

2019/6期 Q1決算説明資料

2018年11月7日



証券コード：3978（東証一部）

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、他社との競争、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。

特に記載のない限り、2015年6月期以降のマクロミルの財務情報は国際会計基準(IFRS)によって作成され、2014年6月期以前の財務情報は日本基準(J-GAAP)によって作成されています。国際会計基準と日本基準は会計基準が異なるため、必ずしも直接的に比較できない場合があります。

なお、本資料は監査法人による監査及び四半期レビューの対象外であります。

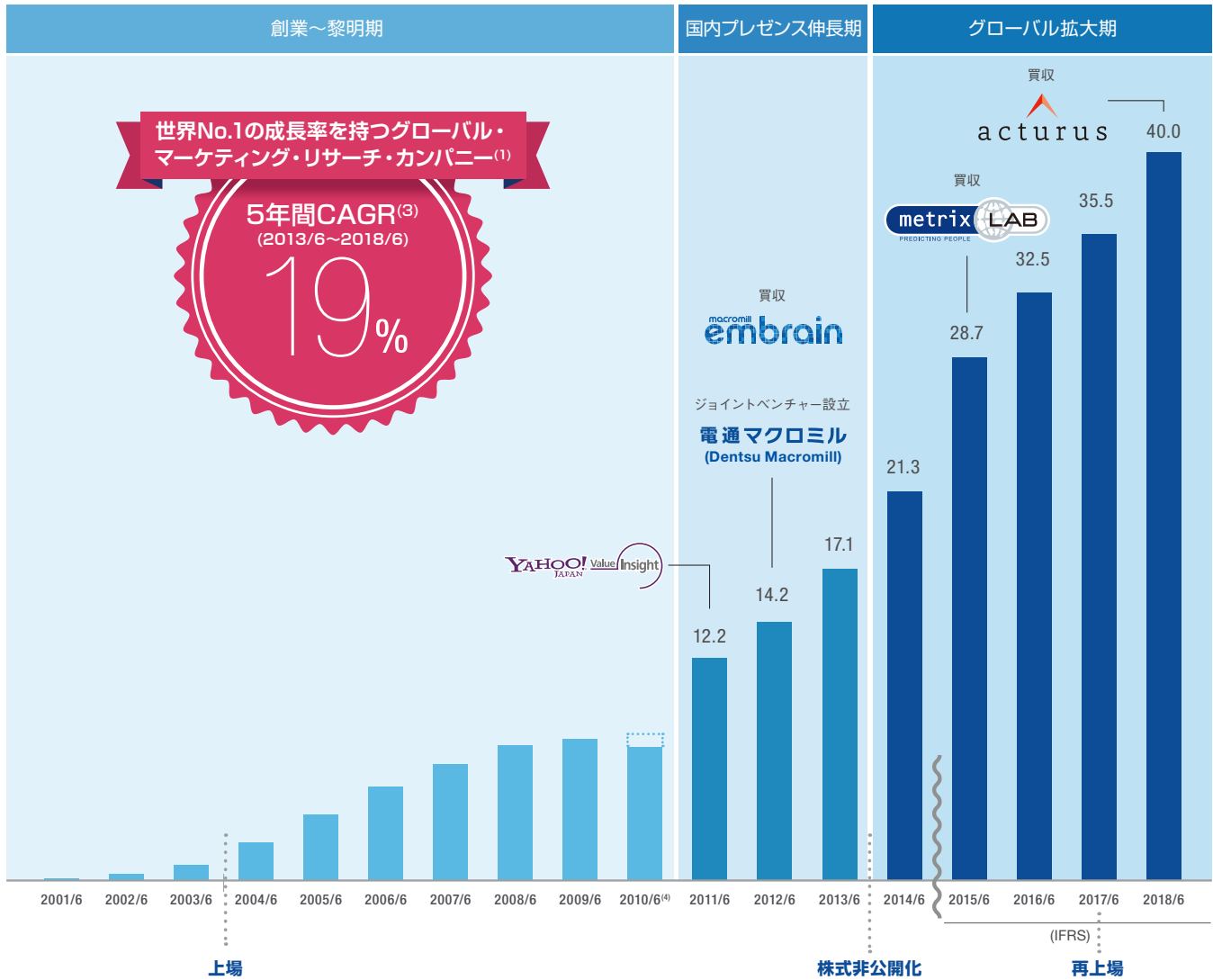
本資料には、EBITDA、調整後 EBITDA、調整後親会社の所有者に帰属する当期利益を含む、特定の会計基準に基づかない non-GAAP 財務数値が記載されています。non-GAAP 財務数値のみに基づいて投資判断を行うことや、J-GAAP や IFRS に基づく財務数値を代用することを目的に non-GAAP 財務数値を使用することはできません。詳細については調整項目表をご参照ください。

FY2018/6 Q1 Key Takeaways

- ✓ 2019/6期 Q1の実績は、売上収益で昨年同期比+18%、EBITDAで同+16%と、昨年度Q4から継続して力強く成長している
- ✓ 国内外共に、堅調なオーガニック成長を、イン・オーガニック (M&A) 成長が力強く後押ししており、日本事業の売上は昨年同期比+14%、グローバル事業は同+30%の成長を実現
- ✓ 連結全社ベースでは売上のオーガニック成長分について営業レバレッジが機能し、EBITDAがより大きく増加している状況
- ✓ Q1の四半期利益は、昨年同期比-14%となったが、リファイナンスに伴う一時的費用の計上が主要因であるため、Q2以降には改善が見込まれる
- ✓ 当社は、世界で最も早い売上成長を遂げつつ、業界No.1のオペレーション効率と収益性を維持している - そうした中で、引き続き当社のVision、中期事業計画に掲げる目標、及び業績予想の達成を目指す方針

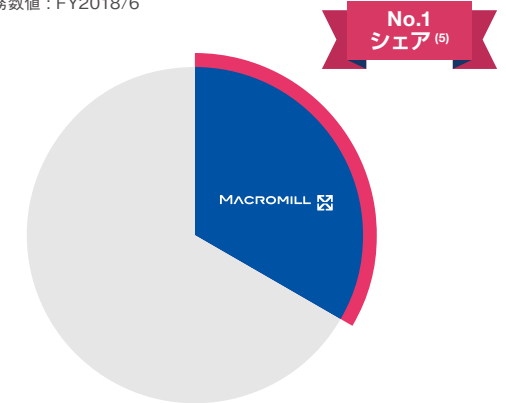
世界で最も早い成長を遂げているグローバル・マーケティング・リサーチ・カンパニー(1)

連結売上高 (2)



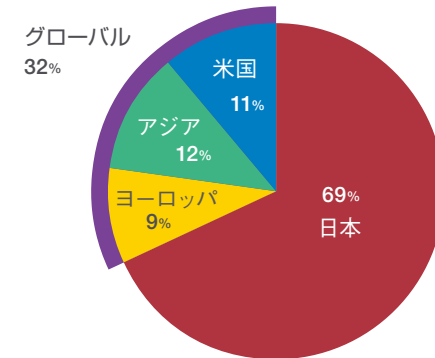
日本におけるアドホック・オンラインMR市場でNo.1のシェア(5)

市場規模: 2017
 当社財務数値: FY2018/6



地域別売上高(6)

2018/6期



注

1. 出所: ESOMAR Global Market Research 2013年/2014年/2018年。Macromillは2012年及び2013年から2017年にかけての売上高の年平均成長率(4カ年及び5カ年CAGR)が同レポートに記載されているlargest 25 global marketing research companiesの中で最大(但しヘルスケアITサービスプロバイダーであるIQVIA(元IMS Health)を除く)
2. 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移行後の2017年6月期までの4事業年度においても、適切に売上高のトレンドを表していると考えている
3. 2013年6月期から2018年6月期の5年間売上高CAGR(J-GAAPに基づく2013年6月期から2014年6月期及びIFRSに基づく2015年6月期から2018年6月期の年平均成長率)。5年間CAGRはJ-GAAPとIFRSに基づき計算されているため、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
4. 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
5. 日本におけるアドホック・オンラインMRの市場シェア = (マクロミル単体及び電通マクロミルインサイトの日本におけるオンラインサービス売上高(FY2018/6)) ÷ 日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)により計算された日本におけるアドホック・オンラインMRの売上高の合計(2017)
6. グループ内取引を除外した売上高

当社の事業 ～ マーケティング・リサーチとデジタル・ソリューション

マーケティング・リサーチ及びビジネス・インテリジェンス

デジタル・ソリューション



顧客に提供するインサイト

- 購買意欲、消費行動における意思決定、選好されている商品

- デジタル・プラットフォーム上での行動

インサイト提供のためのデータセット

- カスタマイズされたオンライン調査票
- 購買データ

- デジタル広告 / ウェブ上のアクセスログ
- ソーシャル・メディア・データ

サポートする顧客の意思決定領域

- ブランド・エンゲージメント、プロダクト・イノベーション
- カスタマーバリュー向上

- メディア戦略、販促物のクリエイティブやキャンペーンの効果測定及び最適化

顧客のマーケティング・バリューチェーンの全ての局面においてマクロミルグループのリーサーチソリューションが活用されている

顧客のマーケティングサイクル

商品開発・効果測定フェーズ | 市場理解・商品企画フェーズ



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	広告関連分野	
		広告表現プリテスト 価格弾力性調査 パッケージテスト 販売促進アクティベーション 等	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
世界15ヶ国、44拠点のグローバルネットワーク		MACROMILL GROUP 	

1,000万人
グローバルな
自社パネル

合計1億1,000万人の消費者パネル

1億人
グローバルな
提携パネル

当社の顧客



広範な顧客カバレッジ

90カ国以上において4,000社超の企業に対する取引実績
70%の大口顧客⁽²⁾からの売上が昨年対比で増加 (2017/6期→2018/6期)

高い顧客浸透率

グローバル・ブランドの上位25社の約60%が当社の顧客⁽³⁾

グローバル・ブルーチップ企業の顧客ベース

FMCG⁽¹⁾企業上位10社のうち9社が当社の顧客⁽⁴⁾
IT企業上位10社のうち7社が当社の顧客⁽⁴⁾

顧客との強固な関係

大口顧客との平均取引継続率：日本 → 96.5%⁽⁵⁾
グローバル (日本除く地域) → 91.9%⁽⁶⁾

注

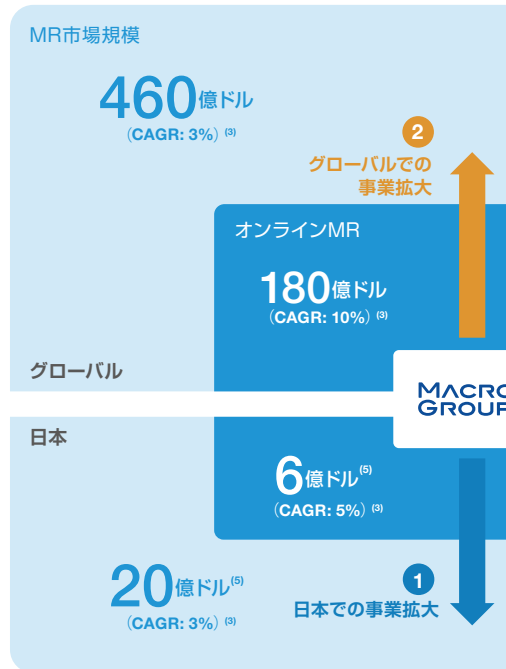
1. FMCG = Fast Moving Consumer Goods; CPG = Consumer Packaged Goods (日用消費財)
2. 年間売上高が1,000万円または10万ユーロ以上の顧客
3. Millward Brownの"BRANDZ TOP100 most valuable global brands 2018"に基づく。2018年6月期に当社サービスを提供したことのある顧客や、2社以上のリサーチ会社を利用している顧客を含む
4. 2018年6月30日時点の時価総額上位10企業。業界の定義としてCapital IQの"Primary Industry Classifications"を利用 (FMCG = beverages, food products, and household & personal product / IT = information technology)
5. 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)。2014年6月期から2018年6月期の5年間の平均値
6. 平均取引継続率(グローバル) = (前年度に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10万ユーロ以上のMetricLabの大口顧客数) ÷ (前年度の年間売上高が10万ユーロ以上のMetricLabの大口顧客数)。2016年6月期から2018年6月期の3年間の平均値

巨大な市場機会の捕捉

マクロミルの市場機会⁽¹⁾

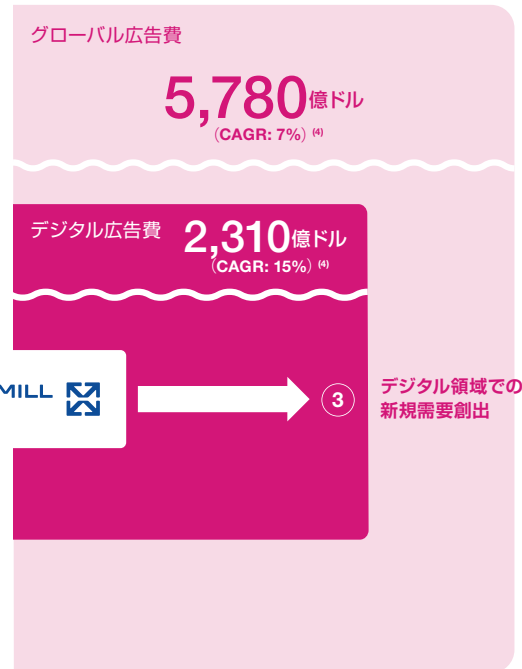
マーケティング・リサーチ

マーケティング・リサーチ市場規模: 2017A
CAGR (実績値ベース): 2012A-2017A



デジタル・マーケティング⁽²⁾

広告市場規模: 2017A
CAGR (予想値ベース): 2017A-2022E



出所

Global Market Research spending: ESOMAR- Global Market Research (2018/9)
Japan Market Research spending: Japan Marketing Research Association (2017/7, 2018/7)
Ad spending: eMarketer- Worldwide Ad Spending (2018/9)

注

- 上記図表は例示を目的としたもので、市場規模との相関性や各市場における当社グループの収益性を表したものではありません
- デジタル広告市場全体を表しており、現時点では当社グループが提供していないサービスに起因する売上も含む。当社としてはデジタル広告市場全方位に拡大していく計画はないが、デジタル広告市場全体は当社が提供するデジタル・マーケティング事業と密接に関係するため、事業の成長性をご理解いただくための参考として掲載している
- 実績値CAGR: 2012年~2017年
- 予想値CAGR: 2017年~2022年
- 為替レート: 1ドル=110円
- 将来見込まれるM&Aや戦略的提携による影響は除外
- グローバル売上高比率=(日本企業のグローバル・リサーチ及び海外拠点からの年間売上高(いずれも管理会計基準)) ÷ 連結売上高
- デジタル売上高 = (AccessMill, DMP Solutions, ACT Copy, CE等のデジタル・マーケティング・ソリューションからの年間売上高(管理会計基準)) ÷ 連結売上高。当社では、①デジタル・マーケティングのみを対象とするソリューションであること、②デジタル・メディア、ウェブサイトその他のデジタル媒体のモニタリング又は分析を行うものであること、③非サーベイデータであるデジタルデータ又はソーシャルデータを活用するものであること、④顧客に対する納品が、Dashboard等の高付加価値のデジタル形式で行われること、のいずれかに該当するマーケティング・リサーチ・ソリューションを、「デジタル・マーケティング・ソリューション」に分類している

連結売上高の成長予測(イメージ)

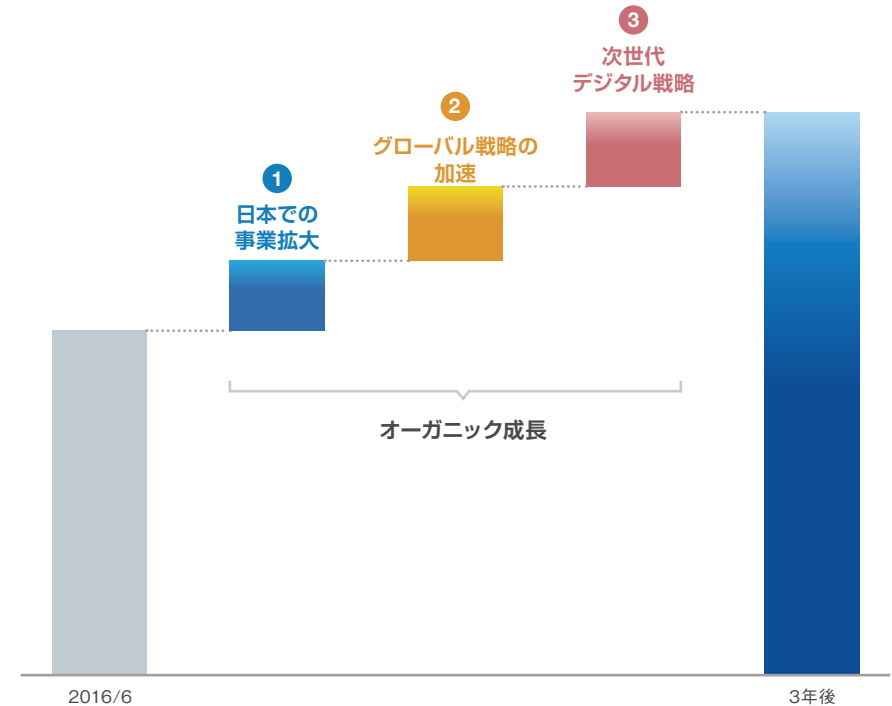
目標: 10%程度の連結売上高CAGR⁽⁶⁾... 2016/6~2019/6

グローバル売上高比率⁽⁷⁾: 約30% → 約40%

デジタル売上比率⁽⁸⁾: 約10% → 約20%


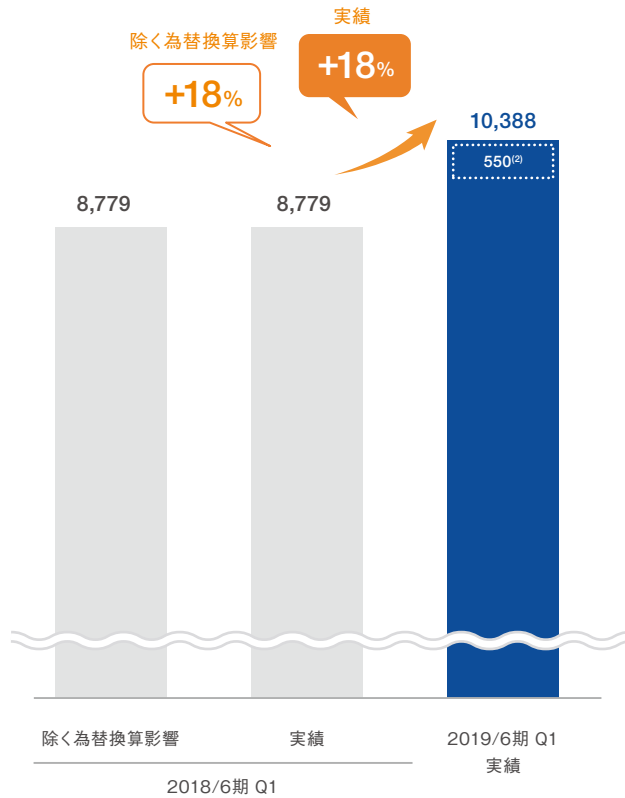
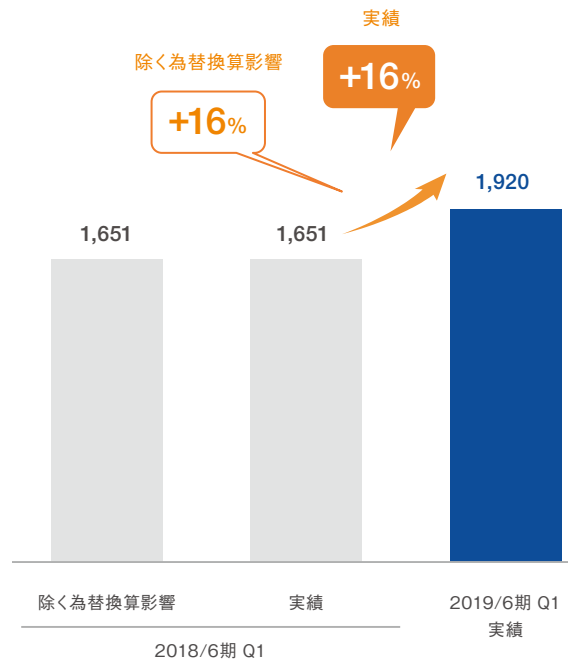
2016/6実績 2019/6予測

連結売上高に占める割合



2019年6月期 Q1 連結業績⁽¹⁾: サマリー

売上高

連結 (IFRS)
(百万円)
 HMM⁽²⁾社、CENTAN社の売上高⁽³⁾
EBITDA⁽⁴⁾連結 (IFRS)
(百万円)

マージン

18.8%

18.8%

18.5%

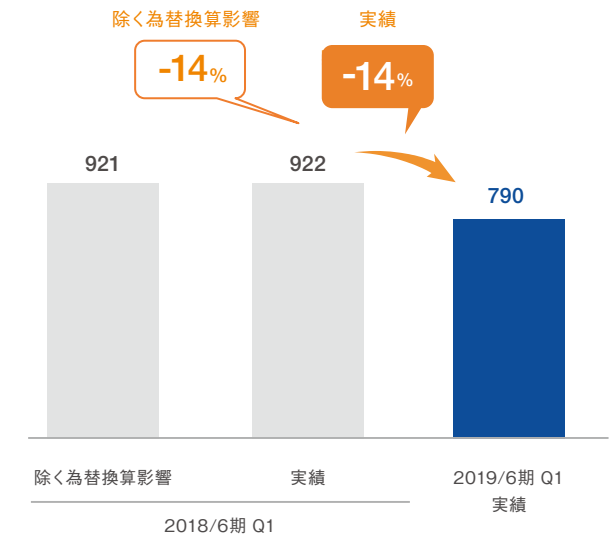
マージン

10.5%

10.5%

7.6%

親会社の所有者に帰属する四半期利益

連結 (IFRS)
(百万円)

注

- 2018年6月期Q1(実績)及び2019年6月期Q1は平均為替レート1ユーロ=130.37円及び1ユーロ=129.55円を適用している。2018年6月期Q1(除く為替換算影響)では2019年6月期Q1に適した平均為替レート1ユーロ=129.55円を適用している。各為替レートはMetrixLabの2018年6月期及び2019年6月期それぞれにおける連結業績を当社の連結決算に反映する際に適用している。為替換算影響を除く財務数値は、前年同期比からのユーロ円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MetrixLab含む海外事業の状況を理解いただくことを目的に記載している
- 当社が2018年7月2日付で博報堂よりマジョリティ持分を取得して子会社化した株式会社東京サーベイ・リサーチは、2018年10月1日付で商号を株式会社H.M.マーケティングリサーチ(HMM)に変更しております
- 2018/6期Q2期初に買収した米Acturus社は、2018年7月2日付で当社の米国子会社であるMetrixLab U.S.と合併しました。この結果、Acturus分を厳密に切り分けた開示が不可能となったため、FY6/2019 Q1分のM&A貢献分については、HMM及びCENTAN分のみを合算しております
- EBITDA = 営業利益+減価償却費及び償却費+固定資産除却損+減損損失

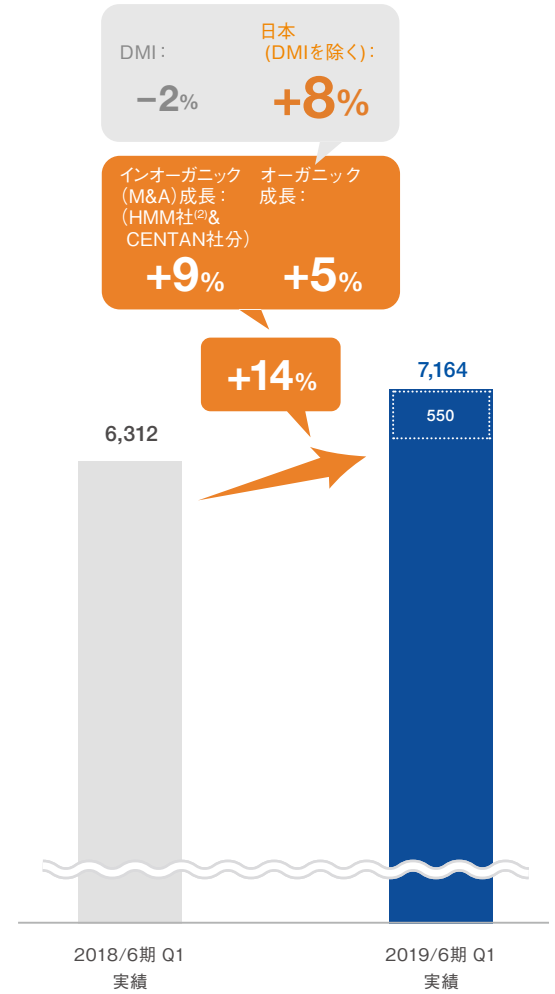
主要な売上収益ドライバーの全てにおいて力強い成長を継続

Q1 単独

010

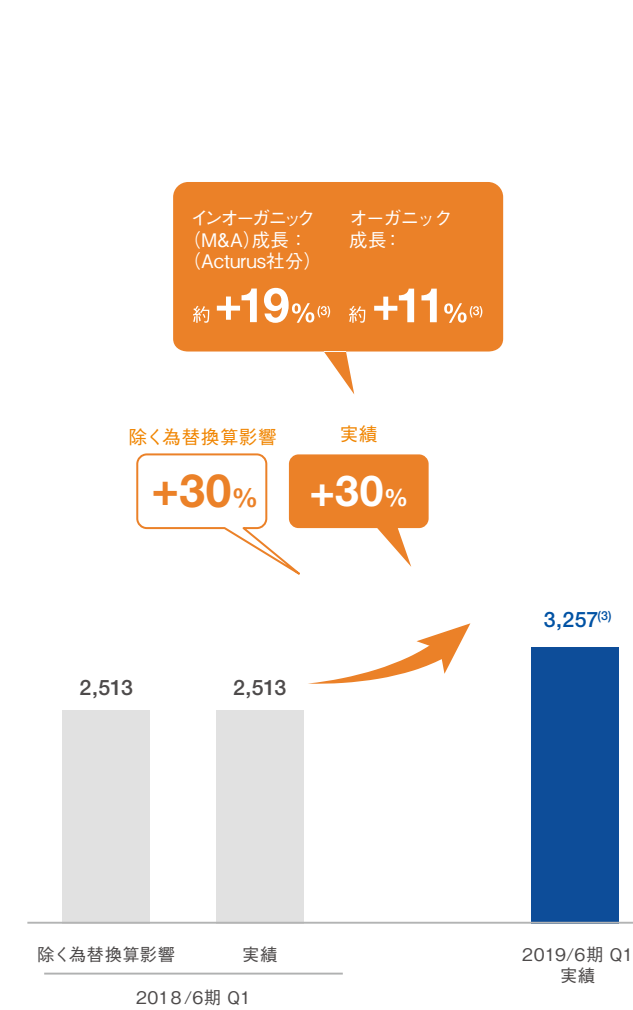
日本

連結 (IFRS) (百万円) HMM⁽²⁾社、CENTAN社の売上高



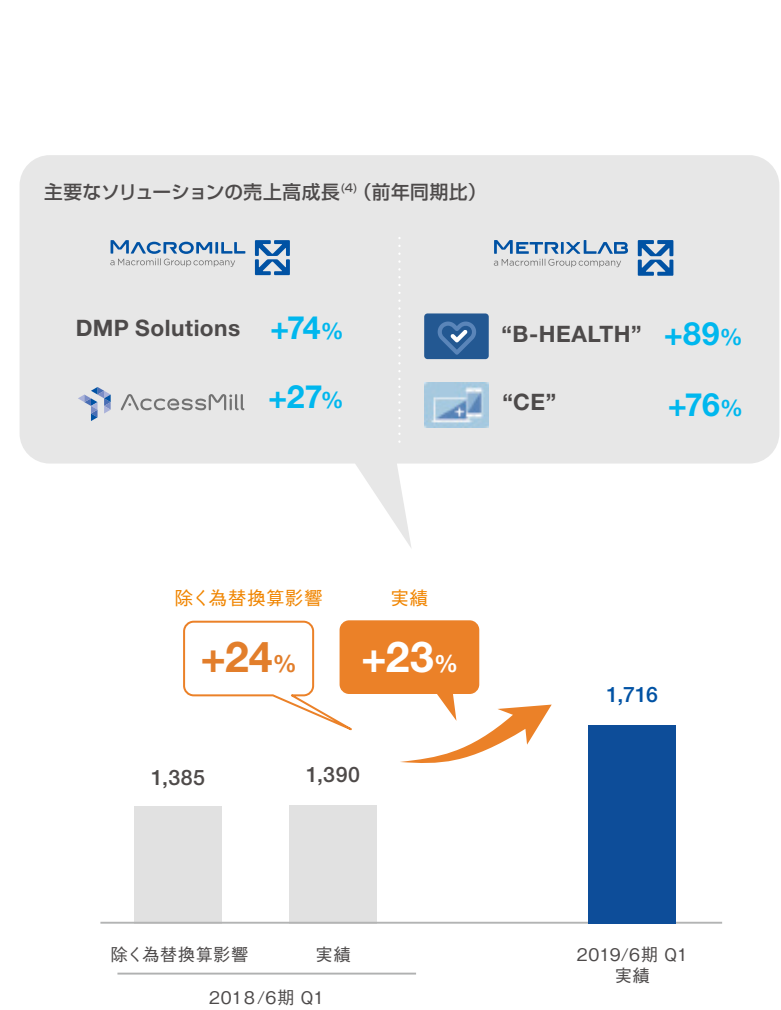
グローバル (日本除く)⁽¹⁾

連結 (IFRS) (百万円)



デジタル・マーケティング売上高⁽¹⁾

連結 (IFRS) (百万円)



注

- 2018年6月期Q1(実績)及び2019年6月期Q1は平均為替レート1ユーロ=130.37円及び1ユーロ=129.55円を適用している。2018年6月期Q1(除く為替換算影響)では2019年6月期Q1に適した平均為替レート1ユーロ=129.55円を適用している。各為替レートはMetrixLabの2018年6月期及び2019年6月期それぞれにおける連結業績を当社の連結決算に反映する際に適用している。為替換算影響を除く財務数値は、前年同期比からのユーロ円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MetrixLab含む海外事業の状況を理解いただくことを目的に記載している
- 当社が2018年7月2日付で博報堂よりマジョリティ持分を取得して子会社化した株式会社東京サーベイ・リサーチは、2018年10月1日付で商号を株式会社H.M.マーケティングリサーチ(HMM)に変更しております
- 2018/6期Q2期初に買収した米Acturus社は、2018年7月2日付で当社の米国子会社であるMetrixLab U.S.と合併しました。この結果、Acturus分を厳密に切り分けた開示が不可能となったため、FY6/2019 Q1分のオーガニック及びインオーガニック (M&A) 成長率については、上記の通り概算値で示しております
- 年間売上高が1億円あるいは百万ユーロを超えるサービスのうち、各セグメントにおける売上高成長率が上位2つのサービス。現地通貨ベースで計算

2019/6期 ディスクロージャー・アップデート (1/2)

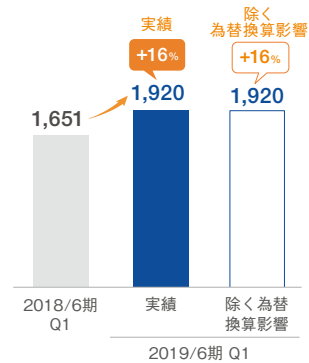
	売上収益 認識基準	<input checked="" type="checkbox"/> 実質的な影響はなし（影響は軽微）						
IFRS 第15号の 適用	費用項目の 表示方法	<input checked="" type="checkbox"/> 2018/6期まで： 「売上原価」と「販売費及び一般管理費」を区分して表示 ⇒ 2019/6期から：「営業費用」として一括して表示 <table border="0" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; border-bottom: 1px solid black;">2018/6期まで</th> <th style="text-align: center;">→</th> <th style="text-align: right; border-bottom: 1px solid black;">2019/6期から</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">売上原価</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">販売費及び 一般管理費</div> </td> <td style="vertical-align: middle; text-align: center;"> パネル費 外注費 人件費 減価償却費 その他 人件費 減価償却費 その他 </td> <td style="vertical-align: top;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">営業費用</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> パネル費 変更なし 外注費 変更なし 人件費 合算 減価償却費 合算 その他 合算 </div> </td> </tr> </tbody> </table>	2018/6期まで	→	2019/6期から	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">売上原価</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">販売費及び 一般管理費</div>	パネル費 外注費 人件費 減価償却費 その他 人件費 減価償却費 その他	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">営業費用</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> パネル費 変更なし 外注費 変更なし 人件費 合算 減価償却費 合算 その他 合算 </div>
2018/6期まで	→	2019/6期から						
<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">売上原価</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">販売費及び 一般管理費</div>	パネル費 外注費 人件費 減価償却費 その他 人件費 減価償却費 その他	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">営業費用</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> パネル費 変更なし 外注費 変更なし 人件費 合算 減価償却費 合算 その他 合算 </div>						
連結損益計算書 (PL)	費用項目の 実数値に係る 開示頻度	<input checked="" type="checkbox"/> 2018/6期まで： 年1度（通期決算のみ） ⇒ 2019/6期から： 毎四半期						

2019/6期 ディスクロージャー・アップデート (2/2)

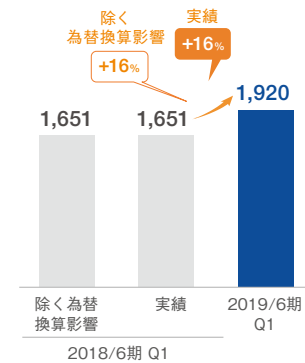
決算説明
資料「除く為替換算影響」
の表示方法

- ✓ 2018/6期まで： 当期数値について「除く為替換算影響」額を算出し表記
⇒ 2019/6期から： 昨期数値について「除く為替換算影響」額を算出し表記

2018/6期まで



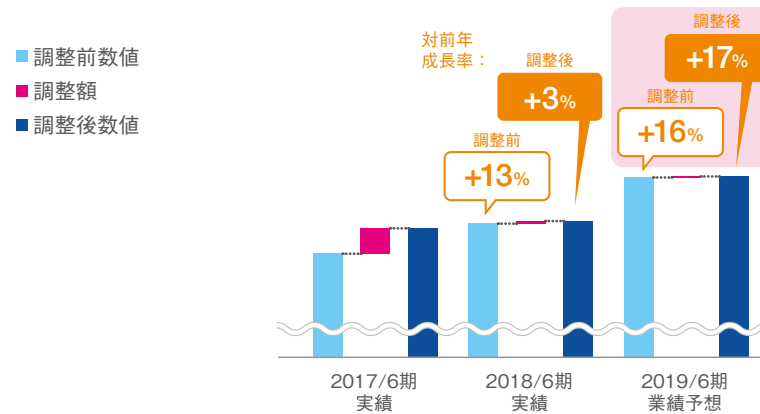
2019/6期から



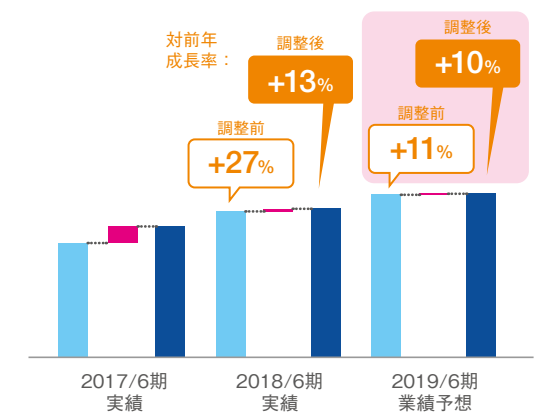
「調整」項目

- ✓ 2018/6期まで： 「調整後EBITDA」及び「調整後親会社の所有者に帰属する当期利益」中心
⇒ 2019/6期から： (調整前)「EBITDA」及び「親会社の所有者に帰属する当期利益」中心

EBITDA



親会社の所有者に帰属する当期利益



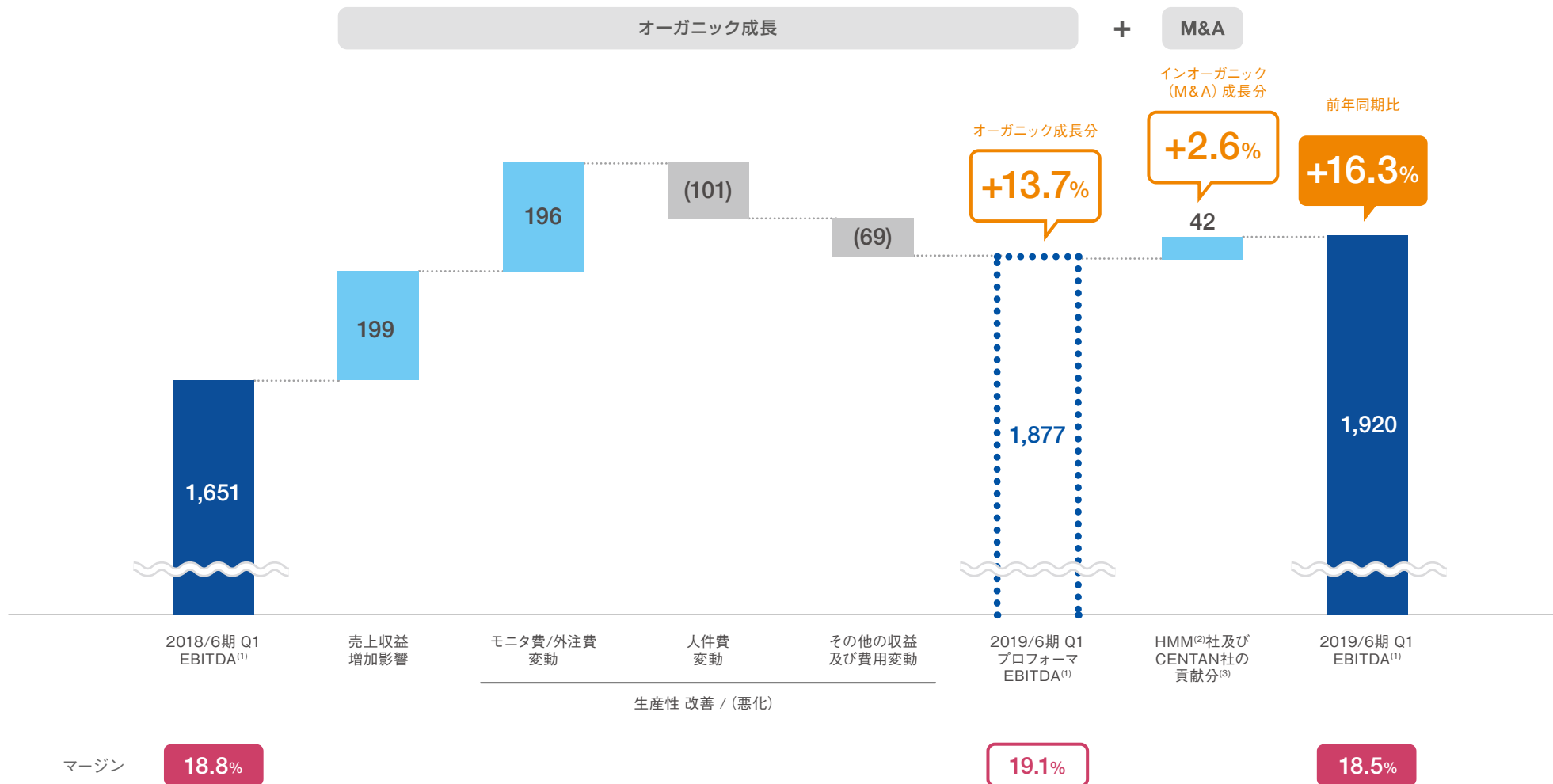
2019/6期 Q1: EBITDA変動要因

Q1 単独

013

EBITDA⁽¹⁾の変動要因 - 2018/6期Q1 vs. 2019/6期Q1

連結 (IFRS)
(百万円)



注

1. EBITDA = 営業利益+減価償却費及び償却費+固定資産除却損+減損損失

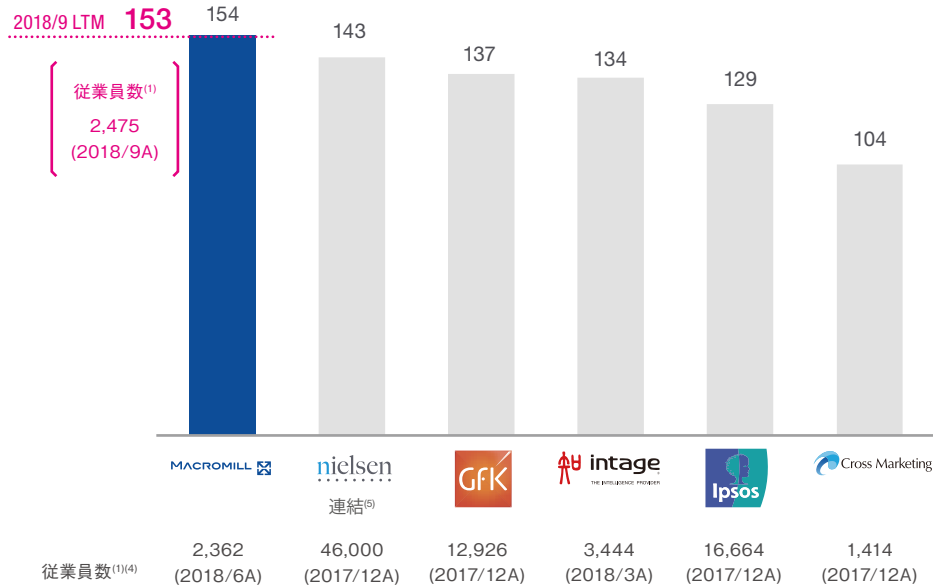
2. 当社が2018年7月2日付で博報堂よりマジョリティ持分を取得して子会社化した株式会社東京サーベイ・リサーチは、2018年10月1日付で商号を株式会社H.M.マーケティングリサーチ(HMM)に変更しております

3. 2018/6期Q2期初に買収した米Acturus社は、2018年7月2日付で当社の米国子会社であるMetrixLab U.S.と合併しました。この結果、Acturus分を厳密に切り分けた開示が不可能となったため、FY6/2019 Q1分のM&A貢献分については、HMM及びCENTAN分のみを合算しております

業界トップのオペレーション効率と収益性を継続

従業員一人当たり売上高⁽¹⁾⁽²⁾

千ドル 直近会計年度⁽³⁾

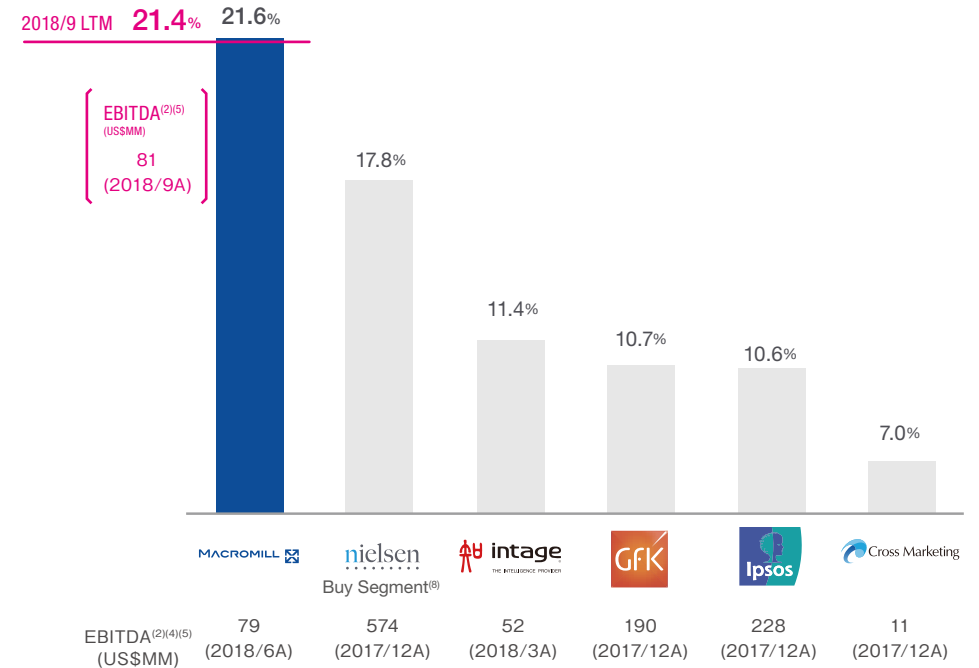


出所 会社資料

- 注
1. 臨時雇用者も含む
 2. 為替レート: 1ドル= 0.83ユーロ、1ドル = 109.8円
 3. 2018年9月30日時点
 4. 各会計年度末時点
 5. 売上高、従業員数いずれも連結数値ベース
 6. マクロミル: EBITDA(2018/6期80百万ドル) = 営業利益+減価償却費及び償却費+固定資産除却損+減損損失、調整後EBITDA (2018/6期79百万ドル) = EBITDA+マネジメントフィー+上場関連費用

EBITDAマージン⁽⁶⁾⁽⁷⁾

直近会計年度⁽³⁾

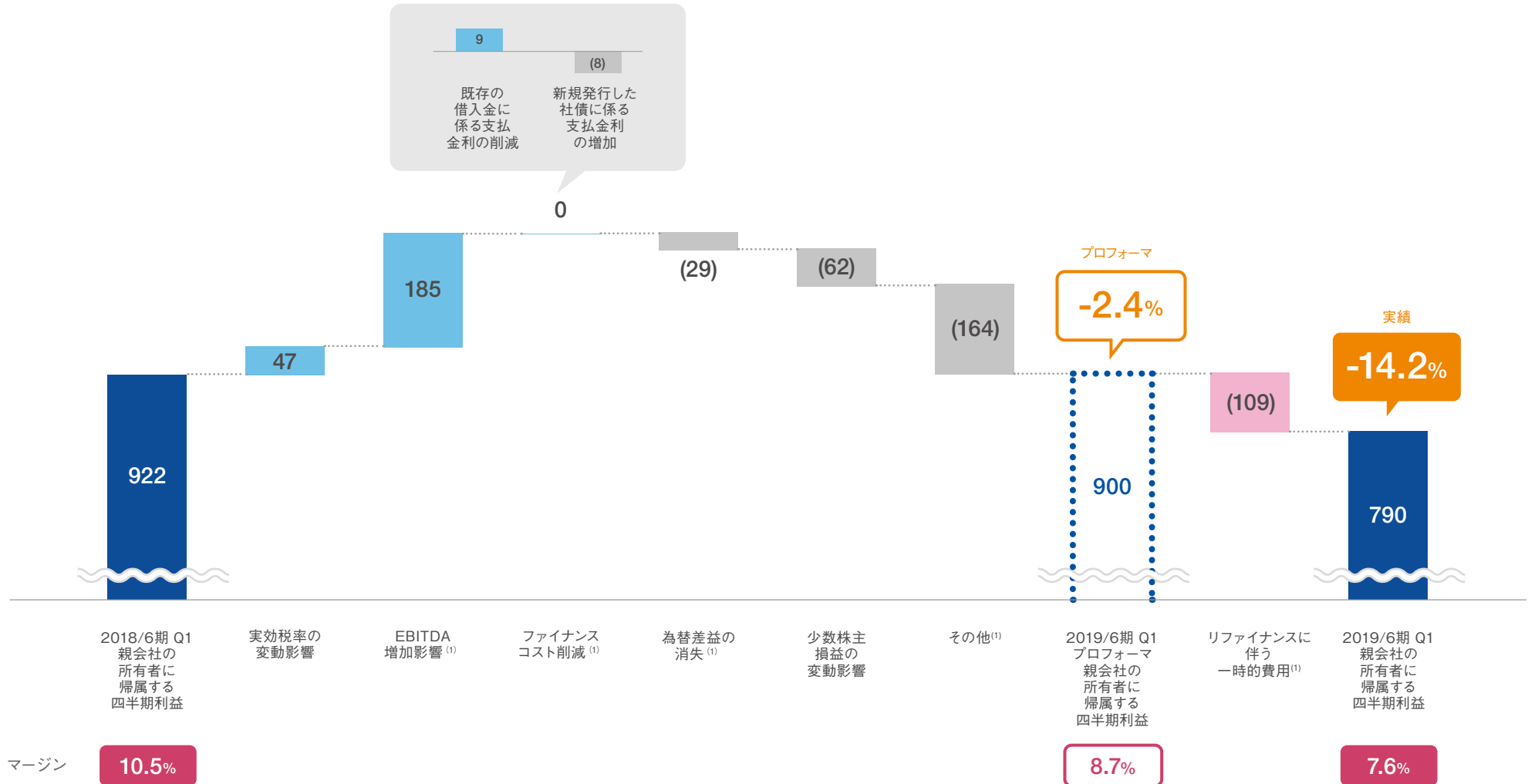


- Nielsen(Buyセグメント): EBITDA = 営業利益+(リストラクチャリング関連費用+減価償却費+その他費用)
GfK: EBITDAはGfKの開示資料による
インテージ及びクロスマーケティング: EBITDA = 営業利益+(減価償却費+のれん償却費)
Ipsos: EBITDA = 売上総利益-(人件費+一般運営費+M&A関連無形資産減価償却費)+総減価償却費
適用会計基準や定義の違い等の理由により、各社のEBITDAは必ずしも直接的に比較できない場合がある
7. EBITDAマージン=EBITDA÷売上高
 8. NielsenのBuyセグメントは当社グループの事業との類似性が高いため、比較事例として同セグメントのEBITDAマージンを掲載(Nielsenの同期連結ベースでのEBITDAマージンは30.3%)

2019/6期 Q1: 四半期利益変動要因

親会社の所有者に帰属する四半期利益の変動要因 - 2018/6期Q1 vs. 2019/6期Q1

連結 (IFRS)
(百万円)



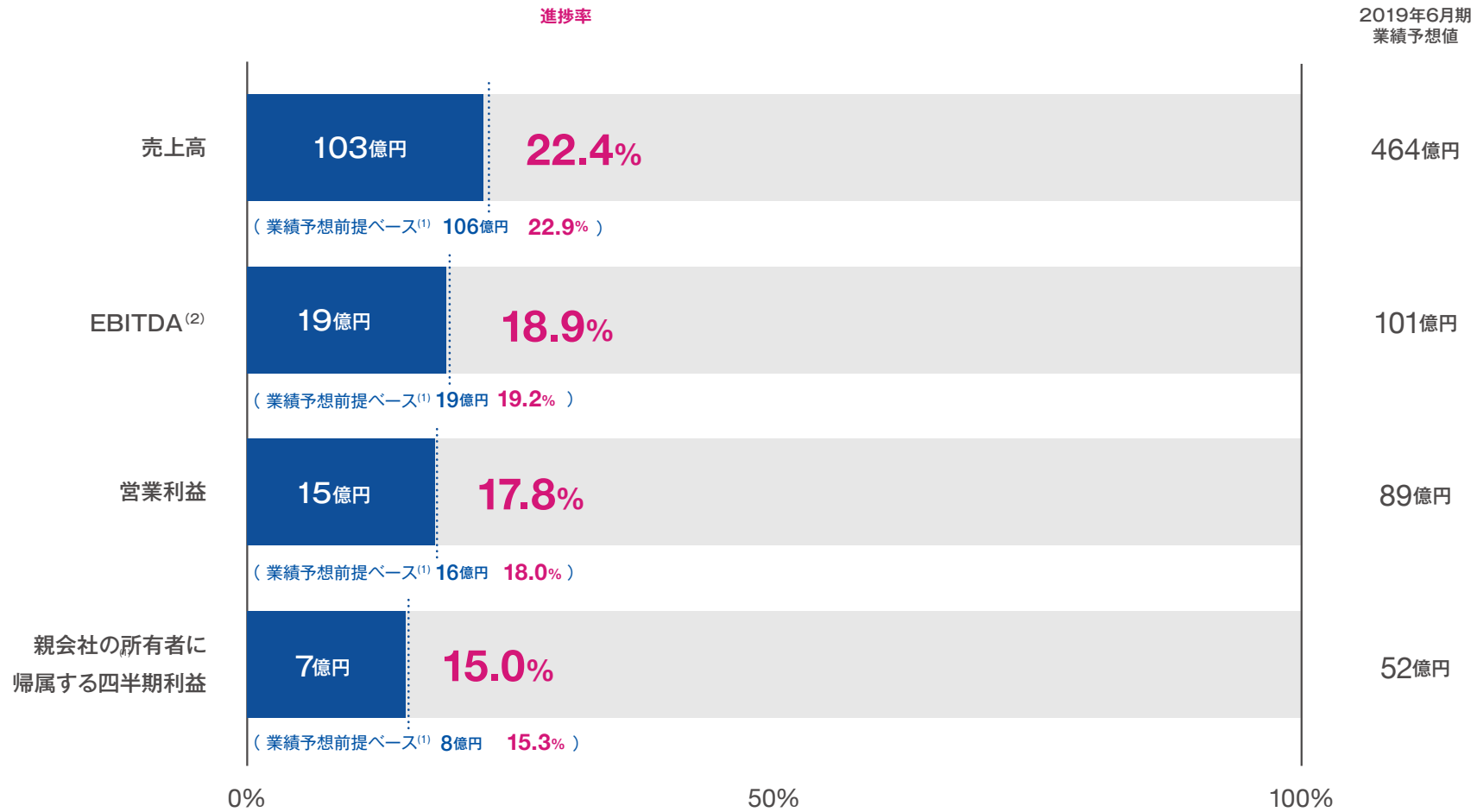
注

1. 税引後の影響額を記載している

2019/6期 Q1実績：概ね想定通りの達成度

2019/6期 Q1実績値 vs. 2019/6期 業績予想値

連結 (IFRS)



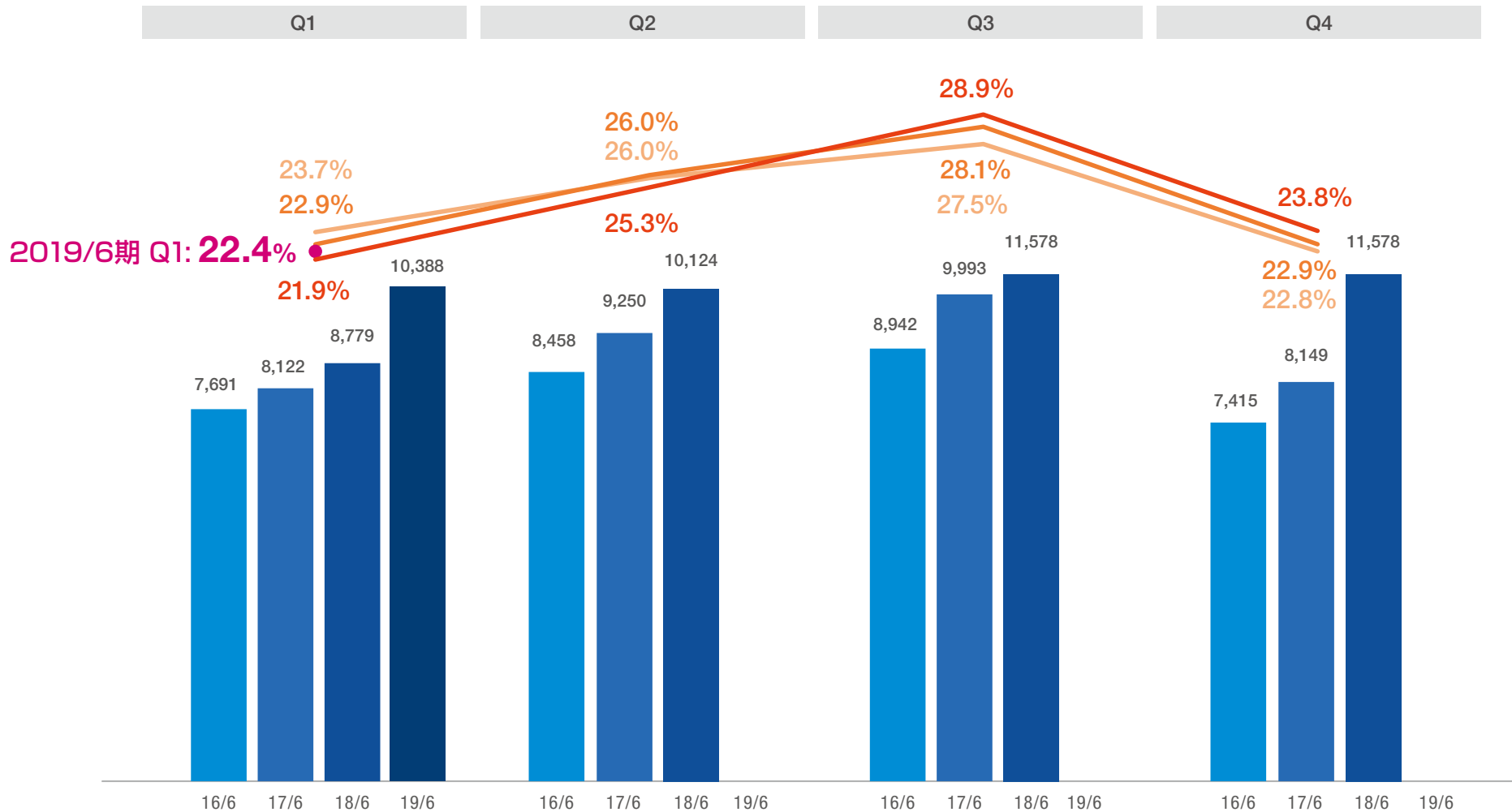
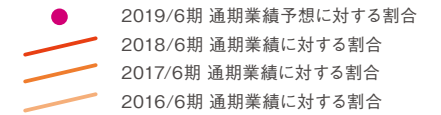
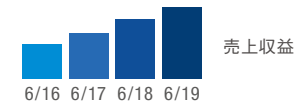
注

1. 2019年6月期 Q1 (実績) は平均為替レート1ユーロ129.55円を適用している。2019年6月期 (業績予想値) は平均為替レート1ユーロ136.92円を前提としている
 2. EBITDA = 営業利益+減価償却費及び償却費+固定資産除却損+減損損失

2019/6期 Q1 売上収益：概ね想定通りの達成度（続）

過去の四半期業績推移 — 売上収益

連結 (IFRS)
(百万円)



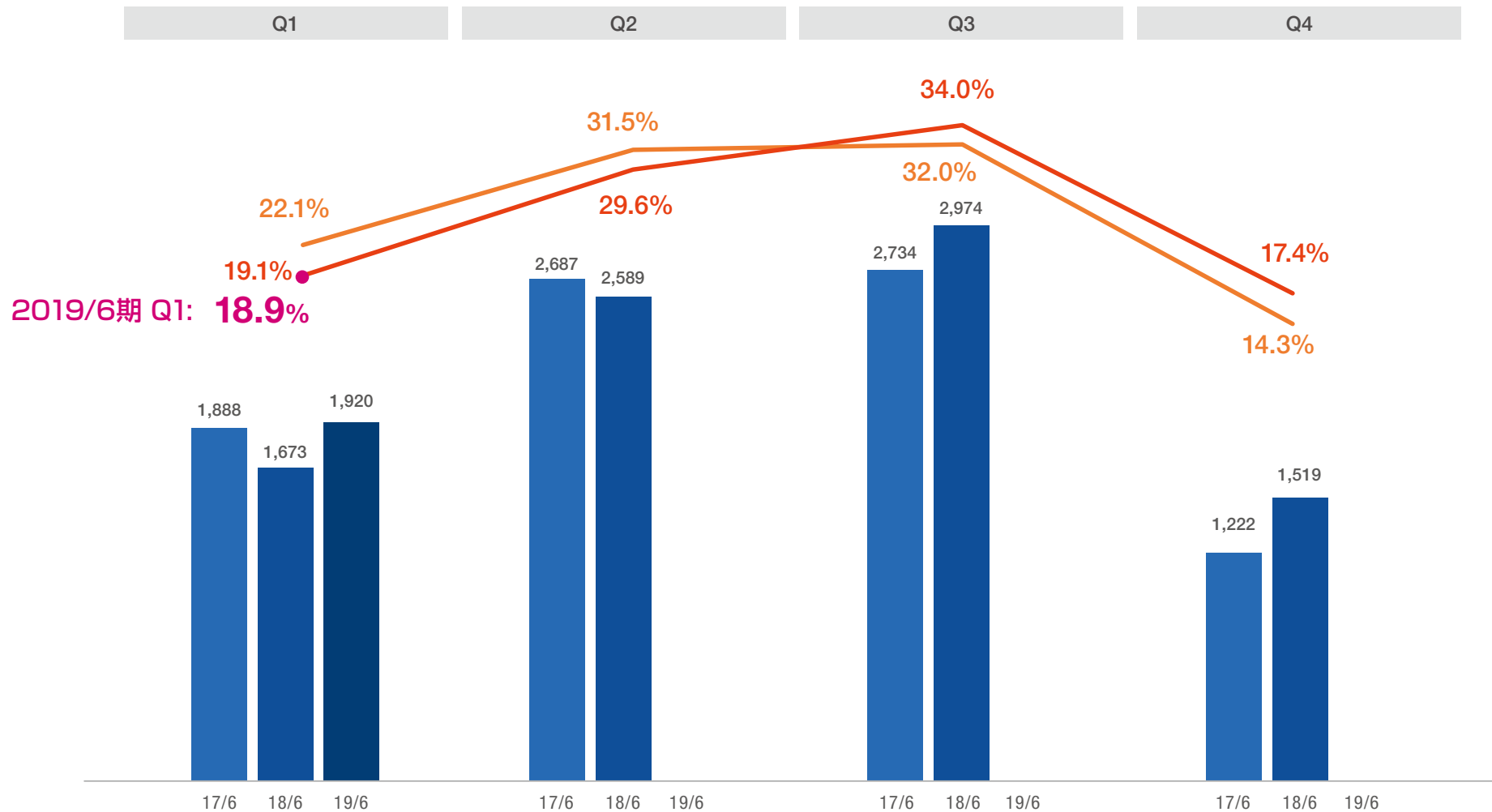
2019/6期 Q1 EBITDA：概ね想定通りの達成度（続）

過去の四半期業績推移 — EBITDA

連結 (IFRS)
(百万円)

EBITDA⁽¹⁾
(2018/6期まで: 調整後⁽²⁾)
(2019/6期: 調整前)

● 2019/6期 通期業績予想に対するEBITDA⁽¹⁾の割合
— 2018/6期 通期業績に対する調整後EBITDAの割合^(1,2)
— 2017/6期 通期業績に対する調整後EBITDAの割合^(1,2,3)



注

1. EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失

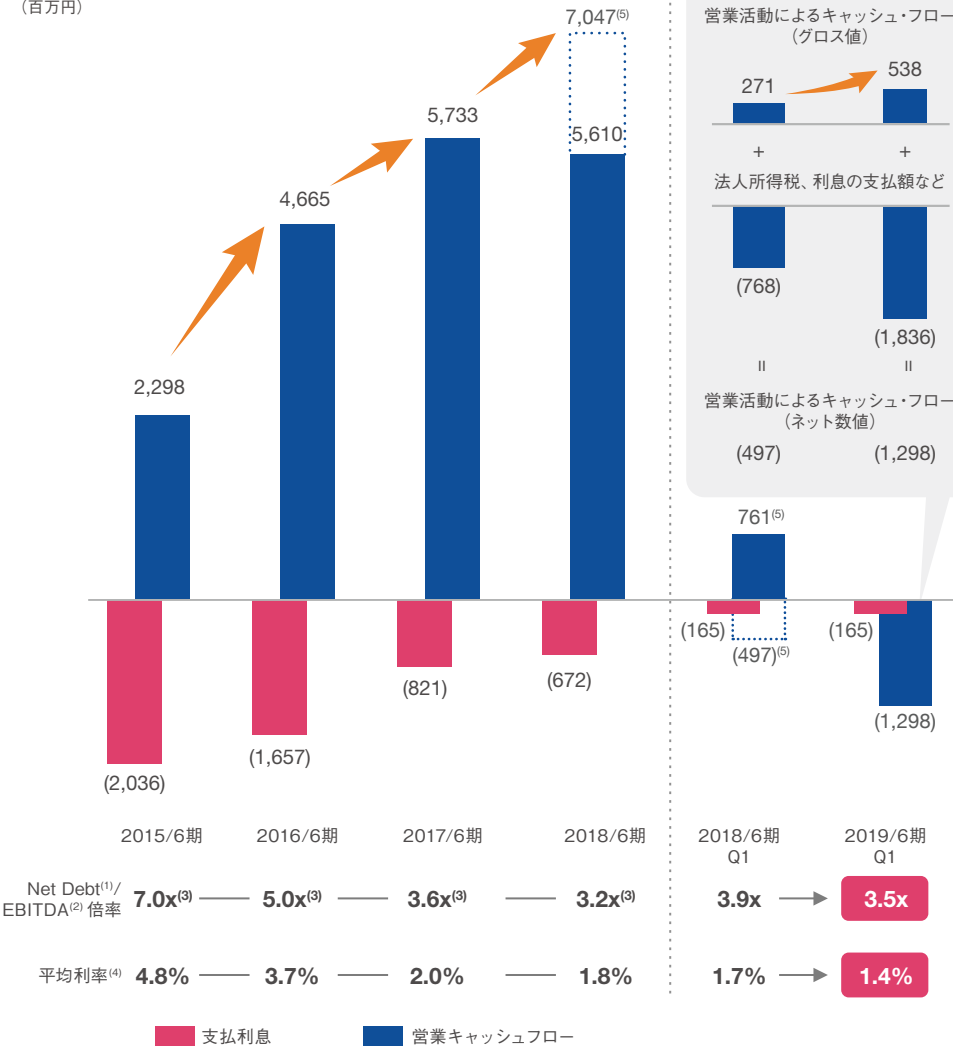
2. 調整後EBITDA = EBITDA + マネジメントフィー + 上場関連費用 + リファイナンス関連費用 + M&A関連費用、EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失。調整項目の詳細はp.40&41の調整項目表をご参照

3. 前年度の調整項目につき必要な平準化を行ったベース(2017年6月期の第3四半期に第1から第3四半期分をまとめて計上していた調整項目の一部について、適切な四半期業績の期間比較を可能にするための配賦を実施)。詳細はp.42を参照

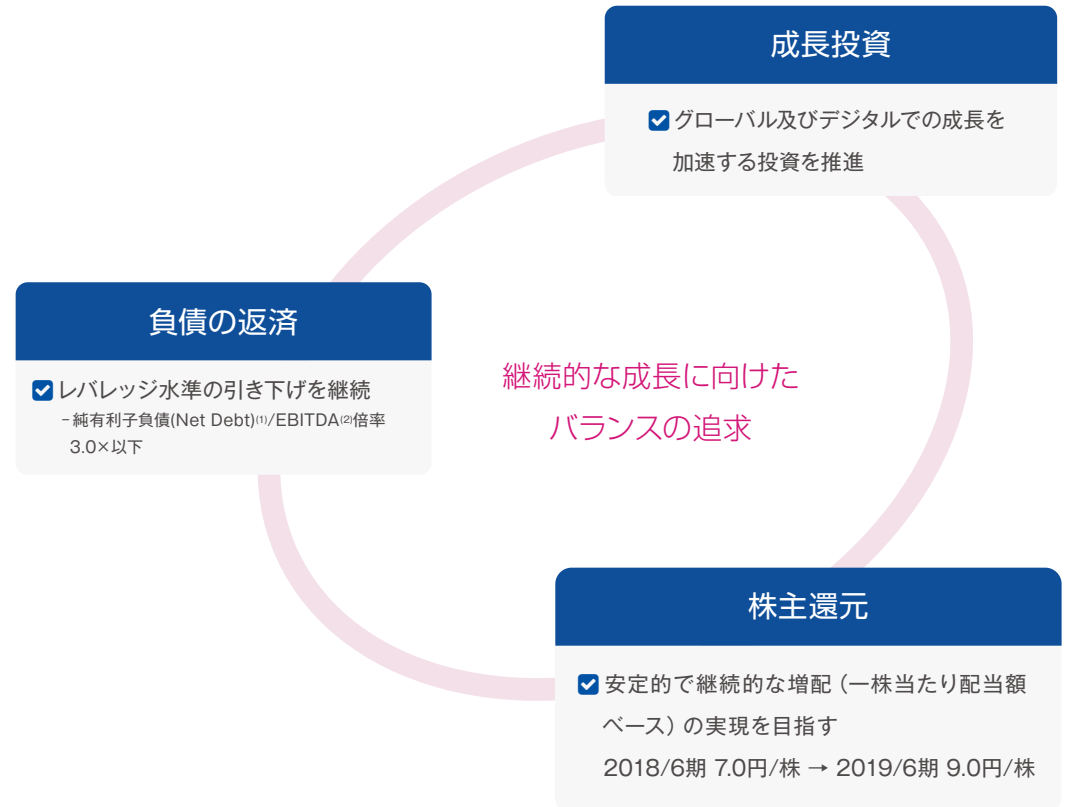
戦略的なキャピタル・アロケーション

堅実なキャッシュフロー創出力

連結 (IFRS)
(百万円)



キャピタル・アロケーションの優先順位



注

- 純有利子負債 (Net Debt) = 有利子負債(短期借入金 + 1年以内返済予定の長期借入金 + 長期借入金 + リース債務) - 現金及び現金同等物
- EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失
- 調整後EBITDAベース。調整後EBITDA = EBITDA + マネジメントフィー + 上場関連費用 + 非公開化関連費用 + リファイナンス関連費用 + M&A関連費用 + 退任役員退職金。調整項目の詳細はp.40&41の調整項目表をご参照
- 平均利率 = (損益計算書における支払利息) ÷ (前年度と当該年度の年度末における借入金の平均)。借入金 = 短期借入金 + 1年以内返済予定の長期借入金 + 長期借入金。但し、2019/6期Q1における平均利率は、当該四半期中に100億円の普通社債の発行を行ったため、右記の形で平均金利の算出を行っている。2019/6期Q1平均利率 = (Q1における既存借入金に係る支払金利 + Q1における当該社債に係る金利) × 4 / (既存借入金について2018/6/30と2018/9/26(期限前弁済の前日)の平均残高 + 期中発行を行った社債額)
- 特別な一時的支出項目を除くベース(開示資料における掲載額 5,610M (2018/6期) または -497M (2018/6期 Q1) + 子会社のDMIにおける売掛金に係るファクタリング実施の中止に伴う影響額 1,437M)

Creating

The First Truly Global Digital

Research Company

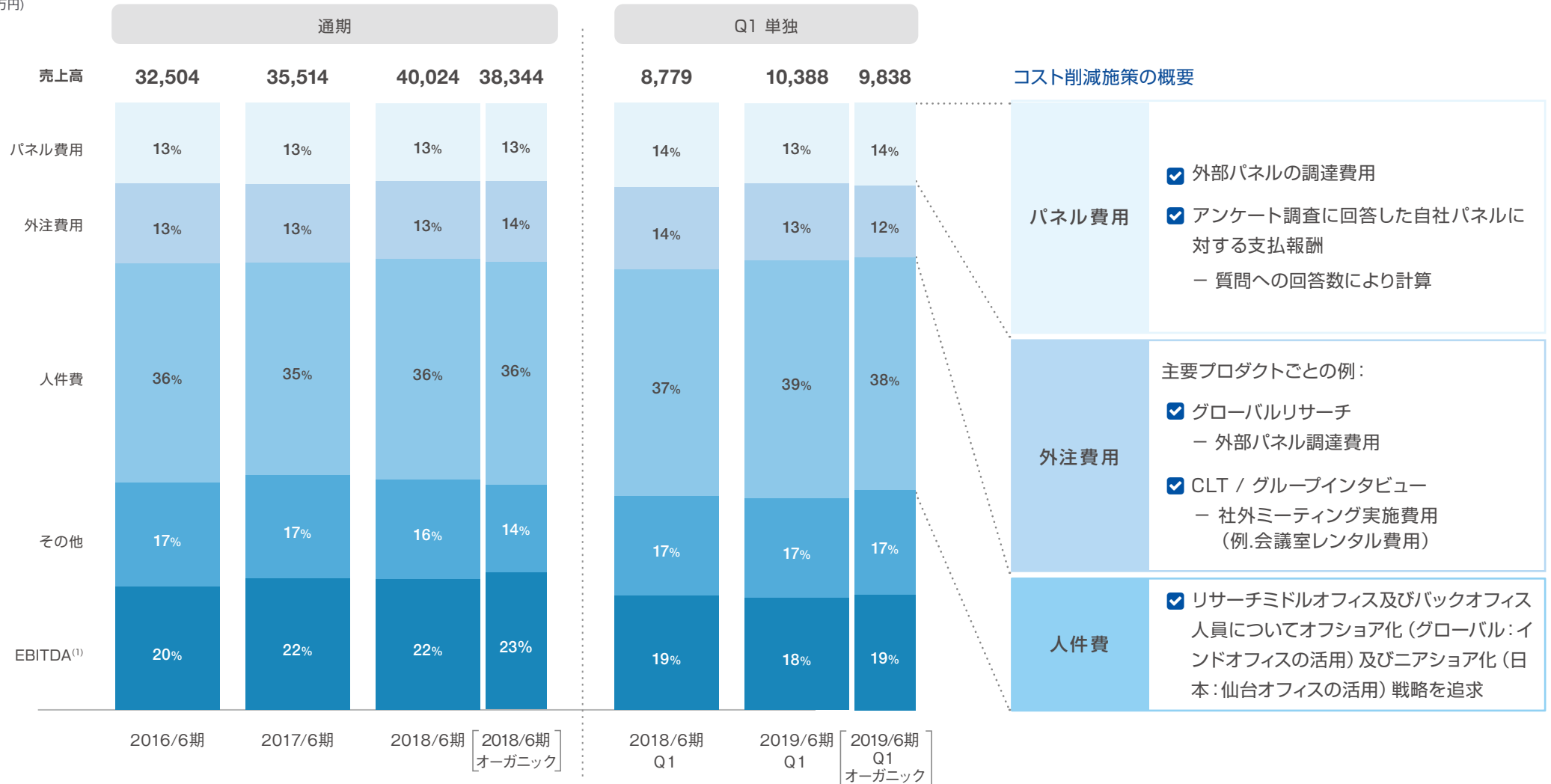


添付資料

営業レバレッジ体質とコスト削減施策を通じ トップライン成長を上回る利益成長を実現

主要な費用項目の内訳

連結 (IFRS)
(百万円)



注

1. EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失

2017/6期～2019/6期にかけてのDMIの業績動向

電通マクロミルインサイト (DMI) ⁽¹⁾

事業概要及び 当社グループの中での役割		電通グループにおけるインハウス・マーケティング・リサーチ・エージェンシー						
足許における業績動向と 連結業績に与えるインパクト (百万円)		2017/6期 実績	2018/6期 実績	2019/6期 実績	2017/6期 から 2018/6期		2018/6期 から 2019/6期	
					差異	前年同期比	差異	前年同期比
売上収益	Q1	1,477	1,322	1,300	(155)	(10.5%)	(21)	(1.6%)
	Q2	1,472	1,606		134	9.1%		
	Q3	1,680	1,647		(33)	(2.0%)		
	Q4	1,316	1,278		(38)	(2.9%)		
	通期ベース	5,946	5,853		(92)	(1.6%)		
EBITDA	Q1	245	136	196	(109)	(44.5%)	60	44.4%
	Q2	434	286		(148)	(34.1%)		
	Q3	372	326		(46)	(12.5%)		
	Q4	159	174		14	9.2%		
	通期ベース (Normalized ⁽²⁾)	1,076	922		(154)	(14.4%)		
EBITDA マージン	Q1	16.6%	10.3%	15.1%	(6.3%)		10.3%	
	Q2	29.5%	17.8%		(11.7%)			
	Q3	22.1%	19.8%		(2.4%)			
	Q4	12.1%	13.6%		1.5%			
	通期ベース (Normalized ⁽²⁾)	20.4%	15.8%		(4.6%)			
通期 ⁽³⁾ 連結業績 に占める割合	売上収益	16.7%	14.6%	12.5%	(2.1%)		(2.1%)	
	EBITDA	14.2%	10.5%	10.2%	(3.7%)		(0.3%)	

注

1. 当社持分割合52%の連結子会社（電通とのJV）

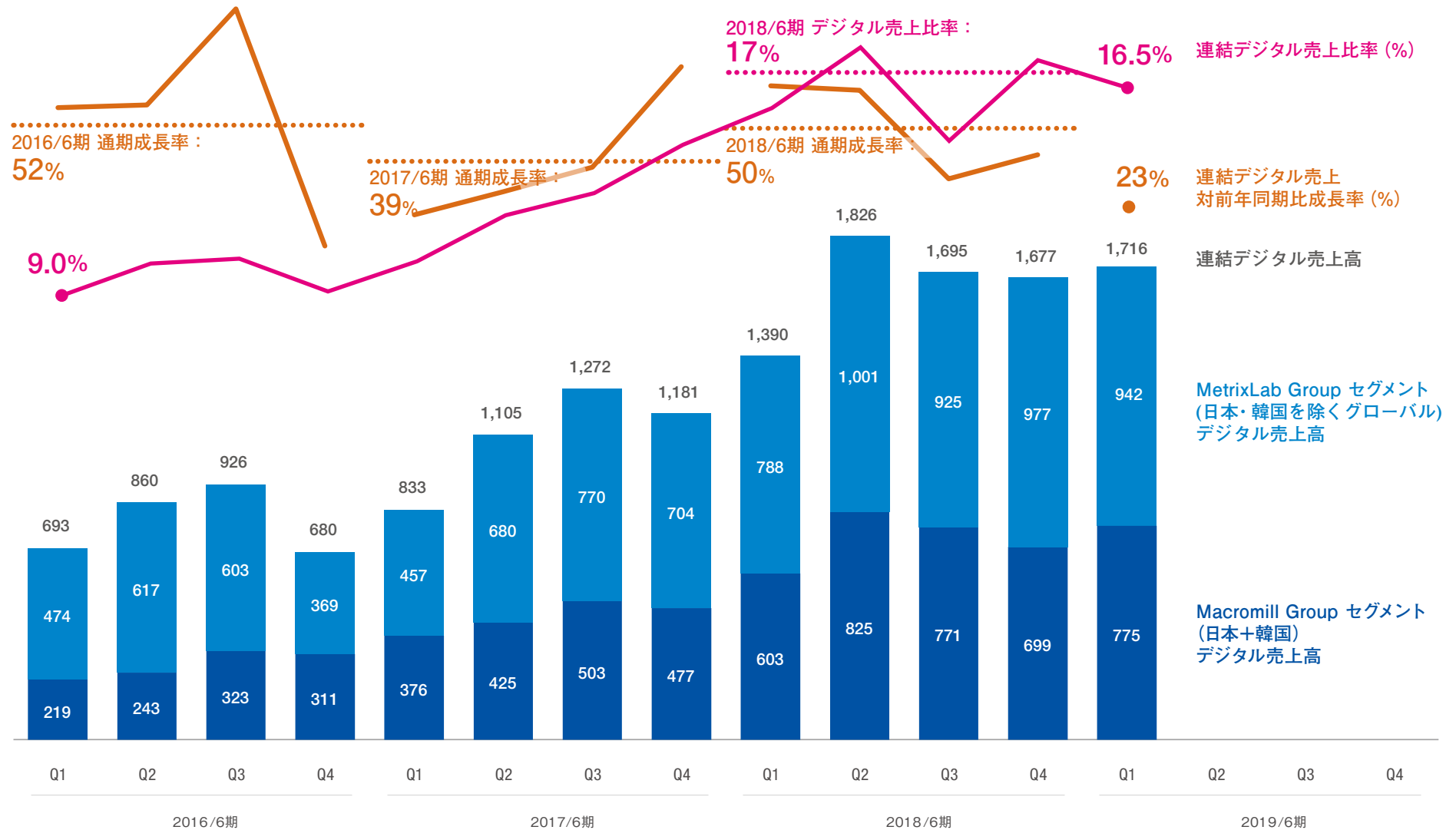
2. 前年度のDMIにおける一時的利益項目（2017年6月期の第2四半期に認識した確定拠出年金への移行に伴う一時的利益の影響額134M）を除くベース

3. 2019/6期についてはQ1連結業績に占める割合

デジタル売上推移

セグメント別四半期毎のデジタル売上推移

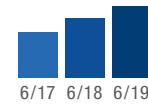
連結 (IFRS)
(百万円)



四半期利益推移

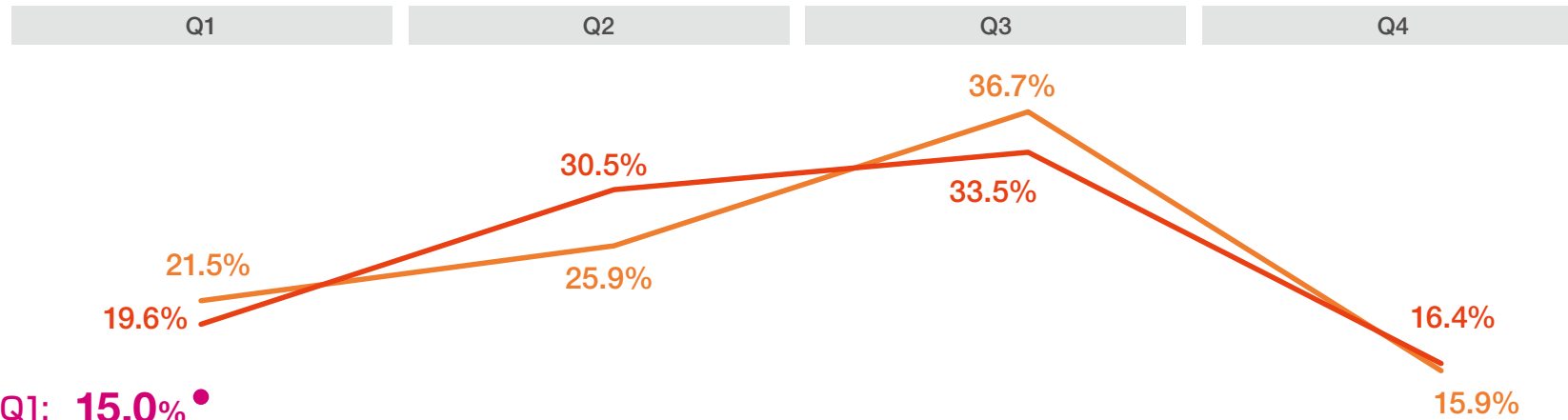
過去の四半期業績推移—親会社の所有者に帰属する四半期利益

連結 (IFRS)
(百万円)

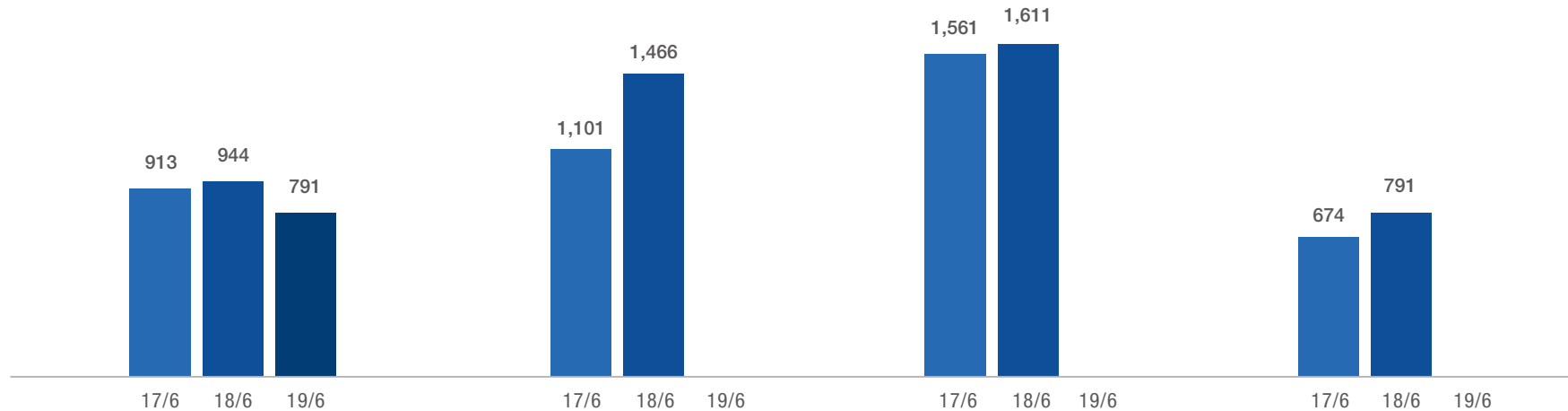


親会社の所有者に
帰属する四半期利益
(2018/6期まで: 調整後)
(2019/6期: 調整前)

● 2019/6期 通期業績予想に対する親会社の所有者に帰属する四半期利益の割合
— 2018/6期 通期業績に対する親会社の所有者に帰属する四半期利益の割合⁽¹⁾
— 2017/6期 通期業績に対する親会社の所有者に帰属する四半期利益の割合^(1,2)



2019/6期 Q1: 15.0% ●



注

- 調整後親会社の所有者に帰属する当期利益 = 親会社の所有者に帰属する当期利益 + 減損損失 + マネジメントフィー + 上場関連費用 + リファイナンス関連費用 + M&A関連費用 - 調整項目に係る税金等調整額。調整項目の詳細はp.40&41の調整項目表をご参照
- 前年度の調整項目につき必要な平準化を行ったベース(2017年6月期の第3四半期に第1から第3四半期分をまとめて計上していた調整項目の一部について、適切な四半期業績の期間比較を可能にするための配賦を実施)。詳細はp.42を参照

日本における事業拡大のフレームワーク

MR市場規模の拡大

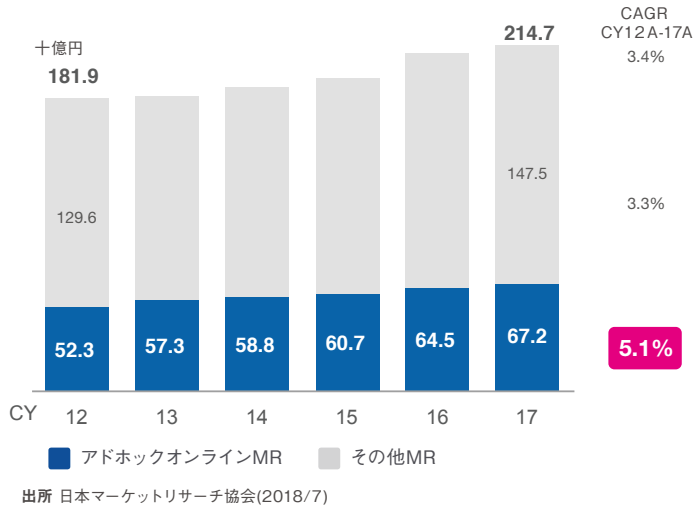


更なるオンラインMRの浸透⁽¹⁾

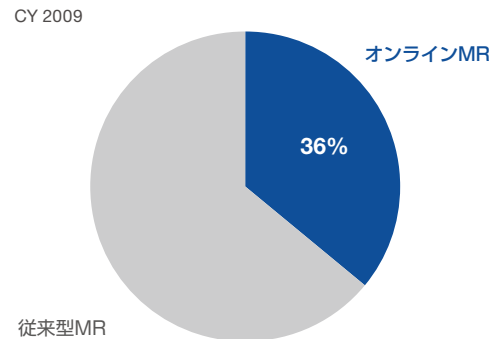


オンラインMRにおける市場シェアの拡大⁽²⁾

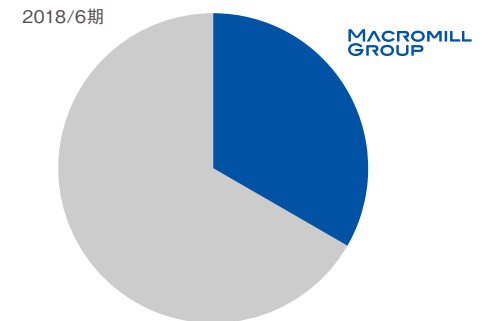
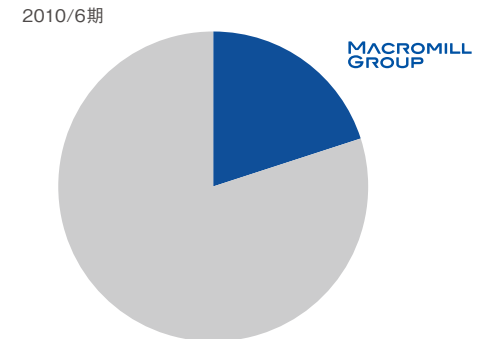
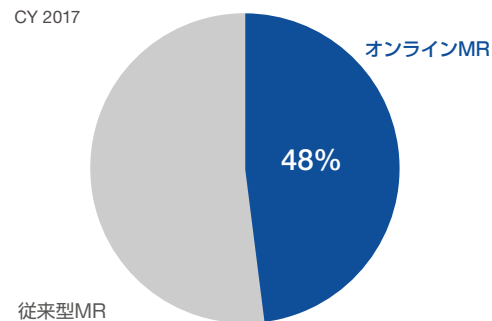
アドホック・オンラインMR市場の堅調な成長



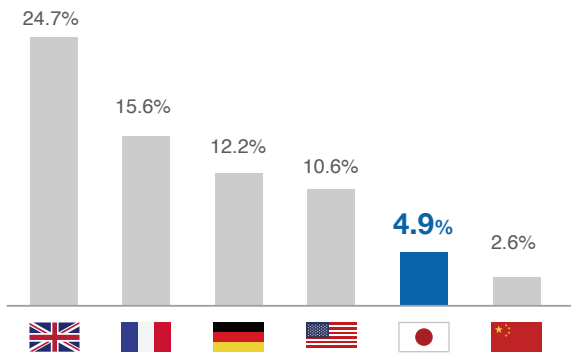
従来型MRからオンラインMRへのシフト



優れたポジションと強みを活かした市場シェア拡大



広告支出に占めるMR支出の割合から見る今後の拡大余地



出所 ESOMAR, Global Market Research (2018/9, 2010/9)

注

1. オンラインMRの浸透率 = (各国におけるオンライン定量調査への支出額) ÷ 各国におけるMR支出総額

2. オンラインMRの市場シェア(2018/6期) = (マクロミル単体及び電通マクロミルインサイトの日本におけるオンラインサービス売上高(2018/6期)) ÷ 日本マーケティング・リサーチ協会により計算された日本におけるアドホック・オンラインMRの売上高の合計(2017)。

オンラインMR市場シェア(2010/6期) = マクロミル単体のオンラインサービス売上高(2010/6期) ÷ 日本マーケティング・リサーチ協会により計算された日本におけるアドホック・オンラインMRの売上高の合計(2009)

グローバル成長のフレームワーク

MR市場規模の拡大



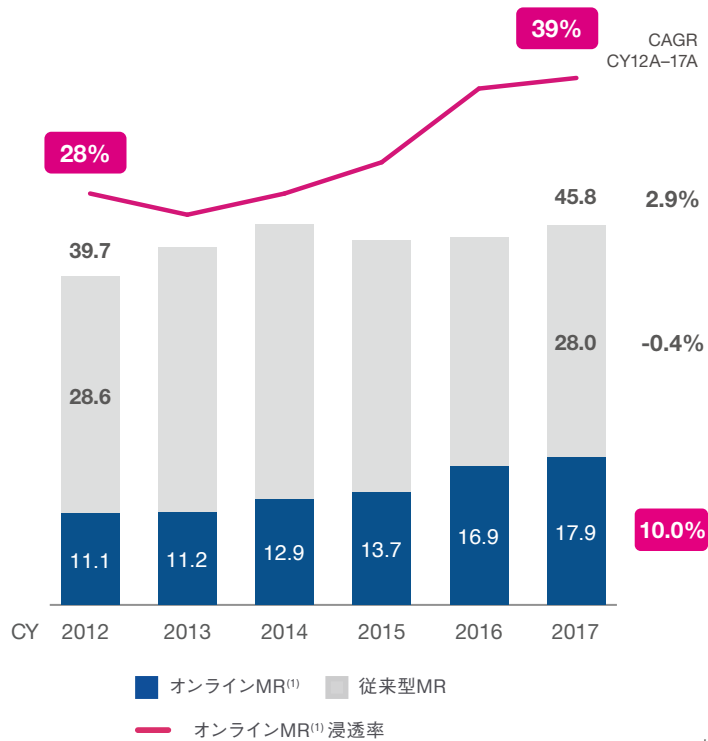
更なるオンラインMRの浸透



市場シェアの拡大

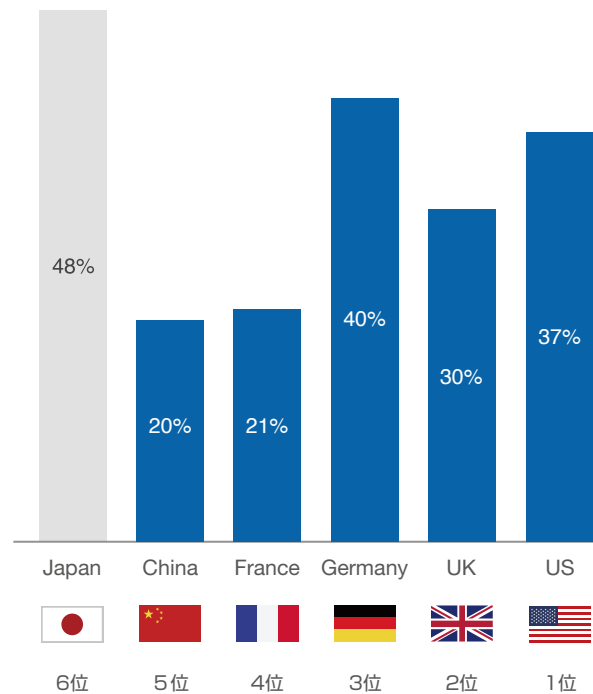
オンラインMRの成長率は従来型MRを上回る

十億ドル



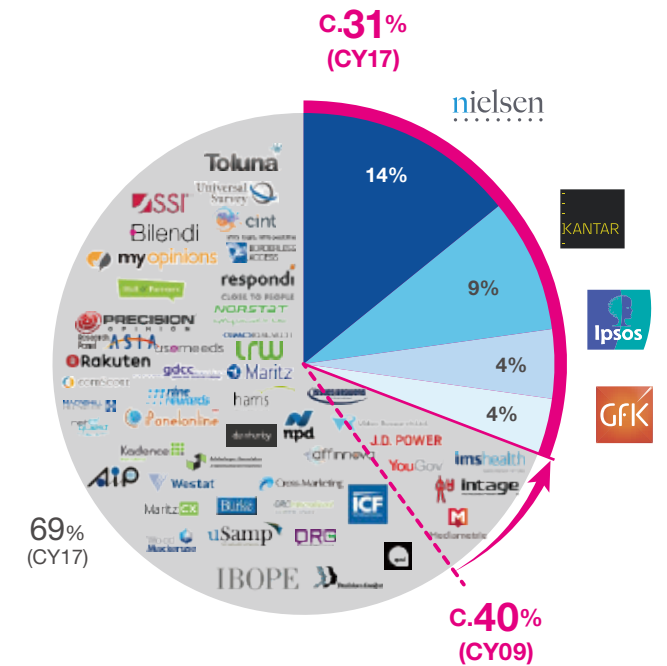
MR支出全体におけるオンラインMR浸透率⁽²⁾の余地

CY2017



グローバルMR市場シェア

CY2017



出所 ESOMAR, Global Market Research (2018/9)

出所 ESOMAR, Global Market Research (2018/9)

出所 ESOMAR, Global Market Research (2018/9, 2010/9)

注

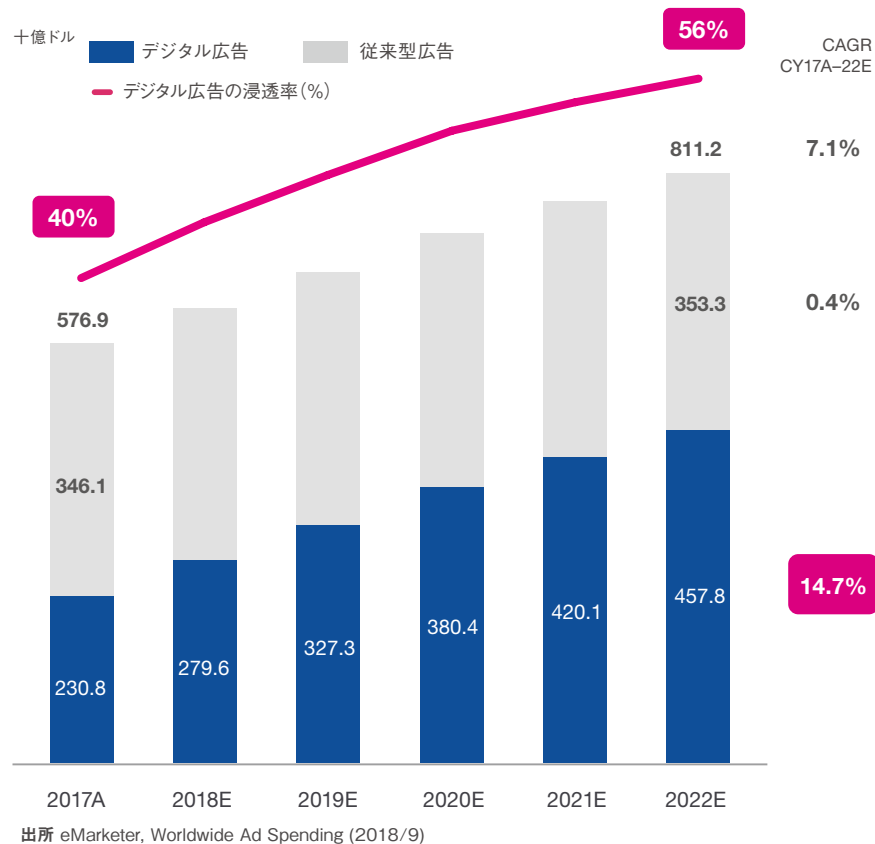
1. オンライン定量調査のみ算出対象, ESOMAR資料において除外されているトラフィック測定及び視聴率測定、及び定性調査を含まない
2. オンラインMR浸透率 = 各国におけるオンライン定量調査 (PCオンライン+モバイル/スマートフォンオンライン) に対する支出額 ÷ 各国におけるMR支出総額

デジタル・マーケティング・ソリューションにおける巨大な成長余地

デジタル広告市場の成長

デジタル広告は今後も従来型広告を上回って成長

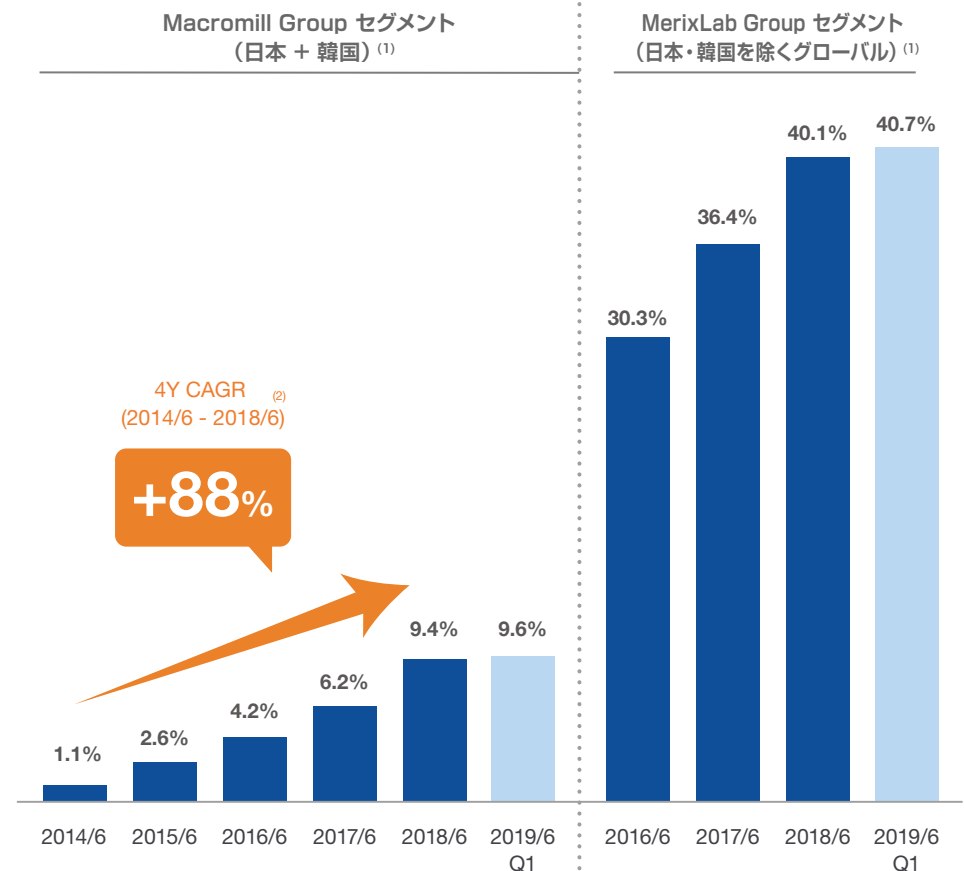
世界メディア広告市場規模



更なるデジタル・マーケティング・ソリューションの浸透

特に日本における拡大余地は大きい

セグメント売上高に占めるデジタル・マーケティング・ソリューションの割合(%)



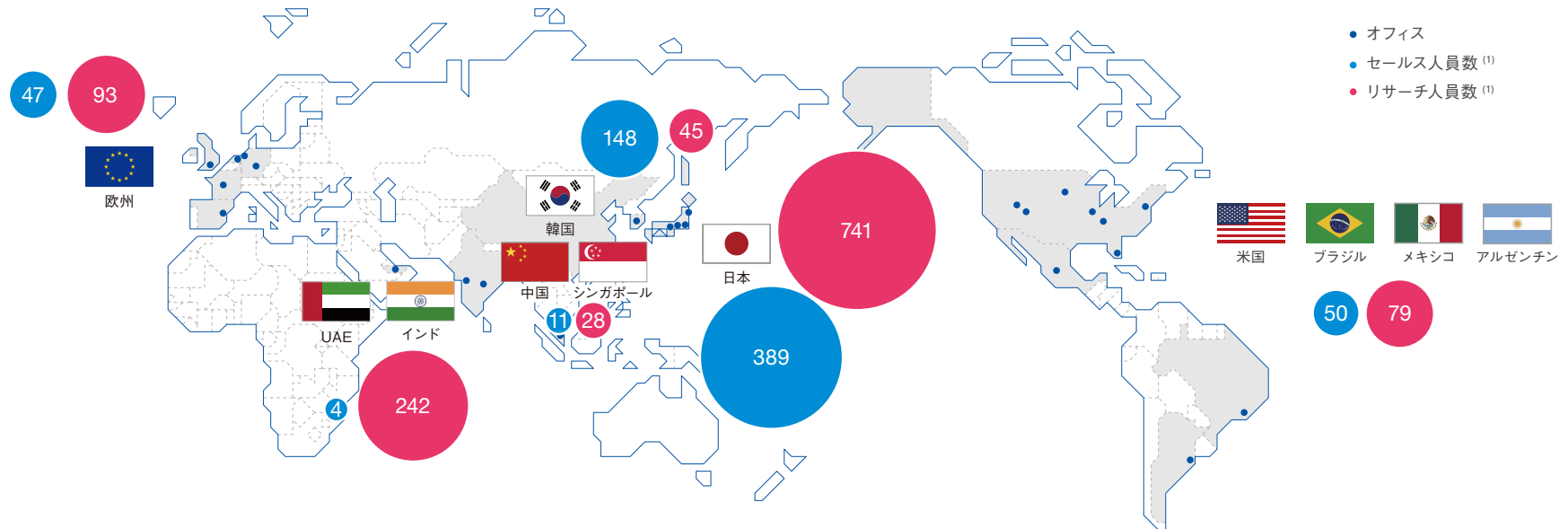
注

1. Macromill Groupセグメントのデジタル売上 ÷ Macromill Groupセグメントの総売上。 MerixLab Groupセグメントのデジタル売上 ÷ MerixLab Groupセグメントの総売上。 デジタル・マーケティング・ソリューション: デジタルデータやデジタル施策を使ったマーケティング活動の総称であり、広告のプレテスト、様々なメディア・媒体における広告効果測定、ソーシャルメディア分析等を指す。マクロミルグループでは、①デジタル・マーケティングのみを対象とするソリューションであること、②デジタル・メディア、ウェブサイトその他のデジタル媒体のモニタリング又は分析を行うものであること、③非サーベイデータであるデジタルデータ又はソーシャルデータを活用するものであること、④顧客に対する納品が、Dashboard等の高付加価値のデジタル形式で行われること、のいずれかに該当するマーケティング・リサーチ・ソリューションを、「デジタル・マーケティング・ソリューション」に分類
2. 日本のデジタル・マーケティング・ソリューション売上高の成長を示すCAGRは、日本の総売上高に占める割合に基づき計算されている。2014年6月期はJ-GAAPベース、2015年6月期以降は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移行後の2017年6月期までの4事業年度においても、適切に売上高のトレンドを表していると考えている

世界に広がるセールス及びリサーチ体制

主要地域におけるセールス及びリサーチ人員⁽¹⁾

2018年9月末時点



世界44拠点、連結従業員数2,200人超⁽²⁾

ローカル
地域特有の消費者インサイトを提供

グローバル
グローバル連携による顧客カバレッジ

セールス

- ✓ 地域に根差したセールsteam
世界44拠点、約650名⁽¹⁾のセールス

- ✓ CEO主導の経験豊富なセールsteamが、世界各拠点と連携し、Global Key Accounts (GKA)⁽³⁾をカバー

リサーチ

- ✓ 各拠点のリサーチャーとの円滑な連携体制

- ✓ インド拠点のGlobal Competence Centerをベースにしたベストプラクティスの共有とリアルタイムサポート
- ✓ 日本の卓越した”カイゼン”オペレーションを世界の各拠点へ展開

注

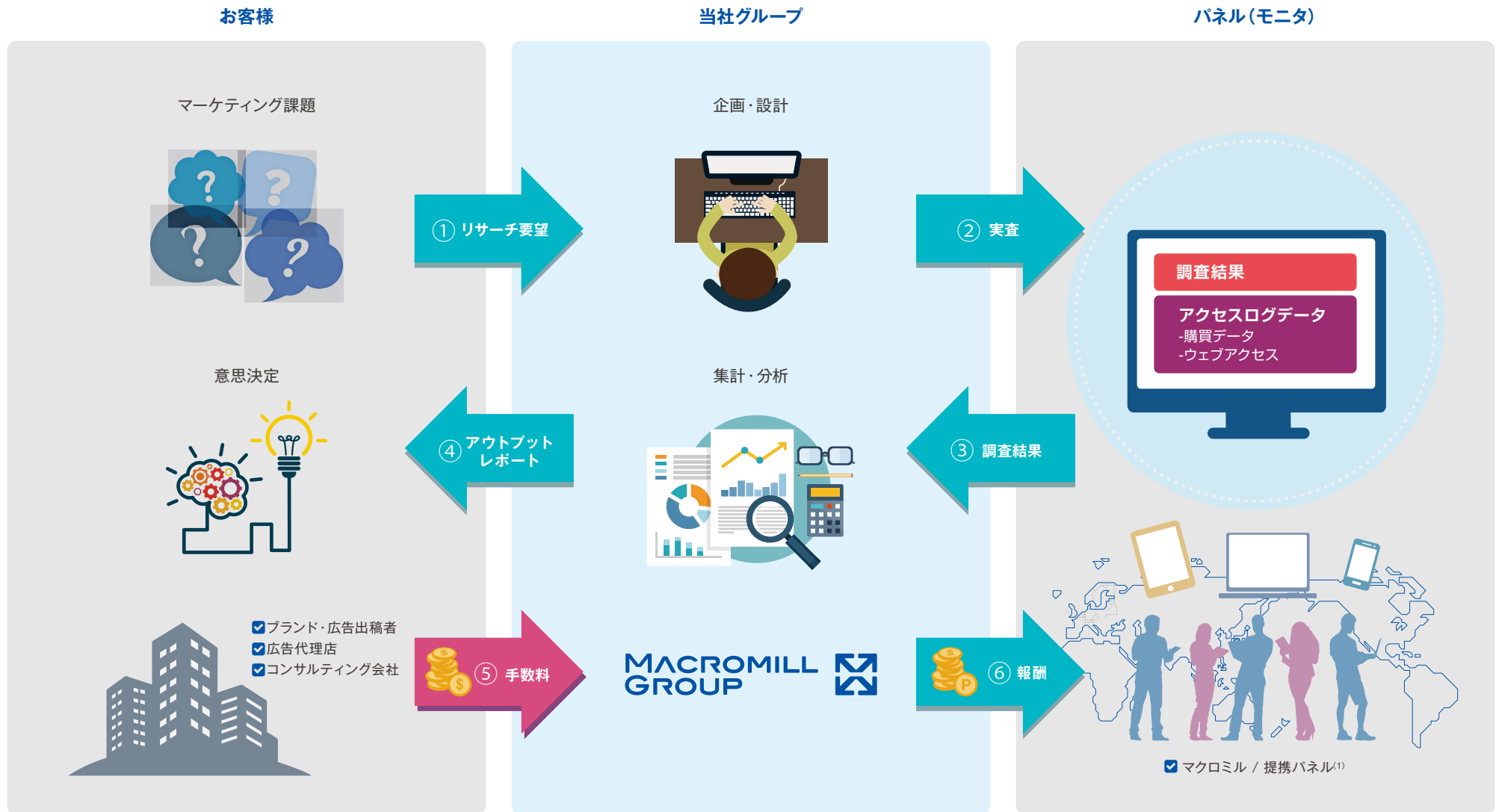
1. セールス、リサーチャーはそれぞれセールス、リサーチ業務にコミットしている正規雇用の従業員

2. 正規雇用の従業員数

3. GKAとはGlobal Key Accountの略であり、グローバルに事業を展開し、調査・マーケティングに係る多額の予算を有する顧客企業グループのうち、当社グループの更なる成長の鍵となる顧客(キー・アカウント)として、グローバルレベルで営業強化の対象としている企業群のこと

当社のビジネスモデル

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のリサーチプロジェクトに応じて、継続的取引関係にある世界各国のパネルサプライヤーを通じたアクセスが可能なパネル

業界をリードするワンストップ・ソリューションポートフォリオ

主なソリューション

	マーケティング・リサーチ		データベース	デジタル・マーケティング
	アドホック			
MACROMILL  開発	定量調査 オンライン・マーケティング・リサーチ  QuickMill  OrderMill 会場調査  CLT	定性調査 グループ/デプス・インタビュー  FGI  DI	購買データ  QPR 家計調査  MHS ブランドデータ  bdb	広告効果測定  AccessMill DMP ⁽¹⁾ “DMP Solution”
共同開発				 GLOBAL AccessMill
METRIXLAB  開発	市場機会探索  “SCOUT H&A” パッケージデザインテスト  “PACT”	製品コンセプトテスト  “CONTEST” ブランド競争力診断  “B-HEALTH” 等		広告プリテスト  “AD-VANCE”  “ACT” ソーシャルメディア分析 OXYME  ビッグデータ分析 “Dashboard” 等

注

1. データマネジメントプラットフォームの略称

デジタル領域における市場機会: 広告プリテスト、広告効果測定

広告プリテスト

AD-VANCE

当社のビジネス機会...

- ✓ マーケティング・キャンペーンのプリテストにより
マーケティング費用の削減に貢献



デジタル広告の効果を同業他社や以前の広告と比較

AD-VANCEの差別化要素...

- ✓ マーケティング・キャンペーンに対する消費者の反応を可視化する優れた
インターフェース
- ✓ 同業他社のマーケティング・キャンペーンとの比較が可能

広告効果測定

AccessMill GLOBAL AccessMill

当社のビジネス機会...

- ✓ 膨大なCookieパネルと意識データに基づく、
広告効果測定ソリューションを提供



デジタル広告に測定用の
タグを埋め込み



タグの情報に基づき
広告接触者を
パネリストとして選定



選定されたパネリストを
対象に調査を行い、
非広告接触者と比較

AccessMillの差別化要素...

- ✓ 膨大なCookieパネル
- ✓ 意識データとの組み合わせが可能
- ✓ 卓越したシステム (コスト、スピード、柔軟性)

デジタル領域の市場機会:ソーシャルメディア分析/DMP/ビッグデータ分析

OXYME ソーシャルメディア分析

当社のビジネス機会...

- ✓ 市場調査からキャンペーン評価に至るマーケティングの各フェーズにおいて、消費/マーケティングインサイトを提供



ソーシャルメディアに投稿されたデータの収集



消費者の抱く印象や話題のトピックを専門のアナリストが分析



消費者/マーケティングインサイトを抽出

Oxyemeの差別化要素

- ✓ 自社開発のソフトウェアによる最適化されたデータ収集
- ✓ 手作業で無関係な情報を除去し、データ精密度を向上
- ✓ 経験豊富なソーシャルメディアアナリストによる分析

データマネジメントプラットフォーム (DMP)

当社のビジネス機会...

- ✓ マクロミルのデータを顧客の自社データと組み合わせることで、真の消費者インサイトの理解に貢献

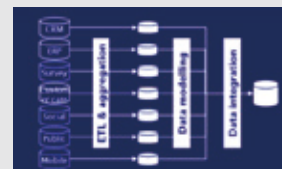


ビッグデータ分析 (Dashboard/Story telling)

当社のビジネス機会...

- ✓ ユーザーフレンドリーなインターフェースを通じ、顧客のKPI管理に有益なインサイトを提供

データの統合



複数のソースから収集したデータを統合・分析

データの活用



ユーザーフレンドリーな「ダッシュボード」

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

2011年 買収

oxyme



地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ ソーシャルメディア分析機能の獲得

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

2013年 買収

PRECISION
SAMPLE



地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ 米国パネルへのアクセス

2014年 買収

metrix LAB
PREDICTING PEOPLE



地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ グローバルアクセス及び高付加価値ソリューション

2015年 戦略的提携

NIKKEI-R



地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ 官公庁案件へのソリューション強化

2015年 戦略的提携

TTC MOBILE



地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ モバイル分野のソリューション及びパネル強化

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 買収

acturus



地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

☑ アメリカ・イギリスにおけるノウハウ、顧客基盤、インフルエンサー・ソリューションの拡大

2017年 戦略的提携・資本提携

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

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

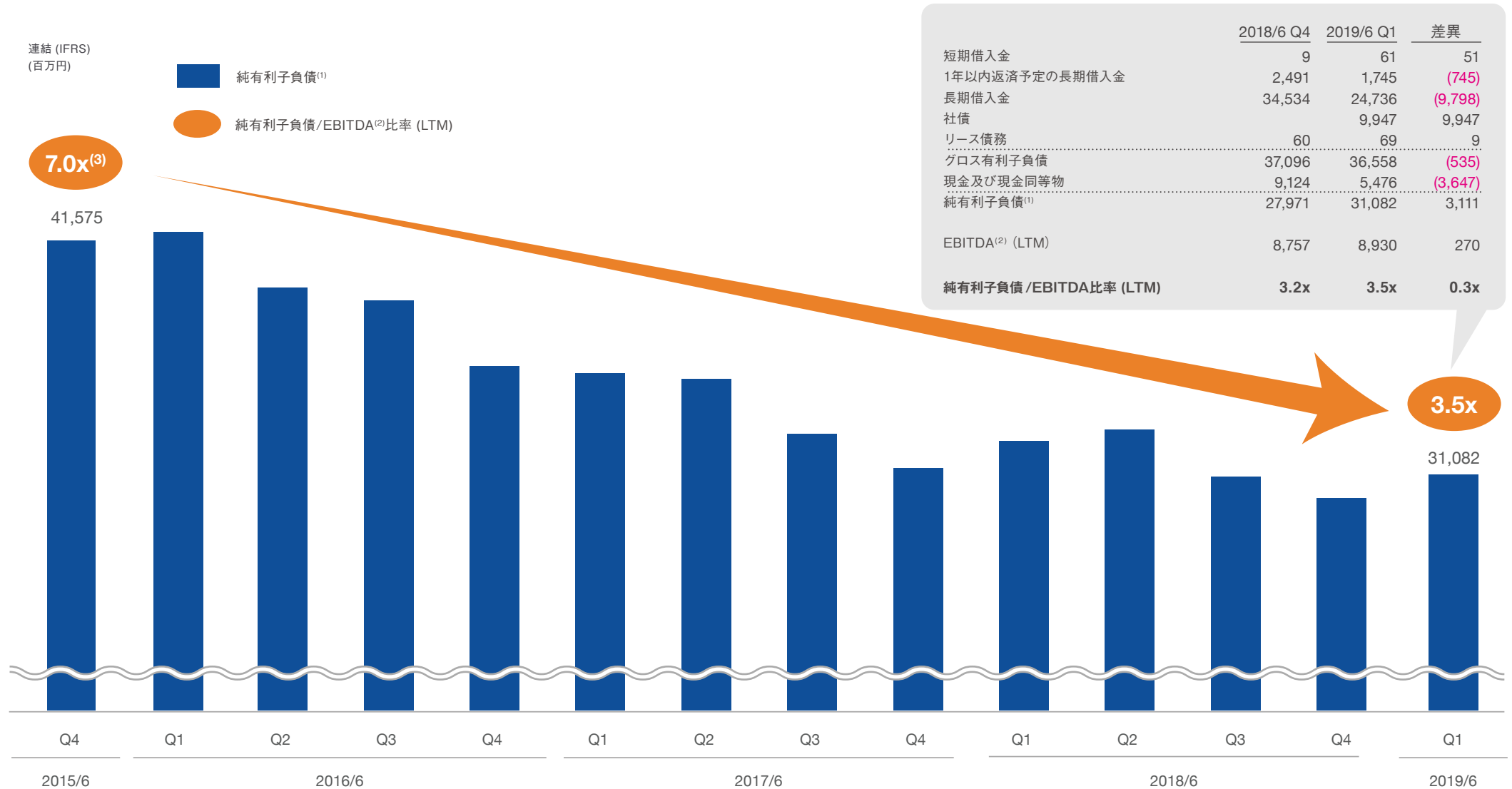
☑ ウォレットシェア拡大機会の獲得とオンライン/オフライン統合ソリューション提供力の強化

注

1. マーケティング・リサーチ事業のみ

堅実なキャッシュフロー創出による純有利子負債(Net Debt)の削減

四半期毎の純有利子負債⁽¹⁾ 及び 純有利子負債 / EBITDA⁽²⁾ 比率 (LTM)



注

1. 純有利子負債 (Net Debt) = 有利子負債(短期借入金 + 1年以内に返済期限を迎える長期借入金 + 長期借入金 + リース債務) - 現金及び現金同等物

2. EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失 (四半期末日におけるLTMベース)

3. 調整後EBITDAベース。調整後EBITDA = EBITDA + マネジメントフィー + 上場関連費用 + 非公開化関連費用 + リファイナンス関連費用 + M&A関連費用 + 退任役員退職金。調整項目の詳細はp.40&41の調整項目表をご参照

連結損益計算書

	IFRS				
	通期比較			3カ月比較	
	2016/6	2017/6	2018/6	2018/6 Q1	2019/6 Q1
(百万円)					
売上収益	32,504	35,514	40,024	8,779	10,388
パネル費	(4,303)	(4,749)	(5,118)	(1,235)	(1,363)
外注費	(4,243)	(4,545)	(5,158)	(1,168)	(1,327)
人件費	(11,780)	(12,462)	(14,509)	(3,294)	(4,061)
減価償却費及び償却費	(874)	(871)	(1,052)	(252)	(333)
その他	(5,681)	(6,321)	(6,566)	(1,421)	(1,726)
営業費用 合計	(26,882)	(28,950)	(32,404)	(7,371)	(8,812)
その他の営業収益	272	283	42	4	28
その他の営業費用	(168)	(31)	(57)	(14)	(18)
持分法による投資利益	3	9	2	1	0
営業利益	5,730	6,825	7,607	1,398	1,586
金融収益	496	15	528	313	49
金融費用	(2,139)	(958)	(763)	(236)	(329)
税引前当期利益	4,087	5,882	7,372	1,475	1,306
法人所得税費用	(848)	(1,672)	(2,201)	(505)	(405)
当期利益	3,238	4,210	5,170	970	900
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,832	3,706	4,719	922	790

連結損益計算書 - 営業費用に係る調整項目表

(百万円)	IFRS				
	四半期				通期
	2016/6 Q1	2016/6 Q2	2016/6 Q3	2016/6 Q4	2016/6
営業費用 合計	(6,405)	(6,811)	(6,853)	(6,812)	(26,882)
パネル費	(1,011)	(1,087)	(1,142)	(1,061)	(4,303)
外注費	(1,046)	(1,053)	(1,201)	(941)	(4,243)
人件費	(2,735)	(3,033)	(2,917)	(3,094)	(11,780)
減価償却費及び償却費	(230)	(209)	(212)	(220)	(874)
その他	(1,379)	(1,428)	(1,379)	(1,495)	(5,681)
	2017/6 Q1	2017/7 Q2	2017/6 Q3	2017/6 Q4	2017/6
営業費用 合計	(6,649)	(6,985)	(8,114)	(7,201)	(28,950)
パネル費	(1,042)	(1,201)	(1,225)	(1,280)	(4,749)
外注費	(1,084)	(1,129)	(1,353)	(977)	(4,545)
人件費	(2,957)	(3,024)	(3,254)	(3,225)	(12,462)
減価償却費及び償却費	(208)	(216)	(213)	(232)	(871)
その他	(1,356)	(1,414)	(2,067)	(1,484)	(6,321)
	2018/6 Q1	2018/6 Q2	2018/6 Q3	2018/6 Q4	2018/6
営業費用 合計	(7,371)	(7,802)	(8,870)	(8,359)	(32,404)
パネル費	(1,235)	(1,347)	(1,364)	(1,241)	(5,118)
外注費	(1,168)	(1,318)	(1,428)	(1,175)	(5,158)
人件費	(3,294)	(3,411)	(3,926)	(3,876)	(14,509)
減価償却費及び償却費	(252)	(253)	(270)	(276)	(1,052)
その他	(1,421)	(1,472)	(1,881)	(1,792)	(6,566)

連結貸借対照表

(百万円)	IFRS				(百万円)	IFRS			
	2016/6/30	2017/6/30	2018/6/30	2019/9/30		2016/6/30	2017/6/30	2017/6/30	2019/9/30
資産の部					負債および純資産の部				
流動資産	12,725	15,485	18,409	15,856	流動負債	8,848	8,952	10,890	8,637
現金及び現金同等物	6,124	8,447	9,124	5,476	借入金	3,319	2,617	2,500	1,806
営業債権及びその他の債権	6,015	6,388	8,744	9,488	営業債務及びその他の債務	2,492	2,492	3,008	3,491
その他の流動資産 ⁽¹⁾	586	649	540	897	その他の流動負債 ⁽¹⁾	3,036	3,842	5,379	3,338
非流動資産	53,839	55,330	56,820	58,061	非流動負債	41,068	39,511	36,871	37,114
有形固定資産	979	1,034	1,152	1,260	借入金	38,535	36,880	34,534	34,683
無形固定資産	50,788	52,127	53,562	54,403	その他の非流動負債 ⁽¹⁾	2,533	2,630	2,335	2,431
のれん	45,290	46,067	46,957	47,347	負債合計	49,916	48,463	47,762	45,751
その他の無形資産	5,498	6,059	6,605	7,056	資本合計	16,647	22,352	27,468	28,166
その他の非流動資産 ⁽¹⁾	2,070	2,169	2,102	2,397	負債及び純資産合計	66,564	70,815	75,230	73,918
資産合計	66,564	70,815	75,230	73,918					

注

1. その他の流動資産はその他の金融資産及びその他の流動資産の合計。その他の非流動資産は持分法で会計処理されている投資、その他の金融資産、繰延税金資産及びその他の非流動資産の合計。その他の流動負債はその他の金融負債、未払法人所得税等引当金及びその他の流動負債の合計。その他の非流動負債はその他の金融負債、退職給付に係る負債、引当金、繰延税金負債及びその他の非流動負債の合計

連結キャッシュ・フロー計算書

IFRS

(百万円)	通期比較			3カ月比較	
	2016/6	2017/6	2018/6	2018/6 Q1	2019/6 Q1
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,665	5,733	5,610	(497)	(1,298)
税引前利益	4,087	5,882	7,372	1,475	1,306
減価償却費及び償却費	874	871	1,052	252	333
金融収益	(496)	(15)	(528)	(313)	(49)
金融費用	2,139	958	763	236	329
営業債権債務及びその他の債権債務の増減額(増加) ⁽¹⁾	(338)	(131)	(2,175)	(1,124)	(747)
その他 ⁽²⁾	506	(69)	838	(255)	(633)
小計	6,772	7,496	7,323	271	538
利息及び配当金の受取額	33	18	11	7	11
利息の支払額	(1,450)	(1,120)	(456)	(197)	(212)
法人税の支払額	(690)	(660)	(1,267)	(578)	(1,635)
投資活動によるキャッシュ・フロー	67	(1,348)	(2,101)	(210)	(422)
資産の取得による支出 ⁽³⁾	(647)	(1,007)	(1,026)	(185)	(738)
子会社の取得による支出	—	—	(1,044)	(67)	328
その他 ⁽²⁾	714	(340)	(30)	42	(12)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(5,602)	(2,155)	(2,813)	(490)	(1,921)
借入による収入 ⁽⁴⁾	42,676	237	1,007	1,007	9,997
借入金の返済による支出	(48,207)	(3,357)	(3,636)	(1,210)	(11,483)
新株の発行による収入	—	1,149	408	55	75
その他 ⁽²⁾	(71)	(185)	(591)	(343)	(510)

注

1. 営業債権及びその他の債権の増減と営業債務及びその他の債務の増減の合計

2. 営業活動によるキャッシュ・フローにおけるその他は、持分法による投資損益、持分法投資売却益及びその他の合計。投資活動によるキャッシュ・フローにおけるその他は、定期預金の払戻による収入、投資の取得による支出、投資の売却/償還による収入及びその他。財務活動によるキャッシュ・フローにおけるその他は、端数株式処分代金の支払による支出、非支配持分への配当金支払額及びその他

3. 有形固定資産の取得による支出及び無形資産の取得による支出の合計

4. 短期借入れによる収入及び長期借入れによる収入の合計

調整項目表 - 通期比較

調整後EBITDA

(百万円)	IFRS			
	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6
営業利益又は損失	(586)	5,730	6,825	7,607
(+) 減価償却費及び償却費	771	874	871	1,052
(+) 減損損失 ⁽¹⁾	4,370	—	—	—
EBITDA	4,555	6,604	7,696	8,660
(+) M&A関連費用 ⁽²⁾	506	155	—	—
(+) マネジメントフィー ⁽³⁾	106	120	374	—
(+) リファイナンス関連費用	—	92	—	—
(+) 退任役員退職金 ⁽⁴⁾	527	—	—	—
(+) 上場関連費用	226	173	460	97
調整後EBITDA	5,921	7,146	8,531	8,757

注

1. MetrixLab Holdeing B.V.株式の取得時に計上したのれんの減損損失
2. MetrixLabグループの買収に伴い一時的に発生したデューデリジェンス費用及びアドバイザー費用等
3. ベインキャピタルとのマネジメント契約に基づく年間マネジメントフィー及び関連費用
4. 当社創業者及び元代表取締役の杉本哲哉氏に対する退任役員退職金
5. 当社非公開化後に実施したリファイナンスに関連して一時的に発生したアドバイザー費用
6. Macromill及びMetrixLabそれぞれの実効税率を基に算出

調整後親会社の所有者に帰属する当期利益

(百万円)	IFRS			
	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6
親会社の所有者に帰属する当期利益又は損失	(4,320)	2,832	3,706	4,719
(+) リファイナンス関連費用 ⁽⁵⁾	909	557	—	—
(+) M&A関連費用 ⁽²⁾	506	155	—	—
(+) マネジメントフィー ⁽³⁾	106	120	374	—
(+) 上場関連費用	226	173	481	97
(+) 減損損失 ⁽¹⁾	4,370	—	—	—
(+) 退任役員退職金 ⁽⁴⁾	527	—	—	—
(-) 調整項目の税金調整額 ⁽⁶⁾	718	345	312	3
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益	1,606	3,494	4,249	4,813

調整項目表 - 四半期比較

調整後EBITDA

(百万円)	IFRS		
	2017/6 Q1	2018/6 Q1	2019/6 Q1
営業利益又は損失	1,569	1,398	1,587
(+) 減価償却費及び償却費	208	252	333
(+) 減損損失 ⁽¹⁾	—	—	—
EBITDA	1,777	1,651	1,920
(+) マネジメントフィー ⁽³⁾	25	—	—
(+) 上場関連費用	85	22	7
(+) M&A関連費用 ⁽²⁾	—	—	—
(+) リファイナンス関連費用	—	—	—
(+) 退任役員退職金 ⁽⁴⁾	—	—	—
調整後EBITDA	1,888	1,673	1,927

注

1. MetrixLab Holdeing B.V.株式の取得時に計上したのれんの減損損失
2. MetrixLabグループの買収に伴い一時的に発生したデューデリジェンス費用及びアドバイザー費用等
3. ベインキャピタルとのマネジメント契約に基づく年間マネジメントフィー及び関連費用
4. 当社創業者及び元代表取締役の杉本哲哉氏に対する退任役員退職金
5. 当社非公開化後に実施したリファイナンスに関連して一時的に発生したアドバイザー費用
6. Macromill及びMetrixLabそれぞれの実効税率を基に算出

調整後親会社の所有者に帰属する当期利益

(百万円)	IFRS		
	2017/6 Q1	2018/6 Q1	2019/6 Q1
親会社の所有者に帰属する当期利益又は損失	825	922	791
(+) マネジメントフィー ⁽³⁾	25	—	—
(+) 上場関連費用	85	22	7
(+) リファイナンス関連費用 ⁽⁵⁾	—	—	—
(+) M&A関連費用 ⁽²⁾	—	—	—
(+) 減損損失 ⁽¹⁾	—	—	—
(+) 退任役員退職金 ⁽⁴⁾	—	—	—
(-) 調整項目の税金調整額 ⁽⁶⁾	22	0	0
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益	913	944	797

調整項目に係る平準化の詳細

調整後EBITDA

(百万円)	2017/6 Q1	2017/6 Q2	2017/6 Q3	2017/6 Q4	FY17/6
EBITDA	1,777	2,606	2,107	1,205	7,696
(+) 上場関連費用	159	136	147	17	460
消費税等簡易課税差額収益 ⁽¹⁾	0	0	(196)	(25)	(222)
その他上場関連費用	159	136	344	43	682
(+) その他調整項目	25	25	324	(0)	375
調整後EBITDA	1,962	2,768	2,578	1,222	8,531

平準化した調整後EBITDA

(百万円)	2017/6 Q1	2017/6 Q2	2017/6 Q3	2017/6 Q4	FY17/6
EBITDA	1,777	2,606	2,107	1,205	7,696
(+) 上場関連費用	85	55	302	17	460
消費税等簡易課税差額収益 ⁽¹⁾	(74)	(81)	(42)	(25)	(222)
その他上場関連費用	159	136	344	43	682
(+) その他調整項目	25	25	325	(0)	375
調整後EBITDA	1,888	2,687	2,734	1,222	8,531

調整後親会社の所有者に帰属する当期利益

(百万円)	2017/6 Q1	2017/6 Q2	2017/6 Q3	2017/6 Q4	FY17/6
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益	825	1,025	1,106	749	3,706
(+) 上場関連費用	159	136	168	17	481
消費税等簡易課税差額収益 ⁽¹⁾	0	0	(196)	(25)	(222)
その他上場関連費用	159	136	365	43	704
(+) その他調整項目	25	25	324	(0)	375
(-) 調整項目の税金調整額	45	39	136	92	313
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益	964	1,147	1,463	674	4,249

平準化した調整後親会社の所有者に帰属する当期利益

(百万円)	2017/6 Q1	2017/6 Q2	2017/6 Q3	2017/6 Q4	FY17/6
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益	825	1,025	1,106	749	3,706
(+) 上場関連費用	85	55	323	17	481
消費税等簡易課税差額収益 ⁽¹⁾	(74)	(81)	(42)	(25)	(222)
その他上場関連費用	159	136	365	43	704
(+) その他調整項目	25	25	324	(0)	375
(-) 調整項目の税金調整額	22	5	194	92	313
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益	913	1,101	1,561	674	4,249

Note

1. 新規上場プロセスの一環でそれまで当社に適用されていた「消費税等の簡易課税制度」が2018年6月期より適用廃止となることに伴い、「その他の営業収益」に計上していた「消費税等簡易課税差額収益」を、2017年6月期第3四半期に3四半期分の累計として新たな調整項目に算出しておりました。より適切な四半期毎の期間比較を可能にするため、「消費税等簡易課税差額収入」を2017年6月期第1四半期より遡及して調整していたと仮定した場合の調整後EBITDA及び調整後親会社の所有者に帰属する四半期(当期)利益を上記のとおり算出しております(従って、通期ベースでの調整後EBITDA、及び通期ベースでの調整後親会社の所有者に帰属する当期利益に変化はございません)。

MACROMILL
a Macromill Group company

