

# 2026年4月期 第2四半期 決算説明資料

2025年12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.09

 Appendix

P.18

# サマリー

■ 大型顧客の事業状況の影響およびマーケティングニーズの複雑化により、新規顧客獲得および既存顧客の拡大が遅れQonQは減収/YonYは減益に

## QonQ減収 / YonY減益

当社を取り巻く環境

影響の内容

当社としての対応

### 大型顧客の事業状況の影響

- 当社は顧客の上位20社で売上の7割超
- 上位顧客の環境の変化により広告に影響が生じると直接的に当社事業にも影響
  - 媒体費の高騰
  - 広告支出の抑制
  - 競争環境の変化、広告単価の見直しなど

大型顧客の開拓による  
個社影響の低減

マーケティングニーズの複雑化  
(獲得量/効率をバランスさせた  
メディアや手法の組み合わせ)

- 当社はGoogleやYahoo!の検索連動型広告やディスプレイ広告、各種比較サイトなどを主に活用
- ChatGPTなどで情報が収集しやすくなり、より専門的情報のニーズが拡大
- X/Instagram/TikTokなどのSNS広告やインフルエンサーによる広告も急激に拡大し中には量は取れないが効率は良いケースも

産業特化メディアや  
上記急拡大している手法による  
新たな消費者接点の開拓/複合提案

# 今期の取組の進捗

- 「顧客への価値提供」と「粗利率の向上」を目指し新たな消費者接点を構築中。  
パーティカルメディア生成、動画メディア活用、メディア開拓などで進展有

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

パーティカルメディア の生成  
→有力メディアと広告取扱の独占契約済

リテールメディア の生成  
→取組中も現状大きな規模感は想定できず

サイネージメディア の生成  
→取組中も現状大きな規模感は想定できず

独自=  
粗利率up

## 26.4期に追加した強化施策

動画メディア活用  
→独自アカウントを開始  
AI活用のPoCも実施中



独自=  
粗利率up

新興メディアの  
開拓 →継続的に開拓



パートナー

パートナー

パートナー

# 2026年4月期上期業績ハイライト



- 新規は昨期以上のペースで獲得も大型既存顧客の個社事情の影響を受け小幅な增收
- 粗利は減少する中で販管費増加により営業利益/営利率は大幅に昨対比マイナス

(単位：百万円)

## 上期決算ハイライト

FY2025 1H	FY2026 1H	前年同期比 増減率
売上収益	<b>25,279</b>	+ 2 %
FY2025 1H	FY2026 1H	前年同期比 増減率
営業利益	<b>1,676</b>	▲38%
営業利益率	<b>6.6%</b>	▲4.3pt

新規顧客は計画未達も前期以上のペースで獲得。既存顧客は大型顧客の個別の事情により昨対比で売上/粗利マイナス

### 新規顧客

1,000万/月以上の新規案件獲得状況

**5 → 7 (21)**

FY25 通期 FY26 1H (カッコ内は通期計画)

### 既存顧客

- 投資 不正アクセス問題の影響で**広告支出抑制**
- 融資 他社メディア出稿強化による**媒体費高騰**
- 医療 顧客商材の**競争環境の変化**、**広告単価の見直し**

広告宣伝費、人件費の影響で昨対比約760百万円増加  
(詳細次ページ)

販  
管  
費

- 広告宣伝費および人件費増加の影響を大きく受け昨対比大幅にマイナス
- 広告からPRに重点を移すことで広告宣伝費は削減予定

(単位：百万円)



# 2026年4月期業績予想修正

- 足元の状況を反映し、売上収益510億円、営業利益37億円に下方修正
- 配当に関しては期初予想通り1株当たり55円を予定

(単位：百万円)	2025年4月期	2026年4月期	
	実績	期初予想	修正予想
売上収益	51,675	61,000	<b>51,000</b>
(前期比)	+31%	+18%	<b>▲1%</b>
営業利益	5,171	5,600	<b>3,700</b>
(前期比)	+28%	+8%	<b>▲28%</b>
税引前利益	5,072	5,580	<b>3,690</b>
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,443	3,760	<b>2,500</b>
(前期比)	+26%	+9%	<b>▲27%</b>
基本的1株当たり 当期利益	243.41円	270.99円	<b>179.78円</b>
1株あたり配当金	36.00円	55.00円	<b>55.00円</b>

売上収益	
投資	3Qから一定回復見込み
融資	継続的に改善見込み
医療	3Qは2Q対比減少、4Qは3Q対比微減見込み
人材	4Qの繁忙期を考慮
販売費及び一般管理費	
人件費/ 採用費	採用などにより上期対比+1.7億円の13.0億程度
広告 宣伝費	上期対比▲2.3億円の1.2億程度に抑制予定
配当金	
期初計画通り	

# 会社概要

会社概要	
社名	株式会社Macbee Planet (7095) (URL : <a href="https://macbee-planet.com/">https://macbee-planet.com/</a> )
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



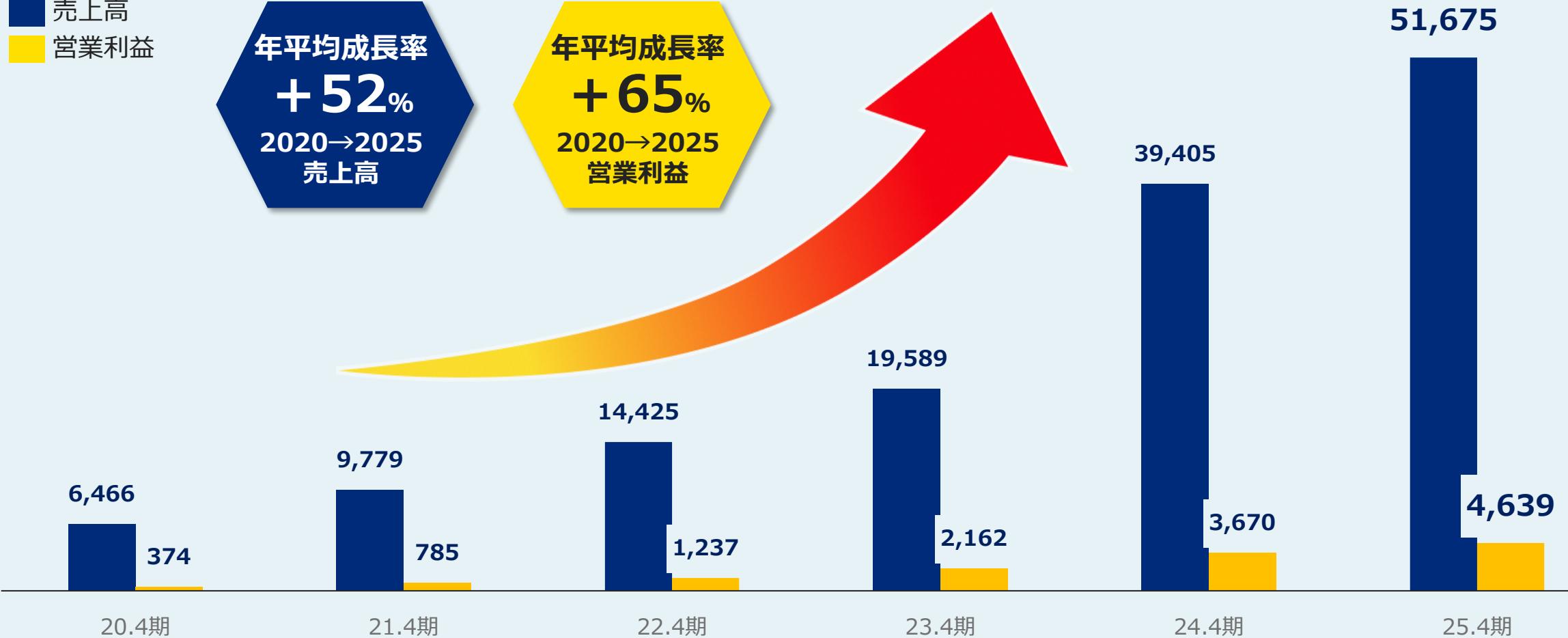
## ■ 上場後、成果報酬型のマーケティング支援により売上高・営業利益とともに圧倒的な成長を実現

(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

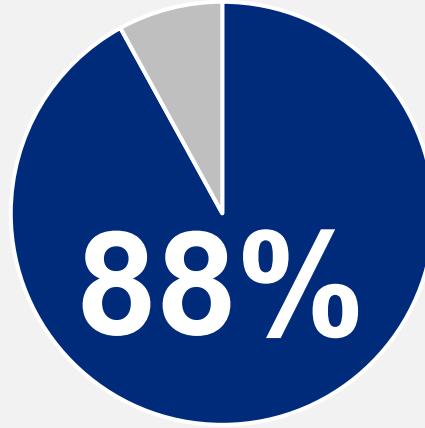
年平均成長率  
+65%  
2020→2025  
営業利益



- 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)

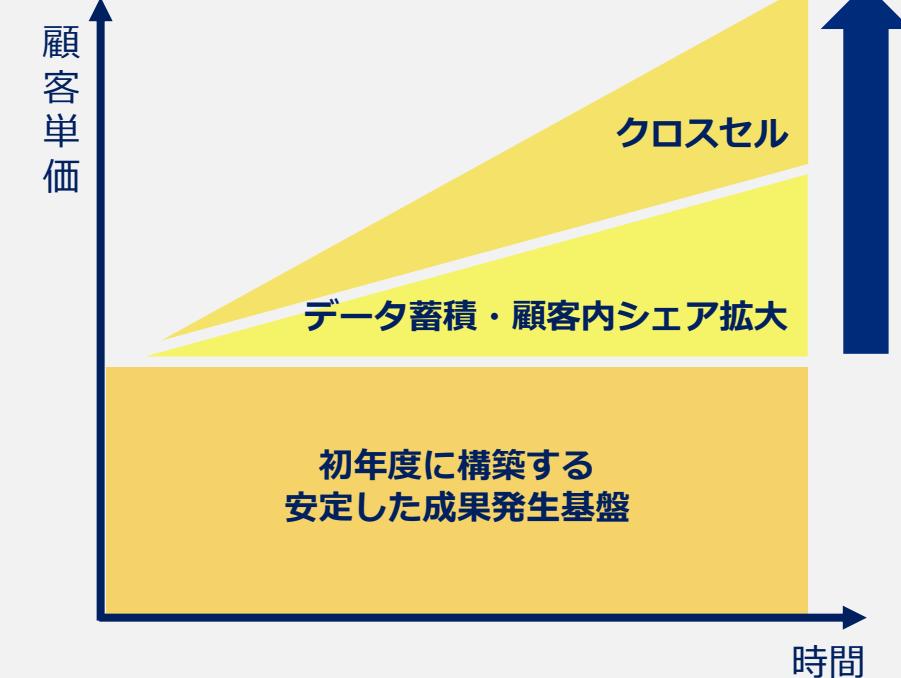
成果報酬の  
データ蓄積/解析

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



# 成果報酬型市場の見通し

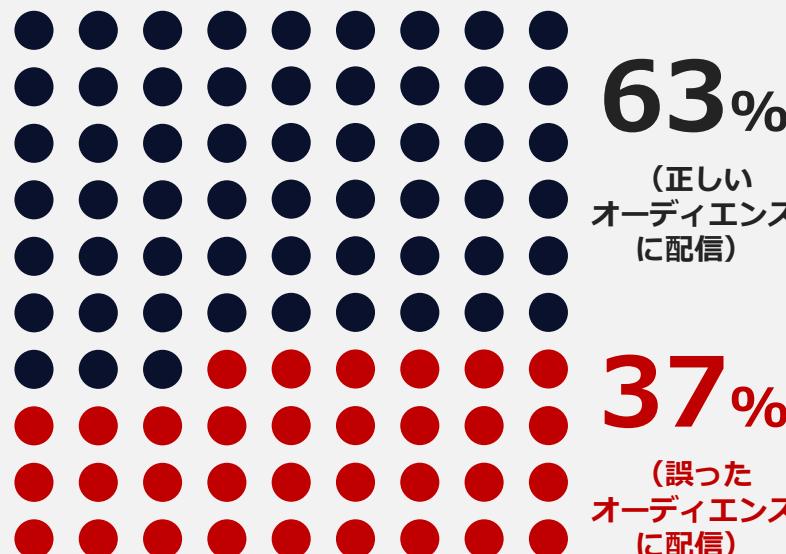
- 現状、獲得市場における課金体系は固定報酬型や手数料型が主流
- 今後は顧客にとってリスクの低い成果報酬型が急速に拡大



- 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」



手数料  
型

✓  
成果

広告主のリスク  
=売上・利益貢献不透明  
&最適化困難

成果  
報酬型

当社のリスク  
=当社が最適化

✓  
成果  
成果  
売上・利益に  
直接貢献

### 様々なマーケティングサービスが 「成果報酬型」に



# 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		Q2	
	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	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%	12,499	100%
ファイナンス	5,161	45%	5,630	42%	5,272	39%	5,546	42%	4,609	36%	4,952	40%
投資	3,016	26%	3,149	24%	3,373	25%	3,640	27%	3,249	25%	3,234	26%
融資・カード	1,276	11%	1,606	12%	1,332	10%	1,424	11%	867	7%	1,168	9%
その他(金融)	867	8%	873	7%	565	4%	481	4%	493	4%	549	4%
ウェルネス	4,352	38%	5,015	38%	5,017	37%	4,073	31%	5,022	39%	4,514	36%
医療	3,393	29%	4,426	33%	4,384	32%	3,558	27%	4,558	36%	3,992	32%
来店型	758	7%	376	3%	302	2%	386	3%	340	3%	310	2%
その他(ウェルネス)	200	2%	212	2%	330	2%	129	1%	123	1%	210	2%
人材	1,003	9%	998	8%	1,299	10%	1,674	13%	1,311	10%	1,194	10%
その他	1,043	9%	1,646	12%	1,941	14%	1,998	15%	1,836	14%	1,838	15%

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	
	Q1		Q2		Q3	Q4	Q1	Q2
	IFRS	J-GAAP	IFRS	J-GAAP	J-GAAP	J-GAAP	IFRS	IFRS
売上高・売上収益	11,560	11,560	13,290	13,290	13,530	13,293	12,780	12,499
(YoY)	+26.1%	+26.1%	+33.6%	+33.6%	+36.3%	+28.3%	+10.6%	▲6.0%
売上総利益	2,248	2,248	2,289	2,289	2,416	2,282	2,082	2,169
(YoY)	+15.3%	+15.3%	+24.7%	+24.7%	+24.2%	+2.8%	▲7.4%	▲5.2%
(売上総利益率)	19.4%	19.4%	17.2%	17.2%	17.9%	17.2%	16.3%	17.4%
販管費	966	1,072	857	999	1,252	1,272	1,329	1,254
人件費	396	390	414	421	448	422	516	525
広告宣伝費	26	26	8	8	126	156	196	153
採用教育費	26	26	16	16	27	47	43	31
研究開発費	41	41	31	31	68	127	42	41
その他	477	588	388	521	580	518	530	501
その他の収益/費用	0	—	▲3	—	—	—	1	6
営業利益	1,281	1,175	1,418	1,289	1,164	1,009	754	921
(YoY)	—	+17.6%	—	+28.9%	▲2.1%	+109.6%	▲41.1%	▲35.5%
(営業利益率)	11.1%	10.2%	9.6%	9.7%	8.6%	7.6%	5.9%	7.4%

# 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つことで税差額分をQ1に貸倒引当金計上しQ3の回収により戻入



24.4期Q1

24.4期Q2

24.4期Q3

24.4期Q4

25.4期Q1

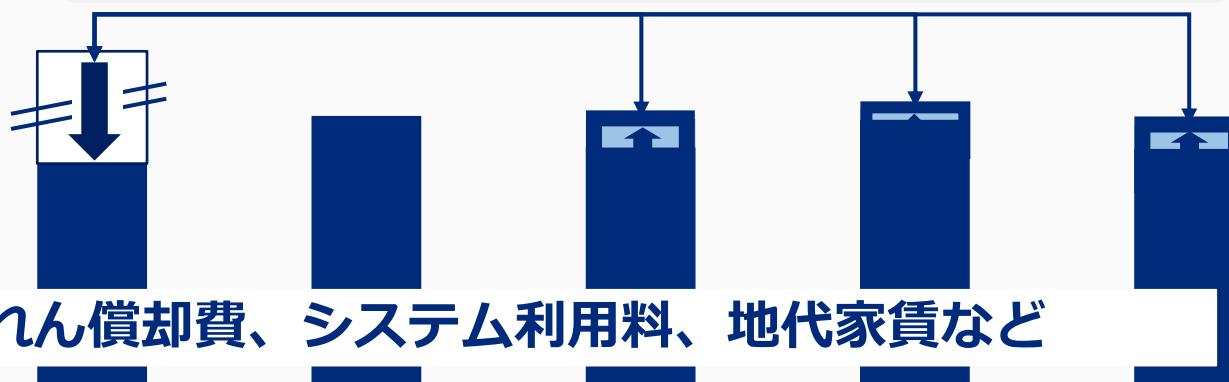
25.4期Q2

25.4期Q3

25.4期Q4

## 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)



## ■ 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？

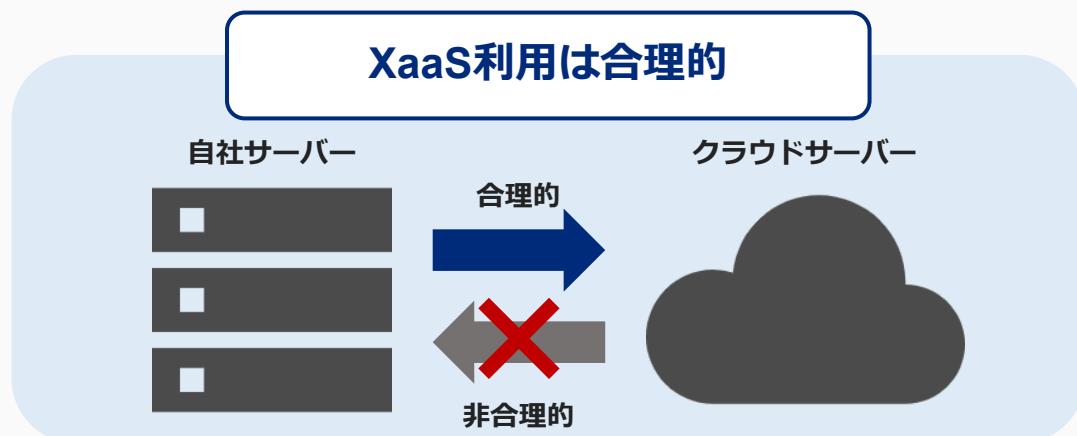
- ・ 検索連動型広告市場への影響は大きいと想定
- ・ 当社は検索連動型広告市場が縮小しても広告を取り扱うプラットフォームが收れんしない限り  
**価値提供が可能**



### 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？

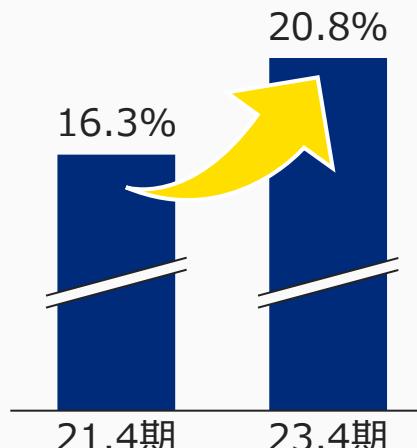
- ・ 新たな技術習得や挑戦の必然性が減り、内製化は機能が最新化されない中で固定費を要するため、部分的取り組みに留まることが一般的
- ・ 当社は常に最新の機能の成果報酬課金のため、  
**XaaS機能同様に無駄が無く活用しやすい**



■ 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



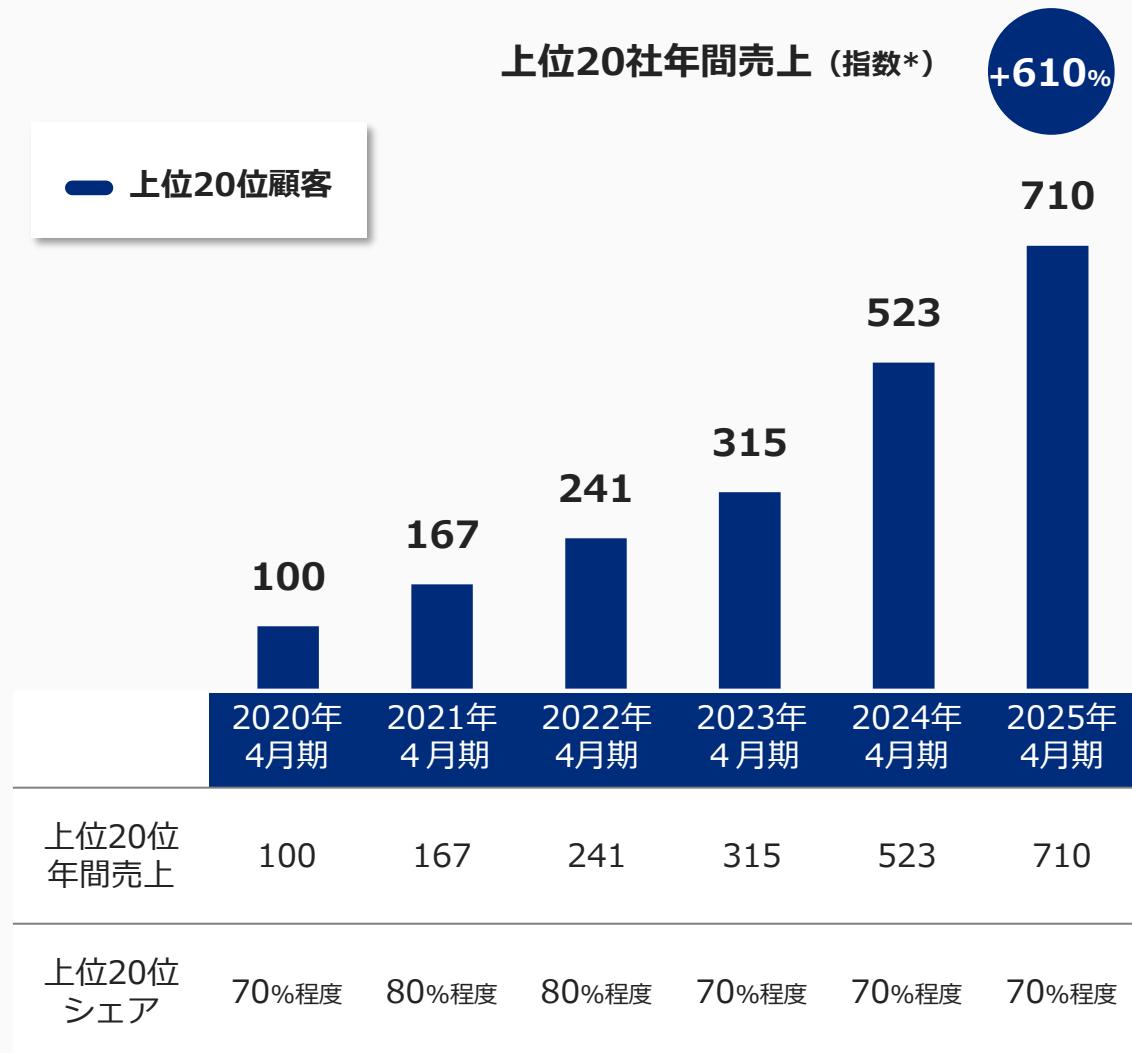
\*グループイン後に会計期変更とともに  
All Adsへの社名変更を実施

2024

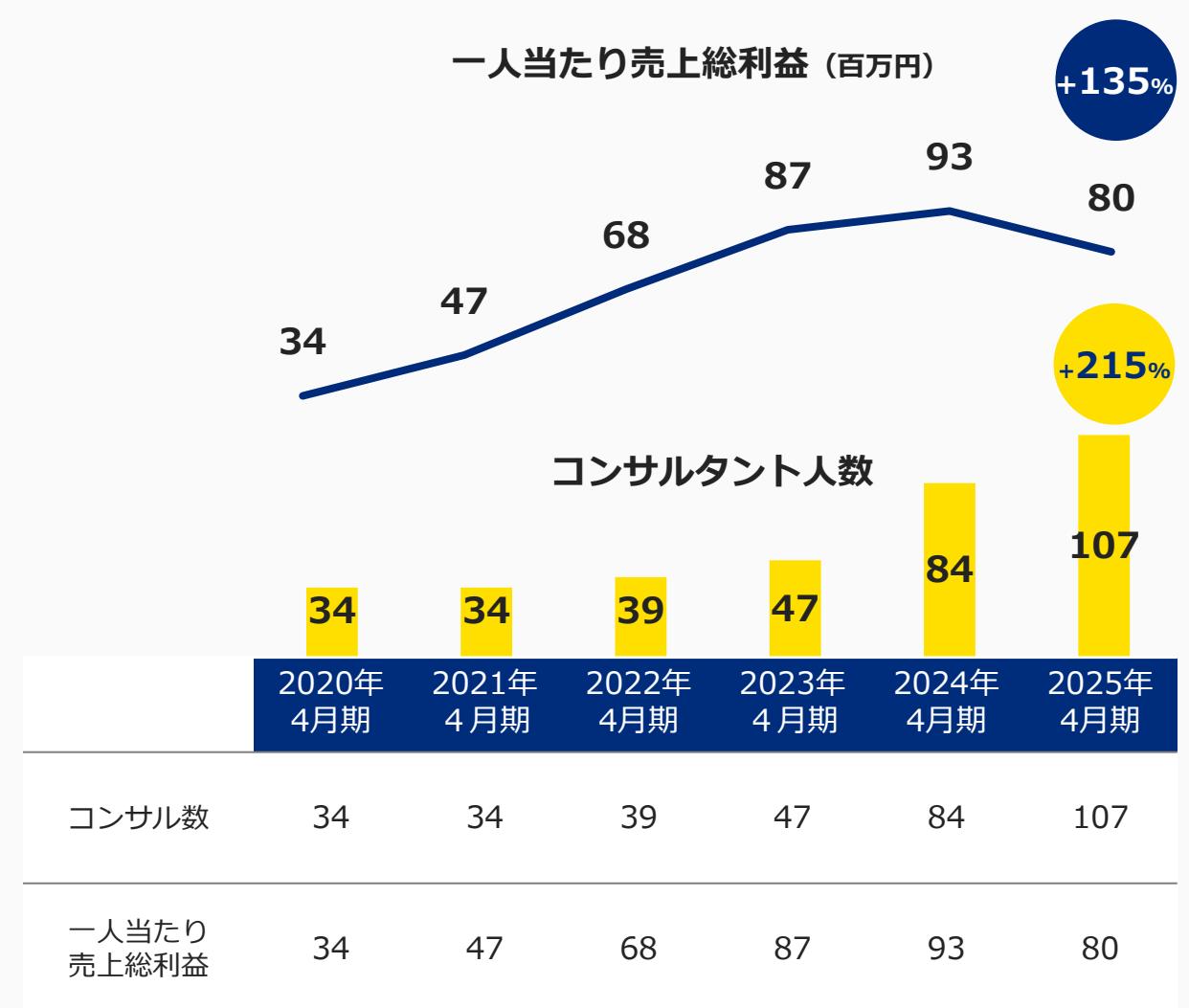
PR Cloud Tech

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

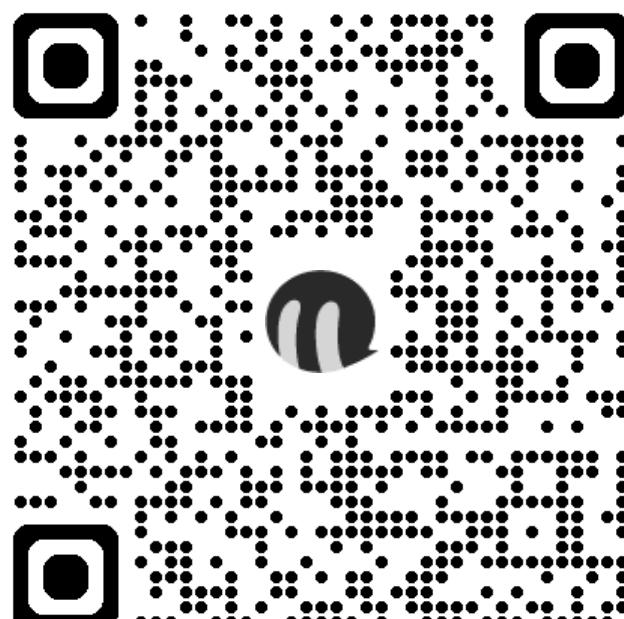
本資料には、将来の見通しに関する内容が含まれておりますが、本資料作成時点において入手可能な情報に基づいて作成されたものであり、リスクや不確実性等を含むため、将来の経営成績等の結果を保証するものではありません。

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/kpS9t3EZoE6bmzdG7>)  
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](mailto:ir@macbee.co.jp))