



アドビ株式会社
141-0032 品川区大崎 1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー

アドビ、2020 年第 4 四半期および通年の業績を発表

第 4 四半期は営業キャッシュフローが過去最高の 18 億ドルを達成

デジタルメディア分野の ARR も 100 億ドル超

※米国本社発表の業績プレスリリースは[こちら](#)をご覧ください。

【2020 年 12 月 14 日】

米国カリフォルニア州サンノゼ発（2020 年 12 月 10 日）：Adobe（Nasdaq：ADBE）（本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ）は本日、2020 年度第 4 四半期および通年（2020 年 11 月 27 日を末日とする）の決算を発表しました。2020 年度第 4 四半期の収益は過去最高となる 34 億 2,000 万ドル、前年同期比 14%増でした。2020 年度通年の収益は過去最高となる 128 億 7,000 万ドルに達し、前年比 15%増となりました。

アドビの会長、社長兼 CEO（最高経営責任者）であるシャントヌ ナラヤン（Shantanu Narayan）は次のように述べています。

「前例のないマクロ経済環境にもかかわらず、第 4 四半期と 2020 年度通年で過去最高の業績を達成できました。アドビはクリエイティビティ、デジタル文書、顧客体験管理という 3 つの成長分野をけん引するリーダーとして、2021 年度以降もこうした巨大な市場機会を捉え続けることができると確信しています。」

アドビのエグゼクティブ バイス プレジデント兼 CFO であるジョン マーフィー（John Murphy）は、次のように述べています。

「当社の事業のレジリエンス（回復力）、業務規律、そしてリアルタイムデータからインサイトを引き出す能力によって、2020 年度も成功を収めることができました。第 4 四半期に過去最高のキャッシュフローを達成できたことは当社の経営モデルの強靭さを証明しており、2021 年度も売上と利益をともに拡大できると考えています。」

■ 事業分野の変更

アドビは 2020 会計年度第 4 四半期に「パブリッシングおよびアドバタイジング」という新しい事業分野を設け、それまでデジタル エクスペリエンス分野に含まれていた Advertising Cloud をパブリッシング分野に統合しました。この再編成は、Advertising Cloud に関連する戦略変更をより反映し、顧客体験管理の実現という全体的なコアバリューの提案と整合するためにアドビが第 4 四半期に行ったデジタルエクスペリエンス事業の管理方法の変更に伴うものです。損益計算書において、Advertising Cloud の収益および営業原価の分類を「サブスクリプション」から「サービスおよびその他」へと変更しました。比較可能性を維持するため、2018、2019、2020 会計年度の財務情報も改訂しています。

■ 2020 年度第 4 四半期の業績ハイライト

- 2020 年度第 4 四半期の収益は過去最高となる 34 億 2,000 万ドル、前年同期比 14%増でした。GAAP ベース希薄化後 1 株当たり利益 (EPS) は、4.64 ドル。Non-GAAP ベース希薄化後 1 株当たり利益 (EPS) は、2.81 ドル。
- デジタルメディア分野の収益は 25 億ドル、前年同期比 20%増。うちクリエイティブ分野の収益は 20 億 8,000 万ドル、Document Cloud の収益は 4 億 1,100 万ドルにそれぞれ拡大。デジタルメディア分野の年間経常収益 (Annualized Recurring Revenue - ARR) は当四半期末時点で 101 億 8,000 万ドルに拡大し、前四半期比 5 億 4,800 万ドルの増加。クリエイティブ分野および Document Cloud の ARR は、それぞれ 87 億 2,000 万ドル、14 億 6,000 万ドルに拡大。
- Advertising Cloud の収益を含むデジタルエクスペリエンス分野の収益は 8 億 7,700 万ドル。
- 事業分野報告の変更後のデジタルエクスペリエンス分野の収益は 8 億 1,900 万ドル、前年同期比 10%増。デジタルエクスペリエンス分野のサブスクリプション収益は前年同期比 14%増。
- 第 4 四半期の GAAP ベース営業利益は 12 億 2,000 万ドル、non-GAAP ベース営業利益は 15 億 4,000 万ドル。GAAP ベース純利益は 22 億 5,000 万ドル、non-GAAP ベース純利益は 13 億 6,000 万ドル。
- 営業キャッシュフローは過去最高となる 17 億 8,000 万ドル。
- 四半期末の残存履行義務 (Remaining Performance Obligation) は 113 億 4,000 万ドル。
- 当四半期中に約 160 万株を買い戻しました。

■ 2020 年度の業績ハイライト

- 2020 年度通年の収益は過去最高となる 128 億 7,000 万ドルに達し、前年比 15%増でした。

- 通年の GAAP ベース希薄化後 1 株当たり利益（EPS）は 10.83 ドル。Non-GAAP ベース希薄化後 1 株当たり利益（EPS）は、10.10 ドル。
- デジタルメディア分野の収益は 92 億 3,000 万ドル、前年比 20% 増。Creative Cloud および Document Cloud の年度収益はそれぞれ過去最高となる 77 億 4,000 万ドルと 15 億ドルを達成。デジタルメディア分野の ARR は通年で 18 億 5,000 万ドルの増加。
- Advertising Cloud を含むデジタルエクスペリエンス分野の収益は 34 億ドル。
- 事業分野の変更後のデジタルエクスペリエンス分野の収益は 31 億 3,000 万ドル、前年比 12% 増。デジタル エクスペリエンス分野のサブスクリプション収益は前年比 17% 増。
- 前年比で見ると、GAAP ベースでは営業利益が 30% 増、純利益が 78% 増、Non-GAAP ベースでは営業利益が 24% 増、純利益が 27% 増。
- 通年の営業キャッシュフローは過去最高の 57 億 3,000 万ドル。
- 当年度中に合計 800 万株を買い戻し、30 億ドルの現金を株主に還元。

GAAP 業績と Non-GAAP 業績の対応については、[プレスリリース（英語版）](#) 末尾とアドビの Web サイトで説明します。

■ 2020 年度および 2021 年度第 1 四半期の財務目標

次の表は、アドビの 2021 年度の財務目標を要約したものです。

収益合計	最大 151 億 5,000 万ドル	
デジタルメディア分野の収益	前年同期比最大 19% 増	
デジタルメディア分野の純 ARR（年間経常収益）	純 ARR で最大 17 億 5,000 万ドル	
デジタルエクスペリエンス分野の収益	前年同期比最大 19% 増	
デジタルエクスペリエンス分野のサブスクリプション収益	前年同期比最大 22% 増	
税率	GAAP: 最大 19%	Non-GAAP: 最大 17.5%
株式数	最大 4 億 8,200 万株	
1 株当たり利益（EPS）	GAAP: 最大 \$8.57	Non-GAAP: 最大 \$11.20

次の表は、アドビの 2021 年度第 1 四半期の財務目標を要約したもので、以下の要因を反映していません。

- 12月7日に完了した Workfront の買収の影響。見積購買会計補正後、第1四半期中にアドビの収益に約2,500万ドルの貢献を予想。
- 会計年度が53週であることによる影響。第1四半期が1週長いため、アドビの収益合計に約2億4,000万ドル、デジタルメディア分野の純ARRに約2,500万ドルの貢献を予想。

収益合計	最大37億5,000万ドル	
デジタルメディア分野の収益	前年同期比最大26%増	
デジタルメディア分野の純ARR（年間経常収益）	純ARRで最大4億1,000万ドル	
デジタルエクスペリエンス分野の収益	前年同期比最大19%増	
デジタルエクスペリエンス分野のサブスクリプション収益	前年同期比最大22%増	
税率	GAAP: 最大15.5%	Non-GAAP: 最大17.5%
株式数	最大4億8,400万株	
1株当たり利益（EPS）	GAAP: 最大\$2.19	Non-GAAP: 最大\$2.78

GAAP財務目標とNon-GAAP財務目標の対応については、[プレスリリース（英語版）](#) 末尾で説明します。

■ 将来的観測の開示（Forward-Looking Statements Disclosure）について

本プレスリリースは、実際の業績を大幅に異ならせる可能性があるリスクおよび不確実性を内包した、事業の勢いおよび戦略、Workfront買収の財務的影響、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）パンデミックが事業および業績に与える影響、市場機会、市場動向、マクロ経済環境の状況、収益、営業利益、季節変動、年間経常収益（ARR）、GAAPベースおよびnon-GAAPベースの課税率、GAAPベースおよびnon-GAAPベースの1株当たり利益、株式数に関連する将来的観測を含みます。実際の業績を異ならせ得る原因としては、以下が挙げられますが、これらに限られるものではありません。

- 競争において成果をあげることの失敗
- 顧客の必要に応える製品およびサービスの開発、獲得、市場投入、提供の失敗
- 新技術の導入
- 情報セキュリティおよびプライバシー

- アドビまたは第三者によって提供されるホステッド サービスに障害または遅延が生じる可能性
- マクロ経済の状況および新型コロナウイルス感染症（COVID-19）のパンデミックが経済に与える影響
- サイバー攻撃に関連するリスク
- 複雑な販売サイクル
- 当社のサブスクリプションサービスによる収益の認識タイミングに関連するリスク
- サブスクリプション サービスの更新比率の変動
- 過去および将来の買収において見込まれた利益達成の失敗
- 第三者との重要な戦略的取引関係における成果達成の失敗
- 会計原則および税規則の変更
- 当社が事業を行っている国々における金融市場および経済情勢の不確実性
- 多国籍企業におけるその他のさまざまなリスク

これらおよびその他のリスクと不確実性についての解説に関しては、2019年11月29日を末日とする2019会計年度のアドビの年次報告書（Form 10-K）、および2020年度に発行されたアドビの四半期報告書（Form 10-Q）をご参照ください。

本プレスリリースに記載された財務情報は、現時点で得られる情報に基づいた推定を反映したものです。これらの数値は、2020年11月27日を末日とする会計年度についてアドビが2021年1月に提出予定の年次報告書（Form 10-K）に記載される実際の業績数値とは異なる場合があります。アドビはこれら将来的観測について情報更新の義務を負わず、当面は更新の意図もありません。

■ 「アドビ」について

アドビは、世界を変えるデジタル体験を提供します。

アドビ株式会社はその日本法人です。同社に関する詳細な情報は、web サイト (<https://www.adobe.com/jp/>) に掲載されています。

©2020 Adobe Inc. All rights reserved. Adobe and Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States/ or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.