

2026年4月期 第1四半期 決算説明会

決算発表：2025年9月11日

[株式会社Macbee Planet](#)

証券コード 7095



- 千葉：株式会社Macbee Planet 代表取締役社長の千葉でございます。
- 本日は、2026年4月期 第1四半期決算説明資料をもとにお話しさせていただきます。

- 「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



- まず初めに、当社のビジネスについてご紹介します。
- 当社は「成果報酬型」を核とした、マーケティングサービスを提供している会社です。
- 「成果報酬型」は、成果に関係なく固定報酬をいただく固定報酬型や、広告クリック時に手数料をいただく手数料型とは異なり、契約締結時やサービス利用開始時など、売上に直結する場面になって初めて報酬をいただくモデルになります。
- 競争力の源泉は、
 - ①これまで長年蓄積してきたデータ基盤
 - ②それらのデータを総合的に利活用する技術
 - ③マーケティングROIを最適化する提案力の3つになります。

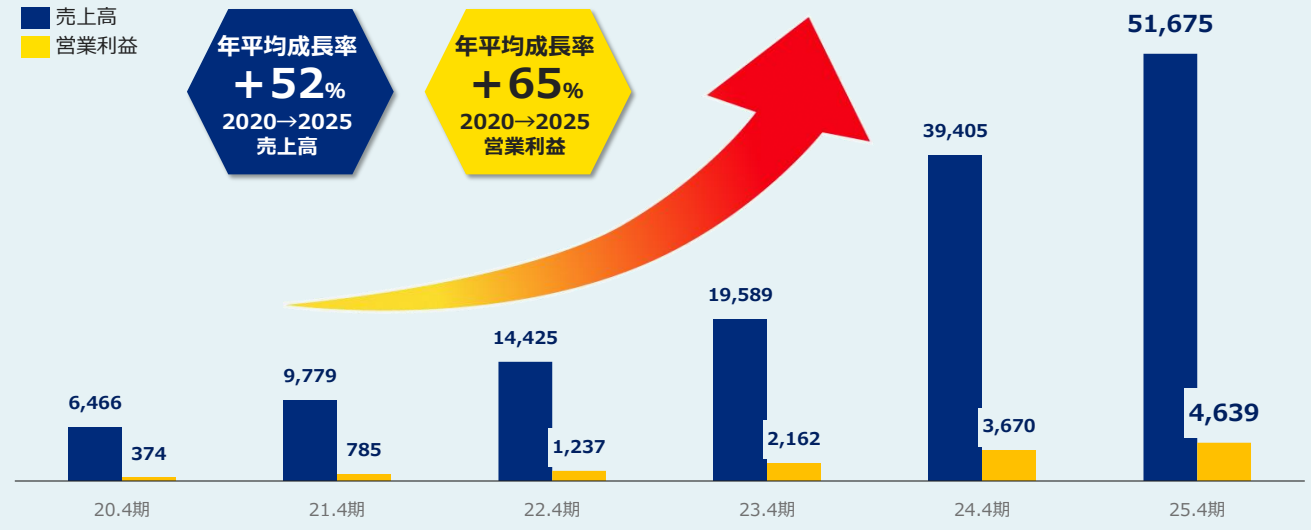
■ 上場後、成果報酬型のマーケティング支援により売上高・営業利益ともに圧倒的な成長を実現

(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

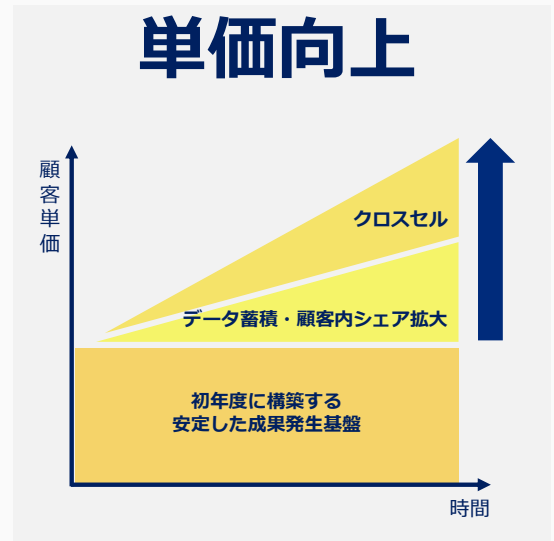
年平均成長率
+65%
2020→2025
営業利益



3

- 成果報酬型マーケティングは、広告主にとってリスクが低く、費用対効果にも優れているため、多くのクライアントから評価していただき、顧客数と成果数を着実に増やしてまいりました。
- その結果、2020年の上場以降の売上高は、2025年4月期まで平均で年間52%成長しており、営業利益についても平均で年間65%成長しております。

- 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



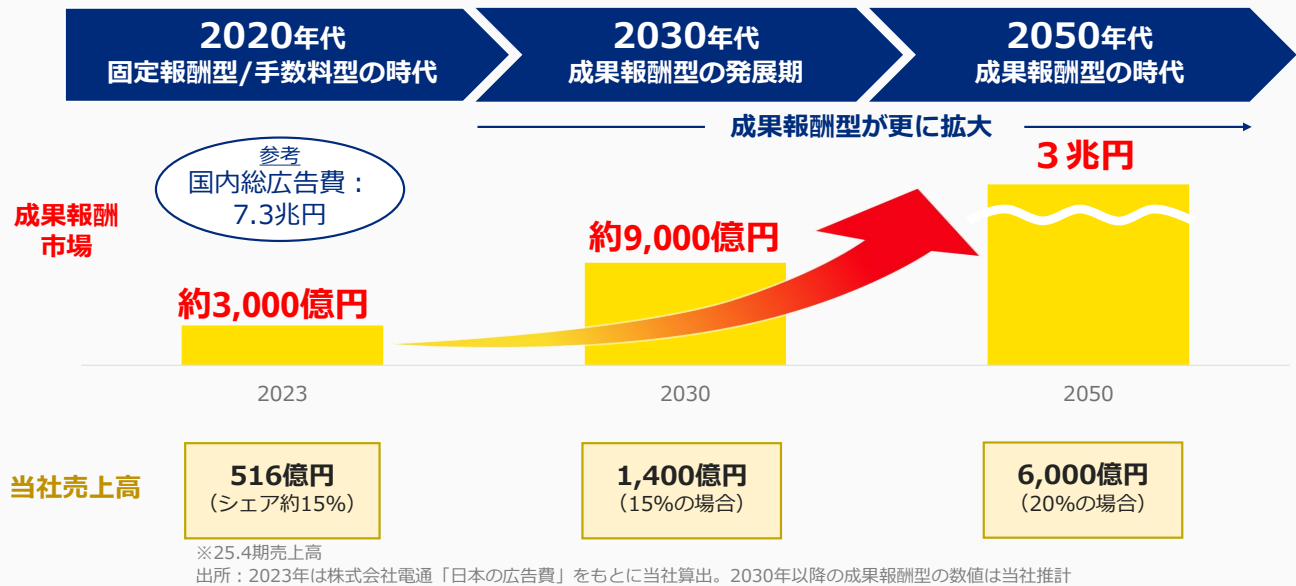
*上場後の各年度の上位20顧客のうちの2025年4月末の取引継続率（2020年4月期~2025年4月期）

4

- このように急成長できた背景について補足いたします。
- 当社の上位クライアントの長期継続率は88%と、高い水準を誇りますが、これは当社のサービスをご利用いただくことで、どのような広告が成果に繋がるのかといったデータが蓄積され、そのデータの解析や、新たなメディアを活用した消費者接点の創出、付帯サービスとの連携により、消費者を効率的に獲得できるようになるためです。
- さらに、その実績をもとにクライアントにより多くの広告予算を任せいただいたり、PRサービスなどの付帯サービスを追加していただくことで、単価も上昇いたします。
- このように、高継続率と単価向上を掛け合わせることで、圧倒的な成長を実現してまいりました。

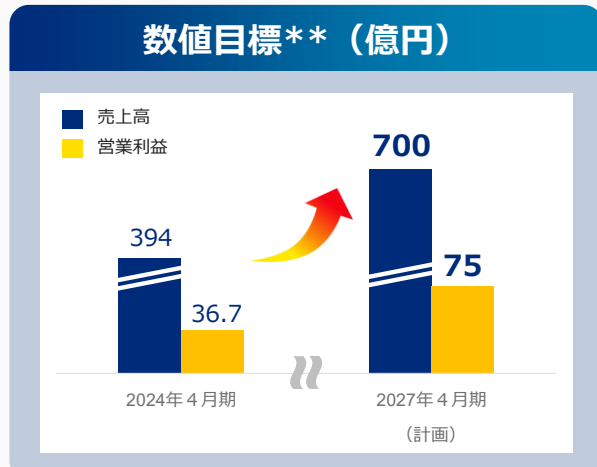
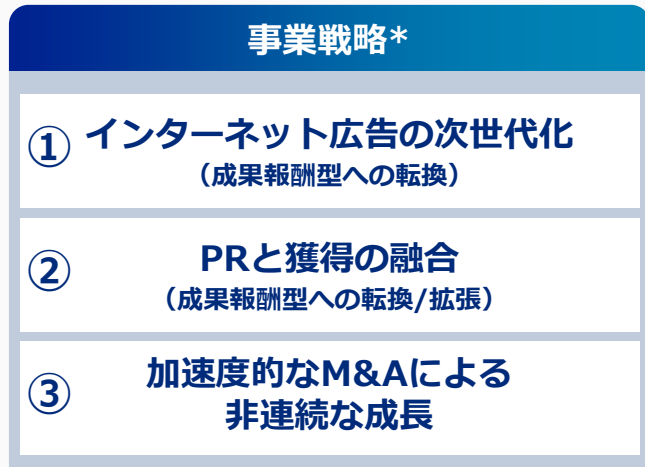
成果報酬型市場の見通し

- 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



- 次に、対象市場の動向についてお話しします。
- 現状、広告市場の大部分は固定報酬や手数料による広告投資であり、クライアントが大きなリスクを背負いながら、ユーザー獲得に取り組むことが、業界の常識でした。
- そのため、その常識を打破する「クライアントにとって低リスクで、費用対効果が高い成果報酬型サービス」のニーズは高く、当社がデータとテクノロジーを活用し、成果報酬型でサービスを提供するというブレークスルーを果たしたことで、大きな市場転換が進みつつあります。
- 現在の成果報酬市場は3千億円規模ですが、2030年には9千億円、更にその先には3兆円規模になると見込んでおります。その中で当社のシェアを拡大し続けることで、売上高の加速度的な成長を目指してまいります。

- 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

**2027年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

- このように、今後成果報酬市場が成長することを見据え、当社は2024年9月に中期経営計画を策定しました。
- 事業戦略として「インターネット広告の次世代化」「PRと獲得の融合」「加速度的なM&A」の3つを掲げ、2027年4月期の数値目標として、売上高700億円、営業利益75億円を目指しております。
- 現在、こちらの中期経営計画に沿って、役員と社員が一丸となって取り組んでおります。
- 以上が、当社の会社概要になります。

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：

- ・ パーティカル・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
- ・ MOJAI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：回収困難も貸倒引当金として計上済のため、業績影響なし

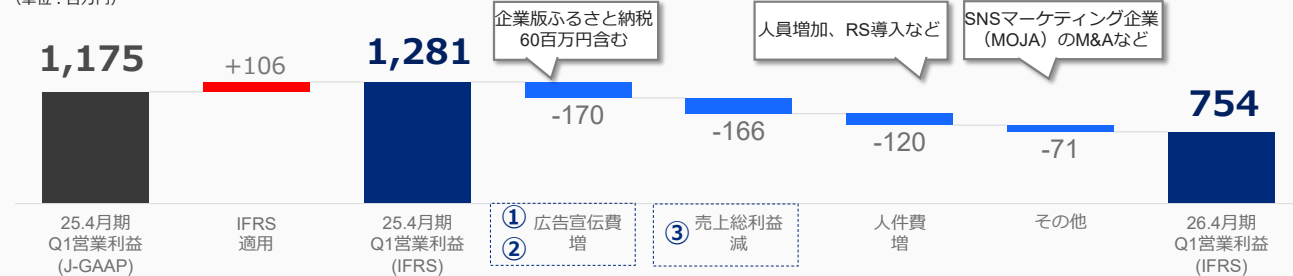
7

- ・ 続いて、2026年4月期第1四半期の業績ハイライトについてご説明します。
- ・ まず売上収益は、前年同期比で1割増となりました。
内訳についてご説明すると、投資業界の不正アクセス問題による広告抑制や、人材業界の季節性の影響による減収は計画に織り込んでおりましたが、融資・カード業界の広告費の高騰については計画になかった想定外の要素となります。一方で、医療業界が計画以上となり、全体としては想定通りの着地となりました。
- ・ 営業利益は前年同期比で4割減となりました。
こちらの増減内訳については、次のページで詳細にご説明いたします。
- ・ 中期経営計画については、インターネット広告の次世代化の取り組みが進展しており、パーティカルメディア・リテールメディアの創出に関して複数社と協議中であるほか、インフルエンサーや動画を活用した施策についても進めております。
これらは適宜事例など開示させていただく予定です。
- ・ 新規獲得については、第1四半期は月間売上1千万円以上の案件を2件獲得いたしました。今後はアライアンス先との共同提案などを通じて、さらに大型の新規案件獲得に向けて取り組んでまいります。
- ・ 貸付金については、8月26日の開示の通り回収困難となりました。
当社としては回収可能性が高いと考えて貸し付けし、回収にも取り組んでまいりましたが、このような結果となり申し訳ございません。
なお、2024年4月期に貸倒引当金として全額計上済みのため、業績へのマイナス影響はございません。

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昨年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

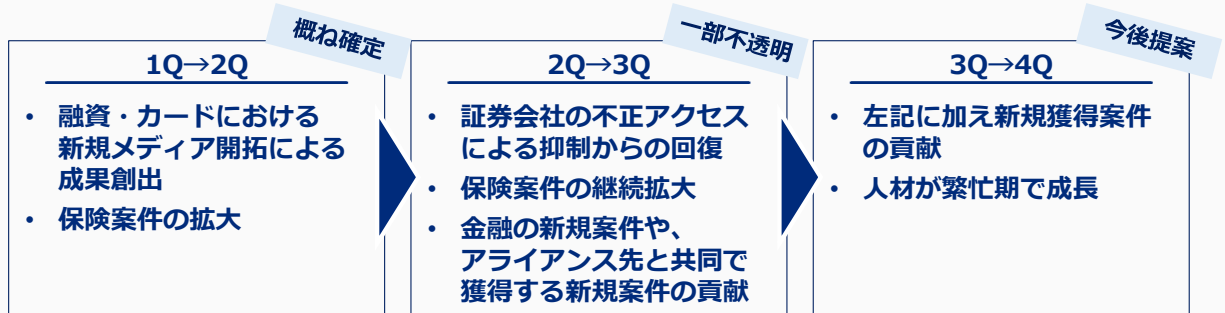
今後の見通し

- ・ 【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

8

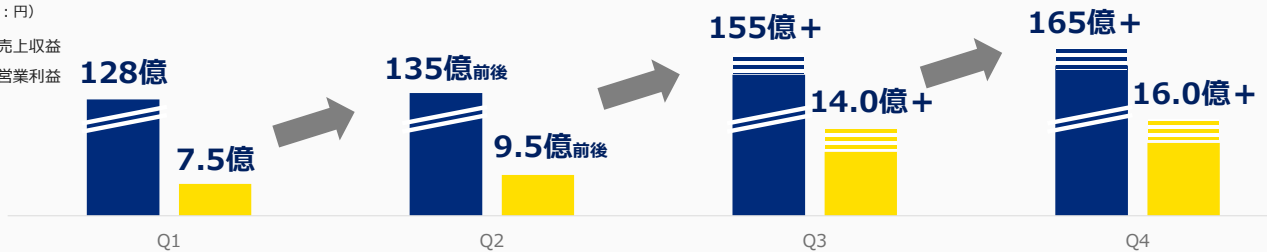
- ・ 次に、営業利益の増減内訳についてご説明します。
- ・ 広告宣伝費については、前期の下期より本格的に当社のPR活動を開始しており、今期の第1四半期は当社を取り上げていただいた書籍の広告を中心に費用を投じました。中長期的なブランド力の向上を目的に今後も施策は継続するものの、施策の内容は吟味して実行してまいります。
- ・ また、企業版ふるさと納税についても実施しております。今後は自治体と提携し、地域社会の課題解決につながるプロジェクトも検討してまいります。
- ・ 粗利の減少は主に融資・カード業界において大手メディアが広告の出稿を強化した結果、ユーザー獲得に必要なコストが大幅に上昇したことが影響しております。
- ・ 対策として新たなメディアを開拓したことで、第2四半期以降は一定回復し、全体としても第3四半期以降は前年同期比プラスで推移する見込みです。
- ・ 人件費につきましては、人員の増加やベースアップ、譲渡制限付き株式の導入などの結果、前年同期比で増加することとなりました。

- 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)

■ 売上収益
■ 営業利益



9

- ・ 最後に、今後の見通しについてご説明します。
- ・ 第1四半期を底に、第2四半期より増収増益が継続する予定です。
- ・ 第2四半期は、融資・カード業界における新規メディアの開拓により、売上収益・営業利益ともに一定回復し、さらに保険案件が拡大する見込みです。
- ・ 下期は証券会社が不正アクセス問題による広告抑制から回復する見込みで、それ以外の金融案件についても成長すると見込んでおります。
- ・ 加えて、これまで獲得できなかった領域においても、アライアンス先と共同で、新規案件の提案に取り組んでおります。
- ・ 第4四半期も同様の傾向が続くほか、人材業界などが繁忙期で成長する見込みです。
- ・ 第1四半期は前年同期比で減益となりましたが、今後成長を積み重ねてまいりますので、引き続き応援のほどよろしくお願いいたします。

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。