

株式会社メディックス

Think big.
medix

2026年3月期 第3四半期 決算説明資料

東京証券取引所 スタンダード市場 | 証券コード：331A



2026.2

目次



- 01 会社概要
- 02 2026年3月期 第3四半期決算概要
- 03 2026年3月期 業績予想
- 04 当社の強みと成長戦略

01

会社概要

ABOUT COMPANY



会社概要



会 社 名 株式会社メディックス

事 業 内 容 デジタルマーケティング支援事業

設 立 1984年3月30日

資 本 金 259百万円（2025年12月末時点）

所 在 地 東京都千代田区神田神保町一丁目105番地

代 表 者 代表取締役社長 田中 正則

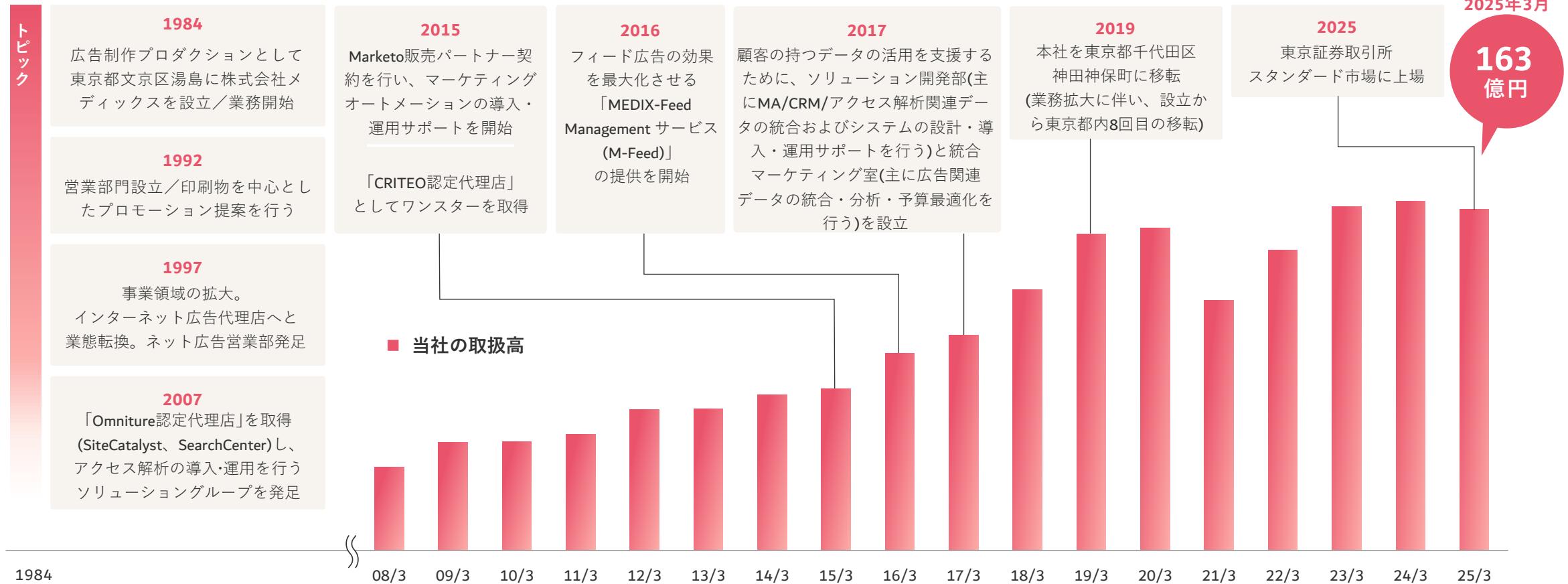
従 業 員 数 299名（2025年12月末時点）

決 算 期 3月末



沿革

当社は1984年3月に広告制作プロダクションとして創業し、インターネット時代におけるデジタルマーケティング支援領域のパイオニアとして、成長・進化し続けてきました。



メディックスの提供サービス

インターネット広告（運用型広告）

ターゲットに最適化した広告配信で、認知拡大と集客を最大化

BtoB 領域 BtoC 領域

マーケティングDX・アクセス解析

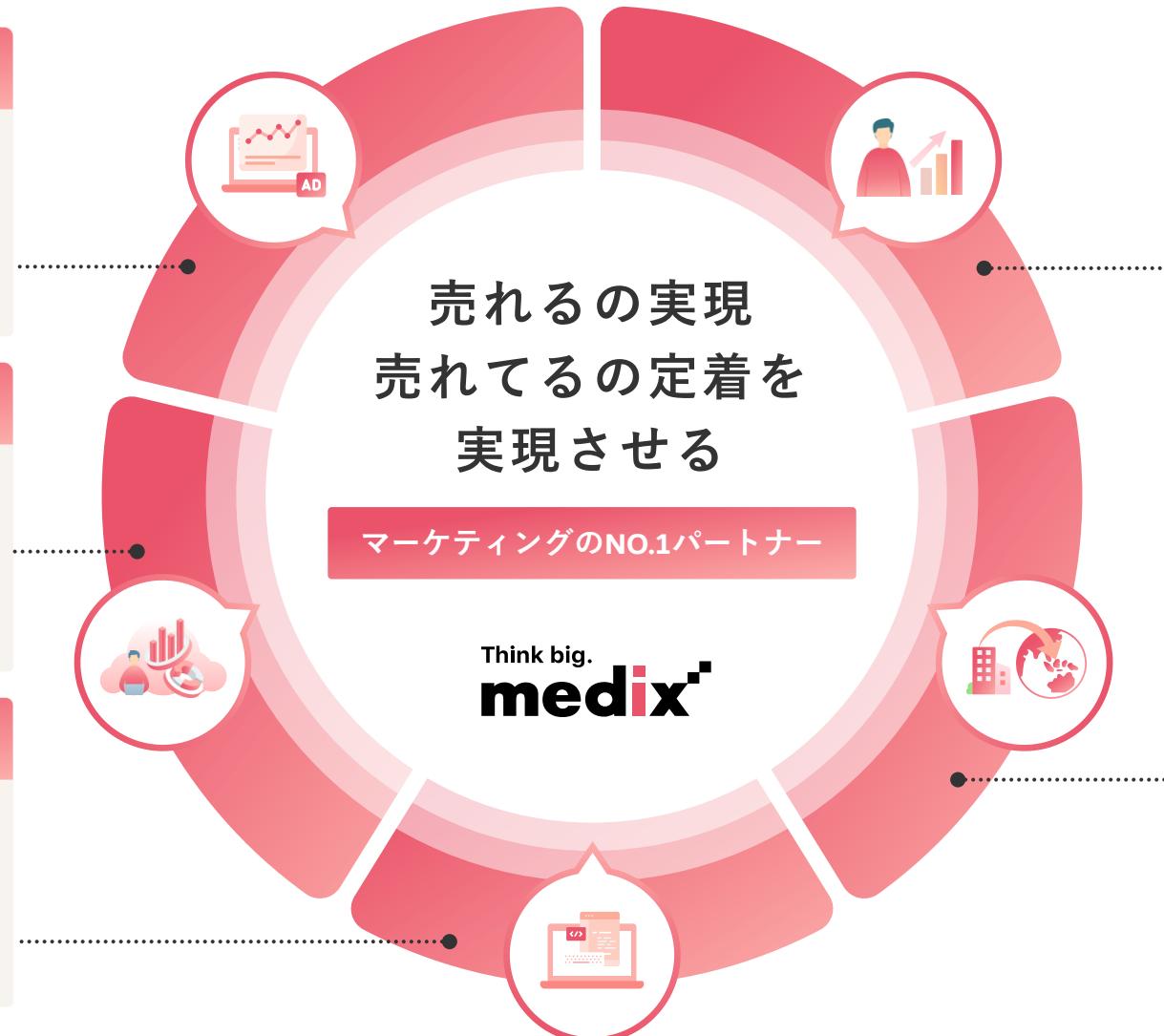
データ活用と自動化でマーケティングを高度化し、Webデータをもとに成果改善を支援

BtoB 領域 BtoC 領域

Webサイト制作・運用

企画・デザイン・運用を一貫し、ブランド価値と成果を最大化

BtoB 領域 BtoC 領域

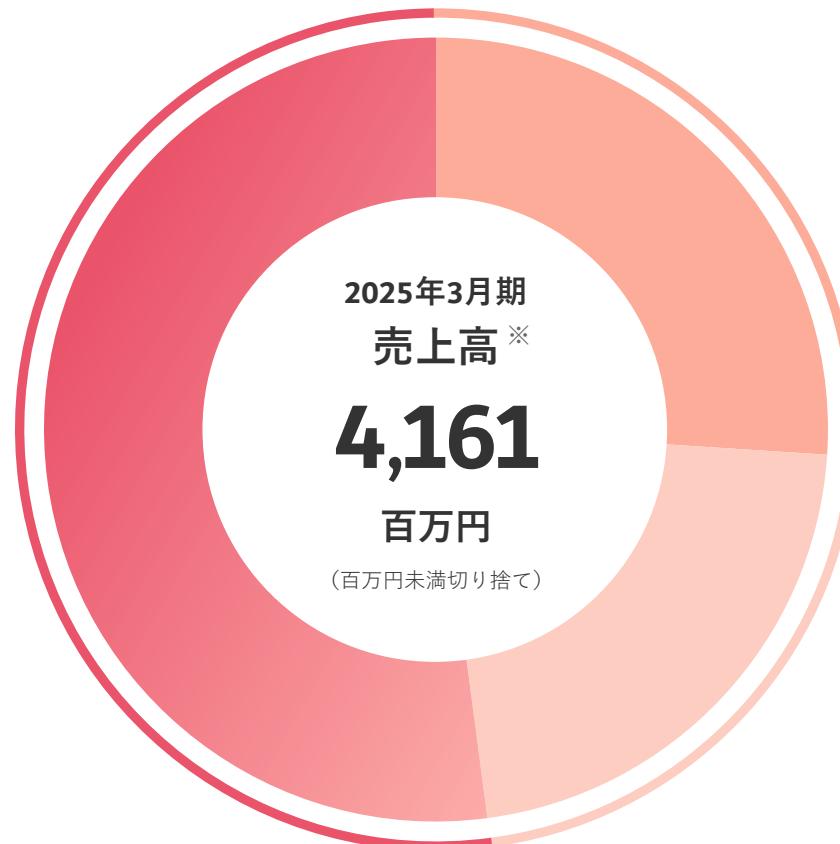


デジタルマーケティング支援事業の売上構成



BtoC 領域 **52.1 %**

コンシューマー向けにサービスを
提供している企業に対してマーケ
ティングを支援する組織の売上



BtoB 領域 **26.0 %**

法人向けにサービスを提供している
企業に対してマーケティング支援を
する組織の売上

**データマネジメント
・その他領域** **21.9 %**

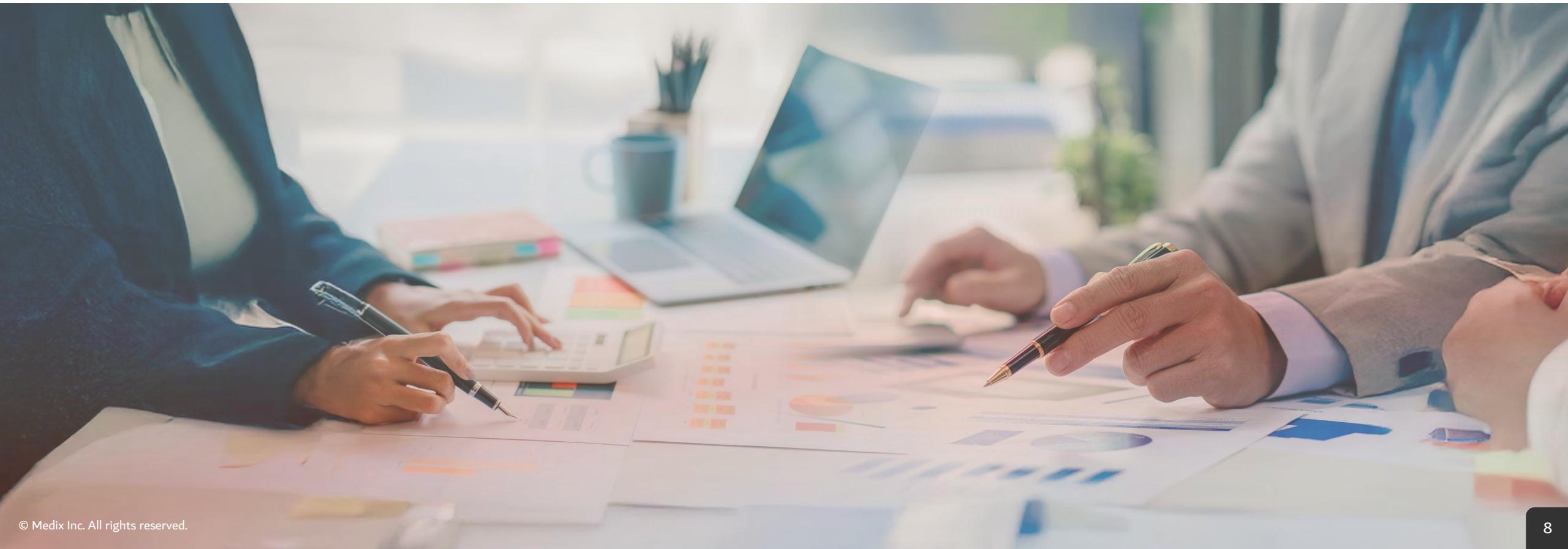
マーケティングDX・アクセス解析、
Webサイト制作等を提供する組織の
売上

※ 当社は単一セグメントですが、販売実績ごとに売上分類を記載

02

2026年3月期 第3四半期決算概要

Financial Results for FY2026



通期業績予想の修正

(百万円)	2025年3月期 通期実績 (2025年5月13日)	2026年3月期 期初通期計画 (2025年5月13日)	2026年3月期(連結) 修正通期計画 (2026年2月10日)	修正前予想比 増減率
売上高	4,161	4,387	4,201	△4.3%
営業利益	802	832	606	△27.2%
経常利益	951	832	610	△26.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	803	577	412	△28.5%
1株あたり当期純利益	106.50	71.96	52.67	△26.8%

業績予想修正の背景

売上高につきましては、BtoC支援領域における既存大型顧客の予算縮小や取引中止の影響が大きく、当初計画を下回る見通しとなりました。利益面におきましても、販管費の適正化などコスト削減に努めましたが、減収に伴う売上総利益の減少分を補うには至らず、前回発表予想を下回る見通しです。なお、本修正数値には、株式会社Sales Labに加え、2026年1月15日付で子会社化いたしましたスタートアジアグループの業績を織り込んでおります。

※スタートアジアグループは第4四半期より連結対象となります

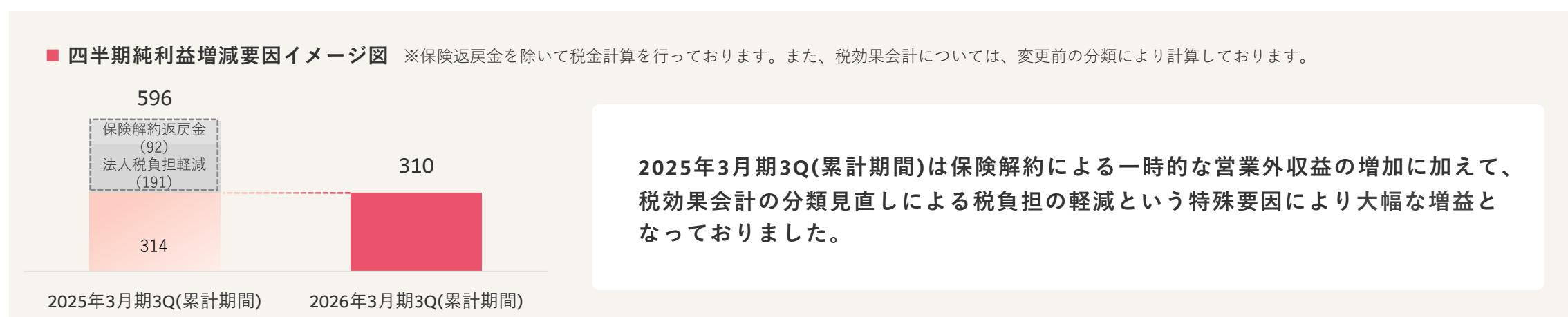
業績ハイライト (1/2)

売上高は2,999百万円（前年同期比0.1%増）とほぼ横ばいで推移しました。

営業利益は前期比△8.8%の減益、経常利益は前期比△29.4%、四半期純利益は△48.0%の減益となりました。

(単位：百万円)	2025/3期 3Q (累計期間)	2026/3期 3Q(連結) (累計期間)	前年同期比
売上高	2,997	2,999	+0.1%
営業利益	499	455	△8.8%
経常利益	646	456	△29.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	596	310	△48.0%

■ 四半期純利益増減要因イメージ図 ※保険返戻金を除いて税金計算を行っております。また、税効果会計については、変更前の分類により計算しております。



業績ハイライト (2/2)

BtoC領域は既存顧客の予算縮小、一部大型顧客の取引停止等の影響を受け、前期比△7.7%減収となりました。一方、注力セグメントであるBtoB領域は新規顧客の獲得および既存顧客の取引額増加が順調に進み、前期比+10.0%増収、データマネジメント・その他領域は、サイト制作案件の受注が順調に進み、前期比+7.1%増収しました。

(百万円)	3Q(累計期間)実績			増減率
	2025年3月期	2026年3月期(連結)		
売上高	2,997	2,999		+0.1%
BtoC	1,582	1,459		△7.7%
BtoB ※	787	866		+10.0%
データマネジメント・その他	628	672		+7.1%
売上総利益	2,668	2,650		△0.6%
販売管理費	2,168	2,195		+1.2%
営業利益	499	455		△8.8%
経常利益	646	456		△29.4%
親会社株主に帰属する中間純利益	596	310		△48.0%

※株式会社Sales Labの売上高は、BtoB領域の売上高に含まれております。

第3四半期の各領域における取り組み

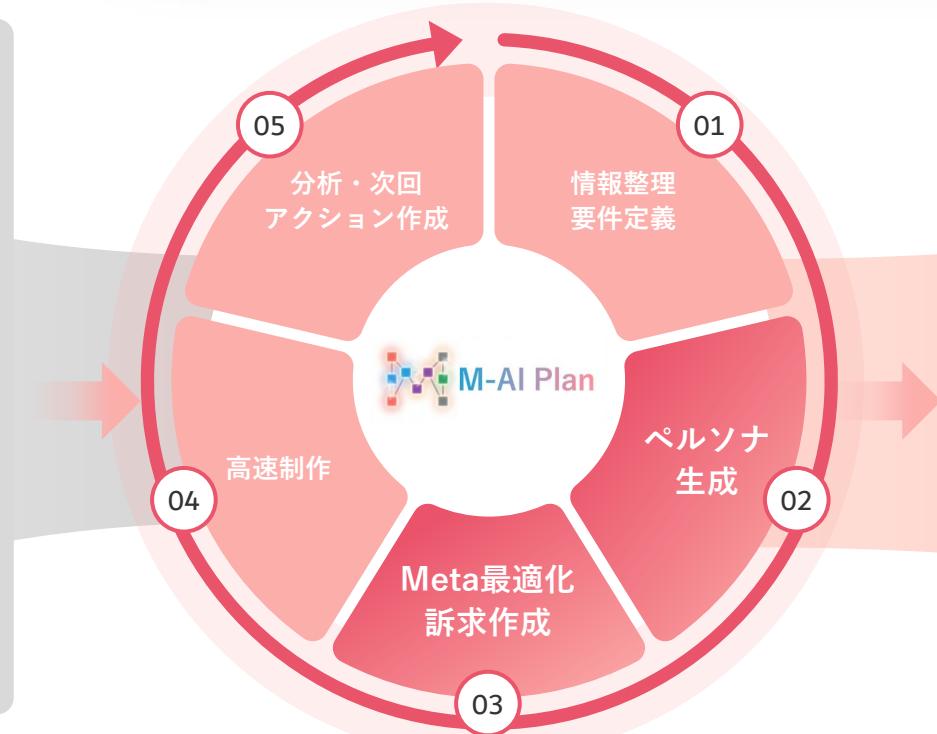


New Release

AI×熟練プランナーの知見で、 広告の「勝ち筋」を資産へ

市場の課題

- クリエイティブの設計・制作・運用において、リソース不足により十分なターゲット設計や制作が行えない
- 成果要因が言語化されず分析がブラックボックス化し、ナレッジが蓄積されない



サービスリスト



[エムデータ]

マーケティングDX支援ツール



[エムマージ]

広告評価ダッシュボード



[エムフィード]

データフィード
最適化ツール (DFO)

[エムスコア]

アカウントの
自動採点ツール

[マイプラン]

AI×クリエイティブの
コンサルティングサービス

[エムエイド]

自社AIツール

【BtoB領域】BtoB企業への支援サービスの拡大

■ BtoB領域の売上高(累計期間)について

(百万円)	2025年3月期 3Q	2026年3月期 3Q(連結)	増減率
売上高	787	866	+10.0%

BtoB企業のビジネス成長に貢献する戦略的マーケティングパートナーとして、今後も業界・業種問わず支援体制の拡充とサービス品質の向上を図り、BtoB領域における支援をさらに強化してまいります。

事例紹介



デジタルマーケティング全般

2025.12.10リリース



クラウドセキュリティサービス「HENNGE One」をはじめ、テクノロジーと現実の間のギャップを埋める独自のサービスを開発

- ① イベント主軸モデルの課題認識
- ② デジタル施策本格化に向けてメディア選定
- ③ 高速PDCAによるオンライン集客モデルの確立
- ④ 成果を背景としたデジタル運用体制の再構築
- ⑤ 国内外成長を見据えたマーケティング基盤の拡張



Rev Opsソリューション

2025.12.19リリース



データ、サービス、プロセスの各マネジメント戦略を支援するクラウドサービスやパッケージの開発・販売・サポートおよびソリューション、コンサルティングの提供

- ① マーケティングROIが見えない構造的課題の顕在化
- ② 売上起点での可視化を目的としたRevOps構想の立案
- ③ RevOpsソリューション導入によるROI可視化の実現
- ④ データに基づく広告・コンテンツ改善の高度化
- ⑤ 売上最大化に向けた全社RevOpsへの拡張

【データマネジメント領域】AI活用サービスとデータ活用支援実績

今期リリースサービス

対話型AIでGA4*分析を深掘りするアップグレードプラン
「モニタリングダッシュボードPro」

New Release

**AI活用
サービス**

**AI会話分析機能搭載
モニタリングダッシュボードPro
提供開始**

「見る」だから、
「次の一手」を生むダッシュボードへ
AIとの対話で深掘り、
データ活用の「あと一歩」を実現します



開発の背景

- ダッシュボードで異常値はわかっても
その原因の究明が難しい
- 分析が属人化している

特徴

- ① 分析の「属人化」を解消
- ② 分析業務の「即時性」を確保
- ③ 施策の「深化」を実現

**AI
で解決**



事例紹介

4ヶ月間の伴走で実感した、顧客体験価値向上のポテンシャル
「KARTE」活用支援を導入

KARTE
データ活用支援



課題

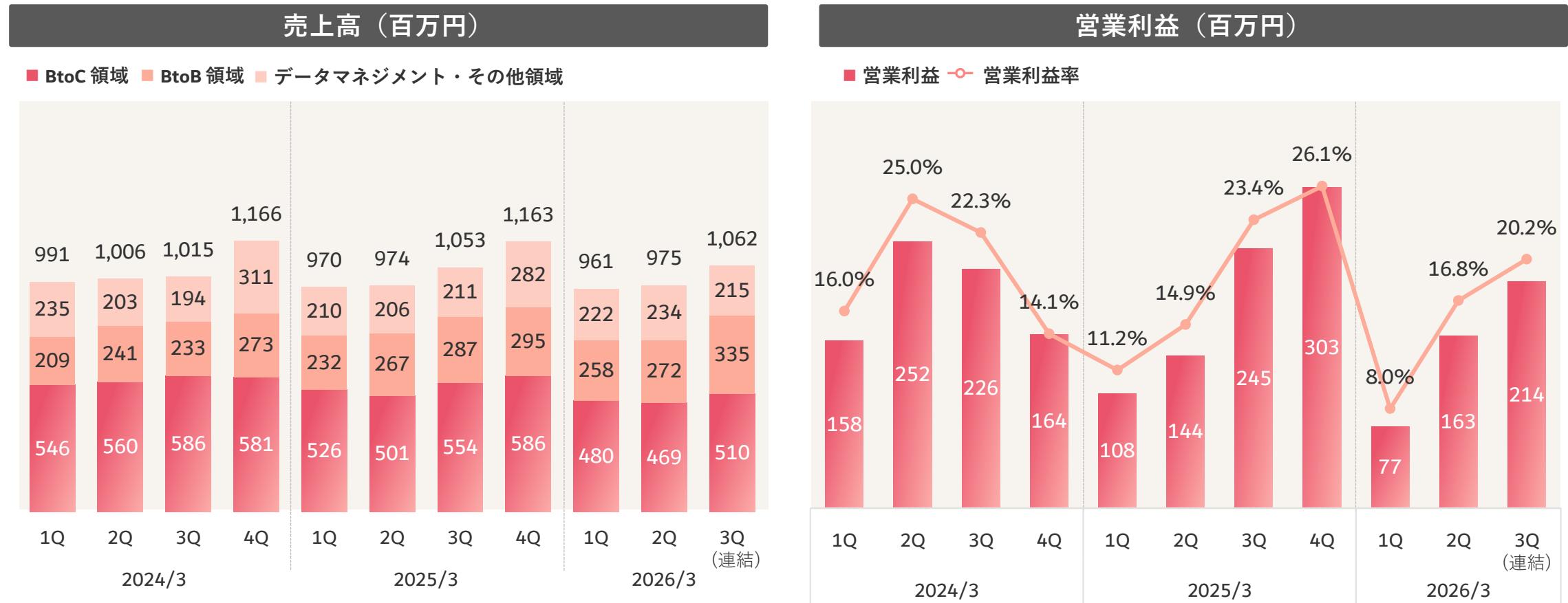
- お客様に最適かつタイムリーに接客できる施策を行いたい
- KARTEの活用や統計データ分析の技術的限界があり、効果的な施策が未実施
- 施策の効果を継続的に検証することが困難

効果

- ① KARTE機能を使ったスピーディな施策のローンチ
- ② 作業リソースの削減
- ③ 分析結果に基づいた仮説や施策アイデアの考え方の理解
- ④ フロントエンド開発に関するノウハウを習得。自社で高度な施策を作成が可能に

四半期業績推移

当第3四半期（連結）の業績は、売上高1,062百万円を計上し、前年同期をわずかに上回る結果となりました。営業利益率は3Q単体で20.2%と例年傾向に沿った推移となっております。



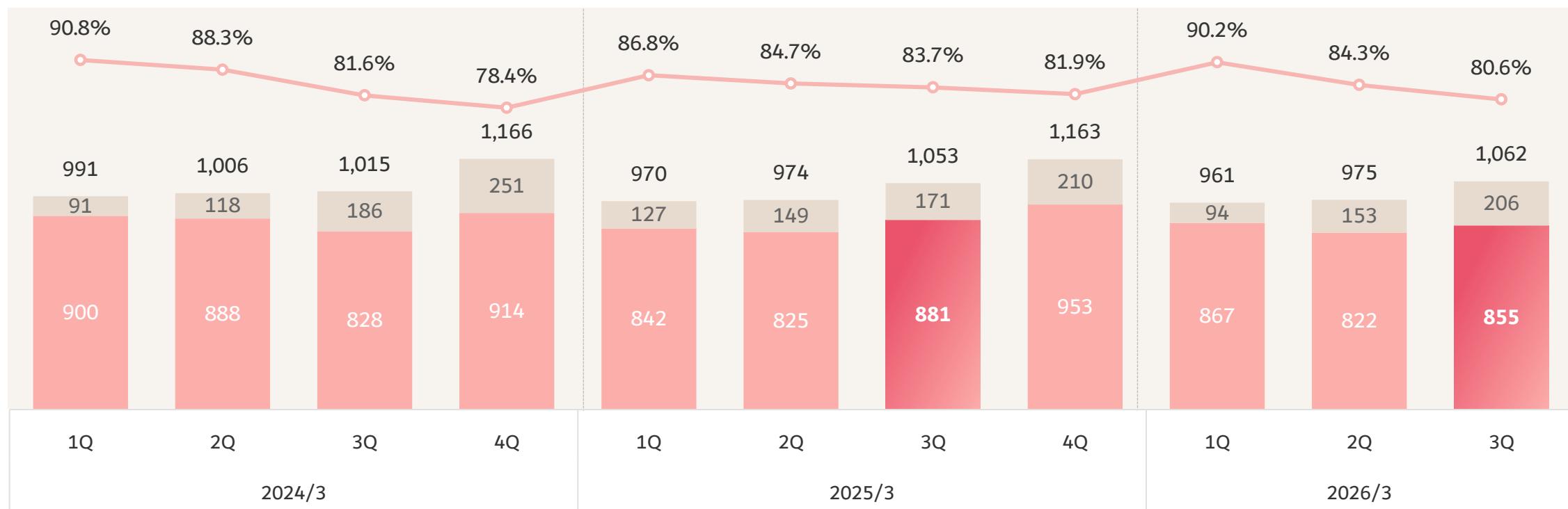
※株式会社Sales Labの売上高は、BtoB領域の売上高に含まれております。

KPI推移（四半期）：3期目以上取引のある顧客の売上高

3期目以上売上高の全体売上高に占める比率は80.6%と高水準で推移し、安定した顧客基盤を維持しました。

売上高分類・四半期（百万円）

■ 3期目以上取引のある顧客の売上高 ○ 上記全体売上高に占める比率



※ 3期目以上取引のある顧客の売上高は、単体ベースで集計しております。

BSサマリー

(百万円)	2025年3月期末	2026年3月期 3Q末	増減額	増減要因
流動資産	6,102	6,441	+339	預金増357、売掛金減54
固定資産	567	607	+39	投資有価証券増89、繰延税金資産減39
資産合計	6,669	7,048	+378	
流動負債	2,832	2,610	△ 221	未払法人税等減184
固定負債	567	1,197	+629	長期借入金増675
負債合計	3,400	3,808	+407	
純資産	3,268	3,240	△ 28	
負債・純資産合計	6,669	7,048	+378	

※ 当期より、株式会社Sales Labを連結子会社としております

新規連結 株式会社Sales Labについて

当第3四半期より株式会社Sales Labを子会社化し、連結決算体制へと移行いたしました。これにより、BtoB領域において「集客からインサイドセールスによる営業支援」までを一気通貫で提供する体制が整い、グループ間のシナジー創出による事業成長の加速を図ってまいります。

株式会社Sales Lab 概要

会社名	株式会社Sales Lab	
事業内容	営業DX支援サービス	
設立	2020年3月5日	
資本金	5,000万円	
所在地	東京都江東区豊洲2丁目2番1号 豊洲ベイサイドクロスター	
従業員数	44人	※2025年3月時点

Sales Lab社とのシナジー

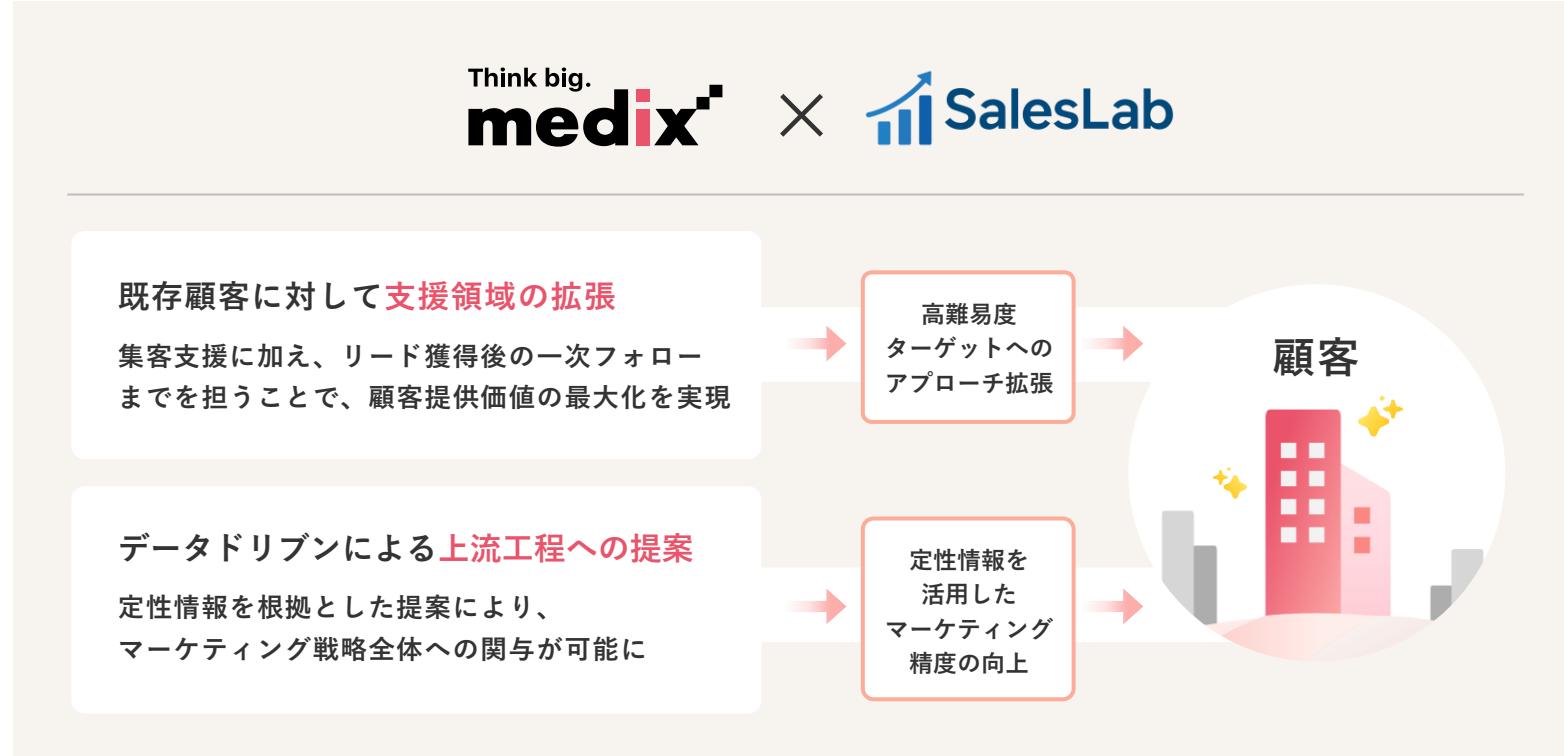


2025.09.03リリース (https://www.medix-inc.co.jp/news/detail/release_20250903/)

集客から架電まで Sales Labとの連携で「売れる仕組み」を一本化

Sales Labとの連携を通じ、支援領域の拡張とデータ活用による提案力を強化。
既存顧客のLTV向上と新規受注の創出により、中長期的な収益基盤の拡大を図ります。

Sales Labとの共同サービス事例



目指す姿



台湾STAグループの株式の取得(子会社化)完了について

2026年1月15日、台湾スタートアジアグループの株式取得を完了いたしました。

海外事業への進出と既存顧客の海外マーケティング支援強化を図り、台湾・アジア市場での売上拡大を目指します。

STAグループ 概要

会社名	亞星通股份有限公司 (STA社)
事業内容	ダイレクトマーケティング事業 日系企業の台湾（海外）進出支援事業
設立	2014年 8月
資本金	5,250千NTD
所在地	台湾 台北市松山区八德路3段36號13樓 株式会社スタートアジアジャパン
株式取得する孫会社	日台通販國際股份有限公司 (NI社) 美迪科思行銷股份有限公司 (MMT社)

STAグループの支援領域



2025.09.04リリース (https://www.medix-inc.co.jp/news/detail/release_20250904/)

2026.01.15リリース (<140120260115534452.pdf>)

03

2026年3月期 業績予想

EARNINGS FORECAST FOR FY2026



2026年3月期 業績予想

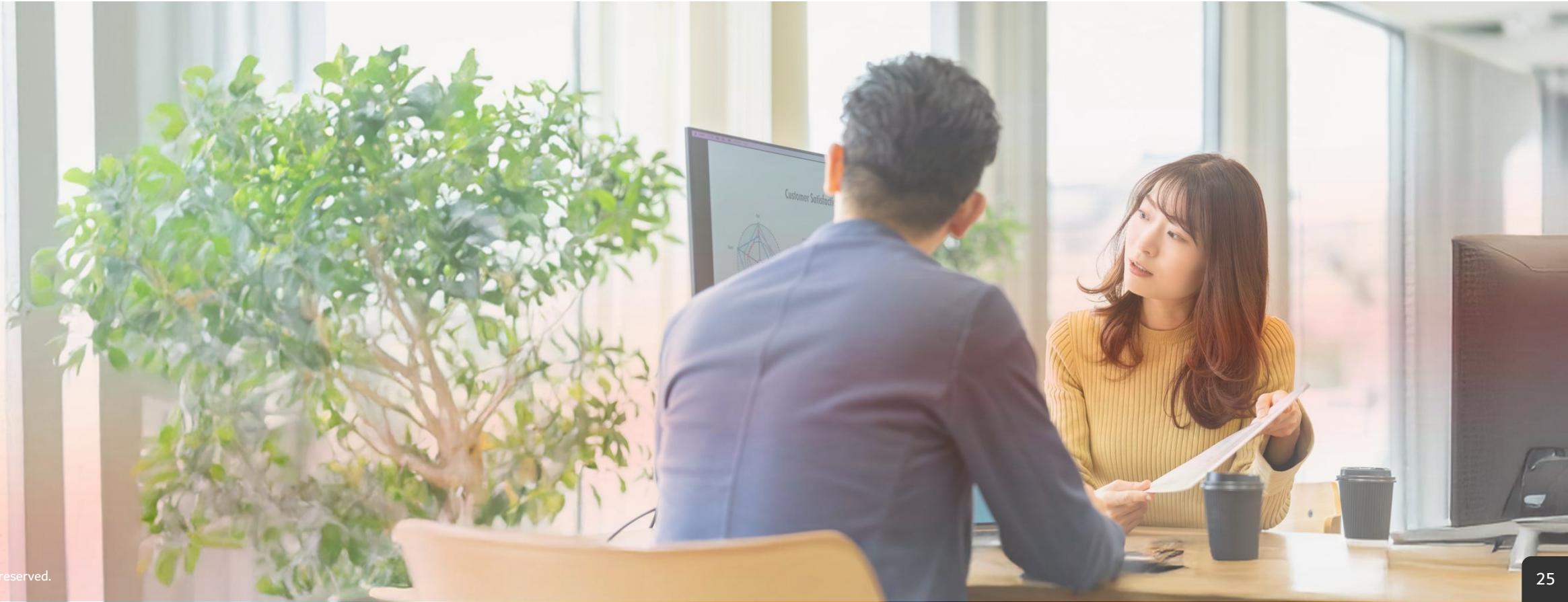
売上高は42億100万円、営業利益は6億600万円を見込んでおります。

(百万円)	2025年3月期 通期実績	2026年3月期(連結) 修正計画	2025年3月期実績比
売上高	4,161	4,201	+0.9%
営業利益	802	606	△24.5%
経常利益	951	610	△35.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	803	412	△48.6%
1株あたり配当金	14円	15円	+1円
配当性向	13.1%	28.5%	+15.4pt

04

当社の強みと成長戦略

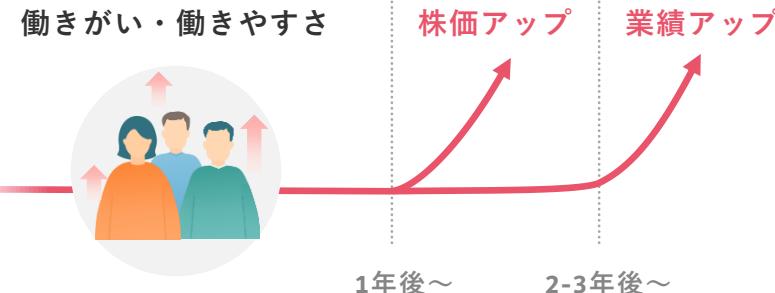
SOURCES OF COMPETITIVENESS & GROWTH STRATEGY



持続的発展を支える人的資本（口コミサイトの評価）

従業員の働きがいと業績には相関関係があるという研究データ※があります。働きがい及び働きやすさスコアの改善は「2~3年程度遅れて企業の成長性や収益性にプラスの影響」を、株式パフォーマンスとの関連性については「両スコアの改善ポートフォリオは1年程度遅れて統計的に有意な正の超過リターンをもたらす」とされています。

※ 従業員口コミを用いた働きがいと働きやすさの企業業績との関係
ジャフィー・ジャーナル 第19巻79-96 2021年4月



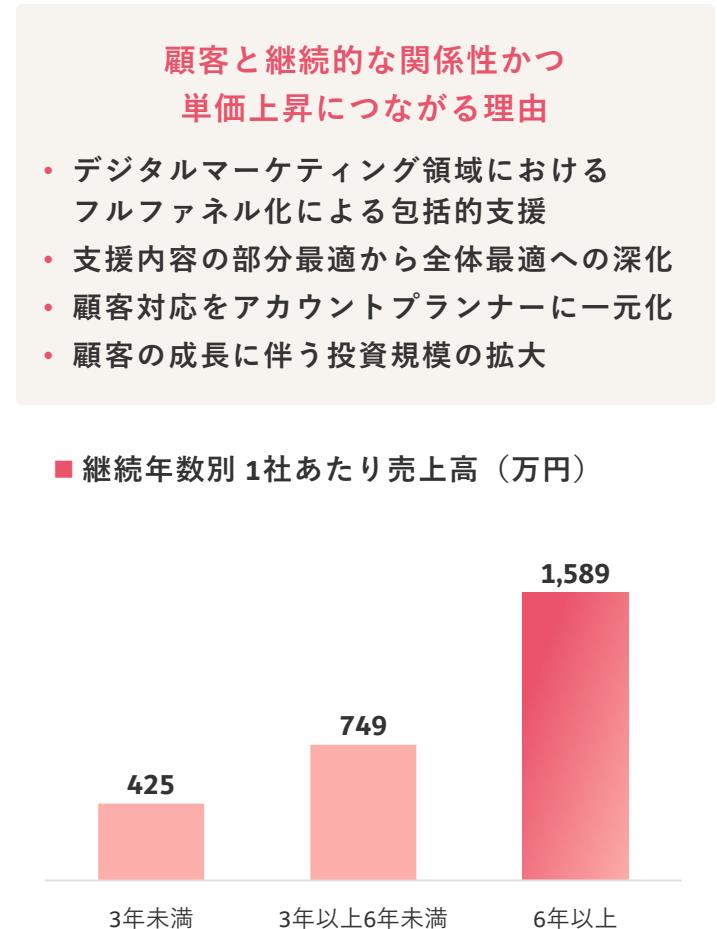
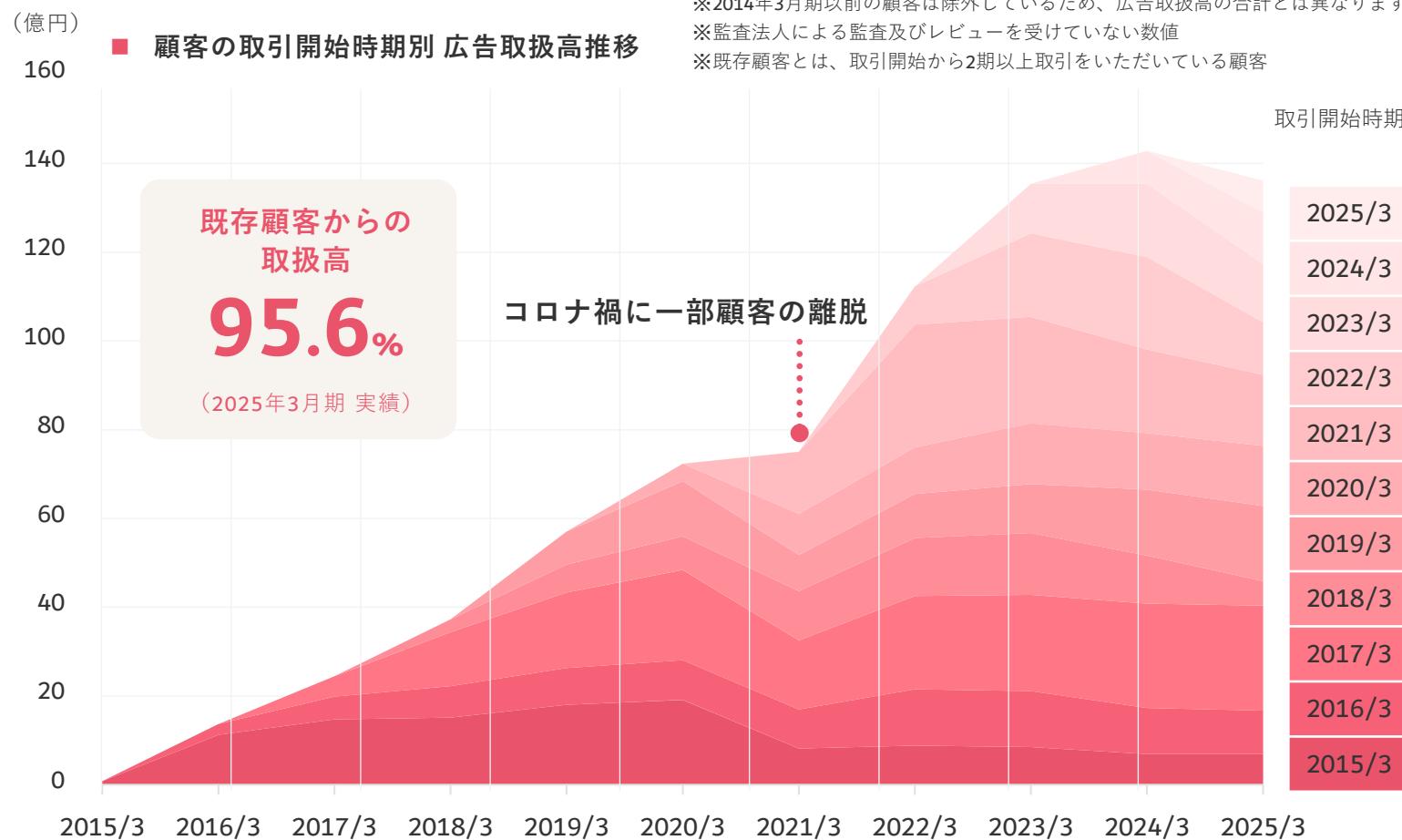
当社（インターネット）の業界ランキング



※ openwork：社員による会社評価スコア（2025年3月26日現在）

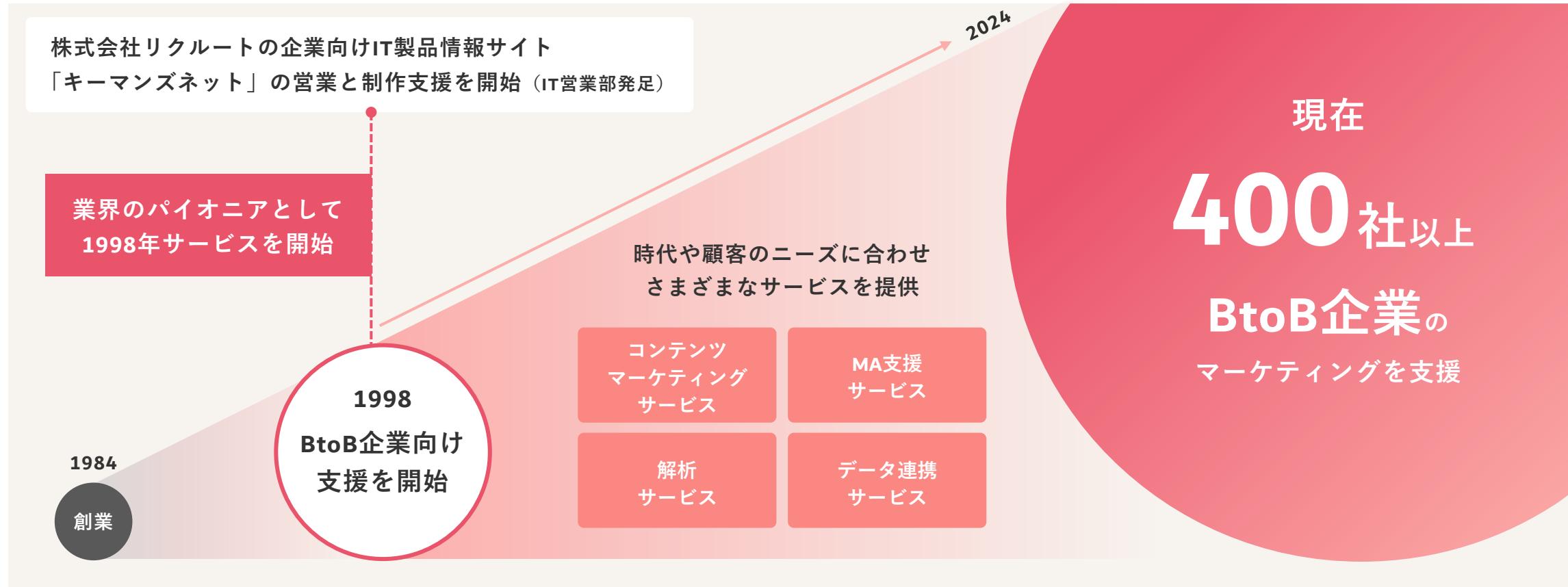
強固な顧客基盤

長年の信頼と実績を背景に顧客との深い関係性を築き、安定した取引基盤を確立しています。



BtoB企業への支援実績

当社は1998年に企業向けIT製品情報サイト「キーマンズネット」の営業と制作支援を開始して以来、IT系企業を中心に400社以上のBtoB企業のマーケティングを支援してきました。





Beyond広告

デジタルマーケティングサービスのさらなる強化を図り
顧客の「売れるの実現」「売れてるの定着」に貢献する企業へ

既存ビジネスの深化・拡大

メインサービスの広告販売をさらに深堀し、マーケティングDX領域の成長と競争力を高め、成長を加速していきます。

新領域へ進出

広告サービスにとどまらず、新たなサービスに進出して、顧客の「売れる」の実現に応えられる真のマーケティングパートナーを目指します

これまで

40年の長い歴史で強みと
強い文化・風土の醸成

強い顧客基盤 人的資本 BtoBへの実績

直近3年間

収益体质への改善・内部統制・
ガバナンス強化

経営基盤の強化 人材活躍化計画 ユニット経営

成長戦略 「Beyond 広告」：新領域へ進出



成長投資と株主還元

安定した財務基盤のもと、M&A等の積極的な「成長投資」と 配当や自社株買い等「株主還元」を両立させていきます。

成長投資

オーガニック成長とインオーガニック成長を積極的に推進

Sales Lab



BtoB企業に、
インサイドセールス機能を提供

STAグループ



日系企業の台湾・アジア市場の
進出支援

2025年9月に上記のM&Aを実施し、5社をグループ化。
既存事業とのシナジー創出に加え、
新たな市場の開拓及び成長基盤構築を加速します。

株主還元

剩余金の配当については、

年間配当 ● 配当性向を10%～20%を目安とし、
安定的・持続的に配当することに努めております。

2024年3月期

8 円^{※1}

2025年3月期

14 円

2026年3月期

15 円(予想)

自己株式
取得

経営環境の変化に対応した
機動的な資本政策を可能とするため、
自己株式の取得を実施いたしました。

取得株式総数

当社普通株式500,000 株^{※2}

株式取得総額

257,000,000円

取得日

2025年9月17日

※1：2025年1月1日付で当社普通株式1株につき50株の割合で株式分割を行っております。2024年3月期については株式分割後の1株当たりの配当金の額を記載しています。
※2：発行済み株式総数（自己株式を除く）に対する割合 6.22%

APPENDIX

APPENDIX



リリース | 広告最適化を支援する「アドパフォーマンスダッシュボード」

広告・Web解析・事業成果データを自動統合し、広告評価をWeb指標から事業成果軸へ転換。「アドパフォーマンスダッシュボード」の導入により、最終成果に基づく迅速な意思決定と広告投資効率の継続的な向上を支援します。



リリース | メディックスとNintがパートナー契約を締結

ECデータ分析の「Nint ECommerce」をはじめとするNintのソリューション導入支援を強化し、精緻なEC市場データに基づくデータドリブンなマーケティングを支援。クライアント企業のEC事業の成長とDX実現に貢献します。

EC領域の「分析」と「実行」を完全統合



市場データに基づくマーケティング支援

EC市場データを活用したマーケティング支援により、市場・競合・消費者動向を踏まえた施策立案を実現するなど、データに基づくマーケティング支援精度を高度化

分析と施策実行をつなぐ一貫支援体制の構築

NintのECデータ分析ソリューションと、メディックスのマーケティング施策支援の組み合わせによって、分析結果を施策に反映しやすい一気通貫の支援体制を構築

データドリブンな意思決定の促進

総合型ECデータ分析ツール「Nint ECommerce」をはじめとするデータソリューション導入支援を強化し、クライアント企業のデータドリブンな意思決定を促進

株式会社Nint	本社所在地	：東京都新宿区
 Nint	主な事業内容	：ECデータ分析サービスの提供

株式会社メディックスは、UGC（User Generated Content：ユーザー生成コンテンツ）活用SaaS「visumo」を提供する株式会社visumoと、WebサイトのCX（顧客体験）支援強化を目的としたパートナー連携の契約を締結いたしました。

パートナー連携の契約の背景と目的

近年、消費者の情報収集はSNSを中心としたリアルなユーザの声（UGC）へとシフトしており
WebサイトにおけるCX向上にはUGC活用が不可欠



データ分析力とWebサイトの運用ノウハウ

これまでデータ分析を基盤としたデジタルマーケティング戦略の立案・実行により、クライアント企業の成果創出を支援



UGC活用ソリューション

InstagramなどのUGCを企業のECサイトやブランドサイトに活用し、コンバージョン率（CVR）やエンゲージメントの向上に貢献

visumo社の提供する「visumo」の導入および運用支援を強化し

UGCを最大限に活用したデータドリブンなWebサイト体験の最適化を実現

今後の展望



- ・導入・効果測定の支援
- ・CX改善ツールとの連携強化
- ・Webサイト全体との連携

CXを最大化する支援を強化し、クライアント企業のWebサイトにおけるエンゲージメントの向上と売り上げの最大化に貢献。

BtoB領域のサービス例

メディックスは、1998年より400社超のBtoB企業を支援する実績豊富なパートナーです。

IT、SaaS、製造業を中心に、最適なソリューションを提供しています。

広告、イベント支援、営業支援、戦略設計支援など、認知から受注に至るマーケティングプロセス全体をワンストップでカバーし、顧客企業の事業成長を力強く支援します。



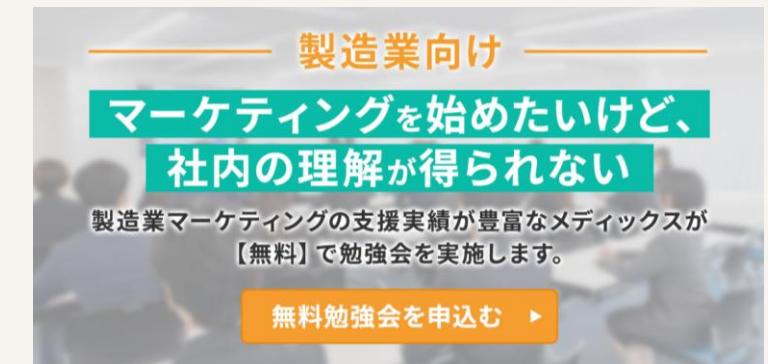
技術転用による、新しいマーケット開拓を支援する用途開発支援サービス



休眠顧客の掘り起しサービス
「M-Reactivation」



検索環境の変化に対応し、SEOにAI Overviews 対策の視点を加えた分析支援サービス



顧客企業社内での
マーケティング勉強会実施

トップメッセージ

変わりつづけること、 これからも変えないこと

メディックスは、1984年にクリエイティブ・プロダクションとして創業し、インターネットの登場とともに事業の中心をデジタルマーケティング支援に転じ、現在に至ります。

不確実な時代において、複雑な変化を捉えながら成長・進化することを生命線とし、歩んできました。

お客様のビジネス理解やユーザとの幸せなストーリーを想像するプロセスを大切にし、効果を生むための観察と実行を繰り返しています。「変わりつづけること、これからも変えないこと」を信条に、成長と進化を求めるながらも実直な姿勢を貫き、「お客様の売れる」に貢献する伴走者であり続けたいと考えています。

株式会社メディックス 代表取締役社長 田中 正則



マネジメントメンバー

代表取締役社長



田中 正則 *Tanaka Masanori*

1980年大手人材サービス会社に入社。通信事業部門の事業部長や新規事業開発、事業経営などに従事。その後、同社のグループ会社他、複数の企業において取締役、代表取締役を歴任。経営領域に関する幅広い知見と豊富な経験を有する。2021年4月当社に入社し取締役副社長に就任。事業ユニット制、収益管理制度、上位職級給与制度設計など、経営管理体制整備に取り組み、2022年4月代表取締役社長に就任。

管理担当取締役



馬場 昭彦 *Baba Akihiko*

1996年大手人材サービス会社に入社。その後、同社のグループ会社において取締役、代表取締役を歴任。2023年6月当社管理担当取締役就任。経営企画、事業統括、企画統括などに関する豊富な経験と高い知見を有し、当社の長期的な成長戦略の策定及び実行に貢献している。

取締役



水野 昌広 *Mizuno Masahiro*

1979年大手人材サービス会社に入社し、一貫して中途採用事業に従事。その後、当社の創業者からの要請により、1992年に当社取締役就任。事業戦略の立案と実行に取り組み、デジタルマーケティング事業への転換も主導した。2005年当社代表取締役就任。退任後は、取締役会長を経て2023年3月取締役（常勤監査等委員）就任。



鈴木 さなえ *Suzuki Sanae*

1997年大手総合電機グループの情報システム会社に入社。その後、複数の企業において監査役、取締役を務める。特に、創業メンバーでもあるシステム開発会社では、取締役としてIPOを牽引した。2023年3月当社社外取締役（監査等委員）就任。当社のガバナンス体制の構築や取締役会、監査等委員会の構築と推進に貢献している。



大久保 修一 *Okubo Shuichi*

1982年大手人材サービス会社に入社。その後大手通信会社に転職し、複数の関連会社において取締役、代表取締役を歴任。2023年3月当社社外取締役（監査等委員）就任。内部統制やガバナンス体制への指摘、体制構築への助言など、コンプライアンスに基づく業務執行を監督し、当社の透明性のある健全な経営に寄与している。



都 賢治 *Miyako Kenji*

1983年大手会計事務所に入所。その後、1989年に都会計事務所（現税理士法人アルタス）を設立。現在に至るまで複数の企業において監査役・監事などを務める。2024年6月当社外取締役（監査等委員）就任。会計・財務・税務、及びIPO分野における長年の経験と専門的な知識を有する。

市場規模

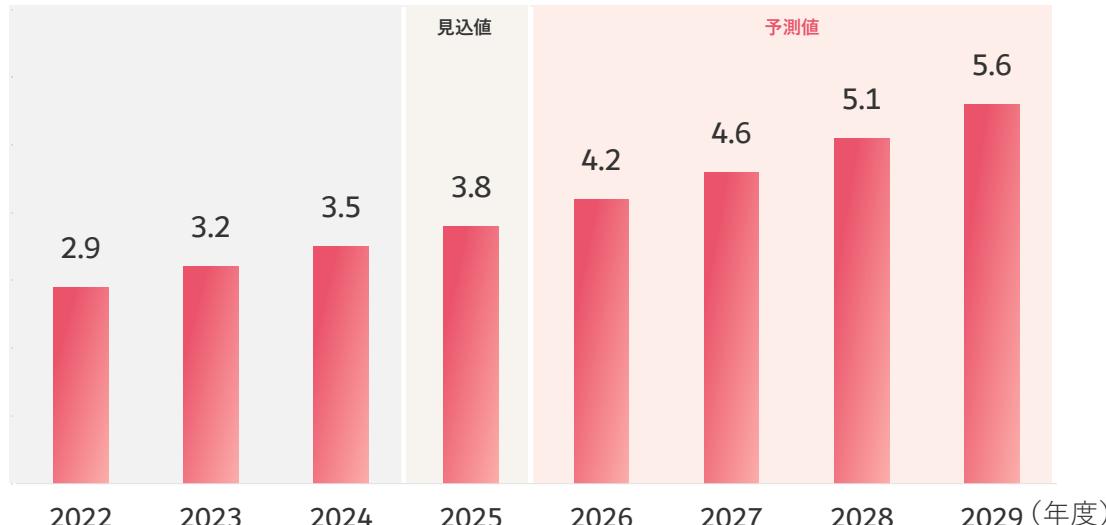
インターネット広告市場は、企業活動の中心的な役割を担う領域へと進化しています。
デジタルマーケティング市場は、年平均成長率13.8%(2024-2028年)で拡大を続ける予測となっています。

当社のサービス領域

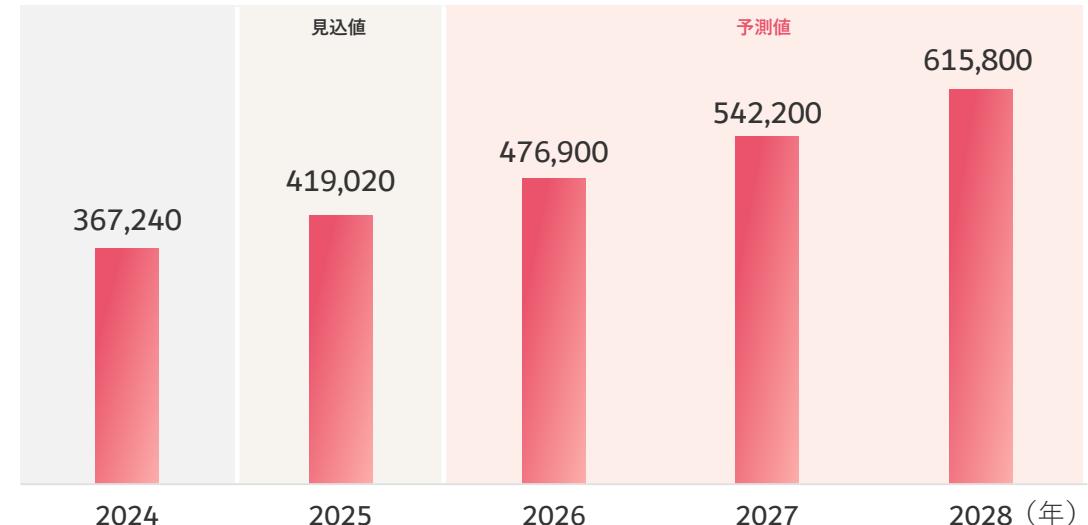
運用型広告

マーケティングDX・アクセス解析

■ インターネット広告市場 市場規模推移（兆円）



■ デジタルマーケティング市場規模推移・予測（百万円）

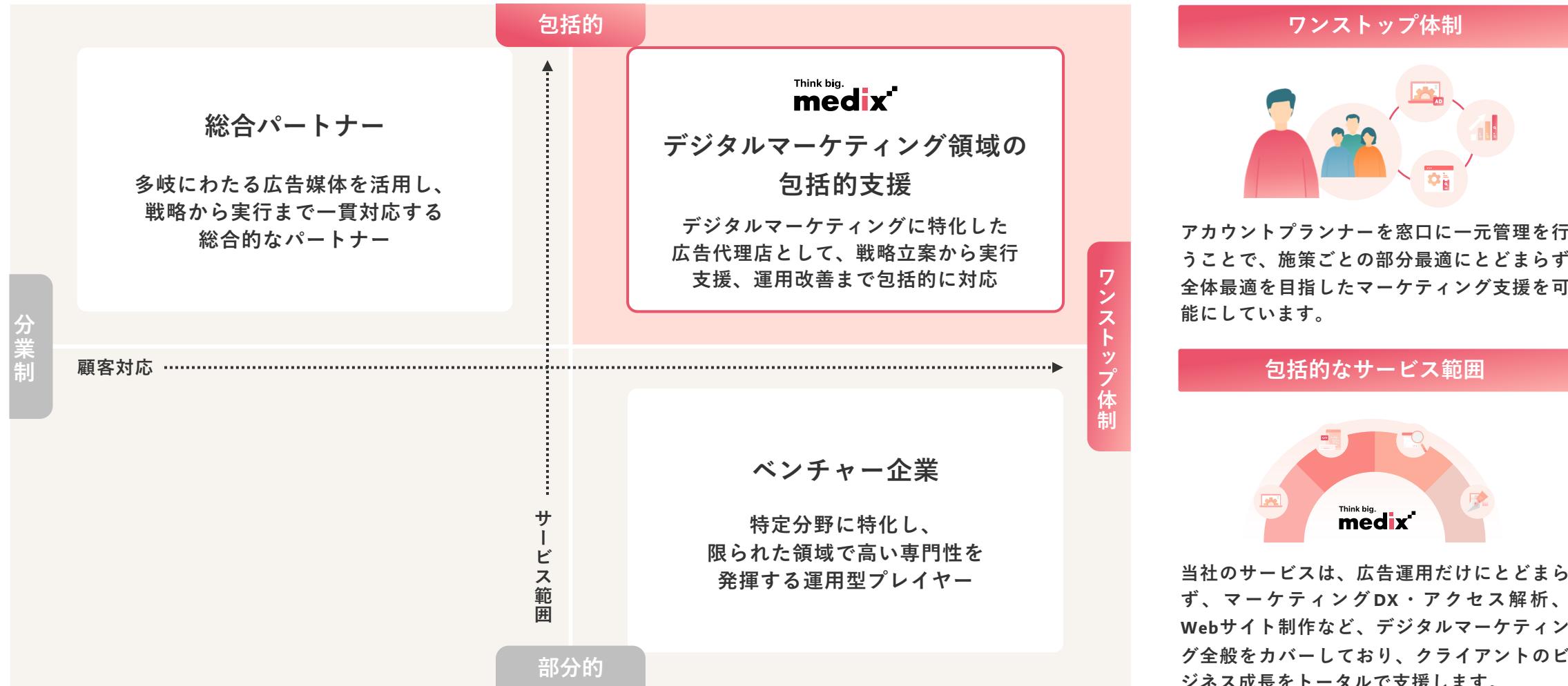


※ 矢野経済研究所「2025 インターネット広告市場の実態と展望」2025年11月

※ 矢野経済研究所「2025年版 デジタルマーケティング市場の実態と展望」2025年7月

競合環境

■ デジタル広告代理店におけるポジショニングマップ



※当社推定による作成

当社の強み 長年培ってきた強い組織能力基盤 (理念、文化・風土、採用・育成、評価制度)

「自由と責任」「信頼」という企業理念のもと、主体性や当事者意識が根付いています。評価制度がそれを支え、成長感や顧客貢献意識を高め、高い顧客満足と継続率に繋がっており当社の成長の源となっています。



経営理念 | 自由と責任、そして信頼。

当社の強み BtoB企業への支援実績

大手BtoB企業では一般的にマーケティングに関する部署や担当者が多岐にわたっているため、会社毎の複雑な組織を理解することが必要です。当社は1998年からBtoB企業向けに支援を行っており、400社以上の実績をベースとした最適なアプローチが可能となっています。



ESG・SDGsへの取り組み

<p>Environment 環境</p>	<ul style="list-style-type: none"> 在宅ワーク実施や電子化推進などによるエネルギーの削減 会議室モニターの導入による、ペーパーレスでの会議環境の整備 本社入居ビルのコーチェネレーションシステムによる発電機排熱利用 	
<p>Social 社会</p>	<ul style="list-style-type: none"> 災害地域やドクターへりなどへの寄付活動 社員の身体的・精神的健康維持を目的とした産業医面談の毎月実施 女性の働き方推進プロジェクトの立ち上げ及び実施 	
<p>Governance 企業統治</p>	<ul style="list-style-type: none"> リスク・コンプライアンス委員会による管理・報告体制の整備 社内外内部通報窓口の設置 全役員及び従業員を対象とした、情報セキュリティ教育の実施 	

ディスクレーマー



将来見通しに関する注意事項本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward looking statements)を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、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一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。