

各位

2016年6月10日
株式会社マクロミル
代表執行役 グローバル CEO
スコット・アーンスト

3ヶ年（2017年6月期から2019年6月期）の中期事業計画について

株式会社マクロミル（代表執行役 グローバル CEO スコット・アーンスト、本社：東京都港区）は、当社グループの今後3ヶ年（2017年6月期から2019年6月期）の中期事業計画につきまして、下記の通りお知らせいたします。

記

株式会社マクロミルは、2014年4月の株式非公開化以降、従来から培ってきたオンライン・マーケティングリサーチのノウハウを基礎に、グローバル化の促進、生産性をさらに高めるための構造改革、営業力強化、デジタル分野のプロダクト・サービス展開など、当社グループ全体の企業価値の向上に鋭意取り組んでまいりました。また、2014年10月には、オランダ法人「MetrixLab B.V.」（以下「MetrixLab社」）を買収し、主力事業であるオンライン・マーケティングリサーチ事業のグローバル展開の一層の加速化に努めてまいりました。その結果、当社グループは、世界13ヶ国・26拠点（2016年4月時点）でオンライン・マーケティングリサーチ事業をグローバルに展開しており、業界トップクラスの事業規模及び収益性を実現するに至っております。

上記のような成長及び収益性向上の努力の結果、2016年6月期におけるグループ連結業績は、売上高325*億円、営業利益58*億円（営業利益率18%）程度に達することを見込んでおります。

こうした背景を踏まえ、今般、当社グループは、より一層の成長の加速化に向けて、2017年6月期を初年度とする3ヶ年の中期事業計画を改めて策定いたしました。今後、当社グループは、本中期事業計画に定める各施策の実行を通じ、更なる成長と収益性の向上を目指してまいります。

*現時点での見込み値（国際会計基準ベース）

1. 成長戦略

(1) 国内事業の安定的な成長の継続

- これまで当社グループが培ってきた国内最大規模のオンラインモニタネットワーク、これに基づく調査品質、クライアント基盤、及びクライアント企業からの信頼は当社グループの競争力の源泉であり、これらを基礎として、今後も市場成長率を上回る成長を目指してまいります。
- そのため、業界最高水準の営業力やクライアントネットワークを活用しつつ、更なる付加価値を提供できる業界や領域に一層注力し、クライアントへの提供価値をさらに強化していきます。
- あわせて、ITの活用による伝統的調査手法の代替・補完、モバイルへの対応などを加速するとともに、調査品質や対応速度の更なる向上を推進してまいります。
- これらを通じて、日本企業による国内外のマーケティングリサーチ市場におけるシェア及び重要クライアントからのクライアント内シェア (share of wallet) をさらに伸長する方針です。

(2) 海外における事業拡大と成長の加速

- MetrixLab 社の買収によって、当社グループは欧州、米州、アジアの広範な国と地域に拠点、クライアントベース及びモニタネットワークを有することとなっております。
- 上記のグローバルネットワークを最大限活用しつつ、MetrixLab 社の買収以降進められてきた、グループシナジーの創出を引き続き実施していきます。特に、複数拠点によるグローバルクライアントとの関係構築、リサーチサービスの調査品質向上、新ソリューション開発、コスト競争力強化など、さまざまな分野でシナジー効果の最大化に向けた努力を引き続き進めてまいります。
- また、新興市場においても、市場の動向やクライアントのニーズを勘案しつつ、必要に応じ、様々な方法を通じて事業の成長を加速化させていく方針です。

(3) デジタルマーケティング事業の成長の核への発展

- 当社グループは、デジタルプラットフォームを活用したクライアントのマーケティング活動の向上を支援するデジタルマーケティング事業を、今後のグループの成長の一翼を担う戦略的領域として位置づけております。
- 具体的には、モバイルを含めた様々なデバイスにおける行動データの取得範囲を拡大し、アンケートで取得するデータと組み合わせることで、クライアントに対して更に価値のあるインサイトをよりわかりやすい形で提供してまいります。

- 上記を達成すべく、当社グループでは、プロダクト・サービスのラインアップの一層の充実や、シニアマネジメントの関与も活用した国内外での関係各社との提携などを積極的に実施して、デジタルマーケティング領域の競争力の一層の強化に向けた取り組みを推進していく方針です。

(4) 事業運営の更なる最適化を通じた収益性向上

- 事業の各プロセスにおける効率性強化や最適化に向けた活動や、適切な行動管理指標（KPI）を通じた管理をグループ内で引き続き徹底していきます。
- こうした改善活動を継続的に行っていくことで、業界トップレベルの収益性を継続的に維持・向上させることを目指します。

(5) M&A・提携等を通じた更なる非有機的成長の追求

- 当社グループは、これまでも有機的成長に加え、ヤフーバリューインサイト、EMBRAIN、電通マクロミルインサイト、MetrixLab 社等の M&A・提携等も活用しながら飛躍的な成長を遂げてまいりました。
- 今後も、上記（1）～（4）による有機的成長に加えて、更なる飛躍を目指し、継続して M&A・提携等の機会を模索してまいります。

2. 数値目標水準について

今後は、上記に示した成長戦略の様々な施策を実行していくことで、2019年6月期末までに以下の目標水準の達成を目指します。

また、収益性についても、引き続き業界トップレベルを維持し、更なる向上を目指します。

| | 連結売上高 | グローバル売上比率 | デジタル売上比率 |
|------------|---|---------------------|---------------------|
| 2013年6月期 | 171億円 | 10% | 0% |
| 2016年6月期見込 | 325億円程度 | 30%程度 | 12%程度 |
| 中期事業計画期間目標 | 年平均成長率 10%程度（2016年6月期から 2019年6月期） | 40%程度 （2019年6月期） | 20%程度 （2019年6月期） |

（注）中期事業計画期間目標（国際会計基準ベース）は潜在的 M&A・提携等の影響を除外。

グローバル売上比率は、連結売上高に占める日本企業による日本国外のマーケティングリサーチ及び海外拠点におけるマーケティングリサーチの年間売上（管理会計ベース）の割合。

デジタル売上比率は、連結売上高に占める当社グループのデジタル・マーケティング・サービスである AccessMill、DMP、Ad-Vance、ACT Copy などの年間売上（管理会計ベース）の割合。
為替レートは、当社グループの 2016 年 6 月期の業績に適用される見込みの年平均レート（ユーロ/円=130 円程度）が横ばいに推移すると仮定。

本資料は、当社の企業情報等の提供を目的としており、日本国内外を問わず、一切の投資勧誘又はこれに類する行為のために作成及び公表されたものではありません。また、本資料に記載されている当社の目標、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の判断又は考えに過ぎず、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、他社との競争、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、本資料の内容又は本資料から推測される内容と大きく異なることがあります。

以上