



2020年12月25日

会社名 株式会社Macbee Planet
代表者名 代表取締役社長 小嶋 雄介
(コード番号：7095 東証マザーズ)
問合せ先 取締役経営管理本部長 千葉 知裕
(TEL 03-3406-8858)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会の動画配信を行いましたので、お知らせいたします。

配信状況

配信日時 2020年12月15日 10:00～

配信方法 インターネットを利用した動画配信(ライブ配信)

説明会資料名 2021年4月期第2四半期決算説明資料

【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料



2021年4月期 第2四半期決算説明資料

2020年12月14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 | 398百万円（2020年10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 | 56名(2020年10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 12月 | 営業活動拠点「福岡オフィス」を開設 |
| 2020年 3月 | 東京証券取引所マザーズ市場へ上場 |

2021年4月期第2四半期 エグゼクティブサマリー

| | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|-------------|--------------------------|---------------------------------------|
| 2021年4月期 第2四半期 業績サマリー | 売上高 4,092百万円 (進捗率56.1%) | AC事業 | 新規 | 既存業界だけでなく新たな業界のクライアント獲得が進み、3Q以降の売上に貢献 |
| | 営業利益 335百万円 (進捗率83.9%) | | 既存 | 美容(EC)と証券が引き続き堅調に伸長し売上を牽引 |
| | 営業利益率 8.2% | MT事業 | 新規 | 問合せから新規クライアントの開拓が進み、3Q以降の売上に貢献 |
| | 既存 | | 既存クライアントの成果創出が堅調に推移 | |
| | | 業務改善 | 契約書、経理帳票の電子化を図り販管費率低下に貢献 | |

| | | |
|--|-----------------------------|---|
| 他業種への展開 | データ拡大とAI化・プロダクト開発 | |
| AC事業、MT事業ともに既存業種とは異なる新しい業種への展開が進む | 株式会社ヘッドウォータースと業務提携 | ヘッドウォータースのパーソナルレコメンド技術と、当社のマーケティングデータ及びノウハウを活用し、RobeeのAI化を目指す |
| <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #004a7c; color: white;">教育</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #004a7c; color: white;">ヘルスケア</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #004a7c; color: white;">動画</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #004a7c; color: white;">食品</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #004a7c; color: white;">人材</div> </div> | Robeeに新機能「FRS」を搭載 ※特許出願中 | 感情のスコアリングにより、性格のあるチャットボットと空気の読めるチャットボットが実現 |



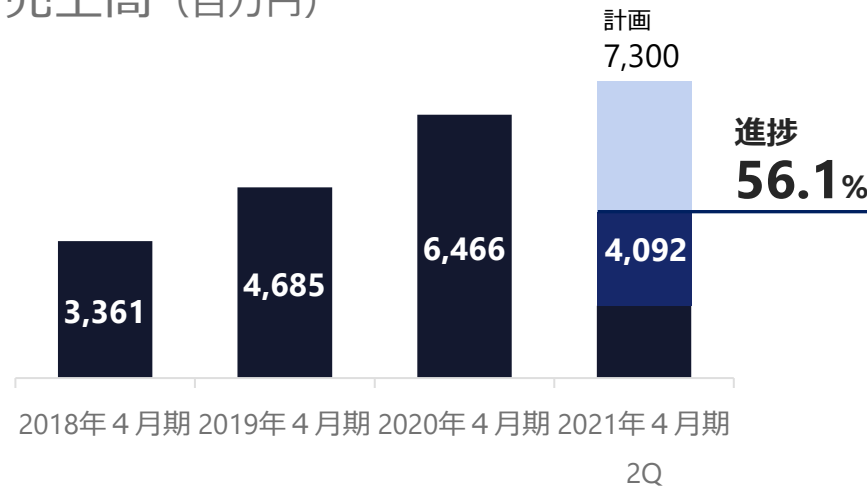
2021年4月期2Q 業績

2021年4月期2Q業績サマリー

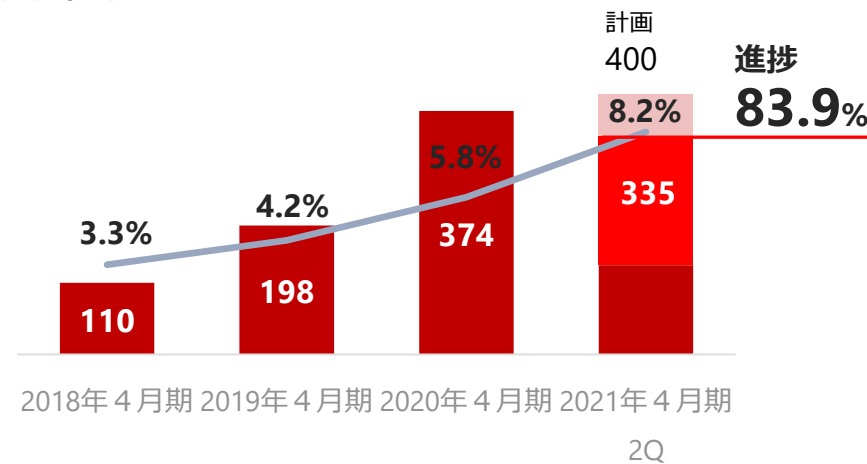
■AC事業・MT事業共に計画値を上回り過去最高益を達成。

(単位：百万円)

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)

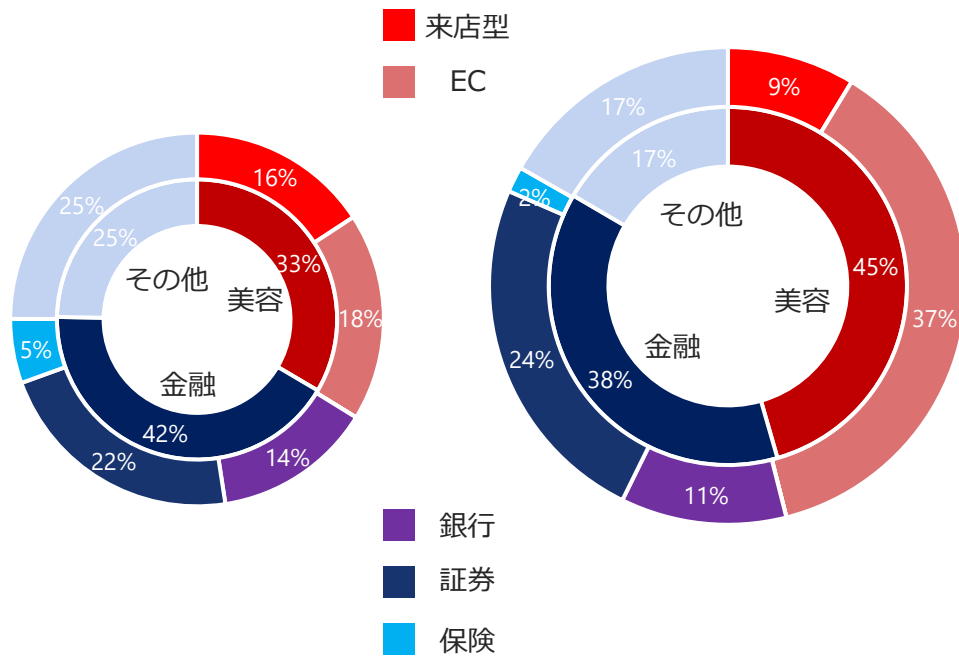


| | 2021年 4月期計画 | 2021年4月期 上期 累計 | 計画比 進捗率 |
|-----------|----------------|-------------------|--------------|
| 売上高 | 7,300 | 4,092 | 56.1% |
| 営業利益 | 400 | 335 | 83.9% |
| 当期 純利益 | 276 | 240 | 87.1% |
| 営業 利益率 | 5.5% | 8.2% | - |

業界別売上構成比率

■美容（EC）と証券の拡大が、当社の業績を牽引。

業界別売上構成比



2020年4月期

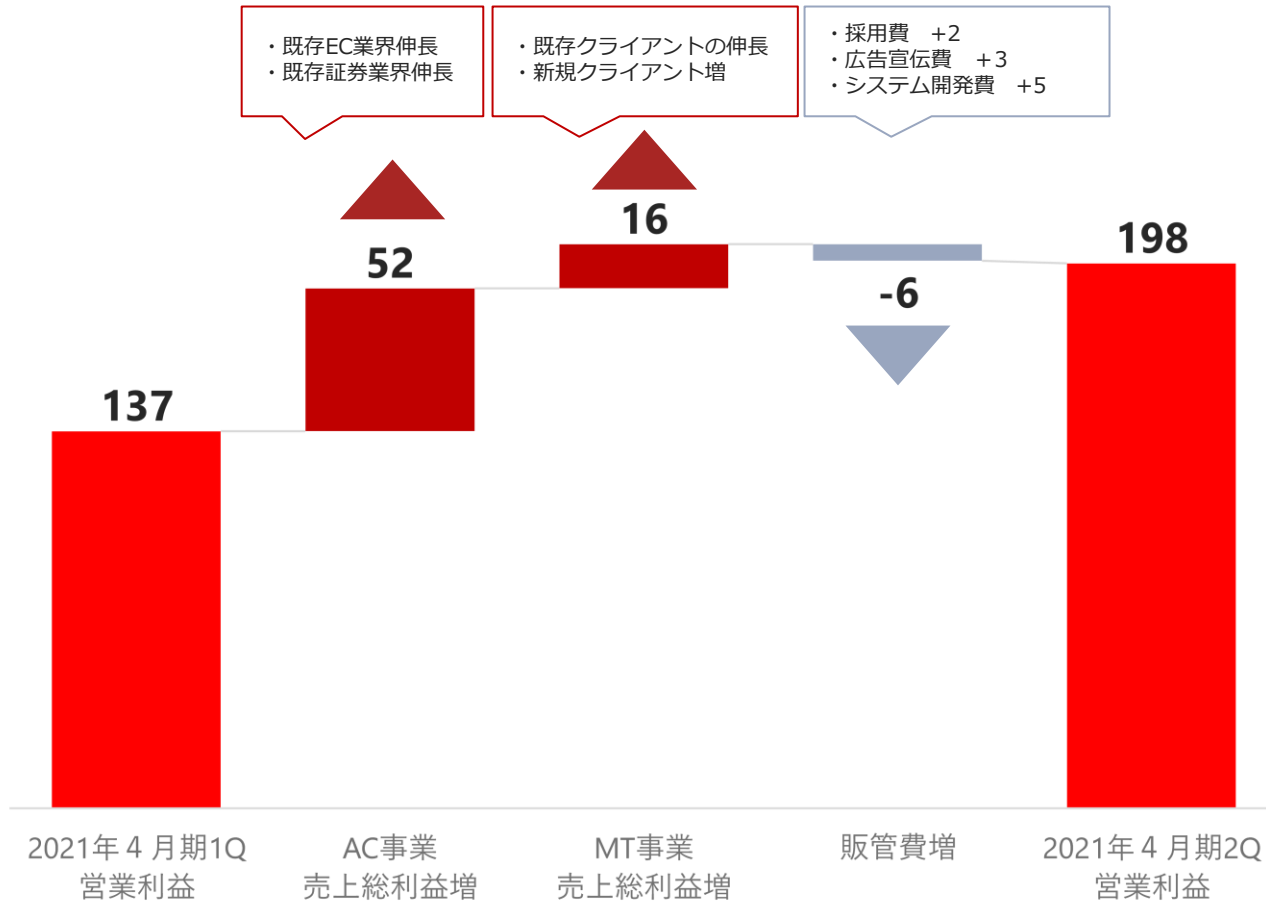
2021年4月期
2Q累計

| | 2020年 4月期 | 2021年 4月期 2Q累計 | 増減 |
|-----|--------------|----------------------|---------|
| 美容 | 33.5% | 45.5% | +12.0pt |
| 来店型 | 15.6% | 8.5% | -7.1pt |
| EC | 17.8% | 37.0% | +19.2pt |
| 金融 | 41.8% | 37.9% | -3.9pt |
| 銀行 | 13.6% | 11.1% | -2.5pt |
| 証券 | 21.7% | 23.9% | +2.2pt |
| 保険 | 5.5% | 1.7% | -3.8pt |
| その他 | 24.7% | 16.6% | -8.1pt |

QonQ営業利益増減分析

■ AC事業、MT事業ともに既存クライアントの伸長に加え新規クライアントの獲得が進む。
業務改善による生産性向上と販管費のコントロールもあり営業利益率は向上。

(単位：百万円)



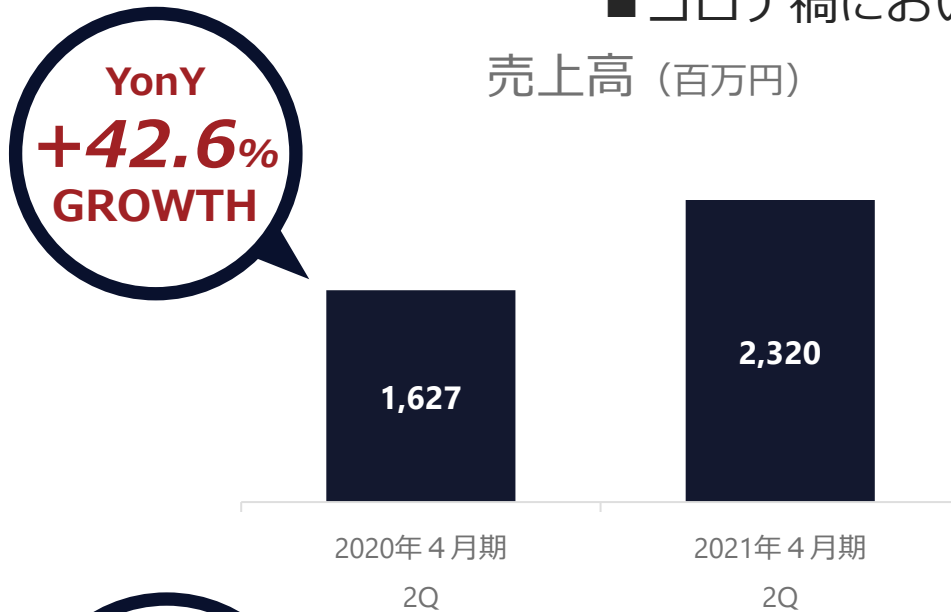
| | 2021年 4月期 1Q 実績 | 2021年 4月期 2Q 実績 | QonQ 増減額 | QonQ 増減率 |
|---------------|-----------------------|-----------------------|---------------|---------------|
| 売上高 | 1,772 | 2,320 | + 548 | + 30.9% |
| 売上 総利益 | 305 | 373 | + 68 | + 22.4% |
| AC事業 売上総利益 | 238 | 290 | +52 | +22.0% |
| MT事業 売上総利益 | 66 | 82 | +16 | +24.0% |
| 販管費 | 168 | 175 | +6 | +4.1% |
| 販管費率 | 9.5% | 7.6% | -1.9pt | - |
| 営業利益 | 137 | 198 | +61 | +44.9% |
| 営業 利益率 | 7.7% | 8.6% | +0.8pt | - |

YonY比較

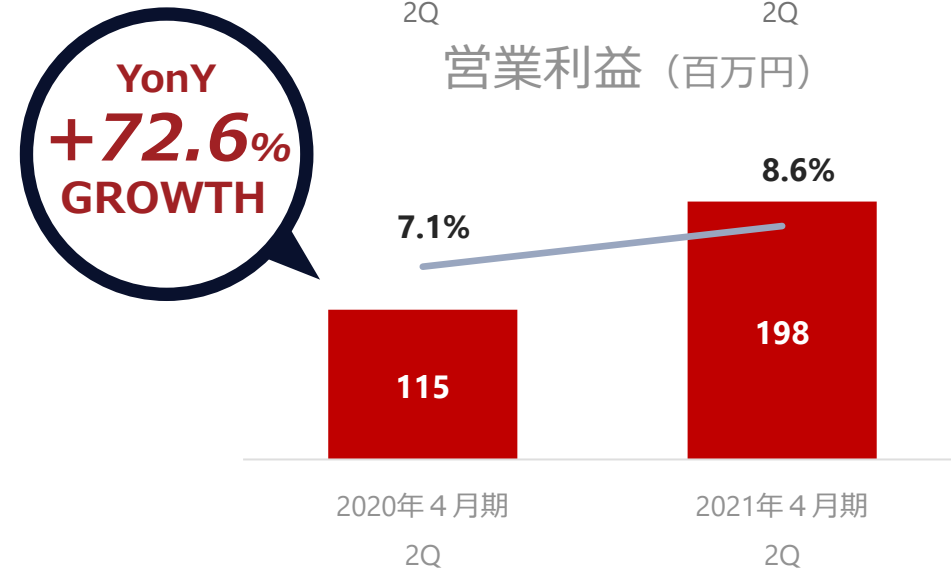
■ コロナ禍においても前年同期比で大幅成長。

売上高 (百万円)

(単位: 百万円)



営業利益 (百万円)

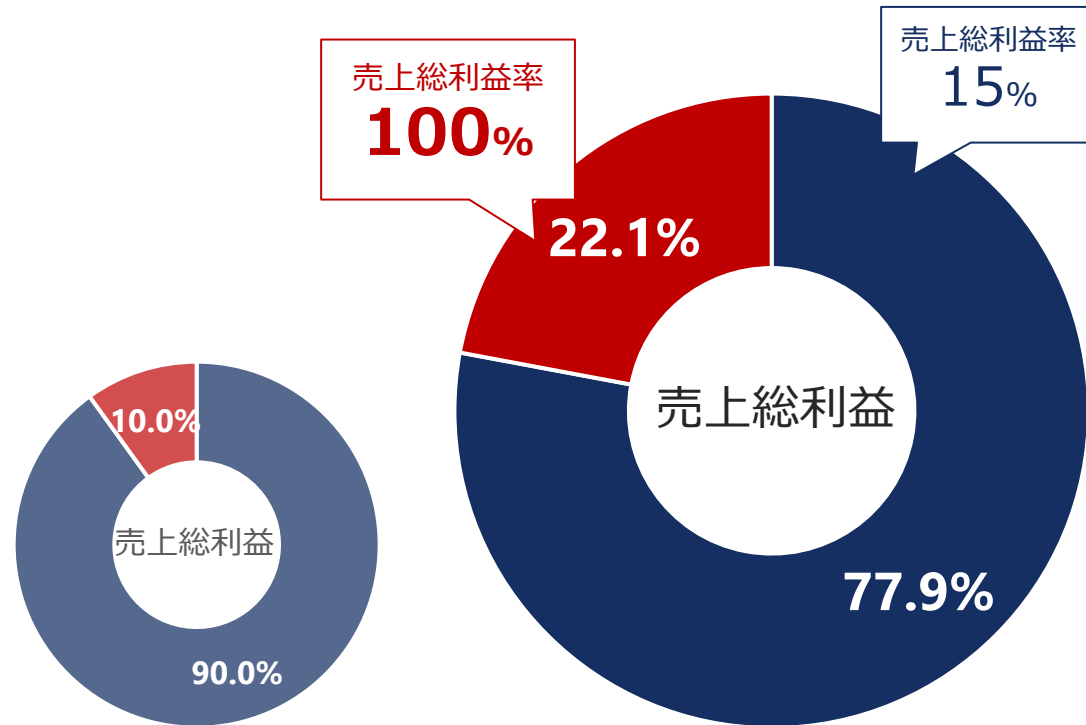


| | 2020年4月期 2Q実績 | 2021年4月期 2Q実績 | YonY 増減額 | YonY 増減率 |
|-----------|------------------|------------------|---------------|---------------|
| 売上高 | 1,627 | 2,320 | +692 | +42.6% |
| 営業利益 | 115 | 198 | +83 | +72.6% |
| 当期 純利益 | 75 | 144 | +69 | +92.4% |
| 営業 利益率 | 7.1% | 8.6% | +1.5pt | - |

セグメント別売上総利益構成比

■ MT事業の売上総利益構成比率が向上し営業利益率が向上。

- アナリティクスコンサルティング事業売上総利益
- マーケティングテクノロジー事業売上総利益



2020年4月期

2021年4月期
2Q累計

(単位：百万円)

| セグメント | 売上総利益 | | 売上総利益 構成比率 | | 営業 利益率 |
|----------------------|-------|------|---------------|--------------|-------------|
| | AC事業 | MT事業 | AC事業 | MT事業 | |
| 2020年 4月期 | 1,056 | 116 | 90.0% | 10.0% | 5.8% |
| 2021年 4月期2Q 累計 | 529 | 149 | 77.9% | 22.1% | 8.2% |

貸借対照表

■ 手元流動性が向上し、かつ自己資本比率も57.1%。

(単位：百万円)

| | 2020年4月期 | 2021年4月期 2Q | 増減額 |
|----------|----------|----------------|------|
| 資産 | 2,316 | 2,764 | +448 |
| 流動資産 | 2,207 | 2,648 | +441 |
| (現金及び預金) | (1,370) | (1,511) | +141 |
| 固定資産 | 108 | 116 | +7 |
| 負債 | 985 | 1,185 | +20 |
| 流動負債 | 936 | 1,122 | +185 |
| 固定負債 | 48 | 63 | +14 |
| 純資産 | 1,331 | 1,579 | +248 |
| 株主資本 | 1,330 | 1,579 | +248 |

流動比率

236.0%

自己資本比率

57.1%



事業内容

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[※]を予測し
ROI[※]の最適化を実現する

※LTV (Life Time Value) とは

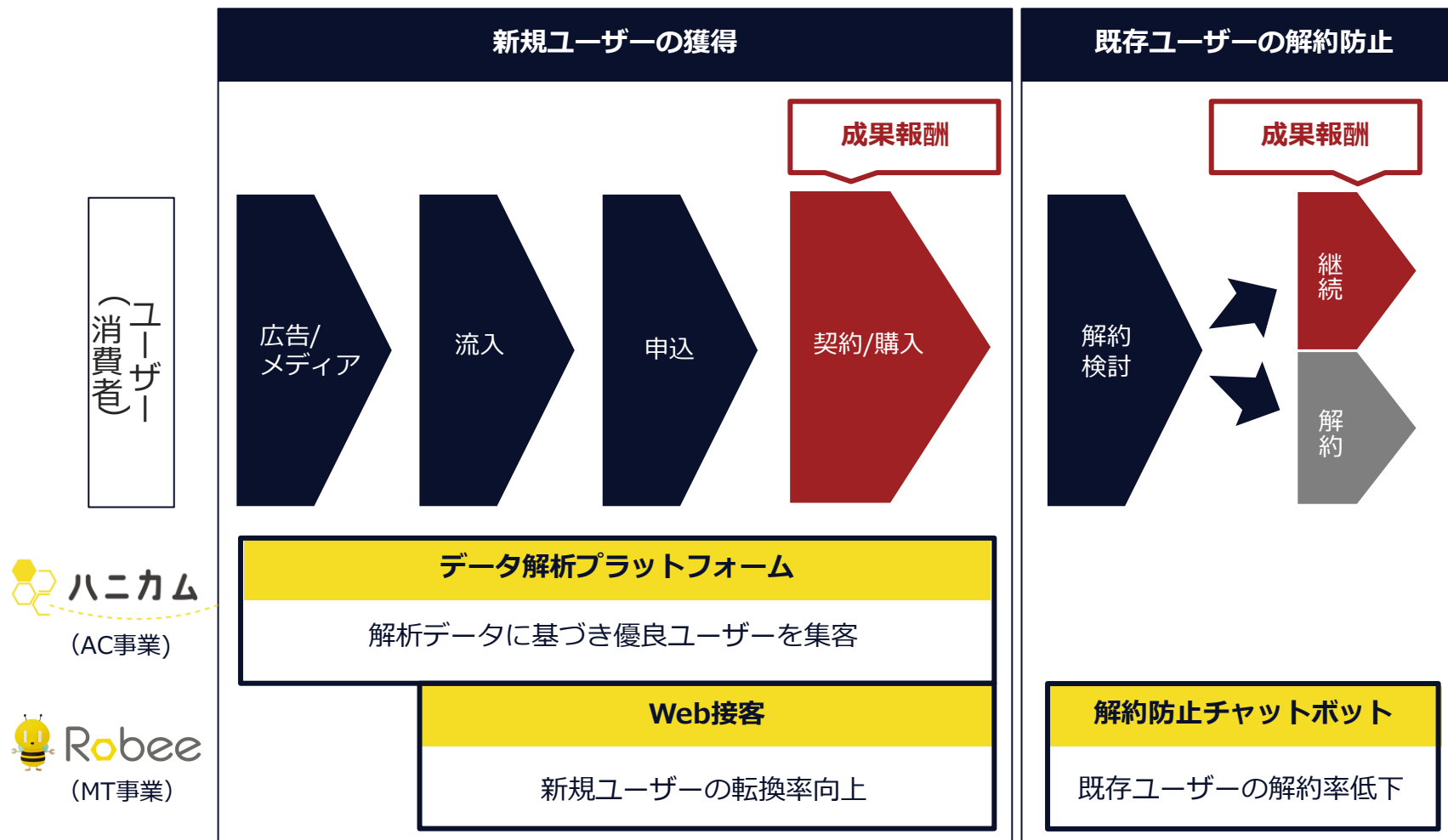
ユーザー（消費者）が生涯を通じて企業にもたらす利益のことを指し、1人のユーザー獲得にけることができる費用を算出するための指標

※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。



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

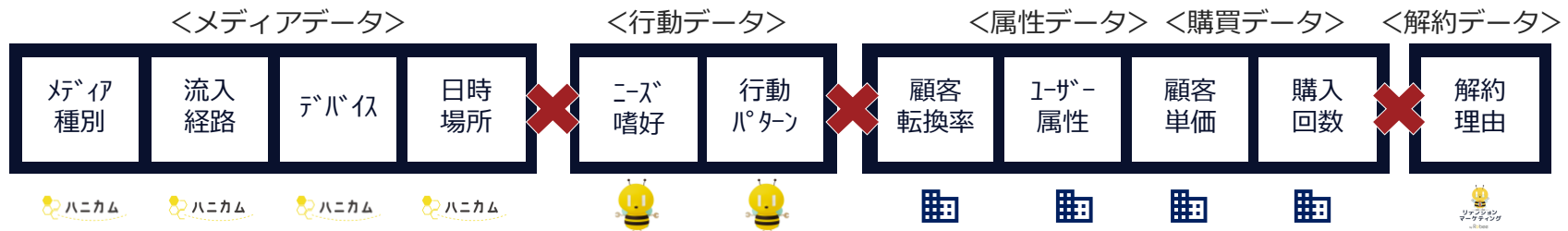
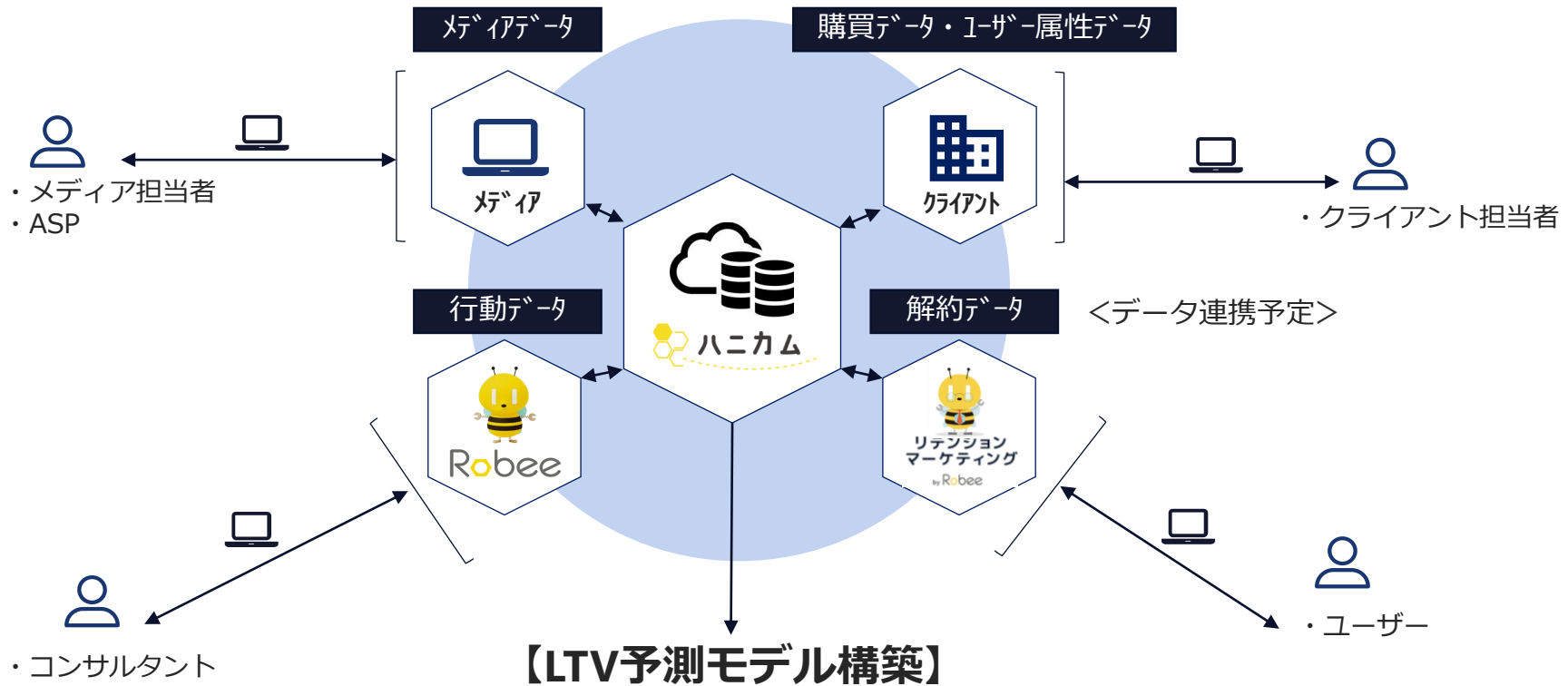
LTV予測技術を活用したコンサルティング力

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

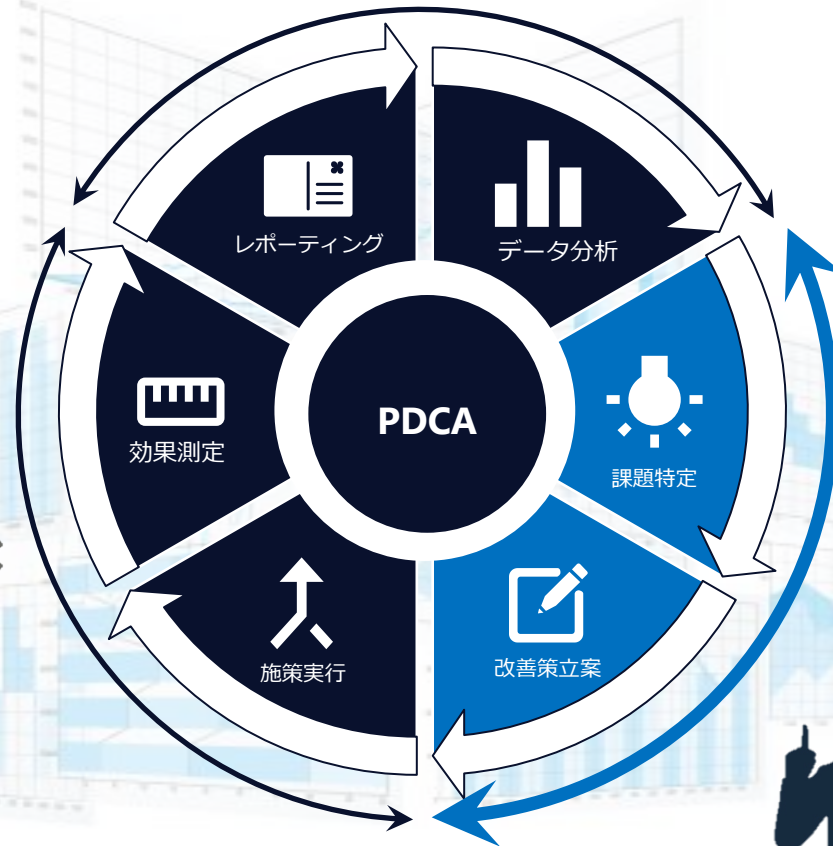
- マーケティングデータと購買データを紐づけ、LTV予測モデルを構築



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

- 新規ユーザーの転換率向上とCVQ[※]の向上、既存ユーザーの解約率を低下しLTVを向上



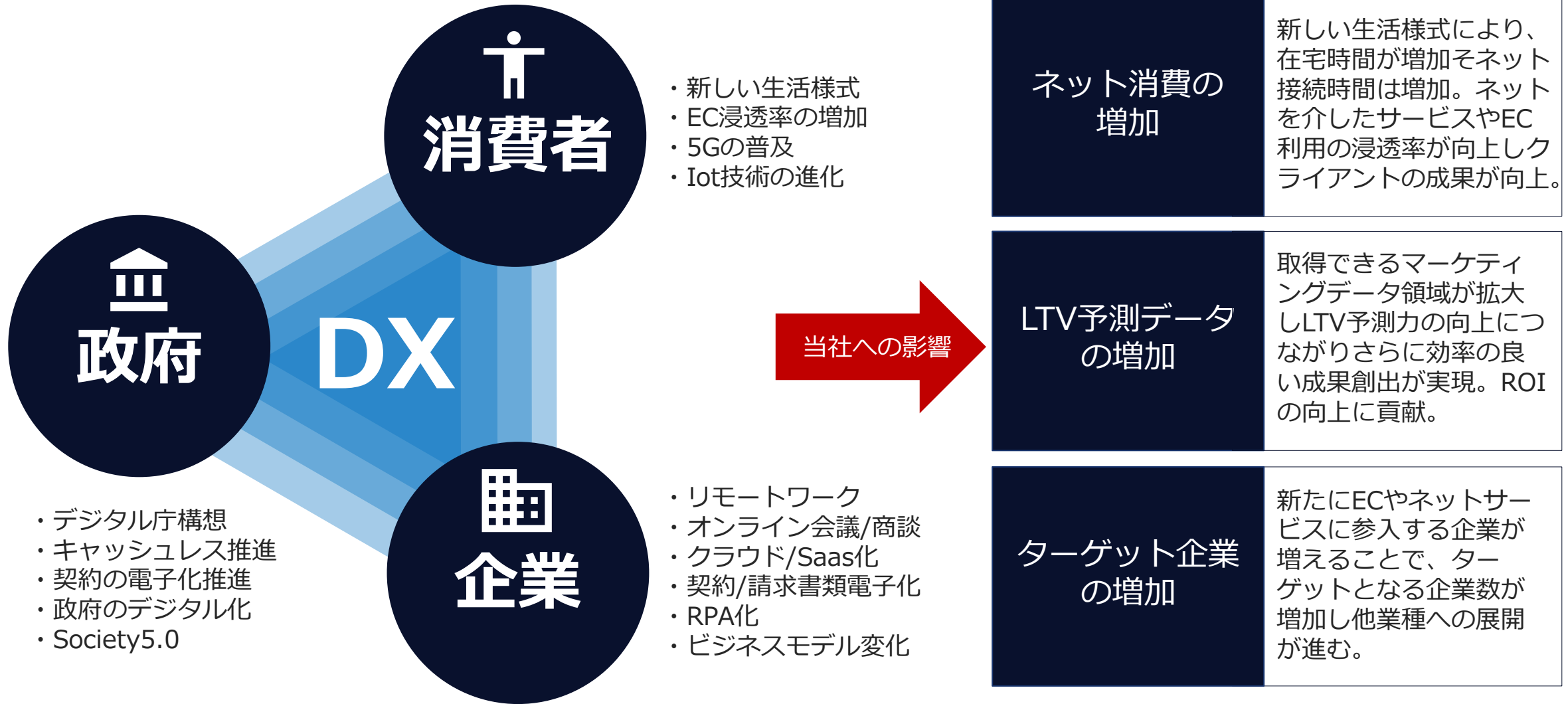
※CVQ (Conversion Qualityの略)コンバージョンの質。企業・サービスにとって、高いエンゲージメントを獲得しやすいユーザー群を発見し、購入促進を行うこと。



事業環境

事業環境の変化 DX化の加速

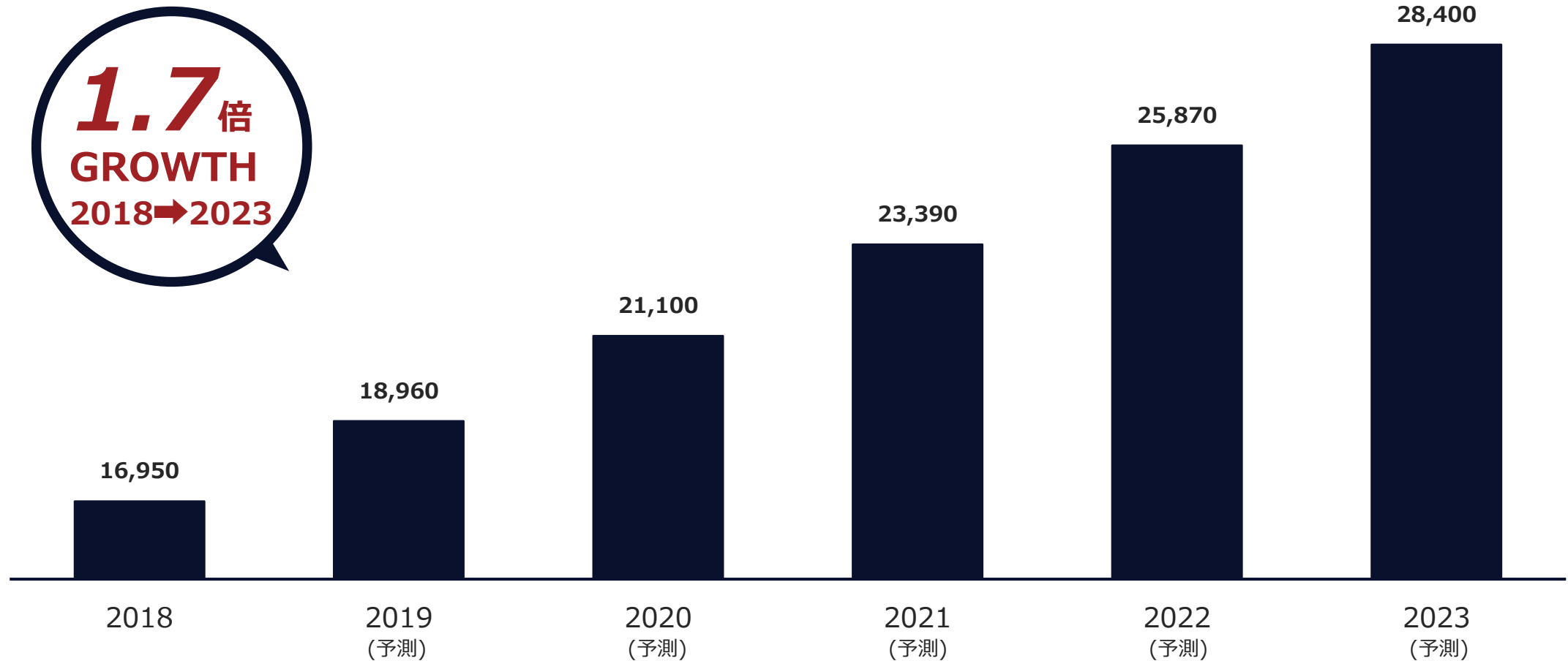
■ コロナを機にDX化が急速に進み、当社のビジネスチャンスも拡大。



当社を取り巻く事業環境

- インターネット広告市場は今後も続伸することが見込まれる。

国内インターネット広告市場（単位：億円）

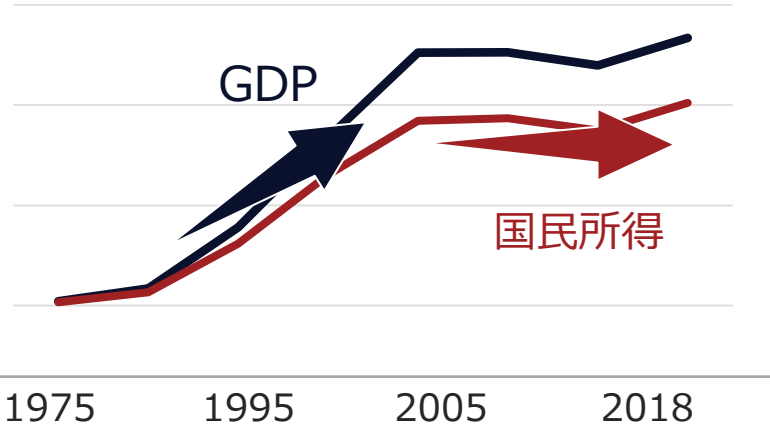


出所：矢野経済研究所
(2019 インターネット広告市場の実態と展望)

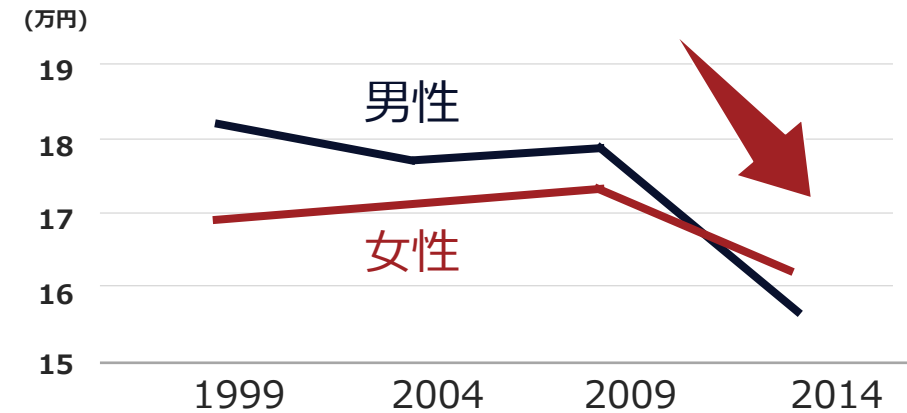
事業環境の変化 所有から利用へ

■ 消費者の価値観が“所有から利用へ”変化し、各業界でサブスクリプション化が進む。

GDP・国民所得



単身世帯の1ヶ月当たりの消費支出

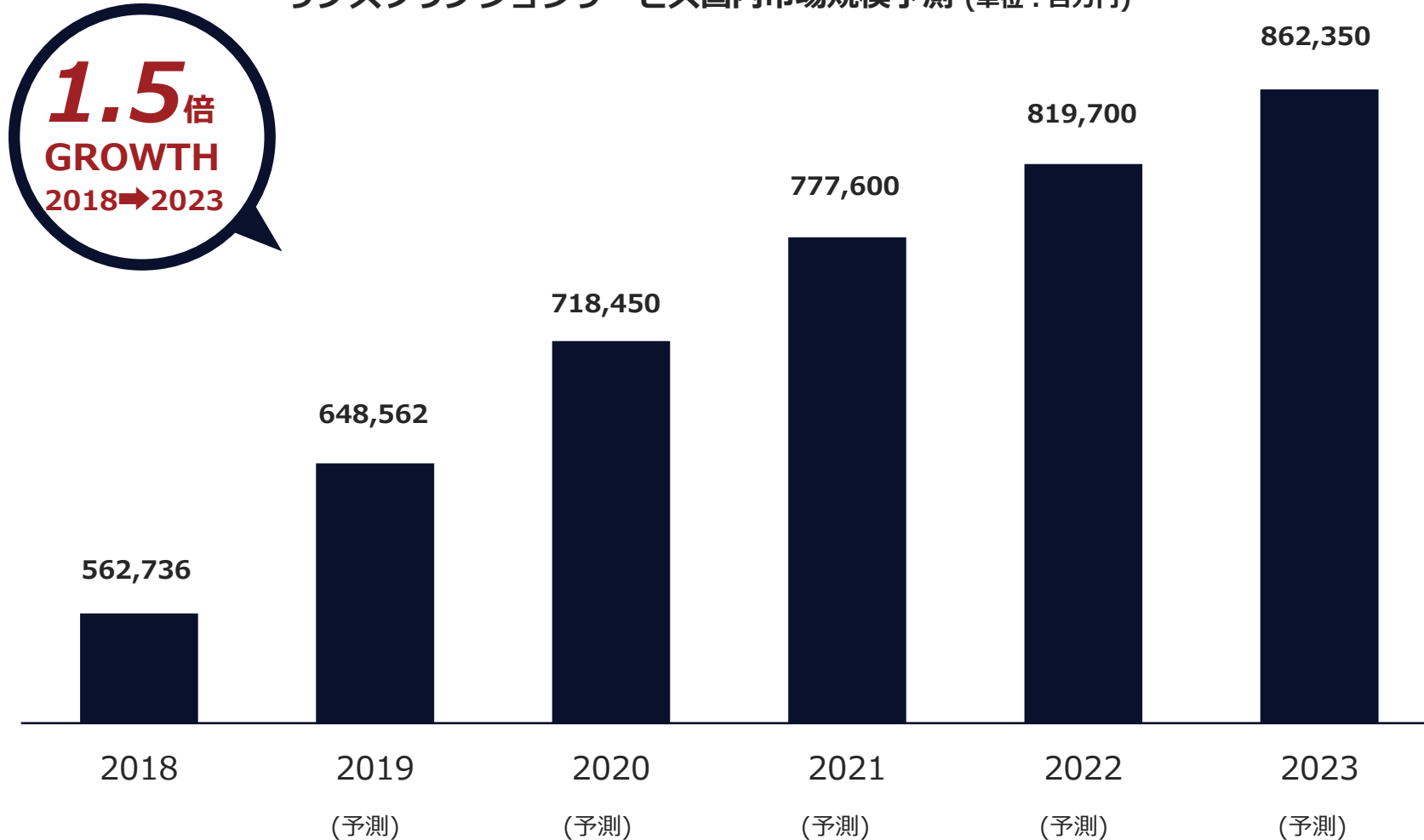


<各業界でサブスクリプション化が進む>



サブスクリプションモデルの伸長

サブスクリプションサービス国内市場規模予測 (単位：百万円)

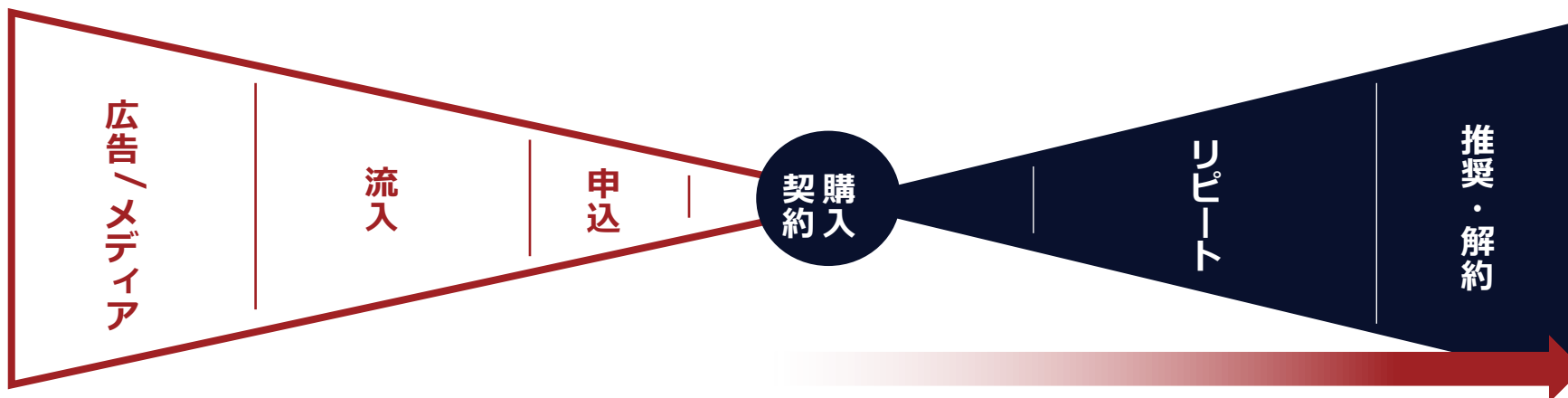


1.5倍
GROWTH
2018→2023

出所：矢野経済研究所
(2019 サブスクリプション (定額) サービスの実態と展望)

マーケティングでLTVの重要性が増す

- これからのマーケティングは新規売上(単発)ではなく、LTVが重要になる。



| | <これまで> | <これから> |
|------|------------|-------------|
| | モノ売りモデル | 継続収益モデル |
| 達成目標 | 新規売上(単発) | LTV(顧客生涯価値) |
| 達成手段 | 露出強化・広告最適化 | ユーザーとの関係性向上 |



成長戰略

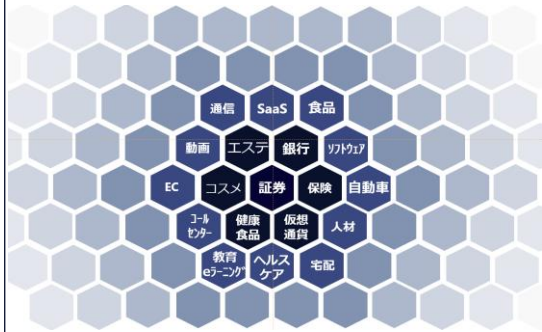
2021年4月期基本方針

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



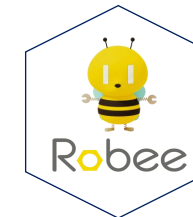
②データ拡大とAI化

- ・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

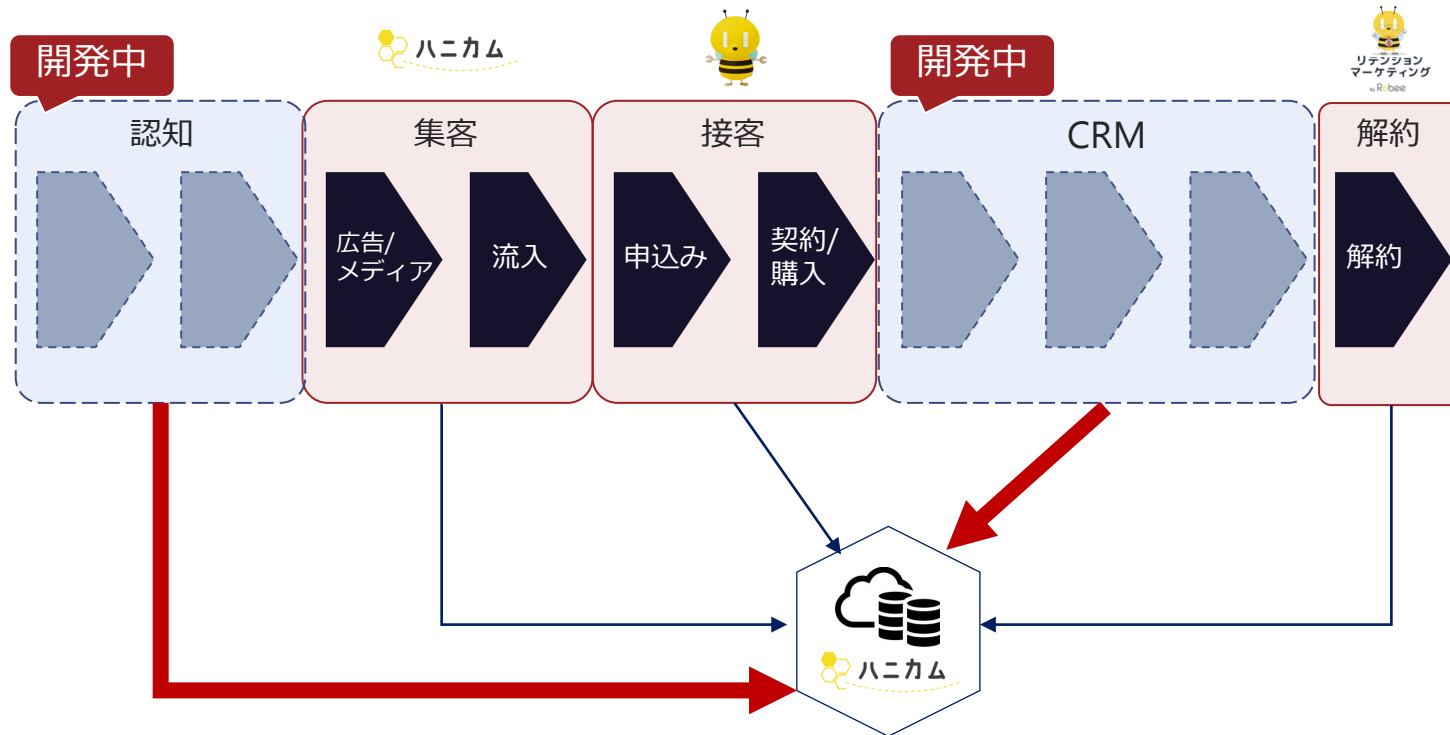
■ LTVの予測力、コンサルティング力を活かして、他業種へ展開。



② データ拡大とAI化

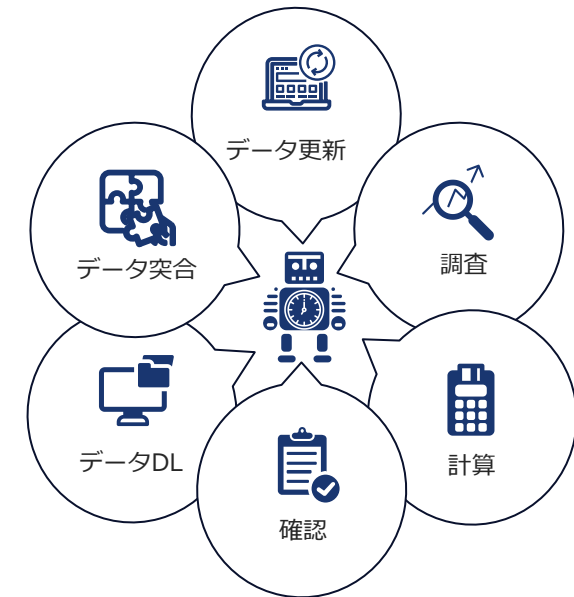
- 新たに、認知領域・CRM領域のデータ取得に向けて開発し、LTVに貢献する全施策の評価の実現を目指す。コンサル業務のRPA（自動）化に向けた取り組みも進捗。

データ領域の拡大と深化



認知施策～新規集客～解約まで一気通貫したデータ解析の実現へ

RPA化



コンサルタントの業務効率化に向けて作業のRPA化プロジェクトが進捗

一人あたり生産性（獲得粗利）向上へ

③ プロダクトの開発

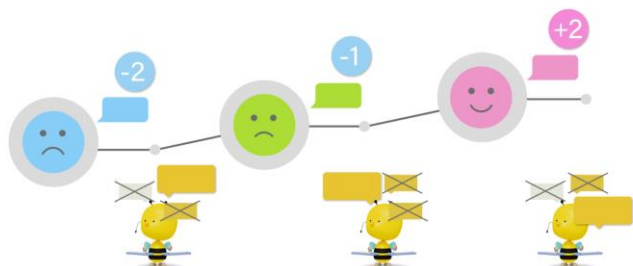
■ プロダクトの機能強化及び新規プロダクトの開発を行い、LTVをさらに向上。



Robeeに新機能「FRS」※搭載

■感情のスコアリングにより、空気の読めるチャットボット、性格のあるチャットボットを実現。

ユーザーの温度感により 対応シナリオを変化



リアルタイムで空気を読み、ユーザーが好意的なのか反感をもっているかによって対応を変えることができます

ユーザーのペルソナの設計



ユーザーが何に満足をしていて何に不満を感じているのか明確になり、その割合が数値化されるため、既存ユーザーのより具体的なペルソナが明確にわかります

チャットボットに 性格を付与



シナリオ全体がポジティブなのかネガティブなのかが数値化され、評価ができるため、心地よい対応に向けたシナリオ改善が実現します

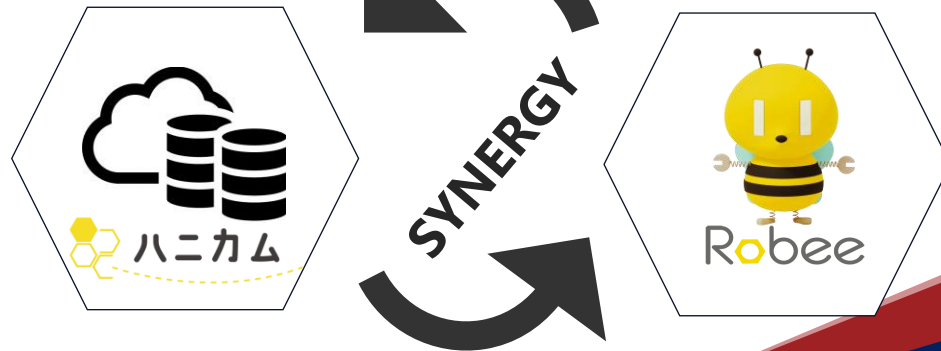
※FRS(Favorability Rating Score)・・・ユーザーの温度感を数値化する技術<特許出願中>

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

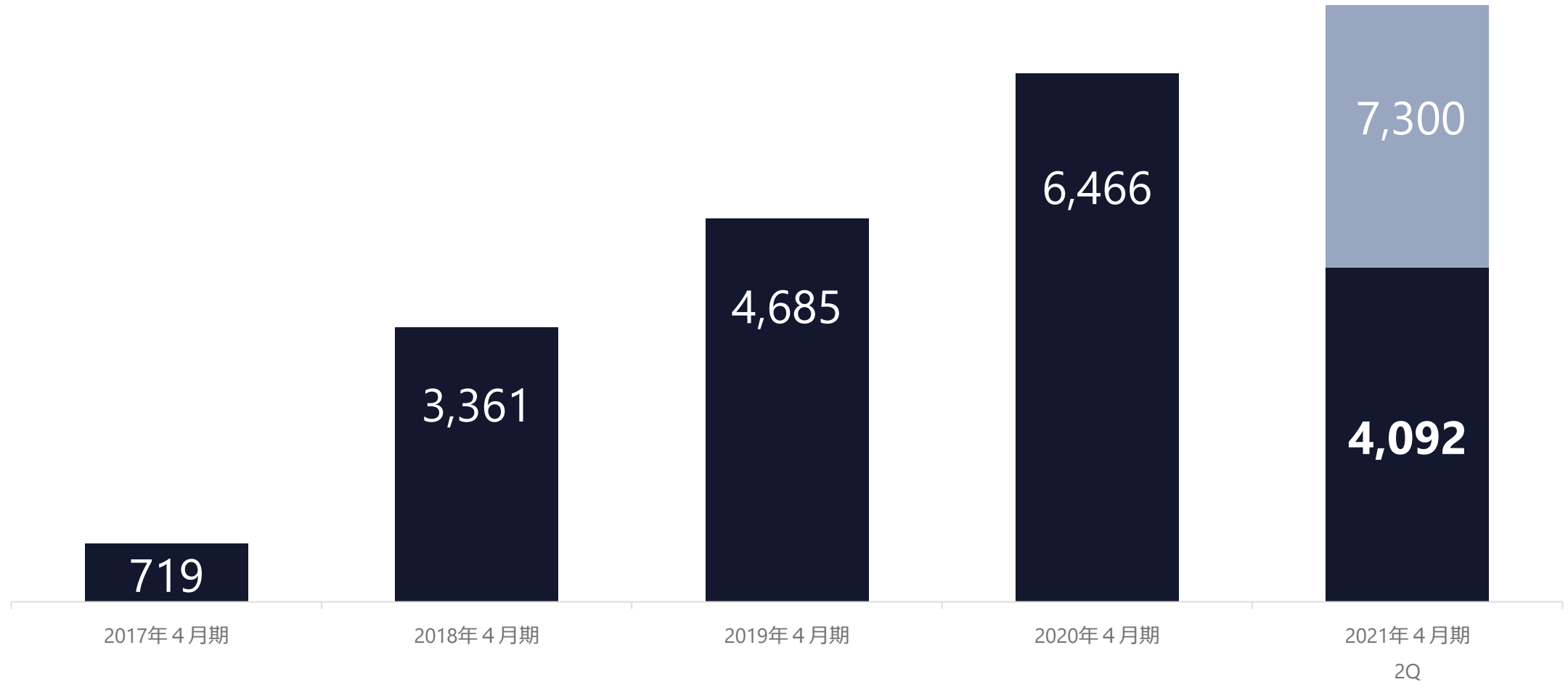
② データ拡大とAI化による業界シェア拡大

① 既存事業の伸張
他業種への展開

appendix

業績推移

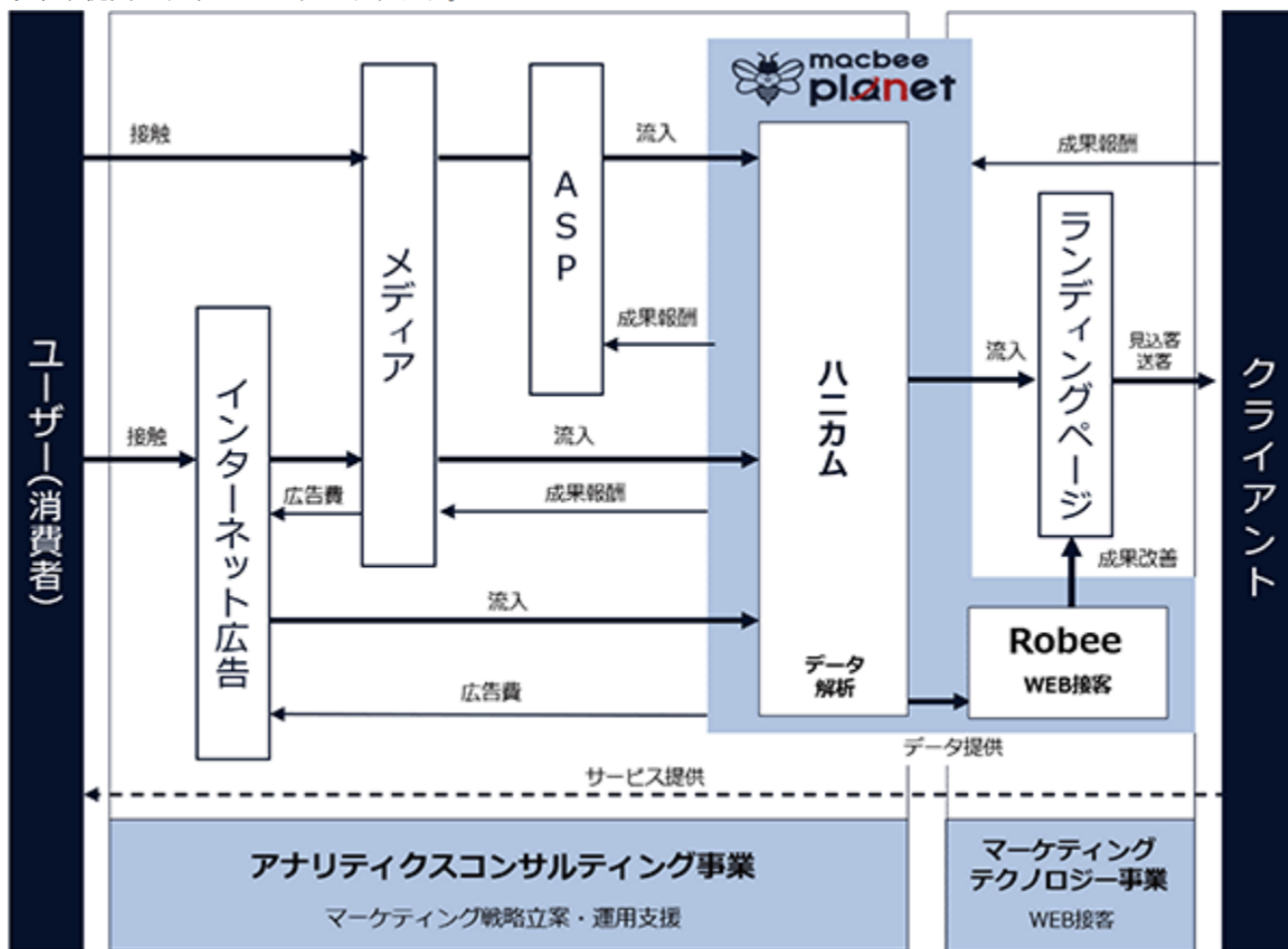
売上高 (百万円)



事業系統図

[事業系統図]

事業系統図は以下のとおりであります。



AC事業

1件あたり成果報酬単価×成果件数

MT事業

| 料金プラン | Web接客 | 解約防止 |
|-----------|-----------|--------|
| ①成果報酬 | 成果報酬単価×件数 | |
| ②月額固定 | 8万/月～ | 80万/月～ |
| ③コンサルティング | 40万/月 | |
| ④月額+成果報酬 | 8万/月+ | 30万/月+ |

セグメント別業績推移

| | 2020年4月期 1Q | 2020年4月期 2Q | 2020年4月期 3Q | 2020年4月期 4Q | 2021年4月期 1Q | 2021年4月期 2Q |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高 | 2,015 | 1,627 | 1,321 | 1,501 | 1,772 | 2,320 |
| AC事業 | 1,990 | 1,599 | 1,291 | 1,468 | 1,702 | 2,237 |
| MT事業 | 25 | 28 | 30 | 32 | 69 | 83 |
| 売上総利益 | 343 | 296 | 262 | 271 | 305 | 373 |
| AC事業 | 317 | 268 | 231 | 239 | 238 | 290 |
| MT事業 | 25 | 28 | 30 | 32 | 66 | 82 |
| 営業利益 (セグメント利益) | 210 | 115 | 71 | -23 | 137 | 198 |
| AC事業 | 278 | 221 | 187 | 195 | 192 | 232 |
| MT事業 | 13 | 6 | -1 | 8 | 45 | 51 |
| 調整額 | -80 | -112 | -114 | -226 | -100 | -86 |

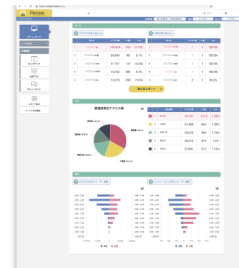
Robee Web接客

■顧客転換率を向上し、LTVを高めるためのWeb接客を提供。

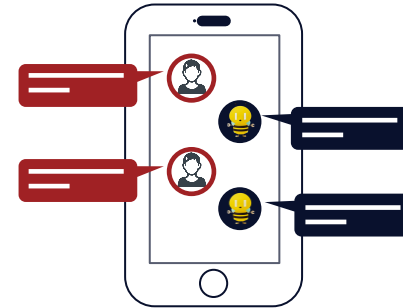
ヒートマップ アクセス解析



広告効果分析 メディア分析



チャットボット



A/Bテスト



ランディングページ A



ランディングページ B

| | | | |
|-----|-------|-----|--------|
| PV数 | 4,691 | PV数 | 12,196 |
| CV数 | 314 | CV数 | 196 |
| CVR | 6.69% | CVR | 1.61% |

LPO



POPUP

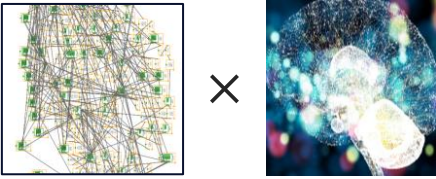


Robee 解約防止チャットボット

■ 解約防止、解約分析に特化した当社独自のチャット技術を搭載

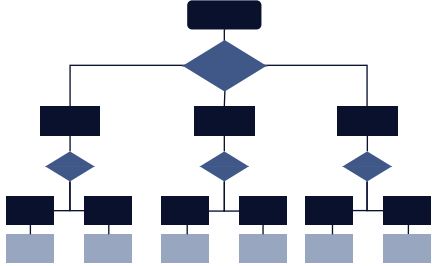
シナリオ型×AI

シナリオ型とAIのハイブリット



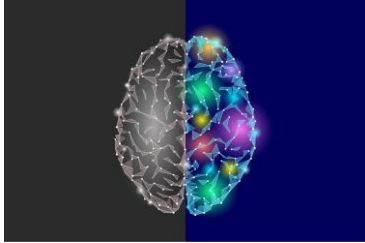
Decision Tree

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>

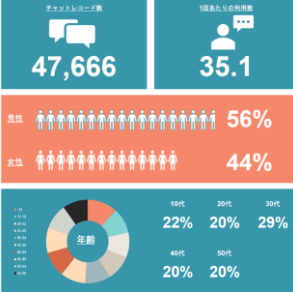
ゼロパーティデータの取得

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



| カテゴリ | 値 |
|------------|--|
| チャットセッション数 | 47,666 |
| 1顧客あたりの取得数 | 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% |

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。