



## 2020年4月期決算説明資料

---

2020年6月12日

株式会社Macbee Planet  
(証券コード：7095)

# 会社概要

社名	株式会社Macbee Planet
証券コード	7095
設立日	2015年8月25日
資本金	394百万円（2020年4月末現在）
事業内容	データを活用したマーケティング分析サービスの提供
本社所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目11番11号
従業員数	60名(2020年4月末現在)

## 沿革

2015年 8月	株式会社Macbee Planet 設立
2015年 8月	データ解析プラットフォーム「ハニカム」リリース
2017年 11月	Web接客ツール「Robee」リリース
2018年 10月	研究開発拠点「TECH LABO」を開設
2018年 12月	営業活動拠点「福岡オフィス」を開設

# 2020年4月期 TOPICs

- 高い成長率を実現し、厳しい市況下においても東京証券取引所マザーズ市場に上場。

## 日本テクノロジーFast50 4位

551.1%の収益成長を記録  
(2017年4月～2019年4月)

**50** | Technology **Fast 50**  
2019 Japan **WINNER**  
**Deloitte.**

「デロイト トウシュ トーマツ リミテッド 2019年 日本テクノロジーFast 50」で国内4位を受賞

**500** | Technology **Fast 500**  
2019 APAC **WINNER**

「デロイト トウシュ トーマツ リミテッド 2019年 アジア太平洋地域テクノロジーFast 500」で148位を受賞

## 東京証券取引所マザーズ市場上場

2020年3月31日、東京証券取引所マザーズ市場に上場



# 2020年4月期ハイライト

## 2020年4月期 決算サマリー

- ・売上、営業利益ともに業績予想を上回り、過去最高を達成
- ・売上6,466百万円（前期比 +38.0%）
- ・営業利益374百万円（前期比 +88.5%）

## 新型コロナウイルス 感染症拡大の影響

- ・美容（来店型）はマイナス影響
- ・美容（EC）や金融（証券）などプラス影響
- ・2020年4月期における全体的な影響は軽微

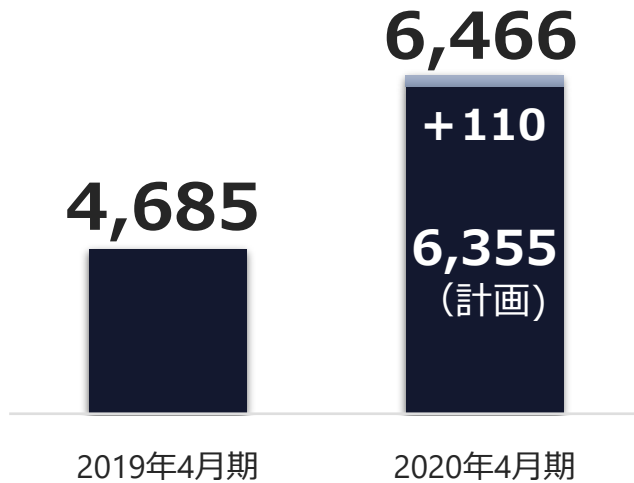
## Robeeに 新機能搭載

- ・サービス解約時にチャットボットで接客、解約率を低下

# 2020年4月期決算サマリー

■売上、営業利益ともに業績予想を上回り、過去最高を達成。

売上高 (百万円)

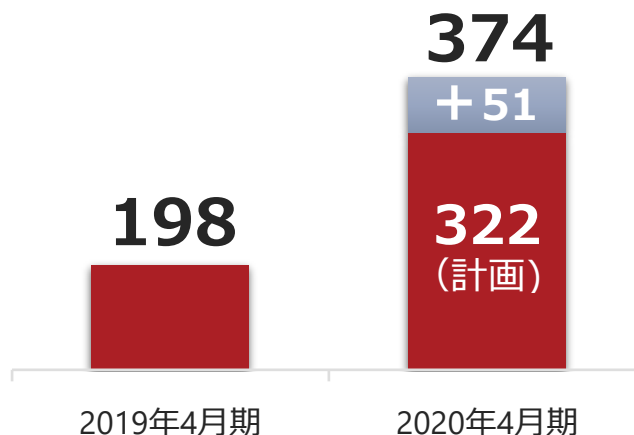


前期比 +1,780 (百万円)

**38.0%増**

計画比101.7%

営業利益 (百万円)



前期比 +175 (百万円)

**88.5%増**

計画比116.1%

# 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

■ コロナ禍でも、成果報酬型マーケティングは堅調見込。

2020年4月期における影響

美容（来店型）においてマイナス影響があったが、美容（EC）や金融（証券）などプラス影響があり、全体的な影響は軽微であった

2021年4月期における影響

緊急事態宣言が解除され、美容（来店型）は回復の兆しがある  
その他当社の業績に与える影響は現在評価中のため、今期の業績予想は、開示が可能になった段階で速やかに公表いたします

長期影響と対応

新しい生活様式により、EC・サブスクリプションサービスが浸透しターゲット企業の拡大を見込む

# Robee 新機能搭載

- 解約率を下げLTVを向上するリテンション<sup>※</sup>チャットボット機能を追加。



①解約時に接客し、解約率を下げLTVを向上

②解約理由に凝縮されたサービスの課題を抽出し分析



## ①解約率を低下



解約を検討するユーザーの不満解消をチャットボットにより行い解約率を低下

解約防止率

約 **10%**

## ②解約分析

解約理由に凝縮されたサービスへの不満等、ユーザーの生の声を収集しリテンション施策に活用

解約理由・改善要望  
競合情報・ライバル



※リテンション：既存顧客との関係維持

# Macbee Planet

---

## 会社紹介

---

- ビジョン
- 我々が実現したいこと
- 事業内容
- 当社の強み



# ビジョン

革新的なマーケティングにより、  
世界を牽引する企業になる。

# 我々が実現したいこと

## LTV<sup>※</sup>を予測し ROI<sup>※</sup>の最適化を実現する

### ※LTV (Life Time Value) とは

ユーザー（消費者）が生涯を通じて企業にもたらす利益のことを指し、1人のユーザー獲得にかけることができる費用を算出するための指標




### ※ROI (Return On Investment) とは

投資に対してどれだけ利益をあげることができたのかという指標

# 事業内容

■ 新規ユーザー(消費者)の獲得及び既存ユーザーの解約防止を成果報酬型で提供。



	アナリティクスコンサルティング事業 (AC事業)  <b>ハニカム</b> データ解析プラットフォーム
	マーケティングテクノロジー事業 (MT事業)  <b>Robee</b> Web接客/解約防止チャットボット

# 当社の強み

## ① LTV予測力

データを解析しユーザー(消費者)のLTVを予測する技術

## ② コンサルティング力

LTV予測技術を活用したコンサルティング力

## ③ LTV向上力

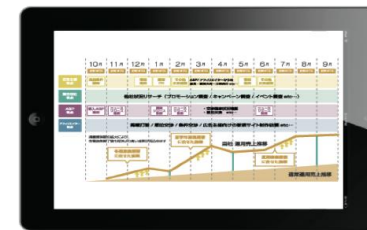
顧客転換率と顧客解約率改善によるLTV向上技術

# ① LTV予測力

■ マーケティングデータと購買データを紐付け、LTV予測モデルを構築。

## データ解析プラットフォーム

### 1. データ取得



### 2. データ解析

#### マーケティングデータ

属性

ニーズ  
嗜好

デバイス

日時  
場所

媒体  
クリエイティブ

LP  
訴求



#### 購買データ

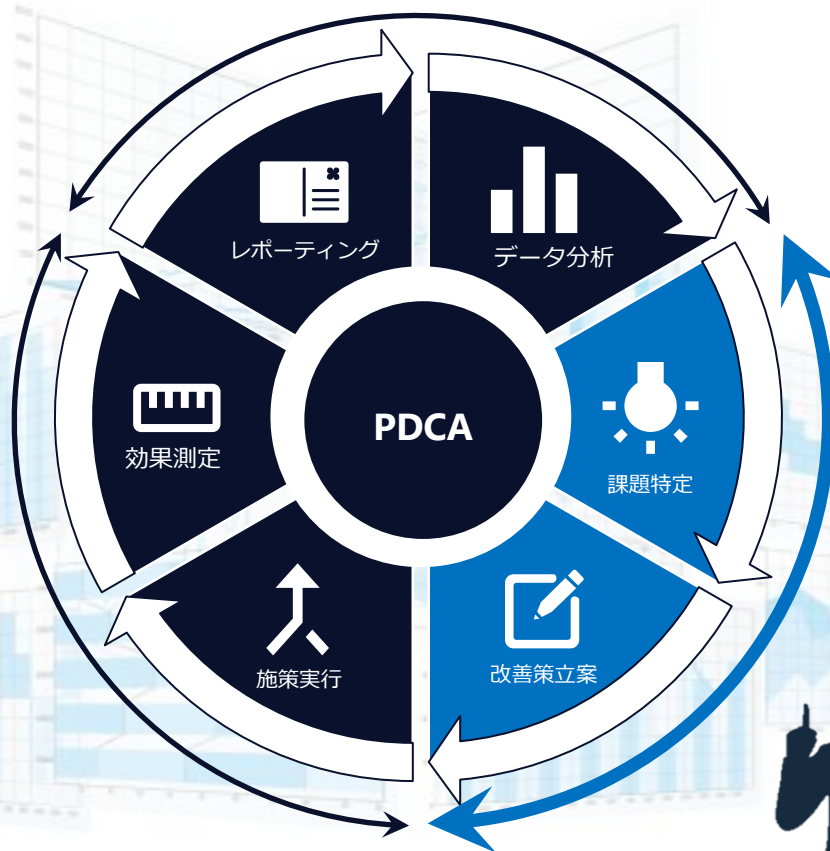
購入  
単価

購入  
回数

## ② コンサルティングカ

- LTVが高いユーザー(消費者)の集客コンサルティングサービスを成果報酬型で提供。

  
ハニカム  
Data Platform



Robee  
Web接客



Consulting

# ③ LTV向上力

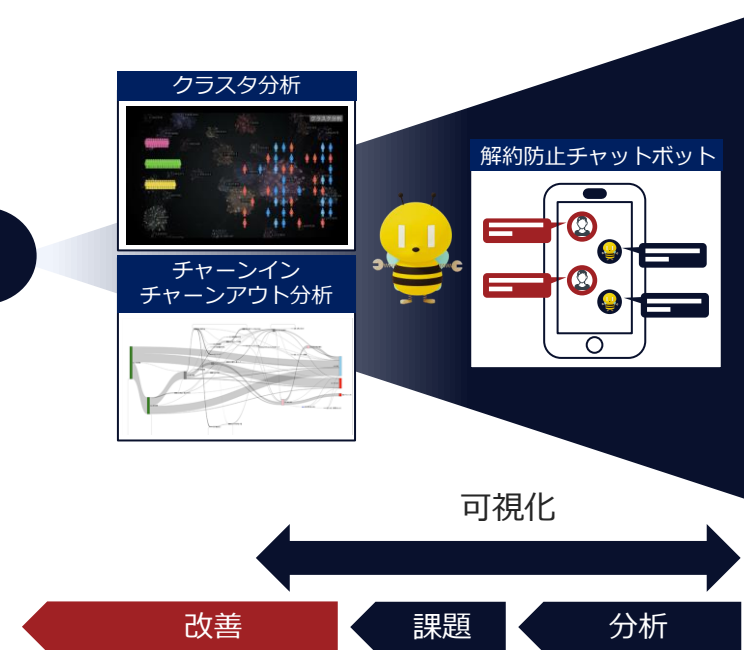
■ さらに、顧客転換率を向上させ、顧客解約率を下げることにより、LTVを向上。

## Robee

### 顧客転換率 アップ



### 顧客解約率 ダウン



※特許出願中

# Macbee Planet

---

## 2020年4月期業績について

---

- 業績サマリー
- セグメント別売上高
- 貸借対照表



# 業績サマリー

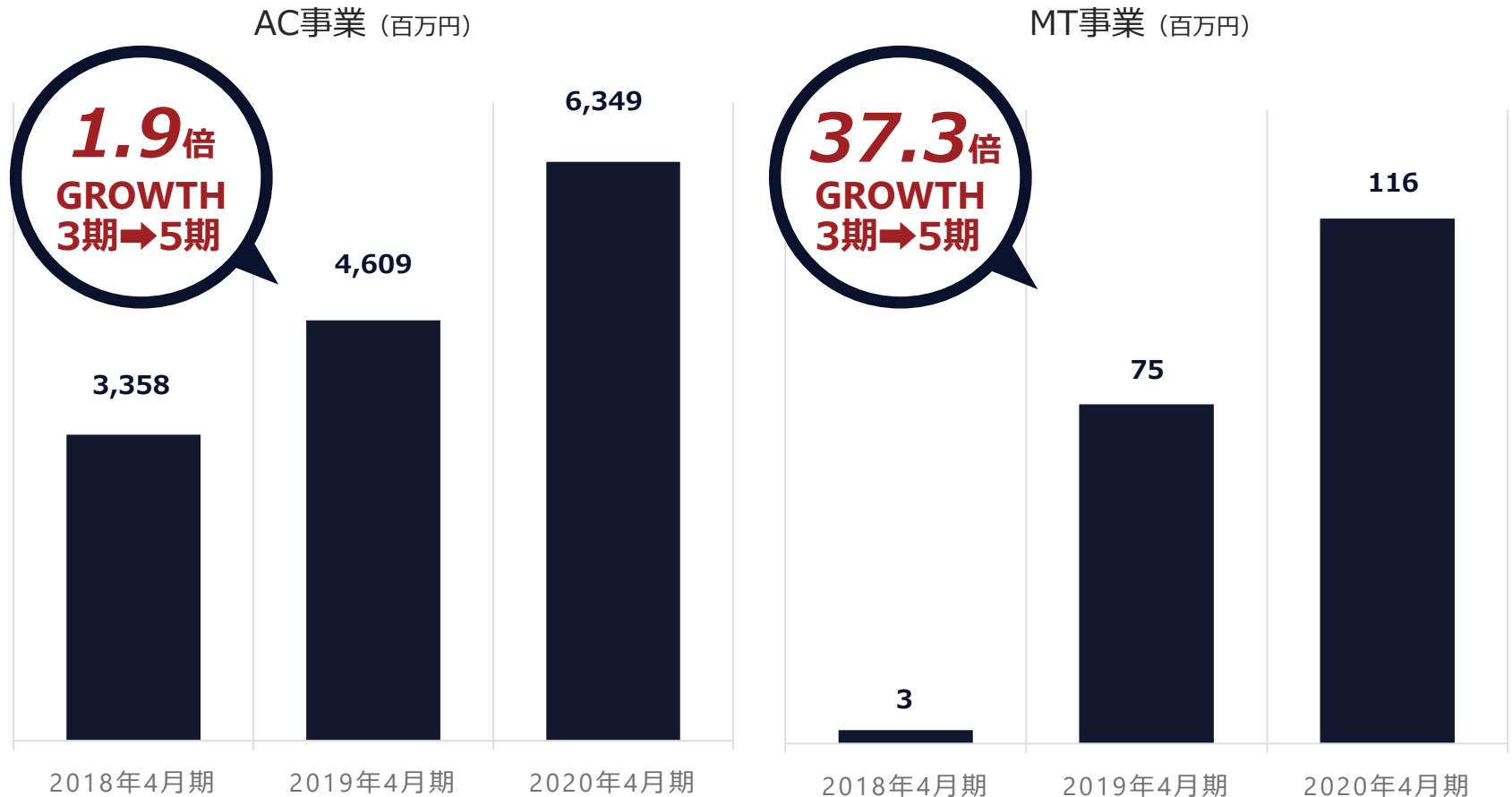
■ 営業利益前期比88.5%アップで、過去最高益を達成

(単位：百万円)

	2019年 4月期 実績	2020年 4月期 計画	2020年 4月期 実績	前期比 増減額	前期比 増減率	計画比 増減額	計画比 達成率
売上高	4,685	6,355	<b>6,466</b>	+1,780	<b>+38.0%</b>	+110	<b>101.7%</b>
AC事業	4,609	6,219	6,349	+1,739	+37.7%	+130	102.1%
MT事業	75	136	116	+41	+54.7%	-20	85.4%
営業利益	198	322	<b>374</b>	+175	<b>+88.5%</b>	+51	<b>116.1%</b>
経常利益	195	319	364	+168	+86.0%	+44	113.9%
当期 純利益	139	211	263	+124	+89.2%	+52	125.0%
営業 利益率	4.2%	5.1%	<b>5.8%</b>	+1.6pt	-	+0.7pt	-

# セグメント別売上高

■ MT事業がAC事業を圧倒するスピードで成長。



# 貸借対照表

■ 流動比率や自己資本比率等財務の健全性が向上。



	2019年4月期	2020年4月期	前期比増減額
資産	1,348	<b>2,316</b>	+967
流動資産	1,263	<b>2,207</b>	+944
(現金及び預金)	(566)	<b>(1,370)</b>	(+803)
固定資産	85	<b>108</b>	+23
負債	1,052	<b>985</b>	-66
流動負債	879	<b>936</b>	+57
固定負債	172	<b>48</b>	-124
純資産	296	<b>1,331</b>	+1,034
株主資本	296	<b>1,330</b>	+1,034

# Macbee Planet

---

## 成長戦略

---

- 2021年4月期基本方針
  - ①他業種への展開
  - ②データ拡大とAI化
  - ③プロダクト開発
- 成長イメージ

# 2021年4月期基本方針

## 基本方針

データ解析プラットフォーム「ハニカム」と  
プロダクト「Robee」に積極投資を行い、様々な業界で  
選ばれるプロダクトを開発  
リテンションサービスのマーケットリーダーとなる

### ①他業種への展開

- ・美容・金融業界はもちろん  
他業種への展開
  - サブスクリプションサービス
  - コールセンター需要へ対応



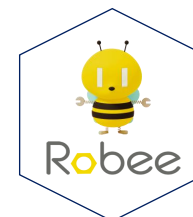
### ②データ拡大とAI化

- ・LTV予測力アップ
  - API連携の促進
  - データ取得範囲の拡大
  - 各種データ統合
  - AIによるレコメンド



### ③プロダクト開発

- ・LTV向上力アップ
  - チャットボット機能を強化
  - 感情・ロイヤリティの分析
  - コールセンターとの連携



# ① 他業種への展開

■ LTVの予測力、コンサルティング力を活かして、他業種へ展開。

通信

SaaS

食品

動画

エステ

銀行

ソフトウェア

EC

コスメ

証券

保険

自動車

コール  
センター

健康  
食品

仮想  
通貨

人材

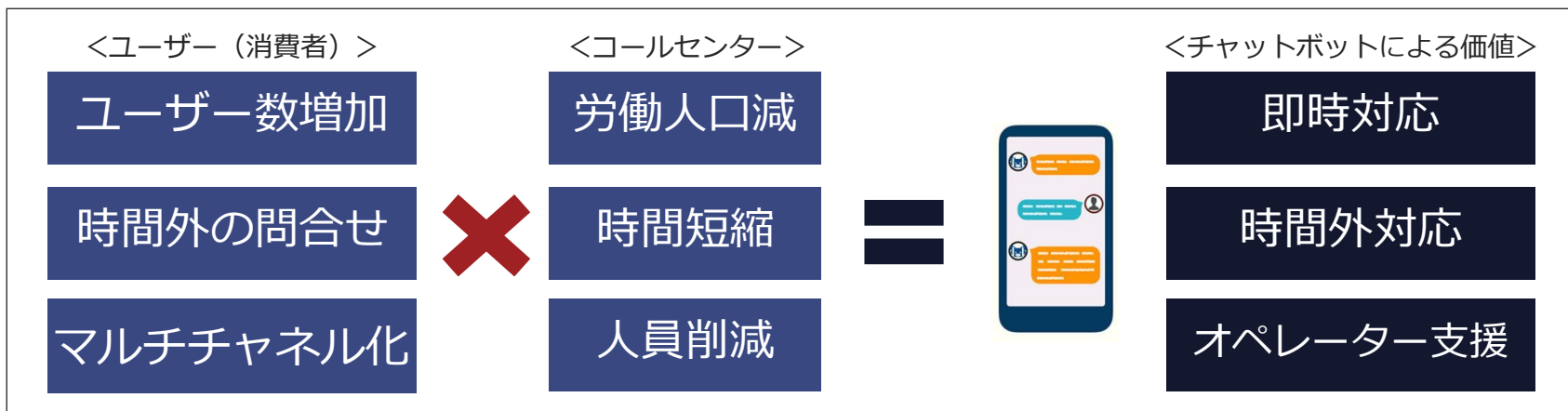
教育  
eラーニング

ヘルス  
ケア

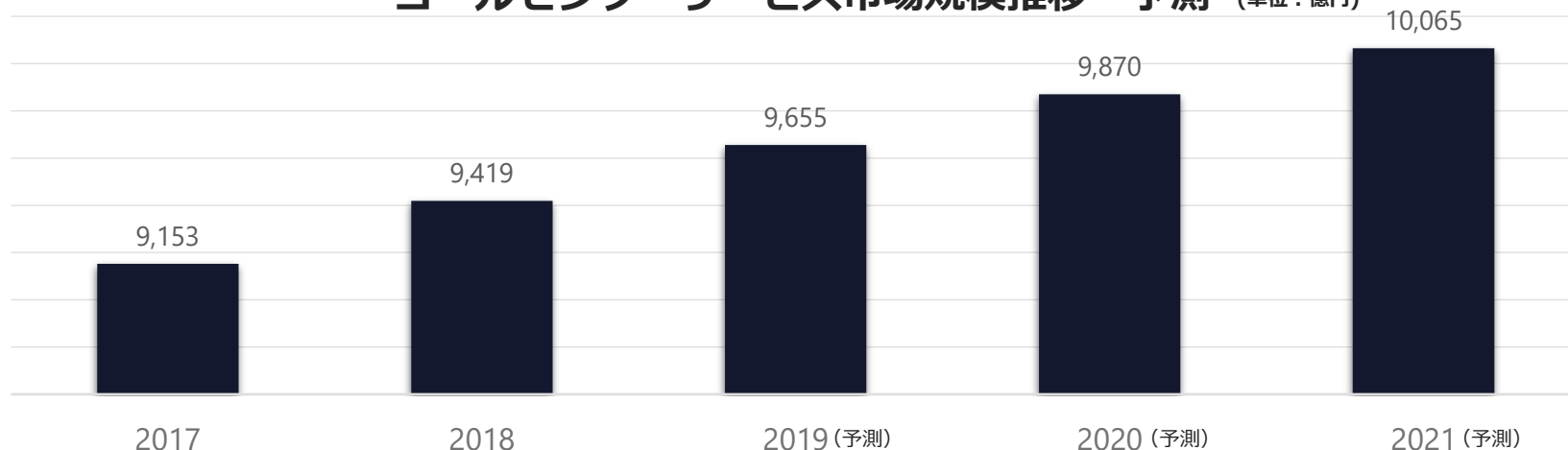
宅配

# ① コールセンター需要へ対応

■ 労働人口が減少する時代に、さらに新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりコールセンターの稼働人員・営業時間が減少。チャットボットが一部業務をサポート。



コールセンターサービス市場規模推移・予測 (単位：億円)

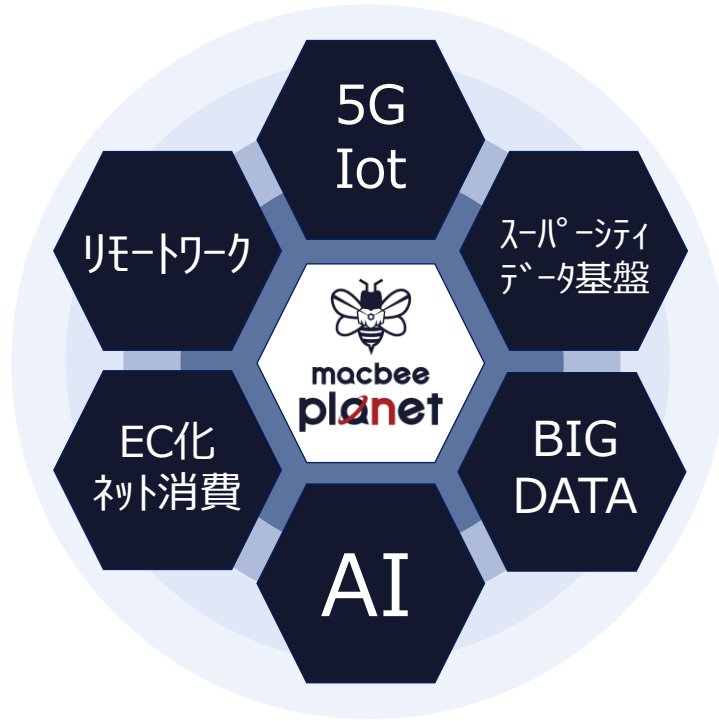


出所：矢野経済研究所  
(2019-2020 コールセンター市場総監)

## ② データ拡大とAI化

- デジタルトランスフォーメーションがさらに加速することで収集できるデータ領域が拡大し、機械学習や自然言語処理により、新たな価値を提供。

### データ領域の拡大と深化



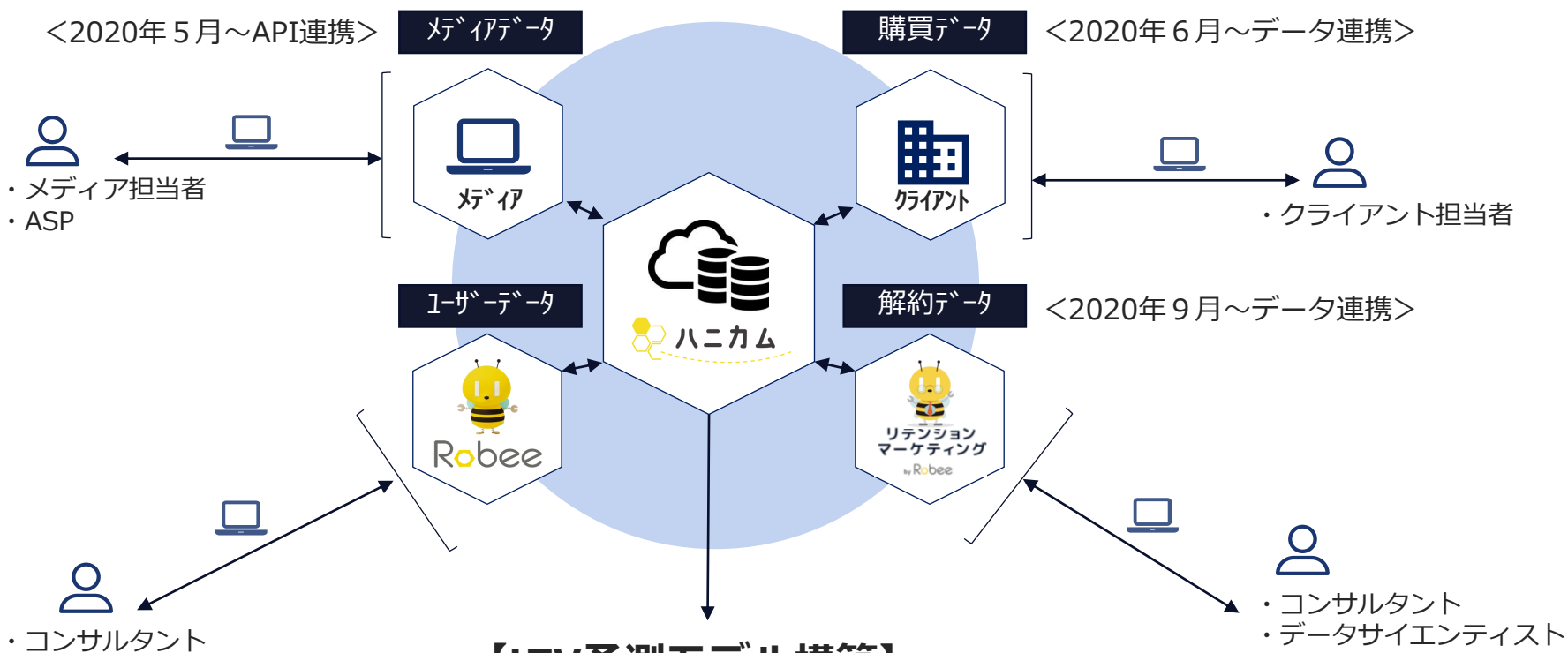
### AI化





# ② ハニカム データ拡大・統合

■ 様々なデータをテクノロジーによって統合することでLTV予測力を向上。



属性	ニーズ嗜好	デバイス	日時場所	メディア	行動パターン	ライフスタイル	転換率	顧客単価	継続率
----	-------	------	------	------	--------	---------	-----	------	-----

# ③ プロダクトの開発

- プロダクトの機能強化及び新規プロダクトの開発を行い、LTVをさらに向上。

## 既存プロダクト



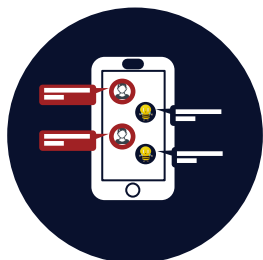
解析



Web接客

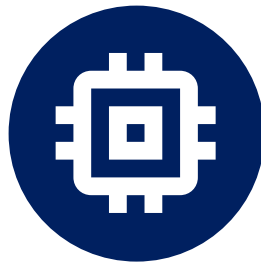


集計/可視化



チャットボット

## プロダクト機能強化



分析力



自動化



パーソナライズ

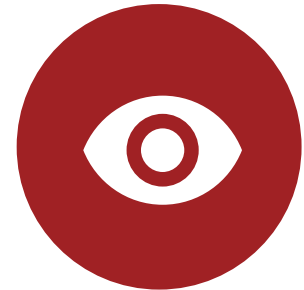


未来予測

## 新規プロダクトの開発



共有



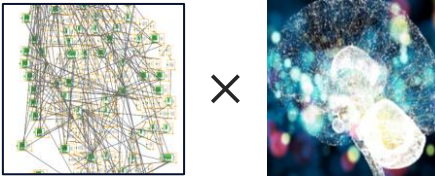
画像認識

# ③ リテンションマーケティングの発展

■シナリオ型×AIチャットボットを採用し対応力・分析力を向上。

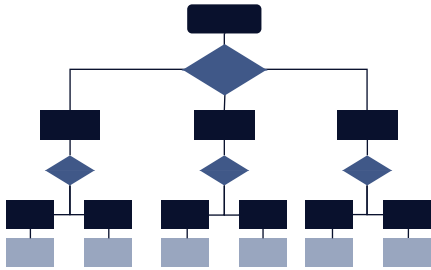
## シナリオ型×AI

シナリオ型とAIのハイブリット



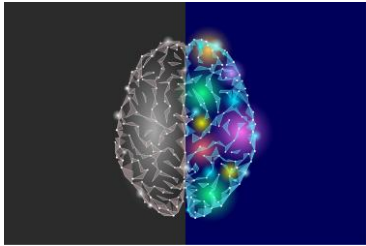
## Decision Tree

解約傾向の分析力の向上



## 感情分析

ユーザーの企業に対するロイヤリティを分析



## インテリジェンスレスポンス

人と会話しているようなコミュニケーション



<特許出願中>

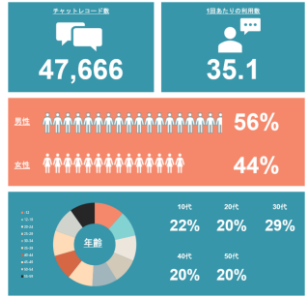
## ゼロパーティデータの取得

解約理由等の定性データを直接取得



## インフォグラフィックレポート

レポートの見やすさ向上



カスタマーエンゲージメント	1顧客あたりの取得数
47,666	35.1
男性	56%
女性	44%
年齢	10代 22% 20代 20% 30代 29%
	40代 20% 50代 20%

# 成長イメージ

① 継続収益モデルのノウハウを活かし他業種への展開

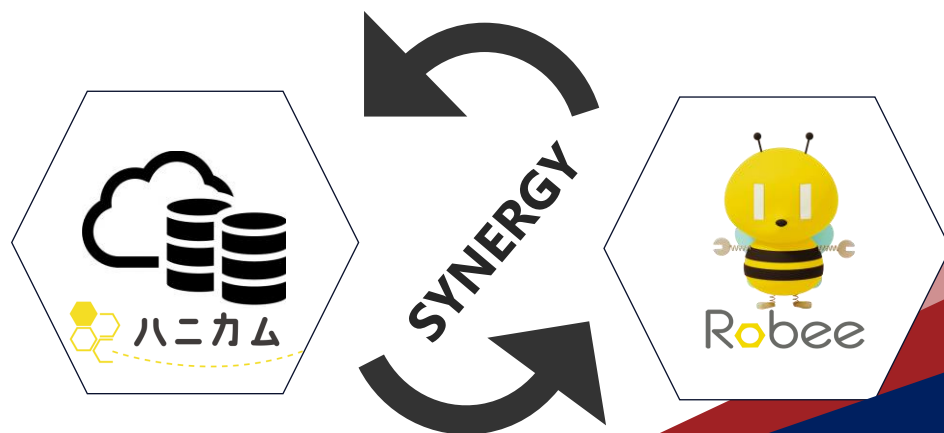
② データ拡大・AI化により、業界シェア拡大

③ 新規プロダクト開発による新たな収益を追求

③ 新規プロダクトの開発

② データ拡大とAI化による業界シェア拡大

① 既存事業の伸張  
他業種への展開



# 将来性の見通しについての注意

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、当社は当該情報の正確性、適切性等を保証するものではありません。