

# 2024年4月期 第2四半期 決算説明資料

2023年12月14日

株式会社Macbee Planet

証券コード(7095)



## 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 2,631百万円 (2023年10月末現在)

事業内容 LTV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 142名(2023年10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 (現MAVELに吸収)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 (現All Ads) を完全子会社化

# 子会社の商号変更



■ Macbee Planetの事業会社（株式会社Macbee Planet準備会社）と株式会社ネットマーケティングの商号を変更。

## 変更前

## 2023年11月以降

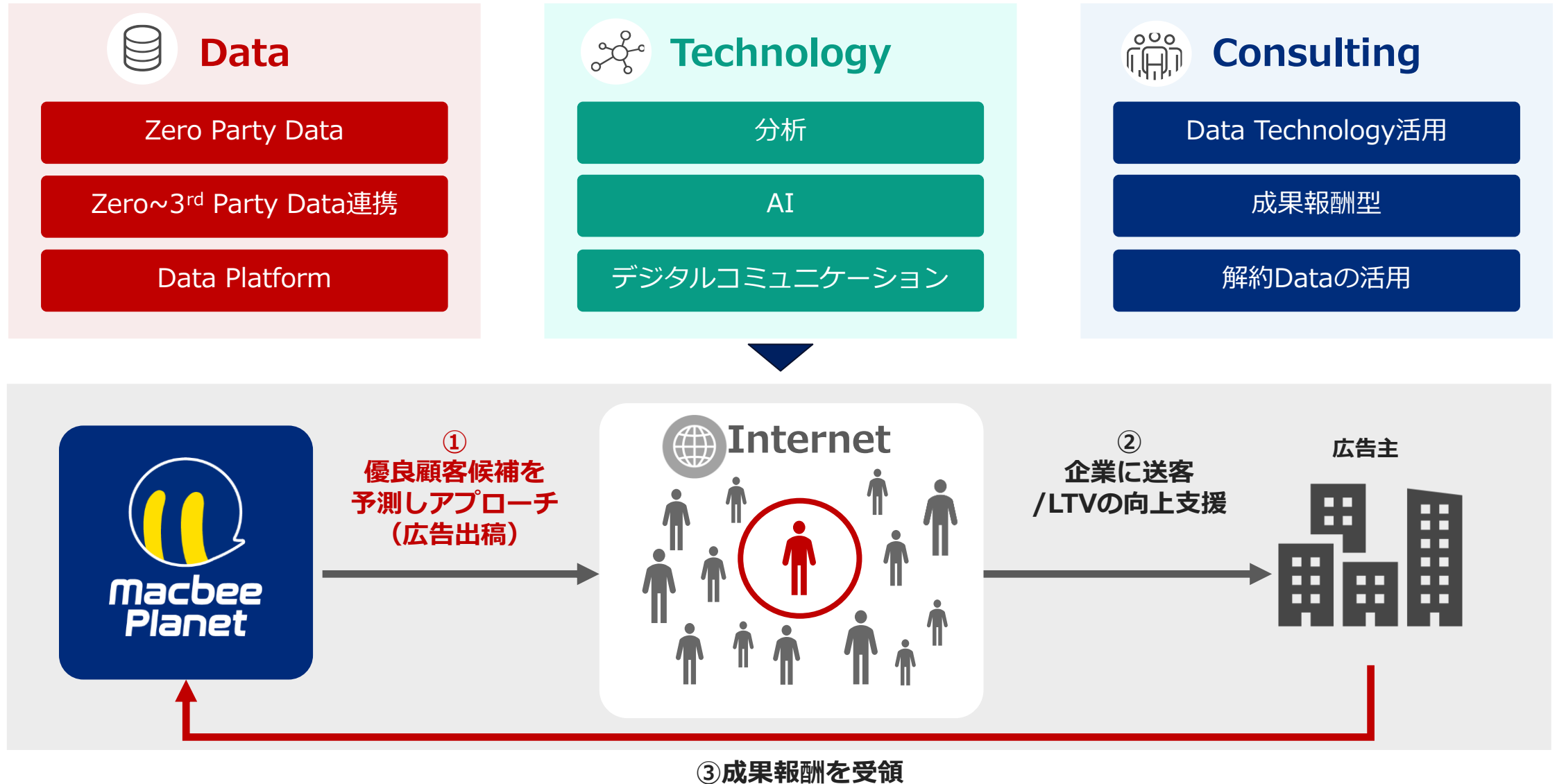


\* Macbee Planet準備会社：Macbee Planetの事業会社

\* LTVマーケティング事業：広告事業から当社のLTVマーケティングに転換

# 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。

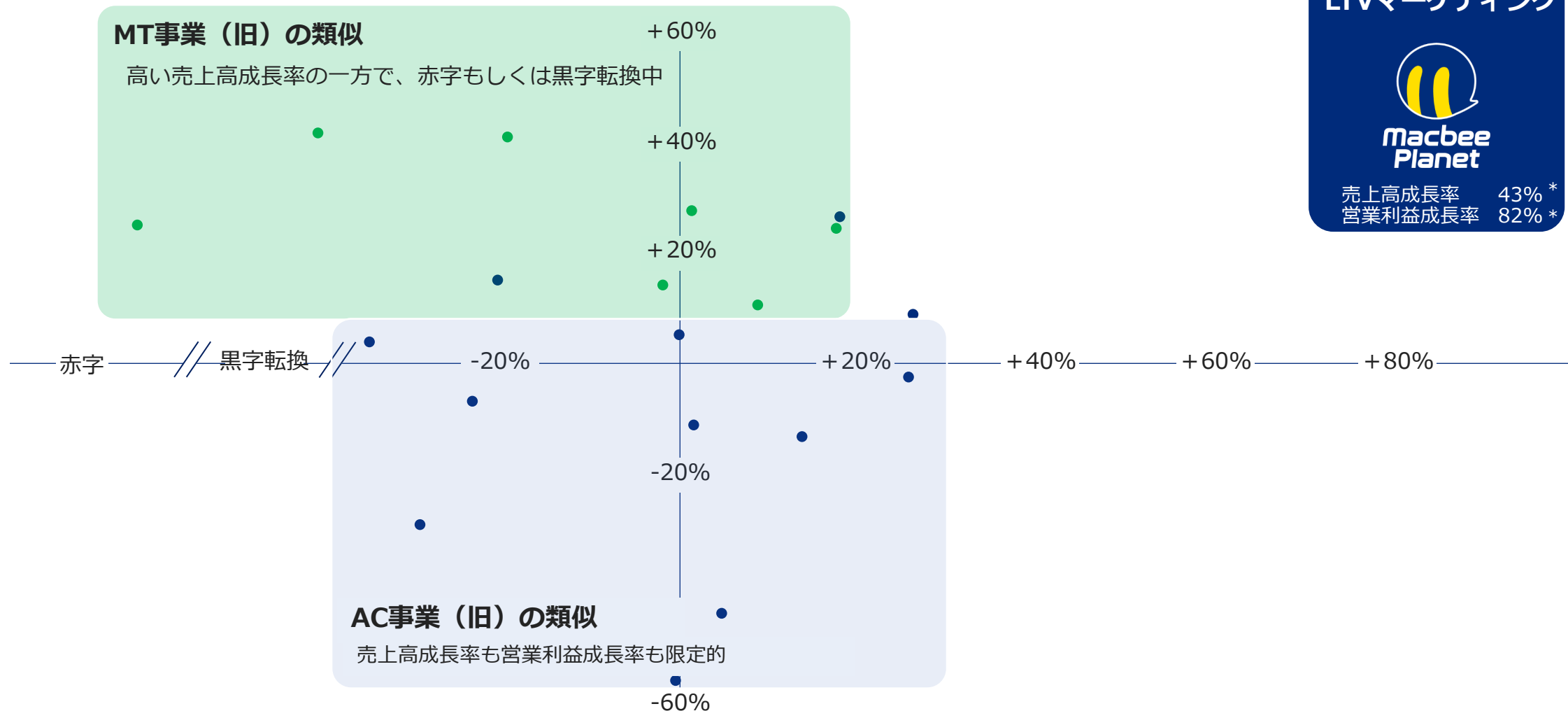


# テクノロジーによる類似企業比での高い成長率

■ 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。**

売上高平均成長率\*

営業利益平均成長率\*



LTVマーケティング



Macbee Planet

売上高成長率	43%*
営業利益成長率	82%*

\* 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

\* 2019年4月期から2023年4月期の当社のCAGR

# 2024年4月期 上期決算ハイライト



■ 広告市況の影響を受けず、事業会社のMAVEL\*/All Ads\*とともに過去最高の売上・利益を達成。金融業界の顧客の成長と、All Adsのシナジー効果により、季節性による減収減益予想を超えて増収増益で着地し、前期比100%超の成長を実現。

## 売上高

単位 (百万円)

2023年4月期上期	2024年4月期上期	増減率
8,875	<b>19,115</b>	<b>+115%</b>

1Qの季節性による減収分を吸収する成長を実現。PMIも順調に進捗し、下期以降も大幅な事業成長を期待

### ▶売上高 前年同期比で**+115%**成長

- ・金融業界（投資・消費者金融ファイナンス）の新規顧客が続伸
- ・All Ads\*がシナジー影響で大きく成長
- ・テクノロジーと営業強化により3DADサービスが成長

## EBITDA

2023年4月期上期	2024年4月期上期	増減率
1,026	<b>2,232</b>	<b>+117%</b>

### ▶EBITDA 前年同期比で**+117%**成長

- ・Alphaのれん償却 41百万円/Q
- ・All Ads\*のれん償却 64百万円/Q

## 営業利益

921	<b>2,010</b>	<b>+118%</b>
-----	--------------	--------------

### ▶営業利益 前年同期比で**+118%**成長

- ・各社の事業成長による利益増

営業利益率











10.4%	<b>10.5%</b>	<b>+0.1pt</b>
-------	--------------	---------------

### ▶営業利益率 前年同期比で**+0.1pt**改善

- ・MAVEL\*の顧客大型化により労働生産性向上
- ・3DADが非ゲーム領域で成長

# 2024年4月期2Q：概況

■ LTVマーケティングにより新規顧客・既存顧客共に続伸。下期以降の成長に向けたAll Ads\*のPMIも計画以上に順調に進展。

項目		2024年4月期2Q概況		
	新規顧客		・ 来期業績への貢献が期待できる大型案件を受注	
	既存顧客	ウェルネス		・ 来店型は季節性の影響により1Q比減収も想定よりは軽微な影響
		金融		・ コンシューマーファイナンス(銀行)の顧客が急伸 ・ 投資(証券)業界は安定的に拡大
		その他		・ 3DADサービスの非ゲーム領域が大きく伸長
	PMI		・ 新規営業の連携を開始 ・ 広告運用自動化、深化にむけてPoCを開始 ・ Robee等のプロダクト提供の取り組み開始	
	PMI成果	売上高		・ 医療、コンシューマーファイナンス(銀行)の顧客が順調に推移
		売上総利益率		・ 来店型の減収に伴い売上総利益率は低下 ・ テクノロジー活用を通じて下期は改善を期待
		営業利益		・ 期初計画以上に貢献

\* All Ads : 旧ネットマーケティング

# 2024年4月期業績予想の修正

- オーガニック・M&A (All Ads\*) の両面で計画を大幅に上回る成長を実現。下期も堅調な業績が見込まれることから、業績予想を上方修正。

(単位：百万円)	2023年4月期		2024年4月期		増減	
	実績	前回発表予想	今回修正予想			
売上高	19,589	35,000	<b>37,000</b>	+2,000	+5.7%	
(前年同期比)	+35.8%	+78.7%	<b>+88.9%</b>	-	-	
営業利益	2,162	2,850	<b>3,700</b>	+850	+29.8%	
(営業利益率)	11.0%	8.1%	<b>10.0%</b>	+1.9pt	-	
(前年同期比)	+75%	+31.8%	<b>+71.1%</b>	-	-	
経常利益	2,108	2,800	<b>3,650</b>	+850	+30.4%	
親会社株主に帰属する当期純利益	1,567	1,800	<b>2,400</b>	+600	+33.3%	
(前年同期比)	+106.1%	+14.9%	<b>+53.1%</b>	-	-	
1株当たり当期純利益	482.18円	505.02円	<b>669.57円</b>	+164.55	+32.6%	

## 業績予想を修正する背景



- 季節性の需要を取り込んだ大幅な増収(1Q)
- 計画を大きく超えるペースでの新規・既存顧客両面でのMAVEL\*のオーガニック成長



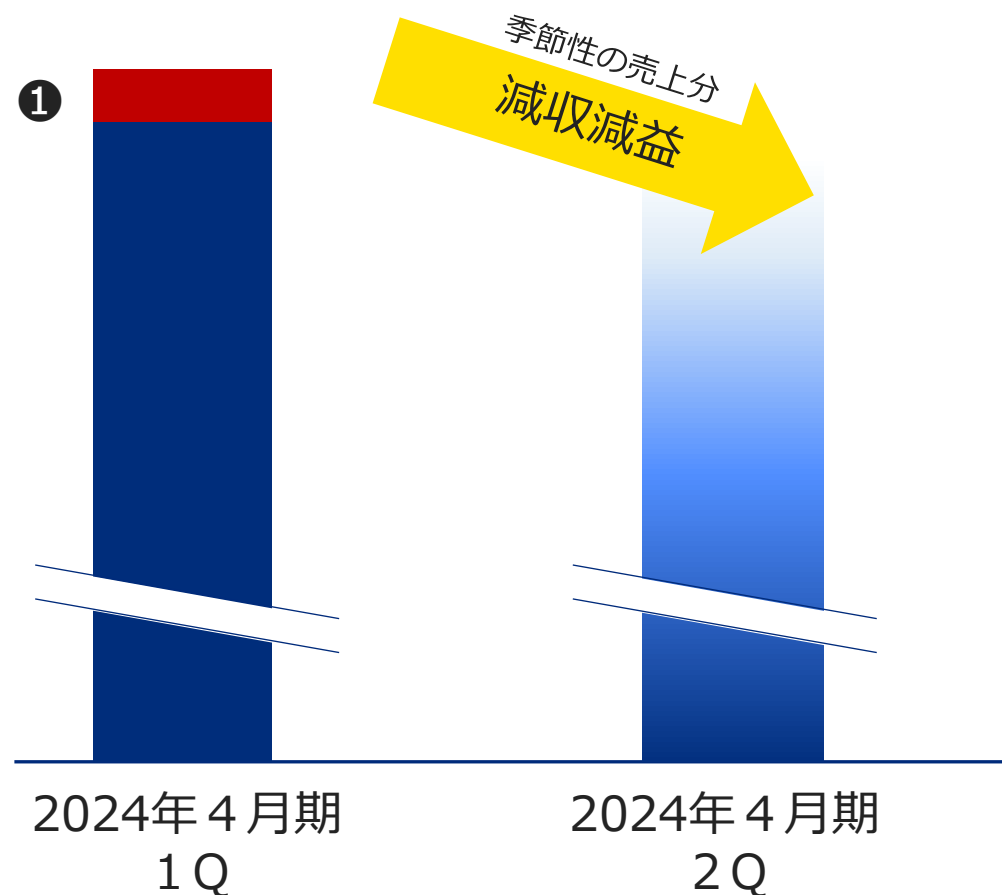
- PMIを通じたAll Ads\*メンバーの高い士気により、売上成長基調
- テクノロジー活用を中心とした下期での更なるAll Ads\*とのシナジー余地有

\* All Ads : 旧ネットマーケティング



# 2Q業績のイメージ

- 2Qは、1Qに季節性による売上があった影響でQoQで減収減益の見込み。  
下期にかけてはネットマーケティングとのシナジーや新規顧客獲得により再度増収を想定。



## 売上高

## 1Q比減収~同等水準

### 増収余地

新規顧客の獲得は順調で、①の増加分を補完できる可能性有

### 減収要因

①来店型業界が季節性需要を取込んだ影響で、2Qは縮小

## 営業利益

## 1Q比減益

### 増益余地

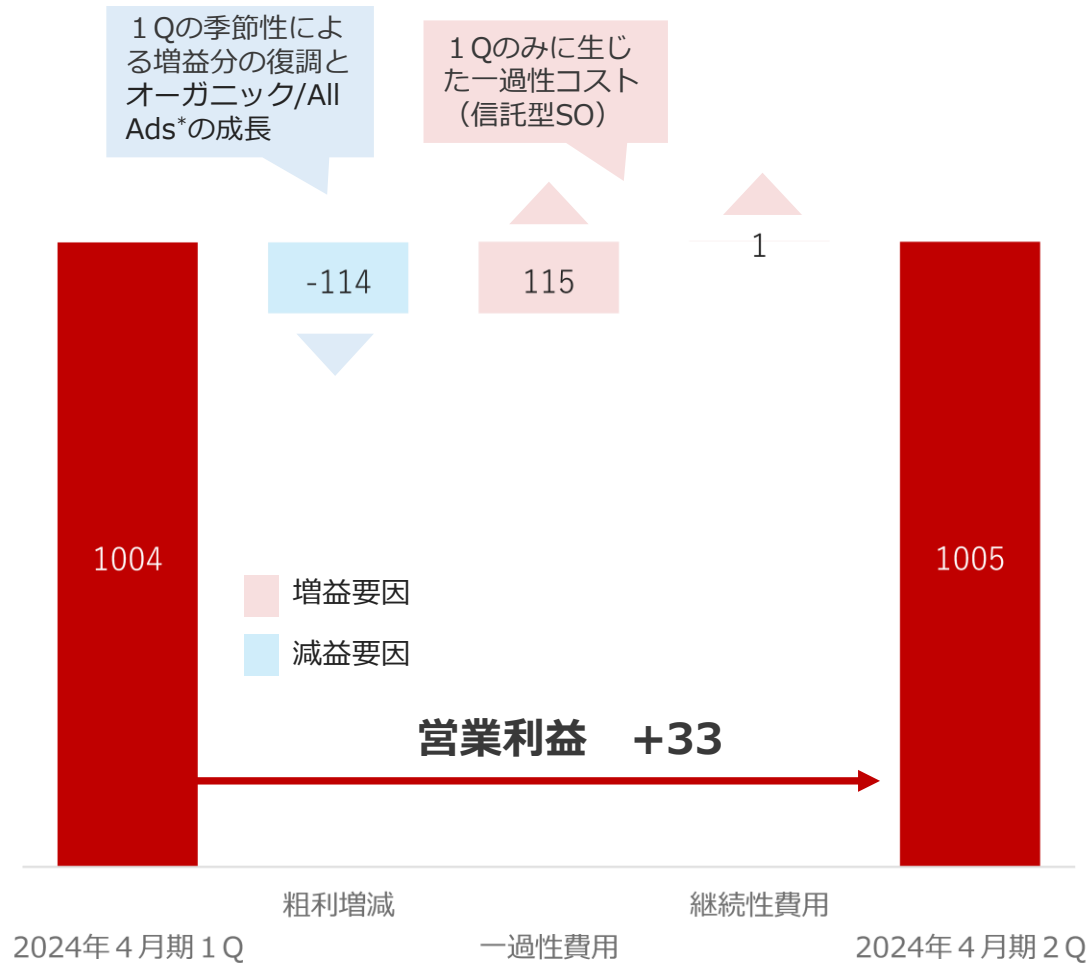
ネットマーケティングとのシナジーによる増収可能性はあるも、3Q以降の見通し

### 減益要因

新規顧客の粗利率は低い傾向にあるため新規増収分では①の要因を吸収できない見込み

# 前四半期比営業利益増減分析

- 1Qは来店型業界ににおける季節性の売上影響により、前年度4Q比で大幅に成長。2Qでは同影響によりQoQで減収減益を見込んでいたものの、オーガニック成長およびAll Ads\*の成長により増収増益を実現。



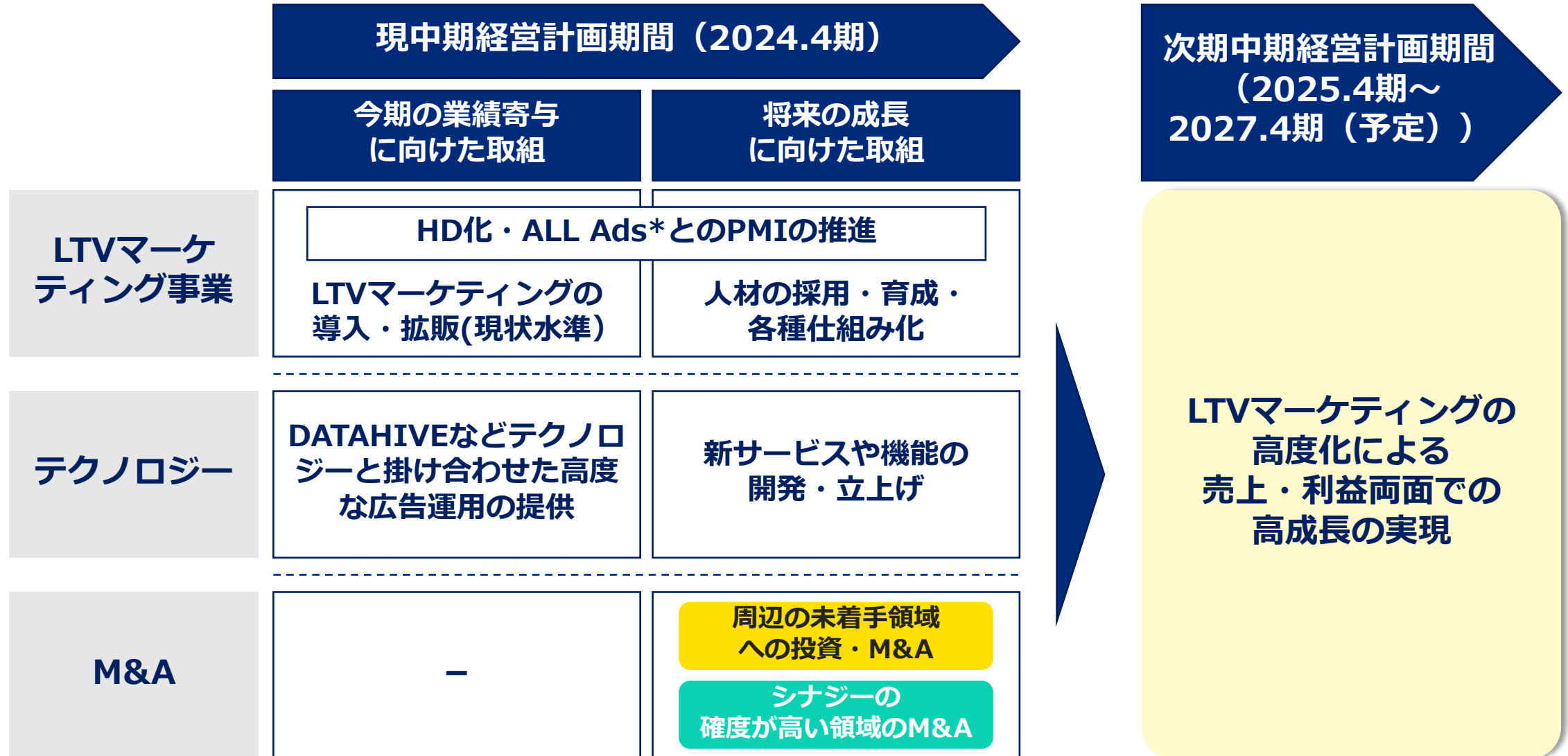
単位(百万円)	2024年 4月期 2Q実績	2024年 4月期 1Q実績	QonQ 増減額	QonQ 増減率
売上高*	9,945	9,169	+775	+8%
売上総利益	1,835	1,950	-114	-6%
一過性 売上総利益	-	約300	-	-
販管費	830	946	-115	-12%
一過性 費用	-	114	-	-
継続性 費用	830	832	-1	-
営業利益	1,005	1,004	+1	-
営業利益率	10.5	11.0%	-0.5pt	-

※純額処理されている売上含

\* All Ads : 旧ネットマーケティング

# 2024年4月期の取組内容

- 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。



\* All Ads : 旧ネットマーケティング

# All Ads（旧ネットマーケティング）とのPMIの推進

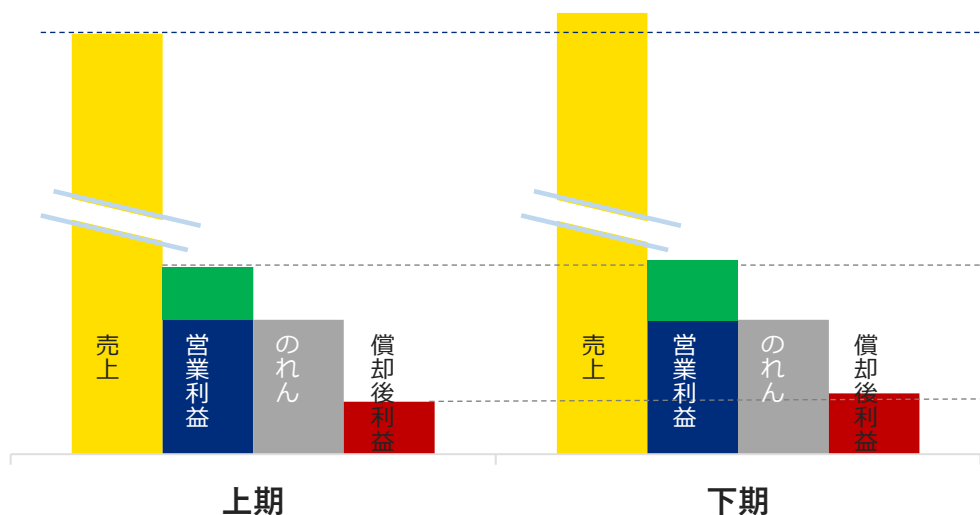


- All Ads\*のPMIは順調。2Q時点で期初計画の営業利益（のれん償却後）を達成。  
下期は当社のテクノロジー活用を中心とした更なるシナジー実現余地有。

## All Ads\*期初計画

### 【期初前提】

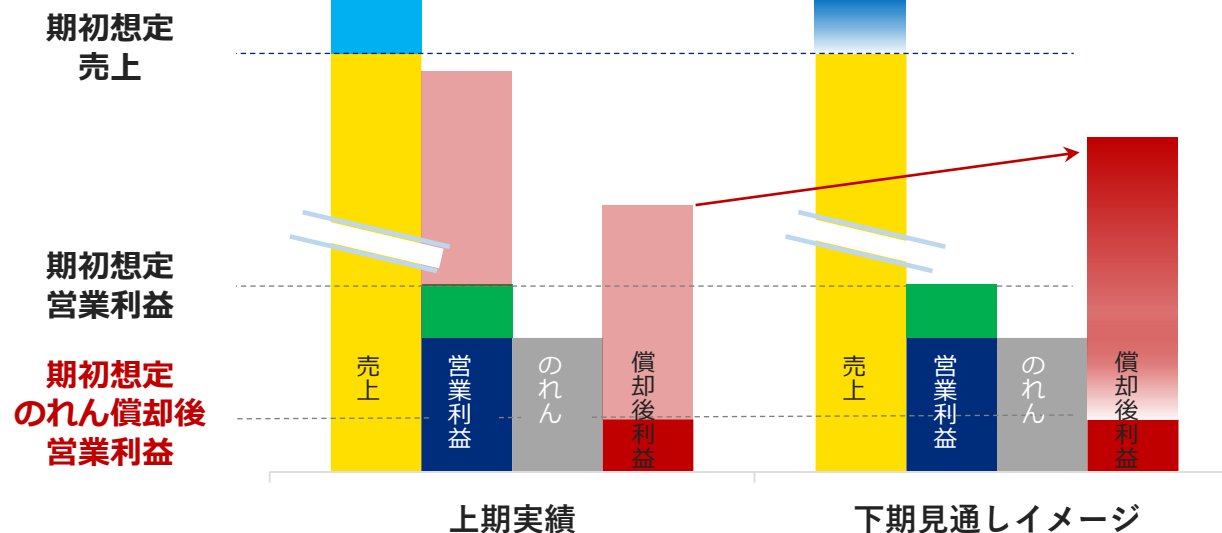
- 売上は前年同水準で横ばい(過去実績より)
- 広告事業により生じる営業利益はのれん相殺
- 技術提供による利益貢献は年間1億程度見込む



## All Ads\*上期実績・下期見通し

### 【現状見通し】

- 想定以上の売上増加に伴い営業利益が増加
- のれん償却後の営業利益も想定以上
- シナジーにより3Q以降で増収・増益を期待



\* All Ads : 旧ネットマーケティング

# テクノロジーを掛け合わせた新サービス・機能の提供



- AI活用による生産性の向上と、データの利活用範囲を広げることで独自の価値提供を計画。  
テクノロジー開発による競争優位性によりシェア拡大を見込む。

## 広告最適化の自動化

〈広告運用で成果を出すための3要素〉

データ  
解析力・活用力



広告運用力



クリエイティブ  
力

概ね完了

データ取得技術と  
DATAHIVEを活用し  
たデータの利活用

仕掛中

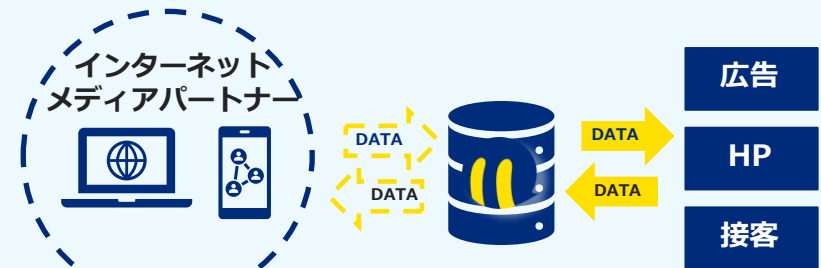
AIを活用し広告運  
用の最適化を自動化

仕掛中

生成AIの活用  
クリエイティブの  
成果を予測

一人当たり売上・生産性の向上  
成長性・収益性の向上

## メディアとLTVデータ連携強化



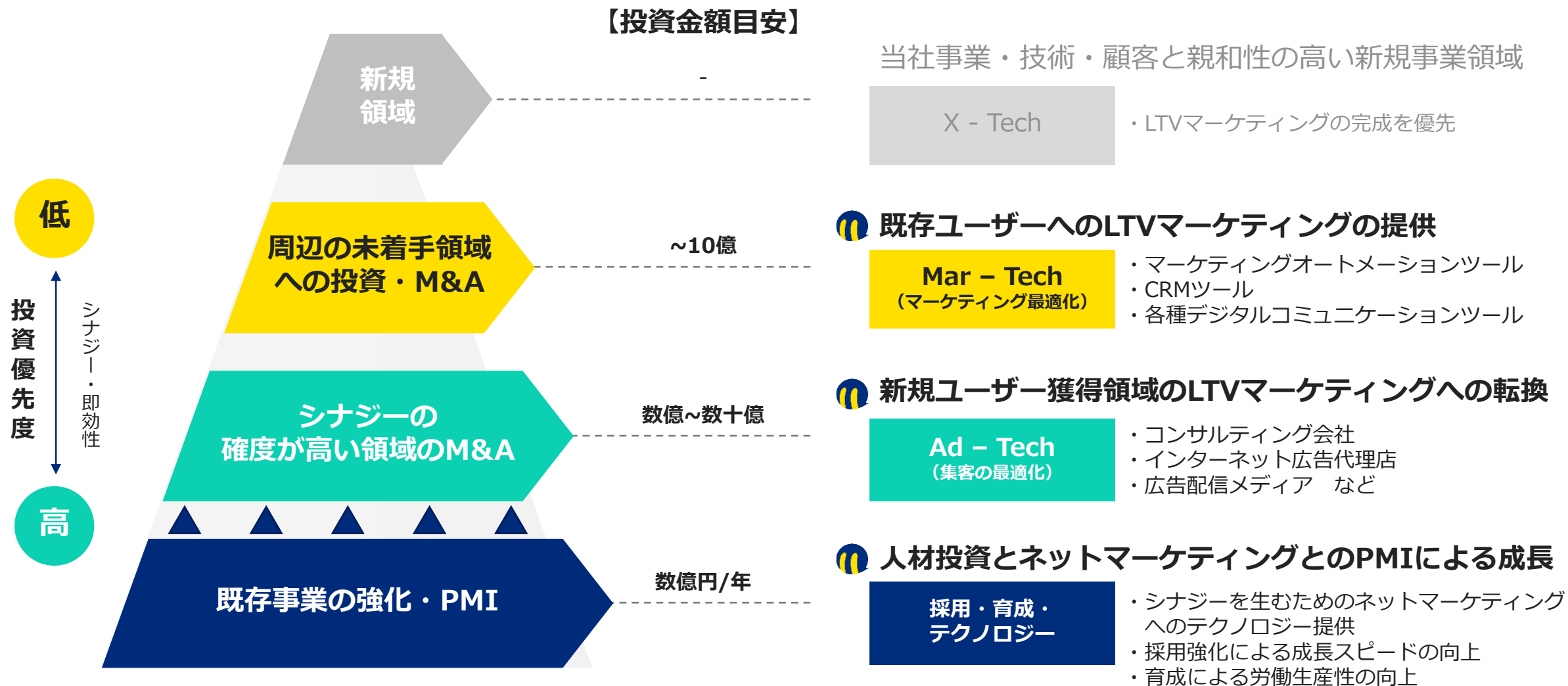
仕掛中

広告を掲載するメディア側にもLTVデータを  
共有し連携することで、送客の質を向上

独自の価値提供による  
シェア拡大

# M&A戦略

■ 人材投資は引き続き継続して重視。 PMIの目途がたち、**周辺領域や新規領域の投資・M&Aの検討を再開。**



# (参考) 資本業務提携

- LTVマーケティングの周辺領域との連携や新サービスの開発による付加価値向上を目的にデジタルプラス社およびプロジェクトカンパニー社と業務資本提携を締結。今後もLTVマーケティングの発展に資するパートナーとの連携を模索予定。



デジタルプラス



Project Company

実行日	2023年9月27日	2023年11月15日
払込金額	239,915,000円	401,550,000円
目的	デジタルギフトを活用したキャンペーン施策	マーケティング領域におけるサービス拡大
	新たに金融サービスの開発	顧客接点の拡大・関係性強化



**macbee**  
**Planet**