

2025/6期 Q2決算説明資料

2025年2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

1. 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
2. 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
3. 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 (3ヶ月間・単独ベース)		Q2 (6ヶ月間・累計ベース)	
	2024年6期 Q2	2025年6期 Q2	2024年6期 Q2	2025年6期 Q2
1 KRW =	0.1116	0.1087	0.1113	0.1093

2025/6期 Q2: Key Takeaways

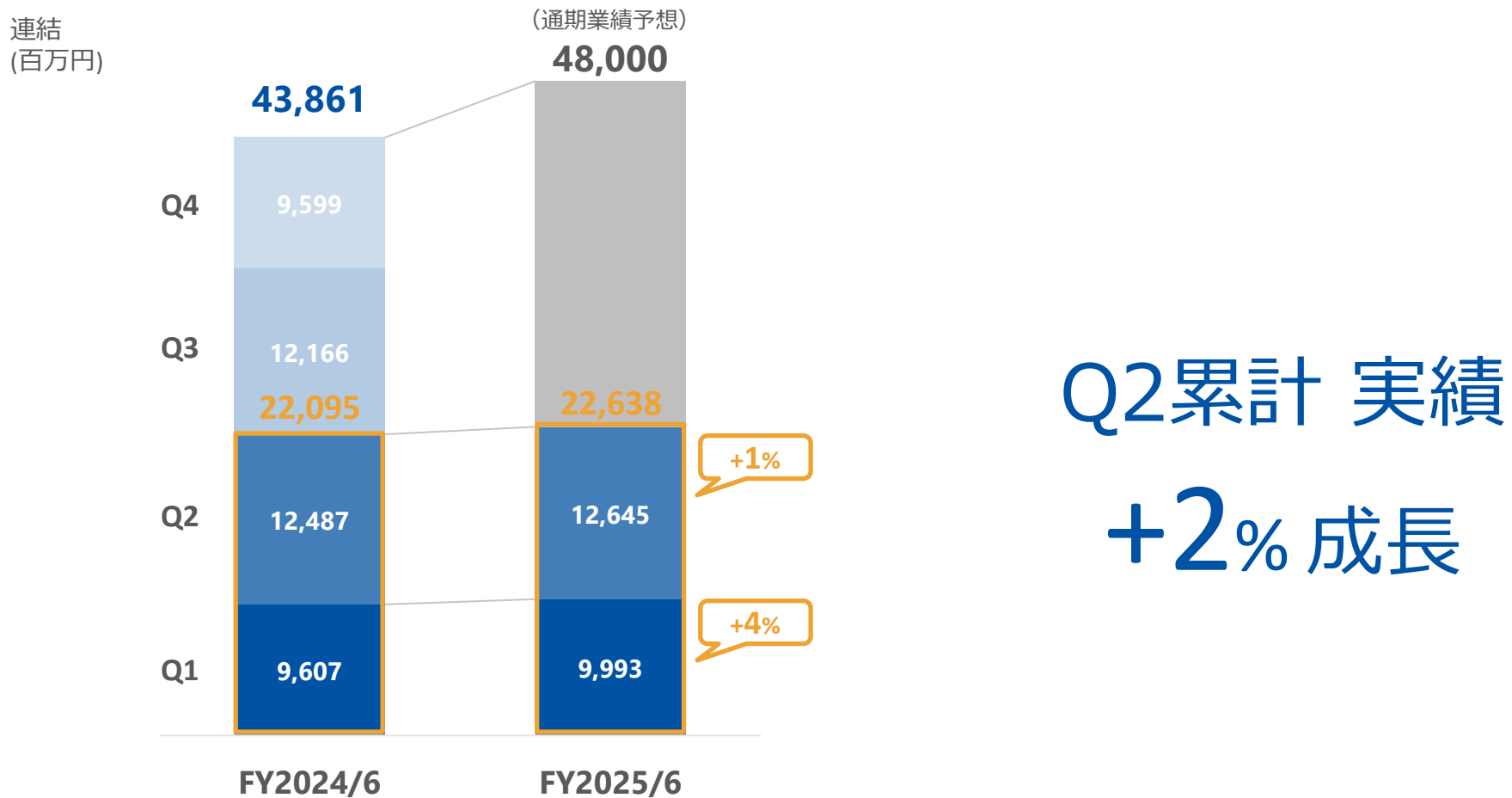
- 上期の業績は日本事業が堅調に推移し増収増益
- 特に事業利益は生産性の改善が進み二桁増益
- 上期のToluna社の持分法損失は304百万円（前期比+275百万の改善）

		2024/6期 Q2 YTD	2025/6期 Q2 YTD	YoY成長率
連結業績	売上収益	220.9億円	226.3億円	+2%
	事業利益 ⁽¹⁾	29.5億円	33.6億円	+14%
	営業利益	23.7億円	27.5億円	+16%
	親会社に帰属する 四半期利益	8.8億円	14.3億円	+62%

注

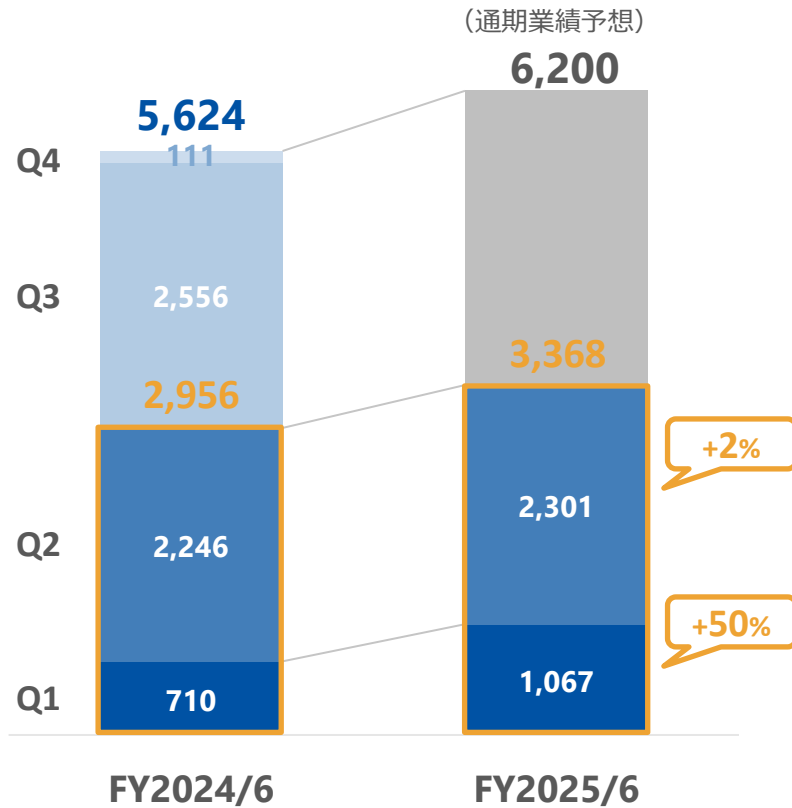
1. その他の海外事業セグメントをToluna社へ譲渡した譲渡対価として当社がToluna社の株式の17.4%等を取得していることから、2023年6期第4四半期よりToluna社は当社の持分法適用会社となっている当社グループの事業パフォーマンスを示すため、2024年6期第1四半期より営業利益からToluna社にかかる持分法投資損益を除いた金額を事業利益として記載している。加えて、2024年11月に「TJ1 株式会社による当社株式等に対する公開買付けに関する賛同の意見表明及び応募推奨のお知らせ」を公表しており、2025年第2四半期より本公開買付けに係る費用を除いている

Q2の売上は微増、下期は再び成長が加速する見通し



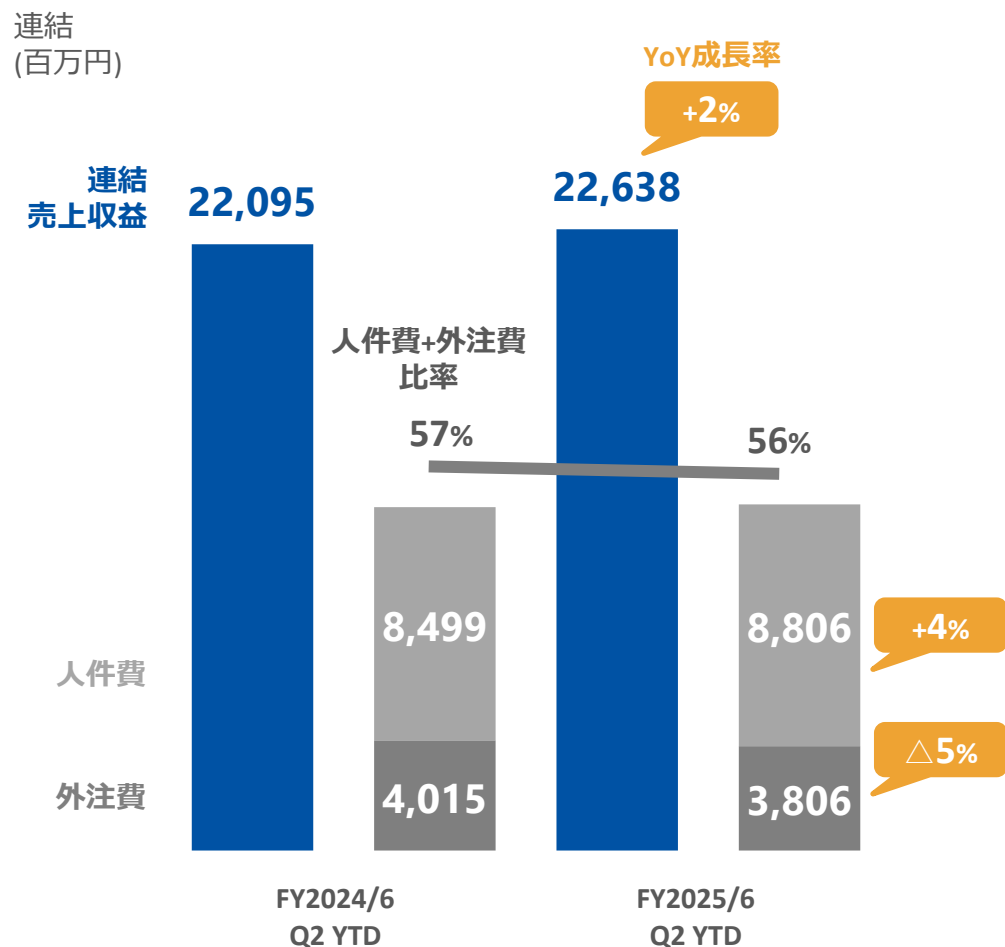
日本の生産性が向上し、上期の事業利益は二桁増益を実現

連結
(百万円)



Q2累計 実績
+14% 成長

外注費の削減が継続、引き続き「人件費+外注費比率」の低減を推進



Key Point

- 人件費：日本+253百万、韓国 +53百万
 - 前期Q2比+30人（日本+24人、韓国+6人）
- 外注費：日本 △178百万、韓国 △ 39百万
 - 日本は拡大したキャパシティを活用し内製化を推進
 - 人材定着率・習熟度の上昇により内部生産性が向上
 - 生成AIの活用による業務効率化を推進

2025/6期 Q2 事業セグメント別ハイライト

2025/6期 Q2: 日本事業セグメント業績推移

日本事業はQ3、次いでQ2が繁忙期

上期の売上は堅調に推移し、事業利益は生産性の向上により大きく増益

売上収益
Q2累計実績

194億

YoY +4%

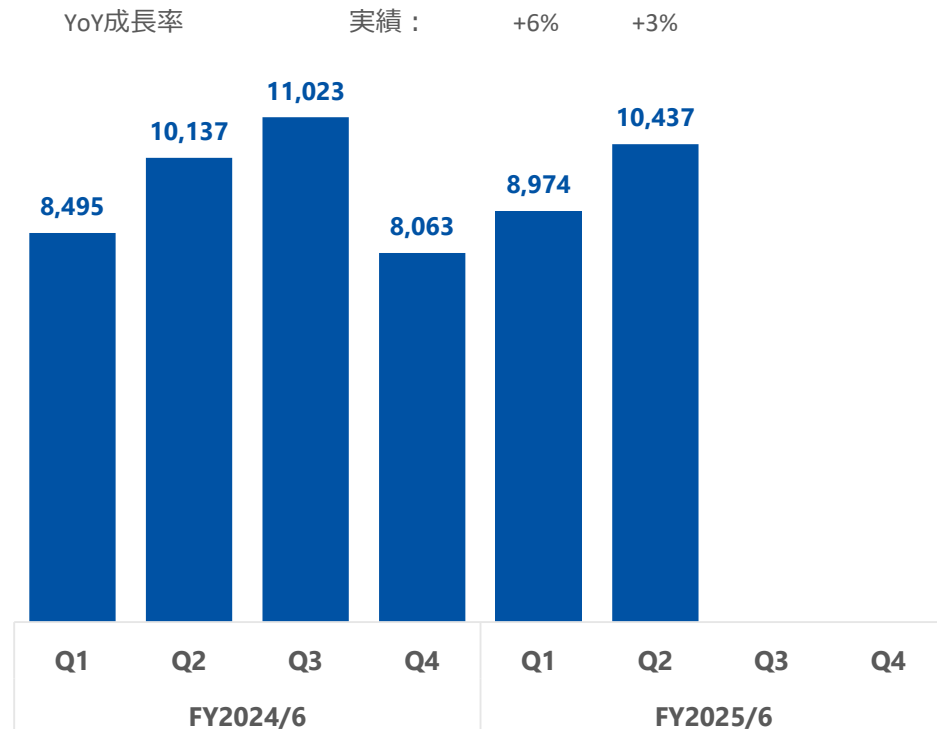
事業利益
Q2累計実績

32億

YoY+26%

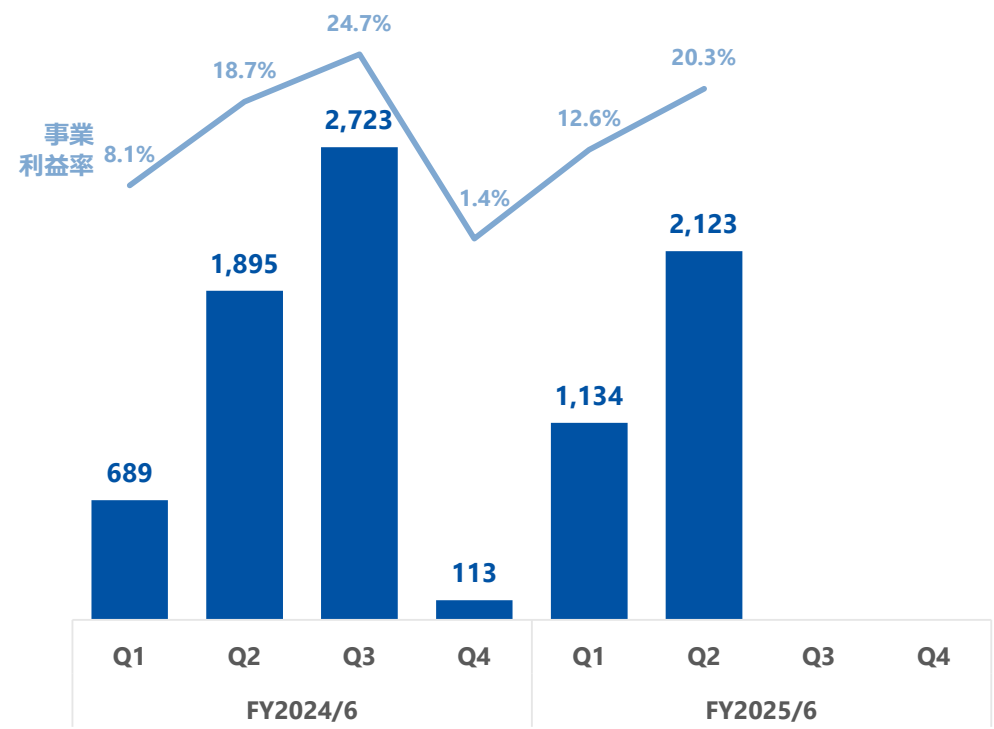
日本事業 売上収益 四半期別推移

(百万円)



日本事業 事業利益⁽¹⁾ 四半期別推移

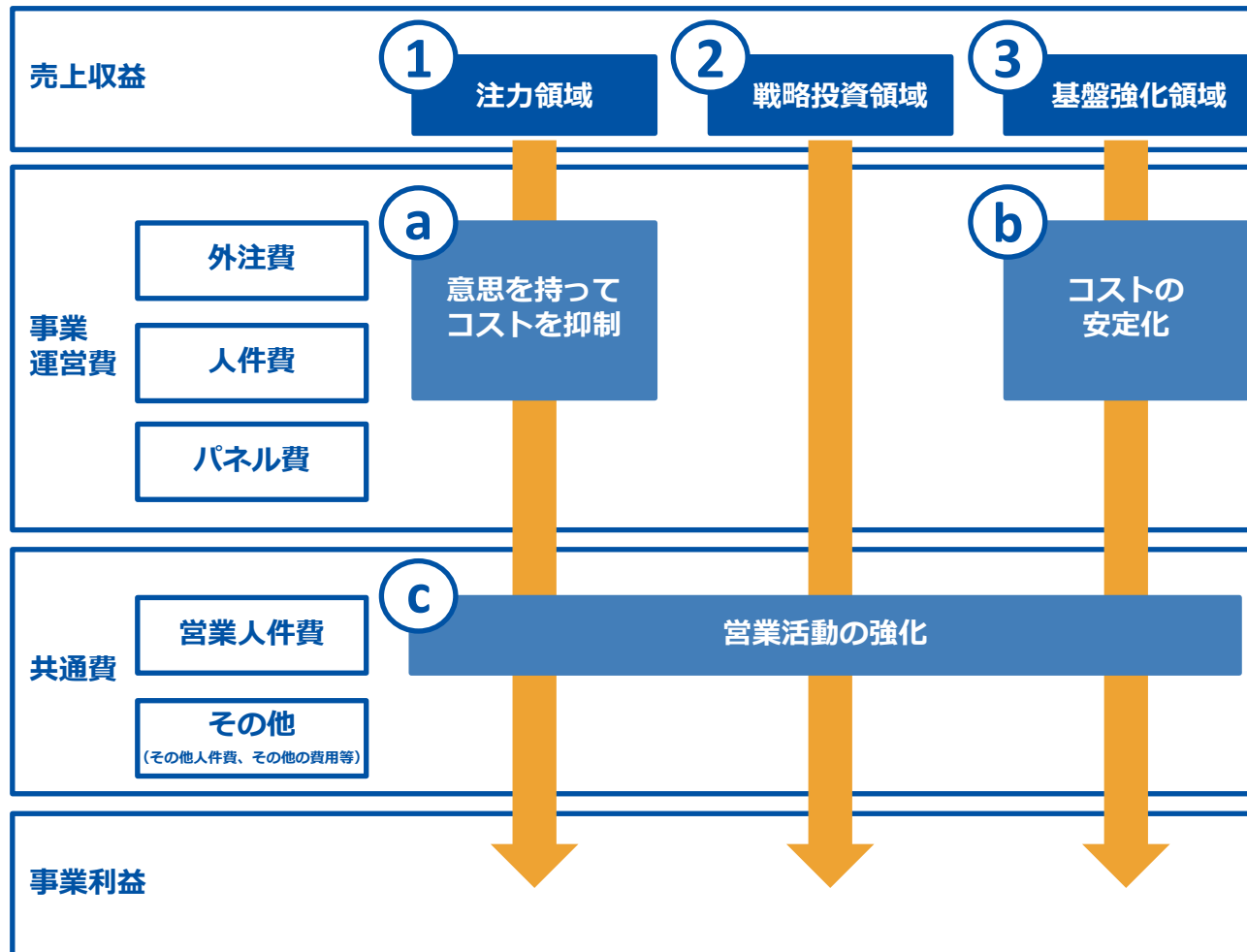
(百万円)



注

1. 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

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



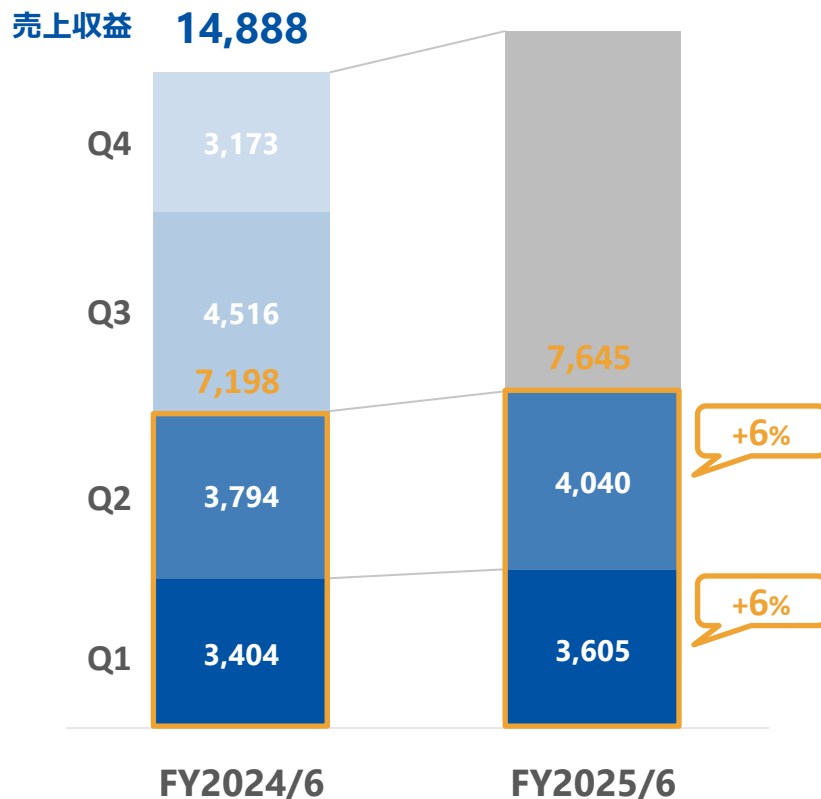
生産性KPI

- 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

オンラインリサーチの拡販に注力

新規顧客開拓、既存顧客との関係性強化により順調に拡大

日本事業セグメント
①注力領域分
(百万円)



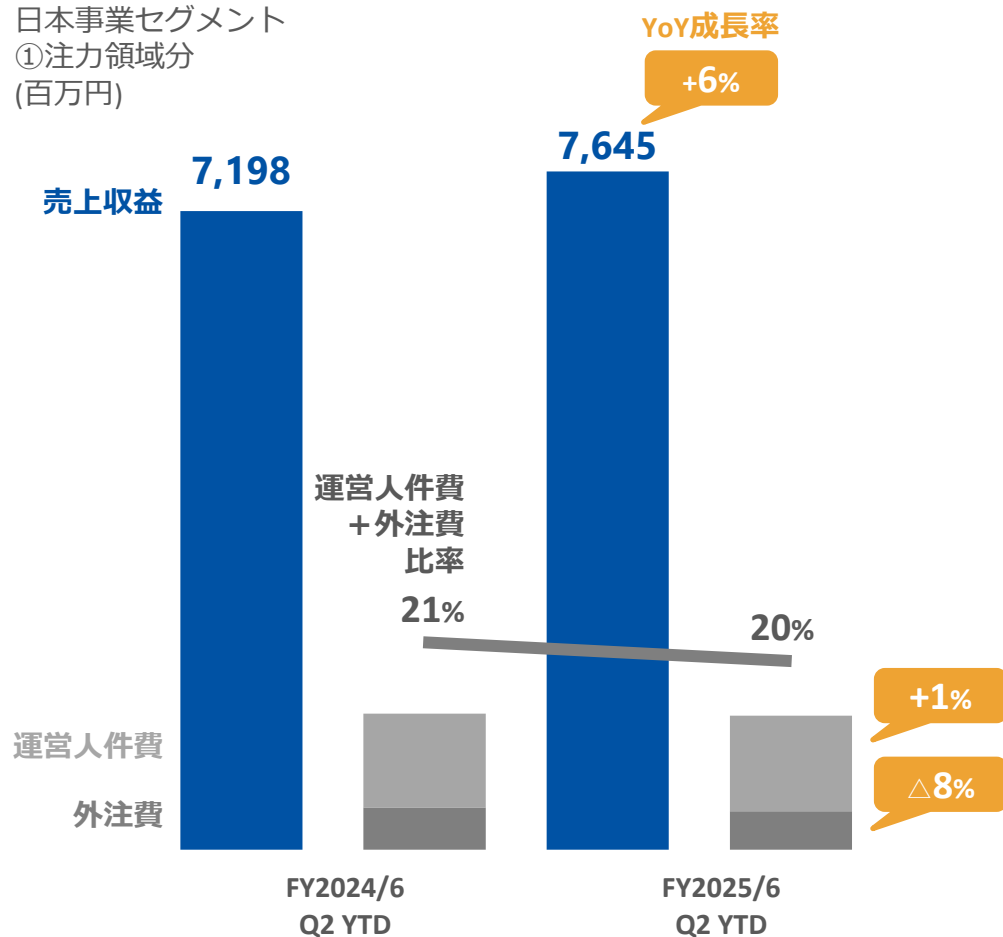
Q2累計 実績
+6% 成長

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)

外注費が抑制され「外注費+運営人件費比率」が低減 引き続き、当該領域の売上伸長及び生産性向上に注力

日本事業セグメント
①注力領域分
(百万円)



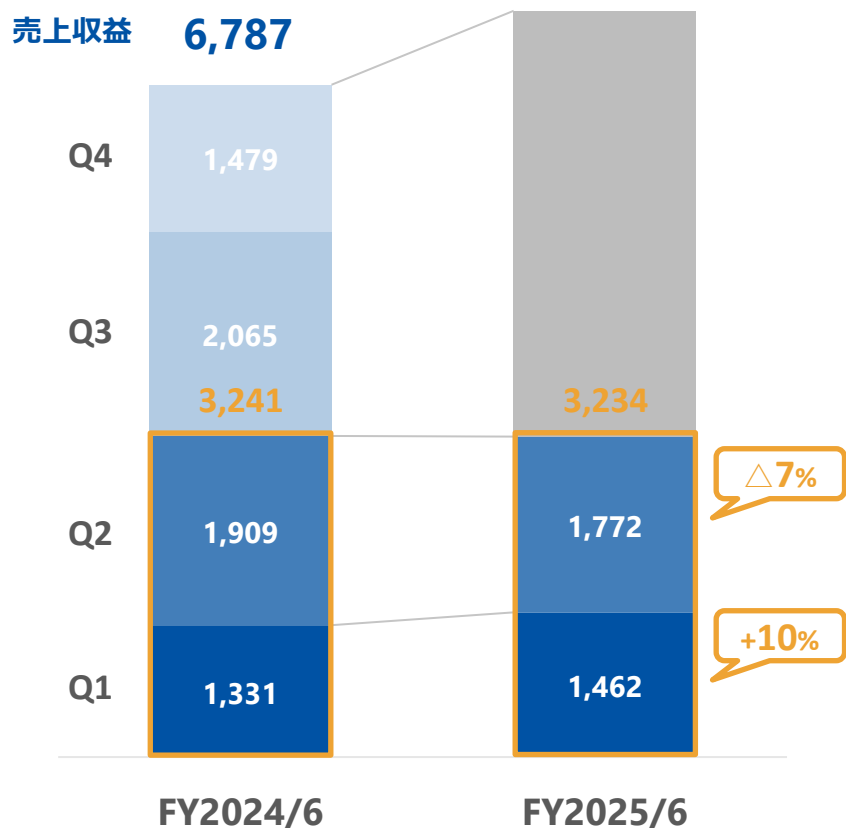
Key Point

- 運営人件費：前期比+1%増
 - 退職抑制及び人材育成が奏功
 - 人材習熟度が向上
 - 運用工程を見直し工数を削減
 - 業務の自動化、AIの活用を推進中
- 外注費：前期比△8%減
 - 内製化及び内部生産性の向上により外注費をコントロール

1件あたりの案件規模が大きい事業群

事業ごとのボラティリティがある中、上期は前期並みの実績

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

△0% 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)

2025/6期 Q2:日本事業 戦略投資領域 四半期別売上推移

コンサルティングが二桁増収、一方でグローバルが大型案件の縮小により減収
 新規事業として1月にサブスクリプションモデルの新サービスを開始

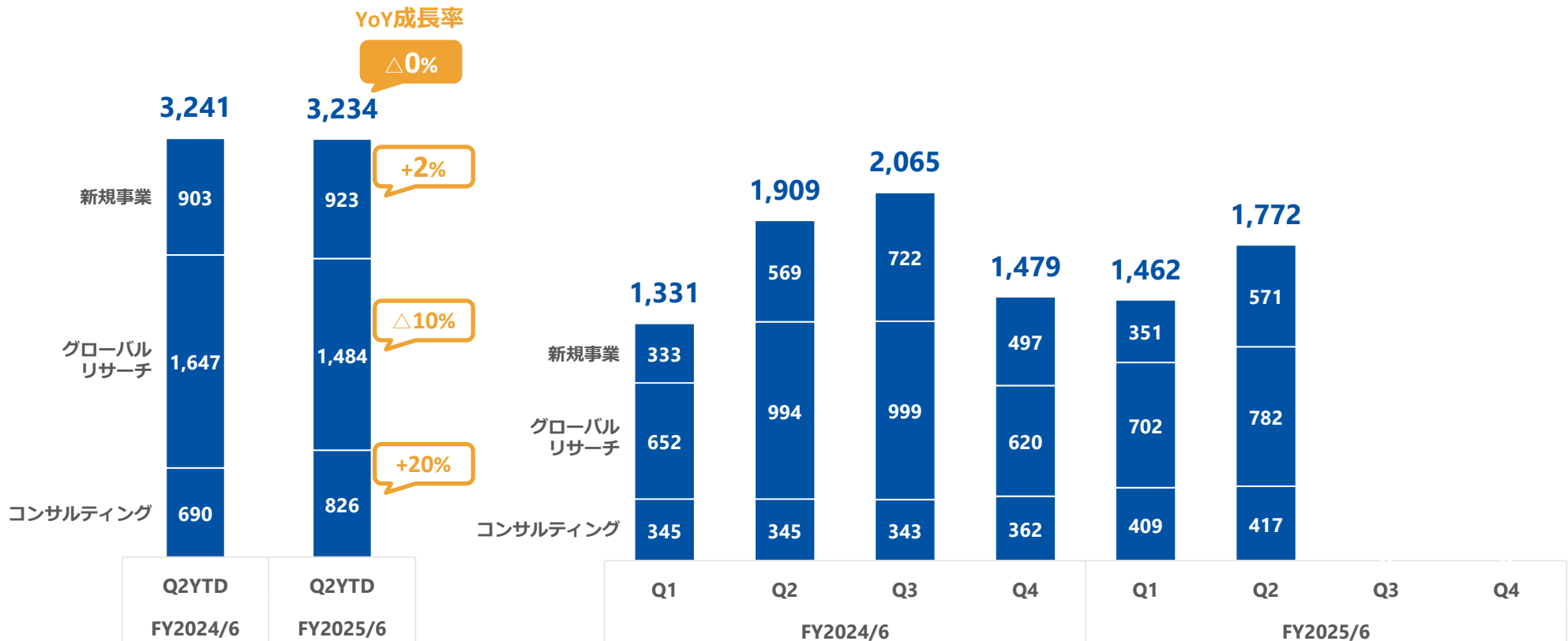
戦略投資領域 Q2 YTD 売上収益 (6カ月)

(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: +10% △7%



サブスクリプションモデルでのデータ提供サービス 「Coreka（コレカ）」の提供を開始

商品開発のアイデア発想を支援するプラットフォーム



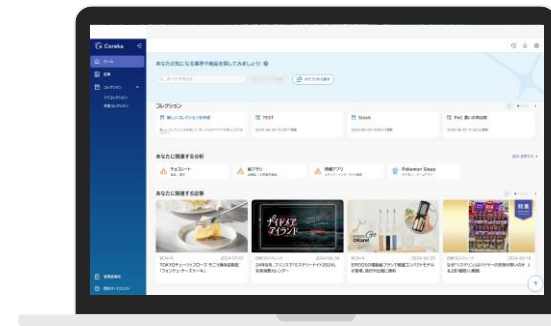
3つの特徴

- 180カテゴリー、3,500ブランドの市場・生活者データにアクセス可能
- 調査会社ならではの高品質な分析レポートが閲覧し放題。独自企画テーマで毎週更新
- 探索に特化したUI/UXで、定量/定性情報へ網羅的にアクセス可能

サービスURL : <https://www.macromill.com/service/platform/coreka/>

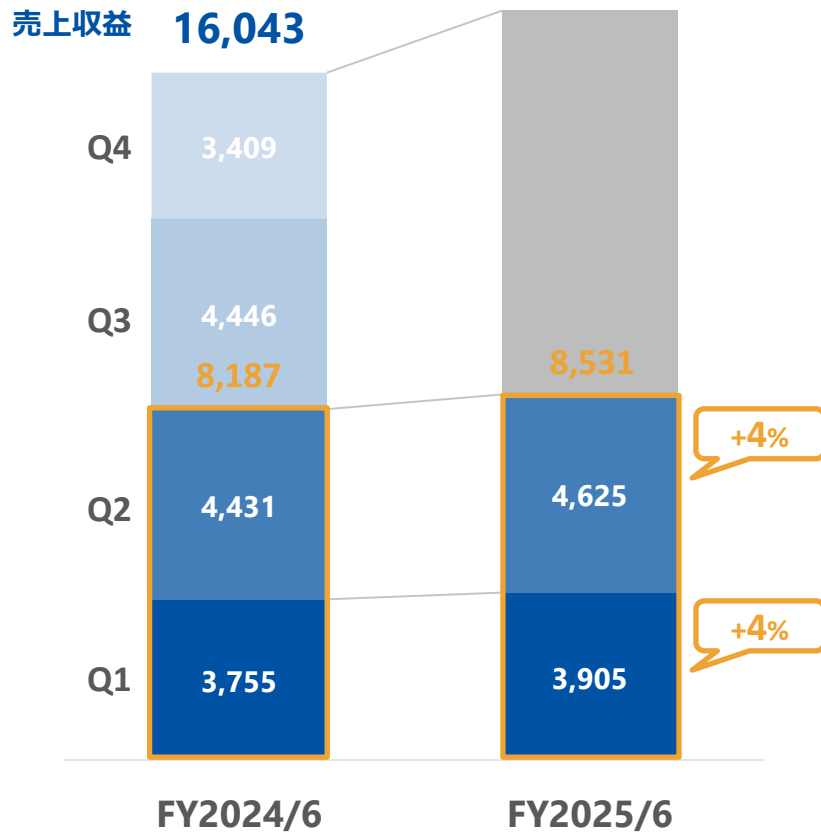
無料版 : 無料公開分析レポートと3500ブランドの一部分析データが見放題

有料版 : 3,500ブランドの「購入金額」の時系列データを含む、全分析データが見放題、
全分析レポートをダウンロードし放題。10アカウント 月額300,000円～



上期は堅調に推移、下期にかけて成長モメンタムは加速する見通し

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
+4% 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, QO, 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

2025/6期 Q2: 日本事業 基盤強化領域 四半期別売上推移

上期はオフライン及びデータ提供、代理店等の子会社群ともに堅調に推移
 Q1で減収だったオフラインリサーチがQ2で回復

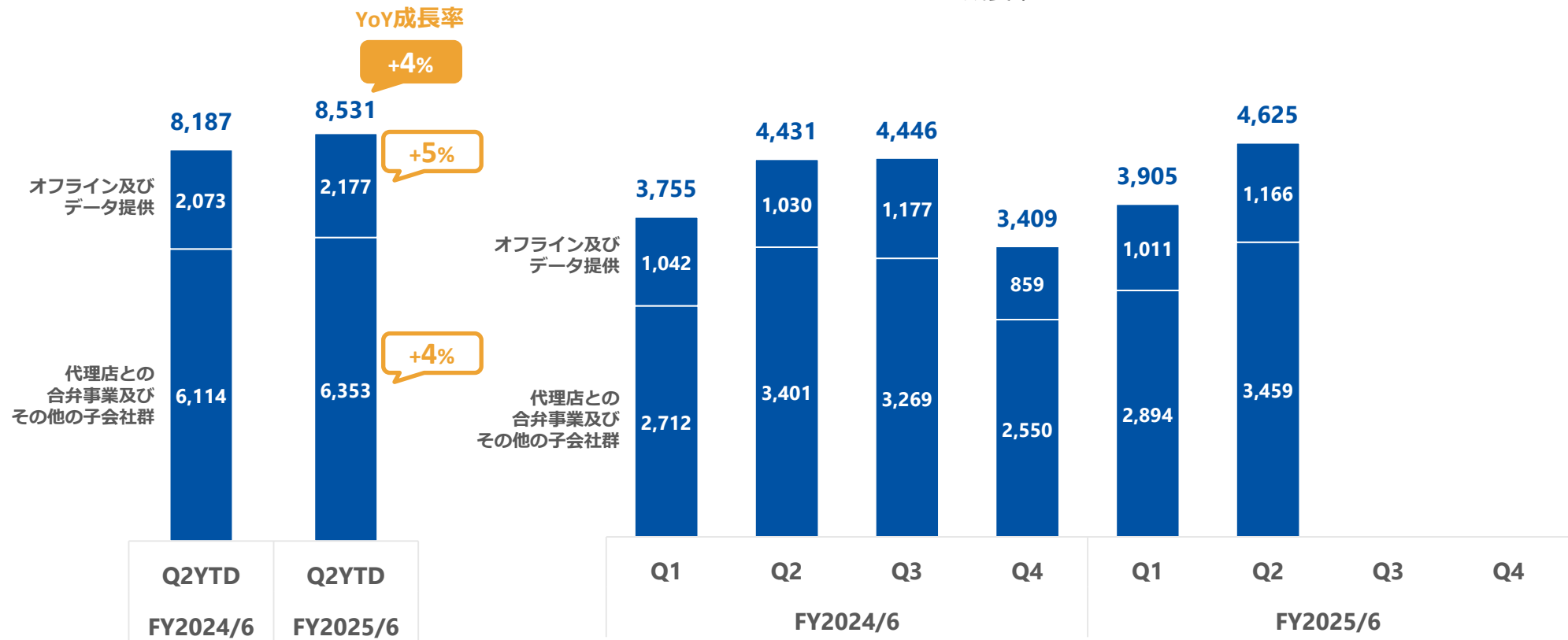
基盤強化領域 Q2 YTD 売上収益 (6カ月)

(百万円)

基盤強化領域 売上収益 四半期推移

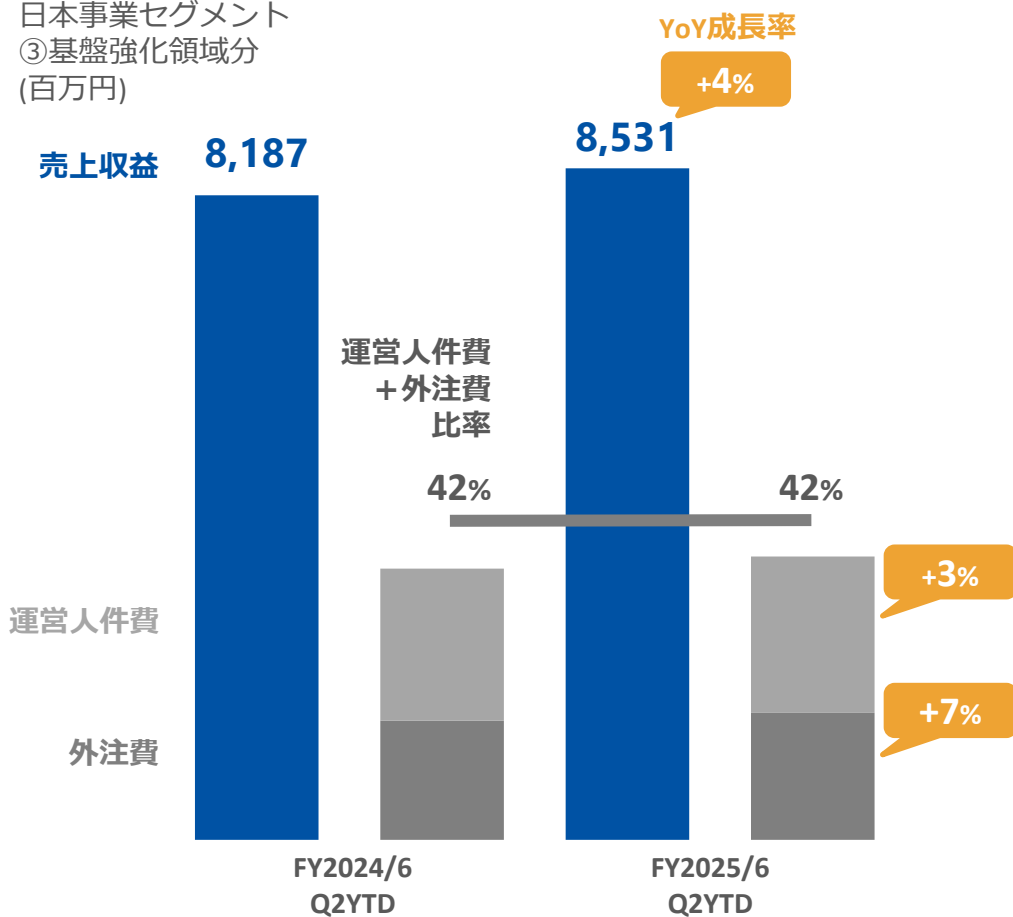
(百万円)

YoY成長率: +4% +4%



子会社におけるプロダクトMIXの影響もあり、 「外注費+運営人件費比率」は前期並みを維持

日本事業セグメント
③基盤強化領域分
(百万円)

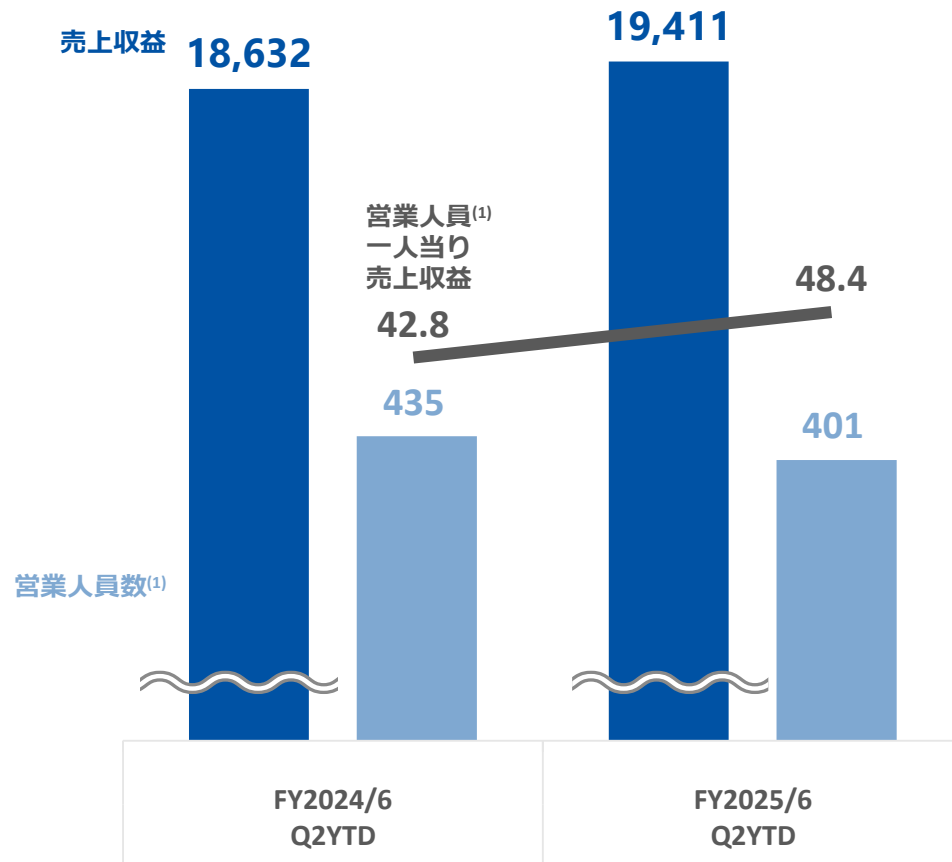


Key Point

- 運営人件費：前期比+3%増
 - 子会社における運用体制、人員の強化
- 外注費：前期比+7%増
 - 子会社において外注比率の高いプロダクトの売上が拡大

アカウントマネジメントを強化し営業効率も向上

日本事業セグメント
(百万円、人)



Key Point

- **営業人員数：前期比△34名**
 - 既存従業員の提案力を強化
 - 製販一体型の営業活動を推進

- **営業一人当り売上**
 - 7月より組織変更、業界特性に合わせ営業体制・業務フローを見直し
 - グループ企業間の連携を強化し、相互送客を推進

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。

2025/6期 Q2: 韓国事業セグメント業績推移

景況感の悪化が継続しており、政府系案件のリサーチ予算が縮小し上期の業績は減収減益
 購買データ提供等の新規事業の拡大、及びさらなるコストコントロールに努める方針

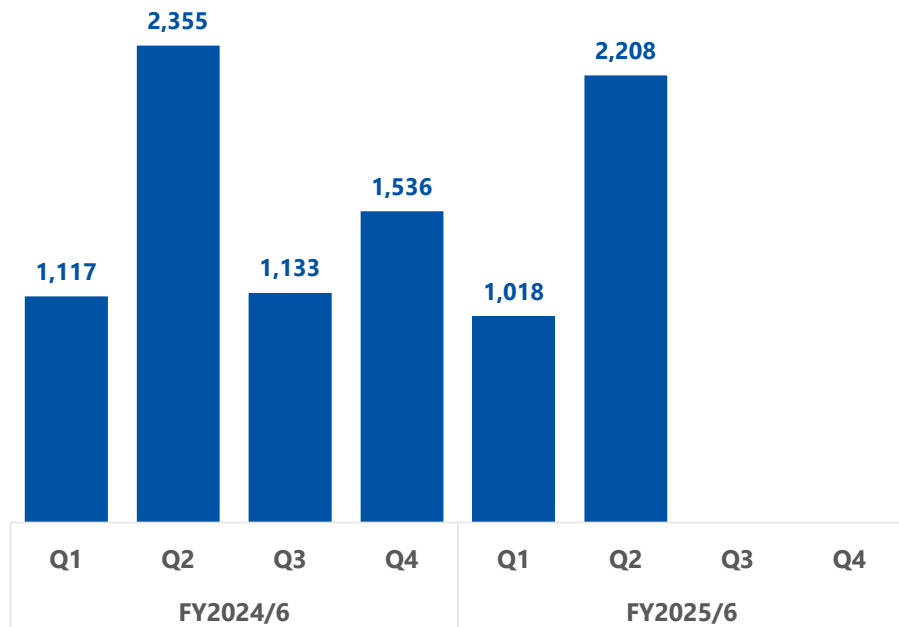
売上収益
 Q2累計実績 **32億** | YoY Δ **7%**

事業利益
 Q2累計実績 **1.1億** | YoY Δ **70%**

韓国事業 売上収益 四半期別推移

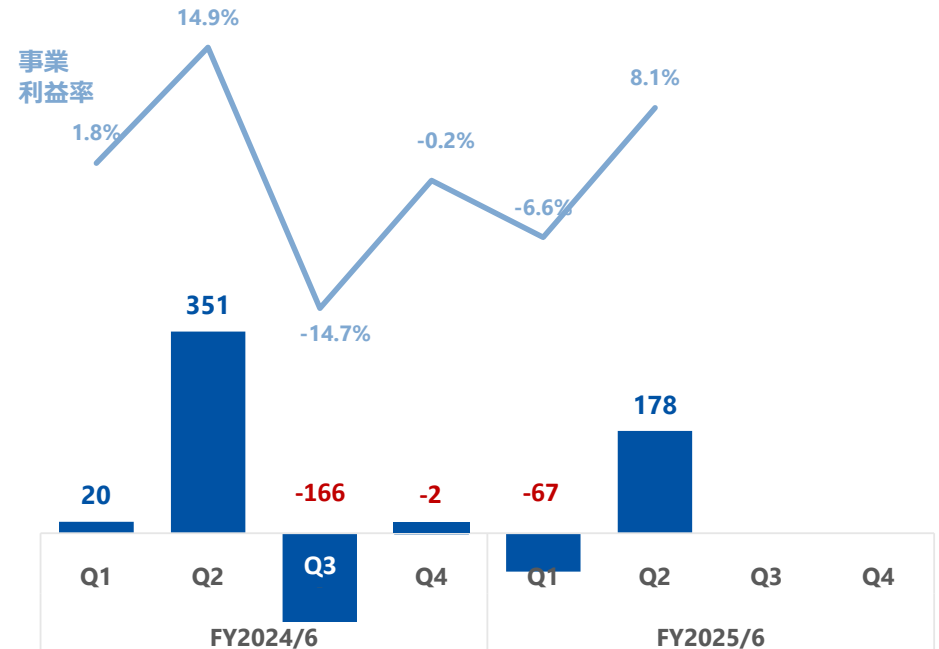
(百万円)

YoY成長率
 実績 : -9% -6%
 為替影響除く : -9% -4%



韓国事業 事業利益 四半期別推移

(百万円)



2025/6期 Q2 財務に係るアップデート

2025/6期 Q2: 連結 損益計算書 (P/L) (1)

Q2 (6カ月間)

21

韓国事業は減収が継続するも、日本事業が堅調に推移し連結売上は増収
日本における生産性改善が進展し事業利益は二桁増益

2025/6期 Q2 (6カ月)

連結
(百万円)

	2024/6期 Q2YTD 実績	2025/6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	22,095	22,638	+543	+2%
日本事業 売上収益	18,632	19,411	+779	+4%
韓国事業 売上収益	3,472	3,226	△246	△7%
事業利益⁽²⁾	2,956	3,368	+412	+14%
日本事業 事業利益 ⁽²⁾	2,584	3,258	+673	+26%
韓国事業 事業利益	371	110	△261	△70%
事業利益率	13.4%	14.9%	-	+1.5pt
Toluna社の持分法による投資損益	△579	△304	+275	-
公開買付けに係る費用 (△支出)	-	△309	△309	-
営業利益	2,377	2,755	+378	+16%
親会社の所有者に帰属する当期利益	888	1,437	+549	+62%

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。加えて、2024年11月に「T11 株式会社による当社株式等に対する公開買付けに関する賛同の意見表明及び応募推奨のお知らせ」を公表しており、2025年第2四半期より本公開買付けに係る費用を除いている

TOB関連費用を除いた営業費用合計の増加率は売上伸長率以下に抑制

将来に向けたシステム投資は継続しながらも、外注費・人件費を適正にコントロールする方針

2025/6期 Q2 (6カ月)

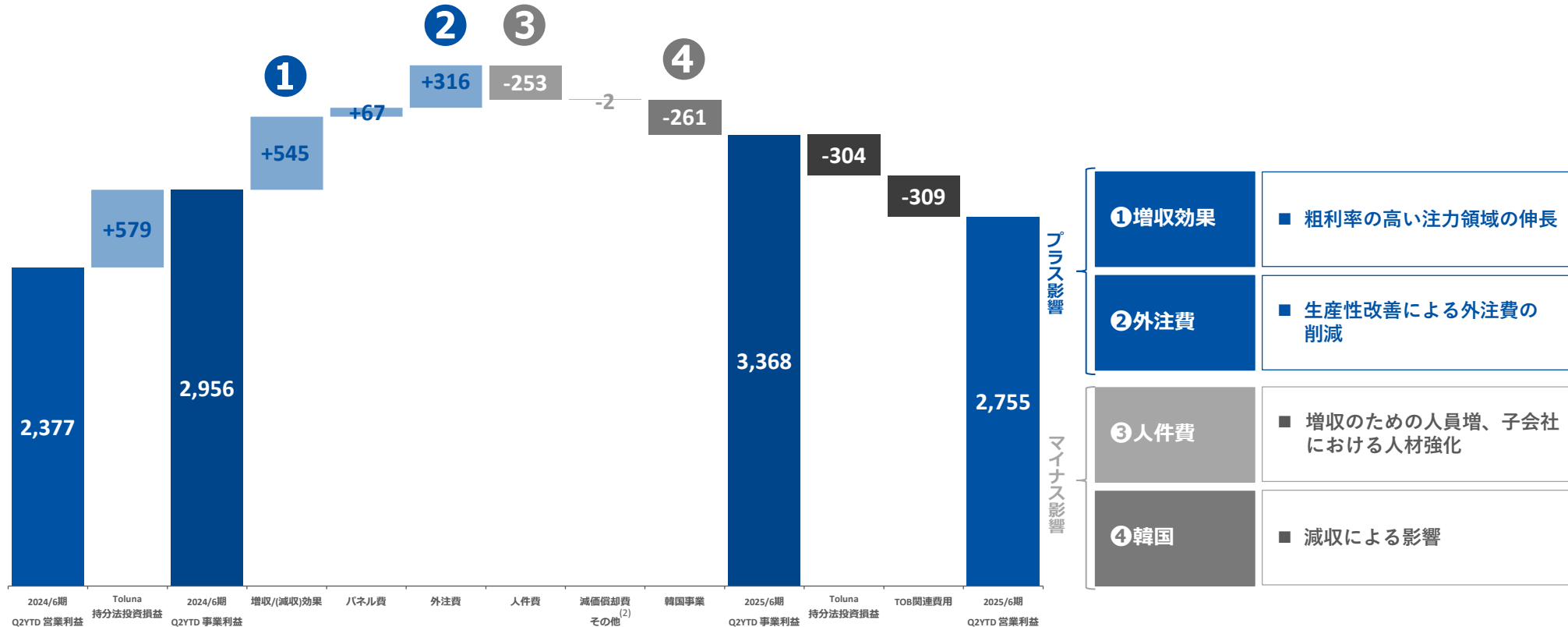
連結
(百万円)

	2024/6期 Q2YTD実績	2025/6期 Q2YTD実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上収益	22,095	22,638	+543	+2%
パネル費	2,762	2,778	+15	+1%
外注費	4,015	3,806	△208	△5%
人件費	8,499	8,806	+307	+4%
減価償却費及びその他	3,832	4,254	+421	+11%
(その他のうちTOB関連費用	-	309	+309	-)
営業費用合計	19,110	19,647	+536	+3%

日本事業の増収効果に加え外注費の抑制が、人件費の増加、韓国の減益影響を吸収し事業利益が拡大
 Q2でTOB関連費用の発生はあるものの、営業利益も増益

2025/6期 Q2 (6カ月) 連結営業利益 (OP) の変動要因分析⁽¹⁾

連結
 (百万円)



注

- 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
- その他は、営業費用のその他に加え、その他の営業収益、その他の営業費用等を含む

2025/6期 Q2: 連結貸借対照表 (B/S)

社債の発行により負債は79億円増加、流動資産は83億円の増加
 通期のNet Debt/EBITDAは中計目標の2~2.5x以内となる見通し

2025/6期 Q2

連結
 (百万円)

	2024/6月期 期末	2025/6月期 Q2末	前期末比
流動資産合計	20,986	29,350	+8,363
現金及び現金同等物	10,398	17,025	+6,626
営業債権及びその他の債権	5,984	7,993	+2,008
非流動資産合計	68,218	67,727	△491
のれん	40,665	41,116	+450
(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	43,406	51,398	+7,992
借入金及び社債 ⁽¹⁾	30,498	39,725	+9,226
資本合計	45,799	45,678	△120

主要財務指標

Net Debt⁽²⁾/ EBITDA⁽³⁾	2.62 x	2.80 x	
純有利子負債	20,100	22,700	+2,599
EBITDA ⁽³⁾	7,683	8,096	+412

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
- 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P.3参照

2025/6期 Q2: 連結キャッシュ・フロー計算書 (C/F)

前期比で営業利益は増加したものの、増益に伴う法人税や賞与の増加等により、営業活動によるキャッシュ・フロー、フリーキャッシュ・フローが減少

財務活動によるキャッシュ・フローは、前期の社債償還、当期の社債発行により昨対で144億円増加

2025/6期 Q2YTD (6カ月)

連結
(百万円)

累計期間 (6 カ月)

	2024/6月期 Q2YTD実績	2025/6月期 Q2YTD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	1,719	215	△1,503
投資活動によるキャッシュ・フロー	△381	△808	△426
フリーキャッシュ・フロー ⁽¹⁾	1,456	△418	△1,875
財務活動によるキャッシュ・フロー	△7,114	7,297	+14,411
現金及び現金同等物の増減額	△5,776	6,703	+12,480
現金及び現金同等物の期末残高	12,484	17,025	+4,541

注

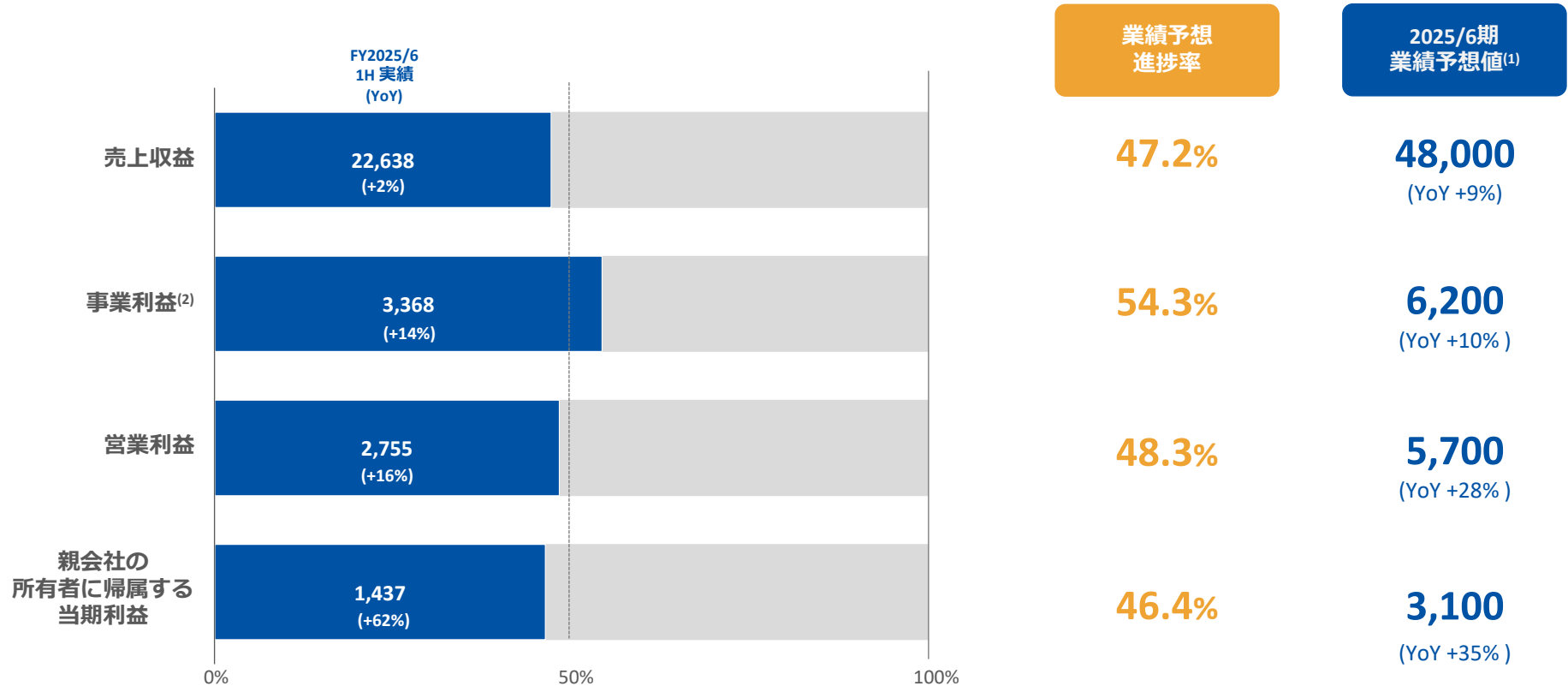
1. フリー・キャッシュ・フロー=営業活動によるキャッシュ・フロー±投資活動によるキャッシュ・フロー-利息の支払額

2025/6期 Q2: 業績予想値に対する達成度

通期業績予想に変更はなく、引き続き業績予想の達成を目指す

2025/6期 1H 実績値 vs. 2025/6期 業績予想値

連結
(百万円)



注
1. 2025/6期 通期 (業績予想値) は平均為替レート1ウォン=0.11円を前提としています
2. 持分法適用会社化したToluna社の持分法投資損益とTOB関連費用を除いた数字

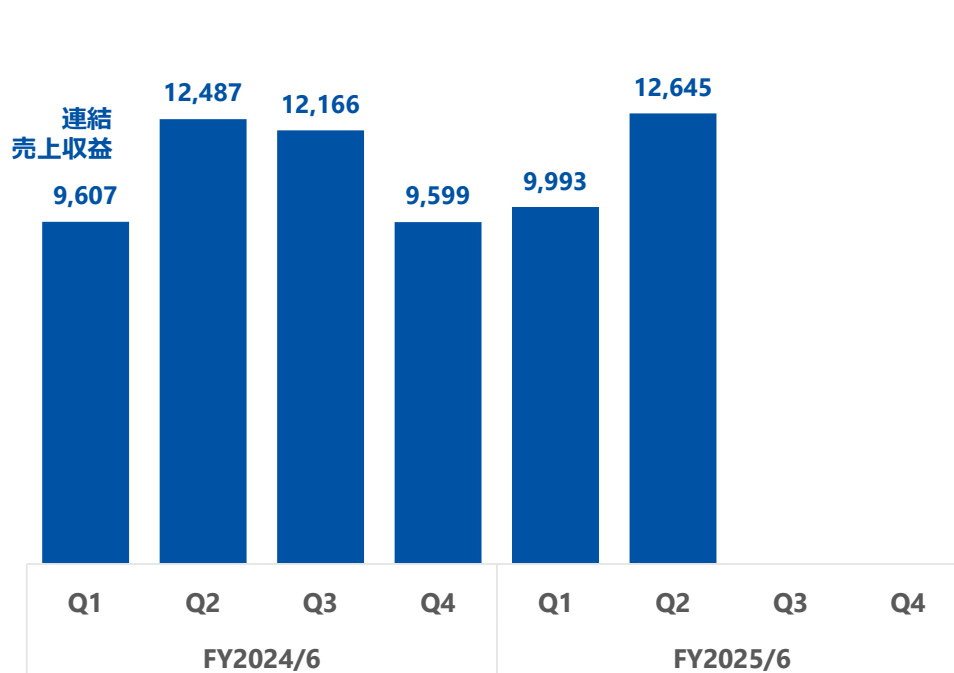
添付資料

- i. 2025年/6期 Q2 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）

2025/6期 Q2: 連結 四半期別 業績推移

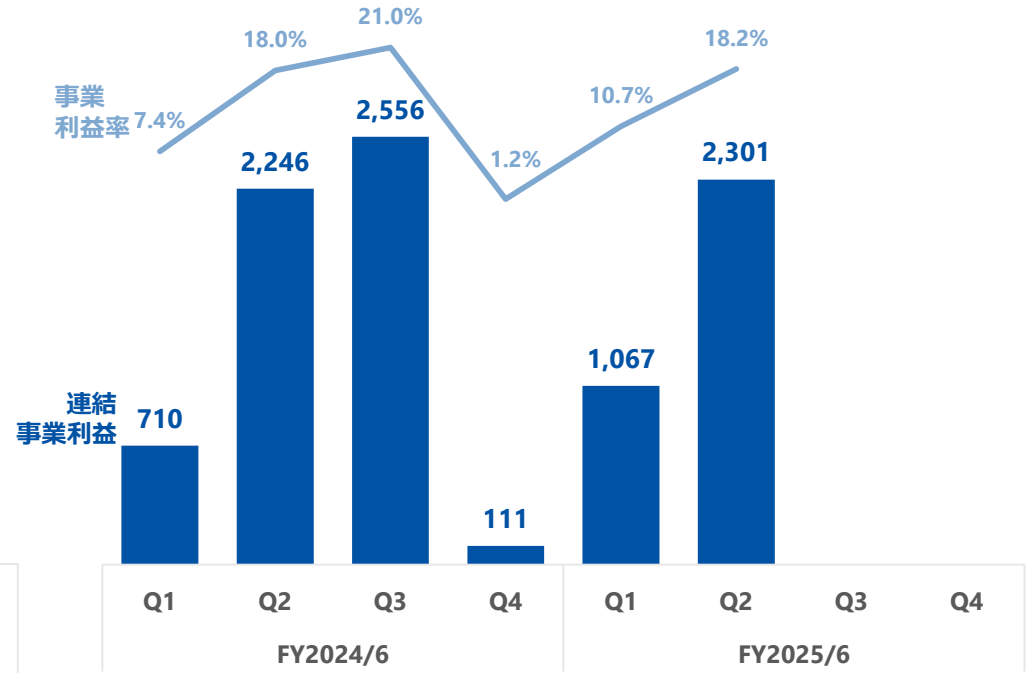
売上収益 四半期別推移

連結 (百万円) YoY 成長率 実績: +4% +1%



事業利益⁽¹⁾ 四半期別推移

連結 (百万円) YoY 成長率 実績: +50% +2%



注

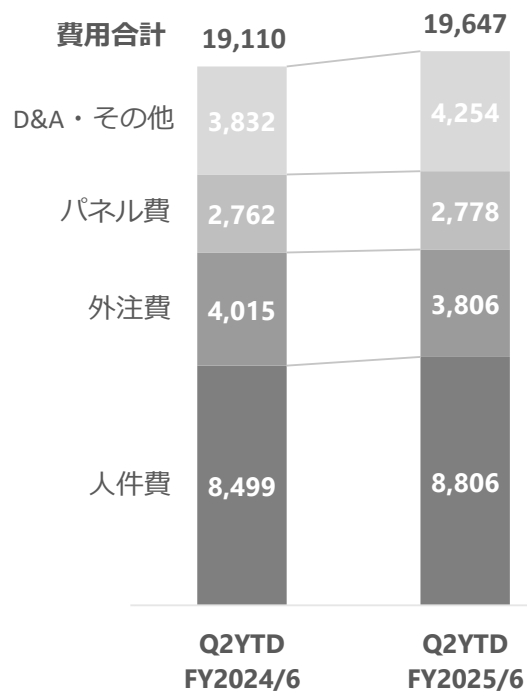
- 事業利益：その他の海外事業セグメントをToluna社へ譲渡した譲渡対価として当社がToluna社の株式の17.4%等を取得していることから、2023年6期第4四半期よりToluna社は当社の持分法適用会社となっている。当社グループの事業パフォーマンスを示すため、2024年6期第1四半期より営業利益からToluna社にかかる持分法投資損益を除いた金額を事業利益として記載している

2025/6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：2025年6期 Q2 決算補足データ(EXCEL形式)

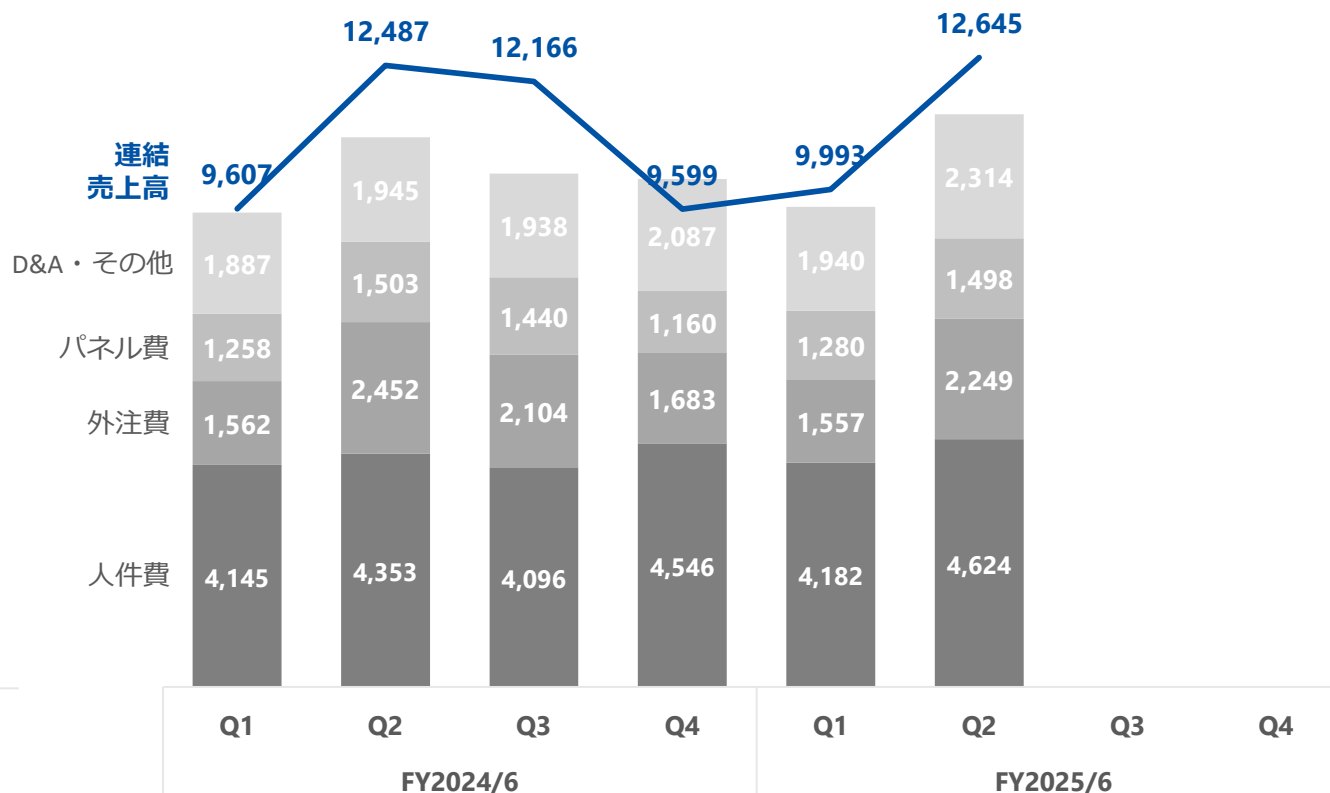
2025/6期 Q2YTD 営業費用 (6カ月)

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FY2024/6より日本事業の売上収益の内訳区分を変更

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, QO, 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

		FY2023/6					FY2024/06					FY2025/06				
		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⁾	7,770	9,271	10,206	7,660	34,909	8,495	10,137	11,023	8,063	37,719	8,974	10,437			
	注力事業	3,215	3,639	4,216	3,037	14,110	3,404	3,794	4,516	3,173	14,888	3,605	4,040			
	戦略投資事業	1,166	1,641	1,917	1,285	6,011	1,331	1,909	2,065	1,479	6,787	1,462	1,772			
	基盤強化事業	3,388	3,989	4,071	3,337	14,785	3,755	4,431	4,446	3,409	16,043	3,905	4,625			
前年比/ YoY	日本事業売上 ⁽¹⁾	+8%	+7%	+7%	+4%	+7%	+9%	+9%	+8%	+5%	+8%	+6%	+3%			
	注力事業	-2%	-4%	-2%	-0%	-2%	+6%	+4%	+7%	+4%	+6%	+6%	+6%			
	戦略投資事業	+34%	+32%	+23%	+17%	+26%	+14%	+16%	+8%	+15%	+13%	+10%	-7%			
	基盤強化事業	+13%	+10%	+11%	+4%	+9%	+11%	+11%	+9%	+2%	+9%	+4%	+4%			

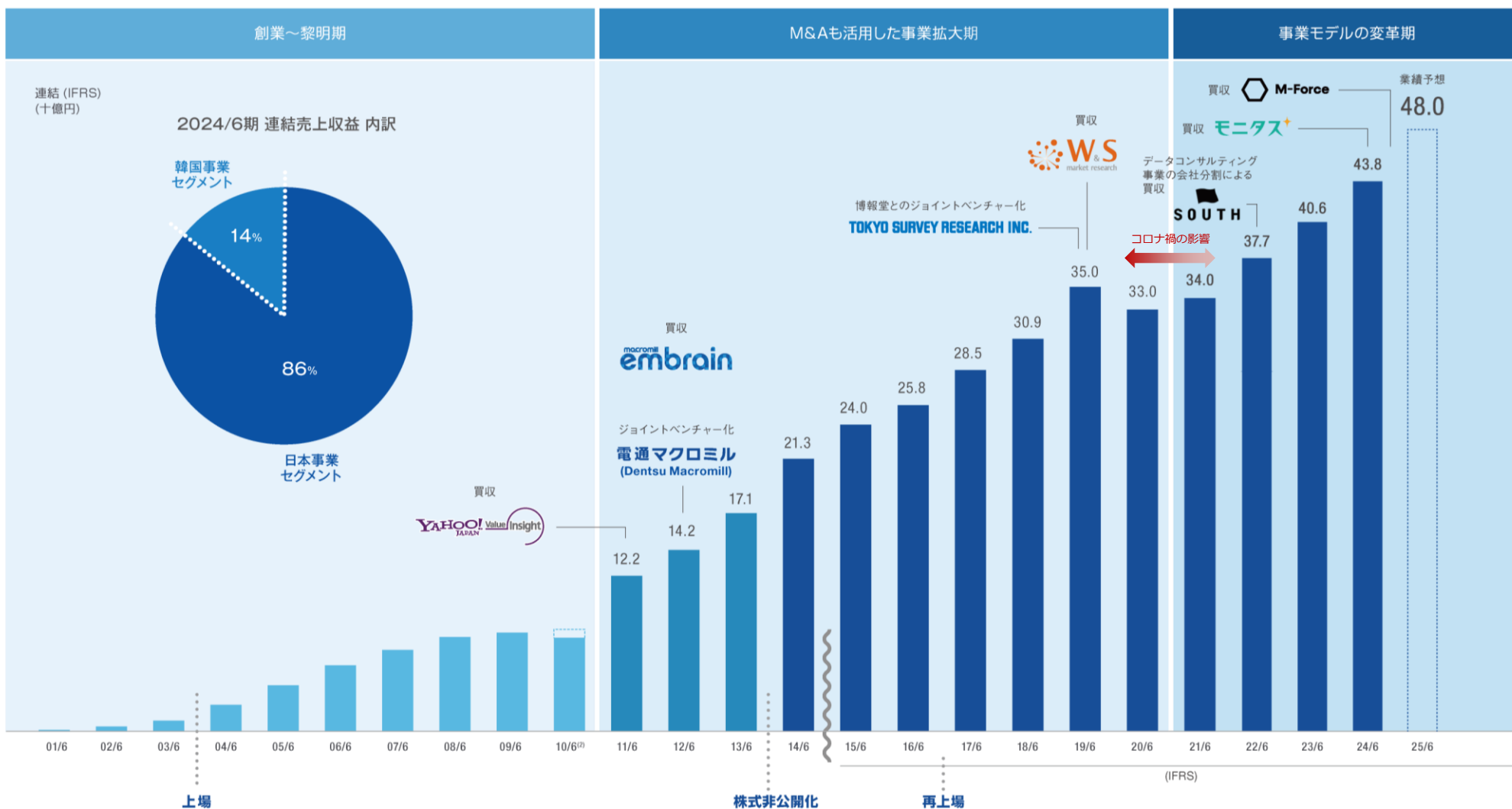
注:日本事業売上はセグメント間収益を含む数字、領域別売上は外部収益数字であるため合計値と日本事業売上に差異があります

添付資料

- i. 2025年/6期 Q2 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・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

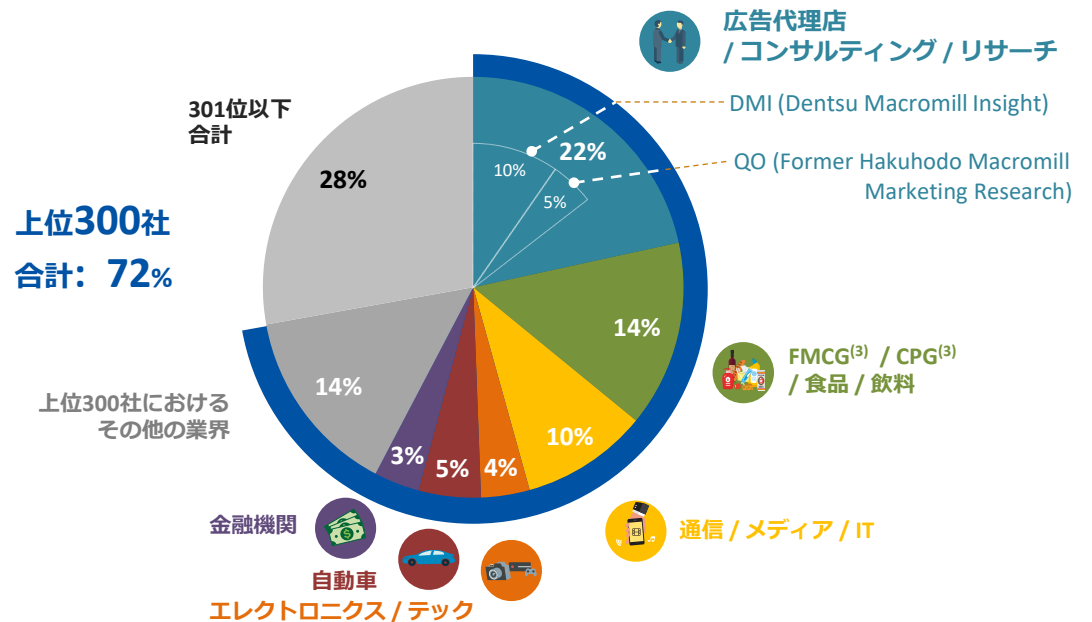
約1,500社
韓国

大口顧客との取引継続率 (1)

90%以上
日本 (2)

2024/6期 顧客業界別にみた売上収益の内訳

連結 (IFRS)



特定の業界に偏りのない顧客基盤

当社のサービス活用事例 (当社HP)



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)。2020年6月期から2024年6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

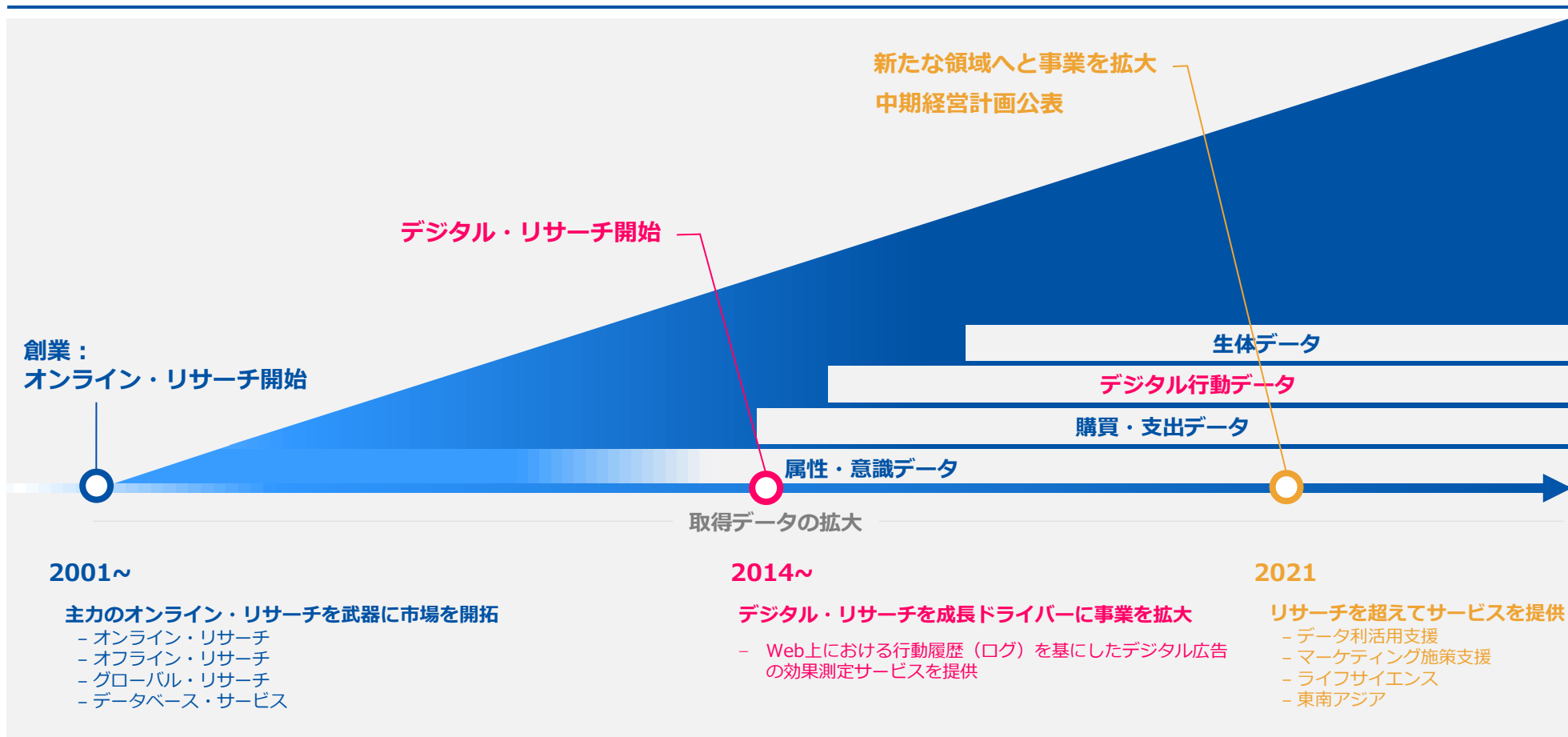
合計1.3億人超の消費者パネル

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

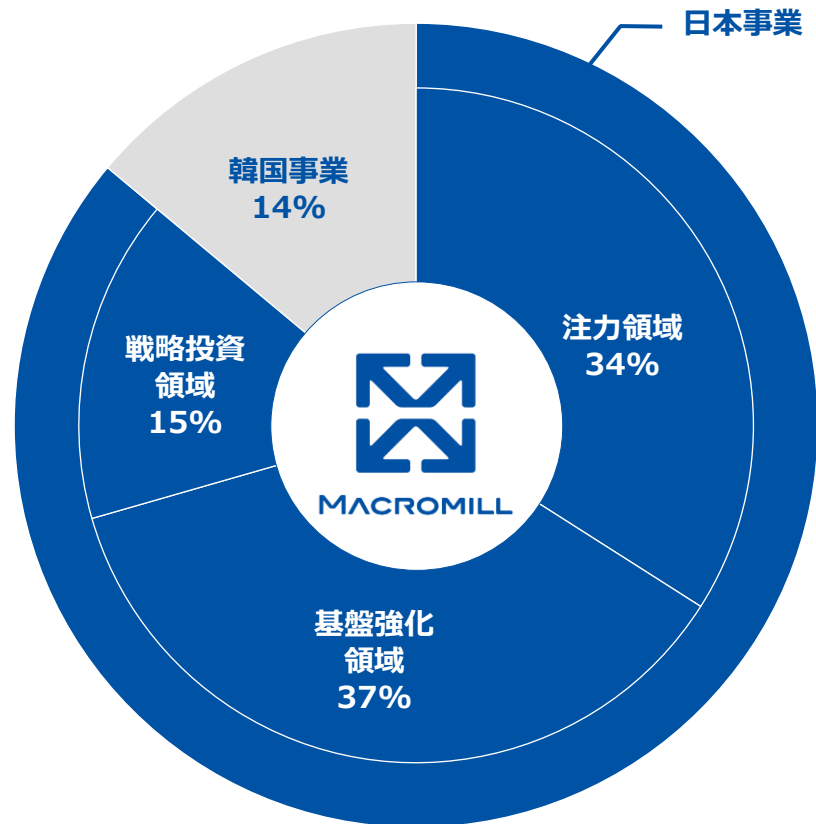


「マーケティングリサーチ企業」から「総合マーケティング支援企業」へ

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（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, QO, その他子会社等)

オフラインリサーチ

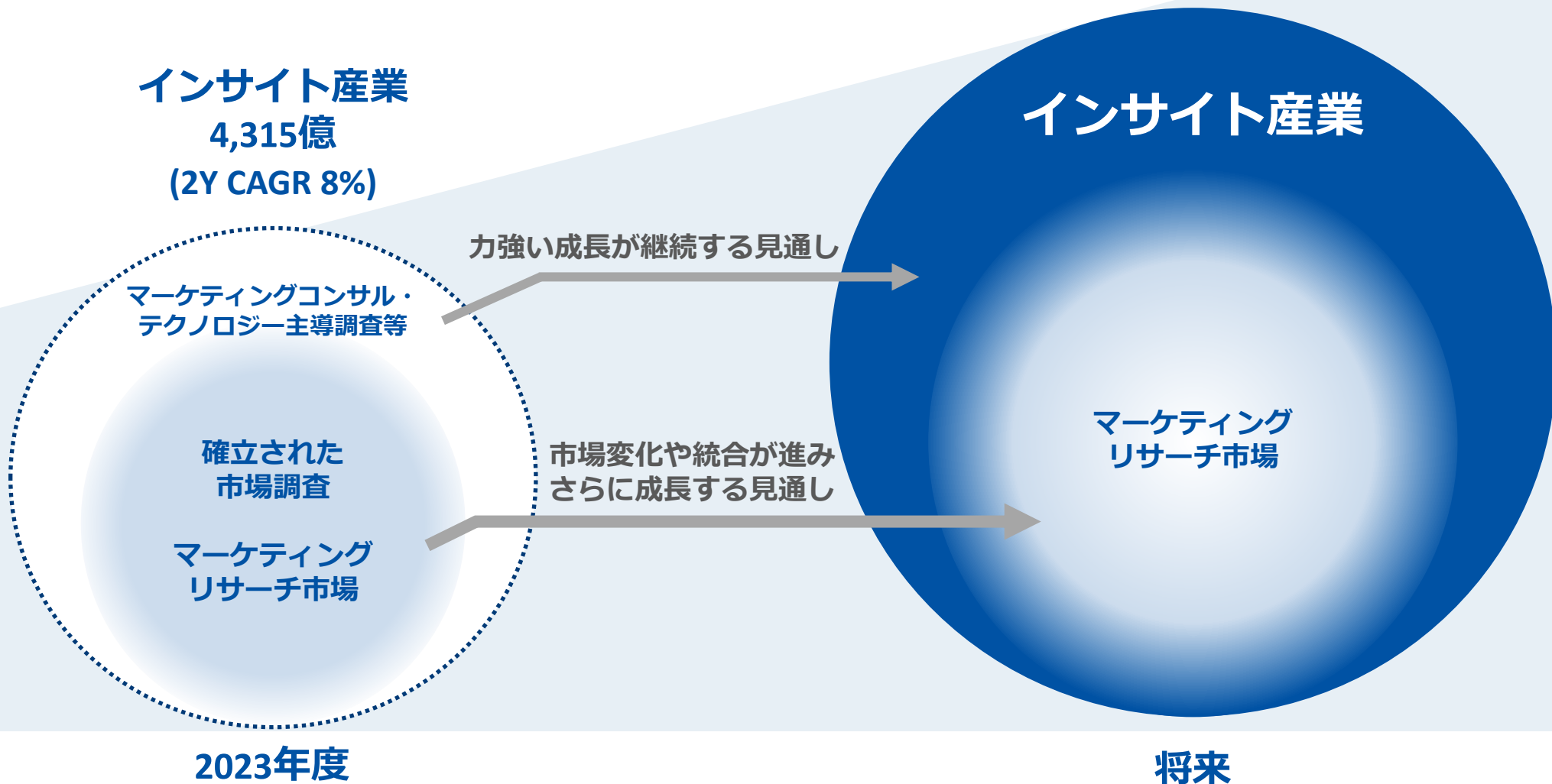
データベースサービス

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）

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



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

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% → 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

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

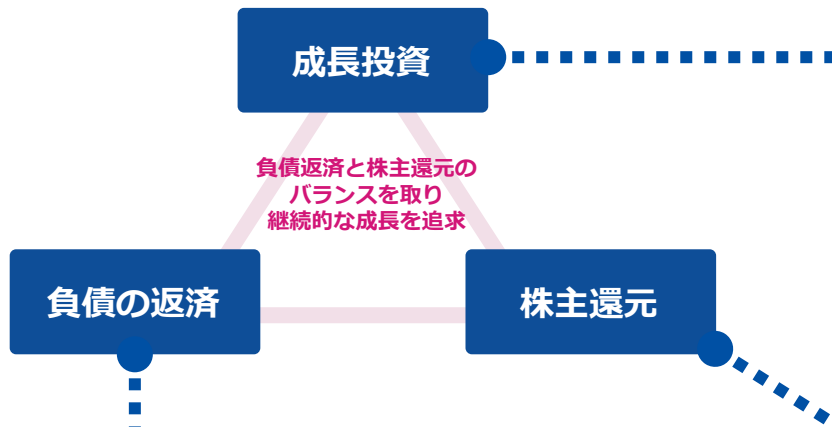
税引後事業利益
(事業利益 2024年6期実績×0.7 ※実効税率30%で計算)

投下資本
(① + ② + ③ - ④)

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 +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%

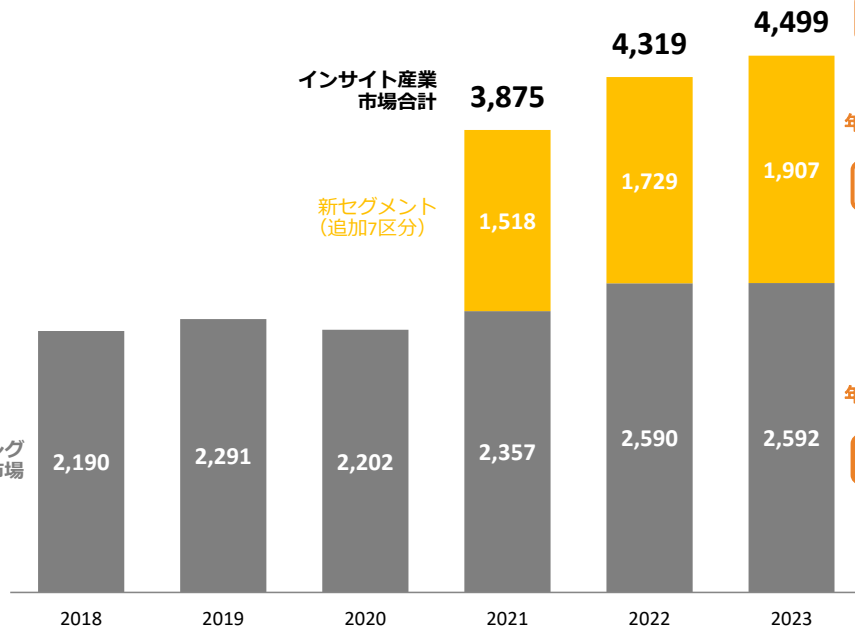
年平均成長率
(2Y CAGR)

+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: -5% +2% +9% +7% +8%

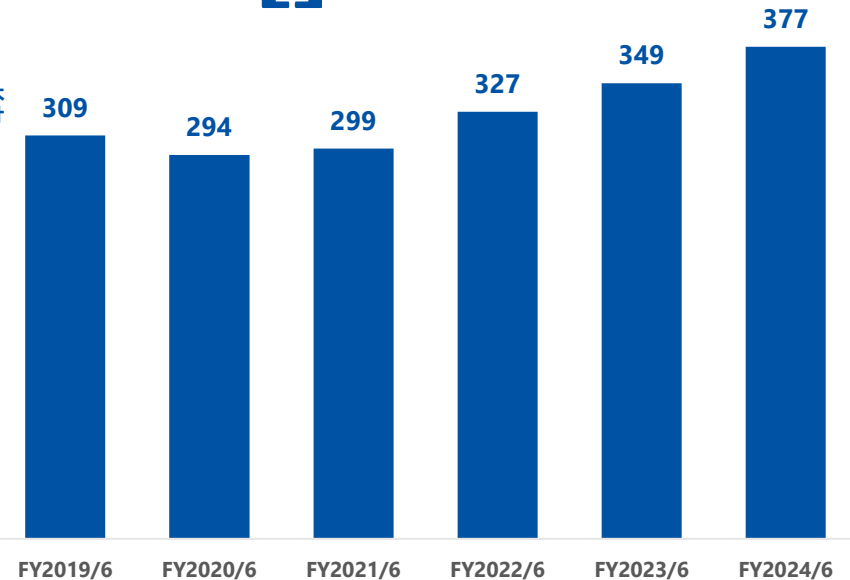
MACROMILL
a Macromill Group company



年平均成長率
(5Y CAGR)

+4.0%

日本
合計



注

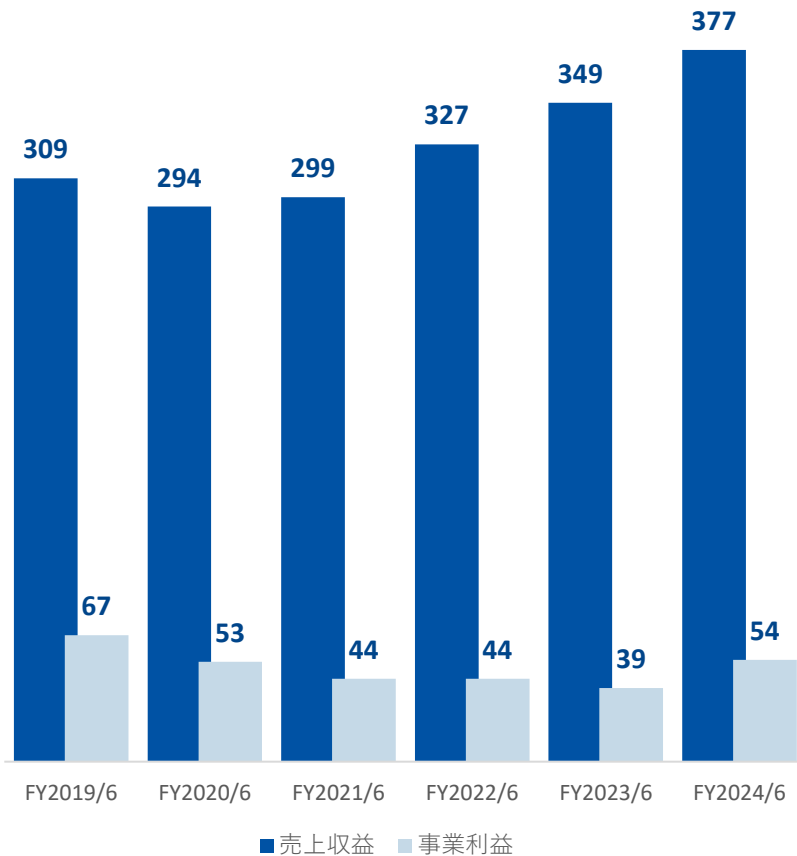
1. 出典 日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA) - 経営業務実態調査 (2019/7, 2020/9, 2021/6, 2022/6, 2023/6, 2024/6)

セグメント別業績推移

- 日本の需要環境は良好で売上は順調に拡大、一方で内部のキャパシティ課題がFY2023/6まで継続
- キャパシティ不足の解消とともに、生産性の向上が進展しFY2024/6は増益転換

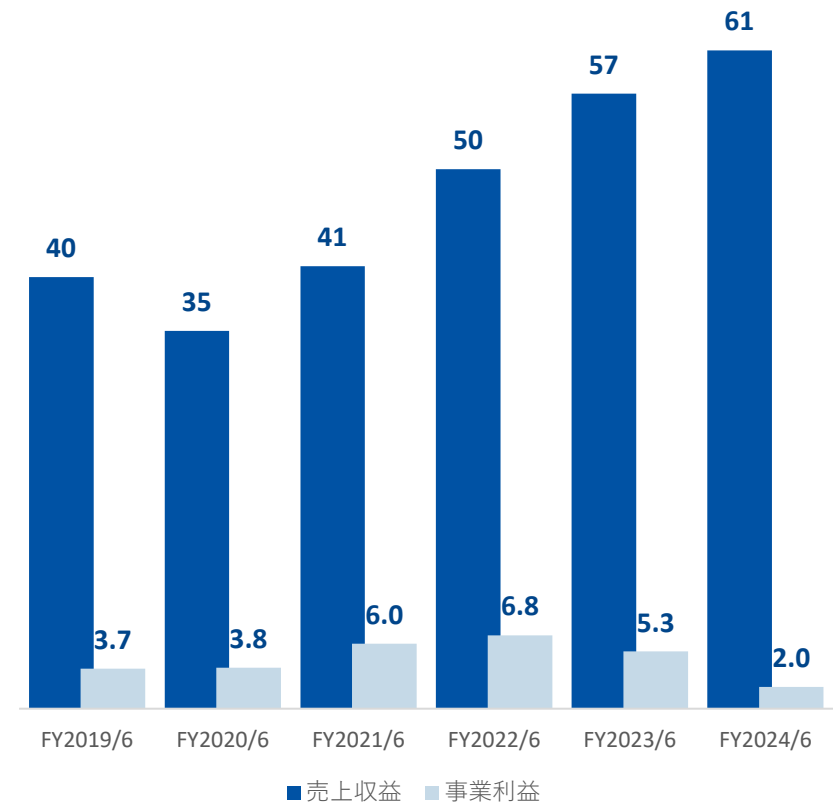
日本事業セグメントの売上収益及び事業利益 業績推移

(億円)



韓国事業セグメントの売上収益及び事業利益 業績推移

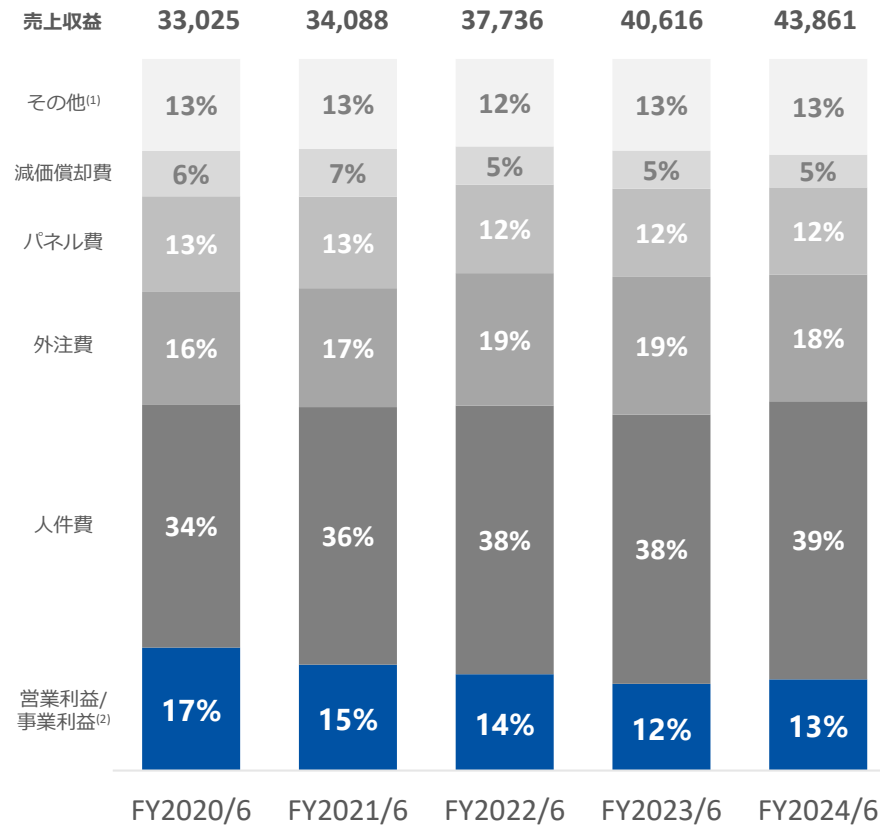
(億円)



過去実績 - 費用項目の内訳と従業員数推移

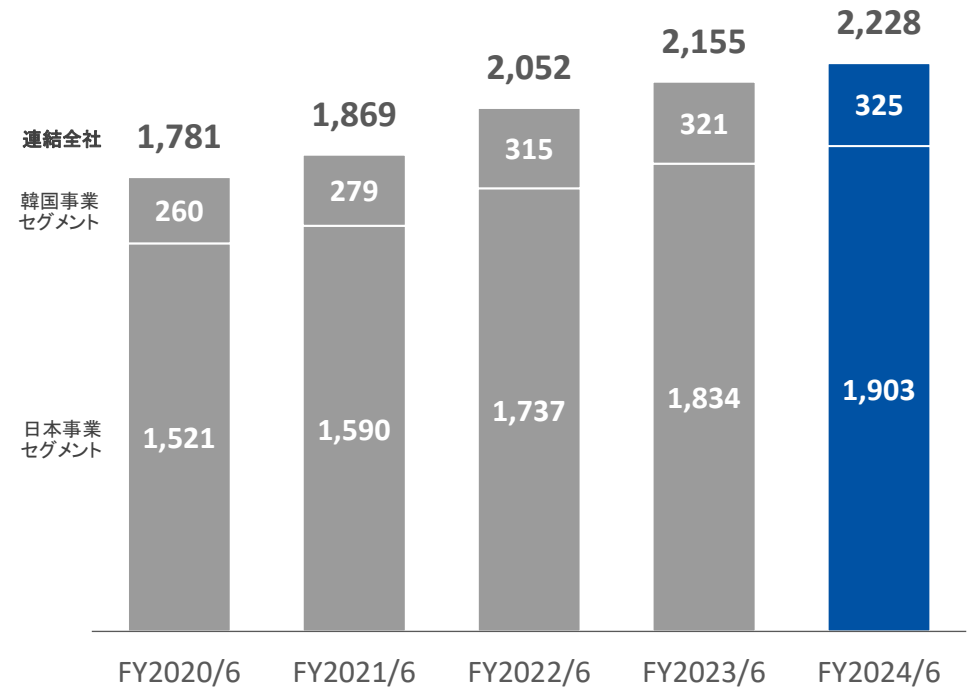
主要な費用項目及び営業利益の対売上比率の推移

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

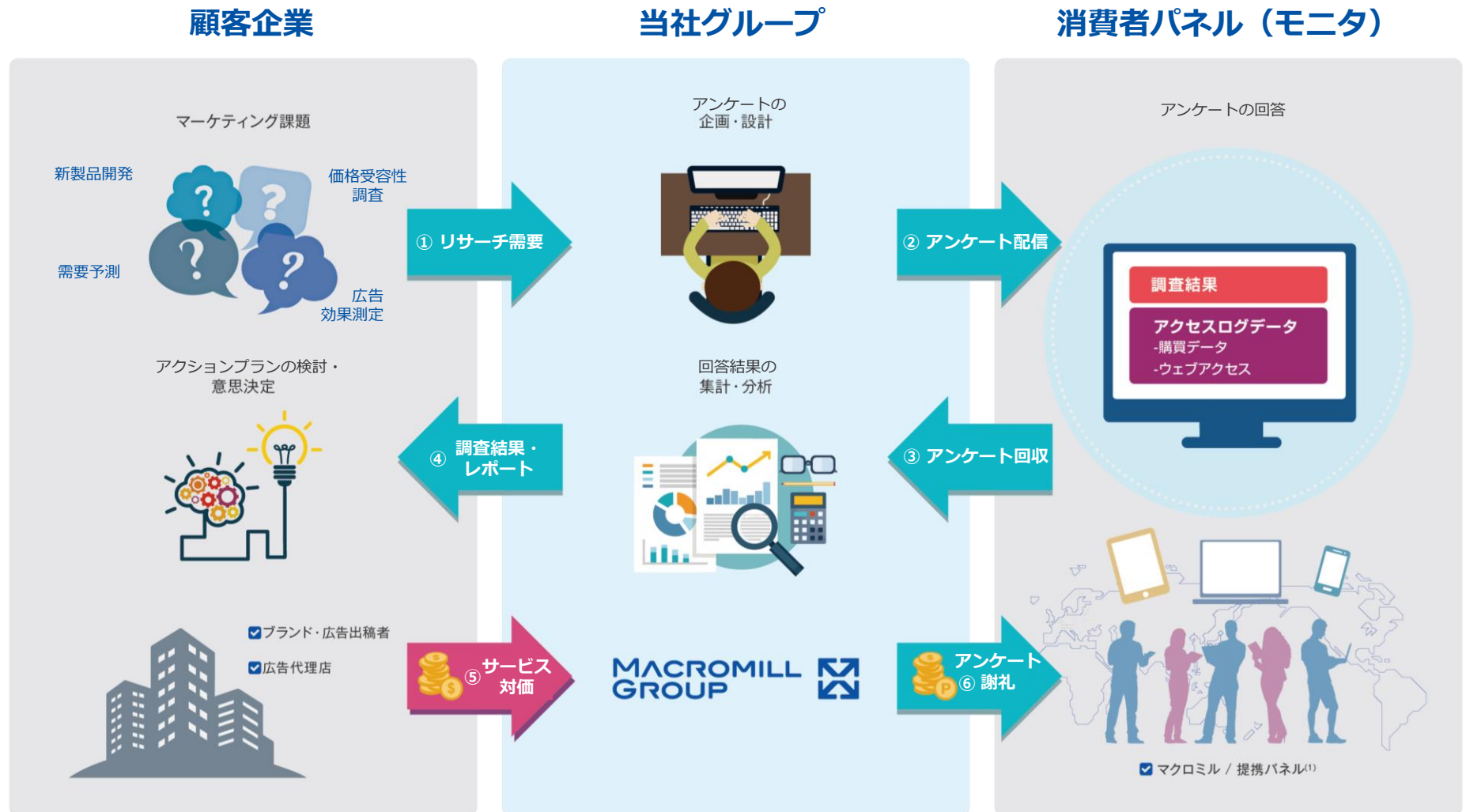
注

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

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>当社HP: サステナビリティレポート 2024</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](#)