

# 2018/6期 Q1決算説明資料

2017年11月7日



証券コード：3978（東証一部）

# 免責事項

本資料は、株式会社マクロミル(以下「当社」といいます。)の企業情報等の提供のために作成されたものであり、日本、米国その他の法域における当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。特に米国においては、当社の有価証券は米国証券法に基づく登録が行われておらずまたその予定もないため、登録免除規定の適用がある場合を除き当社の有価証券の勧誘または売却を行うことはできません。

本資料の内容は事前の通知なく変更されることがあります。本資料またはその内容については、当社の事前の書面による同意がない限り、いかなる目的においても第三者に開示されまたは第三者により利用されることはできません。

本資料に記載される業界、市場動向または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性および網羅性について保証するものではありません。

また、本資料に記載される当社グループの目標、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グループの判断又は考えにすぎず、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、本資料記載の内容またはそこから推測される内容と大きく異なることがあります。

特に記載のない限り、2015年6月期以降のマクロミルの財務情報は国際会計基準(IFRS)によって作成され、2014年6月期以前の財務情報は日本基準(J-GAAP)によって作成されています。国際会計基準と日本基準は会計基準が異なるため、必ずしも直接的に比較できない場合があります。

なお、本資料は監査法人による監査及び四半期レビューの対象外であります。

本資料には、EBITDA、調整後 EBITDA、調整後親会社の所有者に帰属する当期利益を含む、特定の会計基準に基づかない non-GAAP 財務数値が記載されています。non-GAAP 財務数値のみに基づいて投資判断を行うことや、J-GAAP や IFRS に基づく財務数値を代用することを目的に non-GAAP 財務数値を使用することはできません。詳細については調整項目表をご参照ください。

# FY2018/6 Q1 Key Takeaways

- ✓ 業績予想値と平仄の合った堅実なパフォーマンスの四半期決算
- ✓ コア事業の各売上収益成長ドライバーにおいて、力強いオーガニック成長を実現
- ✓ 同時に米Acturus買収(100%持分)及び東南アジアW&Sへの10%出資を成功させ、新たなインオーガニック(M&A)成長機会を追加
- ✓ 但し、2つの例外事象(DMI社及びプレジジョンサンプル社<sup>(1)</sup>)が生じ、当社事業には季節性がある中で相対的に弱い四半期であるQ1において、連結業績上の逆風となった
  - 結果として表面的な調整後EBITDAは対前年同期比11%減<sup>(2)</sup> (調整前EBITDAは7%減)
  - 調整後当期利益は3%減<sup>(2)</sup>に (但し、調整前当期利益は12%成長を実現)
- ✓ グローバルなマーケティング・リサーチ業界で最も早い成長を遂げており、業界トップクラスのオペレーション効率と収益性を持つというポジショニングは維持

注

1. 北米の市場調査におけるパネル提供事業を主たる事業とし、当社が持分の55%を保有する連結子会社

2. 前年度の調整項目につき必要な平準化を行ったベース(2017年6月期の第3四半期に第1から第3四半期分をまとめて計上していた調整項目の一部について、適切な四半期業績の期間比較を可能にするための配賦を実施)。詳細はp.38を参照

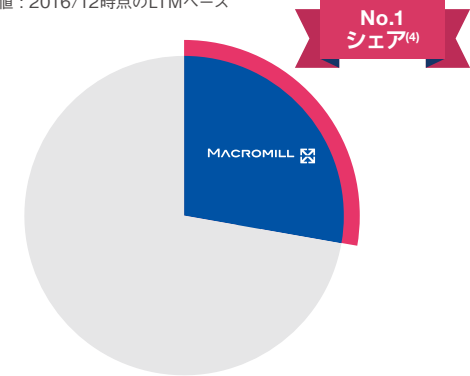
# 世界で最も早い成長を遂げているグローバル・マーケティング・リサーチ・カンパニー(1)

## 連結売上高 (2)



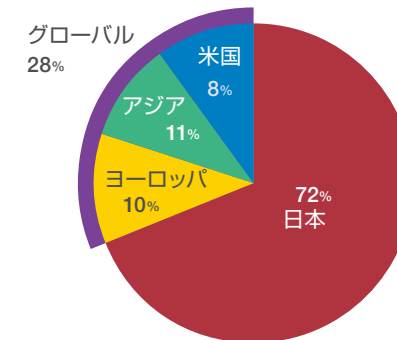
## 日本におけるアドホック・オンラインMR市場でNo.1のシェア(4)

市場規模: CY2016  
 当社財務数値: 2016/12時点のLTMベース



## 地域別売上高(5)

2017/6



注

- 出所: ESOMAR Global Market Research 2013年/2015年/2016年/2017年。Macromillの2012年から2015年及び2016年の売上高のCAGR (3カ年及び4カ年CAGR) が同レポートに記載されているlargest 25 global marketing research companiesの中で最大 (但しヘルスケアITサービスプロバイダーであるQuintilesIMSを除く)
- 2001年6月期から2014年6月期はJ-GAAPベース。2015年6月期からはIFRSベース。J-GAAPとIFRSは会計基準が異なるため、必ずしも直接的に比較することが適切でない場合がある。当社の見解では、当社の連結売上高をJ-GAAPからIFRSに移行する上において特段重要な調整は行っていないため、IFRS移行後の2017年6月期までの4事業年度においても、適切に売上高のトレンドを表していると考えている
- 2012年6月期から2017年6月期の5年間売上高CAGR(J-GAAPに基づく2012年6月期から2014年6月期及びIFRSに基づく2015年6月期から2017年6月期の年平均成長率)。5年間CAGRはJ-GAAPとIFRSに基づき計算されているため、必ずしも直接的に比較することが適切でない場合がある
- 日本におけるアドホック・オンラインMRの市場シェア(CY2016) = (マクロミル単体及び電通マクロミルインサイトの日本におけるオンラインサービス売上高(CY2016)) ÷ 日本マーケティング・リサーチ協会により計算された日本におけるアドホック・オンラインMRの売上高の合計(CY2016)
- グループ内取引を除いた売上高

# 当社の事業 ～ マーケティング・リサーチとデジタル・ソリューション

## マーケティング・リサーチ及びビジネス・インテリジェンス

## デジタル・ソリューション



### 顧客に提供するインサイト

- 購買意欲、消費行動における意思決定、選好されている商品

- デジタル・プラットフォーム上での行動

### インサイト提供のためのデータセット

- カスタマイズされたオンライン調査票
- 購買データ

- デジタル広告 / ウェブ上のアクセスログ
- ソーシャル・メディア・データ

### サポートする顧客の意思決定領域

- ブランド・エンゲージメント、プロダクト・イノベーション
- カスタマーバリュー向上

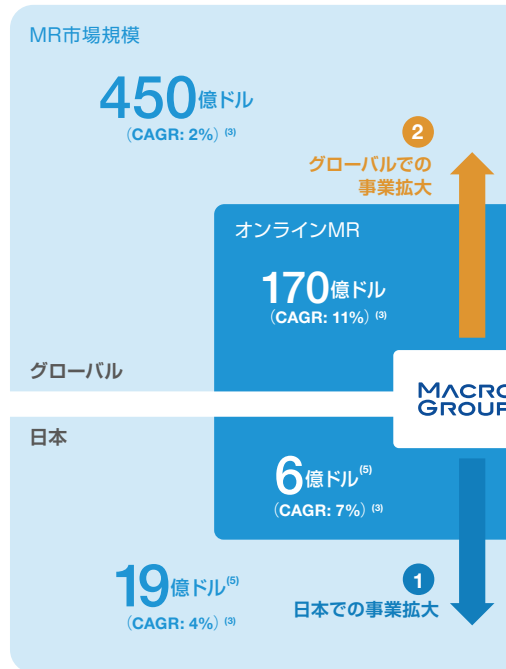
- メディア戦略、販促物のクリエイティブやキャンペーンの効果測定及び最適化

# 巨大な市場機会の追求

## マクロミルの市場機会<sup>(1)</sup>

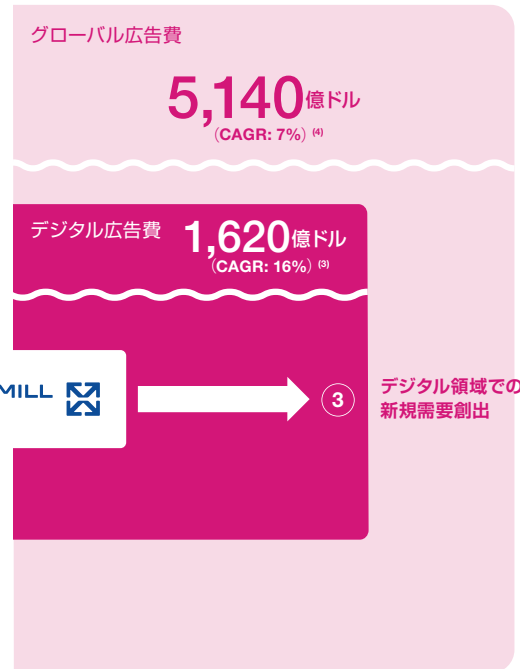
### マーケティング・リサーチ

マーケティング・リサーチ市場規模: CY2016A,  
CAGR (実績値ベース): CY2011A~2016A



### デジタル・マーケティング<sup>(2)</sup>

広告市場規模: CY2015A,  
CAGR (予想値ベース): CY2015A~2020E



MACROMILL GROUP

#### 出所

Global Market Research spending: ESOMAR- Global Market Research (2017/9, 2016/9, 2015/9),  
Japan Market Research spending: Japan Marketing Research Association (2017/7, 2016/7),  
Ad spending: eMarketer- Worldwide Ad Spending (2016/10)

#### 注

- 上記図表は例示を目的としたもので、市場規模との相関性や各市場における当社グループの収益性を表したのではない
- デジタル広告市場全体を表しており、現時点では当社グループが提供していないサービスに起因する売上も含む。当社としてはデジタル広告市場全方位に拡大していく計画はないが、デジタル広告市場全体は当社が提供するデジタル・マーケティング事業と密接に関係するため、事業の成長性をご理解いただくための参考として掲載している
- 2011年~2016年のCYCAGR
- 2015年~2020年のCYCAGR
- 為替レート: 1ドル=110円
- 将来見込まれるM&Aや戦略的提携による影響は除外
- グローバル売上高比率=(日本企業のグローバル・リサーチ及び海外拠点からの年間売上高(いずれも管理会計基準)) ÷ 連結売上高
- デジタル売上高 = (AccessMill, DMP Solutions, ACT Copy, CE等のデジタル・マーケティング・ソリューションからの年間売上高(管理会計基準)) ÷ 連結売上高。当社では、①デジタル・マーケティングのみを対象とするソリューションであること、②デジタル・メディア、ウェブサイトその他のデジタル媒体のモニタリング又は分析を行うものであること、③非サーベイデータであるデジタルデータ又はソーシャルデータを活用するものであること、④顧客に対する納品が、Dashboard等の高付加価値のデジタル形式で行われること、のいずれかに該当するマーケティング・リサーチ・ソリューションを、「デジタル・マーケティング・ソリューション」に分類している

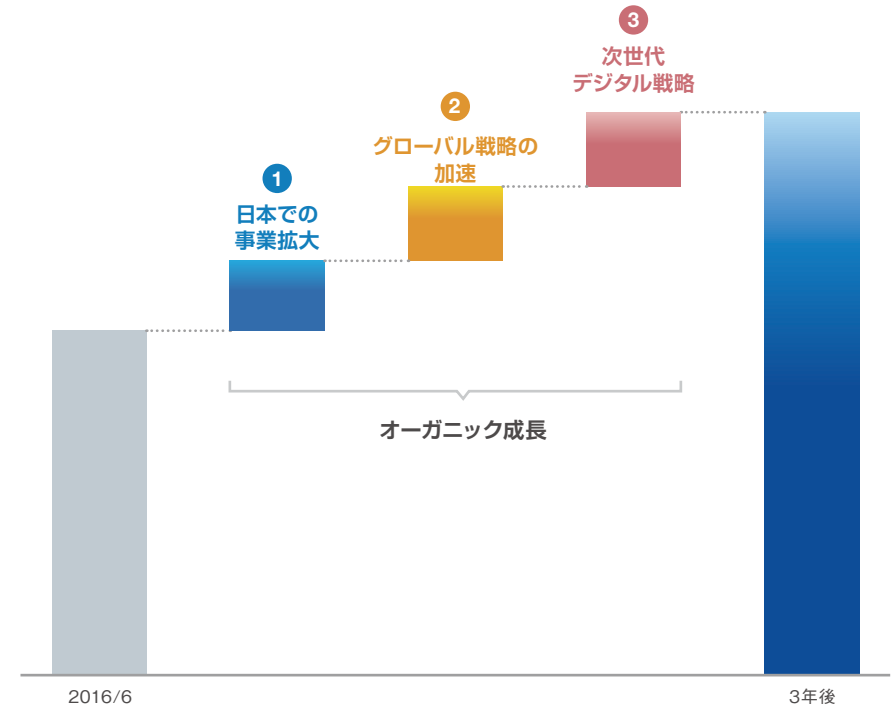
## 連結売上高の成長予測(イメージ)

目標: 10%程度の連結売上高CAGR<sup>(6)</sup>... 2016/6~2019/6

グローバル売上高比率<sup>(7)</sup>: 約30% → 約40%  
デジタル売上比率<sup>(8)</sup>: 約10% → 約20%

2016/6実績 2019/6予測

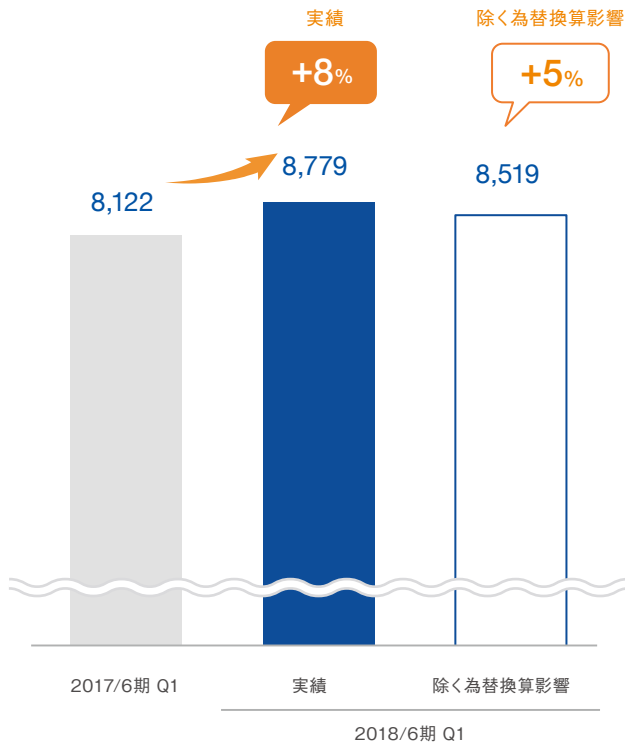
連結売上高に占める割合



# 2018年6月期 Q1 連結業績<sup>(1)</sup>: サマリー

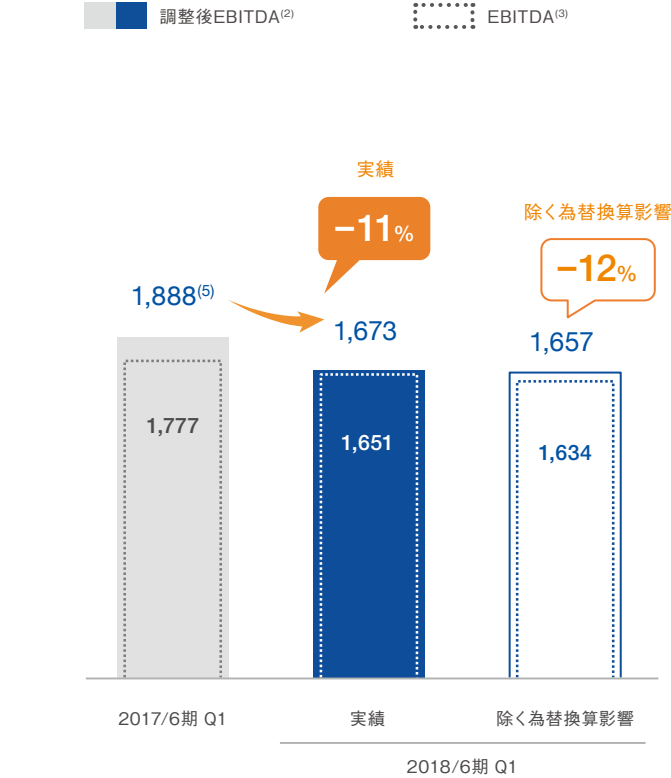
## 売上高

連結 (IFRS)  
(百万円)



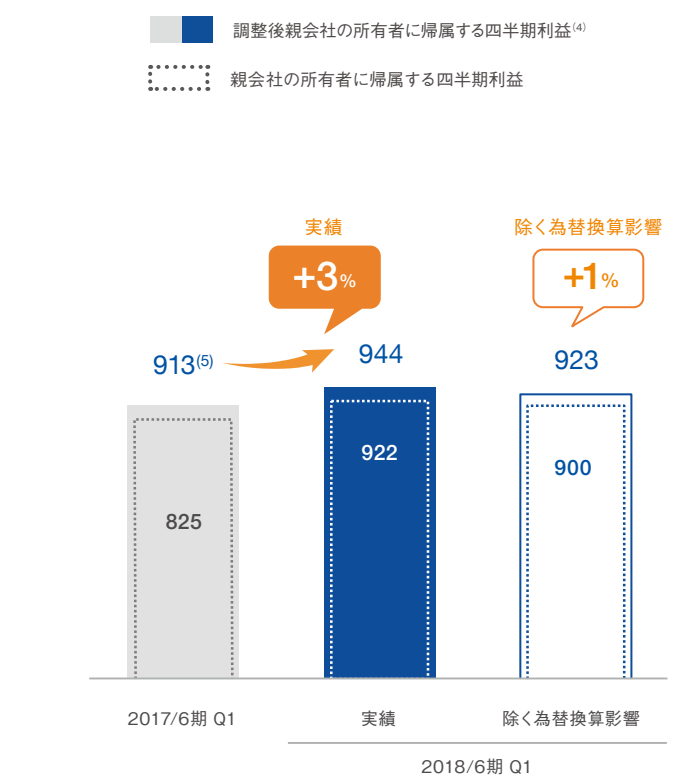
## EBITDA及び調整後EBITDA<sup>(2)</sup>

連結 (IFRS)  
(百万円)



## 親会社の所有者に帰属する四半期利益(調整前/調整後)<sup>(2)</sup>

連結 (IFRS)  
(百万円)



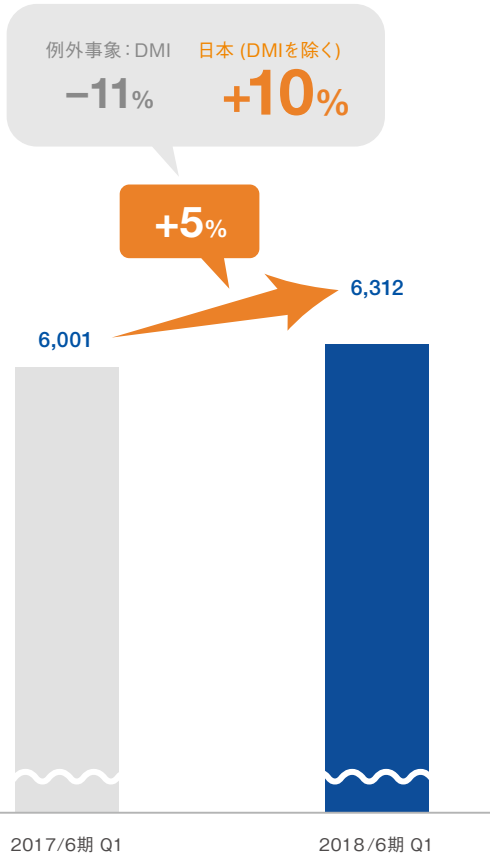
注

- 2017年6月期Q1及び2018年6月期Q1(実績)は平均為替レート1ユーロ=114.3円及び1ユーロ=130.4円を適用している。2018年6月期Q1(除く為替換算影響)では2017年6月期Q1に適した平均為替レート1ユーロ=114.3円を適用している。各為替レートはMetrixLabの2017年6月期及び2018年6月期それぞれにおける連結業績を当社の連結決算に反映する際に適用している。為替換算影響を除く財務数値は、前年同期比からのユーロ円の為替変動の影響を除いた当社グループの事業の状況、特にMetrixLab含む海外事業の状況を理解いただくことを目的に記載している
- 調整項目の詳細はp.37の調整項目表を参照
- EBITDA = 営業利益+減価償却費及び償却費+減損損失、調整後EBITDA = EBITDA+マネジメントフィー+上場関連費用+リファイナンス関連費用+M&A関連費用
- 調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益 = 親会社の所有者に帰属する当期利益+減損損失+マネジメントフィー+上場関連費用+リファイナンス関連費用+M&A関連費用-調整項目に係る税金等調整額
- 前年度の調整項目につき必要な平準化を行ったベース(2017年6月期の第3四半期に第1から第3四半期分をまとめて計上していた調整項目の一部について、適切な四半期業績の期間比較を可能にするための配賦を実施)。詳細はp.38を参照

# 2つの例外事象を除けば主要な売上収益ドライバーの全てにおいて二桁成長を継続

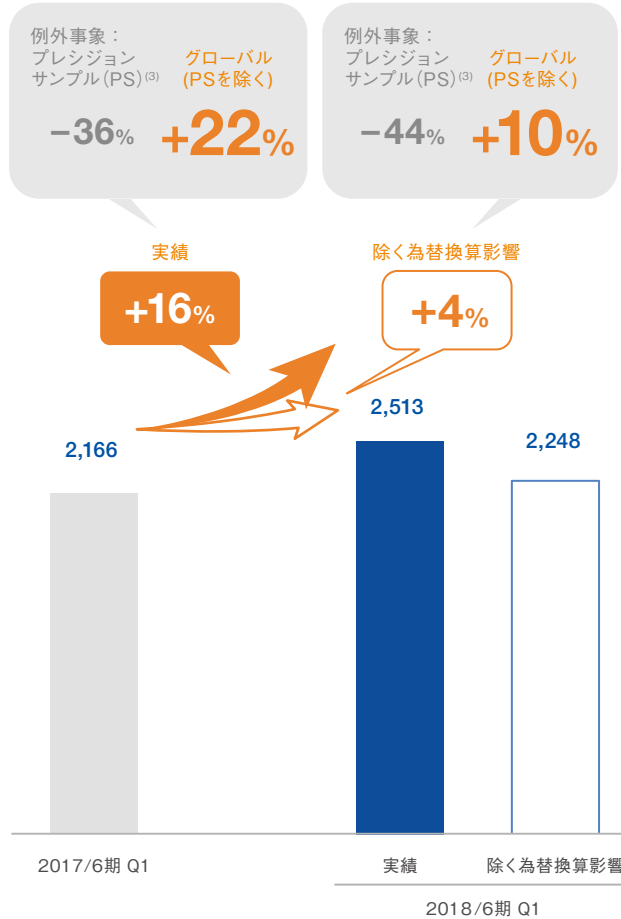
## 日本

連結 (IFRS)  
(百万円)



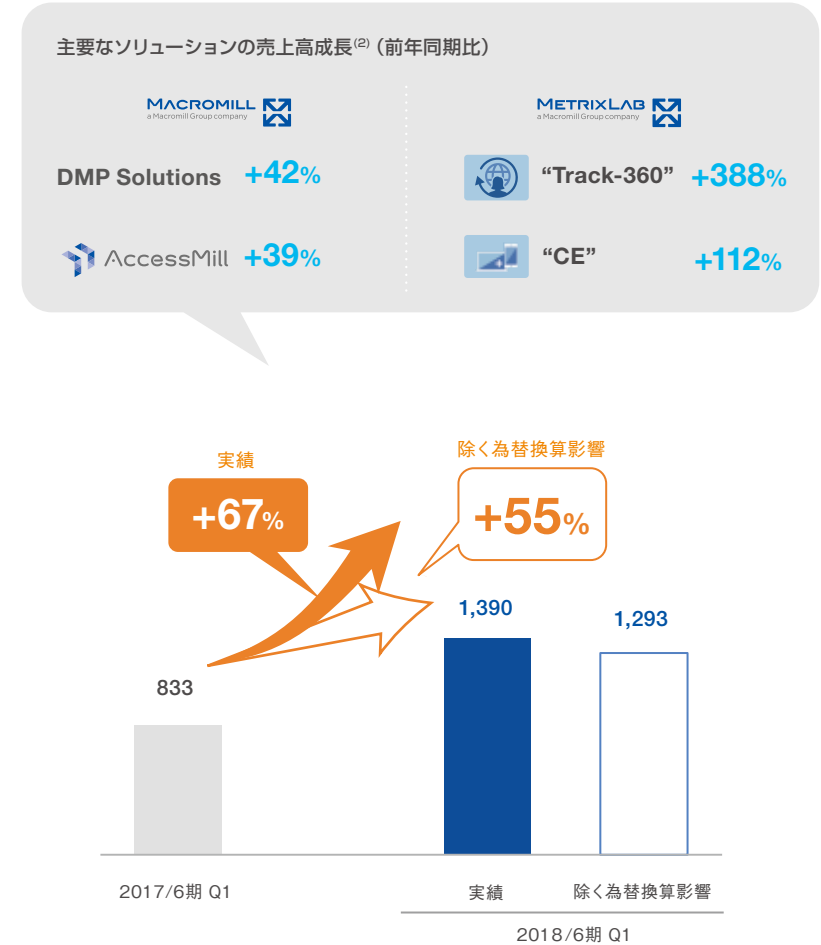
## グローバル (日本除く)<sup>(1)</sup>

連結 (IFRS)  
(百万円)



## デジタル・マーケティング売上高<sup>(1)</sup>

連結 (IFRS)  
(百万円)



注

1. 2017年6月期Q1及び2018年6月期Q1(実績)は平均為替レート1ユーロ=114.3円及び1ユーロ=130.4円を適用している。2018年6月期Q1(除く為替換算影響)では2017年6月期Q1に適した平均為替レート1ユーロ=114.3円を適用している。各為替レートはMetrixLabの2017年6月期及び2018年6月期それぞれにおける連結業績を当社の連結決算に反映する際に適用している。為替換算影響を除く財務数値は、前年同期比からのユーロ円の為替変動の影響を除いた当社グループの事業の状況、特にMetrixLab含む海外事業の状況を理解いただくことを目的に記載している
2. 年間売上高が1億ユーロを超えるサービスのうち、各セグメントにおける売上高成長率が上位2つのサービス。現地通貨ベースで計算
3. 北米の市場調査におけるパネル提供事業を主たる事業とし、当社が持分の55%を保有する連結子会社



# 例外事象：足許の各社業績動向と連結業績へのインパクト

電通マクロミルインサイト

DENTSU  
MACROMILL  
INSIGHT

プレジジョン・サンプル

PRECISION  
SAMPLE  
a Macromill Group company

当社グループにおける 位置づけと持分関係	当社持分割合52%の連結子会社 (電通とのJV)			当社持分割合55% <sup>(2)</sup> の連結子会社 (MetrixLabを通じた間接保有)		
事業概要及び 当社グループの中での役割	電通グループにおける インハウス・マーケティング・ リサーチ・エージェンシー			北米の市場調査における パネル供給事業主体		
足許における各社業績動向と 連結業績に与えるインパクト	FY2017/6 Q1 実績	FY2018/6 Q1 実績	前年同期比 又は差異	FY2017/6 Q1 実績	FY2018/6 Q1 実績	前年同期比 又は差異
(百万円)						
売上収益	1,477	1,322	(10.5%)	219	140	(36.2%)
EBITDA	245	136	(44.5%)	35	(10)	(127.5%)
EBITDAマージン	16.6%	10.3%	(6.3%)	15.8%	(6.8%)	(22.6%)
セグメント業績対比 売上収益	22.2%	18.5%	(3.6%)	14.6%	8.3%	(6.3%)
EBITDA	13.9% <sup>(1)</sup>	8.5%	(5.3%)	27.8%	(9.3%)	(37.1%)
連結業績対比 売上収益	18.2%	15.1%	(3.1%)	2.7%	1.6%	(1.1%)
EBITDA	13.0% <sup>(1)</sup>	8.1%	(4.8%)	1.8% <sup>(1)</sup>	(0.5%)	(2.3%)

## Note

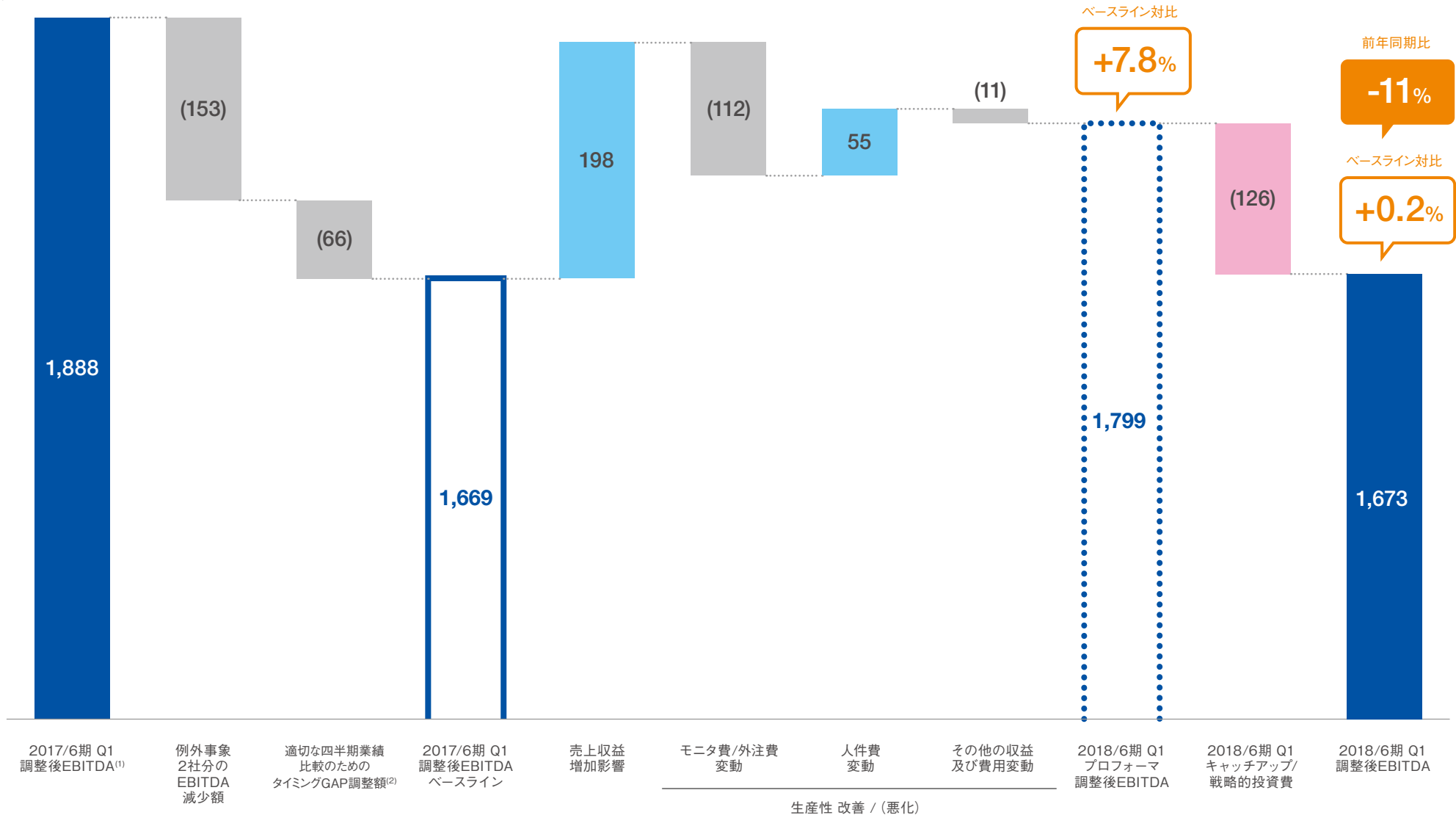
1. 前年度の調整項目につき必要な平準化を行ったベース(2017年6月期の第3四半期に第1から第3四半期分をまとめて計上していた調整項目の一部について、適切な四半期業績の期間比較を可能にするための配賦を実施)。詳細はp.38を参照

2. 2017年10月末時点までに同社に対する持分割合は73.5%となっている

# 2018/6期 Q1: 調整後EBITDA変動要因

## 調整後EBITDAの変動要因 - 2017/6期Q1<sup>(1)</sup> vs. 2018/6期Q1

連結 (IFRS)  
(百万円)



注

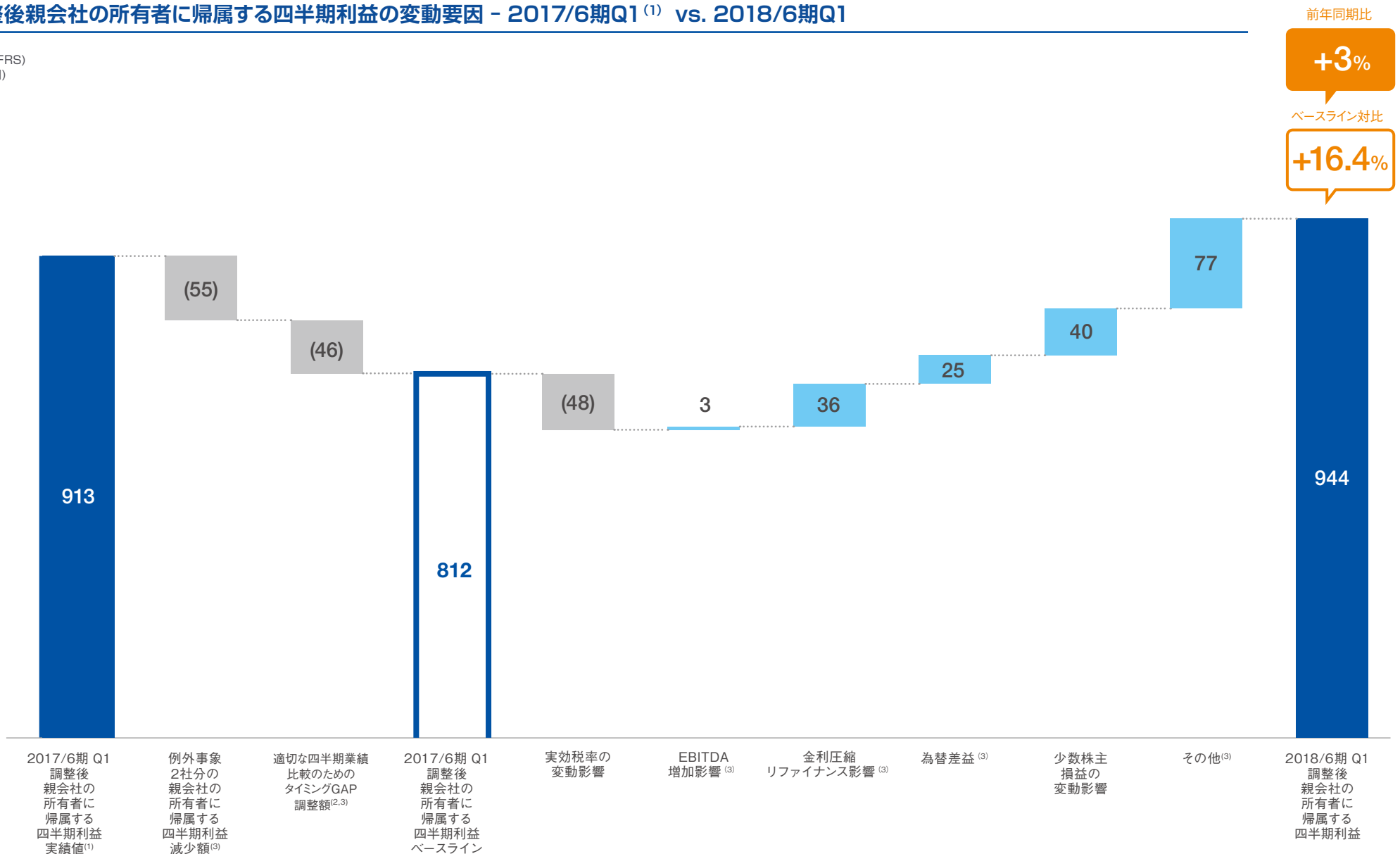
1. 2017年6月期の第3四半期に第1から第3四半期分をまとめて計上していた調整項目の一部を、適切な四半期業績の期間比較を可能にするために各四半期に平準化したベース。詳細はp.38をご参照

2. 外形標準課税28百万円 + 利益連動賞与38百万円の合計値。前者については、資本金規模が1億円を超えることが確定した時点で、当該決算期の期初から遡って課税されることになる中、IPO(新規株式公開)に伴う新株発行により2017年6月期第3四半期に第1四半期から第3四半期分がまとめて計上されており、また、後者については、2017年6月期においては(当時は半期ごとに計上することにしていたために)第2四半期にまとめて計上されている中、適切な四半期業績比較のために、それぞれ第1四半期分に相応する額を負荷する形での調整を行っている

# 2018/6期 Q1: 調整後四半期利益変動要因

## 調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益の変動要因 - 2017/6期Q1<sup>(1)</sup> vs. 2018/6期Q1

連結 (IFRS)  
(百万円)



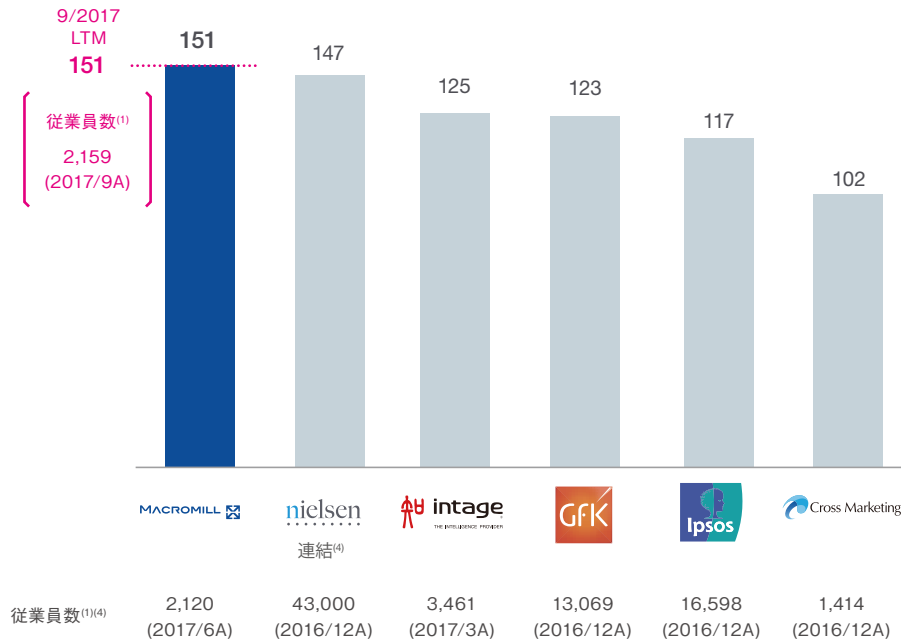
注

- 2017年6月期の第3四半期に第1から第3四半期分をまとめて計上していた調整項目の一部を、適切な四半期業績の期間比較を可能にするために各四半期に平準化したベース。詳細はp.38をご参照
- 外形標準課税28百万円 + 利益連動賞与38百万円の合計値。前者については、資本金規模が1億円を超えることが確定した時点で、当該決算期の期初から遡って課税されることになる中、IPO(新規株式公開)に伴う新株発行により2017年6月期第3四半期に第1四半期から第3四半期分がまとめて計上されており、また、後者については、2017年6月期においては(当時は半期ごとに計上することにしたために)第2四半期にまとめて計上されている中、適切な四半期業績比較のために、それぞれ第1四半期分に相応する額を負荷する形での調整を行っている
- 税引後の影響額を記載している

# 業界トップクラスのオペレーション効率と収益性を継続

## 従業員一人当たり売上高<sup>(1)(2)</sup>

千ドル 直近会計年度<sup>(3)</sup>



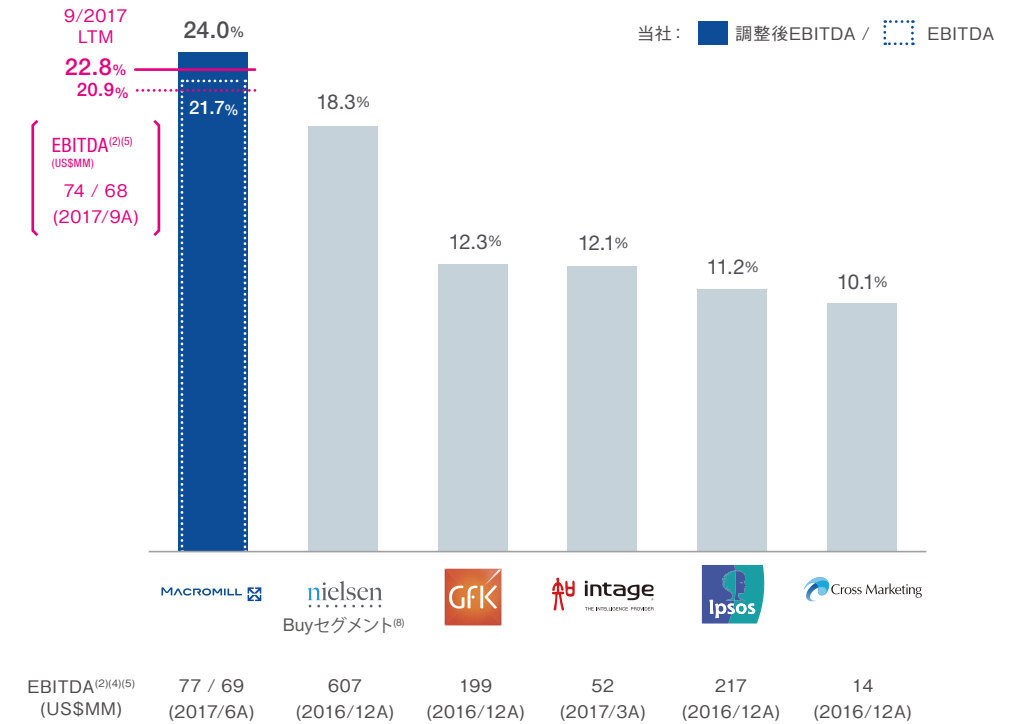
出所 会社資料

注

1. 臨時雇用者も含む
2. 為替レート: 1ドル= 0.9ユーロ、1ドル = 111円
3. 2017年6月30日時点
4. 各会計年度末時点
5. 売上高、従業員数いずれも連結数値ベース
6. マクロミル: EBITDA(2017/6期69百万ドル) = 営業利益+減価償却費及び償却費+減損損失、調整後EBITDA(2017/6期77百万ドル) = EBITDA+マネジメントフィー+上場関連費用+リファイナンス関連費用+M&A関連費用。詳細は調整項目表をご参照

## EBITDAマージン<sup>(6)(7)</sup>

直近会計年度<sup>(3)</sup>

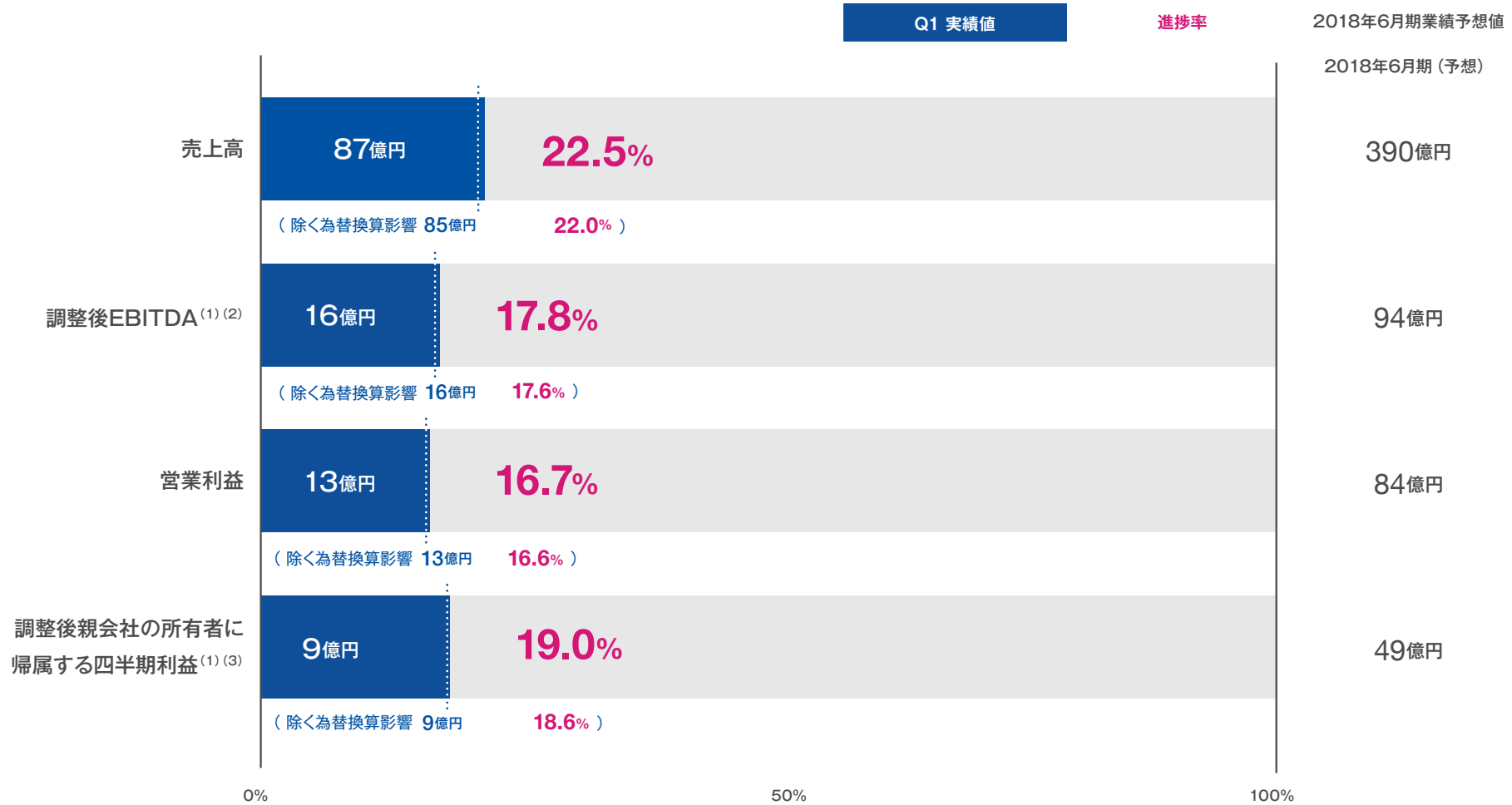


7. EBITDAマージン=EBITDA÷売上高
8. NielsenのBuyセグメントは当社グループの事業との類似性が高いため、比較事例として同セグメントのEBITDAマージンを掲載(Nielsenの同期連結ベースでのEBITDAマージンは27.7%)

# 2018/6期 Q1業績予想：概ね想定通りの達成度

## 2018/6期 Q1実績値 vs. FY2018/6期業績予想値

連結 (IFRS)



注

1. 調整項目の詳細はp.37の調整項目表を参照

2. EBITDA = 営業利益+減価償却費及び償却費+減損損失、調整後EBITDA = EBITDA+マネジメントフィー+上場関連費用+リファイナンス関連費用+M&A関連費用

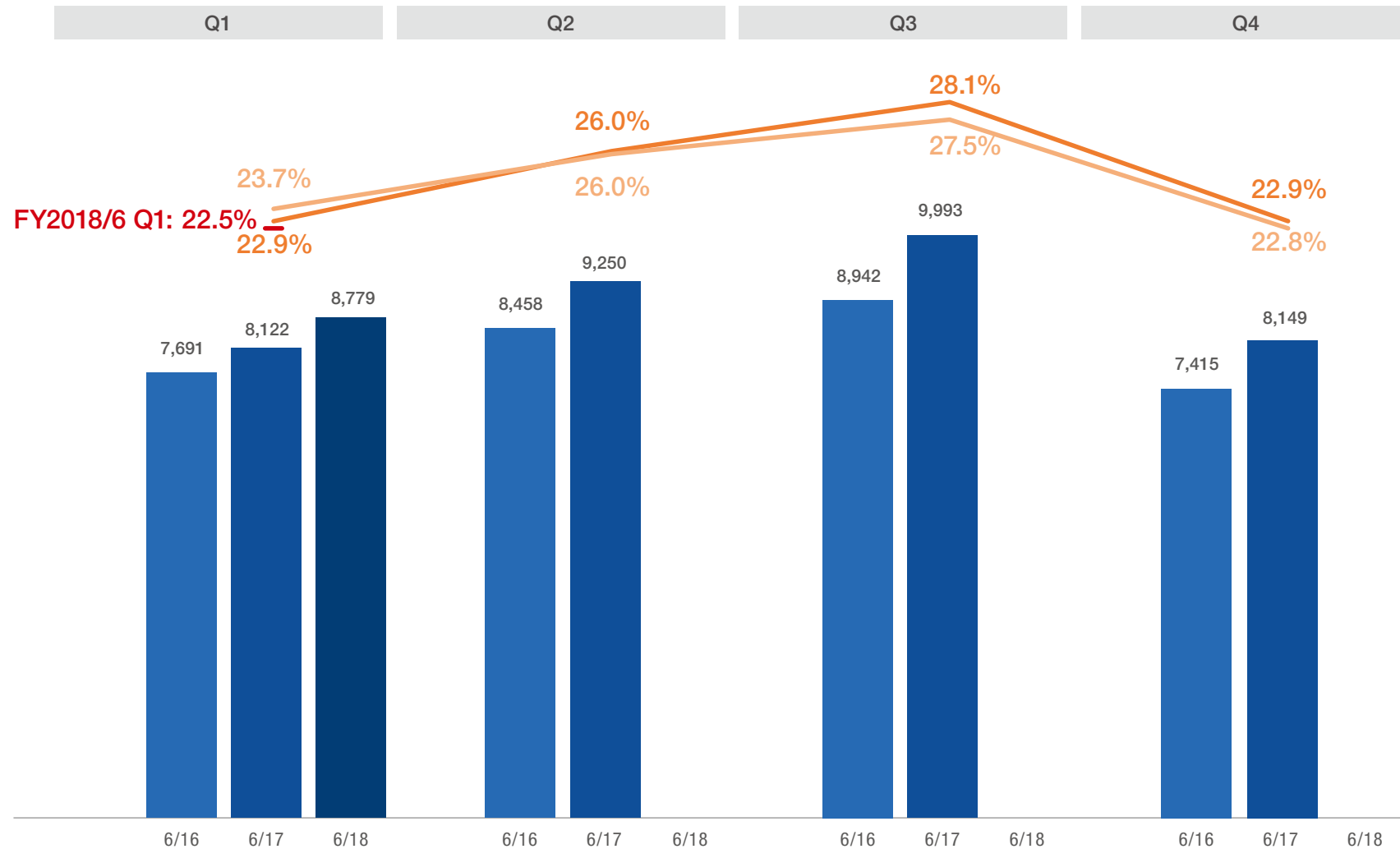
3. 調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益 = 親会社の所有者に帰属する当期利益+減損損失+マネジメントフィー+上場関連費用+リファイナンス関連費用+M&A関連費用-調整項目に係る税金等調整額

# 2018/6期 Q1業績予想：概ね想定通りの達成度（続）



## 過去の四半期業績推移 — 売上収益

連結 (IFRS)  
(百万円)



## 地理的拡大&テクノロジー／ソリューションの強化

2017.09.21 発表  
2017.10.02 クロージング

### 対象会社



- ✓ 北米におけるマーケティングリサーチ会社 (未上場企業)
- ✓ FY2016/12 売上 23 百万ドル / EBITDA 3百万ドル (EBITDAマージン 13%)

### 取引形態

- ✓ 100% 買収 (マネジメント保有の既存株式の取得)
- ✓ 今後、同社事業はMetrixLabグループセグメントに組み込まれる

### 当社にとっての 意義

- ✓ 北米における事業規模及び Fortune 500 銘柄を中心とした優良顧客層の拡大 ↗
- ✓ 約80名のリサーチスペシャリストがUSチームに加入 ↗
- ✓ インフルエンサーに着目したリサーチ・ソリューションの強化 ↗

## 地理的拡大&パネルアクセスの拡大

2017.09.21 発表  
2017.10.02 クロージング

### 対象会社



- ☑ 東南アジア地域におけるマーケティングリサーチ及び  
パネルサプライ事業会社 (未上場企業)

### 取引形態

- ☑ 10%出資 (第三者割当増資)
- ☑ 当社からの出資金は東南アジア地区におけるパネル資産の拡充に  
向けた取り組みに充当

### 当社に とっての 意義

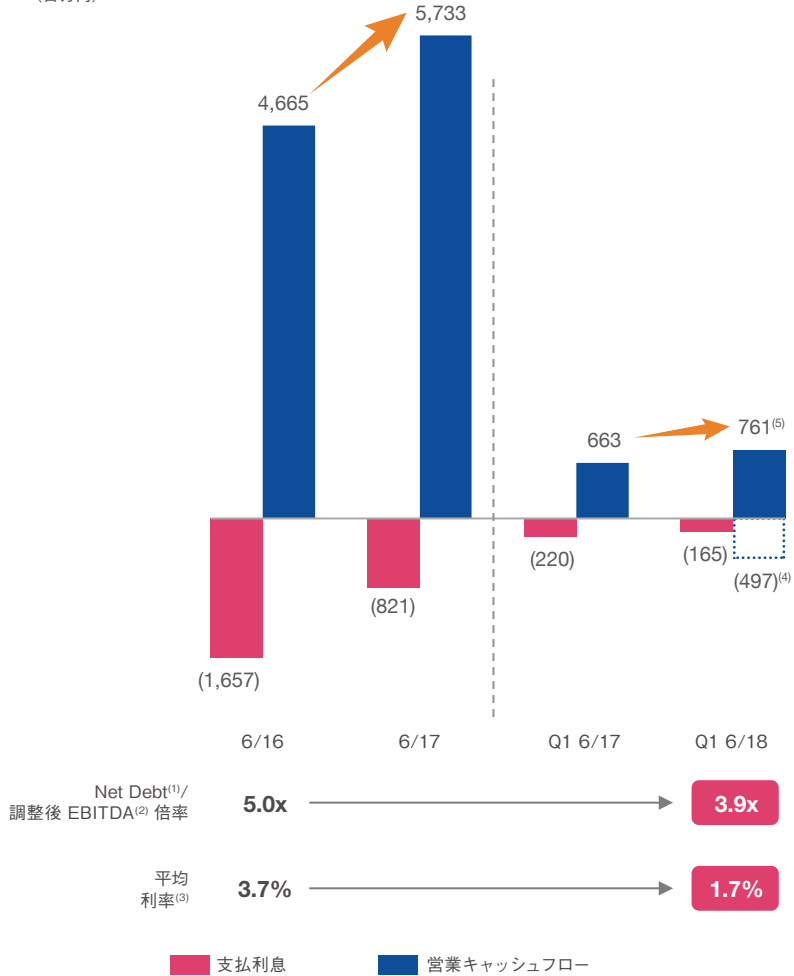
- ☑ 東南アジア地域におけるマーケティングリサーチ事業規模及びパネルアクセスの  
拡大 ↗
- ☑ 従来型リサーチからオンラインリサーチへの移行の加速 ↗



# 戦略的なキャピタル・アロケーション

## 堅実なキャッシュフロー創出力

連結 (IFRS)  
(百万円)



## キャピタル・アロケーションの優先順位

### 負債の返済

- ☑ レバレッジ水準の引き下げを継続  
- 純有利子負債 (Net Debt)<sup>(1)</sup> / 調整後 EBITDA<sup>(2)</sup> 倍率 3.0x 以下

継続的な成長に向けた  
バランスの追求

### 成長投資

- ☑ グローバル及びデジタルでの成長を加速する投資を推進

### 株主還元

- ☑ 安定的で継続的な増配 (一株当たり配当額ベース) の実現を目指す  
2017/6期 5.0円/株 → 2018/6期 7.0円/株

注

- 純有利子負債 (Net Debt) = 有利子負債 (短期借入金 + 1年以内返済予定の長期借入金 + 長期借入金 + リース債務) - 現金及び現金同等物 (2017年9月30日時点)
- 調整後 EBITDA = EBITDA + マネジメントフィー + 上場関連費用 + 非公開化関連費用 + リファイナンス関連費用 + M&A 関連費用 + 退任役員退職金。EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及び償却費 + 減損損失 (2017年9月30日時点におけるLTMベース)。詳細はp.37の調整項目表をご参照
- 平均利率 = (損益計算書における支払利息) ÷ (前年度と当該年度の年度末における借入金の平均)。借入金 = 短期借入金 + 1年以内返済予定の長期借入金 + 長期借入金。2018年6月期Q1における平均利率 = ((損益計算書における3か月分の支払利息) × 4) ÷ (2017年6月30日と2017年9月30日における借入金の平均)
- 開示資料における掲載額
- 特別な一時的支出項目を除くベース (開示資料における掲載額 - 497M + 子会社のDMIにおける売掛金に係るファクタリング実施の中止に伴う影響額 652M + NOLの活用が終了したことによる課税支払の拡大に伴う影響額 379M + 子会社のDMI及びMLにおける賞与支払タイミングを親会社である当社と併せることに伴うタイミングGAPによる影響額 227M)



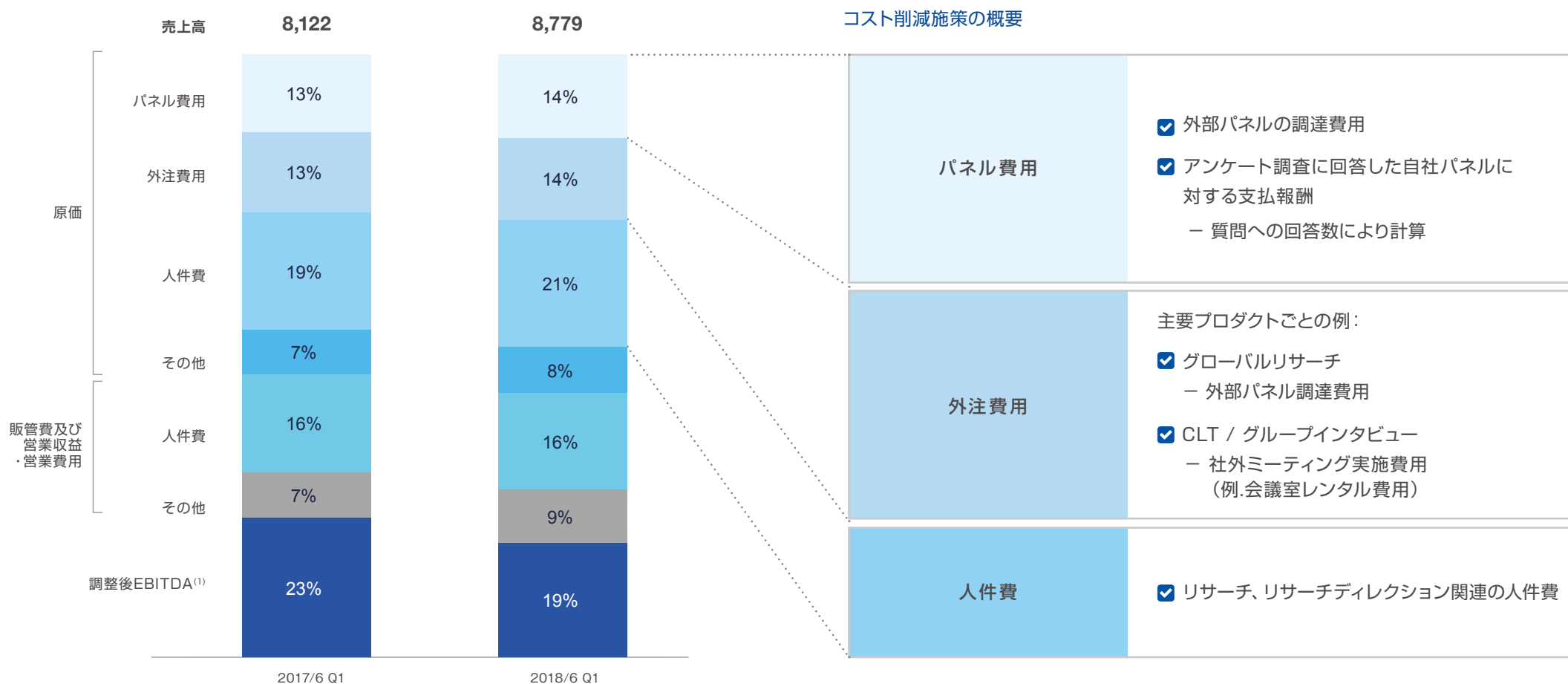
**Creating**  
The First Truly Global Digital  
**Research Company**

添付資料

# 営業レバレッジ体質とコスト削減施策を通じ トップライン成長を上回る利益成長を実現

## 主要な費用項目の内訳

連結 (IFRS)  
(百万円)



注

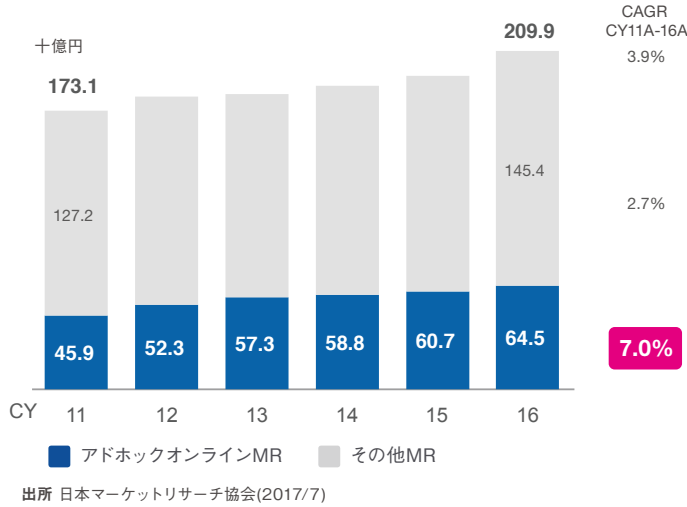
1. 調整項目の詳細はp.37の調整項目表を参照

# 日本における事業拡大のフレームワーク

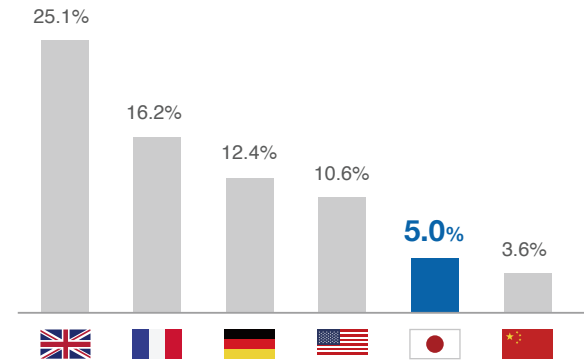
## MR市場規模の拡大



### アドホックオンラインMR市場の堅調な成長



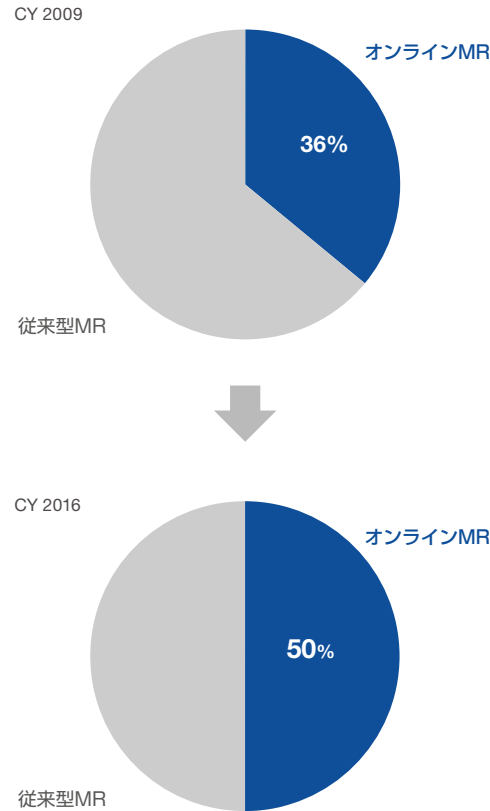
### 広告支出に占めるMR支出の割合から見る今後の拡大余地



## 更なるオンラインMRの浸透<sup>(1)</sup>

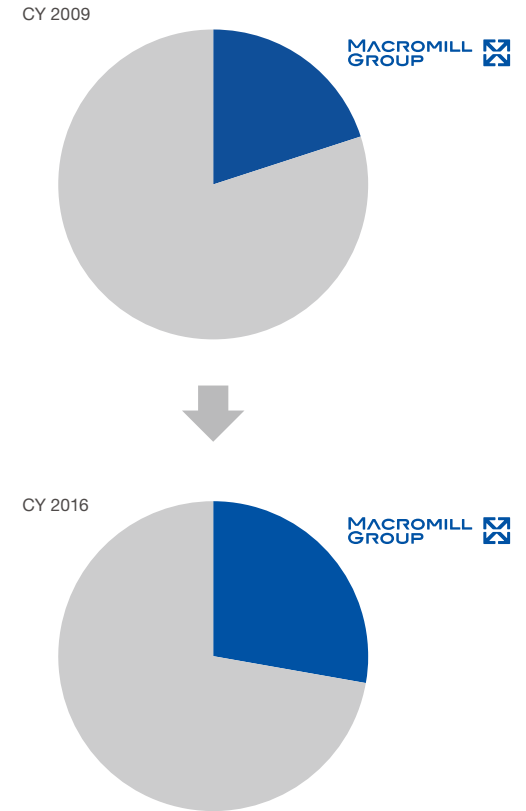


### 従来型MRからオンラインMRへのシフト



## オンラインMRにおける市場シェアの拡大<sup>(2)</sup>

### 優れたポジションと強みを活かした市場シェア拡大



注

1. オンラインMRの浸透率 = (各国におけるオンライン定量調査への支出額) ÷ 各国におけるMR支出総額

2. オンラインMRの市場シェア(CY2016) = (マクロミル単体及び電通マクロミルインサイトの日本におけるオンラインサービス売上高(CY2016)) ÷ 日本マーケティング・リサーチ協会により計算された日本におけるアドホックオンラインMRの売上高の合計(CY2016)。オンラインMR市場シェア(CY2009) = マクロミル単体のオンラインサービス売上高(CY2009) ÷ 日本マーケティング・リサーチ協会により計算された日本におけるアドホックオンラインMRの売上高の合計(CY2009)

# グローバル成長のフレームワーク

## MR市場規模の拡大



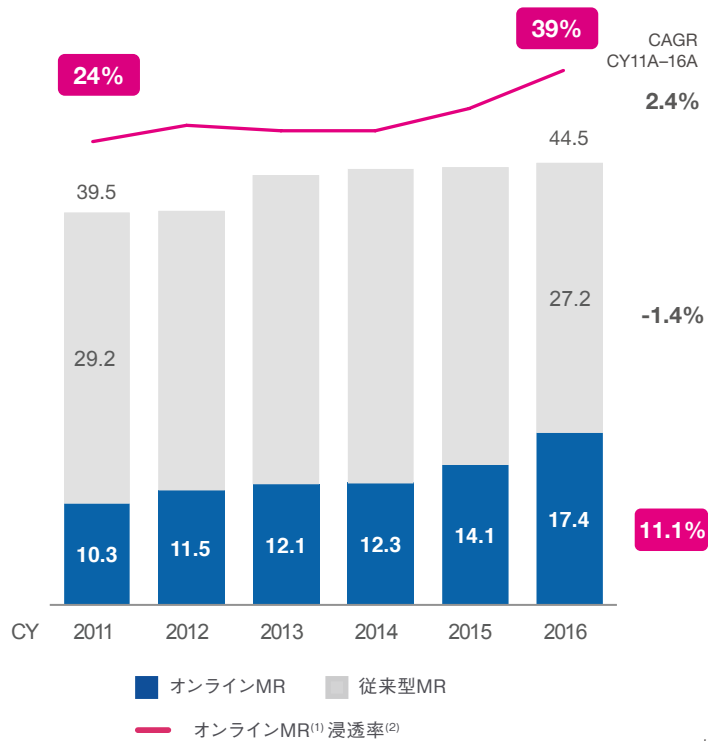
## 更なるオンラインMRの浸透



## 市場シェアの拡大

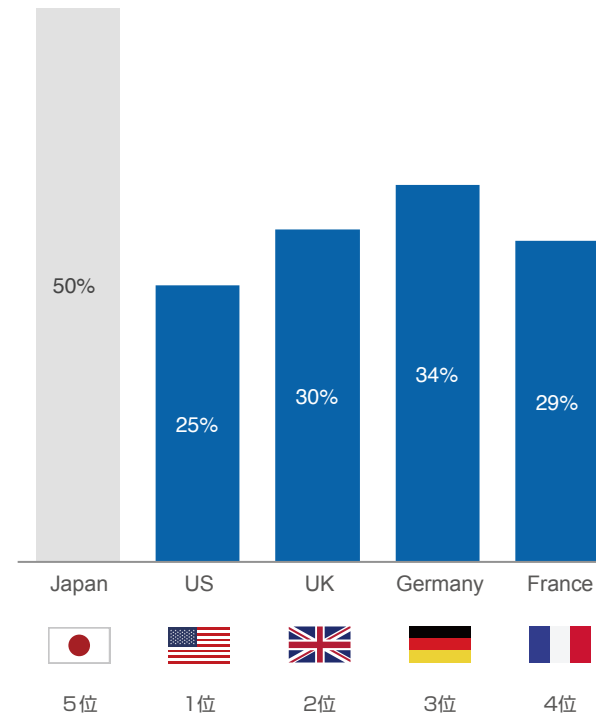
### オンラインMRの成長率は従来型MRを上回る

十億ドル



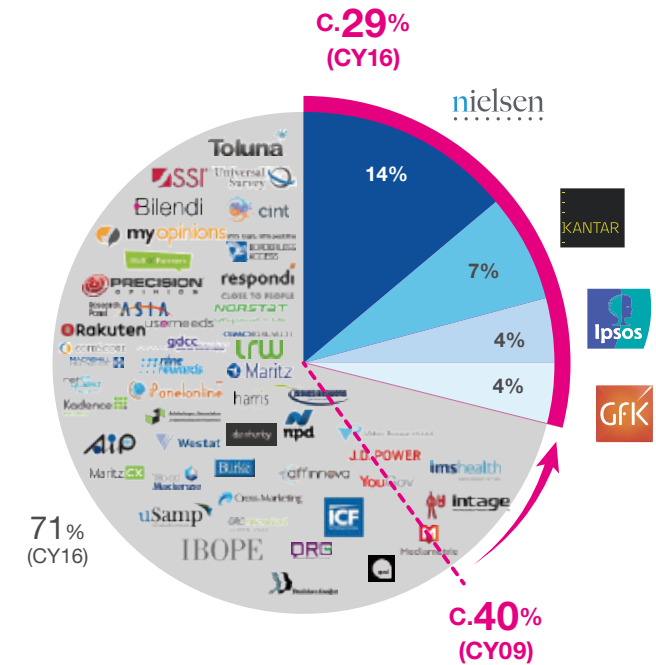
### MR支出全体におけるオンラインMR<sup>(1)</sup> 浸透率<sup>(2)</sup>の余地

CY2016



### グローバルMR市場シェア

CY2016



出所 ESOMAR, Global Market Research (2017/9, 2016/9, 2015/9)

出所 ESOMAR, Global Market Research (2017/9, 2016/9, 2015/9)

出所 ESOMAR, Global Market Research (2017/9, 2016/9, 2010/9)

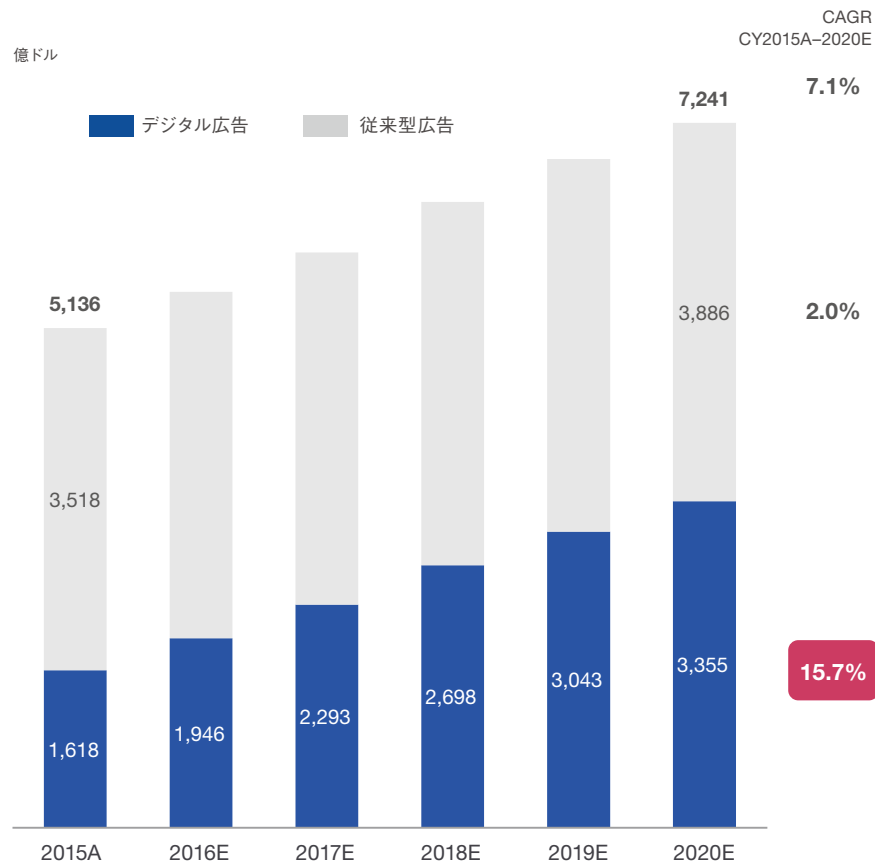
注  
 1. オンライン定量調査のみ算出対象, ESOMAR資料において除外されているトラフィック測定及び視聴率測定、及び定性調査を含まない  
 2. オンラインMR浸透率 = (各国におけるオンライン定量調査に対する支出額) ÷ 各国におけるMR支出総額

# デジタル・マーケティング・ソリューションにおける巨大な成長余地

## デジタル広告市場の成長

### デジタル広告は今後も従来型広告を上回って成長

世界メディア広告市場規模



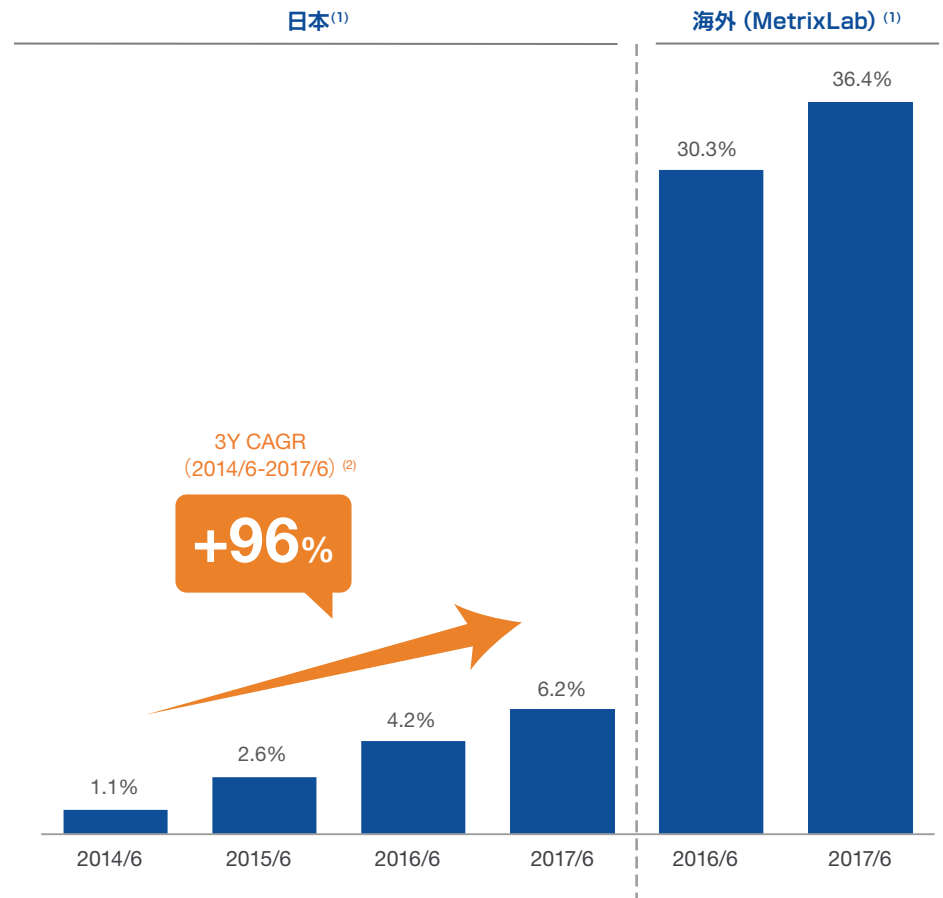
出所 eMarketer, Worldwide Ad Spending (2016/10)



## 更なるデジタル・マーケティング・ソリューションの浸透

### 特に日本における拡大余地は大きい

総売上高に占めるデジタル・マーケティング・ソリューションの割合(%)

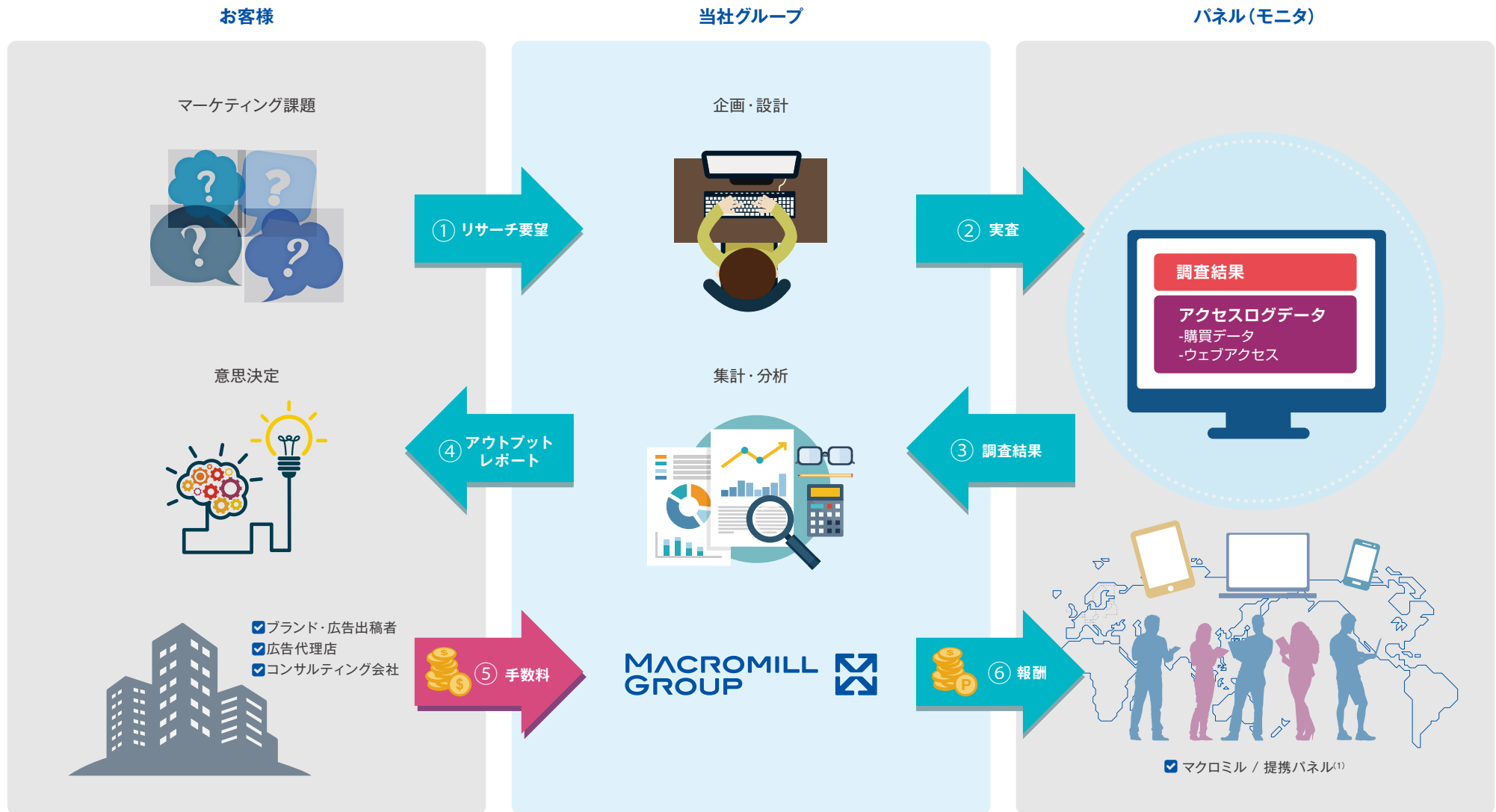


注

1. 日本: マクロミルグループセグメントのデジタル売上 ÷ マクロミルグループセグメントの総売上。 海外 (MetrixLab): MetrixLabグループセグメントのデジタル売上 ÷ MetrixLabグループセグメントの総売上。 デジタル・マーケティング・ソリューション: デジタルデータやデジタル施策を使ったマーケティング活動の総称であり、広告のプレテスト、様々なメディア・媒体における広告効果測定、ソーシャルメディア分析等を指す。マクロミルグループでは、①デジタル・マーケティングのみを対象とするソリューションであること、②デジタル・メディア、ウェブサイトその他のデジタル媒体のモニタリング又は分析を行うものであること、③非サーベイデータであるデジタルデータ又はソーシャルデータを活用するものであること、④顧客に対する納品が、Dashboard等の高付加価値のデジタル形式で行われること、のいずれかに該当するマーケティング・リサーチ・ソリューションを、「デジタル・マーケティング・ソリューション」に分類
2. 日本のデジタル・マーケティング・ソリューション売上高の成長を示すCAGRは、日本の総売上高に占める割合に基づき計算されている。2014年6月期はJ-GAAPベース、2015年6月期以降はIFRSベース。J-GAAPとIFRSは会計基準が異なるため、必ずしも直接的に比較することが適切でない場合がある。当社の見解では、当社の連結売上高をJ-GAAPからIFRSに移行する上において特段重要な調整は行っていないため、IFRS移行後の2017年6月期までの4事業年度においても、適切に売上高のトレンドを表していると考えている

# 当社のビジネスモデル

## 一般的なマーケティング・リサーチの業務フロー
















注

1. 当社グループの顧客のリサーチプロジェクトに応じて、継続的取引関係にある世界各国のパネルサプライヤーを通じたアクセスが可能なパネル



# 業界をリードするワンストップ・ソリューションポートフォリオ

## 主なソリューション

	マーケティング・リサーチ		データベース	デジタル・マーケティング
	アドホック			
<b>MACROMILL</b>  開発	<b>定量調査</b> オンライン・マーケティング・リサーチ  QuickMill  OrderMill 会場調査  CLT	<b>定性調査</b> グループ/デブス・インタビュー  FGI  DI	購買データ  QPR 家計調査  MHS ブランドデータ  bdb	広告効果測定  AccessMill DMP <sup>(1)</sup> “DMP Solution”
共同開発				 GLOBAL AccessMill
<b>METRIXLAB</b>  開発	<b>市場機会探索</b>  “SCOUT H&A” パッケージデザインテスト  “PACT”	<b>製品コンセプトテスト</b>  “CONTEST” ブランド競争力診断  “B-HEALTH” 等		広告プリテスト  “AD-VANCE”  “ACT” ソーシャルメディア分析 <b>OXYME</b>  ビッグデータ分析 “Dashboard” 等

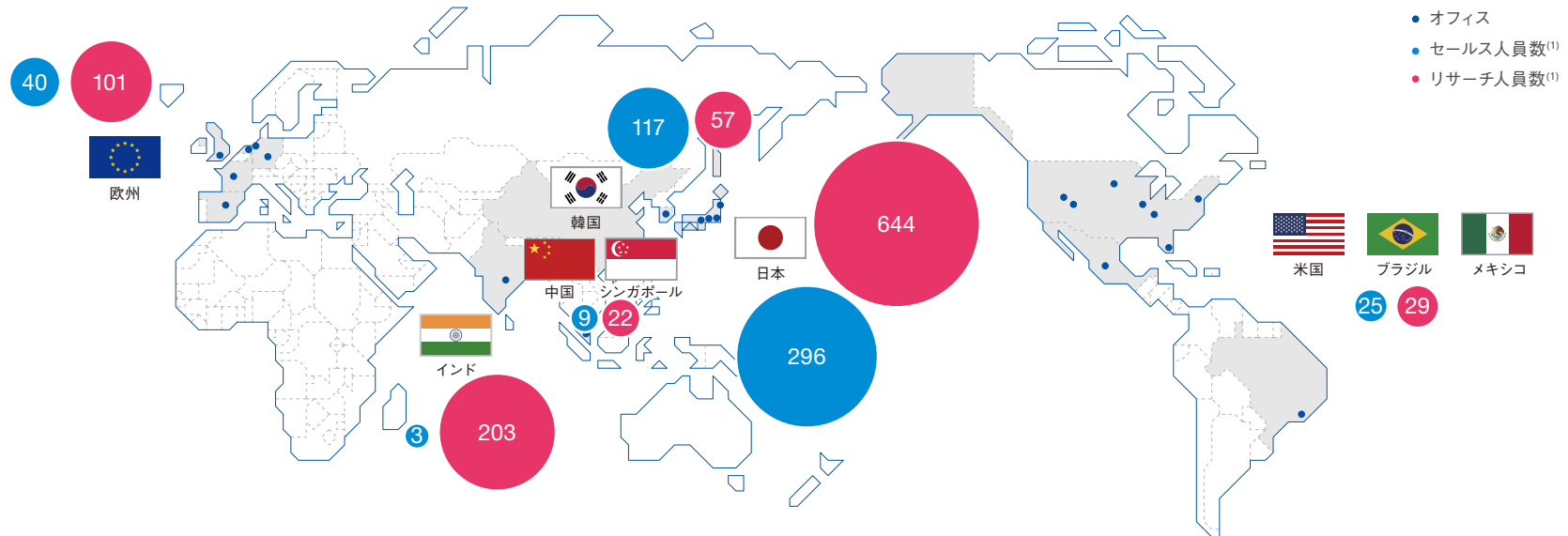
注

1. データマネジメントプラットフォームの略称

# 世界に広がるセールス及びリサーチ体制

## 主要地域におけるセールス及びリサーチ人員<sup>(1)</sup>

2017年6月末時点



世界34拠点、連結従業員数1,800人超<sup>(2)</sup>

ローカル  
地域特有の消費者インサイトを提供

グローバル  
グローバル連携による顧客カバレッジ

セールス

- ✓ 地域に根差したセールsteam  
世界34拠点、約490名<sup>(1)</sup>のセールス

- ✓ CEO主導の経験豊富なセールsteamが、世界各拠点と連携し、Global Key Accounts (GKA)<sup>(3)</sup>をカバー

リサーチ

- ✓ 各拠点のリサーチャーとの円滑な連携体制

- ✓ インド拠点のGlobal Competence Centerをベースにしたベストプラクティスの共有とリアルタイムサポート
- ✓ 日本の卓越した”カイゼン”オペレーションを世界の各拠点へ展開

注

1. セールス、リサーチャーはそれぞれセールス、リサーチ業務にコミットしている正規雇用の従業員

2. 正規雇用の従業員数

3. GKAとはGlobal Key Accountの略であり、グローバルに事業を展開し、調査・マーケティングに係る多額の予算を有する顧客企業グループのうち、当社グループの更なる成長の鍵となる顧客(キー・アカウント)として、グローバルレベルで営業強化の対象としている企業群のこと

# デジタル領域における市場機会: 広告プリテスト、広告効果測定

## 広告プリテスト

### AD-VANCE

当社のビジネス機会 ...

- ✓ マーケティング・キャンペーンのプリテストにより  
マーケティング費用の削減に貢献



デジタル広告の効果を同業他社や以前の広告と比較

AD-VANCE の差別化要素 ...

- ✓ マーケティング・キャンペーンに対する消費者の反応を可視化する優れたインターフェース
- ✓ 同業他社のマーケティング・キャンペーンとの比較が可能

## 広告効果測定

### AccessMill

当社のビジネス機会 ...

- ✓ 膨大な Cookie パネルと意識データに基づく、  
広告効果測定ソリューションを提供



デジタル広告に測定用の  
タグを埋め込み



タグの情報に基づき  
広告接触者を  
パネリストとして選定



選定されたパネリストを  
対象に調査を行い、  
非広告接触者と比較

AccessMill の差別化要素 ...

- ✓ 膨大な Cookie パネル
- ✓ 意識データとの組み合わせが可能
- ✓ 卓越したシステム（コスト、スピード、柔軟性）

# デジタル領域の市場機会:ソーシャルメディア分析/DMP/ビッグデータ分析

## OXYME ソーシャルメディア分析

### 当社のビジネス機会...

- ✓ 市場調査からキャンペーン評価に至るマーケティングの各フェーズにおいて、消費/マーケティングインサイトを提供



ソーシャルメディアに投稿されたデータの収集



消費者の抱く印象や話題のトピックを専門のアナリストが分析



消費者/マーケティングインサイトを抽出

### Oxymeの差別化要素

- ✓ 自社開発のソフトウェアによる最適化されたデータ収集
- ✓ 手作業で無関係な情報を除去し、データ精度度を向上
- ✓ 経験豊富なソーシャルメディアアナリストによる分析

## データマネジメントプラットフォーム (DMP)

### 当社のビジネス機会...

- ✓ マクロミルのデータを顧客の自社データと組み合わせることで、真の消費者インサイトの理解に貢献

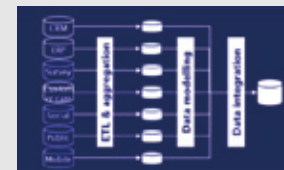


## ビッグデータ分析 (Dashboard/Story telling)

### 当社のビジネス機会...

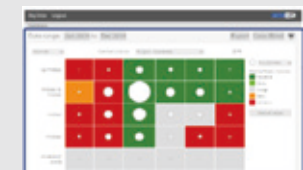
- ✓ ユーザーフレンドリーなインターフェースを通じ、顧客のKPI管理に有益なインサイトを提供

#### データの統合



複数のソースから収集したデータを統合・分析

#### データの活用












ユーザーフレンドリーな「ダッシュボード」

# M&A戦略の3つの柱



## M&A及び戦略的提携の実績

<p>2010年 買収<sup>(1)</sup></p>  <p>地理的拡大 パネル テクノロジー/ソリューション</p> <p>☑ パネル基盤の倍増</p>	<p>2011年 買収</p>  <p>地理的拡大 パネル テクノロジー/ソリューション</p> <p>☑ ソーシャルメディア分析機能の獲得</p>	<p>2012年 買収</p>  <p>地理的拡大 パネル テクノロジー/ソリューション</p> <p>☑ アジアクライアント及びパネルへのアクセス獲得</p>
<p>2012年 JV設立</p>  <p>地理的拡大 パネル テクノロジー/ソリューション</p> <p>☑ 安定収益獲得と新領域へのサービス開発力</p>	<p>2013年 JV設立</p>  <p>地理的拡大 パネル テクノロジー/ソリューション</p> <p>☑ 米国パネルへのアクセス</p>	<p>2014年 買収</p>  <p>地理的拡大 パネル テクノロジー/ソリューション</p> <p>☑ グローバルアクセス及び高付加価値ソリューション</p>
<p>2015年 戦略的提携</p>  <p>地理的拡大 パネル テクノロジー/ソリューション</p> <p>☑ 官公庁案件へのソリューション強化</p>	<p>2015年 戦略的提携</p>  <p>地理的拡大 パネル テクノロジー/ソリューション</p> <p>☑ モバイル分野のソリューション及びパネル強化</p>	<p>2017年 戦略的提携</p>  <p>地理的拡大 パネル テクノロジー/ソリューション</p> <p>☑ 生体情報を活用したソリューションへの取り組みを開始</p>

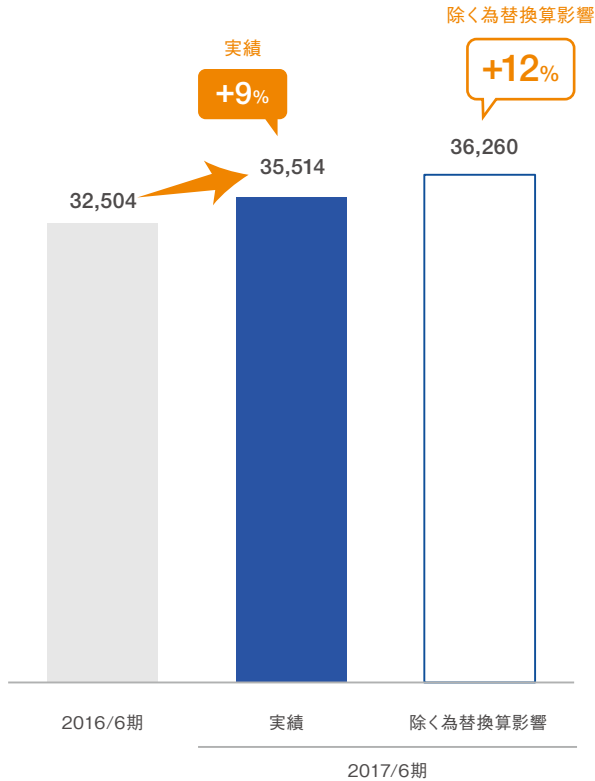
注

1. マーケティング・リサーチ事業のみ

# 2017年6月期 売上高・利益ともに拡大・成長を継続<sup>(1)</sup>

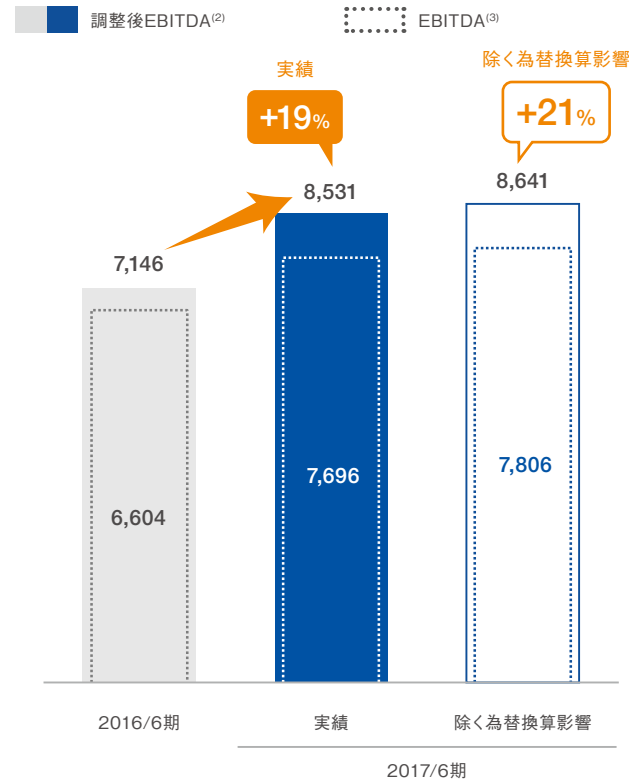
## 売上高

連結 (IFRS)  
(百万円)



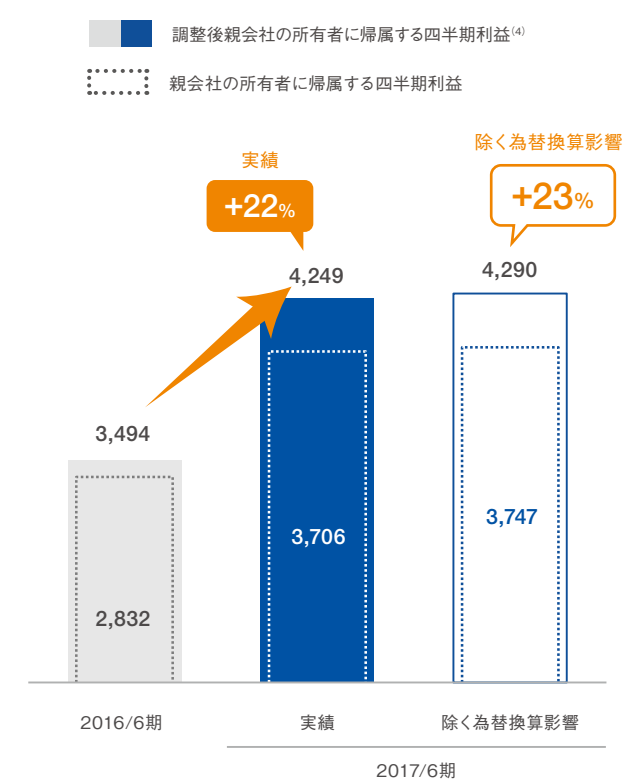
## EBITDA及び調整後EBITDA<sup>(2)</sup>

連結 (IFRS)  
(百万円)



## 親会社の所有者に帰属する四半期利益(調整前/調整後)<sup>(2)</sup>

連結 (IFRS)  
(百万円)



マージン

調整後

22.0%

24.0%

23.8%

調整前

20.3%

21.7%

21.5%

マージン

調整後

10.8%

12.0%

11.8%

調整前

8.7%

10.4%

10.3%

注

1. 2016年6月期及び2018年6月期(実績)は平均為替レート1ユーロ=129.5円及び1ユーロ=118.9円を適用している。2017年6月期(除く為替換算影響)では2016年6月期に適した平均為替レート1ユーロ=129.5円を適用している。各為替レートはMetrixLabの2016年6月期及び2017年6月期それぞれにおける連結業績を当社の連結決算に反映する際に適用している。為替換算影響を除く財務数値は、前年同期比からのユーロ円の為替変動の影響を除いた当社グループの事業の状況、特にMetrixLab含む海外事業の状況を理解いただくことを目的に記載している

2. 調整項目の詳細はp.36の調整項目表を参照

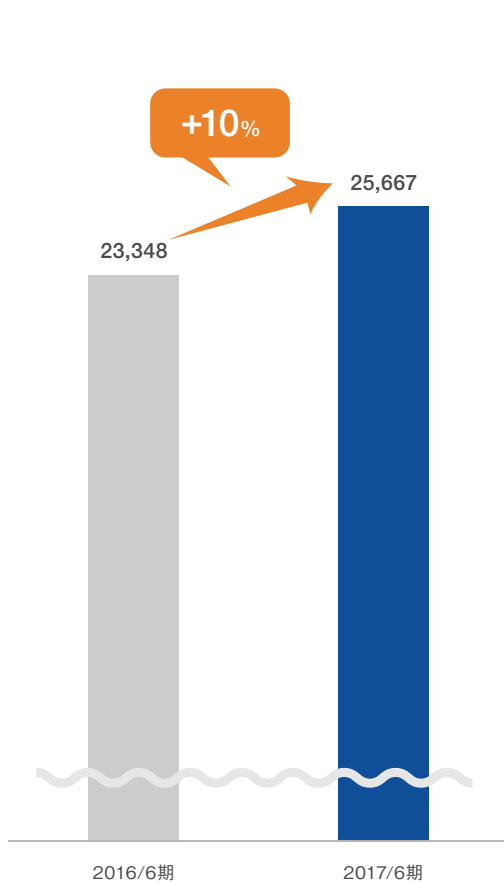
3. EBITDA = 営業利益+減価償却費及び償却費+減損損失、調整後EBITDA = EBITDA+マネジメントフィー+上場関連費用+リファイナンス関連費用+M&A関連費用

4. 調整後親会社の所有者に帰属する四半期利益 = 親会社の所有者に帰属する当期利益+減損損失+マネジメントフィー+上場関連費用+リファイナンス関連費用+M&A関連費用-調整項目に係る税金等調整額

# 2017年6月期 主要な成長ドライバーが売上収益<sup>(1)</sup>を牽引

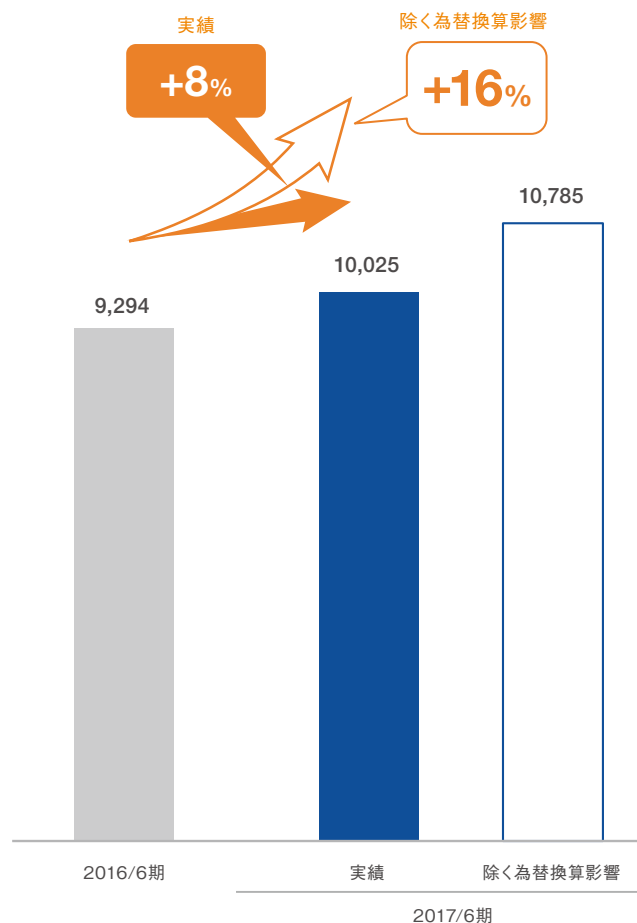
## 日本

連結 (IFRS)  
(百万円)



## グローバル(日本除く)

連結 (IFRS)  
(百万円)



## デジタル・マーケティング売上高

連結 (IFRS)  
(百万円)

主要なソリューションの売上高成長<sup>(2)</sup> (前年同期対比)

MACROMILL  
a Macromill Group company

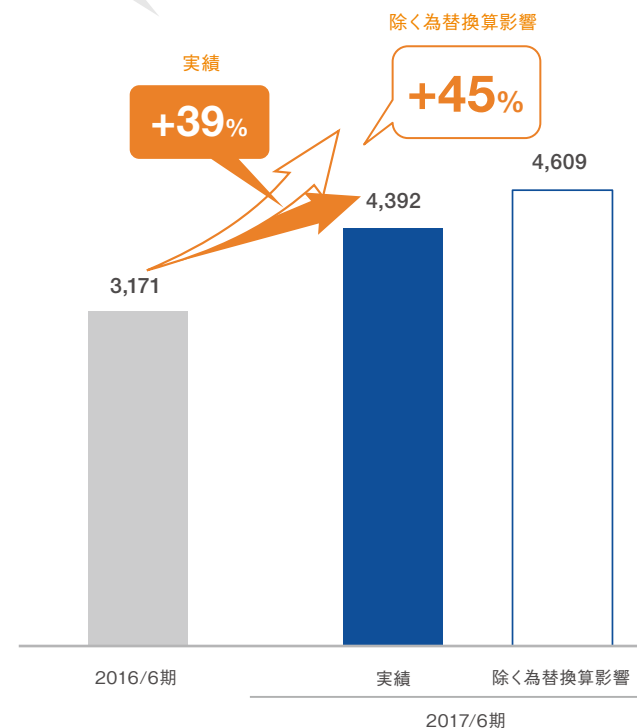
DMP Solutions +159% YoY

AccessMill +42% YoY

METRIXLAB  
a Macromill Group company

“CE” +115% YoY

“ACT COPY” +35% YoY

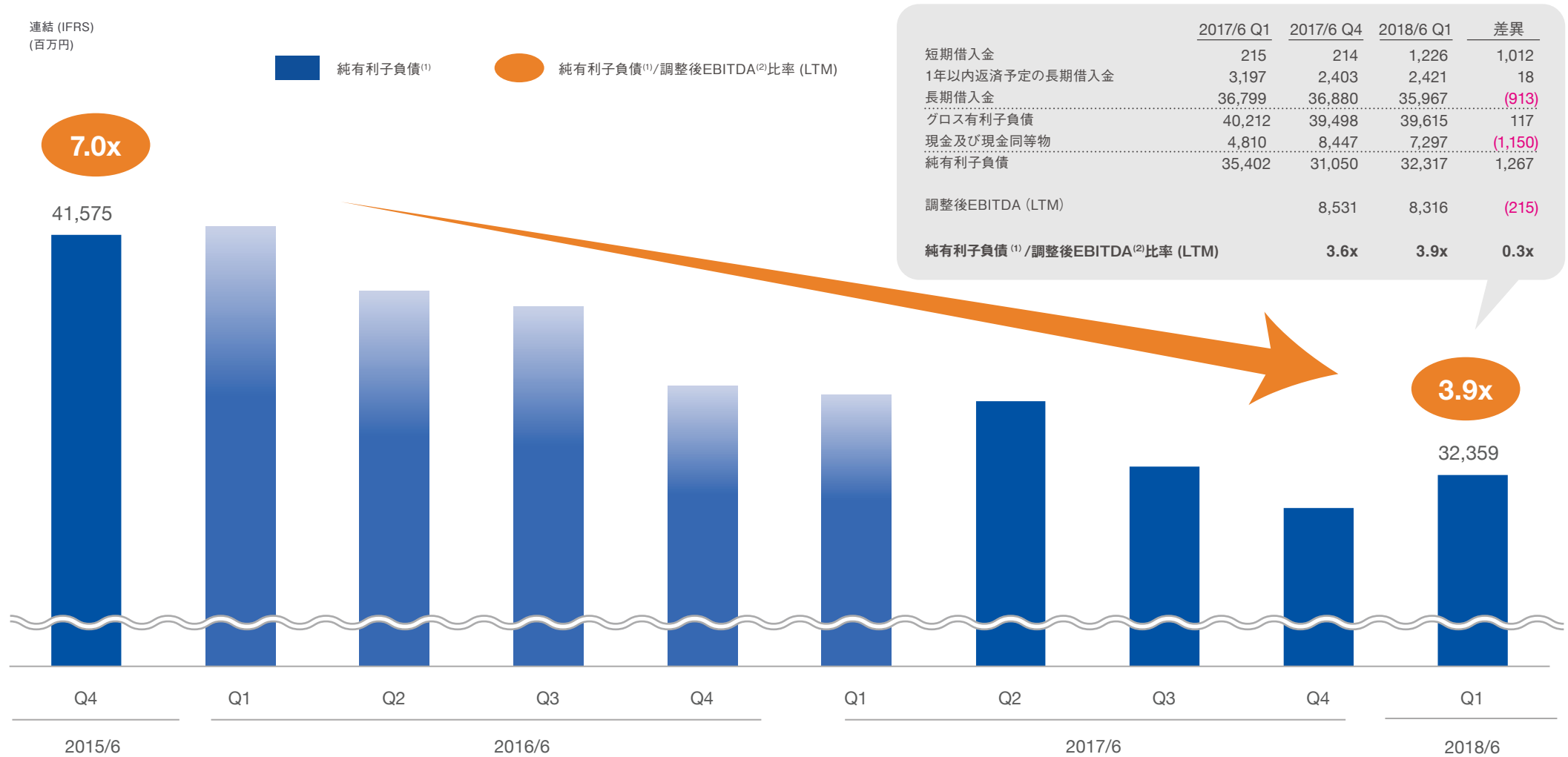


注

- 2016年6月期及び2017年6月期(実績)は平均為替レート1ユーロ=129.5円及び1ユーロ=118.9円を適用している。2017年6月期(除く為替換算影響)では2016年6月期に適した平均為替レート1ユーロ=129.5円を適用している。各為替レートはMetrixLabの2016年6月期及び2017年6月期それぞれの連結業績を当社の連結決算に反映する際に適用している。為替換算影響を除く財務数値は、前年同期比からのユーロ円の為替変動の影響を除いた当社グループの事業の状況、特にMetrixLab含む海外事業の状況を理解いただくことを目的に記載している
- 年間売上高が1億円あるいは百万ユーロを超えるサービスのうち、各セグメントにおける売上高成長率が上位2つのサービス。現地通貨ベースで計算

# 堅実なキャッシュフロー創出による純有利子負債(Net Debt)の削減

## 四半期毎の純有利子負債<sup>(1)</sup> 及び 純有利子負債<sup>(1)</sup>/調整後EBITDA<sup>(2)</sup> 比率 (LTM)



注

1. 純有利子負債 (Net Debt) = 有利子負債(短期借入金 + 1年以内に返済期限を迎える長期借入金 + 長期借入金 + リース債務) - 現金及び現金同等物

2. 調整後EBITDA = EBITDA+マネジメントフィー+上場関連費用+非公開化関連費用+リファイナンス関連費用+M&A関連費用+退任役員退職金。EBITDA = 営業利益+減価償却費及び償却費+減損損失(各四半期末日におけるLTMベース)。詳細はp.36&37の調整項目表をご参照



# 連結損益計算書

	IFRS			
	通期比較		3カ月比較	
	2016/6	2017/6	2017/6 Q1	2018/6 Q1
(百万円)				
売上収益	32,504	35,514	8,122	8,779
売上原価	(17,926)	(18,920)	(4,400)	(5,063)
売上総利益	14,578	16,594	3,722	3,715
販売費及び一般管理費	(8,956)	(10,030)	(2,249)	2,307
その他の営業収益	272	283	100	4
その他の営業費用	(168)	(31)	(6)	(14)
持分法による投資利益	3	9	1	1
営業利益	5,730	6,825	1,569	1,398
金融収益	496	15	46	313
金融費用	(2,139)	(958)	(222)	(236)
税引前当期利益	4,087	5,882	1,393	1,475
法人所得税費用	(848)	(1,672)	(431)	(505)
当期利益	3,238	4,210	961	970
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,832	3,706	825	922

# 連結貸借対照表

(百万円)	IFRS			(百万円)	IFRS		
	2016/6	2017/6	2017/9/30		2016/6/30	2017/6/30	2017/9/30
<b>資産の部</b>				<b>負債および純資産の部</b>			
<b>流動資産</b>	<b>12,725</b>	<b>15,485</b>	<b>15,629</b>	<b>流動負債</b>	<b>8,848</b>	<b>8,952</b>	<b>10,110</b>
現金及び現金同等物	6,124	8,447	7,297	借入金	3,319	2,617	3,647
営業債権及びその他の債権	6,015	6,388	7,690	営業債務及びその他の債務	2,492	2,492	2,745
その他の流動資産 <sup>(1)</sup>	586	649	642	その他の流動負債 <sup>(1)</sup>	3,036	3,842	3,717
<b>非流動資産</b>	<b>53,839</b>	<b>55,330</b>	<b>55,599</b>	<b>非流動負債</b>	<b>41,068</b>	<b>39,511</b>	38,140
有形固定資産	979	1,034	1,041	借入金	38,535	36,880	35,967
無形固定資産	50,788	52,127	52,556	その他の非流動負債 <sup>(1)</sup>	2,533	2,630	2,173
のれん	45,290	46,067	46,343	<b>負債合計</b>	<b>49,916</b>	<b>48,463</b>	48,250
その他の無形資産	5,498	6,059	6,212				
その他の非流動資産 <sup>(1)</sup>	2,070	2,169	2,000	<b>資本合計</b>	16,647	22,352	22,978
<b>資産合計</b>	<b>66,564</b>	<b>70,815</b>	<b>71,229</b>	<b>負債及び純資産合計</b>	<b>66,564</b>	<b>70,815</b>	<b>71,229</b>

注

1. その他の流動資産はその他の金融資産及びその他の流動資産の合計。その他の非流動資産は持分法で会計処理されている投資、その他の金融資産、繰延税金資産及びその他の非流動資産の合計。その他の流動負債はその他の金融負債、未払法人所得税等引当金及びその他の流動負債の合計。その他の非流動負債はその他の金融負債、退職給付に係る負債、引当金、繰延税金負債及びその他の非流動負債の合計

# 連結キャッシュ・フロー計算書

IFRS

(百万円)	通期比較		3カ月比較	
	2016/6	2017/6	2017/6 Q1	2018/6 Q1
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>4,665</b>	<b>5,733</b>	<b>663</b>	<b>(497)</b>
税引前利益	4,087	5,882	1,393	1,475
減価償却費及び償却費	874	871	208	252
金融収益	(496)	(15)	(46)	(313)
金融費用	2,139	958	222	236
営業債権債務及びその他の債権債務の増減額(増加) <sup>(1)</sup>	(338)	(131)	(729)	(1,124)
その他 <sup>(2)</sup>	506	(69)	124	(255)
<b>小計</b>	<b>6,772</b>	<b>7,496</b>	<b>1,172</b>	<b>271</b>
利息及び配当金の受取額	33	18	2	7
利息の支払額	(1,450)	(1,120)	(311)	(197)
法人税の支払額	(690)	(660)	(199)	(578)
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>67</b>	<b>(1,348)</b>	<b>(272)</b>	<b>(210)</b>
資産の取得による支出 <sup>(3)</sup>	(647)	(1,007)	(281)	(185)
子会社の取得による支出	—	—	—	(67)
その他 <sup>(2)</sup>	714	(340)	10	42
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>(5,602)</b>	<b>(2,155)</b>	<b>(1,703)</b>	<b>(490)</b>
借入による収入 <sup>(4)</sup>	42,676	237	0	1,007
借入金の返済による支出	(48,207)	(3,357)	(1,556)	(1,210)
新株の発行による収入	-	1,149	—	55
その他 <sup>(2)</sup>	(71)	(185)	(146)	(343)

注

1. 営業債権及びその他の債権の増減と営業債務及びその他の債務の増減の合計

2. 営業活動によるキャッシュ・フローにおけるその他は、持分法による投資損益、持分法投資売却益及びその他の合計。投資活動によるキャッシュ・フローにおけるその他は、定期預金の払戻による収入、投資の取得による支出、投資の売却/償還による収入及びその他。財務活動によるキャッシュ・フローにおけるその他は、端数株式処分代金の支払による支出、非支配持分への配当金支払額及びその他

3. 有形固定資産の取得による支出及び無形資産の取得による支出の合計

4. 短期借入れによる収入及び長期借入れによる収入の合計

## 調整項目表 – 通期比較

## 調整後EBITDA

(百万円)	IFRS	
	2016/6	2017/6
営業利益又は損失	5,730	6,825
(+) 減価償却費及び償却費	874	871
(+) 減損損失 <sup>(1)</sup>	—	—
EBITDA	6,604	7,696
(+) M&A関連費用 <sup>(2)</sup>	155	—
(+) マネジメントフィー <sup>(3)</sup>	120	374
(+) リファイナンス関連費用	92	—
(+) 退任役員退職金 <sup>(4)</sup>	—	—
(+) 上場関連費用	173	460
調整後EBITDA	7,146	8,531

注

1. MetrixLab Holdeing B.V.株式の取得時に計上したのれんの減損損失
2. MetrixLabグループの買収に伴い一時的に発生したデューデリジェンス費用及びアドバイザー費用等
3. ベインキャピタルとのマネジメント契約に基づく年間マネジメントフィー及び関連費用
4. 当社創業者及び元代表取締役の杉本哲哉氏に対する退任役員退職金
5. 当社非公開化後に実施したリファイナンスに関連して一時的に発生したアドバイザー費用
6. Macromill及びMetrixLabそれぞれの実効税率を基に算出

## 調整後親会社の所有者に帰属する当期利益

(百万円)	IFRS	
	2016/6	2017/6
親会社の所有者に帰属する当期利益又は損失	2,832	3,706
(+) リファイナンス関連費用 <sup>(5)</sup>	557	—
(+) M&A関連費用 <sup>(2)</sup>	155	—
(+) マネジメントフィー <sup>(3)</sup>	120	374
(+) 上場関連費用	173	481
(+) 減損損失 <sup>(1)</sup>	—	—
(+) 退任役員退職金 <sup>(4)</sup>	—	—
(-) 調整項目の税金調整額 <sup>(6)</sup>	345	312
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益	3,494	4,249

# 調整項目表 - 四半期比較

## 調整後EBITDA

(百万円)	IFRS	
	2017/6 Q1	2018/6 Q1
営業利益又は損失	1,569	1,398
(+) 減価償却費及び償却費	208	252
(+) 減損損失 <sup>(1)</sup>	—	—
EBITDA	1,777	1,651
(+) マネジメントフィー <sup>(3)</sup>	25	—
(+) 上場関連費用	85	22
(+) M&A関連費用 <sup>(2)</sup>	—	—
(+) リファイナンス関連費用	—	—
(+) 退任役員退職金 <sup>(4)</sup>	—	—
調整後EBITDA	1,888	1,673

- 注
1. MetrixLab Holdeing B.V.株式の取得時に計上したのれんの減損損失
  2. MetrixLabグループの買収に伴い一時的に発生したデューデリジェンス費用及びアドバイザー費用等
  3. ベインキャピタルとのマネジメント契約に基づく年間マネジメントフィー及び関連費用
  4. 当社創業者及び元代表取締役の杉本哲哉氏に対する退任役員退職金
  5. 当社非公開化後に実施したリファイナンスに関連して一時的に発生したアドバイザー費用
  6. Macromill及びMetrixLabそれぞれの実効税率を基に算出

## 調整後親会社の所有者に帰属する当期利益

(百万円)	IFRS	
	2017/6 Q1	2018/6 Q1
親会社の所有者に帰属する当期利益又は損失	825	922
(+) マネジメントフィー <sup>(3)</sup>	25	—
(+) 上場関連費用	85	22
(+) リファイナンス関連費用 <sup>(5)</sup>	—	—
(+) M&A関連費用 <sup>(2)</sup>	—	—
(+) 減損損失 <sup>(1)</sup>	—	—
(+) 退任役員退職金 <sup>(4)</sup>	—	—
(-) 調整項目の税金調整額 <sup>(6)</sup>	22	0
調整後親会社の所有者に帰属する当期利益	913	944

# 調整項目に係る平準化の詳細

## 調整後EBITDA

(百万円)	2017/6 Q1	2017/6 Q2	2017/6 Q3	2017/6 Q4	FY17/6
<b>EBITDA</b>	<b>1,777</b>	<b>2,607</b>	<b>2,107</b>	<b>1,205</b>	<b>7,696</b>
(+) 上場関連費用	159	136	147	17	460
消費税等簡易課税 <sup>(1)</sup>	0	0	(197)	(25)	(222)
その他上場関連費用	159	136	344	43	682
(+) その他調整項目	25	25	325	(0)	375
<b>調整後EBITDA</b>	<b>1,963</b>	<b>2,768</b>	<b>2,579</b>	<b>1,222</b>	<b>8,531</b>

## 平準化した調整後EBITDA

(百万円)	2017/6 Q1	2017/6 Q2	2017/6 Q3	2017/6 Q4	FY17/6
<b>EBITDA</b>	<b>1,777</b>	<b>2,607</b>	<b>2,107</b>	<b>1,205</b>	<b>7,696</b>
(+) 上場関連費用	85	55	302	17	460
消費税等簡易課税 <sup>(1)</sup>	(74)	(81)	(42)	(25)	(222)
その他上場関連費用	159	136	344	43	682
(+) その他調整項目	25	25	325	(0)	375
<b>調整後EBITDA</b>	<b>1,888</b>	<b>2,687</b>	<b>2,734</b>	<b>1,222</b>	<b>8,531</b>

## 調整後親会社の所有者に帰属する当期利益

(百万円)	2017/6 Q1	2017/6 Q2	2017/6 Q3	2017/6 Q4	FY17/6
<b>調整後親会社の所有者に 帰属する当期利益</b>	<b>825</b>	<b>1,025</b>	<b>1,107</b>	<b>749</b>	<b>3,706</b>
(+) 上場関連費用	159	136	168	17	481
消費税等簡易課税差額収益 <sup>(1)</sup>	0	0	(197)	(25)	(222)
その他上場関連費用	159	136	365	43	704
(+) その他調整項目	25	25	325	(0)	375
(-) 調整項目の税金調整額	45	30	146	92	313
<b>調整後親会社の所有者に 帰属する当期利益</b>	<b>965</b>	<b>1,157</b>	<b>1,454</b>	<b>674</b>	<b>4,249</b>

## 平準化した調整後親会社の所有者に帰属する当期利益

(百万円)	2017/6 Q1	2017/6 Q2	2017/6 Q3	2017/6 Q4	FY17/6
<b>調整後親会社の所有者に 帰属する当期利益</b>	<b>825</b>	<b>1,025</b>	<b>1,107</b>	<b>749</b>	<b>3,706</b>
(+) 上場関連費用	85	55	323	17	481
消費税等簡易課税差額収益 <sup>(1)</sup>	(74)	(81)	(42)	(25)	(222)
その他上場関連費用	159	136	365	43	704
(+) その他調整項目	25	25	325	(0)	375
(-) 調整項目の税金調整額	22	5	194	92	313
<b>調整後親会社の所有者に 帰属する当期利益</b>	<b>913</b>	<b>1,101</b>	<b>1,561</b>	<b>674</b>	<b>4,249</b>

### Note

1. 新規上場プロセスの一環でそれまで当社に適用されていた「消費税等の簡易課税制度」が2018年6月期より適用廃止となることに伴い、「その他の営業収益」に計上していた「消費税等簡易課税差額収益」を、2017年6月期第3四半期に3四半期分の累計として新たな調整項目に算出しておりました。より適切な四半期毎の期間比較を可能にするため、「消費税等簡易課税差額収入」を2017年6月期第1四半期より遡及して調整していたと仮定した場合の調整後EBITDA及び調整後親会社の所有者に帰属する四半期(当期)利益を上記のとおり算出しております(従って、通期ベースでの調整後EBITDA、及び通期ベースでの調整後親会社の所有者に帰属する当期利益に変化はございません)。

