



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、2021 年第 4 四半期および通年の業績と、 今後 10 年間の成長戦略の概要を発表

デジタルメディアとデジタルエクスペリエンスの四半期収益で
それぞれ初の 30 億ドル、10 億ドルを達成、四半期営業キャッシュフローも 20 億ドルを突破

※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。

【2021 年 12 月 20 日】

米国カリフォルニア州サンノゼ発（2021 年 12 月 16 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、2021 年度第 4 四半期および通年（2021 年 12 月 3 日を末日とする）の決算を発表しました。

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 Narayen）は次のように述べています。

「第 4 四半期に過去最高の業績を達成したことによって、通年の収益が 150 億ドルを超えました。アドビのビジョンや、各カテゴリーにおけるリーダーシップ、革新的テクノロジー、そして多くのロイヤリティの高い顧客基盤により、当社は 2022 年度以降も順調に成長を遂げるでしょう。」

アドビのエグゼクティブ バイス プレジデント兼 CFO であるダン ダーン（Dan Durn）は、次のように述べています。

「2021 年度は優れた財務業績を達成することができ、売上の急成長によって営業キャッシュフローが 70 億ドルを超えました。当社が獲得可能な最大市場規模は 2,050 億ドルと推計され、業界をリードする製品とプラットフォームを有するアドビは、今後も大幅な成長を期待できるでしょう。」

■ 2021 年度第 4 四半期の業績ハイライト

- 2021 年度第 4 四半期の収益は過去最高となる 41 億 1,000 万ドル、前年同期比 20%増でした。GAAP ベース希薄化後 1 株当たり利益 (EPS) は、2.57 ドル、Non-GAAP ベース希薄化後 1 株当たり利益 (EPS) は、3.20 ドル。
- デジタルメディア分野の収益は 30 億 1,000 万ドル、前年同期比 21%増。うちクリエイティブ分野の収益は 24 億 8,000 万ドル、前年同期比 19%増。Document Cloud の収益は 5 億 3,200 万ドル、前年同期比 29%増。
- 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 122 億 4,000 万ドルに拡大し、前四半期比 5 億 7,100 万ドルの増加。これには 2021 年 10 月 7 日に買収を完了した Frame.io の全社 ARR が含まれます。クリエイティブ分野の ARR は 103 億ドルに拡大。Frame.io の全社 ARR は、アドビがクローズした取引を含め、当四半期末時点で約 2,900 万ドルでした。Document Cloud の ARR は 19 億 3,000 万ドルに拡大。
- デジタルエクスペリエンス分野の収益は 10 億 1,000 万ドル、前年同期比 23%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 8 億 8,600 万ドル、前年同期比 27%増。
- 第 4 四半期の GAAP ベース営業利益は 15 億ドル、Non-GAAP ベース営業利益は 18 億 6,000 万ドル。GAAP ベース純利益は 12 億 3,000 万ドル、Non-GAAP ベース純利益は 15 億 4,000 万ドル。
- 営業キャッシュフローは過去最高となる 20 億 5,000 万ドル。
- 四半期末の残存履行義務 (Remaining Performance Obligations - RPO) は、139 億 9,000 万ドル、前年同期比 23%増。
- 当四半期中に約 160 万株を買い戻しました。

■ 2021 年度の業績ハイライト

- 2021 年度通年の収益は過去最高となる 157 億 9,000 万ドル、前年比 23%増でした。
- 通年の GAAP ベース希薄化後 1 株当たり利益 (EPS) は 10.02 ドル。Non-GAAP ベース希薄化後 1 株当たり利益 (EPS) は、12.48 ドル。
- デジタルメディア分野の収益は 115 億 2,000 万ドル、前年比 25%増。クリエイティブ分野の収益は 95 億 5,000 万ドルに拡大、前年同期比 23%増。Document Cloud の収益は 19 億 7,000 万ドル、前年同期比 32%増。デジタルメディア分野の ARR は通年で 19 億 8,000 万ドルの増加。
- デジタルエクスペリエンス分野の収益は 38 億 7,000 万ドル、前年比 24%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 33 億 8,000 万ドル、前年比 27%増。

- GAAP ベースの営業利益は 58 億ドル、前年比 37%増。Non-GAAP ベースの営業利益は 72 億 6,000 万ドル、前年比 31%増。GAAP ベースの純利益は 48 億 2,000 万ドル、Non-GAAP ベースの純利益は 60 億ドル。
- 通年の営業キャッシュフローは過去最高の 72 億 3,000 万ドル。
- 当年度中に約 720 万株を買い戻しました。

■ 2022 年度および 2022 年度第 1 四半期の財務目標

2022 年度および 2022 年度第 1 四半期の財務目標は、下記の事項を考慮しています。

- 外国通貨に対してドル高になること。
- 第 1 四半期が 2021 年度より 1 週短くなり、13 週（通年では 53 週から 52 週）となること。^{1, 2}

次の表はアドビの 2022 年度の財務目標を要約したものです。

収益合計	最大 179 億ドル	
デジタルメディア分野の ARR（年間経常収益）	純 ARR で最大 19 億ドル	
デジタルメディア分野の収益（前年比成長率）	最大 14%	最大 17%（補正後 ³ ）
デジタルエクスペリエンス分野の収益（前年比成長率）	最大 14%	最大 17%（補正後 ³ ）
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（前年比成長率）	最大 16%	最大 19%（補正後 ³ ）
税率	GAAP: 最大 17.5%	Non-GAAP: 最大 17%
1 株当たり利益（EPS） ⁴	GAAP: 最大 \$10.25	Non-GAAP: 最大 \$13.70

次の表はアドビの 2022 年度第 1 四半期の財務目標を要約したものです。

収益合計	最大 42 億 3,000 万ドル ¹	
デジタルメディア分野の ARR（年間経常収益）	純 ARR で最大 4 億ドル ²	
デジタルメディア分野の収益（前年比成長率）	最大 8%	最大 17%（補正後 ³ ）
デジタルエクスペリエンス分野の収益（前年比成長率）	最大 11%	最大 18%（補正後 ³ ）

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（前年比成長率）	最大 13%	最大 20%（補正後 ³⁾ ）
税率	GAAP: 最大 16%	Non-GAAP: 最大 17%
1株当たり利益（EPS） ⁴⁾	GAAP: 最大\$2.63	Non-GAAP: 最大\$3.35

■ 将来的観測、Non-GAAP およびその他の開示について

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、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の拡大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、顧客の成功、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、2020年11月27日を末日とする2020会計年度のアドビの年次報告書（Form 10-K）、および2021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、2021年12月3日を末日とする会計年度についてアドビが2022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。

GAAP業績と Non-GAAP業績の対応については、本プレスリリース末尾とアドビ社ウェブサイトの説明します。

1. 2021年度第1四半期は1週間長かったため、アドビ全社の収益が約2億6,700万ドル増加しました。
2. 2021年度第1四半期は1週間長かったため、デジタルメディア分野のARRが約2,500万ドル増加しました。
3. 2021年度第1四半期が1週間長かったことを反映させ、恒常通貨ベースでの成長率を示すために補正しています。
4. 株式数が2022年度では最大4億7,700万株、2022年度第1四半期では最大4億7,900万株と想定した場合の目標数値です。

■「アドビ」について

アドビは、「世界を動かすデジタル体験を」をミッションとして、3つのクラウドソリューションで、優れた顧客体験を提供できるよう企業・個人のお客様を支援しています。[Creative Cloud](#)は、写真、デザイン、ビデオ、web、UXなどのための20以上のデスクトップアプリやモバイルアプリ、サービスを提供しています。[Document Cloud](#)では、デジタル文書の作成、編集、共有、スキャン、署名が簡単にでき、デバイスに関わらず文書のやり取りと共同作業が安全に行えます。[Experience Cloud](#)は、コンテンツ管理、パーソナライゼーション、データ分析、コマースに対し、顧客ロイヤルティおよび企業の長期的な成功を推進する優れた顧客体験の提供を支援しています。これら製品、サービスの多くで、アドビの人工知能（AI）と機械学習のプラットフォームである [Adobe Sensei](#) を活用しています。

アドビ株式会社は米 Adobe Inc.の日本法人です。日本市場においては、人々の創造性を解放するデジタルトランスフォーメーションを推進するため、「心、おどる、デジタル」というビジョンのもと、心にひびく、社会がつながる、幸せなデジタル社会の実現を目指します。

アドビに関する詳細な情報は、[web サイト](#)をご覧ください。

©2021 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.