

2026年4月期 第3四半期 決算説明会資料

決算発表：2026年3月12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) (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

- 「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



■ 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

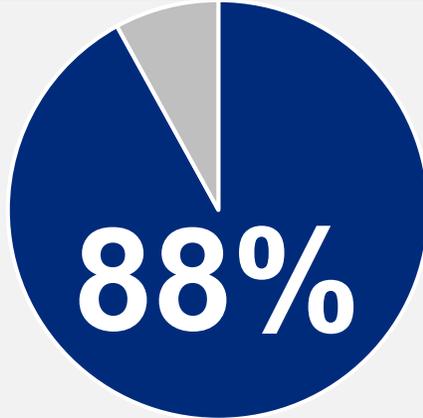


事業成長の背景

- 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)

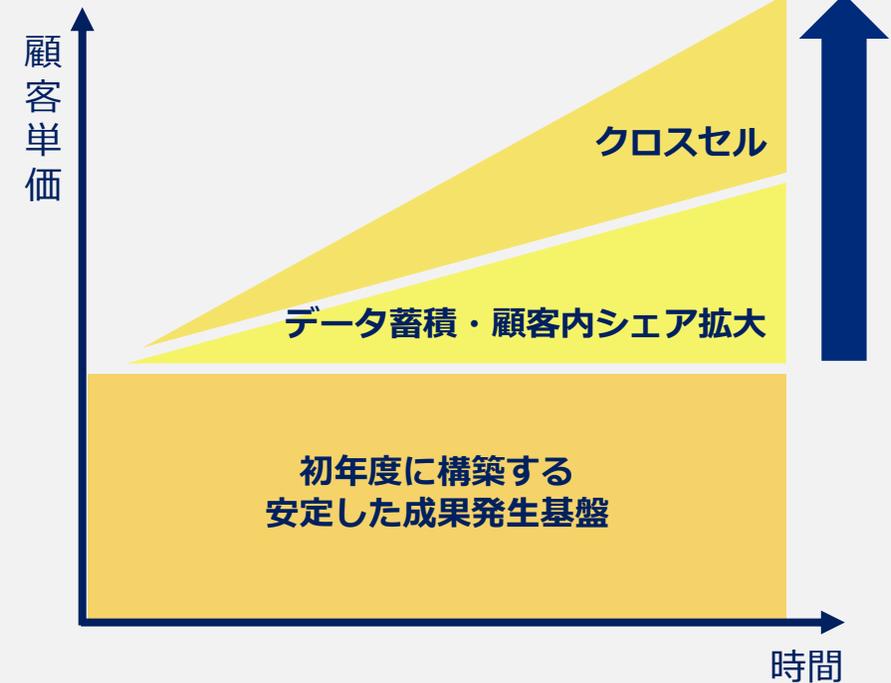
成果報酬の
データ蓄積/解析

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



*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)

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



※25.4期売上高

出所：2023年の国内総広告費は株式会社電通「日本の広告費」をもとに当社算出。2030年以降の成果報酬型の数値は当社推計

2026年4月期第3四半期 業績ハイライト



- 新規顧客の獲得は継続も既存大型顧客の個別事情の影響で前年同期並みの売上
- 粗利率低下と販管費増加の影響で営業利益および同利益率は前年同期比大幅減少

第3四半期業績（累計）

（単位：百万円）

FY2025 3Q累計	FY2026 3Q累計	前年同期比 増減率
売上収益	38,381	37,691 ▲2%

FY2025 3Q累計	FY2026 3Q累計	前年同期比 増減率
営業利益	4,031	2,606 ▲35%

営業利益率	10.5%	6.9% ▲3.6pt
-------	-------	-------------

売上収益

新規顧客は計画未達も前期以上に開拓。既存顧客は大型顧客数社の個別事情の影響で前年同期比売上/粗利減少

新規顧客

1,000万/月以上の新規案件獲得状況

5 → 10 (21)

FY2025 通期 FY2026 3Q累計（カッコ内は通期計画）

既存顧客

投資 証券での不正アクセスによる広告抑制（現状回復基調）

融資 媒体費高騰（回避策により一定回復）

医療 広告単価の見直し（2Q以降通期で継続見込み）

販管費

広告宣伝費、人件費の影響で前年同期比822百万円増加
（詳細次ページ）

営業利益増減内訳

- 売上総利益の減少や広告宣伝費および人件費の増加により前年同期比で減少
- 第4四半期および来期はAI活用を促進し採用は抑制。広告宣伝費も圧縮予定

(単位：百万円)



① 売上総利益減

前年同期比減少要因

- 【1Q】 融資・カード業界の粗利率減少
- 【1Q-2Q】 投資業界の広告出稿抑制
- 【2Q以降】 医療業界の広告単価の見直し

今後の見通し

融資・カード業界、投資業界は改善傾向も、医療業界の影響により全体では4Qは前期4Q対比で減少見込み。ただし、当期3Q対比では成長を想定

② 人件費/採用費増

前年同期比増加要因

昇給に加え、広告宣伝により優良な候補者の応募が増加したことにより、積極的に採用したことで前年同期比で人員も増加 (YoY+29名)

今後の見通し

AI活用を促進し、代替可能なメンバー層の採用は抑制する方針に切替。AIエンジニアや管理職クラスは引き続き採用予定

③ 広告宣伝費増

前年同期比増加要因

M&Aにより取得したPRクラウドテックを活用した認知施策の実行 (タクシー広告など) 2Qの1.5億円に対して3Qは0.5億円に抑制

今後の見通し

4Qも0.7億程度と前期4Qの1.57億対比で抑制する計画。一定の認知拡大を達成したことで、来期は年間3億円程度と当期より1.7億円程度削減予定

現在、生成AIがマーケティング環境に変化をもたらしている状況ですが、当社業績への短期的な影響は軽微です。当社としては状況を分析し、中長期的な成長機会へと転換するための準備を進めております。

1. 市場環境への影響

- 生成AIの台頭により、ユーザーの検索行動やコンテンツ消費のあり方が変容しています。
 - ✓ 検索行動の分極化: 「単なる調べもの（情報収集）」はAIへと移行し、従来の検索ボリュームは減少傾向にあります。
 - ✓ 購買検討領域への影響: 一方で、意思決定を伴う「購買検討」のための検索や、動画・インフルエンサーを通じた体験型コンテンツの需要は依然として高く、AIによる代替は部分的かつ限定的な状況です。

2. 当社事業への影響

- 市場全体では広告運用の「内製化」や「AI活用による自動化」が進むものの、当社の事業に短期的な影響はなく、当社の業績への影響は一部の大型案件の影響が中心です。
 - ✓ 内製化の影響: 従来の「手数料型の運用代行」としての価値はAIにより内製化の流れがございますが、当社は「成果報酬型」でサービスを提供しており、影響は軽微です。一方で、内製化が進むほど最終的な成果に対する当社の専門性が重宝され、AIを活用した「成果報酬型」のニーズへの移行期にもあると捉えています。
 - ✓ 既存の支援: 当社のコア領域である購買検討層へのアプローチにおいて、現時点で既存顧客の支援活動が大きく損なわれている事実はありません。
 - ✓ 売上/利益の成長鈍化は生成AIの影響ではなく、大型顧客の個社事情による影響です。

3. 当社の対応方針

- 生成AIの影響を脅威ではなく機会へと転換し、「成果報酬型」支援の拡大とマーケティング機能とAIを掛け合わせた中長期の成長に向けた準備を段階的に進めています。

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。