

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ジーニー

6562 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 6 月 25 日 (水)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst Tomokazu Murase



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

|                      |    |
|----------------------|----|
| ■ 要約                 | 01 |
| 1. 2025 年 3 月期の業績概要  | 01 |
| 2. 2026 年 3 月期の業績見通し | 01 |
| 3. 中期経営計画            | 02 |
| ■ 会社概要               | 03 |
| 1. 会社概要              | 03 |
| 2. 事業概要              | 05 |
| ■ 業績動向               | 08 |
| 1. 2025 年 3 月期の業績概要  | 08 |
| 2. セグメント別業績          | 09 |
| 3. 財政状況              | 13 |
| 4. トピックス             | 14 |
| ■ 今後の見通し             | 15 |
| 1. 2026 年 3 月期の業績見通し | 15 |
| 2. セグメント別業績予想        | 16 |
| 3. 市場規模及び市場環境        | 18 |
| ■ 中期経営計画             | 19 |
| ■ 株主還元               | 20 |

## 要約

### 好調な事業環境を背景に 2026 年 3 月期も高成長が続く見通し

ジーニー <6562> は、インターネット上で閲覧者に合った広告を瞬時に選択し表示するプラットフォームサービスを開発・提供している。また、積極的に AI 技術を活用することで、AI 技術関連の導入コンサルティング、プロダクト提供、並びに研究開発を推進する「マーケティング領域のテクノロジー・AI 企業」である。「誰もがマーケティングで成功できる世界を創る」ことをビジネスパーパスとし、「日本発の世界的なテクノロジー企業となり、日本とアジアに貢献する」ことを存在意義として掲げている。

#### 1. 2025 年 3 月期の業績概要

2025 年 3 月期の連結業績は、売上収益 11,321 百万円(前期比 41.3% 増)、売上総利益 8,807 百万円(同 43.5% 増)、営業利益 2,520 百万円(同 63.8% 増)、税引前利益 2,267 百万円(同 77.5% 増)、当期利益 2,048 百万円(同 97.9% 増)、親会社の所有者に帰属する当期利益 1,954 百万円(同 89.4% 増)と売上収益・利益ともに大幅増となった。また営業利益から一過性損益を差し引いた正常利益も 1,593 百万円(同 81.8% 増)と成長した。売上面では、主力である広告プラットフォーム事業は、サプライサイドビジネスにおけるエンタープライズ顧客の増加に加え、デマンドサイドビジネスでの大型案件受注を獲得した。マーケティング SaaS 事業は各プロダクトで MRR(月次経常収益)が増加したほか、「GENIEE SFA/CRM」等の大型案件受注により 2 ケタ成長となった。利益面では、マーケティング SaaS 事業が増収により下期に黒字転換となったほか、デジタル PR 事業のセグメント利益が加わり大きく成長した。販管費率は同 1.6 ポイント低下した。要因はマーケティング SaaS 事業の MRR 増加や、JAPAN AI(株)の持分法適用会社移行による開発経費のはく落が挙げられる。

#### 2. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期の連結業績予想は、売上収益 15,300 百万円(前期比 35.1% 増)、売上総利益 11,800 百万円(同 34.0% 増)、営業利益 2,750 百万円(同 9.1% 増)、税引前利益 2,600 百万円(同 14.7% 増)、当期利益 2,010 百万円(同 1.9% 減)、親会社の所有者に帰属する当期利益 1,960 百万円(同 0.3% 増)を見込む。一過性損益を除く正常利益は同 53.8% 増と大きな成長を見込んでいる。事業環境は引き続き好調で、全セグメントで 2 ケタの増収を見込む。売上面では、広告プラットフォーム事業はグローバル統合を踏まえ、同社製品や Zelto 製品のクロスセルを国内外で推進するほか、サプライサイド、デマンドサイド両面でエンタープライズ(大企業)顧客の開拓を推進する。利益面では、広告プラットフォーム事業では増収効果に加え、グループ内での意思決定や業務効率化で原価や販管費の削減を見込む。

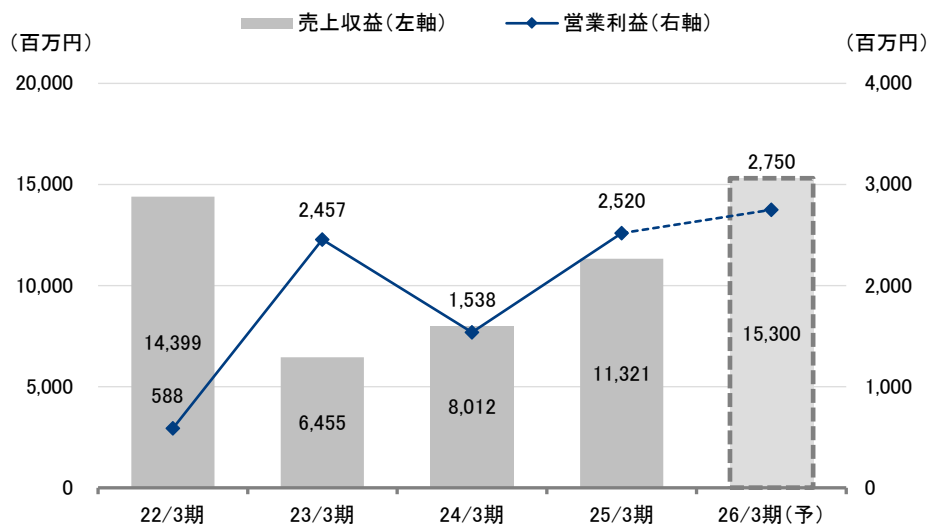
### 3. 中期経営計画

2023 年 5 月に発表した 3 ヶ年（2024 年 3 月期～2026 年 3 月期）の中期経営計画「～ First Magic 2025 Towards 2030 Vision ～」を推進中である。2030 年までに同社のビジネスパーパス「誰もがマーケティングで成功できる世界を創る」を国内で実現するために、3 つのフェーズを設定し、「Phase1」と位置付けている今回の中期経営計画では、新たな成長軌道を創るために、国内外のアドテクノロジー事業の再強化を行う。同社は今後の中長期的な目標ラインと方針を明らかにした。中期経営計画の全体方針に変更はないが、デジタル PR 事業については製品の機能強化によるシェア拡大、生成 AI を活用して事業効率化を図る。JAPAN AI については再度連結子会社化する構想がある。なお、次期中長期目標の営業利益の CAGR（年平均成長率）は 35 ～ 40% に設定した。

#### Key Points

- ・ 2025 年 3 月期はエンタープライズ顧客の取り込みを主因に大幅増収増益
- ・ 2026 年 3 月期も高成長が続く見通し。全セグメントで 2 ケタ増収を見込む
- ・ 今後の中長期的な目標ラインと方針を示す

#### 業績推移



注 1：2022 年 3 月期より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第 29 号 2020 年 3 月 31 日）等を適用

注 2：2023 年 3 月期より国際財務報告基準（「IFRS」）を任意適用

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 最先端テクノロジーと AI により、 製品・サービスを世界に広めやすい世界を目指す

#### 1. 会社概要

同社は、Web サイトやスマートフォンアプリ上に、閲覧者に合った広告を瞬時に選択し表示するアドテクノロジーを使って、インターネットメディアや広告主の広告収益や効果を最大化させるプラットフォームのほか、集客から販促・受注までを実行・管理できるセールス & マーケティングプラットフォームを開発・提供している。

2010 年の設立から、日本とアジアの顧客におけるマーケティングに関する課題に向き合い、プロダクト開発と成功のための支援を続けてきた。北米、インド、ヨーロッパに事業領域を拡大し、最先端のテクノロジー・AI を活用してマーケティングのハードルを下げ、高付加価値の製品・サービスを企業がよりスムーズに社会に広められる世界を目指している。2023 年 2 月には広告収益最適化プラットフォームを提供する北米の広告テクノロジー企業 Zelto, Inc. を完全子会社化、また 2024 年 7 月にはデジタル PR 分野に強みを持つソーシャルワイヤー<3929> を子会社化した。

ジーニー | 2025 年 6 月 25 日 (水)  
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

# 会社概要

## 沿革

| 年月       | 主な沿革                                                      |
|----------|-----------------------------------------------------------|
| 2010年 4月 | (株)ジーニーを設立                                                |
| 2011年 2月 | Google AdSense リセラープログラムに参加し、Google AdSense の提供を開始        |
| 2011年 4月 | 「GENIEE SSP」の提供を開始                                        |
| 2012年 8月 | Geniee International Pte. Ltd. (シンガポール) を設立               |
| 2013年 9月 | Geniee Vietnam Co., Ltd. (ベトナム) を設立                       |
| 2014年 3月 | 「GENIEE DSP」の提供を開始                                        |
| 2014年10月 | ソフトバンク(株)(現 ソフトバンクグループ<9984>)と資本業務提携(現在は自己株式を取得し、業務提携を継続) |
| 2015年 1月 | 「GENIEE DMP」の提供を開始                                        |
| 2015年 9月 | PT. Geniee Technology Indonesia (インドネシア) を設立              |
| 2015年10月 | 「GENIEE PMP」の提供を開始                                        |
| 2016年 7月 | マーケティングオートメーション「MAJIN」の提供を開始                              |
| 2016年 8月 | PT. Adstars Media Pariwara をグループ化                         |
| 2017年 8月 | Geniee Adtechnology (Thailand) Co., Ltd. (タイ) を設立         |
| 2017年12月 | 東京証券取引所マザーズ市場へ上場                                          |
| 2018年 6月 | CRM/SFA システム「ちきゅう」を事業承継                                   |
| 2018年10月 | Adskom India Private Limited をグループ化                       |
| 2018年11月 | (株)チャモをグループ化                                              |
| 2019年10月 | 子会社チャモを吸収合併                                               |
| 2020年11月 | ビジネスサーチテクノロジー(株)をグループ化                                    |
| 2021年 8月 | (株)REACT を完全子会社化                                          |
| 2022年 3月 | CATS(株)を完全子会社化                                            |
| 2022年 4月 | 新市場区分においてグロース市場へ移行                                        |
| 2022年 7月 | Hypersonic(株)を完全子会社化(2023 年 9 月に吸収合併)                     |
| 2023年 2月 | 北米の広告テクノロジー企業 Zelto, Inc. を完全子会社化                         |
| 2023年 6月 | サイジニア(株)(現 ZETA<6031>) グループのデクワス(株)よりネット広告サービス事業を譲受       |
| 2023年 7月 | JAPAN AI(株)が Navier(株)と AI 関連事業を譲受                        |
| 2023年10月 | JAPAN AI が(株)REGAL CORE と資本業務提携                           |
| 2024年 4月 | 子会社ビジネスサーチテクノロジーを吸収合併                                     |
| 2024年 7月 | ソーシャルワイヤー<3929>を子会社化                                      |
| 2024年 9月 | HiCustomer(株)より「Arch by HiCustomer」を事業譲受                  |
| 2024年12月 | ピアラ<7044>と資本業務提携                                          |

出所：有価証券報告書、ホームページ、プレスリリースよりフィスコ作成

## 広告プラットフォーム事業が主力も、 近年マーケティング SaaS 事業が第 2 の柱に

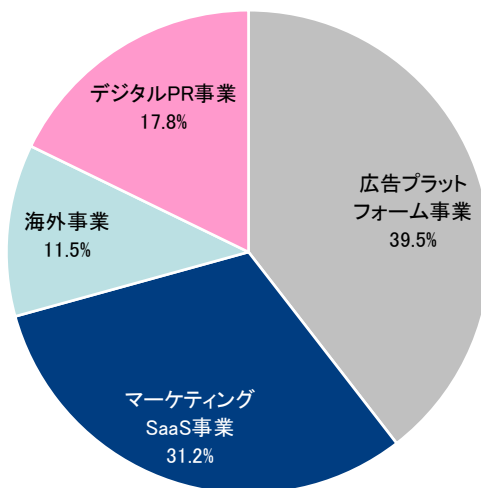
### 2. 事業概要

同社は事業セグメントを 4 つに分けている。広告主にインターネットメディアや OOH ※広告のビルボードなどの広告媒体を仲介するツールを提供する「広告プラットフォーム事業」、企業が広告やマーケティング活動を行う時に使うツールを自社開発や M&A で調達し、提供する「マーケティング SaaS 事業」、同社グループのプロダクトラインナップを揃え販売する「海外事業」、子会社のソーシャルワイヤーが運営する「デジタル PR 事業」の 4 事業である。

※ OOH (Out Of Home) とは、アウト・オブ・ホームの略で、電車やバスなどの公共交通機関における中吊り広告に代表される交通広告、街中で展開される看板広告や街頭ビジョンに代表される屋外広告、ラッピングカーやデジタルサイネージなど、自宅以外で展開する広告メディアの総称。

2025 年 3 月期の事業別売上構成比は、広告プラットフォーム事業は 39.5%、マーケティング SaaS 事業は 31.2%、海外事業は 11.5%、デジタル PR 事業は 17.8% である。広告プラットフォーム事業が引き続き全体の約 40% を占めており主力事業となっているが、近年はマーケティング SaaS 事業が拡大しており、第 2 の柱となりつつある。

2025年3月期の事業別売上構成比



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 会社概要

### (1) 広告プラットフォーム事業

広告プラットフォーム事業は、独自開発したメディアと広告主の双方の収益を最大化するプラットフォーム「GENIEE Ads Platform」を提供している。主にインターネットメディア向けの「GENIEE SSP」や広告主 / 広告代理店向けの「GENIEE DSP」などを展開し、これらプラットフォームの OEM 提供も行っている。「GENIEE SSP」はインターネットメディア等の広告収益を最大化させるプラットフォームであり、広告枠を閲覧するユーザー毎に、RTB※技術によりオークション形式で選択された最適な広告を配信する仕組みである。「GENIEE DSP」は、広告主のニーズに合わせて選択された枠へ配信することで、広告主の利益を最大化する広告買い付けプラットフォームである。

※ RTB (Real-Time Bidding) とは、広告の表示毎にオークション方式で最も高単価な広告を配信する仕組みで、リアルタイムでインターネット広告枠を取引できる技術のこと。

「GENIEE SSP」や「GENIEE DSP」経由で広告を配信すると、広告表示回数や単価に応じて広告主から同社グループへ広告掲載料が支払われる。広告代理店や他社 DSP、アドネットワーク、OEM 提供先を介して広告が配信される場合は、同社グループは広告主からそれらを経由して広告掲載料を受け取る仕組みである。同社は SSP・DSP を所有していることによって中間マージンを圧縮できるため、強みでもある。

### (2) マーケティング SaaS 事業

マーケティング SaaS 事業は、企業のマーケティング活動の支援を目的とした BtoB 向け SaaS プロダクトを一元管理するマーケティングサービス「GENIEE Marketing Cloud」を展開している。広告を通じた集客から販売までのプロセスを一気通貫で行うことができる。主な製品として、営業活動における商談管理のための営業管理システム (SFA)※<sup>1</sup> 及び顧客管理システム (CRM)※<sup>2</sup>「GENIEE SFA/CRM」、企業のマーケティング活動を自動化し、効率的に潜在顧客の集客や購買意欲等の向上を実現するマーケティングオートメーション「GENIEE MA」、国内有数の導入企業社数 4,500 社超の実績を持つチャット型 Web 接客プラットフォーム「GENIEE CHAT」、サイト内検索・EC サイト向け商品検索ツール「GENIEE SEARCH」などがある。

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

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

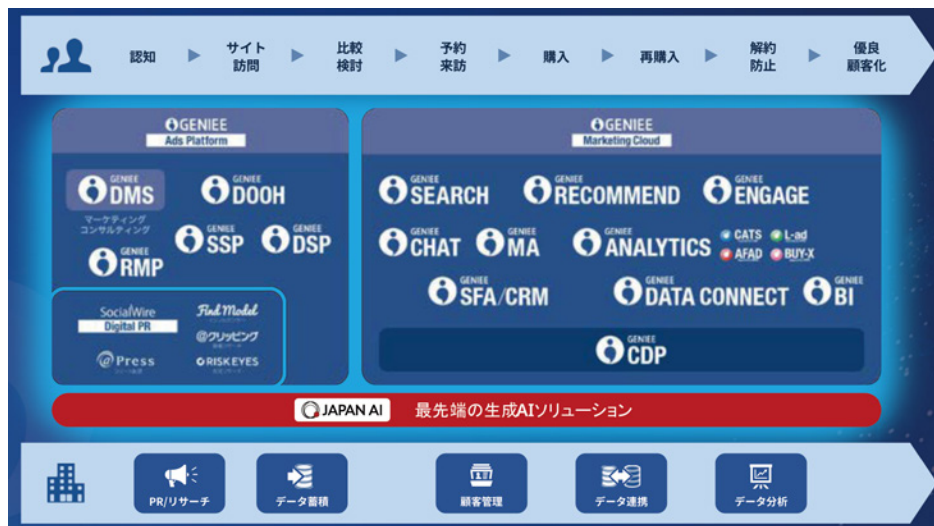
「GENIEE SFA/CRM」「GENIEE MA」「GENIEE CHAT」「GENIEE SEARCH」などの SaaS プロダクトでは、導入企業から月額でシステムやサービスの利用料を受け取り、収益としている。

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

ジーニー | 2025 年 6 月 25 日 (水)  
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

## 会社概要

## 事業領域



出所：決算説明資料より掲載

### (3) 海外事業

海外事業では東南アジア、北米、インドなどで同社のプロダクトを販売しているインターネットメディア向けの「GENIEE SSP」や広告主 / 広告代理店向けの「GENIEE DSP」をはじめとした事業を中心に展開している。2023 年 3 月期において、インターネットメディアのディスプレイ広告収益最適化プラットフォームを提供する Zelto を完全子会社化した。これにより、同社が提供するサービスとの連携・機能拡充とともに、世界各地のインターネットメディアへの価値提供が可能になった。

### (4) デジタル PR 事業

2024 年 7 月より子会社となった、ソーシャルワイヤーが運営する事業である。「ニュースワイヤー事業」「インフルエンサー PR 事業」「クリッピング事業」「リスクチェック事業」の 4 つの事業で構成される。「ニュースワイヤー事業」では、市場シェア 2 位を占める企業の情報発信を支援するプレスリリース配信代行サービス「@Press」等を運営している。「インフルエンサー PR 事業」は広告代理店やクライアント企業から発注を受け、SNS のインフルエンサーをキャスティングして商品 PR を実施するサービスを提供している。「クリッピング事業」はメディアから顧客が必要とする記事を調査・選別・報告（郵送）するサービスである。「リスクチェック事業」は Web ニュースや新聞記事等の公開情報を用いて取引先の反社会勢力との関係性や犯罪関与、不祥事等の情報を確認するサービスを展開している。

## 業績動向

### 2025 年 3 月期はエンタープライズ顧客の取り込みを主因に大幅増収増益

#### 1. 2025 年 3 月期の業績概要

2025 年 3 月期の連結業績は、売上収益 11,321 百万円（前期比 41.3% 増）、売上総利益 8,807 百万円（同 43.5% 増）、営業利益 2,520 百万円（同 63.8% 増）、税引前利益 2,267 百万円（同 77.5% 増）、当期利益 2,048 百万円（同 97.9% 増）、親会社の所有者に帰属する当期利益 1,954 百万円（同 89.4% 増）と売上収益・利益ともに大幅増となった。また営業利益から一過性損益※を差し引いた正常利益は 1,593 百万円（同 81.8% 増）とこちらも大きく成長した。

※ 第 1 四半期にアーンアウト減額で利益 6.4 億円、第 2 四半期に JAPAN AI の資金調達に起因して連結子会社から持分法適用会社への移行により利益計上 3.2 億円、ソーシャルワイヤーによるシェアオフィス事業清算で売却益 0.7 億円、第 4 四半期にソフトウェア除却損で 1.3 億。

修正業績予想達成率は、売上収益は 94.3%、売上総利益は 96.8%、営業利益は 100.8%、税引前利益は 94.5%、当期利益は 113.8%、親会社の所有者に帰属する当期利益は 108.6% と、一部を除き計画値を達成した。

売上面では、主要事業が軒並み貢献し、堅調な推移を示した。主力である広告プラットフォーム事業は、サブライサイドビジネスにおけるエンタープライズ顧客の増加に加え、デマンドサイドビジネスでの大型案件受注により業績が拡大した。マーケティング SaaS 事業では、各プロダクトの MRR が着実に増加し、「GENIEE SFA/CRM」が大型案件を継続的に受注したことで、有料アカウント数の増加につながった。デジタル PR 事業は、インフルエンサー PR 事業の大型案件が業績に寄与した。海外事業も、子会社 Zelto との組織体制及びオペレーション統合によるグループ間クロスセルの進展が売上に貢献した。

利益面では、マーケティング SaaS 事業が増収により下期に黒字転換となったほか、新たにデジタル PR 事業によるセグメント利益が加わったこと等により大きく成長した。販管費率は 2024 年 3 月期の 65.6% から 2025 年 3 月期は 64.0% に低下した。低下の要因としては、サブスクリプション型の収益形態であるマーケティング SaaS 事業における MRR の増加や、これまで子会社であった JAPAN AI が 2025 年 3 月期第 2 四半期から持分法適用会社に移行したことでその分の開発経費がはく落したことが挙げられる。なお一過性損益として、Zelto にかかるアーンアウト減額による利益（6.4 億円）、JAPAN AI の持分法適用会社への移行に伴う持分変動利益（3.2 億円）、ソフトウェアの除却損（1.3 億円）等を計上した。

## 業績動向

## 2025 年 3 月期の業績

(単位：百万円)

|                      | 24/3 期<br>実績 | 25/3 期<br>実績 | 前期比   |       |
|----------------------|--------------|--------------|-------|-------|
|                      |              |              | 増減額   | 増減率   |
| 売上収益                 | 8,012        | 11,321       | 3,309 | 41.3% |
| 売上総利益                | 6,138        | 8,807        | 2,668 | 43.5% |
| 営業利益                 | 1,538        | 2,520        | 981   | 63.8% |
| 税引前利益                | 1,277        | 2,267        | 990   | 77.5% |
| 当期利益                 | 1,035        | 2,048        | 1,013 | 97.9% |
| 親会社の所有者に帰属する<br>当期利益 | 1,031        | 1,954        | 922   | 89.4% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. セグメント別業績

## セグメント別売上収益・セグメント利益

(単位：百万円)

|                 | 24/3 期 |        | 25/3 期 |        | 前期比    |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                 | 実績     | 売上比    | 実績     | 売上比    |        |
| 売上収益            | 8,012  | 100.0% | 11,321 | 100.0% | 41.3%  |
| 広告プラットフォーム事業    | 4,306  | 53.8%  | 4,776  | 42.2%  | 10.9%  |
| マーケティング SaaS 事業 | 2,704  | 33.7%  | 3,770  | 33.3%  | 39.4%  |
| 海外事業            | 1,249  | 15.6%  | 1,389  | 12.3%  | 11.2%  |
| デジタル PR 事業      | -      | -      | 2,150  | 19.0%  | -      |
| 調整額             | -248   | -3.1%  | -765   | -6.8%  | -      |
| セグメント利益         | 1,538  | 100.0% | 2,520  | 100.0% | 63.8%  |
| 広告プラットフォーム事業    | 2,244  | 52.1%  | 2,223  | 46.5%  | -0.9%  |
| マーケティング SaaS 事業 | 215    | 8.0%   | 668    | 17.7%  | 210.0% |
| 海外事業            | 201    | 16.1%  | 403    | 29.0%  | 100.4% |
| デジタル PR 事業      | -      | -      | 428    | 19.9%  | -      |
| 調整額             | -1,122 | -      | -1,203 | -      | -      |

注：セグメント利益の売上比は各セグメントの売上収益に対する比率

出所：決算短信よりフィスコ作成

## (1) 広告プラットフォーム事業

2025 年 3 月期業績は、売上収益 4,776 百万円（前期比 10.9% 増）、セグメント利益 2,223 百万円（同 0.9% 減）となり、増収ながらも減益となった。良好な企業収益、消費意欲の高まり、インバウンド需要増加などを背景に、成長領域である動画領域の伸長やエンタープライズ顧客の増加、及び新規事業である Bidder 事業が躍進した。一方で、下期終盤における個社要因により CPM※がやや下落し、減益の一因となった。ただし、2026 年 3 月期の第 2 四半期以降には回復予定としている。

※ Web 広告において使用される指標で、広告が 1,000 回表示される毎にかかる費用を示す。

ジーニー | 2025 年 6 月 25 日 (水)  
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

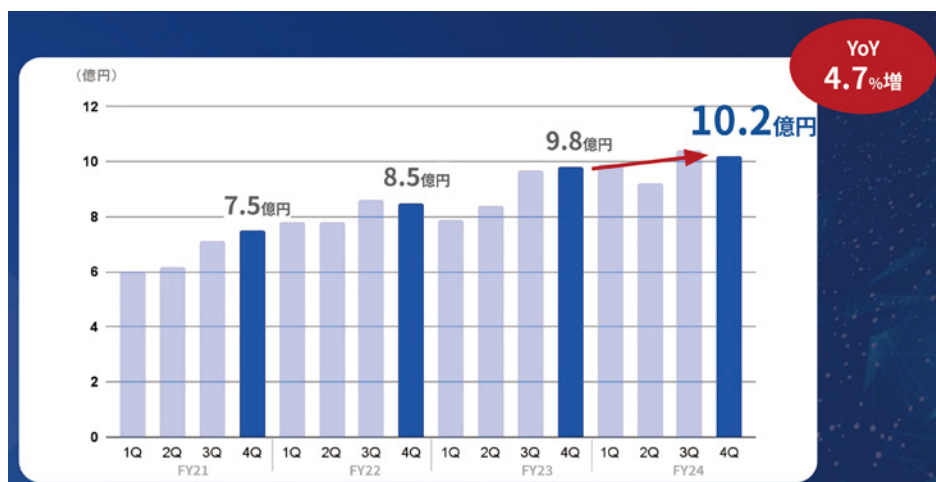
# 業績動向

KPI の動向としては、取引社数は堅調に推移し、期初より重視していたエンタープライズ顧客は順調に増加した。取引社数について、2025 年 3 月期より一定規模以上の売上収益閾値を超えた顧客（広告主・メディア）を対象に数える方針に変更しているが、2025 年 3 月末は前年同期比 8.0% 増と、250 社となった。一方、売上収益を社数で除して算出する「社単」は、同 7.1% 減となった。四半期毎の推移で見ると、第 2 四半期こそやや落ち込んだものの、第 1 四半期及び第 3 四半期は 2,000 千円のレベルを確保した。同社によれば、第 4 四半期の減少は個社との個別事象による一時的なもので 2026 年 3 月期第 1 四半期には解消予定とのことであり、懸念は少ないと考えられる。

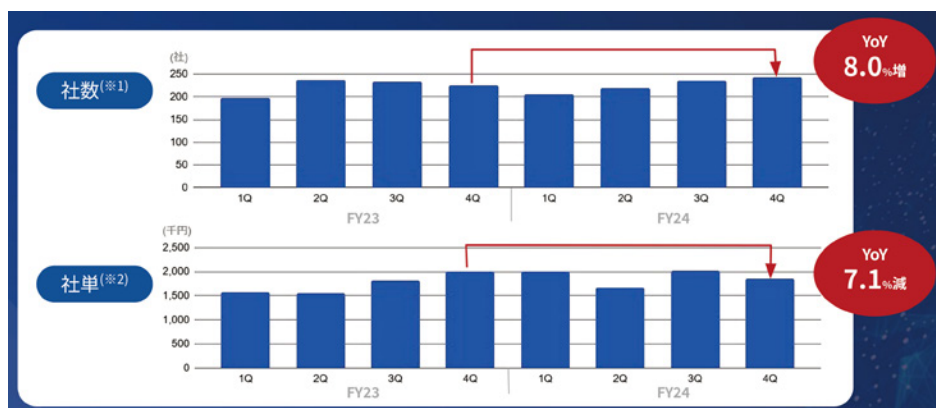
同社がエンタープライズ領域で好調に顧客を獲得している背景には、提供するプロダクトやコストパフォーマンスでの競争力がある。同社は顧客企業の事業セグメント毎に競合する企業のプロダクトやサービスを分析し、自社の劣位部分を機能アップした形で顧客企業に提案している。また、顧客企業のニーズを的確に捉え、競合企業に対して同等以上の機能を持つサービスをより安価で提供することで、サービスのリプレースに成功している。

## 広告プラットフォーム事業

### 売上総利益の推移



## 広告プラットフォーム事業 KPI



## 業績動向

## (2) マーケティング SaaS 事業

2025 年 3 月期業績は、売上収益 3,770 百万円 (前期比 39.4% 増)、セグメント利益 668 百万円 (同 210.0% 増) と大幅な増収増益となった。マーケティングや営業活動の DX に対する需要の高さを背景に、「GENIEE SFA/CRM」や「GENIEE CHAT」「GENIEE ANALYTICS」といったプロダクトのセールスが業績をけん引した。特に「GENIEE SFA/CRM」はエンタープライズ顧客からの受注を多く獲得し、有料アカウント数が増加した。「GENIEE CHAT」は大手代理店との連携による販促等を進め、競合プロダクトとの比較においてそのパフォーマンスの高さを認められ、エンタープライズ顧客への導入が進んだ。同社はプロダクトのエンタープライズ層への拡大を重点に取り組み、業績面で想定どおりの成果が得られたと評価している。これにより同事業では目標の下期黒字化を達成した。

KPI としては、有料アカウント数は 2025 年 3 月末において前期末比 35.8% 増と 20,000 アカウントを超えた。解約率は、第 2 四半期において顧客都合による解約があり一時的に上昇したが、その後は収束し、0.5% 以下という業界平均 (2 ~ 7%) を大きく下回る実績を挙げた。そのほかの指標として、各製品に関する MRR が増加しており、ARR※1 は前期比 43.8% 増の 3,471 百万円に拡大した。また ARPA※2 は同 27.5% 増の 18,777 円に上昇した。リカーリング比率 (継続収益比率) は 80.3% と同 1.4 ポイント低下したものの、高い水準をキープしている。要因はエンタープライズ顧客との取引強化が大きい。

※1 ARR (Annual Recurring Revenue) とは、年間経常収益のこと。

※2 ARPA (Average Revenue Per Account) とは、1 アカウント当たりの平均売上収益のこと。

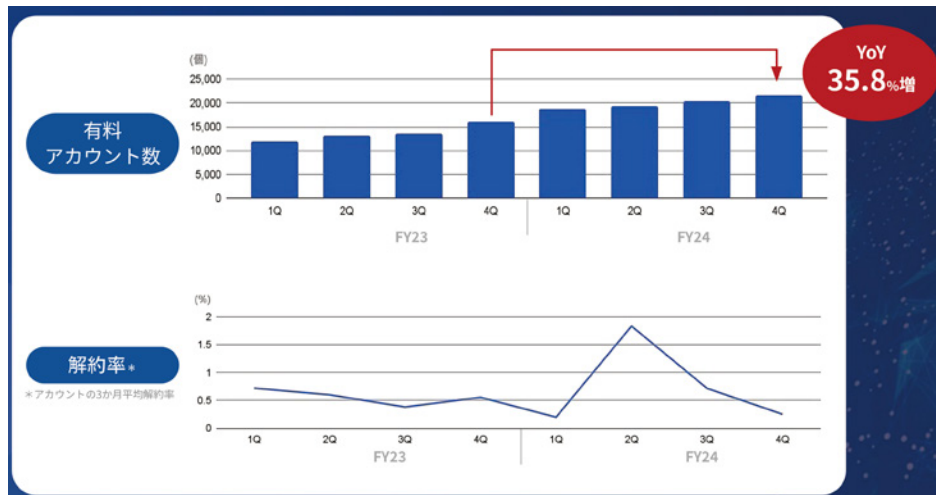
2025 年 3 月期末では、全体の MRR の約 50% を ARR10 百万円以上のエンタープライズ顧客が占めた。これは、エンタープライズ顧客との取引強化の取り組みによるものである。エンタープライズ顧客は特性として、多数の従業員を擁するため多くの有料アカウント数を獲得できる。加えて、利用ユーザー数が多くなることから、製品の解約や他社製品への切り替えが難しくなる。したがって SaaS のようなサブスクリプション型のビジネスにおいては、優良顧客になりやすい傾向にある。

同社の製品群の優位性は、高いコストパフォーマンス (サービス価格が外資系ベンダー製品と比較して 1/3 ~ 1/2 程度) と顧客に寄り添った対応にある。エンタープライズの場合、既に社内の情報システムが構築されているため、プロダクト導入時には周辺システムとの連携など、システム開発が必要になる。同社は顧客の要望をプロダクト側で実現する技術力を持ち、導入の要件定義からサービス提供後の保守まで一貫した対応が可能である。顧客にとってこのようなプロダクト導入のハードルの低さは評価ポイントとして大きく、同社プロダクトが採用される要因になっていると考えられる。

ジーニー | 2025 年 6 月 25 日 (水)  
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

業績動向

### マーケティング SaaS 事業の KPI



出所：決算説明資料より掲載

### (3) 海外事業

2025 年 3 月期業績は、売上収益 1,389 百万円（前期比 11.2% 増）、セグメント利益 403 百万円（同 100.4% 増）と増収増益となり、特に利益面が大きく成長した。2025 年 3 月期はグループの SSP 事業（サブライサイド・プラットフォーム事業）の統合を推進した。従来は国内 SSP 事業と海外 SSP 事業（Zelto 分を含む）が別々に展開していた組織運営や営業活動を見直し、全体最適の観点から、マーケティングや営業、カスタマーサクセス、PdM（プロダクトマネージャー）といった機能をグローバルに横断して管理するようにした。この結果、各部門のベストプラクティスをグローバルに展開することが可能となり、顧客へのサービスのクロスセルが進むとともに、サービス品質やオペレーションコストの改善につながった。また、この活動によって Zelto の PMI（M&A 後の統合プロセス）も加速している。このほか、サーバー入替等の売上原価削減施策を実施したことがセグメント利益の増加に寄与した。

### (4) デジタル PR 事業

デジタル PR 事業は 2024 年 7 月に連結子会社となったソーシャルワイヤーが運営する事業で、第 2 四半期からの業績反映となる。2025 年 3 月期は売上収益 2,150 百万円、セグメント利益 428 百万円を計上した。2025 年 3 月期は、第 3 四半期にインフルエンサー PR 事業で大型案件を受注したことが業績寄与の一因となった。本件は有力ファッション通販サイトを運営する企業からの PR 依頼で、成功を収め、顧客の評価も高かったようだ。本件成功の実績は今後の受注にも好影響を及ぼすと考えられ、引き続き業績動向が注目される。新規獲得社数も 2025 年 3 月期において増加傾向にあり、2025 年 3 月末は 1,067 社に達した。

## 資産・負債がそれぞれ増加。 自己株式取得により親会社所有者帰属持分比率は減少

### 3. 財政状況

2025 年 3 月期末における流動資産は、前期末比 1,943 百万円増の 7,887 百万円となった。これは主に、現金及び現金同等物の増加 366 百万円、営業債権及びその他の債権の増加 1,320 百万円によるものである。非流動資産は、前期末比 2,743 百万円増の 15,996 百万円となった。主な要因として使用権資産の増加 1,035 百万円、のれんの増加 566 百万円、無形資産の増加 478 百万円がある。これにより、資産合計は前期末比 4,686 百万円増加の 23,883 百万円となった。

流動負債は、前期末比 2,491 百万円増の 7,367 百万円となった。これは主に、営業債務及びその他の債務の増加 858 百万円、借入金の増加 512 百万円、その他の流動負債の増加 587 百万円、リース負債の増加 494 百万円によるものである。非流動負債は前期末比 782 百万円増の 7,813 百万円となった。これは主に、借入金の増加 556 百万円、リース負債の増加 587 百万円、その他の金融負債の減少 412 百万円によるものである。この結果、負債合計は、前期末比 3,274 百万円増の 15,181 百万円となった。

資本合計は、前期末比 1,412 百万円増の 8,702 百万円となった。主な要因は、増資による資本金及び資本剰余金の増加 4,000 百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益の計上等による利益剰余金の増加 1,847 百万円、自己株式の取得 4,950 百万円である。この結果、親会社所有者帰属持分比率は 33.0% (前期末比 4.8 ポイント減) となった。

営業活動によるキャッシュ・フローは、2,358 百万円の収入 (前期は 1,139 百万円の収入) となった。これは主に、税引前利益 2,267 百万円、減価償却費及び償却費の計上 1,211 百万円、その他の収益の計上 1,108 百万円、営業債権及びその他の債権の増加 826 百万円、営業債務及びその他債務の増加 969 百万円によるものである。投資活動によるキャッシュ・フローは、1,146 百万円の支出 (前期は 831 百万円の支出) となった。主な要因は無形資産の取得による支出 1,031 百万円、有形固定資産の取得による支出 297 百万円、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入 271 百万円である。財務活動によるキャッシュ・フローは、904 百万円の支出 (前期は 836 百万円の支出) となった。これは主に、株式の発行による収入 3,919 百万円、長期借入れによる収入 2,483 百万円、長期借入金の返済による支出 1,696 百万円、自己株式の取得による支出 4,945 百万円によるものである。

## 業績動向

## 貸借対照表

(単位：百万円)

|           | 24/3 期末 | 25/3 期末 | 増減額   |
|-----------|---------|---------|-------|
| 流動資産      | 5,943   | 7,887   | 1,943 |
| 現金及び現金同等物 | 2,494   | 2,861   | 366   |
| 非流動資産     | 13,253  | 15,996  | 2,743 |
| 資産合計      | 19,197  | 23,883  | 4,686 |
| 流動負債      | 4,876   | 7,367   | 2,491 |
| 非流動負債     | 7,030   | 7,813   | 782   |
| 負債合計      | 11,906  | 15,181  | 3,274 |
| 資本合計      | 7,290   | 8,702   | 1,412 |

出所：決算短信よりフィスコ作成

## キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

|                  | 24/3 期 | 25/3 期 | 増減額   |
|------------------|--------|--------|-------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 1,139  | 2,358  | 1,219 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | -831   | -1,146 | -315  |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | -836   | -904   | -68   |
| 現金及び現金同等物の期末残高   | 2,494  | 2,861  | 366   |

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 投資家からの懸念を解消し、連携強化を進める

## 4. トピックス

## (1) Zelto の減損判定単位変更

同社は、従来投資家からの懸念材料であった Zelto にかかるのれんの減損判定に関する方針を変更した。のれんや固定資産の減損処理は、一般的には将来生み出すキャッシュ・フローの最小単位で資産をグルーピングし、そのグループ単位で将来の営業キャッシュ・フローを集計する。この集計額を現在価値に割り引いたものと資産の簿価を比較し、簿価の超過分を減損とみなすものである。従来はこの判定を Zelto 単体で行っていたが、2026 年 3 月期から「グローバルサプライ全体」での判定に変更する。

同社は SSP 事業について国内と海外の組織統合を推進している。これに伴って営業キャッシュ・フローを生み出す最小単位もグローバルサプライ全体に変更する。これにより、営業キャッシュ・フローの規模が大きくなるため、Zelto にかかるのれんの簿価が過大に評価されるリスクが減少する。投資家にとっては同社の業績動向に関する懸念材料の 1 つが解消するという点で注目される。

## (2) JAPAN AI におけるプロダクトの機能改善と新規実装

同社のグループ会社である JAPAN AI は、提供する AI プロダクトにおいて機能改善と新規実装を進めている。文字起こし・議事録ツール「JAPAN AI SPEECH」では、過学習を抑える新技術によって単語認識力が向上したことで、専門用語や社内用語を含む音声で 99% の文字起こし精度を達成した。また、AI 社員作成プラットフォーム「JAPAN AI AGENT」「JAPAN AI CHAT」関連では、RAG 技術の貢献により検索精度 82.7%（業界最高水準）を実現した。ハルシネーション（誤回答）の抑制により、一段と高精度な情報検索と回答生成が可能になった。

このほかにも、JAPAN AI はユーザーニーズの高い Agent 機能を続々と新規リリースしている。そのうちの 1 つである「データ分析コンシェルジュ」は、Excel などの膨大なデータから、AI が自動で分析案を提案し、グラフ化や将来予測までを実行する機能である。これにより、専門的なデータ分析スキルを持たないユーザーでも、分析手法や予測方法に関する課題を解消することができる。「AI エージェント作成機能」では、IT の専門知識がない現場の担当者でも AI エージェントが作成可能で、企業ごとの業務プロセスに柔軟に対応し、業務効率化を実現する役割を果たす。「タスクスケジュール機能」は、AI エージェントが指定された時間に指示されたタスクを自動的に実行する機能である。指定された時間にタスクが実行されるため、人手不足や働き方に対応し、ユーザー不在時でも業務の継続を可能にする。そして、「広告レポートエージェント」では、広告運用結果を自動で分析し、グラフや考察付きの PowerPoint レポートを生成する。これにより、定型業務から解放され、戦略立案や顧客対応といった本来の業務に集中できる環境が生まれる。

JAPAN AI は、今後もこのような迅速な機能改善と新規実装によって、市場からの引き合いが一段と強まるものと見込んでいる。

## ■ 今後の見通し

### 2026 年 3 月期も高成長が続く見通し。 全セグメントで 2 ケタ増収を見込む

#### 1. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期の連結業績予想は、売上収益 15,300 百万円（前期比 35.1% 増）、売上総利益 11,800 百万円（同 34.0% 増）、営業利益 2,750 百万円（同 9.1% 増）、税引前利益 2,600 百万円（同 14.7% 増）、当期利益 2,010 百万円（同 1.9% 減）、親会社の所有者に帰属する当期利益 1,960 百万円（同 0.3% 増）を見込む。なお 2025 年 3 月期に発生した一過性損益を除く正常利益は同 53.8% 増と大きな成長を見込んでいる。

2026 年 3 月期は外部環境として、米国の物価高騰や高金利水準による当面の円安継続が予測される。また、国内のインターネット広告市場は、動画広告領域を中心に引き続き大幅な伸長が見込まれる。これらの事業環境の追い風を受け、全セグメントで 2 ケタの増収を見込む。

ジーニー | 2025 年 6 月 25 日 (水)  
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

今後の見通し

なお、同社は 2026 年 3 月期より海外事業を広告プラットフォーム事業に統合する。これは、国内外の SSP 事業のグローバル統合に向けた体制強化の一環である。

売上面では、広告プラットフォーム事業はグローバル統合による経営効率の改善を踏まえて、同社製品や Zeltto 製品のクロスセルを国内外で推進するほか、サプライサイド、デマンドサイド両面でエンタープライズ顧客の開拓を推進する。マーケティング SaaS 事業は引き続き「GENIEE SFA/CRM」「GENIEE CHAT」「GENIEE ANALYTICS」といった主要プロダクトの販売が業績けん引を見込む。デジタル PR 事業はニュースワイヤー事業におけるリリース配信領域での高 PV メディア構築や、インフルエンサー PR 事業における新たなプラットフォーム構築によって売上シェアの拡大を図る。

利益面では、広告プラットフォーム事業では増収効果に加え、グループ内での意思決定や業務効率化で原価や販管費の削減を見込む。マーケティング SaaS 事業は、既存事業では安定した収益計上を背景に通期での黒字化を見込む一方で、新たな事業領域である CDP（カスタマーデータプラットフォーム）への投資を進める。同社は投資の影響はなく、黒字確保の予定としている。デジタル PR 事業は、2025 年 3 月期に発生した一過性損益の反動減があるものの、事業での増収効果によりセグメント利益ベースで前期比増益を見込んでいる。

## 2026 年 3 月期の業績予想

(単位：百万円)

|                      | 25/3 期<br>実績 | 26/3 期<br>予想 | 前期比   |       |
|----------------------|--------------|--------------|-------|-------|
|                      |              |              | 増減額   | 増減率   |
| 売上収益                 | 11,321       | 15,300       | 3,978 | 35.1% |
| 売上総利益                | 8,807        | 11,800       | 2,992 | 34.0% |
| 営業利益                 | 2,520        | 2,750        | 229   | 9.1%  |
| 税引前利益                | 2,267        | 2,600        | 332   | 14.7% |
| 当期利益                 | 2,048        | 2,010        | -38   | -1.9% |
| 親会社の所有者に帰属する<br>当期利益 | 1,954        | 1,960        | 5     | 0.3%  |

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. セグメント別業績予想

### 2026 年 3 月期のセグメント別業績予想

(単位：百万円)

|         |                 | 25/3 期<br>実績 | 26/3 期<br>予想 | 前期比    |        |
|---------|-----------------|--------------|--------------|--------|--------|
|         |                 |              |              | 増減額    | 増減率    |
| 売上収益    | 広告プラットフォーム事業    | 4,776        | 6,970        | 2,193  | 45.9%  |
|         | マーケティング SaaS 事業 | 3,770        | 5,280        | 1,509  | 40.0%  |
|         | 海外事業            | 1,389        | -            | -      | -      |
|         | デジタル PR 事業      | 2,150        | 3,100        | 949    | 44.2%  |
|         | 調整額             | -765         | -50          | 715    | -      |
| セグメント利益 | 広告プラットフォーム事業    | 2,223        | 3,370        | 1,146  | 51.6%  |
|         | マーケティング SaaS 事業 | 668          | 1,370        | 701    | 105.0% |
|         | 海外事業            | 403          | -            | -      | -      |
|         | デジタル PR 事業      | 428          | 460          | 31     | 7.3%   |
|         | 調整額             | -1,203       | -2,450       | -1,246 | -      |

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

### (1) 広告プラットフォーム事業

売上収益は 6,970 百万円（前期比 45.9% 増）、セグメント利益 3,370 百万円（同 51.6% 増）と、増収増益を計画する。海外事業との統合による効果を含んだものだが、インターネット広告市場が年々拡大を続けるなか、特に動画領域の伸長が顕著なことを受け、エンタープライズ顧客の開拓を中心に営業活動を強化する。サプライサイドでは、成長率の高い動画領域での広告枠販売を拡大するため、大手メディアの開拓に注力する。プロダクト間でのクロスセルを推進するほか、エンタープライズ顧客からの受注取り込みをさらに強化する。デマンドサイドでは 2025 年 3 月期に大手広告代理店経由でのエンタープライズ顧客案件を受注した実績を手掛かりに、エンタープライズの受注拡大を進めるほか、「GENIEE DSP」を通じた大型案件のアップセルを強化する。

### (2) マーケティング SaaS 事業

売上収益は 5,280 百万円（前期比 40.0% 増）、セグメント利益 1,370 百万円（同 105.0% 増）を計画している。費用対効果の高いマーケティング施策を展開しつつ、「GENIEE SFA/CRM」「GENIEE CHAT」「GENIEE MA」等の各プロダクトを適時アップデートすることで競争力を高め、エンタープライズ領域でのさらなるシェア拡大を図る。

製品のアップデートについては、JAPAN AI の AI 技術を活用し、顧客のさらなる利便性の向上を目指す。JAPAN AI は同社の完全子会社化から外れ、持分法適用会社となったが、グループ内企業の位置付けに変わりはなく、協業関係をさらに進める考えだ。両社はエンタープライズ顧客の獲得に向けて各種施策を展開する。同社のプロダクトは、2025 年 4 月に「ITreview Grid Award 2025 Spring」において 8 期連続 2 部門で最高位の「Leader」を受賞するなど、業界内での知名度は高い。この知名度を生かし、さらなる顧客獲得に向けて展示会への出展や Sler 等との協業を進める。

展示会の例としては 2025 年 4 月の「第 30 回 営業 DX EXPO」や、同 5 月の「DX 総合 EXPO 2025 春 大阪」への出展だ。このような大規模な展示会は参加企業も多く、リード（見込み客）も獲得しやすい。これらの機会を活用して顧客獲得のための攻略を進める。Sler 等との協業では、エンタープライズ顧客のシステム開発案件を多く担当する大手業者と連携し、例えば SFA や CRM に関する要望が顧客からあった場合に同社のプロダクトを提案してもらえるよう Sler へ認知拡大策を実施する。このようにエンタープライズ顧客との接点を拡大することで、受注の取り込み強化を進める。

また、同社は同事業で CDP 領域への投資を積極的に進める。CDP とは実店舗や SNS、Web サイト等を通じて得られる顧客データを収集・統合して分析することで、マーケティング活動に生かし、高い顧客体験価値（CX）に結び付け、顧客ロイヤリティの向上を目指す。2024 年 9 月にリリースした「GENIEE CDP」に対し、2026 年 3 月期も継続して投資を行い、事業を本格化させる。なお、この投資を考慮しても、通期での黒字化を計画している。

### (3) デジタル PR 事業

デジタル PR 事業については、売上収益は 3,100 百万円（前期比 44.2% 増）、セグメント利益 460 百万円（同 7.3% 増）を計画する。2026 年 3 月期は通期での売上寄与が見込まれており、大幅な増収となる。2026 年 3 月期はニュースワイヤー事業やインフルエンサー PR 事業に特に力を入れる。ニュースワイヤー事業では現在市場シェア 2 位の「@Press」をメディア化する方針である。インフルエンサー PR 事業では、マイクロインフルエンサー（特定ジャンルでの強みを持つインフルエンサー）とインフルエンサーのニーズを持つ SMB（中堅・中小企業）とのマッチングを行うプラットフォーム構築を目指す。

ソーシャルワイヤーとの協業関係は順調に進捗している。同社のエンジニア責任者がソーシャルワイヤーの CTO に就任し開発体制を主導するなど両社の連携が加速している。

## 好調な AI・デジタル広告市場でシェア拡大を目指す

### 3. 市場規模及び市場環境

同社は、2025 年 3 月期の決算発表において、2025 年 3 月期のターゲット市場（現時点で同社が進出している市場）規模は全社合計で 9,700 億円と公表した。内訳は、アドプラットフォーム（広告プラットフォーム）領域で 2,050 億円、マーケティング SaaS 領域で 4,590 億円、海外事業領域で 530 億円、デジタル PR 領域で 2,470 億円である。同社は 2027 年 3 月期に、アドプラットフォーム領域で 87 億円、マーケティング SaaS 領域で 61 億円、海外事業領域で 23 億円、デジタル PR 領域で 38 億円のシェア獲得を目指す。また同社は、グループ会社である JAPAN AI については、国内の生成 AI 市場が 2025 年の 6,879 億円から 2030 年には 1 兆 7,774 億円まで拡大する（（一社）電子情報技術産業協会「調査統計ガイドブック」）と想定している。

電通グループ<4324>「2024 年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」によると、検索連動型広告は前年比 11.2% 増で、インターネット広告媒体費に占める構成比は 40.3% となった。取引手法別では、運用型広告は同 11.1% 増の 2 ケタ成長を見せ、インターネット広告媒体費に占める構成比は 88.1% となった。またビデオ（動画）広告市場は同 23.0% 増と、広告種別で最も高い成長率を示している。インターネット広告媒体費は、2025 年も堅調に推移し、全体で同 9.7% 増の 3 兆 2,472 億円まで増加するとしている。広告業界では媒体の「紙」から「デジタル」への移行が顕著に表れている。また、インフレ下において企業はより需要が見込まれる消費者に訴える動きに向かいやすく、デジタル分野を収益の柱として事業を展開する同社には追い風になると弊社では考えている。

生成 AI 分野ではグループ会社である JAPAN AI が 2025 年 3 月期までに「JAPAN AI AGENT」「JAPAN AI CHAT」「JAPAN AI SPEECH」等、多くの製品をリリースしたが、同社製品群の向上とともに今後さらに開発と製品化を進める予定である。人員も現在の 100 人程度から 300 人程度に増強し、市場の急激な拡大を追い風に積極的な市場開拓を進める。売上収益は 2025 年 3 月期の 5 億円規模から 2026 年 3 月期は 20 億円規模へと大きく拡大する見込みだ。

ジーニー | 2025 年 6 月 25 日 (水)  
6562 東証グロース市場 | <https://geniee.co.jp/ir/>

今後の見通し

## 市場規模



出所：決算説明資料より掲載

## 中期経営計画

### 今後の中長期的な目標ラインと方針を示す

同社は2023年5月に3ヶ年(2024年3月期～2026年3月期)の中期経営計画「～First Magic 2025 Towards 2030 Vision～」を策定した。2030年までに同社のビジネスパーパス「誰もがマーケティングで成功できる世界を創る」を国内で実現するため、3つのフェーズを設定した。「Phase1」と位置付けている今回の中期経営計画では、新たな成長軌道を創るために、国内外のアドテクノロジー事業の再強化を行う。数値目標は2025年3月期決算発表において、2026年3月期業績予想として売上収益153億円、売上総利益118億円、営業利益27.5億円、親会社の所有者に帰属する当期利益19.6億円に設定した。2026年3月期の重点施策を着実に進め、計画の達成を目指す。

中期経営計画の全体方針に変更はないが、同社は今後の中長期的な目標ラインと方針を明らかにした。現状認識として、主力の広告プラットフォーム事業やマーケティングSaaS事業は、これまでの投資により一定の営業利益率を確保し、さらに上昇が可能な段階に入ったと判断している。一部領域での投資は継続しつつも、今後はシェア拡大と同時に事業効率化と収益性を高め、収益向上を図る。デジタルPR事業については製品の機能強化によるシェア拡大を目指しつつ、生成AIを活用して事業効率化を図る。JAPAN AIについては現在の投資終了後に再度連結子会社化する構想がある。なお、次期中長期目標(2027年3月期～2031年3月期)の営業利益のCAGR(年平均成長率)は35～40%に設定した。

## 中期経営計画

## 新中期経営計画の状況

|                      | 24/3 期<br>(実績) | 25/3 期<br>(実績) | (単位：億円) | 26/3 期<br>(計画) |
|----------------------|----------------|----------------|---------|----------------|
| 売上収益                 | 80             | 113            |         | 153            |
| 売上総利益                | 61             | 88             |         | 118            |
| 営業利益                 | 15             | 25             |         | 27             |
| 親会社の所有者に帰属する<br>当期利益 | 10             | 19             |         | 19             |

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 株主還元

### 「ジーニー・プレミアム優待倶楽部」による株主優待制度を実施

同社は設立以来、今後の事業展開と財務体質強化のために必要な内部留保の確保を優先しているため、配当を実施していない。株主への利益還元については、経営上の重要課題と設定しているが、収益力強化や事業基盤整備のための投資に充当することにより事業拡大を目指すことが、将来における安定的かつ継続的な利益還元につながると思っている。

配当以外の還元策として、自社株式の取得を 2021 年 8 月より 1 年間実施し 310 千株を取得したほか、2024 年 7 月にソフトバンク <9434> より 5,625 千株を取得した。また、2022 年 3 月より「ジーニー・プレミアム優待倶楽部」による株主優待制度を実施している。中長期的に保有する株主の拡大を図ることを目的として、2024 年以降は株主優待の進呈基準を変更し、毎年 3 月末日現在の同社株主名簿に記載または記録された 6 単元 (600 株) 以上保有の株主を対象に、保有株式数に応じた株主優待ポイントを進呈する。株主は貯めたポイントで、米やブランド牛などのこだわりグルメ、スイーツや飲料類、銘酒、家電製品など 5,000 種類以上の商品から選んで交換できる仕組みである。

#### 株主優待ポイント表

| 保有株式数       | 進呈ポイント数     |
|-------------|-------------|
| 600 株～999 株 | 5,000 ポイント  |
| 1,000 株以上   | 25,000 ポイント |

出所：プレスリリースよりフィスコ作成

#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp