

株式会社 マクロミル

証券コード: 東証一部 3730

平成20年6月期 中間決算説明会

2008年2月12日

2008年6月期中間決算 業績概要

▶ 2008年6月期 中間決算

<連結>

(単位:千円、%)

	2007年6月期 中間 (2006/7/1~2006/12/31)	2008年6月期 中間 (2007/7/1~2007/12/31)	前年同期比 増減率	2008年6月期 中間 業績予想
売上高	3,130,445	3,605,260	+15.2%	3,760,000
経常利益	942,982	1,053,553	+11.7%	980,000
中間(当期)純利益	505,500	564,472	+11.7%	520,000

<単体>

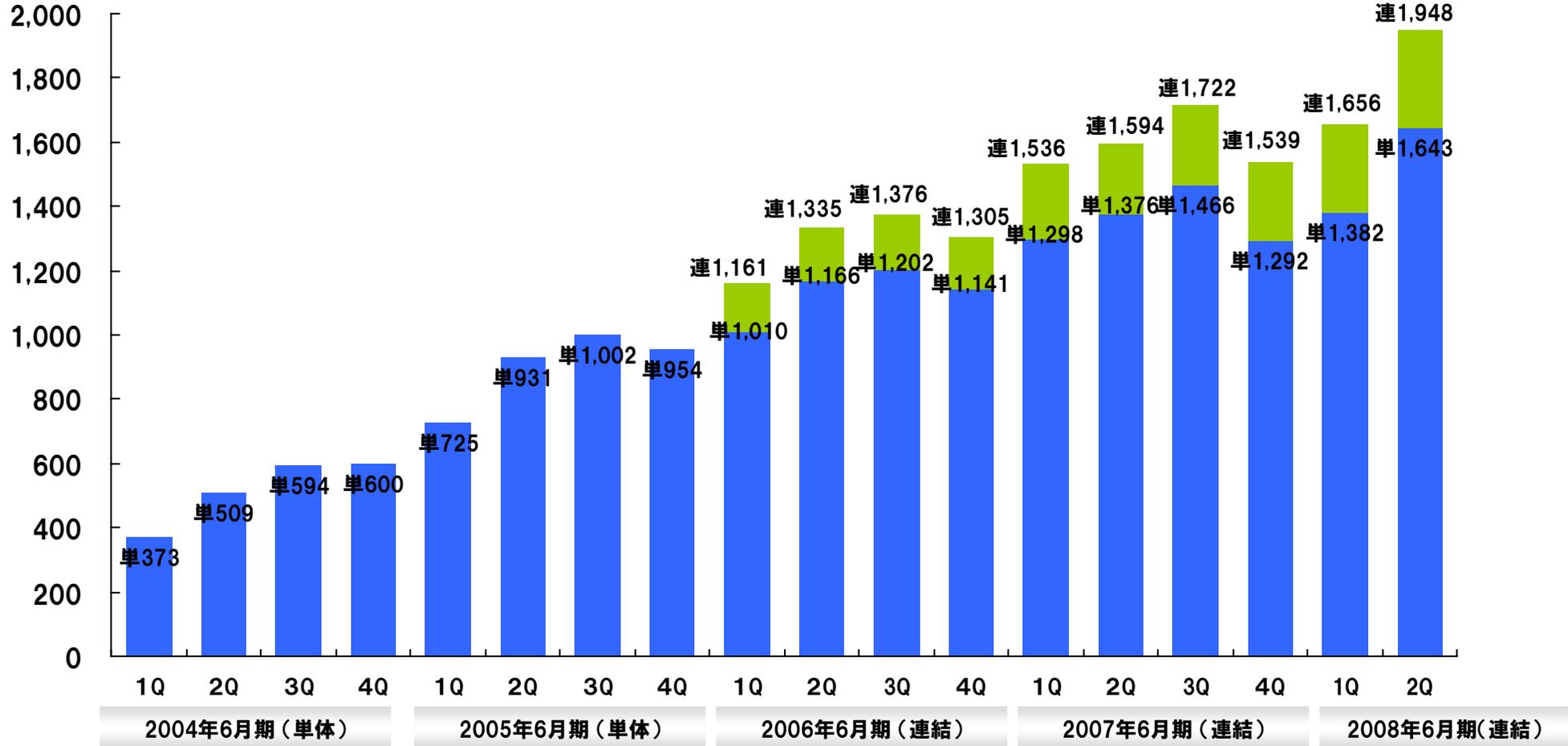
	2007年6月期 中間 (2006/7/1~2006/12/31)	2008年6月期 中間 (2007/7/1~2007/12/31)	前年同期比 増減率	2008年6月期 中間 業績予想
売上高	2,675,335	3,026,324	+13.1%	3,200,000
経常利益	896,291	963,465	+7.5%	930,000
中間(当期)純利益	527,556	568,315	+7.7%	540,000

2008年6月期 中間期 売上推移

【連結・単体】売上高の推移

2008年6月期 第2四半期の連結売上高は、前年同期比 22.2%増、直前四半期比 17.6%増となった。

(単位:百万円)



【連結・単体】サービス別売上構成の推移

自動調査の売上構成比は、連結ベースで前中間期の59.0%から58.8%に減少（単体ベースでは、69.0%から70.1%に増加）。
集計はサービス拡充による受注案件数増による売上増加。分析は定性調査サービスの受注が拡大。グローバルリサーチはAIPにおける販売が堅調に推移した。

<連結>

サービス	前中間期	構成比	当中間期	構成比	対前年 増減率	当中間期	構成比
自動調査	1,845,358	59.0	2,121,345	58.8	15.0	2,121,345	70.1
QuickMill（注1）	1,484,929	47.4	1,704,162	47.3	14.8	1,704,162	56.3
CMMill	173,006	5.5	208,966	5.8	20.8	208,966	6.9
SampleMill	41,822	1.4	65,563	1.8	56.8	65,563	2.2
OpenMill（注2）	145,600	4.7	142,654	3.9	▲2.0	142,654	4.7
集計	134,119	4.3	178,187	4.9	32.9	178,187	5.9
分析	234,759	7.5	288,949	8.0	23.1	288,949	9.6
カスタマイズリサーチ	342,664	10.9	305,899	8.5	▲10.7	305,899	10.1
グローバルリサーチ	395,400	12.6	506,438	14.1	28.1	91,831	3.0
モバイルリサーチ	29,757	1.0	40,111	1.1	34.8	40,111	1.3
その他（注3）	148,384	4.7	164,328	4.6	10.8	—	—
合計	3,130,445	100.0	3,605,260	100.0	15.2	3,026,324	100.0

<単体> (単位:千円、%)

（注1）「QuickMill」には、「QPRMill」の売上を含みます。

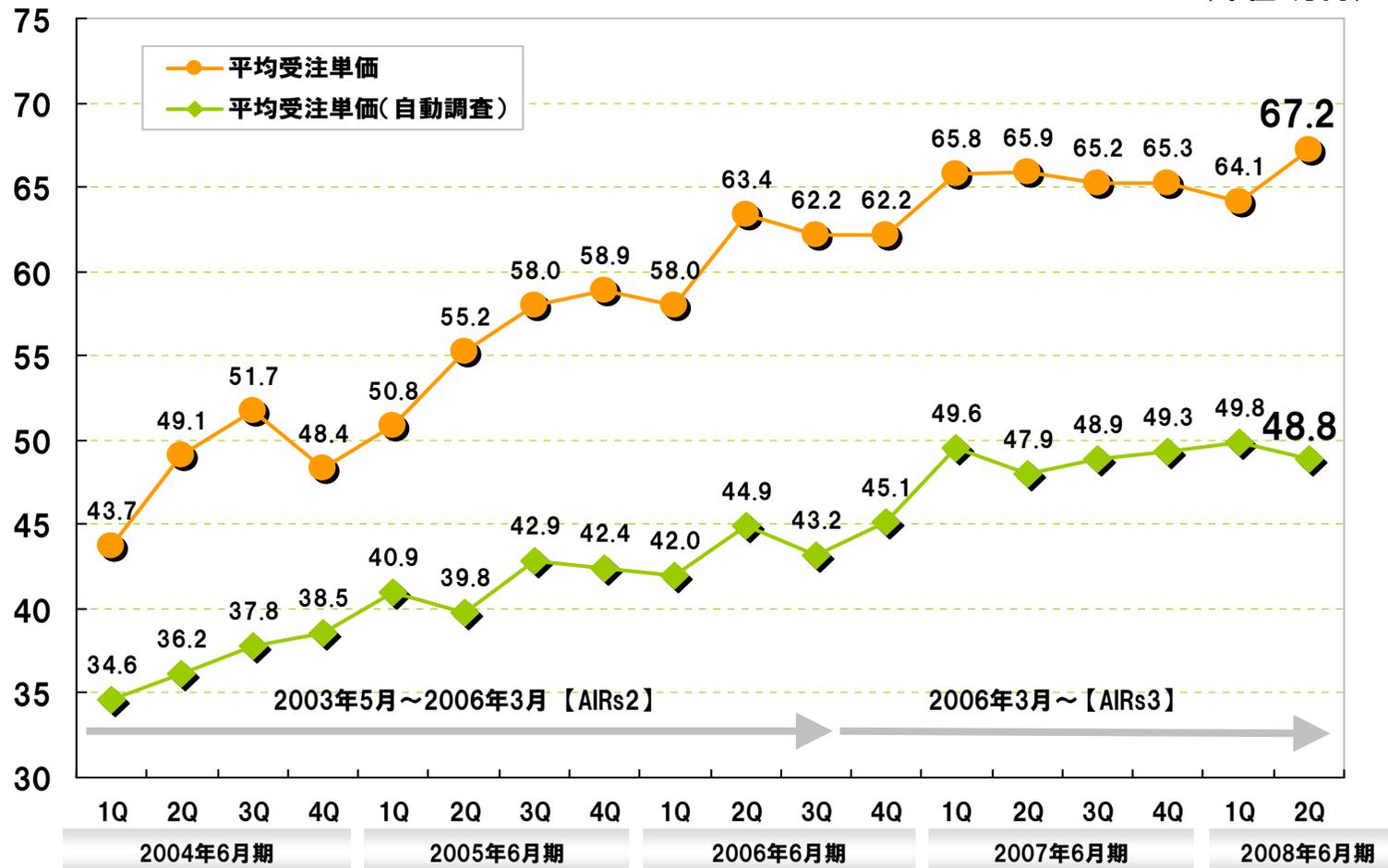
（注2）「OpenMill」には、M3Millの売上を含みます。

（注3）「その他」は、(株)エー・アイ・ピーが手掛けるWEBマーケティング事業の売上です。

【単体】平均受注単価の推移

平均受注単価は、当期第1四半期64.1万円から、第2四半期3.1万円増。集計・分析サービスの受注増が寄与。

(単位:万円)



(注1)「QPR Trace」「QPR Analyze」「たべみる」の売上高・案件数は、平均受注単価の算定から除外しております。

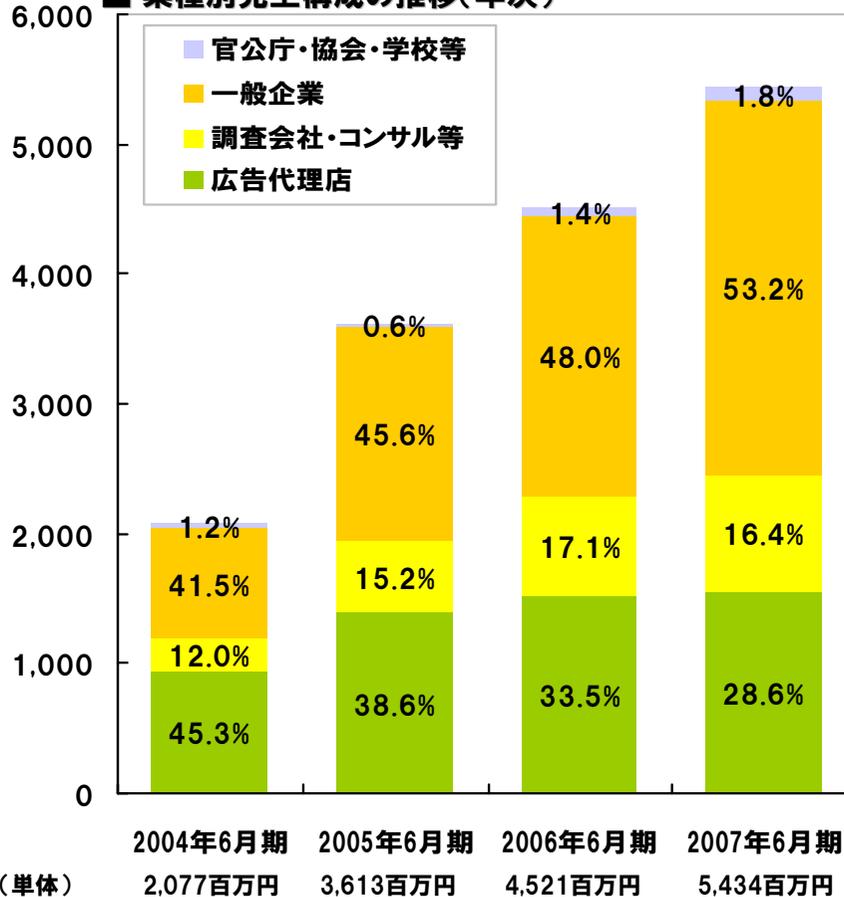
(注2)平均受注単価の算定は当社の基準で行っており、会計監査を受けたものではありません。

【単体】クライアント業種別売上構成の推移

当中間期は、一般企業向け売上の構成比が引き続き伸長、全体の55.2%を占めた。うち構成比が高い業種は、日用品・薬品、情報・通信、サービス。広告代理店向け売上は、競合が激化するも金額ベースで前年同期比5.7%伸張。

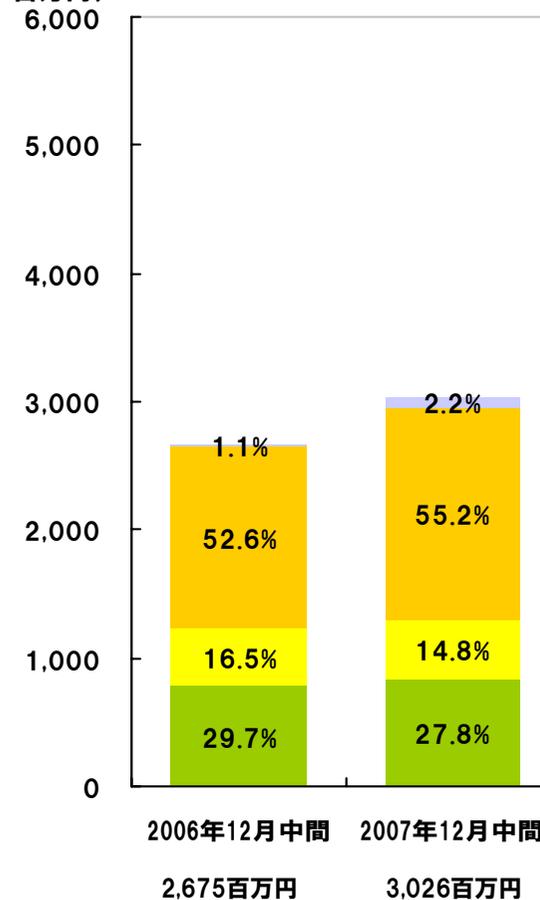
(単位:百万円)

■ 業種別売上構成の推移(年次)



(単位:百万円)

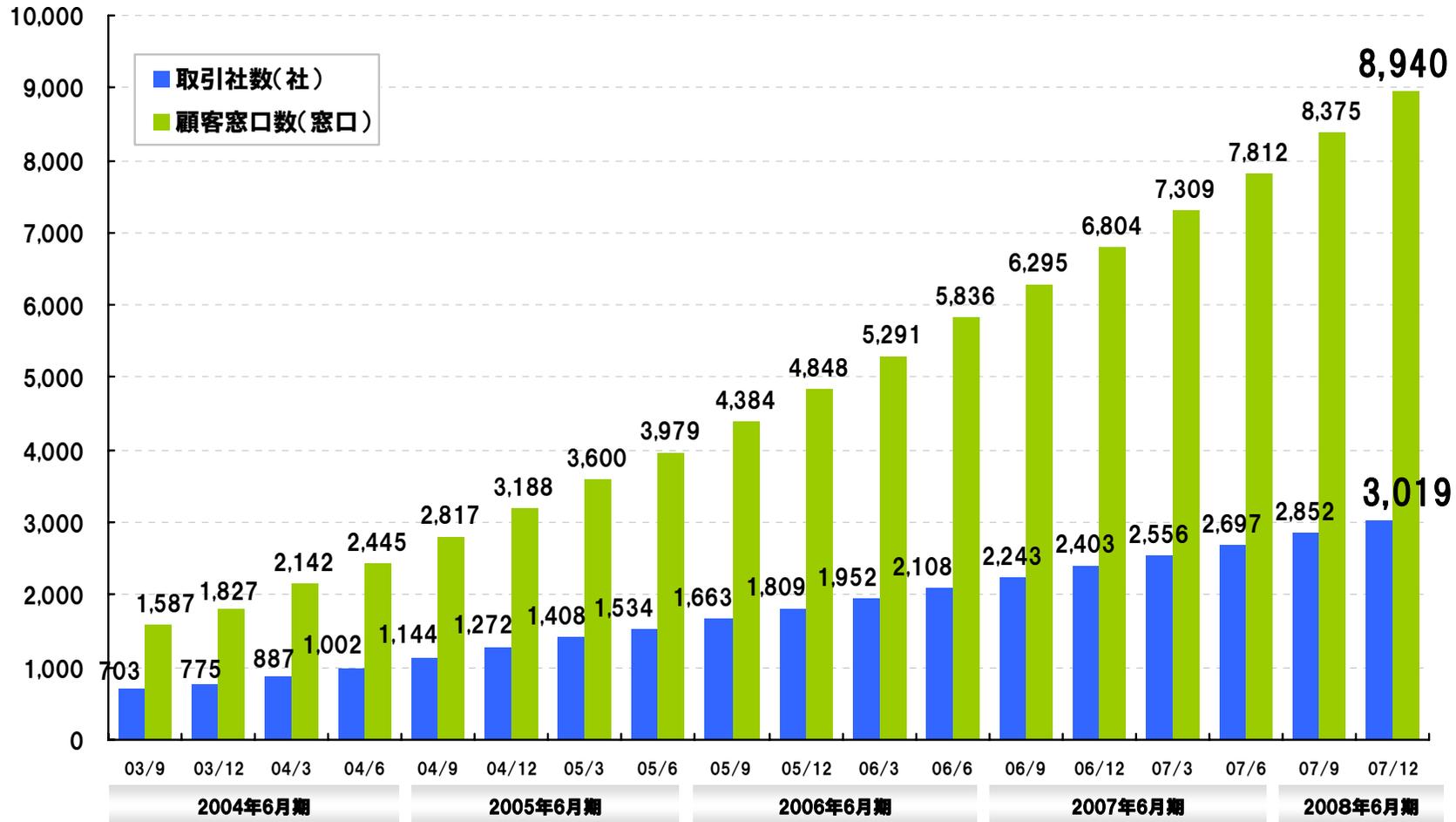
■ 2008年6月期中間期 対前年同期比



(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

2007年12月末のクライアント数は、取引社数3,019社・顧客窓口数8,940窓口となった。当中間期で322社・1,128窓口増。
2008年6月期末に、3,300社(年間603社増)・9,800窓口(年間1,988窓口増)を目指す。

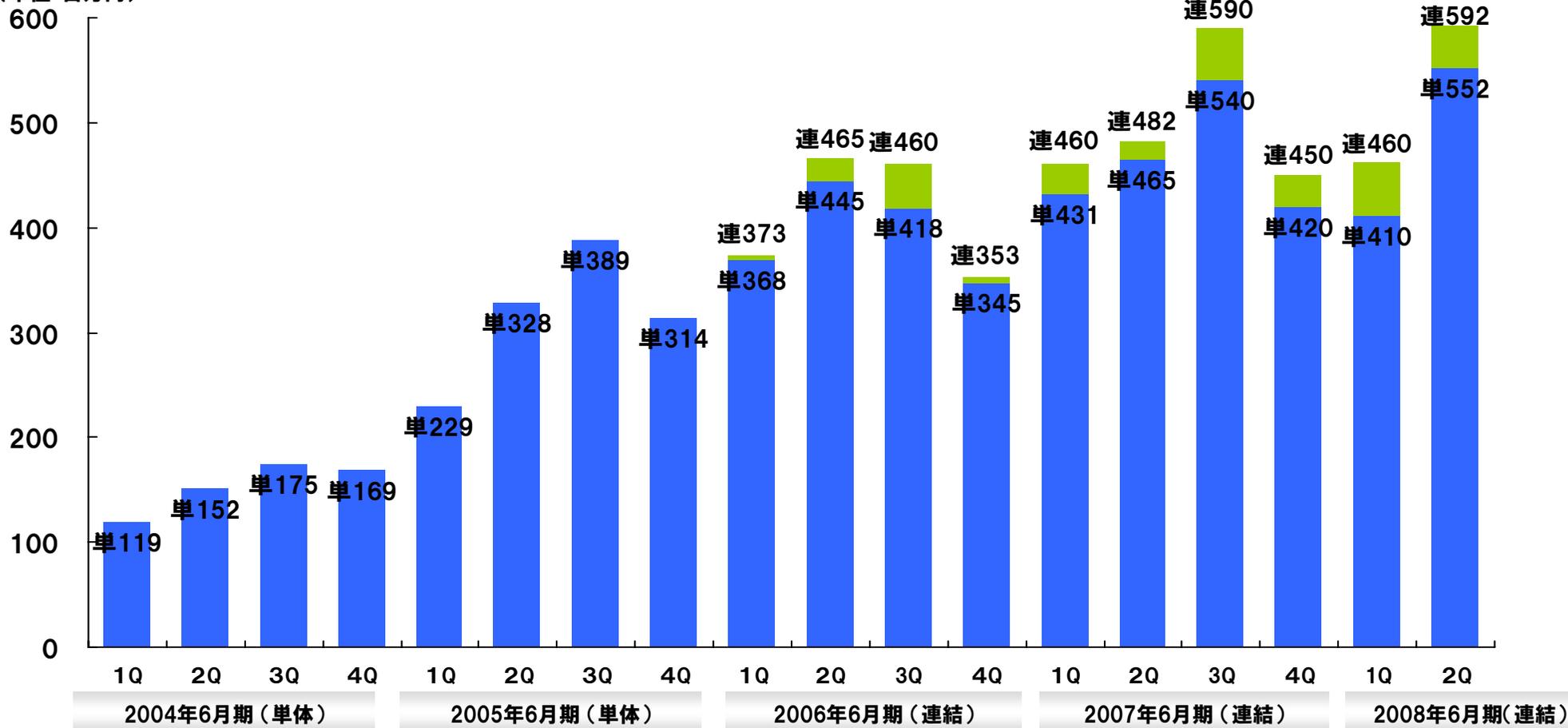


2008年6月期 中間期 利益推移

【連結・単体】経常利益の推移

当期第2四半期 連結経常利益は、前年同四半期比22.9%増、直前四半期比28.5%増となった。

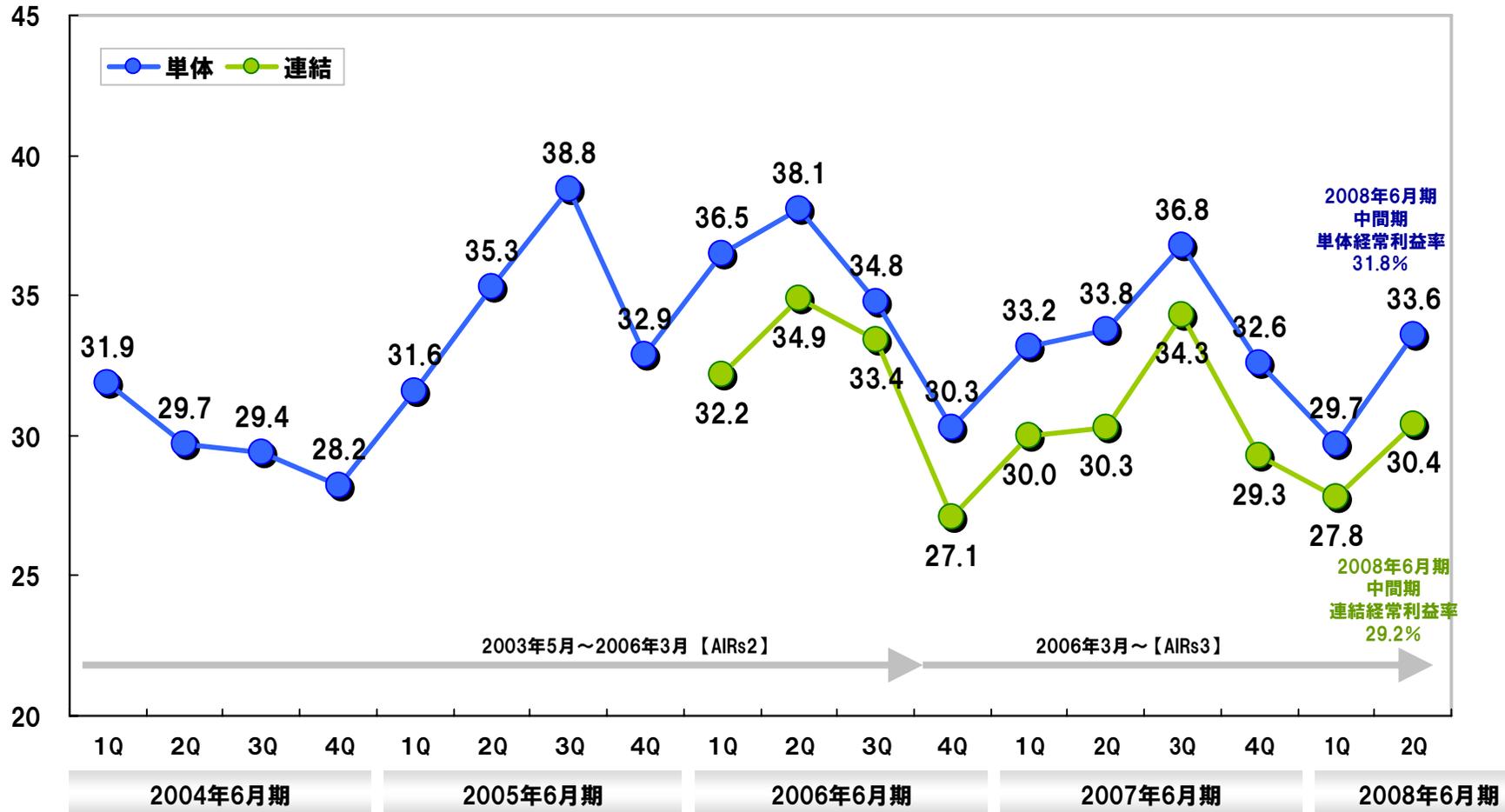
(単位:百万円)



【連結・単体】売上高経常利益率の推移

(単位:%)

2008年6月期 第1四半期から第2四半期にかけて、連結で2.6ポイント、単体で3.9ポイント経常利益率が改善。

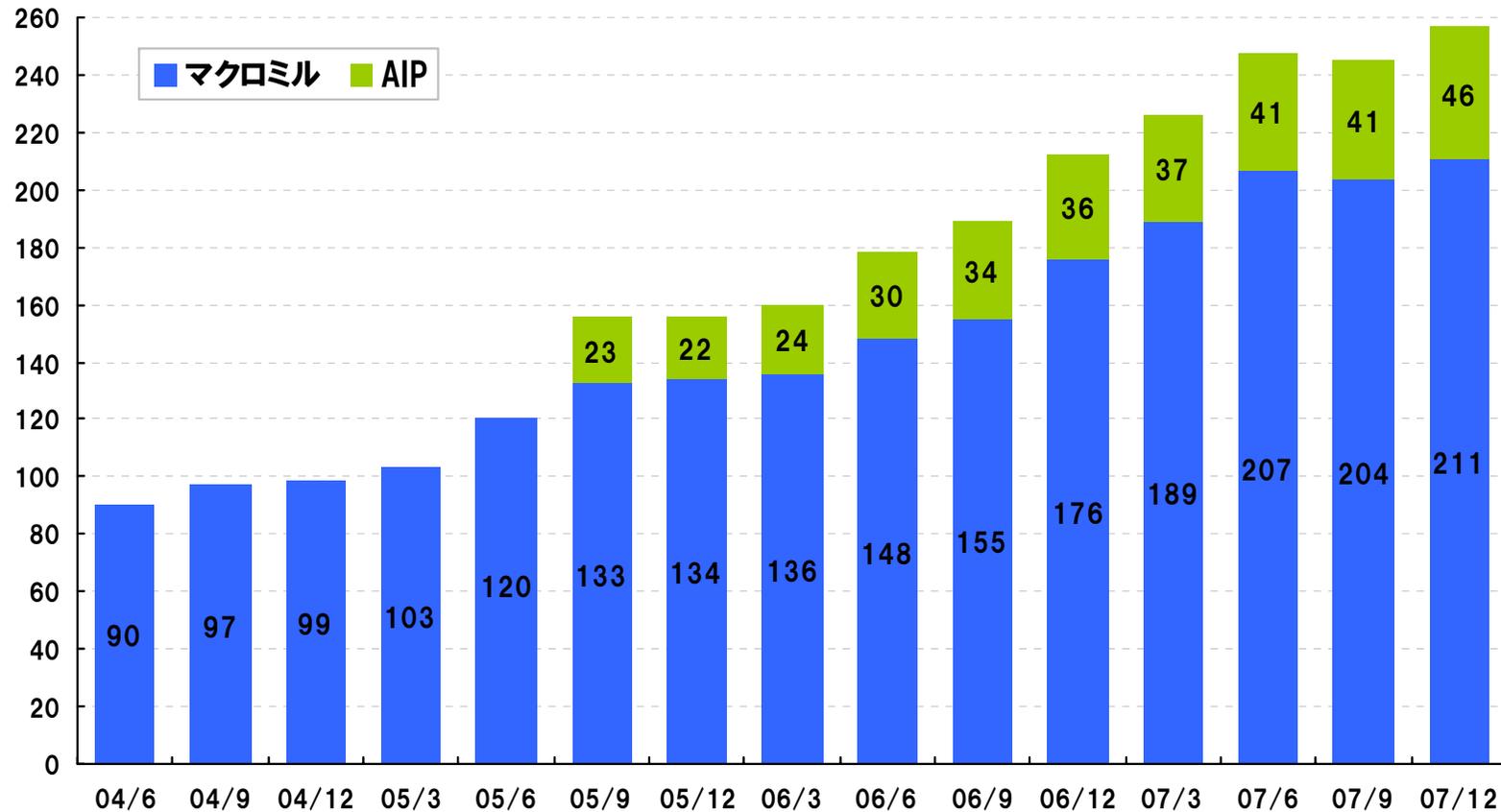


(注) 四半期ごとの売上高経常利益率を記載。

【連結・単体】従業員数の推移

2007年12月末の従業員数は、連結ベースで257名(単体211名・連結子会社46名)となった。

(単位:人)

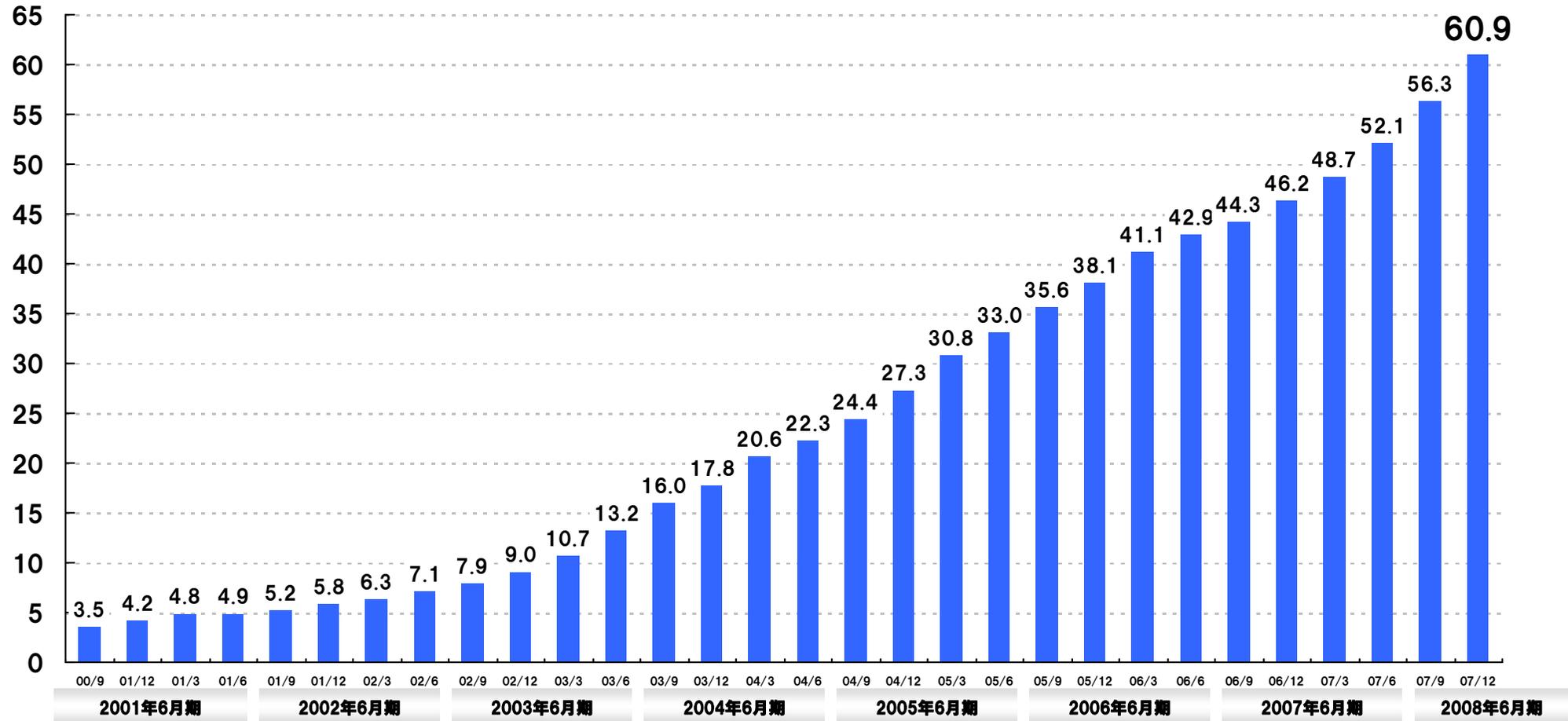


【単体】有効モニタ数 推移

当期末(2008年6月末)に70万人を目指す。

友だち紹介キャンペーン継続中。「PeX」「amazon」のポイント交換を開始するなどポイント交換先を拡充。アフィリエイト強化も進める。

(単位：万人)



2008年6月期 業績予想

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 中間期 実績	対通期業績予想 進捗率	2008年6月期 通期業績予想
【連結】					
売上高	5,179	6,392	3,605	45.1%	8,000 (+25.1%)
経常利益 経常利益率	1,653 31.9%	1,984 31.0%	1,053 29.2%	47.9%	2,200 27.5% (+10.9%)
当期純利益	988	1,056	564	47.0%	1,200 (+13.6%)
【単体】					
売上高	4,521	5,434	3,026	44.5%	6,800 (+25.1%)
経常利益 経常利益率	1,577 34.9%	1,857 34.2%	963 31.8%	46.1%	2,090 30.7% (+12.5%)
当期純利益	977	1,087	568	46.2%	1,230 (+13.1%)

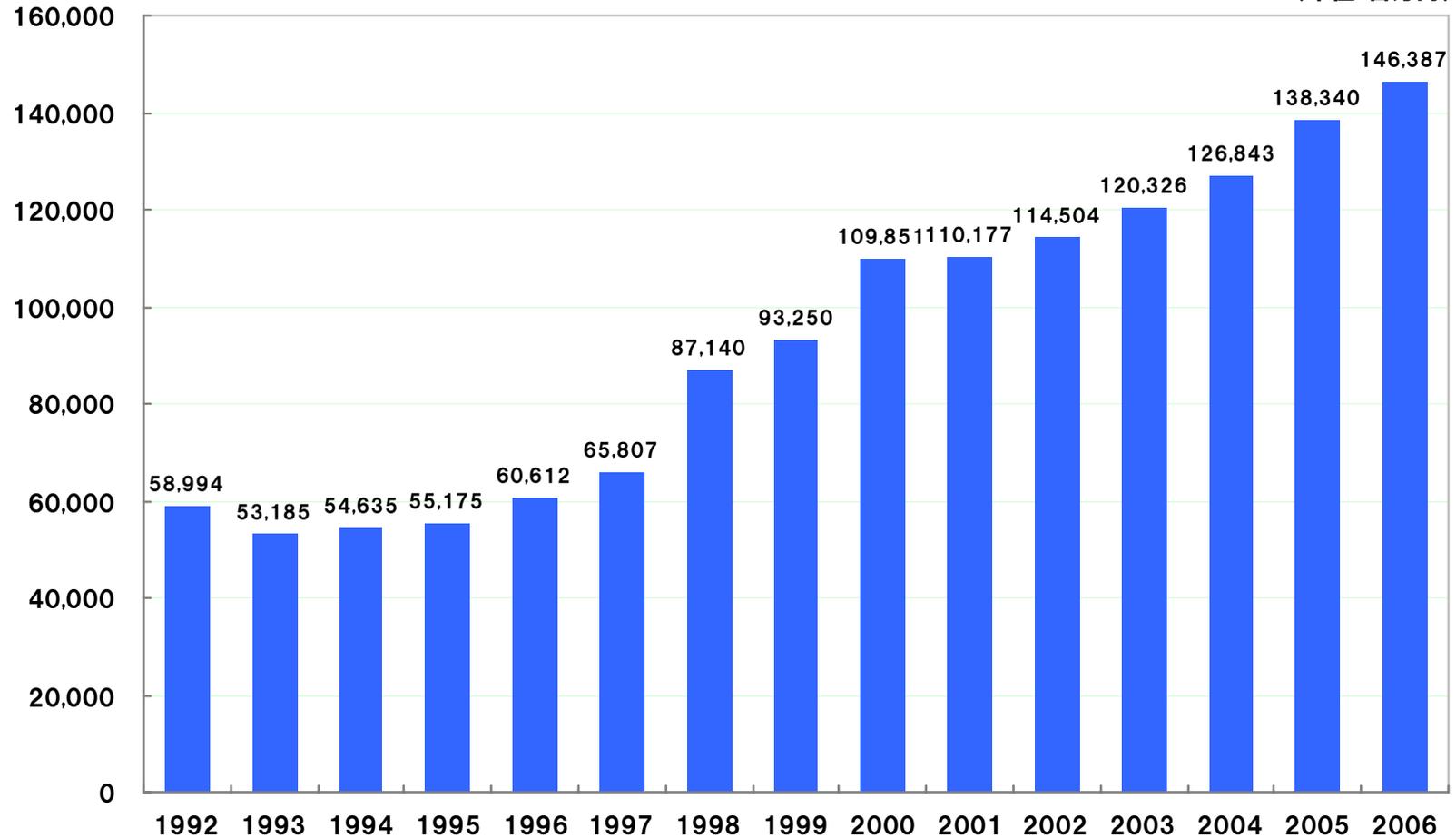
(注)カッコ内は対前年同期比増減率

ネットリサーチ市場の概況

国内調査会社 調査事業売上高推移

—JMRA経営動向統計実態調査—

(単位:百万円)



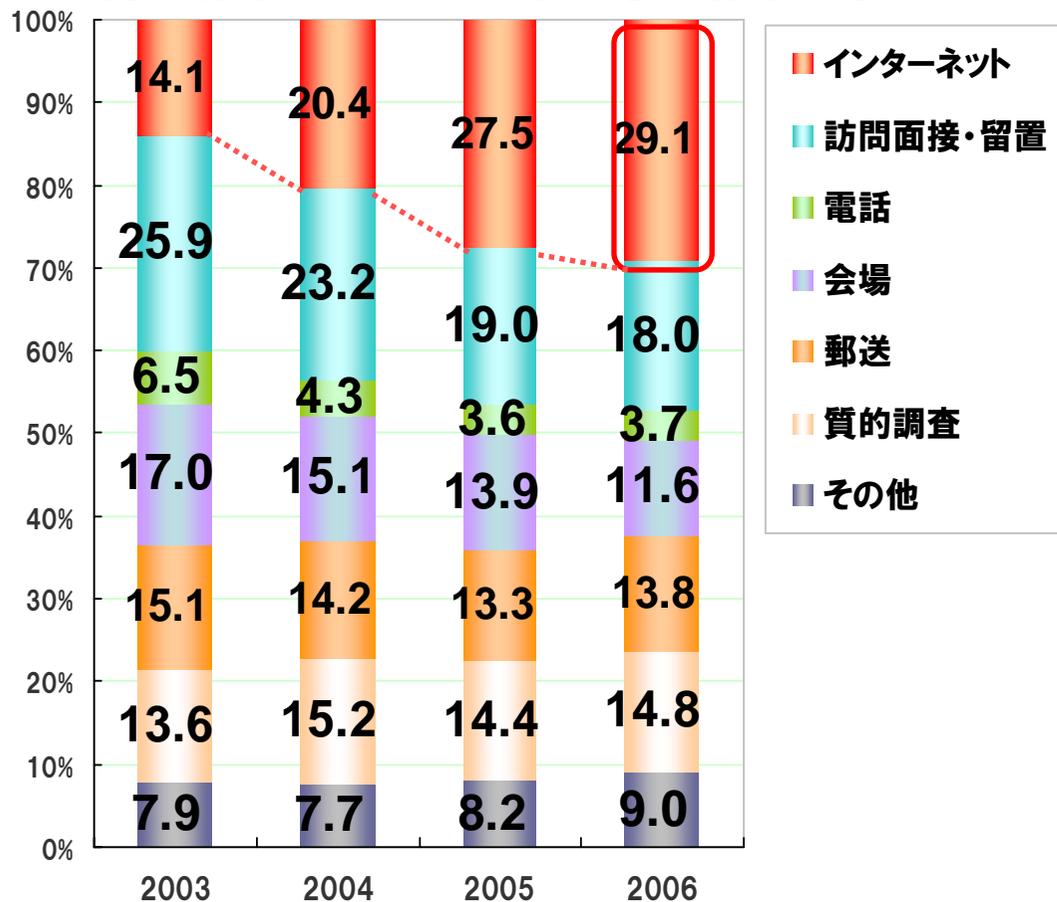
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
調査事業売上高(百万円)	58,994	53,185	54,635	55,175	60,612	65,807	87,140	93,250	109,851	110,177	114,504	120,326	126,843	138,340	146,387
回答社数	62	57	55	57	66	68	70	72	81	81	91	120	126	133	133

(出所)日本マーケティング・リサーチ協会 経営業務統計実態調査2006年

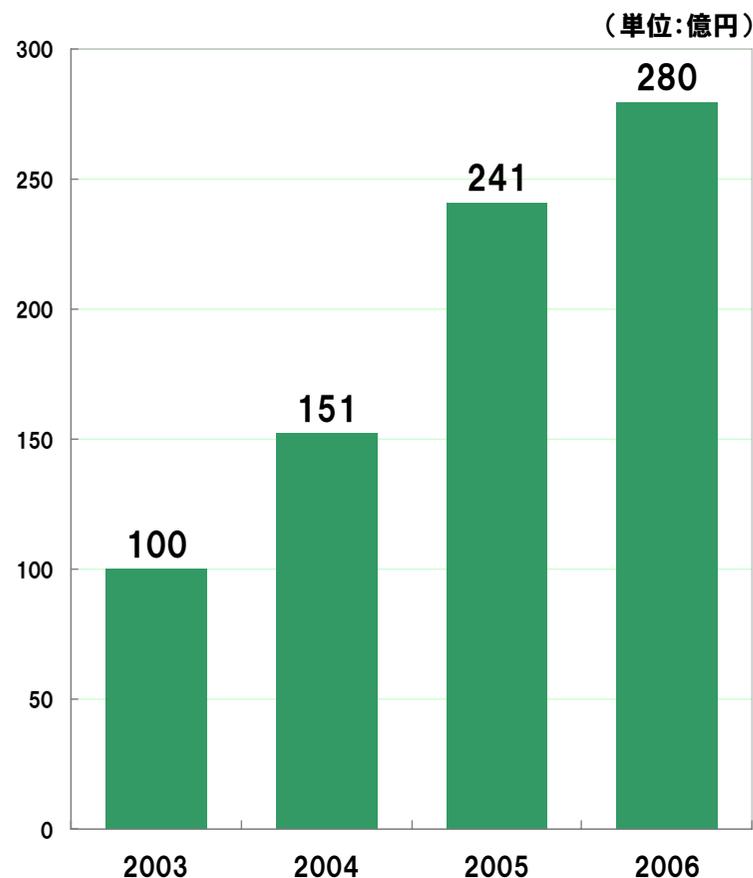
国内調査会社 調査手法別売上構成比

— JMRA経営動向統計実態調査 —

◆国内市場調査(アドホック調査)手法別売上構成比



◆JMRA加盟社インターネット調査売上高推移



	2003	2004	2005	2006
調査事業売上高(百万円)	120,326	126,843	138,340	146,387
アドホック調査(%)	59.0%	58.5%	63.3%	65.8%

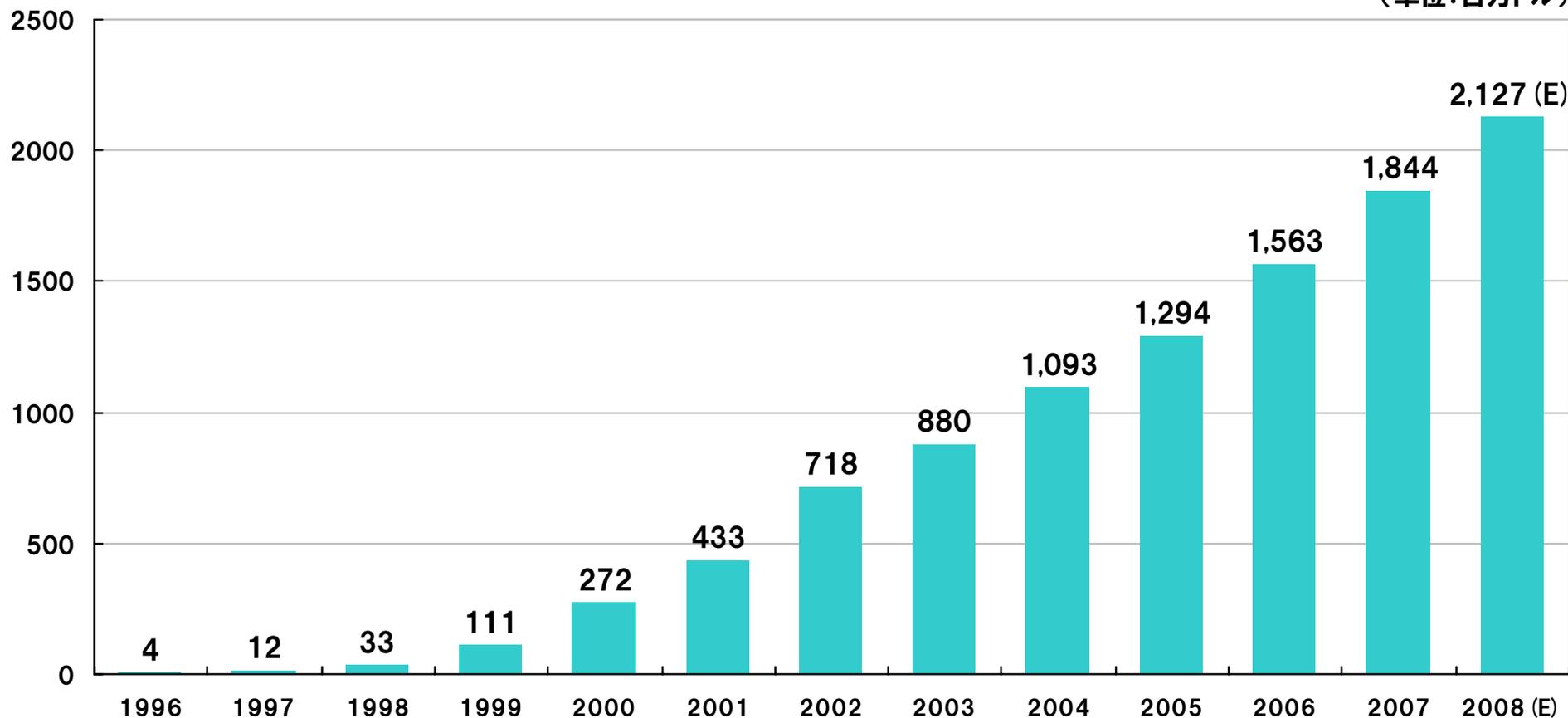
(出所)日本マーケティングリサーチ協会 経營業務統計実態調査2006年

(注) 調査事業売上高に調査手法別構成比を乗じた概算値
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2006年より当社作成

アメリカ インターネット調査市場規模推移

—INSIDE RESEARCH—

(単位:百万ドル)



■アメリカ インターネット調査市場規模推移(インサイドリサーチ2008年1月号)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008(E)
アメリカ インターネット調査市場規模(百万ドル)	4	12	33	111	272	433	718	880	1,093	1,294	1,563	1,844	2,127
対前年増加率(%)	-	200%	175%	236%	145%	59%	66%	23%	24%	18%	21%	18%	15%

(出所)INSIDE RESEARCH 2008年1月号

2008年6月期 重点施策 進捗報告

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

◆ データクオリティの向上=AIRsの進化

回収データ・納品データのクオリティ向上

◆ 商品力の強化

QPRサービス開始・・・2007年12月3日よりサービス開始

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

・・・定量調査(ネットリサーチ)+定性調査(グループインタビュー等)のニーズに対応

ターゲットモニタ(サブパネル)・・・2007年11月1日よりサービス開始。

モニタ増強・・・08年6月期末70万人を目標とする。

引き続き、モニタ品質を維持・向上しながらの拡大を目指す

◆ 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向上。

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① 顧客開拓リソースを大手顧客に集約、営業効率を高める 営業施策② リサーチプランナーの効果的な営業活用・組織的提案力の強化

◆ 大手顧客 (VIP顧客) 開拓へのリソース集約

前期末比でVIP顧客社数24%伸長。VIP顧客に準ずるクラスタの社数が拡大、稼動窓口数も増加。

◆ リサーチプランナーの強化

社内でのノウハウ共有の勉強会主催などの活動強化。

◆ 価格改定

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、一定の成果を収めた

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

ー 連結子会社エー・アイ・ピーを通じたグローバル展開強化ー



2007年7月～12月の取り組み

- ◆**グローバル拠点展開強化** ……中国(上海)、韓国(ソウル)に続き、07年8月香港オフィス開設
- ◆**各国現地営業の拡大** ……韓国・米国における営業強化
- ◆**アジア各国の自社モニタ化推進** ……中国・韓国・台湾・シンガポール・香港
(AIP開発の多言語モニタ管理システムUNIPASSによる一元管理)
- ◆**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、本日まで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 財務経理本部 財務ユニット IRチーム
TEL: 03-6716-0700 FAX: 03-6716-0701
E-mail: ir@macromill.com