

新市場の挑戦者たち

GENIEE

[6562・マザ]

「当社は下期偏重ということもあり、今期は第3・第4四半期で一気に利益を押し上げる計画です。これまで想定通りに進んでいます。来期には更に大きく成長する見通しです」

同社を率いる工藤智昭社長は投資家に対して自信を持って話せると破顔一笑。

前期は過去最高の売上高を更新した一方、利益面ではM&A費用なども嵩み赤字着地となった。しかし、今期前半は主力の「アド・プラットフォーム事業（広告出稿主とネット広告メディアを結ぶビジネス。国内トップシェア）」で、昨年から力を入れるアプリ広告事業で大型案件を受注したことなどもあり、期初の想定通りに推移した。9月単

含んでいる。

「北米企業も参入するアドテク事業で僕たちがナンバードワンになったのは、日本向けにソリューションを作り込む『ローカライズ』を徹底したためです。SaaSの分野でも、業務プロセスや使用感などで顧客と寄り添いながら、必要な機能を見極め、改良を繰り返しています」（同氏）

3つ目は、使いやすさの追求だと言う。

「ある営業管理システムでは『機能が複雑すぎて導入した日本企業の多くが使いこなせていない』という話も聞

創業わずか6年で、ネット広告の収益最大化プラットフォーム（SSP）のトップ企業へと上り詰めたGENIEE（6562）。2017年末のIPO時は初値が公開価格の約2倍をつけ話題を呼んだものの、近年は大口取引先の広告ポリシー変更の影響を受けたことから、雌伏の時を強いられていた。しかし足元では、主力事業の復調と新規事業の急成長で、V字回復の目処が立っている。



Profile ● 工藤智昭社長
1981年9月9日生まれ、神奈川県出身。早稲田大学大学院（理工学研究科）卒業後、2006年にリクルート（現リクルートホールディングス）入社。10年4月にジーニーを設立、代表取締役社長に就任（現任）。

ネット広告大手、新事業躍進 業務支援ツールが急拡大

月では、黒字化を達成。第3四半期には、期初予想を上回るペースで利益を拡大させていく方針だ。

また、新たに開始したDOH（デジタル屋外広告）事業の好調も、回復の一因。同事業ではタクシーや公共施設などでデジタル広告を配信しており、引き合いが順調に拡大している。昨年11月には、

全国1400カ所の歯科医院にあるデジタルサイネージに同社の広告配信システムが導入されることが発表された。

国産業務支援ツールで
働き方改革需要を取り込む

既存事業の広告業が好調なだけではない。特筆すべきは、同社が昨年から力を入れている「マーケティングソリュー

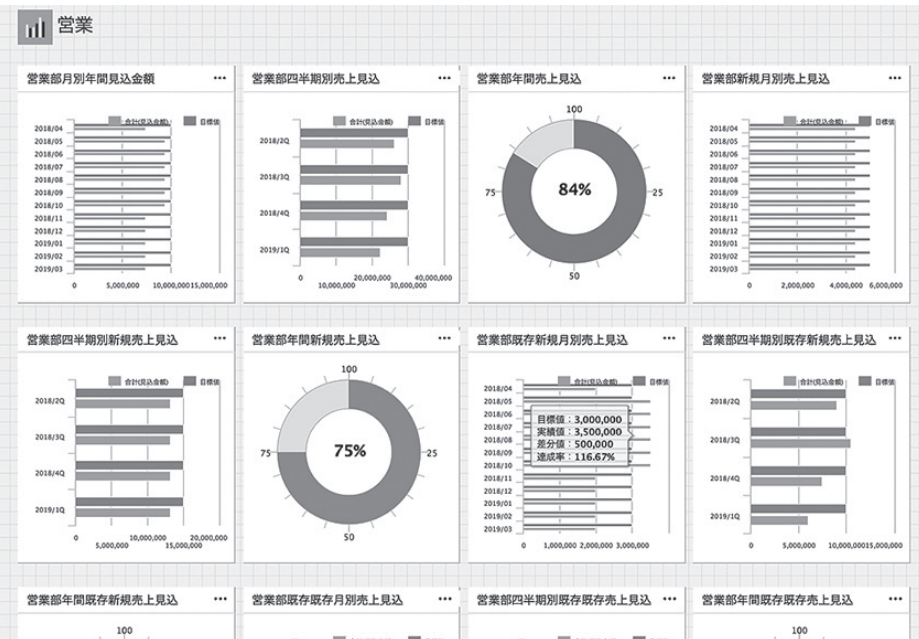
いサービスにしていることを心掛けています」（同氏）

導入先は、大手企業から中小企業まで全国津々浦々に存在。現在、『ちきゅう』は国内で最も成長率の高いSFA／CRM（※）だという。

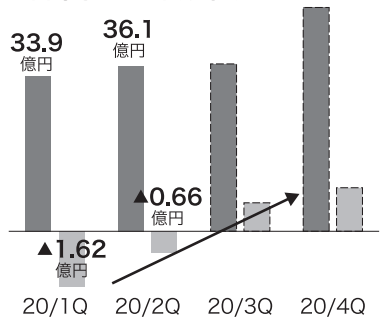
「MAJIN」は、データから顧客一人ひとりの特性



◀▼ 商談情報と活動履歴を更新すれば、様々な形式でデータ表示ができる



■ 営業利益四半期推移



「シオン事業」が、今期第2四半期時点で前期比41%増と急拡大している点だ。成長可能性を考慮すれば、投資対象としての同社の印象を大きく変える事業に成りうる。

同事業の主要プロダクトは①SFA／CRMツールの『ちきゅう』、②MA（マーケティング・オートメーション）ツールの『MAJIN』、③チャットボットの『Chamo』の3種類。『ちきゅう』は、法人向けの顧客管理／営業支援システムだ。日本には営業担当者が異動すると、そのまま担当顧客との縁も切れる属人的な企業が多い。『ちきゅう』では、商談管理情報やグラフ作成機能などで営業情報を一括管理できるため、業務の効率化が図れる。特長は3つ。1つ目は低価

を分析し、最適な営業活動を提案するマーケティングオートメーションサービス。『Chamo』は、サイトに訪問した顧客にダイレクトメッセージなどが送れるチャットツールだ。3プロダクトの累計導入数は、1万社近く上る。同社は、将来的には、3つのプロダクトを統合して集客から販促、受注までを一気通貫して管理できる唯一のセールス&マーケティングプラットフォームの開発を進めていく方針だ。

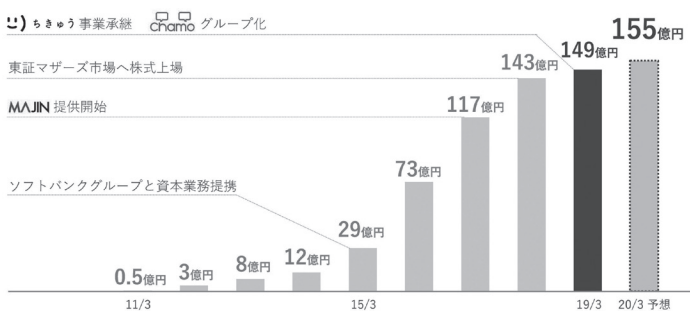
「大手外資企業の同事業の売上高は、日本だけでも約700億円あります。ここから彼らも年率10%くらいで伸び続けると思いますね。まだまだ市場は伸びますし、当社も将来的には当社の同事業の年間売上高をアジアで500億円規模まで拡大できると思っています」（同氏）

働き方改革の追い風もあり、ますます注目を集める営業支援ツール。持ち前の技術力を武器にどこまで成長できるのか、来期予想に注目したい。

※有限責任監査法人トーマツが発表する、日本国内のTMT業界の企業を対象にした、過去3決算期の収益（売上高）に基づく成長率のランキングによる

株式データMEMO			
コード	6562	市場	マザーズ
直近株価	580円	(20.1/29終値)	
昨年来高値	831円	(19.4/5)	
昨年来安値	412円	(19.1/4)	
時価総額	104億円		
PER	—	PBR	4.21倍
2019年3月期 通期連結業績			
売上高	149億5400万円	前期比	4.0%増
営業利益	△3億1000万円		—
EBITDA	1900万円		97.6%減
当期純利益	△5億4400万円		—
2020年3月期 通期連結業績予想			
売上高	155億7200万円	前期比	4.1%増
営業利益	2300万円		—
EBITDA	3億5900万円		—
当期純利益	△3900万円		—
値動き			

■ 売上高の推移



格だ。国内で先行している外資系大手企業の類似サービス利用料金は1アカウントで月額1万5000円以上。一方、『ちきゅう』は月額5000円程度で同様のサービスが利用できる。

2つ目は、日本企業向けにサービス内容を改良したこと。例えば、名刺をスキャンすると見込客や担当者に自動でデータを登録できる「名刺管理機能」は、外資系サービスだと追加料金が必要となるが、『ちきゅう』では基本料金に