



2023年5月11日

各 位

会社名 株式会社 ジーニー
代表者名 代表取締役社長 工藤 智昭
(コード番号：6562 東証グロース)
問合せ先 上級執行役員(CFO)兼 菊川 淳
投資戦略部部長
(TEL. 03-5909-8177)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2023年度から2025年度までの3カ年を対象とした中期経営計画「～First Magic 2025 Towards 2030 Vision～」を策定しましたので、お知らせいたします。

記

当社は、「誰もがマーケティングで成功できる世界を創る」、「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」という2つのパーパス（企業の存在意義）を実現するために、当社グループを長期に渡って高成長させることを目指しており、設立当初より長期視点に基づき経営してまいりました。

今回、この長期視点に基づき中期経営計画「～First Magic 2025 Towards 2030 Vision～」を策定致しました。本中期計画では、新たな成長軌道を創るための「Phase 1」として、ユニークで圧倒的な顧客価値を創造するために、組織文化の向上、ケイパビリティの強化、生産性の維持・向上、プラットフォームの拡充、技術革新、競争優位性の獲得を実施するとともに、継続的成長投資を図り、更なる企業価値向上を図って参ります。

詳細につきましては、添付資料をご参照下さい。

添付資料：中期経営計画「～First Magic 2025 Towards 2030 Vision～」

以 上



中期経営計画

～ First Magic 2025 Towards 2030 Vision ～

May 11th, 2023

1. 事業概要
2. 中期経営計画・全社方針
3. 中期経営計画・経営基盤強化



Business Purpose

ジーニーのプロダクトやサービスが実現する世界観

誰もがマーケティングで成功できる世界を創る

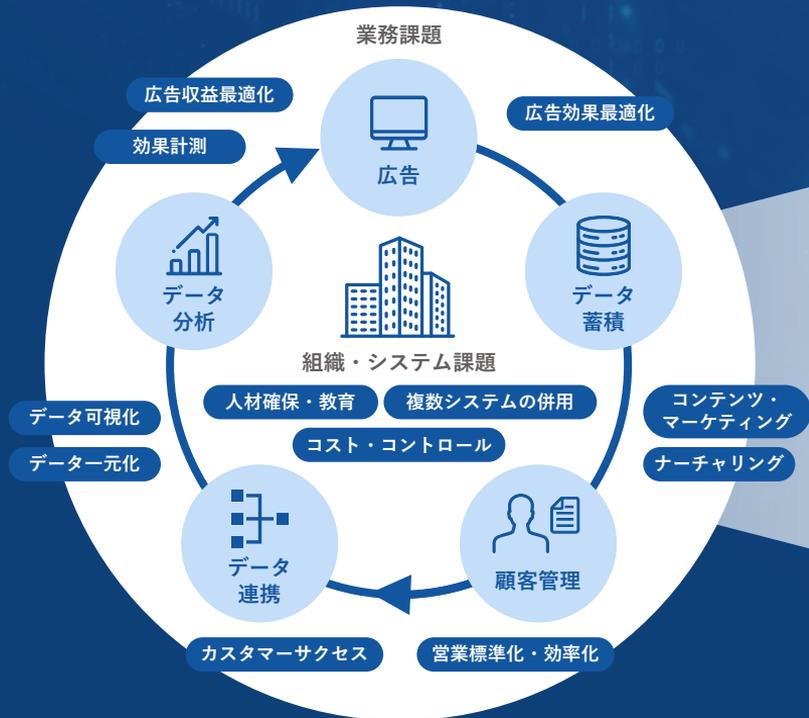
Corporate Purpose

組織の長期目標・存在意義

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

ジーニーグループが目指す姿

- ジーニーグループは、複雑化・高度化するマーケティング課題の解決を総合的にご支援
- 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す



GENIEE

- ・ ワンストッププラットフォーム
- ・ 多様なプロダクト領域

誰もがマーケティングで成功できる世界

- ・ 高いコスト・パフォーマンス
- ・ 業務の自動化・効率化

会社概要

社名 株式会社ジーニー (Geniee, Inc.)

従業員数 592名 (連結、2023/3末現在)

事業内容 広告プラットフォーム事業
マーケティングSaaS事業
海外事業

設立年月日 2010年4月14日

所在地 東京都新宿区西新宿6-8-1
住友不動産新宿オークタワー6階

資本金 1,549百万円

代表者 代表取締役社長 工藤 智昭

決算期 3月

役員 取締役
川崎俊介
町田 紘一 (社外)

取締役・監査等委員
鳥谷 克幸 (常勤・社外)
轟 幸夫 (社外)
佐々木 義孝 (社外)

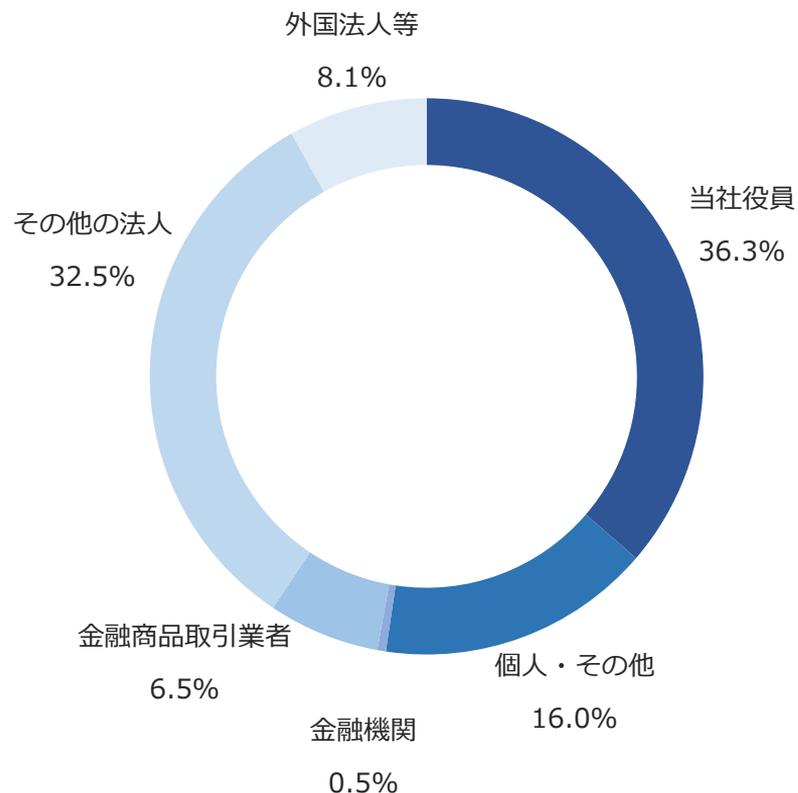
グループ会社 ビジネスサーチテクノロジー株式会社
株式会社REACT
CATS株式会社
Hypersonic株式会社
Zelto, Inc.
Geniee International Pte., Ltd.
Geniee Vietnam Co., Ltd.
PT. Geniee Technology Indonesia
Geniee Adtechnology (Thailand) Co., Ltd.
PT. Adstars Media Pariwara

株主の状況（2023/3末現在）

大株主の状況

株主名	所有株式数 (株)	持株比率 (%)
工藤 智昭（当社代表取締役社長）	6,544,400	36.26
ソフトバンク株式会社	5,625,000	31.16
ナイス・サティスファイ	402,000	2.22
株式会社SBI証券	395,678	2.19
吉村 卓也	385,300	2.13
岡三証券会社	311,000	1.72
株式会社ジーニー	310,676	1.72
MSIP CLIENT SECURITIES	241,200	1.33
ゴールドマンサックス インターナショナル	237,200	1.31
廣瀬 寛	226,500	1.25

株主構成



トピックス

ZELTO社の子会社化

ZELTO社との技術・知見共有によるシナジー効果により、全世界のメディアに対して高品質・最先端サービスの提供を行う。

会社概要

- 社名 Zelto, Inc.
- 代表者 Ankit Oberoi (CEO)
- 本社 米国 デラウェア州
- 設立 2014年8月4日
- 資本金 2,656千米ドル (345百万円)
- 海外拠点 インド
- 事業内容 メディア向け広告プラットフォーム

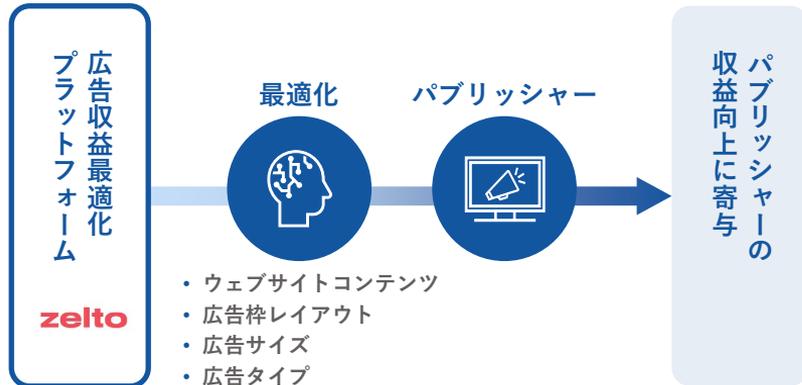


- ・ Inc.5000 「米国で最も急速成長している民間企業ランキング」 154位 (2020年)
- ・ Financial Times 「米国で最も急成長している民間企業リスト」 19位 (2021年)、33位 (2022年)

事業概要

2014年米国にて創業。欧米・APACエリアで事業展開しており、APACエリアの広告収益最適化領域におけるマーケットリーダーの地位を確立。

- ・ Google Certified Publishing Partner (GCPP)
- ・ Microsoft Acceleratorに参画



業績推移

(千米ドル)	20/12	21/12	22/12
連結売上高	4,444	9,624	9,835
連結売上総利益	7,921	16,350	8,462
連結営業利益	2,540	5,958	4,544

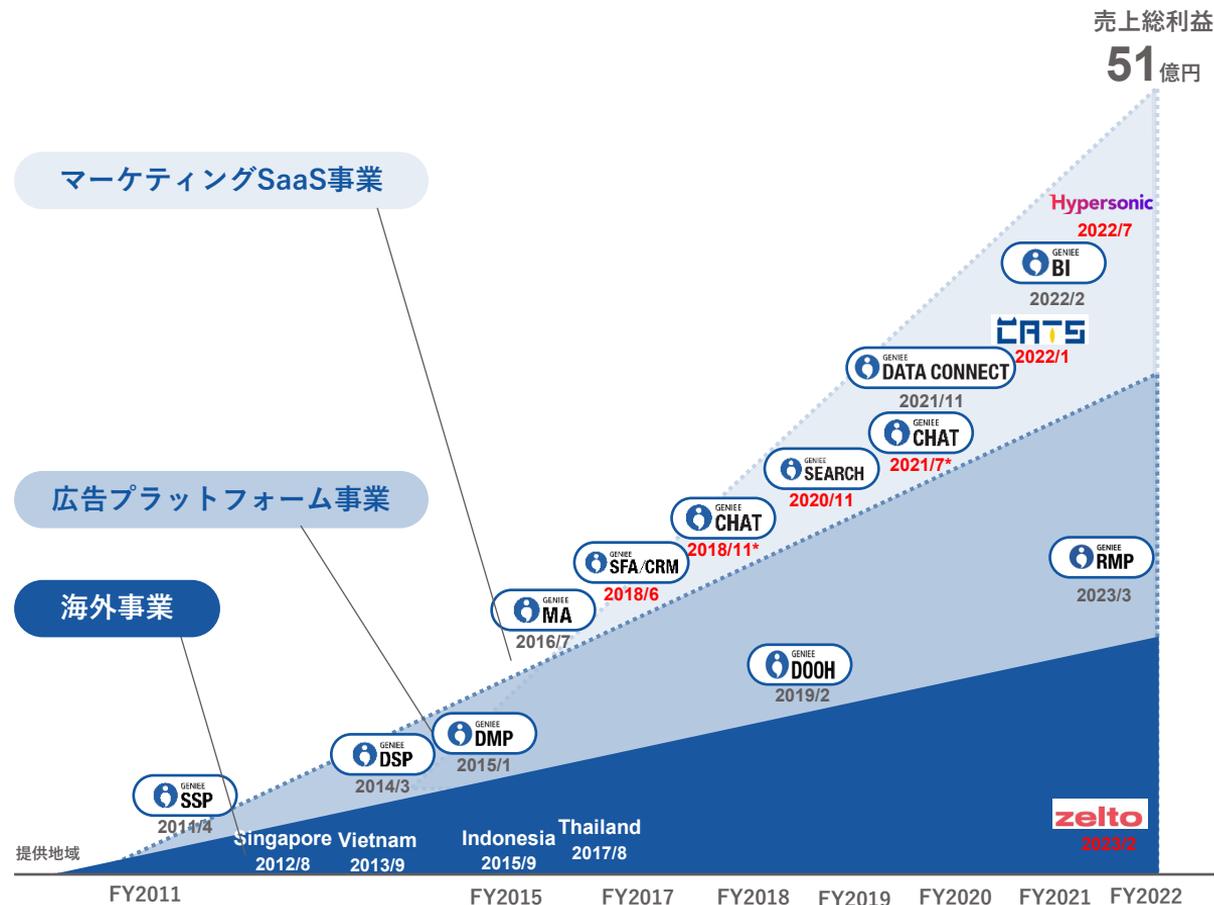
業績予測

(千米ドル)	24/03	25/03	26/03
連結売上高	9,337	12,956	20,221
連結売上総利益	7,511	10,736	17,324
連結営業利益	4,009	6,507	11,876

事業ポートフォリオと 連結売上総利益推移

2016年度に、主力事業「GENIEE SSP」が国内トップクラスの規模へ。2016年からは、SaaSプロダクトの提供を開始し、M&Aも実施しながら事業を拡大。

海外事業は2012年から事業を拡大し、2023年にZELTOを買収し、海外売上割合が大きく向上。

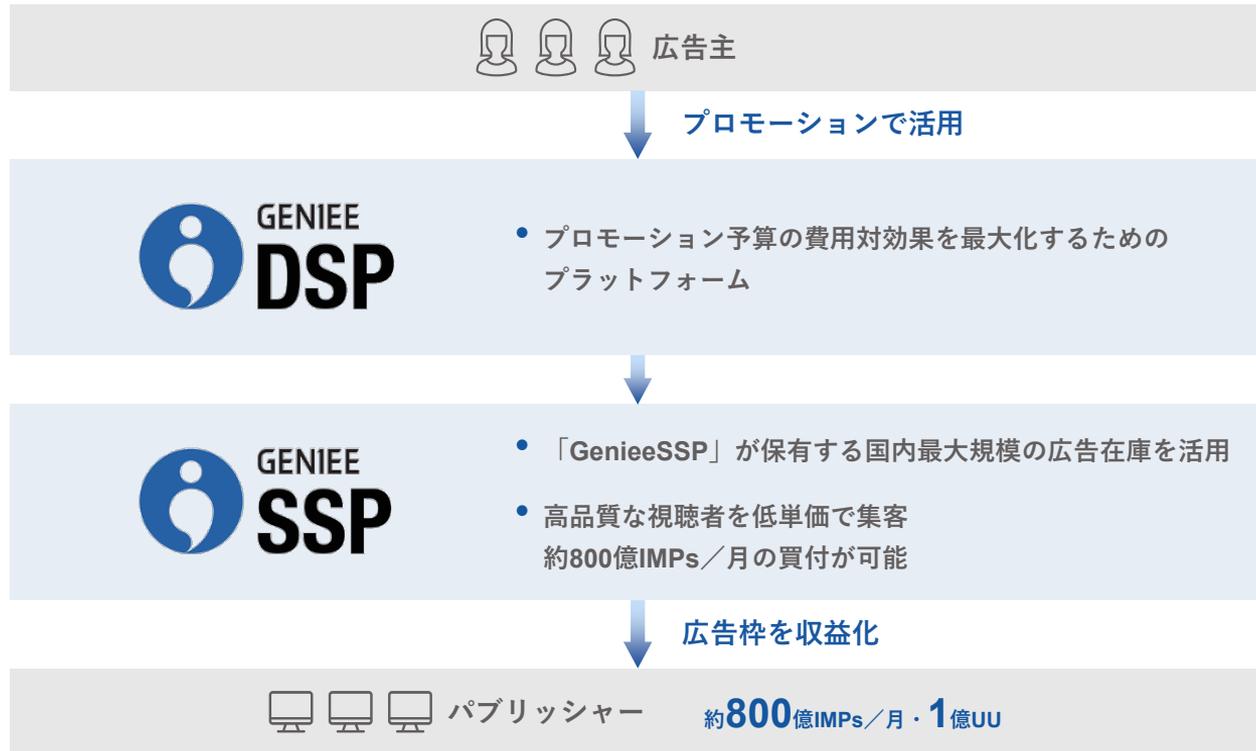


※ 赤字がM&Aで取得したもの。なお、GENIEE CHATの1回目の取得事業は旧Chamoで2回目は旧Engagebot。現在はCHATにブランド統合

広告プラットフォーム 事業

GENIEE Ads Platform

パーソナライズされた広告を表示する技術
メディアには高収益を、広告主には高い費用対効果を提供

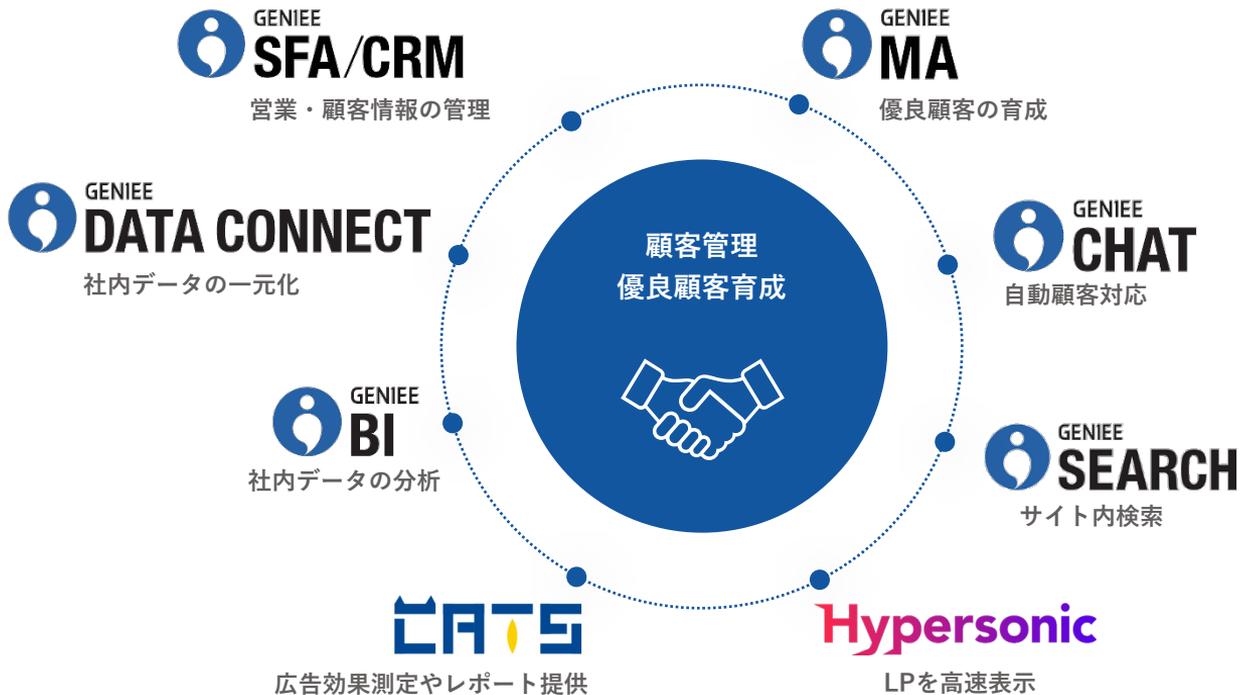


マーケティングSaaS 事業

GENIEE

Marketing Cloud

集客から販促、受注までを通貫して実行・管理できる唯一の国産セールス&マーケティングプラットフォーム



全社業績推移 業績推移

FY2022は当初より一般投資先で保有していたZELTOを買収し、段階取得による差益を計上し、プライム市場変更に必要な利益水準の確保に大きく貢献。

また、一過性損益を除いた調整後営業利益も41%増と着実に成長。

	FY2020 (IFRS* ₁)	FY2021 (IFRS* ₂)	FY2022 (IFRS)
売上収益*	33.8億円	48.2億円	64.5億円
売上総利益	26.0億円	+44% → 37.4億円	+37% → 51.4億円
営業利益	2.4億円	+141% → 5.8億円	+317% → 24.5億円
(一過性損益)	-	(▲2.0億円) ・ソフトウェア減損▲2.0億円	(+13.3億円) ・ソフトウェア除却損▲2.8億円 ・段階取得による差益+16.2億円
(調整後営業利益)	(2.4億円)	+229% → (7.9億円)	+41% → (11.1億円)
親会社に帰属する当期純利益	1.9億円	5.0億円	21.1億円

*1 FY2020はIFRSベースに修正するとともに、売上収益をネット計上したものの

*2 FY2021までは広告プラットフォーム事業の売上収益はグロス計上であるため、FY2022に合わせて売上収益をネット計上したものの

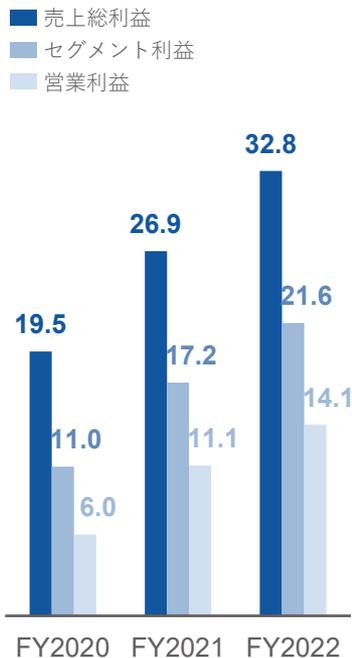
セグメント別 業績推移

広告プラットフォーム事業は、好調に高い成長率で推移。

マーケティングSaaS事業はFY22は改めて売上の成長にフォーカスし広告投資を実施した。今後赤字は縮小させていく。海外事業はアプリ領域の増進により大きく業績拡大。

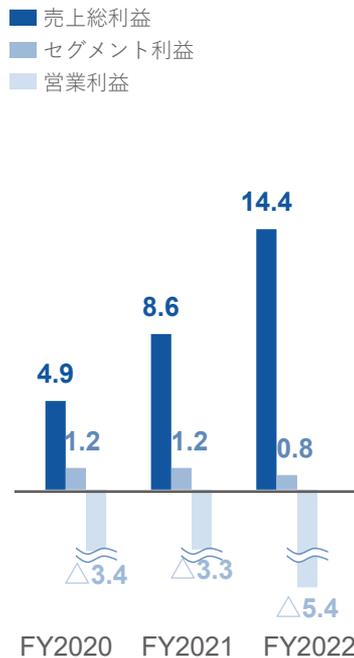
広告PF事業

(億円)



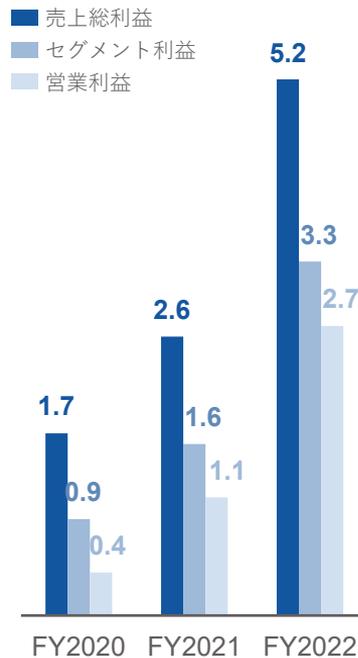
マーケティングSaaS事業

(億円)



海外事業

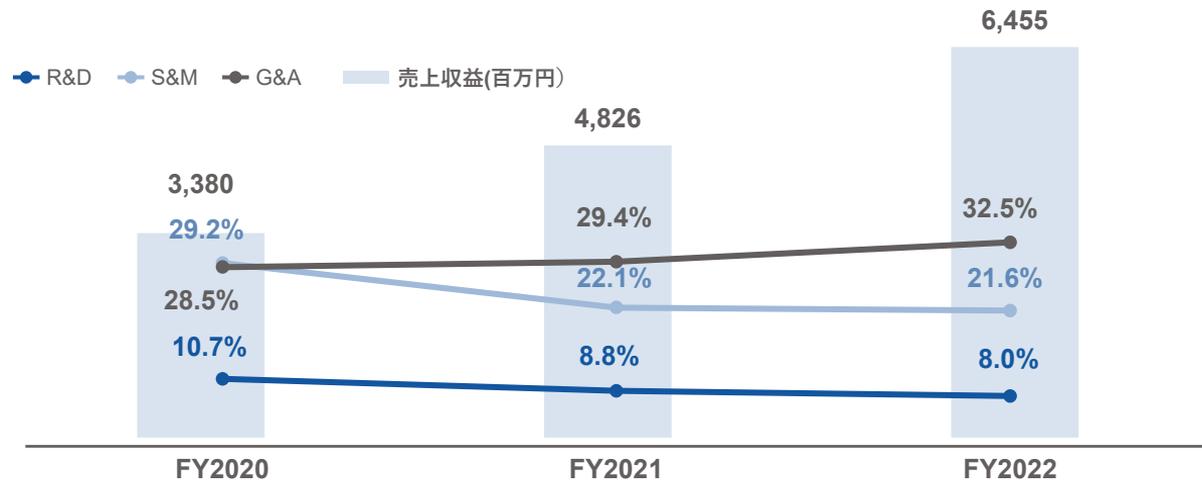
(億円)



売上販管費比率の推移 費用種類別 (連結ベース)

2021年3月期～2023年3月期に渡り、売上収益が大きく増加しているため、R&D費率、S&M費率は逡減しているものの、G&A比率は増加。

これは、コーポレート機能の強化のため経営幹部人材の採用に加え、従業員増員による増床、コロナ緩和による管理コストの増加、ディール検討等の専門家費用の増加によるもの。



主要項目推移

R&D ^{*1}	<ul style="list-style-type: none"> 当社本体及び海外子会社のR&Dは3.3～3.6億程度で推移。 FY2021はBSTで0.9億、FY2022はBSTで1.2億、CATSで0.3億増加。
S&M ^{*2}	<ul style="list-style-type: none"> 人件費はFY2020に8.8億、FY2022に11.2億まで増加。 マーケティング費用はFY2020～21は1億程度、FY2022は2.6億まで拡大。
G&A ^{*3}	<ul style="list-style-type: none"> コーポレート人件費はFY2020の1.8億から年間2億程度増加。採用費も増加。 増床やリースによりFY2021, FY2022でそれぞれ年間1億づつ増加。 コロナ緩和により、FY2022の旅費交通費、福利厚生費等合計1億増加。 M&A案件検討等により弁護士費用、監査費用等の専門家費用が0.5億増加。

(*1)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。

(*2)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。

(*3)General and Administrativeの略称。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(その他費用・その他収益は除く)。

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約3兆円であり、潜在的な市場は約5兆円と推定される。

※1 広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業及び海外事業(SSP)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2023年度で営む事業に係る客観的な市場規模を示す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「マーテック市場の現状と展望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-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事業及び海外事業(SSP)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「マーテック市場の現状と展望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-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 : 5.2兆円

(広告プラットフォーム事業とマーケティングSaaS事業、海外事業の合計)

当社が事業を展開する市場の規模※1

SAM : 2.9兆円

(広告プラットフォーム事業、マーケティングSaaS事業、海外事業の合計)

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

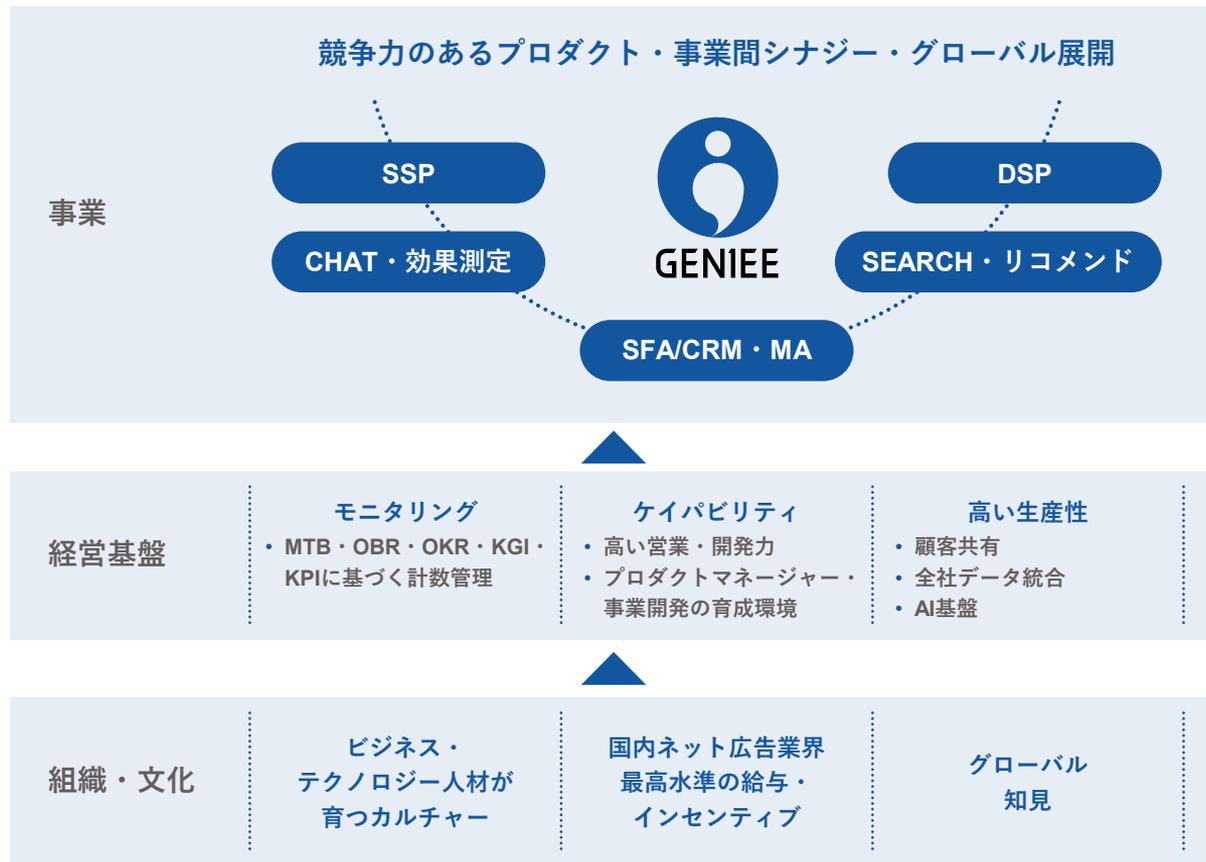
直近で獲得可能な市場

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

ジーニーの競争優位性

組織・文化と経営基盤を背景に、各事業レイヤーにおいて、スピード感のあるプロダクト開発による顧客価値の向上、同質的な顧客層を活用したクロスセル、及びグループ連携によるグローバル展開ができる体制を構築。



ジーニーグループのユニークなポジショニング

外資系大手企業、ネット広告大手企業、単一プロダクト企業と一線を画した唯一のポジショニングを構築。

ジーニーはリーマンショック後の不況期に誕生。設立当初からあるお客様の成果や費用対効果へのこだわりが、日本とアジアの顧客に受け入れられ、景気動向に関わらず、継続的に高成長を実現。

マーケティングという、外資IT企業も含めた多数のプレイヤーがいる市場環境で、独自のビジョンに基づき自社のポジショニングと顧客価値を継続的に向上。

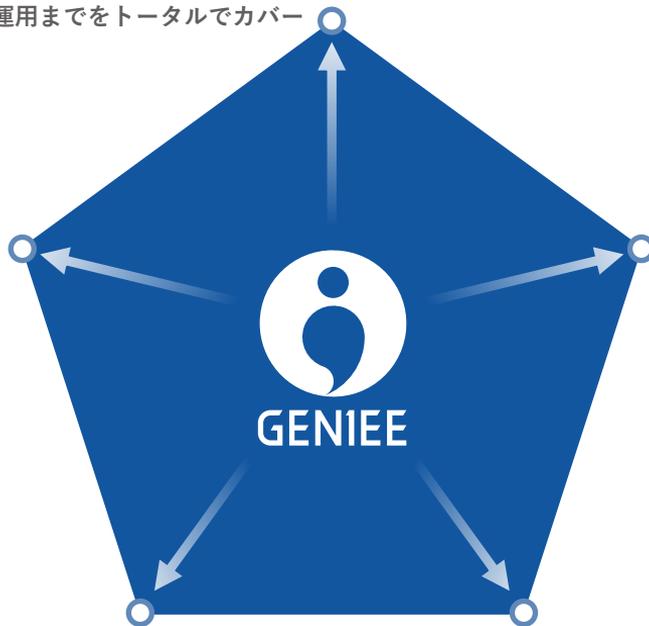
ソフトウェア&プロフェッショナルサービス
課題に応じたソリューション選定から、プロダクトの導入・運用までをトータルでカバー

顧客の費用対効果を重視
低コストで最大のビジネス成果を顧客に提供

総合プロダクトカンパニー
マーケティング課題を解決する豊富なプロダクトラインナップ

オーガニック成長×M&A
既存事業のオーガニック成長を加速させるM&Aの積極的実行

グローバルな事業活動
地域性を考慮したグローバル展開
グローバルの経営ノウハウを国内展開も



PMIの事例

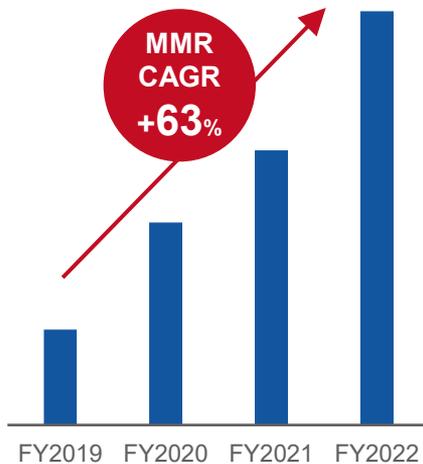
SaaS事業の主要プロダクトである
GENIEE CHATおよびGENIEE
SFA/CRMのMMRは、グループジョ
イン以降高い成長率を継続。

買収DD直後から、利益責任を負う
事業責任者がPMIに参画し、買収計
画策定やビジネスデューデリジェ
ンスに積極的に関与することにより高
いPMI成果を実現。

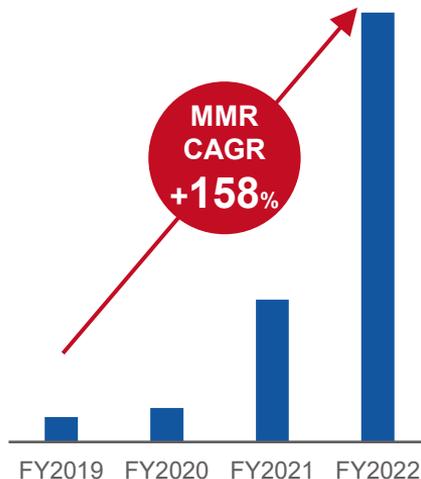
SaaSの経営知見を投入し、経営手
法とプロダクトのポジショニングの
見直しを図り、膨大なエンジニア及
びマーケティングリソースを投入し、
買収後の企業価値を再現性高く向上。



FY2018に買収。買収当初は最小限の機能であったが、
多機能かつ高機能の外資系競合企業をベンチマークに機
能追加を拡充。提供機能の拡充によるクライアント規模
が拡大。



FY2018に買収。買収後、競合他社機能をベンチマーク
し、EFO等の新機能を追加開発。FY2021に買収した
REACTとのクロスセル体制を構築し、グループ全体でプ
ロダクトの増販体制を積極的にサポート。



* 各年度の3月末時点のMRRを表示

トピックス AI新会社の設立

野心的で革新的なビジョンと最新の技術力を持つ新会社「JAPAN AI」を設立し、AIを活用した企業の成長や産業の活性化に貢献。

AIを活用した事業成長と、ジェニーのAIの競争力の向上の両方を担う。

事業概要



企業へのAIの提供・
コンサルティング



GPT／大規模言語モデルを
活用したプロダクト開発



AIを活用した
新たなプロダクトや機能を
継続リリース予定

提供サービス例

2023年
4月
提供開始

社内AIアシスタントサービス 「JAPAN AI ChatTM」

高度なセキュリティを搭載しつつ、誰でも簡単に使える応答精度の高い社内AIアシスタントサービス。OpenAI社が提供する最新バージョンのAPIを搭載し、従業員の業務効率化や生産性向上を実現。

特長①



個社ごとのプロンプト支援
による応答精度の向上

特長②



安全性の確保と管理者機能
による利用モニタリング

1. 事業概要
2. 中期経営計画・方針
3. 中期経営計画・経営基盤強化



パーパスを実現し、長期間に渡って高成長を持続させる ～ First Magic 2025 Towards 2030 Vision ～

ジーニーは、「誰もがマーケティングで成功できる世界を創る」を実現するために、ジーニーグループを長期間に渡って高成長をさせることを目指しており、設立当初より長期視点に基づき経営。

ユニークで圧倒的な顧客価値を創造するために、組織文化の向上、ケイパビリティの強化、生産性の維持・向上、プラットフォームの拡充、技術革新、競争優位性の獲得を継続的に実施。

FY30までの期間は、3つの期間に分割し、最初のフェーズで改めて国内外の広告テクノロジー事業を強化。



FY2022の実績

3Q決算公表時に業績予想の着地見込を上方修正したものの、4Qの広告収益単価の下落を読み切れていなかったため、着地見込を右記の通り修正。売上総利益に関しては未達で着地したが、営業利益は当初計画の中央時以上で着地。

なお、ZELTOの既存持分の時価評価益と除却損等により、2023年3月31日公表の通期連結業績予想との比較では、想定通りの着地。

	FY2022 (上方修正着地見込)	FY2022 (最終着地見込)	FY2022 (実績)
売上収益	64.0 ~ 68.0億円	64.0億円	64.5億円
売上総利益	52.5 ~ 55.5億円	51.0億円	51.4億円
営業利益	10.5 ~ 12.5億円	24.0億円	24.5億円
(一過性損益)	-	-	(+13.3億円) ・ソフトウェア除却損▲2.8億円 ・段階取得による差益+16.2億円
(調整後営業利益)	(10.5 ~ 12.5億円)	(11.1 ~ 11.4億円)	(11.1億円)
親会社に帰属する当期純利益	7.5 ~ 10.0億円	20.0億円	21.1億円

FY2022の振り返り

定量面については、4Q業績の減退があったものの、売上総利益除き全ての段階利益を達成。

定性面については、リテールメディアプラットフォームをローンチ、北米進出、SaaSの高成長が続いたものの、タクシー広告の効果は限定的。コーポレートサイドは、OKR導入と人事制度改定、IFRSを導入。

市況要因含め業績の一部未達を重要課題として認識したため、14期以降にOKR管理/KPI管理を更に強化し業績達成力を向上させる。

定量面

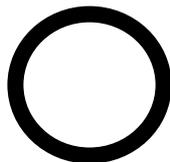
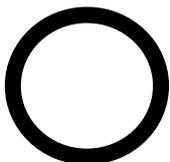
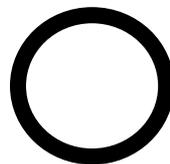
サービスの拡充

定性面

成長スピード

経営管理

評価



内容

- 全体としては、売上総利益を除き全て達成
- 広告プラットフォーム事業、海外事業は1Q~2Qは好調な滑り出しで過去最高益を大きく更新する業績を出すも、4Qにかけて国内外の広告収益単価がやや減退
- 広告プラットフォーム事業では、GENIEE Auto Adsの開発、RMP事業、及びDOOHの連携先の開拓等により、サービスラインナップを拡充。
- マーケティングSaaS事業は、CATS及びHypersonicのサービス開始。
- 海外事業では、ZELTO買収による北米、APACのSSP領域を拡大。
- 広告プラットフォーム事業、海外事業のリセッションにより広告収益単価が下がることで、4Qに事業減退あり
- マーケティングSaaS事業は、エンタープライズ顧客へのシフトによりアカウント数の増進に寄与するも、タクシー広告によるSFA/CRMのリード獲得の増進は限定的。
- OKRによる目標設定・管理手法を導入し、チームや個人の評価と連動
- 各事業におけるKPI開示やIFRS導入により国際的にベンチマークしやすい基準へ
- セグメント別、プロダクト別の週次ベースのKPI、KGI管理による目標GAPの把握し、更に達成力を向上させる

計画の前提

FY2023においては、米国のリセッションによる広告収益の減退を背景にコスト削減による利益体質を強化。

回復期となるFY2025以降については、成長投資を再開するとともに、プライム市場変更後は、既存事業とシナジーのあるM&Aを積極的に実施していく。

外部環境



- FY2023においては、金利上昇に伴う先進主要国のリセッションによる広告需要の減退の影響を想定
- FY2025は米国の金利低下に伴うリセッションが、回復基調へ

投資の考え方



- 競争力源泉となる新規技術領域や競争優位性を確保するために必要な開発投資に関しては引き続き継続
- 他方、プライム市場変更のタイミングまでは、当社グループの管理体制に大きな影響を与える大規模なM&Aは実施せず

新中期経営計画 全体方針

短期的なリセッションが見込まれるものの、次の好況に向けて、国内外のアドテクノロジー事業の再グロースさせるとともに、マーケティングSaaS領域では、強力な販売パートナーの開拓とエンタープライズ領域での更なるシェア拡大を見込む。

高い費用対効果を実現し、好況でない時期でも顧客に高いメリットを実現していく。

また、グローバル水準のコーポレート体制構築、AIの活用とビジネス推進を優先度高く推進し、革新的なビジネスを提供していく。

国内

海外

事業戦略

広告PF事業

SSP
領域

更なるグロース

- 未攻略領域・エンタープライズ領域のシェア拡大

DSP
領域

新プロダクト、 既存領域のシェア拡大

- RMPの拡大
- パフォーマンス領域のシェア拡大

マーケティング SaaS事業

エンタープライズ 領域の拡大

- ROIの高いマーケティング施策に注力
- 大型代理店強化

新規
事業

AI事業の子会社設立、マーケティング領域での協業

- Chat GPTを活用した業務効率化支援
- AIを活用した自社プロダクトの更なる改善

国内サプライ・海外サプライの協業

- ZELTOプロダクトの国内外での代理販売
- リソース・経営機能のグローバルな連携

経営基盤強化

サステナビリティ

- 女性社員比率向上
- 外国人比率向上

生産性

- 売上総利益/従業員
- CHAT GPTを活用したコーポレート業務効率化

モニタリング体制 及びガバナンス強化

- 各KPI指標の週次管理
- OKRによる目標管理
- プライム市場変更に向けた管理体制強化

新中期経営計画 数値目標

米国のリセッションの影響を考慮し、FY2023については、国内外のサプライサイドのビジネスは現実的な計画とした。

FY23は、国内海外のアドテックビジネスの再強化、グローバル水準のコーポレート体制構築、AIの活用とビジネス推進を優先度高く推進。

FY2025は、オーガニックでの達成を目指しつつ、協業・M&Aあらゆる選択肢を活用していく。

	FY2023 (計画)	FY2025 (計画)
売上収益	96 億円	162 ~ 202 億円
売上総利益	78 億円	132 ~ 164 億円
営業利益	20 億円	45 ~ 55 億円
親会社に帰属する 当期純利益	15 億円	30 ~ 37 億円

()為替レートはFY2023は1\$=131.18円、FY2025は1\$=124.50円を想定。

継続的成長投資

FY23では20億円の営業利益を予想しており、Zelto社買収に係る借入は、営業キャッシュフローを第一優先順位の返済原資として想定。

資金調達コスト抑制しつつ、主に営業キャッシュフローを確保し、安定的なキャッシュポジションを確保。

他方、投資においては、オーガニック成長を重視しつつ、事業投資・M&Aを推進していく。

Cash In

営業キャッシュフロー

徹底した経営管理により営業キャッシュフローを確保

有利子負債

当社の財務管理規律に従い、運転資金及び投資資金を調達

エクイティ・ファイナンス

株価水準、市場環境、財務体質、及びプライム市場への移行確度等総合的な観点から検討

Cash Out

事業投資

既存事業の人員採用、リサーチ、マーケティング、及びプロダクト機能開発等へのオーガニック成長に対する投資

M&A

技術、ノウハウ、顧客基盤の共有等のシナジー効果の高い事業に対する買収

自己株式取得

今後の投資余力、株価水準、市場環境及び財務状況の見通し等を勘案し機動的に実施

優先度

1

2

3

1. 事業概要
2. 中期経営計画・方針
3. 中期経営計画・経営基盤強化



連結従業員推移

新卒採用は継続的に60~70名規模の採用を推進し、中途採用は社内採用体制強化やRPO、リファラル採用の強化等を推進。

女性比率は、昨年度28%から30%に上昇しており、特に親会社における新卒採用の女性比率が14.89%から32.26%に増加。

ZELTO社の買収により、外国人比率も42%に増加し、グループ間の人員交流も活発化。

	2021年3月末	2022年3月末	2023年3月末
連結従業員数	307人 (364人)	380人 (443人)	592人 (666人)
(コーポレート)	51人 (57人)	67人 (79人)	126人 (150人)
(ビジネス)	158人 (172人)	190人 (198人)	262人 (276人)
(エンジニア)	98人 (135人)	123人 (166人)	204人 (240人)
女性比率	32%	28%	30%
外国人比率	20%	21%	42%
エンジニア比率	32%	32%	34%

()派遣社員、業務委託社員を含む人数

リスクと対応方針

中期経営計画実現のため、グローバルなリスクマネジメント活動を通じてリスクを特定および評価し、対応方針を策定。リスク顕在化には、迅速かつ適切に対応を図っていく。

主なリスク	関連セグメント	リスクのシナリオ例	主な対応方針
インターネット広告市場の動向及び競争環境	広告プラットフォーム事業、海外事業	景気悪化や広告予算の減額、競争力不足による収益減少の可能性	<ul style="list-style-type: none"> 影響力の受けにくい業種・業界へのアプローチ 競業企業をベンチマークし継続的技術投資
クッキー規制	広告プラットフォーム事業、海外事業	ターゲティングの規制による収益減少の可能性	<ul style="list-style-type: none"> 新技術の開発 他社との技術連携
情報セキュリティ及び個人情報の管理	マーケティングSaaS事業	SaaSプロダクト導入企業の顧客情報等の情報資産の流出	<ul style="list-style-type: none"> プライバシーマーク認定取得、個人情報の管理に関する継続的な水準の維持・向上
技術革新	全事業	競合の新規技術開発や新サービスの導入による、競争力低下や追加的なシステム開発、人件費拡大の可能性	<ul style="list-style-type: none"> 新技術の開発 海外先進事例分析 他社との技術連携
海外事業のリスク	海外事業	各国特有の商習慣や政府規制等対応により、投資を回収できず、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を与える可能性	<ul style="list-style-type: none"> 現地の顧問法律事務所によるレギュレーション変更の確認 海外子会社と本社との情報連携
新サービス領域への参入	全事業	新市場参入に伴う先行投資と市場拡大スピードや成長規模のタイミングのズレにより、当初想定していた成果を上げられず、サービス停止や撤退による損失が生じる可能性	<ul style="list-style-type: none"> 複数の有識者へのヒアリング 海外先進事例調査 潜在顧客の収益化目処をつけるまで先行投資を繰延
企業買収や投資	全事業	買収後に偶発債務や未認識債務の発生、内部統制の不備による不正行為やコンプライアンス上の問題が発生し、重大な損失が生じる可能性	<ul style="list-style-type: none"> 社内外各種専門家によるデューデリジェンスの実施 過去に蓄積されたM&Aのノウハウ・留意点の徹底活用

サステナビリティ

ESGのうち、特に社会とガバナンスに重点を置き、従業員に対するフェアな機会提供やキャリアモチベーションの増進、社内コミュニケーションを促進するための制度を幅広く採用。また、上場企業としてのガバナンスを重視し、従業員が適法かつ適正に業務遂行するための行動規範の徹底や、財務報告の信頼性と透明性を高める仕組みを構築。

Environment (環境)

- 資源有効活用環境負荷低減、業務効率化に向け、原則電子サインによる見積書や基本契約書の締結を依頼
- クラウドによる人事、勤怠、経理、及び経費精算システムを導入し、徹底したペーパーレス化を実現

Social (社会)

- リフレッシュ休暇、家賃補助、書籍補助、働くパパママ応援制度等、快適に働くための環境や、インターンシップ制度、ジョブチェンジ制度、グローバルチャレンジ制度等キャリアアップ形成の支援あり
- 女性社員の活躍を促進するために女性社員の積極的な雇用、管理職への登用を行っており、今後も性別に関わらず共に働きやすい環境の整備を推進
- 優秀な海外人材の本社配属や、海外拠点での本社人材の登用等グローバルに適任の人材を配置

Governance (ガバナンス)

- コンプライアンス委員会の定期的開催や、セクハラ・パワハラポリシーによる社内周知の徹底
- 社外取締役比率が高く、社外取締役からの牽制が適切に機能
- 監査等委員会設置会社であり、内部監査や外部監査の監督・支援を行うことで、財務報告に関する情報の信頼性や透明性を確保

取り組み・成果例

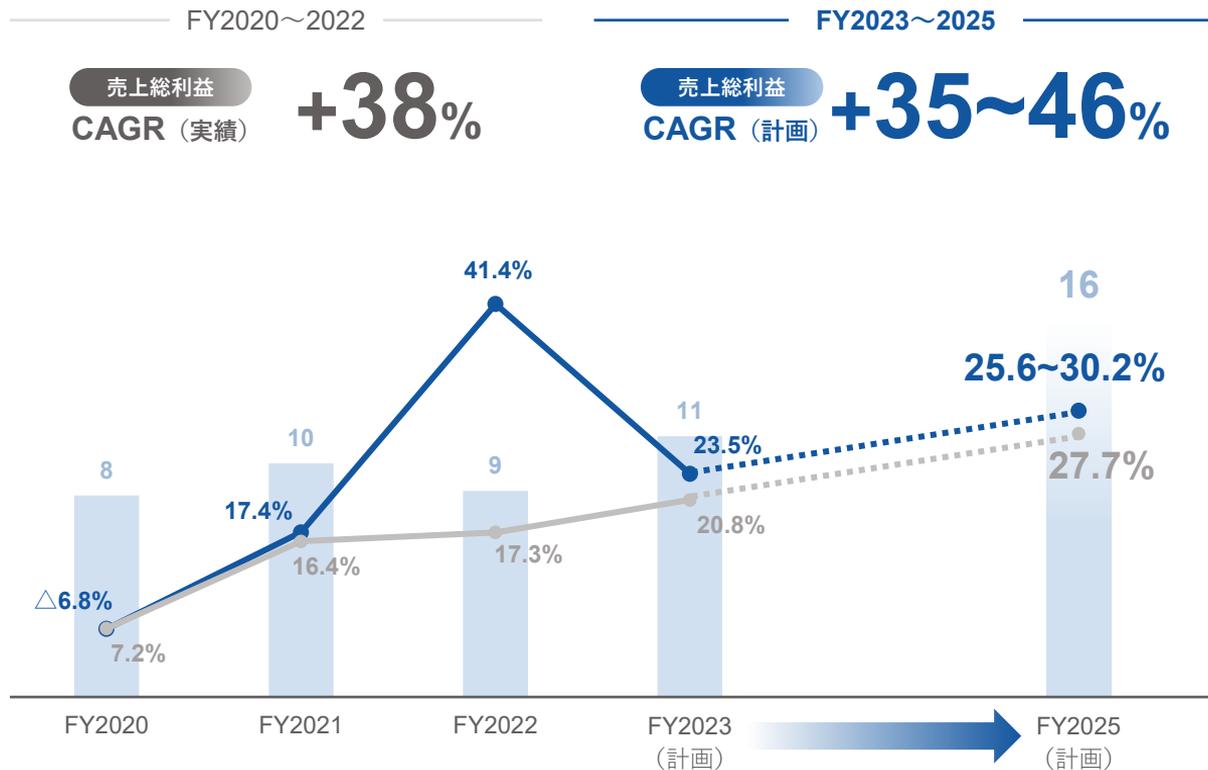
SDGsの目標



資本政策 (目標財務指標)

プライム市場への市場変更も意識しながら成長性・効率性・健全性と株主還元のバランスを図る。

● ROE ● 調整後営業利益率※ ■ 一人当たり売上総利益(百万円)



※ 売上収益をネットベースにした上で、IFRSを適用し、一過性損益を除いた調整後営業利益率。

当資料に記載した連結経営目標等の数値は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した計画であり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、業況の変化等により異なる結果となる可能性があります。