

2026年4月期 第2四半期 決算説明会資料

2025年12月11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2四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年に設立した会社で、2020年に当時のマザーズ市場へ上場し、2024年に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、成果に関係なく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。
- 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。

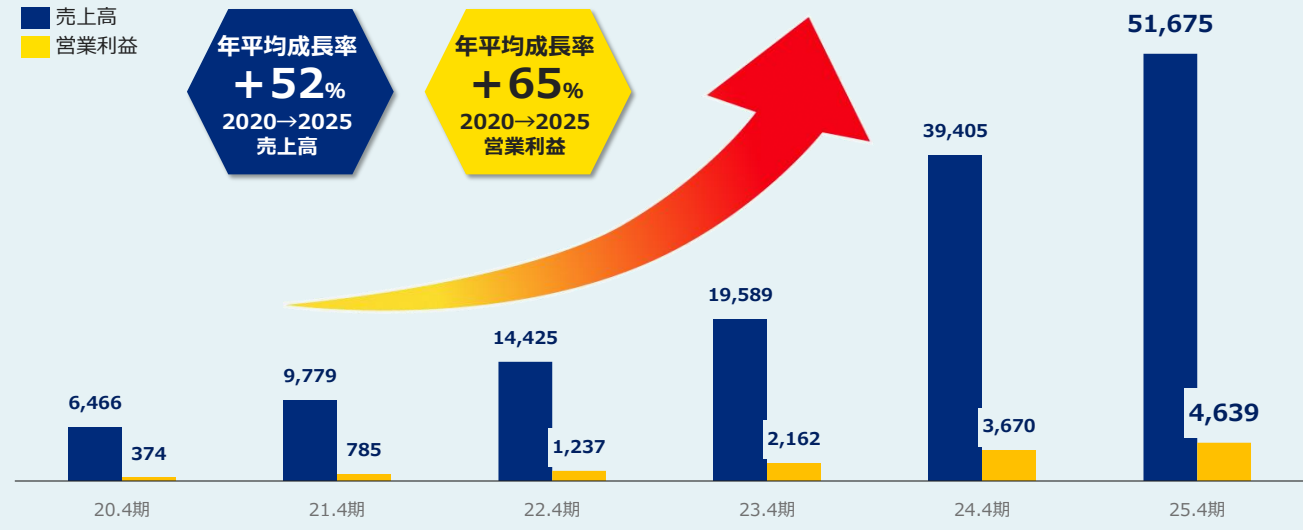
■ 上場後、成果報酬型のマーケティング支援により売上高・営業利益ともに圧倒的な成長を実現

(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

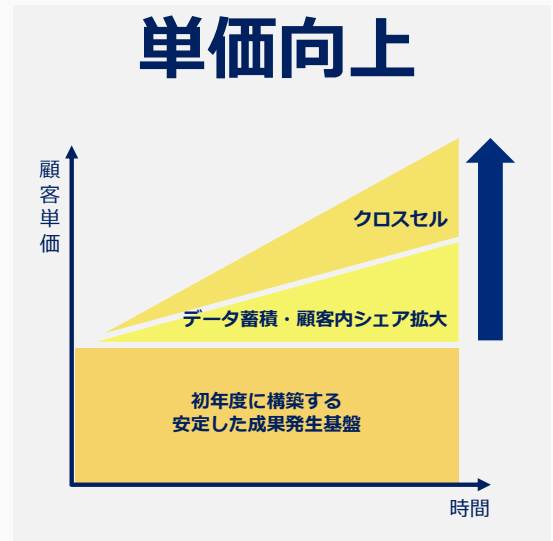
年平均成長率
+65%
2020→2025
営業利益



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



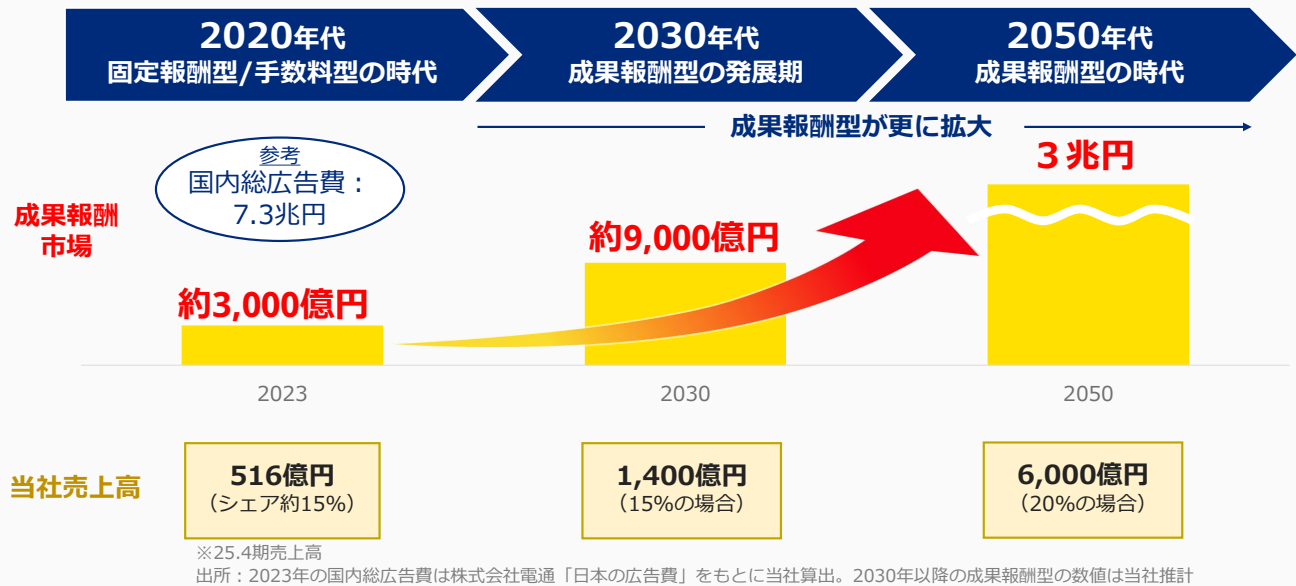
*上場後の各年度の上位20顧客のうちの2025年4月末の取引継続率（2020年4月期~2025年4月期）

5

- 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。

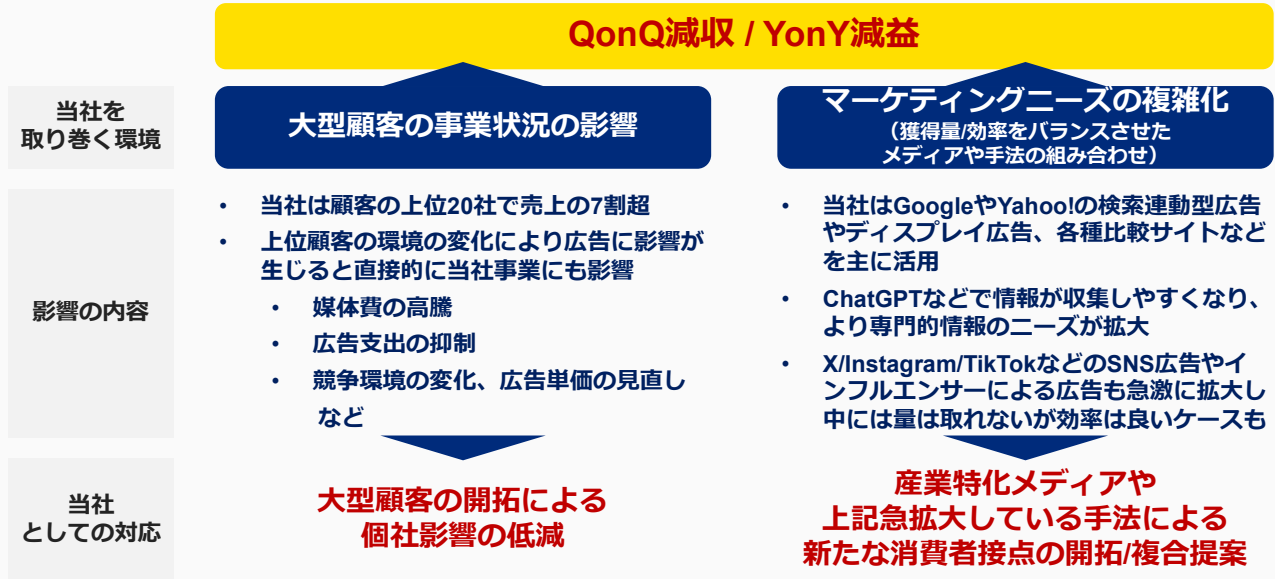
成果報酬型市場の見通し

- 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。

- 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



- ・ 続いて、直近の動向についてお話をさせていただきます。
- ・ 中長期的な成果報酬型への転換の流れは変わらないと考えているものの、1Qから2QにかけてのQonQでは減収、上期同士のYonYでは減益となっております。
- ・ 背景として大きく2つあり、1つ目は、当社の大型顧客の事業状況の影響です。当社の売上収益のうち、およそ7割が、上位20社のお客様の売上で構成されております。そのため、上位のお客様の事業やマーケティング環境の変化が当社の業績にも影響します。
- ・ 現在、大型顧客の数社で業界固有の事業状況の変化があり、当社の業績にも影響を及ぼしております。当社としては継続的に既存の大型顧客に最大限のマーケティング支援を行いつつも、新たに大型顧客を開拓し1社あたりの影響を抑えていきたいと考えております。
- ・ 2つ目は、マーケティングニーズの複雑化です。これまで当社は、検索連動型広告やディスプレイ広告、比較サイトなどを中心に成果報酬型でマーケティング支援をしてきました。
- ・ しかしながら、直近ではより専門的な情報のニーズや、SNSやインフルエンサーによる消費者接点も増加しており、中には小規模ながらも費用対効果が高いケースもあり、マーケティングニーズが複雑化しております。
- ・ その対応策として、特定の産業に特化したバーティカルメディアの生成に取り組み、さらには急拡大している広告手法についても従来の提案と組み合わせることで、複雑化するマーケティングニーズにも対応可能な複合提案を進めております。

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。バ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

バーティカルメディアの生成
→有カ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

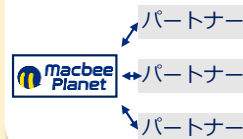
動画メディア活用
→独自アカウントを開始
AI活用のPoCも実施中

TikTok LIVE

独自=
粗利率up

YouTube
by MOJA

新興メディアの開拓→継続的に開拓



- ・ 期初にお伝えしておりました今期の取組の進捗について状況をご説明します。
- ・ 今期は、中期経営計画で掲げている、バーティカルメディア、リテールメディア、サイネージメディアの3種類のメディアの生成に向けて取り組むという戦略に加えて、動画メディアや新興メディアを活用し、新たに消費者接点を30億円創出するということを掲げております。
- ・ このうちバーティカルメディアについては、有カメディアと広告取扱の独占契約を締結し、施策として大きく進展している状況でございます。
- ・ また、動画メディアの活用についても、5月に取得したMOJAのリソースを活用し、独自のアカウントでの運用の検証をスタートをしている他、グループ全体でAIを活用した動画コンテンツについても検証を進めております。
- ・ マーケット環境や検証結果をみながら複雑化するマーケティングニーズを捉えられるよう軌道修正をしながら進めてまいります。

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増収
- 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		
24,850	25,279	+ 2 %

FY2025 1H	FY2026 1H	前年同期比 増減率
営業利益		
2,709	1,676	▲ 38 %
営業利益率		
10.9 %	6.6 %	▲ 4.3 pt

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**

売上収益

販管費

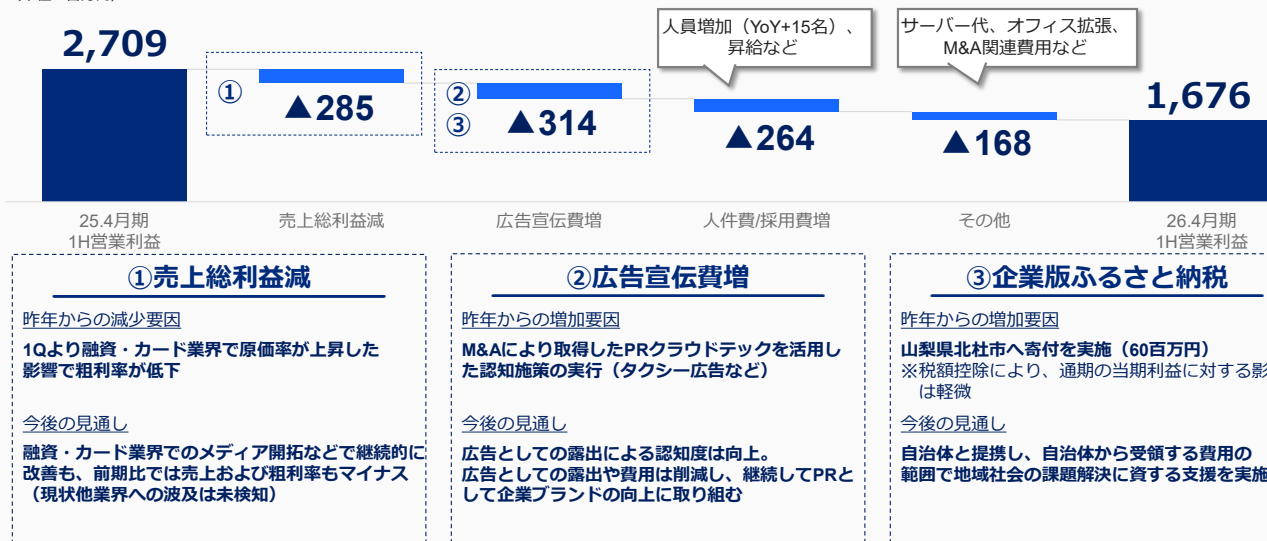
広告宣伝費、人件費の影響で昨対比約760百万円増加
(詳細次ページ)

- 続いて、2026年4月期上期の業績ハイライトについてご説明します。
- 売上収益は、新規顧客は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、前年同期比で小幅な増収となりました。
- 具体的には、投資業界は不正アクセス問題の影響で広告支出を抑制する動きが続いております。また、融資・カード業界は他社メディアが出稿を強化したことによる媒体費の高騰の影響を受けているほか、医療業界はお客様の競争環境の変化や広告単価の見直しの影響を受けております。
- 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。
- 営業利益の昨対比の減少要因に関しては次ページで要因を分解し、ご説明します。

営業利益増減内訳

- 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)



10

- ・ 昨対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原価率の上昇の影響などでマイナスになっております。
- ・ 販管費に関しましては、広告宣伝費の増加が影響しております。
中身としては、まずは露出を拡大すること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、今後は支出を削減しながら継続的にPRとして当社のブランド向上に取り組んでまいります。
- ・ 広告宣伝費の中には企業版ふるさと納税も含まれております。山梨県北杜市に寄付をしており、費用計上はございますが、税額控除により当期利益への影響は軽微です。
- ・ その他、人員増加・昇給及びサーバー代やオフィス拡張、M&A関連費用などの費用増加により、販管費が増加しております。

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	51,000
(前期比)	+31%	+18%	▲1%
営業利益	5,171	5,600	3,700
(前期比)	+28%	+8%	▲28%
税引前利益	5,072	5,580	3,690
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,443	3,760	2,500
(前期比)	+26%	+9%	▲27%
基本的1株当たり 当期利益	243.41円	270.99円	179.78円
1株あたり配当金	36.00円	55.00円	55.00円

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

- ・ 今後の見通しや冒頭の足元の状況を踏まえて、2026年4月期通期業績予想を修正いたしました。
- ・ 下期は、投資業界、融資・カード業界、人材業界については上期より成長する見込みですが、医療業界は顧客側の競争環境の影響で上期より下期の方が減収になる見込みでもあり、売上収益は前期比で減収となる見込みです。
- ・ 加えて、人件費は人員増で増加するため、全体の販管費としては増加を想定しております。
- ・ なお、配当に関しては、期初の予定から変更せず、1株当たり55円で実施する予定です。
- ・ 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。

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。