

2012年6月期 通期決算説明資料

株式会社 マクロミル

証券コード: 東証1部 3730

1. 2012年6月期 通期業績のご報告

2012年6月期 通期 決算概要

- ✓ 売上・利益ともに目標達成し、過去最高を記録
- ✓ 利益成長が売上成長を上回る

		第4四半期会計期間 (4/1~6/30)			通期 (7/1~6/30)			通期業績予想 (7/1~6/30)	
		2012年6月期	2011年6月期	前年比	2012年6月期	2011年6月期	前年比	(達成率)	
連結	売上高	3,510	2,973	118.0%	14,229	12,210	116.5%	14,200	(100.2%)
	経常利益	417	367	113.6%	2,975	2,522	118.0%	2,900	(102.6%)
	経常利益率	11.9%	12.4%	△0.5pt	20.9%	20.7%	+0.2pt	20.4%	+0.5pt
	特別損失	0	2	19.2%	8	259	-	-	-
	当期純利益	160	104	153.2%	1,525	1,171	130.3%	1,500	(101.7%)

※ご参考

単体	売上高	3,195	2,964	107.8%	13,847	12,212	113.4%
	経常利益	534	682	78.3%	3,642	2,912	125.1%

(注) 当社は、2010年8月1日付で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しております。

2012年6月期 位置づけと総括

重点テーマ1

国内マーケティングリサーチ事業の着実な成長を実現

- ✓ 第13期目においても売上・経常利益の二ケタ成長を実現
- ✓ 電機業界を除くほぼすべてのクライアント業種で10%を超える伸張
特に、食料品業界はQPRや定性調査などとのクロスセルにより20%の伸張を実現

重点テーマ2

中期的成長に向けた準備と種まき

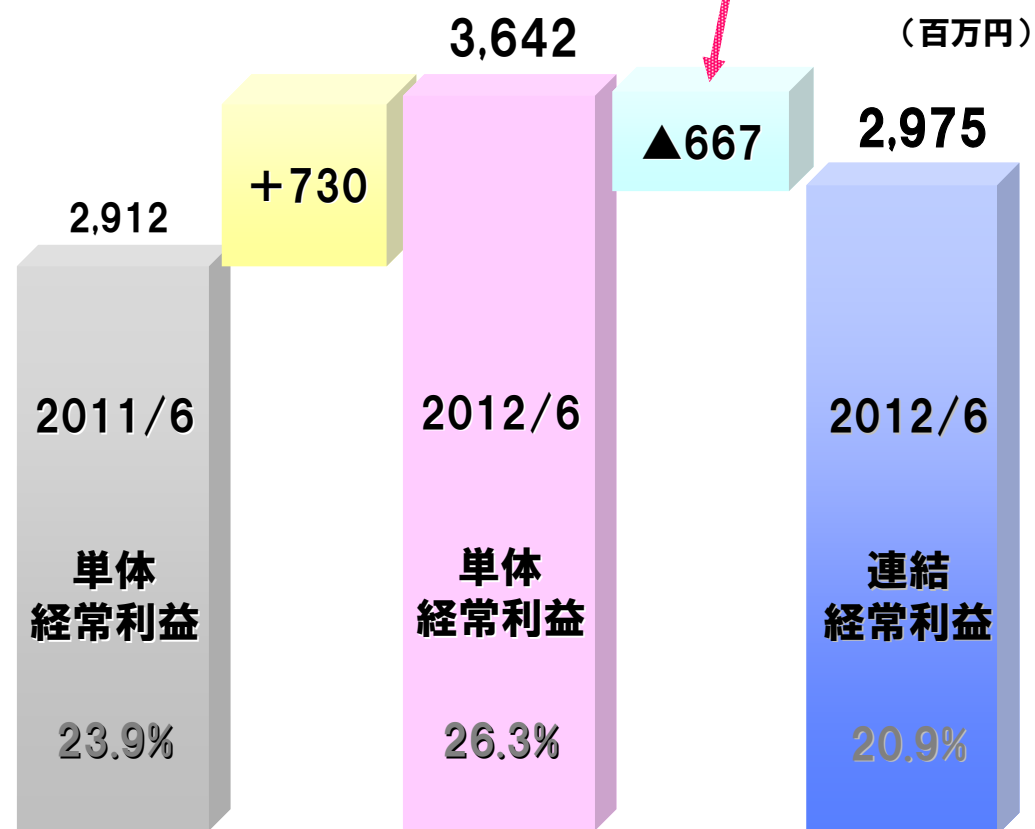
- ✓ 50億円のCBを発行。成長投資と資本効率向上と目的をした資金調達
- ✓ 韓国法人エムブレインへのメジャー出資、マクロミル・コリアとの統合
韓国での事業拡大に向けた準備が整う
- ✓ 新領域への投資、中国展開により見えてきた課題と機会
- ✓ EPS・ROEの改善を実現

利益とコスト構造の変化（通期）

単体	2012年6月期		2011年6月期		前年比
	金額	百分比	金額	百分比	%
売上高	13,847	100.0	12,212	100.0	113.4
原価	6,717	48.5	6,119	50.1	109.8
人件費	1,879	13.6	1,758	14.4	106.9
モニタ費+外注費	3,760	27.2	3,060	25.1	122.9
その他	1,077	7.8	1,299	10.6	82.9
販売管理費	3,480	25.1	3,235	26.5	107.6
人件費	2,093	15.1	1,957	16.0	106.9
その他	1,386	10.0	1,277	10.5	108.6
経常利益	3,642	26.3	2,912	23.9	125.0
（連結経常利益）	2,975		2,522		117.9
当期純利益	2,016	14.6	1,424	11.7	141.5

・連結子会社への先行投資および既存投資による損失

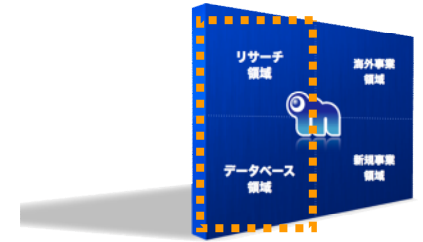
エムキューブアンドアソシエイツ △140
 エムワープ △269
 マクロミルチャイナ △104 等



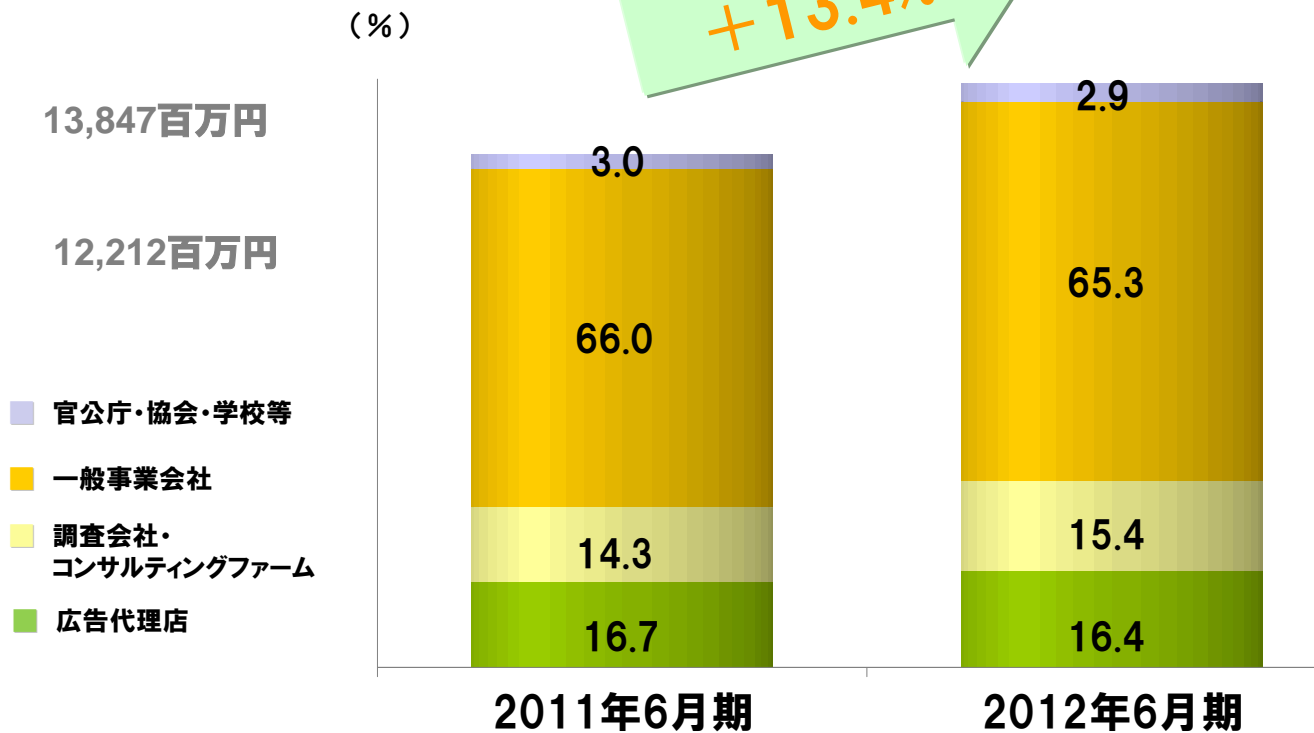
マクロミル戦略マップ



業種別売上高構成比(単体)



- ✓ 電機を除くほぼすべての業種で前年比10%超の伸び率を実現
堅調な拡大が続く
- ✓ 特に食料品が好調
QPRとのクロスセルで付加価値提案を行い、競合と差別化



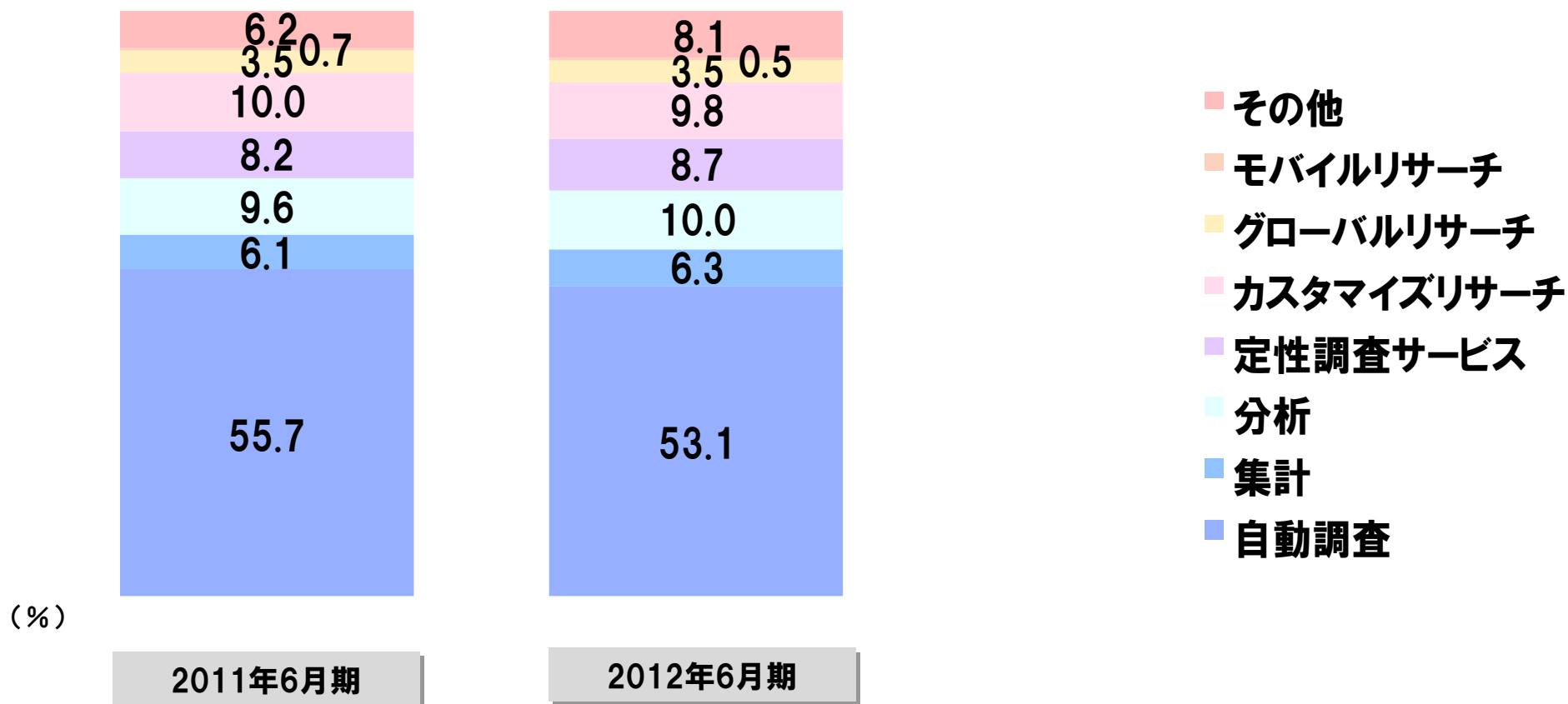
売上高伸長業界 (前年同期、金額比)

1. 食料品
+ 21.6% + 3.8億円
2. 調査会社・コンサル
+ 21.5% + 3.7億円
3. サービス
+ 14.5% + 2.3億円

サービス別売上構成の変化(単体)



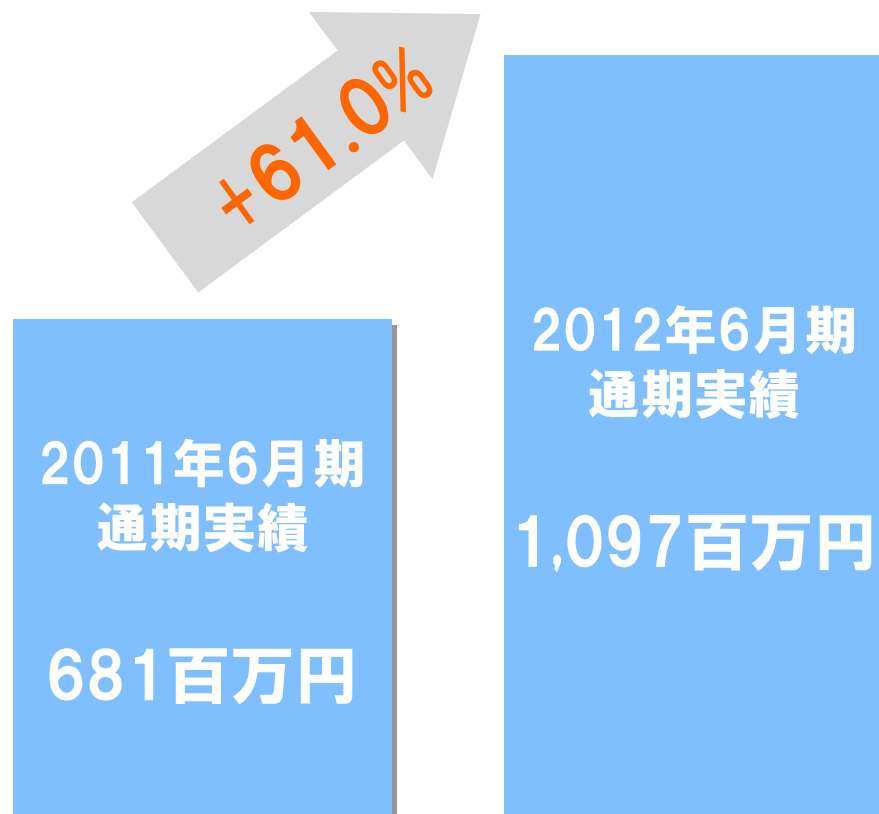
- ✓ ほぼすべてのサービスにおいて、増収を達成
- ✓ 自動調査の売上比率は低下してきており、総合マーケティングリサーチ会社としての存在意義が高まっている



その他サービスの状況(QPR、bdb、AIRsMEMBERS)



- ✓ 2012年6月期 合計目標予算の10億円を達成
- ✓ QPRの年間契約社数が順調に推移、食料品業界を中心に顧客層が拡大



(百万円)

	2012年度 6月期	2011年度 6月期	前年比
QPR™ 3万人のモニタから収集する 消費者購買データベース	746	410	182.0%
bdb branddatabank.com 3万人の持ち物・嗜好に関する 調査結果のデータベース	198	165	120.0%
AIRsMEMBERS NetResearch and Panel Management System 企業の会員管理機能と アンケート機能を兼ね備えた SaaS型サービス	152	105	144.8%
合計	1,097	681	161.0%

韓国での事業展開



✓ 韓国法人エムブレインとマクロミル・コリアの企業統合

(8月8日発表のリリース解説)

1. マクロミル・コリアからエムブレインに事業譲渡する手法を選択
2. エムブレインの商号をマクロミルエムブレインに変更
3. 2012年第4四半期に4-6月の3ヶ月間で2.8億円の連結寄与
→14期よりフル連結

経営資源を整理、集中させることにより、
韓国内におけるマーケティングリサーチ市場において、さらなる拡大を目指す

海外事業・新規事業開発



韓国事業: エムブレイン、マクロミル・コリア

- ✓ 韓国ネットリサーチ市場シェアNo.1のエムブレインを子会社化
13期の連結寄与(4-6月で2.8億円)、14期よりフル連結
- ✓ エムブレインとマクロミル・コリアを統合、更なる体制強化 (8月8日付 IRリリースより)

中国事業: マクロミルチャイナ(明路)、上海UC社

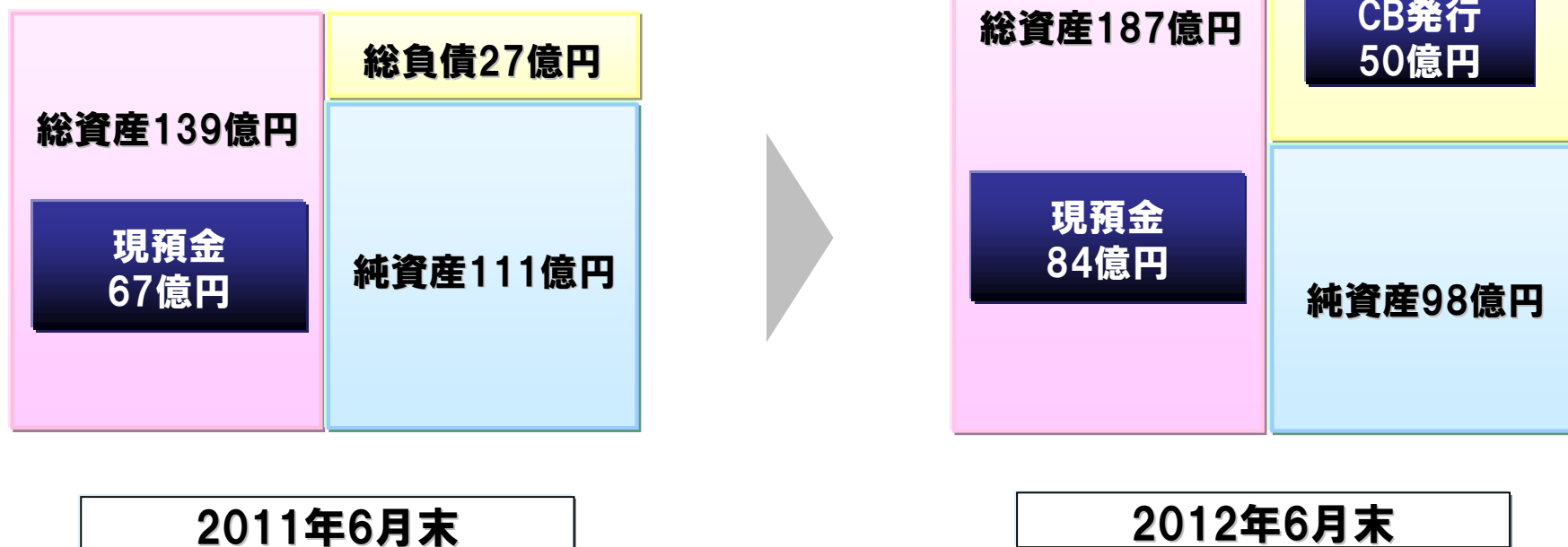
- ✓ マクロミル・チャイナは苦戦。日本法人からの受注は増加しているが、中国、欧米企業からの取引拡大が急務
- ✓ 上海UC社へ出資、深セン市場でのIPOを計画中
上海でのプロモーションサービス展開を検討

新規事業: エムワープ

- ✓ インタレストグラフ領域でのアプリを開発。マネタイズには至っていないが、新領域における研究開発のノウハウ蓄積、アプリ開発の貴重な人員を獲得

バランスシートの推移(連結)

✓ 自己株式の取得で資本圧縮

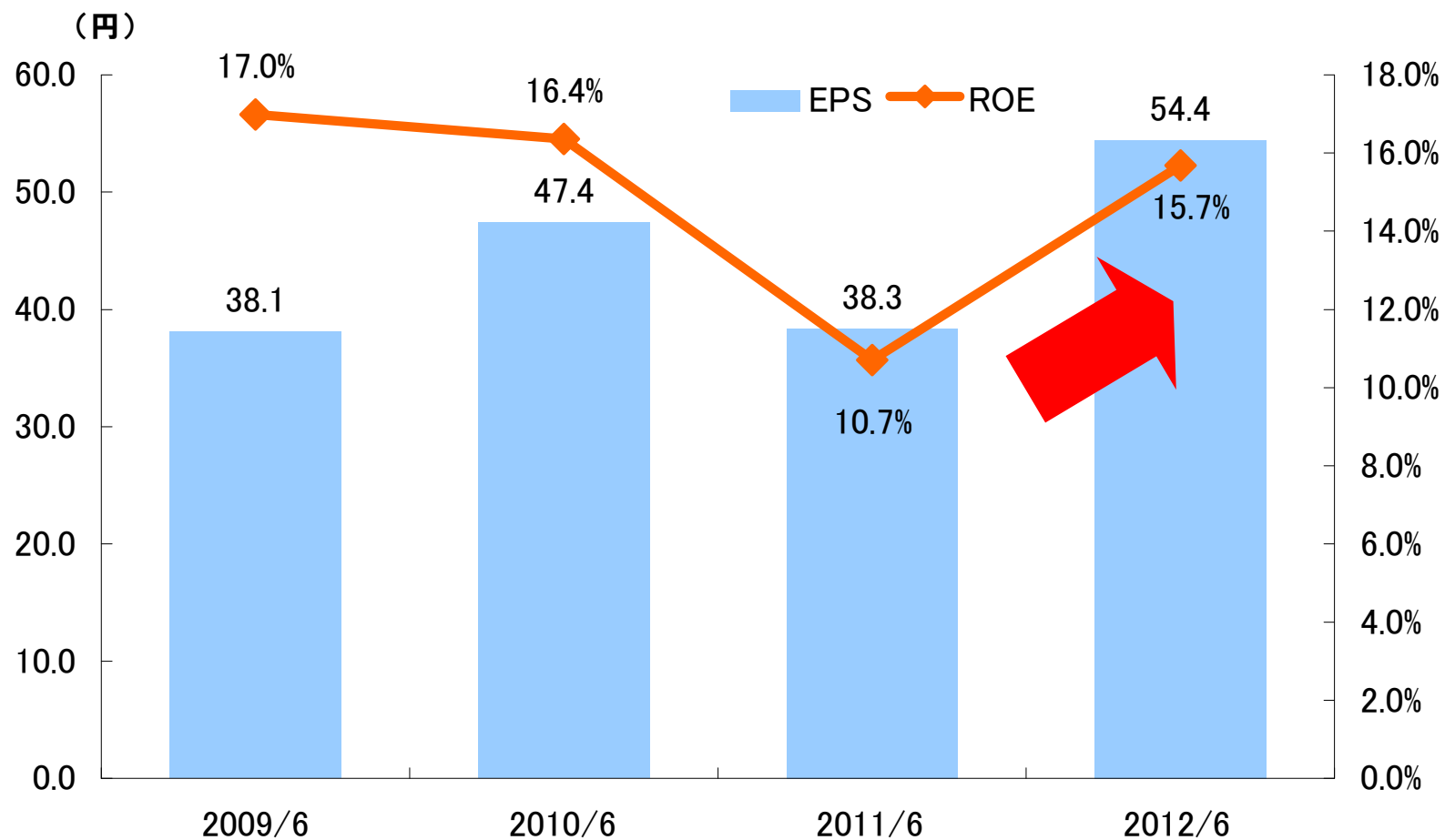


✓ 自己株式取得終了 (取得期間:2011年8月~2012年8月、取得枠:25億円)

取得期間	取得株式総数	取得価格の総額
2011年8月4日から 2012年8月3日まで	2,951千株	2,493百万円

EPS・ROEの推移

- ✓ 自己株式の取得および当期純利益の増加により、EPS・ROEの改善を実現



※ROEは、期末の株主資本ベース

※EPSについては、1) 自己株式を控除した発行済み株式数ベース 2) 2009年6月期、2010年6月期は株式分割(200分割)を換算して算出

2. 2013年6月期の業績計画および 今後の事業展開について

2012-2014年 中期経営計画 (2011年8月3日発表)

当期計画を上方修正いたします。

(百万円)

経営目標		2011年度実績	2012年度	2013年度	2014年度	2011年度比
連結売上高		12,210	14,200	15,500	20,000	+64%
経常利益		2,522	2,900	3,600	4,700	+86%
経常利益率		20%	20%	23%	24%	+4pt
		2011年度実績	2012年度	2013年度	2014年度	2011年度比
売上高内訳 (注)	国内マーケティング リサーチ事業 ※1	12,210	14,000	15,100	16,000	31%
	海外事業 ※2	-	200	400	1,000	-
	新規事業 ※3	-	-	-	-	-
	M&A(国内・海外)	-	-	-	3,000	-
【ご参考】		2011年度実績	2012年度	2013年度	2014年度	投資額合計
投資計画	システム投資 ※4	-	500	300	200	1,000
	新規事業投資	-	300	300	200	800
	M&A他投資	-	500	1,500	3,000	5,000

※1 ネットリサーチ+周辺事業を含みます。

※2 持分法適用会社のマクロミルコアは除いております。

※3 新規事業による売上貢献は折り込んでおりません。

※4 海外展開を見据えたAIRsの多言語対応、マルチデバイス対応などを含みます。

2013年6月期 業績計画

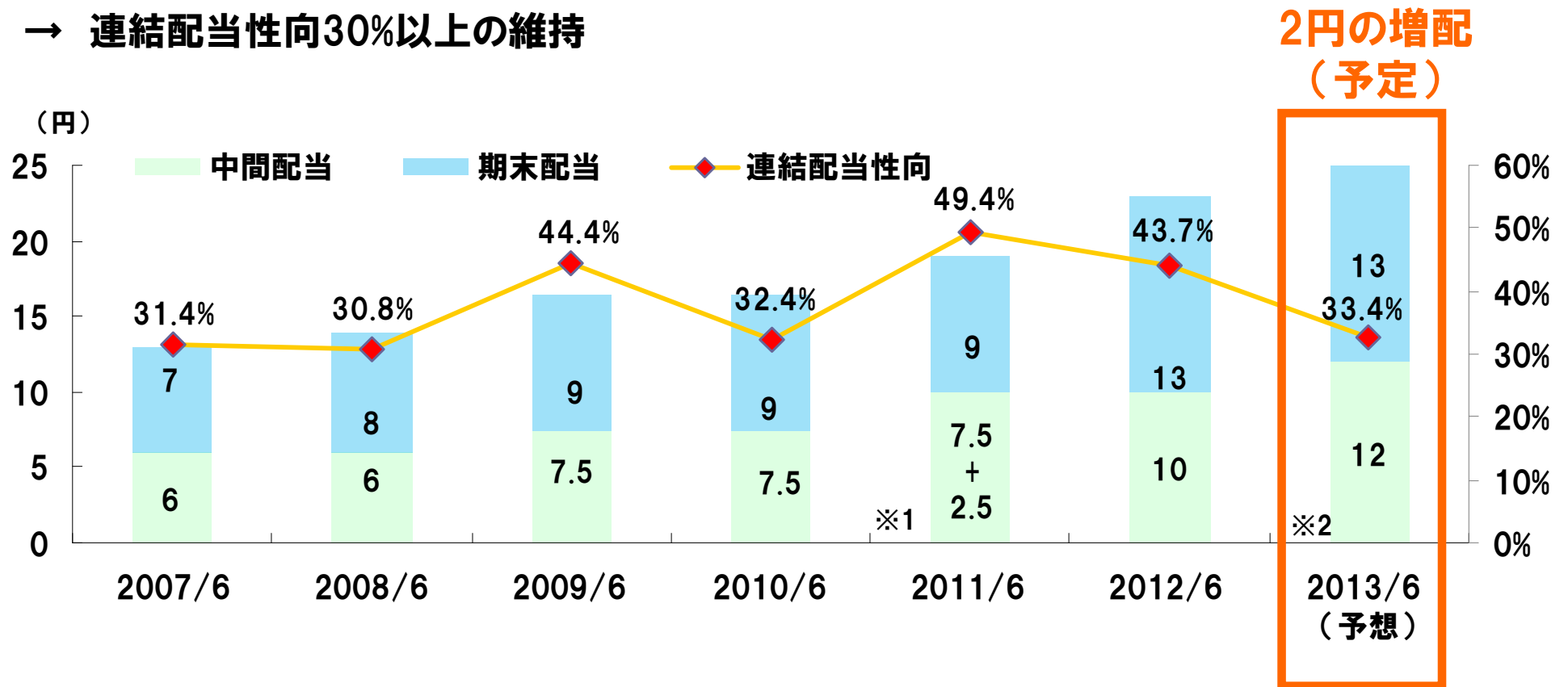
- ✓ 業績予想を上方修正
- ✓ 利益成長＞売上成長により、4期連続増収増益を二ケタ成長で目指す
- ✓ 連結計経常利益が単体を上回り、グループALLとしての事業拡大本格化

	2013年6月期					2012年6月期 通期実績	
	中期経営計画 (2011年8月3日発表)		修正後計画			金額 (百万円)	売上比 (%)
	金額	売上比	金額	売上比	前年比		
(連結)							
売上高	15,500	100.0	16,800	100.0	118.1%	14,229	100.0
経常利益	3,600	23.0%	3,900	23.2	131.1%	2,975	20.9
当期純利益	-	-	2,100	12.5	137.6%	1,525	10.7
(単体)							
売上高	15,100	100.0	15,100	100.0	109.0%	13,847	100.0
経常利益	-	-	3,800	25.2	104.3%	3,642	26.3
当期純利益	-	-	2,200	14.6	125.6%	1,751	12.6

配当政策

- ✓ 2012年6月期1株当たり期末配当金を決議(中間:10円、期末:13円)
- ✓ 2013年6月期1株当たり配当予想
年間25円(中間:12円、期末:13円)、配当性向33.4%(予定)

→ 連結配当性向30%以上の維持



※1 2011年1月に1:200の株式分割をおこなっており、上記配当金は株式分割後の金額に修正しております。

※2 2013年6月期の配当性向については、2013年6月末時点の見込株式数を基準に算定しております。

リサーチ領域・データベース領域

● 総合的なリサーチニーズへの対応強化

● 付加価値提供による競合他社との差別化



・自動調査から、コンベンショナル調査、
グローバル調査等総合的にサービス提供
・QPRとのクロスセル
→マーケティングリサーチ市場成長(2011年度1.9%)を
はるかに上回る事業拡大を継続していく

海外事業領域 中国・韓国

韓国事業

- ✓ マクロミルエムブレイン(旧エムブレイン)の業績をフル連結→14期で約14億円(見込み)
- ✓ 双方の強みを活かし、シナジーを徹底追求(営業、システム、管理体制)
成長スピードを速め、IPOを目指せるステージへ

中国事業

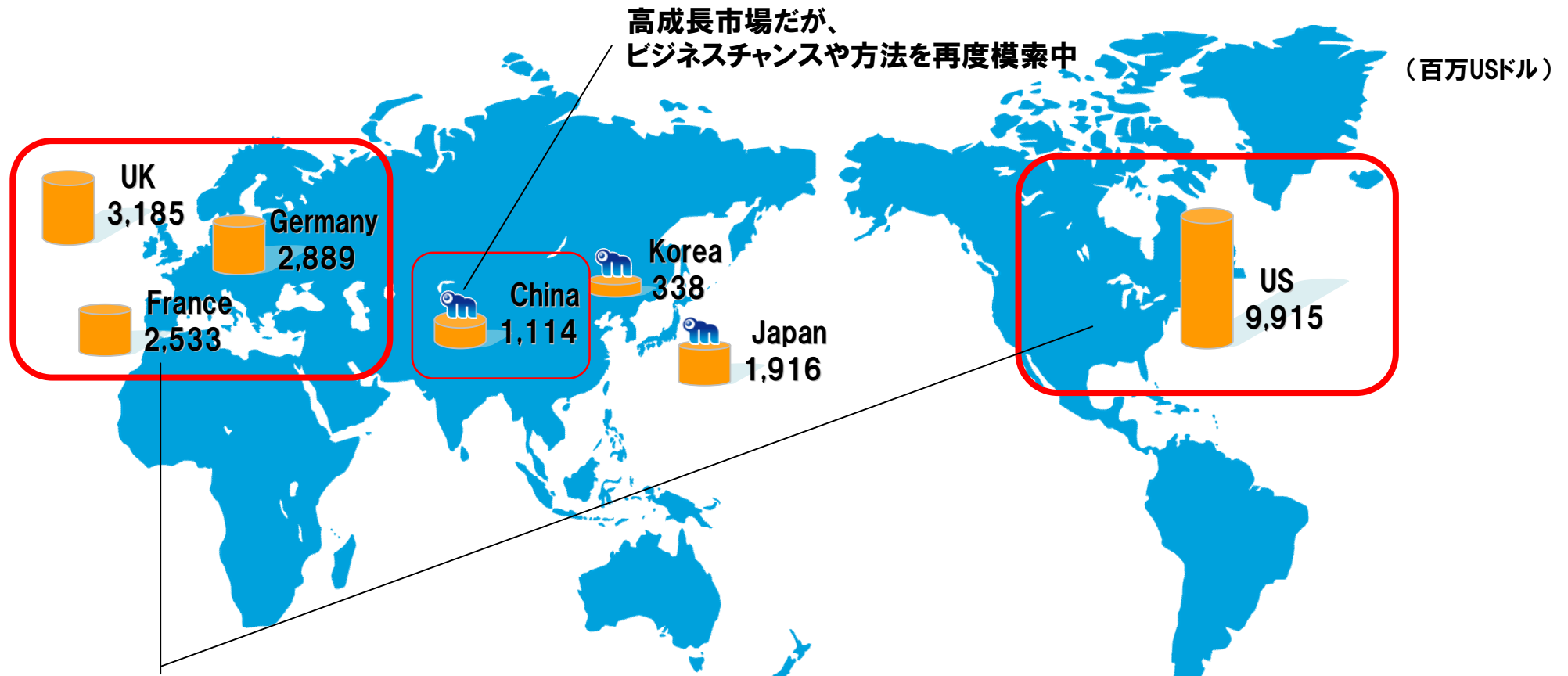
- ✓ 顧客(日本企業)の中国調査ニーズに十分な対応ができる体制を引き続き整備・充実
- ✓ 在中外資企業、中国企業との取引拡大を模索
- ✓ UC社とプロジェクトチーム発足。プロモーション分野の提携事業検討中



海外事業領域



アジアのみならず、米国・欧州への展開を模索し、事業拡大を加速



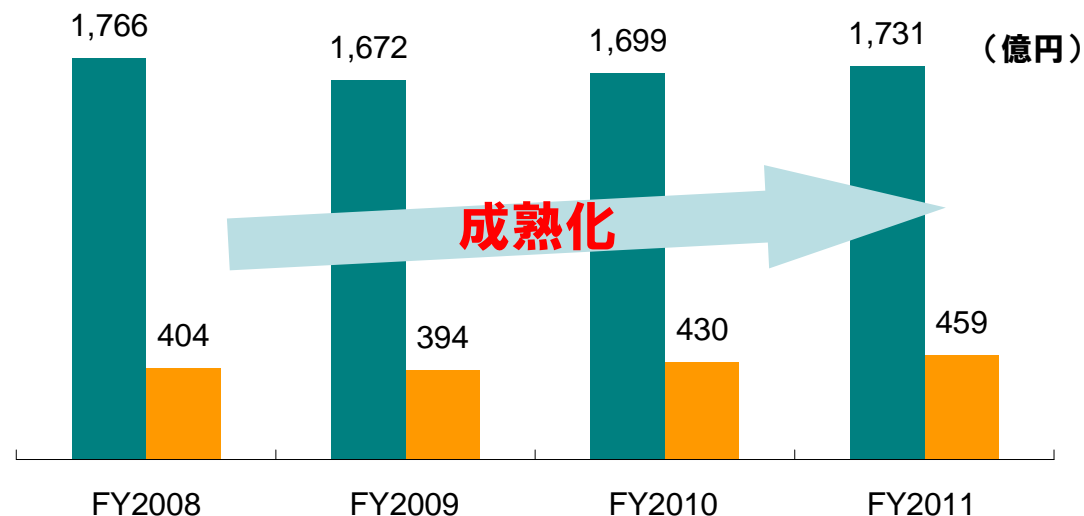
**欧米は日本の規模を上回り、かつ安定的な市場
M&Aによる業界再編も盛んであり、積極的に投資機会を模索**

出典: GLOBAL MARKET RESEARCH 2011 (ESOMAR)

新規事業領域開発を本格化する背景

市場規模の推移

■ マーケティングリサーチ市場 ■ インターネット調査



出典：日本マーケティングリサーチ協会
「第37回経営業務実態調査」



<事業開発の意義>

リサーチマーケットが成熟化する中、
事業領域を多角化し、
長期的成長を実現する

市場認識 (1) スマホの脅威と機会



脅威

PCインターネットから
モバイルインターネットへの
利用時間シフト

PC利用を前提とした
オンラインリサーチの
趨勢的な優位性低下

機会

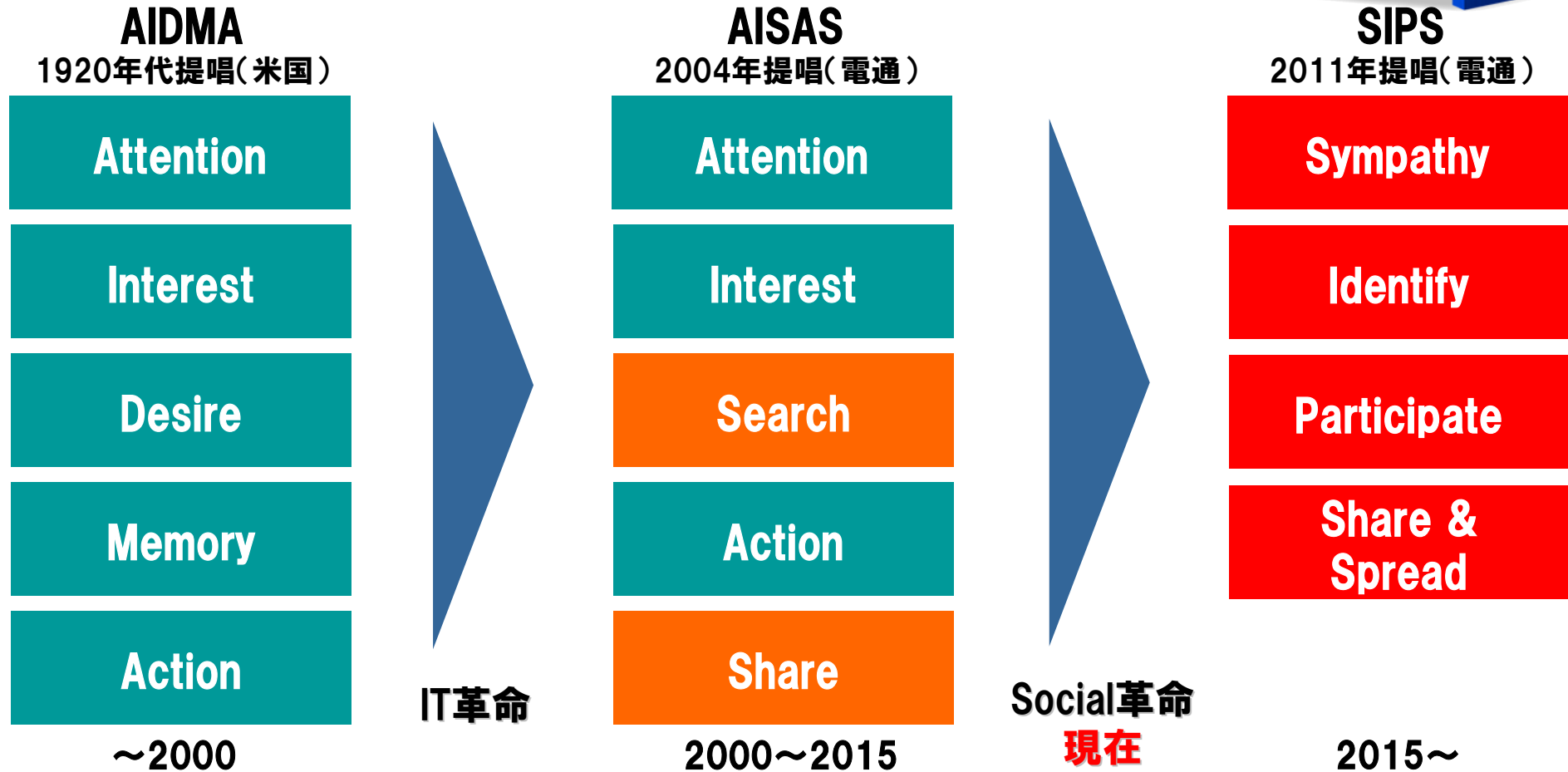
3歳から100歳まで
誰もが直感的に使える、
インターネットにつながった
高性能コンピューター

ITリテラシーに関係なく、
ネットであらゆる人々に
つながることができる時代

市場認識(2) 生活者の進化



生活者行動モデルの変化



ソーシャル時代の生活者は、商品・サービスに自分オリジナルの「物語」を積極的に見出し、発信して消費する

マクロミルのDNA



リサーチ'牛どん化'計画

www.macromill.com

マクロミル創業時の商品パンフレット(2000年)

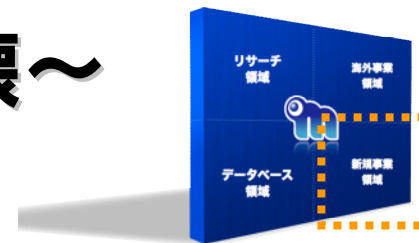
23

マクロミルのDNA

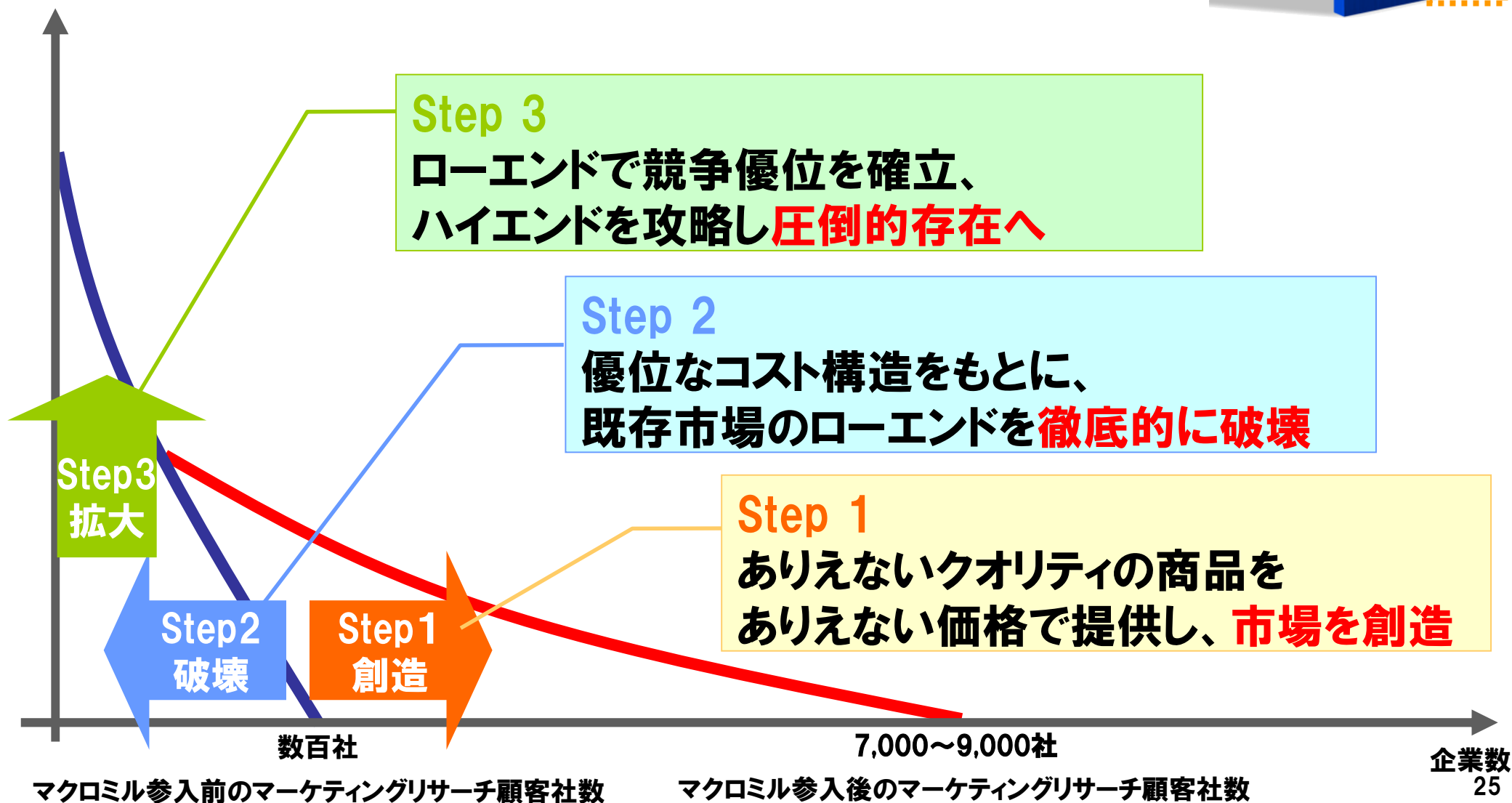


**イノベーションによって
誰もが
マーケティングサービスを利用できる社会を
実現する**

マクロミルのイノベーション ～創造と破壊～

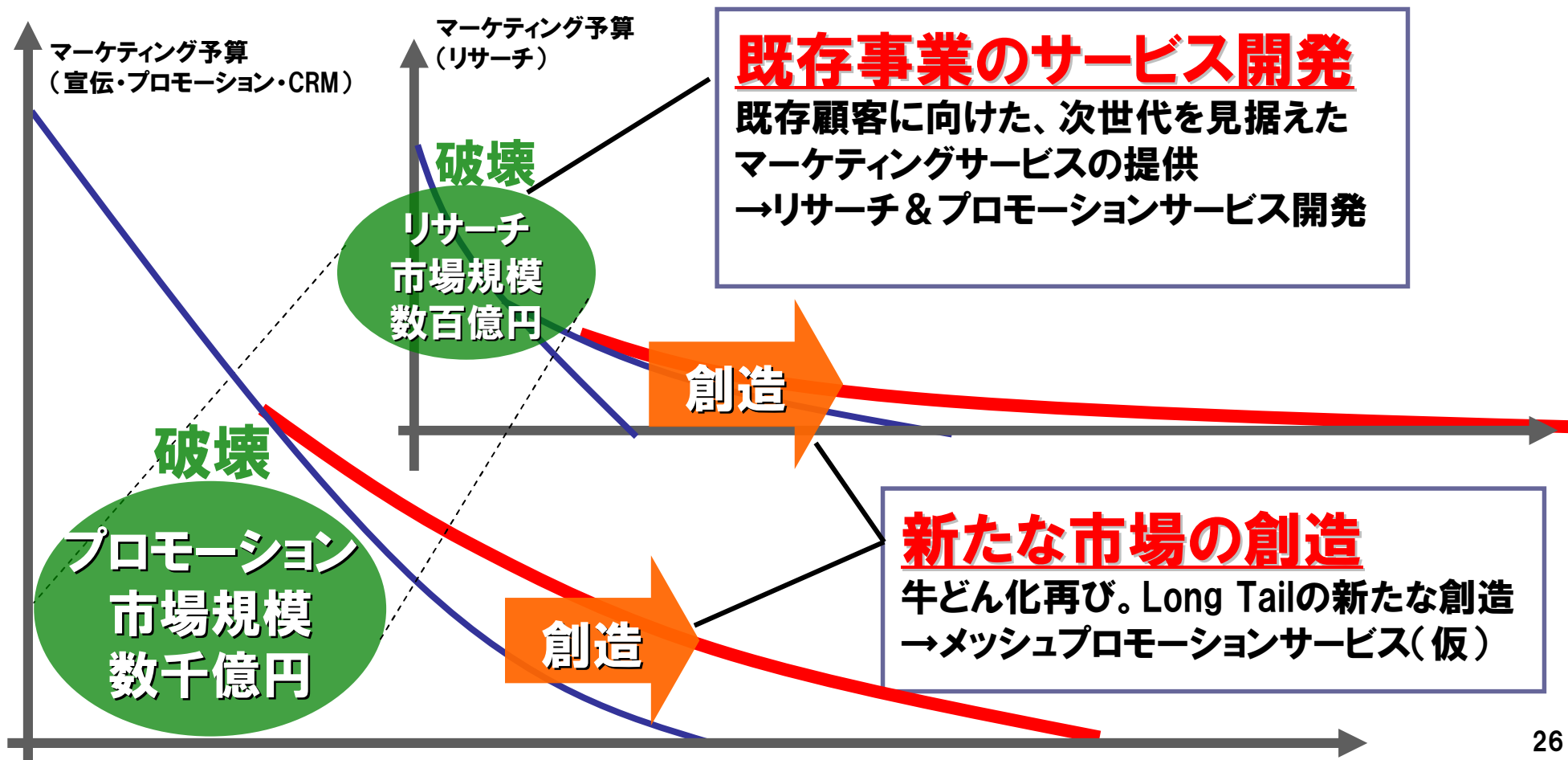


マーケティング予算
(リサーチ)



これからの新規事業の方向性

次はマーケティング領域全体を見据えて、
創業以来の創造と破壊の追求を不断に行う



新規事業開発戦略 概要



サービス

「メッシュプロモーション」サービス

- ・中小、零細企業が、スマホで格安にプロモーションやリサーチができるサービス
- ・従来型の営業を部隊を持たず、クーポンと手軽なリサーチを組み合わせ、スマホプラットフォームとしてマネタイズ

体制

- ・社長直下に開発部署「**フューチャーラボ**」を設置
既存事業の利害にとらわれず、スピード感ある開発を実現
→エムワープでのアプリ開発の知見及び開発人材ネットワークを活用
- ・マーケティングビジネスカンパニー内にも「**プロモーション事業統括本部**」を設置(2012年7月)
既存クライアントへの新規サービス開発体制を準備

今後の事業展開まとめ

国内

海外

既存
領域

国内既存事業

国内マーケティングリサーチ
市場成長を凌駕する事業拡大
総合化・差別化



グローバル展開

既存リサーチ事業の
地理的拡大
アジア、北米、欧州

国内新領域

新規
領域

事業立地拡大による
長期成長模索
プロモーション&リサーチ
メッシュプロモーション

マクロミルのDNAを海外、新領域に
展開し、さらなる拡大を目指す

✓ アジアから北米、欧州へ展開

✓ 国内プロモーション市場への進出

**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**



業績詳細

単価・稼働社数 窓口数・VIPの状況

指標	単位	2011年6月期				2012年6月期			
		1Q	2Q	3Q	4Q (通期)	1Q	2Q	3Q	4Q (通期)
Q毎 平均受注単価 (注1)	万円	77.3	79.1	80.0	75.5	78.3	79.7	83.7	77.2
Q毎 平均受注単価 (自動調査のみ) (注1)	万円	53.9	52.2	52.0	49.8	52.5	52.0	54.9	49.7
Q毎 平均受注単価 (ご参考) (注1)	万円	79.7	82.2	83.5	78.7	81.3	83.3	87.5	80.7
年間稼働社数 (注2)	社	904	1,386	1,675	1,895	985	1,371	1,711	1,924
年間稼働窓口数 (注2)	窓口	2,221	3,870	4,988	6,067	2,485	3,988	5,382	6,327
VIP社数 (注3)	社	242	240	240	229	254	256	251	249
VIP内Q平均1,000万円 以上売上高社数 (注4)	社	(59)	(58)	(55)	(53)	(61)	(63)	(67)	(64)

(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。平均受注単価(ご参考)は、定性調査を案件数に含めずに算定しています。

実態に合った単価を算定するため、今後上段の「定性調査を1案件とカウント」方式にて、全体単価を算出いたします。

(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1,000万円以上売上の顧客をVIPと定義しております。

(注4) 各期累計表示です。

人員の状況

指標	単位	2011年6月期				2012年6月期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
従業員数 連結 ^(注)	人	605	553	545	557	566	594	735	768
従業員数 単体 ^(注)	人	596	542	528	542	541	550	560	582

(注)従業員数は契約社員・休職者を含みます。

✓ 人員職種別内訳

営業
146名

運用
115名

リサーチャー
143名

その他...

事業企画、経営管理、
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。
※2012年7月1日現在の人数です。

✓ 連結子会社従業員数 175→186名

エムキューブアンドアソシエイツ:5→6名

エムワープ:17→20名

マクロミルチャイナ:17→20名

エムブレイン:136→139名

エムプロモ:→1名

モニタの状況

指標	単位	2011年6月期				2012年6月期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
マクロミルモニタ	万人	94.0	100.2	98.5	104.0	105.9	107.1	108.6	109.5

※2012年7月現在

PCモニタ	モバイルモニタ
<p>マクロミルモニタ</p> <p>109万人 (スマホモニタも含む)</p>	<p>Yahoo! リサーチ・モニター</p> <p>約146万人</p>
	<p>パソコン+ケータイ併用モニタ</p>  <p>モバイル協力モニタ</p> <p>約32万人</p>
	<p>ケータイ専用モニタ</p>  <p>ミルモバモニタ</p> <p>約5万人</p>
	<p>(ここでのケータイ・モバイルはフィーチャーフォンを指しております)</p>

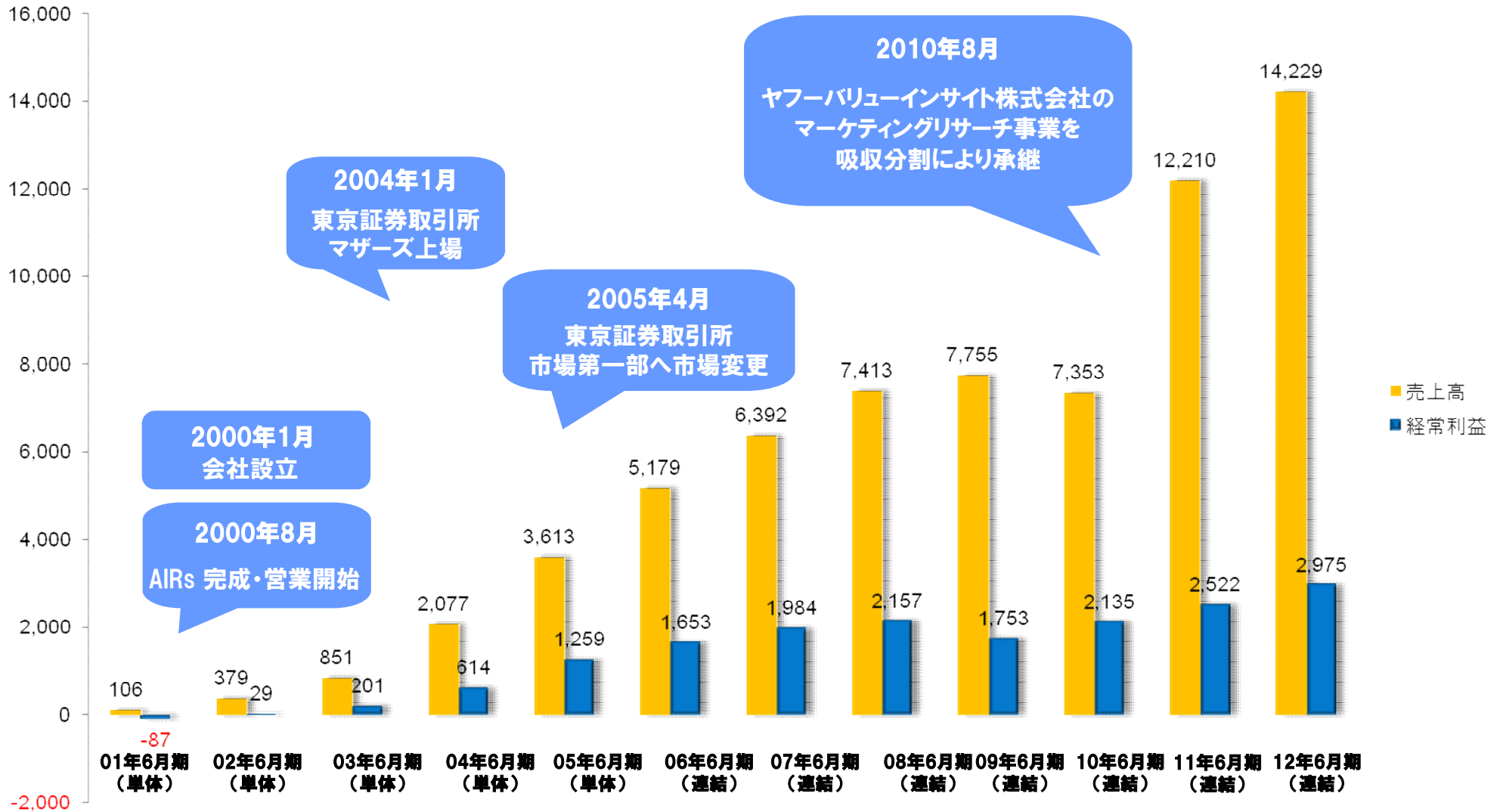
✓ 2012年3月よりスマートフォン対応アンケート回答画面をリリース(AIRs)

- 同一の調査に対して、PC/スマートフォンどちらからでも専用画面で回答可能に
- 時間や場所の制約がなくなるため、回答回収率の向上・モニタ数増大を見込む

ご参考

沿革・業績推移

(百万円)



(ご参考)資本業務提携、グループ会社の状況

(百万円)



連結子会社

国内



2012/6 通期
売上高:553
経常利益:△140

⇒QPRパネルの構築
消費者購買データ収集

株主:博報堂DYホールディングス等



2012/6 通期
売上高:52
経常利益:△268

⇒主にスマートフォン分野における
マーケティングソリューション事業
次世代マーケティングプラットフォーム事業
(アプリ開発等)



2012/6 4Q
売上高:9
経常利益:3

⇒インターネットを活用したマーケティング支援事業
株式会社リゲインから事業譲渡を受ける

海外

NEW

マクロミルエムブレイン

⇒エムブレインとマクロミル・コリア
の統合(2012年8月)



⇒中国におけるリサーチ事業
2011年9月営業開始

持分法適用会社

電通マクロミル

⇒40.0%出資

資本業務提携



⇒10.66%を保有(議決権比率)

上海聯都実業有限公司

⇒6.9%を保有

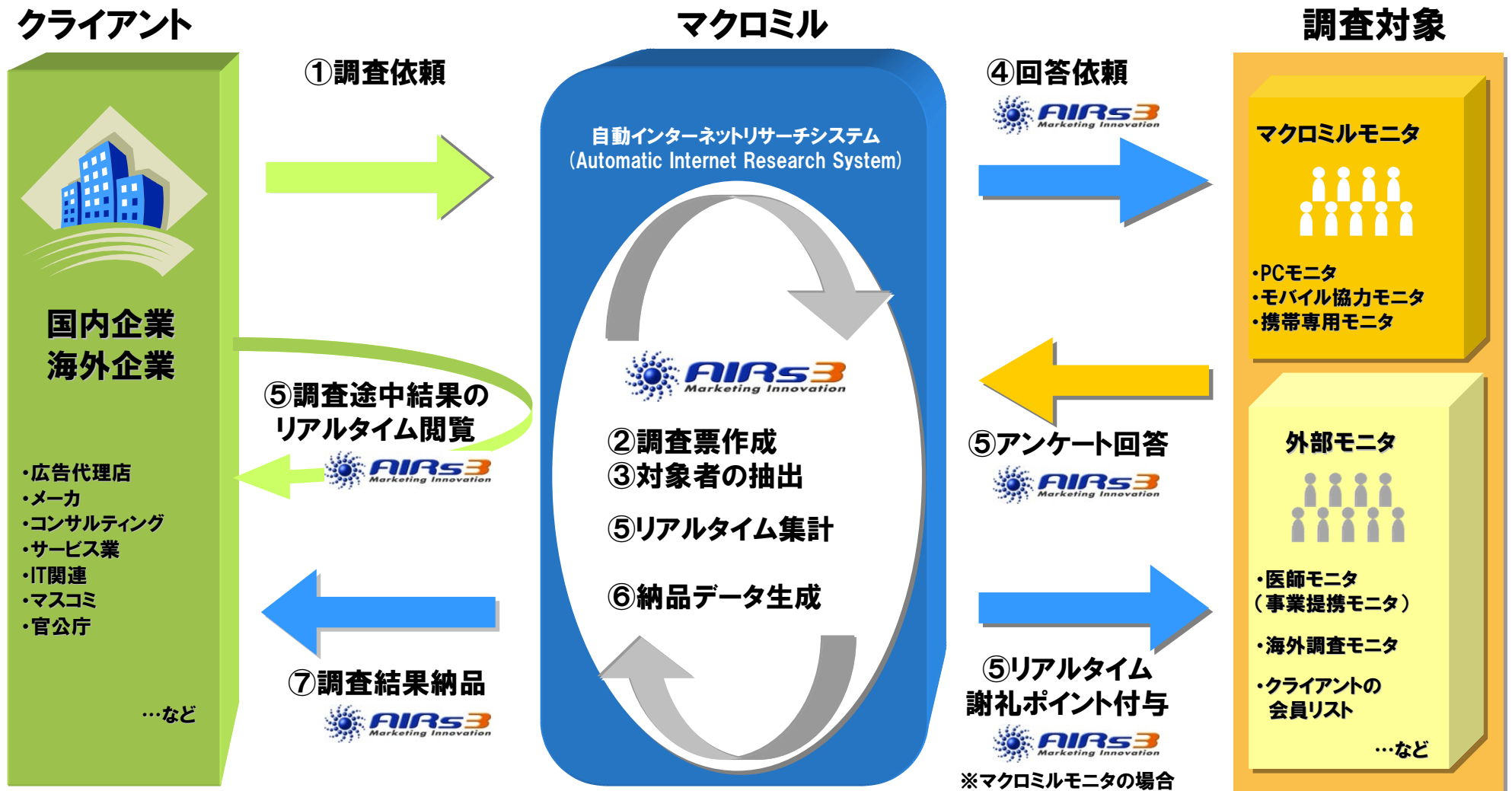
業務提携



電通マーケティングインサイト



ネットリサーチのサービスフロー



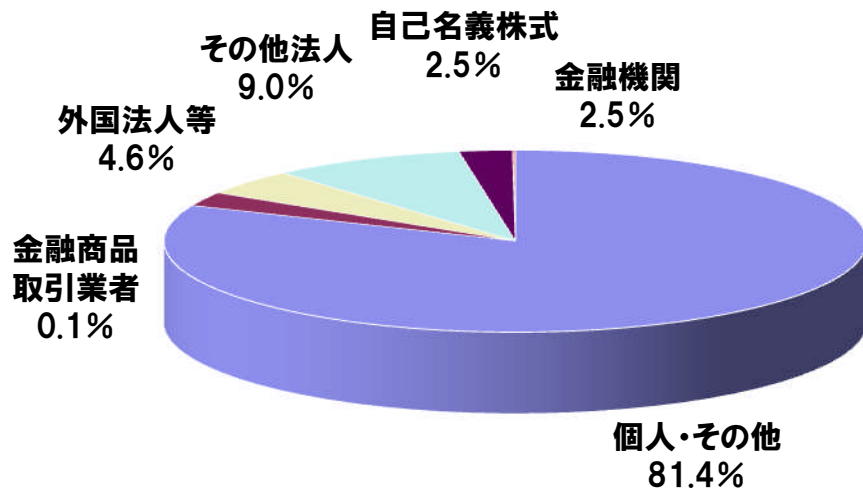
※ AIRsを利用した調査のサービスフロー代表例となります。調査内容等によっては、AIRsを利用しない場合やフローが変更となる場合があります。

※ 調査の企画設計が発生する場合はフロー①の前、調査結果の集計分析が発生する場合はフロー⑦の後となります。

株式情報

2012年6月30日時点

発行可能株式総数	83,712,000株
発行済株式の総数	30,868,400株
株主数	9,467名
単元株式数	100株



大株主名	持株数(株)	持株比率(%)
ヤフー株式会社	7,071,100	22.91
株式会社バニラスカイ	2,402,000	7.78
ゴールドマンサックスインターナショナル	2,369,426	7.68
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1,079,800	3.50
杉本 哲哉	912,400	2.96
ゴールドマン・サックス・アンド・カンパニー レギュラーアカウント	738,100	2.39
柴田 聡	732,000	2.37
福羽 泰紀	709,600	2.30
株式会社インテック	514,400	1.67
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	507,300	1.64

注1. 当社は自己株式2,835,700株を保有しておりますが、上記大株主には含めておりません。

注2. 持株比率は発行済株式総数を基準に計算しております。

注3. 上記株式会社バニラスカイは、当社代表取締役である杉本哲哉が代表を務める法人であります。

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、本日ご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 経営戦略室 IR担当

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

E-mail: ir@macromill.com