
2013年6月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社 マクロミル

東証1部 3730

全社業績

全社トピックス（後発事象）

今後の事業展開

業績詳細データ

ご参考資料

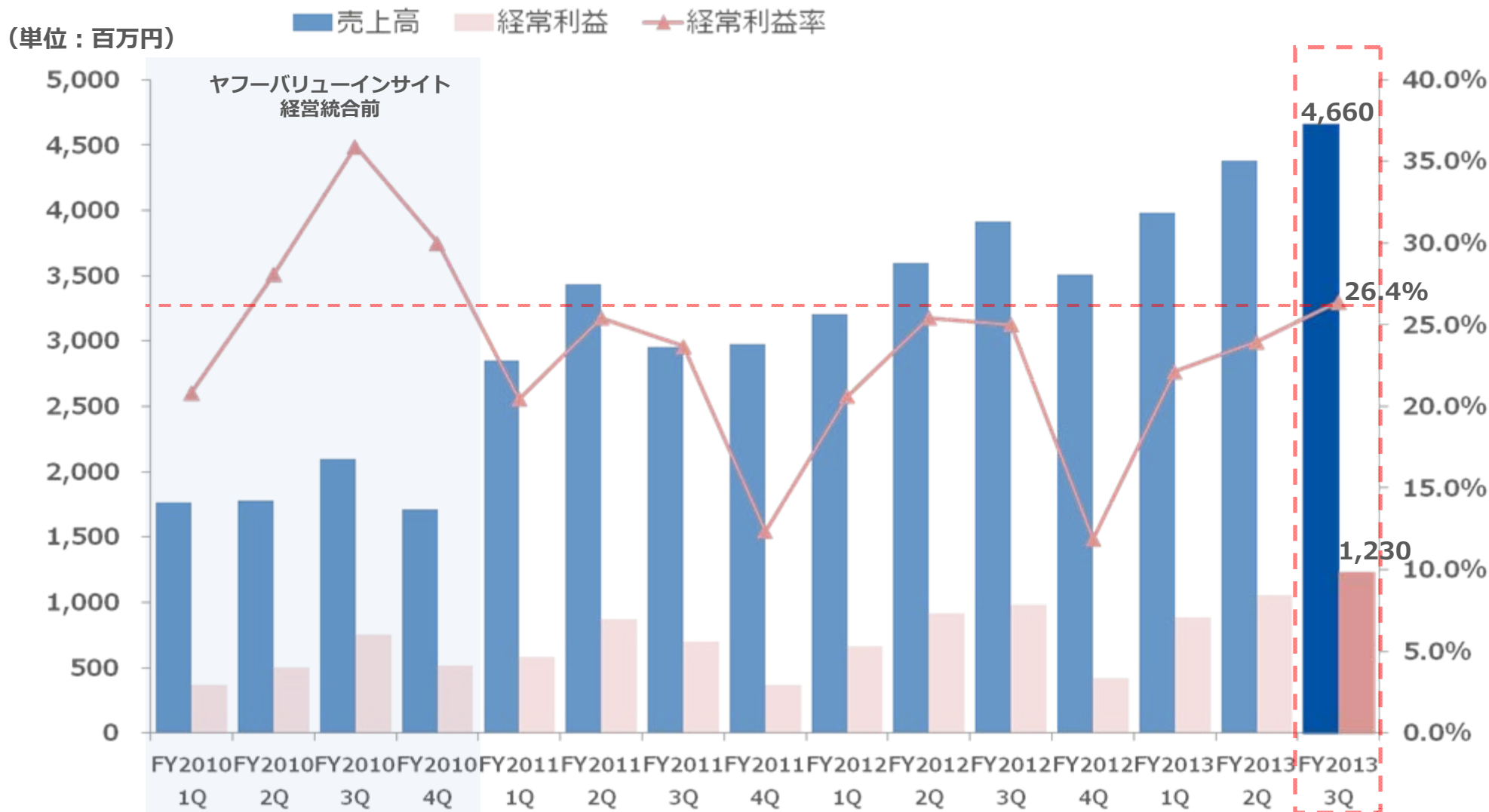
✓ 連結：売上・経常利益ともに2ケタ成長により、過去最高収益を実現

✓ 単体：連結子会社の減損処理を計上（連結業績への影響はありません）

（単位：百万円）

		FY2013 3Q累計	FY2012 3Q累計	前年比	通期業績予想	（進捗率）
連結	売上高	13,023	10,719	121.5%	16,800	77.5%
	経常利益	3,162	2,557	123.6%	3,900	81.1%
	経常利益率	24.3%	23.9%	+0.4pt	23.2%	—
	当期純利益	1,964	1,365	143.9%	2,100	93.5%
単体	売上高	11,705	10,651	109.9%		
	経常利益	3,210	3,109	103.2%		
	経常利益率	27.4%	29.2%	-1.8pt		
	当期純利益	1,463	1,754	83.4%		

✓ 四半期別で過去最高の収益を達成。経営統合後において、最高の経常利益率を実現

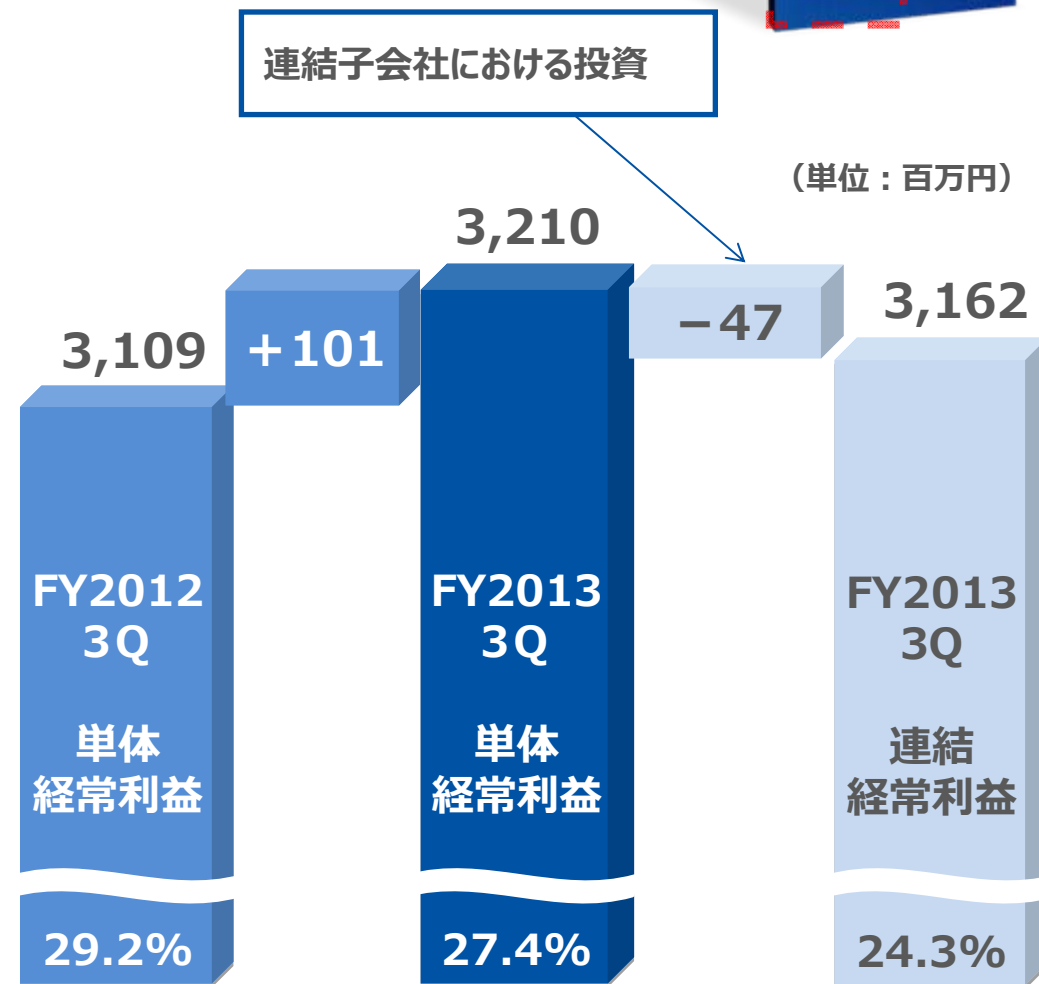




コスト構造の変化と利益分析（累計）

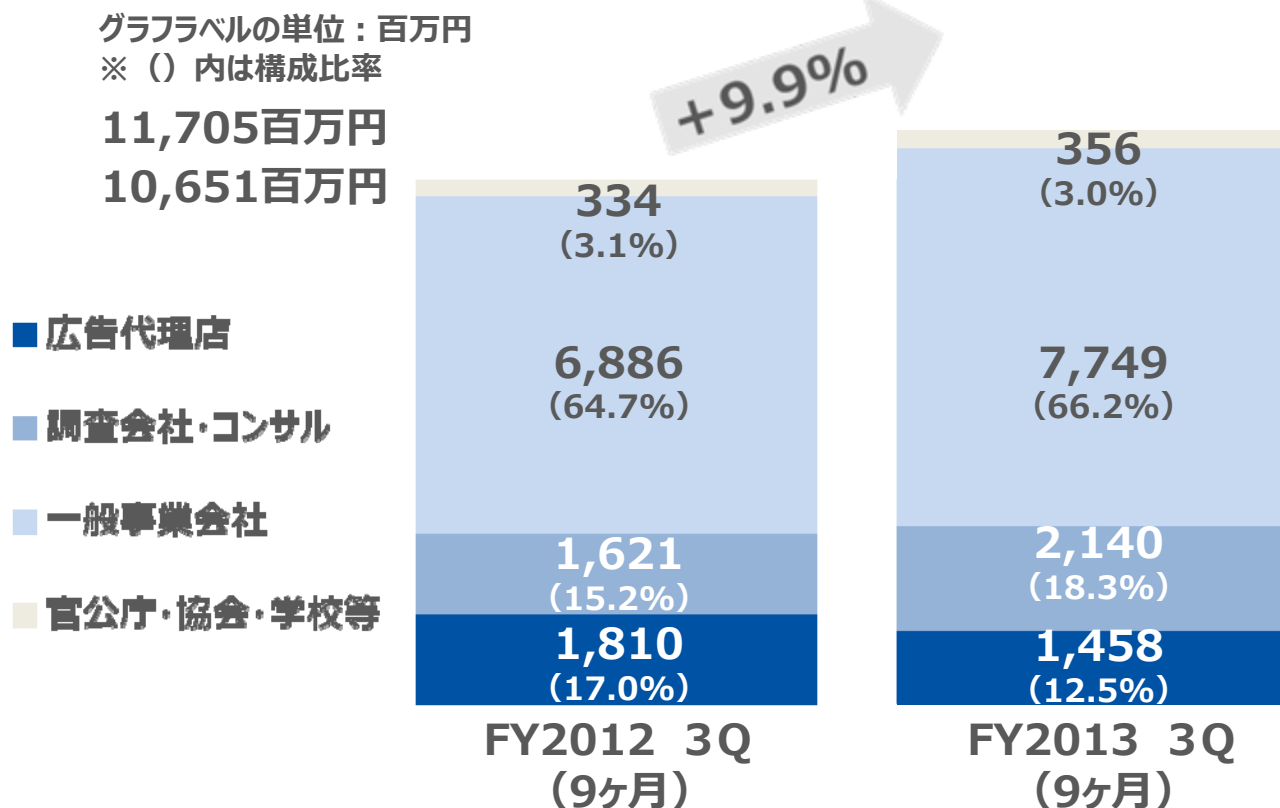


単体	FY2013 3Q累計		FY2012 3Q累計	
	金額	百分比	金額	百分比
売上高	11,705	100.0	10,651	100.0
原価	5,846	49.9	4,974	46.7
人件費	1,588	13.6	1,338	12.6
モニタ費+外注費	3,401	29.1	2,847	26.7
その他	855	7.3	788	7.4
販売管理費	2,747	23.5	2,563	24.1
人件費	1,515	12.9	1,548	14.5
その他	1,232	10.5	1,014	9.5
経常利益	3,210	27.4	3,109	29.2
(連結経常利益)	3,162		2,557	
当期純利益	1,463	12.5	1,754	16.5



✓ 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 +5.1億円（前年比+32.0%）
 - 食料品 +2.8億円（前年比+18.3%）
 - 情報・通信 +2.2億円（前年比+20.6%）
- （※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

→ 消費者購買動向データサービス（QPR）

前年比+34.7%

→ グローバルリサーチ

前年比+27.0%

（※比率が大きい順に記載）

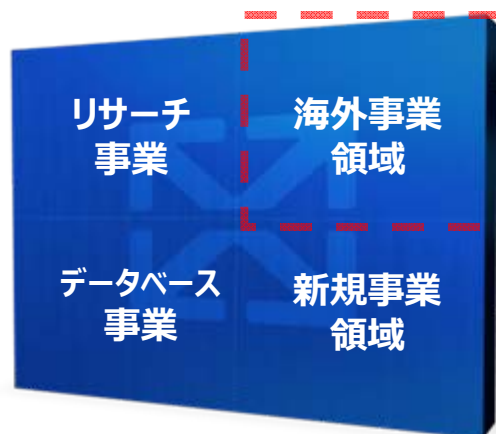


（単位：百万円）

サービス	FY2013 3Q累計	売上高構成比	FY2012 3Q累計	売上高構成比	前期比
自動調査	6,229	53.2	5,727	53.8	108.8%
集計	734	6.3	658	6.2	111.4%
分析	1,223	10.5	1,046	9.8	116.9%
定性調査	1,034	8.8	905	8.5	114.3%
カスタマイズリサーチ	979	8.4	1,057	9.9	92.6%
グローバルリサーチ	508	4.3	400	3.8	127.0%
消費者購買動向データサービス （QPR）	684	5.8	508	4.8	134.7%
その他	311	2.7	347	3.3	89.9%
合計	11,705	100.0	10,651	100.0	109.9%

※ 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く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 3Q累計	FY2012 3Q累計	前年比
マクロミルエムブレイン (韓国)	売上高	1,133	767 (※)	147.6%
	経常利益	102	— (※)	—
マクロミルチャイナ (中国)	売上高	153	50	303.6%
	経常利益	1	-92	—

※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)

- ✓ 原価や販管費の費用抑制が奏功し利益目標を達成。前年比で純利益が大幅改善
- ✓ 組織改変をおこない、営業体制を強化

マクロミルチャイナ (中国)

- ✓ 累積売上高が目標を上回るペースで推移。初の四半期黒字化を達成
- ✓ 日系の中国現地法人からリピート受注が増加

全社業績

全社トピックス（後発事象）

今後の事業展開

業績詳細データ

ご参考資料

2013年4月1日より、コーポレートアイデンティティを刷新しました。



| シンボルマーク

新しいシンボルのモチーフにしたのは「矢印」です。そして、その矢印が四方に広がる様から、マクロミルの頭文字である「M」を型どってマークを構成し、これを創業よりコーポレートカラーにしてきたマクロミルブルーに染めました。

このシンボルマークには、2つの意思が反映されています。



クライアントの矢印

私たちが生み出す革新的なサービスをとおして、お客さまのマーケティング課題解決にプラスのインパクトを与え、お客さまの進むべき方向をつくり出します。

マクロミルの矢印

日本国内を中心としたネットリサーチ事業にとどまらず、より広いマーケティング領域で、より広いエリアで、私たちは前進し成長してゆきます。

| タグライン

Innovation or Nothing

全社一丸となってさらなるイノベーションをおこしていく覚悟をかたちにし、永く心に刻めるように新たなスローガンを「Innovation or Nothing（革新か無か）」に決めました。



ロングテール向けプロモーションサービス「ミセコレ」をリリース

ユーザー向けコンセプト

「お店を集める、いいこと集まる」

- ✓ “いつも”のお店を一覧で管理
- ✓ お店からおトクなお知らせが届く
- ✓ 新しいお店を見つける



Android版



4/15 リリース

iPhone版



今夏リリース予定

WEB版



今夏リリース予定

クライアント向けコンセプト

「届けたい情報は、届けたい人だけに。」

- ✓ ファンだけにターゲティングして「集客力アップ！」
- ✓ SNSへのシェア機能で「口コミ・認知の拡大！」
- ✓ マーケティングデータの提供により、「販促効果を簡単に測定！」
- ✓ 月額5,000円から、手軽に利用！





ビジネスの着想

 行ったことがないお店  行きつけのお店

既存のクーポンサービス

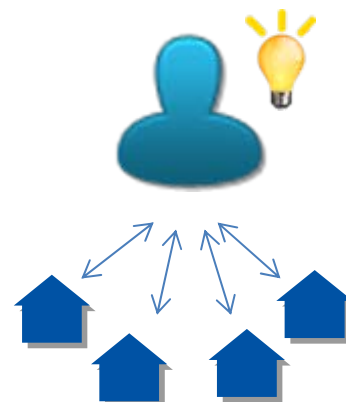


PUSH型サービス

店舗 ターゲティングができず、大量なばらまき頼み

ユーザー 必要なお店のクーポンが見つげづらい

実現させたいこと



PULL型サービス

店舗 販促コストを抑え、必要な人のみ情報を届けたい

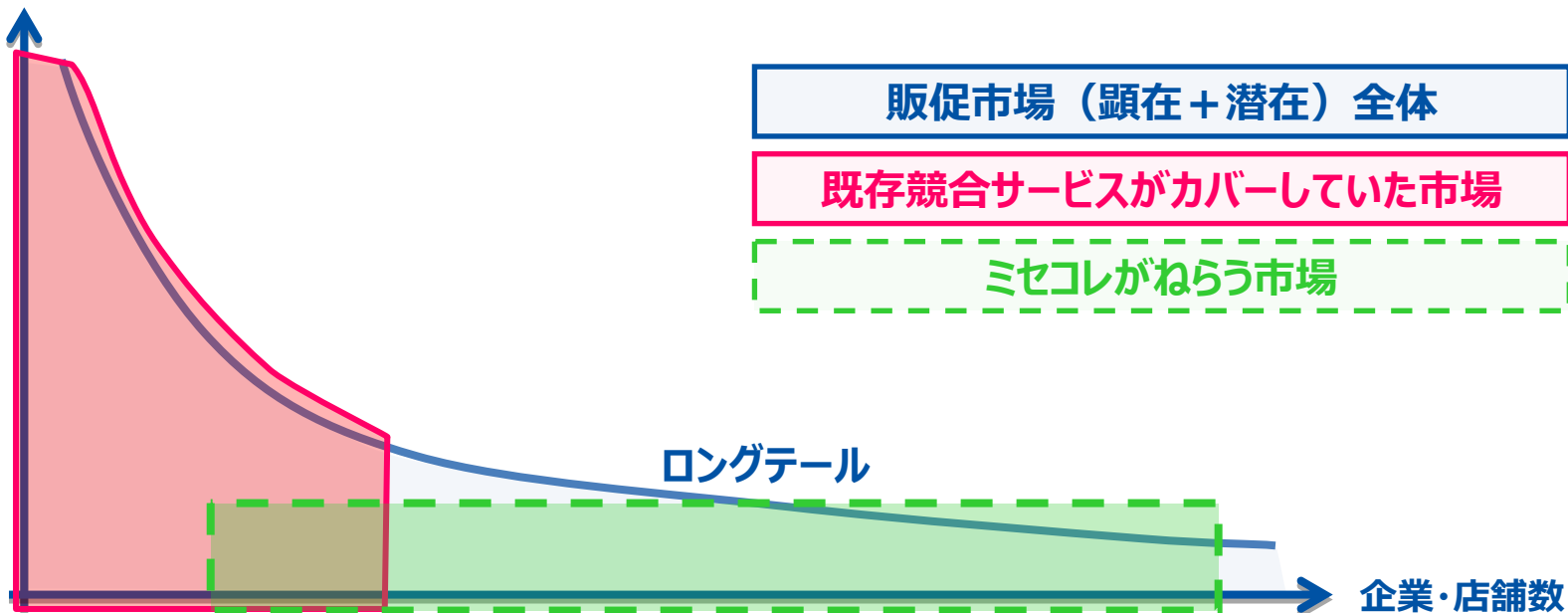
ユーザー 自分がよく行く・気になるお店のみ、おトク情報が欲しい

✓これまでの「発信者側の都合優先」のサービスから、
ユーザーニーズをトリガーとしたサービスプラットフォームの創出へ



想定ターゲット

販促予算 ↑



飲食店だけでなく、コンビニ・美容院・アパレルショップなど、さまざまなジャンルのお店が対象

✓ マクロミルがネットリサーチによって実現させたイノベーションを
プロモーション分野に展開

価格のダウンサイジングにより、ロングテールを開拓し市場創造をねらう

全社業績

全社トピックス（後発事象）

今後の事業展開

業績詳細データ

ご参考資料

| マーケティングリサーチ



- ✓ 定性調査や海外調査の組織・費用構造の見直し
- ✓ データベース事業とのシナジーを最大化すべく組織連携をさらに強化

| データベース

- ✓ QPRの拡販に向け、サービスの拡充および広報活動の強化
- ✓ スマートデバイスによるデータ収集に向けた準備を開始
- ✓ ID-POS事業の検討を継続



| 韓国 (マクロミルエムブレイン)

- ✓ 積極的な営業採用と営業支援体制の整備
- ✓ 収益率向上のため、商品ポートフォリオを再構築

| 中国 (マクロミルチャイナ、上海UC社)

- ✓ 社内運用体制の強化および在日・在中法人への提案営業を強化
- ✓ 上海UC社との連携を深め、販促サービスの協業を強化

| 北米 (新エリア)

- ✓ 引き続き、M&Aの機会を積極的に模索

| プロモーションサービス「ミセコレ」



- ✓ユーザーの早期獲得をめざし、プロモーションを強化
- ✓クライアント獲得のため、営業活動およびプロモーションの開始
- ✓iPhone版、WEB版の開発を急ピッチですすめる

| DIYリサーチサービス

- ・顧客が自分自身で調査票を作成し、配信から回収までセルフでおこなえる調査
 - ・従来のネットリサーチよりも手軽で早く実施が可能
 - ・既存事業を補完し、強化する目的でサービスを開発中
- ✓マクロミルの海外展開の主軸となるサービスに育てるべく、4月より人員を増加し、体制を強化
 - ✓今秋のリリースに向け、開発は順調に進捗

（単位：百万円）

	2012年度 （実績）	2013年度 （予想）	2014年度 （予想）
連結売上高	14,229	16,800	20,000
経常利益	2,975	3,900	4,700
経常利益率	20%	23%	24%

全社業績

全社トピックス（後発事象）

今後の事業展開

詳細データ

ご参考資料

		3Q会計期間 (1/1~3/31)		
		FY2013	FY2012	前年比
連結	売上高	4,660	3,917	119.0%
	経常利益	1,230	980	125.4%
	経常利益率	26.4%	25.0%	+ 1.4pt
	当期純利益	701	565	124.2%

3Q累計期間 (7/1~3/31)		
FY2013	FY2012	前年比
13,023	10,719	121.5%
3,162	2,557	123.6%
24.3%	23.9%	+ 0.4pt
1,964	1,365	143.9%

通期業績予想 (7/1~6/30)	
(達成率)	
16,800	77.5%
3,900	81.1%
23.2%	—
2,100	93.5%

※ご参考

単体	売上高	4,268	3,891	109.7%
	経常利益	1,301	1,258	103.4%
	経常利益率	30.5%	32.3%	- 1.8pt
	当期純利益	233	713	32.7%

11,705	10,651	109.9%
3,210	3,109	103.2%
27.4%	29.2%	- 1.8pt
1,463	1,754	83.4%

指標	単位	FY2011	FY2012				FY2013		
		4Q (通期)	1Q	2Q	3Q	4Q (通期)	1Q	2Q	3Q
Q毎 平均受注単価 (注1)	万円	75.5	78.3	79.7	83.7	77.2	77.9	81.6	84.5
Q毎 平均受注単価 (自動調査のみ) (注1)	万円	49.8	52.5	52.0	54.9	49.7	50.8	52.6	56.5
Q毎 平均受注単価 (ご参考) (注1)	万円	78.7	81.3	83.3	87.5	80.7	81.7	85.2	88.2
年間稼働社数 (注2)	社	1,895	985	1,371	1,711	1,924	996	1,465	1,816
年間稼働窓口数 (注2)	窓口	6,067	2,485	3,988	5,382	6,327	2,672	4,290	5,786
VIP社数 (注3)	社	229	254	256	251	249	281	265	280
VIP内Q平均1,000万円 以上売上高社数 (注4)	社	(53)	(61)	(63)	(67)	(64)	(67)	(74)	(78)

(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	FY2011	FY2012				FY2013		
		4Q (通期)	1Q	2Q	3Q	4Q (通期)	1Q	2Q	3Q
従業員数 連結 (注)	人	557	566	594	735	768	788	790	803
従業員数 単体 (注)	人	542	541	550	560	582	567	579	603

(注) 従業員数は契約社員・休職者を含みます。

※2013年3月末現在
 ※2013年4月に新卒社員36名が入社

✓ 人員職種別内訳

営業
164名 (うち営業アシ25名)

運用
120名

リサーチャー
139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いません。
 ※2013年4月1日現在の人数です。

✓ 連結子会社従業員数 211 → 200名

エムキューブ：14 → 13名

エムワープ：14 → 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：22 → 20名

エムブレイン：153 → 158名

エムプロモ：8 → 9名

指標	単位	FY2011	FY2012				FY2013		
		4Q (通期)	1Q	2Q	3Q	4Q (通期)	1Q	2Q	3Q
マクロミルモニタ	万人	104.0	105.9	107.1	108.6	109.5	110.7	112.2	113.6

※2013年4月1日現在

PCモニタ

マクロミルモニタ

113万人
(スマホモニタも含む)

Yahoo!
リサーチ・モニター

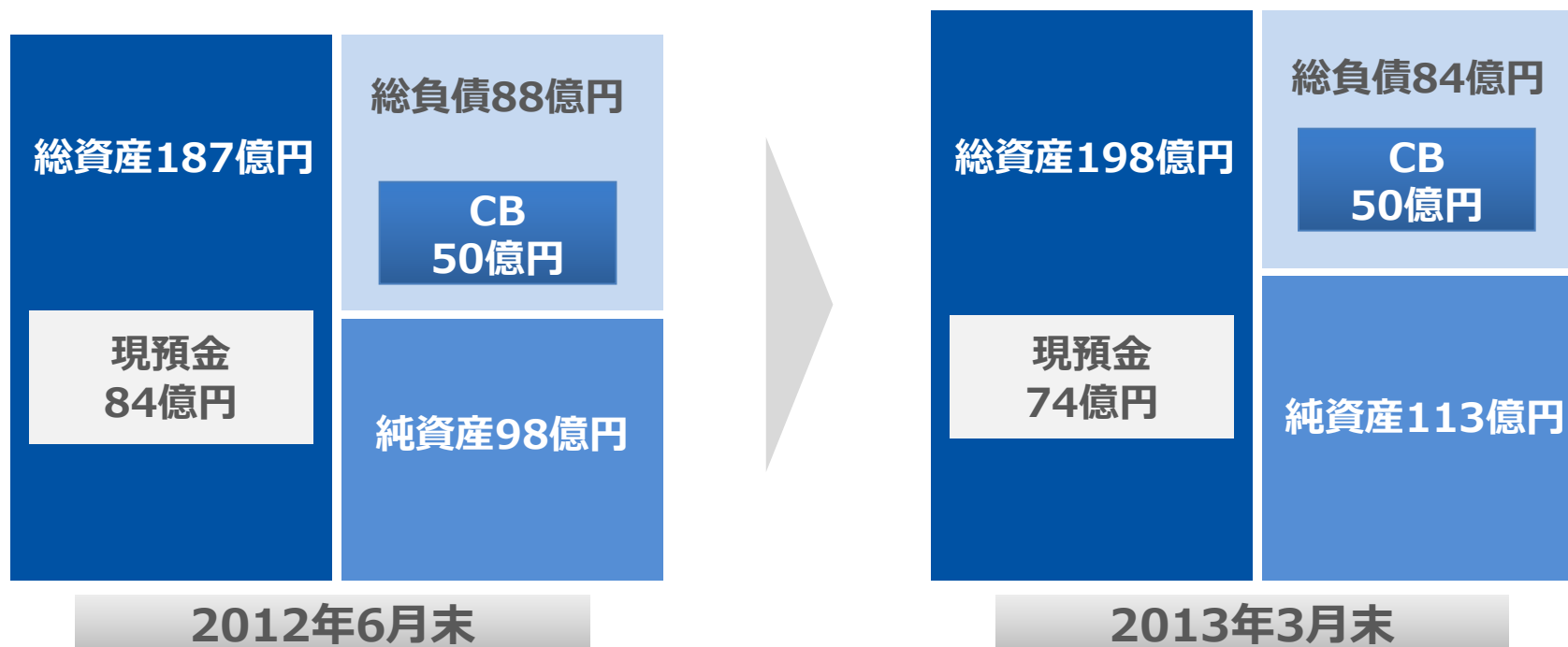
146万人

モバイルモニタ

モバイル協カモニタ

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



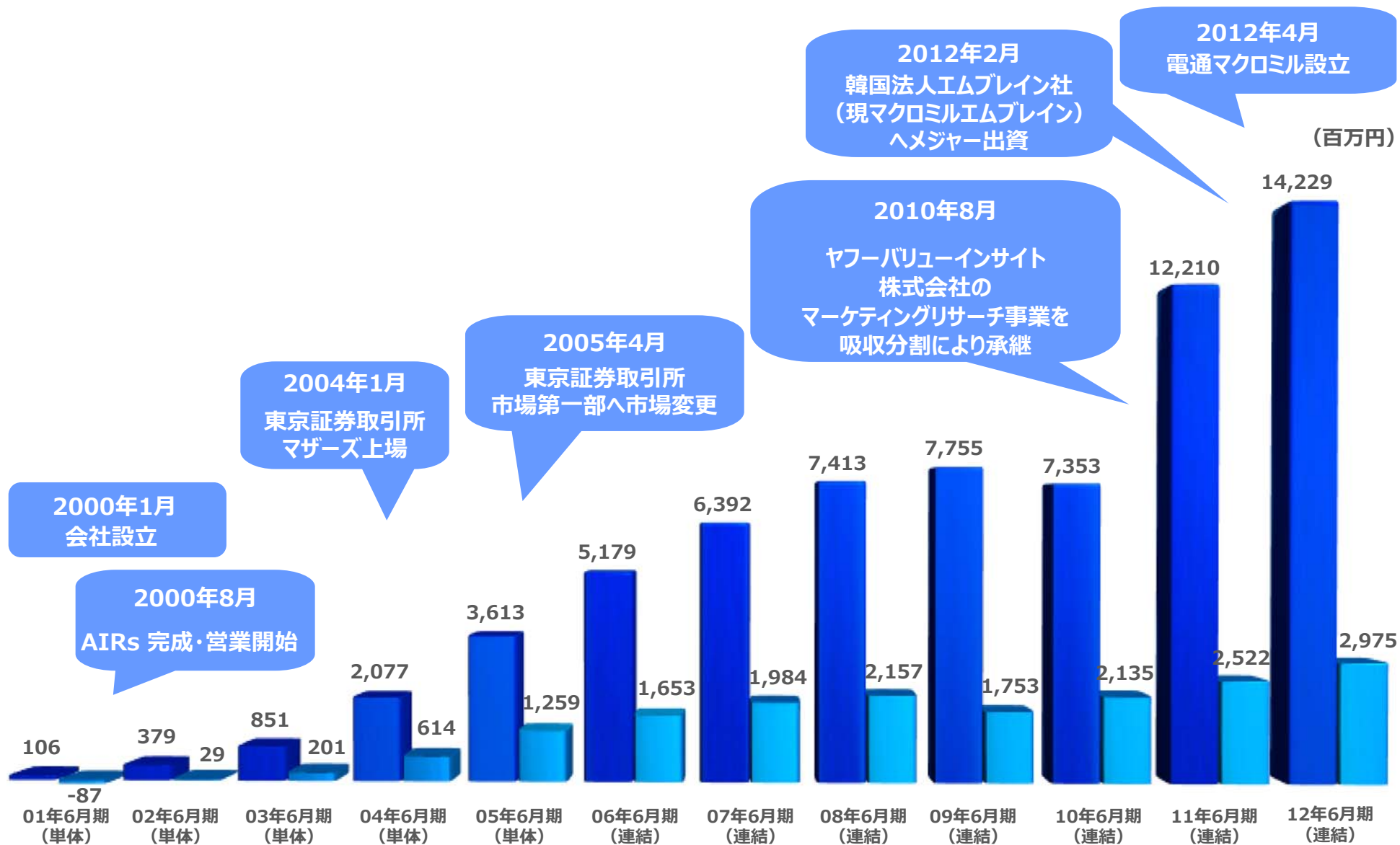
全社業績

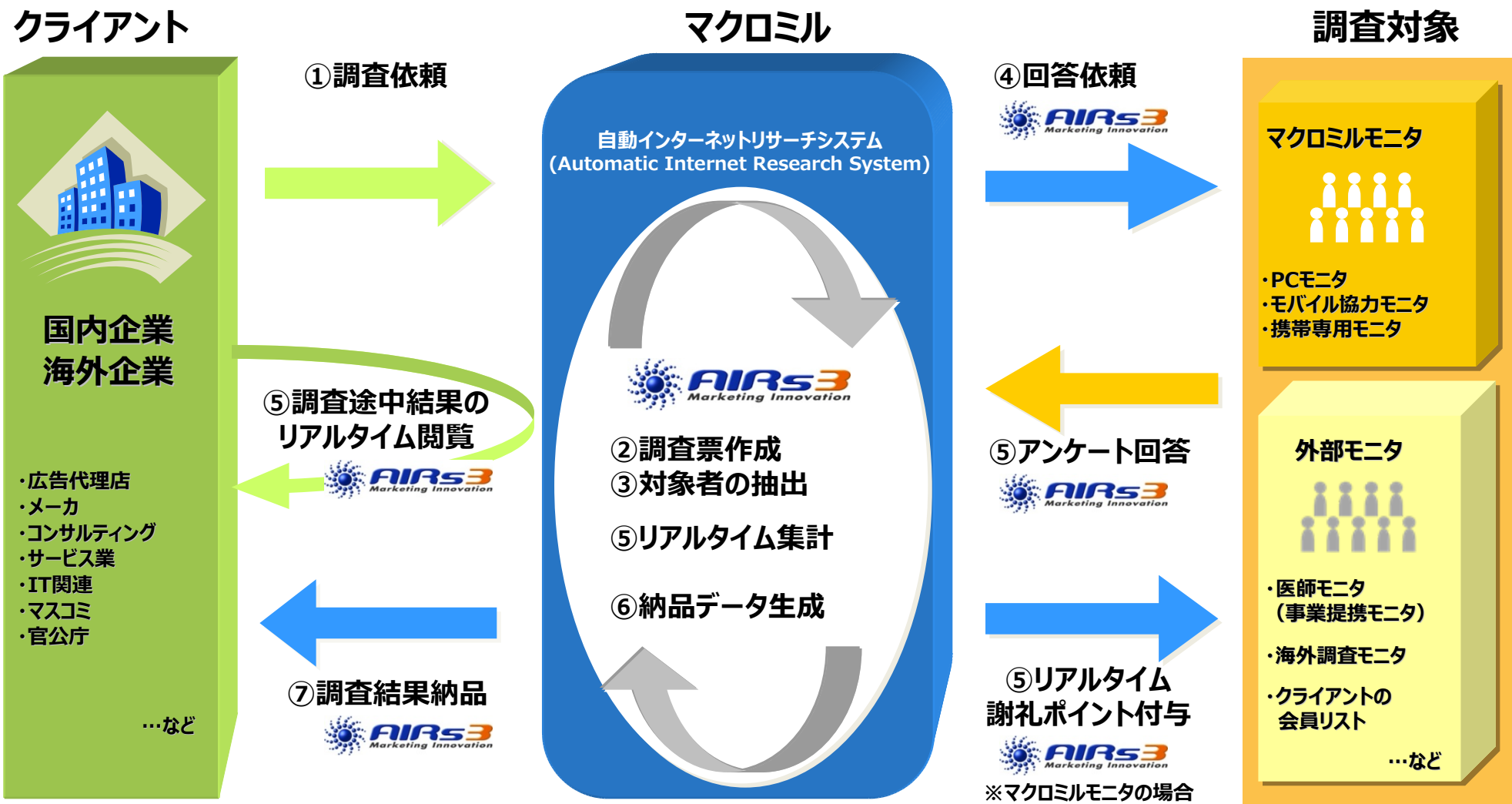
全社トピックス（後発事象）

今後の事業展開

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。

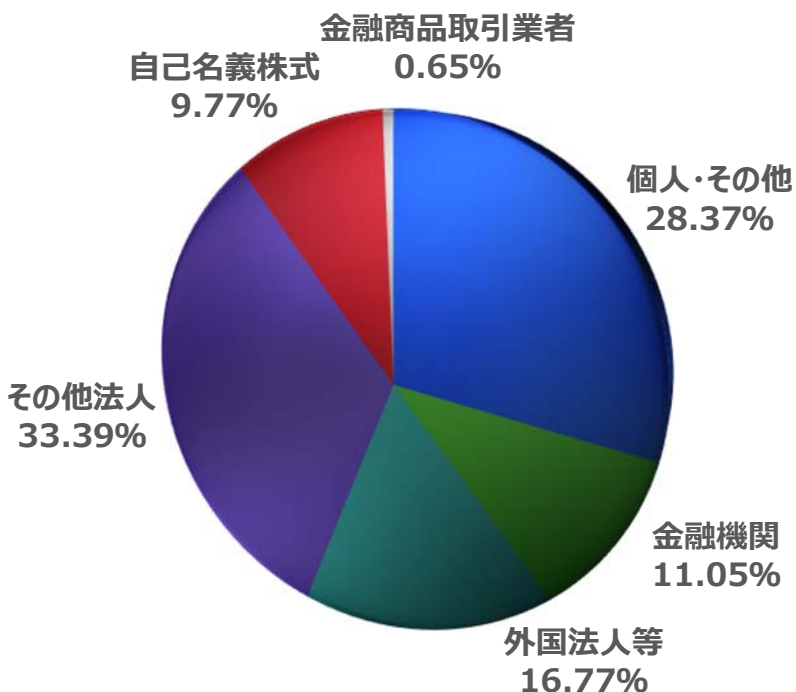
2012年12月31日時点

発行可能株式総数 83,712,000株

発行済株式の総数 30,882,400株

株主数 8,831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	22.90
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	2,327,568	7.54
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1,186,400	3.84
杉本 哲哉	912,400	2.95
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	752,900	2.44
福羽 泰紀	709,600	2.30
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	680,700	2.20
柴田 聡	572,000	1.85
株式会社インテック	514,400	1.67

注1. 当社は自己株式3,016,600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。

MACROMILL

Innovation or Nothing



連結子会社

国内

海外

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

macromill
embrain

エムブレインとマクロミル・コリアを
統合（2012年8月）

 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

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