

2024/6期 Q2決算説明資料

2024年2月14日



証券コード：3978（東証プライム）

免責事項

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

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

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

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

本説明資料全般にわたる注記事項

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

	Q2 累計ベース (6ヶ月間)		Q2 単独ベース (3ヶ月間)	
	2023/6期 Q2	2024/6期 Q2	2023/6期 Q2	2024/6期 Q2
1 KRW =	0.1038	0.1113	0.1040	0.1116

売上収益、事業利益ともに期初業績予想を上回って推移
Q2が力強い増益に転じたことで、上期累計でも増益を達成

上期業績予想計画と実績

	売上収益	事業利益	ポイント
上期 業績予想	218億円 YoY +7%	26億円 YoY Δ 7%	<ul style="list-style-type: none">■ 前期下期の人員増により人件費が増加■ これにより上期は減益計画
上期 実績	220億円 YoY +8%	29億円 YoY +7%	<ul style="list-style-type: none">■ 売上の上振れ、及び人件費を計画対比で抑制することができ増益
Q1実績	96億円 YoY +8%	7億円 YoY Δ 18%	<ul style="list-style-type: none">■ Q1は売上、事業利益ともに期初業績予想に対して上振れ
Q2実績	124億円 YoY +8%	22億円 YoY +18%	<ul style="list-style-type: none">■ Q2の売上は計画通りに進展し、Q2事業利益は大幅増益に転換

2024/6期 Q2: Key Takeaways – セグメント別実績

- 日本事業は生産性の向上が進み、Q2で大きな増益転換を実現
- 日本事業の伸長により上期連結の売上、事業利益は増収増益へ
- 上期でToluna社の持分法損失579百万が発生したが、経営統合が進捗し損失幅は縮小傾向

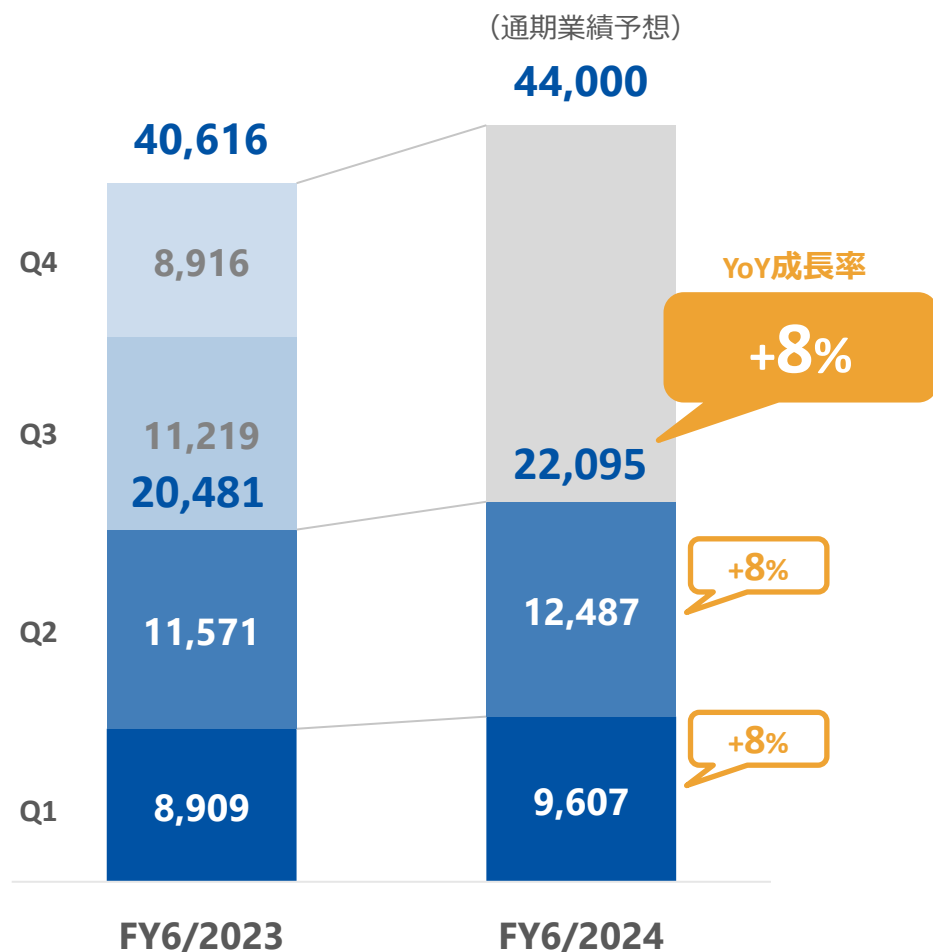
		2023/6期 Q2 YTD ⁽²⁾	2024/6期 Q2 YTD	YoY成長率
連結業績	売上収益	204.8億円	220.9億円	+8%
	事業利益 ⁽¹⁾	27.6億円	29.5億円	+7%
日本事業 セグメント	売上収益	170.4億円	186.3億円	+9%
	事業利益 ⁽¹⁾	21.7億円	25.8億円	+19%
韓国事業 セグメント	売上収益	34.4億円	34.7億円	+1%
	事業利益	5.9億円	3.7億円	△38%

注

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

Q2の売上はQ1からのモメンタムを継続し、期初予想を上回って進捗
下期も順調に推移する見込み

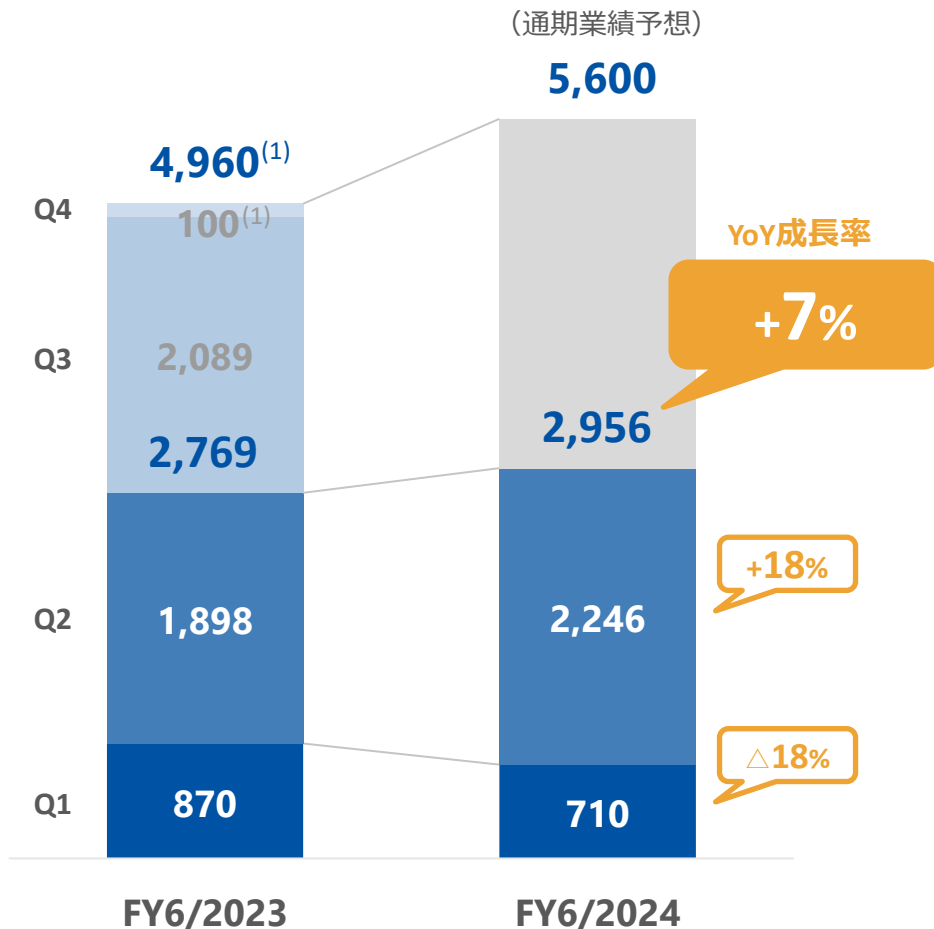
連結
(百万円)



Q2 累計実績
+8% 成長

Q2の事業利益は増益転換して大幅増益を達成、
売上同様に期初予想を上回って進捗
通期業績予想の達成を見込む

連結
(百万円)

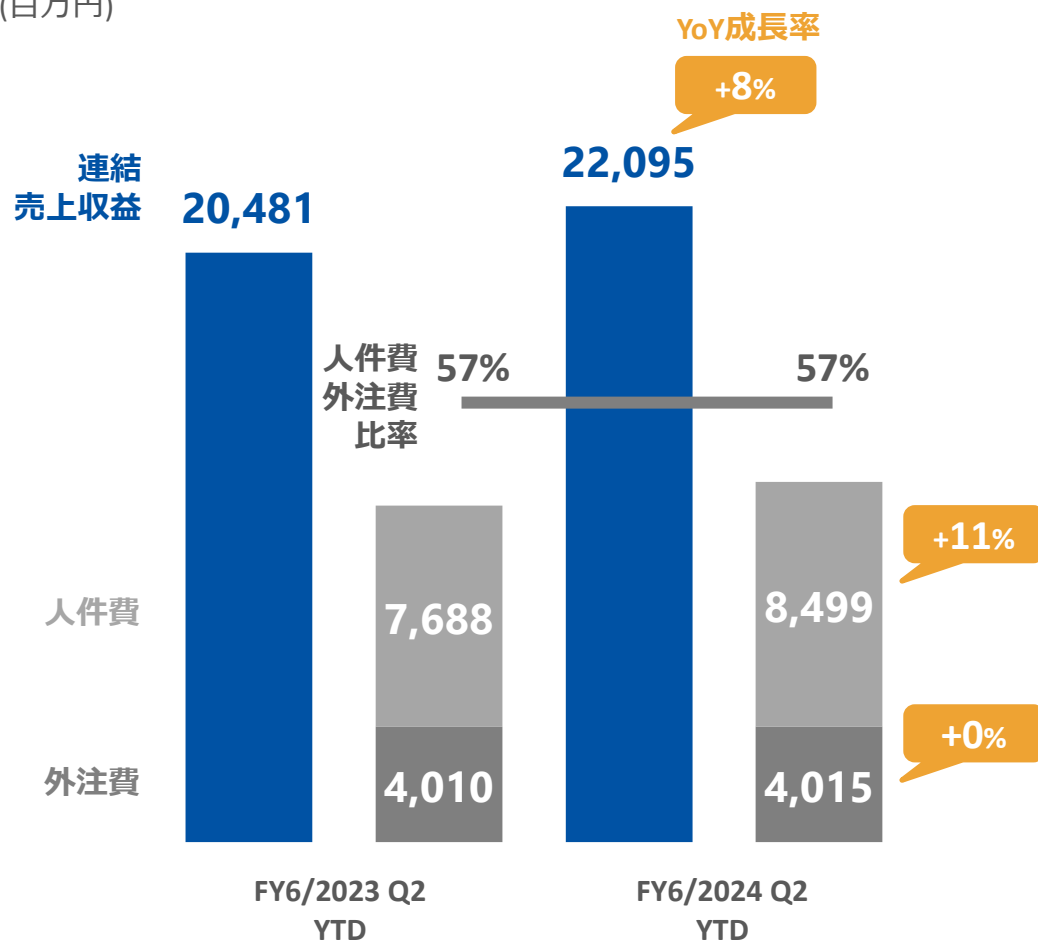


Q2 累計実績
+7% 成長

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

人件費・外注費ともに計画どおりにコントロール、 特に外注費は増収ながら前期水準にまで抑制

連結
(百万円)



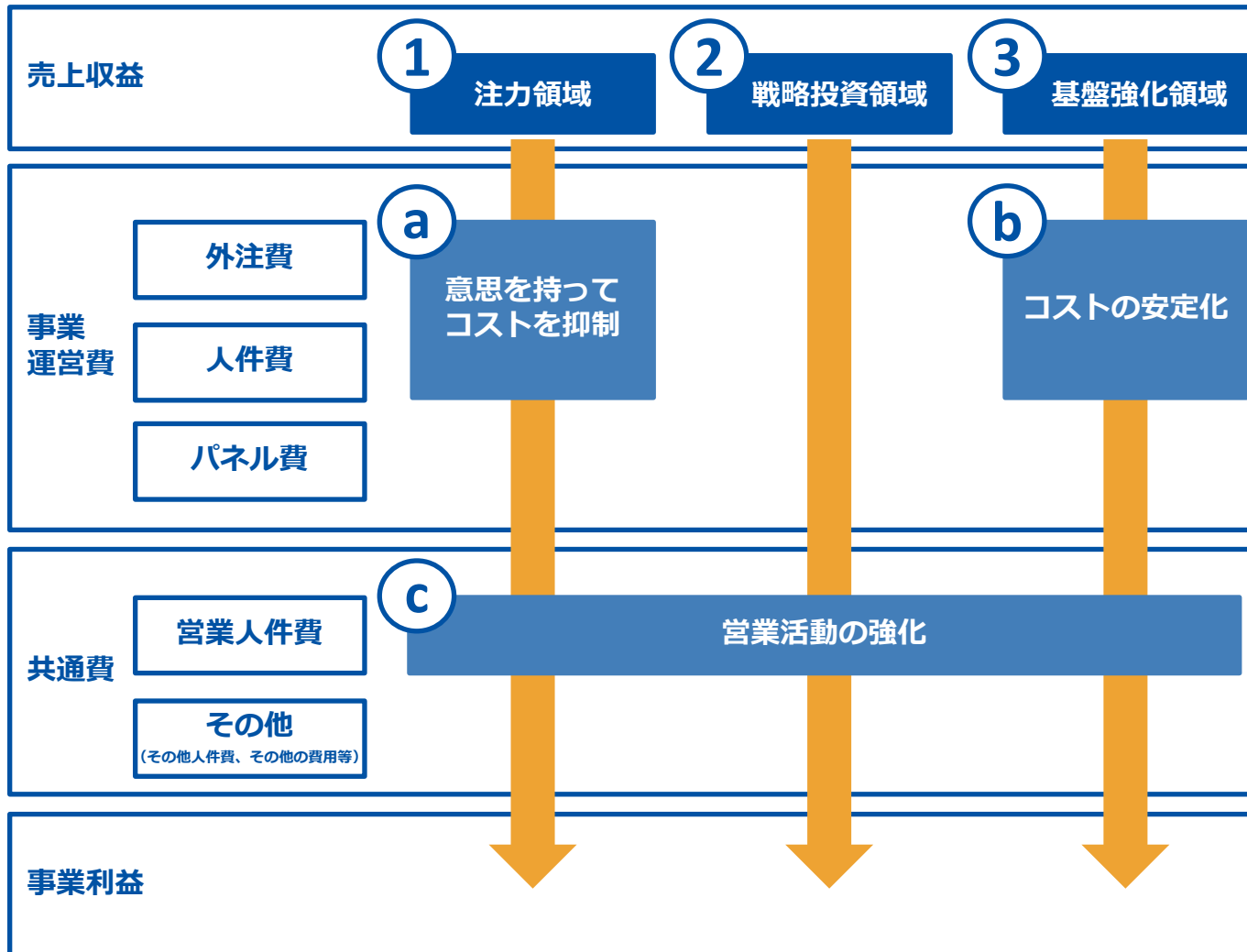
Key Point

- 人件費：日本+689百万、韓国 +121百万
 - 前期下期からの採用により人員が増加（前Q2比+134人、日本+130人、韓国+4人）
 - 下期以降は増加率を低減できる想定
- 外注費：日本 △92百万、韓国 +99百万
 - 日本はリサーチキャパシティが整備できたことで内製化を推進
 - 加えて人材定着率・習熟度の上昇により内部生産性が向上

2024/6期Q2 事業セグメント別 ハイライト

日本事業セグメントの事業区分とKPIについて

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



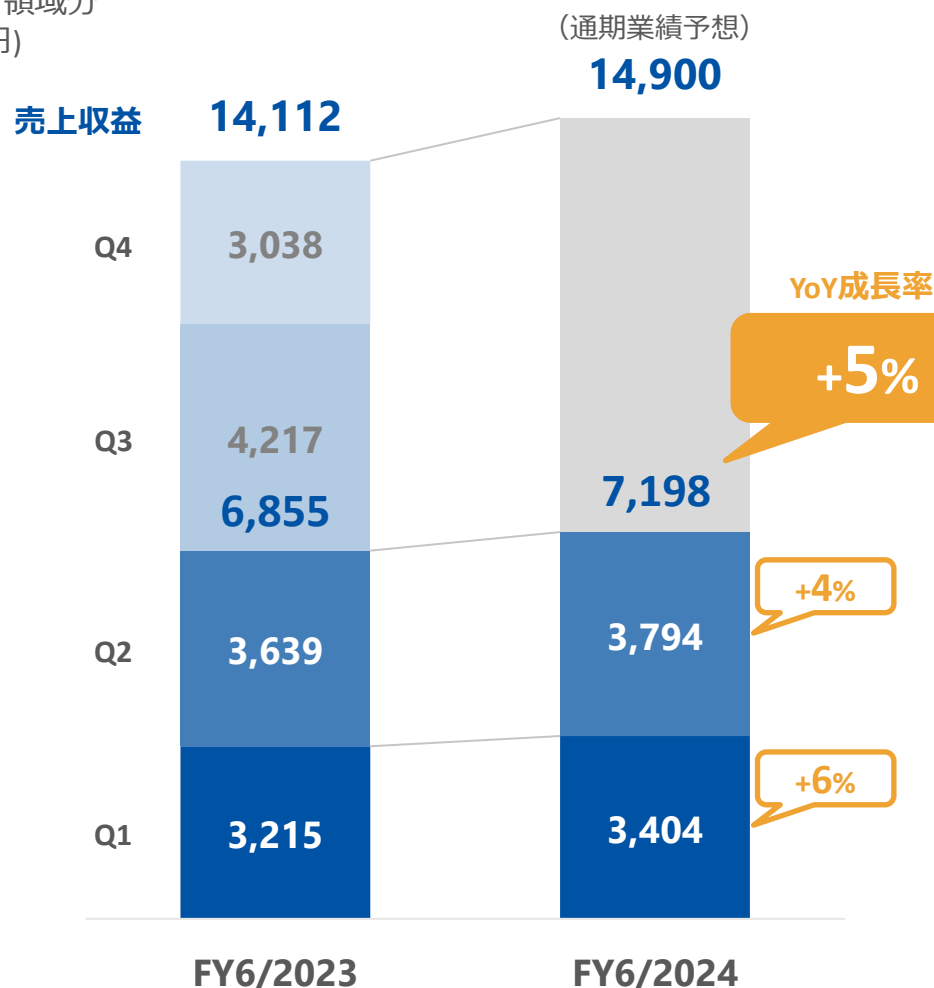
生産性KPI

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

通期で+5%の成長目標

アウトバウンドセールスが順調に進展、計画通りに推移

日本事業セグメント
①注力領域分
(百万円)



Q2 累計実績
+5% 成長

①注力領域に区分されているサービス

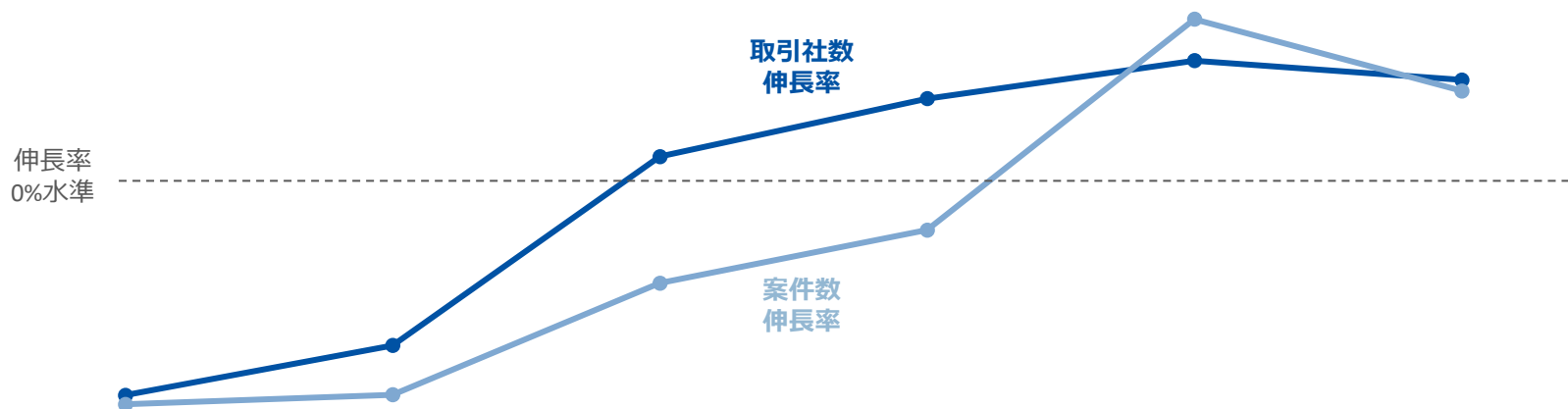
- オンラインリサーチ
- デジタルリサーチ (アクセスミル・DMP シンクリサーチ等)

前期下期より積極的な営業活動（アウトバウンドセールス）を再開
お断りによる離反顧客の呼び戻しにより、Q2も社数・案件数の回復が継続



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

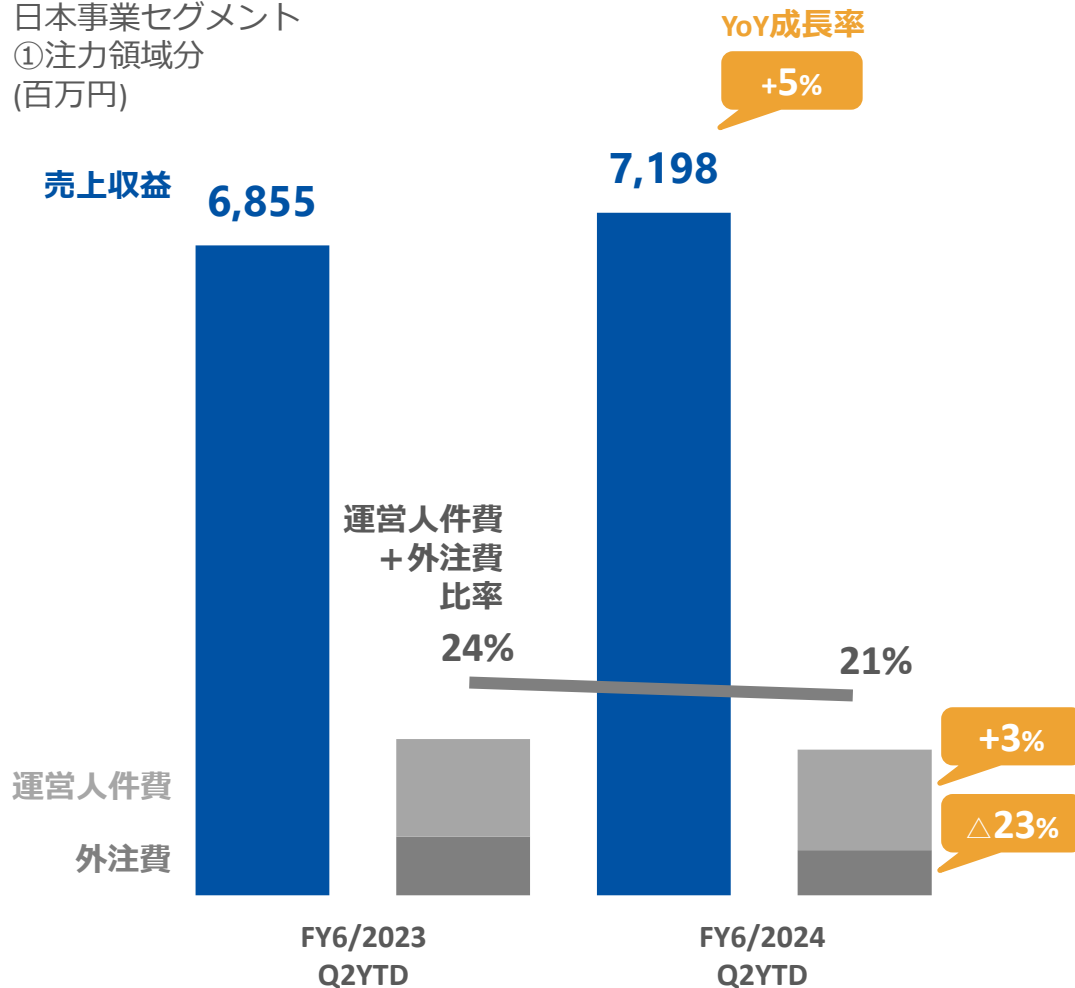
取引社数と案件数
対前年同Q対比
伸長率の四半期推移



注力領域の生産性向上が今期の重点施策

外注費の抑制により、外注費 + 運営人件費比率は3ポイント改善

日本事業セグメント
①注力領域分
(百万円)

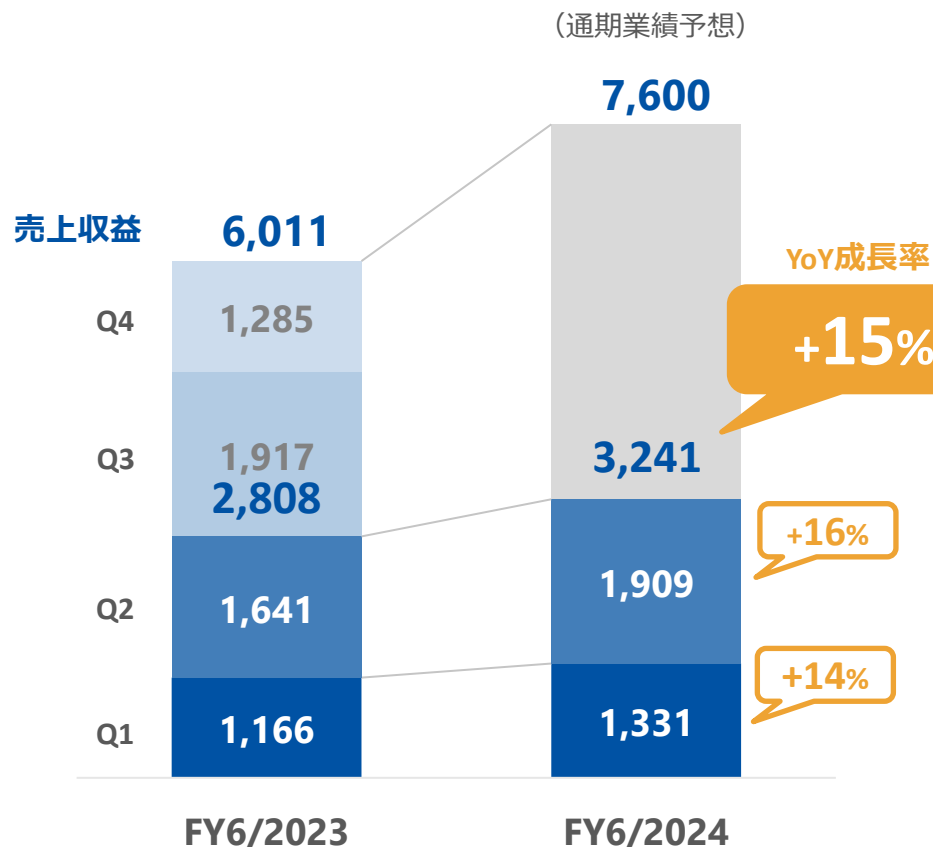


Key Point

- **外注費：前期比△23%減**
 - 内製化及び内部生産性の向上により外注費は実額ベースでも減少
- **運営人件費：前期比+3%増**
 - 売上伸長率以下の増加率に低減
 - 退職抑制及び人材育成が奏功
 - 運用工程の見直しにおける工数を削減
 - 業務の自動化の推進施策を実行中

通期で+27%の成長目標、1件あたりの案件規模が大きい事業群
 コンサルティング事業の増収に加え、Q2は新規事業の成長が加速

日本事業セグメント
 ②戦略投資領域分
 (百万円)



Q2 累計実績
 +15% 成長

② 戦略投資領域に区分されているサービス

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

コンサルティング

戦略から実行までのデータコンサルティング

Q2 YTD 実績

690百万円
(YoY+26%)

- 新規案件の開拓は順調
- Q2も好調に推移
- リサーチを伴う案件も複数受注、今後さらに相互送客を加速化

グローバルリサーチ (東南アジア、中国を含む)

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

Q2 YTD 実績

1,647百万円
(YoY+11%)

- Q2もQ1のモメンタムが継続し、二桁伸長
- 引き続き、通期二桁伸長の継続を目指す

新規事業 (ライフサイエンス、広告配信等)

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

Q2 YTD 実績

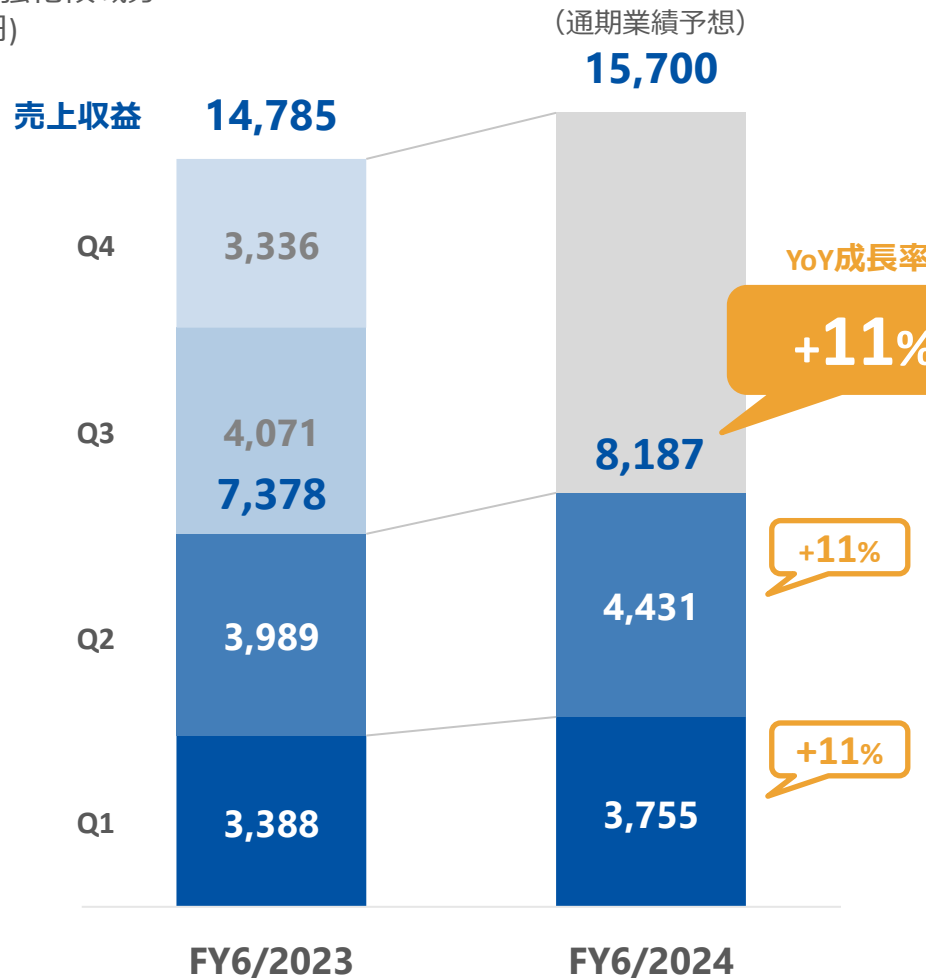
903百万円
(YoY+15%)

- Q2はライフサイエンスやその他の新規事業が拡大
- 下期にかけて引き続き成長モメンタムは加速する見通し

通期で+6%の成長目標

モニタス社を含む子会社も好調に推移し想定を上回り大きく伸長
引き続き好調に推移する見通し

日本事業セグメント
③基盤強化領域分
(百万円)



Q2 累計実績
+11% 成長

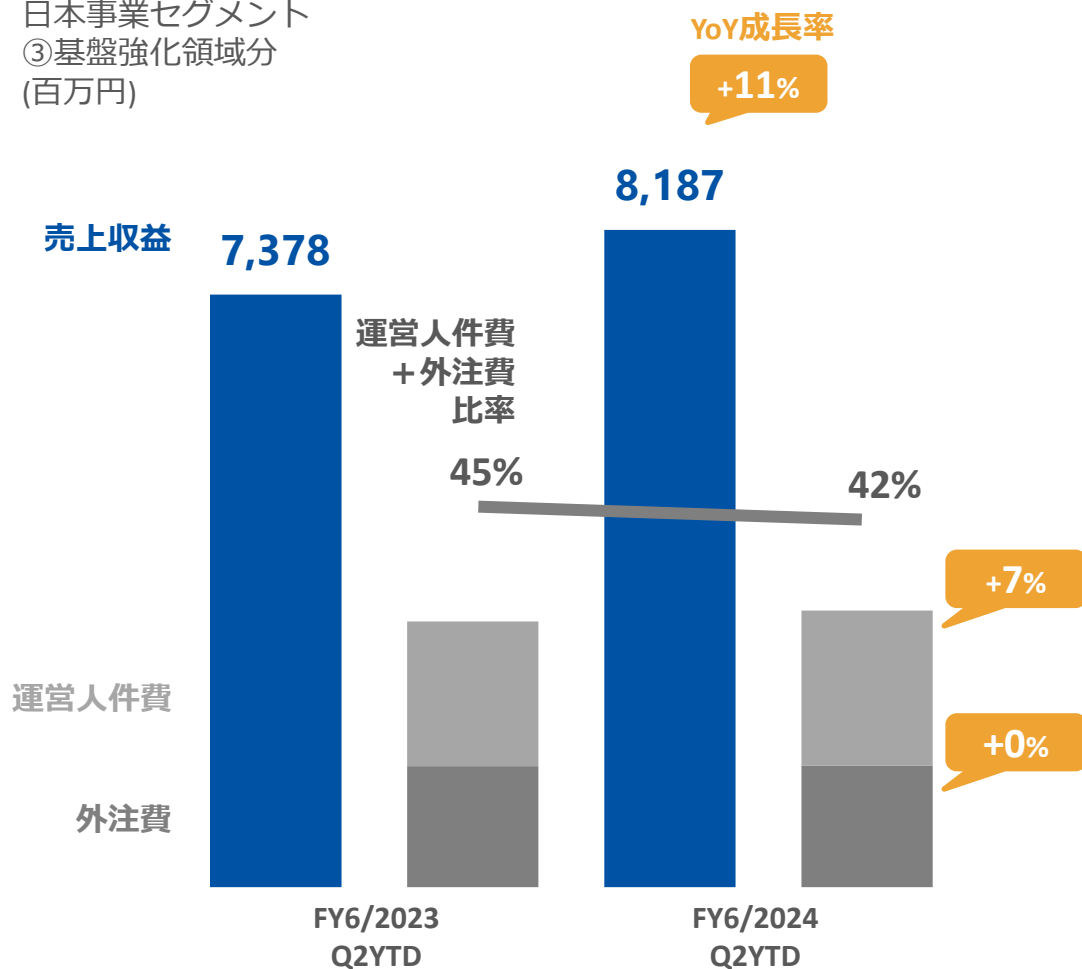
③ 基盤強化領域に区分されているサービス

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

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

売上伸長と外注費の抑制により、 外注費+運営人件費比率は3ポイント改善

日本事業セグメント
③基盤強化領域分
(百万円)

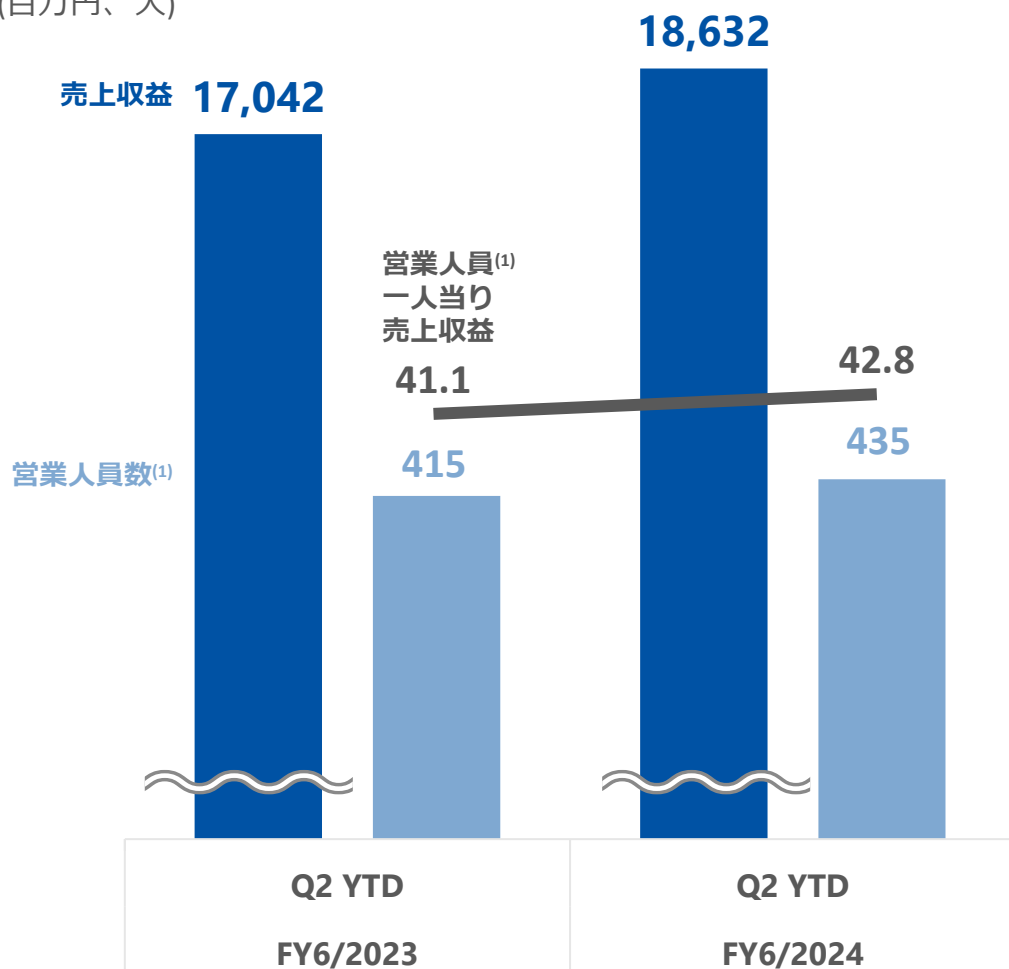


Key Point

- 外注費・運営人件費ともに、増収及び子会社におけるセールスマックスの改善により売上に占める比率が低減
- 外注費：前期比+0%増
 - オフラインリサーチの内製化
 - 子会社における外注費の低減
- 運営人件費：前期比+7%増
 - 売上伸長率以下の増加率となった

受注キャパシティ制限が解消したことで営業一人当たり売上が向上

日本事業セグメント
(百万円、人)



Key Point

- **営業人員数：前期比+20名**
 - 新規事業における増員・モニタス社のM&A等による増加
- **営業一人当たり売上**
 - Q2で繁忙期に入り売上規模の増加等により、一人当たり売上は拡大
 - さらにグループ企業間の営業インセンティブ制度を拡充し、相互送客を強化する方針

注

1. 当社グループ日本事業の全従業員の内、営業活動に関わる人員数。期中の人員数増減影響を平準化し、より実態に沿った数値となるように人員数は期初と直近四半期末時点の人員数を単純平均した数字を適用。

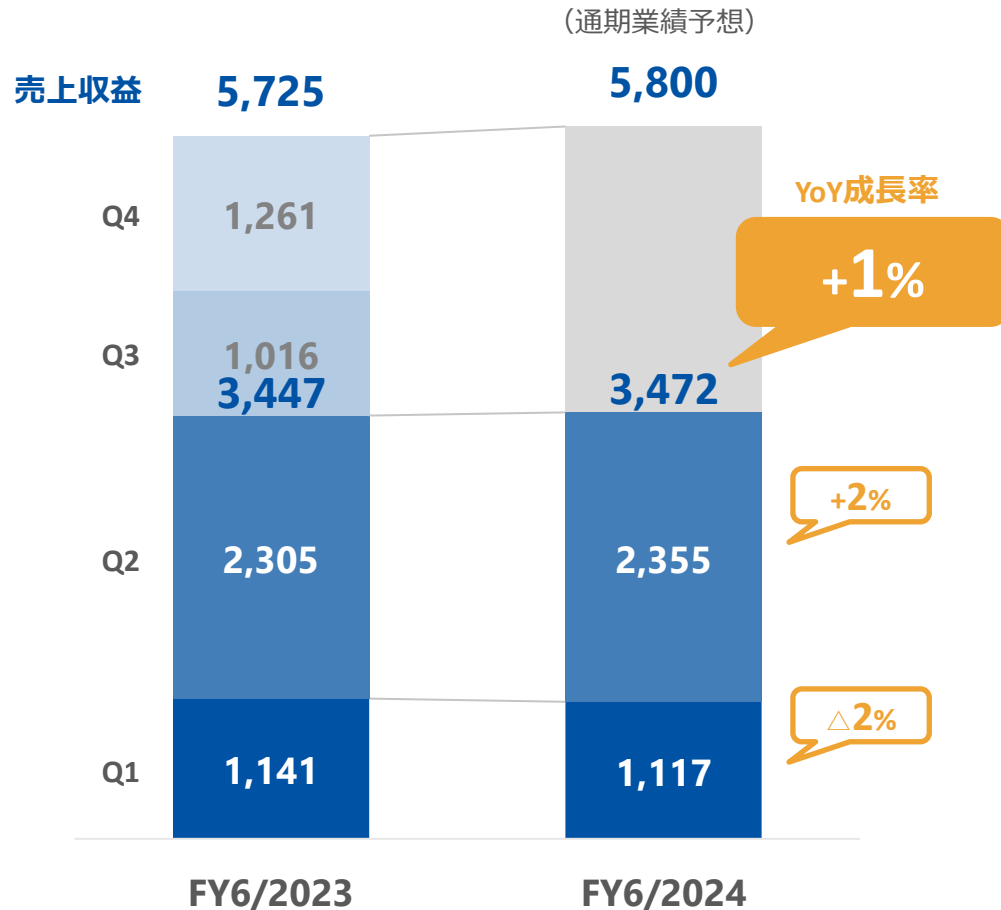
2024/6期 Q2: 韓国事業セグメント

通期で+2%の成長目標

上期は景況感悪化の影響が継続

来期以降の成長を見据え、新規事業の立ち上げに注力

韓国事業セグメント
(百万円)



Q2 累計実績

+1% 成長

(△6% 為替影響除く)

2024/6期Q2 財務情報および
事業セグメント別の詳細に係るアップデート

2024/6期 Q2: 連結損益計算書 (P/L) ⁽¹⁾

Q2 YTD (6カ月間)

20

日本事業が好調に推移、特に事業利益は生産性の向上により大幅増益に転じた
Q2のToluna持分法損失による影響はQ1に比べて縮小し、下期にかけても減少が続く見通し

2024/6期 Q2 YTD (6カ月)

連結
(百万円)

	2023年6月期 Q2 YTD実績	2024年6月期 Q2 YTD実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	20,481	22,095	+1,614	+8%
日本事業 売上収益	17,042	18,632	+1,590	+9%
韓国事業 売上収益	3,447	3,472	+25	+1%
EBITDA ⁽²⁾	3,819	3,955	+136	+4%
事業利益 ⁽³⁾	2,769	2,956	+187	+7%
日本事業 事業利益 ⁽³⁾	2,172	2,584	+412	+19%
韓国事業 事業利益	597	371	△225	△38%
事業利益率	13.5%	13.4%	△0.1pt	-
Toluna社の持分法による投資損益	-	△579	△579	-
営業利益	2,769	2,377	△392	△14%
親会社の所有者に帰属する継続事業から 生じた四半期利益	1,218	888	△329	△27%

注

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

期初計画よりもコストは抑制できている状況

営業費用の増加の大部分は、前期下期からの増員による人件費の増加

その他の費用は、リサーチ基幹システムの刷新等の費用が増加

2024/6期 Q2 YTD (6カ月)

連結
(百万円)

	2023年6月期 Q2YTD 実績	2024年6月期 Q2YTD 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	20,481	22,095	+1,614	+8%
パネル費	2,537	2,762	+225	+9%
外注費	4,010	4,015	+5	+0%
人件費	7,688	8,499	+811	+11%
減価償却費及びその他	3,523	3,832	+309	+9%
営業費用合計	17,759	19,110	+1,350	+8%

2024/6期 Q2: 連結営業利益 変動要因

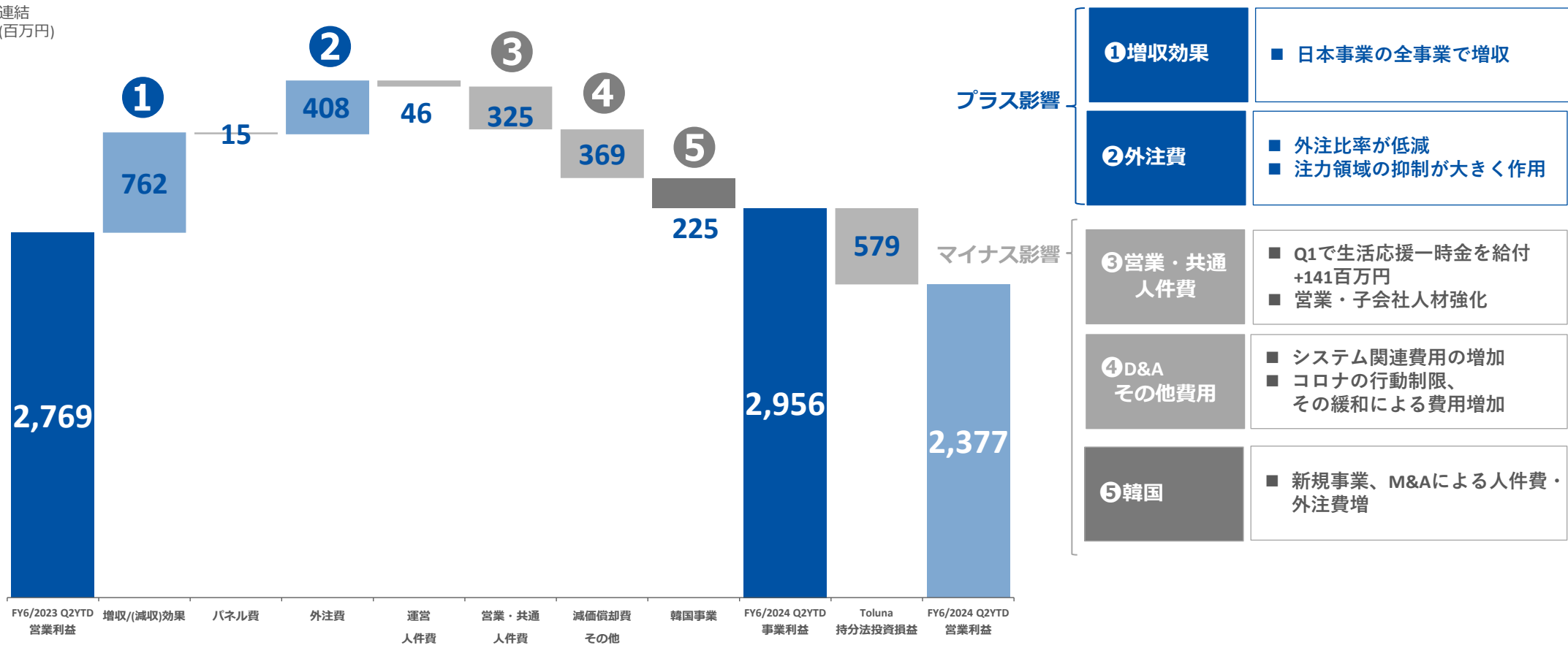
Q2 YTD (6カ月間)

日本事業の増収効果に加えて、外注費の抑制が順調に進展

その影響が人件費、減価償却費及びその他の費用の増加を吸収し、上期の事業利益は増益

2024/6期 Q2 YTD (6カ月) 連結営業利益 (OP) の変動要因分析⁽¹⁾

連結
(百万円)



注

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

2024/6期 Q2: 日本事業セグメント 四半期別 業績推移

日本事業はQ3、次いでQ2が繁忙期であり、今期も同様の傾向

Q2より繁忙期に入ること増収幅が拡大し増益に転じ、利益率も改善傾向

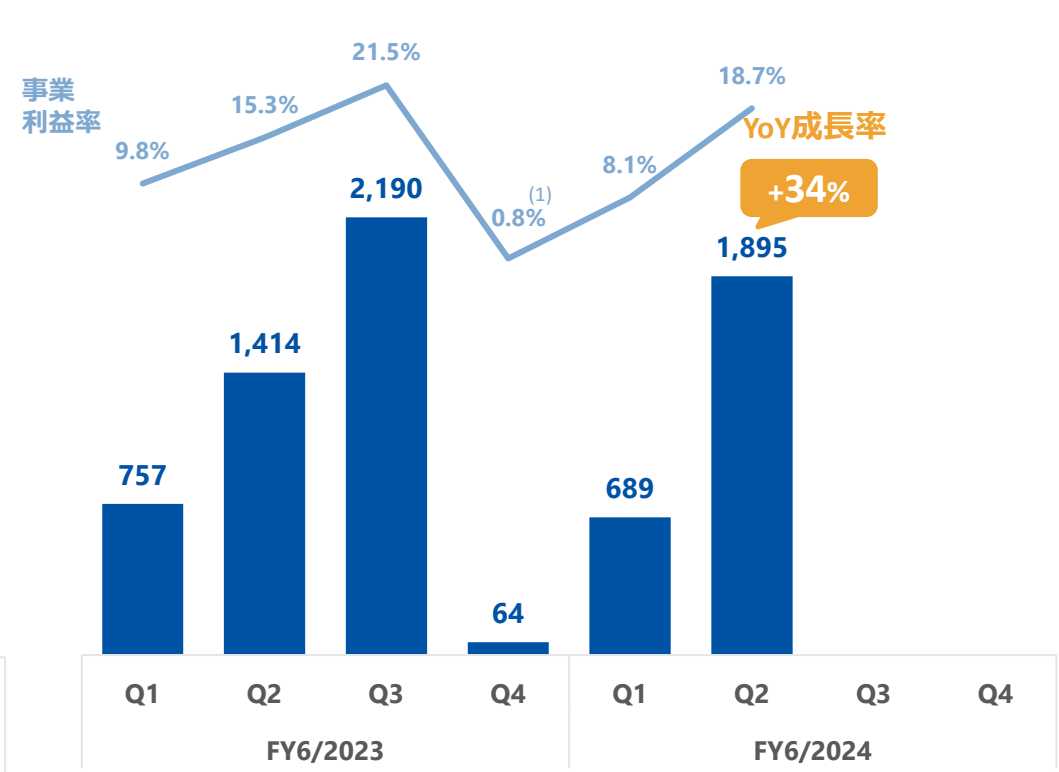
日本事業 売上収益 四半期別推移

(百万円)



日本事業 事業利益⁽²⁾ 四半期別推移

(百万円)



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

2024/6期 Q2: 日本事業 注力領域 四半期別 売上推移

注力領域は利益率の高いオンライン及びデジタルリサーチにより構成される

上期はオンラインリサーチの伸長増により増収に転換

12月にはYouTube広告における第三者計測パートナーに認定され、来期以降のデジタル伸長を目指す

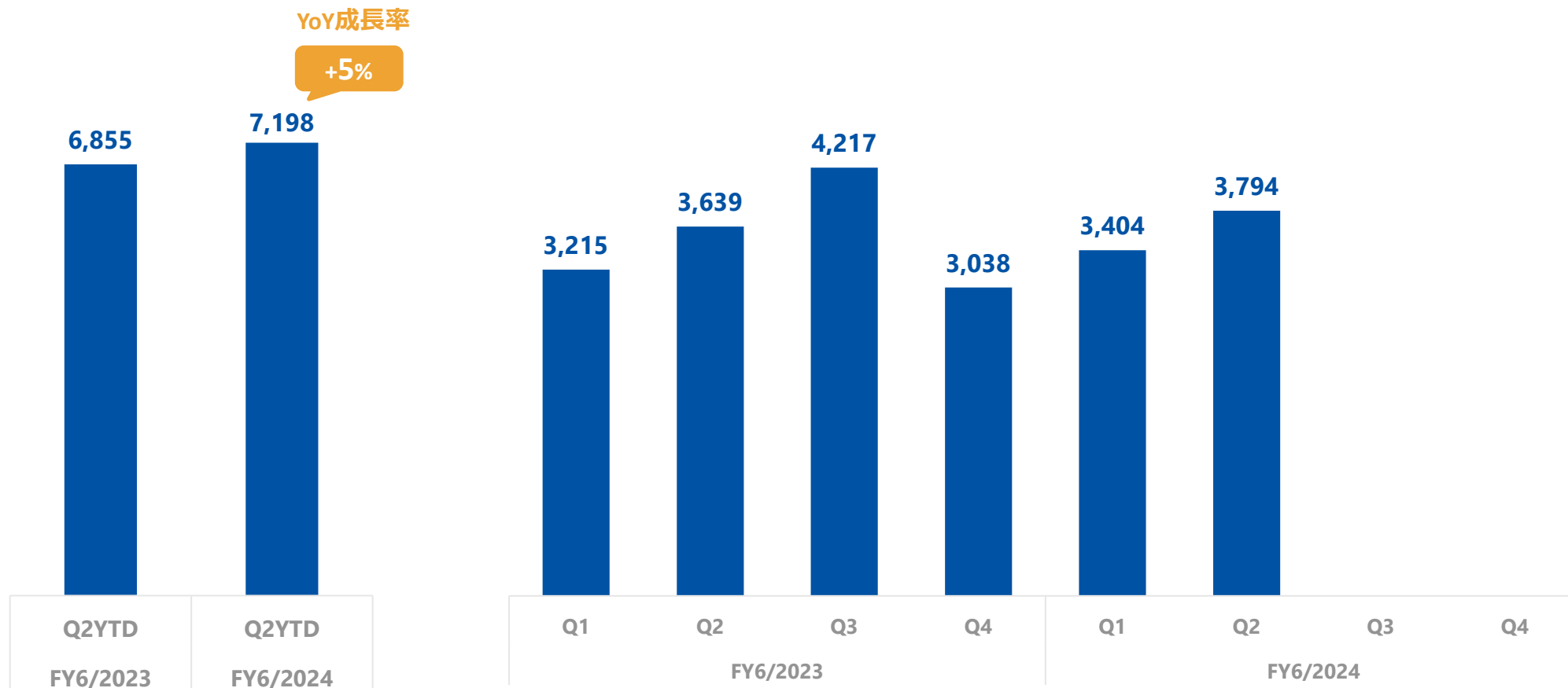
注力領域 Q2 YTD 売上収益 (6カ月)

(百万円)

注力領域 売上収益 四半期推移

(百万円)

YoY成長率 : +6% +4%



2024/6期 Q2: 日本事業 戦略投資領域 四半期別 売上推移

戦略投資領域は、中長期的な売上成長の継続を実現するための事業群で構成される
 1件あたりの案件規模が大きくボラティリティが高いものの、二桁成長を実現
 相互送客による新規開拓をさらに加速し、来期以降も積極的に売上拡大を目指す

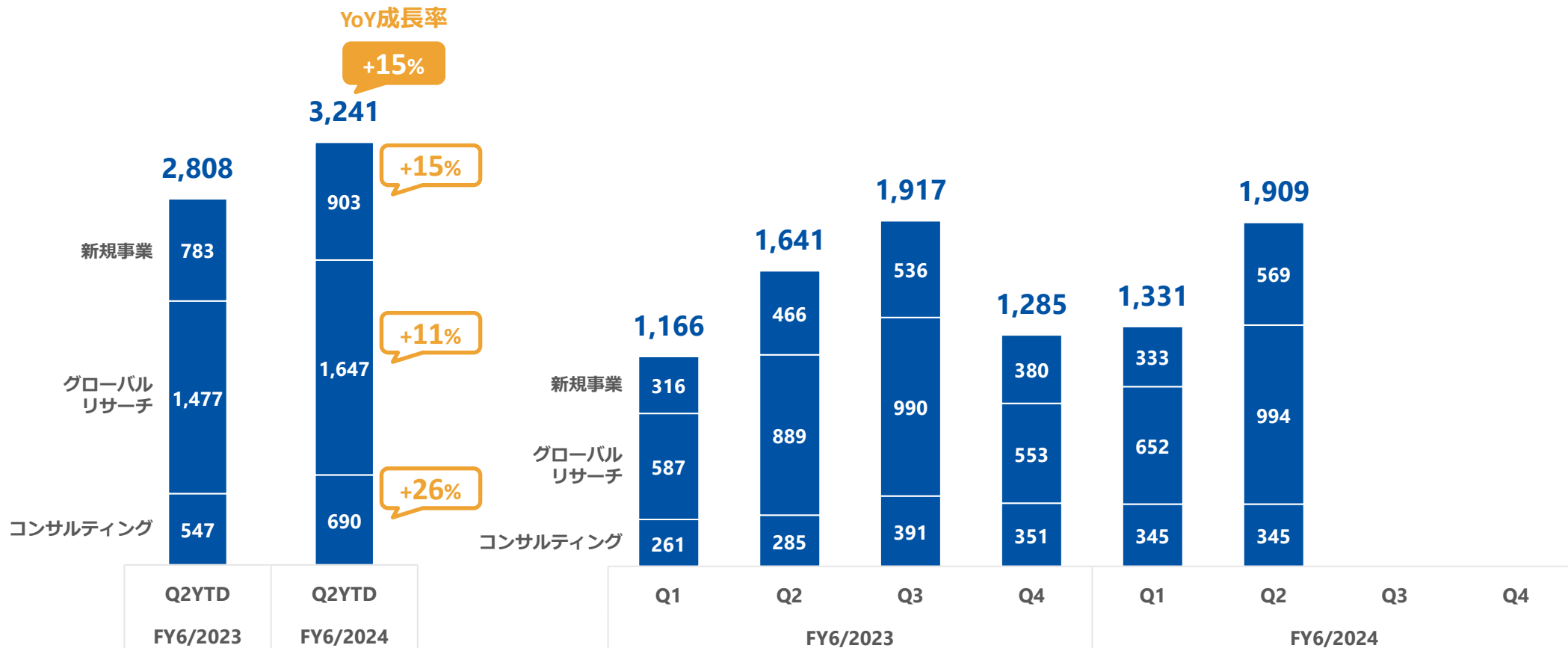
戦略投資領域 Q2 YTD 売上収益 (6ヵ月)

(百万円)

戦略投資領域 売上収益 四半期推移

(百万円)

YoY成長率 : +14% +16%



2024/6期 Q2: 日本事業 基盤強化領域 四半期別 売上推移

基盤強化領域は、競争優位性の確立・参入障壁の構築を目的とした事業群で構成される
 7月にパネル提供サービス事業を営むモニタス社を子会社化し、当社グループのパネル数は国内最大規模へ
 同社及び合併子会社の業績が好調に推移し、Q1、Q2の売上収益は二桁増収

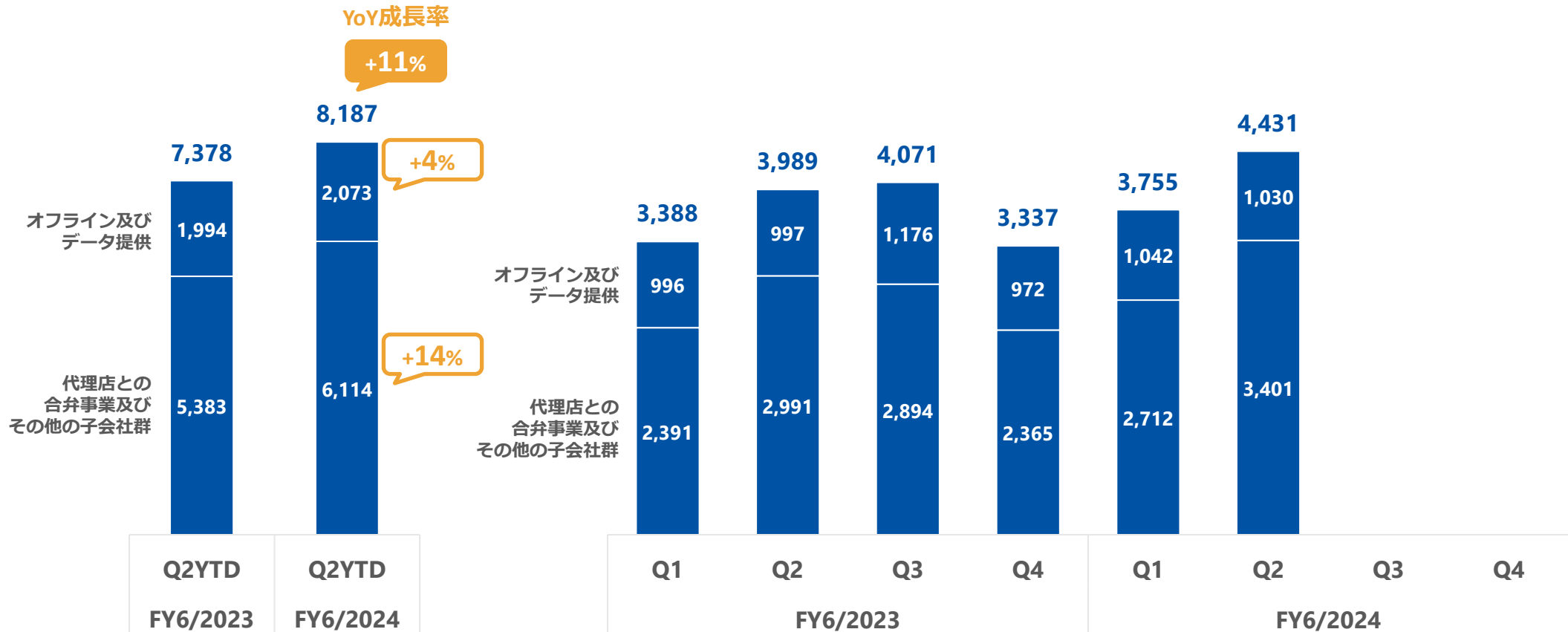
基盤強化領域 Q2 YTD 売上収益 (6ヵ月)

(百万円)

基盤強化領域 売上収益 四半期推移

(百万円)

YoY成長率: +11% +11%



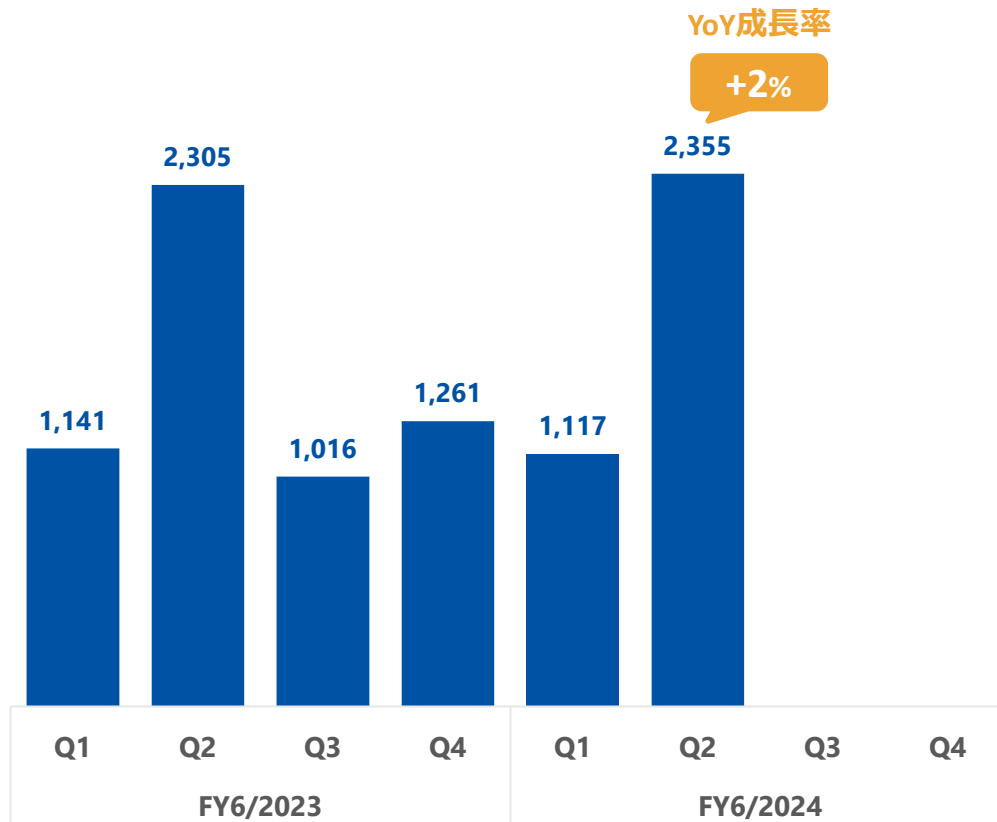
2024/6期 Q2: 韓国事業セグメント 四半期別 業績推移

韓国事業はQ2が繁忙期であり今期も同様の傾向

景況感悪化の影響が続いているなかで、既存事業におけるコストコントロールに注力

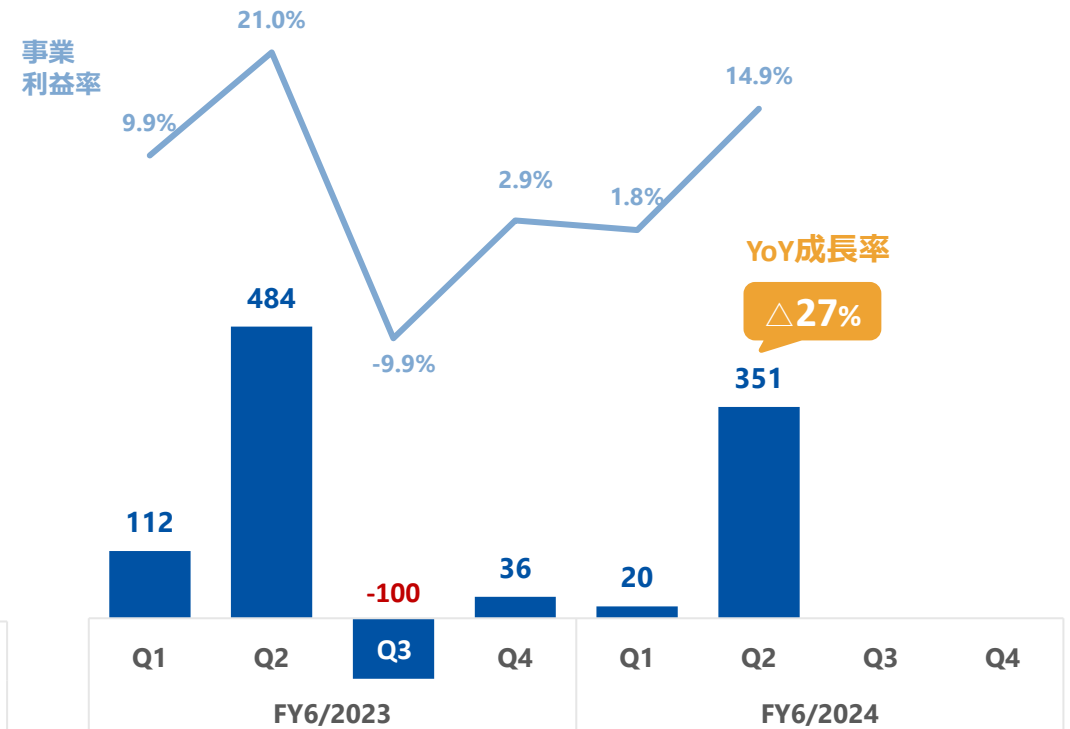
韓国事業 売上収益 四半期別推移

(百万円)



韓国事業 事業利益 四半期別推移

(百万円)

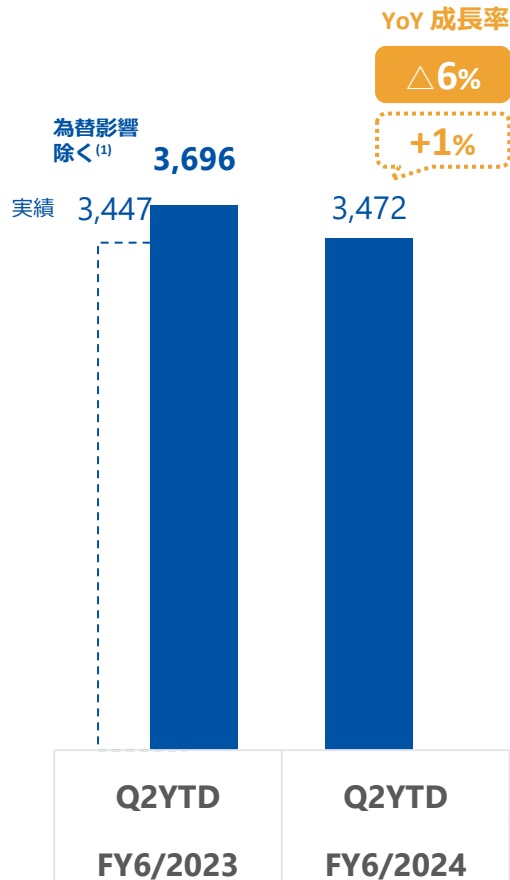


2024/6期 Q2: 韓国事業 四半期別 売上推移

政府が実施する公共調査の減少、大手顧客企業のリサーチ予算が縮小したことにより、売上収益は軟調に推移
来期以降の成長を見据えて新規事業である購買データ提供サービスの拡大を目指す

韓国事業 Q2 YTD 売上収益 (6カ月)

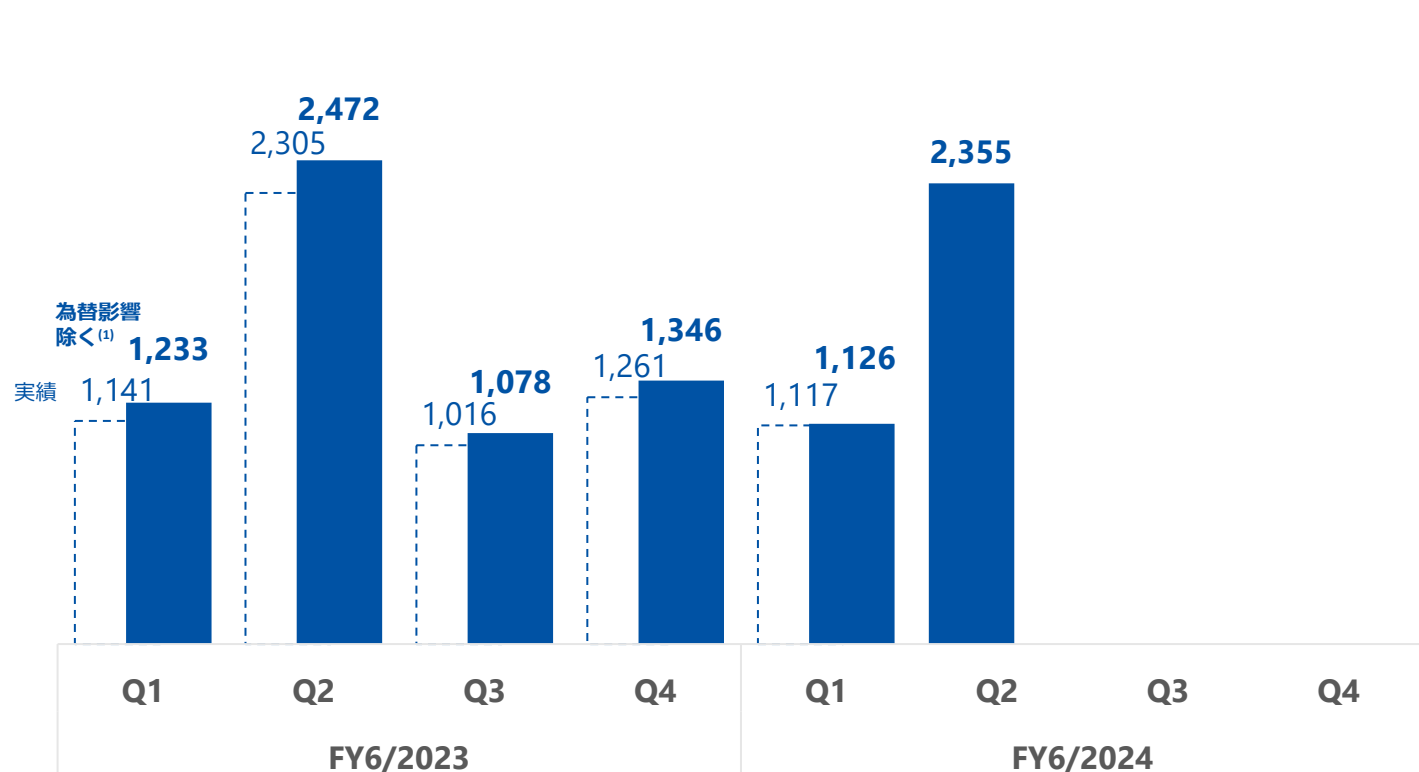
(百万円)



韓国事業 売上収益 四半期推移

(百万円)

YoY成長率
実績： -2% +2
為替影響除く： -9% -5%



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

2024/6期 Q2: 連結貸借対照表 (B/S)

昨年7月に実施した社債の償還により、資産と負債がともに50億円減少
のれんは、7月のモニタス社連結子会社化等により増加
Net Debt/EBITDA、ROEともに、前四半期からは回復傾向

2024/6期 Q2

連結
(百万円)

連結 (百万円)	2023/6月期 期末	2024/6月期 Q2末	前期末比
流動資産合計	29,286	24,986	△4,299
現金及び現金同等物	18,255	12,484	△5,770
営業債権及びその他の債権	6,659	8,567	+1,907
非流動資産合計	64,867	65,495	+627
のれん	40,033	40,722	+689
負債合計	51,823	47,771	△4,052
借入金及び社債 ⁽¹⁾	40,920	35,894	△5,026
資本合計	42,330	42,711	+380

主要財務指標

Net Debt⁽²⁾/ EBITDA⁽³⁾	3.29 x	3.33 x	
純有利子負債	22,665	23,410	+744
EBITDA ⁽³⁾	6,898	7,034	+136
ROE⁽⁴⁾	5.1%	4.1%	△1.0pt

注

- 短期借入、長期借入、及び社債の合計
- 純有利子負債(Net Debt) = 借入金 + 社債 - 現金及び現金同等物、2023/6期末まではリース負債が含まれていたが左記の計算方法で遡及している
- EBITDA = 事業利益 + 減価償却費及び償却費 + 固定資産除却費 + 減損損失として計算、事業利益についてはP23参照
- 直近12ヶ月で算定

2024/6期 Q2: 連結キャッシュ・フロー計算書 (C/F)

営業活動によるキャッシュ・フローは、事業が好調に推移したこと、及び費用の支払い時期の影響や、その他海外事業の譲渡に起因する法人税還付の影響等により改善

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

2024/6期 Q2 YTD (6カ月)

連結
(百万円)

連結 (百万円)	累計期間 (6カ月)		
	2023/6月期 Q2 YTD 実績	2024/6月期 Q2 YTD 実績	前年同期比 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△28	1,719	+1,747
投資活動によるキャッシュ・フロー	△853	△381	+471
フリーキャッシュ・フロー ⁽¹⁾	△789	1,456	+2,246
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,843	△7,114	△5,270
現金及び現金同等物の増減額	△2,725	△5,776	△3,051
現金及び現金同等物の期末残高	12,022	12,484	+461

注

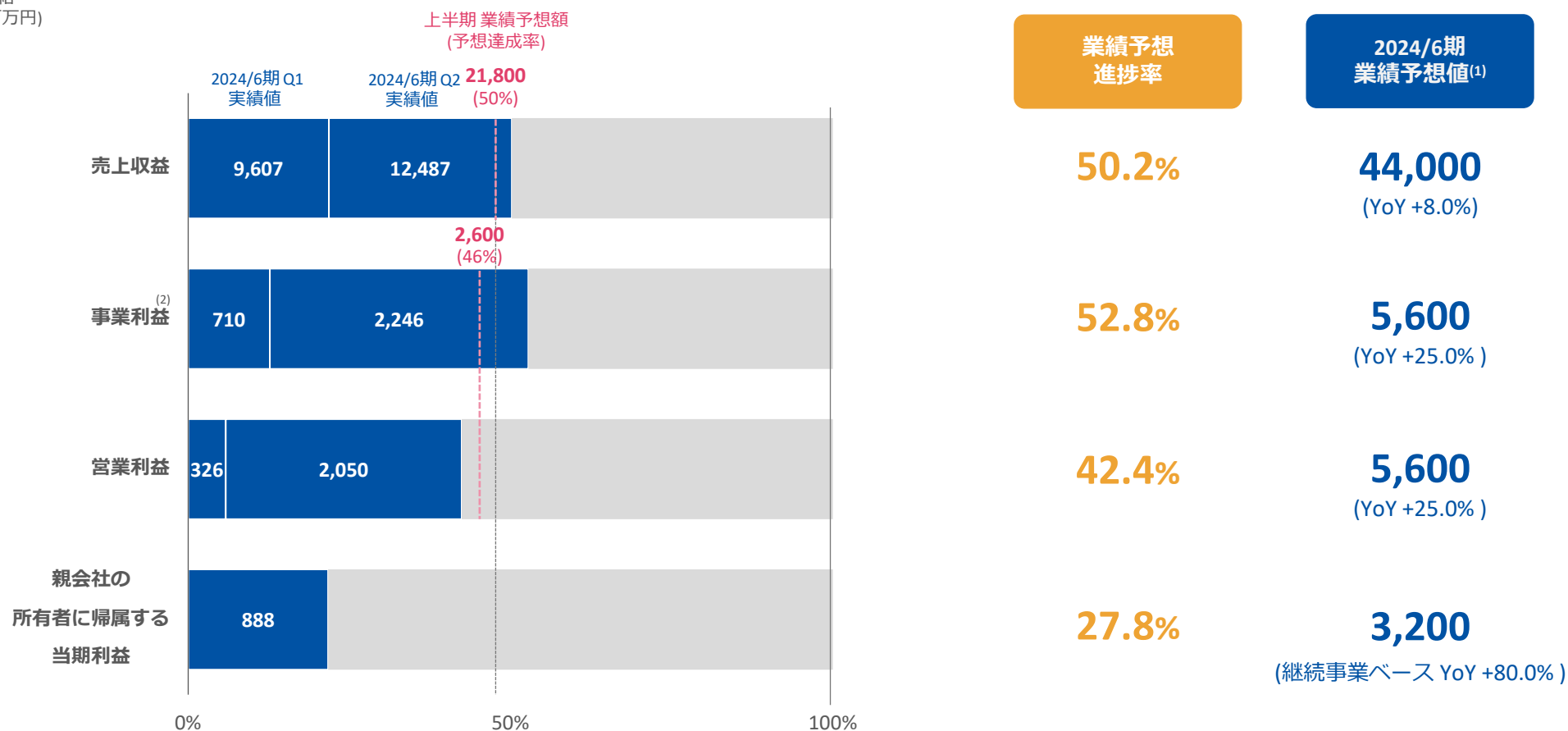
1. フリー・キャッシュ・フロー=営業活動によるキャッシュ・フロー±投資活動によるキャッシュ・フロー-利息の支払額

2024/6期 Q2: 業績予想値に対する達成度

日本における営業体制の強化及び生産性の改善が奏功し、上期の売上収益・事業利益は期初予想を上回って推移
Tolunaの持分法投資損失の影響はあるものの、当社グループの業績予想の達成を目指す

2024/6期 Q2 YTD_実績値 vs. 2024/6期 業績予想値

連結
(百万円)



注

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

添付資料

- i. 2024/6期 Q2財務情報に係る補足的情報
- ii. 当社の概要、並びに市場規模と当社の過年度実績、及び
当社の中期経営計画

2024/6期 Q2: 連結損益計算書 (P/L) (1)

Q2 単独 (3カ月間)

33

Q1から引き続きQ2も日本事業が好調に推移、着実な増収を実現するとともに事業利益は増益転換
これにより連結ベースの事業利益率も改善

2024/6期 Q2 (3カ月)

連結
(百万円)

	2023年6月期 Q2 実績	2024年6月期 Q2 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	11,571	12,487	+915	+8%
日本事業 売上収益	9,271	10,137	+865	+9%
韓国事業 売上収益	2,305	2,355	+49	+2%
EBITDA⁽²⁾	2,441	2,743	+301	+12%
事業利益⁽³⁾	1,898	2,246	+347	+18%
日本事業 事業利益 ⁽³⁾	1,414	1,895	+480	+34%
韓国事業 事業利益	484	351	△132	△27%
事業利益率	16.4%	18.0%	+1.6pt	-
Toluna社の持分法による投資損益	-	△195	△195	-
営業利益	1,898	2,050	+151	+8%
親会社の所有者に帰属する継続事業から 生じた四半期利益	912	1,002	+89	+10%

注

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

営業費用合計の増加率は、売上伸長率以下に抑制

Q1同様に売上を伸長させながらも特に外注費の抑制ができていることに加えて、Q2では人件費も売上伸長率以下に留めることができています

2024/6期 Q2 (3カ月)

連結
(百万円)

	2023年6月期 Q2 実績	2024年6月期 Q2 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	11,571	12,487	+915	+8%
パネル費	1,348	1,503	+155	+12%
外注費	2,405	2,452	+47	+2%
人件費	4,095	4,353	+258	+6%
減価償却費及びその他	1,834	1,945	+111	+6%
営業費用合計	9,684	10,256	+572	+6%

2024/6期 Q2: 連結 四半期別 業績推移

売上収益 四半期別推移

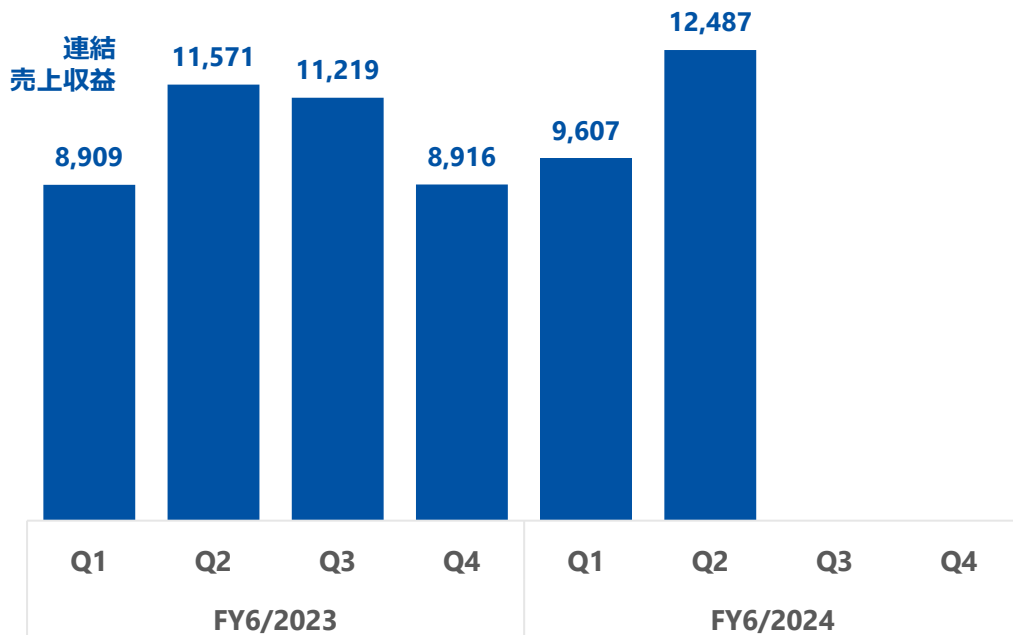
連結
(百万円)

YoY 成長率

実績:

+8%

+8%



事業利益⁽²⁾ 四半期別推移

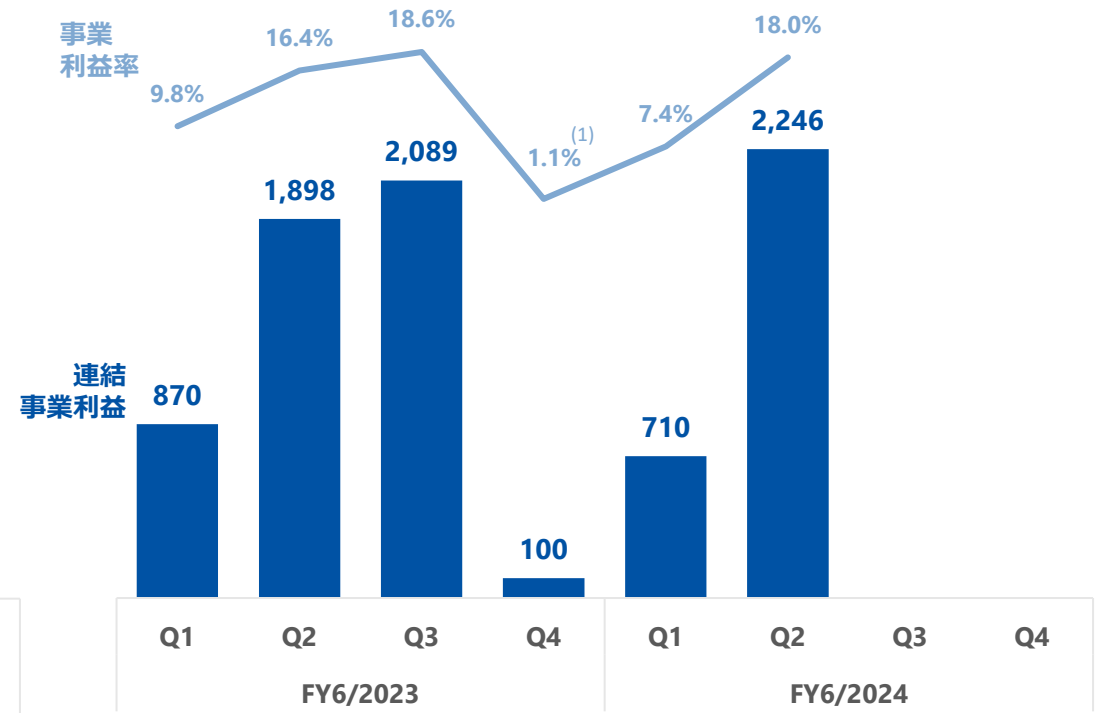
連結
(百万円)

YoY 成長率

実績:

-18%

+18%



注

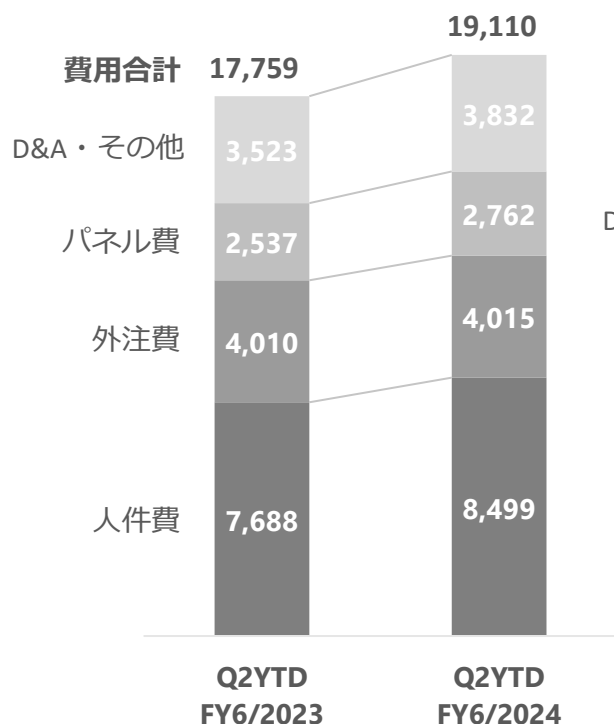
- FY6/2023 Q4の数字は海外子会社異動 (M&A) の取引に係り計上された費用を除いた営業利益
- 事業利益: その他の海外事業セグメントをToluna社へ譲渡した譲渡対価として当社がToluna社の株式の17.4%等を取得していることから、2023年6月期第4四半期よりToluna社は当社の持分法適用会社となっている。当社グループの事業パフォーマンスを示すため、2024年6月期第1四半期より営業利益からToluna社にかかる持分法投資損益を除いた金額を事業利益として記載している

2024/6期 Q2: 連結 四半期別 営業費用推移

セグメント別の業績、費用の詳細、及び従業員数の過去数値は[IRサイト](#)にて公開
 ファイル名：2024年6月期 Q2決算補足データ(EXCEL形式)

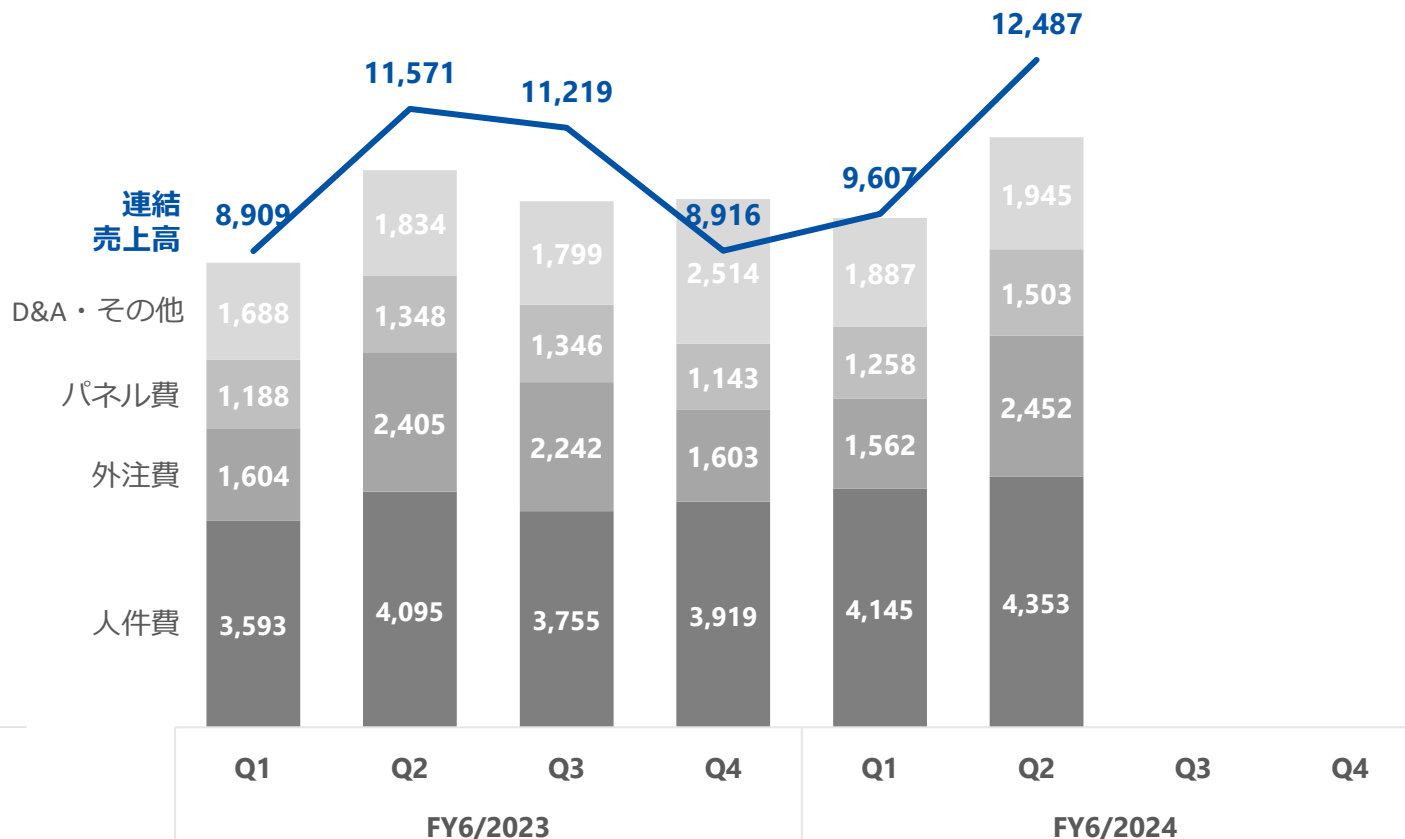
2024/6期 Q2YTD 営業費用 (6カ月)

連結
(百万円)



営業費用 四半期推移

連結
(百万円)



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

日本事業 売上収益 新事業区分別 四半期別推移

連結
(百万円)

日本事業における新しい事業区分とその内訳

注力領域

オンラインリサーチ (マクロミル単体分)

デジタルリサーチ (マクロミル単体分)

戦略投資領域

コンサルティング

グローバルリサーチ (東南アジア・中国を含む)

新規事業 (ライフサイエンス・広告配信 等)

基盤強化領域

代理店等との合併事業 (DMI, HMM, その他子会社等)

オフラインリサーチ

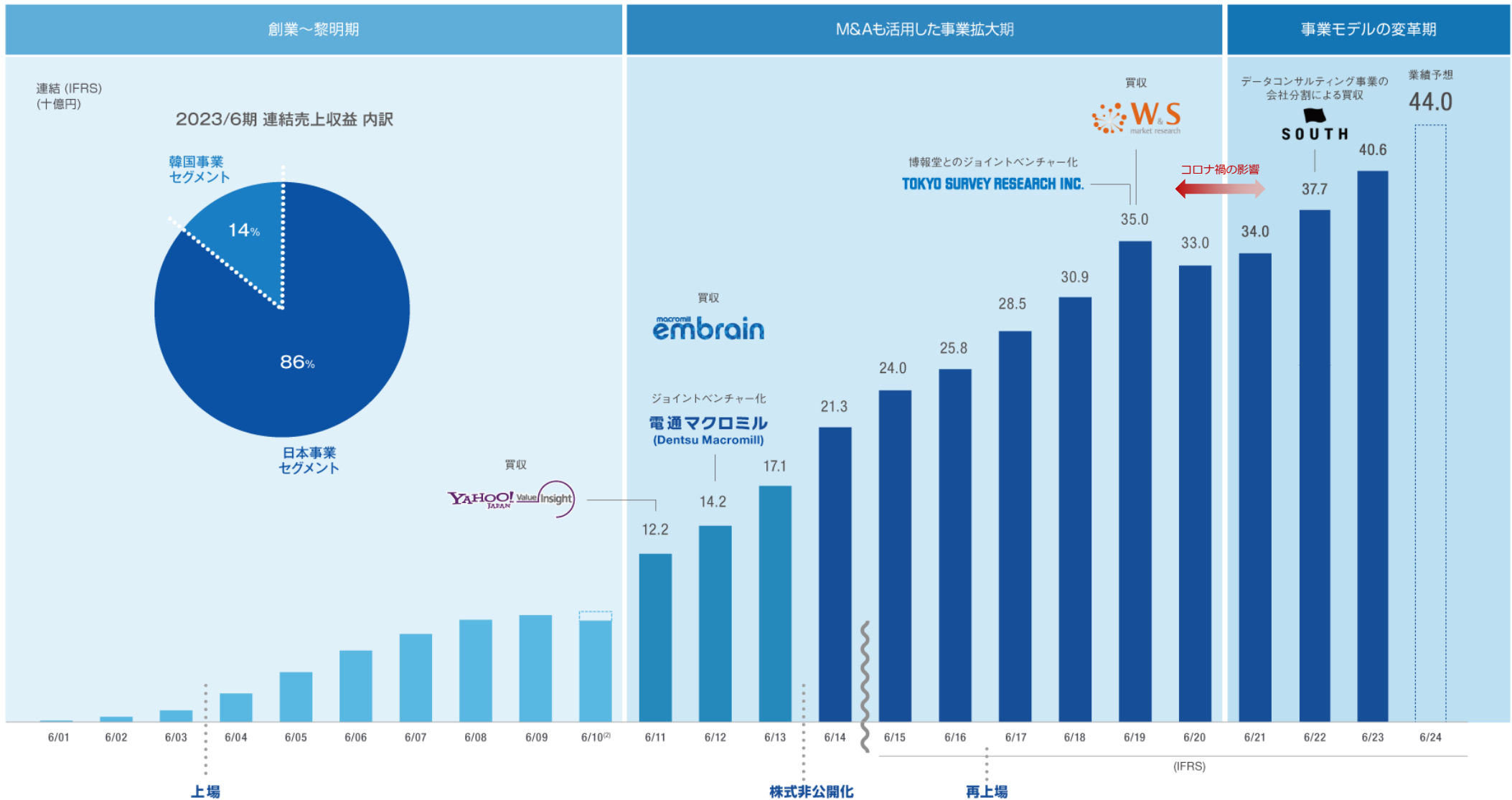
データベースサービス

		FY6/2022					FY6/2023					FY6/2024				
		Q1	Q2	Q3	Q4	通期	Q1	Q2	Q3	Q4	通期	Q1	Q2	Q3	Q4	通期
実績 Actual	日本事業売上 ⁽¹⁾	7,177	8,670	9,531	7,342	32,723	7,770	9,271	10,206	7,660	34,909	8,495	10,137			
	注力事業	3,293	3,801	4,310	3,040	14,445	3,215	3,639	4,217	3,038	14,112	3,404	3,794			
	戦略投資事業	872	1,243	1,560	1,096	4,773	1,166	1,641	1,917	1,285	6,011	1,331	1,909			
	基盤強化事業	3,010	3,625	3,660	3,206	13,504	3,388	3,989	4,071	3,336	14,785	3,755	4,431			
前年比 YoY	日本事業売上 ⁽¹⁾						+8%	+7%	+7%	+4%	+7%	+9%	+9%			
	注力事業						-2%	-4%	-2%	-0%	-2%	+6%	+4%			
	戦略投資事業						+34%	+32%	+23%	+17%	+26%	+14%	+16%			
	基盤強化事業						+13%	+10%	+11%	+4%	+9%	+11%	+11%			

添付資料

- i. 2024/6期 Q2財務情報に係る補足的情報
- ii. 当社の概要、並びに市場規模と当社の過年度実績、及び
当社の中期経営計画

連結売上収益 (1)



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

マクロミルのコアコンピタンス

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

成長を牽引する3つの強み

大規模で高品質な
消費者パネル

国内で3,600万人
(うち自社パネル130万人)



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

パネルからの明確な許諾があるため、
多様なデータの取得・利活用が可能

データネイティブな
人的資本

プロフェッショナルな
連結従業員数 2,000人超



テクノロジーを中核に
プロフェッショナルな経験と実績を蓄積

「知的集約企業」へと
進化する

優良な
顧客基盤

国内外で
4,000社超



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

多様化する顧客企業の
ニーズに応える

当社の顧客

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

ポイント

顧客数

グローバルで約**4,000社**

約**2,500社**
日本

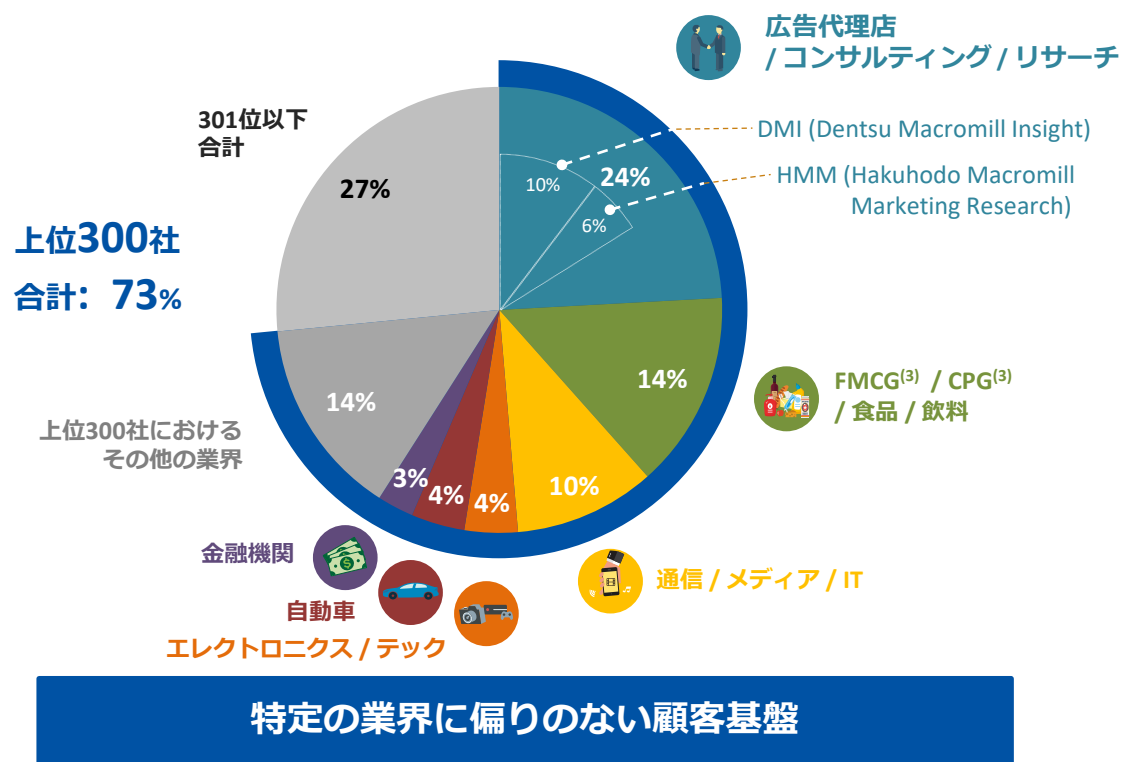
約**1,500社**
韓国

大口顧客との取引継続率⁽¹⁾

90%以上
日本⁽²⁾

2023/6期 顧客業界別にみた売上収益の内訳

連結 (IFRS)



[当社のサービス活用事例 \(当社HP\)](#)

Asahi
アサヒビール

CAPCOM

EPSON

YAMAHA

ARTERIA
アルテリア・ネットワークス株式会社

KAGOME
自然な、おいしく、爽しく。

LION PET
ライオンペット株式会社

注

- 年間売上高が1,000万円以上の顧客
- 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)。 2019年6月期から2023年6月期の5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サイクル

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

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

市場理解

コンセプト開発

商品化・
マーケティング
プランニング

市場
投入

効果検証

マクロミルのソリューション

使用実態・購買動向調査
ブランドイメージ調査 等

商品開発最適化調査
コンセプト調査 等

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

広告関連分野

広告効果測定調査
顧客満足度 (CS) 調査
ブランドリフト調査 等

MACROMILL
GROUP



国内パネル
3,600万人
うち自社パネル
130万人

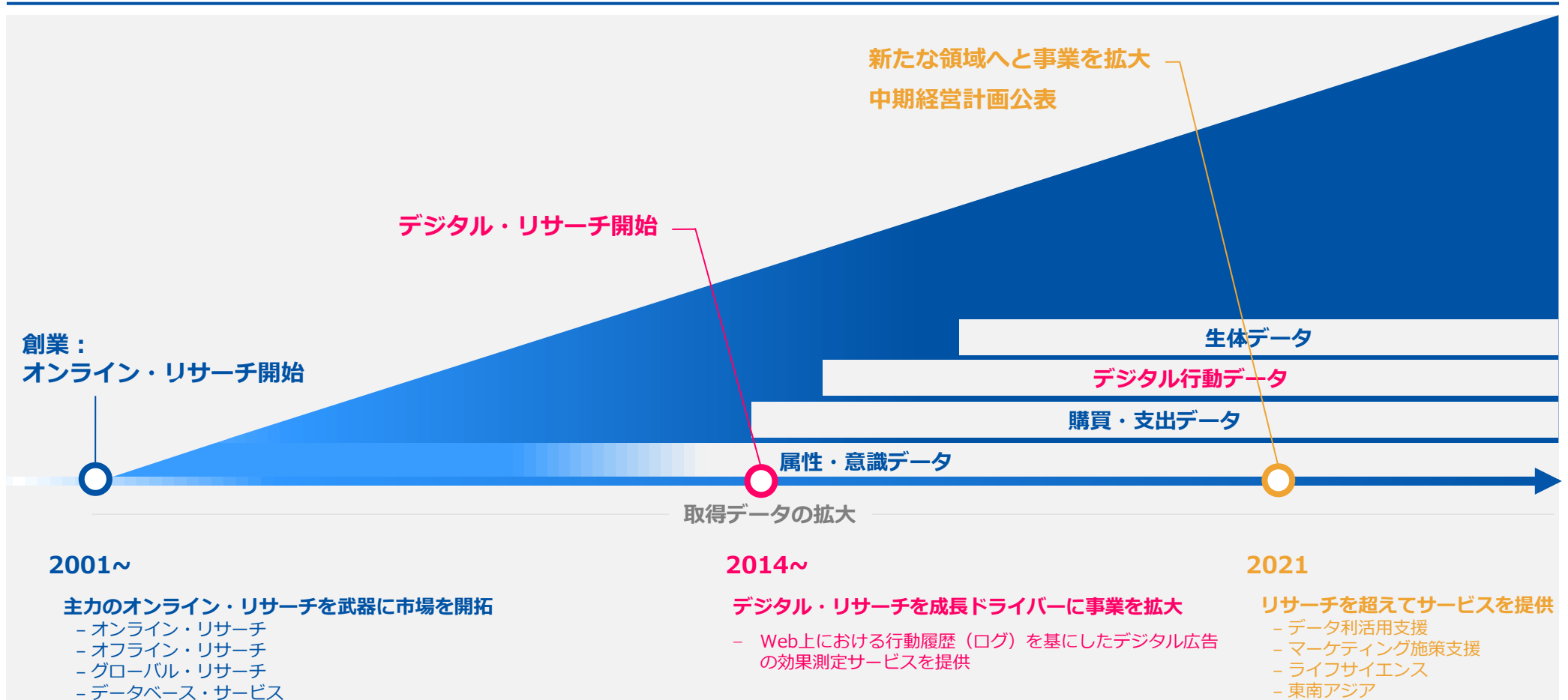
合計1.3億人超の消費者パネル

海外パネル
1億人

日本事業：マクロミルのサービス沿革

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

サービス拡大の流れ

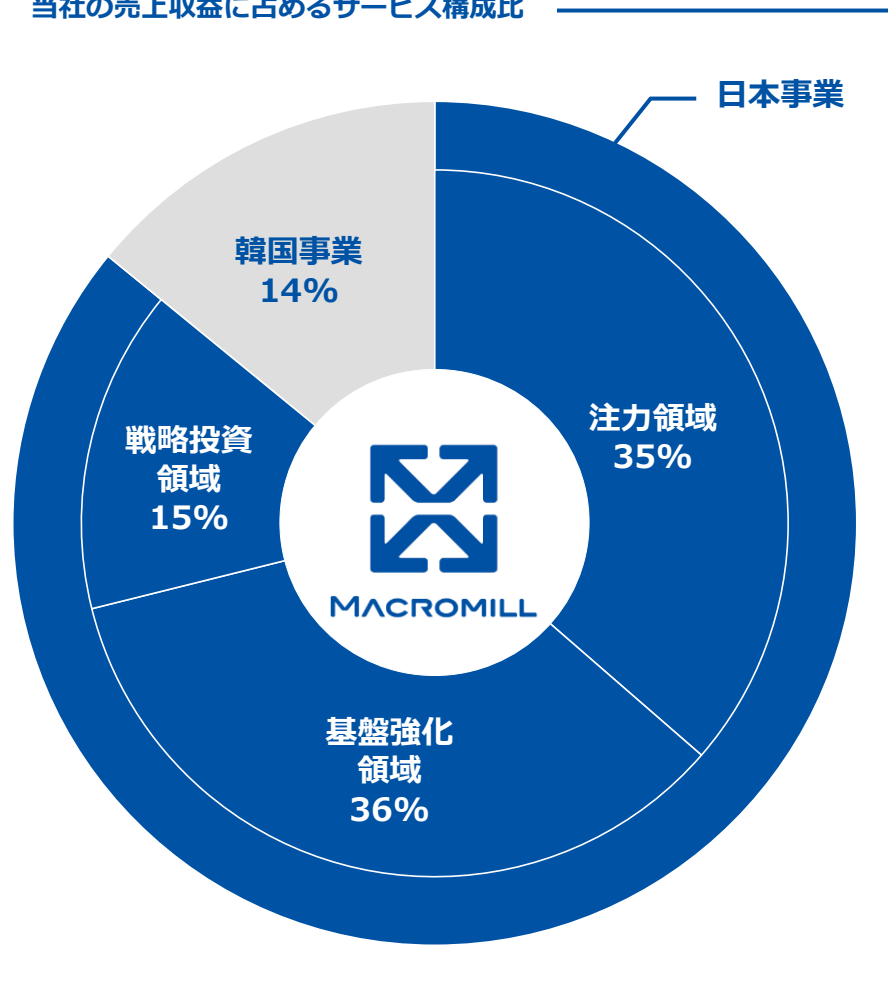


「マーケティングリサーチ企業」から「総合マーケティング支援企業」へ

マクロミルのサービス

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

当社の売上収益に占めるサービス構成比



日本

注力領域

オンラインリサーチ

デジタルリサーチ

戦略投資領域

データコンサルティング

グローバルリサーチ (東南アジア・中国を含む)

新規事業 (ライフサイエンス・広告配信 等)

基盤強化領域

代理店等との合併事業 (DMI, HMM, その他子会社等)

オフラインリサーチ

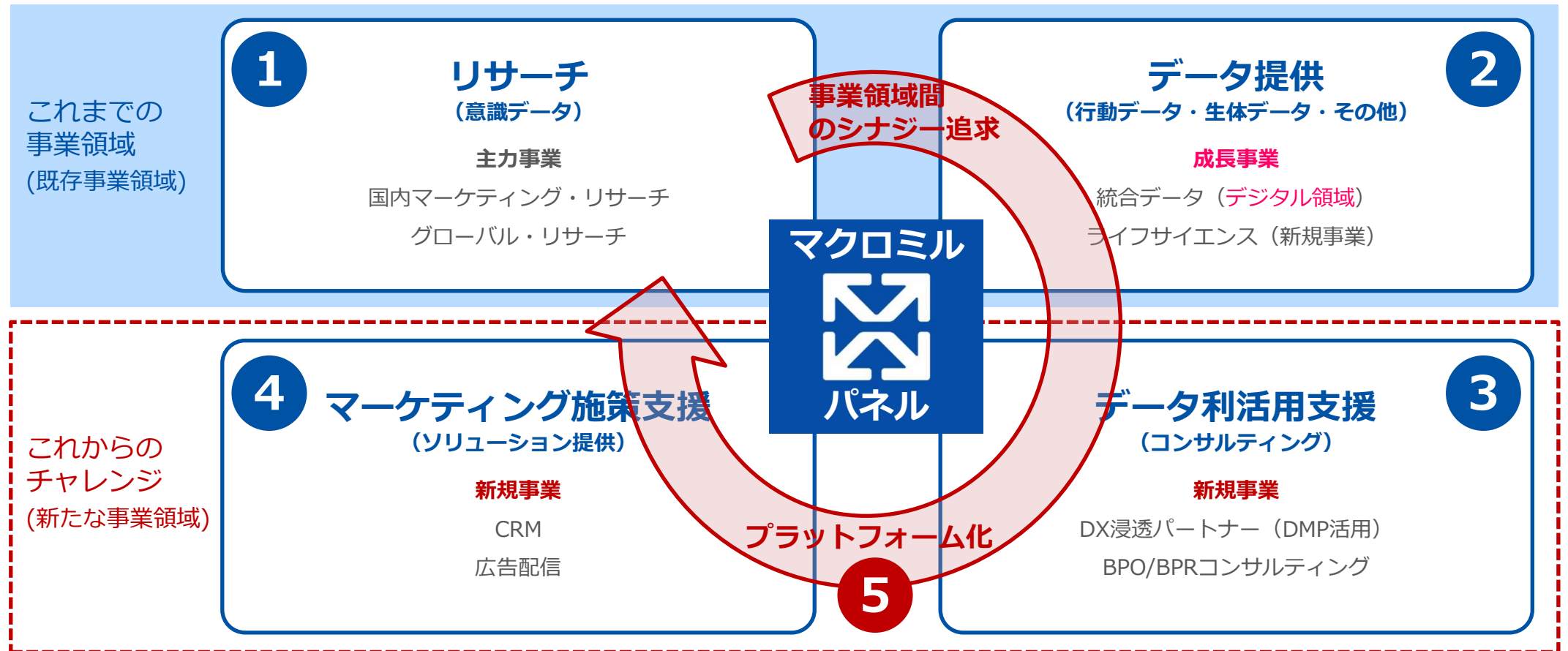
データベースサービス

韓国

前中期経営計画より掲げている事業モデルの変革

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

当社が取り組む事業領域



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

新中期経営計画：財務目標数値

2026/6期において以下の財務目標数値の達成を目指す

連結財務目標数値

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

注 1. その他の海外事業をToluna社の事業譲渡した取引に係り計上されたM&A費用を含む

2. その他の海外事業をToluna社の事業譲渡した取引に係り計上されたM&A費用を除いた営業利益ベースでの年平均成長率

3. ROE: Return On Equity 継続事業の親会社所有者帰属持分当期利益率;

4. 取得期間: 2023年5月16日~2023年6月23日;

5. NSO: Number of Shares Outstanding 発行済株式総数

新中期経営計画：事業区分別 成長目標

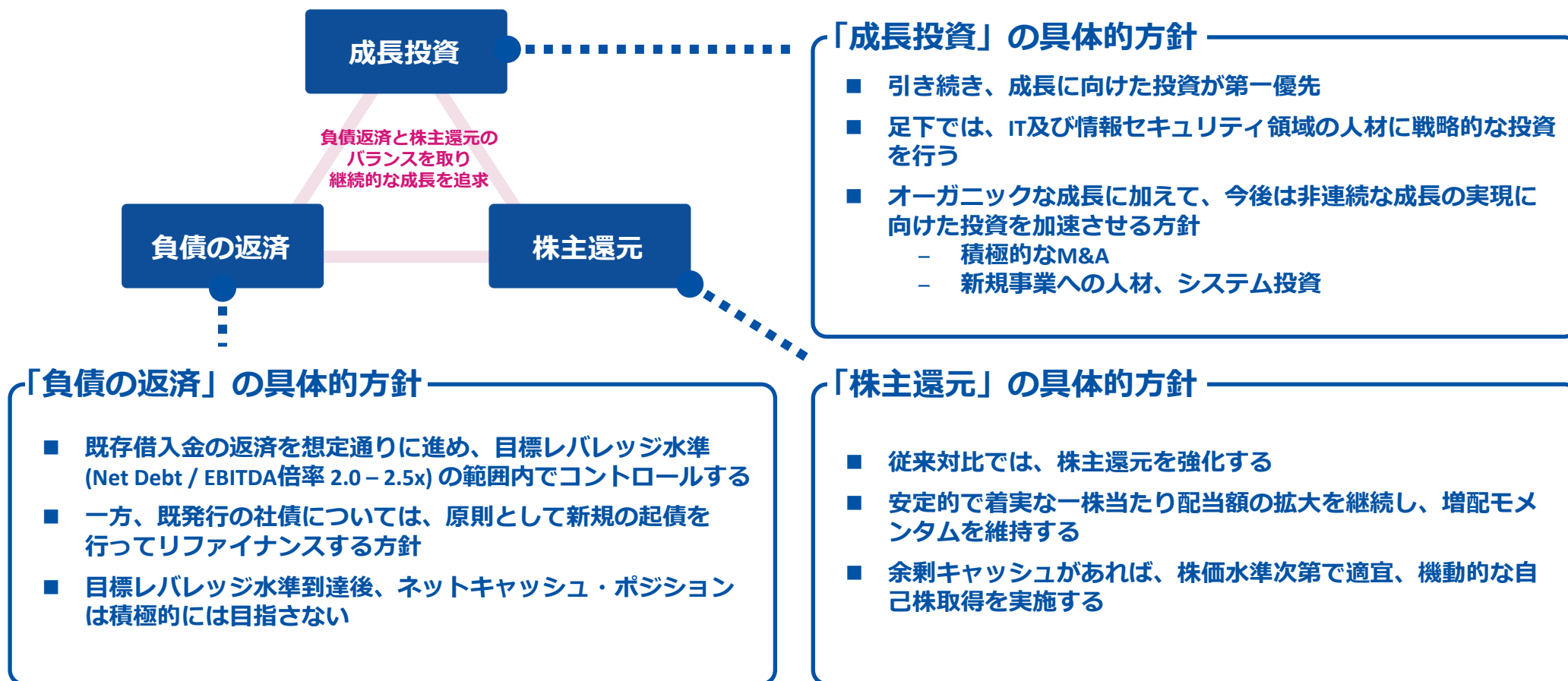
(百万円)

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

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

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

キャピタル・アロケーションの優先順位



過去実績 - 日本市場 vs. 日本における売上収益

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

市場トレンド - 日本のマーケティングリサーチ市場及びインサイト産業

JMRA ⁽¹⁾
(億円)

YoY成長率

マーケティング:
リサーチ市場

+2%

+5%

-4%

+7%

+10%

インサイト産業
市場合計

3,875

新セグメント
(追加7区分)

1,518

2021-2022
YoY成長率

+11.3%

年平均成長率
(5Y CAGR)

+3.8%

マーケティング
リサーチ市場

2,147

2,190

2,291

2,203

2,357

2,590

2017

2018

2019

2020

2021

2022

売上収益トレンド - 日本における売上収益

連結 (IFRS)
(億円)

YoY成長率

日本合計:

+14%

-5%

+2%

+9%

+7%

MACROMILL
a Macromill Group company



年平均成長率
(5Y CAGR)

+5.1%

日本
合計

272

309

294

299

327

349

FY6/2018

FY6/2019

FY6/2020

FY6/2021

FY6/2022

FY6/2023

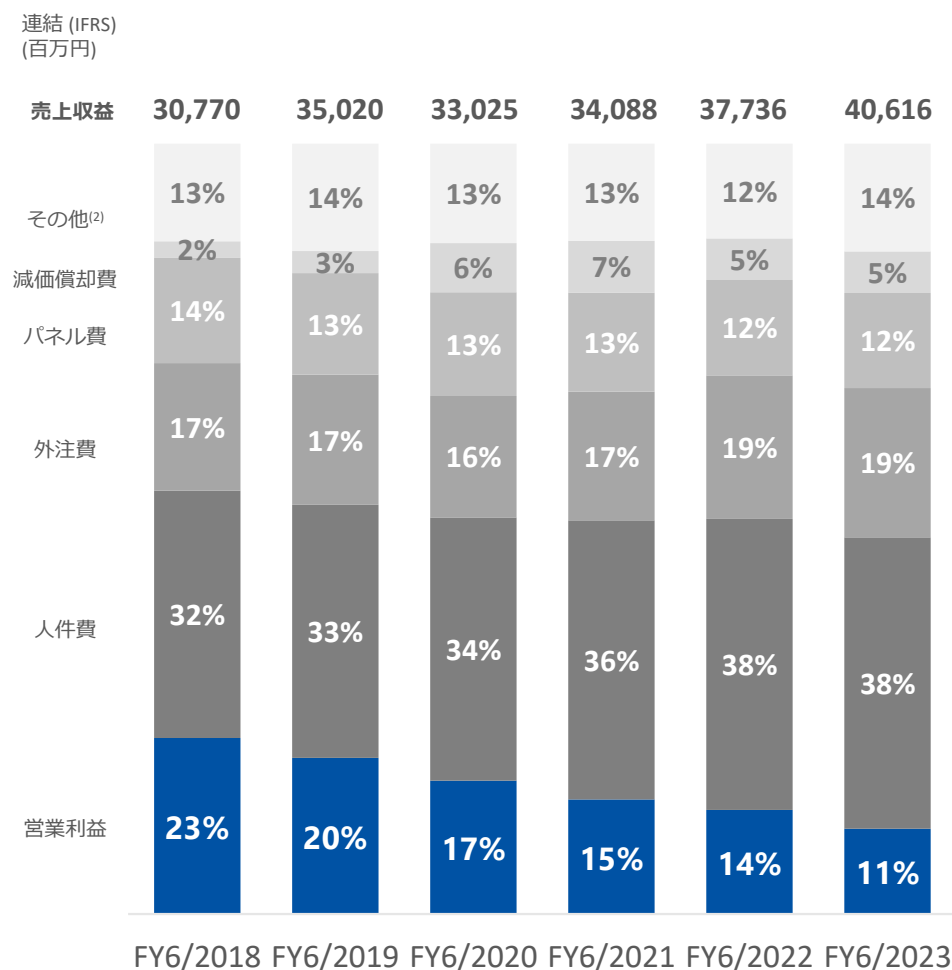
注

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

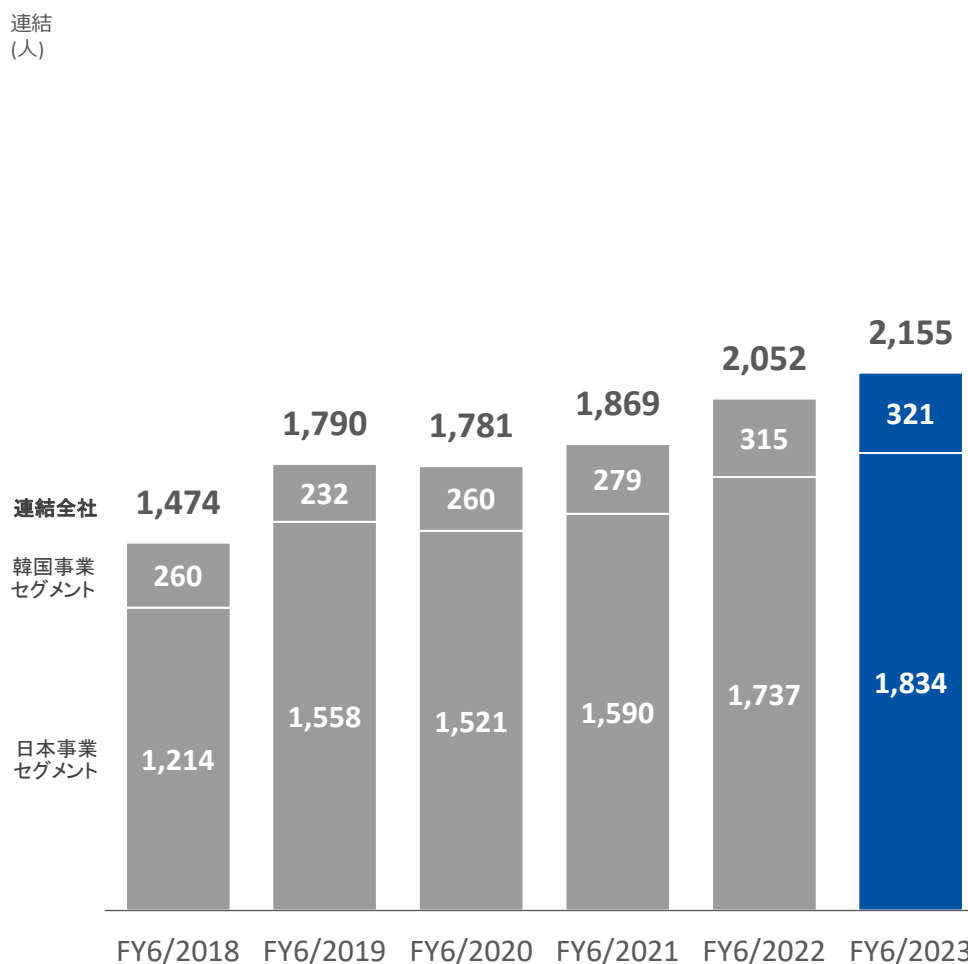
過去実績 – 費用項目の内訳と従業員数推移

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

主要な費用項目及び営業利益の対売上比率の推移



従業員数⁽¹⁾推移



注

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

M&A戦略の3つの柱

① 地理的 /
ウォレットシェア拡大

② パネルアクセスの
拡大

③ テクノロジー/
ソリューションの強化

M&A及び戦略的提携の実績

2010年 買収⁽¹⁾



地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

- ☑ パネル基盤の倍増



2012年 買収

embrain

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

- ☑ アジアクライアント及びパネルへのアクセス獲得



2012年 JV設立

電通マクロミル

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

- ☑ 安定収益獲得と新領域へのサービス開発力



2017年 戦略的提携・資本提携
2018年 買収

centan

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

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



2017年 戦略的提携・資本提携
2019年 買収

WS Holdings
market research

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

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



2018年 買収

TOKYO SURVEY RESEARCH INC.

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

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



2019年 資産買収

DI Asia
— Data & Intelligence

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

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



2022年 買収

acclimate

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

- ☑ プロフェッショナル人材が多数登録している人材マッチング基盤の獲得



2022年 会社分割による買収

SOUTH

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

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



2008年 戦略的提携・資本提携
2022年 追加持分取得

CITATION
JAPAN
DESIGNING STRATEGY

ウォレットシェア
拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

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



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

toluna

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

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



2023年 連結子会社化

モニタス

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

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



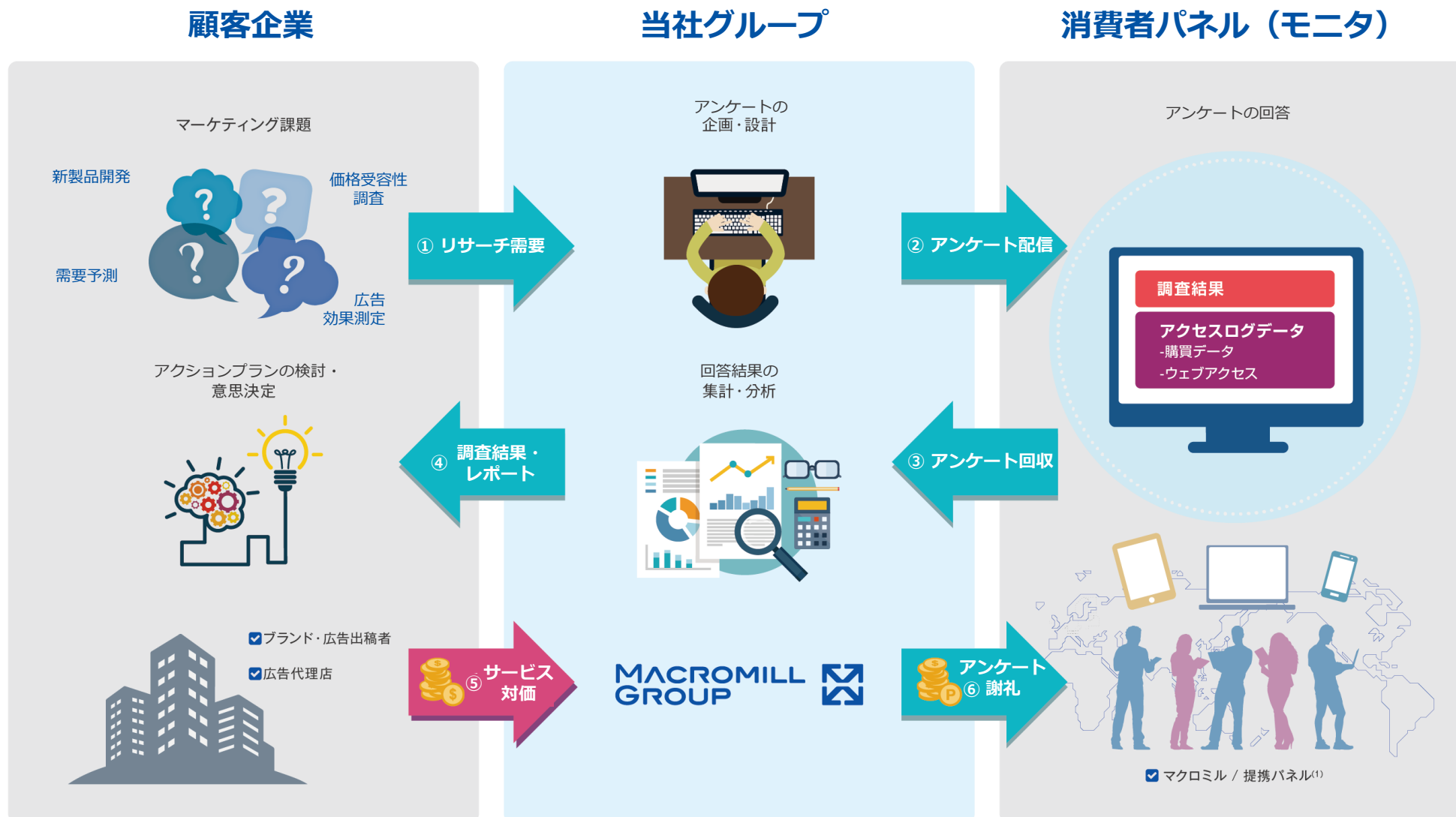
注

1. マーケティング・リサーチ事業のみ

マクロミルのビジネス・モデル

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

一般的なマーケティング・リサーチの業務フロー



注

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

サステナビリティをめぐる当社の取り組み

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

ステークホルダー	マテリアリティ	SDGs 目標	詳細情報
顧客企業	1. マーケティング課題の解決	9 産業・観光のイノベーション 12 持続可能な消費 17 パートナーシップ	<p>サステナビリティ基本方針</p> <p>MACROMILL GROUP</p> <p>MISSION VISION VALUES</p> <p>Build your Data Culture</p> <p>MACROMILL GROUP SUSTAINABILITY REPORT</p> <p>当社HP: サステナビリティレポート 2023 (日本語)</p> <p>詳細については、当社のサステナビリティレポートをご参照下さい</p>
	2. データ利活用による新たな価値の創造		
消費者パネル	3. 的確な消費者インサイト発掘	12 持続可能な消費	
	4. 安心・安全なデータの取り扱いと推進	16 平和と公正	
人的資本	5. 多様な人材が活躍する環境を実現	5 ジェンダー平等	
	6. 可能性に挑戦できる機会を提供	8 働きがいと経済成長	
	7. データネイティブな人材の育成	10 人や国の不平等の削減	
パートナー企業	8. オープンイノベーション	17 パートナーシップ	
全般	9. ガバナンス	17 パートナーシップ	

Build your Data Culture



お問い合わせ先

ir@macromill.com

当社のIR情報

[過去の開示資料その他](#)

定点観測市場データ

[Macromill Weekly Index他](#)

市場調査レポート

[自主調査\(無料\)レポート他](#)