

2026年4月期 第1四半期 決算説明資料

2025年9月11日

[株式会社Macbee Planet](#)

証券コード 7095



 サマリー	P.03
 会社概要	P.07
 Appendix	P.17

サマリー

2026年4月期第1四半期業績ハイライト

■ 売上収益は想定に近い着地であったものの、 融資・カード業界の広告費高騰の影響で大幅減益に

(単位：百万円) 第1四半期決算ハイライト

FY2025 Q1	FY2026 Q1	前年同期比 増減率
売上収益		
11,560	12,780	+11%

FY2025 Q1	FY2026 Q1	前年同期比 増減率
営業利益		
1,281	754	▲41%
営業利益率		
11.1%	5.9%	▲5.2pt

業績

■ 売上収益：全体としては想定に近い着地 (計画内)

投資業界：不正アクセス問題による広告抑制でYoYで成長もQoQは減収
人材業界：YoYで成長もQ4が繁忙期で、季節性によりQoQは減収

(計画外)

融資・カード業界は計画比マイナスも医療業界でカバー

■ 利益：計画未達

(計画内) 増員に伴う人件費増、広告宣伝費、M&A費用など

(計画外) 融資・カード業界の広告費高騰の影響で大幅減益に

その他

■ 中期経営計画の進捗：

- ・バーティカル・リテールメディアの創出は複数社と協議中
- ・インフルエンサーを活用した成果報酬型広告の取り組み開始
- ・MOJAにて動画を活用した成果報酬型メディアを企画し構築準備中

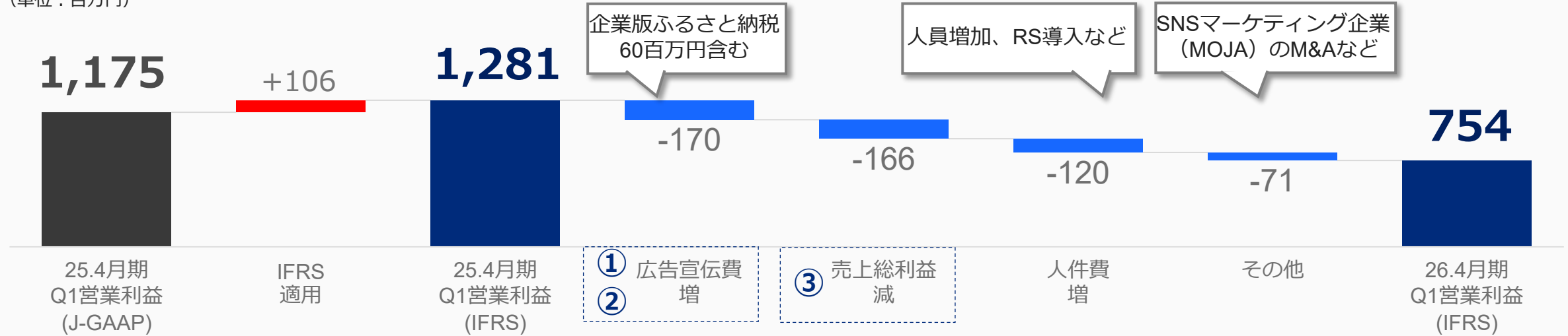
■ 新規獲得：月間売上1千万円以上の案件を2件獲得

■ 貸付金：P.22参照

営業利益増減内訳

■ 広告宣伝費やM&Aなどの影響で減益を想定していたものの、 融資・カード業界における広告費の高騰により想定以上の減益で着地

(単位：百万円)



① 広告宣伝費増

Q1に実施した主な施策

当社に関する書籍の広告を実施



今後の見通し

- 中長期的なブランド向上を目的に前期から取組一定の効果を実感
- 今期は5.5億を投下予定で、施策は吟味し実施。来期以降もPR施策は継続予定

② 企業版ふるさと納税

Q1に実施した主な施策

山梨県北杜市に対して寄付を実施



今後の見通し

- 税額控除により、通期の当期利益に対する影響は軽微
- 自治体と提携し、地域社会の課題解決に資するプロジェクトを検討

③ 売上総利益減

Q1に発生した事象

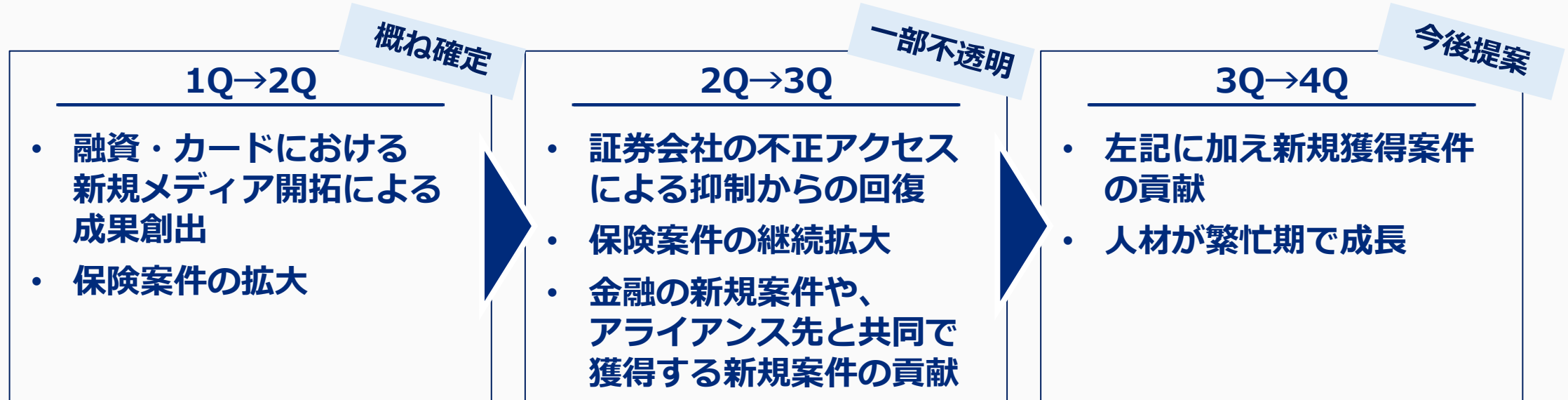
【融資・カード】にて当社と取引のない大手メディアが出稿を強化したことで広告費が高騰し獲得効率が悪化

今後の見通し

- 【融資・カード】はメディアを開拓することで広告費高騰の影響を一定回避し回復も前期比はマイナス
- 3Q以降は売上収益向上に伴い前期比プラス想定

今後の見通し

- 融資・カードの影響は通期見通しに折り込んでおらずネガティブではあるものの、3Q時点では過去最高の売上収益・営業利益を達成する見込み



(単位：円)



会社概要

会社概要	
社名	株式会社Macbee Planet (7095) (URL : https://macbee-planet.com/)
設立日	2015年8月25日
資本金	2,635百万円 (2025年4月末時点)
事業内容	成果報酬型マーケティング事業
本社所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目11番11号
正社員	182人 (2025年4月末時点)
沿革	
2015年08月	株式会社Macbee Planet設立
2020年03月	東京証券取引所マザーズ市場 (現グロース市場) へ上場
2021年08月	株式会社Alphaを完全子会社化
2023年03月	株式会社ネットマーケティング (現All Ads) を完全子会社化
2023年11月	株式会社Macbee Planetを持株会社化 (事業会社をMAVELに)
2024年05月	株式会社PRクラウドテックを完全子会社化
2024年07月	東京証券取引所プライム市場へ上場
2025年05月	株式会社MOJAを完全子会社化

- 圧倒的なマーケットリーダーへ

すべてのマーケティングを

成果報酬に

- 「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



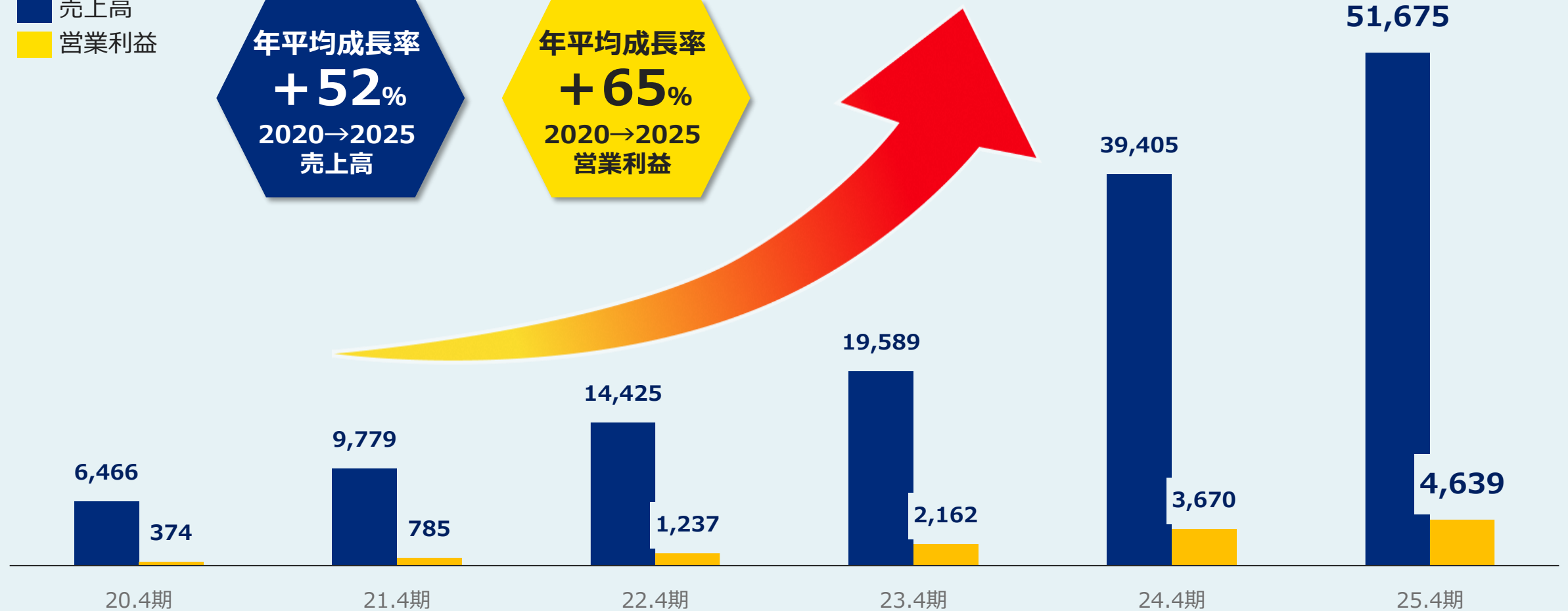
■ 上場後、成果報酬型のマーケティング支援により売上高・営業利益ともに圧倒的な成長を実現

(単位：百万円、J-GAAP)

■ 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

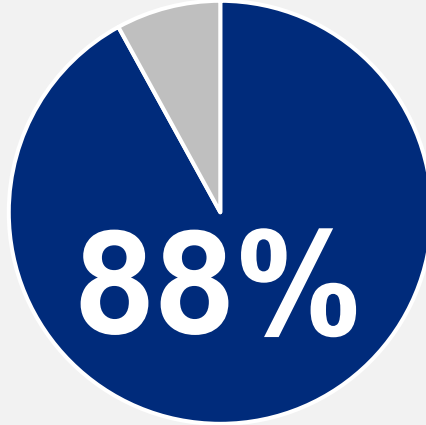


事業成長の背景

- 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*

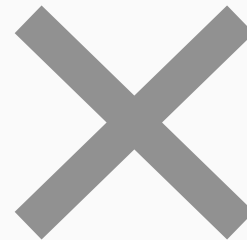


高い費用対効果の実現 (LTV>投下コスト)

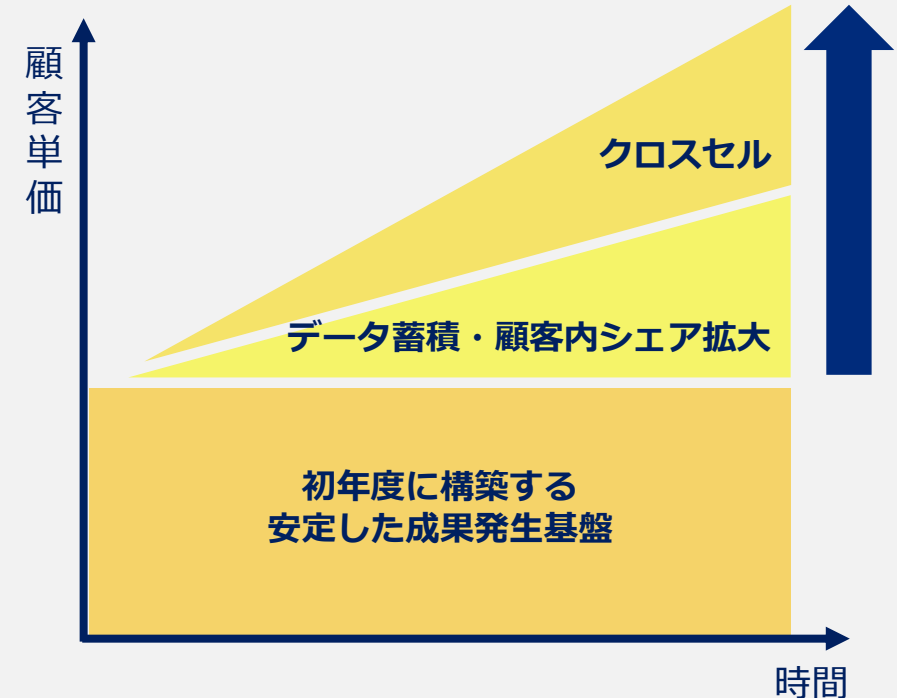
成果報酬の
データ蓄積/解析

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年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

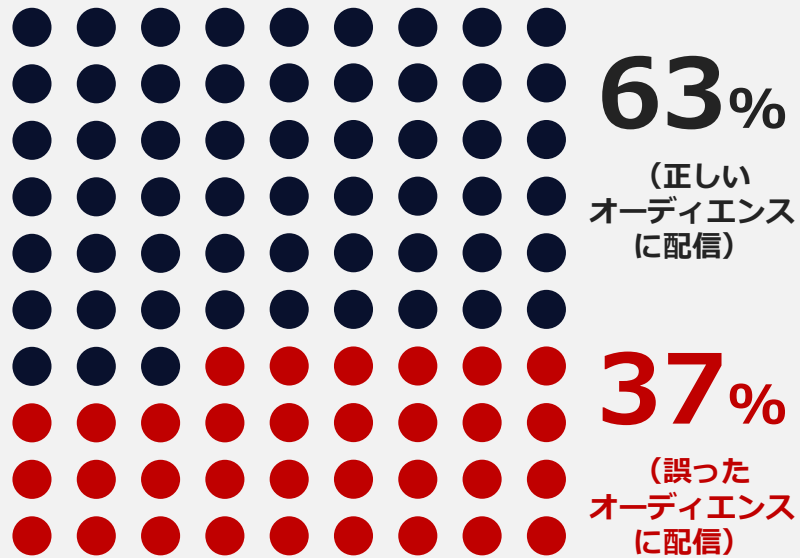
出所：2023年の国内総広告費は株式会社電通「日本の広告費」をもとに当社算出。2030年以降の成果報酬型の数値は当社推計

成果報酬型市場成長の背景①

- 顧客にならないターゲットにも配信されているインターネット広告。
これら無駄を排除した「成果報酬型」の時代に移行

現状のインターネット広告の課題

デジタル広告予算の約40%が誤ったオーディエンスに
浪費されておりROIの向上余地は大きい



出展 : Nielsen Digital Ad Ratings, U.S.
Benchmarks Report – Q2 2019-Q1 2020

無駄を最大限排除し、
成果に応じた費用で済む

**「成果報酬型」
の時代に移行**

成果報酬型市場成長の背景②

■ 「成果報酬型」がマーケティングサービスでも急激に拡大

低リスクで効率的な 「成果報酬型」



様々なマーケティングサービスが 「成果報酬型」に



中期経営計画

- 三つの事業戦略でマーケティングの常識をブレイクスルーし、数値目標の達成を目指す

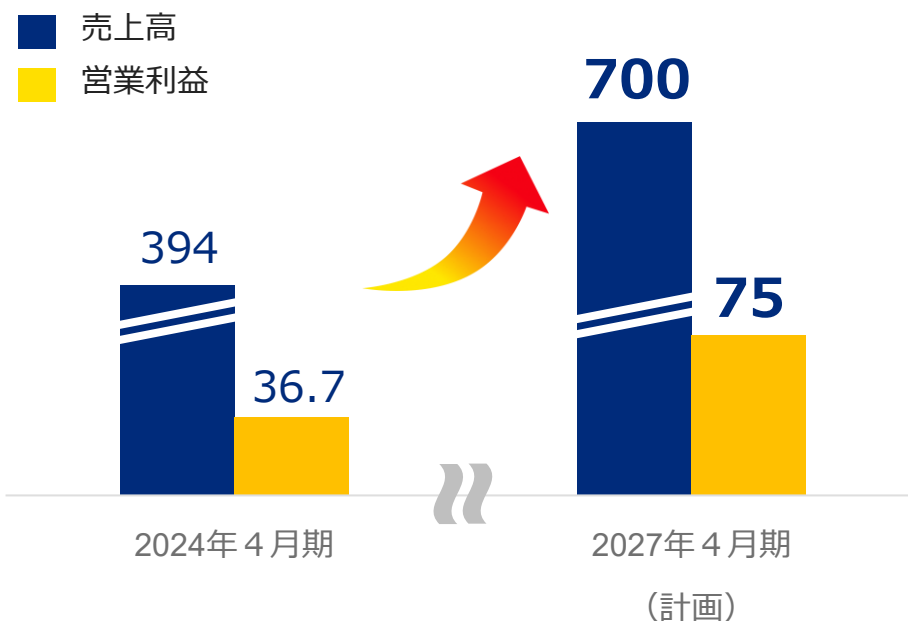
事業戦略*

① インターネット広告の次世代化
(成果報酬型への転換)

② PRと獲得の融合
(成果報酬型への転換/拡張)

③ 加速度的なM&Aによる
非連続な成長

数値目標** (億円)



*事業戦略に関する詳細は別資料「中期経営計画（2025年4月期～2027年4月期）」を参照

**27.4月期数値目標の前提：①日本会計基準 ②広告宣伝費を含めず ③大型M&Aを含めず

Appendix

業界別売上構成比率推移



	2025年4月期								2026年4月期	
	Q1		Q2		Q3		Q4		Q1	
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上収益	構成比
全体（単位:百万円）	11,560	100%	13,290	100%	13,530	100%	13,293	100%	12,780	100%
ファイナンス	5,161	45%	5,630	42%	5,272	39%	5,546	42%	4,609	36%
投資	3,016	26%	3,149	24%	3,373	25%	3,640	27%	3,249	25%
融資・カード	1,276	11%	1,606	12%	1,332	10%	1,424	11%	867	7%
その他(金融)	867	8%	873	7%	565	4%	481	4%	493	4%
ウェルネス	4,352	38%	5,015	38%	5,017	37%	4,073	31%	5,022	39%
医療	3,393	29%	4,426	33%	4,384	32%	3,558	27%	4,558	36%
来店型	758	7%	376	3%	302	2%	386	3%	340	3%
その他(ウェルネス)	200	2%	212	2%	330	2%	129	1%	123	1%
人材	1,003	9%	998	8%	1,299	10%	1,674	13%	1,311	10%
その他	1,043	9%	1,646	12%	1,941	14%	1,998	15%	1,836	14%

注）区分名称について、「コンシューマファイナンス」を「融資・カード」、「EC」を「その他(ウェルネス)」に変更しております。また、規模に応じて並び順を変更しております。

ファイナンス	投資	証券、FX・暗号資産、不動産投資
	融資・カード	カードローン、住宅ローン、クレジットカード
	その他（金融）	保険、電子マネー など
ウェルネス	医療	オンライン診療、医療機関（美容など）
	来店型	エステ・サロン、ジム
	その他（ウェルネス）	食品・飲料、化粧品 など
人材	人材	派遣・転職エージェント、通信教育
その他	その他	士業、アプリ、ゲーム、通信、不動産 など

注）含まれている案件との整合性を考慮し、以下の通りに名称を変更いたしました。

- ・「コンシューマーファイナンス」⇒「融資・カード」
- ・「EC」⇒「その他(ウェルネス)」

また、規模に応じて並び順を変更しております。

変更理由：消費者金融以外の案件も含まれているため

変更理由：EC以外の案件も含まれているため

四半期業績推移



(単位:百万円)	2025年4月期					2026年4月期
	Q 1		Q 2	Q3	Q4	Q1
	J-GAAP	IFRS	J-GAAP	J-GAAP	J-GAAP	IFRS
売上高	11,560	11,560	13,290	13,530	13,293	12,780
(YoY)	+26.1%	+26.1%	+33.6%	+36.3%	+28.3%	+10.6%
売上総利益	2,248	2,248	2,289	2,416	2,282	2,082
(YoY)	+15.3%	+15.3%	+24.7%	+24.2%	+2.8%	▲7.4%
(売上総利益率)	19.4%	19.4%	17.2%	17.9%	17.2%	16.3%
販管費	1,072	966	999	1,252	1,272	1,329
人件費	390	396	421	448	422	516
広告宣伝費	26	26	8	126	156	196
採用教育費	26	26	16	27	47	43
研究開発費	41	41	31	68	127	42
その他	588	477	521	580	518	530
その他の収益/費用	—	0	—	—	—	1
営業利益	1,175	1,281	1,289	1,164	1,009	754
(YoY)	+17.6%	—	+28.9%	▲2.1%	+109.6%	▲41.1%
(営業利益率)	10.2%	11.1%	9.7%	8.6%	7.6%	5.9%

FAQ : 「その他経費」の変動要因

- 信託SOの課税や取引先への貸付金による特殊要因による変動が生じており、通常の営業活動で発生する費用は事業成長に応じて安定して推移

(単位：百万円、J-GAAP)

事業成長に沿って安定的に推移

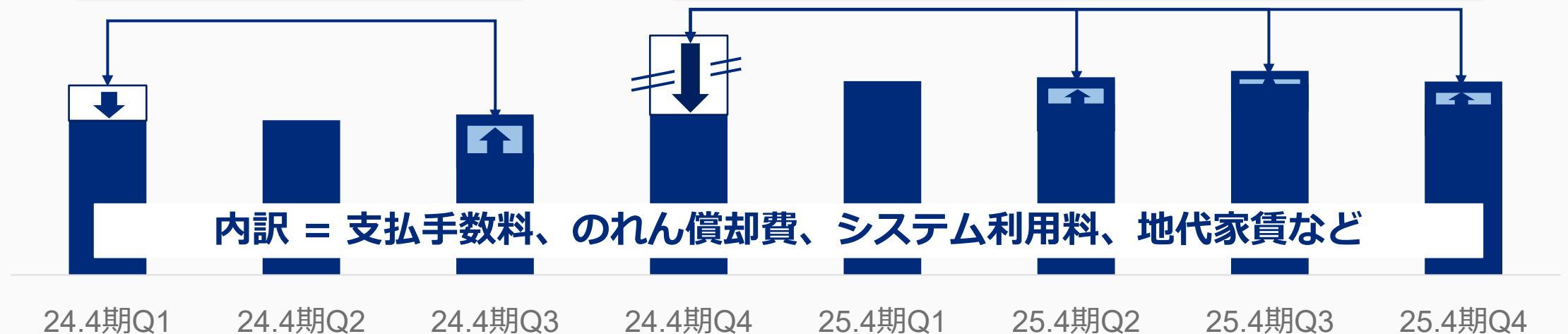
実態数値	468	469	477	486	588	587	603	574
会計数値	575	469	370	1,226	588	521	580	518

信託型SO課税の影響

譲渡益課税では無く給与所得課税となったことで税差額分をQ1に貸倒引当金計上しQ3の回収により戻入

取引先への貸付金の影響

24.4期4Qに全額貸倒引当金計上し、以降継続的に回収
(現在他の企業への貸付金無)



FAQ：取引先の与信管理に関して

- 24年4月期の貸引計上を契機に与信から生じる業績影響は軽微となるよう改善
- 25年4月期の未収入金は競合にサービス劣後しないよう分割払いを提供中

2024年4月期の貸倒引当金計上

概要

- ・ 2024年3月末を期限とする取引先への貸付に対し返済が遅延し、貸倒引当金を繰入
- ・ その後、法的手続や協議を重ね継続的に回収を続けるも取引先および連帯保証のある企業の破産手続きが決定したことを受け全額の回収は困難に

本件を受けた 当社の対応

与信管理の厳格化および大口取引先のポートフォリオの見直しにより、上位20社のうち売上1,000億未満の未上場企業を1社まで削減することで、与信から生じる業績影響は軽微となるよう対応済

業績への 影響

- ・ 2024年4月期：貸付金全額を貸倒引当金（販売管理費の費用増加要因）として計上
- ・ 2025年4月期：1.4億円の戻し入れを計上（販売管理費の費用減少要因）
- ・ 今期以降：追加での費用計上は無く、清算により得られた金額の戻入を予定

2025年4月期の未収入金の増加

概要

他社でも導入が進みつつある広告費の分割払いサービスを独自の形態で顧客に提供。25.4期末時点での残高は27億円に。同金額が営業CFとしてマイナスとなり、営業CFは赤字に

本件の 与信の 考え方

相手先企業の与信状況を判断して、社外取締役が過半を占める取締役会にて、毎月審議・決議。
相手先企業はグループとして著しい成長を継続しており、財務諸表・定性情報からも支払能力は十分にあると判断。加えて、第三者による連帯保証により債権の保全が図られていることから、回収不能となるリスクは極めて低いと判断し、取引を実行

業績への 影響

- ・ 同サービスを他社に提供することは現状検討していないため、今期の営業CFはプラスに回復する見込み
- ・ 分割払いに対する手数料は収益として計上

FAQ：生成AIの影響に関して

■ 生成AIのビジネスへの影響は想定されるが、現状大きなマイナス要因ではない

生成AIにより当社ビジネスは大きくマイナスの影響を受けるのではないか？

影響①

検索が減少し、
検索連動型広告市場は縮小するのでは？

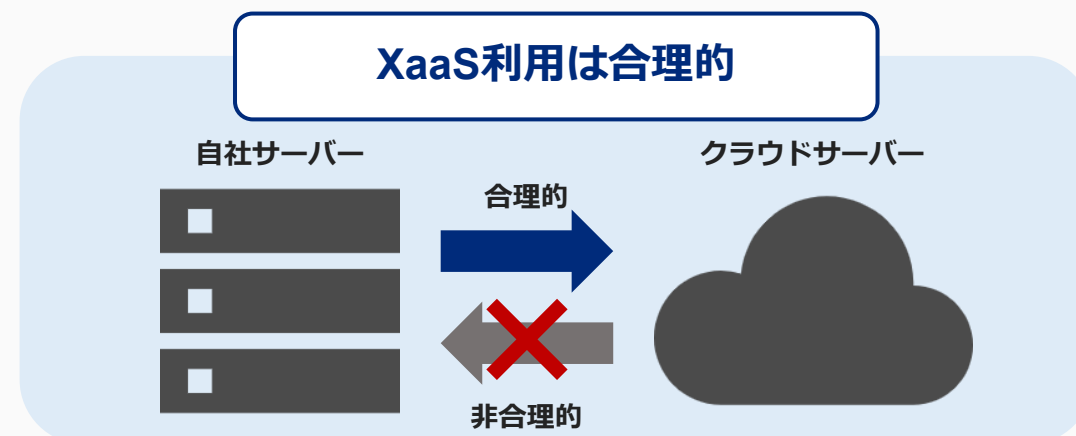
- ・ 検索連動型広告市場への影響は大きいと想定
- ・ 当社は検索連動型広告市場が縮小しても広告を取り扱うプラットフォームが収れんしない限り価値提供が可能



影響②

クリエイティブ作成や出稿が容易になり
広告が内製化されるのでは？

- ・ 新たな技術習得や挑戦の必然性が減り、内製化は機能が最新化されない中で固定費を要するため、部分的取り組みに留まることが一般的
- ・ 当社は常に最新の機能の成果報酬課金のため、XaaS機能同様に無駄が無く活用しやすい

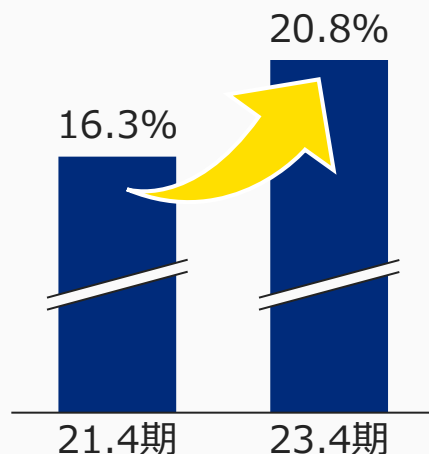


- シナジー創出の蓋然性が高い企業を対象としたM&Aを活用し飛躍的な成長を実現。企業価値向上に資する企業をターゲットに継続的に実施予定

2021

α, inc

エンジニアを獲得。
AIなどの活用で粗利率が改善



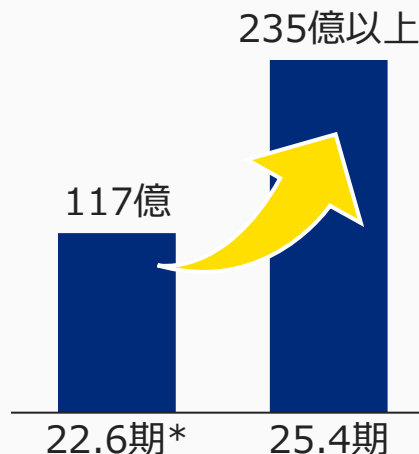
*2023年にMAVELに吸収合併。ネットマーケティング取得による粗利率変動の影響を排除するため、23.4期の数値で比較

2023



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



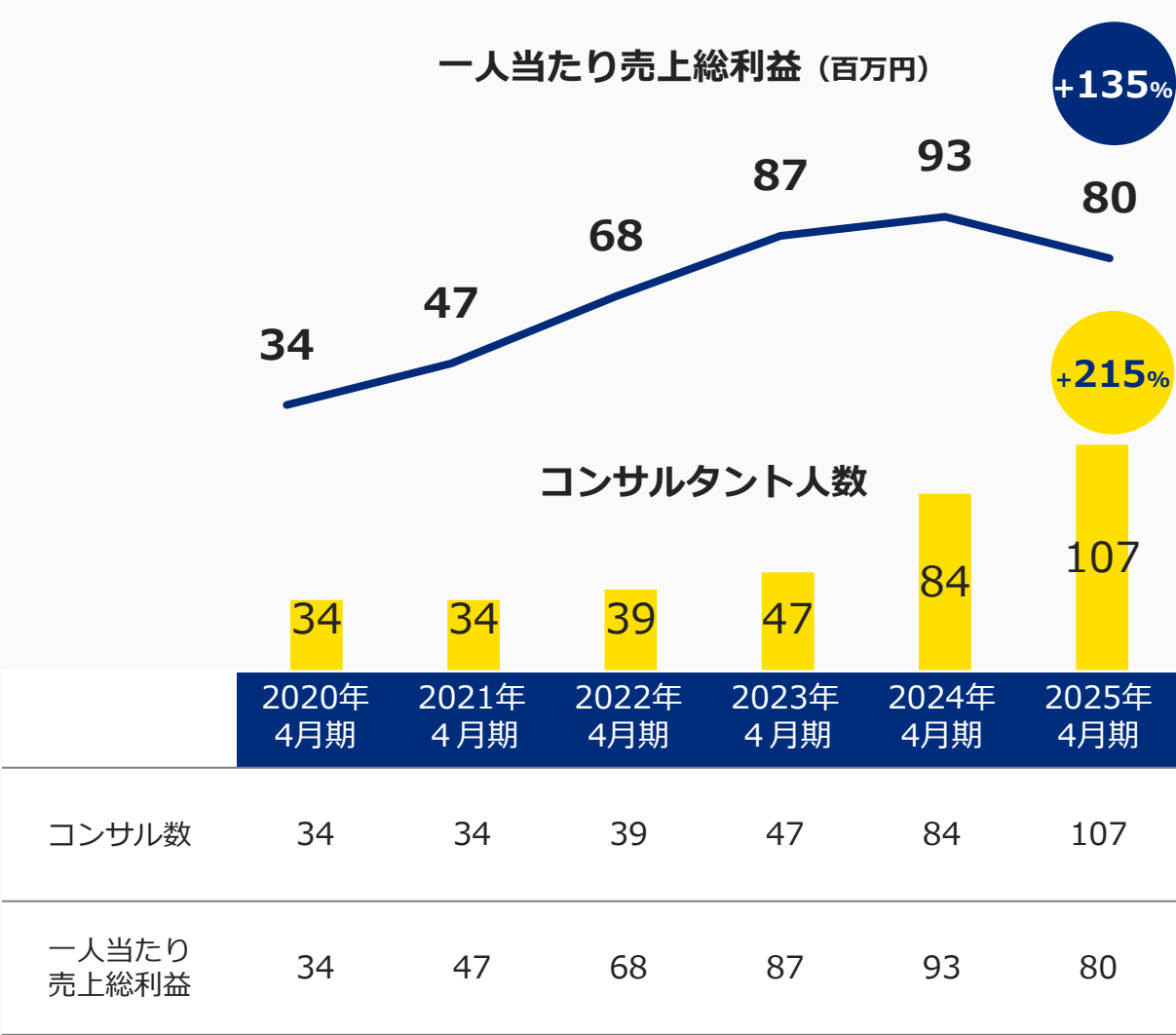
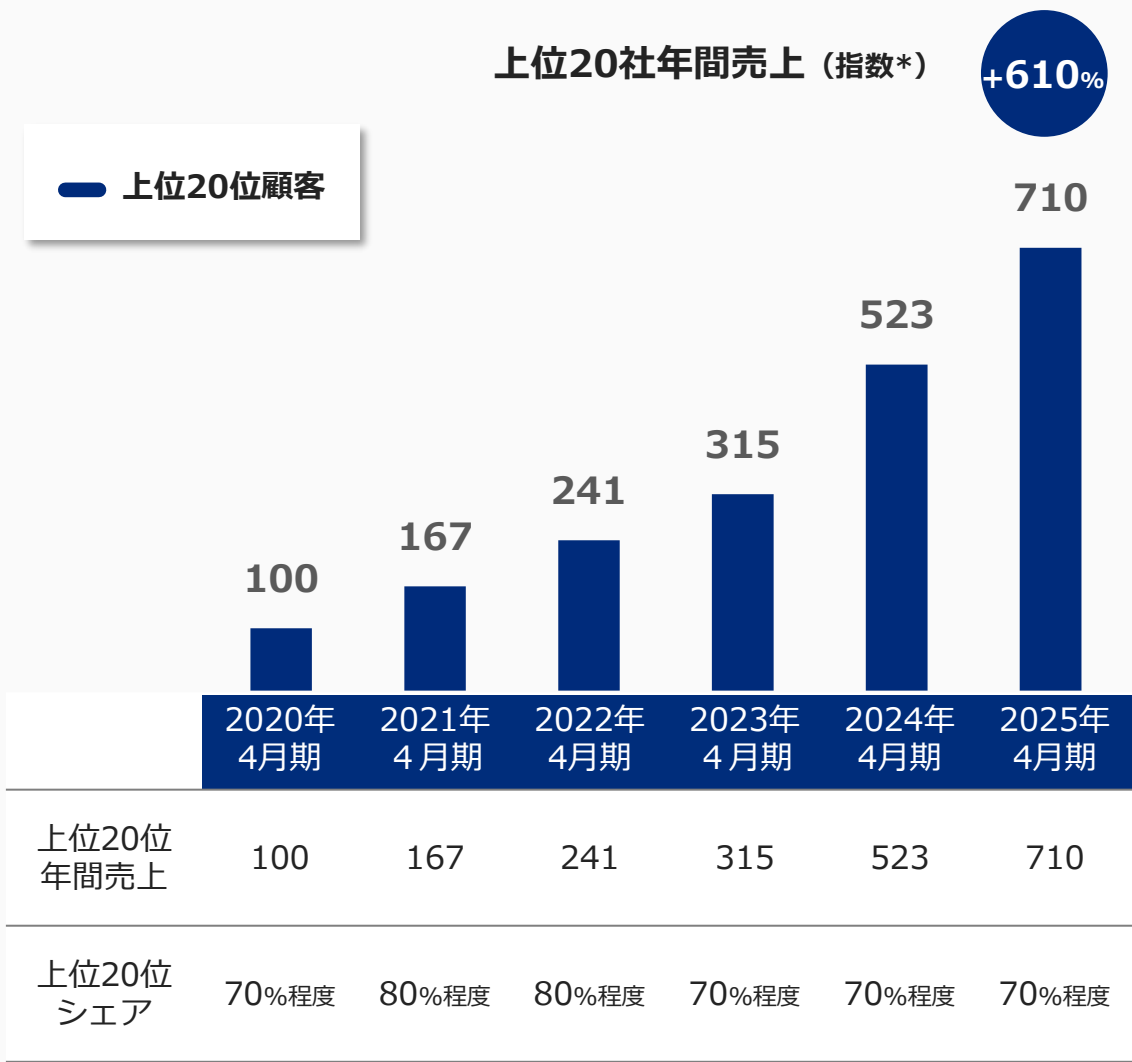
*グループイン後に会計期変更とともに All Adsへの社名変更を実施

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





* 2020年4月期の上位20社顧客の年間売上を100として指数化
なお、新規はグループ会社が増える中で継続的な収入とならない案件も存在することから削除

* 24.4期よりLTVマーケティング事業に係る指標（コンサル数・売上総利益）で集計

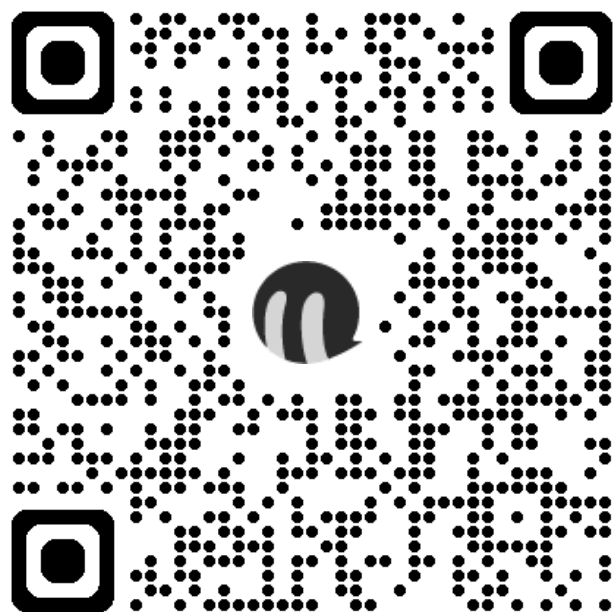
本資料には、将来の見通しに関する内容が含まれておりますが、本資料作成時点において入手可能な情報に基づいて作成されたものであり、リスクや不確実性等を含むため、将来の経営成績等の結果を保証するものではありません。

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。



IRに関するアンケートを実施しております。
(URL : <https://forms.gle/WWCRznWbpxGpiJ9V8>)
今回の資料や当社のIR活動全般に関するご質問・
ご要望などございましたらお気軽にお寄せください。
今後のIR活動の参考にさせていただきます。

コンタクト先：
株式会社Macbee Planet IRグループ
(MAIL : ir@macbee.co.jp)