

# 2011年6月期 第3四半期決算説明資料

株式会社 マクロミル

証券コード: 東証1部 3730

**東日本大震災の被災者の方々、  
並びにご家族・ご関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。**

**被災地の一日も早い復興をお祈り申し上げます。**

**株式会社 マクロミル**

# 1. 第3四半期のご報告

# 2011年6月期 第3四半期トピックス

## 3Q累計期間においては増収増益を維持

(2010年7月1日～2011年3月31日)

- ・ YVIとの統合をすべての分野で完了させ、1月より完全に一体となった
- ・ 震災前は広告代理店等を中心に、ほぼ全ての業界で大幅増収トレンドであった

## 震災により、3月の業績は大きな影響を受けた

- ・ 間接的な影響を受け、3Q会計期間(1-3月)においては増収減益にとどまった
- ・ 震災による顧客・モニタへの影響確認、従業員安全確保のため、3/12～21の期間で原則として営業を停止
- ・ 義援金拠出、チャリティーアンケートによる寄付、モニタポイント寄付等を実施

## 周辺サービス・新規事業・海外事業への取り組みの加速

- ・ 連結子会社にて、スマートフォン向けアプリケーション「POPCORN」を提供開始

# 2011年6月期 第3四半期 決算概要

(単位:百万円)

	第3四半期会計期間 (1/1~3/31)			第3四半期累計期間 (7/1~3/31)			通期業績予想 2011年1月28日修正 (進捗率)		
	12期	11期	前年同期比	12期	11期	前年同期比			
連結	売上高	2,953	2,099	140.7%	9,236	(注1)5,639	163.8%	12,992	(71.1%)
	経常利益	699	754	92.7%	2,155	1,621	132.9%	3,039	(70.9%)
	経常利益率	23.7%	36.0%	△12.3pt	23.3%	28.8%	△5.5pt	23.4%	(△0.1pt)
	特別損失	1	0	-	256	6	-	-	-
	当期純利益	375	437	85.9%	1,066	1,025	104.0%	1,594	(66.9%)

## ※ご参考

単体	売上高	2,974	2,085	142.6%	9,248	5,462	169.3%		
	(注2) 売上高	2,974	3,307	89.9%	9,248	8,616	107.3%		
	経常利益	796	761	104.6%	2,230	1,692	131.8%		

(注1) 11期第1四半期の連結売上高には、連結子会社であったAIPの業績が含まれます。

(注2) 11期のマクロミル売上高に、YVIのリサーチ事業売上高(8月以降)を加えた数値で比較しております。

# 東日本大震災の影響について

## マクロミルへの影響

- ✓ 震災による直接的な被害は生じなかったが、顧客を通じて間接的な影響を受けた
- ✓ 顧客・モニタへの影響確認、従業員安全確保のため、3/12～21の期間で原則として営業を停止した
- ⇒ 自動調査を中心に、案件の中止または延期が多く発生  
週末や月末に納品が集中する傾向が影響し、3月納品予定案件のうち6億円強を失った

## 顧客への影響

- ✓ 多くの企業が震災による被害を公表
- ✓ 広告自粛、新商品販売自粛の流れ
- ✓ 輪番停電による営業停止など
- ⇒ 業務の中断、予算凍結などが発生

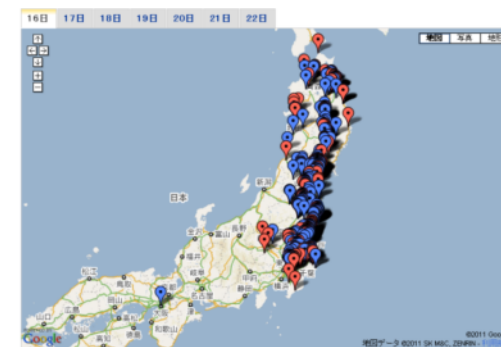
## モニタへの影響

- ✓ 被災地域※在住の全モニタに関し、アンケート配信に関するパーミッション確認のメールを送信。
- ✓ 許可が取れたモニタのみ、有効モニタ数に含める手続きをとった。
- ⇒ モニタ数は一時的に減少

※青森県、岩手県、宮城県、福島県、茨城県、千葉県

# 東日本大震災に対する支援等について

- ✓ 震災支援特設サイトを開設  
<http://www.macromill.com/shinsai/>
- ✓ 「調査会社にできること」を実施
  - ・ チャリティーアンケートによる寄付の実施・結果公表
  - ・ モニタポイントの寄付ができる仕組みなどを構築



震災支援特設サイト 一部抜粋

## ◆マクロミルモニタ・マクロミルからの義援金

合計 **51,412,999**円

### ➢ モニタポイントの寄付による義援金

**32,584,859**円 P/Lへの影響なし

### ➢ チャリティーアンケートによる義援金

**8,828,140**円 P/Lへの影響あり

### ➢ マクロミルからの義援金

**10,000,000**円 P/Lへの影響あり

## ◆その他コンテンツ

東日本大震災にともなう  
生活支援に関するアンケート

マクロミルモニタから  
被災者の方々へのメッセージ

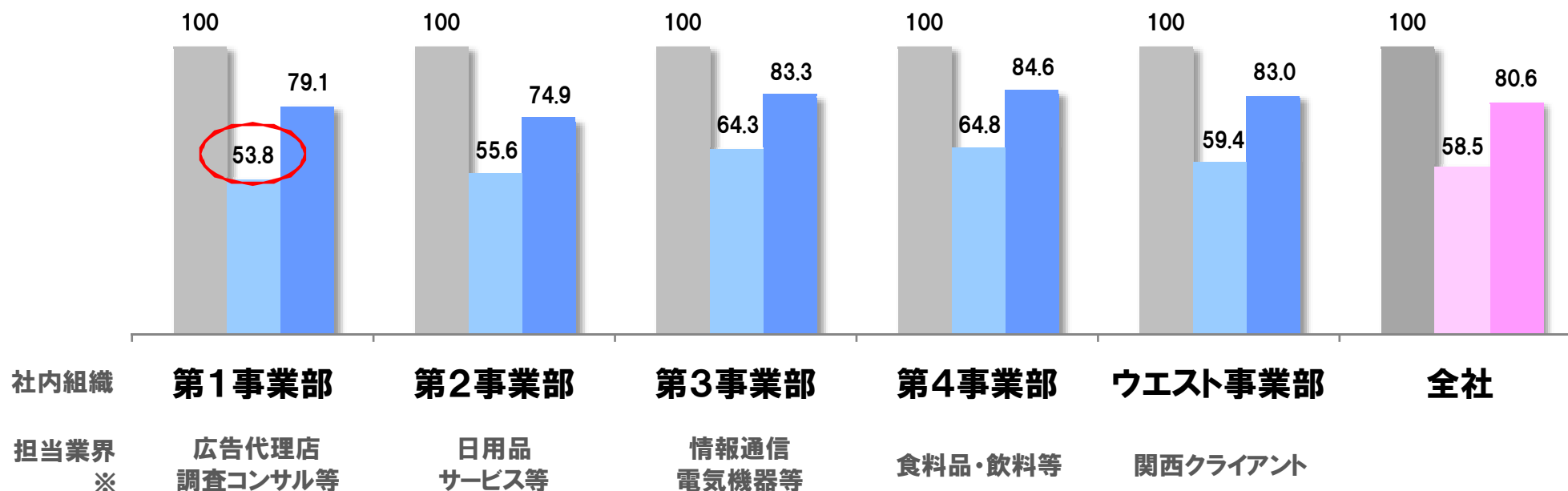
マクロミルモニタから  
被災者の方々へのメッセージ

…… など 6

# 3Q売上高減少要因分析(3ヵ月、単体)

■ 当初予算    ■ 3月達成率    ■ 3Q達成率(3ヵ月)

※3月、3Q(3ヵ月)の各事業部予算を100として計算



- ✓ 3月の売上高は当初予算比で53～65%程度の達成率  
→震災発生により、受注から納品までの期間が短い広告代理店等が最も大きな影響を受けた
- ✓ 3Qの中でも3月の予算比重がとりわけ高く、Q全体に影響を与えた  
→3Q予算に占める3月の割合は、44.2%

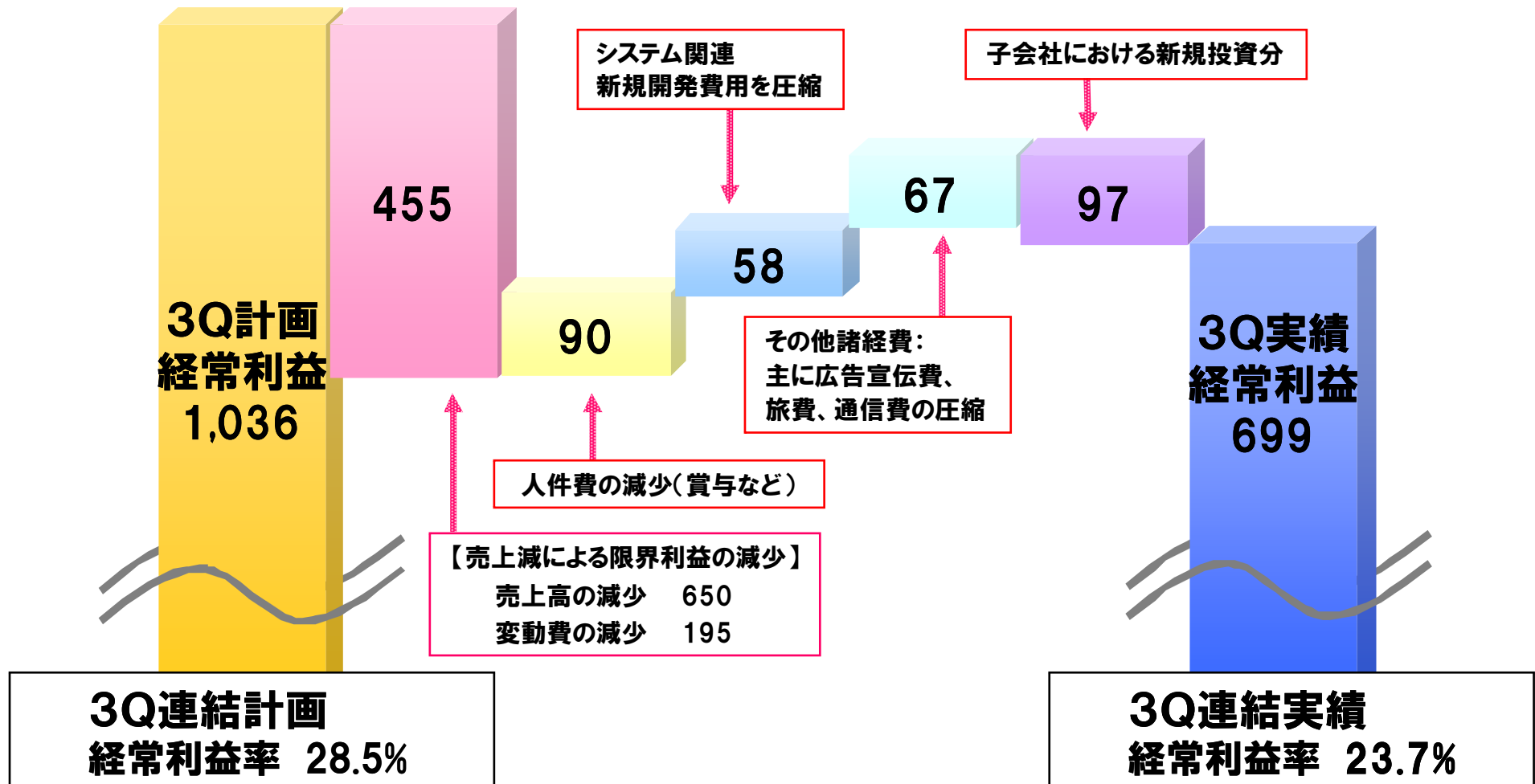
※一業界を複数の事業部が担当している場合もあり、業界区分と事業部は完全に一致するものではありません。



# 3Q利益減少要因分析(3ヵ月、連結)

✓ 売上高減少による限界利益の減少が最大の要因

(単位:百万円)

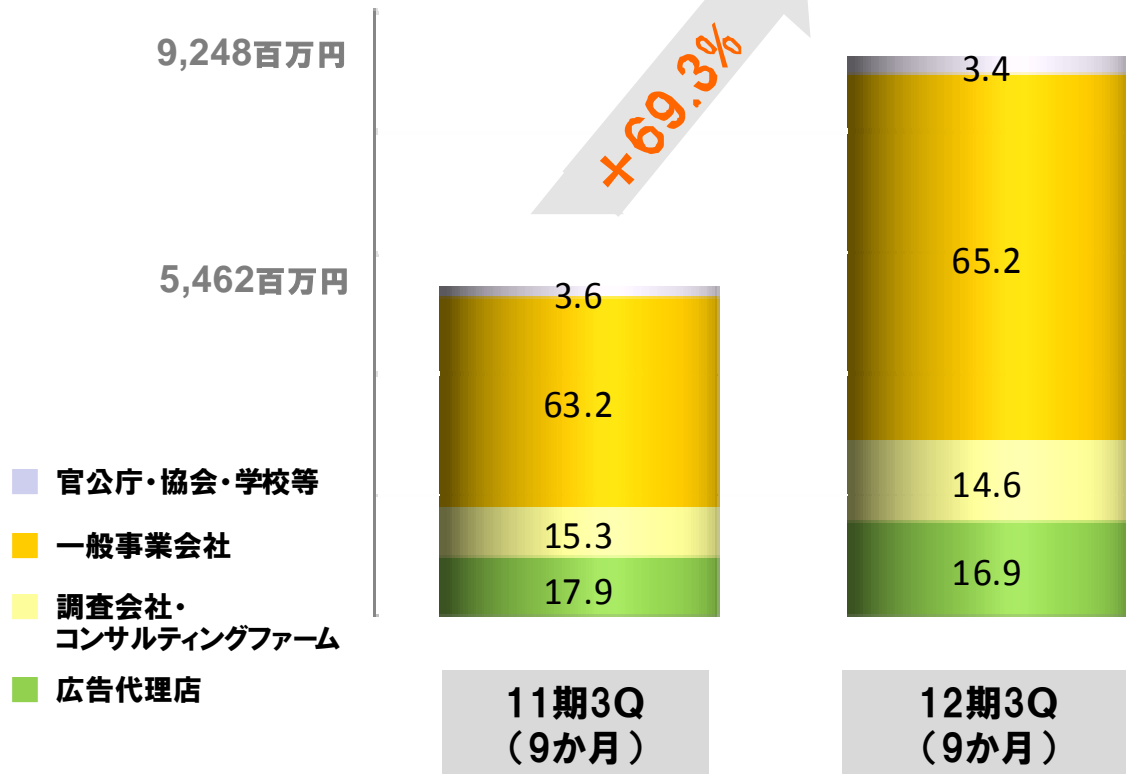


# 業種別売上高構成比(単体)

✓ 東日本大震災の前後において、各業界のトレンドは大きく変化

↓ 震災前… 多くの業界において、マーケティングリサーチニーズは旺盛  
↓ 震災後… 代理店、メーカーを中心に多くの調査が停止または延期となった。4月以降は回復傾向

(グラフラベルの単位: %)



## 売上高伸長業界

(マクロミル前年同期、金額比)

### 1. 広告代理店

**+60.0%** +5.8億円

→幅広い商品の売上高が好調だったが、震災後に鈍化

### 2. 食料品・飲料

**+73.9%** +5.6億円

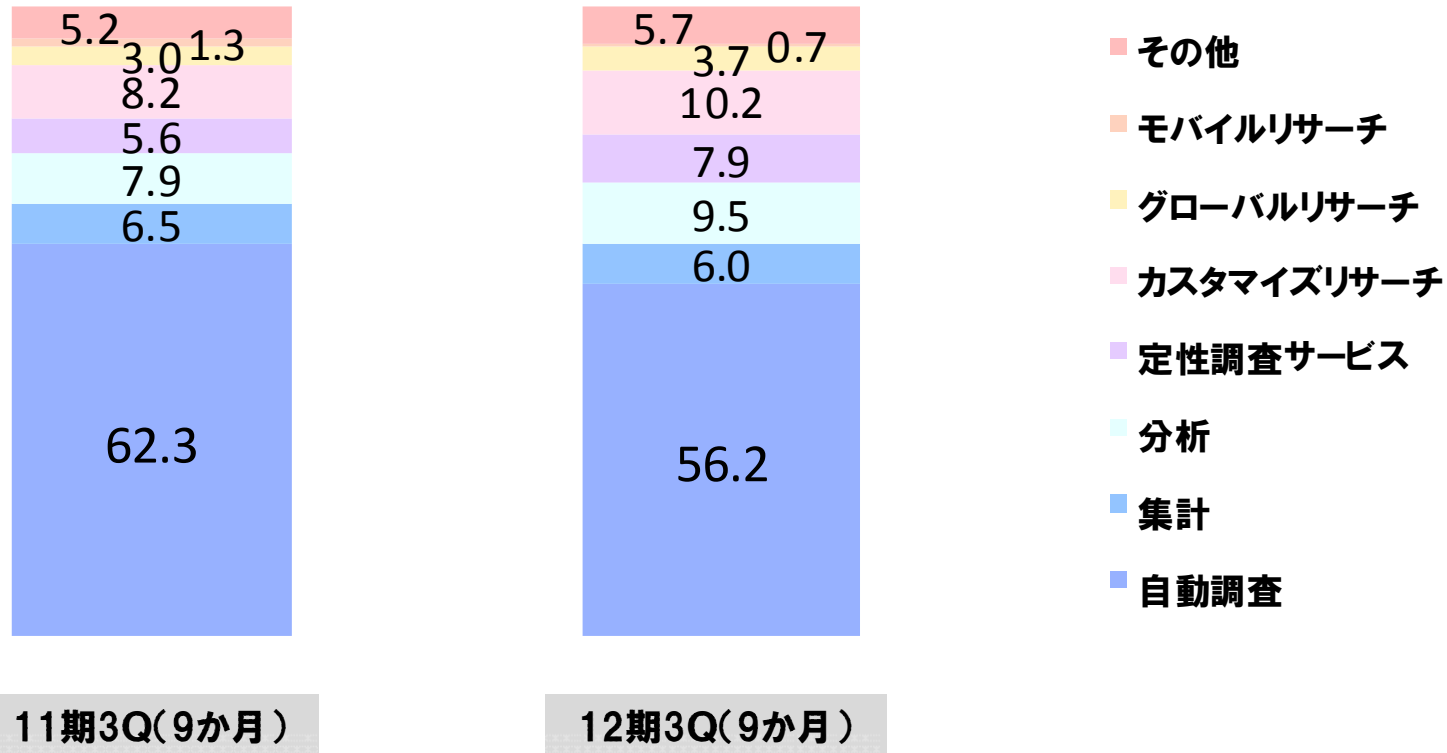
→震災前まではQPRを軸に消費財メーカーが好調

### 3. サービス

**+81.0%** +5.5億円

# 商品別売上構成の変化(単体)

- ✓ 顧客構成の変化に伴い、商品別売上構成の変化は継続
  - グローバルリサーチ 前年比 +115%
  - 定性調査サービス 前年比 +137% など
- ✓ 利益率の向上に向け、外注管理や内製化を推進



# その他(周辺)サービスについて

- ✓ QPR、bdb、AIRsMEMBERSの3商品で、前年比+61.6%を達成
- ✓ 震災の影響により、3月の案件納品が想定を下回ったことから通期目標に対する進捗に、若干の遅れが見られる



# 単価・稼働社数(窓口)・VIPの状況について

指標	単位	2010年6月期				2011年6月期		
		1Q	2Q	3Q	4Q (通期)	1Q	2Q	3Q
Q毎 平均受注単価 (注1)	万円	72.8	70.3	72.9	70.0	79.7	82.2	83.5
Q毎 平均受注単価 (定性調査を1案件とカウント) (注1)	万円	71.2	68.3	71.1	68.5	77.3	79.1	80.0
Q毎 平均受注単価 (自動調査のみ) (注1)	万円	51.0	49.4	52.4	48.5	53.9	52.2	52.0
年間稼働社数 (注2)	社	659	995	1,270	1,441	904	1,386	1,675
年間稼働窓口数 (注2)	窓口	1,452	2,481	3,477	4,188	2,221	3,870	4,988
VIP社数 (注3)	社	151	144	155	144	242	240	240
VIP内Q平均1,000万円 以上売上高社数 (注4)	社	(27)	(25)	(29)	(27)	(59)	(58)	(55)

(注1) 2011年6月期の平均単価の算定には、旧YVIサービスは含んでおりません。従来全体の単価は、定性調査を案件数に含めずに算定しています。

(注2) 各期累計表示です。期初から該当期間までに一度以上売上のあった社数/窓口数を表示しております。

(注3) 各期累計表示です。年間100万円以上売上の顧客をVIPと定義しております。3Qは累計750万円以上売上の顧客数を記載しています。

(注4) 各期累計表示です。

# 人員の状況について

指標	単位	2010年6月期				2011年6月期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
従業員数 連結 <sup>(注)</sup>	人	356	297	297	309	605	553	528
従業員数 単体 <sup>(注)</sup>	人	295	288	289	298	596	542	511

(注)従業員数は休職者を除いて表記しております。

- ✓ 人員は減少。但し、営業・運用・リサーチャーの人数は大きな変動なし

営業  
約125名

運用  
約95名

リサーチャー  
約135名

その他・・・

グローバル、新規事業開発、  
モニタサポート、スタッフなど

※執行役員以上と休職者はカウントしておりません。  
※2011年4月1日現在の人数です。

- ✓ 2011年1月より全社員の人事制度を一本化
- ✓ 4月1日付にて、新卒社員6名が入社

# モニタの状況について

指標	単位	2010年6月期				2011年6月期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
マクロミルモニタ	万人	87.4	88.7	90.3	92.6	94.0	100.2	98.5

- ✓ 震災の影響が大きかった県(注)の全モニタに対し、アンケート配信可否の確認を実施。配信許可が確認できるまでは有効モニタから除外しており、モニタ数は一時的に減少。

## PCモニタ

※2011年3月末現在

## モバイルモニタ

マクロミルモニタ  
98.5万人

旧ボイスポート会員

Yahoo!  
リサーチ・モニター  
約124万人

パソコン+ケータイ併用モニタ



モバイル協力モニタ

約25万人

ケータイ専用モニタ



ミルモバモニタ

約6万人

ケータイ専用モニタ



Uchico中高生モニタ

約1万人

(注)青森県、岩手県、宮城県、福島県、茨城県、千葉県を対象に、アンケート配信可否の確認を実施。

## 2. 通期業績見通しと資本政策について



# 通期の業績見通しについて

(単位:百万円)

		1-3Q実績	通期見込	前期実績 (通期見込÷前期実績)	前回修正計画 平成23年1月28日発表 (通期見込÷修正計画)	期初計画 平成22年8月13日発表 (通期見込÷期初計画)
連結	売上高	9,236	12,300	7,353 (167.3%)	12,992 (94.7%)	12,530 (98.2%)
	経常利益	2,155	2,500	2,135 (117.1%)	3,039 (82.3%)	2,506 (99.8%)
	経常利益率	23.3%	20.3%	29.0% (△8.7pt)	23.4% (△5.6pt)	20.0% (+0.3pt)
	当期純利益	1,066	1,200	1,266 (94.8%)	1,594 (75.3%)	1,304 (92.0%)
	1株当たり 当期純利益(円)	35.09	39.45	(注1) 50.91 (77.5%)	(注1) 52.28 (75.5%)	(注1) 42.58 (92.6%)

(注1)株式分割(1:200)前に発表した数値を200分の1に換算しています。

(注2)11期のマクロミル売上高に、YVIのリサーチ事業売上高(8月以降)を加えた数値で比較しております。

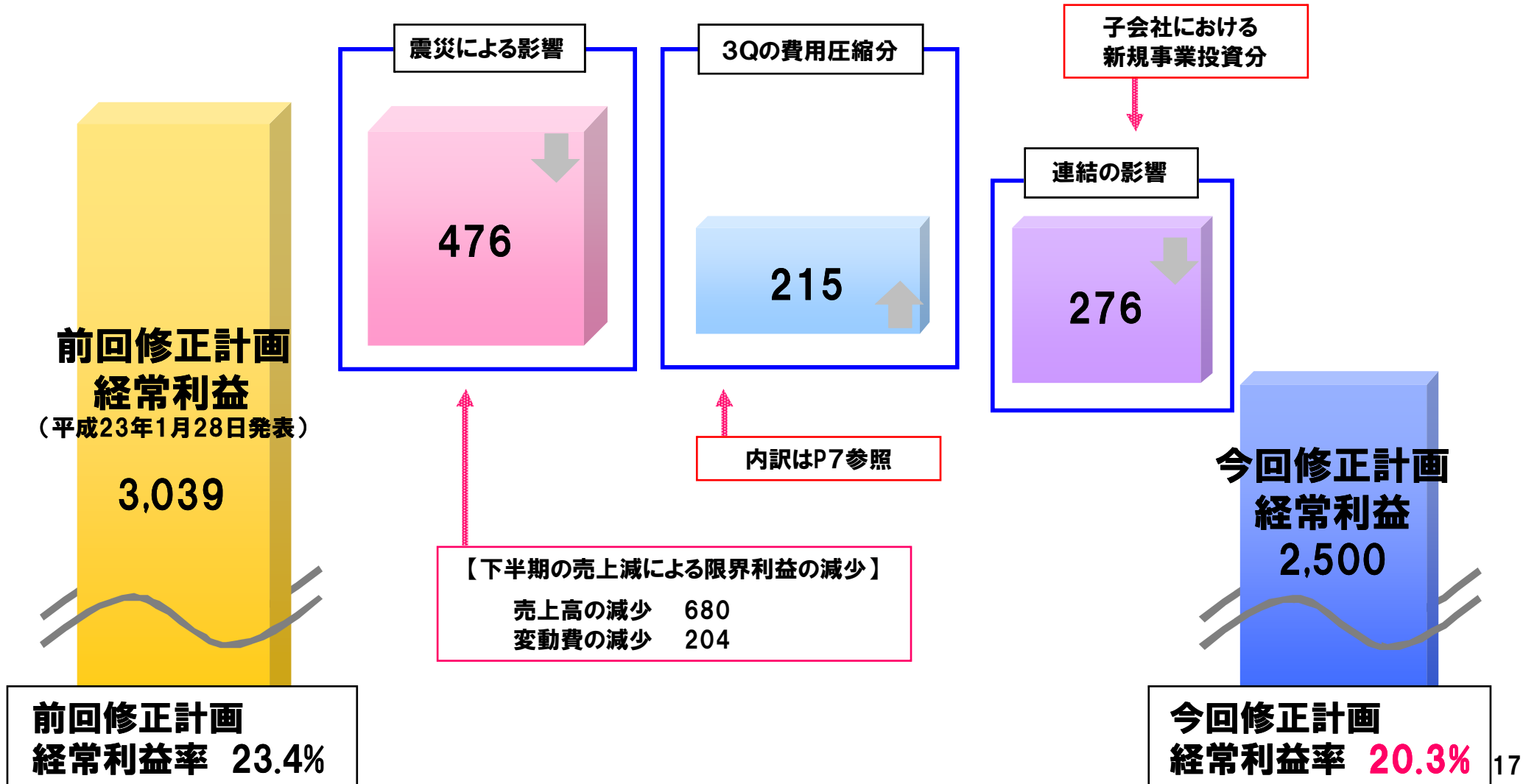
## ※ご参考

単体	売上高	9,248	12,300	7,172 (171.5%)	12,981 (94.8%)	12,530 (98.2%)
	(注2) 売上高	9,248	12,300	11,658 (105.5%)		
	経常利益		2,820	2,205 (127.9%)	3,145 (89.7%)	2,631 (107.2%)

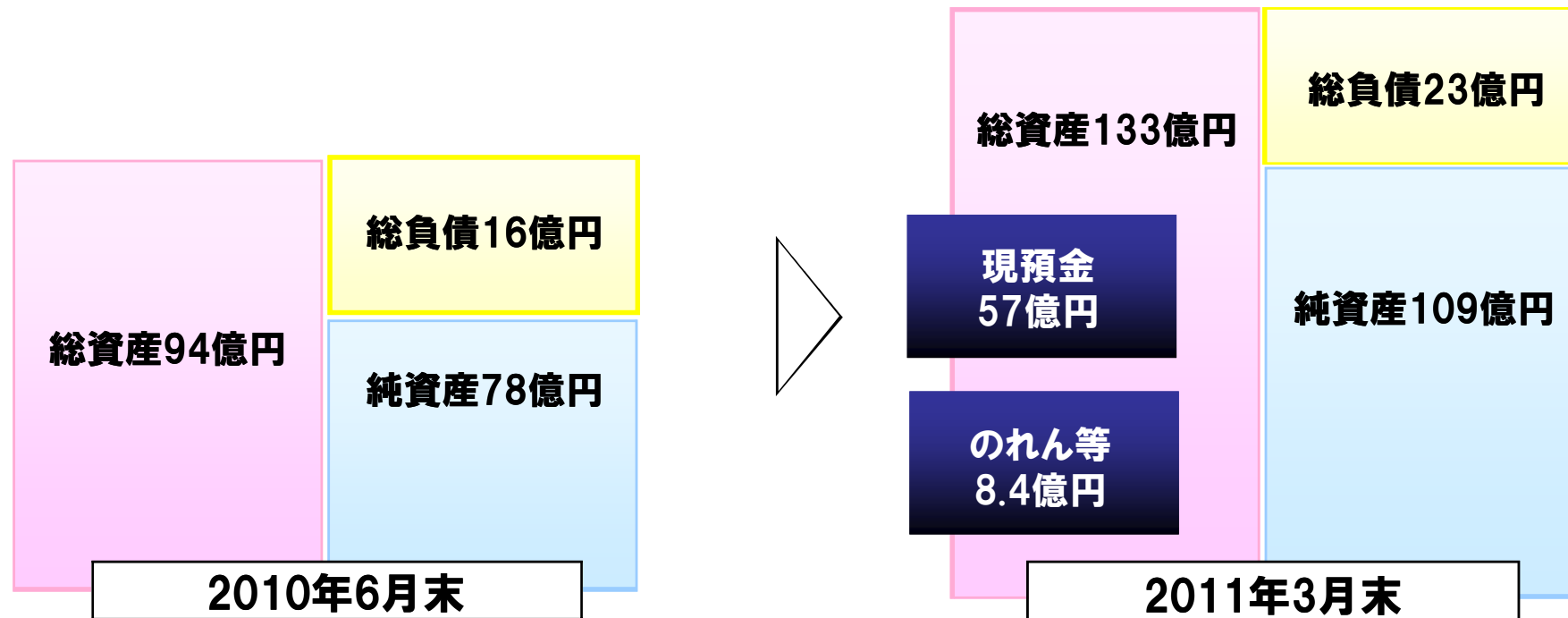
- ✓ 震災の影響による売上高減少に伴い、利益も減少  
→前回修正計画より、3Q:650百万円、4Q:30百万円の売上高減を想定
- ✓ 子会社における新規事業への投資を新たに開始

# 業績修正の前提について

(単位:百万円)



# バランスシートの推移



- ✓ 現預金の水準を保ちつつ、新規・海外事業へ資金を投下  
→ 新たな柱を育てるべく、積極的に事業を展開
- ✓ 新規・海外事業に関し、M&Aを積極的に検討

# 資本政策について

- ✓ 流動性の向上および投資家層の拡大を目指し、  
2011年1月1日を効力発生日として**株式分割・単元株制度の採用※**を実施  
※株式分割1:200、単元株式数を100株とする
- ✓ 1株当たりの配当金額は200分の1となったが、**金額は維持**
- ✓ 震災の影響を受けたものの、**連結配当性向は30%以上を継続**  
→来期は記念配当分の配当金を維持したうえで、**増配も検討**

## ◆第12期 1株当たり配当金

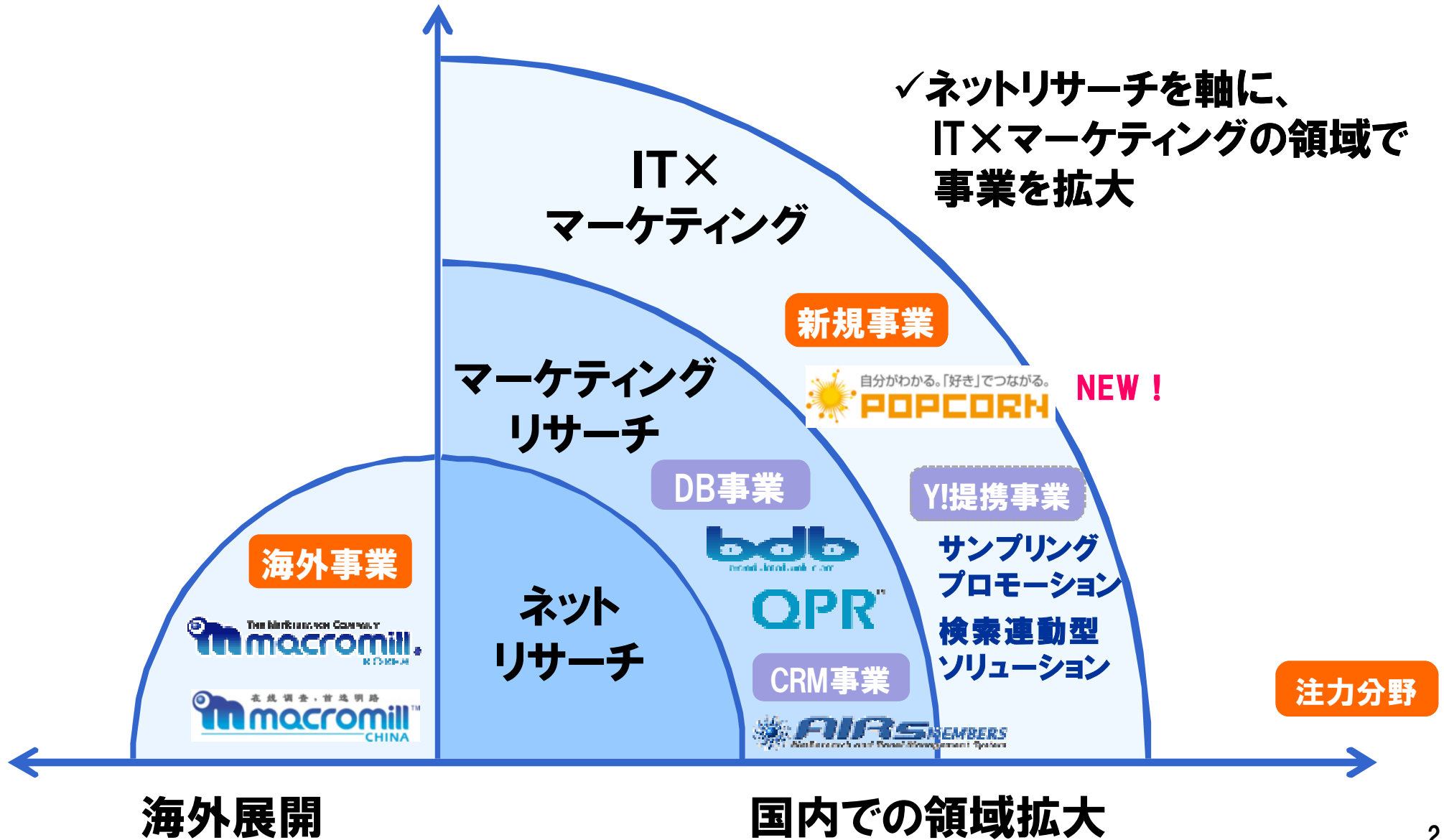
	中間配当 ※	期末配当	合計
株式分割前	1,500円 + 500円	1,800円	3,800円
株式分割後	7.5円 + 2.5円	9円	19円

※記念配当500円を含みます。

中間配当は株式分割前を基準日として支払われていますが、  
本表では便宜的に分割後の数値にて記載しています。

# 3. 今後の事業展開について

# マクロミルの事業領域



# マクロミルグループ概要

## マクロミル本体



吸収合併

DB事業



⇒100%子会社であったが、  
4月1日にマクロミルが吸収合併。  
本体の1事業部となった。

## 出資比率

90.25%

76.875%

38.5%

※持分法適用

90.0%

## 子会社

新規事業



アプリケーション「POPCORN」の運営

DB事業



消費者調査パネルの構築と運営管理  
購買動向データ等の販売

海外事業



韓国におけるネットリサーチ事業の運営

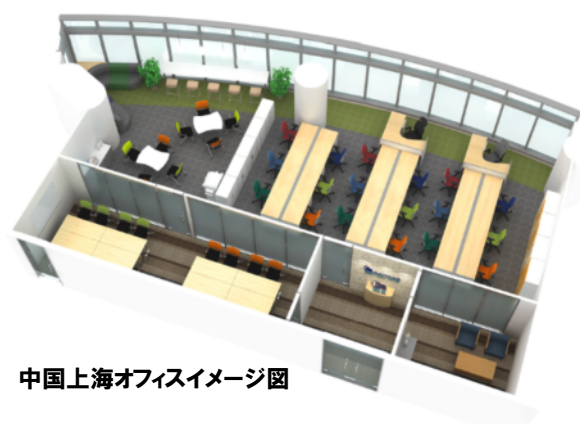
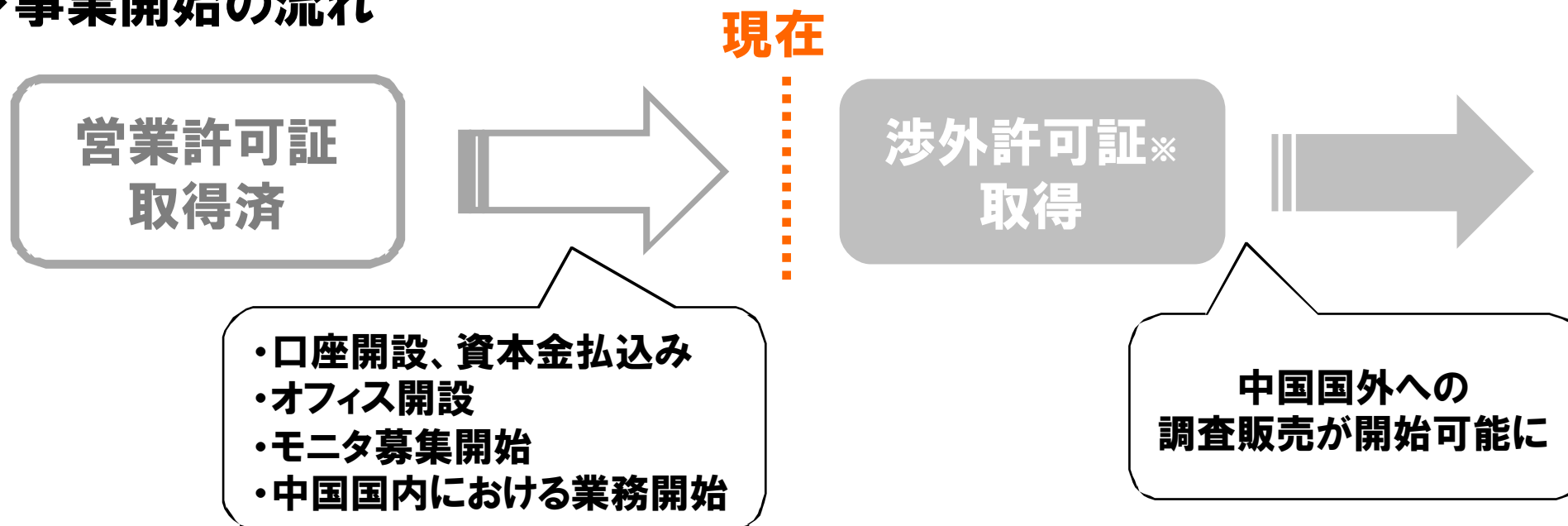
海外事業



涉外許可証申請中

# マクロミルチャイナについて

## ◆事業開始の流れ



中国上海オフィスイメージ図

- ✓ 上海にて会社設立が完了し、涉外許可証申請中  
→審査基準の厳格化により、当初予定より遅れが見られる
- ✓ マクロミルより代表を含め5名が出向
- ✓ 現地スタッフ7名を採用済み

※海外の企業が中国国内の調査をする場合、または国内の調査会社が海外へ向けてデータを提供することを、涉外調査といい、許可が必要となります。



# スマートフォン向けアプリケーションの提供開始について①



M-WARP

新規事業

## ◆ ビジネスの着想

環境

インターネットデバイスの変化  
SNS分野の急成長

生活者

趣味嗜好・価値観の多様化  
素早い移り変わり

企業

広告から販促へのシフト  
多種多様な生活者への対応

急速に普及しつつあるスマートフォンを活用し、  
常に移りゆく生活者の趣味嗜好・価値観を  
リアルタイムに把握できるサービスの必要性を認識

当社が培ってきたネットリサーチの技術・ノウハウを生かし  
ユーザー同士・ユーザーと企業が利便性の高い関係を作れるサービス開発に着手

# スマートフォン向けアプリケーションの提供開始について②



- ✓ デバイスの変化に対応した新たな事業としてスマートフォン向けアプリケーション「POPCORN」提供開始

→4月18日 APP Store日本版にてリリース

→順次PCブラウザ版、Android端末版、海外版も追加公開予定



⇒ 当社IRサイトにて、POPCORNの解説ビデオを公開。  
(代表取締役会長兼社長 杉本哲哉による音声解説資料)  
詳しくは <http://www.macromill.com/ir/> をご覧ください。



アプリケーション画面イメージ

# スマートフォン向けアプリケーションの提供開始について③

2011年5月12日発表



M-WARP

新規事業

## 「スマートフォン向けアプリケーション『POPCORN』の 協業パートナーによる展開について」

### POPCORNの課題

- ユーザー数の早期拡大
- サービスバリエーションの拡充

### パートナー企業との アライアンス展開を推進

- パートナー企業を検討、協議

### シャープ株式会社と 基本合意

- POPCORNの解析アルゴリズムを活用した新サービス開発、相互の強みを生かした事業展開につき共同で検討
- シャープが展開するメディアタブレット「GALAPAGOS」への「POPCORN」プリインストールも本格検討

- ✓ インタレストグラフを活用した新たな価値の創造
- ✓ POPCORNの早期普及へ

**日本最大最強  
かつ  
世界に類を見ないITマーケティング企業へ**



# ご参考資料

# (ご参考)会社沿革

2000年1月

**株式会社マクロミル・ドット・コム設立**

2000年8月

**自動インターネットリサーチシステム(AIRs)完成・営業開始**

2001年3月

初の単月黒字化達成

2001年12月

**株式会社マクロミルに商号変更**

2002年6月

初の通期黒字化 (2002年6月期、売上高: 3億円)

2003年3月

日経ベンチャー「ベンチャー・オブ・ザ・イヤー2002」未上場企業部門10位受賞

5月

システム(AIRs)を機能強化して全面刷新。集計ソフトQuick-CROSSの無料提供開始

2004年1月

**東京証券取引所マザーズ上場**

2月

営業全国展開 (大阪に関西支店開設)

4月

ネットリサーチ総合研究所設立

7月

モバイルリサーチ【MobileMill】サービス開始

9月

急成長率ランキング日本テクノロジーFast50で国内第5位受賞

2005年2月

海外調査パネルを管理するAIPと提携。海外調査【GlobalMill】サービス開始

2005年4月

**東京証券取引所市場第一部へ市場変更**

4月

ソネット・エムスリー(現:エムスリー)と提携。医療従事者対象リサーチ【M3Mill】サービス開始

7月

社団法人日本経済団体連合会加盟

2006年3月

自動インターネットリサーチシステム(AIRs)第三代カットオーバー

2007年12月

東急エージェンシーと携帯型バーコードスキャナを用いた商品購買調査QPRサービス開始

2008年7月

MACROMILL Korea INC.(マクロミル・コリア)設立

2009年10月

ブランドデータバンク社買収によるマーケティング・データベースサービスの拡充  
マクロミルワープ社設立

2010年8月

ヤフーバリューインサイト株式会社のマーケティングリサーチ事業を  
吸収分割により承継

2011年1月

**株式会社エムキューブアンドアソシエイツ設立**

**株式分割1:200、単元株制度の採用(100株を1単位とする)**

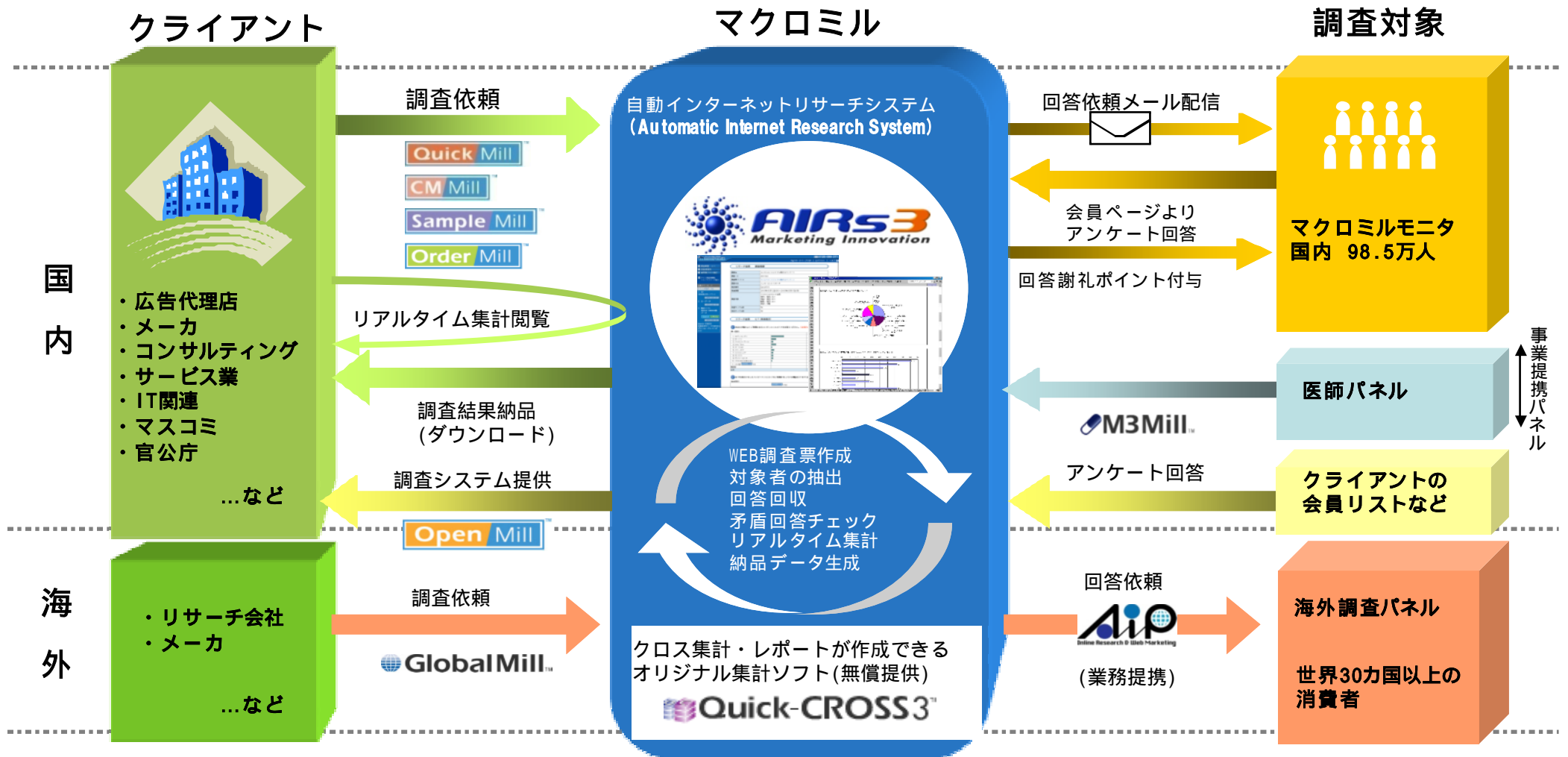
イメージキャラクタに菊川怜を起用

イメージキャラクタに原田知世を起用



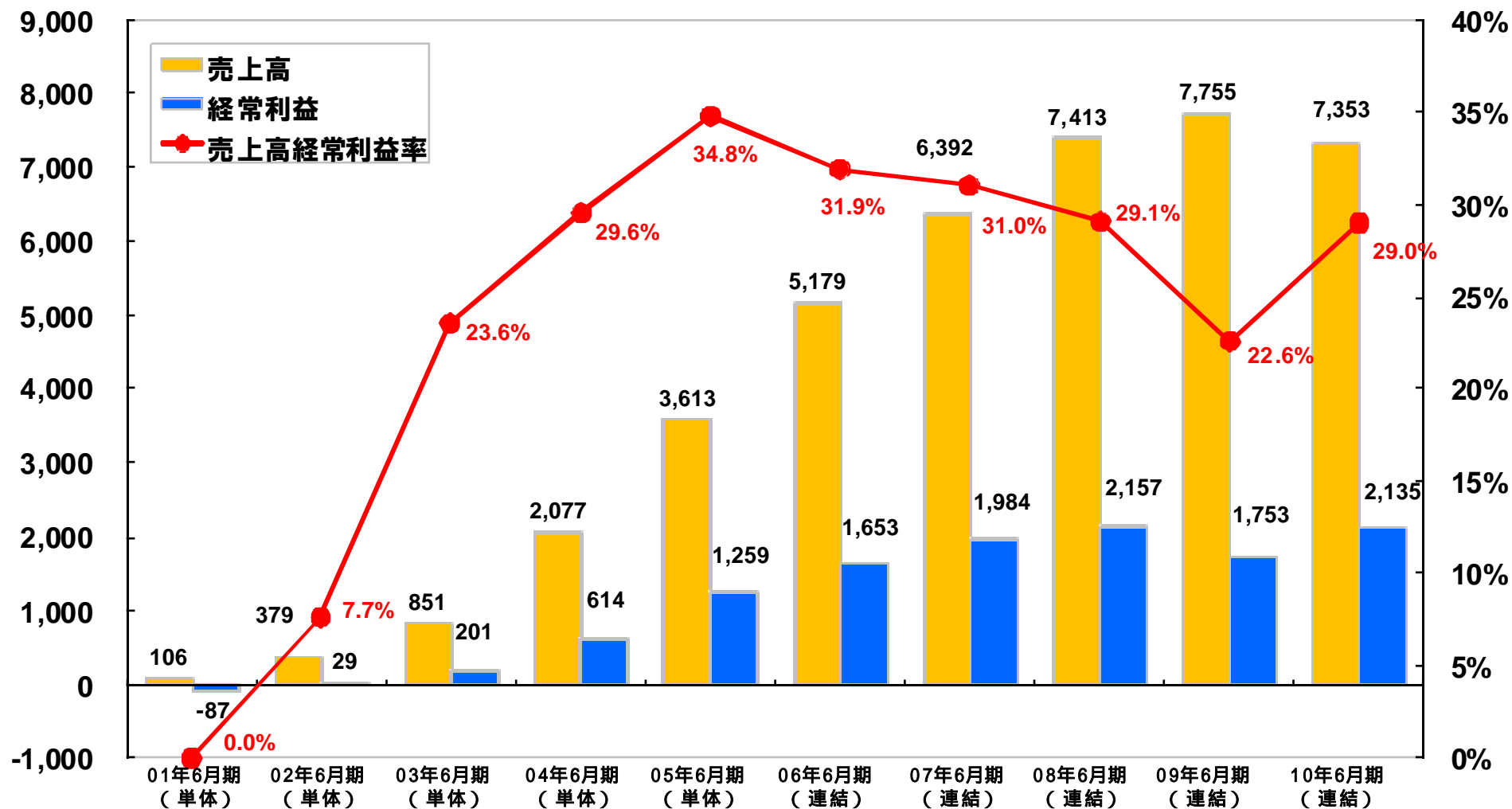
イメージキャラクタに栗城史多を起用

# (ご参考)マクロミル事業概要 ネットリサーチのサービスフロー



# (ご参考)業績推移 売上高・経常利益・経常利益率

(単位：百万円)





# (ご参考)3力年の事業計画

(金額単位:百万円)

	2011年6月期(再修正)		2012年6月期(計画)		2013年6月期(計画)	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比

(単体)

売上高 (10%成長)	12,300	100%	13,700	100%	15,100	100%
経常利益	2,820	22.9%	3,100	23%	3,700	25%
当期純利益	1,470	12.0%	1,900	14%	2,200	15%

(連結) マクロミルコアは持分法適用のままの前提

売上高	12,300	100%	14,100	100%	15,700	100%
経常利益	2,500	20.3%	3,200	23%	3,900	25%
当期純利益	1,200	9.8%	1,900	13%	2,400	15%
海外売上比率					約3% ※	
連結EPS (円)	34.44		62.50		78.00	

※マクロミルコアを連結子会社とした場合、連結売上高は170億円、海外売上比率10%となります。

※連結EPSは株式分割後の数値です。

※当期以外の計画は、期初より据え置いておりますが、今後変更する可能性があります。

32

# 本資料に関するご注意

本資料の内容は、現在入手可能な情報から当社の経営陣が判断したものであり、その内容の正確性を保証するものではありません。

様々な要素により将来の事業を取り巻く環境が大きく変動することも考えられます。従いまして、将来の業績や結果につきましては、本日まで説明する内容と異なる可能性があることをご了承ください。

－本資料に関するお問合せ先－

株式会社マクロミル 財務経理本部 IR担当

TEL: 03-6716-0706 FAX: 03-6716-0701

E-mail: [ir@macromill.com](mailto:ir@macromill.com)