株式会社イーエムネットジャパン

2026年12月期 第3四半期
決算説明資料

2026年11月11日

証券コード：7036

CONTENTS

1. エグゼクティブサマリー

2. 決算概要

3. KPI

4. 取組進捗

1. エグゼクティブサマリー

エグゼクティブサマリー

■業績ハイライト

営業収益

11.02 億円

前年同期比 △6.7%

営業利益

0.37 億円

前年同期比 △70.2%

経常利益

0.56 億円

前年同期比 △56.5%

当期純利益

0.48 億円

前年同期比 –
（2.13億円増）

■進捗サマリー

01 事業別動向

・広告代理店業：前年同期比△5.2%
・ソフトバンク株式会社との協業：前年同期比△15.9%
・広告媒体からの受託業務：前年同期比 +13.0%

02 KPI

・クライアント1社当たり営業収益：前年同期比 ＋0.06pt
・1社員当たり営業収益：前年同期比△0.17pt
・営業生産性：前年同期比△0.15pt

03 今後の取組方針

・代理店事業では新規案件の獲得数の向上及び既存案件の離反防止アクションを強化、SBシナジーでは大型案件による予算増額を中心に売上増を図る

・AI活用に関しては、年内を目途に広告運用業務におけるオペレーション効率化に向けた業務プロセスへの実装を実現させる想定

2. 決算概要

前第3四半期比(累計)

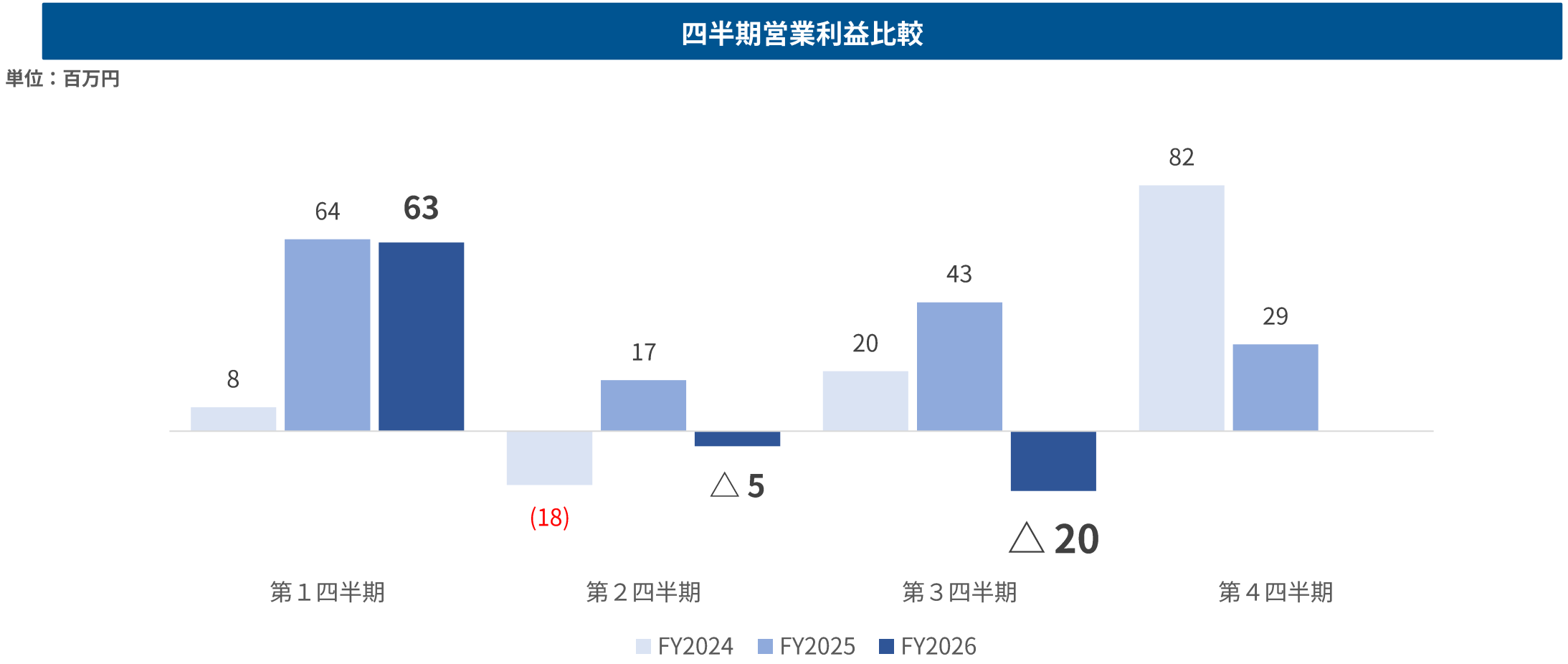
上期で離反・予算縮小した一部大型案件の影響により、営業収益は前年対比で約7%
営業収益の悪化に伴い、営業利益は前年対比 約70%減少

前第3四半期比(累計)

(百万円)	2025年12月期 第3四半期(累計)	2026年12月期 第3四半期(累計)	増減	増減率
営業収益（売上高）	1,181	**1,102**	△79	△6.7%
営業利益	126	**37**	△88	△70.2%
経常利益	129	**56**	△73	△56.5%
四半期純利益	△165	**48**	+213	ー%

営業利益（四半期(3ヵ月)の業績推移）

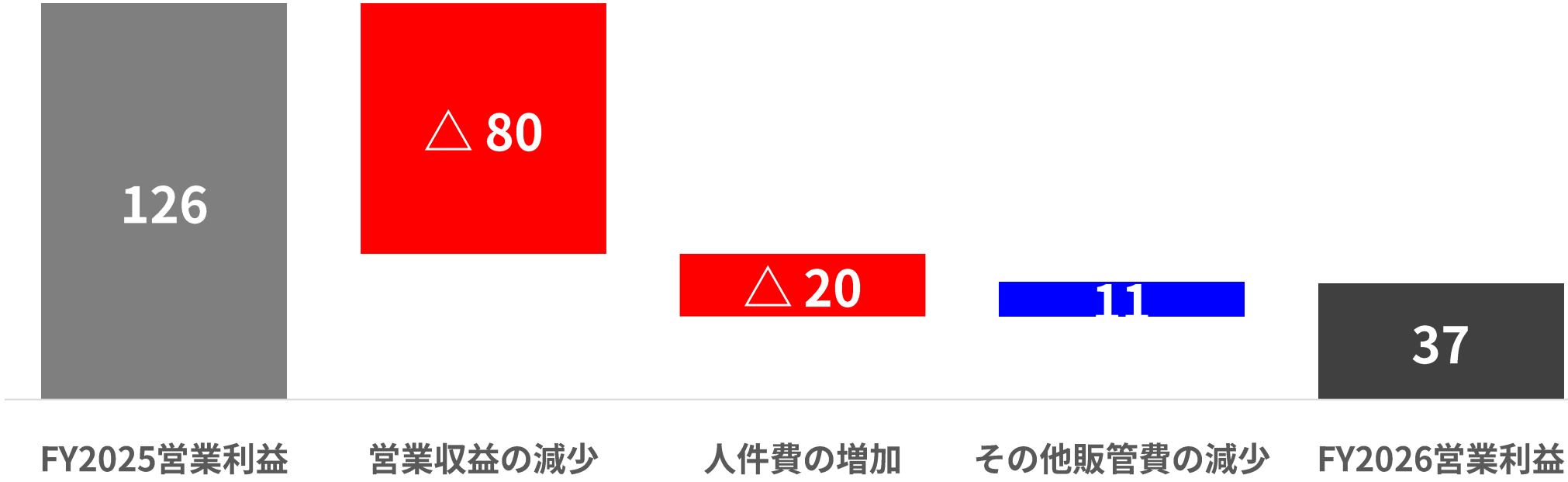
第3四半期 営業損失：△20百万円



営業収益の減少により、営業利益は前年同期の29.8%の水準に減少

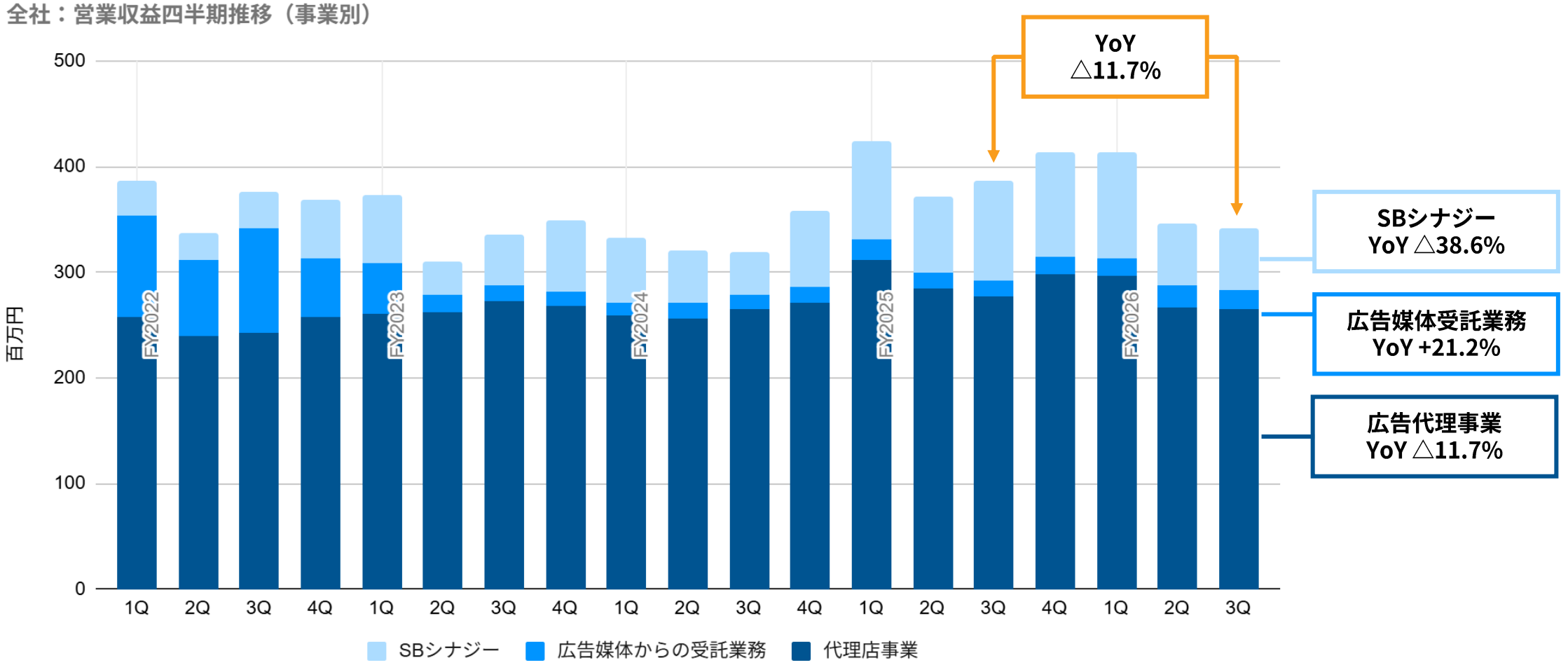
営業利益 増減要因分析（前期比）

単位：百万円



事業別売上収益推移（四半期別）

広告代理業・SBシナジーにおける一部大型案件の離反・縮小影響が大きく、全事業では前年同四半期比 約 12%の減収



事業別概況と今後の見通し

代理店事業の注力方針は、AIを軸にした「新規案件の獲得件数の向上」と「既存案件の離反防止」
SBシナジーは「データ×LINE活用」による広告提案を軸に、スポット獲得から継続受注化を目指す

	広告代理事業（スタンドアロン）	SBシナジー	広告媒体受託業務
営業収益進捗 前年同期比(累計))	YoY △5.2%	YoY △15.9%	YoY ＋13.0%
四半期概況 （Q3）	・既存案件においては、上期の離反影響からYoYで案件数は減少しているものの、3Qにおける離反率は昨年よりも改善傾向にあり、1社あたり単価も昨年同期比で改善傾向 ・新規案件に関しては、前年同期比で1社あたり単価は増加傾向にある一方で、案件獲得ペースが鈍化している状況 ・インハウス支援案件に関しては、YoYでも売上伸長できている状況	・大型案件の離反や前年同期におけるスポット案件の配信時期のずれ等により、売上高は前年同期比で減少 ・他方で、重点顧客への営業体制強化による既存取引の増額に加え、中規模案件およびLINE公式アカウント関連広告の新規獲得が進展し、売上高は改善傾向 ・また、前期から継続して、大型案件の減少を補完する新規案件獲得に向けた営業活動を強化	・スポット案件においては前年対比で減収しているものの、定常案件においては前年対比で売上増加で進捗
今後の見通し	・運用型広告を中心とした広告提案に加え、AIOなどの広告周辺マーケティング施策を含めた提案強化により、新規顧客開拓力を強化 ・既存案件では、AI活用を軸とした広告クリエイティブ量産化にも注力し、アップセル・クロスセルによる顧客単価の向上を目指す ・Q4には広告レポート作成業務におけるAI活用基盤を整備し、来期にかけて既存案件における業務生産性を大きく改善し、顧客接点強化による離反抑止を図る	・ソフトバンクの顧客基盤を活用し、データ基盤を起点とした広告提案やLINE公式アカウント関連広告を組み合わせた統合的な広告支援を推進 ・重点顧客の離反防止に向けた営業・支援体制の強化 ・期末予算を対象としたスポット案件の獲得を通じて新規顧客との取引を創出し、来期以降の継続受注・取引拡大を目指す	・Q4は既存案件を中心に売上伸長を目指す ・他方で、発注元となる広告媒体社の事業方針に伴い、受託業務内容と業務量に一定程度の影響が発生する可能性はある状況 ・来期以降は広告媒体社の事業方針に合わせて、受託業務の契約形態及びSLAの再策定の必要性について協議を進める想定

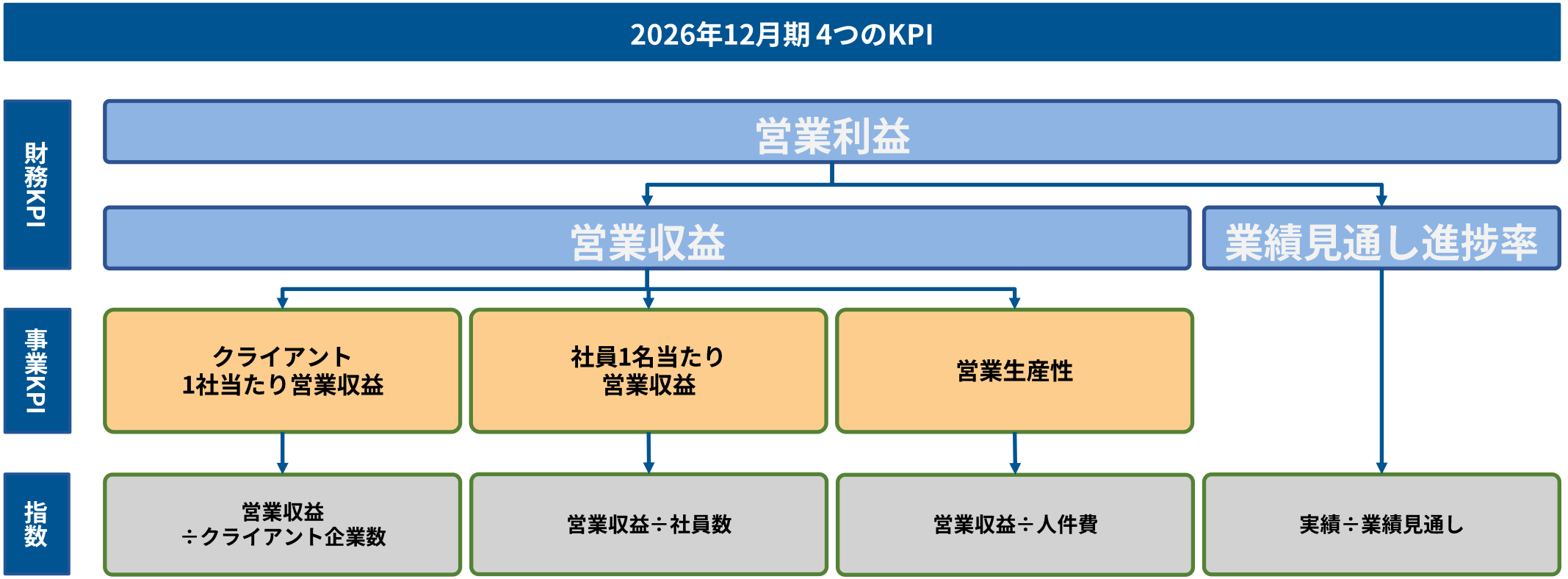
貸借対照表

引き続き安定的な財政状態を維持

(百万円)	前期末	2026年12月期 第3四半期末	前期末比
流動資産	1,830	1,537	△292
内 現預金	567	591	＋23
固定資産	504	399	△105
資産合計	2,334	1,936	△397
流動負債	1,382	916	△466
固定負債	175	195	＋20
負債合計	1,558	1,112	△445
純資産	776	824	＋47
負債・純資産合計	2,334	1,936	△397
（自己資本比率）	33.2%	42.6%	

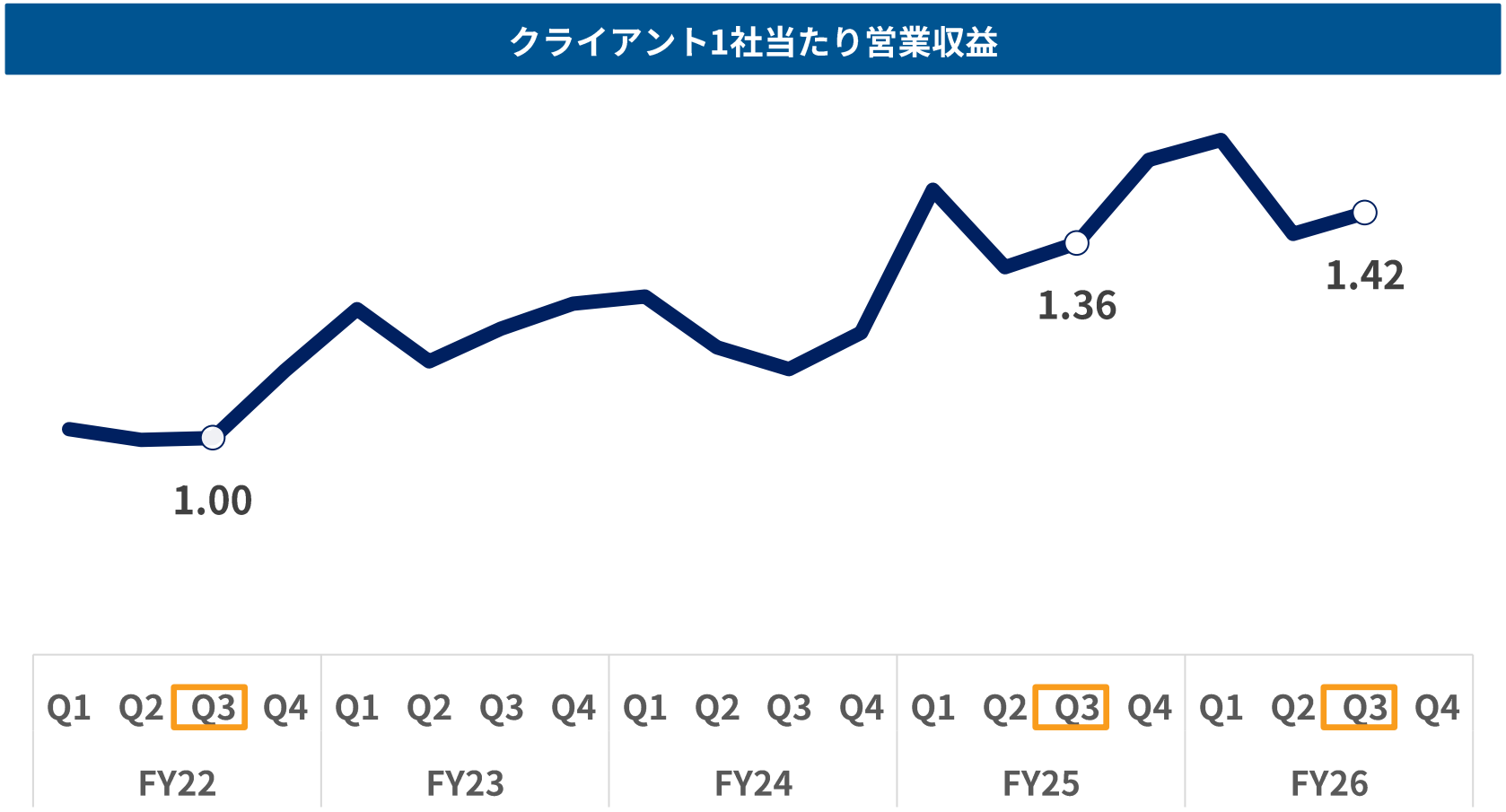
3. KPI

前期以前より継続して4つのKPIを設定



クライアント1社当たり営業収益

引き続き広告予算の中大型案件獲得に注力、前年同期比で0.06ポイント上昇

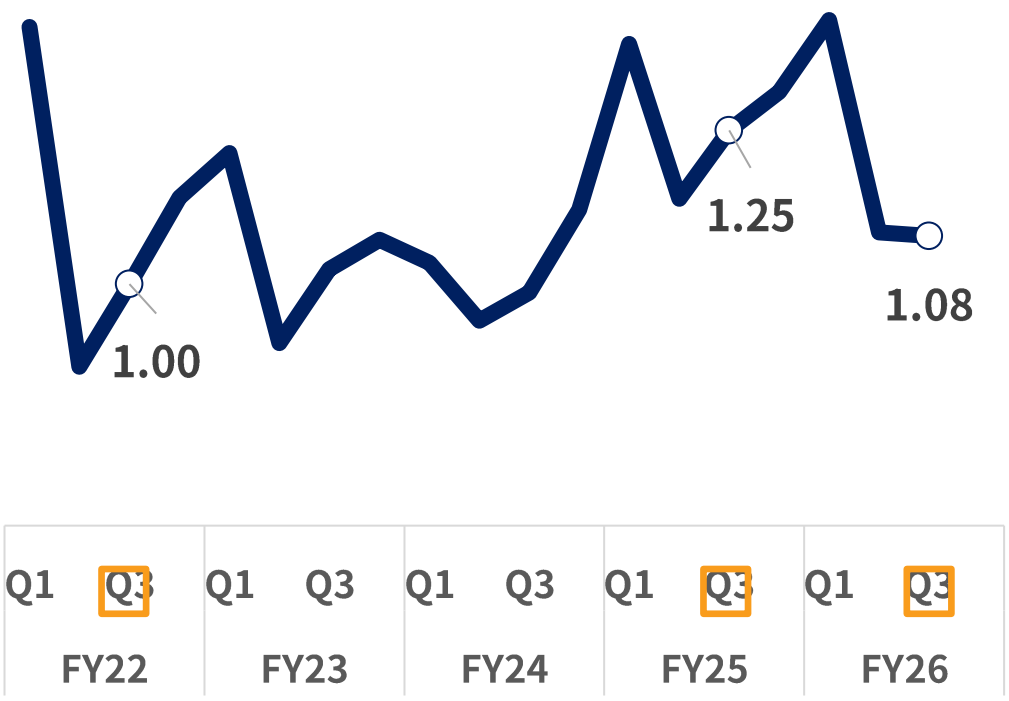


（注）2022年12月期の第３四半期を1.00とした係数で表示

社員1名当たり営業収益・営業生産性

社員1名当たり営業収益, 営業生産性は前年同期比でそれぞれ0.17, 0.15ポイント低下

社員1名当たり営業収益



営業生産性（営業収益 ÷ 人件費）



（注）2022年12月期の第３四半期を1.00とした係数で表示

業績見通しの修正

大型案件の離反等に伴う売上高の減少により、業績見通しを下方修正

修正後の業績見通し

	売上高（百万円）	営業利益（百万円）	経常利益（百万円）	当期純利益（百万円）	1株当たり当期純利益（円銭）
前回発表予想（A）	1,661	171	185	136	35.35
今回修正予想（B）	1,400	14	34	35	9.05
増減額（B - A）	△261	△157	△151	△101	―
増減率（％）	△15.7	△91.8	△81.6	△74.3	―
（参考）前期実績（2025年12月期）	1,594	155	180	△449	△116.36

4. 取組進捗

成長戦略 ― FY2026以降における成長戦略の全体像

2026年5月に開示した中期成長戦略は以下のとおり

Phase 1 : FY2026

コスト構造改革

自社AI活用の徹底による
業務効率化

想定される経営課題

・ガバナンス強化と業務効率化のバランス
・自社としての独自AI活用における運用の定着化

対策

・業務別での当社としてのAI活用における最適解の型作り
・脱属人化を目指した業務体系化とシステム構築・運用化

Phase 2 : FY2027-2028

AX支援 & SaaSモデル

社内AI基盤の外販と
BPOサービスの本格化

想定される経営課題

・代理店としての介在価値の低下
・主業務の業務変容
（広告代理業からAX支援へ）

対策

・自社でのAI活用方法を顧客向けにソリューション化
・自社開発したAIプロダクト群を多角的に販売+個社カスタマイズ対応としてのBPO支援

Phase 3 : FY2029-2030

事業共創・協業

AIを軸にした取引先との
新規事業立ち上げ
広告収益から事業収益への転換

想定される経営課題

・アライアンス構築先の開拓とアライアンス座組の要件化
・人材採用の難易度上昇

対策

・AIソリューション販売+AI BPOを通した顧客開拓力強化、顧客業務課題とポテンシャル把握
・取引先との事業共創を通じたDEIの実現

社内でのAX化による生産性向上を目指した取り組みは進行中

Phase 1 : FY2026

コスト構造改革

自社AI活用の徹底による
業務効率化

想定される経営課題

・ガバナンス強化と業務効率化のバランス
・自社としての独自AI活用における運用の定着化

対策

・業務別での当社としてのAI活用における最適解の型作り
・脱属人化を目指した業務体系化とシステム構築・運用化

2026 Q1

AI活用推進チーム発足	社内でのAI活用を推進するための組織を設置
業務課題アセスメント	全社員向けアンケートによる業務課題の抽出・注力して取り組むべき業務課題カテゴリの特定

2026 Q2

広告入稿業務のAX化	広告入稿業務における自動化基盤の作成及び媒体仕様に則った入稿監査エージェントの基盤開発
広告クリエイティブ制作業務のAX化	広告バナー/広告LP構成案生成エージェントを用いたクリエイティブ制作業務の受注化

2026 Q3

広告レポート作成業務のAX化	運用結果に基づく分析から資料化までのAI化を検証開始
広告用ショート動画制作業務のAX化	特にダイレクトレスポンス向けの広告ショート動画の量産化AX基盤の開発着手

2026 Q4(予定)

広告用ショート動画制作業務のAX化(継続)	広告ショート動画の量産化の実用化検討
社内AX化を踏まえた商品開発	社内AX化におけるAI活用基盤やAI活用ノウハウを活かした上で、AXソリューションの商品化を検討


eMnet
e-Marketing Network