



株式会社 Macbee Planet

2023 年 4 月期第 3 四半期決算説明会

千葉：株式会社 Macbee Planet 代表取締役社長の千葉知裕でございます。本日は、2023 年 4 月期第 3 四半期決算説明資料に沿って決算概要につきましてお話させていただきます。

会社概要

会社概要	
社名	株式会社 Macbee Planet (7095)
設立日	2015年8月25日
資本金	404百万円 (2023年1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
正社員	72名(2023年1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ホスピタリティツール「Robee」リリース
2020年 3月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場
2021年 3月	株式会社 Smash 設立
2021年 8月	株式会社 Alpha を完全子会社化
2023年 3月	株式会社 ネットマーケティングを完全子会社

まずは会社概要です。

当社 Macbee Planet は 2015 年の 8 月に創業し、2020 年の 3 月に東証マザーズへ上場しました。

事業内容は、データを活用したマーケティング分析サービスの提供を行っており、正社員は 72 名と小規模組織ですが、データ活用と自社テクノロジーによって高い生産性を実現しております。

また、2021 年に株式会社 Alpha の全株式を取得し完全子会社化をしたことで、技術開発力が飛躍的に改善し、本年 3 月には株式会社 ネットマーケティングを完全子会社化しており今後の成長基盤となる人員と顧客を獲得しております。

2023年4月期3Q業績サマリー

■ AC事業とMT事業のシナジーに加え、データ取得技術を活用した分析精度向上により成長。
※2023年4月期にはネットマーケティングのM&Aによる影響はなく、2024年5月から業績寄与予定。

売上高		単位 (百万円)	
2022年4月期 3Q	2023年4月期 3Q	増減率	
10,795	14,087	+30%	2022年12月に開発した独自データ取得技術によりMT事業が急成長し、シナジー効果もありAC事業も大きく成長
AC事業 10,170	12,876	+27%	▶AC事業 前年同期比で +27%成長 ・ FinanceおよびWellness（来店型）で既存顧客の成長に加えて新規に獲得した顧客が順調に進捗
MT事業 625	1,210	+94%	▶MT事業 前年同期比で +94%成長 ・ 独自のデータ取得技術活用により分析精度が向上し成果発生増 ・ 大口顧客へRobeeの導入を促進

営業利益		増減率	
2022年4月期 3Q	2023年4月期 3Q	増減率	
891	1,506	+69%	▶営業利益 前年同期比で +69%成長 ・ 事業成長による利益増 ・ 上記テクノロジーによる売上総利益率向上 (22年3Q: 17.5%→23年3Q: 21.2%)
営業利益率 8.3%	10.7%	+2.4pt	▶営業利益率 +2.4pt改善 ・ AC事業の成長率以上に売上総利益率が高いMT事業が成長 ・ 労働生産性が向上

2

2023年4月期第3四半期の業績サマリーについて、お伝えいたします。

総評としましては、新たに開発したデータ取得技術を活用することによりデータ分析精度が向上し、成長を加速させることができました。来期中期経営計画の達成に向け、計画を上回るペースで進捗していることをご報告させていただきます。

売上高は、前年同期比で30%増の14,087百万円、営業利益は69%増の1,506百万円となっております。営業利益率につきましても、10.7%と前期の8.3%から2.4pt改善し、中期経営計画で目標とする10%を超えております。

AC事業につきましては、前期の1Qに証券業界で大きな特需があり一過性の売上が発生しましたが、既存顧客の成果発生数が増加していることに加え、新規に獲得した顧客も順調に伸長していることにより、前年同期比で27%増の成長を実現しております。

MT事業につきましては、データ分析精度向上による成果増大に加え、主力サービスであるRobeeをAC事業の大手顧客にも導入し、成果が急増した結果前年同期比で94%増と成長しております。

両事業の成長により、収益が向上しただけでなく、テクノロジーの活用により売上総利益率が17.5%から21.2%と大きく改善し、営業利益が前年同期比69%増と成長することができました。なお、ネットマーケティングの業績は当業績には含まれておりませんのでご留意ください。

2023年4月期の業績予想の修正

■分析精度が向上したことを要因として、通期予想の修正を実施。

(単位：百万円)	2022年4月期		2023年4月期		前回予想比
	実績	前回予想	今回修正予想*	前回予想	
売上高	14,425	17,000	19,000	+2,000	+12%
(前年同期比)	+48%	+18%	+32%	-	-
営業利益	1,237	1,600	2,050	+450	+28%
(営業利益率)	8.6%	9.4%	10.8%	-	-
(前年同期比)	+58%	+29%	66%	-	-
経常利益	1,233	1,600	2,050	+450	+28%
親会社に帰属する 当期純利益	760	1,000	1,400	+400	+40%
(前年同期比)	+39%	+32%	+84%	-	-
1株当たり 当期純利益	235.76円	310.08円	431.40円	-	-

*ネットマーケティングのPL連結は2023年5月~のため2023年4月期に与える影響は軽微

業績予想を修正する背景

▶売上高・営業利益 2022年4月期の特需を超えた成長

継続
分析精度の向上による既存顧客の成長

継続
既存顧客の実績を活用した新規顧客の開拓

3

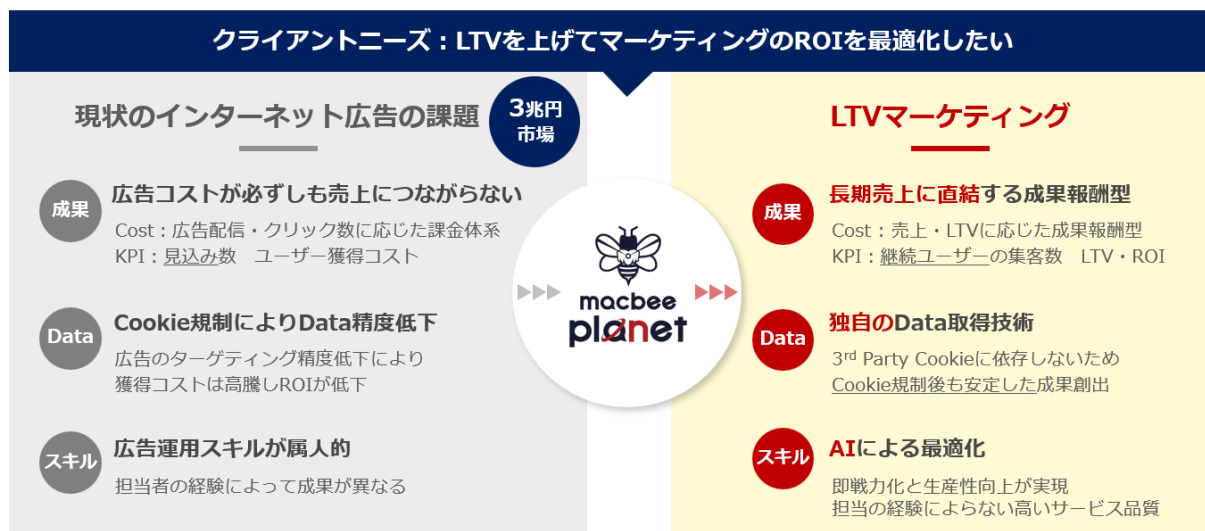
独自に開発し取得したデータを活用することで MT 事業の成長や、AC 事業とのシナジーが順調なことにより、2022年6月に開示させていただいた今期の業績予想を修正させていただく運びとなりました。業績予想の修正要因は独自のデータ活用による収益の増加や新規顧客の獲得であるため、一過性ではなく、継続的な収益貢献が見込まれます。

売上高は前回修正値から12%増の19,000百万円、営業利益は28%増の2,050百万円と予想しております。前期実績と比較しますと、売上高は32%増、営業利益は66%増と高い成長を実現することができる見込みでございます。

なお、繰り返しとなりますが、今期の業績予想にはネットマーケティングの取得およびPMI関係の費用は見込んでいないものの、同社を連結した数字ではない点、ご注意ください。

当社の実現したいこと：インターネット広告業界の転換

■LTVマーケティングのマーケットリーダーとして、インターネット広告業界の課題を解決し、**3兆円のインターネット広告市場をLTVマーケティングへ転換。**



4

ここで、改めて当社の実現したいことについてご説明させていただきます。

当社は、LTV マーケティングという独自のマーケティングを展開してきました。対比する市場は、今も拡大し続けているインターネット広告市場でございます。約 3 兆円あると言われる広大な市場の課題を解決し、LTV マーケティングへ転換してまいりたいと考えております。

インターネット広告市場は、リーマンショックや東日本大震災、新型コロナウイルス感染症などの危機の最中でも二桁成長し続けてきた成長市場になり 2022 年も前年比 14%増と成長を続けており、今後も成長が期待される市場になります。

しかしながら私たちはまだ課題があると考えております。

その一つ目は、広告コストの約 4 割は無駄に消化されており、必ずしも広告主の売上や利益につながらないという点にあります。また、業界では Cookie 規制が進み、従来型のマーケティングが通用せずコスト高になりつつあります。さらに、広告運用者のスキルによって成果がまちまちで、成否が担当者次第という課題があります。

広告主様のニーズは、効率よく利益を上げたい、つまりなるべく無駄なコストをかけずに大きな売り上げを上げたいという点にありますので、私たちの成果報酬型の LTV マーケティングを磨くことが、広告主様のニーズに沿ったものだと考えております。3 兆円のインターネット広告市場に対し、当社の売上は今期見通しで 190 億円になりますので、広告主様のニーズに答えることでまだまだ成長余地があると考えております。

中期経営戦略の進捗

■ LTV予測精度及び広告効率が改善したことで売上総利益率が向上。
人員増強は順調に進捗し、他業種への展開と**2024年4月期以降の成長に向けた基盤を構築中。**



5

続きまして、中期経営戦略の進捗についてご説明いたします。

当社はデータを活かしたプロダクト戦略と営業戦略をもって、LTVマーケティングのリーディングカンパニーとして、高成長の実現に向けて事業を推進しております。

プロダクト戦略につきましては、AC事業とMT事業との連携により売上総利益が向上しているだけでなく、新たに開発したデータを取得する技術を活用し分析精度が向上することで成果発生数が向上しており順調に進捗していると評価しております。

また、他業種への展開や人員増強は順調に進捗しておりますが、ネットマーケティングの完全子会社化によりさらに強固な基盤を構築できたと考えております。

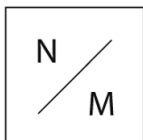


株式会社ネットマーケティング の広告事業を取得

ここで、改めて、3月6日に完全子会社化しました、株式会社ネットマーケティングの広告事業取得の狙いやシナジー等についてご説明させていただきます。

ネットマーケティングの広告事業の概要

■ 2023年3月6日に完全子会社化。
PL連結は2023年5月から、BS連結は2023年4月末を予定。



対象会社	株式会社ネットマーケティング		
取得持分	100%		
事業内容	広告事業 アフィリエイト広告やソーシャル広告においてプロモーションの戦略立案から運用支援まで一貫して行うコンサルティングサービスの提供 ※同社の運営していたメディア事業 (Omiaj)は分社化済で、取得対象外		
事業規模	売上高：約117億円 (22年6月期の総額表示)		
取得金額	53億7千万円		
資金手当	借入金額	① 20億円 *	② 18.7億円 ③ 15億円
	借入期間	1ヶ月	84ヶ月 12ヶ月 (7年間継続予定)

* ネットマーケティングの余剰現金の一部を活用し返済予定

7

ネットマーケティング取得について概要を説明させていただきます。ネットマーケティングの100%株式を取得しておりますが、対象は広告事業のみとなっております、同社の運営していたメディア事業は分社化しており取得対象外となっております。

事業規模としましては、22年6月期の総額計上ベースで117億と当社と近い規模となっております。取得金額は53億7千万円で、資金は3月1日に開示しました通り全額銀行より借入れております。そのうち20億円につきましては、今期中には返済予定となっております。

2024年4月期連結業績への寄与

■ 2023年3月よりネットマーケティングとの協業は開始。
PoCでの成果は好調であり、来期からのシナジー効果を見込む。

2024年4月期の当社連結業績への影響は現在精査中
のれんおよびPMIの進捗を鑑みて、
2023年4月期の通期決算発表時に開示予定

資金手当て ^{*1} 全額銀行より 借入済	統合費用 2023年4月期4Q と2024年4月期 に計上予定	のれん ^{*2} 20億前後 (見込み)	のれん償却期間 ^{*2} 7年前後 (見込み)	業績連結 BS:2023年4月末 PL:2024年5月~ (予定)
---	---	--	---	---

*1 詳細は2023年3月1日に開示した「資金の借入に関するお知らせ」参照

*2 のれんについては現在監査法人と協議中

8

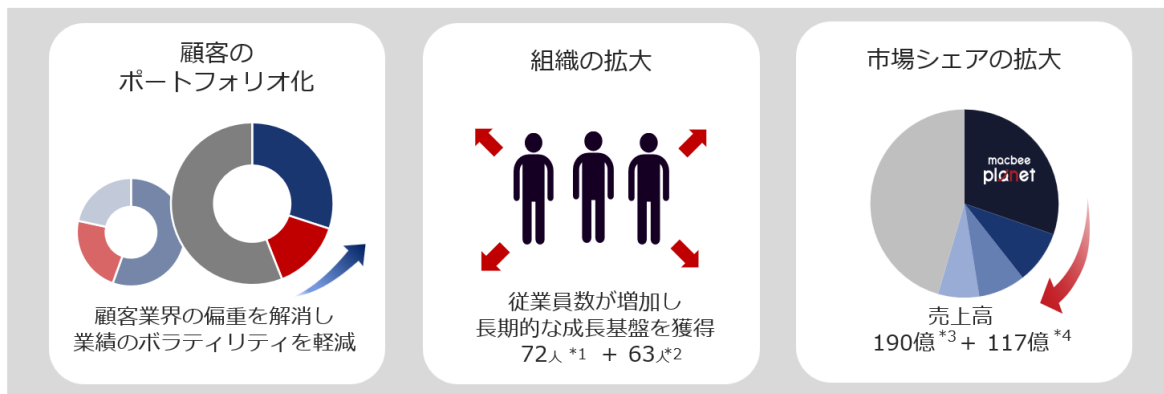
続きまして、ネットマーケティングの2024年4月期へ与える業績影響についてご説明いたします。
のれんや償却期間、当社テクノロジー提供による定量的な効果を精査する必要があるため、具体的な数値をお伝えすることは難しいのですが、協業は開始しており、テスト導入によるシナジー効果が確認できておりますので、来期業績貢献が可能であると自信をもってお伝えできればと思います。

現時点における状況としては、ホールディングス化を含む統合費用は今期4Qと来期に計上することを予定しております。また、のれんにつきましては、およそ20億前後、償却期間は7年前後を見込んでおります。

具体的な数値につきましては、2023年4月期の通期決算発表タイミングでご報告できればと思います。

ネットマーケティング取得の目的

■顧客と人員を獲得することで、当社の成長及び業界の転換スピードを向上。



LTVマーケティングのリーディングカンパニーとして 3兆円のインターネット広告市場を転換

*1 23年4月期3Q時点のマクビープラネットの正社員数 *2 2023年3月期時点のネットマーケティングの正社員数
*3 23年4月期の当社業績予想（修正後） *4 22年6月期のネットマーケティング広告事業の売上高（総額表示）

9

改めて、ネットマーケティングの広告事業を取得した目的についてご説明させていただきます。

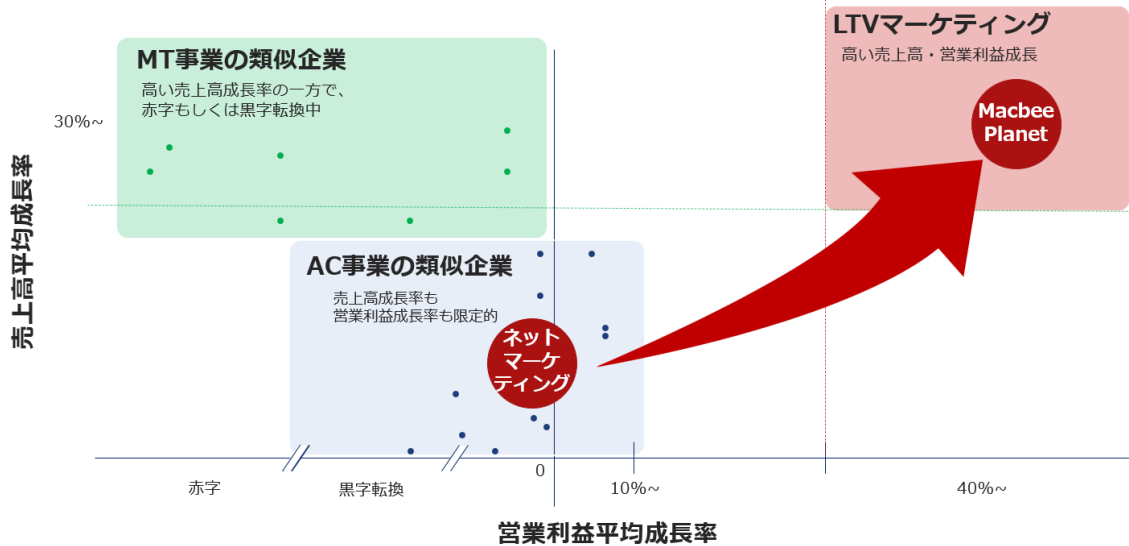
まず、前提として、当社の顧客がファイナンス業界やウェルネス業界に偏っており、大口顧客の予算動向に業績の影響を受けやすいことを経営課題の一つとして認識しておりました。ネットマーケティングは金融や人材業界に強みを有すものの、上位顧客への依存度が当社より低く業界の分散もあるため、特定の顧客や業界動向の影響を受けづらくなり、当社業績のボラティリティを軽減することができます。

また、AC事業につきましては、現状は、人を介したコンサルティングが必要なこともあり、長期的な成長を実現するためには一定の組織規模が必要でございます。即戦力の人員を獲得することで、来期以降の長期成長の基盤を構築することができます。

さらに、市場シェアの拡大にも寄与いたします。ただし、単純に117億の売上を積み上げることが目的ではなく、競争するよりも互いに協業して共にインターネット広告のLTVマーケティングへの転換を早急に進めることで事業機会を捉えた更なる発展を目指しております。次のページ以降でそのご説明をさせていただきます。

ポジショニング

■AC事業に類似したネットマーケティングに当社のノウハウ・テクノロジーを提供し
高成長のLTVマーケティングに転換することで高い成長を実現予定。



10

まず、インターネット広告における当社のポジショニングを説明いたします。こちらの図は、横軸に営業利益の平均成長率、縦軸に売上高の平均成長率を置いております。

当社の AC 事業につきましては、収益構造上はいわゆるインターネット広告代理店に類似している点もございます。広告代理業につきましては、昨今 Cookie 規制の影響もあり売上や営業利益成長は当社と比べると限定的となっております。

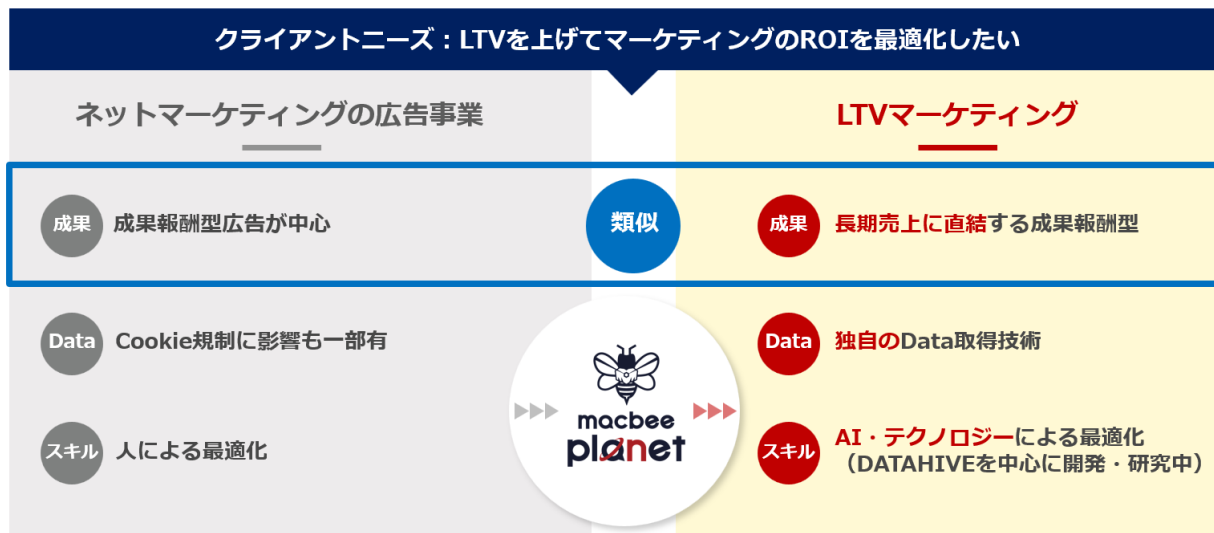
当社の MT 事業に類似した企業につきましては、当社と違い SaaS 型でプロダクト提供をしている企業が多く、売上高成長率は高い一方で、投資フェーズのため赤字の企業や、黒字転換するタイミングの企業が多いのが特徴です。

当社は、AC 事業単体でも成長しておりますが、MT 事業のテクノロジーを活用しているため、売上高だけでなく営業利益の成長率も業界の中でも高い水準にございます。

今回取得したネットマーケティングにつきましては AC 事業の類似企業に分類することができ、各社同様に、売上高や営業利益の成長率は限定的でございます。このポジションから当社のテクノロジーを提供することで、当社と同じような高成長企業への転換を画策しております。

ネットマーケティングと当社の類似点と差異

- ネットマーケティングの広告事業と当社のAC事業は類似点があり
当社のテクノロジーによるバリューアップの確度は高い。



11

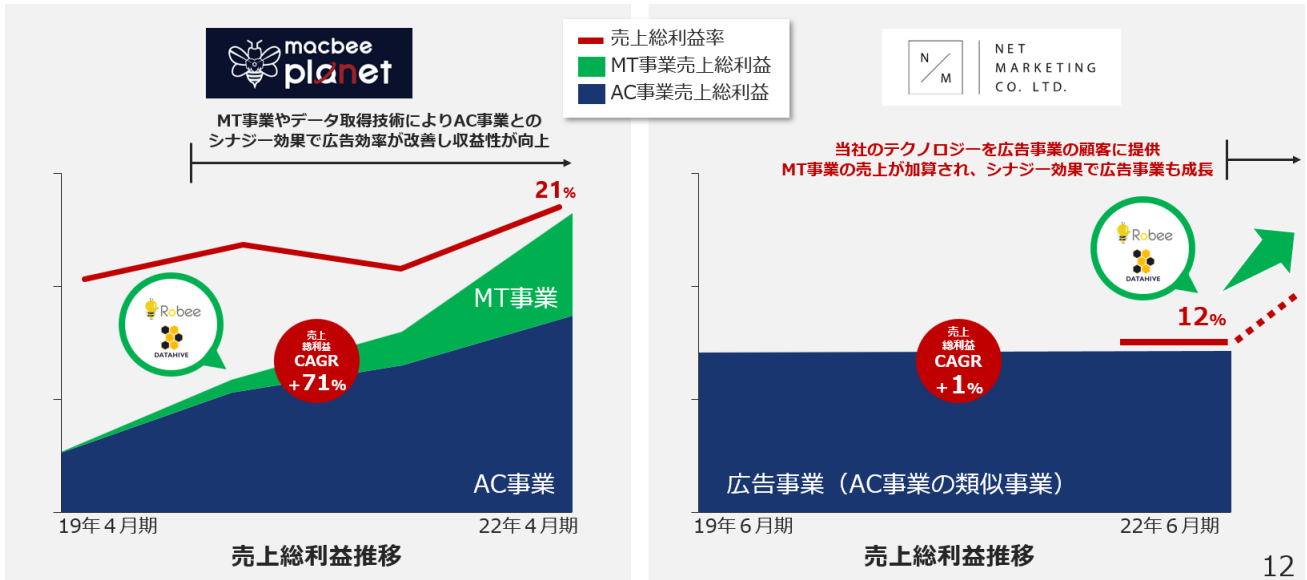
テクノロジー提供によるシナジーをイメージしていただくために、両社の類似点と差異を簡易的にご説明いたします。

ネットマーケティングの広告事業と当社のLTVマーケティングは、成果報酬型広告でマーケティングを支援しているという点においては類似していると認識しております。

相違点として、データ取得技術やAI等のテクノロジーの有無があり、それが競争優位性の源泉となっております。開発中の内容を含めて当社のテクノロジーを提供することで売上高および利益の両面で高成長を実現させることができると考えております。

MT事業による広告効率及び収益性の向上

■ 当社のテクノロジー及びプロダクトを広告事業の顧客に提供することでMT事業の売上が加算。
当社と同様に広告事業とMT事業のシナジーによる売上総利益率と売上高成長率の向上を計画。



シナジーのイメージをセグメント別の売上総利益の推移用いてご説明させていただきます。

青色が AC 事業もしくはネットマーケティングの広告事業、緑色が MT 事業の売上総利益を示しています。

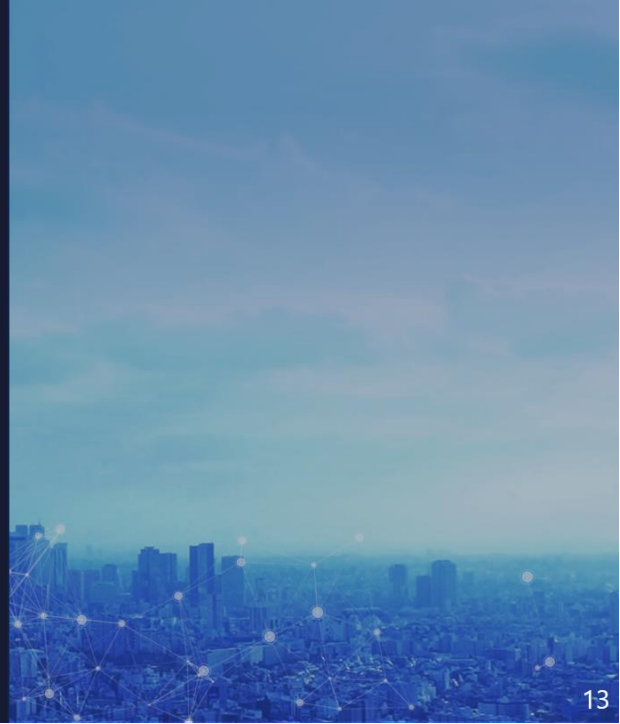
左のグラフが当社の 19 年 4 月期からの売上総利益の推移になります。AC 事業の顧客に MT 事業の主力サービスである Robee 等の活用を積極的に進めたタイミングから MT 事業の売上総利益比率が年々上がり、それに伴い売上総利益率も向上してきました。また、MT 事業で取得したデータによる相乗効果で AC 事業も大きく成長し、その結果として売上総利益の平均成長率は 71%にもなります。

右の図はネットマーケティングの広告事業による売上総利益の推移になります。年間平均成長率は限定的で、売上総利益率も 12%となっています。

ネットマーケティングには当社の MT 事業に類する事業が無いため、当社の MT 事業のプロダクトやテクノロジーを提供することで、売上総利益率および成長率が大きく向上するようになると考えておりますので、シナジーの実現をご期待してお待ち頂ければと思います。



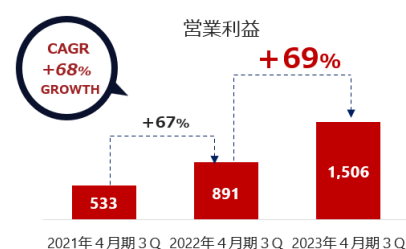
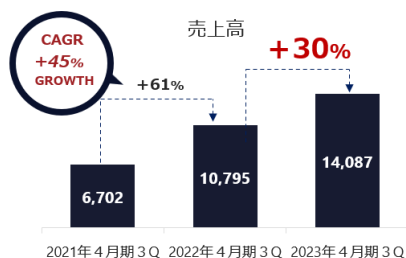
**2023年4月期
第3四半期業績**



続きまして、2023年4月期第3四半期の業績についてご説明申し上げます。

2023年4月期3Q業績サマリー

■特需のあった2022年4月期と比較しても、データ技術を活かした施策により高い営業利益成長率を維持。高収益率は今後も継続見込み。



(単位: 百万円)

	2023年4月期 期初計画	2023年4月期 修正計画	2022年4月期 3Q実績	2023年4月期 3Q実績	期初 計画比 進捗率	修正 計画比 進捗率	YoY 増減率
売上高	17,000	19,000	10,795	14,087	83%	74%	+30%
営業利益	1,600	2,050	891	1,506	94%	73%	+69%
営業利益率	9.4%	10.8%	8.3%	10.7%	-	-	+2.4pt

14

2023年4月期第3四半期の業績について掘り下げてご説明申し上げます。

売上高は前年同月比で30%増の14,087百万円、営業利益で69%増の1,506百万円となりました。昨期は第1四半期に特需がございましたが、特需水準を超えてYoYで30%増と実力値として大きく成長することができていると評価しております。

冒頭ご説明したデータ取得技術を活かした施策により売上総利益率も向上し、営業利益率が10.7%と、中期経営計画で掲げた10%を前倒しで達成しており、中期経営計画の目標達成に向け計画以上の成長が実現できると考えております。

また、修正後の計画に対する進捗率としましても、売上高は74%、営業利益が73%となっており、第4四半期につきましても、高い成長を実現する見込みでございます。

前年同期比較

■ 成長投資をしながら売上高・営業利益が伸長し、営業利益率も改善。
ACxRobeeのシナジーに加え、データ取得精度向上により売上総利益率が改善。

(単位：百万円)	2022年4月期3Q 実績	2023年4月期3Q 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	10,795	14,087	+3,291	+30%
売上総利益	1,892	2,983	+1,091	+58%
AC事業 売上総利益	1,286	1,774	+487	+38%
MT事業 売上総利益	605	1,208	+603	+100%
販管費	1,000	1,477	+476	+48%
人件費	404	545	+140	+35%
採用教育費	31	52	+21	+70%
システム利用料	30	96	+65	+220%
地代家賃	30	54	+23	+80%
その他	505	730	+225	+45%
営業利益	891	1,506	+614	+69%
営業利益率	8.3%	10.7%	+2.4%	-

テクノロジーの進化により両事業が計画以上に成長

▶ **AC事業 売上総利益率が前年同期比で +38% 成長**

- Wellness (来店型) 業界が引き続き順調に成長
- 新規獲得案件が順調に成長
- 証券、銀行などの実績を有する業界での新規案件が売上貢献
- 人材、パーソナルジム、教育などの新規案件も堅調に推移

▶ **MT事業 売上総利益は前年同期比で +100% 成長**

- Robeeの体制変更によるAC事業とのシナジー効果により成長
- 独自のデータ取得技術活用により分析精度が向上し成果増

▶ **販管費**

- 人員数増加に伴う費用増 +140百万円
- システム利用料：DATA基盤構築 +65百万円
- 地代家賃：人員拡大を見据えた増床 +23百万円
- その他：M&A取得関連費用等 (一過性含む)

▶ **営業利益 前年同期比で +69% 改善**

- 事業成長による利益成長
- ACxRobeeのシナジーによりMP単体の売上総利益率が向上

15

前年同期比の詳細についてご説明いたします。

売上高は前年同期比で30%増でしたが、売上総利益が58%増となっており、売上総利益率が17.5%から21.2%と大幅に改善しております。

セグメント別に申し上げますと、AC事業の売上は38%増となりました。業界別でご説明しますと、Wellnessの来店型業界は既存顧客が引き続き堅調に推移しております。新規顧客についても、証券や銀行業界で獲得があっただけでなく、人材やパーソナルジム、教育業界など多岐に渡る新規顧客を獲得し、堅調に推移していることで、売上貢献しております。

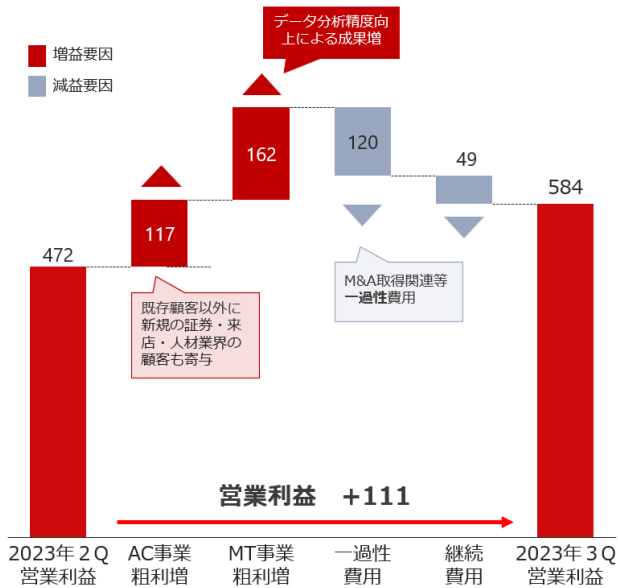
MT事業につきましてはデータ分析精度の向上に加えて、AC事業の顧客へのクロスセルが進んでいることから、シナジーにより両事業が急成長しております。

販管費につきましては、事業の成長に合わせて人員増加に伴う費用と、技術開発に係る費用を中心に増えており、第3四半期につきましては、M&Aに係る一時的な費用もございました。

その結果、営業利益は1,506百万円、営業利益率は10.7%と収益性も向上しております。

前四半期比較営業利益分析

■ AC事業の新規顧客が伸長したことに加え、データ分析精度向上によるMT事業の売上総利益が向上。



	2023年 4月期 2Q実績	2023年 4月期 3Q実績	QoQ 増減額	QoQ 増減率
売上高	4,354	5,211	+ 857	+ 20%
売上総利益	893	1,173	+ 279	+ 31%
AC事業 売上総利益	565	683	+ 117	+ 21%
MT事業 売上総利益	328	490	+ 162	+ 49%
販管費	421	589	+ 168	+ 40%
一過性費用	0	120	+ 120	-
継続性費用	421	470	+ 49	+ 12%
営業利益	472	584	+ 111	+ 24%
営業 利益率	10.8%	11.2%	+0.4pt	-

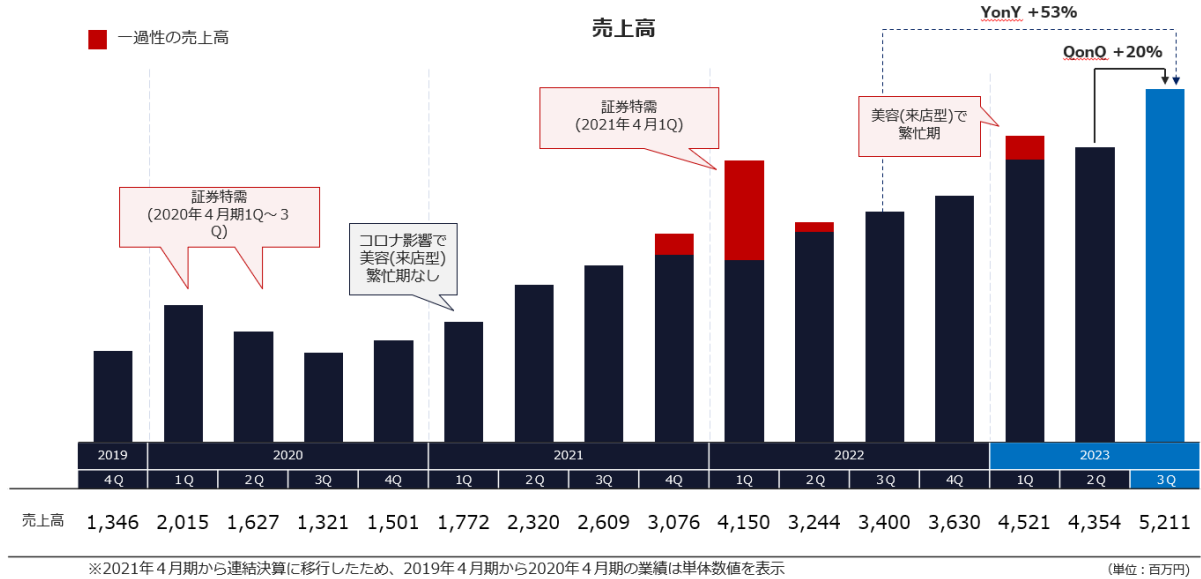
16

第2四半期からの営業利益の増減分析についてご説明いたします。データ取得技術などによりMT事業を中心に成長したことにより、第2四半期の4,354百万円から5,211百万円と前Q比で20%の成長をしております。

なお、コストにつきましては、M&Aに関連する費用など一過性の費用が増加しておりますが、営業利益は前四半期比で24%増となっており、将来の成長に必要な費用を加味しても四半期ベースでは中期経営計画で掲げている来期の営業利益目標の22億円を達成可能な水準にまで成長しております。

四半期売上高推移

■ データ取得技術により、高い成長が実現。
右肩上がりの売上高成長は継続。



17

最後に四半期の売上高推移についてご説明いたします。

当社のビジネス特性上、顧客のキャンペーンや季節性などの影響により凸凹はございますが、右肩上がりの売上高トレンドは継続し、順調に成長しております。

重複しますが、第3四半期の業績及び今期業績予想にはネットマーケティングの影響は織り込まれておらず、業績寄与は来期からとなります。

足元の協業を進める中でシナジー効果創出に手ごたえもあることから、来期への業績への貢献ならびにインターネット広告の LTV マーケティングへの転換による継続的な成長をご期待頂きたいと思っております。

私からの説明は以上となります。ご清聴ありがとうございました。