

投資WEB IRセミナー

2025年6月18日

[株式会社Macbee Planet](#)

証券コード 7095



会社概要

- 「データ」「テクノロジー」「コンサルティング」の掛け合わせによって、クライアントのリスクを最大限抑えた成果報酬型マーケティングを提供



■ 上場後、成果報酬型のマーケティング支援により売上高・営業利益ともに圧倒的な成長を実現

(単位：百万円)

■ 売上高
■ 営業利益

年平均成長率
+52%
2020→2025
売上高

年平均成長率
+65%
2020→2025
営業利益

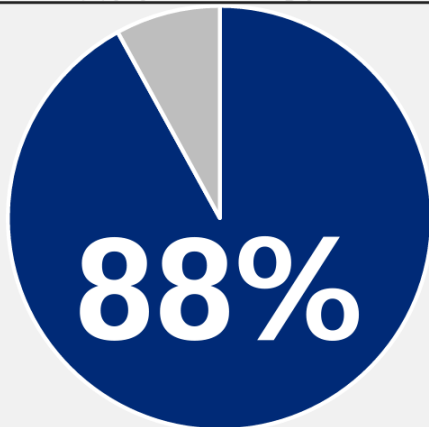


事業成長の背景

- データ蓄積でマーケティング効率が向上するため、長期的に高い継続率を実現
- 顧客内のシェア拡大やクロスセルによって単価も向上

高継続率

上位顧客の長期継続率*



高い費用対効果の実現 (LTV>投下コスト)

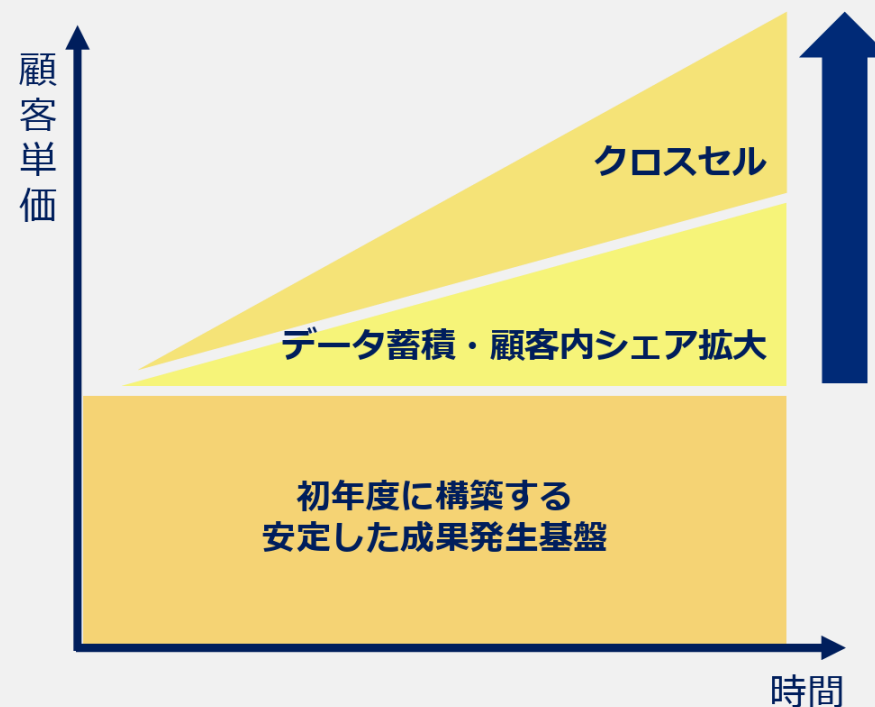
成果報酬の
データ蓄積/解析

新たな消費者
接点の創出

PRなど周辺
機能の一貫提供



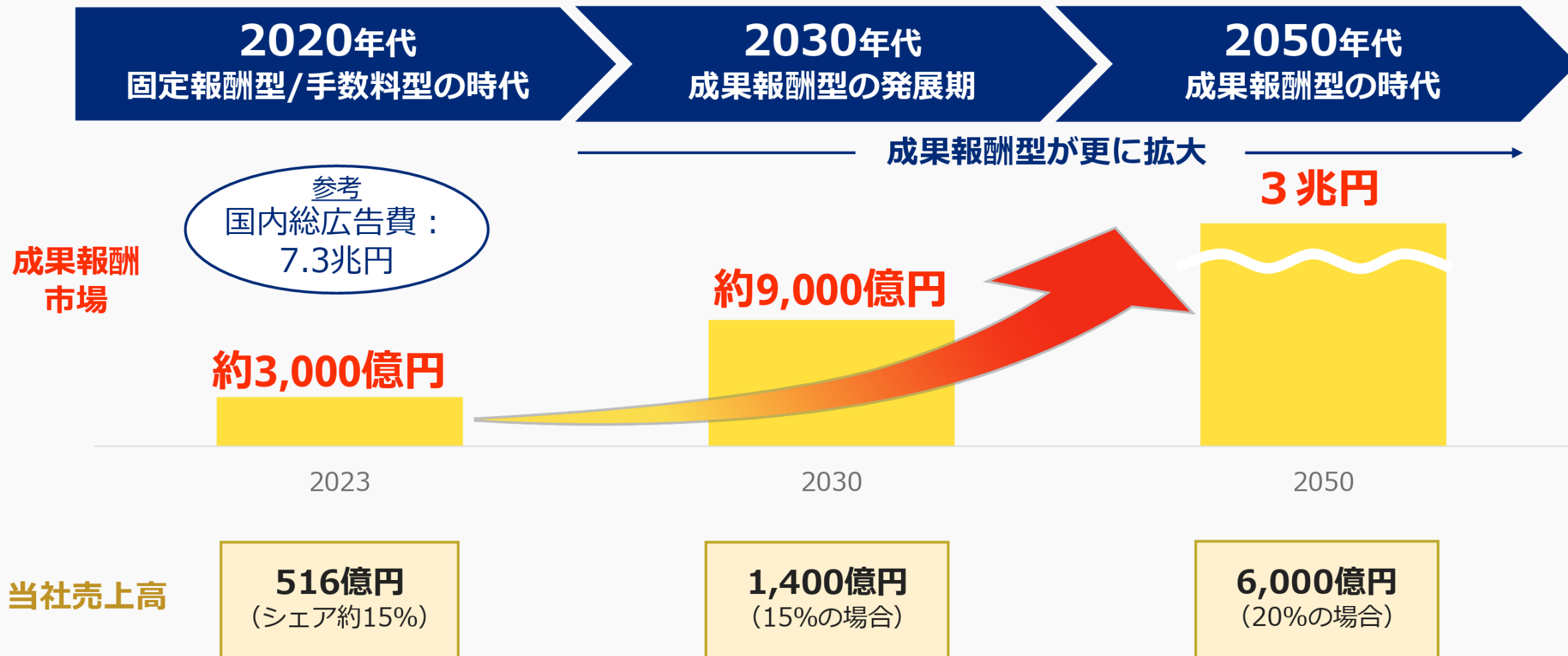
単価向上



*上場後の各年度の上位20顧客のうちの2025月4月末の取引継続率（2020年4月期~2025年4月期）

成果報酬型市場の見通し

- 現状、獲得市場における課金体系は固定報酬型や手数料型が主流
- 今後は顧客にとってリスクの低い成果報酬型が急速に拡大



※25.4期売上高

出所：2023年はDentsu「日本の広告費」をもとに当社算出。2030年以降の成果報酬型の数値は当社推計

2025年4月期実績および 2026年4月期の見通し

取り組みサマリー

■ 25.4期に続き、中計施策に沿って事業を推進するとともにIFRSを導入

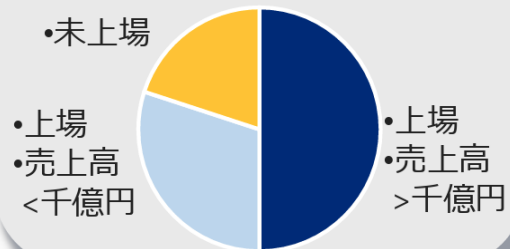
2025年4月期 実績

プライム市場への 市場変更



顧客ポートフォリオ の見直し

当社売上高上位20社



中計施策

株主還元

普通配当
導入

&

自社株買
実施

中計施策

PR強化/認知度向上



2026年4月期 計画

IFRS導入



中計施策

新たな消費者接点 の創出

26.4期新規消費者接点

30億円

中計施策

PR強化/自社実績を 基にしたPRサービスの 拡販

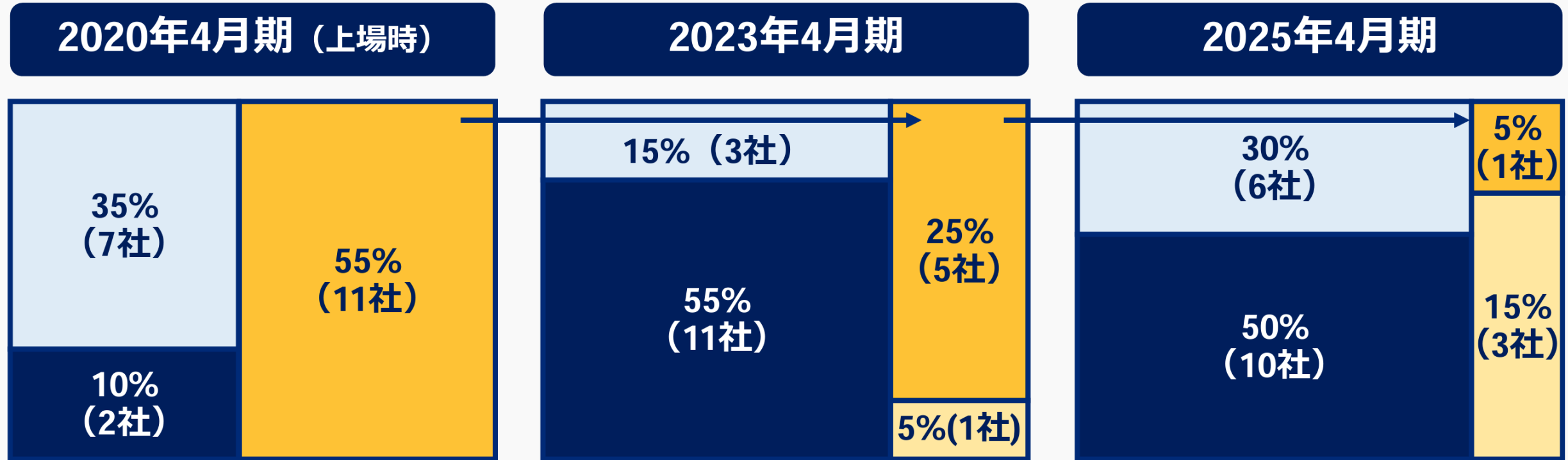
中計施策

M&Aの実行

25.4期取り組みサマリー：顧客ポートフォリオの見直し

- 大型/上場企業との取引が増加し、上場時に上位20社の過半を占めていた
売上高1,000億未満の未上場企業の割合は5%にまで低下

売上高上位20社の構成



■ 上場企業グループ（売上高1,000億円未満） ■ 未上場企業グループ（売上高1,000億円未満）
■ 上場企業グループ（売上高1,000億円以上） ■ 未上場企業グループ（売上高1,000億円以上）

26.4期取り組みサマリー：新たな消費者接点の創出

- 他社との協業を通じた独自メディアなど新たな消費者との接点を創出することで、「顧客への価値提供」と「粗利率の向上」の両立を目指す

26.4期 新規消費者接点

30億円

27.4期 新規消費者接点

50億円

中期経営計画の事業戦略

独自=
粗利率up

バーティカルメディアの生成
— 特定分野に特化 —

リテールメディアの生成
— 消費者体験を向上 —

サイネージメディアの生成
— デジタルとリアルの融合 —

強化施策

動画
メディア活用

TikTok LIVE

独自=
粗利率up

YouTube
by MOJA

新興メディアの
開拓



パートナー

パートナー

パートナー

2025年4月期通期業績ハイライト

■ 売上高・営業利益ともに約3割の増収・増益となり、いずれも過去最高業績を更新

増収/増益要因 減収/減益要因

通期決算ハイライト

(単位：百万円)

	2024年4月期	2025年4月期	増減率
売上高	39,405	51,675	+31%
EBITDA	4,157	5,241	+26%
営業利益	3,670	4,639	+26%
営業利益率	9.3%	9.0%	▲0.3pt

売上高



医療 157億円 (YoY+163%)

- ・ ユーザー獲得のため広告投資が急拡大

投資 131億円 (YoY+26%)

- ・ 証券会社その他、暗号資産業者との取引拡大

人材 49億円 (YoY+24%)

- ・ 既存案件の拡張および大型案件の獲得

利益率



粗利

医療 利益率：低 規模：拡大

- ・ 急速な立ち上がりにより効率化は劣後

来店型 利益率：高 規模：縮小

- ・ 取引リスクを考慮し縮小

営業利益

広告宣伝費 3.1億円

- ・ 当社のPR活動をグループ会社主導で企画・実施

貸倒引当金戻入 1.4億円

- ・ 継続的な回収を実施

その他経費

- ・ 対売上高比で圧縮

2025年4月期業績予想との差異分析

- 医療業界の拡大により売上高の上方修正、広告宣伝費の見通しに応じた営業利益のレンジ解除を行ったものの、医療業界の見通しで差分が発生

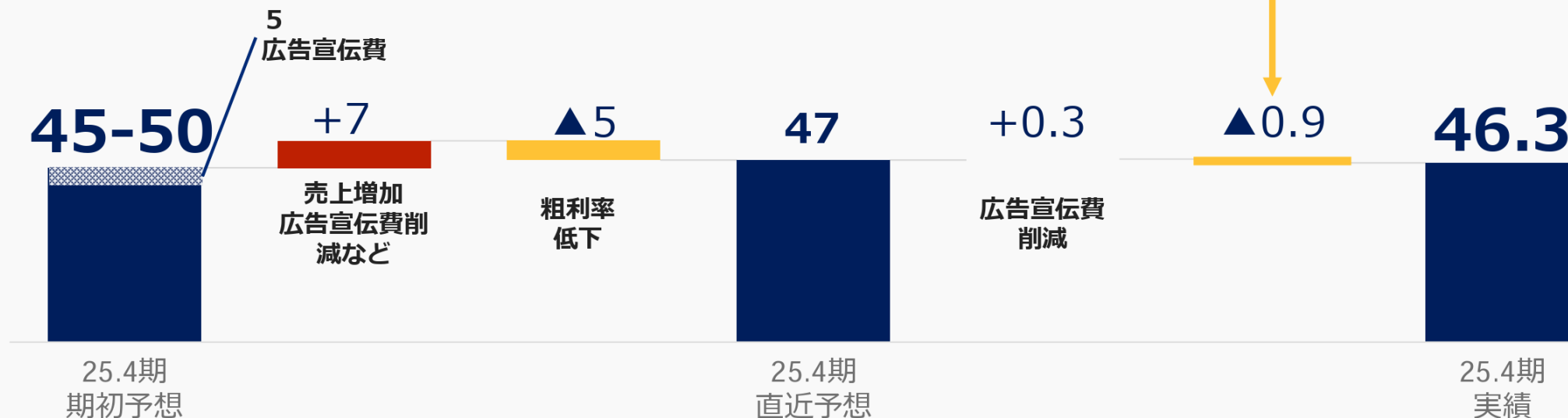
(単位：億円)

■ 増加要因 ■ 減少要因

売上高



営業利益



2026年4月期業績予想

■ 一部顧客の変動リスクも織り込み、売上収益610億円 営業利益56億円と予想

		2025年 4月期	2026年 4月期
		実績	予想
(単位：百万円)	会計基準	日本基準	IFRS
売上高*		51,675	61,000
	(前期比)	+31%	+18%
営業利益		4,644	5,600
	(前期比)	+27%	—
親会社株主に帰属する 当期純利益**		2,770	3,760
	(前期比)	+22%	—
1株当たり当期純利益***		195.85円	270.99円
1株当たり配当金		36.00円	55.00円

売上高予想の前提

既存顧客の主要業界別

ファイナンス	投資	➡ 証券会社や仮想通貨が成長継続
	コンシューマー ファイナンス	➡ 消費者金融は縮小しクレカが成長
ウェルネス	医療	➡ 上振れの可能性もあるが横這いを想定
人材		➡ Q1は反動減で下落も、Q1を底に増加
その他		➡ 各種アプリなどが増加

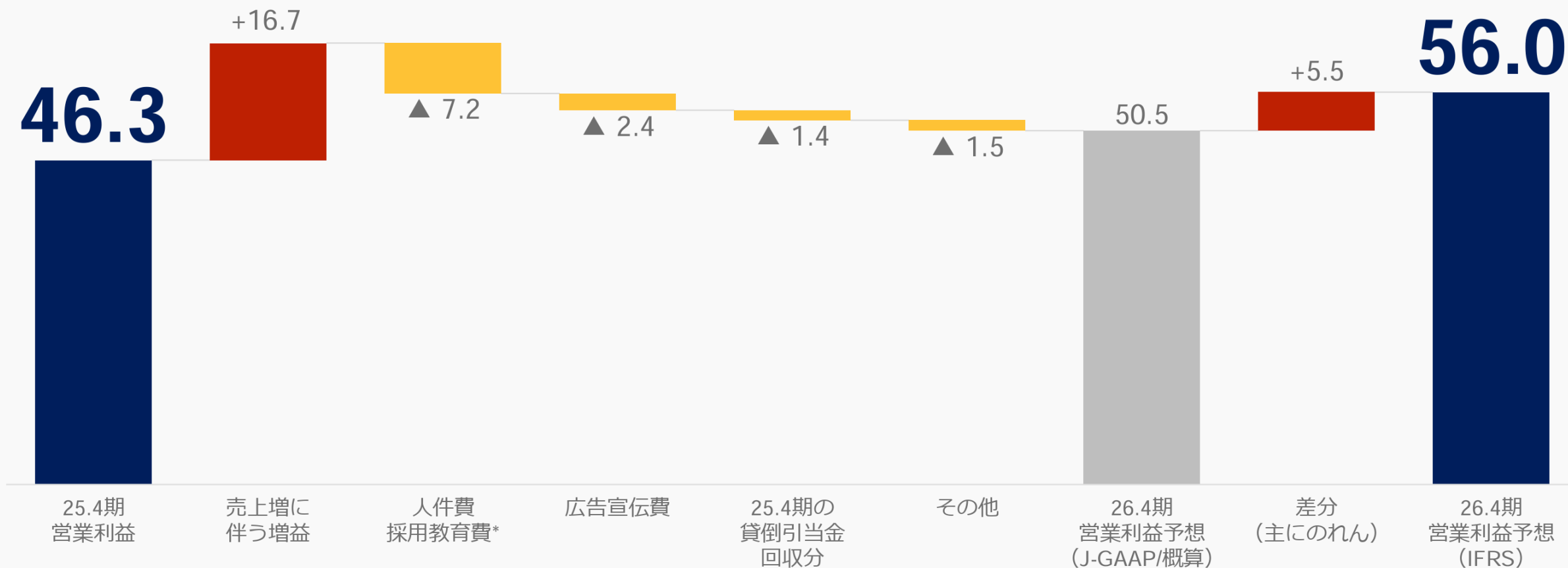
新規顧客 *獲得領域

小型	▶	大型& 成長 ポテンシャル	月間売上	25.4期 実績	26.4期 目標
			3,000万以上	1件	5件
			1,000万以上	4件	16件

2026年4月期営業利益予想の主な増減内訳

- 人件費/採用費と広告宣伝費が増加も事業成長により増益を継続
- IFRS適用による影響も営業利益にはプラスに寄与

(単位：億円)



*：研究開発費の振替分含

中期経営計画の進捗

- 25.4期は計画以上の売上高成長を実現し、順調な滑り出しと評価
- 利益に関してはレンジ内であることから利益率向上を課題と認識し、消費者接点創出に向けた施策を通じて利益率向上に取り組む

事業戦略

① インターネット広告の次世代化

- 25.4期は顧客ポートフォリオの転換に注力し、進捗は限定的
- 26.4期は注力的に実施

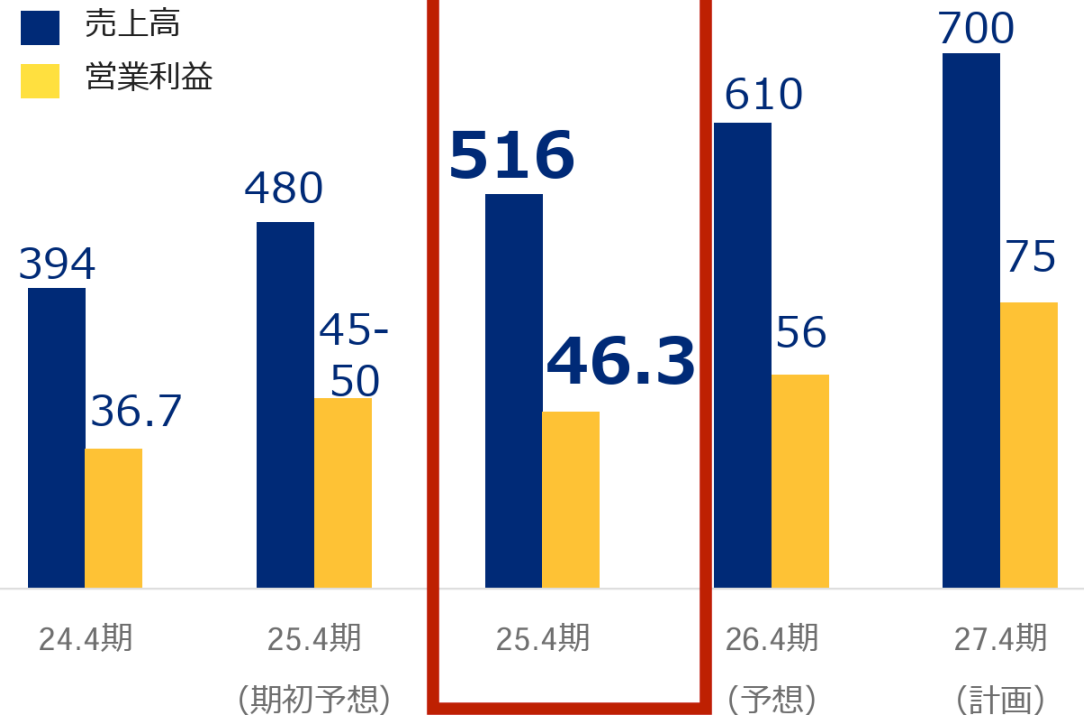
② PRと獲得の融合

- 25.4期はPRサービスのクロスセルを実施
- 26.4期は当社でのPR実績を基に拡販を狙う

③ 加速度的なM&Aによる非連続な成長

- 25.4期もM&Aは推進し、MOJAを取得
- 26.4期は数十億円規模の大型M&A機会も模索

数値目標* (億円)

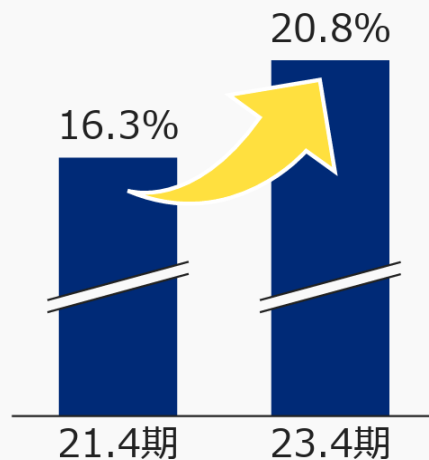


- シナジー創出の蓋然性が高い企業を対象としたM&Aを活用し飛躍的な成長を実現。企業価値向上に資する企業をターゲットに継続的に実施予定

2021

α, inc

エンジニアを獲得。
AIなどの活用で粗利率が改善



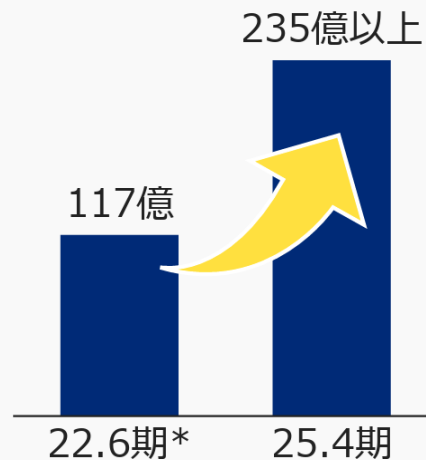
*2023年にMAVELに吸収合併。ネットマーケティング取得による粗利率変動の影響を排除するため、23.4期の数値で比較

2023

N
M

NET
MARKETING
CO. LTD.

顧客基盤・マーケティング人材を獲得。グループイン後
2年で売上が倍増



*グループイン後に会計期変更とともに
All Adsへの社名変更を実施

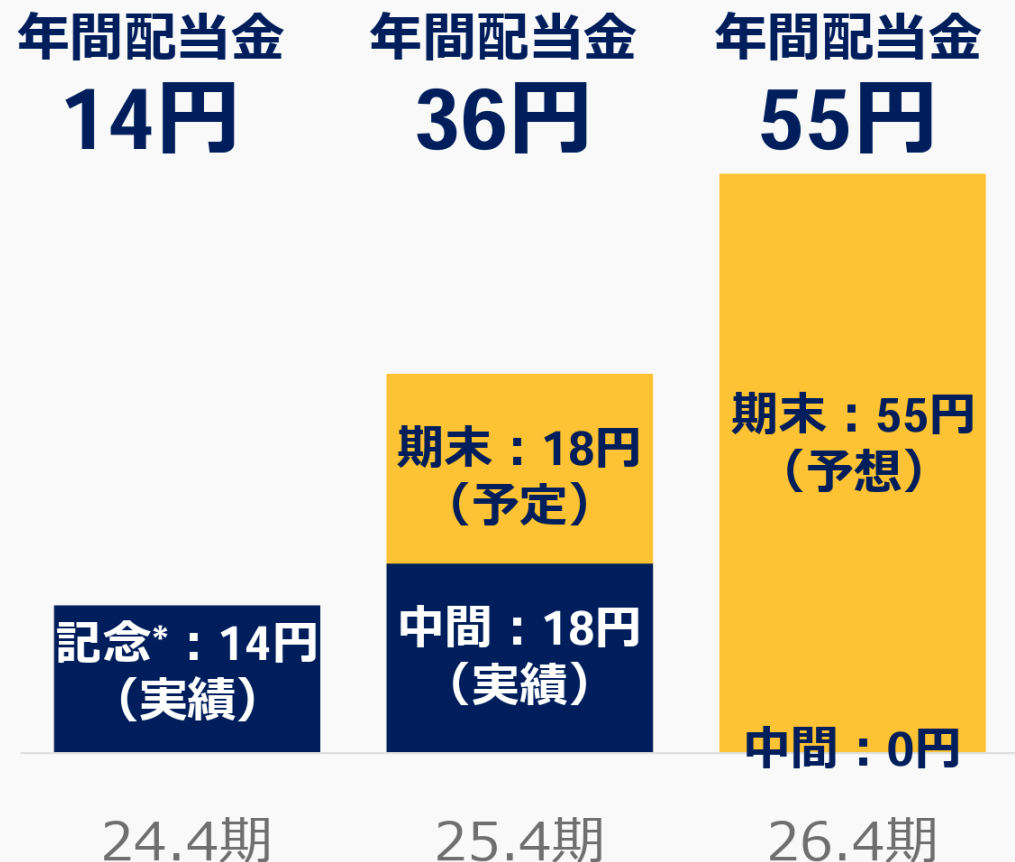
2024

PR Cloud Tech

PR機能を獲得。当社を題材とした施策でキー局や東洋経済からも注目拡大



配当金



自己株式取得

25.4期

16.2億円の取得

→ 役職員向けの株式報酬や
M&Aに活用

26.4期

自己株式の保有量や現預金などを
考慮の上、適正ではないと判断される
株価水準が継続する際には検討

*2024年6月1日付で1：4の株式分割を行ったため、株式分割を考慮した配当金の額を記載
分割前の配当金額は56.00円

本資料には、将来の見通しに関する内容が含まれておりますが、本資料作成時点において入手可能な情報に基づいて作成されたものであり、リスクや不確実性等を含むため、将来の経営成績等の結果を保証するものではありません。

したがって、実際の結果は、環境の変化などにより、本資料に記載された将来の見通しと大きく異なる可能性があります。

上記のリスクや不確実性には、国内外の経済状況や当社の関連する業界動向等の要因が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・事象の発生等があった場合においても、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報について、更新・改訂等を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、当該情報の正確性、適切性等を当社が保証するものではありません。