中期経営計画

2025年4月期~2027年4月期

2024年9月12日

株式会社Ｍａｃｂｅｅ Ｐｌａｎｅｔ

証券コード 7095

- 会社案内 P.3
- 前中期経営計画の振り返り P.14
- 中期経営計画 P.18
  - 事業戦略 P.20
  - 数値目標 P.25
  - 株主還元方針 P.26

会社案内

会社概要/沿革

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	2,635百万円（2024年４月末現在）
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	159名（2024年４月末現在）

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（現MAVELに吸収）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

企業理念

PHILOSOPHY

夢・目標を共に

実現し続ける組織に

Macbee Planet は、夢を大切にする会社です。

夢は目標に向かうエネルギーとなり、
共に実現する仲間を惹きつける求心力となります。

私たちの夢は、次代を作る企業として、日本の未来を牽引すること。
私たちの夢は、パートナーの皆さまの夢にもつながっています。

私たちは、皆さまの夢とまだ見ぬ可能性を信じ、
企業成長と事業拡大に全力でコミットします。

夢・目標を共に実現するため

結果で応える

それがMacbee Planetです

圧倒的なマーケットリーダーへ

これまで

LTVマーケティングのリーディングカンパニー
としてポジション確立

LTVマーケティングを昇華させた、
世の中に分かりやすいメッセージ
で情報発信

すべてのマーケティングを
成果報酬に

LTVを予測し
ROIの最適化を実現する

マーケティング支出の大部分は固定費による広告費投資であり、
クライアントが大きなリスクを背負いながら、顧客の獲得に取り組むことが従来より業界の常識でした。

しかしながら、独自のトラッキング技術を有した当社は、
「データ × テクノロジー × コンサルティング ＝クライアントのROIを最適化する成果報酬型マーケティング」を実現し、
業界の常識をブレイクスルーすることに成功しました。

2024年４月期までの６ヵ年では、平均成長率50%と非常に高い成長率をとげ、
設立４年でマザーズ市場（現グロース市場）に上場、
その後４年でプライム市場に上場を果たし、成果報酬型マーケティングを牽引する企業となりました。

そして当社は、
マーケティングの認知領域において、戦略PRさえも業界の常識を覆し成果報酬での提供を開始しました。

認知・獲得・リテンションという各ファネルを成果報酬で提供する唯一無二のマーケティングカンパニーとして、
クライアントのリスクを最大限抑えたマーケティングサービスを提供いたします。

事業概要

「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。

Data		Technology		Consulting
設立より蓄積されたデータ	×	統合的にデータを利活用する技術	×	ROIを徹底的に重視したコンサルティング

Macbee Planet

マーケティング戦略立案
↓
施策検討
↓
実行/改善

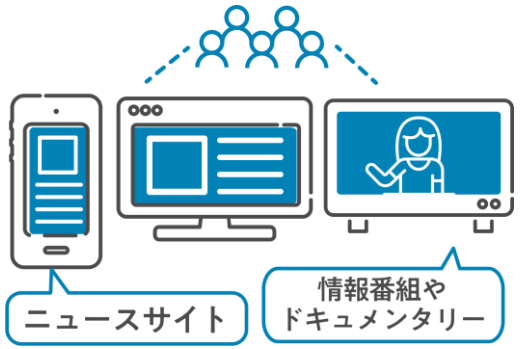
成果報酬で提供

クライアント

事業内容

全てのマーケティングファネルに関するサービスを成果報酬型で提供。

マーケティングファネル

認知	獲得	リテンション
		
成果報酬型 **ニュース露出、視聴・リーチ数** などが成果地点	成果報酬型 **契約数、サービス利用数** などが成果地点	成果報酬型 **解約防止数、継続率** などが成果地点
Consulting	**各領域の専門家による** **戦略立案** (課題分析、基本設計、予算検討 など) 、**施策検討** (施策提案、スケジュール検討 など) 、**実行** (広告運用、データ分析、改善計画 など)	
Data	**リーチデータ、消費者データ**	**LTVデータ、広告データ、消費者データ**
Technology	-	**統合的データ分析、LTV予測**

成果報酬型への転換（獲得市場の例）

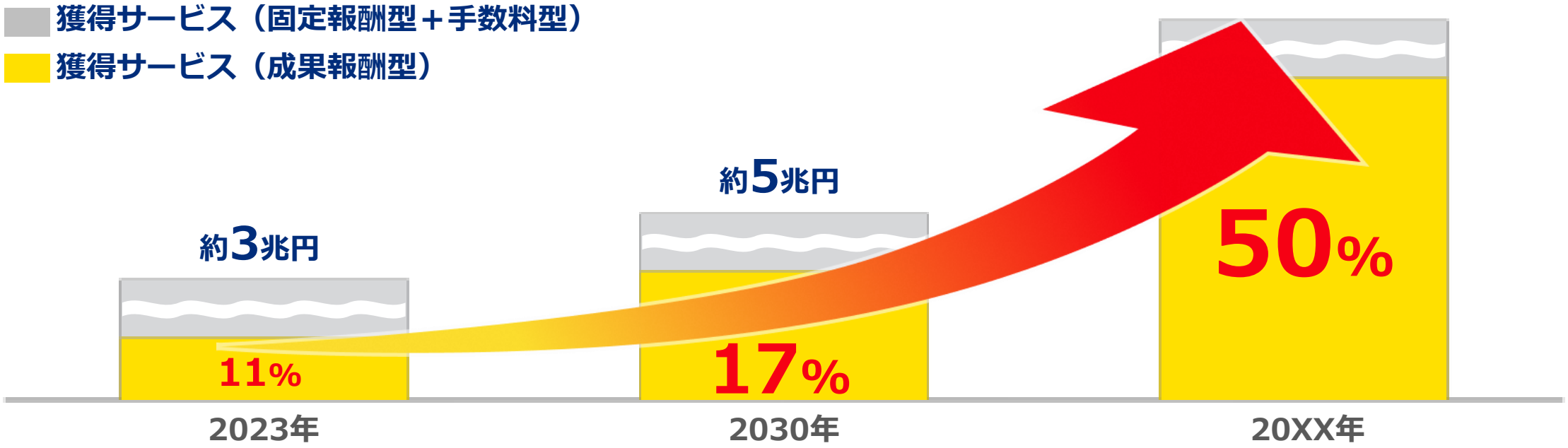
現状、獲得市場における課金体系は固定報酬型や手数料型が主流。
今後は顧客にとってリスクの低い成果報酬型の時代に移行。

2020年
固定報酬型/手数料型の時代

2030年
成果報酬型の発展期

20XX年
成果報酬型の時代

成果報酬型が更に拡大



出所：2023年はDentsu「日本の広告費」をもとに当社算出。2030年の成果報酬型の数値は当社推計

市場拡大への取り組み

当社のPRに最大で年間5億円を投資することで、更なる成長機会を創出。

独自のサービスと実績 × **最大5億円/年の当社PRへの投資**

大規模なPR施策によって、

クライアントのリスクを最大限に抑えた**成果報酬型マーケティング市場**と

同市場で**当社が唯一無二の存在であること**を確立

クライアント獲得	人材採用	他社アライアンスを通じた サービス品質向上

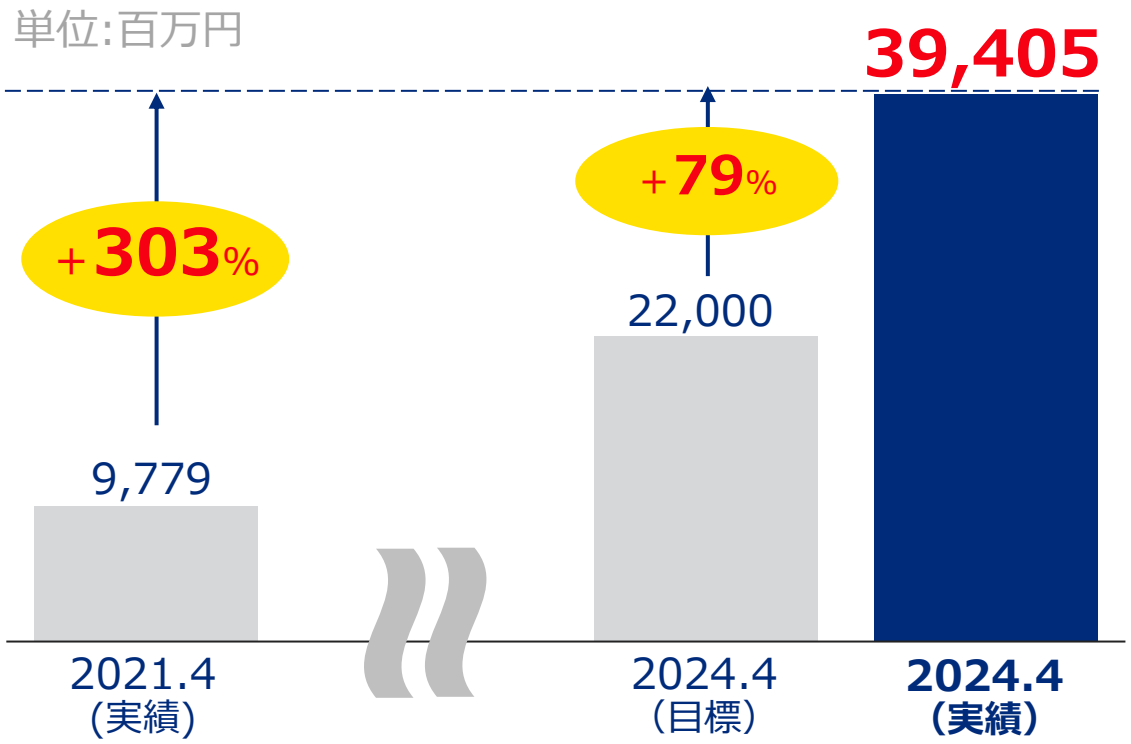
前中期経営計画の振り返り

数値目標の達成状況

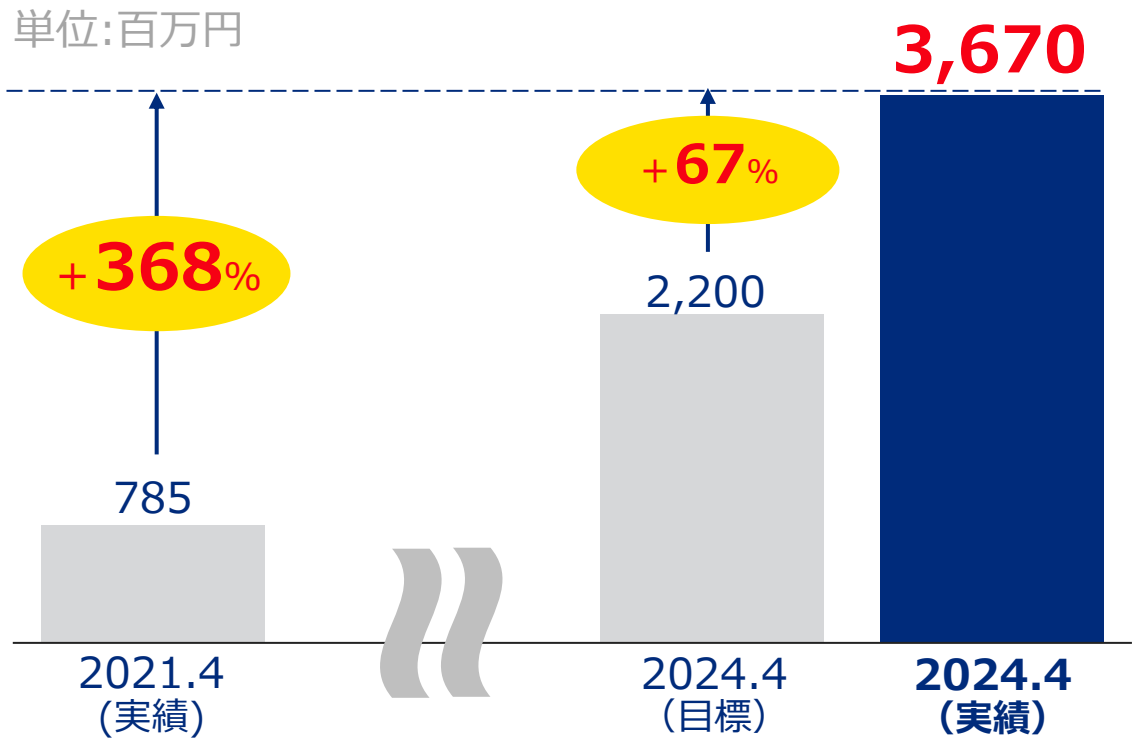
3年間で4倍の売上・営業利益の成長を実現し、数値目標を大幅達成。

数値実績

売上



営業利益



施策の達成状況

各重点施策も大きく進展し、LTVマーケティングの進化・深耕を実現。

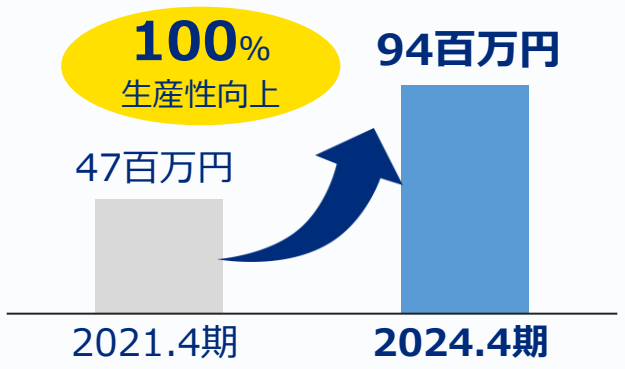
プロダクト及び営業戦略

LTVマーケティングの進化・深耕

コンサルタントの即戦力化と労働生産性の向上

コンサルタントの生産性が
2021.4期比で**100%向上**

コンサルタント一人当たり売上総利益

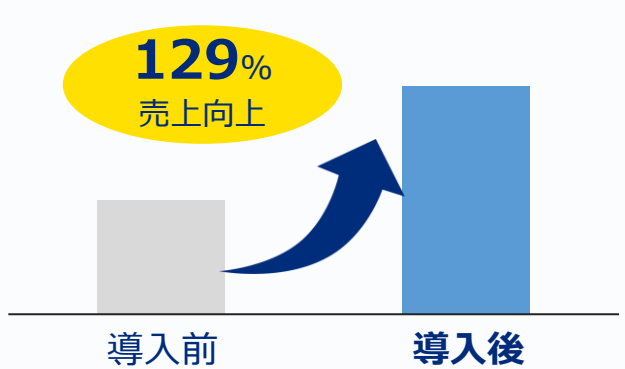


業界横断で応用可能な技術基盤の構築

統合的データ利活用技術
「DATAHIVE」を構築

DATAHIVE

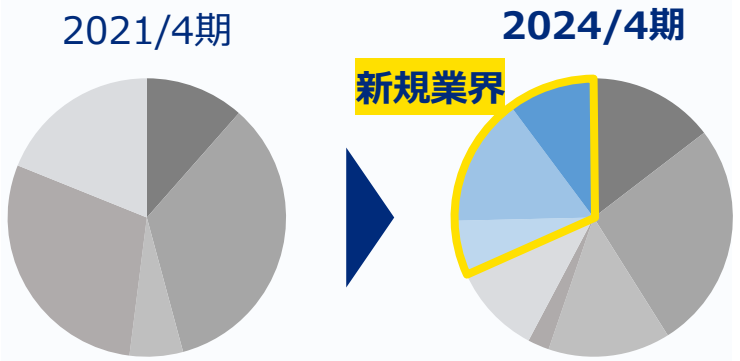
金融案件での導入効果例



特定顧客の影響を受けにくい顧客ポートフォリオの実現

M&Aとアライアンスにより
顧客業界のポートフォリオを拡大

業界別売上比率



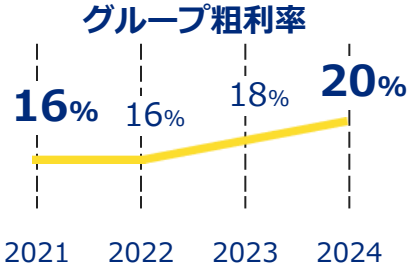
今後の課題

前中期経営計画期間における課題についても認識し、新たな計画を策定。

内部要因

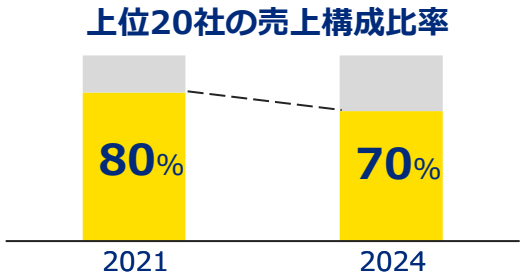
粗利率の更なる向上

データ/テクノロジーの共有により
グループとして更なる向上余地有



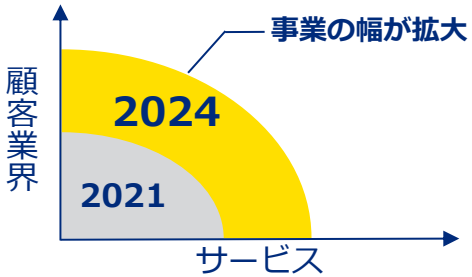
特定顧客への依存

解消傾向ではあるが
事業安定性を更に高めることが必要



多様な人材の確保

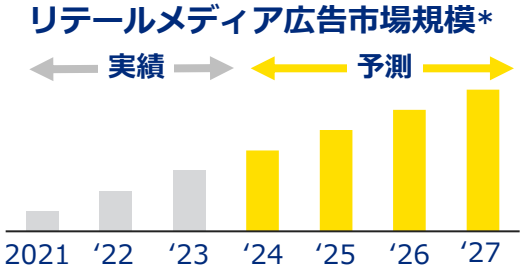
事業成長のドライバーとして
多種多様な優秀人材の確保が不可欠



外部要因

顧客接点の多様化

オフライン/オンラインを融合した
新たな顧客体験の創出



マーケティングのAI化

開発投資に留まらない
社内外AIツールの有効活用

OpenAI Gemini V0 Midjourney GitHub etc.

規制強化

国内外の各種規制に柔軟かつ適切に
対応したターゲティング

GDPR CCPA etc.

*出所：実績は「日本の広告費2023（電通）」、予測は「リテールメディア広告市場調査（CARTA HOLDINGS／デジタルインファクト）」を参考

中期経営計画
（2025/4期~2027/4期）

新中期経営計画の位置付け

LTVマーケティングで培った、
獲得領域を中心とした**圧倒的な実績・業界ネットワーク・開発体制**を進化させ、
マーケティングに関するあらゆるサービスを**成果報酬型に転換**

これまで

LTVマーケティングの進化・深耕
-コンサルタントの即戦力化と労働生産性の向上
-業界横断で応用可能な技術基盤の構築
-特定顧客の影響を受けにくい
顧客ポートフォリオの実現

HD化による経営基盤構築

中期経営計画

これから

すべてのマーケティングを
成果報酬に

周辺サービスの
成果報酬型への転換

新中期経営計画の全体戦略

マーケティングの常識 をブレイクスルー

事業戦略	数値目標	株主還元方針
① インターネット広告の次世代化 （成果報酬型への転換）	売上利益	配当
② PRと獲得の融合 （成果報酬型への転換/拡張）		自己株式取得
③ 加速度的なM&Aによる 非連続な成長		

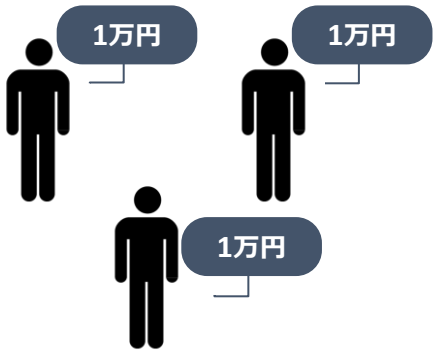
①-a インターネット広告の次世代化 -メディア報酬単価の変動化-

エンドユーザーの想定LTVに応じてメディアへの報酬単価の変動化に挑戦。
成果報酬型のパフォーマンス改善により、手数料型からのゲームチェンジを実現。

現状

高LTV顧客の獲得インセンティブ **無**

LTV より 獲得のしやすさ ➡ **低効率**



メディアへの報酬

ユーザーごとの
想定LTVに関係なく
同額

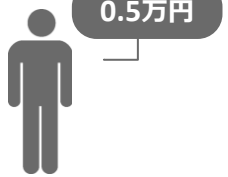
GAME CHANGE

Macbee Planetの挑戦

高LTV顧客の獲得インセンティブ **有**

獲得のしやすさ より LTV ➡ **高効率**

【低LTV顧客】



【高LTV顧客】

メディアへの報酬

ユーザーごとの
想定LTVに応じて
変動

①-b インターネット広告の次世代化 -大規模メディアの創出-

他社とアライアンスを組みながら、消費者体験と広告効率の向上を実現する大規模メディアを多数創出。

バーティカルメディア の生成
ー 特定分野に特化 ー

- サイト企画/設計/戦略構築
- 既存顧客市場のメディア開発
- 新興市場のジャンル拡充
- ・・・

リテールメディア の生成
ー 顧客体験を向上 ー

- 企画/設計/戦略構築
- リワードシステム提供
- 既存会員の顧客体験の最大化
- ・・・

サイネージメディア の生成
ー デジタルとリアルの融合 ー

- 企画/設計/戦略構築
- ポテンシャル市場分析
- サイネージ型PRメディア展開
- ・・・

GAME CHANGE

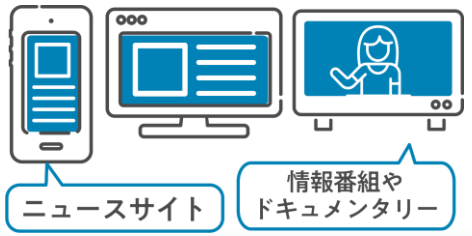
年間売上 **数十億** の **メディア** を **多数創出**

② 獲得とPRの融合

PRにより認知領域の成果報酬型への転換に着手。
将来的には認知領域のみならず獲得領域と融合させた、クライアントの
費用対効果の可視化・最適化を実現。

GAME CHANGE

成果報酬型 PRサービスの拡大	認知領域の効果測定	認知領域と獲得領域 を融合させた最適化
成果報酬型PRサービスを 当社ネットワークより**加速的に展開**	**売上（≒獲得）**に対する PR施策の**効果測定**を実施	**認知から獲得まで**の各施策について **貢献度**や**相乗効果**を可視化

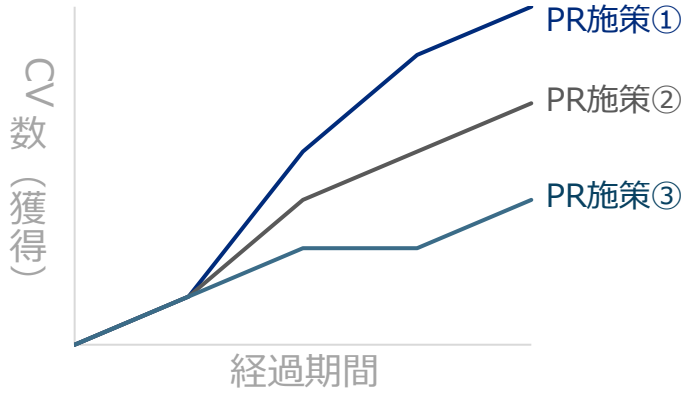


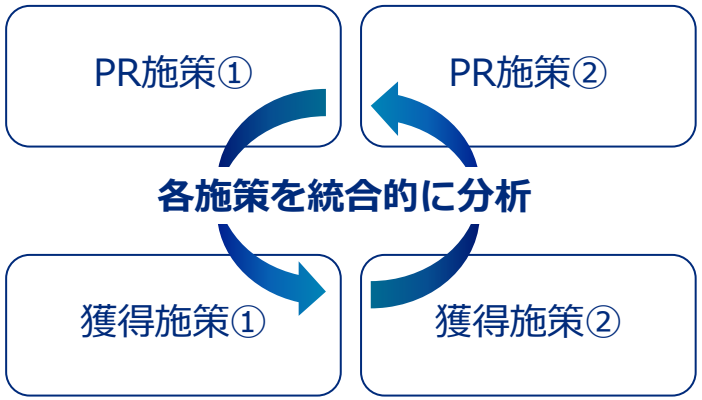
成果報酬型で提供

既存クライアント

新規クライアント

Data × Technology





③ 加速度的なM&A

成果報酬型の深化と拡張につながる案件へ優先投資。
また、顧客開発およびビジネスリレーション強化を目的とした成長投資も実施。

本期間合計で100億円超を投資予定

投資優先度：高 ↑ 低

既存領域のM&A
※投資金額目安：10億~100億超

獲得のバリューチェーンの上下流への拡大

- コンサルティング会社
- インターネット広告代理店
- 広告配信メディア
- アドテクノロジー
- ・・・

成果報酬型のポジション強化のためのM&A
※投資金額目安：~数10億円

成果報酬型サービスラインアップ拡張

- SNSマーケティング会社
- インフルエンサーマーケティング会社
- EC販促支援会社
- 制作会社(ライティング/画像/動画など)
- ・・・

周辺の未着手領域への投資・M&A
※投資金額目安：~10億円

既存ユーザーへのLTVマーケティングの提供

- マーケティングオートメーションツール
- CRMツール
- 各種デジタルコミュニケーションツール
- 人材会社
- ・・・

~10億円／年を投資予定

顧客開発/ビジネスリレーション強化

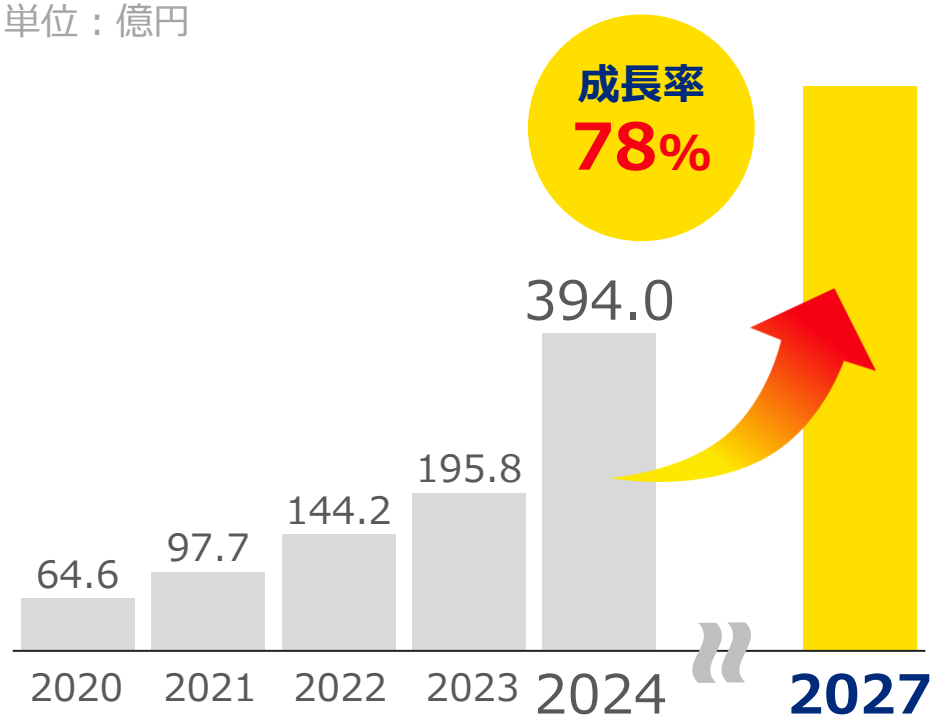
数値目標

成長を継続し、2027年４月期に売上700億、営業利益75億を目標として設定。

売上

2027/4期：**700.0**億円

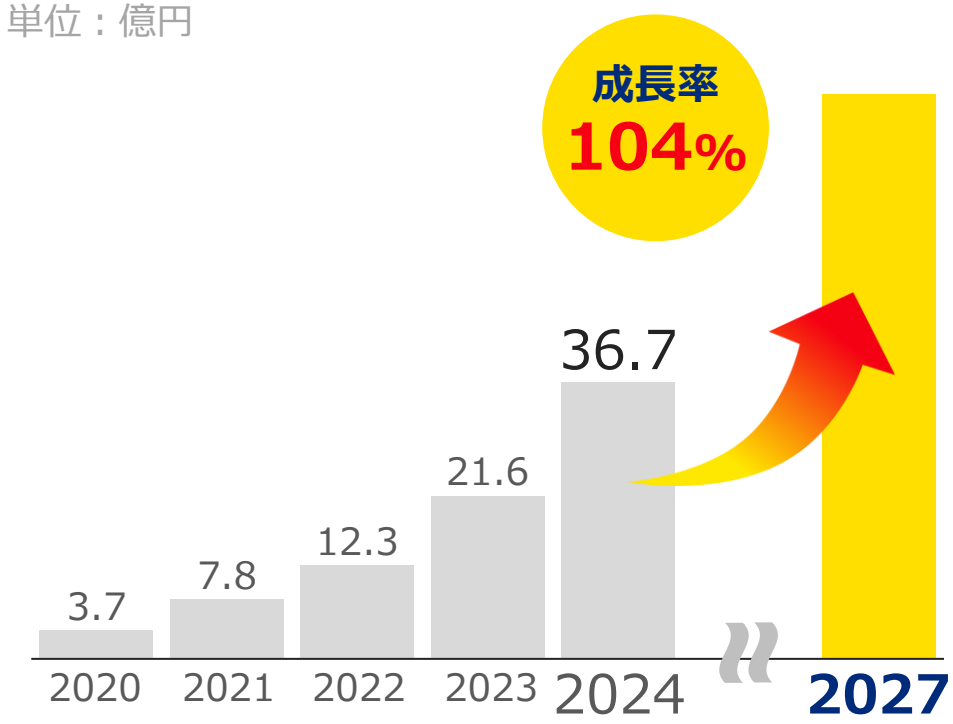
単位：億円



営業利益

2027/4期：**75.0**億円

単位：億円



※2027年4月期の営業利益は広告宣伝費控除前の数値

株主還元方針

配当	**配当性向20%**を目安として 継続的に実施予定 将来的にはより高い水準を目指す
自己株式取得	適正ではないと判断される株価水準が 一過性ではなく継続する際には、 **自己株式取得**を実施予定

将来の見通しについての注意

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、当社は当該情報の正確性、適切性等を保証するものではありません。