マーケティングテクノロジー・AI企業グループ

GENIEE

2027年3月期
第2四半期決算説明資料

エグゼクティブサマリー

© GENIEE, Inc.

FY2026上半期の売上収益は、広告プラットフォーム（7%増）、マーケティングSaaS（5%増）とデジタルPR（30%増）の成長により70億円（前年同期比12%増）と堅調に推移

一過性損益等の影響により営業利益2.0億円に留まるも、事業本来の収益力を示す**調整後営業利益は7億円（前年同期比7.9%増）**。
一方、各事業の案件動向や進捗状況を踏まえ下半期の業績見通しを検証した結果、通期業績が前回公表予想を下回る見通しとなり、通期業績予想の修正を実施

主要3事業の状況

- **広告プラットフォーム**
  国内案件が順調に推移し、売上収益は前年同期比7.3%成長
- **マーケティングSaaS**
  ARRは前年同期比+14%と高成長を維持、2Q以降の構造改革で黒字化計画を維持
- **デジタルPR**
  オーガニック成長と連結化効果により、前年同期比+30%と高成長を継続

一過性損益の計上

以下の一時的費用（合計5.6億円）を「その他の費用」として計上：

（主な内訳）

- **不正アクセス関連費用** 3.4億円
- **貸倒引当金** 2.0億円
- **支払補償費** 0.2億円

※貸倒引当金：対象債権の回収が進展した場合には、状況等踏まえ、貸倒引当金の戻入を見込む

為替差損（金融費用）の増加

- 金融費用+0.9億円増加（前年同期比）

通期業績予想の修正

- **通期業績予想の修正**
  大型案件の失注等と一過性費用の計上により、売上収益154億円、営業利益20.5億円へ下方修正
- **調整後営業利益は前期比47%増を計画**
  一過性損益を除く調整後営業利益は、前期比47%増を見込む

FY2026-2Q｜上半期決算サマリ

© GENIEE, Inc.

- 広告プラットフォーム事業、マーケティングSaaS事業およびデジタルPR事業の全てにおいて増収となり、売上収益は7,084百万円（前年同期比**12.4%増**）と堅調に推移
- 一過性損益として、「不正アクセス関連費用336百万円※」「貸倒引当金198百万円※」「支払補償費23百万円」を「その他の費用」として計上した結果、営業利益は198 百万円。一方、事業実態収益を示す調整後営業利益は704百万円（前年同期比7.9%増）。

  ※「不正アクセス関連費用336百万円」のうち181百万円、「貸倒引当金198百万円」は、第1四半期に計上。詳細は次ページに記載。
- 1Qに引き続き「為替差損（金融費用）」の影響もあり、税引前利益は▲88百万円

（単位：百万円）

	FY2025 上期(a)	FY2026 上期(b)	増減(b)-(a)		FY2026 業績予想
			増減額	%	
売上収益	6,301	7,084	783	12.4	15,400
売上総利益	4,745	4,921	176	3.7	10,700
営業利益	744	198	-546	ー	2,050
調整後営業利益*1	653	704	51	7.9	2,230
税引前利益	581	-88	-669	ー	1,700
当期利益	405	-66	-471	ー	1,400
親会社株主に帰属する当期純利益	346	-100	-446	ー	1,200

*1営業利益から一過性損益を差し引いたものを指しています。

FY2026-2Q｜一過性損益に関する補足

© GENIEE, Inc.

一過性損益として不正アクセス関連損失や貸倒引当金、トラブル対応費用を計上したものの、各事象に対する再発防止策および管理体制の強化を着実に推進中。

	概要	業績への影響	再発防止策
不正アクセス関連損失に関するその他費用の計上	• 2026年5月21日付公表「『GENIEE MA』への不正アクセスに関するお知らせ」の通り、当社提供の「GENIEE MA」において第三者によるクラウド計算資源の不正利用が発生し、サーバー提供元との協議を含め精査を進めた結果、第1四半期においてIFRSに準拠し、当時入手可能な情報に基づき合理的な見積額（181百万円）を計上 • その後、不正利用に係る対象範囲や利用実績に関する精査および関連手続きの完了に伴い、費用負担総額が336百万円に最終確定したため、当初見積りとの差額155百万円を追加費用として当第2四半期に計上 • 当該不正利用に係る確定した費用負担額の全額を、当第2四半期連結会計期間の損益に反映	不正アクセス関連損失： 336百万円	• 全社のシステムおよびクラウド環境の点検を実施いたしました。これらを通じて確認された脆弱性や設定上の課題に対し、パッチの適用や設定の見直しを進行 • 全プロダクトを対象としたペネトレーションテストを実施するとともに、アクセス制御の強化と異常の早期検知・対応体制の整備を進め、再発防止を進行
取引先向け「その他の資産」に係る貸倒引当金の計上	• 2026年6月1日付公表の決算訂正において、取引先（非上場会社）との受託開発取引に係る売上収益および出資契約に係る投資有価証券の会計処理を見直し、 見直しに伴い生じた差額を「その他の資産」として第1四半期に計上 • 当該「その他の資産」の回収可能性に関する状況を踏まえ、会計監査人と慎重に協議し、貸倒引当金を設定 • 対象債権の回収が進展した場合には、回収状況等踏まえ、貸倒引当金の戻入益計上を見込む	貸倒引当金繰入額： 198百万円	• 会計処理判断における会計監査人との事前協議プロセスの整備を推進中 • 取引先評価および債権保全に向けた社内審査・管理体制の高度化
トラブル対応費用	• 前期に発生した一部顧客案件のトラブル解決に係る諸費用負担額	支払補償費： 23百万円	• 案件受注時の審査プロセスの高度化および契約・要件管理基準の厳格化を推進中 • プロジェクト管理体制の強化による、進行状況の可視化とリスクの早期検知を推進中

FY2026｜通期業績予想の修正

（売上成長を堅実な成長ラインへ見直し、通期業績予想を修正。一過性損益を除く正常利益の増進は47%を予定）

© GENIEE, Inc.

（単位：百万円）

	FY2025（実績）	FY2026（期初計画）		FY2026（修正計画）
売上収益	13,377	16,400	15%	15,400
広告プラットフォーム事業	5,455	6,224		6,054
マーケティングSaaS事業	4,459	5,792		5,020
デジタルPR事業	3,513	4,412		4,343
（調整額）	▲51	▲28		▲17
売上総利益	9,776	11,700	9%	10,700
セグメント利益	1,536	2,500		2,500
広告プラットフォーム事業	2,468	2,929		2,923
マーケティングSaaS事業	853	1,418		1,133
デジタルPR事業	540	879		743
（全社・消去等）	▲2,326	▲2,726		▲2,299
営業利益	1,536	2,500		2,050
広告プラットフォーム事業	1,537	2,057		2,057
マーケティングSaaS事業	▲364	8		8
デジタルPR事業	222	497		367
（調整額）	141	▲62		▲382
（一過性損益を除いた正常利益）	1,514	2,400	47%	2,230
税引前利益	1,332	2,300		1,700

売上収益

連結全体では、15%増の成長を持続

- 広告プラットフォーム事業は、国内SSPは堅調に推移しているものの、海外において一部既存顧客で収益減退が発生したため成長率を修正。前年同期比では11%増を見込む
- マーケティングSaaS事業は、ARRは堅調に推移している一方、SFA/CRMでの大型案件の失注等を受け修正。前年同期比では13%増を見込む
- デジタルPR事業は、SEIRYO社*の連結効果が寄与する一方、主力事業において一部大型案件の予算縮小や失注が重なったため、成長率を修正。前年同期比では24%増を見込む

（*FY26 1Qより連結子会社）

営業利益

一過性損益を除く正常利益は47%増

営業利益の通期予想は、25億円から20.5億円へ4.5億円減少する見込みです。このうち3.1億円は、一過性の不正アクセス関連損失及びトラブル対応費用等によるものであり、1.3億円はデジタルPR事業の減益影響によるものとなります。

- 広告プラットフォーム事業は、国内外におけるAI活用を進め効率的な事業運営が進行しており、当初予想を据え置く
- マーケティングSaaS事業は、収益性を重視した事業推進及び構造改革によるコスト削減を進行中、当初予想を据え置く
- デジタルPR事業は、本社移転や人員適正化によるコスト削減を進めるものの、営業利益は当初予想を下回る見込み

1 業績概況
2 トピックス
3 事業別決算概況
4 事業概要
5 今期計画
6 Q&A

GENIEE

2027年3月期 | 第2四半期決算説明資料

FY2026-2Q｜セグメント別決算サマリ

© GENIEE, Inc.

広告プラットフォーム事業：
前期の構造改革の効果により、前年同四半期比で増収増益

マーケティングSaaS事業：
成長基盤の強化に向け、赤字事業の構造改革を実施中

デジタルPR事業：
M&A（SEIRYOの連結子会社化）の寄与もあり、増収増益

（単位：百万円）

	FY2025 1Q	FY2025 2Q	FY2025 3Q	FY2025 4Q	FY2026 1Q	FY2026 2Q
売上収益	3,061	3,239	3,593	3,482	3,499	3,585
広告プラットフォーム事業*	1,258	1,371	1,491	1,333	1,370	1,452
マーケティングSaaS事業	1,116	1,074	1,112	1,155	1,172	1,138
デジタルPR事業	703	807	1,001	1,000	963	998
（調整額）	▲16	▲14	▲12	▲6	▲7	▲3
売上総利益	2,362	2,383	2,584	2,446	2,426	2,494
セグメント利益	333	411	539	251	▲207	406
広告プラットフォーム事業*	538	611	721	596	590	725
マーケティングSaaS事業	287	186	216	161	83	231
デジタルPR事業	103	114	211	110	111	149
（全社・消去等）	▲596	▲501	▲609	▲617	▲992	▲699
営業利益	333	411	539	251	▲207	406
広告プラットフォーム事業*	283	380	496	375	348	526
マーケティングSaaS事業	▲1	▲99	▲86	▲176	▲289	▲64
デジタルPR事業	24	49	116	31	25	57
（調整額）	26	81	13	20	▲291	▲113
税引前利益	231	350	456	293	▲469	380
親会社の所有者に帰属する当期利益	150	196	293	225	▲347	247

*FY2025より海外事業は広告プラットフォーム事業と統合。

FY2026-2Q｜KPIサマリ

© GENIEE, Inc.

マーケティングSaaS事業：
ARRは前年同四半期比14%増加し、ストック収益基盤は前年を上回る水準を確保

広告プラットフォーム事業：
社単は前年同期比1.9%減少したものの社数は前年同期比7.9%増加。また、前期の構造改革の効果により、営業利益率は上昇

デジタルPR事業：
取引深耕を優先して新規顧客獲得を抑制したため、社数は減少したものの、既存顧客との取引は堅調に推移

（単位：百万円）

	（単位）	FY2025 1Q	FY2025 2Q	FY2025 3Q	FY2025 4Q	FY2026 1Q	FY2026 2Q
マーケティングSaaS事業							
有料アカウント数	（個）	22,651	24,157	24,623	23,632	23,142	22,650
ARPA*1	（円）	12,990	12,705	12,731	14,519	15,439	15,467
解約率	（%）	2.15	1.17	0.38	2.80	2.70	1.10
ARR	（百万円）	3,530	3,683	3,761	4,117	4,287	4,204
売上総利益比率	（%）	78.6	77.6	76.7	74.4	74.3	73.6
リカーリング比率	（%）	80.2	79.8	80.1	82.1	85.3	87.8
広告プラットフォーム事業*1							
社数*2	（社）	260	257	277	287	279	277
社単*2	（千円）	1,611	1,779	1,792	1,550	1,638	1,745
営業利益率	（%）	22.5	27.7	33.3	28.2	25.5	36.3
営業利益	（百万円）	283	380	496	375	348	526
デジタルPR事業							
取引社数	（社）	4,500	4,659	4,654	4,310	4,224	4,065
営業利益率	（%）	3.6	6.1	11.6	3.2	2.6	5.8
営業利益	（百万円）	24	49	116	31	25	57

*1MRRベースで算出。*2 各四半期平均値ベース

FY2026上半期セグメント別計画進捗

© GENIEE, Inc.

広告PF国内やSaaSのARRが堅調に推移し、SEIRYOの連結効果も寄与した一方、大型案件の失注等により売上収益は未達。
人員適正化等の構造改革による販管費削減を進め、減収による利益への影響を抑制

（単位：百万円）		期初計画	上期実績	差異	差異要因
広告PF	売上収益	2,908	2,822	-85	**国内は堅調に推移しているものの、海外において一部既存顧客で収益減退が生じており、売上収益未達となるも、人員数の適正化により営業利益は達成** ●国内：新規顧客および大型案件の獲得および既存顧客の増進による売上収益増加（**+0.6**億円） ●海外：動画広告の単価下落、一部の大型既存顧客での売上収益減少（**▲1.4**億円） ●全体：人員数の適正化を含む構造改革による販管費削減（**▲1.8**億円）
	営業利益	799	875	75	
マーケティングSaaS	売上収益	2,562	2,311	-251	**ARRが堅調に推移した一方、大型案件の失注等により売上収益未達となるも、構造改革によるコスト削減を実施し赤字幅縮小** ●SFA/CRM：大型案件の失注および期ズレ等による売上収益減少（**▲1.6**億円） ●全体：収益性重視による投資優先度見直し等により売上収益減少（**▲0.9**億円） ：構造改革による販管費の削減（**▲1.8**億円）
	営業利益	-300	-354	-54	
デジタルPR	売上収益	2,150	1,962	-187	**SEIRYO社の連結効果が寄与した一方、主力事業において一部大型案件の予算縮小や失注が重なり売上収益未達** ●デジタルPR事業：新規獲得の抑制や単価下落等により売上収益減少（**▲2.8**億円） ●M&A：SEIRYO社の連結による売上収益増加（**+1.0**億円） ●人員の適正化、本社移転等による販管費の削減（**▲0.2**億円）
	営業利益	207	82	-124	

FY2026下半期セグメント別見通し

© GENIEE, Inc.

広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業は、上期実績を踏まえ下期見通しを修正、堅実な成長計画を策定
デジタルPR事業は、M&A分の業績影響を加味し、売上収益を上方修正。

単位：百万円		期初計画	修正計画	差異	修正後成長率（通期）	修正計画方針	業績影響
広告PF	売上収益	3,315	3,231	-84	11%	●国内外におけるAI活用を進め、効率的な事業運営の推進 ●引き続き、人員配置の適正化やサーバーコスト削減等によるコスト削減を推進	●国内は上期好調であったものの、海外は上期の収益未達を踏まえ、堅実的な見通しを策定 ●国内外の人員配置の適正化を含む販管費削減（**+0.1**億円）
	営業利益	1,256	1,181	-75	34%		
マーケティングSaaS	売上収益	3,229	2,708	-520	13%	●上期実績を基に大型案件の想定受注数の見直しを行い、堅実な事業推進を行う ●構造改革による販管費削減	●上期未達状況及び下期見通しを踏まえた大型案件の想定受注数の見直し（**▲5.2**億円） ●販売促進費、外注費の見直しおよび社内リソースの再配置等を通じた最適化を含む構造改革による原価・販管費削減（**+5.6**億円）
	営業利益	308	362	53	黒字化		
デジタルPR	売上収益	2,262	2,380	118	24%	●SEIRYO連結効果による売上収益増加（事業ポートフォリオ変更に伴う売上構成の変動により、粗利率は期初想定を下回る見通し。）	●SEIRYOの連結効果、主力事業の未達を踏まえ見通しを修正(**+1.2**億)
	営業利益	289	284	-5	65%		

FY2026-2Q｜連結キャッシュフローの状況

© GENIEE, Inc.

営業債権の減少を主因に営業活動CFが1,202百万円増加し、フリーキャッシュフローはプラスへ改善
優先株式・借入金残高の減少も着実に進捗しており、財務健全性が向上する見込み
今期の重要目標として掲げている「フリーキャッシュフローの創出力向上」は、順調に進捗

単位:百万円	25年9月末 (B)	26年9月末 (A)	増減金額 (A)-(B)
現金等の期首残高	2,861	2,969	108
営業活動 CF	453	1,656	1,202
投資活動 CF	▲1,436	▲1,088	347
財務活動 CF	594	612	18
現金等に係る換算差額	▲2	▲11	▲9
現金等の期末残高	2,472	4,140	1,668

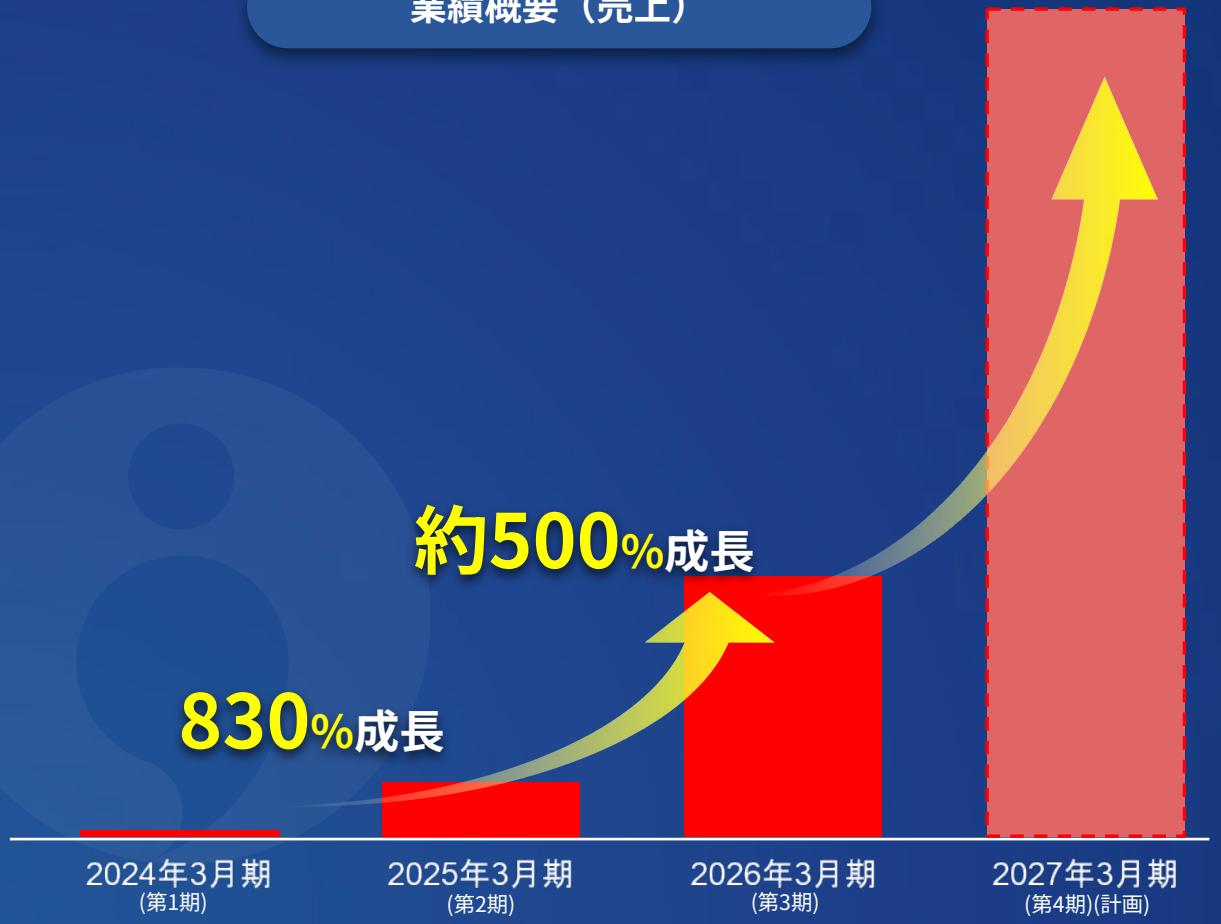
FCF （営業活動 CF-投資活動 CF）	▲982	568	1,550

JAPAN AI｜事業進捗

© GENIEE, Inc.

- グループ会社JAPAN AIの2027年3月期業績は、現状、順調に進捗中
- 10月には「JAPAN AI 3.0」の提供を順次開始し、企業内でのAIの全社展開・業務定着を支援
- 製造・行政向けサービスの提供開始と、マーケティング領域の機能拡充により、業界・業務特化型AIの展開を推進

業績概要（売上）



事業進捗状況

- AX/DXニーズの高まりを追い風に、100種類以上の標準搭載AI AGENT、独自カスタマイズ可能なAI AGENT機能、顧客のAI活用を支える伴走力を強みとして高成長を継続中。10月には「JAPAN AI 3.0」の提供を順次開始し、企業内でのAIの全社展開・業務定着を支援
- 業界・業務特化型AIとして製造向け・行政向けサービスを提供開始。マーケティング領域では、広告実績を分析し、次のクリエイティブを提案・制作する機能を実装

JAPAN AI｜矢野経済研究所とJAPAN AI「YDBエージェント」を共同開発

© GENIEE, Inc.

- JAPAN AIと矢野経済研究所は、AI技術と調査データを組み合わせ、情報の検索・整理・活用を効率化するために業務提携
- 両社が開発した「YDBエージェント」は、過去5年分・1,000タイトル以上の市場調査レポートを横断的に参照し、出典付きの回答や資料作成を通じて、企業の調査・企画業務を支援

YDBエージェント



矢野経済研究所とJAPAN AI「YDBエージェント」を共同開発 ～生成AIで市場調査情報を出力する新サービス 2026年10月22日（木）提供開始～

プレスリリース https://japan-ai.co.jp/news/press/2026/10/261022_02/?ct_p2056i86409db80a=1.1.365.DG_KztDABvkR1x_3.365.DEKi6t-ABv1riwlv.DG_KztDABvkR1x_3.null&catsConversionApi=true

【YDBエージェントの主な特長】

1 4つのエージェントを搭載、目的別に使い分けが可能

市場調査レポートを横断的に参照し、出典付きの回答や資料作成、フレームワーク分析、事例収集を支援

- 出典付きデータで回答
- サマリーレポートを自動作成
- フレームワーク分析
- 事例収集

2 新規レポートが順次追加

年250タイトル程度の新規レポートが順次追加され、常に最新のデータを活用可能

3 発刊直後から閲覧可能

最新レポートの内容が、発刊直後からAIの回答に反映され、待ち時間なく全文閲覧が可能

JAPAN AI｜AIを全社の業務に定着させる大型アップデート「JAPAN AI 3.0」の提供開始

GENIEE
© GENIEE, Inc.

JAPAN AI 3.0は、現場のAIを安全に「届ける」、業務に最適なモデルを「選ぶ」、無理なく全社へ「広げる」ことで、
AIの業務定着を支えるアップデートを実施した「JAPAN AI 3.0」の提供開始

【届ける】STUDIO App

作ったAIを、
アプリとして全社に届ける

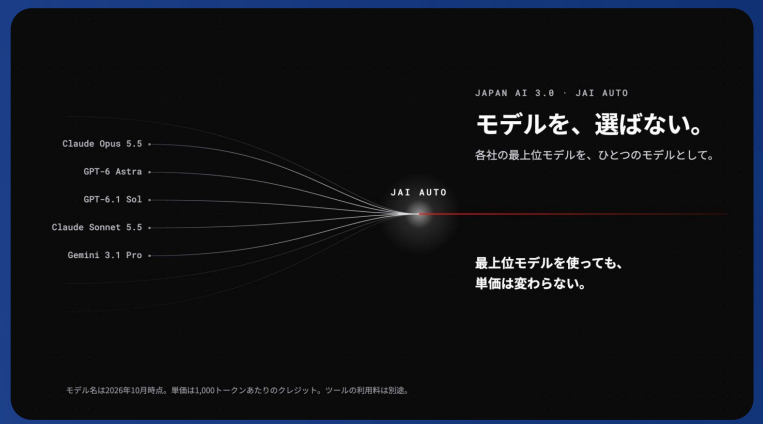
STUDIO Appは、画面やAIエージェント、自動化、業務データをひとつのアプリにまとめ、共通基盤の連携機能を活用しながら安全に全社へ届けることが可能



【選ぶ】JAI Auto

各社の最上位モデルを、
ひとつのモデルとして

JAI Autoは、依頼内容に応じて最適なAIモデルと推論レベルを自動選択し、モデルを使い分ける手間を省きながら、性能とコストの両立を図ることが可能



【広げる】新料金プラン

試すところから、全社展開まで

新料金プランは、個人での試用から全社の業務システム化まで、AI活用の5段階に対応し、小規模な導入から全社展開へ段階的に広げられる料金体系となっている

	位置づけ	料金	始め方
1.Free	まずはひとりで試す	無料	Webで登録（カード不要）
2.Team	チームで使う	1名あたり月額2,980円（税込）	Webで登録（30日間無料トライアル）
3.Entry	AIを、全員が使う	個別見積	お問い合わせ
4.Premium	AIを、自分たちで作る	個別見積	お問い合わせ
5.Max	作ったAiを、全体の業務システムにする	個別見積	お問い合わせ

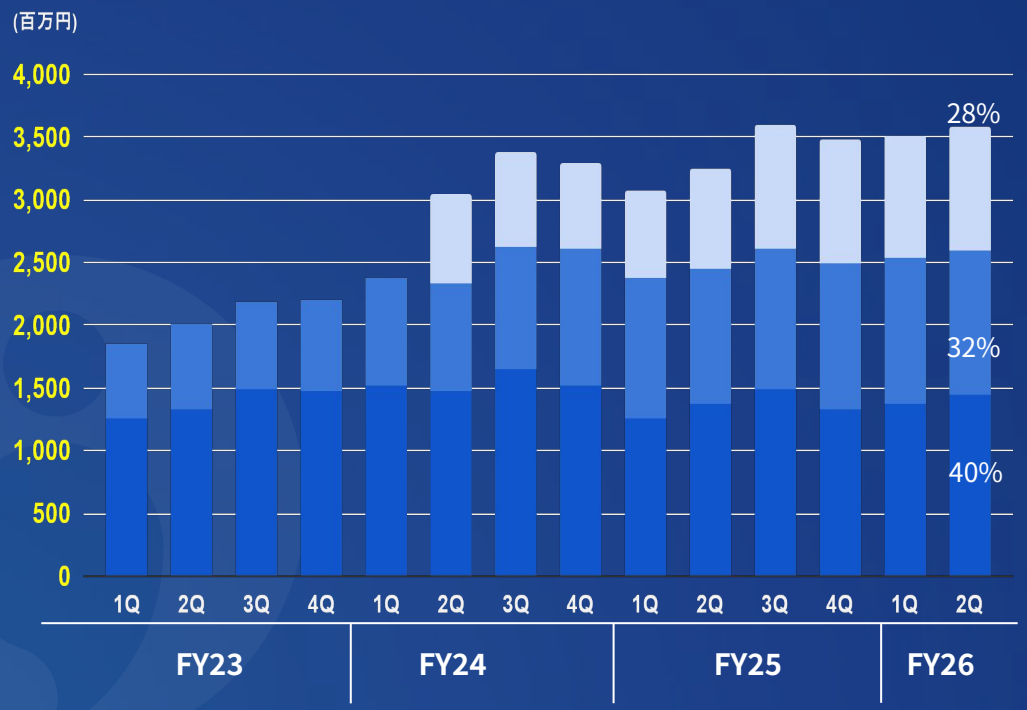
セグメント別｜業績割合推移

© GENIEE, Inc.

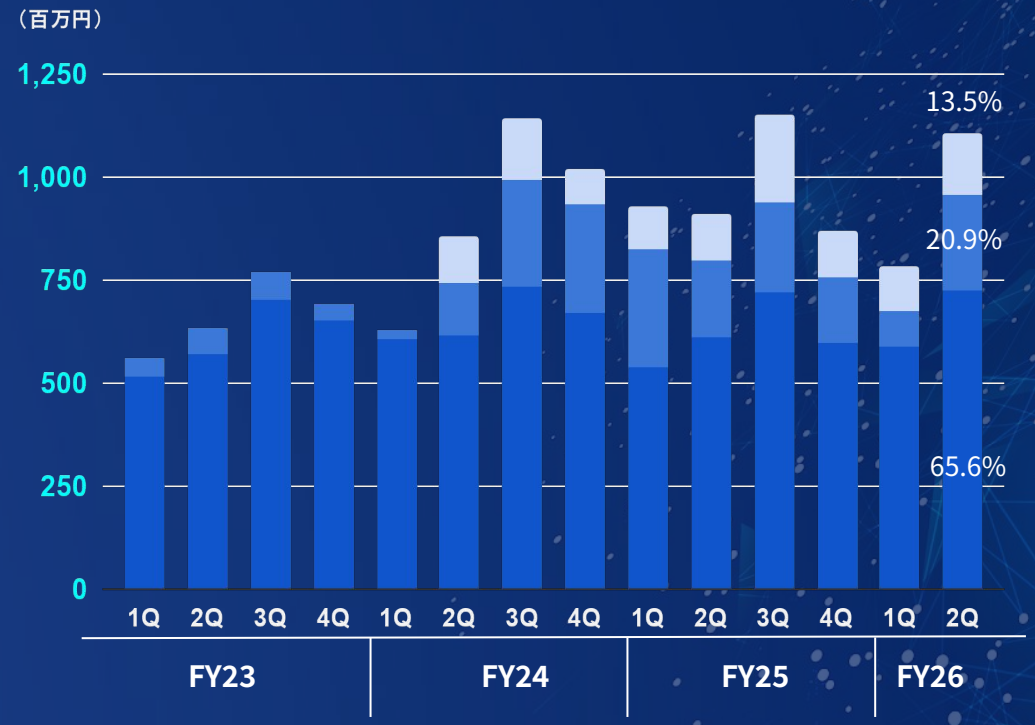
- 広告プラットフォーム事業を中心としつつ、マーケティングSaaS事業およびデジタルPR事業の構成比も順調に推移
- 売上収益・セグメント利益の両面で事業ポートフォリオの分散が進展中
- 広告プラットフォーム事業に次ぐ収益/利益源が順調に伸びており、全体の成長基盤が強化されている

広告プラットフォーム事業　マーケティングSaaS事業　デジタルPR事業

売上収益



セグメント利益



※JAPAN AIはエクイティファイナンスの実行により、24年7月末に持分法適用会社となったため、FY24-2Qより売上収益から除外。

セグメント別｜業績割合

© GENIEE, Inc.

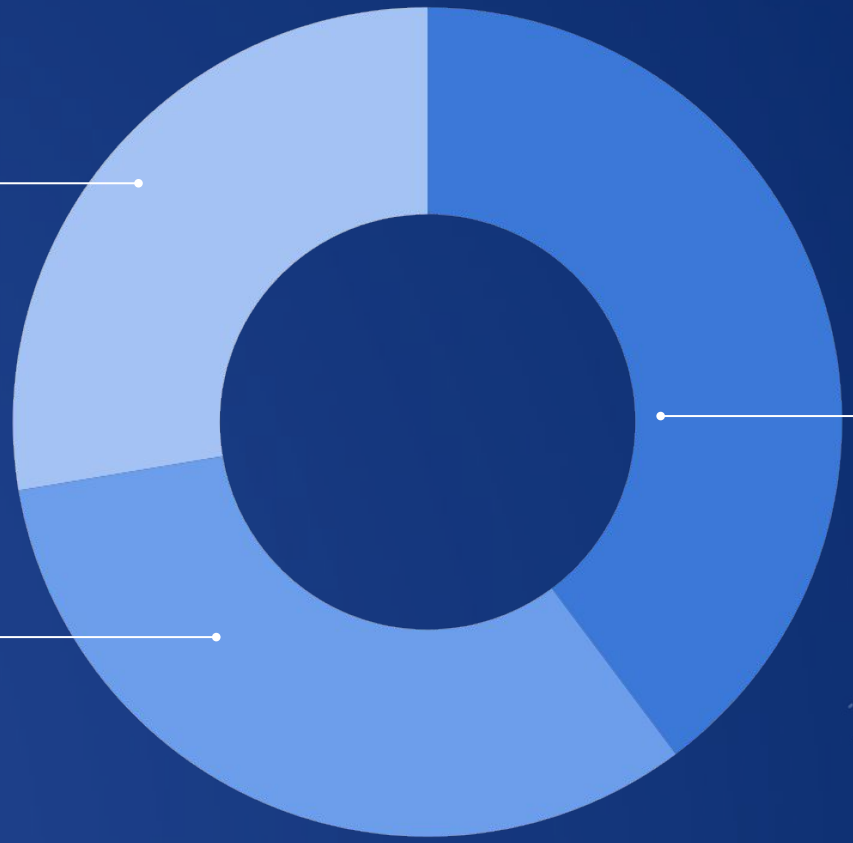
- 広告プラットフォーム事業を最大の売上収益源としつつ、マーケティングSaaS事業およびデジタルPR事業も一定の構成比を占め、バランスの取れた事業ポートフォリオを形成
- マーケティングSaaS事業は、広告プラットフォーム事業に次ぐ売上規模を有する事業として成長中
- デジタルPR事業は、オーガニック成長に加えて、M&Aにより高成長を継続。事業ポートフォリオの一角を担う規模へ拡大中

デジタルPR事業

売上収益

19.6 億円

(参考)	セグメント利益	2.6	億円
	営業利益	0.8	億円



マーケティングSaaS事業

売上収益

23.1億円

(参考)	セグメント利益	3.1	億円
	営業損失	3.5	億円

広告プラットフォーム事業(海外含)

売上収益

28.2 億円

(参考)	セグメント利益	13.1	億円
	営業利益	8.7	億円

1 業績概況

2 トピックス

3 事業別決算概況

4 事業概要

5 今期計画

6 Q&A

GENIEE

2027年3月期 | 第2四半期決算説明資料

TOPICS　GENIEE SSP×JAPAN AIの連携で記事制作から広告収益分析を一つのAIに統合

© GENIEE, Inc.

【開発背景】
媒体社へのヒアリングにより、サイト運営ではデータ収集・分析や改善施策の検討が大きな負担となっていることが判明
JAPAN AIとジーニーは、両社の技術と知見を組み合わせ、運営業務を一つのプラットフォームで対応できる環境の整備に取り組み、
「JAPAN AI MARKETING for Publisher」の提供開始

JAPAN AI MARKETING for Publisher

定常業務から記事制作、アクセス分析、次施策対応までをサポートし、 より高度な業務に集中できる環境へ

業務	現状	導入後
❶ 広告収益レポート	分析着手までに膨大な時間を浪費	**API連携で自動取得＆1画面統合**
❷ 日々の数値確認	変化への気づきが遅れ、機会損失が発生	**AIが24時間体制で毎日モニタリング**
❸ SEO記事の制作	記事1本の公開までに多大な工数が集中	**役割別の複数 AIエージェントが協調**
❹ 速報の初動対応	24時間の即時対応体制の維持が困難	**一次ソースを AIが超高速自動巡回**

TOPICS AIエージェントによるWebセキュリティ評価サービス「JAPAN AI Cyber」のトライアル受付開始

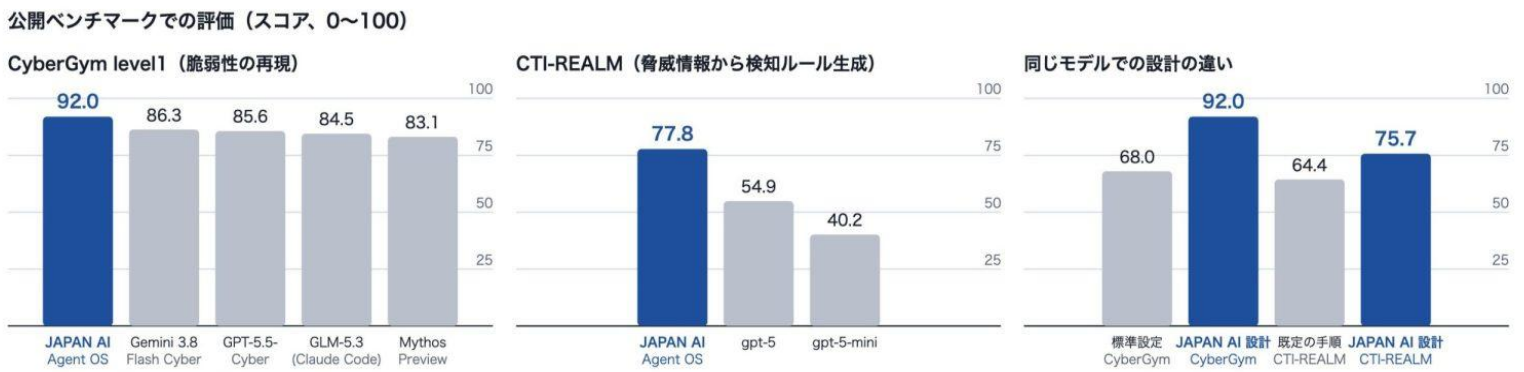
© GENIEE, Inc.

【サービス提供の背景】
サイバー被害や攻撃の自動化が進むなか、企業にはWeb資産を迅速かつ継続的に点検できる手段が課題
JAPAN AIは、AIエージェントを活用し、攻撃者の視点でWeb資産を点検するサービス「JAPAN AI Cyber」のトライアルを提供開始

JAPAN AI Cyber のサービスの流れ



セキュリティ分野における評価実績



TOPICS 「JAPAN AI AGENT」が「PRO if the DX Award 2026」AIエージェント部門にて最優秀賞を受賞

© GENIEE, Inc.

PRONIアイミツSaaSにおける成約数やカスタマー満足度などの利用実績を基準とした審査において、
AIエージェント部門で「JAPAN AI AGENT」が最高水準の評価を受け、最優秀賞に選出



評価のポイント

総評

JAPAN AI AGENTは、100種類以上の標準エージェントをすぐに使えるうえ、会話形式の操作だけで自社専用のエージェントも手軽に作成できるAIエージェントプラットフォームです。ナレッジグラフやマルチモーダルに対応した独自開発のRAG機能により、引用元を明示した精度の高い回答を実現します。外部の業務ツールとも幅広く連携できる点などが高く評価され、今回の最優秀賞受賞に至りました。

PRONI株式会社
代表取締役 Founder
栗山 規夫



TOPICS　日本マイクロソフトとAI活用拡大に向けた取り組みを開始

© GENIEE, Inc.

【背景】
AIエージェントの本格導入には、モデルの性能に加え、セキュリティや運用管理などを備えた企業向けAI基盤への需要が拡大
JAPAN AIは、日本マイクロソフトの支援とAzure・Microsoft Foundryの活用を通じて、AIエージェントの業務実装と成果創出を推進



Microsoft Foundryの活用

第一段階として、JAPAN AIではMicrosoft Foundryを活用したAI基盤の構築を推進。

Microsoft Foundry上で提供される最新の大規模言語モデル（LLM）を活用することで、JAPAN AIが提供する各種AIエージェントについて、ユースケースに応じて最適なAIモデルを選択できる環境を強化。

また、Microsoft Azureを活用したエンタープライズ向けAI基盤の標準化を開始。

1 業績概況

2 トピックス

3 事業別決算概況

4 事業概要

5 今期計画

6 Q&A

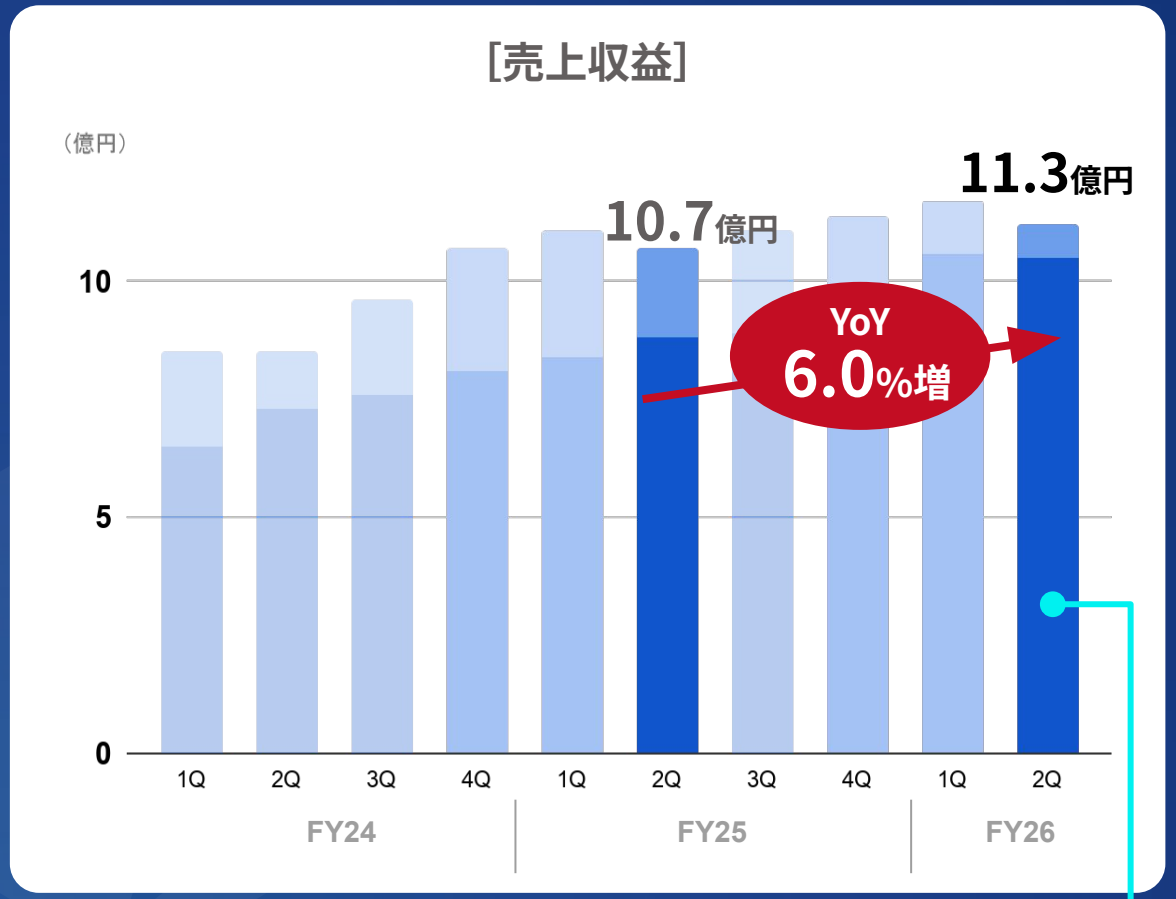
GENIEE

2027年3月期 | 第2四半期決算説明資料

マーケティングSaaS事業｜売上収益推移・ハイライト

© GENIEE, Inc.

- BtoB企業向けの「Sales AX/DX」とBtoC企業向けの「Marketing AX/DX」の2事業部体制に再編
- ARRはMarketing AX/DXの大型案件の受注・納品進捗等が寄与し、前年同期比14.1%増と堅調に成長。リカーリング収益比率も87.8%（前年同期比+8.0ポイント）へと上昇。Sales AX/DXは構造改革を実施し、通期の営業利益の達成を目指す



ARR ／前年同期比成長率	4,204百万円／14.1%
リカーリング比率*1 ／前年同期差(ポイント)	87.8%／8.0ポイント
ARPA ／前年同期比成長率	15,467円／21.7%
有料アカウント数	22,650
解約率	1.10%

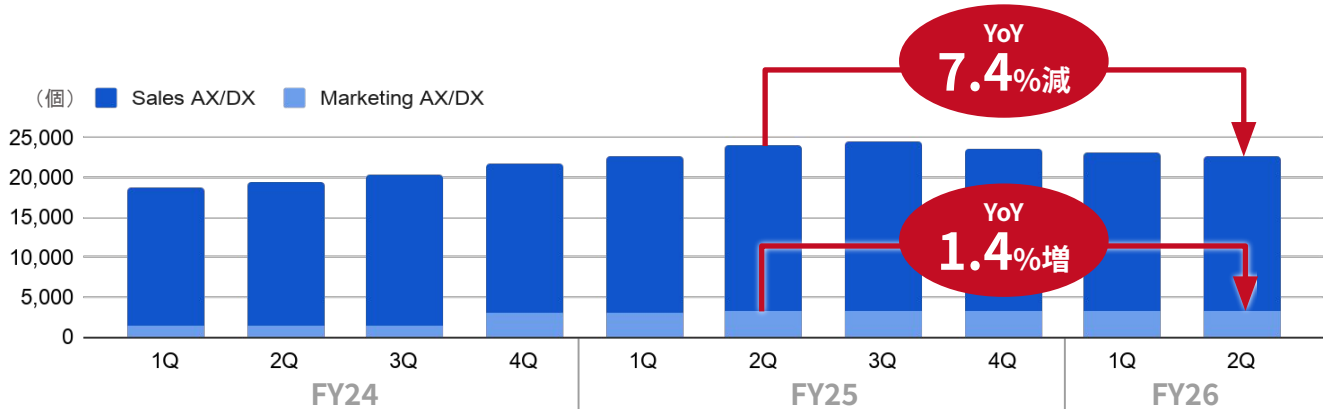
*1期末から12か月遡った数値で算出。

マーケティングSaaS事業｜KPI

© GENIEE, Inc.

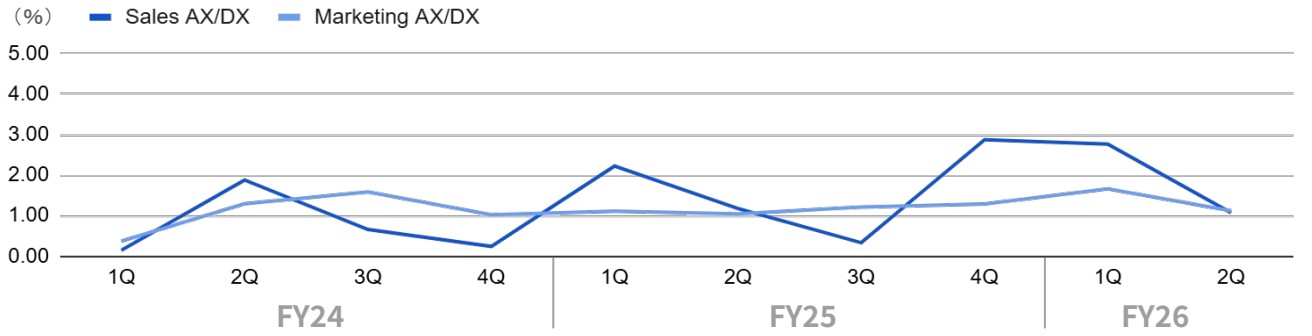
- 有料アカウント数は、Marketing AX/DXは同1.4%増と堅調に推移。Sales AX/DXは大型顧客の解約により前年同期比7.4%減
- オンボーディング標準化・ヘルススコア運用等の施策を実施し解約率が減少。引き続き施策を継続し、解約リスクの早期検知と抑制を強化

有料アカウント数



解約率＊

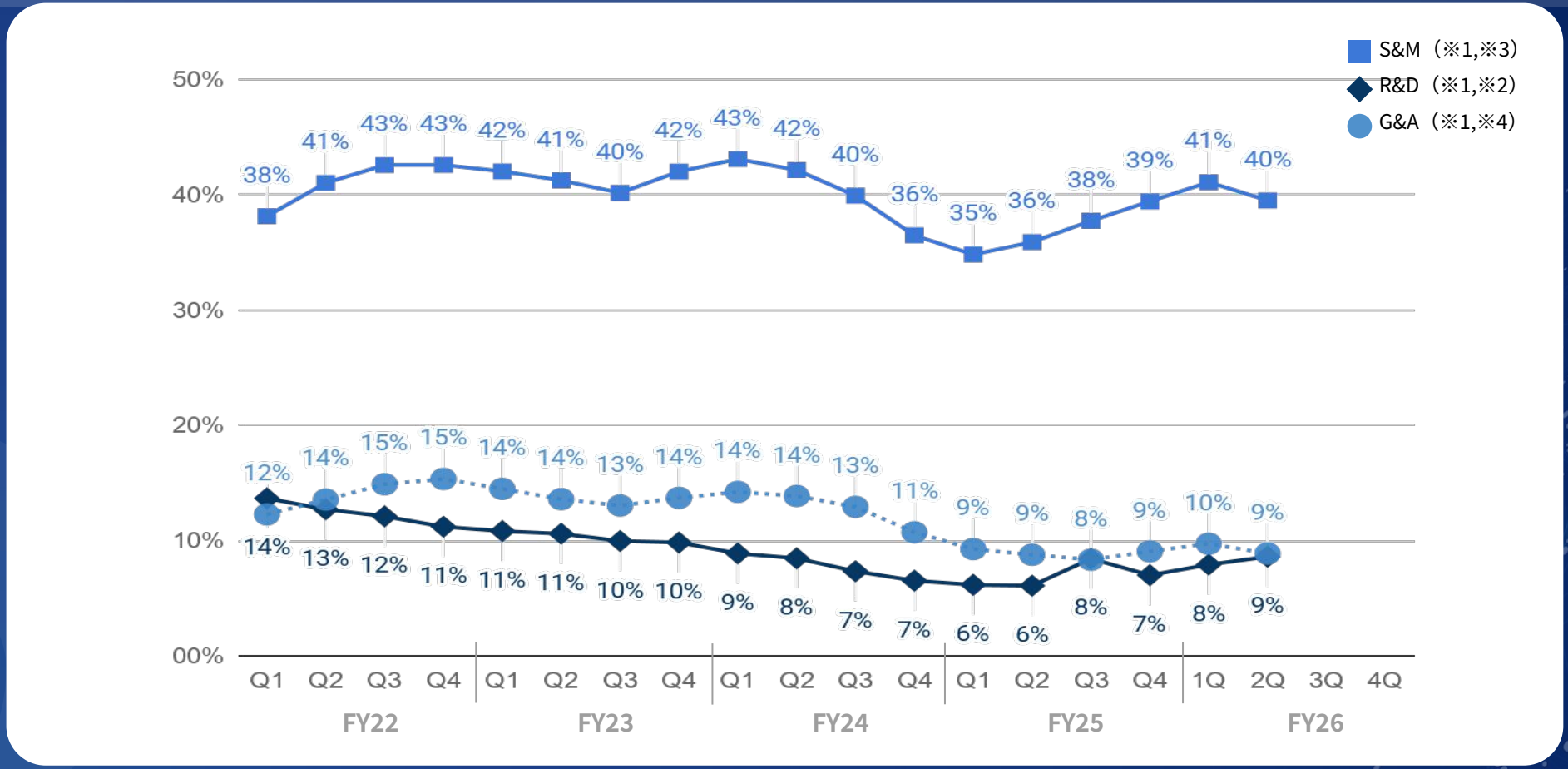
＊アカウントの3か月平均解約率



マーケティングSaaS事業｜販管費の売上に対する比率

© GENIEE, Inc.

S&M・G&Aは体制強化に伴う一時的な費用増加が収束し、比率は前四半期比で低下。R&Dは売上収益の変動に伴い比率が上昇



※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。

広告プラットフォーム事業｜売上収益推移・KPI

© GENIEE, Inc.

- 取引社数については、国内既存顧客の増進等により7.9%増加
- 社単は大型案件の減少により1.9%減少。複数プロダクトのクロスセルを推進し、改善に取り組む



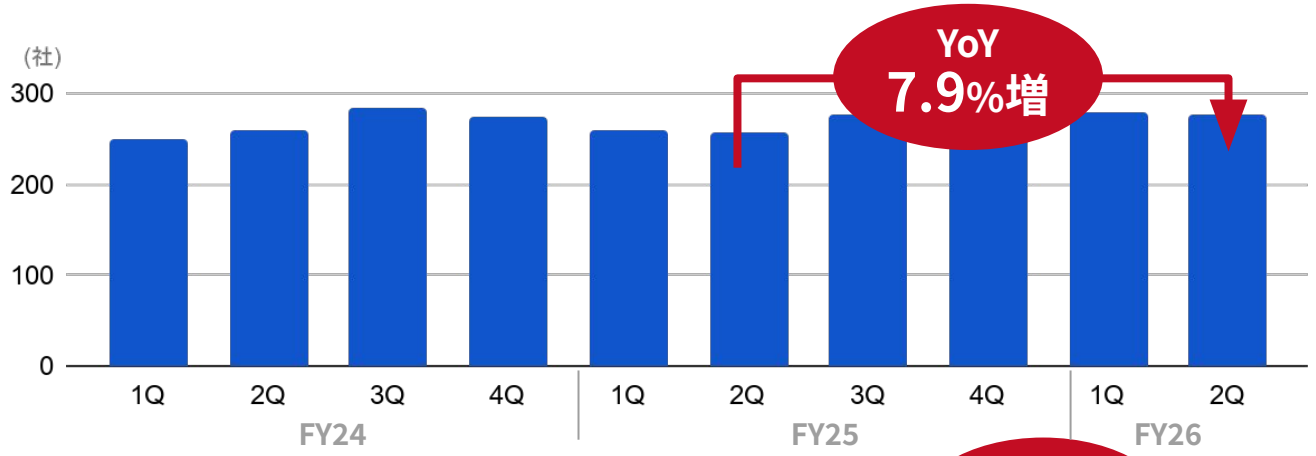
社数 ／前年同期比成長率	**277社／7.9%**
社単 ／前年同期比成長率	**1,745千円／▲1.9%**

※売上収益で一定規模以上の閾値を設けそれを超えた顧客（広告主・メディア）を社数としてカウント。
※FY25より、意思決定の迅速化（グループ最適）のため国内SSP事業と海外SSP事業を統合し、「広告プラットフォーム事業」として開示しています。
※比較可能性向上のためFY24は新セグメントに組み替えて表示しており、事業規模を明確に示す観点から売上ベースで表示しています（機能別組織運営の定着により地域別内訳は表示していません）。

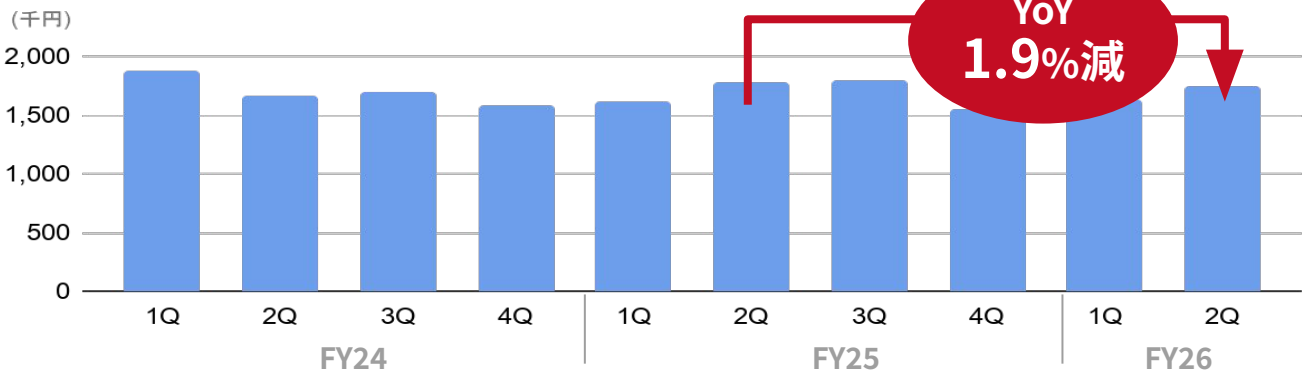
広告プラットフォーム事業｜KPI

© GENIEE, Inc.

社数 (※1,4)



社単 (※2,3)



※1 売上収益で一定規模以上の閾値を設けそれを超えた顧客（広告主・メディア）を社数としてカウント。
※2 社単＝売上収益÷社数（売上収益＝広告主側から支払われる広告費 ー GENIEEからメディア側への支払い）広告主はメディアへの広告掲載の対価として掲載費を支払うが、GENIEE社がその中間マージンを得るビジネスモデルであり、その中間マージンが売上収益となる
※3 セグメント統合に伴うKPIの再集計を行っている
※4 KPIの集計方法を変更し、各四半期平均値ベースでの開示に変更

1 業績概況

2 トピックス

3 事業別決算概況

4 事業概要

5 今期計画

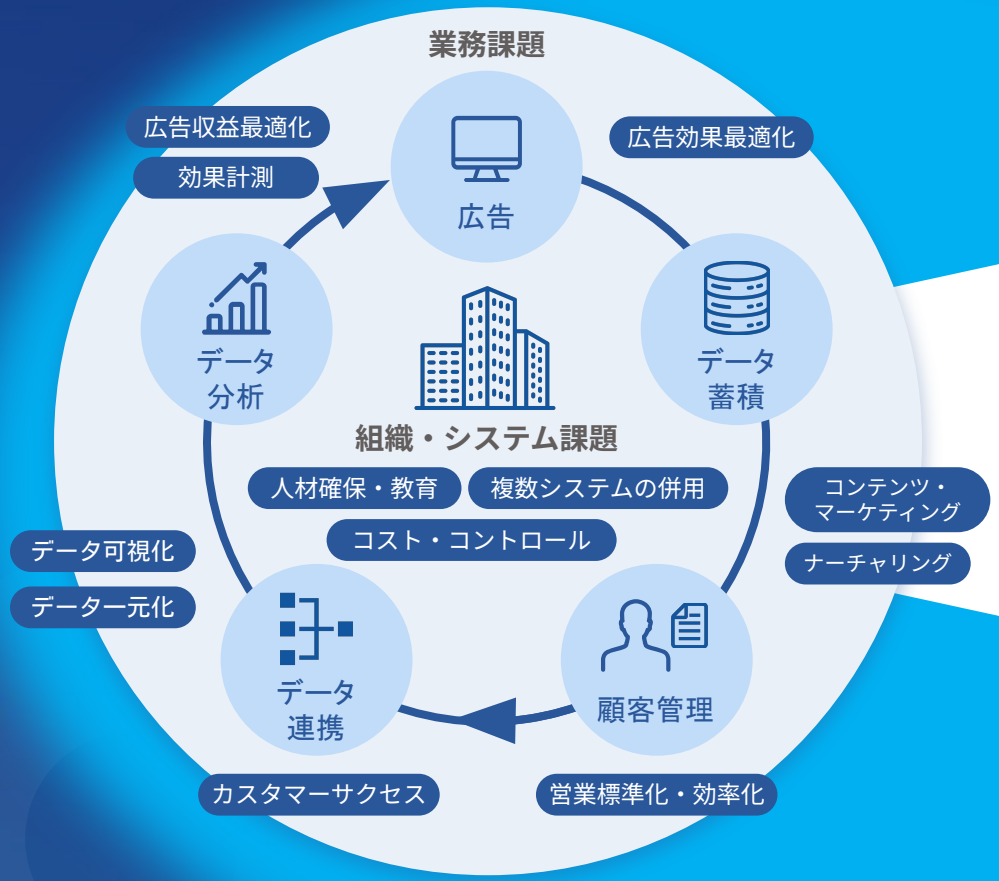
6 Q&A

GENIEE

2027年3月期 | 第2四半期決算説明資料

ジーニーが目指す姿

© GENIEE, Inc.



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
- 最新のAI技術の活用

最先端のAI技術

Purpose

誰もがマーケティングで成功できる世界を創る

- 高いコスト・パフォーマンス
- 業務の自動化・効率化

ジーニーグループの事業領域

© GENIEE, Inc.

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

最先端の生成AI開発により、
プロダクトの顧客への価値が向上

誰もがマーケティングで成功できる
世界の実現に向けて前進



JAPAN AIの事業領域

GENIEE
© GENIEE, Inc.

企業のAI/AXニーズへ対応することを基軸に、業務生産性を向上するアプリケーション提供および導入企画から業務実装・活用定着までを一貫して支援し、生産性向上と競争力強化に貢献

AI Agent Platform事業
- 社内のAI活用に必要な機能をワンプラットフォームに搭載 -

■ 実際の業務で使われる AI Agent / Skills

製造　建設　製薬　自治体

人事部　営業部　マーケティング部　ナレッジ管理 / CS

JAPAN AI HR　JAPAN AI SALES　JAPAN AI MARKETING　JAPAN AI KNOWLEDGE

+ 100 種類の標準搭載 AI Agent

+ 御社独自のAI Agent / Skills

■ AI Agent / AIアプリケーション開発・運用基盤

JAPAN AI STUDIO　JAPAN AI AGENT



Openai 社や Anthropic 社等と大規模利用契約しているため、直契約するよりお得!!
クレジットが無償のモデルも有り◎

■ 内包される基礎研究・独自技術

セキュアな環境
議事録を取得・蓄積
データ連携・カスタマイズRAG

JAPAN AI SPEECH　JAPAN AI RAG

エンタープライズ企業からも採択されるガバナンス・運用性

権限管理　モニタリング
アラート機能　ログ・履歴

社内ツールとAI Agentを連携
日々のタスクを効率化
柔軟にお客様環境へホスティング可能

ChatGPT・Claude 等に加えKimi K3 等の高性能・格安モデルも搭載
用途に応じた手動・自動選択を実現

Claude　Kimi K3　Gemini　Chat GPT　Nano Banana　Grok　Perplexity　Seedance…他

Consulting / SI事業
- 全社のAI活用に伴走 -

■ 特徴

一般的なAIコンサルや開発と異なり
グローバルAI企業と同じく、現場に入り込んで伴走する
- **FDE（Forward Deployed Engineer）**
- **DS（Deployment Strategist）**

モデルを採用 貴社の課題を最短で解決に進めます

◇ AXコンサルティング

AIによる経営・業務変革を推進
2200社以上のDX・AI活用実績から
御社の「AX」を推進・リードします

◇ オリジナルAI開発

貴社専用のオリジナルAIを開発します
AI Readyなデータ整備から構築他
要件定義・開発・実用化までお任せください

市場規模

© GENIEE, Inc.

- 17期（FY2026）のターゲット市場規模は全社合計で1兆31億円に達し、大きな成長余地が見込まれる。19期（FY2028）には254億円の市場獲得を目指す
- JAPAN AIのターゲット市場である国内の生成AI市場は急成長しており、将来的に24兆円と大規模になる見通し



*FY2025より海外事業は広告プラットフォーム事業と統合。



*出所：人材コスト:内閣府 長期経済統計国民経済計算、ITインフラコスト:IDC Japan、Fuji Chimera総研などの調査レポートを元に当社算定

1 業績概況

2 トピックス

3 事業別決算概況

4 事業概要

5 今期計画

6 Q&A

GENIEE

2027年3月期 | 第2四半期決算説明資料

FY2026｜計画前提

© GENIEE, Inc.

FY2026は、米国のインフレ動向や金融政策、中東情勢等の地政学リスクを踏まえ、為替については一定程度の円安水準が継続することを前提
インターネット広告媒体費用の総額も2026年は8.3%超伸びると推定*
*出典「2025年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

外部環境・計画前提



- 米国の金利水準の高止まりによる現状の円安水準は継続
- 国内インターネット広告市場は、デジタルシフトの継続により拡大基調。特に動画領域は、視聴行動の変化や配信面の多様化を背景に高成長が継続
- 中東情勢による業績影響は限定的と想定。計画への重要な影響は見込まず

各事業セグメントの方針



- 広告プラットフォーム事業：前期の構造改革により成長基調へ、国内外でのクロスセルとエンタープライズのメディア開拓による増進。海外が成長率を改善
- SaaS事業：SaaSプロダクトとJAPAN AIのクロスセルを軸に、エンタープライズ企業の開拓を推進。SaaS事業のビジネスモデル変革を行い、高成長の持続性・事業の健全性をより高める。黒字への転換を目指す
- デジタルPR：インフルエンサーPR事業のロールアップ、ニュースリリース事業とのクロスセル強化。本社移転、AI開発による収益性強化

FY2026｜通期業績予想の修正

（売上成長を堅実な成長ラインへ見直し、通期業績予想を修正。一過性損益を除く正常利益の増進は47%を予定）

© GENIEE, Inc.

（単位：百万円）

	FY2025（実績）	FY2026（期初計画）		FY2026（修正計画）
売上収益	13,377	16,400	15%	15,400
広告プラットフォーム事業	5,455	6,224		6,054
マーケティングSaaS事業	4,459	5,792		5,020
デジタルPR事業	3,513	4,412		4,343
（調整額）	▲51	▲28		▲17
売上総利益	9,776	11,700	9%	10,700
セグメント利益	1,536	2,500		2,500
広告プラットフォーム事業	2,468	2,929		2,923
マーケティングSaaS事業	853	1,418		1,133
デジタルPR事業	540	879		743
（全社・消去等）	▲2,326	▲2,726		▲2,299
営業利益	1,536	2,500		2,050
広告プラットフォーム事業	1,537	2,057		2,057
マーケティングSaaS事業	▲364	8		8
デジタルPR事業	222	497		367
（調整額）	141	▲62		▲382
（一過性損益を除いた正常利益）	1,514	2,400	47%	2,230
税引前利益	1,332	2,300		1,700

売上収益

連結全体では、15%増の成長を持続

- 広告プラットフォーム事業は、国内SSPは堅調に推移しているものの、海外において一部既存顧客で収益減退が発生したため成長率を修正。前年同期比では11%増を見込む
- マーケティングSaaS事業は、ARRは堅調に推移している一方、SFA/CRMでの大型案件の失注等を受け修正。前年同期比では13%増を見込む
- デジタルPR事業は、SEIRYO社*の連結効果が寄与する一方、主力事業において一部大型案件の予算縮小や失注が重なったため、成長率を修正。前年同期比では24%増を見込む

（*FY26 1Qより連結子会社）

営業利益

一過性損益を除く正常利益は47%増

営業利益の通期予想は、25億円から20.5億円へ4.5億円減少する見込みです。このうち3.1億円は、一過性の不正アクセス関連損失及びトラブル対応費用等によるものであり、1.3億円はデジタルPR事業の減益影響によるものとなります。

- 広告プラットフォーム事業は、国内外におけるAI活用を進め効率的な事業運営が進行しており、当初予想を据え置く
- マーケティングSaaS事業は、収益性を重視した事業推進及び構造改革によるコスト削減を進行中、当初予想を据え置く
- デジタルPR事業は、本社移転や人員適正化によるコスト削減を進めるものの、営業利益は当初予想を下回る見込み

資本政策・財務戦略方針

© GENIEE, Inc.

- 今期以降、**フリーキャッシュフローの創出力向上を重要目標の一つに位置付け、**財務規律の強化を推進。資金調達コストを抑制しつつ、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く
- ソフトバンク株式会社から取得した自己株式については、純資産残高を考慮しつつ、資本業務提携や株式交換への活用、または利益剰余金を原資とした消却を検討

Cash In	優先度	Cash Out
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。	1	**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。
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。	2	**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。
エクイティ・ファイナンス 株価水準、市場環境、財務体質等、総合的な観点から検討。 なお、保有自己株式については資本業務提携、株式交換、または利益による消却を行う想定。	3	**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。

1 業績概況

2 トピックス

3 事業別決算概況

4 事業概要

5 今期計画

6 Q&A

GENIEE

2027年3月期 | 第2四半期決算説明資料

広告プラットフォーム事業に関するQ&A

© GENIEE, Inc.

クッキー（Cookie）規制にはどのように対応していますか？	Google社のChromeは、すべてのサードパーティクッキー（3rd Party Cookie）を段階的に廃止する計画を発表していましたが、英国の競争市場庁（CMA）や広告業界からの反対を受け、その後にこの方針を撤回しました。しかしながら、Safariにおけるクッキー規制（廃止）は継続しており、将来的にも規制リスクは残るため、当社は引き続きクッキーの代替技術の開発と実装を進めてまいります。
Google社の独占禁止法問題は、業績に影響を与えますか？	現在、ウェブ広告のエコシステムはGoogleアドマネージャー（GAM）を中心に構築されているため、短期的には大きな影響はないと予想しています。しかし、今後の状況の推移によっては、当社はアドサーバー機能を備えたSSPを提供していることから、GAMに代わる選択肢としてシェアを拡大する好機となる可能性があります。一方で、Googleのデマンドソース（Google広告やDV360など）からGAMへの入札が減少した場合、Google経由のCPM（インプレッション単価）が低下するリスクは存在します。
なぜセグメントを統合したのですか？	FY24-2Q（2024年度第2四半期）以降におけるサプライサイドのグローバル経営統合に伴い、広告プラットフォーム事業と海外事業を「広告プラットフォーム」という単一のセグメントに統合いたしました。統合後、国内事業と海外事業の間でのクロスセルが加速しており、現在は一本化された組織として事業を運営しております。また、海外事業のKPIについても、国内の広告プラットフォーム事業と合算し、グローバル基準（顧客数および顧客単価）として開示しております。
Geniee US（旧Zelto）について、CGU（資金生成単位）の変更に伴うのれんの減損リスクをどのように評価していますか？	2024年10月のグローバル・サプライサイド経営統合に伴い、製品開発・販売に関する意思決定権限、製品の所有権、組織体制、法人名、およびブランド帰属が変更されました。その結果、2025年度（FY25）以降、買収したGeniee US（旧Zelto）ののれん減損テストは、従来の「Geniee US単体」基準から、「グローバル・サプライサイド事業全体」の将来営業キャッシュフローに基づく評価へと移行します。回収可能性の評価はGenieeグループ全体のサプライサイド事業における将来キャッシュフローを考慮して行われるため、減損が発生する確率は低下したと考えております。

マーケティングSaaS事業に関するQA

© GENIEE, Inc.

マーケティングSaaS事業の増進の背景は何か	SFA/CRMを中心としたエンタープライズ層拡大によるアカウント数の増加と、満足度の高いカスタマーサクセスによる低解約率を維持していることが業績拡大に寄与しました。また、CHAT領域においても大手代理店と連携し、競合プロダクトとの比較においてパフォーマンスが高いことから当社プロダクトを大手クライアントに導入することで増進を継続しております。
マーケティングSaaS事業の黒字化状況について教えてください	マーケティングSaaS事業は、F2025の黒字化を目標としておりましたが、未達となりました。FY26については、上期実績を踏まえ、収益性を重視した事業推進及び構造改革によるコスト削減により、黒字化の見込みを維持しております。
エンタープライズ層の割合が増加しているとのことであるが、全体のMRRの何割位がエンタープライズ層の顧客か。また、どのようなプロダクトが多いか	当社サービスをARR10百万円以上利用している顧客層をエンタープライズ層と定義すると、当該顧客からのMRRが、全体の約50%を占めており、プロダクトで整理すると、SFA/CRM、CHAT、SEARCHのお客様が大半となっております。
SFA/CRM領域でエンタープライズ案件の拡大が進行しているとのことであるが、他社との優位性や差別化はどうか	エンタープライズの顧客レイヤーの場合、すでに社内のシステムが構築されているケースが多く、導入には一定の開発を伴うことが多いため、この段階で開発力がなかったり、開発対応のできないプロダクトはスクリーニングされます。一方、当社においては、クライアントの要望をプロダクトで実現する開発力を有すると共に、要件定義から保守に至るまで一貫してワンストップで対応できる体制があるため優位性があります。また、どのプロダクトに関しても共通しておりますが、当社はコストパフォーマンスを重視しており、同一機能を有する大手外資系のプレイヤーに対して半分から2/3の価格で提案できるところも競合優位性の一つです。
解約率は突発的に上昇することがありますが理由は何ですか	前提として、解約率はアカウント数ベースで算出しております。そのため、アカウント数の多いお客様においては、1社の解約が発生した場合でも解約率に与える影響が相対的に大きくなります。これまで発生した解約は主として個社事情によるものであり、そうした特殊要因を除くと、解約率は概ね0.5%を下回る水準で推移しております。

JAPAN AIに関するQA

© GENIEE, Inc.

JAPAN AIはIPOを目指しているのか	外部のVCから資金調達をしており、上場を目指しております。上場時期に関してはある程度目途が立った段階で公表いたします。また、上場のタイミングで現在50%超保有している潜在株を顕在化し、再度連結子会社とする想定でおります。
すぐにJAPAN AIを連結対象としない理由は何か	生成AI領域の技術変化は著しく、短期間で新たなアップデートが起きること、また生成AI領域に参入する競合企業も多いことから、早期に資金調達を行い、エンジニアやビジネス領域の採用や販促費、M&A等に積極的に投資をする必要があります。結果として、売上収益の成長がYoYで5倍超など事業自体は非常に好調でありますが、初期段階においては、PL上足元は赤字となる想定です。それがグループ業績に与える影響を鑑み、またJAPAN AI社を早期に成長させるために現状は連結対象外としております。
JAPAN AIとGENIEEのシナジーはどのようなものが期待できるか	GENIEEのプロダクトの機能アップデート、特にAI×SaaS領域のシナジーは高く、一例としてAI SPEECHからSFAへ商談の議事録連携、ネクストアクション設定までを自動化する等の事例があります。またJAPAN AI AGENTによる社内AXの推進による従業員の工数削減や、JAPAN AIで増えてきているエンタープライズ顧客からのSaaSのクロスセル機会の創出なども進んでいます。
JAPAN AIの強みは何か	1点目は技術力で、RAGの精度が高くAIの作業・レスポンスの精度の高さにつながっています。2点目はクライアントに対する伴走力で、生成AIを導入する際課題になるのは現場がどのように活用したらいいか戸惑うケースも多い中、丁寧に伴走することで高い評価をいただいています。3点目は実務貢献度の高いプロダクト群で、特にAIエージェントをリリースしてからは顧客が欲しいプロダクトとしてフィットしてきており、エンタープライズ企業での導入も大きく増加しております。
JAPAN AIの外部からの資金調達状況は	2026年5月に株式会社SMBC Edge、ニッセイ・キャピタル株式会社を引受先として総額11億円を調達しております。また、8月に株式会社大塚商会と資本業務提携契約を締結し、第三者割当増資による大塚商会外がJAPAN AIの新規株式発行を取得する形で資金を調達しております。

ソフトバンク社自己株取得に関するQA

© GENIEE, Inc.

なぜ種類株式を発行する必要があるのか	自己株式の取得（49.5億）は純資産のマイナスとなるため、純資産を維持するためには純資産を積み増す必要がありますが、普通株式の発行は、株価を大きく下げることになるため、普通株式とは異なる資本性の種類株式を発行する必要があります。
業績が悪化し、株価がさらに下落した場合はどのようになるか	みずほ銀行側は転換価額は933円となっており、転換すると損をするため、優先配当を受領し続けると思われます。業績悪化している場合には、内部留保の蓄積ペースも落ちるため、子会社から配当等も含めて最大限内部留保を蓄積し、2年後以降の買取原資を積み上げ、買取を実施していきます。
普通株式への転換はどういう場合に、起きるのか	基本的には金融機関も普通株式への転換権の行使は、想定しておらず、買い取りがメインストーリーです。メインストーリーから外れる場合には、取得から3年後以降で、株価が933円を超えて、キャピタルゲインをとれる状況の場合に、当社が何らかの事情で買い取れない場合に、普通株式への転換が起こる可能性があります。
ソフトバンク社との今後の関係性はどのようになるか	今回の自己株式の取得により資本提携関係は解消いたしますが、業務提携に関しては引き続き継続しており、広告プラットフォーム事業におけるソフトバンクグループのLINEヤフー社との取引は継続する見込みです。
ソフトバンク社から取得した自社株式はどのように使うのか	今回取得した自己株式については、次の使途で活用することを想定しております。 ①事業協業先への譲渡 ②株式交換等のM&A ③利益による消却
業務協業先への譲渡はどのような先を想定しているか	当社の事業上のシナジーがある先が中心であるものの、広く当社の時価総額増大に対してメリットのある先であれば、広く協業先を考えております。いずれも長期投資可能な先を前提として考えております。

M&Aに関するQA

© GENIEE, Inc.

今後もM&Aを積極的に行っていくのか	当社は持続的な高成長を掲げ、オーガニックな成長に加えて、パーパス達成のために必要なM&Aを積極的に進めています。なお、内部統制・管理体制に大きな変更を伴わない案件は、適宜実施する可能性があります。
ソーシャルワイヤー社の買収に関しては、49%持分の取得しているが、なぜ子会社化できるのか、また、その場合売上や利益はどのように計上されるのか	当社はIFRSを採用しており、IFRSに基づき連結決算を行っております。このため、連結子会社の判定もIFRSの実質的に支配しているかどうかの観点で行います。本件においては前提として取締役過半数の同意を条件としており、このため実質的な経営意思決定を当社が支配できる点を考慮し、連結子会社としています。なお、当期純利益までは100%ベースで連結し、親会社持分に帰属する当期純利益は49%持分のみを計上致します。
HypersonicやBST（ビジネスサーチテクノロジ）、CATSを吸収合併しているが、吸収合併した理由は何か	既にプロダクトの連携や相互の顧客基盤を活用した営業活動の推進に加え、製品企画・開発等の事業シナジーの創出活動を推進しておりますが、この度、経営資源の集約、業務効率化及び意思決定の迅速化を目的として、両社を吸収合併することといたしました。

その他QA

© GENIEE, Inc.

今後IRを積極的に行うということであるが、具体的にはどういうことを行っていくのか	①決算説明資料のブラッシュアップに関し、投資家様の要望を取り入れながら、KPIと当社戦略の紐づきの解像度を高められるように定量化していこうと考えております。加えて、当社の競争優位性に関するポイントもより明確に記載していきます。 ②媒体露出やnoteを通じ事業解像度を理解して頂くための積極的な情報提供をしていきます。
事業ポートフォリオは今後どのようになるか	ソーシャルワイヤーの買収により、新たにデジタルPR事業が新設され、大きな事業ポートフォリオを形成するとともに、海外事業が広告プラットフォーム事業に吸収されました。その結果、広告プラットフォーム事業が最大のシェアではありますが、成長率の高いマーケティングSaaS事業が拡大することで、将来的には広告プラットフォーム事業の売上高水準と同程度の水準まで高まっていくと想定しております。
JAPAN AIについて、持分法適用会社となった背景と今後のジーニーグループにおける位置づけはどうなっていくのか	JAPAN AIは「AIで持続可能な未来の社会を創る」ことをパーパスに掲げ、生成AIの分野で、マーケティング領域に限らず、あらゆる領域における課題解決に取り組む企業体です。この課題解決を競合他社よりも早く実現させるため、エンジニア、ビジネス人材を確保し、迅速な組織構築を進める必要があり、2024年7月末、2025年8月に外部VC等よりエクイティファイナンスを実行致しました。その結果、2024年7月に持分法適用会社となりましたが、当社代表の工藤はJAPAN AIでも代表を継続しており、また、潜在株式を含むベースでは2025年8月時点でも50%超を当社が引き続き保有しており、当社グループのDXの中核的な位置づけを今後も維持していきます。
ピアラ社との業務提携の位置づけはどのように考えているのか	ピアラ社は元々当社のお客様でもあり、特にCHATやANALYTICS、及び新たにローンチしたCDPやSFA/CRM、JAPAN AIとの連携可能性が高いと考えており、当社グループと事業連携を図ることで両社の業績にとってメリットがあると考え、業務提携を行うことと致しました。
FCE社、ブランディングテクノロジー社等複数の企業と資本業務提携をしているが、どのような狙いがあるか	当社及びJAPAN AIのプロダクトやサービスを提供することで、より高い付加価値の提供が実現できる可能性がある場合には、資本業務提携を締結しております。具体的には、協業先に当社グループのプロダクトをご利用いただく、あるいは当社グループのプロダクトをOEM提供し、協業先の顧客へ導入頂く等の取り組みにより、連携を深めていきたいと考えております。

参考資料

GENIEE

2027年3月期 | 第2四半期決算説明資料

会社概要

© GENIEE, Inc.

社名	株式会社ジーニー（GENIEE, Inc.）
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 ／ デジタルPR事業
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
代表者	代表取締役社長　工藤 智昭
役員	取締役 澤田 貴司（社外） 藤原 彰二（社外） 越水 遥（社外） 監査役 稲毛 裕一（常勤・社外） 轟 幸夫（社内） 澤野 正周（社外）
スタッフ数	816名（連結、2026年3月末現在)
設立年月日	2010年4月14日
資本金	100百万円（2026年3月末現在)
決算期	3月



早稲田大学大学院（理工学研究科）で、
AIと検索エンジンなどの研究室に所属。

株式会社リクルート（現 株式会社リクルートホールディングス）へ入社し、
新規事業開発を担う。

2010年4月 株式会社ジーニーを設立、
代表取締役社長に就任。
2023年4月 JAPAN AI株式会社を設立。

Purpose

© GENIEE, Inc.

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

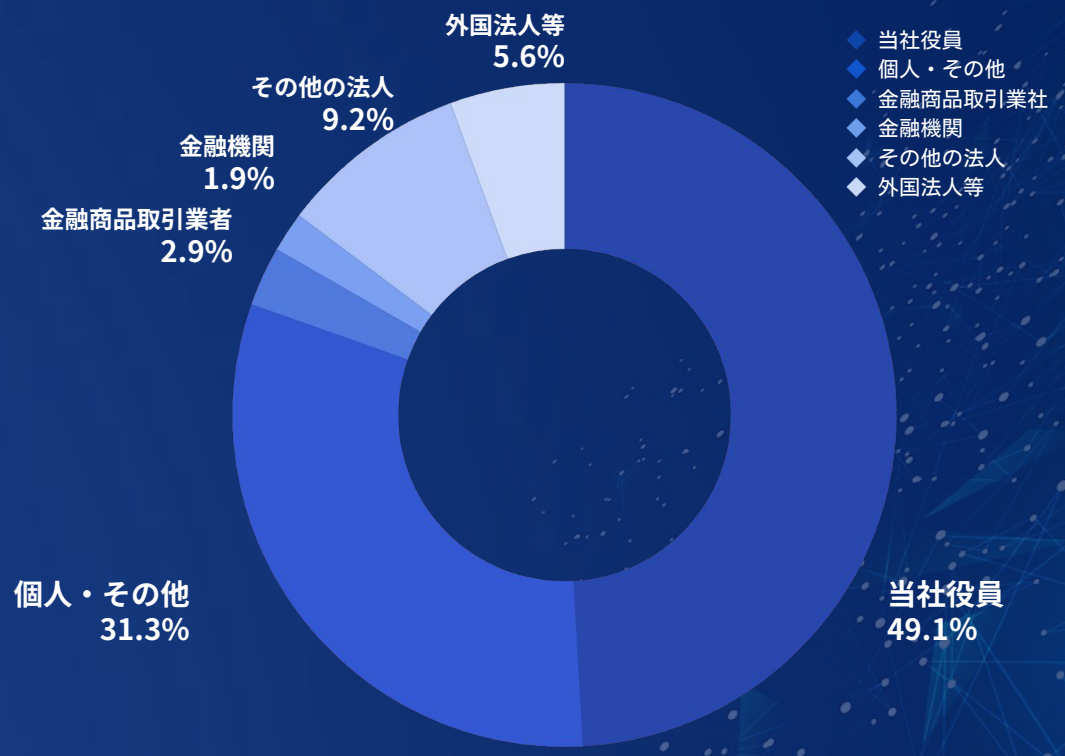
株主の状況（2026/9末現在）

© GENIEE, Inc.

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	49.1
ディップ株式会社	902,820	6.8
ＮＩＣＥ ＳＡＴＩＳＦＹ ＬＩＭＩＴＥＤ	402,000	3.0
吉村 卓也	326,800	2.5
五味大輔	210,300	1.6
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	183,000	1.4
吉田泰佳	181,000	1.4
田中幸夫	177,300	1.3
熊木丈	135,000	1.0
楽天証券株式会社共有口	131,500	1.0

株主構成



※１：自己株式については上記大株主からは除いております。
※２：所有株式に係る議決権の個数が多い順に上位10名を掲載しており、2024年7月31日にみずほ銀行へA種優先株式を10,000,000株発行しました。

デジタルマーケティングの全体像

© GENIEE, Inc.

顧客が商品を「認知」してから「優良顧客」に至るまでフェーズごとに複数の施策・プロダクトを活用している



施策例

- SEO
- Web広告
- チラシ/DM
- UX改善
- メルマガ
- チャット
- SMS通知
- アンケート
- NEWS配信
- 解約阻止
- TV CM
- 交通広告
- 屋外広告
- Web接客
- 購買促進
- LINE登録
- 会員登録
- クーポン

マーケティングにおける課題

© GENIEE, Inc.

フェーズごとに複数のツールを使いわけることが求められており、マーケティング業界にはツールや事業者が氾濫
企業のマーケティング活動が複雑化・非効率化



一般的な課題

業務効率

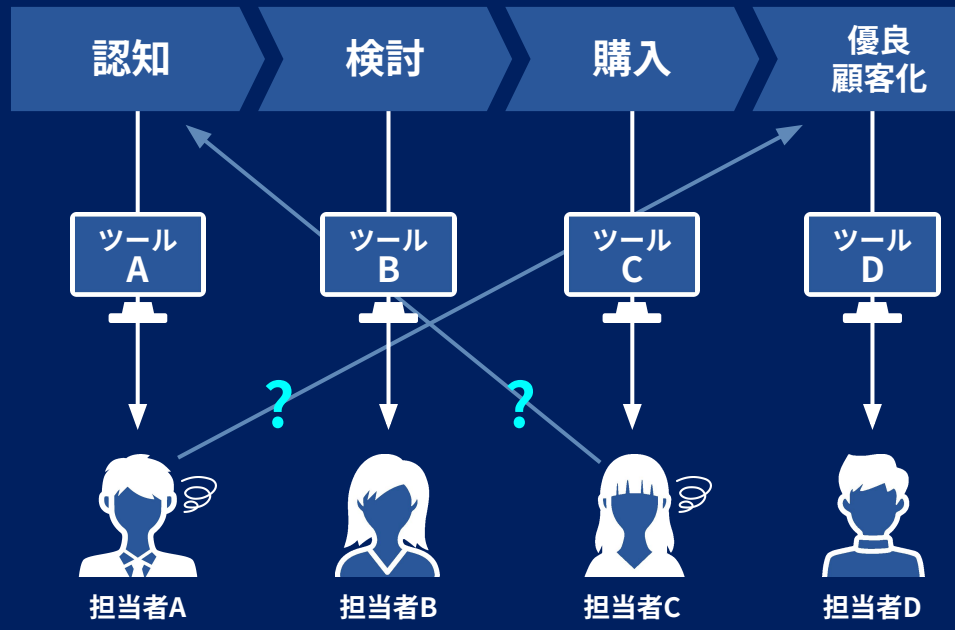
- 打ち手を実施するための労働集約的な業務が発生（手動広告運用やデータ統合/分析など）
- 複雑なマーケティングツールを利用する非効率

コスト

- 複数事業者を利用するため中間マージンやコミュニケーションコスト、開発コストが発生
- 個々のプロダクト活用のための知識習得、社内教育などハードルが高い

施策効果

- マーケティングツール間や社内システムとの連携ができず、効果を最大化できない
- フェーズごとに施策の担当者が異なり、部分最適な施策となる（例：「認知」領域の課題は「購入」フェーズのマーケティング施策担当者には見過ごされてしまい、本質的な課題解決ができない）

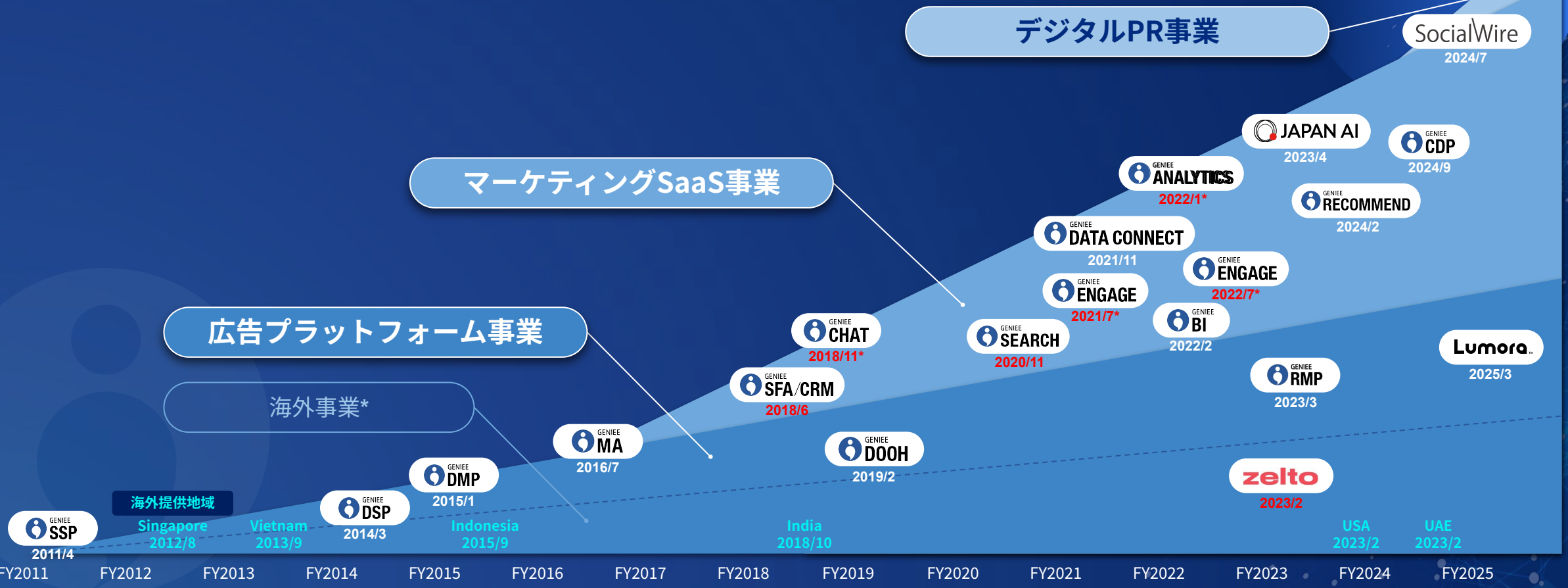


事業推移

© GENIEE, Inc.

2010年に広告プラットフォーム事業の開始。2016年度に国内トップクラスの規模へ
2016年からは、マーケティング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始め、2023年にGeniee US（Zelto）を買収したことで、海外売上収益割合が大きく向上
2024年にソーシャルワイヤー社を第三者割当増資により子会社化し、デジタルPRセグメントを新たに新設

売上総利益(FY25)
98億円



※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。また、株式会社CATSのプロダクトはGENIEE ANALYTICSにブランド統合されている。海外事業はFY2025より広告プラットフォームに統合。

TOPICS 「JPXスタートアップ急成長100指数」構成銘柄に選定

© GENIEE, Inc.

当社株式は、株式会社ＪＰＸ総研が算出する、新興企業の成長性に着目した株価指数

「JPXスタートアップ急成長100指数」の構成銘柄に選定されました。

JPX Startup 100

［JPXスタートアップ急成長100指数］

日本を代表する高成長スタートアップ100社で構成される株価指数



［選出方法］

東証グロース市場に上場する銘柄および東証グロース市場からの市場変更後一定期間の銘柄を対象に、（1）売上高成長率（前期比20%以上）または（2）時価総額成長率（1年又は半年前比倍増）のいずれかの条件を満たす銘柄を抽出。そのうえで、選定基準日が属する月の平均上場時価総額が大きい順に、100銘柄を選定

TOPICS　経営体制

© GENIEE, Inc.

JAPAN AIの成功もあり、当社の採用力が中途・新卒ともに確実に向上している。専門性の高いハイレイヤー人材の参画が進むとともに、当社事業に深い知見を有する生え抜きメンバーとの融合により、高度な専門性を備えた経営体制の構築が着実に進展。



ジーニーグループCEO
工藤 智昭

事業推進



矢田 峰之
常務執行役員 兼
ソーシャルワイヤー株式会社
代表取締役社長



井上 翔志郎
常務執行役員



松田 昌也
サプライサイド事業部
プロダクトマネジメント部
部長



大瀧 直文
サプライサイド事業部
グローバル事業統括本部
部長代理



臼井 泰之
JAPAN AI カスタマーサクセス
カスタマーサポート部
本部長



北原 圭一郎
デマンドサイド事業部
COO



大山 泰生
デマンドサイド事業部
デマンドサイドビジネス
営業責任者



飯田 海道
執行役員 兼
JAPAN AI株式会社 CMO

開発



Yuyang Lan
執行役員
兼 JAPAN AI株式会社 CTO



中村 利之
執行役員
兼 ソーシャルワイヤー株式会
社 取締役CTO

コーポレート



佐藤 直樹
管理部 部長

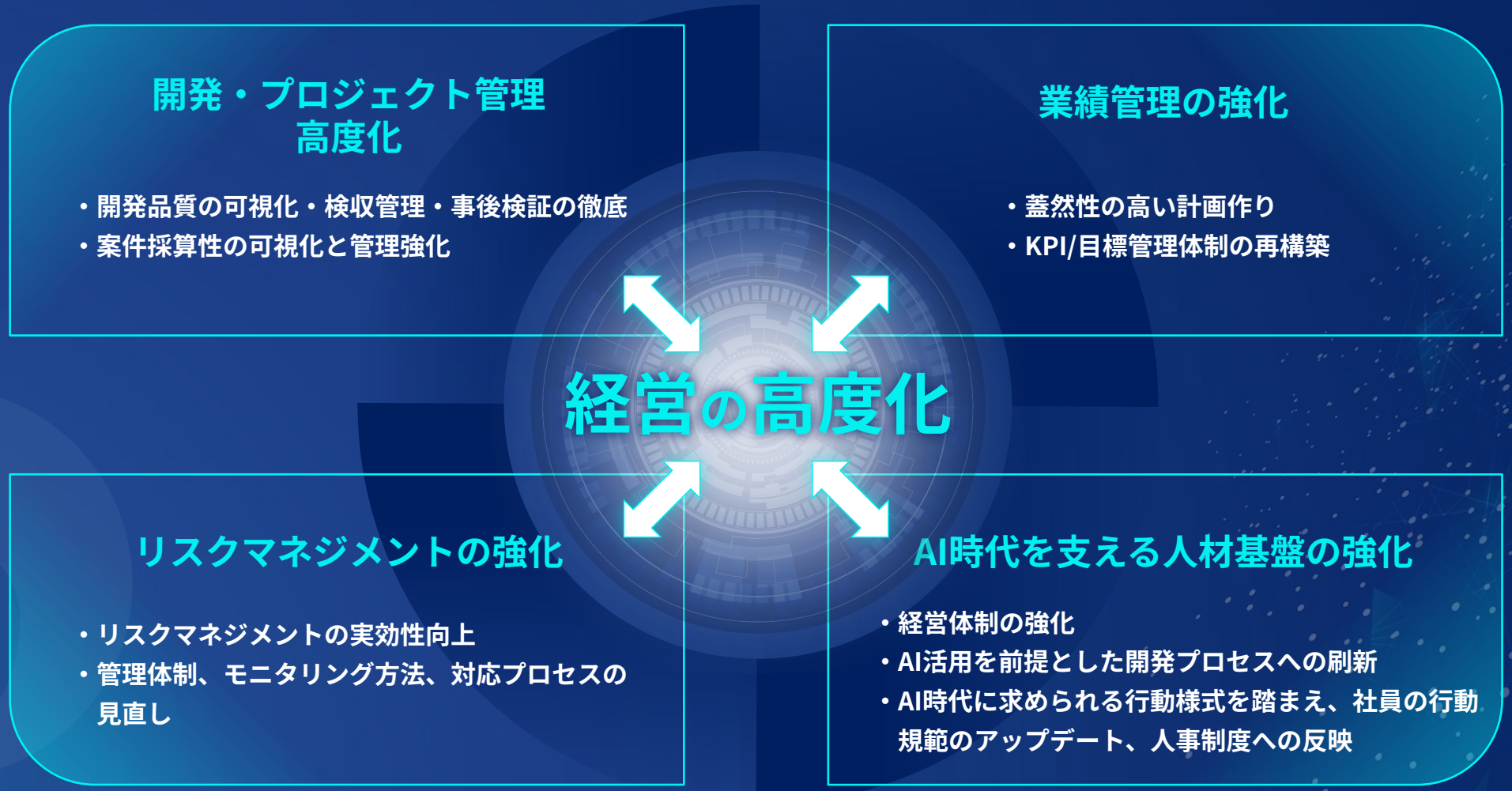


前田 康太郎
投資戦略部
部長代理

TOPICS　経営の高度化に向けた取り組み

© GENIEE, Inc.

FY2025は、各種課題が発現したことを踏まえ
経営体制・管理体制をアップデート。外部専門家の助言も得ながら、持続性・再現性の高い成長基盤の構築



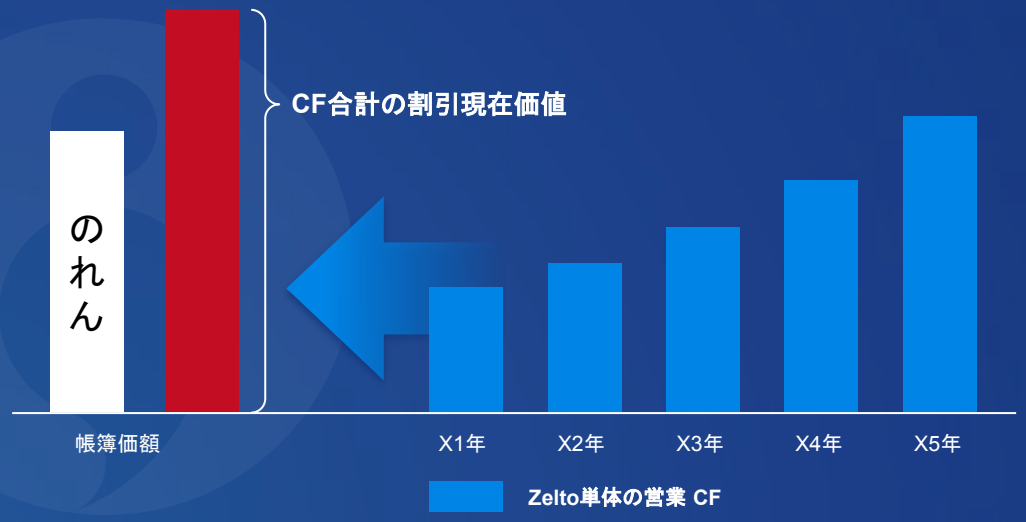
TOPICS　FY25以降のGeniee US（旧Zelto）の減損判定単位について

© GENIEE, Inc.

のれんや固定資産は、概ね独立したキャッシュ・フローを生み出す最小単位（以下、CGU）で資産をグルーピングし、当該グルーピングされた単位で将来の営業キャッシュフロー(以下、営業CF）を集計し、その回収可能性を判定（のれん＞営業CF合計の割引現在価値⇒減損）
サプライサイドのグローバルの経営統合を受け、プロダクトの開発・販売に係る意思決定主体、組織体制、ブランド帰属主体が変更し、買収したGeniee US（旧Zelto）に係るCGUが「Geniee US（旧Zelto）単体」から「グローバルサプライ全体」に変更。これに伴い、**Geniee US（旧Zelto）買収により生じたのれんの減損リスクが大幅に減少。**

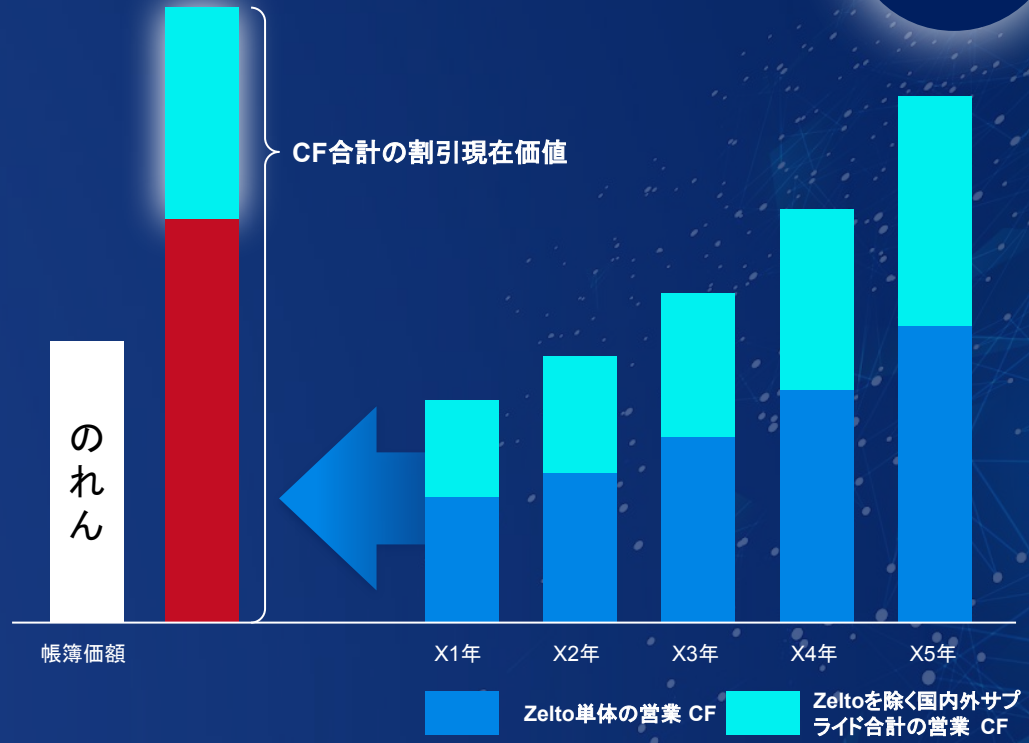
Geniee US（旧Zelto）単体で判定

Before
FY2024



グローバルサプライ全体で判定

After
FY2025

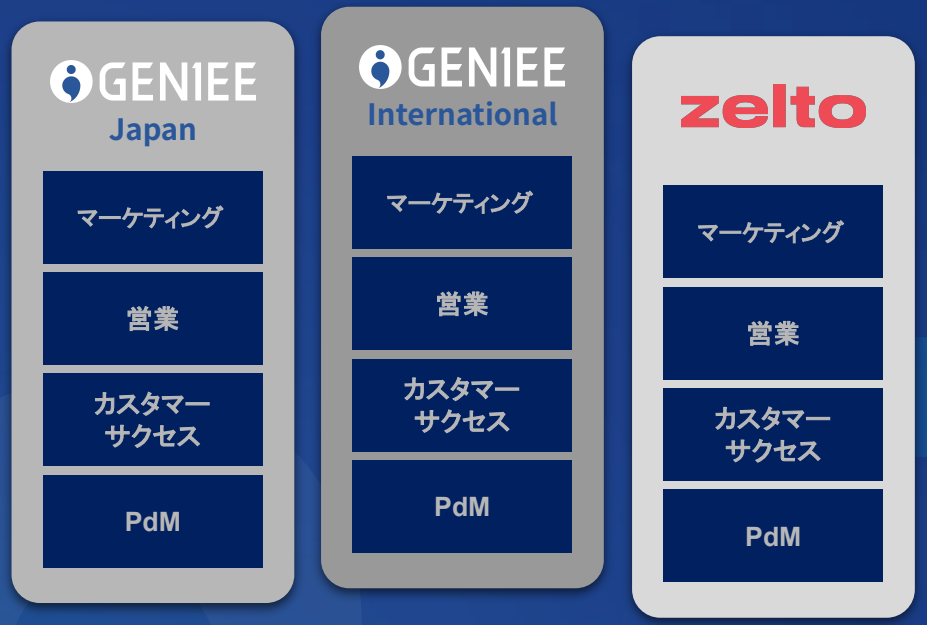


TOPICS 国内外のSSP事業のグローバル統合

© GENIEE, Inc.

24年9月より、国内SSP事業と海外SSP事業（Geniee US含む）について、組織体制およびオペレーションを統合
各機能別組織の業務フローをグローバルレベルで標準化し、PMIの進捗を加速化
競合優位性の高いGeniee US（旧Zelto）のプロダクトを国内でも積極的に販売開始するなど、プロダクト販売も統合

Before



- 各法人・拠点ごとに組織が構築されており、業務フローやサービス品質にばらつき
- Geniee US社の意思決定が複雑化、PMIにおける遅延の要因に

After



- 組織をグローバル体制に一本化。オペレーションやプロダクトのベストプラクティスをグローバルに展開
- 法人・拠点ごとではなくジーニーグループとしての最適な意思決定を迅速に行うことが可能になり、PMIを加速化

TOPICS　事業セグメント変更について

© GENIEE, Inc.

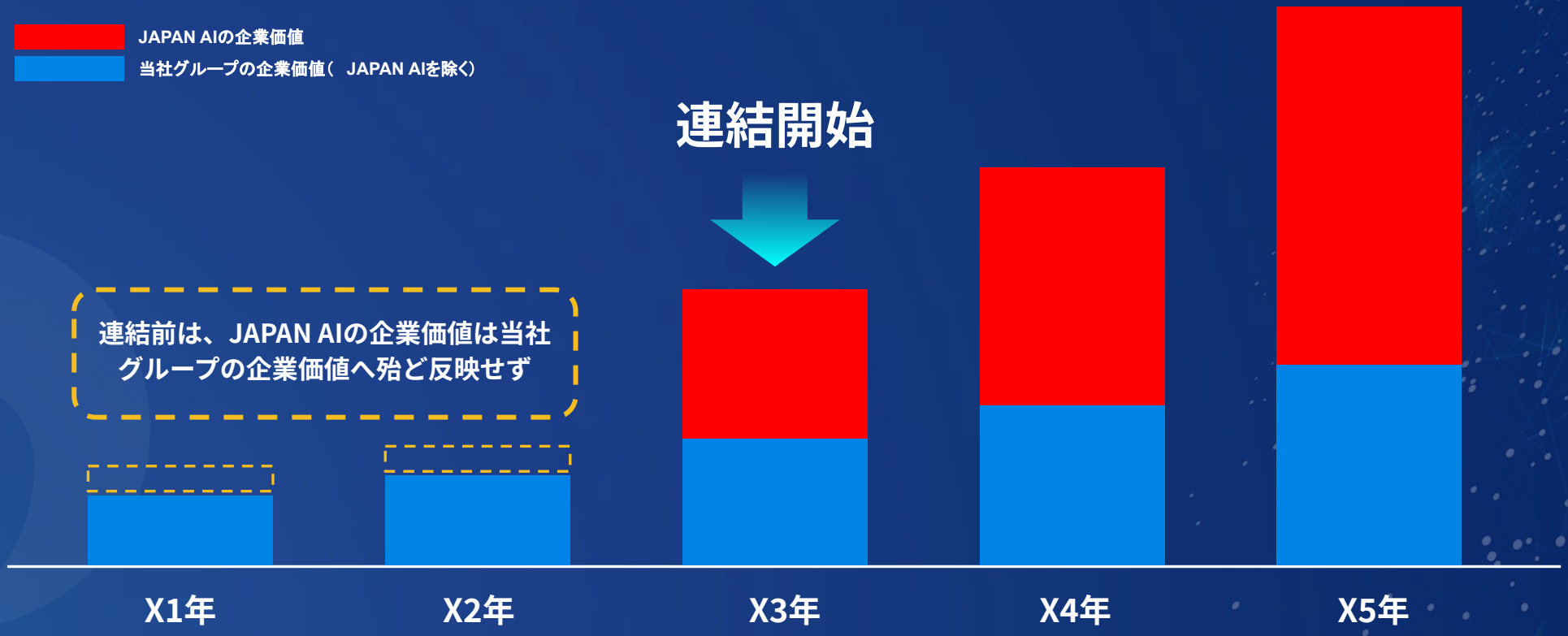
FY24-2Q以降のサプライサイドのグローバルの経営統合を受け、広告プラットフォーム事業と海外事業を統合し、「広告プラットフォーム事業」へ
サプライサイドのグローバル統合以降、国内広告プラットフォーム事業と海外事業間で国内外でのクロスセルが頻繁に



JAPAN AIの当社との企業価値に関する影響

© GENIEE, Inc.

2025年9月末現在、当社はJAPAN AIの持分の5.88%を保有しており、IFRS上、当社は同社に対して重要な影響力を保有しているため持分法を適用
従って、顕在持分割合の損益が企業業績に反映されており、連結子会社化する前の状況において、当社の企業価値への影響は乏しい。
但し、2025年9月末時点において、当社は同社の株式を潜在株ベースで50%超保有しており、一定の条件の下、新株予約権を行使可能。
仮に、新株予約権行使によって当社の同社持分比率を50%超とし、連結子会社とした場合には、連結業績に100%で取り込まれ、売上高、売上総利益、営業利益、当期純利益が増大*。なお、連結時において、一過性損益が生じる見込み。
現時点においては、当社とJAPAN AIは各々で事業活動を行うことがそれぞれの企業価値最大化にとって最善であると判断し、当社はJAPAN AIを持分法適用会社としている。*同社に対する非支配株主持分部分は、親会社株主に帰属する当期純利益で控除



次の成長フェーズに向けた組織再編・業務改革

© GENIEE, Inc.

25年10月より、組織体制およびオペレーションを統合し、AD事業統括本部とSaaS事業統括本部の体制へ変更
両統括本部は工藤CEOが直接管掌し、施策の実行性を強化。各機能別に責任者を配置し、推進体制強化と業務効率化を推進

Before
(プロダクト別組織)



個々のプロダクトの拡販には適すもPMFと高度化が進む中
業務の重複、顧客情報の連携不備等による機会損失等が課題に

After

機能別組織化

AD統括本部
- サプライ＆デマンド
- マーケティング
- 営業
- カスタマーサクセス
- 開発

SaaS統括本部
- SMB / エンプラ
- マーケティング
- 営業
- カスタマーサクセス
- 開発

＋

AX・DX推進

JAPAN AI

- 業務プロセス強化
- AI AGENTを活用
- 汎用・共通業務

各機能の業務を整理し、
DXチーム主導でAI AGENT化

顧客情報の共有・業務統合・各プロダクトの一括提供可能な体制による効率化
さらにJAPAN AIとの組織連携・AIによる業務自動化、プロダクトのバリューアップを実施

JAPAN AIからの送客＋新体制効果で
リード数20%～増

共同出展等の効率化で
SaaSの展示会にかかる
販促費50%～削減

CS業務のAGENT化による
品質向上＆約20%の省人化

(いずれもFY2025下期の期待効果)

優位性サマリ

© GENIEE, Inc.



圧倒的に

費用対効果が高い

プロダクト

※競合優位性の詳細についてはappendixをご参照ください

競争優位性｜費用対効果を高める３つの要素

© GENIEE, Inc.

顧客の **費用対効果（＝①顧客提供価値／②顧客の支払対価）** の最大化させるための当社の競争優位性

経営管理

複数事業のアセットやブランドを統一・相互利用し、高成長を下支えするテクノロジー企業の経営スタイル

- 複数事業部がシナジーを発揮しコスト効率に優れた事業運営を実施
- Value経営を浸透させ、経営人材や事業開発人材を多数採用・育成
- 積極的なM&Aの実行と早期にグロースさせるPMIを実現するノウハウ

特に②の引き下げに機能

テクノロジー

国内有数の技術力を有し、生成AIソリューションをマーケティングツールへ実装

- 国内有数の技術力を有し、顧客提供価値の高いプロダクトを多数自社開発
- 複数事業に蓄積された全社データを統合・活用し、各プロダクトにAI機能を実装

特に①の引き上げに機能

ビジネス

社内の組織能力を高める仕組みの確立、効率的な事業運営とオペレーションエクセレンスを実現

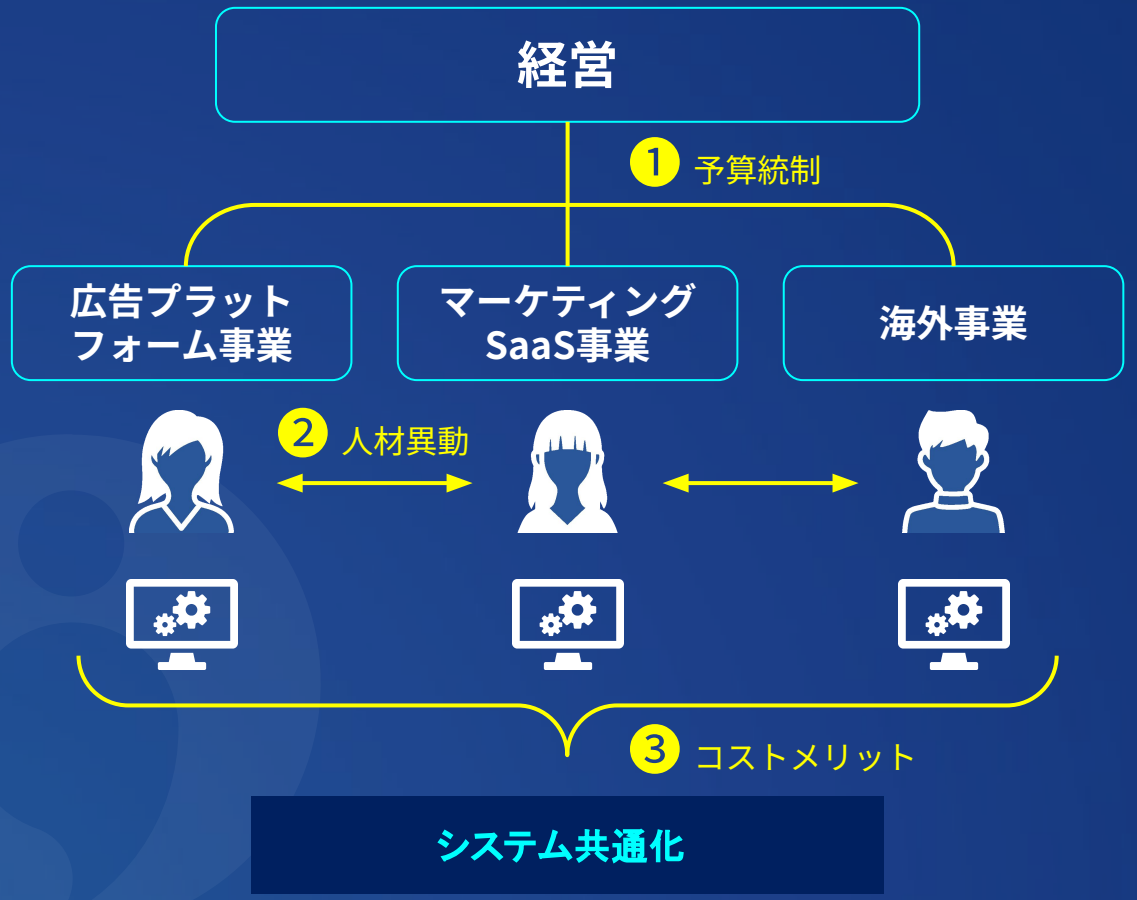
- プロダクトマネージャーを多数採用・育成
- 自社開発の営業管理ツールを全社導入しデータドリブンな管理体制を構築
- プロダクトの定着支援による低い解約率

①の引き上げ、②の引き下げ両方に機能

経営管理の優位性｜事業間シナジー

© GENIEE, Inc.

複数事業部がシナジーを発揮しコスト効率に優れた事業運営を実施
経営コストの削減により、顧客に価格を上乗せせず安価なプロダクト提供が可能（顧客の支払対価削減）



❶予算統制

最適な予算調整をする経営体制。経営が各事業部の予算状況や計画達成状況を一元把握。状況に応じて、全社最適で機動的な予算配分や調整を行う仕組みがある。販管費の効率的な運用により全社コスト削減

❷部署横断の柔軟な人材異動

部署間の人材の異動が柔軟であり、人材の補充を機動的に実施。効率的な人材配置により、余分な採用コストを抑制

❸コストメリット

サーバー等のシステムを各事業共通化することで、システムの利用代や仕入れ価格のボリュームディスカウントが可能。複数事業経営のコストメリットを創出

経営管理の優位性｜人材採用や育成

© GENIEE, Inc.

- **Value経営を浸透させ、経営人材や事業開発人材を多数採用・育成**
- **高成長事業を複数創出しており、費用対効果の高いプロダクトを創出するための利益の源泉に**

Value経営

- Value（価値観、文化）の浸透。事業が多角化し組織規模が拡大したとしても共通の価値観のもとスピーディーに連携ができる企業文化。評価制度に反映することで浸透を実施
- 中でも、CommitmentとOwnershipという業績達成にこだわるValueは社風として根強い

採用力

- 業界最高水準の報酬を設定。企業価値向上のインセンティブを設計
- 複数の高成長事業に裁量を持って携わる環境、AIなど先端技術に触れる機会が採用の優位性
- 上場企業CXOクラスの経営幹部人材多数採用

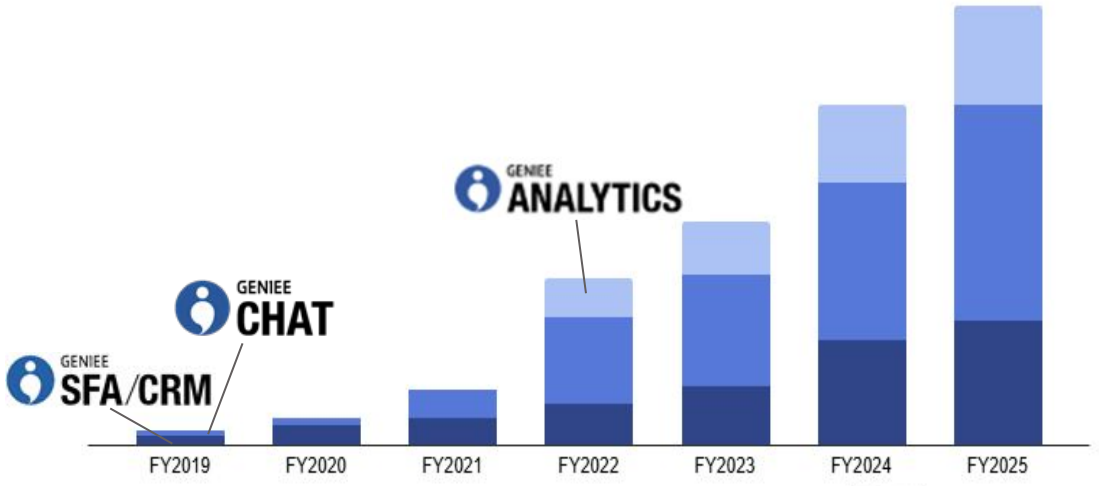
育成

- 買収した事業をグロースさせる経営人材の育成。買収事業へのアサインメントによるOJT、柔軟な事業部間異動によるナレッジの相互共有により育成

主要SaaSプロダクト｜M&A後のPMI実績

© GENIEE, Inc.

- 買収事業において年率30%以上の高成長事例が多数
- GENIEEグループの技術力や顧客基盤を活用し、業界No1のプロダクトを開発し成長率No1の事業にする



（百万円）

	ARR推移							買収時からの成長率
	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	CAGR
SFA	75	159.1	215.7	325	474.4	832.8	984.9	53.60%
CHAT	39	53	222.6	690.3	880.8	1252.3	1,705.6	87.70%
ANALYTICS	ー	ー	ー	307.3	420.9	616.3	784.7	36.68%

❶ 既存顧客へのクロスセル

- ジーニーの膨大な既存顧客層に対しクロスセルを実施し急成長
- 3年でアカウント数百%成長の事例あり

❷ プロダクトの価値向上

- PMI初期からプロダクト開発/エンジニアメンバーをアサイン
- 高い技術力を強みに、競合プロダクトをベンチマークし、プロダクト刷新・機能拡充を実施

❸ 経営管理やPMIノウハウ

- 経営及び開発方針の統合と事業管理体制を整備しつつ、サービスの増販体制構築を積極的にサポート
- 買収先経営陣及びメンバーに対するインセンティブプランの設定

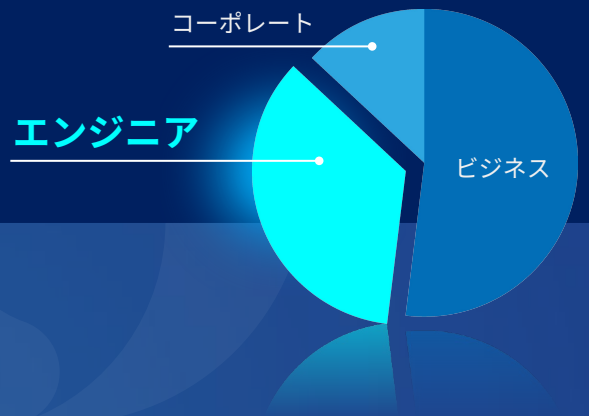
テクノロジーの優位性｜技術力

© GENIEE, Inc.

- 国内有数の技術力を有し、顧客提供価値の高いプロダクトを多数自社開発
- 生成AIソリューションをマーケティングツールへ実装しプロダクト価値が飛躍的に向上(顧客提供価値の引き上げ)

日本有数の技術力を有する エンジニア人材

- 全従業員の約35%がエンジニア/プロダクト企画職
- コンピューターサイエンスの修士号or博士号を有するエンジニアが多数在籍
- 他社ベンチャーCTO/ビッグテック出身者等複数在籍



膨大なビッグデータと 国内随一のAI技術を実装

- 国内No1規模の広告配信プラットフォームを自社開発。1秒間に数十万件の広告配信に耐える膨大なデータ処理技術、機械学習を活用した広告運用の自動化
- 世界トップクラスの音声認識/画像生成技術を研究開発。マーケティング活動の生産性を劇的に向上



世界大手テクノロジー企業との 強固なアライアンス

- LINEヤフー社のマーケティングソリューションに技術支援を行う「Technology Partner」に認定
- Google Cloud Build 認定パートナー。ビッグデータ活用やAI開発に強み



※ Google Ad Manager/AdSense等広告ソリューション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

テクノロジーの優位性｜AI開発

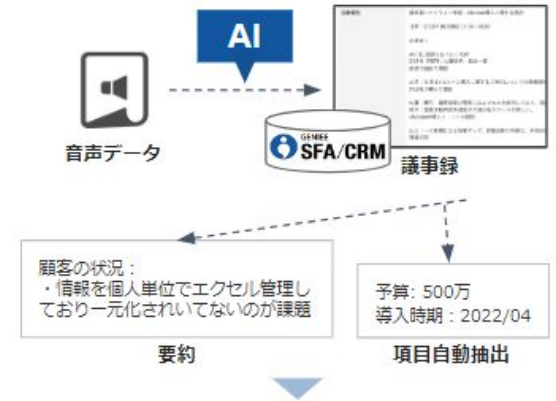
© GENIEE, Inc.

- 複数事業に蓄積された全社データを統合/活用し、各プロダクトにAI機能を実装することが可能
- 先端AI技術で**プロダクトのパフォーマンスを底上げ**（顧客提供価値の引き上げ）

JAPAN AI × GENIEE SFA/CRM

AI要約・自動抽出

音声議事録→AIで要約・項目抽出で
入力負荷の低減 や
マネージャーの確認工数削減 を実現



営業担当

オンライン商談の音声データを文字に起こし、AIが情報を自動で抽出して、SFAのレコードに登録
営業担当が営業活動に集中できる仕組みを作る

AI受注予測

AI技術を用いた予測で
営業活動の最適化を実現



営業担当

蓄積された実績情報を元にAIが独自に売上や顧客の行動を予測。未来の予測情報から先回りして最適な営業戦略立案可能に

ネクストアクションレコメンド

営業プロセスを仕組化・自動化する
ネクストアクションのレコメンド



営業担当

営業プロセスを推奨アクションとして自動化
＆商談状況に応じてレコメンド
マネジメント工数の削減も可能に

© GENIEE, Inc.

JAPAN AI ・AI AGENT機能をリリース、急成長中



TOPICS 「JAPAN AI AGENT」について

GENIEE
© GENIEE, Inc.

**ChatGPTが2022年11月にリリースされ、
今は「AIエージェント」の時代へ**

Open AI社が発表した【AGIへの進化レベル】

- **レベル：1** チャットボット — 言葉の意味を理解し、返答を行う会話型AI（従来のChat-GPTや法人向け生成AIサービス）
- **レベル：2** 推論者 — 人間レベルの問題解決能力を持つAI（o1モデル等）
- **レベル：3** エージェント — 自ら考え、行動を起こせるシステム（JAPAN AI AGENT）
- **レベル：4** 革新者 — 発明を支援できるAI
- **レベル：5** 組織マネジメント — 組織の業務を遂行できるAI

単なる会話型AIから、
「自分で考えて、行動を起こすAI」へ進化

▼現時点で「JAPAN AI AGENT」ができること（例えば、こんなタスク）

WEBから情報収集 → Excelデータに加工 → 分析作業 → PowerPointに加工 → メール送信



GENIEE × JAPAN AI

①両社間で相互クロスセル・プロダクト連携を実施し、プロダクト拡販が加速
- GENIEE SFA/CRMの既存顧客へJAPAN AIをクロスセル提案
（某大手セキュリティメーカーにおいて、営業アポ議事録をAIが自動で録音/要約、GENIEE SFA/CRMに自動記録する連携）
- JAPAN AI社の既存顧客へジーニープロダクトのクロスセル実施（製薬会社、人材紹介会社..）

②当社内にもAI AGENTを導入し、業務のDX化がスタート
- 営業向け企業調査AGENT、エンジニアリング支援、プロダクト要件定義 etc...

将来的に 当社が提供しているサービスと連携して広告運用や SaaSを使ったオペレーションをパッケージ化して「 JAPAN AI AGENT」に作業をさせる ▶ **利用者の作業工数削減**

ビジネスの優位性｜プロダクト企画

© GENIEE, Inc.

- プロダクトマネージャー（PdM）を多数採用・育成
- 費用対効果の高いプロダクトを開発し中長期的な競争優位を構築する体制



プロダクトマネージャー（PdM）について

■ PdMとは？

- プロダクトの価値向上に責任を持つ職種。ビジネス/エンジニア/顧客の間に立ち、全方位的に幅広い役割を担う
- プロダクトを主軸に据えるテックカンパニーにおいては重要な職種であるが、日本企業には設置事例や、市場に人材が少ない

■ GENIEEの状況

- PdMを数多く採用/登用し、各プロダクトごとにPdMを配置。事業成長のドライバーとしてプロダクトの費用対効果を高め続ける組織体制
- PdM勉強会、プロダクト改善に特化した社内会議等を通じた全社的なナレッジの共有と育成

ビジネスの優位性｜営業

© GENIEE, Inc.

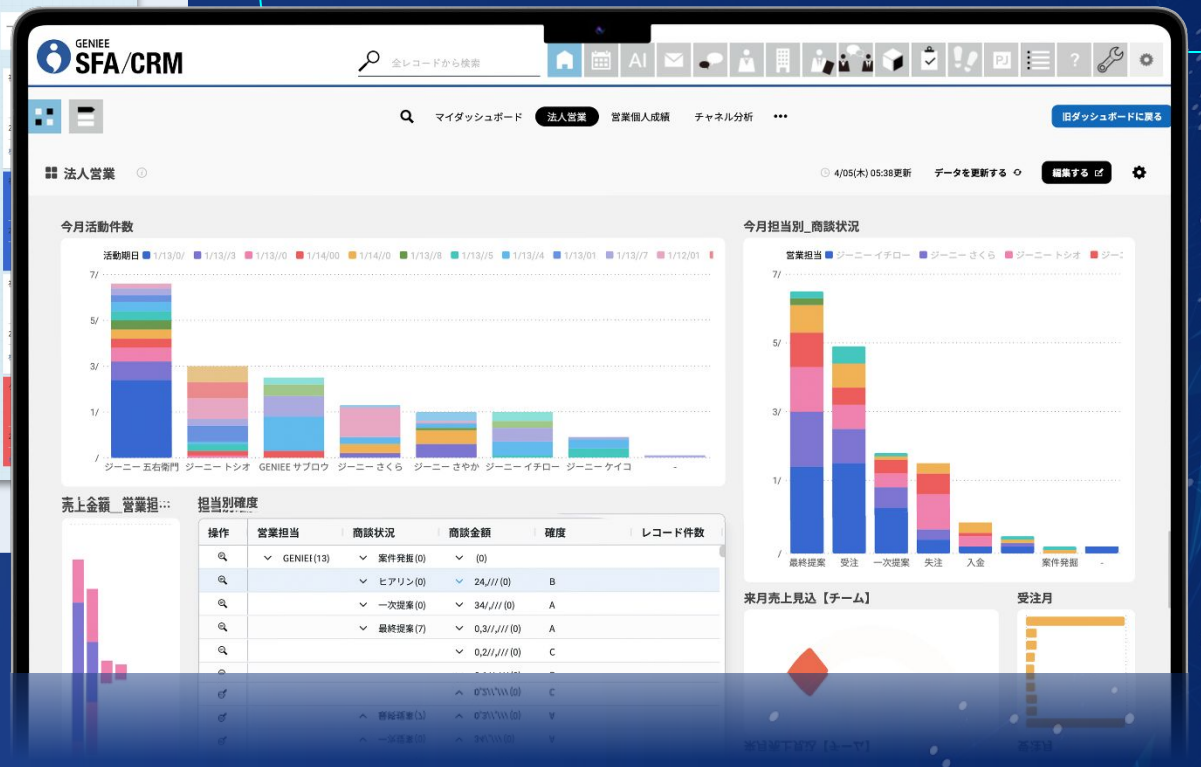
自社営業管理プロダクト（GENIEE SFA/CRM）を全社的に導入
データに基づく再現性の高い科学的な営業管理体制

案件進捗を可視化し確実に成果に繋げる



GENIEE SFA/CRM

定量データに基づく
精度の高い管理体制



ビジネスの優位性｜カスタマーサクセス・運用

© GENIEE, Inc.

- エンタープライズ顧客向けの手厚いサービス体制を社内で構築し、非常に低い解約率を継続的に実現
- 自社プロダクト開発体制と活用/導入支援体制を併せ持つ優位性がある

導入期（運用開始2~3ヶ月）

導入支援

【GENIEE】

- プロダクトの要望整理や、操作講習、GENIEEプロダクトと顧客既存システムとの連携等を支援
- GENIEEは自社でプロダクト開発をするため、導入の際にコミュニケーションコストや不要な費用が発生しない（一般的な他社の場合、システム提供と導入支援会社が別々のため、重複したコミュニケーションとなる）

要件定義 / 初期設定 / 詳細設定 / データ移行 / 操作レクチャー会の実施

活用期

活用支援

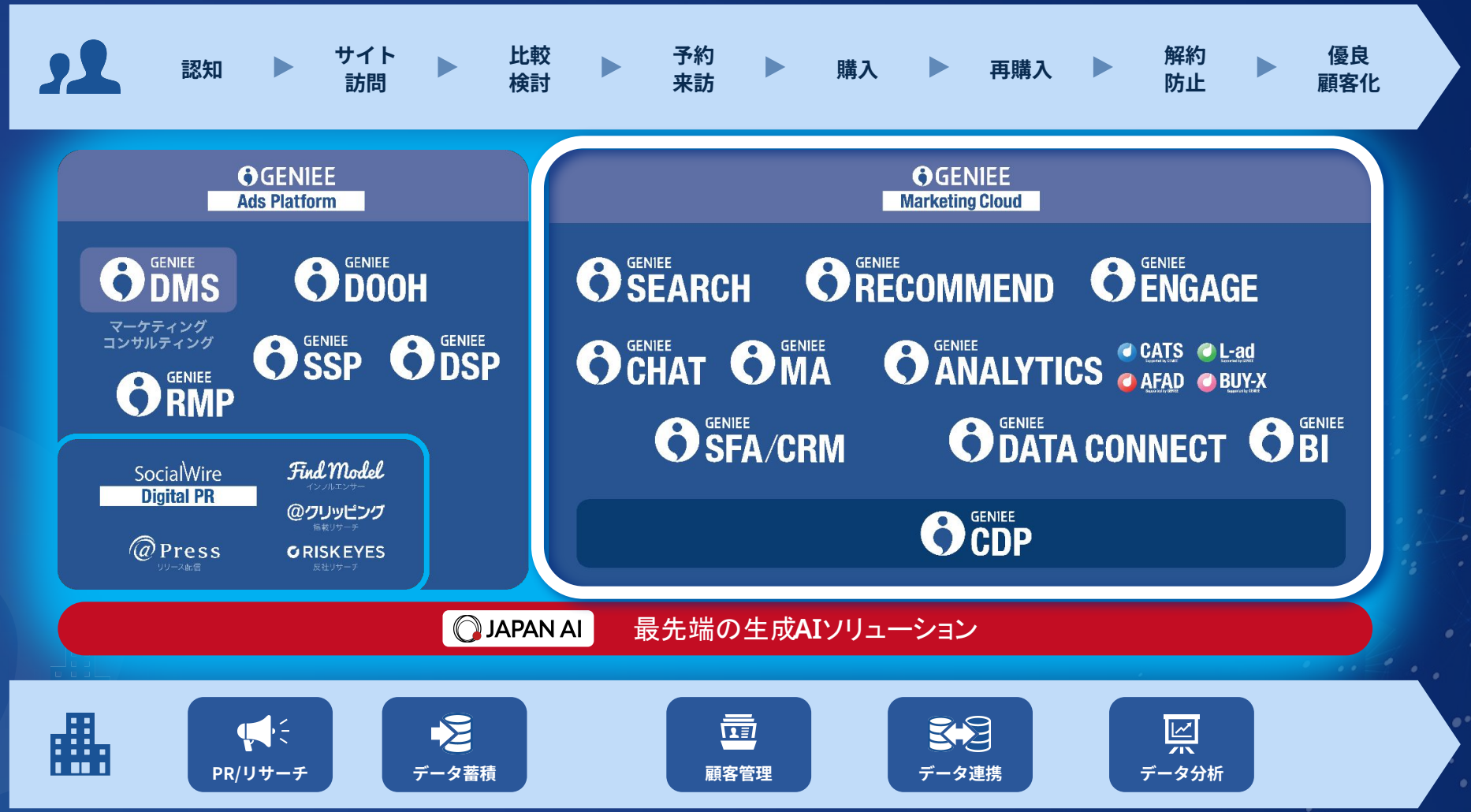
【GENIEE】

- 自社プロダクトに顧客の要望を即反映し、スピーディーに機能改善することが可能。GENIEE他プロダクトの連携をシームレスに実施、マーケティング効果を最大化
- プロダクトを提供して完了ではなく、プロダクトの定着（＝顧客の成功）まで手厚くフォローする体制。自社開発プロダクトであり、定着支援のノウハウは豊富（他社の場合、プロダクト導入後の活用支援は外注される）

新機能の活用支援 / 成功事例の共有 / 戦略に対する活用提案 / 勉強会の案内

マーケティングSaaS事業の領域

© GENIEE, Inc.



マーケティングSaaS事業の仕組み

© GENIEE, Inc.

マーケティングDX/営業DXに向け、集客から販促、受注までを一気通貫して実行/管理できるSaaSツールを提供
全体の売上に対し、月額収益は8割と安定的な収益モデル

効率的な営業活動がしたい企業

「案件の内容や進捗がバラバラ、一括で確認できたら…」
「見込み客をもっと楽に発掘したい…」



もっと売上を伸ばしたい企業

「サイトを見ても離脱されてしまう」
「広告を見ても買ってくれない」



提供

提供

GENIEE Marketing Cloud

[プロダクト開発]

全体の売上に占める月額費用の割合は8割

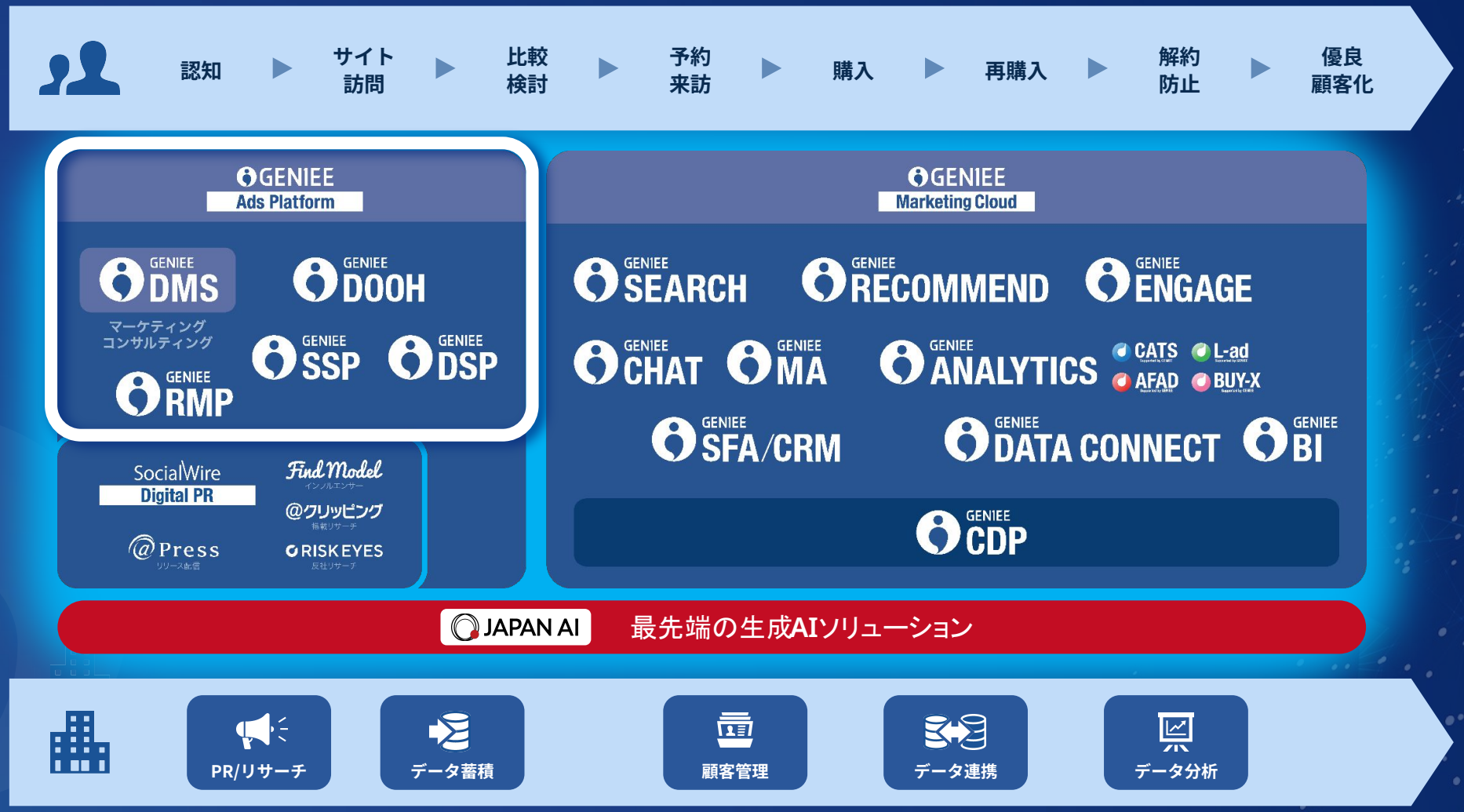
開発費 ＋（月額費 ＋ 月額費 ＋ 月額費 …）＝ GENIEE売上

フロー収益

サブスクリプション

広告プラットフォーム事業の領域

GENIEE
© GENIEE, Inc.



広告プラットフォーム事業｜GENIEE SSP／GENIEE DSP

© GENIEE, Inc.

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

ビジネスフロー

広告主はメディアへの広告掲載の対価として
掲載費を支払う

[中間マージンをGENIEEが得るモデル]

【広告主】



広告を出してプロモーションしたい

広告配信

GENIEE DSP

プロモーション予算の費用対効果を最大化するためのプラットフォーム

GENIEE SSP

メディアの広告枠販売や広告収益最大化を支援するプラットフォーム

広告枠

【メディア】



広告を掲載して収益を得たい

GENIEE Ads Platform

広告プラットフォーム事業｜海外拠点

© GENIEE, Inc.

- 2012年より海外展開を開始、**広告プラットフォームを成長著しいアジア圏中心に展開**
- 2023年2月に欧米・APACエリアで広告プラットフォーム事業を展開する**Geniee US Inc.（旧Zelto, Inc.）を完全子会社化**
- 2024年9月よりGeniee USを中心とする国内・海外におけるSSP事業の統合により、組織リソースを集中させ、グローバルでの全体最適を図る

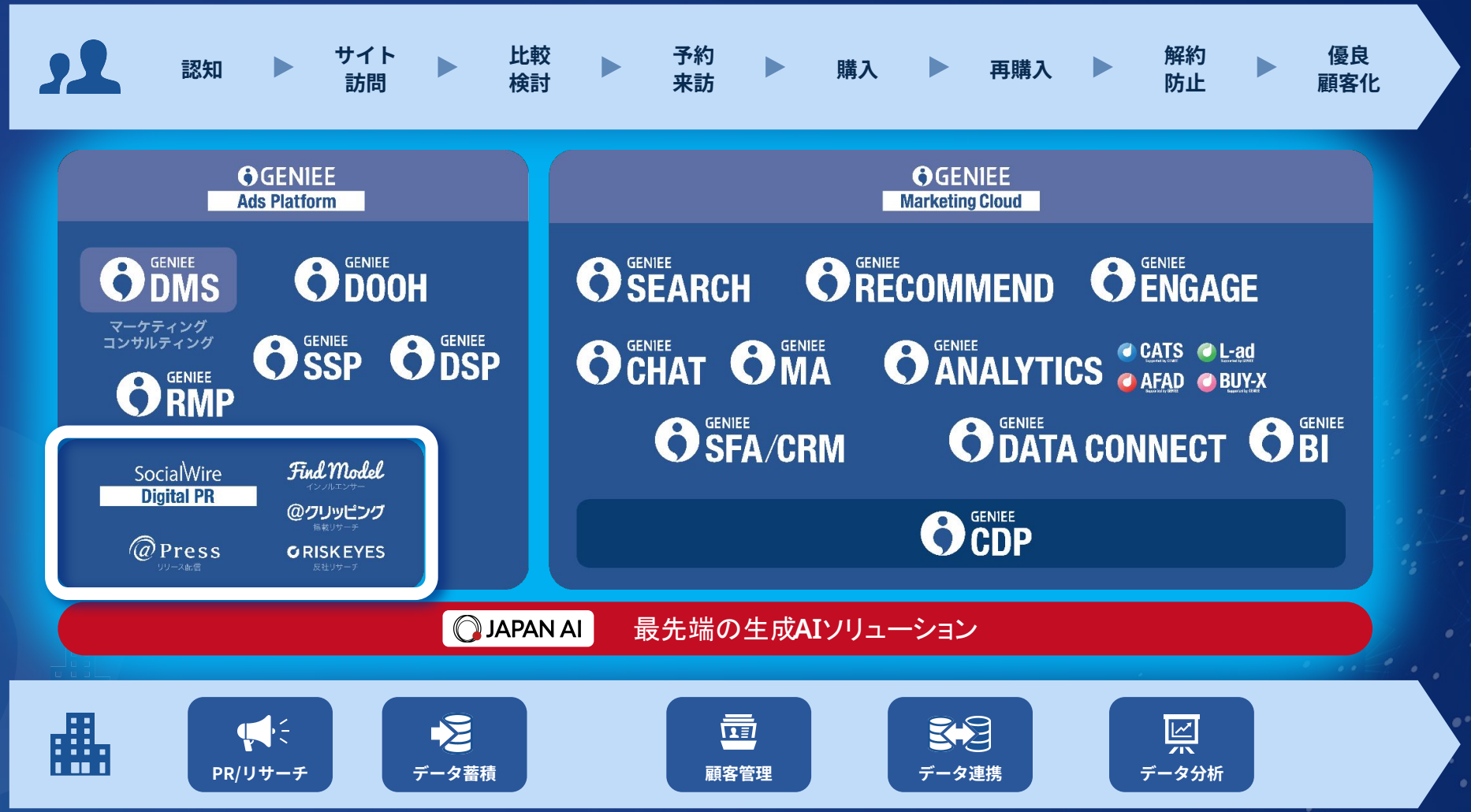


事業内容

- 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。

デジタルPR事業の領域

© GENIEE, Inc.



デジタルPR事業

© GENIEE, Inc.

ソーシャルワイヤー社は、下記4つの事業を運営、
マーケティング領域のバリューチェーンを補完し、総合的なワンプラットフォームの確立を加速化

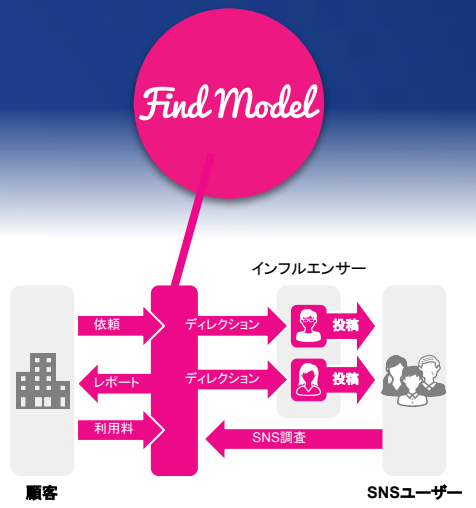
ニュースワイヤー事業

企業の情報発信を支援するプレスリリース配信代行サービス。主力はプレスリリース配信事業@Pressは業界ではPR TIMESに次ぐ、市場シェア2位。



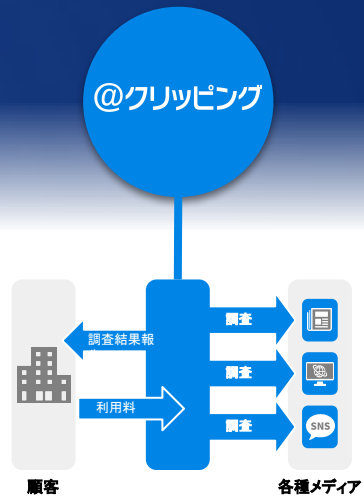
インフルエンサーPR事業

広告代理店や直クライアントから発注を受け、Instagramを中心としたSNSのインフルエンサーをキャスティングし、商品PRを実施するサービス。



クリッピング事業

メディアから顧客が必要としている記事を調査・選別・報告（郵送）するサービス。



リスクチェック事業

WEBニュースや新聞記事といった公知情報を用いて、取引先の反社会的勢力との関係性や犯罪関与、不祥事等の情報を、確認できるサービス。



リスクと対応方針

© GENIEE, Inc.

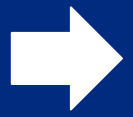
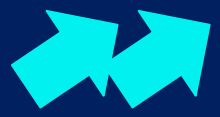
計画実現のため、グローバルなリスクマネジメント活動を通じてリスクを特定および評価し、対応方針を策定
リスク顕在化には、迅速かつ適切に対応を図る

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	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
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
海外拠点における広告プラットフォーム事業のリスク	広告プラットフォーム事業	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

TOPICS　汎用AI普及による当社グループへの影響について

© GENIEE, Inc.

- 汎用AIの普及による市場の構造変化が想定されるものの、当社グループへの影響は大きく発現していない
- 一方で、企業のAI活用ニーズは拡大しており、マーケティングSaaSおよびJAPAN AI中心に、成長機会が広がっていると認識
- 環境変化への適応と成長機会の取り込みに注力していく方針

セグメント	影響度	市場全体について	当社への影響
SaaS		企業による内製化の進展、AI経由での利用拡大に伴う課金モデルの見直し、開発スピード加速によるコモディティ化などによるビジネス構造の変化	当社のデータベース・データと連携したアルゴリズムなどは汎用AI・AI開発で短期間での再現は困難 いち早くAIネイティブな事業運営・ビジネスモデルに転換をすることで、当社の機会は広がると見ているため17期はSaaSビジネスモデル強化の一年と位置づけている
広告PF		AI検索（ゼロクリック）による検索ニーズ減少 AIの活用でハードルが下がり、広告予算・広告主が増加する可能性	当社の主要顧客は情報系のAIで代替できるサイトではない（例：即時系ニュースサイト等）ため、直接的な影響は出ていない状況
デジタルPR		検索のゼロクリック化により、「露出量」よりも「信頼性・文脈・評判」が重視される構造へ変化 ・リリース配信等の単純露出ニーズは減少可能性 ・SNS・インフルエンサーの重要性は上昇	SNS領域やデータ活用領域では成長機会が拡大 PR SaaS/リスクチェックでは今後一定影響が考えられる
JAPAN AI		企業のAI活用ニーズの拡大、システム開発費、人件費、外注費などの取り込み、業務効率化・自動化・分析高度化に対する投資需要は中長期的に拡大	企業のAI/AXニーズ、システム開発費、人件費の取り込みへマーケティングSaaS事業を中心とした既存事業との連携により、単独成長に加えて相乗効果も期待

サステナビリティ

© GENIEE, Inc.

- 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
- 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

	取り組み・成果例	SDGsの取り組み
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なっており、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	

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。