



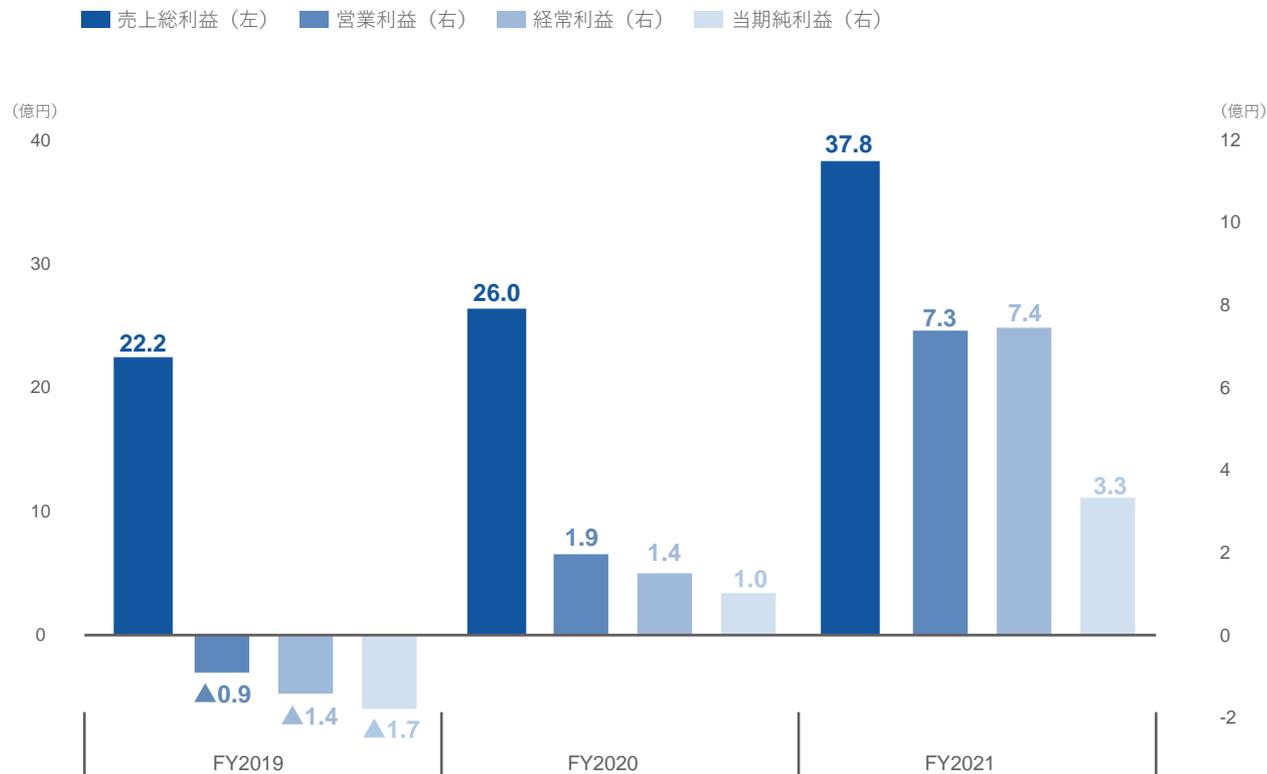
2022年3月期 決算説明資料

Mar. 12, 2022

売上総利益は国内企業屈指のYoY45%成長 営業利益7.3億円と過去最高益を大きく更新

- ▶ 広告PF事業はシェアを拡大、売上総利益がYoY32%と大きく増進
- ▶ マーケティングSaaS事業はリカーリング比率が68.9%と18.6ポイント上昇
- ▶ FY2022よりIFRS適用
- ▶ 広告PF事業の売上をネット計上に変更

各段階利益が 過去最高益を更新



IFRS適用の影響

国際的な比較可能性の向上および国際市場での資本調達や業務拡大を見据え、IFRS（国際財務報告基準）の適用を決定。

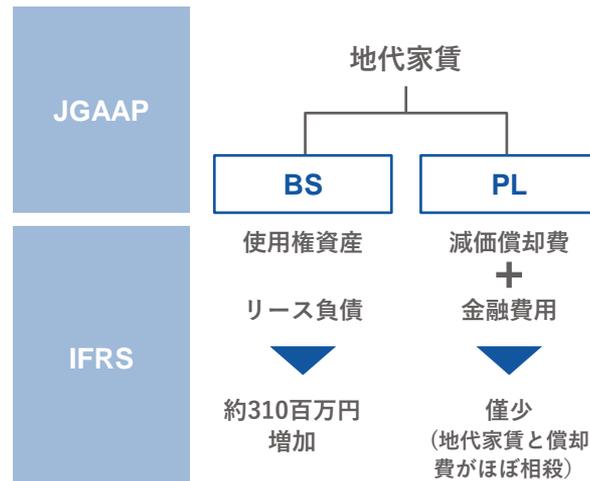
業績への主な影響

のれん償却費

M&Aの結果生じたのれん償却費が償却対象外（顧客資産などの無形資産は償却対象）

$$\begin{array}{rcccl} \text{IFRS} & = & \text{JGAAP} & + & 184\text{百万円} \\ \text{営業利益} & & \text{営業利益} & + & \text{のれん償却費} \end{array}$$

地代家賃



広告プラットフォーム 事業の売上を純額計上 に変更

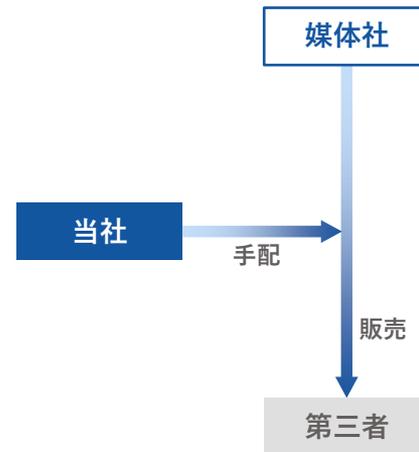
FY2021のブランド統合に伴う広告プラットフォーム事業の取引実態及び利用規約の変更により、FY2022より広告プラットフォーム事業の売上の純額計上に変更

FY2021までの取引スキーム



- 当社が広告掲載枠を仕入れ、第三者に対して広告掲載枠販売の履行責任を負担
- 媒体社から仕入れた広告掲載枠の在庫リスクを保有

FY2022以降の取引スキーム

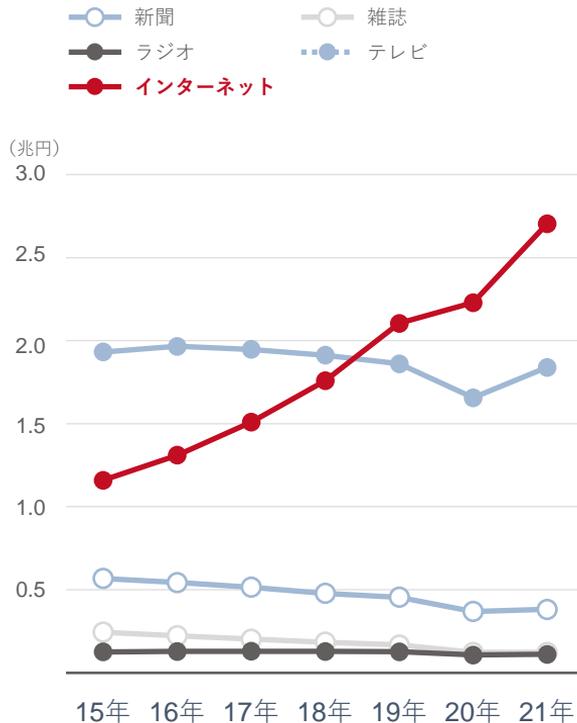


- 第三者が広告掲載枠を直接仕入れるため、当社は広告掲載枠販売の履行責任を負担せず
- 上記のため、当社は広告掲載枠の在庫リスクを保有せず

市場規模

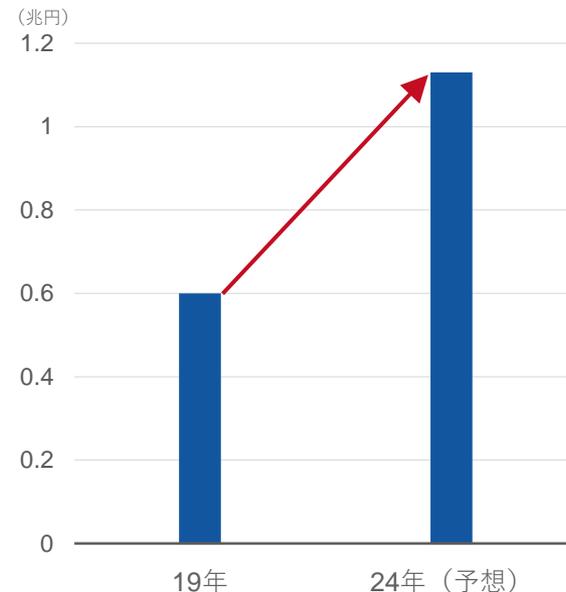
当社が事業展開するマーケティングテクノロジー業界（インターネット広告市場、SaaS市場）は、ネット環境の充実やDX市場の拡大により高成長をしている。

インターネット広告市場の推移



出所：電通「日本の広告費」

SaaS市場の推移



出所：富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場 2020年版」

市場規模

当社のサービスが提供可能なターゲット市場は、1兆円を上回り、潜在的な市場は約3兆円と推定される。

※1 広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業の合計。当社が想定する最大の市場規模を意味しており、当社が2020年度で営む事業に係る客観的な市場規模を算出する目的で算出されたものではありません。（株式会社電通・株式会社電通デジタル・株式会社サイバー・コミュニケーションズ・株式会社D2C調査による「2020年日本の広告費 インターネット広告媒体費詳細分析」における検索広告市場、SNS広告市場、ディスプレイ広告市場、アフィリエイト広告市場、DOOH広告配信プラットフォーム市場、その他周辺領域を参照）、ミック経済研究所「マーケティング市場の現状と展望2019年度版」におけるAdvertising & Promotion市場を参照）、（平成28年経済センサスー活動調査 企業等に関する集計 産業横断的集計）を基に当社作成。

※2 広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業の合計。広告プラットフォーム事業の潜在市場規模は、検索広告、SNS広告、ディスプレイ広告、アフィリエイト広告、DOOH広告、その他周辺領域におけるそれぞれの市場規模から、提供サービス領域ごとに対象となる顧客の業種や特性を勘案し、獲得しうるシェアの合計。（株式会社電通・株式会社電通デジタル・株式会社サイバー・コミュニケーションズ・株式会社D2C調査による「2020年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」、ミック経済研究所「マーケティング市場の現状と展望2019年度版」を基に当社作成。

マーケティングSaaS事業の潜在市場規模は、国内における当社グループの全潜在顧客において、各SaaSプロダクトが導入された場合の全潜在顧客による年間支出総額金。全潜在顧客は、企業を従業員数規模に応じて、最大規模、大規模、中規模、小規模、零細に区分。各事業規模の利用企業割合及び利用従業者数を想定し潜在顧客数を算出。平成28年経済センサスー活動調査 企業等に関する集計 産業横断的集計）を基に当社作成。

TAM : 2.8兆円

（広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業の合計）

当社が事業を展開する市場の規模※1

SAM : 1.2兆円

（広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業の合計）

当社のサービスが提供可能な市場の規模※2

SFA、CRM、MA、チャット、
サイト内検索
SSP、DSP、DMP、DOOH

直近で獲得可能な市場

現在のプロダクト・
サービスを強化した延長で
獲得できる市場

潜在的な市場

FY2021 決算サマリ

売上総利益は前年同期比**45.0%**増と大幅増加。全段階利益が前期を大きく上回り着地。

単位：百万円

	FY2020	FY2021	増減		FY2021 (予想)
			増減額	%	
売上高	14,061	14,459	—	—	13,425～13,739
(参考) 会計基準変更 影響額概算	—	1,362	—	—	—
(参考) 売上高・会計基準 変更影響を除く	14,061	15,821	1,760	+ 12.5%	—
売上総利益	2,608	3,783	1,174	+ 45.0%	—
営業利益	195	738	542	+ 277.5%	640～840
経常利益	149	746	597	+ 400.2%	620～820
親会社株主に帰属する 当期純利益	101	335	243	+ 230.2%	526～665
EBITDA	589	1,325	735	+ 124.8%	1,259～1,459

※1 当社グループは、第1四半期連結会計期間の期首より「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）等を適用しております。これにより、広告プラットフォーム事業及び海外事業の売上高の一部をネット計上に変更しております。そのため、連結売上高については、対前期連結累計期間との比較については記載しておりません。

セグメント別 ハイライト

広告プラットフォーム
事業

売上高

112.4億円

セグメント利益

17.2億円

参考 営業利益 11.1億円

- コロナ禍でも伸びているECサイトやオンラインサービスを中心に事業を拡大。
- 自社開発及び他社と連携し、3rd Party Cookieに依存しない共通IDを活用する広告配信の検証を開始。

マーケティング
SaaS事業

売上高

11.7億円

セグメント利益

1.2億円

参考 営業損失 3.3億円

- オンラインセミナーの開催やオンライン展示会などへの参加により、積極的にプロダクトの拡販を推進。
- 新商品「GENIEE DATA CONNECT」「GENIEE BI」の提供を開始。

海外事業

売上高

21.3億円

セグメント利益

1.6億円

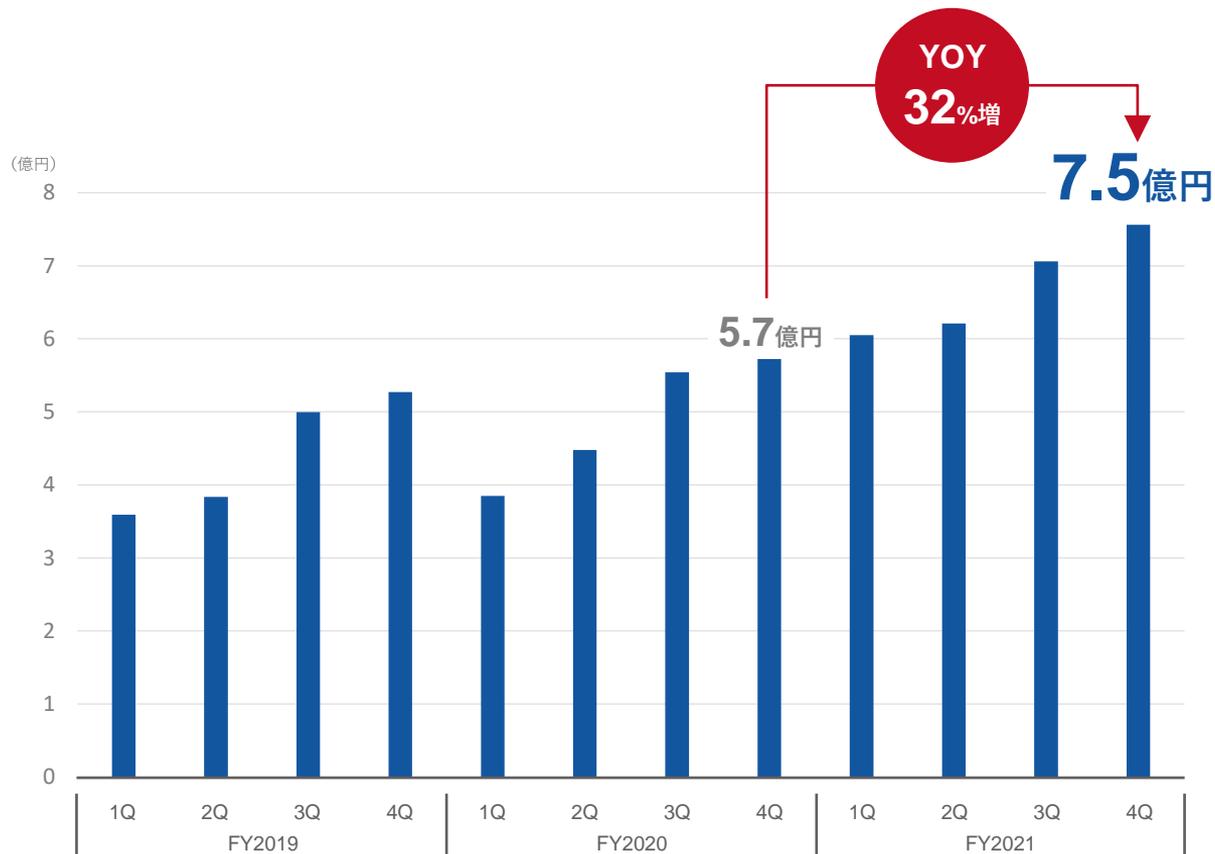
参考 営業利益 1.1億円

- リセラー及びパートナーシップにより成長。

広告プラットフォーム 事業 売上総利益推移

サプライサイド・デマンドサイド共にさらにシェアを拡大。

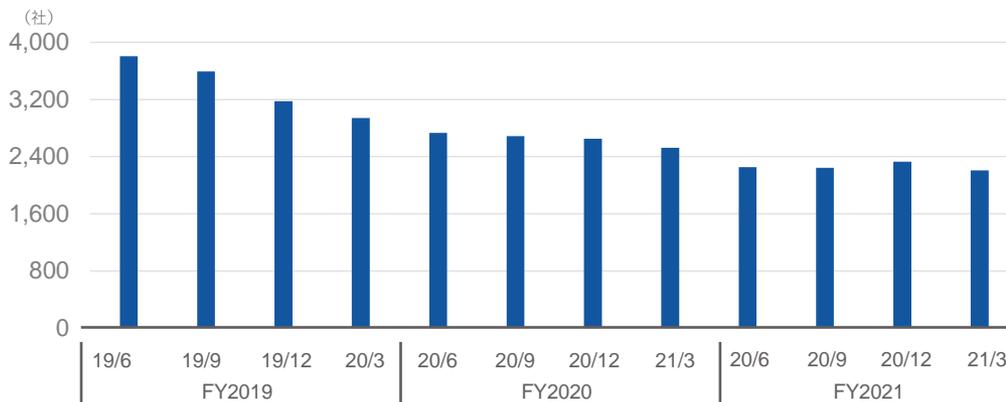
広告プラットフォーム事業の売上総利益は過去最高を更新。



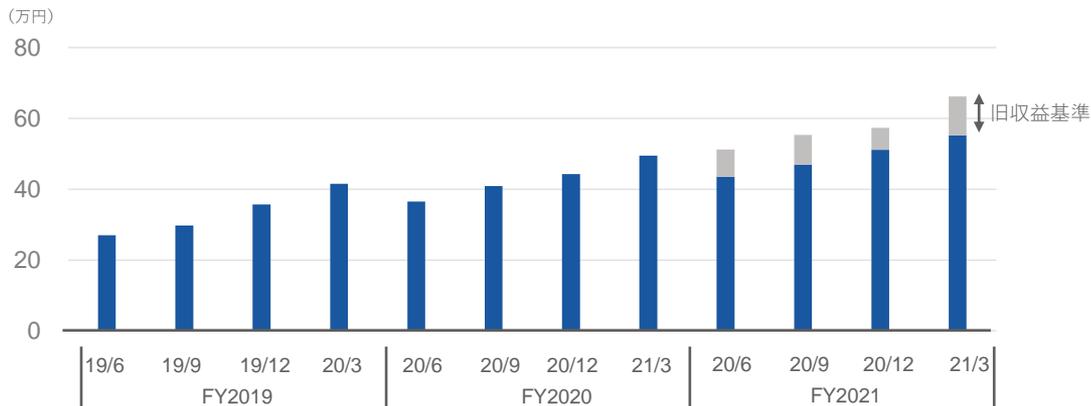
広告プラットフォーム 事業 KPI

引き続き、プロダクトの付加価値を
向上し、社数・社単の増加を目指す。

社数



社単



マーケティングSaaS 事業 ハイライト

売上高／前期比成長率

1,176百万円／**+72.4%**

リカーリング比率^(*1)／前期比成長率

68.9%／**+18.6**ポイント

売上総利益率

73.7%

ARR／前期比成長率

980百万円／**+35.0%**

セグメント利益

125百万円

ARPA

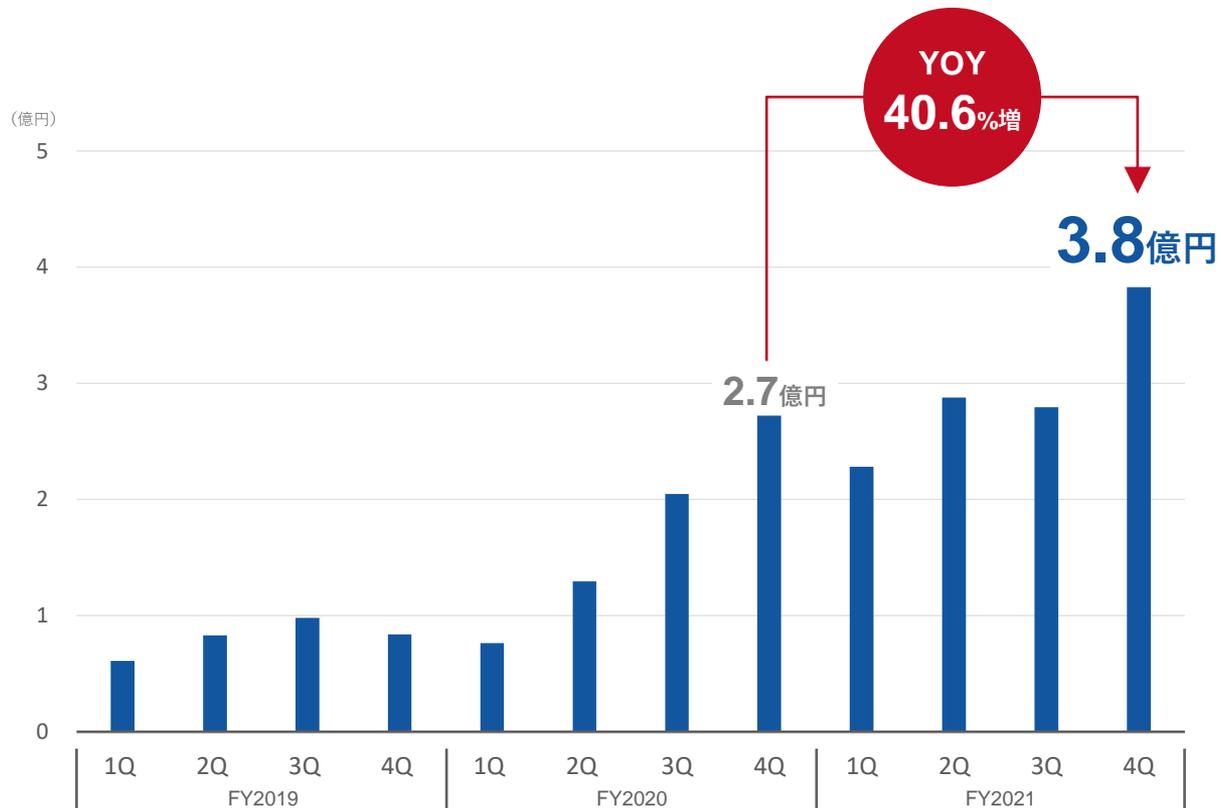
19,385円／**+19.5%**

(*1)期末から12か月遡った数値で算出。

マーケティングSaaS 事業 売上高推移

売上高はアカウント数が増加し前期比40.6%増加。

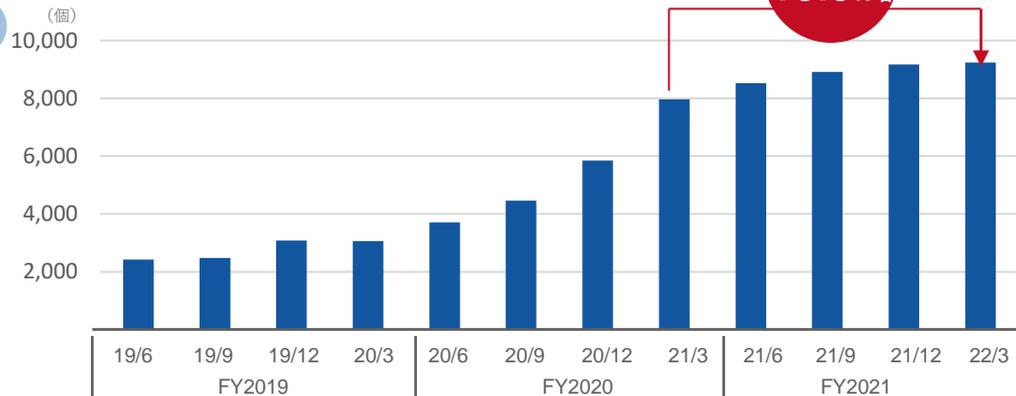
四半期ベースで売上高は過去最高を更新。



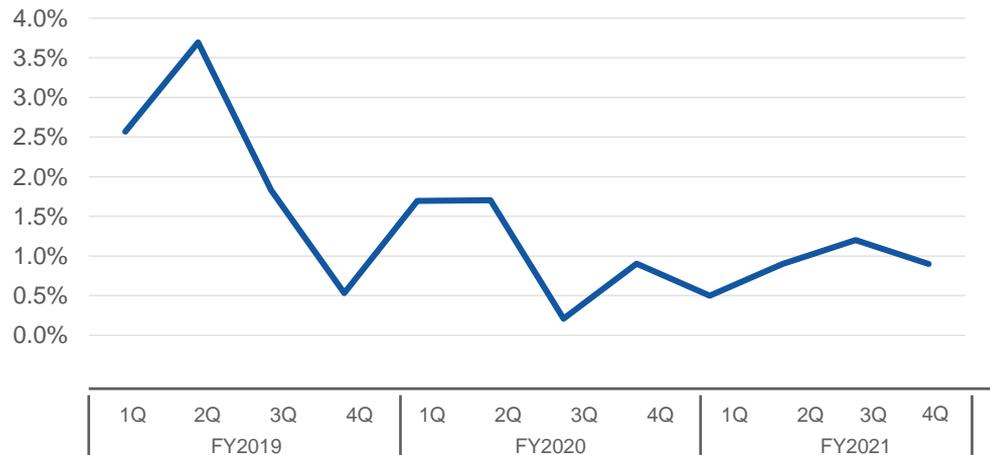
マーケティングSaaS 事業 KPI

SaaS製品の機能拡充と営業
チャンネル強化によるシェア拡大によ
り、有料アカウント数の増加を目指
す。また、プロダクト及びカスタ
マーサクセスの強化等により、さら
なる解約率の低下を目指す。

有料アカウント数



解約率

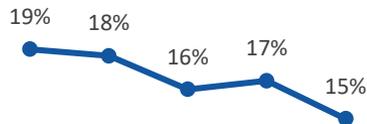


※ アカウントの3か月平均解約率

マーケティングSaaS 事業における販管費 の売上に対する比率

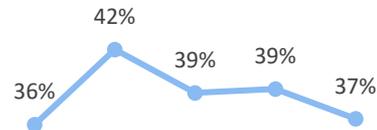
- ビジネスサイドのメンバーの増員によりFY2021にS&M比率は上昇するも、MRRの増加により徐々に減少
- R&Dに関しても、MRRの増加により徐々に減少

R&D^(*)(^{(*)2})



4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
FY2020			FY2021	

S&M^(*)(^{(*)3})



4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
FY2020			FY2021	

G&A^(*)(^{(*)4})



4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
FY2020			FY2021	

(*)1)四半期末から12か月遡った数値で算出。

(*)2)Research and Developmentの略称。研究開発に係るエンジニアの件数や関連経費等の合計。

(*)3)Sales and Marketingの略称。販売促進に係る広告宣伝費やセールス人員の件数や関連経費等の合計。

(*)4)General and Administrativeの略称。マーケティングSaaS事業が負担すべきコーポレート部門の件数や関連経費及び共通費等の合計。

今期は持続的な高成長を目指し、プロダクト投資を継続

- ▶ プロダクトの価値向上を最優先として、投資を継続
- ▶ グループ間のプロダクトのデータ連携を推進
- ▶ マーケティングSaaS事業では、広告等のマーケティング施策を強化
- ▶ パーパスの実現のためのM&Aを今期も実行

FY2022 通期業績予想

売上収益はYoY27%~36%、売上総利益はYoY37%~45%の増加で高成長を維持。

広告PF事業については、引き続き収益を拡大し、全体業績を牽引。

マーケティングSaaS事業については、プロダクト競争力を高めるために開発投資を継続するとともに、ビジネスサイドの増員や広告宣伝費の投下によりMRRの増進を目指す。

(単位：百万円)

	FY2021 (日本基準)		FY2022 予想 (IFRS)
売上収益	(グロス) 14,459	(ネット) 4,886	6,200-6,600
広告PF事業	(グロス) 11,246	(ネット) 3,312	3,900-4,000
マーケティングSaaS事業	1,176	1,176	1,900-2,150
海外事業	2,131	398	400-450
売上総利益	3,783	3,783	5,200-5,500
セグメント利益	738	738	1,000-1,200
広告PF事業	1,727	1,727	2,250-2,300
マーケティングSaaS事業	125	125	200-300
海外事業	163	163	150-200
(全社・消去等)	△1,278	△1,278	△1,600
営業利益	738	738	1,000-1,200
広告PF事業	1,117	1,117	1,360-1,450
マーケティングSaaS事業	△335	△335	△400-△300
海外事業	115	115	100-110
(調整額)	△159	△159	△60
税引前利益			900-1,100
親会社の所有者に帰属する当期利益			600-800

* FY2022 (予想) 基本的1株当たり当期利益 34.02円~45.36円

FY2022 四半期毎業績予想

売上収益及び営業利益は今期も大きく増進。

収益に季節性があり、3Q・4Qの繁忙期に収益が拡大する計画。

