

# 2020/6期 Q3決算説明資料

2020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。

## 本説明資料全般にわたる注記事項

- EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 固定資産除却費 + 減損損失 (なお、セグメントEBITDAについては、営業利益の代わりにセグメント利益を使用)
- 各セグメント及び地域の売上収益は、セグメント間及び地域間収益を含むグロス値を用いて表記しており、各セグメントや各地域の売上収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
- 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(MetrixLab及びMACROMILLEMBRAIN)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、あくまでユーロ円及び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 (例えばユーロ・ドル間)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

|          | Q3 YTD (9ヶ月間累計ベース) |               | Q3 Standalone (3ヶ月間)  |                       |
|----------|--------------------|---------------|-----------------------|-----------------------|
|          | 2019/6期 Q3YTD      | 2020/6期 Q3YTD | 2019/6期 Q3 Standalone | 2020/6期 Q3 Standalone |
| 1 Euro = | 128.12             | 120.34        | 125.57                | 120.56                |
| 1 KRW =  | 0.0998             | 0.0917        | 0.0982                | 0.0911                |

- 当社グループは、第1四半期連結会計期間の期首よりIFRS第16号「リース」を適用しており、旧基準であるIAS第17号ではオペレーティング・リースに係るリース料を賃借料として費用計上していましたが、IFRS第16号では使用権資産の減価償却費とリース負債に係る利息費用を費用計上します。そのため、IFRS第16号の適用に伴う連結損益計算書における売上収益、営業利益、税引前四半期利益、四半期利益に与える影響は軽微ですが、賃借料が減少する一方で使用権資産の減価償却費が増加しています

- **両セグメントで3月より新型コロナウイルス感染症の拡大による影響が出始めている**
- **結果として、前第2四半期に実現した業績の改善傾向は継続できず、第3四半期単独 (3ヶ月間) の業績は第2四半期とほぼ同じ水準の減収減益となった**
  - 売上収益 117.8億円 (YoY -2%減 / 為替影響除き -1%減)、営業利益24.4億円 (YoY -13%減 / 為替影響除き -13%減)
- **第3四半期累計 (YTD: 9ヶ月間) の売上収益、利益も期初想定を下回る水準となった**
  - 売上収益335.5億円 (YoY -2%減 / 為替影響除き -0%)、営業利益60.4億円 (YoY -11%減 / 為替影響除き -11%減)
  - 積極的なコストコントロールを継続するも、売上減少の影響が大きく費用の増加を吸収できず
- **第4四半期に両セグメントで新型コロナの影響の拡大を見込み、期初業績予想を修正**
  - 修正後の通期予想は売上収益400.0億円 (YoY -10%減)、営業利益46.0億円 (YoY -41%減) を見込む
- **成長に向けた投資の維持と適切なコスト・コントロールのバランスをとった取組みを継続**
  - 顧客、消費者パネル、従業員の健康と安全を守りつつ、リサーチ業務の提供を継続することを最優先とする
  - 配当予想は据え置き、既存借入金の返済も予定通り進めるが、新型コロナの影響の終息が見えない中で、手許現金水準を高めることを優先し、自己株取得については一旦検討を保留する
  - 強みをもつオンライン・リサーチやデジタル・リサーチ、オンライン定性領域などの活用機会の拡大に努める

2020/6期Q3 財務情報に係るアップデート

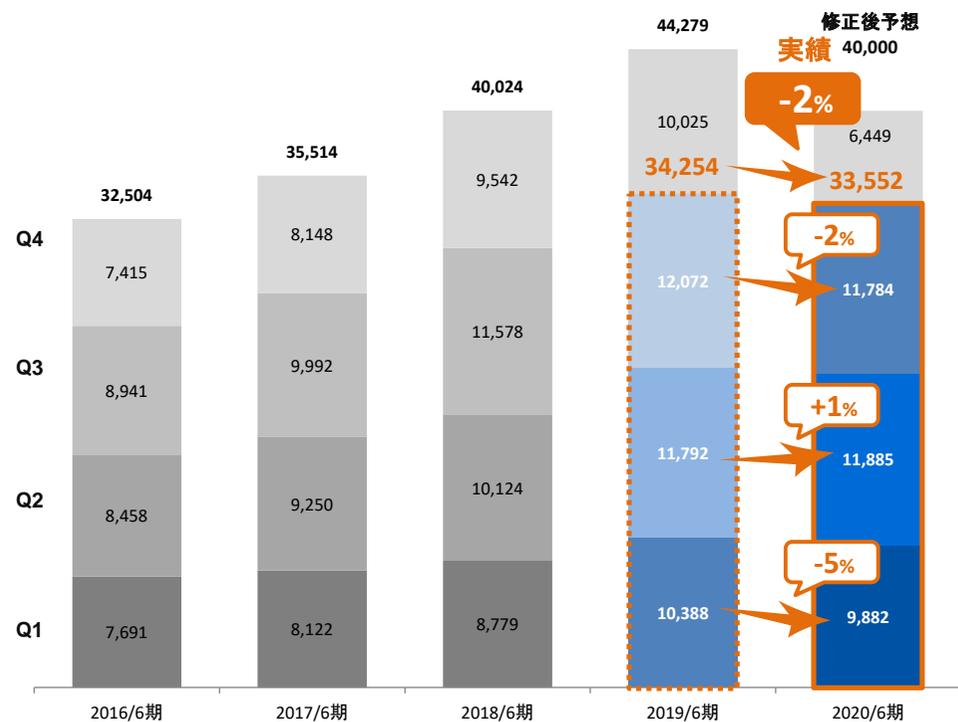
# 2020/6期 Q3: 連結業績サマリー

3月より新型コロナウイルス感染症の拡大による業績への影響が本格化しているが、第4四半期は顧客におけるリサーチ関連の支出が更に減少し、より大きな業績への影響が生じる見通し

## 売上収益

連結 (IFRS)  
(百万円)

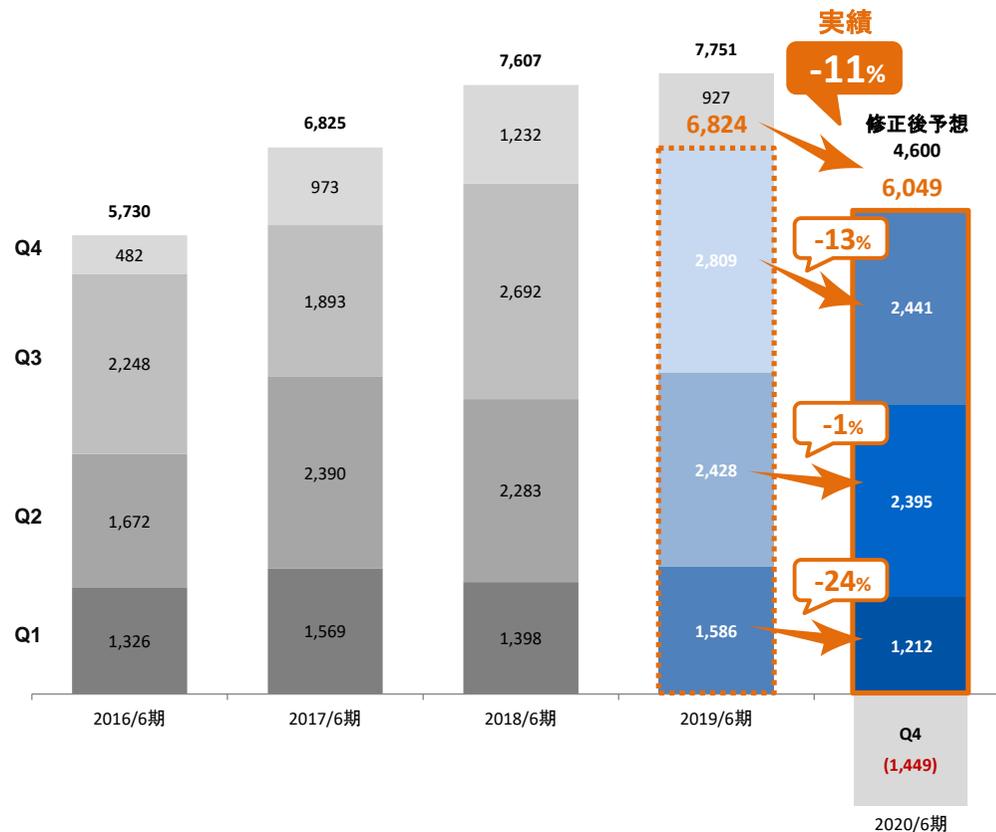
|         |        |     |      |      |      |
|---------|--------|-----|------|------|------|
| YoY 成長率 | 通期:    | +9% | +13% | +11% | -10% |
|         | Q3YTD: | +9% | +11% | +12% | -2%  |



## 営業利益

連結 (IFRS)  
(百万円)

|         |         |      |      |     |      |
|---------|---------|------|------|-----|------|
| YoY 成長率 | 通期:     | +19% | +11% | +2% | -41% |
|         | Q3 YTD: | +12% | +9%  | +7% | -11% |



|              |       |       |       |       |       |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Q3 YTD 営業利益率 | 20.9% | 21.4% | 20.9% | 19.9% | 18.0% |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|

## 連結損益計算書要旨

| 連結(IFRS)<br>(百万円)              | IFRS          |               |                |              |
|--------------------------------|---------------|---------------|----------------|--------------|
|                                | 9か月比較         |               | 差異             | 前年比成長率       |
|                                | 2019/6期 Q3YTD | 2020/6期 Q3YTD |                |              |
| <b>売上収益</b>                    | <b>34,254</b> | <b>33,552</b> | <b>(702)</b>   | <b>(2%)</b>  |
| 日本及び韓国事業 <sup>(1)</sup>        | 27,351        | 26,680        | (671)          | (2%)         |
| その他の海外事業 <sup>(1)</sup>        | 7,003         | 6,971         | (32)           | (0%)         |
| 人件費                            | (12,157)      | (12,200)      | (43)           | 0%           |
| パネル費                           | (4,799)       | (5,056)       | (257)          | 5%           |
| 外注費                            | (4,666)       | (4,256)       | 410            | (9%)         |
| 減価償却費及び償却費                     | (1,016)       | (2,049)       | (1,033)        | 102%         |
| その他                            | (4,788)       | (3,939)       | 849            | (18%)        |
| <b>営業利益</b>                    | <b>6,824</b>  | <b>6,049</b>  | <b>(775)</b>   | <b>(11%)</b> |
| 日本及び韓国事業                       | 6,285         | 5,718         | (567)          | (9%)         |
| その他の海外事業                       | 539           | 331           | (208)          | (39%)        |
| 金融収益・費用                        | (342)         | (251)         | 91             | (27%)        |
| <b>税引前当期利益</b>                 | <b>6,482</b>  | <b>5,798</b>  | <b>(684)</b>   | <b>(11%)</b> |
| 法人所得税費用                        | (1,869)       | (1,862)       | 7              | (0%)         |
| 非支配持分に帰属する当期利益                 | (496)         | (460)         | 36             | (7%)         |
| <b>親会社に帰属する当期利益</b>            | <b>4,116</b>  | <b>3,475</b>  | <b>(641)</b>   | <b>(16%)</b> |
| <b>EBITDA</b>                  | <b>7,841</b>  | <b>8,141</b>  | <b>300</b>     | <b>4%</b>    |
| 日本及び韓国事業                       | 6,974         | 7,303         | 329            | 5%           |
| その他の海外事業                       | 867           | 837           | (30)           | (3%)         |
| <b>EPS (基本的な一株当たり当期利益) (円)</b> | <b>103.28</b> | <b>86.37</b>  | <b>(16.91)</b> | <b>(16%)</b> |
| <b>営業利益率</b>                   | <b>19.9%</b>  | <b>18.0%</b>  | <b>-1.9pt</b>  |              |
| 日本及び韓国事業                       | 23.0%         | 21.4%         | -1.5pt         |              |
| その他の海外事業                       | 7.7%          | 4.7%          | -2.9pt         |              |
| <b>EBITDAマージン</b>              | <b>22.9%</b>  | <b>24.3%</b>  | <b>+1.4pt</b>  |              |
| 日本及び韓国事業                       | 25.5%         | 27.4%         | +1.9pt         |              |
| その他の海外事業                       | 12.4%         | 12.0%         | -0.4pt         |              |

### 注

1. 各セグメントの売上収益は、セグメント間収益を含むグロス値を用いて表記しています。詳細は、p.2の共通注をご参照下さい

## 2020/6期 Q3 YTD 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は日本における調査需要不振に加え、2月以降は新型コロナウイルスによる影響もあり減収
  - その他の海外事業セグメントは上期は堅調であったものの、新型コロナウイルスの影響もありQ3は苦戦
- 人件費:
  - 前期Q3末対比で2,445人まで増員(+155人) ただし人件費は引き続き抑制
  - 日本及び韓国事業セグメント+103人(主に新卒採用)
  - その他の海外事業セグメント+52人(事業拡張による増加)
- 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、Q1においてパネル費用が増加195(なお、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)
  - 2019年度Q2に科目修正を行ったため、Q2以降における差異影響は無し
- 外注費: 引き続き内製化が進んでおり外注比率は改善傾向
- 減価償却費: IFRS16適用による影響 979
- 金融収益・費用
  - 前期Q1のリファイナンスに伴う一時的費用 158
- 非支配持分に帰属する当期利益:
  - 広告代理店との合併事業における利益の減少など
- 営業利益率およびEBITDAマージン:
  - 日本及び韓国事業において売上が低調であったため営業利益率は低下
  - EBITDAマージンの改善は主にIFRS16適用の影響
    - ◆ 日本および韓国事業におけるIFRS16によるEBITDA増加額 804
    - ◆ その他海外事業におけるIFRS16によるEBITDA増加額 193



# 売上収益の四半期別推移

当社グループの業績には季節性があり、例年第3四半期の売上収益が最大になる傾向がある  
 しかし今期Q3は新型コロナの影響で売上収益が伸び悩み、Q2とほぼ変わらない水準で着地

## Q3YTD 売上収益 (9ヶ月)<sup>(1)</sup>

Q3 YTD

連結 (IFRS)  
 (百万円)

## 売上収益の四半期別推移 – セグメント別<sup>(1)</sup>

Q3 Standalone

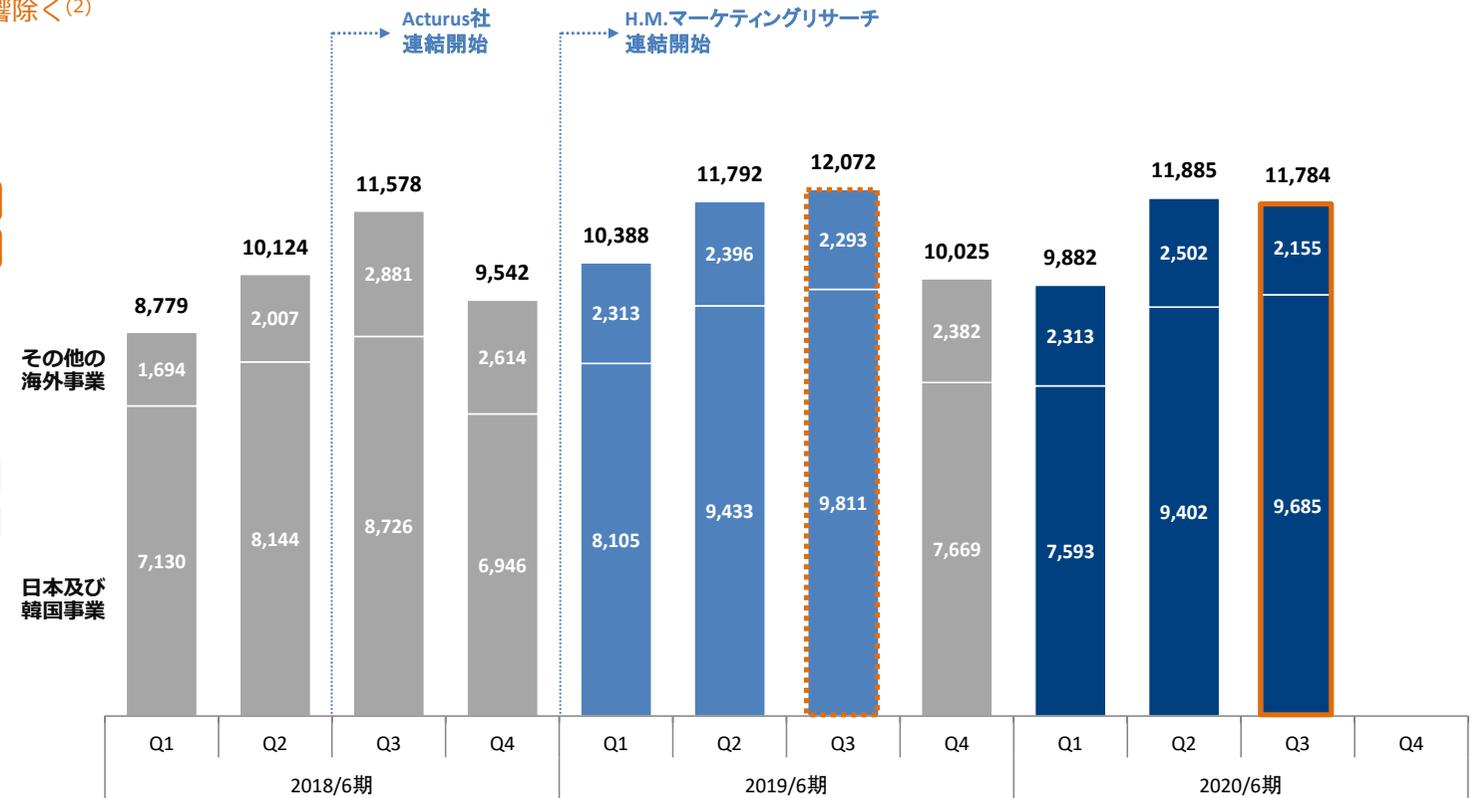
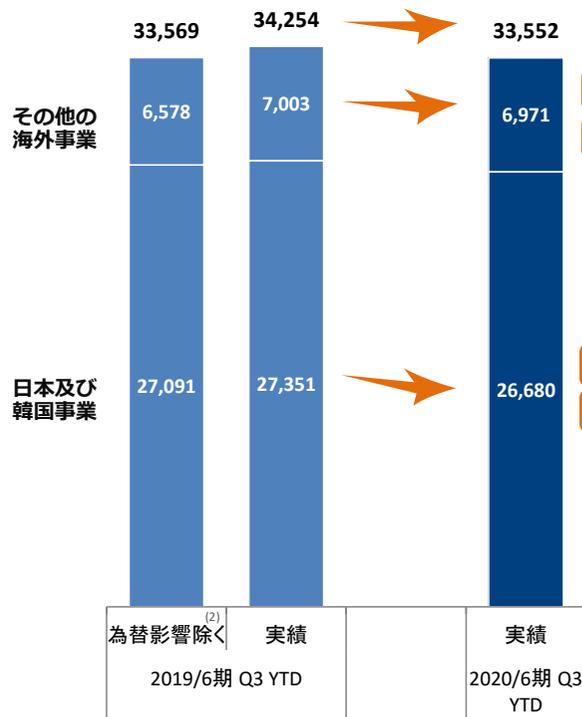
連結 (IFRS)  
 (百万円)

| YoY 成長率<br>(実績) | 連結合計:     | +18% | +16% | +4%  | +5%  | -5% | +1% |
|-----------------|-----------|------|------|------|------|-----|-----|
|                 | その他の海外事業: | +37% | +19% | -20% | -9%  | +0% | +4% |
|                 | 日本及び韓国事業: | +14% | +16% | +12% | +10% | -6% | -0% |

|     |                       |
|-----|-----------------------|
| -2% | -1%                   |
| -6% | -2%                   |
| -1% | -1%                   |
| 実績  | 為替影響除く <sup>(2)</sup> |

YoY成長率 **-2%** 実績

**-0%** 為替影響除く<sup>(2)</sup>



注  
 1. 各セグメントの売上収益は、セグメント間収益を含むグロス値を用いて表記しています。詳細は、p.2の共通注をご参照下さい  
 2. 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

# 営業費用の四半期別推移

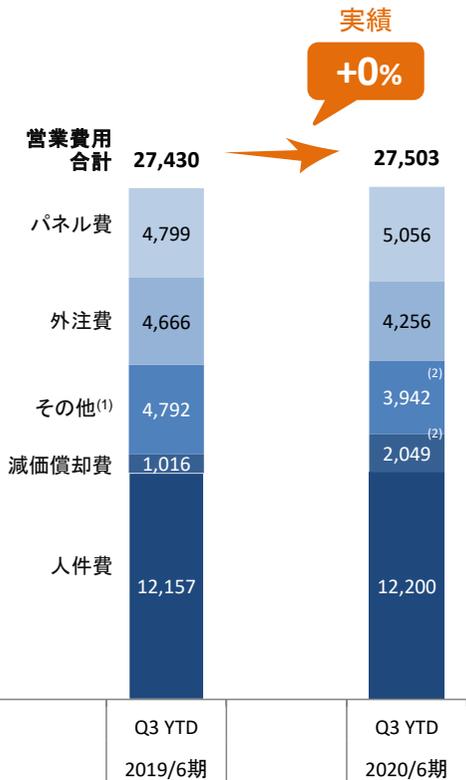
売上には季節性があるものの、費用は固定費の割合が高く比較的安定的に推移

人件費の抑制等を中心とする積極的なコストコントロールを継続し、一定の利益水準を確保

## Q3 YTD 営業費用 (9ヶ月)

Q3 YTD

連結 (IFRS)  
(百万円)



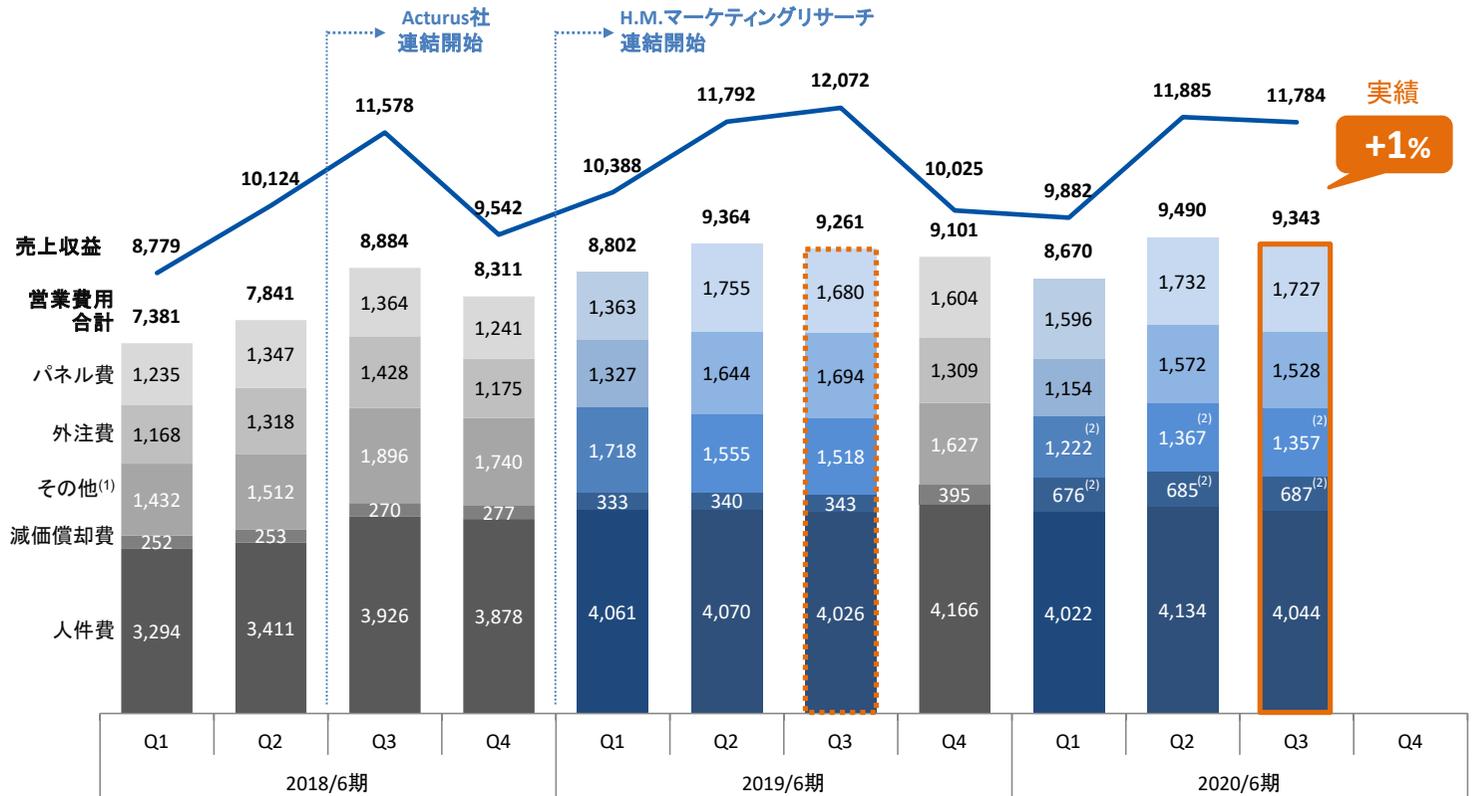
## 営業費用の四半期別推移

Q3 Standalone

連結 (IFRS)  
(百万円)

YoY 成長率

| 項目     | 2018/6期 | 2019/6期 | 2020/6期 |
|--------|---------|---------|---------|
| 営業費用合計 | +19%    | +19%    | +4%     |
| その他    | +20%    | +3%     | -20%    |
| 減価償却費  | +32%    | +34%    | +27%    |
| 人件費    | +23%    | +19%    | +3%     |



注

1. 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、持分法による投資利益を含みます
2. 当社グループは第1四半期連結会計期間の期首よりIFRS第16号「リース」を適用しており、旧基準であるIAS第17号ではオペレーティング・リースに係るリース料を賃借料として費用計上していましたが、IFRS第16号では使用权資産の減価償却費とリース負債に係る利息費用を費用計上します。そのため、IFRS第16号の適用に伴う連結損益計算書における売上収益、営業利益、税引前四半期利益、四半期利益に与える影響は軽微ですが、賃借料が減少する一方で使用权資産の減価償却費が増加しています

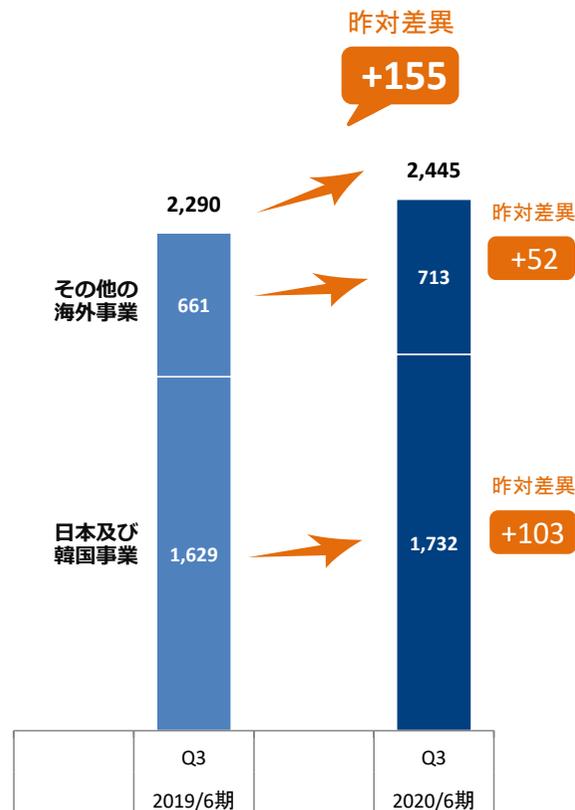
# 従業員数の四半期別推移

昨対比での人員増は前年Q4に日本で主に働き方改革のために行った大規模な新卒採用によるもので、それ以降は新型コロナウイルスを含めた事業環境の変化を踏まえ、コスト・コントロールを強く意識した対応を行っている

なお今期日本のQ4の新卒は、例年並み(60名程度)となり前年からは半減する見通し

## Q3 従業員数<sup>(1)</sup> (期末在籍数)

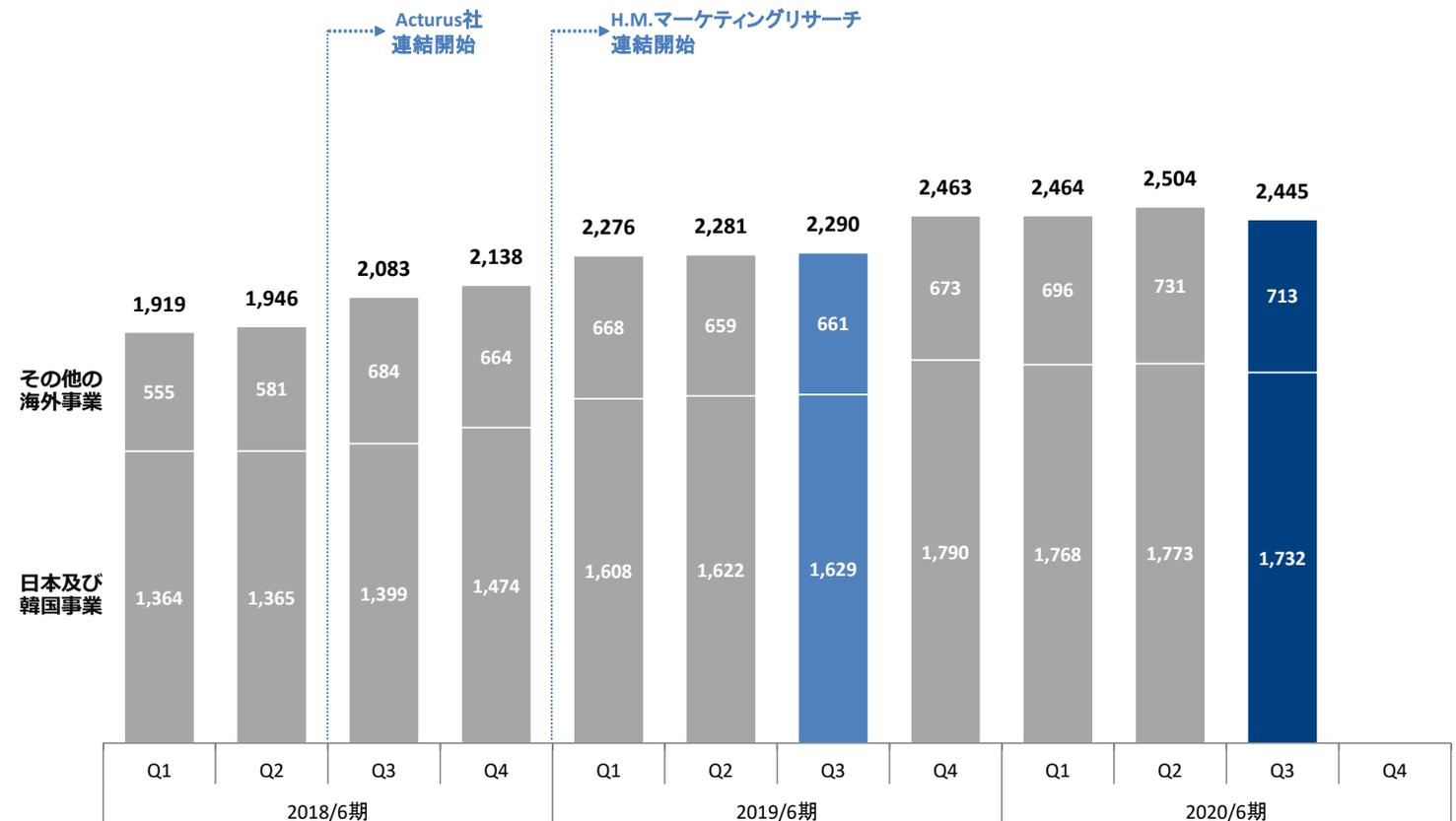
連結  
(人)



## 従業員数<sup>(1)</sup>の四半期別推移 – セグメント別

連結  
(人)

| YoY 増減 | 連結全体:        | +357 | +335 | +207 | +325 | +188 | +223 | +155 |
|--------|--------------|------|------|------|------|------|------|------|
|        | その他の海外事業:    | +113 | +78  | -23  | +9   | +28  | +72  | +52  |
|        | 日本及び韓国セグメント: | +244 | +257 | +230 | +316 | +160 | +151 | +103 |



注

1. 臨時雇用者数を含んでいません

# 連結貸借対照表 (B/S)

## 連結財政状態計算書要旨

連結(IFRS)  
(百万円)

|              | IFRS                   |                           |              |
|--------------|------------------------|---------------------------|--------------|
|              | 2019/6期<br>(2019/6/30) | 2020/6期 Q3<br>(2020/3/31) | 差異           |
| <b>資産</b>    | <b>78,321</b>          | <b>82,459</b>             | <b>4,138</b> |
| 現金及び現金同等物    | 10,102                 | 8,959                     | (1,143)      |
| 営業債権及びその他債権  | 9,577                  | 11,617                    | 2,040        |
| 有形固定資産       | 1,370                  | 4,605                     | 3,235        |
| のれん          | 46,886                 | 46,796                    | (90)         |
| その他の無形資産     | 7,244                  | 7,133                     | (111)        |
| その他の資産       | 3,140                  | 3,346                     | 206          |
| <b>負債</b>    | <b>46,039</b>          | <b>46,985</b>             | <b>946</b>   |
| 借入金及び社債      | 35,614                 | 34,073                    | (1,541)      |
| 営業債務及びその他の債務 | 4,105                  | 3,582                     | (523)        |
| その他の負債       | 6,318                  | 9,329                     | 3,011        |
| <b>資本</b>    | <b>32,282</b>          | <b>35,473</b>             | <b>3,191</b> |

## 2020/6期 Q3 B/S ハイライト

- 運転資金:
  - 営業債権の回転期間 93.9日
  - 営業債務及びパネルポイント引当金の回転期間 47.5日
- 資金調達コスト(リース負債を除く):
  - Q3平均利率: 0.92% (前年同期1.06%)
    - ◆ 金融機関金利 1.29%
    - ◆ 社債 0.50%
  - 格付(R&I より): BBB+ (方向性: 安定的) - 維持
- レバレッジ関連指標:
  - 純有利子負債/EBITDA倍率:
    - IFRS16の適用により直近12か月のEBITDAに新旧ルールが混在し倍率が歪む結果となっているが、年間目標である2.0から2.5倍に向けてQ3までは順調に進捗
  - インタレスト・カバレッジ・レシオ:
    - 17.50倍 (前年同期11.50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):
    - 13.1% (前年同期比5.1pt減)

## 連結キャッシュ・フロー計算書要旨

| 連結(IFRS)<br>(百万円)                   | IFRS           |                |
|-------------------------------------|----------------|----------------|
|                                     | 9か月比較          |                |
|                                     | 2019/6期 Q3YTD  | 2020/6期 Q3YTD  |
| <b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>             | <b>2,559</b>   | <b>3,964</b>   |
| 税引前利益                               | 6,482          | 5,798          |
| 減価償却費及び償却費                          | 1,016          | 2,049          |
| 金融収益・費用(純額)                         | 342            | 251            |
| 営業債権債務及びその他の債権債務の増減額 <sup>(1)</sup> | (2,533)        | (2,307)        |
| その他 <sup>(2)</sup>                  | 374            | 393            |
| <b>小計</b>                           | <b>5,683</b>   | <b>6,184</b>   |
| 利息及び配当金の受取額                         | 15             | 10             |
| 利息の支払額                              | (359)          | (225)          |
| 法人所得税の支払額                           | (2,779)        | (2,004)        |
| <b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>             | <b>(1,200)</b> | <b>(1,874)</b> |
| 資産の取得による支出 <sup>(3)</sup>           | (1,511)        | (1,631)        |
| 子会社の取得による支出/収入(純額)                  | 297            | (280)          |
| その他 <sup>(2)</sup>                  | 13             | 37             |
| <b>フリーキャッシュ・フロー<sup>(4)</sup></b>   | <b>1,718</b>   | <b>2,316</b>   |
| <b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>             | <b>(2,863)</b> | <b>(3,190)</b> |
| 借入 <sup>(5)</sup> 及び社債発行による収入       | 10,047         | -              |
| 借入金 <sup>(5)</sup> の返済による支出         | (12,509)       | (1,651)        |
| リース負債の返済による支出                       | -              | (965)          |
| 新株の発行による収入                          | 162            | 152            |
| その他 <sup>(2)</sup>                  | (563)          | (726)          |

## 2020/6期 Q3 YTD C/F ハイライト

- 営業活動によるキャッシュフロー +1,405 (前年同期比 54.9%増)
  - 税引前利益の減少 684
  - 減価償却費の増加 1,033 (内、IFRS16適用による影響 979)
  - 法人税支払額の減少 775
- 投資活動によるキャッシュフロー -673 (前年同期比 56.2%増)
  - 新規IT投資などの新規投資前年同期並み
  - 米子会社取得に係る追加対価の支払による支出増 280
- フリーキャッシュフロー: 598 (前年同期比 34.8%増)
- 財務活動によるキャッシュフロー -327 (前年同期比 11.4%増)
  - 前年同期社債発行およびそれに伴う一部借入金返済により支出減 811
  - IFRS16適用によるリース負債の返済による支出増 965
- 現金及び現金同等物増加 1,313

|                      | IFRS          |               |
|----------------------|---------------|---------------|
|                      | 9か月比較         |               |
|                      | 2019/6期 Q3YTD | 2020/6期 Q3YTD |
| 現金及び現金同等物の増減         | (1,504)       | (1,100)       |
| 現金及び現金同等物期首残高        | 9,124         | 10,102        |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額     | 25            | (43)          |
| <b>現金及び現金同等物期末残高</b> | <b>7,645</b>  | <b>8,959</b>  |

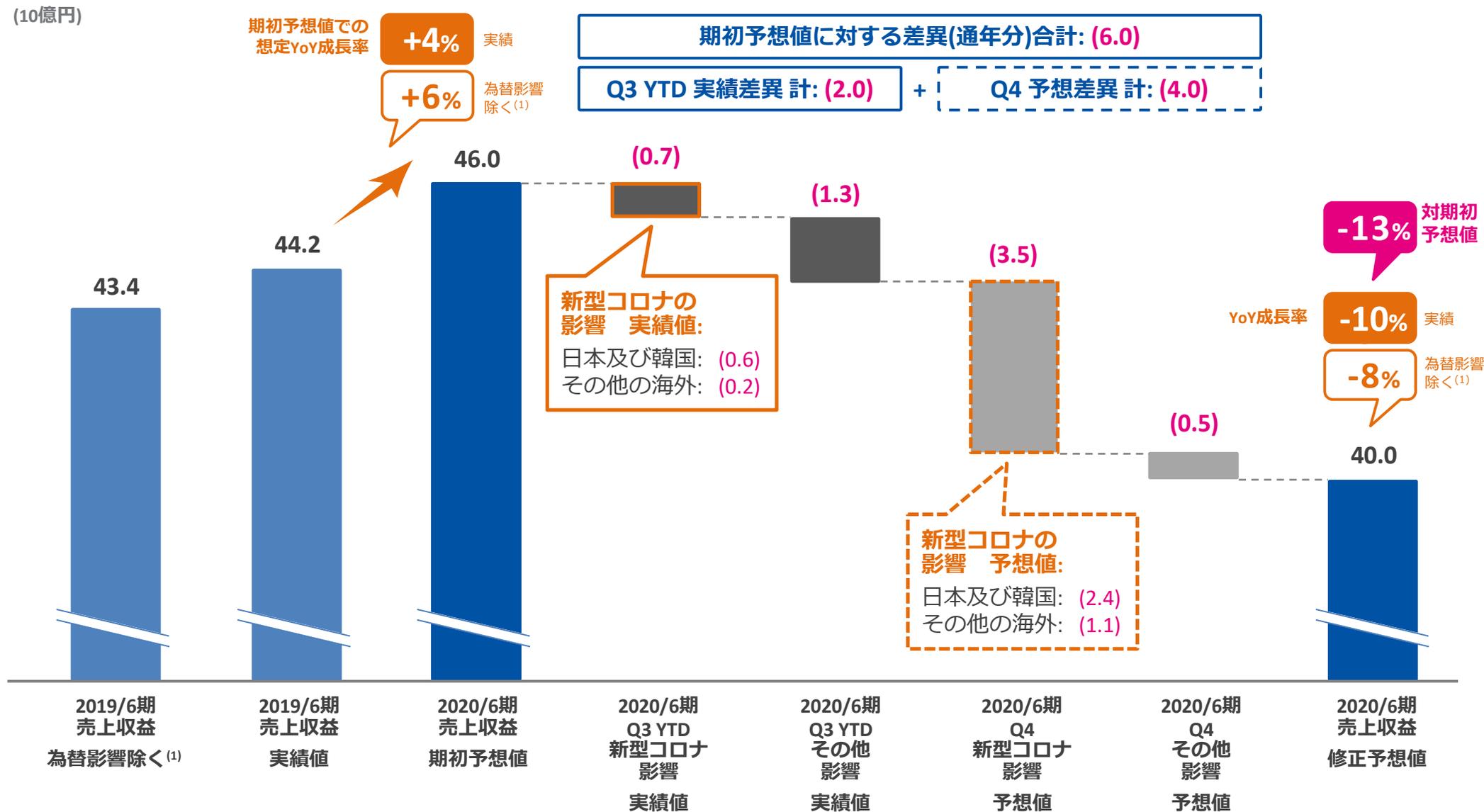
### 注

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、有形固定資産の売却による収入、投資の取得による支出、投資の売却による収入及びその他の合計。財務活動によるキャッシュ・フローにおけるその他は、配当金の支払額、非支配持分への配当金の支払額及びその他の合計
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

# 業績予想修正の前提

## 第4四半期に両セグメントで新型コロナウイルスの影響の拡大を見込み、期初業績予想を修正

### 期初予想値に対する差異



注  
 1. 2020/6期Q3YTDの実績の為替を用いて2019/6期通期分を算出。  
 為替影響を除く額の詳細な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

# 通期連結業績予想の修正

比較的高い固定比率のコスト構造により、売上収益の期初予想対比60億円の減少による利益への影響はより大きなものとなる想定

厳しい事業環境下にあるものの、可能な限り第4四半期の売上収益を高めることに専念し、利益へのマイナスの影響をより小さくすることを目指す

## 修正後業績予想（5月13日公表）

| 連結 (IFRS)<br>(百万円)   | 2019/6期<br>実績<br>(a) | 2020/6期<br>期初予想<br>(b) | 2020/6期<br>修正予想値<br>(c) | 差異<br>(c-b) | %増減率<br>(c/b) | 対前年成長率<br>(c/a) |
|----------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|-------------|---------------|-----------------|
| 売上収益                 | 44,279               | 46,000                 | 40,000                  | (6,000)     | (13.0%)       | (9.7%)          |
| EBITDA               | 9,167                | 10,400                 | 7,500                   | (2,900)     | (27.9%)       | (18.2%)         |
| 営業利益                 | 7,751                | 7,600                  | 4,600                   | (3,000)     | (39.5%)       | (40.7%)         |
| 親会社の所有者に帰属する<br>当期利益 | 4,702                | 4,400                  | 2,400                   | (2,000)     | (45.5%)       | (49.0%)         |

(1株当たり数値)

|                        |        |        |       |         |         |         |
|------------------------|--------|--------|-------|---------|---------|---------|
| EPS <sup>(1)</sup> (円) | 117.90 | 110.30 | 59.62 | (50.68) | (45.9%) | (49.4%) |
| 一株当たり配当額 (円)           | 9.00   | 11.00  | 11.00 | 変更なし    | 変更なし    | 22.2%   |

(為替レート的前提)

|             |        |        |        |      |      |      |
|-------------|--------|--------|--------|------|------|------|
| JPY/EUR (円) | 126.89 | 120.00 | 120.00 | 変更なし | 変更なし | 変更なし |
| JPY/KRW (円) | 0.0985 | 0.0900 | 0.0900 | 変更なし | 変更なし | 変更なし |

注

1. 基本的一株当たり当期利益

## 第4四半期の見通し

### ■ 売上収益

- Q4は新型コロナウイルスによる影響を受け、両セグメントに大幅な減収を見込む

### ■ EBITDA/営業利益/当期利益

- 売上収益の大幅な低下を受け、Q4のEBITDA/営業利益/当期利益は赤字となる見通し
- Q4の外注費、パネル費は売上収益に一定程度連動するため、売上収益の減収割合と同程度の減少を見込む
- 一方、人件費やその他の費用等の抑制を継続するものの、固定費の割合が高く大幅減収を補うには至らず

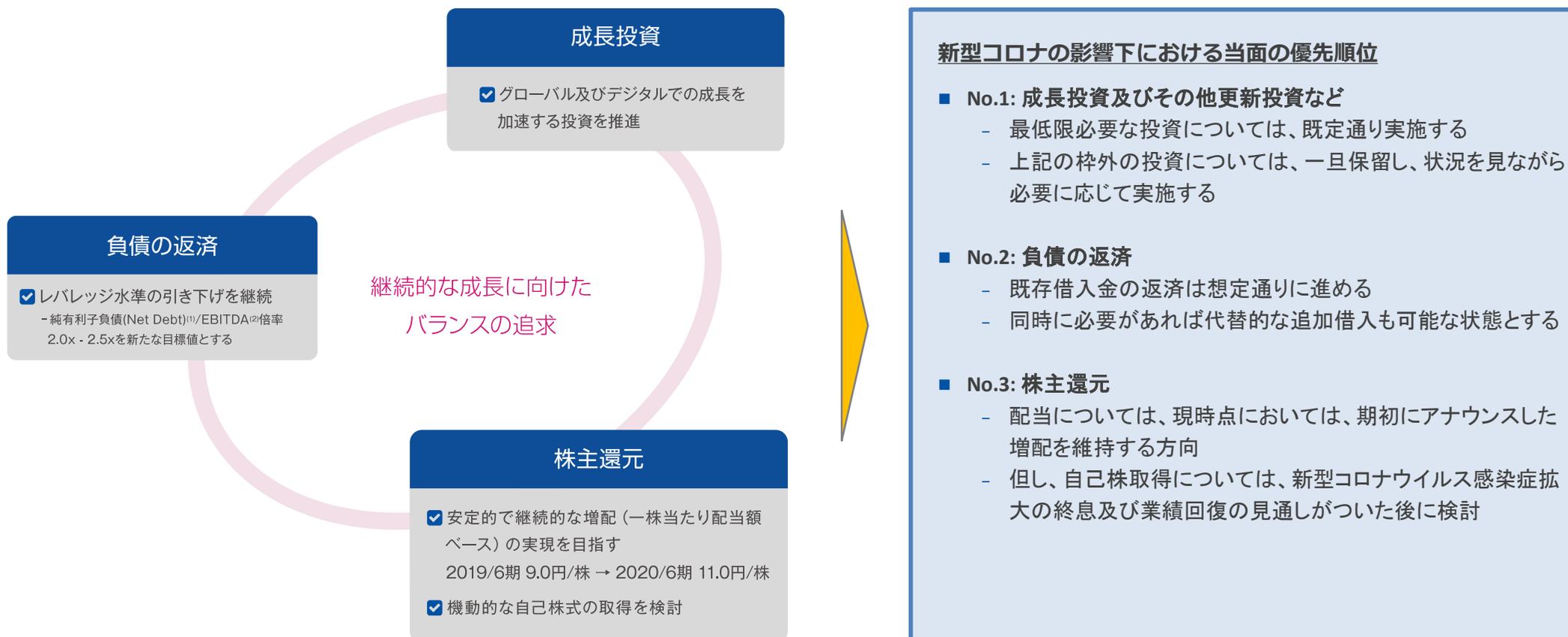
# キャピタル・アロケーション

顧客、消費者パネル、従業員の健康と安全を守りつつ、リサーチ業務の提供を継続することを最優先とする

配当予想は据え置き、既存借入金の返済と最低限必要な既定の投資については予定通り実施する方針

現時点で当社の手許流動性は十分に確保されている状況

## キャピタル・アロケーションの優先順位



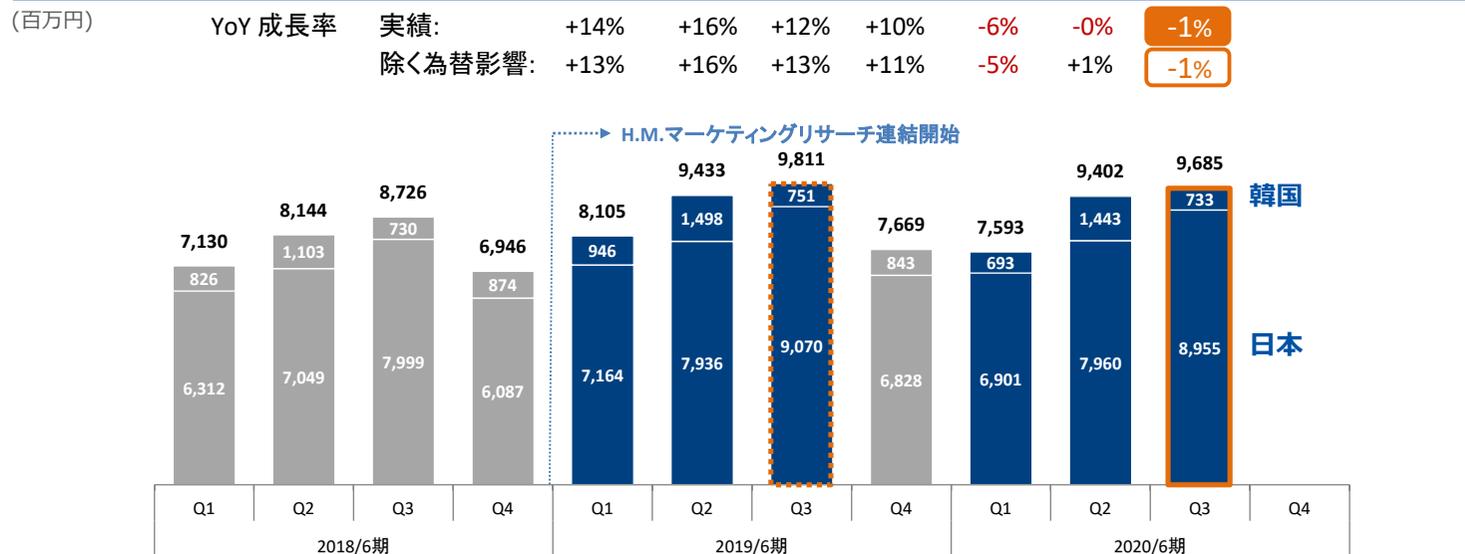
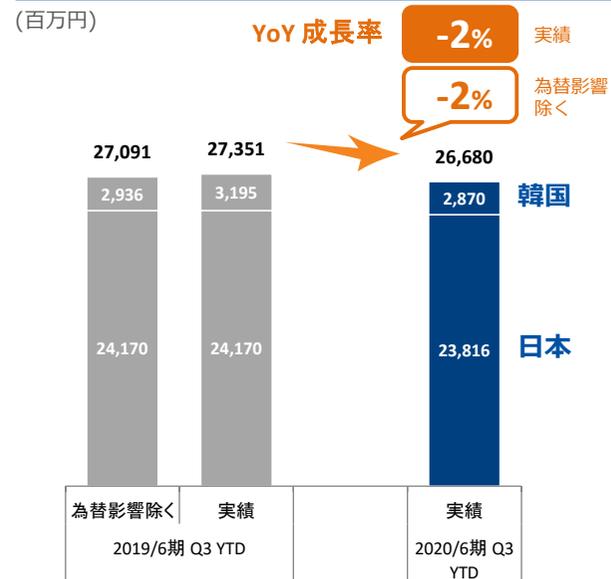
日本及び韓国事業セグメントに係る  
アップデート

# 2020/6期 Q3: セグメント業績サマリー

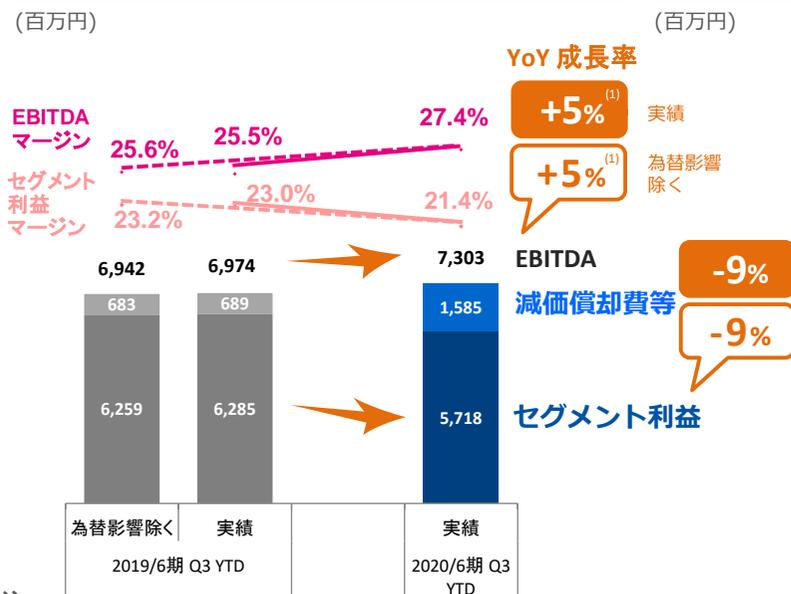


## 新たに新型コロナによる影響が発生し、第2四半期からの業績改善のトレンドは鈍化

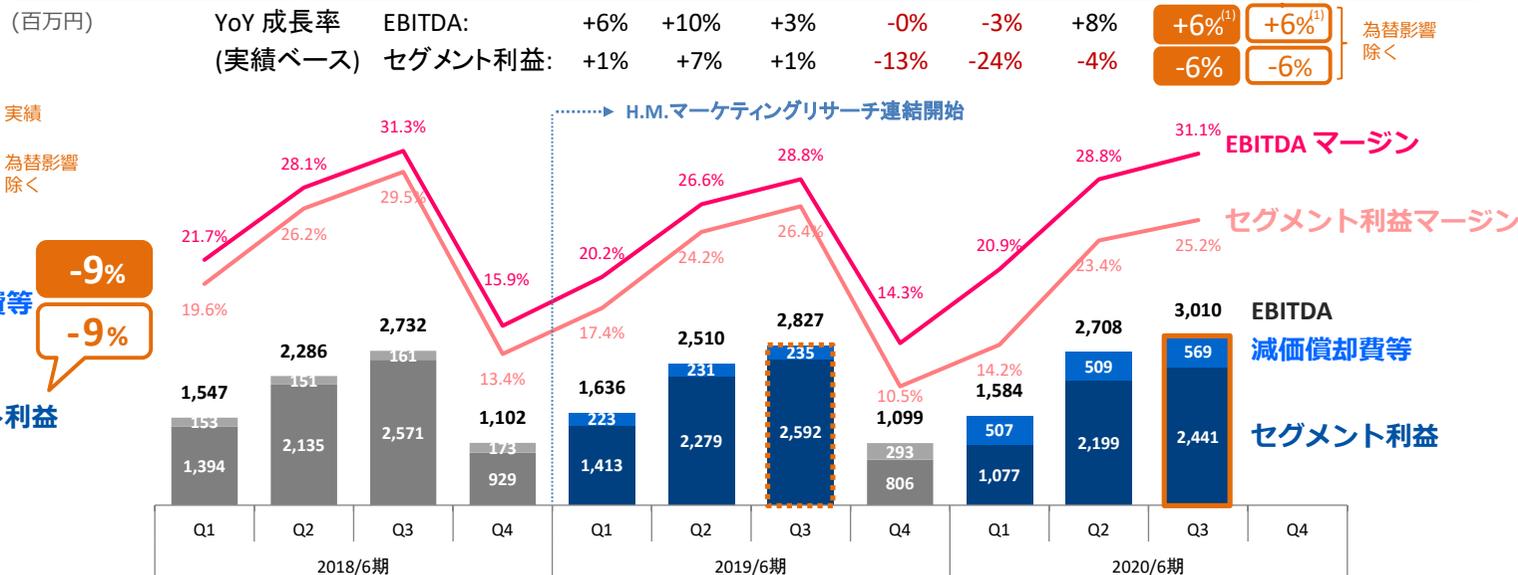
### Q3 YTD セグメント売上収益 (9カ月) Q3 YTD Q3 Standalone



### Q3 YTD セグメントEBITDA及び利益 (9カ月)



### 四半期毎のセグメントEBITDA及びセグメント利益の推移



注

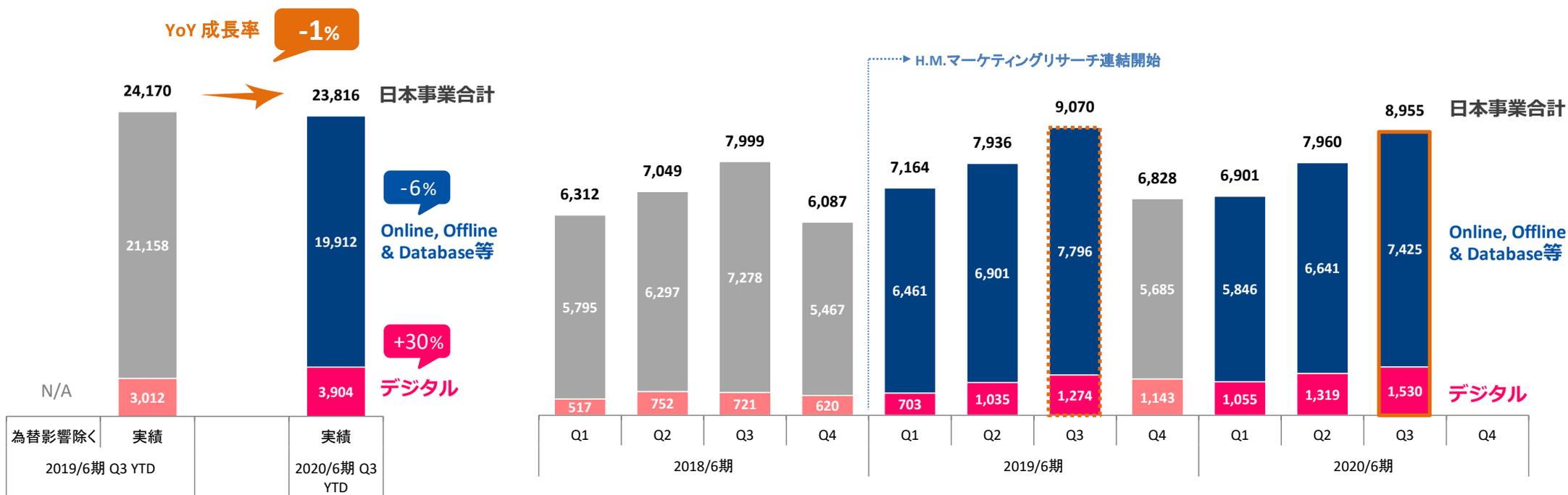
1. EBITDAの増加は主にIFRS16の適用に伴う影響によるものです。詳細は、p.2の共通注をご参照下さい

# 2020/6期 Q3: 日本事業 - 業績サマリー



第3四半期のデジタル売上は引き続き堅調に推移し、デジタル以外の売上也改善傾向が継続  
一方、新型コロナの影響でオフライン調査が減速し、日本全体では昨年をやや下回る着地に

| Q3 YTD 日本 売上収益 (9カ月) | Q3 YTD | 日本 四半期毎の売上収益の推移 |         |         |      |      |      | Q3 Standalone |      |      |      |
|----------------------|--------|-----------------|---------|---------|------|------|------|---------------|------|------|------|
| (百万円)                |        | (百万円)           | YoY 成長率 | 日本 合計:  | +13% | +13% | +13% | +12%          | -4%  | +0%  | -1%  |
|                      |        |                 |         | デジタル以外: | +11% | +10% | +7%  | +4%           | -10% | -4%  | -5%  |
|                      |        |                 |         | デジタル:   | +36% | +38% | +77% | +84%          | +50% | +27% | +20% |



## 成長領域である「デジタル・リサーチ」

■ 日本における当社デジタル領域の売上のほとんどは、「アクセスミル」と「DMP Solution」の2つで構成されており、それぞれの概要は以下の通り:

### “アクセスミル”

- Cookie情報やモバイルの広告ID情報を取得しているマクロミルパネルのオンライン上の行動履歴（ログ）をベースに、オンライン広告の接触者や特定のサイト訪問者などに対して、実行動ベースでターゲティングしたりリサーチを行うサービス

### “DMP Solution”

- Data Management Platform (DMP)の構築支援、及び企業のDMP内の顧客IDや広告代理店のDMP内のユーザーと同期（シンク）しているマクロミルパネルにつき、デモグラフィック情報などの付与やアンケートの実施、それらの情報とDMPを連携させるサービス

# 2020/6期 Q3: 韓国事業 - 業績サマリー



選挙関連の大型調査を含む公共機関向け調査が好調

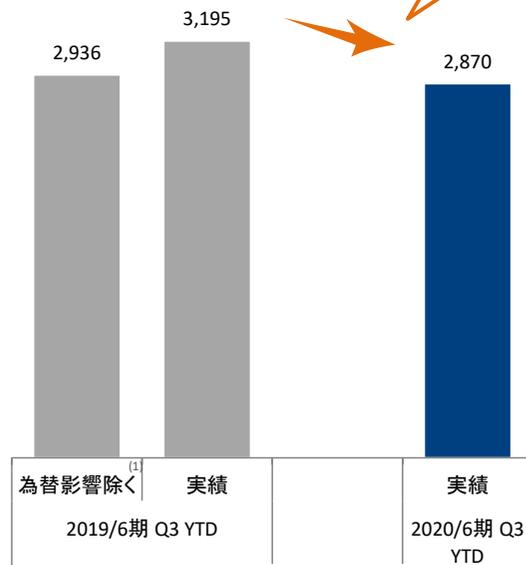
第3四半期は新型コロナの影響がありながらも、現地通貨ベースでの増収を継続

## Q3 YTD 韓国 売上収益 (9カ月)

(百万円)

Q3 YTD

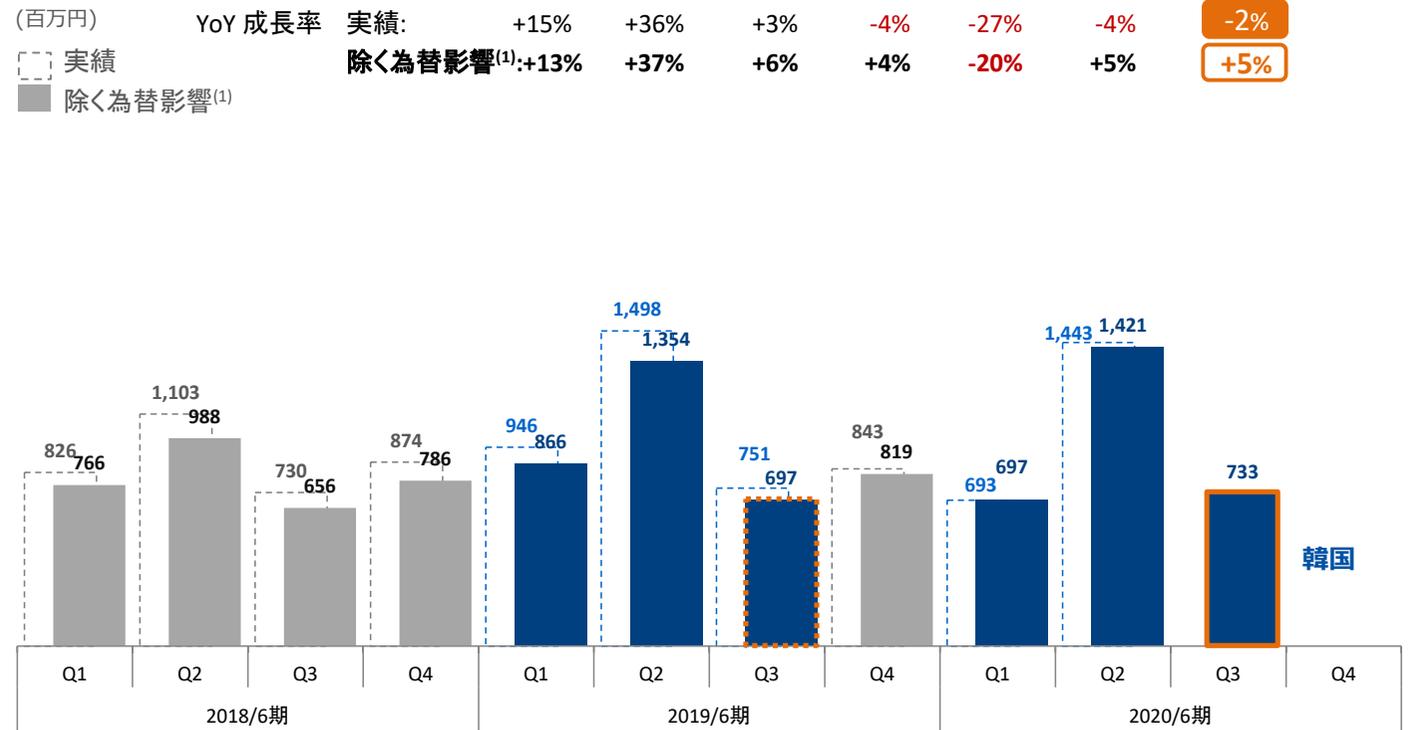
YoY 成長率 **-10%** 実績  
**-2%** 為替影響  
 除く(1)



## 韓国 四半期毎の売上収益の推移

(百万円)

□ 実績  
 ■ 除く為替影響(1)



### Q3 韓国事業 業績ハイライト

- Q3において、新型コロナの影響はあったが、他の国と比較するとその規模は限定的
- 為替による悪影響は継続しているものの、Q4においても、新型コロナ関連の追加的なリスクは限定的で、4月に選挙関連の調査の売上計上が続くこともあり、現地通貨ベースでは増収基調を維持する見通し
- デジタル領域はYoYで25%超の成長となり引き続き好調に推移
- また、当社は韓国で唯一オンライン自社パネルを保有しており、その自社パネルを活用したビッグ・データサービスを強化し、下期から、更なるデジタル売上の拡大を見込んでいる

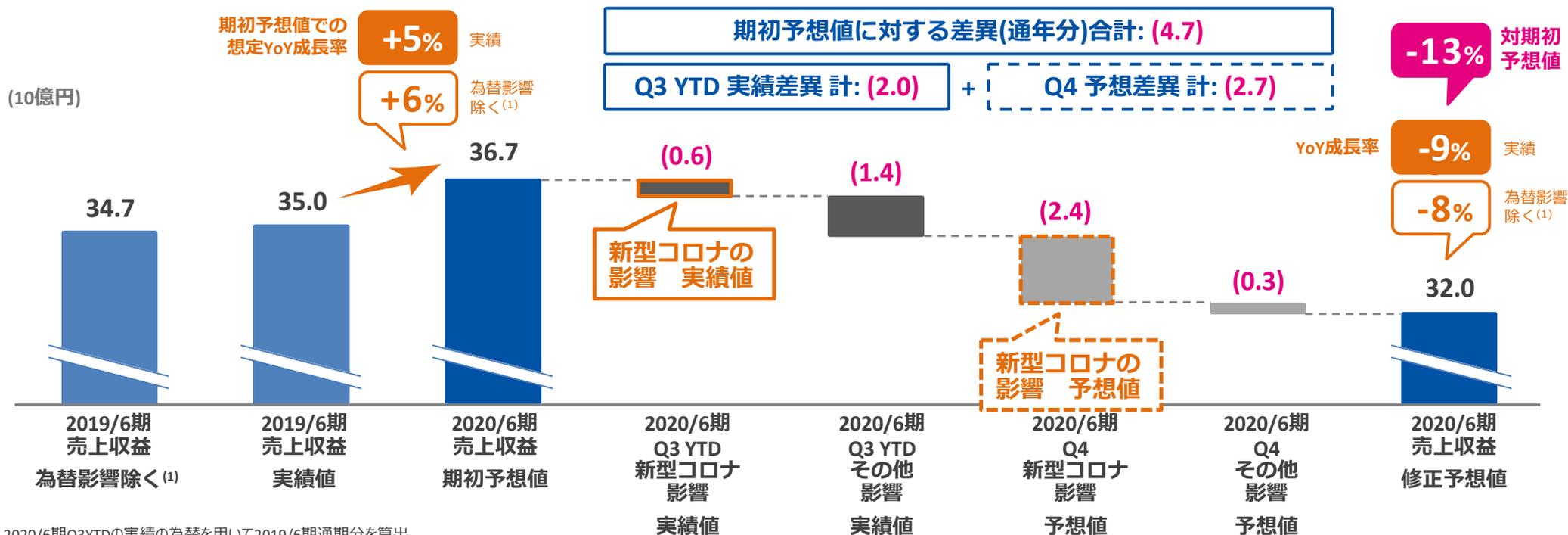
注  
 1. 為替影響を除く額の計算方法及びその意義については、p.2の共通注をご参照下さい

# 2020/6期: セグメント業績への新型コロナの影響



韓国での影響は限定的な状況が続く一方、日本ではQ4にQ3を大きく上回る影響を見込む

|    | Q3における影響額 実績値: 計6億円  | Q4における影響額 予想値: 計24億円  |
|----|--|---|
| 日本 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Q3における新型コロナの影響は、対面インタビューなどオフライン・リサーチを中心に5億円弱</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Q4の想定影響額は、4月に発令された緊急事態宣言が6月末まで続く前提で、23億円超を見込む</li> </ul> |
| 韓国 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Q3における影響額は1億円超。特に大型の海外調査や広告代理店の調査案件等で、キャンセルが発生</li> <li>但し、(現時点において)既に影響は峠を越えた印象</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Q4における想定影響額は、少なくともQ3を超えることはない見通しであり、1億円弱を見込む</li> </ul>  |



注  
1. 2020/6期Q3YTDの実績の為替を用いて2019/6期通期分を算出。  
為替影響を除く額の詳細な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

その他の海外事業セグメントに係る  
アップデート

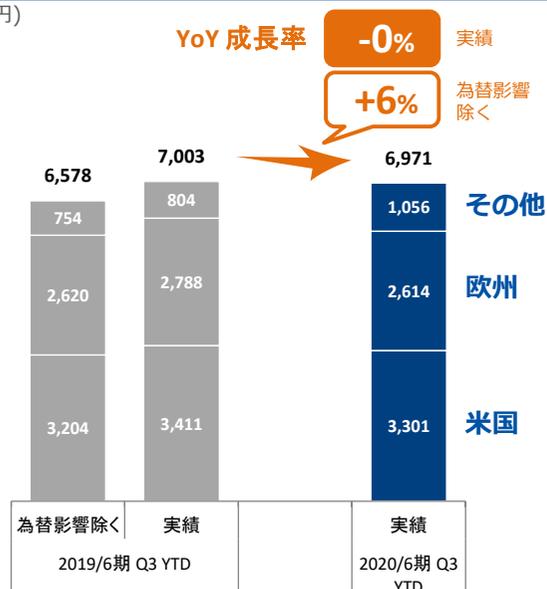
# 2020/6期 Q3: セグメント業績サマリー



## 新型コロナの影響により、上期好調であった欧州・米国が失速

### Q3 YTD セグメント売上収益 (9カ月) Q3 YTD

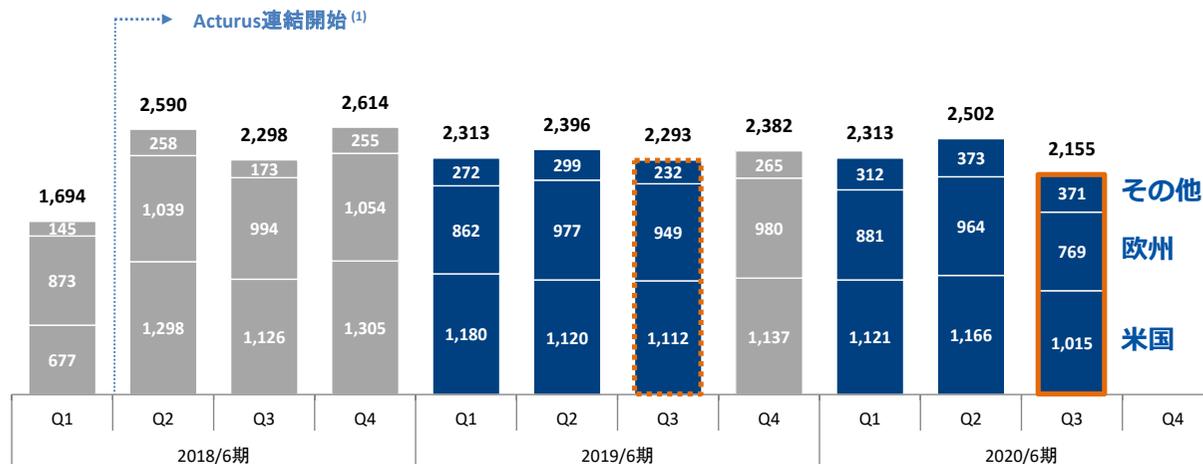
(百万円)



### 四半期毎のセグメント売上収益の推移

(百万円)

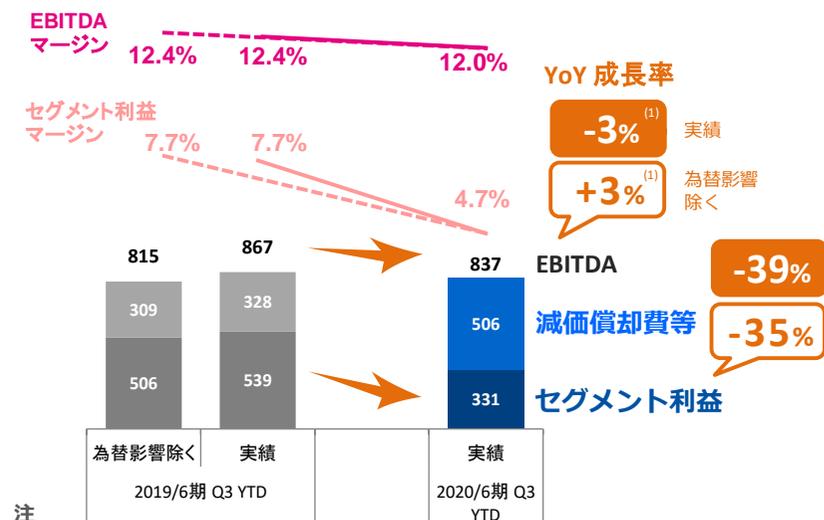
| YoY 成長率 | 実績:     | 2018/6 Q1 | 2018/6 Q2 | 2018/6 Q3 | 2018/6 Q4 | 2019/6 Q1 | 2019/6 Q2 | 2019/6 Q3 | 2019/6 Q4 | 2020/6 Q1 | 2020/6 Q2 | 2020/6 Q3 |
|---------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|         | 実績:     | +37%      | -7%       | -0%       | -9%       | +0%       | +4%       | -6%       |           |           |           |           |
|         | 除く為替影響: | +37%      | -5%       | +6%       | -4%       | +8%       | +12%      | -2%       |           |           |           |           |



### Q3 Standalone

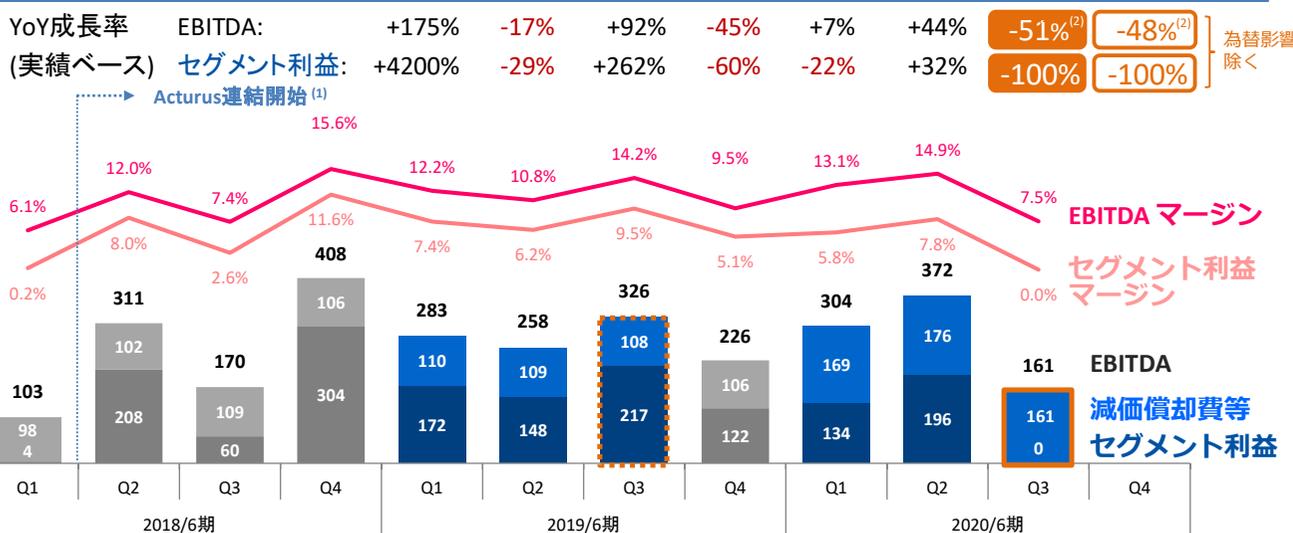
### Q3 YTD セグメントEBITDA及び利益 (9カ月)

(百万円)



### 四半期毎のセグメントEBITDA及びセグメント利益の推移

(百万円)



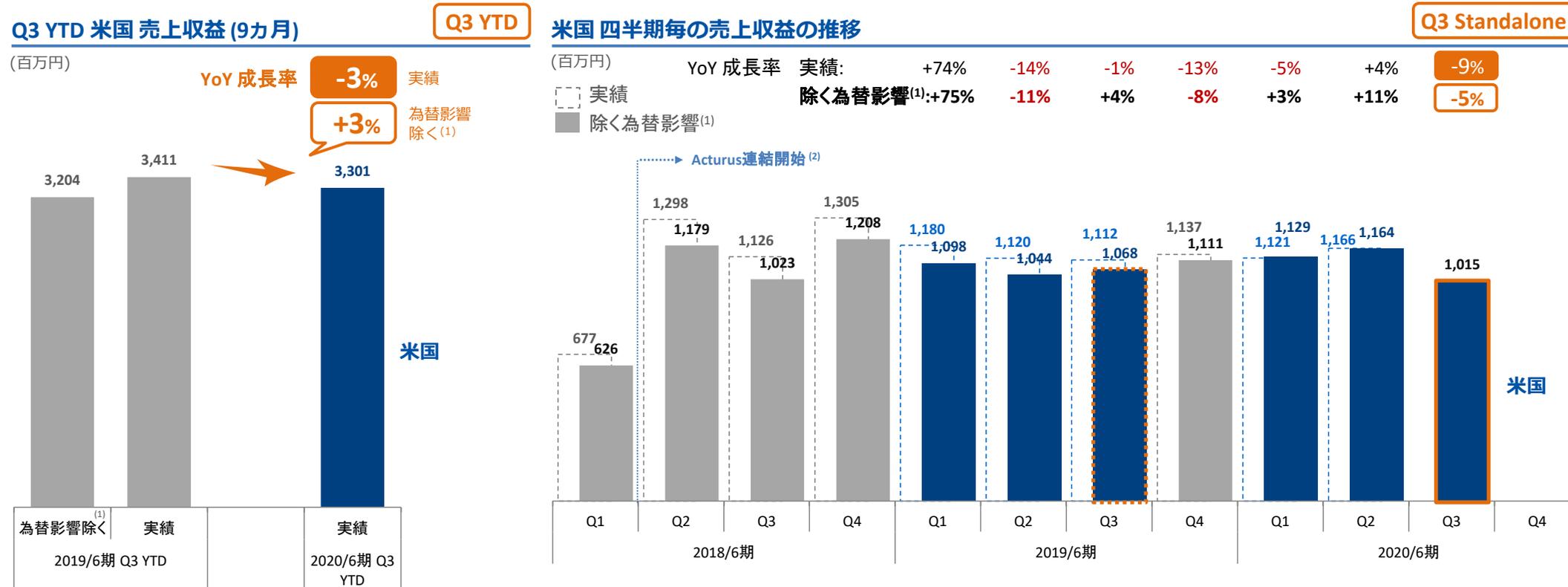
注 1. Acturusの連結開始タイミングについては、p.24の注2をご参照下さい

注 2. EBITDAの増加は主にIFRS16の適用に伴う影響によるものです。詳細は、p.2の共通注をご参照下さい

# 2020/6期 Q3: 米国事業 - 業績サマリー



3月に入り顧客における大規模なリサーチ案件の中止・延期が増加し、為替影響を除く米国のQ3売上収益はYoY-5%の減収となった



## Q3 米国事業 業績ハイライト

- 当社グループの米国の各拠点で、3月にリモートワークに移行
- Q3において、インターネット/テック業界のBig 4プラットフォーマー、一般用(OTC)医薬品業界、金融機関との取引は拡大
- プレジジョンサンプル社 (パネル提供事業を営む米国子会社) の好調が継続

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  
 2. 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か月 (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ます。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Q2の売上に加算し、Q3の売上から減算しています

# 2020/6期 Q3: 欧州事業 - 業績サマリー



米国同様、新型コロナの影響で為替影響を除く欧州のQ3売上収益はYoY-16%の減収に転じた

## Q3 YTD 欧州 売上収益 (9カ月)

Q3 YTD

(百万円)

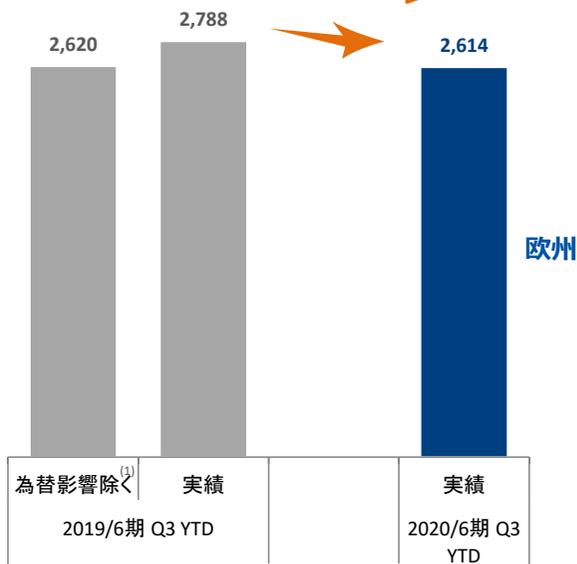
YoY成長率

-6%

実績

-0%

為替影響  
除く<sup>(1)</sup>



## 欧州 四半期毎の売上収益の推移

Q3 Standalone

(百万円)

YoY 成長率

実績:

-1%

-6%

-5%

-7%

+2%

-1%

-19%

除く為替影響<sup>(1)</sup>:

-1%

-3%

+1%

-2%

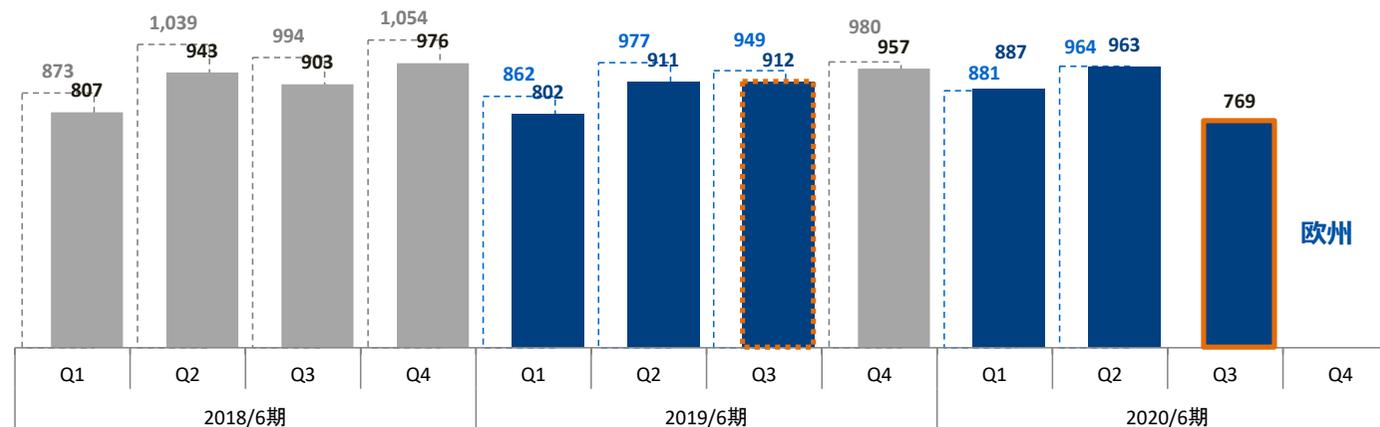
+11%

+6%

-16%

実績

除く為替影響<sup>(1)</sup>



## Q3 欧州事業 業績ハイライト

- 当社グループの欧州の拠点で、3月にリモートワークを開始
- Q3までの累計ベースでは、英国が力強く、オランダがやや強い状況であるものの、フランスにおける売上収益の減少が英国・オランダによる増加分を打ち消している状況（この3カ国が欧州で大きな事業規模を持つ）
- 業界別ではQ3において、大手FMCG企業、大手デジタル広告代理店、及びグローバルなエレクトロニクス企業との取引が伸長

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

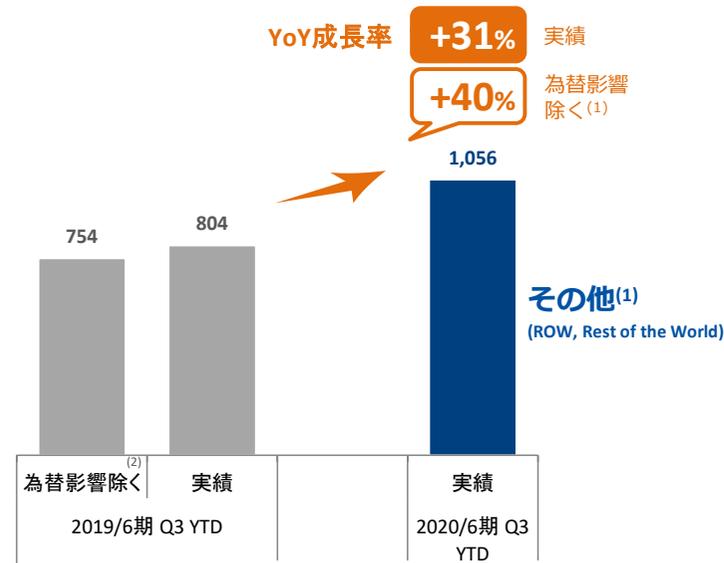
# 2020/6期 Q3: その他の国<sup>(1)</sup>での事業 - 業績サマリー

その他の国でのQ3売上収益の伸長は、為替影響を除きYoY +66%と引き続き力強く成長

## Q3 YTD その他の国 売上収益 (9カ月)

Q3 YTD

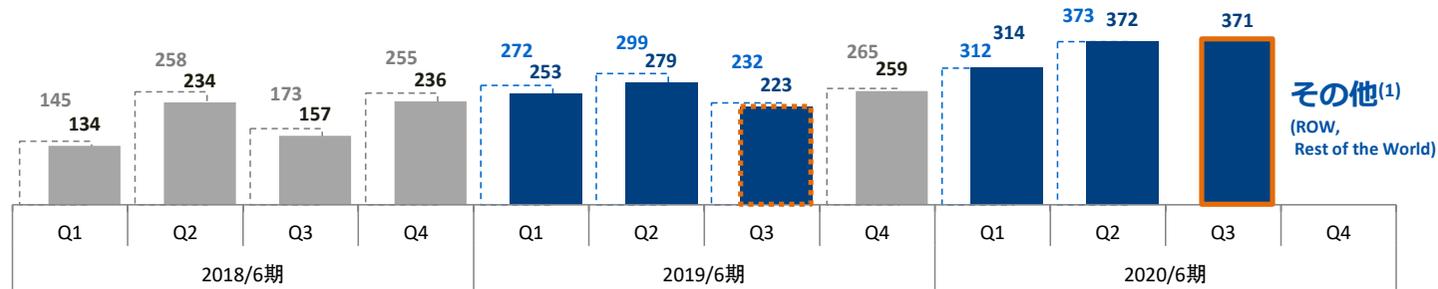
(百万円)



## その他の国 四半期毎の売上収益の推移

Q3 Standalone

| (百万円)                  | YoY 成長率 | 実績:                    | +88% | +16% | +34% | +4%  | +15% | +25% | +60% |
|------------------------|---------|------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| □ 実績                   |         | 除く為替影 <sup>(2)</sup> : | +90% | +20% | +41% | +10% | +24% | +33% | +66% |
| ■ 除く為替影 <sup>(2)</sup> |         |                        |      |      |      |      |      |      |      |



## Q3 その他の国での事業 業績ハイライト

- その他の国では、米国・欧州と比較すると、現状、新型コロナの影響は軽微
- ブラジル、中国、アラブ首長国連邦(UAE)及びインドの業績が特に好調。オーストラリアにおける新拠点も取引規模を拡大中
- 業界別ではQ3において、大手民生用エレクトロニクス企業、グローバルなSNS大手企業、及び英国に本拠地を置く大手家電メーカーとの取引が伸長
- 中国はコロナ後の「ニュー・ノーマル」に移行しつつあるが、その他の大部分の地域では、リモートワークが継続

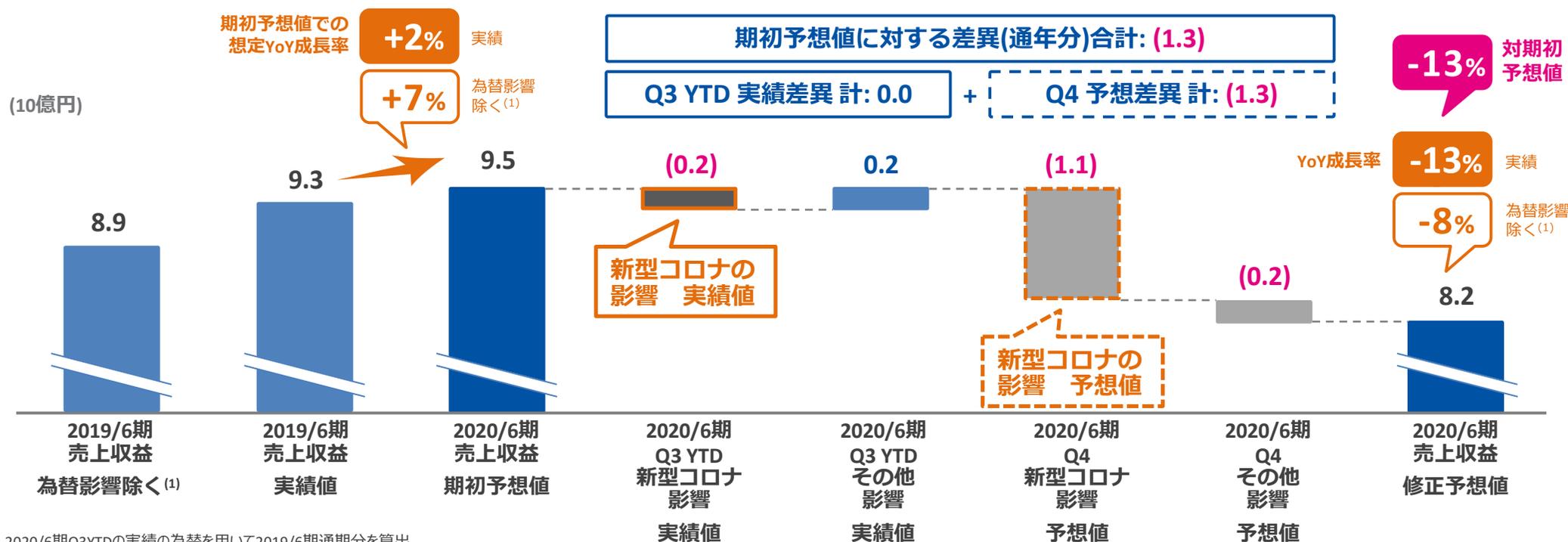
注  
 1. その他の国とは、中南米、中東及び、日本と韓国等を除くアジアの子会社で構成されています  
 2. 為替影響を除く額の計算方法及びその意義については、p.2の共通注をご参照下さい

# 2020/6期: セグメント業績への新型コロナの影響



日本と同様、Q3における新型コロナの影響額は限定的であったものの、Q4により大きな影響が生じる見込み

|     | Q3における影響額 実績値: 計2億円 | Q4における影響額 予想値: 計11億円                                 |
|-----|---------------------|--|
| 米国  | ■ Q3における影響額は1億円弱    | ■ Q4における影響額は5億円超に拡大を見込む<br>■ 案件の保留、中止、規模縮小等いずれの形態も拡大 |
| 欧州  | ■ Q3における影響額は1億円弱    | ■ Q4における影響額は5億円弱に拡大を見込む<br>■ 米国同様、様々な形態での影響がそれぞれ拡大   |
| ROW | ■ Q3における影響額は軽微      | ■ Q4における影響額は2億円弱に拡大を見込む<br>■ 回復期に入った中国以外の地域では影響が拡大   |



注 1. 2020/6期Q3YTDの実績の為替を用いて2019/6期通期分を算出。為替影響を除く額の詳細な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

Creating  
**The First Truly Global Digital**  
Research Company



## 添付資料

- i. 2020/6期 Q3財務情報に係る補足的情報
- ii. 市場規模及び当社の過年度実績、並びに当社の中期経営計画
- iii. 当社の概要

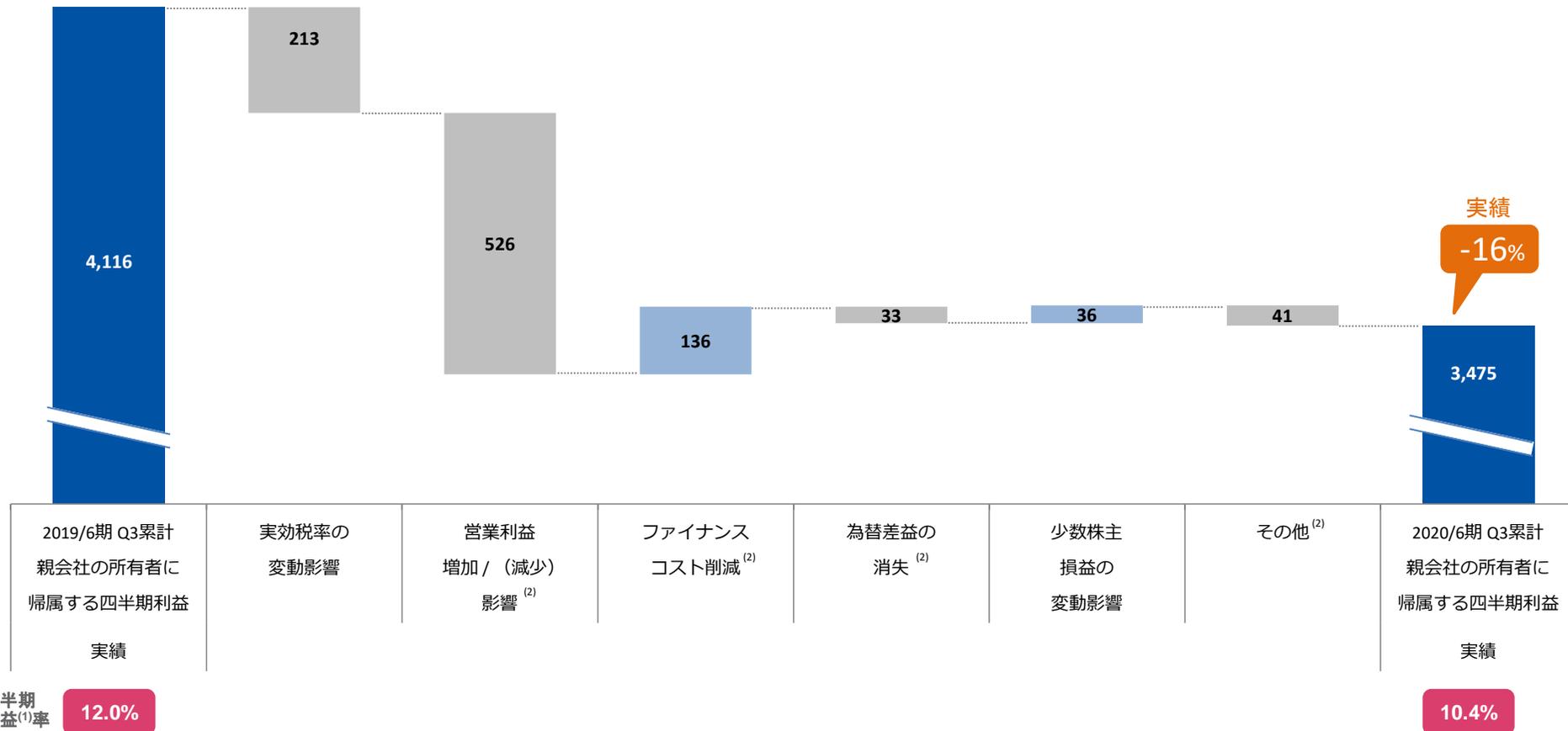
# 2020/6期 Q3: 四半期利益<sup>(1)</sup>変動要因

Q3 YTD (9ヶ月間)

四半期利益<sup>(1)</sup>の減益要因は、主に営業利益の減少によるものだが、ファイナンスコストの削減によりその一部は軽減されている

## 親会社の所有者に帰属する四半期利益の変動要因分析<sup>(1)</sup> – 2019/6期 Q3 YTD vs. 2020/6期 Q3 YTD

連結(IFRS)  
(百万円)



注

- 親会社の所有者に帰属する四半期利益
- 税引後の影響額を記載

## 添付資料

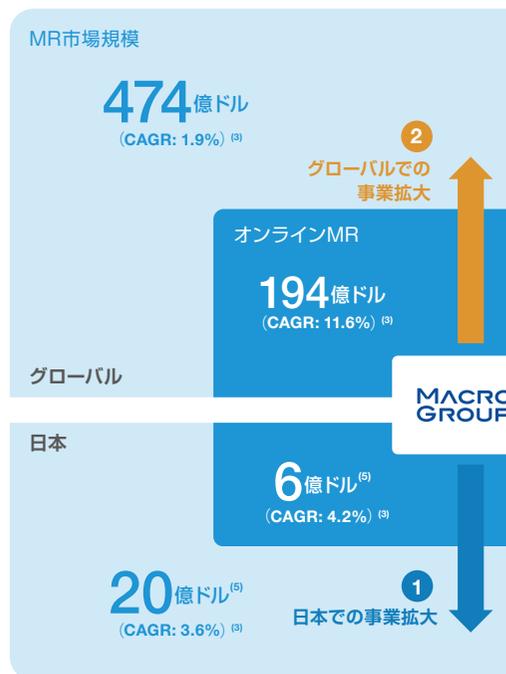
- i. 2020/6期 Q3財務情報に係る補足的情報
- ii. 市場規模及び当社の過年度実績、並びに当社の中期経営計画
- iii. 当社の概要

# 巨大な市場機会と当社の中期経営計画

## マクロミルの市場機会<sup>(1)</sup>

### 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: 2018A  
CAGR (実績値ベース): 2013A-2018A



### デジタル・マーケティング<sup>(2)</sup>

広告市場規模: 2018A  
CAGR (予想値ベース): 2018A-2023E



MACROMILL GROUP

#### 出所

Global Market Research spending: ESOMAR - Global Market Research (2018/9)  
Japan Market Research spending: Japan Marketing Research Association (2014/7, 2019/7)  
Ad spending: eMarketer - Worldwide Ad Spending (2019/9)

#### 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: 2013年~2018年
- 予想値CAGR: 2018年~2023年
- 為替レート: 1ドル=110円
- M&A等の新規事業の寄与分を除く

## 中期経営計画

### 市場ポジション

2024年までに“グローバルTOP10”  
及び“日本及びアジア No.1”を目指す

### 売上収益

市場を上回る売上成長の維持

### 利益

売上成長に応じた利益成長の実現

費用の増加分<sup>(6)</sup>を売上の伸び以下に留める  
～ テクノロジー (AI, RPA等) の積極活用を継続

### レバレッジ

純有利子負債(Net Debt) /  
EBITDA倍率: **2.5-2.0倍**

### キャピタルアロケーション

株主還元強化

安定的増配 + 機動的な自己株式の取得 (新たに選択肢として追加)

# 新中期経営計画の実現に向けて

顧客

「**パートナー**」としての関係性の構築

個別取引ベースの関係ではなく

パネル

「**自社パネル**」の拡大と強化

デジタル時代において、垂直統合ビジネスモデルを堅持

DATA

様々なDATAを「**統合的**」に活用

消費者接点（タッチポイント）の増加に伴い

テクノロジー

“**テクノロジーとイノベーション**（AI, RPA等）の積極活用

より高度なアナリティクスや、プロダクトへの新たな付加価値の付与

MVV

Mission、Vision、Valuesの実現に向けたコミットメントを継続

～ **SDGs**の実現に向けた顧客の意思決定のサポート

# 過去実績 – グローバル市場 vs. 当社グループ売上収益

- グローバルなマーケティング・リサーチ市場は、オンライン化の進展が市場成長を牽引
- 当社グループの連結売上収益は、グローバルなマーケティング・リサーチ市場の成長率を上回り、グローバルなオンライン・マーケティング・リサーチ市場とほぼ同じペースで成長

## 市場トレンド – グローバル・マーケティング・リサーチ市場

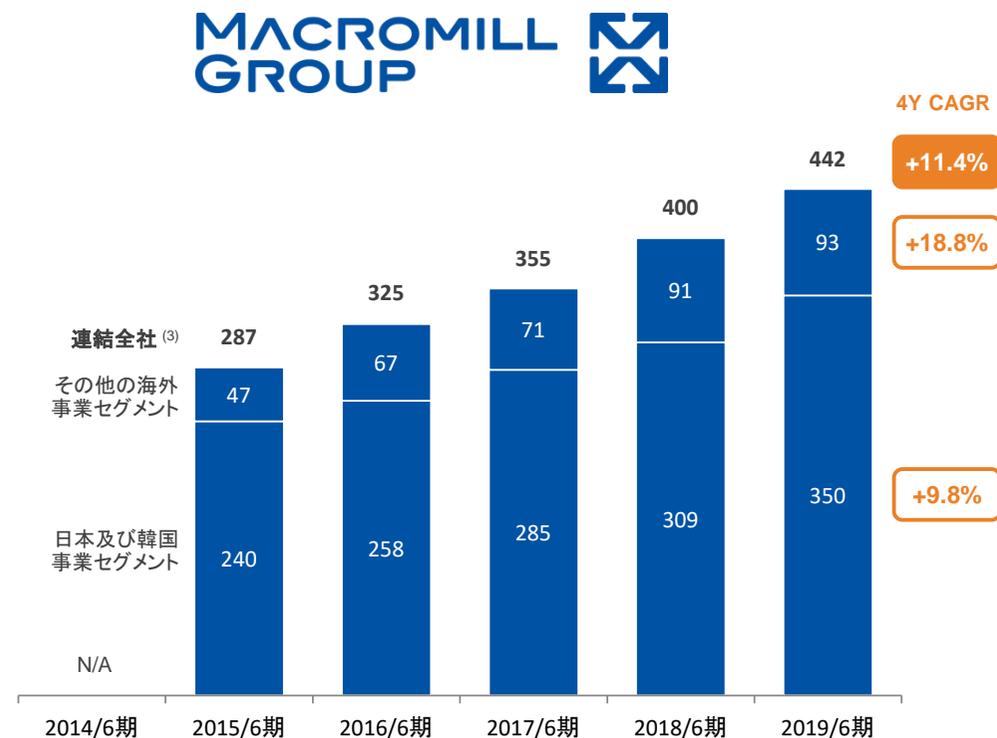
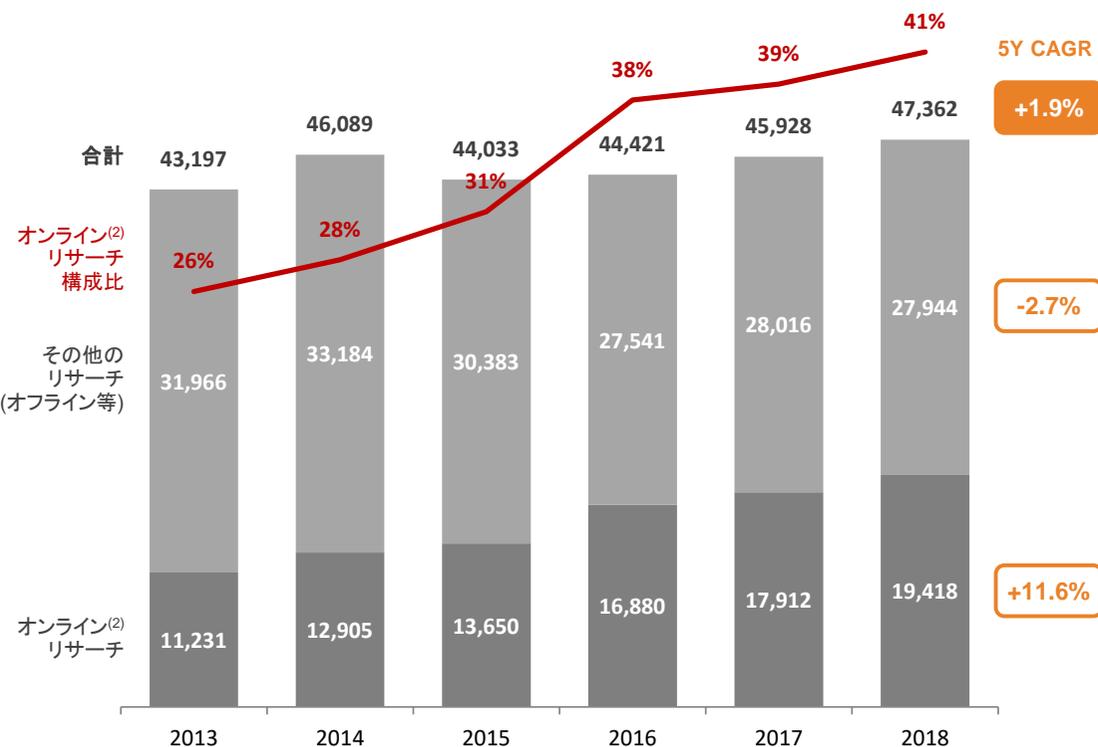
ESOMAR<sup>(1)</sup>  
(百万ドル)

|         |        |      |     |      |     |     |
|---------|--------|------|-----|------|-----|-----|
| YoY 成長率 | 合計:    | +7%  | -5% | +1%  | +3% | +3% |
|         | その他:   | +4%  | -8% | -9%  | +2% | -0% |
|         | オンライン: | +15% | +6% | +24% | +6% | +8% |

## 売上収益トレンド – マクロミル連結グループ全社

連結 (IFRS)  
(億円)

|         |          |      |      |      |      |
|---------|----------|------|------|------|------|
| YoY 成長率 | 連結全社     | +13% | +9%  | +13% | +11% |
|         | その他の海外事業 | +44% | +5%  | +29% | +2%  |
|         | 日本及び韓国事業 | +7%  | +11% | +9%  | +13% |



注

1. 出典 ESOMAR, Global Market Research (2019/9, 2018/9)
2. オンライン定量調査のみ、ESOMAR資料においても除外されているオンライン定性調査を含まない
3. 各セグメントの売上収益は、セグメント間収益を含む売上値を用いて表記しており、両セグメント売上の合計額と連結売上収益は一致しません（差分はセグメント間収益で連結消去額となります）

# 過去実績 – 日本市場 vs. 日本における売上収益

- 日本におけるマーケティング・リサーチ市場は年平均 3.6% (5Y CAGR) で成長
- 当社の日本における売上収益は、デジタル領域に力強く牽引される形で、市場を上回るペースで拡大  
デジタル領域は今後も当社のグロース・ドライバーと位置付けられる

## 市場トレンド – 日本のマーケティング・リサーチ市場

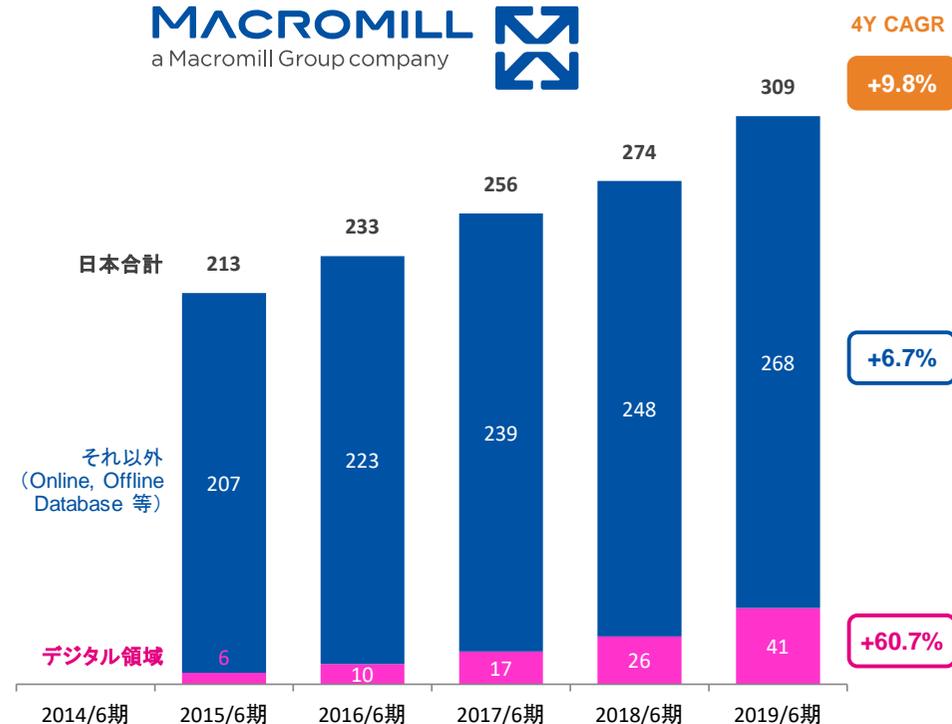
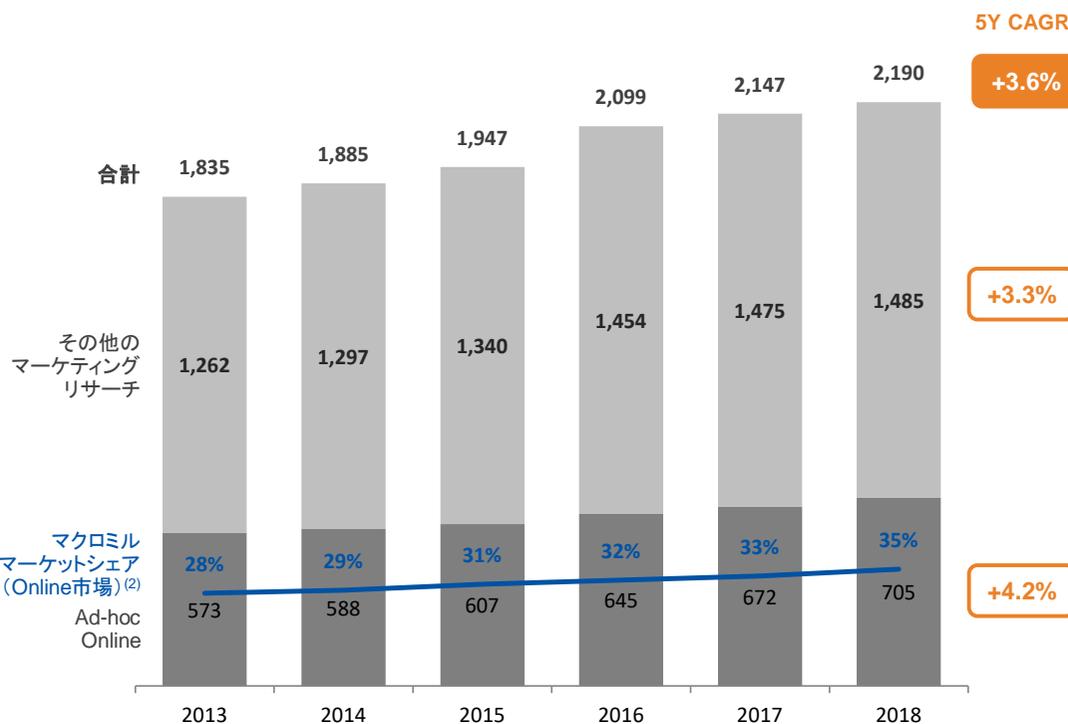
JMRA <sup>(1)</sup>  
(億円)

|         |         |     |     |     |     |     |
|---------|---------|-----|-----|-----|-----|-----|
| YoY 成長率 | 合計:     | +3% | +3% | +8% | +2% | +2% |
|         | その他:    | +3% | +3% | +9% | +1% | +1% |
|         | Online: | +3% | +3% | +6% | +4% | +5% |

## 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:   | +10% | +10% | +7%  | +13% |
|         | それ以外:   | +8%  | +7%  | +4%  | +8%  |
|         | デジタル領域: | +76% | +63% | +47% | +59% |



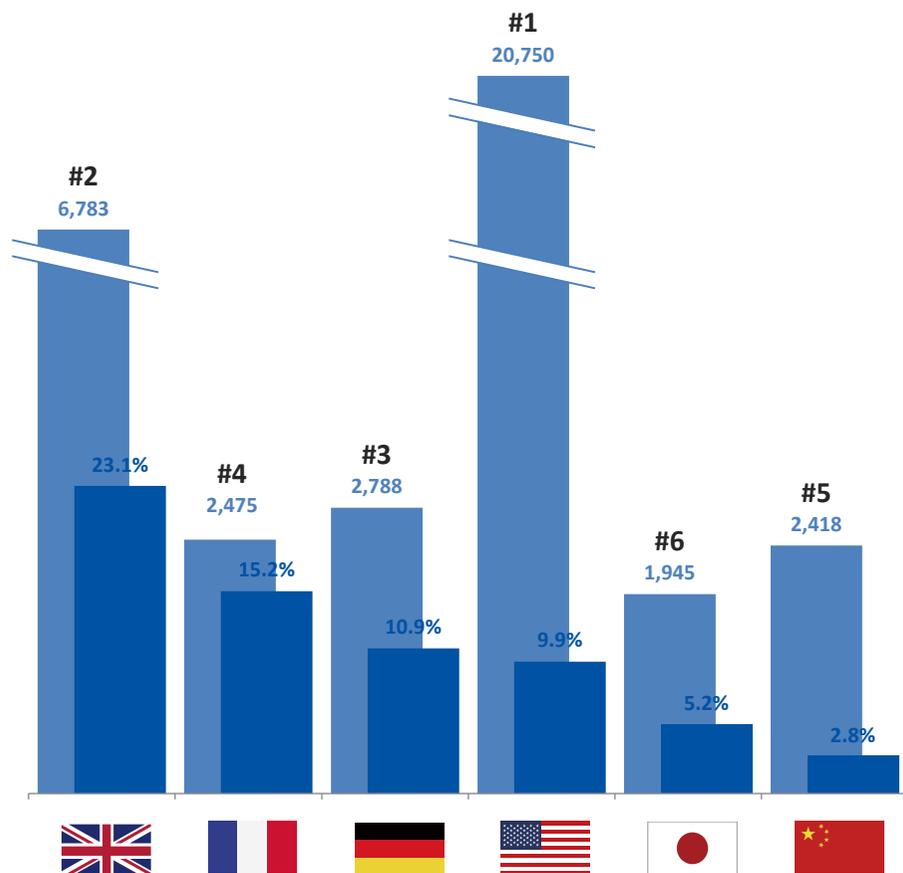
注  
 1. 出典 日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA) – 経営業務実態調査 (2019/7) AD-HOCインターネット調査をAd-hoc Onlineとして表記している  
 2. マクロミルのマーケット・シェアについては、当社による推計値

# 今後の成長余地 – 日本

- 日本のマーケティング・リサーチ市場規模は未だ限定的であり、今後の市場全体の成長余地が大きい
- 加えてデジタル・マーケティング関連市場は今後5年間で急拡大が見込まれており、マーケティング・リサーチ領域に加えてデジタル領域の成長を取り込み、市場を上回るペースでの売上成長を目指す方針

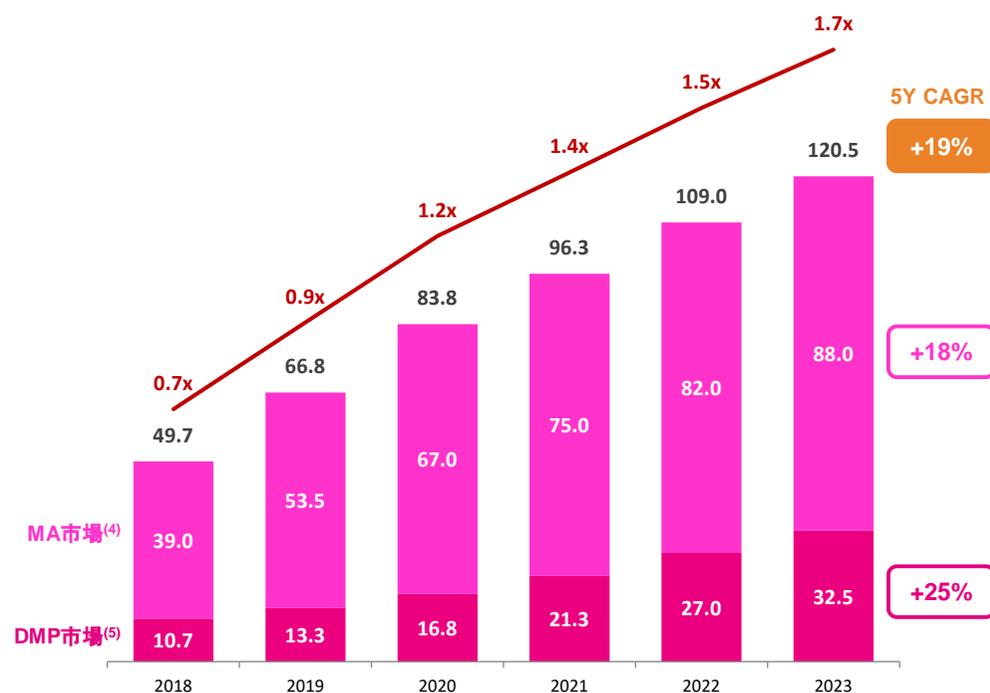
## 国別マーケティング・リサーチ市場規模（絶対額及び対広告支出比率）

ESOMAR<sup>(1)</sup> ■ 絶対額ベース (百万ドル)  
 (百万ドル) ■ 相対ベース 対広告支出比率 (%)  
 2018



## 日本のデジタル・マーケティング関連市場 市場規模推移・予測

矢野経済研究所<sup>(2)</sup> — 日本のDMP/MA市場規模の合計値の国内オンライン・マーケティング・リサーチ市場規模(2018年)に対する倍率<sup>(3)</sup>  
 (十億円)



### 注

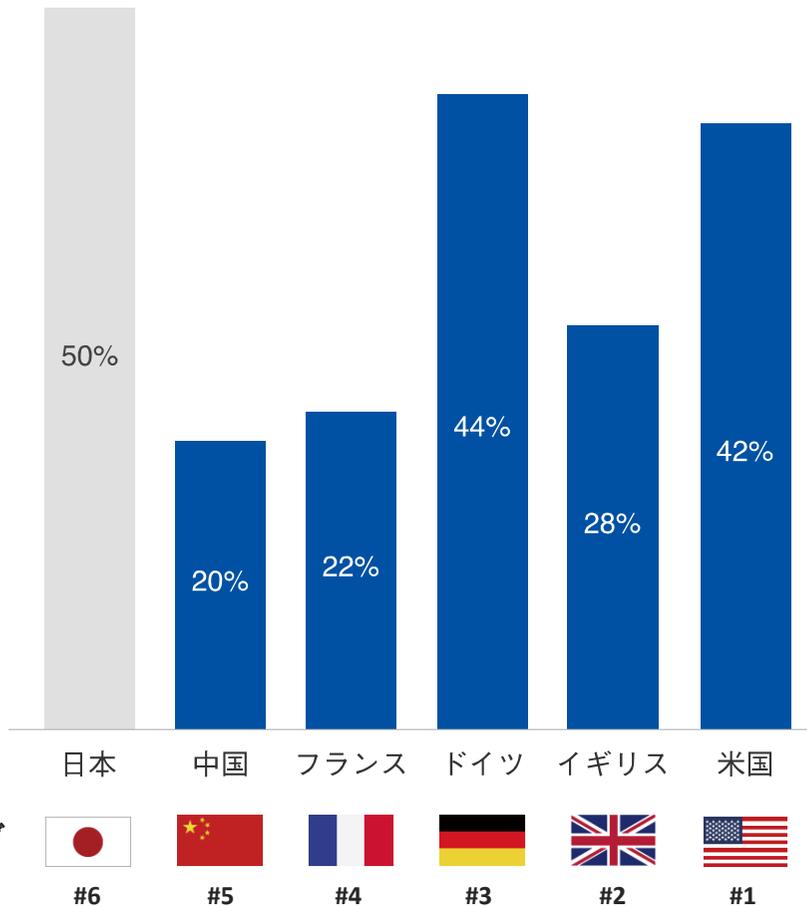
1. 出典 ESOMAR, Global Market Research (2019/9)
2. 出典 矢野経済研究所, DMP/MA市場規模推移・予測 (2018年は実績値、2019年は見込値、2020年以降は予測値) (2019/11/12)
3. 日本マーケティング・リサーチ協会 (JMRA) による経営業務実態調査 (2019/7)における2018年度のAD-HOC インターネット調査市場規模 705億円に対する倍率
4. MA(Marketing Automation) とは、大量の見込み顧客や既存顧客のデータを一元化し、自動的に評価し、設計したシナリオに基づいて、シナリオを自動実行させ、顧客を個別に育成することで確度の高い商談を創出するシステムやサービスを指す
5. DMP(Data Management Platform) とは、様々な販売チャネルにおける顧客の行動データを集約して分析することで、顧客の特徴を明らかにし、広告/メール/DMなどのマーケティング施策を最適化するシステムやサービスを指す。DMPは、自社サイト以外の第三者が保有する顧客データを活用するパブリックDMPと、自社サイトの顧客データを活用するプライベートDMPの2種類に区分され、プライベートDMPには顧客個人を軸としたデータ管理を行うCDP(Customer Data Platform)を含む

# 今後の成長余地 – 海外

- 海外では今後マーケティング・リサーチのオンライン化が更に進み、市場成長を牽引する見通し
- 当社はオンラインとデジタル領域に強みを持ち、新興勢ながらもグローバルなフランチャイズを持つユニークな存在
- Big 4に対するディスラプター/チャレンジャーという立場から市場シェアの拡大を目指す方針

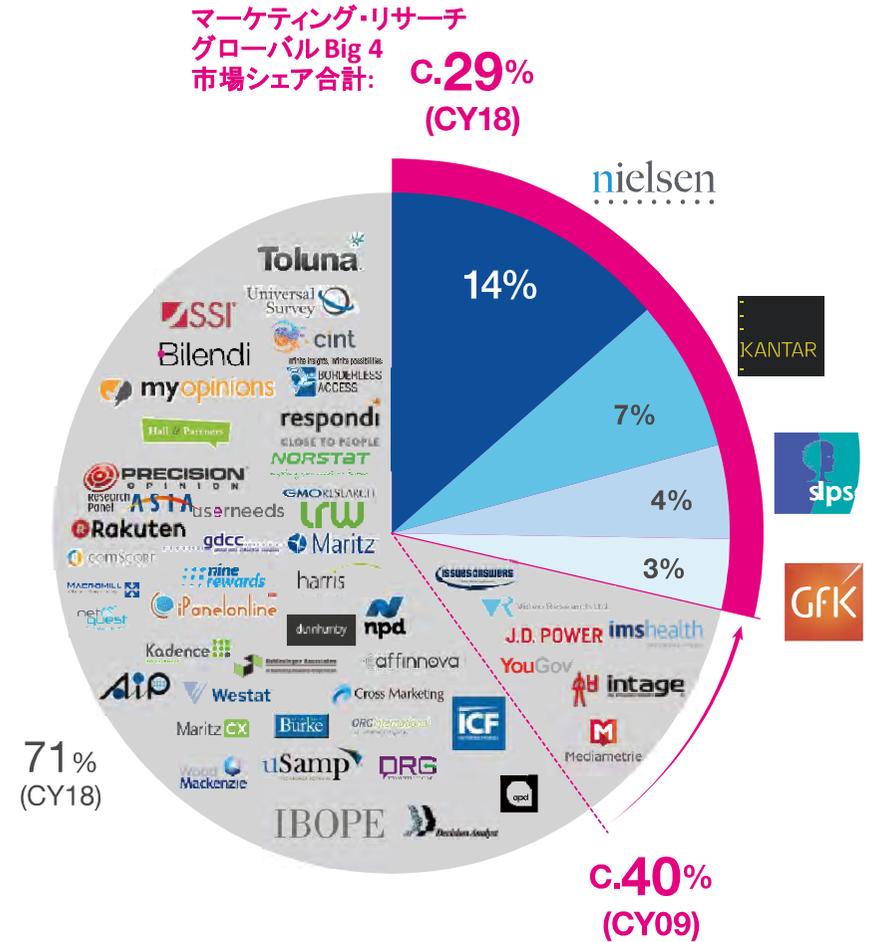
マーケティング・リサーチ市場のオンライン化率<sup>(1)</sup>

ESOMAR<sup>(2)</sup>  
CY2018



グローバル・マーケティング・リサーチ市場の市場シェア

ESOMAR<sup>(2)</sup>  
CY2018



注

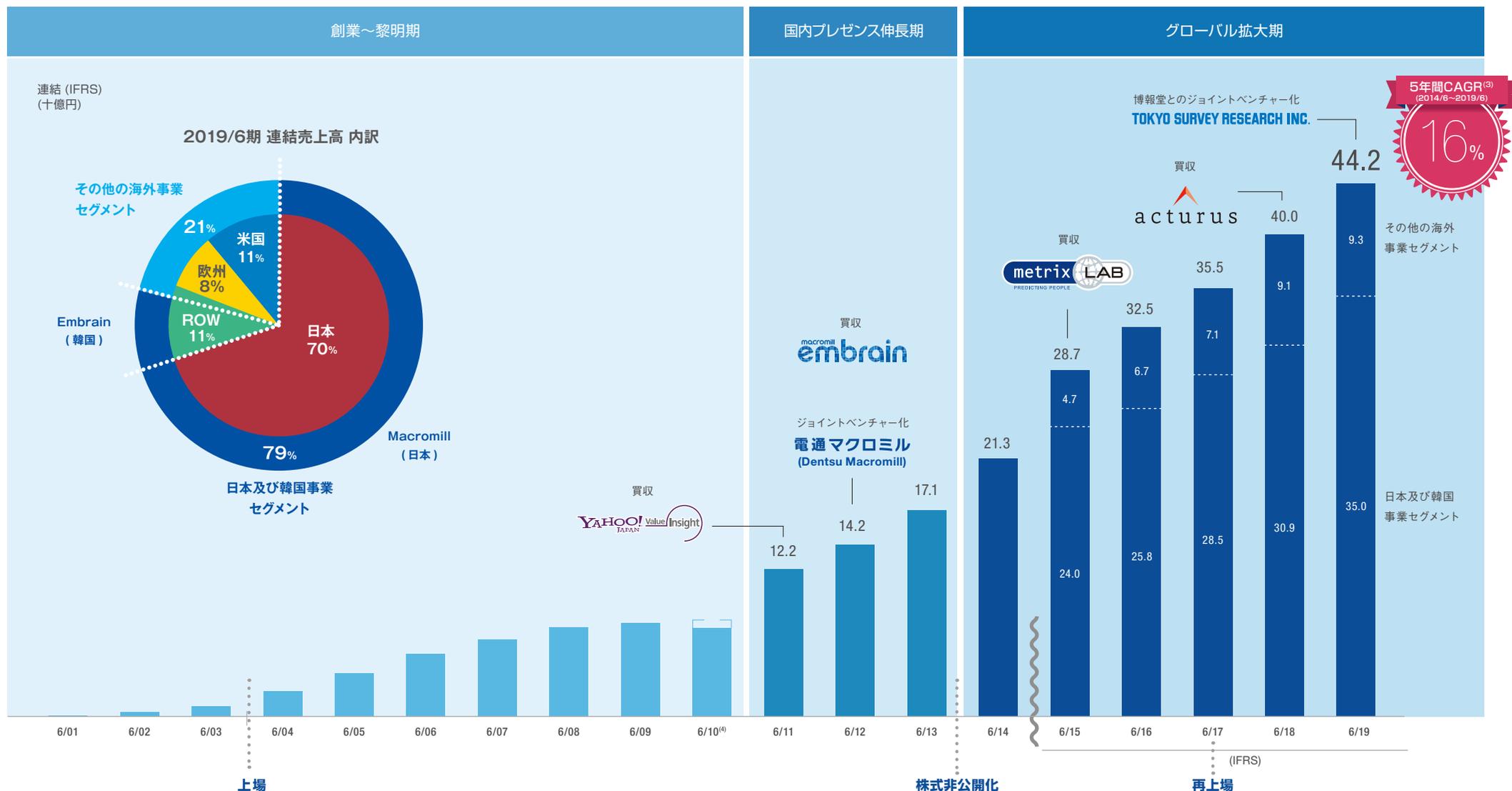
1. 出典 ESOMAR, Global Market Research (9/2019, 9/2010)  
2. オンライン化率 = 各国におけるオンライン定量調査 (PCオンライン+モバイル/スマートフォンオンライン) に対する支出額 ÷ 各国におけるマーケティング・リサーチ支出総額

## 添付資料

- i. 2020/6期 Q3財務情報に係る補足的情報
- ii. 市場規模及び当社の過年度実績、並びに当社の中期経営計画
- iii. 当社の概要

# 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<sup>(1)</sup>

## 連結売上高<sup>(2)</sup>



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. 2014年6月期から2019年6月期の5年間売上高CAGR(J-GAAPに基づく2014年6月期及びIFRSに基づく2015年6月期から2019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

# 当社の顧客

- グローバルな優良企業を中心に、様々なブランド、事業会社、代理店など4,000社を超える幅広い顧客と取引がある
- 長期的な取引関係と高い取引継続率を持つ大口顧客への売上の集中度が高い
- 売上の大部分はブランド/事業会社との直接取引によるもの
- 電通と博報堂のそれぞれと戦略的な取組みを行っている（両社のインハウス・マーケティング・リサーチ子会社を連結子会社化し共同経営）

## ポイント

### 顧客数

グローバルで約 **4,200社** (90カ国以上)

約**3,600社**  
日本及び韓国

約**600社**  
その他の海外

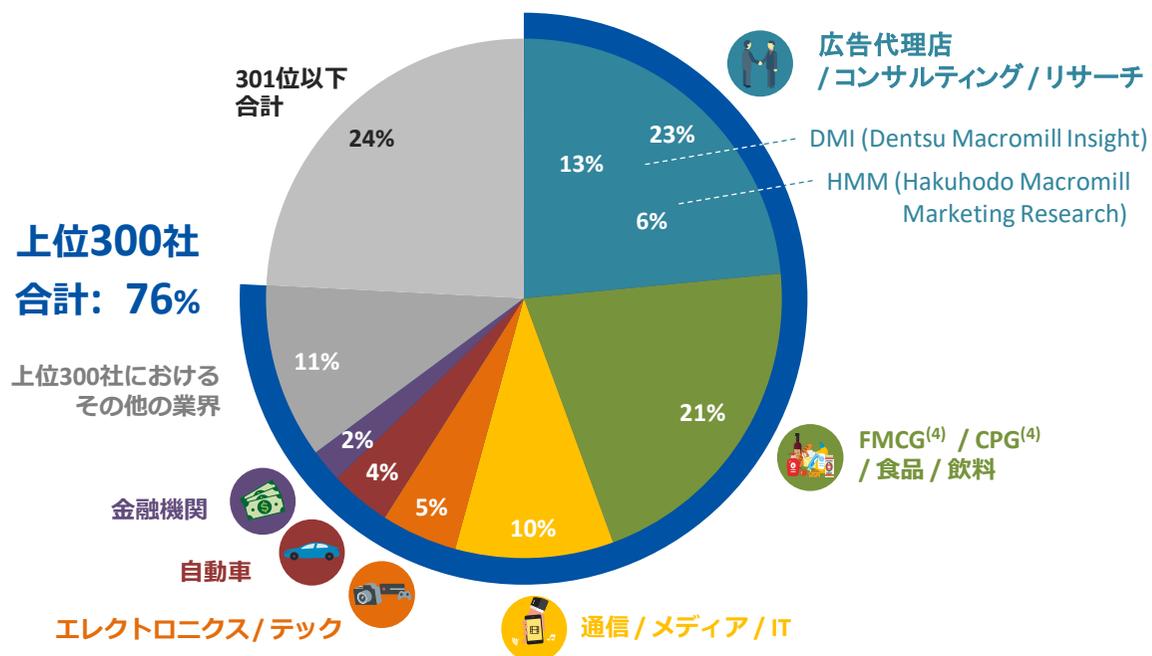
### 大口顧客との取引継続率<sup>(1)</sup>

**96.4%**  
日本<sup>(2)</sup>

**92.8%**  
グローバル<sup>(3)</sup>  
(日本除く地域)

## 2019/6期 顧客業界別にみた売上収益の内訳

連結 (IFRS)  
(百万円)



特定の業界に偏りのない顧客基盤

### 注

- 年間売上高が1,000万円または10万ユーロ以上の顧客
- 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）。2015年6月期から2019年6月期の5年間の平均値
- 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MetrixLabの大口顧客数）÷（前年度の年間売上高が10万ユーロ以上のMetrixLabの大口顧客数）。2016年6月期から2019年6月期の4年間の平均値
- FMCG = Fast Moving Consumer Goods; CPG = Consumer Packaged Goods (日用消費財)

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



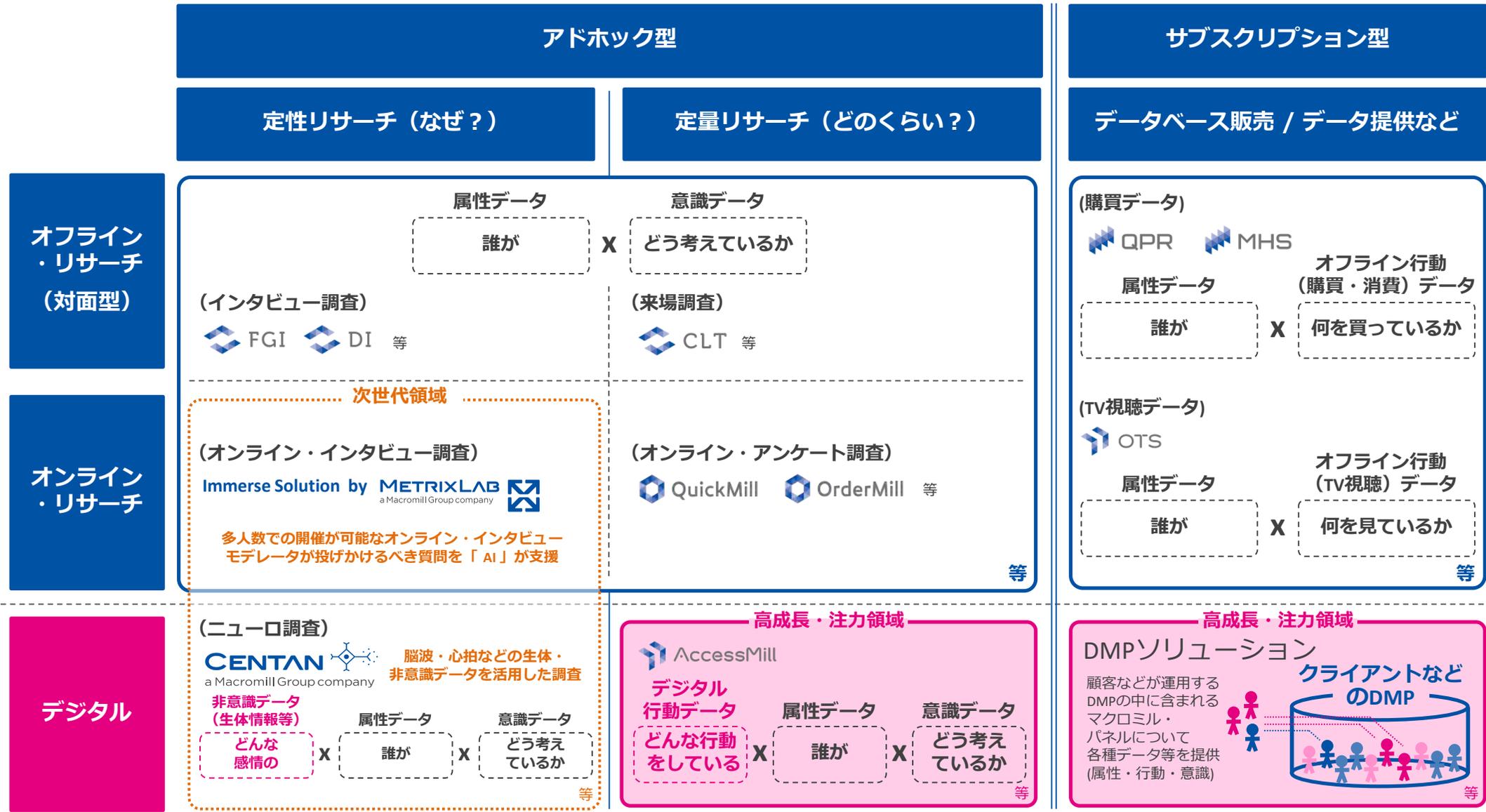
1,000万人  
グローバルな  
自社パネル

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

# 当社の提供するサービス

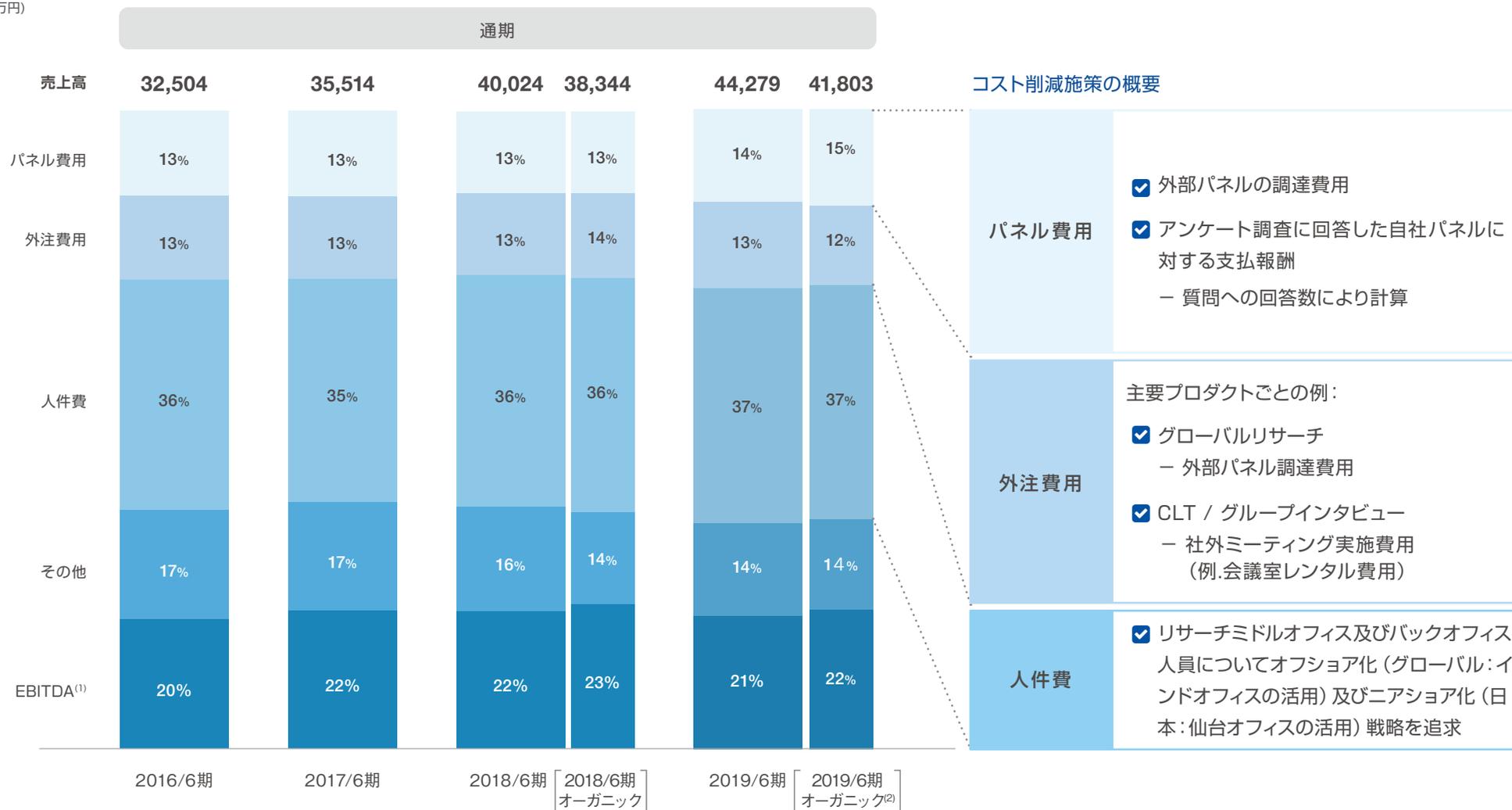
- 顧客にとってワンストップ・フルサービスの提供が可能なソリューション・ポートフォリオを形成
- 差別化され模倣が難しく高成長なデジタル領域に注力
- 同時に、次の成長を牽引するであろう次世代領域への投資・開発を実施



# 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

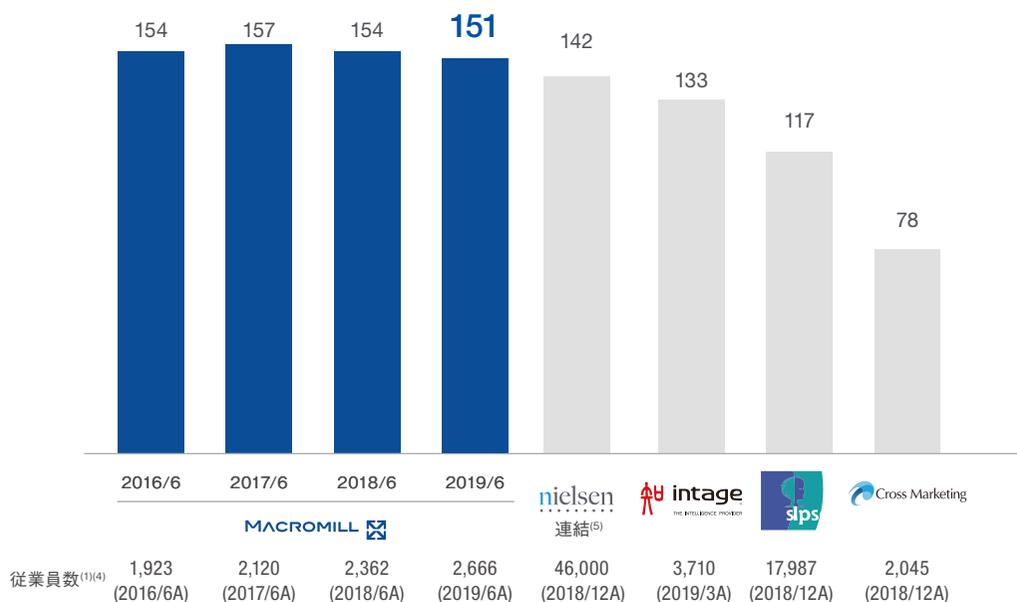
1. EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失

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期のM&A貢献分については、HMM(Q1-Q4)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<sup>(1)(2)</sup>

千ドル 直近会計年度<sup>(3)</sup>



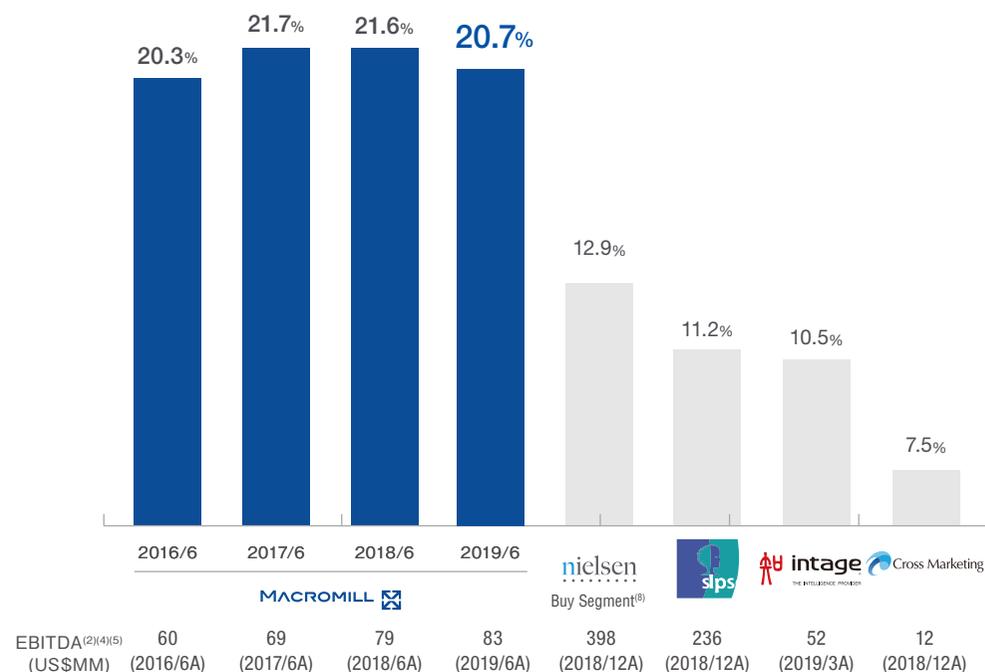
出所 会社資料

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. 2019年6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 = 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

## EBITDAマージン<sup>(6)(7)</sup>

直近会計年度<sup>(3)</sup>



出所 会社資料

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

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%)

# 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<sup>(1)</sup>



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



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



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



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



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



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

2017年 戦略的提携・資本提携  
2018年 買収



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



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



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



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

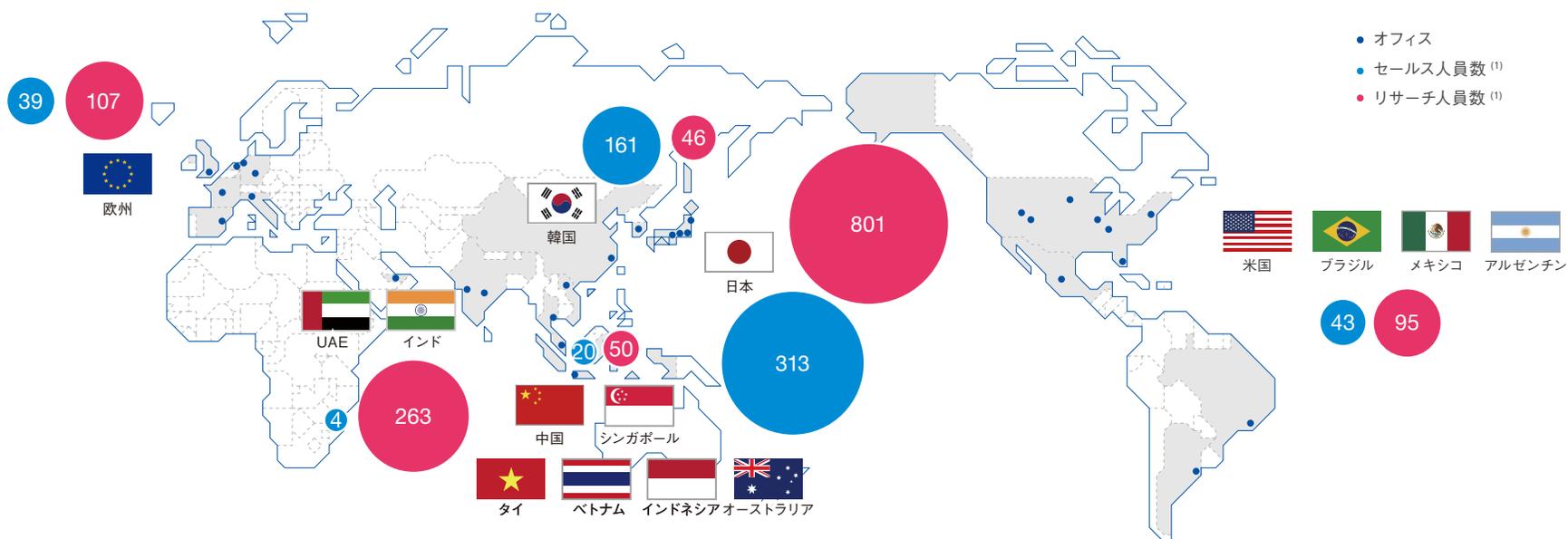
注

1. マーケティング・リサーチ事業のみ

# 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<sup>(1)</sup>

2020年3月末時点



世界50拠点、連結従業員数2,400人超<sup>(2)</sup>

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50拠点、約580名<sup>(1)</sup>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)<sup>(3)</sup>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

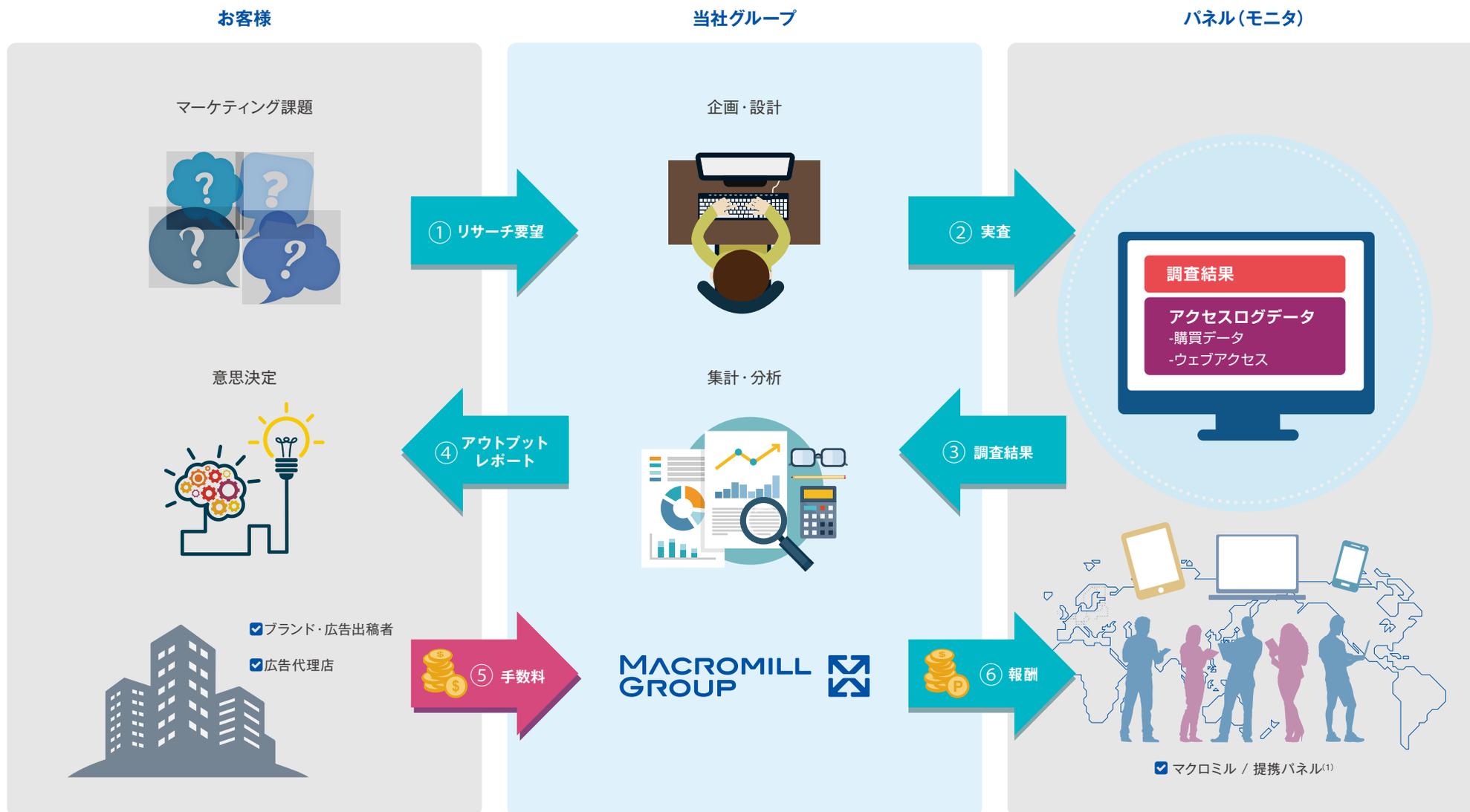
1. セールス、リサーチャーはそれぞれセールス、リサーチ業務にコミットしている正規雇用の従業員

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

(空白ページ)

