

2024/6期 Q1決算説明資料

2023年11月14日



証券コード：3978（東証プライム）

免責事項

本資料は、株式会社マクロミル(以下「当社」といいます。)の企業情報等の提供のために作成されたものであり、日本、米国その他の法域における当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。特に米国においては、当社の有価証券は米国証券法に基づく登録が行われておらずまたその予定もないため、登録免除規定の適用がある場合を除き当社の有価証券の勧誘または売却を行うことはできません。

本資料の内容は事前の通知なく変更されることがあります。本資料またはその内容については、当社の事前の書面による同意がない限り、いかなる目的においても第三者に開示されまたは第三者により利用されることはできません。

本資料に記載される業界、市場動向または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性および網羅性について保証するものではありません。

また、本資料に記載される当社グループの目標、計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本資料の作成時点における当社グループの判断又は考えにすぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、国内外の経済情勢、企業の動向、他社との競業、人材・パネルの確保、技術革新、為替、その他経営環境等により、本資料記載の内容またはそこから推測される内容と大きく異なることがあります。

本説明資料全般にわたる注記事項

- 各セグメント及び地域の売上収益及び営業利益は、セグメント間の相殺消去前の数値を表しており、各セグメントや各地域の売上収益及び営業利益の合計と併記されている連結数値との間に若干の差異(=連結消去分)が生じている場合があります
- 韓国の業績数値は、現地監査法人による決算監査結果により変更になる可能性があります
- 為替影響を除く数値は当期の為替レートを過去の同期間の財務数値に適用することで、前年同期比からの為替変動の影響を除いた当社グループの事業の状況、特に海外事業(MACROMILL EMBRAIN)の状況をより正確にご理解いただくことを目的に記載していますが、あくまでウォン円間の為替換算影響を除くものであって、全ての外貨についての為替影響を除くものではない点にご留意下さい。また、実際に適用している為替レートについては下記をご確認ください

	Q1 (3ヶ月間・累計ベース)	
	2023/6期 Q1	2024/6期 Q1
1 KRW =	0.1033	0.1107

新中期経営計画の主要な方針は以下の2点

1

**主力の「オンライン及び
デジタルリサーチ(注力領域)」
に再フォーカス**

利益率の着実な改善を
強い意志を持って実現する

2

「事業モデルの変革⁽¹⁾」を継続

安定的な売上成長の
中長期的な継続を目指す

注力領域の着実な成長と生産性の向上 及び 戦略投資領域の力強い売上成長により利益改善を目指す

		2024/6期 業績予想値 及び 昨対伸長率	2026/6期 中計目標額 及び 年平均成長率 (3Y CAGR)	
連結 売上収益	日本事業 セグメント	注力領域	149億円 YoY +5%	174億円 +7%
		戦略投資領域	76億円 YoY +27%	118億円 +25%
		基盤強化領域	157億円 YoY +6%	167億円 +4%
	韓国事業 セグメント	58億円 YoY +2%	70億円 +7%	
連結 営業利益		56億円 YoY +25%	75億円 +19%	

前期下期が軟調であったため、今期の成長率は下期にかけて上がる計画であり、上期は減益予想（Q1は減益、Q2より増益転換）

通期決算時（8/14）に公表した今期（2024/6期）計画の前提

	売上収益	営業利益	ポイント
上期	218億円 YoY +7%	26億円 YoY Δ 7%	<ul style="list-style-type: none">■ 前期下期の人員増により人件費が増加■ これにより上期は減益計画
下期	222億円 YoY +10%	30億円 YoY +38%	<ul style="list-style-type: none">■ 利益率の高い注力領域の繁忙期がQ3■ 人件費増の一巡、前期M&A費用の不発生■ 上記により下期は大幅増益計画
通期	440億円 YoY +8%	56億円 YoY +25%	<ul style="list-style-type: none">■ 人件費の増加率は売上伸長率をやや上回る想定■ パネル費、外注費、その他費用の増加率は売上伸長率を下回る計画

2024/6期 Q1: Key Takeaways

- 当社グループのQ1業績は売上、事業利益ともに、期初業績予想を上回って推移
- 日本事業の生産性の向上、営業活動の強化が順調に進展していることが主要因
- Toluna社において、景況感の影響及びPMI費用が先行し持分法損失383百万円が発生

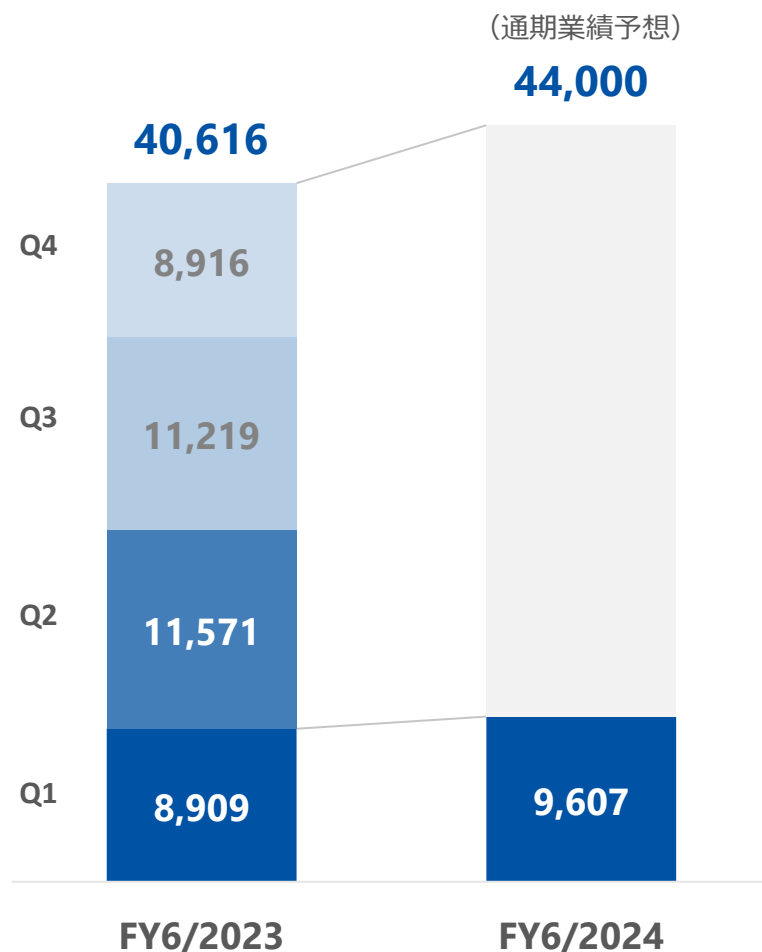
		2023/6期 Q1 ⁽²⁾	2024/6期 Q1	YoY成長率
連結業績	売上収益	89.0億円	96.0億円	+8%
	事業利益 ⁽¹⁾	8.7億円	7.1億円	△18%
日本事業 セグメント	売上収益	77.7億円	84.9億円	+9%
	事業利益 ⁽¹⁾	7.5億円	6.8億円	△9%
韓国事業 セグメント	売上収益	11.4億円	11.1億円	△2%
	事業利益	1.1億円	0.2億円	△82%

注

1. その他の海外事業セグメントをToluna社へ譲渡した譲渡対価として当社がToluna社の株式の17.4%等を取得していることから、2023年6月期第4四半期よりToluna社は当社の持分法適用会社となっている。当社グループの事業パフォーマンスを示すため、2024年6月期第1四半期より営業利益からToluna社にかかる持分法投資損益を除いた金額を事業利益として記載している
2. 継続事業に係る業績分のみを記載

期初業績予想計画を上回って推移 Q2以降も順調に推移する見込み

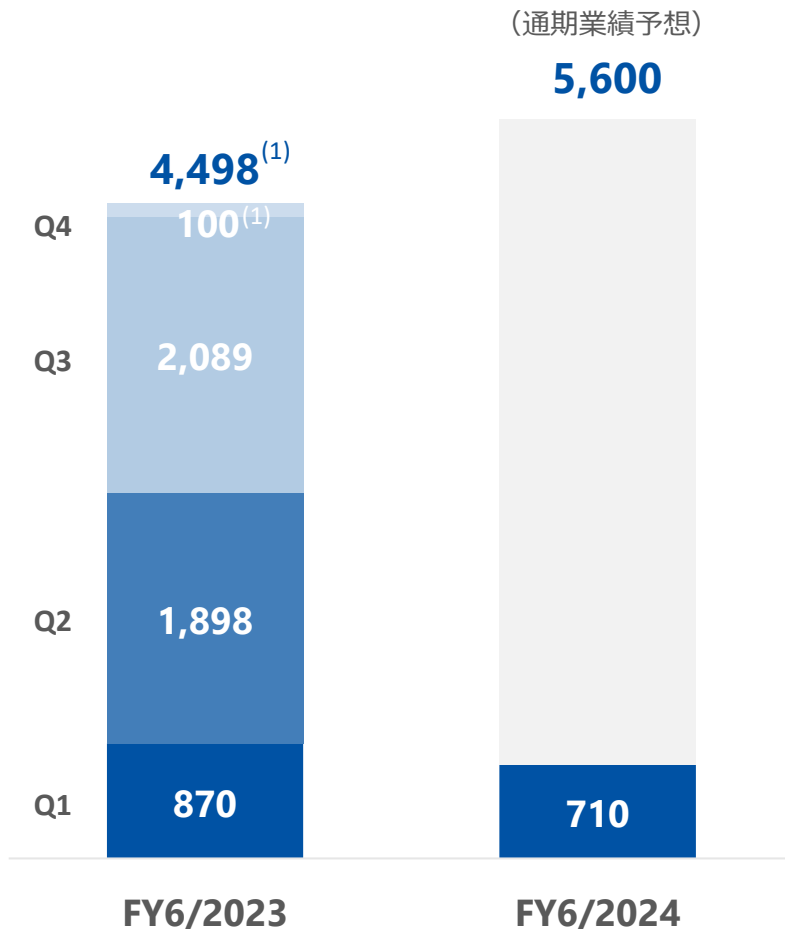
連結 (IFRS)
(百万円)



Q1 実績
+ 8% 成長

売上同様に期初業績予想計画を上回って推移 計画通りQ2以降は増益転換の見込み

連結 (IFRS)
(百万円)



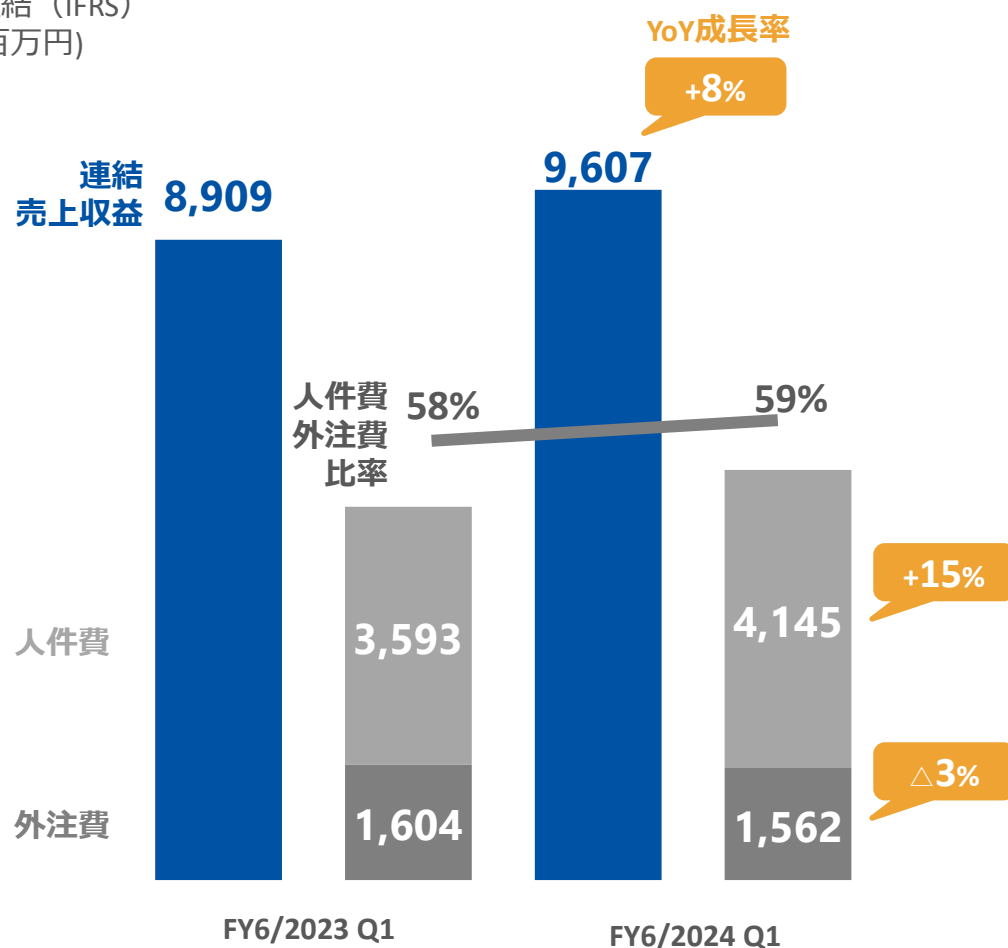
Q1 実績
△18% 減

注

1. FY6/2023 通期、及びFY6/2023 Q4の数字は海外子会社異動 (M&A) の取引に係り計上された費用を除いた金額

人件費は計画通りにコントロール 外注費は前期を下回る水準まで抑制

連結 (IFRS)
(百万円)



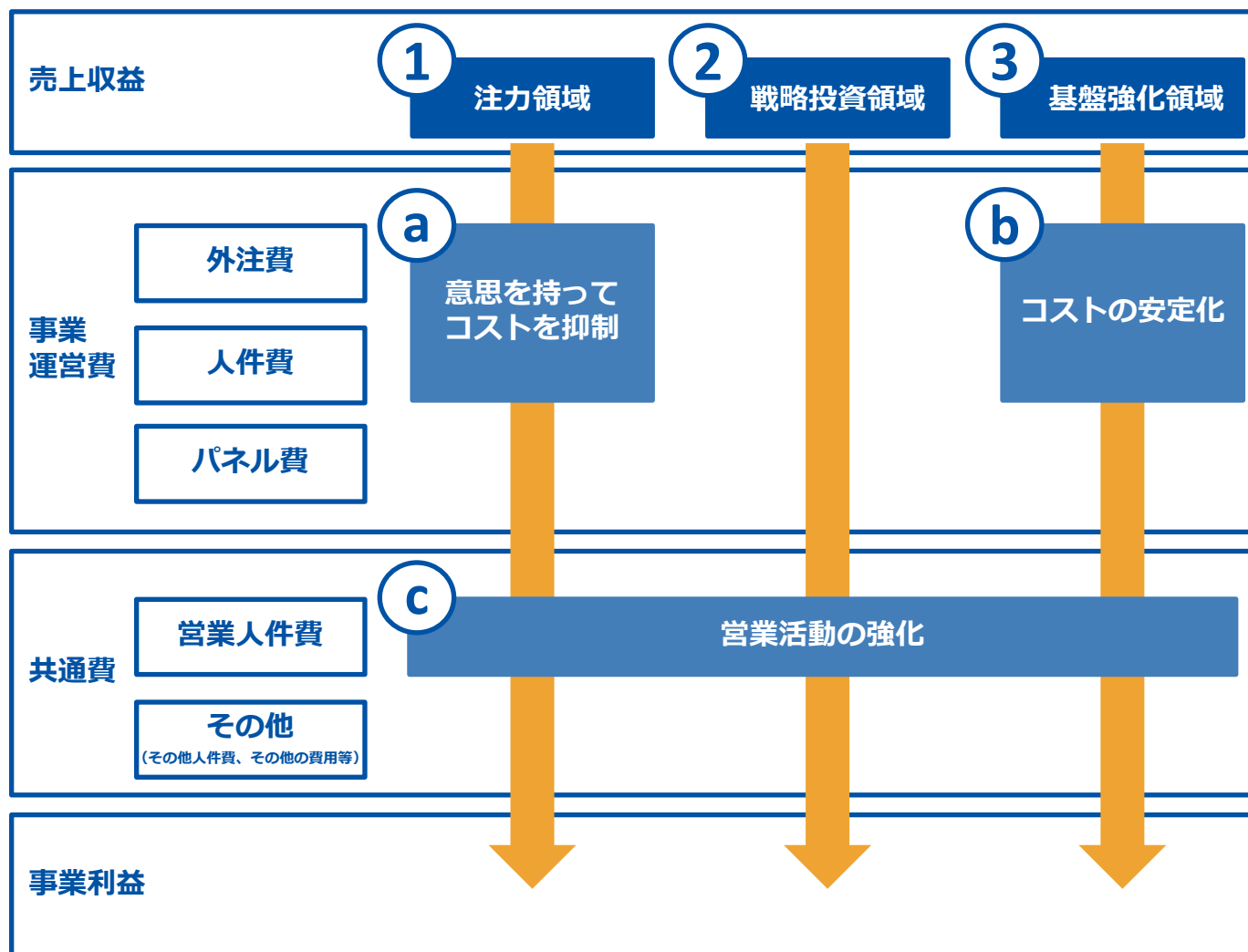
Key Point

- 人件費：日本+476百万、韓国 +75百万
 - 前期下期からの採用により人員が増加（前Q1比+141人、日本+129人、韓国+12人）
 - 下期以降は増加率を低減できる想定
- 外注費：日本 △11百万、韓国 △28百万
 - 日本のリサーチキャパシティが整備できたことで内製化を推進
 - 加えて人材定着率・習熟度の上昇により内部生産性が向上
 - Q2以降も本取り組みを推進

2024/6期Q1 事業セグメント別 ハイライト

日本事業セグメントの事業区分とKPIについて

日本事業セグメントについては、各事業区分の売上①～③に加えて、コスト観点ではa～cを重視し、それぞれを生産性KPIとして開示



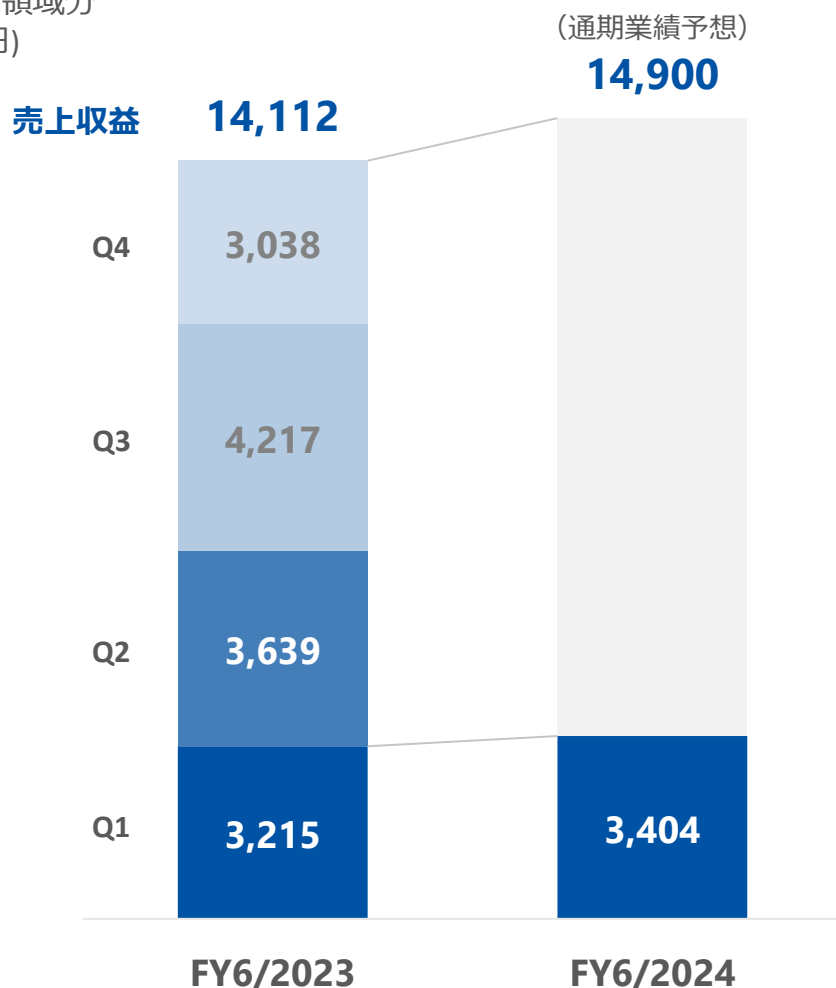
生産性KPI

- ① 注力領域の生産性の向上
⇒ 「外注費+運営人件費」の抑制
- ② 戦略投資領域
- ③ 基盤強化領域のコスト統制
⇒ 「外注費+運営人件費」の安定化
- ④ 営業一人当たりの売上増
⇒ 「日本事業売上 / 日本営業人員」の向上

通期で+5%の成長目標

アウトバウンドセールスが順調に進展、Q1から順調な滑り出し

日本事業セグメント
①注力領域分
(百万円)



Q1 実績
+6% 成長

①注力領域に区分されているサービス

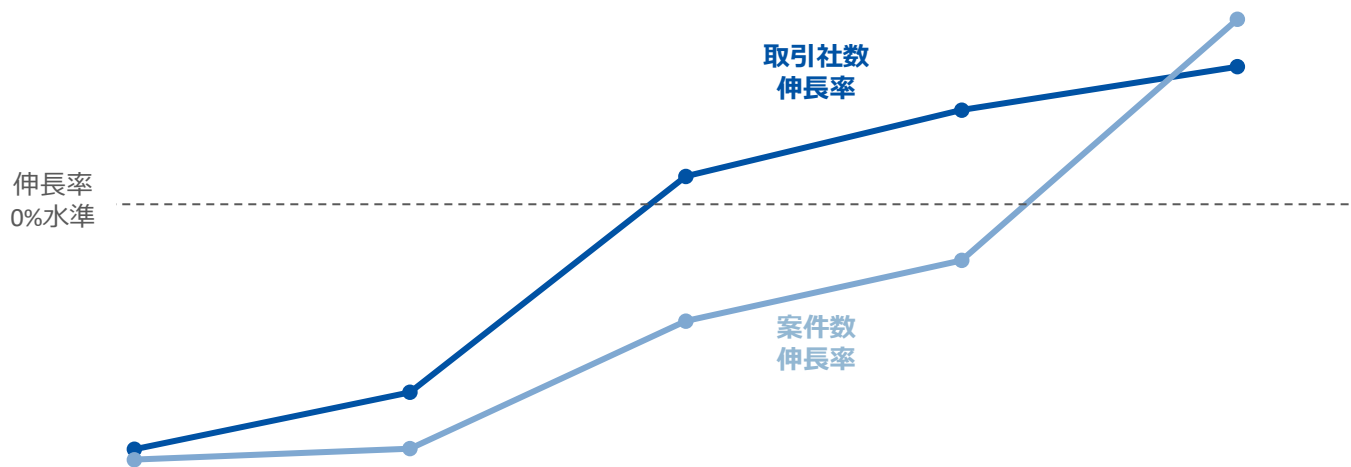
- オンラインリサーチ
- デジタルリサーチ (アクセスミル・DMP シンクリサーチ等)

前期下期より積極的な営業活動（アウトバウンドセールス）を再開
お断りによる離反顧客の呼び戻しが進み、Q1は社数・案件数ともに回復



		2023/6期				2024/6期
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
対前年 同Q対比	取引社数	△13%	△10%	+ 2%	+ 5%	+7%
	案件数	△14%	△13%	△ 6%	△ 3%	+10%

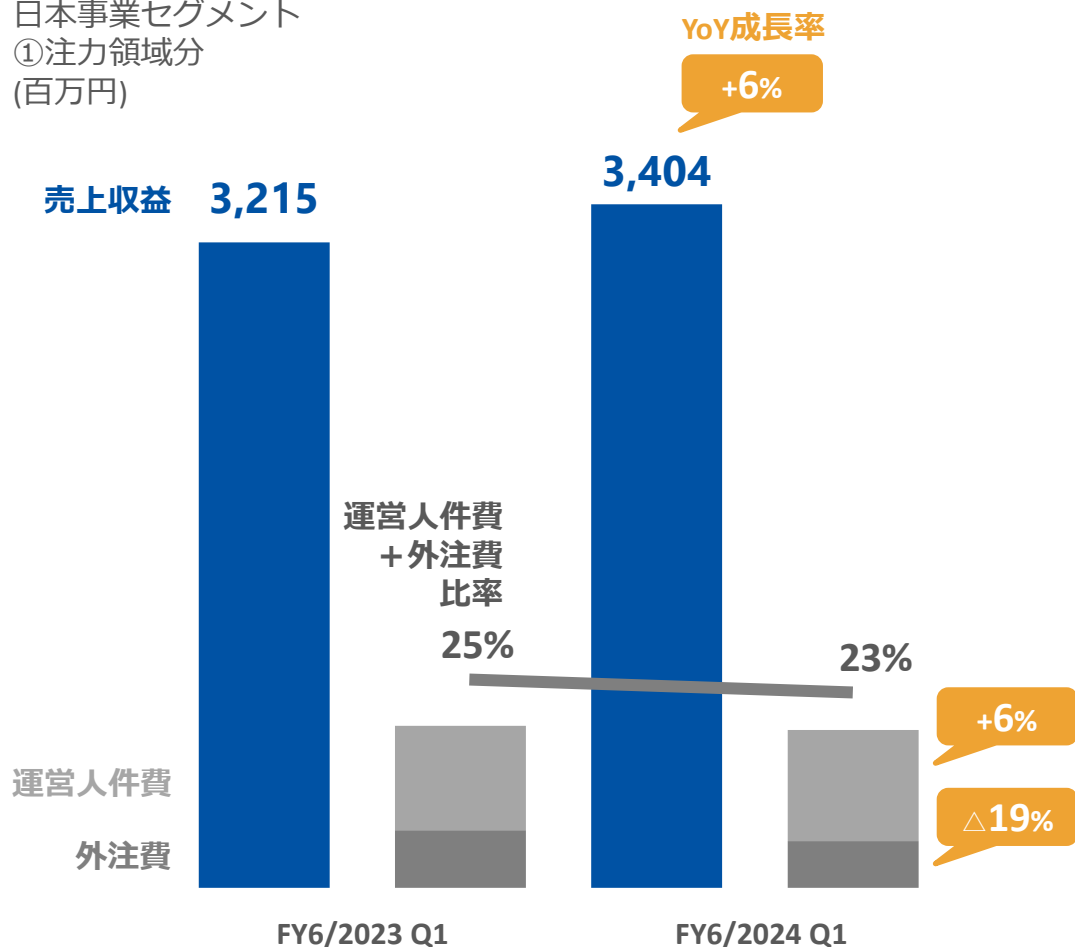
取引社数と案件数
対前年同Q対比
伸長率の四半期推移



注力領域の生産性向上が今期の重点施策

外注費の抑制により、外注費 + 運営人件費比率は2ポイント改善

日本事業セグメント
①注力領域分
(百万円)



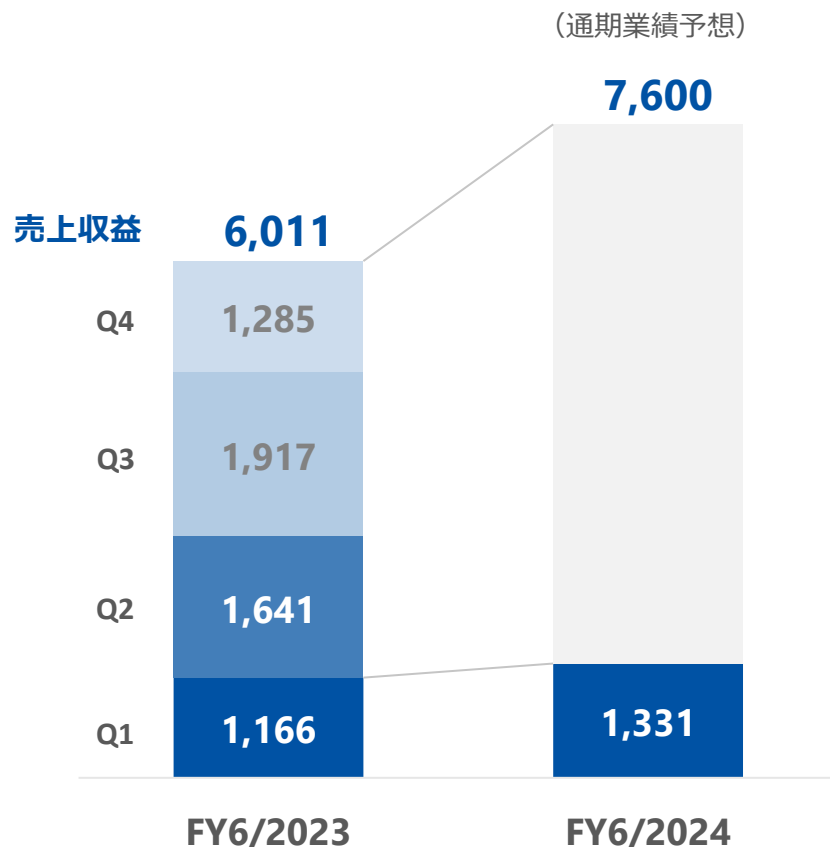
Key Point

- **外注費：前期比△19%減**
 - 内製化及び内部生産性の向上により外注費は実額ベースでも減少
- **運営人件費：前期比+6%増**
 - 売上伸長率と同程度の増加
 - 運用工程の見直しにおける工数を削減
 - 業務の自動化の推進施策を実行中
 - 上記施策により内製キャパシティを拡大

通期で+27%の成長目標、案件規模が大きい事業群

コンサル事業が好調に推移、Q2以降は新規事業の成長も加速する見込み

日本事業セグメント
②戦略投資領域分
(百万円)



Q1 実績
+14% 成長

② 戦略投資領域に区分されているサービス

- コンサルティング
- グローバルリサーチ (東南アジア、中国を含む)
- 新規事業 (ライフサイエンス、広告配信等)

コンサルティング

戦略から実行までのデータコンサルティング

Q1実績

345百万円

(YoY+32%)

- 採用も順調に進捗、Q2も好調に推移する見通し

グローバルリサーチ (東南アジア、中国を含む)

日本企業の海外市場におけるマーケティングリサーチ
東南アジアにおけるマーケティングリサーチ

Q1実績

652百万円

(YoY+11%)

- Q2以降も二桁伸長を継続できる見通し

新規事業 (ライフサイエンス、広告配信等)

ライフサイエンス：ヘルスケア領域におけるマーケティング支援
広告配信：データに基づくリアルタイム広告配信等

Q1実績

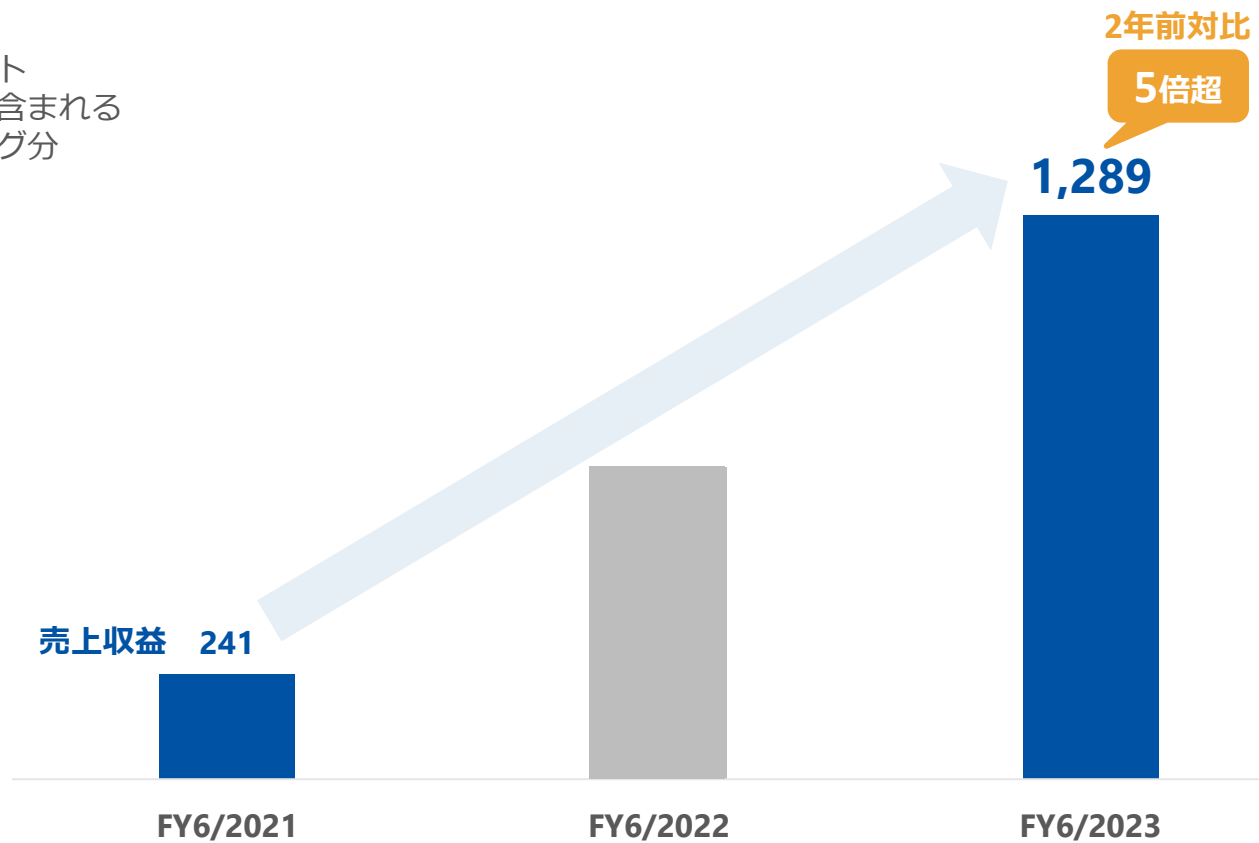
332百万円

(YoY+5%)

- Q1は一時的にライフサイエンスの売上の伸長ペースが鈍化したのが、受注案件は積み上がっており、Q2以降は大きく増収見込み
- 広告配信は市況の影響を受け苦戦

コンサルティングは事業開始から2年で売上は10億以上の事業に成長 戦略投資領域の成長を力強く牽引

日本事業セグメント
②戦略投資領域に含まれる
コンサルティング分
(百万円)



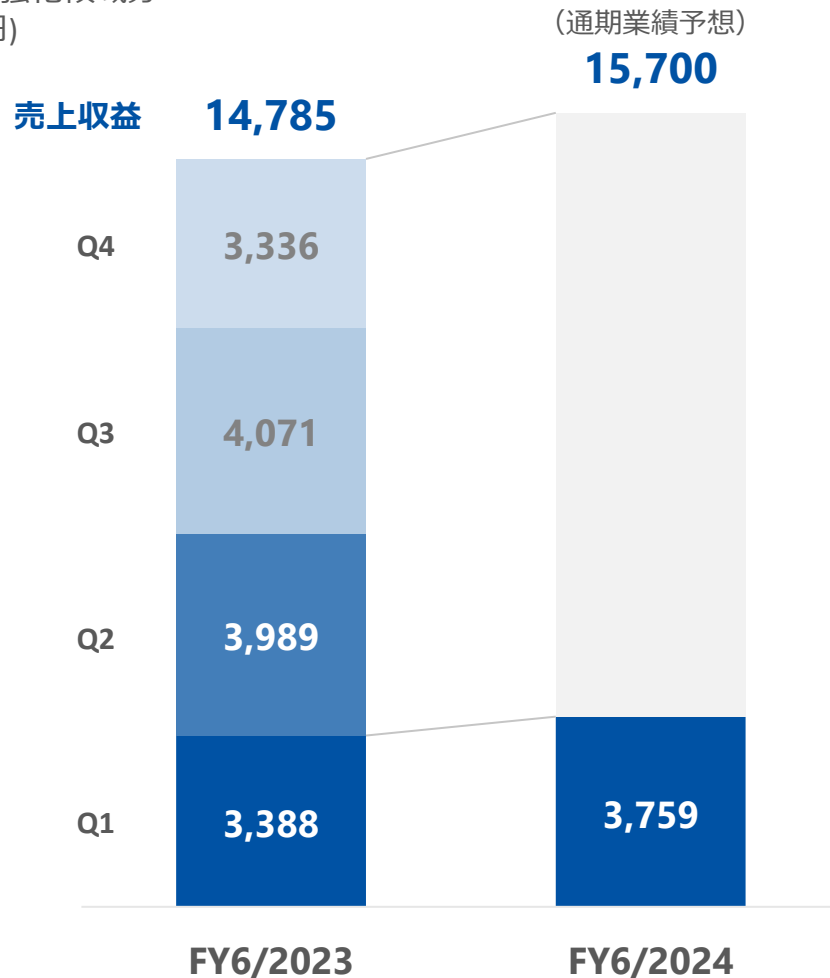
顧客・業界の広がり	
日用品メーカー	化粧品メーカー
カード決済企業	銀行
テレビ局	保険会社
コンビニエンスストア	アパレルブランド

取引社数	2社	→	28社
コンサルタント 人員数	18人	→	56人

取引社数
コンサル人材
ともに順調に拡大

通期で+6%の成長目標、Q1はモニタス社のM&A影響もあり大きく伸長
 Q2以降も好調に推移する見通し

日本事業セグメント
 ③基盤強化領域分
 (百万円)



Q1 実績
 +11% 成長

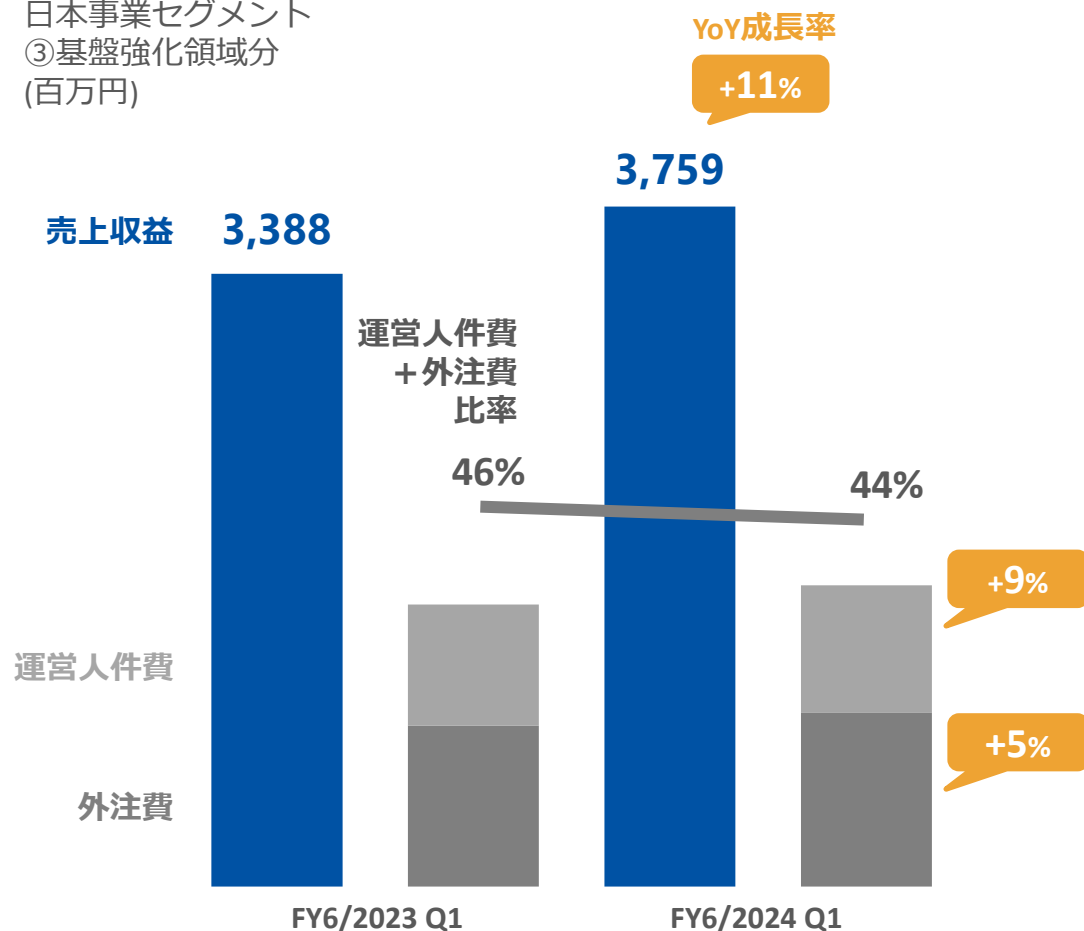
③ 基盤強化領域に区分されているサービス

- 代理店等との合併事業 (DMI, HMM, その他子会社等)
- オフラインリサーチ
- データベースサービス

※グループ間内部取引は本区分との取引規模が大きいため便宜的に本区分にて相殺消去している

売上伸長により外注費+運営人件費比率は2ポイント改善

日本事業セグメント
③基盤強化領域分
(百万円)

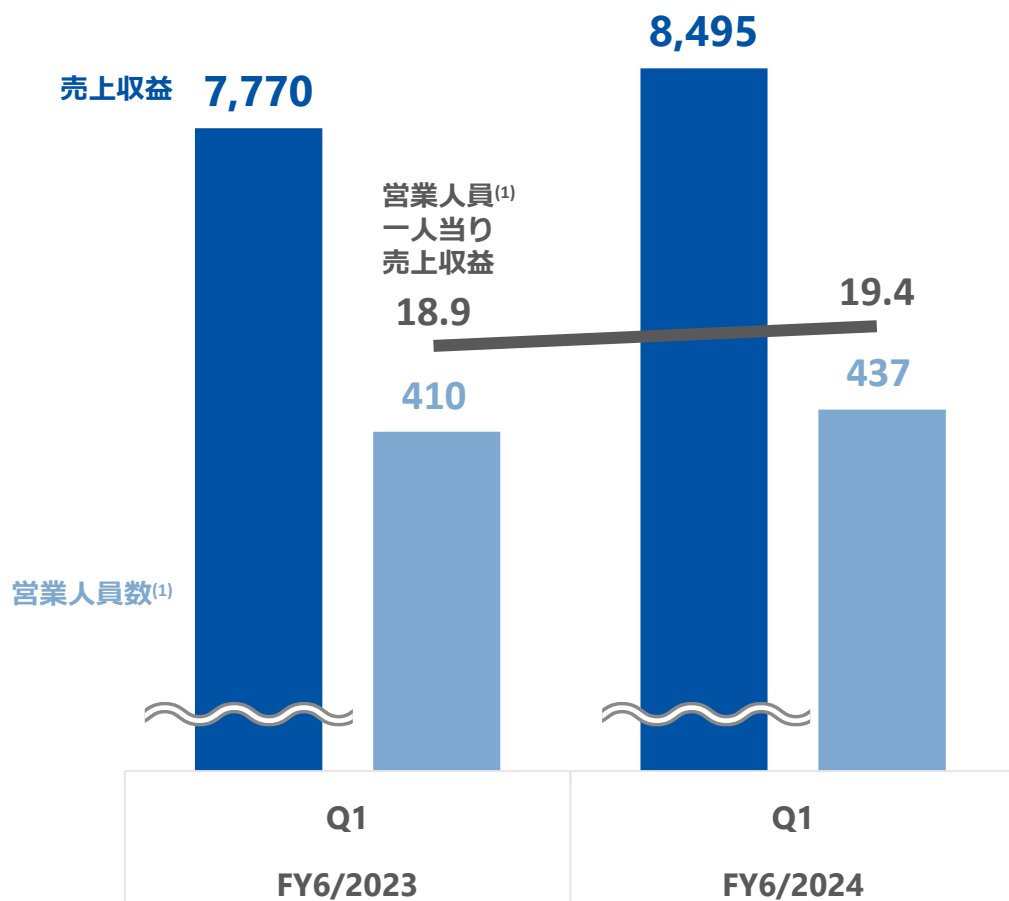


Key Point

- 外注費・運営人件費ともに、増収及び子会社におけるセールスマックスの改善により売上に占める比率が低減
- 外注費：前期比+5%増
 - 売上伸長率以下の増加率となった
- 運営人件費：前期比+9%増
 - 売上伸長率以下の増加率となった

受注キャパシティ制限が解消したことで営業一人当たり売上が向上

日本事業セグメント
全体
(百万円、人)



Key Point

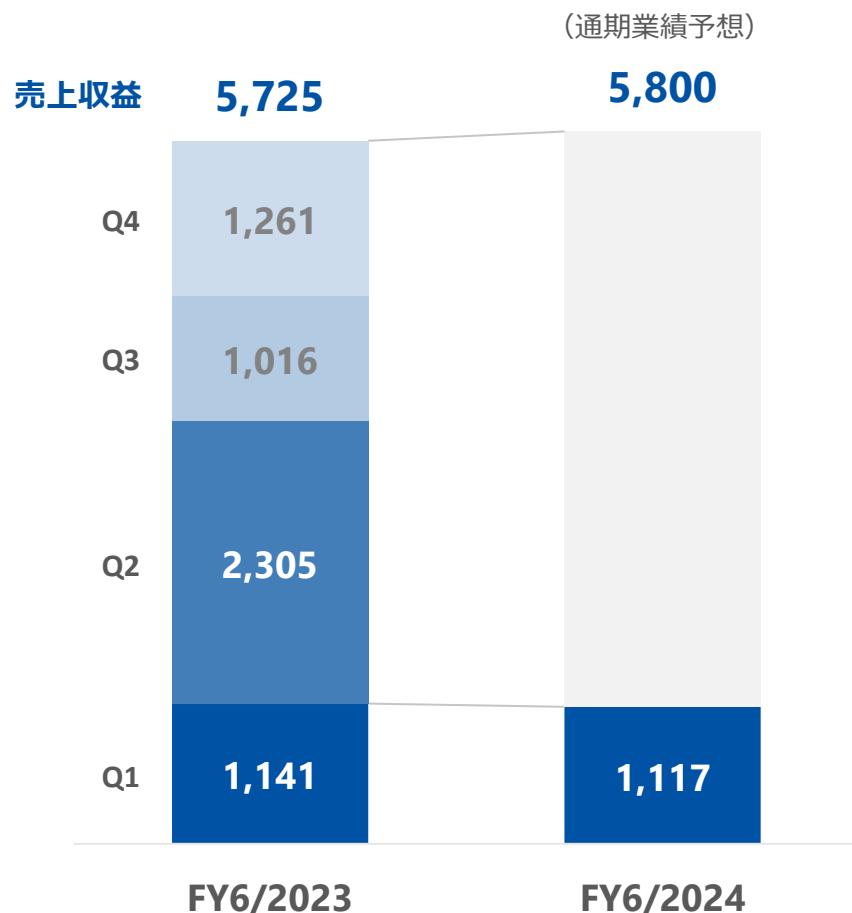
- **営業人員数：前期比+27名**
 - 新規事業における増員・モニタス社のM&A等による増加
- **営業一人当たり売上**
 - Q2以降、繁忙期に入ることによる売上規模の増加等により、一人当たり売上は拡大する傾向
 - さらにQ2以降は、グループ企業間の営業インセンティブ制度を拡充し、相互送客を強化する方針

注
1. 当社グループ日本事業の全従業員の内、営業活動に関わる人員数

通期で+2%の成長目標

上期は景況感悪化の影響が継続、下期以降の回復を目指す

韓国事業セグメント
(百万円)



Q1 実績

△2% 減収
(△9% 為替影響除く)

2024/6期Q1 財務情報および
事業セグメント別の詳細に係るアップデート

当社グループのQ1業績は、日本事業が好調に推移し売上・事業利益とも期初業績予想を上回って推移

2024/6期 Q1 (3カ月)

連結 (IFRS)
(百万円)

	2023年6月期 Q1 実績	2024年6月期 Q1 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	8,909	9,607	+698	+8%
日本事業 売上収益	7,770	8,495	+724	+9%
韓国事業 売上収益	1,141	1,117	△23	△2%
EBITDA ⁽²⁾	1,337	1,212	△165	△12%
事業利益 ⁽³⁾	870	710	△160	△18%
日本事業 事業利益 ⁽³⁾	757	689	△67	△9%
韓国事業 事業利益	112	20	△92	△82%
事業利益率	9.8%	7.4%	△2.4pt	-
Toluna社の持分法による投資損益	-	△383	△383	-
営業利益	870	326	△544	△63%
親会社の所有者に帰属する継続事業から 生じた四半期利益	305	△113	△419	-

注

- セグメント数値については、セグメント間取引の相殺除去前の数値を記載している
- EBITDA = 事業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却費 + 減損損失として計算しています
- その他の海外事業セグメントをToluna社へ譲渡した譲渡対価として当社がToluna社の株式の17.4%等を取得していることから、2023年6月期第4四半期よりToluna社は当社の持分法適用会社となっている。当社グループの事業パフォーマンスを示すため、2024年6月期第1四半期より営業利益からToluna社にかかる持分法投資損益を除いた金額を事業利益として記載している

期初計画よりもコストは抑制できている状況

営業費用の増加の大部分は、前期下期からの増員による人件費の増加

また、減価償却費及びその他の費用増は、リサーチ基幹システムの刷新等の先行投資によるもの

2024/6期 Q1 (3カ月)

(百万円)

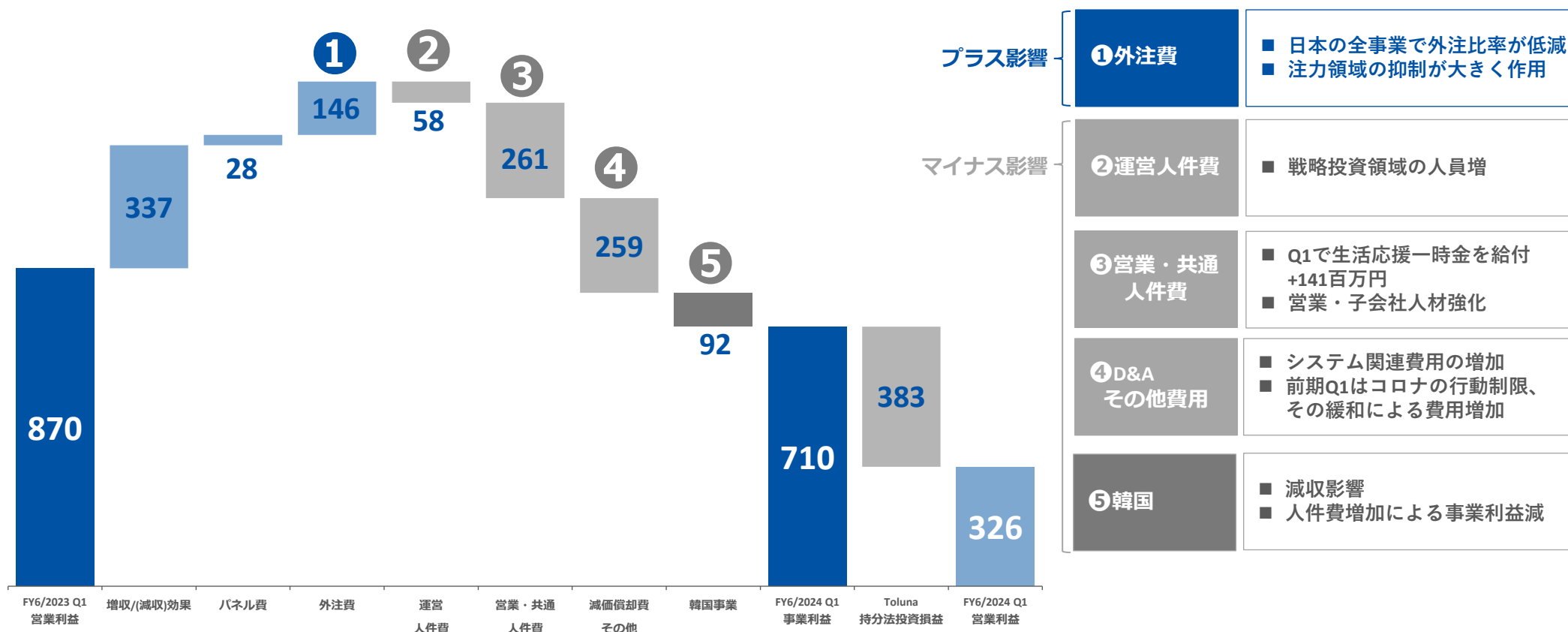
	2023年6月期 Q1 実績	2024年6月期 Q1 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	8,909	9,607	+698	+8%
パネル費	1,188	1,258	+69	+6%
外注費	1,604	1,562	△42	△3%
人件費	3,593	4,145	+552	+15%
減価償却費及びその他	1,688	1,887	+198	+12%
営業費用合計	8,075	8,854	+778	+10%

2024/6期 Q1: 連結営業利益 変動要因

増収効果に加えて、外注費の抑制が順調に進展し、事業利益を押し上げ
一方で、主に人件費、減価償却費及びその他の費用が増加し、Q1の事業利益は減益
Q2以降は売上拡大に伴い事業利益は増益に転じる見込み

2024/6期 Q1（3カ月）連結営業利益（OP）の変動要因分析⁽¹⁾

(百万円)



注

- 増収/(減収)効果、及びパネル費/外注費/運営人件費の営業利益に対するインパクトは、マージンの改善・悪化に基づき計算・表記し、営業・共通人件費、減価償却費、その他の費用は前年同期比の実額差異
- その他の費用は、営業費用のその他に加え、その他の営業収益、その他の営業費用等を含む

2024/6期 Q1: 日本事業セグメント 四半期別 業績推移

日本事業はQ3、次いでQ2が繁忙期であり、今期も同様の傾向

Q1の売上収益は好調、事業利益は人件費等の費用が先行し減益だが期初計画は上回って推移

Q2より繁忙期に入ること増収幅が拡大し、増益に転じる見込み

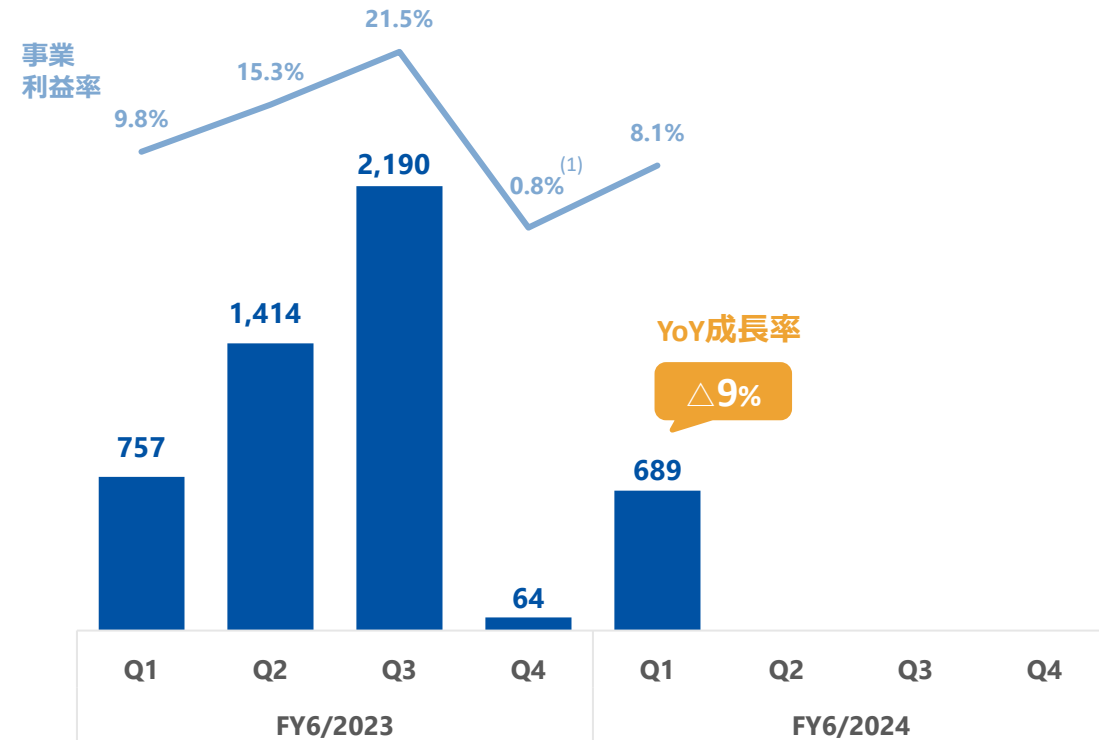
日本事業 売上収益 四半期別推移

(百万円)



日本事業 事業利益 四半期別推移

(百万円)



- 注
1. FY6/2023 Q4の数字は海外子会社異動 (M&A) の取引に係り計上された費用を除いた営業利益
 2. 持分法適用会社化したToluna社の持分法投資損益を除いた数字

2024/6期 Q1: 日本事業 注力領域 四半期別売上推移

注力領域は利益率の高いオンライン及びデジタルリサーチにより構成される

前期は一年を通じてマイナス成長が続いたが、Q1はオンラインリサーチの伸長増により増収に転換

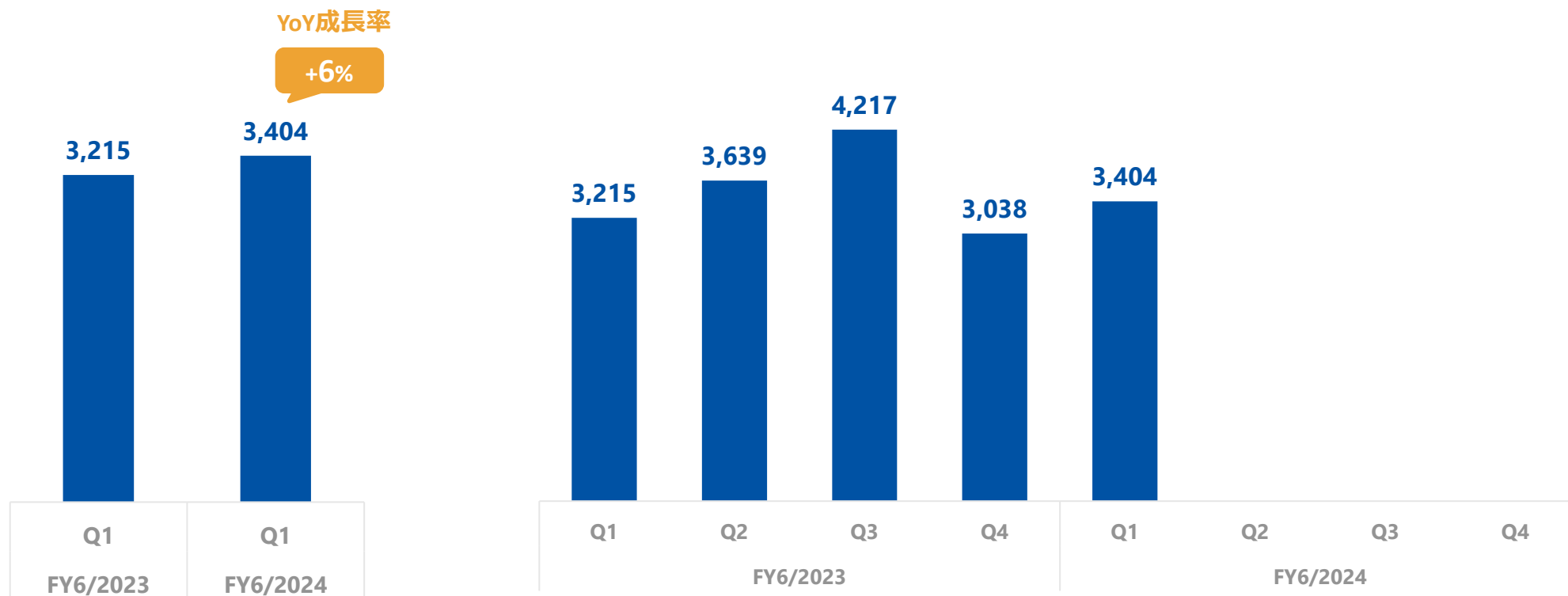
注力領域 Q1 売上収益 (3ヵ月)

(百万円)

注力領域 売上収益 四半期推移

(百万円)

YoY成長率 : +6%



2024/6期 Q1: 日本事業 戦略投資領域 四半期別売上推移

戦略投資領域は、中長期的な売上成長の継続を実現するための事業群で構成される
 コンサルティング、グローバルリサーチの売上収益は、計画通りに拡大
 新規事業の伸長率は、Q2以降ライフサイエンスの売上拡大に伴い成長が加速する見込み

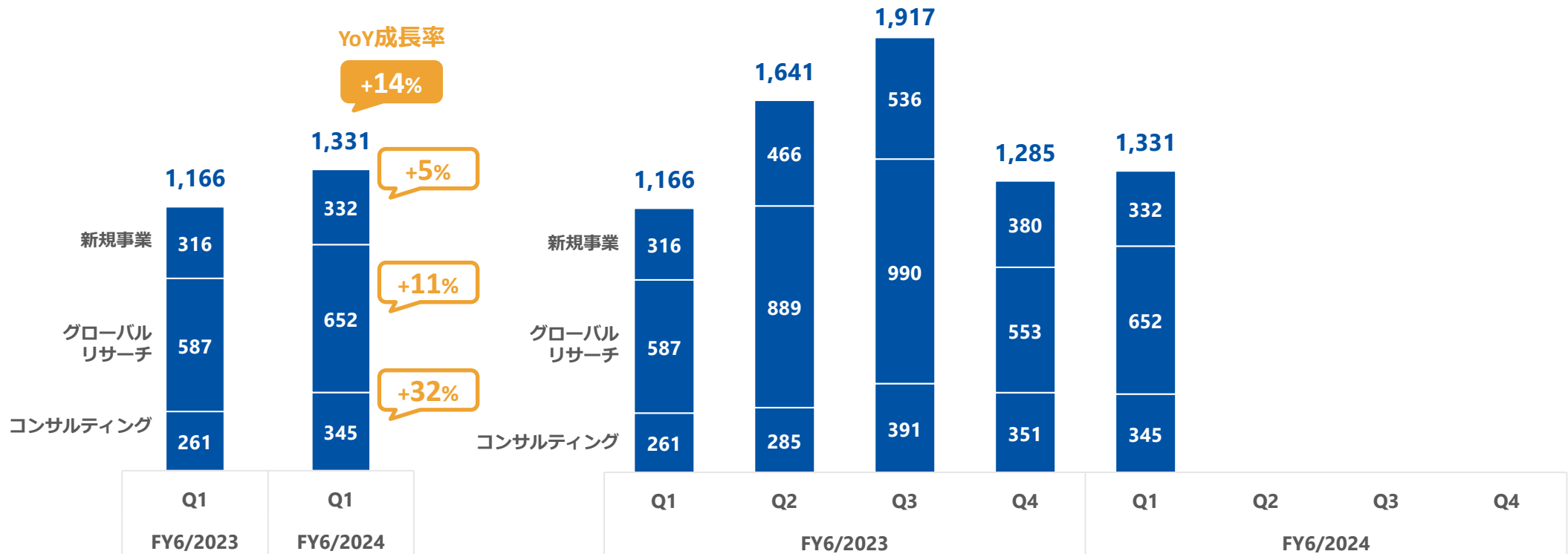
戦略投資領域 Q1 売上収益 (3ヵ月)

(百万円)

戦略投資領域 売上収益 四半期推移

(百万円)

YoY成長率: +14%



2024/6期 Q1: 日本事業 基盤強化領域 四半期別売上推移

基盤強化領域は、競争優位性の確立・参入障壁の構築を目的とした事業群で構成される
7月にパネル提供サービス事業を営むモニタス社を子会社化し、当社グループのパネル数は国内最大規模へ
本M&Aの影響に加えて合併子会社の業績が好調に推移し、Q1の売上収益は二桁増収

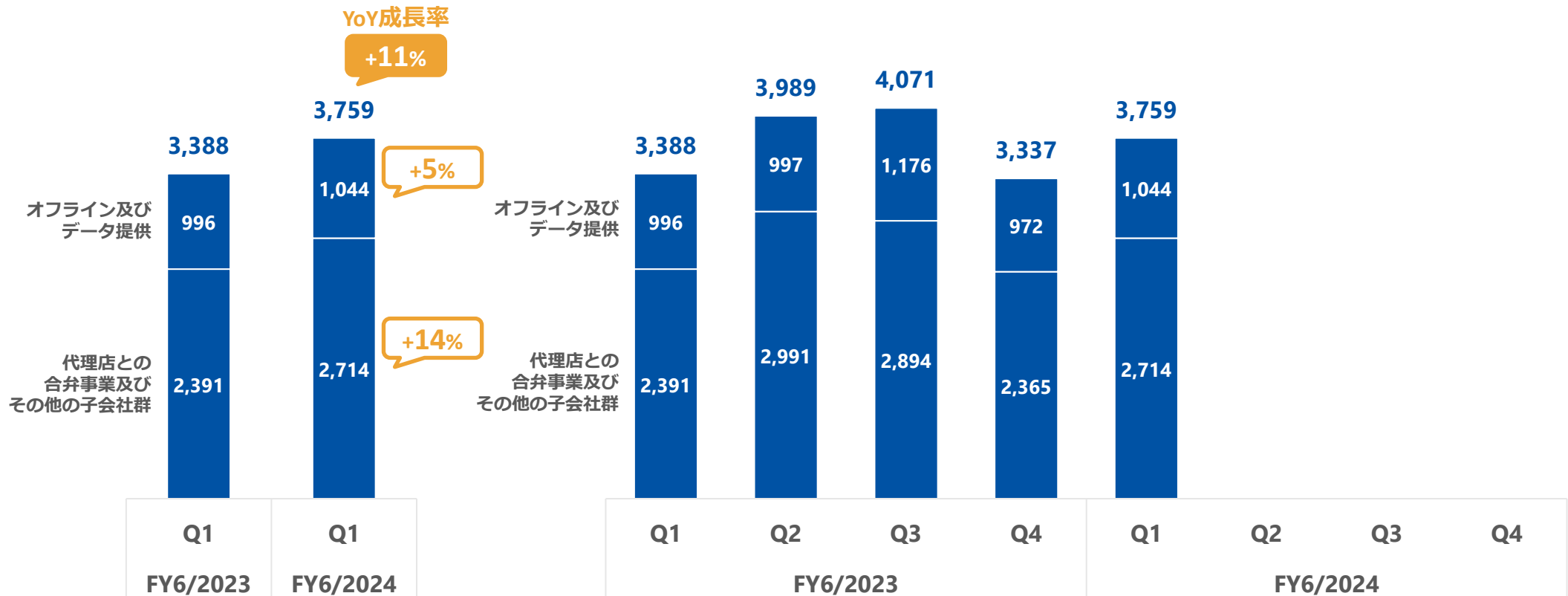
基盤強化領域 Q1 売上収益 (3ヵ月)

(百万円)

基盤強化領域 売上収益 四半期推移

(百万円)

YoY成長率: +11%



2024/6期 Q1: 韓国事業セグメント 四半期別 業績推移

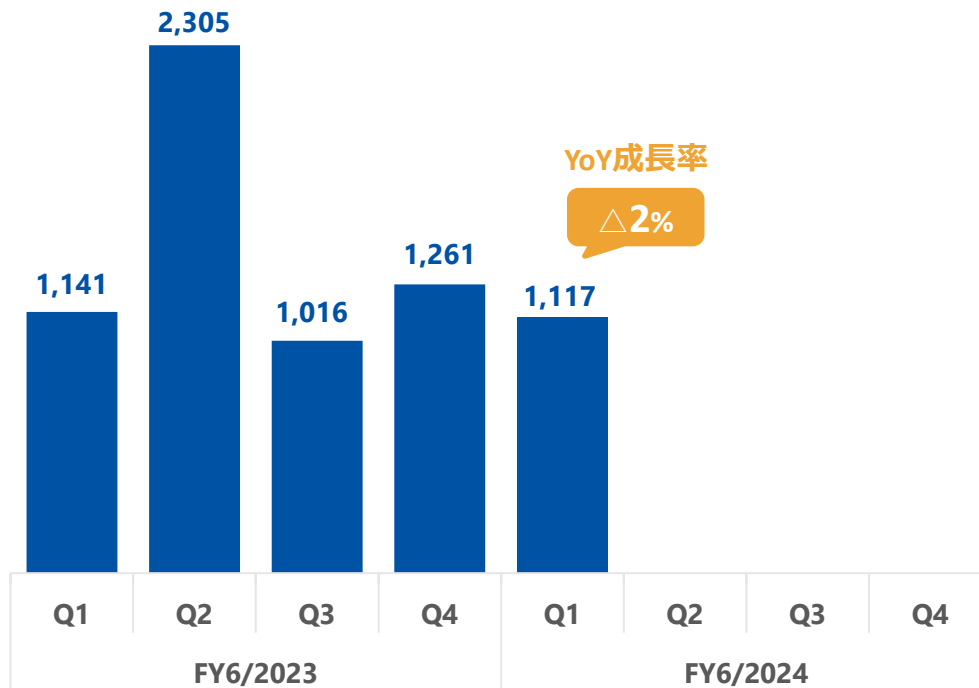
韓国事業はQ2が繁忙期であり今期も同様の傾向

Q1の売上は景況感悪化の影響で減収、同事業利益は減収影響と新規事業に係る費用増により減益

下期以降はオンラインリサーチ比率の拡大により利益は改善する見込み

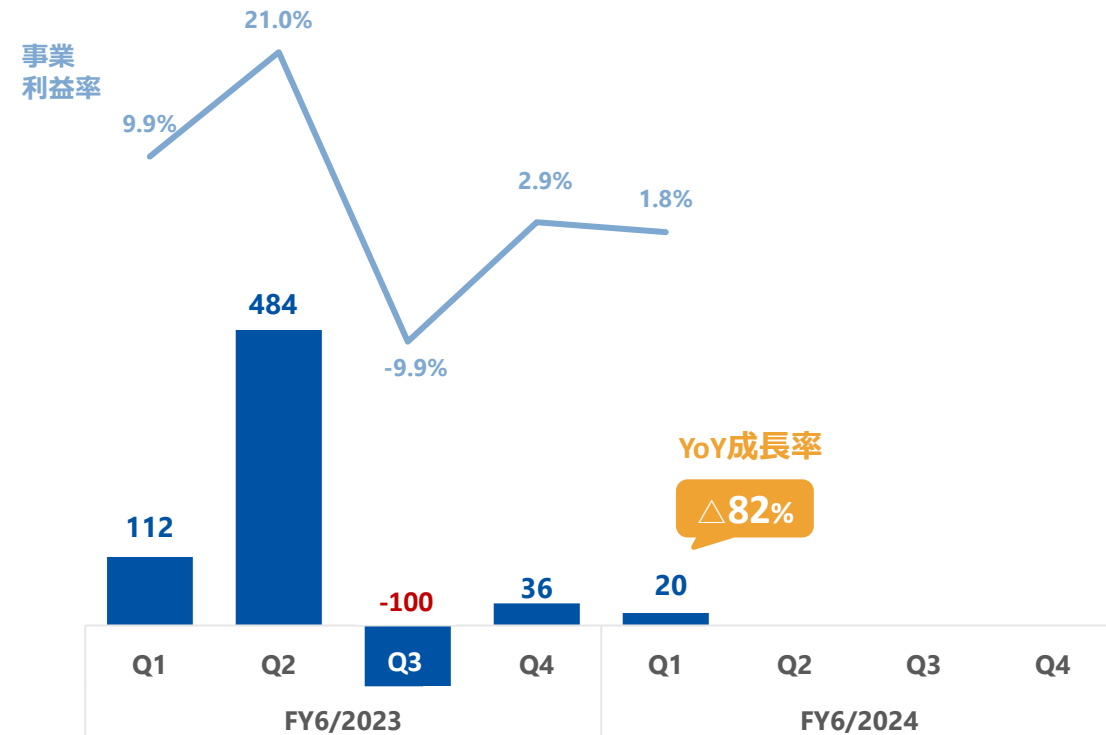
韓国事業 売上収益 四半期別推移 (3ヵ月)

(百万円)



韓国事業 事業利益 四半期別推移

(百万円)

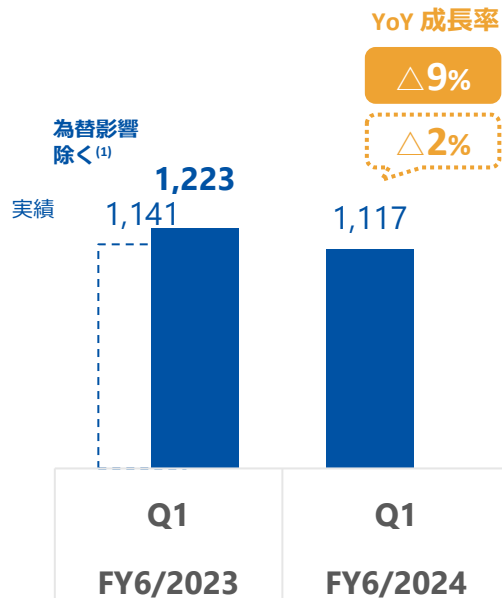


2024/6期 Q1: 韓国事業 四半期別 売上推移

政府が実施する公共調査の減少、大手顧客企業のリサーチ予算が縮小したことにより売上収益は軟調に推移
新規事業である購買データ提供サービスの売上拡大に想定より時間がかかっているが、来期以降の成長を見据えて投資を継続

韓国事業 Q1 売上収益 (3カ月)

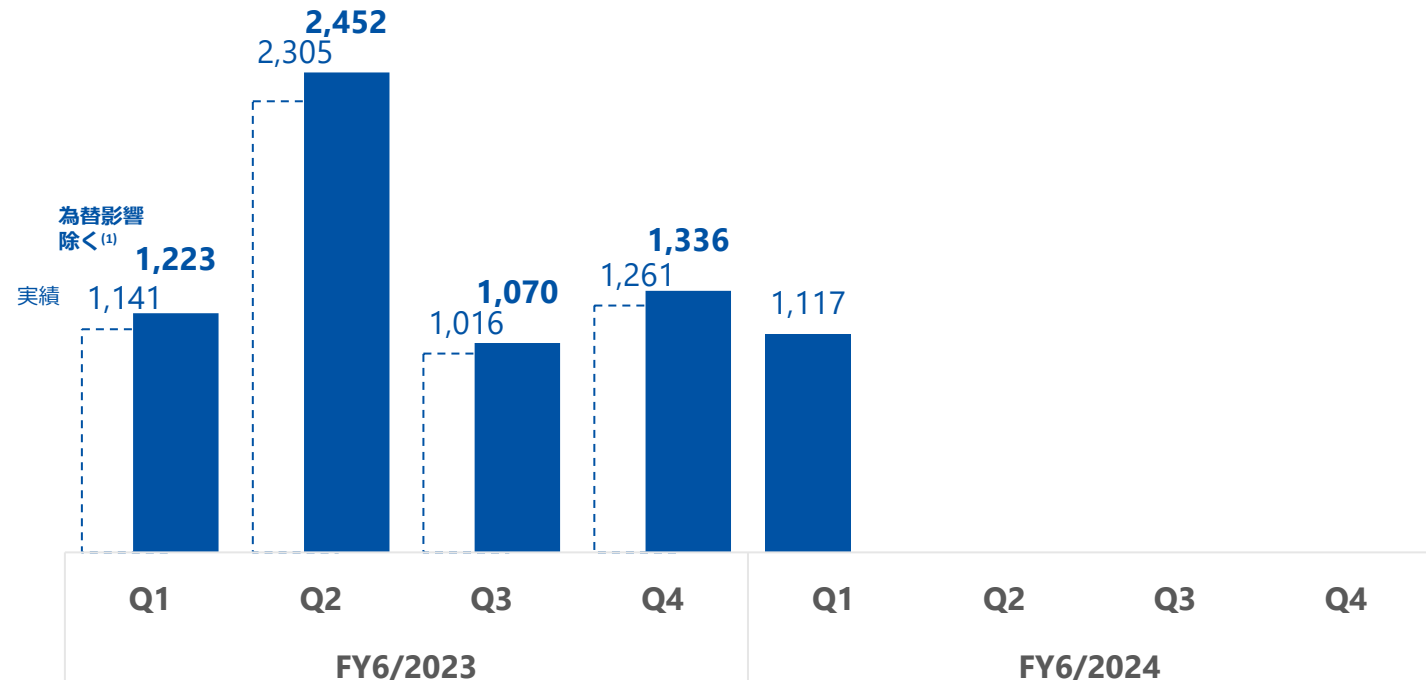
(百万円)



韓国事業 売上収益 四半期推移

(百万円)

YoY成長率 実績： -2%
為替影響除く： -9%



注
1. 為替影響を除く額の計算方法及びその意義については、p.2の共通注をご参照下さい

連結貸借対照表 (B/S)

7月の社債償還により、資産と負債がともに50億円減少

7月のモニタス社連結子会社化により、のれんが5億円増加

Q1の利益が昨対で減少する中、Net Debt/EBITDAは上昇、ROEは低下したが、通期ベースでは改善する見込み

2024/6期 Q1

連結 (IFRS)
(百万円)

	2023/6月期 期末	2024/6月期 Q1末	前期末比
流動資産合計	29,286	23,461	△5,824
現金及び現金同等物	18,255	10,866	△7,388
営業債権及びその他の債権	6,659	7,491	+831
非流動資産合計	64,867	64,934	+66
のれん	40,033	40,550	+517
日本事業	40,033	40,550	+517
韓国事業	0	0	+0
負債合計	51,823	46,756	△5,066
借入金及び社債 ⁽¹⁾	40,920	36,063	△4,857
資本合計	42,330	41,639	△691

主要財務指標

Net Debt⁽²⁾/ EBITDA^(3,4)	3.29 x	3.74 x	
純有利子負債	22,665	25,196	+2,531
EBITDA ^(3,4)	6,898	6,733	△165
ROE⁽⁴⁾	5.1%	4.0%	△1.1pt

注

- 短期借入、長期借入、及び社債の合計
- 純有利子負債(Net Debt) = 借入金 + 社債 - 現金及び現金同等物、2023/6期末まではリース負債が含まれていたが左記の計算方法で遡及している
- EBITDA = 事業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却費 + 減損損失として計算、事業利益についてはp.23参照
- 直近12ヶ月で算定

連結キャッシュ・フロー計算書 (C/F)

Q1のフリーキャッシュフローがマイナスになるのは例年通り

営業活動によるキャッシュ・フローは、クラウドサービス利用料の支払いタイミングの期ズレ等により改善

財務活動によるキャッシュ・フローは、7月に社債償還があったため昨対で50億円減少

2024/6期 Q1 (3カ月)

連結 (IFRS)
(百万円)

	累計期間 (3カ月)		
	2023/6月期 Q1実績	2024/6月期 Q1実績	前年同期比 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△1,641	△625	+1,015
投資活動によるキャッシュ・フロー	△352	△556	△203
フリーキャッシュ・フロー ⁽¹⁾	△1,960	△1,153	+806
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,065	△6,222	△5,156
現金及び現金同等物の増減額	△3,059	△7,404	△4,345
現金及び現金同等物の期末残高	11,605	10,866	△739

注

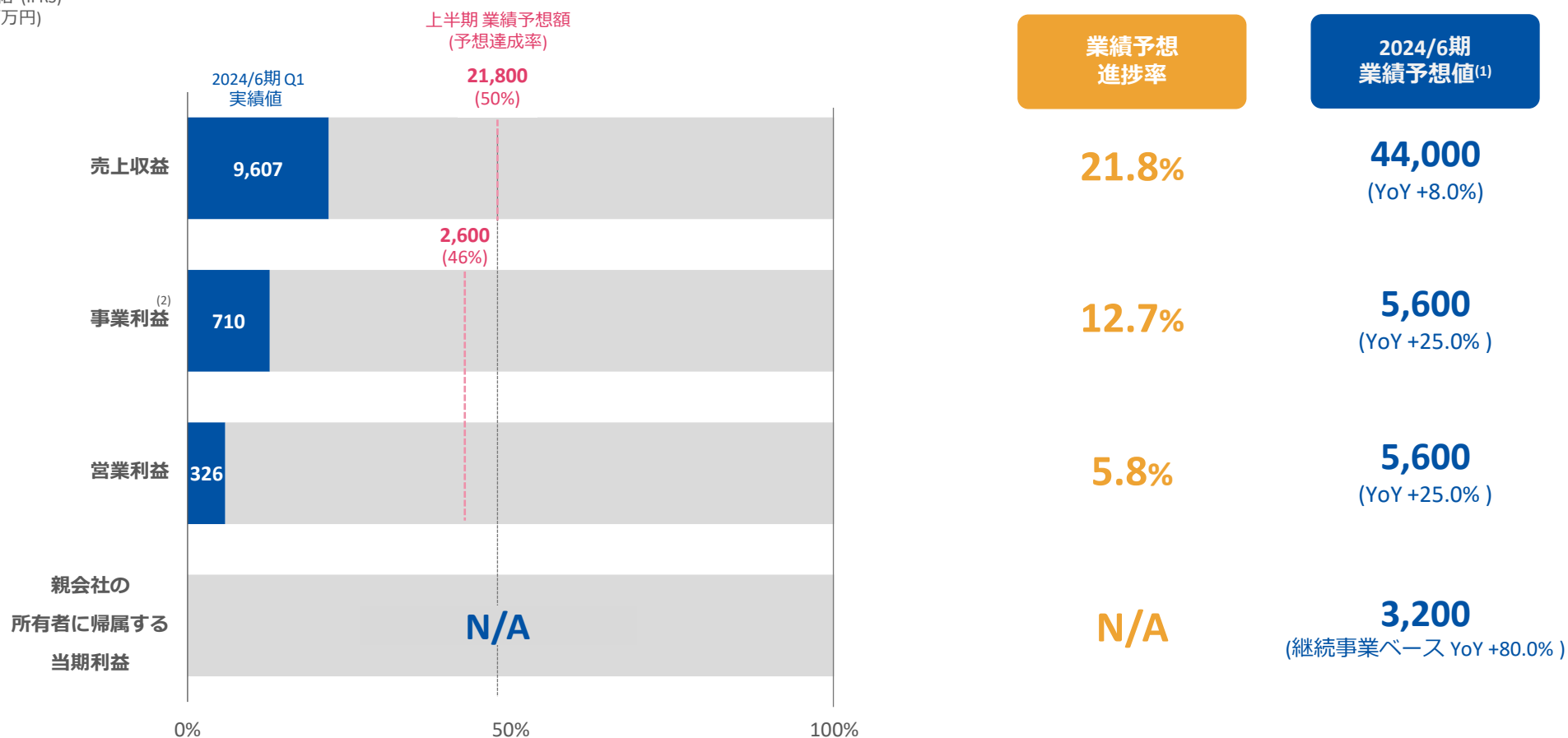
1. フリー・キャッシュ・フロー=営業活動によるキャッシュ・フロー±投資活動によるキャッシュ・フロー-利息の支払額

2024/6期 Q1: 業績予想値に対する達成度

中計で掲げる日本事業のビジネス戦略は順調に進展し、Q1の売上収益・事業利益は期初予想を上回って推移
Tolunaの持分法投資損失の影響はあるものの、当社グループの着実な業績予想達成を目指す

2024/6期 Q1実績値 vs. 2024/6期 業績予想値

連結 (IFRS)
(百万円)



注
1. 2024/6期 通期 (業績予想値) は平均為替レート1ウォン=0.1000円を前提としています
2. 持分法適用会社化したToluna社の持分法投資損益を除いた数字

添付資料

- i. 2024/6期 Q1財務情報に係る補足的情報
- ii. 当社の概要、並びに市場規模と当社の過年度実績、及び
当社の中期経営計画

2024/6期 Q1: 四半期別 連結業績推移

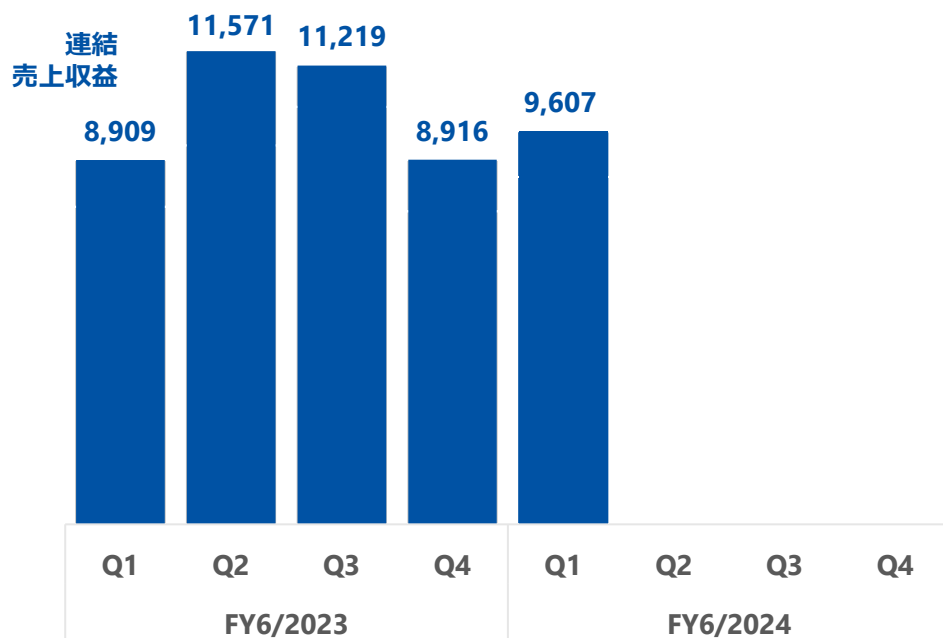
連結売上収益 四半期別推移

(百万円)

YoY 成長率

実績:

+8%



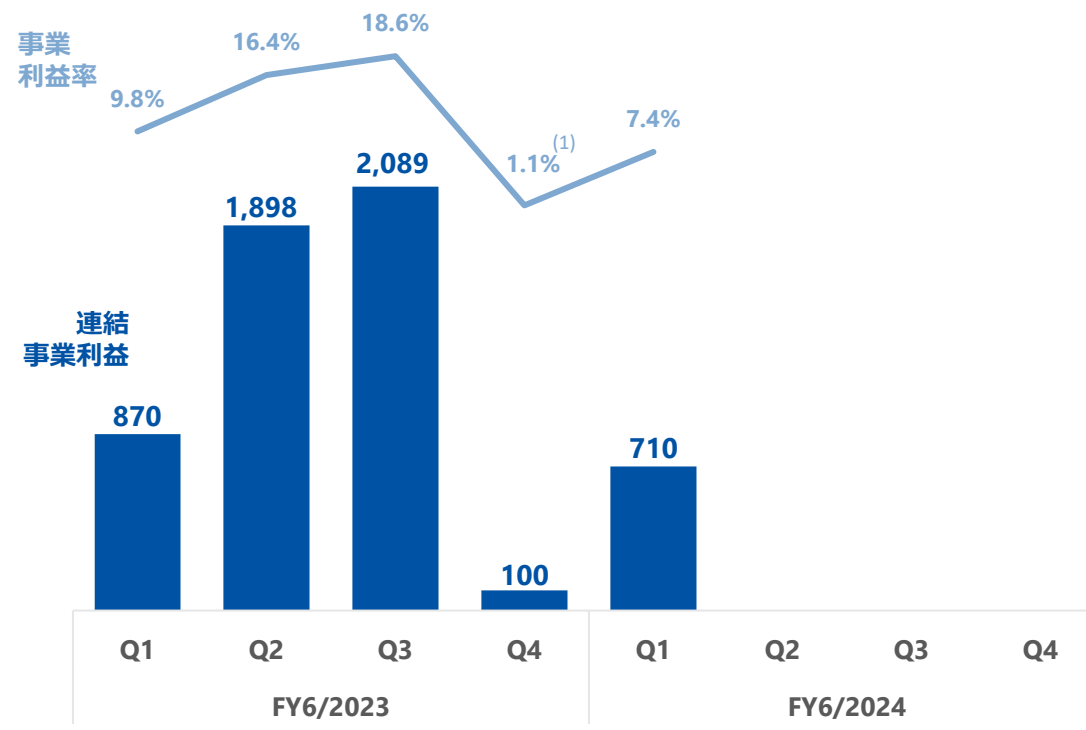
連結 事業利益⁽²⁾ 四半期別推移

(百万円)

YoY 成長率

実績:

△18%



注

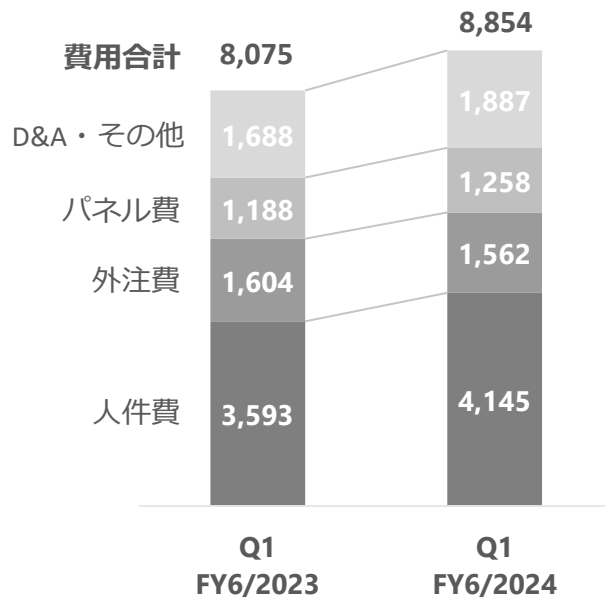
- FY6/2023 Q4の数字は海外子会社異動 (M&A) の取引に係り計上された費用を除いた営業利益
- 事業利益: その他の海外事業セグメントをToluna社へ譲渡した譲渡対価として当社がToluna社の株式の17.4%等を取得していることから、2023年6月期第4四半期よりToluna社は当社の持分法適用会社となっている。当社グループの事業パフォーマンスを示すため、2024年6月期第1四半期より営業利益からToluna社にかかる持分法投資損益を除いた金額を事業利益として記載している

2024/6期 Q1: 四半期別 連結営業費用推移

セグメント別の業績、費用の詳細、及び従業員数の過去数値は[IRサイト](#)にて公開
 ファイル名：2024年6月期 Q1決算補足データ(EXCEL形式)

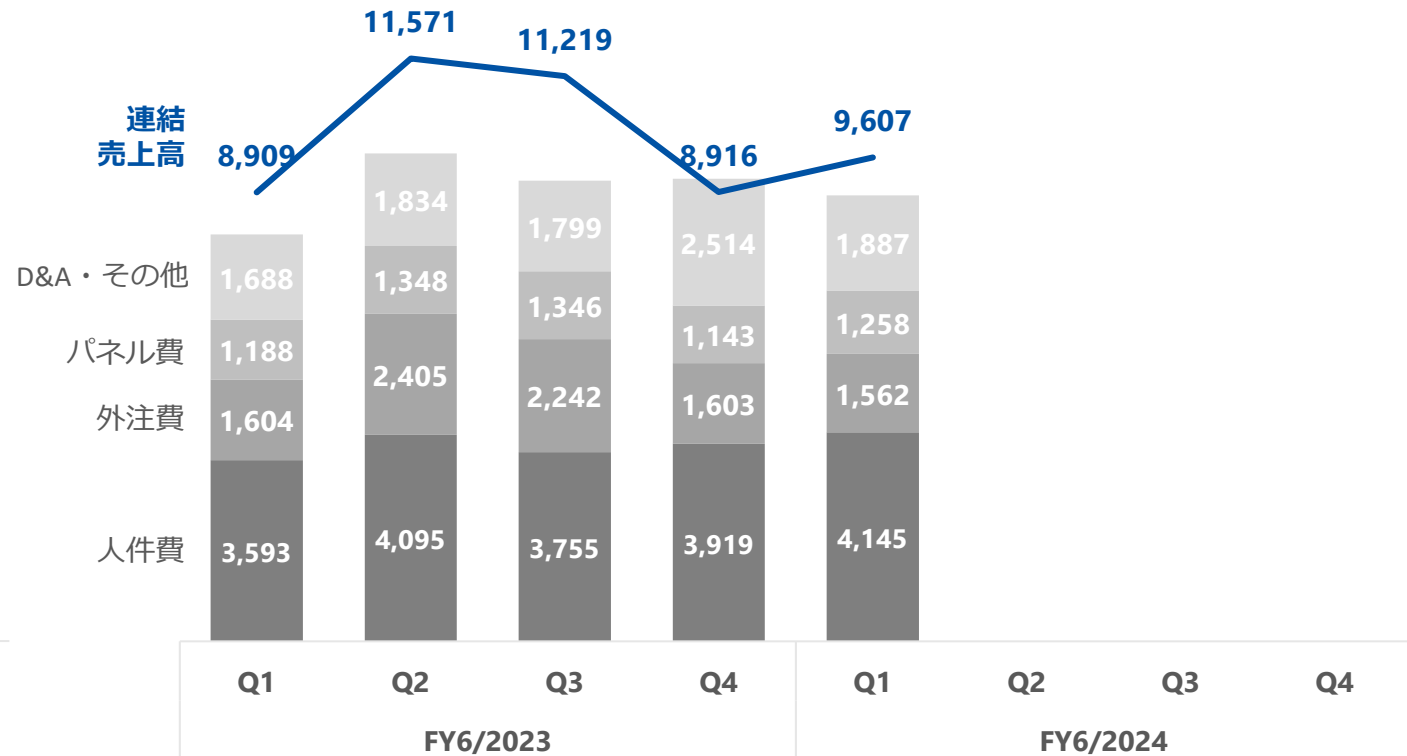
営業費用 Q1累計比較

(百万円)



営業費用 四半期推移

(百万円)



新中期経営計画の発表に伴いFY6/2024より日本事業の売上収益の内訳区分を変更
それに伴い、過去2年分の実績を新しい区分に遡及して開示

日本事業 売上収益 新事業区分別 四半期別推移

連結 (IFRS)
(百万円)

日本事業における新しい事業区分とその内訳

注力領域

オンラインリサーチ (マクロミル単体分)

デジタルリサーチ (マクロミル単体分)

戦略投資領域

コンサルティング

グローバルリサーチ (東南アジア・中国を含む)

新規事業 (ライフサイエンス・広告配信 等)

基盤強化領域

代理店等との合併事業 (DMI, HMM, その他会社等)

オフラインリサーチ

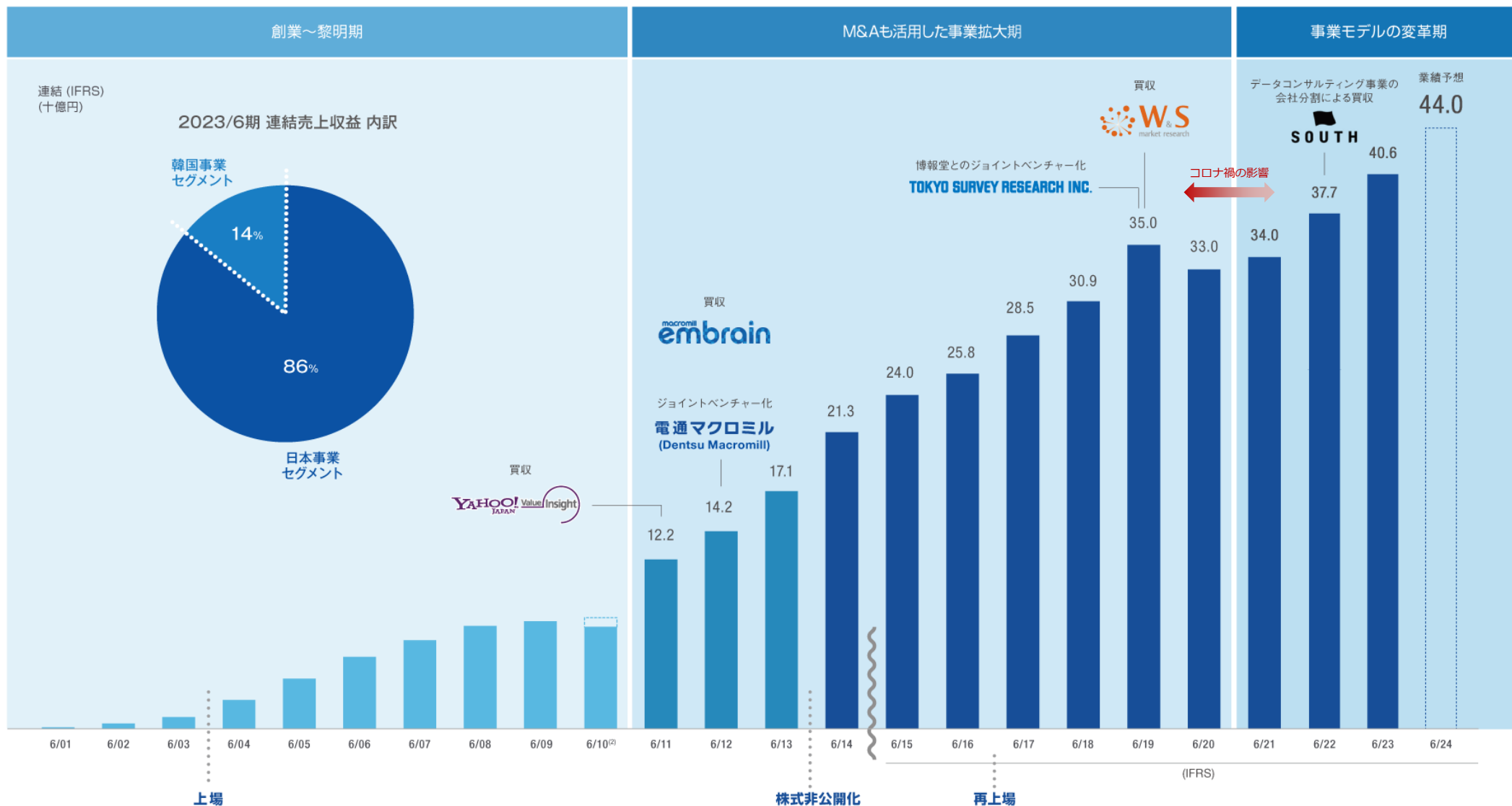
データベースサービス

		FY6/2022					FY6/2023					FY6/2024
		Q1	Q2	Q3	Q4	通期	Q1	Q2	Q3	Q4	通期	Q1
実績 Actual	日本事業売上	7,177	8,670	9,531	7,342	32,723	7,770	9,271	10,206	7,660	34,909	8,495
	注力事業	3,293	3,801	4,310	3,040	14,445	3,215	3,639	4,217	3,038	14,112	3,404
	戦略投資事業	872	1,243	1,560	1,096	4,773	1,166	1,641	1,917	1,285	6,011	1,331
	基盤強化事業	3,010	3,625	3,660	3,206	13,504	3,388	3,989	4,071	3,336	14,785	3,759
前年比 YoY	日本事業売上						+8%	+7%	+7%	+4%	+7%	+9%
	注力事業						-2%	-4%	-2%	-0%	-2%	+6%
	戦略投資事業						+34%	+32%	+23%	+17%	+26%	+14%
	基盤強化事業						+13%	+10%	+11%	+4%	+9%	+11%

添付資料

- i. 2024/6期 Q1財務情報に係る補足的情報
- ii. 当社の概要、並びに市場規模と当社の過年度実績、及び
当社の中期経営計画

連結売上収益 (1)



注
 1. 2001年6月期から2014年6月期はJ-GAAPベース。2015年6月期からはIFRSベース。J-GAAPとIFRSは会計基準が異なるため、必ずしも直接的に比較することが適切でない場合がある。当社の見解では、当社の連結売上高をJ-GAAPからIFRSに移行する上において特段重要な調整は行っていないため、IFRS移行後にかけても、適切に売上高のトレンドを表していると考えている。また、2015/6期から2023/6期にかけて当社の連結子会社であったMetricLabの業績数値は、2023/6/1付で100%持分の売却を行っているため、本グラフ上では除外している
 2. 点線で描かれた部分は、当該年度において売却した子会社 (AIP) 分の売上相当分を示す

マクロミルのコアコンピタンス

- 当社事業の3つの根幹「消費者パネル」・「人材」・「顧客基盤」全てに強みがある
- それぞれのパフォーマンスを最大化し、マーケティングリサーチ業界からインサイト産業へ市場の大きな変化と再定義が進む中、更なるプレゼンスの向上を図る

成長を牽引する3つの強み

大規模で高品質な
消費者パネル

国内で**3,600万人**
(うち自社パネル130万人)



特に自社パネルについては、高いアクティブ率を持つ
リサーチ専用パネルとして構築

明確な許諾があるため、
多様なデータの取得・利活用が可能

データネイティブな
人的資本

プロフェッショナルな
連結従業員**2,000人超**



テクノロジーを中核に
プロフェッショナルな経験と実績を蓄積

「知的集約企業」へと
進化する

優良な
顧客基盤

国内外で
4,200社超



マルチ・ソリューションを提供
(リサーチ・データ提供からコンサルティング・広告配信まで)

多様化する顧客企業の
ニーズに応える

当社の顧客

- 幅広い顧客基盤を持つが、長期的な取引関係を持つ大口顧客への売上の集中度が高い
- 電通、博報堂、両社のインハウスリサーチ子会社を当社の連結子会社化し、共同経営している

ポイント

顧客数

グローバルで約 **3,900社**

約2,600社
日本

約1,300社
韓国

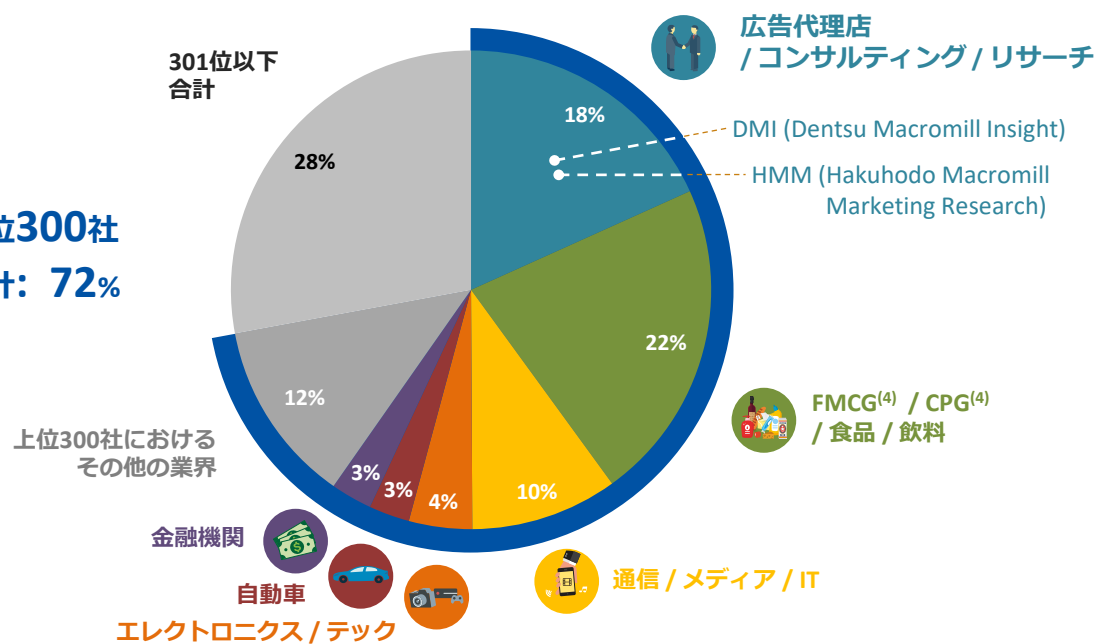
大口顧客との取引継続率⁽¹⁾

90%以上
日本⁽²⁾

2022/6期 顧客業界別にみた売上収益の内訳

連結 (IFRS)

上位300社
合計: **72%**



特定の業界に偏りのない顧客基盤

[当社のサービス活用事例 \(当社HP\)](#)

Asahi
アサヒビール

CAPCOM

EPSON

YAMAHA

ARTERIA
アルテリア・ネットワークス株式会社

KAGOME
自然な、おいしく、爽しく。

LION PET
ライオンペット株式会社

注

1. 年間売上高が1,000万円以上の顧客
2. 平均取引継続率 (日本) = (前年度にマクロミルのサービスが提供され且つ請求書が交わされ、当該年度においてもマクロミルのサービスが提供され且つ請求書が交わされた年間売上高が1,000万円以上のマクロミル単体の大口顧客数) ÷ (前年度の年間売上高が1,000万円以上のマクロミル単体の大口顧客数)。 2019年6月期から2023年6月期の5年間の平均値
3. FMCG = Fast Moving Consumer Goods; CPG = Consumer Packaged Goods (日用消費財)

当社グループのソリューション

顧客のマーケティングサイクル

リサーチ & イノベーション 工程
(実態を知りたい / アイデアが欲しい)

マーケティング & アクティベーション 工程
(判断したい / 効果を測定したい)

市場理解

コンセプト開発

商品化・
マーケティング
プランニング

市場
投入

効果検証

マクロミルのソリューション

使用実態・購買動向調査
ブランドイメージ調査 等

商品開発最適化調査
コンセプト調査 等

広告表現プリテスト
価格弾力性調査
製品及びパッケージテスト
販売促進アクティベーション 等

広告関連分野

広告効果測定調査
顧客満足度 (CS) 調査
ブランドリフト調査 等

MACROMILL
GROUP

国内パネル
3,600万人
うち自社パネル
130万人

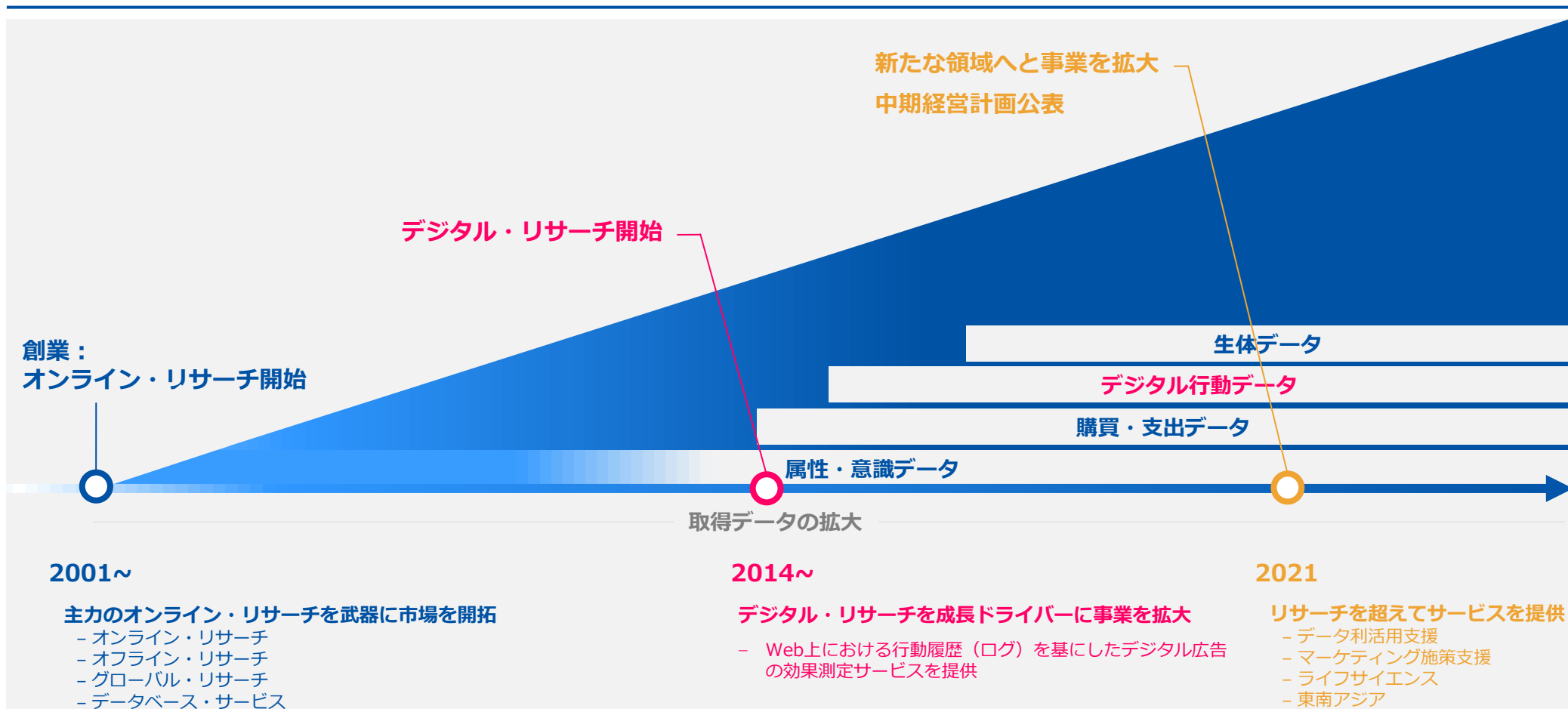
合計1.3億人超の消費者パネル

海外パネル
1億人

日本事業：マクロミルのサービス沿革

- 自社パネルの優位性を活かし、多様なデータを取得してサービスを拡大
- オンラインリサーチを中心に事業拡大を続け、2014年よりデジタルリサーチ、2021年からはリサーチの枠を超えた新規事業を開始

サービス拡大の流れ

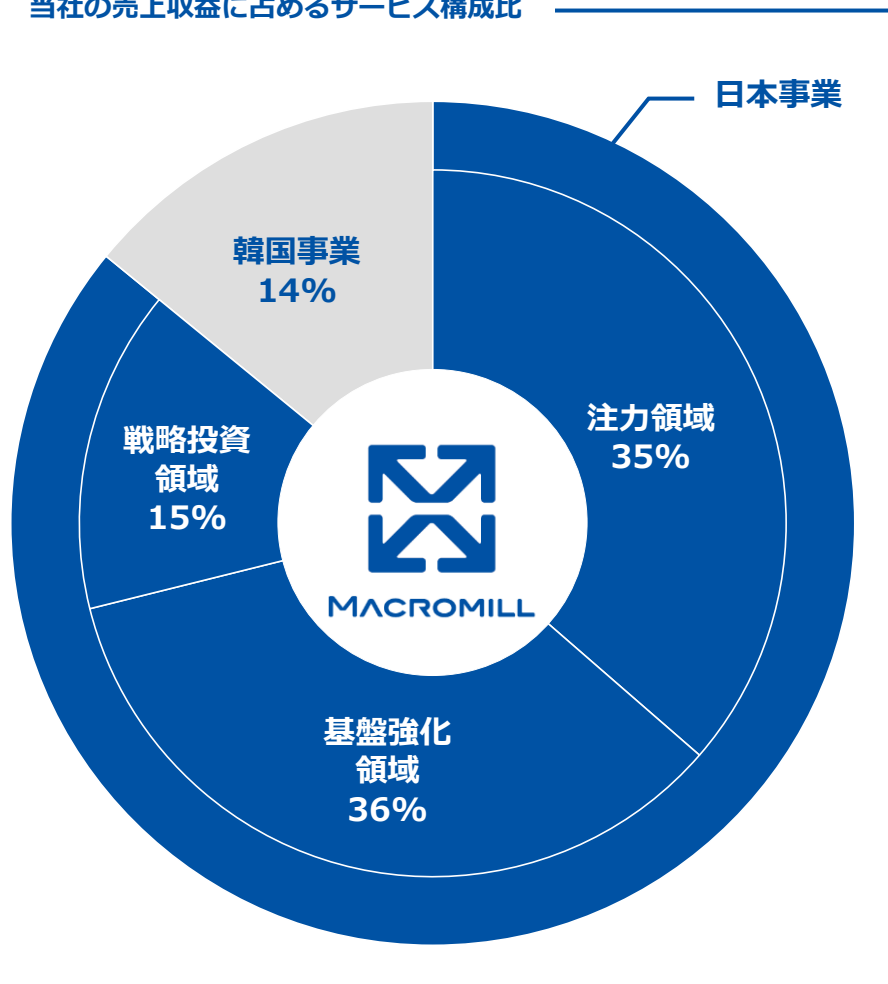


「マーケティングリサーチ企業」から「総合マーケティング支援企業」へ

マクロミルのサービス

- 注力領域が当社の基幹事業で、最も収益性の高い事業
- 戦略投資領域は将来の利益貢献を見込み、売上二桁伸長を目指す
- 基盤強化領域は競争優位性の向上と参入障壁の構築/強化が目的の事業

当社の売上収益に占めるサービス構成比



日本

注力領域

オンラインリサーチ

デジタルリサーチ

戦略投資領域

データコンサルティング

グローバルリサーチ (東南アジア・中国を含む)

新規事業 (ライフサイエンス・広告配信 等)

基盤強化領域

代理店等との合併事業 (DMI, HMM, その他子会社等)

オフラインリサーチ

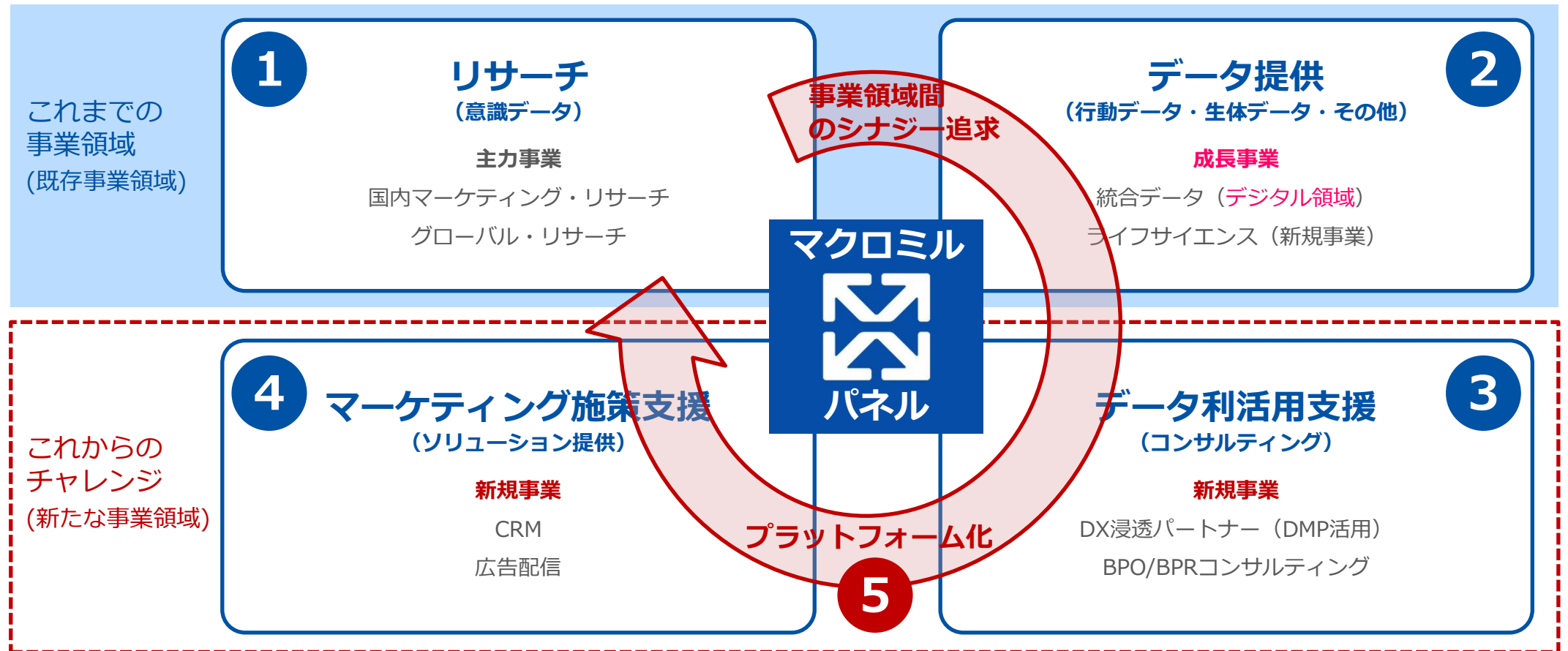
データベースサービス

韓国

前中期経営計画より掲げている事業モデルの変革

「リサーチ企業」から「総合マーケティング支援企業」への事業モデルの変革を進め、マーケティングパートナーとしてケイパビリティを拡大し、市場の変化に対応

当社が取り組む事業領域



既存事業領域のみならず新たな事業領域でも、当社の「自社パネル」が付加価値の源泉となり、他社との違いを生む差別化要因となる

新中期経営計画：財務目標数値

2026/6期において以下の財務目標数値の達成を目指す

連結財務目標数値

	2023/6月期 (直前期 実績値)	新中期経営計画目標値 2026/6月期 (3年後)
売上	売上収益 406 億円 年平均成長率: 9% (2Y CAGR)	売上収益 530 億円 年平均成長率: 9% (3Y CAGR)
利益	営業利益 ⁽¹⁾ 44 億円	営業利益 75 億円 年平均成長率 ⁽²⁾ : 19% (3Y CAGR)
	連結ROE ⁽³⁾ 5.1%	連結ROE ⁽³⁾ 10% 以上
レバレッジ	信用格付 (R&I) BBB+ (安定的) + Net Debt/EBITDA倍率 3.5x	信用格付の維持 BBB+ 格以上 + Net Debt/EBITDA倍率 2.0x – 2.5x
株主還元	連結配当性向 継続事業分 (売却益含まない) 45.9% + 連結全社 (売却益含む) 10.9% + 自己株取得 ⁽⁴⁾ 12 億円 (NSO ⁽⁵⁾ 対比: 3.5%)	連結配当性向 30% + 機動的な自己株取得

注

1. その他の海外事業をToluna社の事業譲渡した取引に係り計上されたM&A費用を含む
2. その他の海外事業をToluna社の事業譲渡した取引に係り計上されたM&A費用を除いた営業利益ベースでの年平均成長率
3. ROE: Return On Equity 継続事業の親会社所有者帰属持分当期利益率;
4. 取得期間：2023年5月16日～2023年6月23日;
5. NSO: Number of Shares Outstanding 発行済株式総数

新中期経営計画の事業区分別成長目標

(百万円)

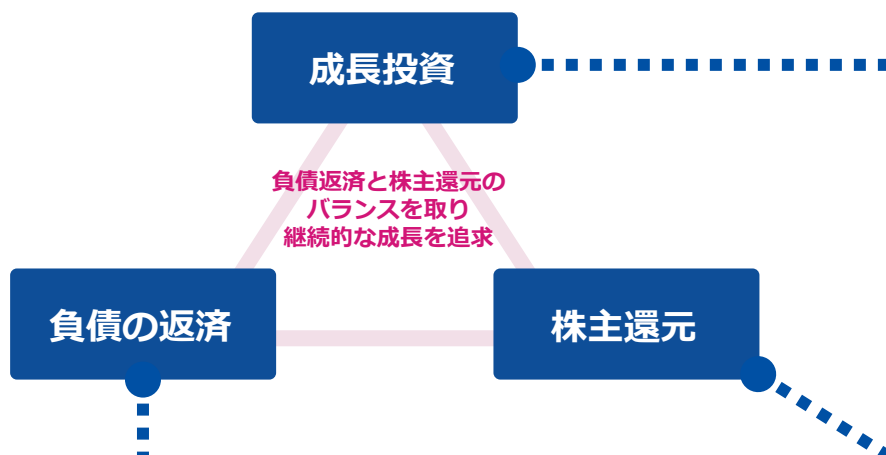
事業セグメント及び事業区分		2023/6期 実績	2026/6期 (2023/6期 - 2026/6期 3Y CAGR)		新中計における位置づけと 目指す方向性
			目標額	目標成長率	
日本 事業	注力領域	14,112	17,453	7%	高収益性と安定成長の追求
	戦略投資領域	6,012	11,857	25%超	
	グローバルリサーチ	3,022	4,472	14%	売上二桁成長・将来の利益貢献
	コンサルティング	1,290	2,880	31%	
	新規事業	1,700	4,505	38%	
	基盤強化領域	14,786	16,714	4%	競争優位性・参入障壁の確立
	代理店との 合併事業	10,644	11,795	3%	
オフライン及び データ提供	4,142	4,919	6%		
韓国事業	5,700	7,000	7%	日本事業の成長プロセスの再現	

キャピタルアロケーションの基本方針

2026年6期までの3年間においても引き続き「成長投資」を最優先とし、「株主還元」と「負債の返済」のバランスを取り、適切なキャピタルアロケーションを目指す

改めて30%の連結配当性向を目標に増配モメンタムを維持し、加えて機動的な自己株取得を実施する

キャピタル・アロケーションの優先順位



「成長投資」の具体的方針

- 引き続き、成長に向けた投資が第一優先
- 足下では、IT及び情報セキュリティ領域の人材に戦略的な投資を行う
- オーガニックな成長に加えて、今後は非連続な成長の実現に向けた投資を加速させる方針
 - 積極的なM&A
 - 新規事業への人材、システム投資

「負債の返済」の具体的方針

- 既存借入金の返済を想定通りに進め、目標レバレッジ水準 (Net Debt / EBITDA倍率 2.0 – 2.5x) の範囲内でコントロールする
- 一方、既発行の社債については、原則として新規の起債を行ってリファイナンスする方針
- 目標レバレッジ水準到達後、ネットキャッシュ・ポジションは積極的には目指さない

「株主還元」の具体的方針

- 従来対比では、株主還元を強化する
- 安定的で着実な一株当たり配当額の拡大を継続し、増配モメンタムを維持する
- 余剰キャッシュがあれば、株価水準次第で適宜、機動的な自己株取得を実施する

過去実績 - 日本市場 vs. 日本における売上収益

- 日本においてもインサイト産業への市場の再定義が進み、市場規模が大きく拡大している
- 当社は、日本のマーケティングリサーチ市場を上回るペースでの事業拡大を継続している
- また、そのうちオンラインリサーチ市場における当社シェアはNo.1で安定して推移

市場トレンド - 日本のマーケティングリサーチ市場及びインサイト産業

JMRA⁽¹⁾
(億円)

YoY成長率

マーケティング:
リサーチ市場

+2%

+5%

-4%

+7%

+10%

インサイト産業
市場合計

3,875

新セグメント
(追加7区分)

1,518

2021-2022
YoY成長率

+11.3%

年平均成長率
(5Y CAGR)

+3.8%

マーケティング
リサーチ市場

2,147

2,190

2,291

2,203

2,357

2,590

2017

2018

2019

2020

2021

2022

売上収益トレンド - 日本における売上収益

連結 (IFRS)
(億円)

YoY成長率

日本合計:

+14%

-5%

+2%

+9%

+7%

MACROMILL
a Macromill Group company



年平均成長率
(5Y CAGR)

+5.1%

日本
合計

272

309

294

299

327

349

FY6/2018

FY6/2019

FY6/2020

FY6/2021

FY6/2022

FY6/2023

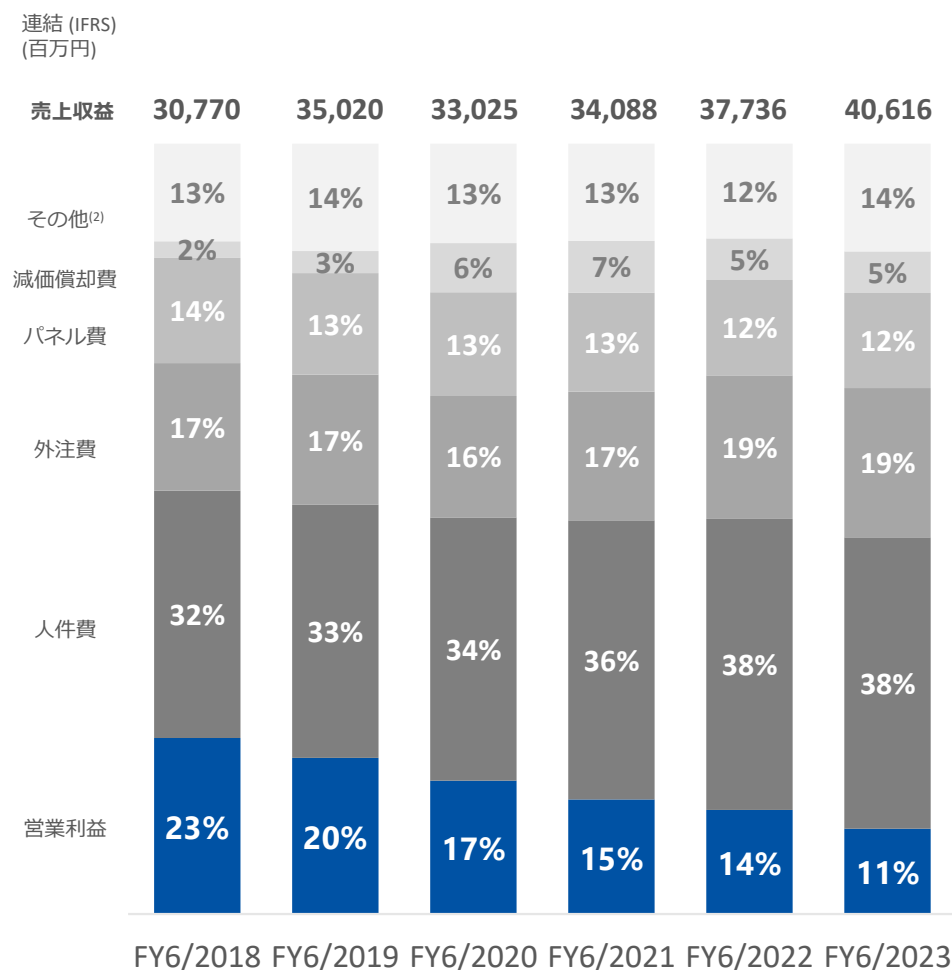
注

1. 出典 日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA) - 経営業務実態調査 (2017/7, 2018/7, 2019/7, 2020/9, 2022/6, 2023/6)

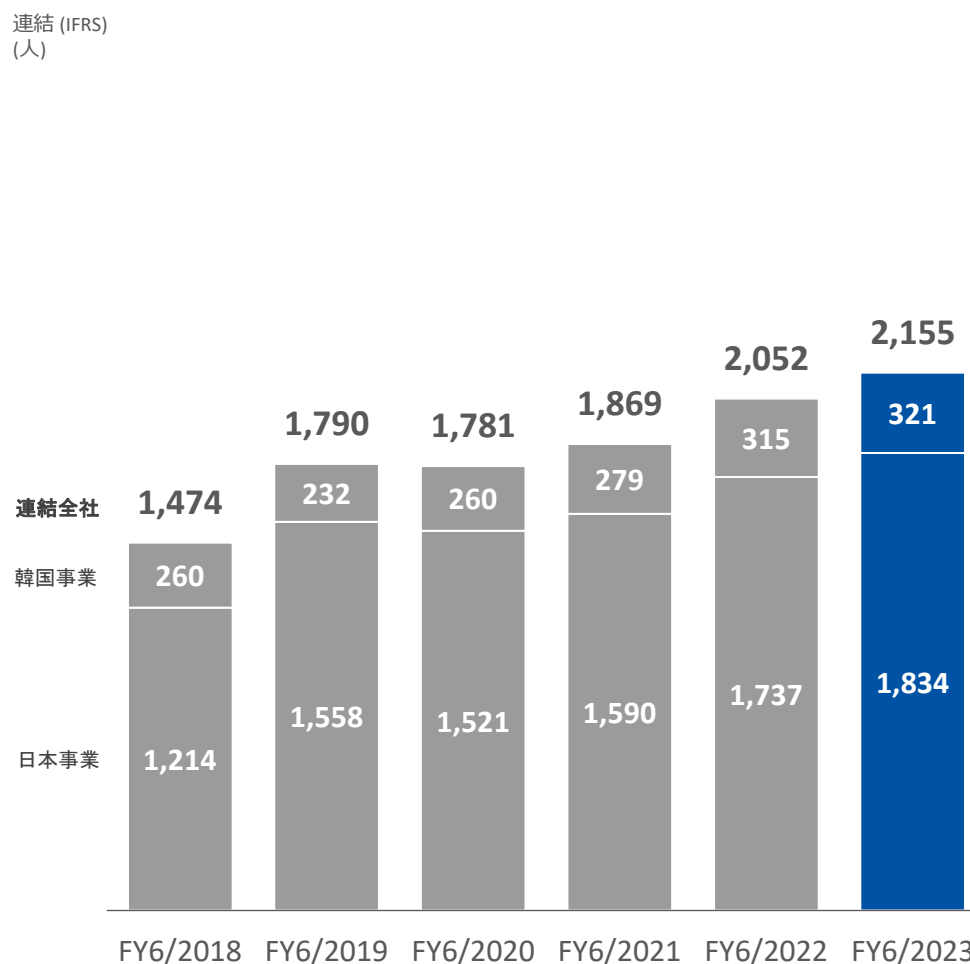
過去実績 – 費用項目の内訳と従業員数推移

- 安定したコスト構造の下で、安定したキャッシュ・フローを創出
- 事業拡大に伴い人員数も増加

主要な費用項目及び営業利益の対売上比率の推移



従業員数⁽¹⁾推移



注

1. 臨時雇用者数を含みません
2. その他は、営業費用のその他に加え、その他の営業収益、その他の営業費用、持分法による投資損益を含んでいます

M&A戦略の3つの柱

① 地理的 /
ウォレットシェア拡大

② パネルアクセスの
拡大

③ テクノロジー/
ソリューションの強化

M&A及び戦略的提携の実績

2010年 買収⁽¹⁾

YAHOO! Value Insight
JAPAN

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ パネル基盤の倍増



2012年 買収

embrain

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ アジアクライアント及びパネルへのアクセス獲得



2012年 JV設立

電通マクロミル

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ 安定収益獲得と新領域へのサービス開発力



2017年 戦略的提携・資本提携
2018年 買収

centan

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ 脳波/生体情報を活用したソリューションへの取り組みを開始
☑ 10%持分の取得 > 51%保有の連結子会社化



2017年 戦略的提携・資本提携
2019年 買収

WS Holdings
market research

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ 東南アジアクライアントおよびパネルへのアクセス獲得
☑ 第三者割当増資による10%持分の取得 > 51%保有の連結子会社化



2018年 買収

TOKYO SURVEY RESEARCH INC.

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ ウォレットシェア拡大機会の獲得とオンライン/
オフライン統合ソリューション提供力の強化



2019年 資産買収

DI Asia
— Data & Intelligence

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ 東南アジアにおける消費者パネル規模の拡大
☑ 各国のオンライン・パネル資産のみを承継取得



2022年 買収

acclimate

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ プロフェッショナル人材が多数登録している
人材マッチング基盤の獲得



2022年 会社分割による買収

SOUTH

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ マクロミルのデータコンサルティング事業を会社
分割により経営統合し、71%保有の子会社化



2008年 戦略的提携・資本提携
2022年 追加持分取得

CITATION
JAPAN
DESIGNING STRATEGY

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ リサーチコンサルティング領域における戦略的提携
☑ 15%持分の取得 > 40%持分の保有



2023年 MetrixLab 100%持分売却
及び マイノリティ持分取得

toluna

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ M&Aを通じてTolunaとパートナー関係を樹立
☑ 欧米市場は同パートナーシップを通じて事業展開



2023年 連結子会社化

モニタス

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

■ 戦略的な提携・資本提携を経て連結子会社化
■ アクセス可能な消費者パネルの規模を大幅に拡大

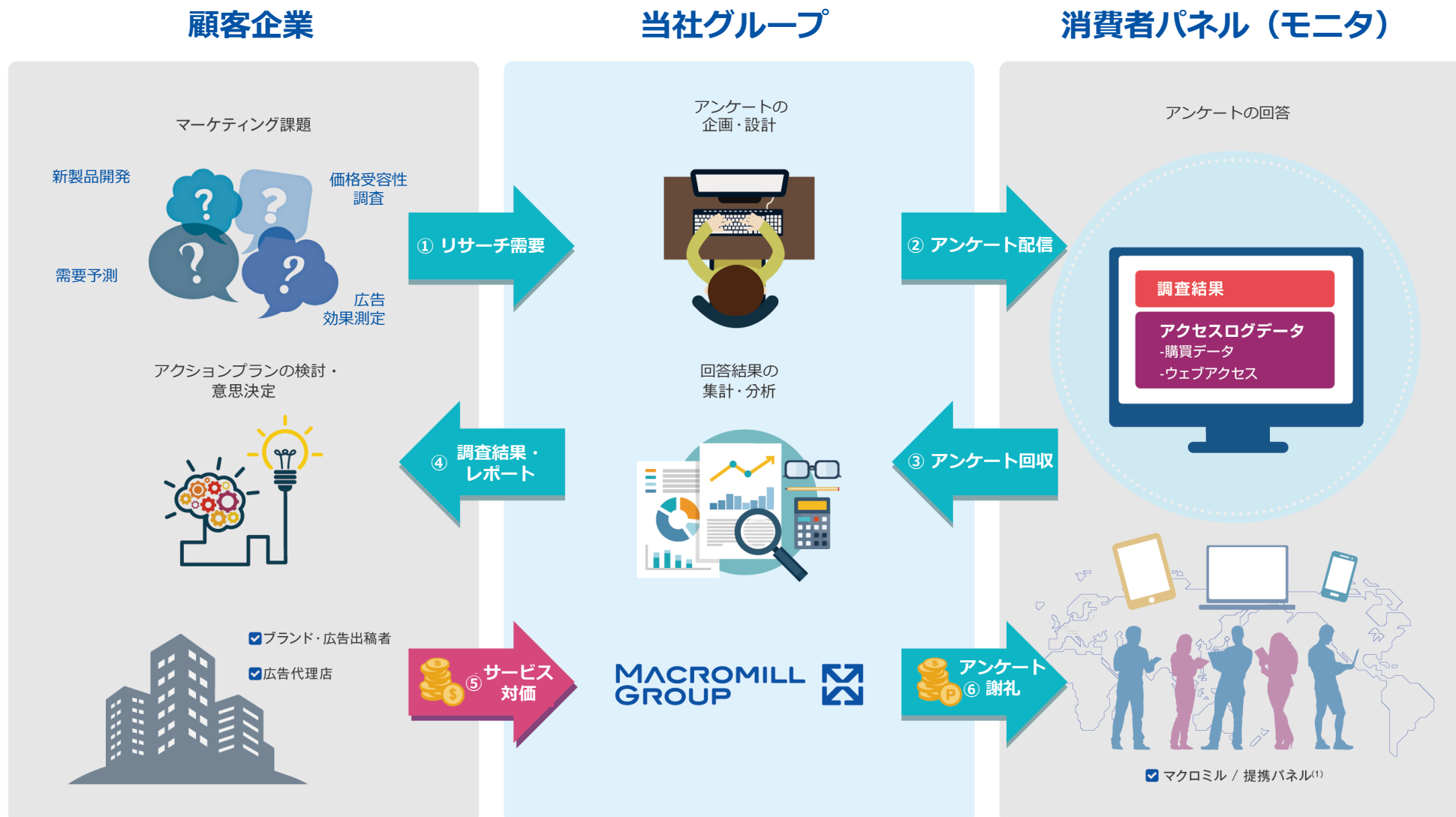
注

1. マーケティング・リサーチ事業のみ

マクロミルのビジネス・モデル

- リサーチ事業の中で、主力のオンラインリサーチの業務フローは以下の通り
- サービス対価は、基本的に「質問数×送付人数」によって規定される

一般的なマーケティング・リサーチの業務フロー



注

1. 当社グループの顧客企業のリサーチプロジェクトを実行するにあたって、当社の自社パネルでは十分なサンプル数が確保できない場合に、世界各国のパネルサプライヤーを通じてアクセスを行う消費者パネルのこと

サステナビリティをめぐる当社の取り組み

当社グループは、社会と当社グループが持続的成長を実現するための重要課題として、自社の企業活動の基盤とステークホルダーへのインパクトという視点から検討を行い、経営環境の変化を見据えた機会とリスクも踏まえて、以下、9つのマテリアリティを特定しました

ステークホルダー	マテリアリティ	SDGs 目標	詳細情報
顧客企業	1. マーケティング課題の解決	9 産業・観光のイノベーション 12 持続可能な消費と生産	
	2. データ利活用による新たな価値の創造	17 パートナーシップ	
消費者パネル	3. 的確な消費者インサイト発掘	12 持続可能な消費と生産	
	4. 安心・安全なデータの取り扱いと推進	16 平和と公正	
人的資本	5. 多様な人材が活躍する環境を実現	5 ジェンダー平等	
	6. 可能性に挑戦できる機会を提供	8 働きがいと経済成長	
	7. データネイティブな人材の育成	10 人や国の不平等	
パートナー企業	8. オープンイノベーション	17 パートナーシップ	
全般	9. ガバナンス	17 パートナーシップ	

Build your Data Culture



お問い合わせ先

ir@macromill.com

当社のIR情報

[過去の開示資料その他](#)

定点観測市場データ

[Macromill Weekly Index他](#)

市場調査レポート

[自主調査\(無料\)レポート他](#)