

事業計画及び成長可能性 に関する事項

2023年7月24日
株式会社Macbee Planet
証券コード(7095)



1

株式会社 Macbee Planet 代表取締役社長の千葉でございます。
2023年7月に開示しました事業計画及び成長可能性に関する事項に沿って当社の成長戦略
について概要をご説明いたします。

インベストメントハイライト



- 1 LTVマーケティングにおける広大な市場機会**
LTVを起点にマーケティングの最適化を図ることで、3兆円市場を広告主と消費者の双方にとって付加価値の高い形に転換
- 2 独自のデータ取得技術による高い競争優位性**
Cookie規制の影響を受けづらい技術による高い参入障壁
- 3 AI・テクノロジーの活用による高い収益性**
広告・マーケティングのDXを通じて広告主のROI（費用対効果）を最大化
- 4 ストック性の高い事業と顧客単価向上による圧倒的な成長率**
継続率が高いことで顧客数が積み上がることに加え、データの蓄積により広告主あたりの売上も向上
- 5 戦略的投資により成長速度をさらに向上**
再現性・シナジーのあるM&Aを実施し非連続な成長を実現し、市場のマーケットリーダーとして市場を牽引

2

本動画では、こちらの5つのポイントについてご理解いただければと思います。
当社は、広大なインターネット広告市場の中で、独自の AI・テクノロジーによって独自の競争優位性を発揮し、高い売上高・営業利益の成長率と収益性を実現してきました。
将来の成長に対して戦略的な投資も継続して実施してまいりますので、今後も高い成長を期待いただければと思います。

会社概要



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	2,340百万円(2023年4月末現在)
事業内容	データを活用したマーケティング分析サービスの提供
本社所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目11番11号
正社員	149名(2023年4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(現在はグロース市場)
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を完全子会社化

3

まずは、会社概要です。

当社 Macbee Planet は 2015 年の 8 月に創業し、2020 年の 3 月に東証マザーズへ上場しました。

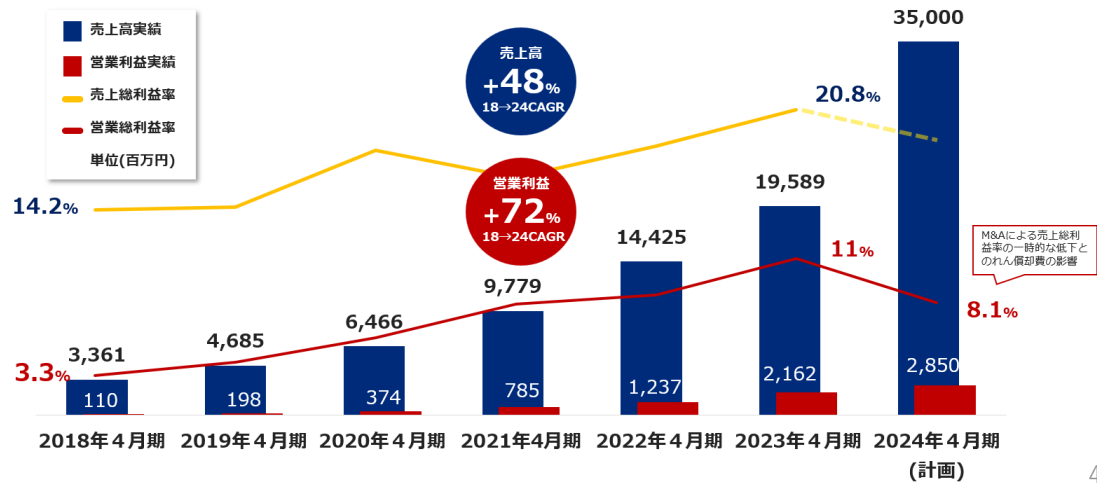
事業内容は、データを活用したマーケティング分析サービスの提供を行っており、データ活用と自社テクノロジーによって高い生産性を実現しております。

また、2021 年に株式会社 Alpha の全株式を取得し完全子会社化をしたことで技術開発力が向上し、2023 年 3 月には株式会社ネットマーケティングを完全子会社化しており顧客基盤と、今後の成長基盤となる組織を獲得しております。

業績推移



■ ネットマーケティングの連結により売上高と営業利益は増加見込み。売上総利益率と営業利益率は同社との利益率の差とのれん償却により一時的な低下が予想されるが、中長期では改善予定。



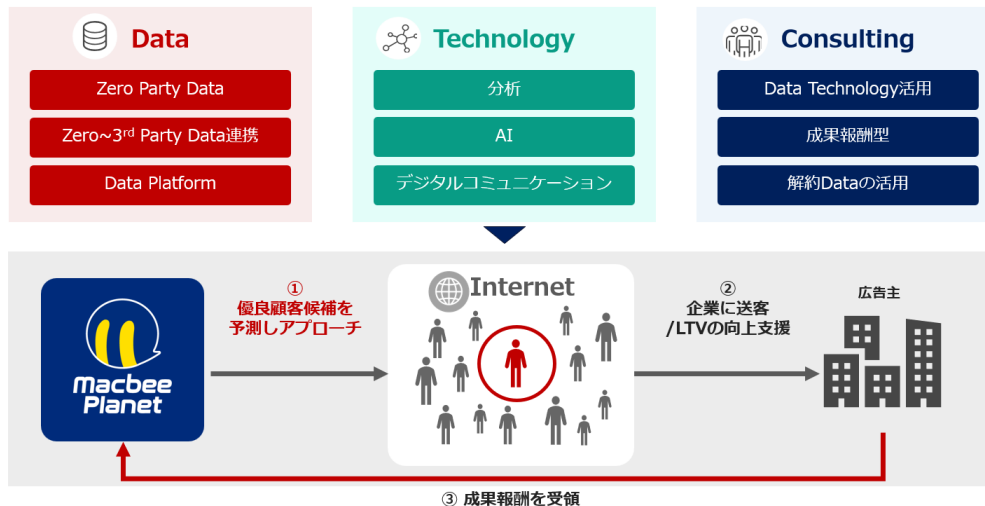
4

業績推移につきましては、2018年からの売上高 CAGR は 48%、営業利益は+72%と設立以来増収増益を実現しており、段階利益率も向上してきました。進行期である 2024 年 4 月期においては、M&A の影響で一時的に利益率は低下する見込みですが、シナジー効果により中期的には改善することを見込んでおります。

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。



5

当社が成長してきた要因は、独自に提唱している LTV マーケティングという独自の事業にあります。

LTV とは、顧客生涯価値といい、ユーザーが企業に対して生涯にわたって貢献する利益のことを意味します。

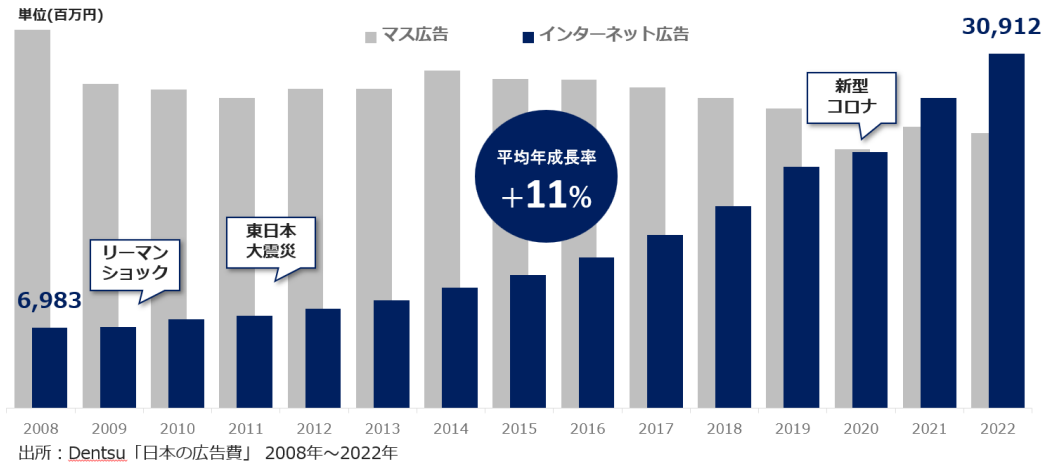
LTV マーケティングとは、ユーザーの利用金額を最大化するためにデータを駆使したデジタルマーケティングです。

独自に収集しているデータと、テクノロジー活用したデータ解析、成果報酬型で集客するコンサルティング力を競争力の源泉とし、インターネット上から広告主にとって優良な顧客を予測し、成果報酬型で送客しています。

対象市場：インターネット広告市場



- インターネット広告は効率が良いためマス広告予算のデジタルシフトが続き、3兆円市場に成長。数々の不況の中でも2桁成長を継続しており、今後も高い成長が期待される。



6

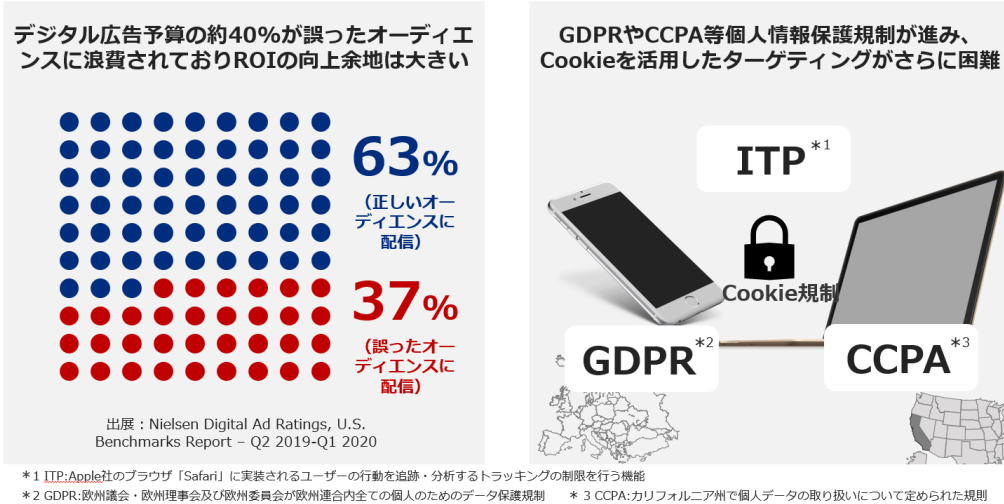
続いて、市場環境についてご説明します。

当社が対峙するのは、インターネット広告市場になります。マス広告よりも広告効率が良いことから、二桁成長を続けてきた成長市場になります。リーマンショックや東日本大震災、コロナ等の経済ショックにも負けずに成長を続けており、今後も高い成長が予想されています。

インターネット広告業界の課題



- インターネット広告予算は顧客にならないターゲットに配信され、無駄が多い。
今後はCookie規制によりさらに精度が落ち、広告費用対効果が悪化することが予想される。



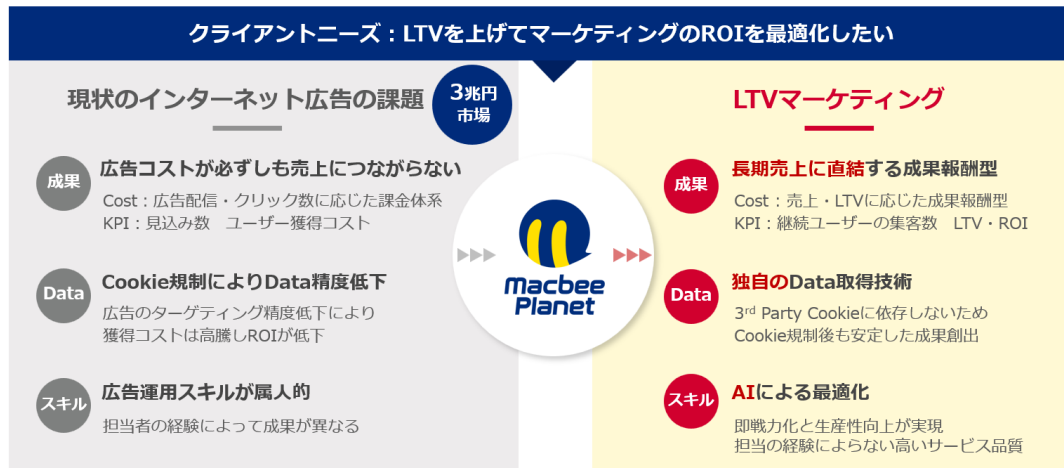
しかし、その成長市場にも課題があると考えています。

Cookie 規制等により、広告主に合ったユーザーに広告配信することが難しくなってきた影響もあり、広告予算の4割程が無駄に消化されてしまっているというデータがあります。

当社の実現したいこと：インターネット広告の転換



- インターネット広告業界の課題を解決し、LTVマーケティングのマーケットリーダーとして、3兆円のインターネット広告市場をLTVマーケティングへ転換。



8

それ以外にも、旧来型の広告代理店の成果指標は、見込み客の数であり、必ずしも見込み客が売上利益につながるとは限らないことが大きな課題です。広告がクリックされることで広告費が発生するため、広告主にとっては、費用対効果が必ずしも高いとは言えない状況にあります。

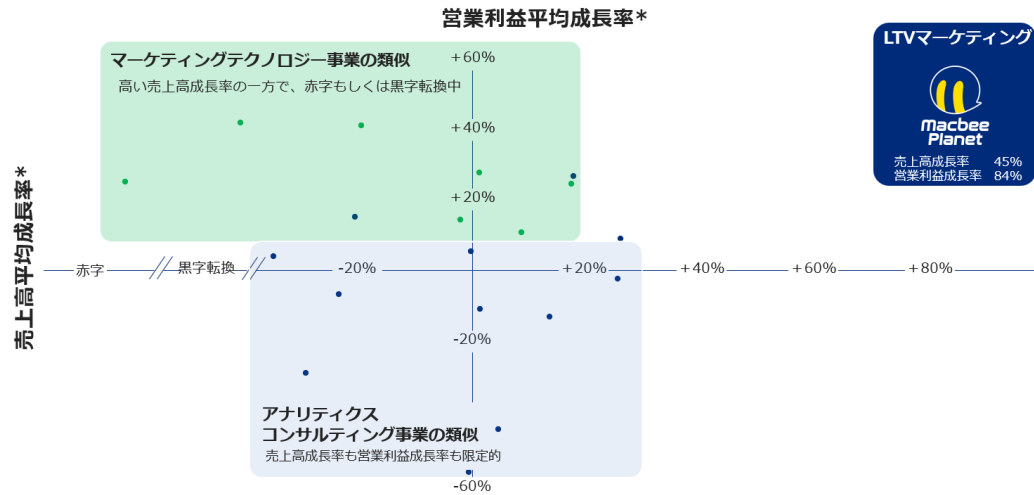
当社はLTVを起点にマーケティングを最適化し、成果報酬型でサービスを提供することで市場課題を解決・転換し、広告主の費用対効果の最適化をしたいと考えております。

市場規模は約3兆円ありますので、まだまだ伸び代があると考えています。

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。



9

市場の転換につきましては順調に進捗しており、広告主から支持されていることは当社の高い成長率で説明することができます。

こちらの図は、縦軸に売上高成長率、横軸に営業利益成長率をプロットしています。

アナリティクスコンサルティング事業につきましては、広告代理店が類似企業になりますが、売上高成長率も営業利益成長率も当社と比べると限定的でございます。

マーケティングテクノロジー事業につきましては、プロダクトを開発・提供している SaaS 企業が類似企業としてございます。売上高成長率は高いのですが、投資フェーズの会社が多いためか赤字となっているか、黒字転換中の会社が多く、営業利益成長率は限定的です。

当社独自のテクノロジーにより高い売上成長と利益成長を両立させることができている稀有な会社でございます。

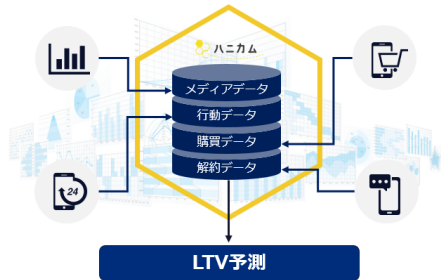
アナリティクスコンサルティング事業（AC事業）



■ データを解析し、算出したLTV予測を基に成果報酬型で集客。

1 LTVデータの解析

メディアや自社ツールから取得できるデータを解析し、見込みユーザーのLTVを算出



2 データを活用し成果報酬型で集客

データを基に当社のコンサルタントがプランニングし、新規ユーザーの集客を成果報酬型で実施



*2020年4月期から2023年4月期までのアナリティクスコンサルティング事業セグメント売上総利益率の平均値

10

続いて、二つのセグメントについてご説明します。

アナリティクスコンサルティング事業（AC事業）では、ハニカムという自社開発のデータ解析プラットフォームに様々なデータを収集し、LTVが高いユーザー像を予測し、当社のコンサルタントが、いつ、だれに、どんなメディアに、どんな広告を配信すれば費用対効果が高まるのかプランニングし、広告出稿まで行います。

収益モデルは、1送客あたりの成果報酬単価を設定し、成果発生数をかけあわせたものが売上となります。集客には、主にインターネット広告を用いるため、原価が発生するため、売上総利益率は15%と高くなく収益構造は広告代理業に非常に近いです。

マーケティングテクノロジー事業（MT事業）



- 新規ユーザーのLTV向上と、既存ユーザーの解約率を低下させることでLTVを向上。AIと3D技術を活用し、広告配信を最適化。

<p>1 集客したユーザーを顧客へ転換</p> <p>集客したユーザーに対しRobeeが接客しLTVの高いユーザーへ転換。</p>  <p>Webホスピタリティツール</p> <p>¥ 月額固定 or 成果報酬</p>	<p>2 既存ユーザーの解約を抑制</p> <p>解約を検討する既存ユーザーに対しチャットボットで継続を促進。解約率を低下させLTVを向上。</p>  <p>解約抑制チャットボット</p> <p>¥ 月額固定or月額費用 + 成果報酬</p>	<p>3 AIによる広告配信</p> <p>AIによる配信アルゴリズムと3Dクリエイティブによる広告配信。</p>  <p>3D AD Interactive 3D Advertising</p> <p>¥ 広告配信量に準ずる</p>
<p>売上総利益率 95%以上*</p>		

* 2020年4月期から2023年4月期までのマーケティングテクノロジー事業セグメント売上総利益率の最低値が95%

11

続いて、マーケティングテクノロジー事業（MT事業）の説明になりますが、売上の大半が①のRobeeというツールの売上になりますので、Robeeの説明をさせていただきます。

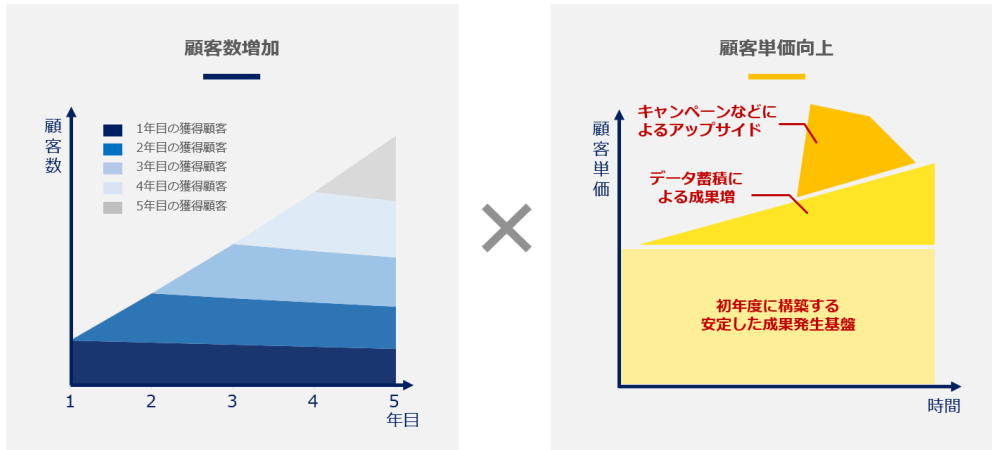
RobeeはAC事業で集客したユーザーに対し、WEB上で接客をすることでLTVの高いユーザーへの転換を図っております。

AC事業と異なり原価が発生しないため、売上総利益率は95%と高く、MT事業の売上シェアが高まることで営業利益率が向上する構造となっております。

ビジネス特性



- 継続型ビジネスモデルのため顧客数顧客を積み上がり、顧客単価が向上することで、加速度的な成長が可能。
顧客単価はキャンペーン等により一過性の増減が起こりやすい。



12

続いて、当社のビジネス特性について説明します。

両事業とも成果報酬型で提供していることもあり、成果が出ていれば解約することは少なく継続率が高いことが特徴です。

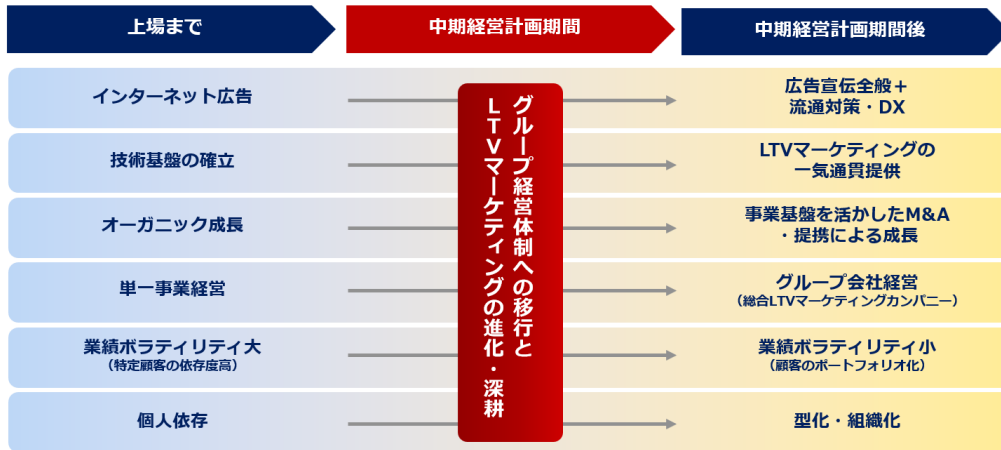
顧客数は積み上がり、年々顧客数は増加することに加え、顧客単価も年々増加する形となっていることから、高い成長率を実現することができます。

留意点としては、顧客のキャンペーンのタイミングなどで広告費が増減することがあり、一過性の売上が発生しやすいことが挙げられます。四半期単位では売上高が上下しますが、年単位では右肩上がりになりやすい構造となっています。

中期経営計画の位置づけ（振り返り）



■ LTVマーケティングのリーディングカンパニーとして、**長期的な成長を実現するための事業基盤を構築。**



13

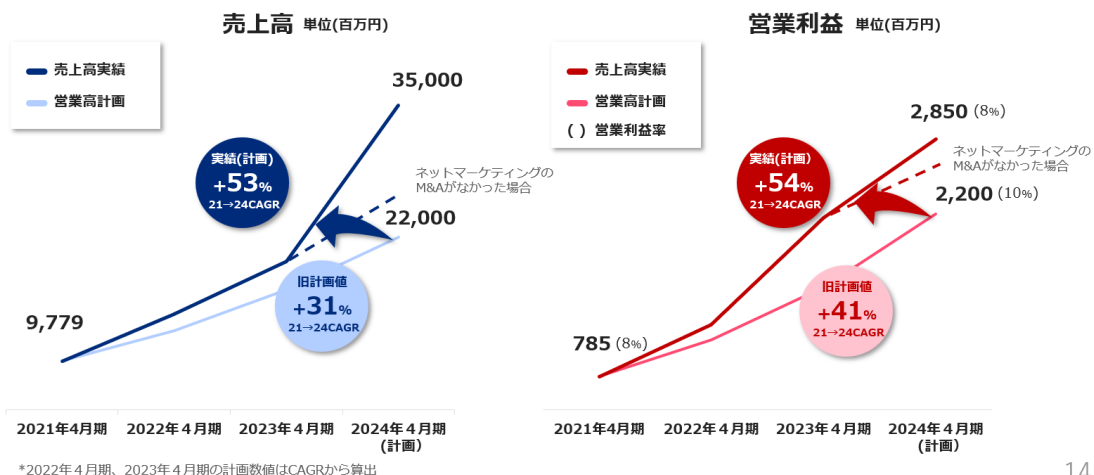
続いて、中期経営計画についてご説明します。

本中期経営計画の期間は2022年4月期から2024年4月期の3ヵ年となっており、2025年4月期以降も高い成長を継続するための基盤づくりの期間と位置付けております。

中期経営目標



- 2024年4月期の目標としていた売上220億、営業利益22億を前倒して達成見込み。M&Aによる成長も加算し計画値を上方修正。



14

2021年12月に開示したタイミングでは、2024年4月期の売上高220億、営業利益22億を目標としておりましたが、戦略が功を奏し前倒して達成するペースで進捗しております。

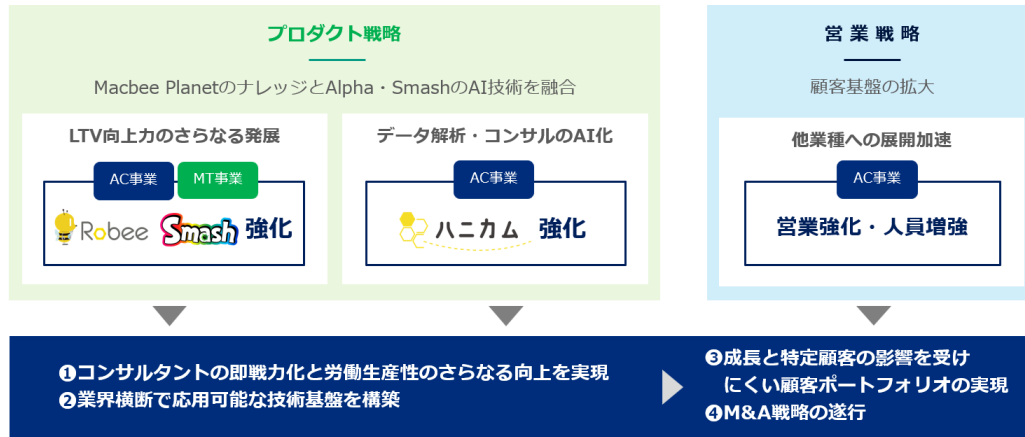
また、2023年3月にネットマーケティングのM&Aもあり、2024年4月期の業績予想は売上高350億、営業利益は28億5千万を計画しています。

営業利益率はM&Aの影響で今期は8%程と予想しておりますが、冒頭お伝えした通り、PMIを通じて回復を見込んでおります。

中期経営戦略（振り返り）



- プロダクトとAI技術を活かしてLTVマーケティングを進化・深耕することで、LTVマーケティング市場を開拓し高成長を目指す。



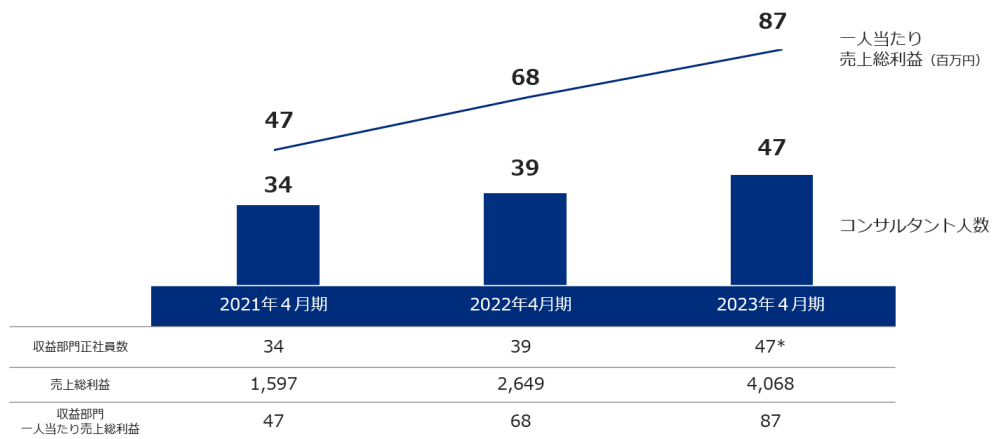
15

続いて、中期経営戦略の振り返りです。

戦略としてプロダクトへの投資と、人への投資を掲げていました。実現したかったこととしては、労働生産性の向上と、応用可能な技術基盤の構築、顧客ポートフォリオの実現、M&A戦略の遂行です。

①進捗状況：コンサルタントの即戦力化と労働生産性の向上

- 自社テクノロジーの進化により労働生産性は改善し、コンサルタントの一人当たり売上総利益は年々向上。



*マクビープラネットのみ

一つずつ説明いたします。

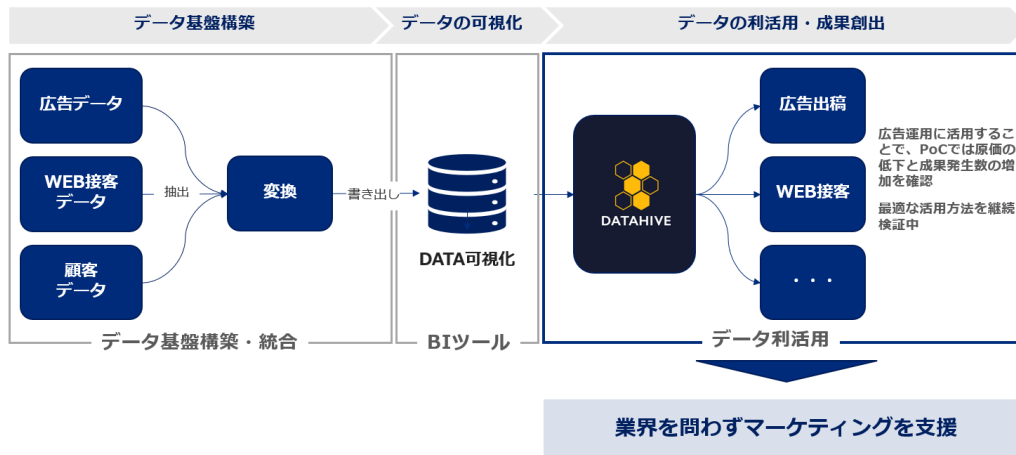
まず一つ目のコンサルタントの即戦力化と労働生産性の向上です。

テクノロジーの活用により、一人当たりの売上総利益の向上を図っておりましたが、2021年4月期の47百万円から2023年4月期の87百万円と大きく向上しました。

②進捗状況：業界横断で応用可能な技術基盤を構築



- DATAHIVE(POC中)を活用することで、データ基盤の構築・可視化から利活用までサポートし、様々な業界のマーケティングを支援できる体制を構築。



17

続いて、技術基盤について説明します。

現在 POC 中ではありますが、DATAHIVE による業界を横断した展開を計画しています。

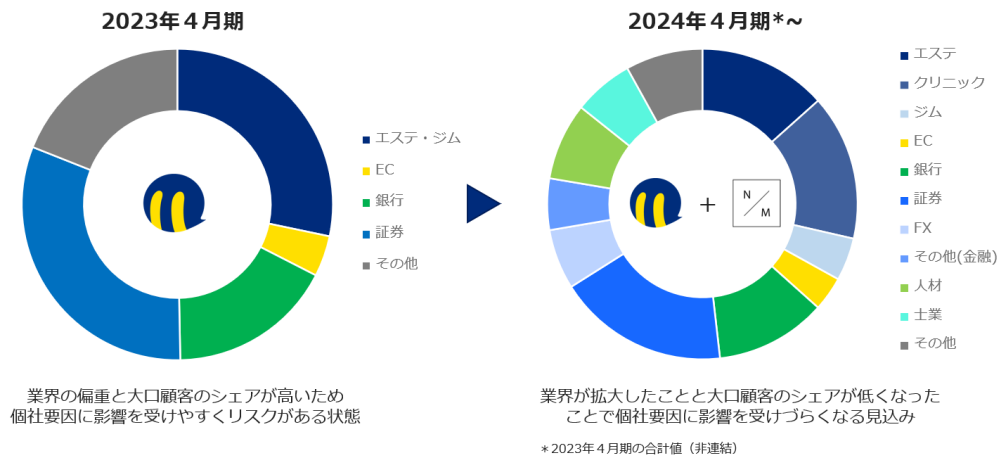
マーケティングのデータ活用には、まずデータを収集し統合するための「データ基盤構築」のフェーズがあり、可視化することが必要です。ここまではできている会社が多いのですが、問題は可視化した後の、データの利活用にあります。

DATAHIVE を活用することで、統合したデータを広告やその他のマーケティングツールへの利活用をスムーズに行うことができるようになります。PoC の結果では精緻なデータを広告に活用するだけで、原価の低下や成果発生数の大きな増加がみられました。DATAHIVE では広告だけでなく様々なツールへの活用ができますので、業界を問わずマーケティング支援ができる体制ができつつあります。

③進捗状況：特定顧客の影響を受けにくい顧客ポートフォリオ

■ M&Aとアライアンスにより顧客業界のポートフォリオが拡大し、業績のボラティリティは低下見込み。

業界別売上シェア(イメージ)



18

続いて、顧客ポートフォリオについてご説明します。

当社は、美容業界と金融業界に偏りがあり、大口顧客への依存が高かったことから、個社要因に影響を受けやすい状態でした。

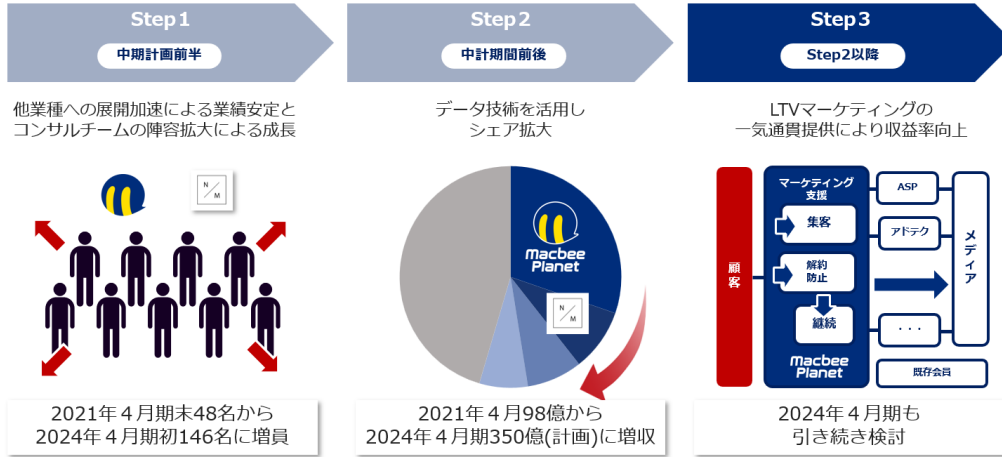
それがネットマーケティングのM&Aにより、業界が拡大しただけでなく大口顧客への依存度が低くなったため、業績のボラティリティは低減される見込みです。

新たな業界の顧客に対して、LTVマーケティングを提供することで、さらなる成長を実現する顧客基盤を獲得することができました。

④進捗状況：M&A戦略



- ネットマーケティングのM&Aにより人員の拡大と顧客ポートフォリオの拡大が実現。M&AによるLTVマーケティングの
一気通貫提供によりさらなる市場シェア拡大を計画。

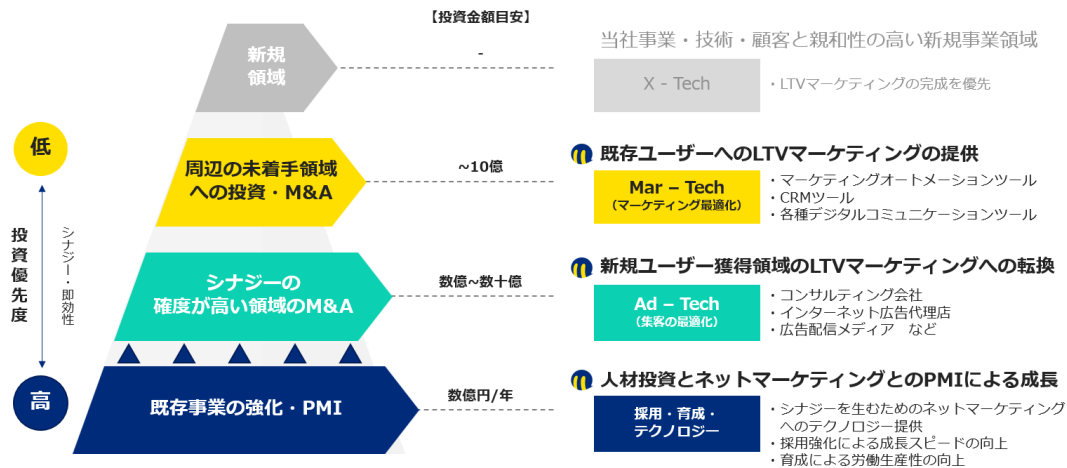


19

M&A 戦略につきましては、ネットマーケティングの M&A により Step 2 まで進んだ形となります。今後は LTV マーケティングの一気通貫提供に向けて M&A を検討してまいります。

④今後の投資・M&A戦略

- 人材投資とPMIが最優先。並行して既存の競争力を活かせる領域の拡充・拡大を優先しつつ、周辺領域や新規領域の投資を検討。



20

続いて今後の投資と M&A 戦略について説明します。

先ほど申し上げたように、まずは PMI と人材投資を優先します。採用や育成、テクノロジーに投資をすることで、今後の M&A も検討しやすくなるためです。

M&A の対象としては、保有するテクノロジーとシナジーの確度・即効性が高いアドテク領域を考えています。投資規模としては数億~数十億程度になると思います。

広告代理店等の M&A ももちろん考えていますが、新規ユーザーの獲得に活用している外注先であるインターネットメディアなどを取得することで、LTV マーケティングの一通貫提供を実現したいと考えています。

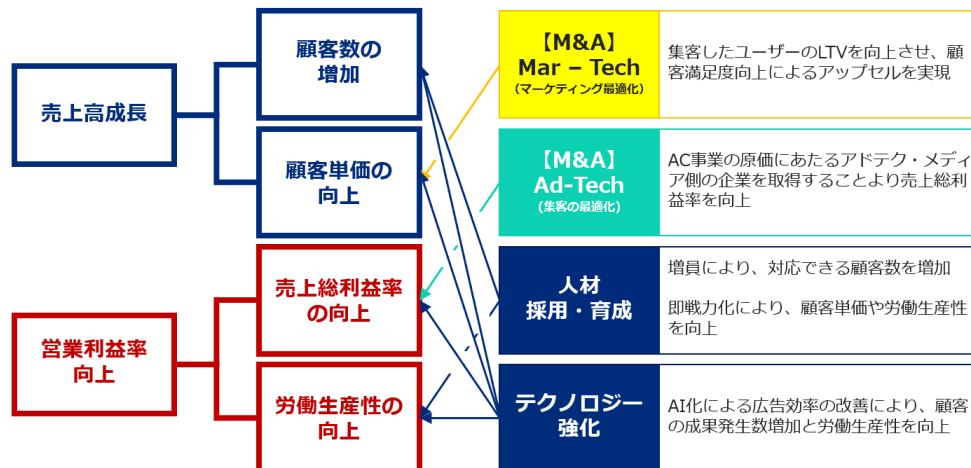
メディア側も当社が保有する LTV データやテクノロジーを活用することで、メディアの収益性が向上することが可能です。

まずは新規ユーザーの獲得領域でポジションを確立した後に、周辺領域への投資を検討し、たく考えています。

④今後の投資・M&A戦略と経営指標の関係



■ 人とテクノロジーに投資をし、売上高成長とともに営業利益率の向上を計画。



21

最後に、戦略と経営指標の関係についてご説明します。

当社は売上高成長と営業利益率の向上を重要指標として置いています。

売上高成長は、顧客数の増加と顧客単価の向上に分解することができます。テクノロジーの強化や人材投資により実現させます。

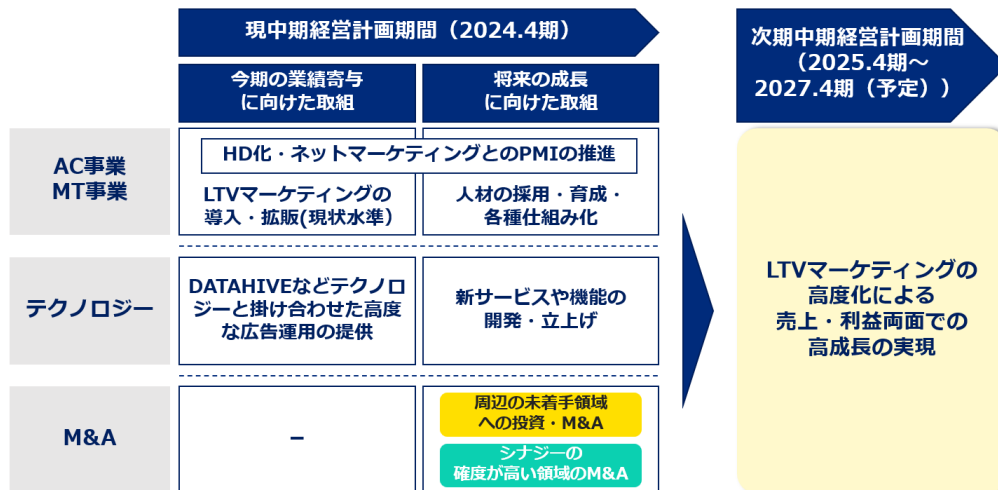
営業利益率の向上につきましては、売上総利益率の向上と労働生産性の向上に分解することができます。AI化等によるテクノロジーの強化により広告効率を改善させるほか、今後のM&Aによる売上総利益率の向上により実現することができます。

今期の投資を以て、売上高成長・営業利益率のさらなる改善を実現したいと考えています。

今期の取組内容



- 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。



22

最後に今後の取り組みについてご説明します。

まずは、本期中期経営計画の達成を念頭に置き、ネットマーケティングとのPMIを推進し、DATAHIVE等のテクノロジーを活用した、より高度な広告運用の提供を進め今期の業績拡大を実現します。

それに加え来期以降も売上利益両面で高い成長を実現するために、LTVマーケティングを高度化するため、人材投資に加え、新サービスや新機能の開発を行います。

また、M&Aにつきましては、日々情報収集をしておりますので、企業価値向上に資する案件がございましたら随時検討してまいります。

今後も企業価値向上に向けて様々な展開をしていきますので是非ご期待ください。
ご清聴ありがとうございました。