

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ジーニー

6562 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

2026年7月28日 (火)

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. 2026年3月期の業績概要	01
2. 2027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	05
■ 業績動向	08
1. 2026年3月期の業績概要	08
2. セグメント別業績	09
3. 財政状況	12
4. トピックス	14
■ 今後の見通し	15
1. 2027年3月期の業績見通し	15
2. セグメント別業績予想	16
3. 市場規模及び市場環境	17
■ 中期経営計画	18
■ 株主還元	19

要約

国内随一のAI実装力で成長を持続

ジーニー<6562>は、インターネット上で閲覧者に適した広告を瞬時に選択して表示するプラットフォームサービスを開発・提供している。また、AI技術を積極的に活用することにより、同技術に関連した導入コンサルティングやプロダクトの提供、及び研究開発を推進する「マーケティング領域のテクノロジー・AI企業」でもある。同社は「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. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の連結業績は、売上収益13,376百万円（前期比18.2%増）、売上総利益9,776百万円（同11.0%増）、営業利益1,535百万円（同39.1%減）、税引前利益1,331百万円（同41.0%減）、当期利益981百万円（同51.9%減）、親会社の所有者に帰属する当期利益866百万円（同55.6%減）と増収ながら、営業利益以下の各利益は減益となった。中間期決算発表に伴い修正した業績予想は、各項目いずれも未達となった。6月1日付で2026年3月期決算実績を訂正しており、受託開発取引に係る売上収益や、出資契約に係る投資有価証券の修正の影響が大きい。

売上面では、マーケティングSaaS事業とデジタルPR事業が高い成長率で業績をけん引したほか、上期に不調であった広告プラットフォーム事業が成長基調を取り戻した。マーケティングSaaS事業は「GENIEE」プロダクトとJAPAN AI (株) の製品とのクロスセルにより、エンタープライズ企業からの案件受注が進み前期比18.3%増となった。また、デジタルPR事業はソーシャルワイヤー<3929>の業績が通期で寄与したこと、及び2025年9月に(株)iHackを買収して連結対象としたことにより、同63.4%増と大きく成長した。広告プラットフォーム事業は、上期の業績伸び悩みを踏まえて下期に構造改革や組織改善を進めた結果、同0.1%減と前期並みで着地した。利益面について、全体営業利益の同39.1%減には2025年3月期の一過性利益の反動減が含まれており、一過性損益の影響を除いた調整後営業利益は同5.3%減にとどまっており、実態としては小幅減益であった。

2. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の連結業績予想は、売上収益16,400百万円（前期比22.6%増）、売上総利益11,700百万円（同19.7%増）、営業利益2,500百万円（同62.8%増）、税引前利益2,300百万円（同72.7%増）、当期利益1,700百万円（同73.2%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益1,500百万円（同73.1%増）を見込む。なお一過性損益を除く調整後営業利益は同58.5%増の2,400百万円を見込んでいる。広告のデジタルシフトを背景に、特に動画広告領域を中心に引き続き高い成長を見込むほか、為替や中東情勢の影響などを総合的に判断して試算した。各事業では2026年3月期の基本戦略を継続し、計画には確度の高い案件のみを試算に組み入れている。

要約

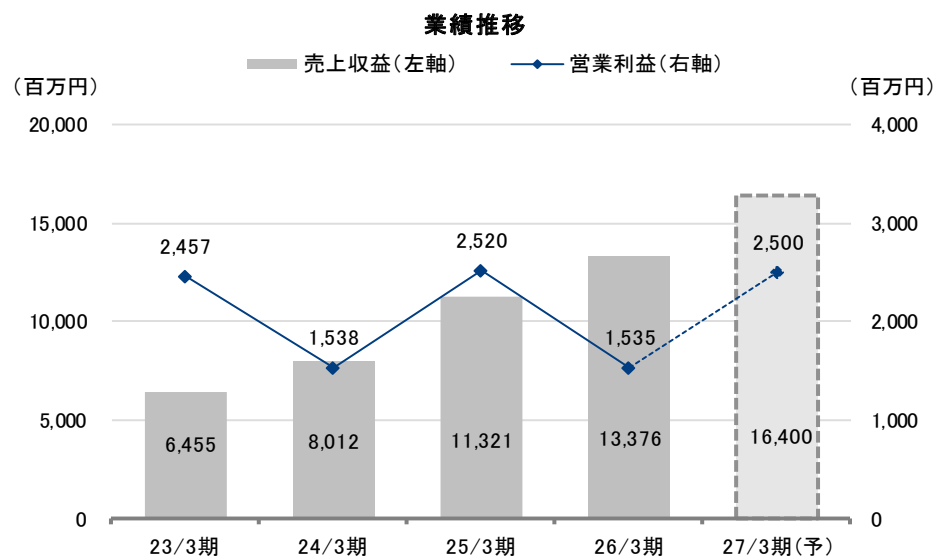
売上面では、広告プラットフォーム事業において、国内外でのクロスセル施策やエンタープライズ企業の開拓を推進することで増収を目指す。マーケティングSaaS事業では、同社プロダクトとJAPAN AIソリューションのクロスセルを武器に、引き続きエンタープライズ企業の開拓を進める。デジタルPR事業においては、インフルエンサーPR事業のロールアップ、及びニュースリリース事業とのクロスセルを強化する。利益面では、各事業での増収効果を見込む。特にマーケティングSaaS事業では、通期での黒字化を目指す。

3. 中期経営計画

同社が2023年5月に策定した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～」の数値目標は、2026年3月期業績予想として売上収益153億円、売上総利益118億円、営業利益27.5億円、親会社の所有者に帰属する当期利益19.6億円に設定していたが、いずれも未達となった。新たな中期経営計画は、現時点で策定期間は未定であるが、今後の事業状況及び市場動向等を総合的に勘案し、適切なタイミングで公表する見込みである。

Key Points

- ・ 2026年3月期は増収、営業以下減益、マーケティングSaaS事業とデジタルPR事業が成長
- ・ 2027年3月期はAI・DXブームを背景に2ケタの増収増益をねらう
- ・ JAPAN AIが急成長、今後の事業展開と業績貢献への期待感が高まる



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

最先端テクノロジーとAIが拓くグローバル新時代。 製品・サービスの市場浸透を加速させる革新メカニズム

1. 会社概要

同社は、Webサイトやスマートフォンアプリ上に閲覧者に適した広告を瞬時に選択して表示するアドテクノロジーを活用し、インターネットメディアや広告主の広告収益及び効果を最大化させるプラットフォームを展開している。さらに、集客から販促、受注までを一元的に実行・管理できるセールス&マーケティングプラットフォームを開発・提供している。2010年の設立以来、日本やアジアの顧客におけるマーケティング課題に向き合い、プロダクトの開発並びに成功に向けた支援を継続してきた。現在は北米、インド、ヨーロッパへと事業領域を拡大しており、最先端のテクノロジーやAIを駆使してマーケティングのハードルを下げ、高付加価値な製品・サービスを企業がよりスムーズに社会へ広められる世界の実現を目指している。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. (現Genee US Inc.) を完全子会社化した。また、2024年7月にはデジタルPR分野に強みを持つソーシャルワイヤーを子会社化するなど、さらなる成長に向け基盤を強化している。

ジーニー | 2026年7月28日 (火)
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

会社概要

沿革

年月	主な沿革
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	「GENIEE SSP」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	「GENIEE DSP」の提供を開始
2014年10月	ソフトバンク (株) (現 ソフトバンクグループ<9984>) と資本業務提携 (現在は自己株式を取得し、業務提携を継続)
2015年 1月	「GENIEE DMP」の提供を開始
2015年 9月	PT. Geniee Technology Indonesia (インドネシア) を設立
2015年10月	「GENIEE PMP」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 4月	新市場区分においてグロース市場へ移行
2022年 7月	Hypersonic (株) を完全子会社化 (2023年9月に吸収合併)
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 6月	サイジニア (株) (現 ZETA<6031>) グループのデクワス (株) よりネット広告サービス事業を譲受
2023年 7月	JAPAN AI (株) がNavier (株) とAI関連事業を譲受
2023年10月	JAPAN AIが (株) REGAL COREと資本業務提携
2024年 4月	子会社ビジネスサーチテクノロジーを吸収合併
2024年 7月	ソーシャルワイヤー<3929>を子会社化
2024年 9月	HiCustomer (株) より「Arch by HiCustomer」を事業譲受
2024年12月	ピアラ<7044>と資本業務提携
2025年 9月	ソーシャルワイヤーがiHackの株式を取得し子会社化

出所：有価証券報告書、ホームページ、プレスリリースよりフィスコ作成

主力の広告プラットフォーム事業に加え、マーケティングSaaS事業とデジタルPR事業が拡大

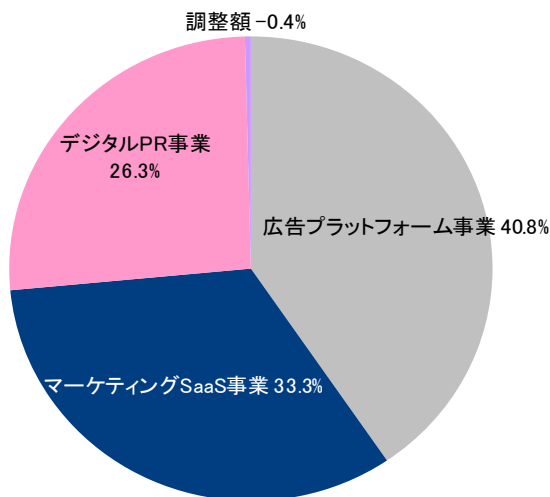
2. 事業概要

同社は事業セグメントを3つに分類している。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際に使用するツールを自社開発やM&Aによって調達し、提供する「マーケティングSaaS事業」、そして子会社のソーシャルワイヤーが運営する「デジタルPR事業」の3事業である。なお、「海外事業」については、2026年3月期より「広告プラットフォーム事業」へと統合した。

※ 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、さらに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。

2026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40.8%、マーケティングSaaS事業は33.3%、デジタルPR事業は26.3%であった。広告プラットフォーム事業が引き続き全体の約40%を占めており主力事業となっているが、近年はマーケティングSaaS事業やデジタルPR事業が拡大しており、バランスの取れた事業ポートフォリオを形成しつつある。

2026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

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では、独自開発したメディア及び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」や広告主及び広告代理店向けの「GENIEE DSP」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ごとに、RTB※技術を用いて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により、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、リアルタイムで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」を経由して広告を配信すると、広告表示回数及び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、同社グループはこれらを経由して広告主から広告掲載料を受け取る仕組みである。同社はSSPとDSPの双方を所有していることによって中間マージンを圧縮できるため、これが強みとなっている。

(2) マーケティングSaaS事業

マーケティングSaaS事業では、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。これにより、広告を通じた集客から販売までのプロセスを一気通貫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) ※¹及び顧客管理システム (CRM) ※²「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社超の実績を持つチャット型Web接客プラットフォーム「GENIEE CHAT」、サイト内検索及びECサイト向け商品検索ツール「GENIEE SEARCH」などがある。

※¹ Sales Force Automationの略で、営業支援システムを指す。営業部門のメンバーの行動、商談の進捗状況や結果を見える化し、営業の生産性向上や業務改善を実現する。

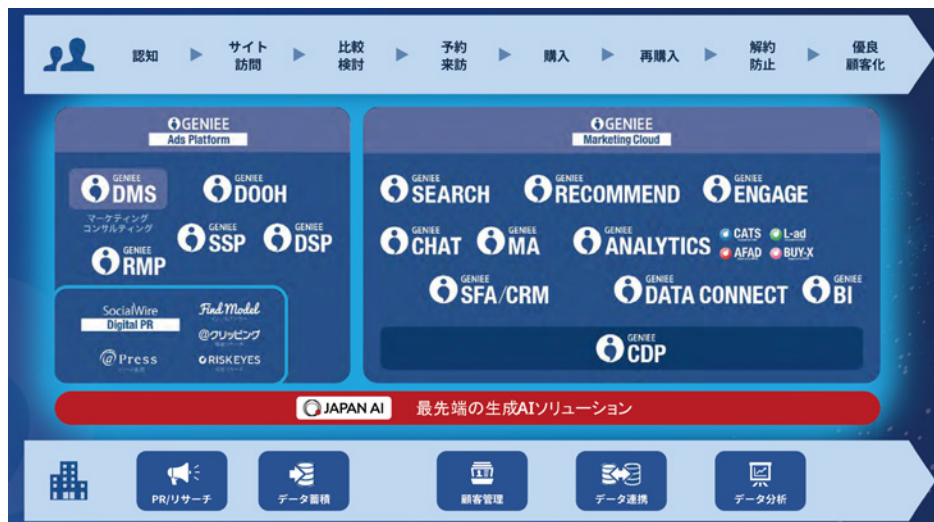
※² Customer Relationship Managementの略で、顧客関係管理を意味する。顧客情報を統合的に管理し、長期的に良好な関係性を築き、サービスや製品の利用を継続的に促す。

「GENIEE SFA/CRM」「GENIEE MA」「GENIEE CHAT」「GENIEE SEARCH」などのSaaSプロダクトでは、導入企業から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。同事業のビジネスモデルは、集客から販促・受注までを一気通貫して実行及び管理できるソリューションを受託開発等によって提供し、導入後は運用面を継続的にサポートすることで月次収益を得るものである。特に個社別の売上のうち月額収益分が8割を占めており、この月次収益部分が事業の大きな強みとなっている。売上増加のための効率的な営業活動や効果的な施策に悩む企業は多く、それらをターゲットにマーケティングDXあるいは営業DXを支援することで、継続的な収益を確保している。

ジーニー | 2026年7月28日 (火)
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

会社概要

事業領域



出所：決算説明資料より掲載

(3) デジタルPR事業

デジタルPR事業は、2024年7月より子会社となったソーシャルワイヤーが運営する事業である。同事業は「ニュースワイヤー事業」「インフルエンサーPR事業」「クリッピング事業」「リスクチェック事業」の4つの事業で構成されている。「ニュースワイヤー事業」では、市場シェア2位を占める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「@Press」等を運営している。「インフルエンサーPR事業」は、広告代理店やクライアント企業から発注を受け、SNSのインフルエンサーをキャスティングして商品PRを実施するサービスを提供している。「クリッピング事業」は、メディアから顧客が必要とする記事を調査・選別及び報告（郵送）するサービスである。「リスクチェック事業」は、Webニュースや新聞記事等の公知情報を用いて、取引先の反社会勢力との関係性や犯罪関与、不祥事等の情報を確認するサービスを展開している。ソーシャルワイヤーは、2025年9月にiHack、2026年6月に(株)SEIRYOを子会社化する等、積極的にM&Aを進めている。

業績動向

2026年3月期は増収ながら営業利益以下減益。 マーケティングSaaS事業、デジタルPR事業が成長

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の連結業績は、売上収益13,376百万円（前期比18.2%増）、売上総利益9,776百万円（同11.0%増）、営業利益1,535百万円（同39.1%減）、税引前利益1,331百万円（同41.0%減）、当期利益981百万円（同51.9%減）、親会社の所有者に帰属する当期利益866百万円（同55.6%減）と増収ながら、営業利益以下減益となった。営業利益から一過性損益を差し引いた調整後営業利益も1,514百万円（同5.3%減）と減益となった。同社は、通期の需要動向や案件の進捗状況等を踏まえ、中間期決算発表に伴い業績予想の下方修正を発表した。修正後予想の売上収益14,150百万円、売上総利益10,700百万円、営業利益2,200百万円、税引前利益1,950百万円、当期利益1,500百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益1,400百万円に対する達成率は、売上収益94.5%、売上総利益91.4%、営業利益69.8%、税引前利益68.3%、当期利益65.4%、親会社所有者に帰属する当期利益は61.9%と、いずれも未達となった。同社はこの差異について、主に、決算書上で受託開発取引における売上収益や、出資契約における投資有価証券の会計処理を修正し、両者の差額をその他資産に、投資有価証券取得時の付随費用を販管費に振り替えたことを要因としている。売上収益及び投資有価証券に関する会計処理については、引き続き会計監査人と協議する予定である。

売上面では、マーケティングSaaS事業とデジタルPR事業が高い成長率で業績をけん引したほか、上期に不調だった広告プラットフォーム事業が下期に構造改革や組織改善を実行したことで成長基調を取り戻した。マーケティングSaaS事業は「GENIEE」プロダクトとJAPAN AI製品とのクロスセルにより、エンタープライズ企業からの案件受注が進んだことで前期比18.3%増となった。また、デジタルPR事業は事業の担い手であるソーシャルワイヤーの業績が通期で反映されたことに加え、2025年9月にソーシャルワイヤーがiHackを買収して連結対象としたことが奏功し、同63.4%増と大きく成長した。一方で広告プラットフォーム事業は、上期の業績伸び悩みを踏まえて下期に構造改革及び組織改善を進めた結果、同0.1%減とおおむね前期並みの水準で着地した。

利益面については、全体の営業利益が前期比39.1%減となったものの、これには2025年3月期における一過性利益の反動減が含まれており、当該影響を除いた調整後営業利益は同5.3%減にとどまった。なお、調整後営業利益の2022年3月期からの年平均成長率は17.7%となる。各事業のセグメント利益は広告プラットフォーム事業を除いて増益となった。マーケティングSaaS事業の営業利益に関しては、通期での黒字化を目指したものの、開発課題対応のためのコンサルティング費用などが一時的に増加したことで達成には至らなかった。

ジーニー | 2026年7月28日 (火)
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

業績動向

2026年3月期の業績

(単位：百万円)

	25/3期 実績	26/3期 実績	前期比	
			増減額	増減率
売上収益	11,321	13,376	2,055	18.2%
売上総利益	8,807	9,776	969	11.0%
営業利益	2,520	1,535	-985	-39.1%
税引前利益	2,256	1,331	-925	-41.0%
当期利益	2,041	981	-1,060	-51.9%
親会社所有者に帰属する 当期利益	1,950	866	-1,084	-55.6%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

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)

	25/3期		26/3期		前期比
	実績	構成比・利益率	実績	構成比・利益率	
売上収益	11,321	-	13,376	-	18.2%
広告プラットフォーム事業	5,462	48.2%	5,455	40.8%	-0.1%
マーケティングSaaS事業	3,770	33.3%	4,459	33.3%	18.3%
デジタルPR事業	2,150	19.0%	3,513	26.3%	63.4%
調整額	-60	-	-50	-	-
セグメント利益	2,520	22.3%	1,535	11.5%	-39.1%
広告プラットフォーム事業	2,641	48.4%	2,467	45.2%	-6.6%
マーケティングSaaS事業	668	17.7%	853	19.1%	27.7%
デジタルPR事業	431	20.0%	540	15.4%	25.2%
調整額	-1,220	-	-2,325	-	-
営業利益	2,520	22.3%	1,536	11.5%	-39.0%
広告プラットフォーム事業	1,624	29.7%	1,537	28.2%	-5.4%
マーケティングSaaS事業	-255	-	-364	-	-
デジタルPR事業	177	8.2%	222	6.3%	25.4%
調整額	974	-	141	-	-

注：セグメント利益、及び営業利益の利益率は各セグメントの売上収益に対する比率

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(1) 広告プラットフォーム事業

売上収益5,455百万円(前期比0.1%減)、セグメント利益2,467百万円(同6.6%減)と減収減益となった。営業利益は1,573百万円(同5.4%減)となった。修正後業績予想の達成率は、売上収益5,850百万円は93.3%、セグメント利益2,796百万円は88.3%、営業利益1,758百万円は87.4%といずれも未達となった。上期に広告単価下落などの諸要因が重なり伸び悩んだ。これを受け、下期より、国内外における組織体制を従来のプロダクト別から機能別に切り替え、統括本部を設置した。海外と国内のオペレーションの共通化やコスト削減を行った結果、組織の効率的な運用と業務効率化が進展し、下期の売上高は前年同期比2.7%増と改善したほか、今後の成長に向けた基盤が整備された。また、2026年3月期より統合された海外事業についても成長率の改善が進んだ。

KPIの動向としては、取引社数が堅調に推移し、2026年3月期末時点で287社(前期末比4.4%増)となった。一方、売上収益を取引社数で除して算出する「社単」は、同期末で1,550千円(同1.9%減)となった。四半期ごとの推移を見ると、第1四半期から第3四半期においては1,600千円から1,800千円の間を維持したものの、第4四半期は若干低下した。この低下は小規模取引先の増加が主因であるため、今後はアップセルを積極化することで社単の向上を目指す。

広告プラットフォーム事業KPI



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

売上収益は4,459百万円(前期比18.3%増)、セグメント利益は853百万円(同27.7%増)となり、売上及び利益の双方で2ケタの増収増益となった。一方で、営業損益は362百万円の損失となり、通期での黒字化には至らなかった。修正後業績予想に対する達成率は、売上収益の4,905百万円に対して90.9%、セグメント利益の1,325百万円に対して64.4%にとどまり、営業利益はマイナス計上により未達となった。同事業では、エンタープライズ企業向けに「GENIEE SFA/CRM」や「GENIEE CHAT」「GENIEE ANALYTICS」などのプロダクトでJAPAN AIとの協業によるクロスセルを推進したことが功を奏し、拡販に成功した。営業損失に陥った要因としては、開発課題対応のため、その解消に向けたコンサルティング費用などの外注費が一時的に増加したことが挙げられる。ただし、当該課題の解消は進んでいる。利益面においては、前述の外注費が響いたほか、体制強化に伴う開発費の増加が負担となった。一方で、セールス部門の人件費及び関連経費、広告宣伝費などについては適切なコントロールを行い、低下基調を維持した。

KPIの動向としては、有料アカウント数が2026年3月末時点で23,632個(前期末比9.0%増)となった。解約率については、第1四半期に顧客都合による解約が発生したことで2.15%となり、第4四半期も2.78%へと一時的に上昇しているものの個別要因であり、2027年3月期の解約率は直近の通常水準である2%未満に落ち着く見込みである。また、ARR(Annual Recurring Revenue:年間経常収益)は前期末比24.7%増の4,329百万円、リカーリング比率は同2.1ポイント上昇の82.5%と堅調に推移した。ARPA(Average Revenue Per Account:1アカウント当たりの平均売上収益)についても同14.4%増の15,266円に上昇しており、アカウント数の増加及びプロダクトの拡販により、ストック収益基盤は着実に成長している。

同社の持分法適用会社であるJAPAN AIの2026年3月期業績については、売上高が前期比約500%増の約25億円を達成した。国内のAIベンチャーのなかでもJAPAN AIへの注目度は高く、通期で7万件を超えるリード(見込客)を獲得した。このうち、同社が重視するエンタープライズ企業案件は約2万件を数える。「GENIEE」の各プロダクトと組み合わせたクロスセル案件も多く獲得しており、同社とJAPAN AIとのシナジーは着実に進展している。同社は引き続き、マーケティングSaaS事業をはじめとする各事業でのAI活用において、JAPAN AIとの協業を最優先に推進する方針であり、2027年3月期もJAPAN AIの高い成長が期待される。JAPAN AIは引き合いが増加するなかでAIエンジニアなどの採用を拡大しており、組織体制の強化を図っている。

ジーニー | 2026年7月28日 (火)
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

業績動向

マーケティングSaaS事業KPI



出所：決算説明資料より掲載

(3) デジタルPR事業

売上収益3,513百万円（前期比63.4%増）、セグメント利益540百万円（同25.2%増）と増収増益となった。営業利益は222百万円（同25.4%増）となった。修正後業績予想の達成率は、売上収益（3,450百万円）は101.8%、セグメント利益（554百万円）は97.5%、営業利益（205百万円）は108.3%と、セグメント利益を除き達成した。ソーシャルワイヤーが2025年3月期第2四半期から連結対象となり通期で業績寄与したことや、さらにソーシャルワイヤーが同9月に美容領域に強みを持つブランドマーケティング支援会社であるiHackを子会社化し、同月から連結対象としたことが奏功した。インフルエンサーPR事業やリスクチェック事業も堅調に推移した。取引社数は2026年3月期末で4,310社（前期末比0.1%増）となった。

2027年3月期以降フリー・キャッシュフローの創出力を強化。 安定的なキャッシュ確保へ

3. 財政状況

2026年3月期末における流動資産は、前期末比1,460百万円増の9,347百万円となった。これは主に、現金及び現金同等物の増加108百万円、営業債権及びその他の債権の増加897百万円によるものである。非流動資産は、同1,986百万円増の18,029百万円となった。主な要因は、のれんの増加1,268百万円、無形資産の増加764百万円、使用権資産の減少323百万円である。これにより、資産合計は同3,447百万円増加の27,377百万円となった。

業績動向

流動負債は、前期末比1,397百万円増の8,765百万円となった。これは主に、営業債務及びその他の債務の増加467百万円、借入金の増加845百万円、リース負債の増加8百万円、その他の流動負債の減少15百万円によるものである。非流動負債は同39百万円減の7,774百万円となった。これは主に、借入金の増加461百万円、リース負債の減少322百万円、その他の金融負債の減少205百万円によるものである。この結果、負債合計は、同1,358百万円増の16,539百万円となった。

資本合計は、前期末比2,088百万円増の10,837百万円となった。主な要因は、親会社の所有者に帰属する当期利益の計上等による利益剰余金の増加746百万円である。この結果、親会社所有者帰属持分比率は36.0% (前期末比3.1ポイント上昇) となった。

貸借対照表

(単位：百万円)

	25/3期末	26/3期末	増減額
流動資産	7,887	9,347	1,460
非流動資産	16,042	18,029	1,986
資産合計	23,929	27,377	3,447
流動負債	7,367	8,765	1,397
非流動負債	7,813	7,774	-39
負債合計	15,181	16,539	1,358
資本合計	8,748	10,837	2,088

出所：決算短信よりフィスコ作成

営業活動によるキャッシュ・フローは、1,861百万円の収入 (前期は2,231百万円の収入) となった。これは主に、税引前利益1,331百万円、減価償却費及び償却費の計上1,355百万円、金融費用の計上187百万円、その他の収益の計上173百万円、営業債権及びその他の債権の増加591百万円、営業債務及びその他債務の増加312百万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、2,395百万円の支出 (前期は1,146百万円の支出) となった。主な要因は無形資産の取得による支出1,395百万円、敷金及び保証金の差入による支出131百万円、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出645百万円である。財務活動によるキャッシュ・フローは、605百万円の収入 (前期は777百万円の支出) となった。これは主に、長期借入れによる収入2,880百万円、長期借入金の返済による支出2,106百万円、リース負債の返済による支出651百万円によるものである。

キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

	25/3期	26/3期	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	2,231	1,861	-370
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-1,146	-2,395	-1,249
財務活動によるキャッシュ・フロー	-777	605	1,382
フリー・キャッシュフロー (a) + (b)	1,084	-534	-1,619
現金及び現金同等物の期末残高	2,861	2,969	108

出所：決算短信よりフィスコ作成

4. トピックス

(1) ディップ<2379>との資本業務提携

同社は2026年6月、人材サービス及びDXサービスを提供するディップとの資本業務提携を発表した。ディップは同社発行済普通株式総数の5.00%（議決権所有割合は6.78%）を所有することとなる。ディップは労働市場における課題解決を目指し、人材サービス「バイトル」やDXサービス「コボット」を提供している。ディップとのサービス共同開発および事業連携を通じて、両社の企業価値向上ならびに事業の拡大・発展を図る考えである。

(2) 機関設計の変更及び新役員体制

コーポレート・ガバナンス強化の一環として、機関設計を監査役会設置会社へ移行することが第16回定時株主総会（2026年6月30日開催予定）にて決議された。監査役会が取締役会の業務執行を監査することは、コーポレート・ガバナンスの強化へとつながる。さらに、監査役会には内部の利害関係に左右されない客観的な視点を持つ社外監査役を招聘する方針であるため、企業経営の透明性が増すことが期待される。これに合わせて取締役会についても、代表取締役である工藤氏を除き、社外取締役で構成される形となった。新任の社外取締役である澤田貴司氏は、ファーストリテイリング<9983>の副社長や（株）ファミリーマートの社長を歴任しており、企業再生及び事業拡大に関する豊富な経験と幅広い知見を有している。同じく新任の社外取締役の藤原彰二氏はディップの常務執行役員であり、事業会社における豊富な経営経験とマーケティングに関する幅広い知見を有している。新任の社外監査役である稲毛裕一氏は、複数の企業で内部監査室長を歴任しており、財務・会計、内部統制、リスクマネジメントに関する豊富な知見を有している。

なお、同社は2026年5月に、（株）パトスロゴスの代表取締役CEOである牧野正幸氏が顧問に就任したことを発表した。同氏は（株）ワークスアプリケーションズの創業者として、大規模業務ソフトウェア領域における事業立ち上げと成長をけん引した実績を持つ。また、プロダクトの継続的な進化や、成長段階に応じた組織及び経営基盤の構築に関する豊富な知見を有している。プロダクト戦略、リスク管理、プロジェクトマネジメント、ソフトウェア方針、組織体制、並びに経営基盤強化に関する助言を同氏から得ることで、エンタープライズ市場での競争力向上と持続的な成長を推進する方針である。

(3) JAPAN AIの資金調達シリーズCのファーストクローズ

2026年5月、グループ会社のJAPAN AIは、資金調達シリーズCラウンドのファーストクローズにおいて、（株）SMBC Edge及びニッセイ・キャピタル（株）を引受先として総額11億円を調達したことを発表した。これにより、設立以降の累計エクイティ調達額は41億円となった。JAPAN AIは、AIを中心に業務プロセスや組織、及びビジネスモデルを変革する「AX」の支援実績を基盤に、企業のAI導入ニーズが実証段階から全社展開や業務定着へと移行しつつある状況を踏まえ、支援体制の強化と事業拡大のために資金調達を実施した。調達した資金は、業界特化型AIソリューションの拡充に寄与する人材の獲得に充てられる。さらに、ソフトウェア開発への投資として、JAPAN AI AGENTやJAPAN AI STUDIOをベースとしたソリューションのアップデート等に充当する予定である。

(4) DOTZ (株) との業務提携

2026年3月、LINE公式アカウントを活用したマーケティング支援事業を行うDOTZとの業務提携を発表した。LINEマーケティング領域における高い専門性を有するDOTZとの提携により、同領域における新たなスタンダードを確立し、企業のマーケティングDXをより加速させることを目指す。具体的施策として、DOTZにおいて新規顧客向けに同社の「GENIEE ENGAGE」を活用したLINEマーケティング施策を実施する。ほかにも、LINEマーケティングの新しい形の探索に向け、DOTZの有するLINE運用のノウハウと同社のテクノロジーを融合させ、業界全体のLINEマーケティングの質の向上に貢献する。

(5) (株) スマイルアンドトゥースとの事業連携

2026年3月、歯科技工所の運営、医療商品の企画販売を行うスマイルアンドトゥースとの業務提携を発表した。スマイルアンドトゥースの事業成長を支えるDX基盤の構築を推進し、業務の標準化や自動化、顧客データの一元管理、経営判断の高度化を支援する。具体的には、スマイルアンドトゥースに対し、予約、顧客情報、施術情報、契約情報、決済機能等を一元管理する統合基盤を構築する。ほかにも、スマイルアンドトゥースのLINE運用やWeb上の顧客接点の最適化を推進する。また、顧客データ基盤の「GENIEE CDP」やJAPAN AIの技術を活用し、顧客情報、予約情報、診療情報、受注情報、画像情報等のデータ統合を支援する。

■ 今後の見通し

2027年3月期は2ケタの増収増益を予想。 エンタープライズ企業の開拓を推進

1. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の連結業績予想は、売上収益16,400百万円（前期比22.6%増）、売上総利益11,700百万円（同19.7%増）、営業利益2,500百万円（同62.8%増）、税引前利益2,300百万円（同72.7%増）、当期利益1,700百万円（同73.2%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益1,500百万円（同73.1%増）を見込む。なお、一過性損益を除く調整後営業利益は同58.5%増の2,400百万円を見込んでいる。売上高、各段階利益とも2ケタ成長を計画する。

2027年3月期は、広告のデジタルシフトを背景に、特に動画広告領域を中心に引き続き高い成長を見込んでいる。計画の試算にあたっては、為替や中東情勢の影響等を総合的に勘案した。なお、中東情勢が同社の属するマーケットに与える影響は限定的であると判断している。各事業においては前期の基本戦略を継続し、受注確度の高い案件のみを計画に組み入れた。このように保守的な予想としていることから、業績予想の達成確度は相応に高いと考えられる。

ジーニー | 2026年7月28日 (火)
6562 東証グロース市場 | https://geniee.co.jp/ir/

今後の見通し

売上面において、広告プラットフォーム事業では、前期の組織再編及び構造改革による効果を追求する。国内外でのクロスセル施策やエンタープライズ企業の開拓を推進することで、増収を目指す方針だ。マーケティングSaaS事業では、同社プロダクトとJAPAN AIによるソリューションのクロスセルを武器に、業務へのAI導入やDXを支援するソリューションを包括的に提案し、エンタープライズ企業の開拓を進める。デジタルPR事業においては、インフルエンサーPR事業のロールアップや、ニュースリリース事業とのクロスセルを強化していく。

利益面では、各事業における増収効果に伴う成長を見込んでいる。特にマーケティングSaaS事業については通期での黒字化を実現することを目指す。さらに、各事業でAI活用を進めることにより、事業運営の効率化や業務における生産性の向上を追求する。ほかにも、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ており、財務規律の強化を推進する。営業キャッシュ・フローの創出はもとより、経営管理を徹底することで資金調達コストを抑制し、安定したキャッシュポジションを確保する方針である。

2027年3月期の業績予想

(単位：百万円)

	26/3期 実績	27/3期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上収益	13,376	16,400	3,023	22.6%
売上総利益	9,776	11,700	1,923	19.7%
営業利益	1,535	2,500	964	62.8%
税引前利益	1,331	2,300	968	72.7%
当期利益	981	1,700	718	73.2%
親会社の所有者に帰属する当期利益	866	1,500	633	73.1%

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

2027年3月期のセグメント別業績予想

(単位：百万円)

		26/3期 実績	27/3期 予想	前期比	
				増減額	増減率
売上収益	広告プラットフォーム事業	5,455	6,224	768	14.1%
	マーケティングSaaS事業	4,459	5,792	1,332	29.9%
	デジタルPR事業	3,513	4,412	898	25.6%
	調整額	-51	-28	22	-
セグメント利益	広告プラットフォーム事業	2,467	2,929	461	18.7%
	マーケティングSaaS事業	853	1,418	564	66.2%
	デジタルPR事業	540	879	338	62.7%
	調整額	-2,326	-2,726	-400	-
営業利益	広告プラットフォーム事業	1,537	2,057	520	33.8%
	マーケティングSaaS事業	-364	8	372	-
	デジタルPR事業	222	497	275	123.9%
	調整額	141	-62	-203	-

出所：決算説明資料、決算短信よりフィスコ作成

(1) 広告プラットフォーム事業

売上収益は6,224百万円（前期比14.1%増）、セグメント利益2,929百万円（同18.7%増）、営業利益2,057百万円（同33.8%増）と増収増益を見込む。前期の構造改革が奏功し、海外部門の成長が業績を牽引する想定。海外部門のPMIが進行した結果、国内での営業やマーケティング等のノウハウや知見、サービスを海外に水平展開しやすくなった。前期の業務効率化とコスト削減により、利益面でも大幅な成長を見込む。

(2) マーケティングSaaS事業

売上収益は5,792百万円（前期比29.9%増）、セグメント利益1,418百万円（同66.2%増）、営業利益8百万円（前期は364百万円の損失）を見込む。前期に続き、「GENIEE」シリーズのプロダクトとJAPAN AIのクロスセルおよびエンタープライズ企業の開拓を推進する。企業のAI導入やDXへのニーズが高まる中、AI活用の要件定義から実用化まで顧客に伴走する形で支援する。また、JAPAN AIのプロダクトである、企業の営業、マーケティング等の各部門に応じたAI Agentアプリ群を同社プロダクトと組み合わせ、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する。

(3) デジタルPR事業

売上収益は4,412百万円（前期比25.6%増）、セグメント利益879百万円（同62.7%増）、営業利益497百万円（123.9%増）を見込む。美容部門に強みを持つiHackの通期での業績寄与に期待がかかるほか、インフルエンサーPR事業のロールアップ及びニュースリリース事業とのクロスセルが進む計画である。また、2026年5月にソーシャルワイヤーが子会社化した（株）SEIRYOは、TikTokをはじめとするショート動画を中心とした広告運用支援を行っており、同領域での協業が進めば早期の連結効果が期待される。なお、ソーシャルワイヤーはインフルエンサーPR事業において、同様のM&A施策を積極化する方針だ。利益面については、ソーシャルワイヤーの本社移転に伴う販管費の削減や、AI活用による開発の効率化といった施策を展開し、利益率の改善を進めていく。

成長するマーケティングSaaSやデジタルPR市場でシェア拡大へ

3. 市場規模及び市場環境

同社は、2027年3月期のターゲット市場規模を全社合計で1兆31億円と見込んでいる。内訳は、広告プラットフォーム市場が2,519億円、マーケティングSaaS市場が4,883億円、及びデジタルPR市場が2,629億円である。このうち、同社の2029年3月期までの獲得目標は、広告プラットフォーム市場で106億円、マーケティングSaaS市場で85億円、デジタルPR市場で63億円となっており、合計で254億円となる。目標を達成した時点における同社の市場占有率は、順に4.2%、1.7%、2.4%と試算され、依然として膨大な開拓余地が残る。同社の国内随一とも言えるAI実装力を背景に、広告プラットフォーム、マーケティングSaaSプロダクト、そしてデジタルPRソリューションのトータル提供を強みとし、顧客企業に新たな価値を提供することで競争を勝ち抜き、市場でのプレゼンスを高める方針である。

今後の見通し

一方、JAPAN AIがターゲットとする国内生成AI市場は急拡大を遂げている。同社の想定では、2025年の6,879億円から、2030年には24兆円規模にまで成長すると試算している。

電通グループ<4324>が発表した「2025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7.4%増となり、インターネット広告媒体費に占める構成比は38.7%となった。取引手法別では、運用型広告が同12.5%増と2ケタの成長を見せ、インターネット広告媒体費に占める割合は88.7%となった。また、ビデオ（動画）広告は同22.1%増と、広告種別の中で最も高い成長率を示している。インターネット広告媒体費は2026年も堅調に推移し、全体で同8.3%増の3兆5,840億円まで拡大する見通しである。広告業界における媒体の「紙」から「デジタル」への移行はより顕著となっている。さらに、インフレ下において企業はより需要が見込まれる消費者層への確にアプローチする傾向が強まりやすく、デジタル分野を収益の柱として事業を展開する同社にとって、現在の市場動向は大きな追い風になると弊社では考える。

市場規模



中期経営計画

前中期経営計画の数値目標は未達。
新中期経営計画は市場環境等を注視し策定の方針

同社が2023年5月に策定した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～」の数値目標について、最終年度である2026年3月期は、売上収益153億円、売上総利益118億円、営業利益27.5億円、及び親会社の所有者に帰属する当期利益19.6億円を設定していたものの、いずれも未達となった。新たな中期経営計画に関して、現時点で策定期間は未定である。しかしながら、今後の事業状況や市場動向等を総合的に勘案し、適切なタイミングで発表する見通しである。

株主還元

「ジーニー・プレミアム優待倶楽部」による株主優待制度を実施

同社は設立以来、今後の事業展開及び財務体質強化のために必要な内部留保の確保を最優先としており、これまで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位置付けているものの、収益力の強化や事業基盤整備のための投資に資金を充当し、事業拡大を目指すことこそが、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考えている。

配当以外の還元策としては、2021年8月より1年間にわたり自社株式の取得を実施し、310千株を取得したほか、2024年7月にはソフトバンク<9434>より5,625千株を取得した。また、2022年3月より「ジーニー・プレミアム優待倶楽部」による株主優待制度を導入している。中長期的に保有する株主の拡大を図ることを目的とし、2024年以降は株主優待の進呈基準を変更した。毎年3月末日現在の同社株主名簿に記載または記録された、6単元(600株)以上を保有する株主を対象に、保有株式数に応じた株主優待ポイントを進呈している。株主は獲得したポイントを利用し、米やブランド牛などのこだわりグルメ、スイーツ、飲料類、銘酒、あるいは家電製品など、5,000種類以上の商品から選択して交換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
600株～999株	5,000ポイント
1,000株以上	25,000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 (ディスクレーマー)

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・表示したものです。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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、配布等することは強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