株式会社メディックス

2027年3月期 第2四半期 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



2026.11

© Medix Inc. All rights reserved.

成長戦略　「Beyond 広告」

Think big. medix



© Medix Inc. All rights reserved.

エグゼクティブサマリー

業績サマリー（上期累計）

売上高
2,347百万円
（前年同期比 +21.2%）

営業利益
159百万円
（前年同期比 △34.1%）

経常利益
152百万円
（前年同期比 △36.4%）

親会社株主に帰属する中間純利益
92百万円
（前年同期比 △43.8%）

領域別業績（上期累計）

BtoC 売上高
907百万円
（前年同期比 △4.4%）

前年の大型顧客との取引停止等の影響が残るものの、減収幅は着実に縮小

BtoB 売上高
689百万円
（前年同期比 +30.0%）

SaaS・IT領域での新規顧客の獲得・既存顧客との取引拡大に加え、広告以外のマーケティング支援も伸長

データマネジメントその他 売上高
750百万円
（前年同期比 +64.2%）

連結子会社化したSTAグループ（台湾）が業績を大きく牽引

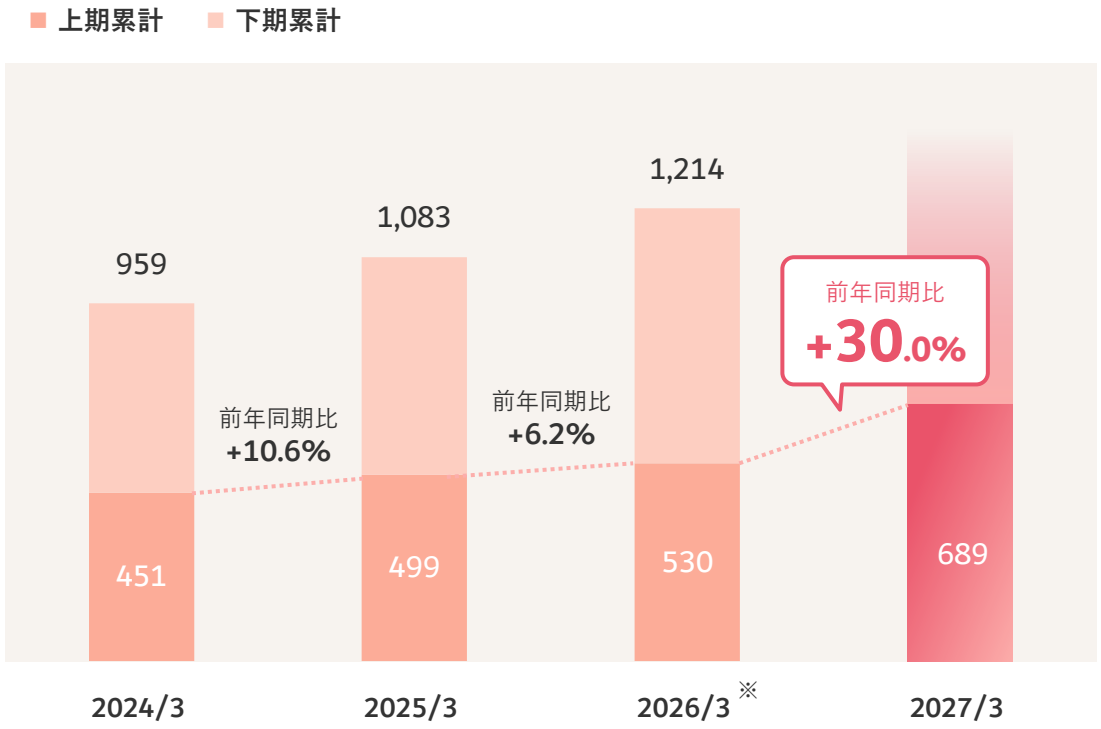
※当期は子会社の連結寄与を含む。前年同期は子会社の連結前。

© Medix Inc. All rights reserved.

注力（BtoB）領域売上推移

BtoB領域の売上は右肩上がりで成長、当上期も前年同期比+30.0%と好調に推移しました。
SaaS・IT領域を中心に取引が拡大、専門支援力の強化と、広告効果の先へ踏み込む支援で成長を継続しています。

BtoB領域売上（百万円）



注力業界での取引が順調に拡大

SaaS・IT全般・製造業を注力業界に設定。なかでもSaaS・IT領域が順調に拡大

専門支援力の強化

専門組織化による業界での認知向上

- 専門組織を組成し、支援力を強化
- BtoBカンファレンス協賛やメディア共催セミナーで認知を拡大

広告を越えた支援

マーケティング領域を超えた支援の拡大

- 収益最大化支援サービスの立ち上げ
- セールス支援領域では子会社化したSales Lab社との共同案件で10件以上の案件化

※ 26/3月期以降は株式会社Sales Labの売上高を含む。

© Medix Inc. All rights reserved.

注力（BtoB）領域の成長戦略：事業グロースパートナーへ

新たな市場への展開による
成長機会の拡大

マーケティングから
セールス、カスタマーサクセスへ進出し、さらなる成長を実現

これまでの知見と豊富な顧客資本を活かし、
広告サービス領域を超えた新たな市場にチャレンジし、
BtoB企業の販売プロセスを一気通貫で支援、成長を加速させます

	マーケティング			セールス				カスタマーサクセス
	戦略設計	認知獲得	リード獲得	リード育成	営業活動	商談化	受注	顧客価値最大化
提供サービス	• 市場/競合調査 • ターゲット設計 • KPI設計 etc.	• ペイドメディア（広告等） • イベント企画 • リードジェネレーション etc.		• メールマーケティング • セミナー開催 • インサイドセールス etc.		• フィールドセールス • 利活用促進施策 etc.		
データ活用支援	アクセスデータ 広告データ etc.			営業データ （Salesforce、HubSpotなど）		顧客データ サービス利用データ etc.		

提供領域の拡充によって顧客のさらなる事業成長に貢献

© Medix Inc. All rights reserved.

ノウハウ×AIで、顧客支援の質とスピードを高める

Think big. medix

プランニングノウハウ×AI　クリエイティブ企画の高度化

広告クリエイティブの企画ノウハウを独自ツール群に実装。ペルソナ設計・広告テキスト・LP改善案・クリエイティブ審査をAIが支援し、企画の質とスピードを両立

ペルソナ作成時間
△90%

運用ノウハウ×AI　広告運用の自動化

入稿チェック、レポート・ダッシュボード作成、異常検知アラート、在庫連動の配信切り替えなどを仕組み化。運用担当者は分析と改善提案に注力

運用領域の削減時間
6,100h/年

案件データ×AI　提案業務の高度化

案件データをAIで分析し、予算拡大の余地がある案件を検知。問い合わせ時点で企業分析と初回提案のアイディアを自動生成し、提案の数と質を高める。

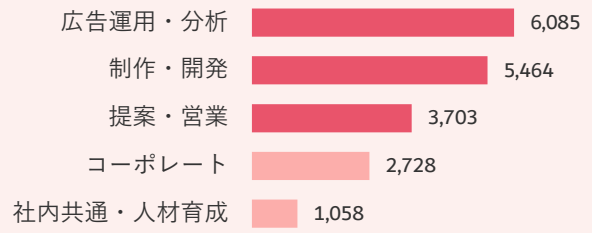
※
提案業務の時間削減率
△67%

AI活用による効果

約19,000h

人件費換算	平均削減率	AI活用施策
6,650万円	64%	508件

領域別の削減時間（h/年）



顧客向け業務（上位3領域）が削減時間の約8割

※ 社内各部門の自己申告をもとにした年間換算の試算値(26/9月末時点の集計)。人件費は1時間あたり3,493円で算出
※ 提案業務の時間削減率は、AIによって業務改善された営業・提案業務をベースに算出

© Medix Inc. All rights reserved.

広告支援の全工程にAIを実装

広告支援のワークフロー

提案	企画・クリエイティブ制作	審査・入稿	配信・運用最適化	効果検証・レポート
年間削減時間 3,810 h/年	年間削減時間 5,290 h/年	年間削減時間 950 h/年	年間削減時間 1,580 h/年	年間削減時間 3,620 h/年
企業分析・3C分析	M-AI Plan（ペルソナ・広告テキスト生成）	クリエイティブ審査ツール	広告自動最適化	レポート・ダッシュボード自動化
提案資料作成	LP改善提案ツール	入稿依頼～入稿チェックの自動化	パフォーマンスの自動チェック	定例会資料の作成・分析支援
増額提案余地の自動検知	動画素材の生成アプリ	広告表記の自動補正	異常検知・アラート	考察自動生成
商談議事録自動化	自動コーディング		広告文・キーワード案の生成	



※ 数値は各工程の年間削減時間。（社内申告ベースの試算）

© Medix Inc. All rights reserved.

SHAREHOLDER RETURN POLICY

株主還元方針

株主還元方針

配当	累進配当　DOE（株主資本配当率）4.0%程度を目安
	配当回数　年2回（中間・期末）
自己株式取得	株価水準に応じて機動的に実行

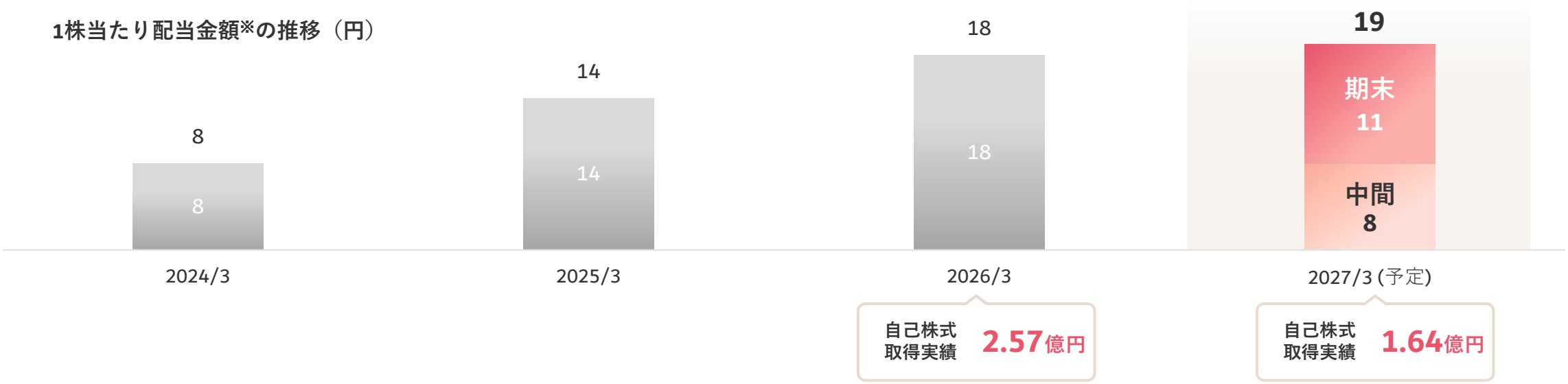
2027年3月期 配当予定

配当（予定）

19円

中間 8円 ＋ 期末 11円

1株当たり配当金額※の推移（円）



※ 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

© Medix Inc. All rights reserved.

CONTENTS

目次

Think big.
medix

01 会社概要

02 2027年3月期 第2四半期決算概要

03 2027年3月期 業績予想

04 当社の強みと成長戦略

© Medix Inc. All rights reserved.

01

会社概要 ABOUT COMPANY



© Medix Inc. All rights reserved.

COMPANY OVERVIEW

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（2026年9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19F
代表者	代表取締役会長　田中　正則 代表取締役社長　馬場　昭彦
連結従業員数	396名（2026年9月末時点）
決算期	3月末



© Medix Inc. All rights reserved.

SALES COMPOSITION

売上高構成

デジタルマーケティング支援事業の売上構成

BtoC 領域　BtoB 領域　データマネジメント・その他領域



BtoC 領域 45.3%

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 28.5%

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 26.2%

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
※ 2026年3月期第3四半期より連結決算に移行しております

© Medix Inc. All rights reserved.

02

2027年3月期 第2四半期決算概要

FINANCIAL RESULTS FOR FY2027



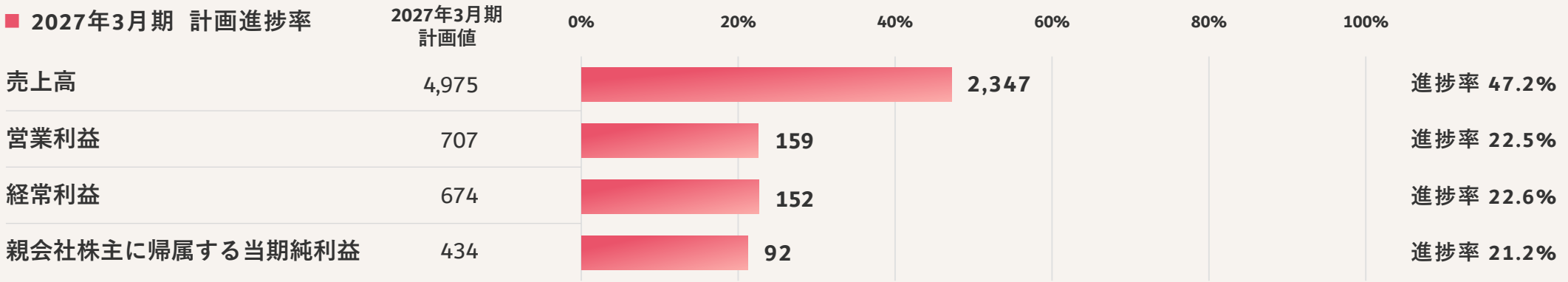
© Medix Inc. All rights reserved.

業績ハイライト（1/2）

売上高は2,347百万円（前年同期比21.2%増）と増収となりました。メディックス単体は売上・利益ともに計画通りに推移しています。一方、営業利益は、台湾のSTAグループにおいて売上が下期に偏る事業構造であることに加え、将来の収益基盤確立に向けた体質改善を進めていることから、159百万円（同34.1%減）と減益となりました。

（単位：百万円）	2026年3月期 2Q(累計期間)	2027年3月期 2Q(累計期間)	前年同期比
売上高	1,937	2,347	+21.2%
営業利益	241	159	△34.1%
経常利益	240	152	△36.4%
親会社株主に帰属する中間純利益	163	92	△43.8%

■ 2027年3月期 計画進捗率



※当期は子会社の連結寄与を含む。前年同期は子会社の連結前。

© Medix Inc. All rights reserved.

業績ハイライト（2/2）

BtoC領域は、前期に発生した大型顧客との取引停止等の影響が残り、前年同期比△4.4%の減収となりましたが、注力するBtoB領域は既存顧客との取引拡大等により同+30.0%と伸長しました。
また、データマネジメント・その他領域はSTAグループの業績寄与により、同+64.2%の増収となりました。

（百万円）	2Q(累計期間)実績		
	2026年3月期	2027年3月期	増減率
売上高	1,937	2,347	+21.2%
BtoC	949	907	△4.4%
BtoB	530	689	+30.0%
データマネジメント・その他	456	750	+64.2%
売上総利益	1,742	1,946	+11.7%
販売費及び一般管理費	1,501	1,787	+19.1%
営業利益	241	159	△34.1%
経常利益	240	152	△36.4%
親会社株主に帰属する中間純利益	163	92	△43.8%

※当期は子会社の連結寄与を含む。前年同期は子会社の連結前。
※ 株式会社Sales Labの売上高はBtoB領域、STAグループの売上高はデータマネジメント・その他領域の売上高に含まれております

© Medix Inc. All rights reserved.

2027年3月期第2四半期の各領域における取り組み

Think big. medix

Beyond広告

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掘りし、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。

新領域へ進出

広告サービスにとどまらない新たなサービスへの進出。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す。

RTB House Japan主催2026年度「Top Agency Award」で「Bronze」を受賞

BtoC 領域

ECをはじめとするBtoC支援における、前年度のRTB House製品の販売実績、製品・サービスへの理解度、広告主への提案力などが総合評価され、2024年から3年連続でBronzeを受賞。

SaaS企業向け共同プログラム「SaaS Growth Program」を開始

BtoB 領域

メディックスとYoiiが連携しSaaS企業向けプログラムを開始。売上改善診断・伴走支援と、売上予測・RBFによる資金提供を組み合わせ、成長課題の特定から資金調達、施策実行までを一貫して支援。

ワコム　データの標準化とマーケティング活用

データマネジメント・その他領域

ワコムのGA4計測環境の整備とダッシュボード導入を支援。データ取得の信頼性向上に加え、共通指標による意思決定のスピードと精度の向上を実現。

※ GA4（グーグルアナリティクス）

© Medix Inc. All rights reserved.

SaaS企業向け共同プログラム「SaaS Growth Program」を開始

成長課題の診断と将来の売り上げ予測を起点に、資金調達とグロース支援を一体で提供

SaaS企業が直面する成長投資の課題

どこに投資すべきか見えない

自社の伸びしろ、
成長を阻むボトルネックを
十分に可視化できていない

投資したいときに資金が足りない

成長に先行して費用が発生し、
資金を適切なタイミングで
確保できなければ
事業機会を逃す可能性がある

SaaS Growth Program

診断から資金確保、実行までの一体支援

Think big. medix × Yoii

投資判断の根拠をつくる ⟷ 確保した資金を成長施策へ

01	02	03	04
売上改善ポテンシャル診断	将来の売上予測	RBF※による資金提供	グロース伴走支援
ボトルネックと投資の優先順位を可視化	売上の見通しと調達可能性を確認	診断・予測を踏まえて必要資金を確保	優先施策を実行し効果を見ながら改善
			
メディックス	Yoii		メディックス

※将来見込まれる売り上げやキャッシュフローなどをもとに審査する資金調達手段

© Medix Inc. All rights reserved.

CASE STUDY

事例｜ワコムがメディックスと進めるデータの標準化とマーケティング活用

Think big. medix

世界で選ばれるグローバルブランドへの飛躍を目指すワコムの計測環境の標準化と、統合的なレポーティング環境の整備を支援しました。

データマネジメント・その他 領域



wacom®

支援前の課題

- サイトやリージョンごとに計測ルールが統一されず、データ分析がサイロ化
- GA4移行で計測設定・タグ管理が複雑化し、データ取得の正確性に不安
- 全社が同じデータ・同じ基準で分析し、知見を共有できる環境が未整備

当社支援内容

- GA4プロパティ構成の見直し・統合など、計測環境全体を整備
- 統合的なレポーティングを可能にするダッシュボードを導入
- GA4・ダッシュボード活用の講習会を実施

支援開始後の成果

- データ取得の信頼性が大きく向上
- 共通の指標で議論でき、意思決定のスピードと精度が向上
- 部門を越えてデータを共有・活用できる環境の整備

※ GA4（グーグルアナリティクス）

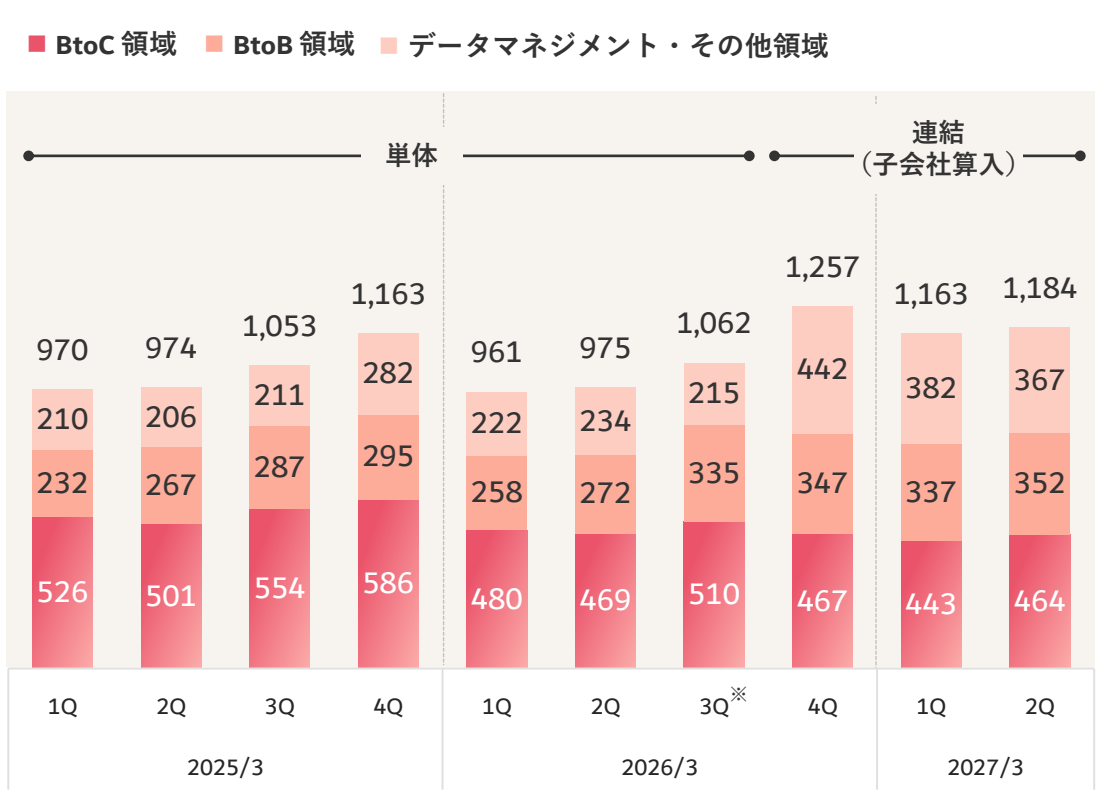
© Medix Inc. All rights reserved.

四半期業績推移

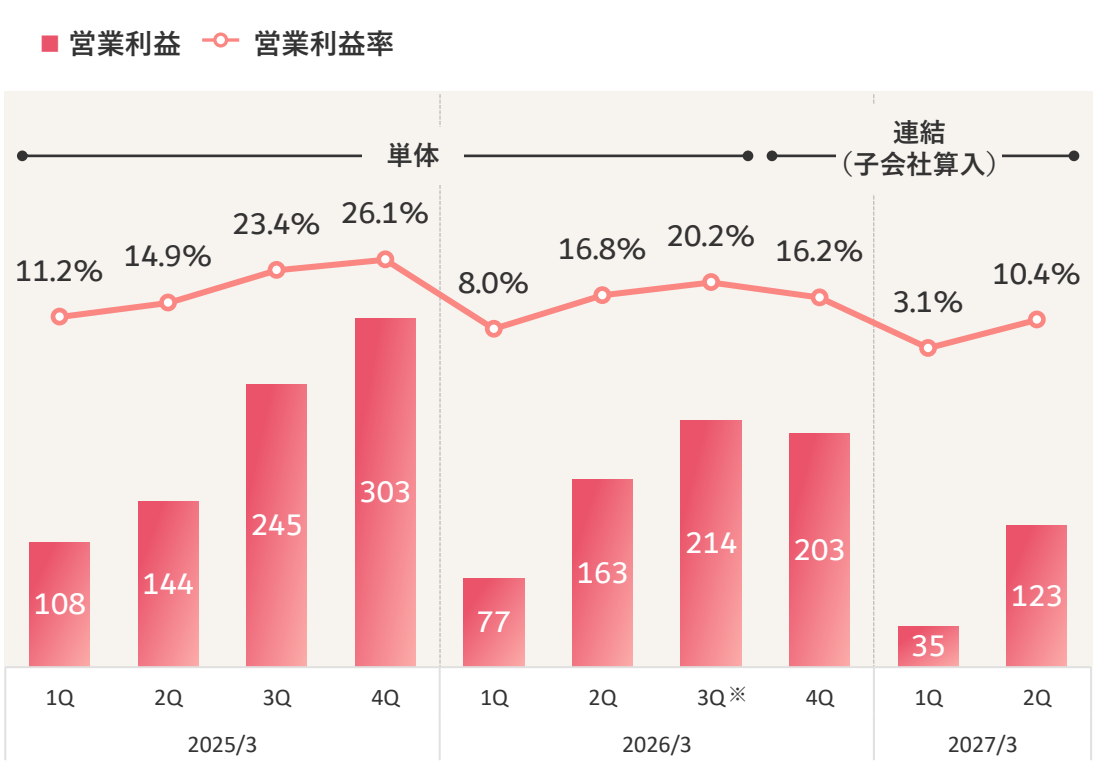
Think big. medix

売上高はSales Lab・STAグループの業績寄与等により、前年同期を大きく上回る水準で推移しております。
営業利益率はSTAグループの収益性向上が進み、第1四半期から大きく改善しました。
本来の下期偏重の傾向と合わせ、各種施策の推進により、下期は収益性の回復を見込んでおります。

売上高（百万円）



営業利益（百万円）



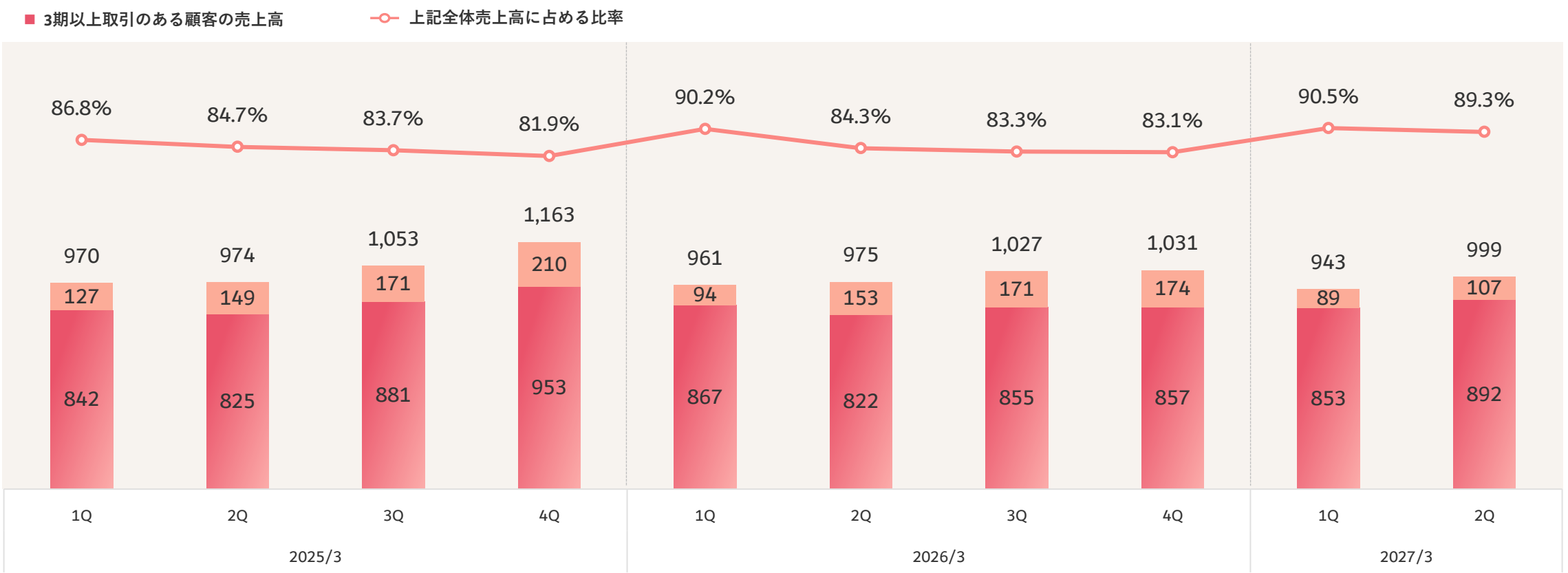
※ 株式会社Sales Labの売上高はBtoB領域、STAグループの売上高はデータマネジメント・その他領域の売上高に含まれております
※ 2026年3月期第3四半期は、株式会社Sales Labのみを連結対象としております

© Medix Inc. All rights reserved.

KPI推移｜3期以上取引のある顧客の売上高（単体）【安定した顧客基盤】

3期以上売上高の全体売上高に占める比率は89.3%と高水準で推移し、安定した顧客基盤を維持しました。
なお、3期以上取引のある顧客売上高は単体ベースでの集計となっております。

売上高分類・四半期（百万円）



© Medix Inc. All rights reserved.

SUMMARY OF BALANCE SHEET

BSサマリー

（百万円）	2026年3月期末（連結）	2027年3月期2Q末	増減額	増減要因
流動資産	6,746	6,227	△518	売掛金減595
固定資産	985	982	△2	
資産合計	7,732	7,210	△521	
流動負債	3,077	2,827	△249	未払金減365
固定負債	1,091	1,034	△57	長期借入金減83
負債合計	4,168	3,861	△306	
純資産	3,563	3,348	△214	自己株式取得164、43期配当金138
負債・純資産合計	7,732	7,210	△521	

© Medix Inc. All rights reserved.

03

2027年3月期 業績予想

EARNINGS FORECAST FOR FY2027



© Medix Inc. All rights reserved.

EARNINGS FORECAST FOR FY2027

2027年3月期 業績予想

売上高は4,975百万円（前年比＋16.9%）、営業利益は707百万円（前年比＋7.3%）を見込んでおります。

（百万円）	2026年3月期（連結） 通期実績	2027年3月期（連結） 通期計画	増減率
売上高	4,256	4,975	+16.9%
営業利益	659	707	+7.3%
経常利益	661	674	+2.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	436	434	△0.5%
1株当たり配当金	18円	19円	+1円
配当性向	32.1%	34.0%	+1.9pt

© Medix Inc. All rights reserved.

DIVIDEND POLICY

配当方針について

2027年3月期は中間8円・期末11円、年間19円の配当を予定しております。
累進配当・DOE（株主資本配当率）4.0%程度を目安とする方針のもと、株主還元の強化を継続してまいります。

配当方針

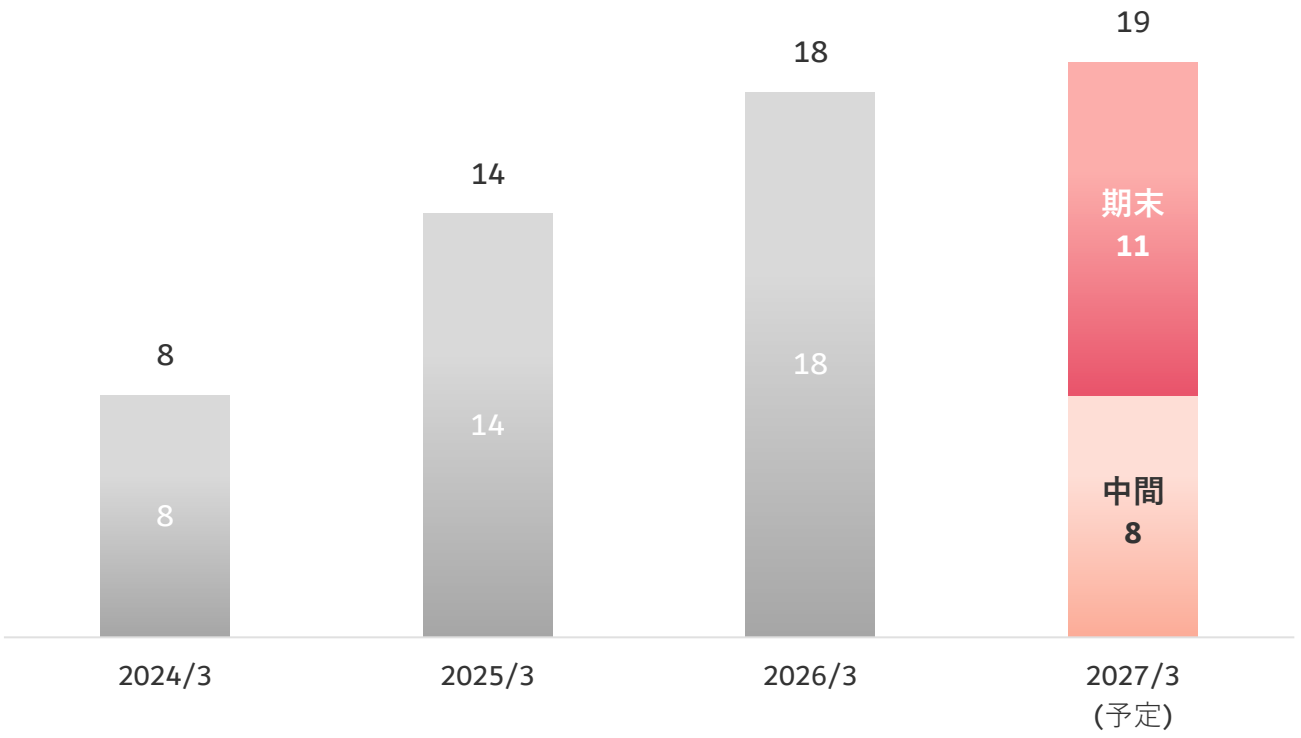
改定前

配当性向10%～20%を目安とし
安定的・持続的に配当

改定後

- 累進配当
- DOE（株主資本配当率）4.0%程度を目安
- 中間・期末の年2回配当

1株当たり配当金額※の推移（円）

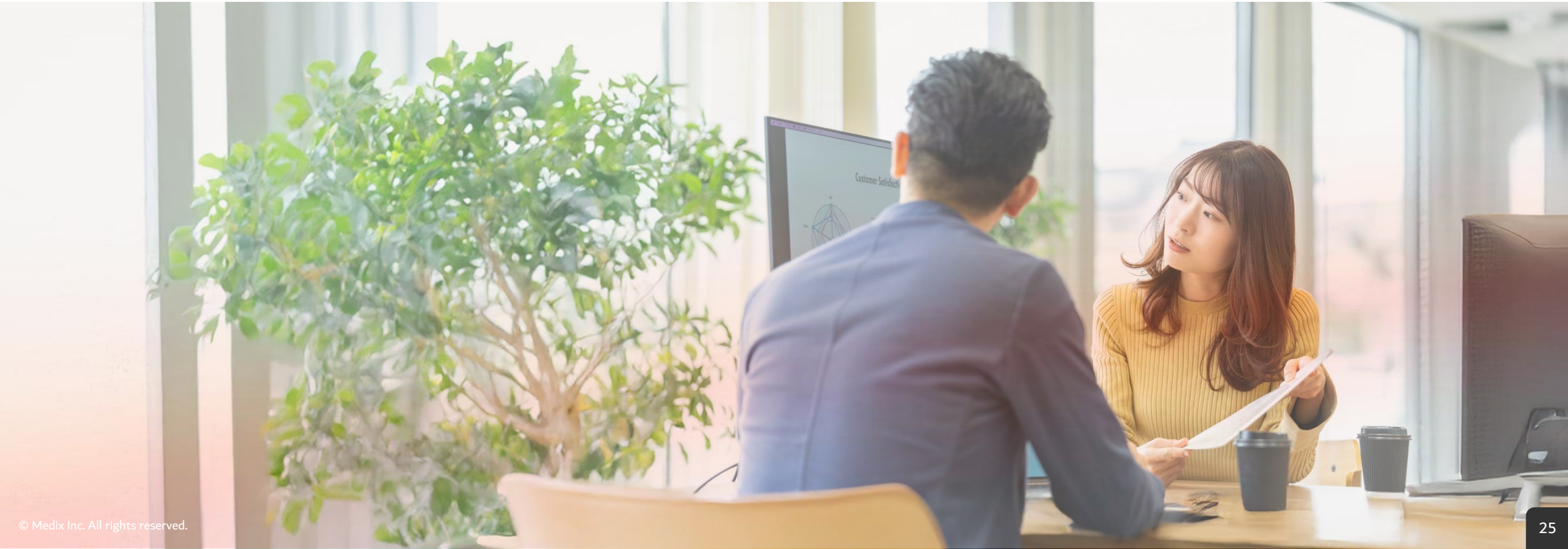


※ 2025年1月1日付で当社普通株式1株につき50株の割合で株式分割を行っております。2024年3月期については株式分割後の1株当たりの配当金の額を記載しています

© Medix Inc. All rights reserved.

04

当社の強みと成長戦略 SOURCES OF COMPETITIVENESS & GROWTH STRATEGY



© Medix Inc. All rights reserved.

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）

Think big. medix

「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。



文化・風土

「心理的安全性」
「ボトムアップ」
君はどうしたい？



採用・育成力

事業部社員面接
研修制度 / 1on1
イマコレシート



評価制度

コンピテンシー
×
パフォーマンスポイント

人材



若手活躍
成長環境

提供価値



高い顧客満足度
安定した企業成長

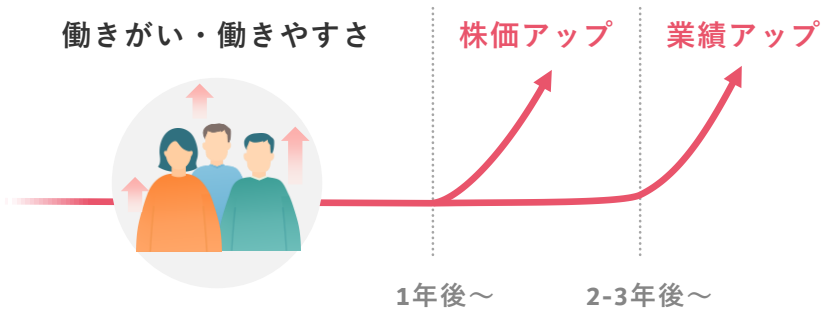
経営理念 | 自由と責任、そして信頼。

© Medix Inc. All rights reserved.

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



Think big. medix

当社（インターネット）の業界ランキング

総合ランキング
107位
/ 2,766社
（上位4%）

20代成長環境ランキング
19位
/ 2,766社
（上位1%）

※ OpenWork：社員による会社評価スコア（2026年3月31日現在）

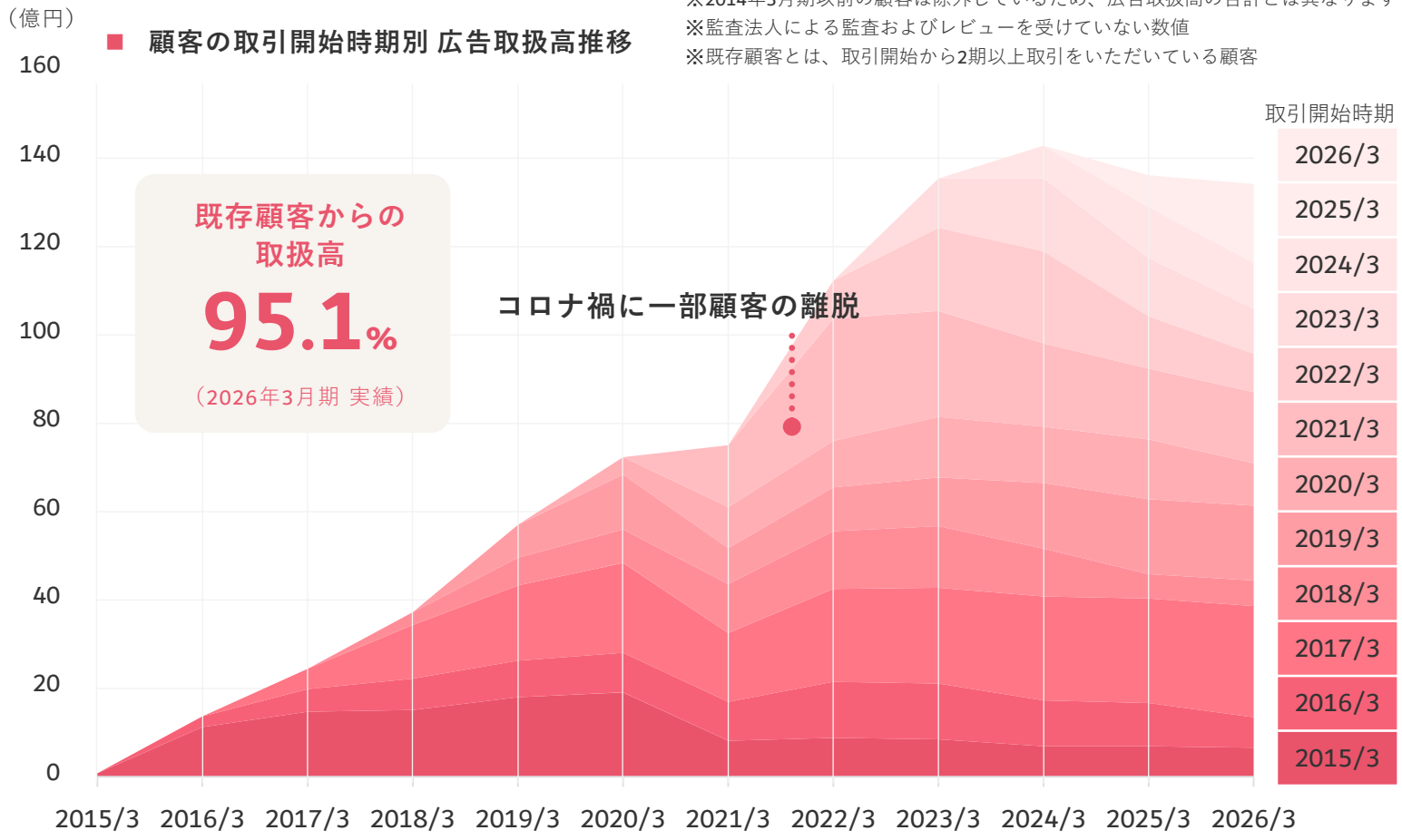
© Medix Inc. All rights reserved.

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。

■ 顧客の取引開始時期別 広告取扱高推移

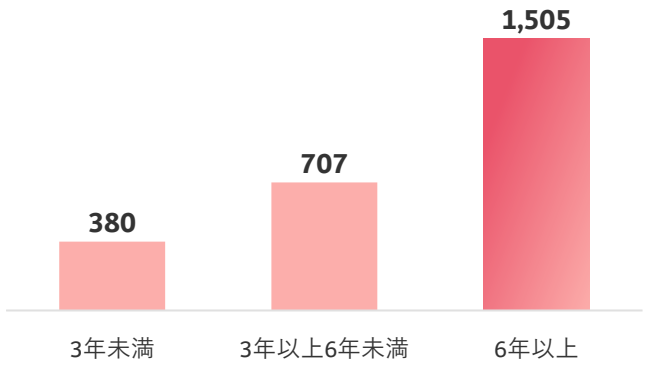
※2014年3月期以前の顧客は除外しているため、広告取扱高の合計とは異なります
※監査法人による監査およびレビューを受けていない数値
※既存顧客とは、取引開始から2期以上取引をいただいている顧客



顧客と継続的な関係性かつ単価上昇に繋がる理由

- デジタルマーケティング領域における
  フルファネル化による包括的支援
- 支援内容の部分最適から全体最適への深化
- 顧客対応をアカウントプランナーに一元化
- 顧客の成長に伴う投資規模の拡大

■ 継続年数別 1社あたり売上高（万円）

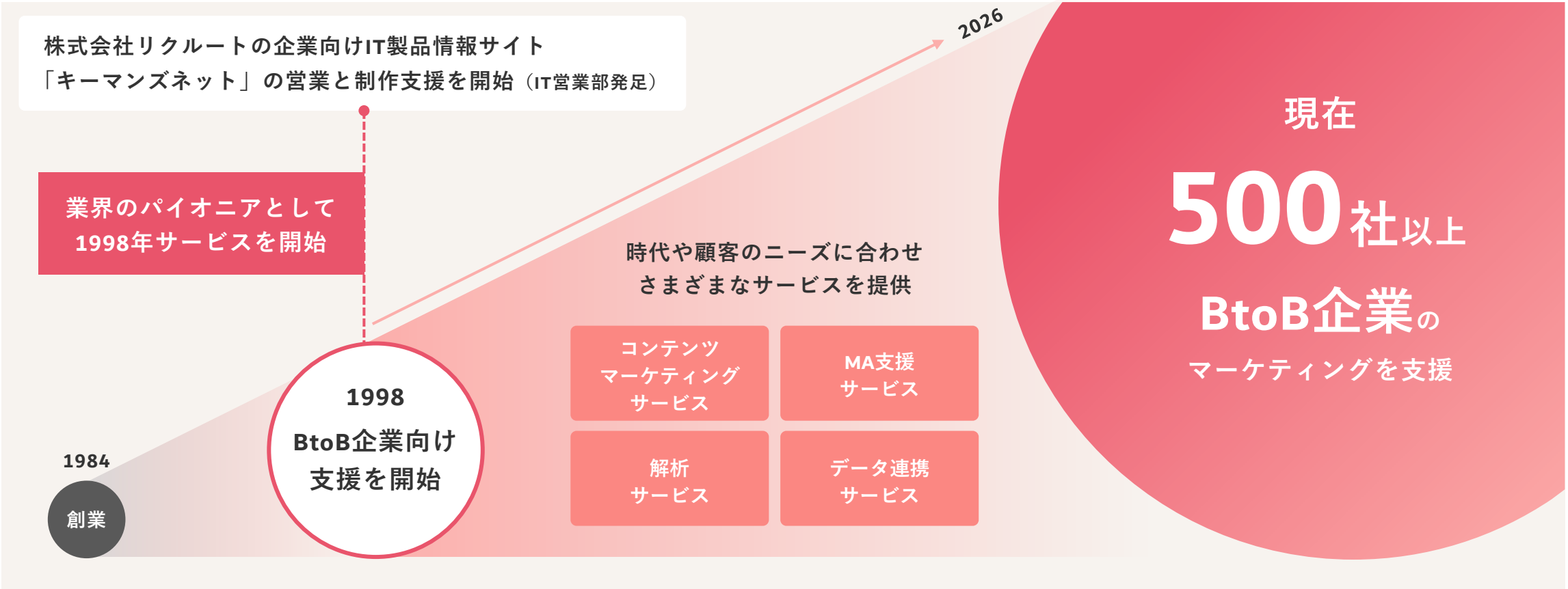


© Medix Inc. All rights reserved.

BtoB企業への支援実績

Think big. medix

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500社以上のBtoB企業のマーケティングを支援してきました。



© Medix Inc. All rights reserved.

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与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、500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。



1998年からのBtoB企業支援500社を超える実績・BtoB企業に対して最適な営業活動が可能

© Medix Inc. All rights reserved.

成長戦略　「Beyond 広告」：新領域へ進出

Think big. medix



© Medix Inc. All rights reserved.

ABOUT CAPITAL ALLOCATION

キャピタルアロケーションについて

Think big. medix

持続的な企業価値の向上を目指し、成長投資と株主還元の両立を追求してまいります。

キャッシュイン(2026年3月末)

安定的な利益創出	営業CF 約**2.5**億円
創業40年の内部資金	手元資金 約**40.6**億円
財務健全性を保ちつつ 最適な資本効率を追求	外部調達 （エクイティ・デット）

キャッシュアウトイメージ

株主還元	累進配当 DOE（株主資本配当率） 4.0%程度を目安 自社株買いの実施
成長投資	AI・事業成長への投資 M&A投資　等
必要運転資金 約**18**億円	事業運営に必要な 手元流動性として保持

© Medix Inc. All rights reserved.

APPENDIX

APPENDIX



© Medix Inc. All rights reserved.

OUR HISTORY

沿革

Think big. medix

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。

トピック

1984
広告制作プロダクションとして東京都文京区湯島に株式会社メディックスを設立／業務開始

1992
営業部門設立／印刷物を中心としたプロモーション提案を行う

1997
事業領域の拡大。
インターネット広告代理店へと業態転換。ネット広告営業部発足

2007
「Omniture認定代理店」を取得(SiteCatalyst、SearchCenter)し、アクセス解析の導入･運用を行うソリューショングループを発足

2015
Marketo販売パートナー契約を行い、マーケティングオートメーションの導入・運用サポートを開始

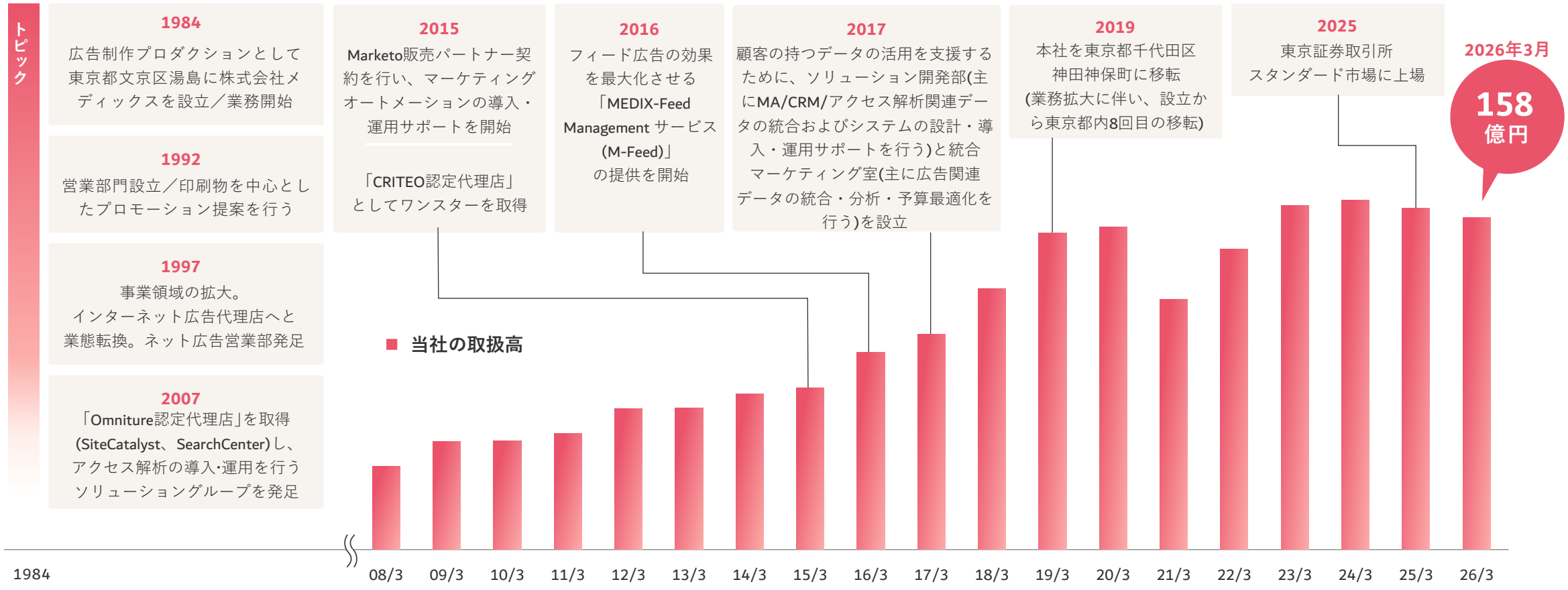
「CRITEO認定代理店」としてワンスターを取得

2016
フィード広告の効果を最大化させる「MEDIX-Feed Management サービス(M-Feed)」の提供を開始

2017
顧客の持つデータの活用を支援するために、ソリューション開発部(主にMA/CRM/アクセス解析関連データの統合およびシステムの設計・導入・運用サポートを行う)と統合マーケティング室(主に広告関連データの統合・分析・予算最適化を行う)を設立

2019
本社を東京都千代田区神田神保町に移転
(業務拡大に伴い、設立から東京都内8回目の移転)

2025
東京証券取引所スタンダード市場に上場



© Medix Inc. All rights reserved.

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ー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 代表取締役会長　田中 正則



© Medix Inc. All rights reserved.

マネジメントメンバー

代表取締役会長



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。
2026年6月より現職に就任。

代表取締役社長



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。
2026年6月代表取締役社長に就任。

取締役



小谷中 一樹 Koyanaka Kazuki

1995年自動車販売会社に入社。1998年に当社へ入社し、BtoBプロモーション領域における事業の礎を築いた。以降、デジタルマーケティング会社への転換プロセスを牽引し、営業やアドテクノロジー、コンテンツ企画などに従事。2023年4月より新規事業開発を担当。これまでの豊富な経験と実績を活かし、2026年6月当社取締役に就任。クリエイティブ、システム等に関する専門性とESG経営への深い造詣により、当社の企業価値向上に貢献している。

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。



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。



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。



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。

© Medix Inc. All rights reserved.

メディックスの提供サービス

Think big. medix

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

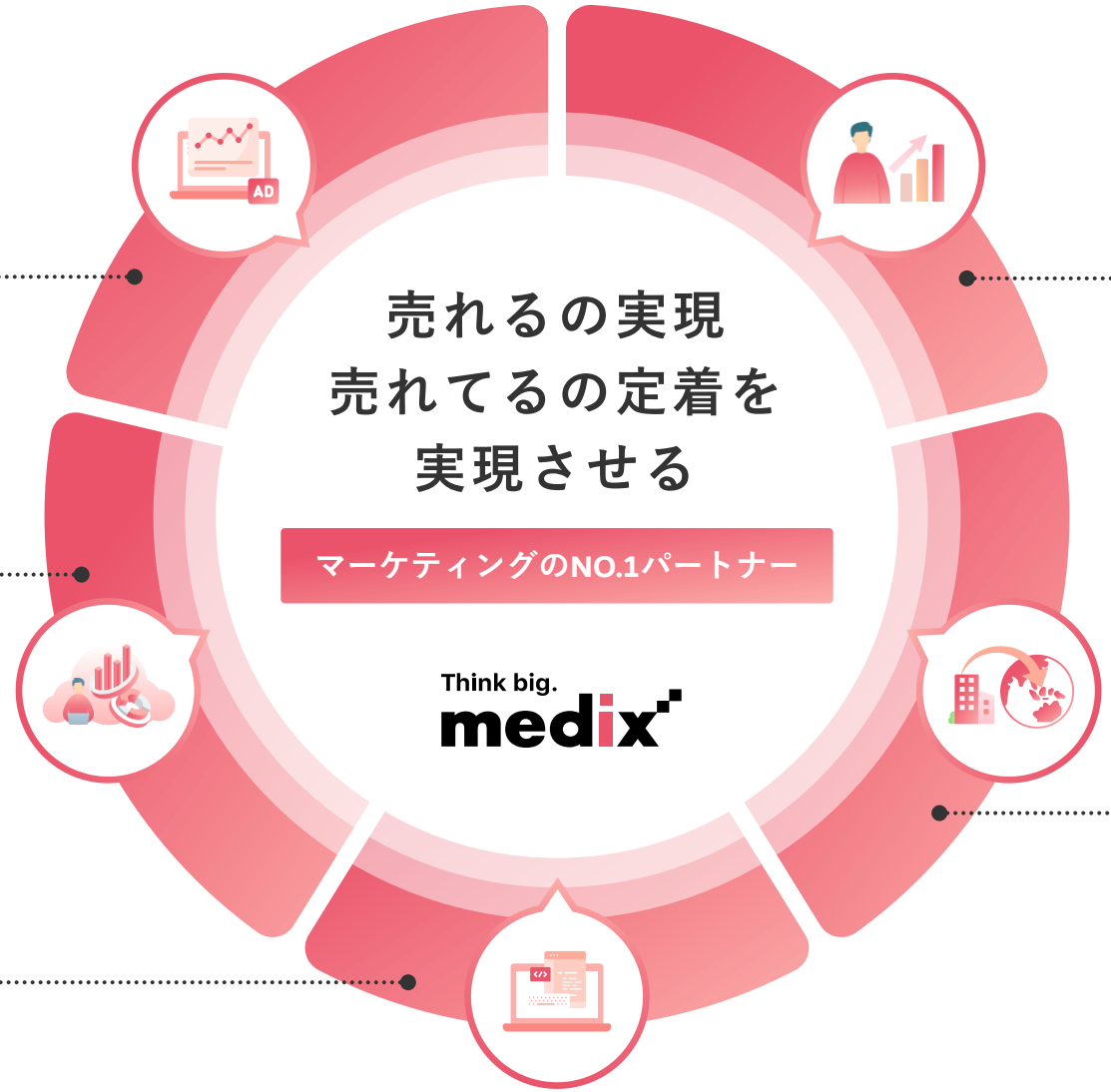
データ活用と自動化でマーケティングを高度化し、Webデータをもとに成果改善を支援

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



売れるの実現
売れてるの定着を
実現させる

マーケティングのNO.1パートナー

Think big. medix

営業支援

デジタル施策で営業活動を効率化し、リード獲得後の成果向上を実現

SalesLab

BtoB 領域

海外進出支援

海外市場向け戦略とデジタル施策で、グローバル展開を支援

STAグループ

BtoB 領域 BtoC 領域

© Medix Inc. All rights reserved.

MARKET SCALE

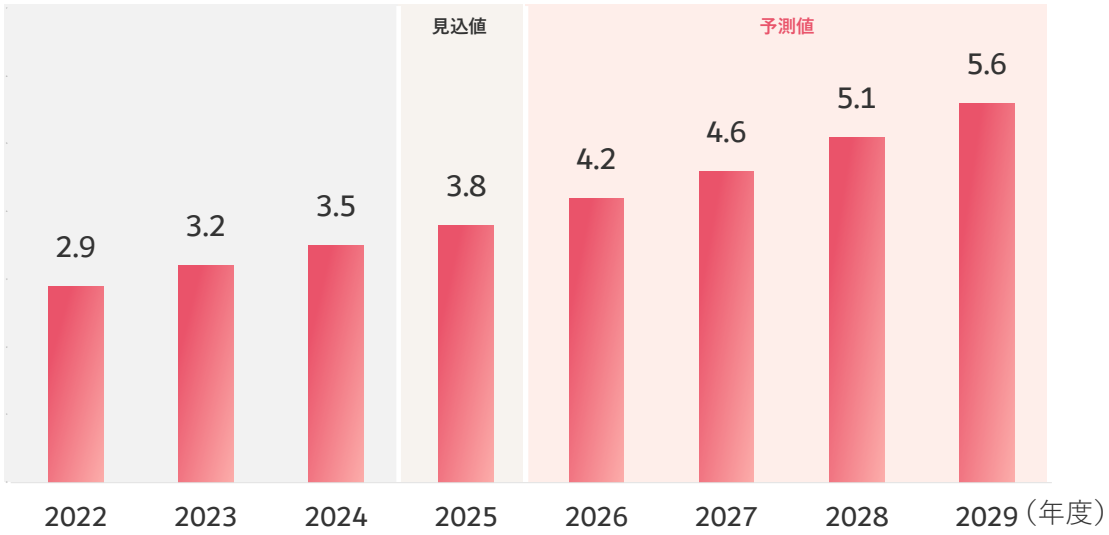
市場規模

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12.8%（2025-2029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

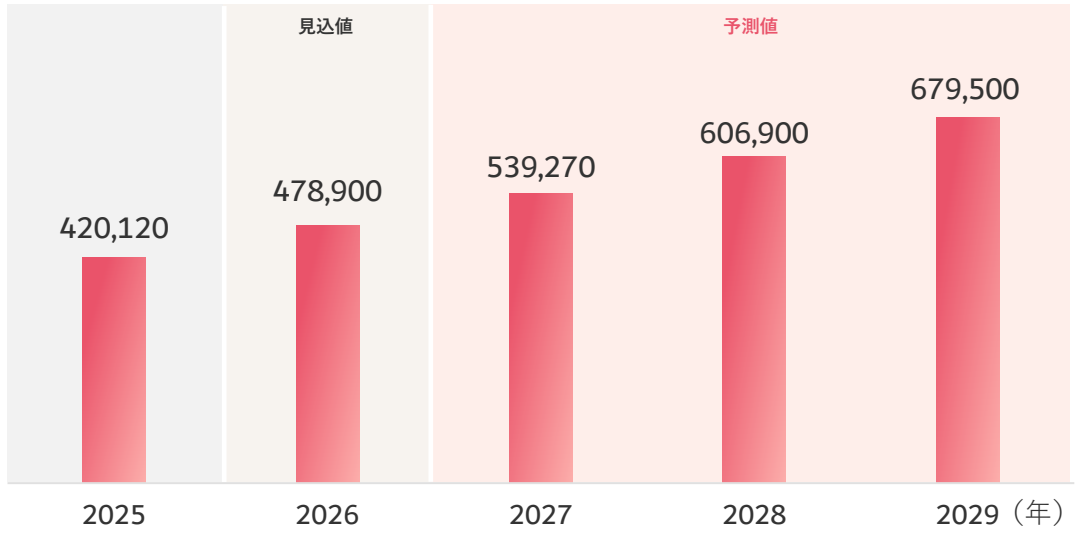
■ インターネット広告市場 市場規模推移（兆円）



※ 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

マーケティングDX・アクセス解析

■ デジタルマーケティング市場規模推移・予測（百万円）

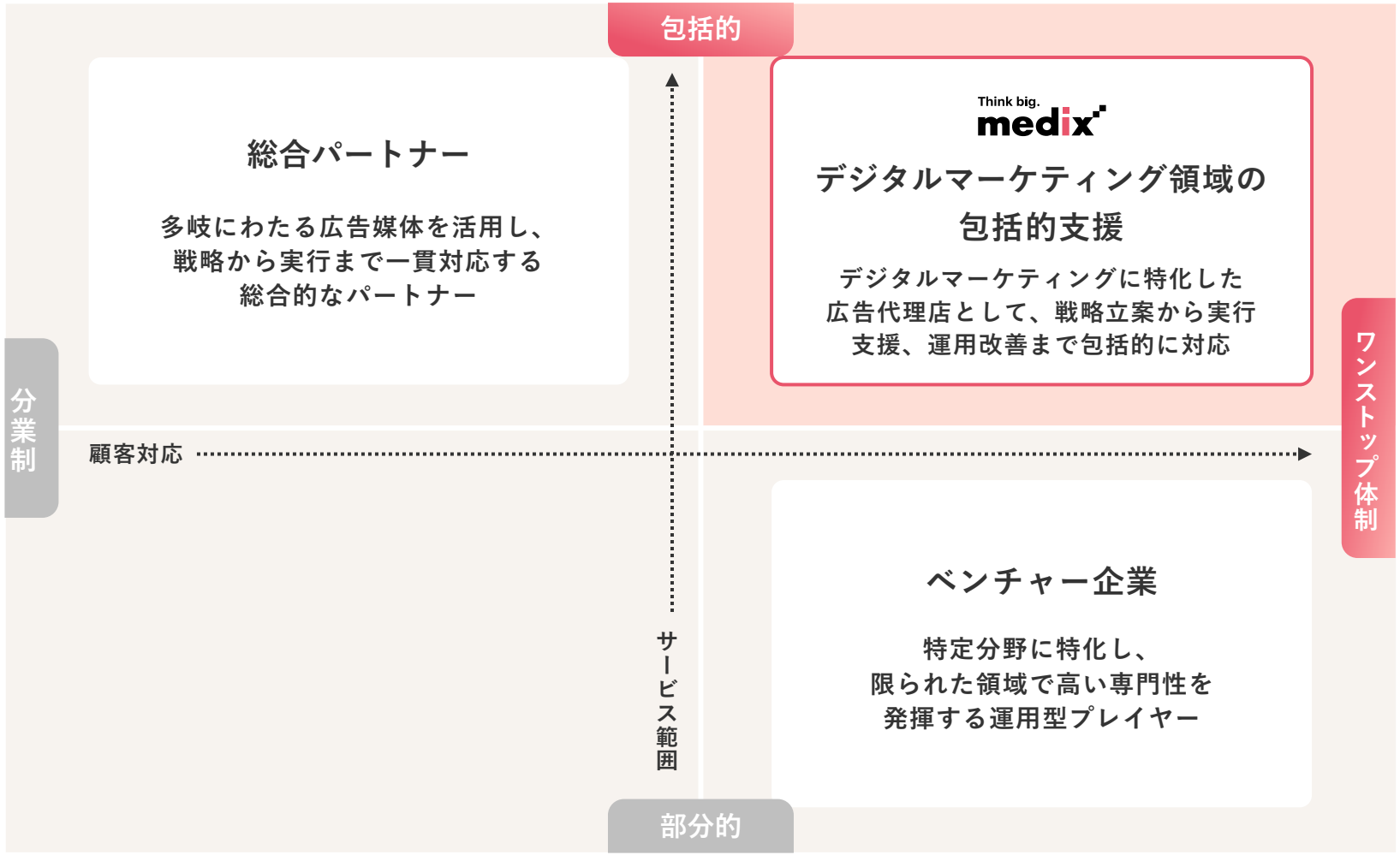


※ 矢野経済研究所「2026年版 デジタルマーケティング市場の実態と展望」2026年7月

© Medix Inc. All rights reserved.

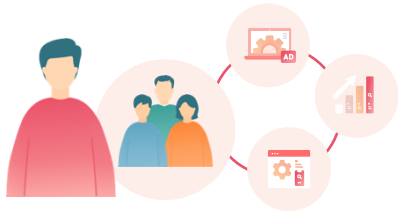
競合環境

■ 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

ワンストップ体制



アカウントプランナーを窓口に一元管理を行うことで、施策ごとの部分最適にとどまらず、全体最適を目指したマーケティング支援を可能にしています。

包括的なサービス範囲



当社のサービスは、広告運用だけにとどまらず、マーケティングDX・アクセス解析、Webサイト制作など、デジタルマーケティング全般をカバーしており、クライアントのビジネス成長をトータルで支援します。

© Medix Inc. All rights reserved.

ESG・SDGsへの取り組み

Think big. medix

Environment **環境**	• 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ジェネレーションシステムによる発電機排熱利用	
Social **社会**	• 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 • 性別を問わない育児休業取得と、円滑な職場復帰を支援する環境整備	
Governance **企業統治**	• 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 • 全役員および従業員を対象とした、情報セキュリティ教育の実施	

© Medix Inc. All rights reserved.

ディスクレーマー

Think big.
medix

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。

© Medix Inc. All rights reserved.