



Q1 決算：一過性費用の計上により営業損失も、調整後営業利益は黒字を確保。今後の四半期決算で会社計画に対する信頼感が回復すれば、PER の切り上がりによる株価上昇に期待

27/3 期第 1 四半期（以下、Q1）の業績は、売上収益 3,499 百万円（前年同期比 +14%）、売上総利益 2,426 百万円（同+3%）、営業損失 207 百万円（前年同期は 333 百万円の利益）と、増収ながら営業損失となった。マーケティング SaaS 事業の受託開発工数増による販管費増や一過性費用の計上により、営業損失の計上を余儀なくされたものの、営業利益から不正アクセス関連損失や貸倒引当金繰入額等の一過性損益を控除した調整後営業利益は黒字を確保した。

計画外の一過性費用の計上に伴い、27/3 期 Q1 業績は会社想定を下回ったものの、貸倒引当金繰入 2.0 億円の戻入が今期中に計上されることを前提として、ジーニー（以下、同社）は大幅増益を見込む 27/3 期通期の期初予想を据え置いた。

同社の株価は、2026 年 2 月以降、SaaS 関連銘柄の株価下落や、26/3 期の減益決算発表、決算数値の訂正等を受けて、1,000 円前後に下落した。8 月 14 日に公表された 27/3 期 Q1 決算を受けて、株価は更に下落し、8 月 23 日には 863 円を付けた。しかし、Salesforce（CRM NYSE）の業績見通しの上方修正等を契機に米国株式市場で SaaS 関連株が大幅高となったことが日本市場にも波及し、同社株は 28 日に 900 円台を回復した。現在は 910～980 円のレンジで推移している。

会社予想に基づく PER は 8 倍であり、比較対象企業の中では相当割安な水準にある。26/3 期が期初計画を下回る業績となり、27/3 期 Q1 も営業損失を計上したため、27/3 期の会社計画に対する懐疑的な見方が株式市場に存在していることが低い予想 PER の要因と見られる。今後公表される四半期決算において、会社計画に対する信頼感が回復すれば、同社の成長性に対する投資家の評価が向上し、株価上昇が期待できよう。

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(9/3)	926
52週高値(25/9/16)	1,411
52週安値(26/6/23)	858
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)	13.2
時価総額(十億円)	12.2
EV (十億円)	20.4
自己資本比率(26/3、%)	36.0
ROE (26/3、%)	9.8
PER (27/3 会予、倍)	7.5
PBR (26/6 実績、倍)	1.2
配当利回り (27/3 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)
26/3 Q1	3,061	35.1	333	-59.1	232	-68.9	150	-77.6	12.4	-
27/3 Q1	3,499	14.3	-207	-	-469	-	-347	-	-28.2	-
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	2,256	76.7	1,950	89.0	136.0	0.0
26/3	13,376	18.2	1,535	-39.1	1,331	-41.0	866	-55.6	61.3	0.0
27/3 会社予想	16,400	22.6	2,500	62.8	2,300	72.7	1,500	73.1	122.8	-

注：純利益は親会社の所有者に帰属する当期利益

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

目次

1. 27/3 期 Q1 決算概要.....	3
2. セグメント及び JAPAN AI の動向	6
3. 27/3 期業績予想	10
4. 株価動向・バリュエーション	12
1) 株価動向及び過去のバリュエーションとの比較	12
2) 競合企業との比較（日本企業）	13
3) 競合企業との比較（グローバル）	15
5. エクイティストーリー	18

1. 27/3 期 Q1 決算概要

27/3 期 Q1 は増収、調整後営業利益は減益

8 月 14 日に公表された 27/3 期 Q1 業績は、売上収益 3,499 百万円（前年同期比 +14%）、売上総利益 2,426 百万円（同+3%）、営業損失 207 百万円（前年同期は 333 百万円の利益）、調整後営業利益 156 百万円（前年同期比 -53%）、親会社の所有者に帰属する四半期損失 347 百万円（前年同期は 150 百万円の利益）であった。マーケティング SaaS 事業の受託開発工数増による販管費増や一過性費用の計上等により、営業損失の計上を余儀なくされたものの、営業利益から一過性損益を控除した調整後営業利益は黒字を確保した。

図表 1. ジーニーの 27/3 期 Q1 業績

(百万円)	26/3Q1	27/3Q1 (A)	前年同期比	進捗率 (A)/(B)	27/3 期 会社計画 (B)
売上収益	3,061	3,499	14.3%	21.3%	16,400
広告プラットフォーム事業	1,258	1,370	8.9%	22.0%	6,224
マーケティング SaaS 事業	1,116	1,172	5.0%	20.2%	5,792
デジタル PR 事業	703	963	37.0%	21.8%	4,412
調整額	-16	-7	—	—	-28
売上原価	699	1,072	53.3%	22.8%	4,700
売上総利益	2,362	2,426	2.7%	20.7%	11,700
売上総利益率	77.1%	69.3%	—	—	71.3%
販売費及び一般管理費	2,066	2,321	12.3%	—	—
販管費率	67.5%	66.3%	—	—	—
営業利益	333	-207	—	—	2,500
（調整後営業利益※）	333	156	-53.0%	6.5%	2,400
広告プラットフォーム事業	538	590	9.6%	20.2%	2,929
マーケティング SaaS 事業	287	83	-71.0%	5.9%	1,418
デジタル PR 事業	103	111	7.4%	12.6%	879
全社・消去等	-596	-992	—	—	-2,726
持分法投資損益	-47	-25	—	—	—
税引前利益	232	-469	—	—	2,300
法人所得税費用	69	-133	—	—	600
当期利益	163	-336	—	—	1,700
非支配持分	12	11	-11.1%	5.6%	200
親会社の所有者に帰属する当期利益	150	-347	—	—	1,500

注：調整後営業利益とは営業利益から一過性損益を控除し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

一過性費用として、不正アクセス関連損失と貸倒引当金繰入額を計上

同社は Q1 決算の発表と同時に、一過性費用として、「不正アクセス関連損失および貸倒引当金繰入額（その他の費用）の計上に関するお知らせ」を公表した。

「その他の費用」の内容は以下の2点である。

1) 「GENIEE MA」への不正アクセス関連損失について

2026年5月21日付「『GENIEE MA』への不正アクセスに関するお知らせ」で公表した通り、「GENIEE MA」において第三者によるクラウド計算資源の不正利用が発生したことに伴い、同社はサーバー提供元との協議を含め精査した。その結果、現時点での合理的な見積りに基づき、当該事象に起因する同社の費用負担額として、当Q1において不正アクセス関連損失181百万円を「その他の費用」に計上した。当該不正利用は5月21日時点で停止しているものの、今後の調査及び精査の進展等により、最終的な損失額が変動する可能性はあり、現時点で本件に係る損失額は確定していない。

2) 貸倒引当金繰入額の計上について

同社は、2026年6月1日付で公表した決算訂正において、取引先（非上場企業）との受託開発取引に係る売上収益の計上及び出資契約に係る投資有価証券の計上に関する会計処理を見直し、これに伴って生じた差額を「その他の資産」として計上した。当該「その他の資産」の回収は、開発システムの納品に伴う代金回収を前提としているが、取引先における支払原資は、提携先との業務委託契約に基づく報酬収入に主として依拠している。

しかし、当該業務委託契約の締結には当局の許認可が必要であり、その許認可の取得に当初想定以上の時間を要していることから、同社は、現時点においては当該「その他の資産」の回収可能性を判断するための客観的な状況がなお十分に整っていないと判断した。そのため、同社は、会計監査人と慎重に協議した結果、現時点の回収可能性に関する状況を踏まえ、当Q1において当該「その他の資産」に対して貸倒引当金198百万円を設定し、同額の貸倒引当金繰入額を「その他の費用」として計上した。今後、取引先が当局から許認可を取得し、提携先からの業務委託報酬の收受等により、当該「その他の資産」に係る回収が進展した場合には、回収状況等を踏まえ、貸倒引当金の戻入が見込まれると同社は説明している。

同社は、今回の不正アクセス関連損失や貸倒引当金繰入額の計上を受けて、マーケティング SaaS 事業における従来方針の一部について、リスクを低減する方向で見直す意向であると表明している。

IFRSで営業利益に計上される一過性損益を控除した「調整後営業利益」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・費用や特別損益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「調整後営業利益」として開示している。

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。

調整後営業利益は黒字を確保

前述したように、27/3期Q1においては、207百万円の営業損失となったものの、本業の実態をより表す調整後営業利益は、156百万円と黒字を確保した。

26/3期Q1の一過性損益は計上されなかったが、27/3期Q1の一過性損益は363百万円の損失であった。一過性費用の合計金額は開示されていないが、少なくとも不正アクセス関連費用181百万円と貸倒引当金繰入額198百万円の合計額379百万円が計上されている。一方、一過性利益の合計金額も開示されていないが、5月に実施された、持分法適用関連会社JAPAN AIの第三者割当増資に伴う持分変動利益が計上されたと見られる。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

販管費率は改善したものの、売上総利益率は低下した

売上総利益率は前年同期の 77.1%から 69.3%に低下した。マーケティング SaaS 事業の利益率が前年同期の 78.6%から 74.3%に低下したことや、相対的に利益率が低いデジタル PR 事業の売上収益構成比が上昇し、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ことから、利益率の低下を余儀なくされた。

販管費は前年同期比 12%増加した。主要科目別では、マーケティング SaaS 事業における受託開発工数増等により、システム開発関連費用が同 31%増となったほか、オフィスの増床に伴い、オフィス設備関連費用も同 40%増加した。また、新卒及び中途採用社員の入社に伴い、人件費等が同 7%増加したほか、広告宣伝・販促費が同 4%増加した。その他の費用も同 15%増加した。販管費の増加率は増収率を下回ったため、販管費率は前年同期の 67.5%から 66.3%に改善した。販管費率の改善影響を売上総利益率の悪化影響が上回った結果、売上収益に対する調整後営業利益の比率は、前年同期の 10.9%から 4.5%に低下した。

持分法投資損失が縮小した一方、金融収支の赤字幅は拡大した

JAPAN AI に係る持分法投資損失は、前年同期の 47 百万円から 25 百万円に縮小した。但し、26/3 期においては、第 2 四半期（以下、Q2）が 14 百万円、第 3 四半期（以下、Q3）が 36 百万円、第 4 四半期（以下、Q4）が 24 百万円と推移しており、前四半期比では若干増加している。

また、為替差損の増加により、金融費用は前年同期の 56 百万円から 249 百万円に大きく増加した。一方、金融収益も前年同期の 2 百万円から 13 百万円に増加した。結果、金融収支の赤字幅は前年同期の 53 百万円から 236 百万円に拡大した。

為替差損についての補足説明

同社は、今回、為替差損について以下の補足説明を行っている。

- ① 6 月 1 日に公表した 26/3 期決算訂正において、外貨建項目の換算方法等の見直したものの、当 Q1 において外貨建項目の換算方法等を精緻化したことにより、92 百万円の為替差損が発生した。
- ② 上記の換算方法の精緻化に伴い、当 Q1 中の外貨建取引の決済に係る為替差損 36 百万円が発生した。
- ③ 同社単体において、当 Q1 における円安進行に伴い、Q1 末の外貨建営業債権債務及び借入金の期末換算によって、40 百万円の為替差損が発生した。

換算方法の精緻化に伴う為替差損（①と②の合計 128 百万円）は、26/3 期末に確定した外貨建項目の換算方法等を当 Q1 で精緻化したことにより発生したものであり、一過性の損失となる見込みである。一方、当 Q1 の期末換算による評価損（③の 40 百万円）については、今後の為替レート及び外貨建債権債務の残高状況に応じて変動する可能性がある。

非支配持分は減少

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）に係る四半期利益の減少に伴い、非支配持分は、前年同期の 12 百万円から 11 百万円に減少した。なお、ソーシャルワイヤーに対する同社の出資比率は 49.0%である。

フリー・キャッシュ・フローは黒字転換

27/3 期 Q1 の営業活動キャッシュ・フロー（以下、営業 CF）は、税引前四半期利益が損失に転じたものの、営業債権及びその他の債権が大幅に減少した結果、966 百万円の資金流入（前年同期は 172 百万円の資金流出）となった。営業 CF と投資活動キャッシュ・フローの合計であるフリー・キャッシュ・フロー（以下、FCF）は、302 百万円の資金流入となり、前年同期の 679 百万円の資金流出から大幅に改善した。同社が 27/3 期の重要目標としている「FCF の創出力向上」については順調に進捗している。

A 種優先株式の取得と消却

同社は、2024 年 7 月に発行した 10 百万株の A 種優先株式のうち、375 万株を 2026 年 10 月 15 日に 1 株につき 455.875 円でみずほ銀行から取得し、同日に消却すると 8 月 27 日に公

表した。同社は普通株に対して無配であるが、A 種優先株式に対しては優先配当を実施している。今回の A 種優先株式の取得と消却は、優先配当の支払負担の軽減を目的としている。

2. セグメント及び JAPAN AI の動向

デジタル PR 事業と広告プラットフォーム事業が増収を牽引

Q1 の売上収益は前年同期比 438 百万円増加した。セグメント毎の内訳は、広告プラットフォーム事業が 111 百万円増、マーケティング SaaS 事業が 56 百万円増、M&A が大きく貢献したデジタル PR 事業が 260 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-16 百万円から-7 百万円に縮小した。

図表 2. セグメント別四半期業績の推移

(百万円)		26/3				27/3
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上収益		3,061	3,239	3,593	3,482	3,499
	広告プラットフォーム事業	1,258	1,371	1,491	1,333	1,370
	マーケティング SaaS 事業	1,116	1,074	1,112	1,155	1,172
	デジタル PR 事業	703	807	1,001	1,000	963
	(調整額)	-16	-14	-12	-6	-7
売上総利益		2,362	2,383	2,584	2,446	2,426
セグメント利益		333	411	539	251	-207
	広告プラットフォーム事業	538	611	721	596	590
	マーケティング SaaS 事業	287	186	216	161	83
	デジタル PR 事業	103	114	211	110	111
	(全社・消去)	-596	-501	-609	-617	-992
営業利益		333	411	539	251	-207
	広告プラットフォーム事業	283	380	496	375	348
	マーケティング SaaS 事業	-1	-99	-86	-176	-289
	デジタル PR 事業	24	49	116	31	25
	(調整額)	26	81	13	20	-291

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

27/3 期 Q1 の広告プラットフォーム事業は 9%増収、セグメント利益 10%増益

広告プラットフォーム事業については、同社、Geniee US Inc.及びその他の海外子会社が業務を担当している。同事業の 27/3 期 Q1 業績については、国内 SSP（サプライサイドプラットフォーム）と海外の大型案件の貢献により、売上収益は前年同期比 9%増の 1,370 百万円、セグメント利益は同 10%増の 590 百万円であった。前期に実施した構造改革や海外事業における PMI の進捗に伴い、海外事業の成長率が回復した結果、前年同期比 2%増収、セグメント利益 12%減益であった 26/3 期 Q4 と比べ、利益のモメンタムが急回復した。

また、広告プラットフォーム事業のセグメント利益から各セグメントに配賦された全社費用等を控除した同セグメントの営業利益は、セグメント利益の増加と、配賦された全社費用の減少により、前年同期の 283 百万円から 348 百万円に増加した。

Q2 以降は、Geniee US Inc.の収益性が高いプロダクトを、日本を含むアジアマーケットに展開すると共に、人員適正化を進めることで更なる利益の拡大を目指す方針である。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

Q1 の広告プラットフォーム事業は社数と社単共に好調

売上収益が一定規模を超えた社数（四半期の平均値ベース）については、26/3 期 Q4 の 287 社（前年同期比+4%）に対して、27/3 期 Q1 は 279 社とやや減少したものの、前年同期比 7%増となり、増加率は高まった。一方、売上収益を社数で除した社単（平均顧客単価、四半期の平均値ベース）については、26/3 期 Q4 の 1,550 千円（同-2%）から 1,638 千円（同+2%）に上昇した。国内外におけるクロスセルの推進、エンタープライズ領域における新規メディアの開拓強化が奏功した。

図表 3. セグメント別四半期 KPI の推移

		26/3				27/3
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
マーケティング SaaS 事業						
	有料アカウント数（個）	22,651	24,157	24,623	23,632	23,142
	ARPA（円）	12,990	12,705	12,731	14,519	15,439
	解約率（%）	2.15	1.17	0.38	2.80	2.70
	ARR（百万円）	3,530	3,683	3,761	4,117	4,287
	売上総利益率（%）	78.6	77.6	76.7	74.4	74.3
	リカーリング比率（%）	80.2	79.8	80.1	82.1	85.3
広告プラットフォーム事業						
	社数（社）	260	257	277	287	279
	社単（千円）	1,611	1,779	1,792	1,550	1,638
	営業利益率（%）	22.5	27.7	33.3	28.2	25.5
	営業利益（百万円）	283	380	496	375	348
デジタル PR 事業						
	取引社数（社）	4,500	4,659	4,654	4,310	4,224
	営業利益率（%）	3.6	6.1	11.6	3.2	2.6
	営業利益（百万円）	24	49	116	31	25

注：デジタル PR 事業は 25/3 期 Q2 から連結化。広告プラットフォーム事業の社数と社単の数値は、四半期末月ベースから四半期の平均値ベースに変更されたため、26/3 期 Q3 以前の数値は遡及修正されている。マーケティング SaaS 事業の APRA は、MRR ベースに変更されたため、26/3 期 Q3 以前の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

27/3 期 Q1 のマーケティング SaaS 事業は 5%増収、セグメント利益 71%減益

マーケティング SaaS 事業の 27/3 期 Q1 業績は、売上収益 1,172 百万円（前年同期比 +5%）、セグメント利益 83 百万円（同-71%）であった。SFA/CRM、CHAT 及び ANALYTICS の好調により、Q1 末の有料アカウント数が前年同期末比で 2%増加したことや、Q1 の 1 アカウント当たり平均売上（ARPA）が前年同期比 19%増加したことが増収要因である。Q1 末時点の年間経常収益（ARR）は、前年同期末比 21%増の 4,287 百万円となった。

リカーリング比率と解約率が上昇

Q1 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、リカーリング収益が順調に拡大したほか、新規案件の期ずれ影響等に伴い、初期導入売上が減少したため、前年同期の 80.2%から 85.3%に上昇した。

一方、解約率については、26/3 期 Q1 の 2.15%をピークに、Q2 が 1.17%、Q3 が 0.38%と低下していたが、個別要因による解約発生により、Q4 には 2.80%に上昇し、27/3 期 Q1 も 2.70%と高い水準が継続した。

顧客の事業環境が大きく変化した事例や、導入前に高い期待を持ち過ぎていた顧客が、現実の運用状況に満足できずに解約する事例等が発生している模様である。同社は、オンボーディング標準化やヘルススコア運用等の施策を行い、解約リスクの早期検知と抑制を強化する方針である。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

27/3 期 Q1 のマーケティング SaaS 事業の営業損失は拡大

マーケティング SaaS 事業の売上総利益率は、利益率が高い初期導入売上の減少が影響したため、前年同期の 78.6%から 74.3%に低下した。受託開発案件の工数増による販管費の増加も加わり、セグメント利益率は前年同期の 25.8%から 7.1%に低下した。

マーケティング SaaS 事業のセグメント利益から各セグメントに配賦された全社費用等を控除した同セグメントの営業損失は、セグメント利益の減少と配賦された全社費用の増加により、前年同期の 1 百万円から 289 百万円に拡大した。

Q2 以降は、構造改革の実施に伴うコスト削減により、利益改善に努める方針である。

デジタル PR 事業は、ソーシャルワイヤーが担当

25/3 期 Q2 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 事業では、リリース配信（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。26/3 期のサービス別売上収益構成比は、インフルエンサーPR（Find Model 及び iHack）が 42%、リリース配信が 27%、クリッピングが 17%、リスクチェックが 14%であった。

同事業の 26/3 期業績は、売上収益 3,513 百万円（前年同期は Q1 がなく、Q2 から Q4 までの合計で 2,150 百万円）、セグメント利益 540 百万円（同 432 百万円）、営業利益 222 百万円（同 178 百万円）であった。なお、26/3 期の Q2 から Q4 までの合計では、売上収益が 2,809 百万円、セグメント利益が 437 百万円であり、実態を正確に見るために Q1 を除外して比較しても、インフルエンサーPRとリスクチェックの増加により、増収増益であった。また、Q3 から売上収益が大幅に増加したのは、インフルエンサーPR「Find Model」が好調であったことに加え、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）の収益が貢献したことが主な要因である。

27/3 期 Q1 のデジタル PR 事業は 37%増収、セグメント利益 7%増益

デジタル PR 事業の 27/3 期 Q1 業績は売上収益 963 百万円（前年同期比 +37%）、セグメント利益 111 百万円（同+7%）であった。インフルエンサーPR事業のオーガニック成長に加え、iHack と、後述する SEIRYO の貢献が大幅増収の要因である。一方、人件費や広告宣伝費等の増加により、セグメント利益率は前年同期の 14.7%から 11.5%に低下した。

27/3 期 Q1 のデジタル PR 事業の営業利益は微増

デジタル PR 事業のセグメント利益から各セグメントに配賦された全社費用等を控除した同セグメントの営業利益は、セグメント利益は前年同期比 7%増加したものの、配賦された全社費用の増加により、前年同期の 24 百万円から 25 百万円へと、若干の増加にとどまった。

Q2 以降は、本社・グループ拠点の移転統合や、AI 活用・組織最適化によるコスト削減が予定されており、営業利益率の上昇による利益拡大が見込まれている。

ソーシャルワイヤーが SEIRYO を 6 月に完全子会社化

ソーシャルワイヤーは、2026 年 6 月、TikTok を中心としたショート動画領域における広告運用支援事業を展開する SEIRYO（東京都千代田区）を完全子会社化した。SEIRYO は ByteDance 社の公認パートナー契約を有しており、プラットフォーム側との強固な連携関係を背景とした少人数組織による効率的な事業運営に特徴がある。

SEIRYO の 26/3 期業績は、売上高 670 百万円（前期比 -11%）、営業利益 26 百万円（同 -29%）、調整後営業利益 77 百万円（同+47%）であった。株式取得費用は 9 百万円、のれんの金額は 262 百万円であった。なお、ソーシャルワイヤーは、日本基準を採用しているため、のれんを定期償却している一方、ジーニーは、IFRS を採用しているため、のれんを定期償却していない。

ソーシャルワイヤーの 28/3 期業績目標は売上高 50 億円、営業利益 8 億円

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 期の業績は売上高 50 億円（撤退事業を除いた 25/3 期の売上高は 27 億円）、営業利益 8 億円である。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

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を大きく押し上げ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 AGENT」等の JAPAN AI 製品への評価が高まっている

AI ポータルメディア「AIsmiley」が 2026 年 1 月に公表した「AI PRODUCTS AWARD 2026」において、「JAPAN AI AGENT」が AI エージェント部門のグランプリを受賞した。「JAPAN AI AGENT」は「AI PRODUCTS AWARD 2025 Spring」から 2 期連続の受賞となった。

2026 年 5 月には、アイティクラウドが運営する ITreview が公表した「ITreview The Best Software in Japan 2026」において、JAPAN AI が、「The Best Software Rookie of the Year」、「The Best Software for AI Powered Features」、「The Best Software by Category」（AI エージェントツール部門）の 3 部門に選出された。

両賞は、いずれもユーザーからの評価などに基づく表彰制度であり、競争が激しい AI エージェント業界において、「JAPAN AI AGENT」等の JAPAN AI 製品への評価が直近で急速に高まっていることを意味している。

JAPAN AI の 27/3 期 Q1 売上高は順調に拡大

JAPAN AI の 26/3 期における売上高は前期比約 5 倍となった模様である。27/3 期 Q1 においても、2.7 万件超のリード（うち、従業員 1 千名以上の大企業が約 8 千件）を獲得しており、売上高は順調に拡大していると見られる。

JAPAN AI は業種・業界ごとの課題に最適化した「特化型 AI ソリューション」の拡充を継続している。2026 年 5 月には、「JAPAN AI MARKETING」の新機能「広告バナー生成 AI エージェント」をリリースした。また、8 月には、自治体向け AI サービス「JAPAN AI 行政」の提供を開始し、対応領域の拡大に乗り出した。

多様な業種の大手企業が導入

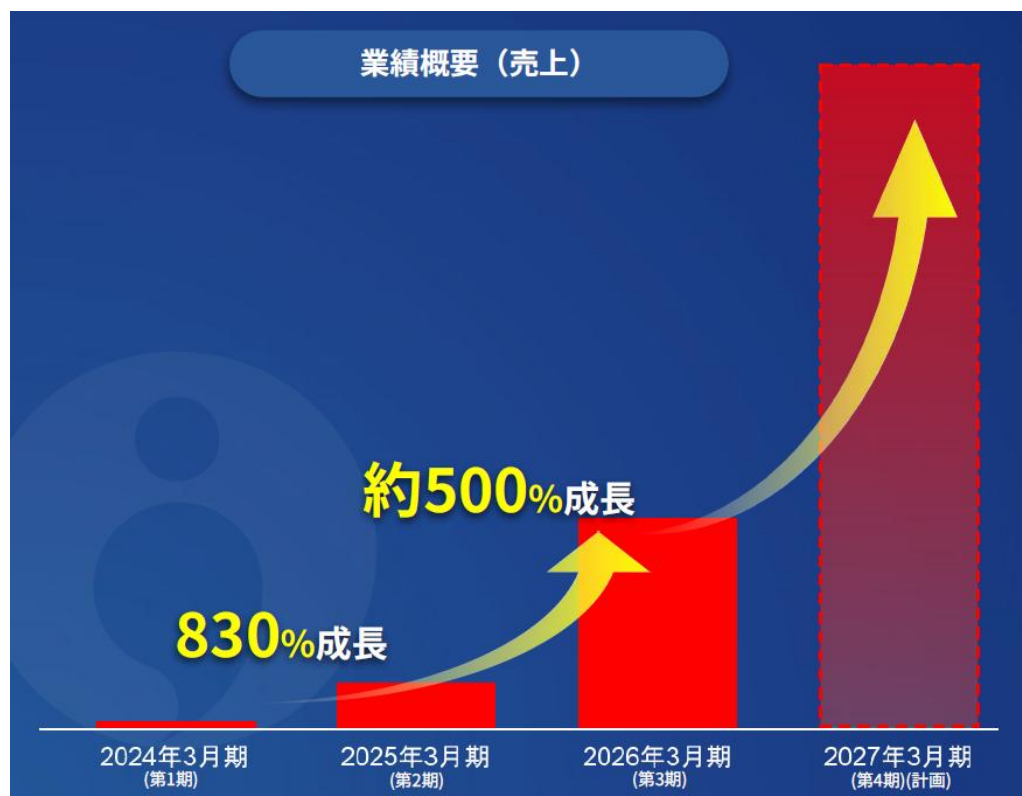
JAPAN AI は、ツール提供にとどまらず、現場での定着から業務の変革までを一気通貫で支援する伴走型の体制を競争優位性としており、多様な業種の大手企業や地方自治体においてサービス導入が進んでいる。導入企業の例としては、古河電気工業（5801 東証プライム、非鉄金属）、サワイグループホールディングス（4887 東証プライム、医薬品）、ビー・エム・エル（4694 東証プライム、サービス業）、クロス・マーケティンググループ（3675 東証プライム、情報・通信）、内外テック（3374 東証スタンダード、卸売業）等が挙げられる。

大塚商会との資本業務提携

また、7 月には業務提携先の大塚商会（4768 東証プライム）からの出資を受け入れ、資金調達のシリーズ C セカンドラウンドをクローズした。大塚商会では、従来、「JAPAN AI AGENT」をベースとした大塚商会オリジナルの中堅・中小企業向け AI エージェントサービス「たよれーるビジネス AI エージェント」を展開してきた。

両者は、資本提携後、Vertical（業種・業界特化型）ソリューション提供でも連携を開始したほか、中堅・中小企業向け新メニューの開発や特化型テンプレートの提供にも取り組み、中堅・中小企業への AI 導入を共同で推進する方針である。

図表 4. JAPAN AI の売上推移



出所：会社資料

3. 27/3 期業績予想

27/3 期の期初予想は据え置き

計画外の一過性費用の計上に伴い、27/3 期 Q1 業績は会社想定を下回ったものの、貸倒引当金繰入 2.0 億円の戻入が今期中に計上されることを前提として、同社は 27/3 期通期の期初予想を据え置いた。

27/3 期業績の会社予想は、売上収益 16,400 百万円（同+23%）、売上総利益 11,700 百万円（同+20%）、営業利益 2,500 百万円（同+63%）、税引前利益 2,300 百万円（同+73%）、当期利益 1,700 百万円（同+73%）、親会社の所有者に帰属する当期利益 1,500 百万円（同+73%）である。

売上総利益率については、前期の 73.1%から 71.3%への低下を予想している。これはセールスマックスの悪化が要因と見られる。

全事業で増収増益を計画

セグメント別売上収益の計画は、広告プラットフォーム事業 6,224 百万円（前期比+14%増）、マーケティング SaaS 事業 5,792 百万円（同+30%）、デジタル PR 事業 4,412 百万円（同+26%）である。

セグメント利益の計画は、広告プラットフォーム事業 2,929 百万円（前期比+19%増）、マーケティング SaaS 事業 1,418 百万円（同+66%）、デジタル PR 事業 879 百万円（同+63%）である。また、セグメント別営業利益の計画は、広告プラットフォーム事業 2,057 百万円（前期比+34%増）、マーケティング SaaS 事業 8 百万円（前期は 364 百万円の損失）、デジタル PR 事業 497 百万円（前期比+124%）である。

図表 5. ジーニーの 27/3 期業績予想

(百万円)	26/3 期 実績	27/3 期 会社計画	前期比(%)
売上収益	13,376	16,400	22.6
広告プラットフォーム事業	5,455	6,224	14.1
マーケティング SaaS 事業	4,459	5,792	29.9
デジタル PR 事業	3,513	4,412	25.6
調整額	-51	-28	—
売上総利益	9,776	11,700	19.7
売上総利益率	73.1%	71.3%	—
営業利益	1,535	2,500	62.8
(調整後営業利益※)	1,514	2,400	58.5
広告プラットフォーム事業	2,468	2,929	18.7
マーケティング SaaS 事業	853	1,418	66.2
デジタル PR 事業	540	879	62.8
全社・消去等	-2,326	-2,726	—
税引前利益	1,331	2,300	72.7
法人所得税費用	350	600	71.4
当期利益	981	1,700	73.2
非支配持分	115	200	73.9
親会社の所有者に帰属する当期利益	866	1,500	73.1

注：調整後営業利益とは営業利益から一過性損益を控除し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

広告プラットフォーム事業は海外において大幅増収を見込む

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 2025 年 10 月に統合して構造改革に取り組んだ結果、業務効率化及び海外事業の PMI が進行し、27/3 期は海外部門において大幅な増収が見込まれている。

マーケティング SaaS 事業は SFA/CRM 等の拡大を見込む

マーケティング SaaS 事業においては、2025 年 10 月に、プロダクト別から機能別組織に変更し、AI 時代におけるプロダクト・サービスの強化と効率化を進める方針である。サービス別では、SFA/CRM、CHAT が成長を牽引すると見込まれている。

デジタル PR 事業は iHack の業績貢献とインフルエンサーPR の拡大を見込む

デジタル PR 事業の売上収益は、iHack の通期での業績貢献（前期は 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 の拡大が見込まれている。セグメント利益は、本社やグループ拠点の統合・移転や、AI による開発効率化等により、大幅増益が予想されている。

一過性損益を除いた調整後営業利益の計画は 59%増益

営業利益と調整後営業利益の差額である一過性利益の計画は 100 百万円である。結果として、調整後営業利益の計画は 2,400 百万円（前期比+59%）となっている。

調整後営業利益の計画達成のポイントは、広告プラットフォーム事業及びマーケティング SaaS 事業の売上収益の確保

27/3 期の会社計画は、調整後営業利益が前期比 59%増と高い伸びが見込まれているものの、売上総利益率や販管費の計画については若干保守的な印象である。広告プラットフォーム事業及びマーケティング SaaS 事業の売上収益の確保が調整後営業利益の計画達成のポイントになるとストラテジー・アドバイザーズでは考えている。

ジーニーと JAPAN AI の売上収益の合計値は 50%以上の増収見通し

なお、同社は、27/3 期における、ジーニーと JAPAN AI の売上収益の合計値について、前期比 50%以上の増収予想であると説明している。

4. 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

26/3 期 Q1 決算を受けて、9 月の株価レンジは 1,250~1,450 円に移行

同社の株価は、2025 年 6 月前半においては 1,400 円~1,600 円で推移していた。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、11 月下旬以降の株価レンジは 1,000~1,100 円に移行

10 月に入り、株式市場では、大型株への選好が強まる一方、東証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、株価は一時、1,000 円を下回ったが、その後、株価は反発し、11 月下旬以降の株価レンジは 1,000~1,100 円に移行した。

SaaS 関連銘柄の不振などにより、同社株も下値模索の展開

2026 年 2 月に入ると、生成 AI による代替懸念の高まりを受けて、SaaS 関連銘柄が幅広く売られる展開となり、同社株式も 1,000 円を下回った。2 月 13 日に Q3 決算が公表されると、営業利益は概ね計画通りであったものの、広告プラットフォーム事業とマーケティング SaaS 事業の計画に対する進捗率の低さが嫌気され、株価は下値を模索する展開となり、4 月 7 日の株価は、888 円に下落した。その後、株価は反発し、4 月中旬には 1,000 円の台を回復した。

5 月から 8 月中旬までは概ね 1,000 円前後で推移

5 月 15 日に 26/3 期決算が公表されると、修正計画をやや下回ったことが嫌気され、翌営業日の 18 日の株価は再び 1,000 円を割り込んだ。その後は、JAPAN AI の資金調達等のニュースリリース等を受けて株価は反発し、6 月 1 日には 1,000 円を上回った。しかし、6 月 1 日の大引け後に 26/3 期決算の訂正が公表されると、株価は反落し、6 月 23 日は 858 円に下落した。その後、割安感を評価する投資家の買いを受けて再び反発し、7 月から 8 月上旬においては概ね 1,000 円前後の値動きとなった。

SaaS 関連株高を受けて、株価は反発

8 月 14 日に公表された 27/3 期 Q1 決算を受けて、株価は下落に転じ、8 月 23 日には 863 円を付けた。しかし、Salesforce (CRM NYSE) の業績見通しの上方修正等を契機に米国株式市場で SaaS 関連株が大幅高となったことが日本市場にも波及し、同社株は 28 日に 900 円台を回復した。現在は 910~980 円のレンジで推移している。

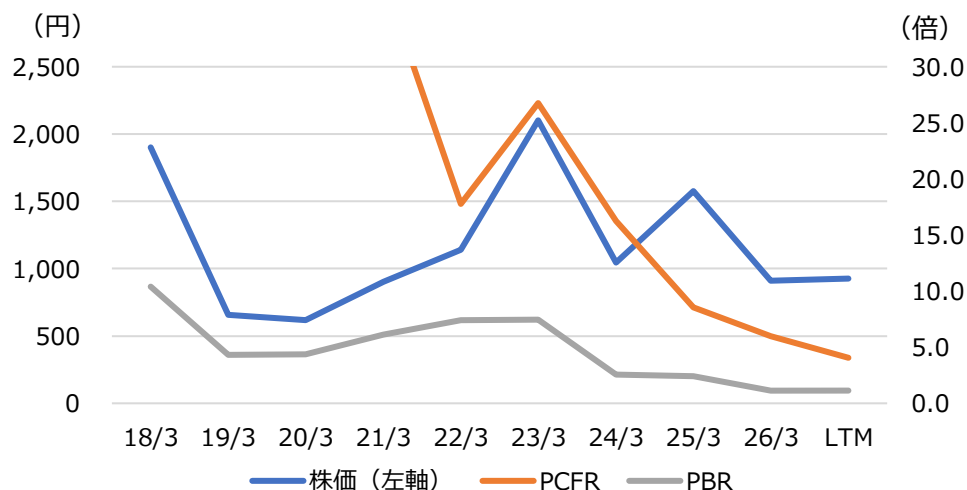
低下した PBR には、過去のレンジとの比較では割安感がある

他方、バリュエーションについて見ると、PBR は、2025 年 11 月に公表された会社計画の下方修正を受けて株価が下落したことや、2026 年 6 月に自己株式の一部を処分したこと、円安に伴い、その他の資本の構成要素が増加したこと、利益剰余金が増加したことにより、2025 年 3 月末の 2.4 倍から低下し、現在は 1.2 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、過去のレンジとの比較では現在の PBR の水準には割安感がある。

過去のレンジとの比較では PCFR にも割安感がある

また、同社の PCFR は、24/3 期以前は 10 倍以上で推移していたが、将来の成長力への懸念が生じてきた 25/3 期以降は低下傾向にあり、現在は 4 倍となっている。こちらも過去レンジとの比較では割安感があると言える。

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

図表 7. ジーニーの株価及び主要指標推移

	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3	LTM (9/3)
株価 (円)	658	618	903	1,142	2,102	1,046	1,576	911	926
営業 CF (百万円)	203	73	431	1,140	1,389	1,140	2,231	1,861	3,000
PCFR (倍)	57.9	152.0	37.8	17.7	26.8	16.2	8.6	6.0	4.1
親会社の所有者に帰属する当期利益 (百万円)	-544	-178	101	335	2,114	1,031	1,950	866	1,500
PER (倍)	0.0	0.0	159.8	60.2	17.6	17.9	11.6	14.9	7.5
PBR (倍)	4.3	4.4	6.1	7.4	7.4	2.6	2.4	1.1	1.2
ROE (%)	-18.4	-6.8	3.9	12.5	-	16.9	25.8	9.8	4.0

注：LTM の親会社の所有者に帰属する当期利益、PER は会社予想利益（EPS）に基づく。LTM の PBR は直近四半期末の BPS 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、LINE ヤフーに対してジーニーに割安感がある

広告プラットフォーム事業、マーケティング SaaS 事業及び PR 事業に携わる代表的な日本企業 10 社のうち、同社の PBR の順位は 3 番目に低い。一方、直近 1 年間の ROE で比較すると、同社については、過去には高い水準で推移していたものの、足元の減益により、過去 1 年間では 4.0% に低下したため、現在は 9 位に位置している。

しかし、ジーニーについては、一過性費用の計上によって過去 1 年間の ROE が大幅に低下している事情を考慮する必要がある。そうした特殊事情がなかった 26/3 期において、ジーニーの ROE は 9.8% であったが、LINE ヤフー（4689 東証プライム）の過去 1 年間の ROE は 6.9% であり、ジーニーの ROE が上回っている。一方、PBR を見ると、ジーニーと LINE ヤフーは共に 1.2 倍で並んでいる。よって、LINE ヤフーとの比較においては、ROE を考慮した PBR ではジーニーに割安感があると言えるだろう。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

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	2025/12	48.3%	7.8	18.4	9,627	100%	14.2
フィードフォースグループ	7068	2026/05	40.7%	3.9	9.3	1,500	105%	9.5
ウィルズ	4482	2025/12	36.8%	4.8	15.8	1,355	20%	11.1
共同ピーアール	2436	2025/12	23.1%	2.3	11.5	1,097	16%	9.5
エフ・コード	9211	2025/12	22.0%	2.0	8.9	1,389	172%	12.3
ユーザーローカル	3984	2026/06	18.0%	2.5	15.8	2,238	19%	10.6
LINE ヤフー	4689	2026/03	6.9%	1.2	17.8	542,611	92%	6.8
ブリッジインターナショナルグループ	7039	2025/12	6.8%	1.0	53.4	344	-12%	14.3
ジーニー	6562	2026/03	4.0%	1.2	7.5	3,000	10%	4.1
バリューコマース	2491	2025/12	-14.6%	0.9	-	-91	-34%	-

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。

PBR は直近四半期決算の BPS を使用して算出。

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。LINE ヤフーは会社予想調整後 EPS に基づく。

ウィルズとバリューコマースは、連結決算から非連結決算に変更されたため、直近 1 年間の数値は連結と非連結の合算数値。

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

営業 CF 成長率を考慮した PCFR では、ジーニーが業界内において割安とは言えなくなった

営業 CF の 3 年 CAGR (年平均成長率) で比較すると、同社は、26/3 期の業績悪化に伴い、足元では 8 番目に位置している。一方、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、算出不能の 1 社を除く 9 社の中では、最も低くなっている。

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。営業 CF 成長率を考慮した PCFR においても、同社の数値には、従来は業界内において相対的な割安感があったが、26/3 期終了時点では、割安と言える状況ではなくなっている。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。

営業 CF の拡大による PCFR の相対的な割安感が復活する可能性

しかし、前述したように、27/3 期 Q1 の営業 CF は前年同期の資金流失から資金流入に転じているため、27/3 期の営業 CF は前期比増加が期待される。今後、営業 CF の拡大傾向が続けば、PCFR の相対的な割安感が復活し、株価の上昇要因となることもありえよう。

投資家評価の向上による株価上昇に期待

前述した PBR と PCFR は実績値で見ているが、会社予想に基づく PER は 8 倍である。赤字予想のバリューコマースを除いた比較対象企業 9 社の中では、フィードフォースグループ (7068 東証グロース) やエフ・コード (9211 東証グロース) とほぼ同水準の低い評価となっている。26/3 期が期初計画を下回る業績となり、27/3 期 Q1 も営業損失を計上したため、27/3 期の会社計画に対する懐疑的な見方が株式市場に存在していることが低い予想 PER の要因と見られる。今後公表される四半期決算において、会社計画に対する信頼感が回復すれば、同社の成長性に対する投資家の評価が向上し、株価上昇が期待できよう。

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	2,100,722	○	○	○	○	-	○	○	-
サイボウズ	4776	40,311	-	-	-	-	○	-	○	-
エフ・コード	9211	14,926	-	-	-	○	-	○	○	-
バリューコマース	2491	14,008	-	-	-	-	○	-	-	-
ジーニー	6562	13,814	○	○	○	○	○	○	○	○
共同ピーアール	2436	9,126	-	-	-	-	-	-	-	○
ブリッジインターナショナルグループ	7039	7,756	-	-	-	○	○	-	○	-
ウィルズ	4482	6,690	-	-	-	-	-	-	-	○
ユーザーローカル	3984	5,343	-	-	-	-	-	○	○	-
フィードフォースグループ	7068	4,912	-	-	-	○	-	-	○	-

注：売上高は直近 1 年間の数値。ウィルズとバリューコマースは、連結決算から非連結決算に変更されたため、連結と非連結の合算数値。

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 が業界内において割安とは言えなくなった

海外企業も含めた 28 社で比較すると、同社は、営業 CF の 3 年 CAGR では、算出不能の 2 社を除いて、21 位であるが、PCFR では、算出不能の 1 社を除いて、4 番目に低い。よって、海外企業を含めた比較でも、営業 CF 成長率を考慮した PCFR において、同社の数値には、従来は業界内において相対的な割安感があったが、現在では割安と言える状況ではなくなっている。

ジーニーも、今年前半、SaaS 関連企業の株価下落の影響を受けた

なお、2026 年前半において、国内外のマーケティング SaaS 関連企業の多くは、バリュエーションの低下に伴い、株価が大幅に下落した。同社については、マーケティング SaaS 事業以外も展開していることや、持分法適用関連会社の JAPAN AI とマーケティング SaaS 事業が連携してサービスを提供していることにより、マーケティング SaaS 事業を中心に展開している企業に比べれば株価の下落率はやや小さかったが、市場環境の悪化による影響を免れることは出来なかった。

7 月以降、株価が急反発する SaaS 関連企業が出てきた

しかし、7 月以降においては、国内外のマーケティング SaaS 関連企業の中にも株価が急反発するものも散見されており、個別企業のファンタメンタルズを見極めようとする姿勢が株式市場に戻ってきた。なお、同社は、今年前半の株価下落率が相対的に低かったため、6 月末を起点とした株価上昇率は小幅となっている。

JAPAN AI が株式市場の評価の鍵を握る

一方、仮に生成 AI の普及により、同社のマーケティング SaaS 事業が成長力を失ったとしても、同事業で多くの顧客を持つ同社は、JAPAN AI のプロダクトを提供することで、グループ全体としては成長が持続する公算が高いと思われる。また、JAPAN AI に係る持分法投資損益が黒字転換すれば、同社に対する株式市場の評価が変わる可能性がある。また、マーケティング SaaS 事業で提供しているサービスは、AI では模倣困難なデータベースと連携したアルゴリズムを構築しており、いち早く AI ネイティブな事業運営やビジネスモデルに転換できれば、汎用 AI の普及は脅威ではないと、同社は説明している。

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
Baidu	9888	中国	2025/12	120,117	-	42.7
AppLovin	APP	アメリカ	2025/12	699,309	122%	24.5
Alphabet	GOOGL	アメリカ	2025/12	28,678,459	27%	23.0
Microsoft	MSFT	アメリカ	2026/06	28,255,252	33%	20.9
HubSpot	HUBS	アメリカ	2025/12	132,270	47%	14.8
Salesforce	CRM	アメリカ	2026/01	2,312,798	33%	14.7
Freshworks	FRSH	アメリカ	2025/12	38,107	-	14.5
ブリッジインターナショナルグループ	7039	日本	2025/12	344	-12%	14.3
サイボウズ	4776	日本	2025/12	9,627	100%	14.2
Oracle	ORCL	アメリカ	2026/05	4,893,150	28%	13.8
Magnite	MGNI	アメリカ	2025/12	43,393	12%	13.2
Pegasystems	PEGA	アメリカ	2025/12	79,229	195%	12.4
エフ・コード	9211	日本	2025/12	1,389	172%	12.3
Meta Platforms	META	アメリカ	2025/12	20,125,660	38%	12.0
Adobe	ADBE	アメリカ	2025/11	1,603,812	14%	11.1
ウィルズ	4482	日本	2025/12	1,355	20%	11.1
ユーザーローカル	3984	日本	2026/06	2,238	19%	10.6
共同ピーアール	2436	日本	2025/12	1,097	16%	9.5
フィードフォースグループ	7068	日本	2026/05	1,500	105%	9.5
PubMatic	PUBM	アメリカ	2025/12	13,598	2%	9.3
LINE ヤフー	4689	日本	2026/03	542,611	92%	6.8
Trade Desk	TTD	アメリカ	2025/12	167,070	27%	6.6
Taboola.com	TBLA	アメリカ	2025/12	39,041	64%	4.2
ジーニー	6562	日本	2026/03	3,000	10%	4.1
Criteo	CRTO	フランス	2025/12	49,240	11%	2.9
Verve Group	VER	スウェーデン	2025/12	16,454	-23%	2.5
Thryv Holdings	THRY	アメリカ	2025/12	11,091	-21%	1.2
バリューコマース	2491	日本	2025/12	-91	-34%	-

注：9/3 終値（海外企業は 9/2 終値）。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で算出。

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 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	28,678,459	○	○	○	-	-	○	○	-
Microsoft	MSFT	アメリカ	28,255,252	○	○	○	○	○	○	○	-
Meta Platforms	META	アメリカ	20,125,660	○	○	-	-	-	-	-	-
Oracle	ORCL	アメリカ	4,893,150	-	-	○	○	○	○	○	-
Salesforce	CRM	アメリカ	2,312,798	-	-	○	○	○	○	○	-
Adobe	ADBE	アメリカ	1,603,812	-	○	○	○	-	-	○	-
AppLovin	APP	アメリカ	699,309	○	○	-	○	-	-	○	-
LINE ヤフー	4689	日本	542,611	○	○	○	○	-	○	○	-
Trade Desk	TTD	アメリカ	167,070	-	○	○	-	-	-	-	-
HubSpot	HUBS	アメリカ	132,270	-	-	-	○	○	-	○	-
Baidu	9888	中国	120,117	○	○	○	-	-	○	○	-
Pegasystems	PEGA	アメリカ	79,229	-	-	-	-	○	○	○	-
Criteo	CRTO	フランス	49,240	○	○	-	-	-	-	-	-
Magnite	MGNI	アメリカ	43,393	○	-	-	-	-	-	-	-
Taboola.com	TBLA	アメリカ	39,041	○	-	-	-	-	-	-	-
Freshworks	FRSH	アメリカ	38,107	-	-	-	○	○	○	○	-
Verve Group	VER	スウェーデン	16,454	○	○	○	-	-	-	-	-
PubMatic	PUBM	アメリカ	13,598	○	-	-	-	-	-	-	-
Thryv Holdings	THRY	アメリカ	11,091	-	-	-	○	○	○	○	-
サイボウズ	4776	日本	9,627	-	-	-	-	○	-	○	-
ジーニー	6562	日本	3,000	○	○	○	○	○	○	○	○
ユーザーローカル	3984	日本	2,238	-	-	-	-	-	○	○	-
フィードフォースグループ	7068	日本	1,500	-	-	-	○	-	-	○	-
エフ・コード	9211	日本	1,389	-	-	-	○	-	○	○	-
ウィルズ	4482	日本	1,355	-	-	-	-	-	-	-	○
共同ピーアール	2436	日本	1,097	-	-	-	-	-	-	-	○
ブリッジインターナショナルグループ	7039	日本	344	-	-	○	○	-	○	-	-
バリューコマース	2491	日本	-91	-	-	-	-	○	-	-	-

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

5. 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

同社は、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。26/3 期は増収率が鈍化し、調整後営業利益も小幅な減益となったものの、22/3 期から 26/3 期までの CAGR を見ると、売上収益が 29%、調整後営業利益が 18% 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

同社は、2026 年 5 月に、29/3 期のセグメント別売上収益の目標について、広告プラットフォーム事業 106 億円、マーケティング SaaS 事業 85 億円、デジタル PR 事業 63 億円と公表した。26/3 期を起点とした 29/3 期までの CAGR は、広告プラットフォーム事業 24.7%、マーケティング SaaS 事業 24.0%、デジタル PR 事業 21.5% である。

こうした実績と目標を踏まえ、ストラテジー・アドバイザーズ（以下、当社）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（調整後営業利益）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（調整後営業利益）の着実な拡大の実現」である。

26/3 期業績は営業減益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、売上収益が計画を達成出来れば、売上収益営業利益（調整後営業利益）率の上昇が期待される。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、四半期決算で業績の堅調な推移が確認できれば、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、当社では、2025 年 9 月のレポートで「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（調整後営業利益）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を前提としていない。

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

バリュエーションの低下と JAPAN AI へのユーザー評価の向上により、同社株の魅力が高まった状態が継続

JAPAN AI は、現時点では、人材投資やマーケティング投資を積極的に行っているため、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。

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 月及び 2026 年 5 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 PER8 倍、PCFR4 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。

前述したように、元々低かった同社株のバリュエーションは、SaaS 関連銘柄の株価下落の影響を受けて更に低下した。一方、JAPAN AI の製品群に対するユーザーの評価が急速に高まっており、投資家と AI 製品ユーザーでは同社グループへの評価にねじれが生じている。当社は、[2026 年 6 月の同社レポート](#)において、生成 AI の将来に対してポジティブな投資家においては、同社株のバリュエーション上の魅力が、過去に比べても、また、類似企業に比べても高まったと指摘した。その評価は、現時点においても不変である。

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	25/3			26/3				27/3
	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上収益	2,856	3,160	3,039	3,061	3,239	3,593	3,482	3,499
(前年同期比)	45.5%	48.1%	43.3%	35.1%	13.4%	13.7%	14.6%	14.3%
旧広告プラットフォーム事業	1,098	1,252	1,246	-	-	-	-	-
海外事業	374	401	278	-	-	-	-	-
新広告プラットフォーム事業	1,293	1,447	1,302	1,258	1,371	1,491	1,333	1,370
(前年同期比)	-	-	-	-11.2%	6.0%	3.0%	2.3%	8.9%
マーケティング SaaS 事業	864	963	1,083	1,116	1,074	1,112	1,155	1,172
(前年同期比)	28.4%	38.2%	48.3%	29.9%	24.3%	15.5%	6.7%	5.0%
デジタル PR 事業	707	761	680	703	807	1,001	1,000	963
(前年同期比)	-	-	-	-	14.1%	31.6%	46.9%	37.0%
調整額	-10	-11	-27	-16	-14	-12	-6	-7
売上原価	716	645	627	699	856	1,009	1,035	1,072
売上総利益	2,139	2,515	2,411	2,362	2,383	2,584	2,446	2,426
(売上総利益率)	74.9%	79.6%	79.3%	77.1%	73.6%	71.9%	70.2%	69.3%
販売費及び一般管理費	1,845	1,956	1,865	2,066	2,066	2,064	2,124	2,321
その他の収益	468	12	6	38	100	20	15	91
その他の費用	10	7	162	1	5	0	85	404
営業利益	752	563	389	333	411	539	251	-207
(営業利益率)	26.3%	17.8%	12.8%	10.9%	12.7%	15.0%	7.2%	-5.9%
旧広告プラットフォーム事業	496	578	567	-	-	-	-	-
(セグメント利益率)	45.2%	46.2%	45.5%	-	-	-	-	-
海外事業	113	151	113	-	-	-	-	-
(セグメント利益率)	30.4%	37.8%	40.7%	-	-	-	-	-
新広告プラットフォーム事業	604	736	680	538	611	721	596	590
(セグメント利益率)	46.7%	50.9%	52.2%	42.8%	44.6%	48.4%	44.7%	43.1%
マーケティング SaaS 事業	126	260	256	287	186	216	161	83
(セグメント利益率)	14.6%	27.0%	23.6%	25.8%	17.3%	19.4%	13.9%	7.1%
デジタル PR 事業	202	150	78	103	114	211	110	111
(セグメント利益率)	28.6%	19.7%	11.5%	14.7%	14.1%	21.1%	11.0%	11.5%
全社・消去等	-180	-583	-626	-596	-501	-609	-617	-992
(調整後営業利益※)	308	564	551	333	321	539	321	156
持分法投資損益	-29	-32	-35	-47	-14	-36	-24	-25
金融収益	37	-30	0	2	2	0	101	13
金融費用	10	95	-8	56	48	47	34	249
税引前利益	750	406	351	232	350	456	293	-469
当期利益	620	318	431	163	243	328	247	-336
親会社の所有者に帰属する四半期利益	568	292	417	150	196	293	225	-347
売上高四半期利益率	19.9%	9.2%	13.7%	4.9%	6.1%	8.2%	6.5%	-9.9%

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。

調整後営業利益とは営業利益から一過性損益を控除し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	27/3 会社予想
売上収益 (売上高)	14,954	14,348	14,061	14,459	6,455	8,012	11,321	13,376	16,400
広告プラットフォーム事業	-	-	-	11,246	3,918	4,306	5,462	5,455	6,224
マーケティング SaaS 事業	-	-	-	1,176	1,976	2,704	3,770	4,459	5,792
ARR (SaaS 事業)				980	1,940	2,414	3,471	4,329	-
ARR (SFA/CRM)	-	75	159	216	325	474	833	985	-
ARR (CHAT)	-	39	53	223	690	881	1,252	1,706	-
ARR (ANALYTICS)	-	-	-	-	307	421	616	785	-
海外事業	-	-	-	2,131	783	1,249	-	-	-
デジタル PR 事業	-	-	-	-	-	-	2,150	3,513	4,412
調整額	-	-	-	-95	-223	-248	-60	-51	-28
売上原価	13,008	12,127	11,453	10,676	1,312	1,873	2,514	3,600	4,700
売上総利益	1,946	2,220	2,608	3,783	5,142	6,138	8,807	9,776	11,700
売上総利益率	13.0%	15.5%	18.5%	26.2%	79.7%	76.6%	77.8%	73.1%	71.3%
販売費及び一般管理費	2,257	2,312	2,412	3,044	4,006	5,252	7,244	8,321	-
営業利益	-310	-91	196	738	2,457	1,538	2,520	1,535	2,500
広告プラットフォーム事業	-	-	-	1,727	2,164	2,244	2,627	2,468	2,929
デジタル PR 事業	-	-	-	-	-	-	431	540	879
マーケティング SaaS 事業	-	-	-	125	85	215	668	853	1,418
海外事業	-	-	-	163	338	201	-	-	-
全社・消去等	-	-	-	-1,278	-131	-1,122	-1,206	-2,326	-2,726
営業利益率	-2.1%	-0.6%	1.4%	5.1%	38.1%	19.2%	22.3%	11.5%	15.2%
(調整後営業利益※)	-	-	-	-	1,110	876	1,593	1,514	2,400
持分法投資損益	-	-	-	-	0	0	-96	-122	-
金融収益 (営業外収益)	2	9	15	46	19	31	9	106	-
金融費用 (営業外費用)	21	59	62	38	198	292	166	187	-
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	2,256	1,331	2,300
法人所得税費用 (法人税等)	62	4	34	161	168	242	215	350	600
当期利益	-541	-177	101	338	2,110	1,035	2,041	981	1,700
非支配持分	3	1	0	2	-4	3	90	115	200
親会社の所有者に帰属する当期利益	-544	-178	101	335	2,114	1,031	1,950	866	1,500
売上高当期利益率	-3.6%	-1.2%	0.7%	2.3%	32.8%	12.9%	17.2%	6.5%	9.1%

注 : 23/3 期以降は IFRS。調整後営業利益とは営業利益から一過性損益を控除し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	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3
現金及び現金同等物	1,619	1,198	1,092	1,477	2,875	2,494	2,861	2,969
営業債権及びその他の債権	1,085	1,131	1,479	2,032	2,409	3,095	4,416	5,314
棚卸資産	0	0	0	0	1	0	3	10
その他流動資産	180	145	156	306	338	355	607	1,053
流動資産	2,884	2,474	2,727	3,815	5,635	5,944	7,887	9,347
有形固定資産	638	532	447	471	471	446	689	692
使用権資産	0	0	0	0	502	197	1,232	908
のれん	401	305	1,025	1,416	9,384	10,444	10,958	12,226
その他無形固定資産	296	544	1,049	1,186	1,183	1,628	2,107	2,871
無形固定資産	697	849	2,074	2,602	10,568	12,072	13,065	15,097
投資その他の資産	417	414	404	448	604	539	1,056	1,329
非流動資産 (固定資産合計)	1,752	1,795	2,925	3,521	12,145	13,253	16,042	18,029
資産合計	4,636	4,269	5,652	7,336	17,780	19,197	23,929	27,377
営業債務及びその他の債務 (買入債務)	869	781	1,012	1,513	1,799	1,909	2,767	3,234
有利子負債	178	276	656	1,271	7,612	1,848	2,854	3,708
その流動負債	438	387	486	705	842	1,119	1,746	1,821
流動負債	1,485	1,444	2,154	3,489	10,253	4,876	7,367	8,765
有利子負債	311	150	713	966	1,280	6,221	7,364	7,503
資産除去債務	125	126	127	144	0	0	0	0
その他固定負債	0	0	0	5	1,214	810	449	271
非流動負債 (固定負債)	436	276	840	1,115	2,494	7,031	7,813	7,774
負債合計	1,921	1,720	2,994	4,604	12,747	11,907	15,181	16,539
資本金・資本剰余金	3,083	3,095	3,107	2,672	2,695	2,820	6,800	6,872
利益剰余金	-385	-564	-462	307	2,545	3,577	5,421	6,167
自己株式	0	0	0	-300	-330	-402	-5,327	-5,223
その他の資本の構成要素 (その他包括利益)	10	9	11	42	85	1,254	990	2,038
親会社の所有者に帰属する持分合計	2,707	2,540	2,655	2,721	4,994	7,248	7,883	9,854
非支配持分	7	7	-	8	38	42	864	983
資本合計 (純資産合計)	2,715	2,549	2,657	2,733	5,034	7,290	8,748	10,837
負債純資産合計	4,636	4,269	5,652	7,336	17,780	19,197	23,929	27,377

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	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3
税引前利益	-479	-173	136	500	2,279	1,277	2,256	1,331
減価償却費及び償却費	330	306	392	587	642	746	1,211	1,355
その他の収益	-	-	-	-	-	-663	-1,108	-173
持分法投資損益	-	-	-	-	-	-	96	122
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	1	1	-	-	-	-	-	-
段階取得に係る差損益	-	-	-	-	-1,623	-	-	-
貸倒引当金の増減	14	11	6	2	-	-	-	-
法人所得税の支払額又は還付額	-183	79	-12	-40	-251	-65	-341	-476
その他の営業キャッシュ・フロー	348	-176	-90	-125	57	-155	117	-298
営業活動によるキャッシュ・フロー	203	73	431	1,140	1,389	1,140	2,231	1,861
有価証券及び投資有価証券の取得	-55	-1	-	-	-33	-45	-72	-32
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	-487	-345	-596	-722	-759	-844	-1,328	-1,486
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得	-173	-71	-863	-545	-5,129	-	271	-645
その他の投資キャッシュ・フロー	-281	2	2	-7	-46	-87	-42	-232
投資活動によるキャッシュ・フロー	-996	-415	-1,456	-1,274	-5,967	-831	-1,146	-2,395
株式の発行	39	12	9	-	-	7	3,919	-
自己株式の取得	0	0	-	-299	-31	-	-4,945	-
配当金の支払額	-	-	-	-	-	-	-50	-120
借入金の増減	-100	-2	988	869	6,250	-487	768	1,248
その他の財務キャッシュ・フロー	-77	-87	-84	-86	-293	-357	-469	-523
財務活動によるキャッシュ・フロー	-138	-76	912	484	5,926	-837	-777	605
Free Cash Flow	-793	-342	-1,025	-134	-4,578	309	1,085	-534

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 16. 株価指標、ROE および KPI

決算期	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3	27/3 会社予想
EPS (円)	-30.8	-10.0	5.7	18.7	119.5	58.3	136.0	61.3	122.8
BPS (円)	151.5	141.5	147.1	153.6	282.5	409.3	651.2	806.7	
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	
配当性向	-	-	-	-	-	-	-	-	
終値 (円)	658	618	903	1,142	2,102	1,046	1,576	911	
PER (倍)	-	-	159.8	60.2	17.6	17.9	11.6	14.9	
PBR (倍)	4.3	4.4	6.1	7.4	7.4	2.6	2.4	1.1	
期末発行済株式数 (千株)	17,868	17,958	18,048	18,048	18,048	18,056	18,056	18,056	
自己株式数 (千株)	0	0	0	330	365	347	5,950	5,842	
自社株控除株式数 (千株)	17,868	17,958	18,048	17,718	17,683	17,710	12,106	12,215	
時価総額 (百万円)	11,757	11,098	16,297	20,234	37,170	18,524	19,079	11,128	
株主資本比率	58.4	59.5	47.0	37.1	28.0	37.8	32.9	36.0	
有利子負債残高	489.0	426.0	1,369.0	2,237.0	8,892.0	8,068.0	10,218.0	11,211.0	
ネット D/E レシオ	-0.4	-0.3	0.1	0.3	1.2	0.8	0.9	0.8	
EV (Enterprise Value)	10,634	10,333	16,574	21,002	43,186	24,098	27,254	20,353	
EBITDA (百万円)	20	215	588	1,326	3,384	2,285	3,732	2,891	
EV/EBITDA 倍率	531.7	48.1	28.2	15.8	12.8	10.5	7.3	7.0	
ROE	-18.4	-6.8	3.9	12.5	-	16.9	25.8	9.8	
ROIC (投下資本)	-10.6	-3.1	4.6	12.9	-	8.9	13.4	5.8	
ROIC (事業資産)	-26.0	-5.9	6.9	17.6	-	10.0	14.9	6.7	
従業員数	258	264	307	346	566	617	877	816	

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