

2026年4月期 第3四半期 決算説明会資料

決算発表：2026年3月12日

[株式会社Macbee Planet](#)

証券コード 7095



- 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3四半期決算説明資料をもとにお話しさせていただきます。

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

- まず初めに、当社の沿革についてご説明します。
- 当社は2015年に設立し、2020年に当時のマザーズ市場へ上場、2024年にはプライム市場へ鞍替えしております。
- 上場後は、ビジネス強化のために積極的にM&Aもおこなっております。

- 「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



- 続いて、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、成果に関わらず費用が発生する固定報酬型や、広告クリックごとに手数料が生じる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、クライアントの売上に直結する場面になって初めて報酬が発生するモデルになります。
- 成果報酬型マーケティングを支える当社の競争力の源泉として、
 - 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つがあります。
- これらの強みを組み合わせることで、当社がリスクを負っても持続的にマーケティング支援をすることができております。

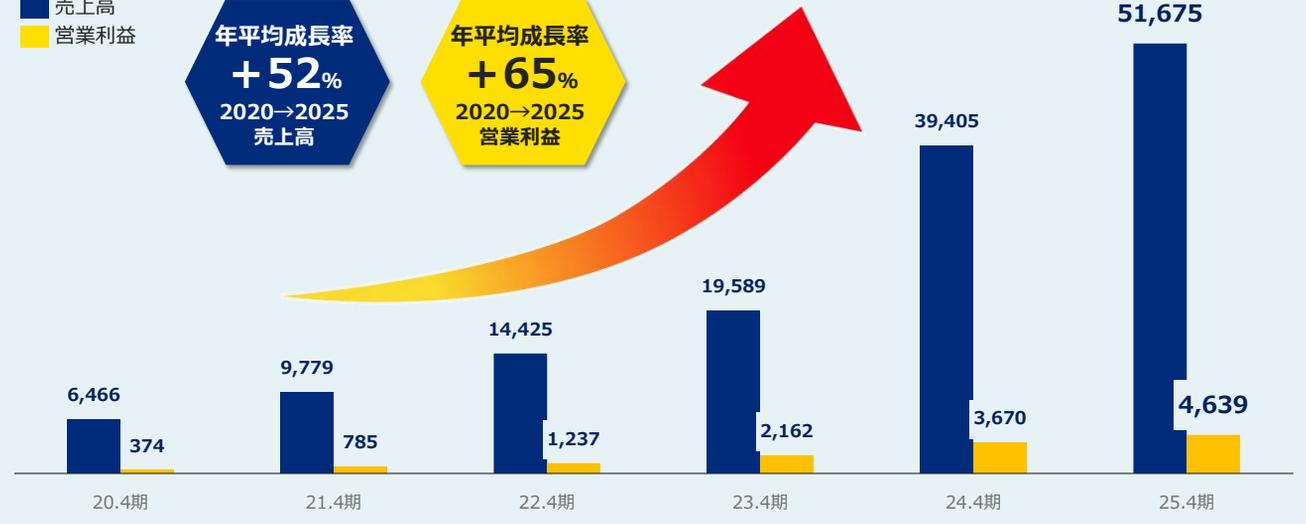
■ 上場後、成果報酬型のマーケティング支援により売上高・営業利益ともに圧倒的な成長を実現

(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

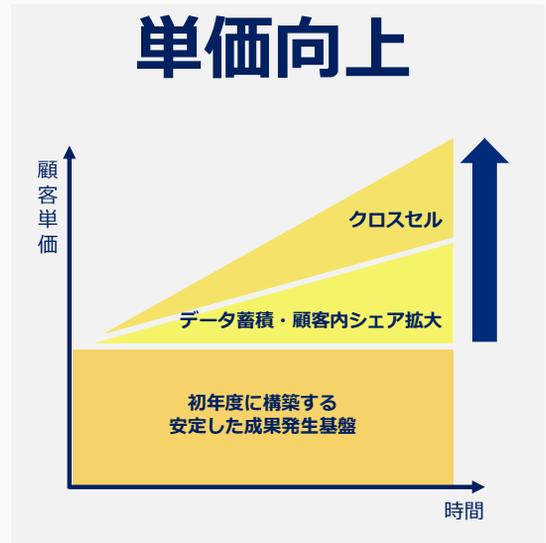
年平均成長率
+65%
2020→2025
営業利益



4

- 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、顧客数や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同様に年間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）

- 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るためです。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ります。
- さらに、その実績をもとにクライアントにさらに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、このような常識を打破する「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」のニーズが高まっています。その中で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イ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。

2026年4月期第3四半期 業績ハイライト



- 新規顧客の獲得は継続も既存大型顧客の個別事情の影響で前年同期並みの売上
- 粗利率低下と販管費増加の影響で営業利益および同利益率は前年同期比大幅減少

第3四半期業績（累計）

（単位：百万円）

FY2025 3Q累計	FY2026 3Q累計	前年同期比 増減率
売上収益	38,381	37,691 ▲2%

営業利益	4,031	2,606 ▲35%
営業利益率	10.5%	6.9% ▲3.6pt

新規顧客は計画未達も前期以上に開拓。既存顧客は大型顧客数社の個別事情の影響で前年同期比売上/粗利減少

新規顧客

1,000万/月以上の新規案件獲得状況

5 → 10 (21)

FY2025 通期 FY2026 3Q累計（カッコ内は通期計画）

既存顧客

投資 証券での不正アクセスによる広告抑制（現状回復基調）

融資 媒体費高騰（回避策により一定回復）

医療 広告単価の見直し（2Q以降通期で継続見込み）

売上収益

販管費

広告宣伝費、人件費の影響で前年同期比822百万円増加
（詳細次ページ）

7

- 続いて、2026年4月期第3四半期累計の業績ハイライトについてご説明します。
- 売上収益については、新規顧客が前期以上のペースで獲得が進んでいるものの、既存の大型顧客を取り巻く事業環境の変化の影響を受け、前年同期比で微減となりました。
- 既存の大型顧客の状況について補足させていただくと、投資業界における不正アクセス問題による広告支出抑制の動きは、第2四半期を底に回復基調にあります。また、融資・カード業界における他社メディアの出稿強化による、媒体費高騰の影響は、回避策により一定回復しております。一方、第2四半期におこなわれた医療業界の広告単価の見直しの影響については、当期を通じて継続する見込みです。
- 加えて販管費の増加もあり、営業利益は大幅な減益となりました。
- 営業利益の前年同期比の減少要因に関しては次ページで詳細をご説明します。

営業利益増減内訳

- 売上総利益の減少や広告宣伝費および人件費の増加により前年同期比で減少
- 第4四半期および来期はAI活用を促進し採用は抑制。広告宣伝費も圧縮予定

(単位：百万円)



① 売上総利益減

前年同期比減少要因

- 【1Q】 融資・カード業界の粗利率減少
- 【1Q-2Q】 投資業界の広告出稿抑制
- 【2Q以降】 医療業界の広告単価の見直し

今後の見通し

融資・カード業界、投資業界は改善傾向も、医療業界の影響により全体では4Qは前期4Q対比で減少見込み。ただし、当期3Q対比では成長を想定

② 人件費/採用費増

前年同期比増加要因

昇給に加え、広告宣伝により優良な候補者の応募が増加したことにより、積極的に採用したことで前年同期比で人員も増加 (YoY + 29名)

今後の見通し

AI活用を促進し、代替可能なメンバー層の採用は抑制する方針に切替。AIエンジニアや管理職クラスは引き続き採用予定

③ 広告宣伝費増

前年同期比増加要因

M&Aにより取得したPRクラウドテックを活用した認知施策の実行 (タクシー広告など)
2Qの1.5億円に対して3Qは0.5億円に抑制

今後の見通し

4Qも0.7億程度と前期4Qの1.57億対比で抑制する計画。一定の認知拡大を達成したことで、来期は年間3億円程度と当期より1.7億円程度削減予定

- 前年同期比の営業利益増減の内訳です。
- まず売上総利益については、先ほどご説明した融資・カード業界における粗利率の減少、投資業界における広告支出抑制や、医療業界の広告単価見直しによる影響などでマイナスになっております。
- 販管費に関しては、人件費・採用費が増加いたしました。昇給に加えて、広告宣伝により優良な候補者の応募が増加したことで、昨対比で人員が30名弱増えたことが主な要因です。
- また、広告宣伝費の増加も影響しております。その内容といたしましては、露出の拡大を目的にタクシー広告などの認知施策を行いました。認知度は一定向上したため、第3四半期より支出を抑制しております。来期も当期比での削減を予定しております。

現在、生成AIがマーケティング環境に変化をもたらしている状況ですが、当社業績への短期的な影響は軽微です。当社としては状況を分析し、中長期的な成長機会へと転換するための準備を進めております。

1. 市場環境への影響

- 生成AIの台頭により、ユーザーの検索行動やコンテンツ消費のあり方が変容しています。
 - ✓ 検索行動の分極化: 「単なる調べもの (情報収集)」はAIへと移行し、従来の検索ボリュームは減少傾向にあります。
 - ✓ 購買検討領域への影響: 一方で、意思決定を伴う「購買検討」のための検索や、動画・インフルエンサーを通じた体験型コンテンツの需要は依然として高く、AIによる代替は部分的かつ限定的な状況です。

2. 当社事業への影響

- 市場全体では広告運用の「内製化」や「AI活用による自動化」が進むものの、当社の事業に短期的な影響はなく、当社の業績への影響は一部の大型案件の影響が中心です。
 - ✓ 内製化の影響: 従来の「手数料型の運用代行」としての価値はAIにより内製化の流れがございしますが、当社は「成果報酬型」でサービスを提供しており、影響は軽微です。一方で、内製化が進むほど最終的な成果に対する当社の専門性が重宝され、AIを活用した「成果報酬型」のニーズへの移行期にもあると捉えています。
 - ✓ 既存の支援: 当社のコア領域である購買検討層へのアプローチにおいて、現時点で既存顧客の支援活動が大きく損なわれている事実はございません。
 - ✓ 売上/利益の成長鈍化は生成AIの影響ではなく、大型顧客の個社事情による影響です。

3. 当社の対応方針

- 生成AIの影響を脅威ではなく機会へと転換し、「成果報酬型」支援の拡大とマーケティング機能とAIを掛け合わせた中長期の成長に向けた準備を段階的に進めています。

9

- 続きまして、生成AIの影響に関する当社の現状の見解についてご説明します。現在、生成AIの普及がマーケティング環境に変化をもたらしている状況ですが、当社業績への短期的な影響は軽微だと考えております。
- まず市場環境についてですが、生成AIの台頭でユーザーの行動は変化しています。単なる調べものは生成AIとのやりとりで完結し、Google検索が減少傾向にあると認識しております。
- ただし、当社の主戦場である「購買検討」の領域は「情報収集」の領域とは異なります。意思決定を伴う検索や、動画・インフルエンサーを通じた体験型コンテンツへの需要は依然として高く、AIによる代替は一部に留まるため、現時点での生成AIの影響は限定的です。
- 次に、当社の事業への影響についてご説明します。「広告運用の内製化が進み、マーケティング支援会社が不要になるのでは？」という懸念がありますが、「手数料型の運用代行」というビジネスモデルに関してはAIによって内製化されやすいと考えております。
- 一方でこのような「手数料型」の内製化が進んでも、最終的な成果の創出は難しいことから、当社の専門性が際立ち、「成果報酬型」へのニーズの移行期になることも考えられます。
- なお、「成長が鈍化したのはAIの影響ではないか」というご質問もいただきますが、直近の業績の変化はあくまで大型顧客の個別事情によるもので、AIの影響ではありません。
- 当社の対応としては、AIによる変化を追い風に、「成果報酬型」支援を拡大するだけでなく、マーケティング機能とAIを掛け合わせて、中長期の成長につなげるための準備を段階的に進めております。
- 今後の方針や具体的な施策などについては通期決算のタイミングでご説明させていただきます。

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。

- 成果報酬型マーケティングおよび当社の優位性は変わっておらず、引き続き高い成長を実現できるように対応を検討しておりますので、今後もご注目いただけますと幸いです。ご静聴ありがとうございました