

株式会社 マクロミル
2007年6月期 決算説明会

2007年8月15日

2007年6月期 業績概要

▶ 2007年6月期 通期

(連結)

(単位:千円、%)

	2007年6月期 (2006年7月1日～2007年6月30日)	2006年6月期 (2005年7月1日～2006年6月30日)	前年同期比 増減率
売上高	6,392,988	5,179,614	+23.4%
経常利益	1,984,616	1,653,505	+20.0%
当期純利益	1,056,749	(注) 988,863	+6.9%

(注) 前期の当期純利益は、IT促進減税のメリット 60百万円および連結子会社AIPの繰越欠損金 50百万円のメリットを受けている。

(単体)

	2007年6月期 (2006年7月1日～2007年6月30日)	2006年6月期 (2005年7月1日～2006年6月30日)	前年同期比 増減率
売上高	5,434,767	4,521,433	+20.2%
経常利益	1,857,236	1,577,841	+17.7%
当期純利益	1,087,666	(注) 977,414	+11.3%

(注) 前期の当期純利益は、IT促進減税のメリット 60百万円を受けている。

2007年6月期 決算サマリー

業績について

- 2007年6月期 通期の連結売上高は 6,392百万円 (前年同期比23.4%増)、連結経常利益は1,984百万円(同 20.0%増)、連結当期純利益は1,056百万円(同6.9%増)となりました。
- 当社単体では、売上高 5,434百万円(前年同期比 20.2%増)、経常利益 1,857百万円(同17.7%増)、当期純利益 1,087百万円(同 11.3%増)となりました。
- 売上高経常利益率は、連結 31.0%、単体 34.2%となりました。
- 単体の業種別売上構成比は、売上全体に占める一般企業向けの売上が 53.2%に、調査会社・コンサルティング会社向けの売上が 16.4%に、広告代理店向けの売上は 28.6%になりました。
- 当期末のクライアント数は、取引社数 2,697社 (2006年6月末比 589社増)、クライアント窓口数 7,812窓口(2006年6月末比 1,976窓口増)となりました。

環境整備

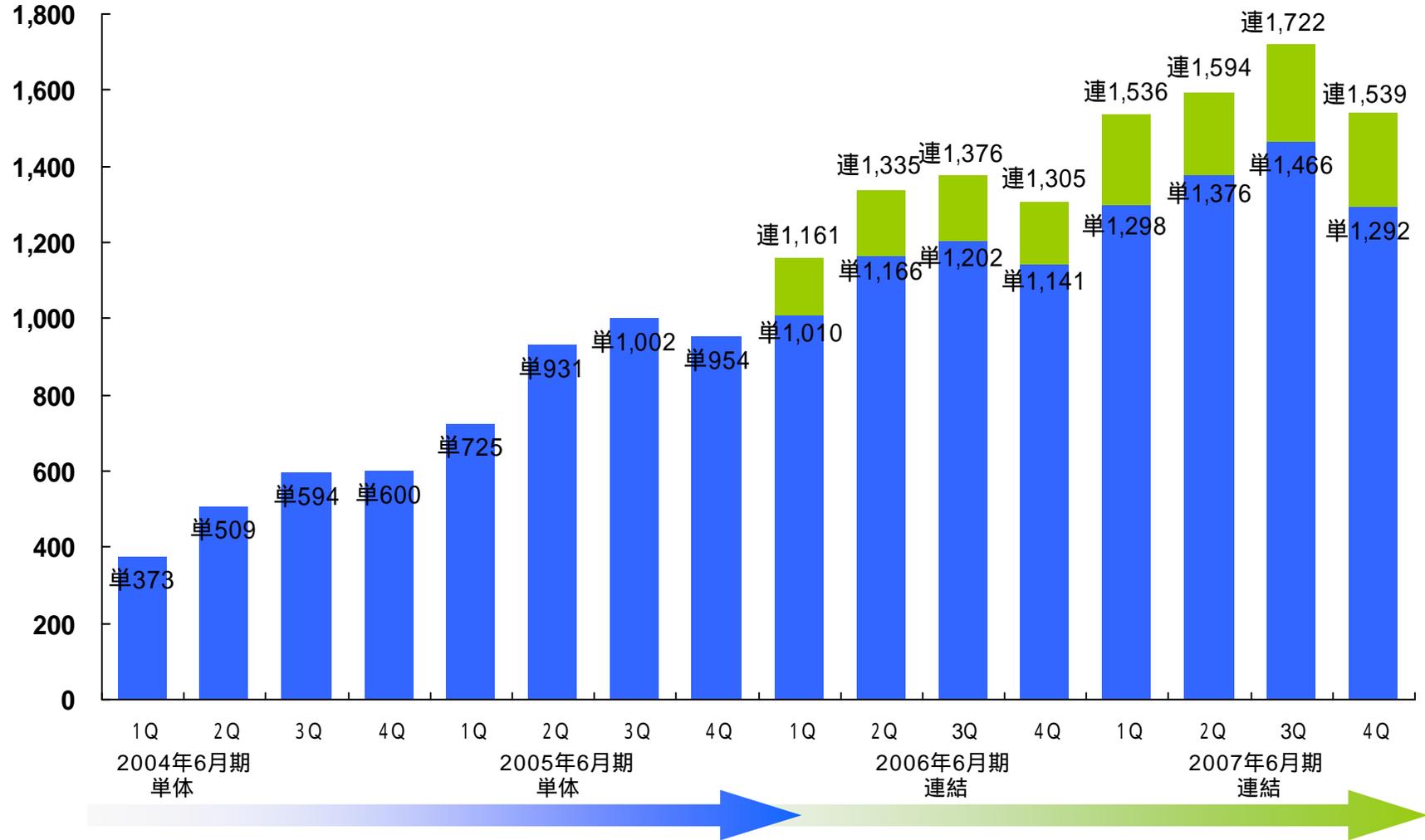
- 当期末のモニタ数は、52.1万人(前期末比 9.2万人増)となりました。
- 当期末の従業員数は、単体207人(前期末比 59人増)・連結248名(前期末比70名増)となりました。

2007年6月期 売上推移

【連結・単体】売上高の推移

07年6月期 通期連結売上高は、前年同期比 連結ベースで23.4%増、単体ベースで20.2%増。

(単位:百万円)



(注1) 各四半期毎の売上高の額を記載しております。

【連結・単体】サービス別売上構成の推移

【AIRs3】の稼働により、自動調査の受注が連結ベースで前期比27.8%増と好調に推移。

(単位:千円)

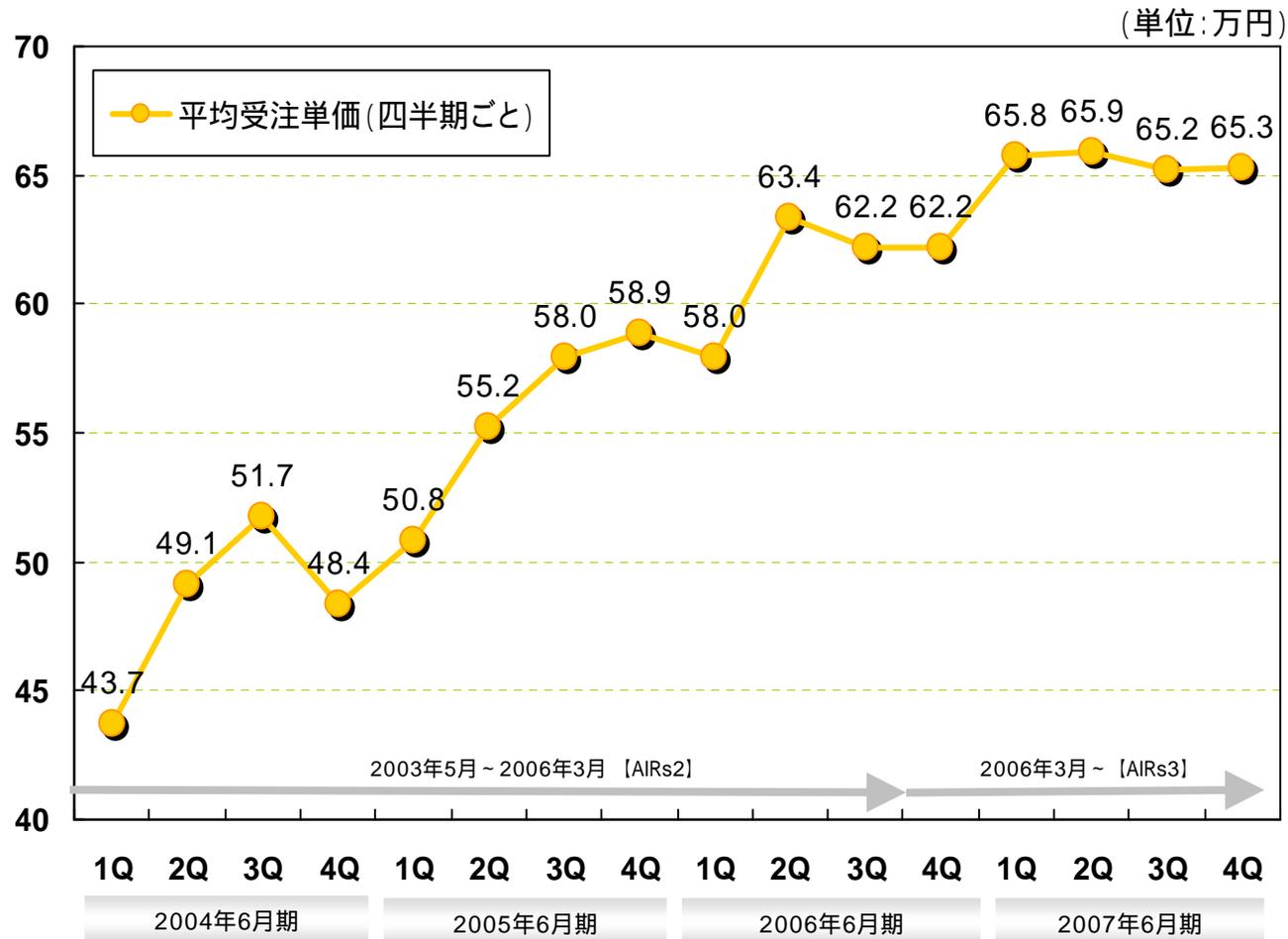
サービス	2006年6月期 (連結)	構成比 %	2007年6月期 (連結)	構成比 %	対前年 増減率%	2007年6月期 (単体)	構成比 %
自動調査	2,961,044	57.2%	3,783,060	59.2%	+27.8%	3,783,060	69.6%
QuickMill	2,367,499	45.7%	3,082,650	48.2%	+30.2%	3,082,650	56.7%
CMMill	272,820	5.3%	348,501	5.5%	+27.7%	348,501	6.4%
SampleMill	100,735	1.9%	96,553	1.5%	4.2%	96,553	1.8%
OpenMill (注1)	219,989	4.2%	255,354	4.0%	+16.1%	255,354	4.7%
集計	272,908	5.3%	285,579	4.5%	+4.6%	285,579	5.3%
分析	385,518	7.4%	475,312	7.4%	+23.3%	475,312	8.8%
カスタマイズリサーチ	696,355	13.4%	659,051	10.3%	5.4%	659,051	12.1%
グローバルリサーチ	481,458	9.3%	799,432	12.5%	+66.0%	170,162	3.1%
モバイルリサーチ	71,878	1.4%	61,601	1.0%	14.3%	61,601	1.1%
その他(注2)	310,450	6.0%	328,950	5.1%	+6.0%	-	-
合計	5,179,614	100.0	6,392,988	100.0	+23.4%	5,434,767	100.0

(注1) 「OpenMill」にはM3Millの売上を含みます。

(注2) 「その他」は、(株)エー・アイ・ピーが手がけるMS事業の売上です。

【単体】平均受注単価の推移

07年6月期は平均受注単価が、通年65万円台で推移。
2006年3月【AIRs3】稼働後も、受注単価を維持している。

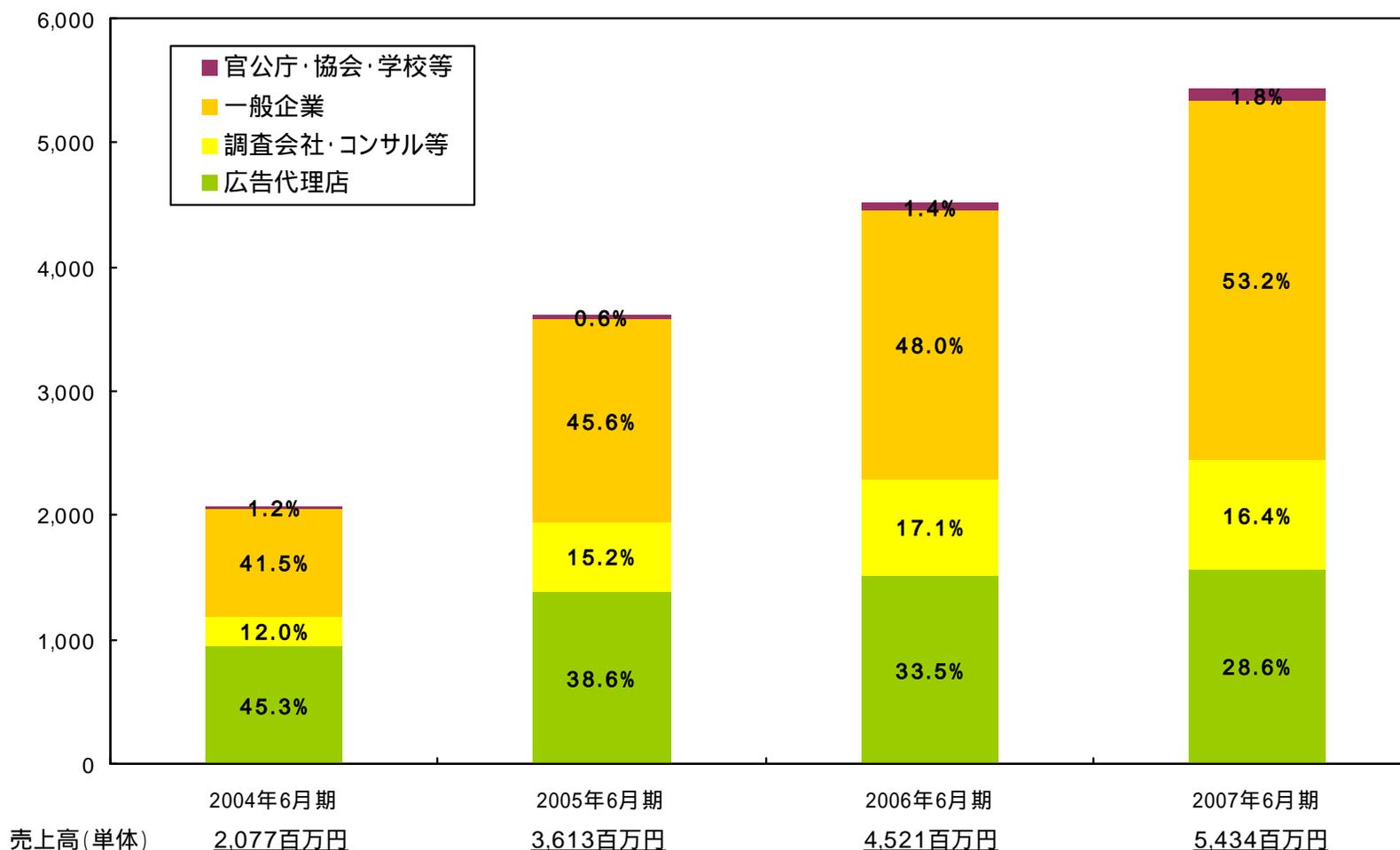


(注) 平均受注単価の算定は当社の基準で行っており、会計監査を受けたものではありません。

【単体】クライアント業種別売上構成の推移

一般企業向け売上が53.2%と大きく伸張。うち構成比が高い業種は、サービス業、日用品・医薬品、食料品、情報・通信。

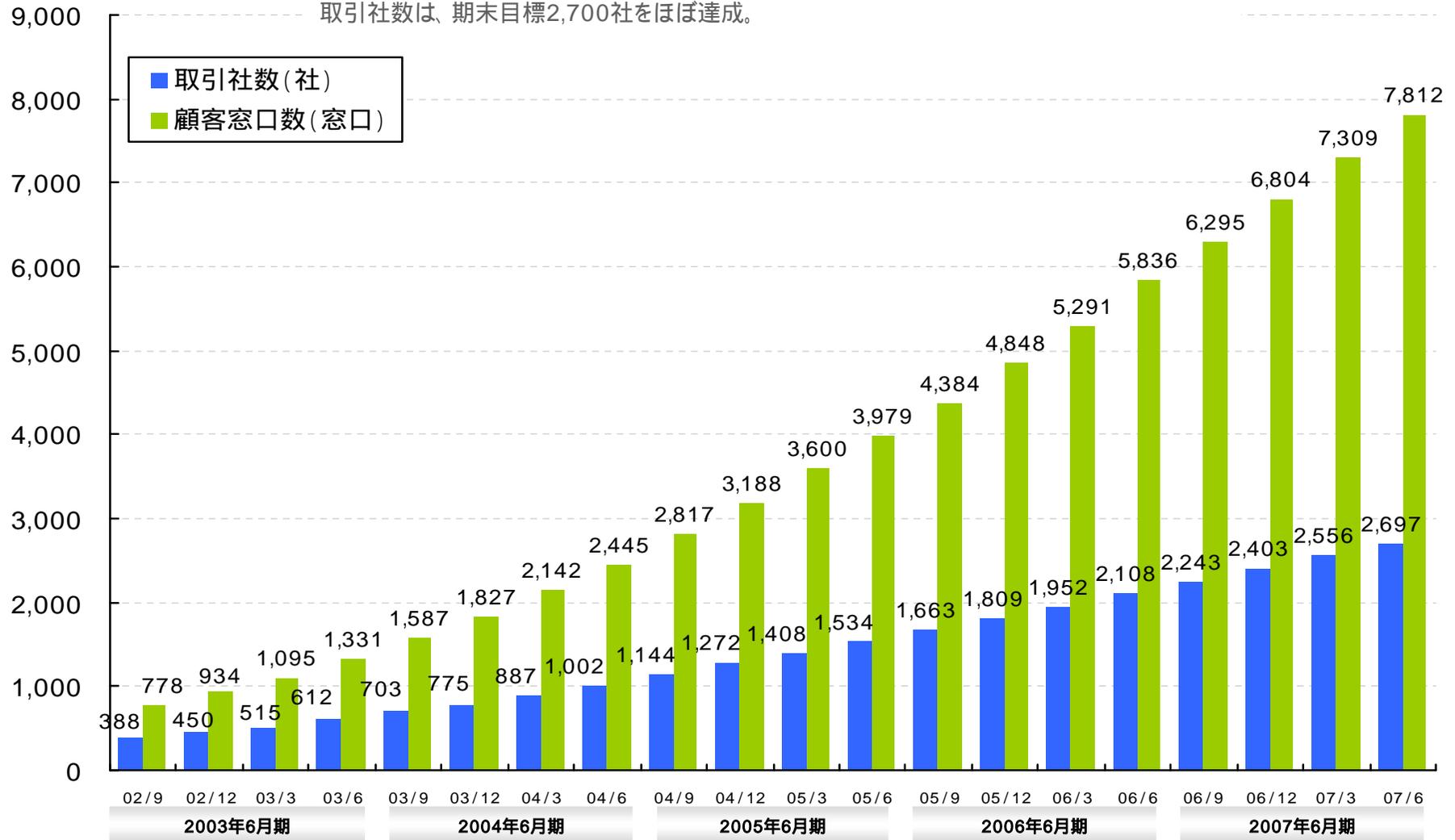
(単位:百万円)



(注) 顧客の業種分類は当社の基準で行ったものであり、会計監査を受けたものではありません。

【単体】クライアント数 推移

顧客窓口開拓が進み、期末の顧客窓口数目標7,700窓口を達成、7,812窓口に。
取引社数は、期末目標2,700社をほぼ達成。

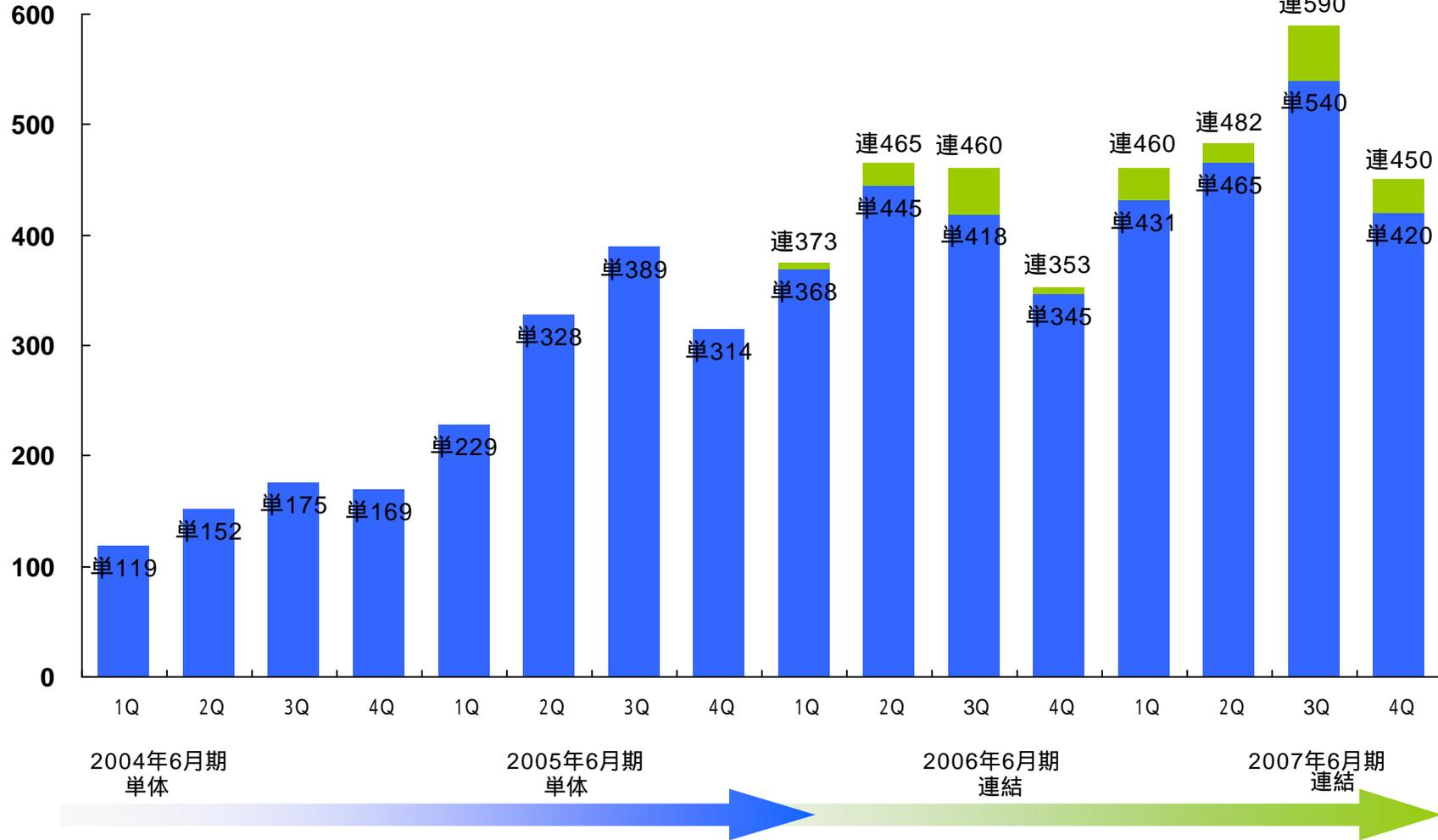


2007年6月期 利益推移

【連結・単体】経常利益の推移

07年6月期当期の連結経常利益は、前年同期比 連結ベースで 20.0%増、単体ベースで 17.7%増。

(単位:百万円)

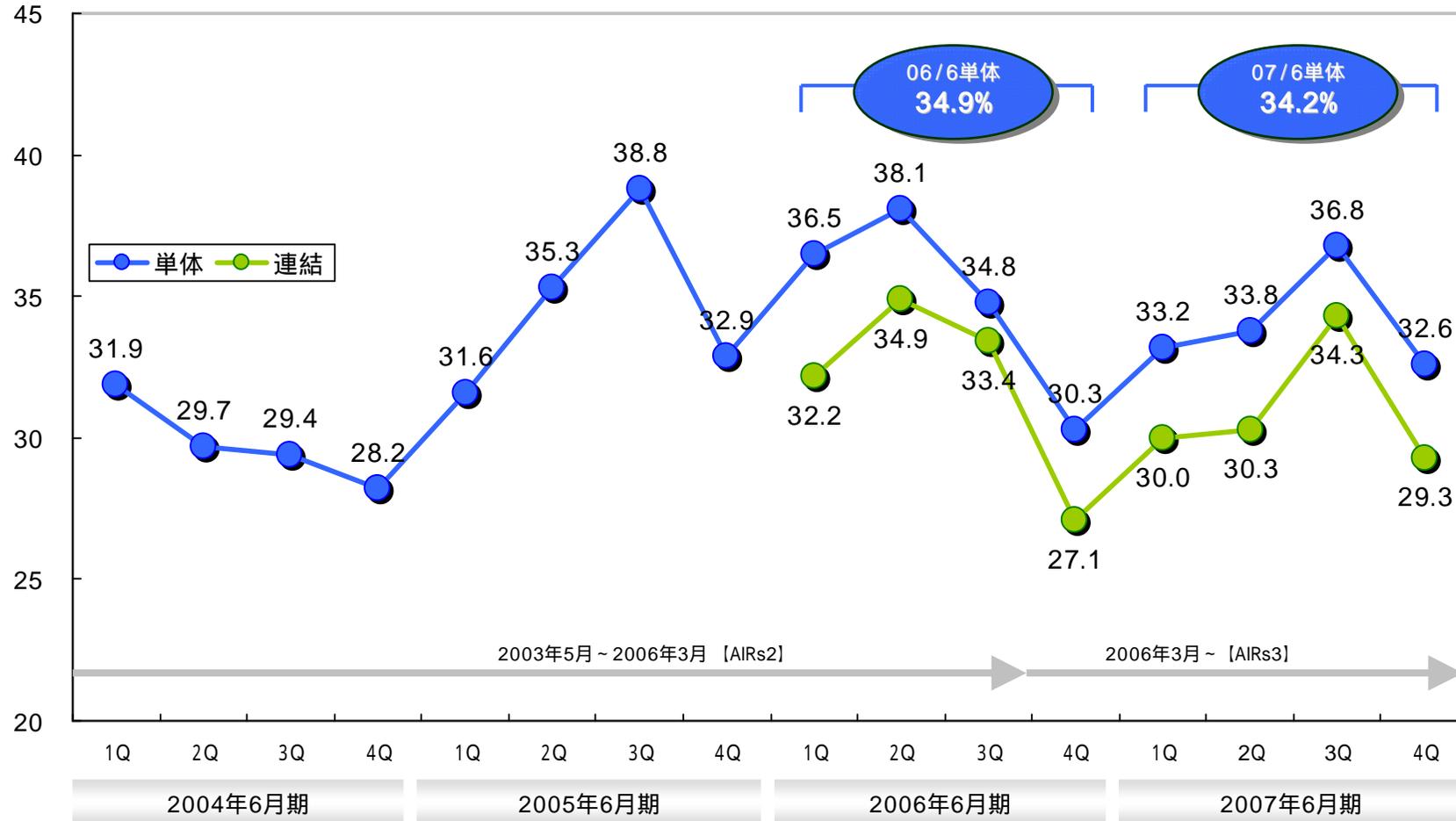


(注1) 各四半期毎の経常利益の額を記載しております。

【連結・単体】売上高経常利益率の推移

単体経常利益率は、06年6月期 34.9%、07年6月期34.2%と、ほぼ同レベルで推移。

(単位：%)

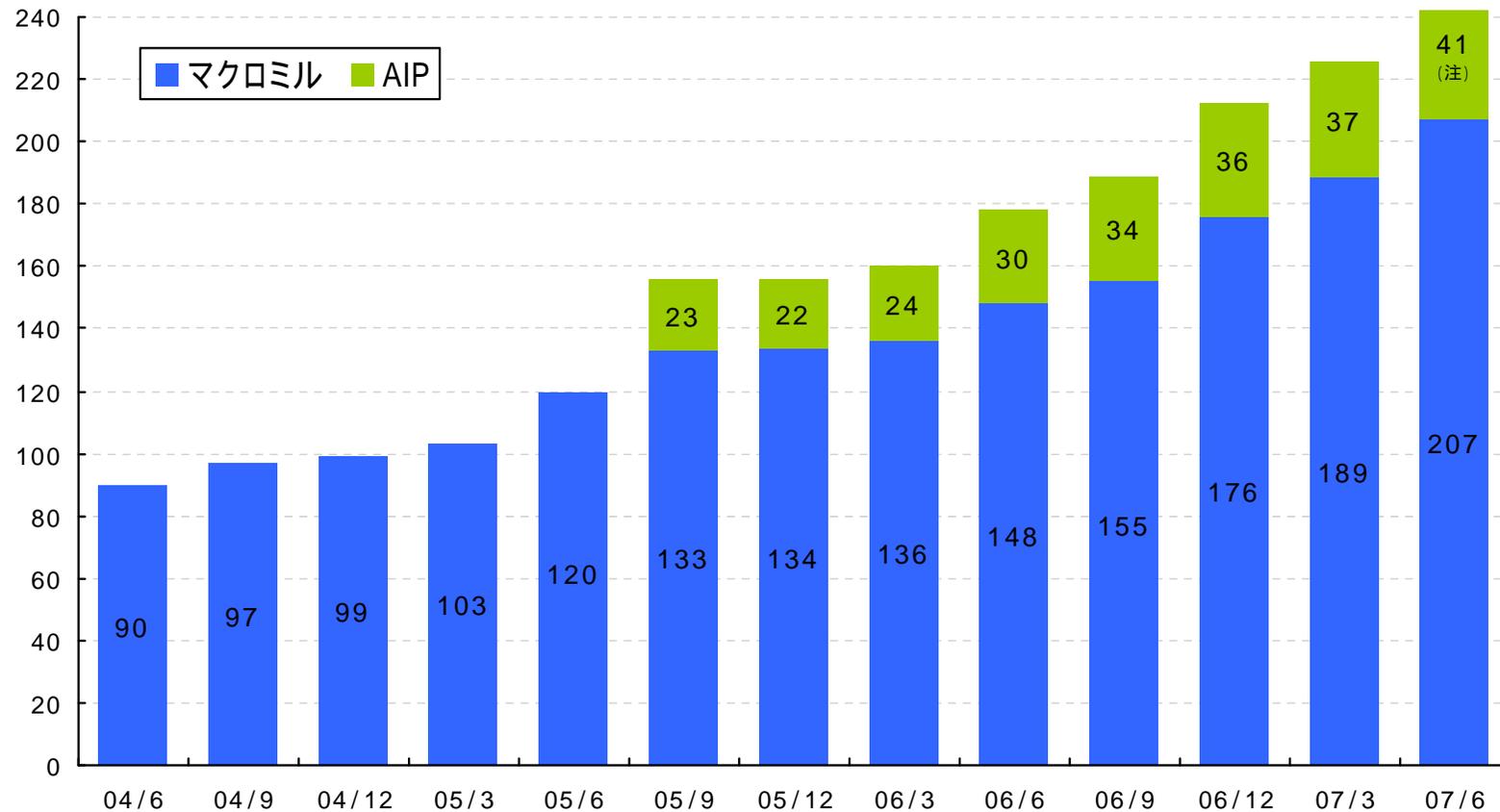


(注) 四半期ごとの売上高経常利益率を記載。

【連結・単体】従業員数の推移

07年6月期は、採用環境の厳しさから営業人員採用で遅れが出たものの、期末では期初計画に沿った人員の増強がほぼ完了。

(単位:人)

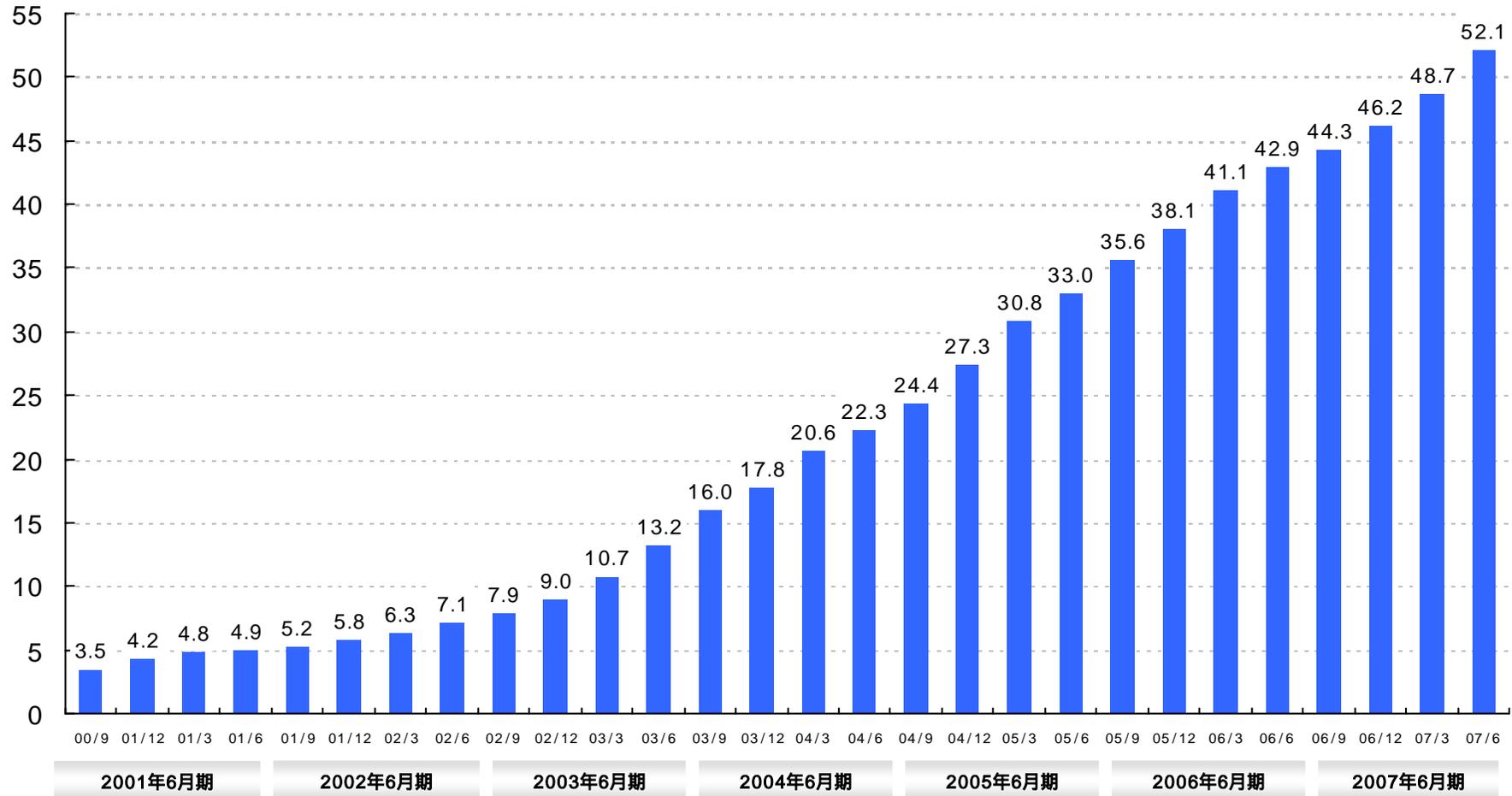


(注) 2007年6月AIP従業員数41名には、AIP Marketing Koreaの2名を含む。

【単体】有効モニタ数 推移

07年6月期は年間を通じてモニタクリーニングを強化しつつ、モニタ採用をペースを落とさずに前期末比9.2万人増、50万人を突破。モニタ獲得キャンペーンを4Q(2007年6月)より実施するなど、08年6月期通じてモニタ増強を目指す。

(単位：万人)



2008年6月期 業績予想

【連結・単体】2008年6月期 業績予想

(単位：百万円、%)

	2006年6月期 通期実績	2007年6月期 通期実績	2008年6月期 通期業績予想
【連結】			
売上高	5,179	6,392	8,000 (+25.1%)
経常利益	1,653	1,984	2,200
経常利益率	31.9%	31.0%	27.5% (+10.9%)
当期純利益	988	1,056	1,200 (+13.6%)
【単体】			
売上高	4,521	5,434	6,800 (+25.1%)
経常利益	1,577	1,857	2,090
経常利益率	34.9%	34.2%	30.7% (+12.5%)
当期純利益	977	1,087	1,230 (+13.1%)

(注)カッコ内は対前年比増減率

業績予想の前提

1 売上の前提

連結売上高 07年6月期 6,392百万円 08年6月期 8,000百万円 (+25.1%)

- ・ 単体業績予想 68億円のうち、新規サービス関連の売上1億円
- ・ 連結子会社AIPの売上伸張も25%想定

2 費用の前提

連結経常利益率 07年6月期 31.0% 08年6月期 27.5% (3.5%)

単体経常利益率 07年6月期 34.2% 08年6月期 30.7% (3.5%)

新規事業…… 1.0% スキャンパネル調査(商品購買調査)サービスの立ち上げ
08年6月期 売上高 1億円を目指す。

商品力強化…… 1.1% モニタ拡充を推進。モニタ獲得キャンペーンなどの施策に注力。

組織力強化および法的対応…… 1.4%
(組織力強化) 教育研修体系の整備、勤怠管理システム導入、オフィス増床
(法的対応) J-SOX対応、減価償却制度の変更

人件費…… 売上高人件費率は前期と変わらず。
07年6月期 単体207名・連結248名 08年6月期 単体260名・連結310名を想定。

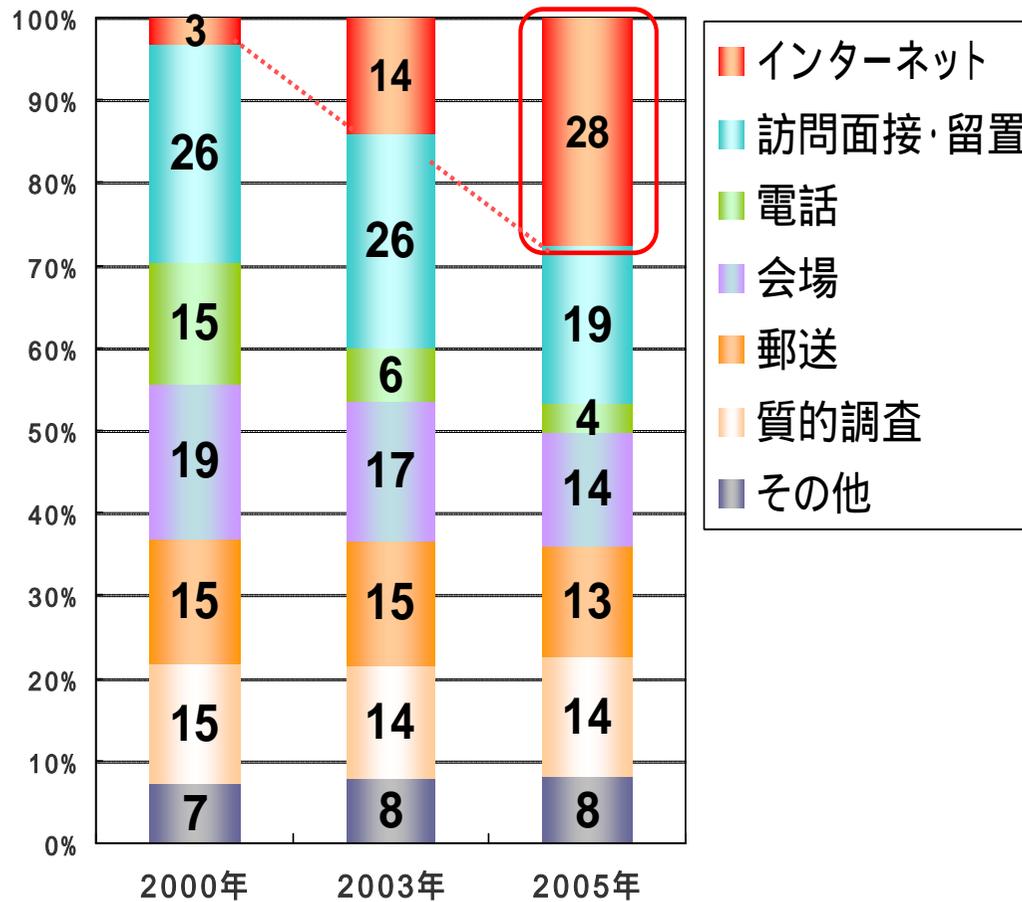
2008年6月期 重点施策

市場をとりまく環境

ネットリサーチ市場は引き続き拡大傾向

2005年時点で、「ネットリサーチ」が最も利用されているリサーチ手法に成長(約3割)。

国内市場調査(アドホック調査)手法別売上構成比



国内環境の大きな変化

05年4月 個人情報保護法の施行

06年11月 改正住民基本台帳法が施行

プライバシー保護の高まり

従来の市場調査手法で
サンプル抽出に利用されていた
住民票閲覧が禁止に

インターネット調査の活用
がさらに進むと予想される

出典: 日本マーケティングリサーチ協会 経營業務統計実態調査2005年 より作成

市場をとりまく環境

ネットリサーチ活用の拡大・本格化とユーザニーズの高度化

ネットリサーチ活用は拡大・本格化。一方で、ネットリサーチ会社に求められるサービス要望は高度化。

本格化するネットリサーチ活用

大型化

- サンプル・質問数の大型化
- 全国エリアでの大規模調査

頻度増

- 単発(アドホック)調査から定点調査へ
- 同一課題の追跡調査

新たなマーケティング潮流

- 消費者の購買プロセスの多様化
- 消費者インサイト(深層心理)に迫る調査ニーズ増

ユーザ企業の要望は高度化

- 数と質の両面での調査モニタへの要望高まる
(さらなるレアターゲット調査 / 全国調査の詳細属性割付回収 / 定点調査時は過去同調査の回答者排除を行うフレッシュサンプル希望などがある)
- データの「品質」が重視ポイント
- 適したリサーチ方法・分析方法の提案力が求められる

市場をとりまく環境

競合環境の変化

2007年7月1日ヤフーバリューインサイトが発足。売上規模で業界2位に。
大手プレイヤーによる「クオリティ」「モニタ」「サービス総合力」の競争へ

業界首位



マクロミル



エー・アイ・ピー

業界2位



ヤフーバリューインサイト



インフォプラント + インタースコープ

業界3位



インテージ・インタラクティブ

その他



(注) 各社直近決算期の売上規模で業界順位を判断。ヤフーバリューインサイトについては、2社の合併前直近決算期売上の単純合算。

2008年6月期 重点施策

1 顧客ニーズを重視したネットリサーチ事業のさらなる強化

～ 当社顧客向け「顧客満足度調査2007」より～
「データクオリティ向上」「モニタ品質・数の拡大」「リサーチ・分析の提案力」に顧客要望が高まっている

データクオリティのさらなる向上

回収データのクオリティ向上・・・調査票設計ノウハウによる不整合、矛盾回答減

納品データのクオリティ向上・・・納品前のシステムのクリーニング機能による強化

商品力の強化

モニタ増強・・・モニタ品質を維持・向上しながらの拡大

ネットリサーチと組み合わせた定性調査メニューの提供強化

・・・ネットリサーチ(定量調査) + グループインタビューなど

マーケティングパートナーとしての専門知識・提案力の向上

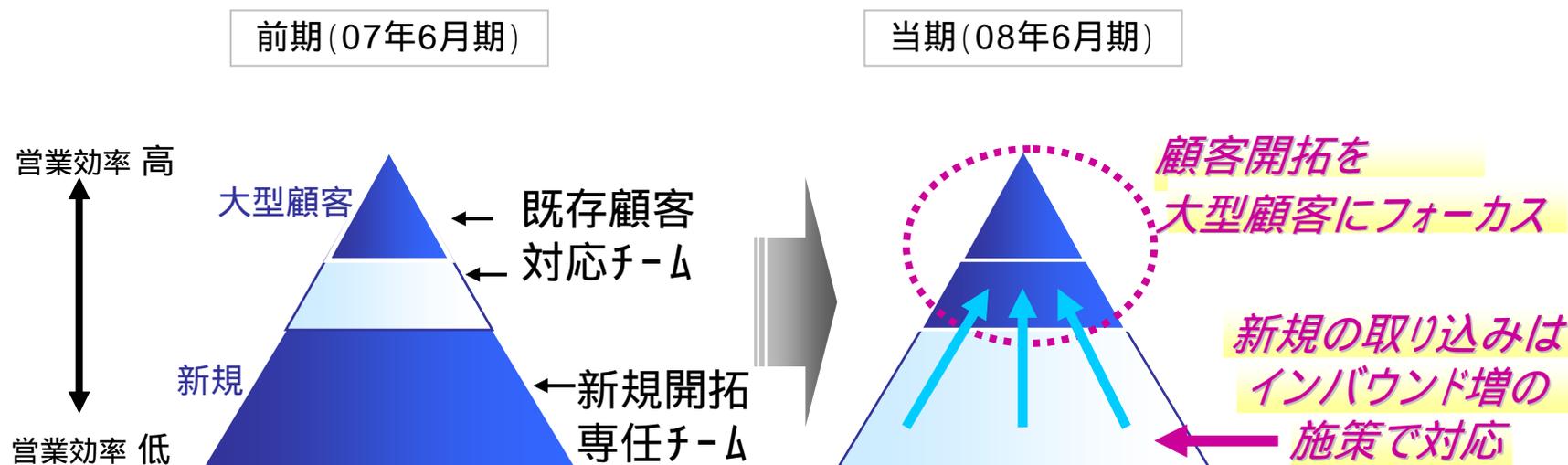
教育研修・人材育成プログラム強化

・・・マーケティングリサーチの専門知識を理解し、
最適なりサーチ方法・分析方法の提案力を組織的に強化

2008年6月期 重点施策

2 営業施策 ~ 顧客開拓リソースを集約、営業効率を高める ~

営業リソースの注力先を絞り込み、大型顧客に集中

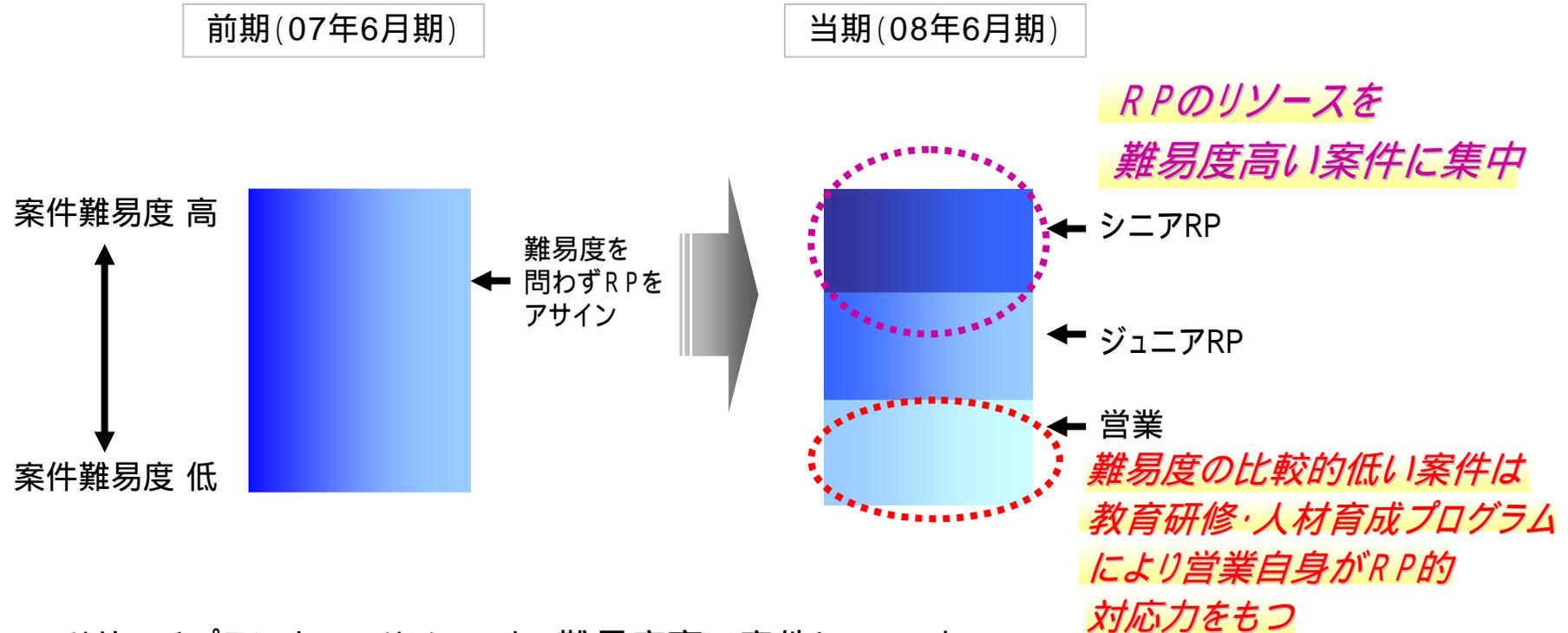


- ▶ 顧客開拓リソースを大型顧客にフォーカス。窓口数増加を最大ミッションとする。
- ▶ 新人を既存顧客対応の各チームに振り分け。既存の窓口開拓で、教育・育成を進める。

2008年6月期 重点施策

2 営業施策 R Pの効果的な営業活用・組織的リサーチ提案力の強化

顧客ニーズ高度化に応えるため、リサーチプランナー（R P）活用の最適化



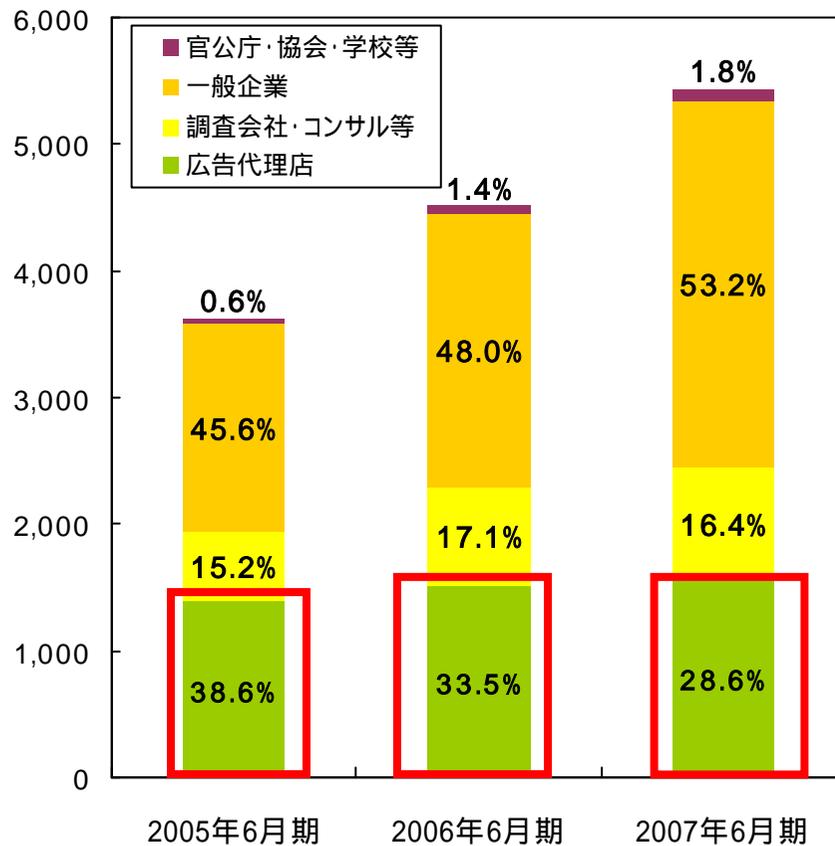
- ▶ リサーチプランナーのリソースを、難易度高い案件にフォーカス
- ▶ 営業・リサーチディレクターなど全スタッフの調査知識・スキル向上を目指し、教育研修強化

2008年6月期 重点施策

3 広告代理店における競合対策

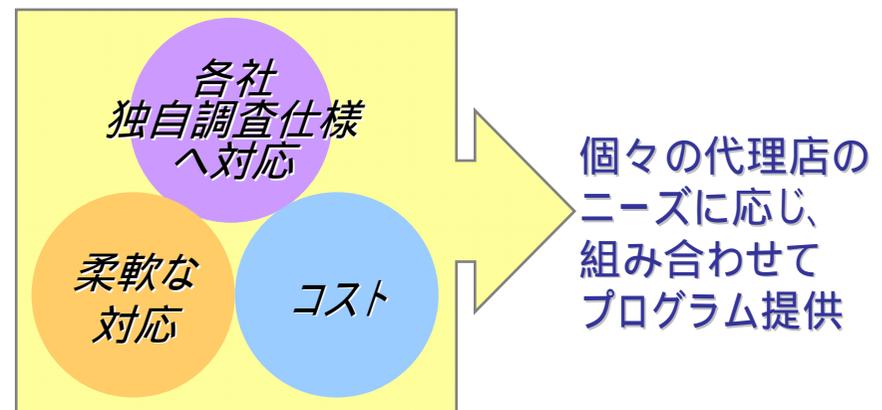
競合との競争激化が進む中、高品質サービス提供 + 独自プログラム提供で守りを固める

【単体】業種別売上構成の推移



代理店特性に応じた パートナープログラムの推進

- ・専属リサーチャーの配置
- ・人材面でのフレキシブルな対応
- ・各代理店独自の調査仕様への対応 等



2008年6月期 重点施策

4 グローバルリサーチ事業のさらなる推進・強化

海外ネットリサーチを専門とする連結子会社のエー・アイ・ピーを通じて、グローバル展開強化

2007年6月期 振り返り



海外ネットリサーチ市場の拡大 (特にアジア需要の拡大)

グローバルリサーチ事業 7億9,943万円売上達成 構成比12.5%の事業へ成長

- ・海外マーケティングリサーチカンファレンスへの積極参加による営業活動
- ・アジア圏を中心とする海外拠点の設立強化 ……07年4月 韓国(ソウル)に現地法人を設立
- ・パネル管理システム「UNIPASS」の開発 ……海外調査パネルの品質向上・複数国パネルを一元管理
- ・アジア各国の自社パネル化推進 ……中国・韓国・台湾

2008年6月期 施策

グローバル拠点展開強化 ……中国(上海)、韓国(ソウル)に続き、香港オフィスを準備中

各国現地営業の拡大 ……韓国(ソウル)・米国営業強化

アジア各国の一層の自社パネル化推進 ……中国・韓国・台湾・シンガポール・香港など

海外拠点展開のため組織体制・ガバナンスの強化

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。