



事業計画及び成長可能性に関する事項

Jun. 28, 2022

# 1. 会社概要

2. 事業概要（事業、強み、市場）

3. 財務ハイライト

4. 2023年3月期業績予想

5. 中期方針と主要リスクへの対応



# 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  
Geniee International Pte., Ltd.  
Geniee Vietnam Co., Ltd.  
PT. Geniee Technology Indonesia  
Geniee Adtechnology (Thailand) Co., Ltd.  
PT. Adstars Media Pariwara



genie（願いを叶える魔法の精/魔人）× genius（天才）

“Any sufficiently advanced technology is indistinguishable from magic. —十分に高度な技術は、魔法と区別がつかない。—” 20世紀を代表するSF作家 Arthur C. Clarkeの言葉です。

また、天才とは”科学・芸術などで独創性を発揮するタレント（才能）”を意味します。

わたしたちは「**最先端の技術を使って新たな価値を創造し、世界を変える会社になりたい**」という思いを込め、ジーニー/GENIEEという社名を付けました。

## 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

1. 会社概要
2. 事業概要（事業、強み、市場）
3. 財務ハイライト
4. 2023年3月期業績予想
5. 中期方針と主要リスクへの対応



## 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



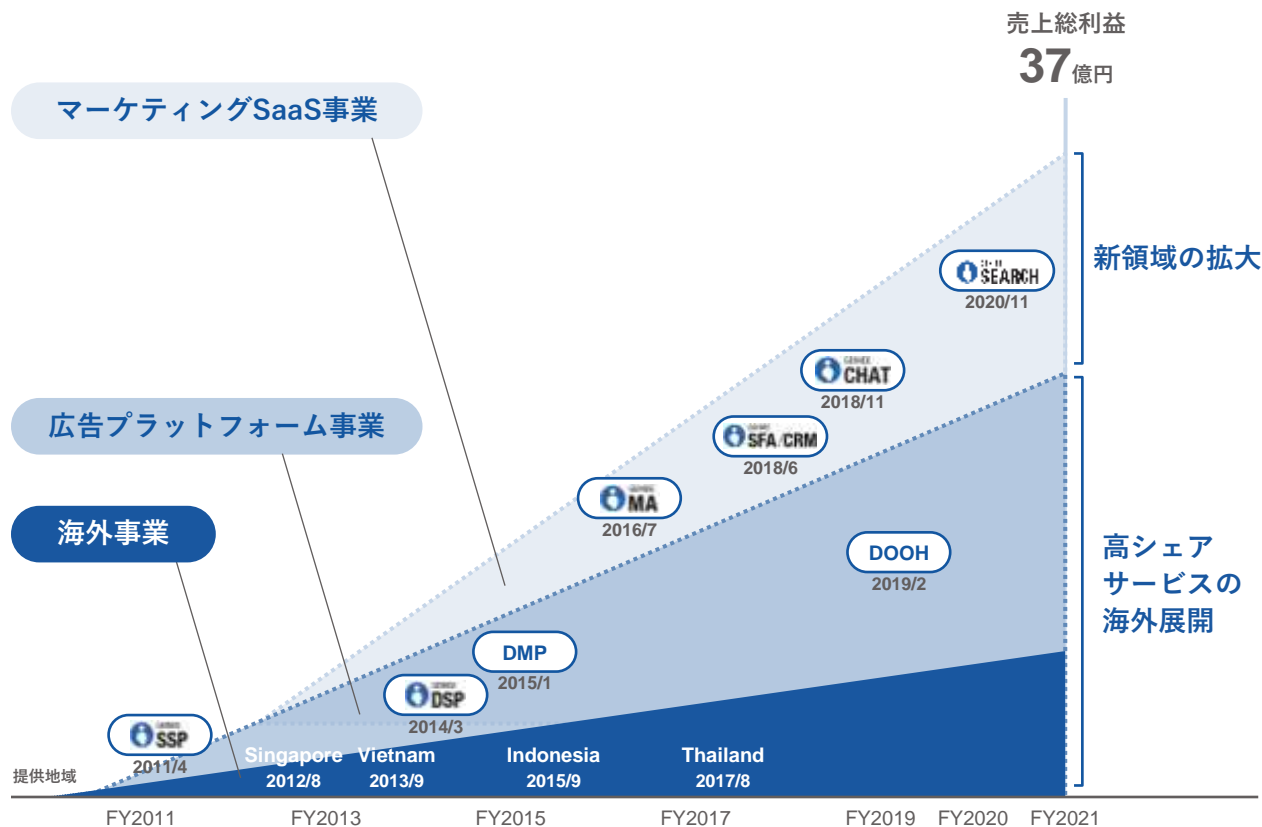
解約  
防止



優良  
顧客化

## 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。

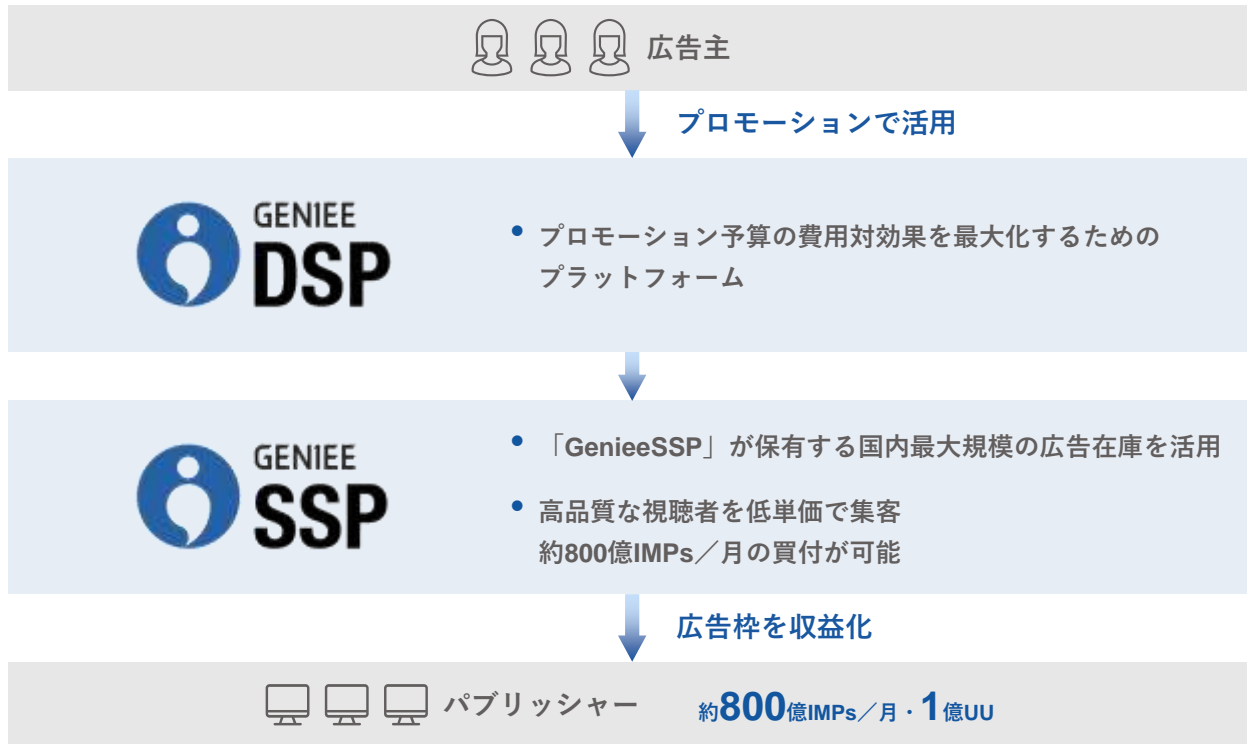




# 広告プラットフォーム 事業

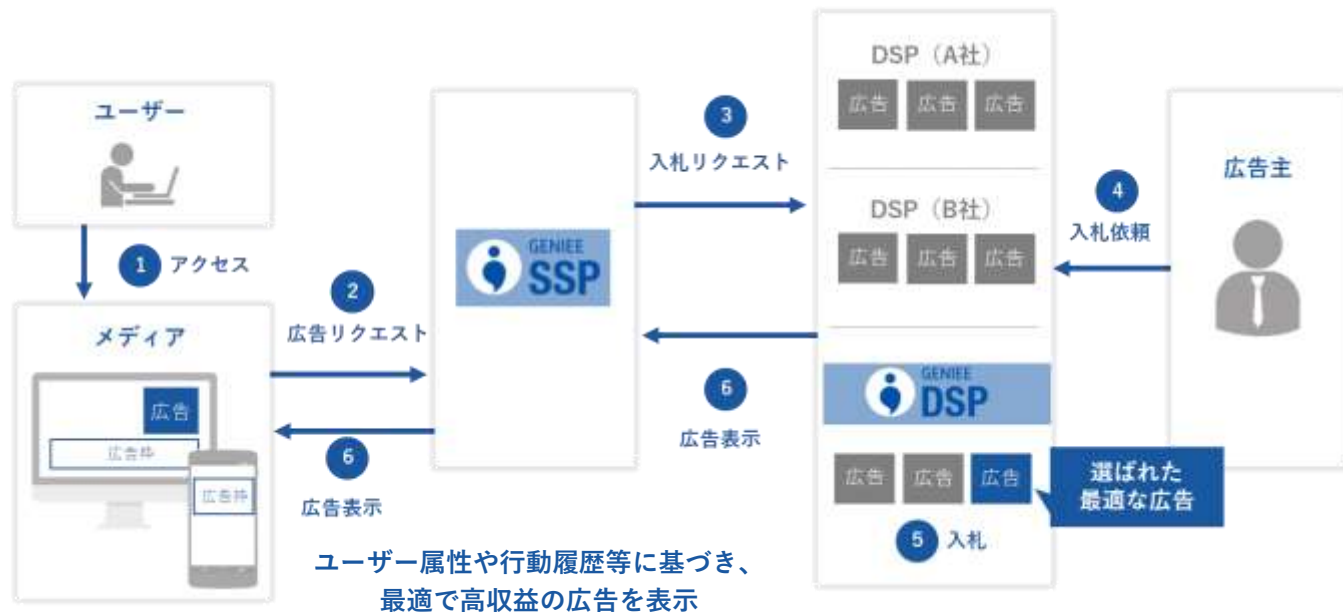
## GENIEE Ads Platform

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



## 広告配信（RTB）の流れ

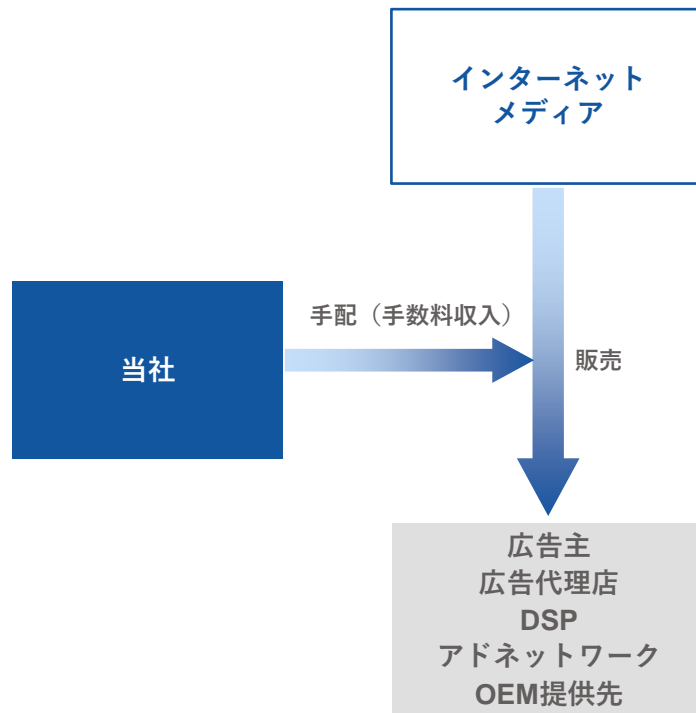
インターネット広告市場において、  
SSP（サプライサイドプラットフォーム）、  
DSP（デマンドサイドプラットフォーム）などの  
サービスを提供するアド・プラットフォーム事業を展開。



メディアの収益を最大化する広告運用を支援

## 収益モデル（広告プラットフォーム事業）

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。収益はインターネット広告枠の手配に生じる手数料

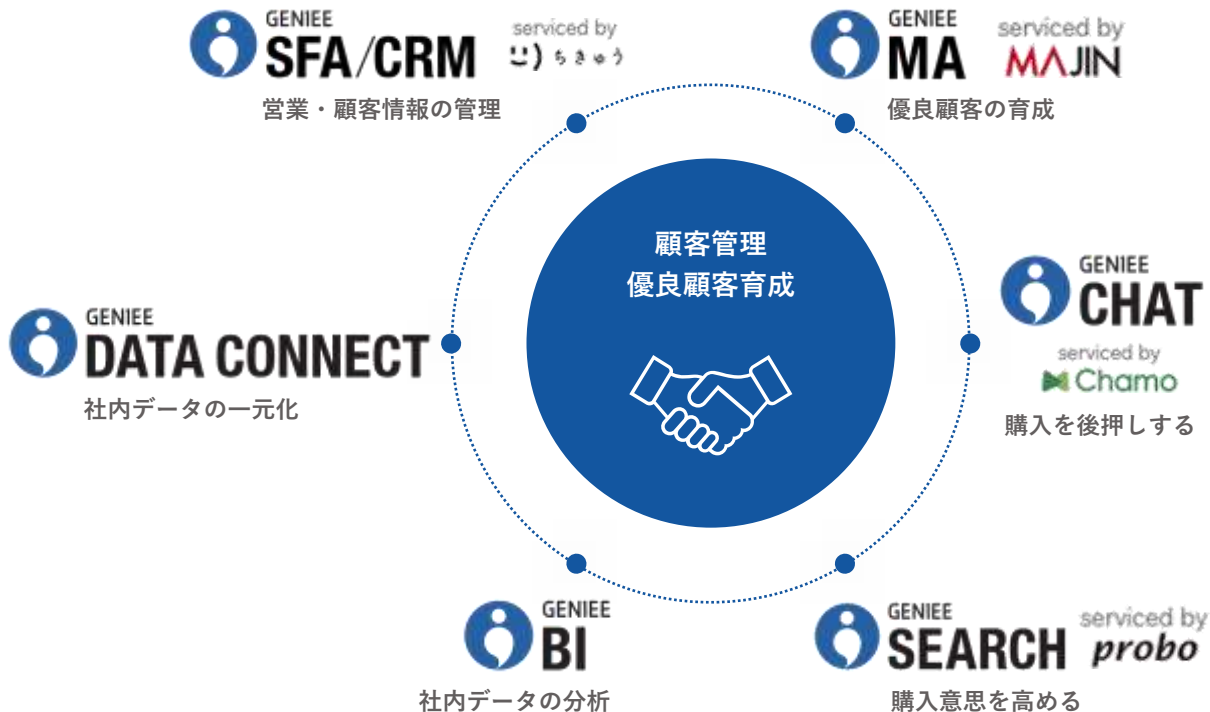


# マーケティングSaaS 事業

**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



## GENIEE SFA/CRM

営業状況をリアルタイムで可視化し  
管理するツール

どんなITリテラシーの企業でもデー  
タドリブな営業活動を実現



営業機会と  
改善機会を  
最大化

時間、場所、デバイスを選ばず、  
正しい情報にいつでもアクセス



## GENIEE DATA CONECT、GENIEE BI

分散したデータの加工・統合を完全  
自動化  
統合された社内資産データを各種シ  
ステムへ共有



- ①クラウドやオンプレなど多数の連携先に対応し、自動や手動など要件に合わせて連携が可能
- ②各システム間の異なる文字コードや形式を変換・加工に対応
- ③ちきゅうの営業系データ以外にもデータコネクトを利用し可視化を実現
- ④各部署で利用していたデータを統一し同じデータソースで分析・可視化が可能

# GENIEE MA

これまで人力で行っていたマーケティング施策を、ビッグデータとAI技術で自動化集客から販売促進、顧客管理までをフルサポート

## GENIEE MAの強み

- 1.直感的に使いやすくインターフェイスで運用しやすい
- 2.多機能な配信チャンネルで、決め細やか&幅広く顧客にリーチ
- 3.顧客発掘から営業まで、ワンストップで事業を拡大



プラン・月額費用

スタンダードプラン		
月額費用		10万円～
上開数/月 <sup>※1</sup>	カスタマー	8万件
	Cookie	100万件
	メール配信数	10万通
	LINE配信数 <sup>※2</sup>	10万通

※ 契約は1年単位となります。  
※1 1万円単位で配信数を追加できます。  
※2 LINE連携にはLINE社と別途ご契約いただく必要があります。

# GENIEE CHAT

ウェブ上でのあらゆる接客を、「GENIEE CHAT」なら簡単に実現できます。ユーザーの行動に合わせて、チャットでサポート。

## GENIEE CHATの強み

1. Web接客でエンゲージメントを向上
2. チャットEFOで売り上げを最大化
3. FAQボット&有人ボットの両立でサポート対応を効率化



**オペレーターチャット**  
顧客とのタッチポイントを創出し、購入意欲を喚起

お買物はハンドメイドです。

**FAQボット**  
お客様の疑問を即座に解決し、購入意欲を促進

お探け先はありますか？

**チャットEFO**  
スムーズなフォーム入力をアシストし、売上を向上

お名前を教えてください。

問い合わせの対応工数を削減したい方向けプラン

プラン名	ライト	スタンダード	ビジネス
月額費用/1月	¥6,500	¥50,000	¥100,000
設置オプション費	1割	1割	1割
初期第一集	○	○	○
個人チャット	○	○	○
アンソニー カスタマー集	×	○	○
カスタマー集	×	○	○
チャットボット作成	1割	1割	1割
サブドメイン	×	○	○
カスタマー集他決定	×	○	○
専用ドメイン	×	○	○
日付機能	×	×	×

※別途見積り、税別



# GENIEE SEARCH

高速・高精度検索を実現するサイト内検索により、  
サイト訪問時のユーザー体験の向上、  
企業のマーケティング活動をサポート



## Probo (プロボ)

Webサイトに検索機能を付加して導線を最適化するサイト内検索

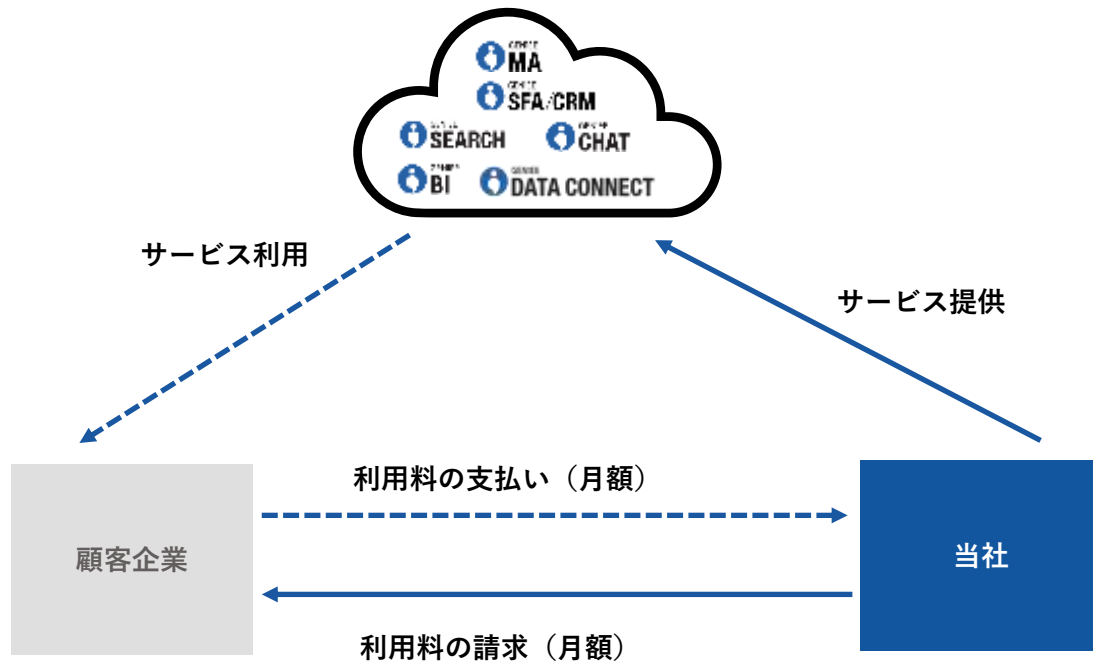


## ポップリンク

キーワード検索と詳細情報ページをダイレクトに繋ぐナビゲーションツール

## 収益モデル（マーケティングSaaS事業）

当社が提供するクラウドサーバーにあるソフトウェアを、インターネット経由して顧客企業のユーザーが利用できるサービス。収入は主に「初期導入費用」と「月額利用料」の2つ



## 海外事業

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



インドネシア No. 1 携帯キャリア

**80 billion**

Impressions  
Managed per month

**+4**

International  
Offices (JP HQ)

**10,000+**

Active  
Publishers globally

**50,000+**

Campaigns  
managed per month  
globally

## 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



GENIEE

### 5つの競争優位性

### 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

## ビッグデータ／テクノロジー

### ビッグデータ処理技術

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

アクティブ取引社数

600億 Impression

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



ビジネス戦略

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



ビジネス戦略

流入数が右肩上がり。2年間コンテンツマーケティング...



MA

SFA・MA・CRMは何が違う？特徴や機能、導入事例までご紹介



MA

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**

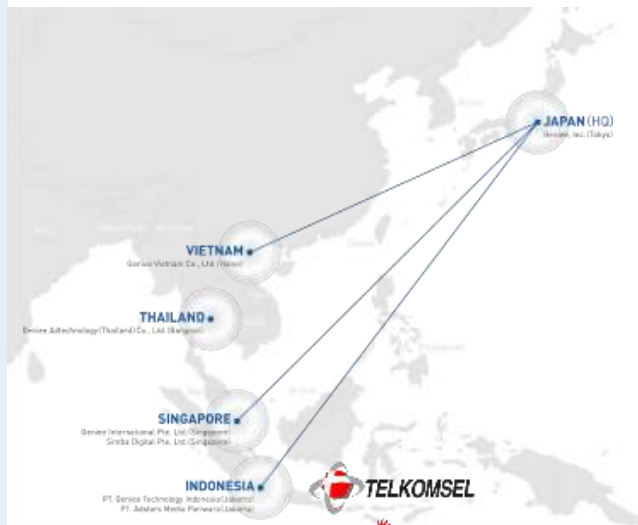
International  
Offices (JP HQ)

**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

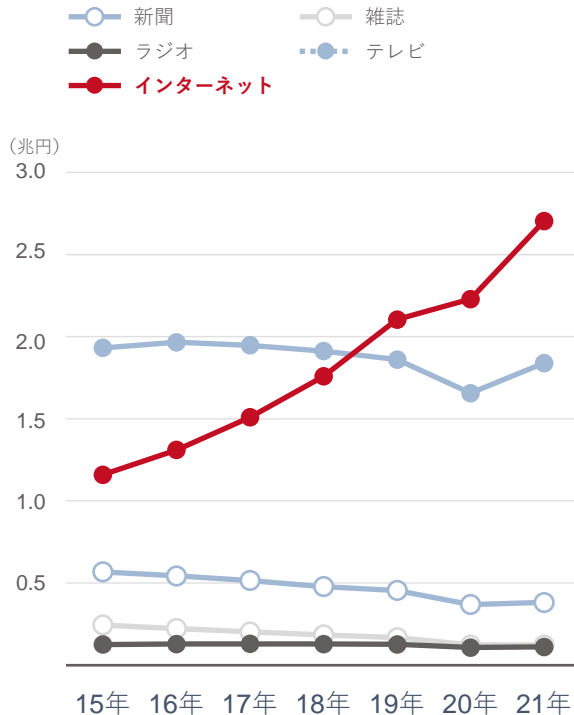
小林 彩香

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。

## 市場規模

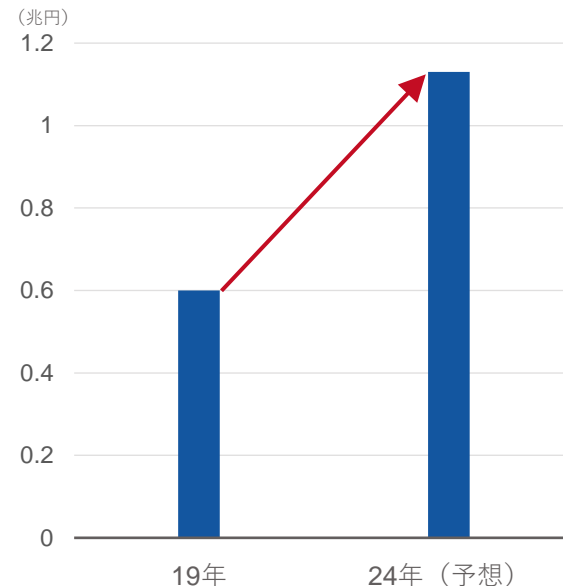
当社が事業展開するマーケティングテクノロジー業界（インターネット広告市場、SaaS市場）は、ネット環境の充実やDX市場の拡大により高成長をしている。

### 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 : 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

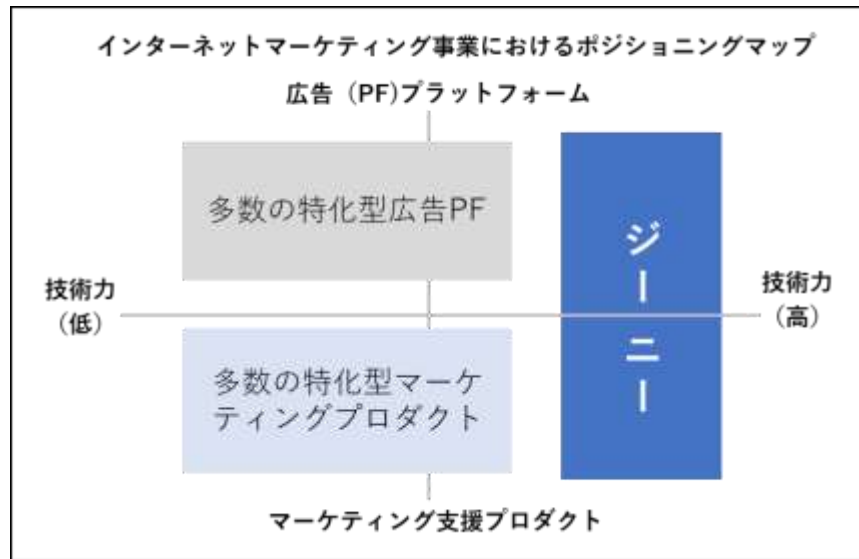
直近で獲得可能な市場

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

## 競合状況

高い技術力を背景に広告プラットフォームとマーケティングSaaSプロダクトを提供するユニークなポジション



	SSP	DSP	SFA	MA	CRM
ジーニー	○	○	○	○	○
A社	○	○	×	×	×
B社	×	×	○	○	×
C社	×	×	×	×	○

ジーニーは、広告プラットフォーム（SSP、DSP）からSFA、MA、CRMまでマーケティングの総合的なプラットフォームを提供。  
また、高い技術力で顧客企業様のニーズを捉えた新しい価値を創出し収益最大化に貢献。

1. 会社概要
2. 事業概要（事業、強み、市場）
3. 財務ハイライト
4. 2023年3月期業績予想
5. 中期方針と主要リスクへの対応



# FY2021 決算サマリ

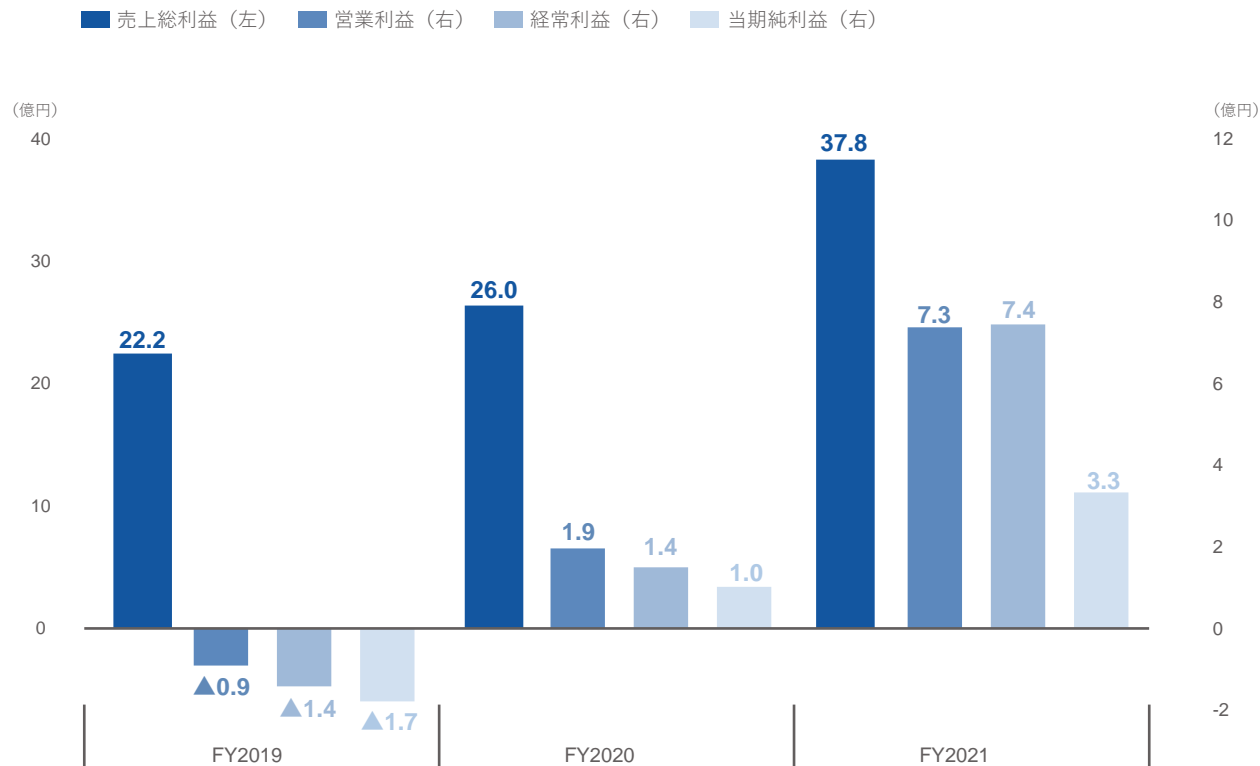
売上総利益は前期比**45.0%**増と大幅増加。全段階利益が前通期を上回り着地。売上高は、広告プラットフォーム事業において、サプライサイドビジネスが好調に推移し、予想を上回り着地。営業利益は、マーケティングSaaS事業でプロダクトへの投資を行いながらも、予想の範囲内で着地。当期純利益は、DOOH（屋外広告配信）において、ソフトウェアの減損損失を計上したことで、予想を下回り着地。

※1 当社グループは、第1四半期連結会計期間の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を適用しております。これにより、広告プラットフォーム事業及び海外事業の売上高の一部をネット計上に変更しております。そのため、連結売上高については、対前期期連結累計期間との比較については記載しておりません。

単位：百万円

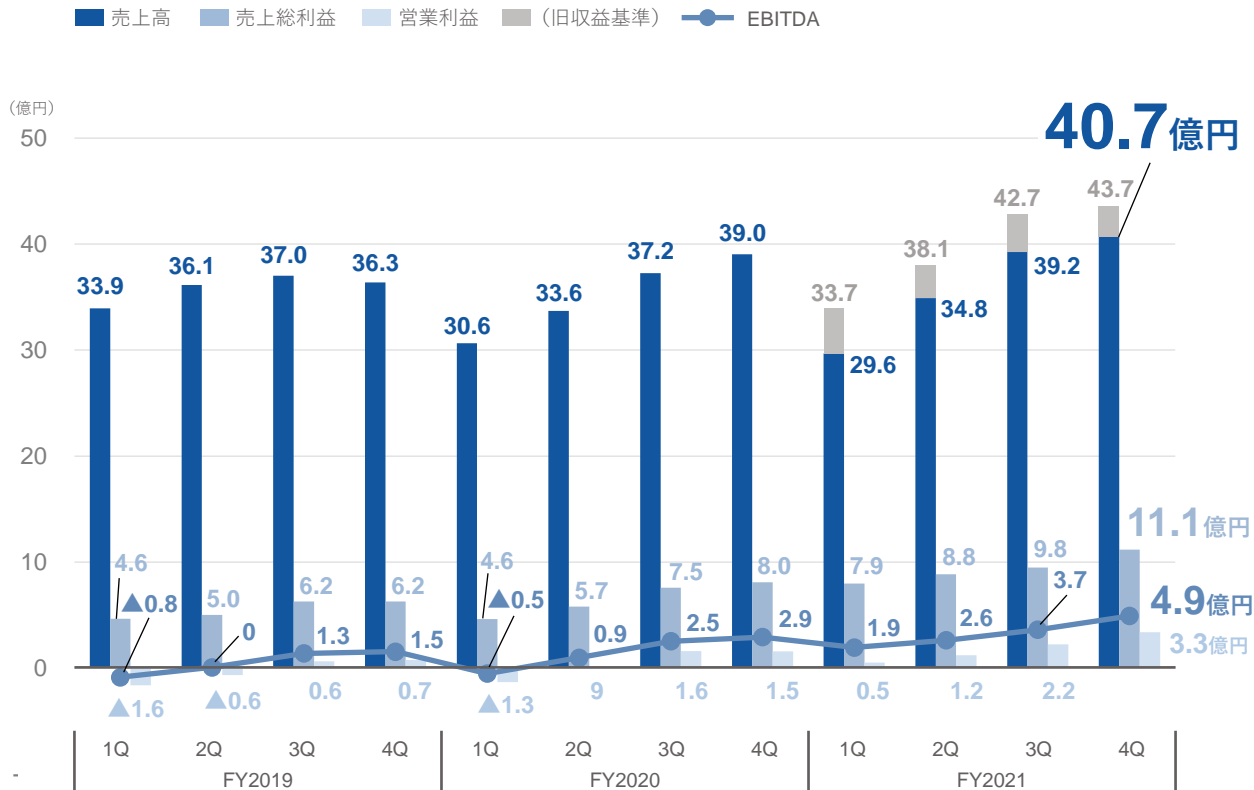
	FY2020	FY2021	増減		FY2021 (予想)
			増減額	%	
売上高	14,061	14,459	—	—	13,425～13,739
(参考) 会計基準変更 影響額概算	—	1,362	—	—	—
(参考) 売上高・会計基準 変更影響を除く	14,061	15,821	1,760	+12.5%	—
売上総利益	2,608	3,783	1,174	+45.0%	—
営業利益	195	738	542	+277.5%	640～840
経常利益	149	746	597	+400.2%	620～820
親会社株主に帰属する 当期純利益	101	335	243	+230.2%	526～665
EBITDA	589	1,325	735	+124.8%	1,259～1,459

## 各段階利益が 過去最高益を更新



# FY2021 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。売上高は、収益認識基準の変更（約▲13億円）があるものの前期比プラスの状況。利益は第4四半期会計期間において過去最高を更新。





## 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

112.4億円

セグメント利益

17.2億円

参考 営業利益 11.1億円

- コロナ禍でも伸びているECサイトやオンラインサービスを中心に事業を拡大。
- 自社開発及び他社と連携し、3rd Party Cookieに依存しない共通IDを活用する広告配信の検証を開始。

マーケティング  
SaaS事業

売上高

11.7億円

セグメント利益

1.2億円

参考 営業損失 3.3億円

- オンラインセミナーの開催やオンライン展示会などへの参加により、積極的にプロダクトの拡販を推進。
- 新商品「GENIEE DATA CONNECT」「GENIEE BI」の提供を開始。

海外事業

売上高

21.3億円

セグメント利益

1.6億円

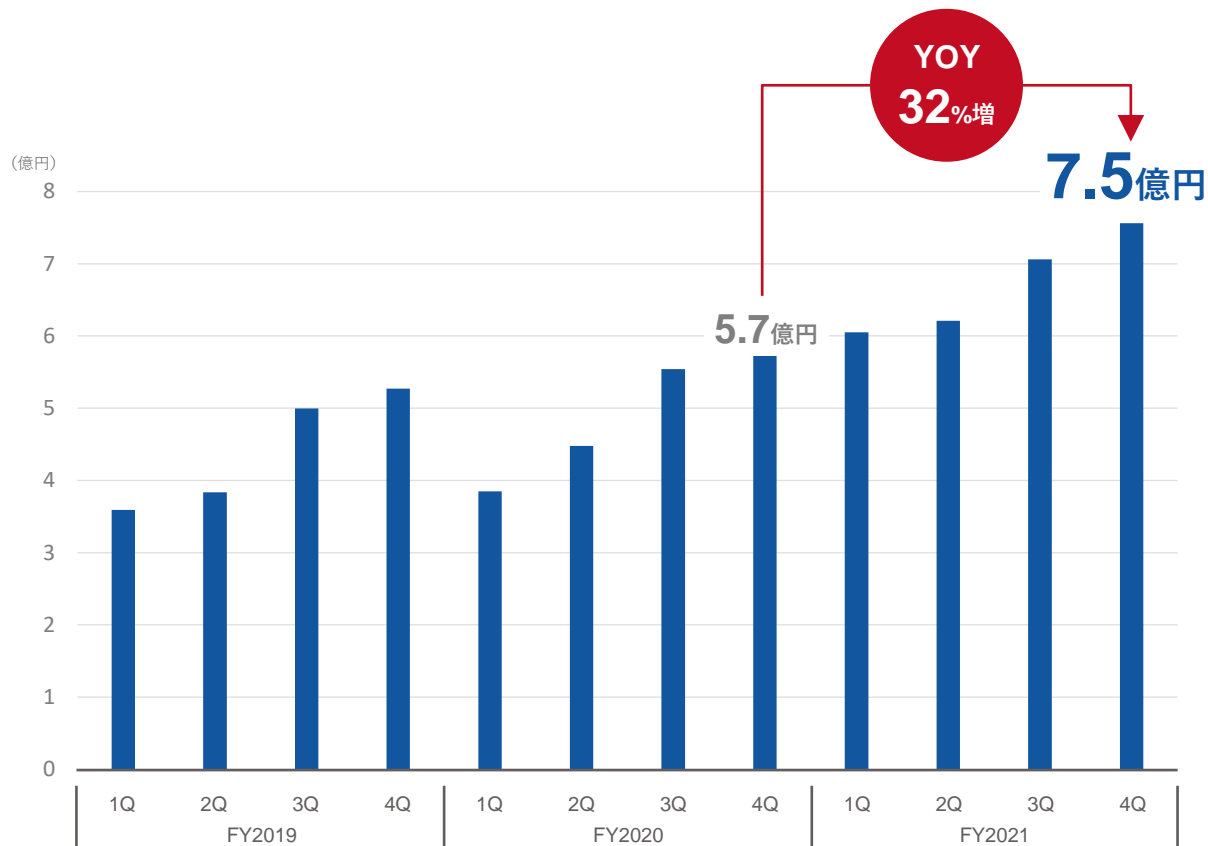
参考 営業利益 1.1億円

- リセラー及びパートナーシップにより成長。

# 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。

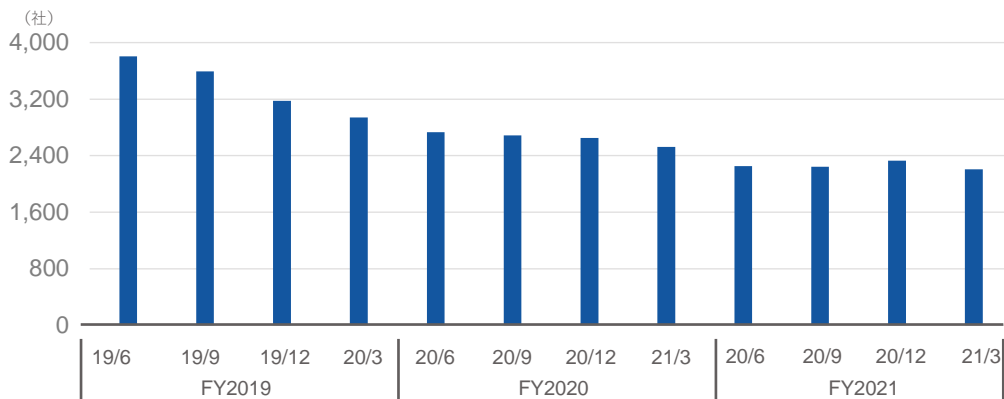
広告プラットフォーム事業の売上総利益は過去最高を更新。



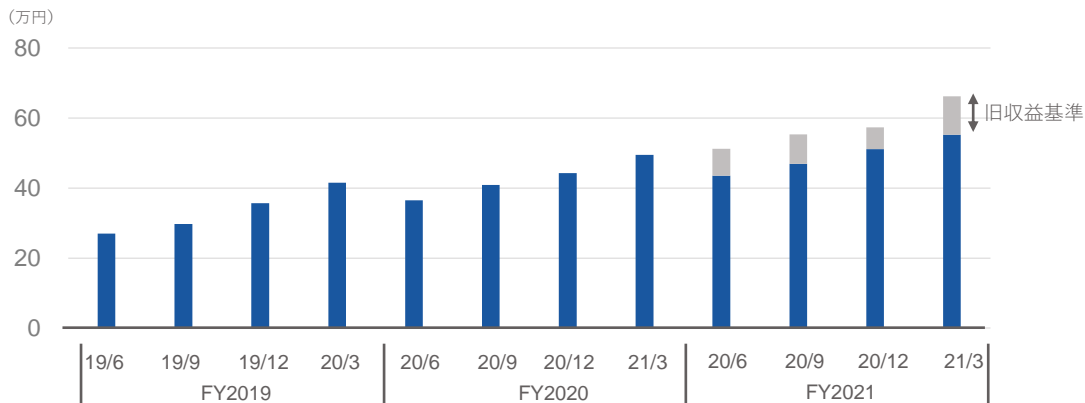
# 広告プラットフォーム 事業 KPI

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



# マーケティングSaaS 事業 ハイライト

売上高／前期比成長率

**1,176**百万円／**+72.4%**

リカーリング比率<sup>(\*1)</sup>／前期比成長率

**68.9%**／**+18.6**ポイント

売上総利益率

**73.7%**

ARR／前期比成長率

**980**百万円／**+35.0%**

セグメント利益

**125**百万円

ARPA

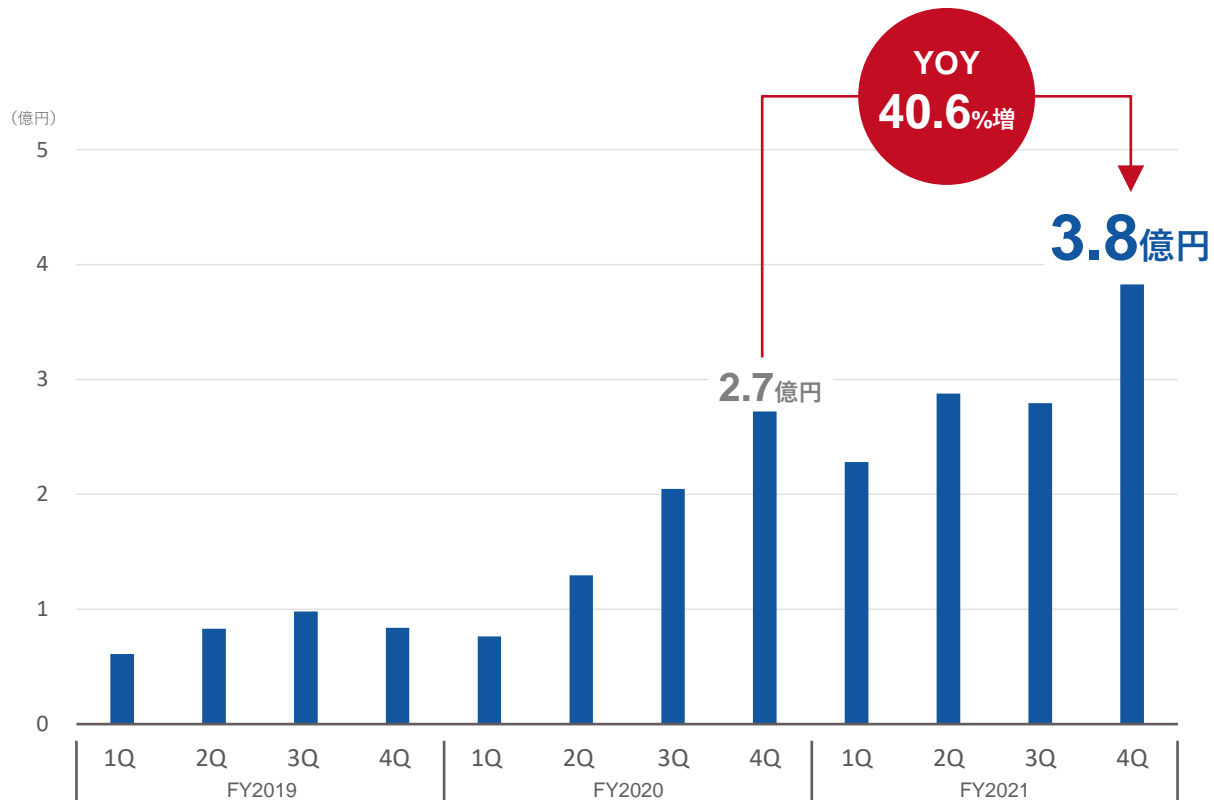
**19,385**円／**+19.5%**

(\*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 売上高推移

売上高はアカウント数が増加し前期比40.6%増加。

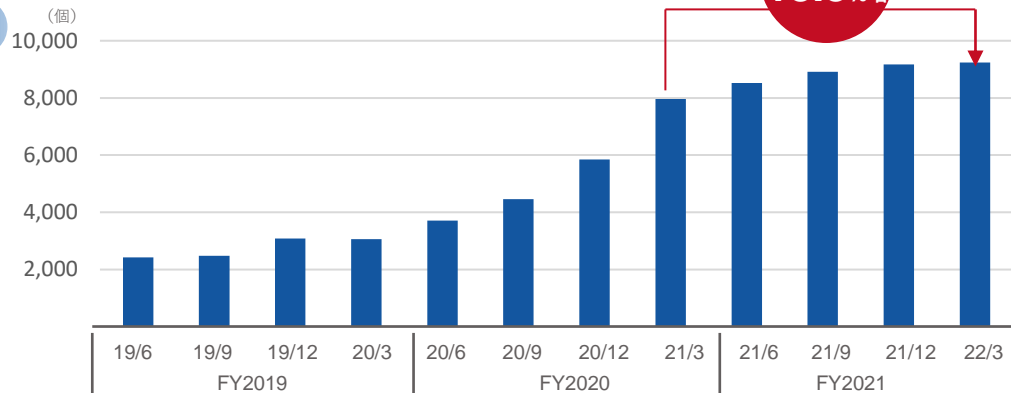
四半期ベースで売上高は過去最高を更新。



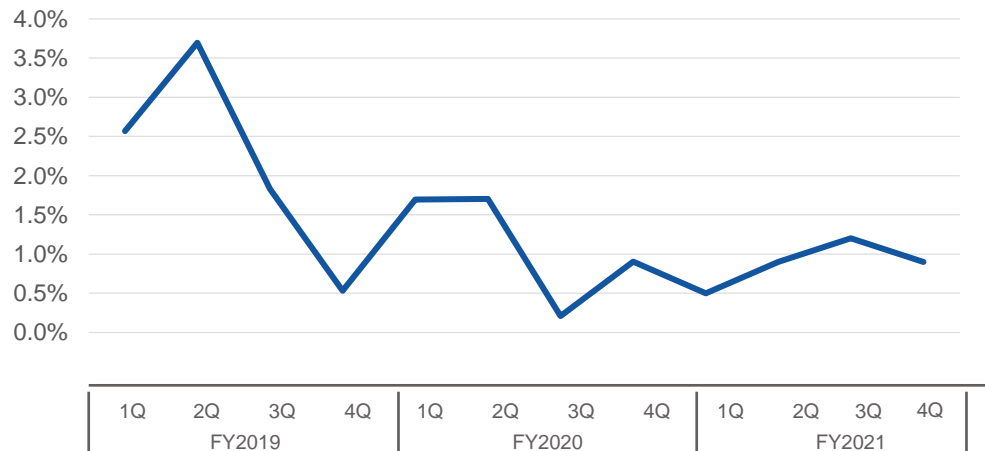
# マーケティングSaaS 事業 KPI

SaaS製品の機能拡充と営業  
チャン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

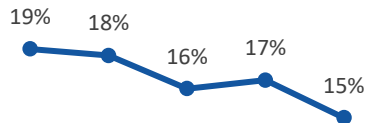


※ アカウントの3か月平均解約率

## 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

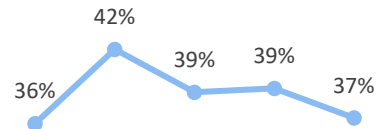
- ビジネスサイドのメンバーの増員によりFY2021にS&M比率は上昇するも、MRRの増加により徐々に減少
- R&Dに関しても、MRRの増加により徐々に減少

R&D<sup>(\*)</sup>(<sup>(\*)2</sup>)



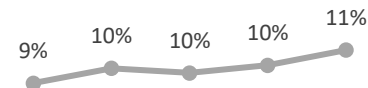
4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
FY2020			FY2021	

S&M<sup>(\*)</sup>(<sup>(\*)3</sup>)



4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
FY2020			FY2021	

G&A<sup>(\*)</sup>(<sup>(\*)4</sup>)



4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
FY2020			FY2021	

(\*)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件数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件数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件数や関連経費及び共通費等の合計。

1. 会社概要
2. 事業概要（事業、強み、市場）
3. 財務ハイライト
- 4. 2023年3月期業績予想**
5. 中期方針と主要リスクへの対応





## IFRS適用の影響

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。

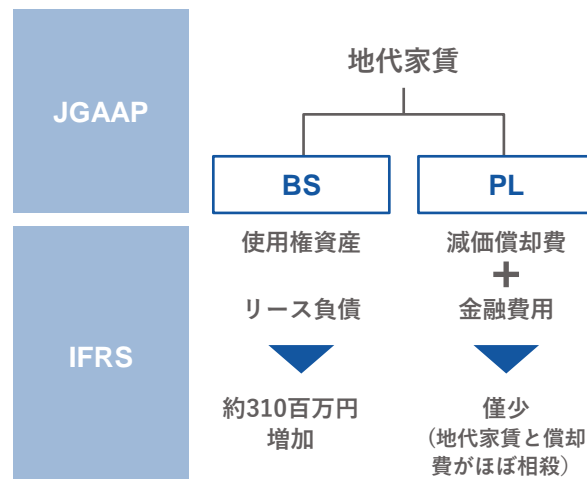
### 業績への主な影響

#### 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)

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

#### 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

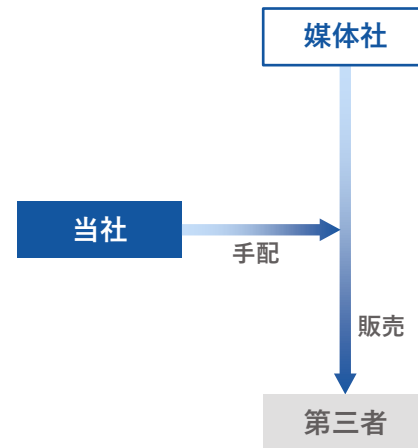
FY2021のブランド統合に伴う広告プラットフォーム事業の取引実態及び利用規約の変更により、FY2022より広告プラットフォーム事業の売上の純額計上に変更

### 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

### 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YoY27%~36%、売上総利益はYoY37%~45%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)

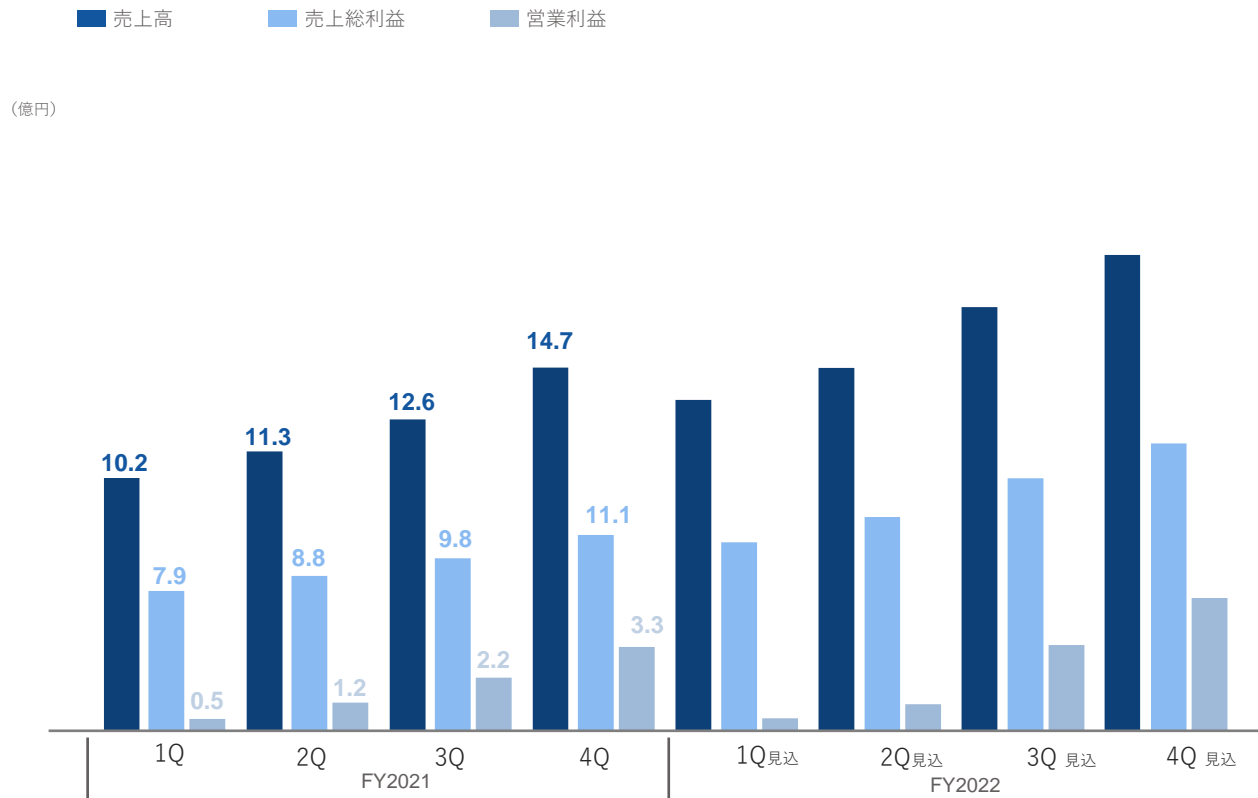
	FY2021 (日本基準)		FY2022 予想 (IFRS)
<b>売上収益</b>	(グロス) <b>14,459</b>	(ネット) <b>4,886</b>	<b>6,200-6,600</b>
広告PF事業	(グロス) <b>11,246</b>	(ネット) <b>3,312</b>	<b>3,900-4,000</b>
マーケティングSaaS事業	<b>1,176</b>	<b>1,176</b>	<b>1,900-2,150</b>
海外事業	<b>2,131</b>	<b>398</b>	<b>400-450</b>
<b>売上総利益</b>	<b>3,783</b>	<b>3,783</b>	<b>5,200-5,500</b>
<b>セグメント利益</b>	<b>738</b>	<b>738</b>	<b>1,000-1,200</b>
広告PF事業	<b>1,727</b>	<b>1,727</b>	<b>2,250-2,300</b>
マーケティングSaaS事業	<b>125</b>	<b>125</b>	<b>200-300</b>
海外事業	<b>163</b>	<b>163</b>	<b>150-200</b>
(全社・消去等)	<b>△1,278</b>	<b>△1,278</b>	<b>△1,600</b>
<b>営業利益</b>	<b>738</b>	<b>738</b>	<b>1,000-1,200</b>
広告PF事業	<b>1,117</b>	<b>1,117</b>	<b>1,360-1,450</b>
マーケティングSaaS事業	<b>△335</b>	<b>△335</b>	<b>△400-△300</b>
海外事業	<b>115</b>	<b>115</b>	<b>100-110</b>
(調整額)	<b>△159</b>	<b>△159</b>	<b>△60</b>
<b>税引前利益</b>			<b>900-1,100</b>
<b>親会社の所有者に帰属する当期利益</b>			<b>600-800</b>

\* FY2022 (予想) 基本的1株当たり当期利益 34.02円~45.36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。



1. 会社概要
2. 事業概要（事業、強み、市場）
3. 財務ハイライト
4. 2023年3月期業績予想
5. 中期方針と主要リスクへの対応



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。

## 今後の成長戦略

テクノロジーへの投資による競争優位性の強化

- ・テクノロジー戦略室による、After Cookieの技術開発、共通データ基盤や各プロダクトのAIを開発。

利益創出事業である広告プラットフォーム事業の強化

- ・コロナ禍でも好調な EC ・アプリの領域での社単 社数の拡大。
- ・高成長の実現に向け、領域を拡大するための新商品の開発。

最注力事業であるマーケティング SaaS事業の成長拡大

- ・ GENIEE SFA/CRM、GENIEE CHAT共にプロダクトの能力を向上させ現在の注力セグメントでの社数の拡大に加え、周辺領域を取り込んでいく。
- ・ 営業チャネルを本格的に拡大し、更なるシェアの拡大



事業開発投資 & M&A



成長を加速



## 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 <sup>(注1)</sup>	90億 ~ 100億
売上総利益	80億 ~ 90億
営業利益	20億 ~ 25億

(注1) 前回2021年12月17日に開示した「事業計画及び成長可能性に関する事項」では、売上収益は250億円～300億円となっておりましたが、  
広告取引の収益について、売上高及び売上原価を区分して表示する方法（総額表示）となっておりましたが、規約または契約条件の変更に伴い、  
売上原価を売上高から控除する方法（純額表示）に変更したため、90億円～100億円としております。

(注2) また、EBITDAはIFRSベースでは、営業利益との差がほとんど生じないため、この度から記載していません。

## 中期目標の実現に影響を及ぼす主なリスクと対応方針

主なリスク項目	影響するセグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響度	主な対応方針
事業環境： インターネット広告市場	広告PF事業、海外事業	景気の悪化、広告予算の減額、または市場規模が想定したほど拡大しない可能性。	低/不明	大	広告関連事業に依存しない事業基盤を整備することで対応。
事業環境： インターネット広告規制	広告PF事業、海外事業	ターゲティング広告に制限がかかり、収益が低下する可能性。	中/中期	大	新たな技術開発により対応。
事業環境： 技術革新	全事業	技術革新に対する当社グループの対応が遅れた場合に、当社グループの競争力が低下する可能性。	低/不明	大	エンジニアの採用・育成や創造的な職場環境の整備。最新技術に関する情報収集と社内の技術開発で対応。
事業内容： 競合他社の状況	広告PF事業	競争激化による顧客単価の減少。	低/中長期	大	ビッグデータやAI（人工知能）の活用による広告配信の精度向上や自動化の促進による付加価値の向上。IoTの進展やデジタルサイネージの活用、プロダクトの開発・提供による広告バリエーションの増加で対応。
	マーケティングSaaS事業	競争激化による顧客単価の減少、若しくは当社サービスの導入が進まない可能性。	低/中長期	大	プロダクトの機能強化等の付加価値向上によるアップセル。プロダクト価値向上による導入の推進で対応。
事業内容： システム障害等	広告PF事業、海外事業	システム障害が発生することでサービスの提供が困難となる可能性。	低/不明	中	システムの増強やバックアップ体制の強化など安定稼働のために常に対策を講じることで対応。
事業内容： 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。	低/不明	中	プライバシーマーク認定を取得するなど、個人情報の管理に関して水準の維持・向上により対応。
その他： 新型コロナウイルス感染症	広告PF事業、海外事業	新型コロナウイルス感染症の流行長期化により、外出自粛や営業自粛の影響で、広告主の投稿抑制や見込み顧客の投資抑制される	中/短期	中	コロナ禍でも影響が少ない業界との取引の拡大や極端な業績悪化が生じない事業展開を行うことで対応。

\*その他のリスクは、有価証券報告書等の「事業等のリスク」を参照してください。

- ・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。
  - ・これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。
  - ・また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。
- 次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期2023年6月を予定しております。