



Makuake

2022年9月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社マクアケ
(証券コード：4479)

マクアケが目指す世界

- ビジョンとミッションのもと、消費者が求めるアタラシイと企業が世の中に出したいアタラシイの結びつきによって豊かになる社会を目指しています。

Vision

生まれるべきものが生まれ
広がるべきものが広がり
残るべきものが残る世界の実現

Mission

世界をつなぎ、アタラシイを創る

Standard

- 私たちにはビジョンがある。
- 挑戦を愛し、自ら幕を開ける。
- 技術に寄り添い、社会に価値を届ける。
- 理解することをあきらめない。
- 360°の成功にこだわる。
- ワンチームなプロ集団。
- 崇高をめざそう。

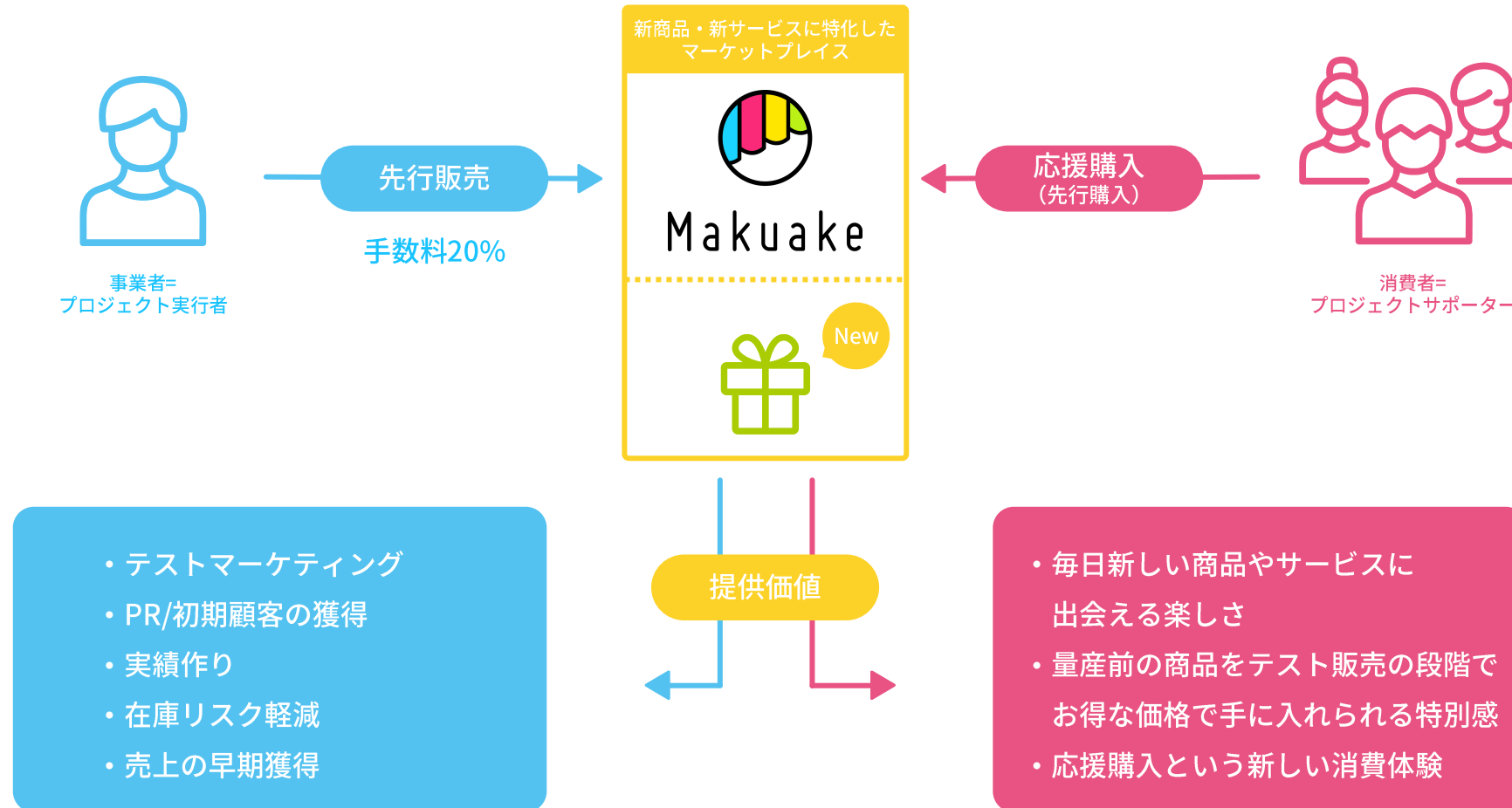
新商品や新サービスのデビューの場Makuake

- 新商品や新サービスのデビューに際して、消費者がいち早く応援購入できるマーケットプレイスです。



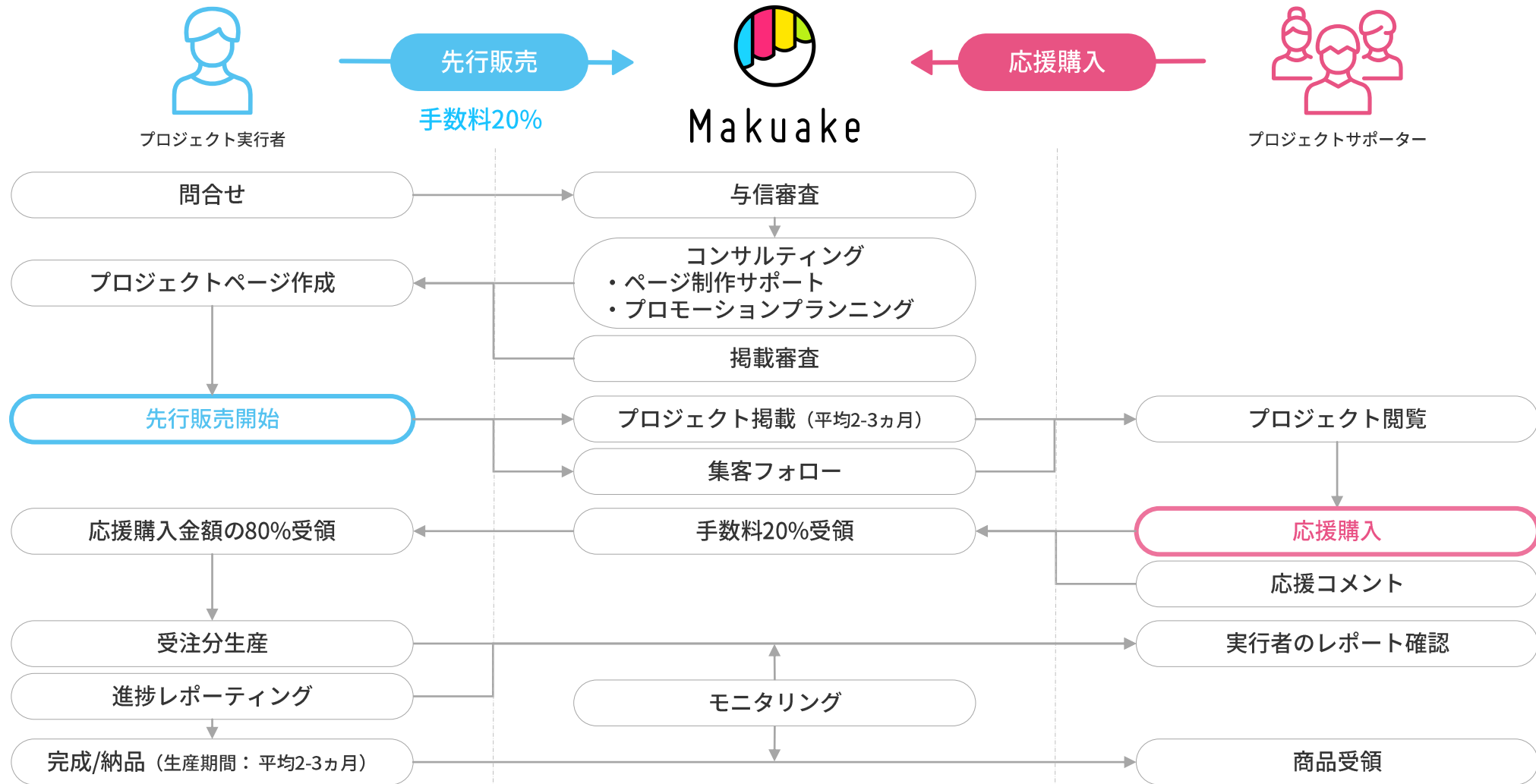
Makuakeのサービスモデル

- 事業者は企画中の新商品や新サービスをMakuakeで先行販売でき、消費者は気に入った商品を応援の気持ちを含めて先行購入できる仕組みとなっています。



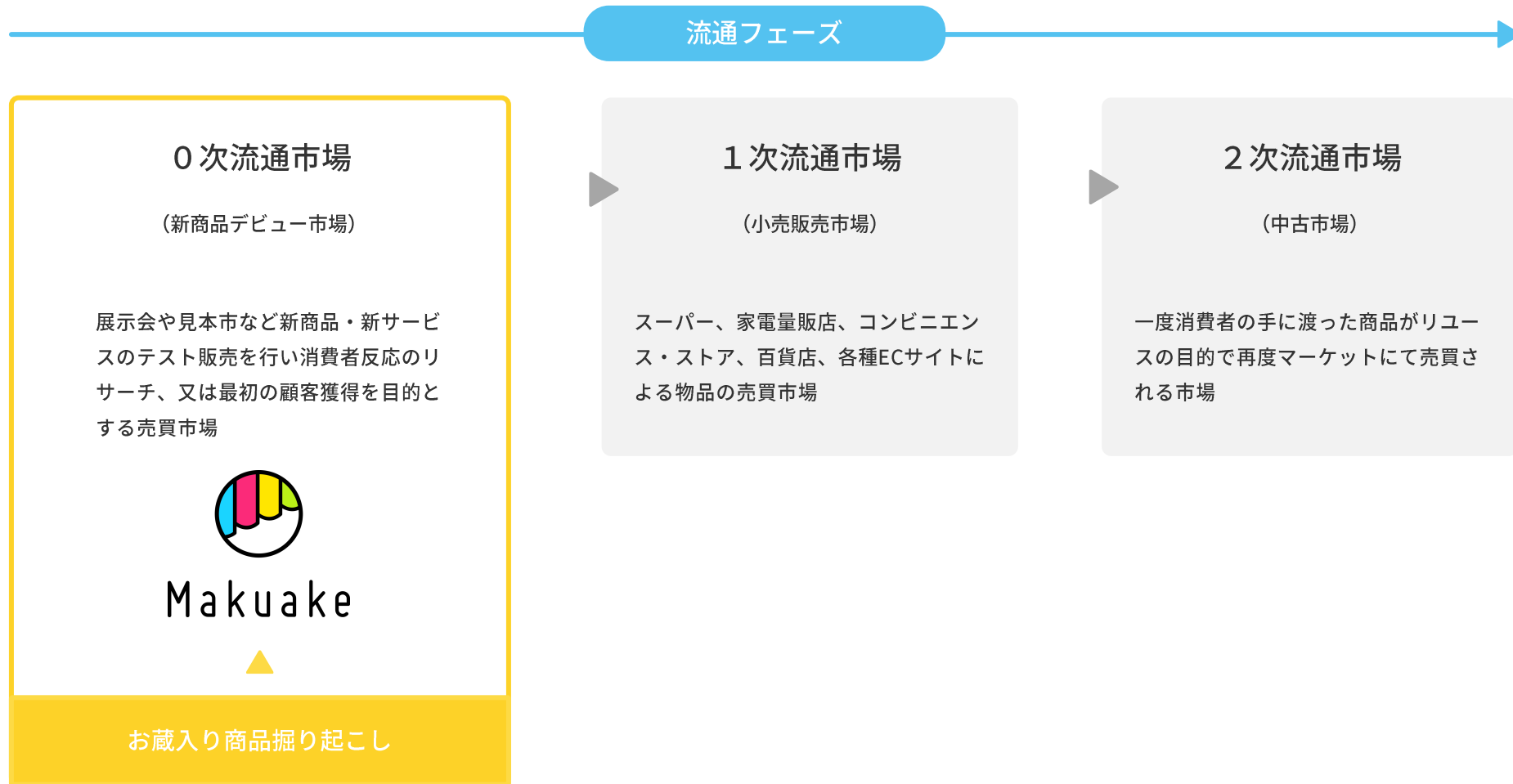
Makuakeのステップ

- 掲載希望の問い合わせから商品のお届けまでの間、プロジェクトの魅力を引き出すとともに健全性を保つためのオペレーションを実施しています。



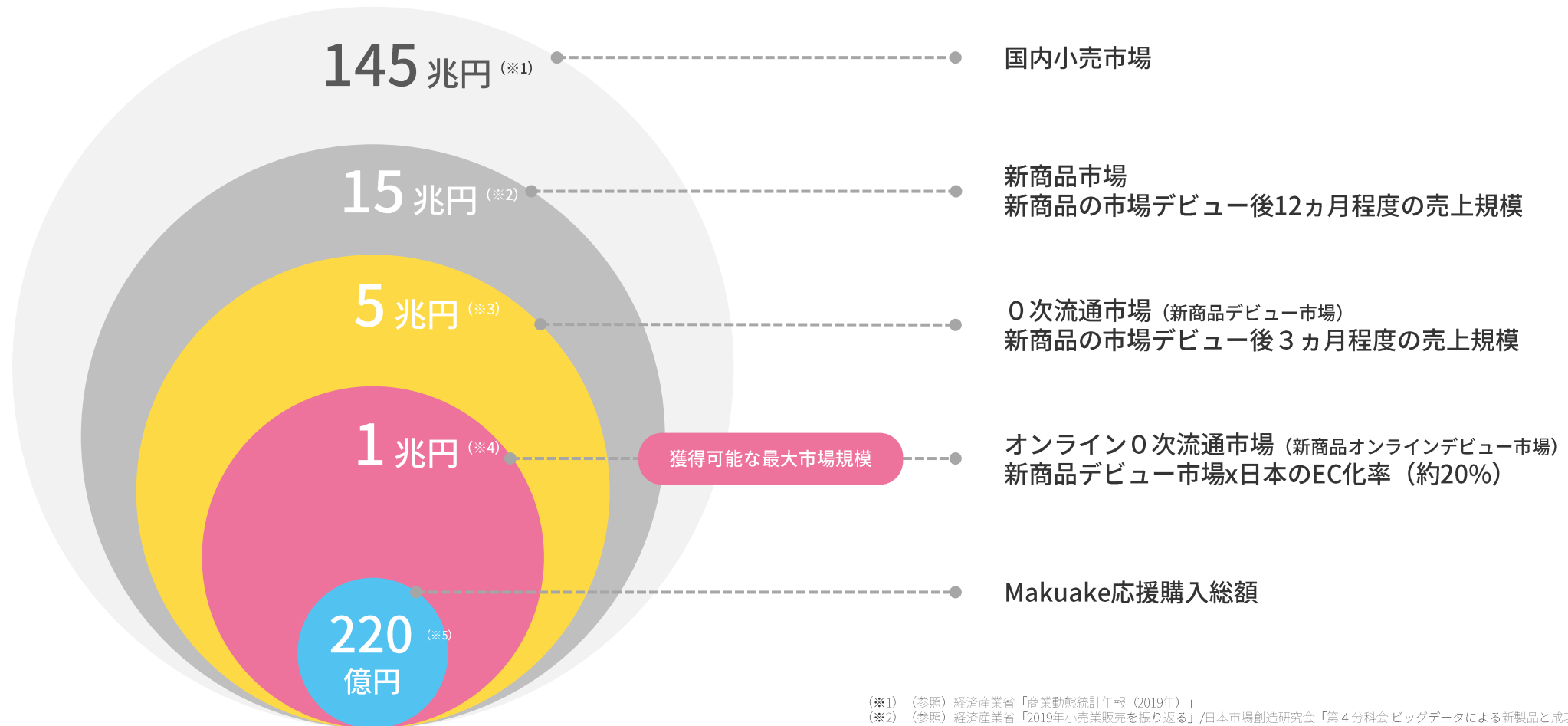
ターゲット市場

- マクアケはテクノロジーの壁やオペレーションの難易度が高く誰もオンライン化できなかった「0次流通市場」という新市場を開拓、創出することで新商品や新サービスが生まれやすい環境づくりに挑戦を続けています。



獲得可能な最大市場規模

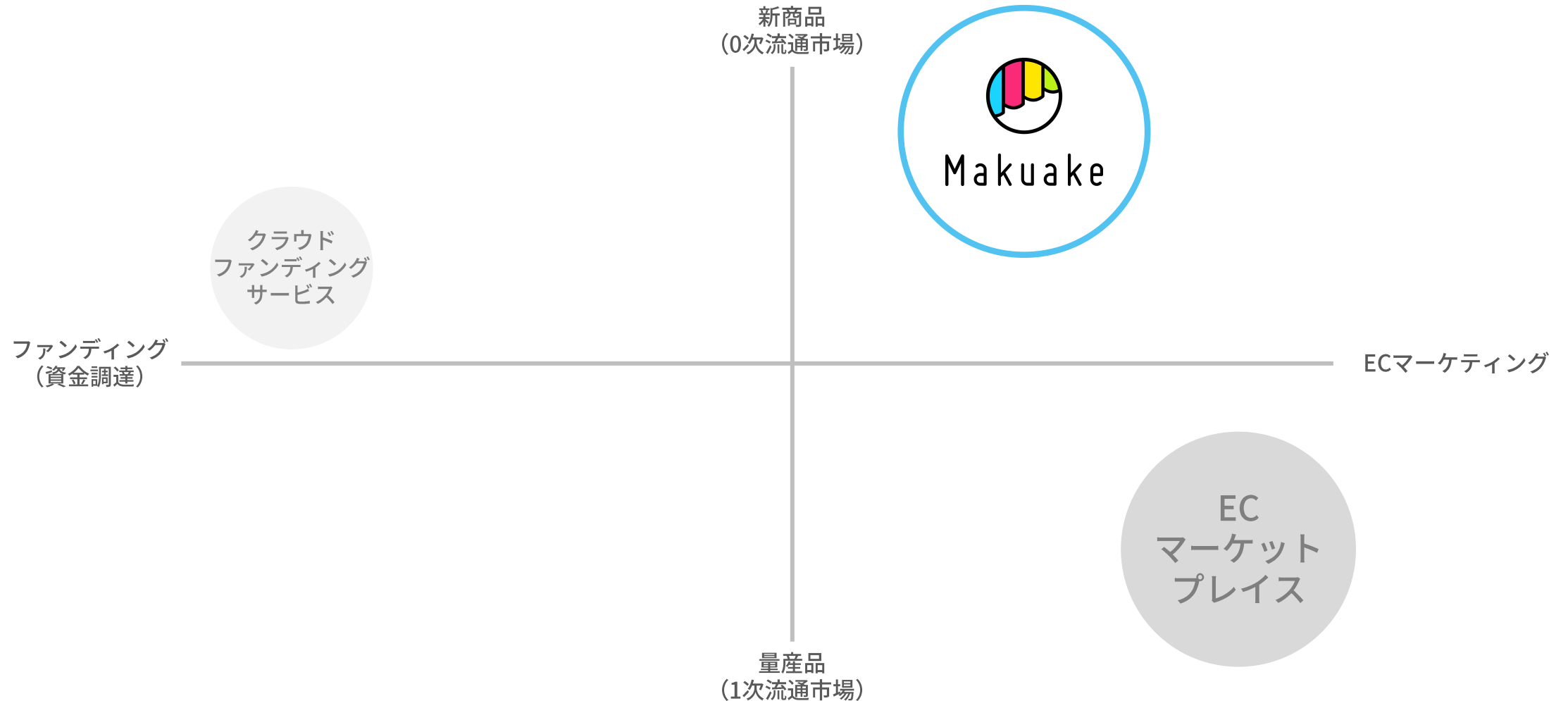
- 新商品デビュー市場である0次流通市場の中でも1兆円規模のオンラインの0次流通市場が当社の獲得可能な最大市場であると認識しています。



(※1) (参照) 経済産業省「商業動態統計年報(2019年)」
(※2) (参照) 経済産業省「2019年小売業販売を振り返る」/日本市場創造研究会「第4分科会ビッグデータによる新製品と成功率の研究」
小売業規模x小売販売における新製品売上比率
(※3) 新商品の売上金額が一番積みあがるデビュー後3ヵ月程度の市場規模：当社算出
(※4) 新商品デビュー市場におけるEC市場規模：当社算出/(参照) NRI「ITナビゲーター2019年版」B2CEC市場の成長率をもとに当社算出
(※5) 当社の2022年9月期応援購入総額予想

Makuakeの競合環境

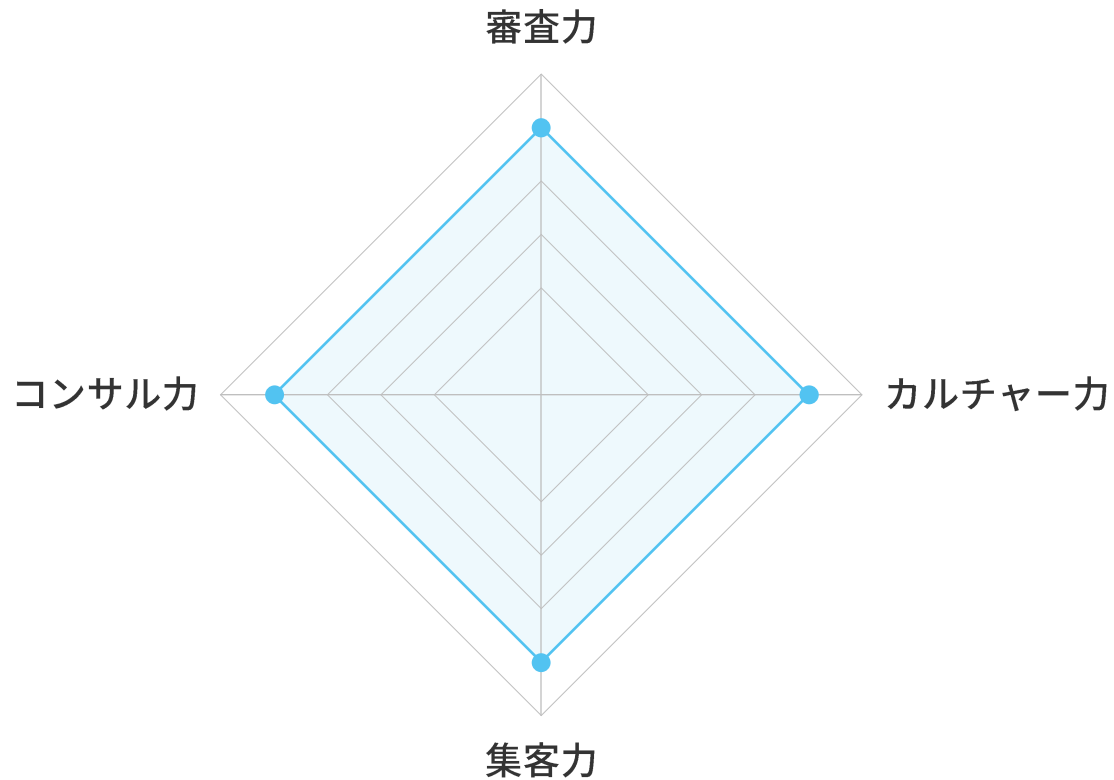
- 流通前の新商品や新サービスに特化した先行販売モデルを確立したことで、従来のECマーケットプレイスやクラウドファンディングサイトとは異なる独自のポジションを築き、単独プレイヤーとして事業を運営しています。



アタラシイを生み出すMakuakeの競争力

- 新商品や新サービスのマーケットプレイスに必要な4つの「力」は一つでも欠けることなく、バランスを維持することが大切であり、長年磨き上げてきたノウハウの蓄積は当社の強い競争力となっています。

Makuakeが有する競争力



新商品や新サービスデビューのマーケットプレイスに必要な「力」

審査力

作る前に売る新商品や新サービスに関する実現性や商品説明に関する蓋然性及び各種関連規制法令への適合性を審査する力

コンサル力

商品の魅力が十分に伝わるよう実行者とのコミュニケーションの中で商品の魅力を引き出し、最大化するコンサル力

カルチャー力

安く買い、早く届く買い物ではなく、こだわりたい嗜好のものを応援したい実行者から購入する意味消費、価値消費の「価値共有」カルチャー力

集客力

新商品や新サービスが毎日何十件も生まれるマーケットプレイスとして、生活者の次のニーズを先取りできるメディアとしての集客力

他社が継続的に参入挑戦をするが、事業化できない理由（大きな参入障壁）

Makuakeの関連サービスが作る生態系

- 新商品や新サービスの企画からマーケットデビュー、量産後の売上規模拡大までをサポートすることで、各種マーケットデータを蓄積し、事業者には次の新商品へのヒントを、消費者には新しいものを提供し続けています。





決算情報

業績

- コロナ禍の急成長の反動で起きたユーザー体験の悪化に対応するためのオペレーション改善及び機能改善の過程であることから、応援購入総額（GMV）が前年同期比5.2%減少

KPI

- 掲載開始数は営業日が少ない2Qに減少する季節性に加え審査基準を強化したことにより前四半期比で減少、前年同期比は16.3%増加
- アクセスUUは掲載開始数及びメディア露出数の減少により前四半期比で微減、前年同期比は28.2%増加
- CVR改善施策の効果が2Q末に表れ、0.1pt向上

体制

- オペレーション改善のための採用は一段落し、育成のフェーズへ
- ユーザー体験向上に向き合う開発チームの人員強化
- データLab分析結果を活用し、キュレーター業務の効率化推進

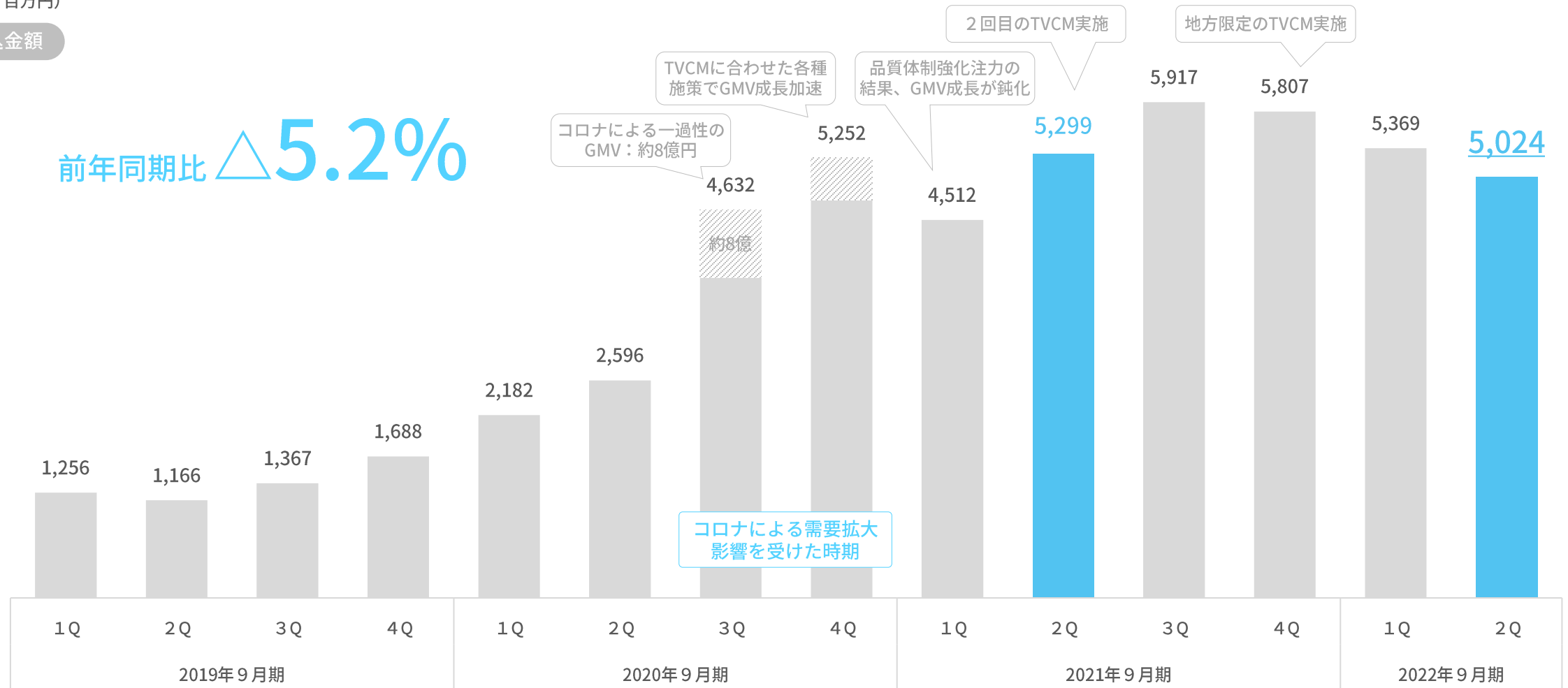
応援購入総額（GMV）の四半期推移

- ・コロナ禍で急成長の反動によりMakuakeにおけるユーザー体験が悪化したため、オペレーション改善や新機能開発等よりユーザー体験向上を図っていますが、今なお施策遂行の過程であることからGMVが減少しました。

(単位：百万円)

税込金額

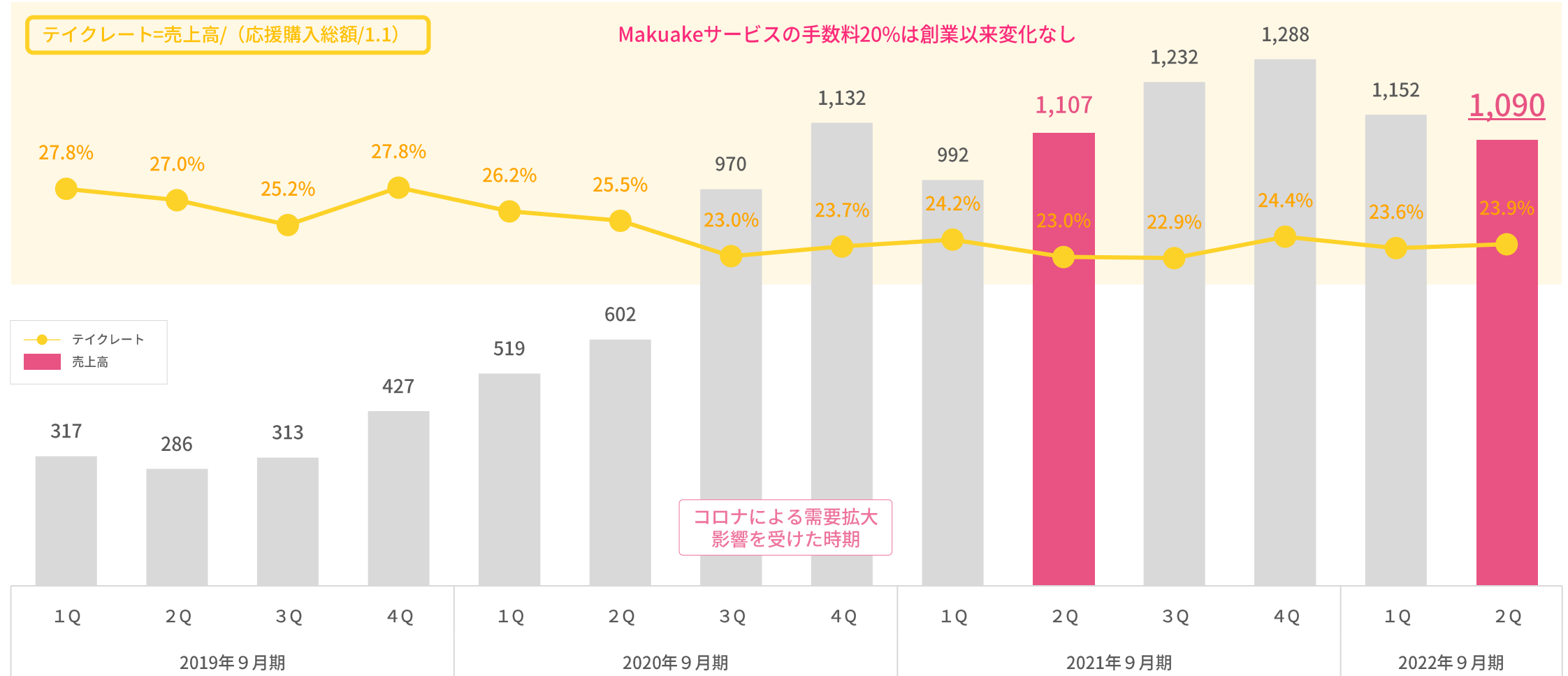
前年同期比 $\triangle 5.2\%$



売上高及びテイクレート推移

- 売上高はGMVの低下により前年同期比1.5%減少した一方で、Makuake以外のサービスにおける売上高が前年同期比成長したことによりテイクレートが0.9pt伸びました。

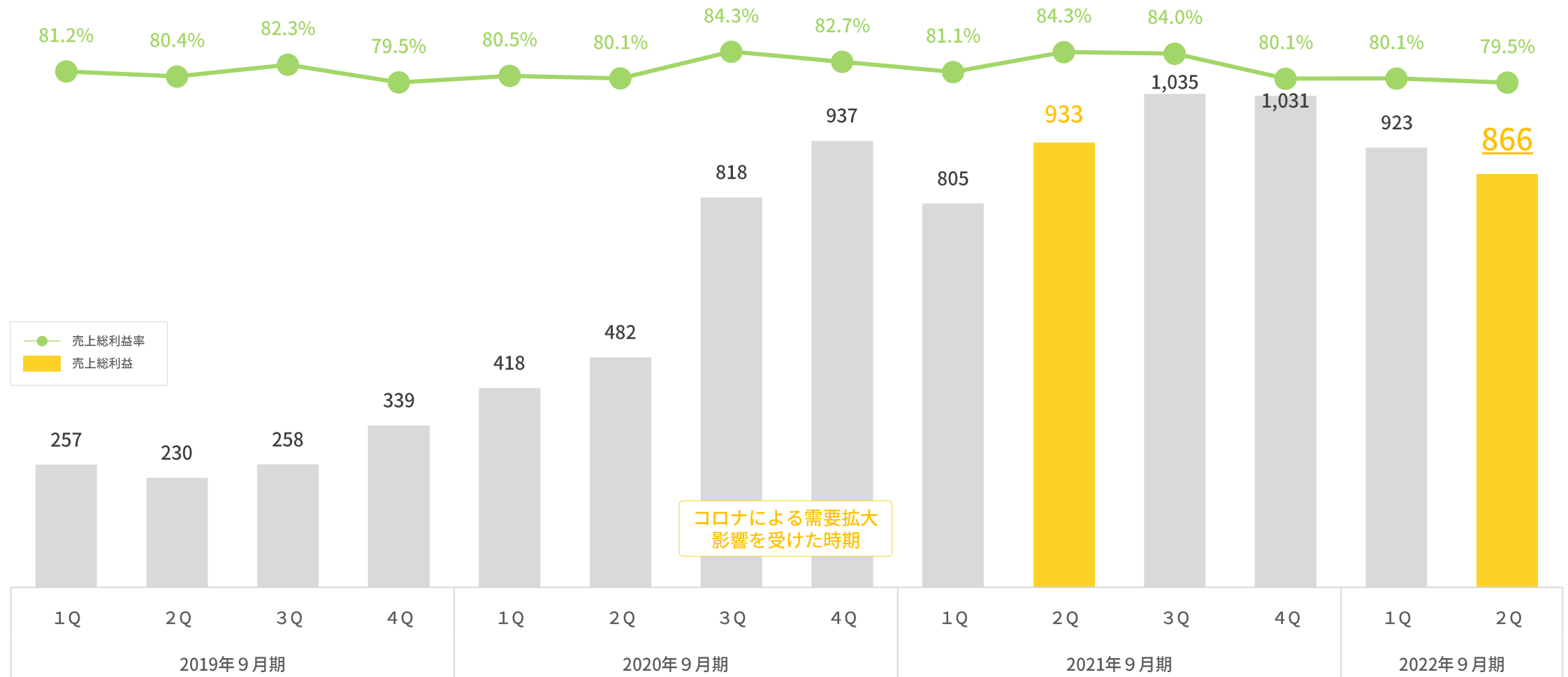
(単位：百万円)



売上総利益及び売上総利益率推移

- 売上総利益は新機能のリリースによるソフトウェア償却費の増加や人員増加によるサーバー利用料の増加により前年同期比7.1%減少しました。また、売上総利益率も前年同期比4.8pt下がりました。

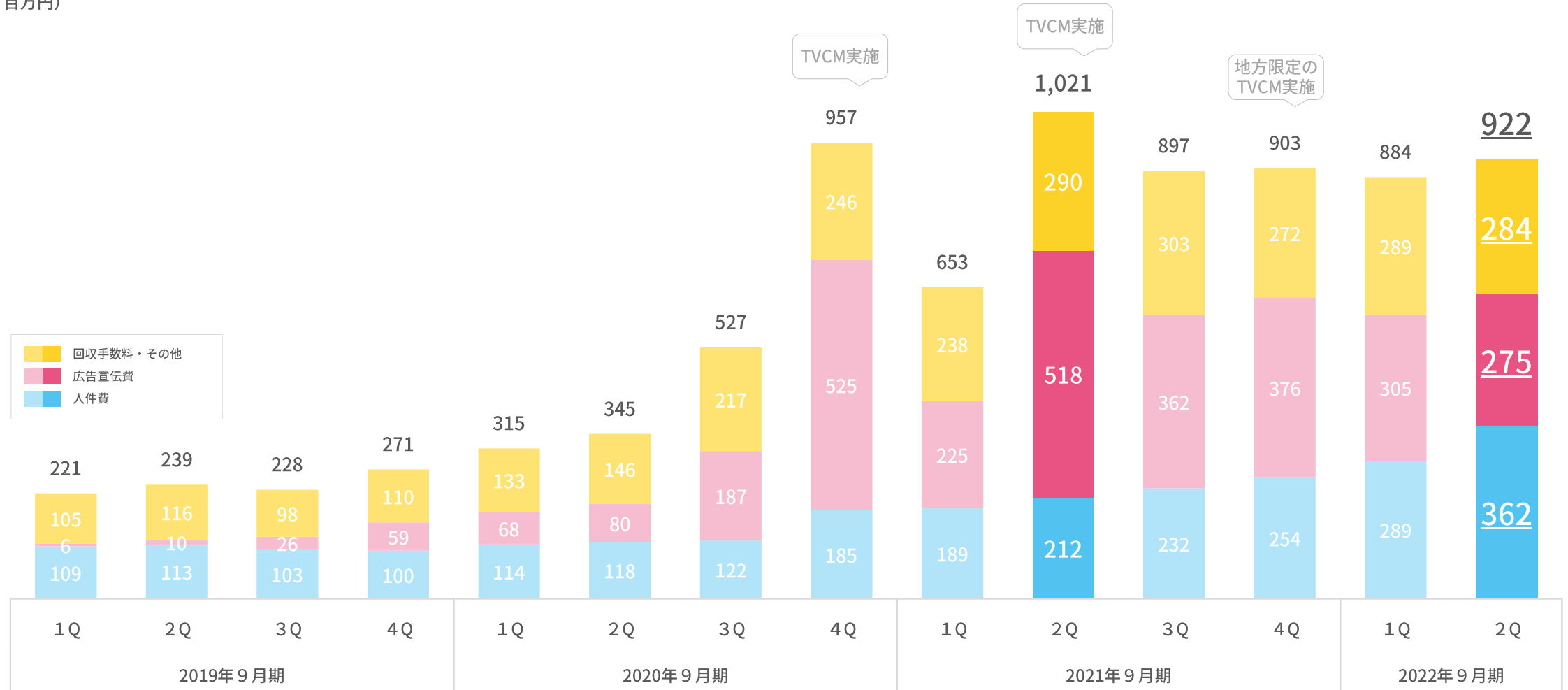
(単位：百万円)



販管費推移

- 上半期に掛けてオペレーション改善を目的とした人材採用に積極的な先行投資を進めたことにより人件費が増えましたが、大型プロモーションの実施はなかったため広告宣伝費が減り、販管費は前年同期比9.7%減少しました。

(単位：百万円)

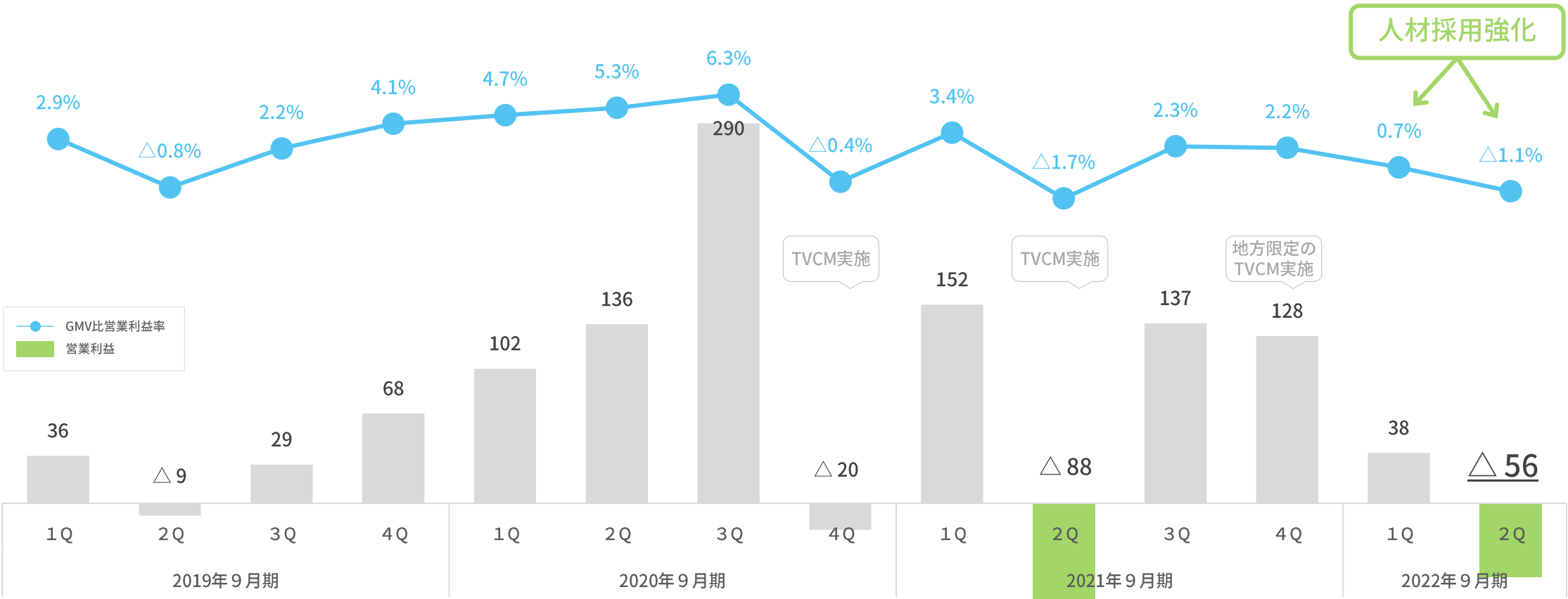


(※) 2022年9月期2Qから人件費の科目を見直しています。

営業利益及びGMV比営業利益率推移

・ 人材採用への先行投資を強化した結果、2Qは営業利益が一時的にマイナスに転じました。

(単位：百万円)

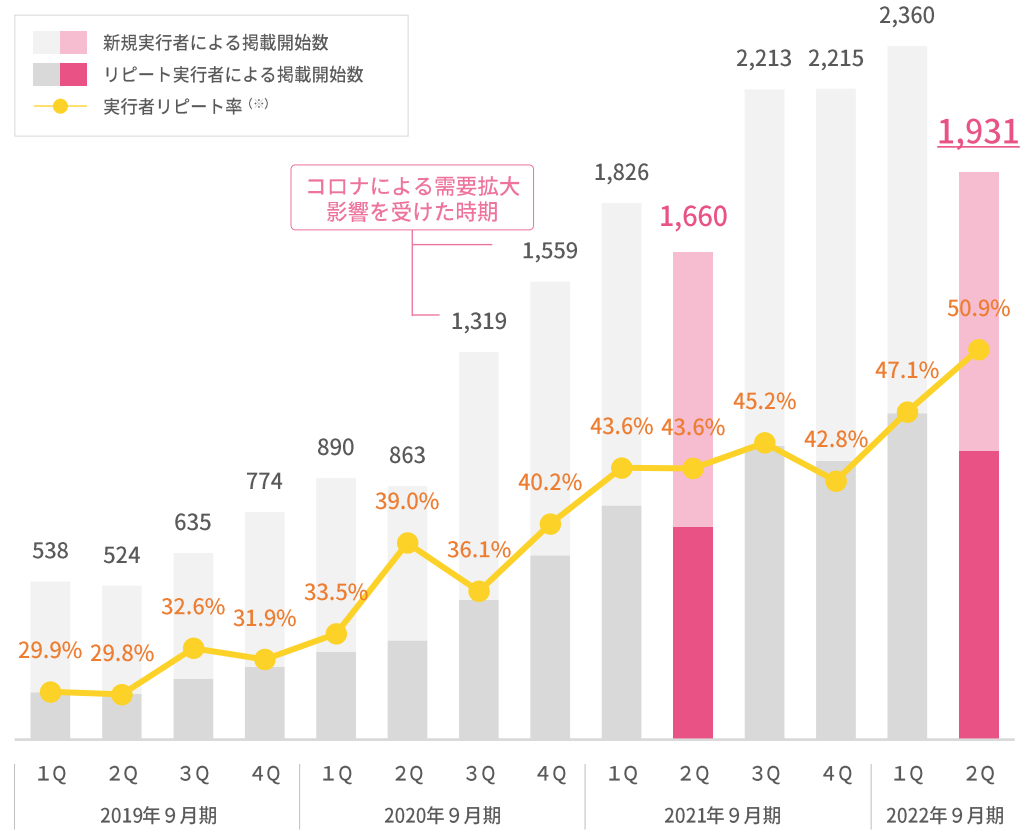


重要指標の推移 (1)

・掲載開始数は2Qに減少する季節性に加え、審査基準を強化したことにより前四半期比で減少しましたが、前年同期比16.3%増加しました。リピート応援購入率は引き続き70%を超える高い水準を維持しています。

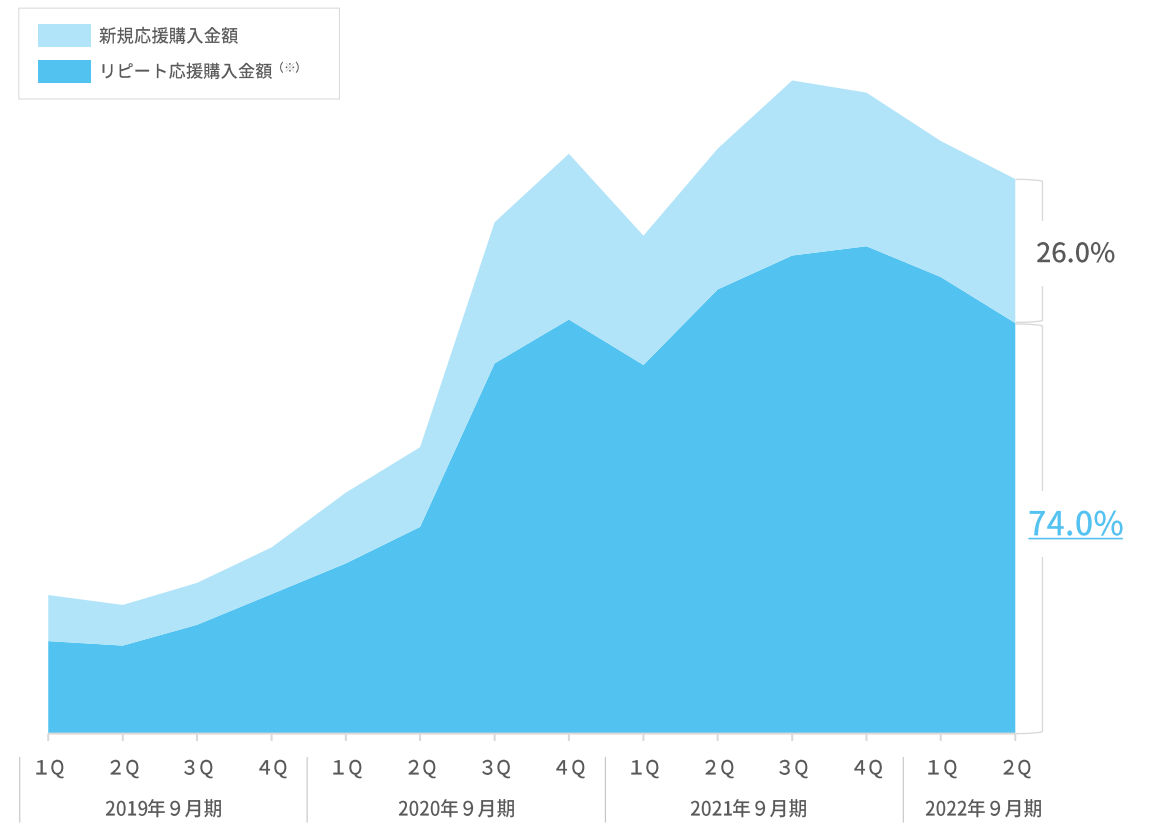
(単位：件)

掲載開始数



(※) 期間中の掲載開始数のうち、過去1年間に於いて掲載実績があるプロジェクト実行者の掲載開始率

リピート応援購入率



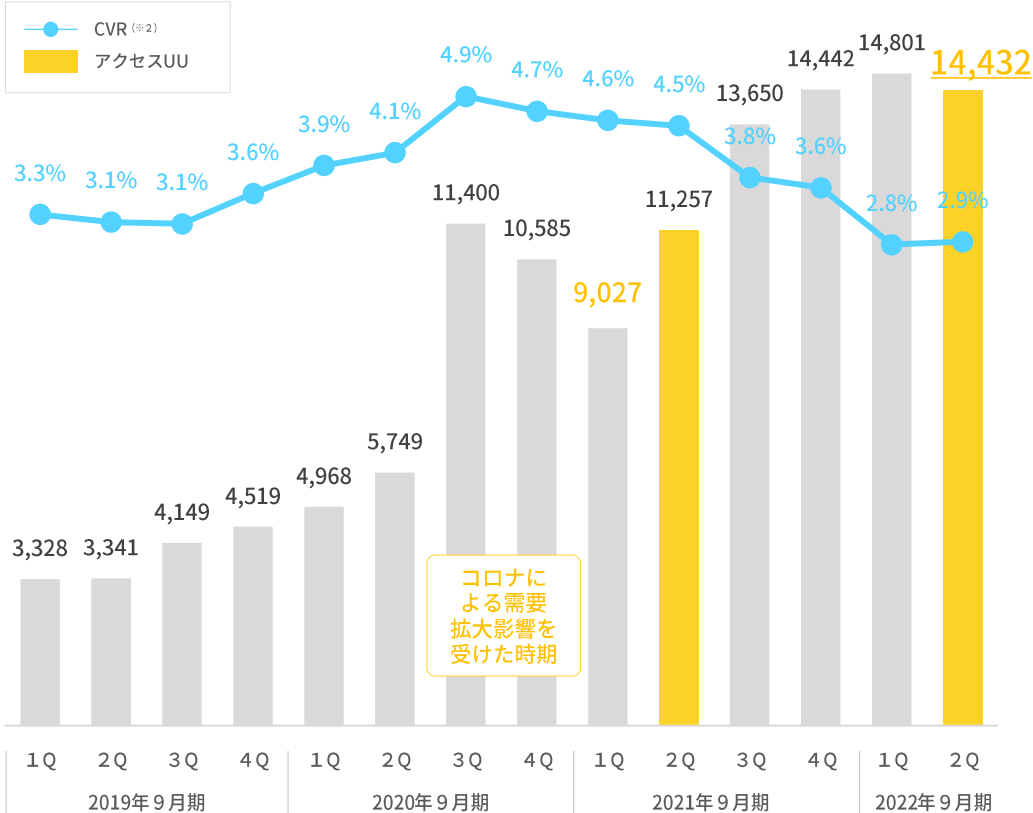
(※) Makuakeサービスにおける応援購入総額のうち、過去1年間に於いて応援購入実績があるプロジェクトサポーターの応援購入金額の割合 (2020年9月期より集計方法を改善し、精度を上げました。)

重要指標の推移 (2)

・掲載開始数及びメディア露出数の減少によりアクセスUUは前四半期比で微減しましたが、前年同期比28.2%増加しました。会員数はアクセスUUの微減に影響なく堅調に推移しています。

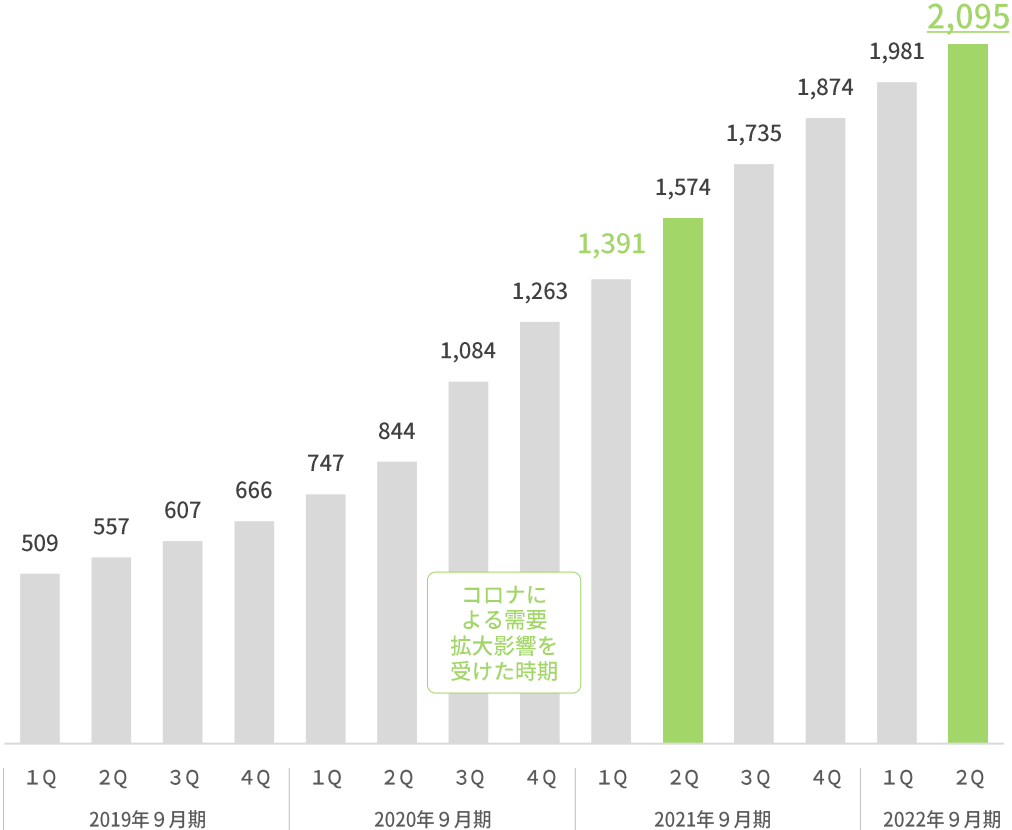
(単位：千人)

アクセスUU ^(※1)



(単位：千人)

会員数 ^(※)

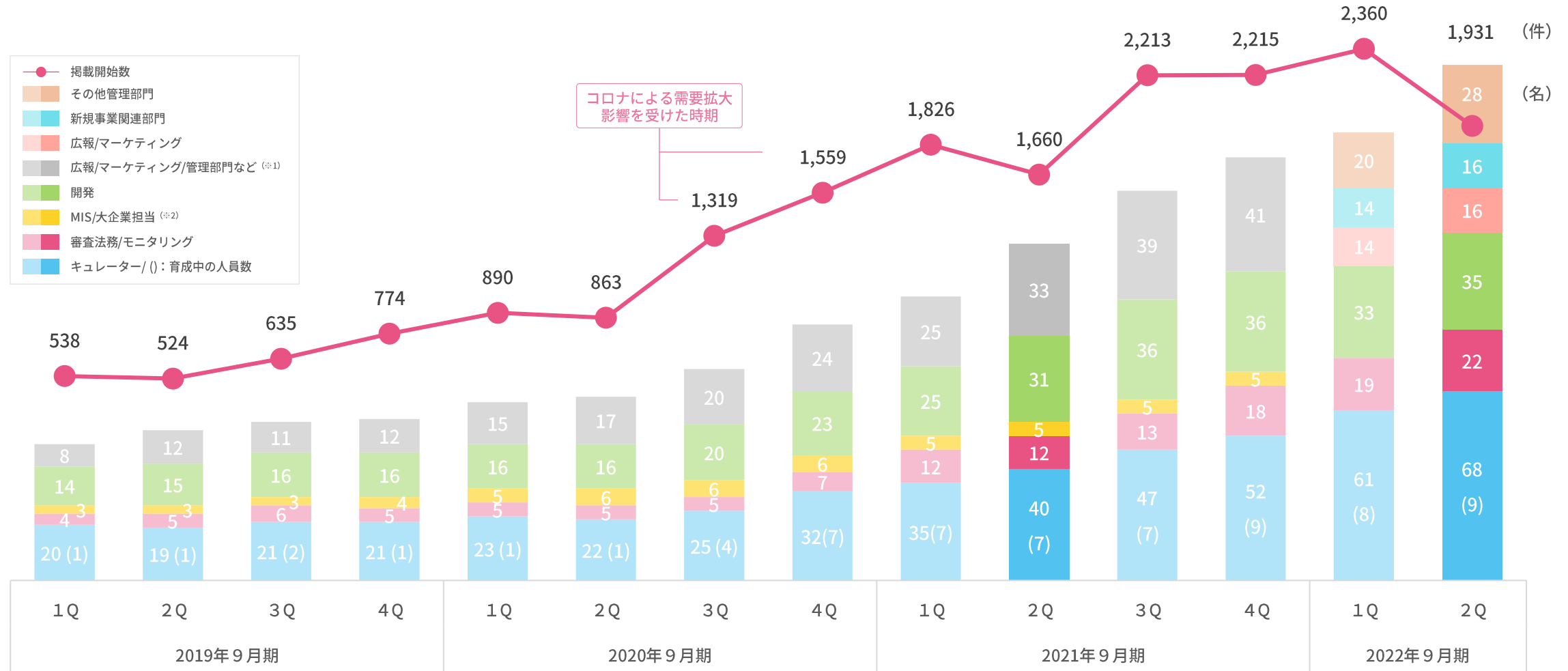


(※1) 期間中にMakuakeを訪れた人数
 (※2) CVR：コンバージョン率。MakuakeにおけるアクセスUUの応援購入率
 応援購入件数÷アクセスUU。応援購入件数はAppendixをご確認ください。

(※) 会員登録した人の累計≧1度でも応援購入したことのある人

掲載開始数及び人員数推移

- コロナ禍で急増した掲載開始数規模に対応できるキュレーター及び審査法務人員を2Qで十分確保することができました。また、中長期成長を見据えサポーター資産やブランド資産の蓄積を担う人員の獲得も進めています。



(※1) 2022年9月期1Qから「広報/マーケティング/管理部門など」の人員を「広報/マーケティング」「新規事業関連部門」「その他管理部門」に分けて表示しています。
 (※2) MIS/大企業担当人員はキュレーター業務との兼務が増えたため、2022年9月期1Qからキュレーター人員に合算しています。

2022年9月期2Qに掲載を始めた主なプロジェクト

- 引き続きガジェット系のプロジェクトが人気を集める中、他社とのコラボよりこれまでと異なるこだわりの新商品に挑戦するプロジェクトが目立ちました。

日本初登場
ECOVACSブランド
最高峰
吸引+水拭き
モップまで自動洗浄&乾燥!
DEEBOT TURBO
by Anido Invenio Design

応援購入総額 68,372,500円
目標金額 1,000,000円
53.7%

サポーター 659人
残り 終了
応援購入する

ロボット掃除機一筋の専門家ECOVACSが贈る最高傑作 | DEEBOT TURBO

ロボット掃除機

Hello,
MIRROR FIT.
に映る新しい私。

応援購入総額 53,783,260円
目標金額 1,000,000円
53.7%

サポーター 332人
残り 15日
応援購入する

自宅をジムに。あなたの続けられるにフィットする、『MIRROR FIT.』

IoTフィットネス家電

応援購入総額 34,007,000円
目標金額 3,000,000円
53.3%

サポーター 160人
残り 25日
応援購入する

日本人でわずか3人、独立時計師・牧原大造氏とKnotが初のコラボレーション
日本の時計ブランドと時計職人のコラボ時計

BRAIN SLEEP
ALL IN ONE
これひとつで
どこでも
快適な眠りへ

応援購入総額 45,679,700円
目標金額 1,000,000円
45.6%

サポーター 830人
残り 終了
応援購入する

ミニマル高機能 ブレインスリープ マットレス・枕・布団が一つになったスリ
マットレス・枕・布団が一つオールインワンベッド

応援購入総額 8,835,200円
目標金額 1,650,000円
53.5%

サポーター 98人
残り 終了
応援購入する

『北斗の拳 黒王号セット』覇王の風格漂う黒王号ボトルと焼酎グラスを先行
「北斗の拳」の焼酎ボトルとグラスセット

MAX 70km
最高時速
走行可能
“電動バイク”

応援購入総額 124,095,200円
目標金額 1,000,000円
52.45%

サポーター 724人
残り 46日
応援購入する

街乗りも、冒険も。近未来型3WAY電動バイク「COSWHEEL MIRAI」
3WAY電動バイク

日本発 & Made in Japan
コンディション管理用スマートリング
ソクサイ
SOXAI Ring
睡眠状態 活動量 ストレ

応援購入総額 46,759,000円
目標金額 1,000,000円
46.7%

サポーター 1,815人
残り 45日
応援購入する

指から本当の自分を
知ること、生活が変わる。

睡眠・心身の状態を正確に分析可能な日本発スマートリング | SOXAI Ring
日本発スマートリング

幻のデニム
RAINBOW JEANS
～大豪雨からの復讐を目指して～

応援購入総額 30,757,100円
目標金額 1,000,000円
50.7%

サポーター 1,171人
残り 25日
応援購入する

豪雨災害で途絶えた幻のデニム生地『レインボー』を復活させたい!
虹色に変わるレインボーデニム

ネクストゴール挑戦
飛騨高山の廃校を
ウイスキー蒸溜所へ

応援購入総額 32,001,000円
目標金額 2,000,000円
1600%

サポーター 735人
残り 45日
応援購入する

おかげ様で、開始5日間で2,500万円超を達成!
3,500万円達成で校庭に桜紫色を取り戻します。

飛騨高山の廃校をウイスキー蒸溜所へ、学びと笑顔あふれる場所に
廃校で作ったウイスキー

2022年9月期2Qに掲載を始めた主なプロジェクト（大企業）

- MISがサポートしている大企業の研究開発技術を活用した先進的な新商品がMakuakeを通じてデビューしているほか、大手食品メーカーのMakuake利用も増え続けています。

MIS案件

水の方で、もっと自分らしく。 Hydraid

応援購入総額 2,255,600円 (Success) 目標金額 500,000円

45%

サポーター 152人

残り 終了

商品化したリターンを見る

髪と地肌をいたわる「素髪ケア」先行施術体験 | Hydraid Hair Show

アイシン

MIS案件

SHIN-ON 湯をまとい、つつく温もり

応援購入総額 2,579,060円 (Success) 目標金額 3,000,000円

5%

サポーター 174人

残り 72日

応援購入する

驚きのポカポカ感！U字ヘッドと大玉ミストで身体を湯で包むシャワー | SHI

LIXILの子会社NITTO CERA

雨すらも待ち遠しい。 SANYOCOAT 1946 JAPAN

応援購入総額 1,869,120円 (Success) 目標金額 300,000円

62%

サポーター 33人

残り 17日

応援購入する

クラシックコートのデザインで、驚きの耐水性。天気も季節も選ばないサン

三陽商会

「つくる」から「食べる」までこれひとつ

応援購入総額 5,261,140円 (Success) 目標金額 350,000円

150%

サポーター 261人

残り 終了

終了しました

テーブル料理できるお皿 新・IHホットプレート

まるでお皿！1人分だけ気軽においしく。新・IHホットプレート“HOT DISH”

エレコム

おこめ丸パン 究極!? もちもち

応援購入総額 1,135,000円 (Success) 目標金額 100,000円

1135%

サポーター 240人

残り 終了

終了しました

【Kameda未来研究所第二弾】お米好きのための、もちもち米粉パン

亀田製菓

新感覚 ジャーキー、誕生。 DRY MEATS

応援購入総額 2,253,470円 (Success) 目標金額 500,000円

450%

サポーター 488人

残り 終了

終了しました

お肉のおいしさを手軽に楽しむ新たな間食。新感覚ジャーキーDRY MEATS。

日本ハム

2 x KAGOME たまごじゃないたまご。 絶品

応援購入総額 5,982,099円 (Success) 目標金額 1,000,000円

598%

サポーター 1,100人

残り 6日

応援購入する

【2foods×カゴメ】食のテクノロジーと職人の技が創った絶品ふわとろオム

カゴメ

Glico ヨウ素のチカラで抗菌・抗ウイルス

応援購入総額 3,524,202円 (Success) 目標金額 530,000円

66%

サポーター 437人

残り 終了

終了しました

江崎グリコの食品素材研究が生んだ機能性マスク I-53MASK

マスクについて菌、気になりませんか？安心感続く抗菌力。新しいウイルス

江崎グリコ

涼CAMP パジャマ COOL & RELAX キャンプウェアが誕生

応援購入総額 1,795,200円 (Success) 目標金額 500,000円

359%

サポーター 96人

残り 13日

応援購入する

コロナ開発、暑い夏の夜を快適にする冷感機能搭載キャンプパジャマ誕

コロンビア

2022年9月期2Qに掲載を始めたSDGs関連プロジェクト

- 持続可能な開発のために廃棄問題に向き合っているプロジェクトや不平等をなくす取り組みのプロジェクトなど、多様なカテゴリにおいてSDGsを実現しているプロジェクトが生まれています。

廃棄炊飯米に新たな輝きを！お米の旨味に泡がついたクラフトビール誕生

708,550円
目標金額 189,000円

174%

サポーター 92人

終了 終了

終了しました

SDGs: 2 飢餓をゼロに, 12 つくる責任 つかう責任

廃棄炊飯米で作ったクラフトビール

見た目は超ベアリング 1秒でボタンが留まる！

2,314,710円
目標金額 150,000円

154%

サポーター 204人

終了 終了

終了しました

SDGs: 8 働きがいも 経済成長も, 9 産業と技術革新の基盤をつくろう, 10 人や国の不平等をなくそう

誰もが便利に1秒でボタンが止まる時短シャツ

卵のチョコが織りなす 至極のジェラート

3,481,350円
目標金額 100,000円

1481%

サポーター 490人

終了 終了

終了しました

SDGs: 8 働きがいも 経済成長も, 12 つくる責任 つかう責任, 15 陸の豊かさも 守ろう

廃棄カカオを食べた鶏の卵で作るジェラート

知的障害のある作家が描いた異彩のアートで、新たなライフスタイルブランドを。

8,245,500円
目標金額 3,000,000円

174%

サポーター 884人

終了 終了

終了しました

SDGs: 3 すべての人に 健康と福祉を, 8 働きがいも 経済成長も, 9 産業と技術革新の基盤をつくろう, 10 人や国の不平等をなくそう

知的障害を持つアーティストが描くアートブランド

関牛乳が廃棄乳問題に挑む！スイーツにおかずにもなる新感覚バター

6,036,800円
目標金額 10,000,000円

60%

サポーター 528人

37日

SDGs: 6 安全な水とトイレを世界中に, 9 産業と技術革新の基盤をつくろう, 12 つくる責任 つかう責任

廃棄乳問題に挑む新感覚バター

和を彩る「お茶いろ」クレヨン

734,000円
目標金額 500,000円

148%

サポーター 179人

終了 終了

終了しました

SDGs: 4 高い教育を みんなに, 9 産業と技術革新の基盤をつくろう, 12 つくる責任 つかう責任, 15 陸の豊かさも 守ろう

廃棄予定の茶葉を使ったクレヨン

TOPICS : PRリリース (プラットフォーム健全性の強化)

健全なプラットフォーム運営を 推進するため独自の 「Makuake品質基準」を発表



「Makuake品質基準」

- 実行者：プロジェクトの「実現性」「安全性」などの確認や事業体制の精査が円滑にできるため、より適切にプロジェクトに挑戦することが可能
- サポーター：「Makuake品質基準」を満たしたプロジェクトの中から、より深く実行者への理解や応援の気持ちを持って応援購入することが可能

掲載するプロジェクトの考え方と 基準についての 「Makuake基本方針」を発表



「Makuake基本方針」

- 当社の考える「アタラシイ」や「応援購入」に関する方針及びプラットフォームに掲載されるべきプロジェクトの考え方と基準を示すもの
- <プロジェクト掲載基準>
- プロジェクトの要素に「アタラシイ」があること
 - 実行者の「挑戦」や「ストーリー」があること
 - 基本条件をクリアしていること

「外部有識者会議」設立の お知らせ



「外部有識者会議」

- 実行者、サポーター、幅広い領域から参加いただく有識者で組織
- 「Makuake基本方針」をベースにした具体的な施策の検討や様々なジャンルにおける専門的な課題等について議論する予定

Makuake発の人気商品 約40点を丸善丸の内本店で 展示販売開始



季節のイベント等に応じた幅広いテーマの
商品をラインナップ

- 猫をテーマにした商品
 - 便利な生活雑貨
 - ビジネスマン向け商品
 - ホワイトデーのお返し
 - 新生活応援グッズ
- など

各官公庁と連携し 地域の新商品創出をサポート




- 農林水産省との連携
地域の農産物を使った多業種連携による
新商品創出をサポート
- 福岡県との連携
福岡県の「アトツギ」ベンチャーの新規
事業をサポート

朝日放送テレビの 「おはよう朝日です」と Makuakeが連携



関西地域で43年続く朝の情報ワイド番組
「おはよう朝日です」の「チェック・ザ・
ヒッツ」コーナーでMakuake実施中の全国
各地のプロジェクトから番組コーナーに沿
う商品をピックアップし、商品の特徴や魅
力を伝え実行者を応援する



2022年9月期 成長戦略の進捗状況

- 2022年9月期は、メディアとしてのMakuakeの価値向上及びオペレーショナル・エクセレンスの研鑽に取り組んでいきます。

1

質の高い掲載開始数の向上

2

集客数の向上

3

CVRの向上

成長戦略の2Q進捗状況

・オペレーションの新体制の最適化は順調に進んだ一方、最適化まで時間を要したことが影響し各戦略における具体的な改善効果が表れるのは下期以降になると見込んでいます。

1

質の高い掲載開始数の向上

注力ジャンルの選択と集中

- ウェビナー、オンライン相談会、イベントの開催等で注力ジャンルを獲得
- ▲ 最注力ジャンルにおける認知度向上の施策不足

キュレーターの プロフェッショナル制運用

- 新体制を半期間で運用しながら最適化を実行
- ▲ 新体制最適化に時間を要し、最適化の効果は下期から表れる

適切な人員の早期獲得と育成

- 今後の成長を見据えた十分なキュレーター及び審査人員を確保
- ▲ プロジェクトの質やプラットフォームの健全性を維持するための新人育成が課題

2

集客数の向上

広告/PRによる露出拡大

- … 継続的なWEBメディア及びTV露出あり
- … TV番組との新規コラボ開始
- ▲ 一部のプロジェクトにおけるご意見により一時的なWEBメディア露出減速

CRM強化

- … メルマガの配信ロジック改善によりメルマガ流入によるGMVの向上
- … 各種キャンペーン実施
- ▲ アプリのプッシュ通知体験改善中

アプリ中心の新機能開発

- 本日のおすすめ、急上昇中のプロジェクト等の新機能のリリース
- ▲ リピート訪問数改善に向けた機能開発の途中

3

CVRの向上

出会いやすさ、使いやすさの追求

- … 新機能リリースによりユーザー当たりの訪問数増加
- … ユーザー体験向上に向き合う開発の人員強化
- ▲ 大きな改善となる新機能のリリースが3Q以降の予定でユーザー体験改善はまだ不十分

キュレーターの コンサル体制継続改善

- MISのコンサルノウハウをキュレーターへ移植する勉強会を実施、コンサル力を向上
- ▲ プロジェクト特徴に合わせたコンサル体制を構築するため新体制の最適化に時間を要し、効果は下期から表れる

資産蓄積のための先行投資計画の2Q進捗状況

- 2Qは前四半期に引き続き人材採用への先行投資に注力し、十分な人員を確保することができました。また、Makuakeの生態系を拡大する新サービスの一つである応援仕入れサービスが4月独立サイトにてローンチしました。

1

ブランド資産

広告宣伝費先行投資

- WEB広告からの集客は順調
- ▲ CVRの改善が下期から期待されるため、積極的な投資は控えている

2

人材資産

人件費先行投資

- キュレーター及び審査法務採用順調
- ▲ 今後の成長を見据えた先行投資であるため一時的なコスト増加。今後の育成が課題

3

事業生態系資産

データLab

- 人材増員完了
- データを活用し、キュレーター業務の効率化、顧客資産のストック化施策検討

Makuake Global

- 多国において掲載プロジェクト数、アクセスUU増加
- ▲ 掲載開始件数及びユーザー回遊性に課題

応援仕入れサービス

- 4月に独立サイトにて運用開始

Makuake Storeの強化

- リニューアルサイトの開発中（9月リリース目標）

上半期の計画対比進捗

• 上期の業績はオペレーション体制最適化の遅れにより計画を下回りました。KPIは2Qにおいて季節性が顕著に表れたことや海外案件に関する審査を強化したことが影響し、上期の計画に及びませんでした。

上半期業績

オペレーション最適化の遅れによりGMVの計画対比進捗が低調で営利にも影響

売上高 進捗率	80.9%	営業利益 進捗率	-
------------	-------	-------------	---

キュレーター

新組織体制の最適化が当初計画より2.5ヵ月程遅れ

- <1Q>
 - 新体制への移行が計画より1.5ヵ月程遅れ
 - 採用は順調
- <2Q>
 - 新体制のオペレーション最適化推進。計画より1ヵ月遅れ
 - 人員数は潤沢。育成強化のための体制を構築

審査法務

適切な人員数充足が当初計画より2-3ヵ月遅れ

- <1Q>
 - 内定した人員の入社時期が2Qになり、人員補充が計画より2-3ヵ月遅れ
 - オペレーション負担解消できず
- <2Q>
 - 人員数は適切な水準
 - 育成中の人員が多く採用の遅れの影響が残る

上半期KPI

概ね計画通りだが、海外案件に対する審査強化により2Qに一時的な下方影響

掲載開始数 計画比	⊖	アクセスUU 計画比	⊖
--------------	---	---------------	---

掲載開始数

2Qの季節性や審査強化により計画よりビハインド

- <1Q>
 - 大きなプロモーションなく純増し、計画通り推移
- <2Q>
 - 営業日が少なかったことや年始の弱い立上がりも顕著
 - 海外案件に対する審査強化によりオペレーション難易度がアップし、計画よりビハインド

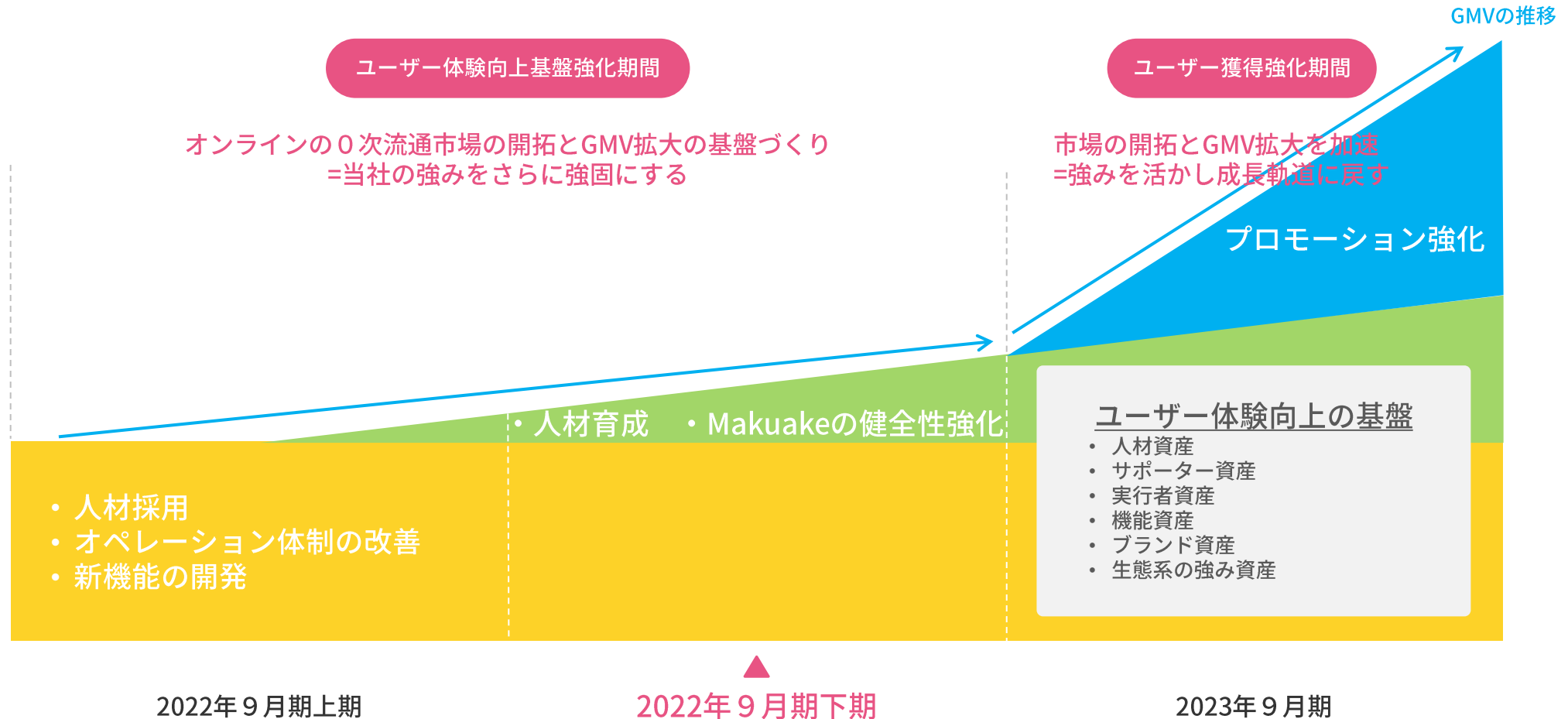
アクセスUU

掲載開始数及びメディア露出数の減少により2Qがビハインド

- <1Q>
 - 大きなプロモーションなく純増し、計画通り推移
- <2Q>
 - 掲載開始数の減少により各チャンネルからのアクセスUU減少
 - 2月にメディア露出が一時的に減り、計画よりビハインド

下期及び来期に向けての成長ストーリー

- 上期に引き続きオペレーション体制の改善や新機能開発を続けていくと同時に、Makuakeの健全性にフォーカスを当て、よりよいユーザー体験の基盤づくりに注力していきます。



修正した2022年9月期通期計画（当初計画比）

- 上期における業績及びKPIの計画比進捗や下期及び来期に向けての成長ストーリーを踏まえ、2022年9月期の通期計画を見直したところ当初の計画を下回る見込みとなりました。

(単位：百万円)	2022年9月期 (当初計画)	2022年9月期 (修正計画)	増減額	増減率
応援購入総額：GMV (税込)	30,000	22,000	△8,000	△26.7%
売上高	6,200	4,700	△1,500	△24.2%
営業利益	465	0	△465	△100.0%
経常利益	460	20	△440	△95.7%
当期純利益	350	65	△285	△81.4%

修正した2022年9月期通期計画（前年同期比）

- 前期比でGMV2.1%増加、売上高1.7%増加を目指しつつ、営業利益については黒字体制の維持を狙っていきます。

(単位：百万円)	2021年9月期 (実績)	2022年9月期 (修正計画)	増減額	増減率
応援購入総額：GMV (税込)	21,536	22,000	+463	+2.1%
売上高	4,621	4,700	+78	+1.7%
営業利益	329	0	△329	△100.0%
経常利益	326	20	△306	△93.9%
当期純利益	246	65	△181	△73.6%

成長戦略の3Q改善計画

- プラットフォームの健全性を維持するため人材育成に注力すると同時に、ユーザー体験を大きく変える新機能の開発を推進していきます。

1

質の高い掲載開始数の向上

注力ジャンルの選択と集中

- ▲ 最注力ジャンルにおける認知度向上の施策不足
- 生活者の商品ニーズシーズンに合わせたPR施策及び外部連携を通して注力ジャンルの認知度向上

キュレーターの プロフェッショナル制運用

- ▲ 新体制最適化に時間を要し、最適化の効果は下期から
- さらにブラッシュアップした新体制で運用を開始し、良質な掲載開始数を3Qから増やしていく

適切な人員の早期獲得と育成

- ▲ プロジェクトの質やプラットフォームの健全性を維持するための新人育成が課題
- キュレーター及び審査法務の育成期間や体制を見直し、強化した新しい体制を3Qから運用開始

2

集客数の向上

広告/PRによる露出拡大

- ▲ 一部のプロジェクトにおけるご意見により一時的なWEBメディア露出減速
- プラットフォームの健全性維持に関する取り組みについて発信を増やすと同時にメディアの記事掲載に注力

CRM強化

- ▲ アプリのプッシュ通知体験チューニング中
- …プッシュ通知体験の改善継続実施
- …ユーザーのサイト内行動データを分析しレコメンドメルマガを配信

アプリ中心の新機能開発

- ▲ リピー特訪問数改善に向けた機能開発の途中
- …よりリピー特訪問を促すトップページの改修継続
- …特集ページ制作の専門部門の創設

3

CVRの向上

出会いやすさ、使いやすさの追求

- ✕ 大きな改善となる新機能のリリースが3Q以降の予定でユーザー体験改善はまだ不十分
- ユーザー体験を大きく変える新機能を3Q中にリリース予定

キュレーターの コンサル体制継続改善

- ✕ プロジェクト特徴に合わせたコンサル体制を構築するため新体制の最適化に時間を要し、効果は下期から
- さらにブラッシュアップした新体制で運用を開始し、コンサルの質を上げ3QからCVRの向上を図っていく

3Q以降始まるMakuakeの新機能

• Makuakeを訪れてから新商品や新サービスに出会い、応援購入をし、待っていた商品が届くまでの一連の応援購入体験をユーザーが安心して楽しめるような機能の拡充を予定しています。

アタラシイとの出会いから手元に届くまでの体験を改善

初めてのMakuakeを安心体験に



初めてMakuakeを訪れるの人に対して
サイト文化の理解や信頼性を促進させる

(※) 各新機能のイメージはリリース時のものと異なる可能性があります。

好きが並んでいる/好きを見つける体験



偶発的な出会いをより促進させる

購入後も楽しく、安心して待つ体験



商品の制作状況や配送状況を
より分かりやすくする

資産蓄積のための先行投資計画の3Q改善計画

- 上半期に入社した新人の育成に注力し、人的資産の蓄積を加速していくとともに新サービスの初期運用改善を継続していきます。3Qにおいて大きな広告宣伝費の先行投資は予定していません。

1

ブランド資産

広告宣伝費先行投資

- ▲ CVRの改善が下期から期待されるため、積極的な投資は控えている
- CVRの改善タイミングに合わせ投下金額を増額

2

人材資産

人件費先行投資

- ▲ 今後の成長を見据えた先行投資であるため一時的なコスト増加。今後の育成が課題
- キュレーター及び審査法務の育成期間や体制を見直し、強化した新しい体制を3Qから運用開始

3

事業生態系資産

データLab

- 強化された体制でキュレーター業務の効率化を継続、顧客資産のストック化施策運用開始

Makuake Global

- ▲ 掲載開始件数及びユーザー回遊性に課題
- チーム人員増強及び展開エリア拡大
- ページのUI/UX改善

応援仕入れサービス

- 独立サイトリリース後バイヤー会員向けの利用を促す施策に注力
- 継続的なサイトの機能改善
- 掲載プロジェクト増大

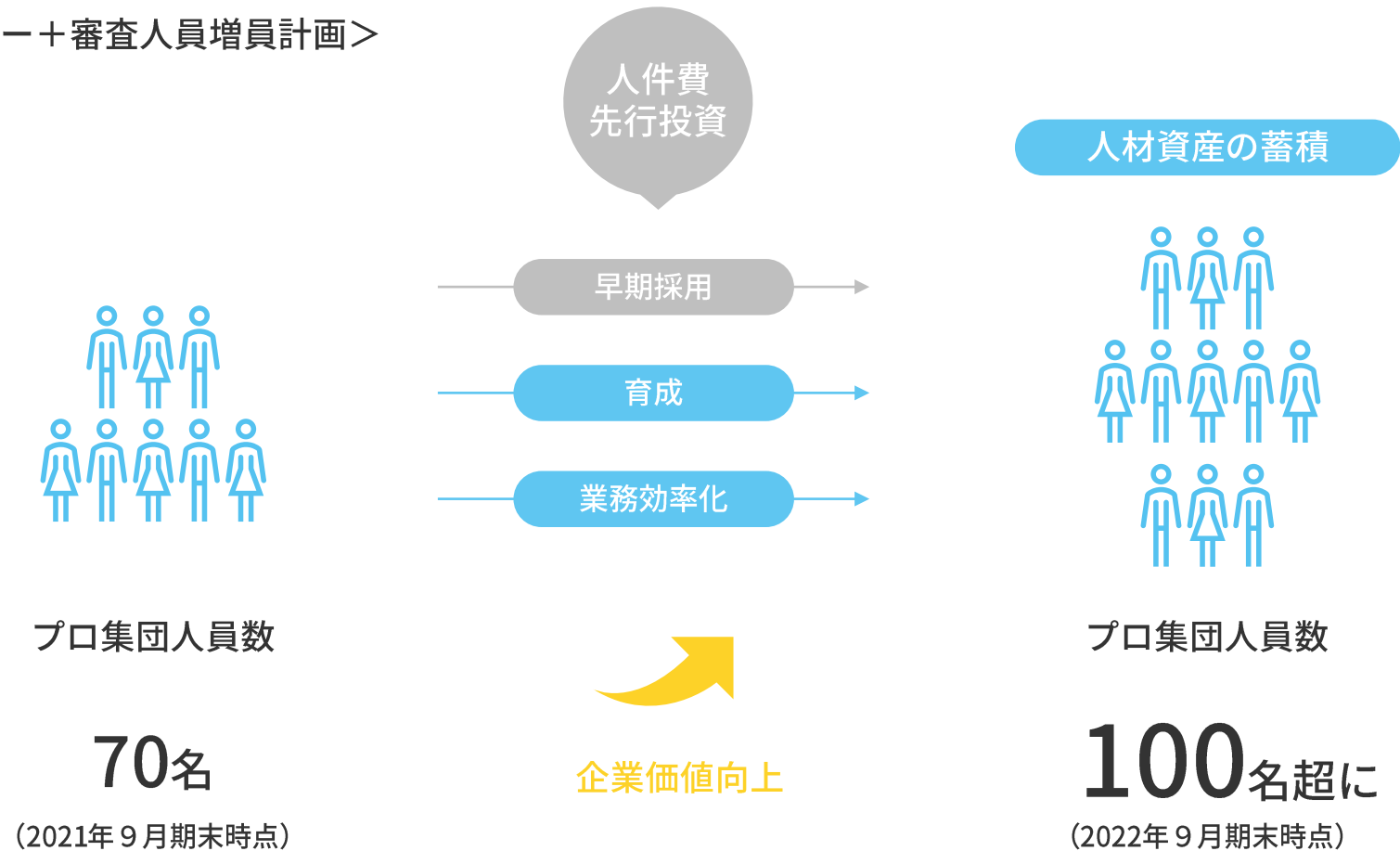
Makuake Storeの強化

- 9月リリースに向けて開発継続

人員増による人的資産蓄積とCVR改善

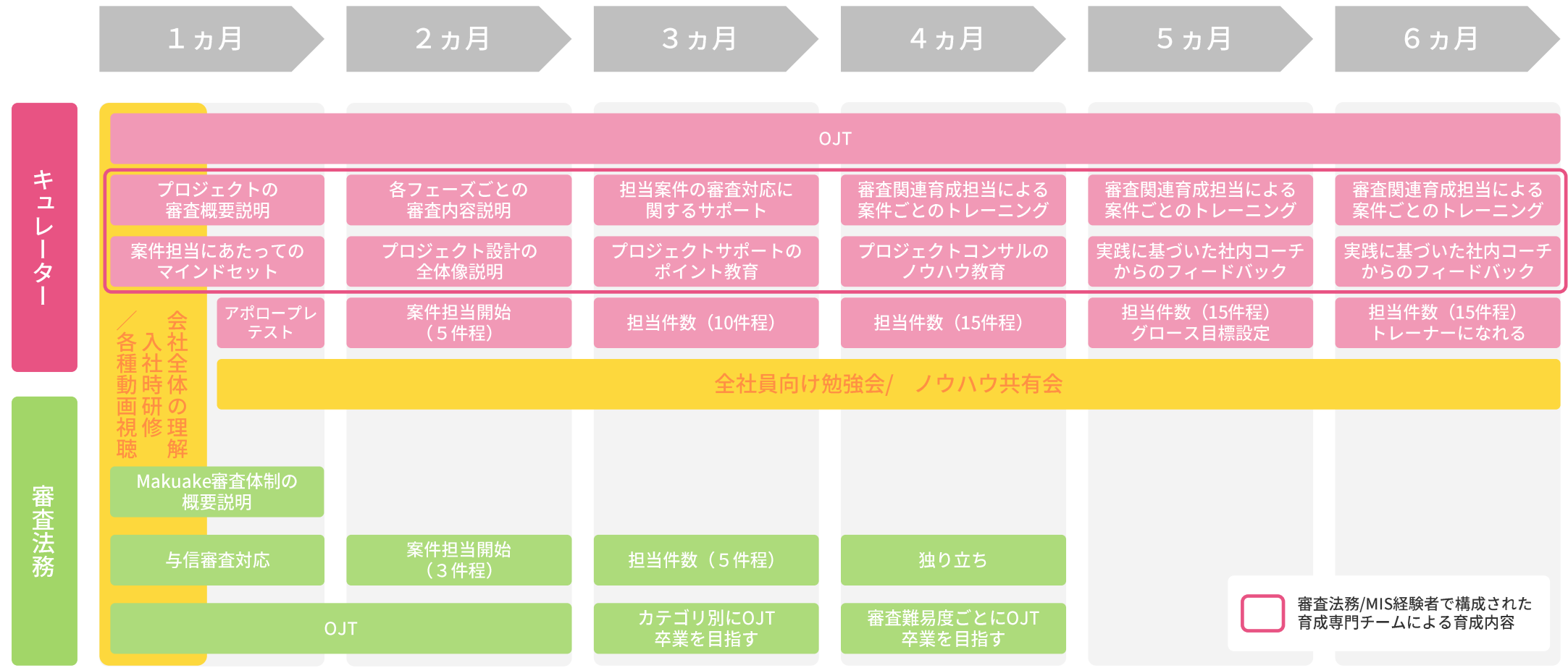
- ・キュレーターと審査人員が2Q末時点で90名になり、次の成長に向けた人材の早期採用は達成できていることから、下半期は人材育成を通して業務の効率化及び収益向上の基盤づくりを進めていきます。

<キュレーター+審査人員増員計画>



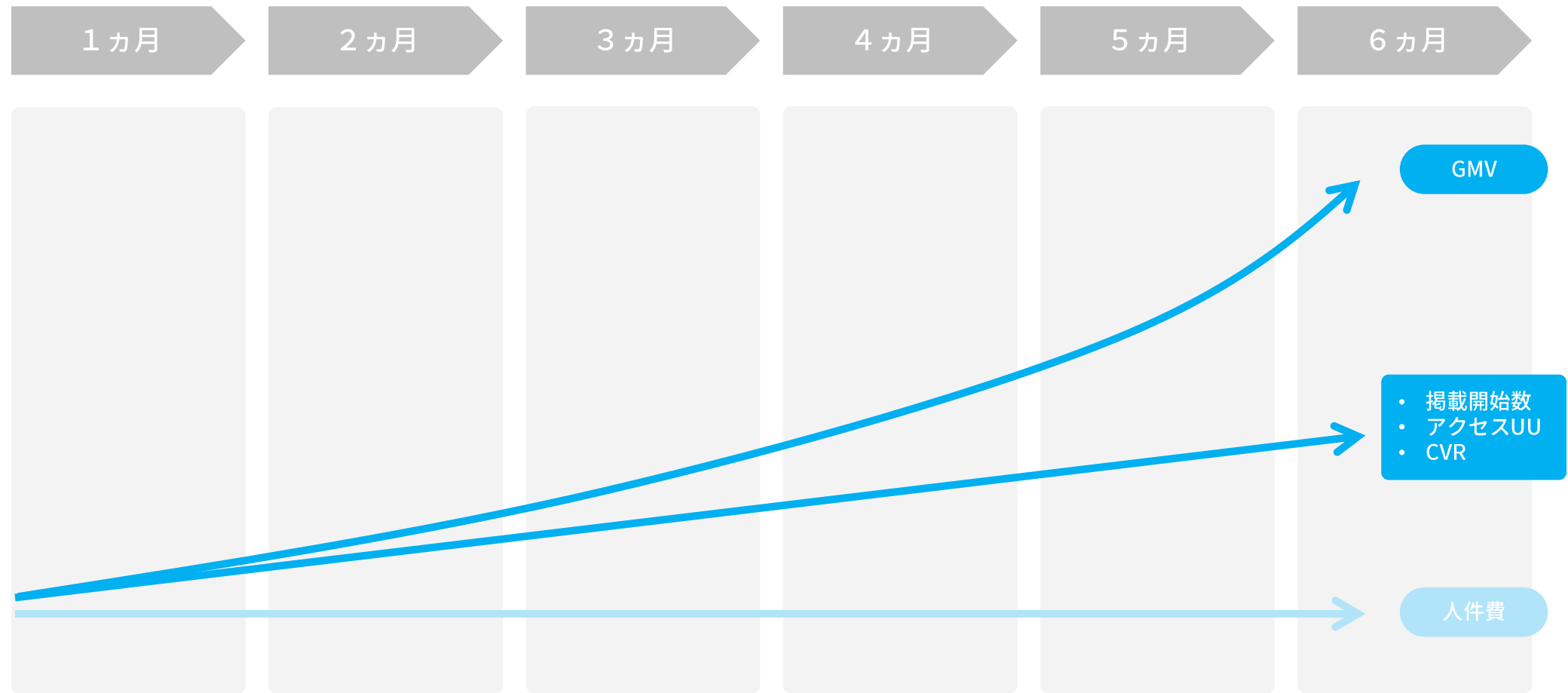
キュレーター及び審査法務の育成体制

・ 2Qにおいて見直しを図ったキュレーターの育成体制は6ヵ月間の育成期間を経てトレーナーとして成長する内容になっています。審査法務は4ヵ月で世の中にない新商品審査に特化した法務人材の独り立ちを目指します。



キュレーター及び審査法務の育成と収益向上の相関関係

- 育成プログラムが進行するにつれて担当件数、オペレーションのクオリティ、カバー領域が拡大し、主要KPIが増加することによってGMVが加速度的に伸びる仕組みになっています。





中期経営計画及び 進捗報告

(2022年 - 2025年)

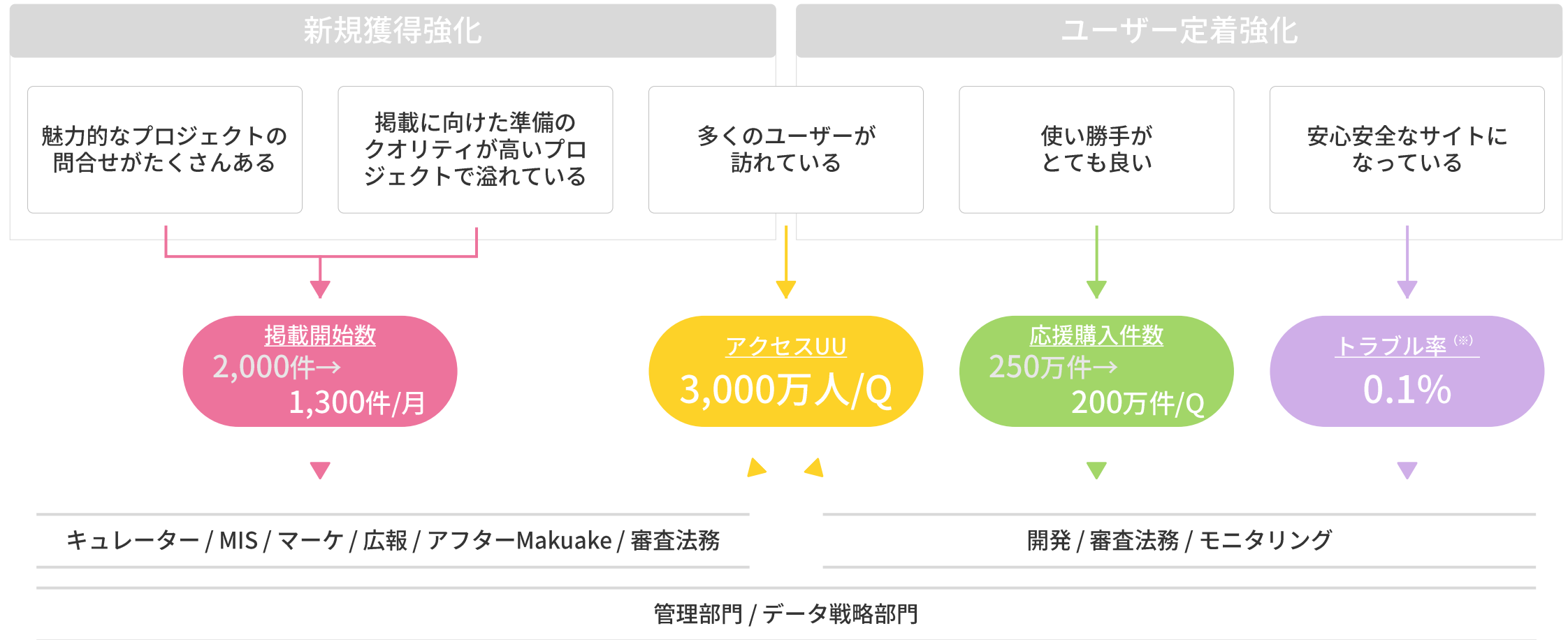
応援購入総額（GMV）の中期目標

- 通期の業績修正に伴い中期目標の成長の前提を再度精査し、GMV目標を1,000億円から800億円に変更しました。



各種KPIの中期目標

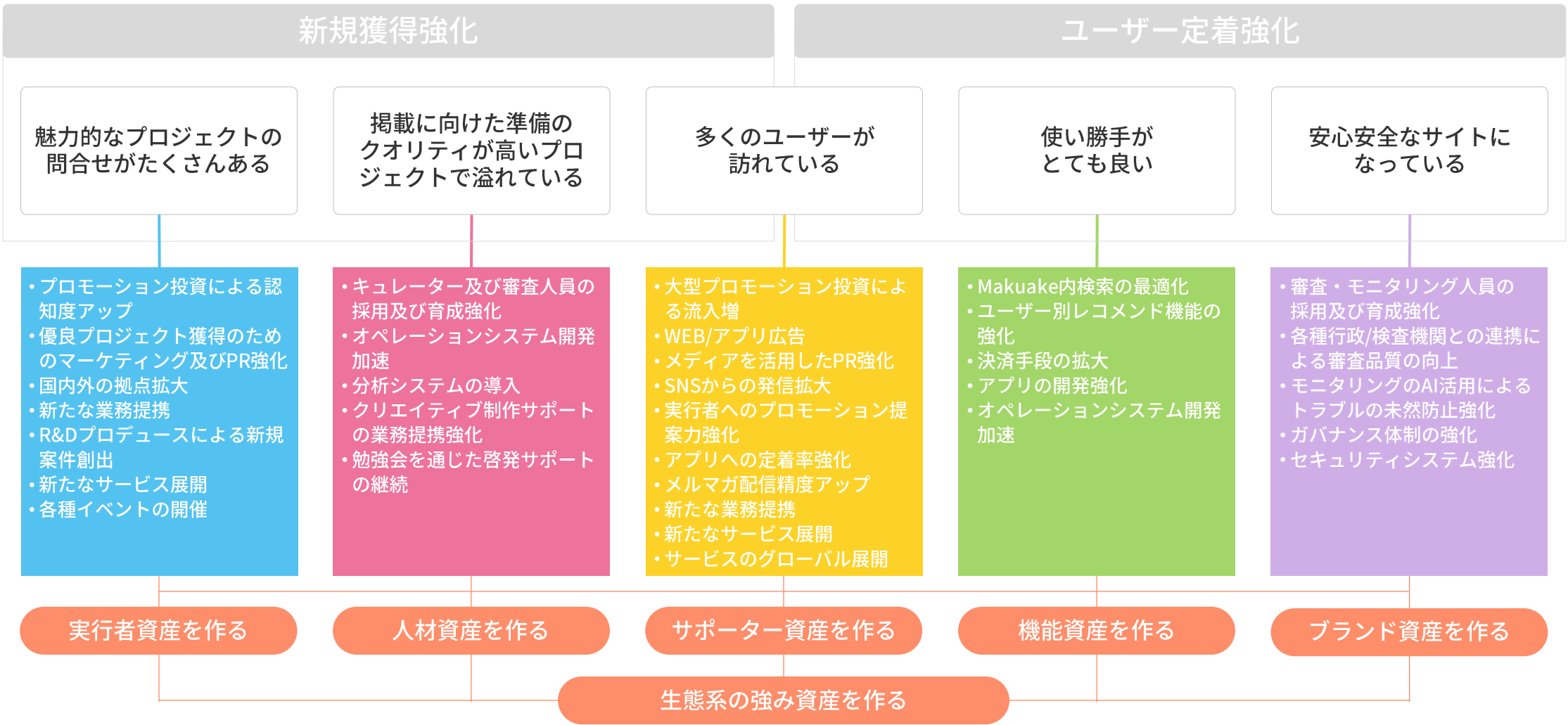
- GMV達成に向けた実行者及びサポーターの新規獲得とユーザー定着に関するそれぞれのKPIをGMV目標変更に併せて再設定しています。



(※) トラブル率：プロジェクトページ記載内容と実際のリターンに重大な齟齬があり、応援購入の本来の目的を実現できず当社による調整が発生したプロジェクトの割合

中期経営戦略により蓄積する資産

・各種施策による資産蓄積はMakuakeの生態系拡大や強化の基盤となり、ビジョン実現のドライバーになると考えています。



各種KPIの中期目標の進捗

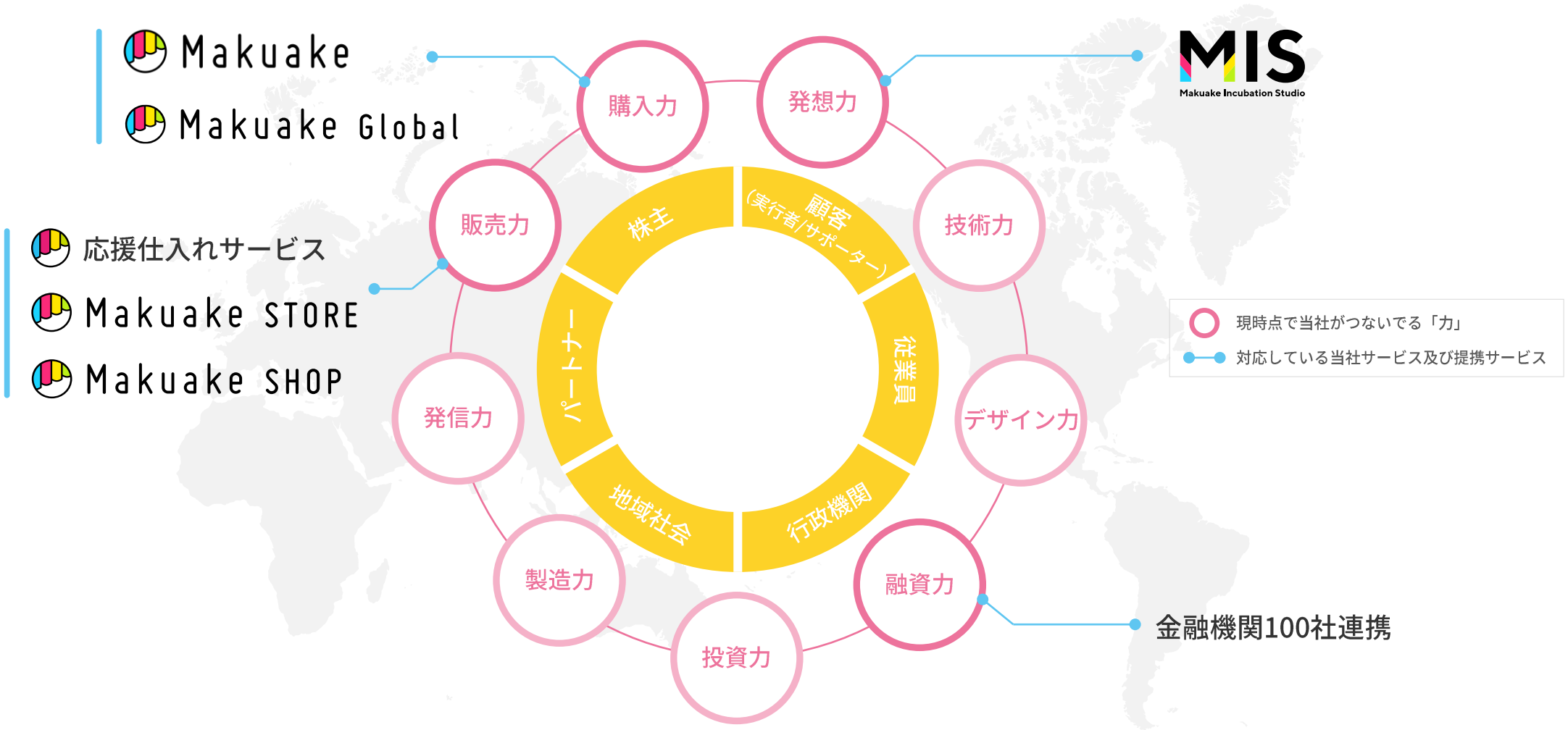
- 変更した中期目標に対し、応援購入件数の進捗は少し遅れを取っていますが、掲載開始数及びアクセスUUは目標の半分程度を達成しています。



(※) トラブル率：プロジェクトページ記載内容と実際のリターンに重大な齟齬があり、応援購入の本来の目的を実現できず当社による調整が発生したプロジェクトの割合

長期的な成長イメージ

• Makuakeの生態系拡大や強化により社会のインフラとして、世界中の個人や法人が持っている様々な「力」をつなぎ、新製品や新サービスの創出や広がりをサポートしていきます。



成長におけるリスク要因とその対策

・中期成長計画を推進していく上で発生し得るリスクについてはその内容を把握し、分析/評価した上でその対策を講じ、リスクコントロールをしています。

考えられるリスク要因	事業への影響度	事業への影響内容	リスクに対する対策
<p>① ハッキングなどによる個人情報流出</p>	高	社会的信用が失われ、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性	<ul style="list-style-type: none"> 定期的なセキュリティ監査実施
<p>② トラブルプロジェクト（納品遅れなど）の発生</p>	中	プラットフォーム運営者としての責任を問われる可能性	<ul style="list-style-type: none"> 審査とモニタリング体制の継続運用及び強化
<p>③ インターネット広告規制によるインターネット広告市場の大幅減少</p>	中	当事業における集客力の低下等が生じ、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性	<ul style="list-style-type: none"> ネット広告媒体や代理店との情報共有 スピーディーな事前対策
<p>④ 人材確保及び流出に対するリスク</p>	低	当社が計画する人材を適時に確保できない場合や人材の育成が計画どおりに進捗しない場合、当社人員の社外流出等が生じた場合、当社の事業成長に影響が生じ、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性	<ul style="list-style-type: none"> リモート勤務体制/多様な働き方に対する柔軟な制度のブラッシュアップ 健全な財務状況による適切な給料体系の維持 新規事業や新拠点などの創出による多様なキャリア選択肢の確保

(※) その他のリスクについては、有価証券報告書/事業等のリスクをご参照下さい。



Appendix

業績概要 前年同期比（累計）

(単位：百万円)	2021年9月期 2Q（累）	2022年9月期 2Q（累）	増減 (YoY)	増減率 (YoY)
応援購入総額：GMV (税込)	9,811	10,393	+581	+5.9%
売上高	2,100	2,243	+142	+6.8%
売上総利益	1,738	1,789	+51	+2.9%
営業利益	63	△17	△81	-
経常利益	62	4	△58	△93.5%
四半期純利益	40	61	+21	+52.3%

業績概要 前年同期比

(単位：百万円)	2021年9月期 2Q (単)	2022年9月期 2Q (単)	増減 (YoY)	増減率 (YoY)
応援購入総額：GMV (税込)	5,299	5,024	△275	△5.2%
売上高	1,107	1,090	△17	△1.5%
売上総利益	933	866	△66	△7.1%
営業利益	△88	△56	+32	-
経常利益	△89	△34	+54	-
四半期純利益	△65	△28	+36	-

業績概要 前四半期比 (単Q)

(単位：百万円)	2022年9月期 1Q (単)	2022年9月期 2Q (単)	増減 (QoQ)	増減率 (QoQ)
応援購入総額：GMV (税込)	5,369	5,024	△345	△6.4%
売上高	1,152	1,090	△61	△5.4%
売上総利益	923	866	△56	△6.1%
営業利益	38	△56	△94	-
経常利益	38	△34	△73	-
四半期純利益	90	△28	△119	-

主要指標 前年同期比

	2021年9月期 2Q (単)	2022年9月期 2Q (単)	増減 (YoY)	増減率 (YoY)
掲載開始数 (件)	1,660	1,931	+271	+16.3%
実行者 リピート率 (%) ^(※1)	43.6	50.9	-	+7.3pt
リピート 応援購入率 (%) ^(※2)	75.9	74.0	-	△1.9pt
アクセスUU (人)	11,257,289	14,431,670	+3,174,381	+28.2%
会員数 (人)	1,573,864	2,094,630	+520,766	+33.1%
応援購入件数 (件)	507,850	413,512	△94,338	△18.6%

(※1) 期間中の掲載開始数のうち、過去1年間において掲載実績があるプロジェクト実行者の掲載開始率

(※2) Makuakeサービスにおける応援購入総額のうち、過去1年間において応援購入実績があるプロジェクトサポーターの応援購入金額の割合 (2020年9月期より集計方法を改善し、精度を上げました。)

主要指標 前四半期比 (単Q)

	2022年9月期 1Q (単)	2022年9月期 2Q (単)	増減 (QoQ)	増減率 (QoQ)
掲載開始数 (件)	2,360	1,931	△429	△18.2%
実行者 リピート率 (%) ^(※1)	47.1	50.9	-	+3.8pt
リピート 応援購入率 (%) ^(※2)	77.0	74.0	-	△3.0pt
アクセスUU (人)	14,801,463	14,431,670	△369,793	△2.5%
会員数 (人)	1,981,004	2,094,630	+113,626	+5.7%
応援購入件数 (件)	418,108	413,512	△4,596	△1.1%

(※1) 期間中の掲載開始数のうち、過去1年間において掲載実績があるプロジェクト実行者の掲載開始率

(※2) Makuakeサービスにおける応援購入総額のうち、過去1年間において応援購入実績があるプロジェクトサポーターの応援購入金額の割合 (2020年9月期より集計方法を改善し、精度を上げました。)

当社は現在成長過程にあり、内部留保を確保し、事業規模の拡大や収益力の強化に向けた投資を優先的にすることが、将来における企業価値の最大化と、継続的な利益還元につながるかと考えております。

今後の剰余金の配当につきましては、内部留保の確保とのバランスを考慮した上で実施していくことを基本方針としておりますが、当面は内部留保を優先させる方針であり、現時点において配当実施の時期につきましては未定であります。

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

- 当資料に記載された内容は、2022年4月26日現在において一般的に認識されている経済・社会などの情勢及び当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化などの事由により、変更される可能性があります。
- 投資を行う際は、必ず当社が開示している有価証券報告書などをご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断でなさるようお願いいたします。
- リスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事などがあつた場合は、当社が合理的と判断した一定の前提に基づき「見通し情報」の更新・修正を行うことがございます。



IRに関するお問合せ

IR@makuake.co.jp

