

2025年4月期 通期 決算説明資料

2025年6月12日

[株式会社Macbee Planet](#)

証券コード 7095



 サマリー	P.03
 事業進捗	P.11
 会社概要	P.21
 資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応について	P.28
 Appendix	P.31

サマリー

取り組みサマリー

■ 25.4期に続き、中計施策に沿って事業を推進するとともにIFRSを導入

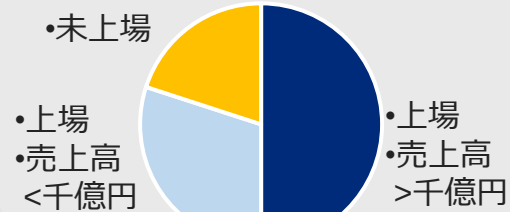
2025年4月期 実績

プライム市場への 市場変更



顧客ポートフォリオ の見直し ⇒P.5

当社売上高上位20社



中計施策

株主還元

普通配当
導入

&

自社株買
実施

中計施策

PR強化/認知度向上



2026年4月期 計画

IFRS導入



中計施策

新たな消費者接点 の創出 ⇒P.6

26.4期新規消費者接点

30億円

中計施策

PR強化/自社実績を 基にしたPRサービスの 拡販

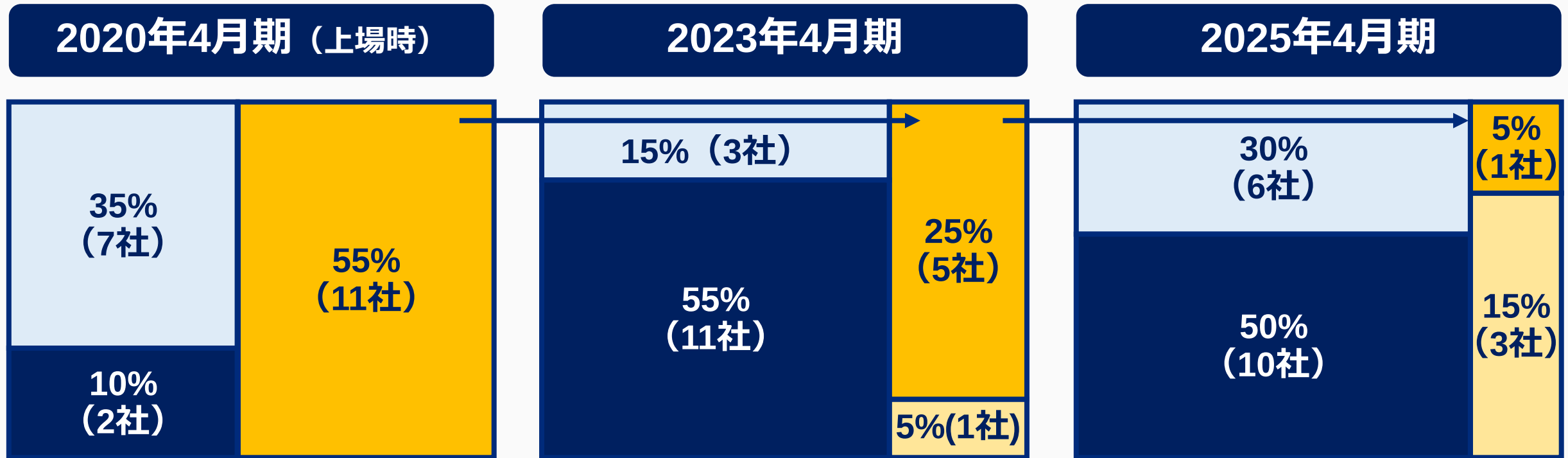
中計施策

M&Aの実行

25.4期取り組みサマリー：顧客ポートフォリオの見直し

- 大型/上場企業との取引が増加し、上場時に上位20社の過半を占めていた
売上高1,000億未満の未上場企業の割合は5%にまで低下

売上高上位20社の構成



■ 上場企業グループ（売上高1,000億円未満） ■ 未上場企業グループ（売上高1,000億円未満）
■ 上場企業グループ（売上高1,000億円以上） ■ 未上場企業グループ（売上高1,000億円以上）

26.4期取り組みサマリー：新たな消費者接点の創出

- 他社との協業を通じた独自メディアなど新たな消費者との接点を創出することで、「顧客への価値提供」と「粗利率の向上」の両立を目指す

26.4期 新規消費者接点

30億円

27.4期 新規消費者接点

50億円

中期経営計画の事業戦略

独自=
粗利率up

バーティカルメディアの生成
— 特定分野に特化 —

リテールメディアの生成
— 消費者体験を向上 —

サイネージメディアの生成
— デジタルとリアルの融合 —

強化施策

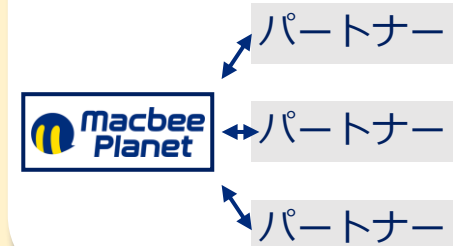
動画
メディア活用

TikTok LIVE

独自=
粗利率up

YouTube
by MOJA

新興メディアの
開拓



2025年4月期通期業績ハイライト

■ 売上高・営業利益ともに約3割の増収・増益となり、いずれも過去最高業績を更新

増収/増益要因 減収/減益要因

通期決算ハイライト

(単位：百万円)

	2024年4月期	2025年4月期	増減率
売上高	39,405	51,675	+31%
EBITDA	4,157	5,241	+26%
営業利益	3,670	4,639	+26%
営業利益率	9.3%	9.0%	▲0.3pt

売上高



医療 157億円 (YoY+163%)

- ・ ユーザー獲得のため広告投資が急拡大

投資 131億円 (YoY+26%)

- ・ 証券会社の他、暗号資産業者との取引拡大

人材 49億円 (YoY+24%)

- ・ 既存案件の拡張および大型案件の獲得

利益率



粗利

医療 利益率：低 規模：拡大

- ・ 急速な立ち上がりにより効率化は劣後

来店型 利益率：高 規模：縮小

- ・ 取引リスクを考慮し縮小

営業利益

広告宣伝費 3.1億円

- ・ 当社のPR活動をグループ会社主導で企画・実施

貸倒引当金戻入 1.4億円

- ・ 継続的な回収を実施

その他経費

- ・ 対売上高比で圧縮

2025年4月期業績予想との差異分析

- 医療業界の拡大により売上高の上方修正、広告宣伝費の見通しに応じた営業利益のレンジ解除を行ったものの、医療業界の見通しで差分が発生

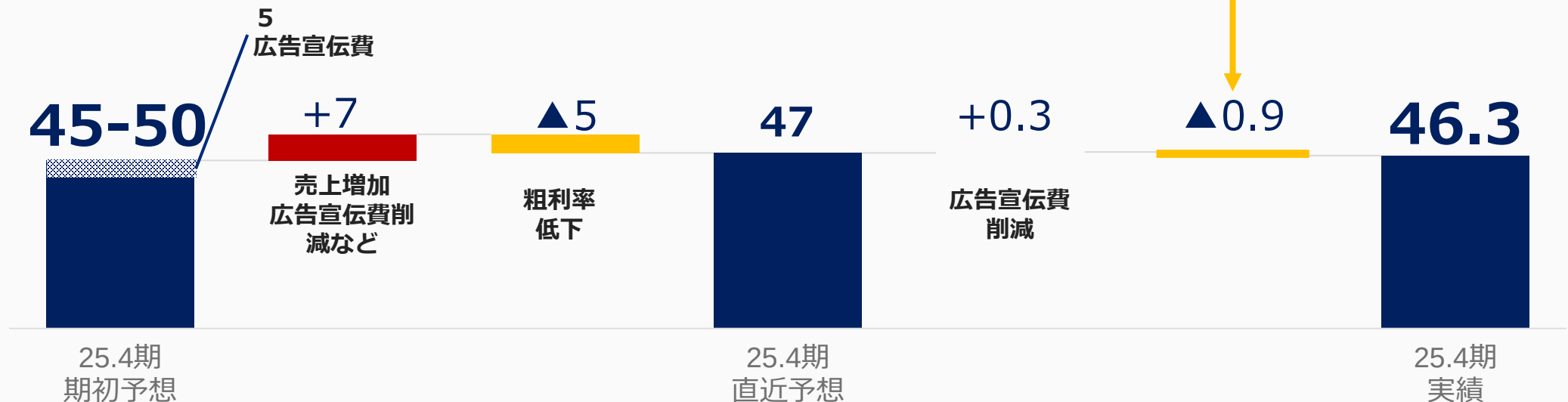
(単位：億円)

■ 増加要因 ■ 減少要因

売上高



営業利益



2026年4月期業績予想

■ 一部顧客の変動リスクも織り込み、売上収益610億円 営業利益56億円と予想

		2025年 4月期	2026年 4月期
		実績	予想
(単位：百万円)	会計基準	日本基準	IFRS
売上高*		51,675	61,000
	(前期比)	+31%	+18%
営業利益		4,644	5,600
	(前期比)	+27%	—
親会社株主に帰属する 当期純利益**		2,770	3,760
	(前期比)	+22%	—
1株当たり当期純利益***		195.85円	270.99円
1株当たり配当金		36.00円	55.00円

売上高予想の前提

既存顧客の主要業界別

ファイナンス	投資	証券会社や仮想通貨が成長継続
	コンシューマー ファイナンス	消費者金融は縮小しクレカが成長
ウェルネス	医療	上振れの可能性もあるが横這いを想定
人材		Q1は反動減で下落も、Q1を底に増加
その他		各種アプリなどが増加

新規顧客 *獲得領域



月間売上	25.4期 実績	26.4期 目標
3,000万以上	1件	5件
1,000万以上	4件	16件

2026年4月期営業利益予想の主な増減内訳

- 人件費/採用費と広告宣伝費が増加も事業成長により増益を継続
- IFRS適用による影響も営業利益にはプラスに寄与

(単位：億円)



*：研究開発費の振替分含

事業進捗

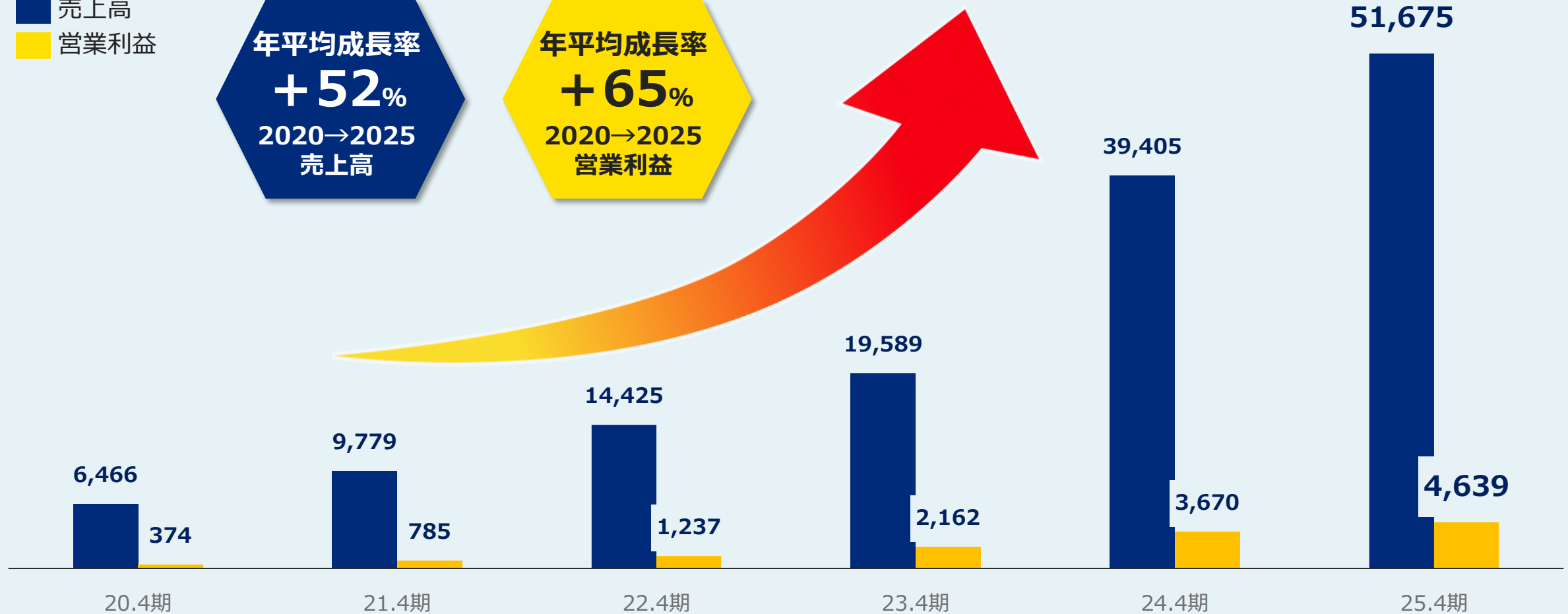
■ 上場後、成果報酬型のマーケティング支援により売上高・営業利益ともに圧倒的な成長を実現

(単位：百万円)

■ 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

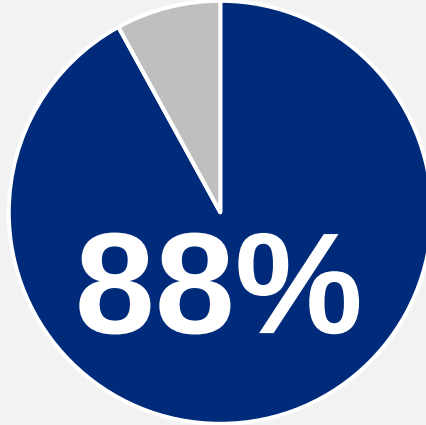


事業成長の背景

- 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*

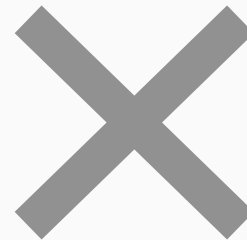


高い費用対効果の実現 (LTV>投下コスト)

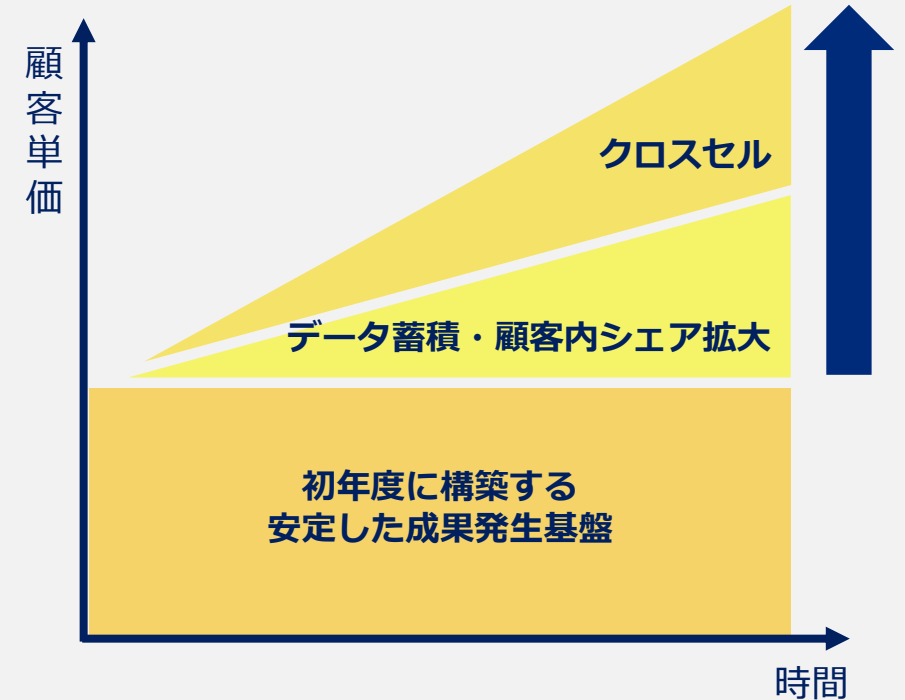
成果報酬の
データ蓄積/解析

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）

中期経営計画の進捗

- 25.4期は計画以上の売上高成長を実現し、順調な滑り出しと評価
- 利益に関してはレンジ内であることから利益率向上を課題と認識し、消費者接点創出に向けた施策を通じて利益率向上に取り組む

事業戦略

① インターネット広告の次世代化

- ・ 25.4期は顧客ポートフォリオの転換に注力し、進捗は限定的
- ・ 26.4期は注力的に実施

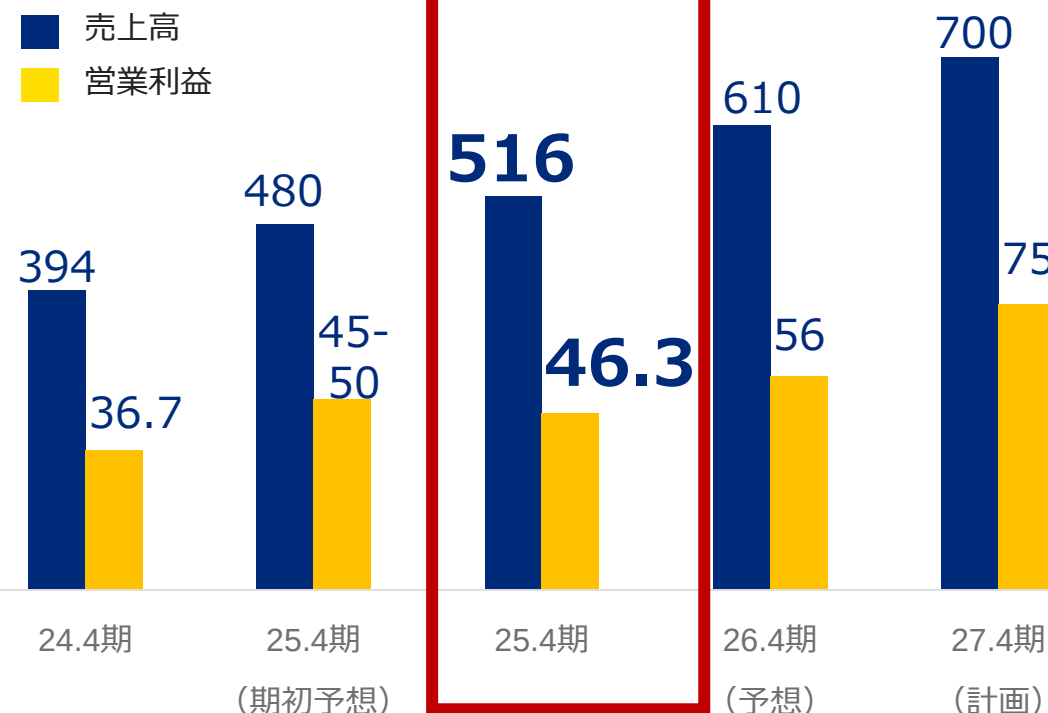
② PRと獲得の融合

- ・ 25.4期はPRサービスのクロスセルを実施
- ・ 26.4期は当社でのPR実績を基に拡販を狙う

③ 加速度的なM&Aによる非連続な成長

- ・ 25.4期もM&Aは推進し、MOJAを取得
- ・ 26.4期は数十億円規模の大型M&A機会も模索

数値目標* (億円)

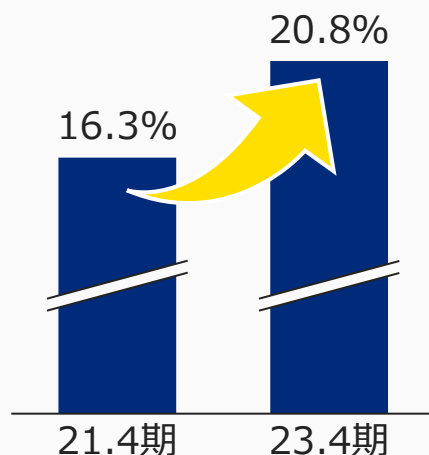


- シナジー創出の蓋然性が高い企業を対象としたM&Aを活用し飛躍的な成長を実現。企業価値向上に資する企業をターゲットに継続的に実施予定

2021

α, inc

エンジニアを獲得。
AIなどの活用で粗利率が改善



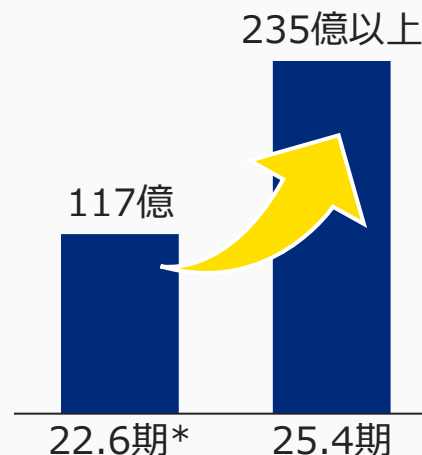
*2023年にMAVELに吸収合併。ネットマーケティング取得による粗利率変動の影響を排除するため、23.4期の数値で比較

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



四半期業績推移

(単位:百万円)	2024年4月期				2025年4月期			
	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4
売上高	9,169	9,945	9,927	10,362	11,560	13,290	13,530	13,293
(YoY)	+102.8%	+128%	+90%	+88%	+26.1%	+33.6%	+36.3%	+28.3%
売上総利益	1,950	1,835	1,946	2,220	2,248	2,289	2,416	2,282
(YoY)	+113.0%	+105.4%	+65.8%	+104.9%	+15.3%	+24.7%	+24.2%	+2.8%
(売上総利益率)	21.3%	18.5%	19.6%	21.4%	19.4%	17.2%	17.9%	17.2%
販管費	951	835	757	1,739	1,072	999	1,252	1,272
人件費	312	307	330	363	390	421	448	422
広告宣伝費	2	1	2	37	26	8	126	156
採用教育費	41	23	17	31	26	16	27	47
研究開発費	18	32	36	79	41	31	68	127
その他経費	575	469	370	1,226	588	521	580	518
営業利益	999	1,000	1,189	481	1,175	1,289	1,164	1,009
(YoY)	+122.3%	+111.9%	+103.6%	-26.7%	+17.6%	+28.9%	-2.1%	+109.6%
(営業利益率)	10.9%	10.1%	12.0%	4.6%	10.2%	9.7%	8.6%	7.6%

四半期業績推移：「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)

事業成長に応じて安定的に推移

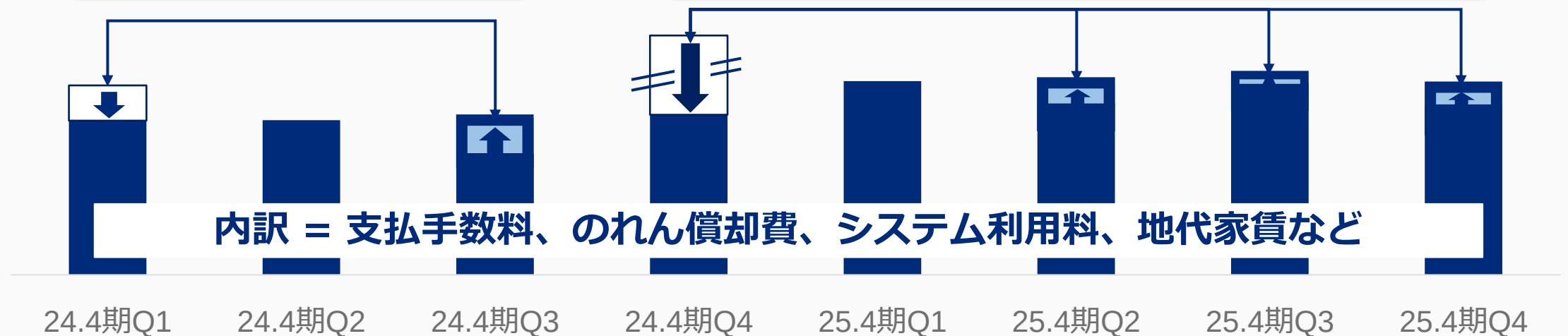
実態数値	468	469	477	486	588	587	603	574
会計数値	575	469	370	1,226	588	521	580	518

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

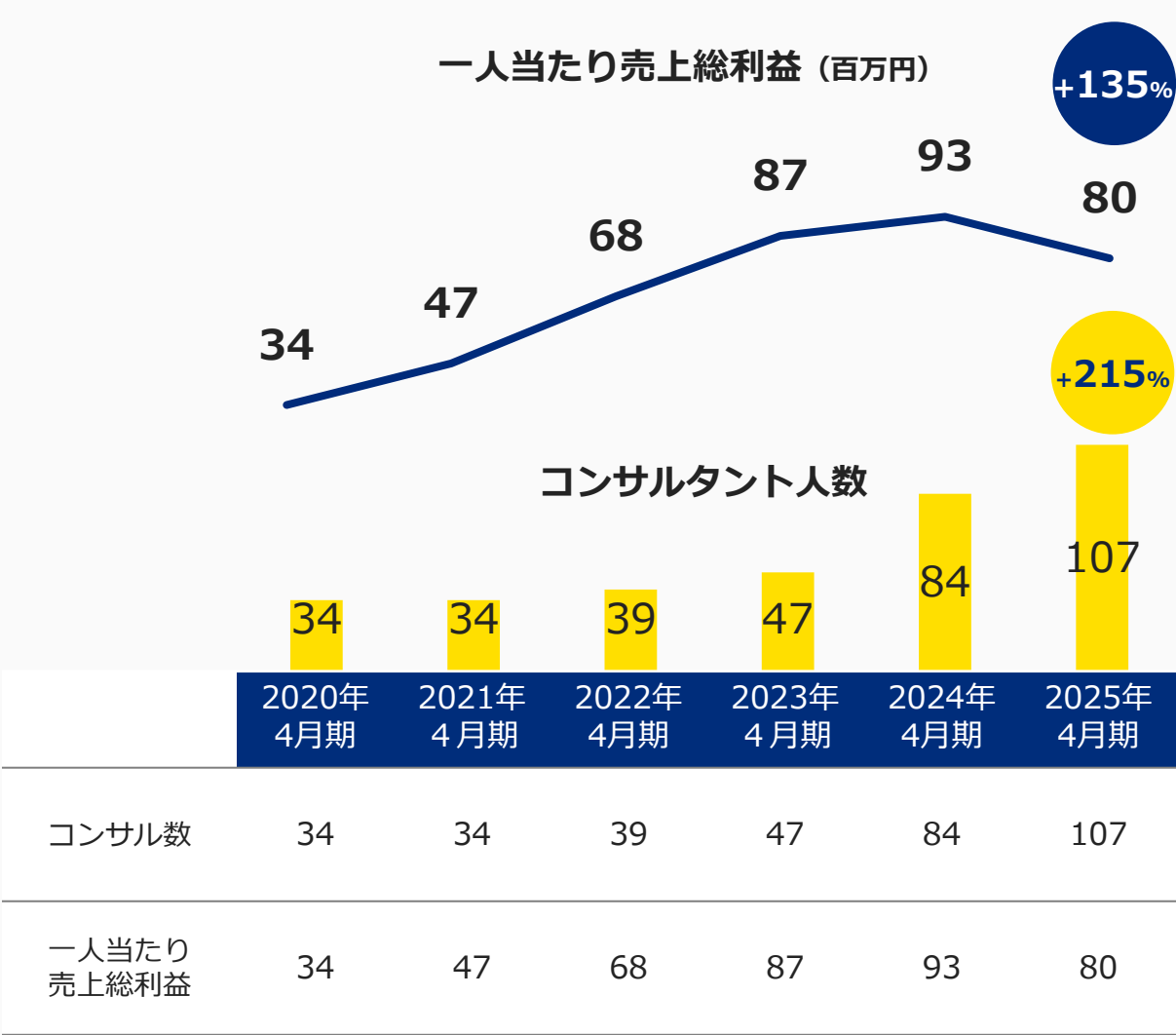
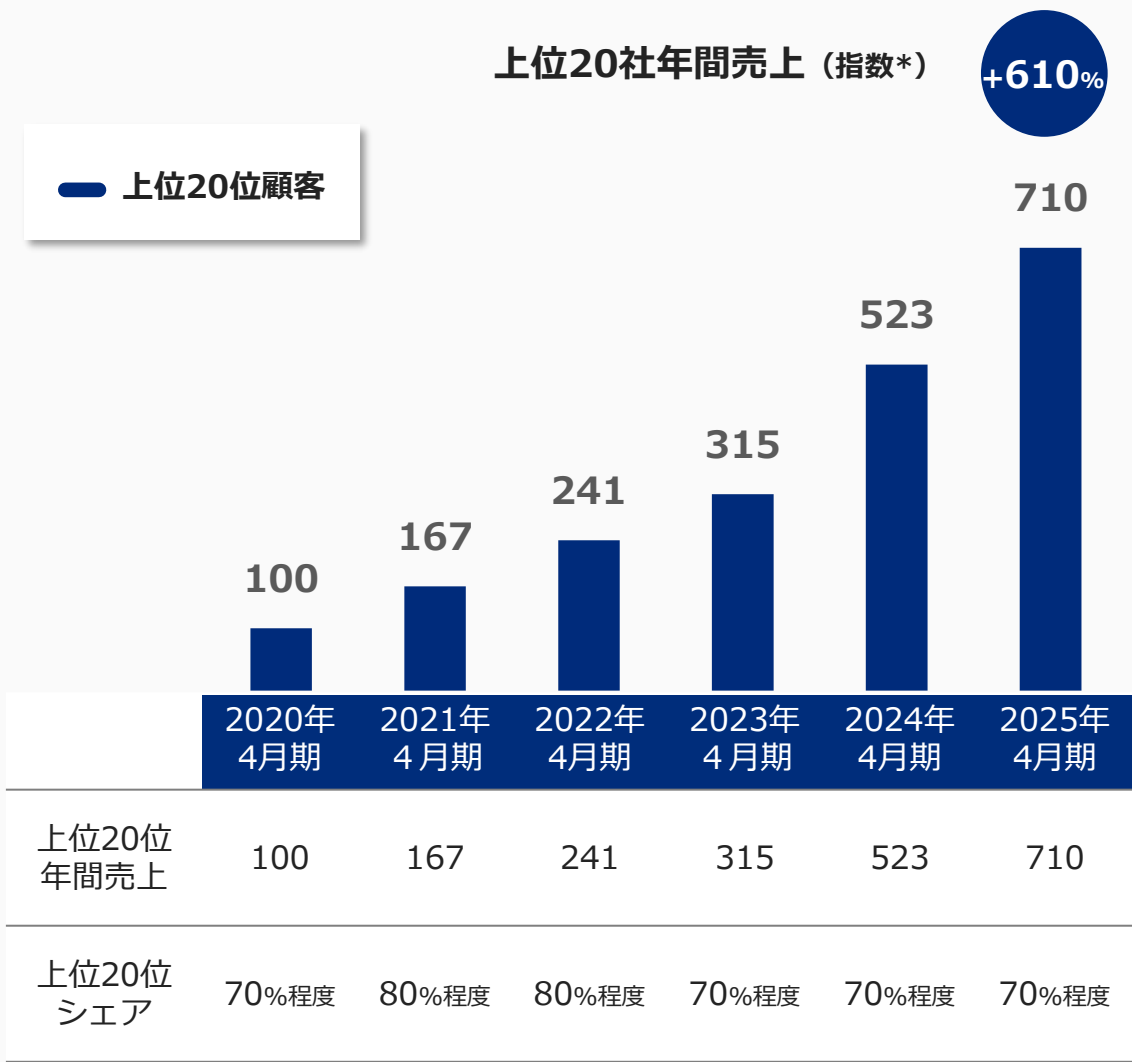
24.4期4Qに全額貸倒引当金計上し、以降継続的に回収
(現在他の企業への貸付金無)



業界別売上構成比率推移



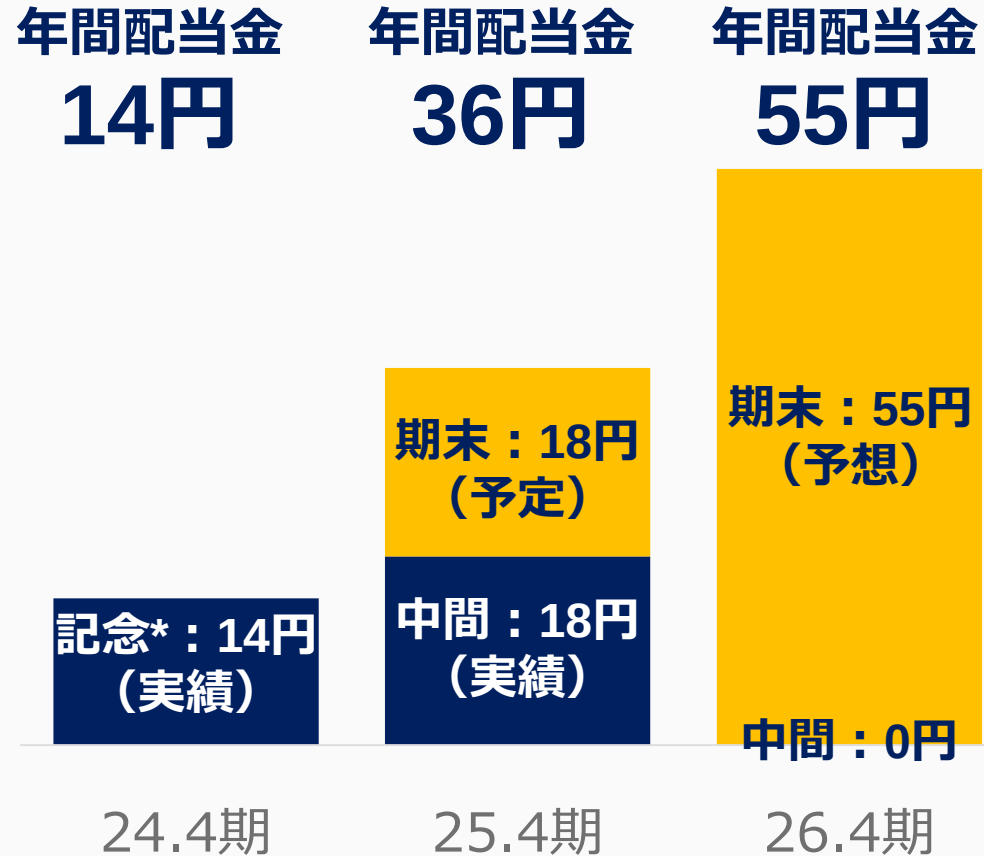
(単位:百万円)	2024年 4 月期								2025年 4 月期							
	Q 1		Q 2		Q 3		Q 4		Q 1		Q 2		Q 3		Q 4	
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比
全体	9,169	-	9,945	-	9,927	-	10,362	-	11,560	-	13,290	-	13,530	-	13,293	100%
ファイナンス	3,759	41%	4,752	48%	4,752	48%	5,409	52%	5,161	45%	5,630	42%	5,272	39%	5,546	42%
コンシューマー ファイナンス	1,350	15%	1,866	19%	1,260	13%	1,262	12%	1,276	11%	1,606	12%	1,332	10%	1,424	11%
投資	2,217	24%	2,399	24%	2,776	28%	3,063	29%	3,016	26%	3,149	24%	3,373	25%	3,640	27%
その他(金融)	191	2%	486	5%	715	7%	1,083	10%	867	8%	873	7%	565	4%	481	4%
ウェルネス	3,539	39%	3,232	33%	3,258	33%	2,511	24%	4,352	38%	5,015	38%	5,017	37%	4,073	31%
来店型	1,825	20%	1,472	15%	1,621	16%	663	6%	758	7%	376	3%	302	2%	386	3%
医療	1,395	15%	1,537	15%	1,403	14%	1,645	16%	3,393	29%	4,426	33%	4,384	32%	3,558	27%
EC	318	4%	222	2%	232	2%	203	2%	200	2%	212	2%	330	2%	129	1%
人材	873	10%	897	9%	1,025	10%	1,221	12%	1,003	9%	998	8%	1,299	10%	1,674	13%
その他	997	11%	1,071	11%	892	9%	1,219	12%	1,043	9%	1,646	12%	1,941	14%	1,998	15%



* 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

配当金



自己株式取得

25.4期

16.2億円の取得



役職員向けの株式報酬や
M&Aに活用

26.4期

自己株式の保有量や現預金などを
考慮の上、適正ではないと判断される
株価水準が継続する際には検討

*2024年6月1日付で1 : 4の株式分割を行ったため、株式分割を考慮した配当金の額を記載
分割前の配当金額は56.00円

会社概要

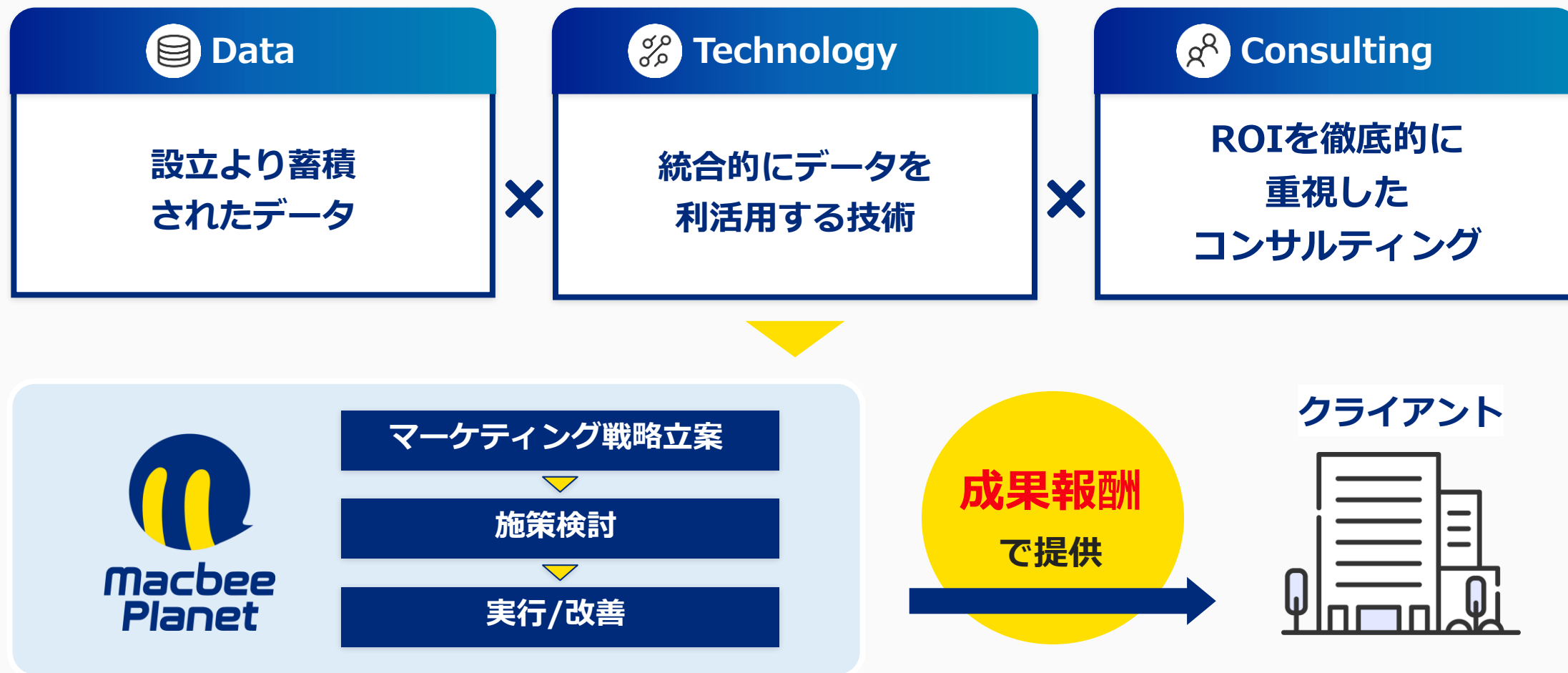
会社概要	
社名	株式会社Macbee Planet (7095) (URL : https://macbee-planet.com/)
設立日	2015年8月25日
資本金	2,635百万円 (2025年4月末時点)
事業内容	成果報酬型マーケティング事業
本社所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目11番11号
正社員	182人 (2025年4月末時点)
沿革	
2015年08月	株式会社Macbee Planet設立
2020年03月	東京証券取引所マザーズ市場 (現グロース市場) へ上場
2021年08月	株式会社Alphaを完全子会社化
2023年03月	株式会社ネットマーケティング (現All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



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

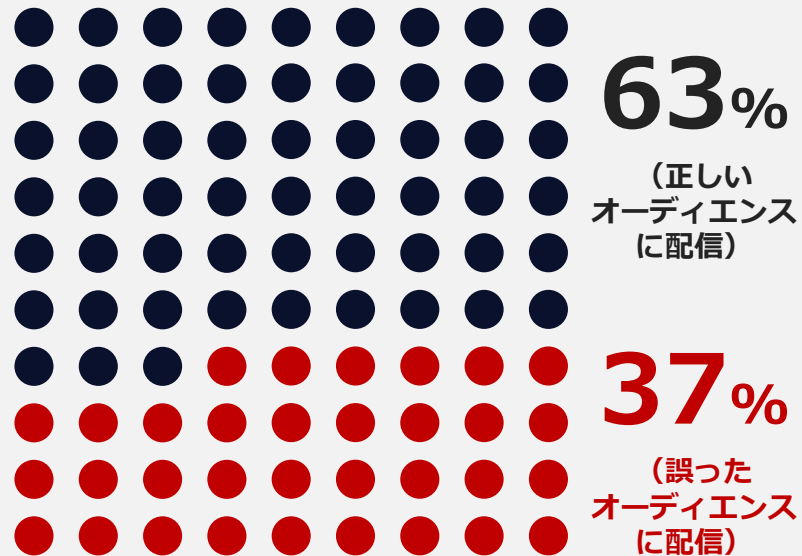
出所：2023年はDentsu「日本の広告費」をもとに当社算出。2030年以降の成果報酬型の数値は当社推計

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

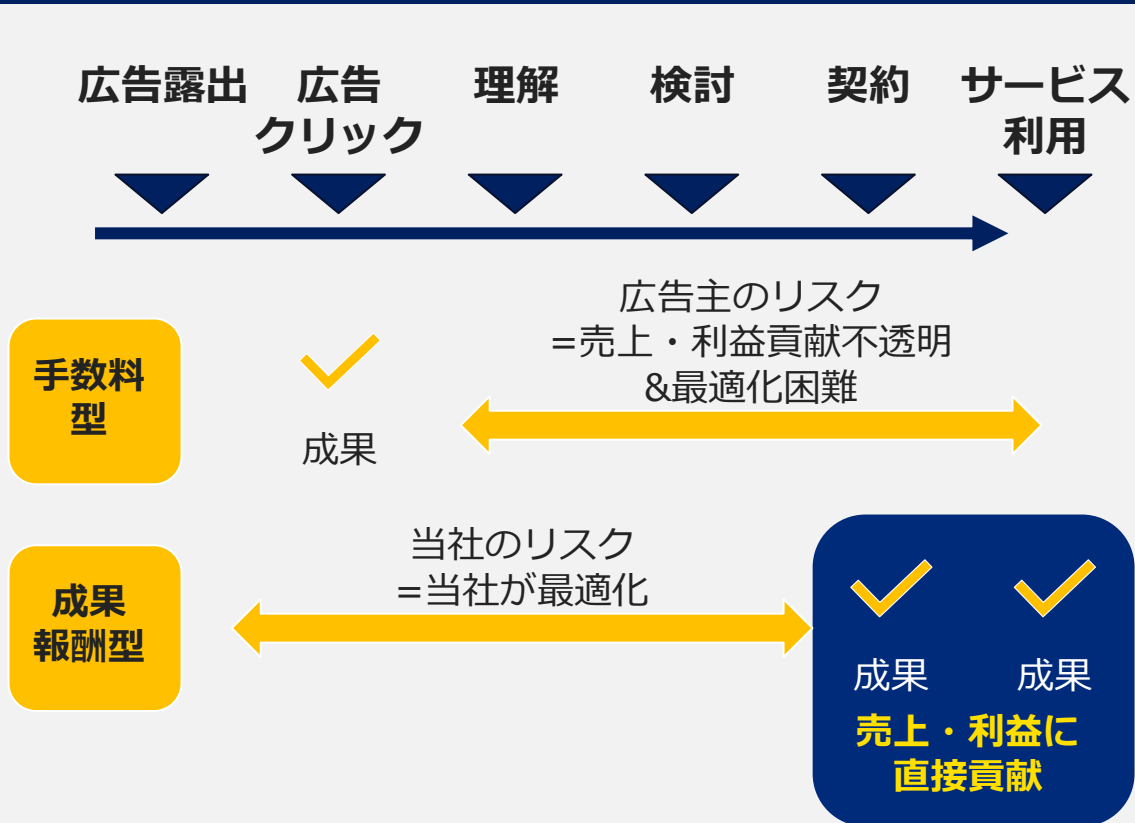
無駄を最大限排除し、
成果に応じた費用で済む

**「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



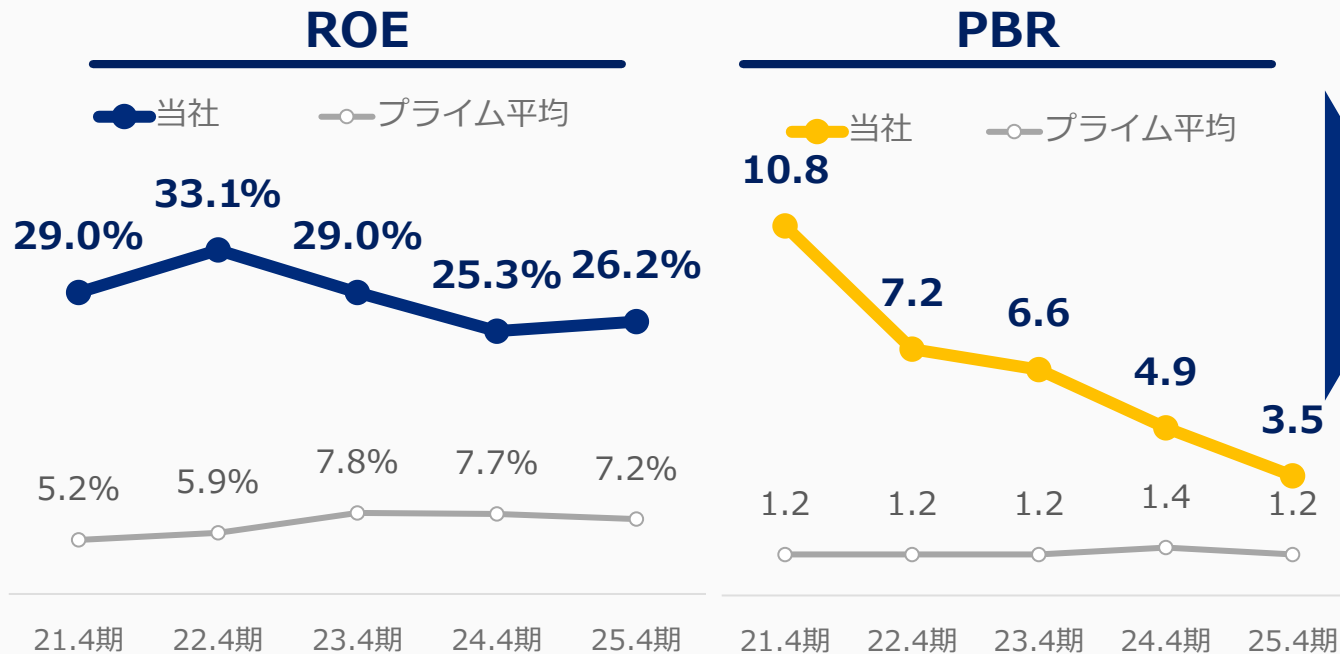
資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応について

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

- 高い資本効率性ではあるものの低下傾向にあり、ROE向上に向けた取組を通じて継続的な高い資本効率性を維持

現状分析

- ・ 当社はROE/PBRともにプライム企業平均を大幅に上回り推移
- ・ 資本効率性の低下は課題として認識



ROE向上に向けた取り組み

利益率向上

- ・ 案件の効率的な運用
- ・ 利益率の高いサービスの提供

株主還元の強化

- ・ 成長投資を最優先としつつも、投資家層拡大を目的に配当導入（中期経営計画期間中の配当性向20%）

借入を活用したM&A

- ・ 余剰現金を超過する場合は借入を活用（23.4期の増資で100億超の借入余力を創出）

当社事業運営によるROE向上
を通じてPBRも向上

株主との対話の推進と開示

- 個人向け説明会への積極的な登壇の他、機関投資家とも多数の面談を実施
- 面談での内容に応じて資料とコミュニケーションの両面を強化

25.4期 実績

説明会 (主担当：代表取締役社長)

機関向け

4回

個人向け

8回

IR面談 (主担当：IR担当執行役員/IR担当者)

*スモールミーティングなどを含む

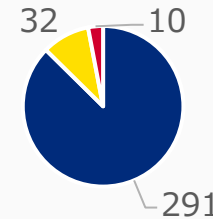
面談人数
(個人を除く延べ数)

333人

属性

(個人を除く)

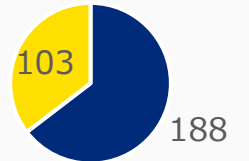
■ 投資家
■ 証券会社
■ その他



投資家拠点

(個人を除く)

■ 国内
■ 海外



主な関心テーマ

- ・ 事業成長性
- ・ 顧客
(見通しおよび属性)
- ・ PR施策
- ・ 利益率
- ・ 株価 (割安感が強い)

ご指摘

上位クライアントの財務/継続性は？

具体的な顧客と支援効果は？

粗利率の下落理由と回復予想の背景は？

コンセンサスが高すぎるのでは？

事業理解をしやすいできないか？

IR対応

上位20社の属性を開示

許諾を得られた事例を
タクシー広告でも公開

理由と想定を開示

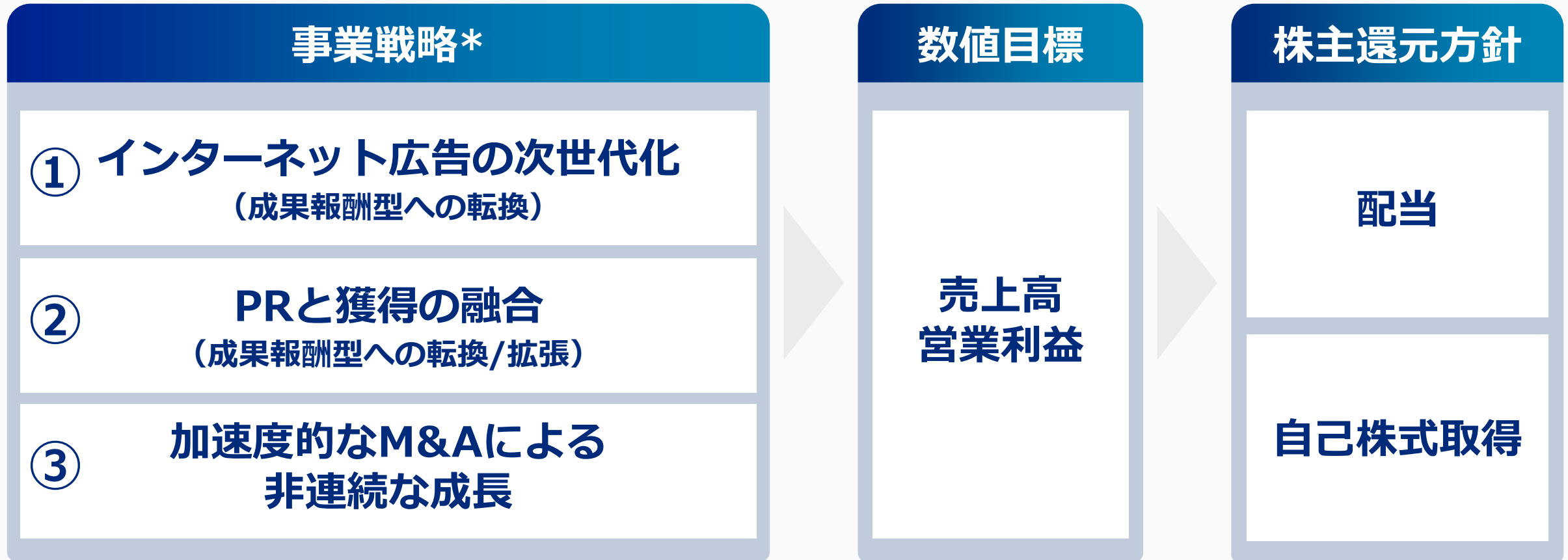
アナリストとの対話の強化

初回投資家向け資料を作成

対話 内容

Appendix

- 「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」という三つの事業戦略によりマーケティングの常識をブレイクスルー



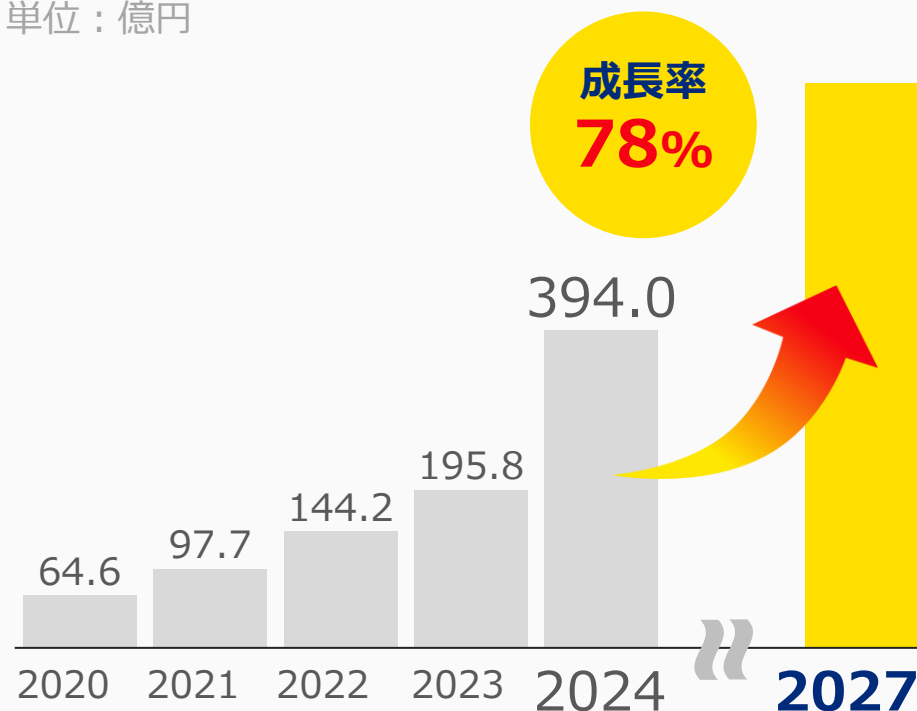
数値目標

- 成長を継続し、売上高700億円、営業利益75億円を数値目標として設定

売上高

2027/4期 : **700.0**億円

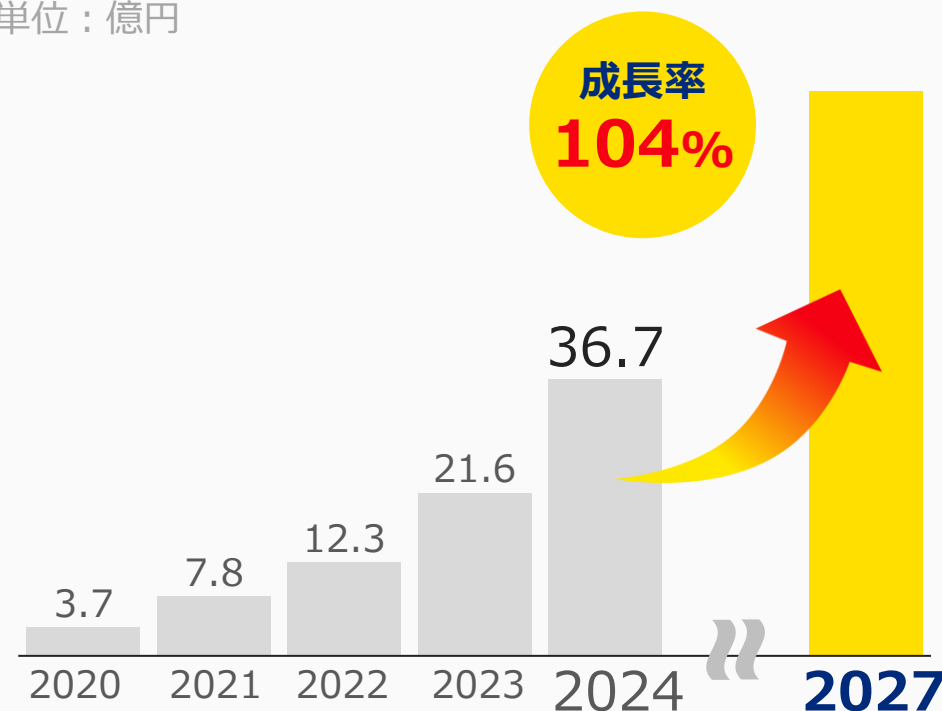
単位：億円



営業利益

2027/4期 : **75.0**億円

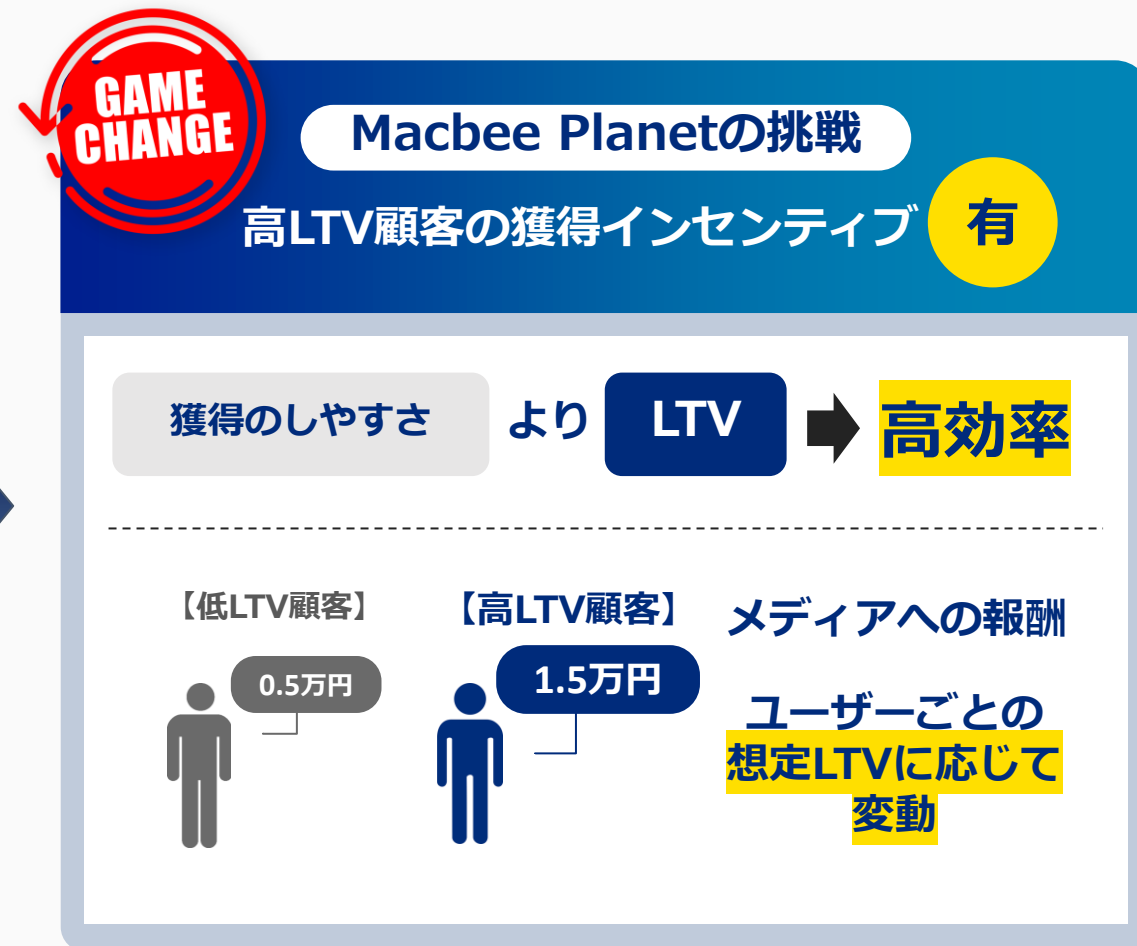
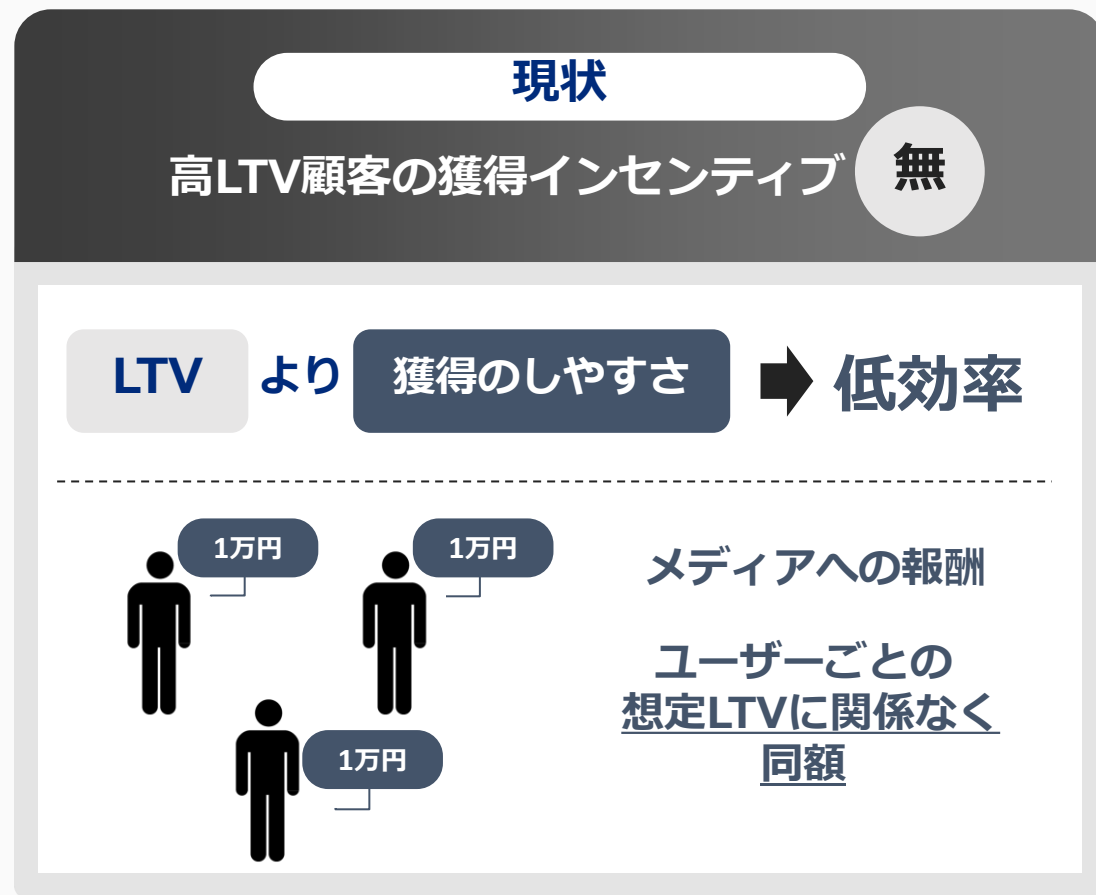
単位：億円



※2027年4月期の営業利益は広告宣伝費控除前の数値

①-a インターネット広告の次世代化 -メディア報酬単価の変動化-

- エンドユーザーの想定LTVに応じてメディアへの報酬単価の変動化に挑戦。
成果報酬型のパフォーマンス改善により、手数料型からのゲームチェンジを実現。



①-b インターネット広告の次世代化 -大規模メディアの創出-

- 他社とアライアンスを組み合わせながら、消費者体験と広告効率の向上を実現する大規模メディアを多数創出。

バーティカルメディア の生成

— 特定分野に特化 —

サイト企画/設計/戦略構築

既存顧客市場のメディア開発

新興市場のジャンル拡充

...

リテールメディア の生成

— 顧客体験を向上 —

企画/設計/戦略構築

リワードシステム提供

既存会員の消費者体験の最大化

...

サイネージメディア の生成

— デジタルとリアルとの融合 —

企画/設計/戦略構築

ポテンシャル市場分析

サイネージ型PRメディア展開

...



年間売上 **数十億** の **メディア** を **多数創出**

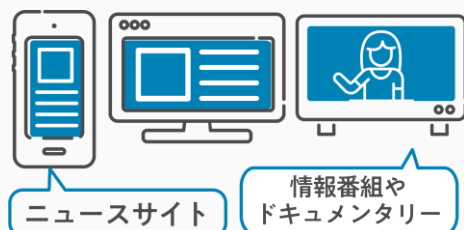
② 獲得とPRの融合

- PRにより認知領域の成果報酬型への転換に着手。
- 将来的には認知領域のみならず獲得領域と融合させた、クライアントの費用対効果の可視化・最適化を実現。



成果報酬型 PRサービスの拡大

成果報酬型PRサービスを
当社ネットワークより**加速的に展開**



成果報酬型で提供

既存クライアント

新規クライアント



認知領域の効果測定

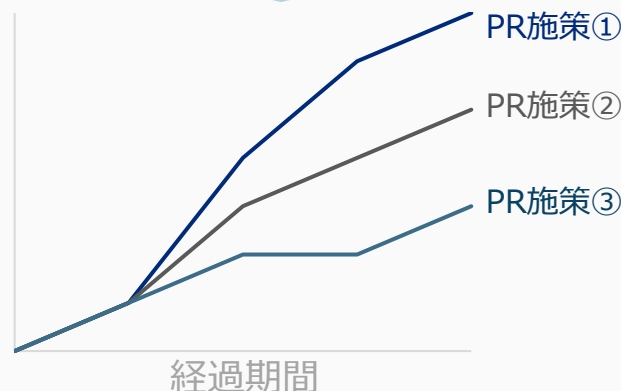
売上（≒獲得）に対する
PR施策の**効果測定**を実施

Data



Technology

CV
数（獲得）



認知領域と獲得領域 を融合させた最適化

認知から獲得までの各施策について
貢献度や**相乗効果**を可視化



③ 加速度的なM&A

- 成果報酬型の深化と拡張につながる案件へ優先投資。
また、顧客開発およびビジネスリレーション強化を目的とした成長投資も実施。



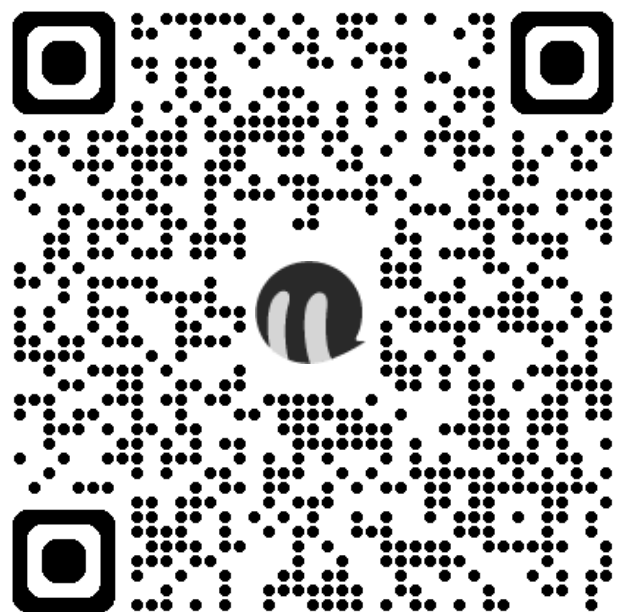
本資料には、将来の見通しに関する内容が含まれておりますが、本資料作成時点において入手可能な情報に基づいて作成されたものであり、リスクや不確実性等を含むため、将来の経営成績等の結果を保証するものではありません。

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)