

2026年4月期 通期 決算説明会資料

決算発表日：2026年6月11日

[株式会社Macbee Planet](https://www.macbeeplanet.com)

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 (2026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	201人 (2026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

2026年4月期 取り組み

■ 中期経営計画の事業戦略に沿ってサービスを拡張するとともにIFRSの任意適用や自己株式取得も実施

◇ サービス拡張に向けた取り組み

2025.05

中計戦略：加速度的なM&A

SNSコンサルティング会社のグループイン（MOJA）

- 目的：成果報酬型サービスのラインアップの拡張およびSNSメディアを通じた効率的な顧客獲得による利益率の向上

2026.01

中計戦略：インターネット広告の次世代化

有カメディアとの提携による パーティカル・メディアのローンチ

- 目的：ウェルネス領域における新たな消費者接点の創出およびメディアへの支払報酬の一部取り込みによる利益率の向上

◇ 体制の整備

2025.07

IFRS（国際会計基準）の任意適用開始

- 目的：国際的な比較可能性の向上（IFRS適用による日本会計基準との差異はのれん償却の有無などで約5.5億の販管費減）

2026.04

自己株式取得（ToSTNeT-3）の実施

- 目的：機動的な事業運営及び企業価値向上に向けた取組みを加速させるための体制への移行（創業者松本氏の資産管理会社であるMG合同会社が応募）

2026年4月期 業績ハイライト



- 新規顧客の獲得数は増加するも、既存大型顧客の個別事情の影響を大きく受け、創業来初の減収減益で着地

(単位：百万円)

通期業績

	25.4期	26.4期	前期比 増減率
売上収益	51,675	50,579	▲2%

	25.4期	26.4期	前期比 増減率
営業利益	5,171	3,650	▲29%

営業利益率	10.0%	7.2%	▲2.8pt
-------	-------	-------------	--------

新規顧客

売上1,000万/月以上の新規案件獲得件数

5 → **10**

25.4期

26.4期

うち
3,000万/月以上が3件（前期1件）

既存顧客

投資

- ・証券での不正アクセスによる広告抑制は3Qより解消
- ・FX・暗号資産は市況の悪化などで低迷

融資

- ・1Qから生じた媒体費高騰の影響は4Qには解消
- ・繁忙期の影響もあり、4Q会計期間は過去最高を更新

医療

- ・オンライン診療は2Q以降広告単価の見直しで売上下落
- ・対面診療は好調に推移

営業利益増減内訳

- 減益の主要因は大型顧客の個別事情の影響による売上総利益の減少と人件費増
- 広告宣伝により会社の認知度が向上し、応募増に伴い積極的に採用

(単位：百万円)



① 売上総利益減

要因

- 1Q：融資・カード業界の原価高騰
- 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

② 人件費/採用費増

要因

- 広告宣伝効果により、優良な候補者からの応募が増加したため、積極的に採用 (YoY+19名)
- 昇給及び株式報酬付与

③ 広告宣伝費増

要因

- 前期の下期よりブランディング・認知度向上のための露出を強化 (タクシー広告、イベント協賛など)
- 企業版ふるさと納税

- 時代に即したマーケティングのあり方を定義し、成長を実現

ビジョン

革新的なマーケティングにより、世界を牽引する企業になる。

新たなマーケティングのあり方を定義し、市場No.1に

- ・「LTVマーケティング*」を提唱し、世の中に概念として浸透させ、現代のマーケティングのあり方を再定義
- ・検索を中心としたインターネット広告市場の成果報酬型領域において、「LTVマーケティング」でトップシェアを確立

*ユーザーの利用金額/継続期間を最大化し、広告費用対効果をも最適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

- 潜在層向け広告の市場規模が急拡大するなど、事業環境は大きく変化
- AIを活用しつつ、成長している潜在層向け広告を成果報酬型で開拓する

現状：「LTVマーケティング」で、インターネット広告市場の成果報酬型領域においてトップシェア

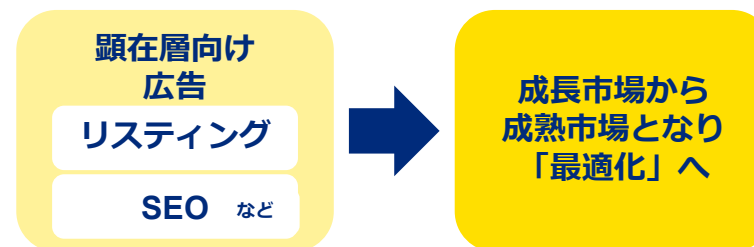
機会

- インターネット広告市場では、検索時に表示される顕在層向け広告より、SNS、リテール、各種タイアップなどの潜在層向け広告の方が大規模になっており、現在も拡大し続けている
- AIを活用し、パーソナライズされたクリエイティブを安価に制作することで、上記市場を成果報酬型の「LTVマーケティング」に移行する土壌が整いつつある

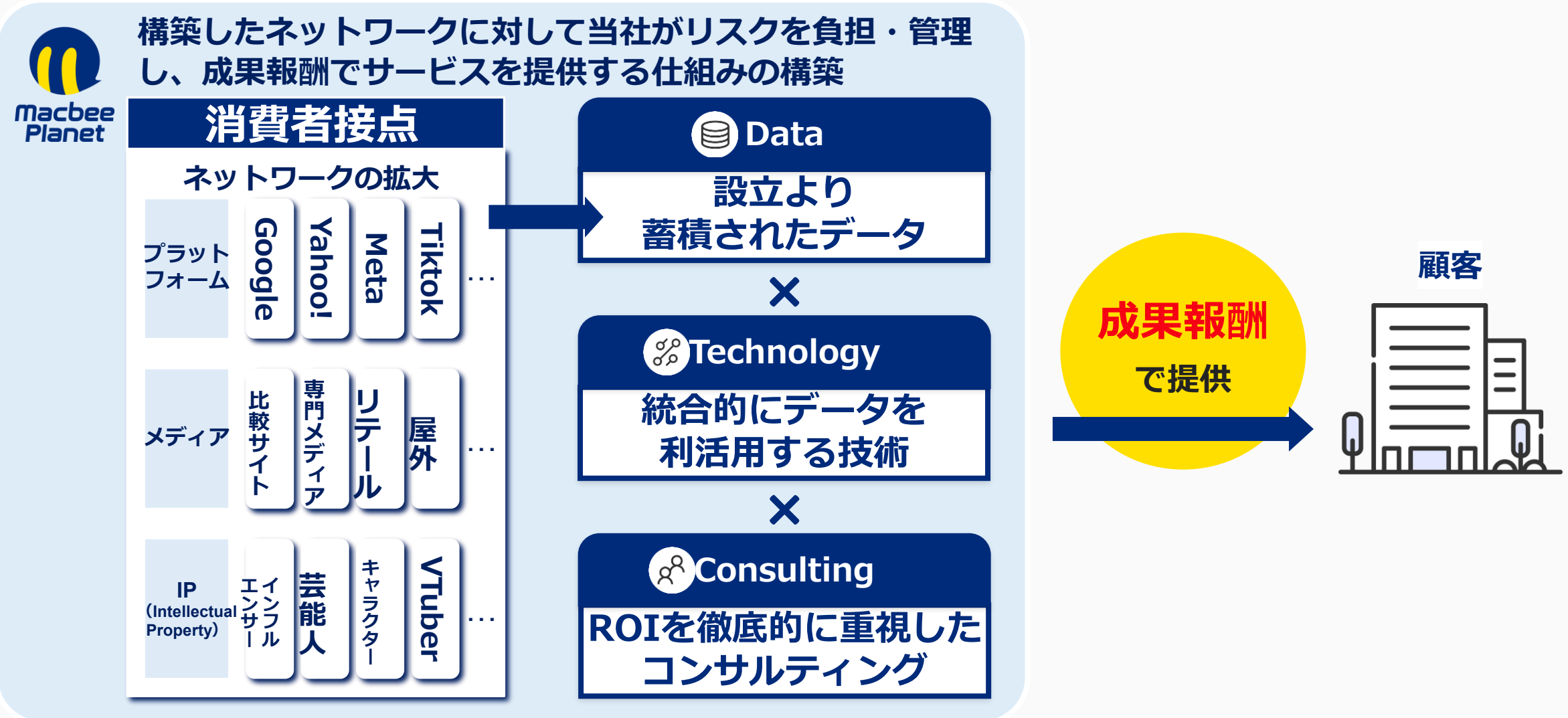


脅威

- AIの進化により、消費者の検索を待ち構える顕在層向け広告（リスティング/SEOなど）は「最大化」から「最適化」へ移行
- 上記はインハウス化（内製化）の流れも受け、成長は鈍化・横ばいとなり、成果報酬型の当社も同様の手法は成長鈍化を想定

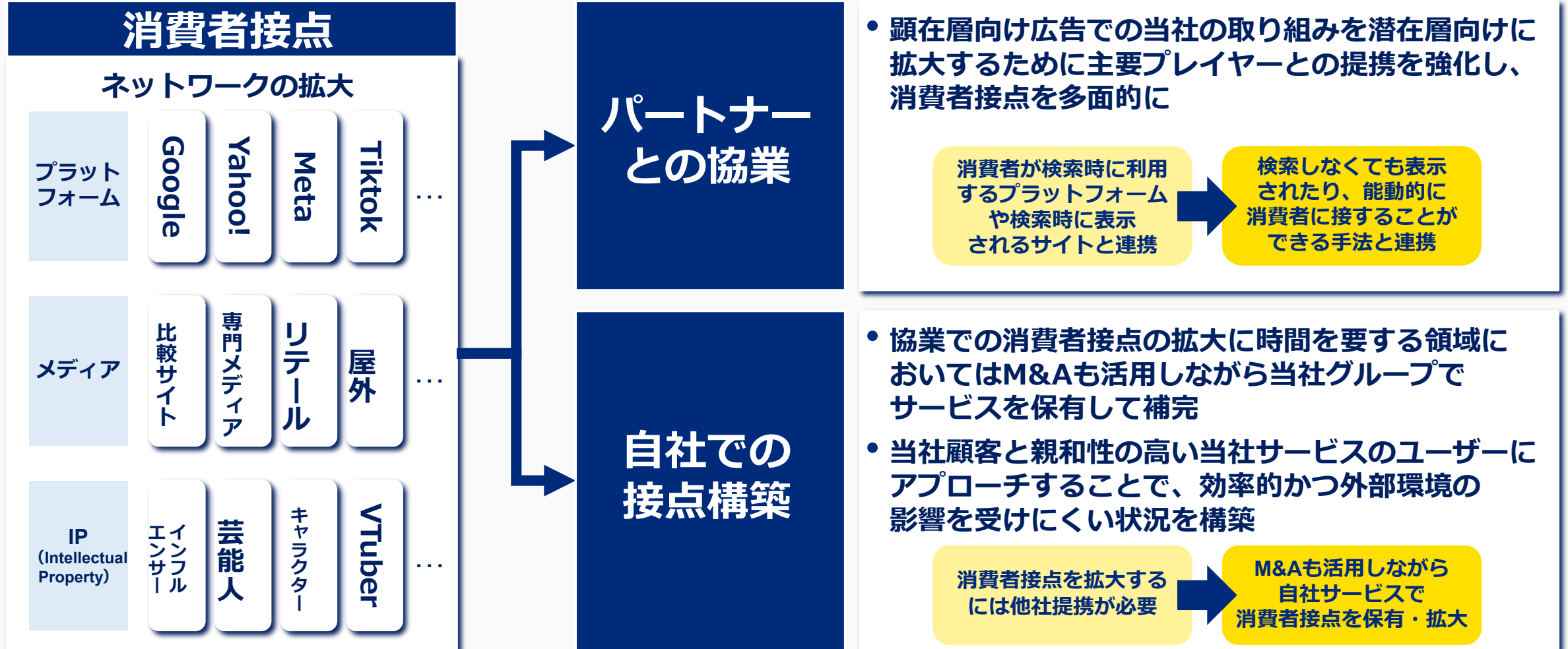


- 消費者接点を有するネットワークにおける広告配分を定量的にコントロールし、成果報酬型で提供する「LTVマーケティング」のサービス設計が普遍的な強み



今後の成長ドライバー

- 潜在層へのターゲットの拡大に向けてパートナーとの協業を強化
- M&Aを活用しながら自社での消費者接点も構築して拡大



2027年4月期業績予想

- 改革に向けた投資も踏まえて、売上収益510億円 営業利益30億円と予想
- 配当に関しては配当性向20%の方針を変更し、55円を維持する予定

	26.4期	27.4期
(単位：百万円)	実績	予想
売上収益	50,579	51,000
(前期比)	▲2.1%	+0.8%
営業利益	3,650	3,000
(前期比)	▲29.4%	▲17.8%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	2,353	1,900
(前期比)	▲31.6%	▲19.3%
基本的1株当たり当期利益	169.49円	152.53円
1株当たり配当金	55.00円*	55.00円

*予定

業績予想の前提

前期比増減

売上収益	<ul style="list-style-type: none"> 金融：横ばい (投資▲15~20億、融資・カードとその他合計で同程度増) ウェルネス：+20億 その他：▲20億
売上総利益	▲5億
販管費	<ul style="list-style-type: none"> 広告宣伝費：▲1.5億 人件費：+1.5億 M&A関連費用、施策推進費用：+1.5億

4月23日時点の開示

2026年4月期通期の業績見込みに関しては、売上収益は業績予想（修正後）より微減の500億円前後となるものの、営業利益は概ね業績予想通りとなる見込みです。また、2027年4月期の業績に関しては、現在、売上収益および営業利益は、ともに今期と同等水準を見込んでおります。正確な見通しは精査の上、2026年4月期の通期決算にて開示する予定です。

営利で6.5億のマイナス影響

- 売上総利益：約5億減少
 - 証券業界：顧客側の提携/組織構造の変更による商流変更
 - 土業向け：業界としての広告手法の見直し
- 販管費：M&A関連費用、施策推進費用合計で約1.5億追加

直近開示からの変化