



Makuake

事業計画及び成長可能性に関する事項

2024年12月20日

株式会社マクアケ

(証券コード：4479)



01 企業情報

マクアケが目指す世界

- ビジョンとミッションのもと、生活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

挑戦を応援しよう。
最速にこだわろう。
崇高をめざそう。

会社名

株式会社マクアケ (Makuake, Inc.)

本社所在地

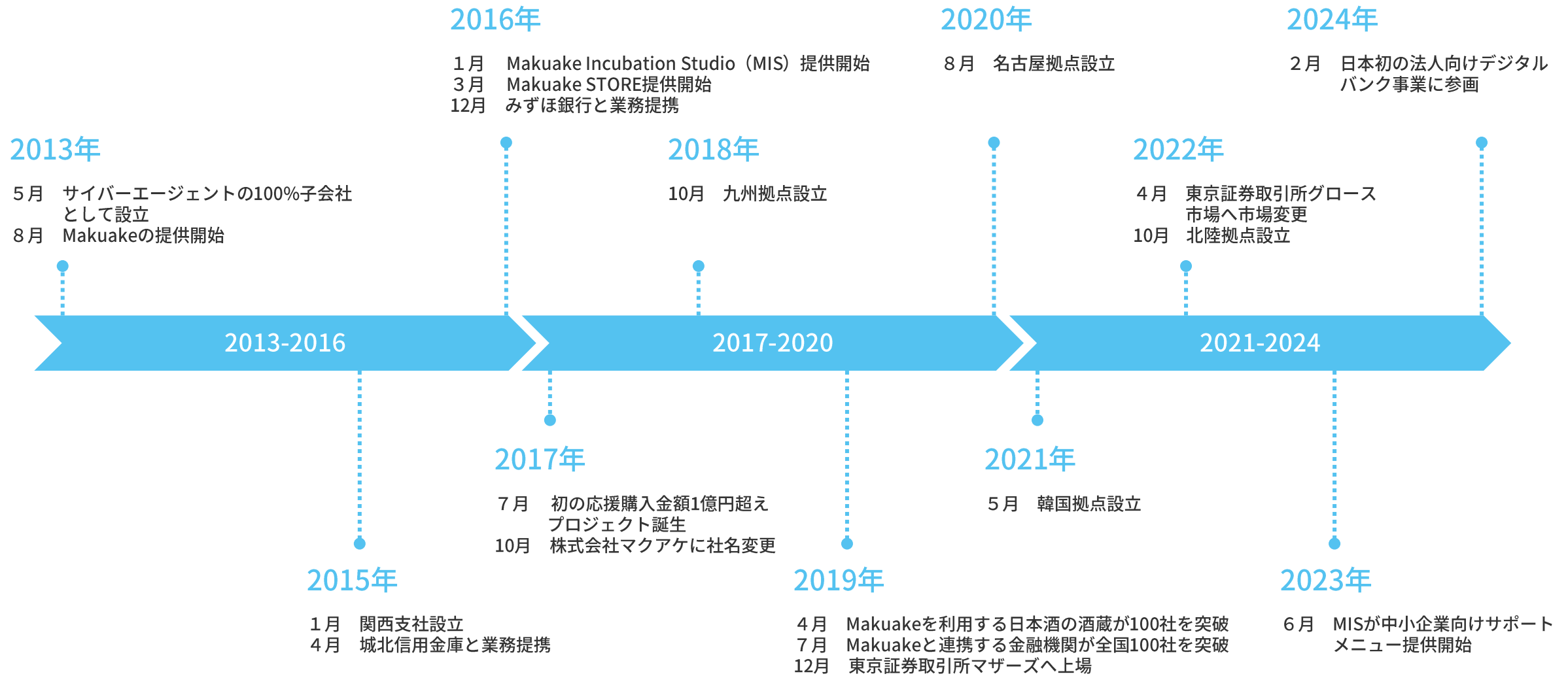
東京都渋谷区渋谷 2 - 1 6 - 1

公開市場

東京証券取引所グロース市場

設立年月日

2013年 5 月 1 日



— 監査等委員でない取締役
— 監査等委員である取締役



中山 亮太郎
代表取締役社長



木内 文昭
代表取締役



中山 豪
取締役（非常勤）



勝屋 久
取締役（非常勤）




芦田 千晶
取締役（常勤）



串田 規明
取締役（非常勤）



大山 陽希
取締役（非常勤）



02 事業紹介

流通市場におけるマクアケサービスの生態系

- 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、生活者には新しいものを提供し続けています。



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、生活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よりデビューしている商品

- ものだけでなく、新店舗の開店やエンタメ作品の体験券など、各地から生まれた幅広いジャンルの新商品が毎日デビューしています。

<p>ガジェット系</p>		<p>お酒類</p>		<p>便利グッズ系</p>			
<p>ファッション系</p>		<p>飲食店/食品系</p>		<p>レジャー系</p>		<p>エンタメ系</p>	

もの

体験

Makuakeのサービスモデル

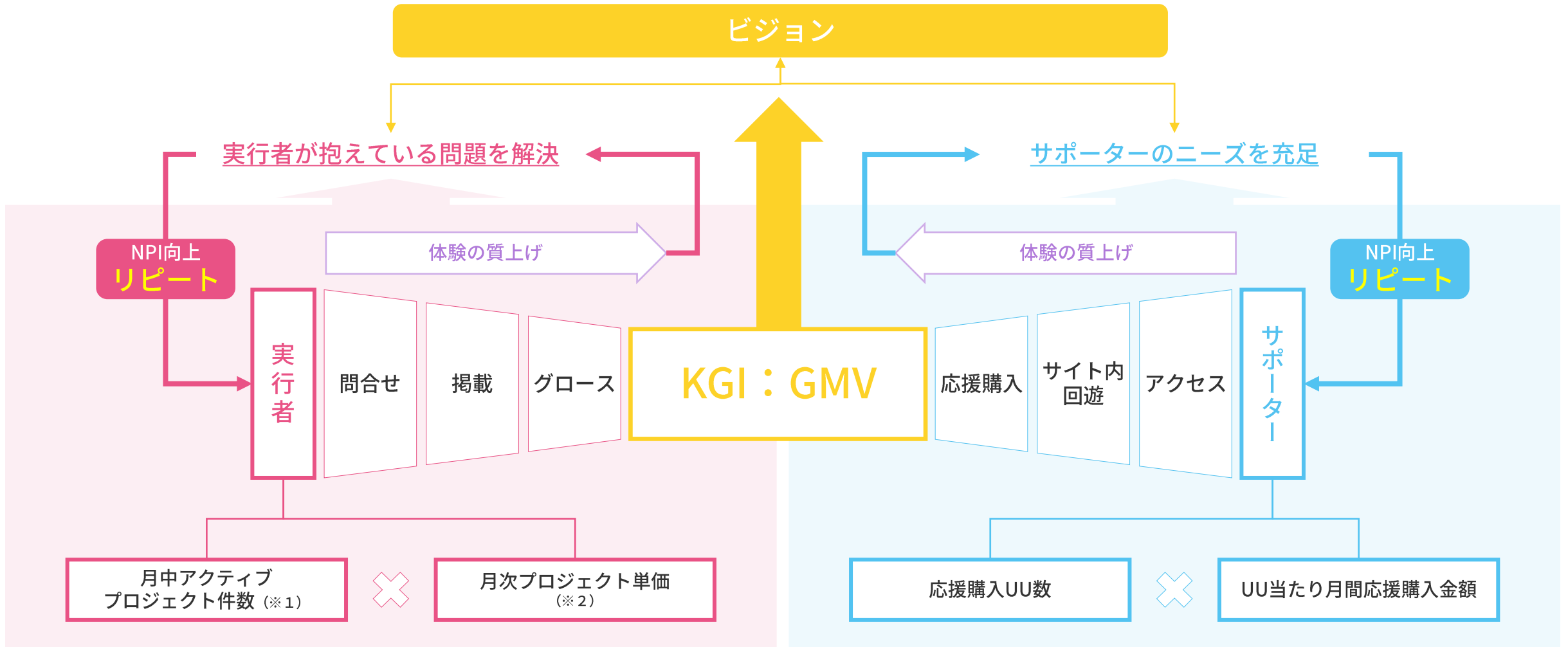
- 事業者は企画中の新商品や新サービスをMakuakeで先行販売でき、生活者は気に入った商品を応援の気持ちを込めて先行購入できる仕組みです。



※手数料「税抜20% (税込22%)」の対象：お問い合わせが2024年7月21日（日）までかつプロジェクト開始が2024年10月1日（火）以降のもの。または、お問い合わせが2024年7月22日（月）以降のもの

Makuakeサービス構造因数

- MakuakeのKGIであるGMVは実行者とサポーターの軸で因数分解することができます。これらの因数は掛け算で加速的に成長することができます。

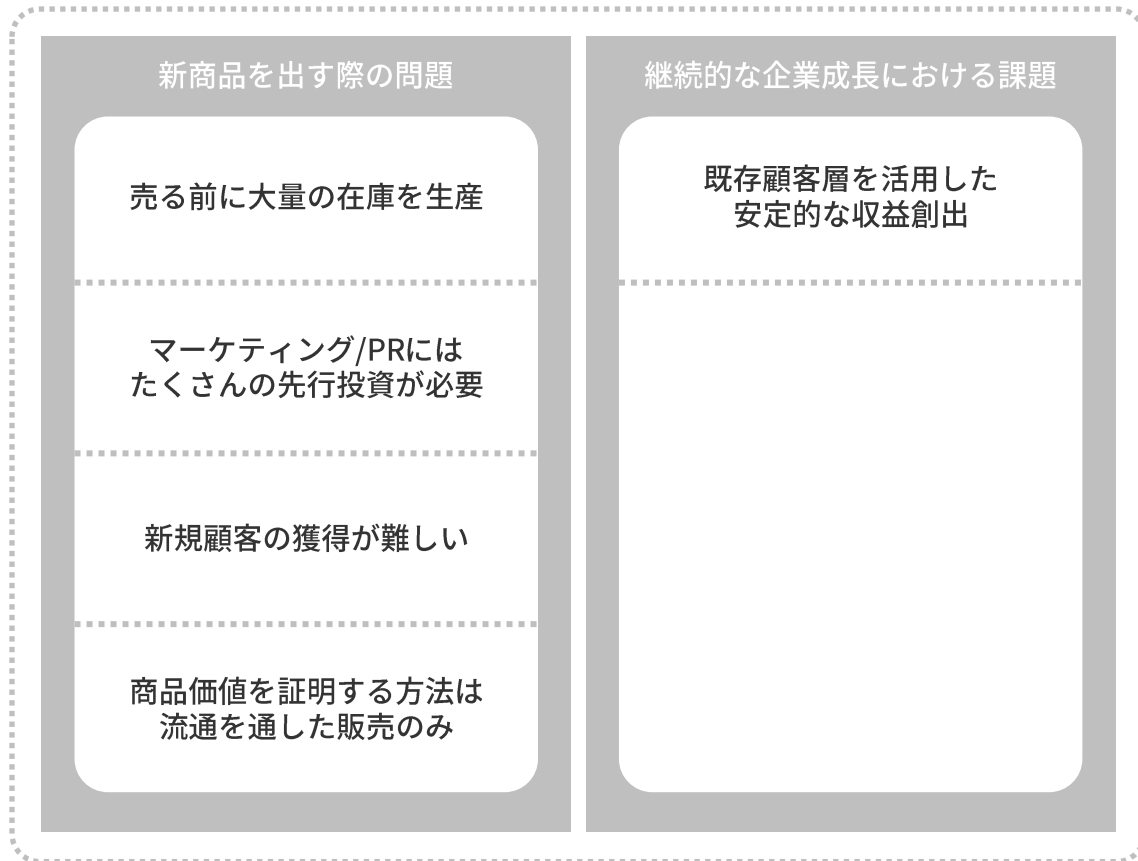


(※1) 月中アクティブプロジェクト件数：月中に先行販売をしていたプロジェクトの合計数
(※2) 月次プロジェクト単価：月中アクティブプロジェクトが売り上げた応援購入金額の平均額

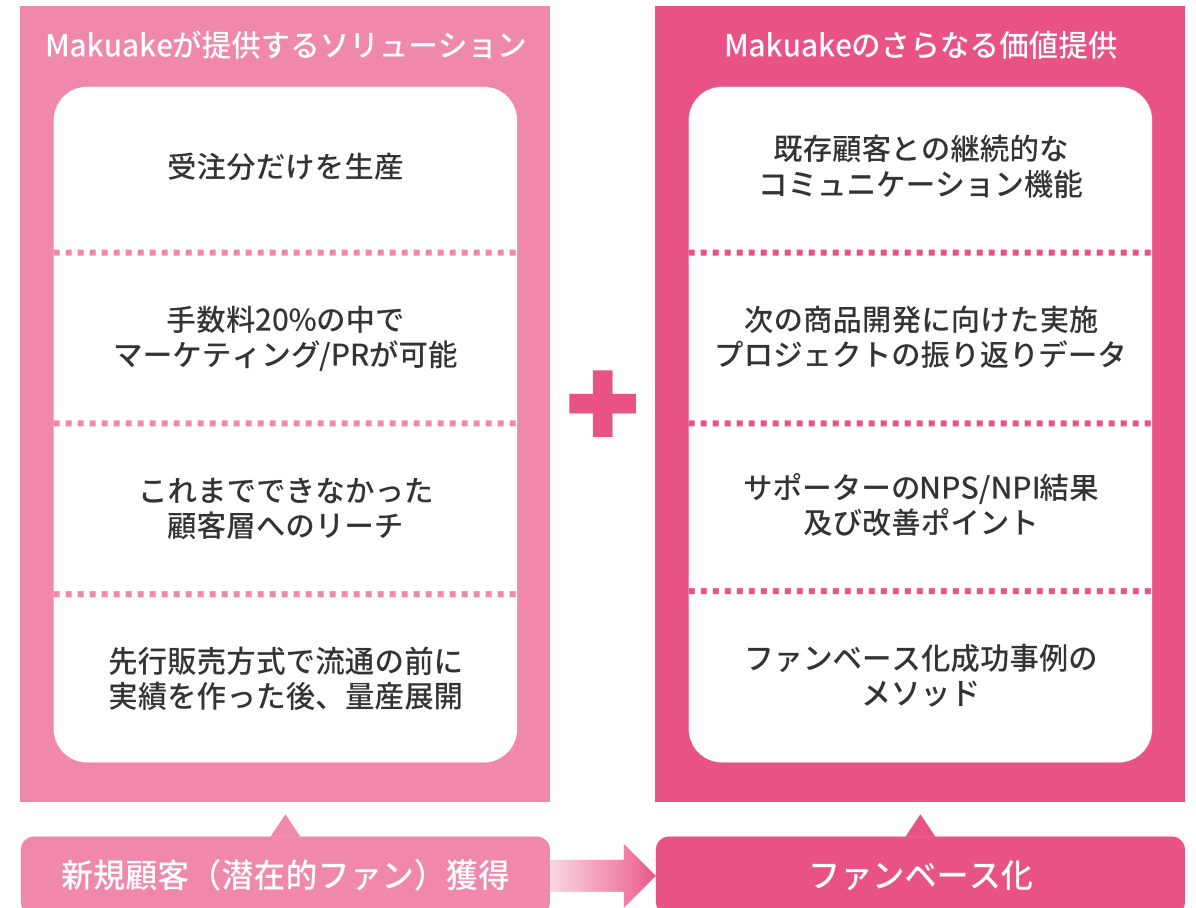
Makuakeの提供価値：事業者側

- 流通におけるリスクや負担の回避のみならず、持続可能な事業成長のための商品創出の構造作りを支援し、企業の顧客をファンベース化するメカニズムを提供しています。

従来の流通

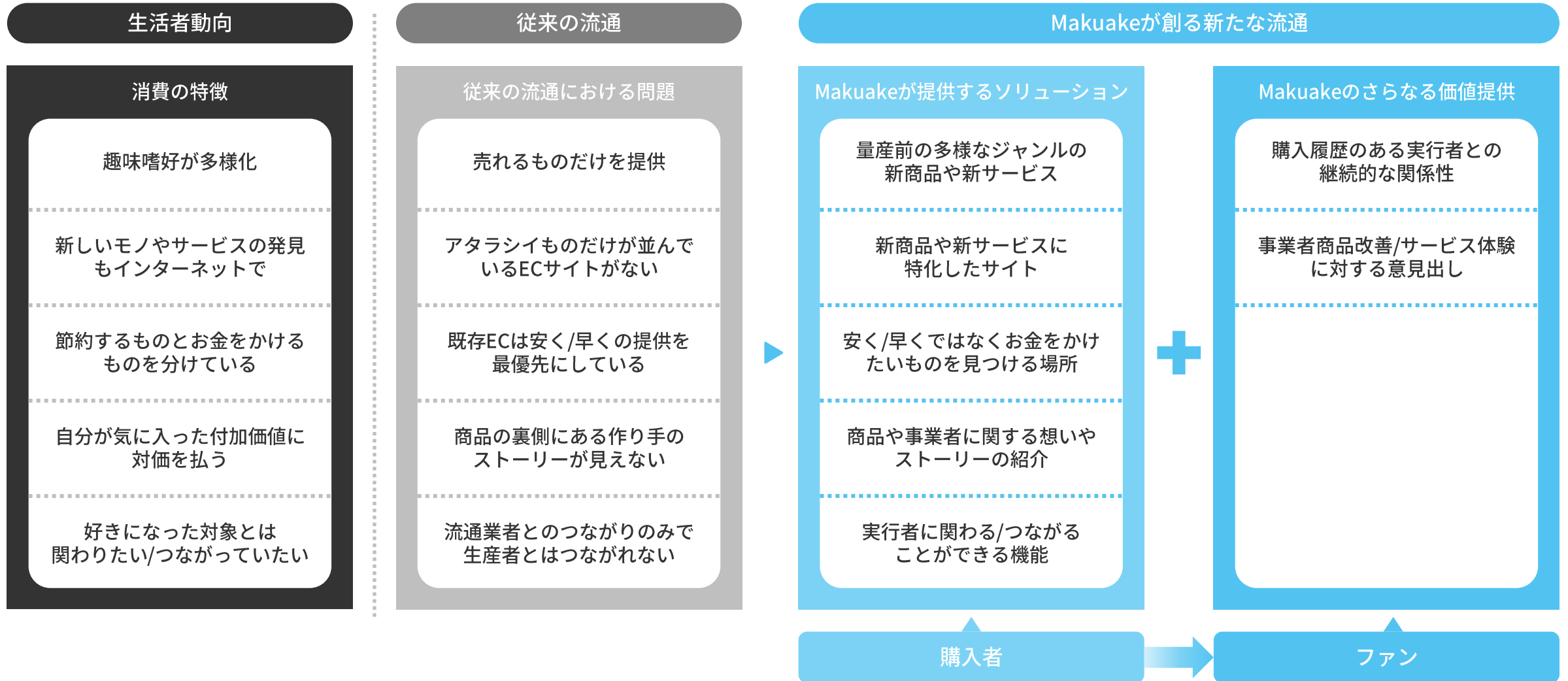


Makuakeが創る新たな流通



Makuakeの提供価値：生活者側

- 今の生活者のニーズに適合した独自の購入体験を提供することで、単純な購入者に留まることなく、事業者とつながり、相互作用する事業者のファンとなり、ひいてはMakuakeのファンに変化していく体験が可能になります。



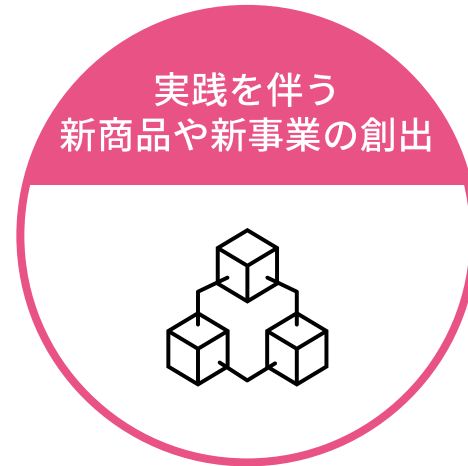
Makuake Incubation Studio (MIS)

- 企業がもつ技術の価値を正しく伝えブランド化することに伴走し、「研究開発技術の社会実装」を支援します。サポート内容に合わせて一定の報酬を受領しています。



技術の用途開発-事業化プロデュース

メーカーとともに企画から世に生み出すところまで新商品や新事業を共同プロデュース



イントレプレナープロデュース

実践を通じた事業創出の仕組み化と人材育成を一連のプログラムとして提供



販売拡大プロデュース

Makuake実施後オンラインを中心とした一般販売時のマーケティング施策の立案・実行サポート

Makuake Incubation Studioのサポート事例



シャープ

-2℃で味わう新しい日本酒体験。雪がとけるように味わいが変わる「雪どけ酒」冬単衣

- Vision/Mission策定
- 商品企画
- ビジネスマッチング
- ブランドネーミング
- ブランドロゴ開発
- 体験価値設計
- コピー/キービジュアル開発
- Makuakeページ制作
- プロモーション支援

Makuakeで当時のアルコールジャンル記録となる応援購入金額が集まり話題に。多くのメディアに取り上げられ、様々な企業からBtoBの問い合わせが増加。



Canon

思い出フォトグラファー。Canonの自動撮影カメラ | PowerShot PICK

- 体験価値設計
- コピー/キービジュアル開発支援
- Makuakeページ制作
- プロモーション支援

Makuakeで販売開始から4日間で売上1億円を達成し、当時Makuake記録樹立。プロジェクト終了時の応援購入金額は1億6,000万円以上。2021年度のグッドデザイン賞を受賞。



ミズノ

高次元のクッション性×反発力で歩くのがクセになる。機能性ミニマルシューズ | ミズノ

- 商品企画
- 体験価値設計
- コピー/キービジュアル開発支援
- Makuakeページ制作
- プロモーション支援
- 一般販売時のブランドサイト制作

Makuakeで販売開始から14日間で2,000足が完売。プロジェクト終了時の応援購入金額2,300万円以上。その後、自社ECサイトでのシューズ部門売上1位を記録。



LIXIL

柔らかく温かい泡に包まれる至福の泡シャワー | KINUAMI U (絹浴み [結])

- Vision/Mission策定
- 商品企画
- ブランドネーミング
- ブランドロゴ開発
- 体験価値設計
- コピー/キービジュアル開発
- Makuakeページ制作
- プロモーション支援

Makuakeでプロジェクト終了時の応援購入金額が5,800万円を超え、話題に。様々なメディアに取り上げられ介護施設などのBtoBの問い合わせが増加。

その他各種サービス

- Makuake の運営に関連する各種サービスを展開することでMakuakeの生態系の最大化を図っています。

Makuake STORE

Makuake において創出された商品を当社ECサイトにて販売取次するサービス



手数料：売上金の20%

Makuake SHOP

当社が展開するリアル店舗でプロジェクト実行者の商品を展示・販売するサービス



手数料：売上金の一定%

広告配信代行

プロジェクト実行者からの依頼に応じてMakuake掲載中の商品のWEB広告を配信代行するサービス

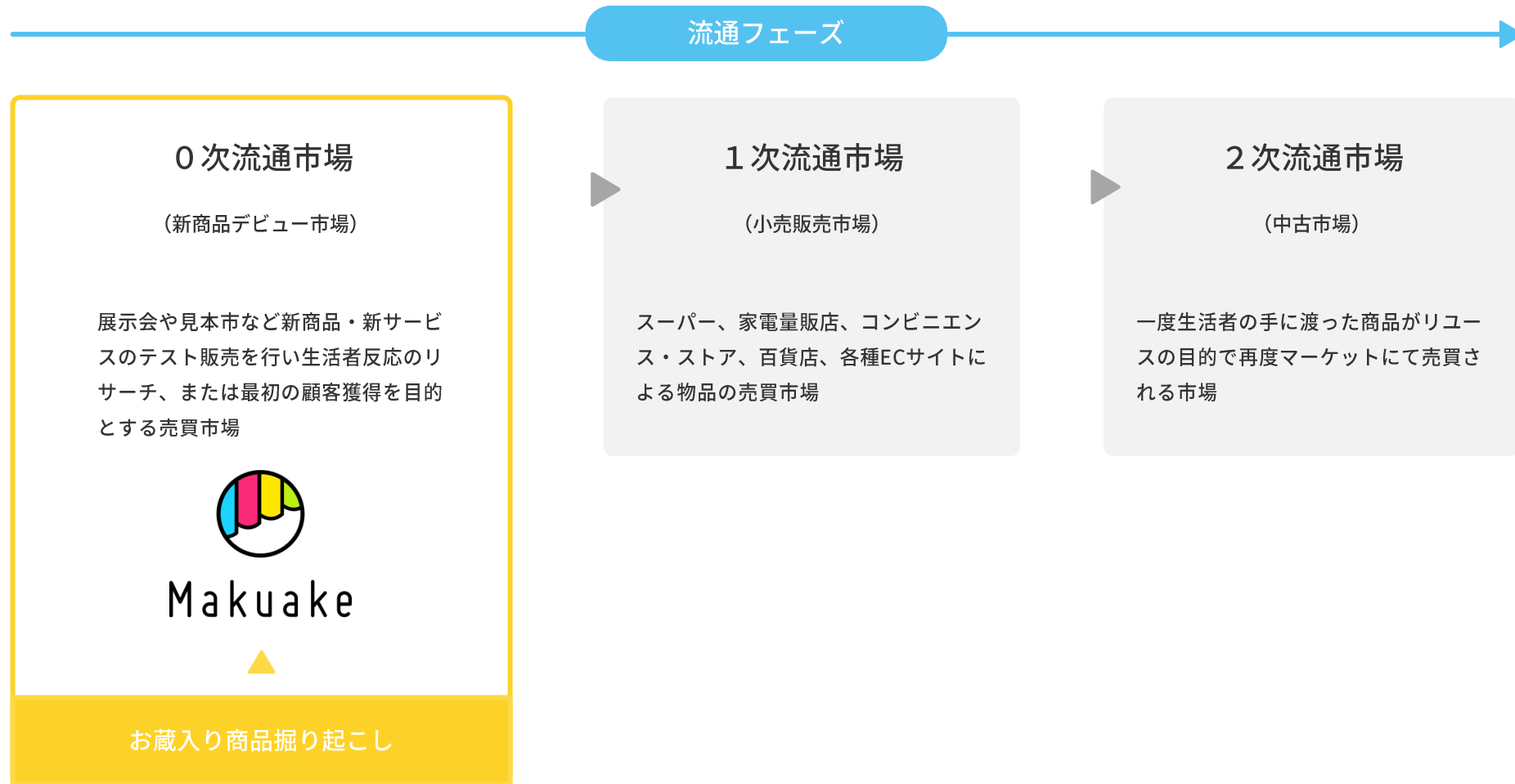


手数料：配信額の一定%

03 ターゲット市場及び市場環境

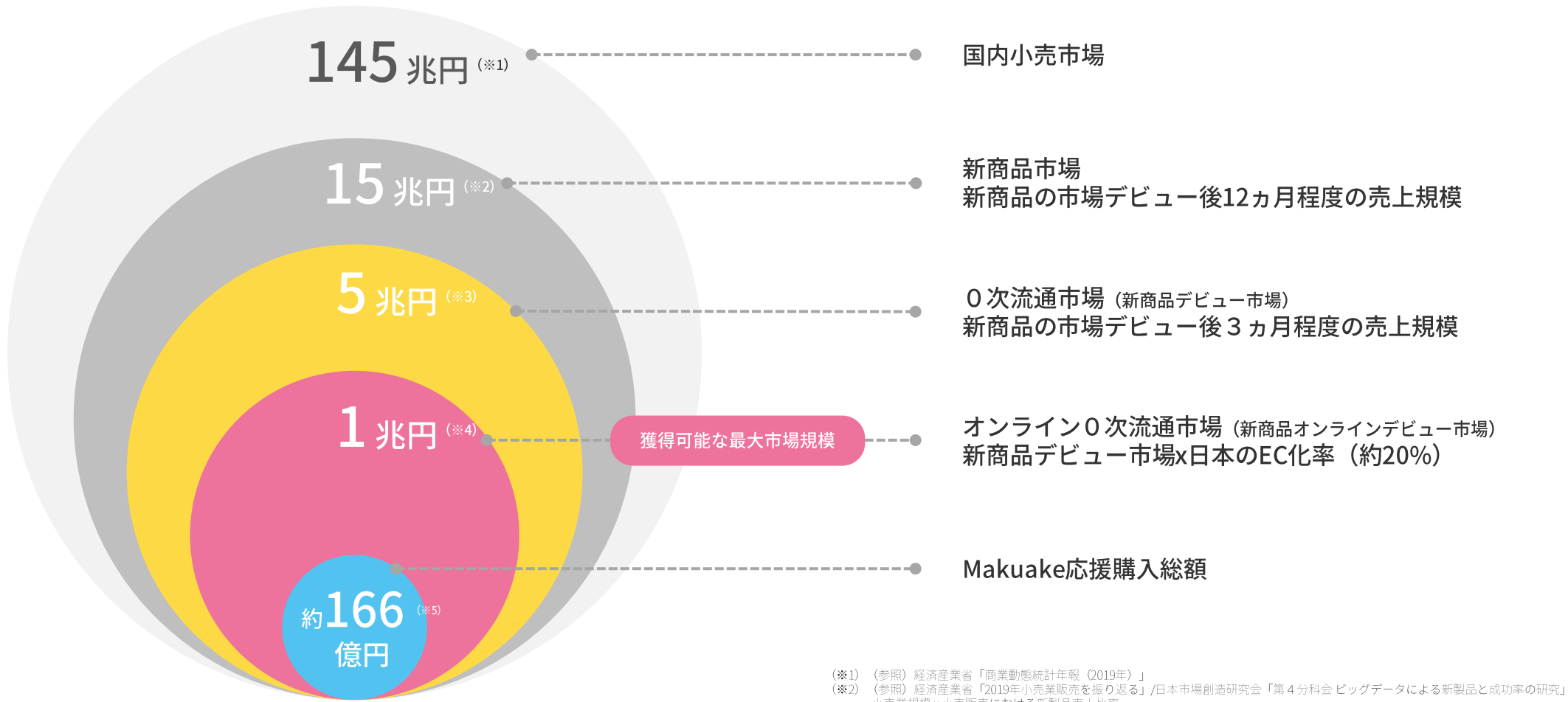
ターゲット市場

- 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。



ターゲット市場の規模：新商品（モノ）における獲得可能な最大市場規模

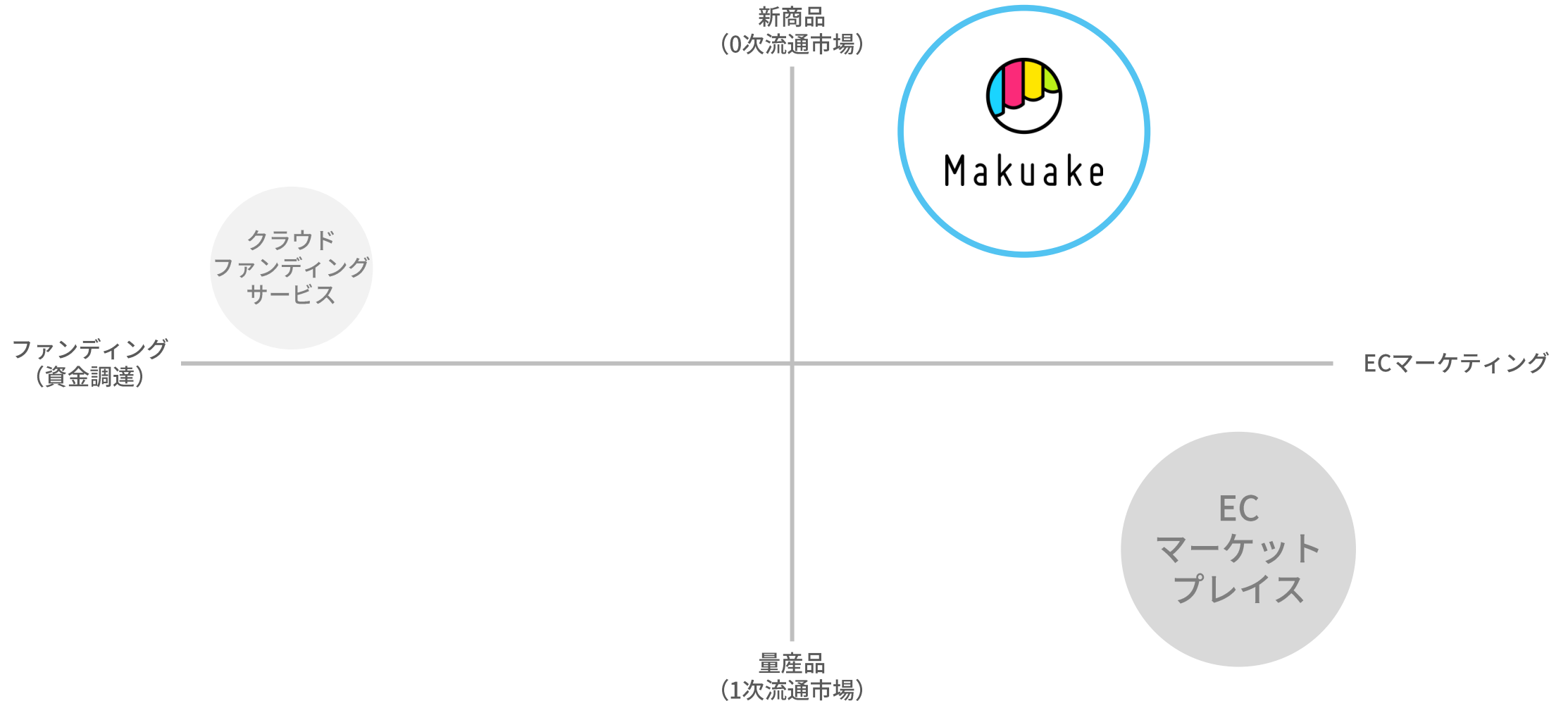
・新商品デビュー市場である0次流通市場の中でも1兆円規模のオンラインの0次流通市場が当社の獲得可能な最大市場であると認識しています。



(※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2024年9月期応援購入総額実績

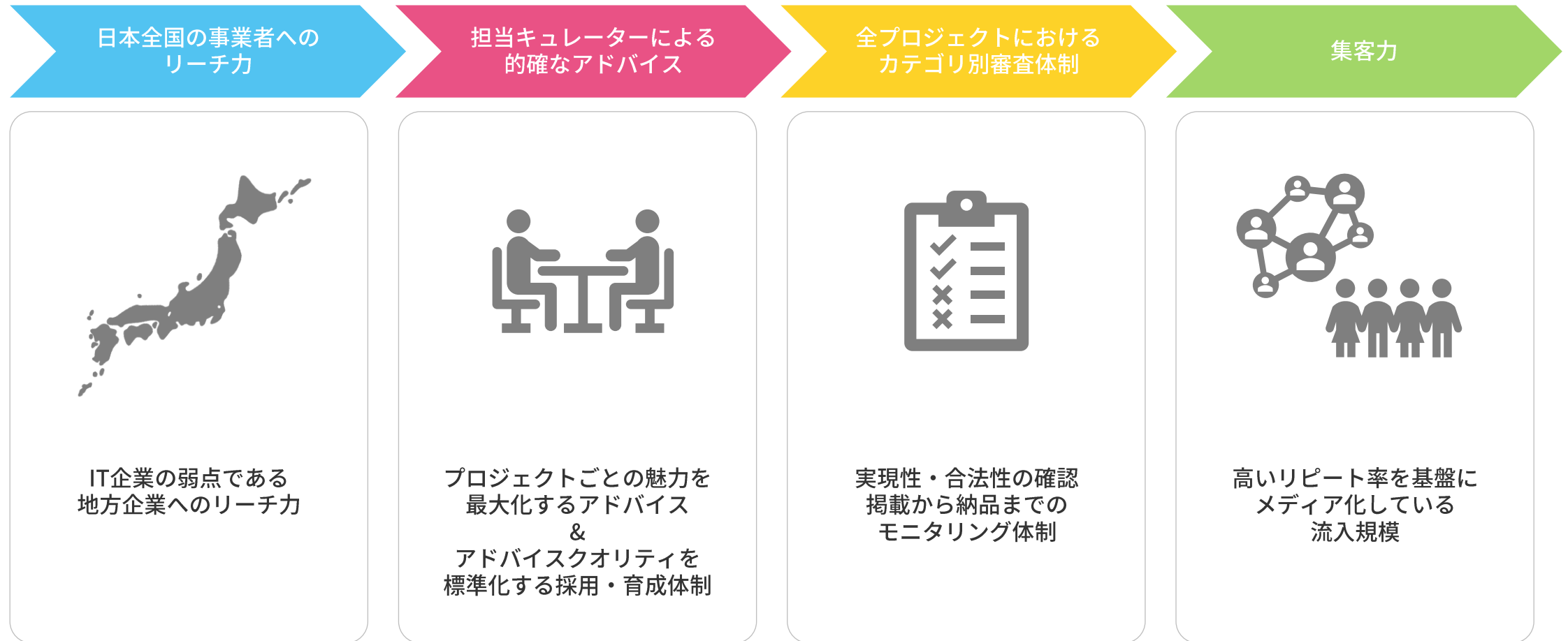
Makuakeの競合環境

- 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。



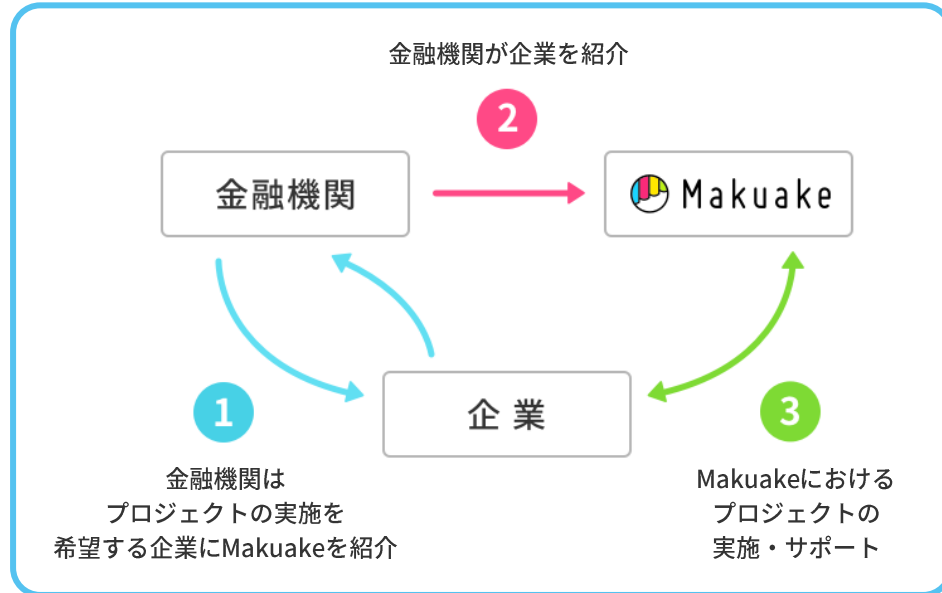
競合優位性

- 複数の強みが組み合わさることで、1次流通前の新商品が絶え間なく登場するという今までに実現できなかったサービスを展開することが可能になっています。



競争優位性（1）日本全国の事業者へのリーチ力

- 全国の100社を超える金融機関との連携や Makuake Incubation Studio等により継続的に良質なプロジェクトの獲得が可能な仕組みを作っています。



全国の連携金融機関約100社

地域でのMakuake認知度アップと地方企業からのプロジェクト掲載を同時に実現



各業界のリーディング企業

MISが能動的に大企業と連携し、高い注目を集める画期的な商品を創出

競合優位性（2）プロジェクトの魅力最大化するキュレーターのコンサルティング

- 全てのプロジェクトにおいて、担当キュレーターが商品のプロジェクトページの魅力や応援購入金額の最大化をサポートしています。

プロジェクトページの魅力最大化



今回、Makuakeでも多くの実績を持つAFUSTが日本の正規輸入販売代理店として立ち、新しい電動アシスト自転車「naicsports power 2.0」のプロジェクトを立ち上げました。本プロジェクトで製品の魅力をお伝えし、自転車通勤のパートナーにしたいだけたらと思います。

「naicsports power 2.0」6つのポイント

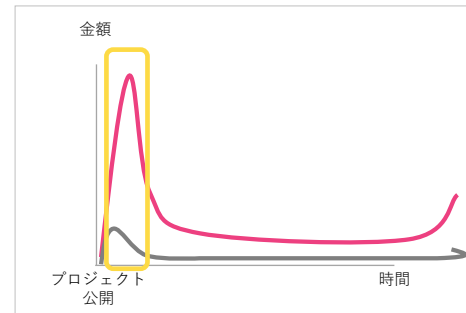
- ・2つのバッテリーで最大100km走行可能。さらに自由に。
- ・5段階のハイパワー電動アシストでどんな坂道も楽々走行。
- ・7段変速ギアで走りさらに快適に。
- ・スッキリとした美しいデザイン。
- ・街乗りに最適化したセッティング。
- ・折り畳み楽々で持ち運び自由自在。



- 商品/サービスのコンセプト整理のアドバイス
- プロジェクトのターゲット層整理のアドバイス
- 掲載内容/ストーリー/ページクリエイティブのアドバイス
- ページ制作のデザイン事務所などの紹介



応援購入金額の最大化



- プロモーション戦略のアドバイス
- ニュースメディアへのPRサポート
- メルマガ、プッシュ通知、SNSなどでの告知サポート
- 広告を活用した集客のサポート
- リアル店舗での展示サポート



競争優位性（3） 全プロジェクトにおけるカテゴリ別審査及びモニタリング体制

- 全プロジェクトをカテゴリ別の審査項目に基づき3段階で審査することに加え、プロジェクト掲載から納品までをモニタリングすることで安心安全なサイトの構築を目指すとともに、継続的なオペレーション効率化を進めています。

カテゴリ別の審査及びモニタリング

審査及びモニタリングのフロー

与信審査：実行者のリスク確認



案件審査：実現可能性確認



公開前審査：ページ記載内容確認



モニタリング

効率化を追求した オペレーション及びシステム

10年以上審査オペレーションノウハウを蓄積
システム化することで効率化を実現

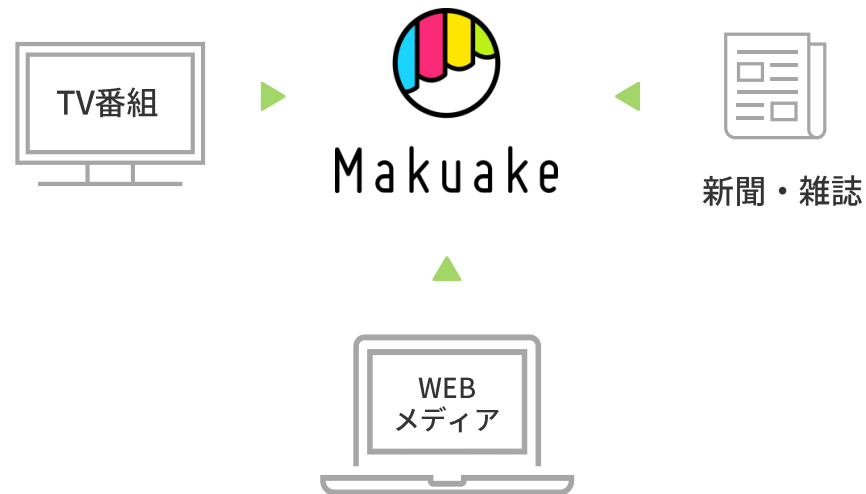


競争優位性（4）集客力

- ・ニュースメディアのMakuakeプロジェクト関連掲載記事数が月間平均9千件以上となる仕組みに加え、各種集客の仕掛けによりプロジェクト数の増加が集客力の増加につながるネットワーク効果が創出できています。

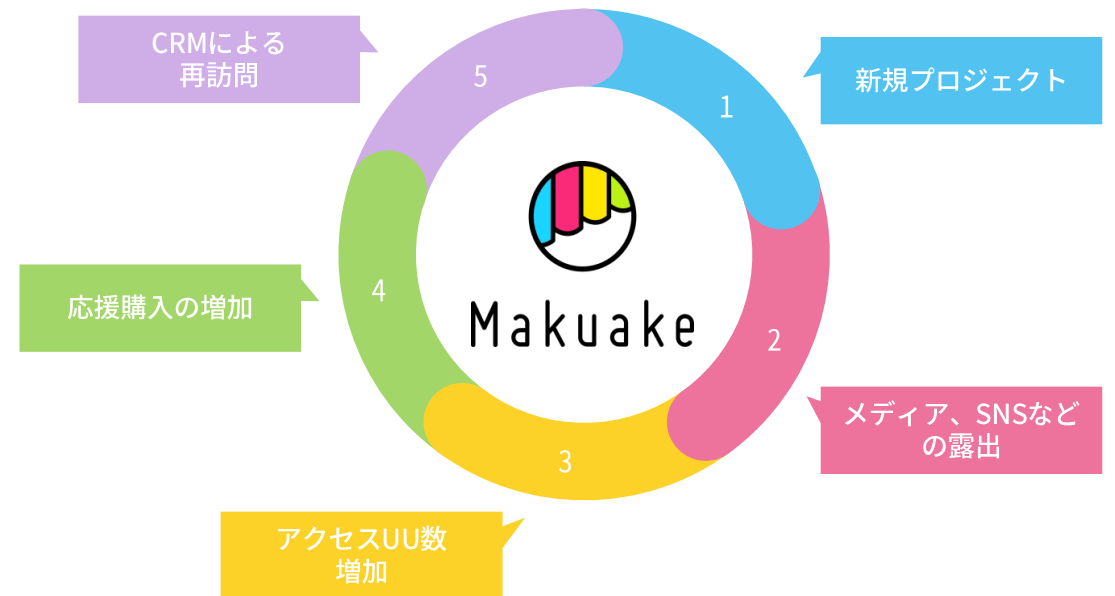
メディア掲載月間平均 **9,000**件以上

新商品が毎日数十件生まれるマーケットプレイスとしてメディアに認知され、月間平均9,000件を超えるMakuake関連記事が掲載されている



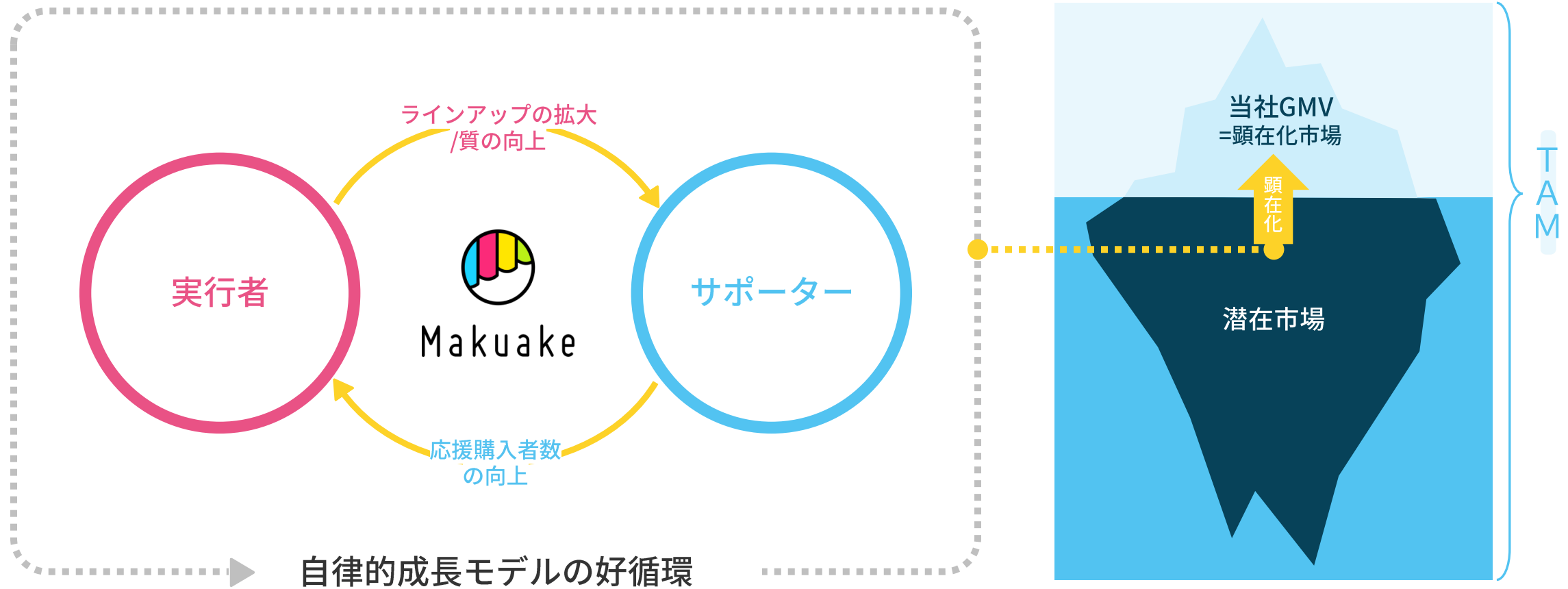
アクセスUU **900**万人以上

自分の趣味嗜好に合った新商品に出会えるマーケットプレイスとして、新商品に関するメディアとして利用されている



競合優位性 (5) 自律的成長モデル

- Makuakeは実行者とサポーターの両軸がそれぞれ成長することで更に成長が加速する自律的成長モデルを有しています。自律的成長の好循環はGMVの成長につながり、当社のGMVの成長によってTAMが顕在化していくと考えます。



04 2024年9月期実績

2024年9月期 通期業績予想と実績値との差異

- 4QにおいてMakuake手数料を改定したことやサポーターから受領する安心システム利用料を導入したことにより収益構造が一部変化し、売上高及び利益ともに7月30日開示した通期業績予想を上振れて着地しています。

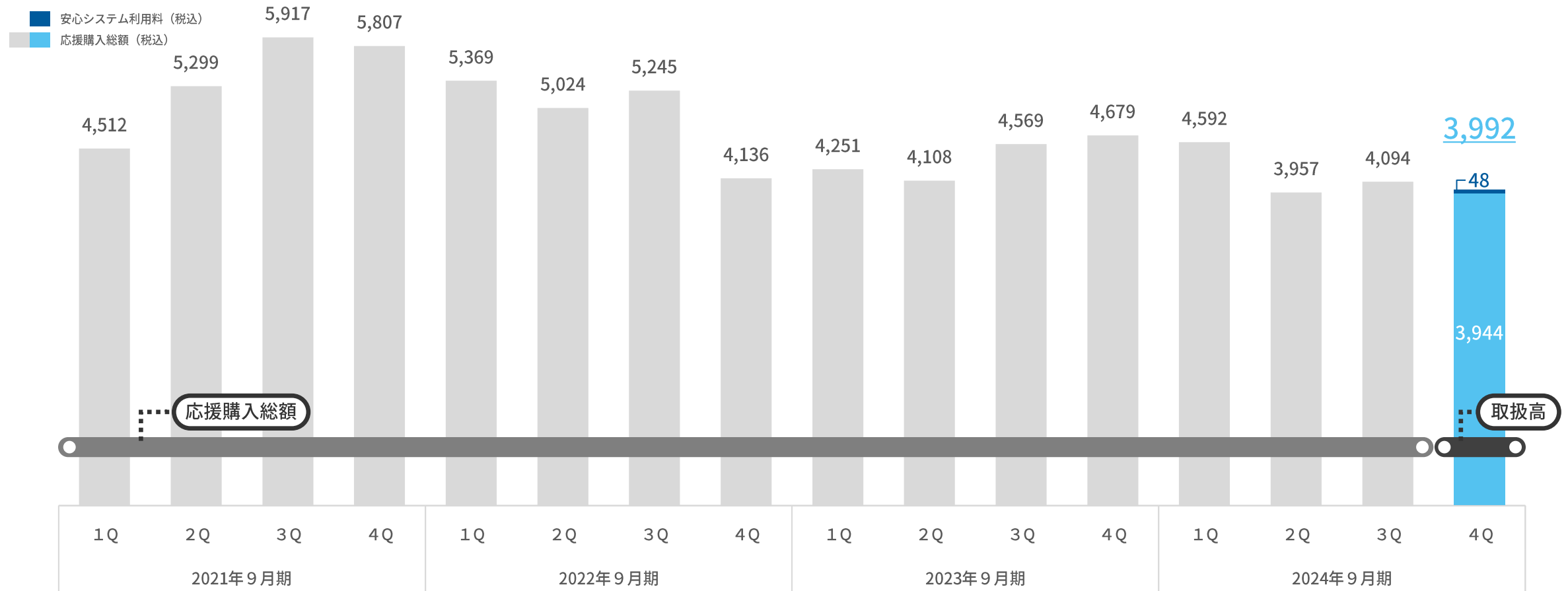
(単位：百万円)	2024年9月期 (7月30日開示計画)	2024年9月期 (実績)	増減額	増減率
取扱高 ^(※) 応援購入総額及び 安心システム利用料の合計額(税込)	16,508	16,637	-	-
売上高	3,603	3,652	+48	+1.4%
営業利益(△損失)	△97	△62	+34	-
経常利益(△損失)	△93	△60	+33	-
当期純利益(△損失)	△152	△103	+48	-

(※) 2024年9月期 第4四半期より応援購入総額及び安心システム利用料の合計額を取扱高として開示

取扱高 (※) 四半期推移

- 2024年8月以降掲載開始したプロジェクトに適用している安心システム利用料が4Qから計上され、マクアケが提供しているサービス全体として取り扱っている金額が3,992百万円となりました。

(単位：百万円)

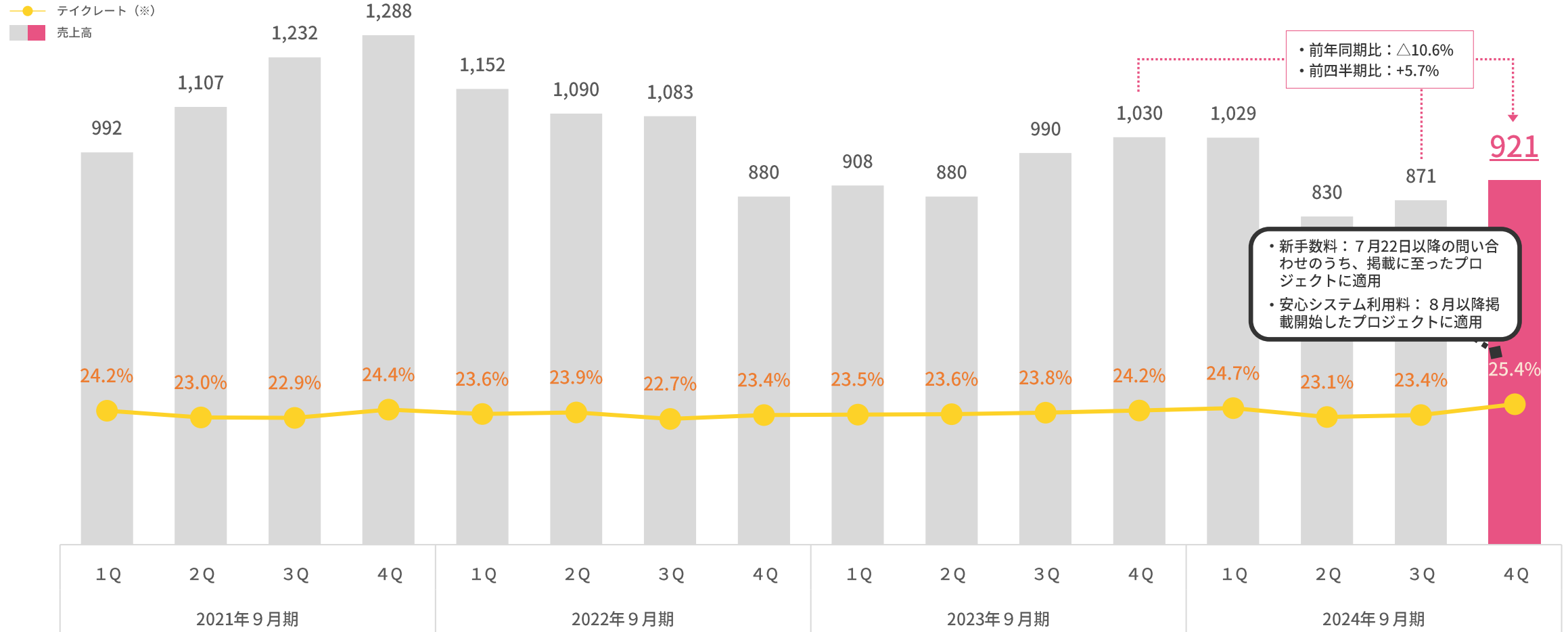


(※) 取扱高：応援購入総額及び安心システム利用料の合計額 (税込)

売上高及びテイクレート四半期推移

- 売上高は安心システム利用料の計上により前四半期比5.7%増加しました。テイクレートはMakuakeサービスにおける新手数料適用（税抜20%）の一部影響に加え、安心システム利用料売上計上により前四半期比2.0pt増加しました。

(単位：百万円)



・前年同期比：△10.6%
・前四半期比：+5.7%

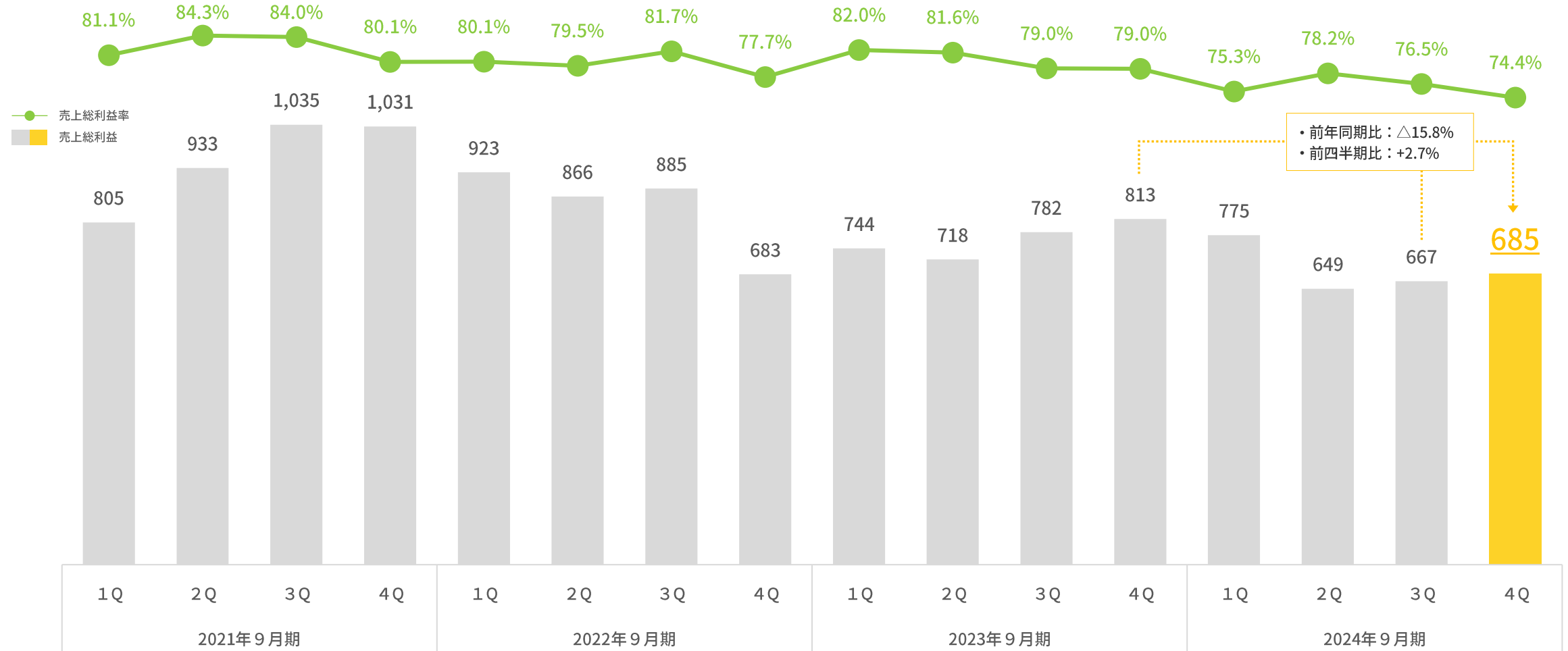
・新手数料：7月22日以降の問い合わせのうち、掲載に至ったプロジェクトに適用
・安心システム利用料：8月以降掲載開始したプロジェクトに適用

(※) 2024年9月期3Qまでのテイクレート=売上高÷(応援購入総額÷1.1(税抜き計算)) / 2024年9月期4Qからのテイクレート=売上高÷(取扱高÷1.1(税抜き計算))

売上総利益及び売上総利益率四半期推移

- 売上総利益は前四半期比2.7%増加しましたが、広告代行売上より積み上げる応援購入金額の伸びが弱く、応援購入金額比仕入高（=広告代行売上原価）率が増加したことにより売上総利益率が前四半期比2.2pt減少しました。

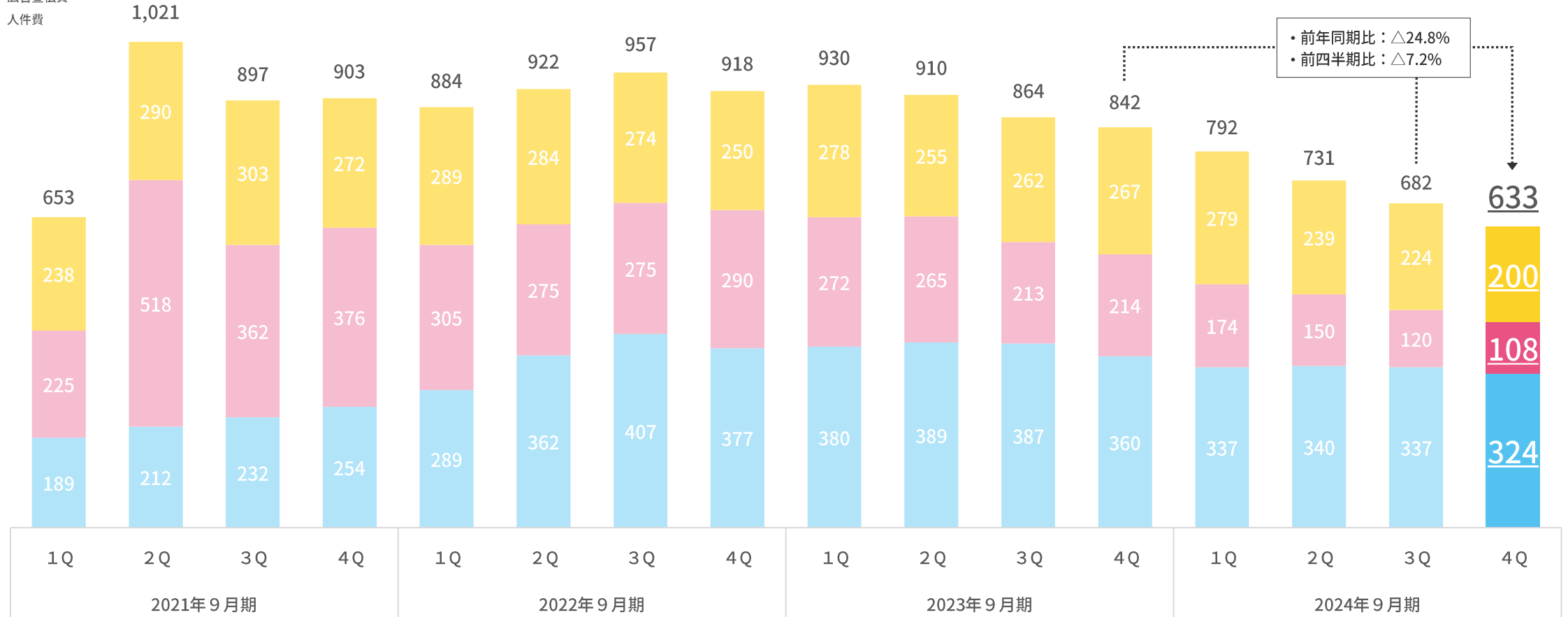
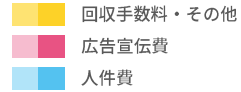
(単位：百万円)



販管費四半期推移

• 引き続き販管費マネジメントを徹底し、コスト構造の最適化を実現しています。4Qは前年同期比で24.8%、前四半期比では7.2%を削減しています。

(単位：百万円)



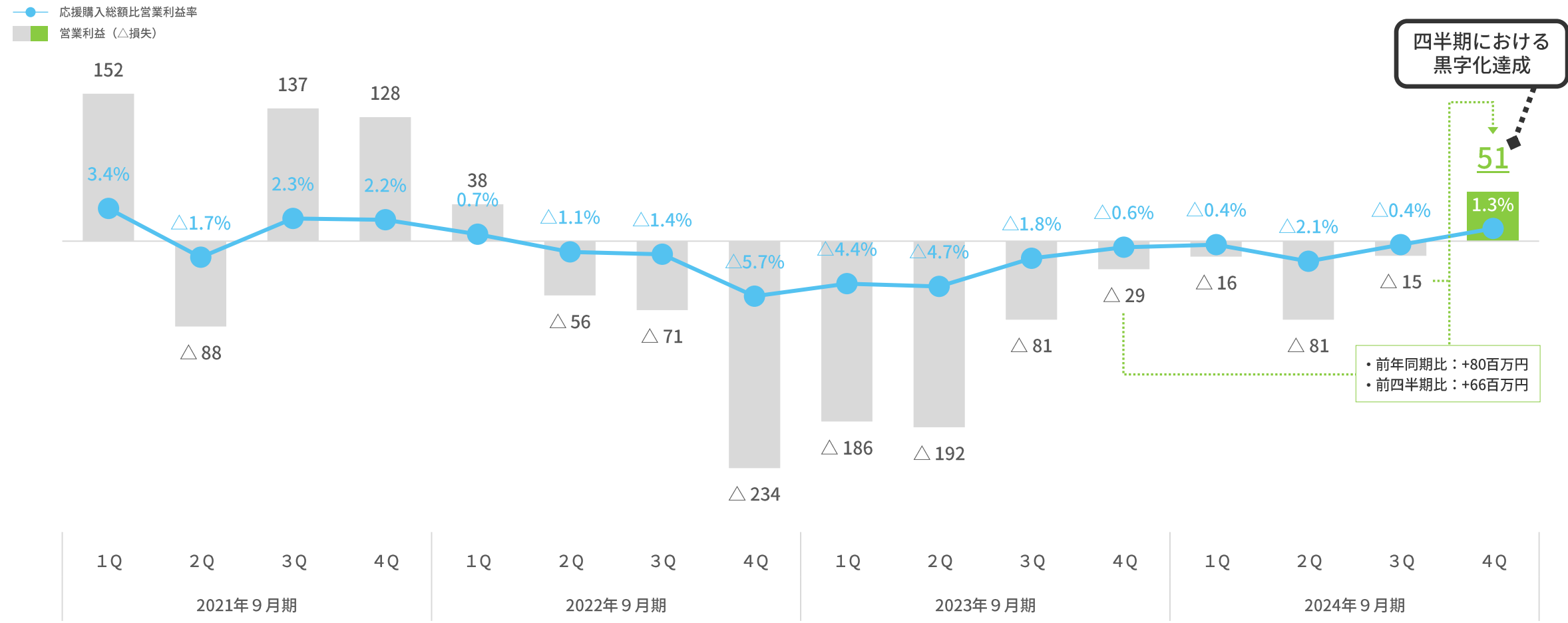
・前年同期比：△24.8%
 ・前四半期比：△7.2%

(注) 2022年9月期2Qから人件費の科目を一部見直し

営業利益（△損失）及び応援購入総額比営業利益率四半期推移

・ 営業利益は安心システム利用料の計上に加え、広告宣伝費を中心とした販管費の削減により51百万円となり、単Qにおける黒字化を達成しました。

(単位：百万円)



最重要KPI四半期推移

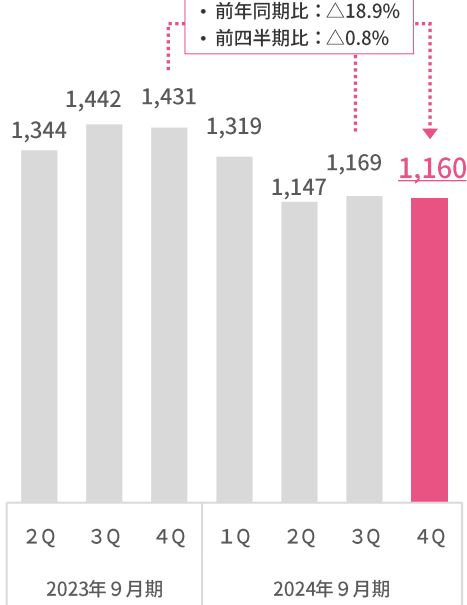
・ 四半期における月中アクティブプロジェクト件数、月次プロジェクト単価ともに前四半期比微減し、月次応援購入金額が微減しました。アクティブプロジェクト件数の伸び悩みは引き続き成長における課題と認識しています。

Qにおける



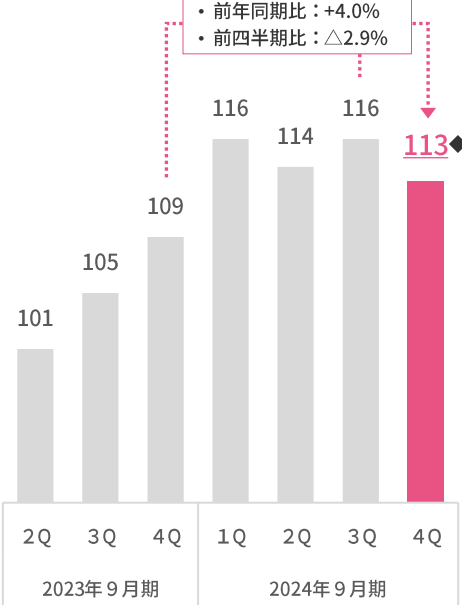
実績

(単位：件)



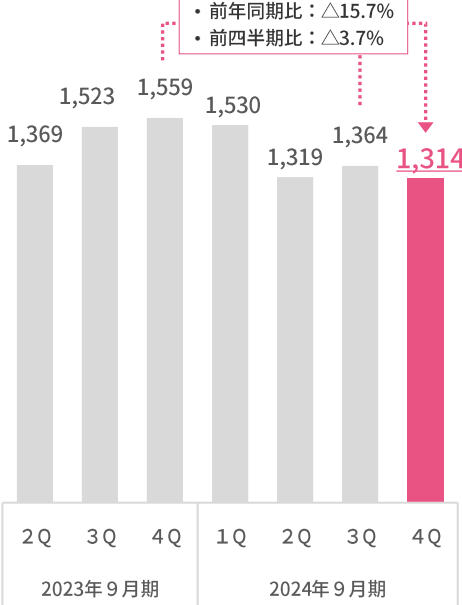
原材料高、為替変動、物価高等により実行者にとって厳しい外部環境が続いている

(単位：万円)



物価高により必需品の支出負担が増え、サポーターの嗜好品に対する消費意欲に影響

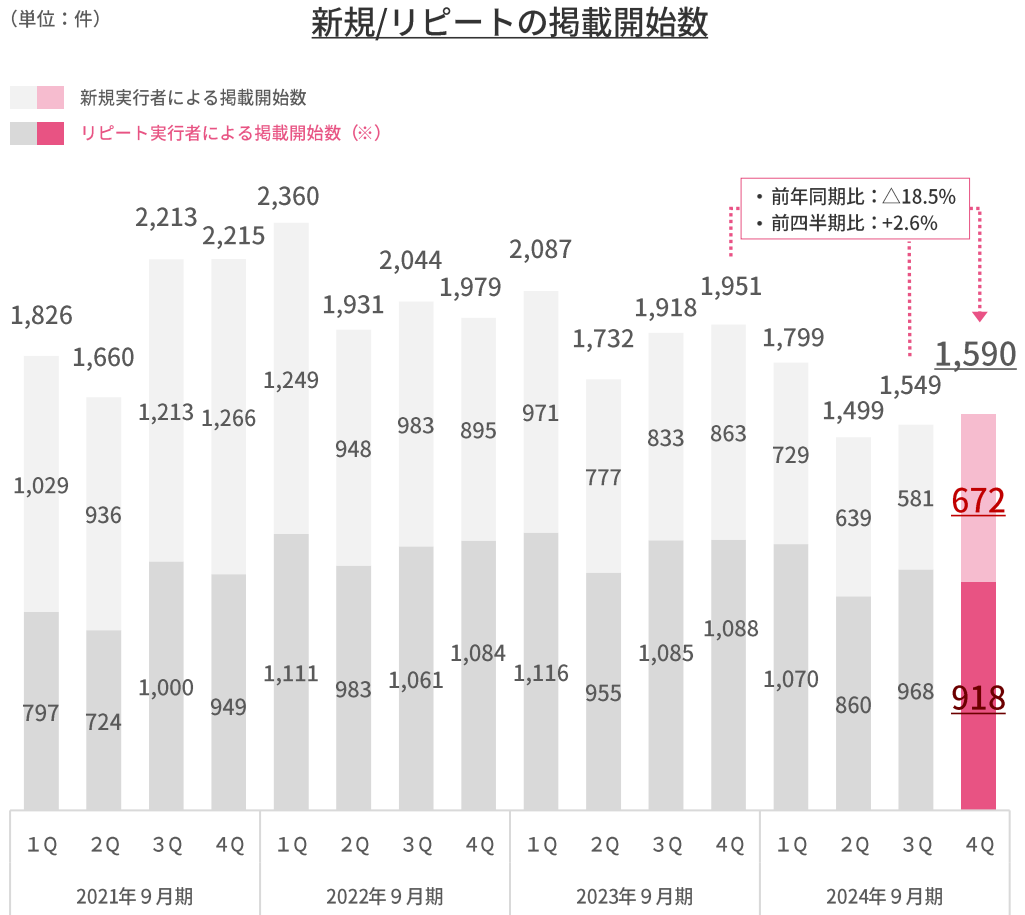
(単位：百万円)



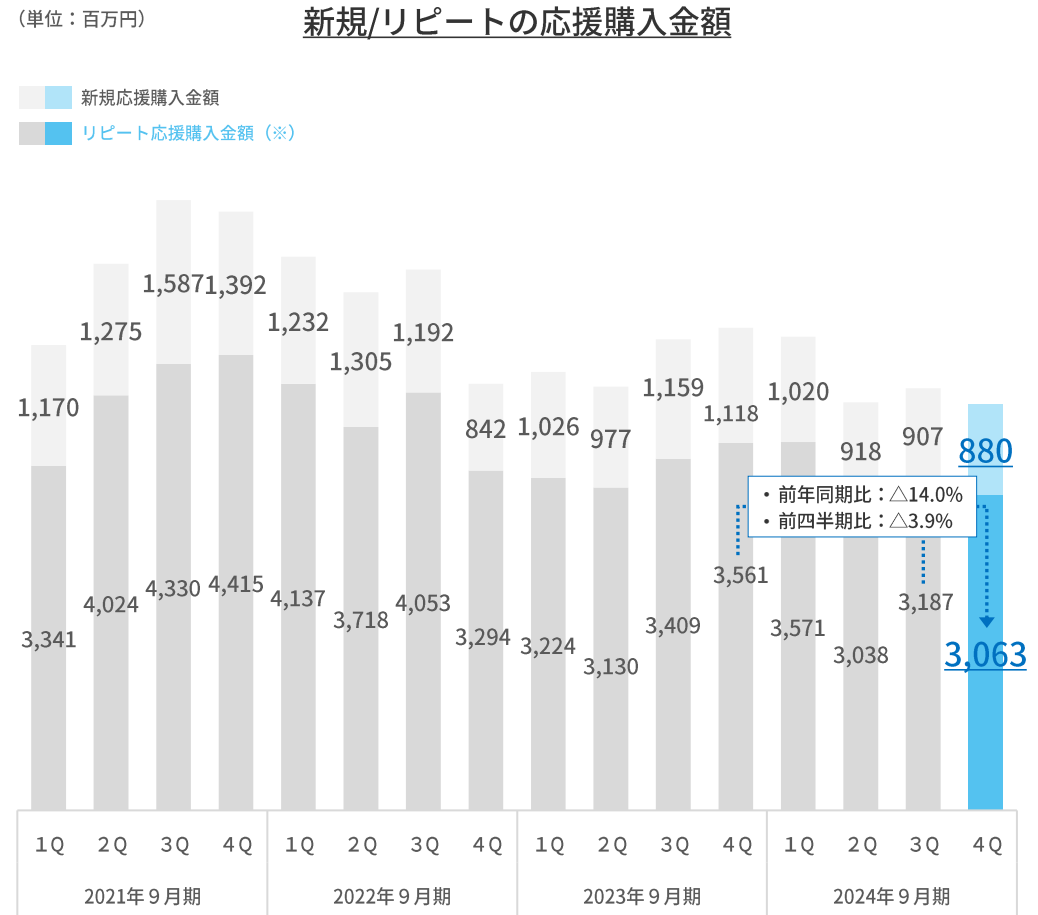
(※1) 月中アクティブプロジェクト件数：月中に先行販売をしていたプロジェクトの合計数
 (※2) 月次プロジェクト単価：月中アクティブプロジェクトが売り上げた応援購入金額の平均額

その他KPI四半期推移（1）

・掲載開始数は新規実行者案件を中心に前四半期比2.6%増加しました。応援購入金額は新規、リピートともに微減となりましたが、全体におけるリピート応援購入金額の比率は77.7%と前四半期と同水準になっています。



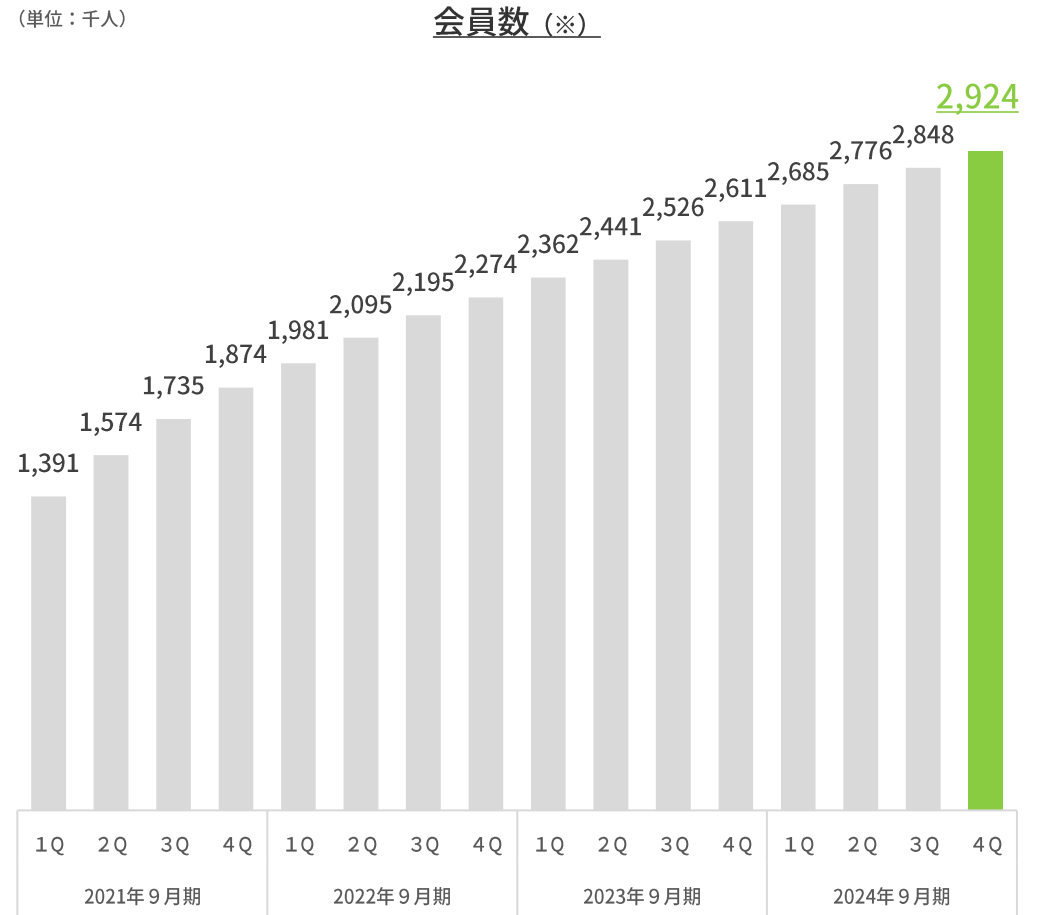
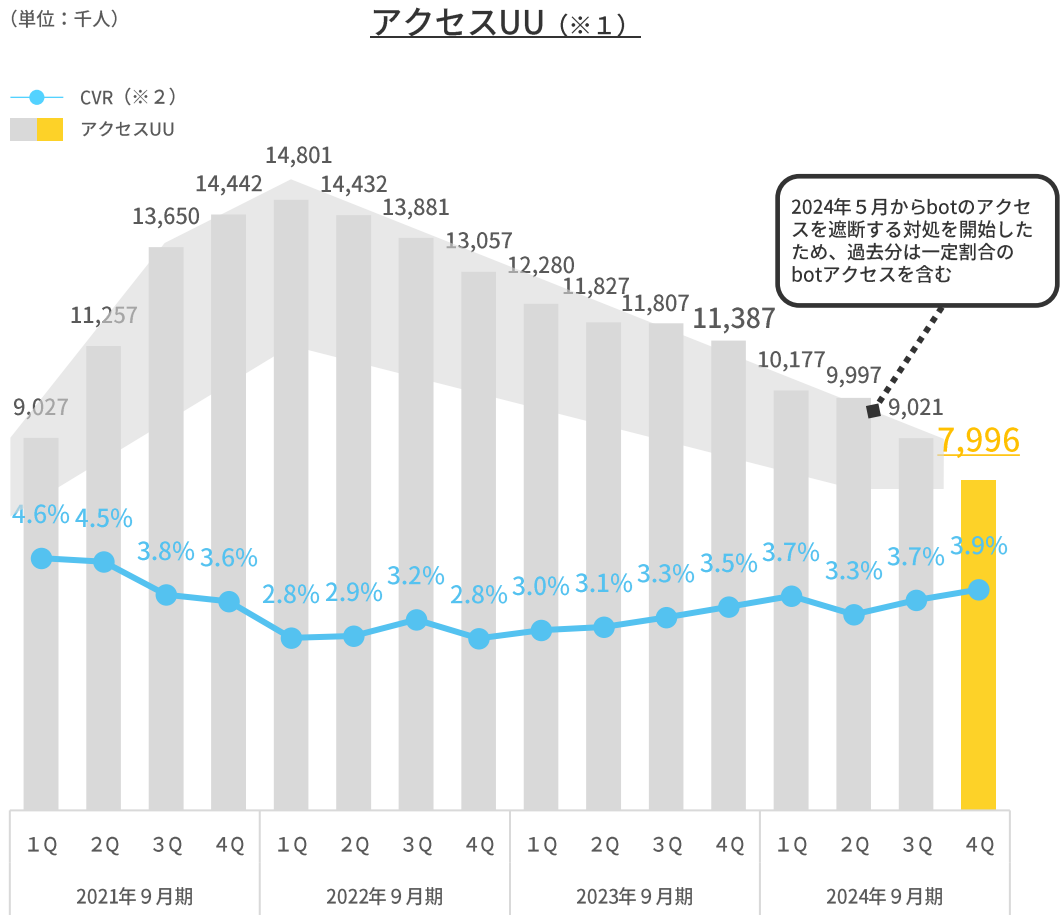
(※) 期間中の掲載開始数のうち、過去1年間において掲載実績があるプロジェクト実行者による掲載開始数



(※) 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

その他KPI四半期推移（2）

・アクセスUUは前四半期比減少しましたが、主な要因は集計基準が変わったためであり実質大きな減少はありません。他方、アクティブプロジェクト件数の減少がアクセスUUの減少に一部影響したと分析しています。

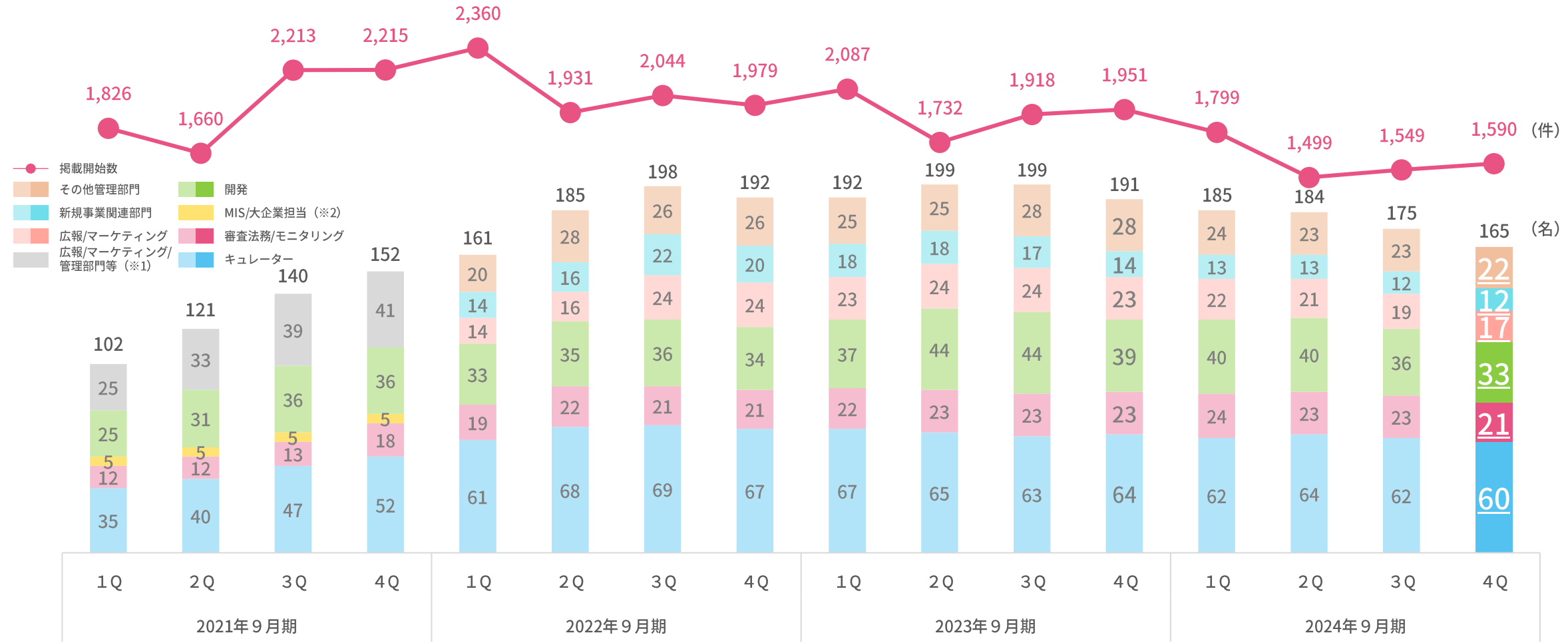


(※1) 期間中にMakuakeを訪れた人数。Googleアナリティクスの基準により集計されたアクセスUU
 (※2) CVR：コンバージョン率。MakuakeにおけるアクセスUUの応援購入率。応援購入件数÷アクセスUU
 応援購入件数はAppendixより参照可

(※) 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の累計

人員数四半期推移（参考値：掲載開始数）

・利益構造の改善に注力することにより、引き続き会社の経営フェーズ変化に伴う人員数変動はありますが、適材適所や業務の効率化、各種外部サービスの活用等で一人当たりの生産性を上げる動きを続けています。



(※1) 2022年9月期1Qから「広報/マーケティング/管理部門等」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
 (※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

業績概要 前年同期比（通期）

- 体験への消費拡大が継続している中、円安や原材料高により実行者において厳しい環境が続きアクティブプロジェクト件数が伸びきらず、取扱高及び売上高が減少しました。一方、販管費管理徹底で営業損失幅を縮小しました。

(単位：百万円)	2023年9月期	2024年9月期	増減額 (YoY)	増減率 (YoY)
取扱高 ^(※) 応援購入総額及び 安心システム利用料の合計額（税込）	17,609	16,637	-	-
売上高	3,810	3,652	△157	△4.1%
売上総利益	3,059	2,777	△282	△9.2%
営業利益（△損失）	△489	△62	+426	-
経常利益（△損失）	△482	△60	+422	-
当期純利益（△損失）	△491	△103	+387	-

(※) 2024年9月期 第4四半期より応援購入総額及び安心システム利用料の合計額を取扱高として開示



05 2025年9月期業績予想

2025年9月期業績予想

- Makuake事業の収益は前期と同水準を維持つつ、各種付随サービスから得られる収益の拡大に向けた基盤固めを推進し、売上高及び利益の成長を進め、通期における黒字化を実現していきます。

(単位：百万円)	2024年9月期 (実績)	2025年9月期 (予想)	増減額	増減率
取扱高 応援購入総額及び 安心システム利用料の合計額 (税込)	16,637	15,460	△1,177	△7.1%
売上高	3,652	3,800	+147	+4.0%
営業利益 (△損失)	△ 62	120	+182	-
経常利益 (△損失)	△ 60	120	+180	-
当期純利益 (△損失)	△ 103	70	+173	-

2025年9月期の成長戦略

- Makuake事業においては優良実行者の案件獲得や季節性影響の低減等による安定運用を強化するとともに、来期以降、より付随サービスの収益規模を拡大していけるよう収益基盤固め及び実績作りを推進していきます。



2025年9月期の新経営体制

- 当社は本日開催の取締役会において、2024年12月12日（木）開催予定の第12期定時株主総会で承認されることを条件として、経営体制を変更することを決議しました。

変更内容

- 常勤取締役 4名から2名に変更
- 取締役木内が共同代表取締役に異動
- 取締役の坊垣及び生内が退任

変更の目的

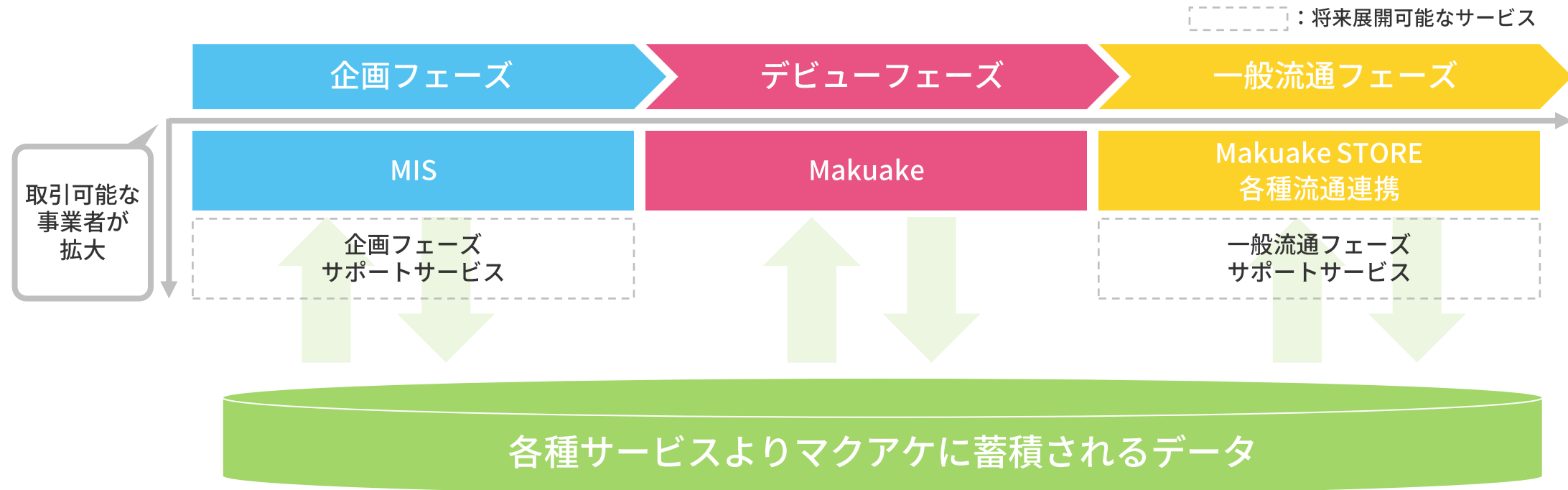
- 経営体制をスリム化するとともにより強固にすることで、迅速な意思決定を行い
企業経営力を強化するため
- 執行役員に権限を移譲し、事業経営力を強化するため



06 成長戦略

事業者側：データを競争力に事業者の生まれ広がり残るための事業展開を一気通貫で支援

- 各種サービスより蓄積されたデータを活用し、事業者の事業展開を一気通貫で支援することで、1事業者当たりの取引額及び取引期間を拡大していきます。



提供サービスの拡充 / 対象企業数拡大 / 一気通貫のアカウントコンサルサービス展開

1事業者当たりの取引額及び取引期間が拡大 = お客さま当たりのLTV向上

生活者側：Makuakeが生活者に提供する特別な購入体験をより強力な優位性に強化

- 生活者のニーズは益々多様化し、消費の価値観がイミ/トキ/ヒト消費に移行しています。Makuakeが提供している特別な購入体験を今後より充実させ、将来にかけてさらに強力な競合優位性にしていきます。



中長期経営方針

- 実行者及びサポーター資産を積上げ、両者のニーズに合わせたマッチングサービスの多角化を図ることで、GMVの拡大及び収益向上を目指していきます。



07 成長におけるリスク要因とその対策

Makuakeにおける季節性

- 第2四半期（1月-3月）は他の四半期に比べ営業日が少ないことや年明け直後は事業者の立ち上がりが非常に緩やかになることから掲載開始数が減少する季節性があり、その影響により応援購入総額が減少する傾向があります。

(単位：件)

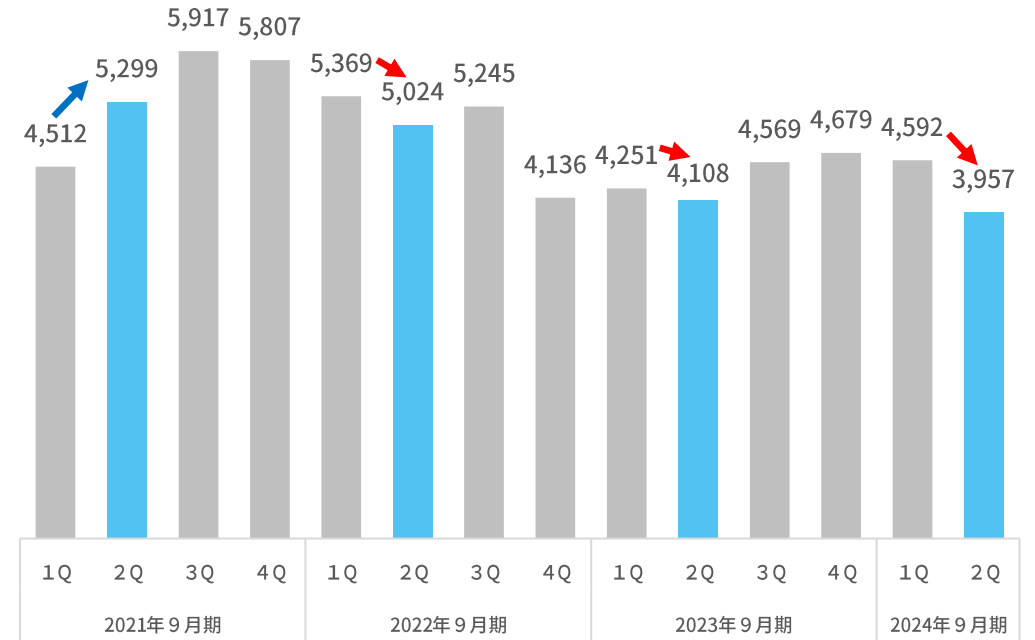
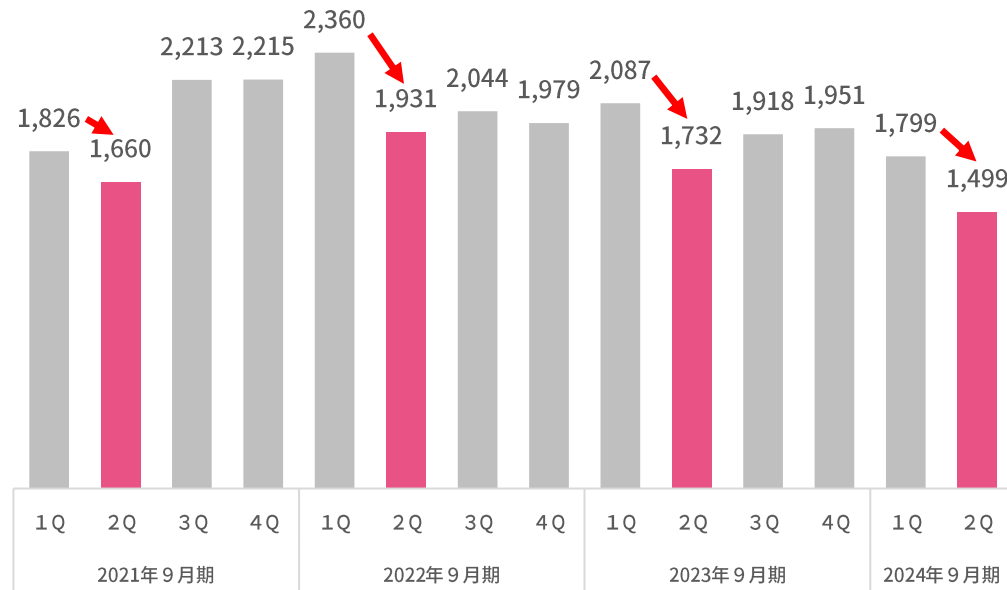
掲載開始数推移

(単位：百万円)

応援購入総額 (GMV) 推移

第2四半期において掲載開始数が減少する季節性が見られる

同時期においてGMVが下がる傾向がみられる



対策

1営業日当たりの掲載開始数の減少を最低限に抑えつつ、
通期における四半期別平均掲載開始数の増加を図る

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>	<p>高</p>	<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・セキュリティ監査の実施
<p>② トラブルプロジェクト（納品遅れなど）の発生</p>	<p>中</p>	<p>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</p>	<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>	<p>中</p>	<p>当社事業における集客力の低下などが生じ、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性</p>	<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>	<p>中</p>	<p>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などが生じた場合、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</p>	<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与体系の維持 ・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」をご参照ください。

08 配当方針

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。



09 Appendix

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、2024年12月20日現在において一般的に認識されている経済・社会等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、経営環境の変化等の事由により、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等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、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及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合は、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。
- 次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」は、2025年12月末開示を予定しております。



IRに関するお問合せ

IR@makuake.co.jp



Makuake