
2013年6月期 通期決算説明資料

株式会社 マクロミル

東証1部 3730

全社業績

今後の事業展開およびFY2014業績計画

業績詳細データ

ご参考資料

✓ 売上・利益ともに連結業績目標を達成し、過去最高の収益を実現

(単位：百万円)

		FY2013	FY2012	前年比	通期業績予想	(達成率)
連結	売上高	17,120	14,229	120.3%	16,800	101.9%
	経常利益	3,951	2,975	132.8%	3,900	101.3%
	経常利益率	23.1%	20.9%	+2.2pt	23.2%	—
	当期純利益	2,508	1,525	164.4%	2,100	119.4%

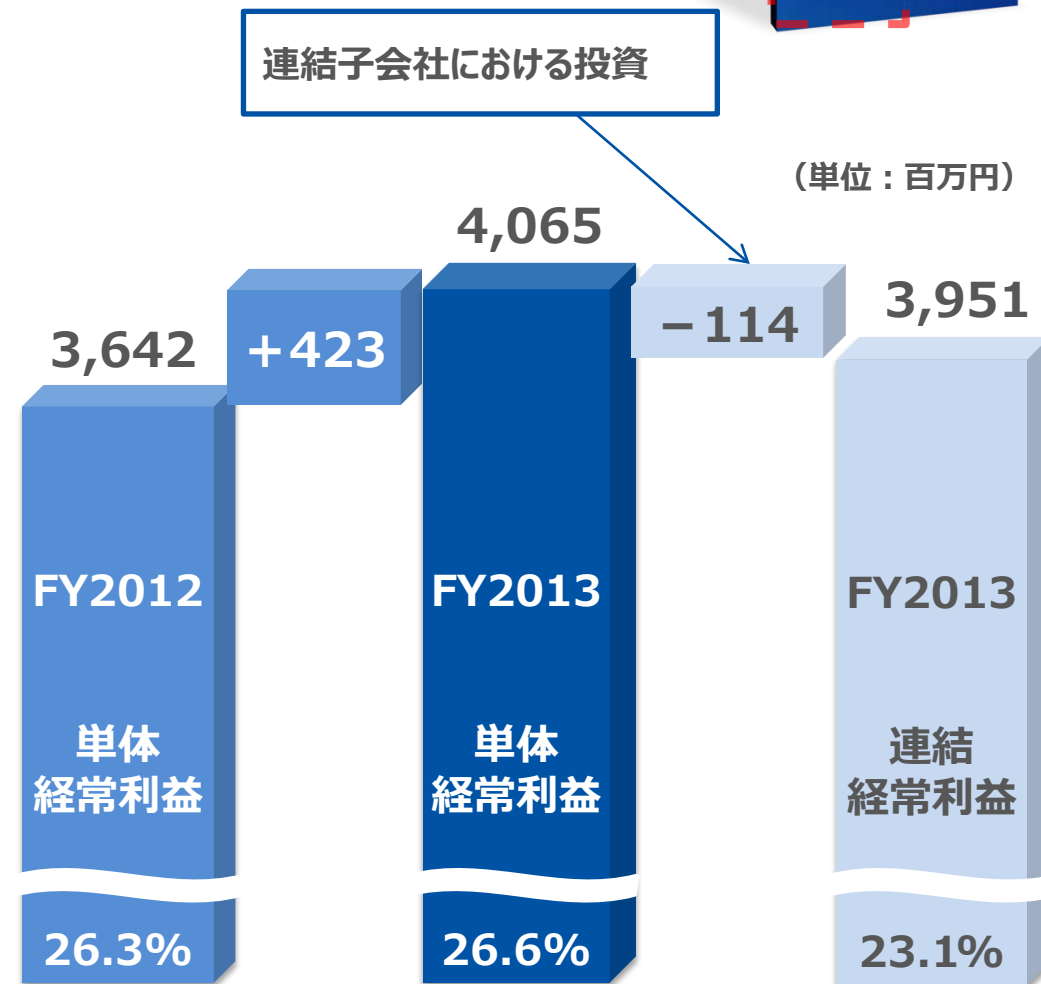
(参考)

単体	売上高	15,269	13,847	110.3%
	経常利益	4,065	3,642	111.6%
	経常利益率	26.6%	26.3%	+0.3pt
	当期純利益	2,101	2,016	104.2%



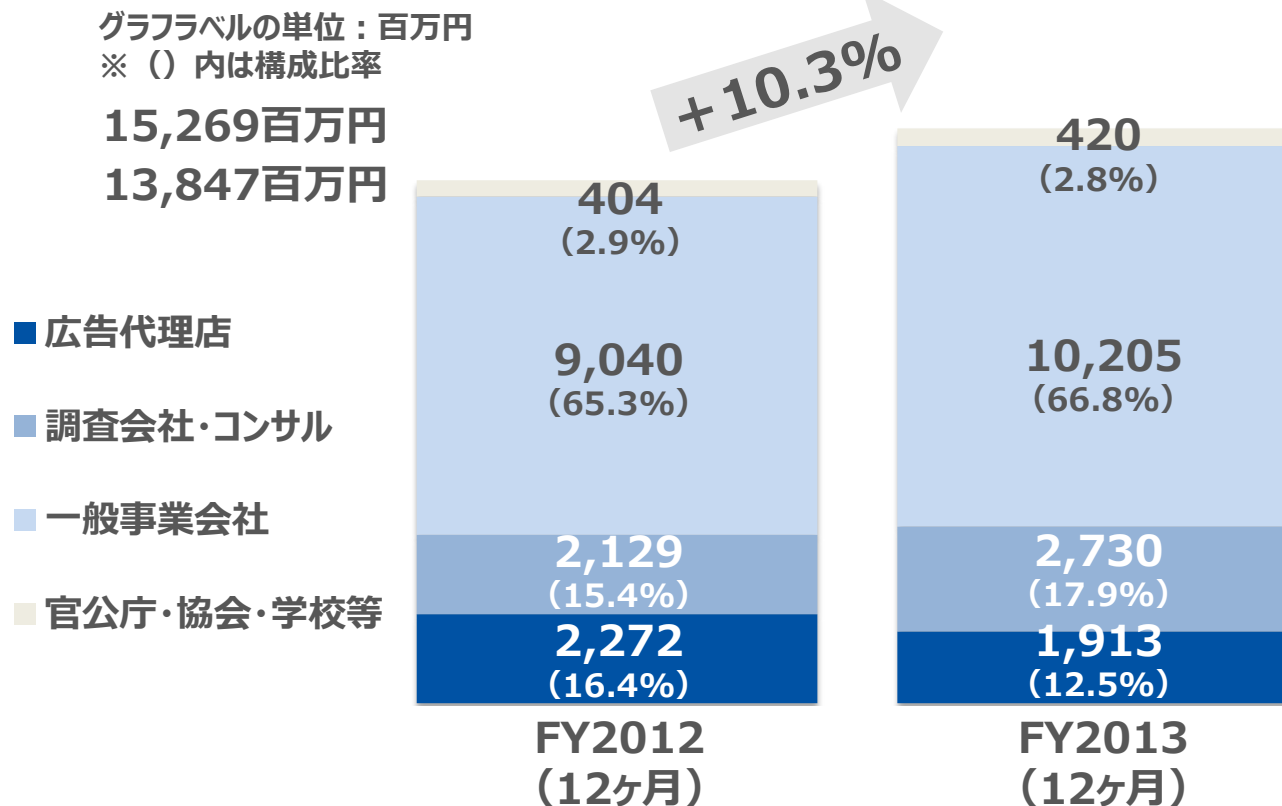


単体	FY2013		FY2012	
	金額	百分比	金額	百分比
売上高	15,269	100.0	13,847	100.0
原価	7,552	49.5	6,717	48.5
人件費	2,111	13.8	1,879	13.6
モニタ費+外注費	4,252	27.9	3,760	27.2
その他	1,188	7.8	1,077	7.8
販売管理費	3,756	24.6	3,480	25.1
人件費	2,050	13.4	2,093	15.1
その他	1,706	11.2	1,386	10.0
経常利益	4,065	26.6	3,642	26.3
(連結経常利益)	3,951		2,975	
当期純利益	2,101	13.8	2,016	14.5



✓ 広告代理店以外のすべての業界で増収となり、以下業界が大きく伸長

- 調査会社・コンサル +6.3億円（前年比+29.8%）
 - 食料品 +3.3億円（前年比+15.5%）
 - 情報・通信 +3.0億円（前年比+21.3%）
- （※金額が大きい順に記載）



✓ ほぼすべてのサービスが増収となり、以下のサービスが大きく伸長

- グローバルリサーチ 前年比+41.8%
 - 消費者購買動向データサービス（QPR） 前年比+27.7%
- （※比率が大きい順に記載）



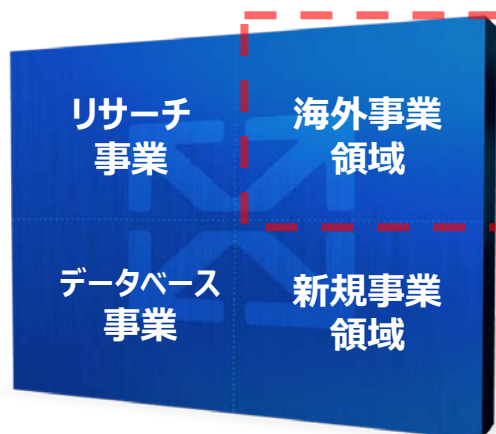
（単位：百万円）

サービス	FY2013 4Q累計	売上高構成比	FY2012 4Q累計	売上高構成比	前期比
自動調査	7,986	52.3	7,349	53.1	108.7%
集計	967	6.3	878	6.3	110.0%
分析	1,640	10.7	1,384	10.0	118.5%
定性調査	1,371	9.0	1,200	8.7	114.2%
カスタマイズリサーチ	1,255	8.2	1,356	9.8	92.5%
グローバルリサーチ	677	4.4	477	3.5	141.8%
消費者購買動向データサービス （QPR）	952	6.2	746	5.4	127.7%
その他	418	2.7	452	3.3	92.5%
合計	15,269	100.0	13,847	100.0	110.3%

※ 当期より開示区分を変更しております。前年同四半期比較は、前年実績を変更後の区分へ組替えたうえで算出しています。

※ モバイルリサーチサービスは、その他サービスに含まれます。

(単位：百万円)



		FY2013	FY2012	前年比
マクロミルエムブレイン (韓国)	売上高	1,568	281	558%
	経常利益	142	2	5,454%
マクロミルチャイナ (中国)	売上高	198	77	255%
	経常利益	-5	-103	-

※マクロミルエムブレインは2012年4月より連結寄与

マクロミルエムブレイン (韓国)

- ✓ 子会社化から1年が経過。
「マクロミル式の経営マネジメント手法導入」、「営業体制強化」、「コスト管理の徹底」が奏功し、通期での売上、利益は、ともに過去最高額を実現。13年1月～6月期では、創業以来初の黒字化。

マクロミルチャイナ (中国)

- ✓ 日系中国現地法人からの売上が伸び、売上が前期の2.5倍に伸長
- ✓ オフライン調査の内製化によるコストコントロールが奏功し、通期黒字化が見込める状況に

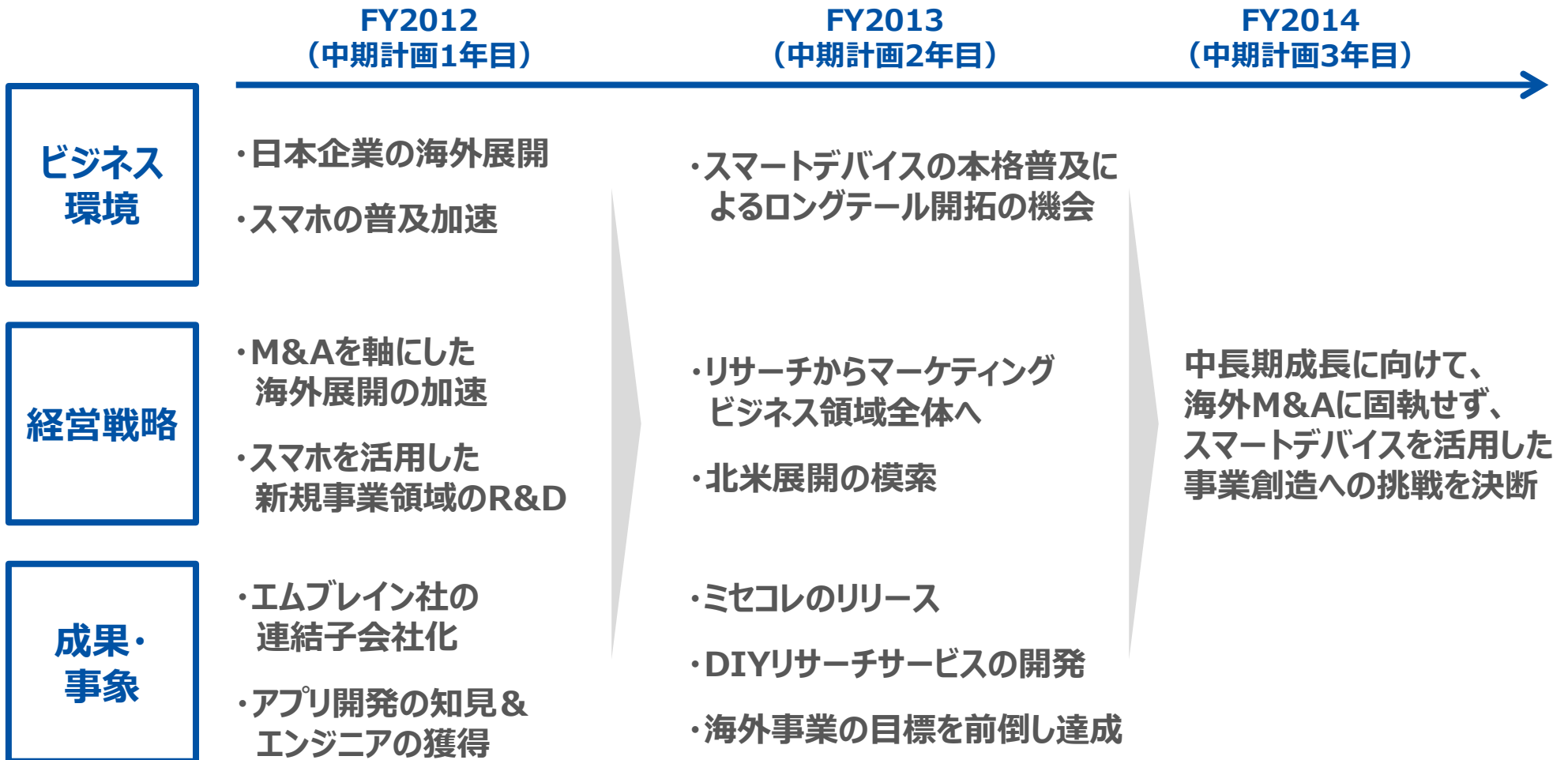
全社業績

今後の事業展開およびFY2014業績計画

業績詳細データ

ご参考資料

✓スマートデバイスの急速な普及により、魅力的な事業機会が現れつつあり、
中長期的な成長の実現へ向けて計画を変更し、従来の規模以上の新規事業投資を決断



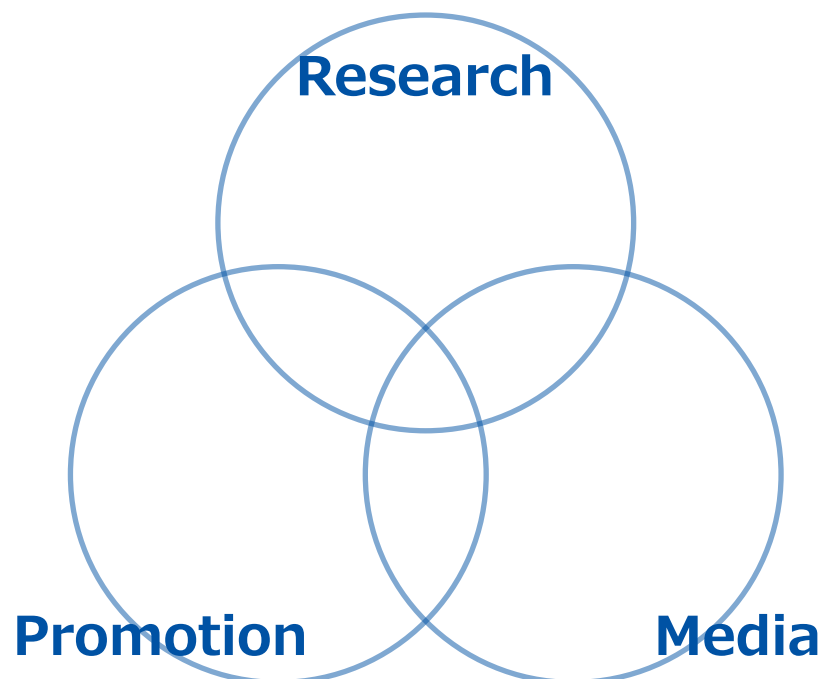
✓ 経営理念およびCIを再定義し、事業領域をマーケティングビジネス全体へ拡大



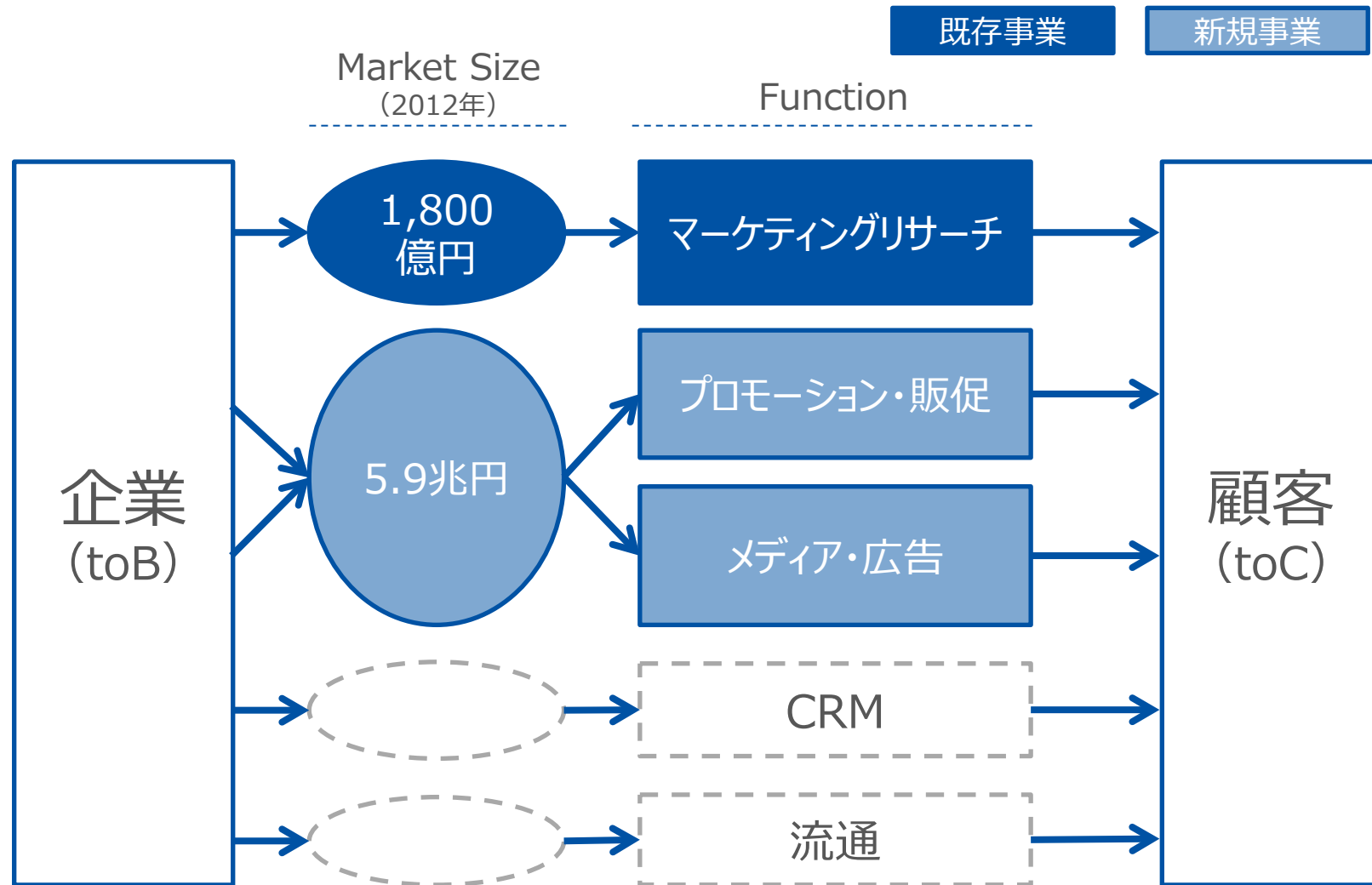
ネットリサーチ

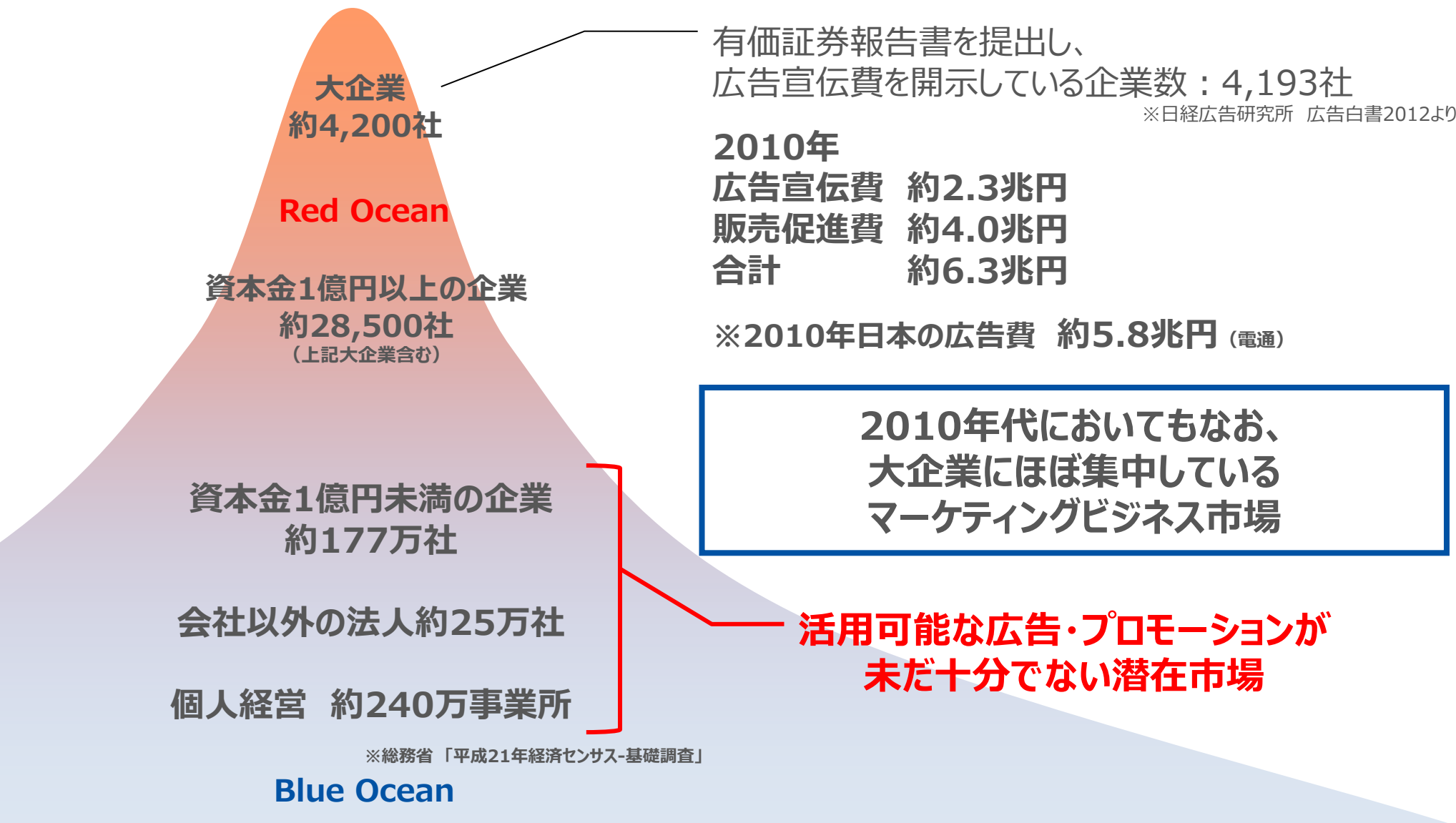


マーケティングビジネス



✓ 既存事業（リサーチ）の顧客資産を活かし、領域をマーケティングビジネス全体に広げることで、より大きな市場をねらう





大企業
約4,200社

Red Ocean

資本金1億円以上の企業
約28,500社
(上記大企業含む)

資本金1億円未満の企業
約177万社

会社以外の法人約25万社

個人経営 約240万事業所

※総務省「平成21年経済センサス-基礎調査」

Blue Ocean

有価証券報告書を提出し、
広告宣伝費を開示している企業数：4,193社

※日経広告研究所 広告白書2012より

2010年

広告宣伝費 約2.3兆円

販売促進費 約4.0兆円

合計 約6.3兆円

※2010年日本の広告費 約5.8兆円 (電通)

2010年代においてもなお、
大企業にほぼ集中している
マーケティングビジネス市場

活用可能な広告・プロモーションが
未だ十分でない潜在市場

Before Internet Era ~1995

4マス媒体中心・大手寡占経済



PC Internet Era 1995~2011

インターネットの普及により、
多くの分野でネット企業の台頭



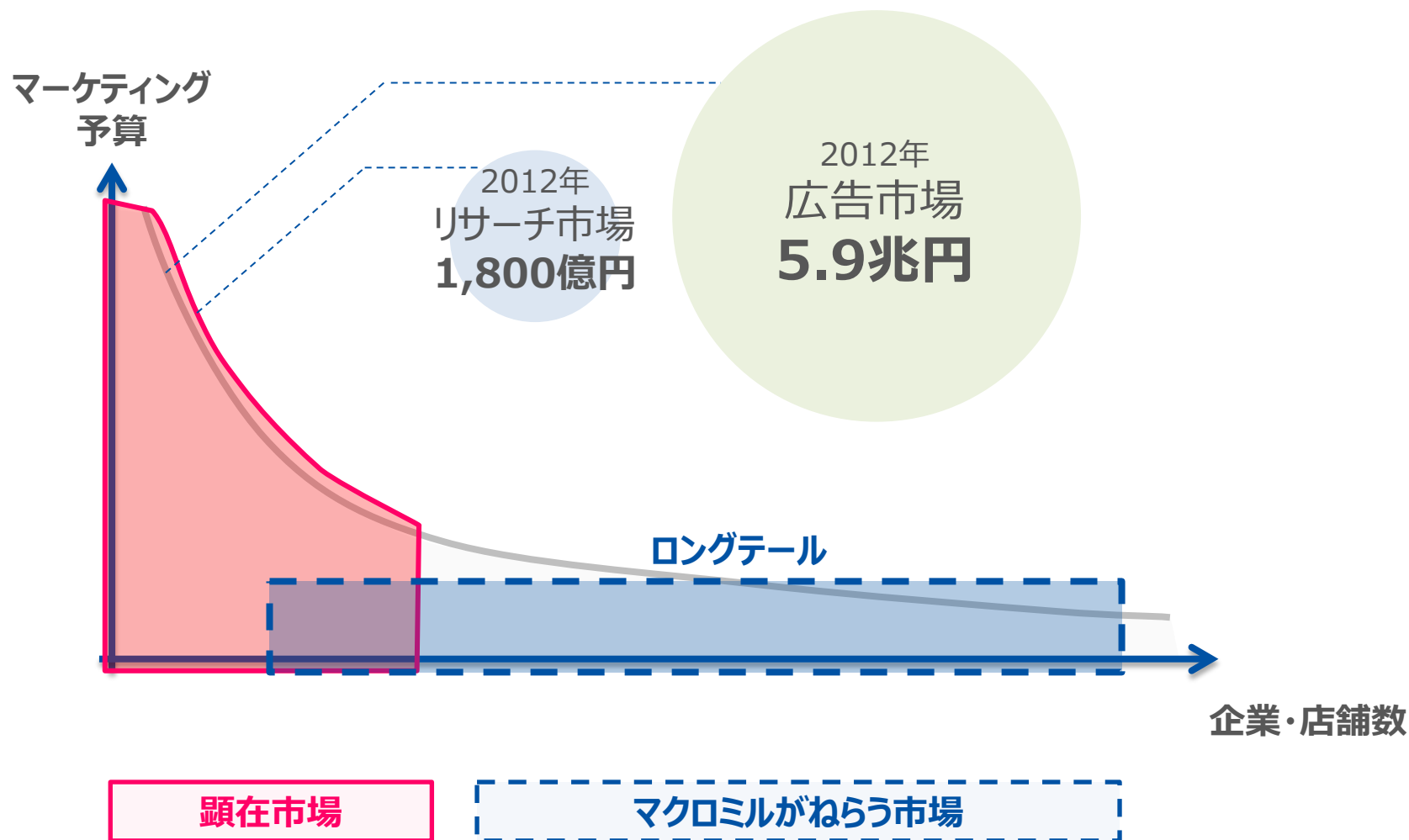
Smart Device Era 2012~

ITリテラシーや事業規模に関係なく、
インターネットの力を享受できる環境が整う時代

MACROMILL 
Innovation or Nothing

あらゆるエリア・規模の企業が
利用できる低価格で手軽な
マーケティングツールを提供し、
市場の創造を実現する

- ✓ 誰もが手軽に使うことができるマーケティングサービスの提供をとおり、ロングテール市場の開拓をねらう

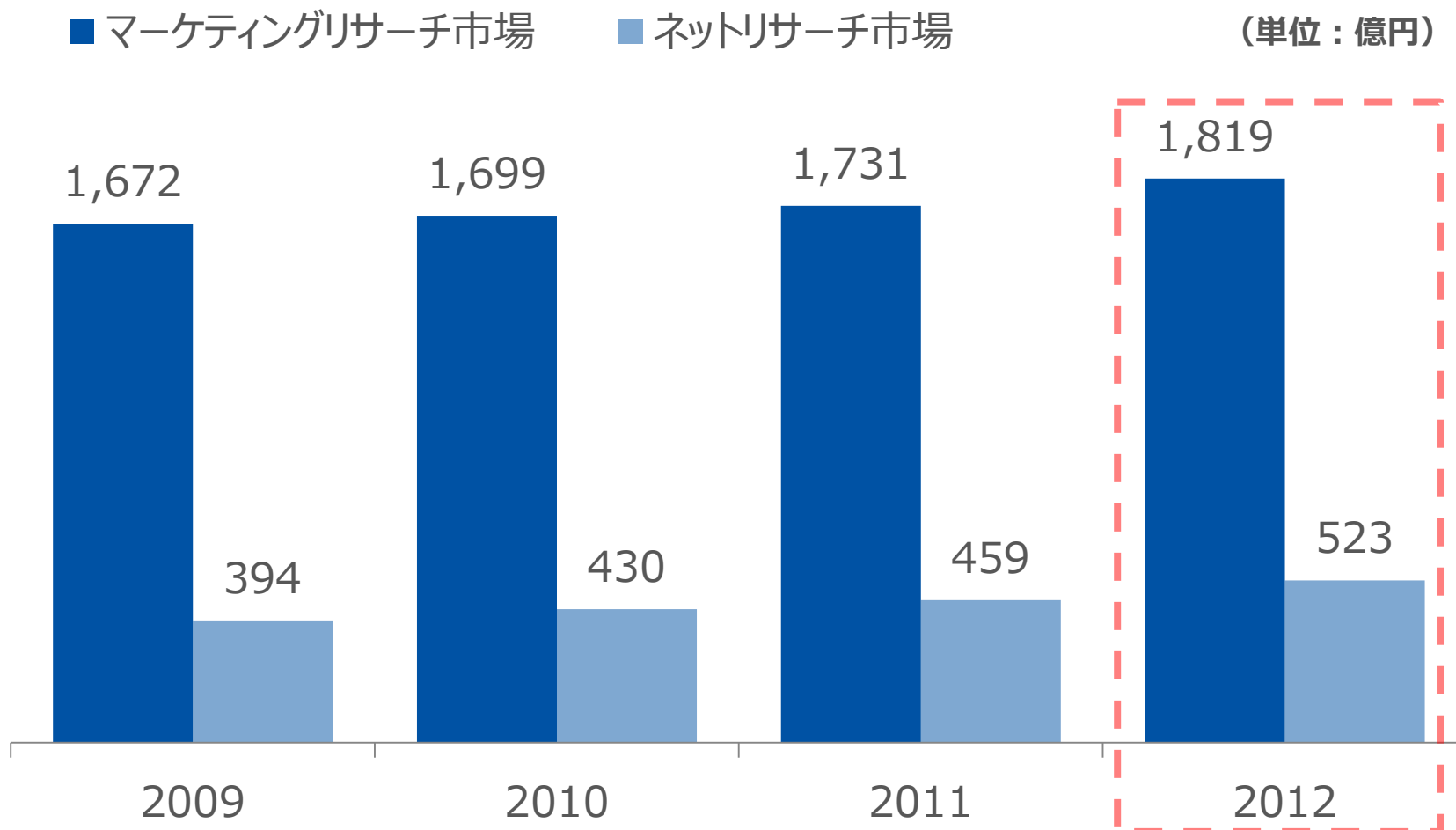


マーケティングビジネス領域における、 ダウンサイジング & ロングテール on スマートデバイス

マーケティングビジネス領域における、 ダウンサイジング & ロングテール on スマートデバイス



✓ 2012年度、マーケティングリサーチで1,819億円（前年比105.1%）のうち、ネットリサーチ市場は523億円（前年比113.9%）と堅調に成長したと推定される。



「第38回経営業務実態調査」 日本マーケティング・リサーチ協会調べ

カテゴリ	重点テーマ	事業規模
<p>既存リサーチ事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 総合的なソリューション提案による、競合との差別化 	<p>1,800億円 国内リサーチ市場</p>
<p>DB事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ QPR事業の黒字化 ✓ POS事業の早期立ち上げ 	<p>180億円 QPR+POS領域 (推定)</p>
<p>DIYリサーチ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 10月末のリリースに向け、開発をすすめる ✓ 早期ユーザー獲得に向けたプロモーションの準備 	<p>300億円 北米DIYリサーチ市場 (推定)</p>
<p>海外展開</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 子会社のマネジメント ✓ M&Aを軸に欧米進出機会を模索 	<p>2.5兆円 北米+欧米リサーチ市場</p>

- ✓ 従来のネットリサーチよりもさらに「手軽で」「早く」実施することが可能なセルフ型ネットリサーチサービスを10月末にリリース予定

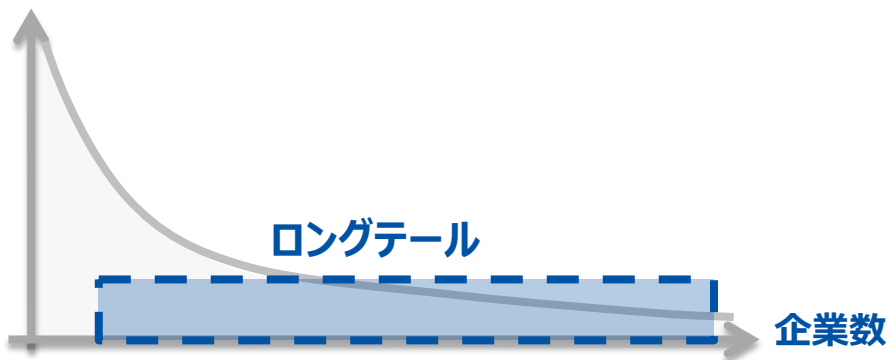
新しいビジネスモデル

- ✓ 営業やオペレーションの人出を介さず、お客様ご自身がセルフでリサーチを実施することで、利益が出やすいコスト構造



- ✓ 従来のネットリサーチよりも圧倒的に価格を下げ、リサーチ市場の裾野を広げる

調査
予算



海外展開における戦略商品

- ✓ 欧米では既に市場が顕在化しつつあり、高品質なサービスを開発し、欧米に進出した際の戦略商品として検討



- ✓ 中期経営計画の海外売上目標10億円を前倒し達成。
さらなる拡大へ向け、市場規模の大きい欧米への進出機会を積極的に模索。

アジア展開

欧米展開

- ✓ 連結子会社2社のマネジメントを継続し、高い成長率を維持した収益拡大をねらう

- ✓ 北米+欧州で約2.5兆円の市場規模
- ✓ M&Aを中心に、進出の機会を積極的に模索



macromill
embrain

- ✓ 「営業体制の強化」および「コスト管理の徹底」を継続し、収益率の改善をねらう

- ✓ IPOに向けた体制準備

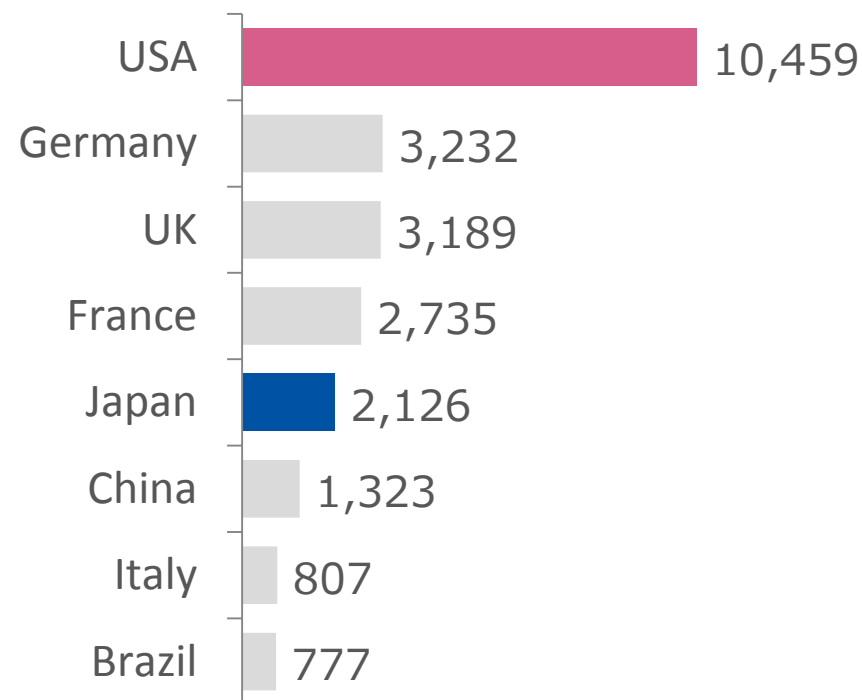


MACROMILL
CHINA 

- ✓ 営業強化により、通期黒字化をねらう

- ✓ デジタルデバイスやSNSを活用した調査の提供により、新たな需要の刈り取りへ

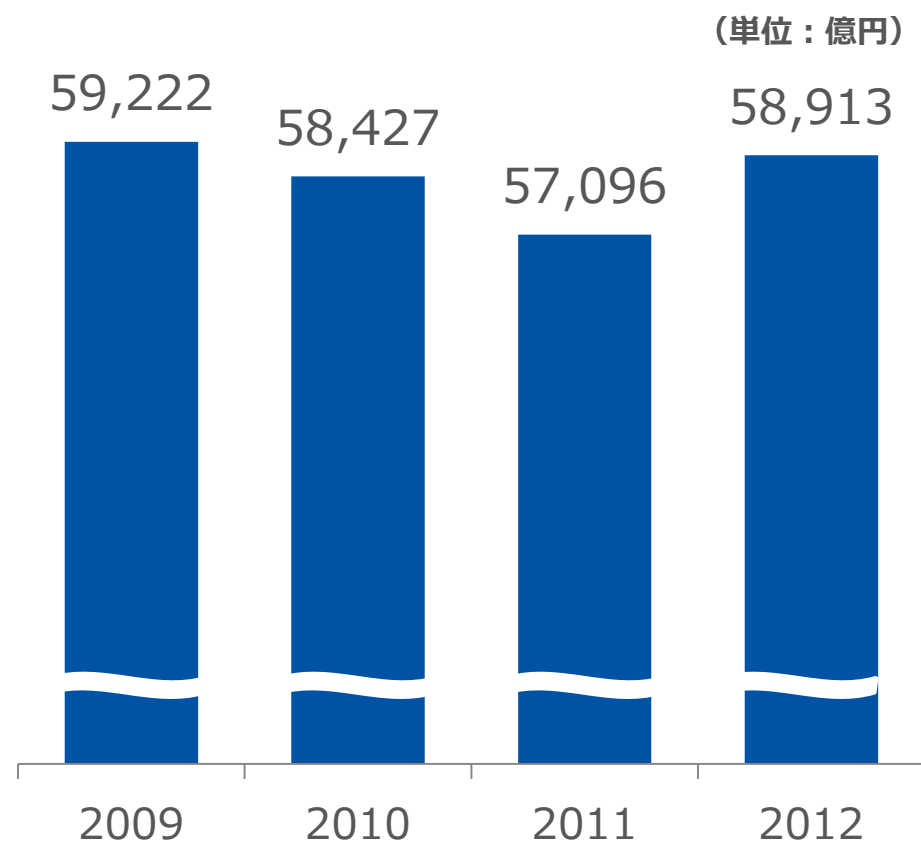
(単位：mUSD)



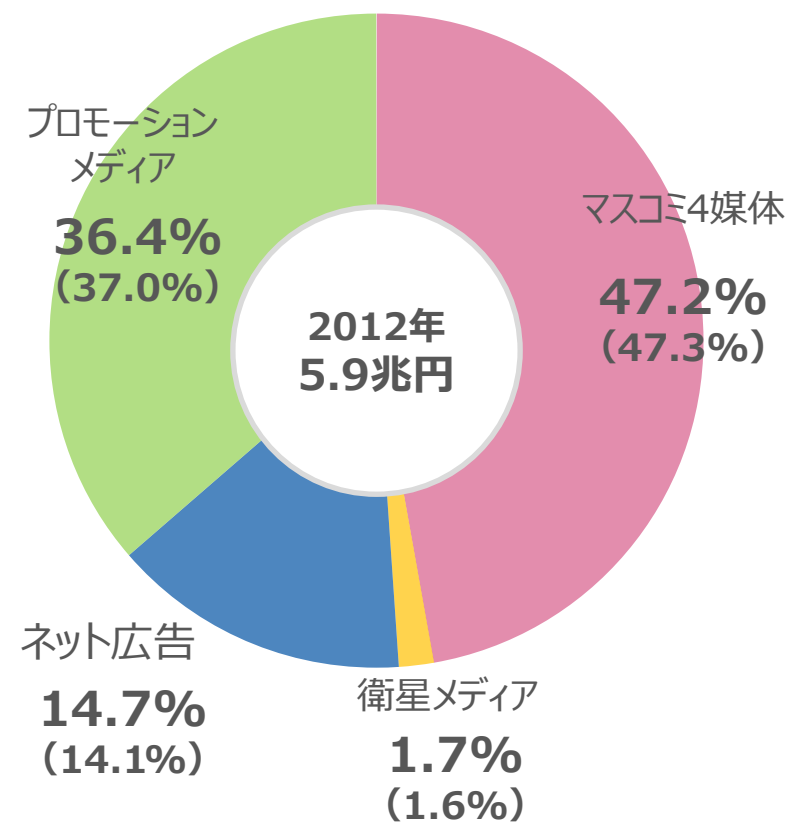
「2012 GLOBAL MARKET RESEARCH」 ESOMAR

✓ 5.9兆円の広告市場において、ダウンサイジング&ロングテールで開拓をねらう

広告市場規模の推移



媒体別構成比 (2012年)





リリース後、ユーザー数と登録店舗数が順調に推移

ユーザー活用状況

「お店を集める、いいこと集まる」

- ・リリース後3か月で10万DL達成！
- ・iPhone版、WEB版のリリース間近！

Android版



リリース済

iPhone版



9月末リリース予定

Android2.0版



9月末リニューアル予定

WEB版



11月リリース予定

店舗活用状況

「届けたい情報は、届けたい人だけに。」

- ・掲載店舗数 約160万店（登録問わず）
- ・登録店舗数 5,580店



キュレーションマガジン『Antenna』を運営するグライダーアソシエイツ社から
第三者割当増資により株式25.6%（議決権比率）を取得。

『Antenna』とは？



サービスコンセプト

なかなか手に入りづらい情報が
いとも簡単に手に入り、
かつノイズが一切ない
キュレーションメディアの創造。

会社概要







社名： 株式会社グライダーアソシエイツ
設立： 2012年2月6日
代表： 町野 健
住所： 東京都港区青山1-2-6
ラティス青山301

✓ Antennaは厳選したウェブマガジンなどのRSSコンテンツから、ユーザーが本当に欲しいモノをクリップしたり、友だちとシェアできるキュレーションマガジンです。

Antenna[®]とは



-  厳選された158のWebメディアからAntennaへ毎日1,000本以上の記事を配信
-  iPhone、Android、Tablet、Webすべてのプラットフォームで展開
-  Appstore無料総合1位をはじめ、各プラットフォームでランキング1位を獲得
-  こだわり抜かれた画面UIと操作性で、リリース当初から多くの媒体で紹介

音楽の
コンピレーション化



iTunes

写真共有サイトの
台頭



Instagram



Pinterest

RSSリーダーの
可能性を示唆



Flipboard



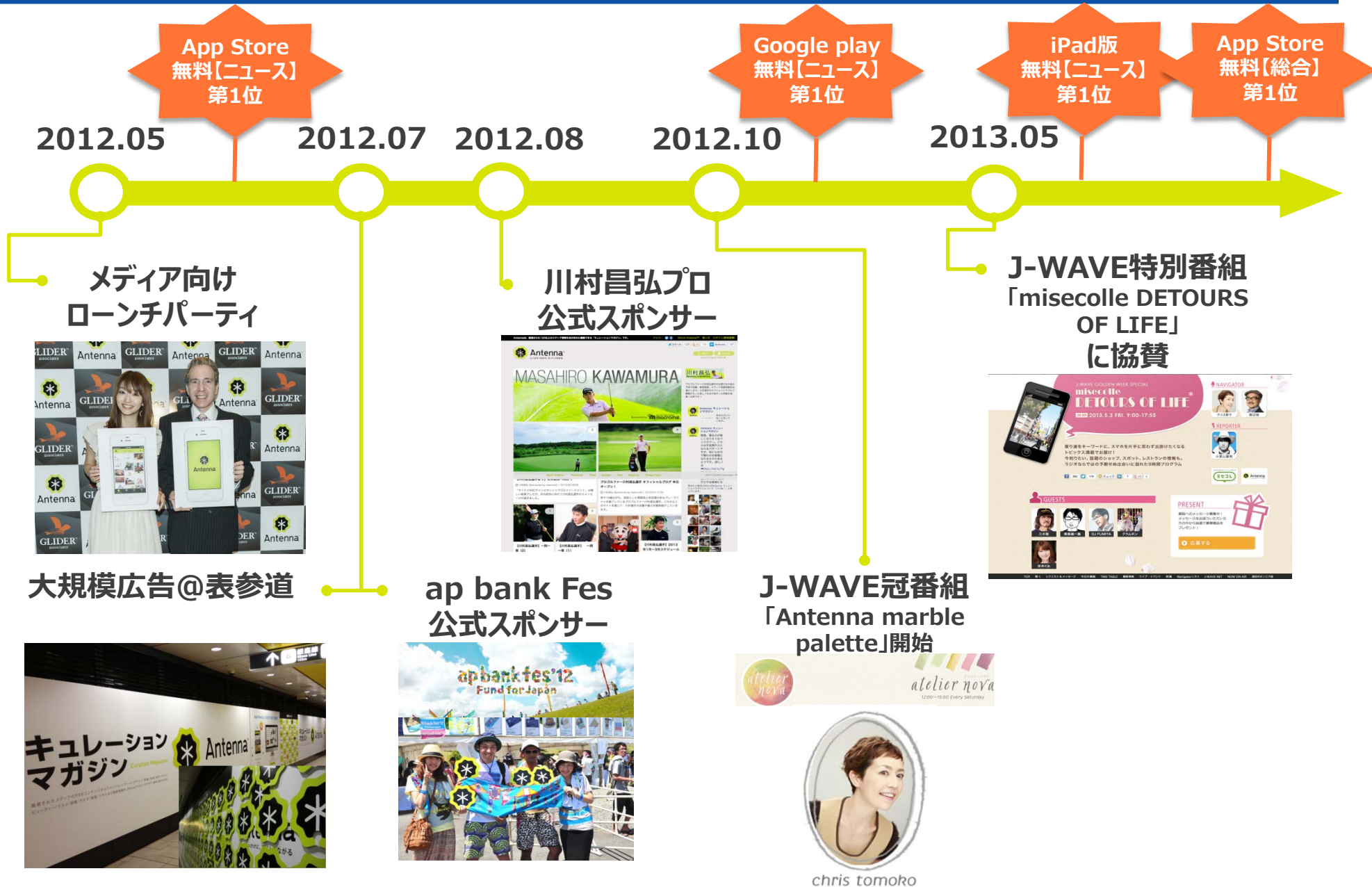
pulse

雑誌にも応用
できないか？

素人ではなく
プロのクオリティを

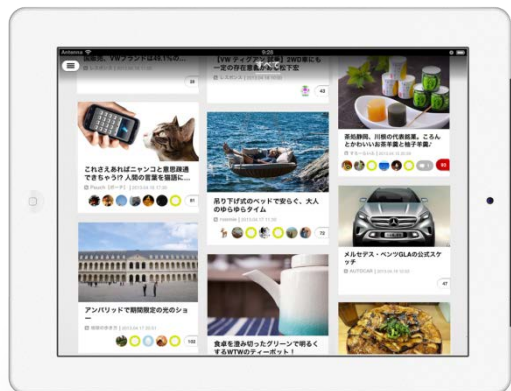
好きな記事だけを
集めたい

すべてマージしたサービスを作りたい



✓スマートデバイス時代の新しいメディアのカタチを追求。
ナショナルクライアントだけでなく、広告・プロモーションのロングテール開拓をめざす。

広告



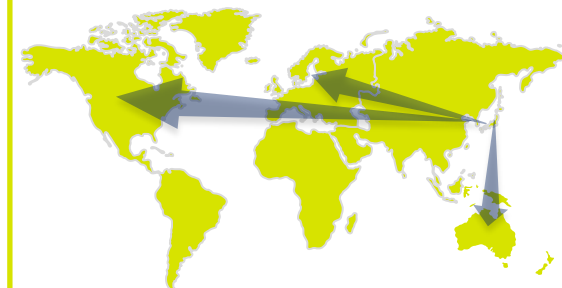
広告が違和感なく溶け込む
画面UI

EC



Antenna内で気になった
商品をすぐに購入可能
(年内開始予定)

海外展開



同じビジネスモデルを
英語圏にも展開
(年内開始予定)

マーケティングビジネス領域における、 ダウンサイジング & ロングテール on スマートデバイス



Research

Promotion

Media

既存リサーチ事業

+
DIYリサーチ
+
海外展開

- ✓ 市場成長を上回る力強い成長により、CASHの創出
- ✓ DIYリサーチの早期立ち上げ



- ✓ プロモーションの牛どん化に挑戦
- ✓ ユーザー & 顧客の獲得



- ✓ グライダーアソシエイツへ出資
- ✓ 新たなメディアのカタチを追求

- * FY2013は既存事業を中心に事業計画を大きく上回る達成**
- * 非連続の成長のためには、新規事業への投資が必須**
- * ダウンサイジング&ロングテールを軸に、サービス開発へ積極投資する戦略に転換**

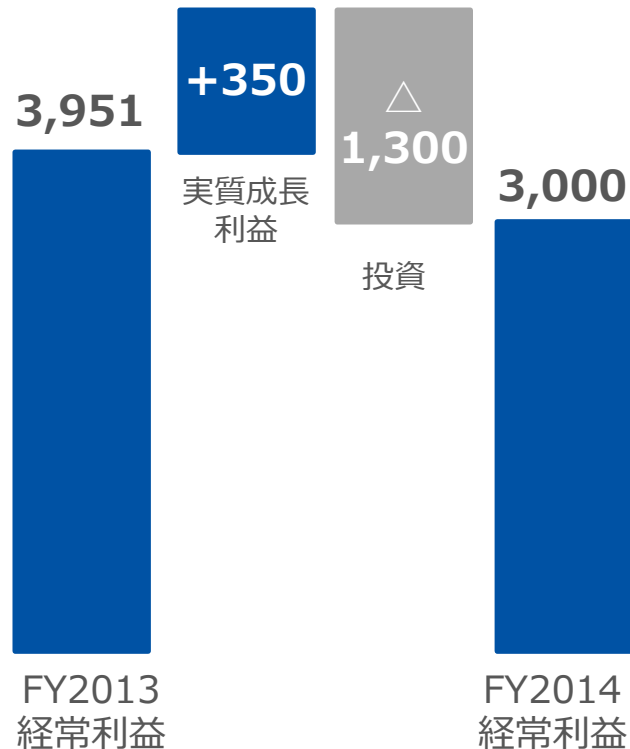
- ✓ 既存事業の強固な成長とキャッシュ総出力をベースに、
中長期成長の実現に向けて新規事業への投資を決断

(単位：百万円)

	FY2013			FY2012
	中期経営計画 (2011年8月発表)	修正後計画	前年比	実績
連結売上高	20,000	19,100	111.6%	17,120
連結経常利益	4,700	3,000	75.9%	3,951
連結当期純利益	—	1,700	67.8%	2,508

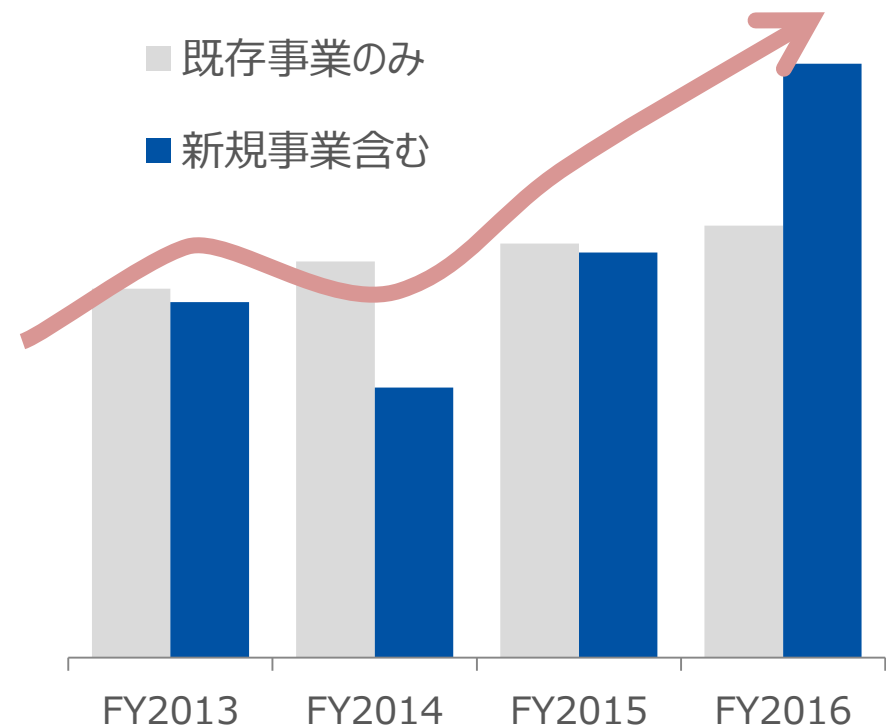
減益予想について

- ✓ 既存事業の成長は強固であり、創出したキャッシュを新規事業開発へ注入する



今後の利益成長イメージ

- ✓ 新規事業への投資により中長期中でグループ業績に非連続の成長をもたらす



✓ 株主還元、資本効率の向上および経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行のため、自己株式の取得を行うことを決定。

- * 取得対象株式の種類 : 当社普通株式
- * 取得株式の総数 : 8,000,000 (上限)
(発行済株式総数 (自己株式を除く) に対する割合 12.7%)
- * 株式の取得価額の総額 : **50億円** (上限)
- * 取得期間 : 平成25年9月1日～平成26年8月31日
- * 株式の取得方法 : 東京証券取引所における市場買付

(ご参考)

平成25年7月31日時点の自己株式の保有

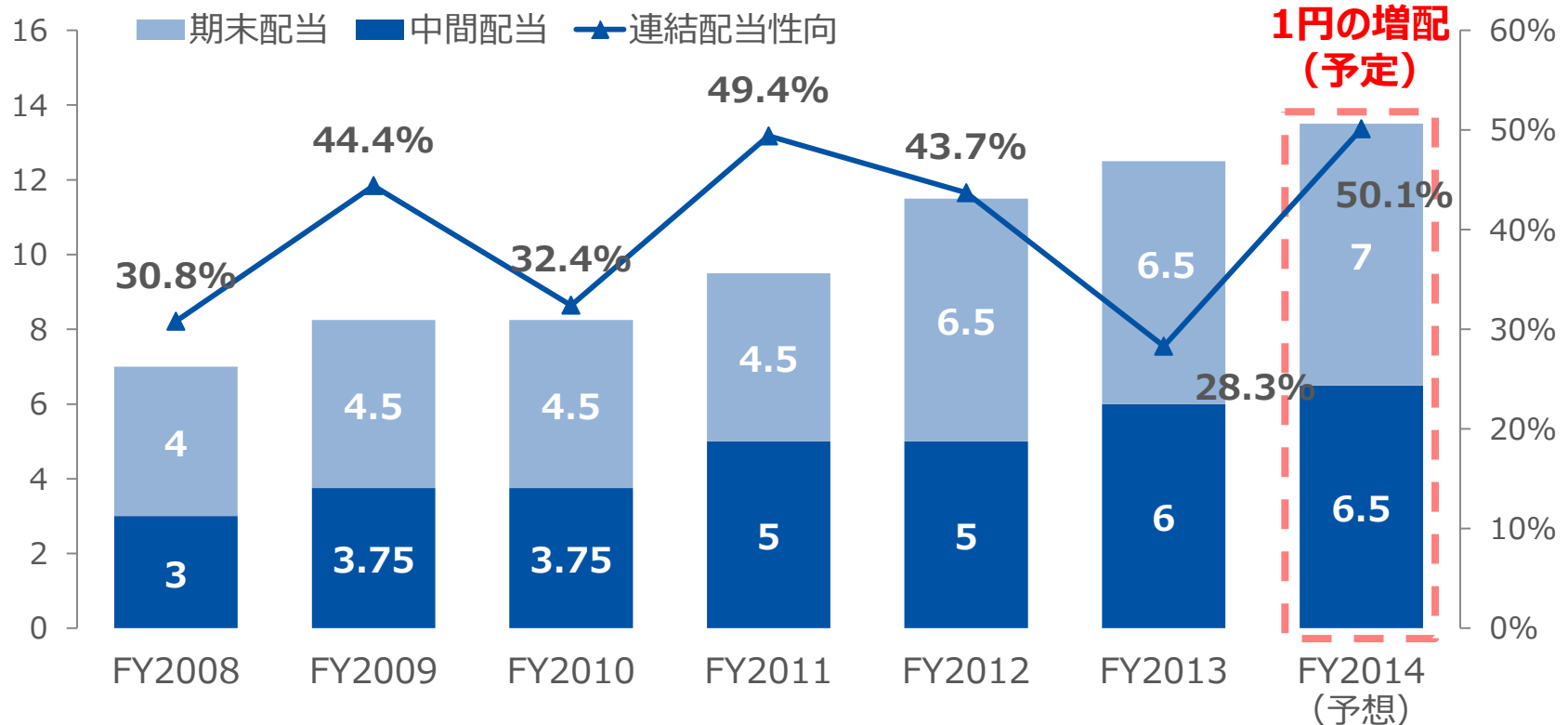
発行済株式総数 63,171,350株

自己株式数 81,519株

✓ 2013年6月期 1株あたり期末配当金を決議（中間：12円、期末：13円） ※分割前

✓ 2014年6月期 1株あたり配当予想

年間13.5円（中間：6.5円、期末：7円）、配当性向50.1%（予定） ※分割後



※2013年7月に1:2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。

※2014年6月期の配当性向については、2014年6月末時点の見込株式数を基準に算定しております。

全社業績

今後の事業展開およびFY2014業績計画

業績詳細データ

ご参考資料

		4Q会計期間 (4/1~6/30)		
		FY2013	FY2012	前年比
連 結	売上高	4,096	3,510	116.7%
	経常利益	788	417	188.9%
	経常利益率	19.3%	11.9%	+7.4pt
	当期純利益	543	160	338.6%

通期累計 (7/1~3/31)		
FY2013	FY2012	前年比
17,120	14,229	120.3%
3,951	2,975	132.8%
23.1%	20.9%	+2.2pt
2,508	1,525	164.4%

通期業績予想 (7/1~6/30)	
(達成率)	
16,800	101.9%
3,900	101.3%
23.2%	-
2,100	119.4%

※ご参考

単 体	売上高	3,564	3,195	111.5%
	経常利益	855	534	160.0%
	経常利益率	24.0%	16.7%	+7.3pt
	当期純利益	638	262	243.2%

15,269	13,847	110.3%
4,065	3,642	111.6%
26.6%	26.3%	+0.3pt
2,101	2,016	104.2%

指標	単位	FY2012				FY2013			
		1Q	2Q	3Q	4Q (通期)	1Q	2Q	3Q	4Q (通期)
Q毎 平均受注単価 (注1)	万円	78.3	79.7	83.7	77.2	77.9	81.6	84.5	83.4
Q毎 平均受注単価 (自動調査のみ) (注1)	万円	52.5	52.0	54.9	49.7	50.8	52.6	56.5	51.3
Q毎 平均受注単価 (ご参考) (注1)	万円	81.3	83.3	87.5	80.7	81.7	85.2	88.2	87.6
年間稼働社数 (注2)	社	985	1,371	1,711	1,924	996	1,465	1,816	2,028
年間稼働窓口数 (注2)	窓口	2,485	3,988	5,382	6,327	2,672	4,290	5,786	6,836
VIP社数 (注3)	社	254	256	251	249	281	265	280	272
VIP内Q平均1,000万 円 以上売上高社数 (注4)	社	(61)	(63)	(67)	(64)	(67)	(74)	(78)	(75)

(注1) 2011年6月期の平均単価の算定には、旧Y V I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V I Pと定義しております。

(注4) 各期累計表示です。

指標	単位	FY2012				FY2013			
		1Q	2Q	3Q	4Q (通期)	1Q	2Q	3Q	4Q (通期)
従業員数 連結 (注)	人	566	594	735	768	788	790	803	836
従業員数 単体 (注)	人	541	550	560	582	567	579	603	629

(注) 従業員数は契約社員・休職者を含みます。

※2013年6月末現在

✓ 人員職種別内訳

営業
161名 (うち管アシ26名)

運用
119名

リサーチャー
141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。

※2013年7月1日現在の人数です。

✓ 連結子会社従業員数 200 → 207名

エムキューブ：13 → 13名

エムワープ：0 → 0名 ※エムワープ社は2013年4月1日を効力発生日として、マクロミル本体へ吸収合併しております。

マクロミルチャイナ：20 → 22名

エムブレイン：158 → 156名

エムプロモ：9 → 6名

ミセコレ：10名

指標	単位	FY2012				FY2013			
		1Q	2Q	3Q	4Q (通期)	1Q	2Q	3Q	4Q (通期)
マクロミルモニタ	万人	105.9	107.1	108.6	109.5	110.7	112.2	113.6	114.6

※2013年7月1日現在

PCモニタ

マクロミルモニタ

114万人
(スマホモニタも含む)

Yahoo!
リサーチ・モニター

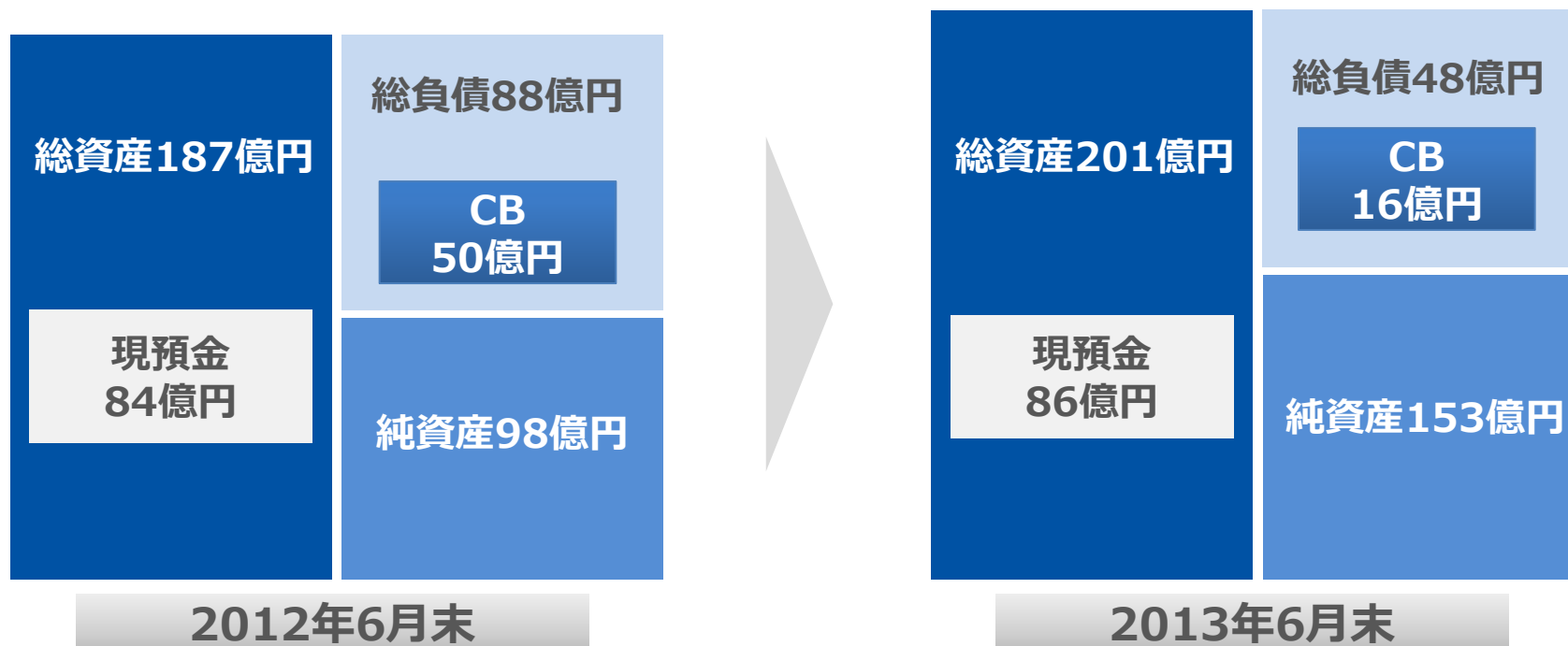
146万人

モバイルモニタ

モバイル協力モニタ

31万人
(ここでのモバイルは
フィーチャーフォンを指しております)

- ✓ 新規・海外事業展開に関し、M&Aを含めた投資を検討
- 既存事業で生み出したキャッシュを元に新たな柱を立てるべく、積極的に事業展開をすすめる

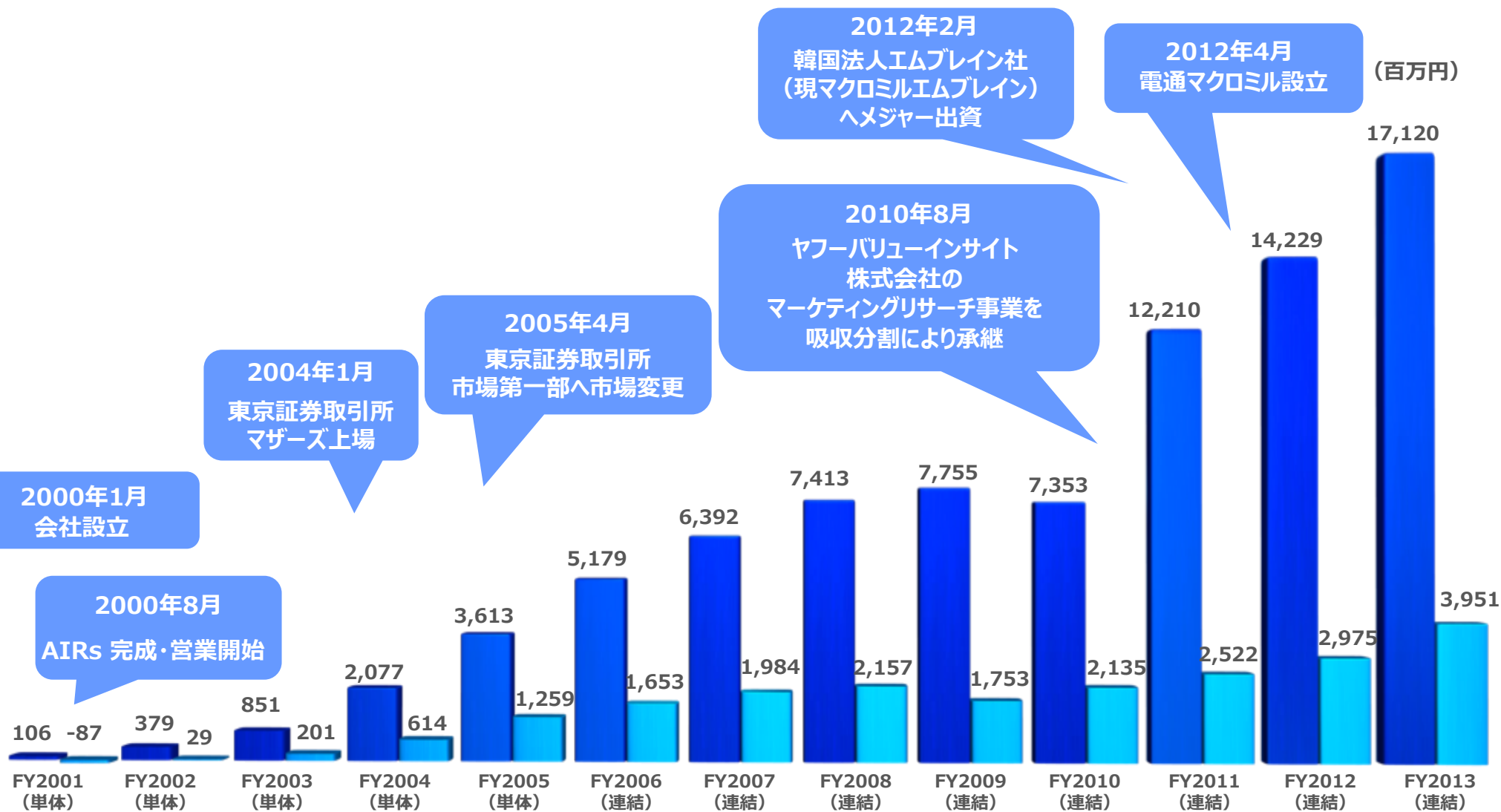


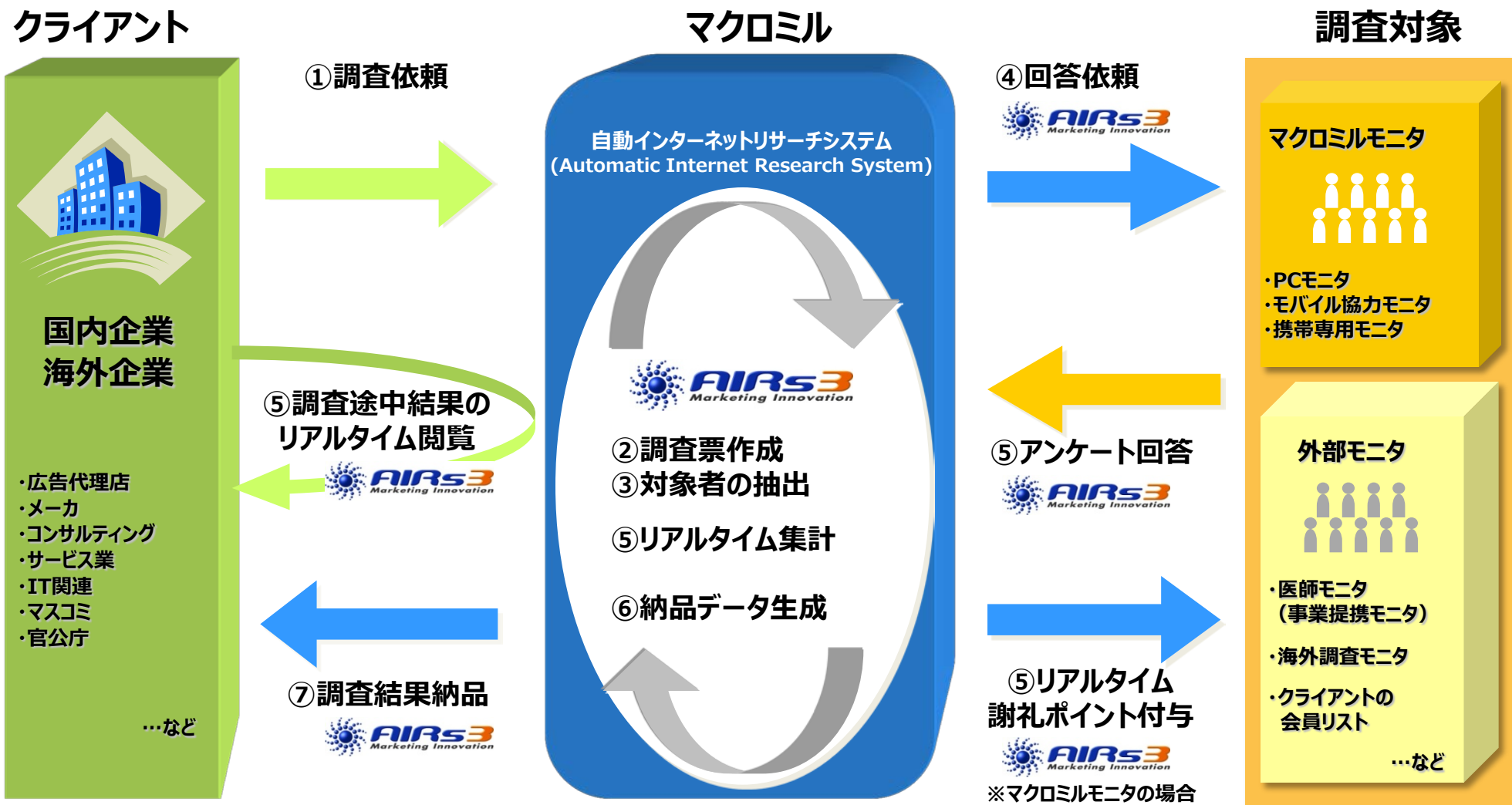
全社業績

今後の事業展開およびFY2014業績計画

業績詳細データ

ご参考資料





※ 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。

2013年6月30日時点

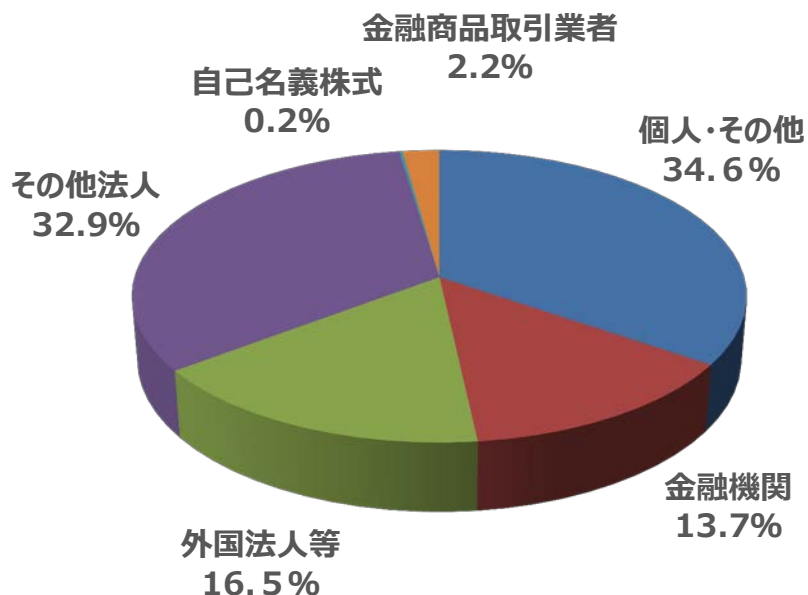
発行可能株式総数 83,712,000株

発行済株式の総数 31,579,675株

株主数 13,422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	22.39
株式会社バニラスカイ	2,453,000	7.77
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1,720,900	5.45
杉本 哲哉	942,500	2.98
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	731,900	2.32
福羽 泰紀	609,600	1.93
柴田 聡	572,000	1.81
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	551,800	1.75
ノーザン トラスト カンパニー (エイブイエフシー) サブ アカウト アメリカン クライアント	544,300	1.72
野村信託銀行株式会社 (投信口)	534,900	1.69



注1. 当社は自己株式51,037株を保有しております。
 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。
 注4. 平成25年7月1日を効力発生日として、普通株式1株を2株へ株式分割を行っております。
 本内容は、分割前の株式数です。

MACROMILL

Innovation or Nothing



連結子会社

国内

 M-CUBE

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

 M-PROMO

インターネットを活用したマーケティング支援事業
2012年3月より営業開始

NEW
株式会社ミセコレ

お店プロモーションアプリ「ミセコレ」の企画・運営

海外

 macromill
embraïin

エムブレインとマクロミル・コリアを
統合（2012年8月）

 MACROMILL
CHINA 

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

上海聯都実業有限公司

⇒6.9%を保有

業務提携

 YAHOO!
JAPAN

 dentsu

 ZENRIN
DataCom

電通マーケティングインサイト

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、本資料の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

T E L : 03-6716-0706 F A X : 03-6716-0701

E-mail : ir@macromill.com

MACROMILL 
Innovation or Nothing