

# 2022/6期 通期決算 及び 2023/6期 業績予想 説明資料

2022年8月9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MACROMILL EMBRAIN)の状況をより正確にご理解いただくことを目的に記載していますが、あくまで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

	通期 (12ヶ月間・累計ベース)		Q4 (3ヶ月間・四半期単独ベース)	
	2021/6期 通期	2022/6期 通期	2021/6期 Q4	2022/6期 Q4
1 Euro =	127.06	132.23	131.65	137.02
1 KRW =	0.0940	0.0980	0.1002	0.1048

連結業績	通期 (12ヶ月)			Q4 単独 (3ヶ月)		
	売上収益 :	498.1億円	YoY +15%	売上収益 :	118.5億円	YoY +18%
営業利益 :	58.1億円	YoY +8%	営業利益 :	△3.0億円	YoY △241%	

- 第4四半期の売上収益も好調に推移、一方で人材や将来に向けた投資により営業利益は赤字に
- 顧客需要の拡大が続く中、通期ベースの売上収益は昨対二桁増収を達成、営業利益も+8%増益

- 2022/6期 通期業績は、5月に公表した上方修正後の予想値を上回って着地
- 2023/6期の業績予想は、売上・営業利益共に昨対二桁増収・増益、4.0円増配 (17.0円→21.0円)

- 中期経営計画の達成に向け、足元では生産性改善を軸に受注キャパシティ逼迫解消を目指す
- これにより、継続的な売上拡大、営業利益率の着実な改善を実現する

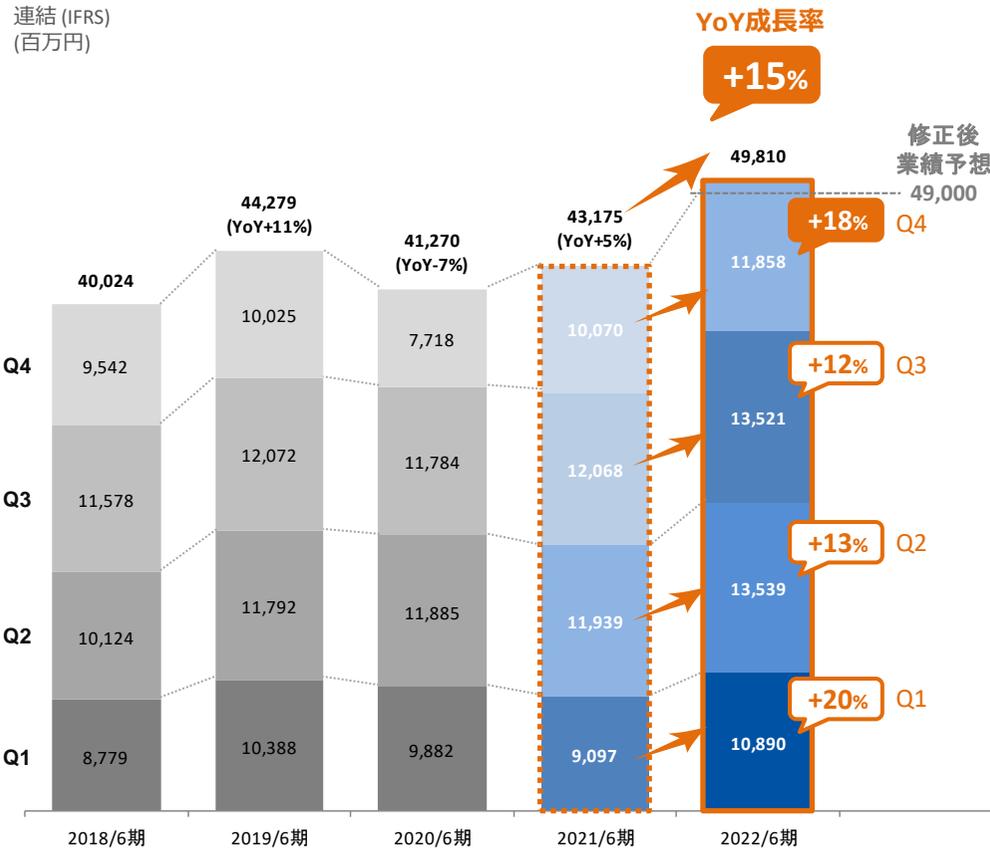
2022/6期 財務情報に係るアップデート

# 2022/6期 : 連結業績サマリー

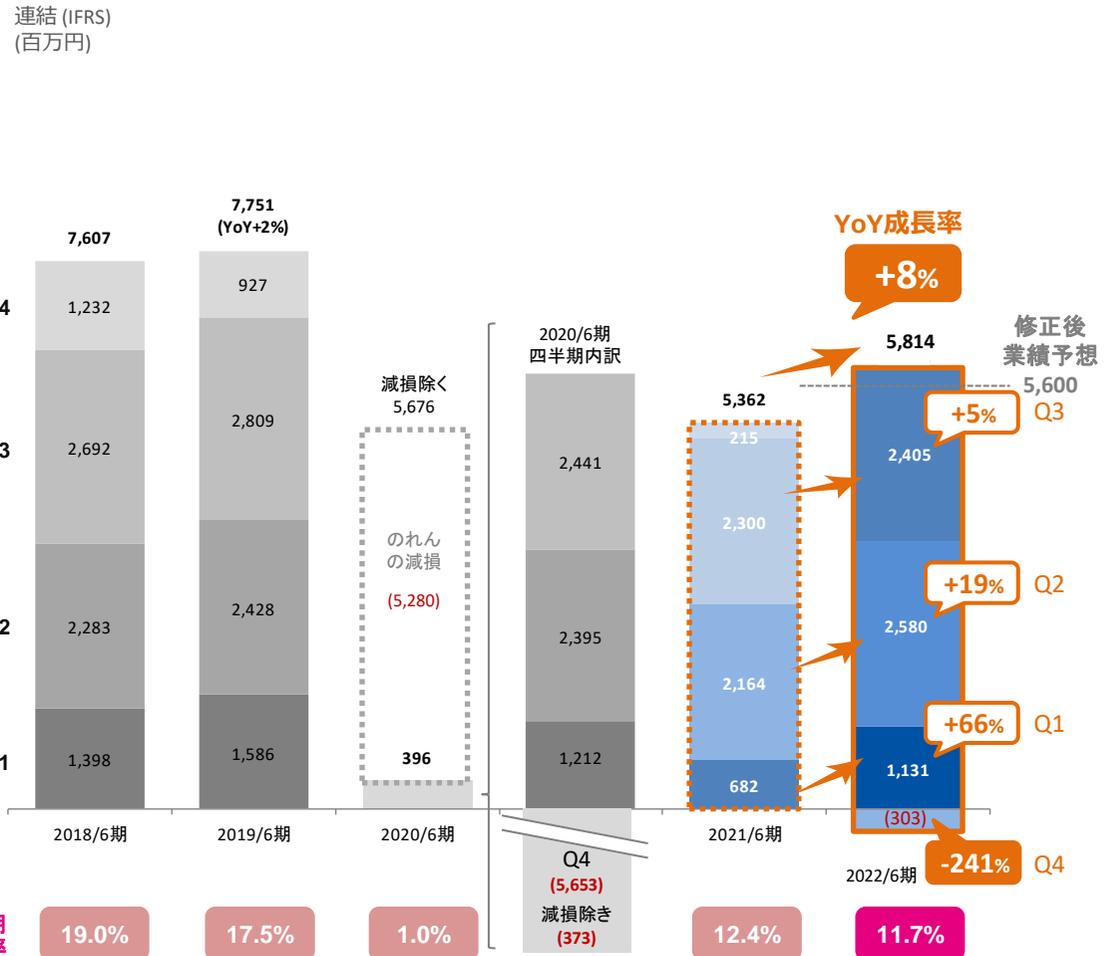
顧客需要の拡大を受けて、第4四半期の売上収益も好調に推移し、通期でも二桁増収を達成  
 季節性による売上変動及び人材や将来に向けた投資により第4四半期は赤字となったが、通期では  
 +8%増益を実現

売上・利益共に、第3四半期決算時に発表した業績予想の上方修正値を若干上回った着地となり、  
 予定通りの期末配当（一株当たり9.0円、通期17.0円）を実施する

## 売上収益



## 営業利益



通期  
 営業利益率

19.0%

17.5%

1.0%

減損除き (373)

12.4%

11.7%

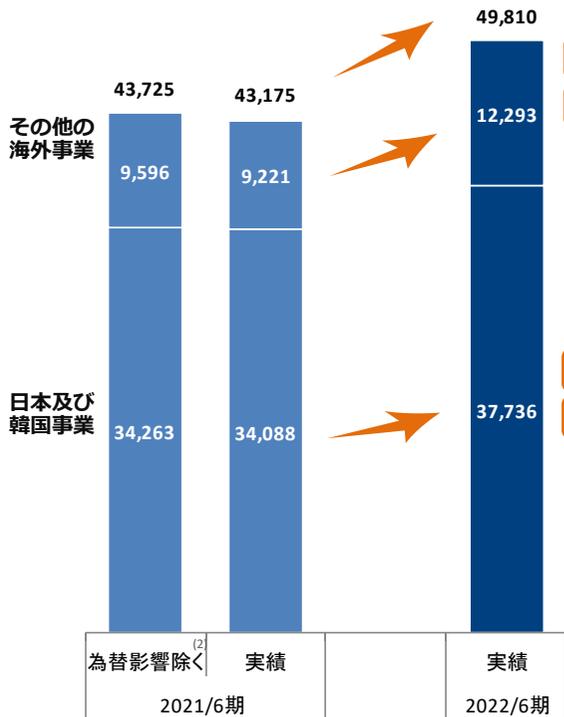
# 売上収益の四半期別推移

当社グループの業績には季節性があり、例年第2-3四半期の売上収益が大きくなる傾向がある  
 第4四半期の売上収益は、両セグメントで昨対二桁伸長となり、力強い成長が続いている  
 結果として、通期の売上収益についても、両セグメントで二桁成長を達成

売上収益 (12ヶ月)<sup>(1)</sup>

連結 (IFRS)  
 (百万円)

YoY成長率 **+15%** 実績  
**+14%** 為替影響除く<sup>(2)</sup>



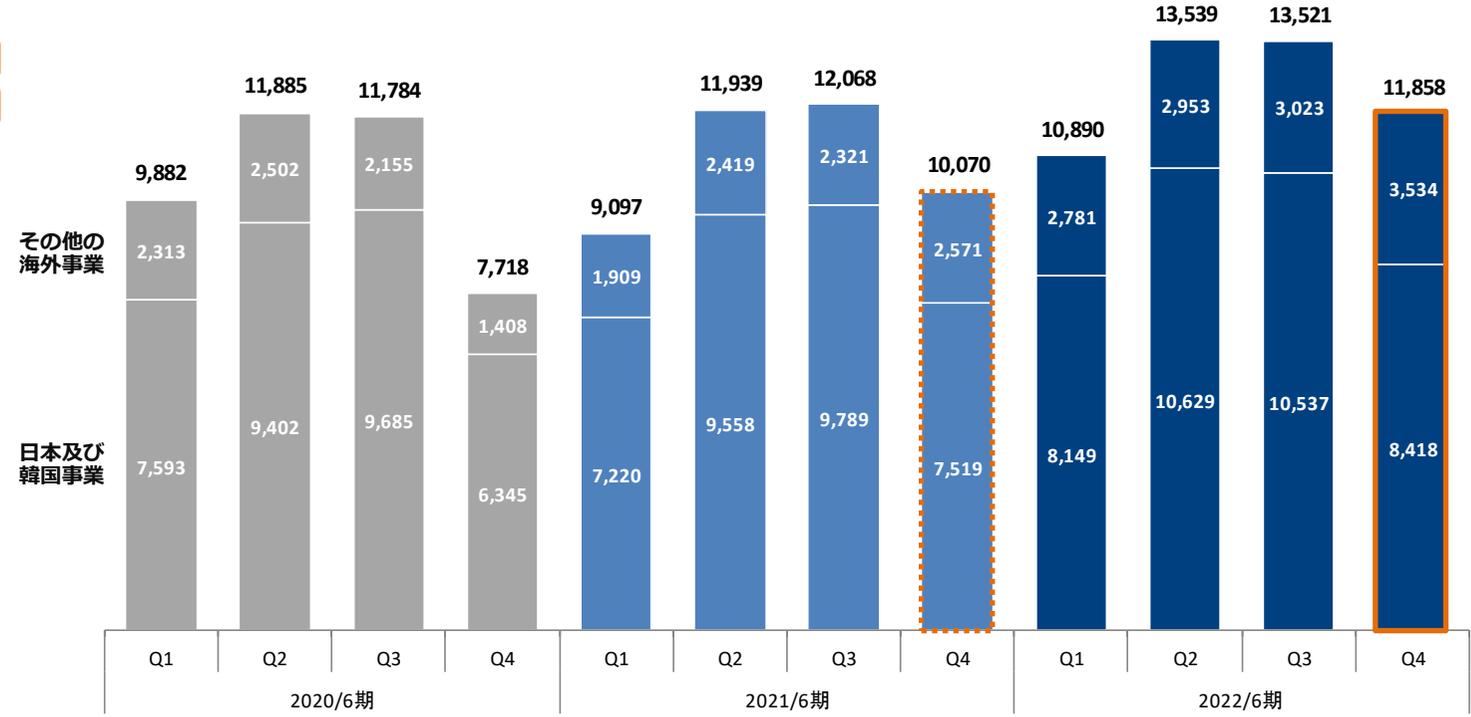
売上収益の四半期別推移 – セグメント別<sup>(1)</sup>

連結 (IFRS)  
 (百万円)

YoY成長率 (実績)	連結合計:	-8%	+0%	+2%	+30%	+20%	+13%	+12%
	その他の海外事業:	-17%	-3%	+8%	+83%	+46%	+22%	+30%
	日本及び韓国事業:	-5%	+2%	+1%	+19%	+13%	+11%	+8%

<b>+18%</b>	<b>+16%</b>
<b>+37%</b>	<b>+32%</b>
<b>+12%</b>	<b>+11%</b>

実績 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

# 2022/6期: 営業利益変動要因

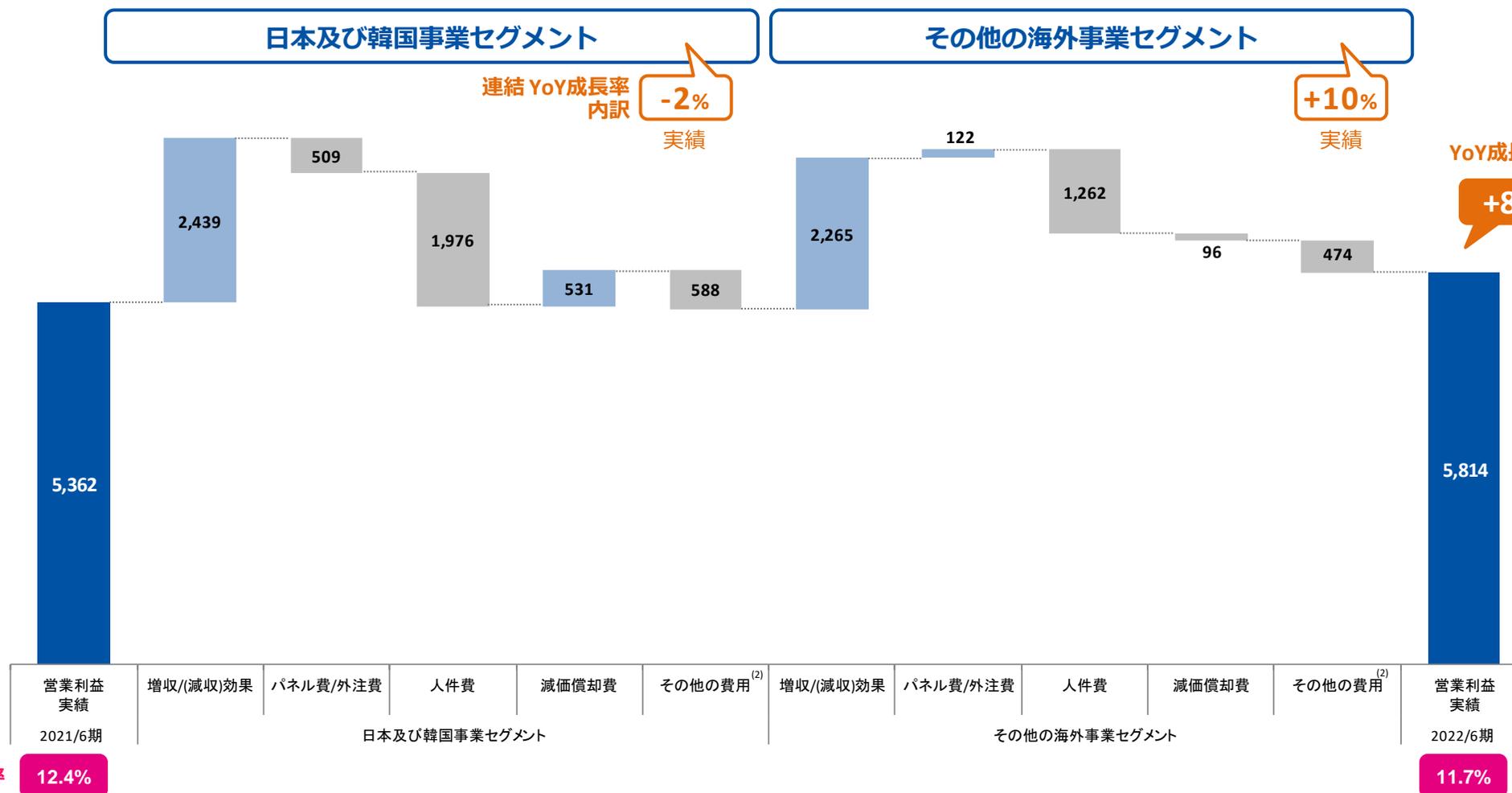
通期 (12ヶ月間)

両セグメント共に大きな増収効果があったが、人件費及びその他の費用が増加し増益幅を圧縮

加えて日本及び韓国事業では外注費が増大し、増収効果を上回るコスト増となったが、その他の海外事業では、増収効果がコスト増を大きく上回り、連結ベースでは昨年対比+8%の増益

営業利益 (OP) の変動要因分析<sup>(1)</sup> – 2021/6期 通期 vs. 2022/6期 通期

連結(IFRS)  
(百万円)



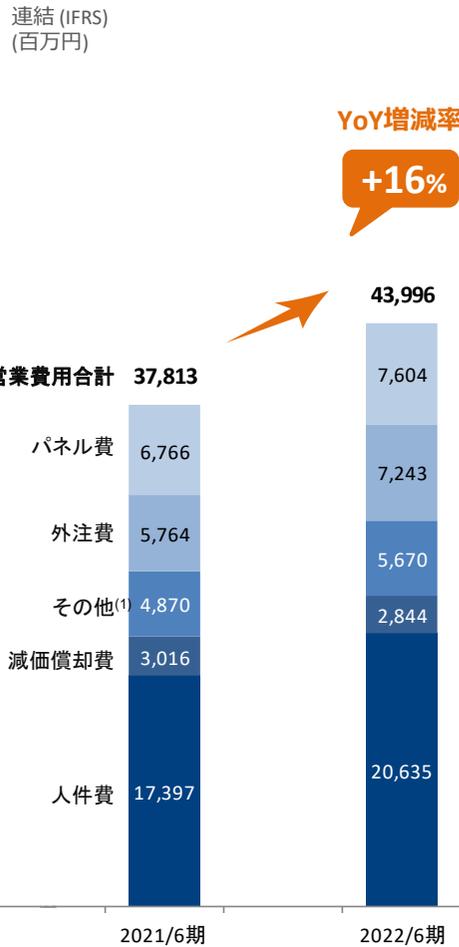
注

1. 増収/(減収)効果、及びパネル費/外注費の営業利益に対するインパクトは、マージンの改善・悪化に基づき計算・表記し、人件費、減価償却費、その他の費用は前年同期比の実額差異を用いて表記しています
2. その他の費用は、営業費用のその他に加え、その他の営業収益、その他の営業費用、持分法による投資利益を含みます

# 営業費用の四半期別推移

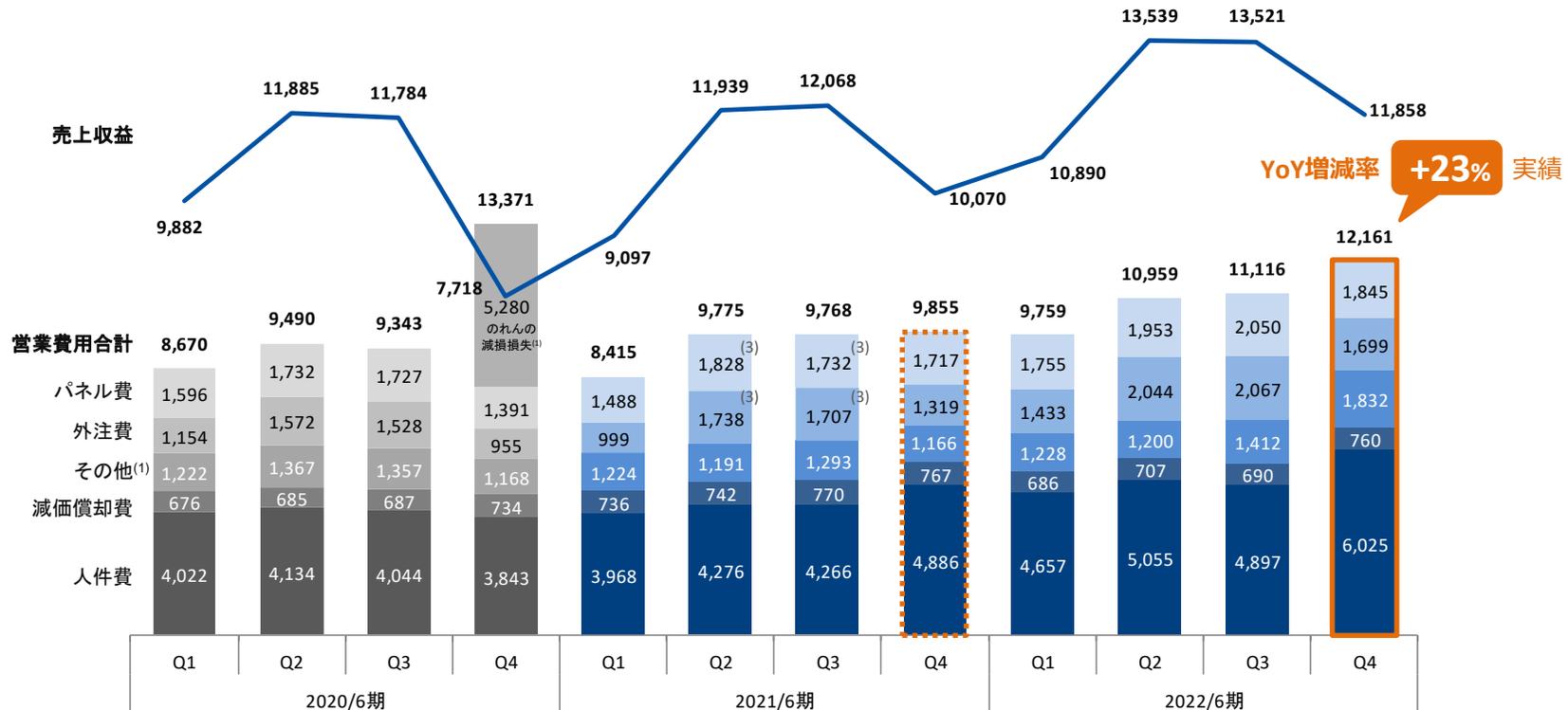
売上の拡大傾向が続く中、受注キャパシティ拡充のための人件費及び外注費の増加が継続  
 加えて、第4四半期はM&A関連費用やシステム関連費用の増加により、その他の費用も大きく増加

## 営業費用 (12ヶ月)



## 営業費用の四半期別推移

連結 (IFRS) (百万円)	YoY 成長率	営業費用合計:	-3%	+3%	+5%	+22% <sup>(2)</sup>	+16%	+12%	+14%	+23%
		パネル費:	-7%	+6% <sup>(3)</sup>	+0% <sup>(3)</sup>	+23%	+18%	+7% <sup>(3)</sup>	+18% <sup>(3)</sup>	+8%
		外注費:	-13%	+11% <sup>(3)</sup>	+12% <sup>(3)</sup>	+38%	+43%	+18% <sup>(3)</sup>	+21% <sup>(3)</sup>	+29%
		その他:	+0%	-13%	-5%	-0%	+0%	+1%	+9%	+57%
		減価償却費:	+9%	+8%	+12%	+4%	-7%	-5%	-10%	-1%
		人件費:	-1%	+3%	+5%	+27%	+17%	+18%	+15%	+23%



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んでいます。但し、2020/6期Q4については、のれんの減損損失を別に記載しています
2. のれんの減損損失分を除く
3. 当社グループの韓国事業の事業主体であるMacromill EMBRAINにおいて 2021/6期Q2に計上されたパネル費と外注費について、本来はパネル費と外注費の間で1.9億円程度の入れ繰りが起きていたため、同年Q3において当該入れ繰りを解消するための会計処理を行いました。本頁では、本来あるべき姿での昨対比較を行うため、2021/6期のQ2及びQ3において、本来あるべきパネル費及び外注費を掲載した上で、両Pro-forma値に基づく昨対成長率を計算し、掲載しています

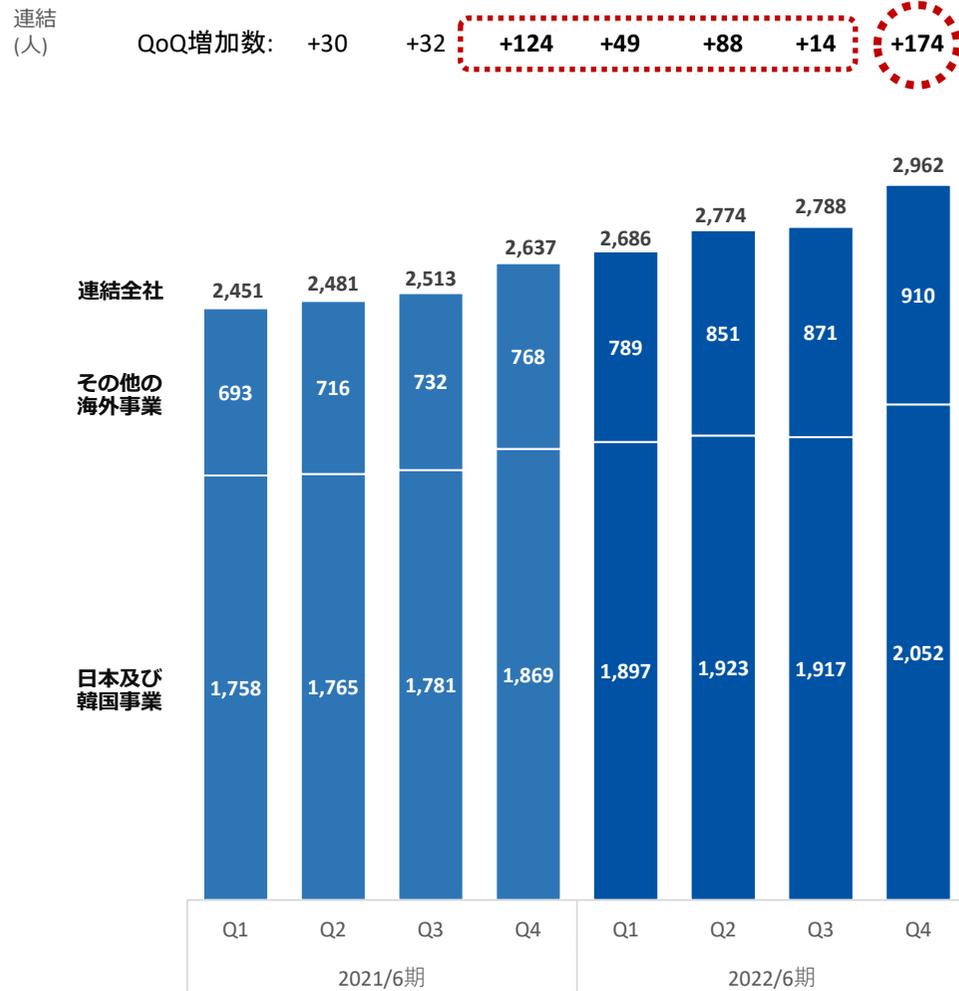
# 営業利益率の改善に向けて：人員数及び外注費・人件費

日本及び韓国事業セグメントにおいて、新卒採用に加えて中途採用も大きく進展

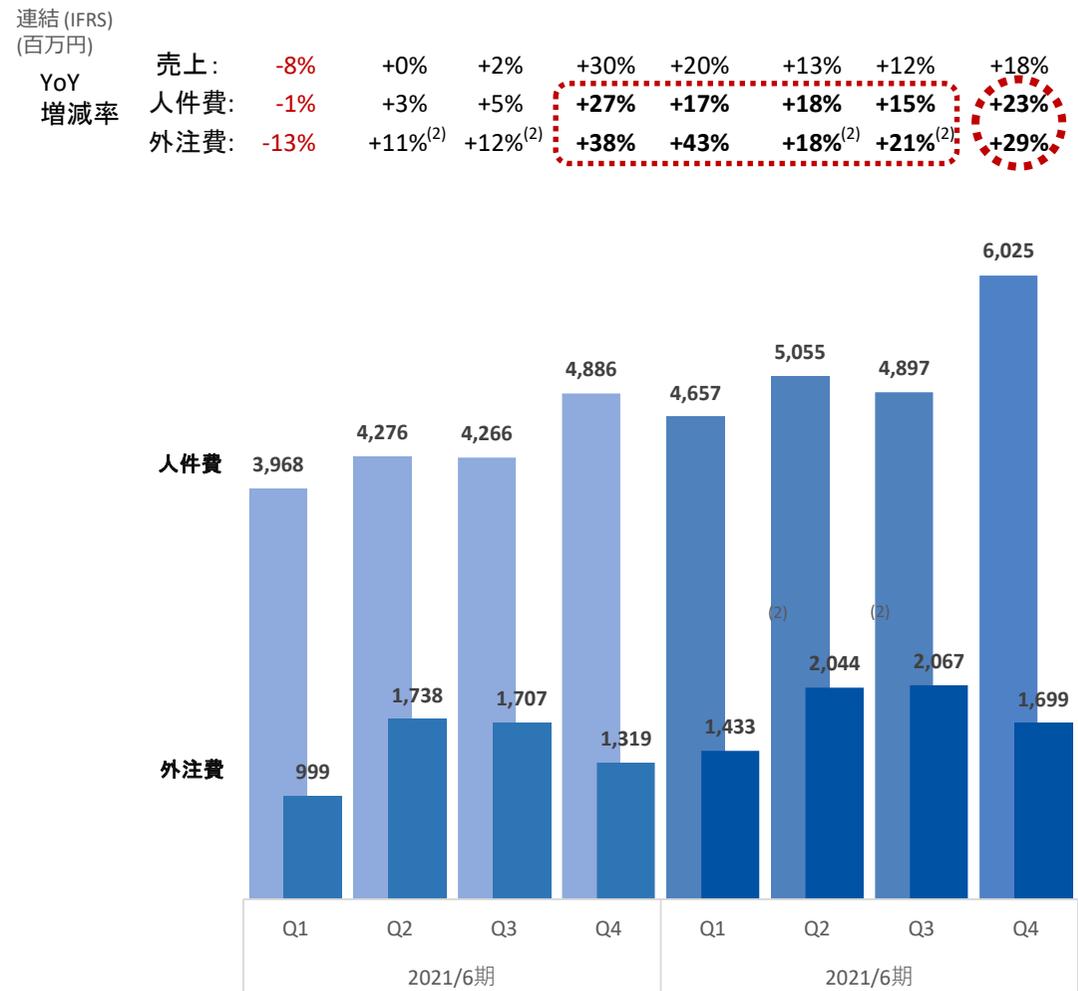
今後は採用した人材の生産性向上に軸足を移し、2023/6期下期から次のStepへの移行を目指す

この点について、詳細は後述（p.25）する

## 従業員数<sup>(1)</sup>推移



## 人件費及び外注費推移



注

1. 臨時雇用者数を含みません

2. p.8の注3.を参照下さい

## 連結損益計算書要旨

(百万円)	IFRS			
	12ヵ月比較		差異	前年比
	2021/6期	2022/6期		
<b>売上収益</b>	<b>43,175</b>	<b>49,810</b>	<b>6,634</b>	<b>15.4%</b>
日本及び韓国事業 <sup>(1)</sup>	34,088	37,736	3,647	10.7%
その他の海外事業 <sup>(1)</sup>	9,221	12,293	3,071	33.3%
人件費	(17,397)	(20,635)	(3,238)	18.6%
パネル費	(6,766)	(7,604)	(838)	12.4%
外注費	(5,764)	(7,243)	(1,478)	25.7%
減価償却費及び償却費	(3,016)	(2,844)	172	(5.7%)
その他	(4,868)	(5,667)	(799)	16.4%
<b>営業利益(損失)</b>	<b>5,362</b>	<b>5,814</b>	<b>452</b>	<b>8.4%</b>
日本及び韓国事業	5,076	5,038	(37)	(0.7%)
その他の海外事業	286	841	554	193.6%
金融収益・費用	(474)	(209)	265	(55.8%)
<b>税引前四半期利益</b>	<b>4,887</b>	<b>5,605</b>	<b>717</b>	<b>14.7%</b>
法人所得税費用	(1,394)	(1,709)	(315)	22.6%
非支配持分に帰属する四半期利益	(671)	(747)	(76)	11.3%
<b>親会社の所有者に帰属する四半期利益</b>	<b>2,822</b>	<b>3,147</b>	<b>325</b>	<b>11.5%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>8,680</b>	<b>8,697</b>	<b>17</b>	<b>0.2%</b>
日本及び韓国事業	7,660	7,091	(568)	(7.4%)
その他の海外事業	1,020	1,670	650	63.8%
<b>EPS (基本的な一株当たり四半期利益) (円)</b>	<b>70.08</b>	<b>79.71</b>	<b>9.63</b>	<b>13.7%</b>
<b>営業利益率</b>	<b>12.4%</b>	<b>11.7%</b>	<b>(0.7%)</b>	
日本及び韓国事業	14.9%	13.4%	(1.5%)	
その他の海外事業	3.1%	6.8%	3.7%	
<b>EBITDAマージン</b>	<b>20.1%</b>	<b>17.5%</b>	<b>(2.6%)</b>	
日本及び韓国事業	22.5%	18.8%	(3.7%)	
その他の海外事業	11.1%	13.6%	2.5%	

### 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

## 2022/6期 通期 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：年間を通して、主力であるオンライン調査に係る需要の回復と、その他の新規事業の業容拡大が売上収益の成長を牽引し、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた昨年同期から大幅に回復
  - その他の海外事業セグメント：-新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた昨年同期から大幅に回復
- 人件費：
  - キャパシティ不足解消、及び将来の成長のために必要な人材獲得、リテンション施策を継続しており、人件費は売上伸長以上のペースで増加
- パネル費：
  - 売上伸長率と同等の増加
- 外注費：
  - 想定を上回るペースで拡大する需要に対応するため、外注費も引き続き売上伸長以上のペースで増加
- 減価償却費：
  - 一部オフィスを解約したことで賃料が下がり、IFRS16に基づいて計上される減価償却費が減少
- その他費用：
  - コロナ禍の影響からの脱却が進み、旅費交通費やオフィス関連水道光熱費等が増加
  - 加えて、将来の成長に向けたシステム関連費用やM&A関連費用を計上
- 非支配持分に帰属する当期利益：
  - 日本及び韓国事業を構成するグループ内子会社の利益増により増加
- 営業利益率：
  - 人件費及び外注費が大きく増加した日本及び韓国事業セグメントでは低下したものの、その他の海外事業では売上の伸長がコスト増を上回り大きく改善
  - 但し、日本及び韓国事業セグメントの事業規模が大きいため、連結全社の営業利益率は通期ベースで若干の悪化となった

## 連結財政状態計算書要旨

(百万円)	IFRS		差異
	2021/6期 (2021/6/30)	2022/6期 (2022/6/30)	
<b>資産</b>	<b>84,041</b>	<b>83,634</b>	<b>(407)</b>
現金及び現金同等物	19,079	14,756	(4,323)
営業債権及びその他債権	9,515	11,181	1,665
有形固定資産	2,703	3,383	680
のれん	41,701	42,928	1,226
日本及び韓国事業	39,144	39,957	812
その他の海外事業	2,556	2,970	414
その他の無形資産	6,948	7,073	125
その他の資産	4,093	4,310	217
<b>負債</b>	<b>51,107</b>	<b>47,806</b>	<b>(3,301)</b>
借入金及び社債	37,587	31,555	(6,032)
1年内返済予定の借入金及び社債	17,652	648	(17,003)
長期借入金及び社債	19,934	30,906	10,971
営業債務及びその他の債務	4,266	5,815	1,549
その他の負債	9,254	10,435	1,181
<b>資本</b>	<b>32,933</b>	<b>35,827</b>	<b>2,894</b>

## 2022/6期 期末 B/S ハイライト

- 運転資金：
  - 営業債権の回転期間 79.7日
  - 営業債務及びパネルポイント引当金の回転期間 57.9日
- のれん：
  - 日本及び韓国事業に係るのれんは、小規模な数件のM&Aの執行に伴い8億円程度増加
  - その他の海外事業に係るのれんの変動額4億円は、為替による影響
- 借入金及び社債：
  - 2021年7月に第一回債（3年債）50億円を満期償還
  - 銀行借入は2021年9月に8.2億円約定返済後、2022年3月に118.7億円を全額返済し、同時に118.0億円を再借入
- 資金調達コスト（リース負債を除く）：
  - Q4平均利率: 0.66% (前年同期 0.96%)
    - ◆ 金融機関金利 0.74%
    - ◆ 社債 0.62%
  - 格付 (R&I より) : BBB+ (方向性 : 安定的)
- レバレッジ関連指標 (LTM ベース 直近12か月で算定)：
  - 純有利子負債/EBITDA倍率: 2.21倍 (前期末2.33倍)
    - ◆ 純有利子負債額: 19,228百万円
    - ◆ LTM EBITDA: 8,697百万円
  - インタレスト・カバレッジ・レシオ: 21.64倍 (前年同期 12.92倍)
- 資本効率関連指標 (LTM ベース 直近12か月で算定)：
  - 親会社所有者帰属持分当期利益率 (ROE) : 10.33% (前年同期 9.94%)

# 連結キャッシュ・フロー計算書 (C/F)

## 連結キャッシュ・フロー計算書要旨

(百万円)	IFRS	
	12か月比較	
	2021/6期	2022/6期
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>6,023</b>	<b>5,514</b>
税引前利益	4,887	5,605
減価償却費及び償却費	3,016	2,844
金融収益・費用（純額）	474	209
営業債権債務及びその他の債権債務の増減額 <sup>(1)</sup>	(856)	(238)
その他 <sup>(2)</sup>	143	(279)
小計	7,665	8,141
利息及び配当金の受取額	14	11
利息の支払額	(237)	(236)
法人所得税の支払額	(1,418)	(2,400)
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>(1,133)</b>	<b>(1,658)</b>
資産の取得による支出 <sup>(3)</sup>	(1,142)	(1,228)
子会社の取得による支出/収入（純額）	-	(872)
その他 <sup>(2)</sup>	8	442
<b>フリーキャッシュ・フロー<sup>(4)</sup></b>	<b>5,128</b>	<b>4,093</b>
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>631</b>	<b>(8,510)</b>
借入 <sup>(5)</sup> 及び社債発行による収入	14,990	11,800
借入金 <sup>(5)</sup> の返済による支出	(11,652)	(12,880)
社債償還による支出	-	(5,000)
リース負債の返済による支出	(1,302)	(1,181)
新株の発行による収入	27	55
自己株式の取得による支出	(727)	(74)
その他 <sup>(2)</sup>	(703)	(1,228)

## 2022/6期 通期 C/F ハイライト

■ 営業活動で獲得した資金	5,514	(前年同期比 -508)
- 税引前利益の増加	717	
- 法人税支払い額の増加	982	
■ 投資活動で支出した資金	1,658	(前年同期比 +524)
- 資産取得による支出の増加	86	
- 子会社の取得による支出	872	
- 保有株式売却による収入	297	
■ フリーキャッシュフロー	4,093	(前年同期比 -1,034)
■ 財務活動で支出した資金	8,510	(前年同期比 +9,141)
- 社債償還による支出	5,000	
- 借入及び社債発行による収入の減少	3,190	
- 借入金返済による支出の増加	1,227	
■ 現金及び現金同等物期末残高	14,756	(前年同期比 -4,323)

	IFRS	
	12か月比較	
	2021/6期	2022/6期
現金及び現金同等物の増減額	5,521	(4,653)
現金及び現金同等物期首残高	13,310	19,079
現金及び現金同等物に係る換算差額	247	329
<b>現金及び現金同等物期末残高</b>	<b>19,079</b>	<b>14,756</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

日本及び韓国事業セグメントに係る  
アップデート

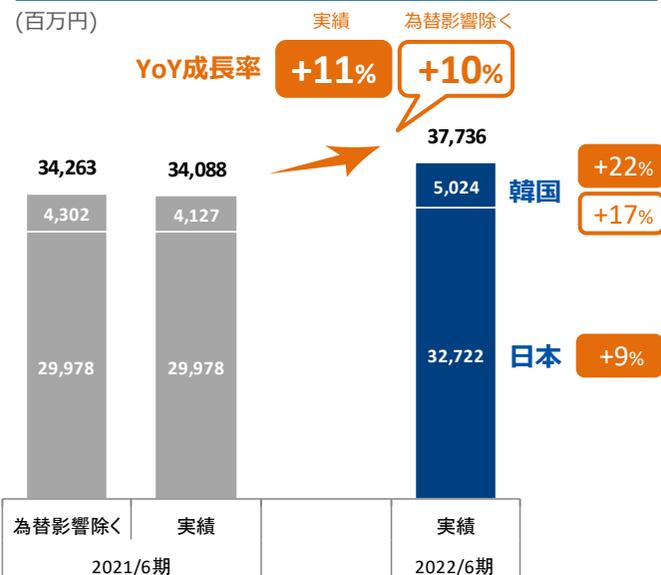
# 2022/6期 : セグメント業績サマリー



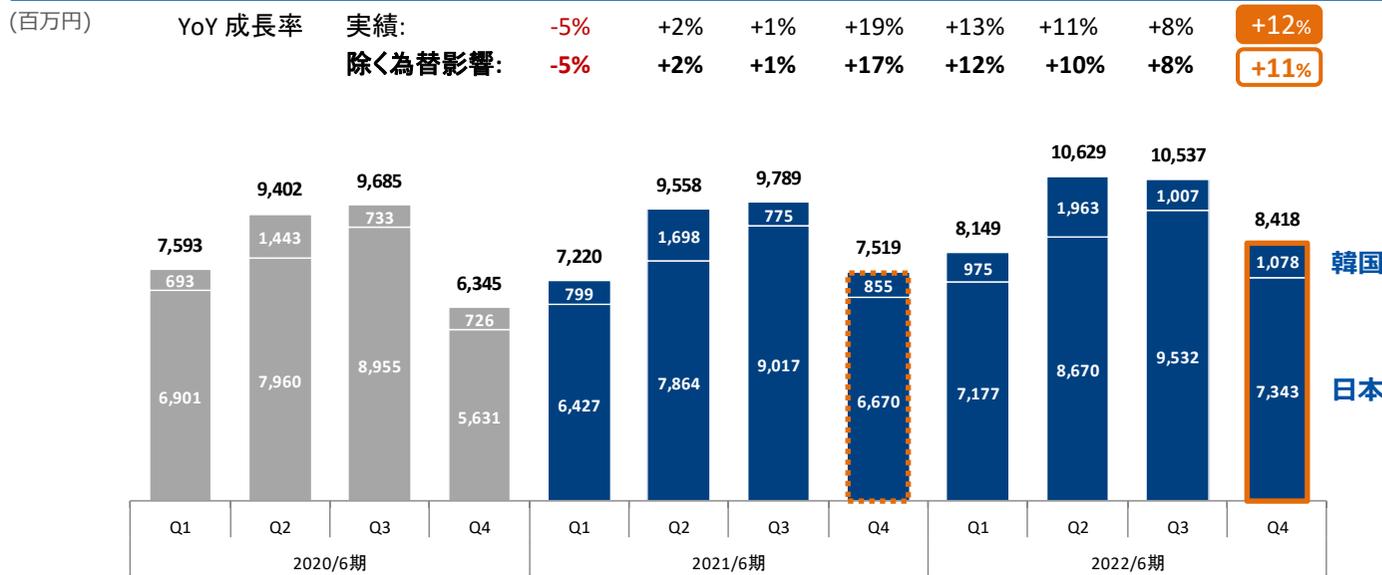
第4四半期のセグメント売上収益は二桁成長に戻り、通期でも二桁成長を達成

セグメント利益は売上伸長を続けるためのコスト増により第4四半期は赤字、通期ではほぼ横ばいに

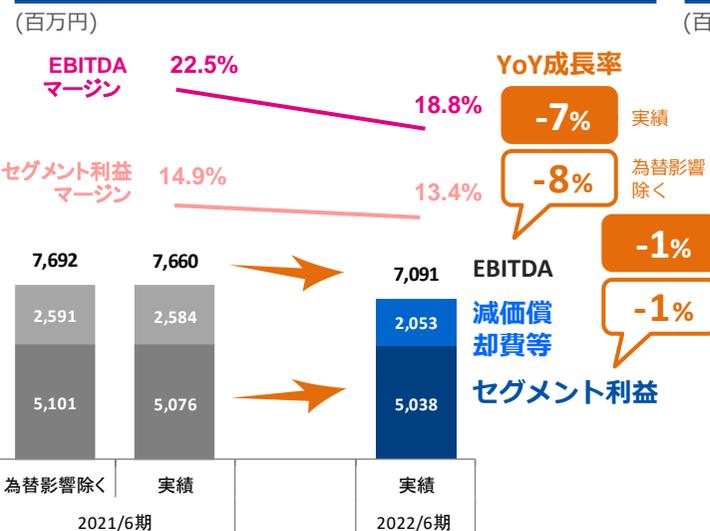
## セグメント売上収益 (12カ月)



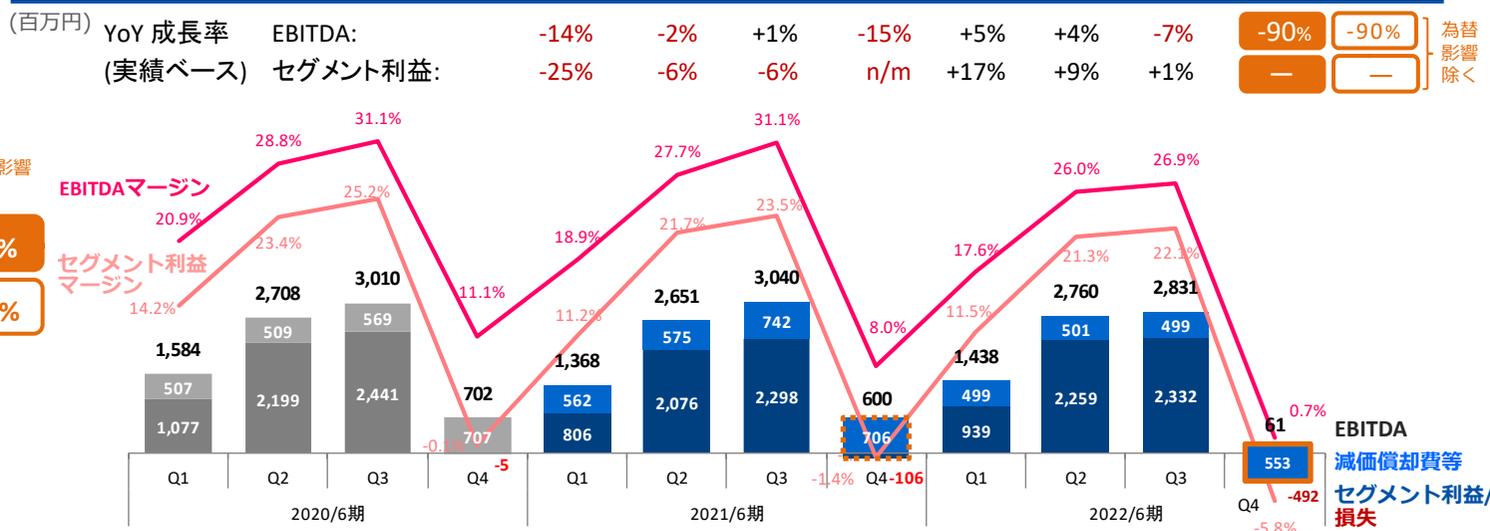
## 四半期毎のセグメント売上収益の推移



## セグメントEBITDA及び利益 (12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



# 2022/6期：日本事業 - 業績サマリー



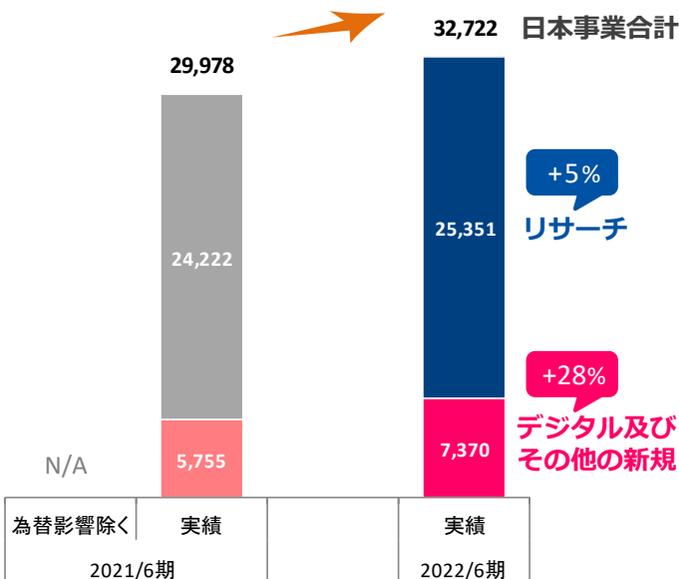
需要は引き続き好調だが、季節性から第4四半期の売上規模は落ち着いた規模となり、受注キャパシティの不足による機会損失は減少

その結果、第4四半期のリサーチ事業とデジタル及びその他の新規事業の売上伸長ペースは共に回復

日本 売上収益 (12カ月)

(百万円)

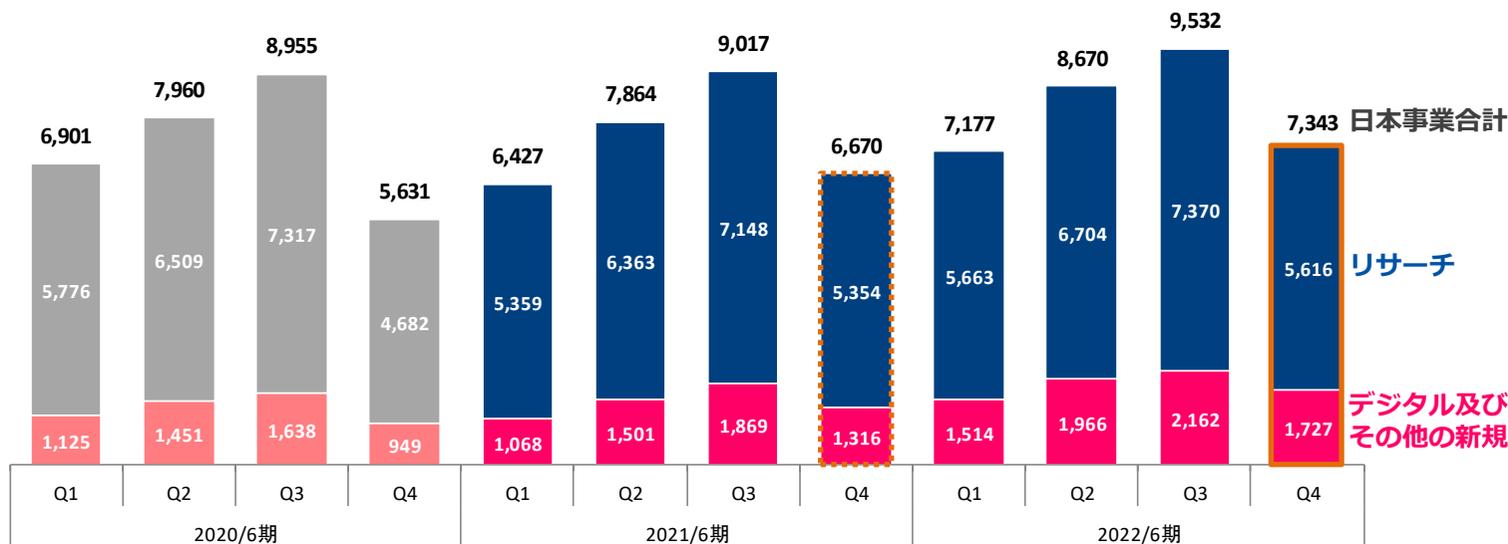
YoY成長率 **+9%** 実績



日本 四半期毎の売上収益の推移

(百万円)

YoY 成長率	日本 合計:	-7%	-1%	+1%	+18%	+12%	+10%	+6%	+10%
	リサーチ:	-7%	-2%	-2%	+14%	+6%	+5%	+3%	+5%
	デジタル及び新規:	-5%	+3%	+14%	+39%	+42%	+31%	+16%	+31%



## 日本事業における売上収益の内訳

- 2022/6期より日本における売上収益の内訳を中期経営計画の区分に合わせ、以下の2つに変更（これに伴い過去2カ年分の実績値もその内訳に遡及し開示）

### “リサーチ事業”

- オンライン・リサーチ：市場シェア32%、国内No.1のオンライン定量リサーチ
- オフライン・リサーチ：FGI、DI、CLT、HUT<sup>1)</sup>等
- データベースサービス：購買データの提供（QPR、MHSなど）
- その他

### “デジタル及びその他の新規事業”

- デジタル計測：デジタル行動ログを基にした広告効果測定・計測（AccessMillなど）
- DMP Sync：顧客のDMP内に含まれるマクロミルパネルを特定し各種データを分析・提供
- その他の新規事業：データ活用支援（データコンサルティング）、マーケティング施策支援（広告配信等）、ライフサイエンス領域や東南アジアにおける新規事業など

注

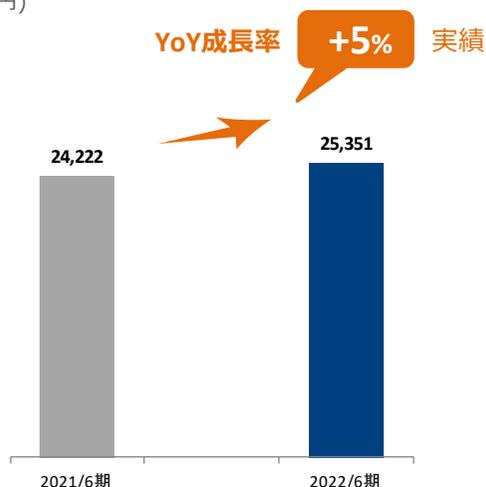
1. FGI: Focus Group Interview; DI: Depth Interview; CLT: Central Location Test; HUT: Home Use Test の略



リサーチ事業は機会損失の発生を受け、中期経営計画での目標成長率を若干下回る進捗に  
デジタル及びその他の新規事業は、引き続き同目標成長率を上回って進捗

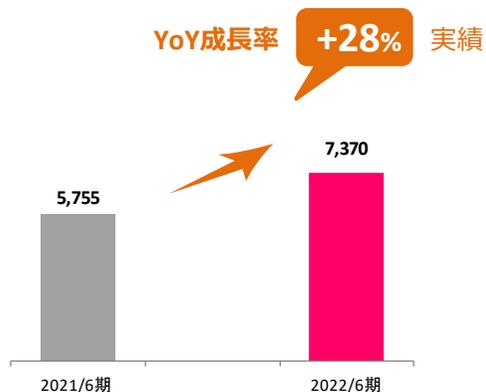
## リサーチ事業 売上収益 (12カ月)

(百万円)



## デジタル及びその他の新規事業 売上 (12カ月)

(百万円)



## Q4及び通期 業績ハイライト

### リサーチ事業

中計での目標  
成長率:  
年率 **6%**

- 顧客需要は想定以上に強い状況が継続
- 顧客企業とのパートナー化施策(製販一体型営業、マクロミル・コンソーシアム等)も奏功し、案件規模の拡大が継続
- 一方で、受注キャパシティ不足による機会損失が発生
- オンライン・リサーチは、上記の状況下でも、コロナ以前の1-2年対比でも増収している状況だが、受注キャパシティの不足が引き続き課題
- オフライン・リサーチは、受注を再開しているもののコロナの影響により完全回復には至っていない
- 以上の状況下、金額ベースでは通期昨対で11億円超の売上増に

### デジタル及びその他の新規事業

中計での目標  
成長率:  
年率 **20%**

- 金額ベースでは、リサーチ事業を上回る通期昨対で16億円超の売上増を達成
- 受注キャパシティの不足により、Q3でデジタル計測及びDMP Syncサービスの売上が一時的に減少したがQ4では回復
- その他の新規事業では、データ活用支援(データ・コンサルティング)及びライフサイエンスが引き続き好調で、その売上は大きく伸長している

# 2022/6期 : 韓国事業 - 業績サマリー



## リサーチのオンライン化の流れが継続し、全四半期を通じて売上収益二桁成長を達成

### 韓国 売上収益 (12カ月)

(百万円)

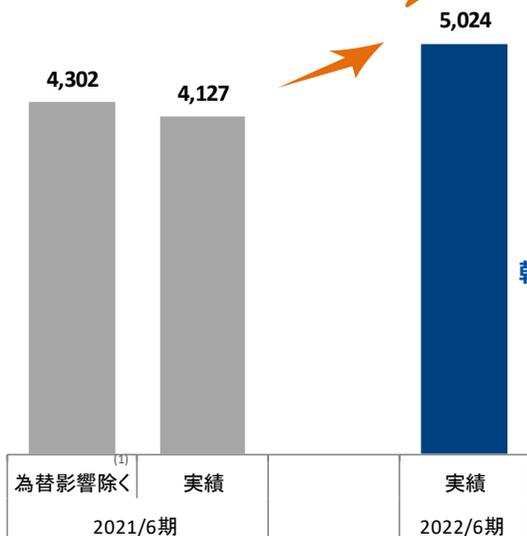
YoY成長率

**+22%**

実績

**+17%**

為替影響  
除く<sup>(1)</sup>



### 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<sup>(1)</sup>

YoY 成長率

実績:

+15%

+18%

+6%

+18%

+22%

+16%

+30%

**+26%**

除く為替影響<sup>(1)</sup>:

+17%

+18%

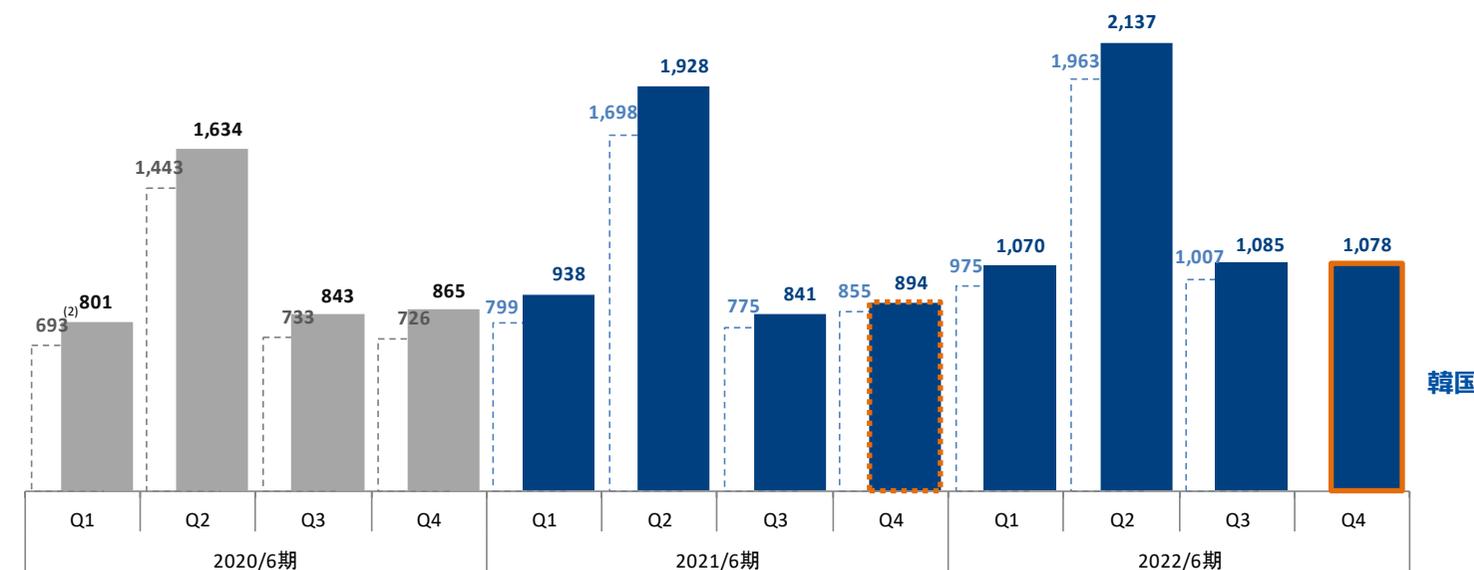
**-0%**

+3%

+14%

+11%

**+21%**



### 韓国事業 通期 業績ハイライト

中計での目標  
成長率:  
年率 **16%**

- 強みを持つオンライン・リサーチの売上は引き続き力強い成長を継続し(通期ベースで昨対+19%伸長)、オフライン・リサーチのオンライン化が進む中、その商機を捉えることで韓国事業の売上伸長を牽引
- 当社は韓国で唯一オンライン自社パネルを保有するリサーチ会社であり、それを活用したデータ関連事業の拡大を推進～ 2023/6期Q1から日本で既に実績のある購買データ提供サービスの提供を開始予定
- パネル・ビッグデータ関連事業を含むデジタル領域が通期ベースで昨対+60%伸長
- 引き続き自社パネルからのデータを主軸としたデジタル領域を今後の成長ドライバーとする方針

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. 当社グループの韓国事業の事業主体であるMacromill EMBRAINは、2020年7月の上場にあたり、監査法人と協議の結果、連結上では2019/6期第4四半期に計上している売上高の一部を2020/6期第1四半期に計上しています。このため、EMBRAINの開示情報と計上タイミングに一部差異がある点にご留意ください

その他の海外事業セグメントに係る  
アップデート

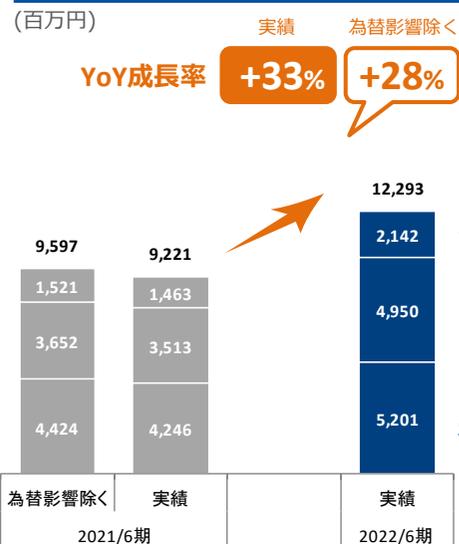
# 2022/6期 : セグメント業績サマリー



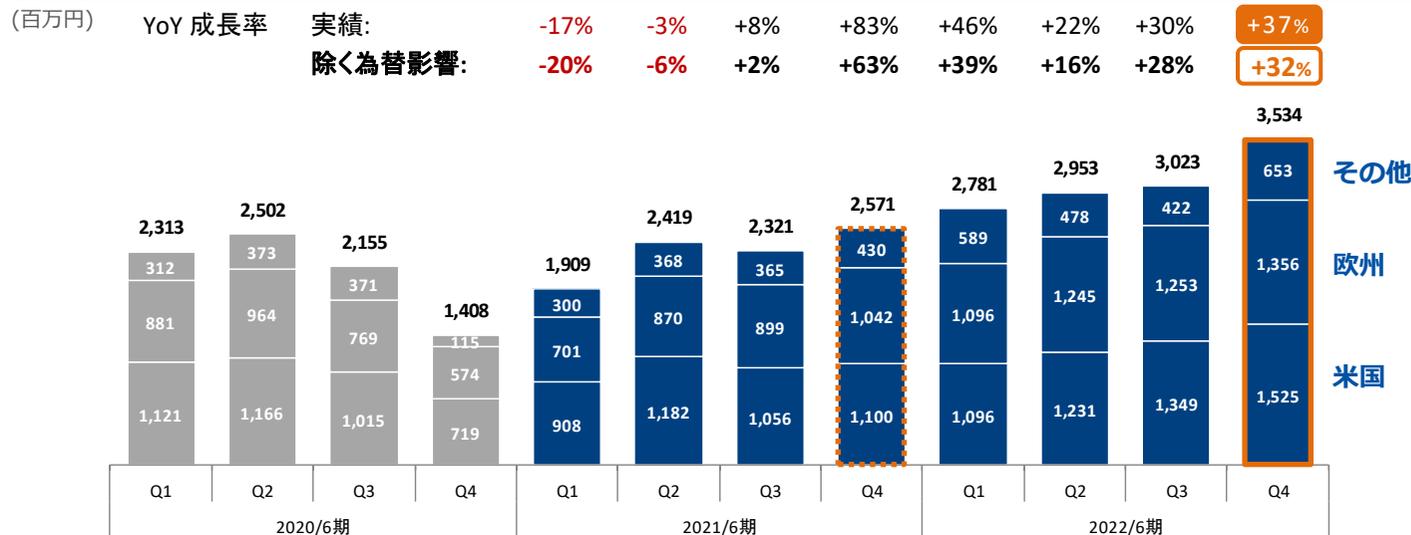
第4四半期の売上収益も好調に推移、通期では昨対+30%程度の増収となった

同セグメント利益はコロナ関連助成金の影響を除けば、第4四半期単独・通期共に昨対大幅増益

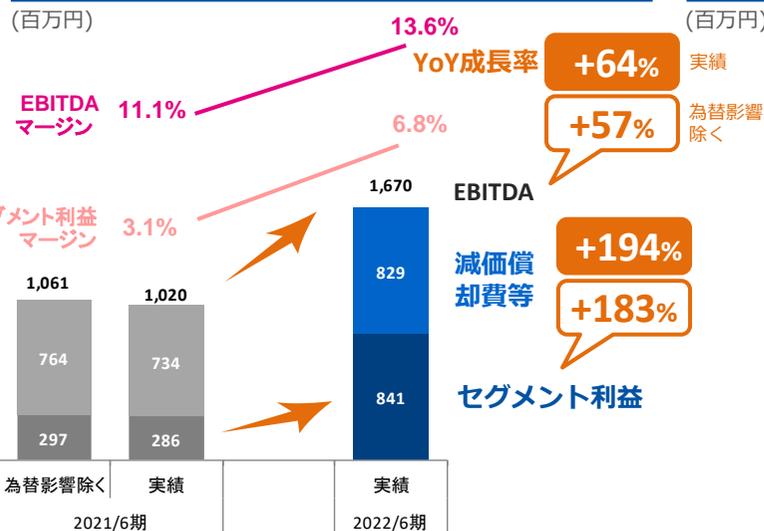
## セグメント売上収益 (12カ月)



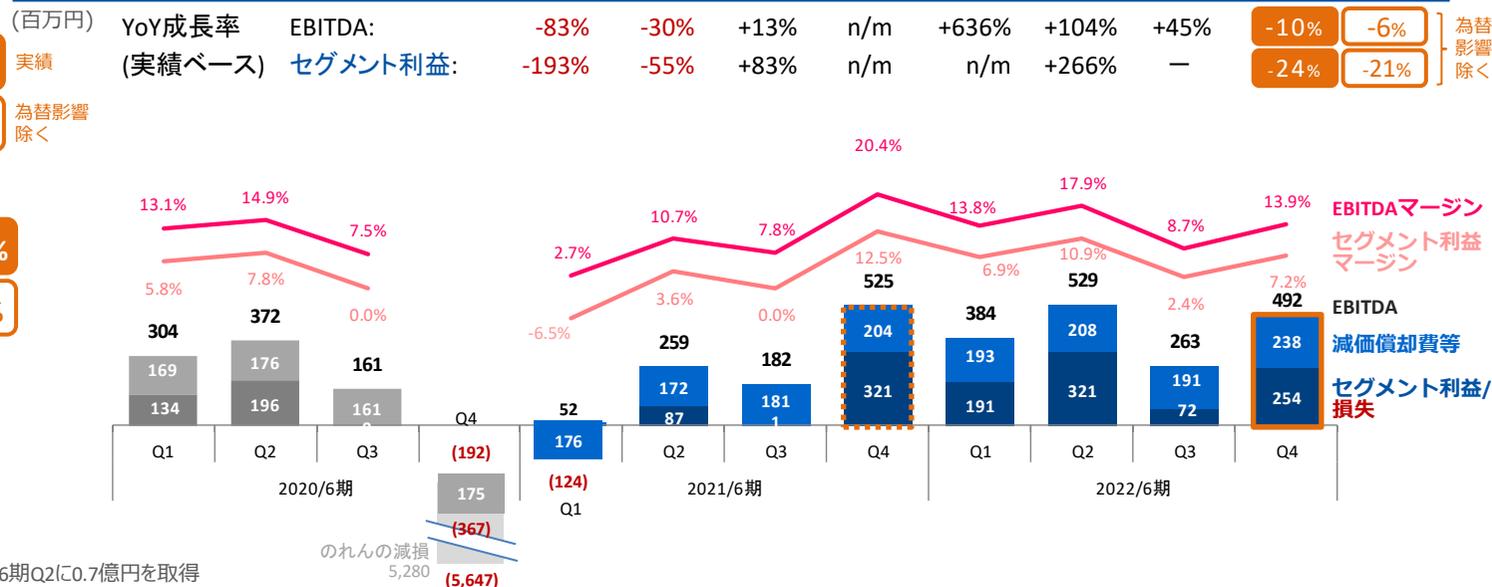
## 四半期毎のセグメント売上収益の推移



## セグメントEBITDA及び利益 (12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



需要拡大と顧客との関係強化により、第4四半期は過去最高の売上収益を更新

セグメント売上は、全ての地域で第4四半期単独・通期ベース共に昨対二桁伸長となった

その他の海外事業 売上収益 (12カ月)

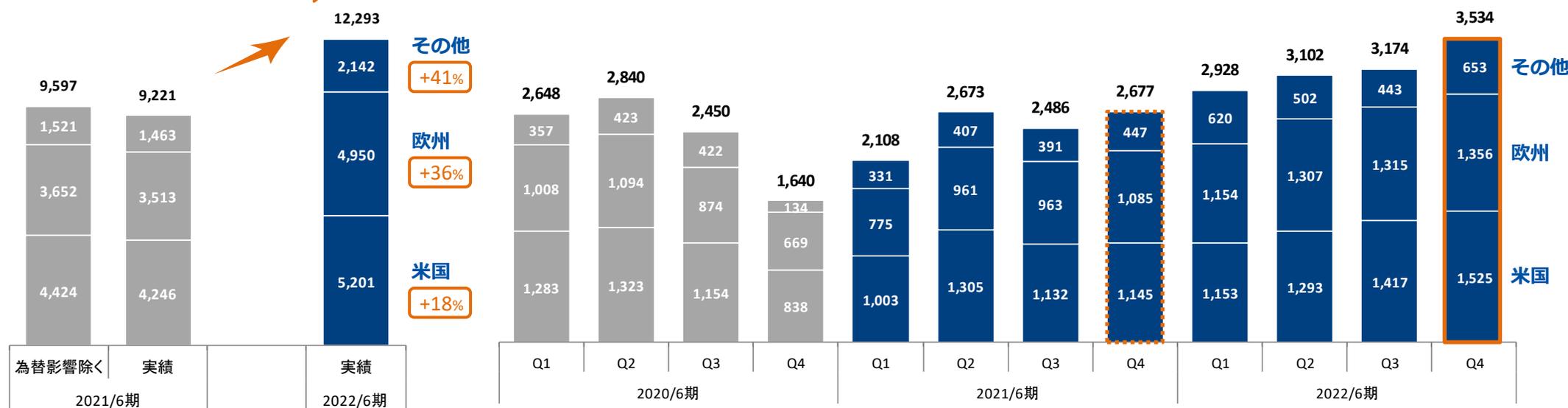
(百万円)

YoY成長率 **+33%** 実績  
 +28% 為替影響除く

その他の海外事業 為替影響を除く四半期毎の売上収益の推移

(百万円)

YoY 成長率 実績: -17% -3% +8% +83% +46% +22% +30% **+37%**  
 除く為替影響: -20% -6% +2% +63% +39% +16% +28% **+32%**



## その他の海外事業 通期 業績ハイライト

中計での目標  
 成長率:  
 年率 **9%**

- 足元で顧客需要の拡大が続き、売上収益は（Q3対比）QoQでも二桁伸長
- FMCG、メディア・広告及びアルコール飲料業界が好調で売上成長を牽引
- 急拡大する需要に対するリソース拡充に向けて、人材への投資を拡大している
- 欧州では、既存顧客のウォレットシェアの拡大及び新規顧客からの新規案件獲得が売上の成長を牽引
- その他の地域でも、既存顧客のウォレットシェアの拡大を追求し、売上が好調に推移

# 2023/6期 経営方針および業績予想

# 中期経営計画: 2カ年目・計画最終年への橋渡しの年

引き続き、中期経営計画に掲げた2024/6期の売上収益額と営業利益率目標の達成を目指す

計画最終年の売上目標については、達成に向けてオントラックである一方、利益目標についてはキャッチアップが必要で、今期業績予想は最終年での目標達成に向けた橋渡しの年という位置づけ

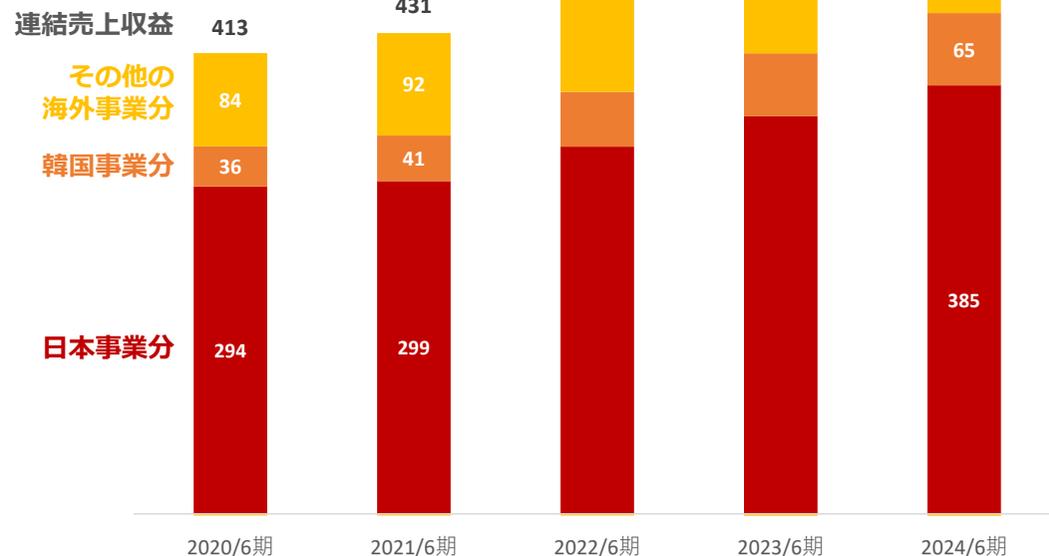
## 想定する 連結売上収益 の推移

(億円)

計画期間の  
年平均成長率  
(3Y CAGR)

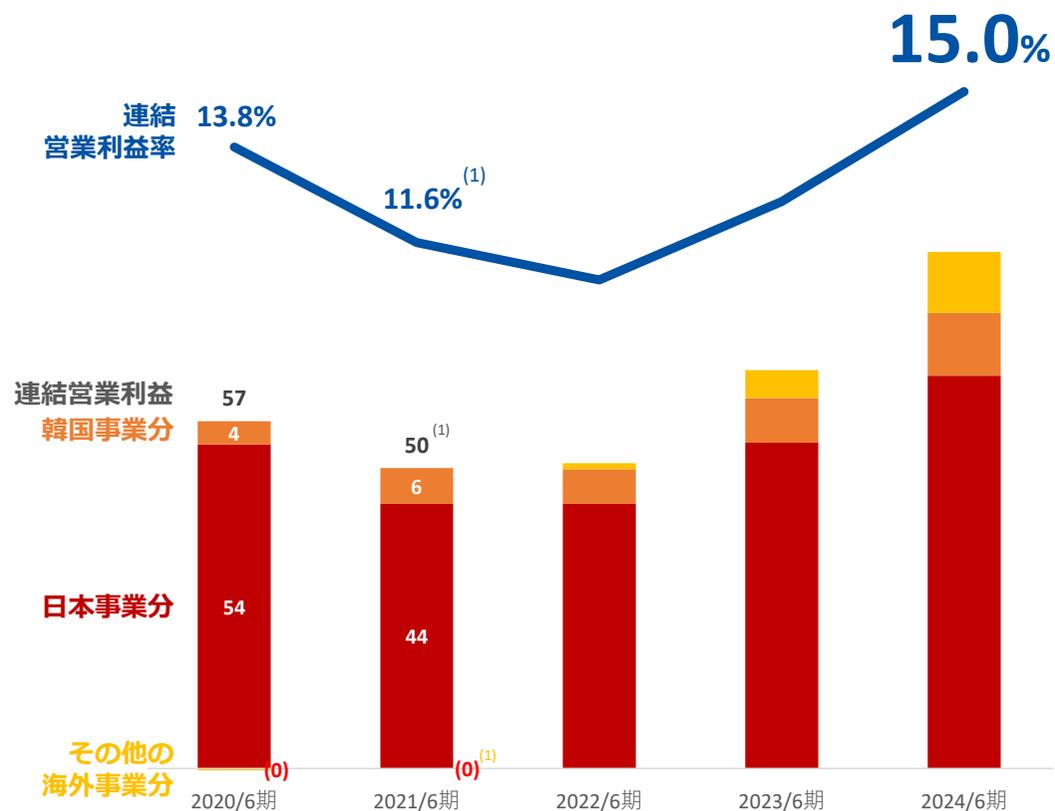
+9.7%

570



## 想定する 連結営業利益 及び 営業利益率 の推移

(億円)



注

1. 2021/6期の連結営業利益率、連結営業利益及びその内訳は、コロナ禍を受けた雇用調整助成金を除く調整後ベース

# 2023/6期 業績予想

売上収益は、引き続き強い顧客需要を見込み、二桁増収の計画

営業利益についても、投資を継続しつつ、売上拡大及び費用コントロールにより二桁増益を目指す  
 以上の見通しを踏まえ、配当は一株当たり21.0円(+4.0円増配)とする想定 (連結配当性向22%に相当)

## 2023/6期 業績予想

連結 (IFRS) (百万円)	2022/6期 実績 (a)	2023/6期 業績予想 (b)	差異 (b-a)	対前年成長率 (b/a)
売上収益	49,810	56,000	+6,190	+12.4%
EBITDA	8,697	9,550	+853	+9.8%
営業利益	5,814	6,550	+736	+12.7%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,147	3,720	+573	+18.2%

(1株当たり数値)

EPS (円)	79.71	94.03	+14.32	+18.0%
一株当たり 配当額 (円)	17.0	21.0	+4.0	+23.5%

(為替レート的前提)

JPY/EUR (円)	132.23	135.00	2.77	2.1%
JPY/KRW (円)	0.0980	0.1000	0.0020	2.0%

## 主要な前提

### ■ 売上収益

- 引き続き、新型コロナウイルスの影響やインフレ懸念等はあるものの、国内外共に強い顧客需要が継続する想定
- オンライン調査を主力とした既存事業の底堅い伸長、及び新規事業の著しい成長を見込み、通期ベースで昨対12.4%の伸長を計画

### ■ 営業利益

- 足元の需要増に対応するため、引き続き外注を大きく活用し、同費用は売上の伸長率以上に伸びる想定
- 加えて、コロナ禍の影響からの脱却が進み、旅費交通費やオフィス関連水道光熱費の増加、将来の成長に向けたシステム関連費用やM&A関連費用の増加が見込まれるため、その他の費用についても、売上の伸長率以上の増加を見込む
- 一方で、人件費は、生産性の改善に軸足を移し、売上伸長以下の伸長となることを見込む
- 以上の結果、売上伸長率を若干上回る利益伸長を計画

### ■ 配当

- 中間配当・期末配当共に2.0円を増配し、通期ベースで一株当たり21.0円（連結配当性向22%）を見込む

注

1. 基本的一株当たり当期利益

# 2023/6期 業績予想：上期・下期内訳

業績予想値 及び YoY 成長率			
	通期	上期	下期
売上収益	560億円 (YoY成長率 +12%)	270億円 (YoY成長率 +11%)	290億円 (YoY成長率 +14%)
EBITDA	95億円 (YoY成長率 +10%)	41億円 (YoY成長率 -19%)	53億円 (YoY成長率 +50%)
営業利益	65億円 (YoY成長率+13%)	27億円 (YoY成長率 -26%)	38億円 (YoY成長率 +81%)
当期利益 <sup>(1)</sup>	37億円 (YoY成長率 +18%)	15億円 (YoY成長率 -23%)	21億円 (YoY成長率 +83%)

## ■ 売上収益

- オンライン調査を主力とした既存事業の底堅い伸長、及び新規事業の著しい成長等により、上期下期共に二桁伸長を想定

## ■ EBITDA/営業利益/当期利益

- 費用の見通し
  - ◆ 外注費、パネル費：基本的には売上収益の成長率に即した増加を見込むが、外注費はキャパシティ不足を補うため、上期下期共に引き続き前期とほぼ同水準の増加率を見込む
  - ◆ 人件費：昨年的人员増を受けて上期は売上伸長ペースを上回る拡大が継続するが、下期は人件費増を売上伸長ペース以下にコントロールし、通期でも売上伸長率をやや下回る増加率を見込む
- EBITDA/営業利益/当期利益は、上期には外注費と人件費等の負担が重く減益を想定するが、下期には大幅な増益に転じる見通し

注

1. 親会社の所有者に帰属する当期利益

# 営業利益率の改善に向けて

今期業績予想においては生産性の改善に軸足を移し、中計で掲げた営業利益率目標の達成に向けたステップを以下の形に見直す

営業利益率改善に向けた想定ステップ（改訂版）

		外注費	人件費	ポイント
1st Step	2022/6期	大きく増加 (売上伸長を上回るペース)	大きく増加 (売上伸長を上回るペース)	■ 外注費を大きく活用して足元の需要拡大に対応し、需給ギャップを埋めるための人材採用を急ピッチで進める
	2023/6期 上期	大きく増加 (売上伸長を上回るペース)	大きく増加 (売上伸長を上回るペース)	■ 前年の人員数増の影響で人件費は大きく増加 ■ 採用した人材の習熟度向上等による生産性の向上を追求し、内製キャパシティを拡大する ■ 内製キャパが高まるまで外注は大きく活用
2nd Step	2023/6期 下期	増加傾向を抑える (但し、売上伸長を上回るペース)	通常ペースでの増加 (売上伸長を下回るペース)	■ 付加価値向上、自動化等も進め徐々に人件費の増加ペースを売上伸長以下にコントロール ■ 拡大した内製キャパシティを活用し、外注への依存度を抑える形に転換
3rd Step	2024/6期	本来の活用水準まで圧縮 (一旦売上伸長を下回るペースへ)	通常ペースでの増加 (売上伸長を下回るペース)	■ 拡大した内製キャパシティを活用し、外注の活用度合いを本来の水準にまで圧縮、昨対での外注費の増加ペースを売上伸長以下にコントロール

以上のステップを通じて、中期経営計画における営業利益目標値の達成を目指す



## リサーチ事業

2022/6期売上伸長率:  
**5%**  
目標成長率(中計):  
年率 **6%**

**1**

- 上期中に従来を上回るペースでの採用を一段落させ、最繁忙期のQ3までに生産性を向上させ、受注キャパシティを増強する

**2**

- 引き続き強い顧客需要の継続が見込まれる中、上記受注キャパシティ増強を通じた売上の最大化と、下期からの利益拡大を実現する

**3**

## デジタル及び その他の新規事業

2022/6期売上伸長率:  
**28%**  
目標成長率(中計):  
年率 **20%**

- データコンサルティング事業、ライフサイエンス事業、広告配信事業といった新規事業の売上・利益の増加ペースを維持・拡大する
- プラットフォーマーとの個別の取組みを追求し、本格的なクッキーレス時代への突入と合わせて、デジタル売上の拡大を目指す

# 1 2 リサーチ事業: 受注キャパの増強と収益性改善



人員増に目途が付きつつあり、今後は生産性を向上させ、受注キャパシティの増強を目指す方針

具体的には、既存社員のリテンション策の強化と、テクノロジーを活用した生産性の向上策の導入などにより、最繁忙期であるQ3までに一定の成果を出すことを目指す

## 具体的な施策

リサーチ案件運用部門において  
生産性を指標とした  
インセンティブ制度を導入  
  
ペイ・フォー・パフォーマンス  
の考え方に基づく  
リテンション施策も強化

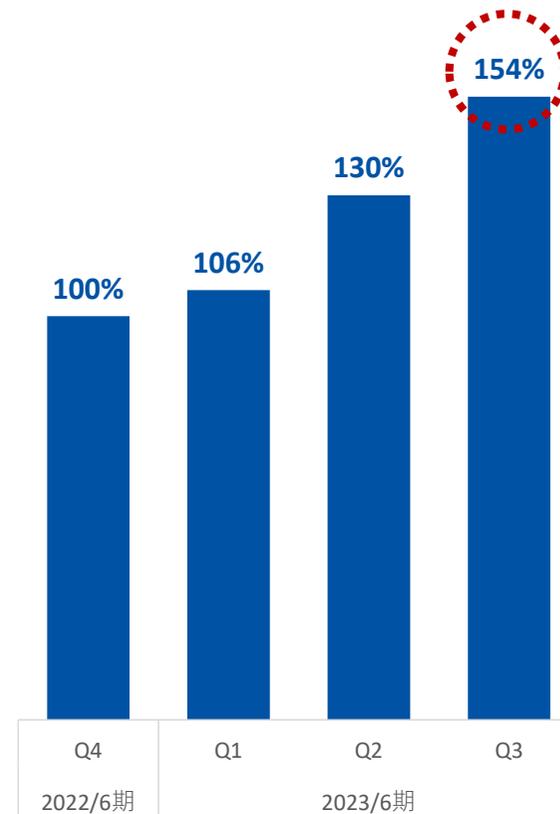
製販一体の組織再編の強化  
「カバレッジ」 x 「プロダクト」  
組織化 (いわゆるタテ・ヨコ組織化)  
  
部署間の業務調整負荷の軽減  
・顧客企業の満足度向上を狙う

テクノロジーを活用した  
自動化・ツール化の加速

出社頻度の向上  
  
新卒・中途社員における  
業務知見の習得の加速

## 戦力値想定

■ 受注キャパシティ：内製+外注  
(※2022/6期Q4実績値を100%とする指数値)



様々な施策を複合的に組み合わせ、受注キャパシティを昨期Q4対比 1.5倍強まで拡大する方針  
その実現を踏まえて、下期からは前述のステップ (p.25) で利益率の改善を実現する

### 3 その他の新規事業: データ利活用支援事業



データ利活用支援事業領域では、中計期間内(2024/6期末まで)に合計で売上規模30億円以上の達成を目指す

足元におけるM&A実績



持分割合**100%** 連結子会社

¥800

持分割合**71%** 連結子会社



持分割合**40%** 持分法適用会社

- 株式会社アクリメイトは2016年に設立され、新規事業やDX推進に必要なプロフェッショナル人材が多数登録している人材マッチング基盤を有している
- マクロミルグループでは今後、コンサルタントを含む様々なプロフェッショナル人材の補強が急務になることを見据えて、2022年4月1日に100%子会社化

- 株式会社エイトハンドレッドは、2022年7月1日付で、当社のデータコンサルティング事業を会社分割により、株式会社SOUTHと経営統合して設立
- マクロミルのデータ・コンサルティング事業の中核子会社という位置付けながら、独自のブランディングを行い、事業規模の早期拡大を目指す

- 株式会社シタシオンジャパンは、1985年に設立され、マーケティングリサーチ事業から、データ分析事業、コンサルティング事業までを一貫して手掛けている
- マクロミルは2008年に15%弱を出資し、以降協業関係にあったが、2022年8月1日付で25%の持分を追加取得、持分法適用会社として、協業体制を強化

### 3 その他の新規事業: データ利活用支援事業



ESOMARレポートで示されたグローバル市場の流れを受けて、日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA)も、新たに「インサイト産業」を定義し、8つのサブ・セグメントの市場規模推計を発表

日本においてもマーケティングの複雑化・高度化に伴い、従来の「リサーチ業界」は「インサイト産業」へと業界の垣根・定義を超えて融合する潮流

2021年度 日本市場における8セグメントの規模推計 (仮)

(単位: 億円、別記ある場合を除く)

セグメント	Global Player	国内企業及び外資日本法人	2021 国内推計値	セグ比	2020 ESOMAR
1 確立された市場調査領域	Nielsen, Kantar, Ipsos, GfK	JMRA正会員社	2,090.4	64.6%	38.8%
8 業界特化型調査及びレポート	Gartner, IHS Markit, IDC	富士経済、矢野経済、JDパワー	180.0	5.6%	15.0%
6 サンプルパネル提供	Dynata, Cint, Prodege	GMOリサーチ	46.0	1.4%	1.9%
4 セルフサービスプラットフォーム	Qualtrics, SurveyMonkey	Toluna	29.7	0.9%	2.2%
3 企業内フィードバックシステム (EFM)	Medallia, Verint, Forsta		55.4	1.7%	2.2%
2 デジタルデータ分析 (Mar Tech)	Adobe, Salesforce, Oracle	ブレインパッド、ALBERT	113.4	3.5%	19.5%
5 ソーシャルリスニング・コミュニティ	Cision, Sprinkir, Meltwater	ホットリンク	53.4	1.7%	6.7%
7 経営コンサルティング／シンクタンク	McKinsey, BCG, Accenture	野村総研、三菱総研、富士通総研	668.0	20.6%	13.7%
合計			3,236.3	100.0%	100.0%

当社は、日本における業界の変化に先駆け、デジタルデータ分析及びコンサルティング領域 (市場規模 800億円程度) をターゲット市場として視野に入れた取組みを推進



## 韓国事業

2022/6期売上伸長率:  
**17%**<sup>(1)</sup>  
目標成長率(中計):  
年率 **16%**

- オンライン/デジタル領域における強みを活かし、昨期は目標を上回る二桁成長の実現と、着実な市場ポジションの改善を実現

- 自社パネルを保有する強みを活かし、購買データの提供を開始する予定であり、コストが先行すると見込まれるが、売上収益については、中計に定めた目標売上成長の達成の継続を目指す

## その他の海外事業

2022/6期売上伸長率:  
**28%**<sup>(1)</sup>  
目標成長率(中計):  
年率 **9%**

- コロナ禍の下での戦略転換（既存顧客へのフォーカスの強化）が奏功し、昨期は目標を上回る売上及び利益の二桁成長を実現

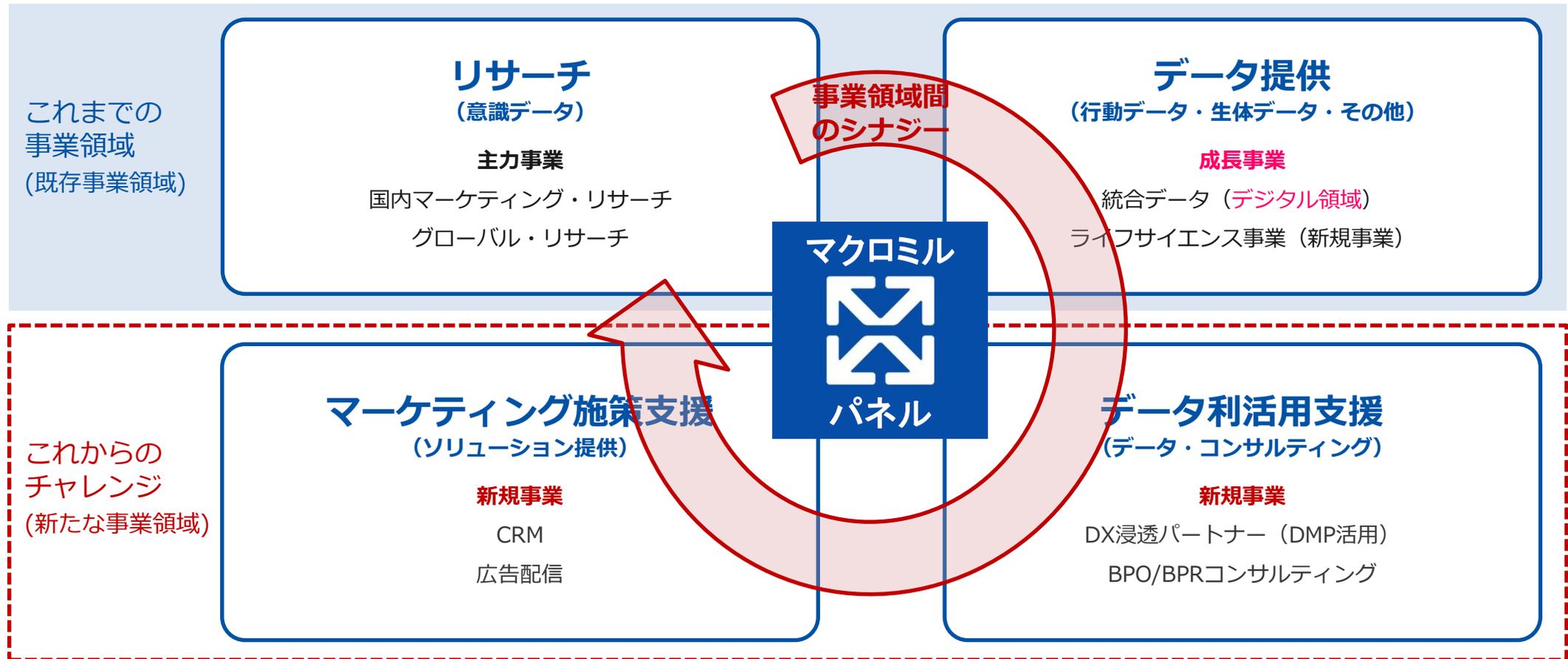
- 引き続き、既存顧客のウォレットシェア拡大を軸として、中計に定めた目標売上成長の達成の継続を目指す

注  
1. 為替影響を除く

# 引き続き事業モデルの転換を追求

顧客企業から強いニーズがあり、既存リサーチ・データ提供事業とのシナジーも見込まれる中で、「データ利活用支援（データ・コンサルティング）事業」と「マーケティング施策支援事業」を、昨期から本格的に開始、営業利益率改善施策と共に中期経営計画達成に向けたドライバーとする

当社が取組む事業領域



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

# Build your Data Culture



## DATA & INSIGHTS

企業のより良い意思決定に繋がる、多種多様なデータへのアプローチや活用法、そしてマーケティングリサーチの価値を考える視点を公開しています。



○ 【無料】 市場調査レポート:マクロミルで実施した市場調査レポート(自主調査レポート)、分析レポート、ノウハウ集も無料でご提供

## Macromill Weekly Index

マクロミルでは、インターネット調査による週次の定点観測調査データを公開しています。スピーディーなデータ公開で、消費行動のトレンドや景況感など、最新の生活者の姿をお伝えしています。



○ 定点観測調査データ「Macromill Weekly Index」が、内閣府公表の『月例経済報告等に関する関係閣僚会議資料』に採用