株式会社揚羽
証券コード:9330

2026年9月期　決算説明資料

2026年11月13日

© AGEHA Inc.

エグゼクティブサマリー

2026年9月期 実績

売上高は前年比8.2%増の1,674百万円
営業利益は売上高の増加により、黒字回復を達成

2027年9月期 通期業績予想

売上高は前期比+7.5%、過去最高となる1,800百万円を見込む
増収による黒字拡大を計画

株主還元
2026年2月13日
公表済

常設株主優待の導入

300株以上保有の株主様を対象にデジタルギフト®年間16,000円相当（中間・期末各8,000円相当）を贈呈

※2027年3月31日基準日における株主優待制度の対象となるには、2026年9月30日基準日および2027年3月31日基準日の当社株主名簿に、同一株主番号で300株（3単元）以上の保有を2回連続で記載又は記録されることが必要となります。

AGENDA

01　2026年9月期　決算概要

02　2027年9月期　業績予想

03　株主還元

04　APPENDIX

© AGEHA Inc.

01

2026年9月期　決算概要

2026年9月期決算概要

売上高は当期内のクロージング案件の獲得に注力した結果、修正予算を超える1,674百万円にて着地。
案件大型化により外注費が増加し原価率がUPしたものの、売上高の増加及び販管費の削減により、黒字回復を達成。

単位 百万円（百万円未満切捨）	25年9月期 実績	26年9月期 実績	前期比増減 額	前期比増減 率	2026年9月期業績予想（26年8月7日公表）	業績予想対比
売上高	1,547	1,674	+127	+8.2%	1,647	101.7%
売上原価	717	795	+78	+10.9%	775	102.6%
原価率	46.4%	47.5%	+1.1%	-	-	-
売上総利益	829	878	+49	+6.0%	871	100.8%
販売費・一般管理費	902	874	△28	△3.1%	887	98.5%
営業利益	△73	4	+77	-	△16	-
営業利益率	-	0.3%	-	-	-	-
経常利益	△76	4	+80	-	△17	-
特別利益※	-	16	+16	-	16	100.0%
特別損失※	-	17	+17	-	14	114.3%
当期純利益	△63	6	+70	-	△21	-

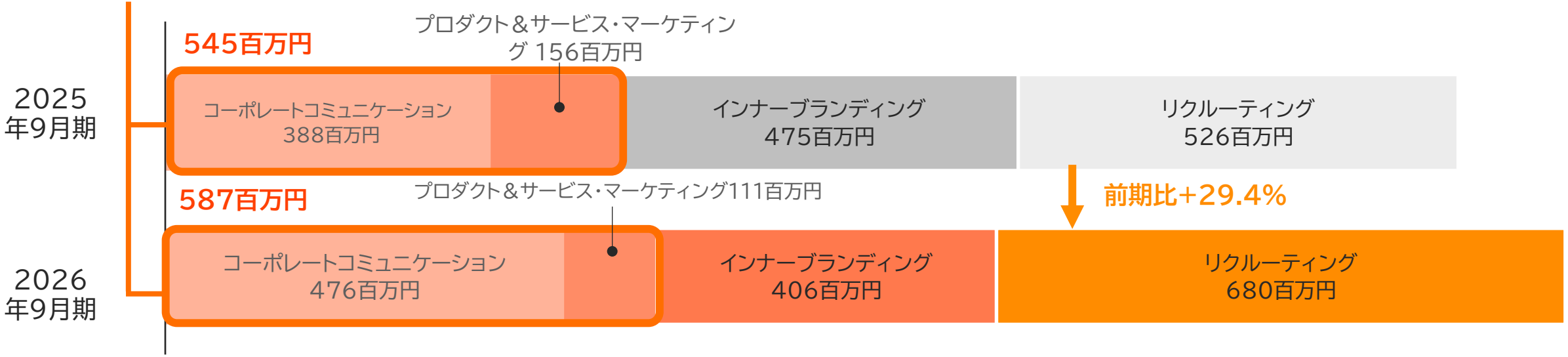
※特別利益については、本社移転に際し、原状回復費用の発生に備えて計上しておりました資産除去債務について、原状回復義務が免除されたことに伴い、当該資産除去債務の戻入益16百万円を計上、特別損失については、本社ビルの什器備品について14百万円、ソフトウェアについて3百万円を減損損失として計上

© AGEHA Inc.

領域別売上高

リクルーティング領域が売上の増加をけん引し、全体で前期比8.2%の増収を達成

新設したコーポレートブランディングチームの効果により売上が伸長（前期比+7.8%）



コーポレートコミュニケーション

当初計画からは未達だが、新規受注、上流案件の獲得により前期比増

※26年9月期よりコーポレートブランディングとサステナビリティブランディングを統合

プロダクト＆サービス・マーケティング

新規顧客からの受注、新たなプロモーション案件の創出はあるものの前期比減

インナーブランディング

前期比減ではあるものの、下期に社内イントラネットの受注が増加し急伸

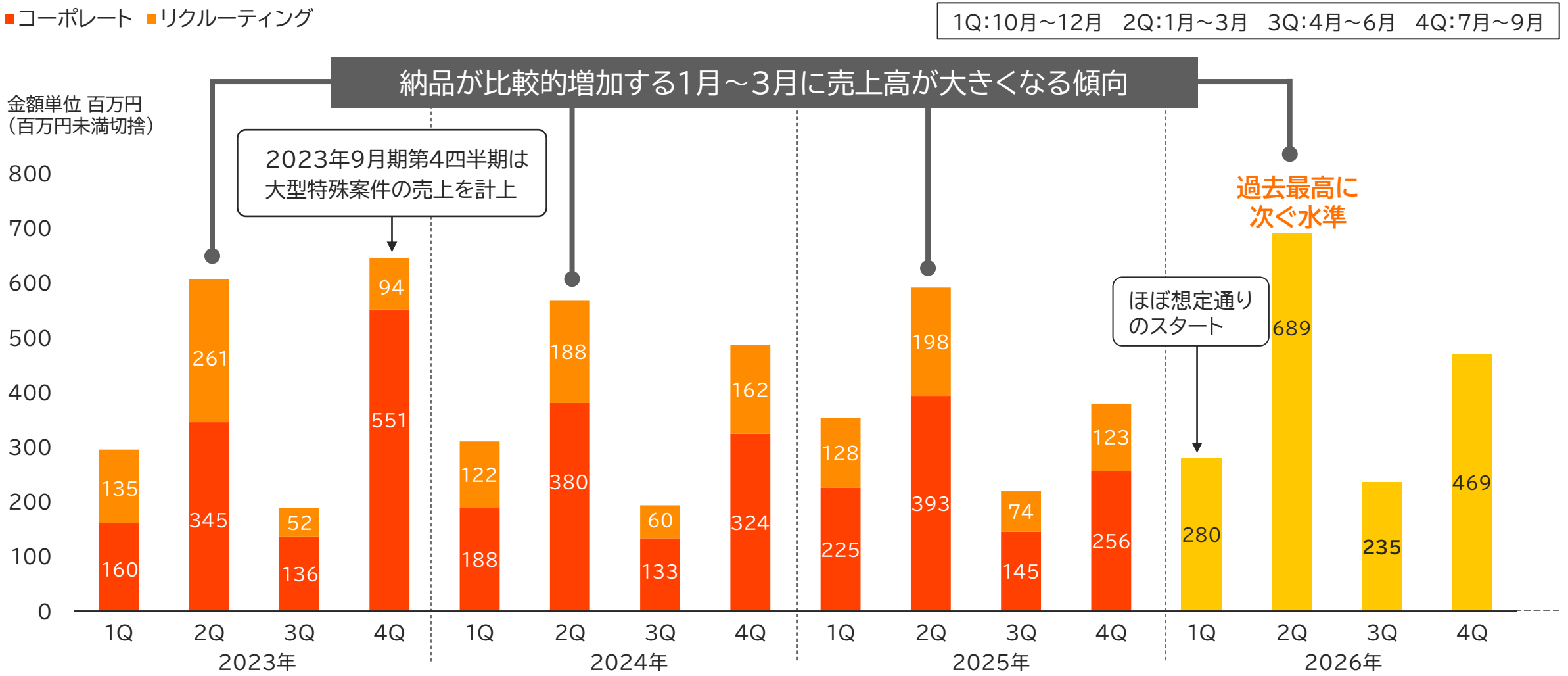
リクルーティング

前期比二桁増、営業強化により順調に案件を獲得

© AGEHA Inc.

四半期別売上推移

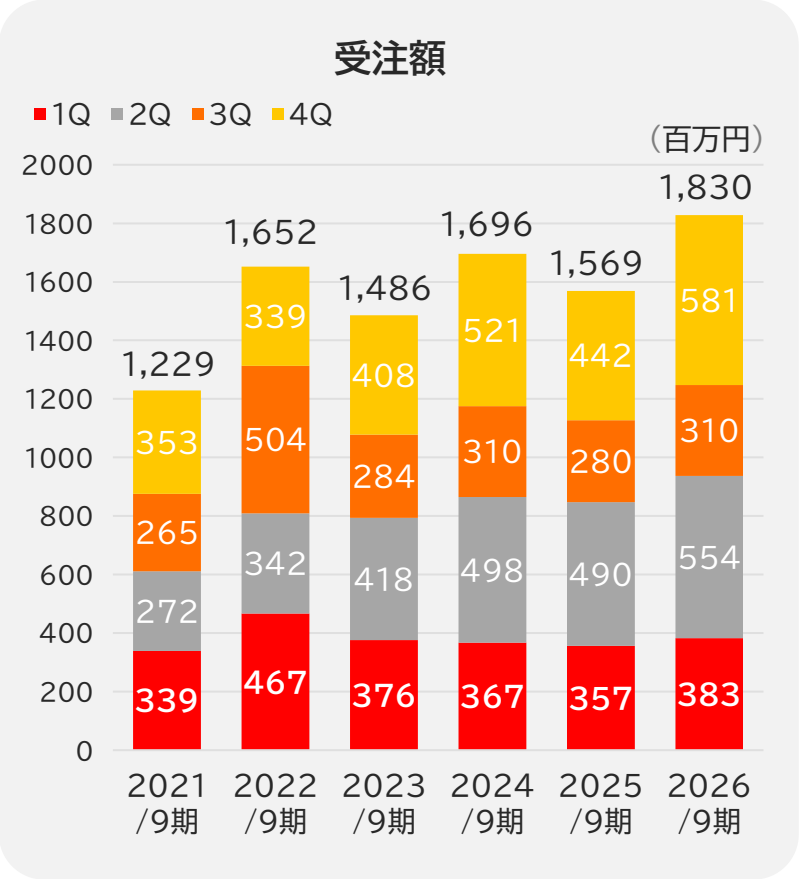
納期が比較的増加する3月末が入る第2四半期の売上金額が大きくなり、第3四半期が少なくなる季節性がある。
第4四半期はリクルーティング領域のけん引により前期比23.3%の増収

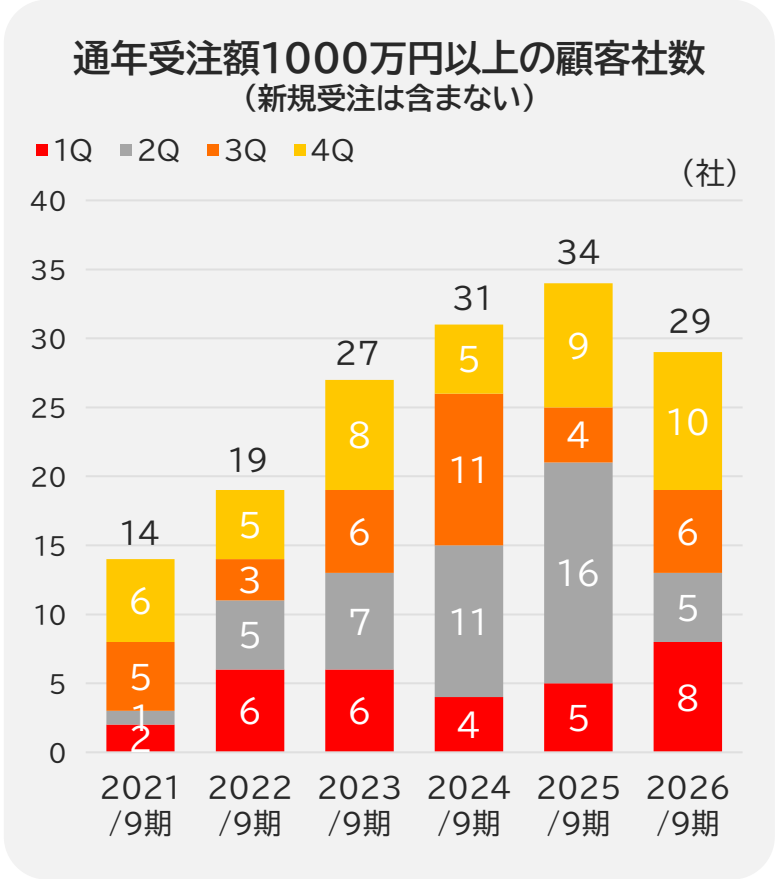


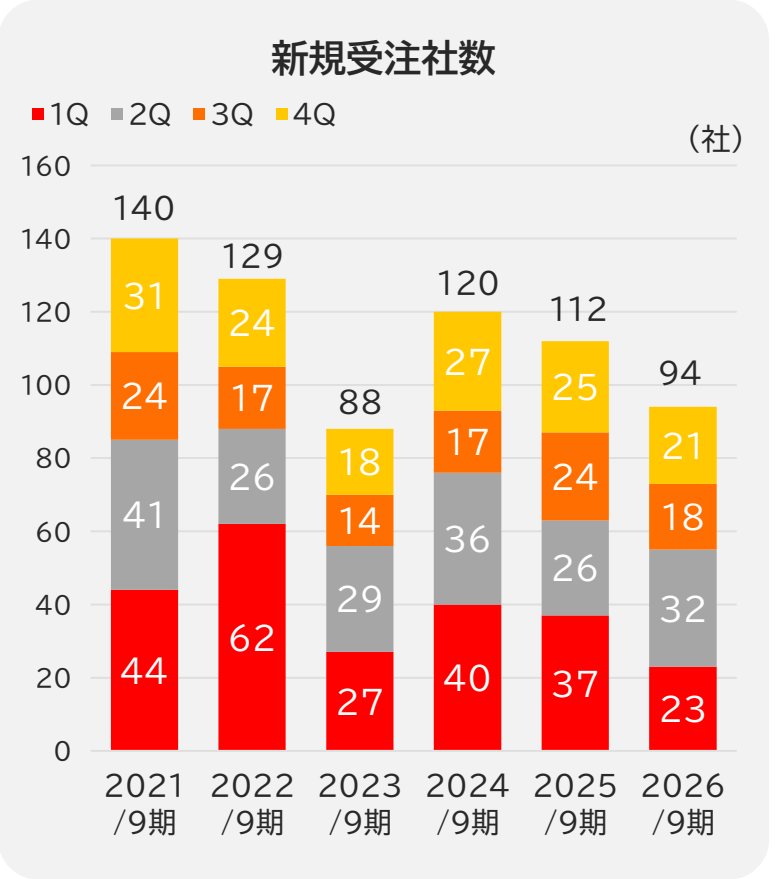
© AGEHA Inc.

重要KPI推移

既存重点顧客へのクロスセル強化に集中したが、通年受注額1000万円以上顧客社数は減、新規受注社数も前期比減となった。1000万円未満の中型案件が増加。受注額は1,830百万円に到達し、過去最高の受注額を達成。







- 当社はKGI（重要目標達成指標）として、売上高、営業利益を設定しているが、これらは結果指標であるため、予算の達成状況を予測する先行指標としてKPIを採用している。売上高は「受注額」から生じ、「受注額」は新規受注とリピート受注に分けられる。
- リピート受注においては、1社あたりの通年受注額を意識的に高める戦略の定着化を企図し、質に焦点を当てたアプローチを実施。通年受注額1000万円以上をラインに設定し、「通年受注額1000万円以上の顧客社数」（新規受注は含まない）を重視している。
- 新規受注は前期において取引が発生しなかった企業からの受注を指すものと定義し、今後リピート受注を拡大していくためのクライアント資産になることから「新規受注企業社数」を重視している。

© AGEHA Inc.

2026年9月期　貸借対照表

単位 百万円 （百万円未満切捨）	2025年9月期末 実績	2026年9月期末 実績	前期末比 増減額
流動資産	1,218	1,147	△71
（現金及び預金）	（868）	（759）	（△108）
固定資産	91	76	△14
総資産	1,310	1,224	△86
流動負債	275	259	△15
（1年以内返済の長期借入金）	（61）	（61）	（0）
固定負債	132	55	△77
（長期借入金）	（116）	（55）	（△61）
負債合計	408	315	△93
純資産	901	908	+7
負債･純資産合計	1,310	1,224	△86

① 自己資本比率：74.3%であり継続的に高い安全性。

1株当たり純資産：633.83円

© AGEHA Inc.

02

2027年9月期　業績予想

2027年9月期　主要領域の取り組み

リクルーティング領域	• 「採用ブランディングメソッド」の共通フォーマット化の推進 • 組織全体のサービス品質平準化と人材育成の加速化
インナーブランディング領域	• 社内イントラネットをフックとした新規顧客開拓の推進 • 社内浸透からブランドコンサルティング（上流工程）へ展開
コーポレートコミュニケーション領域	• リクルーティング領域インナーブランディング領域で得た顧客の深耕

2027年9月期　通期業績予想

重点領域・高付加価値商材への選択と集中を徹底し、「採用・インナーブランディングに強い企業ブランディングパートナー」として収益性と生産性の向上を追求することで、2027年9月期は前年比7.5%増の売上高1,800百万円の増収増益を計画。

単位 百万円 （百万円未満切捨）	2026年9月期 実績	2027年9月期 業績予想	前期比増減	
			額	率
売上高	1,674	1,800	+125	+7.5%
売上原価	795	860	+64	+8.1%
原価率	47.5%	47.8%	+0.3pt	-
売上総利益	878	940	+61	+7.0%
販売費・一般管理費	874	890	+15	+1.8%
営業利益	4	50	+45	+1,087.5%
営業利益率	0.3%	2.8%	+2.5pt	-
経常利益	4	50	+45	+1,031.3%
当期純利益	6	65	+58	+832.2%

03

株主還元

株主優待について

株主優待の内容

各基準日（3月末日及び9月末日）における当社株主名簿に記載または記録された3単元（300株）以上を半年以上継続して保有されている株主様を対象に、デジタルギフト®8,000円相当（年間16,000円相当）を贈呈いたします。

半年以上
300株以上保有の株主様を対象に
デジタルギフト®
年間 16,000円相当を贈呈
（中間・期末各8,000円相当）

基準日	保有株式数	優待内容	贈呈時期
毎年3月末日	300株以上	デジタルギフト® 8,000円相当	6月頃
毎年9月末日	300株以上	デジタルギフト® 8,000円相当	12月頃

2027年3月末基準日に株主優待の対象となるためには、2026年9月30日および2027年3月31日を基準日とする株主名簿に300株以上の保有を同一株主番号で2回連続して記載または記録されていることが必要となります。

優待に関する情報は当社IRニュースをご覧ください。

© AGEHA Inc.

株主優待について

2027年3月末基準日に株主優待の対象となるためには、2026年9月30日および2027年3月31日を基準日とする株主名簿に300株以上の保有を同一株主番号で2回連続して記載または記録されていることが必要となります。

保有期間要件



贈呈時期*

2回の基準日
(❶26年9月末 ❷27年3月末)に保有
⇒**2027年6月頃進呈**

2回の基準日
(❷27年3月末 ❸27年9月末)に保有
⇒**2027年12月頃進呈**

＊3月末日および 9月末日を基準日として、各基準日から3ヶ月以内を目途に発送いたしま す。

04

APPENDIX

会社概要

MISSION

一社でも多くの
企業のブランディングに伴走し、
日本のビジネスシーンを
熱く楽しくする！

会社名	株式会社揚羽（AGEHA Inc.）
設立年月	2001年8月
代表者	代表取締役社長　湊 剛宏
本社所在地	東京都中央区八丁堀2丁目12-7
事業内容	人的資本経営領域に強みを持つ コーポレートブランディング
事業セグメント	ブランディング事業（単一セグメント）
資本金 2026年9月末	284百万円
従業員数 2026年9月末	128名
上場市場	東証グロース市場（9330） 名証ネクスト市場

顧客実績(一部)

大手から中小・ベンチャー企業まで1000社を超える企業のブランディングの支援をしています

リピート率は毎期約7割























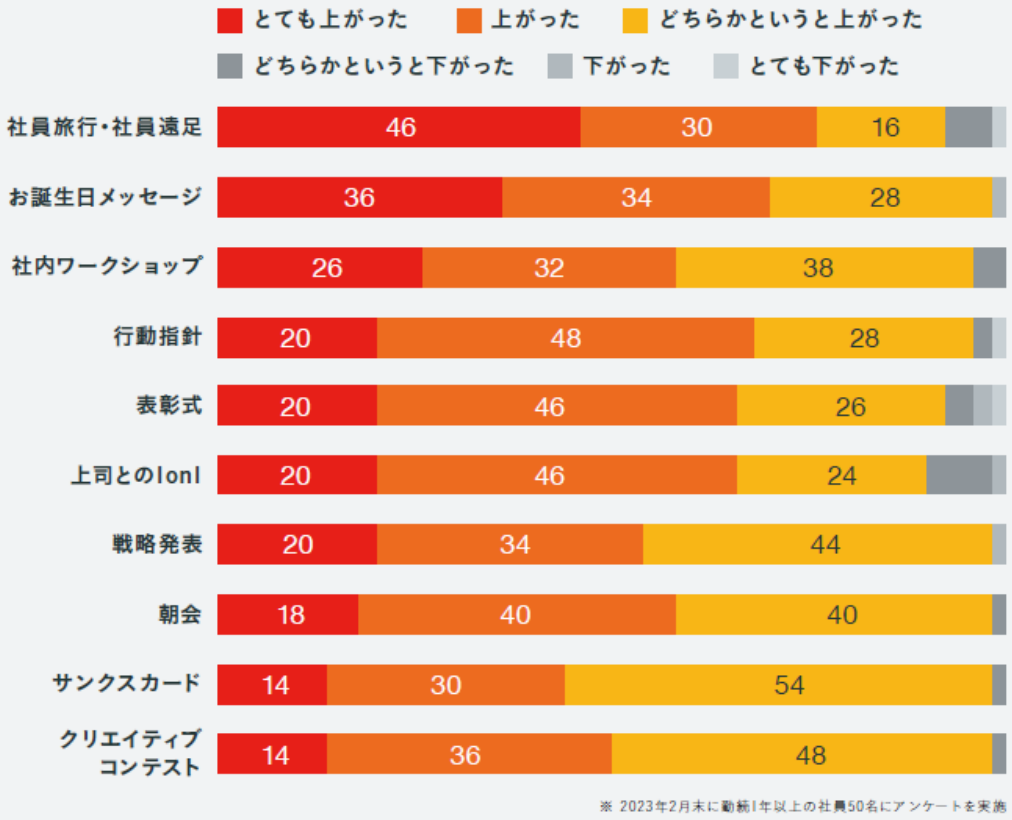


© AGEHA Inc.

社風：チームワーク良く、高いエンゲージメント

- 自社で様々なインナーブランディングを施策
- 双方向のコミュニケーションや部署を跨いだ交流が持てるような施策がエンゲージメント向上に寄与
- 2022年に東洋経済新報社が出版した「1300万件のクチコミでわかった超優良企業」では、3部門でランクイン

各施策のエンゲージメントへの関与※



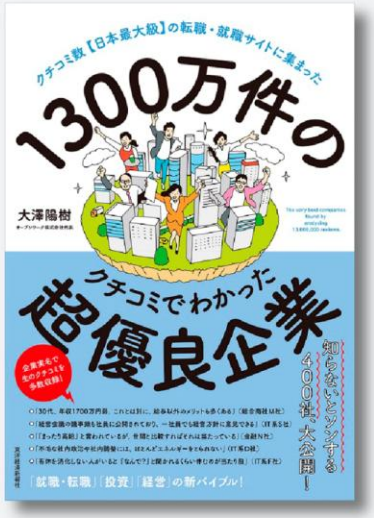
※ 2023年2月末に勤続1年以上の社員50名にアンケートを実施

『1300万件の口コミでわかった超優良企業』にて3部門に選出

「チームワーク」が良い企業　4位

「20代で成長」できる企業　4位

「未上場日系企業」の総合評価　20位（掲載当時）



事業内容：ブランディング事業（単一セグメント）

- コーポレート、リクルーティングの各領域にて幅広くサービスを展開
- ブランドコンサルティングからクリエイティブ制作、Webマーケティングまでワンストップで提供

ブランディング事業

ヒアリングによる徹底した課題抽出・分析、企画

コーポレート支援領域

コーポレートコミュニケーション
戦略的なブランディング構築からクリエイティブ開発、各種メディアやデジタルを活用した広告プロモーションの支援

インナーブランディング
企業の魅力を従業員向けに伝えることで、
組織の課題解決や自社のブランド設計を支援

プロダクト＆サービス・マーケティング
企業のサービスや製品などのマーケティング戦略の策定、実行から効果検証・運用改善に至るまでの支援

リクルーティング支援
Web制作、映像制作等の総合的なクリエイティブの開発と
コミュニケーション設計により採用ブランディングを支援

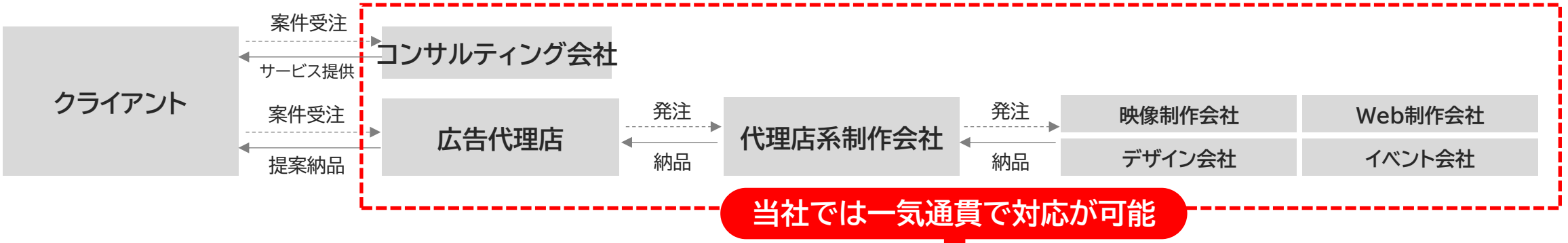


© AGEHA Inc.

事業内容(特徴と強み):垂直統合型ブランディングカンパニーとしての競争力

企画の策定からクリエイティブ制作を一気通貫で提供することにより、クライアントにとっては円滑なコミュニケーションにより一貫したブランディングが策定でき、当社にとってはタッチポイントの多様化による案件の獲得が期待できる
その結果、潜在顧客の開拓や既存顧客のクロスセルが進み、着実に顧客基盤の拡大が進展

■広告産業のバリューチェーン



■当社のビジネスモデル



クライアントサイドのメリット

- コミュニケーションが円滑(コミュニケーションコストが低い)
- 人的資本に関する一貫したブランディングの策定が可能

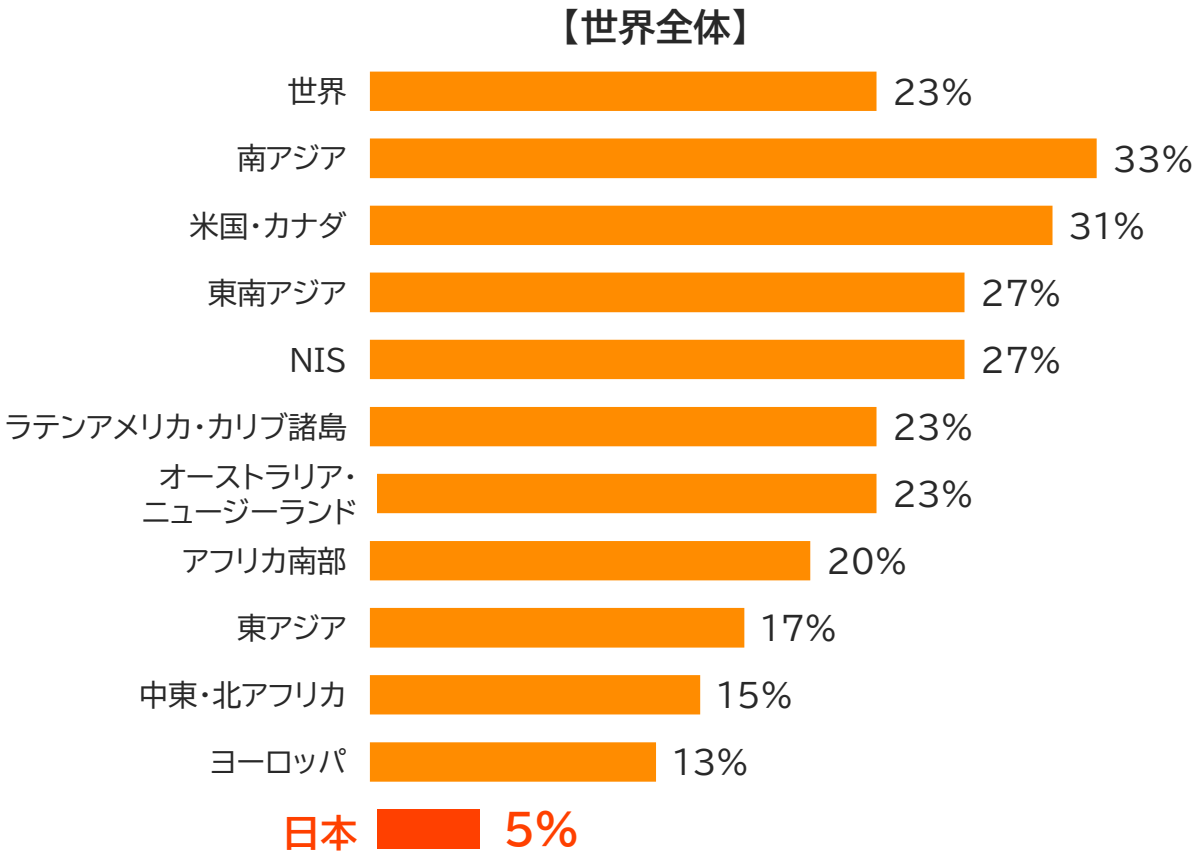
当社サイドのメリット

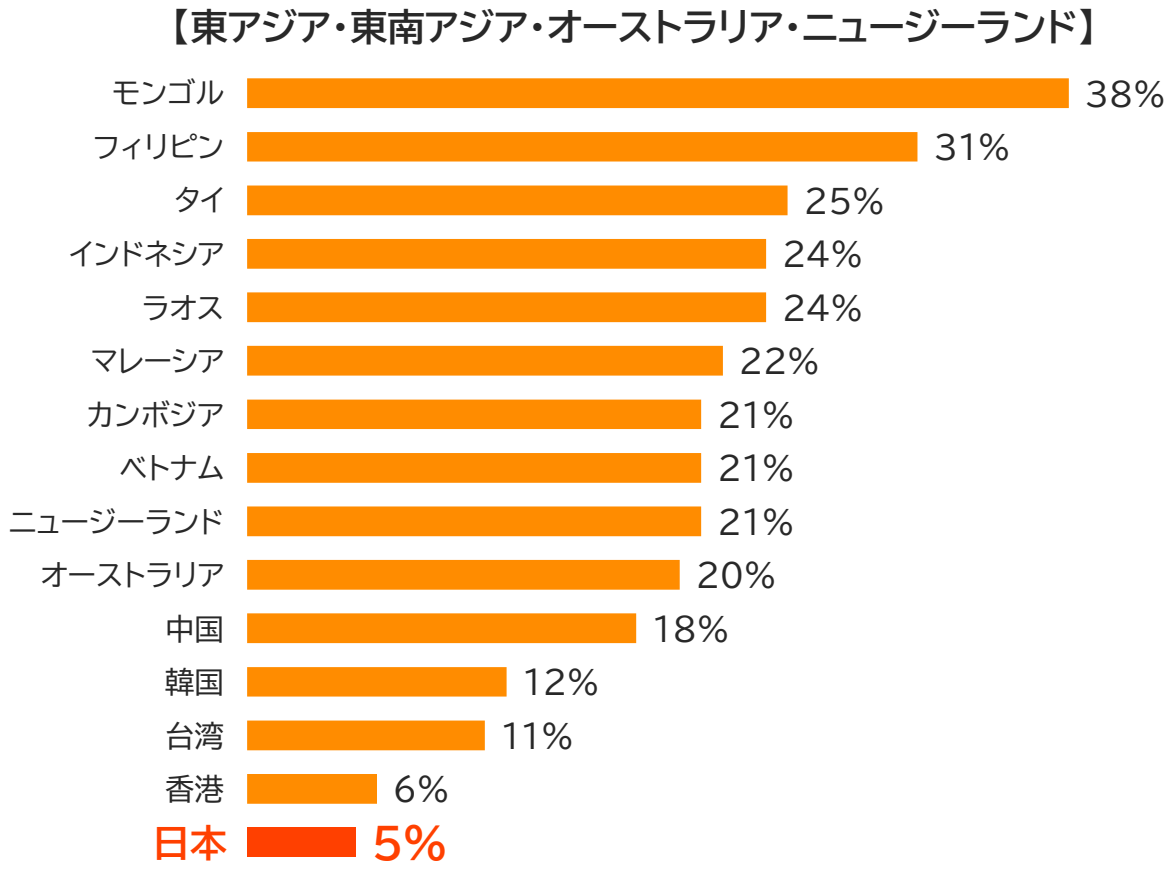
- タッチポイントの多様化による案件獲得
- 学習コストが低い

事業環境：海外と比較して相対的に低い日本の従業員エンゲージメント

日本は、従業員が企業への信頼や企業に対する貢献意欲である従業員エンゲージメントが、海外と比較して相対的に低いとの調査結果がある。

従業員エンゲージメント※の国際比較



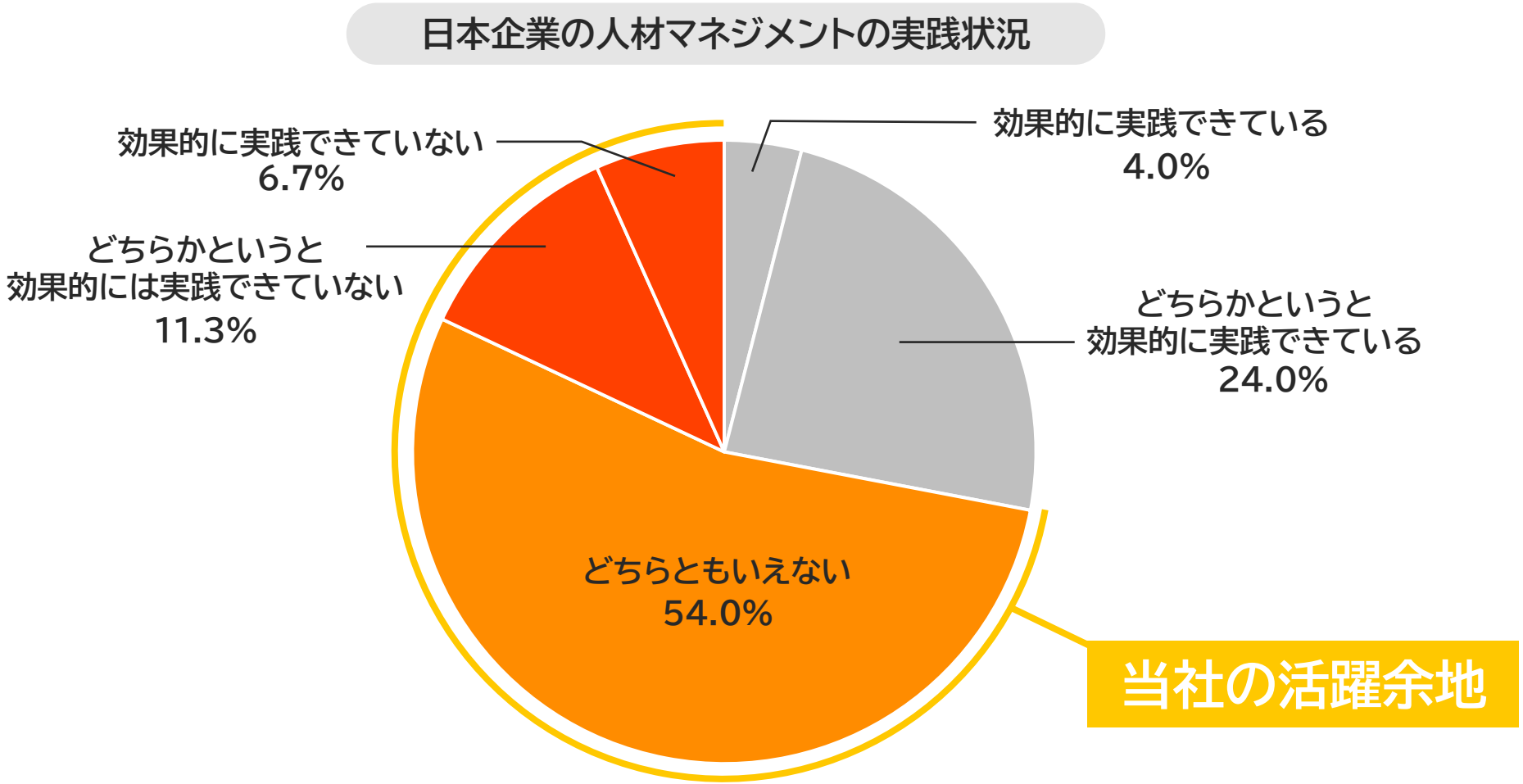


※従業員の企業への信頼や企業に対する貢献意欲　出所：GALLUP「State of the Global Workplace 2023」

© AGEHA Inc.

事業環境:コーポレート – インナーブランディングへの追い風

人材戦略の重要性が高まる中、日本企業で人材マネジメント施策を効果的に実践できている割合はわずか4%
インナーブランドの策定・実行における当社の活躍余地は十分



出所:パーソル総合研究所「タレント・マネジメントに関する実態調査(HITO REPORT 2019年10月号)」

© AGEHA Inc.

Ageha 株式会社揚羽

ありがとうございました

© AGEHA Inc.