

2024/6期 通期決算 並びに 現中期経営計画の進捗状況 及び 2025/6期 業績予想 説明資料

2024年8月14日



証券コード：3978（東証プライム）

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

	通期 累計ベース (12ヶ月間)		Q4 単独ベース (3ヶ月間)	
	2023年6期 通期	2024年6期 通期	2023年6期 Q4	2024年6期 Q4
1 KRW =	0.1042	0.1122	0.1046	0.1144

2024/6期 通期: Key Takeaways

- 2024/6期を通じて好調なトレンドを継続し+8%増収
- 事業利益は日本事業が20%以上の大幅増益を実現し連結合計でも二桁増益を達成
- Toluna社の持分法損失1,154百万が発生したものの、CFに影響は無く配当原資は拡大できているため、今期末配当予想を増配修正

	連結業績		
	2023/6期 通期	2024/6期 通期	YoY成長率
売上収益	406.1億円	438.6億円	+8%
事業利益 ⁽¹⁾	49.6億円 ⁽²⁾	56.2億円	+13%
営業利益	44.9億円	44.7億円	△1%
継続事業の親会社に 帰属する当期利益	17.7億円 ⁽³⁾	22.9億円	+29%
継続事業のEPS	45.05円 ⁽³⁾	60.19円	+34%
一株当たり配当額	21.0円	27.0円	+6円

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. 2023年6期通期数字は2023年6期 Q4に発生した海外子会社異動（M&A）の取引に係り計上された費用を除いた調整後の金額
3. 2023年6期については、現在の企業実態に即した比較を行うため、海外子会社の当期利益や海外子会社異動（M&A）に係る売却益等を分離した継続事業に係る親会社に帰属する当期利益、そこから算出したEPSを記載している

2024/6期 通期: 連結 売上収益

一年を通じて好調なモメンタムが継続
通期+8%の期初増収計画に対して、計画通りの着地

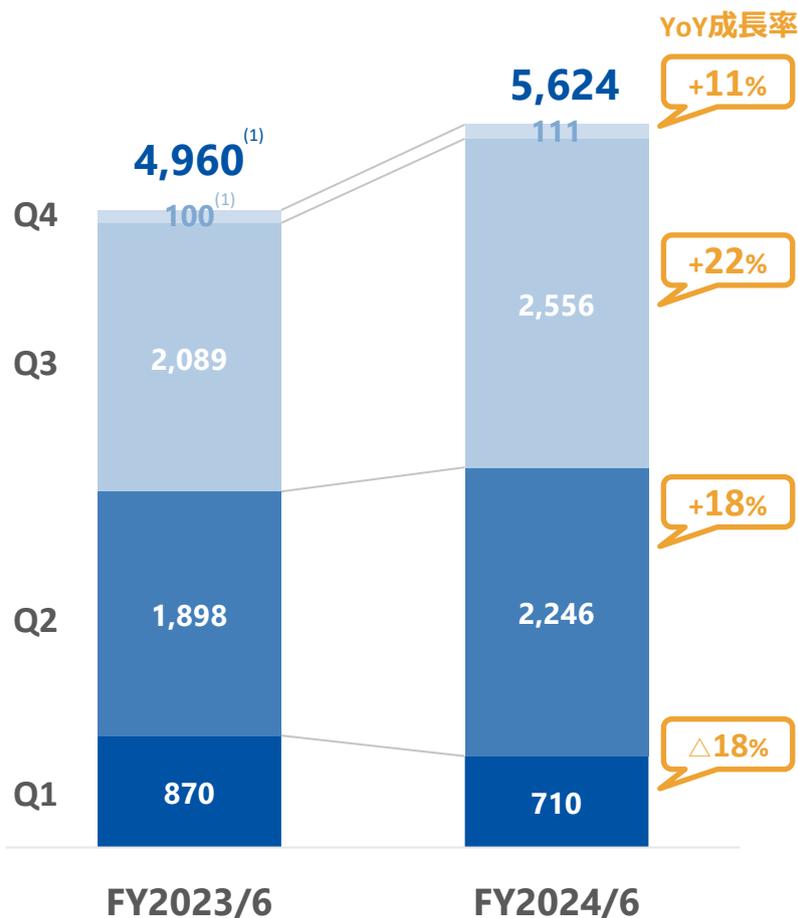
連結
(百万円)



通期 累計実績
+8% 成長

売上伸長に加え生産性の改善が進み、二桁増益を達成
通期+13%の期初増益計画に対して、計画通りの着地

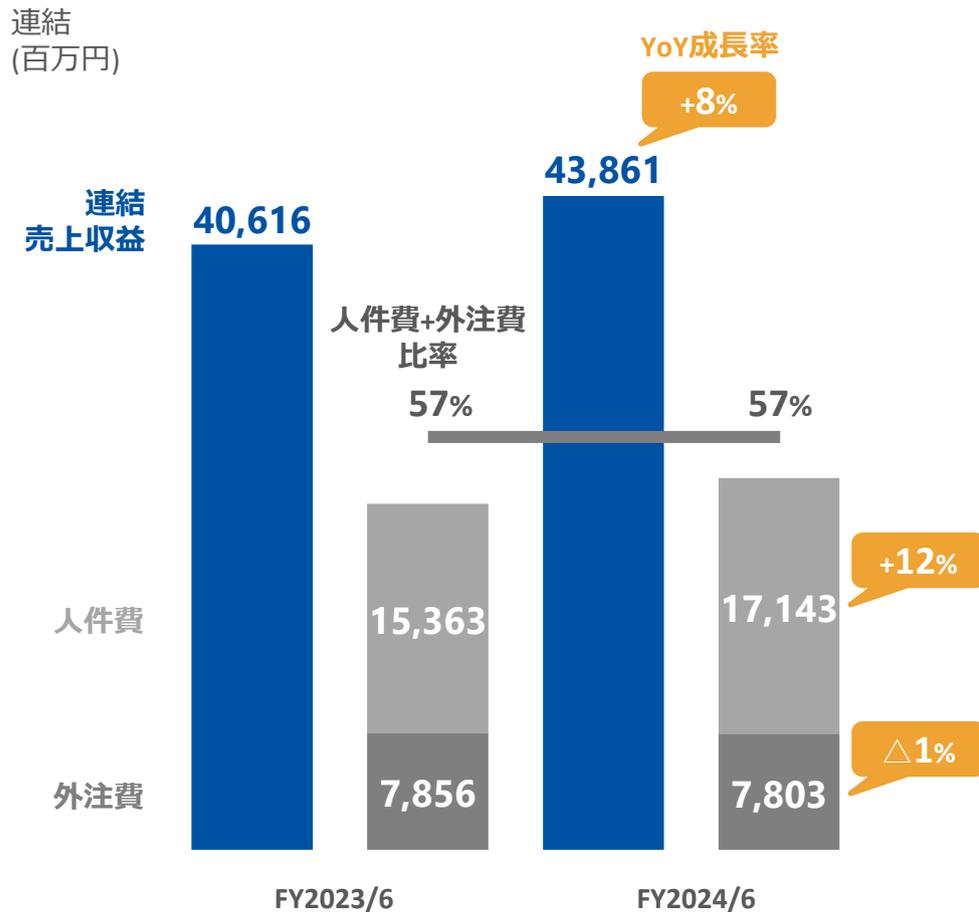
連結
(百万円)



通期 累計実績
+13% 成長

注
1. 2023年6期 通期、及び2023年6期 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

人件費は前期の採用及び賞与等の人材投資強化により増加したが、
外注費は通期ベースでも前年を下回る水準を維持



Key Point

- 人件費：日本+1,360百万、韓国 +418百万
 - 前期下期からの採用により人員が増加（前期末比+73人、日本+69人、韓国+4人）
- 外注費：日本 △300百万、韓国 +229百万
 - 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 通期：事業別振り返り

事業セグメント及び事業区分		1年目の成果	前期比	
			期初計画	実績
日本事業	注力領域 オンライン・デジタルリサーチ	前期までの課題が解消し着実な増収を実現	+5%	+6%
	戦略投資領域 コンサルティング・グローバルリサーチ・新規事業	ボラティリティはあるものの二桁成長を実現	+27%	+13%
	基盤強化領域 オフラインリサーチ、データ提供代理店等のJV、その他子会社	モニタス社を含む子会社が好調に推移	+6%	+8%
韓国事業	オンラインリサーチ オフラインリサーチ 新規事業（購買データ提供）	マクロ経済の影響を受けるも為替影響、M&Aによるシナジー効果により増収	+2%	+7% <small>(為替影響を除く △0%)</small>
事業利益		日本の注力領域の回復、他領域での増収、生産性の改善により二桁増益	+13% ⁽¹⁾	+13% ⁽¹⁾

注

1. 2023年6期 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で前期比を算出

2024/6期通期 財務情報 及び
事業セグメント別の詳細に係るアップデート

2024/6期: 連結損益計算書 (P/L) (1)

通期 (12カ月間)

9

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二桁増益
Tolunaの持分法損失の影響で営業利益は前期並みの水準で着地

2024/6期 (12カ月)

連結
(百万円)

	2023/6期 実績	2024/6期 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	40,616	43,861	+3,244	+8%
日本事業 売上収益	34,909	37,719	+2,809	+8%
韓国事業 売上収益	5,725	6,142	+417	+7%
事業利益 ⁽²⁾	4,960 ⁽³⁾	5,624	+664	+13%
日本事業 事業利益 ⁽²⁾	4,427 ⁽³⁾	5,422	+994	+22%
韓国事業 事業利益	532	202	△330	△62%
事業利益率	12.2%	12.8%	-	+0.6pt
海外子会社異動 (M&A) 費用	△461	-	+461	-
Toluna社の持分法による投資損益	-	△1,154	△1,154	-
営業利益	4,498	4,470	△28	△1%
親会社の所有者に帰属する継続事業から 生じた当期利益	1,778	2,293	+514	+29%

注

- セグメント数値については、2024年6期第3四半期よりセグメント間取引の相殺消去後の数値を記載している
- 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
- 2023年6期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で前期比を算出

コストコントロールを通じて、営業費用合計の増加率を売上伸長率以下に抑制

営業費用の増加の大部分は、前期の増員影響と今期の賞与等の人材投資強化による人件費の増加

2024/6期 (12カ月)

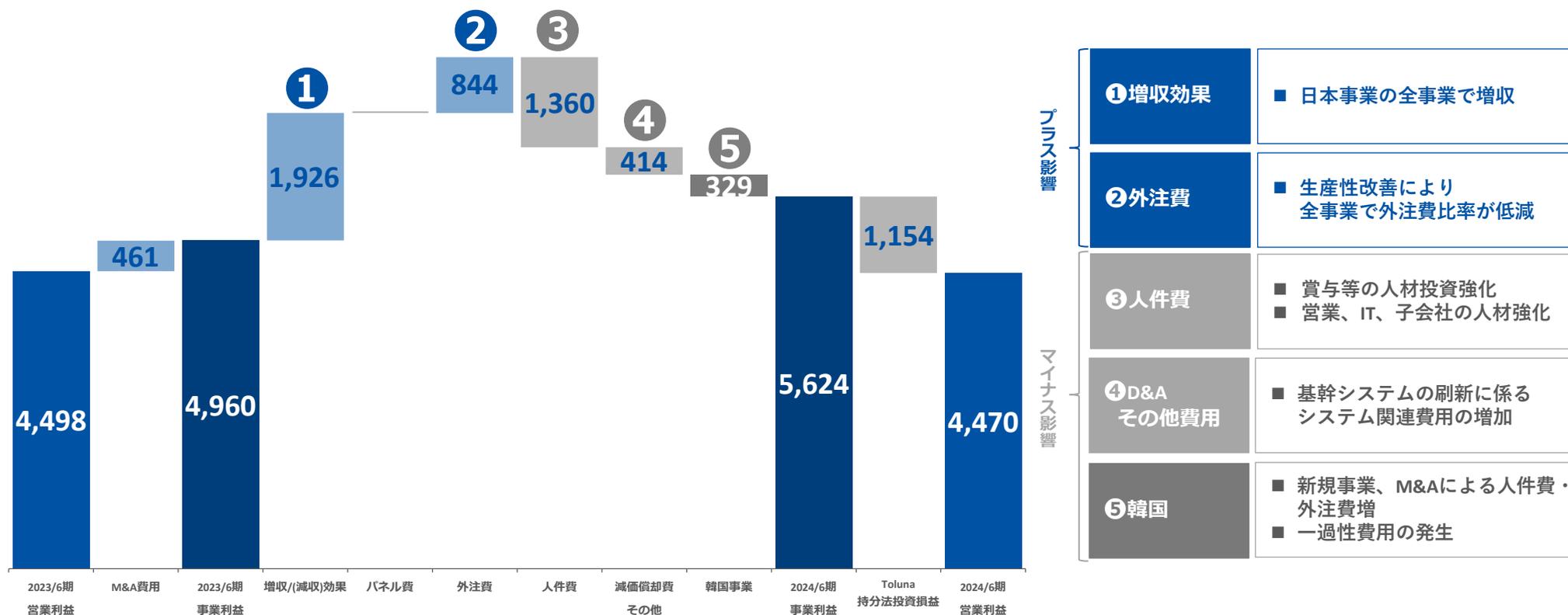
連結
(百万円)

	2023/6期 実績	2024/6期 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	40,616	43,861	+3,244	+8%
パネル費	5,027	5,363	+335	+7%
外注費	7,856	7,803	△52	△1%
人件費	15,363	17,143	+1,779	+12%
減価償却費及びその他	7,836	7,858	+21	+0%
営業費用合計	36,084	38,168	+2,084	+6%

日本事業の増収効果に加えて、生産性の改善が進み外注費の抑制が順調に進展
人件費の増加や韓国の減益を吸収し大きく増益

2024/6期 (12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
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

日本事業はQ3、次いでQ2が繁忙期であり、当期Q3では過去最高の四半期売上を更新
 売上拡大や生産性改善に伴いQ2以降増益転換を実現、Q4も増益トレンドを維持し利益率も改善



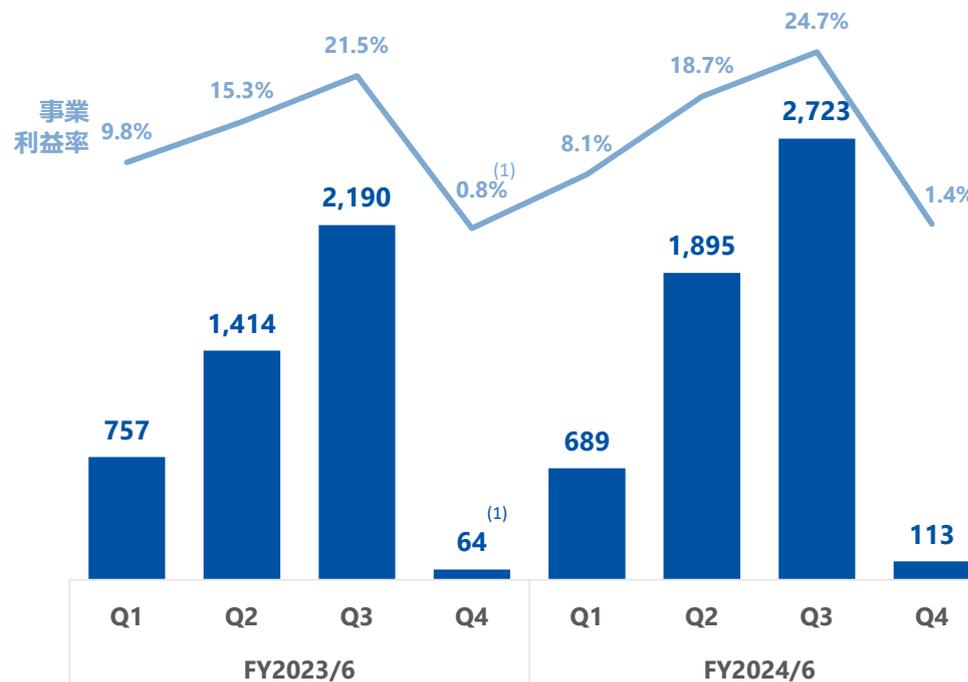
日本事業 売上収益 四半期別推移

(百万円)



日本事業 事業利益⁽²⁾ 四半期別推移

(百万円)



注
 1. 2023年6期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事業利益
 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

下期にかけて景況感悪化影響の一巡やM&A効果により売上は回復、利益はコストコントロールに注力
 人件費の増加及び一過性費用の発生により下期は赤字が継続したもののQ4はブレイクイーブンまで回復

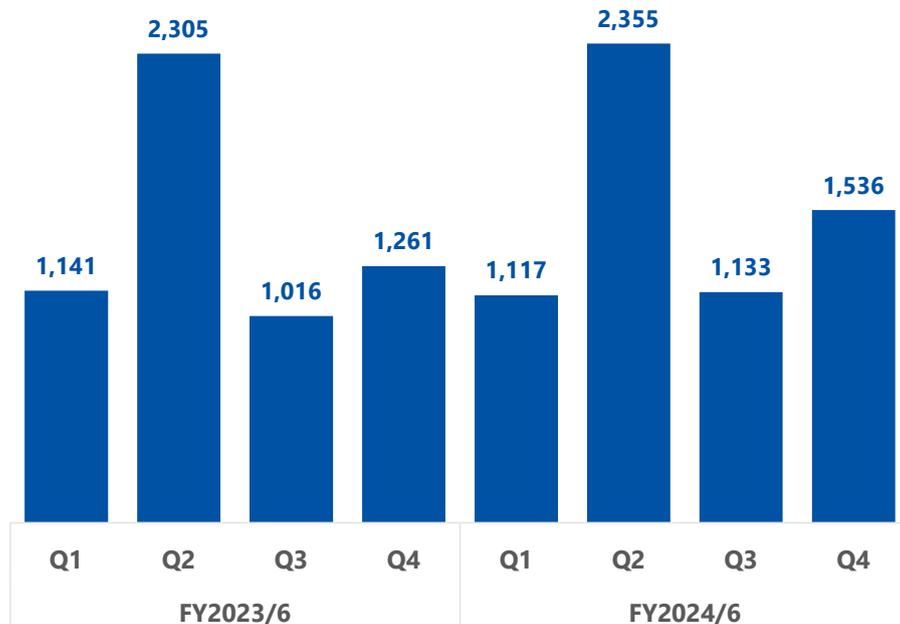
通期
 売上収益実績 **61億** | YoY **+7%**

通期
 事業利益実績 **2億** | YoY Δ **62%**

韓国事業 売上収益 四半期別推移

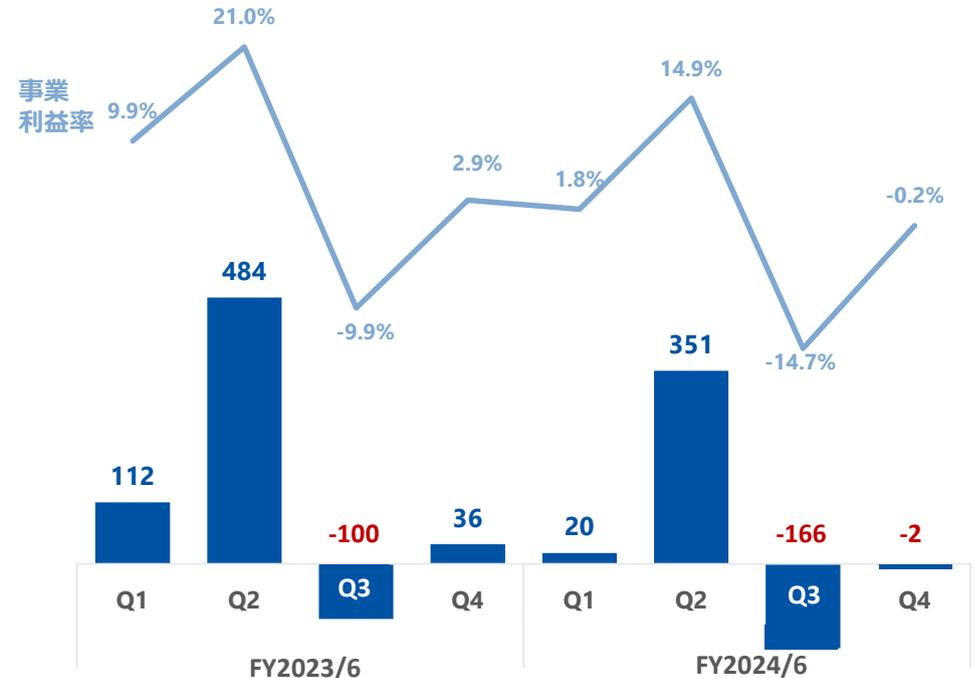
(百万円)

YoY成長率	実績 :	-2%	+2%	+12%	+22%
	為替影響除く :	-9%	-5%	+5%	+11%



韓国事業 事業利益 四半期別推移

(百万円)



2024/6期: 連結貸借対照表 (B/S)

昨年7月及び今年6月に実施した社債の償還により、資産と負債がともに100億円減少のれんは、7月のモニタス社連結子会社化等により4億円増加、12月の韓国事業でのM&Aにより2億円増加
Net Debt/EBITDAは前期末、前四半期からともに回復傾向

2024/6期 通期末

連結
(百万円)

	2023/6月期 期末	2024/6月期 期末	前期末比
流動資産合計	29,286	20,986	△8,299
現金及び現金同等物	18,255	10,398	△7,856
営業債権及びその他の債権	6,659	5,984	△675
非流動資産合計	64,867	68,218	+3,351
のれん	40,033	40,665	+632
(うち、過去に実施した当社のLBOに伴って認識した自社のれん)	38,815	38,815	0)
負債合計	51,823	43,406	△8,416
借入金及び社債 ⁽¹⁾	40,920	30,498	△10,421
資本合計	42,330	45,799	+3,469

主要財務指標

Net Debt ⁽²⁾ / EBITDA ⁽³⁾	3.29 x	2.62x	
純有利子負債	22,665	20,100	△2,564
EBITDA ⁽³⁾	6,898	7,683	+785

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年6月期 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
- 2024/6期 Q1より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P3参照

当社連結バランスシートの内訳と資本効率について

当社の連結バランスシートには過去に実施した当社のLBOに係る自社のれんが多額に計上されている
税引後事業利益及び自社のれんの影響を除いた投下資本から算出されるROICは25%以上となり、
高効率経営が実現できている

2024年6期 期末バランスシート

現金及び現金同等物 103億円 ① うち事業用現預金 42億円	④ その他負債 129億円
② 事業資産等 207億円	有利子負債 304億円
Tolunaへの持分法投資、 転換権付貸付金、未収利息 174億円	
③ のれん（その他）18億円 うちLBOに係る自社のれん 388億円	資本合計 457億円

当社のROICの考え方

$$\text{ROIC} = \frac{\text{税引後事業利益}}{\text{投下資本}} = 25\% \text{以上}$$

自社のれんと持分法適用会社Tolunaの
影響を除いたROIC算出方法

税引後事業利益
(事業利益 2024年6期実績×0.7 ※実効税率30%で計算)

投下資本
(① + ② + ③ - ④)

営業CF及びフリーCFは主に事業利益が拡大したことにより増加

財務CFは社債の償還等により減少（2023/6期に100億円の発行、2024/6期に100億円の償還）

着実なフリーCFの拡大に伴い期末配当をQ3決算時に増配修正

2024/6期 (12カ月)

連結
(百万円)

累計期間 (12カ月)

連結 IFRS (百万円)	2023/6月期 実績	2024/6月期 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	2,909	8,313	+5,404
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,234	△1,952	+3,282
フリーキャッシュ・フロー ⁽¹⁾	△2,162	6,592	+8,754
財務活動によるキャッシュ・フロー	5,658	△14,292	△19,950
現金及び現金同等物の増減額	3,332	△7,931	△11,264
現金及び現金同等物の期末残高	18,255	10,398	△7,856

期初予想

年間配当予想 25.0円
(中間 12.0円、期末 13.0円)

修正後

年間配当予想 27.0円(前期比+6円)
(中間 12.0円、期末 15.0円)

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

現中期経営計画の進捗状況
及び 2025/6期業績予想

新中期経営計画：目指す方向（再掲）

前節に記載の整理と振り返りを踏まえて、中期経営計画を1年前倒しで再策定する
今回の新中期経営計画の主要な方針は以下の2点

新中期経営計画における主要な方針

1

**主力の「オンライン及び
デジタルリサーチ」に
再フォーカス**

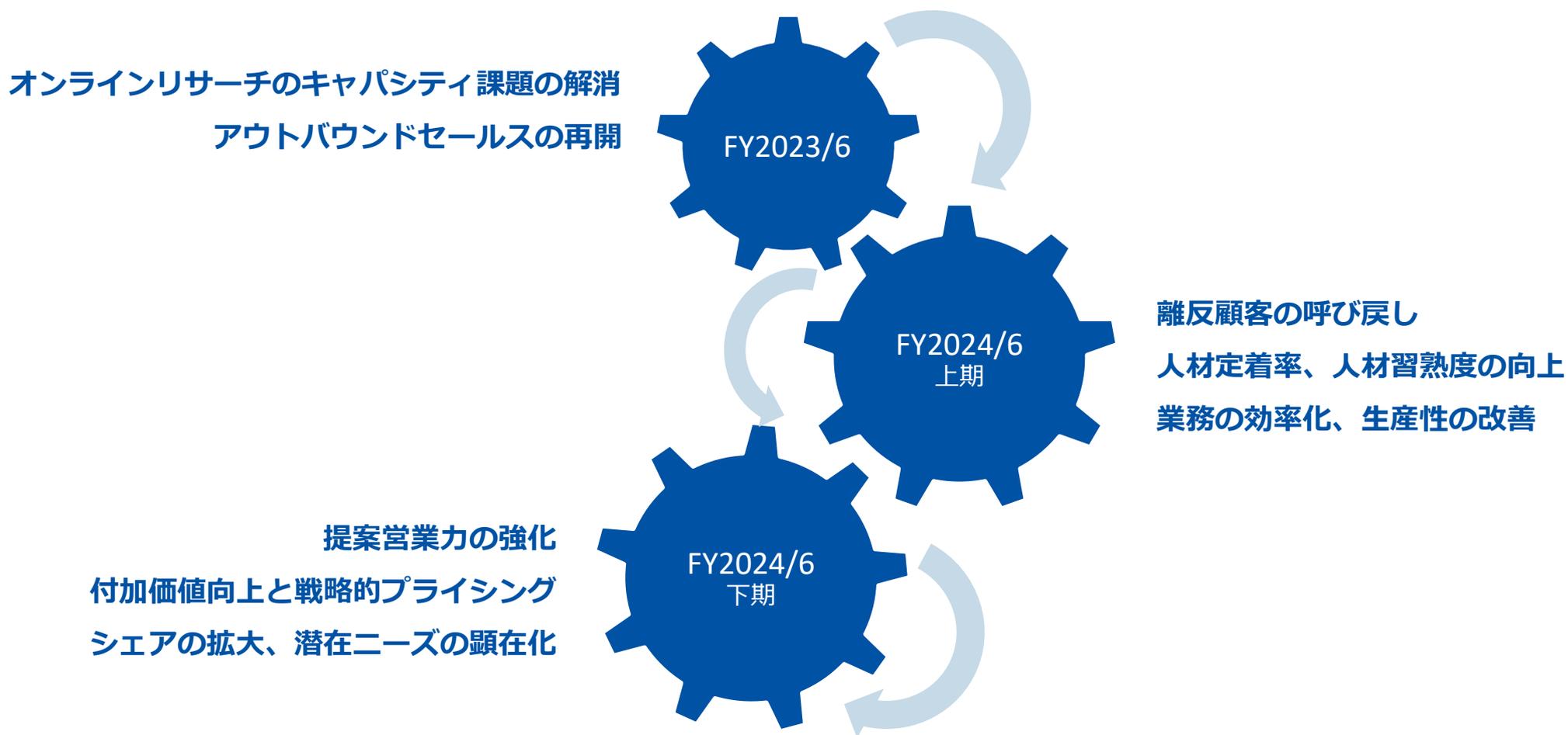
利益率の着実な改善を
強い意志を持って実現する

2

「事業モデルの変革」を継続

安定的な売上成長の
中長期的な継続を目指す

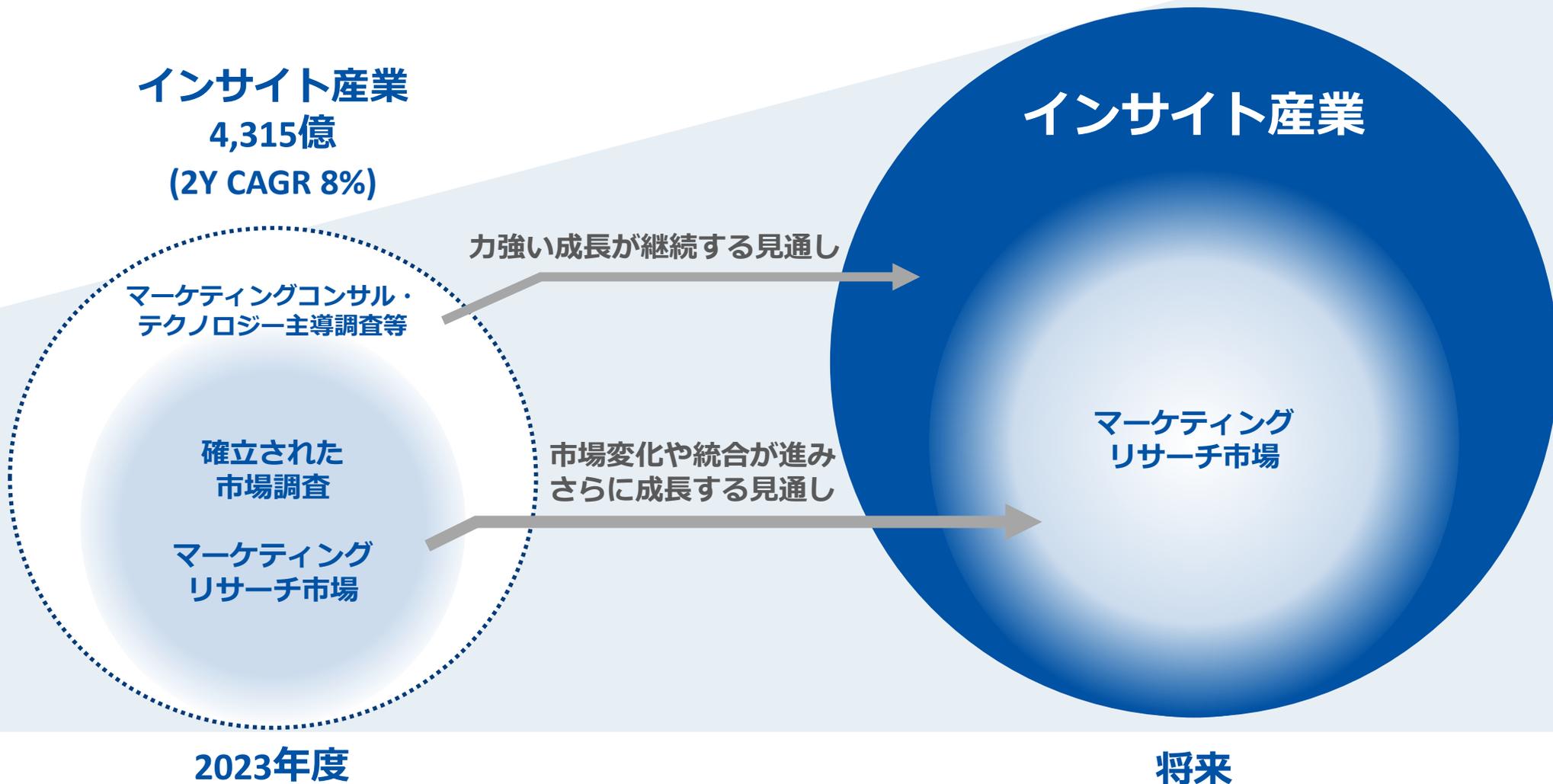
中期経営計画1年目である2024/6期は
これまでの施策が奏功し、好循環サイクルが回り始め順調に進捗



市場の成長を上回る成長を実現

インサイト産業とマーケティングリサーチ市場

インサイト産業ではコンサル等の周辺領域との統合が進みながら市場全体の拡大が続く見通し



当社の市場プレゼンスの向上の取り組み

当社の強みを活かしたソリューションを強化しシェアを拡大
豊富な顧客企業に対して多様なサービスを展開

Technology Driven

People Driven

汎用的な
マーケティング
ニーズ対応

データ取得の
利便性の追求

サブスクリプションモデル

マーケティング
ソリューション

マーケティング
リサーチ

マーケティング
コンサルティング

個別の
マーケティング
ニーズ対応

データ利活用を
ハンズオンで
支援

アドホック
モデル

当社の強み

国内最大規模
3,600万人のパネル&データ



4,000社を超える
豊富な顧客基盤



2,000名を超える
データネイティブ人材

テクノロジーの活用について

将来の持続的な成長のため 基幹システム刷新に向けたシステム投資を継続

基幹システム刷新の狙い

マーケティング ソリューション提供	生産性のさらなる改善	事業拡大スピードの加速
<ul style="list-style-type: none"> ■ サブスクリプションモデルでのデータ提供 ■ 顧客層の拡大、接点量の増加 ■ 2025/6期から新サービスを順次開始予定 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 生成AIの活用 ■ 抜本的な業務効率化 ■ 新システムの機能を順にリリース、2026/6期以降徐々に効果が顕在化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ セキュリティ強化 ■ サービスの付加価値向上 ■ アジャイルな開発環境の整備 ■ グローバル展開基盤の構築

多様な顧客課題の解決とオペレーショナルエクセレンスを追求し
インサイト産業においてさらなる競争優位性を確立

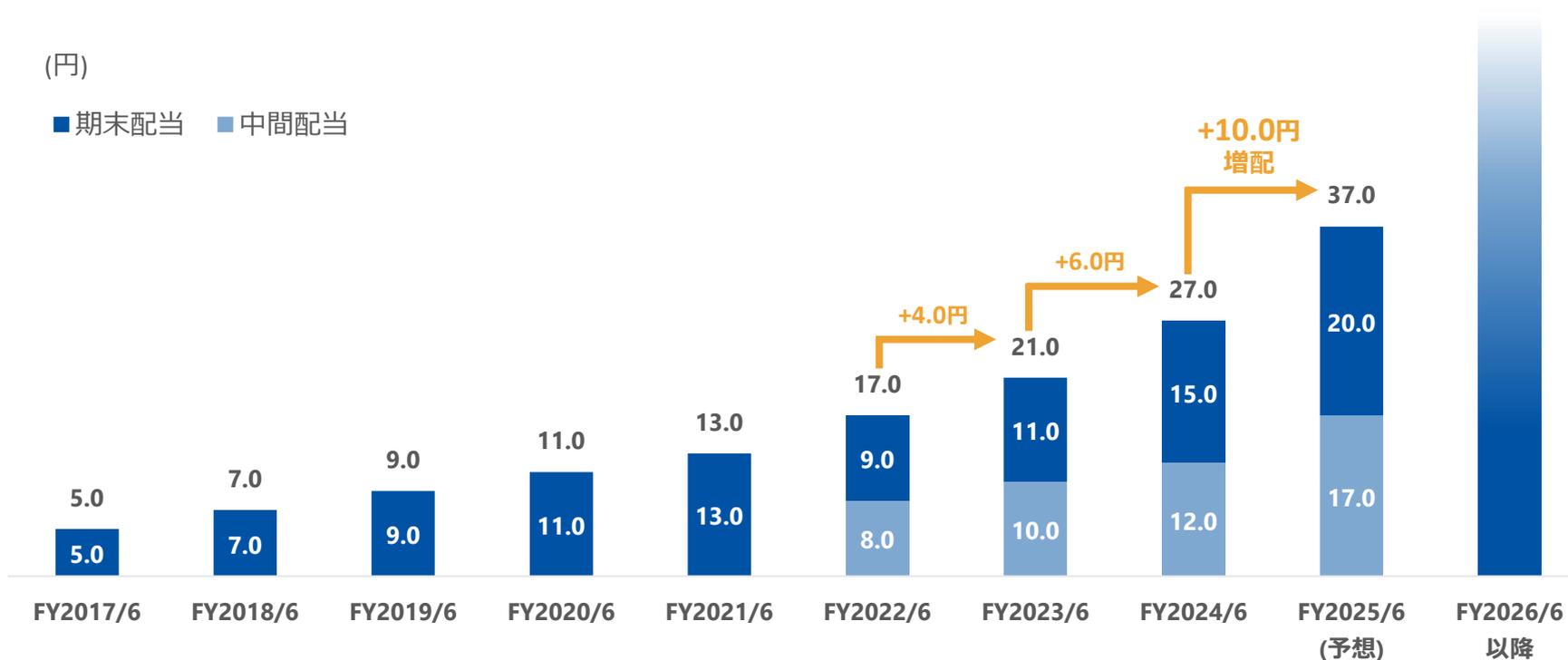
事業成長と還元強化の両輪を追求、 資本コスト・株価を意識し株主還元方針を見直し

成長投資	<ul style="list-style-type: none">■ 基幹システムの刷新等のシステム投資■ 戦略投資領域を中心としたM&A■ 新たな事業の創出
株主還元	<p>2026/6期までの配当方針</p> <ul style="list-style-type: none">- 累進配当（配当支払いを増配か維持に限定）- 2026/6期に向けて配当性向目標を50%（株式売却等の一過性損益を除く）- 加えて機動的な自己株式の取得を実施
負債返済	Net Debt /EBITDAを2~2.5倍以内でコントロール

中期経営計画の最終年度である2026年6期までの期間において、
連結配当性向50%⁽¹⁾を目標とし、累進配当を実現する方針

再上場以来7期連続増配

さらなる強化



注

1. 株式売却等の一過性損益を除く

2024/6期のモメンタムを継続し増収増益計画
事業利益の二桁成長、持分法損失縮小により営業利益は大幅増益

(百万円)	2024/6期	2025/6期		
	実績 (a)	業績予想 (b)	差異 (b-a)	対昨年成長率 (b/a)-1
売上収益	43,861	48,000	+4,138	+9%
EBITDA	7,683	8,300	+616	+8%
事業利益	5,624	6,200	+575	+10%
営業利益	4,470	5,700	+1,229	+27%
税引前当期利益	4,746	5,900	+1,153	+24%
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,293	3,100	+806	+35%
EPS (円)	60.19	82.00	+21.81	+36%
一株当たり配当額 (円)	27.00	37.00	+10.00	+37%

持分法損失は期初計画を上回るも、PMIプロセスを加速度的に進めたことで想定を上回る固定費の削減を実現

来期は売上の成長と共に利益を拡大し、EXITに向けた準備段階に入る想定

PMI活動内容及びEXITに向けたステップ

当期
(FY24/6)

重複機能の解消・固定費の削減により、計画以上のコスト削減を実現

- 2023/6期-2024/6期にかけて体制・設備・利用ツール・提供ソリューションを一本化し、より無駄のない筋肉質な体制に

来期
(FY25/6)

統合された組織・ソリューションによる本格的な営業活動を開始し、マーケットシェアを拡大

- 2024年7月からは営業活動を活性化し、シェア拡大により、売上・利益を大幅改善

中期
(FY26/6
以降)

さらなる成長に向けた事業基盤強化のために、M&AまたはIPOによるEXITを推進

- 売上・利益拡大と並行して、EXITイベントに向けた活動を推進

中計最終年度である2026/6期にかけては、生産性の改善に加え新ソリューションやM&A等の貢献を見込み中計目標達成を目指す

連結財務目標数値

	2023/6期	新中期経営計画目標値 2026/6期 (3年後)
売上	売上収益 406 億円 年平均成長率: 9% (2Y CAGR)	売上収益 530 億円 年平均成長率: 9% (3Y CAGR)
利益	営業利益 ⁽¹⁾ 44 億円	営業利益 75 億円 年平均成長率 ⁽²⁾ : 19% (3Y CAGR)
	連結ROE ⁽³⁾ 5.1%	連結ROE ⁽³⁾ 10% 以上
レバレッジ	信用格付 (R&I) BBB+ (安定的) + Net Debt/EBITDA倍率 3.5x	信用格付の維持 BBB+ 格以上 + Net Debt/EBITDA倍率 2.0x – 2.5x
株主還元	連結配当性向 継続事業分 (売却益含まない) 45.9% + 連結全社 (売却益含む) 10.9% + 自己株取得 ⁽⁴⁾ 12 億円 (NSO ⁽⁵⁾ 対比: 3.5%)	連結配当性向 2024/6期末に方針変更 30% → 50% + 機動的な自己株取得

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

添付資料

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

Q4も着実な増収を実現するとともに増益を継続

2024/6期 Q4 (3カ月)

連結
(百万円)

	2023/6期 Q4 実績	2024/6期 Q4 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	8,916	9,599	+683	+8%
日本事業 売上収益	7,660	8,063	+402	+5%
韓国事業 売上収益	1,261	1,536	+274	+22%
事業利益⁽²⁾	100⁽³⁾	111	+10	+11%
日本事業 事業利益 ⁽²⁾	64	113	+49	+77%
韓国事業 事業利益	36	△2	△38	-
事業利益率	1.1%	1.2%	-	+0.1pt
海外子会社異動 (M&A) 費用	△461	-	+461	-
Toluna社の持分法による投資損益	-	△306	△306	-
営業利益	△360	△195	+165	-
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	△742	△155	+586	-

注

- セグメント数値については、2024年6期第3四半期よりセグメント間取引の相殺除去後の数値を記載している
- 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
- 2023年6期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で前期比を算出

営業費用合計の増加率は、売上伸長率以下に抑制

Q4は賞与等の人材投資を強化し人件費が大きく増加

その他の費用は前期の海外子会社異動費用が今期は発生していないため減少

2024/6期 Q4 (3カ月)

連結
(百万円)

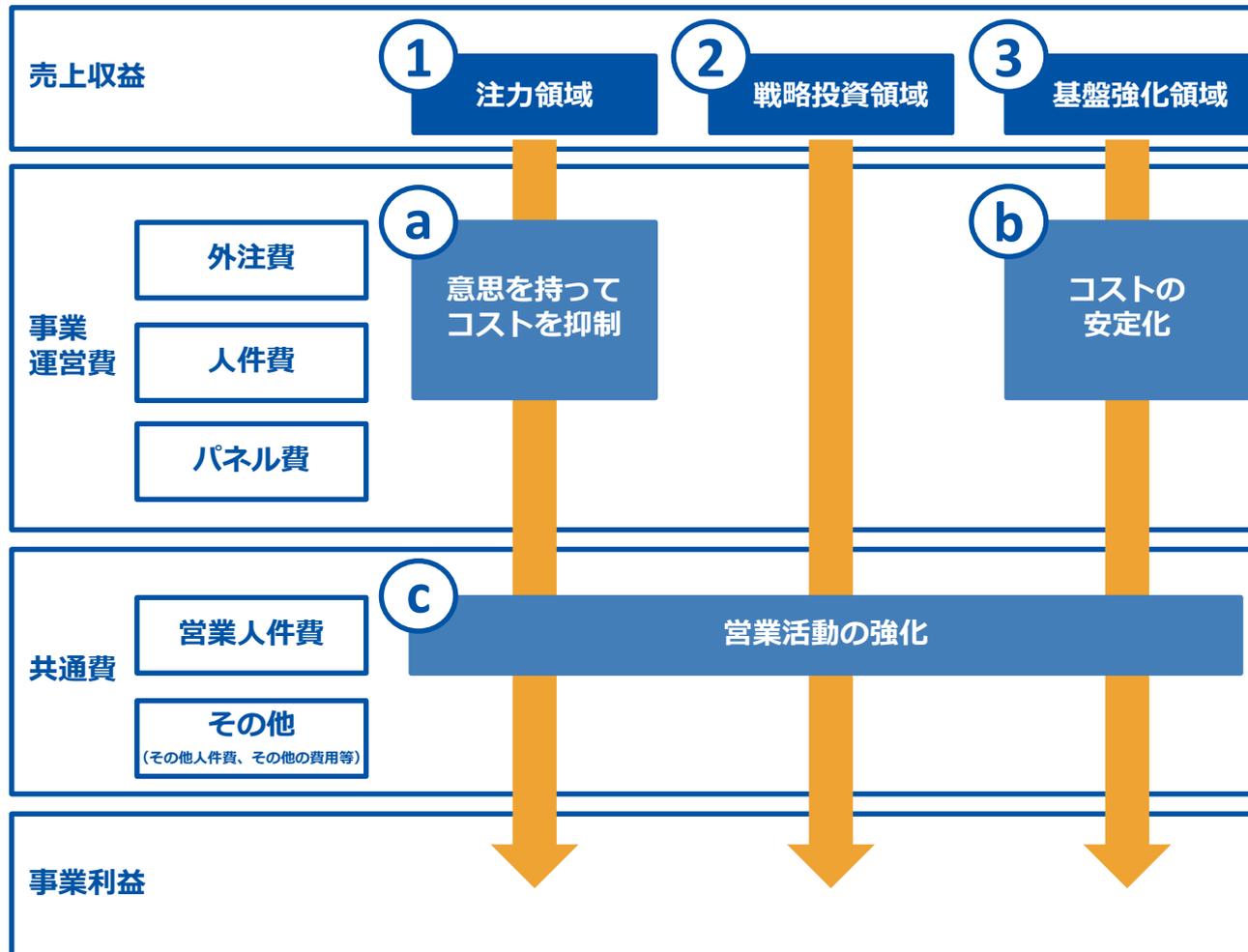
	2023/6期 Q4 実績	2024/6期 Q4 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	8,916	9,599	+683	+8%
パネル費	1,143	1,160	+17	+2%
外注費	1,603	1,683	+80	+5%
人件費	3,919	4,546	+627	+16%
減価償却費及びその他	2,514	2,087	△426	△17%
営業費用合計	9,181	9,478	+297	+3%

事業セグメント及び事業区分		Q4サマリー	Q4実績 前期比
日本事業	注力領域 オンライン・デジタルリサーチ	Q3までのモメンタムと変わらず順調に推移	31.7億 +4%
	戦略投資領域 コンサルティング・グローバルリサーチ・新規事業	Q4では再び二桁成長に回復	14.7億 +15%
	基盤強化領域 オフラインリサーチ、データ提供代理店等のJV、その他子会社	懸念材料は無し、 Q4の成長率は一時的なもの	34.0億 +2%
韓国事業	オンラインリサーチ オフラインリサーチ 新規事業（購買データ提供）	景況感悪化影響の一巡や M&Aの効果により大幅増収	15.3億 +22%
事業利益		日本事業の増収、生産性の改善により二桁増益	1.1億 +11% ⁽¹⁾

注

1. 2023年6期 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で前期比を算出

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

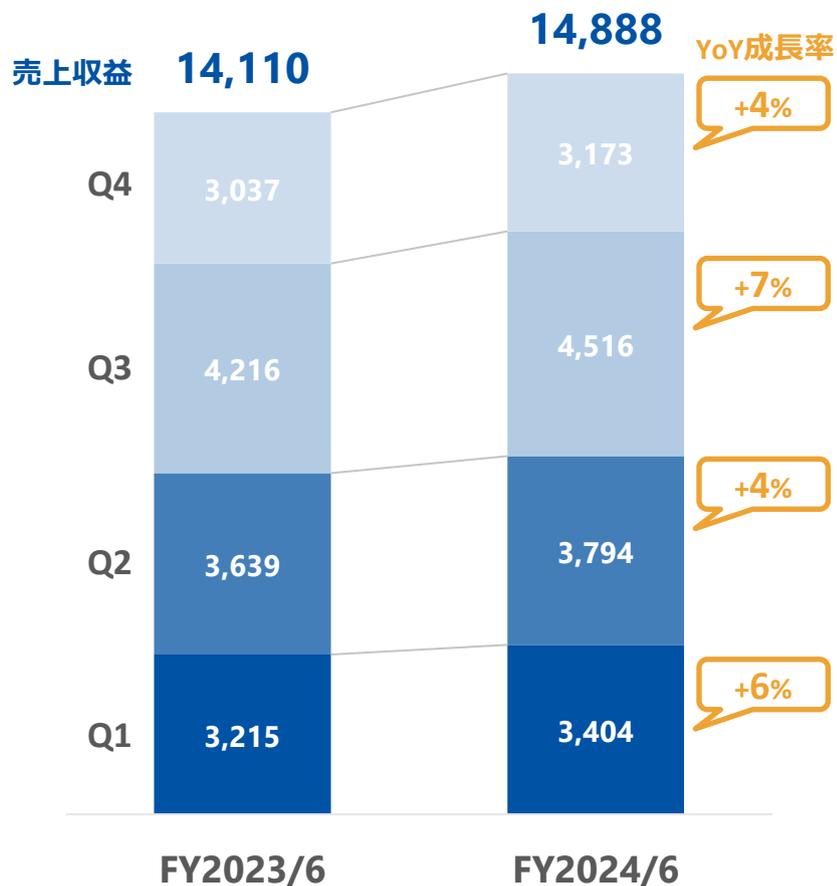


生産性KPI

- 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%の成長目標に対して セールス活動が順調に進展し計画を上回る実績

日本事業セグメント
①注力領域分
(百万円)



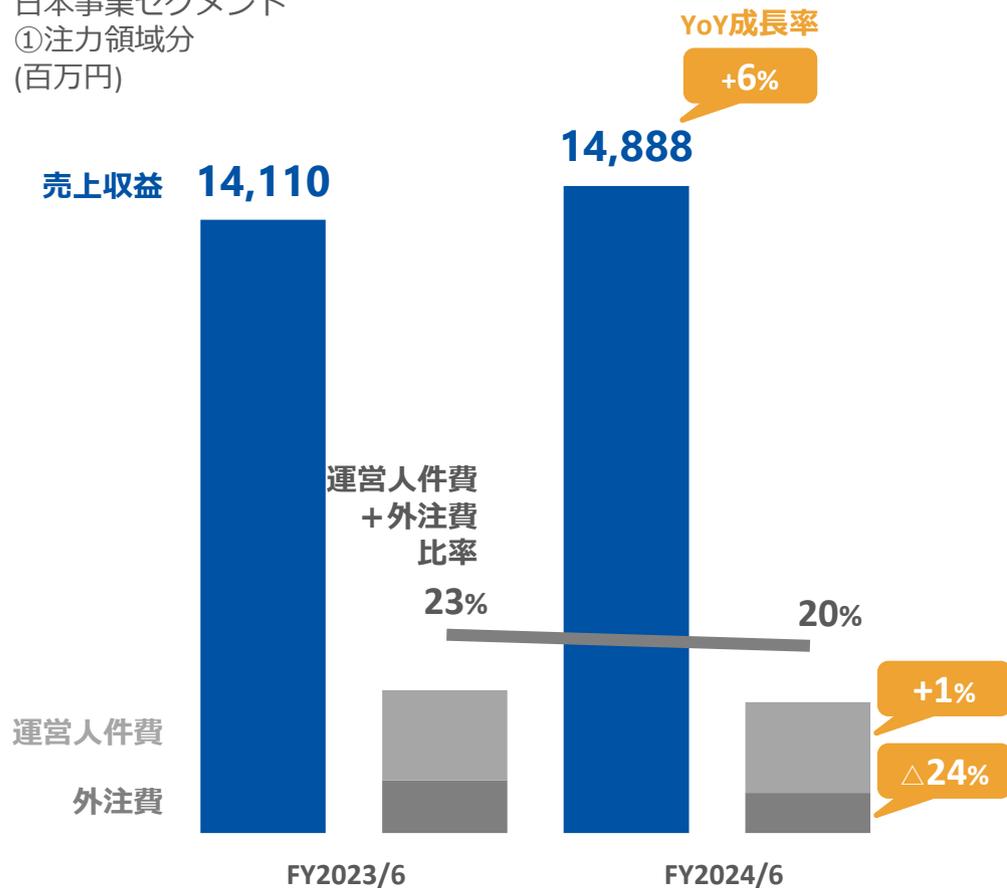
通期 累計実績 +6% 成長

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)

注力領域の生産性向上が今期の重点施策であり、 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

- 運営人件費：前期比+1%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、AIの活用を推進中
- 外注費：前期比△24%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

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

Q3を中心に大型案件の端境期が重なったものの通期で二桁増収を達成

日本事業セグメント
②戦略投資領域分
(百万円)



通期 累計実績
+13% 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)

戦略投資領域は、中長期的な売上成長の継続のための事業群で構成され1件あたりの案件規模が大きい
 Q4はグローバルリサーチの回復により再び二桁増収
 下期にかけてライフサイエンスやその他の新規事業が好調に推移

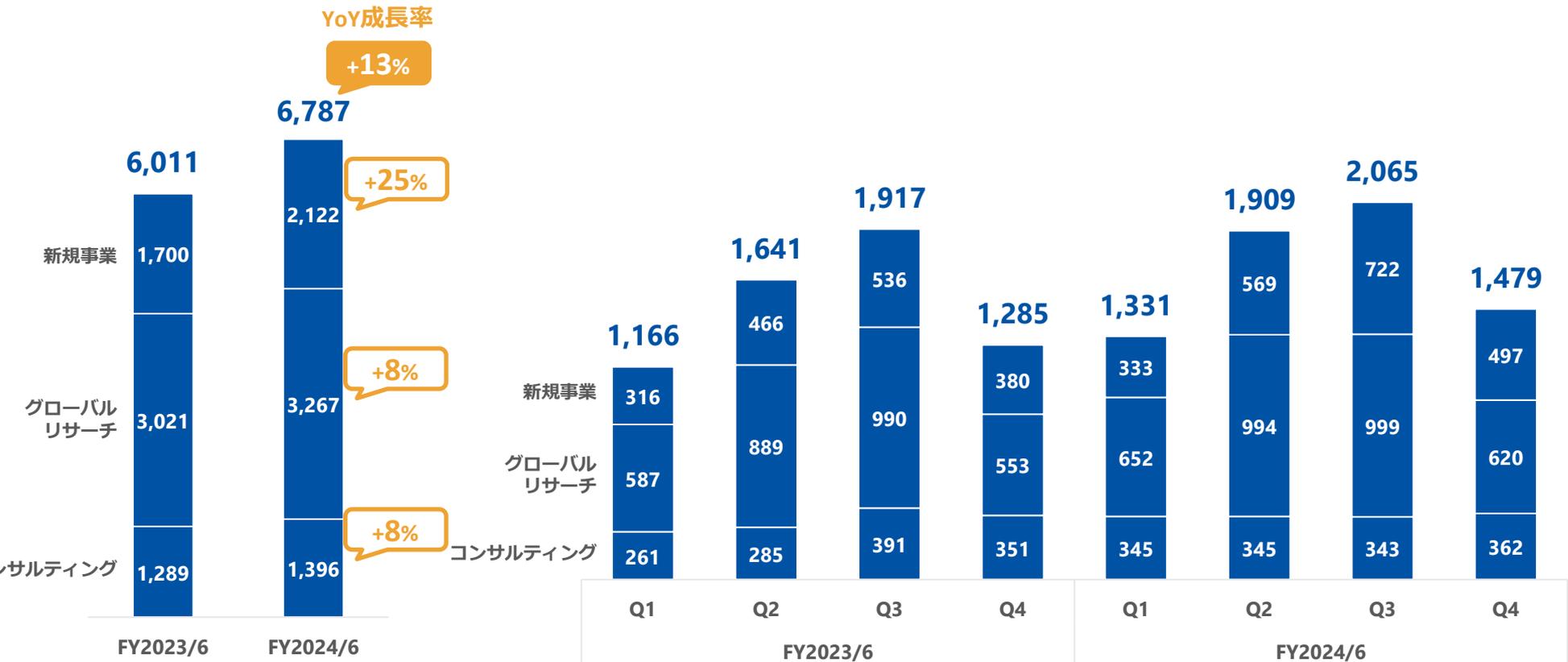
戦略投資領域 売上収益 (12カ月)

(百万円)

戦略投資領域 売上収益 四半期推移

(百万円)

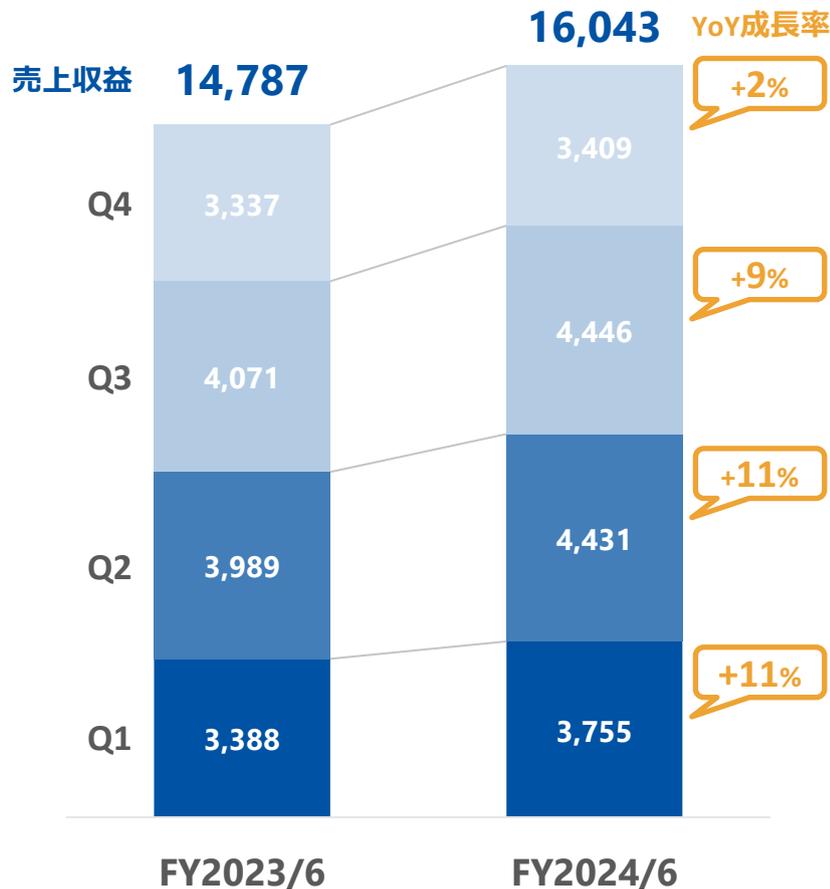
YoY成長率 : +14% +16% +8% +15%



通期で+6%の成長目標、

Q4の伸長は一時的に鈍化したか、通期では期初想定を上回る伸長を実現

日本事業セグメント
③基盤強化領域分
(百万円)



通期 累計実績

+8% 成長

③ 基盤強化領域に区分されているサービス

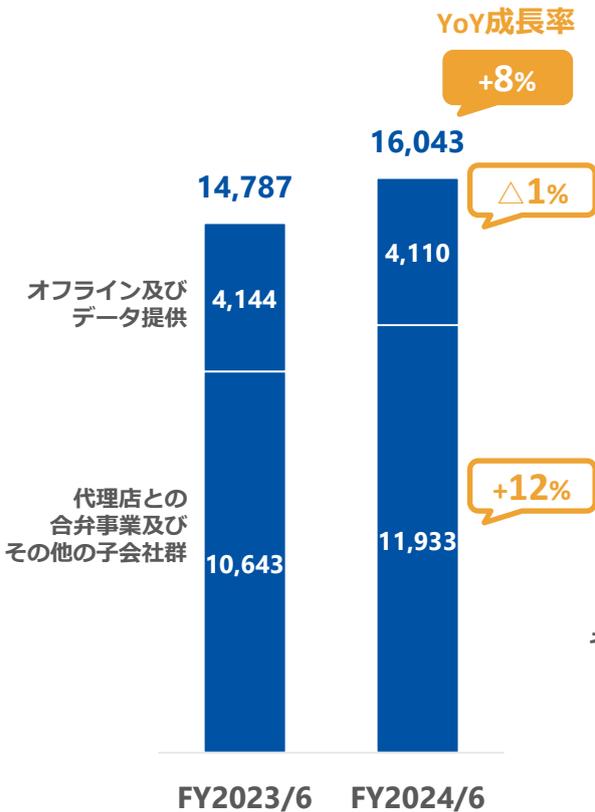
- 代理店等との合併事業 (DMI, HMM, その他子会社等)
- オフラインリサーチ
- データベースサービス

※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

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
 Q4は戦略的な判断によりオフラインリサーチが減少

基盤強化領域 売上収益 (12カ月)

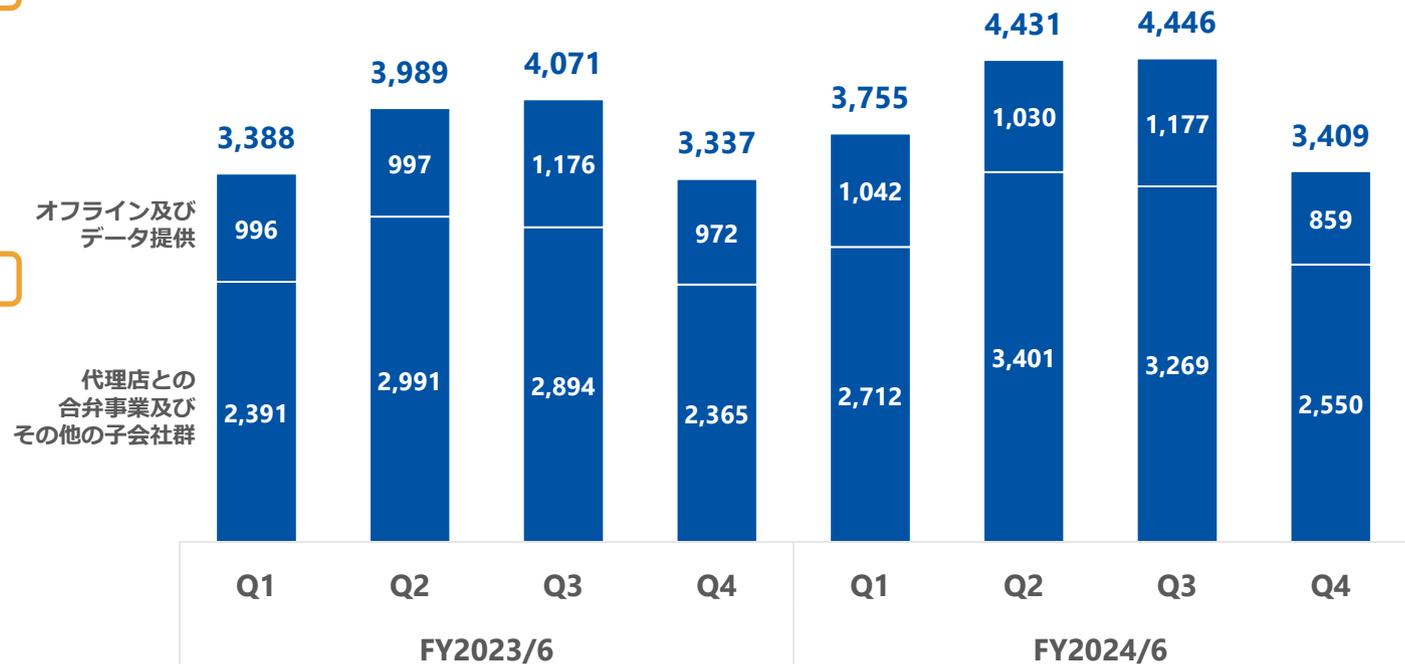
(百万円)



基盤強化領域 売上収益 四半期推移

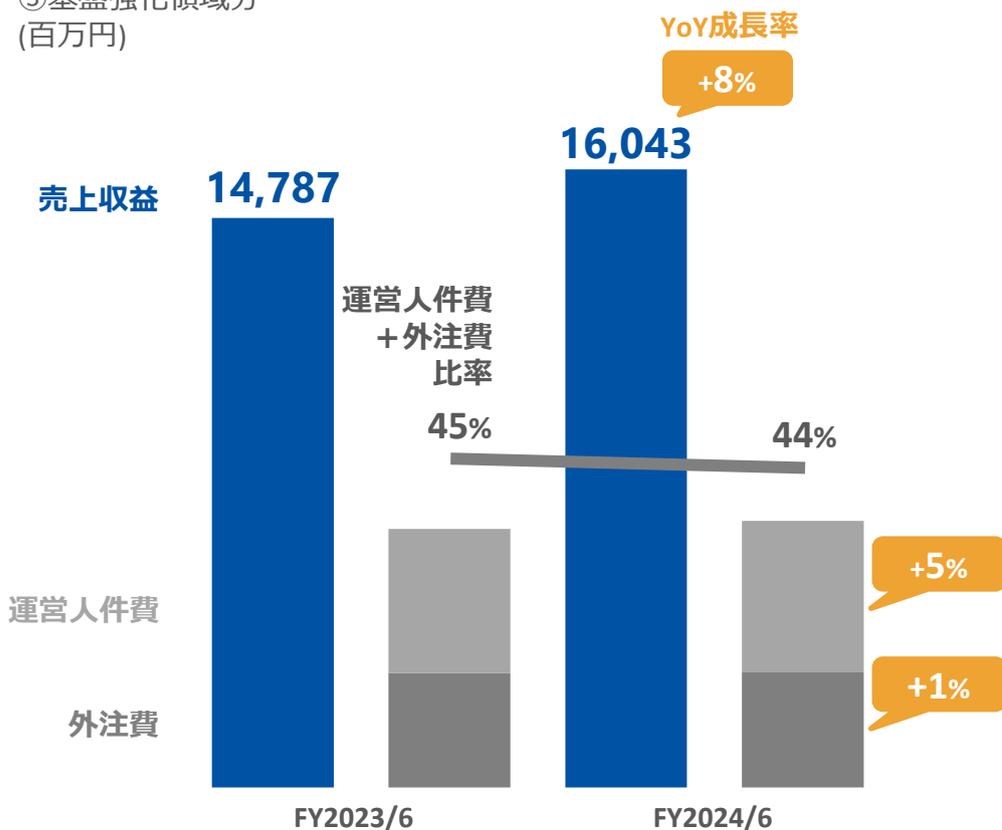
(百万円)

YoY成長率: +11% +11% +9% +2%



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1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)

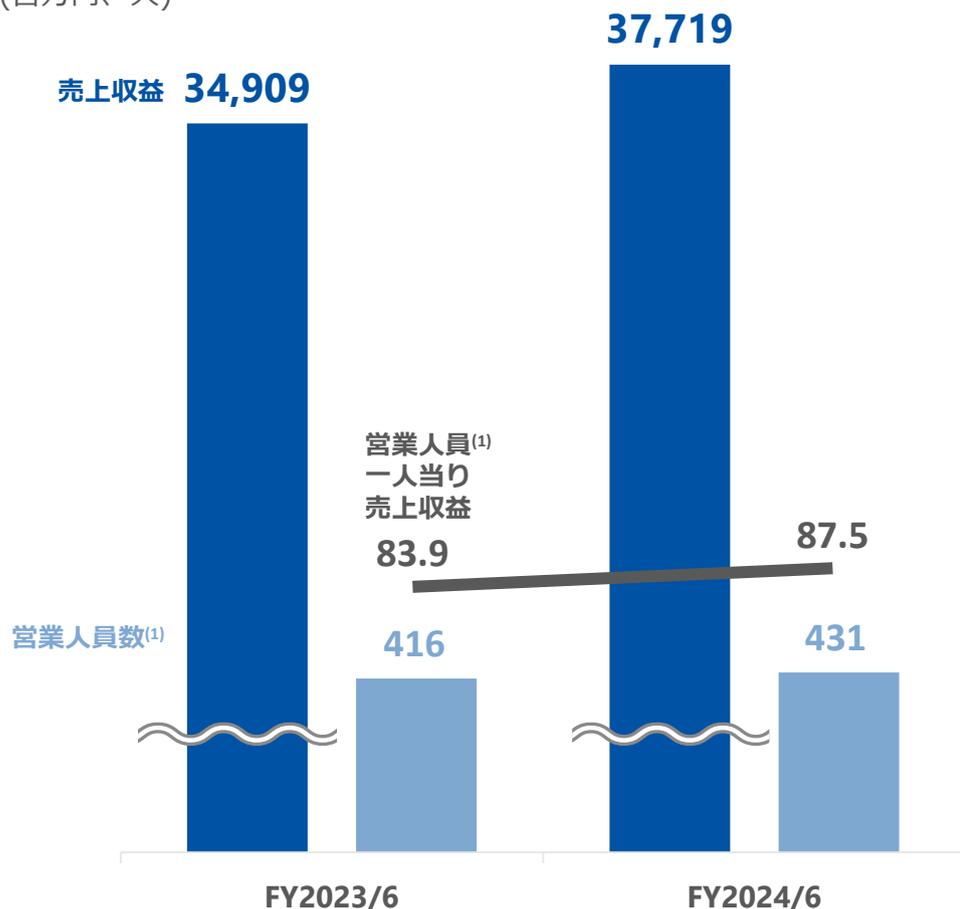


Key Point

- 運営人件費：前期比+5%増
 - 子会社における運用体制、人員の強化
- 外注費：前期比+1%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

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

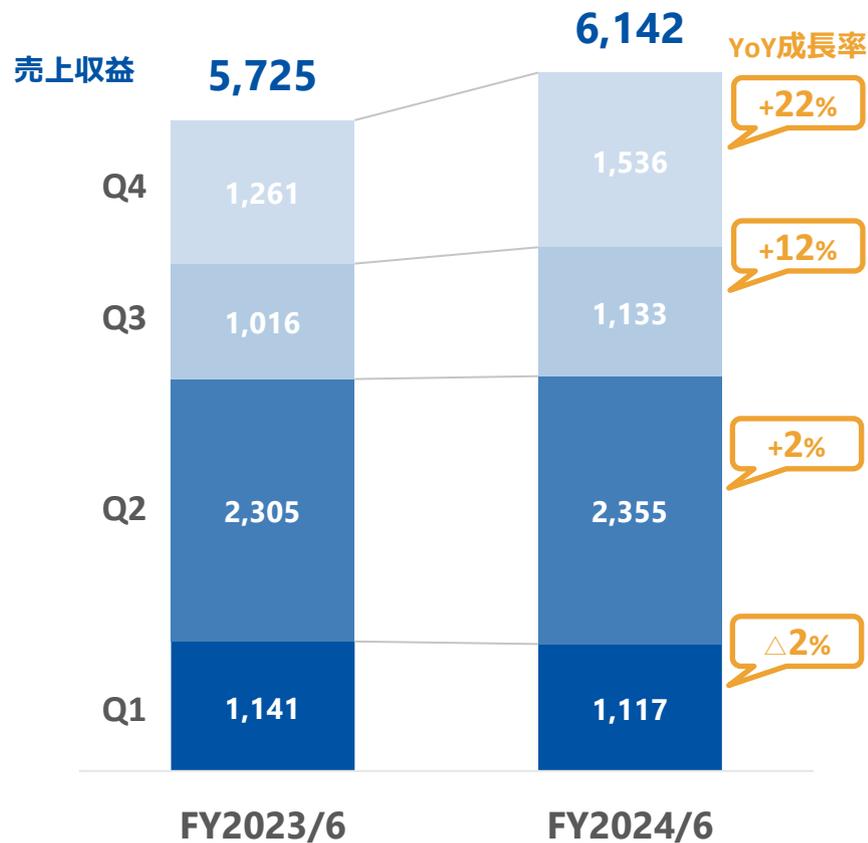
- **営業人員数：前期比+15名**
 - 新規事業における増員・モニタス社のM&A等による増加
- **営業一人当たり売上**
 - 繁忙期に入り売上規模の増加等により、一人当たり売上は拡大
 - さらにグループ企業間の営業インセンティブ制度を拡充し、相互送客を強化する方針

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。

通期で+2%の成長目標に対して、通期は計画を上回る実績
下期にかけて景況感悪化影響が一巡し、M&Aのシナジー効果等も発現

韓国事業セグメント
(百万円)



通期 累計実績

+7% 成長

(△0% 為替影響除く)

2024/6期 通期: 連結 四半期別 業績推移

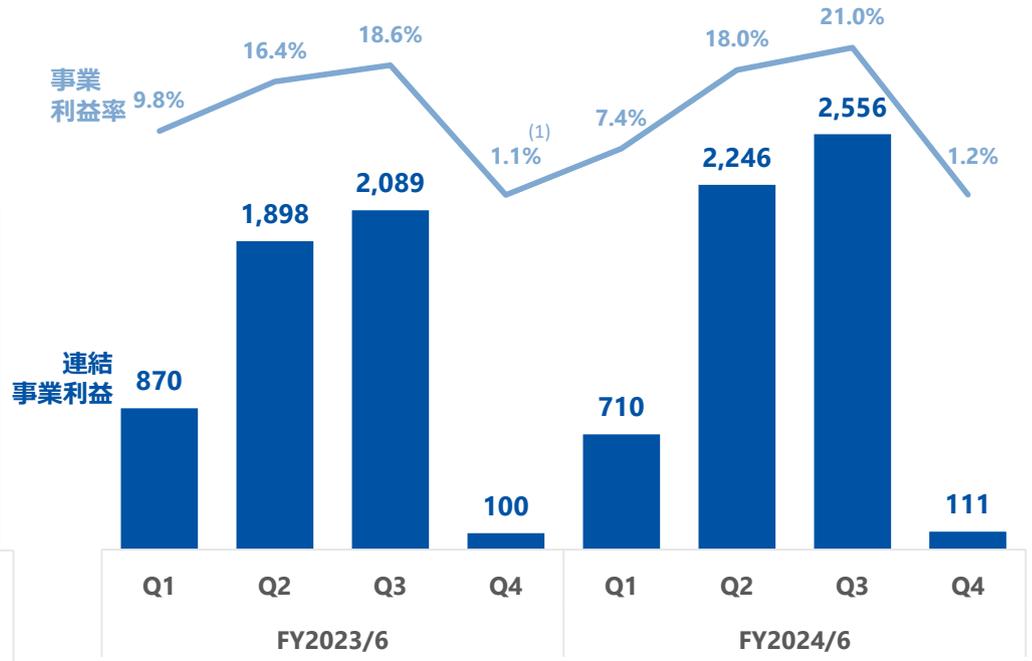
売上収益 四半期別推移

連結 (百万円)	YoY 成長率	実績:	+8%	+8%	+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%	+22%	+11%
-------------	---------	-----	------	------	------	-------------



注

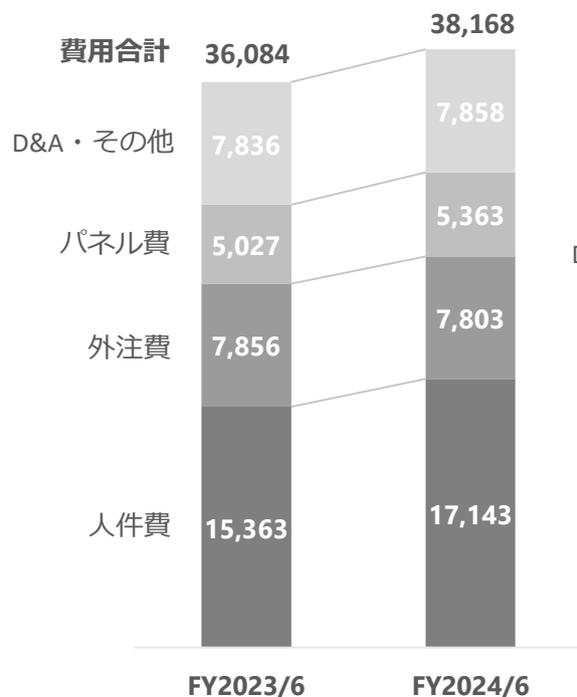
- 2023年6期Q4の数字は海外子会社異動 (M&A) の取引に係り計上された費用を除いた営業利益
- 事業利益: その他の海外事業セグメントをToluna社へ譲渡した譲渡対価として当社がToluna社の株式の17.4%等を取得していることから、2023年6期第4四半期よりToluna社は当社の持分法適用会社となっている。当社グループの事業パフォーマンスを示すため、2024年6期第1四半期より営業利益からToluna社にかかる持分法投資損益を除いた金額を事業利益として記載している

2024/6期 通期：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期 決算補足データ(EXCEL形式)

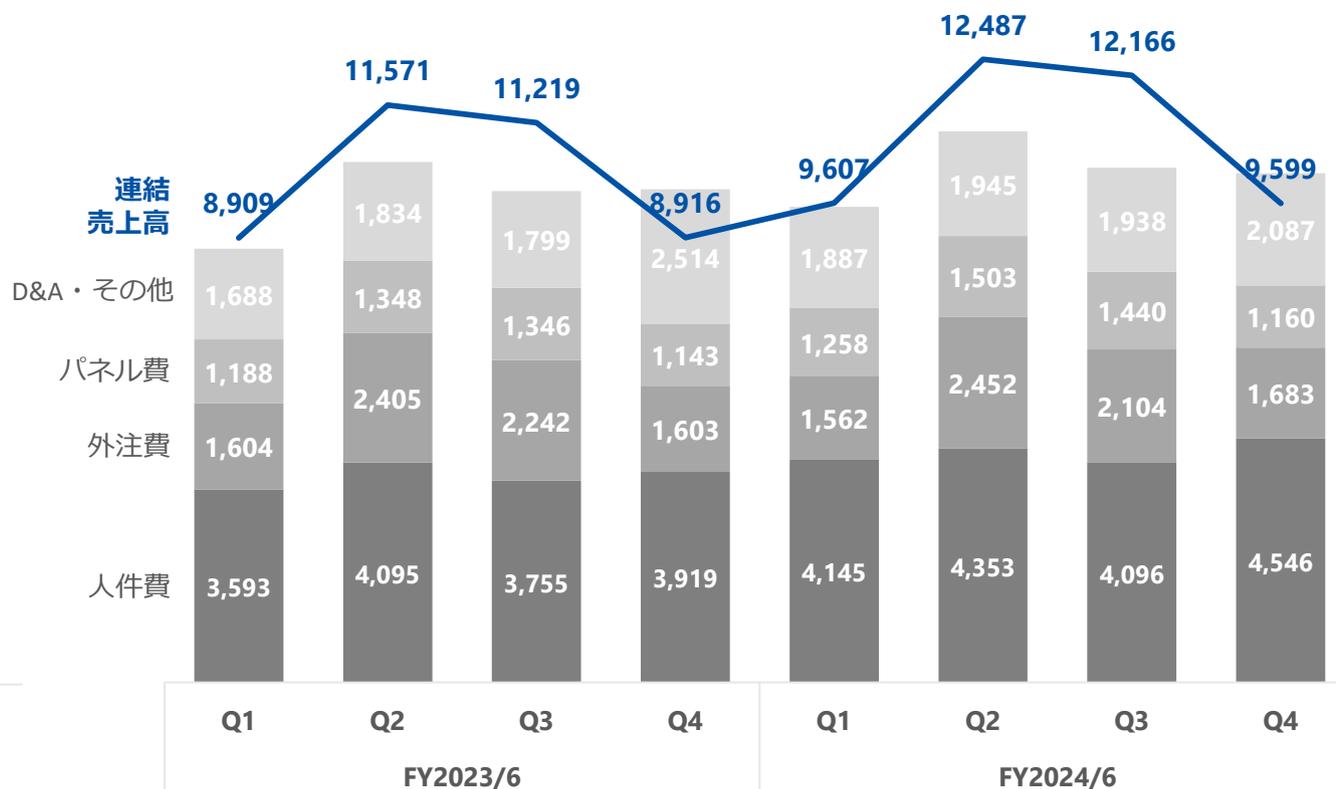
2024/6期 営業費用 (12カ月)

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FY2024/6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

デジタルリサーチ

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

		FY2022/6					FY2023/6					FY2024/06				
		Q1	Q2	Q3	Q4	通期/Full-year	Q1	Q2	Q3	Q4	通期/Full-year	Q1	Q2	Q3	Q4	通期/Full-year
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	11,023	8,063	37,719
	注力事業	3,293	3,801	4,310	3,040	14,445	3,215	3,639	4,216	3,037	14,110	3,404	3,794	4,516	3,173	14,888
	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	2,065	1,479	6,787
	基盤強化事業	3,010	3,625	3,660	3,206	13,504	3,388	3,989	4,071	3,337	14,785	3,755	4,431	4,446	3,409	16,043
前年比/ YoY	日本事業売上 ⁽¹⁾						+8%	+7%	+7%	+4%	+7%	+9%	+9%	+8%	+5%	+8%
	注力事業						-2%	-4%	-2%	-0%	-2%	+6%	+4%	+7%	+4%	+6%
	戦略投資事業						+34%	+32%	+23%	+17%	+26%	+14%	+16%	+8%	+15%	+13%
	基盤強化事業						+13%	+10%	+11%	+4%	+9%	+11%	+11%	+9%	+2%	+9%

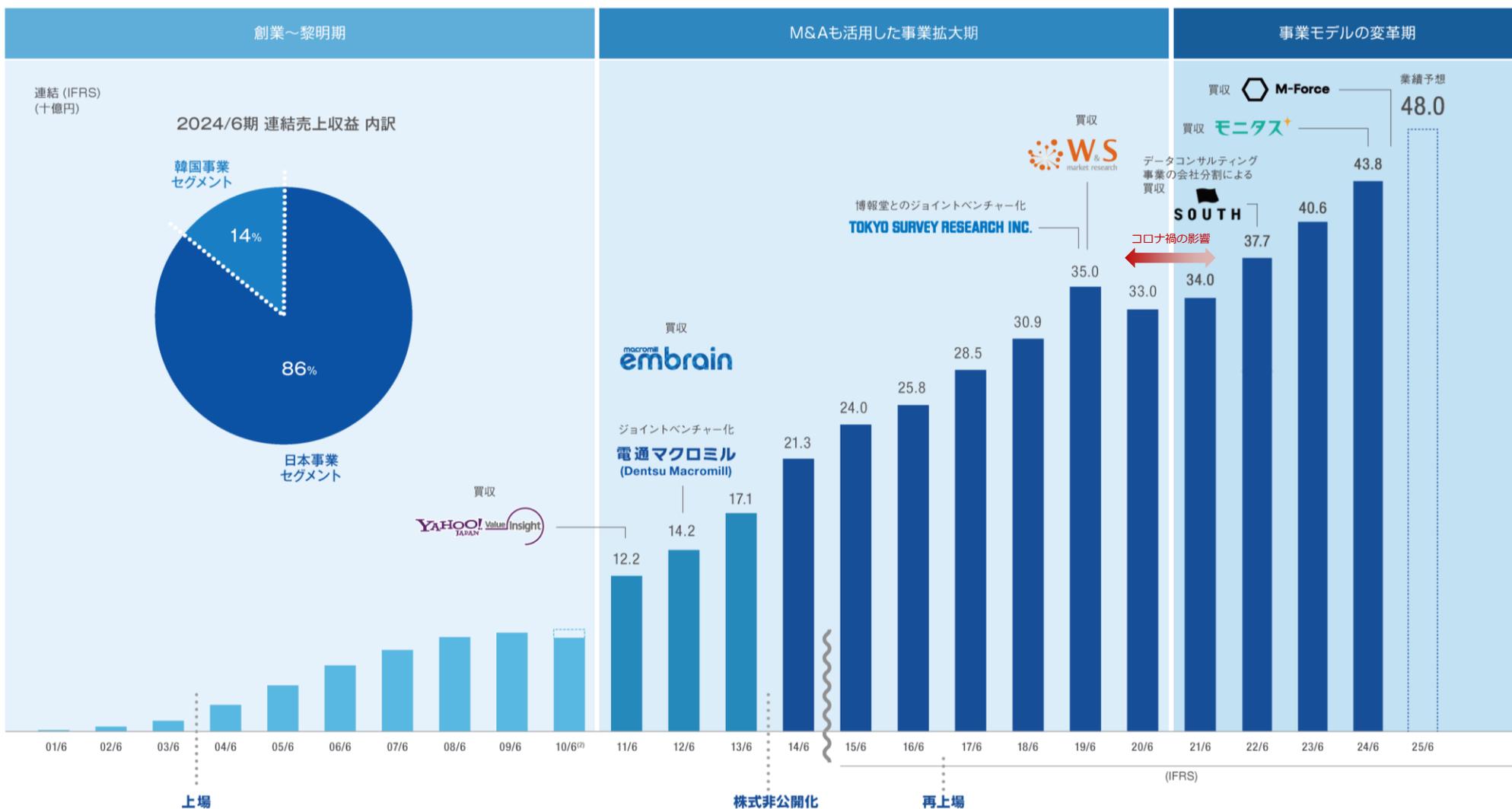
注:日本事業売上はセグメント間収益を含む数字、領域別売上は外部収益数字であるため合計値と日本事業売上に差異があります

添付資料

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

当社の沿革と成長フェーズの推移

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

当社グループの競争優位性

- 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

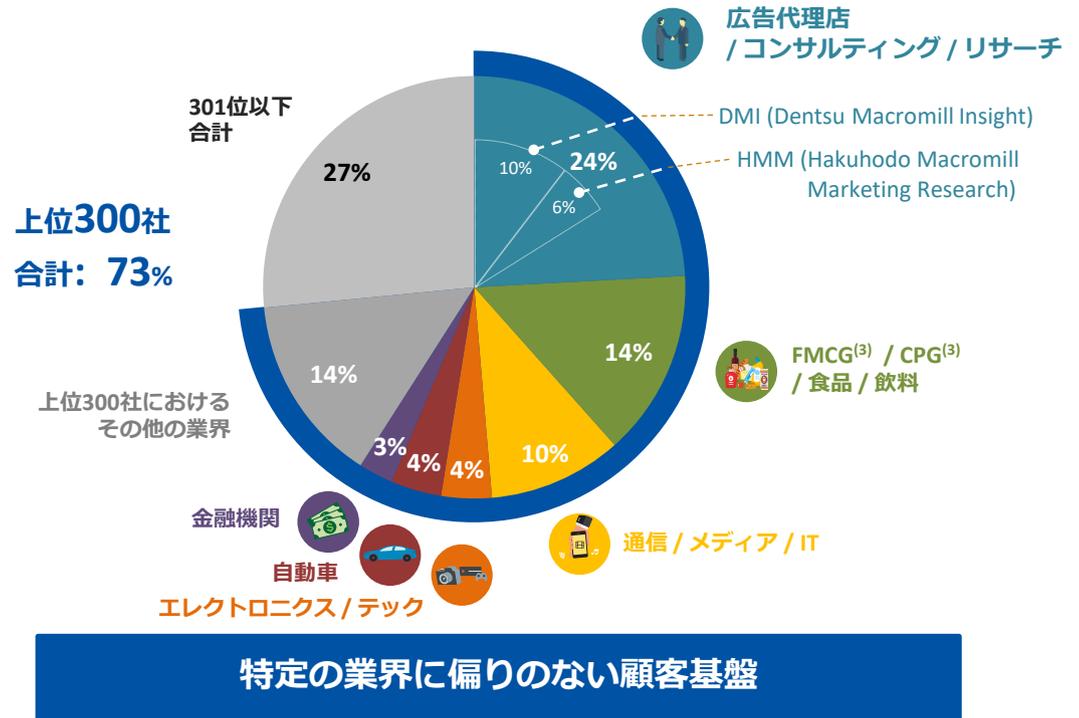
約1,500社
韓国

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)



注

1. 年間売上高が1,000万円以上の顧客
2. 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期の5年間の平均値
3. 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

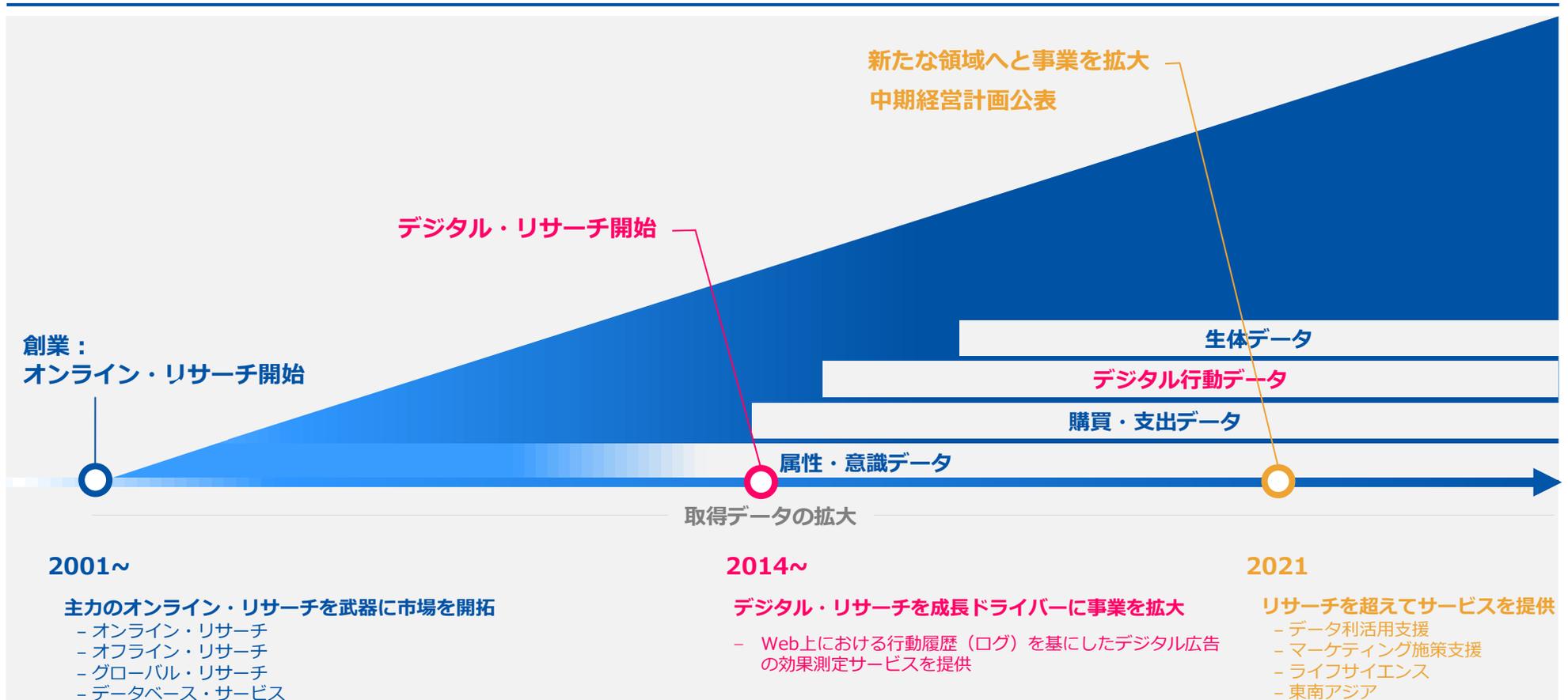
合計1.3億人超の消費者パネル

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

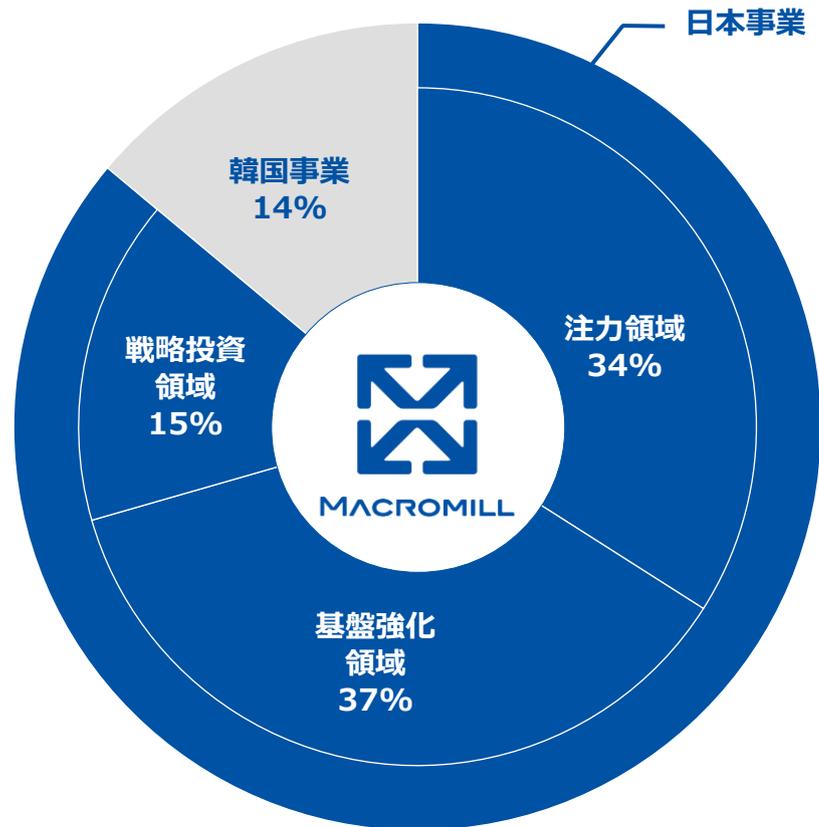


「マーケティングリサーチ企業」から「総合マーケティング支援企業」へ

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（2024年6月末時点）



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

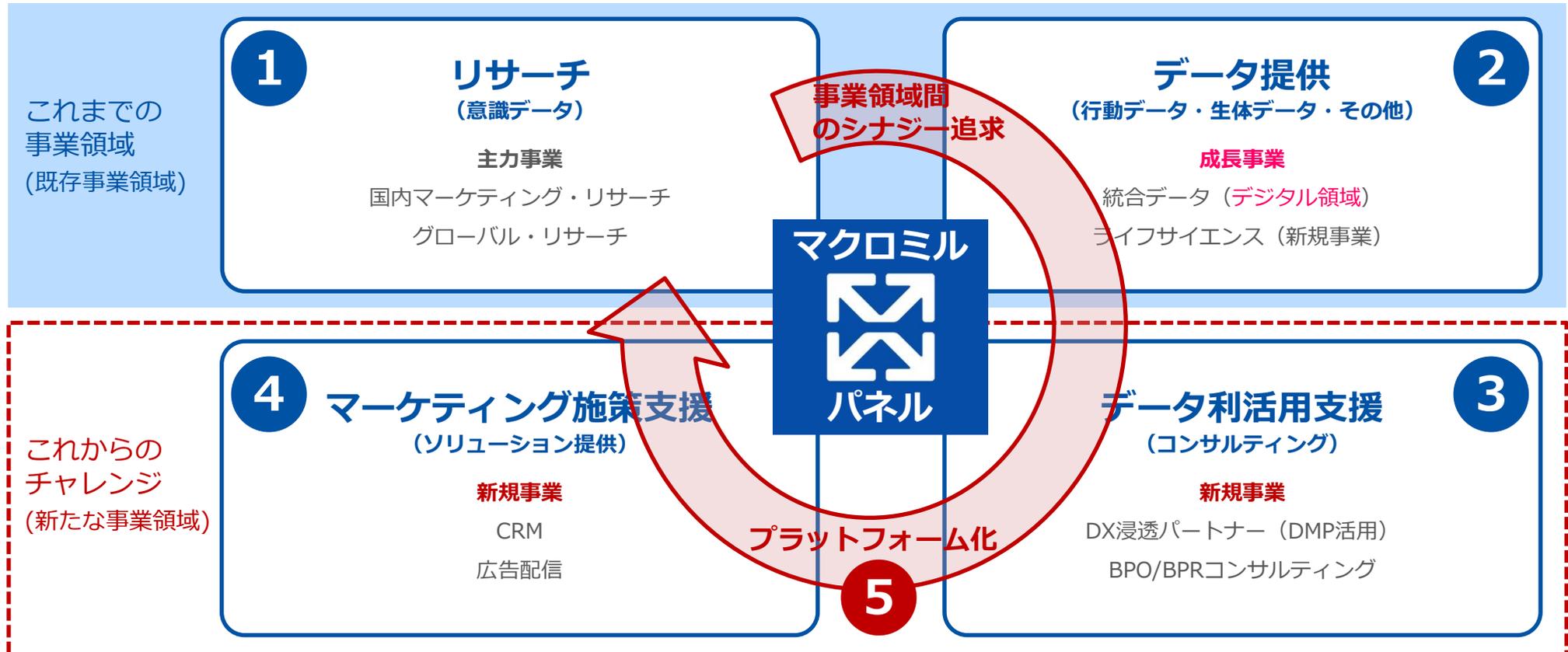
韓国

オンラインリサーチ、オフラインリサーチ、新規事業（購買データ提供）

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

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

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;

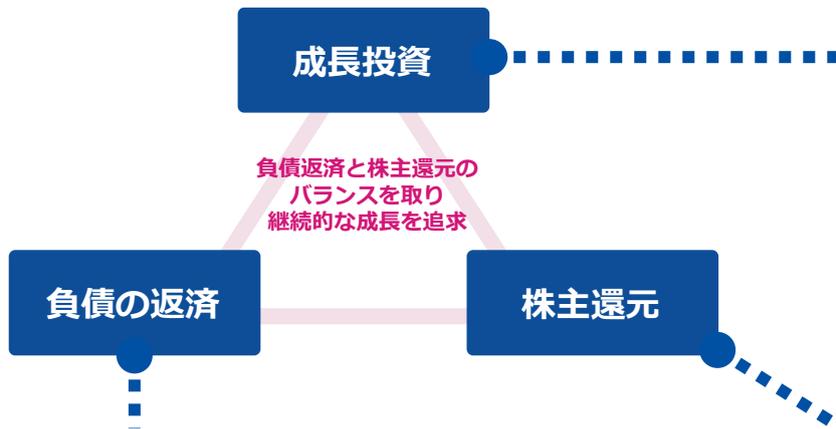
4. 取得期間: 2023年5月16日 ~ 2023年6月23日;

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

キャピタルアロケーションの基本方針

- 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
- 50%の連結配当性向を目標に累進配当を実現し、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



「成長投資」の具体的方針

- 引き続き、成長に向けた投資が第一優先
- 足下では、IT及び情報セキュリティ領域の人材に戦略的な投資を行う
- オーガニックな成長に加えて、今後は非連続な成長の実現に向けた投資を加速させる方針
 - 積極的なM&A
 - 新規事業への人材、システム投資

「負債の返済」の具体的方針

- 既存借入金の返済を想定通りに進め、目標レバレッジ水準 (Net Debt / EBITDA倍率 2.0 - 2.5x) の範囲内でコントロールする
- 一方、既発行の社債については、原則として新規の起債を行ってリファイナンスする方針
- 目標レバレッジ水準到達後、ネットキャッシュ・ポジションは積極的には目指さない

「株主還元」の具体的方針

2024年8月に配当方針を見直し：

- 累進配当（配当額を増配か維持に限定）
- 株式売却等の一過性損益を除き2026/6期の配当性向50%目標
- 余剰キャッシュがあれば、株価水準次第で適宜、機動的な自己株取得を実施する

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

2018	2019	2020	2021	2022	2023
+5%	-4%	+7%	+10%	+0%	

インサイト産業
市場合計

新セグメント
(追加7区分)

年平均成長率
(2Y CAGR)

+7.8%

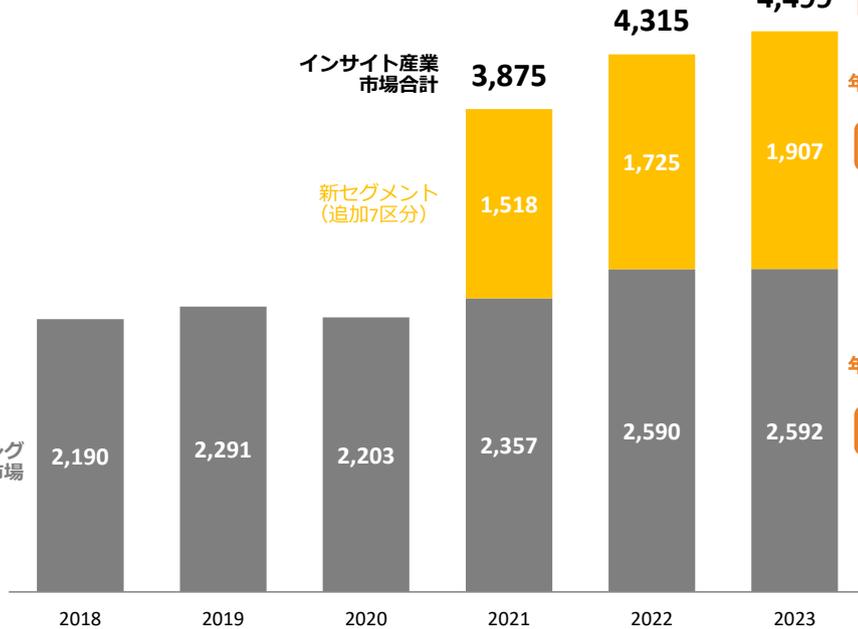
年平均成長率
(2Y CAGR)

+12.1%

年平均成長率
(5Y CAGR)

+3.4%

マーケティング
リサーチ市場



売上収益トレンド - 日本における売上収益

連結 (IFRS)
(億円)

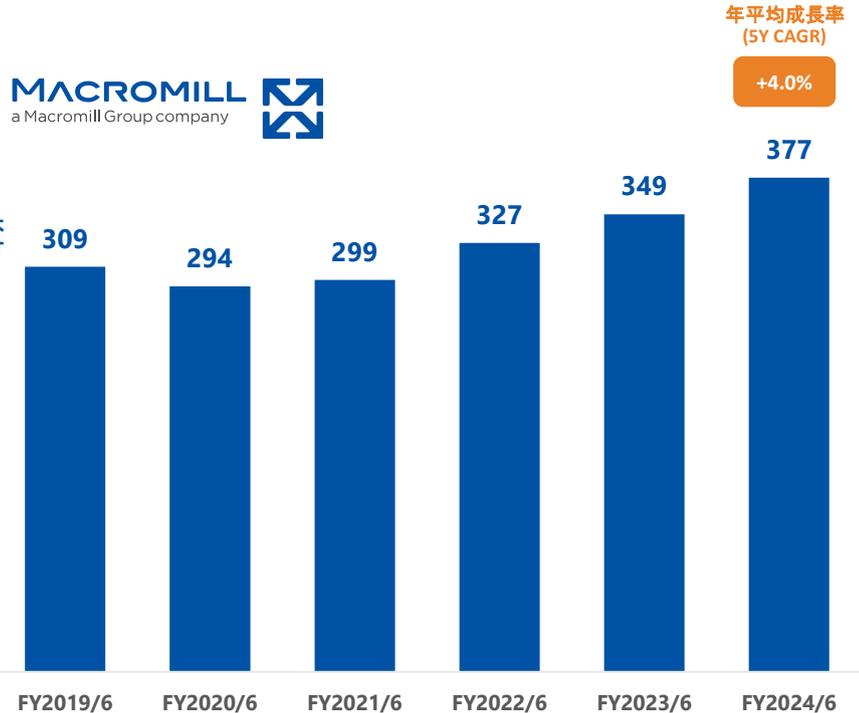
YoY成長率

日本合計:

FY2019/6	FY2020/6	FY2021/6	FY2022/6	FY2023/6	FY2024/6
-5%	+2%	+9%	+7%	+8%	

MACROMILL
a Macromill Group company

日本
合計



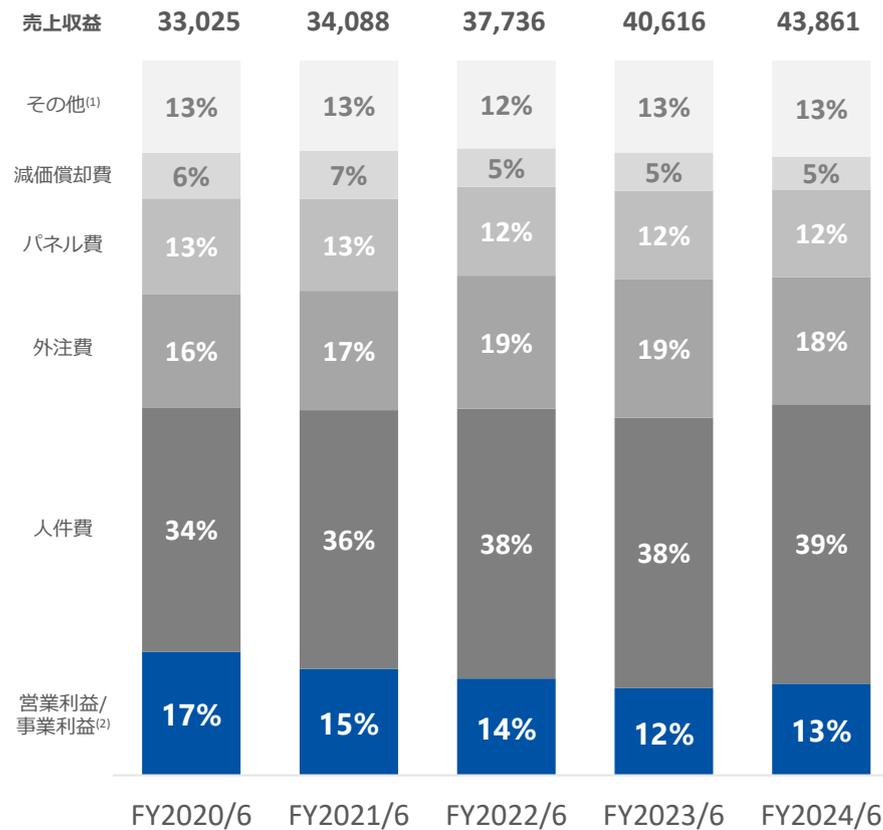
注

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 (2018/7, 2019/7, 2020/9, 2021/6, 2022/6, 2023/6, 2024/6)

過去実績 - 費用項目の内訳と従業員数推移

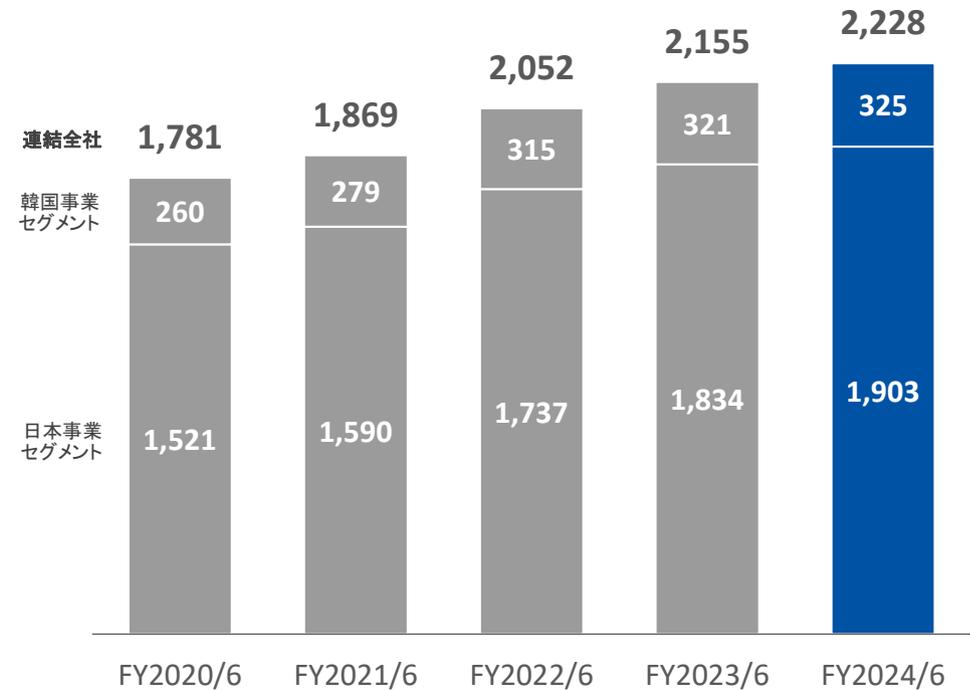
主要な費用項目及び営業利益の対売上比率の推移

連結(百万円)



従業員数⁽³⁾推移

連結(人)



- 注
1. 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
 2. 2023/6期以降は事業利益を記載（事業利益の定義はp.3の脚注を参照のこと）
 3. 臨時雇用者数を含みません

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

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

- ✓ アジアカ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
RESEARCH 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 MatrixLab 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 買収



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

2024年 買収



M-Force

地理的拡大

パネル

テクノロジー/
ソリューション

- ✓ 9segsやN1分析などの商標も持つマーケティングSaaS企業の買収
- ✓ マーケティングリサーチ業務の次世代化・高付加価値化を狙う

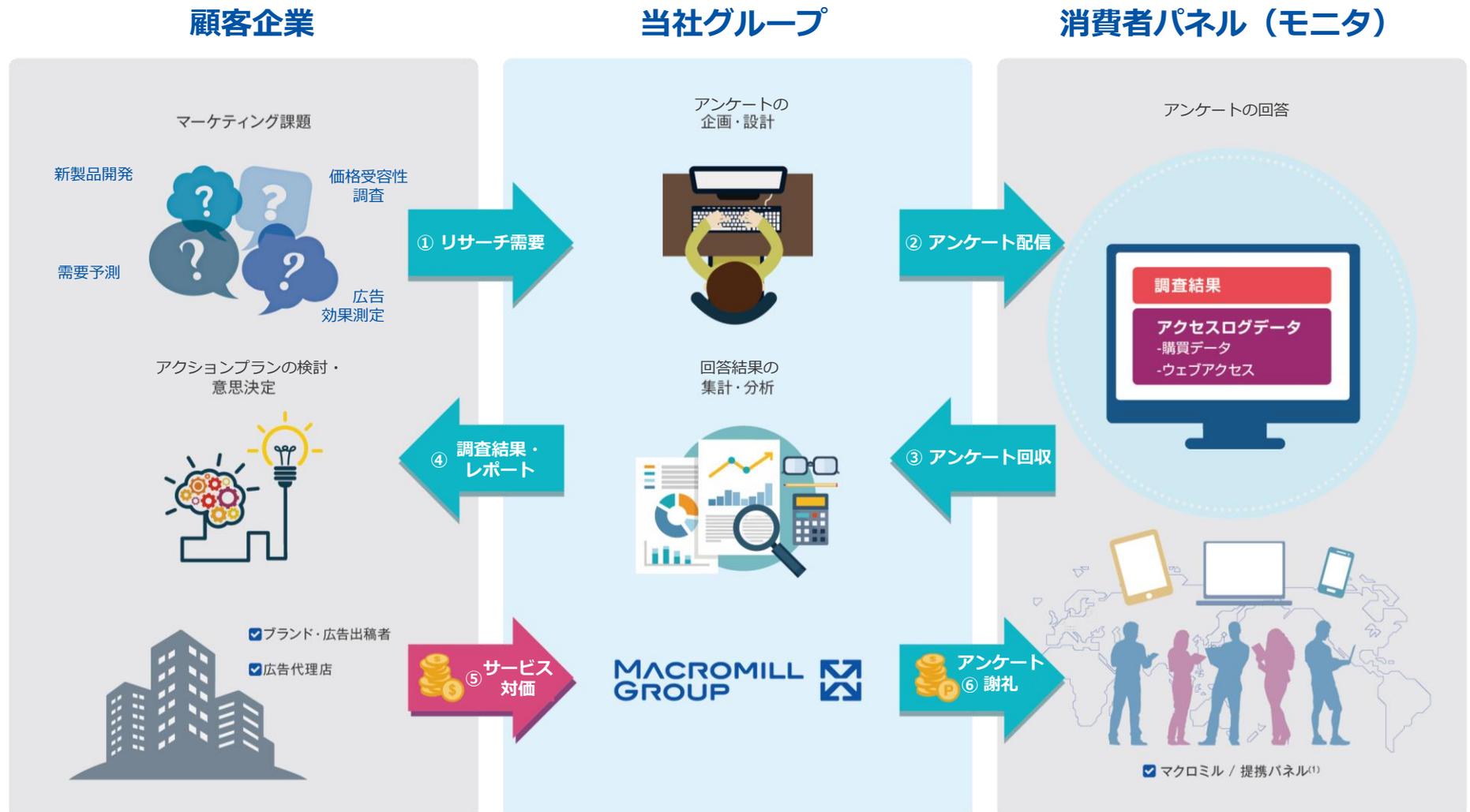
注

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

ESG投資指数「FTSE Blossom Japan Index」、「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に選定

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	<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>Think Now, Think Deep Act Now, Act Together Be True, Be Open Own It, Enjoy It</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	12 17	
消費者パネル	3. 的確な消費者インサイト発掘	12	
	4. 安心・安全なデータの取り扱いと推進	16	
人的資本	5. 多様な人材が活躍する環境を実現	5	
	6. 可能性に挑戦できる機会を提供	8	
	7. データネイティブな人材の育成	10	
パートナー企業	8. オープンイノベーション	17	
全般	9. ガバナンス		

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](#)