

2019/6期 Q3決算説明資料

2019年5月13日



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。

2019/6期 Q3 Key Takeaways

- ✓ 第3四半期 (単独) は、単独四半期で過去最高の売上及び利益水準を達成 (売上収益120億円、EBITDA 31億円、営業利益 28億円、当期利益18億円)
- ✓ オーガニック成長率は第2四半期と同程度の水準に留まった
- ✓ 第3四半期(累計)までの売上収益及び利益は、2019年2月に発表した修正予想値に対して、計画通りの進捗状況
- ✓ 足許の状況や見通しを踏まえた事業戦略の見直し作業を行っており、次の通期決算発表時に新中期経営計画として公表予定
- ✓ 当社の持つ市場機会は大きいという見方に変化はなく、当社ビジョンの実現に向けて、市場成長を上回るペースでの事業拡大にコミットしたい

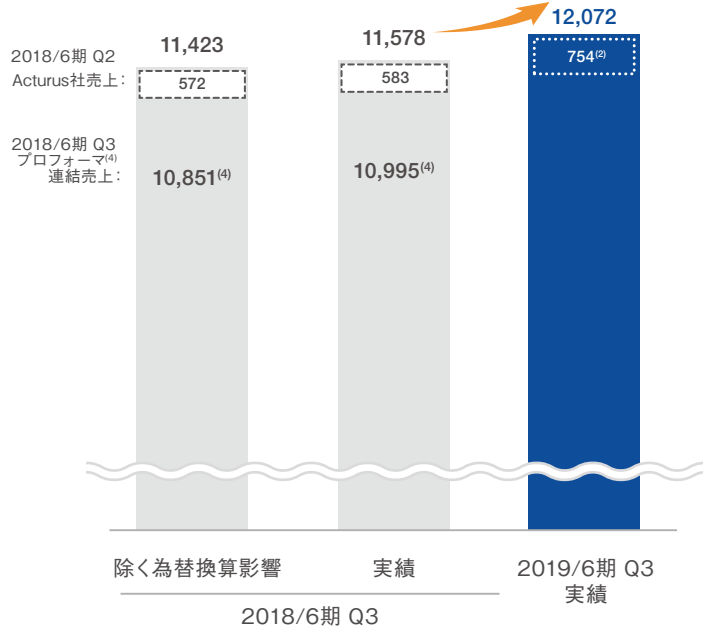
2019/6期 Q3 連結業績⁽¹⁾: サマリー

売上高

連結 (IFRS) (百万円) Acturus社の売上高⁽⁴⁾ HMM⁽²⁾社の売上高

名目成長率:
除く為替換算影響 実績
+6% **+4%**

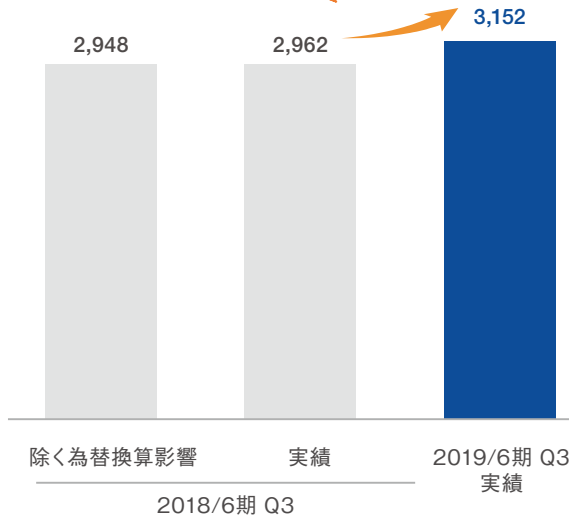
プロフォーマ⁽⁴⁾成長率:
除く為替換算影響 実績
+11% **+10%**



EBITDA⁽³⁾

連結 (IFRS) (百万円)

除く為替換算影響 実績
+7% **+6%**

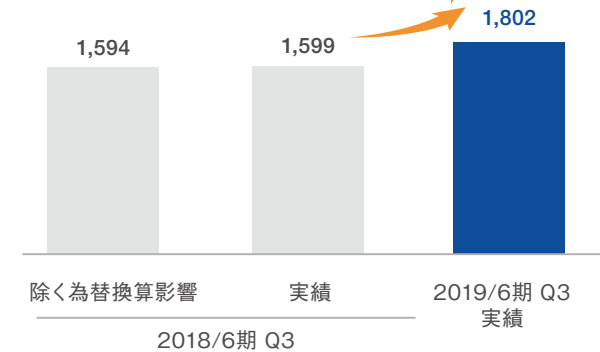


マージン **25.8%** **25.6%** **26.1%**

親会社の所有者に帰属する四半期利益

連結 (IFRS) (百万円)

除く為替換算影響 実績
+13% **+13%**



マージン **14.0%** **13.8%** **14.9%**

注

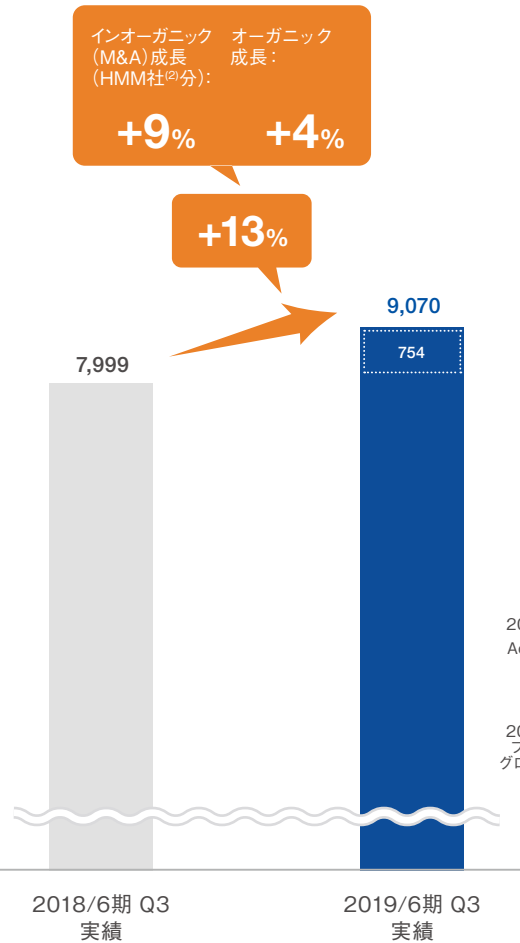
- 2018年6月期Q3(実績)及び2019年6月期Q3は平均為替レート1ユーロ=132.77円及び1ユーロ=125.57円を適用している。2018年6月期Q3(除く為替換算影響)では2019年6月期Q3に適した平均為替レート1ユーロ=125.57円を適用している。各為替レートはMetrixLabの2018年6月期及び2019年6月期それぞれにおける連結業績を当社の連結決算に反映する際に適用している。為替換算影響を除く財務数値は、前年同期比からのユーロ円の為替変動の影響を除いた当社グループの事業の状況、特にMetrixLab含む海外事業の状況を理解いただくことを目的に記載している
- 当社が2018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
- 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
- 米Acturus社 (2018/6期Q2期初において買収)の業績の連結に際しては、第2四半期連結会計期間からの6ヵ月 (Q2及びQ3分) にあたる2四半期累積分が、第3四半期にまとめて計上されている。適切な四半期業績の期間比較を可能にするために、上記ではActurusのQ2相当分の売上収益を当社のQ3連結売上から減算している

2019/6期 Q3 連結業績⁽¹⁾: 売上収益ドライバー

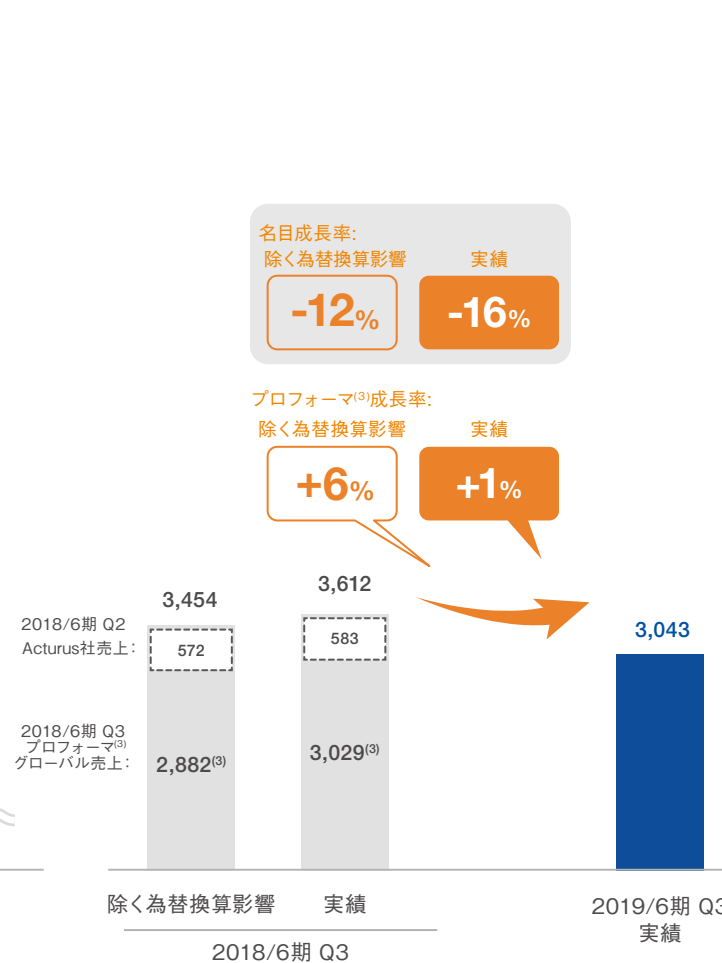
Q3 単独

日本

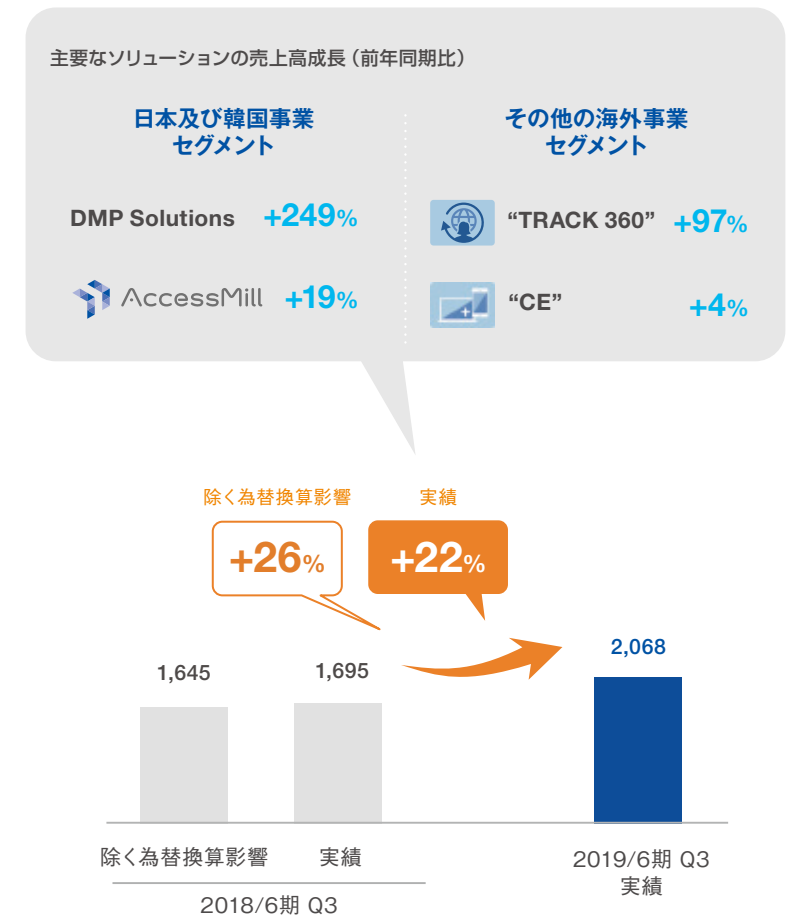
連結 (IFRS) (百万円) HMM⁽²⁾社の売上高

グローバル (日本除く)⁽¹⁾

連結 (IFRS) (百万円) Acturus社の売上高⁽³⁾

デジタル・マーケティング売上高⁽¹⁾

連結 (IFRS) (百万円)



注

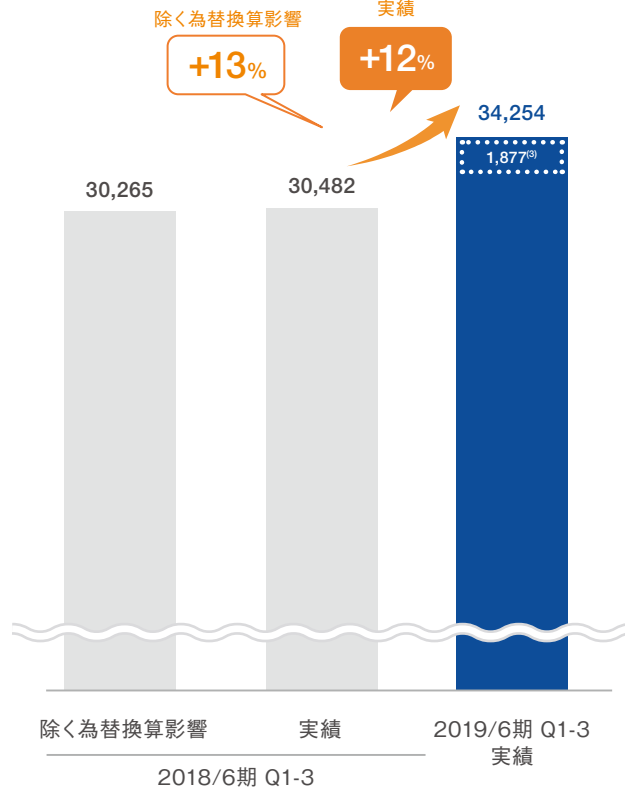
- 2018年6月期Q3(実績)及び2019年6月期Q3は平均為替レート1ユーロ=132.77円及び1ユーロ=125.57円を適用している。2018年6月期Q3(除く為替換算影響)では2019年6月期Q3に適した平均為替レート1ユーロ=125.57円を適用している。各為替レートはMetrixLabの2018年6月期及び2019年6月期それぞれにおける連結業績を当社の連結決算に反映する際に適用している。為替換算影響を除く財務数値は、前年同期比からのユーロ円の為替変動の影響を除いた当社グループの事業の状況、特にMetrixLab含む海外事業の状況を理解いただくことを目的に記載している
- 当社が2018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
- 米Acturus社(2018/6期Q2期初において買収)の業績の連結に際しては、第2四半期連結会計期間からの6ヵ月(Q2及びQ3分)にあたる2四半期累積分が、第3四半期にまとめて計上されている。適切な四半期業績の期間比較を可能にするために、上記ではActurusのQ2相当分の売上収益を当社のQ3グローバル売上から減算している

2019/6期 Q3 YTD 連結業績⁽¹⁾: サマリー

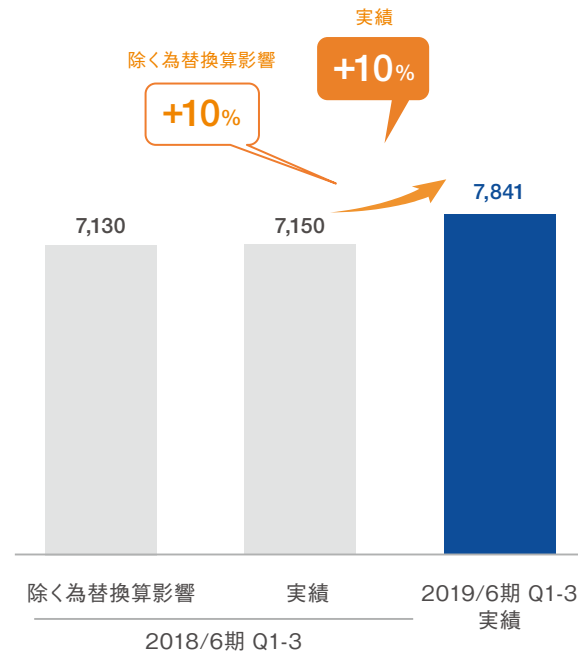
Q3 YTD (9ヶ月)

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

23.6%

23.5%

22.9%

マージン

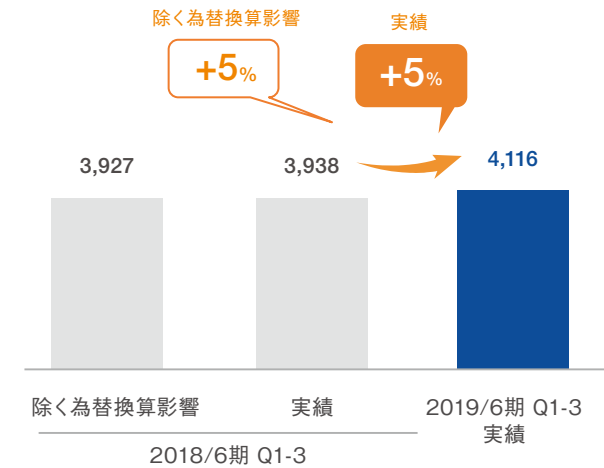
13.0%

12.9%

12.0%

親会社の所有者に帰属する四半期利益

連結 (IFRS) (百万円)



マージン

13.0%

12.9%

12.0%

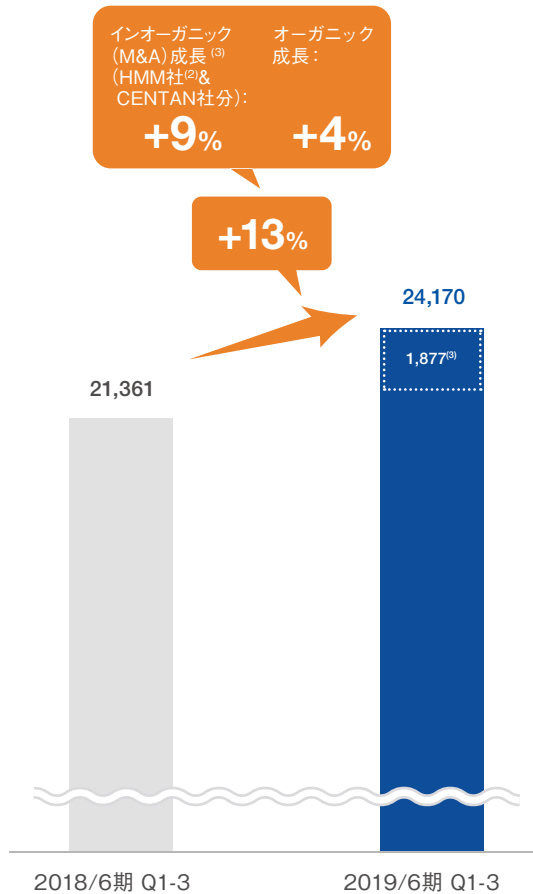
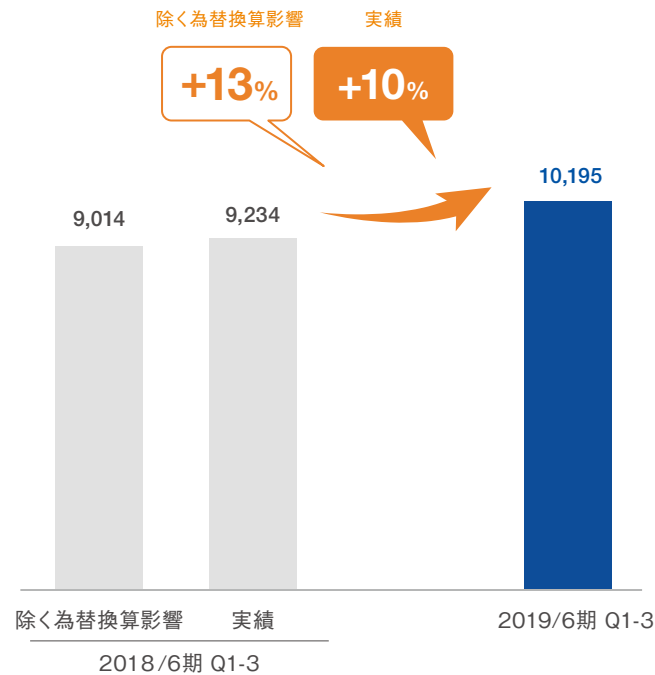
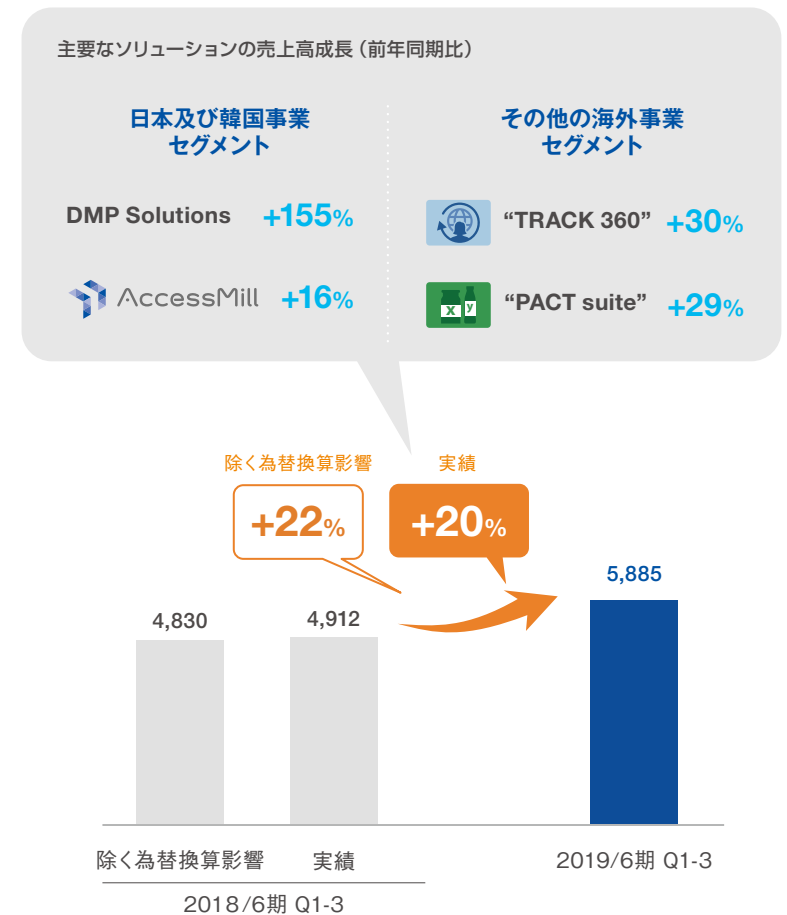
注

- 2018年6月期Q1-3(実績)及び2019年6月期Q1-3は平均為替レート1ユーロ=132.16円及び1ユーロ=128.12円を適用している。2018年6月期Q1-3(除く為替換算影響)では2019年6月期Q1-3に適した平均為替レート1ユーロ=128.12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、2019/6期 Q1-Q3分のM&A貢献分については、HMM(Q1-Q3)及びCENTAN(Q1-Q2 CENTANは2018/6期Q3より51%持分保有の連結子会社化)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

2019/6期 Q3 YTD 連結業績⁽¹⁾: 売上収益ドライバー

Q3 YTD (9ヶ月)

日本

連結 (IFRS)
(百万円)HMM⁽²⁾社、CENTAN社の売上高⁽³⁾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Q1-3(実績)及び2019年6月期Q1-3は平均為替レート1ユーロ=132.16円及び1ユーロ=128.12円を適用している。2018年6月期Q1-3(除く為替換算影響)では2019年6月期Q1-3に適した平均為替レート1ユーロ=128.12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、2019/6期 Q1-Q3分のM&A貢献分については、HMM(Q1-Q3)及びCENTAN(Q1-Q2 CENTANは2018/6期Q3より51%持分保有の連結子会社化)分のみを合算しております

Q3財務情報に係るアップデート

連結損益計算書 (P/L)

連結損益計算書要旨

(百万円)	IFRS			
	9カ月比較		差異	前年比成長率
	2018/6期 Q1-3	2019/6期 Q1-3		
売上収益	30,482	34,254	3,772	12%
人件費	(10,632)	(12,157)	(1,525)	14%
パネル費	(3,946)	(4,799)	(853)	22%
外注費	(3,914)	(4,666)	(752)	19%
減価償却費	(775)	(1,016)	(241)	31%
その他	(4,837)	(4,788)	49	(1%)
営業利益	6,374	6,824	450	7%
金融収益・費用	(153)	(342)	(189)	124%
税引前当期利益	6,221	6,482	261	4%
法人所得税費用	(1,929)	(1,869)	60	(3%)
非支配持分に帰属する当期利益	(352)	(496)	(144)	41%
親会社に帰属する当期利益	3,938	4,116	178	5%
EBITDA	7,150	7,841	691	10%
EPS (基本的・一株当たり当期利益) (円)	100.61	103.28	2.67	3%
営業利益率	20.9%	19.9%	(1.0%)	
EBITDAマージン	23.5%	22.9%	(0.6%)	

2019/6期 Q1-Q3 P/L ハイライト

差異要因

- ✔ **売上収益:** 日本及び韓国事業セグメント 3,349
その他の海外事業セグメント 420
- ✔ **人件費:** 昨年Q3末2,083人から2,287人まで増員(+204人)
日本及び韓国事業セグメント +228人
 - 博報堂との合弁事業 +117人
 - その他 +111人
 その他の海外事業セグメント -24人
- ✔ **パネル費:** その他の海外事業セグメントにおける科目修正の結果、パネル費用が増加 452
費用の振り替えであるため、「営業費用-その他」は同額の減少
- ✔ **外注費:** 受注案件の高度化、特殊化などの影響
ただし、内製化が進んでおり外注比率は改善傾向
- ✔ **減価償却費:** IT投資の償却費増加 230
- ✔ **金融収益:** 為替差益の減少 166
- ✔ **金融費用:** リファイナンスに伴う当年度の一時的費用 158
リファイナンスに伴う支払利息等の減少 126
- ✔ **非支配持分に帰属する当期利益:**
 博報堂との合弁事業の伸長 49
 電通との合弁事業の伸長 39
 韓国事業の伸長 28
- ✔ **営業利益率およびEBITDAマージン:**
 EBITDAマージンの低下は主に低マージン事業の買収によるもの
 営業利益率はIT投資などによる減価償却費の増加も加わり、更に低下

連結貸借対照表 (B/S)

連結財政状態計算書要旨

	IFRS		差異
	2018/6期 (2018/6/30)	2019/6期 Q3 (2019/3/31)	
(百万円)			
資産	75,230	77,324	2,094
現金及び現金同等物	9,124	7,645	(1,479)
営業債権及びその他の債権	8,744	11,419	2,675
有形固定資産	1,152	1,221	69
のれん	46,957	46,928	(29)
その他の無形資産	6,605	6,961	356
その他の資産	2,648	3,148	500
負債	47,762	45,545	(2,217)
借入金及び社債	37,035	35,570	(1,465)
営業債務及びその他の債務	3,008	3,852	844
その他の負債	7,719	6,121	(1,598)
資本	27,468	31,779	4,311

2019/6期 Q3 B/S ハイライト

- 運転資金: 営業債権の回転期間 89.9日
 - 前年同期比 2.1日短期化
 営業債務及びパネルポイント引当金の回転期間 47.2日
 - 前年同期比 0.3日長期化
- 資金調達コスト:
 - Q3平均利率 1.06% (前年同期1.62%)
 - 金融機関金利 1.27%
 - 社債 0.50%
 - コミットメントライン(未使用額)4,500百万円
 - 格付(R&I) BBB+
- レバレッジ関連指標:
 - 純有利子負債/EBITDA比率 2.99倍 (前年同期3.63倍)
 - インタレスト・カバレッジ・レシオ 11.50倍 (前年同期11.25倍)
- 資本効率関連指標:
 - 親会社所有者帰属持分当期利益率(ROE、直近12か月で算定) 18.2% (前年同期比3.1ポイント減)

連結キャッシュ・フロー計算書

連結キャッシュ・フロー計算書要旨

(百万円)	IFRS	
	9カ月比較	
	2018/6 Q1-3	2019/6 Q1-3
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,379	2,559
税引前利益	6,221	6,482
減価償却費及び償却費	775	1,016
金融収益・費用(純額)	153	342
営業債権債務及びその他の債権債務の増減額 ⁽¹⁾	(3,564)	(2,533)
その他 ⁽²⁾	331	374
小計	3,917	5,683
利息及び配当金の受取額	10	15
利息支払額	(413)	(359)
法人所得税の支払額	(1,134)	(2,779)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,703)	(1,200)
資産の取得による支出 ⁽³⁾	(781)	(1,511)
子会社の取得による支出/収入(純額)	(1,008)	297
その他 ⁽²⁾	85	13
フリーキャッシュ・フロー⁽⁴⁾	1,089	1,718
財務活動によるキャッシュ・フロー	(2,684)	(2,863)
借入 ⁽⁵⁾ 及び社債発行による収入	1,007	10,047
借入金 ⁽⁵⁾ の返済による支出	(3,455)	(12,509)
新株の発行による収入	367	162
その他 ⁽²⁾	(603)	(563)

2019/6期 Q1-3 C/F ハイライト

- ✔ 営業活動によるキャッシュ・フロー: 2,559 (前年同期比 7.6%増)
 - 税引前利益の増加 261
 - 所得金額増加及び欠損金の繰越控除額終了
 - 法人税支払額の増加 1,645
 - 回収改善により営業債権が減少 1,121
- ✔ 投資活動によるキャッシュ・フロー: -1,200 (前年同期比 29.5%減)
 - IT投資およびオフィス増床による増加 734
 - 前期子会社取得による支出 1,008
- ✔ フリーキャッシュ・フロー: 1,718 (前年同期比 57.8%増)
- ✔ 財務活動によるキャッシュ・フロー: -2,863 (前年同期比 6.7%増)
 - 社債発行およびそれに伴う一部借入金の返済
- ✔ 現金及び現金同等物増加: 1,196

	IFRS	
	9カ月比較	
	2018/6 Q1-3	2019/6 Q1-3
現金及び現金同等物の増減	(2,008)	(1,504)
現金及び現金同等物期首残高	8,447	9,124
現金及び現金同等物に係る換算差額	11	25
現金及び現金同等物期末残高	6,449	7,645

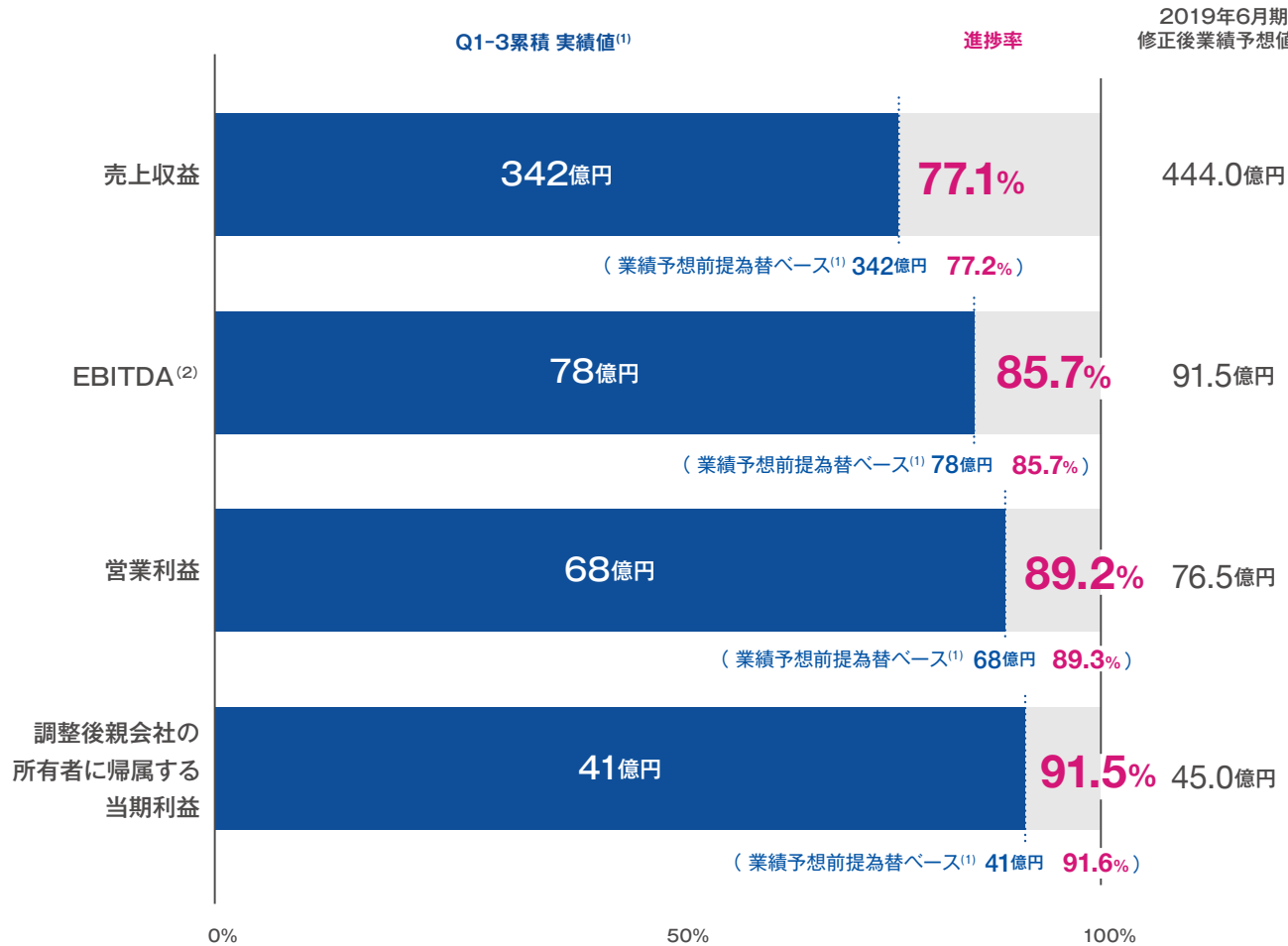
注

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. 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
5. 短期借入及び長期借入の合計

2019/6期 Q3: 修正後業績予想値に対する達成度

2019/6期 Q1-3累積実績値 vs. 2019/6期修正後業績予想値

連結 (IFRS)



- 売上収益進捗率: 「計画通り」
 - 顧客決算時期(3月と12月)の売上が高い傾向があり、Q4売上はQ2およびQ3と比較し減少する傾向
 - 修正後業績予想に上記の季節要因も加味されており、進捗率77.1%はほぼ計画通り
 - ただし、変動要素の大きい事業もあるため業績達成に向けて予断を許さない状況
- EBITDA進捗率: 「計画通り」
 - 売上収益の季節要因により、EBITDA進捗率もほぼ修正後業績予想の見込み通り
- 営業利益進捗率: 「やや高い進捗」
 - 一部のシステム開発に若干の遅れがあり、Q3の償却費が想定よりも約80百万円減
- 当期利益進捗率: 「高い進捗」
 - Q3において金融負債の洗い替えによる評価益が発生
- 為替: 「やや向かい風」
 - Q3はユーロ、韓国ウォン共に修正後業績予想の想定レートと大きな乖離なし
 - 対ユーロおよび対韓国ウォンで円高基調が続いており、Q4の業績には向かい風となるリスクがある

(修正後業績予想の想定為替レートは1EUR=125.73円、1KRW=0.0987円)

注

1. 2019年6月期 Q1-3 (実績) は平均為替レート1ユーロ=128.12円を適用している。2019年6月期 (修正後業績予想値) は平均為替レート1ユーロ=125.73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

事業に係るアップデート

日本事業 - 市場機会と当社のポジショニング

	市場規模	市場成長率	市場シェア / ポジショニング
国内 マーケティング リサーチ市場	2,147億円 ⁽¹⁾ (2017)	2013 0.9% 2014 2.7% 2015 -3.3% 2016 7.8% 2017 2.3% 5Y CAGR 3.4%	
アドホック オンライン リサーチ領域	672億円 ⁽¹⁾ (2017)	2013 9.6% 2014 2.6% 2015 3.2% 2016 6.3% 2017 4.2% 5Y CAGR 5.1%	30%以上 No.1
コンベンショナル (アドホック・オンライン以外) リサーチ領域	1,475億円 ⁽¹⁾ (2017)	2013 -2.6% 2014 2.8% 2015 3.3% 2016 8.5% 2017 1.4% 5Y CAGR 2.6%	約10%程度 N/A
デジタル マーケティング リサーチ領域	N/A およそ879億円程度? =デジタル広告市場 (2018: 1兆7,589億円 ⁽²⁾) の 5%程度と想定	二桁成長 (cf. デジタル広告市場 YoY成長率 (2017 to 2018) : 16.5% ⁽²⁾)	N/A

統計値上、マーケティングリサーチ市場の成長は継続しているが、その成長率は当社の売上成長に比して限定的
当社が今までと同じペースでの成長を続けるためには、より戦略的な取り組みが必要になってきている

注

1. 出典: 日本マーケットリサーチ協会(JMRA) - 経営業務実態調査 (2018/7)

2. 出典: 電通 - 2018 日本の広告費 (2019/2)

日本事業 - 今後の成長戦略

オンライン リサーチ領域

(基本的な戦略)

- 同業他社を上回る確実な成長の実現を通じ、市場シェアの緩やかな拡大を継続する
- 日本発のグローバル・リサーチ領域は依然として高成長が期待できる

(上記実現に向けた布石)

TSR買収

W&S買収

コンベンショナル リサーチ領域

(基本的な戦略)

- 市場シェアの拡大を積極的に追求～未だ低マーケットシェアで伸長の余地が大きい
- イノベーションが乏しい中に先進的なテクノロジーを活用する余地あり

(上記実現に向けた布石)

TSR買収

CENTAN買収
/ NEC事業提携

デジタル マーケティング リサーチ領域

(基本的な戦略)

- 主要な広告代理店とデジタル領域における取引関係を積極的に拡大
- 事業会社との取引拡大が次のステップ～プライベートDMPを足掛かりに

(上記実現に向けた布石)

主要パブリックDMPとの
DataSync

プライベートDMP
関与事例の創出

2019/6期 Q3 M&A Case Study: W&Sホールディングス株式会社 (W&S)

M&A ターゲットエリア

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

016

地理的拡大 & パネルアクセスの拡大

2019.3.28 発表
2019.4.1 クロージング

対象会社



- ✓ 東南アジア地域におけるマーケティングリサーチ及びパネルサプライ事業会社 (未上場企業)

取引形態

- ✓ マジョリティ持分(51%)の取得 (既存株主からの取得)
- ✓ 残存する49%持分に係る将来の買取オプションも併せて同時に取得

当社にとっての意義

- ✓ 東南アジア地域におけるマーケティングリサーチ事業規模及びパネルアクセスの拡大 ↗
- ✓ 従来型リサーチからオンラインリサーチへの移行の加速 ↗

注力領域であるデジタル・マーケティング分野における当社の取り組み

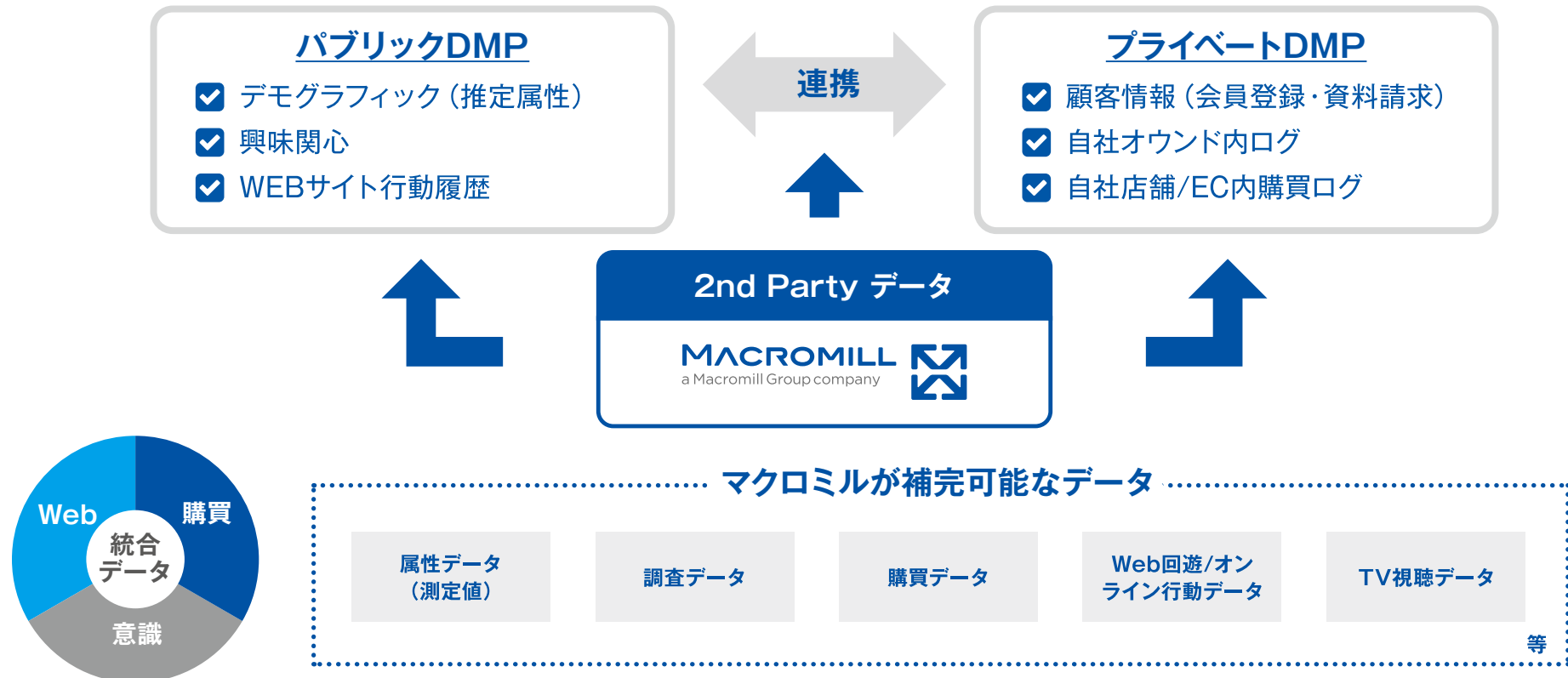
クライアント・ニーズの変化

事業会社における「プライベートDMP」の導入が加速

⇒ CRMから広告・プロモーションまで一気通貫でのマーケティング活動を実現する基盤としての位置づけ

⇒ これまで主に広告配信用途で活用されていた「パブリックDMP」とも連携

消費者データの正確性と網羅性を高めるため 2nd partyデータのニーズが拡大: マクロミルはその最良の担い手



グローバル事業 - 市場機会

	市場規模	市場成長率
グローバル マーケティング リサーチ市場	458億ドル ⁽¹⁾ (2017)	2013 2014 2015 2016 2017 5Y CAGR 8.9% 6.8% -4.5% 0.9% 3.1% 2.9% ⁽¹⁾
オンライン リサーチ領域 ⁽²⁾	179億ドル ⁽¹⁾ (2017)	2013 2014 2015 2016 2017 5Y CAGR 1.1% 15.0% 5.8% 23.7% 5.8% 10.0% ⁽¹⁾
コンベンショナル リサーチ領域 ⁽³⁾	280億ドル ⁽¹⁾ (2017)	2013 2014 2015 2016 2017 5Y CAGR 8.9% 6.8% -8.4% -9.3% 3.1% -0.4% ⁽¹⁾
デジタル マーケティング リサーチ領域	N/A およそ231億ドル程度? =デジタル広告市場 (2017: 2,310億ドル ⁽⁴⁾) の 10%程度と想定	二桁成長 (cf. デジタル広告市場 5年平均成長率 (Forward 5Y CAGR) : 14.7% ⁽⁴⁾)

注

1. 出典: ESOMAR Report (2018/9)

2. オンライン定量調査のみ算出対象とし、ESOMAR資料においても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

3. 上述のオンラインリサーチ (オンライン定量調査のみ) を除くマーケティング・リサーチ

4. 出典: eMarketer Worldwide Ad Spending (2018/9)

グローバル事業 – 現状の課題とアクション・プラン

その他の海外事業（韓国を除く）セグメント: MetrixLab

Q3 YTD 売上収益: 70億円 (YoY成長率: 6.4%)

現状の課題

- 昨年末に発生した米国における二つの大口顧客でのプロジェクトのキャンセルの影響を埋め合わせることができない状況が継続
- 結果としてオーガニック成長が限定的なものに留まり、期初想定ターゲット水準には届かない状況
- Acturus買収後の統合を更に進める中ではチャレンジも存在
- 昨年対比、2019/6期は為替の影響もネガティブに出ている
- 市場の成長は続いているがボラティリティがある

アクションプラン

- 本年1月より米国事業強化プランを発動:
 - リサーチ・デリバリー及びリサーチ組織体制の改善
 - 営業体制の強化
 - 新規事業の獲得に対する更なる注力
 - 新しいソリューション立上げ
- 更なる成長の実現に向けた人材開発

グローバル事業の成長と当社のビジョンの達成に向けて米国事業がキー・ドライバーとなっている状況

Creating

The First Truly Global Digital

Research Company



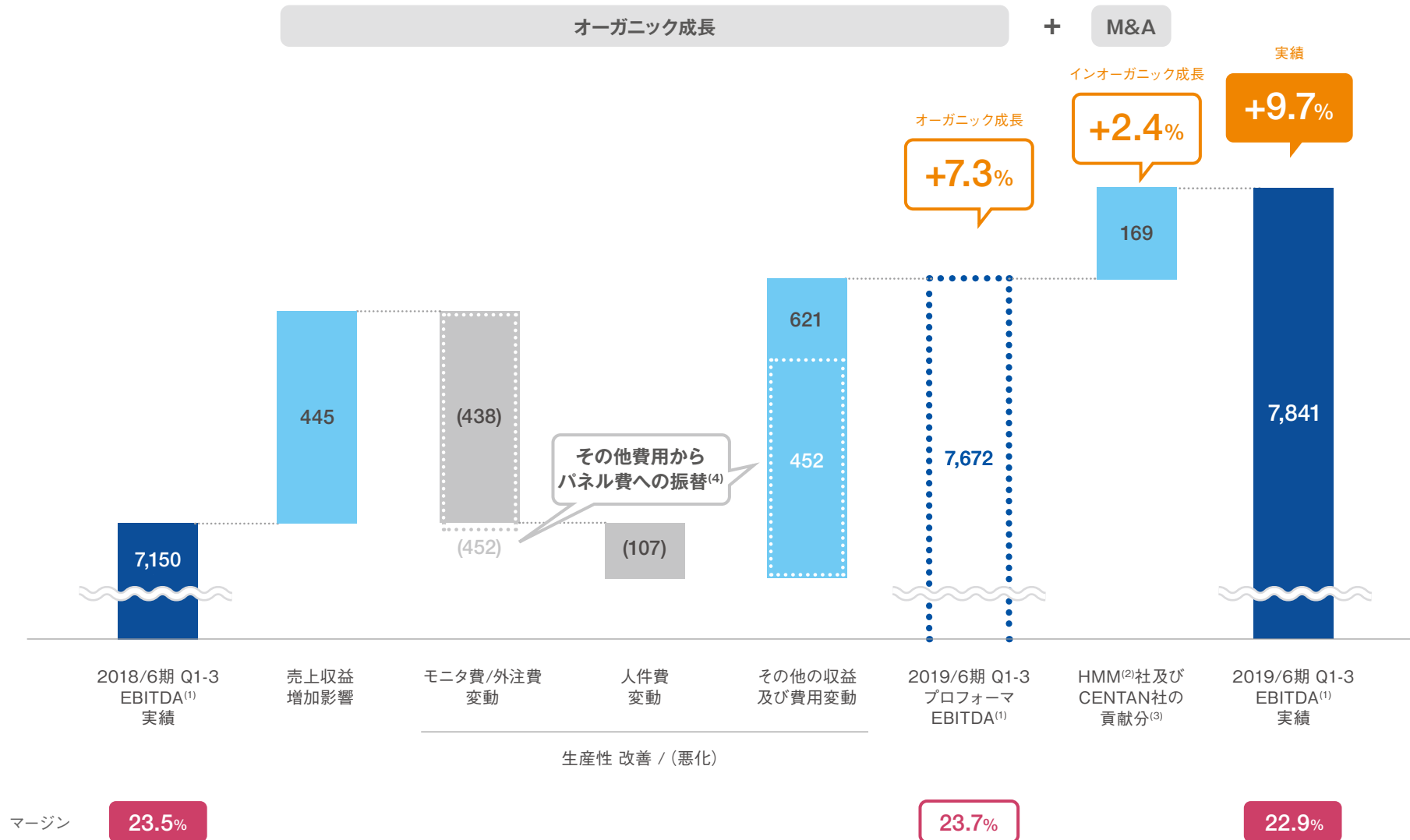
添付資料

- i. Q3財務情報に係る補足的情報
- ii. 当社のビジネスモデル及び戦略
- iii. Q3財務情報の詳細

i. Q3財務情報に係る補足的情報

2019/6期 Q3: EBITDA変動要因

Q3 YTD (9ヶ月)

EBITDA⁽¹⁾の変動要因 - 2018/6期Q1-3 vs. 2019/6期Q1-3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、2019/6期 Q1-Q3分のM&A貢献分については、HMM(Q1-Q3)及びCENTAN(Q1-Q2) CENTANは2018/6期Q3より51%持分保有の連結子会社化)分のみを合算しております

4. その他の海外事業セグメントにおいて「パネル費」と「営業費用 - その他」の計上区分をグループ間で統一した影響

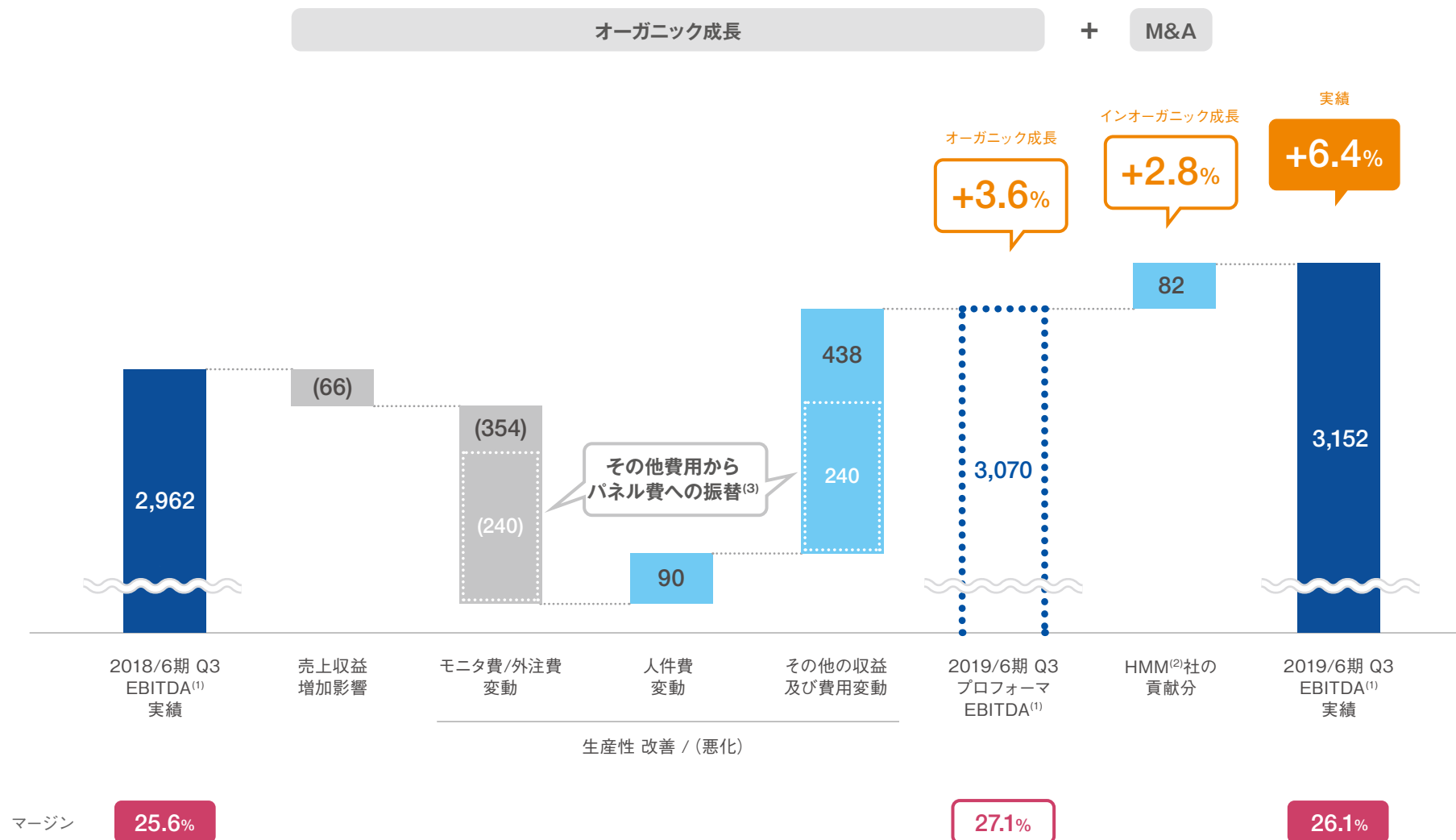
2019/6期 Q3: EBITDA変動要因

Q3 単独

024

EBITDA⁽¹⁾の変動要因 - 2018/6期Q3 vs. 2019/6期Q3

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

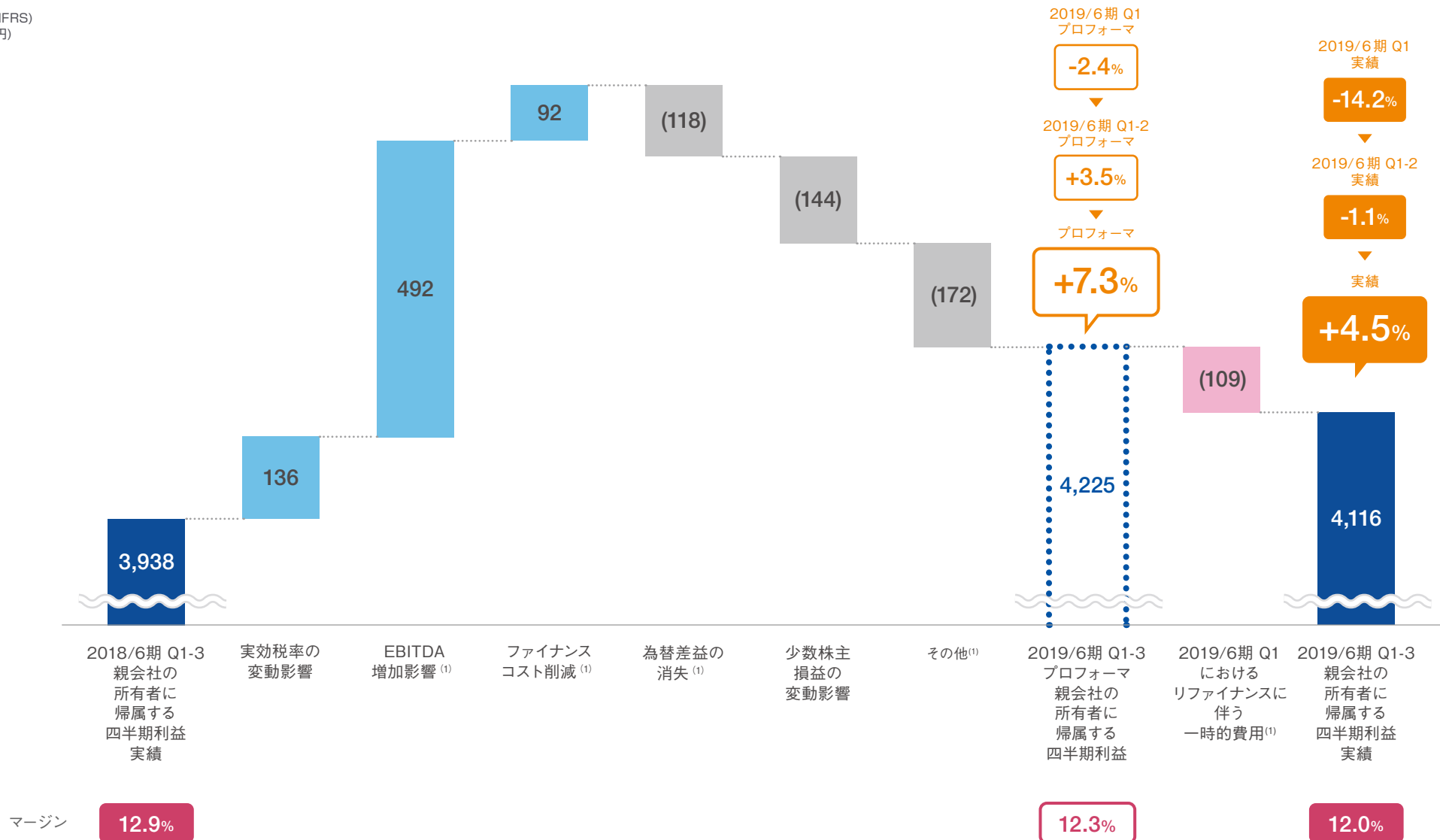
2. 当社が2018年7月2日付で博報堂よりマジョリティ持分を取得して子会社化した株式会社東京サーベイリサーチは、2018年10月1日付で商号を株式会社H.M.マーケティングリサーチ(HMM)に変更しております

3. その他の海外事業セグメントにおいて「パネル費」と「営業費用 - その他」の計上区分をグループ間で統一した影響

2019/6期 Q3: 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Q1-3 vs. 2019/6期Q1-3

連結 (IFRS)
(百万円)



注
1. 税引後の影響額を記載している

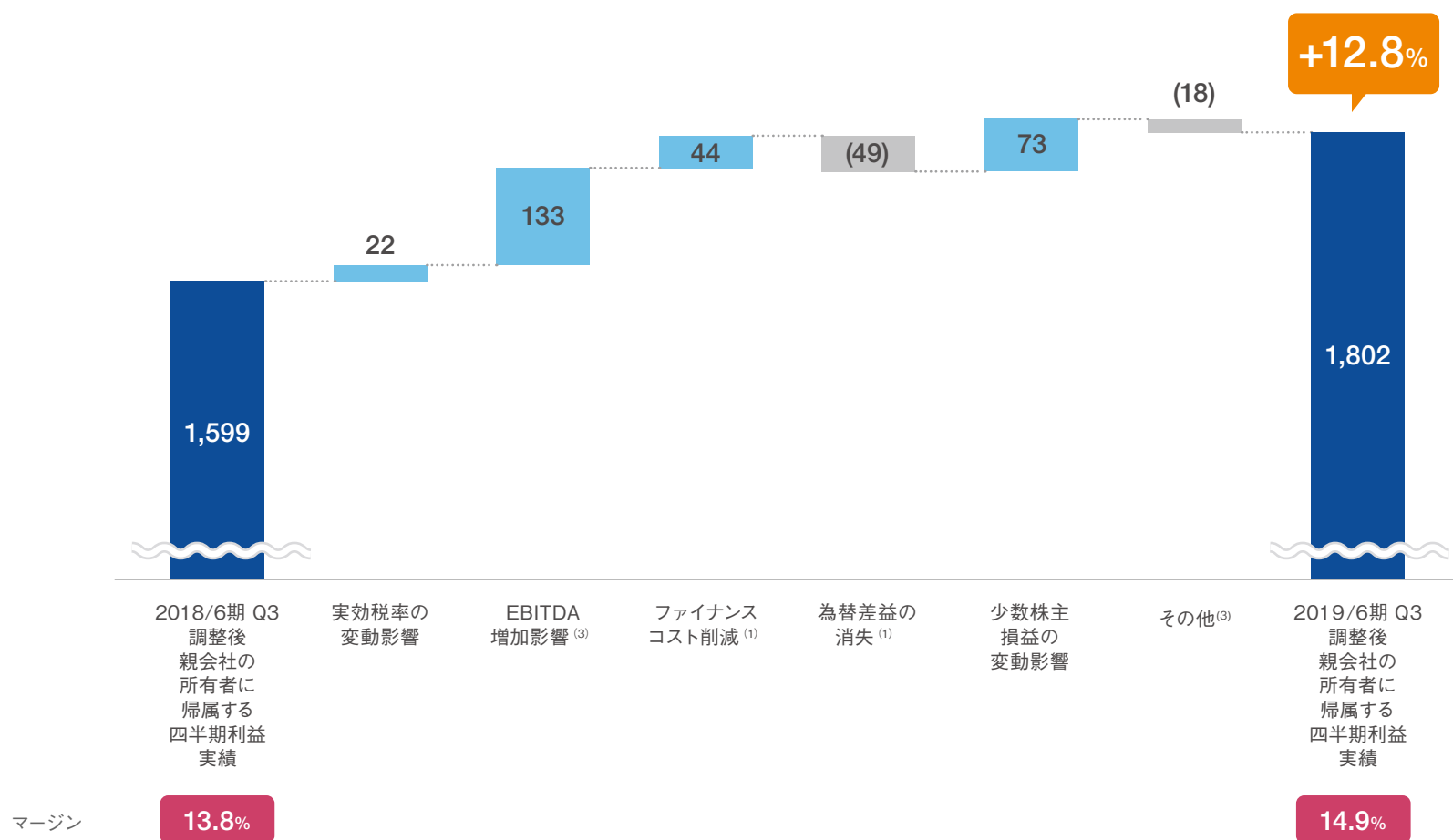
2019/6期 Q3: 四半期利益変動要因

Q3 単独

026

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Q3 vs. 2019/6期Q3

連結 (IFRS)
(百万円)



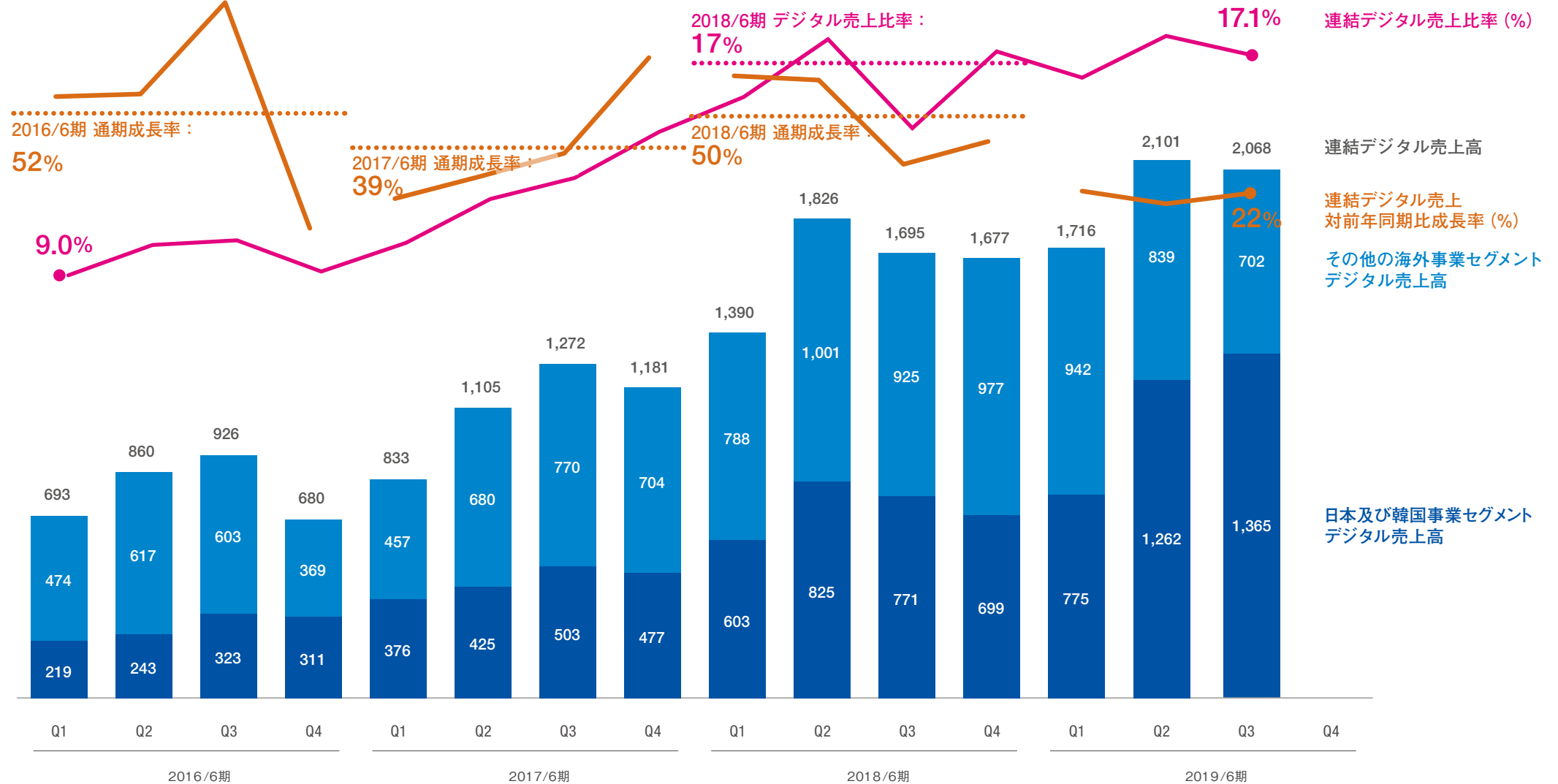
注

1. 税引後の影響額を記載している

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

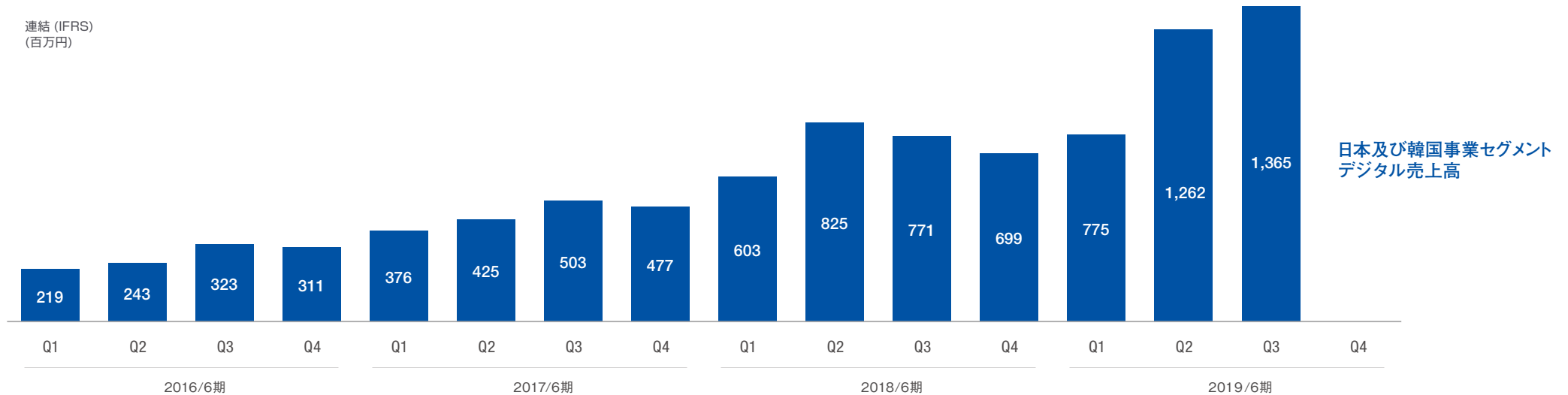
連結 (IFRS)
(百万円)



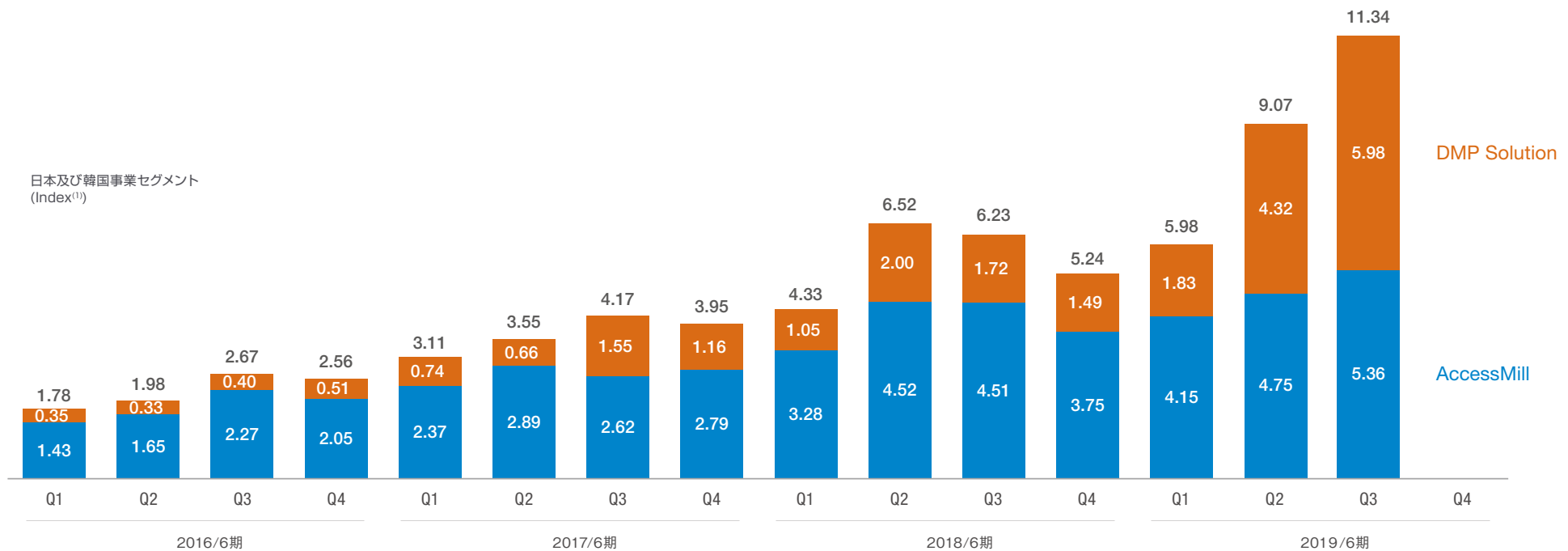
四半期毎のデジタル売上推移 - 日本及び韓国事業セグメント

四半期毎のデジタル売上推移／サービス別指数値推移

連結 (IFRS)
(百万円)



日本及び韓国事業セグメント
(Index⁽¹⁾)



注

1. 当該Index値は、2015年6月期の第1四半期のAccessMillの売上高を1とした場合の各期における各商品の売上高を倍率化した数を示す

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	1,634	134	9.1%	28	1.7%
	Q3	1,680	1,647	1,712	(33)	(2.0%)	28	3.9%
	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	312	(148)	(34.1%)	26	9.2%
	Q3	372	326	341	(46)	(12.5%)	15	4.6%
	Q4	159	174		14	9.2%		
	通期ベース	1,210	922		(288)	(23.8%)		
	(Normalized⁽²⁾)	1,076	922		(154)	(14.4%)		
EBITDA	Q1	16.6%	10.3%	15.1%	(6.3%)		4.8%	
マージン	Q2	29.5%	17.8%	19.1%	(11.7%)		1.3%	
	Q3	22.1%	19.8%	19.9%	(2.4%)		0.1%	
	Q4	12.1%	13.6%		1.5%			
	通期ベース	20.4%	15.8%		(4.6%)			
	(Normalized⁽²⁾)	18.1%	15.8%		(2.4%)			
通期 ⁽³⁾ 連結業績 に占める割合	売上収益	16.7%	14.6%	13.6%	(2.1%)		(1.0%)	
	EBITDA	14.2%	10.5%	10.8%	(3.7%)		0.3%	

注

1. 当社持分割合52%の連結子会社（電通とのJV）

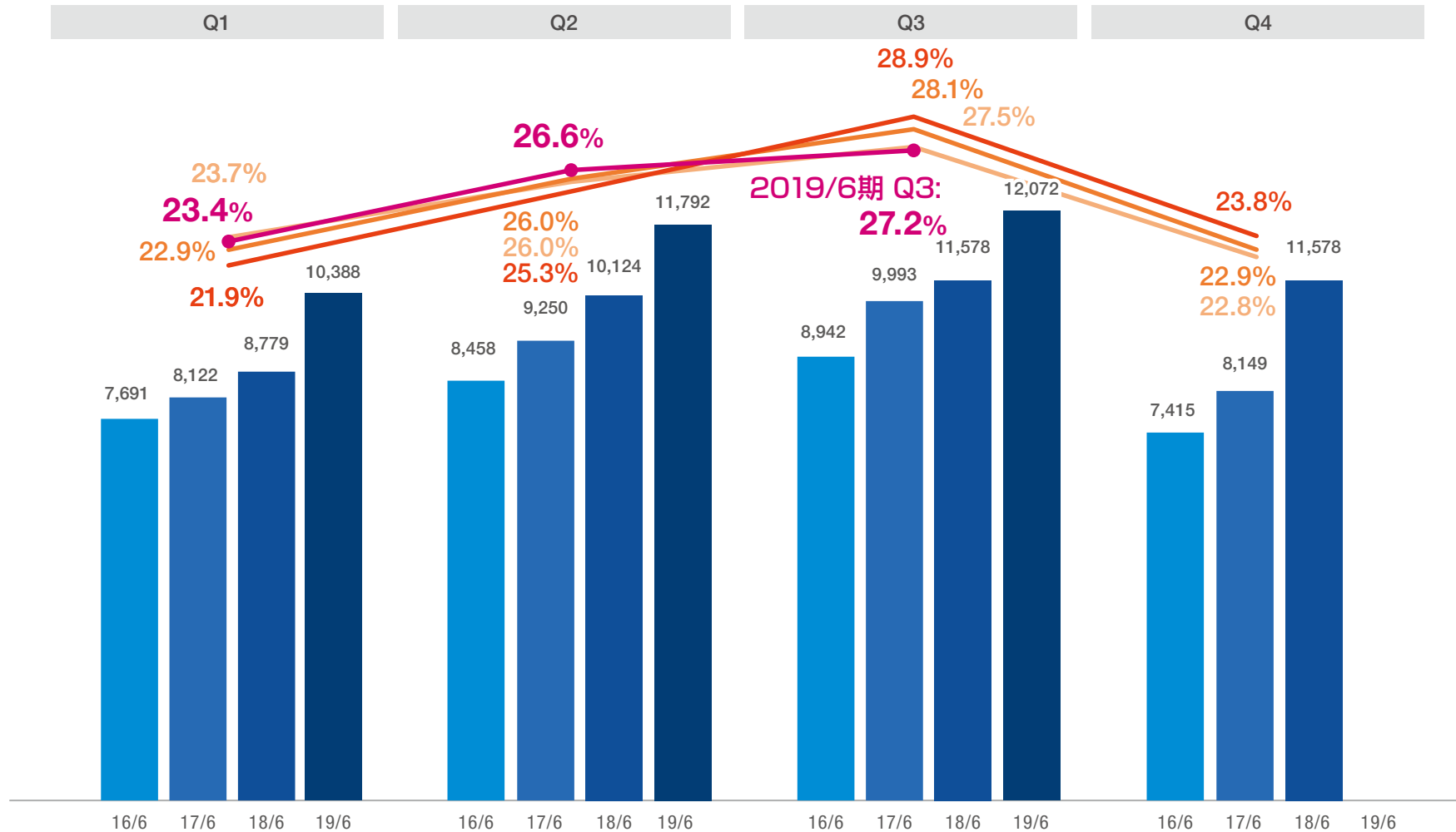
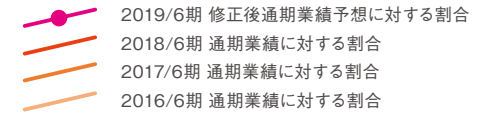
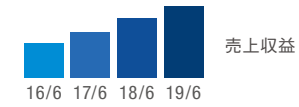
2. 前年度のDMIにおける一時的利益項目（2017年6月期の第2四半期に認識した確定拠出年金への移行に伴う一時的利益の影響額134M）を除くベース

3. 2019/6期についてはQ3 YTD連結業績に占める割合

2019/6期 Q3: 売上収益 四半期別寄与度

過去の四半期業績推移 — 売上収益

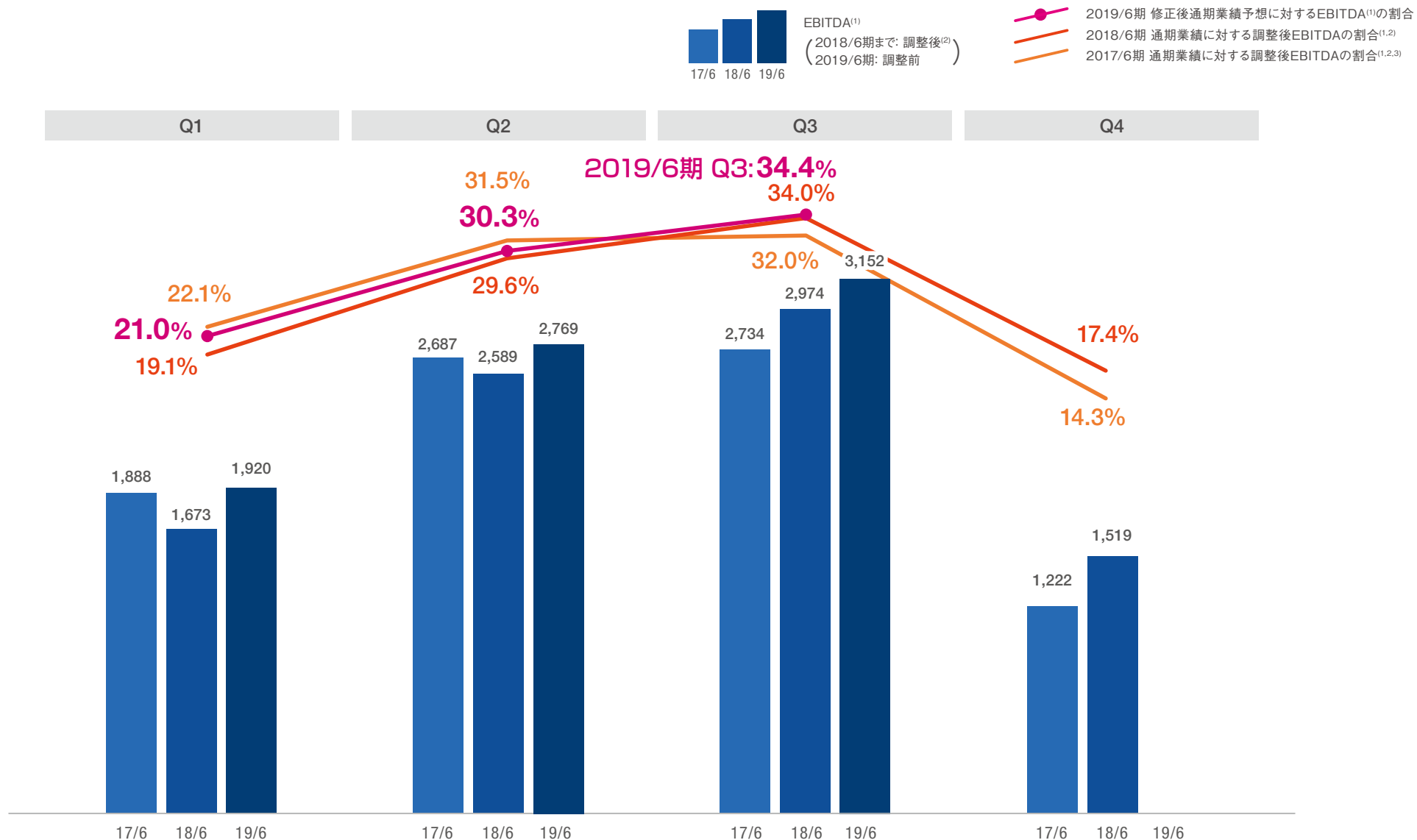
連結 (IFRS)
(百万円)



2019/6期 Q3: EBITDA 四半期別寄与度

過去の四半期業績推移 — EBITDA

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. 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.57&58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.59を参照

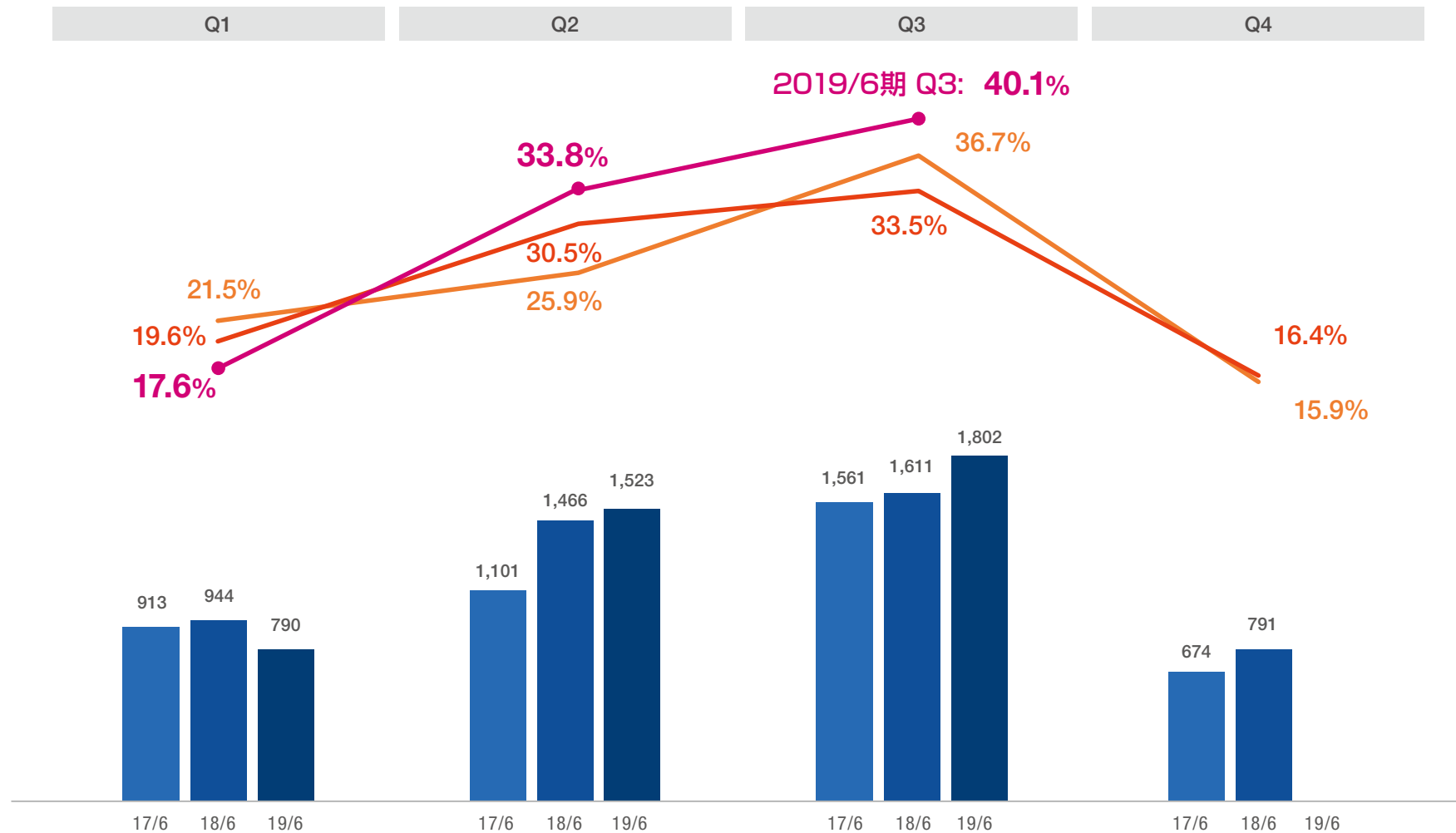
2019/6期 Q3: 当期利益 四半期別寄与度

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 修正後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)



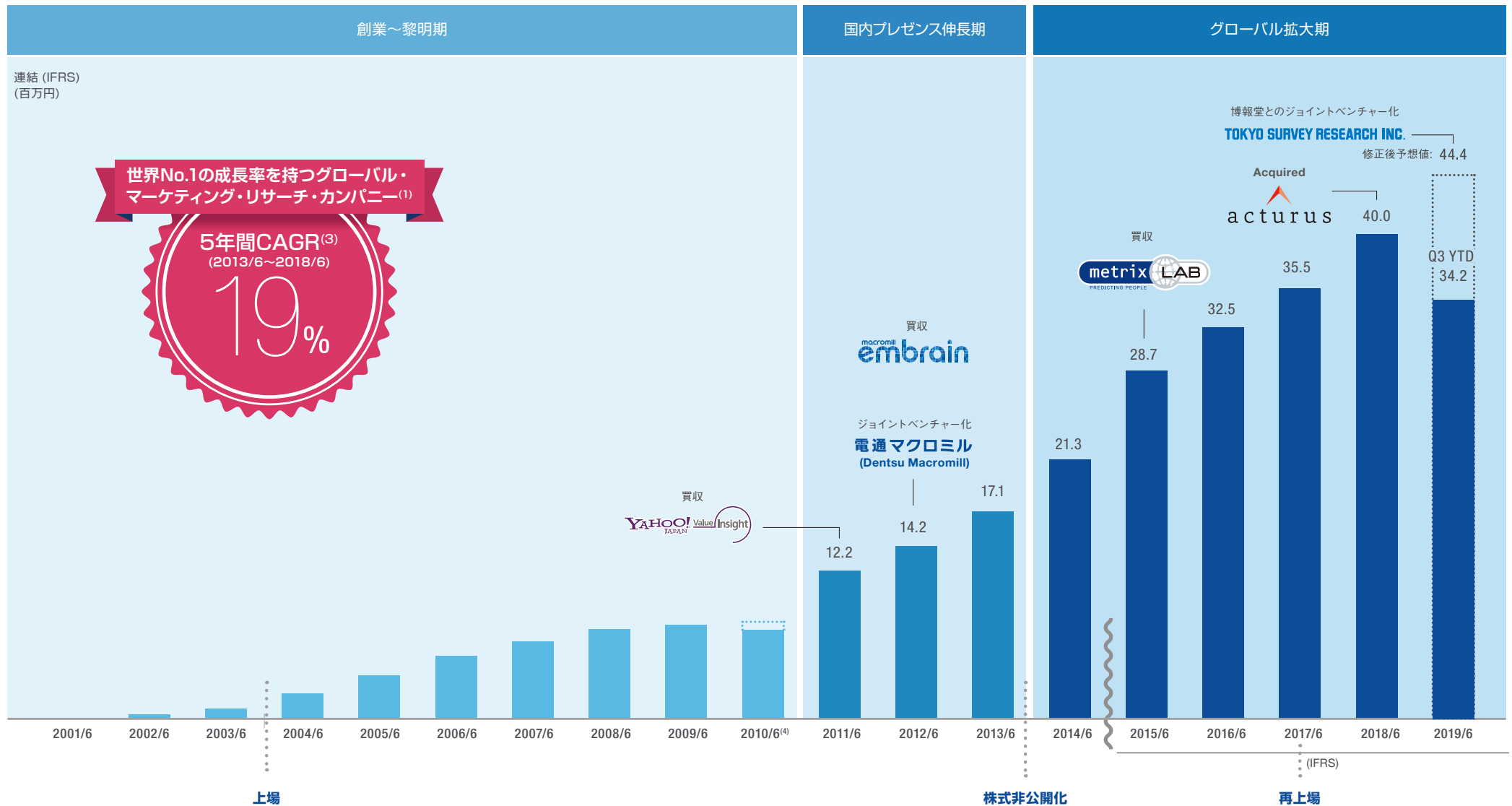
注

- 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.57&58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.59を参照

ii. 当社のビジネスモデル及び戦略

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)



注

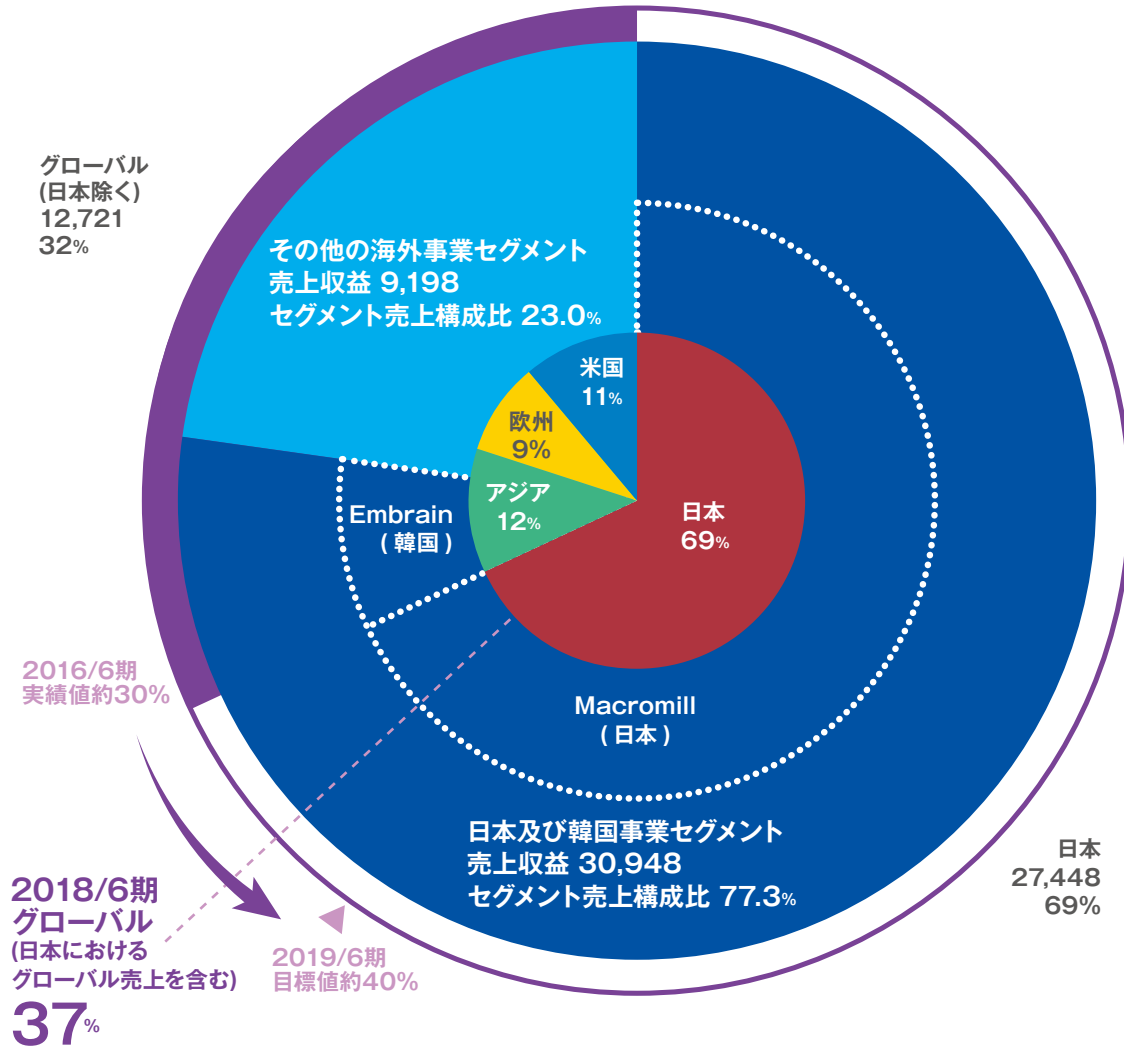
1. 出所: ESOMAR Global Market Research 2013年/2014年/2018年。Macromillは2012年及び2013年から2017年にかけての売上高の年平均成長率(4カ年及び5カ年CAGR)が同レポートに記載されているlargest 25 global marketing research companiesの中で最大(但しヘルスケアITサービスプロバイダーであるIQVIA(元IMS Health)を除く)
2. 2001年6月期から2014年6月期はJ-GAAPベース。2015年6月期からはIFRSベース。J-GAAPとIFRSは会計基準が異なるため、必ず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

分散した売上構成: 日本においては、No.1マーケット・シェアを堅持し、グローバルでは当社ビジョンの実現に向けたチャレンジャー

売上構成: セグメント及び地域別

連結 (IFRS)
(百万円)

連結売上高 40,024
日本 - グローバル間消去 (145)
セグメント間消去 (122)

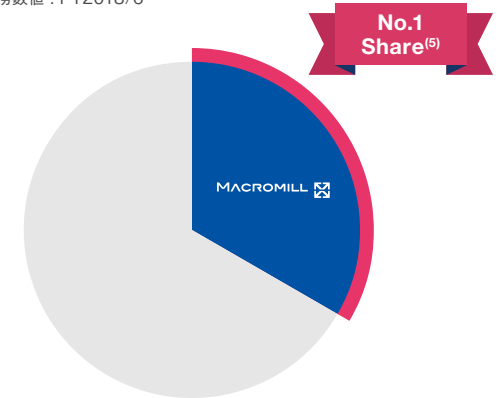


Notes

1. グループ内取引を除外した売上高
2. 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)

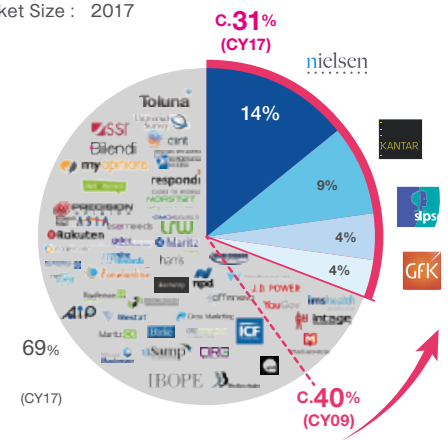
日本におけるアドホック・オンラインMR市場でNo.1のシェア

市場規模: 2017
当社財務数値: FY2018/6



グローバルMR市場シェア

Market Size: 2017



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

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

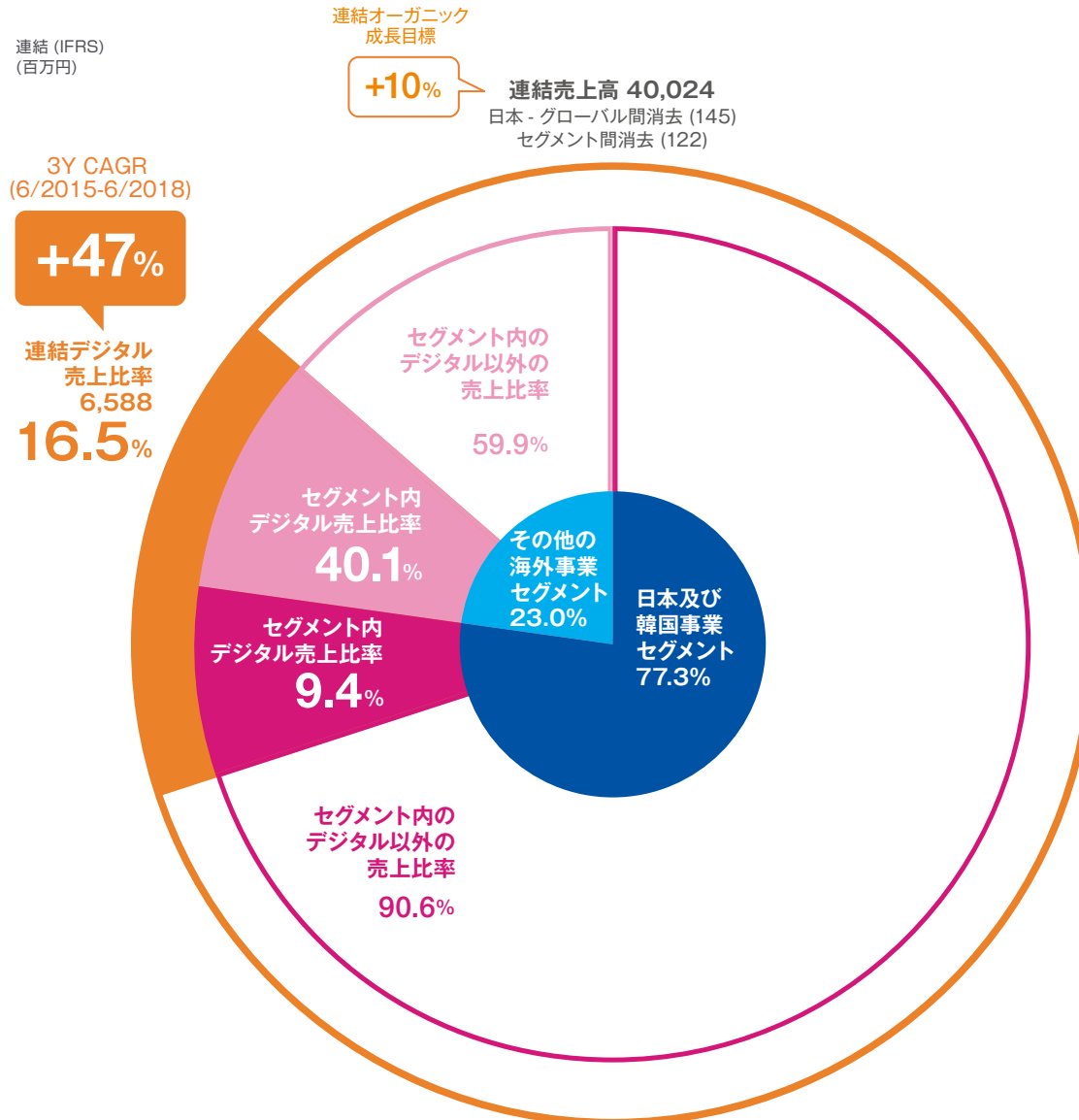
サポートする顧客の意思決定領域

- 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

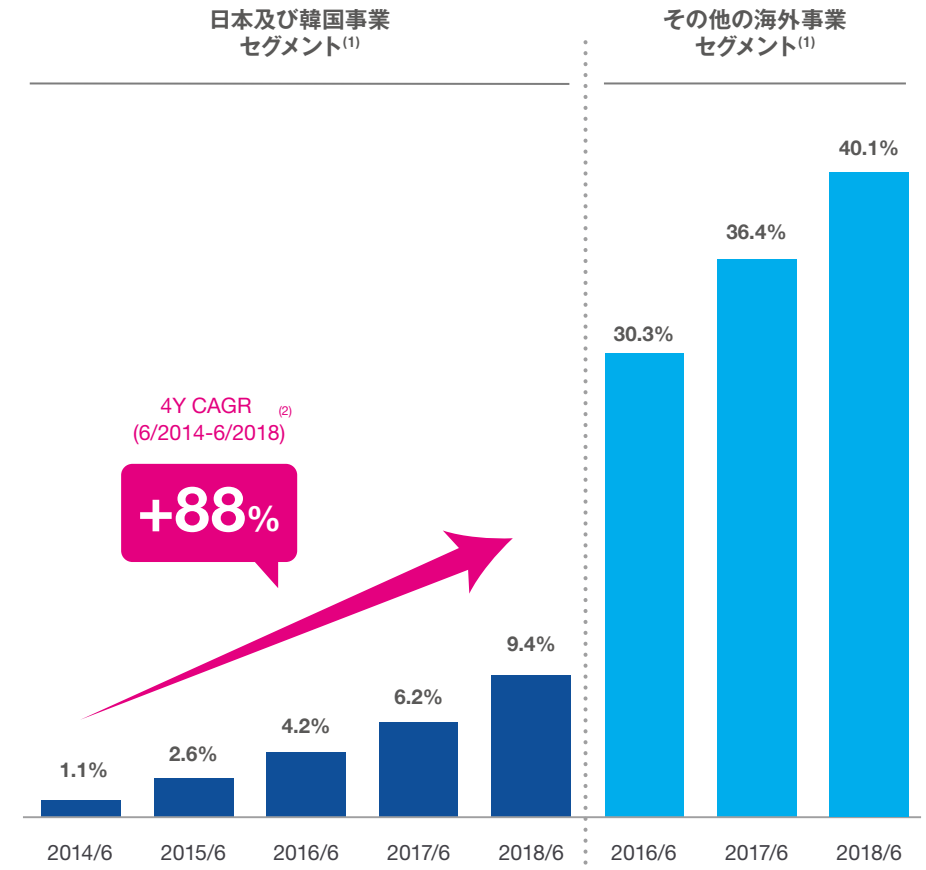
コア成長ドライバーとしてのデジタル・マーケティング

売上構成: セグメント別デジタル及び非デジタル売上比率



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

- 日本及び韓国事業セグメントのデジタル売上 ÷ 日本及び韓国事業セグメントの総売上。その他の海外事業セグメントのデジタル売上 ÷ その他の海外事業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
- 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

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

市場理解・商品企画フェーズ

商品開発・効果測定フェーズ

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
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

世界16ヶ国、45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

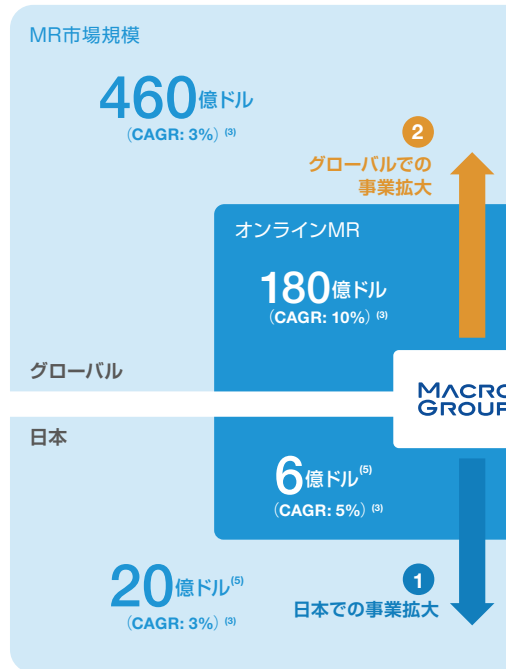
1. FMCG = Fast Moving Consumer Goods; CPG = Consumer Packaged Goods (日用消費財)
2. 年間売上高が1,000万円または10万ユーロ以上の顧客
3. Millward Brownの"BRANDZ TOP100 most valuable global brands 2018"に基づく。2018年6月期に当社サービスを提供したことのある顧客や、2社以上のリサーチ会社を利用している顧客を含む
4. 2018年6月30日時点の時価総額上位10企業。業界の定義としてCapital IQの"Primary Industry Classifications"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⁾

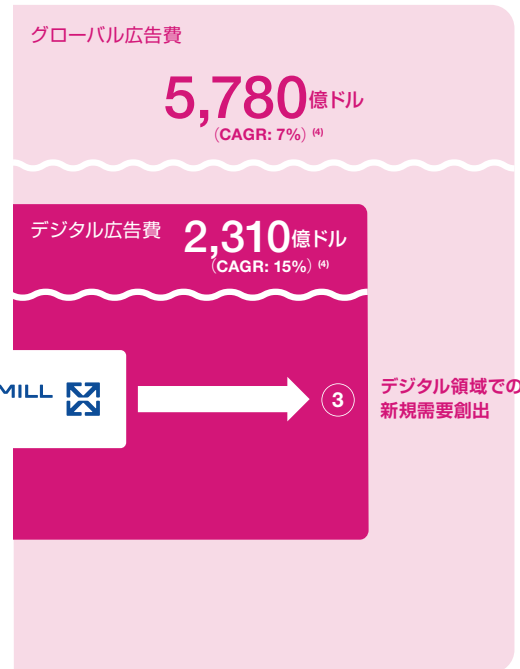
マーケティング・リサーチ

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)

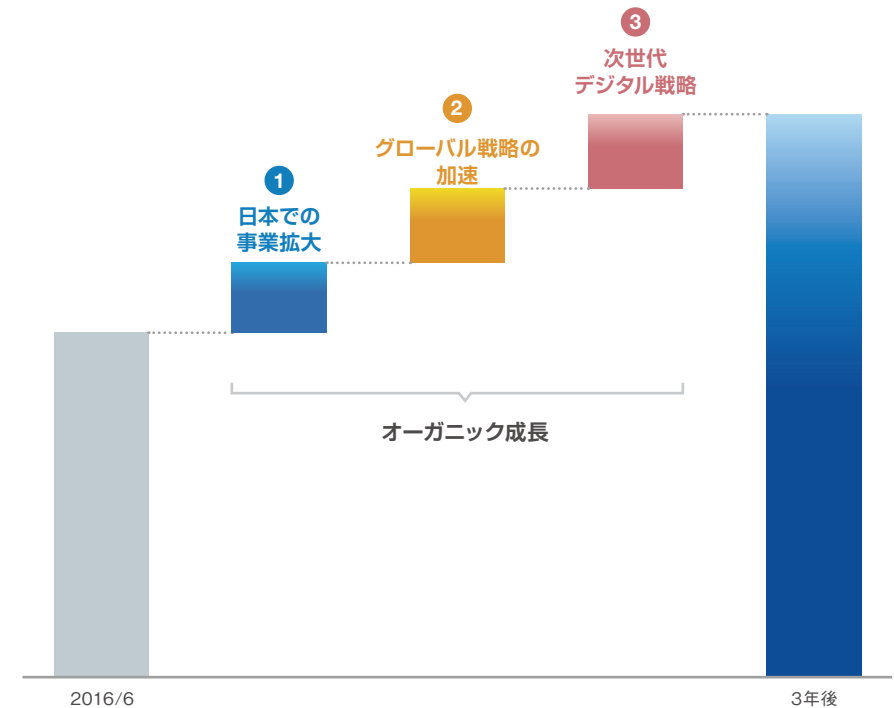
目標: 10%程度の連結売上高CAGR⁽⁶⁾... 2016/6~2019/6

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

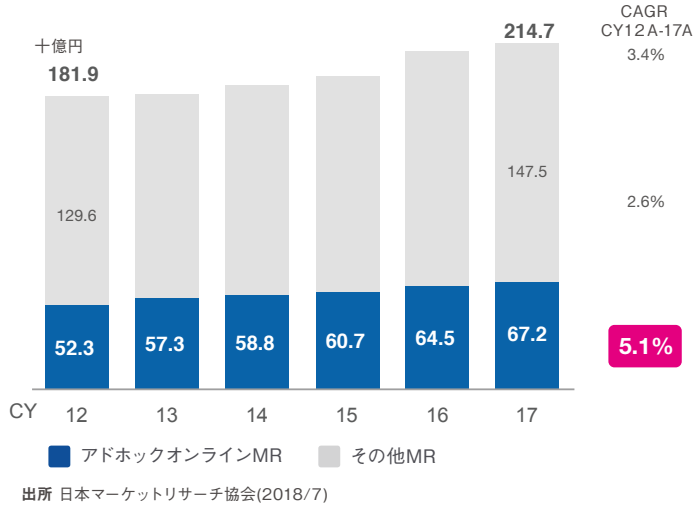


日本における事業拡大のフレームワーク

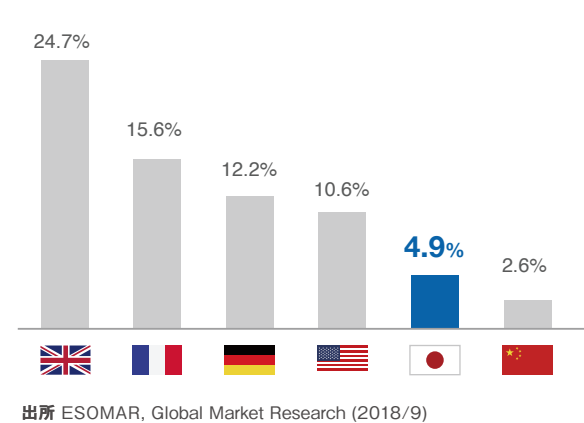
MR市場規模の拡大



アドホック・オンラインMR市場の堅調な成長



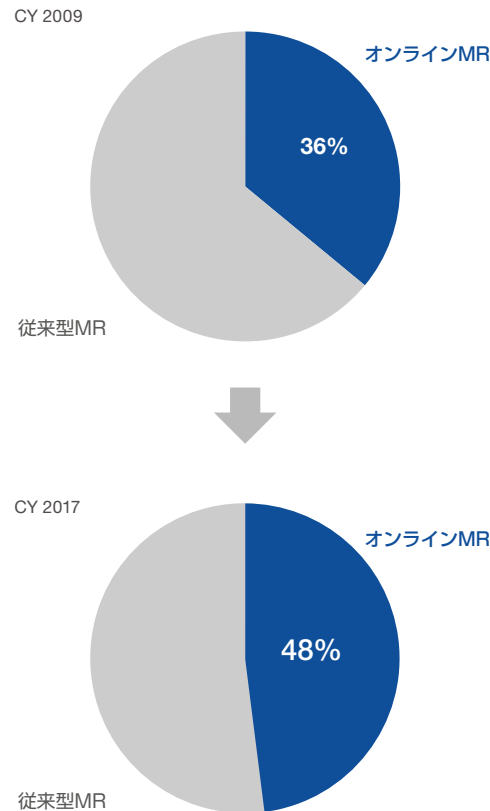
広告支出に占めるMR支出の割合から見る今後の拡大余地



更なるオンラインMRの浸透⁽¹⁾



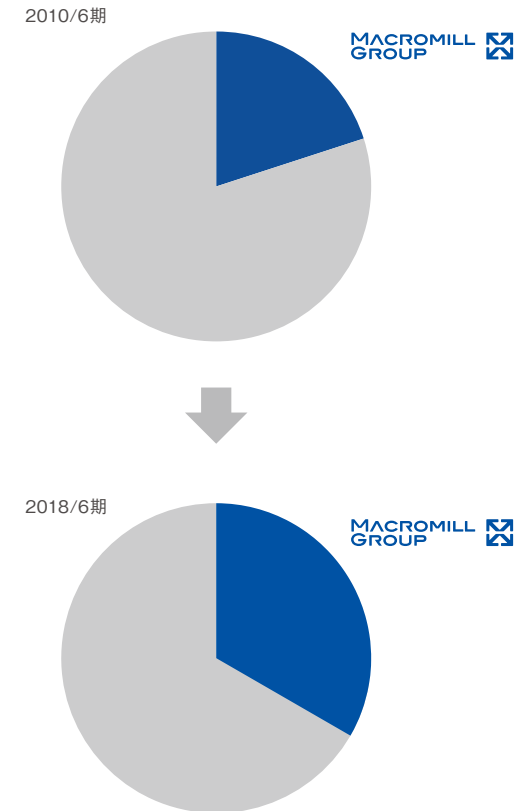
従来型MRからオンラインMRへのシフト



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

オンラインMRにおける市場シェアの拡大⁽²⁾

優れたポジションと強みを活かした市場シェア拡大



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



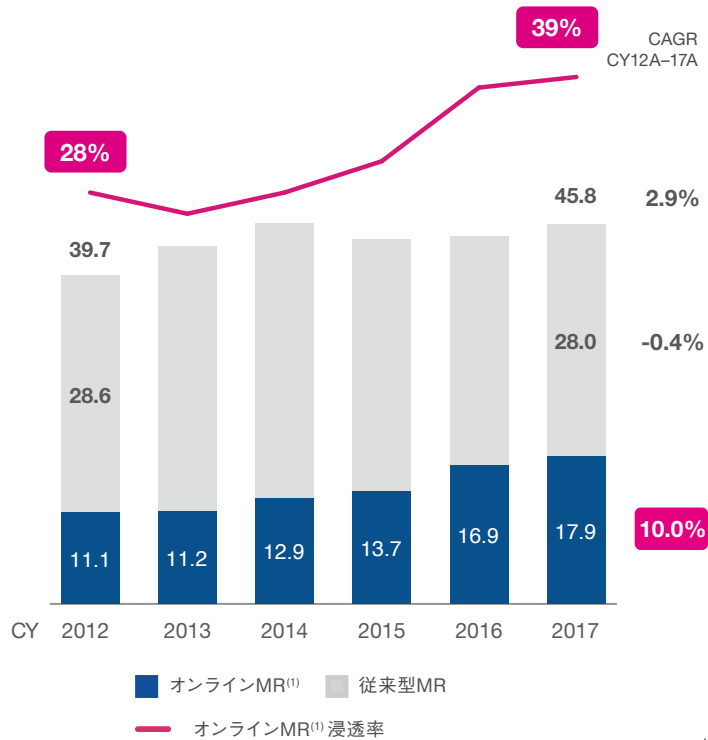
更なるオンラインMRの浸透



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

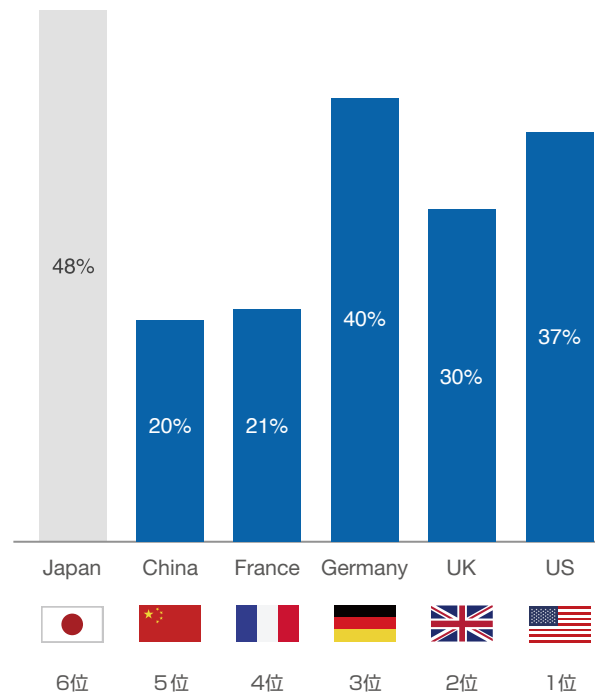
十億ドル



MR支出全体におけるオンラインMR浸透率⁽²⁾の余地

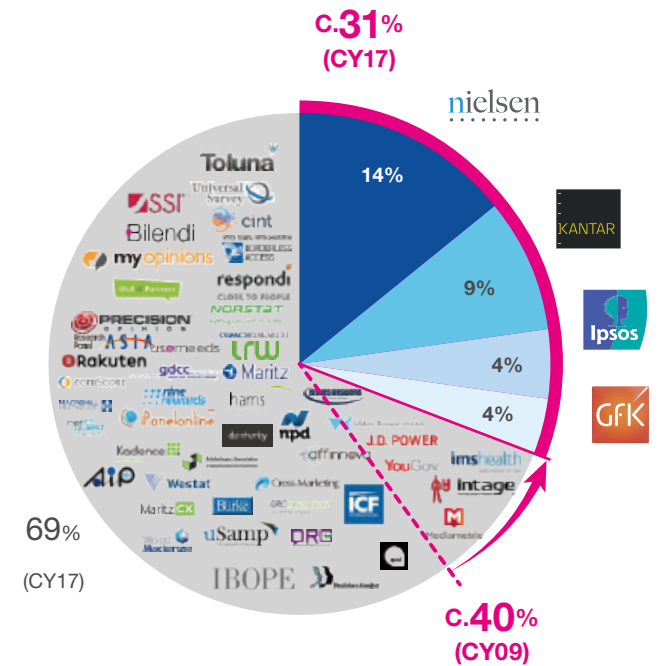
CY2017

MR 市場規模



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

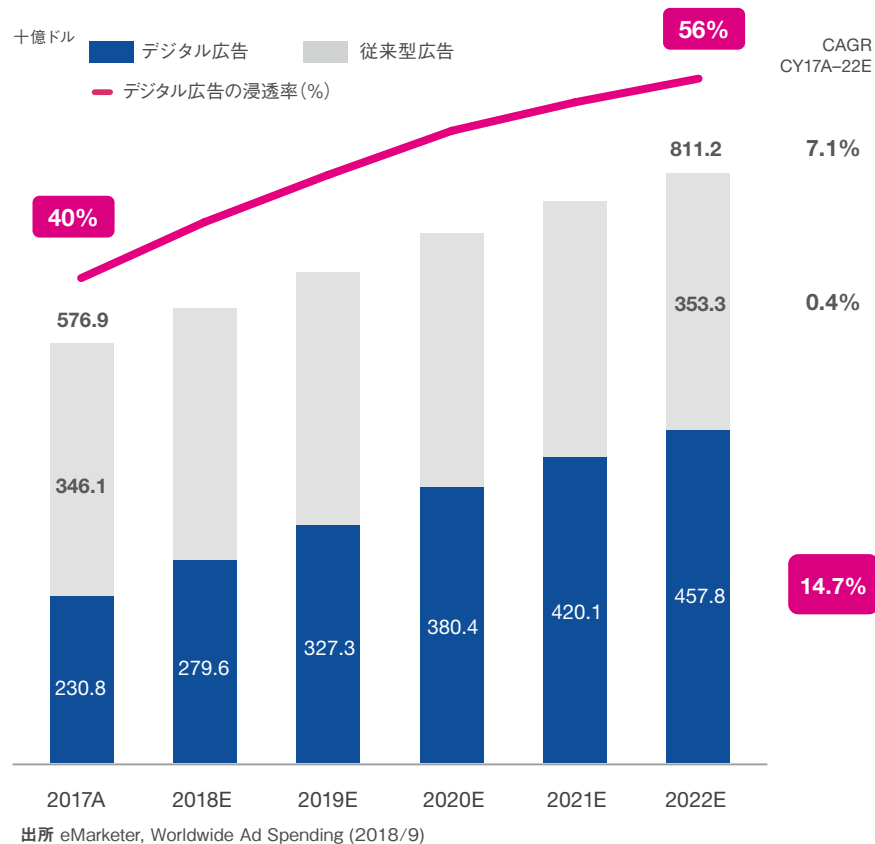
1. オンライン定量調査のみ算出対象, ESOMAR資料において除外されているトラフィック測定及び視聴率測定、及び定性調査を含まない
2. オンラインMR浸透率 = 各国におけるオンライン定量調査 (PCオンライン+モバイル/スマートフォンオンライン) に対する支出額 ÷ 各国におけるMR支出総額

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

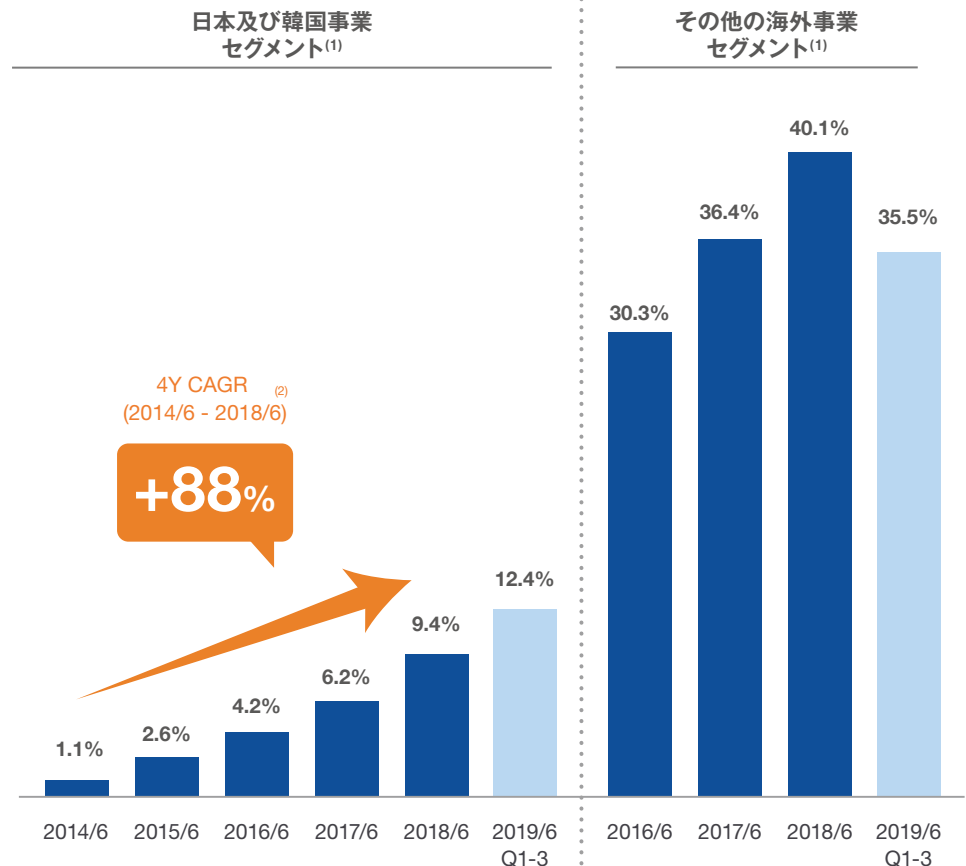
世界メディア広告市場規模



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(%)



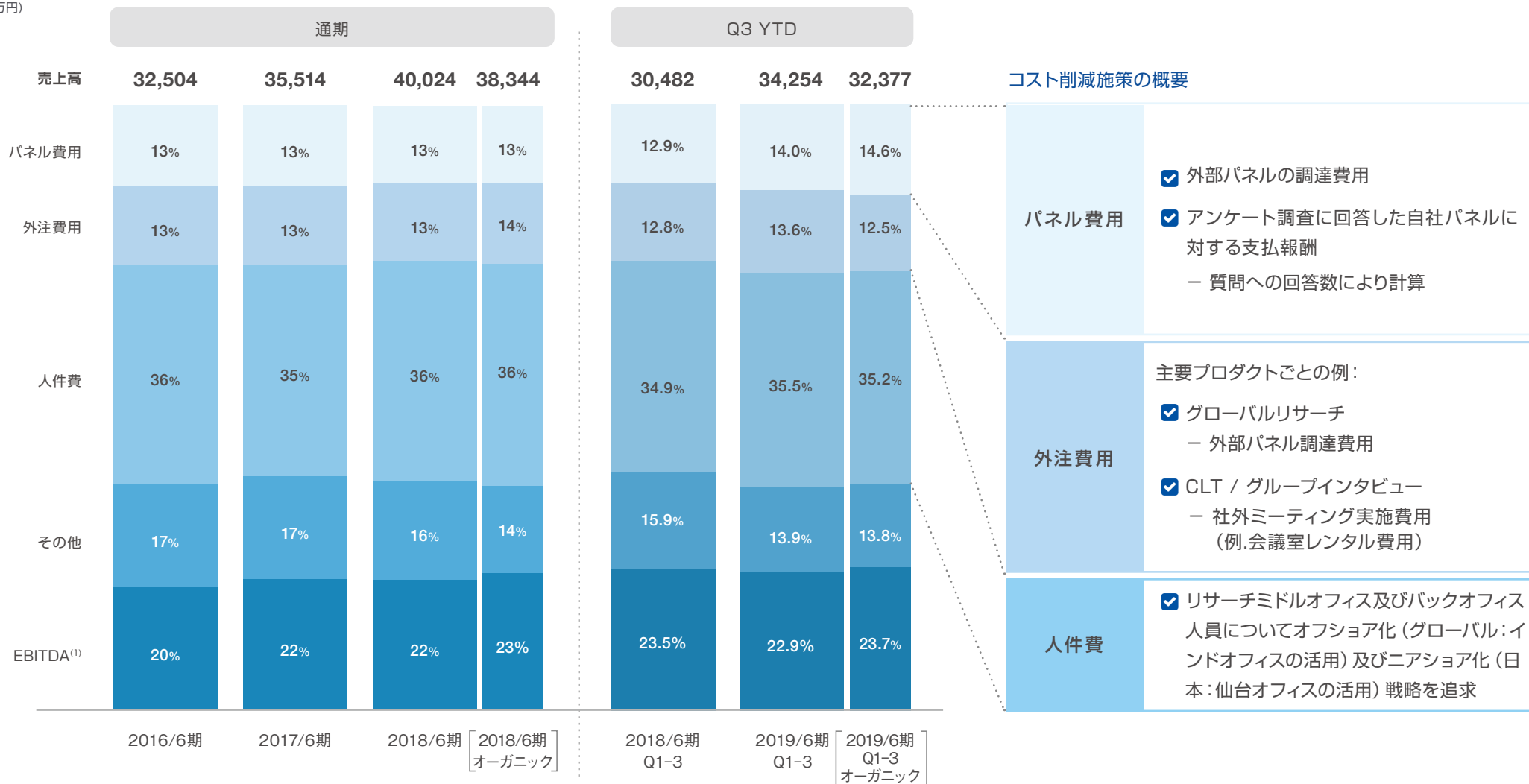
注

1. 日本及び韓国事業セグメントのデジタル売上 ÷ 日本及び韓国事業セグメントの総売上。その他の海外事業セグメントのデジタル売上 ÷ その他の海外事業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。

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

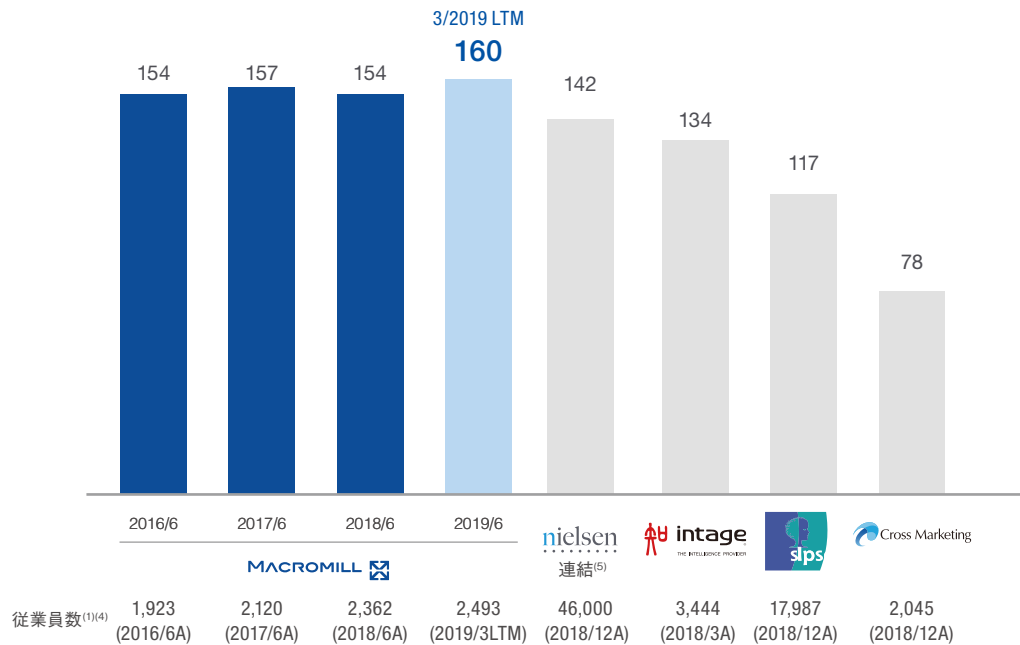
1. EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失

2. 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、2019/6期 Q1-Q3分のM&A貢献分については、HMM(Q1-Q3)及びCENTAN (Q1-Q2 CENTANは2018/6期Q3より51%持分保有の連結子会社化)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⁾

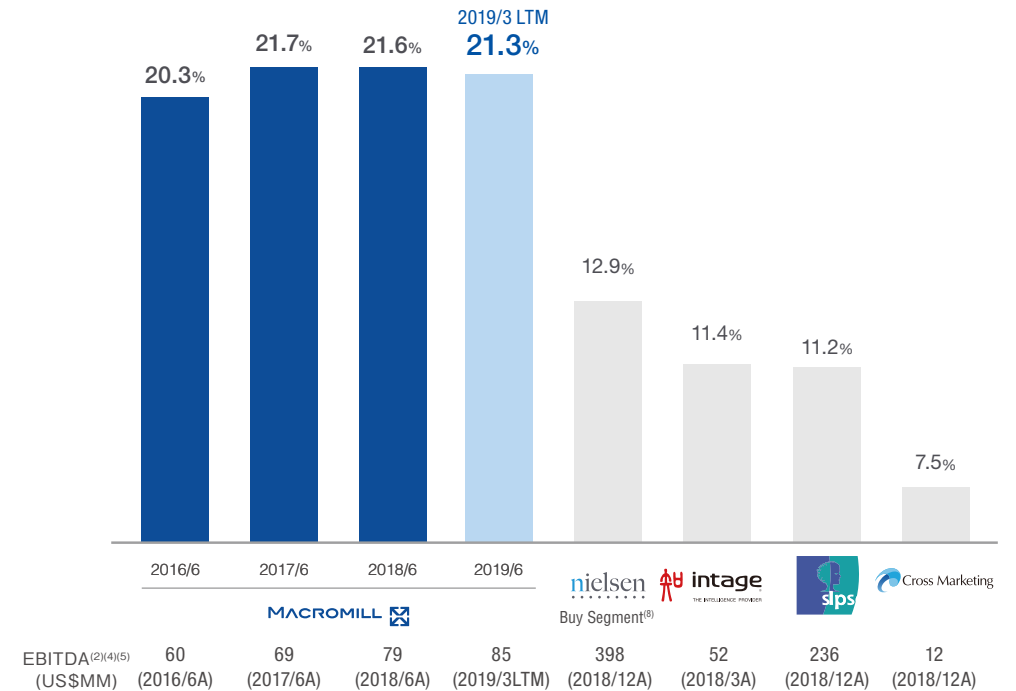


出所 会社資料

- 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⁾



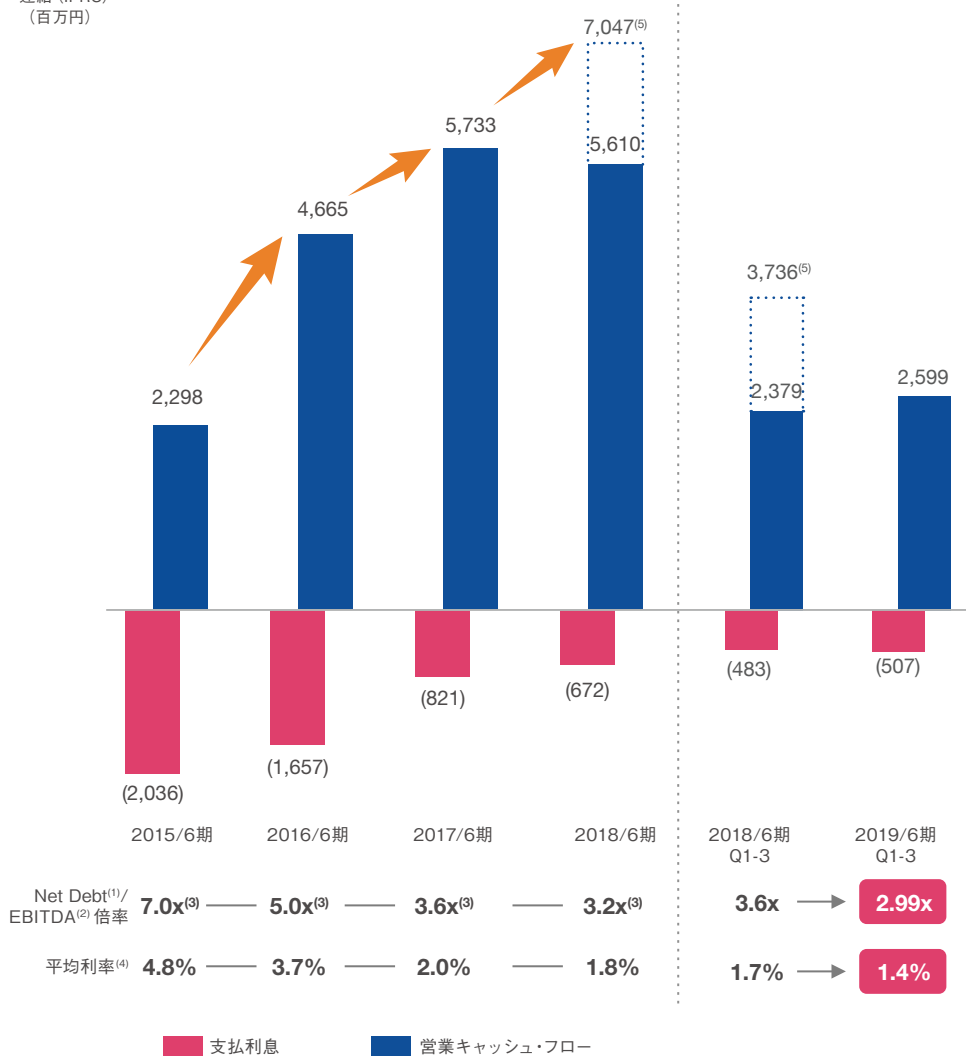
出所 会社資料

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27.9%)
- 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+のれん及びその他の長期資産に係る減損損失+その他費用)
 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+減損損失)
 Ipsos: EBITDA = EBITDA = 営業利益+(減価償却費+のれん及びその他の長期資産に係る減損損失+その他費用)
 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

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

成長投資

- ☑ グローバル及びデジタルでの成長を加速する投資を推進

負債の返済

- ☑ レバレッジ水準の引き下げを継続
- 純有利子負債(Net Debt)⁽¹⁾/EBITDA⁽²⁾倍率 3.0×以下

継続的な成長に向けた
バランスの追求

株主還元

- ☑ 安定的で継続的な増配（一株当たり配当額ベース）の実現を目指す
2018/6期 7.0円/株 → 2019/6期 9.0円/株

注

1. 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

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

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.57&58の調整項目表をご参照

4. 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)

5. 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 2,379M (2018/6期 Q1-3) + 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 (2018/6期) または 1,537M (2018/6期 Q1-3))

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
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

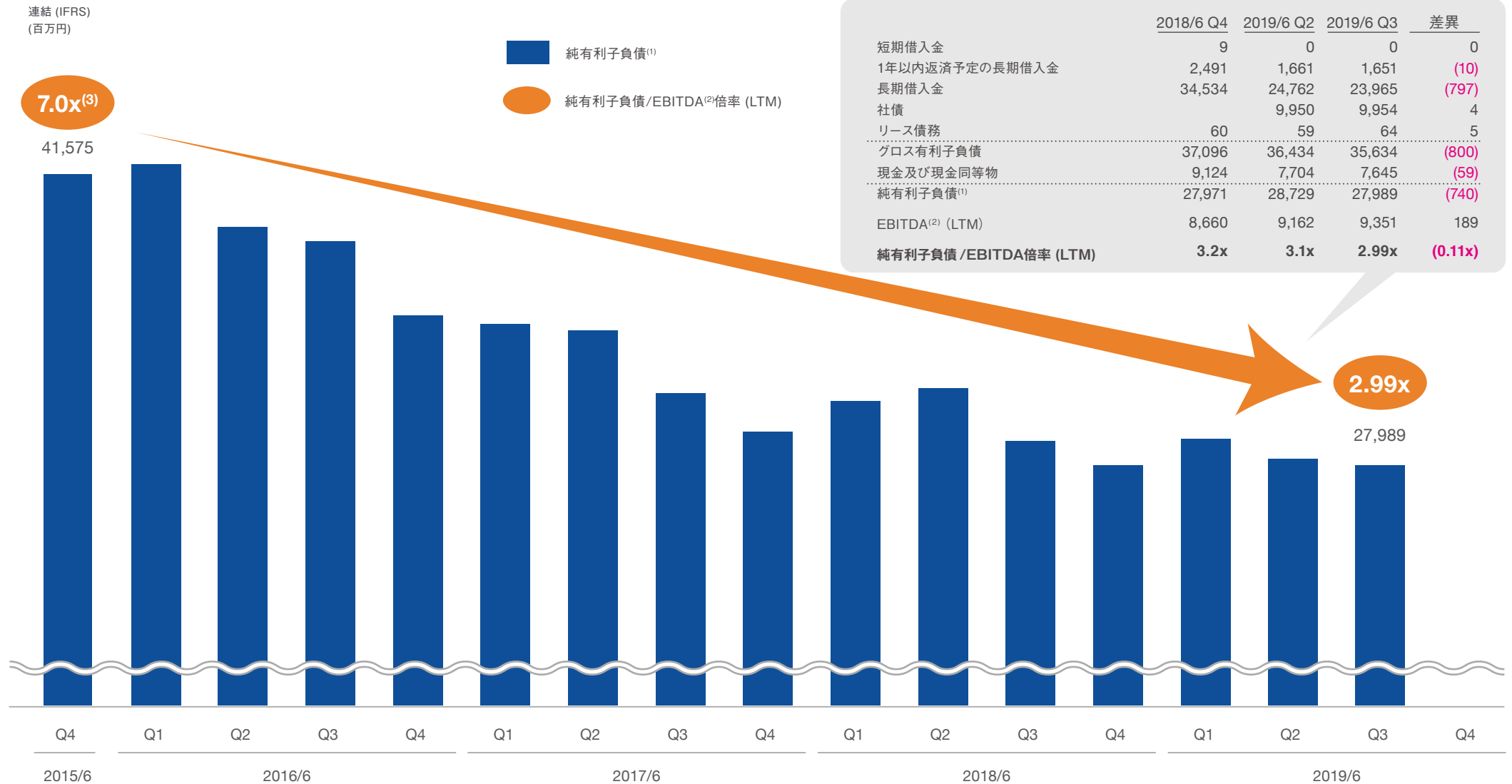
☑ ウォレットシェア拡大機会の獲得とオンライン/オフライン統合ソリューション提供力の強化

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⁾ 倍率 (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

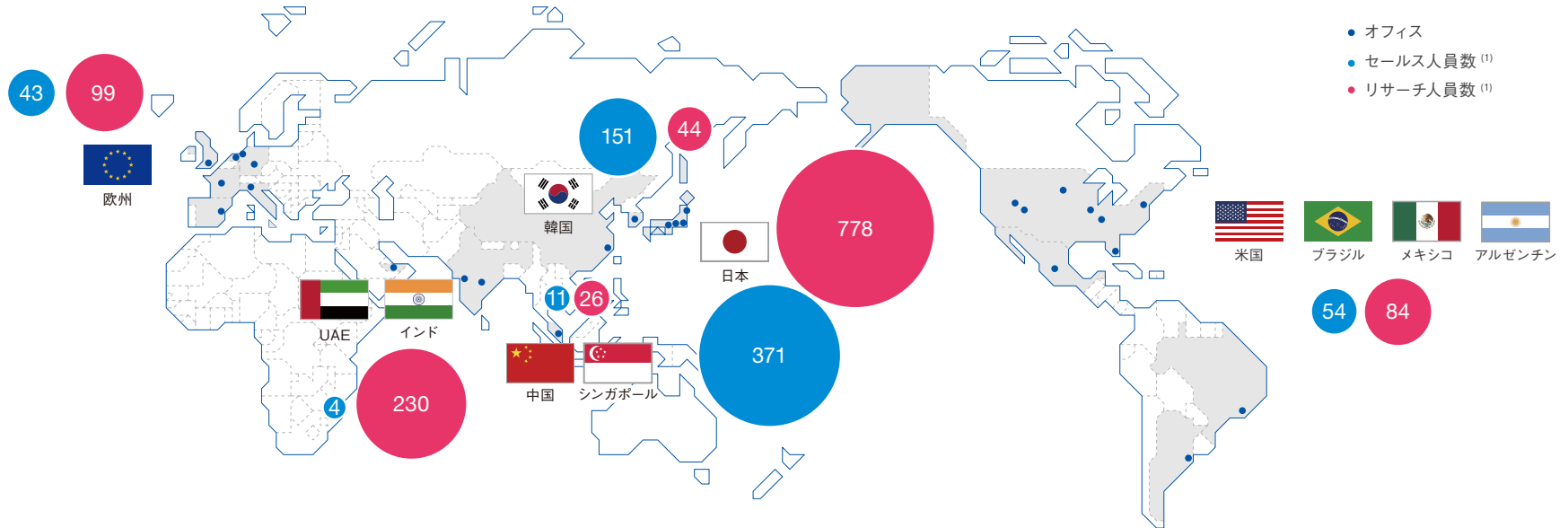
2. EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失 (四半期末日におけるLTMベース)

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.57&58の調整項目表をご参照

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⁾

2019年3月末時点



..... 世界45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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域に根差したセールsteam 世界45拠点、約630名⁽¹⁾のセールス 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各拠点のリサーチャーとの円滑な連携体制 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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

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

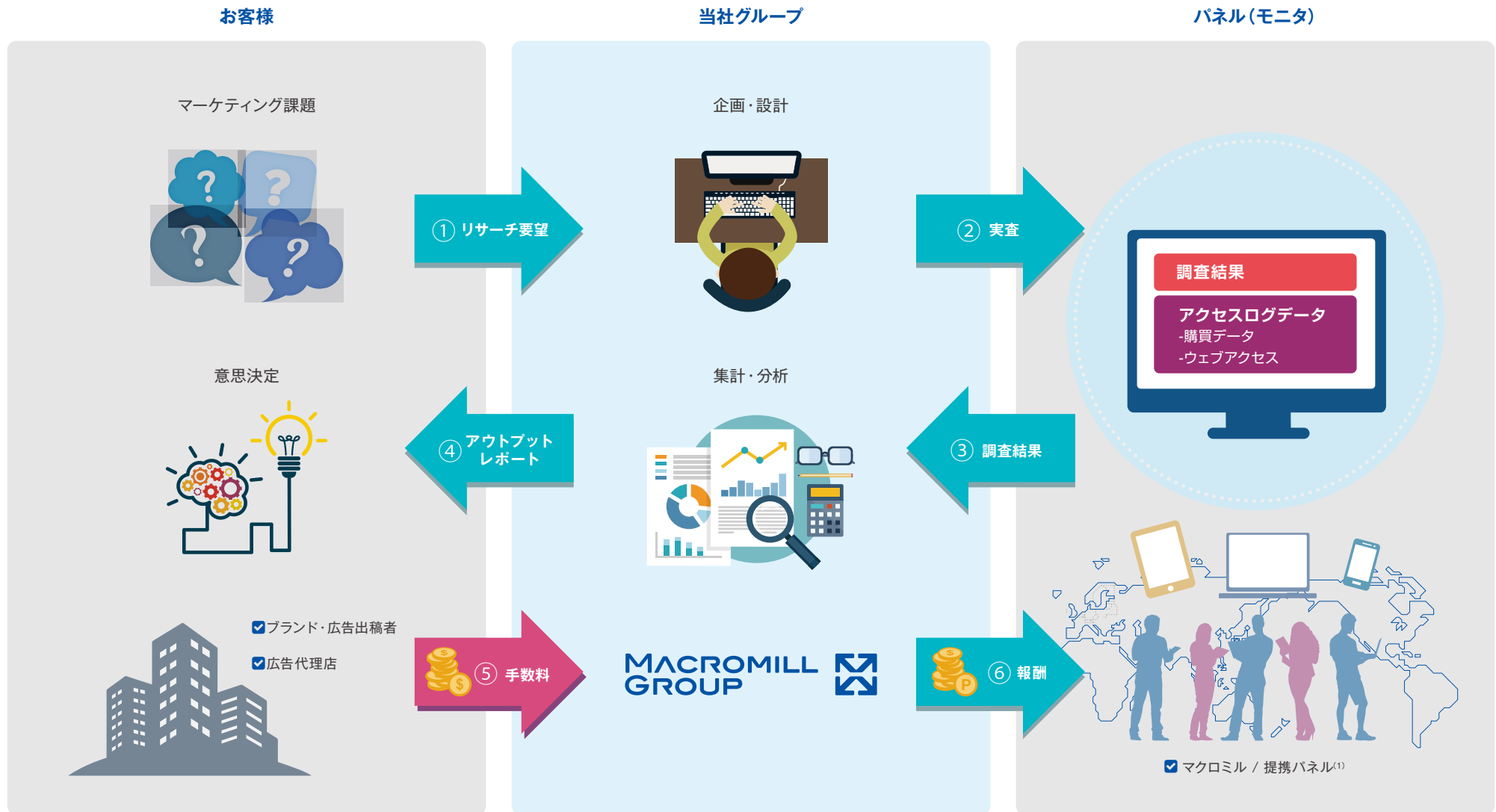
	マーケティング・リサーチ		データベース	デジタル・マーケティング
	アドホック			
MACROMILL  開発 日本及び韓国事業 セグメント	定量調査 オンライン・マーケティング・リサーチ QuickMill OrderMill 会場調査 CLT	定性調査 グループ/デプス・インタビュー FGI DI	購買データ QPR 家計調査 MHS ブランドデータ bdb	広告効果測定 AccessMill DMP ⁽¹⁾ “DMP Solution”
共同開発				GLOBAL AccessMill
METRIXLAB  開発 その他の海外事業 セグメント	市場機会探索 “SCOUT H&A” 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

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

iii. Q3財務情報の詳細

連結損益計算書

(百万円)	IFRS						
	通期比較			9カ月比較		3カ月比較	
	2016/6	2017/6	2018/6	2018/6 Q1-3	2019/6 Q1-3	2018/6 Q3	2019/6 Q3
売上収益	32,504	35,514	40,024	30,482	34,254	11,578	12,072
パネル費	(4,303)	(4,749)	(5,187) ⁽¹⁾	(3,946)	(4,799)	(1,364)	(1,680)
外注費	(4,243)	(4,545)	(5,089) ⁽¹⁾	(3,914)	(4,666)	(1,428)	(1,694)
人件費	(11,780)	(12,462)	(14,509)	(10,632)	(12,157)	(3,926)	(4,026)
減価償却費及び償却費	(874)	(871)	(1,052)	(775)	(1,016)	(270)	(343)
その他	(5,681)	(6,321)	(6,566)	(4,774)	(4,758)	(1,880)	(1,482)
営業費用 合計	(26,882)	(28,950)	(32,404)	(24,044)	(27,399)	(8,870)	(9,226)
その他の営業収益	272	283	42	31	18	18	0
その他の営業費用	(168)	(31)	(57)	(98)	(49)	(34)	(36)
持分法による投資利益	3	9	2	3	0	0	0
営業利益	5,730	6,825	7,607	6,374	6,824	2,692	2,809
金融収益	496	15	528	417	235	47	54
金融費用	(2,139)	(958)	(763)	(571)	(578)	(163)	(134)
税引前当期利益	4,087	5,882	7,372	6,221	6,482	2,576	2,729
法人所得税費用	(848)	(1,672)	(2,201)	(1,929)	(1,869)	(783)	(806)
当期利益	3,238	4,210	5,170	4,291	4,613	1,792	1,922
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,832	3,706	4,719	3,938	4,116	1,599	1,802

注

1. 当社グループは、2019年6月期より外注費とパネル費に関するグループ間の計上区分を統一しました。これに伴い、IFRSの要請に準拠する形で2019年6月期との適切な期間比較を可能にするため、2018年6月期の外注費のうち69百万円をパネル費に振り替えております。

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	2017/6 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)	(5,187) ⁽¹⁾
外注費	(1,168)	(1,318)	(1,428)	(1,175)	(5,089) ⁽¹⁾
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)

注

1. 当社グループは、2019年6月期より外注費とパネル費に関するグループ間の計上区分を統一しました。これに伴い、IFRSの要請に準拠する形で2019年6月期との適切な期間比較を可能にするため、2018年6月期の外注費のうち69百万円をパネル費に振り替えております。

連結貸借対照表

(百万円)	IFRS				(百万円)	IFRS			
	2016/6/30	2017/6/30	2018/6/30	2019/3/31		2016/6/30	2017/6/30	2018/6/30	2019/3/31
資産の部					負債および純資産の部				
流動資産	12,725	15,485	18,409	19,881	流動負債	8,848	8,952	10,890	9,347
現金及び現金同等物	6,124	8,447	9,124	7,645	借入金	3,319	2,617	2,500	1,651
営業債権及びその他の債権	6,015	6,388	8,744	11,419	営業債務及びその他の債務	2,492	2,492	3,008	3,852
その他の流動資産 ⁽¹⁾	586	649	540	815	その他の流動負債 ⁽¹⁾	3,036	3,842	5,379	3,840
非流動資産	53,839	55,330	56,820	57,443	非流動負債	41,068	39,511	36,871	36,197
有形固定資産	979	1,034	1,152	1,221	借入金及び社債	38,535	36,880	34,534	33,919
無形固定資産	50,788	52,127	53,562	53,889	その他の非流動負債 ⁽¹⁾	2,533	2,630	2,335	2,276
のれん	45,290	46,067	46,957	46,928	負債合計	49,916	48,463	47,762	45,545
その他の無形資産	5,498	6,059	6,605	6,961	資本合計	16,647	22,352	27,468	31,779
その他の非流動資産 ⁽¹⁾	2,070	2,169	2,102	2,330	負債及び純資産合計	66,564	70,815	75,230	77,324
資産合計	66,564	70,815	75,230	77,324					

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

	通期比較			9カ月比較	
	2016/6	2017/6	2018/6	2018/6 Q1-3	2019/6 Q1-3
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,665	5,733	5,610	2,379	2,559
税引前利益	4,087	5,882	7,372	6,221	6,482
減価償却費及び償却費	874	871	1,052	775	1,016
金融収益	(496)	(15)	(528)	(417)	(235)
金融費用	2,139	958	763	571	578
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)	(3,565)	(2,533)
その他 ⁽²⁾	506	(69)	838	331	374
小計	6,772	7,496	7,323	3,917	5,683
利息及び配当金の受取額	33	18	11	10	15
利息の支払額	(1,450)	(1,120)	(456)	(413)	(359)
法人所得税の支払額	(690)	(660)	(1,267)	(1,134)	(2,779)
投資活動によるキャッシュ・フロー	67	(1,348)	(2,101)	(1,703)	(1,200)
資産の取得による支出 ⁽³⁾	(647)	(1,007)	(1,026)	(781)	(1,511)
子会社の取得による支出/収入(純額)	—	—	(1,044)	(1,008)	297
その他 ⁽²⁾	714	(340)	(30)	85	13
財務活動によるキャッシュ・フロー	(5,602)	(2,155)	(2,813)	(2,684)	(2,863)
借入 ⁽⁴⁾ 及び社債発行による収入	42,676	237	1,007	1,007	10,047
借入金 ⁽⁴⁾ の返済による支出	(48,207)	(3,357)	(3,636)	(3,455)	(12,509)
新株の発行による収入	—	1,149	408	367	162
その他 ⁽²⁾	(71)	(185)	(591)	(603)	(563)

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. 短期借入及び長期借入の合計

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 (9ヶ月)			IFRS (3ヶ月)		
	Q1-3	Q1-3	Q1-3	Q3	Q3	Q3
	2017/6	2018/6	2019/6	2017/6	2018/6	2019/6
営業利益又は損失	5,853	6,374	6,824	1,893	2,692	2,809
(+) 減価償却費及び償却費	638	775	1,017	213	270	343
(+) 減損損失 ⁽¹⁾	—	—	—	—	—	—
EBITDA	6,491	7,150	7,841	2,107	2,962	3,152
(+) マネジメントフィー ⁽³⁾	374	—	—	324	—	—
(+) 上場関連費用	443	87	43	146	11	8
(+) 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	3,709	7,238	7,884	2,578	2,974	3,160

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. ペ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 (9ヶ月)			IFRS (3ヶ月)		
	Q1-3	Q1-3	Q1-3	Q3	Q3	Q3
	2017/6	2018/6	2019/6	2017/6	2018/6	2019/6
親会社の所有者に帰属する当期利益又は損失	2,956	3,938	4,116	1,106	1,599	1,802
(+) マネジメントフィー ⁽³⁾	374	—	—	324	—	—
(+) 上場関連費用	464	87	43	167	11	8
(+) 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⁾	220	3	—	136	—	—
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益	3,574	4,022	4,159	1,463	1,611	1,810

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)。

