

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||



6562 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年6月29日(木)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2023年3月期の業績概要	01
2. 2024年3月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業概要	04
■ 業績動向	07
1. 2023年3月期の業績概要	07
2. セグメント別業績	08
3. 財政状況	11
4. トピックス	12
■ 今後の見通し	14
1. 2024年3月期の業績見通し	14
2. セグメント別業績予想	15
3. 市場規模	16
■ 中期経営計画	17
■ 株主還元	18

■ 要約

2023年3月期は実質ベースで大幅な増収増益を達成。 北米の広告プラットフォームサービス企業を買収し、 さらなる成長を目指す

ジーニー<6562>は、インターネット上で、閲覧者に合った広告を瞬時に選択し表示するプラットフォームサービスを開発・提供するアドテクノロジー・マーケティングカンパニーである。「誰もがマーケティングで成功できる世界を創る」ことをビジネスパーパスとし、「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」ことを存在意義として掲げている。

1. 2023年3月期の業績概要

2023年3月期の連結業績は、売上収益6,455百万円、売上総利益5,142百万円、営業利益2,457百万円、税引前利益2,279百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益2,114百万円となった。同社は2023年3月期第1四半期よりIFRS会計基準を任意適用したため前期との増減は記載していないが、売上収益・売上総利益は、実質ベースで前期比30%超となる高い成長率を達成した。インターネット広告市場は、新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）などの影響を受けたものの、社会のデジタル化を背景に検索連動広告をはじめとする運用型広告や動画広告の増加により、2022年のインターネット広告媒体費は前年比15.0%増の2兆4,801億円※と右肩上がりで成長した。こうした事業環境を背景に、広告主側と広告媒体側双方の収益を最大化するインターネット広告プラットフォームを提供する同社は、市場を上回るスピードで成長を続けている。

※出所は、電通「2022年日本の広告費」並びにCCI/D2C/電通/電通デジタル/セプテーニ・ホールディングス「2022年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」。

2. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の連結業績予想は、売上収益9,600百万円（前期比48.7%増）、売上総利益7,800百万円（同51.7%増）、営業利益2,000百万円（同18.6%減）、税引前利益1,900百万円（同16.6%減）、親会社の所有者に帰属する当期利益1,500百万円（同29.1%減）を見込む。営業利益以下が減益予想となっているのは、2023年3月期に13.3億円を計上したことによる反動減である。これは一過性の営業利益であったため、これを考慮すると2023年3月期の実質的な営業利益は11.1億円となる。対して2024年3月期は80.2%増の計画となる。

要約

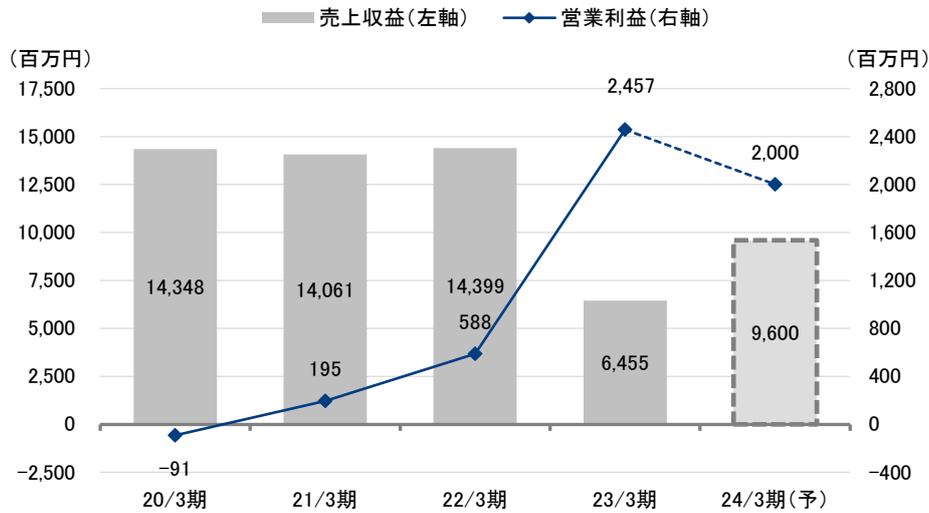
3. 中期経営計画

2023年5月に3ヶ年(2024年3月期～2026年3月期)の中期経営計画「～First Magic 2025 Towards 2030 Vision～」を策定した。2030年までに同社のパーパス「誰もがマーケティングで成功できる世界を創る」を国内で実現するために、3つのフェーズを設定した。「Phase1」と位置付けている今回の中期経営計画では、新たな成長軌道を創るために、国内外のアドテクノロジー事業の強化を行う。2026年3月期で売上収益162～202億円、売上総利益132～164億円、営業利益45～55億円、親会社の所有者に帰属する当期利益30～37億円を数値目標として掲げている。

Key Points

- ・2023年3月期は、売上収益、売上総利益が実質ベースで前期比30%超増加し急成長
- ・2023年2月に米国Zelto, Inc.を完全子会社化
- ・2024年3月期も売上収益、売上総利益で50%近い伸びを見込む
- ・2026年3月期に営業利益45～55億円を目指す中期経営計画を策定

業績推移



注1：2022年3月期より「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

注2：2023年3月期より国際財務報告基準(「IFRS」)を任意適用

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■ 会社概要

グループ内の技術力でプロダクトラインナップを揃え急成長する アドテクノロジー・マーケティングカンパニー

1. 会社概要

同社は、ウェブサイトやスマートフォンアプリ上に、閲覧者に合った広告を瞬時に選択し表示するアドテクノロジーを使って、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開発・提供している。

2010年の創業から、日本とアジアの顧客におけるマーケティングに関する課題に向き合い、プロダクト開発と成功のための支援を続けてきた。北米、インド、ヨーロッパに事業領域を拡大し、最先端のテクノロジー・AIを活用して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している。2023年2月には広告収益最適化プラットフォームを提供する北米の広告テクノロジー企業 Zelto, Inc. を完全子会社化した。

会社概要

沿革

年月	沿革
2010年 4月	(株)ジーニーを設立
2011年 2月	Google AdSense リセラープログラムに参加し、Google AdSense の提供を開始
2011年 4月	「GenieeSSP」の提供を開始
2012年 8月	Geniee International Pte. Ltd. (シンガポール) を設立
2013年 9月	Geniee Vietnam Co., Ltd. (ベトナム) を設立
2014年 3月	「GenieeDSP」の提供を開始
2014年10月	ソフトバンクグループ<9984>と資本業務提携
2015年 1月	「GenieeDMP」の提供を開始
2015年 9月	Geniee Technology Indonesia (インドネシア) を設立
2015年10月	「GenieePMP」の提供を開始
2016年 7月	マーケティングオートメーション「MAJIN」の提供を開始
2016年 8月	PT. Adstars Media Pariwara をグループ化
2017年 8月	Geniee Adtechnology (Thailand) Co., Ltd. (タイ) を設立
2017年12月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場
2018年 6月	CRM/SFA システム「ちきゅう」を事業承継
2018年10月	Adskom India Private Limited をグループ化
2018年11月	(株)チャモをグループ化
2019年10月	子会社チャモを吸収合併
2020年11月	ビジネスサーチテクノロジー(株)をグループ化
2021年 8月	(株)REACT を完全子会社化
2022年 3月	CATS(株)を完全子会社化
2022年 7月	Hypersonic(株)を完全子会社化
2022年 8月	(株)三晃社、(株)ピー・プランニングと DOOH 領域で業務提携
2022年 9月	シンガポールの InMobi Japan と業務提携
2022年12月	(株)細山田商事、(株)ドワンゴ、(株)ディーアンドエムと業務提携
2023年 2月	北米の広告テクノロジー企業 Zelto,Inc. を完全子会社化
2023年 5月	米国 Zeta Global Holdings<ZETA>、バリューコマース<2491>とリテールメディア領域で業務提携

出所：ホームページ、プレスリリースよりフィスコ作成

「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3つの事業を展開

2. 事業概要

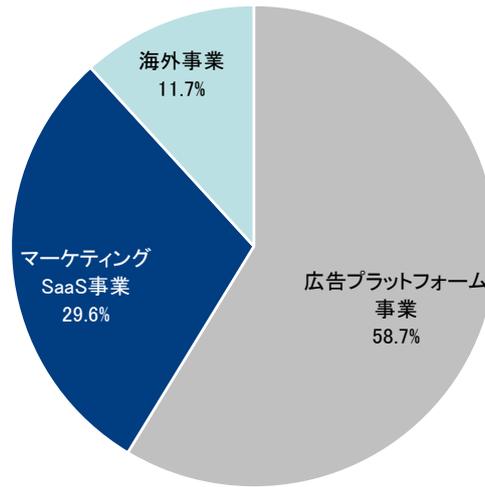
同社は事業セグメントを3つに分けている。広告主にインターネットメディアや OOH※広告のビルボードなどの広告媒体を仲介するツールを提供する「広告プラットフォーム事業」、企業が広告やマーケティング活動を行う時に使うツールを自社開発や M&A で調達し、提供する「マーケティング SaaS 事業」、同社グループのプロダクトラインナップを揃え販売する「海外事業」の3つの事業を展開している。

※OOH (Out Of Home) とは、アウト・オブ・ホームの略で、電車やバスなどの公共交通機関における中吊り広告に代表される交通広告、街中で展開される看板広告や街頭ビジョンに代表される屋外広告、ラッピングカーやデジタルサイネージなど、自宅以外で展開する広告メディアの総称。

会社概要

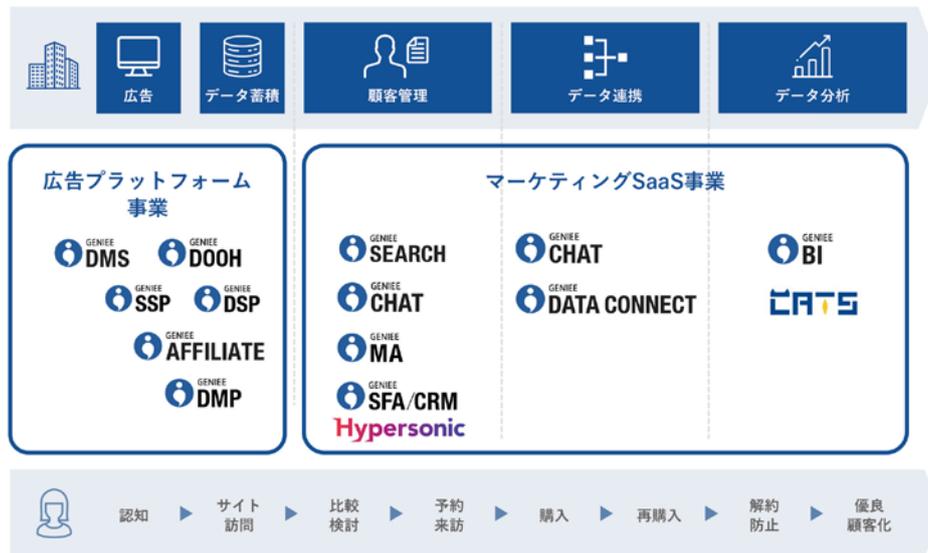
2023年3月期の事業別売上構成比は、広告プラットフォーム事業は58.7%、マーケティングSaaS事業は29.6%、海外事業は11.7%である。広告プラットフォーム事業が約60%を占め、主力事業である。

2023年3月期の事業別売上構成比



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業領域



出所：決算説明資料より掲載

会社概要

(1) 広告プラットフォーム事業

広告プラットフォーム事業は、独自開発したメディアと広告主の双方の収益を最大化するプラットフォーム「GENIEE Ads Platform」を提供している。主にインターネットメディア向けの「GENIEE SSP」や広告主/広告代理店向けの「GENIEE DSP」などを展開し、これらプラットフォームの OEM 提供も行っている。「GENIEE SSP」はインターネットメディア等の広告収益を最大化させるプラットフォームであり、広告枠を閲覧するユーザー毎に、RTB※技術によりオークション形式で選択された最適な広告を配信する仕組みである。「GENIEE DSP」は、広告主のニーズに合わせて選択された枠へ配信することで、広告主の利益を最大化する広告買い付けプラットフォームである。

※ RTB (Real - Time Bidding) とは、広告の表示ごとにオークション方式で最も高単価な広告を配信する仕組みで、リアルタイムにインターネット広告枠を取引できる技術のこと。

「GENIEE SSP」や「GENIEE DSP」経由で広告を配信すると、広告表示回数や単価に応じて広告主から同社グループへ広告掲載料が支払われる。広告代理店や他社 DSP、アドネットワーク、OEM 提供先を介して広告が配信される場合は、同社グループは広告主からそれらを經由して広告掲載料を受け取る仕組みである。

(2) マーケティング SaaS 事業

マーケティング SaaS 事業は、企業のマーケティング活動の支援を目的とした BtoB 向け SaaS プロダクトを一元管理するマーケティングサービス「GENIEE Marketing Cloud」を展開している。広告を通じた集客から販売までのプロセスをワンプラットフォームで行うことができる。主な製品として、営業活動における商談管理のための営業管理システム (SFA) 及び顧客管理システム (CRM) 「GENIEE SFA/CRM」、企業のマーケティング活動を自動化し、効率的に潜在顧客の集客や購買意欲等の向上を実現するマーケティングオートメーション「GENIEE MA」、国内有数の導入企業社数 4,500 社を誇るチャット型 Web 接客プラットフォーム「GENIEE CHAT」、サイト内検索・EC サイト向け商品検索サービス「GENIEE SEARCH」がある。

「GENIEE SFA/CRM」「GENIEE MA」「GENIEE CHAT」「GENIEE SEARCH」などの SaaS プロダクトでは、導入企業より月額でシステムやサービスの利用料を受け取り、収益としている。

(3) 海外事業

海外事業では東南アジア、北米、インドなどで同社のプロダクトを販売しているインターネットメディア向けの「GENIEE SSP」や広告主/広告代理店向けの「GENIEE DSP」をはじめとした事業を中心に展開している。2023年3月期において、インターネットメディアのディスプレイ広告収益向上サービスを提供する Zeltto を完全子会社化した。これにより、同社が提供するサービスとの連携・機能拡充とともに、世界各地のインターネットメディアへ価値提供が可能になった。

業績動向

2023年3月期は売上収益・売上総利益が実質ベースで前期比30%超増。 マーケティング SaaS 事業が業績をけん引

1. 2023年3月期の業績概要

2023年3月期の連結業績は、売上収益 6,455 百万円、売上総利益 5,142 百万円、営業利益 2,457 百万円、税引前利益 2,279 百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益 2,114 百万円となった。同社は 2023 年 3 月期第 1 四半期より IFRS 会計基準を任意適用したため前期との増減は記載していないが、売上収益・売上総利益は、実質ベースで前期比 30% 超となる高い成長率を達成した。

インターネット広告市場は、コロナ禍で影響を受けたものの、社会のデジタル化を背景に検索連動広告をはじめとする運用型広告、動画広告が増加した。CCI/D2C/電通/電通デジタル/セプテーニ・ホールディングス「2022 年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」によると、2022 年のインターネット広告媒体費は前年比 15.0% 増の 2 兆 4,801 億円となり、2023 年には 2 兆 7,908 億円まで拡大すると見込んでいる。こうした事業環境を背景に、広告主側と広告媒体側双方の収益を最大化するインターネット広告プラットフォームを提供する同社は、市場を上回るスピードで成長している。なお、北米、インドなどをマーケットとしてインターネット広告のディスプレイ広告収益の向上サービスを提供している米国 Zelto を、2023 年 2 月に子会社化した。これにより、持分の時価評価益 16.2 億円を一時的に計上したため、営業利益以下の利益が大きく膨らんだ。営業利益では、併せてソフトウェアの除却損を 2.8 億円計上した。一過性の利益が合計で 13.4 億円となる。これを控除すると営業利益は 11.1 億円となり、前期のソフトウェア減損 2.0 億円を控除した営業利益 7.9 億円と比較すると前期比 40.5% の増益となった。

2023年3月期の業績

(単位：百万円)

	22/3 期 実績	23/3 期 実績	前期比	
			増減額	増減率
売上収益	4,826	6,455	1,628	33.7%
売上総利益	3,741	5,142	1,400	37.4%
営業利益	588	2,457	1,869	317.7%
税引前利益	717	2,279	1,562	217.7%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	500	2,114	1,614	322.4%

注：22/3 期は IFRS に換算し、記載
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

2. セグメント別業績

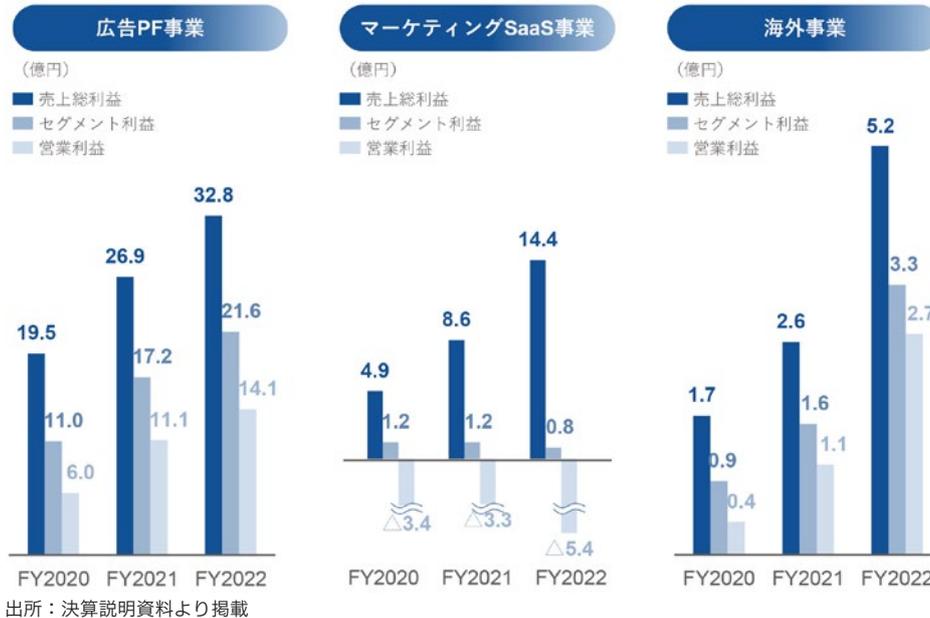
セグメント別売上収益・セグメント利益

(単位：百万円)

	23/3期	
	実績	売上比
売上収益	6,455	100.0%
広告プラットフォーム事業	3,918	60.7%
マーケティング SaaS 事業	1,976	30.6%
海外事業	783	12.1%
セグメント利益	2,457	100.0%
広告プラットフォーム事業	2,163	88.1%
マーケティング SaaS 事業	85	3.5%
海外事業	338	13.8%
調整	-131	-5.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別業績推移



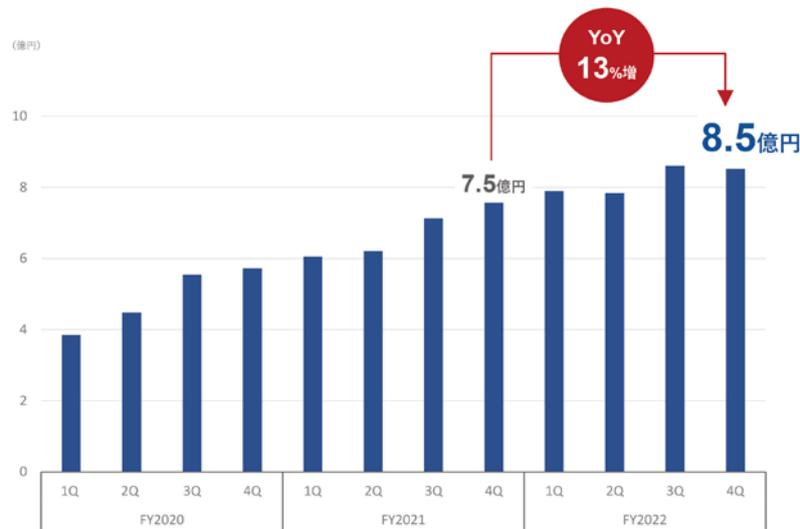
(1) 広告プラットフォーム事業

広告プラットフォーム事業は、売上収益 3,918 百万円、売上総利益 3,280 百万円、セグメント利益 2,163 百万円となった。サプライサイド（広告媒体側）に提供するプロダクト「GENIEE SSP」のアップデート、新たにリリースした Web 広告ページの長さやユーザー行動に応じた柔軟な配信制御を可能にする「GENIEE Auto Ads」のプロダクトの開発・拡販、Google 提供の DSP「ディスプレイ & ビデオ 360」と連携したデジタル OOH 領域での新規取引などにより、広告の配信面と流通量を拡大した。

業績動向

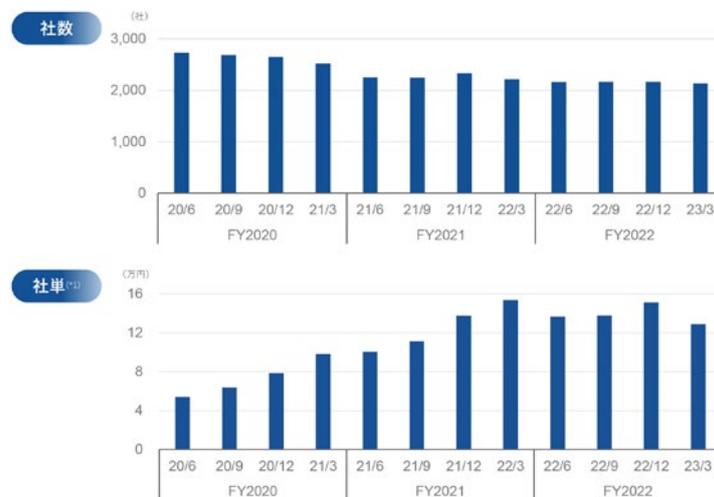
2023年3月期第4四半期は欧米の金利上昇に伴うリセッションの影響を受けた海外に加え、国内においても広告収益単価が低下し、売上総利益は四半期ベースで第4四半期は前年同期比13%増と伸び悩んだが、通期では前期比22%増と伸長した。プロダクトの提供社数は、四半期ベースではやや横ばいで推移した。1社当たりの売上収益単価については2023年3月期第4四半期で落ち込んだものの、2022年3月期通期の平均単価を上回っている。

広告プラットフォーム事業
売上総利益の推移



出所：決算説明資料より掲載

広告プラットフォーム事業 KPI



(*1)純額(ネット)計上の数値で算出。

出所：決算説明資料より掲載

業績動向

(2) マーケティング SaaS 事業

マーケティング SaaS 事業は、売上収益 1,976 百万円、売上総利益 1,440 百万円、セグメント利益 85 百万円となった。2021 年 3 月期は売上総利益が全体の 20% 弱を占める事業であったが、約 28% まで拡大した。営業管理システム及び顧客管理システム「GENIEE SFA/CRM」とクラウド型コールセンターシステム「BIZTEL」との連携や機能強化や、「GENIEE CHAT」の LINE/Facebook ボット「Engagebot」の提供先拡大が事業をけん引した。また、ChatGPT を用いたメッセージ自動作成機能などもリリースした。その結果、売上総利益は前期比 67.4% 増と大幅に伸長した。一方でプロダクトの開発費用など初期費用が多く発生し、セグメント利益は減益となった。

マーケティング SaaS 事業はマーケティングプラットフォームを顧客に提供し、利用料を課金するリカーリングビジネスである。KPI として有料アカウント数・解約率、リカーリング比率や ARR※1、ARPA※2 が重要視される。有料アカウント数は順調に伸びており、解約数も 1% を切る状態をキープした。2023 年 3 月期の売上収益、ARR はそれぞれ前期比で 66.7% 増、同 97.8% 増と大きく成長した。リカーリング比率も前期比 4.2 ポイント上昇し高い水準をキープした。ARPA は前期比 9.1% 減となったが、これはエンタープライズ領域の顧客が増加したため単価が低下したことが主因である。

※1 ARR (Annual Recurring Revenue) とは、年間経常収益。

※2 ARPA (Average Revenue Per Account) とは、1 アカウント当たりの平均売上収益。

マーケティング SaaS 事業の主要 KPI



出所：決算説明資料より掲載

業績動向

(3) 海外事業

海外事業は、売上収益 783 百万円、売上総利益 520 百万円、セグメント利益 338 百万円となった。第 4 四半期に米国のリセッションの影響を受けたものの、アプリ（アプリへの広告出稿事業者・アプリ運営事業者向け「GENIEE SS プラットフォーム or App」及び「GENIEE DM プラットフォーム or App」）が伸長し売上総利益は前期比で約 2 倍と、過去最高益を更新した。2023 年 2 月に米国 Zelto を子会社化したことで、同社の「GENIEE SSP」などとの連携・機能の拡充が実現し世界各地のインターネットメディアに価値を提供することが可能となった。今後の海外事業の成長が期待されると弊社では考えている。

3. 財政状況

2023 年 3 月期における流動資産は、前期末比 1,869 百万円増の 5,671 百万円となった。これは主に、現金及び現金同等物の増加 1,399 百万円、営業債権及びその他の債権の増加 416 百万円によるものである。非流動資産は、前期末比 8,325 百万円増の 12,183 百万円となった。投資活動によるキャッシュ・フローで取得した株式 5,128 百万円、段階取得に係る差益の計上 1,623 百万円などによるのれんが 7,892 百万円増と大きく膨らんだほか、使用権資産が 266 百万円増加したことによるものである。これにより、資産合計は前期末比 10,195 百万円増加の 17,855 百万円となった。

負債合計は、前期末比 8,046 百万円増加の 12,821 百万円となった。これは主に、借入金の増加 6,037 百万円、その他の流動負債の増加 292 百万円、リース負債の増加 200 百万円によるものである。

営業活動によるキャッシュ・フローは、1,389 百万円（前期は 1,235 百万円の獲得）となった。これは主に、税引前利益 2,279 百万円、減価償却費及び償却費の計上 641 百万円、段階取得に係る差益の計上 1,623 百万円、営業債権及びその他の債権の減少 308 百万円、営業債務及びその他の債務の減少 341 百万円によるものである。

投資活動によるキャッシュ・フローは、5,967 百万円（前期は 1,202 百万円の使用）となった。これは前述のとおり、子会社株式の取得による支出 5,128 百万円と無形資産の取得による支出 649 百万円によるものである。

財務活動によるキャッシュ・フローは、5,926 百万円（前期は 316 百万円の獲得）となった。これは主に、短期借入金の純増額 5,728 百万円、長期借入れによる収入 1,050 百万円、長期借入金の返済による支出 528 百万円、自己株式の取得による支出 31 百万円によるものである。

貸借対照表

(単位：百万円)

	22/3 期	23/3 期	増減額
流動資産	3,801	5,671	1,869
現金及び現金同等物	1,476	2,875	1,399
非流動資産	3,857	12,183	8,325
資産合計	7,659	17,855	10,195
流動負債	3,649	10,328	6,678
非流動負債	1,125	2,493	1,368
負債合計	4,775	12,821	8,046
資本合計	2,884	5,033	2,148

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

	22/3期	23/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,235	1,389
投資活動によるキャッシュ・フロー	-1,202	5,967
財務活動によるキャッシュ・フロー	316	5,926
現金及び現金同等物の期末残高	1,476	2,875

出所：決算短信よりフィスコ作成

4. トピックス

(1) Zelto の子会社化

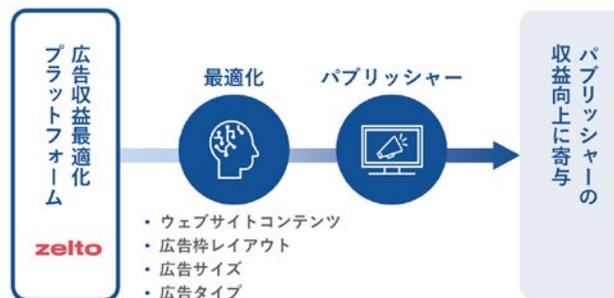
2023年2月に米国 Zelto を子会社化した。Zelto は拠点をインドに置き、アジア、北米を中心にインターネット広告収益最適化サービスを提供している。サービスの内容は、AI を用いてユーザーごとにウェブサイトコンテンツと広告枠のレイアウト、広告サイズ、広告タイプを最適化し、インターネットメディアの収益を向上させるものである。同社にとっては、広告プラットフォーム事業における「GENIEE SSP」などとの連携・機能拡充とともに、海外のインターネットメディア向けに価値を届けることが可能になるなど、大きなシナジーが期待できると弊社では考えている。なお同社発表によると、Zelto は「Financial Times」の「米国で最も急成長している民間企業リスト」で2021年に19位、2022年に33位となった。

Zelto は、2021年12月期及び2022年12月期は6～8億円程度の安定した営業利益を計上した。2024年3月期（決算期は3月に変更）は米国のリセッションの影響により広告収益単価が減退しているため、減収減益を見込んでいる。しかし2025年3月期以降はリセッションからの回復、同社との連携により増収増益基調に戻ると予想している。買収費用は概算で67億円と大きく、その資金を短期の借入金で調達した。同社は借入金を営業活動によるキャッシュ・フローで返済していくこととしており、2024年3月期の計画でも税引前利益19億円と減価償却費で合計20億円以上のキャッシュを創出し、返済財源とする計画である。

Zelto の概要

2014年米国にて創業。欧米・APACエリアで事業展開しており、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 Certified Publishing Partner (GCPP)
- Microsoft Accelerator に参画



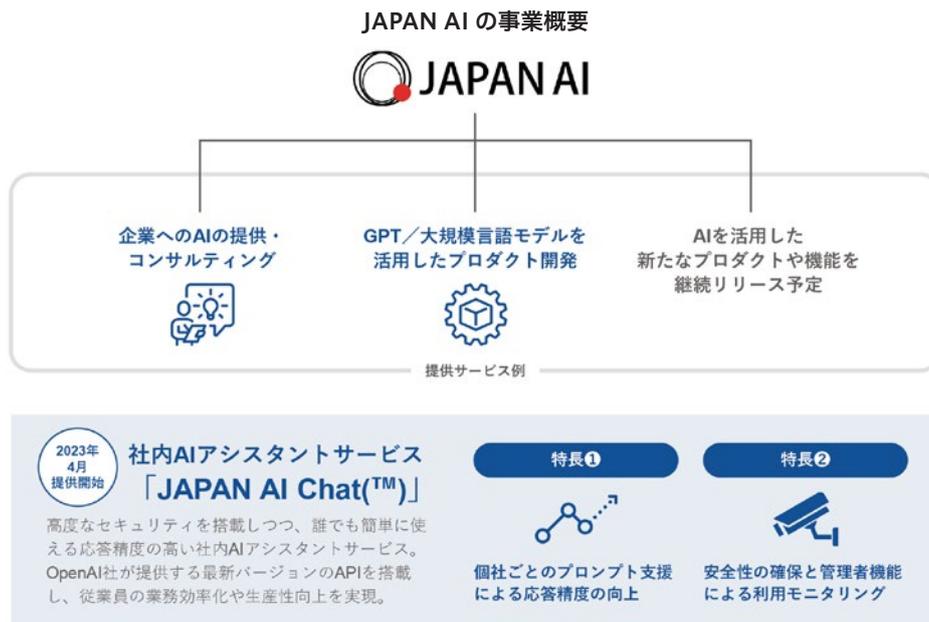
出所：決算説明資料より掲載

業績動向

(2) 「JAPAN AI 株式会社」 の設立

2023年4月に、AIを活用したプロダクトを開発・販売する子会社JAPAN AI(株)(資本金40百万円)を設立した。従来、同社ではプロダクト開発において積極的にAI技術を活用してきた。ChatGPTを用いた「GENIEE CHAT」「GENIEE SFA/CRM」では、顧客の業務効率化や生産性向上を目的とした新機能を開発・提供している。同社内でもコーポレート部門の業務効率化のために活用している。こうした技術の子会社に継承し、新しいプロダクトの開発・販売やAI技術関連に関わる導入コンサルティング、AIに関する研究開発を推進し、同社や顧客の事業拡大に貢献するねらいである。

同年4月には米国OpenAIが提供する最新バージョンのAPIを搭載した社内AIアシスタント製品「JAPAN AI Chat」をリリースした。各社ごとにカスタマイズした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するツールである。各企業専用の環境下で利用するため、データが漏洩するリスクが小さい。企業が社内に保有する独自データを活用した社内FAQや検索機能として需要が拡大すると弊社では考えている。



出所：決算説明資料より掲載

■ 今後の見通し

2024年3月期も引き続き高成長を維持。 マーケティング SaaS 事業、海外事業の高成長を計画

1. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の連結業績予想は、売上収益9,600百万円（前期比48.7%増）、売上総利益7,800百万円（同51.7%増）、営業利益2,000百万円（同18.6%減）、税引前利益1,900百万円（同16.6%減）、親会社の所有者に帰属する当期利益1,500百万円（同29.1%減）を見込む。営業利益以下が減益予想となっているのは、2023年3月期に13.3億円（子会社化した米国 Zelto の時価評価益16.2億円＋ソフトウェア除却損2.8億円）を計上したことによる反動減である。一過性の営業利益であったことを考慮すると2023年3月期の実質的な営業利益は11.1億円となる。対して2024年3月期は80.2%増の計画となる。

2024年3月期の業績予想

(単位：百万円)

	23/3期 実績	24/3期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上収益	6,455	9,660	3,144	48.7%
売上総利益	5,142	7,800	2,657	51.7%
営業利益	2,457	2,000	-457	-18.6%
税引前利益	2,279	1,900	-379	-16.6%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	2,114	1,500	-614	-29.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別業績予想

2024年3月期のセグメント別業績予想

(単位：百万円)

		23/3 期 実績	24/3 期 予想	前期比	
				増減額	増減率
売上収益	広告 PF 事業	3,918	4,819	901	23.0%
	マーケティング SaaS 事業	1,976	3,173	1,197	60.6%
	海外事業	783	1,686	903	115.3%
	(調整額)	-223	-20	203	-
セグメント利益	広告 PF 事業	2,163	2,683	520	24.0%
	マーケティング SaaS 事業	85	608	523	615.3%
	海外事業	338	700	362	107.1%
	(全社・消去等)	-131	-1,985	-1,854	-
営業利益	広告 PF 事業	1,417	1,697	280	19.8%
	マーケティング SaaS 事業	-545	-260	285	-
	海外事業	273	588	315	115.4%
	(調整額)	1,312	-18	-1,330	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(1) 広告プラットフォーム事業

広告プラットフォーム事業は、売上収益は4,819百万円(前期比23.0%増)、セグメント利益は2,683百万円(同24.0%増)と、増収増益を計画する。2023年3月期第4四半期から引き続き広告収益単価低下の影響を見込んでいるが、2023年3月期に機能強化・開発を進めることができた多くのプロダクトを拡販することで、新領域の開拓や既存領域のシェア拡大を進める計画である。2023年3月にリリースした「GENIEE RMP」は、リテールメディアにおける広告出稿・配信機能を備えた小売・EC事業者の持つメディアへ組み込むことができるプラットフォームサービスで、小売・EC事業者に特化して開拓していく。また、デジタル OOH の領域においても2023年3月期に多くの事業者と連携することで広告枠を確保しており、流通量の拡大が期待できると弊社では考えている。

(2) マーケティング SaaS 事業

マーケティング SaaS 事業は、売上収益は3,173百万円(前期比60.6%増)、セグメント利益は608百万円(同615.3%増)を計画している。新機能を搭載した「GENIEE CHAT」の拡販のほか「GENIEE SFA/CRM」についても2023年3月期にエンタープライズの顧客から大型受注が開始するなど、組織としてセールスする能力が強化されることで顧客数が増加することが予想される。また引き続きアカウント数の増加と解約率の低下も見込まれる。

今後の見通し

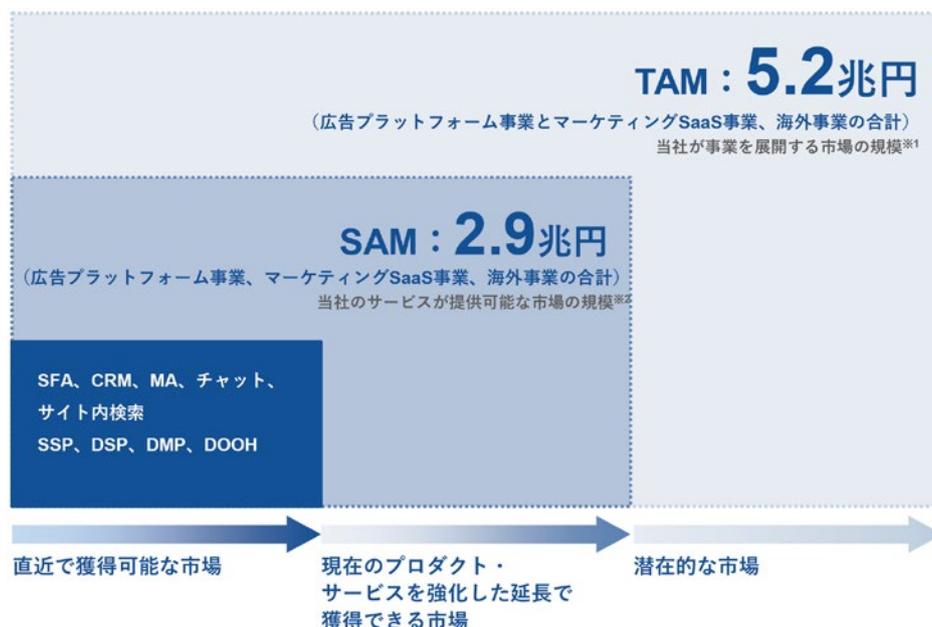
(3) 海外事業

海外事業については、売上収益は1,686百万円（前期比115.3%増）、セグメント利益は700百万円（同107.1%増）を計画する。Zeltoを子会社化したことで、東南アジアだけでなくインドや北米まで市場を拡大し、収益の倍増を見込む。Zeltoは、2023年3月期第4四半期より米国のリセッションの影響を受けて広告収入単価が下がり、2023年1月～2月は営業損失を計上した。要因は広告収入単価が下がっているにもかかわらず、広告メディア側に固定料金での支払い契約を継続していたことであった。これを収入単価の変動に合わせた支払契約に変更し、同年3月より利益転換した。2024年3月期はリセッションの影響を織り込み2023年12月期の売上を下回る見込みだが、Zeltoと社内の海外部門チームを統合する計画で、両社プロダクトのセルスの伸長が期待される。

3. 市場規模

同社では、サービス提供可能なターゲット市場の規模は2.9兆円、潜在的な市場の規模は5.2兆円と推定している。Zeltoの子会社化により、従来はサービス提供可能なターゲット市場の規模は1.2兆円、潜在的な市場の規模は2.8兆円から拡大した。電通グループ<4324>が共同により公表した「2022年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」によると、検索連動型広告は前年比122.2%、インターネット広告媒体費に占める構成比は39.4%となった。取引手法別では、運用型広告は前年比115.3%の2ケタ成長となり、インターネット広告媒体費に占める構成比は85.4%となった。インターネット広告媒体費は2023年も堅調に推移し、全体で前年比112.5%の2兆7,908億円まで増加すると予測している。広告業界では「紙媒体」から「デジタル」への移行が顕著に表れている。また、インフレ下においては企業はより需要が見込まれる消費者に訴える動きに向かいやすく、デジタル分野を収益の柱として事業を展開する同社へは追い風になると弊社では考えている。

市場規模



出所：決算説明資料より掲載

■ 中期経営計画

2026年3月期には売上収益162～202億円を計画。 プライム市場への移行を目指し、 2024年3月期は大規模なM&Aは実施しない方針

2023年5月に3ヶ年(2024年3月期～2026年3月期)の中期経営計画「～First Magic 2025 Towards 2030 Vision～」を策定した。2030年までに同社のパーパス「誰もがマーケティングで成功できる世界を創る」を国内で実現するために、3つのフェーズを設定した。「Phase1」と位置付けている今回の中期経営計画では、新たな成長軌道を創るために、国内外のアドテクノロジー事業の強化を行う。

同社は、2024年3月期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しており、コスト削減による利益体質の強化が必要であると考えている。2025年3月期は2023年3月期並みに戻り、2026年3月期には米国の金利低下とともに、広告需要も回復すると想定している。投資については、競争力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を引き続き継続していく。一方で、プライム市場への移行のタイミングも考慮するため、2024年3月期はグループ管理体制に大きな影響を与える大規模なM&Aは実施しない方針だ。

数値目標は、2026年3月期に売上収益162～202億円(2024年3月期計画96億円)、売上総利益132～164億円(同78億円)、営業利益45～55億円(同20億円)、親会社の所有者に帰属する当期利益30～37億円(同15億円)を掲げている。

全体方針として、SSP領域では、未攻略領域のシェアを拡大し、DSP領域では、直近でリリースしたリテールメディアプラットフォームのシェアを拡大する方針である。マーケティングSaaS事業では、エンタープライズ領域の拡大を図るために投資効率の高いマーケティング施策に注力するとともに、大型代理店施策の強化を図る。新規事業としては、新設した子会社JAPAN AIとのマーケティング領域での協業を想定している。海外事業では、Zeltoプロダクトを国内外で代理販売するほか、国内外のリソースをグローバルに展開する方針である。

また、これを支える経営基盤として、女性比率、外国人比率の向上によりダイバーシティを推進し、ChatGPTを活用したコーポレート業務効率化、KPIやOKR(Objectives and Key Results: 企業、グループ、個人が同じ成果目標を設定し、同じ重要課題に取り組めるようにする目標管理手法)によるモニタリング体制や東証プライム市場への変更にに向けた内部管理体制の強化などを実現するとしている。

中期経営計画

新中期経営計画数値目標

	24/3 期 (計画)		26/3 期 (計画)
売上収益	96	▶	162-202
売上総利益	78		132-164
営業利益	20		45-55
親会社の所有者に帰属する当期利益	15		30-37

(単位：億円)

出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

株主還元

2022年7月より株主優待制度を実施。 「ジーニー・プレミアム優待倶楽部」を開設

同社は創業以来、今後の事業展開と財務体質強化のために必要な内部留保の確保を優先しているため、配当を実施していない。株主への利益還元については、経営上の重要課題と設定しているが、収益力強化や事業基盤整備のための投資に充当することにより事業拡大を目指すことが、将来における安定的かつ継続的な利益還元につながると思っている。

配当以外の還元策として、自社株式の取得を2021年8月より1年間実施。310千株を取得した。また、2022年7月より株主優待制度を開始した。同社株主向け特設 Web サイト「ジーニー・プレミアム優待倶楽部」では、3月末時点で3単元(300株)以上保有している株主に対して4,000ポイントが贈呈される。同様に、400株以上では6,000ポイント、500株以上では10,000ポイント、5,000株以上では30,000ポイント、100,000株以上では40,000ポイントが贈られる。株主は貯めたポイントで、お米やブランド牛などのこだわりグルメ、スイーツや飲料類、銘酒、家電製品など5,000種類以上の商品から選んで交換することができる仕組みである。

株主優待ポイント表

保有株式数	進呈ポイント数
300株～399株	4,000ポイント
400株～499株	6,000ポイント
500株～999株	10,000ポイント
1,000株～4,999株	20,000ポイント
5,000株～99,999株	30,000ポイント
100,000株以上	40,000ポイント

出所：プレスリリースよりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp