



Q1 決算は増収営業減益であったが、SaaS 事業の拡大等により正常利益は大幅増益が継続

26/3 期 Q1 業績は、売上収益 3,061 百万円（前年同期比+35%）、売上総利益 2,362 百万円（同+36%）、営業利益 333 百万円（同－59%）、親会社の所有者に帰属する四半期利益 150 百万円（同－78%）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 170 百万円から 333 百万円（前年同期比+95%）に増加しており、実態としては増収増益が継続。

セグメント別では、26/3 期から国内外の事業が統合された広告プラットフォーム事業は前年同期比 11%減収であったものの、SFA、CHAT 及び ANALYTICS の好調により、マーケティング SaaS 事業が同 30%増収となったほか、25/3 期 Q2 から連結子会社化されたソーシャルワイヤーが展開するデジタル PR 事業の売上収益 703 百万円が貢献した。

6 月 16 日に持分法適用関連会社 JAPAN AI による「JAPAN AI SALES」のリリースが公表されると、株価は 1,800 円台に上昇した。しかし、投資家の買い意欲が薄れると、7 月には株価レンジは 1,400～1,600 円に回帰した。その後、公表された 26/3 期 Q1 決算は、概ね同社の想定通り、かつ、正常利益は大幅増益であったものの、営業減益であったこと等が嫌気されて株価は下落し、現在は 1,300～1,500 円で推移している。

ストラテジー・アドバイザーズでは、今回、エクイティストーリーに「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」という点を追加した。JAPAN AI は、現時点では当期純損失を計上しているものの、売上収益が急拡大している。JAPAN AI の企業価値は、7 月の資金調達において、国内ベンチャーキャピタルから高く評価されたが、今後の企業価値の向上に対する期待は、同社の株価にはまだ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だろう。

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(9/1)	1,332
52週高値(25/3/5)	1,876
52週安値(25/4/7)	1,220
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)	12.1
時価総額(十億円)	16.2
EV (十億円)	25.0
自己資本比率(25/3、%)	33.0
ROE (25/3、%)	25.8
PER (26/3 会予、倍)	8.2
PBR (25/3 実績、倍)	2.1
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 Q1	2,265	26.2	815	633.7	748	-	672	-	38.0	-
26/3 Q1	3,061	35.1	333	-59.1	231	-69.1	150	-77.7	12.4	-
22/3	14,459	2.8	739	277.0	500	267.6	336	229.4	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	15,300	35.1	2,750	9.1	2,600	14.7	1,960	0.3	161.9	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 Q1 業績

26/3 期 Q1 は増収営業減益

正常利益は前年同期比 95%増であり、実態としては増収増益

ジーニーの 26/3 期 Q1 業績は、売上収益 3,061 百万円（前年同期比+35%）、売上総利益 2,362 百万円（同+36%）、営業利益 333 百万円（同-59%）、親会社の所有者に帰属する四半期利益 150 百万円（同-78%）と、増収ながら営業減益となった。

25/3 期 Q1 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 Zelto 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 百万円が計上されていた。営業利益から当該一過性損益を控除した 26/3 期 Q1 の正常利益は、前年同期の 170 百万円から 333 百万円（前年同期比+95%）に増加しており、実態としては増収増益が継続している。

図表 1. ジーニーの 26/3 期 Q1 業績

(百万円)	25/3Q1	26/3Q1 (A)	YoY	進捗率 (A)/(B)	26/3会社予想 (B)
売上収益	2,265	3,061	35.1	20.0%	15,300
広告プラットフォーム事業	1,418	1,258	-11.2	18.1%	6,970
マーケティングSaaS事業	859	1,116	29.9	21.1%	5,280
デジタルPR事業	-	703	-	22.7%	3,100
調整額	-11	-16	-	33.5%	-50
売上原価	525	699	33.3	20.0%	3,500
売上総利益	1,740	2,362	35.7	20.0%	11,800
販売費及び一般管理費	1,576	2,066	31.1	-	-
営業利益	815	333	-59.1	12.1%	2,750
(正常利益※)	170	333	95.4	13.6%	2,450
広告プラットフォーム事業	605	538	-11.1	16.0%	3,370
マーケティングSaaS事業	25	287	11.4x	21.0%	1,370
デジタルPR事業	-	103	-	22.5%	460
全社・消去等	184	-596	NM	24.4%	-2,450
持分法投資損益	-	-47	-	-	-
税引前利益	748	231	-69.1	8.9%	2,600
法人所得税費用	77	68	-10.9	11.7%	590
四半期利益	670	162	-75.8	8.1%	2,010
非支配持分	-1	11	NM	23.9%	50
親会社の所有者に帰属する四半期利益	672	150	-77.7	7.7%	1,960

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 25/3Q1 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

大幅増収や販管費率の改善等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、売上総利益率が前年同期の 76.8%から 77.1%に上昇したこと、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 69.6%から 67.5%に低下したことが挙げられる。

売上総利益率がやや改善したのは、相対的に高利益率の広告プラットフォーム事業の売上収益構成比の低下による影響を、広告プラットフォーム事業及びマーケティング SaaS 事業の利益率の改善

による影響が上回ったためである。

販管費は、約 60 名の新卒社員の採用や 25/3 期 Q2 のソーシャルワイヤー（3929 東証グロース）の連結子会社化に伴い、人件費等が前年同期比 32%増加したことや、支払手数料や租税公課等の増加に伴い、その他の費用が同 43%増加したことなどにより、2,066 百万円（前年同期比+31%）となった。

持分法投資損失を計上

JAPAN AI が 25/3 期 Q2 から持分法適用関連会社に移行したため、持分法投資損失 47 百万円が計上された。また、金融収益が前年同期の 2 百万円から 1 百万円に減少した一方、金融費用も前年同期の 69 百万円から 56 百万円に減少した。

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 10.3%から 29.9%に上昇した。また、ソーシャルワイヤーの連結子会社化に伴い、非支配持分は、前年同期の 1 百万円の損失から 11 百万円の利益に転換した。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 796 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 159 百万円減、マーケティング SaaS 事業が 257 百万円増、25/3 期 Q2 から連結化されたデジタル PR 事業が 703 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-11 百万円から-16 百万円にやや拡大した。

広告プラットフォーム事業は 11%減収 11%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（Zelto 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 1,258 百万円（前年同期比-11%）、セグメント利益 538 百万円（同-11%）であった。サーバー関連費用の削減により、売上総利益率は改善したものの、減収に伴う固定費負担の増加により、販管費率が悪化した。売上収益が一定規模を超えた社数は 251 社（同+2%）となったものの、25 年 3 月頃から生じていた大手顧客における個別事象の影響が継続したため、売上収益を社数で除した社単（月平均の顧客単価）が 1,621 千円（同-13%）と低迷した。なお、当該事象の解消に注力した結果、Q2 の社単は回復傾向にあると同社は説明している。

広告プラットフォーム事業の営業利益は 22%減益

同事業のセグメント利益は前年同期比 11%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、283 百万円と同 22%減少した。

マーケティング SaaS 事業は 30%増収

マーケティング SaaS 事業の業績は、売上収益 1,116 百万円（前年同期比+30%）と大幅に拡大した。SFA/CRM、CHAT 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 21%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 53%増加したこと、SFA/CRM と CHAT において、開発に係る初期導入売上が大きく増加したが増収の主因である。また、Q1 末時点の年間経常収益（ARR）は、前年同期末比 33%増の 3,539 百万円となった。

Q1 のリカーリング比率は、前年同期の 80.5%から 80.2%に若干低下した。一方、4 月に大口顧客の解約が発生したため、Q1 の解約率は 25/3 期 Q4 の 0.30%から 2.15%に上昇したが、5 月以降は改善している模様である。

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、前年同期の 71.3%から 78.6%に上昇した。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販売関連の人件費・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。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

結果、同事業のセグメント利益は 287 百万円（前年同期は 25 百万円の利益）となった。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 193 百万円から 1 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

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

注：25/3 期の広告プラットフォーム事業の数値は海外部門との合算

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

デジタル PR 事業は、25/3 期 Q4 に対して増収増益

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 703 百万円、セグメント利益 103 百万円、営業利益 24 百万円であった。インフルエンサーPR の大型案件が貢献した 25/3 期 Q3（売上収益 761 百万円、セグメント利益 150 百万円）との比較で減収減益となったものの、同 Q4（売上収益 680 百万円、セグメント利益 78 百万円）に対しては増収増益となった。Q1 の新規獲得社数は、Q4 の 1,067 社から 831 社に減少したが、連結化前の前年同期の社数よりも増加している。

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
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
	ARPA (円)	13,501	15,284	19,874	18,777	20,620
	解約率 (%)	0.20	1.83	0.72	0.30	2.15
	ARR (百万円)	2,658	2,984	3,244	3,471	3,539
	売上総利益率 (%)	71.3	72.4	73.3	74.7	78.6
	リカーリング比率 (%)	80.5	81.2	82.1	80.3	80.2
広告プラットフォーム事業						
	社数 (社)	247	267	287	293	251
	社単 (千円)	1,871	1,588	1,921	1,703	1,621
	営業利益率	25.5	28.9	32.7	32.1	22.5
	営業利益	361	374	472	417	283
デジタル PR 事業						
	新規獲得社数	—	808	1,090	1,067	831
	営業利益率	—	15.3	8.6	0.6	3.6
	営業利益	—	108	65	4	24

注：25/3 期の広告プラットフォーム事業の数値は海外部門との合算、デジタル PR 事業は 25/3 期 Q2 から連結化

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 が 19 億円を調達

2025 年 7 月に、同社グループは 3 つの資本政策を実施、または発表した。

一つは、持分法適用関連会社である JAPAN AI によるベンチャーキャピタル 3 社と FCE (9564 東証スタンダード) を割当先とする新株式 (優先株式) の発行である。JAPAN AI は人材採用の強化やソフトウェア開発のための投資資金として 19 億円を調達した。今回の調達により、同社の JAPAN AI に対する持株比率は 11.5% から 5.8% に低下したが、JAPAN AI の新株予約権を保有しているため、潜在株を含めた同社の持株比率は依然として 50% 超を確保している。また、本件に伴い、同社は、Q2 において、JAPAN AI の所有持分の減少による一時的な利益を持分法による投資損益として認識する見通しであるが、その影響は軽微と説明している。

FCE と同社が資本業務提携契約

二つ目は、FCE と同社が締結した資本業務提携契約である。自己株式の処分により、同社は FCE に普通株式 65,000 株 (発行済普通株式総数の 0.36%) を割り当てた。同提携により、FCE が展開する DX 推進事業・教育研修事業と、同社のマーケティング SaaS 事業が協業することになったが、将来的には人的資本と営業・マーケティングデータを統合した新たな生産性向上モデルの構築を視野に入れている。また、JAPAN AI への FCE の出資によって、FCE が JAPAN AI のプロダクト「JAPAN AI AGENT」を OEM 提供により導入し、実証実験や既存顧客への展開を進めることで、同社グループにとっては AI エージェント領域における新たな事業基盤の確立を目指している。

ブランディングテクノロジーと JAPAN AI が資本業務提携

三つ目が、JAPAN AI とブランディングテクノロジー (7067 東証グロース) が締結した資本業務提携である。ブランディングテクノロジーが実施する第三者割当てによる自己株式の処分により、JAPAN AI はブランディングテクノロジーの普通株式 20,000 株 (発行済株式総数の 1.27%)

ジーニー | 6562 (東証グロース)

を8月13日に取得した。同提携により、JAPAN AIのAIエージェント開発技術を活かして、ブランディングテクノロジーのコンサルティング業務のDX化を推進することで、両社の企業価値の発展を目指している。

JAPAN AIはAIエージェント領域で高い評価を受けている

JAPAN AIは、顧客視点でニーズの高いAIエージェント機能を継続的にリリースしており、2025年6月には公式AIエージェントのリリースが100種類を突破した。また、AIポータルメディア「AIsmiley」を運営するアイスマイリー（本社：東京都渋谷区）が公表した「AI PRODUCTS AWARD 2025 SPRING」において、JAPAN AIの「JAPAN AI AGENT」がAIエージェント部門のグランプリに選出された。

JAPAN AIの6月のMRRは前年同月比15倍

2025年6月には、営業現場における活動記録を自動的にSFA/CRMシステムに入力する営業特化型エージェント「JAPAN AI SALES」をリリースしたが、これを契機に、「GENIEE SFA/CRM」とのセット販売が増加している模様である。また、同社が提供する、顧客データを統合・分析・一元管理する「GENIEE CDP」とJAPAN AIのAIエージェント技術を組み合わせた協業ニーズも高まっている。

このように、2024年11月の「AIエージェント」のリリース以降、同社とJAPAN AIの間ではグループシナジーが急速に発現してきており、JAPAN AIの2025年6月の月間経常収益（MRR）は前年同月比15倍となったと同社は説明している。

図表 4. JAPAN AI の MRR 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「35%増収、9%営業増益」は据え置き

Q1 決算発表時に据え置かれた 26/3 期業績の会社予想は、売上収益 15,300 百万円（前期比+35%）、売上総利益 11,800 百万円（同+34%）、営業利益 2,750 百万円（同+9%）、税引前利益 2,600 百万円（同+15%）、当期利益 2,010 百万円（同-2%）、親会社の所有者に帰属する当期利益 1,960 百万円（同+0%）である。

図表 5. ジーニーの 26/3 期業績予想

(百万円)	25/3	会予 26/3	前期比(%)
売上収益	11,321	15,300	35.1
広告プラットフォーム事業	4,776	6,970	45.9
マーケティングSaaS事業	3,770	5,280	40.1
海外事業	1,389	—	—
デジタルPR事業	2,150	3,100	44.2
調整額	-765	-50	—
売上総利益	8,807	11,800	34.0
営業利益	2,520	2,750	9.1
（正常利益※）	1,593	2,450	53.8
広告プラットフォーム事業	2,223	3,370	51.6
マーケティングSaaS事業	668	1,370	105.1
海外事業	403	—	—
デジタルPR事業	428	460	7.5
全社・消去等	-1,203	-2,450	—
税引前利益	2,267	2,600	14.7
法人所得税費用	218	590	170.6
当期利益	2,048	2,010	-1.9
非支配持分	94	50	-46.8
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,954	1,960	0.3

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

出所：会社資料よりストラテジー・アドバイザーズ作成

Zelto に対するのれんの減損リスクは大幅に低下

同社は、国内外のサプライサイドビジネスにおける組織体制とオペレーション体制の統合を受けて、26/3 期より海外事業を広告プラットフォーム事業に統合した。この結果、Zelto に対するのれんの減損判定に係る資金生成単位「CGU（Cash-Generating Unit）」が、従来の Zelto 単体からグローバルのサプライサイドビジネス全体に変更された。

当該変更に伴い、Zelto を中心として、25/3 期末時点で 110 億円（うち、広告プラットフォーム事業の海外部門 87 億円）に達しているのれんの減損リスクは大幅に低下した。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

全セグメントが増収計画

セグメント別売上収益計画については、広告プラットフォーム事業 6,970 百万円（前期比+46%増、海外事業の統合は考慮されていない単純比較ベース）、マーケティング SaaS 事業 5,280 百万円（前期比+40%）、デジタル PR 事業 3,100 百万円（同+44%、前期は Q2 からの 9 ヶ月間）である。調整額は、セグメント間取引が多かった海外事業と広告プラットフォーム事業の統合に伴い、25/3 期の-765 百万円から-50 百万円に縮小する計画である。

広告プラットフォーム事業は国内外の組織統合効果等で大幅増益を計画

広告プラットフォーム事業の売上収益は、国内外でのクロスセルの推進とメディアのエンタープライズ顧客の開拓等により、25/3 期における広告プラットフォーム事業と海外事業の合計 6,165 百万円に対して、805 百万円の増加を見込んでいる。

セグメント利益は、国内外の組織統合に伴う意思決定及び業務効率化により、売上原価と販管費の削減を進めるため、3,370 百万円（前期比+52%、海外事業との合算ベースでは+28%）を見込んでいる。同セグメントの営業利益は、2,300 百万円（前期比+70%、海外事業との合算ベースでは+42%）を計画している。

マーケティング SaaS 事業は、増収効果で大幅増益の計画

マーケティング SaaS 事業の売上収益は、SFA/CRM、CHAT、ANALYTICS の成長により、前期比 1,510 百万円の増加を見込んでいる。

セグメント利益は、増収効果により、前期比 702 百万円増の 1,370 百万円を見込んでいる。一方、2024 年 9 月にリリースしたカスタマーデータプラットフォーム「GENIEE CDP」に関する投資負担が高むことから、同セグメントの営業利益は、前期比 295 百万円増の 40 百万円（前期は 255 百万円の損失）を計画している。

デジタル PR 事業の営業利益はシェアオフィス事業の売却益の剥落により、減益を計画

デジタル PR 事業の売上収益は、年間での貢献及びインフルエンサー領域の拡大により、前期比 950 百万円の増加を見込んでいる。

セグメント利益は、売上収益の拡大により、前期比 32 百万円増の 460 百万円を見込んでいる。一方、前期に計上したシェアオフィス事業の売却益約 70 百万円が剥落することから、同セグメントの営業利益は、前期比 68 百万円減の 110 百万円を計画している。

一過性損益を除いた正常利益の計画は、54%増益

一過性利益は、前期の 927 百万円から 300 百万円への減少が見込まれている。

一方、広告プラットフォーム事業の大幅増益等により、正常利益は 2,450 百万円（前期比+54%）を計画している。

3. 株価動向・バリュエーション

1) 過去実績との比較

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 6 月末時点では 1,156 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、現在の株価は 1,300～1,500 円で推移

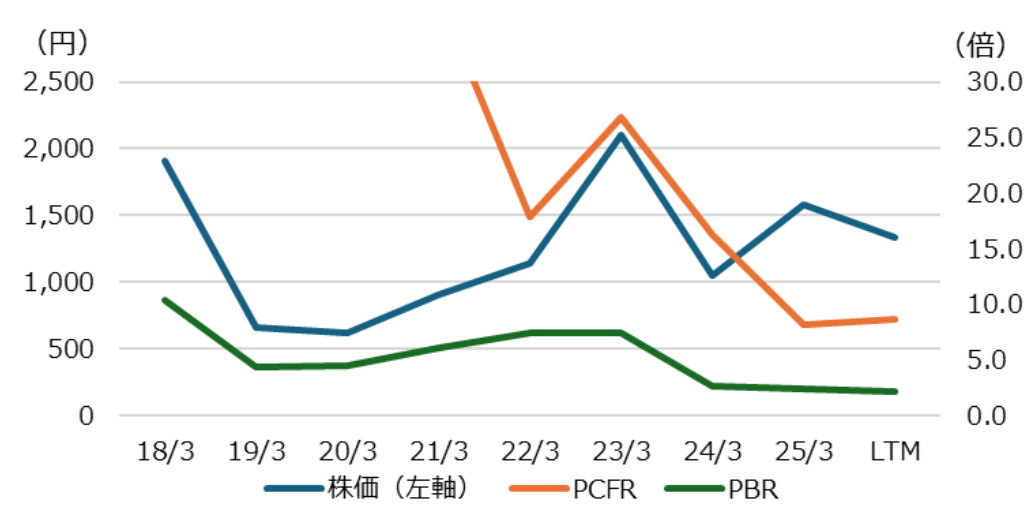
6 月 16 日に「JAPAN AI SALES」のリリースが公表されると、JAPAN AI の業績への貢献が期待され、株価は 6 月 19 日には 1,874 円に上昇した。しかし、7 月に入って投資家の買い意欲が薄

ジーニー | 6562 (東証グロース)

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、全体として概ね同社の想定通りであったものの、営業利益が前年同期比 59%減、親会社の所有者に帰属する四半期利益が同 78%減であったことが嫌気され、株価は一時、1,300 円を下回った。その後、株価は反発し、現在は 1,300～1,500 円で推移している。

他方、25/3 期に 25.8%の ROE を確保したにもかかわらず、PBR は 2024 年 3 月末の 2.6 倍から更に低下し、現在は 2.1 倍前後となっている。そもそも、2024 年 3 月末の 2.6 倍が Zelto 買収に伴う一過性利益の剥落を受けた下落後の水準であること、Zelto 関連による一過性利益の影響が無い 22/3 期でも PBR が 7 倍台だったこと、当期純損失を計上した 19/3 期から 20/3 期にかけての PBR でも 4 倍台であったこと等を勘案すると、現在の水準には依然割安感がある。

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

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(9/1)
株価 (円)	1,903	658	618	903	1,142	2,102	1,046	1,576	1,332
営業 CF (百万円)	292	203	73	431	1,140	1,389	1,140	2,359	1,875
PCFR (倍)	114.1	57.9	152.0	37.8	17.7	26.8	16.2	8.1	8.6
当期純利益 (百万円)	63	-545	-179	102	336	2,115	1,032	1,954	1,960
PER (倍)	528.9	0.0	0.0	159.8	60.2	17.6	17.9	9.8	8.2
PBR (倍)	10.4	4.3	4.4	6.1	7.4	7.4	2.6	2.4	2.1
ROE	2.6	-18.4	-6.8	3.9	12.5	0.0	16.9	25.8	17.6

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 上位の国内同業他社との
PBR の比較でも、ジーニーに割安感
がある

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 13 社（ジーニー含む）で比較すると、直近 1 年間の ROE が高い順に、サイボウズ（4776 東証プライム）が 40%、フィードフォースグループ（7068 東証グロース）が 32%、ウィルズ（4482 東証グロース）が 31%、バリューコマース（2491 東証プライム）が 25%、ブレインパッド（3655 東証プライム）とエフ・コード（9211 東証グロース）19%、ジーニーが 18%であった。それぞれの PBR は、サイボウズが 12.2 倍、フィードフォースグループが 4.1 倍、ウィルズが 6.5 倍、バリューコマースが 1.2 倍、ブレインパッド 4.6 倍、エフ・コードが 4.3 倍、ジーニーが 2.1 倍となっている。特別利益の計上により、ROE が実態よりも高くなったバリューコマースに次いでジーニーが割安な状況となっている。

営業 CF 成長率はサイボウズとエフ・
コードが高い

他方、ROE 上位企業を営業キャッシュ・フロー（以下、営業 CF）の 3 年 CAGR（年平均成長率）で比較すると、サイボウズが 128%、エフ・コードが 107%、フィードフォースグループが 31%、ジーニーが 27%、ウィルズが 26%、ブレインパッドが 6%、バリューコマースが -14%となっており、サイボウズとエフ・コードの成長率が際立つ状況となっている。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。

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	39.8%	12.2	27.7	8,662	128%	20.1
フィードフォースグループ	7068	2025/5	32.3%	4.1	11.7	1,405	31%	10.0
ウィルズ	4482	2024/12	31.4%	6.5	19.7	1,132	26%	12.8
バリューコマース	2491	2024/12	24.6%	1.2	8.2	3,113	-14%	5.5
ブレインパッド	3655	2025/6	18.8%	4.6	23.1	1,351	6%	20.0
エフ・コード	9211	2024/12	18.5%	4.3	22.8	1,394	107%	21.1
ジーニー	6562	2025/3	17.6%	2.1	8.2	1,875	27%	8.6
ユーザーローカル	3984	2025/6	17.4%	3.8	21.8	1,806	26%	18.4
共同ビーアール	2436	2024/12	17.4%	2.2	11.2	973	27%	8.4
ブリッジインターナショナル	7039	2024/12	16.1%	1.5	10.7	684	2%	10.2
CARTA HOLDINGS	3688	2024/12	6.5%	2.2	29.4	3,869	-29%	13.7
デジタルホールディングス	2389	2024/12	6.0%	1.2	14.9	6,567	-17%	5.0
LINE ヤフー	4689	2025/3	5.1%	1.1	17.5	527,270	25%	6.2

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、LINE ヤフーと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	1,944,024	○	○	○	○	-	○	○	-
サイボウズ	4776	33,487	-	-	-	-	○	-	○	-
バリューコマース	2491	31,411	-	-	-	-	○	-	-	-
CARTA HOLDINGS	3688	25,306	○	○	-	-	-	-	-	-
デジタルホールディングス	2389	15,218	-	-	-	-	○	-	-	-
ジーニー	6562	12,118	○	○	○	○	○	○	○	○
ブレインパッド	3655	11,772	-	-	○	○	-	-	○	-
ブリッジインターナショナル	7039	8,793	-	-	-	○	○	-	○	-
エフ・コード	9211	8,305	-	-	-	○	-	○	○	-
共同ピーアール	2436	7,715	-	-	-	-	-	-	-	○
ウィルズ	4482	5,332	-	-	-	-	-	-	-	○
ユーザーローカル	3984	4,582	-	-	-	-	-	○	○	-
フィードフォースグループ	7068	4,373	-	-	-	○	-	-	○	-

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、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）で比較を行った。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 を比較している。

営業 CF 成長率がジーニーより低いながら PCFR はジーニーより高い日本企業が複数存在

PCFR を降順に並べた一覧表で比較すると、ジーニー（3 年 CAGR27%、PCFR8.6 倍）よりも営業 CF の成長率が低いながら PCFR が高い日本企業として、CARTA HOLDINGS（3688 東証プライム）（3 年 CAGR-29%、PCFR13.7 倍）、ブレインパッド（3 年 CAGR6%、PCFR20.0 倍）、ウィルズ（3 年 CAGR26%、PCFR12.8 倍）、ユーザーローカル（3984 東証プライム）（3 年 CAGR26%、PCFR18.4 倍）等が存在する。結果として、営業 CF 成長率を考慮した PCFR の観点においても、日本企業の中でジーニーの株価に相対的な割安感が出ている状況である。

Microsoft 等と比べて、ジーニーの成長率が高いが PCFR は割安

また、ジーニーよりも高い PCFR となっている海外企業としては、Microsoft（MSFT NASDAQ）、Alphabet（GOOGL NASDAQ）の米 IT 大手 2 社等が挙げられる。これら 2 社はジーニーに比して事業規模が各段に大きいといった違いはあるが、営業 CF の 3 年 CAGR についてはジーニー（27%）が、Microsoft（25%）と Alphabet（24%）を上回っている。

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
AppLovin	APP	アメリカ	12/2024	427,662	100%	56.0
HubSpot	HUBS	アメリカ	12/2024	101,779	51%	36.2
Oracle	ORCL	アメリカ	5/2025	3,141,495	42%	29.8
Trade Desk	TTD	アメリカ	12/2024	139,153	39%	28.7
Microsoft	MSFT	アメリカ	6/2025	20,391,683	25%	27.2
Pegasystems	PEGA	アメリカ	12/2024	62,327	130%	22.1
エフ・コード	9211	日本	12/2024	1,394	107%	21.1
サイボウズ	4776	日本	12/2024	8,662	128%	20.1
Freshworks	FRSH	アメリカ	12/2024	29,990	168%	20.1
ブレインパッド	3655	日本	6/2025	1,351	6%	20.0
Alphabet	GOOGL	アメリカ	12/2024	20,024,170	24%	19.1
ユーザーローカル	3984	日本	6/2025	1,806	26%	18.4
Meta Platforms	META	アメリカ	12/2024	15,320,344	30%	18.0
Salesforce	CRM	アメリカ	1/2025	2,022,739	44%	17.9
Adobe	ADBE	アメリカ	11/2024	1,450,721	12%	16.0
Magnite	MGNI	アメリカ	12/2024	34,016	37%	15.9
CARTA HOLDINGS	3688	日本	12/2024	3,869	-29%	13.7
ウィルズ	4482	日本	12/2024	1,132	26%	12.8
ブリッジインターナショナル	7039	日本	12/2024	684	2%	10.2
フィードフォースグループ	7068	日本	5/2025	1,405	31%	10.0
ジーニー	6562	日本	3/2025	1,875	27%	8.6
共同ピーアール	2436	日本	12/2024	973	27%	8.4
Thryv Holdings	THRY	アメリカ	12/2024	12,160	-10%	6.7
LINE ヤフー	4689	日本	3/2025	527,270	25%	6.2
PubMatic	PUBM	アメリカ	12/2024	10,141	5%	6.1
バリューコマース	2491	日本	12/2024	3,113	-14%	5.5
Taboola.com	TBLA	アメリカ	12/2024	31,033	59%	5.3
デジタルホールディングス	2389	日本	12/2024	6,567	-17%	5.0
Criteo	CRTO	フランス	12/2024	43,116	17%	4.6
Verve Group	VER	スウェーデン	12/2024	18,744	39%	3.7
Baidu	9888	中国	12/2024	-5,044	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	
Microsoft	MSFT	アメリカ	20,391,683	○	○	○	○	○	○	○	-
Alphabet	GOOGL	アメリカ	20,024,170	○	○	○	-	-	○	○	-
Meta Platforms	META	アメリカ	15,320,344	○	○	-	-	-	-	-	-
Oracle	ORCL	アメリカ	3,141,495	-	-	○	○	○	○	○	-
Salesforce	CRM	アメリカ	2,022,739	-	-	○	○	○	○	○	-
Adobe	ADBE	アメリカ	1,450,721	-	○	○	○	-	-	○	-
LINE ヤフー	4689	日本	527,270	○	○	○	○	-	○	○	-
AppLovin	APP	アメリカ	427,662	○	○	-	○	-	-	○	-
Baidu	9888	中国	190,825	○	○	○	-	-	○	○	-
Trade Desk	TTD	アメリカ	139,153	-	○	○	-	-	-	-	-
HubSpot	HUBS	アメリカ	101,779	-	-	-	○	○	-	○	-
Pegasystems	PEGA	アメリカ	62,327	-	-	-	-	○	○	○	-
Criteo	CRTO	フランス	43,116	○	○	-	-	-	-	-	-
Magnite	MGNI	アメリカ	34,016	○	-	-	-	-	-	-	-
Taboola.com	TBLA	アメリカ	31,033	○	-	-	-	-	-	-	-
Freshworks	FRSH	アメリカ	29,990	-	-	-	○	○	○	○	-
Verve Group	VER	スウェーデン	18,744	○	○	○	-	-	-	-	-
Thryv Holdings	THRY	アメリカ	12,160	-	-	-	○	○	○	○	-
PubMatic	PUBM	アメリカ	10,141	○	-	-	-	-	-	-	-
デジタルホールディングス	2389	日本	6,567	-	-	-	-	○	-	-	-
サイボウズ	4776	日本	8,662	-	-	-	-	○	-	○	-
CARTA HOLDINGS	3688	日本	3,869	○	○	-	-	-	-	-	-
バリューコマース	2491	日本	3,113	-	-	-	-	○	-	-	-
ジーニー	6562	日本	1,875	○	○	○	○	○	○	○	○
ユーザーローカル	3984	日本	1,806	-	-	-	-	-	○	○	-
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	-	-	○	○	-	○	-	

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 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 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。

「27/3 期以降における営業利益の CAGR35～40%の実現」

ジーニーは、27/3 期から 31/3 期における営業利益の CAGR の目標を 35～40%に設定している。一方、売上収益の CAGR は約 30%と説明している。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。前述したように、ジーニーは、19/3 期から 25/3 期までの売上総利益の CAGR については 28.6%を達成している。

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前回のレポートで、「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の CAGR35～40%の実現」を、努力をすれば手が届くエクイティストーリーとして取り上げた。

「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」

ストラテジー・アドバイザーズでは、今回、エクイティストーリーに「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」という点を追加した。なお、前回取り上げた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の CAGR35～40%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（同社の出資比率から推定される Q1 の損失額は 410 百万円）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。

ジーニー | 6562 (東証グロース)

**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 は今回、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 PER8.2 倍、PCFR8.6 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
売上収益	1,963	2,134	2,120	2,266	2,856	3,161	3,039	3,061
(前年同期比)	25.0%	27.1%	22.1%	26.2%	45.5%	48.2%	43.3%	35.1%
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
(前年同期比)	-	-	-	-	-	-	-	-11.2%
マーケティング SaaS 事業	673	697	730	859	864	963	1,083	1,116
(前年同期比)	41.0%	37.3%	24.3%	42.4%	28.4%	38.2%	48.3%	29.9%
デジタル PR 事業	-	-	-	-	707	761	680	703
(前年同期比)	-	-	-	-	-	-	-	-
調整額	-47	-57	-81	-11	-10	-11	-27	-16
売上原価	462	487	501	525	716	646	628	699
売上総利益	1,501	1,646	1,619	1,740	2,139	2,515	2,411	2,362
(売上総利益率)	76.5%	77.2%	76.4%	76.8%	74.9%	79.6%	79.3%	77.1%
販売費及び一般管理費	1,282	1,289	1,416	1,577	1,846	1,957	1,866	2,066
その他の収益	555	1	116	652	468	12	6	38
その他の費用	1	2	18	0	10	8	163	1
営業利益	773	356	302	815	752	563	389	333
(営業利益率)	39.4%	16.7%	14.2%	36.0%	26.3%	17.8%	12.8%	10.9%
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
(セグメント利益率)	-	-	-	-	-	-	-	42.8%
マーケティング SaaS 事業	66	67	39	25	126	260	256	287
(セグメント利益率)	9.8%	9.6%	5.3%	2.9%	14.6%	27.1%	23.7%	25.8%
デジタル PR 事業	-	-	-	-	202	150	78	103
(セグメント利益率)	-	-	-	-	28.6%	19.8%	11.1%	14.7%
調整額	140	-415	-394	184	-187	-577	-626	-596
(正常利益※)	223	357	185	170	308	564	551	333
持分法投資損益	-	-	-	-	-29	-32	-36	-47
金融収益	2	4	6	3	37	-30	0	1
金融費用	90	-28	110	70	10	95	-8	56
税引前利益	685	388	198	748	750	407	362	231
当期利益	633	232	168	671	621	319	439	162
親会社の所有者に帰属する当期利益	631	229	170	672	667	347	268	150
売上高当期利益率	32.2%	10.7%	8.0%	29.7%	23.3%	11.0%	8.8%	4.9%

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。

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	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	会予 26/3
売上収益 (売上高)	14,381	14,955	14,348	14,062	14,459	6,455	8,013	11,322	15,300
広告プラットフォーム事業	-	-	-	-	11,246	3,919	4,307	4,777	6,970
マーケティング SaaS 事業	-	-	-	-	1,177	1,976	2,704	3,770	5,280
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	-	-	-	-	2,132	784	1,249	1,390	-
デジタル PR 事業	-	-	-	-	-	-	-	2,150	3,100
調整額	-	-	-	-	-95	-224	-248	-765	-50
売上原価	11,923	13,008	12,127	11,453	10,676	1,313	1,874	2,515	3,500
売上総利益	2,457	1,947	2,221	2,608	3,783	5,142	6,139	8,807	11,800
売上総利益率	17.1%	13.0%	15.5%	18.5%	26.2%	79.7%	76.6%	77.8%	77.1%
販売費及び一般管理費	1,930	2,257	2,312	2,413	3,045	2,685	4,600	6,287	-
営業利益	528	-310	-91	196	739	2,457	1,539	2,521	2,750
広告プラットフォーム事業	-	-	-	-	1,727	2,164	2,245	2,224	2,300
デジタル PR 事業	-	-	-	-	-	-	-	429	110
マーケティング SaaS 事業	-	-	-	-	126	86	216	668	40
海外事業	-	-	-	-	163	339	201	404	-
調整額	-	-	-	-	-1,279	-132	-1,123	-1,204	300
営業利益率	3.7%	-2.1%	-0.6%	1.4%	5.1%	38.1%	19.2%	22.3%	18.0%
(正常利益※)	-	-	-	-	-	1,110	876	1,593	2,450
持分法投資損益	-	-	-	-	-	0	0	-97	-
金融収益 (営業外収益)	8	2	9	16	46	20	31	10	-
金融費用 (営業外費用)	68	22	60	62	39	198	293	263	-
経常利益	467	-330	-142	149	746	-	-	-	-
特別損益	-277	-148	-31	-14	-247	-	-	-	-
税引前利益	191	-479	-173	136	500	2,279	1,277	2,267	2,600
法人所得税費用 (法人税等)	130	63	5	34	161	168	242	219	590
当期利益	61	-541	-177	101	338	2,111	1,035	2,048	2,010
非支配持分	-3	3	1	0	2	-4	3	94	50
親会社の所有者に帰属する当期利益	63	-545	-179	102	336	2,115	1,032	1,954	1,960
売上高当期利益率	0.4%	-3.6%	-1.2%	0.7%	2.3%	32.8%	12.9%	17.3%	12.8%

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

25/3 期までの広告プラットフォーム事業は国内部門のみ。26/3 期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	161.9
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