



2023年8月14日

各位

会社名 株式会社マクロミル
代表者名 代表執行役社長 グローバル CEO
佐々木 徹
(証券コード:3978 東証プライム)
問合せ先 IR室 (TEL. 03-6716-0706)

新中期経営計画策定に関するお知らせ

当社グループでは、2021年8月に2024年6月期までの中期経営計画(3ヵ年)を公表しましたが、その他の海外事業の譲渡、及び現在の経営環境を踏まえて、下記の通り、新たに2024年6月期~2026年6月期までの新中期経営計画(3ヵ年)を策定しました。

記

連結財務目標数値

	2023/6期 (直前期 実績値)	新中期経営計画目標値 2026/6期 (3年後)
売上	売上収益 406 億円 年平均成長率: 9% (2Y CAGR)	売上収益 530 億円 年平均成長率: 9% (3Y CAGR)
利益	調整後 ⁽¹⁾ 営業利益 49 億円	営業利益 75 億円 年平均成長率: 19% (3Y CAGR)
	連結ROE ⁽²⁾ 5.1%	連結ROE ⁽²⁾ 10% 以上
レバレッジ	信用格付 (R&I) BBB+ (安定的) + Net Debt/EBITDA倍率 3.5x	信用格付の維持 BBB+ 格以上 + Net Debt/EBITDA倍率 2.0x - 2.5x
株主還元	連結配当性向 継続事業分 (非連結主ない) 45.9% + 連結全社 (非連結含む) 10.9% + 自己株取得 ⁽³⁾ 12 億円 (NSO ⁽⁴⁾ 対比: 3.5%)	連結配当性向 30% + 機動的な自己株取得

注 1. 継続事業 (日本及び韓国事業セグメント) において、今回の海外子会社の異動 (M&A) 取引に係り計上された費用を除くベース
2. ROE: Return On Equity 継続事業の親会社所有者帰属持分当期利益率; 3. 取得期間: 2023年5月16日~2023年6月23日; 4. NSO: Number of Shares Outstanding 発行済株式総数

新中期経営計画の財務目標としては、2026年6月期の連結売上高 **530** 億円、連結営業利益 **75** 億円を目標に、過去最高の利益額の更新を目指します。また、財務レバレッジの目標水準は従来目標を引き継ぎ、既存の信用格付を維持しながら、純有利子負債/EBITDA 倍率を **2.0** 倍から **2.5** 倍の範囲でコントロールすることを目指します。また、株主還元については、連結配当性向 **30%**を指標にするとともに、必要に応じた機動的な自己株取得の実施を継続します。

日本事業においては、当社グループの主力事業であり収益性の高いオンライン及びデジタルリサーチの成長回帰に注力します。また、将来の売上及び利益を牽引する事業を育成するため、アジア地域での事業拡大及びグローバルリサーチの強化や、データ活用支援 (データコンサルティング)、プラットフォーム型のソリューション開発を推進し、事業モデルの変革をさらに加速することで、総合マーケティング支援企業としてのプレゼンス向上を図ります。日本事業では、こうした事業活動を通じて **2026** 年の売上収益 **460** 億円 (3年平均成長率 **10%**) を目指します。

韓国事業においては、日本で既に行っている購買データ提供に係るサービスを開始するなど、自社パネルから取得したデータを主軸としたサービスの本格展開を図る方針であり、**2026** 年の売上収益 **70** 億円 (3年平均成長率 **7%**) を目指します。

また、売上収益の拡大と共に、付加価値とサービス範囲の再定義及び価格の見直しや、リサーチプロセスの改善及びリサーチ基幹システムの全面刷新等による業務効率化・生産性の向上に取り組み、利益の最大化を図る方針です。

本中期経営計画の詳細や策定の背景等は、添付資料及び本日開示の決算説明資料をご参照ください。

以上

新中期経営計画（3カ年・2026/6期まで）

新中期経営計画：目指す方向

前節に記載の整理と振り返りを踏まえて、中期経営計画を1年前倒しで再策定する
今回の新中期経営計画の主要な方針は以下の2点

新中期経営計画における主要な方針

1

主力の「オンライン及び デジタルリサーチ」に 再フォーカス

利益率の着実な改善を
強い意思を持って実現する

2




「事業モデルの変革」を継続

安定的な売上成長の
中長期的な継続を目指す

新中期経営計画：セグメントの変更



2024/6期から、日本事業セグメントと韓国事業セグメントの2セグメント開示とする
セグメント別には、それぞれに以下の年平均成長率と目標売上収益額の達成を目指す

	日本事業セグメント	韓国事業セグメント
事業主体	   <p>a Macromill Group company</p> <p>+ その他の連結子会社</p>	  <p>a Macromill Group company</p>
市場規模及び市場成長率 ⁽¹⁾	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市場規模: インサイト産業 全体 約4,300億円、リサーチ市場 全体 約2,600億円、オンラインリサーチ 約 800億円 ■ 市場成長率(5Y CAGR): リサーチ市場 3.8%、オンライン 3.4% 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市場規模: リサーチ市場 全体 約750億円 オンラインリサーチ 約300億円 ■ 市場成長率(5Y CAGR): リサーチ市場 3.0%、オンライン 11.1%
市場ポジションと強み	<ul style="list-style-type: none"> ■ 圧倒的なパネル基盤を活かし、オンラインリサーチNo.1から業界No.1の地位を目指す ■ 総合マーケティング支援企業へと事業モデルを変革中 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 業界最大規模のパネル基盤を活かし、オンラインリサーチNo.1、業界TOP3入りを目指す
目標成長率	<p>平均成長率: 10% (3Y CAGR)</p>	<p>年平均成長率: 7% (3Y CAGR)</p>
2026/6期 目標売上収益	<p>2023/6期 349億円 → 460億円</p>	<p>2023/6期 57億円 → 70億円</p>

注

1. 市場規模は日本市場については2022年、韓国市場については2021年、市場成長率は日本市場については2017年から2022年にかけて、韓国市場については2016年から2021年にかけての年平均成長率(5Y CAGR)
(出典: 日本市場分: 日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)、韓国市場分: ESOMAR (市場規模の表記に係る為替は1 USD = JPY 140 に基づき算出))

マーケティングリサーチ業界はその周辺業界も巻き込んだ「インサイト産業」として再定義

「インサイト産業」とは？

「さまざまなデータを収集・分析し、クライアントにインサイトを提供する」産業

JMRAレポート⁽¹⁾に例示された各領域の代表的なプレイヤー

「インサイト産業」
(計8領域)

既存のマーケティングリサーチ業界

+

デジタルデータ分析

経業界特化型調査&レポート

経営コンサルティング

ソーシャルリスニング・コミュニティ

企業内フィードバックシステム

セルフサービス (DYI) プラットフォーム

サンプルパネル提供

ニールセン、カンター、イプソス、インテージ、マクロミル等

Adobe、Salesforce、Oracle、ブレインパット、ALBERT 等

Gartner、HIS Markit、IDC、JD Power、富士総研、矢野経済 等

McKinsey、Accenture、BCG、野村総研、三菱総研、富士通総研 等

Cision、Brandwatch、Meltwater Group、ホットリンク 等

Medallia、Verint、MaritzCX 等

Qualtrics、Confermit、SurveyMonkey、Toluna 等

Dynata、Toluna、Lucid、GMOリサーチ 等

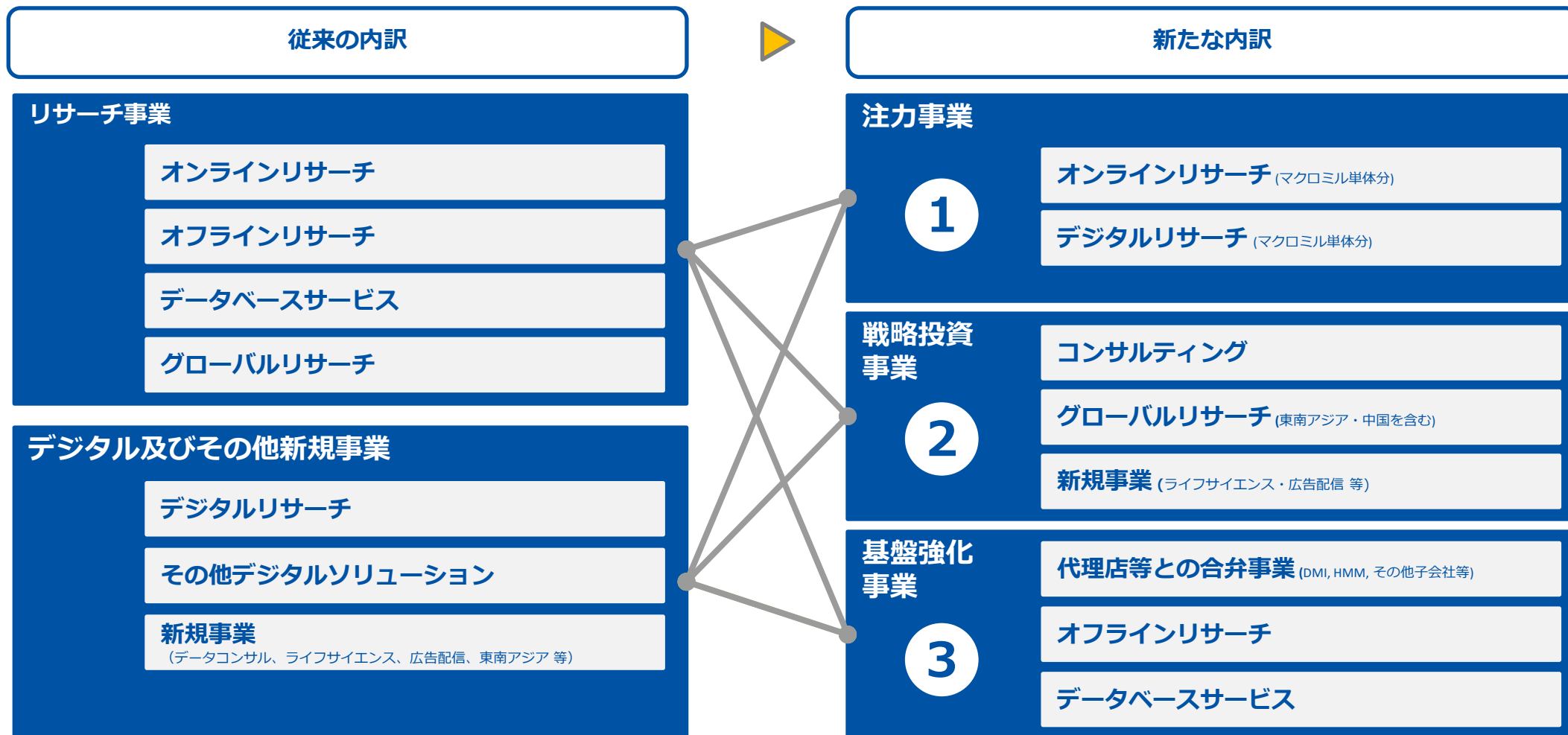
注

1. 出典: 日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA) 定時総会 基調講演 ESOMAR GMR 日本アンバサダー 瀬 裕幸 による『「インサイト産業への進化」の必然と展望～グローバルな潮流と日本市場における機会』(2022年5月26日付)

日本事業の利益額及び率の改善状況を明確に追うことができるよう、日本事業については、以下の3つの区分に分け、韓国と併せて4つの領域で目標と基本戦略を設定（次ページ以降に詳細）

なお、DX化の社会的な浸透に伴い、デジタル領域は全ての区分へ分散

新しい区分



① 日本事業：注力事業（オンライン&デジタルリサーチ）

収益性の高いオンラインリサーチ、デジタルリサーチに再フォーカス

この事業区分での売上・利益成長に注力し、利益率の着実な改善を強い意思を持って実現する

売上目標と今後の事業計画のポイント

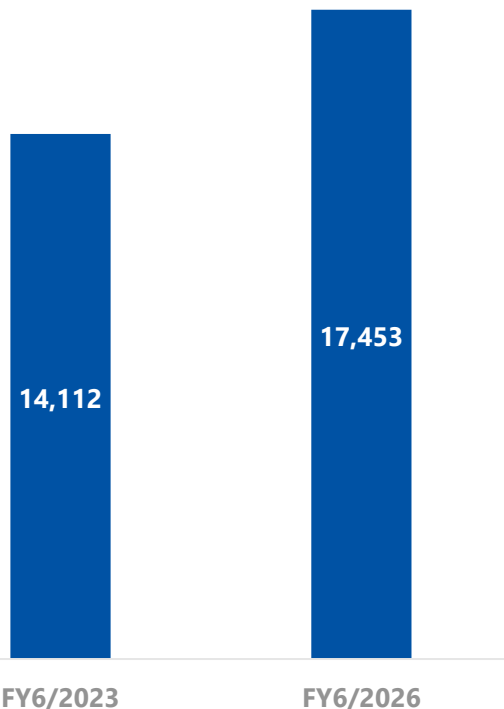
売上の目標
平均成長率:

7% (3Y CAGR)

位置づけと
目指す方向:

高収益性と安定成長の追求

(百万円)



売上収益

営業利益

KPI

- オンライン及びデジタル領域の強みを再構築し、市場成長率を上回る売上伸長への回復を目指す
- 2023/6期の売上総利益率：60%程度
- 売上伸長が一番の収益改善ドライバー
- さらに自動化やリサーチ基幹システムの刷新等、生産性の向上に注力し、利益率・利益額の最大化を目指す
- 営業一人当たり売上
- 売上に対する原価人件費+外注費比率

② 日本事業：戦略投資事業（コンサルティング、グローバル、その他の新規事業）

事業モデルの変革を継続し、コンサルティング領域を含む新規事業の拡大、ソリューション提供、プラットフォーム化を推進する

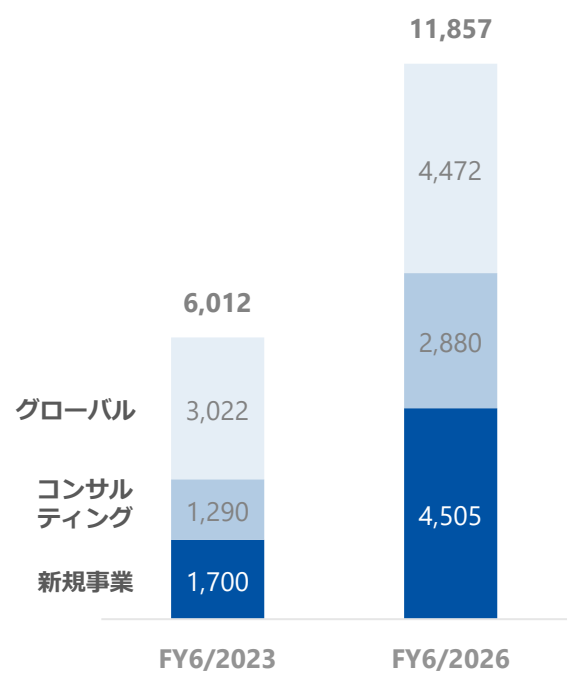
この事業区分での取り組みを通じ、当社グループとしての安定的な売上成長の中長期的な継続を目指す

売上目標と今後の事業計画のポイント

売上の目標
平均成長率: **25%超 (3Y CAGR)**

位置づけと
目指す方向: **売上二桁成長・将来の利益貢献**

(百万円)



売上収益

営業利益

KPI

■ 市場も高成長が続く中、当社独自の強みを活かし、25%超の売上伸長を目指す

■ 2023/6期の売上総利益率：25%程度

■ 売上成長のための積極な投資を実施

■ 中経計画期間内はボラティリティが高く推移する見通しだが、当社の新しい事業の柱として、中長期的に利益を最大化することを目指す

■ 新たな取り組みやクライアント事例

③ 日本事業：基盤強化事業 (オフライン、データベース、JV含むその他子会社群)

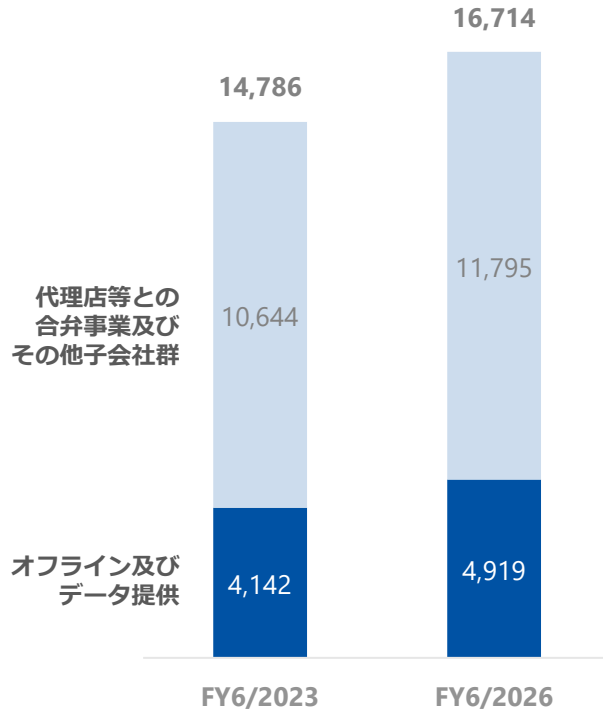
競争優位性の確立・参入障壁の構築を目的とした事業の維持・強化を目的とする事業区分
この事業区分では、安定的な売上・利益貢献の維持を目指す

売上目標と今後の事業計画のポイント

売上の目標
平均成長率: **4% (3Y CAGR)**

位置づけと
目指す方向: **競争優位性・参入障壁の確立**

(百万円)



- 市場成長率並みの安定的な売上伸長の継続を目指す
- 2023/6期の売上総利益率：45%程度
- 安定的な利益貢献の継続を目指す
- 売上に対する原価人件費+外注費比率

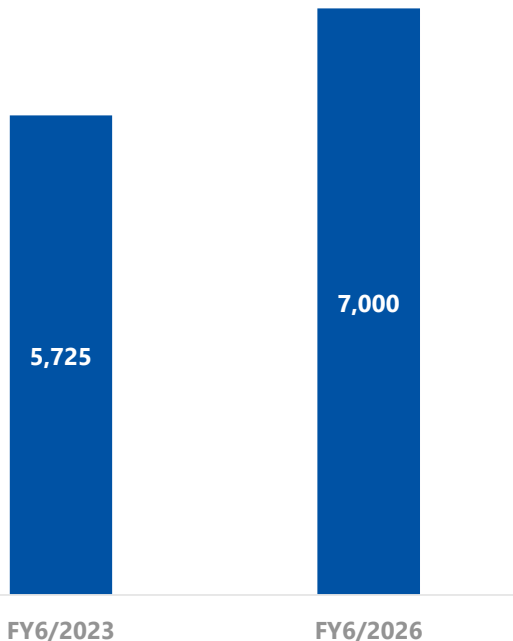
韓国市場でのマーケットシェア拡大を受け、これまでとは異なる成長フェーズに突入したものと整理
新たなビジネス拡大も見込んでいるため、今後は独立した形でセグメント開示し、利益構造を可視化する

売上目標と今後の事業計画のポイント

売上の目標
平均成長率: **7%** (3Y CAGR)

位置づけと
目指す方向: **日本事業の成長プロセスの再現**

(百万円)



売上収益

営業利益

KPI

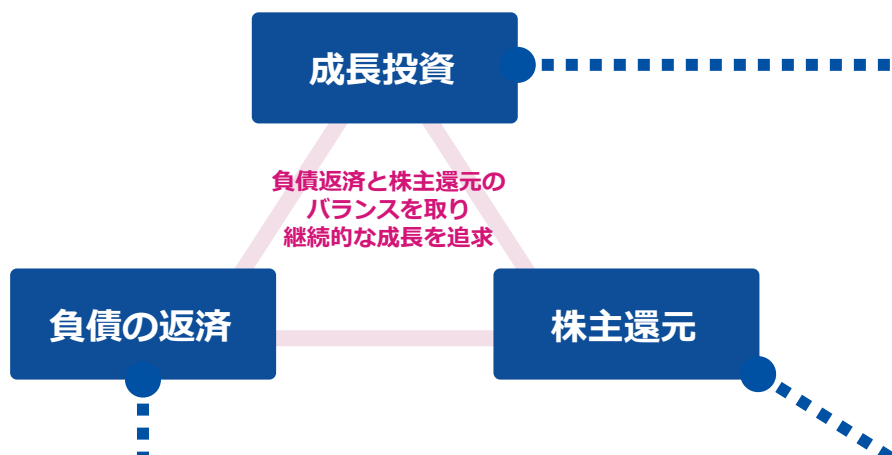
- 市場シェアが拡大し新たな成長フェーズへ移行したものと整理、従来対比で抑えた目標設定とする
- 日本で成功しているデータ提供ビジネスを韓国でも本格化するなど、事業モデルの変革を進める
- データ提供ビジネスへの投資を積極化
- データ提供ビジネスが拡大することにより、収益モデルの変化が見込まれる
 - 計画最終年(FY6/2026)に収穫期入りを目指す
- 新たな取り組みの売上・利益貢献やクライアント事例

キャピタルアロケーションの基本方針

2026年6期までの3年間においても引き続き「成長投資」を最優先とし、「株主還元」と「負債の返済」のバランスを取り、適切なキャピタルアロケーションを目指す

改めて30%の連結配当性向を目標に増配モメンタムを維持し、加えて機動的な自己株取得を実施する

キャピタル・アロケーションの優先順位



「成長投資」の具体的方針

- 引き続き、成長に向けた投資が第一優先
- 足下では、IT及び情報セキュリティ領域の人材に戦略的な投資を行う
- オーガニックな成長に加えて、今後は非連続な成長の実現に向けた投資を加速させる方針
 - 積極的なM&A
 - 新規事業への人材、システム投資

「負債の返済」の具体的方針

- 既存借入金の返済を想定通りに進め、目標レバレッジ水準 (Net Debt / EBITDA倍率 2.0 - 2.5x) の範囲内でコントロールする
- 一方、既発行の社債については、原則として新規の起債を行ってリファイナンスする方針
- 目標レバレッジ水準到達後、ネットキャッシュ・ポジションは積極的には目指さない

「株主還元」の具体的方針

- 従来対比では、株主還元を強化する
- 安定的で着実な一株当たり配当額の拡大を継続し、増配モメンタムを維持する
- 余剰キャッシュがあれば、株価水準次第で適宜、機動的な自己株取得を実施する

前ページまでに記載の戦略・方針・ポイントの実現を通じて、以下に掲げる財務目標数値の達成を目指す

連結財務目標数値

	2023/6期 (直前期 実績値)	新中期経営計画目標値 2026/6期 (3年後)
売上	売上収益 406 億円 年平均成長率: 9% (2Y CAGR)	売上収益 530 億円 年平均成長率: 9% (3Y CAGR)
利益	調整後 ⁽¹⁾ 営業利益 49 億円	営業利益 75 億円 年平均成長率: 19% (3Y CAGR)
	連結ROE ⁽²⁾ 5.1%	連結ROE ⁽²⁾ 10% 以上
レバレッジ	信用格付 (R&I) BBB+ (安定的) + Net Debt/EBITDA倍率 3.5x	信用格付の維持 BBB+ 格以上 + Net Debt/EBITDA倍率 2.0x – 2.5x
株主還元	連結配当性向 継続事業分 (売却益含まない) 45.9% + 連結全社 (売却益含む) 10.9% + 自己株取得 ⁽³⁾ 12 億円 (NSO ⁽⁴⁾ 対比: 3.5%)	連結配当性向 30% + 機動的な自己株取得

注

1. 継続事業（日本及び韓国事業セグメント）において、今回の海外子会社の異動（M&A）取引に係り計上された費用を除くベース

2. ROE: Return On Equity 継続事業の親会社所有者帰属持分当期利益率; 3. 取得期間：2023年5月16日～2023年6月23日;

4. NSO: Number of Shares Outstanding 発行済株式総数

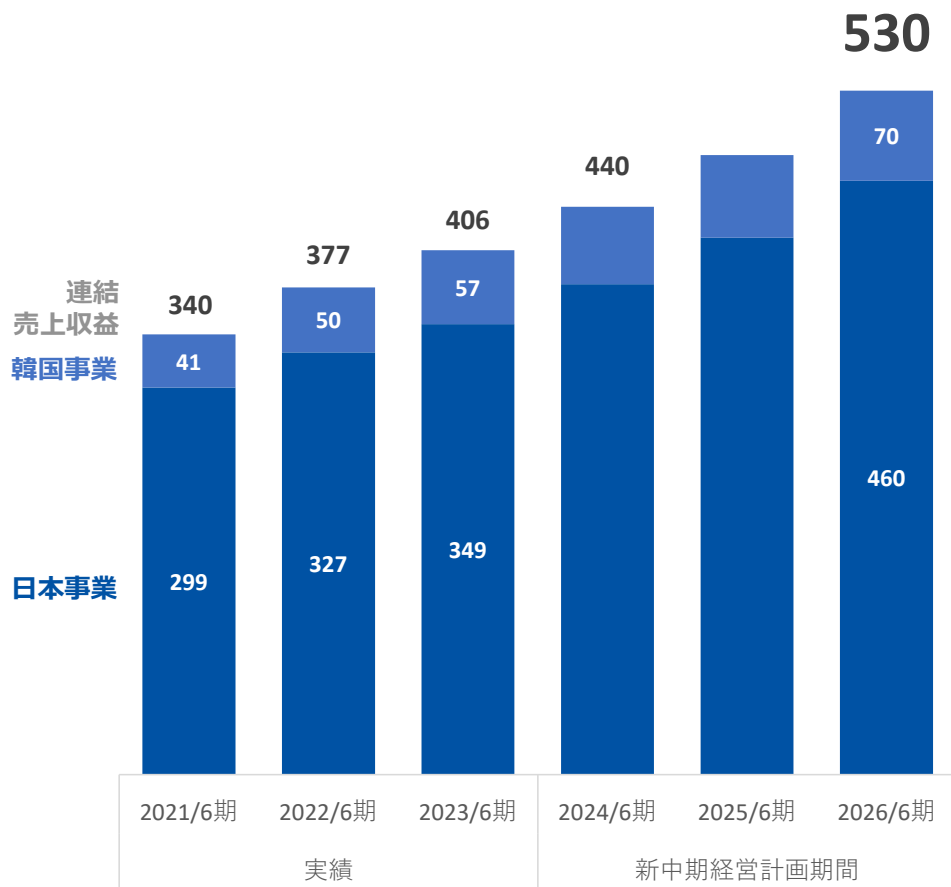
新中期経営計画: 財務目標数値 (続)

3年後の2026/6期の売上収益と営業利益目標の達成に向けて、下記の推移を遂げる想定

想定する 連結売上収益 の推移

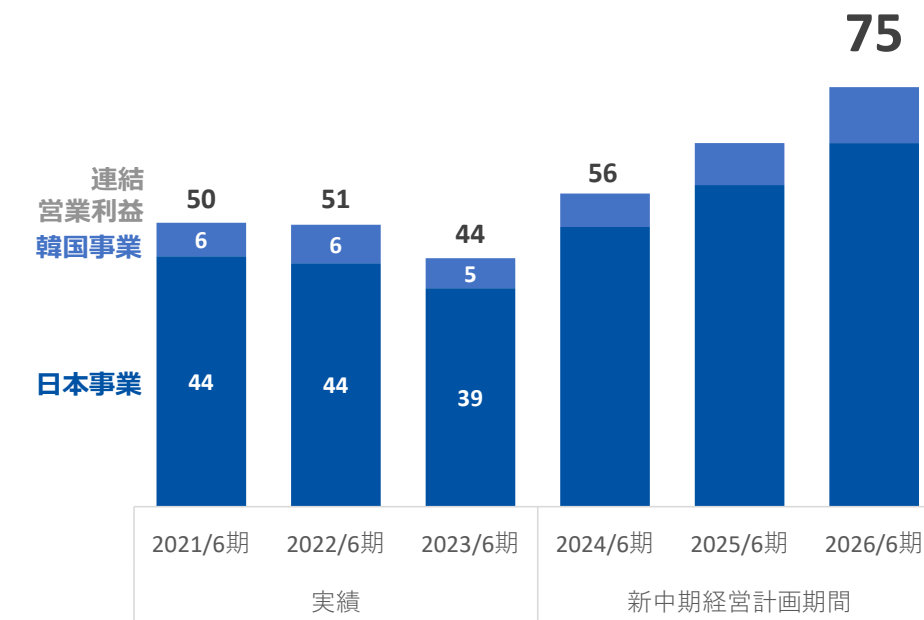
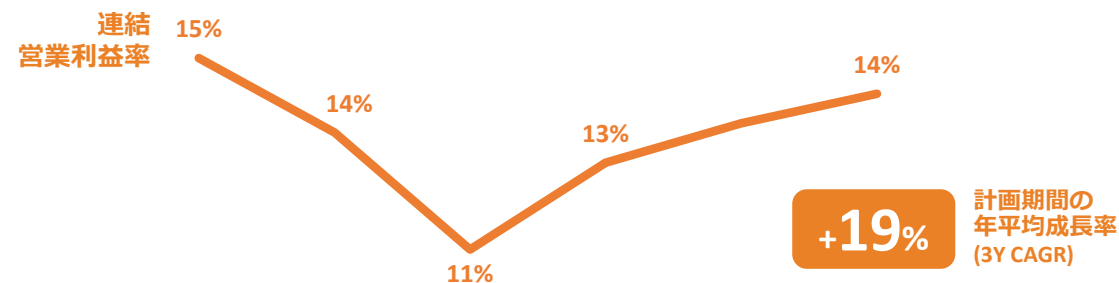
(億円)

計画期間の
年平均成長率
(3Y CAGR) **+9%**



想定する 連結営業利益 及び 営業利益率 の推移

(億円)



注
1. Tolunaの持分法損益、及び今後株式売却を実施する場合の売却益等は上記計画に含んでいない