

# 成長可能性に関する説明資料

---

サイジニア株式会社(6031)

2014年12月19日

# 目次

---

1. 会社概要	P.3
2. 事業概要	P.6
3. 当社の強み	P.9
4. ビジネスモデル	P.16
5. 業績推移	P.20
6. 成長戦略	P.22

# 1. 会社概要

---

# 会社概要

---

- 会社名                   サイジニア株式会社
- 所在地                   東京都品川区大井1-24-2
- 代表取締役社長       吉井 伸一郎
- 事業内容               パーソナライズ・エンジン「デクワス」を利用した  
インターネットマーケティング支援サービスを提供
- 沿革  
    平成17年8月   サイジニア有限会社を北海道江別市に設立  
    平成19年3月   東京都品川区に本社移転  
    平成19年4月   サイジニア株式会社へ組織変更  
    平成20年5月   「デクワス.RECO」サービス開始  
    平成22年10月 「デクワス.AD」サービス開始  
    平成23年10月 Googleが運営するGoogle Display Network(GDN)のベンダーに認定  
                  これにより「デクワス.AD」をGDNで利用できるサービスを開始  
    平成24年7月   京セラコミュニケーションシステム株式会社と業務提携を実施  
    平成24年9月   「デクワス.DSP」サービス開始  
    平成26年2月   「デクワス.POD」サービス開始

# 社長プロフィール

---

## □ 吉井 伸一郎（よしい しんいちろう）

- 文部科学省および日本学術振興会 特別研究員、ソフトバンク・コマース株式会社（現・ソフトバンクBB株式会社）情報システム本部研究開発センター長などを経て、2004年から北海道大学大学院情報工学研究科複雑系工学講座の助教授を務める。
- 専門は、進化的計算理論、機械学習、複雑ネットワーク理論などの複雑系工学の研究に従事。工学博士。
- 2007年にサイジニア株式会社代表取締役役に就任。
- 北海道生まれ

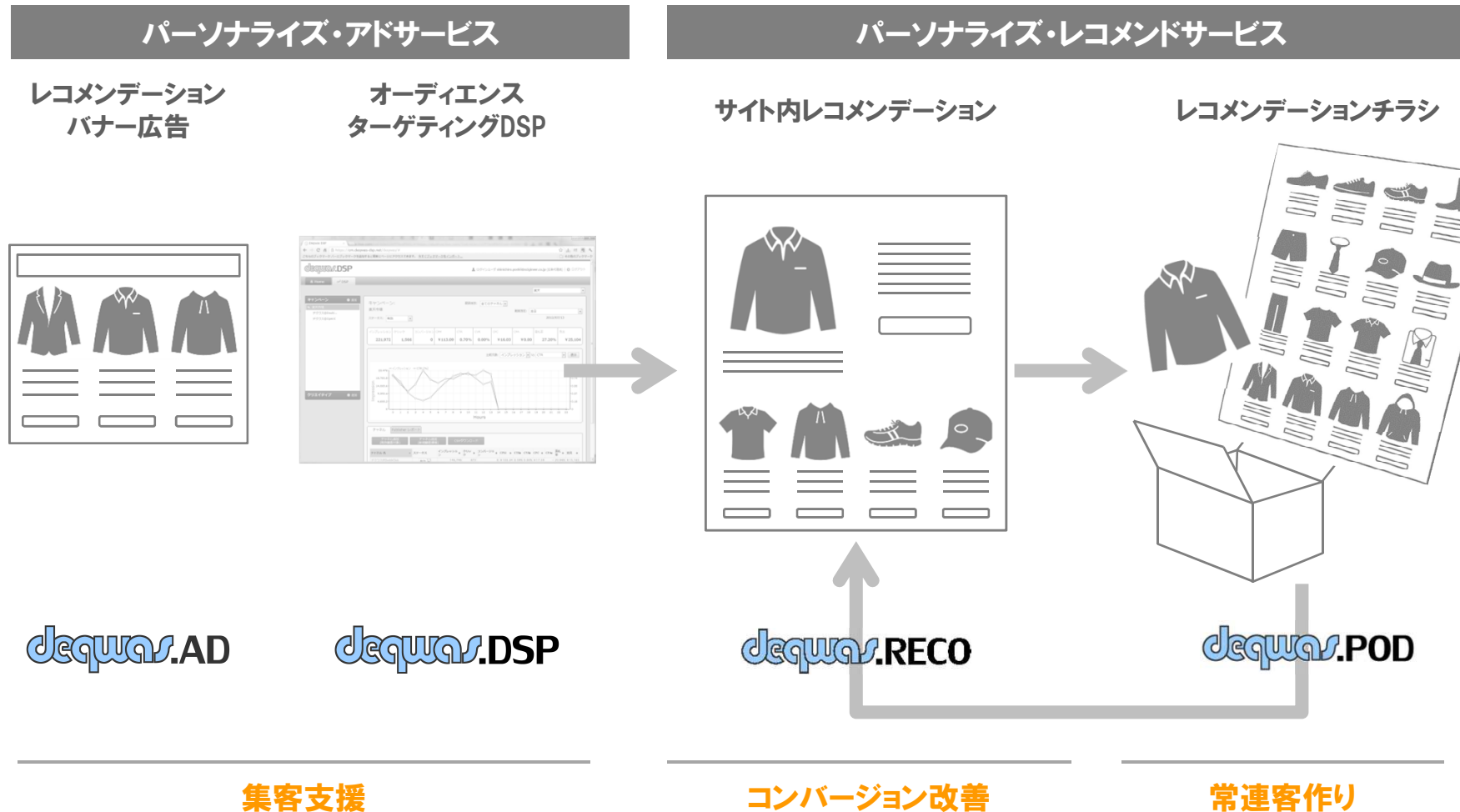


## 2. 事業概要

---

# 事業概要

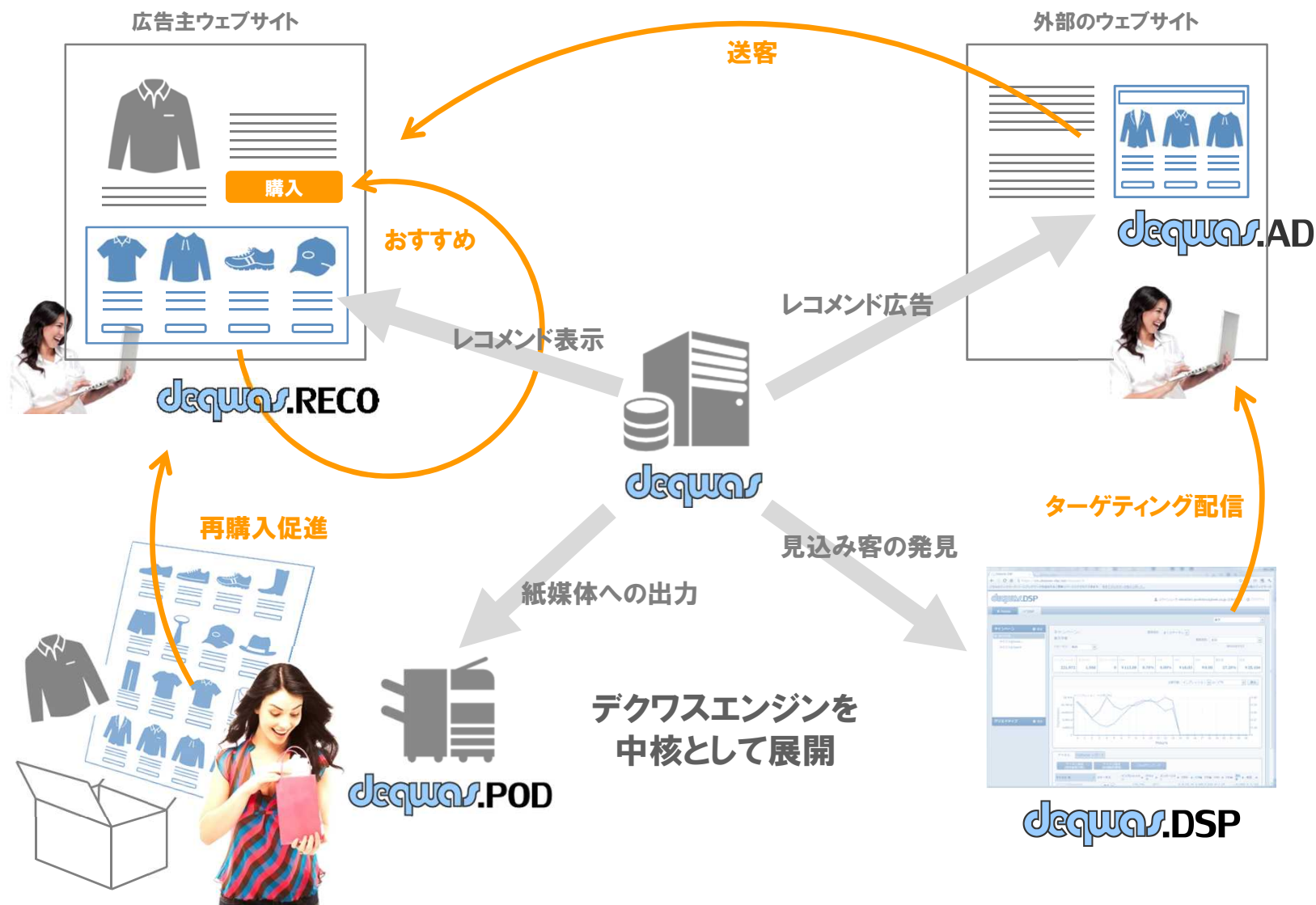
パーソナライズ・エンジン「デクワス」を利用した、ネットとリアルをまたぐマーケティング支援サービスを提供



「探す」んじゃなくて「出くわす」体験を実現する「デクワス」をコアにした事業展開

# 各デクワスサービスの概要

一つのエンジンから生まれる多彩なサービス。どのサービスからでも利用開始可能



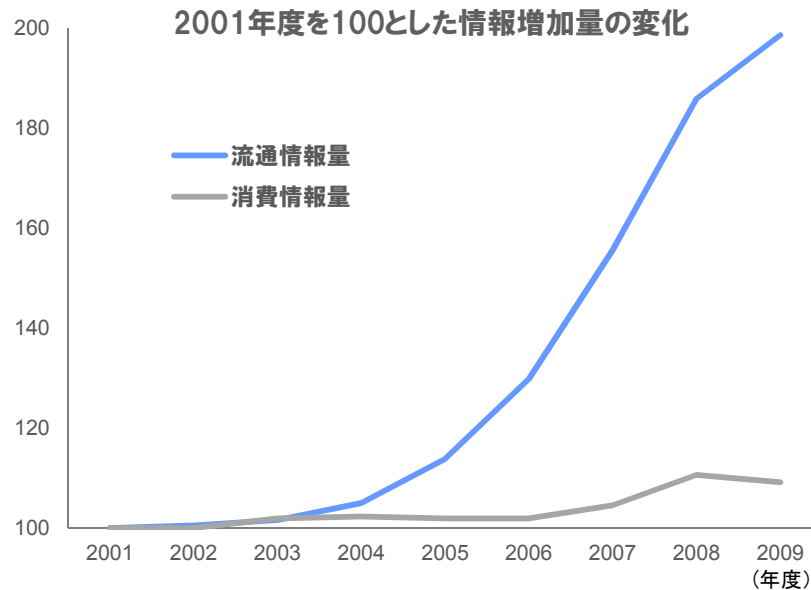


### 3. 当社の強み

---

# パーソナライズ・エンジン「デクワス」登場の背景

## 爆発する情報量



【出所】総務省「我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計量に関する調査研究結果(平成21年度)」

- 情報が膨大で欲しいものが見つけれない
- すべてが検索可能であるかも定かではない

## 検索に代わる代替手段の不在



- テキスト入力可能なこと(=知っていること)以外検索できない
- 言語化できないことは見つけれない

# 「出くわす」体験を実現する

検索エンジン

3回

検索クエリを作る平均回数

6クリック

検索結果の平均閲覧件数

パーソナライズ・エンジン「デクワス」

0回

検索する必要がない世界を目指す

1クリック

欲しいものへ直接リンク

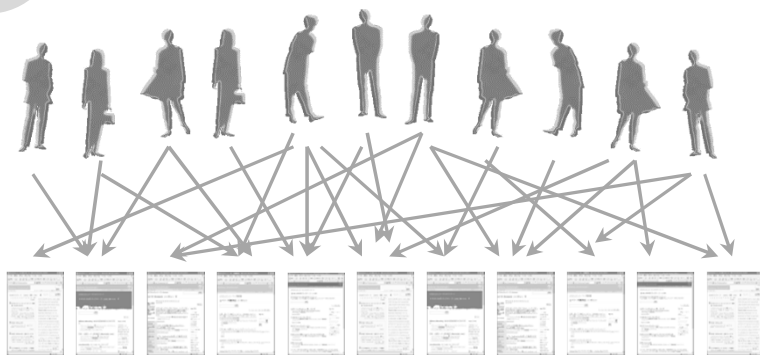
「探す」んじゃなくて、  
「出くわす」



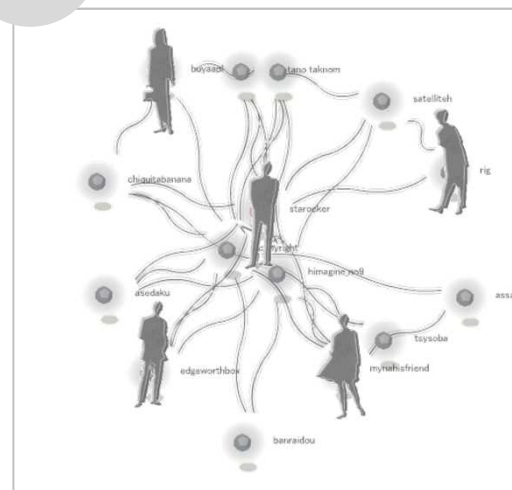
【出所】総務省 情報通信政策研究所  
「インターネット検索エンジンの現状と市場規模等に関する調査研究」

# 複雑ネットワーク理論を応用したコミュニティ発見技術

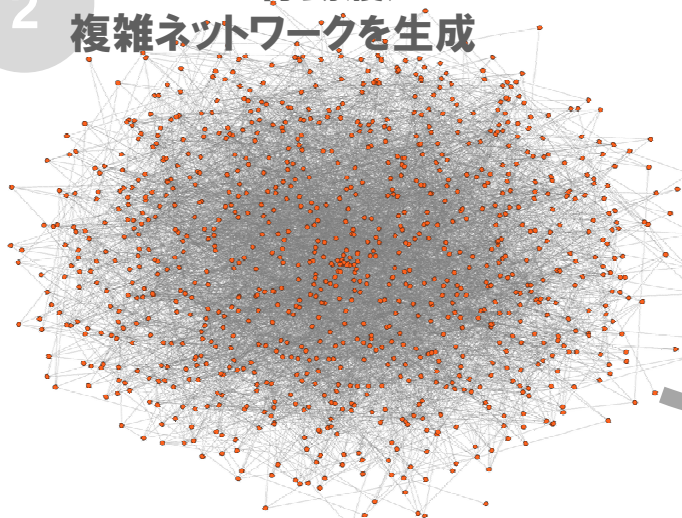
## 1 ユーザの様々な行動履歴を観測



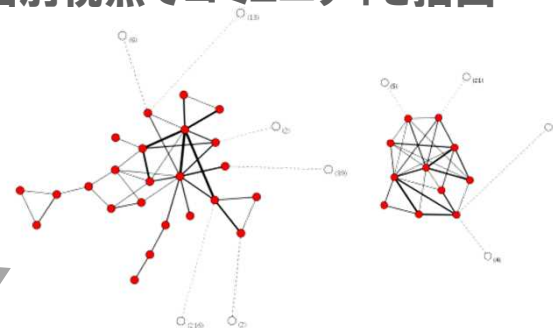
## 4 嗜好の近い仲間を発見



## 2 ユーザーの行動履歴から 複雑ネットワークを生成



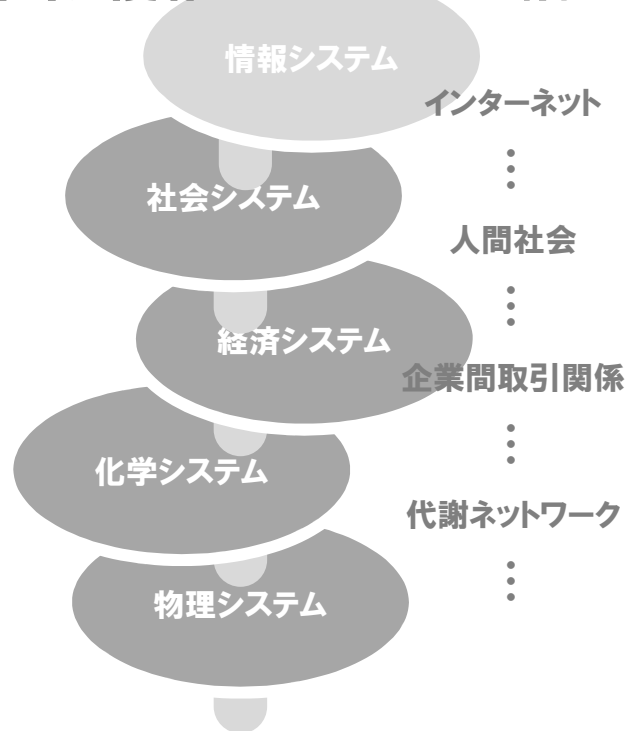
## 3 ユーザ/アイテムごとに 個別視点でコミュニティを抽出



# 当社技術の特徴

## Universality

### 複雑系・複雑ネットワーク理論

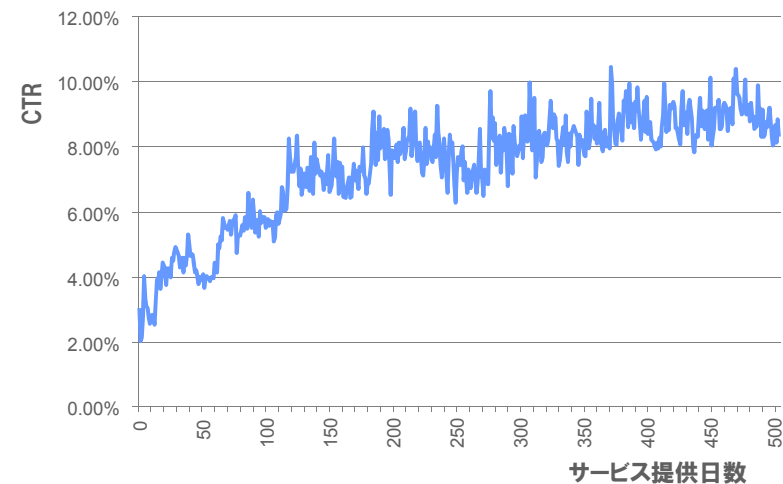


- 巨大で複雑なネットワークの性質を解明する  
先端科学である「複雑ネットワーク理論」を応用
- 大量データの奥底に潜むコミュニティ構造を解析

## Scalability

- 大規模なユーザ群や商品点数を解析可能
- データがたまるほど性能が向上する自動学習で  
サービス開始後は運用メンテナンスフリー
- 非労働集約型の事業展開が可能

自動学習機能による当社顧客における性能改善の様子



## Applicability

- 膨大な商品の中からの的確なおすすめを実現
- 顧客の業種業態を問わず対応可能
- 言語非依存のため海外でもサービス展開可能

# 数字で見るデクワス技術

## 日本と米国で取得している特許数

- 独自開発技術の先進性
- 知的財産権のプロテクション

6件

## 月間で解析しているデータサイズ

- 解析技術のスケールビリティ
- 高いサービス運営能力

約3.2億  
UB

約300億  
IMP

## 嗜好性を分析済みのアイテム数

- 消費活動に関する広範な知見

約2億  
アイテム

2014年9月末現在の当社実績値

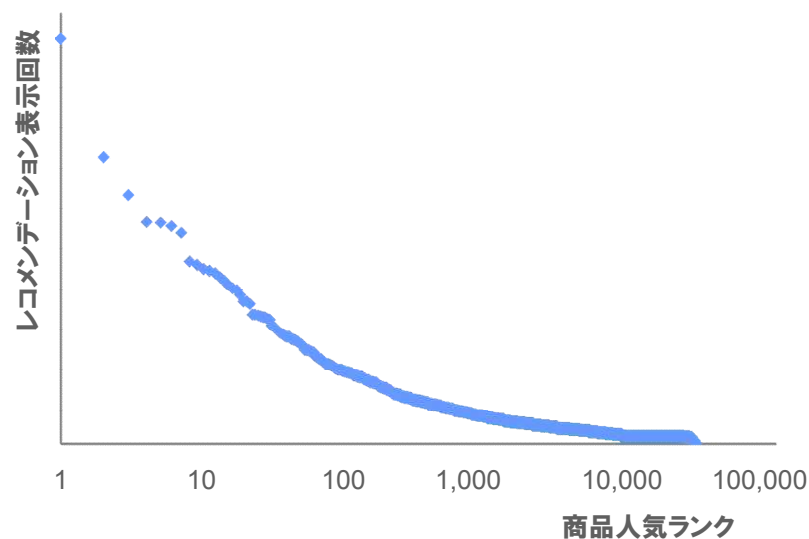
# 既存のレコメンデーション技術と比べた特徴

スケールフリー性<sup>1)</sup>を内包していることを前提とした複雑ネットワーク理論だからロングテールアイテムに対応可能

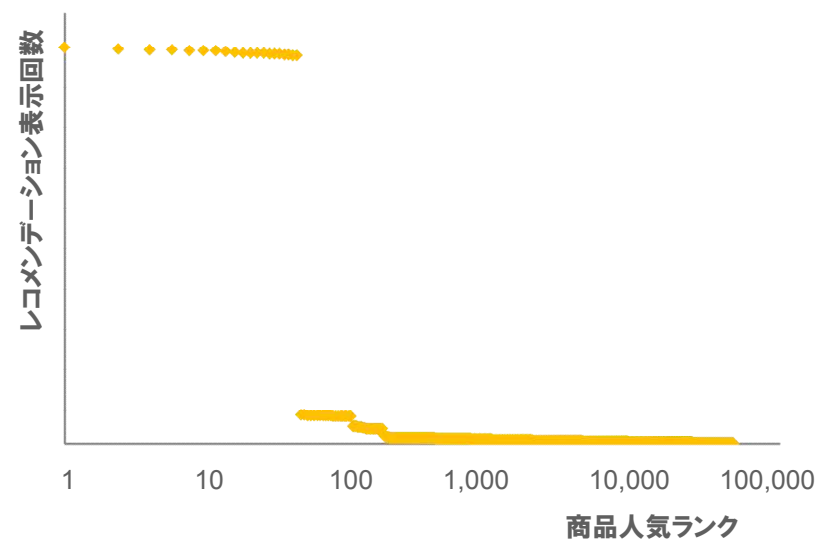
複雑ネットワーク理論による「デクワス」

一般的な協調フィルタリング手法

当社顧客事例におけるA/Bテスト<sup>2)</sup>時の計測データ



全方位で対応できる解析能力が  
顧客の売上増加をもたらす



トップセールスアイテムしか対応できず  
ロングテール商品の売上は改善できない

※ 1) 典型的なスケールが存在しない性質のこと。べき乗則という分布パターンに沿ってデータが観測される、自己組織化する複雑系に共通の性質。

※ 2) 二つの手法を同時に試してどちらが優れているかを検証する方法。図は同一顧客における同一期間での観測データ。

## 4. ビジネスモデル

---



# パーソナライズ・レコメンドサービスの概要

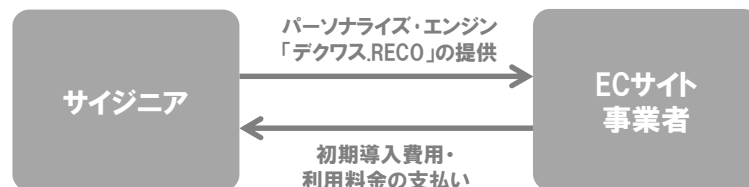
行動履歴の分析に基づきユーザー一人ひとりの趣味嗜好を解析し、個別のおすすめを提示

## デクワス.RECO

- ユーザが気に入る商品やコンテンツをおすすめ表示
- 商品点数が多すぎて欲しいものが見つけれない問題を解消し、ECサイトの売上アップを実現する
- データがたまるほど精度が上がるため、長期にわたって契約が継続し、ストック型の安定収益をもたらす

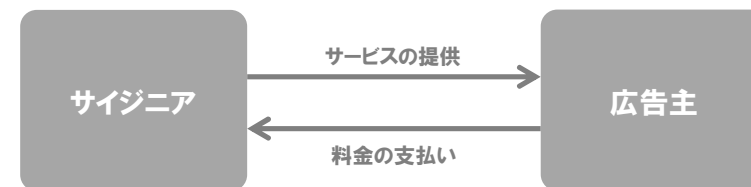
## デクワス.POD

- おすすめ機能をECだけでなくリアルの世界でも実現
- 購入した商品と一緒におすすめ商品をパーソナライズして印刷するサービス
- 商品到着の嬉しい瞬間に接触できるため高い確率でECサイトへの誘導と再購入を促すことができる



### 収益モデル

- 初期費用
- ページビューに応じた従量課金
- 成果報酬



### 収益モデル

- 初期費用
- 月額固定課金
- 提供数に応じた従量課金
- 成果報酬

PODとは「Print On Demand」の略

# パーソナライズ・アドサービスの概要

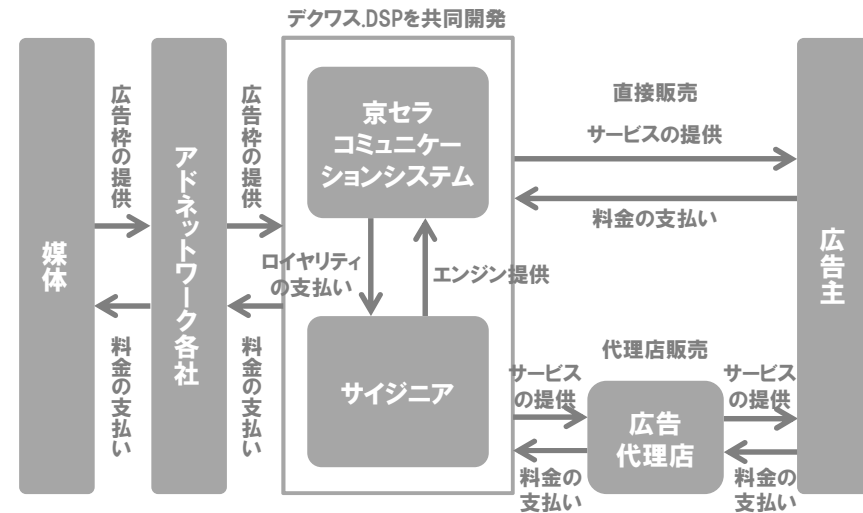
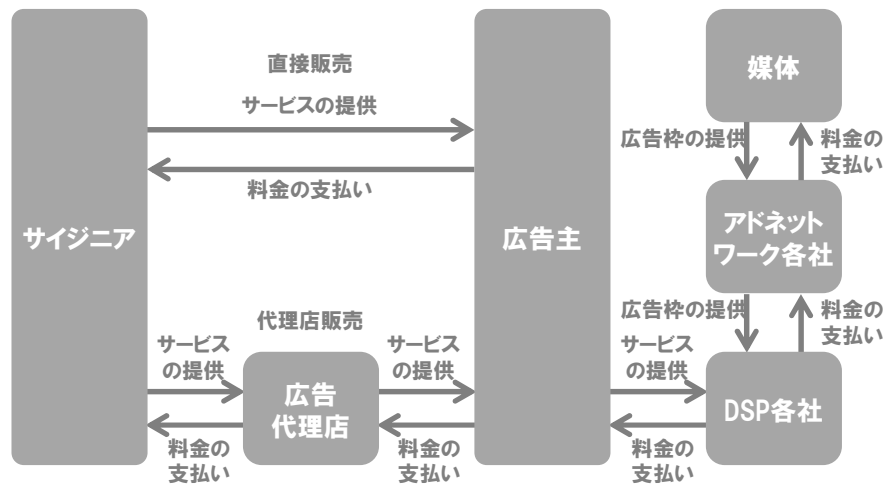
行動履歴から分析したレコメンデーション広告を配信し、顧客サイトへの集客を促進するサービス

## デクワス.AD

- バナー広告自体をパーソナライズしてユーザをサイトに誘導し、購入率の向上を実現
- 既存のDSPサービスと連携して利用することが可能

## デクワス.DSP

- 既存ユーザと興味・関心が類似する潜在顧客を発見、ターゲティングして配信できる
- 広告枠仕入も最適化し広告の費用対効果をアップ



### 収益モデル

- 月額固定課金
- 広告配信料に対して一定の手数料を課金

DSPとは「Demand Side Platform」の略

### 収益モデル

- 京セラコミュニケーションシステムへのエンジン提供：
  - ロイヤリティ収入
- 直販及び代理店経由でのサービス提供：
  - デクワスDSPの広告費に一定の手数料を加えて課金
  - 成果報酬

# デクワスによるパーソナライズサービスの実績

## デクワス.PODの実績①

### 30日以内の再購入率

20% → 39%

平均購買単価 **15% アップ**

サイト全体売上 **12% アップ**

【出所】デクワス.PODの顧客におけるサービス提供に基づく実績

## デクワス.PODの実績②

アパレルのニューヨーカーは通販サイト「NYオンライン」で独自の商品推奨を始めた。  
買い上げ明細書に「おすすめアイテム」を印刷し、再注文率を従来の25%から46%へと大幅に高めた。  
類似の取り組みは多いが、「複雑ネットワーク理論」で推奨の精度を上げたのが特徴。  
物流センターのプリンターと直結し、顧客ごとの明細書をすぐに印刷できる仕組みも整えた。

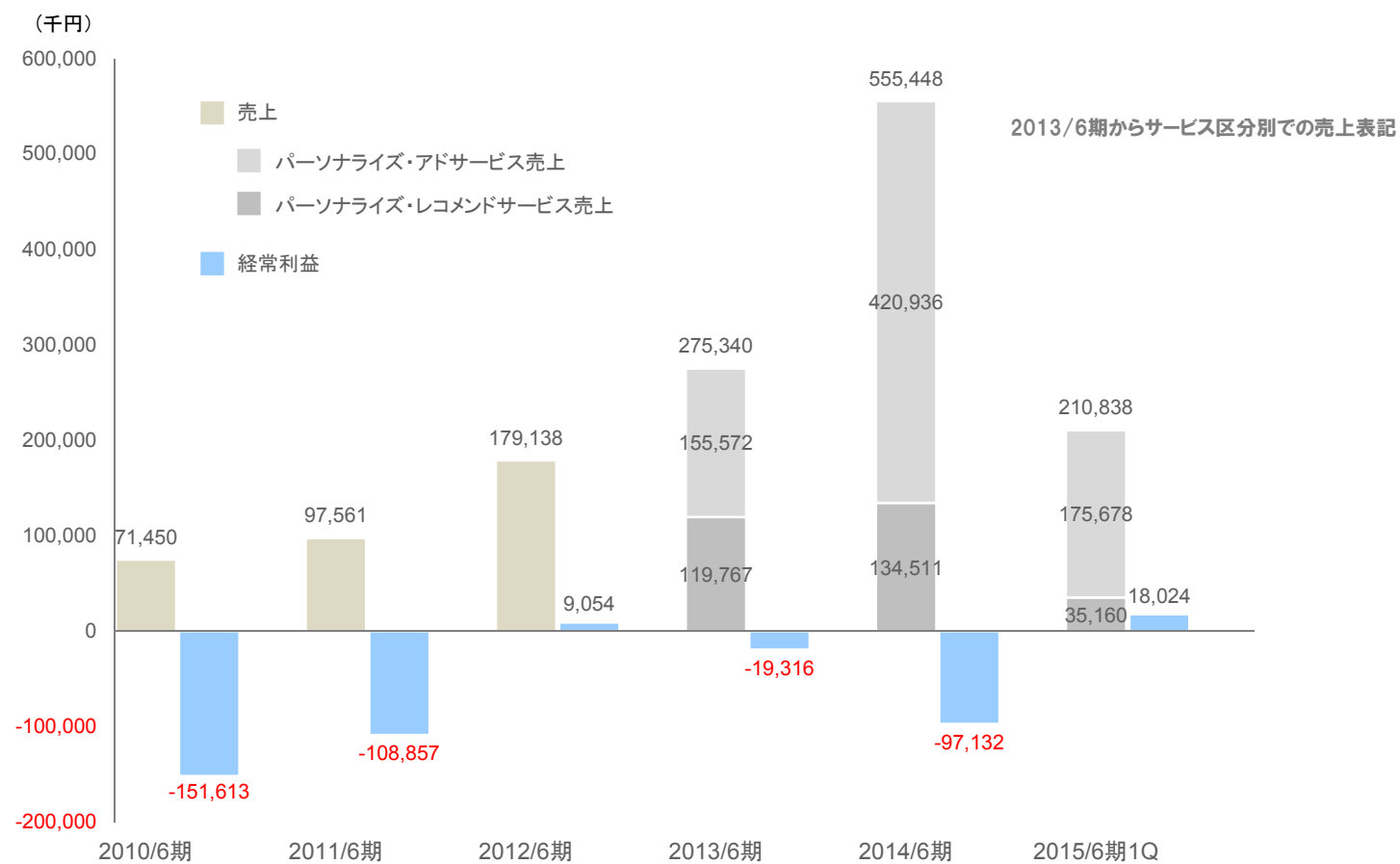
【出所】日経コンピュータ 2014年9月18日号

## 5. 業績推移

---

# 業績推移

- 売上高: 5期連続で過去最高を更新
- 経常利益: 2014/6期は積極的な先行投資を実施、2015/6期1Qに黒字転換



## 6. 成長戦略

---

# 今後の取り巻く状況

## EC市場の伸長



【出所】野村総合研究所「国内のICT市場規模予測」

- 国内の2013年のEC化率は3.7%  
(経済産業省調べ)
- 年平均12.6%で市場が成長  
(2013年度⇒2018年度)

## リアルデータのタッチポイントの多様化



- スマホやIoT(Internet of Things)の普及に伴い取得できるリアルデータが多様化
- ビッグデータ活用機会の拡大

# 消費者行動からみる消費市場規模

ネットとリアルをまたぐ、O2O(Offline-to-Online、またはOnline-to-Offline)領域の市場が急拡大の見込み

		情報収集	
		ネット	リアル
購買	リアル	ネットで調べ 店舗で購入 <b>20兆円</b>	店舗完結 <b>92兆円</b>
	ネット	ネット完結 <b>8兆円</b>	店舗で調べ ネットで購入 <b>2兆円</b>

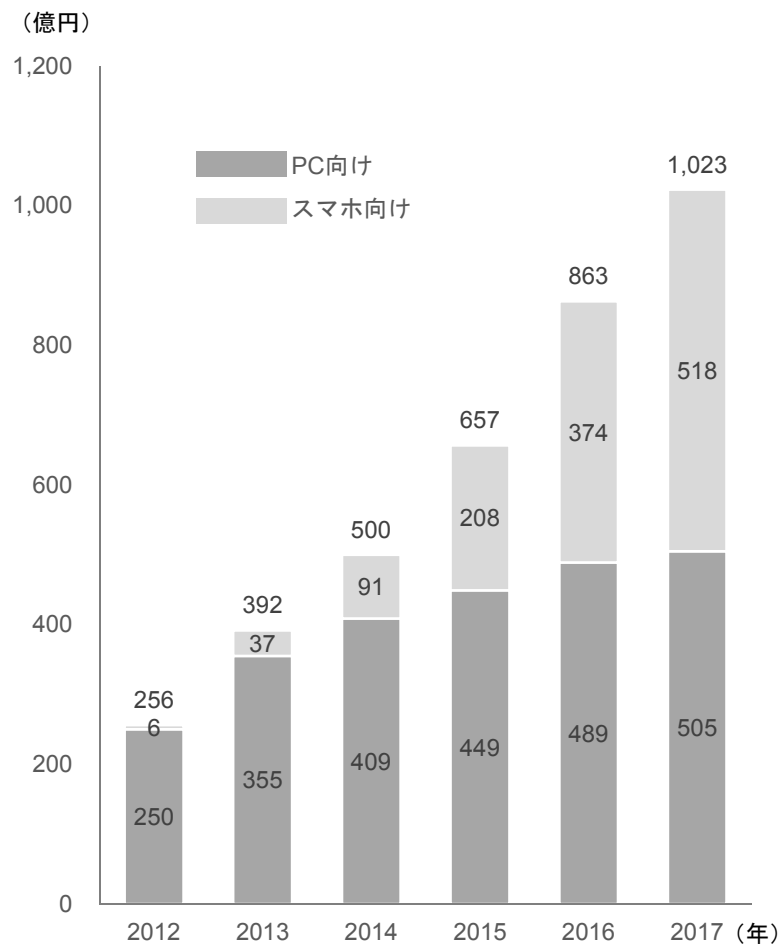
【出所】野村総合研究所「ITナビゲーター2014」及び「知的資産創造」(2013年5月号)の資料より作成



# 関連市場規模予測

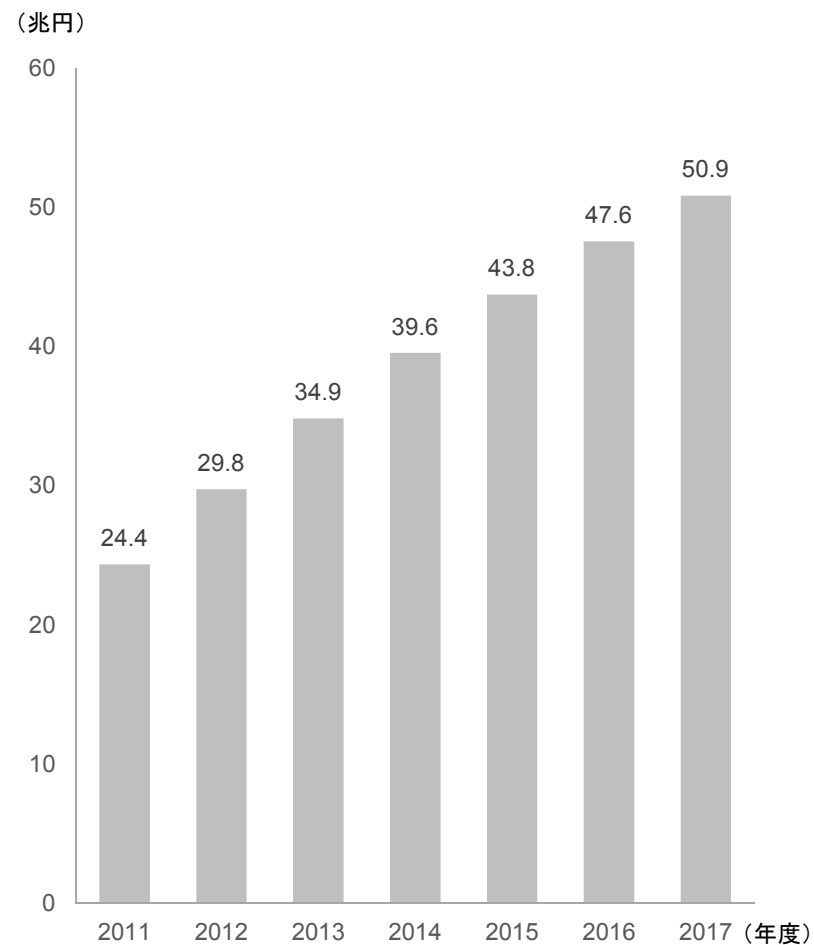
スマホ広告とO2Oのオムニチャネル市場は今後の成長市場

## 国内RTB広告市場



【出所】マイクロアド「RTB (Real Time Bidding) 経由のディスプレイ広告市場規模予測」

## 国内O2O市場規模



【出所】野村総合研究所「O2O市場とO2Oソリューション」

# スマホ/O2O領域での事業展開

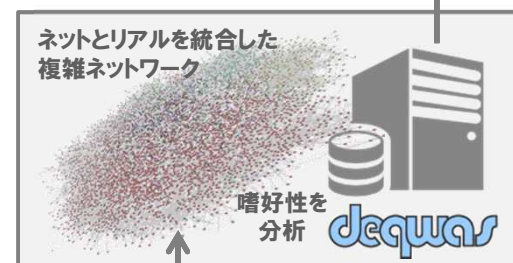
## 3 サービスの提供

多様なチャネルから顧客の事業売上を拡大するマーケティング支援サービスを提供。特にネットとリアル、モバイルをまたぐ領域に注力。



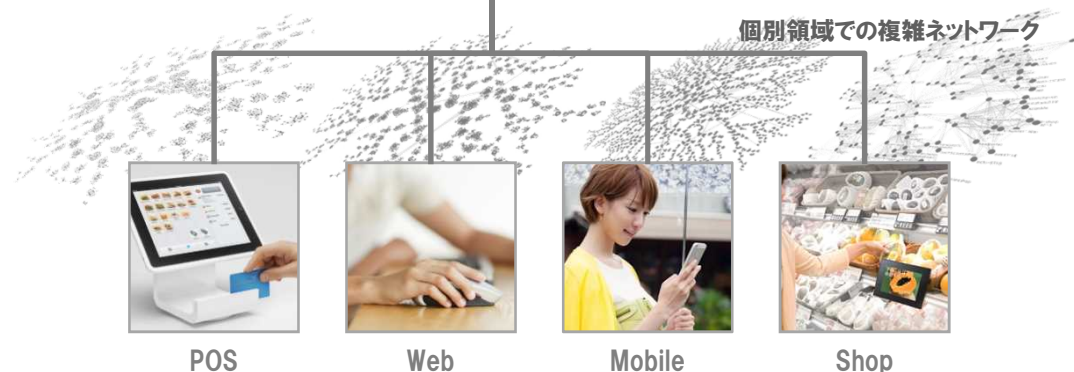
## 2 データの解析

デクワスの解析基盤により、ユーザ/アイテム間の嗜好性関連度を解析。リアルタイム処理にも対応可能。



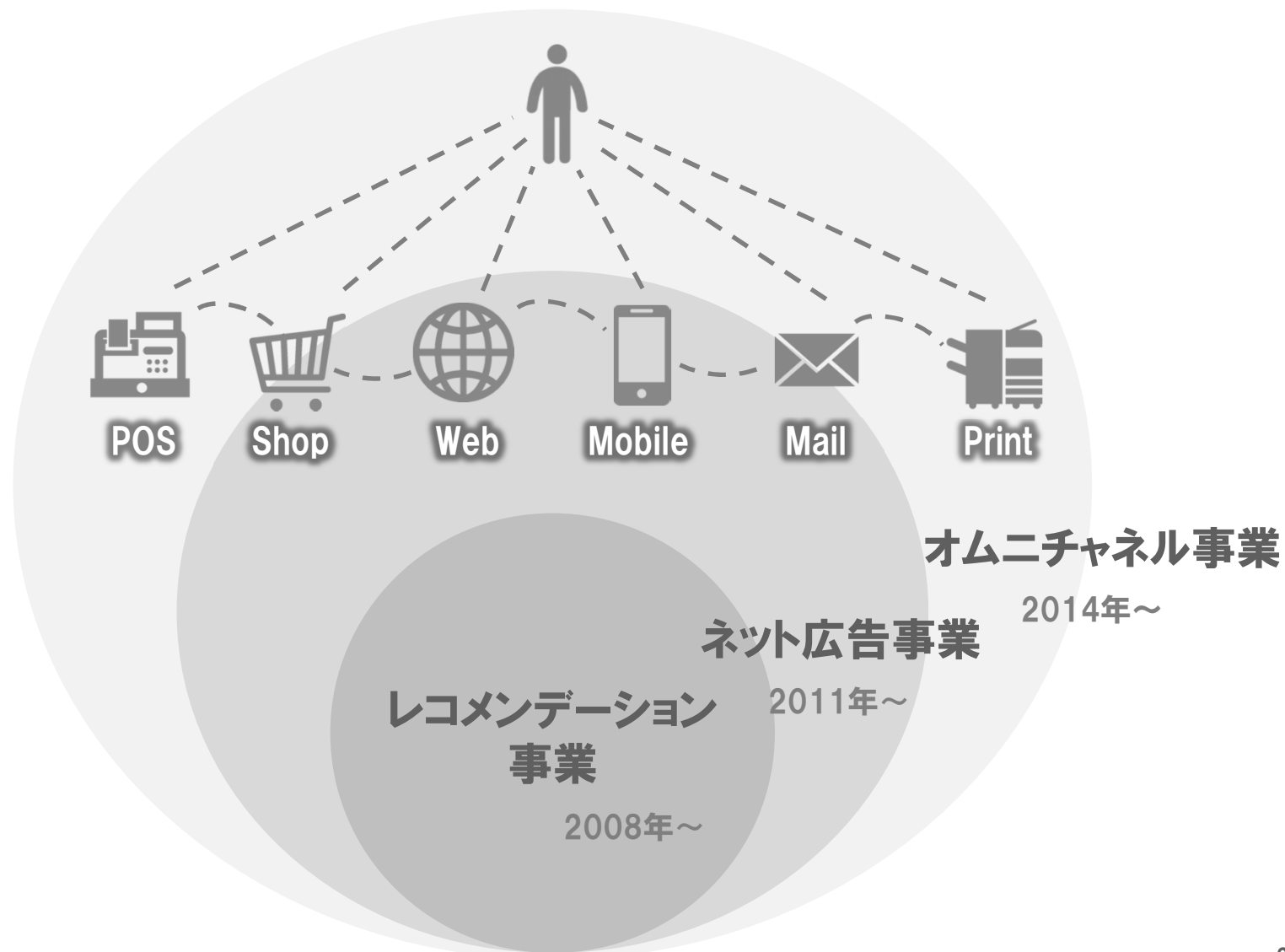
## 1 データの収集と連結

ネット、リアルおよびモバイルなど多様なデータを収集・連結して蓄積。行動履歴解析可能な状態にする。



# パーソナライズ・オムニチャネルの実現

パーソナライズ・エンジン「デクワス」をコア技術として、オムニチャネルのパーソナライズを実現する



# 免責事項及び将来見通しに関する注意事項

---

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

**scigineer**

science and engineering