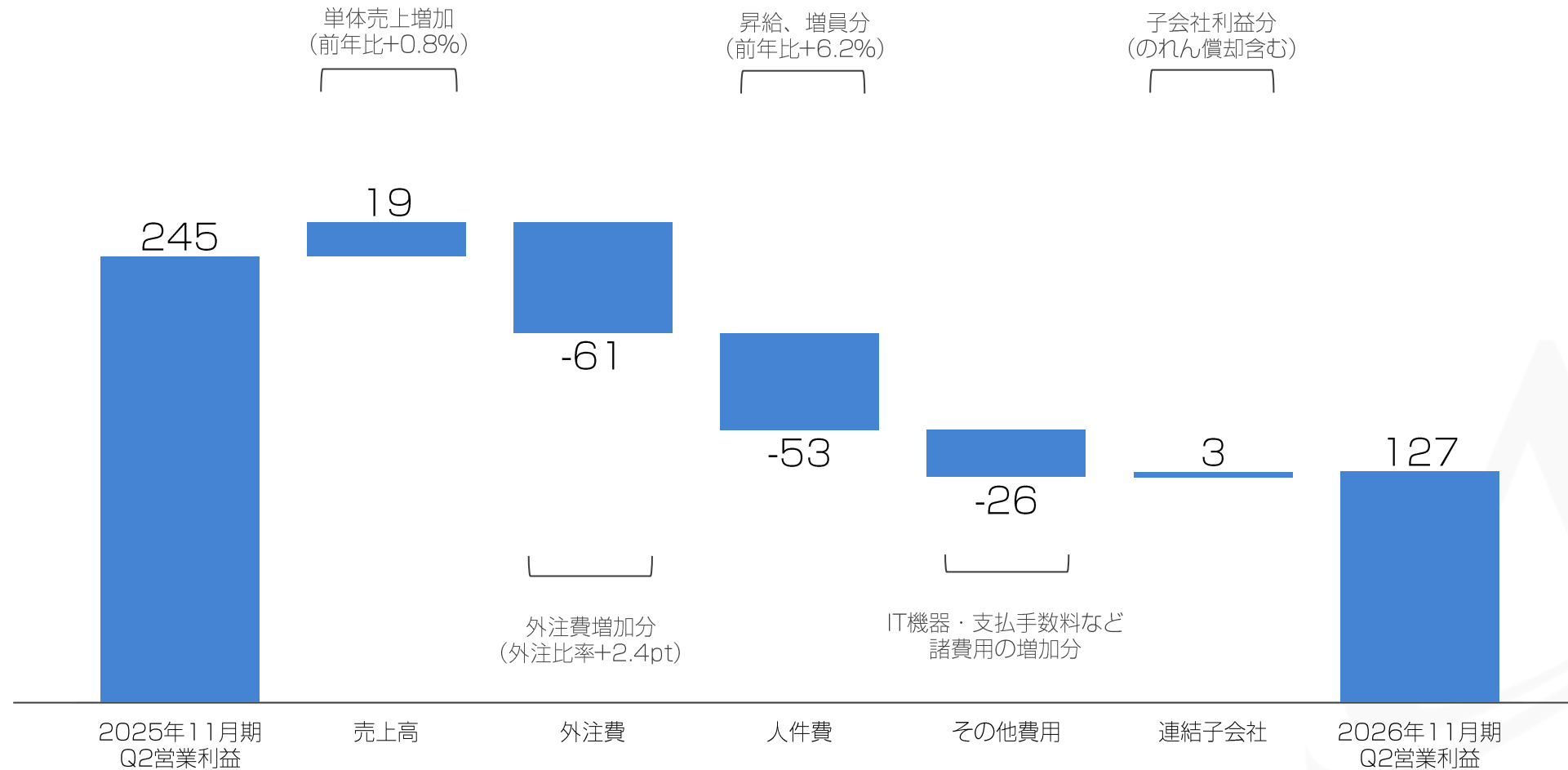
■ 営業利益の推移

（単位：百万円）

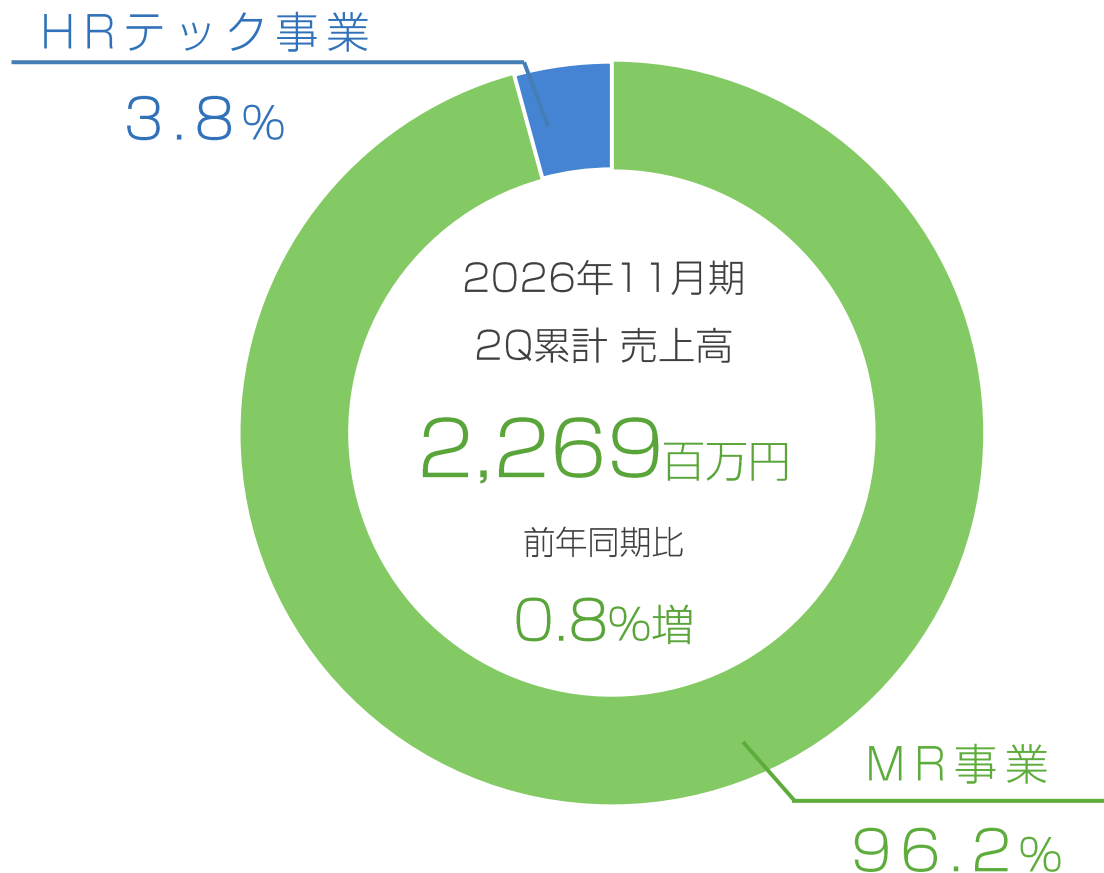


- ✓ 売上高は前年並みを維持したものの、外注費の増加（+60百万円）が響き、限界利益が減少
- ✓ さらに、中長期的な成長基盤構築に向けた人的資本投資（人件費の増加：+53百万円）を優先した結果、営業利益は前年同期から減益

（単位：百万円）



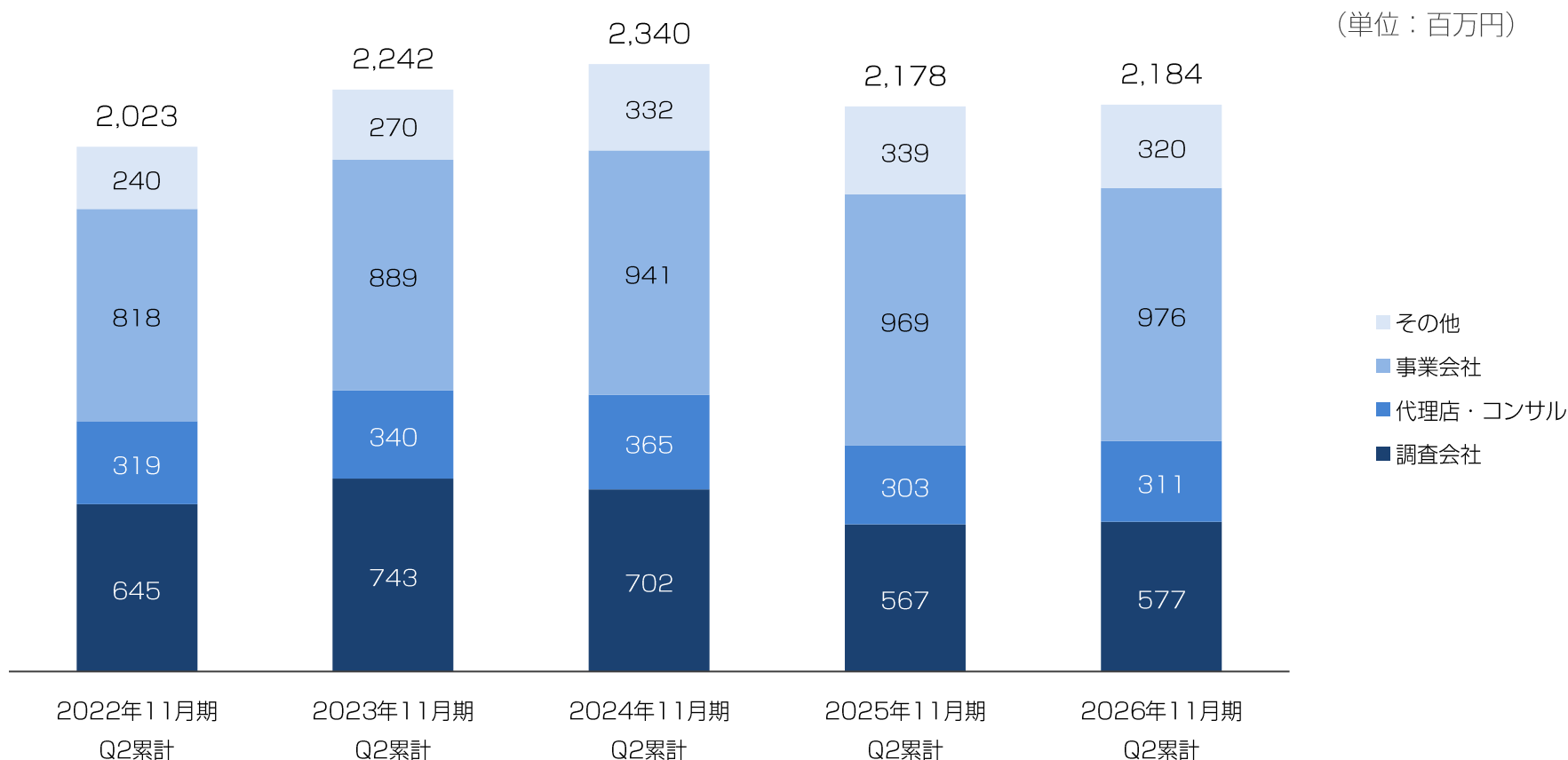
■ 事業別売上高構成比



■ 事業別売上高・前年同期比

	売上高	前年同期比
MR事業	2,184百万円	0.2%増
HRテック事業	85百万円	17.7%増

- ✓ 業界別組織体制への移行が奏功し、主力顧客である広告代理店からの売上が前年比117.6%（+20百万円）と伸長
- ✓ 飲料・嗜好品（同127.8%）も好調に推移した一方で、情報・通信や自動車・関連品などの一部業界は一時的な調整局面に



伸びた主な業界

飲料・嗜好品
+49百万円、前年比127.8%

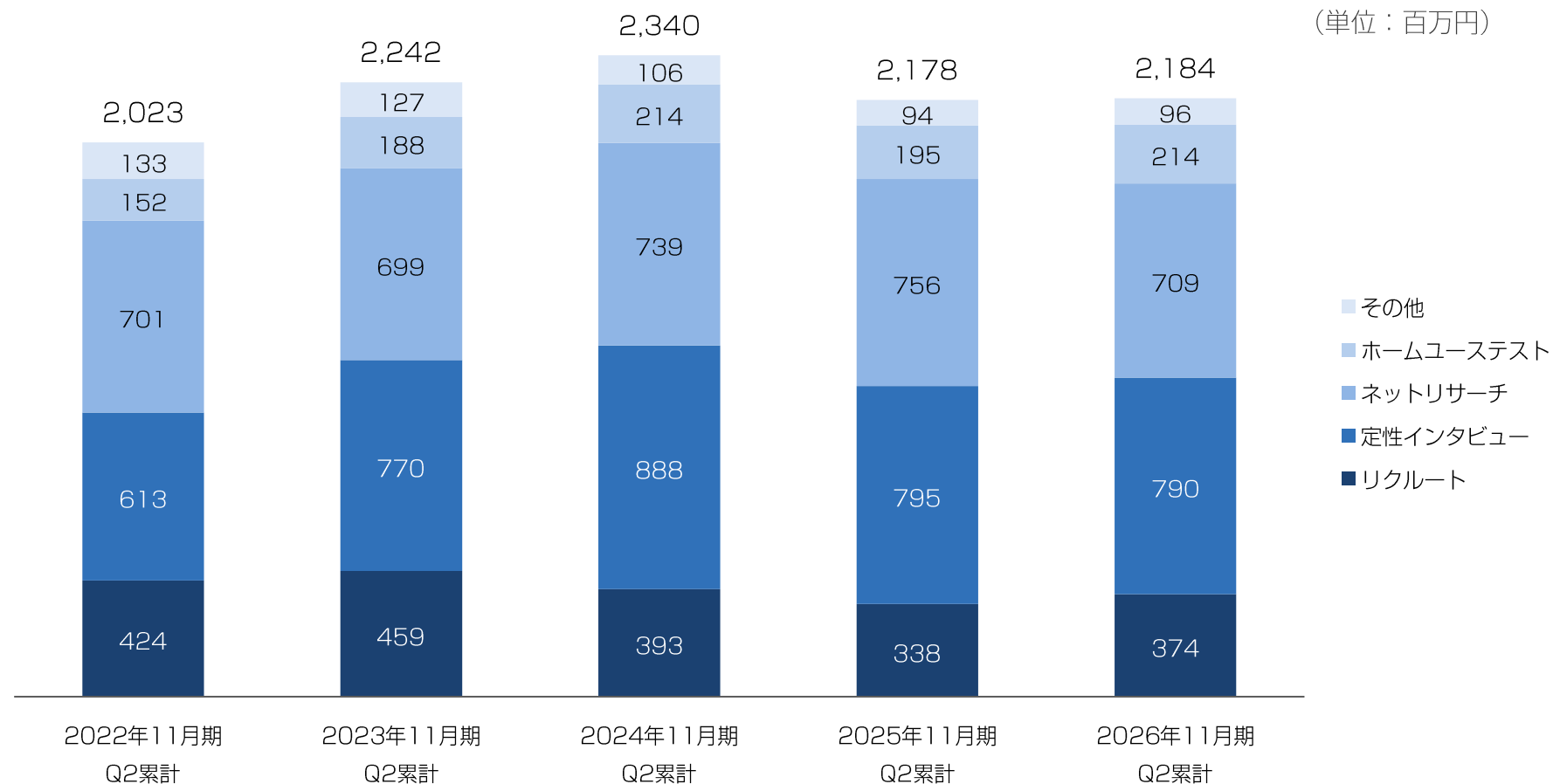
広告代理店
+20百万円、前年比117.6%

伸びなかった主な業界

自動車・関連品
△20百万円、前年比67.3%

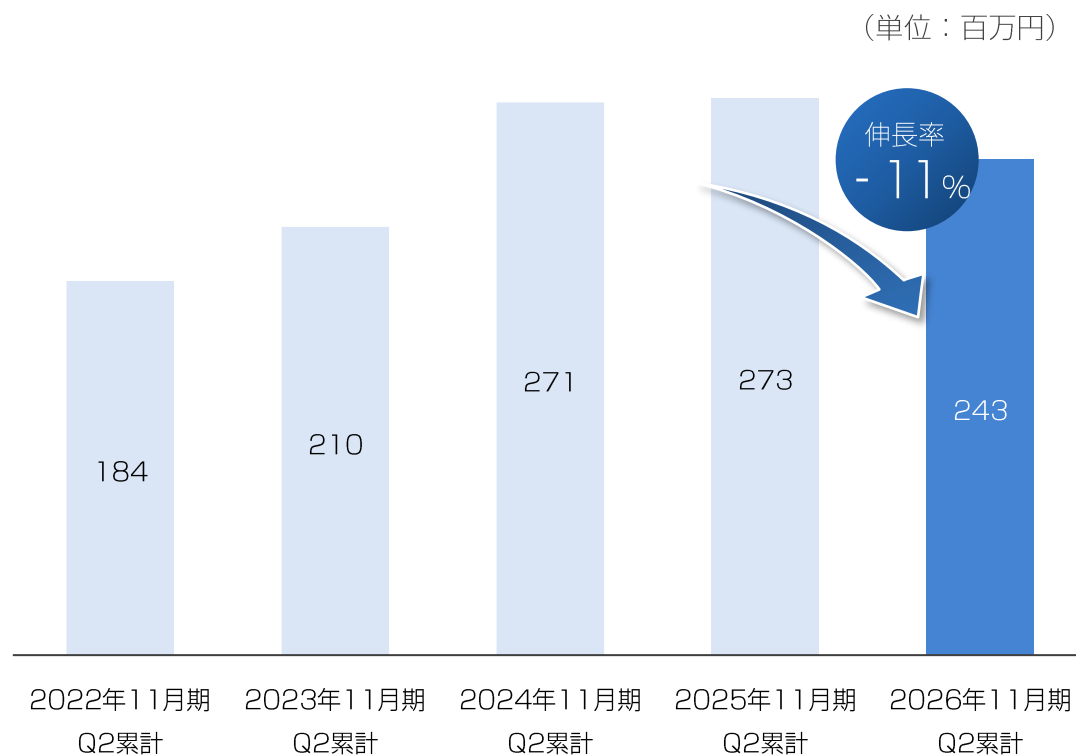
情報・通信
△16百万円、前年比88.8%

- ✓ 調査会社を中心としたリクルートサービスの需要が増加
（+36百万円、10.7%増）
- ✓ 主力のネットリサーチは、調査会社・事業会社を中心とした調査内製化の影響等により前年同期比で減収
（△46百万円、6.2%減）

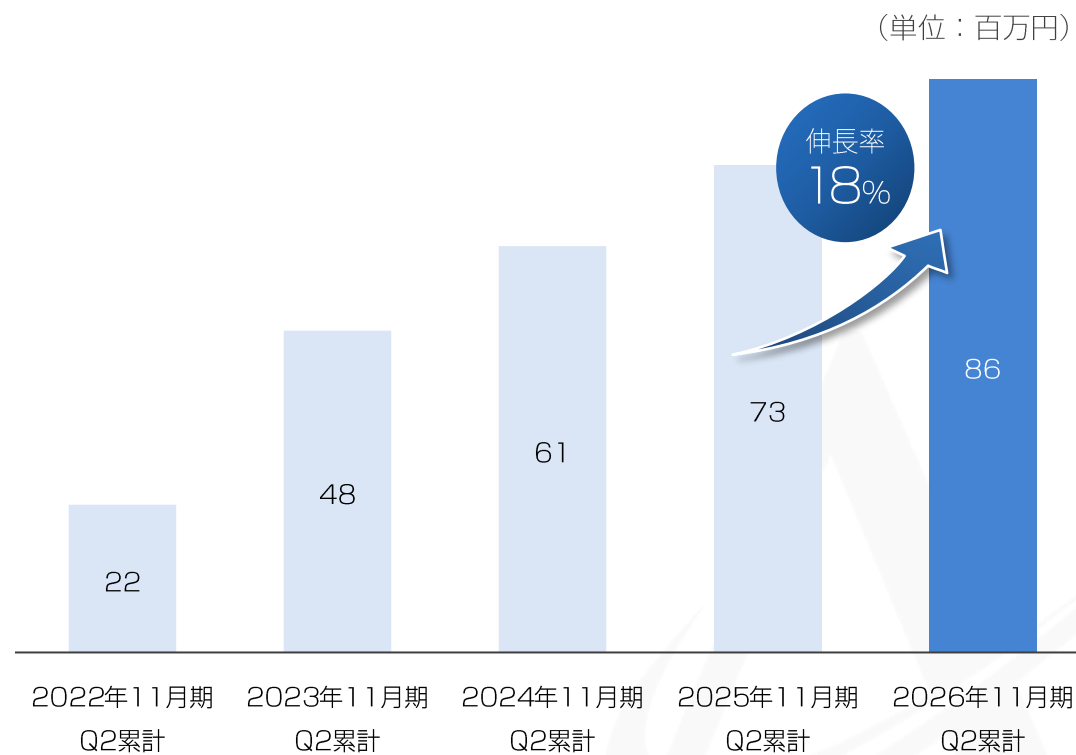


- ✓ 国内営業体制見直しを優先し、国内から海外調査をする案件獲得への営業活動が遅れた影響により海外調査が減収
- ✓ セミナー、イベント活動を通して裾野が広がりつつあり、HRテック事業売上高が前年比117.7%の成長

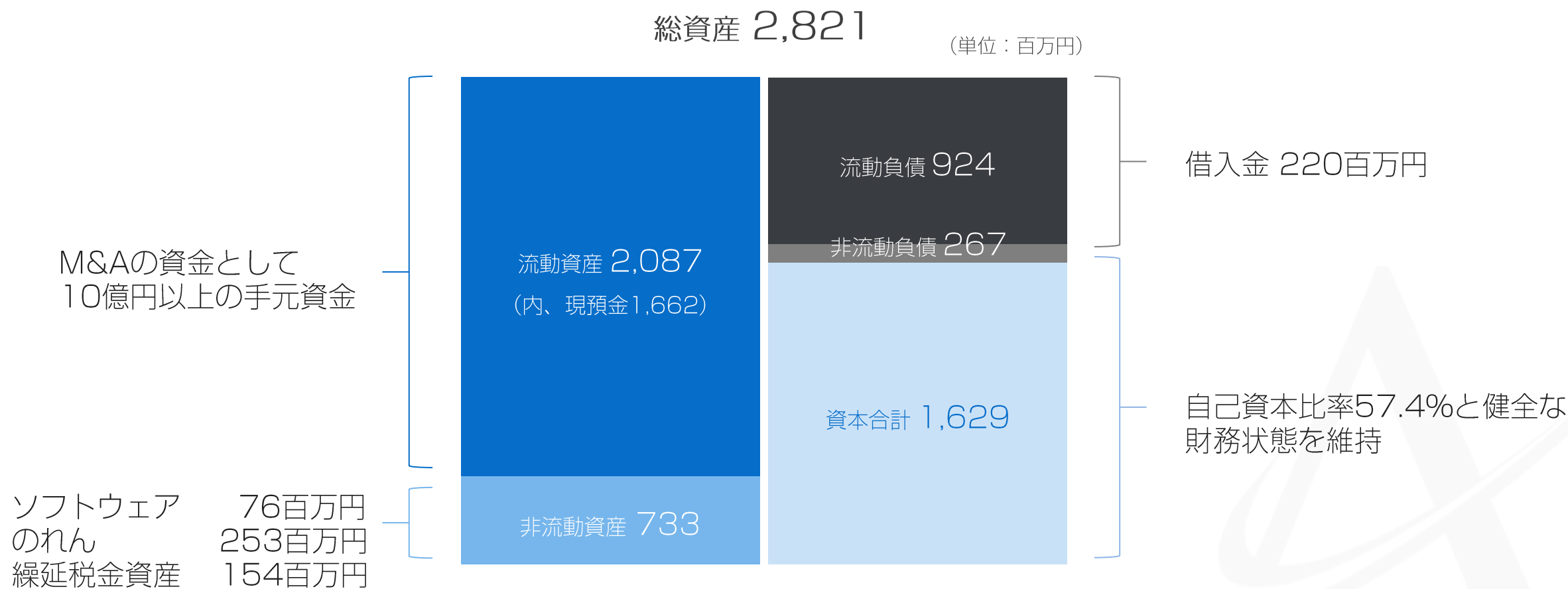
■グローバルリサーチ売上高推移



■HRテック事業売上高推移



- ✓ M&Aを見据え、デッドキャパシティ含め20億円程度の実行資金を想定
- ✓ 自己資本比率57.4%と健全な財務状態を維持



1 リサーチ事業の顧客への再深耕

引き続き、お客様起点で価値提供を最大化するため、短期的な最適化という側面ではなく、中長期での構造的な成長を見据えた変革を推進中。

2 日本発のアジア市場調査パートナーになるための海外リサーチ強化

成長市場であるアジア・太平洋地域を中心とした本格的な営業を体制強化とともに展開開始

3 データ分析事業の立ち上げ（データエージェントへの進化）

AIとデータを駆使して顧客の課題解決を能動的に代行する「データ分析事業」を新たな柱に据える

4 HRテック事業の更なる認知度向上

更なる成長を目的として、広告予算を投下しながら引き続き新規顧客を安定的に増加させる

5 M&Aおよびアライアンスの推進

水面下において継続的にM&A案件を検討中

1 リサーチ事業の顧客への再深耕

お客様起点での凡事徹底をテーマに営業体制の再構築中。
人的資本投資による採用を継続し、中長期での構造的な成長を見据えた変革を引き続き推進中。

2 日本発のアジア市場調査パートナーになるための海外リサーチ強化

第2四半期を振り返った上で、営業体制を整え直し受注獲得に向けて進捗中

3 データ分析事業の立ち上げ（データエージェントへの進化）

リーン・ニシカタ社とのPMIを進行中。データ分析事業の専任営業体制を新設。

4 HRテック事業の更なる認知度向上

現時点においては期初計画に沿った第2四半期実績。引き続き認知度向上を見据えた施策展開を継続

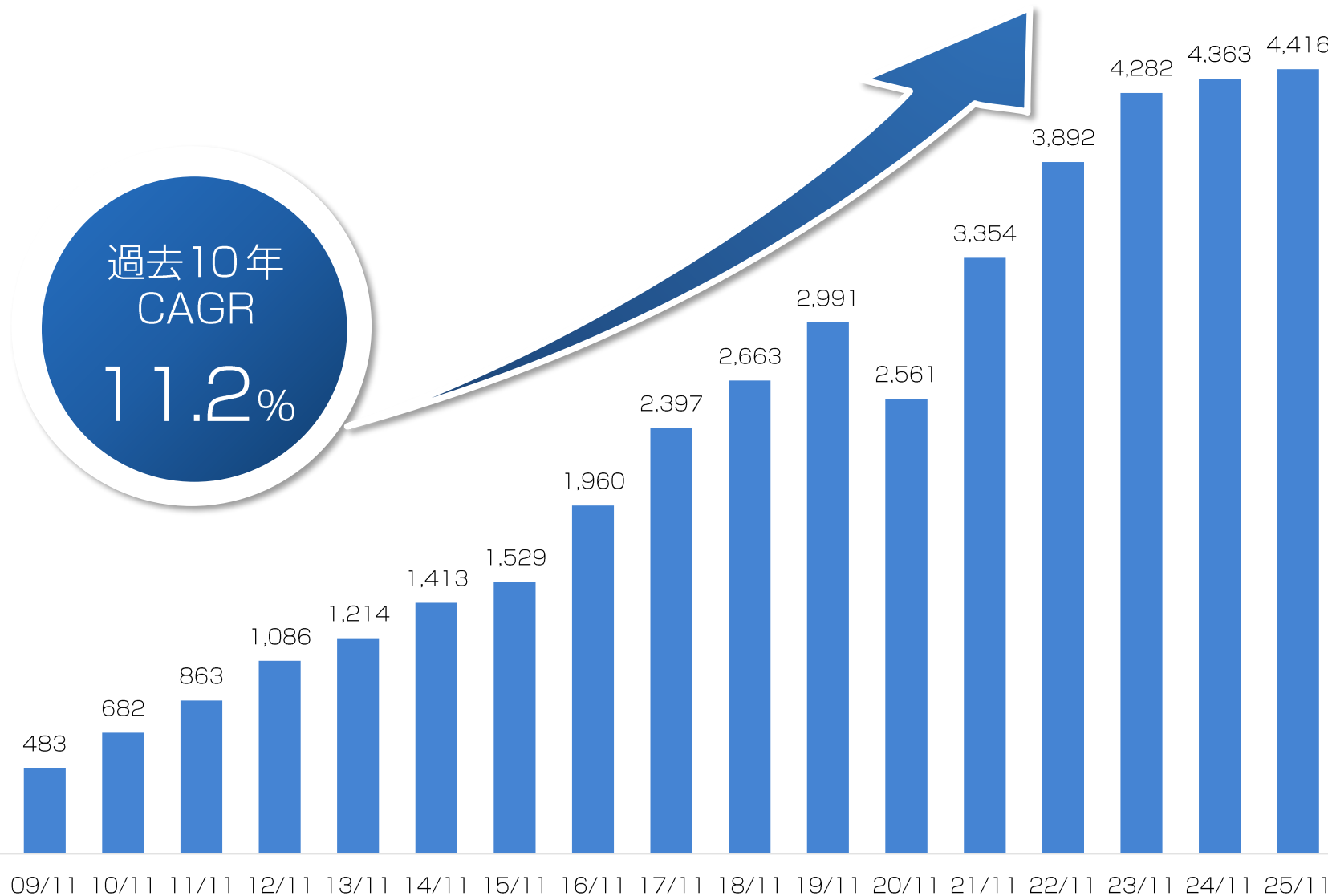
5 M&Aおよびアライアンスの推進

引き続きM&A案件を検討中

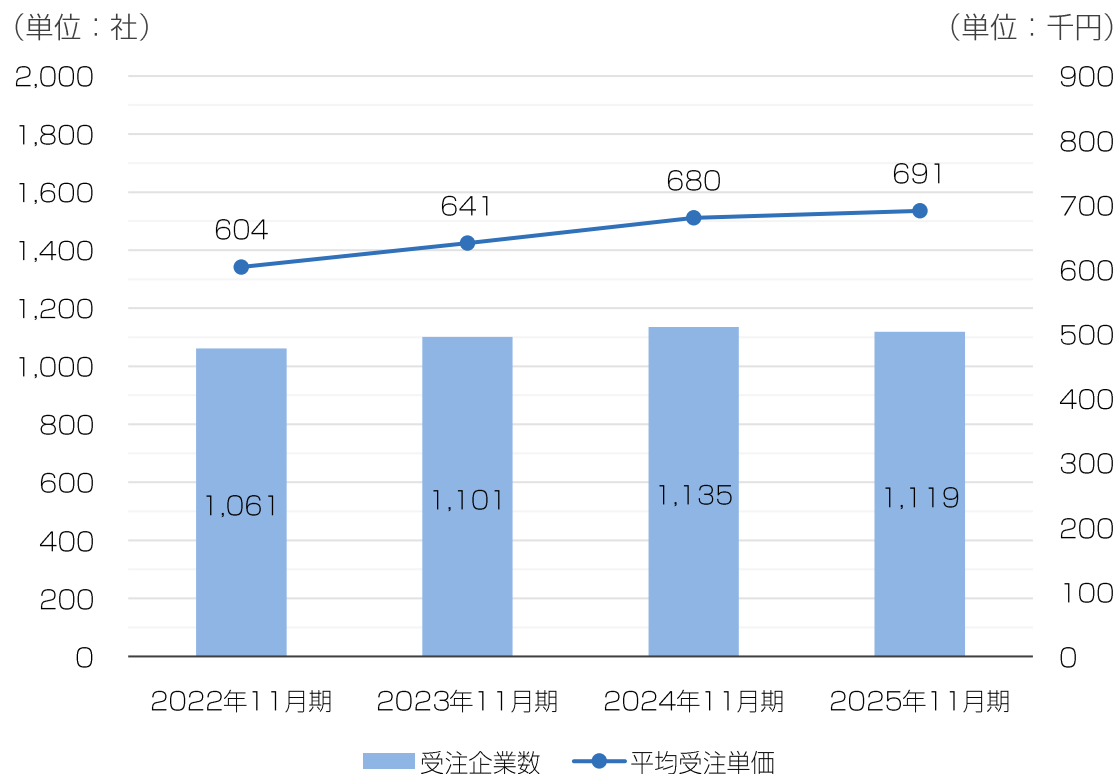


4. 参考資料（数値関連）

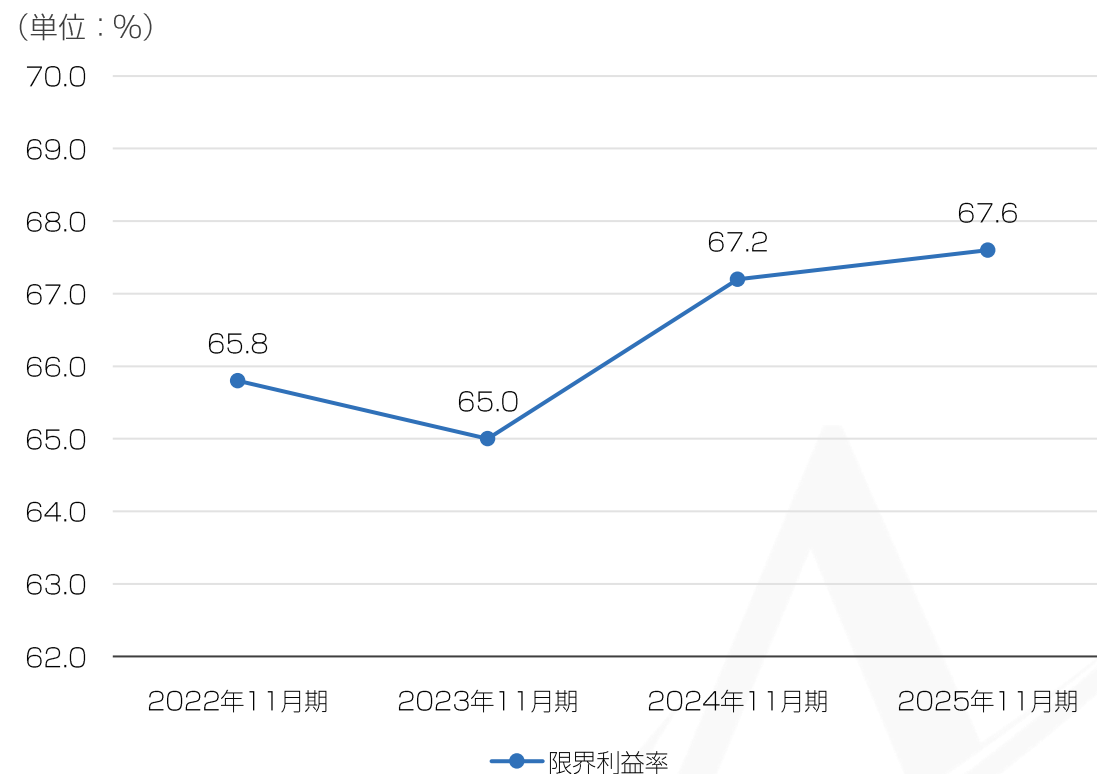
(単位：百万円)



■ 受注企業数と平均受注単価の推移

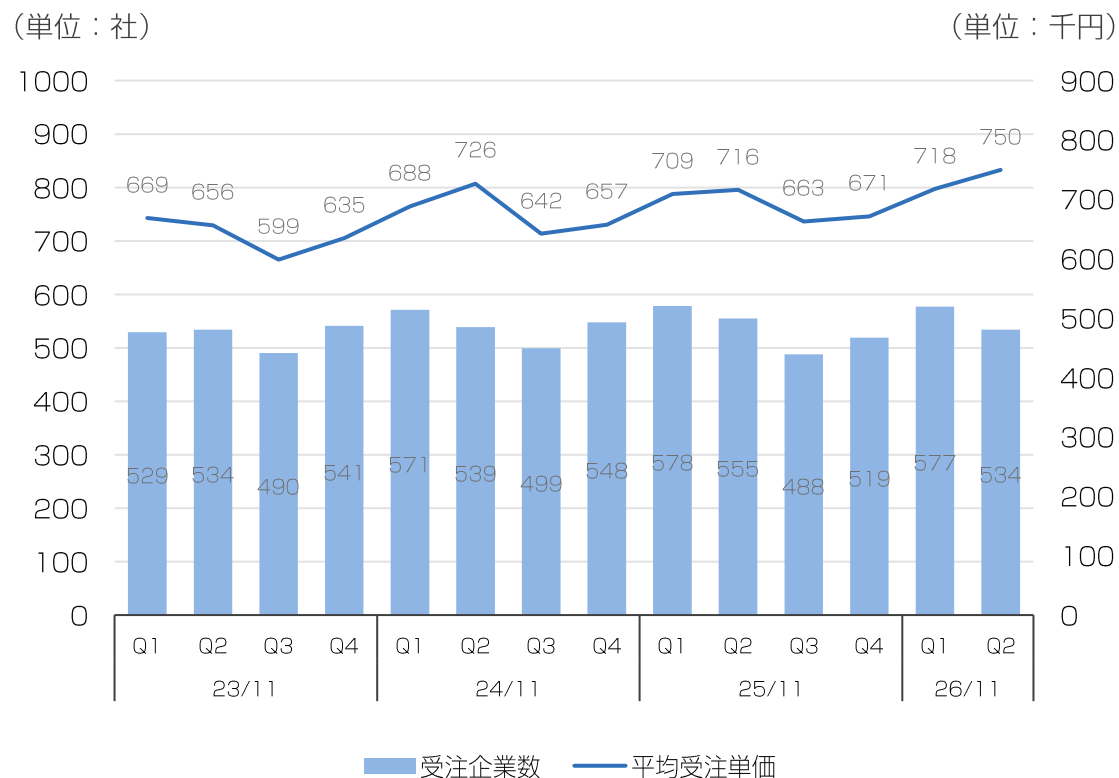


■ 限界利益率の推移

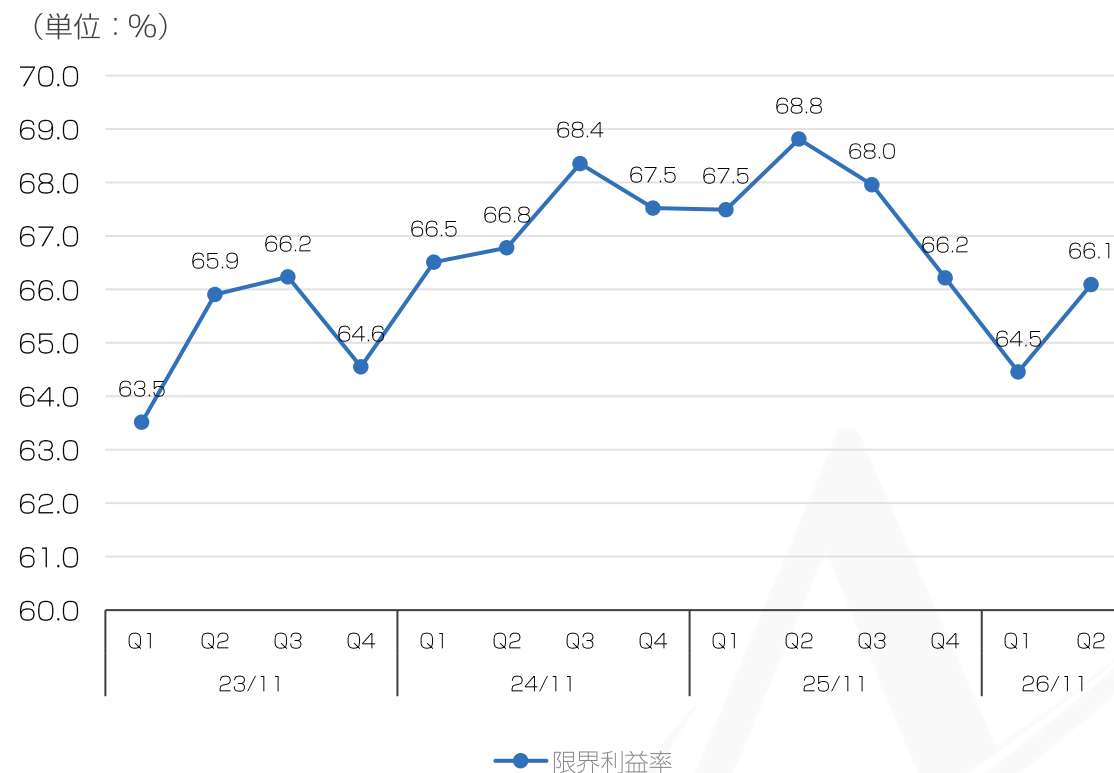


(注) 限界利益率は (売上高 - 外注費) ÷ (売上高) で算出しております。

■ 受注企業数と平均受注単価の推移

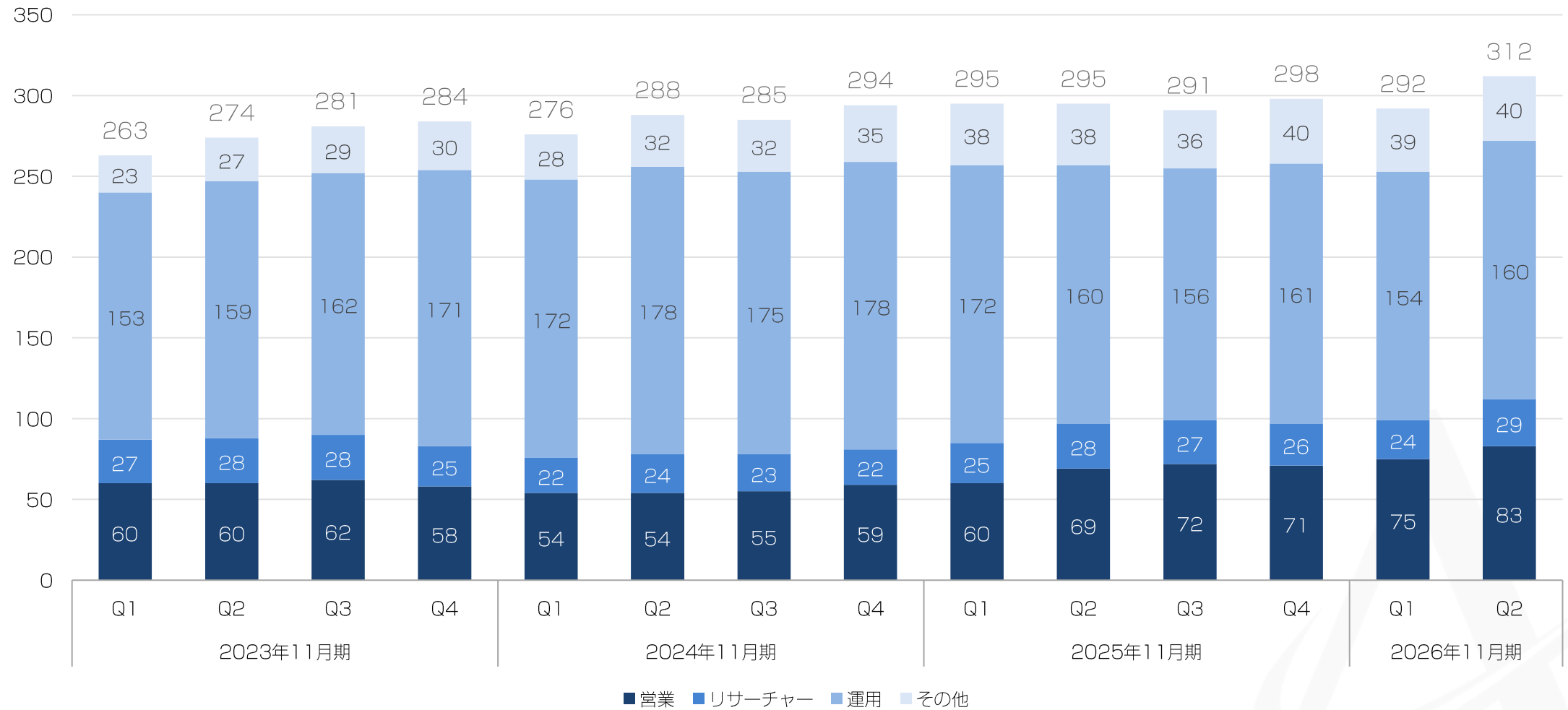


■ 限界利益率の推移



(注) 限界利益率は (売上高－外注費) ÷ (売上高) で算出しております。

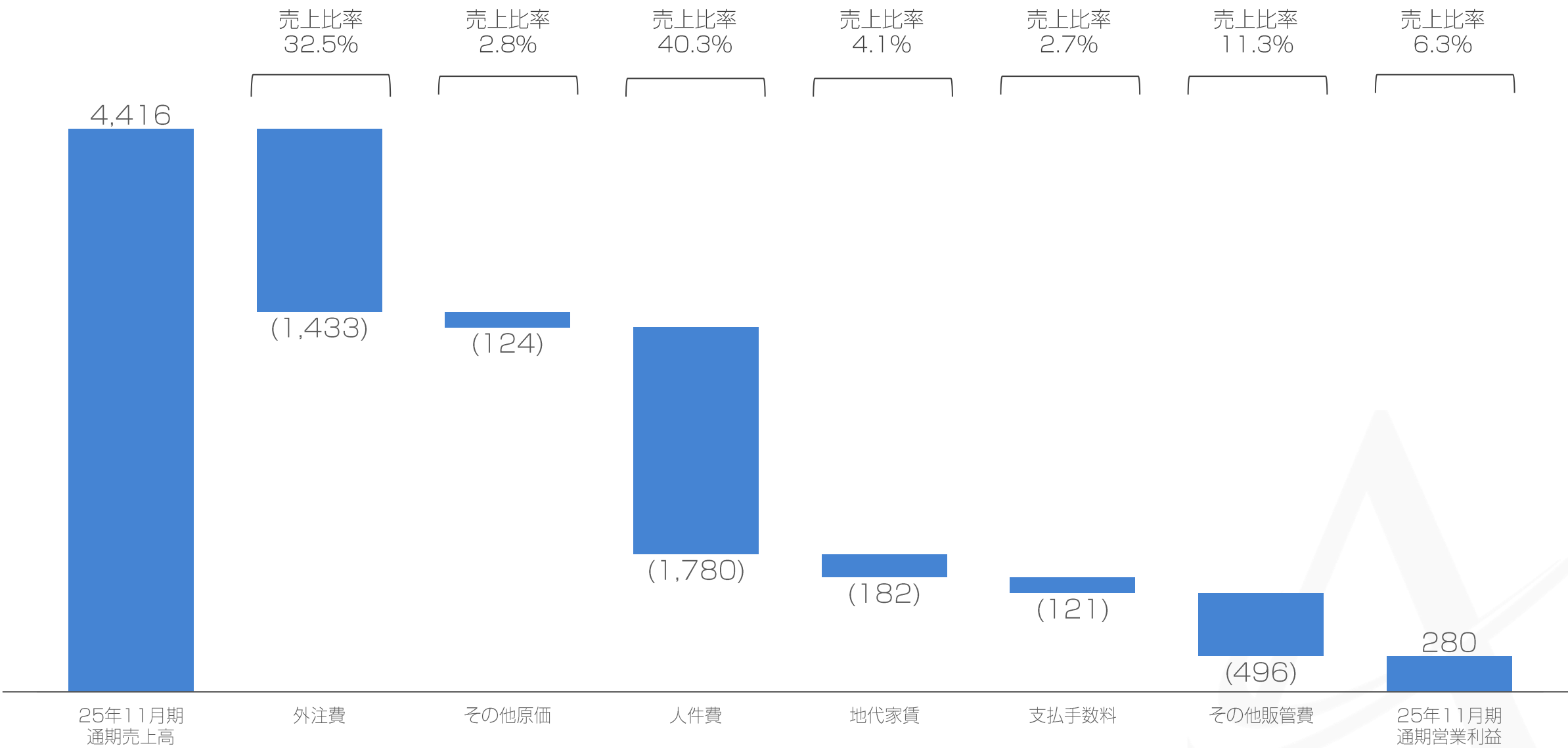
(単位：人)



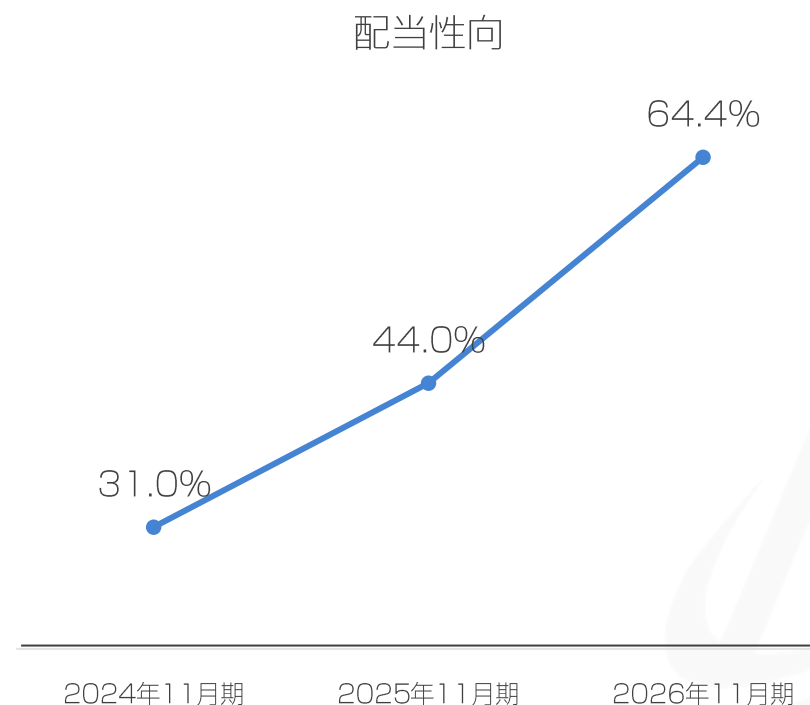
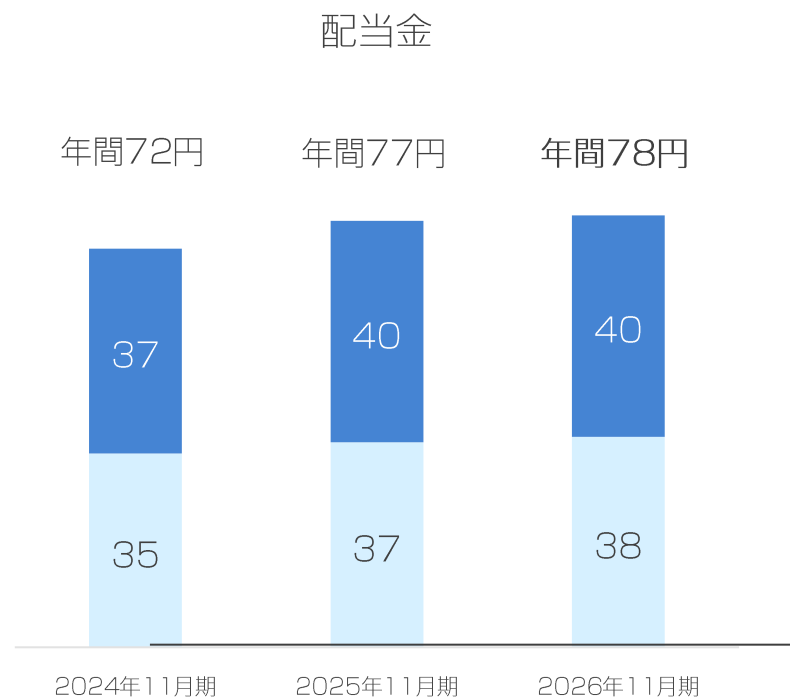
(注) 社員数は休職者を除きます

コスト構造 (2025年11月期実績)

(単位：百万円)



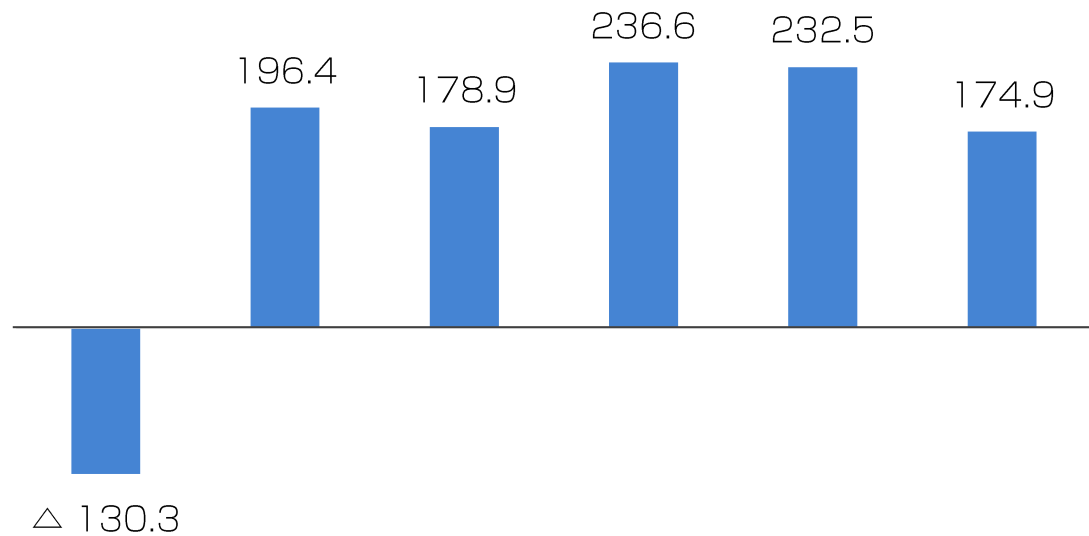
将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した株主還元を継続して実施していくことを基本方針とし、総還元性向 30% 以上を目安として2024年11月期より、中間配当及び期末配当を開始いたしました。2026年11月期においては、一時的な減益計画に対しても、株主還元を後退させない方針の下、引き続きご期待いただくための気持ちとして、年間で1円の増配とし、中間配当及び期末配当は、それぞれ1株あたり38円と40円（年間78円）を計画しております。



- ✓ 中長期の目線で、1株当たり当期純利益を200円に、ROEを20%に戻していく方針

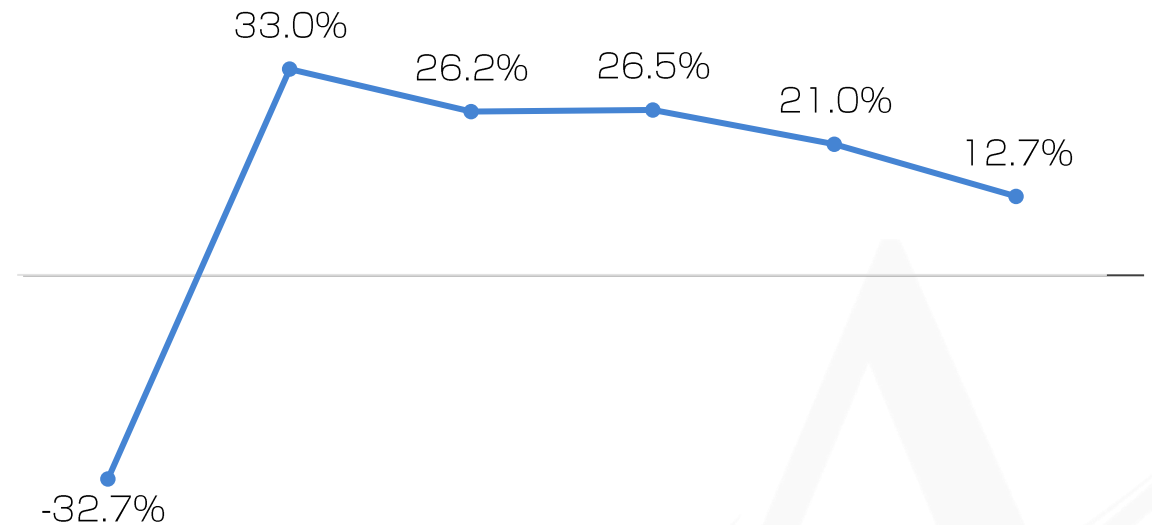
(単位：円)

1株当たり当期純利益



2020年11月期 2021年11月期 2022年11月期 2023年11月期 2024年11月期 2025年11月期

ROE



2020年11月期 2021年11月期 2022年11月期 2023年11月期 2024年11月期 2025年11月期

(注1) EPSは発行済株式数ベースで算出しております。

(注2) ROEは期末の株主資本ベースで算出しております。

5. 参考資料（会社概要・沿革など）

私たちは、同業他社には真似できない
自社独自の価値を創造し続け、独創的で高品質なサービスを提供する
唯一無二のマーケティングリサーチ企業として成長し続けます

そして、クライアントが市場で成功を収めるための支援を
提供することで持続可能な社会づくりと課題解決を目指します

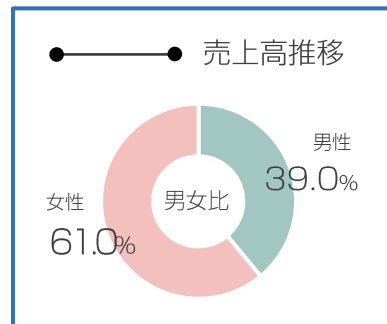
会社名	： 株式会社アスマーク
所在地	： 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティータワー4階
設立日	： 2001年12月
資本金	： 166百万円（2025年11月末）
売上高（連結）	： 4,416百万円（2025年11月期）
社員数	： 316名（2025年11月末）
事業内容	： オンライン・オフラインの総合マーケティングリサーチ事業／HRテック事業
役員	： 町田 正一 代表取締役 飯田 恭介 取締役 木原 康博 社外取締役 鈴木 親 社外取締役（常勤監査等委員） 大内 智 社外取締役（監査等委員） 塩月 潤道 社外取締役（監査等委員）
加盟団体	： 一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）
取得認証	： 製品認証の国家／国際規格「JIS Y20252：2019」

1998年12月	東急田園都市線沿線を中心としたパネル会員組織を構築し始め、情報コミュニティサイト(D style web)の運営を開始	2020年9月	仮想バックルームを実装したオンラインインタビューツール「i-PORT voice」をリリース
2001年12月	パネル・リクルーティングサービスを開始	2021年12月	横浜事業所を開設
2004年4月	オンライン・リサーチサービスを開始	2022年1月	東京証券取引所 TOKYO PRO Marketに株式を上場
2006年2月	プライバシーマークを取得（登録番号 第12390094）	2022年9月	オリジナルチャットインタビューツール「i-PORT chat」をリリース
2014年1月	本社を東京都渋谷区渋谷に移転 / 八戸事業所を開設	2022年12月	長岡事業所を開設
2016年5月	オフライン・リサーチサービスを開始	2023年10月	中目黒事業所を開設
2016年9月	大阪事業所を開設	2023年12月	東京証券取引所 スタンダード市場に株式を上場
2017年7月	福岡事業所を開設	2024年8月	名古屋事業所を開設
2018年11月	商号を株式会社アスマークに変更 / 本社を東京都渋谷区東に移転	2024年9月	スキルブリッジ株式会社との資本業務提携を締結
2018年12月	外国人専門パネルサイト「e-gaikokujin Recruiting」の運用を開始し、在日外国人を対象としたリサーチサービスを拡充	2024年12月	株式会社販売促進研究所の全株式を取得（子会社化）
2019年6月	マーケット・リサーチ（市場・世論・社会調査）サービスに関する製品認証規格「ISO20252」を取得	2026年1月	株式会社リーン・ニシカタの株式を取得（子会社化）
2020年6月	HRテックサービス「Humap（ヒューマップ）」をリリース	2026年3月	「調査プロセス全自動化プラットフォームに関する基幹技術」の特許取得（特許第7837523号）

アスマークの歩み

1998年の創設～2025年現在に至るまでの軌跡

凡例



1998.12

東急田園都市線沿線を中心としたパネル会員組織を構築し始め
情報コミュニティーサイト(D style web)の運営を開始

2006.02

プライバシーマークを取得
(登録番号 第12390094)

2001.12

パネル・
リクルーティング
サービスを開始

2004.04

オンライン・
リサーチサービスを開始

2024

8月 名古屋事業所開設

9月 スキルブリッジ[㈱]との資本業務提携を締結／12月 [㈱]販売促進研究所の全株式を取得（子会社化）

2023.12

東京証券取引所
スタンダード市場に株式を上場

2022.01

東京証券取引所 TOKYO PRO Marketに株式を上場

長岡事業所を開設

2022.12



2020.09

オンラインインタビューツール「i-PORT voice」リリース



2020.06

HRテックサービス「Humap（ヒューマップ）」リリース



2018.12

在日外国人専門パネルサイト
「e-gaikokujin Recruiting」の運用を開始

2018.11 本社を東京都渋谷区東に移転

商号を株式会社アスマークに変更

2016.05

オフライン・
リサーチサービスを開始

2014.02

八戸事業所を開設



2014.02

本社を東京都渋谷区渋谷に移転



2016.09

大阪事業所を開設

2017.07

福岡事業所を開設

2019.06

マーケット・リサーチサービス
の製品認証規格「ISO20252」取得オリジナルチャットインタビューツール
「i-PORT chat」をリリース

2022.09

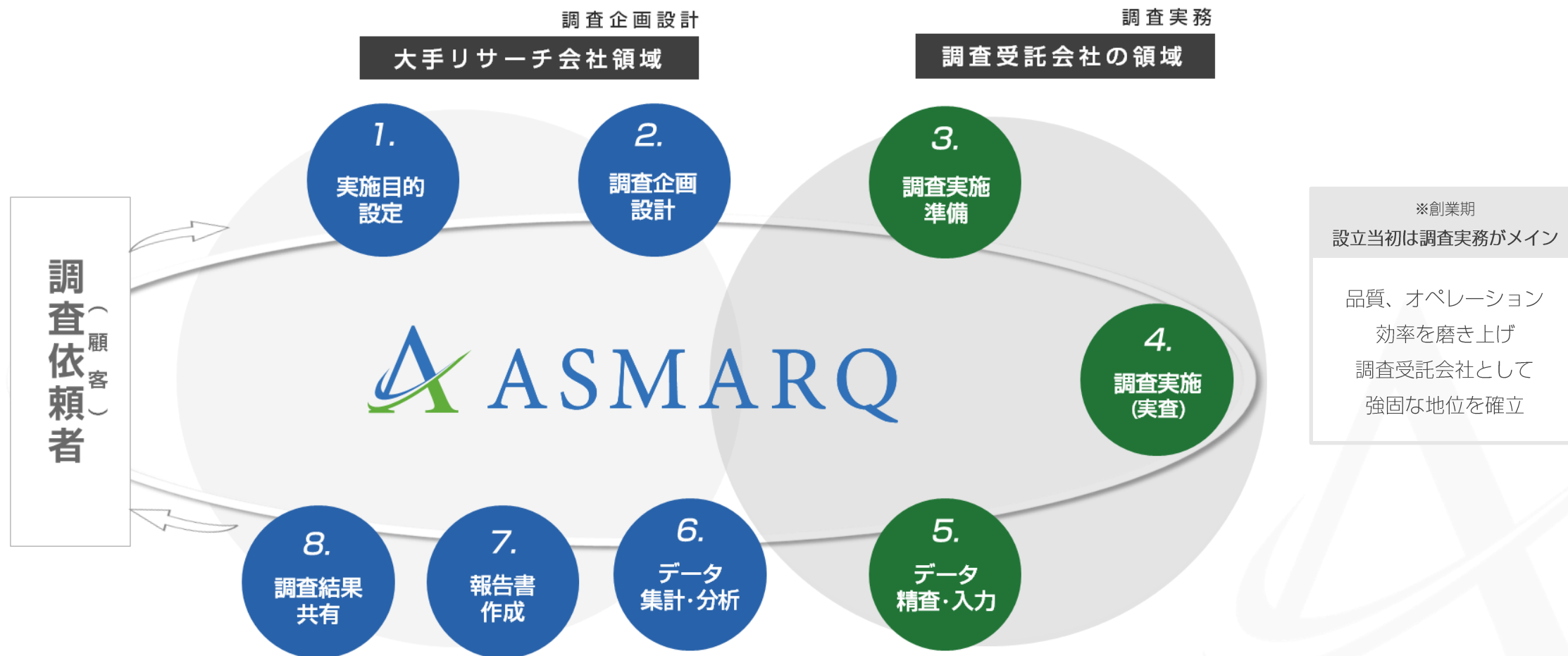
2023.10

中目黒事業所を開設

2024.11期

売上高：4,363(百万円)
社員数：306名

業界最高水準の調査品質の構築・提案・分析力の向上により、一括直接受注が拡大
代替受託会社が不在のためリサーチ会社からの受注も継続、拡大





政府アクションプラン2020

アスマークの取組

ビジネスとイノベーション
— SDGsと連動する「Society 5.0」の推進 —

SDGsを原動力とした地方創生、
強靱かつ環境に優しい魅力的なまちづくり

SDGsの担い手としての
次世代・女性のエンパワーメント

ビジネス

科学技術
イノベーション
(STI)

地方創生
の
推進

次世代・女性
のエンパー
メント

「人づくり」
の中核として
の保健・教育

- 政府プランに沿った企業経営へのSDGsの取り込み
→上場によるESG投資の取り込みを目指す
- 品質、生産性向上のためのリサーチシステムの構築
(例 i-PORT chat)
- Chat GPTのリサーチ業務への活用
- リサーチ事業の生産性向上ノウハウを活用した
HRテック事業への参入

- 複数の地方事業所の設立(八戸、福岡、大阪、長岡)
- リサーチ業務を地方事務所で実施

- 女性従業員比率及び女性管理職比率の向上
- 働き方改革の実践による
残業時間削減、平均在籍期間の長期化
(在宅勤務、フレックス労働制、テクノロジー活用)
- 地方事務所での現地新卒採用、育成

3. 今後の事業展開について

- ✓ 再成長軌道に乗せる1年と位置付け、人的資本への投資を実行
- ✓ 一時的な減益になるも、将来への事業ポートフォリオの変革に着手

(単位：百万円)

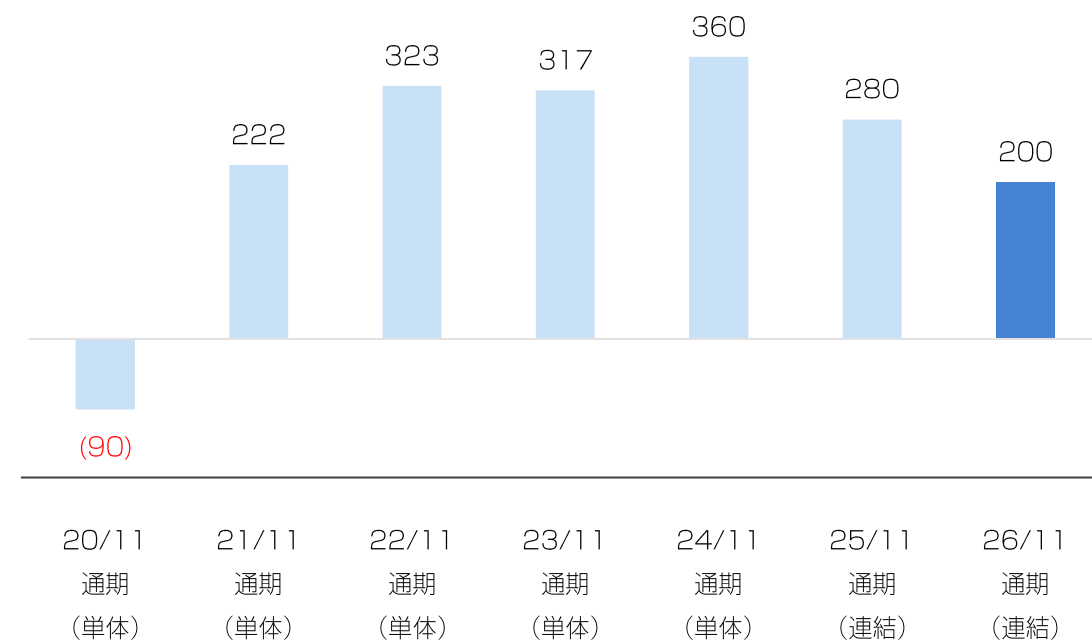
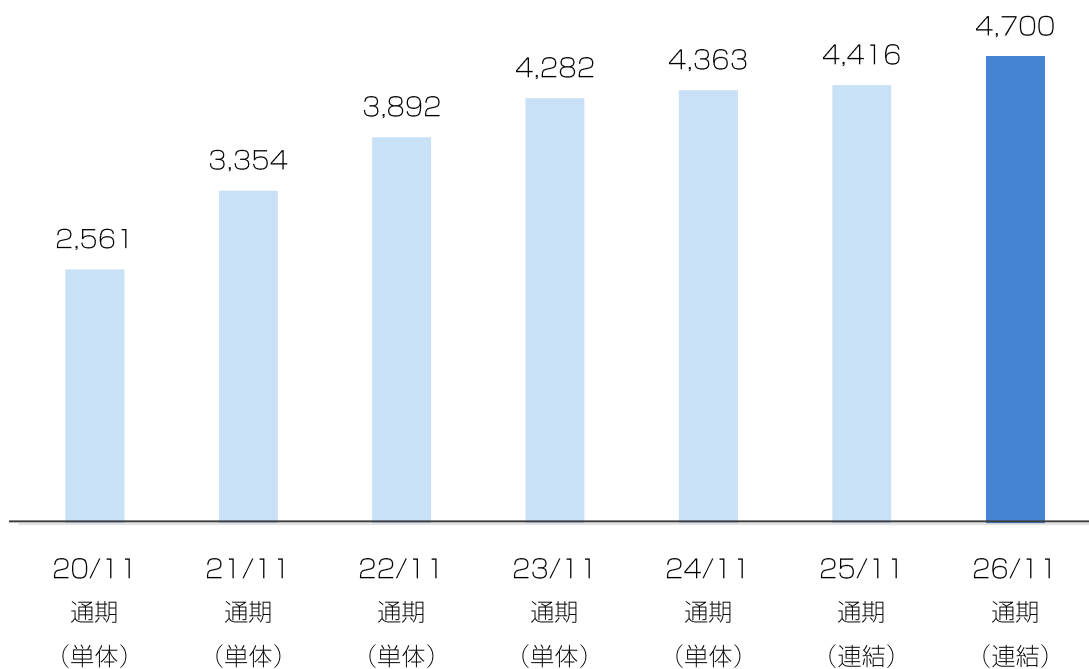
	2025/11期	2026/11期		
	実績 (a)	業績予想 (b)	差異 (b-a)	対昨年成長率 (b/a)-1
売上高	4,416	4,700	+284	6.4%
うちリサーチ事業	4,242	4,350	+108	2.5%
うちHRテック事業	174	200	+26	14.9%
うちデータ分析事業	-	150	+150	-
営業利益	280	200	-80	-28.6%
営業利益率	6.3%	4.3%	-	-
経常利益	289	210	-79	-27.3%
経常利益率	6.5%	4.5%	-	-
当期純利益	199	140	-59	-29.6%
当期純利益率	4.5%	3.0%	-	-
EPS (円)	174.91	121.04	-53.87	-30.8%
一株当たり配当額 (円)	77.00	78.00	+1.00	1.3%

- ✓ 再成長軌道に乗せる1年と位置付け、人的資本への投資を実行
- ✓ 一時的な減益になるも、将来への事業ポートフォリオの変革に着手

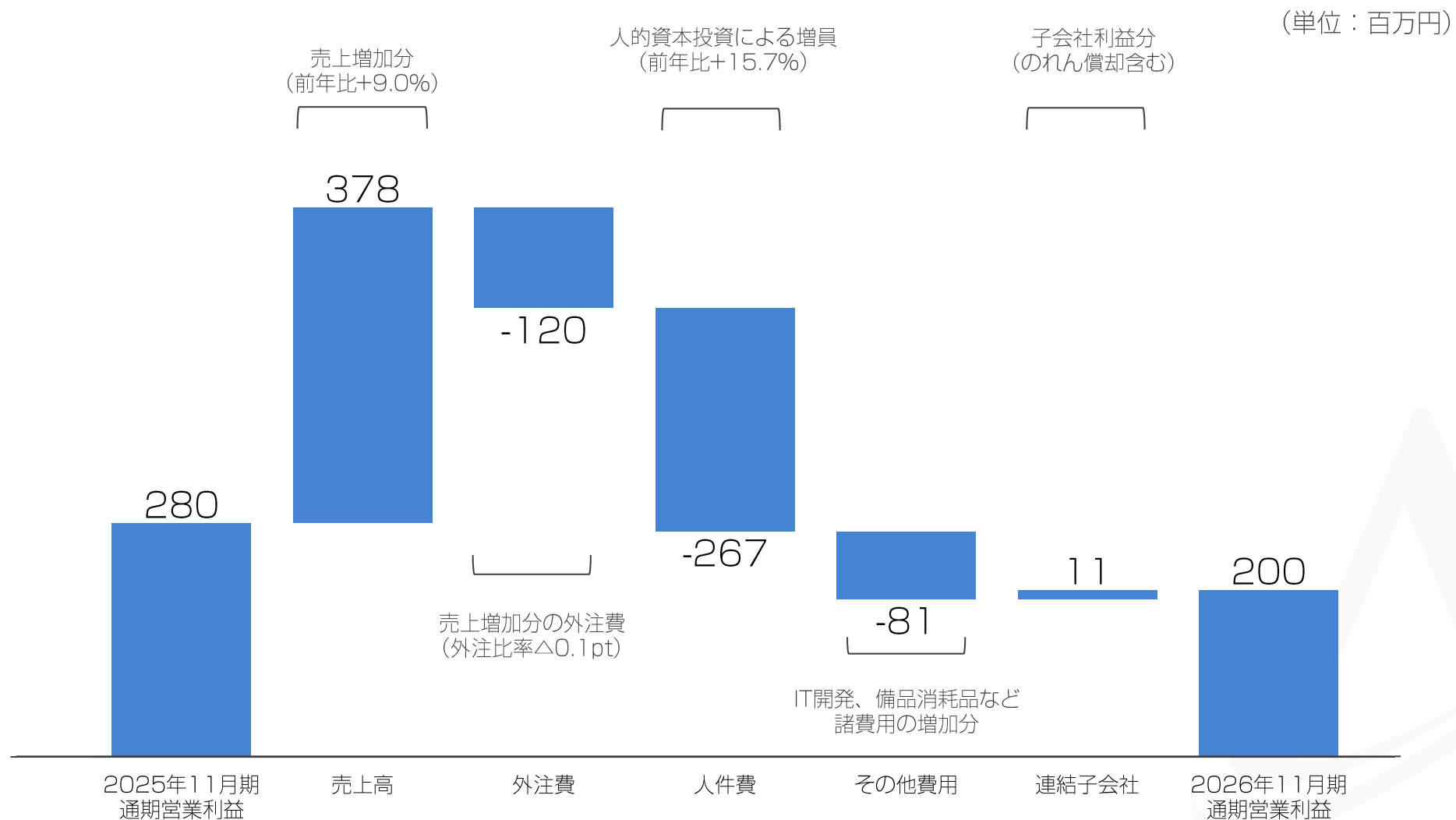
■ 売上高の推移

■ 営業利益の推移

（単位：百万円）



- ✓ 再成長軌道に乗せる1年と位置付け、人的資本への投資を実行
- ✓ 一時的な減益になるも、将来への事業ポートフォリオの変革に着手



4つの柱

1. マーケティングリサーチ事業（国内・海外）
2. HRテック事業
3. データ分析事業
4. M&A・アライアンス

現在



M&A
アライアンス



データ分析事業



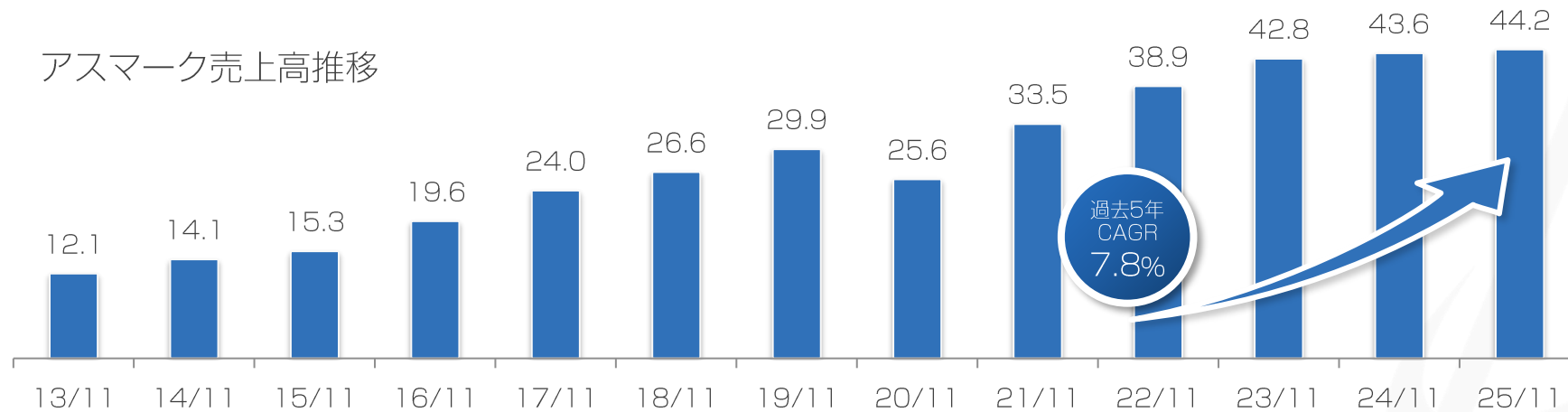
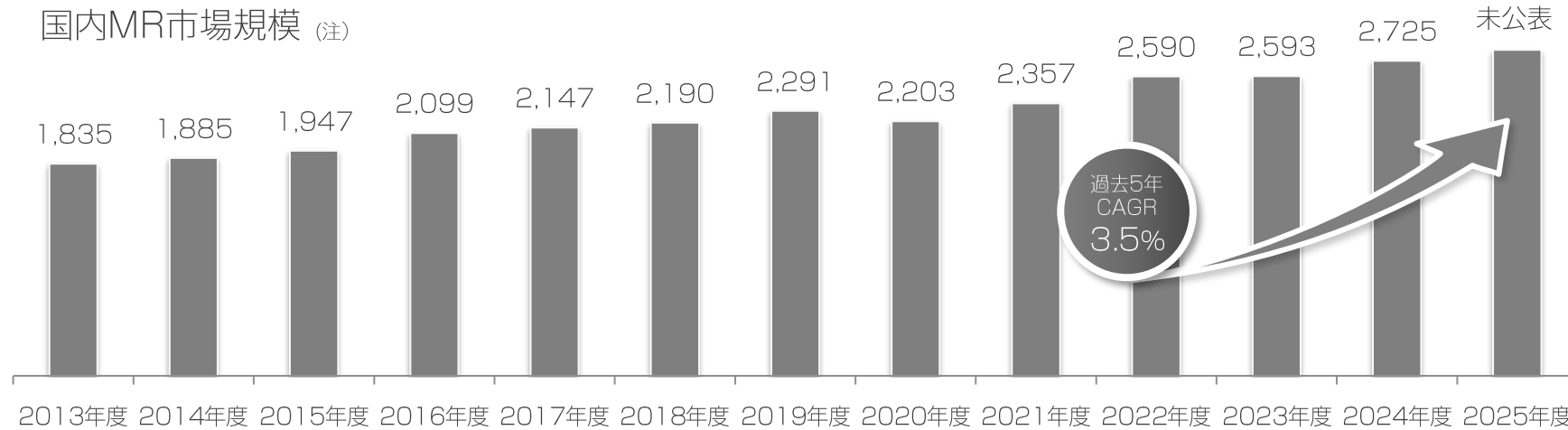
HRテック事業



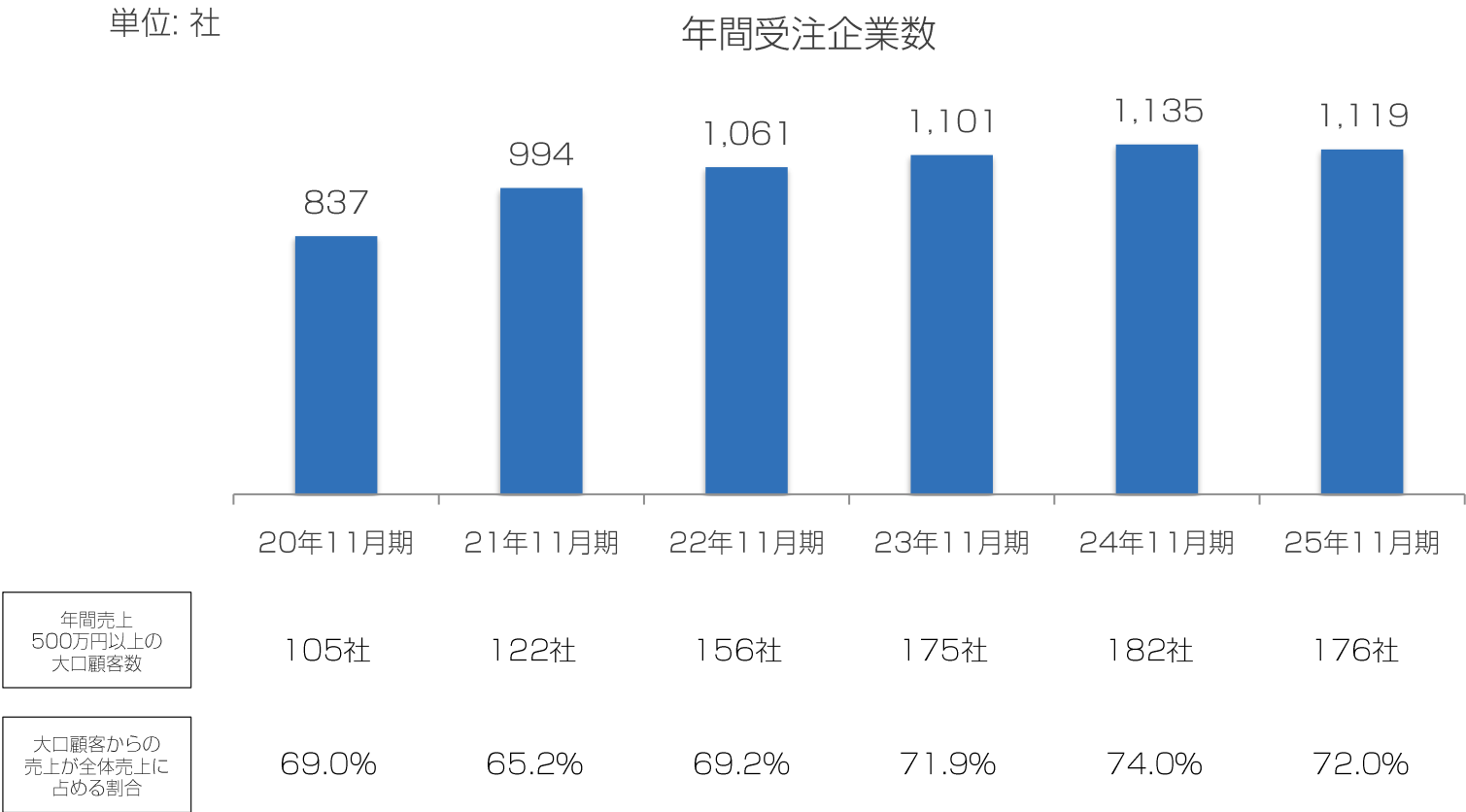
マーケティングリサーチ
（国内・海外）

✓ 市場成長率を上回る業績を継続

(単位：億円)

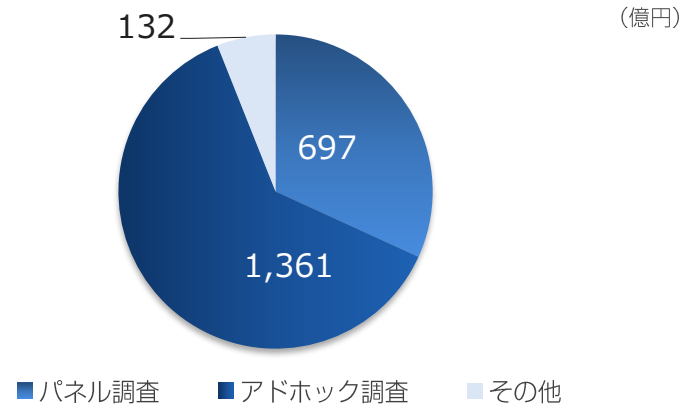


(注) 出所：第41回～第50回経營業務実態調査 発行元：JMRA（日本マーケティング・リサーチ協会）

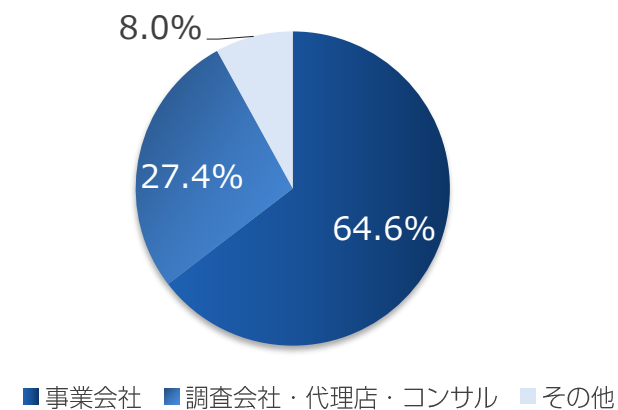


(注) リピート率は(前年度に売上有り、当期においても年間売上高が500万円以上の当社の大口顧客数)÷(前年度の年間売上高が500万円以上の当社の大口顧客数)で算出しております。
2021年11月期から2025年11月期の5年間の平均値を集計しております。

調査手法別市場規模 (注)

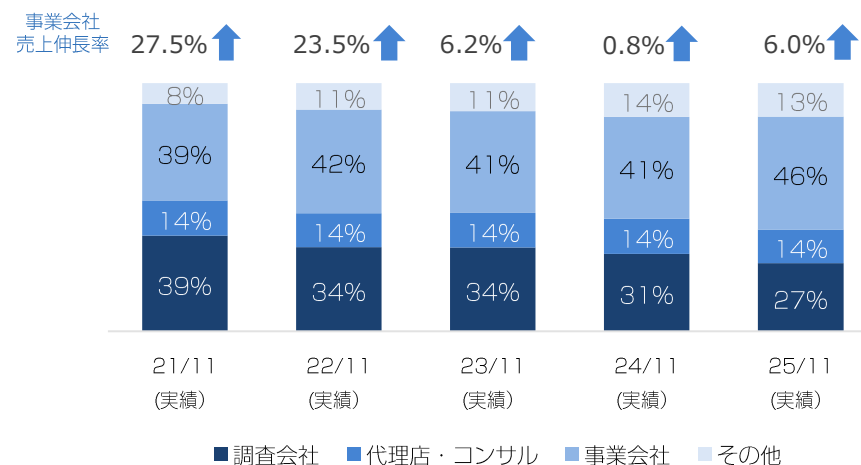


業種別の市場売上構成比 (注)



注：出典「第44回経営業務実態調査」

業種別の市場売上構成比 (注)



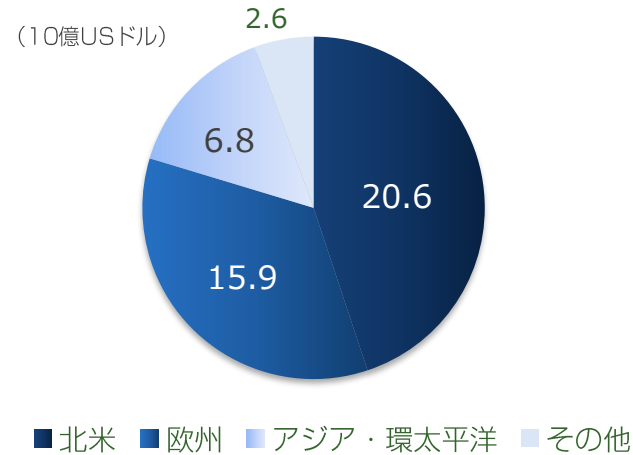
国内リサーチ事業施策

事業会社への営業リソース投下（売上伸長）

フロント人員、リサーチャーの強化（案件数増加）

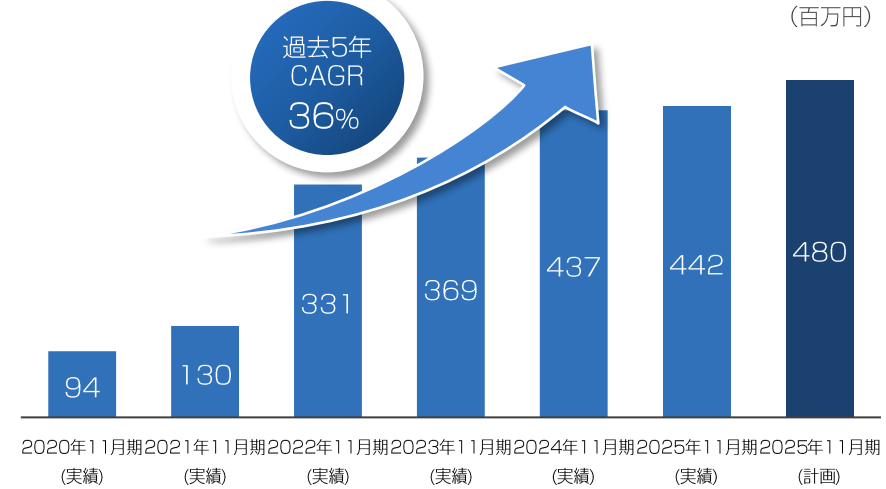
AIを活用したオペレーション効率化（利益率向上）

グローバルにおける地域別市場規模 (注)



注：出典「Global Market Research 2018」

当社の海外リサーチ売上高



海外リサーチ事業施策

- 「日本発のアジア市場調査パートナー」を目指し、営業人材を増員（売上伸長）
- 自社保有の在日外国人パネルへのリサーチをフックに。本格海外リサーチに繋げる営業戦略（売上伸長）
- 引き続き海外リサーチ人員の強化（案件数増加）
- 海外パートナーの開拓（ノウハウの蓄積）



売上に占める割合を10%以上を維持



顧客の従業員総活躍を目指し、リサーチ事業で培った運用・システム設計ノウハウ、信頼を勝ち取った顧客基盤を活用し2年前に新規参入。
取り巻く環境を基に3サービスに注力し、着実に実績の積み上げに成功。

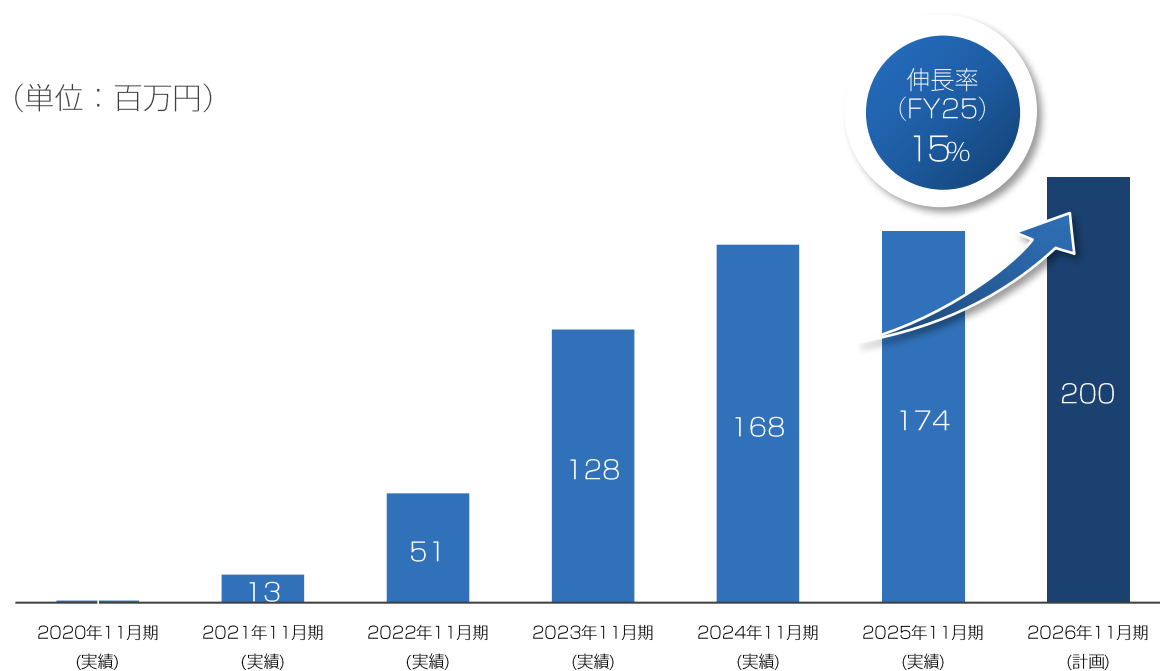
- ① 在席管理ツール「せきなび」 ② 従業員満足度調査「ASQ」 ③ ハラスメント防止「CHeck」



在席&フリーアドレス管理ツール、従業員に関わる調査にてNo.1を目指し
まずは近い将来、売上に占める割合10%のプロダクトにする

単位 (百万円)	20年11月期 実績	21年11月期 実績	22年11月期 実績	23年11月期 実績	24年11月期 実績	25年11月期 計画	26年11月期 計画
売上高	1	13	51	128	168	174	200
前年比	—	1,187%	289%	150%	31%	4%	15%

(単位：百万円)



HRテック事業施策

- ・引き続き、認知度向上のためのマーケティング活動強化（認知度向上）
- ・フロント人員の増員（売上伸長）
- ・リード獲得から受注確度を更に高めるための営業体制構築（売上伸長）

「マーケティングリサーチ事業」としての拡張に「データ分析事業」を加えた
事業構造の変遷による企業価値向上を目的とした投資を実行



人的資本・体制強化

事業会社への提案力を高めるコンサルティング営業職の採用・育成と、データ分析人材の強化。



システム自動化 (DX)

AI技術を活用した新リサーチシステムの導入により、単純作業を自動化し、高付加価値業務へシフト。



M&A・アライアンス

リーン・ニシカタ社との統合プロセス（PMI）推進および、新規事業領域への挑戦。



① リサーチ事業

Cash Cow / 基盤

【全社の投資原資を創出する安定収益源】

国内: AI活用による徹底したオペレーション自動化で、利益率を維持・向上させる

海外: 成長市場である東南アジア・太平洋地域へ展開し、トップライン（売上高）の拡大を担う



② HR事業

HR-Tech

【安定的なストック収益（SaaSモデル）の積み上げによる経営基盤の強化】

「せきなび」「ASQ」など主力製品へのリソース集中により、リサーチ顧客基盤へのクロスセルを加速

利益率の大幅改善を目指す高収益セグメントへ育成



③ データ分析事業

Growth Driver

【マルチプル（PER）向上を牽引する、新たなコア事業】

今後の成長の柱となるデータ分析事業の立ち上げ

「データの納品」から「課題解決の代行」へ

リーン・ニシカタ社を基軸としたAIエージェントと専門家が能動的に支援する高付加価値サービスを提供



④ M&A

Accelerator

【自社リソースだけでは賅えない技術・人材の獲得による時間短縮】

単なる規模拡大ではなく、データ分析能力やエンジニアリソースの獲得を主眼とした戦略的買収を実施

FY27以降の業績ジャンプアップ（非連続な成長）を実現するための起爆剤

なぜ今、 データ分析市場なのか

日本国内のビッグデータ・分析市場は、DX推進を背景に2028年に向けて2倍近くまで拡大する有望市場です。

1 高利益体質への転換

労働集約型から、AI活用による知識集約型モデルへ移行することで、高い利益率を実現可能。

2 企業のDX需要の拡大

意思決定の迅速化ニーズに対し、アスマークが持つ「一次データ（リサーチ）」の強みが直結。

3 ストック収益の獲得

単発の調査納品から、継続的なデータ分析・コンサルティング支援へのモデルチェンジ。

国内ビッグデータ／アナリティクス市場推移



出所：各種市場調査レポート(IDC Japan等)を基に当社推計

AIデータ分析プラットフォーム事業構想

- ・単なる「分析結果の納品」に留まらず、AIエージェントが顧客の課題解決までを自律的・能動的に支援する
- ・データ分析コンサルティングノウハウをAIで再現し、BtoB企業向けにSaaSとして提供

データ分析 (リーン・ニシカタ)

- ・リサーチデータ × 1st Party Dataの統合分析
- ・専門アナリストによるコンサルティング

新規事業 (AIデータエージェント)

- ・データ分析の専門家集団（プロ集団）の構築
- ・膨大な消費者データを学習したAI
- ・施策立案から実行支援まで行うプロダクト開発
- ・FY26から本格投資開始

時期・内容

目的

具体的な取り組み



2024年10月
資本業務提携

DX推進、AI技術活用
新規市場開拓

- ✓ 執行役員CIOを招聘
- ✓ AI技術を活用した新しいデジタルサービスの開発
- ✓ 社内業務の効率化とデータ分析スピードの向上
- ✓ DX人材の育成強化

Marketing Analysis & Planning
株式会社 販売促進研究所

2024年12月
株式取得
(子会社化)

既存事業における
リサーチ分析力
の強化

- ✓ 国内リサーチ市場でのポジション強化。
- ✓ 販促研社のリサーチ分析力を活用した新規顧客獲得
- ✓ 統合作業によるコスト効率化

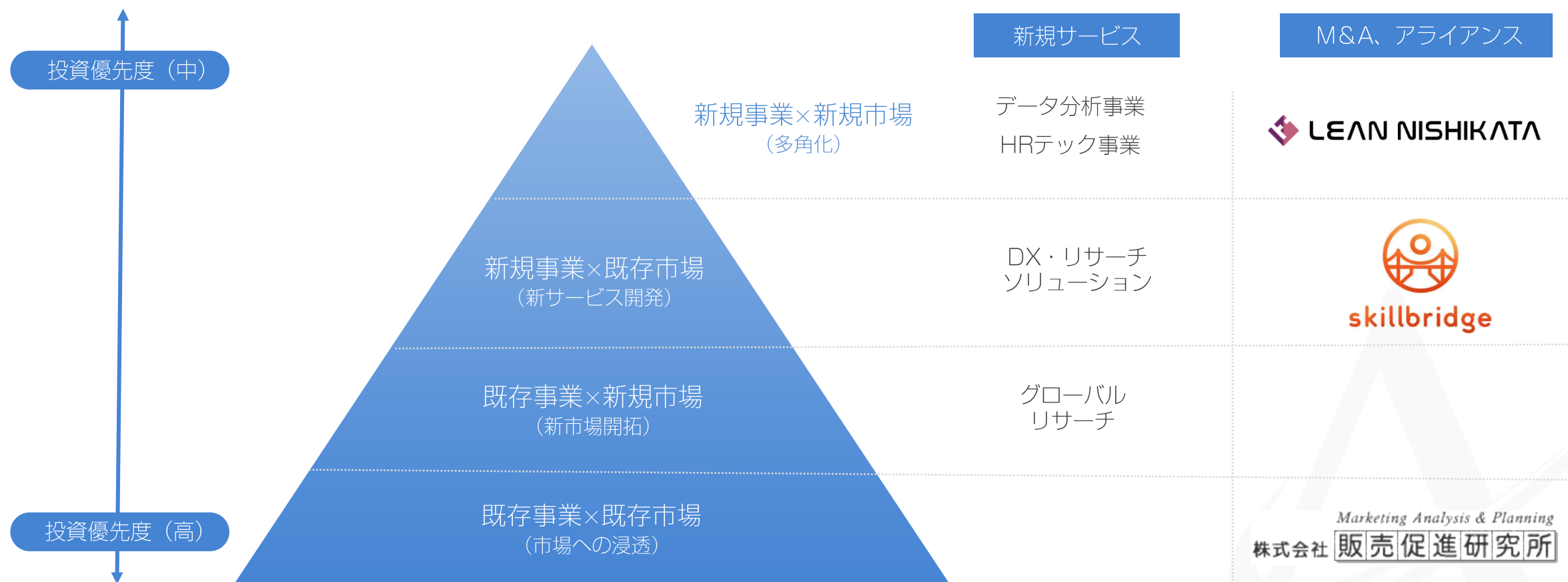


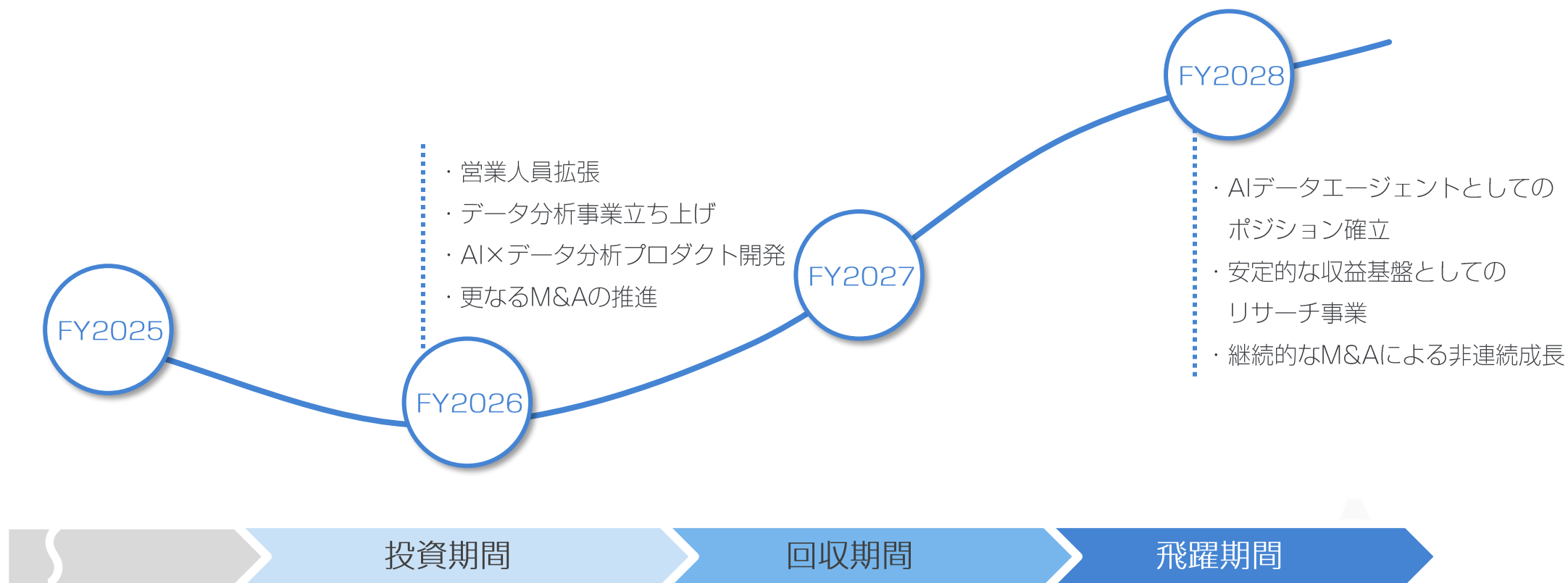
2026年1月
株式取得
(子会社化)

データ分析事業
への進出

- ✓ 執行役員CAOを招聘
- ✓ グループ内における分析体制の抜本的な強化と高度化
- ✓ 高度分析プロジェクトにおけるサービス拡大
- ✓ データ分析人材の育成強化

今後、既存事業のオーガニック成長に加えて、より成長を加速させることを目的に、投資領域に優先度をつけた上で、M&A、アライアンス及び新規事業創出を積極的に行っていく方針





2026年11月期を「かがむ期間（投資期間）」とし、
2027年以降のV字回復と2028年の飛躍的成長を目指します

中期経営計画を現在策定中のため、近い将来その詳細をお伝え予定です

