



2023年12月20日

各 位

会 社 名 株式会社Macbee Planet  
代 表 者 名 代表取締役社長 千葉 知裕  
(コード番号：7095 東証グロース)  
問 合 せ 先 経営企画本部長 川上 昂士  
(TEL 03-3406-8858)

Macbee Planet が AI による広告運用の最適化技術を開発  
人が介在した従来の運用比で 2 倍以上の成果を創出

株式会社 Macbee Planet (本社：東京都渋谷区、以下「当社」) は、当社独自システムである DATAHIVE により、連携が難しかった新たなデータの連携と、AI による広告運用の最適化技術を開発したことをお知らせします。これにより LTV マーケティングで活用している各種インターネット広告の運用効果を改善し、顧客の事業拡大に貢献します。

1. 開発の経緯

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提唱し、他社との差別化により高い成長を実現してきました。今後も市場成長を大きく超える成長を継続し高いシェアを獲得するためには、データの拡張と AI の活用による競争力の向上が必要不可欠で、テクノロジー開発が重要であると認識しております。本機能は、LTV マーケティングの高成長において重要な機能となります。

【データ連携技術】

広告運用を最適化するために起点となる KPI は様々ありますが、プロモーションによっては、解析ツールの違い等によりデータ連携ができず、適切な KPI を基にした自動最適化ができないという課題がございました。そのため人手による工数をかける必要がありましたが、今回開発した DATAHIVE を活用することで、LTV データの連携と自動活用が実現し、生産性が大きく向上いたします。

【最適化技術】

広告の出稿最適化は広告プラットフォームにより半自動で行われますが、出稿の目的や KPI によって最適化速度や精度が異なるため、LTV の改善にはノウハウと時間を要しておりました。DATAHIVE を活用することで、AI が予測・検証した KPI を基に最適化された結果を各広告プラットフォームに自動的に連携ができ、成果を最大化するまでのサイクルが短縮され、費用対効果が大きく向上いたします。

## 2. 活用例

金融業界のアプリプロモーションでは、アプリインストール後の口座開設が本来重視すべき KPI でしたが、広告のデータと、アプリデータ、その後の申し込み状況のデータが連携できず、表面的な KPI を基にした最適化が行われていました。その結果、インストール数及びそれにかかる広告コストの最適化はできますが、口座開設を基にした広告単価を分析すると、効率が良いとは言えない状況でした。

そこで、DATAHIVE を活用した最適化を行ったところ、CPA を約 80%削減しながら口座開設数を拡大することでの ROI が向上し事業拡大に貢献しております。

## 3. 今後の展開

当社グループ内での活用により生産性・収益性の向上および組織の拡大が期待できます。また、今後検討する M&A 先のシナジー実現の裾野も広がると考えています。

## 4. 業績への影響

本機能による 2024 年 4 月期への業績影響は軽微ですが、今後、業績への重大な影響が認められる場合には速やかにお知らせいたします。

以上