



2024年3月期 第2四半期決算説明資料

Nov. 9, 2023

売上収益は37.6億円となり、前年同四半期比23.7%増 同業他社との比較においてもトップクラスの成長率を実現

- ▶ 広告セグメント事業は既存のパフォーマンス領域を増進させつつも、新たに動画領域も開拓・増進
- ▶ マーケティングSaaS事業ではSFA/CRMにおいてエンタープライズ層の開拓が進み、追加与件やクロスセルを創出
- ▶ 海外セグメントはZeltoのPMI体制を当社主体で行うことに変更。これに伴い、アーンアウトの支払金額を一部減額
- ▶ 通期の業績予想について修正を公表。修正後の業績予想においても広告業界成長率No.1を狙う。

業績予想の修正について

市場で競争力のある成長を見せているものの、国内外の広告市況の成長率の鈍化により、通期着地想定を改めて算定しました。

売上収益及び売上総利益に関して当初計画との乖離が見られたため、通期の業績予想数値を下方修正させていただきます。

引き続き、広告市場No1の成長率と一時利益を除いた、増収増益、経営陣は当初計画の営業利益20億達成に向けて、本日以降も追加の施策を検討していきます。

	FY2023 (計画) 当初	FY2023 (計画) 修正後	差額	YoY (前期実績)
売上収益	96 億円	84 億円	▲12 億円	+30.1%
売上総利益	78 億円	66 億円	▲12 億円	+28.4%
営業利益	20 億円	18 億円	▲2 億円	—
親会社に帰属 する 当期純利益	15 億円	13 億円	▲2 億円	—

※FY2022においてZelto取得に伴う段階取得差益が発生したため、営業利益以下の段階利益に関しては記載を省略。

同業界競合他社との比較

アドテクノロジー事業およびSaaS事業を行う同業他社は微増もしくは減退のなかで、ジーニーはトップクラスの成長率を実現しています。

なお、修正計画における売上収益の第3四半期および第4四半期の予想成長率はそれぞれ33.5%、41.3%となっております。

市場での競争力をもったビジネスをしています。

	売上収益成長率 (直前四半期における前年比)	売上総利益成長率 (直前四半期における前年比)
ジーニー	25.0%	19.7%
A社 (アドテク)	35.4%	36.3%
B社 (SaaS)	22.7%	18.0%
C社 (SaaS)	13.2%	19.3%
D社 (広告代理)	5.7%	7.6%
E社 (広告代理)	5.1%	-6.9%
F社 (広告代理)	-0.2%	-4.9%
G社 (アドテク)	-9.3%	-11.5%
H社 (アドテク)	0.0%	18.0%

1. 事業概要

2. FY2023 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. 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

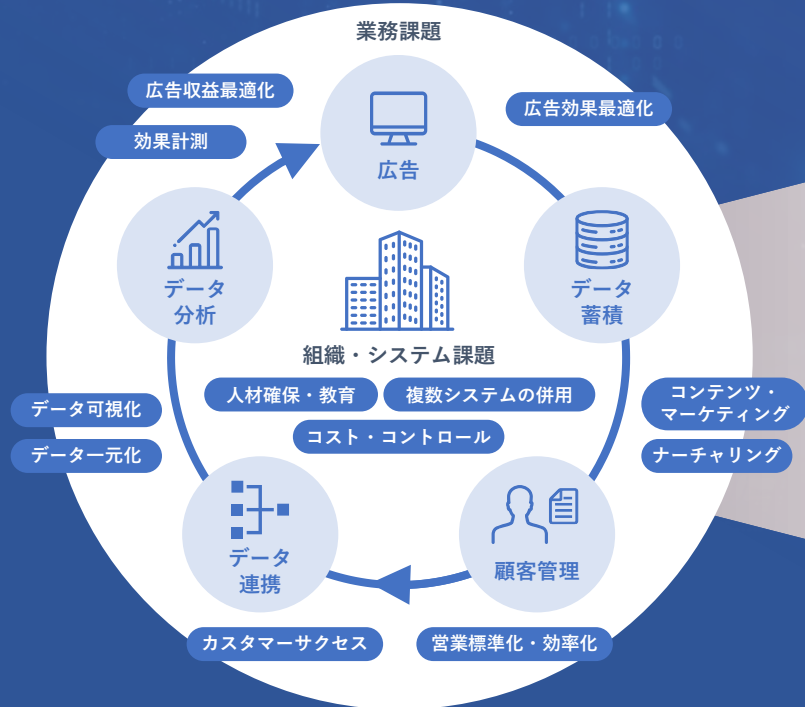
Corporate Purpose

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

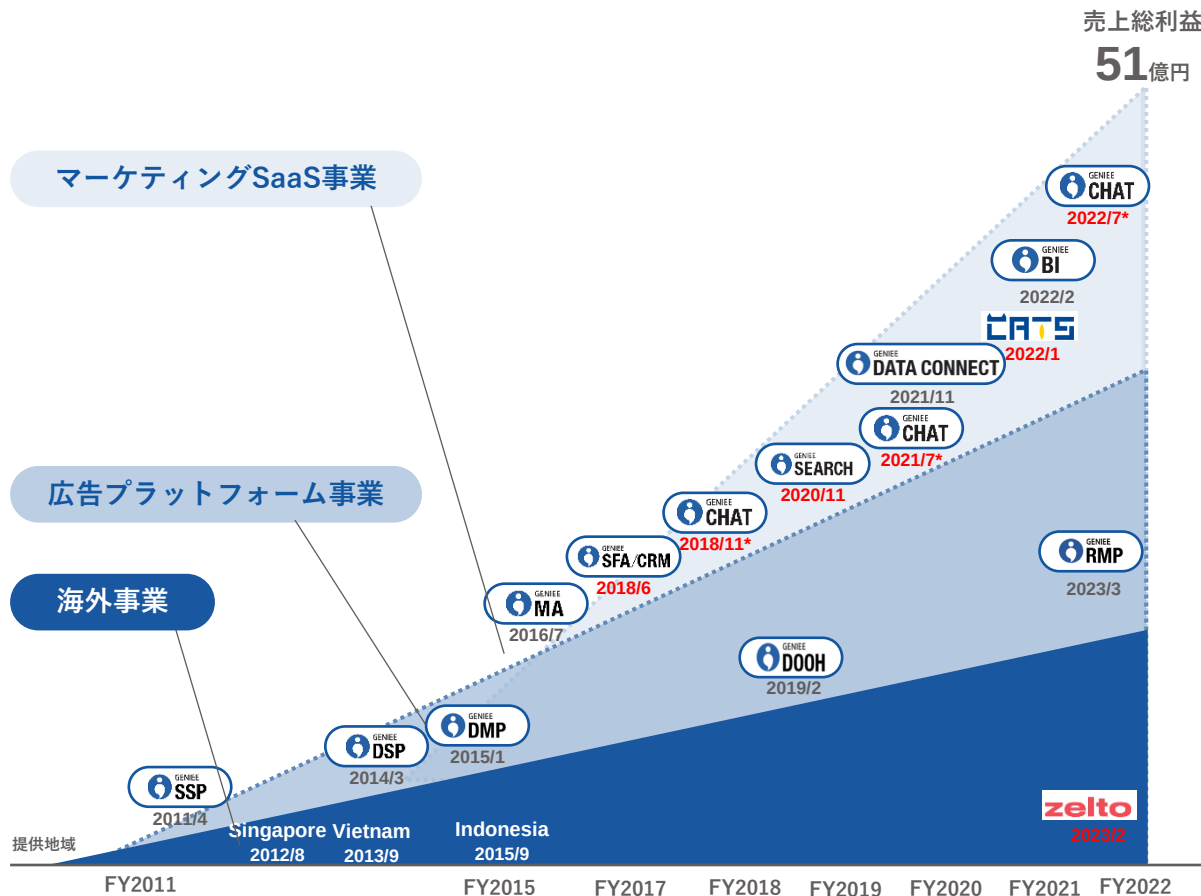
- ・ 高いコスト・パフォーマンス
- ・ 業務の自動化・効率化

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になりました。

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しています。

海外事業は2012年から事業を拡大し始め、2023年にZeltoを買収したことで、海外売上割合が大きく向上しました。



※ 赤字がM&Aで取得したもの。なお、現在GENIEE CHATには旧Chamo、旧Engagebot、旧HyperSonicがブランド統合されている。

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ます。



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

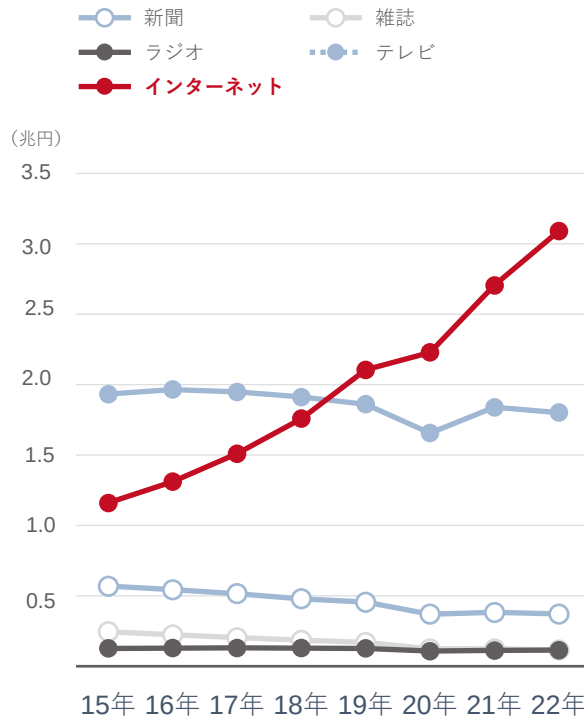


優良
顧客化

市場規模

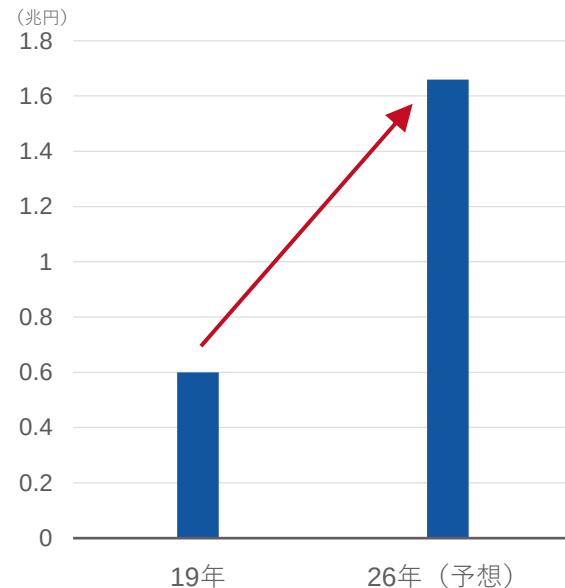
当社が事業展開するマーケティングテクノロジー業界（インターネット広告市場、SaaS市場）は、ネット環境の充実やDX市場の拡大により高成長しています。

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5兆円と推定されます。

※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 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. 海外事業
6. 中長期方針



FY2023 決算サマリ

売上収益は前年同四半期比で23.7%増加しました。

Zeltoの経営体制の見直しによる
アーンアウトの支払金額を減額した
結果、その他収益が増加し営業利益
に寄与しました。

(単位：百万円)

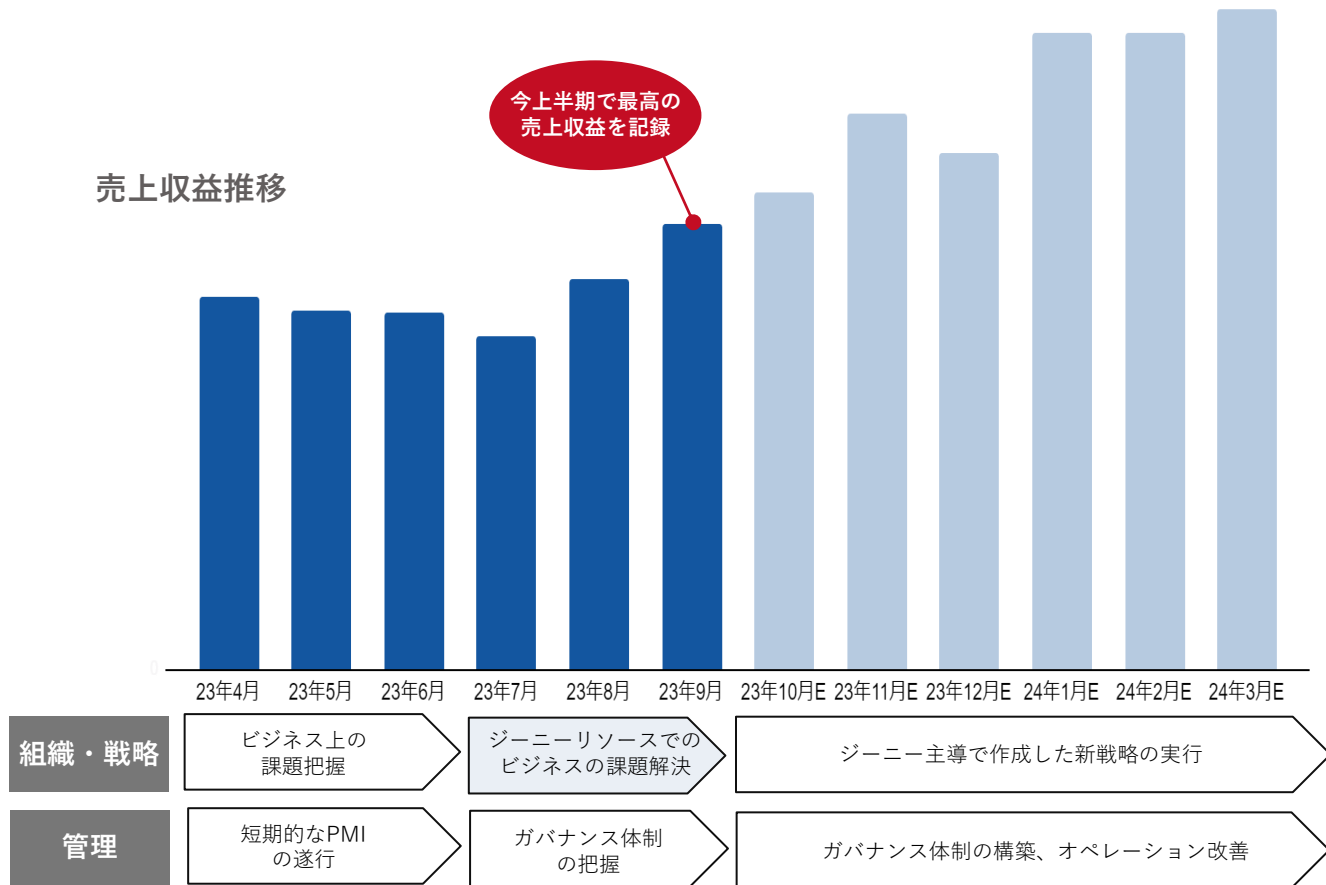
	FY2022 2Q(a)	FY2023 2Q(b)	増減(b)-(a)		FY2023 着地見込 (当初想定)	FY2023 着地見込 (修正後)
			増減額	%		
売上収益	3,038	3,758	720	+23.7%	9,600	8,400
売上総利益	2,425	2,873	448	+18.5%	7,800	6,600
営業利益	440	880	440	+99.9%	2,000	1,800
税引前利益	467	690	223	+47.7%	1,900	1,500
当期利益	322	635	313	+97.4%	1,500	1,300
親会社株主に帰属 する当期純利益	327	632	305	+92.9%	1,500	1,300

海外事業 Zelto社 PMI進捗

新設したCEOチームを主体に当社主導でPMIを推進しています。

下期は従来の海外事業とZelto社の組織的な統合を行い、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）を実行しています。

売上収益推移



※23年10月以降の売上収益はイメージ

アーンアウトについて

ZeltoのPMIプロセスにおけるCEOチームのコミットメント割合の継続的向上により、Ankit氏によるZeltoの業績への関与度が相対的に下がったため、業績達成条件は変えずに支払報酬の減額に係る契約改訂を実施しました。

これにより、将来支払われる未払金残高が5.8億に減額された結果、その他収益5.5億を計上しています。

また、当該未払金の2023年9月末時点の現在価値の修正及び期末換算に伴い、当該アーンアウトに係る金融費用1.3億を計上しています。

(単位：百万USD)

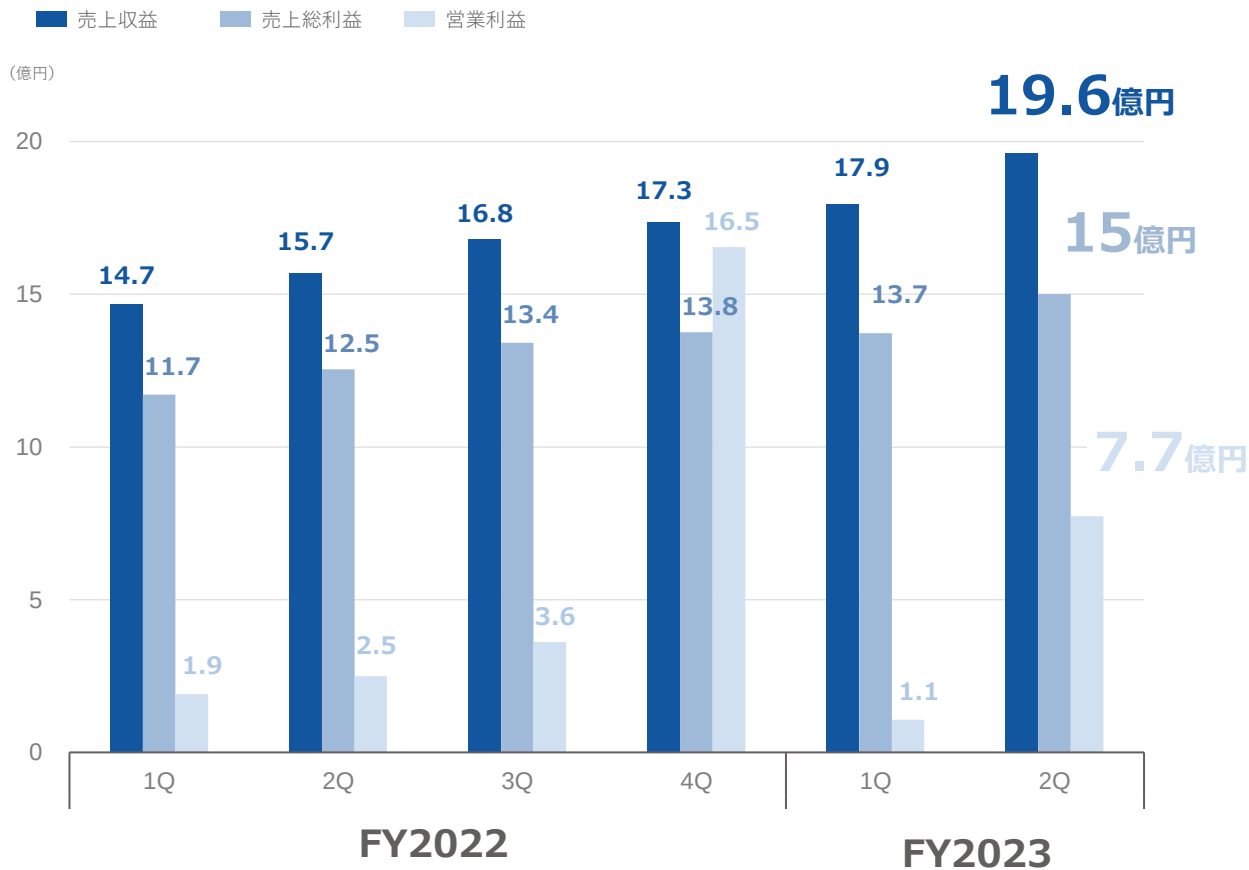
	変更前	変更後	差額
最大支払報酬(26年6月に支払予定)	10.0	5.0	▲5.0
加重平均キャッシュアウトフロー	9.0	4.5	▲4.5
23年3月末アーンアウトに係る未払金残高	7.6	-	-
23年9月末時点の未払金の割引現在価値	7.8	3.9	▲3.9
未払金として計上 5.8億円(=CR*149.58円×USD3.9M)			
その他の収益として計上 5.5億円(=AR*141.06円×USD3.9M)			

* CRは決算日レート、ARは期中平均レートの略。BS項目(金融負債)の期末評価にはCRを適用し、PL項目にはARを適用してそれぞれ算定する。

FY2023 四半期毎業績

売上収益、売上総利益ともに過去最高収益を記録しました。

売上収益は前年同四半期比で25%増加しています。



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

19.8億円

セグメント利益

9.7億円

参考 営業利益 **5.3**億円

- サプライサイドでは未開拓であった動画領域の開拓に成功
- デマンドサイドはパフォーマンス領域をさらに増進
- 事業承継したKANADEについてもPMIが完了

マーケティング SaaS事業

売上収益

12.8億円

セグメント利益

1.1億円

参考 営業損失 **2.8**億円

- SFA/CRMの大型受注後も追加開発やCHAT等他サービスへのクロスセルが増加
- 低解約率を維持し、MRR増進に寄与

海外事業

売上収益

6.1億円

セグメント利益

1.2億円

参考 営業利益 **0.7**億円

- ZeltoのPMI体制としてCEOチーム新設し、ジーニー主導で経営課題解消

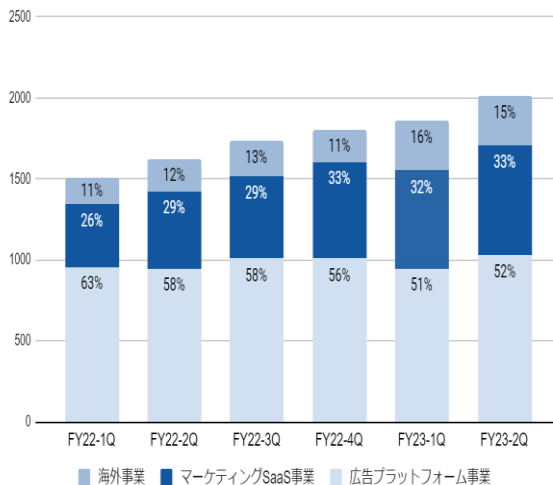
セグメント別 業績割合推移

広告プラットフォーム事業がメインではありますが、市場規模・市場成長率の高いマーケティングSaaS事業・海外事業の割合も徐々に増加しています。

また、マーケティングSaaS事業のSFA/CRM領域において、大型のエンタープライズ向けの受注が増進しており、売上総利益から事業販管費を控除したセグメント利益はFY2022の4Q以降黒字化しました。

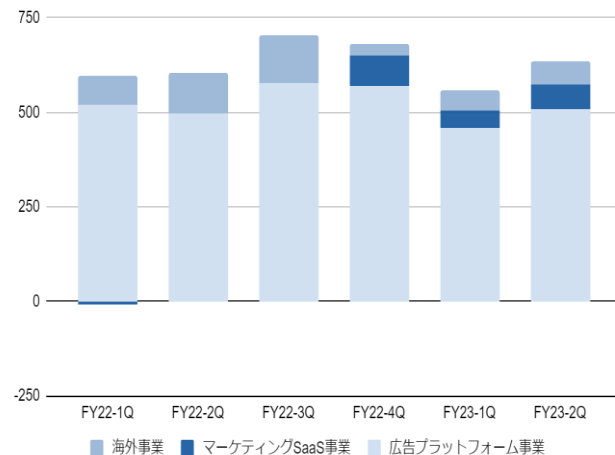
売上収益

(単位: 百万円)



セグメント利益

(単位: 百万円)



トピックス

JAPAN AIについて

AI関連事業を行う子会社JAPAN AIは10月に株式会社REGAL COREと資本業務提携契約を締結しました。

会社概要

社名 株式会社REGAL CORE
代表者 代表取締役 田之上 隼人
本社 東京都渋谷区渋谷1-7-4 青山
小林ビル2F
設立 2021年4月
資本金 1601万円
事業内容 リーガルチェック事業

JAPAN AI 提供サービス

社内AIアシスタントサービス
「JAPAN AI Chat(™)」

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)

REGAL COREとの資本業務提携

背景

今年10月より消費者庁の景品表示法の一部が改正され、ステルスマーケティングの規制が開始
→広告クリエイティブの運用には継続的にリーガルチェックを行う必要性がますます高まっている



REGAL COREが行う薬機法・景品表示法等に基づく広告クリエイティブのリーガルチェックサービスを、JAPAN AIが一部自動化し、よりスピーディーに提供できるようサポート

1. 事業概要
2. FY2023 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. 海外事業
6. 中長期方針

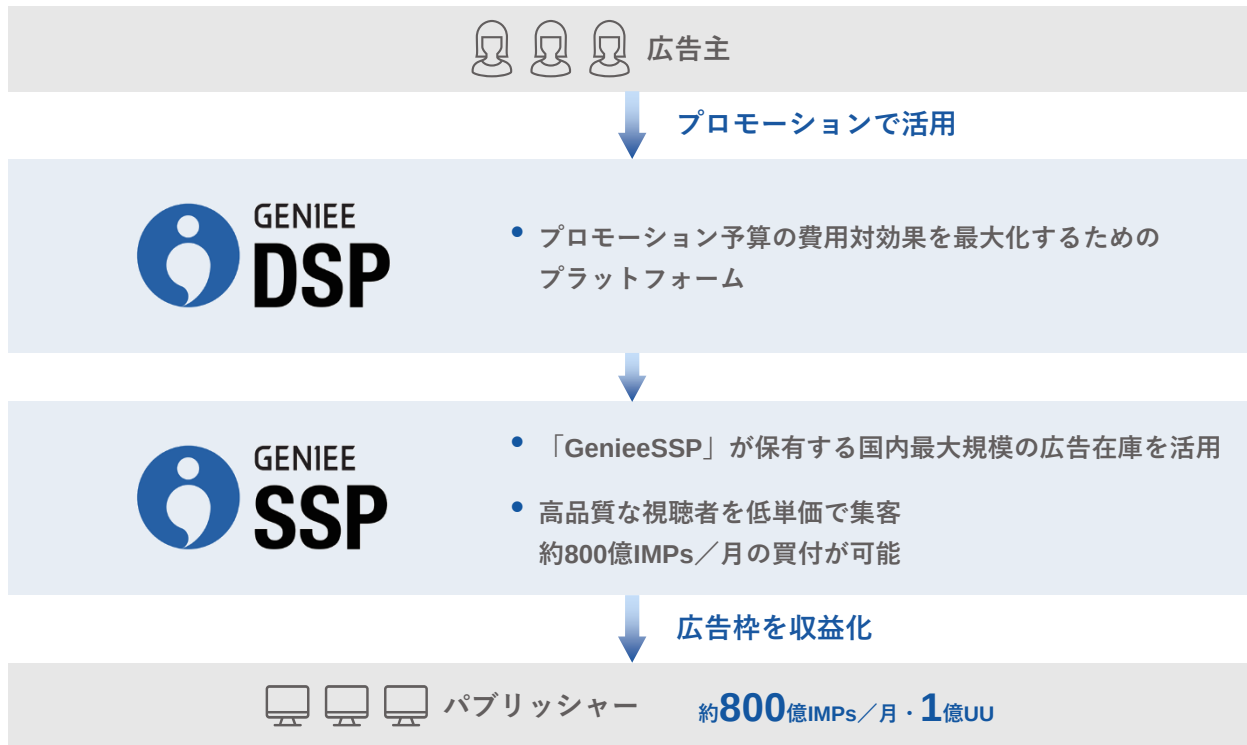


広告プラットフォーム 事業



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

売上総利益は前年同四半期比8.1%増加しています。

サプライサイドでは未開拓であった動画領域を開拓し、デマンドサイドもVOD領域が好調であることに加え、コロナが収束したことによりDOOH領域も復調してきました。

3Q以降は新事業であるGENIEE RMPでの増進、および事業承継したGeniee Dynamic(KANADE DSP)でのさらなる増進を狙います。

(億円)

10

8

6

4

2

0

1Q

2Q

3Q

4Q

FY2021

1Q

2Q

3Q

4Q

FY2022

1Q

2Q

FY2023

6.2億円

7.8億円

8.4億円

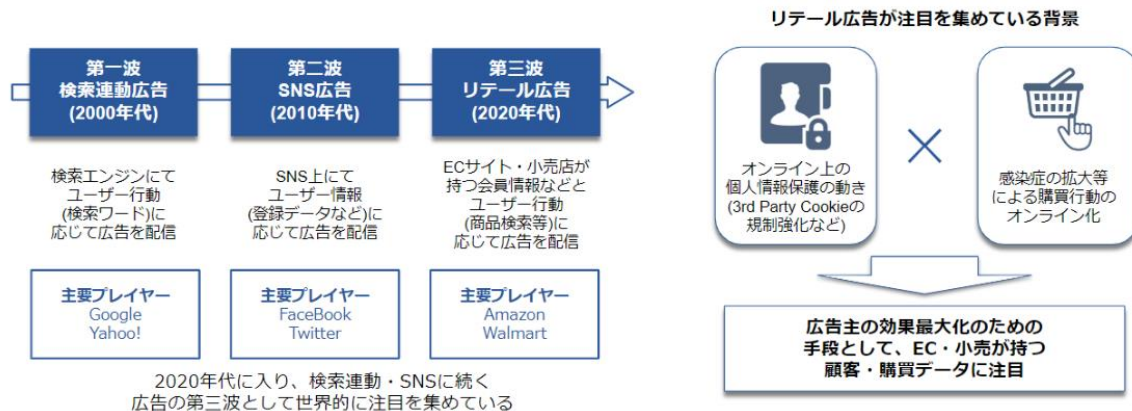
YoY
8.1%増

トピックス 「GENIEE RMP」

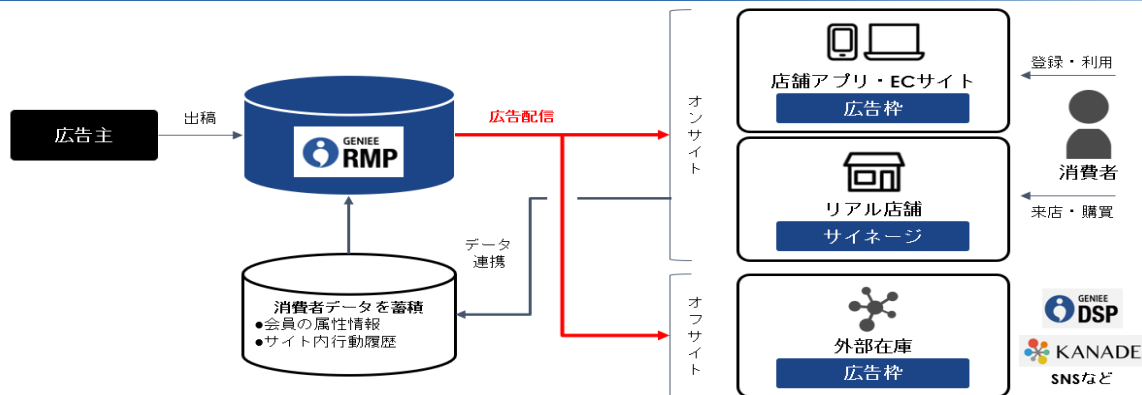
リテールメディア市場は、Cookieレス時代における新たなマーケティング施策として、また、コロナによる購買行動のオンラインへのシフトを背景として米国を中心に市場を拡大しています（23年は日本のリテール元年ともいわれています）。

流通／小売企業が運営するECサイトや店舗サイネージなどの媒体を対象とし、GENIEE RMPは国内No.1のリテールメディアサービスを目指しています。

市場拡大の背景



GENIEE RMPの事業概要

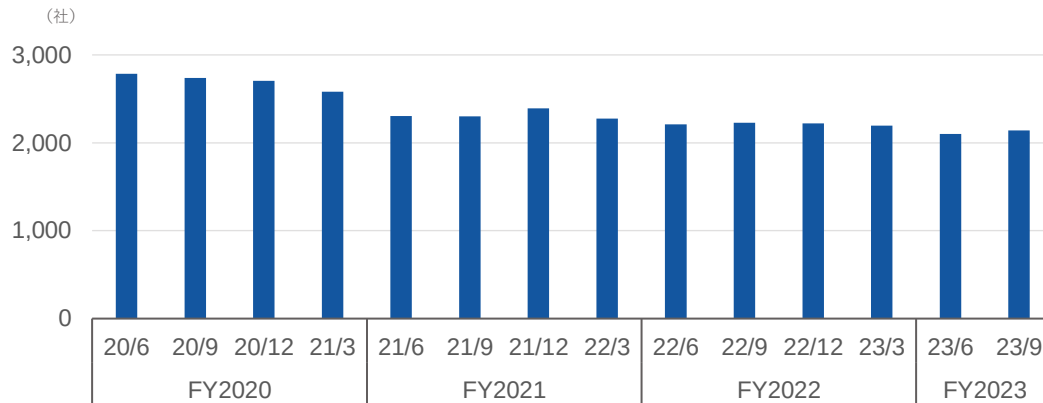


広告プラットフォーム 事業 KPI

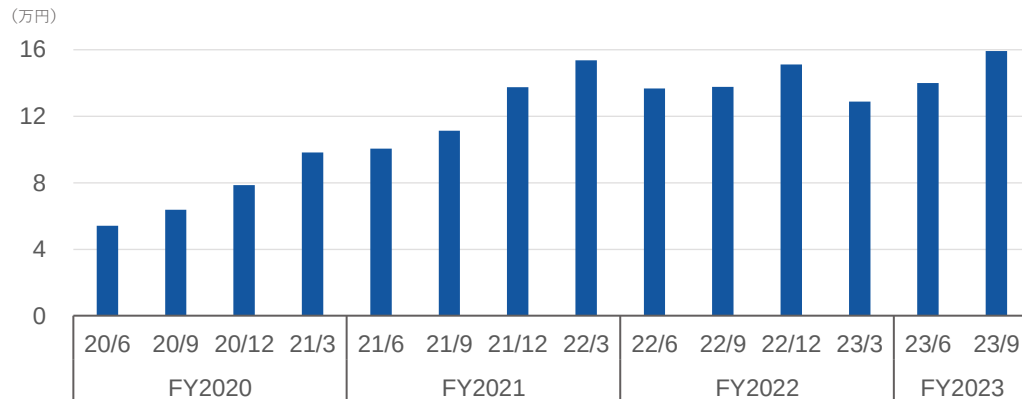
引き続き、プロダクトの付加価値を向上し、社数・社単の増加を目指しています。

また、今年7月にKANADE DSPを事業継承し、社数を維持・増進できたことにより、社数が42社増加しました。

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 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. 海外事業
6. 中長期方針

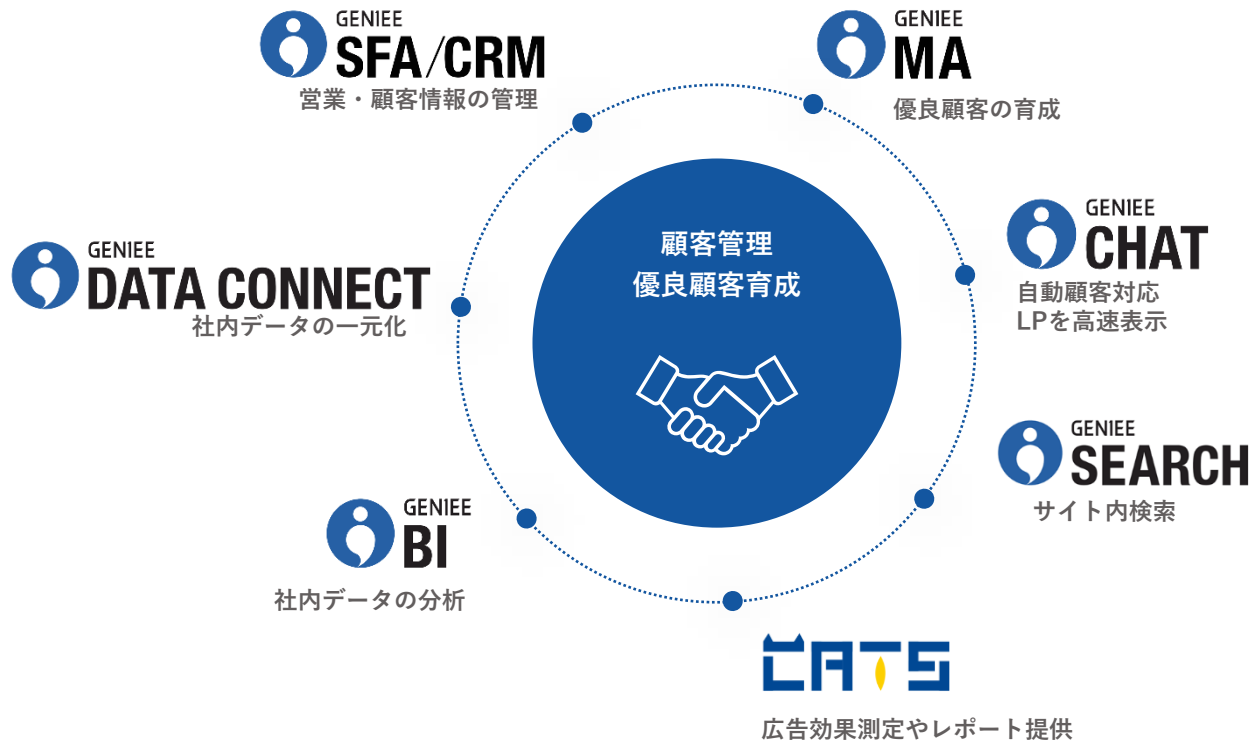


マーケティングSaaS 事業

 **GENIEE**

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



CATS

広告効果測定やレポート提供

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しました。

売上収益／前年同期比成長率

1,276百万円／**+47.3%**

リカーリング比率^(※1)／前年同期比成長率

82.9 %／**+7.7**ポイント

売上総利益率

74.5%

ARR／前年同期比成長率

2,128百万円／**+37.4%**

セグメント利益

109百万円

ARPA／前年同期比成長率

15,818円／**+3.6%**

(※1)期末から12か月遡った数値で算出。

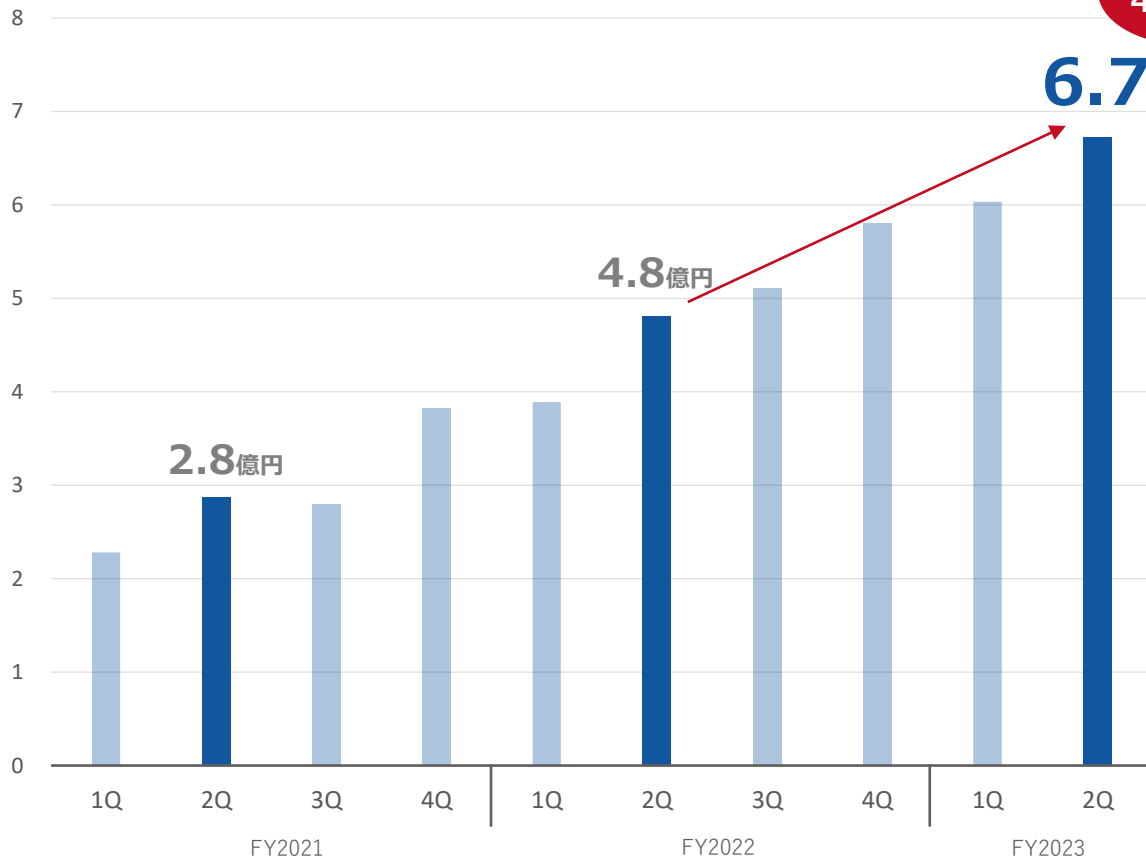
マーケティングSaaS 事業 売上収益推移

売上収益は前年同四半期比40%増加。四半期ベースでも過去最高を更新しました。

SFA/CRMでエンタープライズ層の開拓が進み、受注後も追加の開発と他サービスへのクロスセルにつながりました。顧客層もエンタープライズへ移行しつつ、社数・社単ともに増加傾向です。

3Q以降もアップデートされた機能を順次リリースし、従前より実施していたエンタープライズ向けの個別開発が完了するとMRRが一気に増進する見込みです。

(億円)



YoY
40%増

6.7億円

4.8億円

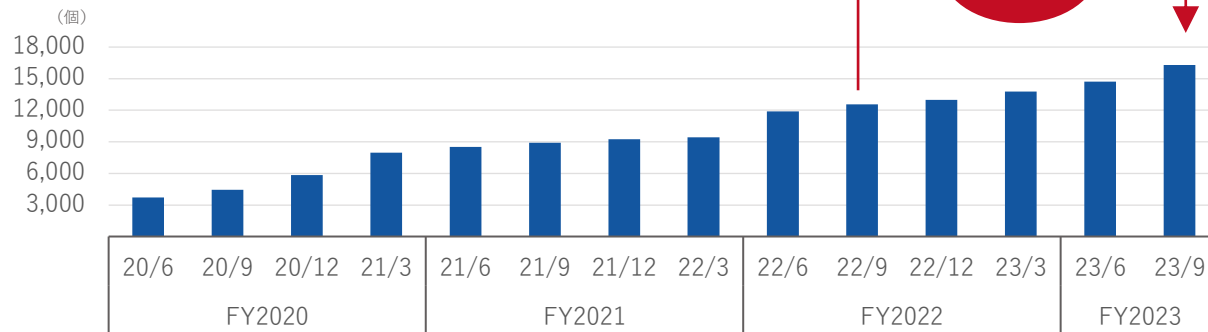
2.8億円

マーケティングSaaS 事業 KPI

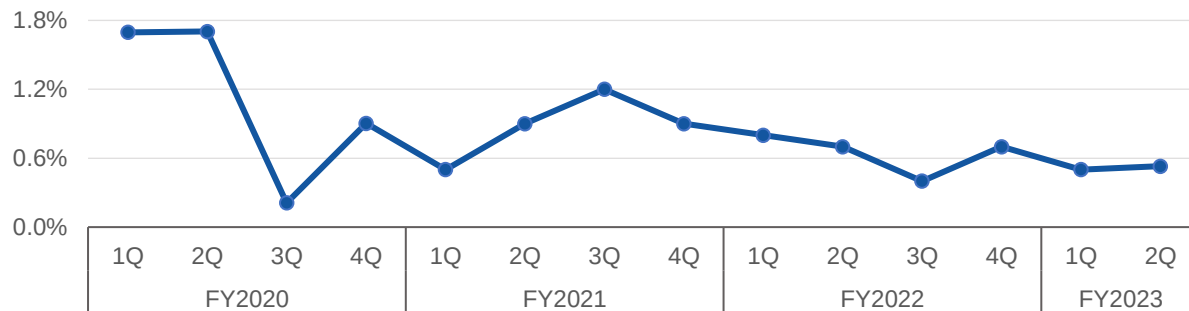
アカウント数は好調に進捗しています。

満足度の高いカスタマーサービスにより低解約率を維持していることがMRRにも貢献しました。

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

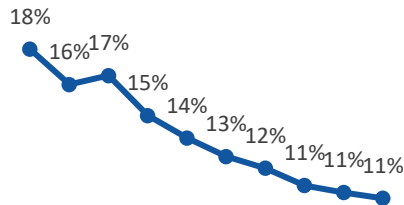
マーケティングSaaS 事業における販管費 の売上に対する比率

R&Dに関しては、MRRの増加及びエンタープライズ向けの汎用開発によるソフトウェア計上割合が増加したため減少傾向です。

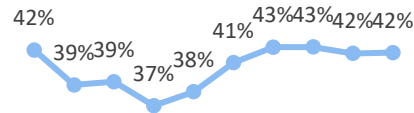
ビジネスサイドのメンバーの増員によりFY2022のS&M比率は上昇傾向です。

コーポレートスタッフの増加によりG&Aも増加傾向です。

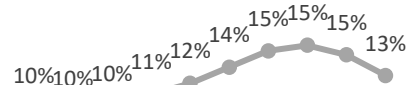
R&D(*1)(*2)



S&M(*1)(*3)



G&A(*1)(*4)



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

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

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
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 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. 海外事業**
6. 中長期方針



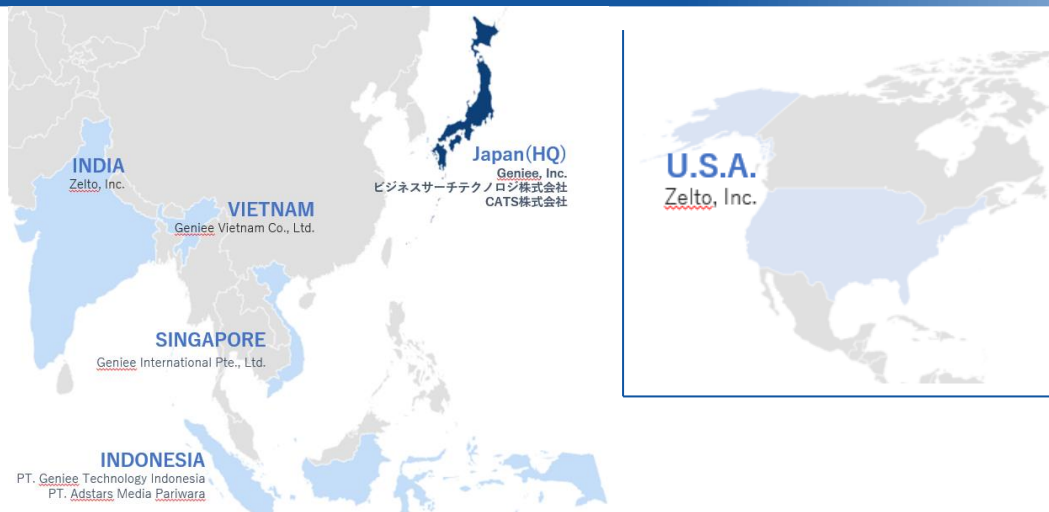
海外事業

2012年より海外展開を開始しています。

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を続けています。

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・機能拡充を図ります。

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。

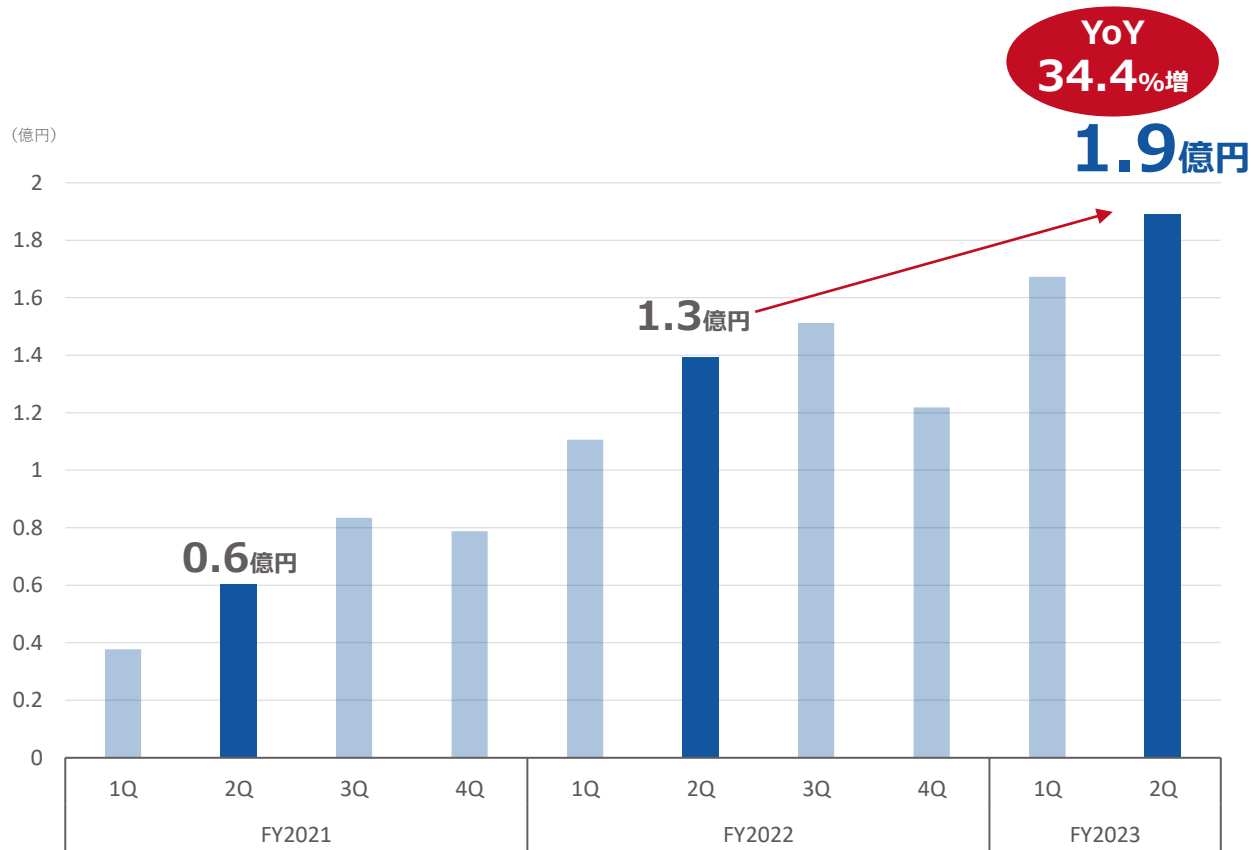
※ Google Ad Manager/AdSenseの専門知識とスキルを持つ、厳しい基準をクリアした一部のパートナー企業のみが認定

海外事業 売上総利益推移

売上総利益は前年同四半期比34.4%増加しました。四半期ベースでも過去最高を更新しています。

ZeltoのPMI体制を変更し、新設したCEOチームを中心に経営課題であった、既存契約におけるミニマムギャランティの解除・緩和を行いました。

3Q以降は、ジーニーとZeltoのプロダクトならびに組織を結束させ、海外市場も攻略を狙います。



1. 事業概要
2. FY2023 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. 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しています。

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きます。

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

短期的なり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んでいます。

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きます。

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きます。



中期経営計画 数値目標

FY2023においては通期業績予想の修正を行いました、リセッションの回復を前提としてFY2025は当初の計画を想定しています。

	FY2023 (計画) 当初	FY2023 (計画) 修正後	FY2025 (計画)
売上収益	96 億円	84 億円	162 ~ 202 億円
売上総利益	78 億円	66 億円	132 ~ 164 億円
営業利益	20 億円	18 億円	45 ~ 55 億円
親会社に帰属する 当期純利益	15 億円	13 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

(単位：百万円)

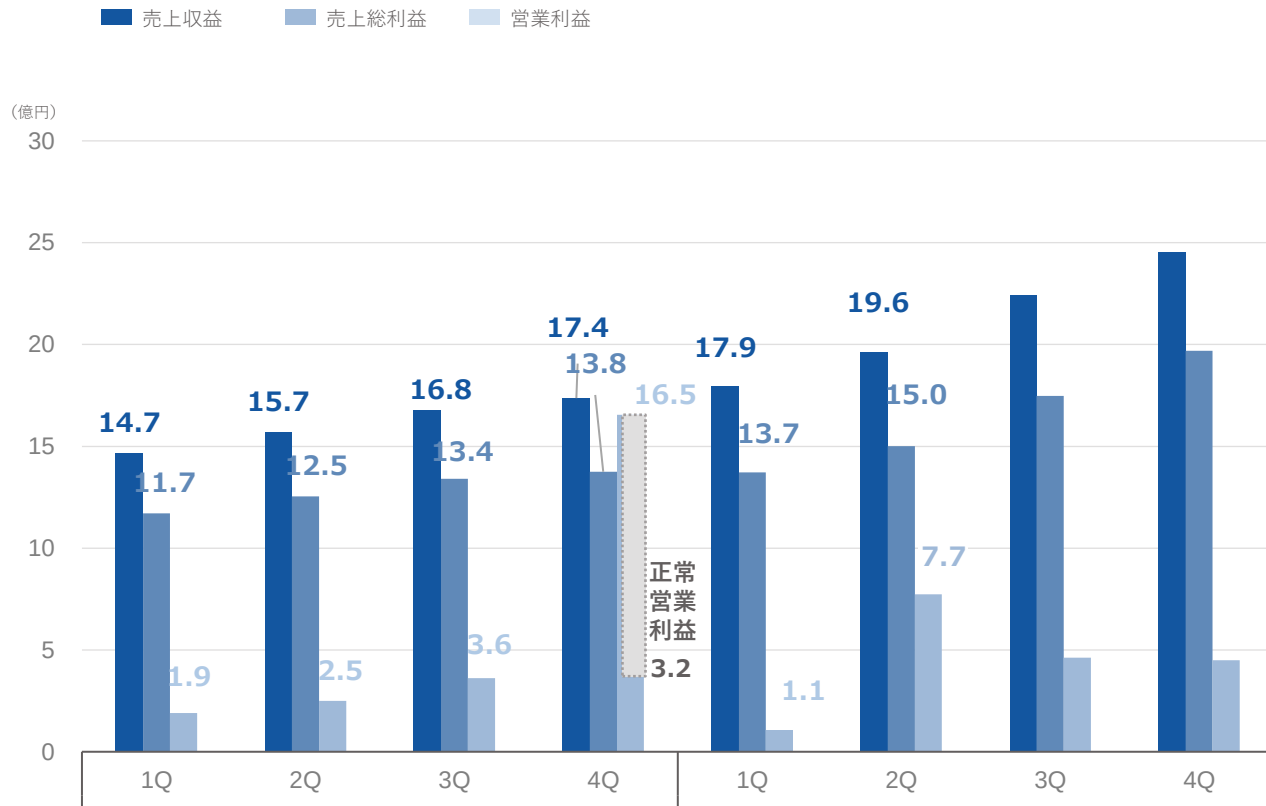
	FY2022 (実績)	FY2023 (計画) 当初	FY2023 (計画) 修正後
売上収益	6,455	9,661	8,400
広告PF事業	3,918	4,819	4,300
マーケティングSaaS事業	1,976	3,173	2,900
海外事業	783	1,686	1,400
(調整額)	△223	△20	△200
売上総利益	5,142	7,804	6,600
セグメント利益	2,457	2,006	1,800
広告PF事業	2,163	2,683	2,200
マーケティングSaaS事業	85	608	400
海外事業	338	700	300
(全社・消去等)	△131	△1,985	△1,100
営業利益	2,457	2,006	1,800
広告PF事業	1,417	1,697	1,300
マーケティングSaaS事業	△545	△260	△400
海外事業	273	588	200
(調整額)	1,312	△18	700
税引前利益	2,279	1,912	1,500
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,114	1,506	1,300

* FY2023 (予想) 1株当たり当期利益 73.50円

FY2023 四半期毎業績予想

売上収益は四半期ごとに増進していきます。

広告プラットフォーム事業は収益に季節性があり、繁忙期である3Q・4Qに収益が拡大する計画となっています。



株価の推移

株価：11月8日時点 1,025円

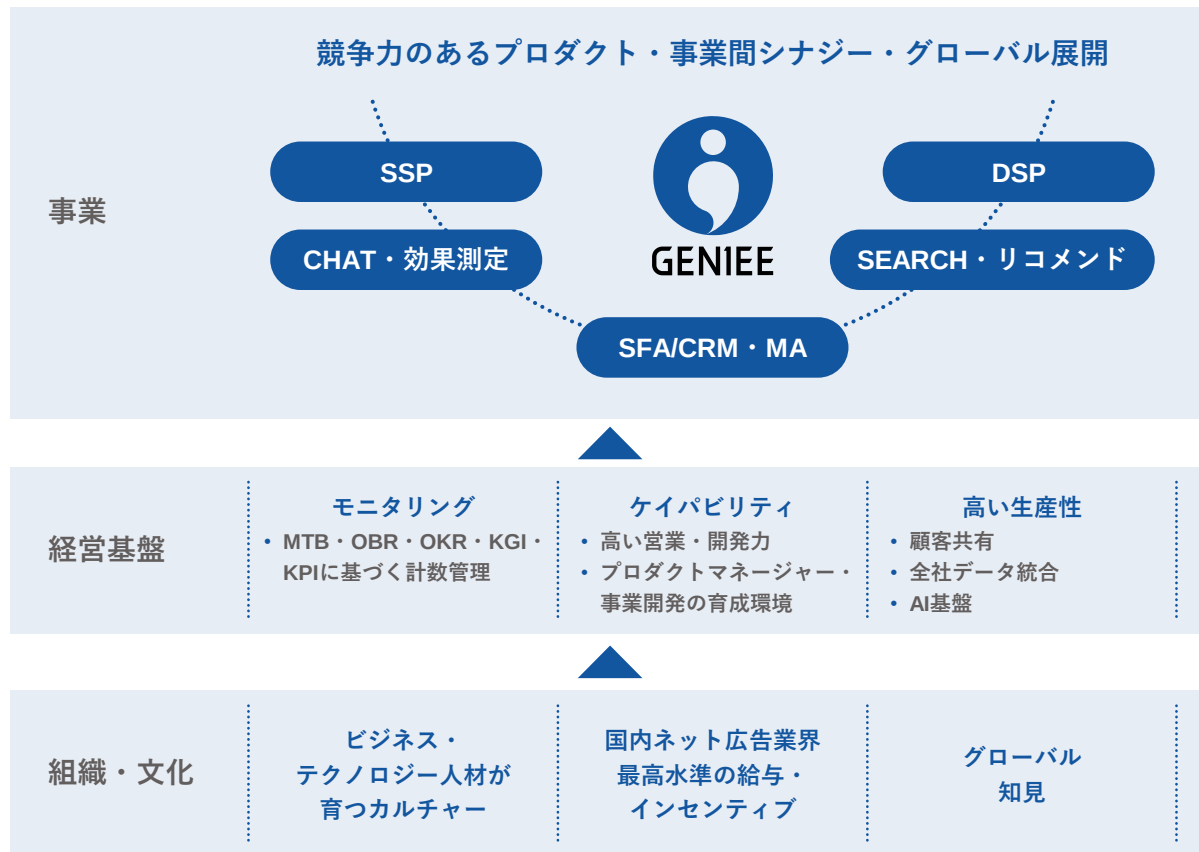
会社を短期、中期、長期で確実に成長させ、IRを強化し、株価の上昇につなげます。



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しています。



ジーエ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しています。

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・活用まで支援しています。

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

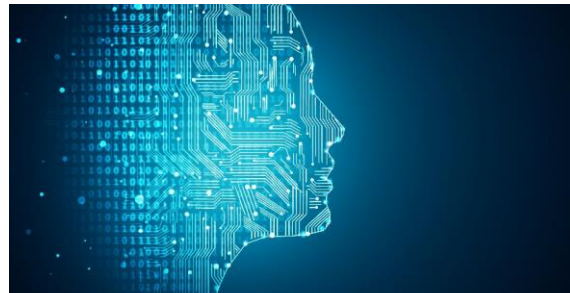
1秒間に数十万リクエストが可能な 高難度のデータ処理技術



- 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、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っています。

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

継続的成長投資

FY23では18億円の営業利益を予想しており、Zelto社買収に係る借入は、営業キャッシュフローを第一優先順位の返済原資として想定しています。

資金調達コスト抑制しつつ、主に営業キャッシュフローを確保し、安定的なキャッシュポジションを確保しています。

他方、投資においては、オーガニック成長を重視しつつ、事業投資・M&Aを推進していきます。

Cash In

営業キャッシュフロー

徹底した経営管理により営業キャッシュフローを確保

有利子負債

当社の財務管理規律に従い、運転資金及び投資資金を調達

エクイティ・ファイナンス

株価水準、市場環境、財務体質、及びプライム市場への移行確度等総合的な観点から検討

Cash Out

事業投資

既存事業の人員採用、リサーチ、マーケティング、及びプロダクト機能開発等へのオーガニック成長に対する投資

M&A

技術、ノウハウ、顧客基盤の共有等のシナジー効果の高い事業に対する買収

自己株式取得

今後の投資余力、株価水準、市場環境及び財務状況の見通し等を勘案し機動的に実施

優先度

1

2

3

リスクと対応方針

中期経営計画実現のため、グローバルなリスクマネジメント活動を通じてリスクを特定および評価し、対応方針を策定しました。リスク顕在化には、迅速かつ適切に対応を図っていきます。

主なリスク	関連セグメント	リスクのシナリオ例	主な対応方針
インターネット広告市場の動向及び競争環境	広告プラットフォーム事業、海外事業	景気悪化や広告予算の減額、競争力不足による収益減少の可能性	- 影響力の受けにくい業種・業界へのアプローチ - 競業企業をベンチマークし継続的技術投資
クッキー規制	広告プラットフォーム事業、海外事業	ターゲティングの規制による収益減少の可能性	- 新技術の開発 - 他社との技術連携
情報セキュリティ及び個人情報の管理	マーケティングSaaS事業	SaaSプロダクト導入企業の顧客情報等の情報資産の流出	プライバシーマーク認定取得、個人情報の管理に関する継続的な水準の維持・向上
技術革新	全事業	競合の新規技術開発や新サービスの導入による、競争力低下や追加的なシステム開発、人件費拡大の可能性	- 新技術の開発 - 海外先進事例分析 - 他社との技術連携
海外事業のリスク	海外事業	各国特有の商習慣や政府規制等対応により、投資を回収できず、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を与える可能性	- 現地の顧問法律事務所によるレギュレーション変更の確認 - 海外子会社と本社との情報連携
新サービス領域への参入	全事業	新市場参入に伴う先行投資と市場拡大スピードや成長規模のタイミングのズレにより、当初想定していた成果を上げられず、サービス停止や撤退による損失が生じる可能性	- 複数の有識者へのヒアリング - 海外先進事例調査 - 潜在顧客の収益化目処をつけるまで先行投資を繰延
企業買収や投資	全事業	買収後に偶発債務や未認識債務の発生、内部統制の不備による不正行為やコンプライアンス上の問題が発生し、重大な損失が生じる可能性	- 社内外各種専門家によるデューデリジェンスの実施 - 過去に蓄積されたM&Aのノウハウ・留意点の徹底活用

サステナビリティ

ESGのうち、特に社会とガバナンスに重点を置き、従業員に対するフェアな機会提供やキャリアモチベーションの増進、社内コミュニケーションを促進するための制度を幅広く採用しています。また、上場企業としてのガバナンスを重視し、従業員が適法かつ適正に業務遂行するための行動規範の徹底や、財務報告の信頼性と透明性を高める仕組みを構築しています。

Environment (環境)

- ・ 資源有効活用環境負荷低減、業務効率化に向け、原則電子サインによる見積書や基本契約書の締結を依頼
- ・ クラウドによる人事、勤怠、経理、及び経費精算システムを導入し、徹底したペーパーレス化を実現

Social (社会)

- ・ リフレッシュ休暇、家賃補助、書籍補助、働くパパママ応援制度等、快適に働くための環境や、インターンシップ制度、ジョブチェンジ制度、グローバルチャレンジ制度等キャリアアップ形成の支援あり
- ・ 女性社員の活躍を促進するために女性社員の積極的な雇用、管理職への登用を行っており、今後も性別に関わらず共に働きやすい環境の整備を推進
- ・ 優秀な海外人材の本社配属や、海外拠点での本社人材の登用等グローバルに適任の人材を配置

Governance (ガバナンス)

- ・ コンプライアンス委員会の定期的開催や、セクハラ・パワハラポリシーによる社内周知の徹底
- ・ 社外取締役比率が高く、社外取締役からの牽制が適切に機能
- ・ 監査等委員会設置会社であり、内部監査や外部監査の監督・支援を行うことで、財務報告に関する情報の信頼性や透明性を確保

取り組み・成果例

SDGsの目標



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ます。

アジア展開

80 billion

Impressions
Managed per month

+4

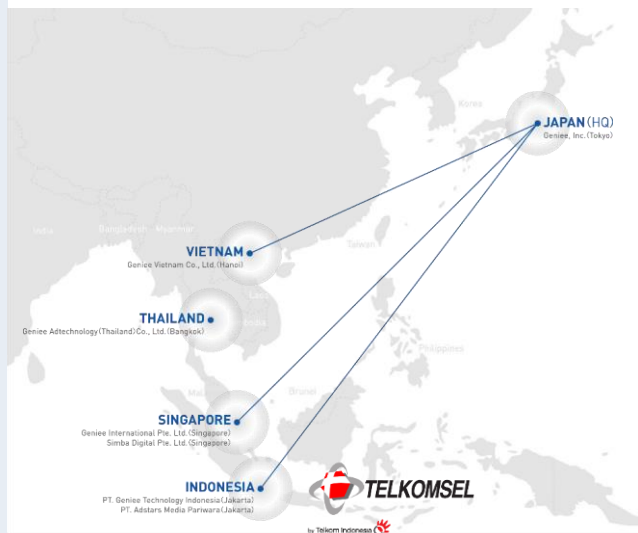
International
Offices (JP HQ)

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

会社概要

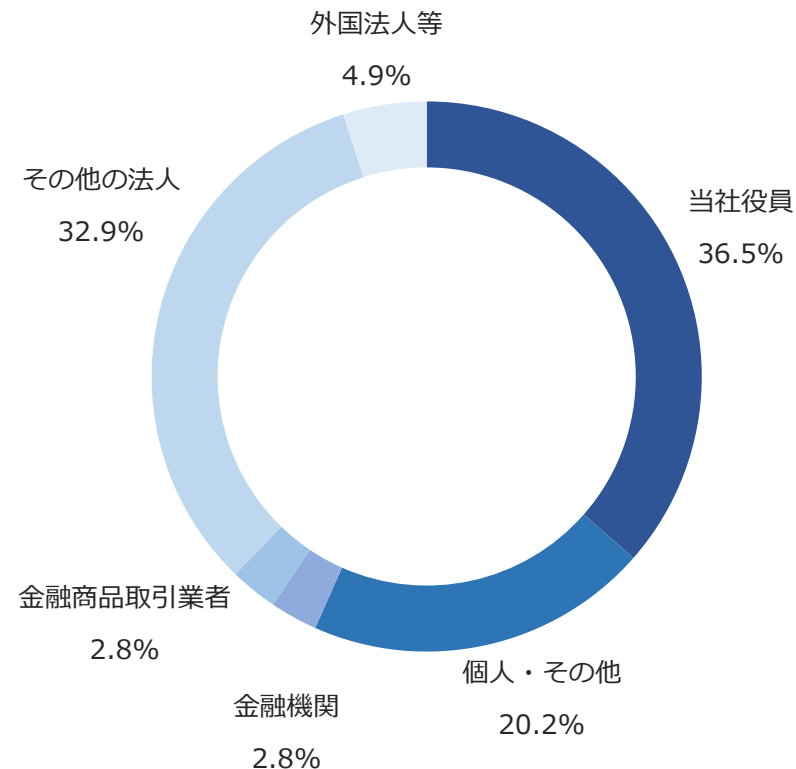
社名	株式会社ジーニー（Geniee, Inc.）	従業員数	566名（連結、2023/3末現在）
事業内容	広告プラットフォーム事業 マーケティングSaaS事業 海外事業	設立年月日	2010年4月14日
所在地	東京都新宿区西新宿6-8-1 住友不動産新宿オークタワー 5/6階	資本金	1,551百万円
代表者	代表取締役社長 工藤 智昭	決算期	3月
役員	取締役 町田 紘一（社外） 取締役・監査等委員 鳥谷 克幸（常勤・社外） 轟 幸夫（社外） 佐々木 義孝（社外）	グループ会社	ビジネスサーチテクノロジー株式会社 CATS株式会社 JAPAN AI株式会社 Zelto, Inc. Geniee International Pte., Ltd. Geniee Vietnam Co., Ltd. PT. Geniee Technology Indonesia PT. Adstars Media Pariwara

株主の状況（2023/9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）	6,544,400	36.44
ソフトバンク株式会社	5,625,000	31.32
ナイスサティスファイリミテッド	402,000	2.24
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	401,100	2.23
吉村卓也	358,300	1.99
五味大輔	250,000	1.39
廣瀬寛	226,500	1.26
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG（FE-AC）	193,700	1.08
上田八木短資株式会社	140,000	0.78
株式会社SBIネオトレード証券	137,900	0.77

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。