



2023年3月期 第3四半期決算説明資料

Feb. 14, 2023

売上総利益はYoY42%、営業利益はYoY66%と順調に増進。
営業利益は8.0億円と第3四半期では過去最高益を大きく更新
通期見通しを上方修正

- ▶ 広告PF事業は、売上総利益はYoY21%と増進し、第3四半期で過去最高を更新。
 - ▶ マーケティングSaaS事業の売上比率が、前年同期23.2%から29.1%に上昇し、ARRは17億円に拡大。単一セグメントとしてインパクトがある規模に
 - ▶ 海外事業は、セグメント利益YoY 172.3%成長と大躍進
 - ▶ 通期業績見通しの営業利益を50百万円増と上方修正
-

通期業績予想を 上方修正へ

連結業績予想を上方修正し、営業利益は1,050～1,250百万円（50百万円増）を見込む。

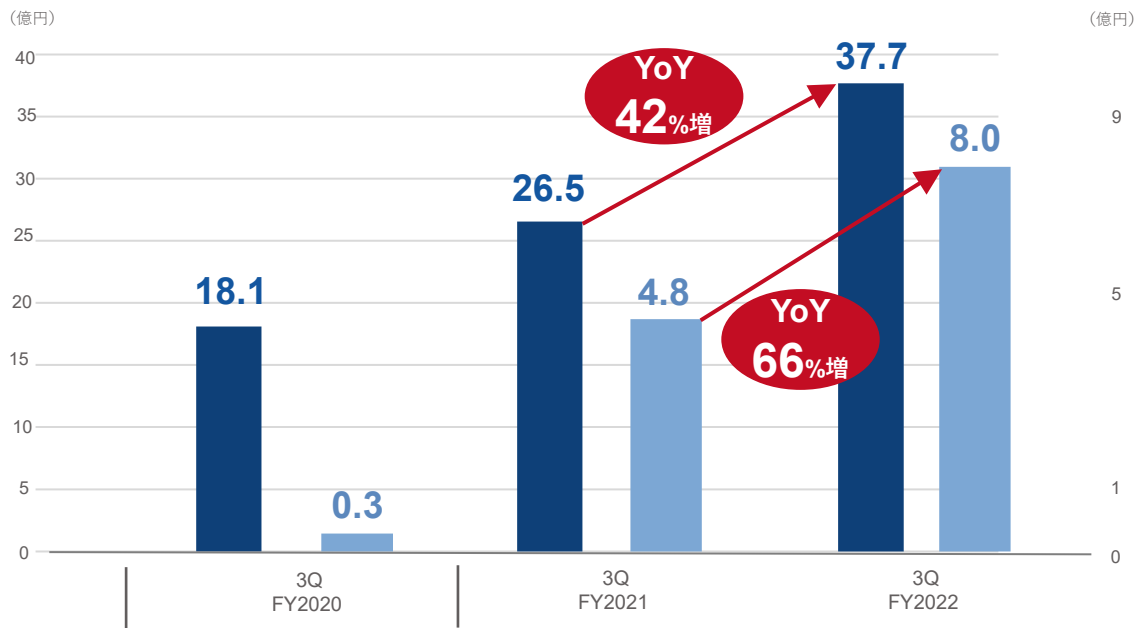
詳細については、本日（2023年2月14日）公表いたしました「業績予想の修正に関するお知らせ」をご参照下さい

（単位：百万円）

	（旧）通期業績予想	（新）通期業績予想	差額
売上収益	6,200～6,500	6,400～6,800	200～300
売上総利益	5,200～5,500	5,250～5,550	50～50
営業利益	1,000～1,200	1,050～1,250	50～50
税引前利益	900～1,100	1,000～1,200	100～100
当期利益	600～800	750～1,000	150～200
親会社株主に帰属する当期純利益	600～800	750～1,000	150～200

売上総利益、営業利益 3Q過去最高益を更新

■ 売上総利益（左） ■ 営業利益（右）



* FY2021以降の数値は、IFRSベース

1. 事業概要

2. FY2022 3Q業績

3. 広告プラットフォーム事業

4. マーケティングSaaS事業

5. FY2022 業績予想

6. 中長期方針



Business Purpose

ジーニーのプロダクトやサービスが実現する世界観

誰もがマーケティングで成功できる世界を創る

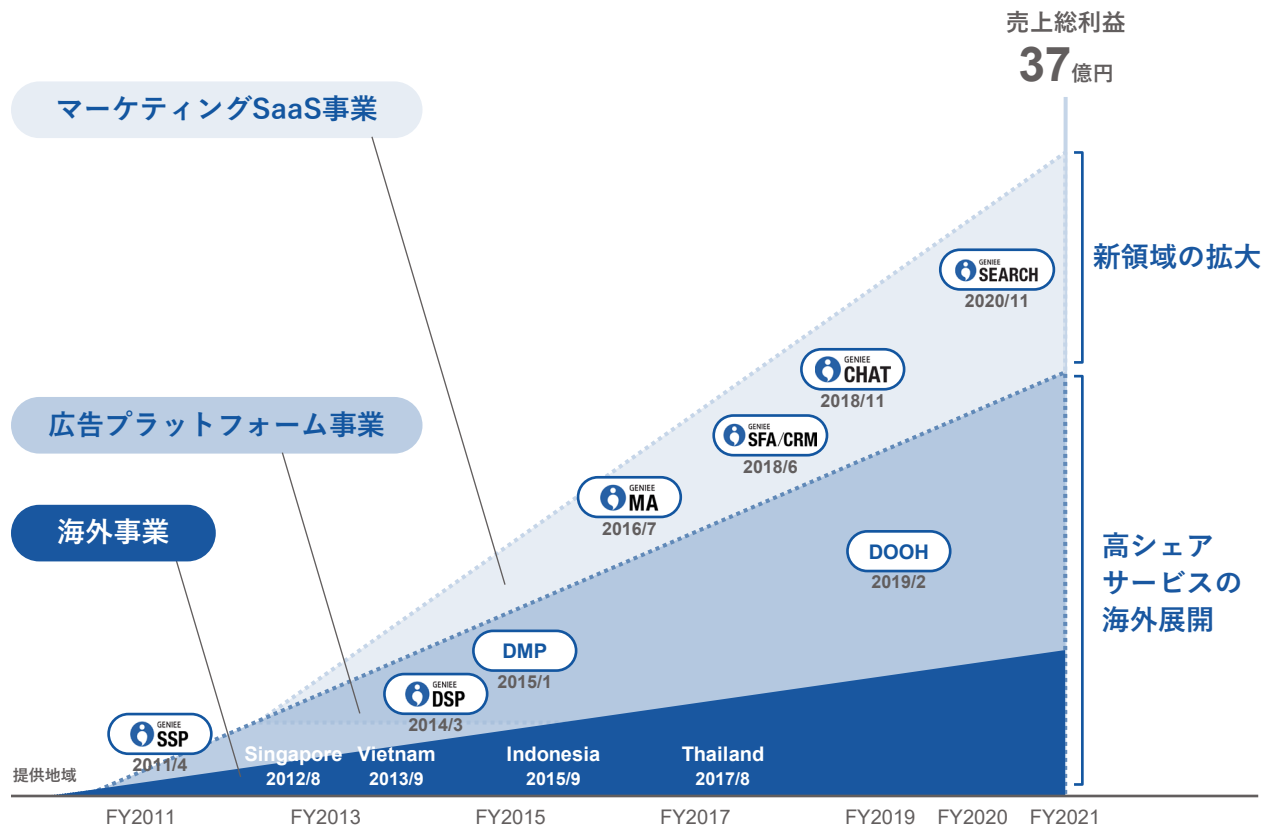
Corporate Purpose

組織の長期目標・存在意義

日本発の世界的なテクノロジー企業となり、
日本とアジアに貢献する

事業領域と提供地域の拡大

2016年度に、主力事業「GENIEE SSP」が国内トップクラスの規模へ。
2016年からは、SaaSプロダクトの提供を開始。M&Aも実施しながら事業を拡大。



事業領域

企業に利便性に優れた費用対効果の高いマーケティングソリューションを提供し、ユーザーに企業を通じて精度の高いマーケティングを届ける。



広告



データ蓄積



顧客管理



データ連携



データ分析

広告プラットフォーム 事業



マーケティングSaaS事業



認知



サイト
訪問



比較
検討



予約
来訪



購入



再購入



解約
防止

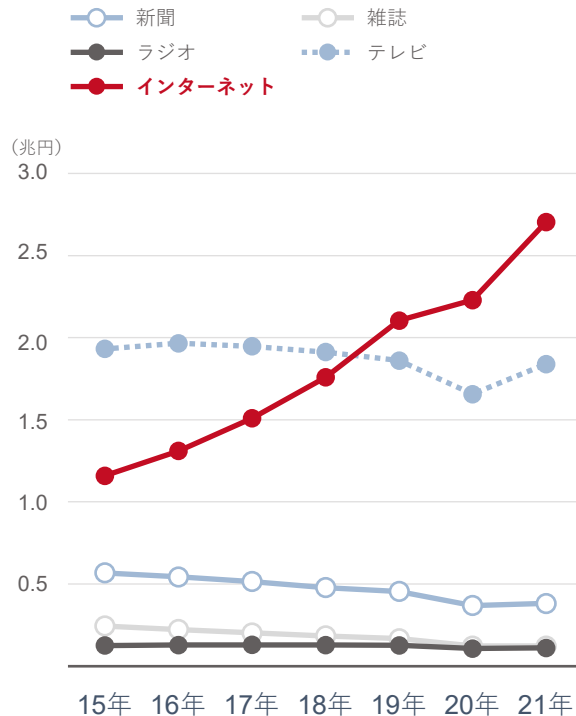


優良
顧客化

市場規模

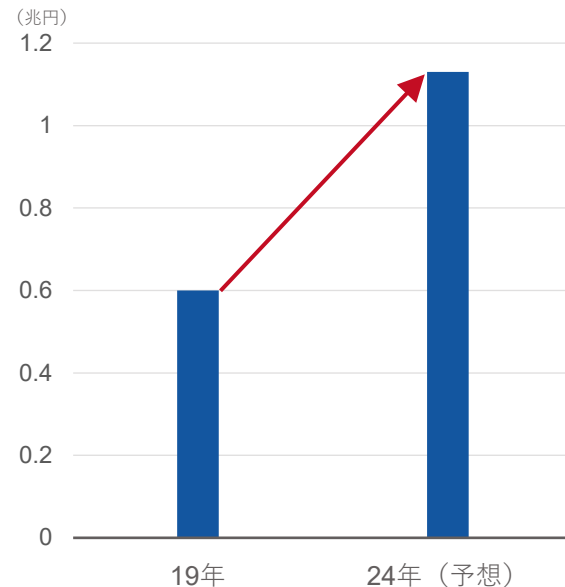
当社が事業展開するマーケティングテクノロジー業界（インターネット広告市場、SaaS市場）は、ネット環境の充実やDX市場の拡大により高成長をしている。

インターネット広告市場の推移



出所：電通「日本の広告費」

SaaS市場の推移



出所：富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場 2020年版」

市場規模

当社のサービスが提供可能なターゲット市場は、1兆円を上回り、潜在的な市場は約3兆円と推定される。

※1 広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業の合計。当社が想定する最大の市場規模を意味しており、当社が2020年度で営む事業に係る客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません。（株式会社電通・株式会社電通デジタル・株式会社サイバー・コミュニケーションズ・株式会社D2C調査による「2020年日本の広告費 インターネット広告媒体費詳細分析」における検索広告市場、SNS広告市場、ディスプレイ広告市場、アフィリエイト広告市場、DOOH広告配信プラットフォーム市場、その他周辺領域を参照）、ミック経済研究所「マーケティング市場の現状と展望2019年度版」におけるAdvertising & Promotion市場を参照）、（平成28年経済センサス活動調査 企業等に関する集計 産業横断的集計）を基に当社作成。

※2 広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業の合計。広告プラットフォーム事業の潜在市場規模は、検索広告、SNS広告、ディスプレイ広告、アフィリエイト広告、DOOH広告、その他周辺領域におけるそれぞれの市場規模から、提供サービス領域ごとに対象となる顧客の業種や特性を勘案し、獲得しうるシェアの合計。（株式会社電通・株式会社電通デジタル・株式会社サイバー・コミュニケーションズ・株式会社D2C調査による「2020年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」、ミック経済研究所「マーケティング市場の現状と展望2019年度版」を基に当社作成。マーケティングSaaS事業の潜在市場規模は、国内における当社グループの全潜在顧客において、各SaaSプロダクトが導入された場合の全潜在顧客による年間支出総額金。全潜在顧客は、企業を従業員数規模に応じて、最大規模、大規模、中規模、小規模、零細に区分。各事業規模の利用企業割合及び利用従業員数を想定し潜在顧客数を算出。平成28年経済センサス活動調査 企業等に関する集計 産業横断的集計）を基に当社作成。

TAM : 2.8兆円

（広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業の合計）
当社が事業を展開する市場の規模※1

SAM : 1.2兆円

（広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業の合計）
当社のサービスが提供可能な市場の規模※2

SFA、CRM、MA、チャット、
サイト内検索
SSP、DSP、DMP、DOOH

直近で獲得可能な市場

現在のプロダクト・
サービスを強化した延長で
獲得できる市場

潜在的な市場

1. 事業概要
2. FY2022 3Q業績
3. 広告プラットフォーム事業
4. マーケティングSaaS事業
5. FY2022 業績予想
6. 中長期方針



FY2022 決算サマリ

IFRS、広告純額計上ベースでは、
売上総利益はYoY41.9%増と大幅増
加。全段階利益も前年同期を大きく
上回り着地。

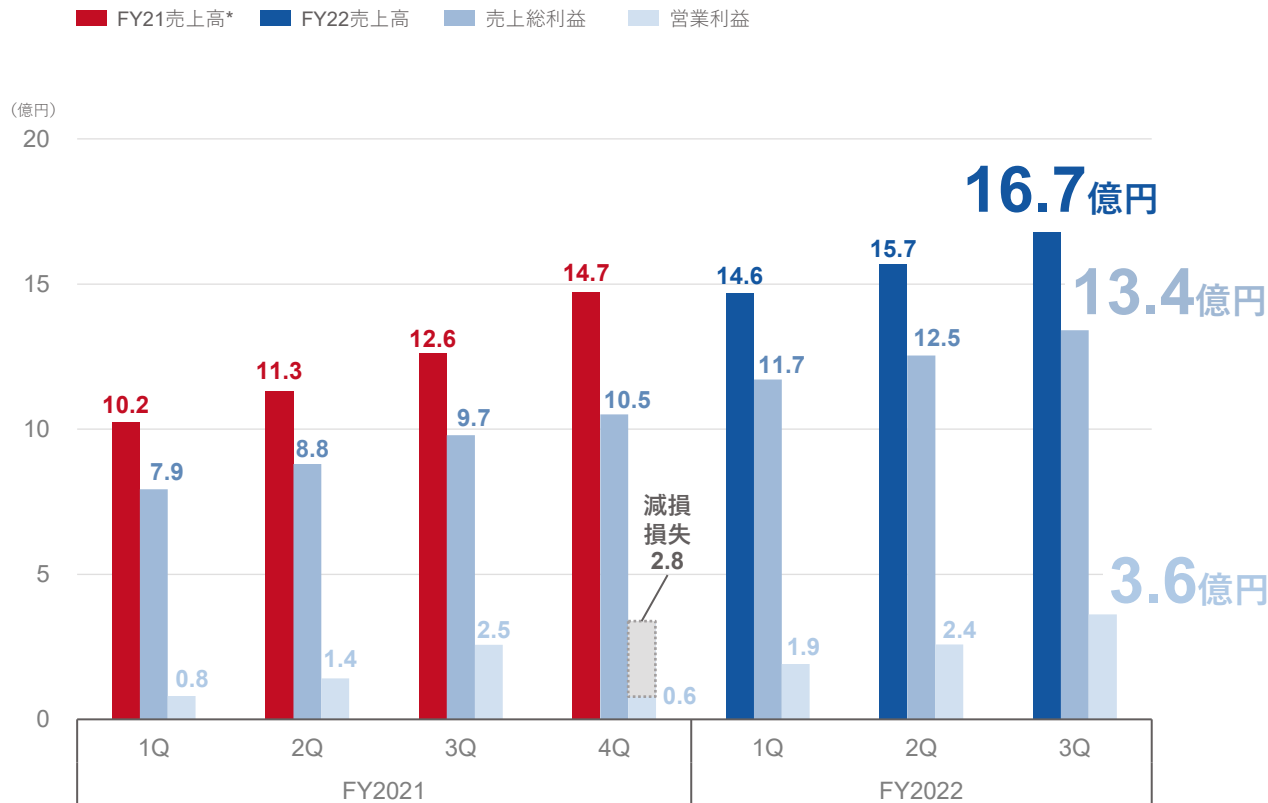
通期業績予想を見直し

(単位：百万円)

	IFRS 広告総額計上	IFRS 広告純額計上	IFRS 広告純額計上			
	FY2021 3Q	FY2021 3Q(a)	FY2022 3Q(b)	増減(b-a)		FY2022 (予想)
				増減額	%	
売上収益	10,384	3,415	4,718	1,303	+38.1%	6,400～6,800
売上総利益	2,653	2,653	3,766	1,113	+41.9%	5,250～5,550
営業利益	478	478	802	324	+67.7%	1,050～1,250
税引前利益	590	590	841	251	+42.5%	1,000～1,200
当期利益	462	462	630	168	+36.3%	750～1,000
親会社株主に帰属 する当期純利益	460	460	635	175	+38.0%	750～1,000

FY2022 四半期毎業績

広告プラットフォーム事業は季節性があり、3Qと4Qが繁忙期。売上総利益は前年同期比37%増加。営業利益は第3四半期会計期間において過去最高を更新。



* FY2021の数値は、IFRS、広告売上純額計上にて算出

セグメント別 ハイライト

広告プラットフォーム 事業

売上高

28.9億円

セグメント利益

15.9億円

参考 営業利益 **10.5**億円

- 新規媒体の開拓及び得意領域におけるシェアの拡大。
- ECサイトやオンラインサービスを中心に事業を拡大新規媒体の開拓及び得意領域におけるシェアの拡大。
- 日本初、Googleが提供する「ディスプレイ&ビデオ 360」とプログラマティック広告取引の連携を開始

マーケティング SaaS事業

売上高

13.7億円

セグメント損失

0.0億円

参考 営業損失 **4.6**億円

- GENIEE SFA/CRMは、クラウド型コールセンターシステム「BIZTEL」との連携や機能強化。
- GENIEE CHATは、Engagebotの提供先が拡大し、売上が伸長。
- CATSが加わり売上に貢献開始。
- Hypersonic株式会社を完全子会社化

海外事業

売上高

4.6億円

セグメント利益

3.1億円

参考 営業利益 **2.6**億円

- リセラー及びパートナーシップにより成長。

1. 事業概要
2. FY2022 3Q業績
3. 広告プラットフォーム事業
4. マーケティングSaaS事業
5. FY2022 業績予想
6. 中長期方針

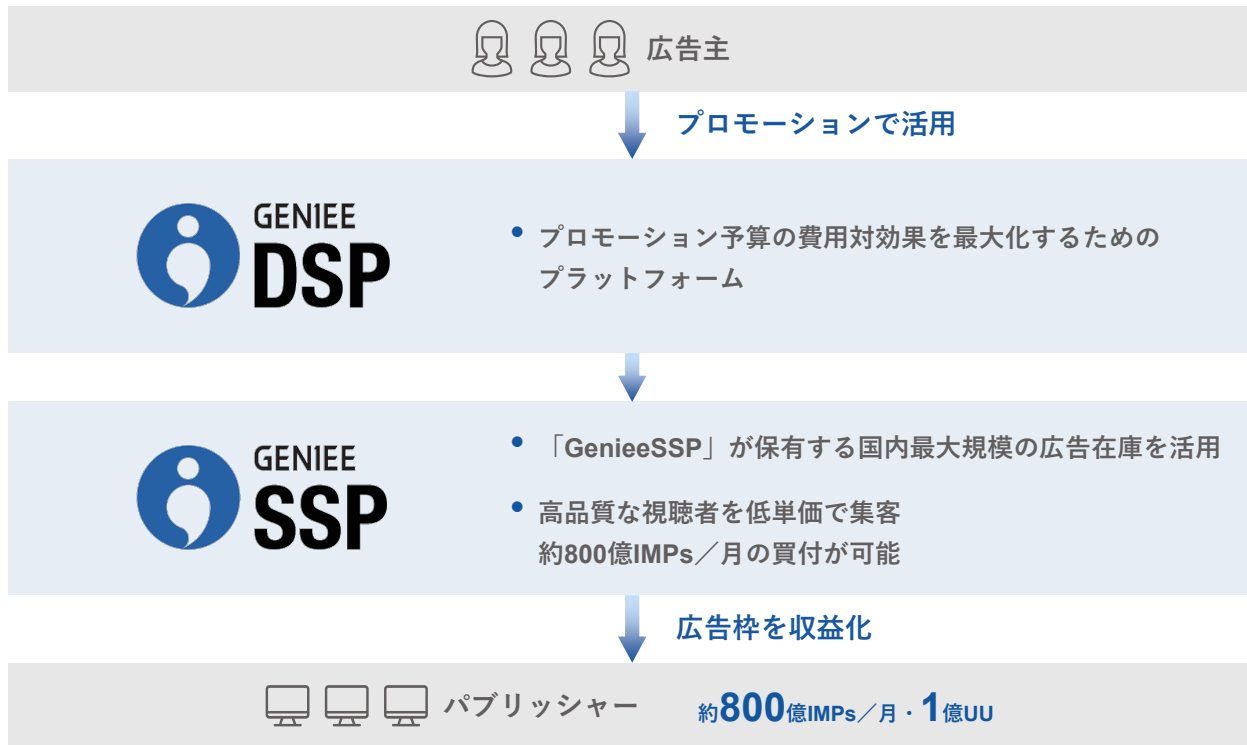


広告プラットフォーム 事業



Ads Platform

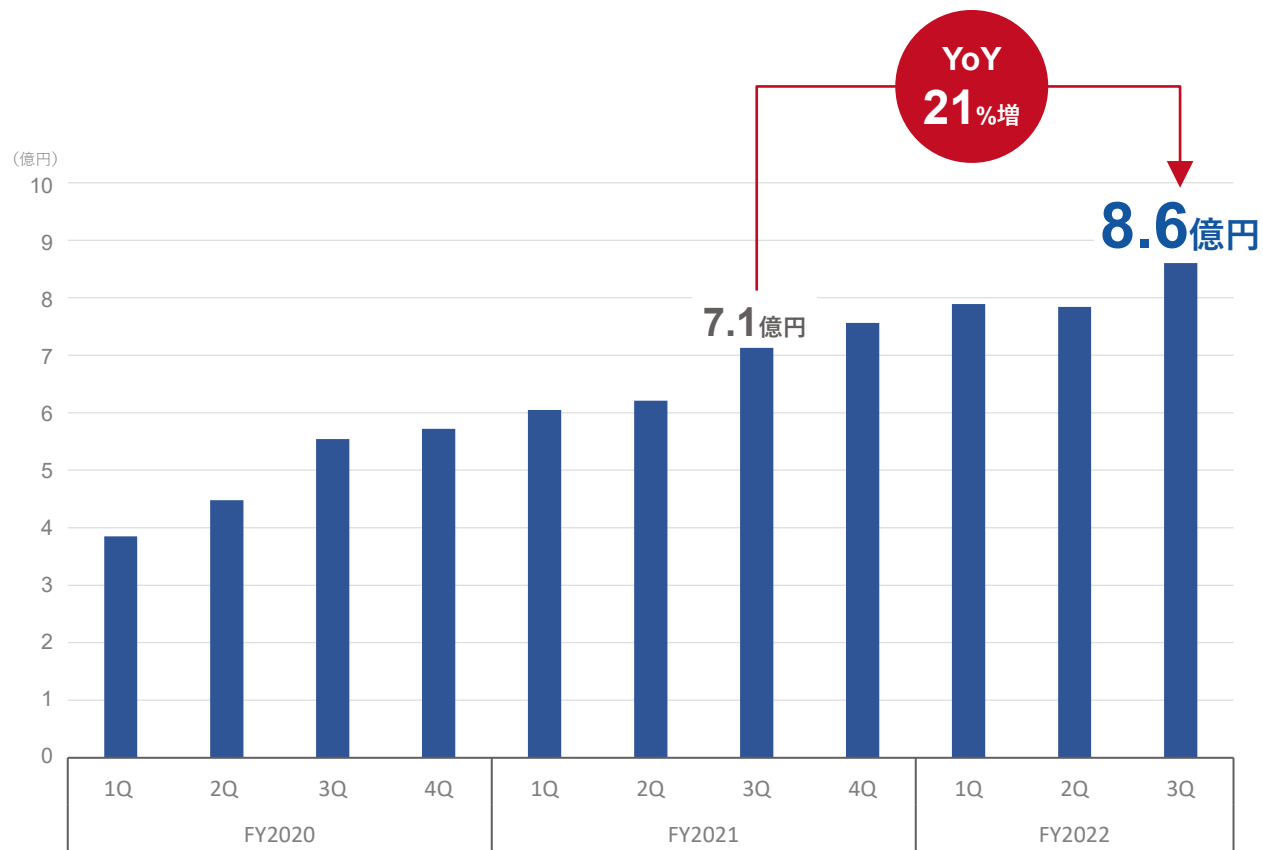
パーソナライズされた広告を表示する技術
メディアには高収益を、広告主には高い費用対効果を提供



広告プラットフォーム 事業 売上総利益推移

サプライサイド・デマンドサイド共にさらにシェアを拡大。

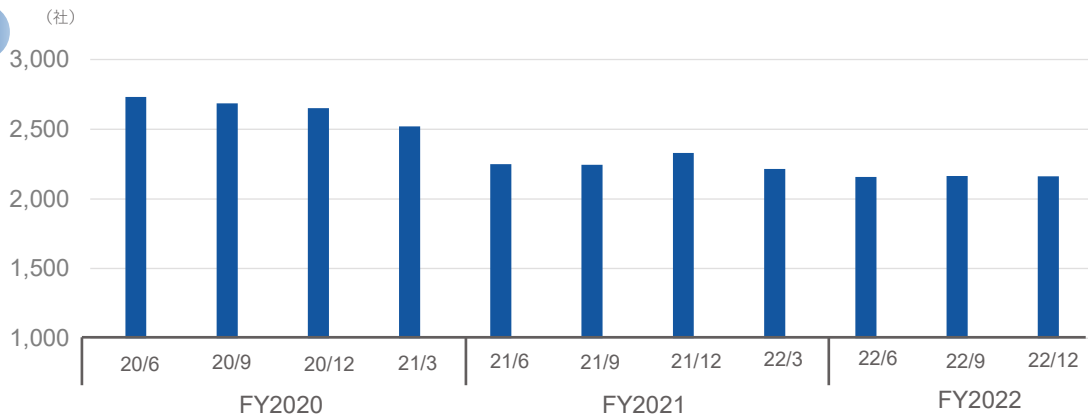
広告プラットフォーム事業の売上総利益が伸長。



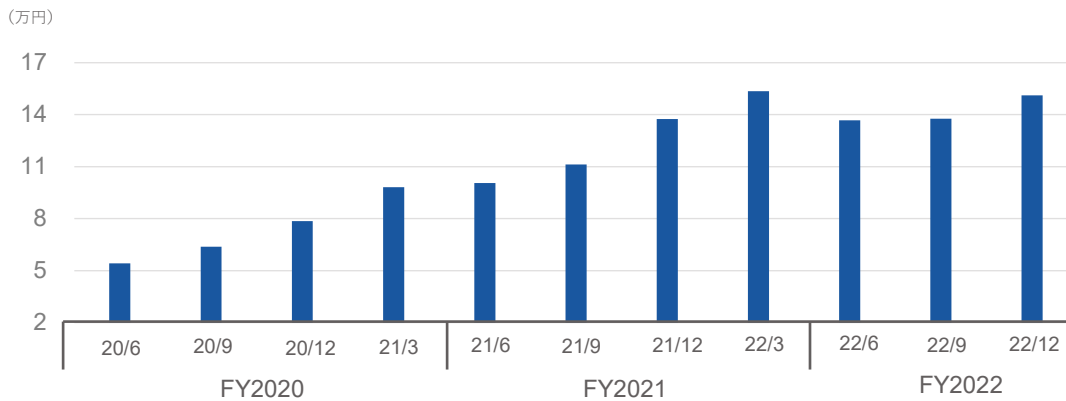
広告プラットフォーム 事業 KPI

引き続き、プロダクトの付加価値を
向上し、社数・社単の増加を目指す。

社数



社単^(*)



(*)純額（ネット）計上の数値で算出。

1. 事業概要
2. FY2022 3Q業績
3. 広告プラットフォーム事業
- 4. マーケティングSaaS事業**
5. FY2022 業績予想
6. 中長期方針

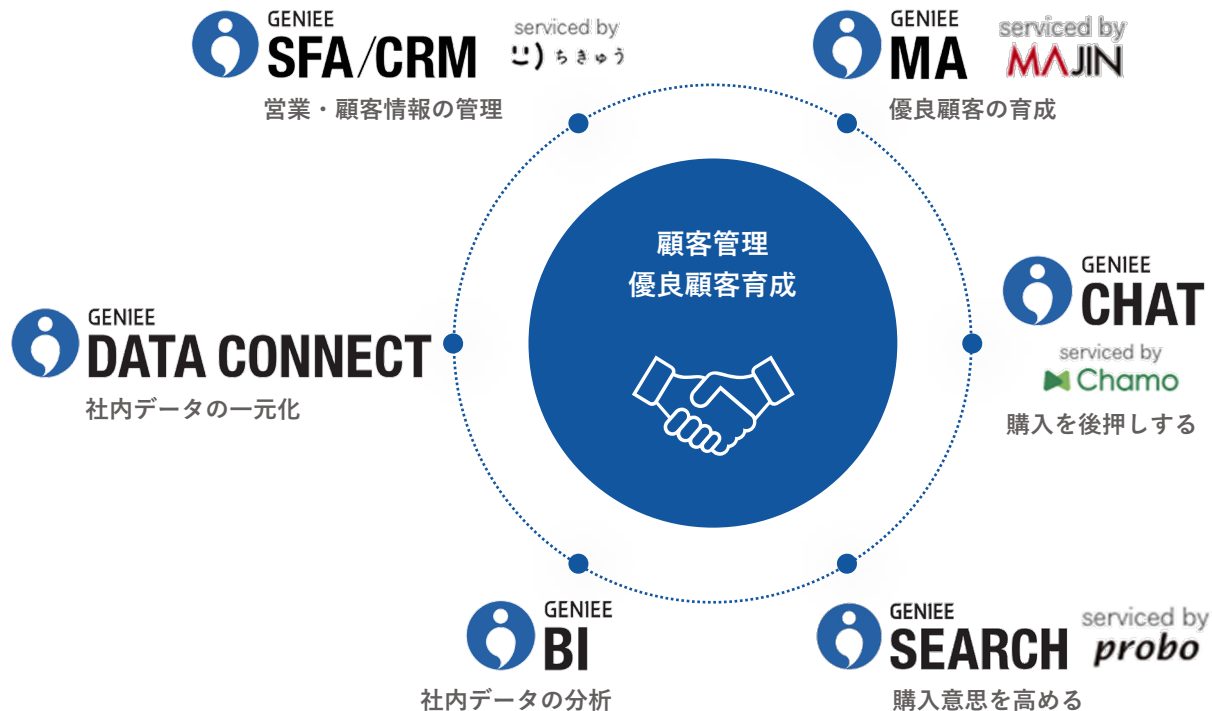


マーケティングSaaS 事業



Marketing Cloud

集客から販促、受注までを通貫
して実行・管理できる唯一の国
産セールス&マーケティングプ
ラットフォーム



マーケティングSaaS 事業ハイライト

売上収益／前年同期比成長率

1,377百万円／**+73.4%**

リカーリング比率^(※1)／前年同期比成長率

77.2%／**+5.9**ポイント

売上総利益率

73.4%

ARR／前年同期比成長率

1,733百万円／**+104.0**%

セグメント損失

3.1百万円

ARPA

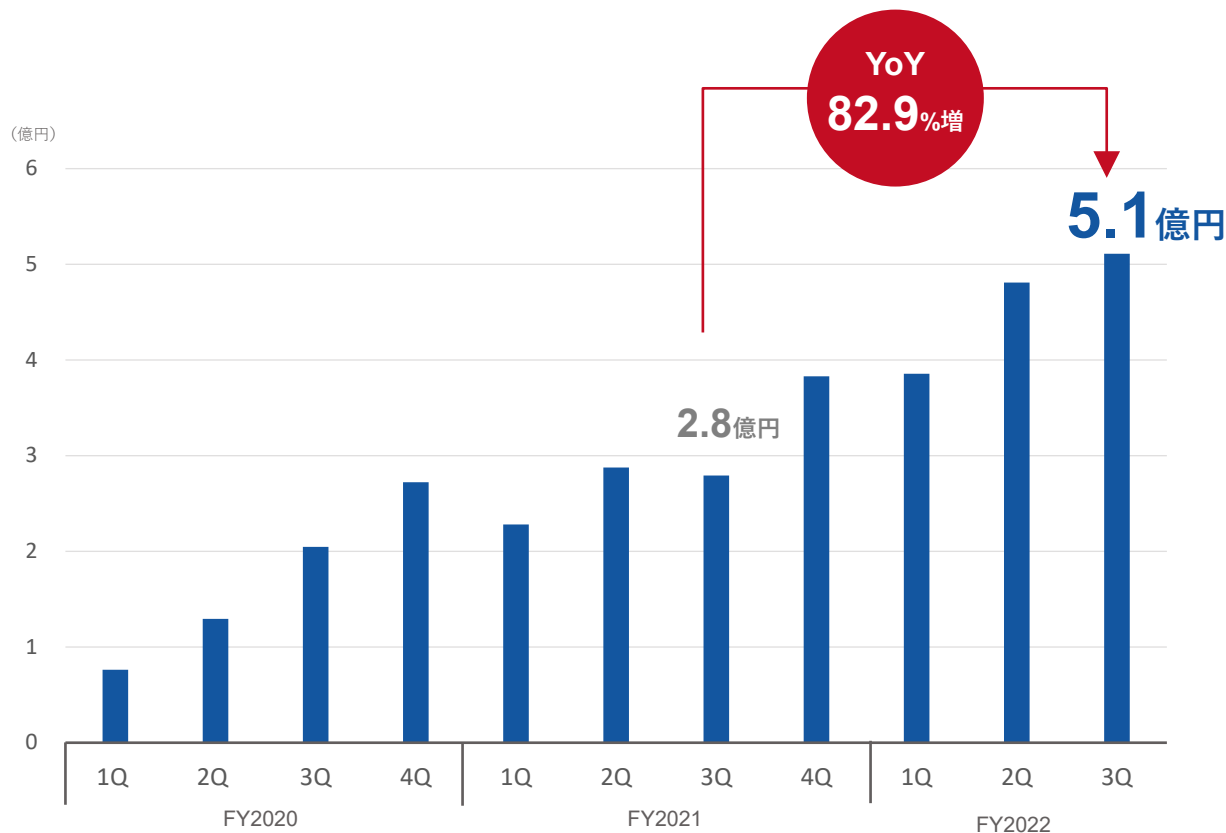
15,836円／**+51.5**%

(※1)期末から12か月遡った数値で算出。

マーケティングSaaS 事業 売上収益推移

売上収益はアカウント数が増加し前期比82.9%増加。

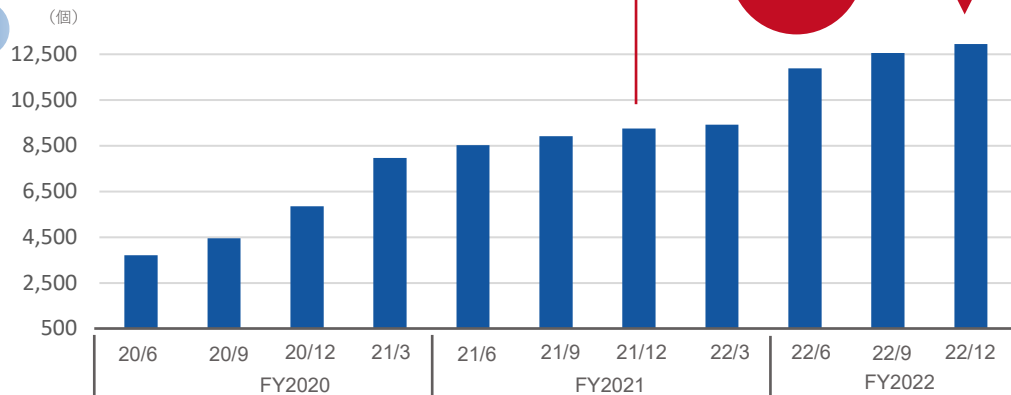
四半期ベースで売上高は過去最高を更新。



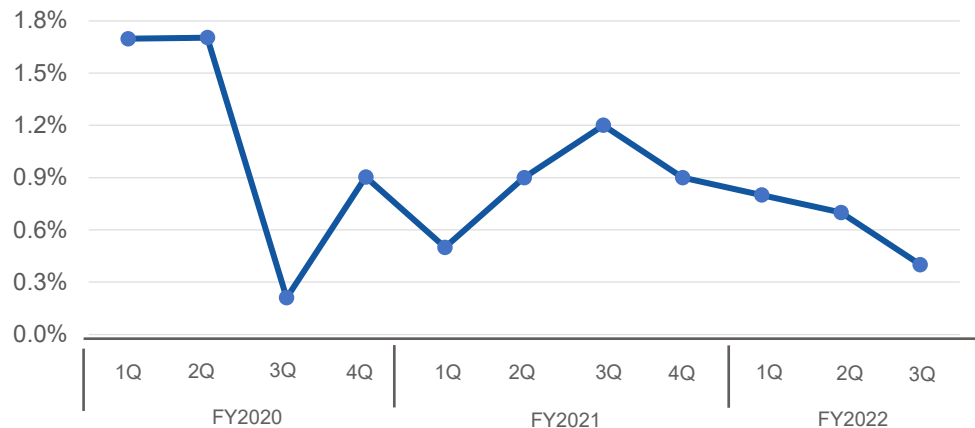
マーケティングSaaS 事業 KPI

SaaSプロダクトの機能拡充と営業
チャネル強化によるシェア拡大によ
り、有料アカウント数の増加を目指
す。また、プロダクト及びカスタ
マーサクセスの強化等により、さら
なる解約率の低下を目指す。

有料アカウント数



解約率

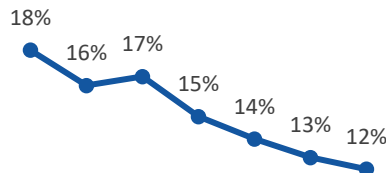


※ アカウントの3か月平均解約率

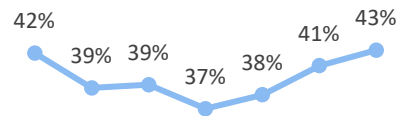
マーケティングSaaS 事業における販管費 の売上に対する比率

- R&Dに関しては、MRRの増加により徐々に減少傾向。
- ビジネスサイドのメンバーの増員によりFY2022のS&M比率は上昇傾向。
- コーポレートスタッフの増加によりG&Aも増加傾向。

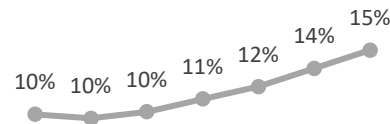
R&D^{(*1)(*2)}



S&M^{(*1)(*3)}



G&A^{(*1)(*4)}



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
FY2021				FY2022		

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
FY2021				FY2022		

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
FY2021				FY2022		

(*1)四半期末から12か月遡った数値で算出。

(*2)Research and Developmentの略称。研究開発に係るエンジニアの人件費や関連経費等の合計。

(*3)Sales and Marketingの略称。販売促進に係る広告宣伝費やセールス人員の人件費や関連経費等の合計。

(*4)General and Administrativeの略称。マーケティングSaaS事業が負担すべきコーポレート部門の人件費や関連経費及び共通費等の合計。



マーケティング活動をソフトウェアに
置き換えるプロダクト構想を推進



広告集積を最大化する、国内最大規模の
アドプラットフォーム



Web広告のページの長さやユーザー行動に応じた柔軟な配信制御を
可能にする「GENIEE Auto Ads」の提供を開始



マーケティング活動をソフトウェアに
置き換えるプロダクト構想を推進



多彩なデジタルコンテンツやサービスを展開している
インターネットの総合エンタテインメント



GENIEE DOOH は ドワンゴ が保有するHareza池袋のオープンスタジオ「ハレスタ」に
設置されている日本最大級ビジョン「ハレスタLEDビジョン」にアクセスすることが可能に



マーケティング活動をソフトウェアに
置き換えるプロダクト構想を推進



仮説とデータを組み合わせたデータドリブンな
マーケティングでの企業活動を支援



ユーザーがサイトやランディングページに流入してからコンバージョンするまでのプロセスの
離脱を防ぐことができ、ECサービスを展開する事業会社様のサービスを共同で提供

1. 事業概要
2. FY2022 2Q業績
3. 広告プラットフォーム事業
4. マーケティングSaaS事業
- 5. FY2022 業績予想**
6. 中長期方針



今期は持続的な高成長を目指し、プロダクト投資を継続

- ▶ プロダクトの価値向上を最優先として、投資を継続
- ▶ グループ間のプロダクトのデータ連携を推進
- ▶ マーケティングSaaS事業では、広告等のマーケティング施策を強化
- ▶ パーパスの実現のためのM&Aを今期も実行

FY2022 通期業績予想

売上収益はYoY30%～39%、売上総利益はYoY38%～46%の増加で高成長を維持。

広告PF事業については、引き続き収益を拡大し、全体業績を牽引。

マーケティングSaaS事業については、プロダクト競争力を高めるために開発投資を継続するとともに、ビジネスサイドの増員や広告宣伝費の投下によりMRRの増進を目指す。

(単位：百万円)

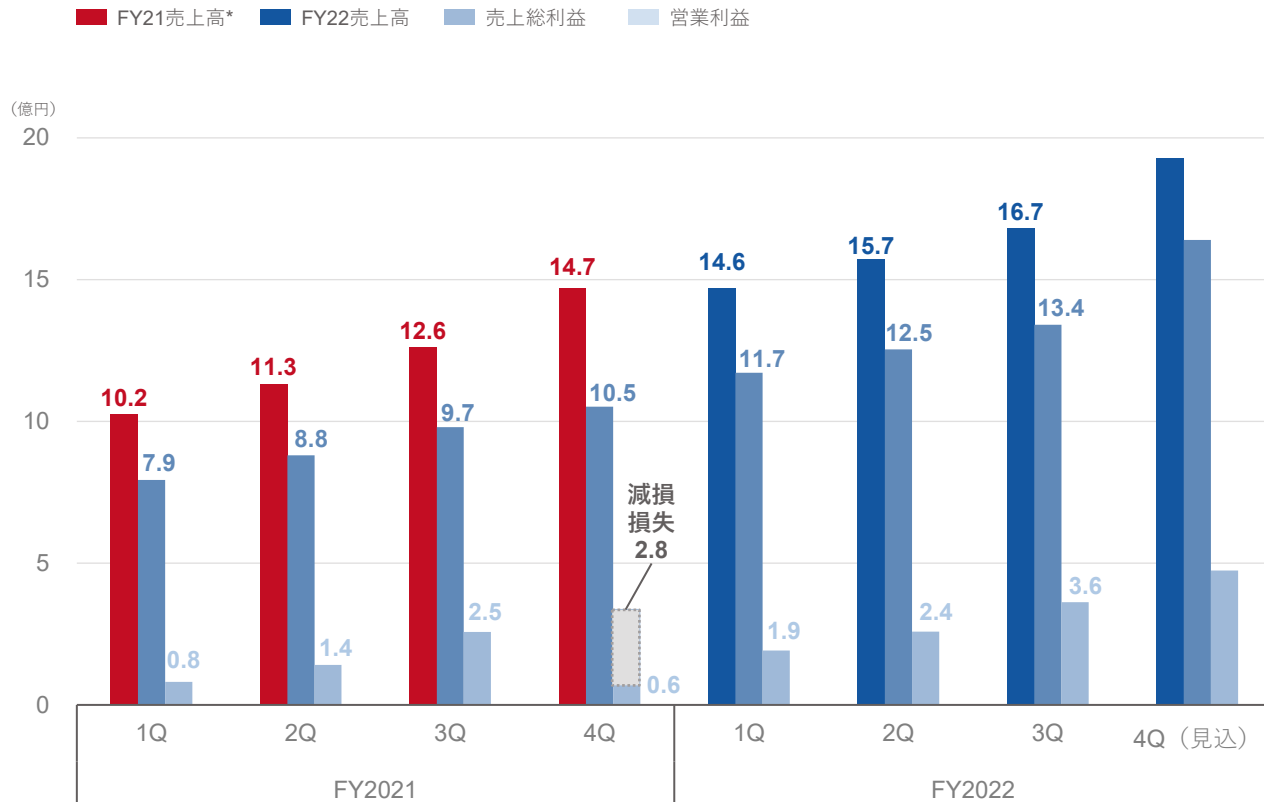
	FY2021 (日本基準)		FY2022 予想 (IFRS)
売上収益	(グロス) 14,459	(ネット) 4,886	6,400-6,800
広告PF事業	(グロス) 11,246	(ネット) 3,312	4,000-4,100
マーケティングSaaS事業	1,176	1,176	1,700-1,900
海外事業	2,131	398	700-800
売上総利益	3,783	3,783	5,250-5,550
セグメント利益	738	738	1,050-1,250
広告PF事業	1,727	1,727	2,100-2,150
マーケティングSaaS事業	125	125	0-100
海外事業	163	163	300-350
(全社・消去等)	△ 1,278	△ 1,278	△ 1,350
営業利益	738	738	1,050-1,250
広告PF事業	1,117	1,117	1,350-1,450
マーケティングSaaS事業	△ 335	△ 335	△ 500-△450
海外事業	115	115	250-300
(調整額)	△ 159	△ 159	△ 50
税引前利益			1,000-1,200
親会社の所有者に帰属する当期利益			750-1,000

* FY2022 (予想) 基本的 1 株当たり当期利益 42.38円～56.50円

FY2022 四半期毎業績予想

売上収益及び営業利益は今期も大きく増進。

収益に季節性があり、3Q・4Qの繁忙期に収益が拡大する計画。



*FY2021の数値は、IFRS、広告売上純額計上にて算出

1. 事業概要
2. FY2022 2Q業績
3. 広告プラットフォーム事業
4. マーケティングSaaS事業
5. FY2022 業績予想
6. 中長期方針



パーパスの実現のために、マーケティングテクノロジー領域のリーディングカンパニーとなるべく、広告プラットフォーム事業を拡大しながら、マーケティングSaaS事業の急成長を目指す。

プライム市場への上場を目標とし、流動性/ガバナンス/経営成績・財政状態の基準のクリアを目指す。

FY2023 数値目標

FY2023の数値目標（IFRSベース）

売上総利益、営業利益、売上収益の
順の優先度で達成を目指す。

売上収益

90億 ～ 100億

売上総利益

80億 ～ 90億

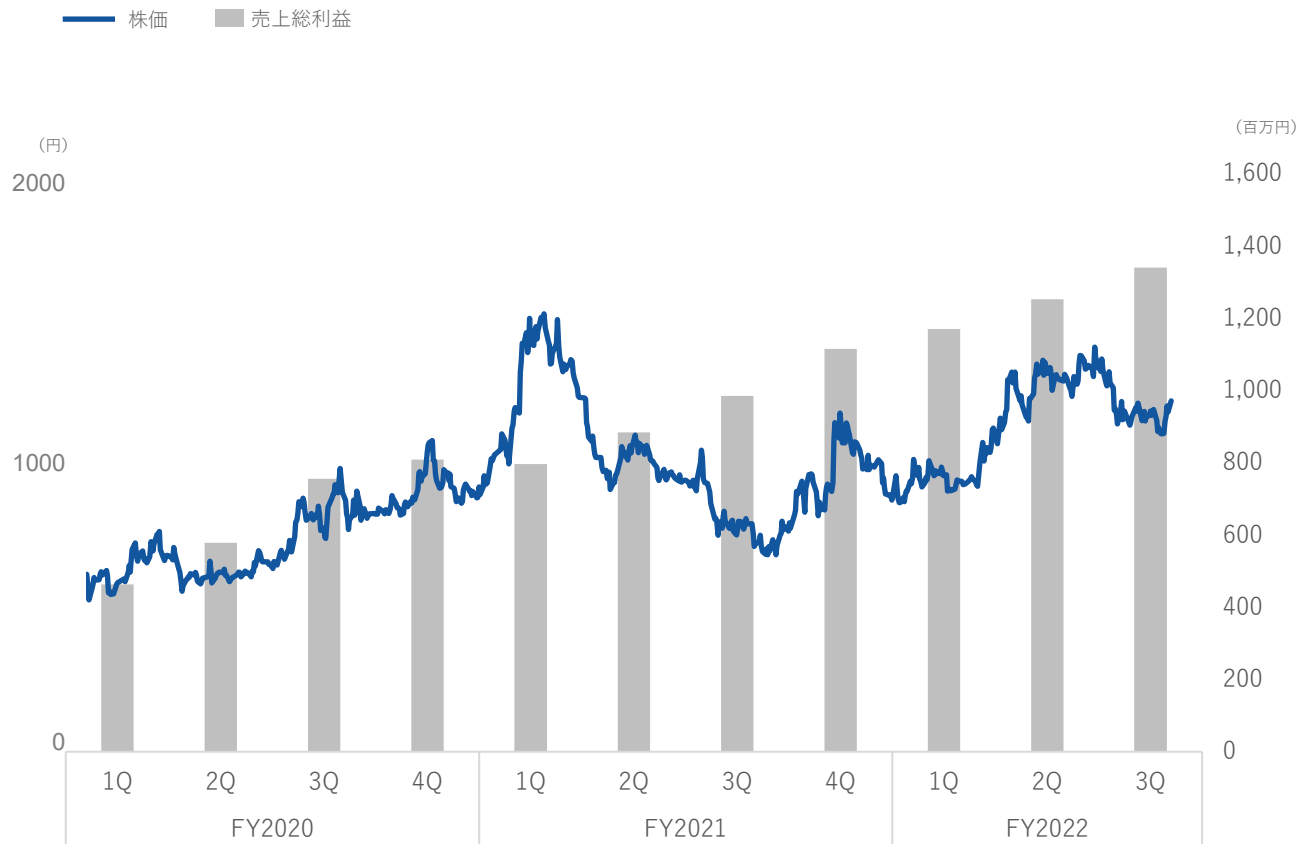
営業利益

20億 ～ 25億

株価の推移

株価：2月13日時点 1,223円

会社を短期、中期、長期で確実に成長させ、IRを強化し、株価の上昇につなげる。



参考資料

IFRS適用の影響 (再掲)

国際的な比較可能性の向上および国際市場での資本調達や業務拡大を見据え、IFRS（国際財務報告基準）の適用を決定。

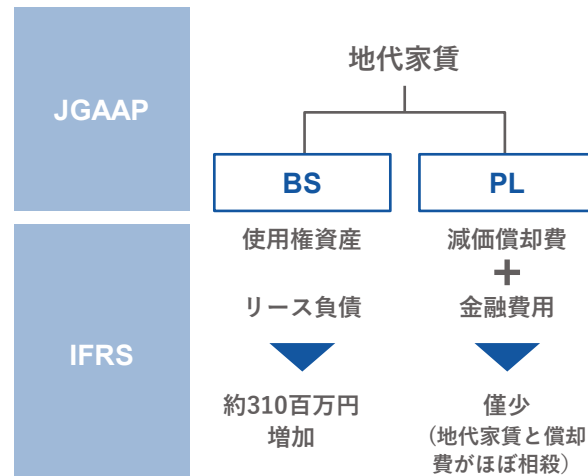
業績への主な影響

のれん償却費

M&Aの結果生じたのれん償却費が償却対象外
(顧客資産などの無形資産は償却対象)

$$\begin{array}{ccccc} \text{IFRS} & = & \text{JGAAP} & + & 184\text{百万円} \\ \text{営業利益} & & \text{営業利益} & + & \text{のれん償却費} \end{array}$$

地代家賃



広告プラットフォーム 事業の売上を純額計上 に変更（再掲）

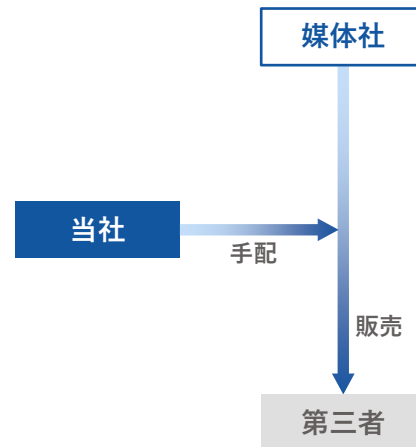
FY2021のブランド統合に伴う広告プラットフォーム事業の取引実態及び利用規約の変更により、FY2022より広告プラットフォーム事業の売上の純額計上に変更

FY2021までの取引スキーム



- 当社が広告掲載枠を仕入れ、第三者に対して広告掲載枠販売の履行責任を負担
- 媒体社から仕入れた広告掲載枠の在庫リスクを保有

FY2022以降の取引スキーム



- 第三者が広告掲載枠を直接仕入れるため、当社は広告掲載枠販売の履行責任を負担せず
- 上記のため、当社は広告掲載枠の在庫リスクを保有せず

当社の強み 5つの競争優位性

5. 高い顧客価値をもったプロダクトとそれらを生み出す技術開発力

140名以上のエンジニアが所属する国内屈指のテクノロジーカンパニー。新技術検証も日々行い、顧客や市場のニーズを踏まえながら新たな価値を開発

4. アジア展開、ソフトバンクグループとの連携

シンガポール、ベトナム、インドネシア、タイで事業を展開。ソフトバンクグループとも連携してお客様の要望に対応

1. お客様の成功への強いコミット

社員一人ひとりの「お客様の役に立ちたい」という強い想いで顧客に寄り添って対応

2. ビッグデータ

国内屈指のビッグデータ処理技術を持ち、マーケティング領域で膨大なデータを蓄積

3. 最先端のDX、マーケティングに関する知見

最先端のテクノロジー、マーケティングにおいて日本屈指の成功事例を持ち、知見として蓄積



お客様の成功への強いコミット

プロダクトは全て自社開発、顧客の成功まで伴走するカスタマーサクセス担当社員が多数在籍。各企業の課題や用途に合わせて導入から定着・活用まで支援します。

選ばれる3つの理由

1



誰でも使いこなせる
国産マーケティング
ツール

2



顧客&営業管理、
集約・分析が
簡単に行える

3

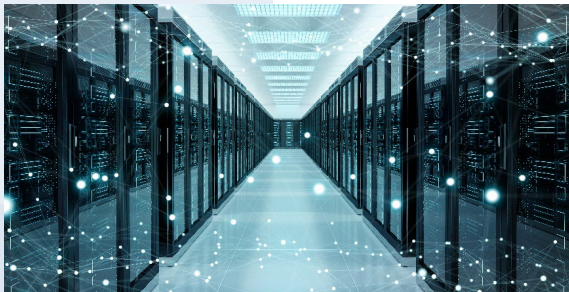


充実したサポート

ビックデータ／テクノロジー

ビックデータ処理技術

1秒間に数十万リクエストが可能な 高難度のデータ処理技術



- 1日のデータ処理量は、約15テラバイトと国内屈指
- 配信システム基盤は、オンプレミスのサーバーでフルハンドメイド
- シンガポールのデータセンターも利用し、海外配信に対応

AIの活用

DSPにAIを活用した 自動入札機能を実装



- 目標CPAを満たしながらコンバージョン数を最大化するように、入札単価および配信量の自動制御を行う機能
- AIによる機械学習アルゴリズムが膨大なデータを学習し、広告の配信結果や、ユーザーやオークションのコンテキストを把握した上でコンバージョン率を的確に予測

最先端のDX、マーケティングに関する知見

取引先のユーザー企業の膨大なデータの活用が、製品の付加価値向上に活用され、製品のクロスセルを推進し社単の向上につながる。

顧客資産／データ

月間広告表示回数

600億 Impression

アクティブ取引社数

3,000社

ブログ/コラム

デジタルマーケティングに役立つノウハウが満載



事例から学ぶKPIの設定方法！マーケティングを効率化するKPI管理とは



流入数が右肩上がり。2年間コンテンツマーケティング...



SFA・MA・CRMは何か違う？特徴や機能、導入事例までご紹介



MAとCRMの違いは決定的！どちらも重要な理由を徹底解説

アジア展開、ソフトバンクグループとの連携

創業3年目から海外展開を開始。海外企業との事業提携、投資や買収も数多く実施。ソフトバンクグループとの連携により、レバレッジを効かせていく。

アジア展開

80 billion

Impressions
Managed per month

+4

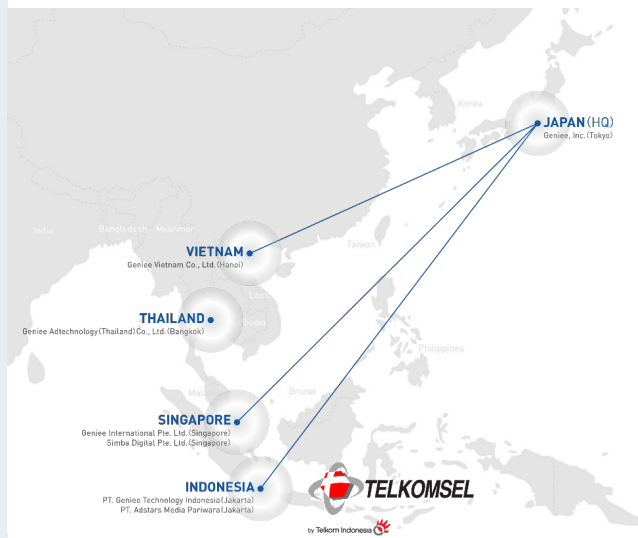
International
Offices (JP HQ)

10,000+

Active
Publishers globally

50,000+

Campaigns
managed per month
globally



インドネシア No. 1 携帯キャリア

ソフトバンクグループとの連携

- 共同開発した広告プラットフォームによる広告配信サービス
- インバウンド・越境ECの集客を実現するクロスボーダー広告配信サービス
- 東南アジアにおける協業プロジェクトの計画策定と検証の実施

高い顧客価値をもったプロダクトとそれを生み出す技術開発力 (テクノロジー事業を複数高成長させる若手幹部)



マーケティングSaaS事業

執行役員 GENIEE SFA/CRM事業 CEO
GENIEE SFA/CRM事業本部 本部長
大橋 弘崇

北海道大学卒業後、フリーランスを経てネット広告代理店に入社。2016年に当社に入社し、サプライサイドの事業企画、プロダクトマネジメントを経験。GenieeDSPを含むアドテク全体のプロダクトマネジメント部を統括後、2019年4月よりプロダクトマネジメント管掌執行役員に就任。2022年4月よりSFA/CRM事業のCEOに就任。



テクノロジー戦略室

執行役員 CTO
テクノロジー戦略本部 本部長
孟 祥梁

ソーシャルゲームのバックエンド開発、キュレーション媒体開発、アフィリエイト広告開発、DSP開発を経験後、2018年に当社に入社。サイエンスチームを立ち上げ、データドリブン及びAI予測、自動制御機能強化を実現。現在は、マーケティングテクノロジー領域における開発効率最適化及びプロダクト機能強化を指揮。



広告PF事業（サプライサイド事業）

取締役
川崎 俊介

一橋大学卒業後、新卒で三井物産へ入社。2015年に当社に入社し、商品企画として基幹プロダクト「GenieeSSP」の新商品開発からキャリアをスタート。「GenieeSSP」全体のプロダクトマネージャー、海外事業も経験し、2019年4月より当社最年少にて執行役員に就任。



広告PF事業（デマンドサイド事業）

デマンドサイド事業本部 本部長代理
小林 彩香

2016年に新卒で入社し、広告プラットフォームである「GenieeSSP」「GenieeDSP」の営業に従事。2019年4月より当社初の女性プロダクトマネージャーに就任。2022年4月よりデマンドサイド事業本部の本部長代理に就任し、事業を牽引。

会社概要

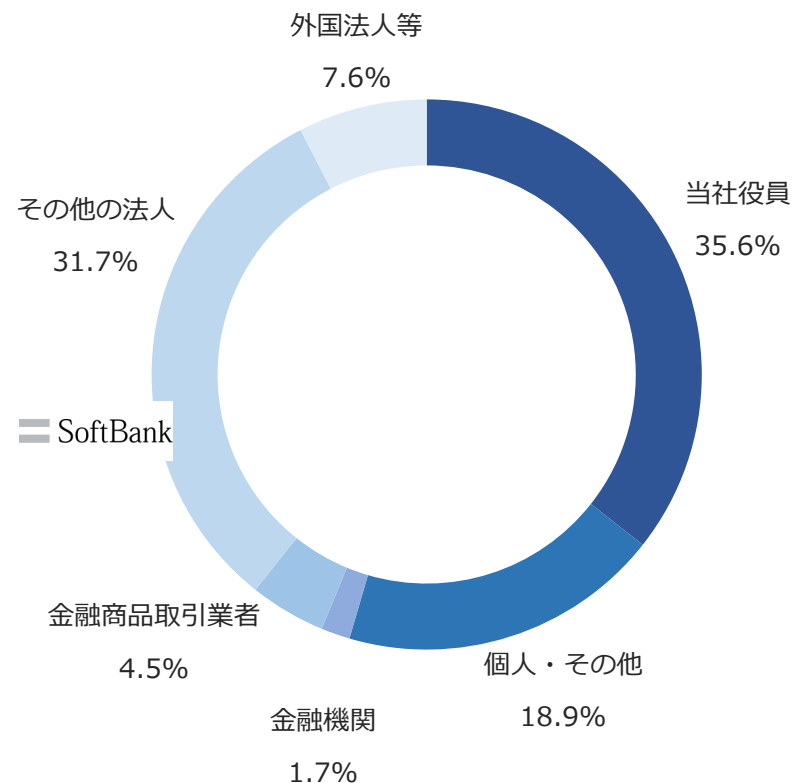
社名	株式会社ジーニー（Geniee, Inc.）	従業員数	346名（連結、2022/3末現在）
事業内容	広告プラットフォーム事業 マーケティングSaaS事業 海外事業	設立年月日	2010年4月14日
所在地	東京都新宿区西新宿6-8-1 住友不動産新宿オークタワー6階	資本金	1,549百万円
代表者	代表取締役社長 工藤 智昭	決算期	3月
役員	取締役 川崎俊介 町田 紘一（社外） 取締役・監査等委員 鳥谷 克幸（常勤・社外） 轟 幸夫（社外） 佐々木 義孝（社外）	グループ会社	ビジネスサーチテクノロジー株式会社 株式会社REACT CATS株式会社 Hypersonic株式会社 Geniee International Pte., Ltd. Geniee Vietnam Co., Ltd. PT. Geniee Technology Indonesia Geniee Adtechnology (Thailand) Co., Ltd. PT. Adstars Media Pariwara

株主の状況（2022/9末現在）

大株主の状況

株主名	所有株式数 (株)	持株比率 (%)
工藤 智昭（当社代表取締役社長）	6,419,400	35.56
ソフトバンク株式会社	5,625,000	31.16
吉村 卓也	531,300	2.94
廣瀬 寛	481,100	2.66
NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMNIBUS-MARGIN	474,300	2.62
NICE SATISFY LIMITED	402,000	2.22
株式会社ジーニー	310,639	1.72
株式会社日本カストディ銀行	310,400	1.71
株式会社SBI証券	214,596	1.18
ゴールドマンサックス インターナショナル	203,400	1.12

株主構成



当資料に記載した連結経営目標等の数値は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した計画であり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、業況の変化等により異なる結果となる可能性があります。