

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

マクロミル

3978 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年10月1日(火)

執筆：客員アナリスト

茂木稜司

FISCO Ltd. Analyst **Ryoji Mogi**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2024年6月期の業績概要	01
2. 2025年6月期の業績見通し	02
■ 事業概要	03
1. 事業セグメントとサービス内容	03
2. ビジネスモデル	04
3. 同社の強み	04
■ 業績動向	05
1. 2024年6月期の業績概要	05
2. セグメント別の事業動向	05
3. 財務状況	07
■ 今後の見通し	08
1. 2025年6月期の業績見通し	08
2. 持分法適用会社 Toluna 社の今後について	09
■ 成長戦略	09
1. 日本事業の成長戦略	09
2. 韓国事業の成長戦略	10
■ 株主還元策	10

■ 要約

マーケティングリサーチを中心に、 企業のマーケティングを総合的に支援する企業。 2024年6月期は日本事業が好調に推移し、 事業利益は計画どおり2ケタ成長を達成

マクロミル<3978>は、独自に構築した130万人の自社パネルに加え、国内提携会社のパネルも含めた約3,600万人のパネルネットワークを構築しており、それらのパネルを対象に調査を行うマーケティングリサーチ企業である。「お客様のより良い意志決定を支援するために、お客様が心から満足し、感動するサービスを提供する」という経営理念のもと、インターネットを活用した市場調査（ネットリサーチ）を主な事業内容とし、広告代理店、コンサルティングファーム、シンクタンク、調査機関、マスコミ、メーカー（自動車、食品、飲料、化粧品、家庭用品、医薬品、アパレル、電気機器、IT関連）、サービス業（流通、金融、通信、外食、レジャー）、官公庁など、幅広い業界と取引を行っている。同社のサービスは、オンラインリサーチ、デジタルリサーチ、グローバルリサーチ、オフラインリサーチ、購買データ分析・提供、統計解析・ビジュアライゼーションと多岐にわたる。また、昨今ではマーケティング活動の上流工程からマーケティング課題全体の解決を支援するため、コンサルティングや広告配信支援等、リサーチ以外の領域にも事業を拡大し、クライアントの課題を一気通貫で解決するためのデータドリブンなソリューションを提供している。また、プライバシーマークやISMS国際規格ISO/IEC 27001:2022の認証を取得しており、情報セキュリティにおいても高い水準を維持している。

1. 2024年6月期の業績概要

2024年6月期の業績は、売上収益43,861百万円（前期比8.0%増）、事業利益5,624百万円（同13.4%増）、営業利益4,470百万円（同0.6%減）、税引前利益4,746百万円（同27.3%増）、継続事業に係る親会社の所有者に帰属する当期利益2,293百万円（同29.0%増）となった。日本事業が好調に推移し、事業利益は生産性の向上により2ケタの増益となった。一方、Toluna Holdings Limited（以下、Toluna社）※の持分法投資損失の影響により営業利益は前期並みだった。2024年6月期は後述する新中期経営計画の初年度にあたるが、これまで進めてきたオンラインリサーチのキャパシティ課題の解消や、アウトバウンドセールスの再開等の施策が奏功し、好循環サイクルが回り始め順調に進捗した。中期経営計画では2023年6月期をボトムに2024年6月期からは利益改善を最優先事項として掲げており、Toluna社の持分法投資損失は計画外であったものの、事業利益では2ケタ増益となったことから、中期経営計画における順調なスタートだと弊社では見ている。

※ 同社は2023年6月に欧米を中心にマーケティングリサーチを実施していたMetrixLabグループをToluna社へ譲渡。譲渡対価として同社がToluna社の株式の17.4%等を取得し、2023年6月期第4四半期よりToluna社は同社の持分法適用会社となっている

要約

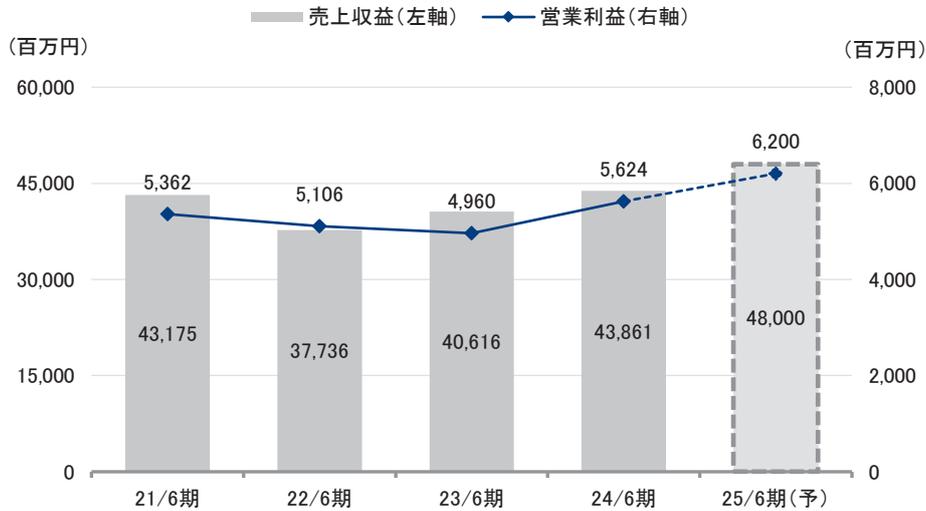
2. 2025年6月期の業績見通し

2025年6月期の業績は、売上収益48,000百万円(前期比9.4%増)、事業利益6,200百万円(同10.2%増)、営業利益5,700百万円(同27.5%増)、税引前利益5,900百万円(同24.3%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益3,100百万円(同35.2%増)を見込んでいる。増収増益基調の継続により、2025年6月期も事業利益の2ケタ成長を予想している。また、持分法損失の縮小を見込んでいることから、営業利益、親会社の所有者に帰属する当期利益も大幅な増益を計画している。足元の事業環境は好調に推移しており、通期計画達成の可能性は高いと弊社では考えている。

Key Points

- ・複雑化するマーケティング課題を解決するため、上流からマーケティング課題全体の解決を支援する「総合マーケティング支援企業」へと、事業モデルの変革を継続
- ・2024年6月期は日本事業が好調に推移し、事業利益は2ケタ増益。新中期経営計画初年度として好調なスタート
- ・2025年6月期は好調な事業環境や持分法損失の縮小を背景に増収増益見込み。足元の事業環境も好調で通期計画達成の可能性は高い

業績推移



注1：22/6期より、非継続事業を除いた継続事業の金額に組み替えている
 注2：23/6期は23/6期第4四半期に発生したM&Aの取引に係り計上された費用を除いた調整後の金額
 注3：23/6期より、営業利益からToluna社に係る持分法投資損益の影響を除いた事業利益の金額を記載
 出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 事業概要

高品質かつ大規模なパネルネットワークを構築。 多種多様な取得データと豊富なリサーチ実績により データドリブンなソリューションを提供

1. 事業セグメントとサービス内容

報告セグメントは「日本事業」と「韓国事業」の2つで、日本事業は3つの領域に区分されている。各領域の特徴は以下のとおり。

(1) 日本事業 (2024 年 6 月期売上実績 377 億円、連結売上構成比 86%)

- 注力領域 (2024 年 6 月期売上実績 148 億円、連結売上構成比 34%)

主力事業であるオンライン及びデジタルリサーチを提供。粗利率は 60% 程度で他領域と比較して利益率が高く利益拡大のドライバーとなる事業、高収益性と安定成長を追求する領域である。請求体系は「アンケート対象人数×質問数」で年間数万単位の案件をアドホックで受注。アドホック案件が大半ではあるが、定点観測で活用される場合は継続的に受注するケースが多く、リピート率は高いため安定した売上基盤がある。顧客需要は景気に一部連動する部分もあるが、顧客が分散化されていること、企業内で消費者行動変容の把握が進んでいること、データを活用したマーケティング手法が浸透していること、により安定的な需要拡大が見込まれる。

- 戦略投資領域 (2024 年 6 月期売上実績 67 億円、連結売上構成比 15%)

データコンサルティング、グローバルリサーチ、新規事業で構成されている。事業モデルの変革を推進する事業群であり、売上2ケタ成長・将来の利益貢献を目指す領域。粗利率は 30% 程度で投資フェーズにあるが、高成長が続く市場であるため、グループとして中長期的に安定した売上伸長を継続するために戦略的に投資を行い、将来の利益貢献の拡大を目指す事業群である。他領域との違いは、データコンサルティング、グローバルリサーチ、新規事業の全ての領域において案件規模が大きく、中には数千万～億円単位のプロジェクト受注もある。また、データコンサルティングは、人月モデルの請求体系となっている点も特徴として挙げられる。当該領域の拡大は、新たなオンライン・デジタルリサーチの売上を創出することにもつながっており、注力領域の売上の後押し効果も期待できる。

- 基盤強化領域 (2024 年 6 月期売上実績 160 億円、連結売上構成比 37%)

オフライン及びデータ提供、さらにその他広告代理店等との合併事業を展開する子会社群で構成されている。子会社群の中には、同社及び電通グループ<4324>との合併会社である(株)電通マクロミルインサイト、(株)博報堂との合併会社であるQO(株)(旧(株)H.M.マーケティングリサーチ)、ケアネット<2150>との合併会社、また2023年7月に子会社化した(株)モニタスなどが含まれている。当該領域は専門性を追求し「強み」を磨く事業群であり、より高い競争優位性・参入障壁を確立することを目的としている。粗利率は 45% 程度で安定した成長と利益貢献の継続を目指している。

事業概要

(2) 韓国事業 (2024年6月期売上実績 61億円、連結売上構成比 14%)

韓国では、子会社である Macromill Embrain Co., Ltd. がマーケティングリサーチ事業を展開している。Macromill Embrain は日本と同様にオンラインリサーチに強みがあり、韓国の大手リサーチ会社の中で唯一、自社パネル基盤を保有している点も特徴として挙げられる。韓国のマーケティングリサーチ市場は、日本と比較して、郵送や電話、訪問調査等のオフラインリサーチ比率が高い状態が継続していたが、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）を経てオフラインリサーチがオンラインリサーチに代替され、オンラインリサーチ比率が高まった。こうした背景から同社は韓国におけるオンラインリサーチ市場では高いシェアを有している。2024年6月期からは、より安定した成長フェーズへと移行しており、日本同様に事業モデルの変革の取り組みを始めている。

2. ビジネスモデル

同社の主力事業であるオンラインリサーチは、インターネットを介したリサーチを通じて、企業が市場に提供する商品やサービスの開発・改善に役立つ情報を消費者から収集・分析する業務である。同社は国内に約 3,600 万人のパネルネットワークを構築し、顧客企業のマーケティング課題に合わせた調査を実施し、対価の一部をパネルに謝礼として支払うことで高品質な情報を収集している。顧客企業には、調査結果に加え、属性情報を紐づけたデータを提供し、顧客企業は自社内では取得できない情報をマーケティングに活用できる。同社は、こうしたサービスを通じて「消費者インサイト」を明らかにし、顧客企業のマーケティング課題の解決に貢献している。消費者インサイトとは、消費者自身が気付いていない動機や本音を指す。近年、リサーチ業界は「インサイト産業」に再定義されつつあり、同社はリサーチの枠を越えた「インサイト」で顧客のビジネス課題の解決支援やマーケティング戦略への提言を行う。同社は「リサーチ企業」から「総合マーケティング支援企業」への事業モデルの変革を推進し、顧客のマーケティングパートナーとして貢献することを目指す。既存事業領域のみならず新たな事業領域でも、同社の「自社パネル」は他社との差別化要因として競争力を発揮すると弊社では見ている。

3. 同社の強み

同社の競合として、(株)NTT ドコモの連結子会社であるインテージホールディングス <4326> やクロス・マーケティンググループ <3675> が挙げられるが、同社の強みは、「高品質パネルネットワーク」「多種多様なデータ」「豊富な実績」の 3 つである。インターネットを介して、一般消費者にアンケート調査を依頼するオンラインリサーチは市場調査において欠かせない手法だが、その品質は、回答者である「パネル」によって成果が左右される。同社では、独自に構築した 130 万人の自社パネルに加え、国内提携会社のパネルも含めた約 3,600 万人のパネルネットワークを構築している。同社のパネルはアンケートに回答することでポイントを貯めることができ、そのポイントは現金やギフト券、電子マネーなどに交換できる。このため、多くの参加者がポイント獲得をインセンティブとして積極的にアンケートに回答する。そのアンケートの回答品質を担保するために、品質管理の専任チームを組織しており、テクノロジーを活用した不正回答の排除やアンケート配信の頻度をコントロールするなど、20 年以上にわたるパネル管理を通じて独自のノウハウが蓄積されている。そのため、回答率や回答の精度、継続率が非常に高い傾向にある。パネルの量と質を担保したネットワークにより、ベーシックな定量調査・定性調査だけではなく、大規模データや時系列データなど、幅広いマーケティングデータの提供が可能となる。

事業概要

また、アンケートによる意識データはもとより、消費者購買履歴や Web 行動のアクセスログといった行動データや生体情報など、生活者の多種多様なデータ収集を得意としている。アンケートへの回答をはじめとする情報の取得にはパネルの同意が必要となるが、会員パネル※ではなく自社パネルを持つ同社だからこそ可能であると弊社では考えている。また、マーケティングリサーチ企業は、パネルから得られたデータを収集・集計・分析して顧客に納品するが、ここでアンケート対象者や質問・回答パターンを設計するリサーチディレクターや、回収した膨大な情報を分析しレポートを行うリサーチャーの役割が重要となる。同社で収集・集計された調査結果は、年間プロジェクト 30,000 件以上、年間取引社数 4,000 社を超える豊富なりサーチ実績とノウハウをもとに分析され、顧客のマーケティング課題の解決に向けた最適な提案を実現している。大手企業を含む顧客基盤と豊富な案件数により、データネイティブな人材が多い点も強みと言える。

※一例として、インテージホールディングスでは、NTT ドコモの d ポイントクラブ会員をパネルとして活用している。

業績動向

2024年6月期は日本事業が好調に推移し、事業利益は2ケタ成長

1. 2024年6月期の業績概要

2024年6月期の業績は、売上収益 43,861 百万円（前期比 8.0% 増）、事業利益 5,624 百万円（同 13.4% 増）、営業利益 4,470 百万円（同 0.6% 減）、税引前利益 4,746 百万円（同 27.3% 増）、継続事業に係る親会社の所有者に帰属する当期利益 2,293 百万円（同 29.0% 増）となった。日本事業が好調に推移し、事業利益は生産性の向上により2ケタの増益となった。一方、Toluna 社の持分法損失の影響により営業利益は前期並みだった。なお、Toluna 社については、2024年6月期は経営統合の PMI に係る費用の発生、欧州をはじめとする事業展開地域の景気の影響を受けて売上が軟調に推移したことから計画外で損失が発生しているが、1年をかけて固定費削減の取り組みが推進された。2026年6月期以降で株式の売却を想定しておりその準備を進めていく計画となっている。

2. セグメント別の事業動向

(1) 日本事業

日本事業は、売上収益 37,719 百万円（前期比 8.0% 増）、セグメント事業利益 5,422 百万円（同 22.5% 増）となった。注力領域、戦略投資領域、基盤強化領域の各領域で売上収益が順調に拡大した。

業績動向

注力領域であるオンライン及びデジタルリサーチのサービスでは、前期下期からの積極的な営業活動が効果をあげ、顧客企業との関係が強化された。その結果、売上収益は 14,888 百万円となり、前期比 5.5% 増となった。注力領域は売上総利益率が 60% 以上と利益貢献が最も高い領域であるが、2023 年 6 月期までは軟調であった。コロナ禍からの需要の回復に対して社内リソースが不足していたことが要因であったが、2023 年 6 月期中に解消しており、2024 年 6 月期は離反顧客の呼び戻しや、競合案件の獲得に注力した。人員採用については大幅増員フェーズを脱しており、今後は既存従業員一人ひとりの能力・習熟度を高め 1 人当たりの対応案件数を増やし外注費を削減していく。売上総利益率の高い注力領域での売上を着実に確保することで、全体の生産性を高めていく。

戦略投資領域であるグローバルリサーチ、コンサルティング、新規事業などのサービスについては、グローバルリサーチ及びコンサルティングが上期に好調であったほか、下期には新規事業の成長が加速したため、売上収益は 6,787 百万円に達し、前期比 12.9% 増となった。戦略投資領域は期初計画比では計画ビハインドとなったが、これは他領域と比較して 1 件当たりの案件規模が大きく売上のボラティリティが高いことが要因である。案件の受発注のタイミングやプロジェクトの終了等によって変動が出やすいが、2 ケタ成長を確保した。同領域はマーケットが伸長しており、引き続き高い成長を見込む。

基盤強化領域であるオフライン及びデータ提供、さらにその他広告代理店等との合併事業を展開する子会社群については、2023 年 7 月にモニタスを子会社化した影響もあり、売上収益は前期比 8.5% 増の 16,043 百万円となった。基盤強化領域は合併事業をはじめ専門性を追求することで安定成長が見込まれる領域であるが、2024 年 6 月期はモニタスを含む子会社群が好調に推移し期初計画を上回った。

費用面では、2023 年 6 月期下期からの増員によって人件費が押し上げられたこと、また新規事業に係る人材や IT 人材の採用強化等により、人件費は売上成長率を上回り増加した。一方で、社内リソースの生産性改善や業務の内製化が進み、外注費は抑制され前期を下回った。システム関連費用については、将来に向けた持続的な売上成長と利益改善のための投資（リサーチ基幹システム刷新など）により増加した。

(2) 韓国事業

韓国事業は、売上収益 6,142 百万円（前期比 7.3% 増）、セグメント事業利益 202 百万円（同 61.9% 減）となった。韓国においては、景気低迷の影響により、政府が実施する公共調査の減少や大手顧客企業のリサーチ予算の縮小など、市場環境が厳しい状況にある。しかし、同社では、韓国の大手リサーチ会社の中で唯一、自社でパネル基盤を保有している利点を生かし、日本で既に実施している購買データ提供などの新規事業を推進しており、自社の構造的な強みを活用したサービス展開を行い、新たな収益源の確保に努めた。第 2 四半期末には、韓国でのマーケティング施策支援事業を開始するため、広告宣伝事業を展開する企業を M&A により取得し協業を進めた。第 3 四半期以降は景況感悪化の影響が一巡したことや、第 4 四半期には M&A のシナジー効果が現れたことで売上が回復した。また、利益面では人件費の増加や一過性費用の発生により下期は損失が継続したものの、コストコントロールに注力した結果、第 4 四半期は損益分岐点まで回復した。新たな柱となるサービスへの事業投資を進める一方で、利益面を重視した経営が進められていると弊社では考えている。

業績動向

3. 財務状況

2024年6月期末の資産合計は前期末比4,948百万円減の89,205百万円となった。流動資産合計は同8,300百万円減の20,986百万円で、現金及び現金同等物7,856百万円、営業債権及びその他の債権675百万円の減少が主な要因である。非流動資産合計は同3,351百万円増の68,218百万円で、その他の金融資産1,494百万円、使用権資産1,221百万円、長期貸付金1,184百万円の増加が主な要因である。負債合計は同8,416百万円減の43,406百万円で、リース負債1,197百万円の増加と社債及び借入金10,421万円の減少が主な要因である。資本合計は同3,468百万円増の45,799百万円で、配当金の支払額1,279百万円、子会社に対する所有持分の変動644百万円の減少があった一方、親会社の所有者に帰属する当期利益2,998百万円、その他の包括利益2,226百万円の発生が主な要因である。個別財政状態における自己資本比率は同3.5ポイント上昇の23.8%、Net Debt/EBITDA倍率は前期末、前四半期からともに回復傾向にある。有利子負債の返済については一定の目途が付いており、2025年6月期はNet Debt/EBITDA倍率も目標圏内に入る見通しである。財務健全性は盤石で短期的な懸念事項はまったくない。

連結財政状態計算書

(単位：百万円)

	23/6期	24/6期	増減額
流動資産合計	29,286	20,986	-8,300
(現金及び現金同等物)	18,255	10,398	-7,856
(営業債権及びその他の債権)	6,659	5,984	-675
非流動資産合計	64,867	68,218	3,351
(のれん)	40,033	40,665	632
資産合計	94,154	89,205	-4,948
流動負債合計	19,394	10,689	-8,705
(社債及び借入金)	10,632	698	-9,934
非流動負債合計	32,428	32,717	289
(社債及び借入金)	30,288	29,800	-488
負債合計	51,823	43,406	-8,416
資本合計	42,330	45,799	3,468
負債及び資本合計	94,154	89,205	-4,949

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

好調な事業環境を背景に増収増益基調を継続。 事業モデル変革に向けた投資を継続しながらも 着実な2ケタ増益を見込む

1. 2025年6月期の業績見通し

2025年6月期は、売上収益48,000百万円（前期比9.4%増）、事業利益6,200百万円（同10.2%増）、営業利益5,700百万円（同27.5%増）、税引前利益5,900百万円（同24.3%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益3,100百万円（同35.2%増）を見込んでいる。増収増益基調の継続により、事業利益の2ケタ成長を計画している。また、持分法損失の縮小を見込んでいるため、営業利益も大幅に増益する見込みだ。

日本事業では、オンライン及びデジタルリサーチの拡販を進め注力領域の拡大を見込む。また、戦略投資領域であるグローバルリサーチやデータコンサルティング、ライフサイエンス等の新規事業も2ケタ以上の成長を目指す。新たに提供を予定しているサブスクリプションモデルでのデータ提供サービスは2025年6月期中に開始予定である。基盤強化領域も安定的な成長を見込んでいる。費用面では、外注費の増加を見込むが、人件費の増加ペースは抑制する方針だ。また、リサーチ基幹システムの刷新などへの投資継続により、システム関連費用の増加を予定しているが、売上成長とのバランスを取りながら投資配分をコントロールする。適切なコストコントロールを行い、営業費用全体の増加率を売上成長率以下に抑える計画だ。

韓国事業では、景気の悪化による影響が続く見込みだが、購買パネルデータの提供サービス等の本格展開などにより増収基調を維持する計画だ。新規事業に係る投資の拡大などに伴い外注費の増加を見込むが、売上拡大により増加費用を吸収し増益を目指す。事業環境は好調に推移しており、通期計画達成の可能性は高いと弊社では考えている。

2025年6月期業績見通し

(単位：百万円)

	24/6期		25/6期		増減率
	実績	売上比	予想	売上比	
売上収益	43,861	-	48,000	-	9.4%
事業利益	5,624	12.8%	6,200	12.9%	10.2%
営業利益	4,470	10.2%	5,700	11.9%	27.5%
税引前利益	4,746	10.8%	5,900	12.3%	24.3%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	2,293	5.2%	3,100	6.5%	35.2%
基本的1株当たり当期利益(円)	60.19	-	82.00	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 持分法適用会社 Toluna 社の今後について

持分法適用会社である Toluna 社については、2024 年 6 月期は期初計画を上回る持分法損失となるも、PMI プロセスを加速度的に進めたことで想定を上回る固定費の削減を実現した。2025 年 6 月期は、統合された組織・ソリューションによる営業活動を活性化し、マーケットシェアの拡大により売上・利益の大幅改善を見込む。また、2026 年 6 月期以降は、さらなる成長に向けた事業基盤強化のために、売上・利益拡大と並行して、M&A または IPO による EXIT も推進していく。

■ 成長戦略

総合マーケティング支援企業へと事業モデルの変革を加速させ、 2026 年 6 月期には営業利益 7,500 百万円を目指す

同社は、海外事業の譲渡や経営環境を踏まえ、2023 年 8 月に「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」と『事業モデルの変革』を継続」を方針とする中期経営計画（2024 年 6 月期～2026 年 6 月期）を策定し公表している。2026 年 6 月期の経営目標は売上収益 53,000 百万円、営業利益 7,500 百万円である。財務レバレッジは従来目標を維持し、Net Debt/EBITDA 倍率を 2.0～2.5 倍にコントロールする。株主還元は配当性向 50% を指標とし、機動的な自己株取得を継続する。新中期経営計画では、利益額や利益率の改善状況を正確に把握するため報告セグメントを再定義し、日本事業の内訳を注力領域・戦略投資領域・基盤強化領域の 3 つに分け、それぞれの目標と基本戦略を明確にした。

日本事業では、オンライン及びデジタルリサーチの成長回帰に注力し、アジア地域での事業拡大やグローバルリサーチの強化、データコンサルティング、サブスクリプション型ソリューション開発を推進する。2026 年 6 月期の売上収益目標は 46,000 百万円（3 年平均成長率 10.0%）である。韓国事業では、購買データ提供に係るサービスを開始し、2026 年 6 月期の売上収益 7,000 百万円（3 年平均成長率 7.0%）を目指す。売上収益拡大とともに、業務効率化と生産性向上に取り組み、利益の最大化を図る。

1. 日本事業の成長戦略

日本事業では、圧倒的なパネル基盤を生かし、総合マーケティング支援企業へと事業モデルの変革を加速させる。具体的には、マーケティングリサーチ以外の領域で、既に 2021 年より開始しているマーケティングコンサルティングを拡大すること、さらに 2025 年 6 月期からは新しいマーケティングソリューションとして開発が進むサブスクリプションモデルのサービス提供開始を計画している。またこうした取り組みを進める上で、同社ではリサーチ基幹システムの刷新に取り組んでいる。基幹システムの刷新により、従来以上に多様なデータをスピーディに提供できる体制となり、新サービス開発や既存サービスの付加価値向上が見込まれる。また、生産性の部分では、現在は人が介在している業務について生成 AI 等を活用することで抜本的に効率化していく想定である。

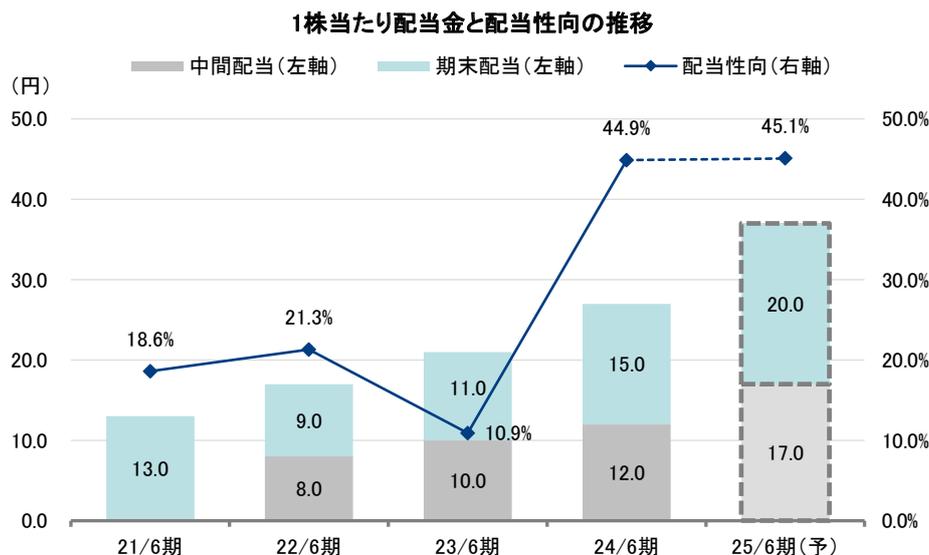
2. 韓国事業の成長戦略

韓国事業では、業界最大規模のパネル基盤を生かし、日本事業の成長プロセスの再現を目標として、日本で成功しているデータ提供ビジネスを韓国においても本格化し、事業モデルの変革を加速させる。売上収益は、市場シェアが拡大し新たな成長フェーズへ移行したと捉えていることから、従来対比では抑えた目標設定とする。営業利益については、データ提供ビジネスへの投資を積極化し、同ビジネスの拡大に伴う収益モデルの多様化を見込む。中期経営計画の最終年度である2026年6月期に収穫期を迎えるよう注力する。

■ 株主還元策

2024年6月期は1株当たり27.0円の配当。 配当性向50%を目標に増配基調を目指す

同社は基本方針として、「成長投資」を最優先に、「株主還元」と「負債の返済」のバランスを取り、適切なキャッシュアロケーションを目指している。株主還元方針に、累進配当（配当額を増配か維持に限定）を掲げ、余剰キャッシュや株価水準を総合的に勘案したうえで、機動的な自己株取得の実施も視野に入れている。2024年6月期は1株当たり27.0円（配当性向44.9%）の配当を実施しており、成長投資による企業価値の向上と配当金による還元の強化により株主に報いていく方針が明確に読み取れる。また、2025年6月期は中間配当17.0円、期末配当20.0円の合計37.0円（配当性向45.1%）を予想している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp