



H1 決算は増収営業減益。通期計画は下方修正されたが、正常利益は増益の見通し

26/3 期中間期（以下、H1）業績は、売上収益 6,301 百万円（前年同期比 +23%）、売上総利益 4,745 百万円（同+22%）、営業利益 744 百万円（同 -53%）と、増収ながら営業減益となった。営業利益から一過性損益を控除した正常利益を見ると、前年同期の 478 百万円から 654 百万円（同+37%）に増加しており、実態としては増収増益が継続。

ジーニー（以下、同社）は、H1 実績が減収減益、かつ、計画未達となった広告プラットフォーム事業を中心に 26/3 期計画を下方修正した。修正計画は、前期比 25%増収、13%営業減益となったが、正常利益については同 26%増と、増益見通しである。

同社の株価は、26/3 期 Q1 決算発表後、暫くは 1,250~1,450 円のレンジで推移していたが、10 月に入り、株式市場において大型株への選好が強まると、グロース市場上場企業の株式が幅広く売られる展開となった。同社の株価レンジも、11 月前半には 1,100~1,200 円に移行した。その後、11 月 14 日に通期計画が下方修正されたことが嫌気されて株価は一時、1,000 円を割れたが、現在は 1,000~1,100 円で推移している。

同社のエクイティストーリーは、「貴重なプロダクトマネージャー人材と優秀なエンジニア人材を採用、育成し、ワンストッププラットフォームを築き上げた効果が本格化することで事業効率化フェーズに入る、27/3 期以降における営業利益（正常利益）の着実な拡大の実現」と、「JAPAN AI の飛躍的成長によるグループ収益の急拡大とバリュエーションの上昇」である。持分法適用関連会社 JAPAN AI は、現時点では当期純損失を計上しているものの、JAPAN AI の成長最大化がグループ全体の将来的な企業価値の拡大に最も貢献するという見通しに基づき、同社は最優先事項として、AI 事業に経営リソースを集中して振り向けている。同社は、将来的に保有する新株予約権を行使し、JAPAN AI を再び連結子会社に戻す方針であるが、その際は、グループ収益に大きく貢献するだけでなく、低水準となっている同社株式のバリュエーションの大幅上昇に繋がる可能性がある。

株価・出来高（過去 1 年間）



出所：ストラテジー・アドバイザーズ

主要指標

株価(12/12)	1,039
52週高値(25/3/5)	1,876
52週安値(25/11/18)	982
上場来高値 (17/12/18)	2,678
上場来安値 (18/12/25)	409
発行済株式数(百万株)	12.2
時価総額(十億円)	12.7
EV (十億円)	21.8
自己資本比率(25/3、%)	33.0
ROE (25/3、%)	25.8
PER (26/3 会予、倍)	9.1
PBR (25/3 実績、倍)	1.6
配当利回り (26/3 会予、%)	-

出所：ストラテジー・アドバイザーズ

連結（23/3期に日本基準からIFRSに変更）

決算期	売上収益 (百万円)	前年比 (%)	営業利益 (百万円)	前年比 (%)	税前利益 (百万円)	前年比 (%)	純利益 (百万円)	前年比 (%)	EPS (円)	DPS (円)
25/3 H1	5,121	36.3	1,567	77.2	1,498	115.8	1,240	95.0	77.2	-
26/3 H1	6,301	23.0	744	-52.5	581	-61.2	346	-72.0	28.6	-
22/3	14,459	-	738	277.5	499	268.2	335	230.2	18.7	0.0
23/3	6,455	-	2,457	-	2,279	-	2,114	-	119.5	0.0
24/3	8,012	24.1	1,538	-37.4	1,277	-44.0	1,031	-51.2	58.3	0.0
25/3	11,321	41.3	2,520	63.8	2,267	77.5	1,954	89.4	136.3	0.0
26/3 会社予想	14,150	25.0	2,200	-12.7	1,950	-14.0	1,400	-28.4	115.7	0.0

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

1. 26/3 期 H1 業績

26/3 期 H1 は増収営業減益

ジーニーの 26/3 期 H1 業績は、売上収益 6,301 百万円（前年同期比+23%）、売上総利益 4,745 百万円（同+22%）、営業利益 744 百万円（同-53%）、親会社の所有者に帰属する中間利益 346 百万円（同-72%）と、増収ながら営業減益となった。

IFRS で営業利益に計上される一過性損益を控除した正常利益を開示

同社は、23/3 期に会計基準を日本基準から IFRS に変更している。日本基準においては、主に営業外収益・費用や特別利益・損失として計上される一過性損益が、IFRS においては、「その他の収益」と「その他の費用」の一部として営業利益に含まれているため、同社は、一過性損益を控除した営業利益を「正常利益」と定義して開示している。

なお、各セグメントのセグメント利益には、当該セグメントに係わる一過性損益が含まれている。また、各セグメントの営業利益には、セグメント利益、各セグメントに帰属しない「その他の収益」と「その他の費用」（主に一過性損益）及び各セグメントに配分されていない全社費用が含まれている。

正常利益は前年同期比 37%増であり、実態としては増収増益

25/3 期 H1 の営業利益には、広告プラットフォーム事業の米国子会社である Geniee US Inc. (旧 Zelto, Inc.) に係るアーンアウト (M&A 実行後に条件に応じて追加代金を支払う義務) の減額による利益 645 百万円や連結子会社であった JAPAN AI の持分法適用関連会社への移行に伴う持分変動利益 328 百万円等が計上されていた。一方、26/3 期 H1 の営業利益には、JAPAN AI の資金調達に伴う持分変動利益 79 百万円と、デジタル PR 事業を担う連結子会社のソーシャルワイヤー (3929 東証グロース) が、MK1 TECHNOLOGY VIETNAM COMPANY LIMITED (以下、MK1) に対する株式の一部をソーシャルワイヤーの従業員であり、かつ、MK1 の創業者に譲渡し、MK1 を持分法適用関連会社化したことに伴う関係会社株式売却益 11 百万円が含まれている。

結果、営業利益から当該一過性損益を控除した 26/3 期 H1 の正常利益は、654 百万円と、前年同期比 37%増加しており、実態としては増収増益が継続している。

大幅増収や販管費率の改善が正常利益の増加要因

正常利益の増加要因としては、売上収益が大幅に増加したことや、販管費率が増収効果に伴う固定費負担の軽減により、前年同期の 66.8%から 65.6%に低下したことが挙げられる。

売上総利益率は前年同期の 75.8%から 75.3%に低下した。マーケティング SaaS 事業の利益率は改善したものの、相対的に利益率が高い広告プラットフォーム事業の売上収益構成比が低下した影響が大きかった。

販管費は 4,133 百万円（前年同期比+21%）となった。新卒社員の採用や 25/3 期 Q2 のソーシャルワイヤーの連結子会社化に伴い、人件費等が前年同期比 23%増加したほか、支払手数料や業務委託費等の増加に伴い、その他の費用が同 37%増加した。一方、システム開発関連費用（同-3%）やオフィス設備関連費用（同+3%）は、ほぼ横ばいであった。

持分法投資損失が増加したほか、金融収支も悪化した

JAPAN AI に係る持分法投資損失は、前年同期の 28 百万円から 61 百万円に拡大した。但し、JAPAN AI の持分法適用関連会社化は 25/3 期 Q2 であるため、持分法投資損失は 25/3 期 Q1 には計上されていない。なお、JAPAN AI の資金調達に伴う出資比率の低下と、JAPAN AI 自体の赤字縮小により、Q2 の持分法投資損失は Q1 の 47 百万円から 14 百万円に縮小した。

また、金融収益が前年同期の 39 百万円から 3 百万円に減少した一方、金融費用は前年同期の 79 百万円から 105 百万円に増加した。結果、金融収支の赤字幅も前年同期の 40 百万円から 101 百万円に悪化した。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

法人税等の負担率が大幅上昇

税法上、所得とならない一過性利益の減少や持分法投資損失の計上等に伴い、法人税等の負担率は、前年同期の 13.8%から 30.3%に上昇した。また、ソーシャルワイヤーに係る非支配持分は、前年同期の 50 百万円から 58 百万円に増加した。なお、ソーシャルワイヤーに対する出資比率は 49.0%である。

売上収益の増加は、デジタル PR 事業の連結化とマーケティング SaaS 事業の好調が要因

売上収益は前年同期比で 1,179 百万円増加したが、セグメント毎の内訳は、広告プラットフォーム事業が 81 百万円減、マーケティング SaaS 事業が 467 百万円増、25/3 期 Q2 から連結化されたデジタル PR 事業が 803 百万円増であった。セグメント間収益であり、連結消去の対象となる調整額は前年同期の-21 百万円から-31 百万円に拡大した。

図表 1. ジーニーの 26/3 期 H1 業績

(百万円)	25/3H1	26/3H1 (A)	YoY	進捗率 (A)/(B)	26/3 期 期初計画	26/3 期 修正計画 (B)
売上収益	5,121	6,301	23.0%	41.2%	15,300	14,150
広告プラットフォーム事業	2,712	2,630	-3.0%	37.7%	6,970	5,850
マーケティング SaaS 事業	1,723	2,190	27.1%	41.5%	5,280	4,905
デジタル PR 事業	707	1,510	113.4%	48.7%	3,100	3,450
調整額	-21	-31	-	62.0%	-50	-57
売上原価	1,241	1,555	25.3%	44.4%	3,500	3,450
売上総利益	3,880	4,745	22.3%	40.2%	11,800	10,700
販売費及び一般管理費	3,422	4,133	20.8%	-	-	-
営業利益	1,567	744	-52.5%	27.1%	2,750	2,200
(正常利益※)	478	654	36.7%	26.3%	2,490	2,000
広告プラットフォーム事業	1,210	1,149	-5.0%	34.1%	3,370	2,796
マーケティング SaaS 事業	151	474	213.3%	34.6%	1,370	1,325
デジタル PR 事業	202	218	7.9%	47.4%	460	554
全社・消去等	3	-1,097	-	44.8%	-2,450	-2,474
持分法投資損益	-28	-61	-	-	-	-
税引前利益	1,498	581	-61.2%	22.3%	2,600	1,950
法人所得税費用	207	175	-15.5%	29.7%	590	450
四半期利益	1,291	405	-68.6%	20.1%	2,010	1,500
非支配持分	50	58	16.0%	116.0%	50	100
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,240	346	-72.0%	17.7%	1,960	1,400

注：正常利益は営業利益から一過性損益を差し引いたものを指している

注：事業別利益はセグメント利益ベース

注：広告プラットフォーム事業と調整額の 25/3H1、正常利益の 26/3 期期初計画は遡及修正されている

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

広告プラットフォーム事業は 3%減収、セグメント利益は 5%減益

広告プラットフォーム事業については、26/3 期より国内部門と海外部門（Geniee US Inc.及びその他の海外子会社）が統合されたため、前年同期比増減率は遡及修正された数値との比較となっている。

同事業の業績は、売上収益 2,630 百万円（前年同期比-3%）、セグメント利益 1,149 百万円（同-5%）であった。

売上収益が一定規模を超えた社数については、Q1 は 251 社と前年同期比 2%増加したが、Q2 は 259 社と同 3%減少した。一方、売上収益を社数で除した社単（月平均の顧客単価）につい

ては、Q1 は 1,859 千円と同 8%減少したが、Q2 は 1,826 千円と同 12%増加した。結果、売上収益は Q1 の 1,258 千円（同-11%）から Q2 には 1,371 千円（+6%）に、セグメント利益も Q1 の 538 百万円（同-11%）から Q2 には 611 百万円（+0%）に好転した。

広告プラットフォーム事業の営業利益は 10%減益

同事業のセグメント利益は前年同期比 5%減であった一方、全社費用を各セグメントに配賦した、同事業の営業利益は、人件費等の増加により、664 百万円と同 10%減少した。

売上収益、営業利益共に計画未達

同事業の期初計画に対しては、売上収益が 387 百万円、営業利益が 40 百万円の未達となった。マーケティング・営業活動に起因する新規顧客・案件獲得の未達（約 130 百万円の未達要因）や、運用・顧客満足度等に起因する既存顧客との取引縮小（約 70 百万円の未達要因）、広告主の広告規定（レギュレーション）の変更等に起因する売上減少（約 70 百万円の未達要因）等が売上収益の未達要因となったが、販管費の削減（約 190 百万円の利益計画超過要因）を実施したことで営業利益の未達幅は小幅にとどめた。

図表 2. セグメント別四半期業績の推移

(百万円)		25/3				26/3	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
売上収益		2,265	2,856	3,160	3,039	3,061	3,239
	広告プラットフォーム事業	1,418	1,293	1,447	1,302	1,258	1,371
	マーケティング SaaS 事業	859	864	963	1,083	1,116	1,074
	デジタル PR 事業	—	707	761	680	703	807
	(調整額)	-11	-10	-11	-27	-16	-14
売上総利益		1,740	2,139	2,515	2,411	2,362	2,383
セグメント利益		815	752	563	389	333	411
	広告プラットフォーム事業	605	610	730	680	538	611
	マーケティング SaaS 事業	25	126	260	256	287	186
	デジタル PR 事業	—	202	150	78	103	114
	(全社・消去)	184	-187	-577	-626	-596	-501
営業利益		815	752	563	389	333	411
	広告プラットフォーム事業	361	374	472	417	283	380
	マーケティング SaaS 事業	-193	-91	21	8	-1	-99
	デジタル PR 事業	—	108	65	4	24	49
	(調整額)	647	361	3	-40	26	81

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

マーケティング SaaS 事業は 30%増収、セグメント利益は 213%増益

マーケティング SaaS 事業の業績は、売上収益 2,190 百万円（前年同期比 +27%）、セグメント利益 474 百万円（同+213%）であった。SFA/CRM 及び ANALYTICS の好調により、26/3 期 Q1 末の有料アカウント数が前年同期末比で 24%増加したことや、1 アカウント当たり平均売上（ARPA）が前年同期比 12%増加したこと、開発に係る初期導入売上が大きく増加したことが増収の主因である。また、Q2 末時点の年間経常収益（ARR）は、前年同期末比 23%増の 3,683 百万円となった。

Q2 末時点での過去 12 か月を対象としたリカーリング比率は、前年同期の 81.2%から 79.8%に低下した。一方、4 月に大口顧客の解約が発生したため、解約率は 25/3 期 Q4 の 0.30%から Q1 には 2.15%に上昇した。Q2 には 1.17%に低下したものの、過去との比較ではやや高い水準にある。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

マーケティング SaaS 事業の営業損益は大幅に縮小

先行投資段階にある JAPAN AI が同セグメントから除外されたことや、増収に伴い、固定費負担が軽減したこと、前期末に実施したソフトウェアの除却に伴い、減価償却費が減少したこと、サーバー関連費用を削減したこと等により、同セグメントの売上総利益率は、25/3 期 Q1 が 71.3%、Q2 が 72.4%であったのに対し、26/3 期 Q1 が 78.6%、Q2 が 77.6%と上昇基調で推移した。セグメントの販管費率についても、増収効果により、研究開発関連費用やセールス部門・管理部門の人件費・経費の増加率が売上収益の伸びを下回ったため、大きく改善した。

また、各セグメントに配賦した全社費用等を控除した同セグメントの営業損失は、前年同期の 285 百万円から 102 百万円に縮小した。

売上収益は計画未達も、営業損失は計画よりも抑制

同事業については、売上収益が 113 百万円の計画未達となったものの、営業損失は計画の 199 百万円に対して 102 百万円にとどまった。CHAT における大口顧客の解約等が売上収益の未達要因となった。一方、JAPAN AI とのクロスセルの効果により、マーケティング費用が抑制できたことや、その他の販管費を削減したことが営業損失の抑制要因となった。

デジタル PR 事業は、大幅増収だが、一過性利益の剥落により、営業減益

25/3 期 Q2 (7~9 月期) からグループに加わったソーシャルワイヤーが担当するデジタル PR 事業については、ニュースワイヤー、インフルエンサーPR、クリッピング、リスクチェックの各事業を展開している。

同事業の業績は、売上収益 1,510 百万円 (前年同期は Q1 がなく、Q2 のみで 707 百万円)、セグメント利益 218 百万円 (同 202 百万円)、営業利益 74 百万円 (108 百万円) であった。

Q2 だけでは、売上収益 807 百万円 (前年同期比+14%)、セグメント利益 114 百万円 (同-44%)、営業利益 49 百万円 (同-55%) であった。インフルエンサーPR「Find Model」が前年同期比 57%増と、増収を牽引した。また、ソーシャルワイヤーが 9 月に買収した iHack (東京都千代田区) の 1 カ月の収益も貢献している。増収にもかかわらず、セグメント利益と営業利益が減少したのは、25/3 期 Q2 には 70 百万円の事業売却益が計上されていた影響が大きい。

売上収益と営業利益は共に計画を超過

同事業については、売上収益が 87 百万円、営業利益が 64 百万円の計画超過となった。iHack の連結子会社化が計画超過の主な要因となった。

iHack を 9 月に完全子会社化

ソーシャルワイヤーは、2025 年 9 月、美容、化粧品領域に特化したインフルエンサーマーケティング支援事業や、未経験から 6 ヶ月での美容クリエイターへの育成を目指す美容クリエイターアカデミー事業を展開する iHack を完全子会社化した。iHack は特に韓国美容市場に強みを持っている。

株式取得を公表した 8 月 29 日時点での iHack の 25/8 期業績見込みは、売上高 124 百万円 (前期比+122%)、営業利益 124 百万円 (前期は 26 百万円の損失) であった。また、連結化前の期間を含む 7~9 月期の前年同期比増収率は 68%であった。なお、株式取得費用は 20 百万円、のれんの金額は 672 百万円であった。

インフルエンサーPR の事業基盤を大幅に強化

ソーシャルワイヤーは、2018 年に Find Model を買収してインフルエンサーPR 領域に進出した。25/3 期において、インフルエンサーPR はコアサービスの一つに成長している。ソーシャルワイヤーが中期経営計画で掲げている 28/3 期売上高は 50 億円 (撤退事業を除いた 25/3 期の売上高は 27 億円) である。

26/3 期 Q2 において、Find Model は前年同期比 57%増収となったが、同 68%増収の iHack の買収により、事業基盤が大幅に強化されたことから、「インフルエンサーPR の仕組化」という経営戦略は順調に進捗していると言えるだろう。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

図表 3. セグメント別四半期 KPI の推移

		25/3				26/3	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
マーケティング SaaS 事業							
	有料アカウント数 (個)	18,714	19,416	20,337	21,676	22,651	24,157
	ARPA (円)	13,501	15,284	19,874	18,777	20,620	17,167
	解約率 (%)	0.20	1.83	0.72	0.30	2.15	1.17
	ARR (百万円)	2,658	2,984	3,244	3,471	3,539	3,683
	売上総利益率 (%)	71.3	72.4	73.3	74.7	78.6	77.6
	リカーリング比率 (%)	80.5	81.2	82.1	80.3	80.2	79.8
広告プラットフォーム事業							
	社数 (社)	247	267	287	293	251	259
	社単 (千円)	2,012	1,636	2,120	1,439	1,859	1,826
	営業利益率	25.5	28.9	32.7	32.1	22.5	27.7
	営業利益	361	374	472	417	283	380
デジタル PR 事業							
	新規獲得社数	—	808	1,090	1,067	831	748
	営業利益率	—	15.3	8.6	0.6	3.6	6.1
	営業利益	—	108	65	4	24	49

注：デジタル PR 事業は 25/3 期 Q2 から連結化。26/3 期 Q1 以前の広告プラットフォーム事業の社単数値は遡及修正されている

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

JAPAN AI はジーニーの事業、組織等に好影響を与えている

持分法適用関連会社の JAPAN AI は、現時点では持分法投資損失を計上しているものの、売上高が急成長を続けているほか、事業、組織、IR・投資の面で、ジーニーに好影響を与えている。

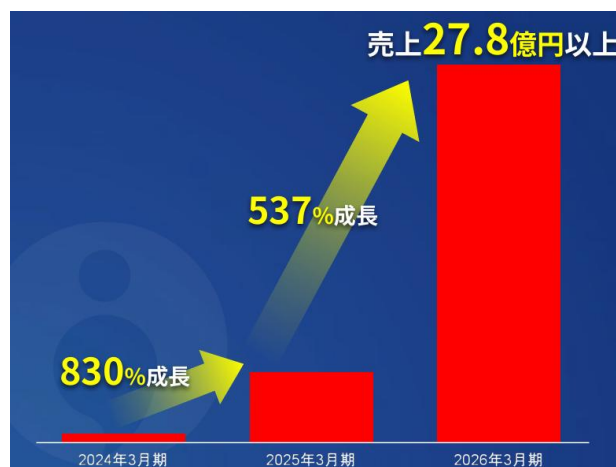
例えば、事業面では、両社のプロダクトのクロスセル（GENIEE SFA/CRM と JAPAN AI SALES、GENIEE CDP/ANALYTICS と JAPAN AI MARKETING、GENIEE CHAT と JAPAN AI CHAT 等）が増加している。また、マーケティング活動の連携により、両社のマーケティング予算は計画よりも抑制されている。

組織面では、両社で採用活動を連携した結果、部長職やスペシャリスト等のハイレイヤー層における応募数、採用数が大幅に増加している。IR・投資面では、将来の JAPAN AI が連結化された場合、ジーニーの企業価値が急拡大する可能性があることに加え、JAPAN AI との連携によるジーニーグループの資本業務提携の機会が拡大していることが好影響として挙げられる。

JAPAN AI の 26/3 期計画は 537%増収

JAPAN AI については、26/3 期 H1 の売上高が前年同期比 603%増となったことから、通期計画が 2 回上方修正されている。現時点での 26/3 期売上高は 27.8 億円（前期比+537%）となっているが、更なる増加余地があると見られる。2025 年 10 月に提供を開始した企業向け AI 開発・運用プラットフォーム「JAPAN AI STUDIO」等のエンタープライズ向けプロダクトの拡販や、ジーニーのマーケティング SaaS 事業との連携強化により、今後も大幅な成長が見込まれている。

図表 4. JAPAN AI の売上推移



出所：会社資料

2. 2026 年 3 月期業績予想

26/3 期の会社予想は「35%増収、9%営業増益」から「25%増収、13%営業減益」に下方修正

広告プラットフォーム事業とマーケティング SaaS 事業を下方修正、デジタル PR 事業は上方修正

広告プラットフォーム事業は大幅な下方修正

26/3 期業績の会社予想は、売上収益 15,300 百万円（前期比+35%）→14,150 百万円（同+25%）、売上総利益 11,800 百万円（同+34%）→10,700 百万円（同+22%）、営業利益 2,750 百万円（同+9%）→2,200 百万円（同-13%）、税引前利益 2,600 百万円（同+15%）→1,950 百万円（同-14%）、当期利益 2,010 百万円（同-2%）→1,500 百万円（同-27%）、親会社の所有者に帰属する当期利益 1,960 百万円（同+0%）→1,400 百万円（同-28%）に下方修正された。

セグメント別売上収益の修正計画については、広告プラットフォーム事業 6,970 百万円→5,850 百万円（前期比+7%増）、マーケティング SaaS 事業 5,280 百万円→4,905 百万円（同+30%）、デジタル PR 事業 3,100 百万円→3,450 百万円（同+60%、前期は Q2 からの 9 ヶ月間）である。

セグメント利益の修正計画については、広告プラットフォーム事業 3,370 百万円→2,796 百万円（同+6%増）、マーケティング SaaS 事業 1,370 百万円→1,325 百万円（同+98%）、デジタル PR 事業 460 百万円→554 百万円（同+29%）である。

セグメント別営業利益の修正計画については、広告プラットフォーム事業 2,300 百万円→1,758 百万円（同+8%増）、マーケティング SaaS 事業 40 百万円（計画据え置き、前期は 256 百万円の損失）、デジタル PR 事業 110 百万円→205 百万円（同+15%）である。

広告プラットフォーム事業では、サプライサイド部門とデマンドサイド部門を 10 月から統合して、業務効率化や顧客情報の共有等の構造改革に取り組み、来期以降の売上収益成長率の回復を目指す方針である。しかし、26/3 期における同事業の売上収益については、マーケティングや顧客満足度等に起因する内部要因と、広告主の方針変更等に起因する外部要因によって生じた H1 の計画未達（387 百万円）を踏まえ、高い成長を見込んでいた当初の下期計画を 733 百万円下方修正した。前年同期比 3%減収であった H1 に対し、下期計画は同 17%増が見込まれている。

セグメント利益、営業利益の計画については、追加的なコスト削減効果を見込む一方、売上収益計画の下方修正を踏まえ、各々、574 百万円、542 百万円減額され、全社ベースでの下方修正の主因となった。

図表 5. ジーニーの 26/3 期業績予想

(百万円)	25/3 期	26/3 期		前期比(%)
	実績	期初計画	修正計画	
売上収益	11,321	15,300	14,150	25.0
広告プラットフォーム事業	5,462	6,970	5,850	7.1
マーケティング SaaS 事業	3,770	5,280	4,905	30.1
デジタル PR 事業	2,150	3,100	3,450	60.5
調整額	-60	-50	-57	-
売上総利益	8,807	11,800	10,700	21.5
営業利益	2,520	2,750	2,200	-12.7
(正常利益※)	1,593	2,490	2,000	25.5
広告プラットフォーム事業	2,627	3,370	2,796	6.4
マーケティング SaaS 事業	668	1,370	1,325	98.4
デジタル PR 事業	431	460	554	28.5
全社・消去等	-1,206	-2,450	-2,474	-
税引前利益	2,267	2,600	1,950	-14.0
法人所得税費用	218	590	450	106.4
当期利益	2,048	2,010	1,500	-26.8
非支配持分	94	50	100	6.4
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,954	1,960	1,400	-28.4

注：正常利益は営業利益から一過性損益を差し引いたものを指している

注：正常利益の期初計画は遡及修正されている

注：事業別利益はセグメント利益ベース

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

マーケティング SaaS 事業は、売上収益は下方修正されたが、営業利益は据え置き

マーケティング SaaS 事業においても、10 月からプロダクト別から機能別組織に変更し、各機能の能力強化と効率化を進める方針である。しかし、同事業の売上収益については、H1 の期中で発生した CHAT における大口顧客の解約による減収影響が拡大することや、期初計画ほどには新規契約が獲得できていないことから、当初の下期計画を 262 百万円下方修正した。前年同期比 27% 増収であった H1 に対し、下期計画は同 33% 増が見込まれている。

セグメント利益の計画については、組織変更に伴うマーケティング費用の削減効果を見込む一方、売上収益計画の下方修正を踏まえ、45 百万円減額された。一方、同事業の営業利益については、配賦される全社費用の削減を見込み、計画据え置きとなっている。

デジタル PR 事業は上方修正

デジタル PR 事業の売上収益は、iHack の業績貢献（7 ヶ月）と、ソーシャルワイヤーにおけるインフルエンサー PR の計画引上げにより、350 百万円上方修正された。セグメント利益、営業利益の計画については、売上収益計画の上方修正を踏まえ、各々、94 百万円、95 百万円増額された。

一過性損益を除いた正常利益の計画は、26%増益

一過性利益の計画については、期初計画の 260 百万円から 200 百万円に減額された。結果として、正常利益の計画については、期初計画から 490 百万円減額され、2,000 百万円（前期比 +26%）となったが、増益見通しは不変である。

3. 株価動向・バリュエーション

1) 株価動向及び過去のバリュエーションとの比較

2025 年 4 月中旬から 6 月前半までの株価レンジは概ね 1,400～1,600 円

同社の株価は、2024 年 9 月末時点では 1,391 円だった。25/3 期 Q2 決算公表時に通期業績予想が上方修正されたことを受けて、株価は上昇基調となり、2025 年 3 月 5 日には 1,876 円に上昇した。

しかし、その後は株式市場の調整を受けて同社株も下落し、4 月中旬以降は 1,400 円～1,600 円を中心とするレンジに移行した。5 月 13 日に公表された 26/3 期の会社計画において、正常利益は前期比 54%増であったものの、営業利益が 9%増と、前期の 64%増から伸びが鈍化する見通しが示されたため、株価は一時 1,300 円近辺にまで下落した。6 月前半は、正常利益の増加見通しを評価する動きとなり、株価レンジは 1,400 円～1,600 円に戻った。

Q1 決算を受けて、9 月の株価レンジは 1,250～1,450 円に移行

6 月 16 日に「JAPAN AI SALES」のリリースが公表されると、JAPAN AI の業績への貢献が期待され、株価は 6 月 19 日には 1,874 円に上昇した。しかし、7 月に入って投資家の買い意欲が薄れると、株価レンジは 1,400～1,600 円に回帰した。8 月 12 日に公表された 26/3 期 Q1 決算は、営業利益が前年同期比 59%減であったこと等が嫌気され、株価レンジは 1,250～1,450 円に移行した。

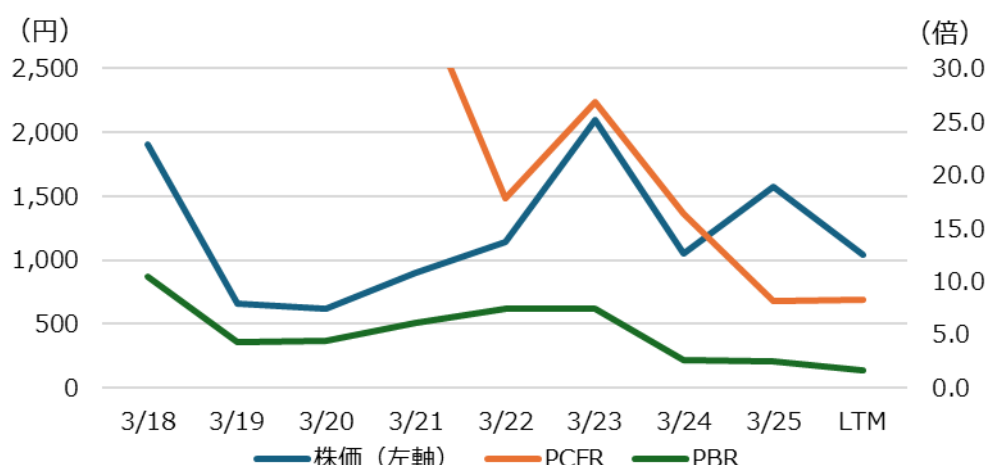
26/3 期会社計画の下方修正を受けて、現在の株価は 1,000～1,100 円で推移

10 月に入り、株式市場では、大型株への選好が強まる一方、グロース市場上場企業の株式が幅広く売られる展開となった。同社の株価も下落基調で推移し、11 月前半には 1,100～1,200 円のレンジに切り下がった。11 月 14 日に 26/3 期会社計画の下方修正が公表されると、株価は急落し、18 日には 982 円の安値を付けた。その後、株価は反発し、現在は 1,000～1,100 円で推移している。

低下した PBR には割安感がある

他方、バリュエーションについて見ると、PBR は、会社計画の下方修正を受けて 2025 年 3 月末の 2.4 倍から低下し、現在は 1.6 倍前後となっている。23/3 期までの PBR が 4～10 倍で推移していたことを勘案すると、現在の PBR の水準には割安感がある。

図表 6. ジーニーの株価、PCFR、PBR 推移



出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

ジーニー | 6562 (東証グロース)

図表 7. ジーニーの株価及び主要指標推移

	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	LTM (12/12)
株価 (円)	1,903	658	618	903	1,142	2,102	1,046	1,576	1,039
営業 CF (百万円)	292	203	73	431	1,140	1,389	1,140	2,359	1,541
PCFR (倍)	114.1	57.9	152.0	37.8	17.7	26.8	16.2	8.1	8.2
当期純利益 (百万円)	63	-544	-178	101	335	2,114	1,031	1,954	1,960
PER (倍)	528.9	0.0	0.0	159.8	60.2	17.6	17.9	9.8	9.1
PBR (倍)	10.4	4.3	4.4	6.1	7.4	7.4	2.6	2.4	1.6
ROE	2.6	-18.4	-6.8	3.9	12.5	0.0	16.9	25.8	12.5

注：LTM の当期純利益、PER は会社予想利益（EPS）に基づく

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

2) 競合企業との比較（日本企業）

ROE 水準を考慮した PBR では、ジーニーの業界内における割安感が薄れている

広告プラットフォーム、マーケティング SaaS 及び PR 事業に携わる代表的な日本企業 12 社のうち、ジーニーの PBR の順位は 4 番目に低い。しかし、直近 1 年間の ROE で比較すると、ジーニーは 12.5%を確保しているものの、足元の減益により、10 位に順位が低下している。結果、ROE 水準を考慮した PBR では、業界内における割安感が薄れている。

営業 CF 成長率を考慮した PCFR ではジーニーに割安感がある

他方、営業キャッシュ・フロー（以下、営業 CF）の 3 年 CAGR（年平均成長率）で比較すると、ジーニーは、LINE ヤフーと並ぶ 7 番目に位置するが、営業 CF を用いた株価指標である PCFR（株価キャッシュ・フロー倍率）では 4 番目に低い。PCFR の適正水準を示す絶対的な財務指標は無いが、成長性は PCFR が高くなる一要素であるため、営業 CF の 3 年 CAGR と PCFR を比較するのが適切であると考えられる。こうした観点から、ジーニーの PCFR には相対的な割安感があると言える。なお、営業 CF の 3 年 CAGR は直近本決算の数値と 3 期前の本決算の数値を使用して算出している。

図表 8. 広告プラットフォーム、マーケティング SaaS、企業 PR の各事業に携わる代表的な日本企業の主要指標（ROE 降順）

企業名	ティッカー	決算期	ROE	PBR	PER	営業 CF (百万円)	3 年 CAGR	PCFR
サイボウズ	4776	2024/12	42.9%	11.4	21.1	8,662	128%	15.3
フィードフォースグループ	7068	2025/05	38.6%	5.4	11.7	1,405	31%	12.1
ウィルズ	4482	2024/12	34.0%	7.5	21.6	1,132	26%	14.0
バリューコマース	2491	2024/12	23.0%	1.2	7.1	2,915	-14%	5.1
エフ・コード	9211	2024/12	20.1%	2.6	13.5	1,394	107%	12.6
共同ピーアール	2436	2024/12	18.4%	2.5	11.5	973	27%	8.7
ユーザーローカル	3984	2025/06	18.1%	3.5	19.7	1,806	26%	16.6
ブリッジインターナショナル	7039	2024/12	15.0%	1.6	12.1	684	2%	10.4
ブレインパッド	3655	2025/06	14.1%	9.7	49.2	1,351	6%	41.5
ジーニー	6562	2025/03	12.5%	1.6	9.1	1,541	25%	8.2
LINE ヤフー	4689	2025/03	7.0%	1.0	-	483,807	25%	5.8
デジタルホールディングス	2389	2024/12	4.7%	1.1	16.4	5,264	-17%	6.9

注：ROE 及び営業 CF は直近 1 年間の数値。営業 CF の 3 年 CAGR は直近本決算と 3 期前の本決算の数値にて算出。
PCFR は時価総額を営業キャッシュ・フローで除して算出。
PER は会社予想 EPS を使用して算出。但し、ブリッジインターナショナルについては、会社予想 EPS レンジの中央値に基づく
出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

図表 9. 広告プラットフォーム、マーケティング SaaS、企業 PR の各事業に携わる代表的な日本企業の主要事業ポートフォリオ

企業名	ティッカー	売上高 (百万円)	広告プラットフォーム			マーケティング SaaS				PR
			SSP	DSP	DMP	MA	SFA/CRM	Chat	AI	
LINE ヤフー	4689	1,987,552	○	○	○	○	-	○	○	-
サイボウズ	4776	35,620	-	-	-	-	○	-	○	-
バリューコマース	2491	28,955	-	-	-	-	○	-	-	-
デジタルホールディングス	2389	13,361	-	-	-	-	○	-	-	-
ジーニー	6562	12,501	○	○	○	○	○	○	○	○
ブレインパッド	3655	11,772	-	-	○	○	-	-	○	-
エフ・コード	9211	10,456	-	-	-	○	-	○	○	-
ブリッジインターナショナル	7039	8,847	-	-	-	○	○	-	○	-
共同ピーアール	2436	8,051	-	-	-	-	-	-	-	○
ウィルズ	4482	5,816	-	-	-	-	-	-	-	○
ユーザーローカル	3984	4,783	-	-	-	-	-	○	○	-
フィードフォースグループ	7068	4,520	-	-	-	○	-	-	○	-

注：売上高は直近 1 年間の数値
出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

3) 競合企業との比較 (グローバル)

海外企業とも比較するために尺度として PCFR を使用

海外企業の中には株式報酬費用を計上して営業利益段階から赤字になっている企業もあるため、バリュエーション指標の中で PCFR だけを用いて比較を行った。

海外企業を含めても、ジーニーの PCFR は割安

海外企業も含めた 30 社で比較すると、ジーニーは、営業 CF の 3 年 CAGR では 18 位であるが、PCFR では、算出不能の 1 社を除いて、9 番目に低い。よって、グローバル企業との比較でも、ジーニーの PCFR には相対的な割安感があると言えよう。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

図表 10. 広告プラットフォーム、マーケティング SaaS、企業 PR の各事業に携わる代表的な企業の主要指標 (PCFR 降順)

企業名	ティッカー	国	決算期	営業 CF (百万円)	3 年 CAGR	PCFR
AppLovin	APP	アメリカ	2024/12	501,028	100%	70.4
ブレインパッド	3655	日本	2025/06	1,351	6%	41.5
HubSpot	HUBS	アメリカ	2024/12	105,540	51%	29.1
Oracle	ORCL	アメリカ	2025/05	3,205,241	42%	26.3
Alphabet	GOOGL	アメリカ	2024/12	22,590,661	24%	25.7
Microsoft	MSFT	アメリカ	2025/06	21,936,471	25%	25.2
Pegasystems	PEGA	アメリカ	2024/12	65,945	130%	23.9
Trade Desk	TTD	アメリカ	2024/12	131,365	39%	21.2
Salesforce	CRM	アメリカ	2025/01	1,958,638	44%	19.8
Freshworks	FRSH	アメリカ	2024/12	33,030	168%	17.5
ユーザーローカル	3984	日本	2025/06	1,806	26%	16.6
Adobe	ADBE	アメリカ	2024/11	1,457,496	16%	15.9
Meta Platforms	META	アメリカ	2024/12	16,048,762	30%	15.8
サイボウズ	4776	日本	2024/12	8,662	128%	15.3
ウィルズ	4482	日本	2024/12	1,132	26%	14.0
エフ・コード	9211	日本	2024/12	1,394	107%	12.6
フィードフォースグループ	7068	日本	2025/05	1,405	31%	12.1
Magnite	MGNI	アメリカ	2024/12	33,181	37%	11.0
ブリッジインターナショナル	7039	日本	2024/12	684	2%	10.4
共同ピーアール	2436	日本	2024/12	973	27%	8.7
ジーニー	6562	日本	2025/03	1,541	25%	8.2
デジタルホールディングス	2389	日本	2024/12	5,264	-17%	6.9
Verve Group	VER	スウェーデン	2024/12	10,831	39%	5.9
LINE ヤフー	4689	日本	2025/03	483,807	25%	5.8
Taboola.com	TBLA	アメリカ	2024/12	31,426	59%	5.8
PubMatic	PUBM	アメリカ	2024/12	12,076	5%	5.4
バリューコマース	2491	日本	2024/12	2,915	-14%	5.1
Thryv Holdings	THRY	アメリカ	2024/12	10,065	-10%	3.9
Criteo	CRTO	フランス	2024/12	47,740	17%	2.5
Baidu	9888	中国	2024/12	-67,576	9%	-

注：営業 CF は直近 1 年間の数値。営業 CF の 3 年 CAGR は直近本決算と 3 期前の本決算の数値にて算出。

出所：各社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

ジーニー | 6562 (東証グロース)

図表 11. 広告プラットフォーム、マーケティング SaaS、企業 PR の各事業に携わる代表的な企業の主要事業ポートフォリオ

企業名	ティッカー	国	営業 CF (百万円)	広告プラットフォーム			マーケティング SaaS				PR
				SSP	DSP	DMP	MA	SFA/CRM	Chat	AI	
Alphabet	GOOGL	アメリカ	22,590,661	○	○	○	-	-	○	○	-
Microsoft	MSFT	アメリカ	21,936,471	○	○	○	○	○	○	○	-
Meta Platforms	META	アメリカ	16,048,762	○	○	-	-	-	-	-	-
Oracle	ORCL	アメリカ	3,205,241	-	-	○	○	○	○	○	-
Salesforce	CRM	アメリカ	1,958,638	-	-	○	○	○	○	○	-
Adobe	ADBE	アメリカ	1,457,496	-	○	○	○	-	-	○	-
AppLovin	APP	アメリカ	501,028	○	○	-	○	-	-	○	-
LINE ヤフー	4689	日本	483,807	○	○	○	○	-	○	○	-
Trade Desk	TTD	アメリカ	131,365	-	○	○	-	-	-	-	-
HubSpot	HUBS	アメリカ	105,540	-	-	-	○	○	-	○	-
Pegasystems	PEGA	アメリカ	65,945	-	-	-	-	○	○	○	-
Criteo	CRTO	フランス	47,740	○	○	-	-	-	-	-	-
Magnite	MGNI	アメリカ	33,181	○	-	-	-	-	-	-	-
Freshworks	FRSH	アメリカ	33,030	-	-	-	○	○	○	○	-
Taboola.com	TBLA	アメリカ	31,426	○	-	-	-	-	-	-	-
PubMatic	PUBM	アメリカ	12,076	○	-	-	-	-	-	-	-
Verve Group	VER	スウェーデン	10,831	○	○	○	-	-	-	-	-
Thryv Holdings	THRY	アメリカ	10,065	-	-	-	○	○	○	○	-
サイボウズ	4776	日本	5,601	-	-	-	-	○	-	○	-
デジタルホールディングス	2389	日本	5,264	-	-	-	-	○	-	-	-
バリューコマース	2491	日本	2,915	-	-	-	-	○	-	-	-
ユーザーローカル	3984	日本	1,806	-	-	-	-	-	○	○	-
ジーニー	6562	日本	1,541	○	○	○	○	○	○	○	○
フィードフォースグループ	7068	日本	1,405	-	-	-	○	-	-	○	-
エフ・コード	9211	日本	1,394	-	-	-	○	-	○	○	-
ブレインパッド	3655	日本	1,351	-	-	○	○	-	-	○	-
ウィルズ	4482	日本	1,132	-	-	-	-	-	-	-	○
共同ピーアール	2436	日本	973	-	-	-	-	-	-	-	○
ブリッジインターナショナル	7039	日本	684	-	-	○	○	-	○	-	
Baidu	9888	中国	-67,576	○	○	○	-	-	○	○	-

注：営業 CF は直近 1 年間の数値

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

4. エクイティストーリー

戦略とは誰かに話したくてたまらなくなるような「ストーリー」

エクイティストーリーとは、その会社の株価と利益を成長させる長期的なシナリオである。長期的な株価上昇という観点から、エクイティストーリーは、主に、①「実現可能で緻密な経営戦略」と②「ワクワクする夢」によって構成されると考えられる。

日本を代表する経営学者である一橋大学大学院経営管理研究科特任教授楠木建氏は「ストーリーとしての競争戦略 ―優れた戦略の条件」の中で、『大きな成功を収め、その成功を持続している企業は、戦略が流れと動きを持った「ストーリー」として組み立てられているという点で共通している。戦略とは、必要に迫られて、難しい顔をしながら仕方なくつらされるものではなく、誰かに話したくてたまらなくなるような、面白い「お話」をつくるということなのだ』と述べている。エクイティストーリーとはこれに近い概念である。

情報社会のワンストッププラットフォームを目指す

ジーニーは、新規参入余地が大きいと判断した SSP（サプライサイドプラットフォーム）から広告プラットフォーム事業を開始して先行する競合他社からシェアを奪い、DMP（データマネジメントプラットフォーム）に蓄積されたデータを活用できるマーケティング SaaS 事業のサービスメニューを強化して、業容を一気に拡大した。同社のビジネスを分析する上で重要な経営指標である売上総利益は、19/3 期の 1,947 百万円から 25/3 期には 8,807 百万円へと急増し、CAGR は 28.6%に達している。

このような「実現可能で緻密な経営戦略」をジーニーが着々と実現できているのは、インターネットや SNS、モバイルアプリ等コミュニケーション媒体が多様化・複雑化して、消費者が本当に必要とする財・サービスの情報が届きにくくなっている状況を低コストで解決できる、情報社会の「ワンストッププラットフォーム」になり、「誰もがマーケティングで成功できる社会を実現する」という「ワクワクする夢」を抱いているからである。

2つのエクイティストーリー

ジーニーは、27/3 期から 31/3 期において、増収率を上回る成長率での営業利益の拡大を目指している。ワンストッププラットフォーム化が概ね最終段階に入ってきたため、先行投資負担が重い一部の事業領域を除くと、各セグメントにおいて事業効率の改善に伴う利益率の向上が見込まれている模様である。ジーニーは、先行投資負担の影響から、24/3 期の売上収益に対する正常利益の比率が 10.9%であったが、25/3 期の同利益率は、増収効果等により、14.1%に向上した。

こうした実績を踏まえ、ストラテジー・アドバイザーズでは 2つのエクイティストーリーを提示している。

「27/3 期以降における営業利益（正常利益）の着実な拡大の実現」

一つ目が「貴重なプロダクトマネージャー人材と優秀なエンジニア人材を採用、育成し、ワンストッププラットフォームを築き上げた効果が本格化することで事業効率化フェーズに入る、27/3 期以降における営業利益（正常利益）の着実な拡大の実現」である。

26/3 期の業績予想は下方修正を余儀なくされたものの、足元ではコスト削減が強化されているため、27/3 期については、売上収益の伸びが確保出来れば、売上収益営業利益（正常利益）率はむしろ上昇する可能性が高まったと言える。しかし、現在の株価水準を踏まえると、株式市場はこの点を軽視しているようであるため、来期計画の発表が株価の本格反転のきっかけになり得よう。

「JAPAN AI の飛躍的成長によるグループ収益の急拡大とバリュエーションの上昇」

また、ストラテジー・アドバイザーズでは、前回のレポートで「将来、連結子会社化が見込まれる JAPAN AI の飛躍的成長によるグループ収益の急拡大とバリュエーションの上昇」という点を二つ目のエクイティストーリーとして追加した。なお、もう一つのエクイティストーリーにある「27/3 期以降における営業利益（正常利益）の着実な拡大の実現」には JAPAN AI の連結子会社化による貢献

は含まれていない。

JAPAN AI は、現時点では、積極的な人材投資やマーケティング投資を行っているため、当期純損失を計上している。しかし、JAPAN AI については、売上収益が急成長しているほか、一時的な投資を止めれば直ぐに黒字化が可能と同社は説明している。

JAPAN AI の成長最大化がグループ全体の将来的な企業価値の拡大に最も貢献するという見通しに基づき、同社は最優先事項として、AI 事業に経営リソースを集中して振り向けている。

JAPAN AI に経営リソースを集中して振り向け

JAPAN AI の企業価値の向上に対する期待は、同社の株価には織り込まれていない

売上収益の急成長を受けて、国内 AI 関連企業としての注目度が一気に高まったため、JAPAN AI は 2025 年 7 月に資金調達に成功したが、その企業価値は国内ベンチャーキャピタルから高く評価された。しかし、JAPAN AI が更なる資金調達を実施した場合や、株式を上場した場合、JAPAN AI に対して、今後の成長次第では更に高いバリュエーションが付与される可能性があることは、同社株の低いバリュエーション（今期予想 PER9 倍、PCFR8 倍）を見る限り、同社の株価には織り込まれていないと思われる。

同社は、将来的に保有する新株予約権を行使し、JAPAN AI を再び連結子会社に戻すことを視野に入れている。その際は、グループ収益に大きく貢献するだけでなく、低水準となっている同社株式のバリュエーションの大幅上昇に繋がる可能性があるだろう。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

図表 12. 四半期別業績動向 (単位: 百万円)

決算期	24/3			25/3			26/3		
	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
売上収益	1,963	2,134	2,120	2,266	2,856	3,161	3,039	3,061	3,239
(前年同期比)	25.0%	27.1%	22.1%	26.2%	45.5%	48.2%	43.3%	35.1%	13.4%
旧広告プラットフォーム事業	1,032	1,155	1,172	1,179	1,099	1,252	1,247	-	-
海外事業	305	338	299	335	375	402	278	-	-
新広告プラットフォーム事業	-	-	-	1,418	1,293	1,447	1,302	1,258	1,371
(前年同期比)	-	-	-	-	-	-	-	-11.3%	6.0%
マーケティング SaaS 事業	673	697	730	859	864	963	1,083	1,116	1,074
(前年同期比)	41.0%	37.3%	24.3%	42.4%	28.4%	38.2%	48.3%	29.9%	24.3%
デジタル PR 事業	-	-	-	-	707	761	680	703	807
(前年同期比)	-	-	-	-	-	-	-	-	14.1%
調整額	-47	-57	-81	-11	-10	-11	-27	-16	-14
売上原価	462	487	501	525	716	645	627	699	856
売上総利益	1,501	1,646	1,619	1,740	2,139	2,515	2,411	2,362	2,383
(売上総利益率)	76.5%	77.2%	76.4%	76.8%	74.9%	79.6%	79.3%	77.1%	73.6%
販売費及び一般管理費	1,282	1,289	1,416	1,576	1,845	1,956	1,865	2,066	2,066
その他の収益	555	1	116	651	468	12	6	38	100
その他の費用	1	2	18	0	10	7	162	1	5
営業利益	773	356	302	815	752	563	389	333	411
(営業利益率)	39.4%	16.7%	14.2%	36.0%	26.3%	17.8%	12.8%	10.9%	12.7%
旧広告プラットフォーム事業	509	639	637	581	497	578	567	-	-
(セグメント利益率)	49.3%	55.3%	54.4%	49.3%	45.2%	46.2%	45.5%	-	-
海外事業	60	65	20	24	114	152	113	-	-
(セグメント利益率)	19.7%	19.2%	6.7%	7.2%	30.4%	37.8%	40.7%	-	-
新広告プラットフォーム事業	-	-	-	605	610	730	680	538	611
(セグメント利益率)	-	-	-	-	-	-	-	42.8%	44.6%
マーケティング SaaS 事業	66	67	39	25	126	260	256	287	186
(セグメント利益率)	9.8%	9.6%	5.3%	2.9%	14.6%	27.1%	23.7%	25.8%	17.3%
デジタル PR 事業	-	-	-	-	202	150	78	103	114
(セグメント利益率)	-	-	-	-	28.6%	19.8%	11.1%	14.7%	14.1%
調整額	140	-415	-394	184	-187	-577	-626	-596	-501
(正常利益※)	223	357	185	170	308	564	551	333	321
持分法投資損益	-	-	-	-	-29	-32	-36	-47	-14
金融収益	2	4	6	2	36	-29	0	1	2
金融費用	90	-28	110	69	9	94	-8	56	48
税引前利益	685	388	198	748	750	406	361	231	350
当期利益	633	232	168	670	620	318	438	162	243
親会社の所有者に帰属する当期利	631	229	170	672	568	292	421	150	196
売上高当期利益率	32.1%	10.7%	8.0%	29.7%	19.9%	9.2%	13.9%	4.9%	6.1%

注: 26/3 期から海外事業は国内を対象とする広告プラットフォーム事業と統合された。従来の広告プラットフォーム事業を旧広告プラットフォーム事業、海外事業と統合された広告プラットフォーム事業を新広告プラットフォーム事業とした。25/3 期の新広告プラットフォーム事業及び調整額の数値は遡及修正されている。

正常利益は営業利益から一過性損益を差し引いたものを指している。事業別利益はセグメント利益ベース 出所: 会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

ジーニー | 6562 (東証グロース)

図表 13. 連結損益計算書 (単位: 百万円)

決算期	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3 期初計画	26/3 修正計画
売上収益 (売上高)	14,954	14,348	14,061	14,459	6,455	8,012	11,322	15,300	14,150
広告プラットフォーム事業	-	-	-	11,246	3,918	4,306	5,462	6,970	5,850
マーケティング SaaS 事業	-	-	-	1,176	1,976	2,704	3,770	5,280	4,905
ARR (SaaS 事業)				980	1,940	2,414	3,471	-	-
ARR (SFA/CRM)	-	75	159	215	325	474	833	-	-
ARR (CHAT)	-	39	53	223	690	881	1,252	-	-
ARR (ANALYTICS)	-	-	-	-	307	421	616	-	-
海外事業	-	-	-	2,131	783	1,249	-	-	-
デジタル PR 事業	-	-	-	-	-	-	2,150	3,100	3,450
調整額	-	-	-	-95	-223	-248	-60	-50	-57
売上原価	13,008	12,127	11,453	10,676	1,312	1,873	2,514	3,500	3,450
売上総利益	1,946	2,220	2,608	3,783	5,142	6,138	8,807	11,800	10,700
売上総利益率	13.0%	15.5%	18.5%	26.2%	79.7%	76.6%	77.8%	77.1%	75.6%
販売費及び一般管理費	2,257	2,312	2,412	3,044	4,006	5,252	7,244	-	-
営業利益	-310	-91	196	738	2,457	1,538	2,520	2,750	2,200
広告プラットフォーム事業	-	-	-	1,727	2,164	2,244	2,627	3,370	2,796
デジタル PR 事業	-	-	-	-	-	-	431	460	554
マーケティング SaaS 事業	-	-	-	125	85	215	668	1,370	1,325
海外事業	-	-	-	163	338	201	-	-	-
調整額	-	-	-	-1,278	-131	-1,122	-1,206	-2,450	-2,474
営業利益率	-2.1%	-0.6%	1.4%	5.1%	38.1%	19.2%	22.3%	18.0%	15.5%
(正常利益※)	-	-	-	-	1,110	876	1,593	2,490	2,000
持分法投資損益	-	-	-	-	0	0	-96	-	-
金融収益 (営業外収益)	2	9	15	46	19	31	9	-	-
金融費用 (営業外費用)	21	59	62	38	198	292	166	-	-
経常利益	-330	-141	149	746	-	-	-	-	-
特別損益	-148	-30	-13	-246	-	-	-	-	-
税引前利益	-478	-172	135	499	2,279	1,277	2,267	2,600	1,950
法人所得税費用 (法人税等)	62	4	34	161	168	242	218	590	450
当期利益	-541	-177	101	338	2,110	1,035	2,048	2,010	1,500
非支配持分	3	1	0	2	-4	3	94	50	100
親会社の所有者に帰属する当期利益	-544	-178	101	335	2,114	1,031	1,954	1,960	1,400
売上高当期利益率	-3.6%	-1.2%	0.7%	2.3%	32.8%	12.9%	17.3%	12.8%	9.9%

注: 23/3 期以降は IFRS。正常利益は営業利益から一過性損益を差し引いたものを指している。事業別利益はセグメント利益ベース

24/3 期までの広告プラットフォーム事業は国内部門のみ。25/3 期以降の広告プラットフォーム事業は海外部門を統合している。

出所: 会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

ジーニー | 6562 (東証グロース)

図表 14. 連結貸借対照表(単位：百万円)

決算期	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3
現金及び現金同等物	2,542	1,619	1,198	1,092	1,477	2,875	2,494	2,861
営業債権及びその他の債権	1,855	1,085	1,131	1,479	2,032	2,409	3,095	4,416
棚卸資産	0	0	0	0	0	1	0	3
その他流動資産	76	180	145	156	306	338	355	604
流動資産	4,473	2,884	2,474	2,727	3,815	5,635	5,944	7,887
有形固定資産	319	638	532	447	471	471	446	689
使用権資産	0	0	0	0	0	502	197	1,232
のれん	27	401	305	1,025	1,416	9,384	10,444	11,010
その他無形固定資産	419	296	544	1,049	1,186	1,183	1,628	2,107
無形固定資産	446	697	849	2,074	2,602	10,568	12,072	13,117
投資その他の資産	303	417	414	404	448	604	539	958
非流動資産（固定資産合計）	1,068	1,752	1,795	2,925	3,521	12,145	13,253	15,936
資産合計	5,541	4,636	4,269	5,652	7,336	17,780	19,197	23,884
営業債務及びその他の債務（買入債務）	1,299	869	781	1,012	1,513	1,799	1,909	2,768
有利子負債	178	178	276	656	1,271	7,612	1,848	2,855
その流動負債	408	438	387	486	705	842	1,119	1,745
流動負債	1,885	1,485	1,444	2,154	3,489	10,253	4,876	7,368
有利子負債	451	311	150	713	966	1,280	6,221	7,364
資産除去債務	0	125	126	127	144	0	0	0
その他固定負債	0	0	0	0	5	1,214	810	449
非流動負債（固定負債）	451	436	276	840	1,115	2,494	7,031	7,813
負債合計	2,336	1,921	1,720	2,994	4,604	12,747	11,907	15,181
資本金・剰余金	3,044	3,083	3,095	3,107	2,672	2,695	2,820	6,800
利益剰余金	160	-385	-564	-462	307	2,545	3,577	5,425
自己株式	0	0	0	0	-300	-330	-402	-5,328
株主資本	3,203	2,698	2,531	2,644	2,679	4,995	7,248	6,897
その他の資本の構成要素（その他包括利益）	0	10	9	11	42	85	1,254	990
非支配持分	2	7	7	0	8	38	42	815
資本合計（純資産合計）	3,205	2,715	2,549	2,657	2,733	5,034	7,290	8,703
負債純資産合計	5,541	4,636	4,269	5,652	7,336	17,780	19,197	23,884

注：23/3 期以降は IFRS

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

ジーニー | 6562 (東証グロース)

図表 15. 連結キャッシュ・フロー計算書 (単位 : 百万円)

決算期	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3
税引前利益	191	-479	-173	136	500	2,279	1,277	2,267
減価償却費及び償却費	256	330	306	392	587	642	746	1,211
その他の収益	-	-	-	-	-	-	-663	-1,108
持分法投資損益	-	-	-	-	-	-	-	97
減損損失	-	172	25	-	217	-	-	-
固定資産除却損	-	-	-	-	-	285	-	-
有価証券及び投資有価証券評価損益	278	1	1	-	-	-	-	-
段階取得に係る差損益	-	-	-	-	-	-1,623	-	-
貸倒引当金の増減	34	14	11	6	2	-	-	-
法人所得税の支払額又は還付額	-145	-183	79	-12	-40	-251	-65	-342
その他の営業キャッシュ・フロー	-322	348	-176	-90	-125	57	-155	233
営業活動によるキャッシュ・フロー	292	203	73	431	1,140	1,389	1,140	2,359
有価証券及び投資有価証券の取得	-111	-55	-1	-	-	-33	-45	-73
有価証券及び投資有価証券の売却	-	-	-	-	-	-	145	25
有形及び無形固定資産の取得・売却	-142	-487	-345	-596	-722	-759	-844	-1,329
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得	-	-173	-71	-863	-545	-5,129	-	272
その他の投資キャッシュ・フロー	-77	-281	2	2	-7	-46	-87	-42
投資活動によるキャッシュ・フロー	-330	-996	-415	-1,456	-1,274	-5,967	-831	-1,147
株式の発行	1,505	39	12	9	-	-	7	3,919
自己株式の取得	-	0	0	-	-299	-31	-	-4,946
配当金の支払額	-	-	-	-	-	-	-	-51
借入金の増減	-97	-100	-2	988	869	6,250	-487	641
その他の財務キャッシュ・フロー	-17	-77	-87	-84	-86	-293	-357	-469
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,392	-138	-76	912	484	5,926	-837	-905
Free Cash Flow	-38	-793	-342	-1,025	-134	-4,578	309	1,212

出所 : 会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

ジーニー | 6562 (東証グロース)

図表 16. 株価指標、ROE および KPI

決算期	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	会予 26/3
EPS (円)	3.8	-30.8	-10.0	5.7	18.7	119.5	58.3	136.3	115.7
BPS (円)	183.0	151.5	141.5	147.1	153.6	282.5	409.3	651.6	-
1株当たり配当金 (円)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
配当性向	-	-	-	-	-	-	-	-	-
終値 (円)	1,903	658	618	903	1,142	2,102	1,046	1,576	-
PER (倍)	528.9	0.0	0.0	159.8	60.2	17.6	17.9	9.8	-
PBR (倍)	10.4	4.3	4.4	6.1	7.4	7.4	2.6	2.4	-
期末発行済株式数 (千株)	17,508	17,868	17,958	18,048	18,048	18,048	18,056	18,056	-
自己株式数 (株)	0	0	0	0	330	365	347	5,950	-
自社株控除株式数 (千株)	17,508	17,868	17,958	18,048	17,718	17,683	17,710	12,106	-
時価総額 (百万円)	33,318	11,757	11,098	16,297	20,234	37,170	18,524	19,079	-
株主資本比率	57.8	58.4	59.5	47.0	37.1	28.0	37.8	33.0	-
有利子負債残高	629.0	489.0	426.0	1,369.0	2,237.0	8,892.0	8,068.0	10,219.0	-
ネットD/Eレシオ	-0.6	-0.4	-0.3	0.1	0.3	1.2	0.8	0.9	-
EV (Enterprise Value)	31,407	10,634	10,333	16,574	21,002	43,186	24,098	27,252	-
EBITDA (百万円)	784	20	215	588	1,326	3,384	2,285	3,732	-
EV/EBITDA 倍率	40.1	531.7	48.1	28.2	15.8	12.8	10.5	7.3	-
ROE	2.6	-18.4	-6.8	3.9	12.5	54.0	16.9	25.8	-
ROIC (投下資本)	13.2	-10.6	-3.1	4.6	12.9	-	8.9	13.4	-
ROIC (事業資産)	36.1	-26.0	-5.9	6.9	17.6	-	10.0	14.9	-
従業員数	242	258	264	307	346	566	617	877	-

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

ディスクレイマー

本レポートは、株式会社ストラテジー・アドバイザーズ(以下、発行者)が発行するレポートであり、外部の提携会社及びアナリストを主な執筆者として作成されたものです。

本レポートにおいては、対象となる企業について従来とは違ったアプローチによる紹介や解説を目的としております。発行者は原則、レポートに記載された内容に関してレビューならびに承認を行っておりません(しかし、明らかな誤りや適切ではない表現がある場合に限り、執筆者に対して指摘を行っております)。

発行者は、本レポートを発行するための企画提案およびインフラストラクチャーの提供に関して対価を直接的または間接的に対象企業より得ている場合があります。

執筆者となる外部の提携会社及びアナリストは、本レポートを作成する以外にも対象会社より直接的または間接的に対価を得ている場合があります。また、執筆者となる外部の提携会社及びアナリストは対象会社の有価証券に対して何らかの取引を行っている可能性あるいは将来行う可能性があります。

本レポートは、投資判断の参考となる情報提供のみを目的として作成されたものであり、有価証券取引及びその他の取引の勧誘を目的とするものではありません。有価証券およびその他の取引に関する最終決定は投資家ご自身の判断と責任で行ってください。

本レポートの作成に当たり、執筆者は対象企業への取材等を通じて情報提供を受けておりますが、当レポートに記載された仮説や見解は当該企業によるものではなく、執筆者による分析・評価によるものです。

本レポートは、執筆者が信頼できると判断した情報に基づき記載されたものですが、その正確性、完全性または適時性を保証するものではありません。本レポートに記載された見解や予測は、本レポート発行時における執筆者の判断であり、予告無しに変更されることがあります。

本レポートに記載された情報もしくは分析に、投資家が依拠した結果として被る可能性のある直接的、間接的、付随的もしくは特別な損害に対して、発行者ならびに執筆者が何ら責任を負うものではありません。

本レポートの著作権は、原則として発行者に帰属します。本レポートにおいて提供される情報に関して、発行者の承諾を得ずに、当該情報の複製、販売、表示、配布、公表、修正、頒布または営利目的での利用を行うことは法律で禁じられております。



Strategy Advisors

〒104-0061 東京都中央区銀座一丁目 27 番 8 号セントラルビル 703 号