

マーケティングテクノロジー・AI企業



2025年3月期

事業計画及び成長可能性に関する事項

Jun. 27, 2025

- 1 会社概要**
- 2 事業概要
- 3 市場環境・競争優位性
- 4 財務ハイライト
- 5 中期経営計画・全社方針
- 6 リスク情報

デジタルマーケティングの全体像

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



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

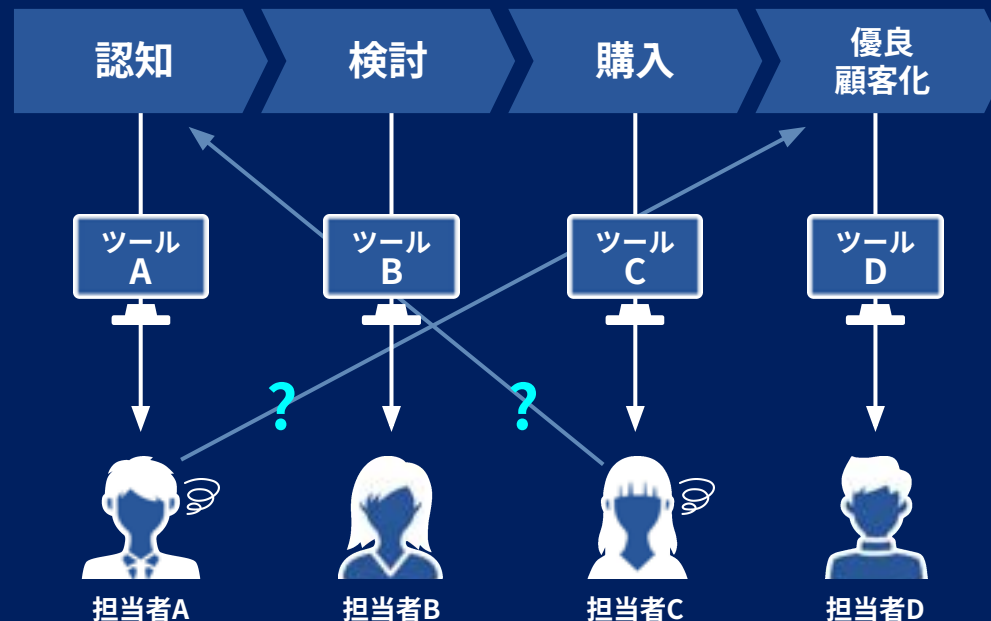
- 打ち手を実施するための労働集約的な業務が発生（手動広告運用やデータ統合/分析など）
- 複雑なマーケティングツールを利用する非効率

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）



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



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

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

最先端のAI技術

会社概要

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／海外事業／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 西野 勇一 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）
スタッフ数	877名（連結、2025年3月末現在）
設立年月日	2010年4月14日
資本金	100百万円（2025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。

株主の状況（2025/3末現在）

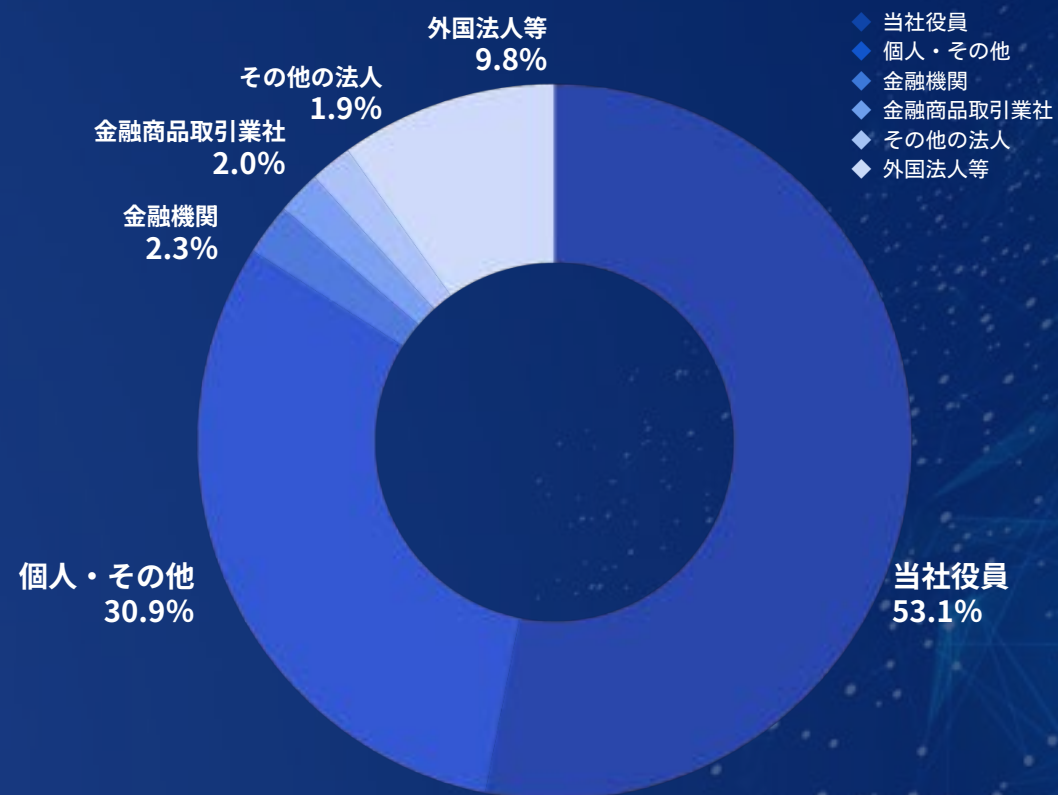
大株主の状況

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	53.0
五味大輔	438,000	3.5
ナイスサティスファイリミテッド	402,000	3.3
吉村卓也	362,600	2.9
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	281,200	2.3
BNYM SA／NV FOR BNYM FOR BNYM GCM CLIENT ACCTS M ILM FE	198,719	1.6
BNYM SA／NV FOR BNYM FOR BNY GCM CLIENT ACCOUNTS M LSCB RD	170,451	1.4
上田八木短資株式会社	122,100	1.0
廣瀬 寛	105,500	0.9
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140042	101,900	0.8

※ 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。

株主構成



TOPICS 「JAPAN AI AGENT」について

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 言葉の意味を理解し、
チャットボット 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 人間レベルの問題解決能力を
推論者 持つAI（o1モデル等）

レベル：3 自ら考え、
エージェント 行動を起こせる
システム



レベル：4 発明を支援できるAI
革新者

レベル：5 組織の業務を遂行できるAI
組織マネジメント

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



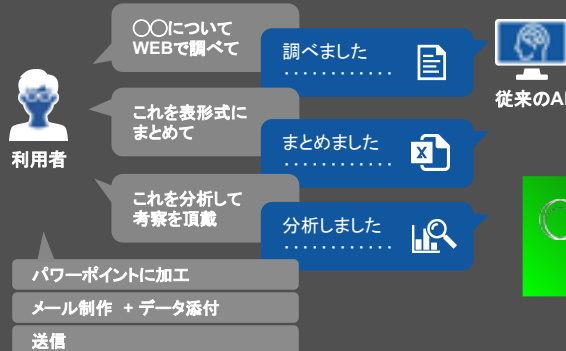
PowerPoint
に加工



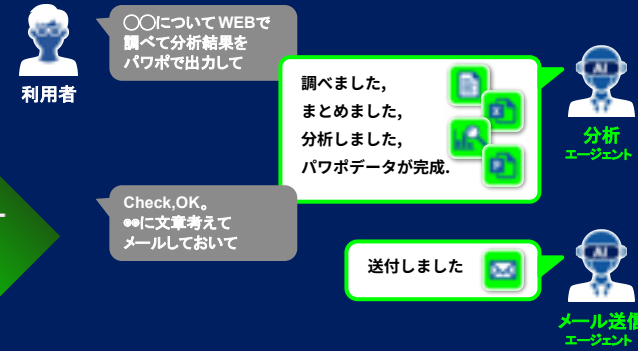
メール送信



[Before] AIと対話しながらタスクを進行



[After] 大半の作業をAIエージェントが実行



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社の既存顧客へジェニーエ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

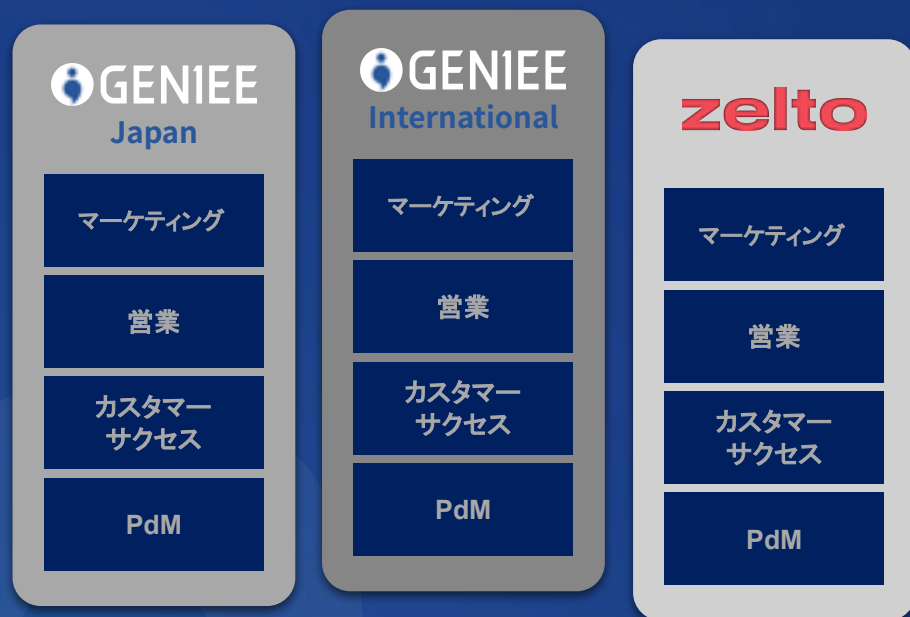
当社が提供しているサービスと連携して広告運用や SaaSを使ったオペレーションをパッケージ化して「JAPAN AI AGENT」に作業をさせる

▶ 利用者の作業工数削減

TOPICS 国内外のSSP事業のグローバル統合

24年9月より、国内SSP事業と海外SSP事業（zelto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Zeltoの PRODUCTS を国内でも積極的に販売開始するなど、PRODUCTS 販売も統合

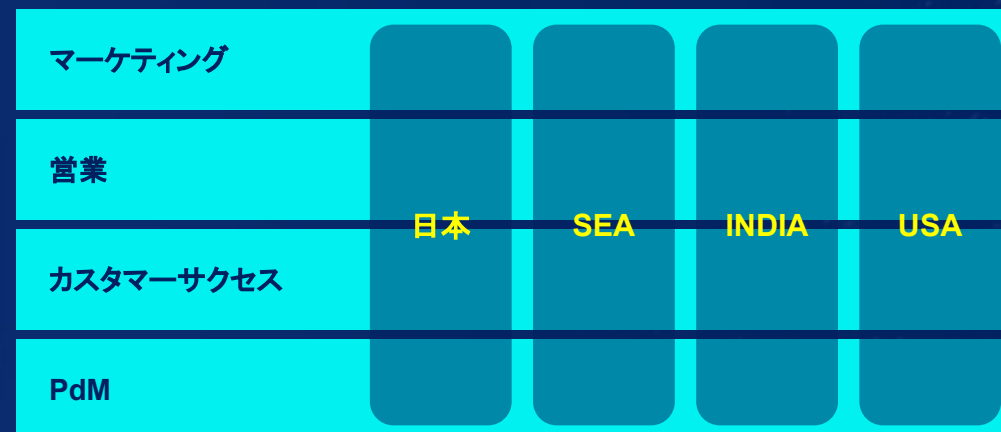
Before



- 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
- Zelto社の意思決定が複雑化、PMIにおける遅延の要因に

After

グローバル SSP 統一体制

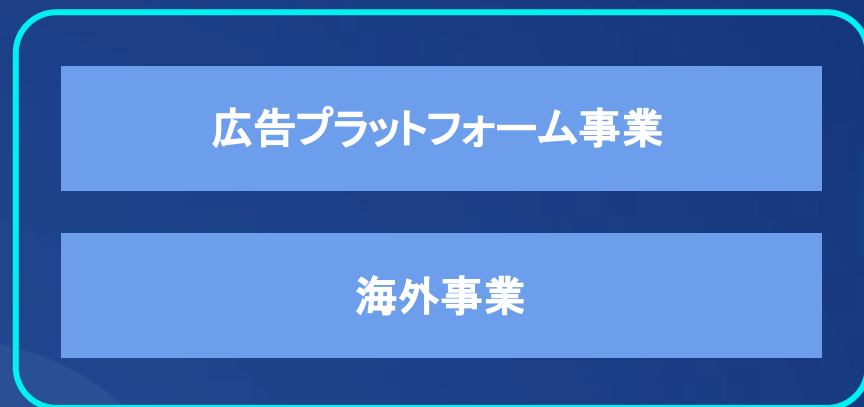


- 組織をグローバル体制に一本化。オペレーションやPRODUCTS のベストプラクティスをグローバルに展開
- 法人・拠点ごとではなくジーニーグループとしての最適な意思決定を迅速に行うことが可能になり、PMIを加速化

TOPICS 事業セグメント変更について

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なお、これまでの海外事業での業績については、決算説明資料にて引き続き開示予定

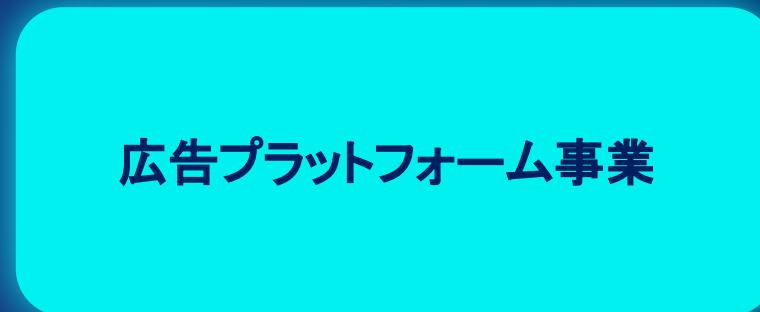
FY2024



マーケティング SaaS事業

デジタルPR事業

FY2025



海外事業の業績については、決算説明資料で開示予定

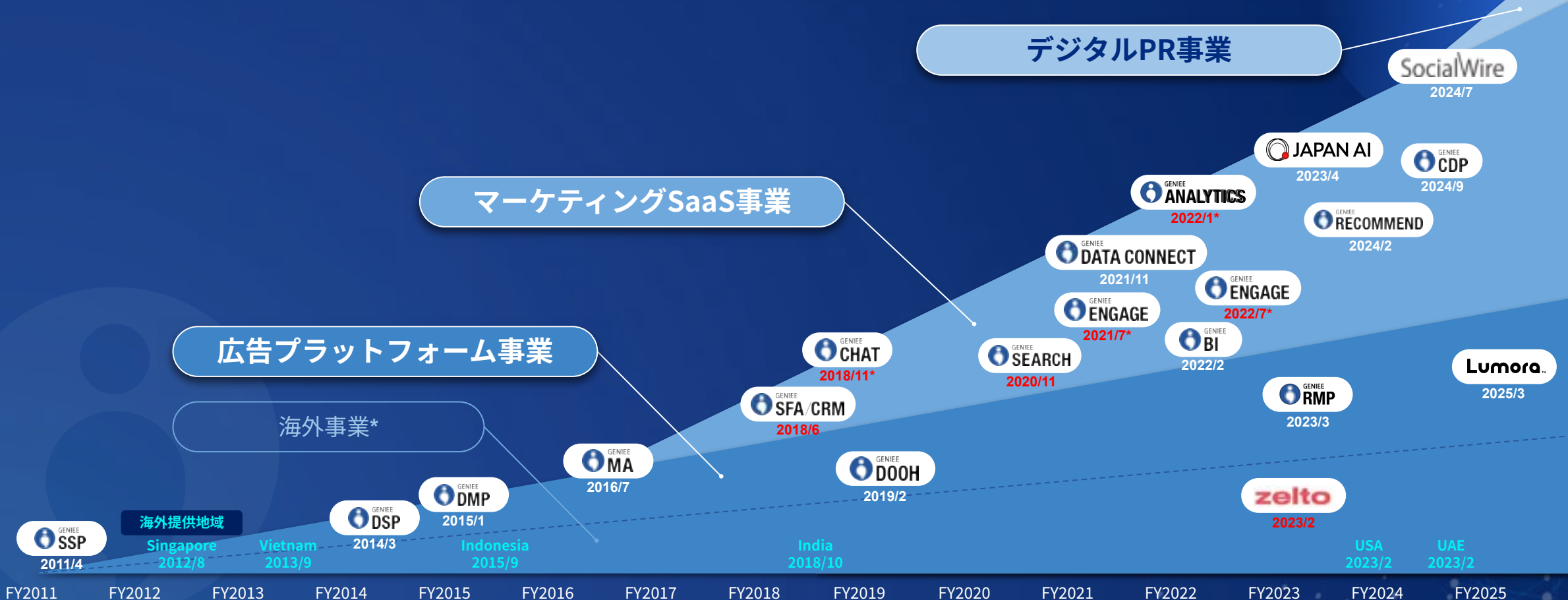
マーケティング SaaS事業

デジタルPR事業

事業推移

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(FY24)
88億円



※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FY25より広告プラットフォームに統合。

- 1 会社概要
- 2 事業概要**
- 3 市場環境・競争優位性
- 4 財務ハイライト
- 5 中期経営計画・全社方針
- 6 リスク情報

事業領域

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



最先端の生成AIソリューション



PR/リサーチ



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 | 事業概要

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**



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。



ユーザー属性や行動履歴などに基づき、
最適で高収益の広告を表示
メディアの収益を最大化する広告運用を支援

広告プラットフォーム事業 | 収益モデル

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。



手配（手数料収入）



インターネットメディア

販売

広告主

広告代理店

DSP

アドネットワーク

OEM提供先

マーケティングSaaS事業の仕組み

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…」



提供

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てしまう」
「広告を見ても買ってくれない」



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

フロー収益

$$+ \left(\text{月額費} + \text{月額費} + \text{月額費} \dots \right) =$$

サブスクリプション

GENIEE売上

マーケティングSaaS事業 | 事業概要

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 Marketing Cloudとは、ジーニーが提供するSaaSサービス群の総称。



GENIEE
Marketing Cloud

GENIEE SFA/CRM

シンプルで、誰もが簡単に
使いこなせる国産SFA/CRM
ダメな営業をなくします

- 低価格で、誰でも簡単に使えるUI
- 手厚いサポートにより、定着率99%の実績
- GENIEE製品群を活用した高い拡張性



GENIEE MA

マーケティング施策を自動化
集客から販売促進、顧客管理
までをフルサポート

- 直感的に使いやすいインターフェイス
- 多機能な配信チャネルから顧客ヘリーチ
- 顧客発掘から営業までワンストップ



GENIEE CHAT

WEB上のあらゆる接客を簡単に
実現するチャットボット

- WEB接客でエンゲージメント向上
- FAQ/有人ボットでサポート対応を効率化
- チャットEFOで売上を最大化





分散したデータの加工・統合を実現
社内資産データを各種システムへ共有

各種システム

データ収集

データ変換/加工・集約・蓄積

分析・運用・活用



- ・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
- ・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 / GENIEE SFA/CRMのデータ以外にも、データコネクトを利用し可視化を実現
- ・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



顧客の行動特性や商品特性をスコア化/分析し、アプローチの高度化を実現。

- ・全チャネル統合とリアルタイムデータ活用により顧客体験（CX）を向上
- ・高度なAI・機械学習による分析基盤で誰でも簡単にデータ分析が可能
- ・ジーニーの多数のマーケティングツールと連携し、データを活用した施策実行までサポート



データ収集

データ統合

改善

会員データ

WEBログ

アプリログ

アンケートデータ

広告データ

その他のデータ



GENIEE
SEARCH

サイト内検索の最適化により来訪者の顧客満足度
・ユーザビリティや売上向上へ貢献

GENIEE
RECOMMEND

サイト内の行動や、顧客属性をもとにユーザ毎に
おすすめ商品を出しわけ。CVRを最大化

GENIEE
MA GENIEE
ENGAGE

マルチチャネル×パーソナライズコミュニケー
ションを自動化
LINEマーケティングも標準装備

GENIEE
CHAT

サイト内のWEB接客チャットボットや、
広告LPに設置してEFOとして広告効果(CPA)を高め
ることができます

GENIEE SEARCH

WEBサイト内の“検索性”を向上し、
顧客体験を向上する『サイト内検索ツール』

- ・20年の実績。900社以上の導入事例を保有
- ・顧客満足度（継続率）98%
- ・検索結果最適化、画像付きサジェスト、商品比較、人気ランキングなど、多様なアプローチを実現



GENIEE RECOMMEND

パーソナライズされた商品提案を実現。
御社専用のロジック構築で、新鮮なレコメンドを

- ・「あなたへのおすすめ」をWEBサイトに表示し、購入漏れを防止
- ・最適な商品提案で、“ついで買い”“クロスセル”を増加
- ・UX改善、売上向上を手軽・低コストで実現





入力フォームをチャットボットに変更 サイトのCVRを向上し、CV数を拡大

- ・EFO搭載 / 遷移数削減 / 画像訴求追加
- ・CVR改善率 平均約10~20%
- ・専属サポートがA/Bテストや追加提案を実行



サイト離脱ユーザーにLINE/リマインドメッセージから アプローチすることで、CV数を純増

- ・「完全成果報酬型」の料金体系（初期費用無料 / CPA×80%）
- ・全体CV数に対して、5~10%を追加で獲得
- ・専属サポートが運用代行。費用対効果にコミット

▼離脱POP × LINEナーチャリング施策



▼フォーム落ちリマインド施策





導入約1,500社以上の実績を持つ『広告計測』サービス
あらゆる業種・業態の企業へ計測インフラを提供



- Web広告計測システム
- ITP対応。正確な計測を提供



- 自社ASPシステム
- 月額固定で利用可能
- 専任サポート対応



- LINE追加計測システム
- 広告管理画面と連携し、
配信最適化に寄与



- 不正防止システム
- 管理画面の設定だけで
不正CVを事前に防止可能

デジタルPR事業 | 事業概要および収益モデル

今期2Qより新設。ソーシャルワイヤー社が運営する下記4つの事業を指す
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

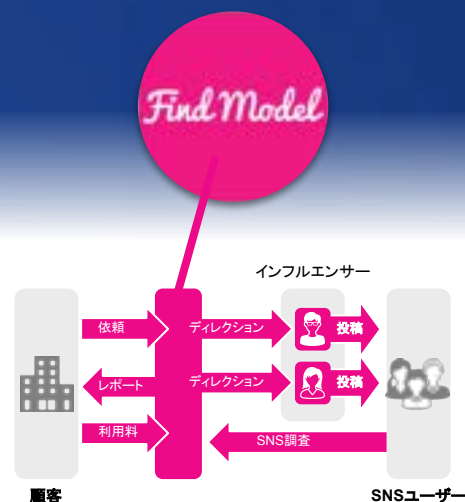
ニュースワイヤー事業

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。



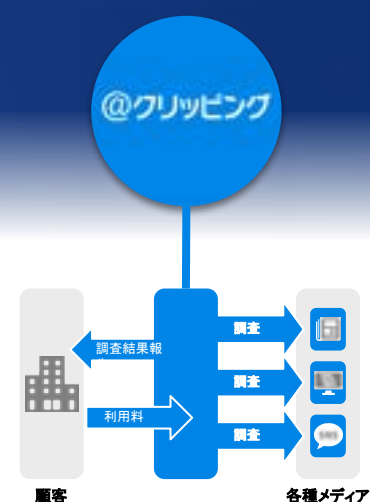
インフルエンサーPR事業

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。



- 1 会社概要
- 2 事業概要
- 3 市場環境・競争優位性**
- 4 財務ハイライト
- 5 中期経営計画・全社方針
- 6 リスク情報

市場規模

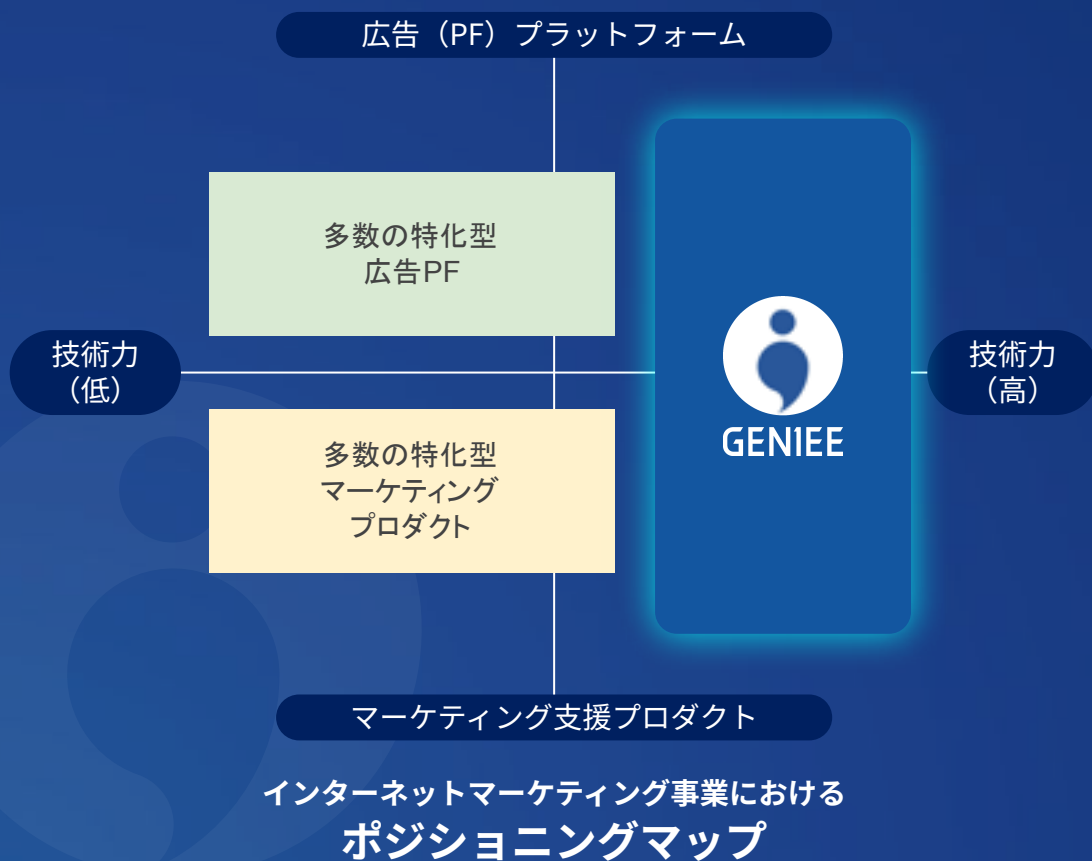
15期(FY2024)のターゲットとする市場規模は全社合計9700億円と広大な開拓余地が存在。17期(FY2026)には計210億円の市場獲得を目指すグループ会社であるJAPAN AI社は生成AI市場（国内）で急成長中。将来的にかなり大きな市場規模となる見通し。



*（出所）一般社団法人電子情報技術産業協会「JEITA、生成AI市場の世界需要額見通しを発表」
<https://www.jeita.or.jp/japanese/topics/2023/1221-2.pdf>

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。
広告プラットフォーム（SSP、DSP）からSFA/CRM、MA、CHAT、SEARCH、ANALYTICS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。



	SSP	DSP	SFA/CRM	MA	CHAT	SEARCH	ANALYTICS
GENIEE	○	○	○	○	○	○	○
A社	○	○	×	×	×	×	×
B社	×	×	○	○	×	×	×
C社	×	×	×	×	○	×	×
D社	×	×	×	×	×	○	×
E社	×	×	×	×	×	×	○



圧倒的に
費用対効果が高い
プロダクト

競争優位性 | 費用対効果を高める3つの要素

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

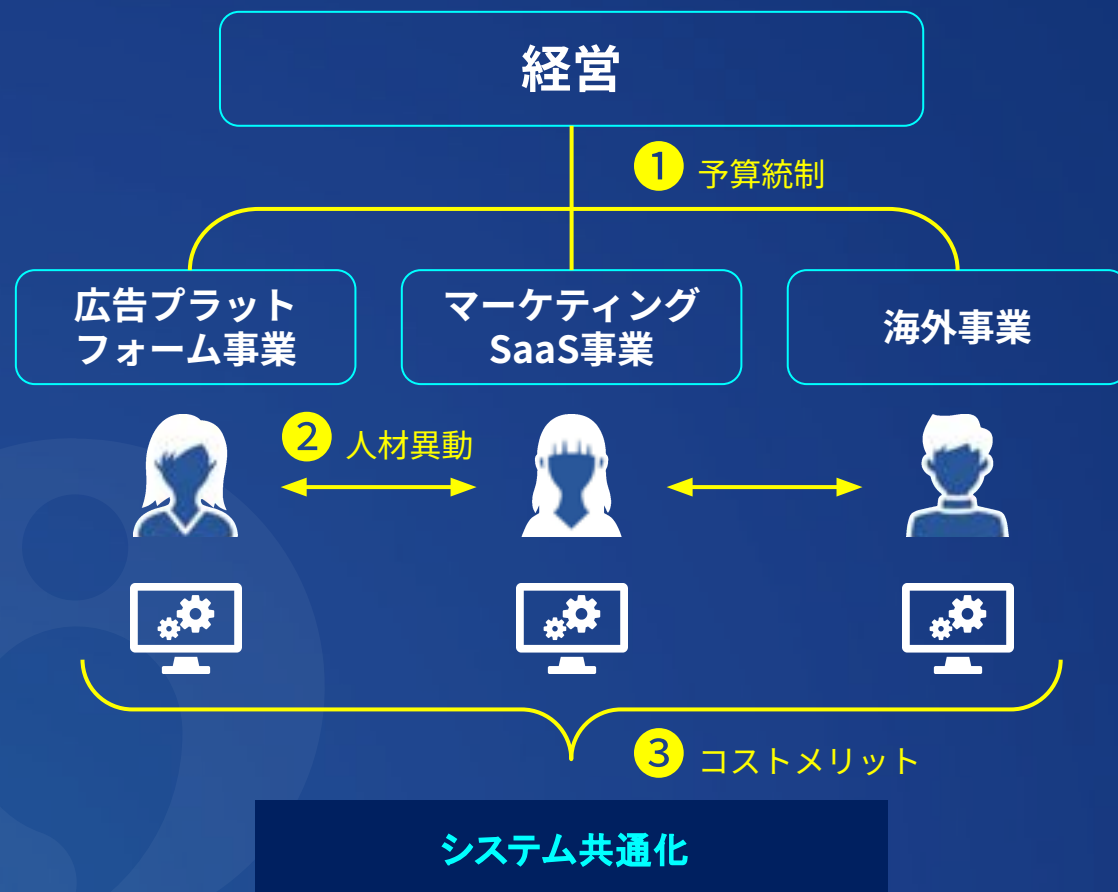
社内の組織能力を高める仕組みの確立、
効率的な事業運営と
オペレーションエクセレンスを実現

- 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

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）



① 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

② 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

③ 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

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

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



① 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

② 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

③ 経営管理やPMIノウハウ

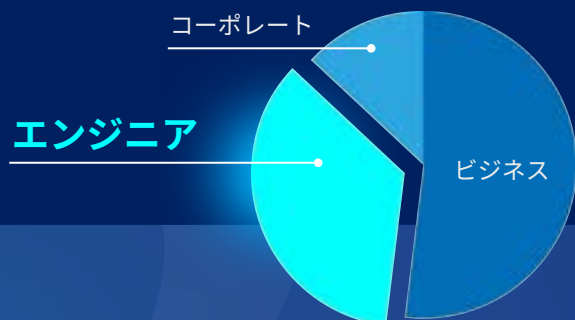
- 経営及び開発方針の統合と事業管理体制を整備しつつ、サービスの増販体制構築を積極的にサポート
- 買収先経営陣及びメンバーに対するインセンティブプランの設定

テクノロジーの優位性 | 技術力

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/ビク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



テクノロジーの優位性 | AI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）



AI要約・自動抽出



AI受注予測



ネクストアクションレコメンド



JAPAN AI ・AI AGENT機能をリリース、急成長中

1 JAPAN AI AGENT

自律的にタスクを実行する『AI社員』を簡単に作成できるAIエージェントプラットフォーム

- 1 営業支援
- 2 マーケティング支援
- 3 社内FAQ、問い合わせ応答
- 4 標準搭載エージェント
- 5 オリジナルのAI社員作成機能

2 JAPAN AI CHAT

自社開発の高精度RAGを搭載した法人向けAI CHATプラットフォーム

- 1 法人GPT
- 2 データ連携
- 3 RAG
- 4 プロンプトテンプレート
- 5 マルチLLM対応

3 JAPAN AI SPEECH

日本語文字起こし精度94%以上のAI音声取得・議事録生成ツール

- 1 会議文字起こし
- 2 議事録作成
- 3 話者分離
- 4 会議システム連携
- 5 SFA連携

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

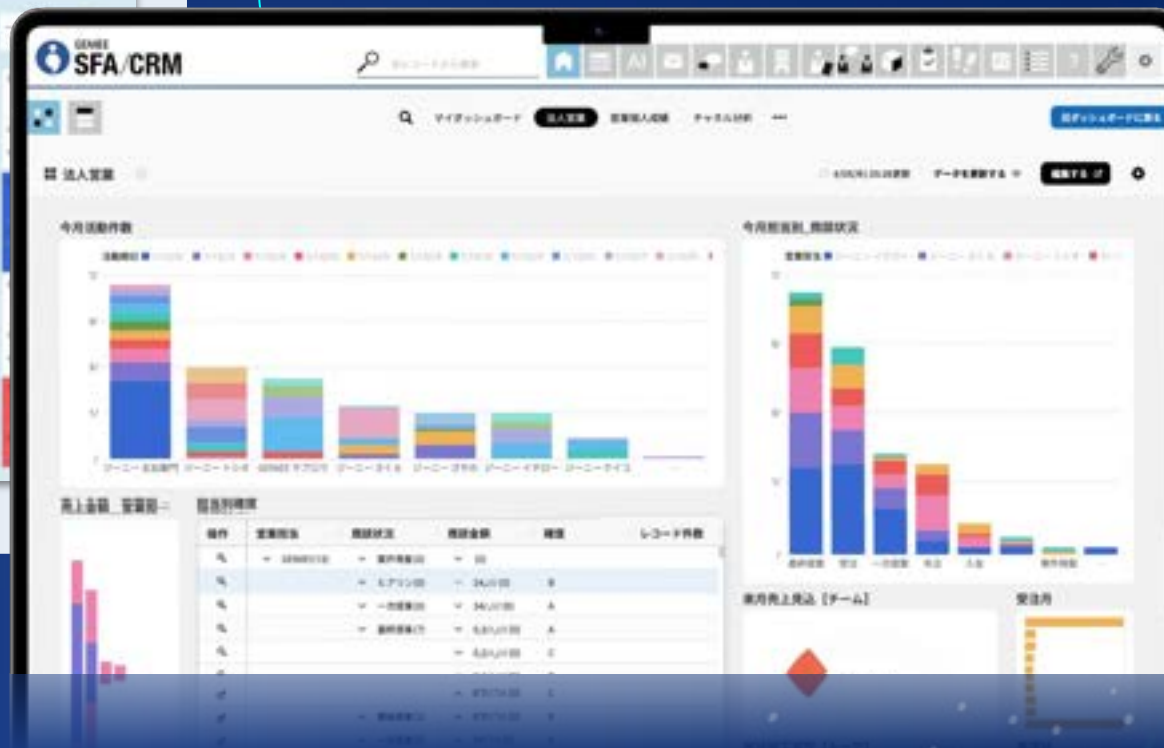
自社営業管理プロダクト（GENIEE SFA/CRM）を全社的に導入
データに基づく再現性の高い科学的な営業管理体制

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

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

- 1 会社概要
- 2 事業概要
- 3 市場環境・競争優位性
- 4 財務ハイライト**
- 5 中期経営計画・全社方針
- 6 リスク情報

全社業績推移

売上収益・売上総利益については直近4か年で最高の成長率を記録

一過性損益の影響を除いても82%成長となり、海外のリセッションの影響を受けたFY2023を除き、**本業も着実に成長**

(単位：億円)

	FY2021*		FY2022		FY2023		FY2024
売上収益*	48.2	33% →	64.5	24% →	80.1	41% →	113.2
売上総利益	37.4	37% →	51.4	19% →	61.3	44% →	88.0
営業利益	5.8		24.5		15.3		25.2
(一過性損益)	(▲2.0)		(13.3)		(6.6)		(9.2)
(調整後営業利益)	(7.9)	41% →	(11.1)	▲22% →	(8.7)	82% →	(15.9)
親会社に帰属する当期純利益	5		21.1		10.3		19.5

*FY2021までは広告プラットフォーム事業の売上収益はグロス計上であるため、FY2022に合わせて売上収益をネット計上したものです

決算サマリ

広告プラットフォーム事業および海外事業は未達となったが、マーケティングSaaS事業とデジタルPR事業は計画を達成。
その結果、売上収益・売上総利益はいずれも40%を超える成長となったものの着地想定にはやや未達。

一方で、一過性損益^{*1}の影響はあったが、海外事業での原価削減やマーケティングSaaS事業の下期黒字化などが寄与し、**営業利益は計画を達成。**

(単位：百万円)

	FY2023 通期(a)	FY2024 通期(b)	増減(b)-(a)		FY2024 着地想定
			増減額	%	
売上収益	8,012	11,321	3,309	41.3	12,000
売上総利益	6,138	8,807	2,669	43.5	9,100
営業利益	1,538	2,520	982	63.8	2,500
(正常利益 ^{*2})	(876)	(1,593)	(717)	(81.8)	—
税引前利益	1,277	2,267	990	77.5	2,400
当期利益	1,035	2,048	1,013	97.9	1,800
親会社株主に帰属する当期純利益	1,031	1,954	923	89.4	1,800

^{*1}1Qの時点でアーンアウトの減額により6.4億円の利益が発生しております。2Qにおいては、JAPAN AI社の資金調達に起因し、連結子会社から関係会社へと移行したことにより生じた利益3.2億円が計上されております。更に、ソーシャルワイヤー社によるシェアオフィス事業の清算に関連して売却益が0.7億円発生しています。なお、4Qはソフトウェアの除却損が1.3億が発生しています。

^{*2}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。

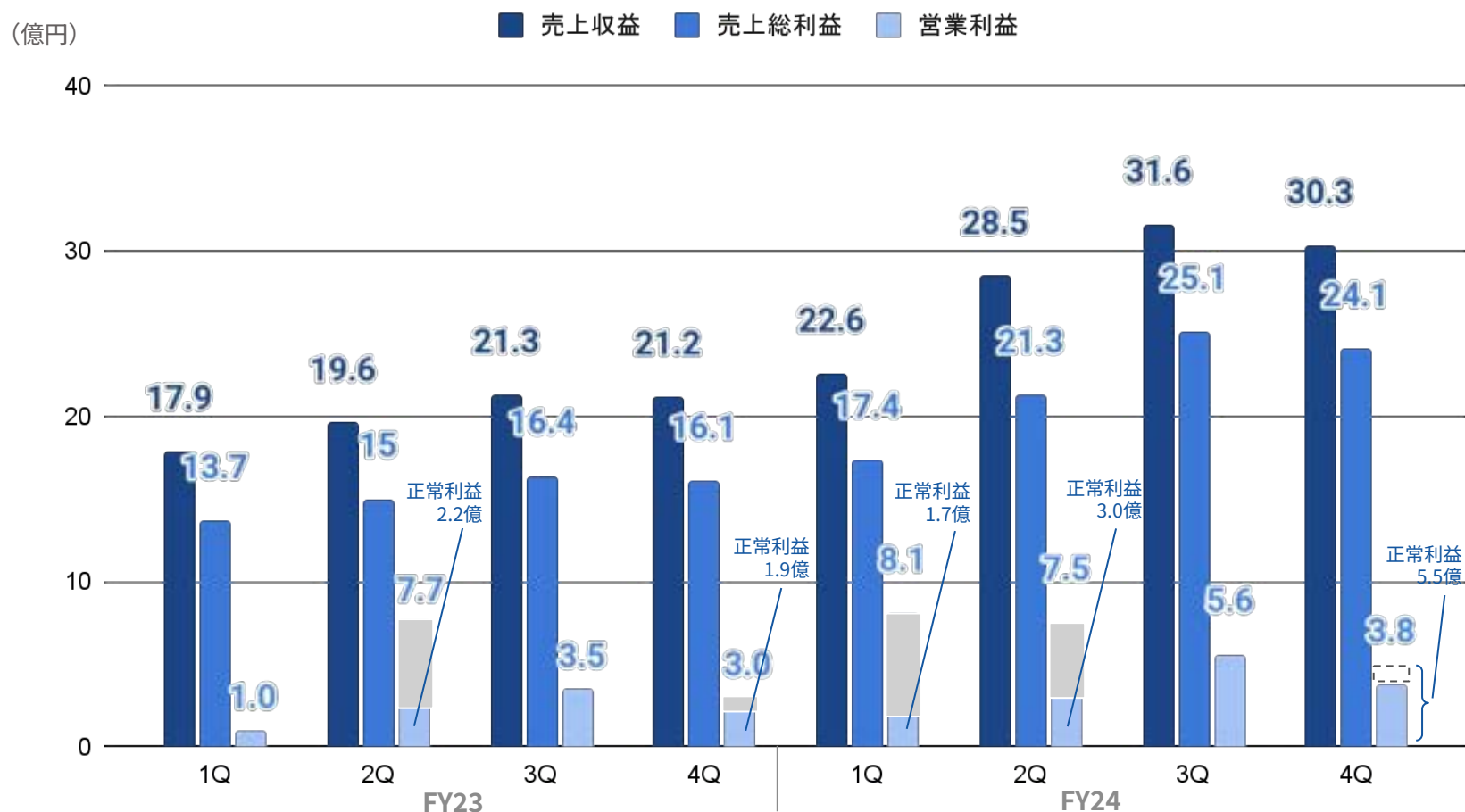
- FY2025は、ソーシャルワイヤー子会社化に伴い、11月に通期業績予想の上方修正を行ったが、売上と売上総利益は未達だったものの、営業利益、当期利益、親会社株主に帰属する当期純利益は計画を達成。
- M&Aや開発、生成AIの実装によるサービス拡充が進み、ソフトバンクからの株式全量取得やSSPのグローバル統合により経営スピードが加速。
- 一方、米国の景気動向とZeltoのPMIの進捗に乖離が生じ、中期経営計画3年目（FY2025）については修正を行い、経営管理に課題が残る。

	評価	内容
定量面	○	・ マーケティングSaaS事業とデジタルPR事業は計画を達成したものの、広告プラットフォーム事業および海外事業は未達となった結果、売上収益・売上総利益は前期比40%を超える成長となったものの計画は若干未達。 ・ 他方、「営業利益」「当期利益」及び「親会社株主に帰属する当期純利益」は計画を達成しており、利益指標は達成。
サービスの 拡充	◎	・ ソーシャルワイヤーの子会社化により、新たにデジタルPR領域（ニュースリリース配信、SNS運用、クリッピング、リスクチェック）が加わり、ジーニーグループのバリューチェーンを補強。 ・ デジタルセールスルーム「Arch by HiCustomer」の事業承継、及び新たにAIを搭載した「GENIEE CDP」を開発により、当社のマーケティングクラウド製品とシームレスに連携。 ・ JAPAN AIは、書き起こし精度やRAG技術の向上に加え、AI AGENTの新機能を続々とリリース。
定性面		
成長の スピード	○	・ 広告プラットフォーム事業及び海外事業は、下期にグローバルサプライの統合による国内外のクロスセルが活発化。 ・ マーケティングSaaS事業についてはSFA/CRM、CHAT、及びANALYTICSを中心に高成長を継続。
経営管理	△	・ ソフトバンクから自己株式を全量取得し、ジーニーによる単独経営体制へ ・ 中計3年目のFY25については、米国の景気動向とZeltoのPMIの進捗想定と現状に乖離が発生し、計画修正。

四半期毎業績推移

売上収益は四半期ごとに伸長

広告プラットフォーム事業は収益に季節性があり、繁忙期である下期に収益が拡大する計画



正常利益: 一過性損益等を除いた実態の利益

セグメント別 | 業績割合

国内シェアトップクラスの広告プラットフォーム事業が売上収益を牽引
マーケティングSaaS事業はエンタープライズ領域の拡大により急拡大
デジタルPR事業を新設し、24年7月からソーシャルワイヤーを連結子会社化

海外事業

売上収益

13.8 億円

(参考) セグメント利益 4 億円
営業利益 2.7 億円

デジタルPR事業

売上収益

21.5 億円

(参考) セグメント利益 4.2 億円
営業利益 1.7 億円

広告プラットフォーム事業

売上収益

47.7 億円

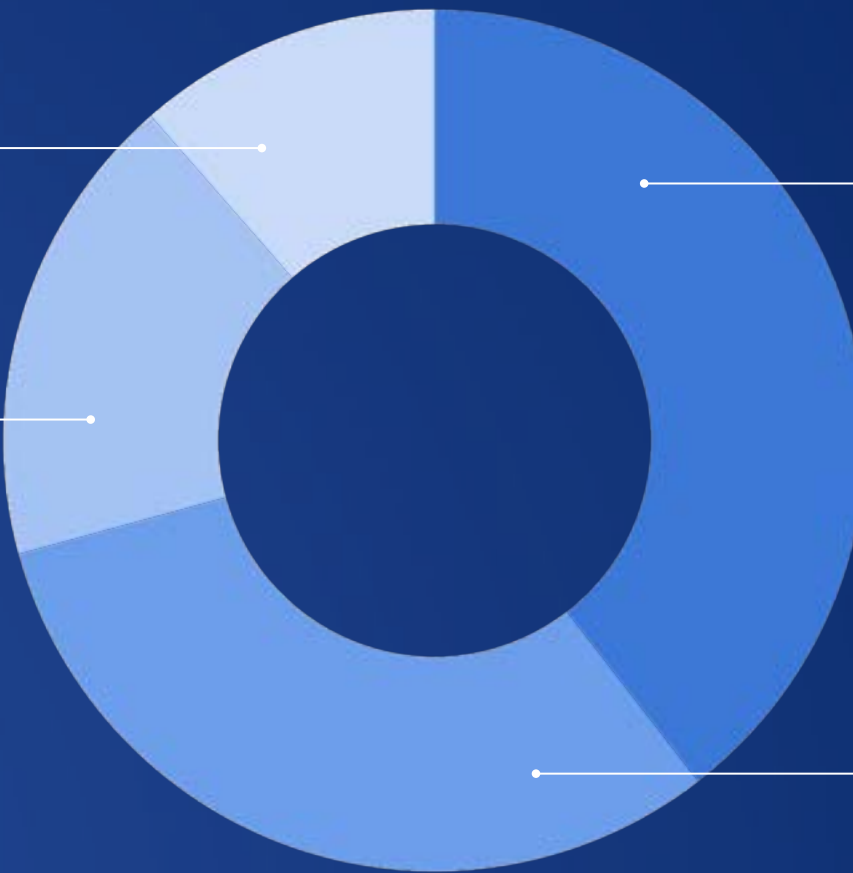
(参考) セグメント利益 22.2 億円
営業利益 13.5 億円

マーケティングSaaS事業

売上収益

37.7 億円

(参考) セグメント利益 6.6 億円
営業損失 2.5 億円

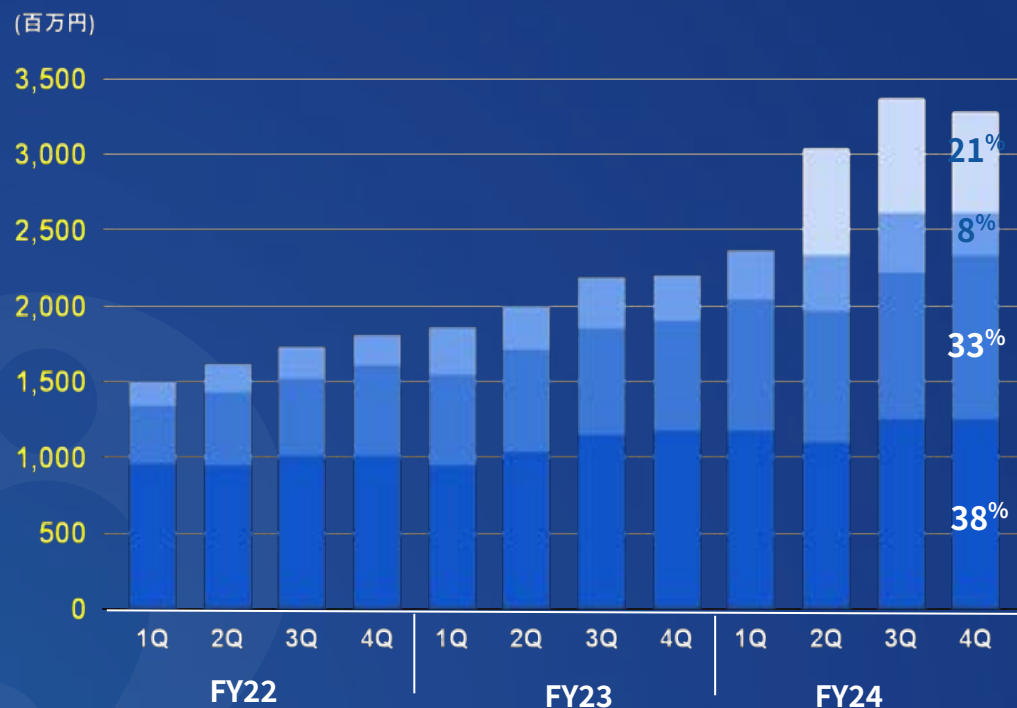


セグメント別 | 業績割合推移

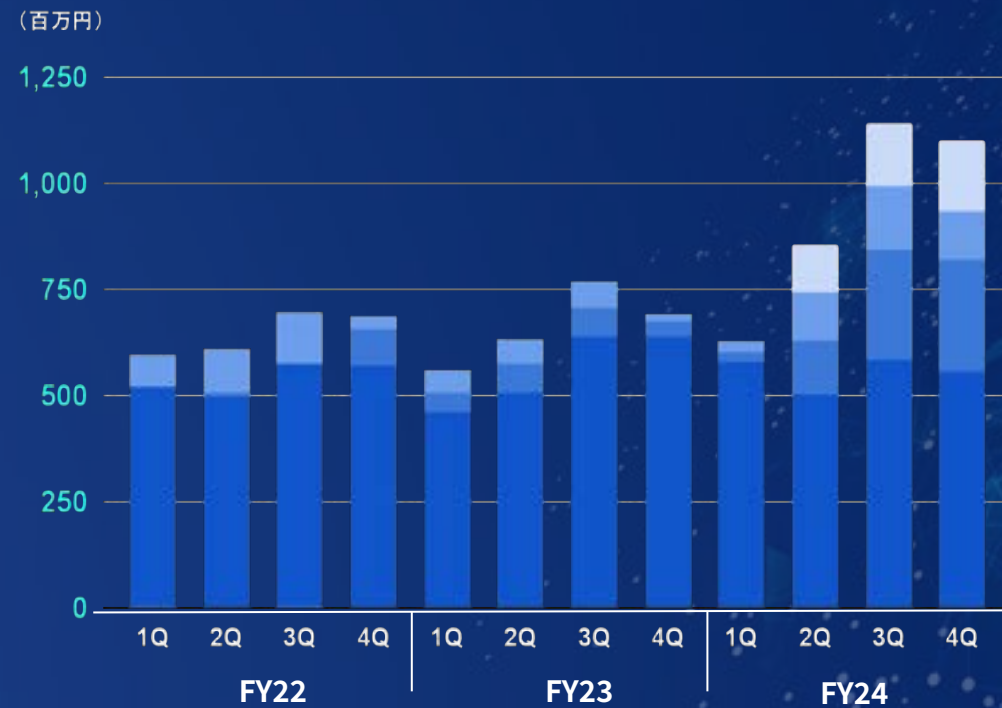
市場規模・市場成長率の高いマーケティングSaaS事業の割合が急速に拡大
特にSFA/CRMやチャット領域ではエンタープライズ向けの受注が継続し、FY2024下半期には半期営業黒字化を達成
なお、JAPAN AIはエクイティファイナンスの実行により、24年7月末に持分法適用会社となったため、2Qより売上収益から除外

- 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
- デジタルPR事業

売上収益



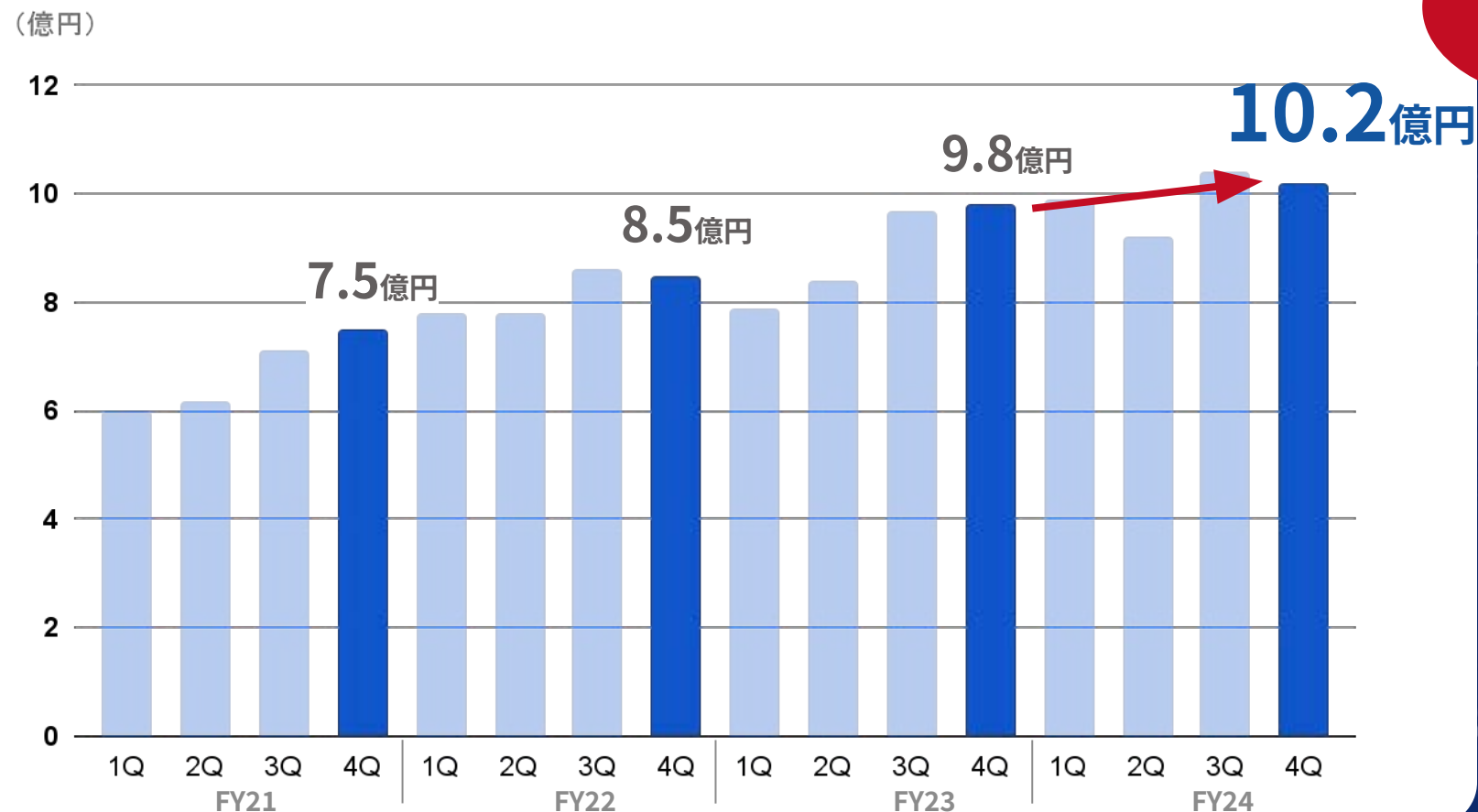
セグメント利益



広告プラットフォーム事業 | 売上総利益推移

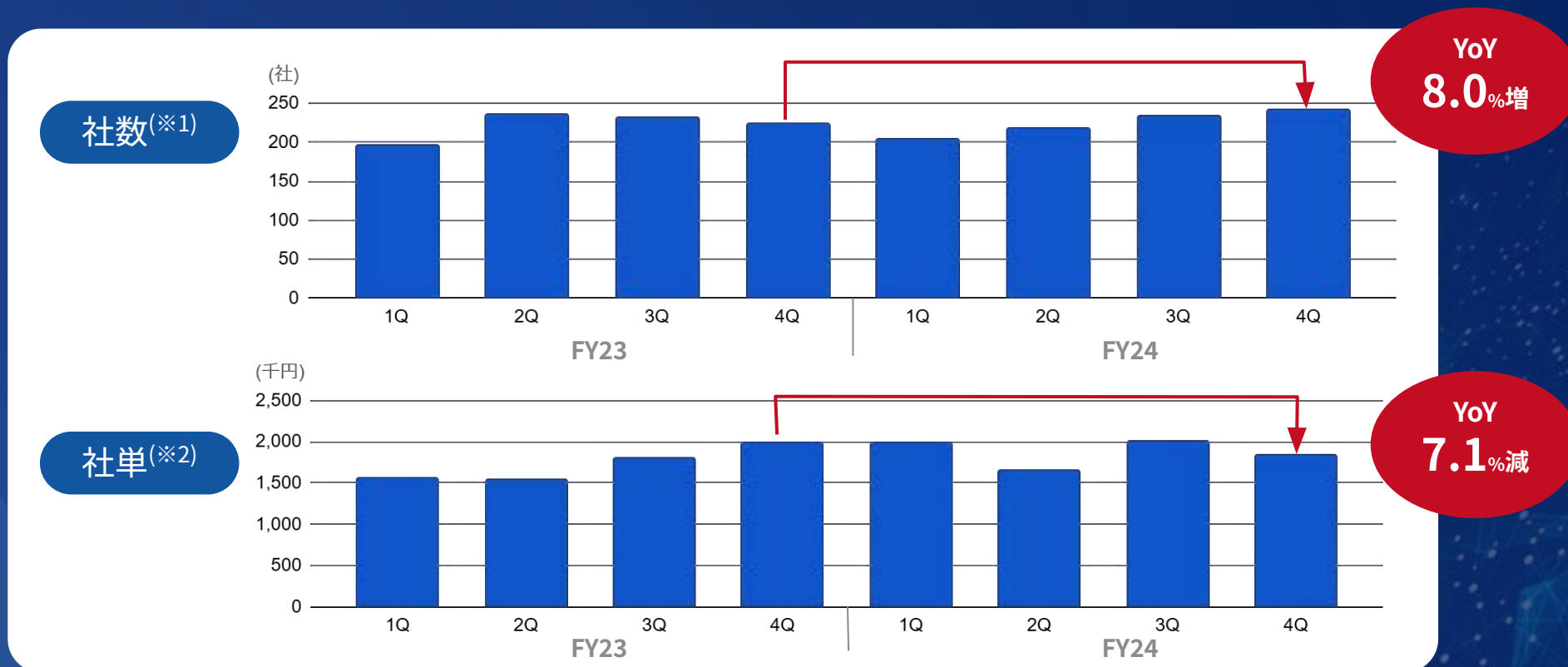
売上総利益10.2億円 収益単価はやや減少もエンタープライズ顧客の増進により、**YoYで4.7%増**

SSPにおいてCPMが2024/12から2025/3にかけてやや下落し、既存事業が3Qと比較し、減退したものの、新規事業(Bidder事業)が増進。FY25も注力事業として増進見込み。また、DSP(DOOHを含む)においては、3Qの大型案件の受注による反動でやや減少も、FY25も大型案件の受注が見込まれる。



YoY
4.7%増

社単は既存事業において12月の水準と比較して3月はやや悪化したものの、社数は当初から重要視していたエンブラ顧客の増加により、QoQ、YoYともに改善
なお、2025年3月末の社単減少は個別事象に起因しており、1Q中に当該事象は解消予定。



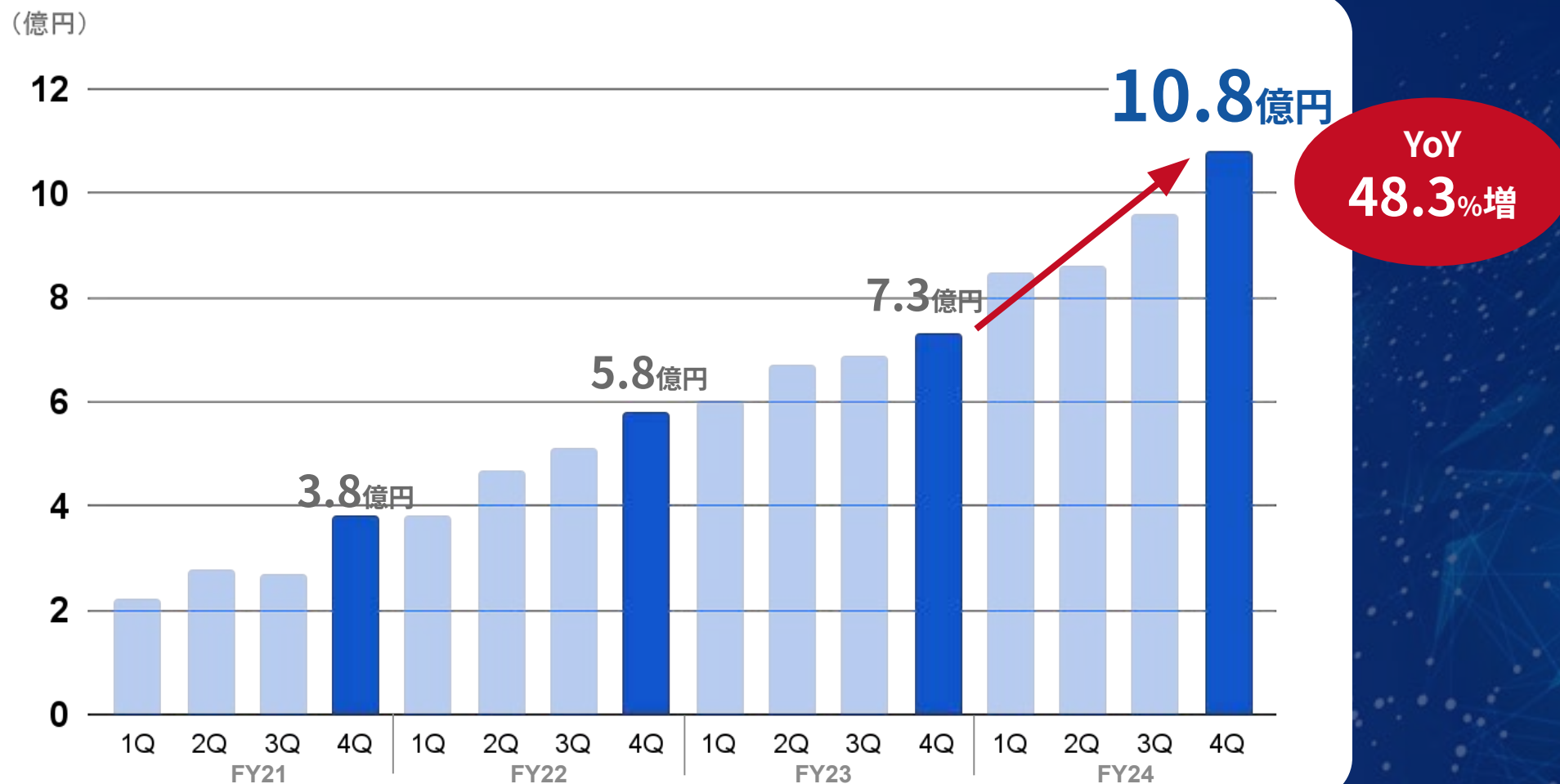
※1：売上収益で一定規模以上の閾値を設けそれを超えた顧客（広告主・メディア）を社数としてカウント。（前回開示までは、小規模な顧客も含めて社数開示をしていたが、事業戦略上ターゲットとしない小規模顧客の変動によって社数が大きく増減しており、事業実態を正確に反映していなかった。今回開示からは一定規模以上の閾値を設けることで、実態を反映する）

※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－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

マーケティングSaaS事業 | 売上収益推移

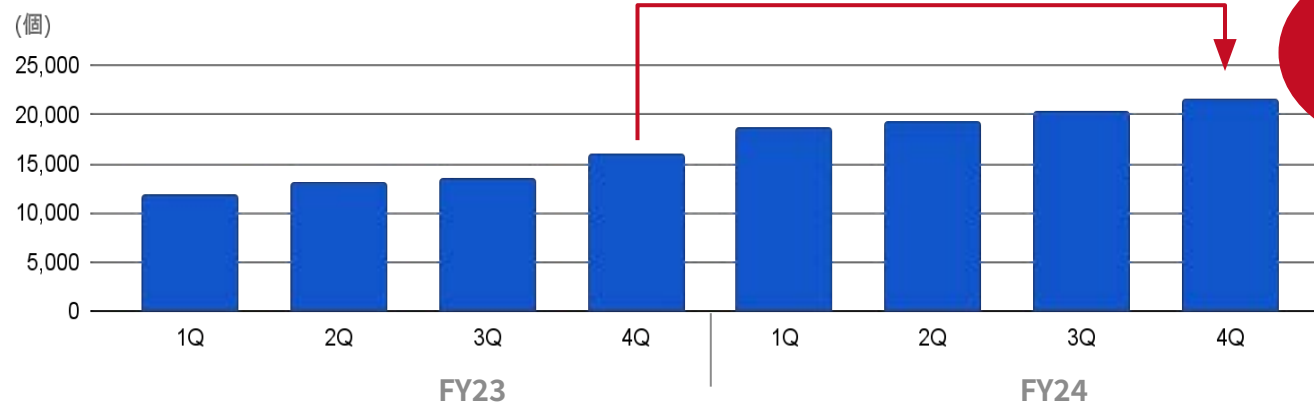
売上収益は10.8億円。2Q以降、JAPAN AIが連結対象外となっているにも関わらず、**YoYで48.3%増**
SFA、CHAT及びANALYTICSが業績を牽引し、かねてより目標としていた**営業利益の下期黒字化も達成**



SFA/CRMが大型案件の受注を続けていることで有料アカウント数も増進

解約率は7月に一時的に上昇し、2Q全体としても増加傾向にあったが、8月以降はこれまでの低水準に戻り、再び**0.5%以下**という業界の他社平均（2~7%）を大きく下回る水準となった

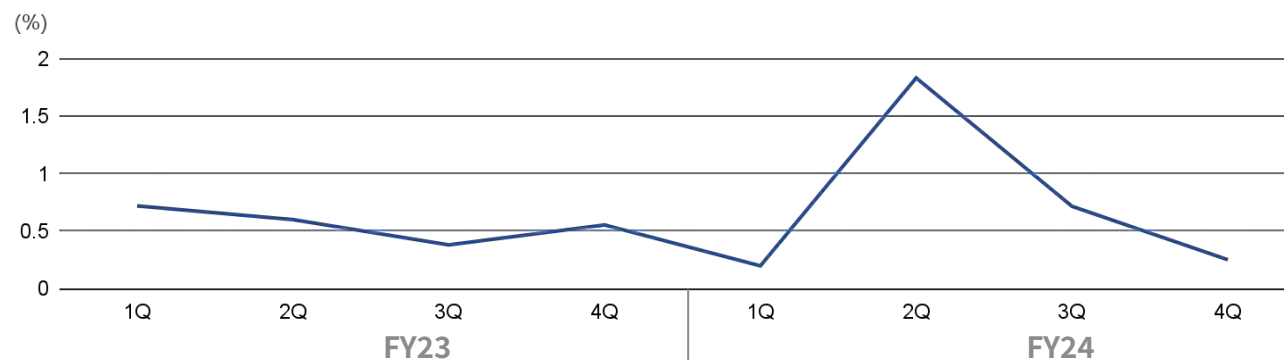
有料
アカウント数



YoY
35.8%増

解約率*

*アカウントの3か月平均解約率



各プロダクトにおいてMRRが増加しており、ARR成長率が**40%超**と好調に推移
なお、**全体MRRの50%程度がARR10百万円以上のエンタープライズ顧客**

ARR／前年同期比成長率

3,471百万円 ／ **+43.8%**

ARPA／前年同期比成長率

18,777円 ／ **+27.5%**

売上総利益率

74.7%

リカーリング比率（※1）／前年同期比成長率

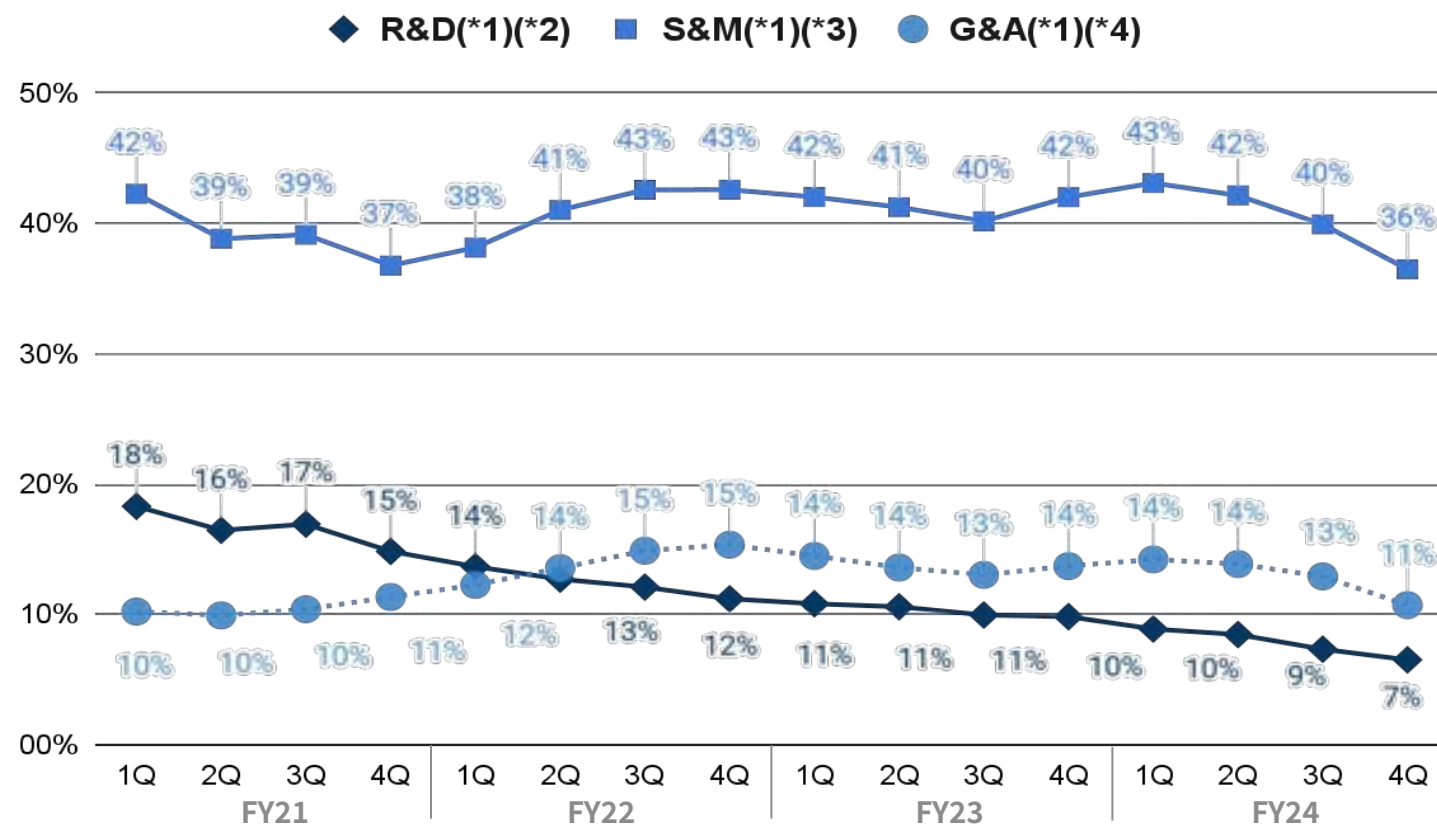
80.3% ／ **▲1.4ポイント**

※1期末から12か月遡った数値で算出。

販管費の売上に対する比率

全体としては、MRRの増加により、低下傾向にあり

FY23-4Q以降JAPAN AIの人員増加に伴いS&Mが上昇するも、FY24-2Qより持分法適用会社に移行したため、S&Mは低下傾向へ



※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。

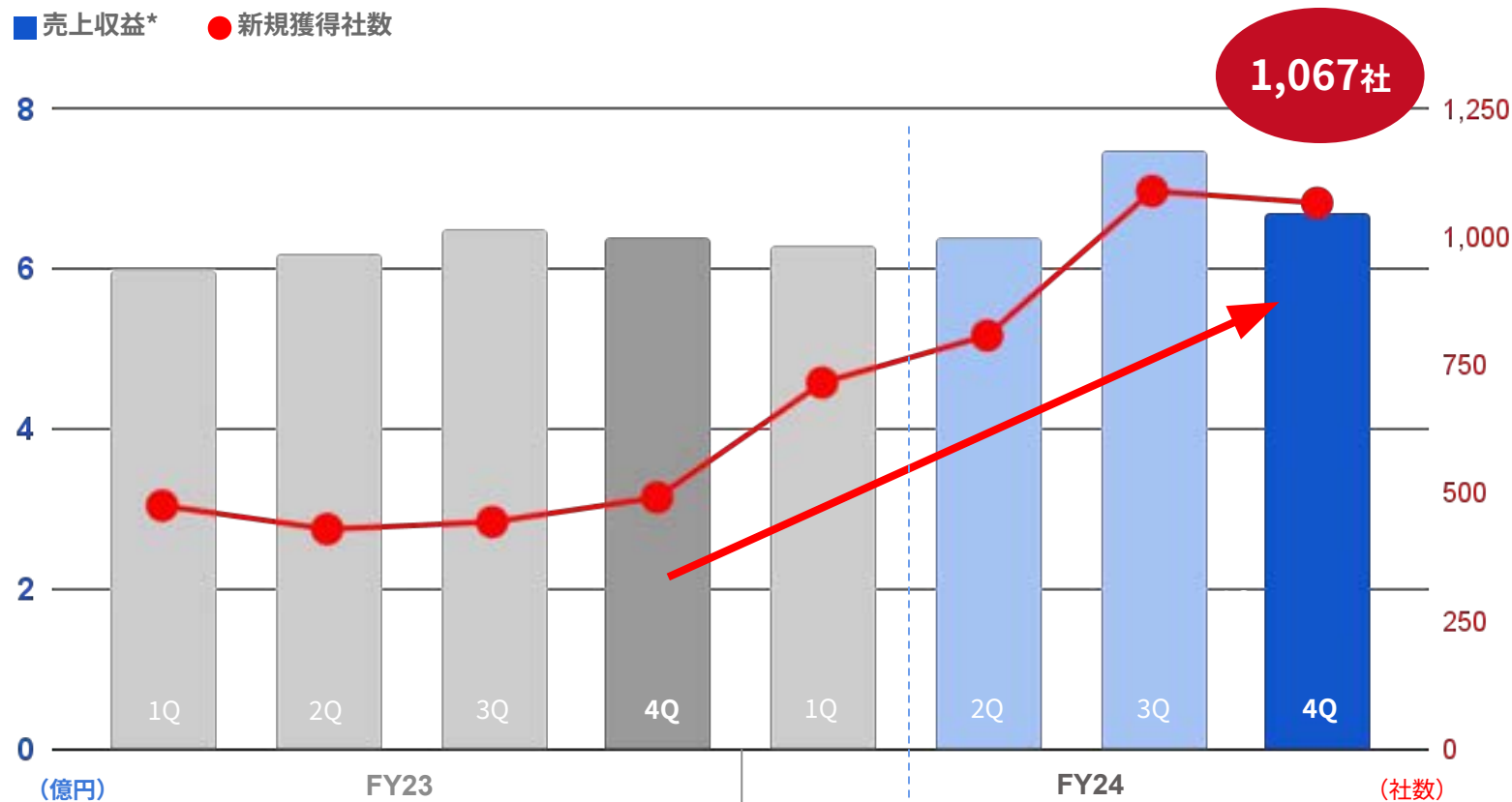
※4 General and Administrativeの略称。マーケティングSaaS事業が負担すべきコーポレート部門の人件費や関連経費及び共通費等の合計。

デジタルPR事業 | 売上収益推移

売上収益6.8億円

3QのインフルエンサーPR事業の大型案件の反動により4Qはやや減退

他方、提供プロダクトの機能改善は継続的に実行中



*前期からの業績推移を分かりやすくするため、シェアオフィス事業およびトランススマート社の業績を除いた、日本基準でのグラフとなります。

GENIEEグループの一員に

- 1 会社概要
- 2 事業概要
- 3 市場環境・競争優位性
- 4 財務ハイライト
- 5 来期計画・全社方針**
- 6 リスク情報

FY2025においては、米国の物価水準の高騰や高い金利水準が引き続き継続することを前提に、円安水準は継続
今期より広告プラットフォームのグローバルの統合により、海外セグメントが広告プラットフォームセグメントに統合
インターネット広告媒体費用の総額も2025年は9.7%、特に動画領域は14.7%超伸びると推定*

*出展「2024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
- 国内における円安や金利水準の低さから、インターネット広告市場は徐々に回復、動画領域における市場拡大
- 連結子会社化したソーシャルワイヤー社の計画も考慮済

各事業セグメントの方針



- 広告プラットフォーム事業：グローバル統合による大幅な経営効率の改善による国内外でのクロスセルとエンタプライズのメディア開拓の増進
- SaaS事業：既存のSaaS事業の黒字化を達成し、更なる継続成長へ。新領域（CDP）における投資加速化によるシェア拡大を推進。
- デジタルPR：リリース配信領域における高PVメディアの構築及びインフルエンサーPR事業におけるSMB向けプラットフォーム構築によるシェア拡大

中期経営計画との差異

2024年7月にソーシャルワイヤーを連結子会社化したことによる連結効果を織り込んだものの、特に海外事業において、中期経営計画策定時（2023年5月）に想定していた市況水準までに回復せず、以下のような差異が生じた。

	FY2025 (中期経営計画)	FY2025 (今期業績予想)
売上収益	162 ～ 202 億円	153 億円
売上総利益	132 ～ 164 億円	118 億円
営業利益	45 ～ 55 億円	27.5 億円
親会社に帰属する当期純利益	30 ～ 37 億円	19.6 億円

FY2025 | 通期業績予想

(広告PF事業の経営統合による効率化、SaaS通期黒字化により、一過性損益を除く正常利益の増進は53.8%を予定)

	FY2024 (着地見込)	FY2024 (実績)	FY2025 (計画)
売上収益	12,000	11,321	+35% → 15,300
広告プラットフォーム事業	4,960	4,776	6,970
マーケティングSaaS事業	3,700	3,770	5,280
海外事業	1,500	1,389	—
デジタルPR事業	2,040	2,150	3,100
(調整額)	▲200	▲765	▲50
売上総利益	9,100	8,807	+34% → 11,800
セグメント利益	2,500	2,520	2,750
広告プラットフォーム事業	2,500	2,223	3,370
マーケティングSaaS事業	800	668	1,370
海外事業	300	403	—
デジタルPR事業	400	428	460
(全社・消去等)	▲1,500	▲1,203	▲2,450
営業利益	2,500	2,520	+9% → 2,750
広告プラットフォーム事業	1,500	1,352	2,300
マーケティングSaaS事業	▲300	▲255	40
海外事業	200	273	—
デジタルPR事業	170	178	110
(調整額)	930	972	300
税引前利益	2,400	2,267	2,600
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,800	1,954	1,960

売上収益

- 広告PF事業はサプライのグローバル統合により、海外事業セグメントを吸収し、46%増
- マーケティングSaaS事業は、SFA/CRM、CHAT及びANALYTICSの成長が牽引し、引き続き40%増
- デジタルPRは、インフルエンサー領域の増進、1Qを含めた通期の連結帰属効果により44%増

営業利益

- 広告PF事業はサプライのグローバル統合により、**意思決定及び業務効率化による原価及び販管費の削減により、70%増**
- マーケティングSaaS事業は、新規事業領域であるCDP領域への積極的投資を計画する一方、SFA/CRM、CHAT、ANALYTICSの増進により**通期黒字化**を達成予定
- デジタルPRは、FY2024に海外シェアオフィスを売却したことによる一過性利益約70百万円の反動減により、FY25は正常利益のみで1.1億を達成予定
- なお、FY2024で生じた一過性損益*を除く**正常利益における増進は、53.8%の増進を予定**

一過性損益を除く
正常利益
(単位: 百万円)

FY24
1,593

FY25
2,450

53.8%
増加

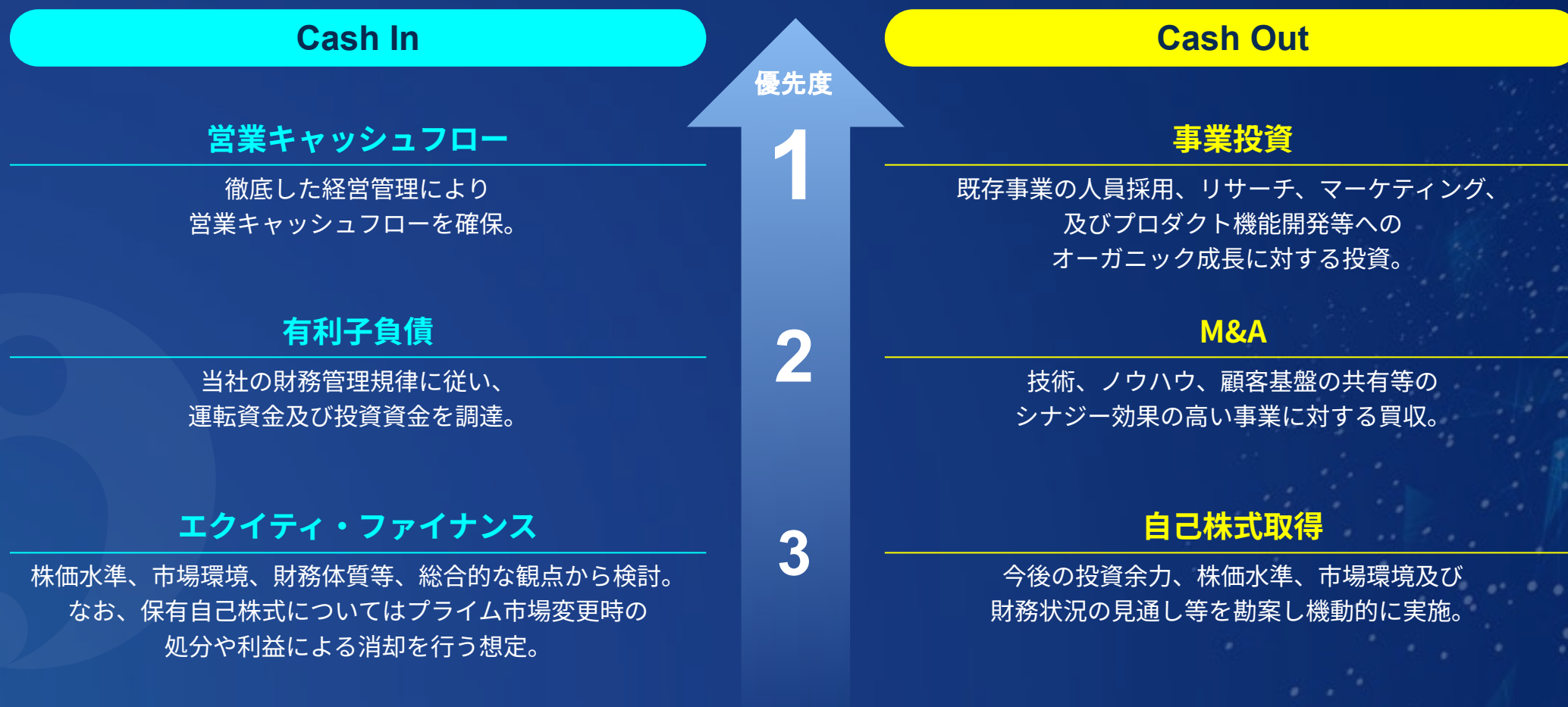
中長期目標水準について

広告プラットフォーム事業は、投資フェーズは終わり、生成AIを活用した事業効率化フェーズへ。
マーケティングSaaS事業は、一部投資中の事業領域を除き、シェアを拡大しながら事業効率化と収益性を高めていく。
デジタルPR事業は、プロダクトの機能強化によるシェア拡大を目指しつつ、生成AIを活用した事業効率化を図っていく。
また、ジーニーグループのバリューチェーンを強化するM&Aは今後も積極的に実施していく。



継続的成長投資

Zelto社買収に係る借入は、営業キャッシュフローを第一優先順位の返済原資として想定（増資は原則として想定せず）
資金調達コスト抑制しつつ、主に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
ソフトバンク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、プライム市場変更承認時の処分や利益による消却を予定
他方、投資においては、オーガニック成長を重視しつつ、事業投資・M&Aを推進する計画



- 1 会社概要
- 2 事業概要
- 3 市場環境・競争優位性
- 4 財務ハイライト
- 5 中期経営計画・全社方針
- 6 リスク情報**

リスクと対応方針

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	・ 生成AIを含む新技術の開発 ・ 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 リスクについて	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

※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。なお、「クッキー規制」についてはGoogle Chromeによるサードパーティクッキー廃止計画が一時撤回されたことを受け、現時点では主なリスク対象から除外しています。

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、徹底したペーパーレス化を実現	
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	

連結従業員推移

新卒採用は継続的に60~70名規模の採用を推進し、中途採用は社内採用体制強化やRPO、リファラル採用の強化等を推進。
女性比率は、30%前後を維持。

	2023年3月末	2024年3月末	2025年3月末
連結従業員数	566人 (666人)	617人 (733人)	877人 (1,194人)
(コーポレート)	125人 (150人)	90人 (123人)	101人 (140人)
(ビジネス)	248人 (276人)	326人 (367人)	500人 (713人)
(エンジニア)	193人 (240人)	201人 (243人)	276人 (341人)
女性比率	30%	27%	37%
外国人比率	42%	33%	31%
エンジニア比率	34%	33%	31%

()派遣社員、業務委託社員を含む人数

資本政策（目標財務指標）

プライム市場への市場変更も意識しながら成長性・効率性・健全性と株主還元のバランスを図る。
ソフトバンク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、プライム市場変更承認時の処分、資本提携、利益による消却を予定。
FY2024においてはソーシャルワイヤー社の連結効果により、調整後営業利益が予想を下回り、調整後営業利益率も未達。

FY21~24売上総利益CAGR（実績）

33%

FY25売上総利益CAGR（計画）

34%



※1: 売上収益をネットベースにした上で、IFRSを適用し、一過性損益を除いた調整後営業利益率
※2: ROEにつきましては、現状を鑑み開示を控えさせていただいております。

- 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」の開示時期は2026年6月を予定しております。