

2023年4月期 第3四半期 決算説明資料

2023年3月16日

株式会社Macbee Planet
(証券コード: 7095)

会社概要

会社概要

社名 株式会社M a c b e e P l a n e t (7095)

設立日 2015年8月25日

資本金 404百万円 (2023年1月末現在)

事業内容 データを活用したマーケティング分析サービスの提供

本社所在地 東京都渋谷区渋谷三丁目11番11号

正社員 72名(2023年1月末現在)

沿革

2015年 8月 株式会社M a c b e e P l a n e t 設立

2015年 8月 データ解析プラットフォーム「ハニカム」リリース

2017年 11月 Webホスピタリティツール「Robee」リリース

2020年 3月 東京証券取引所マザーズ市場へ上場

2021年 3月 株式会社S m a s h 設立

2021年 8月 株式会社A l p h a を完全子会社化

2023年 3月 株式会社ネットマーケティングを完全子会社

2023年4月期 3Q業績サマリー

■AC事業とMT事業のシナジーに加え、データ取得技術を活用した分析精度向上により成長。

※2023年4期にはネットマーケティングのM&Aによる影響はなく、2024年5月から業績寄与予定。

売上高

| 2022年4月期 3Q | 2023年4月期 3Q | 増減率 |
|----------------|----------------|-------------|
| 10,795 | 14,087 | +30% |
| AC事業 | | |
| 10,170 | 12,876 | +27% |
| MT事業 | | |
| 625 | 1,210 | +94% |

単位（百万円）

2022年12月に開発した独自データ取得技術によりMT事業が急成長し、シナジー効果もありAC事業も大きく成長

▶AC事業 前年同期比で**+27%成長**

- FinanceおよびWellness（来店型）で既存顧客の成長に加えて新規に獲得した顧客が順調に進歩

▶MT事業 前年同期比で**+94%成長**

- 独自のデータ取得技術活用により分析精度が向上し成果発生増
- 大口顧客へRobeeの導入を促進

営業利益

| 2022年4月期 3Q | 2023年4月期 3Q | 増減率 |
|----------------|----------------|---------------|
| 891 | 1,506 | +69% |
| 営業利益率 | | |
| 8.3% | 10.7% | +2.4pt |

▶営業利益 前年同期比で**+69%成長**

- 事業成長による利益増
- 上記テクノロジーによる売上総利益率向上（22年3Q：17.5%→23年3Q：21.2%）

▶営業利益率 **+2.4pt改善**

- AC事業の成長率以上に売上総利益率が高いMT事業が成長
- 労働生産性が向上

2023年4月期の業績予想の修正

■分析精度が向上したことを要因として、通期予想の修正を実施。

| (単位：百万円) | 2022年4月期 | | 2023年4月期 | | |
|---------------|----------|---------|----------------|--------|------|
| | 実績 | 前回予想 | 今回修正予想* | 前回予想比 | |
| 売上高 | 14,425 | 17,000 | 19,000 | +2,000 | +12% |
| (前年同期比) | +48% | +18% | +32% | - | - |
| 営業利益 | 1,237 | 1,600 | 2,050 | +450 | +28% |
| (営業利益率) | 8.6% | 9.4% | 10.8% | - | - |
| (前年同期比) | +58% | +29% | 66% | - | - |
| 経常利益 | 1,233 | 1,600 | 2,050 | +450 | +28% |
| 親会社に帰属する当期純利益 | 773 | 1,000 | 1,400 | +400 | +40% |
| (前年同期比) | +41% | +29% | +81% | - | - |
| 1株当たり当期純利益 | 235.76円 | 310.08円 | 431.40円 | - | - |

*ネットマーケティングのPL連結は2024年5月～のため2023年4月期に与える影響は軽微

業績予想を修正する背景

► 売上高・営業利益 2022年4月期の特需を超えた成長

継続

分析精度の向上による既存顧客の成長

継続

既存顧客の実績を活用した新規顧客の開拓

当社の実現したいこと：インターネット広告業界の転換

■ LTVマーケティングのマーケットリーダーとして、インターネット広告業界の課題を解決し、
3兆円のインターネット広告市場をLTVマーケティングへ転換。

クライアントニーズ：LTVを上げてマーケティングのROIを最適化したい

現状のインターネット広告の課題

成果

広告コストが必ずしも売上につながらない

Cost：広告配信・クリック数に応じた課金体系

KPI：見込み数 ユーザー獲得コスト

Data

Cookie規制によりData精度低下

広告のターゲティング精度低下により
獲得コストは高騰しROIが低下

スキル

広告運用スキルが属人的

担当者の経験によって成果が異なる

3兆円
市場



LTVマーケティング

成果

長期売上に直結する成果報酬型

Cost：売上・LTVに応じた成果報酬型

KPI：継続ユーザーの集客数 LTV・ROI

Data

独自のData取得技術

3rd Party Cookieに依存しないため
Cookie規制後も安定した成果創出

スキル

AIによる最適化

即戦力化と生産性向上が実現
担当の経験によらない高いサービス品質

中期経営戦略の進捗

■ LTV予測精度及び広告効率が改善したことで売上総利益率が向上。
人員増強は順調に進捗し、他業種への展開と**2024年4月期以降の成長に向けた基盤を構築中。**

プロダクト戦略

① LTV向上力のさらなる発展

AC事業

MT事業



② データ解析・コンサルのAI化

AC事業



強化



PoCが順調に進捗し、
数社に導入中

Robee AC事業と連携により獲得
効率・売上総利益率が向上
(17.5%→21.2%)



開発したデータを取得する技術を活用することで分析精度が向上

営業戦略

③ 他業種への展開加速

AC事業

営業強化・人員増強
(M&A含む)

他業種
展開



新規業界の伸長
(人材など)

24年4月期から各業
界顧客へ展開(M&A)

人員
増強



前年同期比+16人

広告事業の従業員
+63人(M&A)

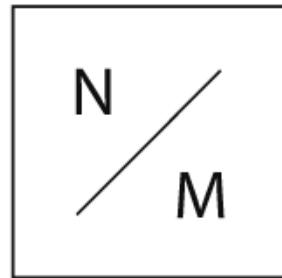
株式会社ネットマーケティングの
広告事業を取得



ネットマーケティングの広告事業の概要

■2023年3月6日に完全子会社化。

PL連結は2024年5月から、BS連結は2023年4月末を予定。



| | | | | |
|------|---|--------|----------|-------------------|
| 対象会社 | 株式会社ネットマーケティング | | | |
| 取得持分 | 100% | | | |
| 事業内容 | <p>広告事業 アフィリエイト広告やソーシャル広告においてプロモーションの戦略立案から運用支援まで一貫して行うコンサルティングサービスの提供</p> <p>※同社の運営していたメディア事業（Omiai）は分社化済で、取得対象外</p> | | | |
| 事業規模 | 売上高：約117億円（22年6月期の総額表示） | | | |
| 取得金額 | 53億7千万円 | | | |
| 資金手当 | 借入金額 | ① 20億円 | ② 18.7億円 | ③ 15億円 |
| | 借入期間 | 1ヶ月 | 84ヶ月 | 12ヶ月 (7年間継続予定) |

2024年4月期連結業績への寄与

■2023年3月よりネットマーケティングとの協業は開始。
PoCでの成果は好調であり、来期からのシナジー効果を見込む。

2024年4月期の当社連結業績への影響は現在精査中
のれんおよびPMIの進捗を鑑みて、
2023年4月期の通期決算発表時に開示予定

資金手当て^{*1}

全額銀行より
借入済

統合費用

2023年4月期4Q
と2024年4月期
に計上予定

のれん^{*2}

20億前後
(見込み)

のれん償却期間^{*2}

7年前後
(見込み)

業績連結

BS:2023年4月末
PL:2023年5月～
(予定)

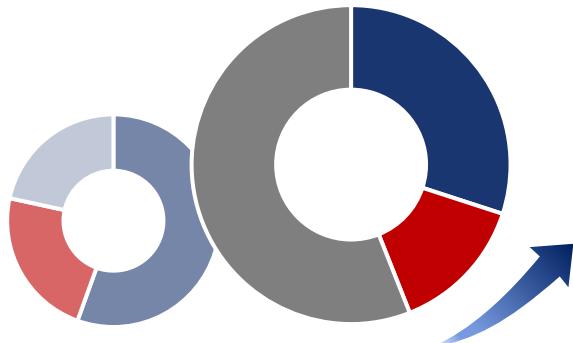
*1 詳細は2023年3月1日に開示した「資金の借入に関するお知らせ」参照

*2 のれんについては現在監査法人と協議中

ネットマーケティング取得の目的

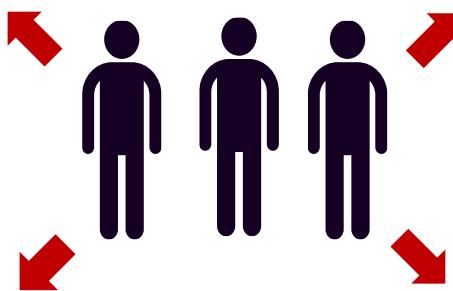
■顧客と人員を獲得することで、当社の成長及び業界の転換スピードを向上。

顧客のポートフォリオ化



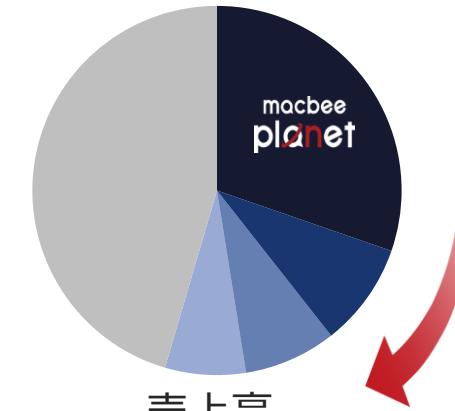
顧客業界の偏重を解消し
業績のボラティリティを軽減

組織の拡大



従業員数が増加し
長期的な成長基盤を獲得
72人^{*1} + 63人^{*2}

市場シェアの拡大



売上高
190億^{*3} + 117億^{*4}

▼
LTVマーケティングのリーディングカンパニーとして
3兆円のインターネット広告市場を転換

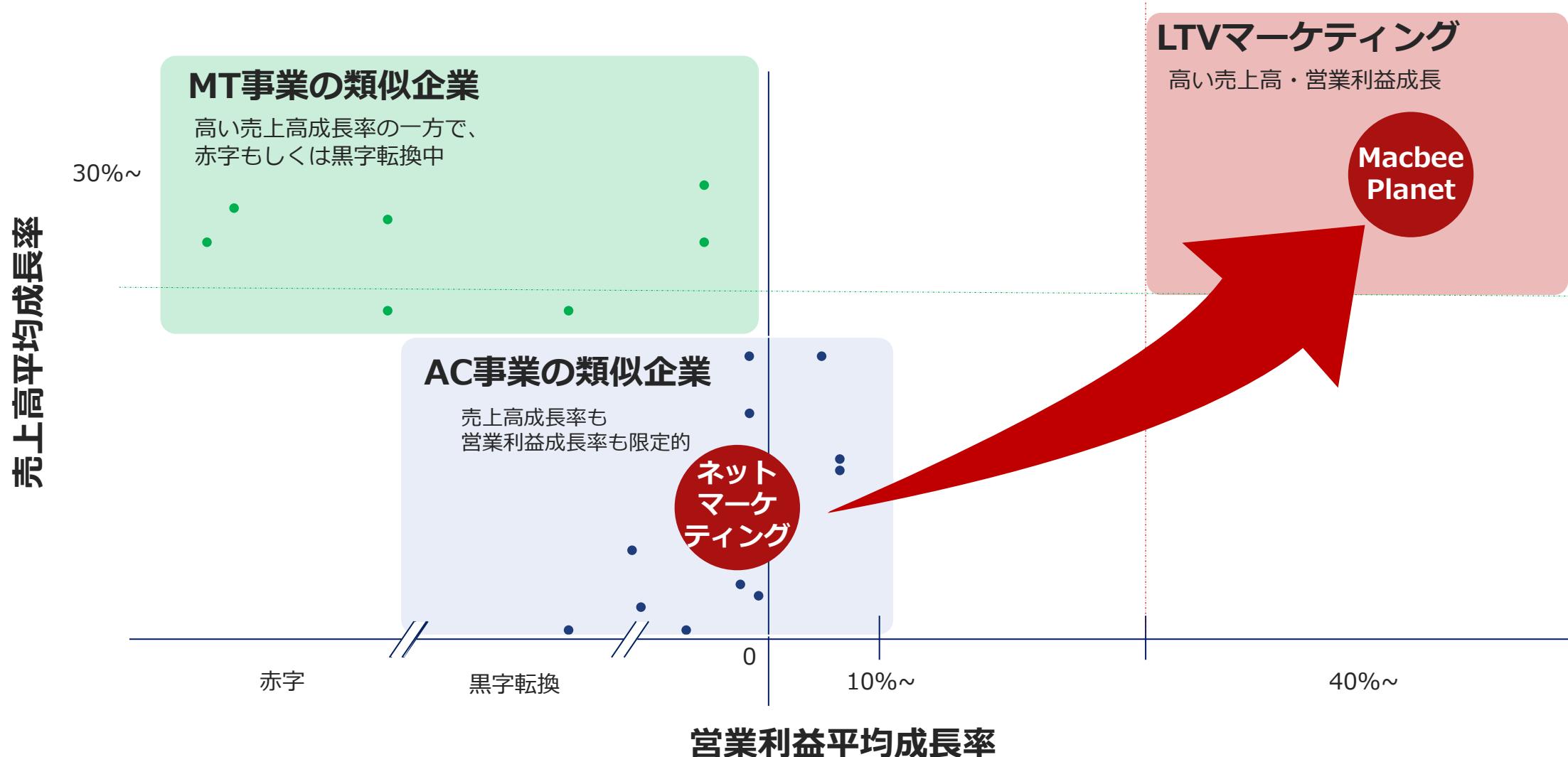
*1 23年4月期3Q時点のマクビープラネットの正社員数

*2 2023年3月期時点のネットマーケティングの正社員数

*3 23年4月期の当社業績予想（修正後） *4 22年6月期のネットマーケティング広告事業の売上高（総額表示）

ポジショニング

■AC事業に類似したネットマーケティングに当社のノウハウ・テクノロジーを提供し
高成長のLTVマーケティングに転換することで高い成長を実現予定。



ネットマーケティングと当社の類似点と差異

■ネットマーケティングの広告事業と当社のAC事業は類似点があり
当社のテクノロジーによるバリューアップの確度は高い。

クライアントニーズ：LTVを上げてマーケティングのROIを最適化したい

ネットマーケティングの広告事業

LTVマーケティング

成果 成果報酬型広告が中心

類似

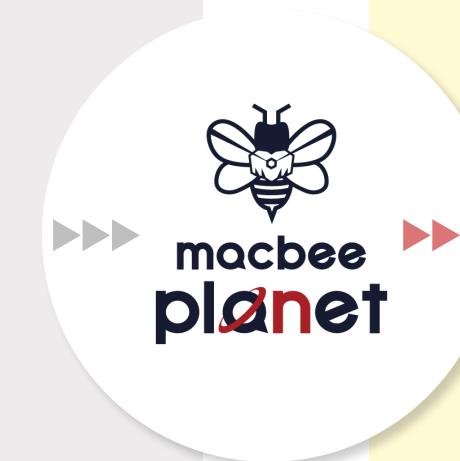
成果 長期売上に直結する成果報酬型

Data Cookie規制に影響も一部有

Data 独自のData取得技術

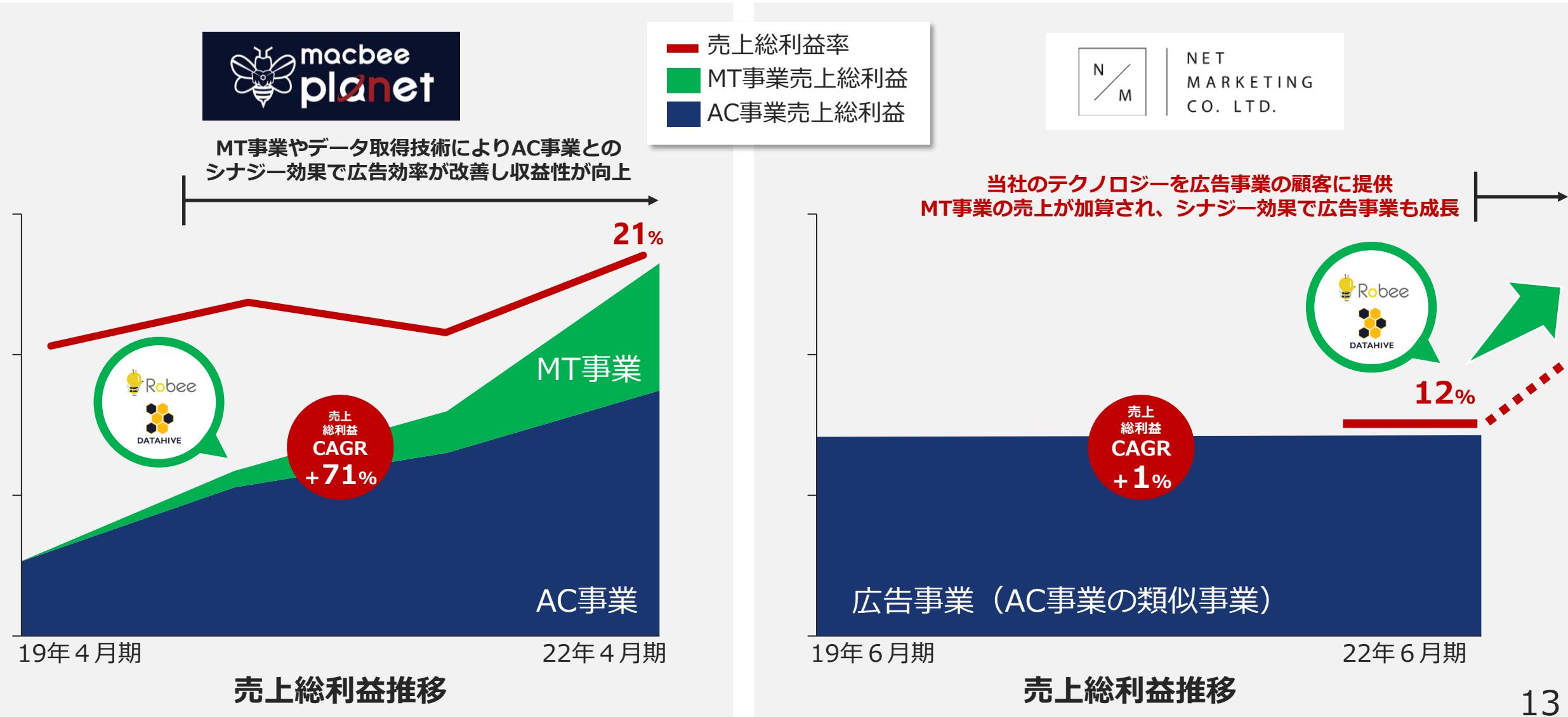
スキル 人による最適化

スキル AI・テクノロジーによる最適化
(DATAHIVEを中心に開発・研究中)



MT事業による広告効率及び収益性の向上

- 当社のテクノロジー及びプロダクトを広告事業の顧客に提供することでMT事業の売上が加算。当社と同様に広告事業とMT事業のシナジーによる売上総利益率と売上高成長率の向上を計画。

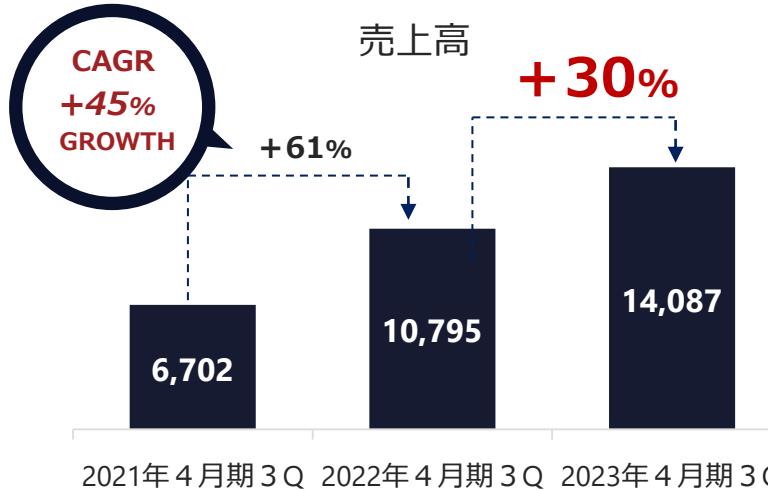


2023年4月期
第3四半期 業績



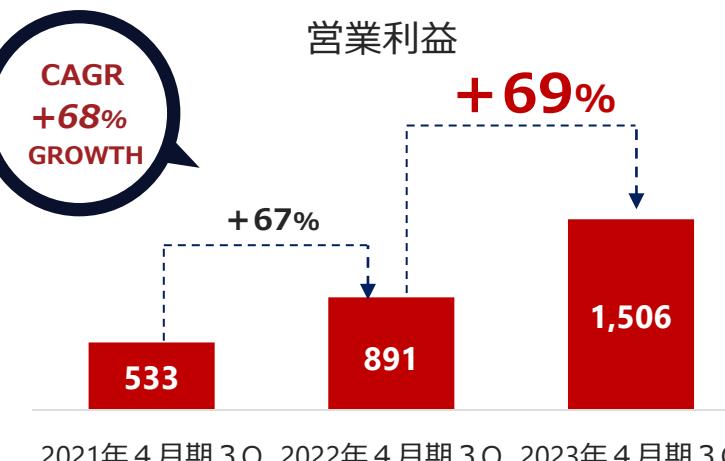
2023年4月期 3Q業績サマリー

■特需のあった2022年4月期と比較しても、データ技術を活かした施策により
高い営業利益成長率を維持。高収益率は今後も継続見込み。



(単位：百万円)

| | 2023年4月期 期初計画 | 2023年4月期 修正計画 | 2022年4月期 3Q実績 | 2023年4月期 3Q実績 | 期初 計画比 進捗率 | 修正 計画比 進捗率 | YonY 増減率 |
|-------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|
| 売上高 | 17,000 | 19,000 | 10,795 | 14,087 | 83% | 74% | +30% |
| 営業利益 | 1,600 | 2,050 | 891 | 1,506 | 94% | 73% | +69% |
| 営業利益率 | 9.4% | 10.8% | 8.3% | 10.7% | - | - | +2.4pt |



前年同期比較

■成長投資をしながら売上高・営業利益が伸長し、営業利益率も改善。
AC×Robeeのシナジーに加え、データ取得精度向上により売上総利益率が改善。

| (単位：百万円) | 2022年4月期3Q 実績 | 2023年4月期3Q 実績 | 前年同期比 増減額 | 前年同期比 増減率 |
|---------------|------------------|------------------|--------------|--------------|
| 売上高 | 10,795 | 14,087 | +3,291 | +30% |
| 売上総利益 | 1,892 | 2,983 | +1,091 | +58% |
| AC事業 売上総利益 | 1,286 | 1,774 | +487 | +38% |
| MT事業 売上総利益 | 605 | 1,208 | +603 | +100% |
| 販管費 | 1,000 | 1,477 | +476 | +48% |
| 人件費 | 404 | 545 | +140 | +35% |
| 採用教育費 | 31 | 52 | +19 | +68% |
| システム利用料 | 30 | 96 | +65 | +220% |
| 地代家賃 | 30 | 54 | +23 | +80% |
| その他 | 505 | 730 | +225 | +45% |
| 営業利益 | 891 | 1,506 | +614 | +69% |
| 営業利益率 | 8.3% | 10.7% | +2.4% | - |

テクノロジーの進化により両事業が計画以上に成長

► AC事業 売上総利益率が前年同期比で +38% 成長

- Wellness（来店型）業界が引き続き順調に成長
- 新規獲得案件が順調に成長
証券、銀行などの実績を有する業界での新規案件が売上貢献
人材、パーソナルジム、教育などの新規案件も堅調に推移

► MT事業 売上総利益は前年同期比で +100% 成長

- Robeeの体制変更によるAC事業とのシナジー効果により成長
- 独自のデータ取得技術活用により分析精度が向上し成果増

► 販管費

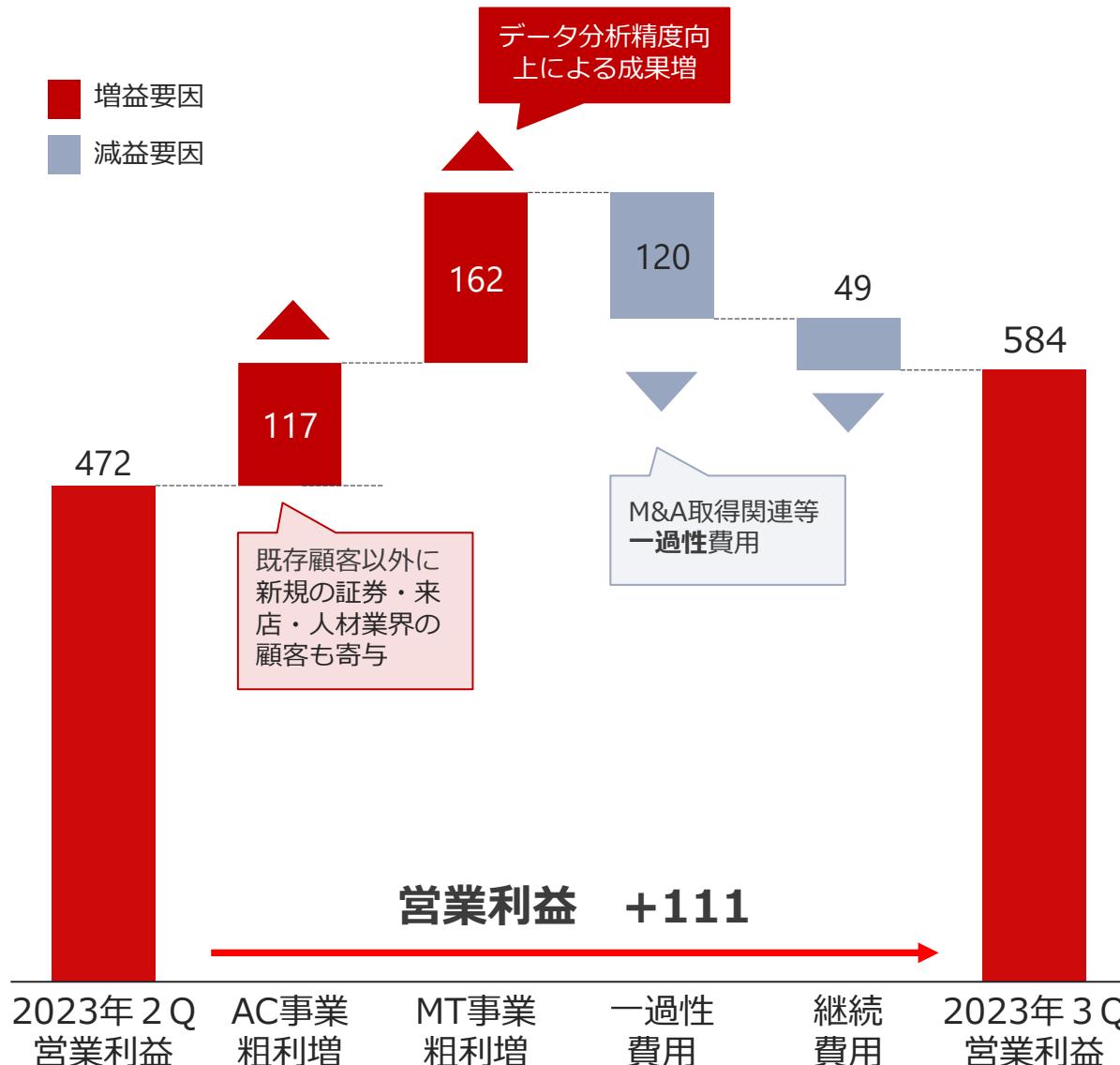
- 人員数増加に伴う費用増 +140百万円
- システム利用料：DATA基盤構築 +65百万円
- 地代家賃：人員拡大を見据えた増床 +23百万円
- その他：M&A取得関連費用等（一過性含む）

► 営業利益 前年同期比で +69% 改善

- 事業成長による利益成長
- AC×RobeeのシナジーによりMP単体の売上総利益率が向上

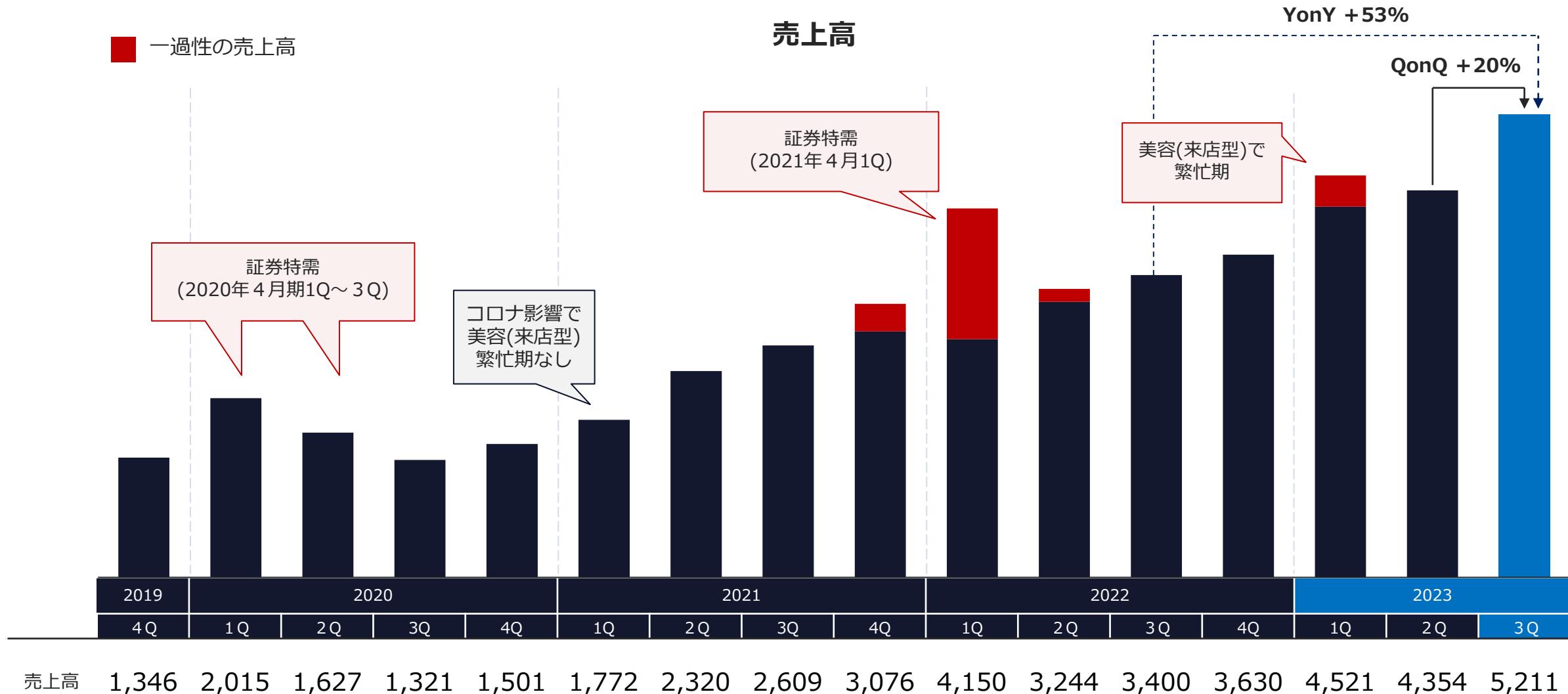
前四半期比較営業利益分析

■AC事業の新規顧客が伸長したことに加え、データ分析精度向上によるMT事業の売上総利益が向上。



四半期売上高推移

■データ活用により、高い成長が実現。
右肩上がりの売上高成長は継続。



※2021年4月期から連結決算に移行したため、2019年4月期から2020年4月期の業績は単体数値を表示

(単位：百万円)

業績推移



四半期業績推移

| (単位：百万円) | 2021年4月期 | | | | 2022年4月期 | | | | 2023年4月期 | | |
|-------------------|----------|--------|---------|---------|----------|--------|--------|--------|----------|--------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q |
| 売上高 | 1,772 | 2,320 | 2,609 | 3,076 | 4,150 | 3,244 | 3,400 | 3,630 | 4,521 | 4,354 | 5,211 |
| (YoY) | -12.1% | +42.6% | +97.5% | +104.9% | +134.2% | +39.8% | +30.3% | +18.0% | +8.9% | +34.2% | +53.3% |
| 売上総利益 | 305 | 373 | 404 | 513 | 575 | 664 | 652 | 757 | 915 | 893 | 1,173 |
| (売上総利益率) | 17.2% | 16.1% | 15.5% | 16.7% | 13.9% | 20.5% | 19.2% | 20.9% | 20.3% | 20.5% | 22.5% |
| (YoY) | -11.0% | +26.1% | +54.4% | +89.2% | +88.4% | +77.7% | +61.2% | +47.5% | +59.2% | +34.5% | +79.9% |
| 販管費 | 168 | 175 | 206 | 261 | 241 | 359 | 399 | 411 | 466 | 421 | 589 |
| 人件費 | 109 | 108 | 115 | 95 | 118 | 131 | 155 | 160 | 173 | 175 | 195 |
| 広告宣伝費 | 6 | 9 | 14 | 9 | 12 | 3 | 7 | 4 | 2 | 4 | 13 |
| 採用教育費 | 9 | 11 | 8 | 18 | 5 | 11 | 13 | 21 | 13 | 24 | 15 |
| 研究開発費 | - | - | - | - | 9 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| 減価償却費 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 7 | 9 | 6 | 9 | 8 |
| のれん償却費用 取得関連費用 | - | - | - | - | - | 85 | 41 | 41 | 41 | 41 | 71 |
| システム外注費 | 4 | 10 | 9 | 7 | 9 | 12 | 9 | 8 | 5 | 4 | 3 |
| その他経費 | 35 | 32 | 54 | 126 | 81 | 104 | 160 | 162 | 220 | 157 | 279 |
| 営業利益 | 137 | 198 | 197 | 252 | 333 | 304 | 253 | 346 | 449 | 472 | 584 |
| (営業利益率) | 7.7% | 8.6% | 7.6% | 8.2% | 8.0% | 9.4% | 7.4% | 9.5% | 9.9% | 10.8% | 11.2% |
| (YoY) | -35.0% | +72.6% | +177.4% | - | +143.4% | 53.5% | +27.8% | +37.4% | +34.8% | +54.9% | +130.8% |

※2021年4月期末から連結決算に移行したため、2021年4月期3Q以前の業績は単体数値を表示

セグメント別業績推移

| (単位：百万円) | 2021年4月期 | | | | 2022年4月期 | | | | 2023年4月期 | | |
|--------------|----------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q |
| 売上高 | 1,772 | 2,320 | 2,609 | 3,076 | 4,150 | 3,244 | 3,400 | 3,630 | 4,521 | 4,354 | 5,211 |
| AC事業 | 1,702 | 2,237 | 2,535 | 3,003 | 4,044 | 2,992 | 3,132 | 3,329 | 4,129 | 4,025 | 4,721 |
| MT事業 | 69 | 83 | 73 | 72 | 105 | 251 | 267 | 300 | 391 | 328 | 490 |
| 売上総利益 | 305 | 373 | 404 | 513 | 575 | 664 | 652 | 757 | 915 | 893 | 1,173 |
| (売上総利益率) | 17.2% | 16.1% | 15.5% | 16.7% | 13.9% | 20.5% | 19.2% | 20.9% | 20.3% | 20.5% | 22.5% |
| AC事業 | 238 | 290 | 331 | 440 | 472 | 425 | 388 | 458 | 525 | 565 | 683 |
| (AC売上総利益率) | 14.0% | 13.0% | 13.1% | 14.7% | 11.7% | 14.2% | 12.4% | 13.8% | 12.7% | 14.1% | 13.8% |
| MT事業 | 66 | 82 | 72 | 72 | 102 | 238 | 263 | 299 | 390 | 328 | 490 |
| (MT売上総利益率) | 96.1% | 99.5% | 98.6% | 99.9% | 97.2% | 95.0% | 98.5% | 99.6% | 99.6% | 99.9% | 100% |
| 営業利益 | 137 | 198 | 197 | 252 | 333 | 304 | 253 | 346 | 449 | 472 | 584 |
| (営業利益率) | 7.7% | 8.6% | 7.6% | 8.2% | 8.0% | 9.4% | 7.4% | 9.5% | 9.9% | 10.8% | 11.2% |
| AC事業 | 192 | 232 | 283 | 364 | 388 | 338 | 310 | 348 | 397 | 465 | 544 |
| (ACセグメント利益率) | 11.3% | 10.4% | 11.2% | 12.1% | 9.6% | 11.3% | 9.9% | 10.5% | 9.6% | 11.6% | 10.9% |
| MT事業 | 45 | 51 | 21 | 6 | 67 | 74 | 157 | 189 | 279 | 233 | 397 |
| (MTセグメント利益率) | 64.9% | 62.3% | 28.9% | 8.6% | 64.1% | 29.5% | 58.9% | 62.9% | 71.2% | 71.0% | 75.2% |
| 調整額 | -100 | -86 | -106 | -118 | -122 | -107 | -215 | -191 | -226 | -226 | -358 |

※2021年4月期末から連結決算に移行したため、2021年4月期3Q以前の業績は単体数値を表示

業界別売上構成比率推移

| | 2021年4月期 | | | | | | | | 2022年4月期 | | | | | | | | 2023年4月期 | | | | | | | |
|------------|----------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|----------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|----------|-----|-------|-----|-------|-----|-----|-----|
| | 1Q | | 2Q | | 3Q | | 4Q | | 1Q | | 2Q | | 3Q | | 4Q | | 1Q | | 2Q | | 3Q | | | |
| (単位：百万円) | 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 | 売上高 | 構成比 | 売上高 | 構成比 | 売上高 | 構成比 | 売上高 | 構成比 |
| ALL | 1,772 | - | 2,320 | - | 2,609 | - | 3,076 | - | 4,150 | - | 3,244 | - | 3,400 | - | 3,630 | - | 4,521 | - | 4,354 | - | 5,211 | - | | |
| Finance | 581 | 33% | 969 | 42% | 1,240 | 48% | 1,894 | 62% | 2,935 | 71% | 1,713 | 53% | 1,540 | 45% | 1,798 | 50% | 2,118 | 47% | 2,120 | 49% | 2,624 | 50% | | |
| 銀行 | 197 | 11% | 256 | 11% | 244 | 9% | 382 | 12% | 312 | 8% | 461 | 14% | 398 | 12% | 606 | 17% | 692 | 15% | 734 | 17% | 887 | 17% | | |
| 証券 | 352 | 20% | 627 | 27% | 910 | 35% | 1,418 | 46% | 2,567 | 62% | 1,208 | 37% | 1,094 | 32% | 1,142 | 32% | 1,375 | 30% | 1,334 | 31% | 1,667 | 32% | | |
| その他金融 | 31 | 2% | 85 | 4% | 86 | 3% | 94 | 3% | 54 | 1% | 43 | 1% | 46 | 1% | 50 | 1% | 43 | 1% | 48 | 1% | 70 | 1% | | |
| Wellness | 779 | 44% | 1,083 | 47% | 907 | 35% | 685 | 22% | 606 | 15% | 519 | 16% | 1,111 | 33% | 1,049 | 29% | 1,479 | 33% | 1,527 | 35% | 1,805 | 35% | | |
| 来店型 | 169 | 10% | 181 | 8% | 111 | 4% | 144 | 5% | 160 | 4% | 199 | 6% | 928 | 27% | 819 | 23% | 1,144 | 25% | 1,280 | 29% | 1,572 | 30% | | |
| コスメEC | 376 | 21% | 591 | 26% | 543 | 21% | 379 | 12% | 327 | 11% | 220 | 7% | 119 | 4% | 178 | 5% | 218 | 5% | 157 | 4% | 79 | 2% | | |
| 健康食品 EC | 420 | 13% | 311 | 13% | 251 | 10% | 160 | 5% | 119 | 3% | 98 | 3% | 62 | 2% | 50 | 1% | 74 | 1% | 88 | 2% | 152 | 3% | | |
| Others | 410 | 23% | 267 | 12% | 461 | 18% | 496 | 16% | 607 | 15% | 1,011 | 31% | 749 | 22% | 781 | 22% | 923 | 20% | 706 | 16% | 782 | 15% | | |

貸借対照表

(単位：百万円)

| | 2022年4月期末 | 2023年4月期3Q* | 増減額 | 流動比率 |
|----------|----------------|----------------|--------|--------|
| 資産 | 5,880 | 7,795 | +1,914 | |
| 流動資産 | 4,119 | 5,774 | +1,654 | |
| (現金及び預金) | (2,097) | (3,339) | +1,241 | 自己資本比率 |
| 固定資産 | 1,761 | 2,021 | +260 | 46% |
| 負債 | 3,092 | 3,896 | +803 | |
| 流動負債 | 2,547 | 3,461 | +914 | |
| 固定負債 | 545 | 434 | -111 | |
| 純資産 | 2,788 | 3,899 | +1,111 | |
| 株主資本 | 2,657 | 3,660 | +1,003 | |

*ネットマーケティング連結および借入による影響は2023年4月末に予定

事業情報



私たちが実現したいこと

LTV^{*}を予測し ROI^{*}の最適化を実現する

* LTV (Life Time Value) とは

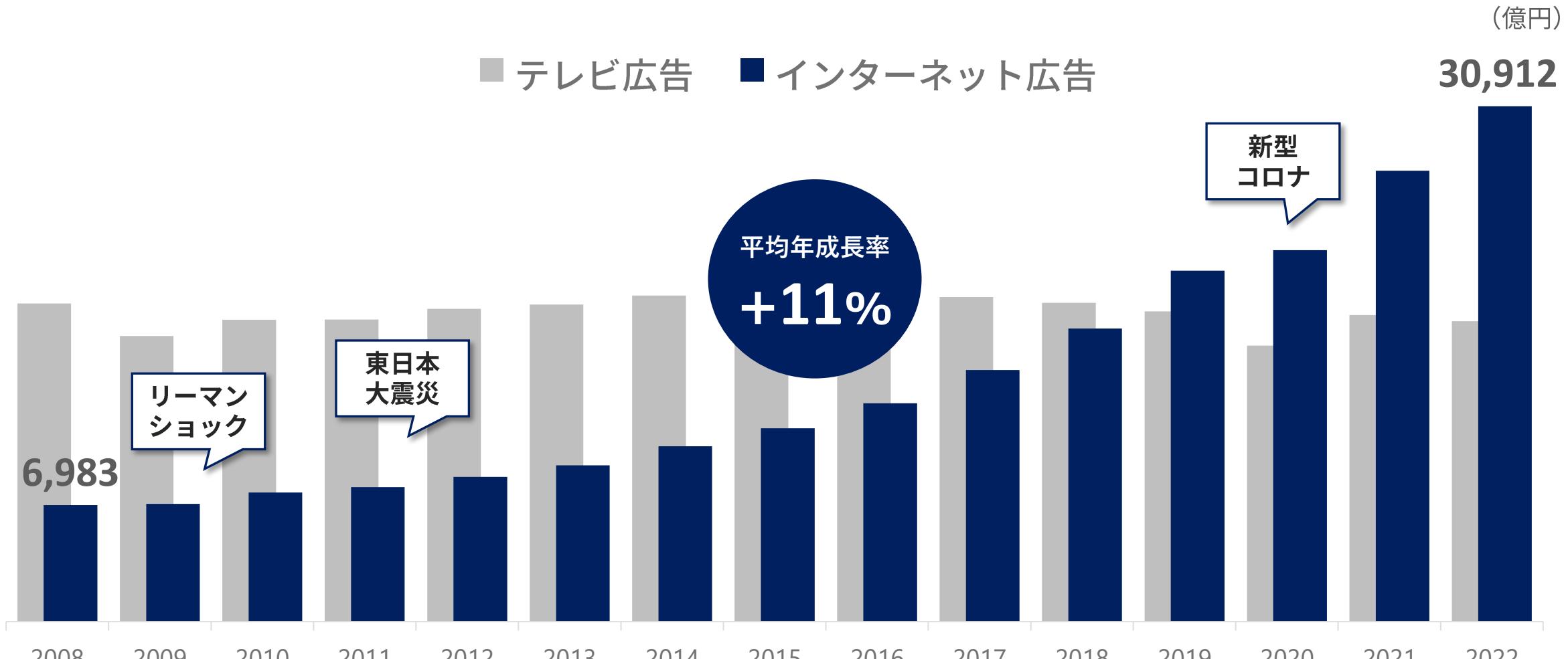
ユーザー（消費者）が生涯を通じて企業にもたらす利益のことを指し、1人のユーザー獲得にかけることができる費用を算出するための指標

* ROI (Return On Investment) とは

投資に対してどれだけ利益をあげることができたのかという指標

インターネット広告市場

■数々の不況に負けず二桁成長を続ける3兆円規模の市場。今後も高い成長が期待される。



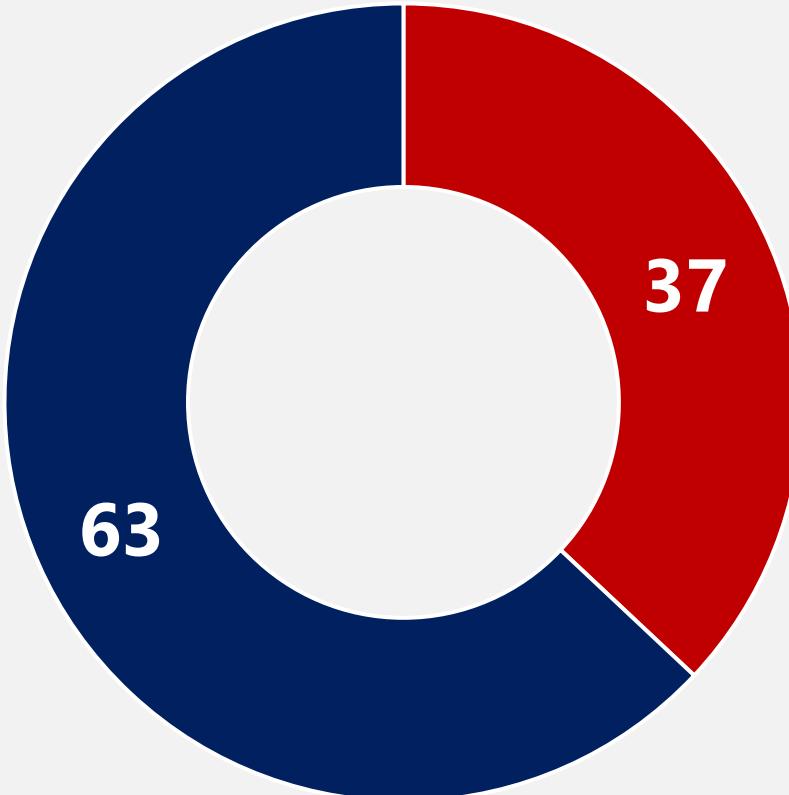
出所：Dentsu 「日本の広告費」

インターネット広告市場の課題

■約4割の広告予算が顧客にならない人に配信され広告費が無駄になっているため改善余地が大きい。

適切な人への
広告配信

63%



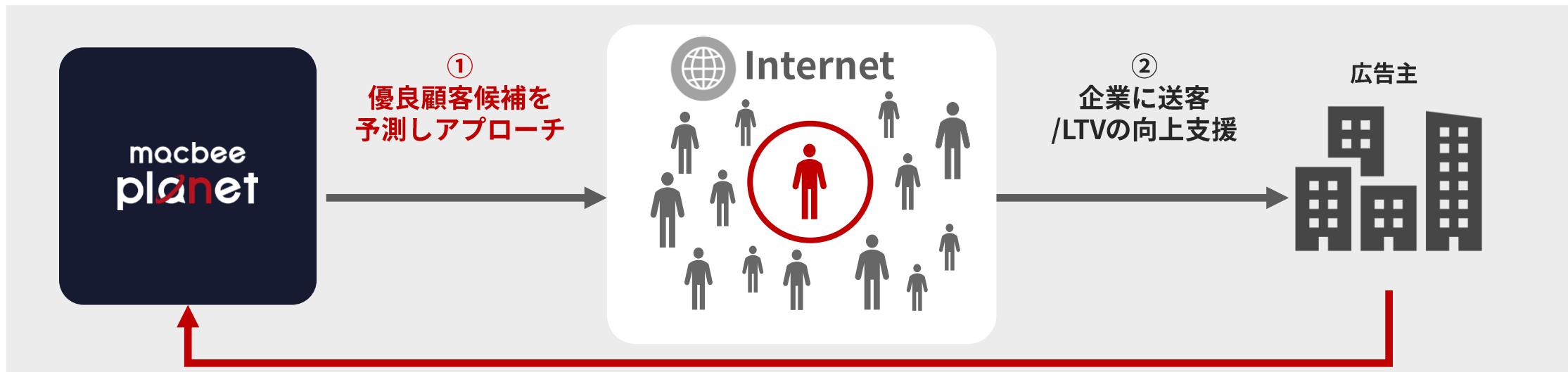
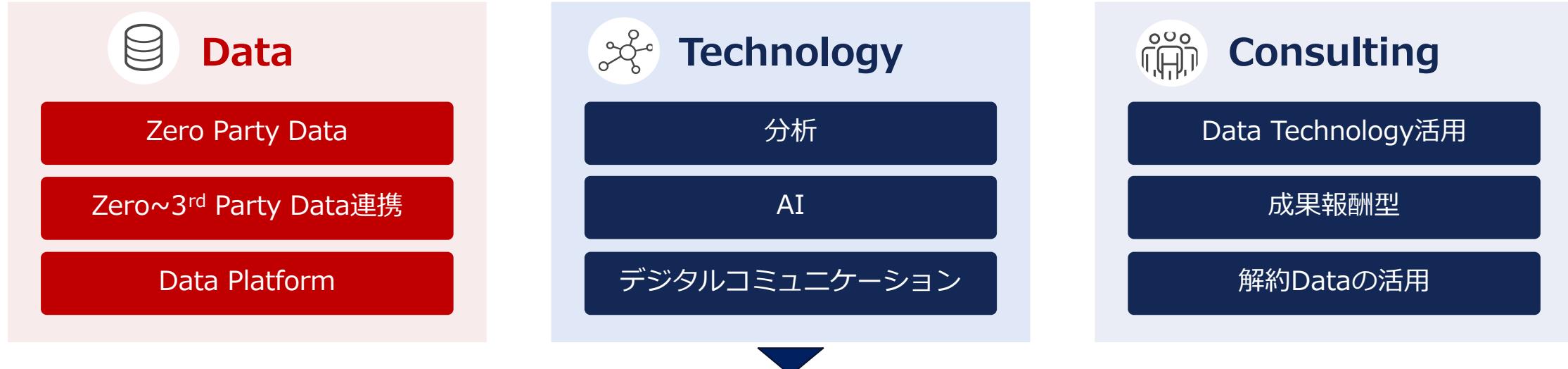
誤った人への
広告配信

37%

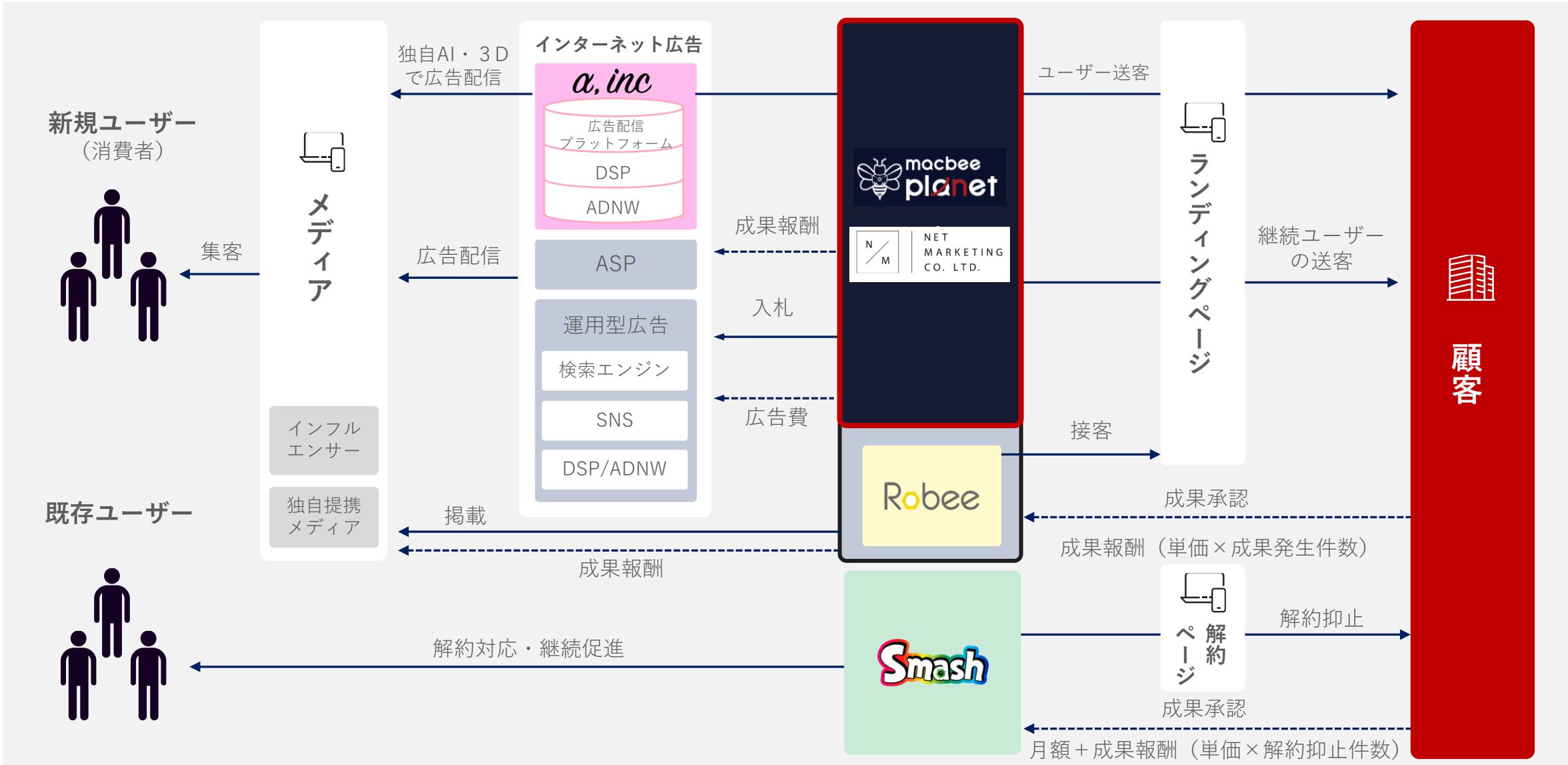
出所：Nielsen The2022 ROI Report For advertisers

LTVマーケティングとは

■ユーザーの利用金額・継続期間を最大化するためにデータを駆使したデジタルマーケティング。

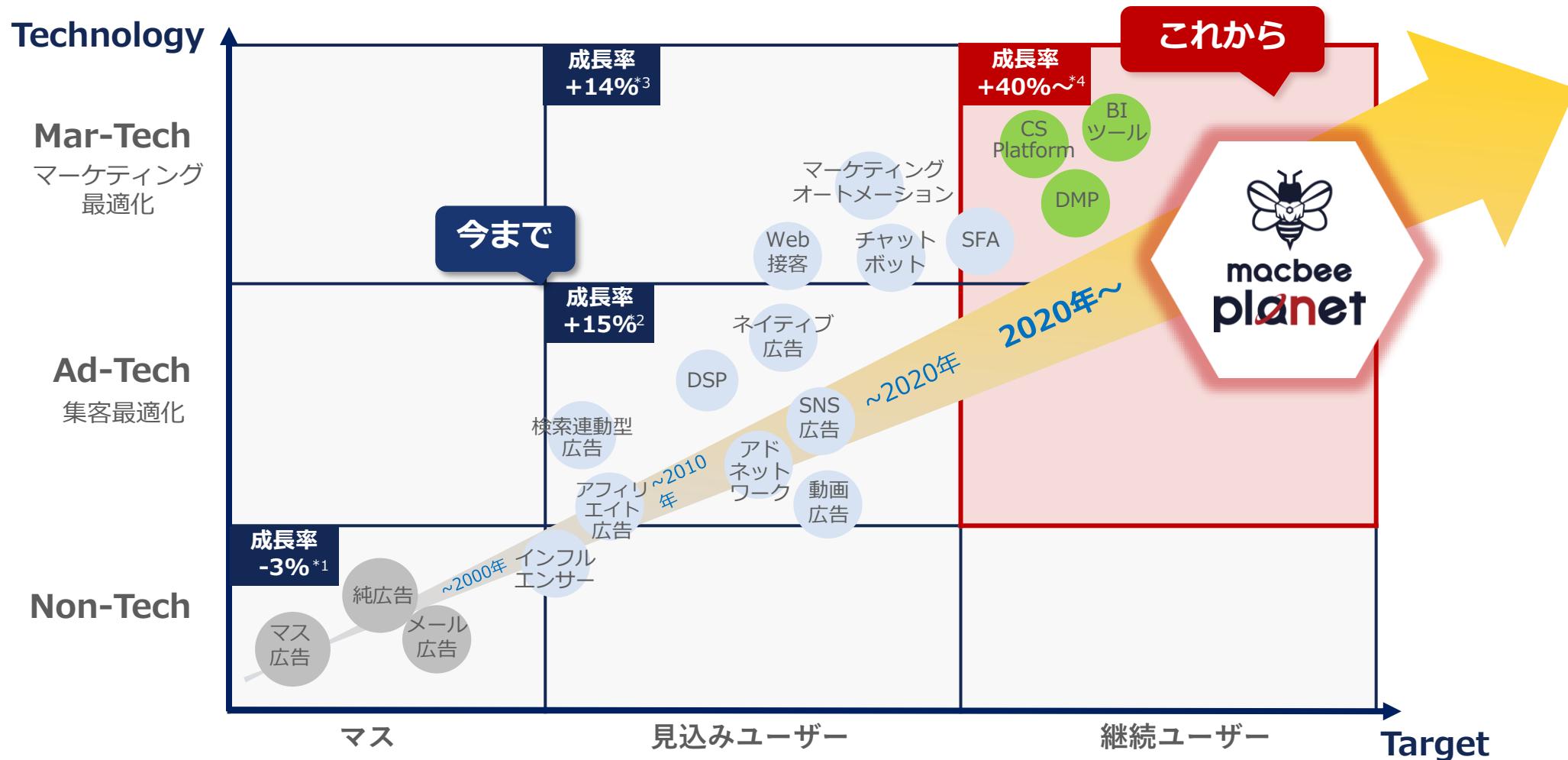


事業系統図



ポジショニング

■今までの「数」に着目した集客から、多様なデータとテクノロジーを活用し「質」を重視した集客を実現。マーケティング業界をこれからも高成長を実現。



*1 日本の広告費（電通）の2021年のマスコミ四媒体広告費
*2 日本の広告費（電通）の2021年のインターネット広告費

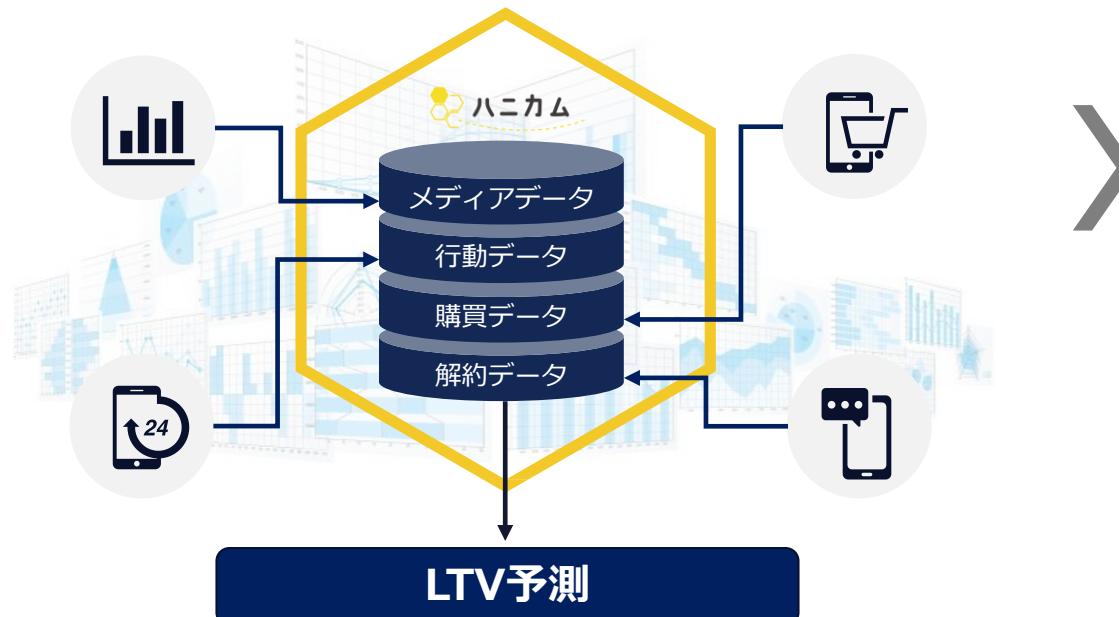
*3 ITRのWeb接客市場規模推移及び予測 矢野経済研究所のDMP/MA市場に関する調査（2020年）
*4 当社 2018年4月期～2022年4月期の売上CAGR

アナリティクスコンサルティング事業

■データを解析し、算出したLTV予測を基に**成果報酬型**で集客。

1 LTVデータの解析

メディアや自社ツールから取得できるデータを解析し、見込みユーザーのLTVを算出



2 データを活用し成果報酬型で集客

データを基に当社のコンサルタントがプランニングし、新規ユーザーの集客を成果報酬型で実施



* 2020年4月期～2022年4月期第二四半期のAC事業セグメント売上総利益率より算出

マーケティングテクノロジー事業

■新規ユーザーのLTV向上と、既存ユーザーの解約率を低下させることでLTVを向上。
AIと3D技術を活用し、広告配信を最適化。

1 集客したユーザーを顧客へ 転換

集客したユーザーに対しRobeeが接客しLTVの高いユーザーへ転換。



¥ 月額固定 or 成果報酬

2 既存ユーザーの解約を抑止

解約を検討する既存ユーザーに対しチャットボットで継続を促進。解約率を低下させLTVを向上。



¥ 月額固定or月額費用 + 成果報酬

3 AIによる広告配信

AIによる配信アルゴリズムと3Dクリエイティブによる広告配信。



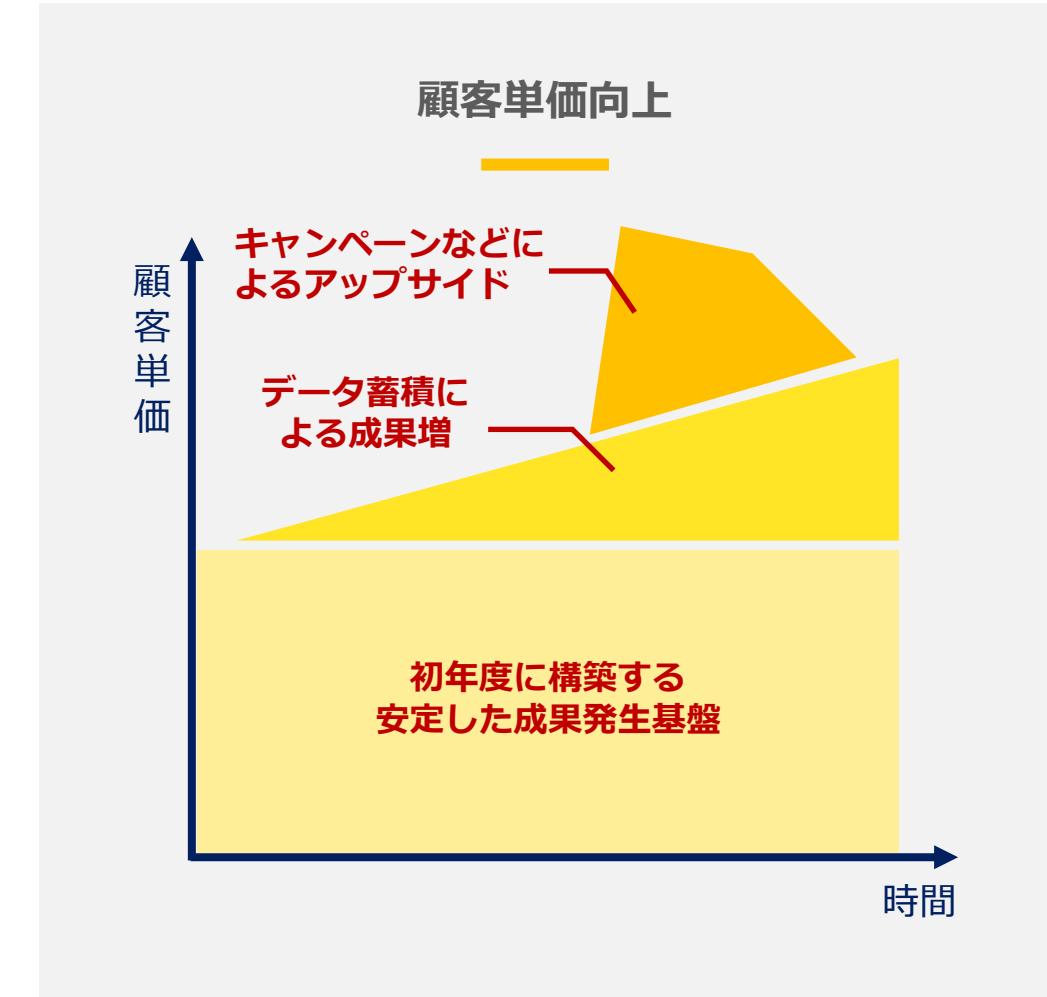
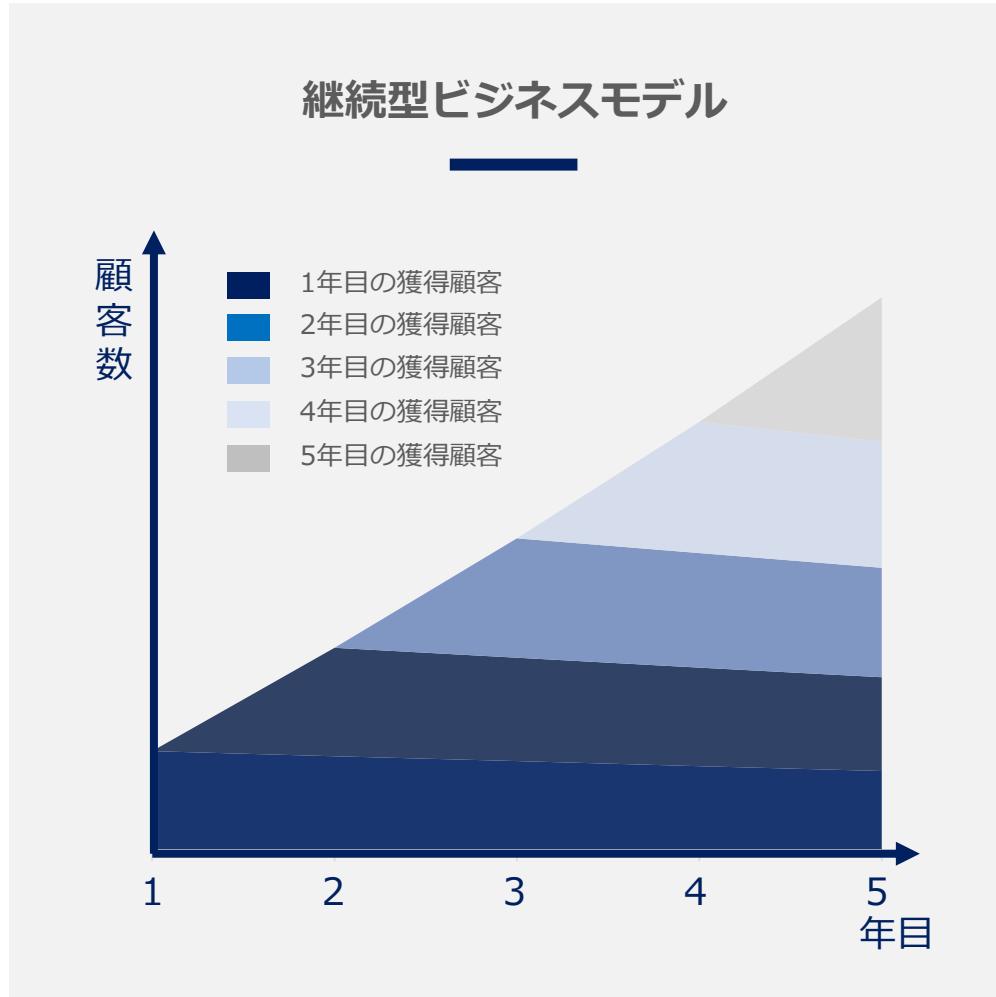
¥ 広告配信量に準ずる

売上総利益率 95%以上*

* 2020年4月期～2022年4月期第二四半期のMT事業セグメント売上総利益率より算出

ビジネス特性

■過年度の顧客に新規顧客を積み上げつつ顧客単価を向上させることで、加速度的な成長が可能。



将来の見通しについての注意

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、当社は当該情報の正確性、適切性等を保証するものではありません。