



2024年3月期 第1四半期決算説明資料

Aug. 10, 2023

売上収益は17.9億円となり、前年同四半期比22.3%増。新体制で想定内のスタート 昨年度末に買収したZeltoについて本格的なPMIの開始

- ▶ マーケティングSaaS事業は好調
SFA/CRMのエンタープライズ案件の受注が進み、売上収益YonY 55.2%成長
- ▶ 海外事業は売総YonY 45%成長。Zeltoの本格的なPMIを開始
- ▶ 広告事業は1Q内は堅調なスタート。「アドテクノロジー事業の強化」を掲げ、リテールメディア、動画、ダイナミック広告などの新領域でシェア拡大を開始。
- ▶ デマンド・AI事業は、事業承継により体制を強化

トピックス

「GENIEE SFA/CRM」に新機能が追加

「GENIEE SFA/CRM」にChatGPTの機能の組み合わせにより、顧客のセールスパersonの業務効率化を推進。今後もAI技術を活用した新機能を当社グループの製品に組み込んでいく予定。

新機能



- ・議事録などの自動要約
- ・メール自動作成

今後リリース予定の機能



見込み顧客の
受注確度を予想



BANT情報を
特定&抽出



商談の内容を
傾向別に分類

新機能による工数削減例

ある一般的な営業マンの1日より

商談 前	商談 中	商談 後	チェック業務
事前準備	議事録の作成 文面の整形/要約	メール文章の作成 見積作成	SFA/CRM データ入力
1時間 → 0分	1時間 → 0分	1時間 → 0分	1時間 → 0分

- ①商談準備の時間
1→0時間（提案準備に必要な業界課題等の情報を短時間で調査可能）
- ②議事録の作成時間
1→0時間（商談の文字起こしや要約なども含む）
- ③メール作成時間
1→0時間（商談後のお礼メールの作成を自動化）
- ④営業管理ツールへの情報入力
1→0時間（AIアシスタントに話しかけるだけで情報入力完了）

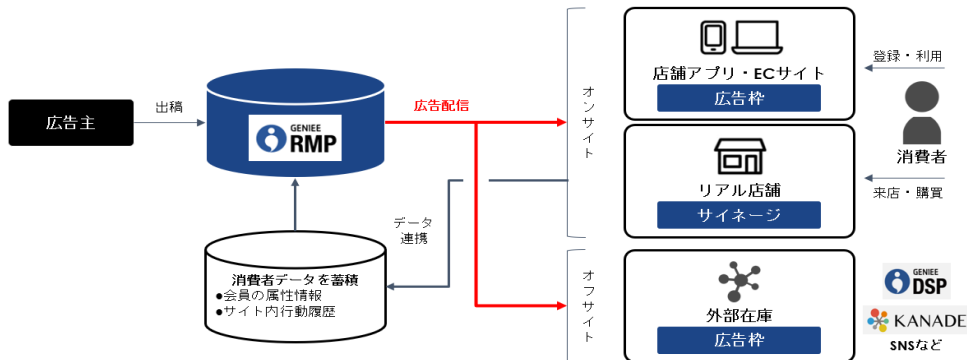
営業マンの1日あたり約2時間の削減として × 20営業日 **月間40時間削減！**

トピックス デマンド事業の拡大

「集客」から「顧客維持」までのトータルソリューションを提供するバリューコマース社ならびに、EC商品検索において国内トップクラスのシェアをもつサイジニアグループのZETA社との間で、当社のリテールメディアにおける広告出稿・配信機能を備える「GENIEE RMP」と提携を開始。

更に、サイジニアグループのDSP事業であるKANADE DSPを事業承継することにより、当社がダイナミック・ターゲティングの機能を拡張。

GENIEE RMPの事業概要



業務提携



バリューコマース社との提携により、提供領域を拡大し、顧客の獲得・新規商品開発を強化



ZETA社「ZETA CXシリーズ」との連携により、EC事業者の収益の最大化とブランドの効果最大化を実現

事業承継



デクワス社「KANADE DSP」を譲受、ユーザの興味・関心に合わせた広告のパersonナライズが可能となり、広告主のブランド認知拡大・優良顧客の醸成に貢献

会社概要

- | | |
|--------|-------------------------------|
| ■ 社名 | デクワス株式会社 |
| ■ 代表者 | 代表取締役 吉井 伸一郎 |
| ■ 本社 | 東京都港区浜松町1-22-5 KDX浜松町センタービル7F |
| ■ 設立 | 2020年3月 |
| ■ 資本金 | 1,000万円 |
| ■ 事業内容 | インターネットメディア事業、インターネット広告代理事業、他 |

トピックス JAPAN AIについて

今年4月に社内AIアシスタントサービス「JAPAN AI ChatTM」をリリースし、新たに外部データ連携やデータ取得を自動で行う機能を追加。

また、画像の高解像度技術を有するNavierの全事業を承継することで、生成系AIのエンジニアリソースを拡充し、業務の効率化や生産性を向上させるサービス展開を加速。



提供サービス

社内AIアシスタントサービス
「JAPAN AI ChatTM」

企業へのAIの提供・
コンサルティング

GPT／大規模言語モデルを
活用したプロダクト開発

AIを活用した
新たなプロダクトや機能
(継続リリース予定)

機能追加

社内AIアシスタントサービス
「JAPAN AI ChatTM」

各社ごとにカスタマイズされたAI対話環境を構築することで、従業員の業務効率化や生産性向上を実現。
なお、高度なセキュリティを搭載しているため、情報漏洩リスクなく利用可能。

追加①データ連携



お客様自身で最新のデータを
連携させることが可能

追加②関数呼び出し機能



入力内容に応じた特定の関数の
選択・情報取得を自動的に行う

事業承継



Navierが保有する画像処理技術と当該子会社が保有するAIに関する知見やプロダクト開発力を連携させることで、生成AI技術を活用した業務効率化や生産性向上

社名
代表者
本社
設立
資本金
事業内容

Navier株式会社
代表取締役 渋谷 拓
東京都千代田区二番町9-3
2018年2月9日
120百万円
ディープラーニングを活用した画像処理技術

1. 事業概要

2. FY2023 1Q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. 海外事業

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

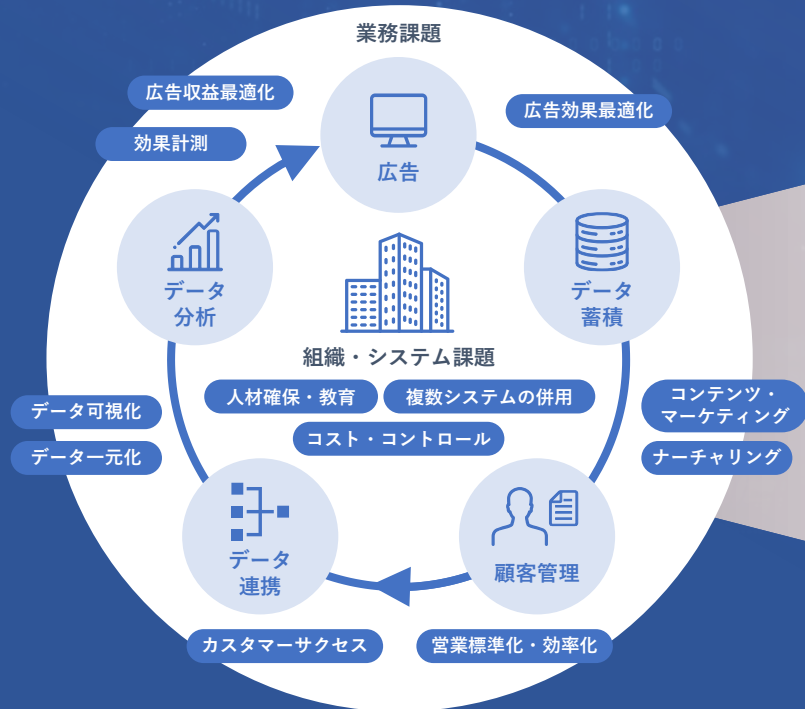
Corporate Purpose

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

・ ジーニーグループが目指す姿

- ・ ジーニーグループは、複雑化・高度化するマーケティング課題の解決を総合的にご支援
- ・ マーケティングのハードルを下げ、高付加価値の製品・サービスを企業がよりスムーズに社会に広められる世界を目指す



GENIEE

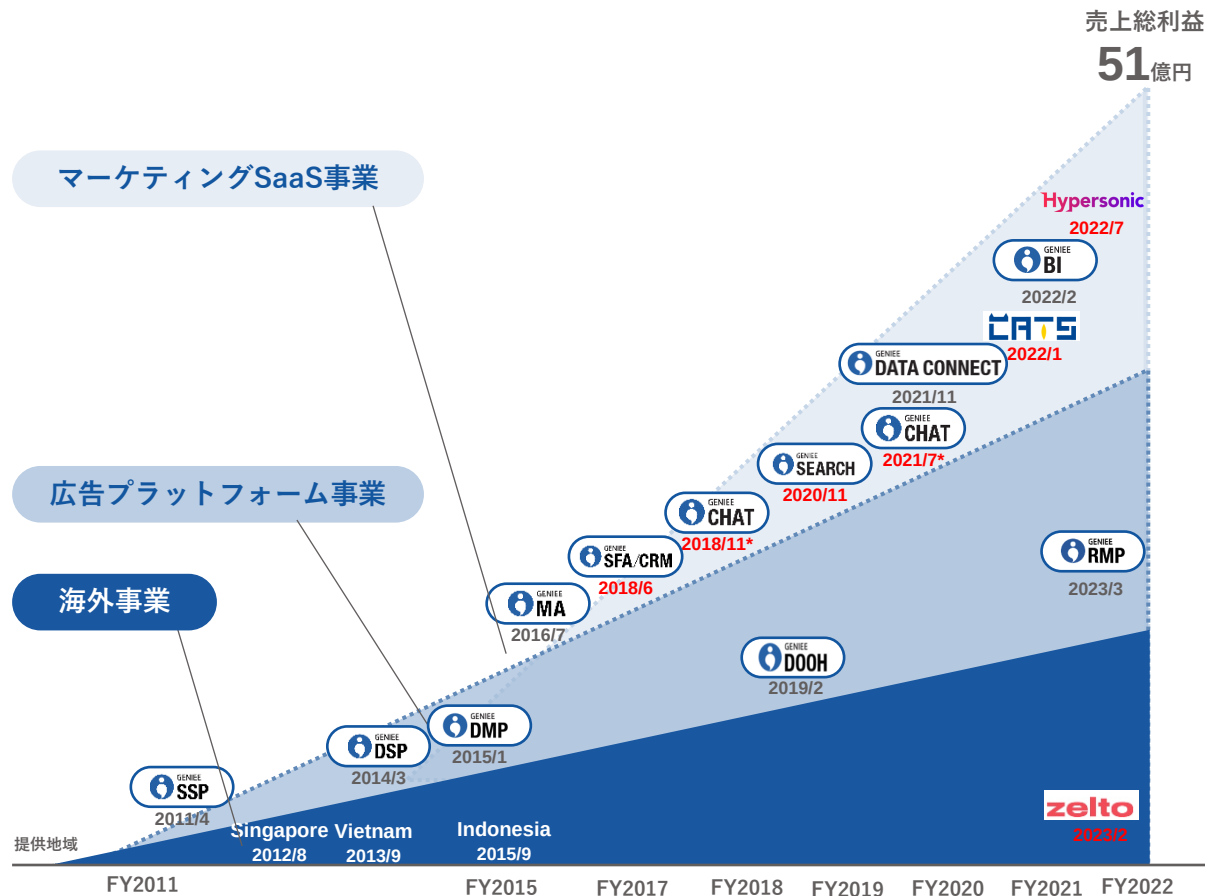
- ・ ワンストッププラットフォーム
- ・ 多様なプロダクト領域

誰もがマーケティングで
成功できる世界

- ・ 高いコスト・パフォーマンス
- ・ 業務の自動化・効率化

事業ポートフォリオと 連結売上総利益推移

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し、M&Aも実施しながら事業を拡大。
海外事業は2012年から事業を拡大し、2023年にZeltoを買収し、海外売上割合が大きく向上。



※ 赤字がM&Aで取得したもの。なお、GENIEE CHATの1回目の取得事業は旧Chamoで2回目は旧Engagebot。現在はCHATにブランド統合

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



Hypersonic



認知

▶ サイト
訪問

▶ 比較
検討

▶ 予約
来訪

▶ 購入

▶ 再購入

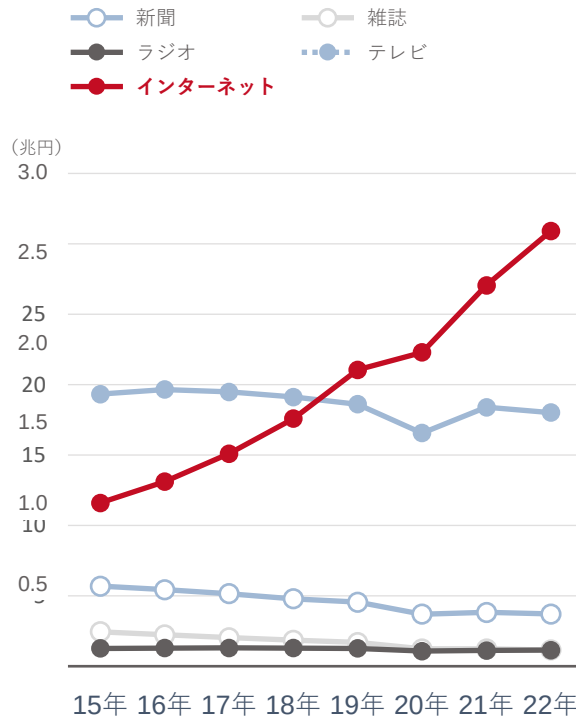
▶ 解約
防止

▶ 優良
顧客化

市場規模

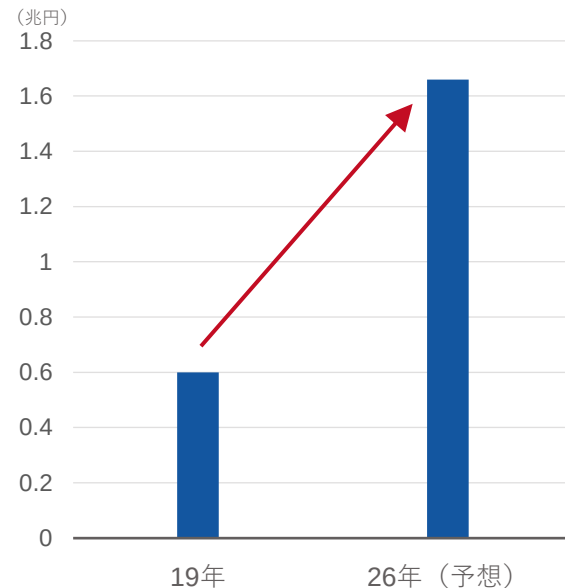
当社が事業展開するマーケティングテクノロジー業界（インターネット広告市場、SaaS市場）は、ネット環境の充実やDX市場の拡大により高成長をしている。

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 2022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約3兆円であり、潜在的な市場は約5兆円と推定される。

※1 広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業及び海外事業(SSP)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2023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「マーテック市場の現状と展望2019年度版」におけるAdvertising & Promotion市場を参照)、(平成28年経済センサスー活動調査 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事業及び海外事業(SSP)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「マーテック市場の現状と展望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者数を想定し潜在顧客数を算出。平成28年経済センサスー活動調査 企業等に関する集計 産業横断的集計)を基に当社作成。

TAM : 5.2兆円

(広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業、海外事業の合計)

当社が事業を展開する市場の規模※1

SAM : 2.9兆円

(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. **FY2023 1Q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. 海外事業
6. 中長期方針



FY2023 決算サマリ

売上収益は22.3%増。売上総利益はYoY17.2%増加しており、事業全体は業績向上を維持。

採用によるコスト増があったが、営業利益は1Qは計画以上を達成。

また、ZELTOの将来業績達成時に経営陣に支払うアーンアウト相当額が買収時にBSに金融負債として計上されており、2023年3月末から2023年6月末にかけて円安が進行したため、当該金融負債に係る為替差損86百万円が生じたことにより、当期利益が一時的に減少。

(単位：百万円)

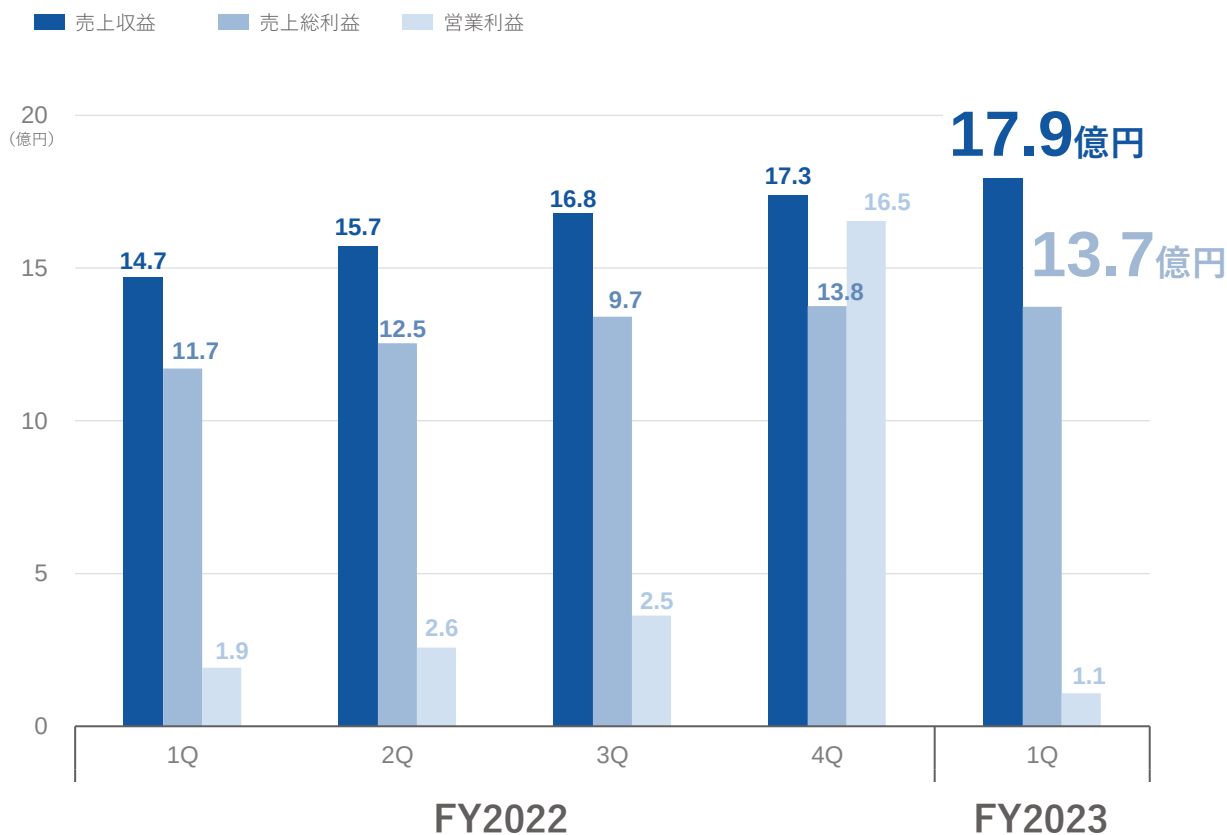
	IFRS 広告純額計上	IFRS 広告純額計上			
	FY2022 1Q(a)	FY2023 1Q(b)	増減(b)-(a)		FY2023 (着地見込)
			増減額	%	
売上収益	1,468	1,795	327	+ 22.3%	9,600
売上総利益	1,171	1,372	201	+ 17.2%	7,800
営業利益	191	107	-84	-43.7%	2,000
税引前利益	218	5	-213	-97.6%	1,900
当期利益	175	2	-173	-98.6%	1,500
親会社株主に帰属する 当期純利益	177	1	-176	-99.4%	1,500

FY2023 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。

4Qの繁忙期と同等水準の業績を1Qで実現。売上収益については順調に推移し、売上総利益についても前年同期比17.1%増。前Q比較でも成長

FY2023 1Qの営業利益については計画以上で着地



セグメント別 ハイライト

広告プラットフォーム 事業

売上収益

9.4億円

セグメント利益

4.6億円

参考 営業利益 **2.3**億円

- GENIEE RMPで複数の業務提携を開始し、またDSP事業を承継
- 1Qはデマンド領域が伸長。2QからはKanadeの連結、サプライ部門は2Q計画を上方修正

マーケティング SaaS事業

売上収益

6億円

セグメント利益

0.4億円

参考 営業損失 **1.6**億円

- GENIEE SFA/CRMでChatGPTを用いたサービス提供開始
- SFA/CRMアカウントにおいて、大規模案件の開拓が進み、順調にアカウント数が増加推移

海外事業

売上収益

3億円

セグメント利益

0.5億円

参考 営業利益 **0.3**億円

- 23年2月にZeltoを完全子会社化し、事業領域を拡大
- Zeltoとの組織や戦略に関する統合を本格的に開始

1. 事業概要
2. FY2023 1Q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. 海外事業
6. 中長期方針

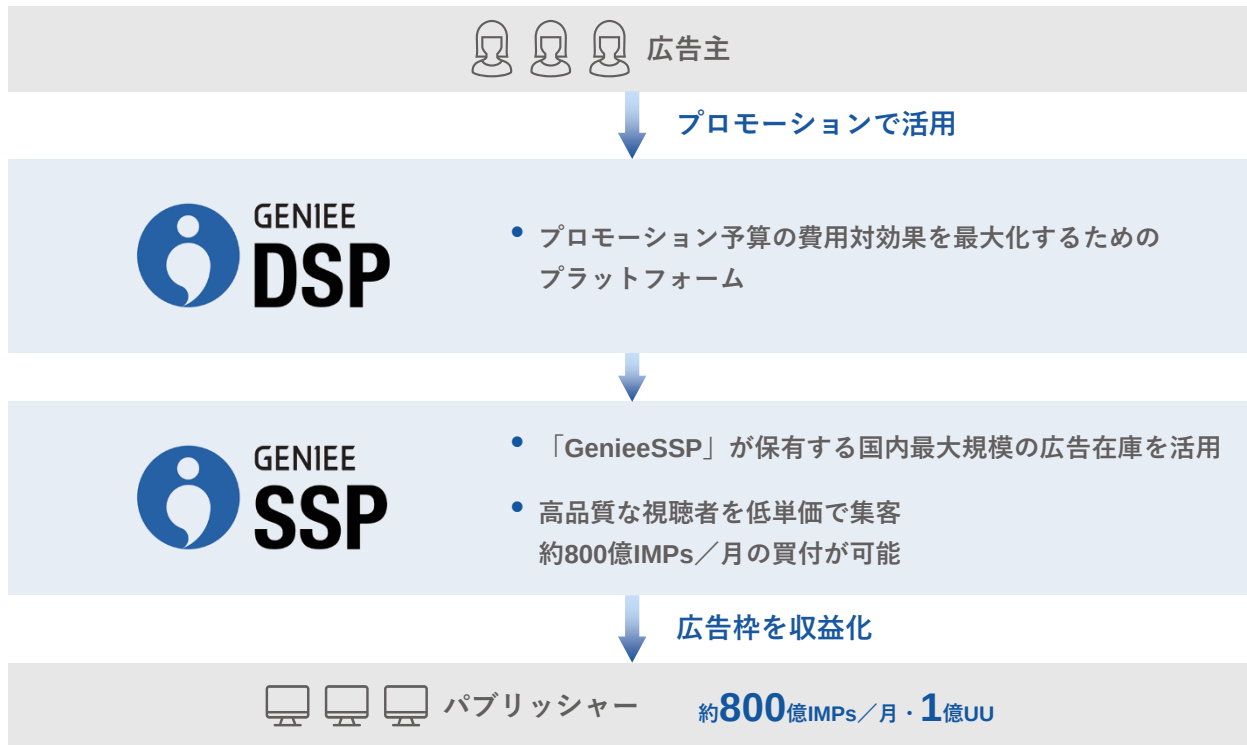


広告プラットフォーム 事業



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

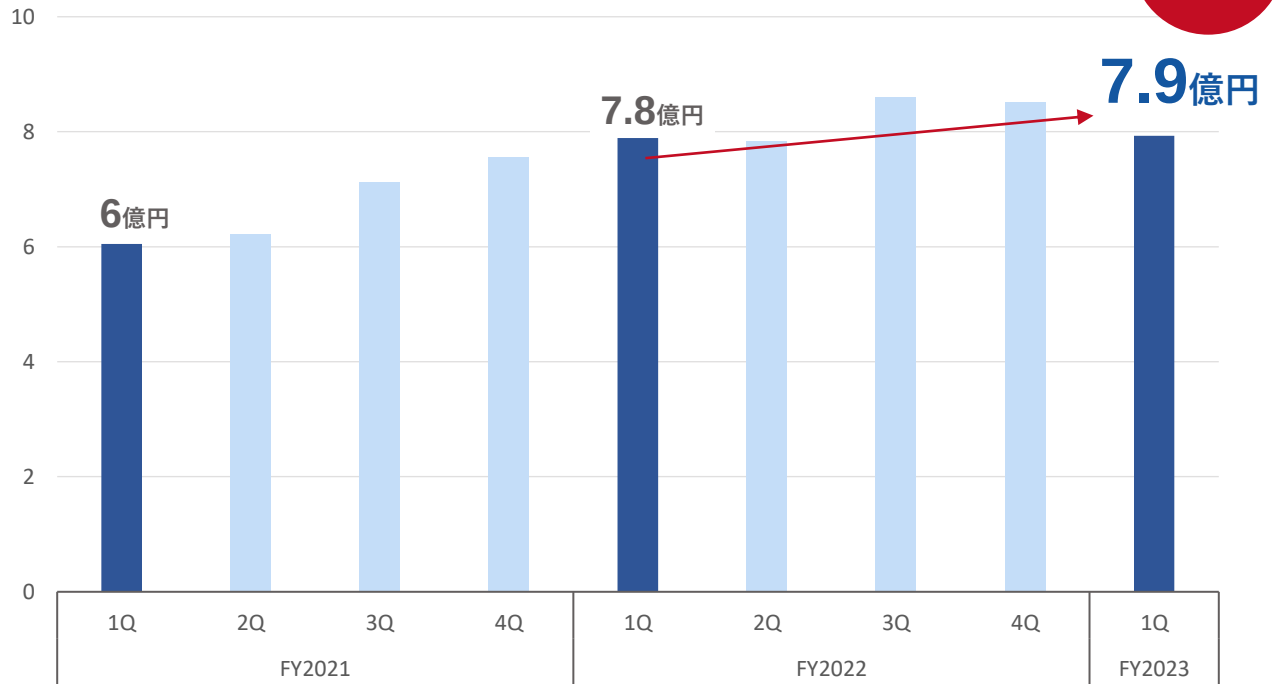


広告プラットフォーム 事業 売上総利益推移

1Qに関してはサプライ事業が一定市況影響あったものの、アプリ、動画、海外事業者との協業など新たな領域での商品開発が成功。6月中に大幅な業績向上を終え、サプライ単体ではQ2以降上方修正基調へ

デマンド1Qは計画を達成。買収したKANADEを連結し2Q以降の達成を目指す

(億円)



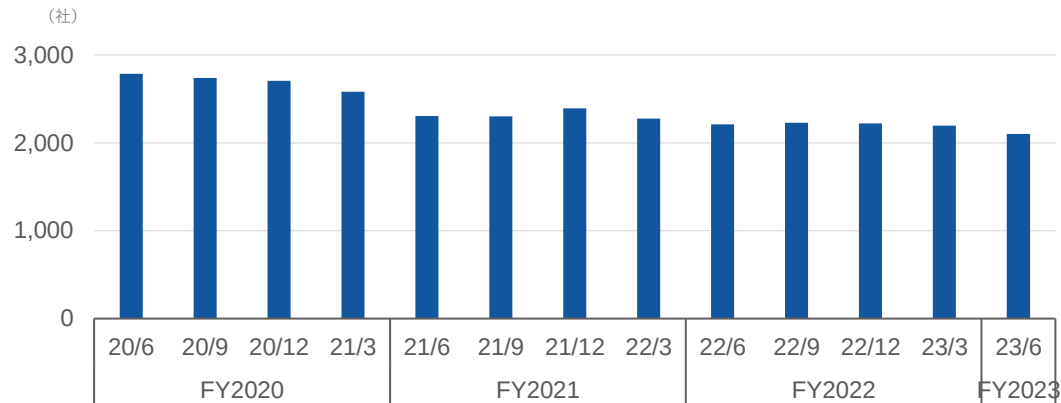
YoY
1.2%増

7.9億円

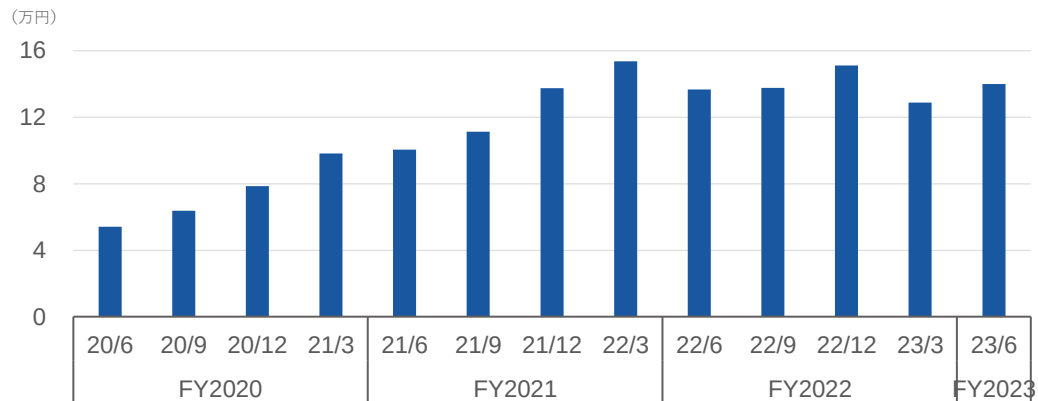
広告プラットフォーム 事業 KPI

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^(※1)



社単^(※1)



(※1)純額（ネット）計上の数値で算出。また、今期より広告運用代行、DOOHの数値に関して過年度の対比情報も含めて加算して算出。

1. 事業概要
2. FY2023 1Q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. 海外事業
6. 中長期方針

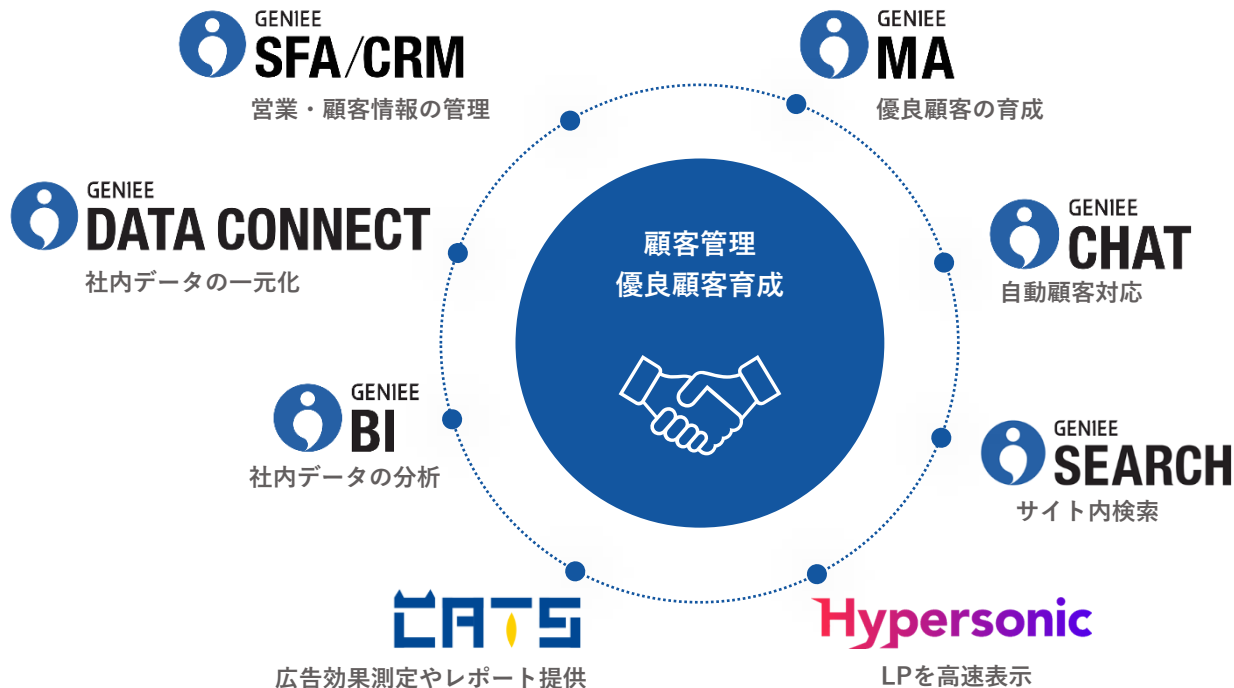


マーケティングSaaS 事業



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、ARRは前年同期比と比較して大きく成長。

売上収益／前年同期比成長率

603百万円／**+55.2%**

リカーリング比率^(※1)／前年同期比成長率

83.0 %／**+9.7** ポイント

売上総利益率

75.1 %

ARR／前年同期比成長率

2,072百万円／**+50.6%**

セグメント利益

44百万円

ARPA／前年同期比成長率

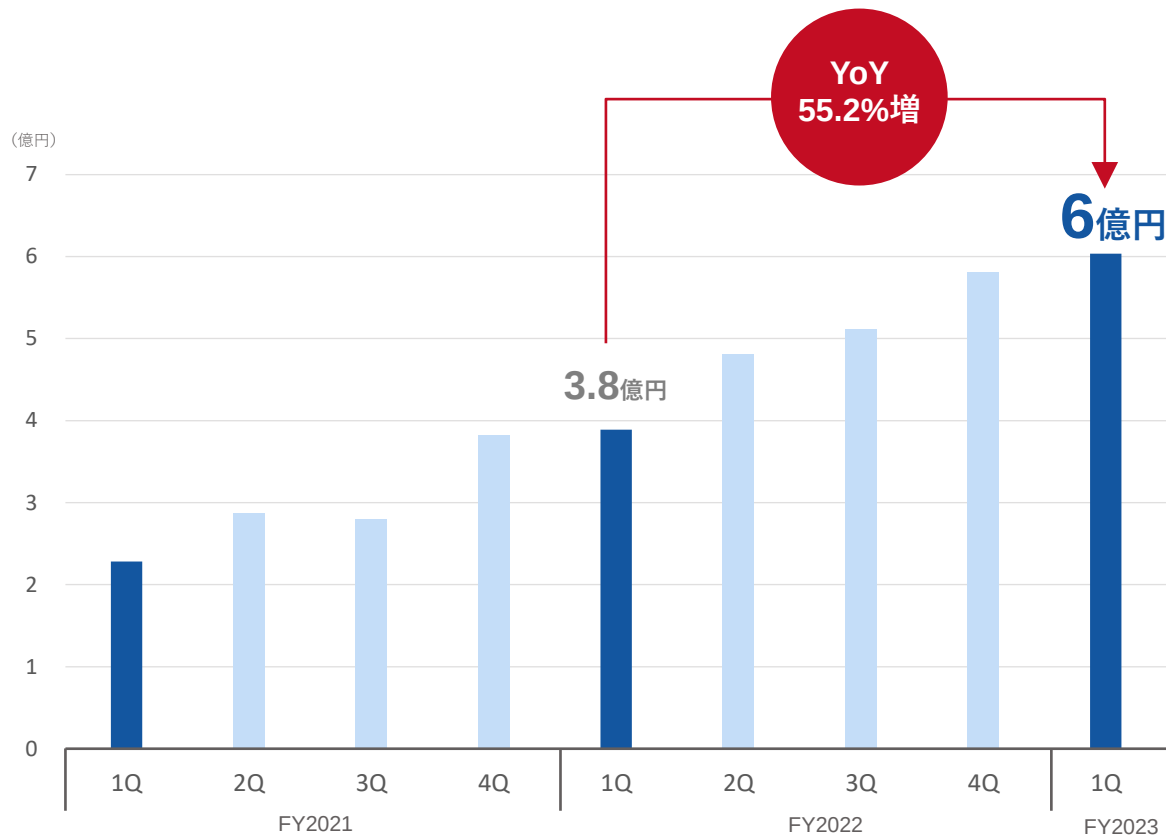
14,000円／**+18.8%**

(※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55.2%増加。

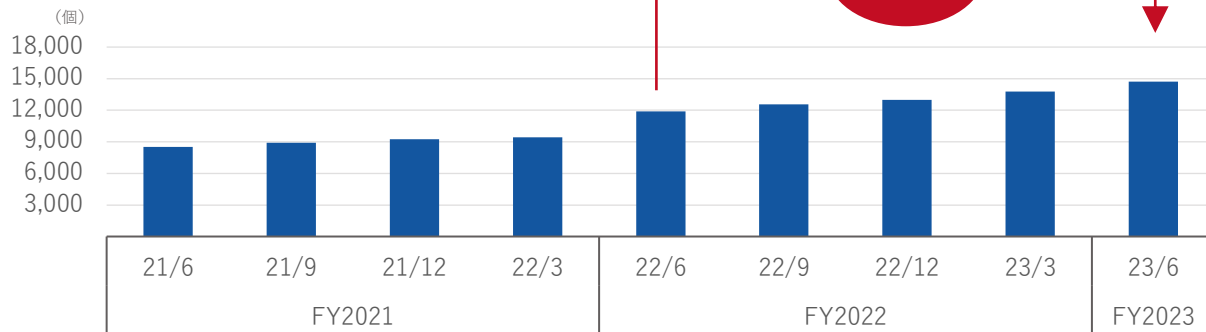
四半期ベースで売上高は過去最高を更新。



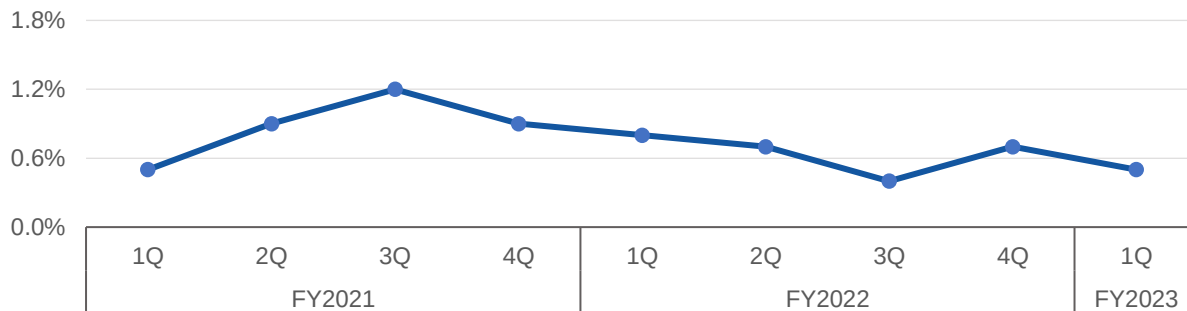
マーケティングSaaS 事業 KPI

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

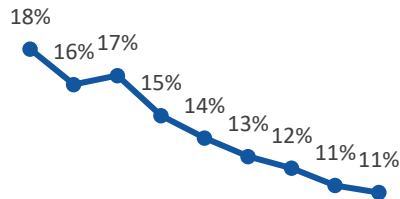


* アカウントの3か月平均解約率

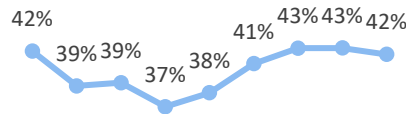
マーケティングSaaS 事業における販管費 の売上に対する比率

- 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。

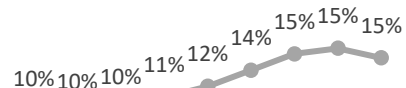
R&D^{(*1)(*2)}



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



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



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
FY2021				FY2022				FY2023

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
FY2021				FY2022				FY2023

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
FY2021				FY2022				FY2023

(*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。

1. 事業概要
2. FY2023 1Q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. 海外事業**
6. 中長期方針



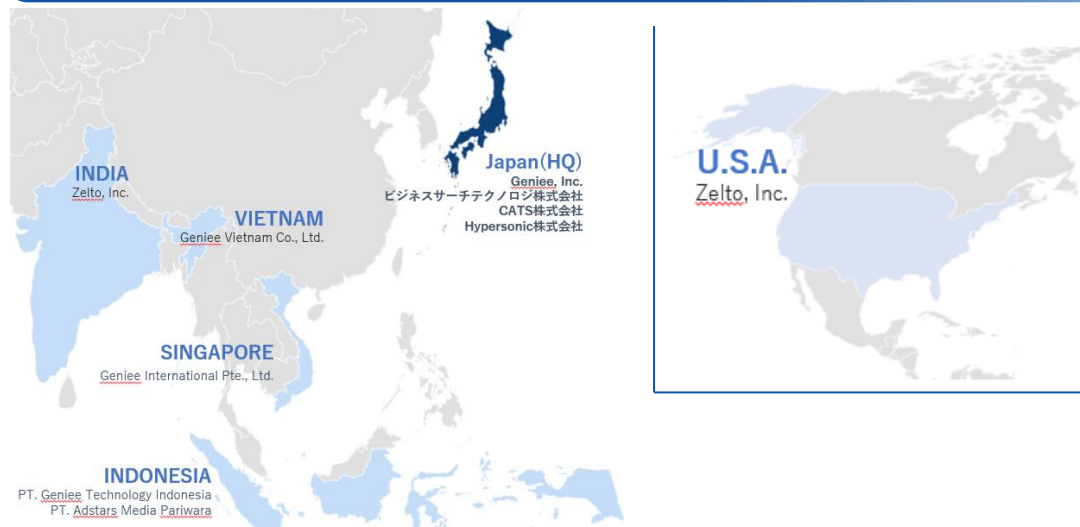
海外事業

2012年より海外展開を開始。

インターネットメディアや広告主の
広告収益や効果を最大化させるプ
ラットフォームを成長著しいアジア
圏中心に海外展開

2023年2月にZelto, Inc. を完全子会
社化し、「GENIEE SSP」の海外展
開のみならず、Zeltoプロダクトの
提供サービスとの連携・機能拡充を
図る。

海外拠点



事業内容

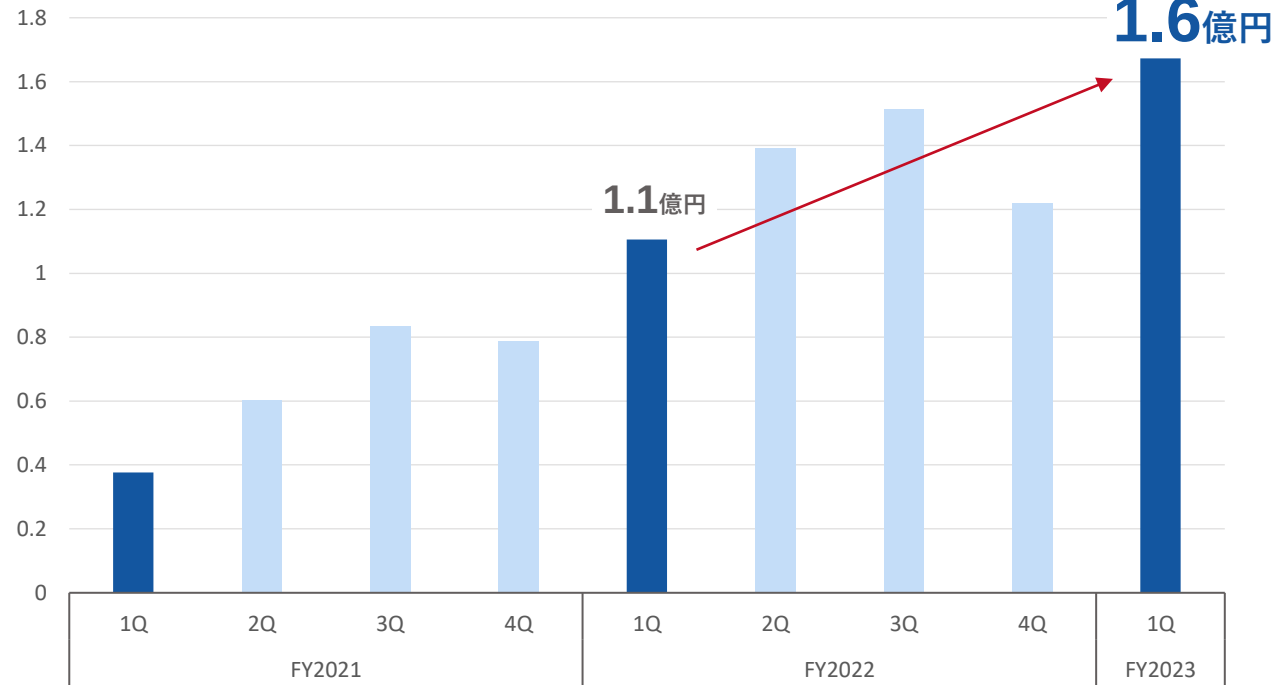
- ・ 欧米・APACエリアで事業展開するとともに、APACエリアの広告収益最適化領域におけるマーケットリーダーの地位を確立。
- ・ Googleのリセラー事業や「GENIEE SSP」の提供の他、「Adpushup」（広告収益最適化ソリューション）及び「Adrecover」（広告在庫のマネタイズソリューション）のサービスを提供。
- ・ Zelto社はGoogle社よりGCPP Premier Partner※に認定。

※ Google Ad Manager/AdSenseの専門知識とスキルを持つ、厳しい基準をクリアした一部のパートナー企業のみが認定

海外事業 売上総利益推移

収益に季節性があり、3Qの繁忙期
に収益が拡大する傾向にあるが、
1Qも前期比で45%成長。

(億円)



YoY
45%増

1.6億円

海外事業 Zelto社 PMI進捗

市況環境は当初の想定通り。

上期に課題解決までのマイルストーンを設定し、下期までにはシェア拡大に向けた施策を実行し、計画達成を目指す。

また、管理面では数値管理とコストコントロールの体制を意識しつつ、プライム市場変更におけるガバナンス体制の構築を目指す。

		Step 1	Step 2	Step 3
		FY2023 1Q	FY2023 2Q	FY2023 3Q~4Q
組織・戦略	ビジネス上の課題把握	- 重要事項の決定方法や会議体に参加 - 既存契約におけるミニマムギャランティの解除・緩和に向けた交渉 - 当社及び当社海外会社との連携によるクロスセル実施	ジーニーリソースでのビジネスの課題解決 - 課題解決に特化したCEO Teamを発足。プロジェクトマネジメントをジーニー主導に - マーケティング責任者を現地に派遣 - シェア拡大のための新戦略検討 - グループシナジーの構築 - 営業/マーケ/CSの改善	ジーニー主導で作成した新戦略の実行 - 従来の海外事業とZELTO社の組織的な統合 - 新組織で新戦略（営業戦略、マーケティング戦略、プロダクト戦略）の実行
	管理	短期的なPMIの遂行 - ジーニーグループの管理会計システムの導入 - 販管費削減等による黒字化の維持	ガバナンス体制の把握 - 現地の法務・労務レギュレーション準拠状況の把握・改善 - 内部統制の整備状況の確認	ガバナンス体制の構築オペレーション改善 - 各種ツール統合 - 内部統制の整備及び運用状況の確認 - ガバナンス上の問題点の解消

1. 事業概要
2. FY2023 1Q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. 海外事業
6. 中長期方針



計画の前提

FY2023においては、米国のリセッションによる広告収益の減退を背景にコスト削減による利益体質を強化。

回復期となるFY2025以降については、成長投資を再開するとともに、プライム市場変更後は、既存事業とシナジーのあるM&Aを積極的に実施していく。

外部環境



- FY2023においては、金利上昇に伴う先進主要国のリセッションによる広告需要の減退の影響を想定
- FY2025は米国の金利低下に伴うリセッションが回復基調へ

投資の考え方



- 競争力源泉となる新規技術領域や競争優位性を確保するために必要な開発投資に関しては引き続き継続
- 他方、プライム市場変更のタイミングまでは、当社グループの管理体制に大きな影響を与える大規模なM&Aは実施せず

中期経営計画 全体方針

短期的なリセッションが見込まれるものの、次の好況に向けて、国内外のアドテクノロジー事業の再グロースさせるとともに、マーケティングSaaS領域では、強力な販売パートナーの開拓とエンタープライズ領域での更なるシェア拡大を見込む。

高い費用対効果を実現し、好況でない時期でも顧客に高いメリットを実現していく。

また、グローバル水準のコーポレート体制構築、AIの活用とビジネス推進を優先度高く推進し、革新的なビジネスを提供していく。



中期経営計画 数値目標

米国のリセッションの影響を考慮し、FY2023については、国内外のサプライサイドのビジネスは現実的な計画としたが、想定通りに推移中

FY23は、国内海外のアドテクビジネスの再強化、グローバル水準のコーポレート体制構築、AIの活用とビジネス推進を優先度高く推進。

FY2025は、オーガニックでの達成を目指しつつ、協業・M&Aあらゆる選択肢を活用していく。

	FY2023 (計画)	FY2025 (計画)
売上収益	96 億円	162 ~ 202 億円
売上総利益	78 億円	132 ~ 164 億円
営業利益	20 億円	45 ~ 55 億円
親会社に帰属する 当期純利益	15 億円	30 ~ 37 億円

() 為替レートはFY2023は1\$=131.18円、FY2025は1\$=124.50円を想定。

FY2023 通期業績予想

売上収益はYoY50%、売上総利益はYoY52%の増加で高成長を維持。

広告PF事業については、新領域拡大や既存領域のシェア拡大による収益を拡大する見込み。

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、ROIの高いマーケティング施策に注力し、代理店を強化することでエンタープライズ領域の顧客を拡大しMRRの増進を目指す。

(単位：百万円)

	FY2022 (実績)	FY2023 (計画)
売上収益	6,455	9,661
広告PF事業	3,918	4,819
マーケティングSaaS事業	1,976	3,173
海外事業	783	1,686
(調整額)	△223	△20
売上総利益	5,142	7,804
セグメント利益	2,457	2,006
広告PF事業	2,163	2,683
マーケティングSaaS事業	85	608
海外事業	338	700
(全社・消去等)	△131	△1,985
営業利益	2,457	2,006
広告PF事業	1,417	1,697
マーケティングSaaS事業	△545	△260
海外事業	273	588
(調整額)	1,312	△18
税引前利益	2,279	1,912
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,114	1,506

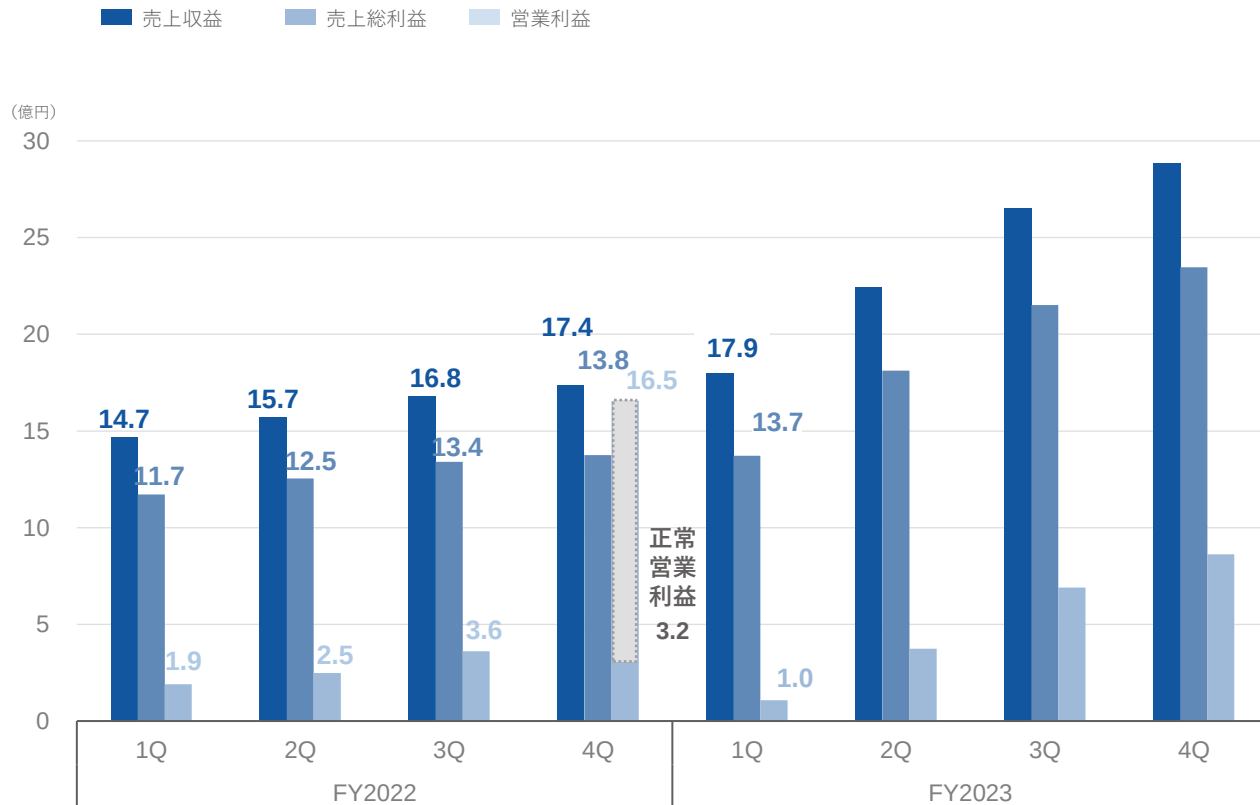
* FY2023 (予想) 1株当たり当期利益 83.82円

FY2023 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。

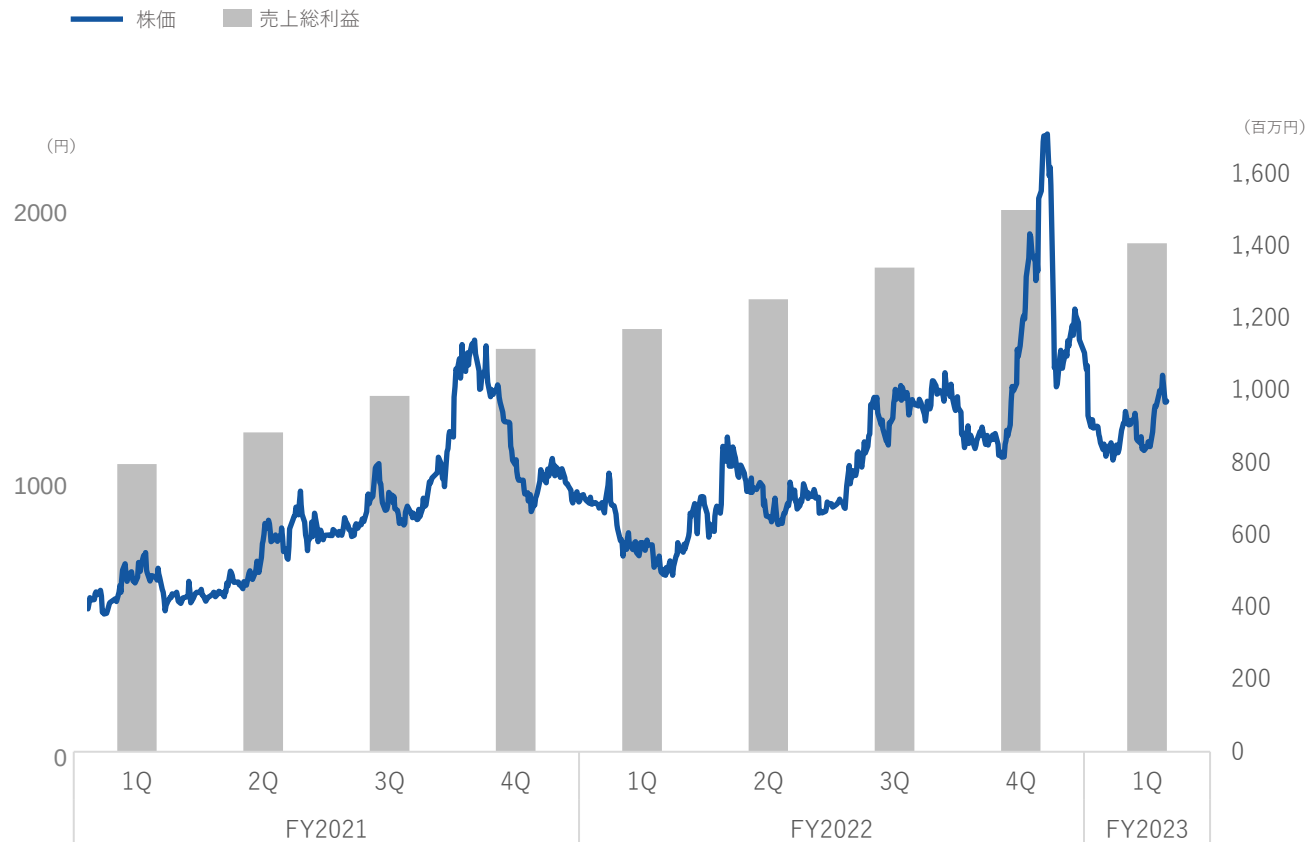
なお、FY2023の1Qにおける広告プラットフォーム事業及びマーケティングSaaS事業の推進メンバーの採用増（人件費及び採用費増）によりコスト増を予定していたが、営業利益は計画以上



株価の推移

株価：8月9日時点 1,310円

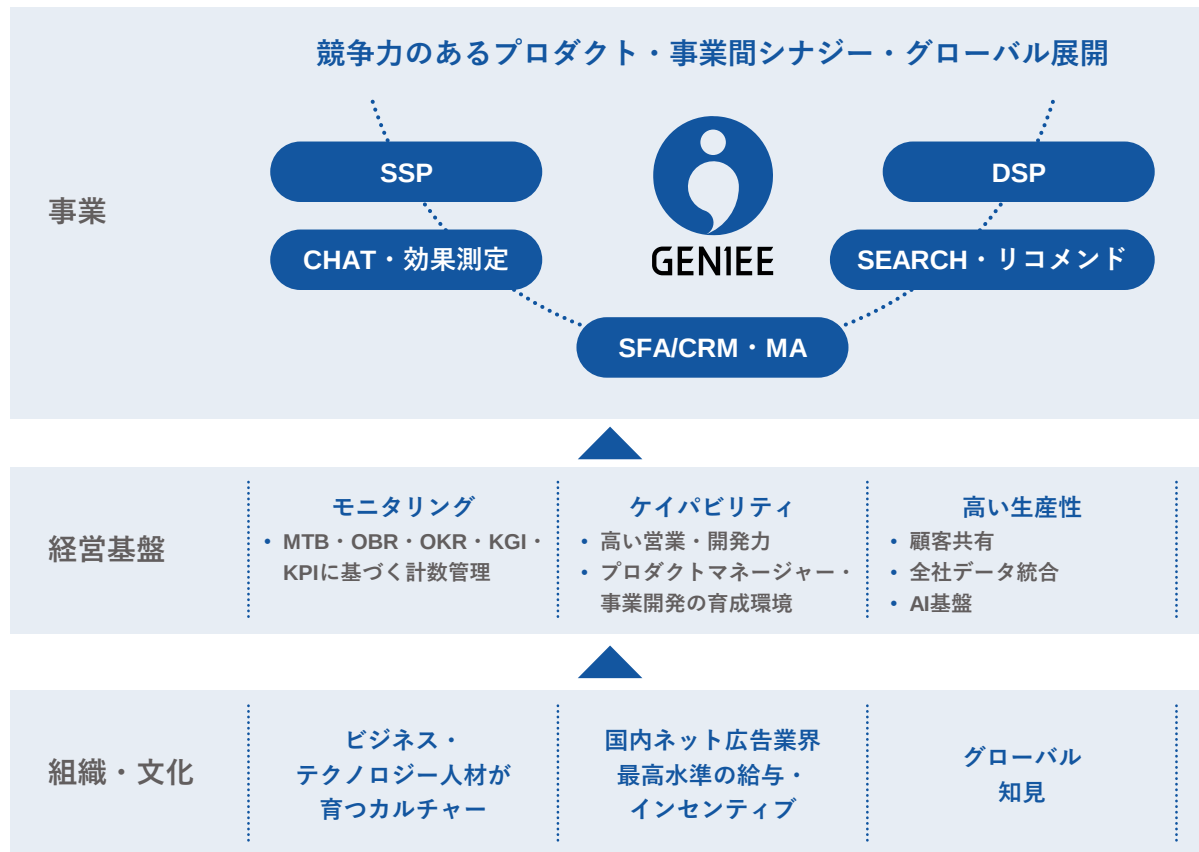
会社を短期、中期、長期で確実に成長させ、IRを強化し、株価の上昇につなげる。



参考資料

ジーニーの 競争優位性

組織・文化と経営基盤を背景に、各事業レイヤーにおいて、スピード感のあるプロダクト開発による顧客価値の向上、同質的な顧客層を活用したクロスセル、及びグループ連携によるグローバル展開ができる体制を構築。



ジーニーグループのポジショニング

外資系大手企業、ネット広告大手企業、単一プロダクト企業と一線を画した唯一のポジショニングを構築。

ソフトウェア&プロフェッショナルサービス

課題に応じたソリューション選定から、プロダクトの導入・運用までをトータルでカバー

顧客の 費用対効果を重視

低コストで最大のビジネス成果を顧客に提供



総合プロダクト カンパニー

マーケティング課題を解決する豊富なプロダクトラインナップ

グローバルな事業活動

地域性を考慮したグローバル展開
グローバルの経営ノウハウを国内展開も

オーガニック成長×M&A

既存事業のオーガニック成長を加速させる
M&Aの積極的実行

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。

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

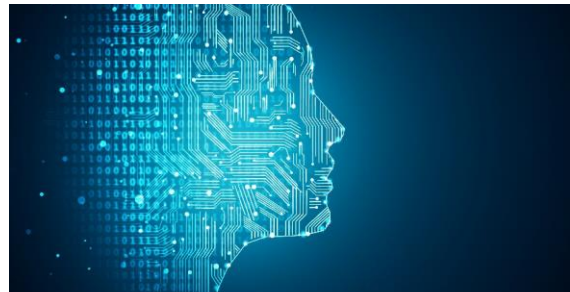
1秒間に数十万リクエストが可能な 高難度のデータ処理技術



- 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、プロダクトの付加価値向上に活用され、プロダクト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

800億 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は何が違う？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

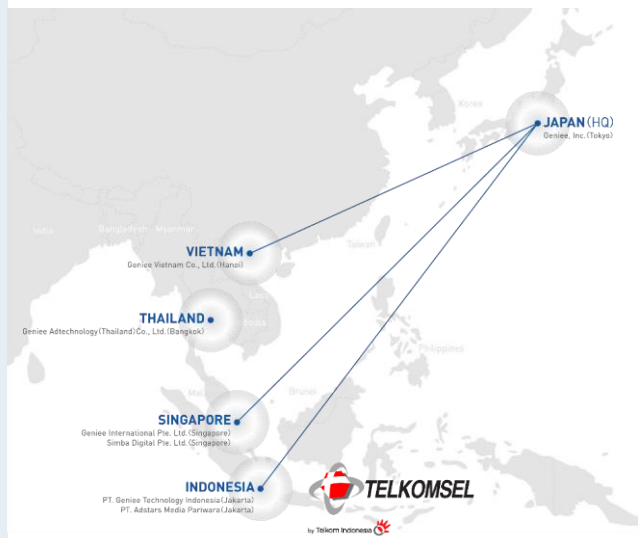
International
Offices (JP HQ)

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)



広告PF事業（サプライサイド）

上級執行役員
サプライサイド事業本部 CEO
磯部 勇太

2016年4月株式会社ジーニーへ入社。資本提携先であるソフトバンク株式会社へ出向。帰任後はサプライサイド事業の最年少セールスマネージャーを経て、2022年10月サプライサイド事業本部COO、新規事業のDOOH事業部COO就任。2023年4月上級執行役員、サプライサイド事業本部CEOに就任。



マーケティングSaaS事業（CHAT）

上級執行役員
CVG事業本部 CEO
水野 敦紹

大手IT企業で新規事業の立ち上げを行う。2011年4月株式会社ジーニーへ入社。創業期よりアドプラットフォーム事業、人事部、マーケティングテクノロジー事業部を経て、2021年8月完全子会社となった株式会社REACT代表取締役就任。2022年4月CVG事業本部CEO就任、2023年4月上級執行役員就任。



広告PF事業（デマンドサイド）

上級執行役員 CSO
デマンドサイド事業本部 CEO
石崎 泰洸

慶応義塾大学卒業後、GMOアドパートナーズ株式会社へ入社。その後、複数のスタートアップ事業の立ち上げを行い、2018年独立。2021年株式会社ジーニーへ入社。2022年10月執行役員就任、2023年4月上級執行役員、デマンドサイド事業本部CEOに就任。



マーケティングSaaS事業（SFA/CRM）

上級執行役員
SFA/CRM事業本部 CEO
大橋 弘崇

北海道大学卒業後、ネット広告代理店で複数の新規事業の立ち上げを行う。2016年に株式会社ジーニーへ入社。2018年1月アドテクノロジー事業プロダクト企画部マネージャー、2019年4月プロダクトマネジメント管掌執行役員CPO、2022年4月SFA/CRM事業CEO就任。2023年4月上級執行役員就任。

会社概要

社名 株式会社ジーニー（Geniee, Inc.）

従業員数 566名（連結、2023/3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 1,550百万円

代表者 代表取締役社長 工藤 智昭

決算期 3月

役員 取締役
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）

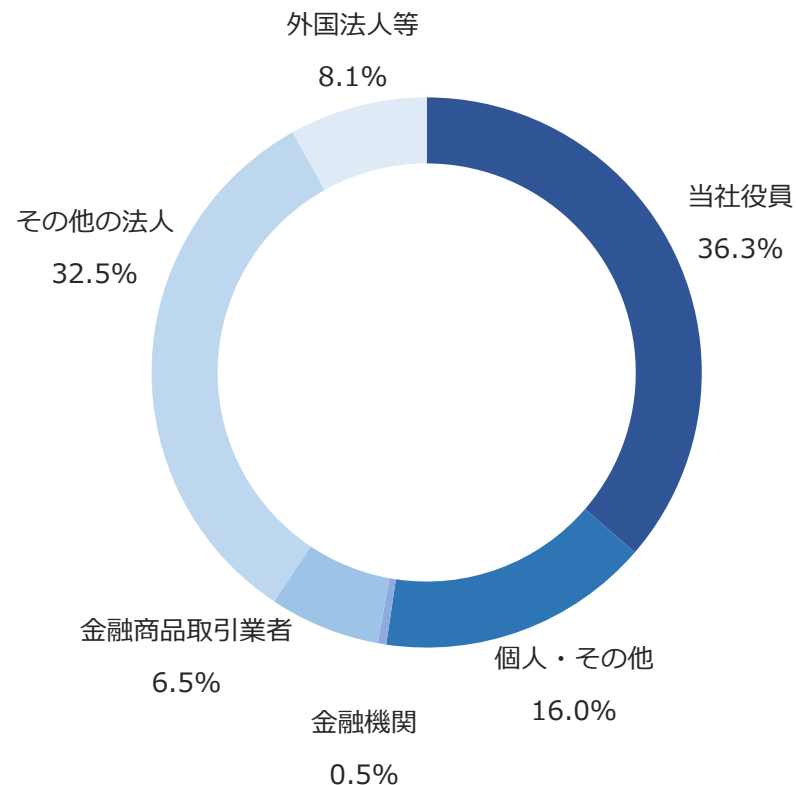
グループ会社 ビジネスサーチテクノロジー株式会社
CATS株式会社
Hypersonic株式会社
Zelto, Inc.
Geniee International Pte., Ltd.
Geniee Vietnam Co., Ltd.
PT. Geniee Technology Indonesia
PT. Adstars Media Pariwara

株主の状況（2023/3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）	6,544,400	36.26
ソフトバンク株式会社	5,625,000	31.16
ナイス・サティスファイ	402,000	2.22
株式会社SBI証券	395,678	2.19
吉村 卓也	385,300	2.13
岡三証券会社	311,000	1.72
株式会社ジーニー	310,676	1.72
MSIP CLIENT SECURITIES	241,200	1.33
ゴールドマンサックス インターナショナル	237,200	1.31
廣瀬 寛	226,500	1.25

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。