

事業計画及び成長可能性 に関する事項

2023年7月24日

株式会社Macbee Planet

証券コード(7095)



1

LTVマーケティングにおける広大な市場機会

LTVを起点にマーケティングの最適化を図ることで、3兆円市場を広告主と消費者の双方にとって付加価値の高い形に転換

2

独自のデータ取得技術による高い競争優位性

Cookie規制の影響を受けづらい技術による高い参入障壁

3

AI・テクノロジーの活用による高い収益性

広告・マーケティングのDXを通じて広告主のROI（費用対効果）を最大化

4

ストック性の高い事業と顧客単価向上による圧倒的な成長率

継続率が高いことで顧客数が積み上がることに加え、データの蓄積により広告主あたりの売上も向上

5

戦略的投資により成長速度をさらに向上

再現性・シナジーのあるM&Aを実施し非連続な成長を実現し、市場のマーケットリーダーとして市場を牽引

会社概要

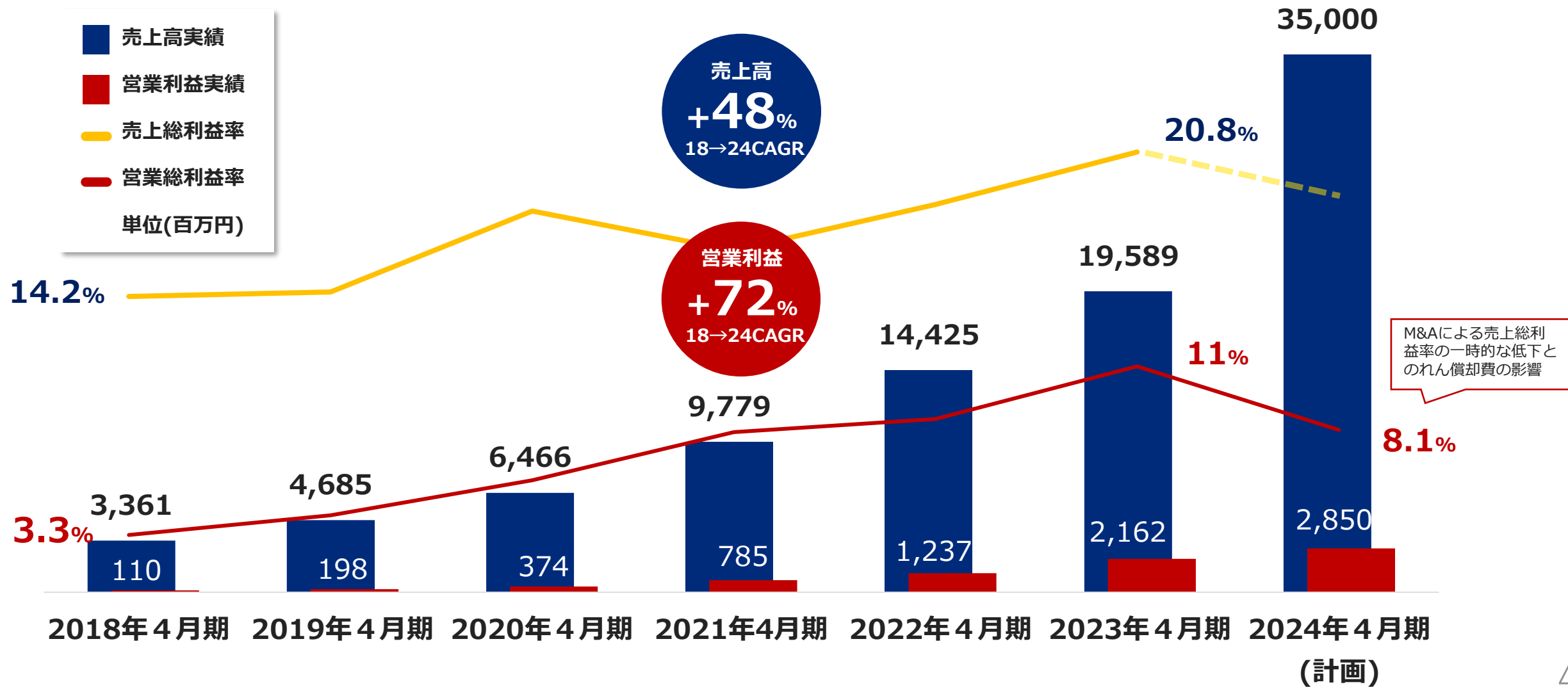
社名	株式会社Macbee Planet (7095)
設立日	2015年8月25日
資本金	2,340百万円 (2023年4月末現在)
事業内容	データを活用したマーケティング分析サービスの提供
本社所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目11番11号
正社員	149名(2023年4月末現在)

沿革

2015年 8月	株式会社Macbee Planet 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 (現在はグロース市場)
2021年 3月	株式会社Smash 設立
2021年 8月	株式会社Alpha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化

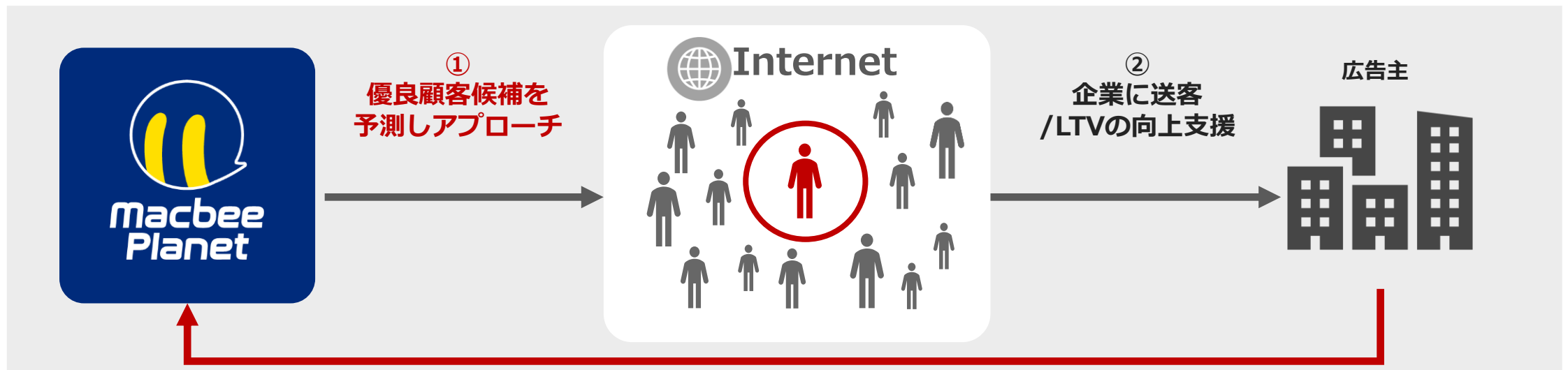
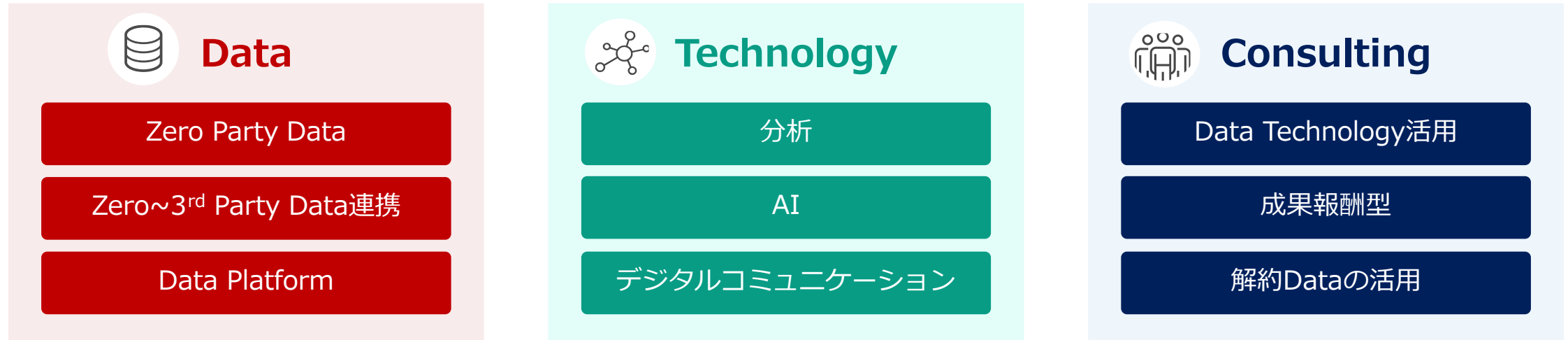
業績推移

■ ネットマーケティングの連結により売上高と営業利益は増加見込み。売上総利益率と営業利益率は同社との利益率の差とのれん償却により一時的な低下が予想されるが、中長期では改善予定。



事業概要：LTVマーケティングとは

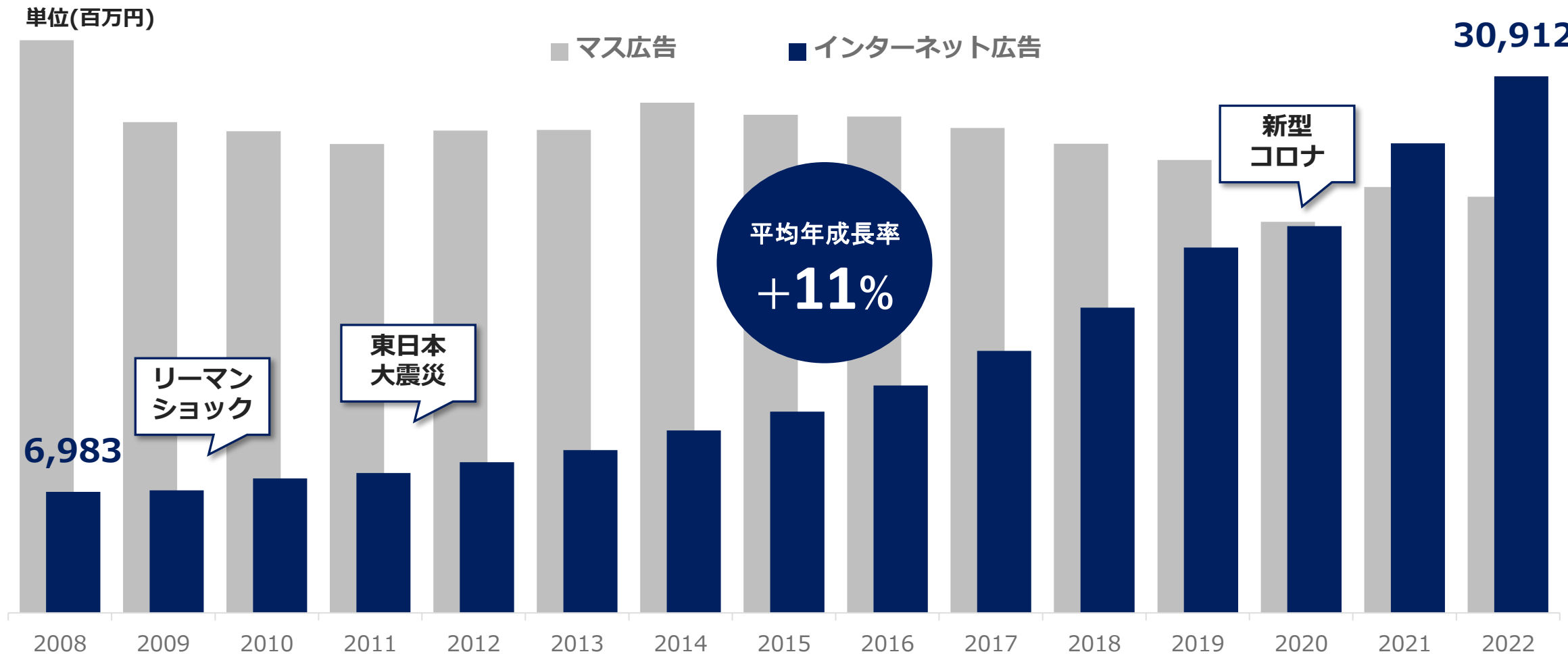
■ ユーザーの利用金額・継続期間を最大化するためにデータを駆使したデジタルマーケティング。



③ 成果報酬を受領

対象市場：インターネット広告市場

- インターネット広告は効率が良いためマス広告予算のデジタルシフトが続き、3兆円市場に成長。数々の不況の中でも2桁成長を継続しており、今後も高い成長が期待される。

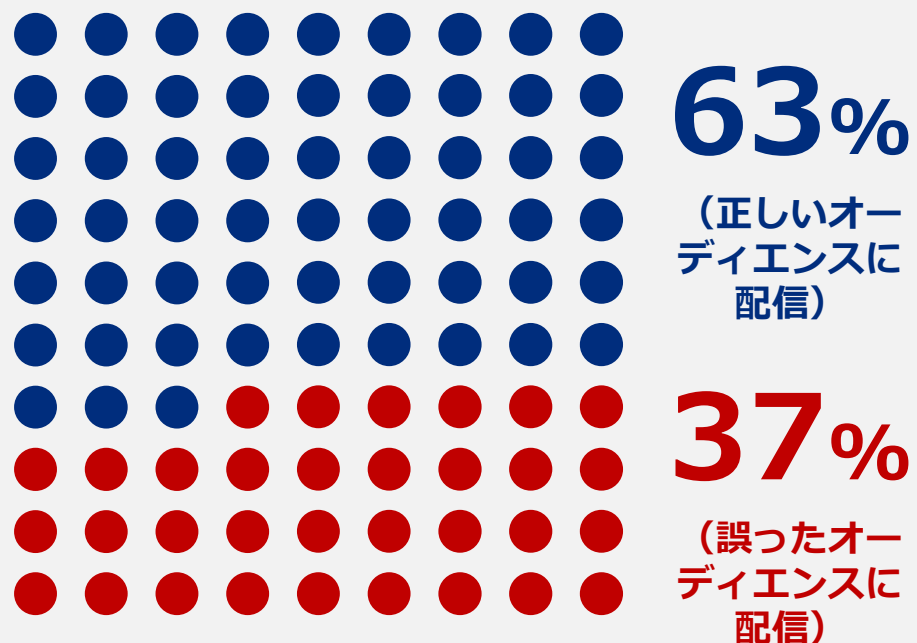


出所：Dentsu「日本の広告費」 2008年～2022年

インターネット広告業界の課題

- インターネット広告予算は顧客にならないターゲットに配信され、無駄が多い。
 今後はCookie規制によりさらに精度が落ち、広告費用対効果が悪化することが予想される。

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

GDPRやCCPA等個人情報保護規制が進み、Cookieを活用したターゲティングがさらに困難



* 1 ITP: Apple社のブラウザ「Safari」に実装されるユーザーの行動を追跡・分析するトラッキングの制限を行う機能

* 2 GDPR: 欧州議会・欧州理事会及び欧州委員会が欧州連合内全ての個人のためのデータ保護規制

* 3 CCPA: カリフォルニア州で個人データの取り扱いについて定められた規則

当社の実現したいこと：インターネット広告の転換



- インターネット広告業界の課題を解決し、LTVマーケティングのマーケットリーダーとして、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

3兆円
市場

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



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

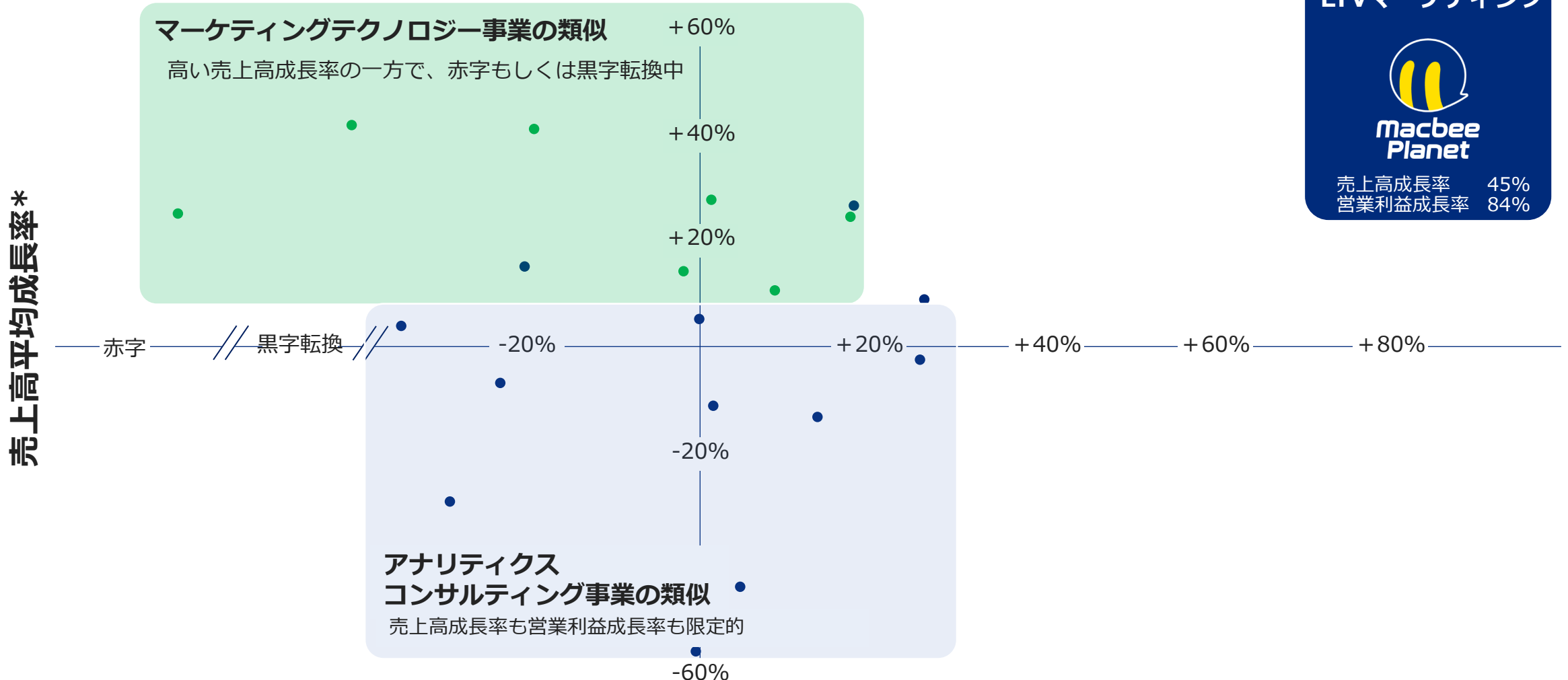
AIによる最適化

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

テクノロジーによる類似企業比での高い成長率

■ 広告代理店やマーケティングテクノロジー企業と比較し、**高い売上高成長と営業利益成長を実現。**

営業利益平均成長率*



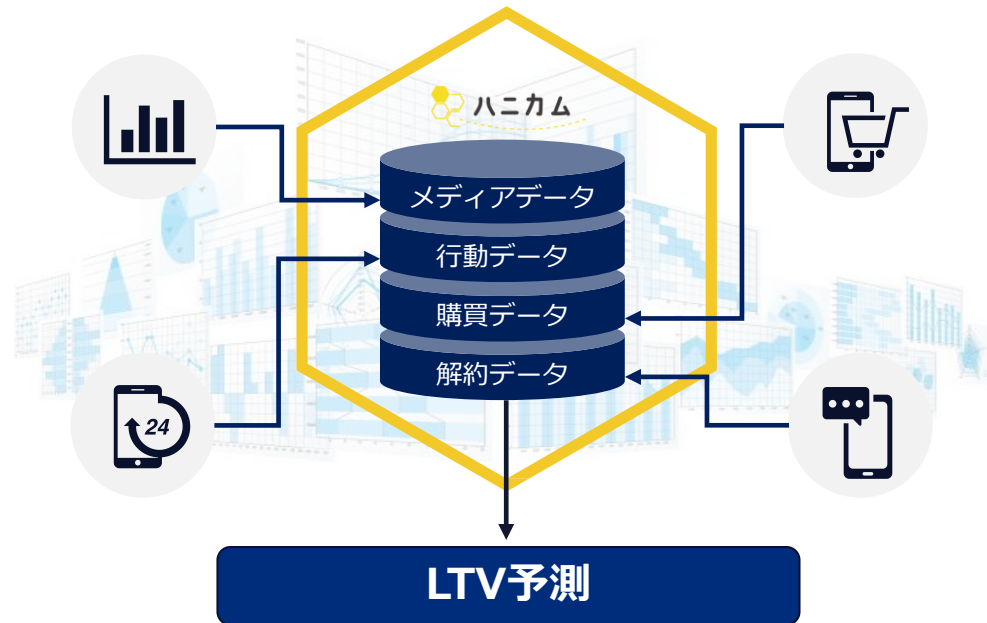
* 2023年7月時点で東証に上場している上場会社19社の3年間のCAGR

アナリティクスコンサルティング事業（AC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。

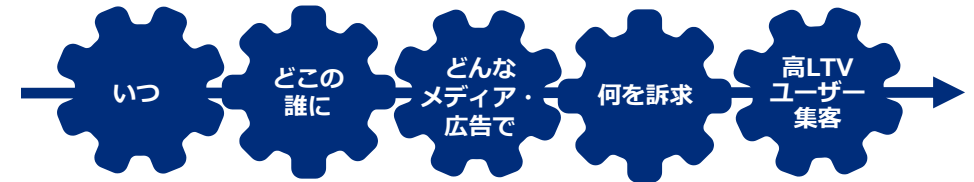
1 LTVデータの解析

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



成果報酬単価 × 成果発生件数

原価：メディア掲載費用
売上総利益率：約15%*

*2020年4月期から2023年4月期までのアナリティクスコンサルティング事業セグメント売上総利益率の平均値

マーケティングテクノロジー事業（MT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。



① 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。



② 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。



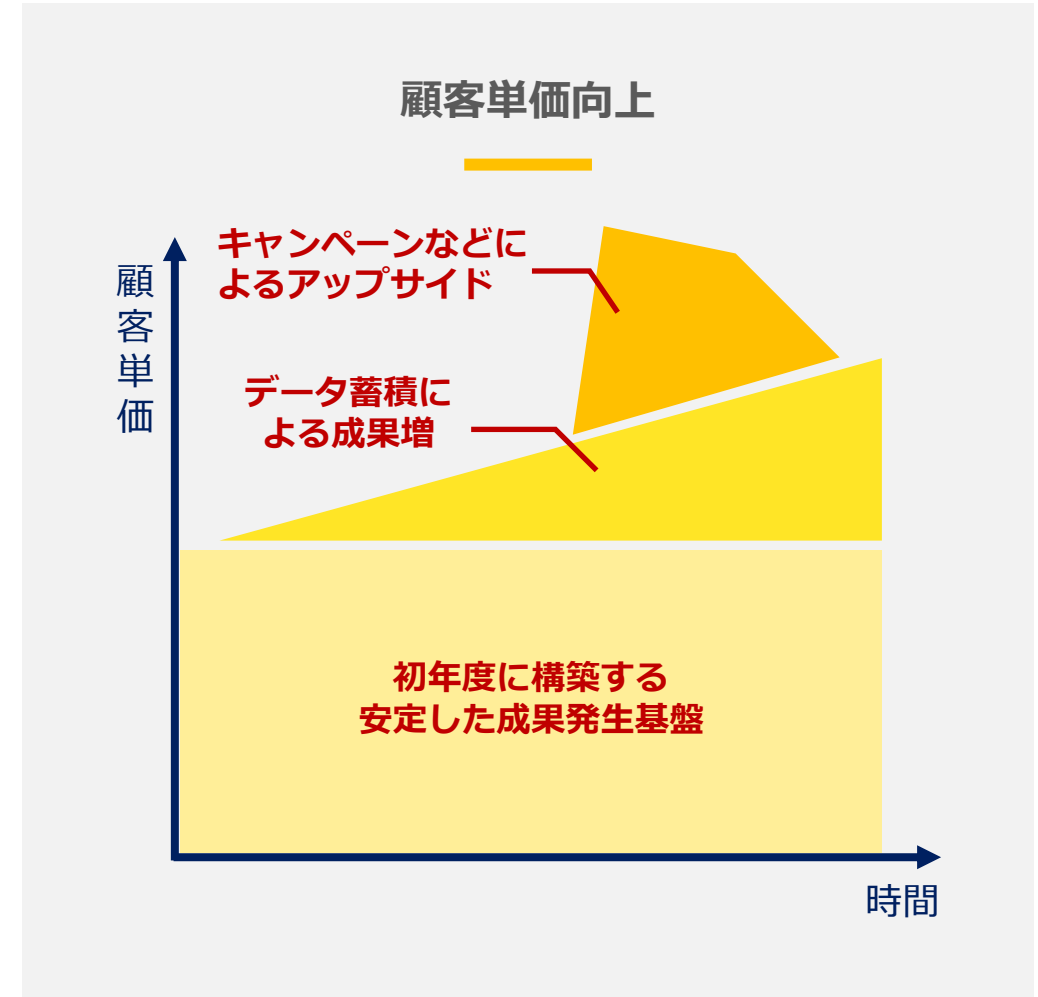
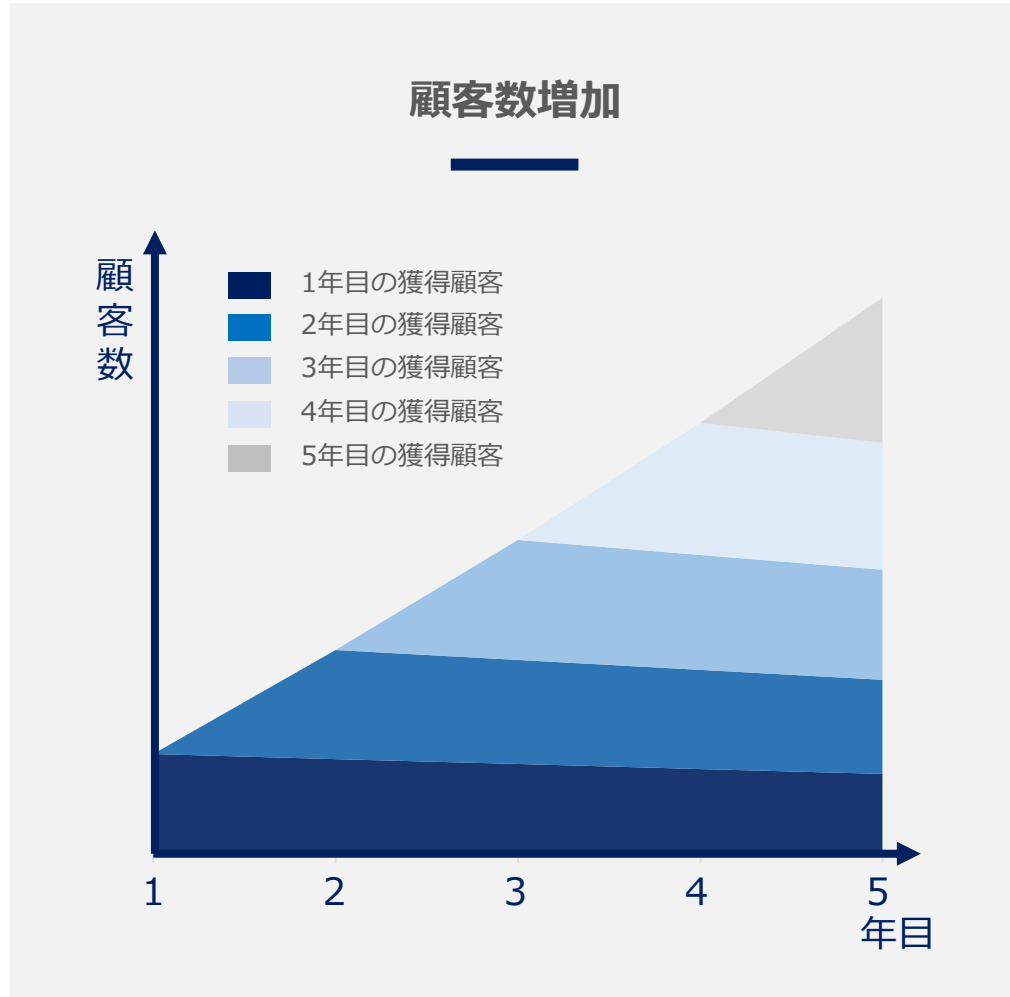
③ 広告配信量に準ずる

売上総利益率 95%以上*

* 2020年4月期から2023年4月期までのマーケティングテクノロジー事業セグメント売上総利益率の最低値が95%

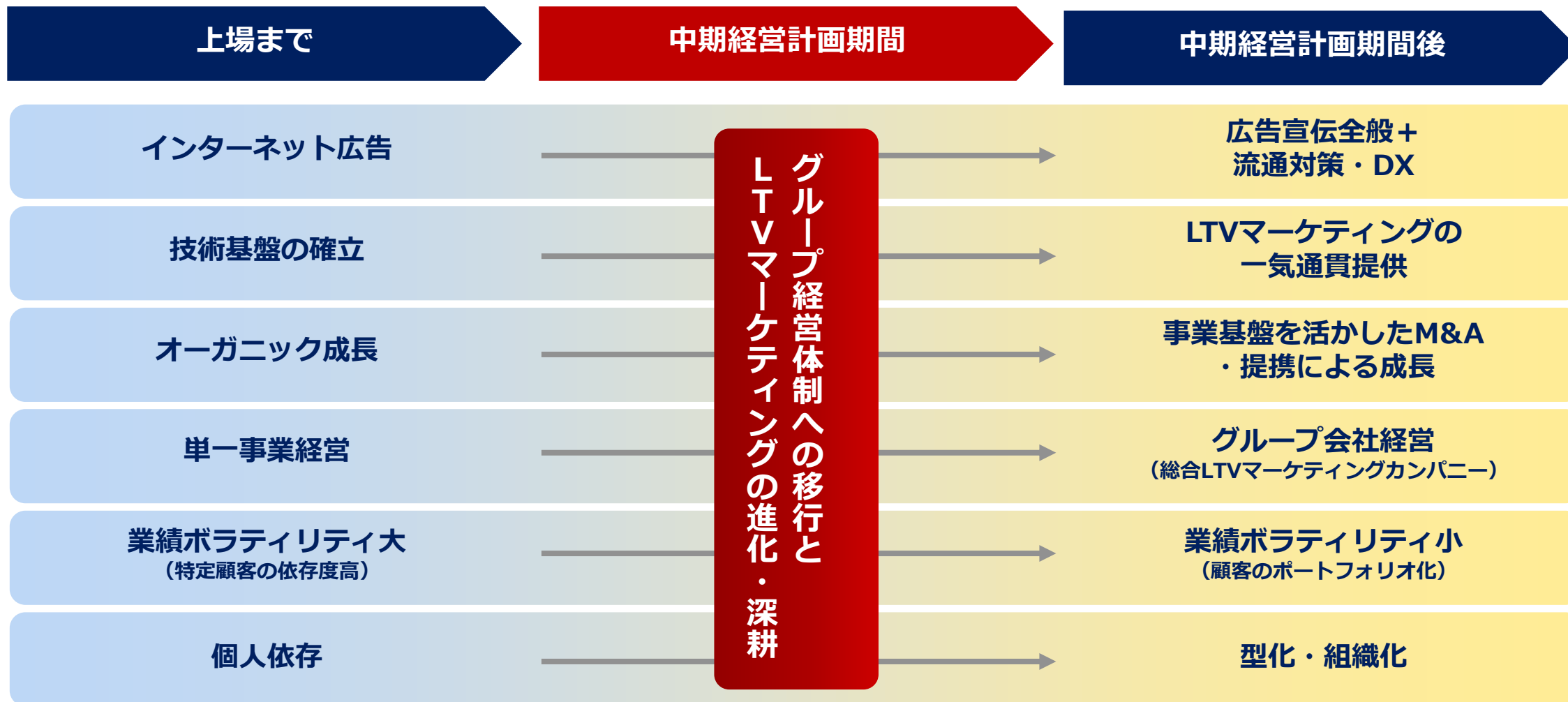
ビジネス特性

- 継続型ビジネスモデルのため顧客数を積み上がり、顧客単価が向上することで、**加速度的な成長が可能**。
顧客単価はキャンペーン等により一過性の増減が起こりやすい。



中期経営計画の位置づけ（振り返り）

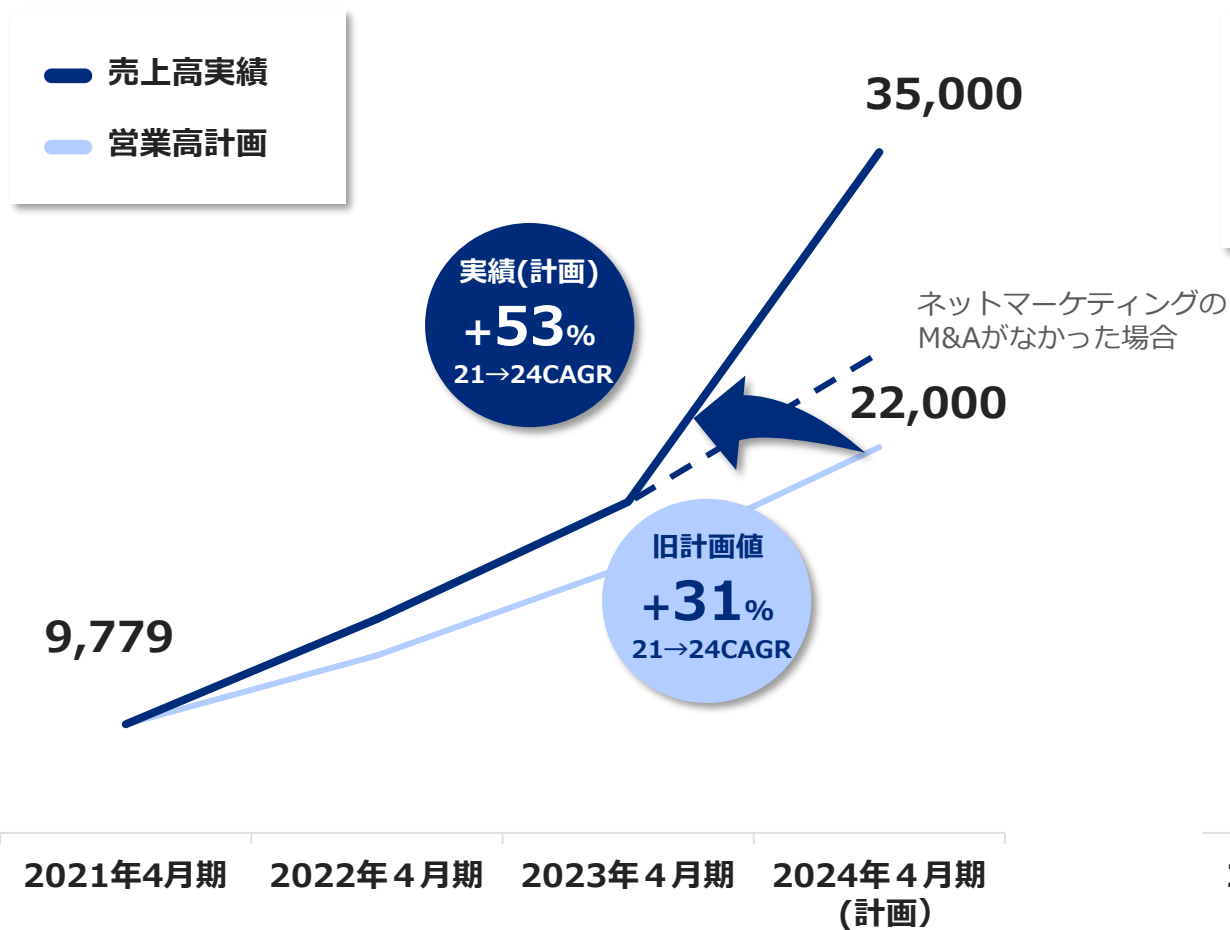
- LTVマーケティングのリーディングカンパニーとして、**長期的な成長を実現するための事業基盤を構築。**



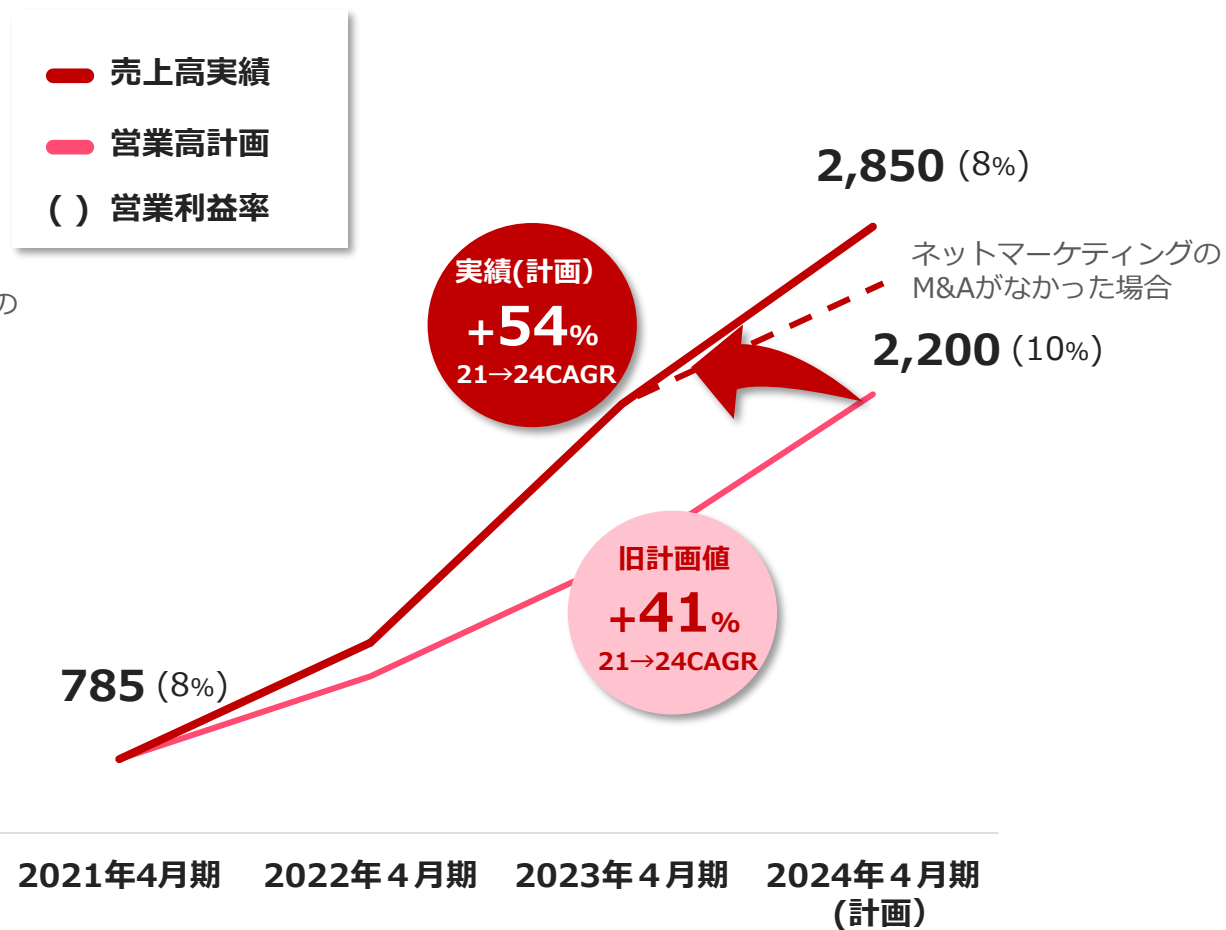
中期経営目標

■ 2024年4月期の目標としていた売上220億、営業利益22億を前倒しで達成見込み。M&Aによる成長も加算し計画値を上方修正。

売上高 単位(百万円)



営業利益 単位(百万円)



*2022年4月期、2023年4月期の計画数値はCAGRから算出

中期経営戦略（振り返り）

- プロダクトとAI技術を活かしてLTVマーケティングを進化・深耕することで、LTVマーケティング市場を開拓し高成長を目指す。

プロダクト戦略

Macbee PlanetのナレッジとAlpha・SmashのAI技術を融合

LTV向上力のさらなる発展

AC事業

MT事業



Robee

Smash

強化

データ解析・コンサルのAI化

AC事業



Hanicam

強化

営業戦略

顧客基盤の拡大

他業種への展開加速

AC事業

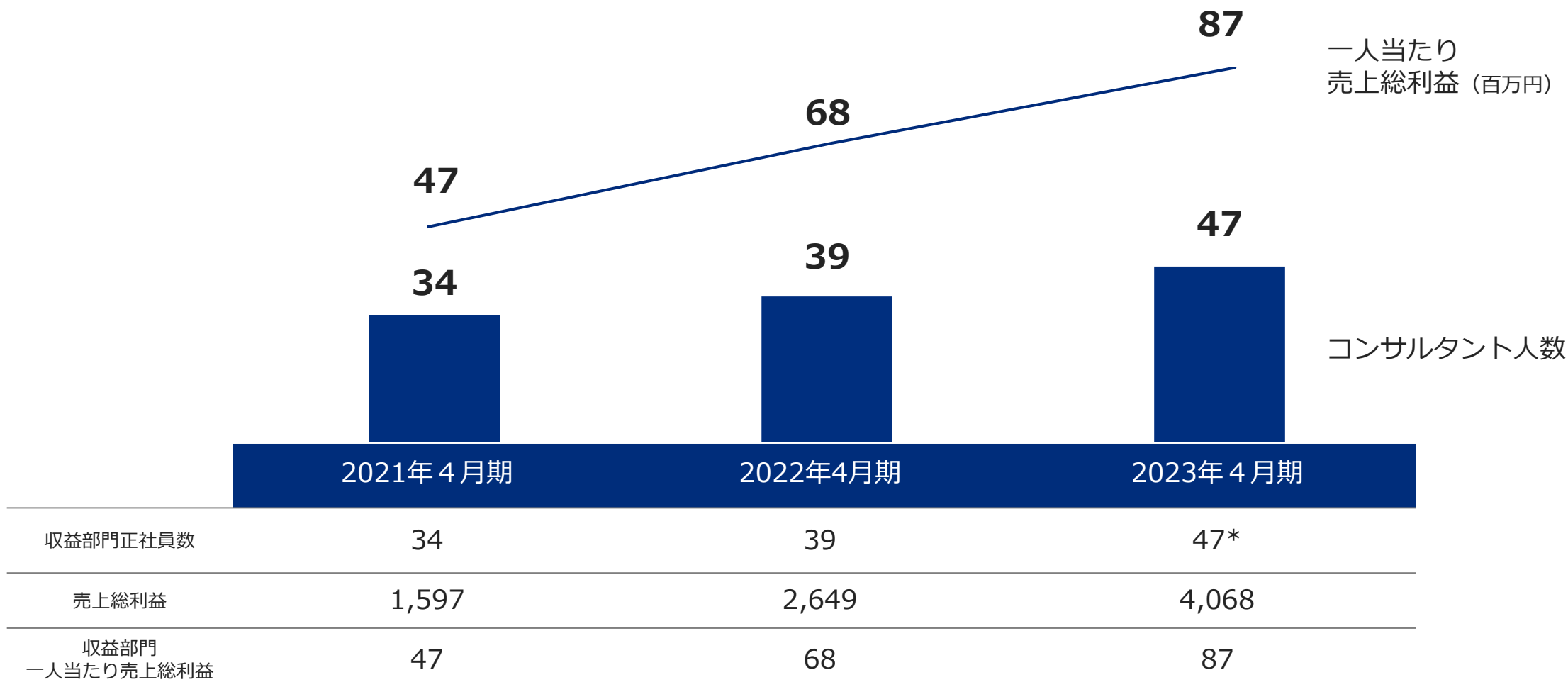
営業強化・人員増強

- ① コンサルタンの即戦力化と労働生産性のさらなる向上を実現
- ② 業界横断で応用可能な技術基盤を構築

- ③ 成長と特定顧客の影響を受けにくい顧客ポートフォリオの実現
- ④ M&A戦略の遂行

①進捗状況：コンサルタントの即戦力化と労働生産性の向上

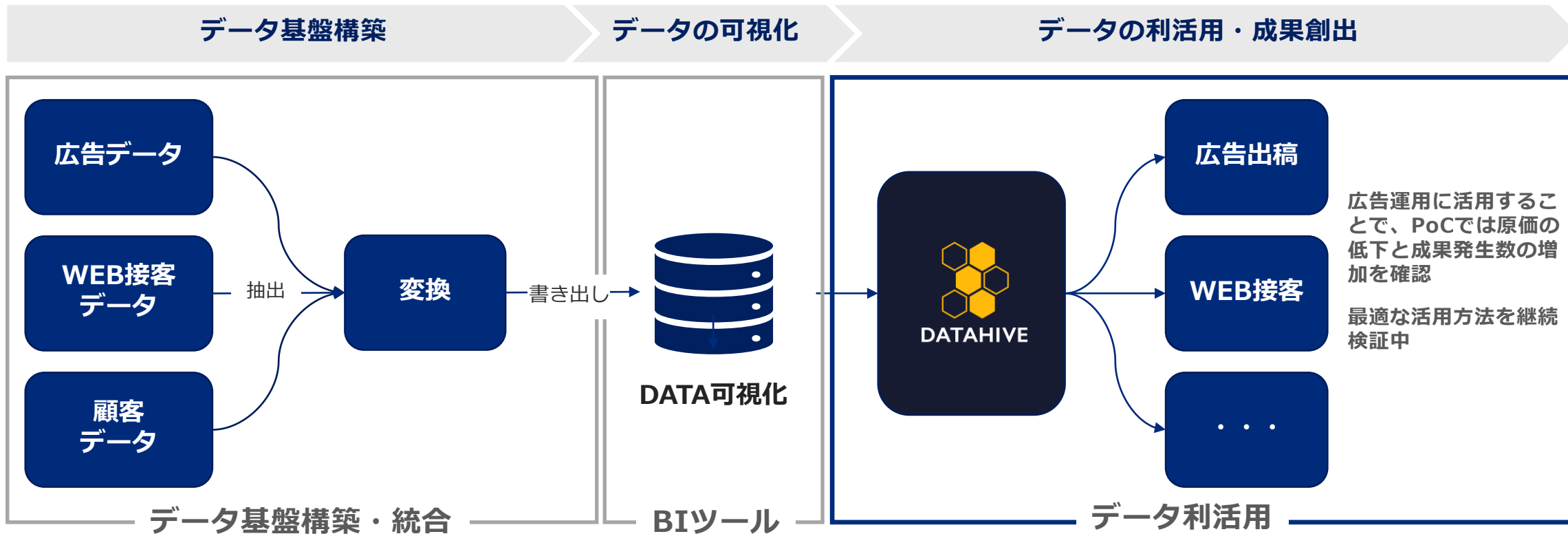
■ 自社テクノロジーの進化により労働生産性は改善し、コンサルタントの一人当たり売上総利益は年々向上。



*マクビープラネットのみ

②進捗状況：業界横断で応用可能な技術基盤を構築

- DATAHIVE(POC中)を活用することで、データ基盤の構築・可視化から利活用までサポートし、様々な業界のマーケティングを支援できる体制を構築。



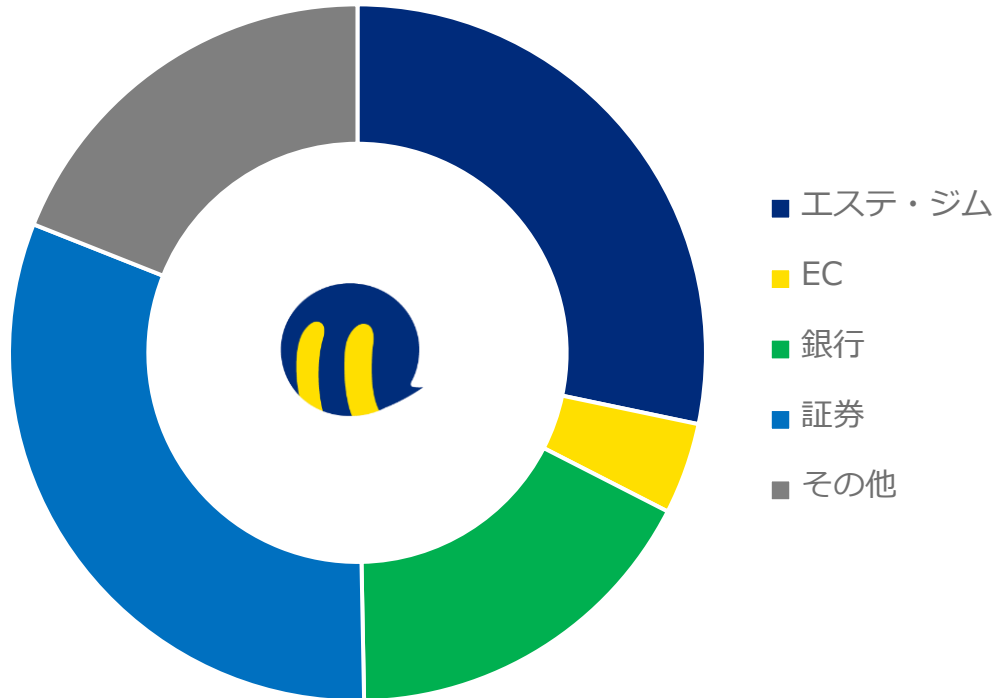
業界を問わずマーケティングを支援

③進捗状況：特定顧客の影響を受けにくい顧客ポートフォリオ

■ M&Aとアライアンスにより顧客業界のポートフォリオが拡大し、業績のボラティリティは低下見込み。

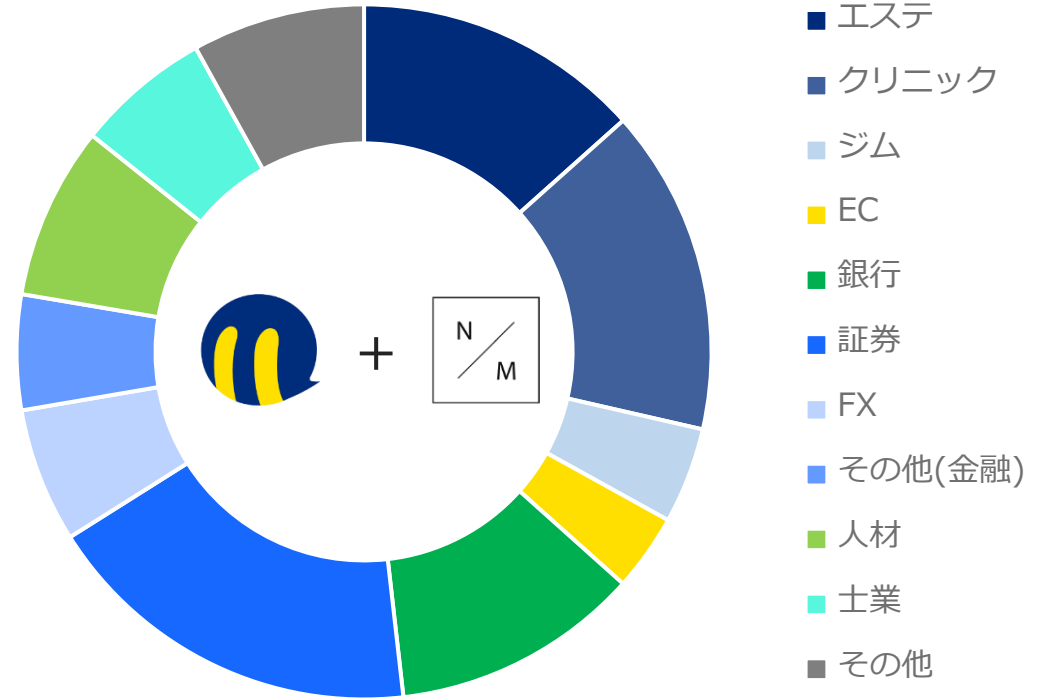
業界別売上シェア(イメージ)

2023年4月期



業界の偏重と大口顧客のシェアが高いため
個社要因に影響を受けやすくリスクがある状態

2024年4月期*~



業界が拡大したことと大口顧客のシェアが低くなった
ことで個社要因に影響を受けづらくなる見込み

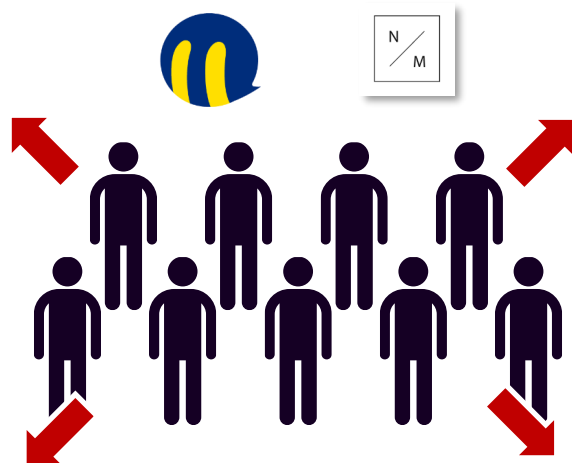
* 2023年4月期の合計値（非連結）

④進捗状況：M&A戦略

- ネットマーケティングのM&Aにより人員の拡大と顧客ポートフォリオの拡大が実現。M&AによるLTVマーケティングの一気通貫提供によりさらなる市場シェア拡大を計画。



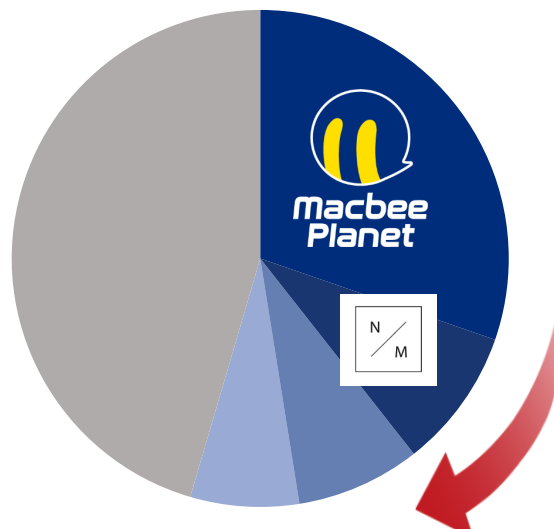
他業種への展開加速による業績安定と
コンサルチームの陣容拡大による成長



2021年4月期末48名から
2024年4月期初146名に増員



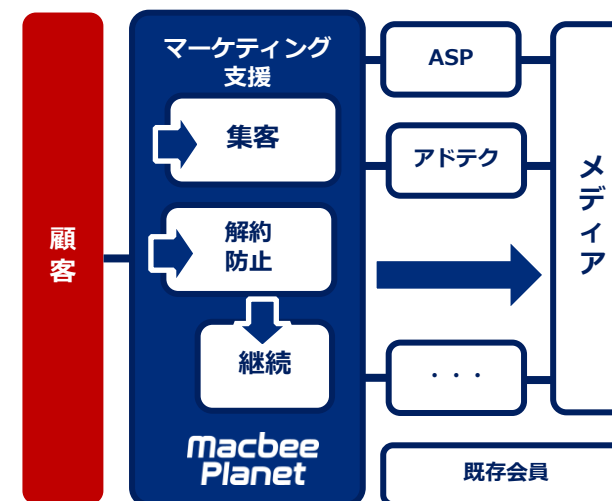
データ技術を活用し
シェア拡大



2021年4月98億から
2024年4月期350億(計画)に増収



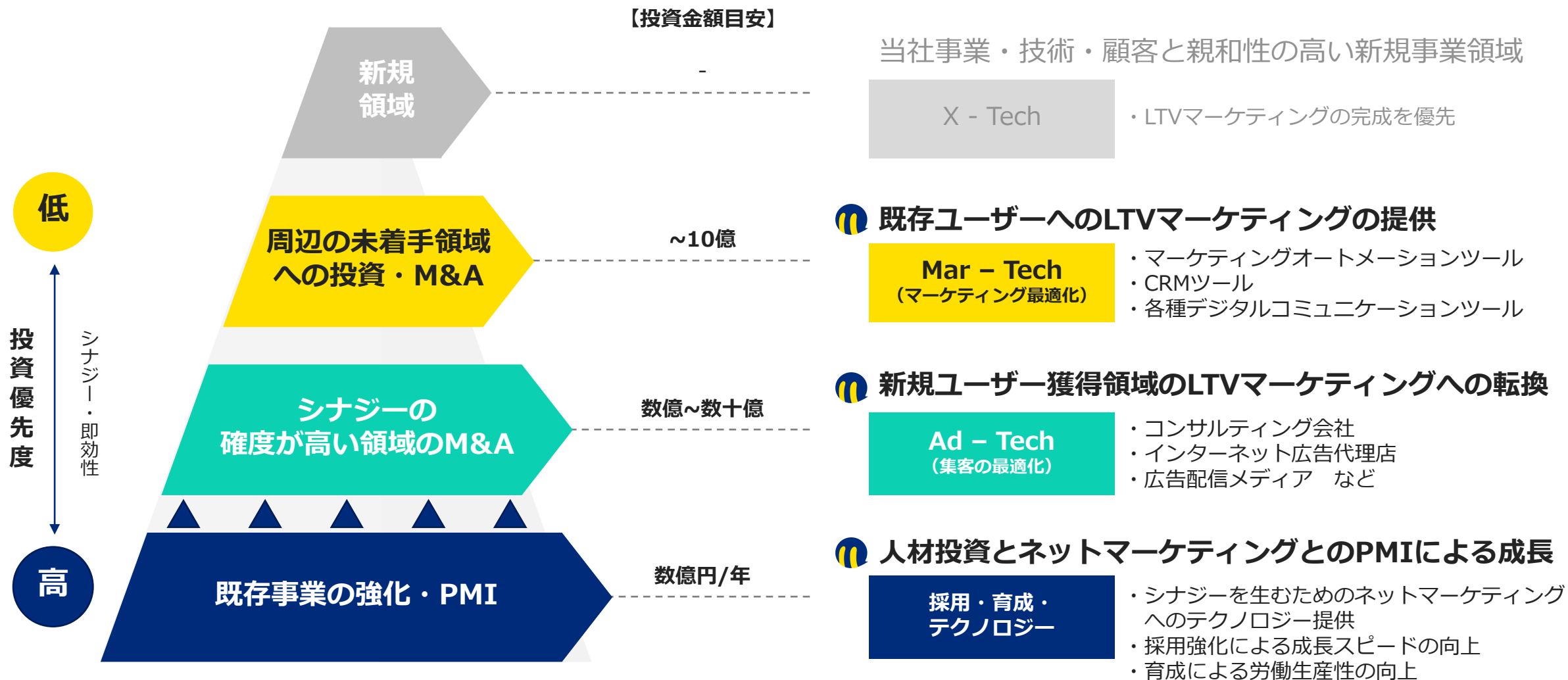
LTVマーケティングの
一気通貫提供により収益率向上



2024年4月期も
引き続き検討

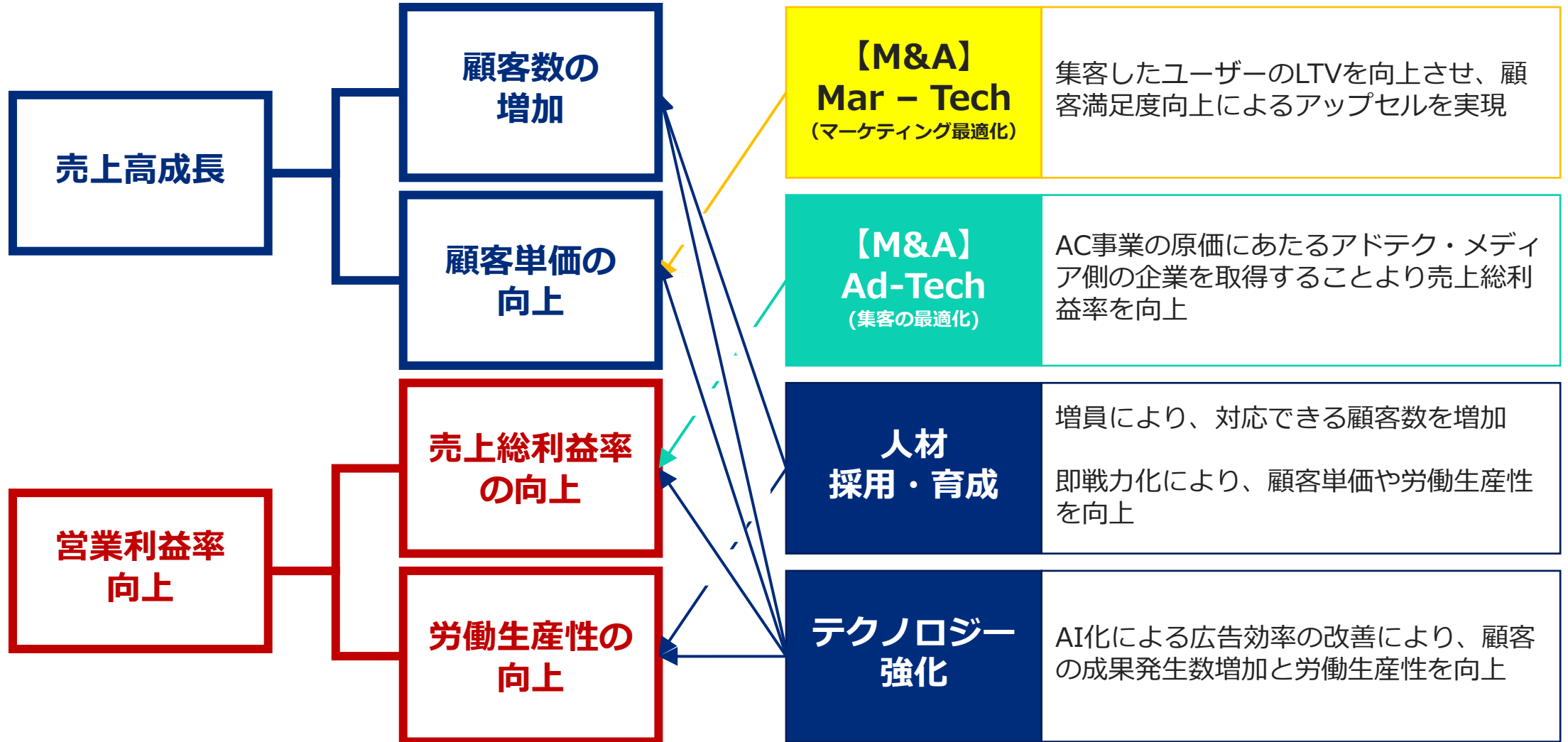
④ 今後の投資・M&A戦略

- **人材投資とPMIが最優先**。並行して既存の競争力を活かせる領域の拡充・拡大を優先しつつ、周辺領域や新規領域の投資を検討。



④今後の投資・M&A戦略と経営指標の関係

■ 人とテクノロジーに投資をし、売上高成長とともに営業利益率の向上を計画。



今期の取組内容

- 今期は、今期業績寄与する取組に加えて将来の成長に向けた取り組みを並行して取り組むことで来期からの次期中期経営計画期間での継続的な高成長に向け準備。

