

2020年12月期 第2四半期決算説明資料

2020年8月11日

シルバーエッグ・テクノロジー株式会社

<東証マザーズ：3961>



I. 2020年12月期 第2四半期決算概要 2

II. 2020年12月期 業績予想 14

III. Appendix 21

I. 2020年12月期 第2四半期決算概要（連結）

I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要（連結） ハイライト

営業収益 **616百万円** （前年同期比： **30.5%増**）

営業利益 **141百万円** （前年同期比： **413.3%増**）

- 営業収益：8期連続 増収確保
- 営業利益：コロナ影響等による事業活動抑制効果などで微増
- 増収要因：主力サービス『アイジェント・レコメンダー』及び『レコガゾウ』の好調や、一時的なコロナ特需(巣ごもり消費)等により売上増加
- 増収要因：通信関連費用（AWS）や外注コスト等の増加はあったが、コロナ影響による広告、セミナー開催中止、在宅テレワーク対応による移動費用の抑制効果等により微増に留まる。

I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要 連結貸借対照表

(単位：千円)

	2019年12月期末 (連結) (第22期)		2020年12月期 第2四半期期末 (連結) (第23期)		対前期 増減率	対前期 増減額
	金額	構成比	金額	構成比		
流動資産	926,471	83.8%	1,054,732	92.4%	13.8%	128,261
現金及び預金	726,408	65.7%	801,980	70.3%	10.4%	75,571
固定資産	95,474	9.3%	86,452	7.6%	△9.5%	△9,022
資産合計	1,021,945	100.0%	1,141,184	100.0%	11.7%	119,239
流動負債	136,213	12.3%	177,316	15.5%	30.2%	41,102
負債合計	136,213	12.3%	177,316	15.5%	30.2%	41,102
純資産合計	885,732	86.7%	963,868	84.5%	8.8%	78,136
負債・純資産合計	1,021,945	100.0%	1,141,184	100.0%	11.7%	119,239

固定資産 : 投資有価証券 (ZerothSPCに対する投資) の減損 (△22百万円)、無形固定資産の増加 (18万円) 等

流動負債 : 未払法人税等の増加 (37百万円) 等

純資産合計 : 四半期純利益 (58百万円)、ストックオプション及び譲渡制限付株式報酬としての新株発行による増加 (20百万円) 等

I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要 要約連結損益計算書

(単位：千円)

	2019年12月期 第2四半期 (連結) (第22期)		2020年12月期 第2四半期 (連結) (第23期)		対前期 増減率	対前期 増減額
	金額	構成比	金額	構成比		
営業収益	472,650	100.0%	616,578	100.0%	30.5%	143,928
営業費用	445,060	94.2%	474,968	77.0%	6.7%	29,907
営業利益	27,589	5.8%	141,610	23.0%	413.3%	114,020
経常利益	27,611	5.8%	140,576	22.8%	409.1%	112,965
特別損失	1,686	0.4%	22,913	3.7%	1258.8%	21,227
当期純利益	14,639	3.1%	58,590	9.5%	300.2%	43,950

営業収益：主力サービス『エージェント・レコメダー』（前年同期比 128.8%）及び『レコガゾウ』（前年同期比 167.4%）が順調に推移
 広告サービス『HotView』はオプションサービスの位置付けのため前期より減少したが計画どおりに推移（前年同期比 81.9%）
 ⇒主力サービス『エージェント・レコメダー』及び『レコガゾウ』の伸長により、総売上アップ（前年同期比 130.5%）

営業費用：売上増進による通信コスト増21百万円（前年同期比123.1%）、外注コスト増13百万円（前年同期比156.2%）
 コロナ影響による事業活動抑制効果により広告関連費用△6百万円（前年同期比75.9%）
 求人関連費用△14百万円（前年同期比40.4%）

I. 2020年12月期 第2四半期 連結損益計算書 <連結業績予想比較>

(単位：千円)

	連結業績 2020年2月14日リリース 第2四半期	連結業績 2020年12月期 第2四半期(第23期)	対連結業績予想 増減比	対連結業績予想 増減額
	金額	金額		
営業収益	514,000	616,578	20.0%	102,578
営業費用	468,697	474,968	1.4%	6,470
営業利益	45,502	141,610	211.2%	96,107
経常利益	45,502	140,576	208.9%	95,074
特別損失	0	22,913	-	22,913
当期純利益 (△は純損失)	23,307	58,590	151.4%	35,282

営業収益：「アイジェント・レコメダー」既存を中心に順調に推移し、またコロナの一時的特需も後押しした形となり、計画を上回った（計画比+19.9%）
「レコガゾウ」（計画比17.4%）、「Hot View」（計画比+37.6%）ともに計画を達成

営業費用：売上増に伴い通信費は3百万円増（計画比+3.3%）、支払手数料も6百万円増（計画比+20.0%）等もあったが、
外注費△2百万円（計画比△7.2%）、移動に掛かる旅費等が減少△3百万円（計画比△48.7%）などとなり、全体として微増に留まった

特別損失：現状のファンド運営体制を考慮し、保守的な観点から投資有価証券（ZerothSPCに対する投資）の減損（△22百万円）

I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要 連結営業収益の推移

8期連続増収

◆ アイジェント・レコメンダー及びレコガゾウの売上が伸長

2020年
合計 (予想)
1,100百万円

2019年
合計 999百万円

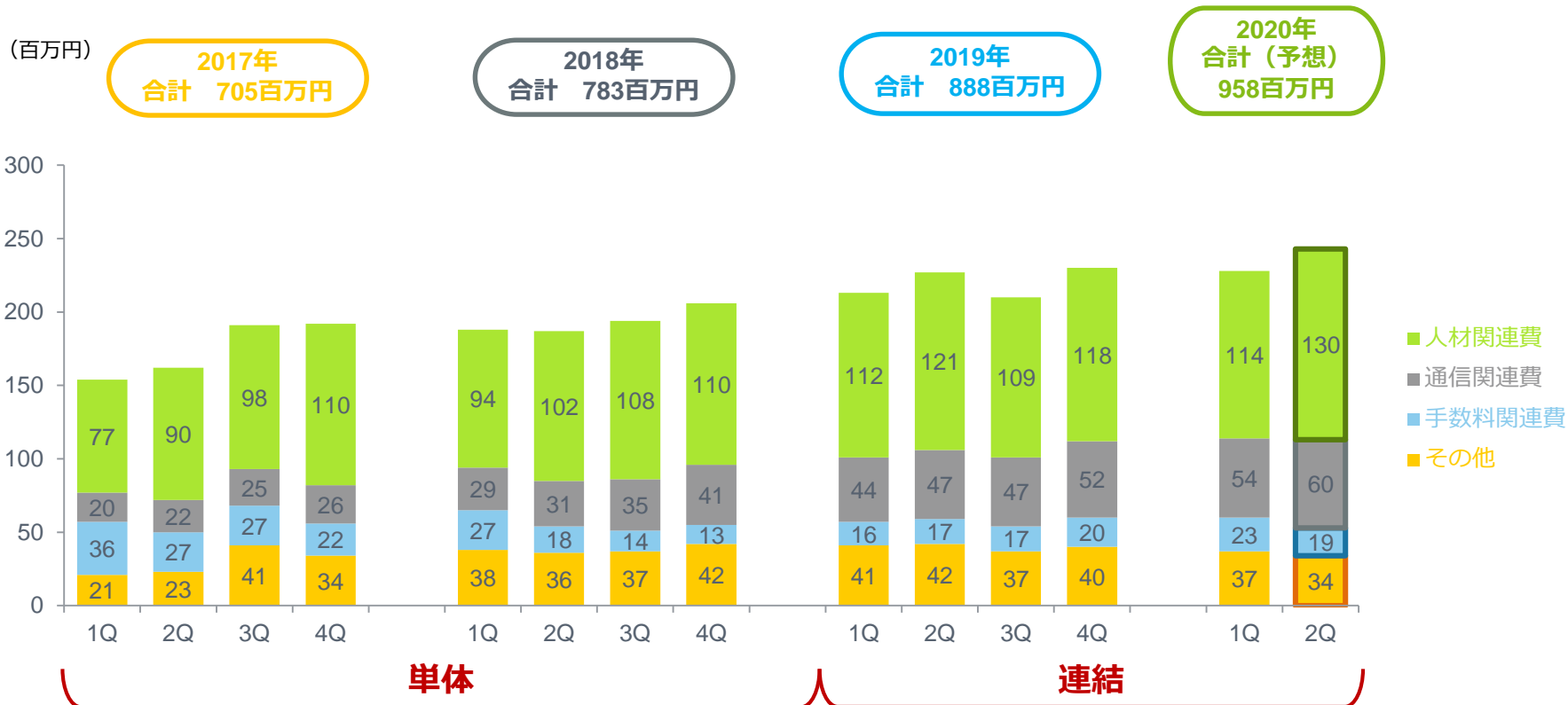
2018年
合計 918百万円

2017年
合計 855百万円



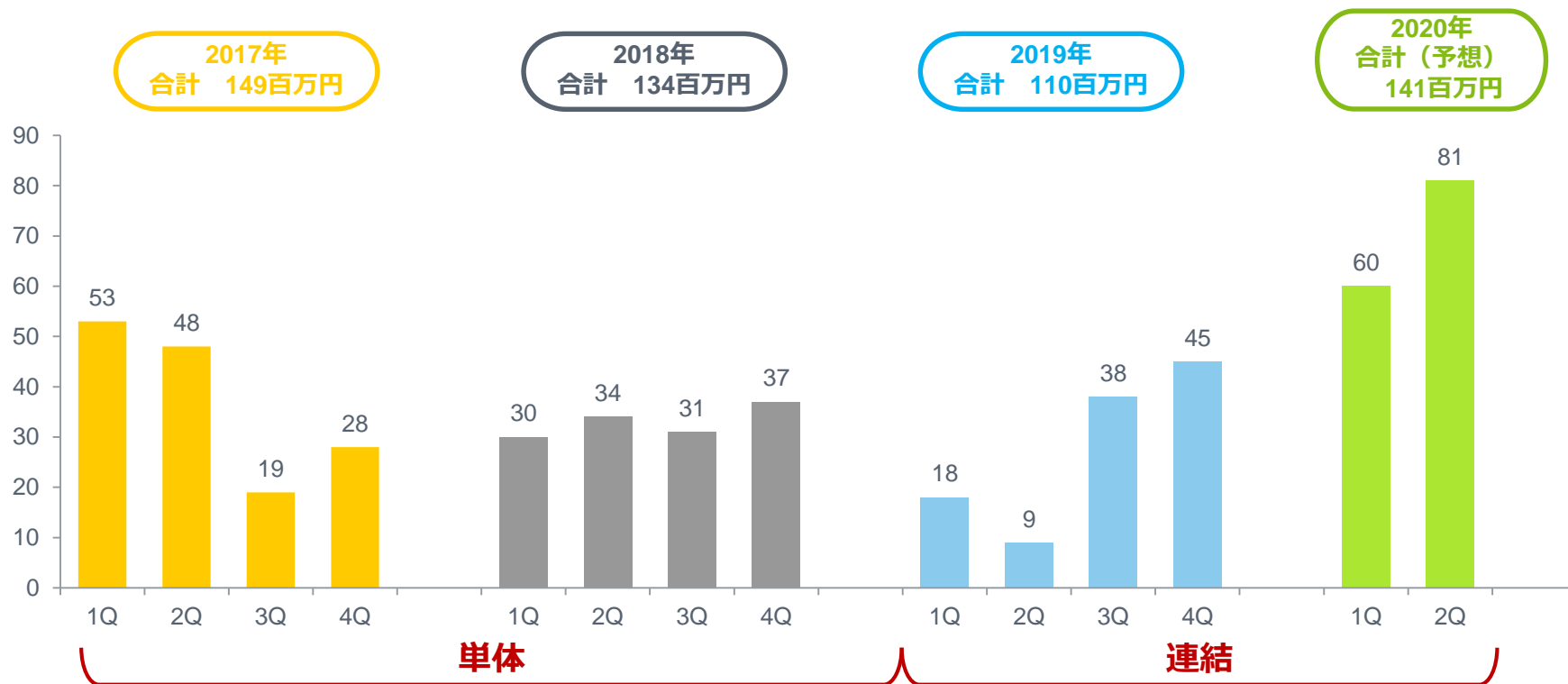
I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要 連結営業費用の推移

◆売上増進による通信コスト増はあったものの、コロナ影響による事業活動抑制効果でセミナーなどの広告関連費用、移動旅費が減少



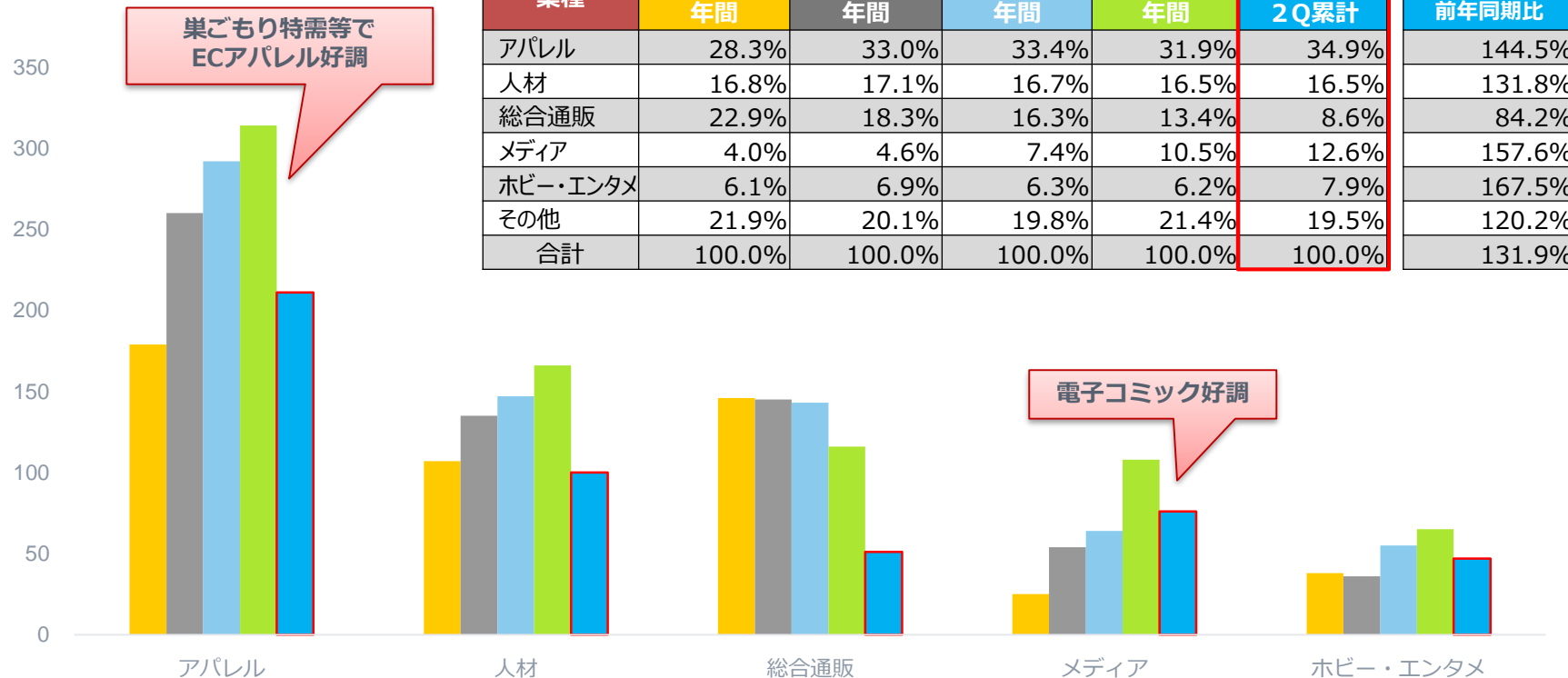
I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要 連結営業利益の推移

(百万円)



I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要 上位5業種営業収益の推移 〈アイジェント・レコメンダー〉

(百万円)



注：グラフは右端の当期のみ第2四半期の金額を記載し、それ以外は各年度の金額を記載しています。

I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要 トピックス①

◆ 営業活動

➤ Go Deep戦略

➤ パートナー連携強化

- ・ Repro紹介で**2件受注!**
- ・ スマートバリューとの共同提案で**1件受注!**
- ・ コロナ禍で各種イベント中止/延期の中、パートナーと共同でのウェビナー開催

➤ 新規業界開拓

- ・ クラウドファンディング**大手1件受注!**

➤ その他

- ・ コロナ禍でレコメンド売上好調（アパレルEC、電子コミック、花ギフト関連など）

I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要 トピックス②

◆ 研究開発活動

➤ **エージェント・レコメンダー**

- ・ 香港子会社主導でAIマーケティング・プラットフォームの次世代バージョンリリースに向け開発
- ・ 「画像認識レコメンド」の対応継続（アイテム点数を1万件から15万件へ増加）

➤ **新サービスに向けた研究開発**

- ・ 翌期リリースに向け、次世代バージョンへ搭載する新機能のさらなる開発推進

➤ **大規模顧客向けのレコメンドアルゴリズム改善、実装検討**

I. 2020年12月期 第2四半期 決算概要 トピックス③ オンラインセミナー 開催

オウンドみんなでがんばるんジャー！

Online Conference

#The Day After

2020.07.28.Tue. 16:30～

変わりゆく世界の中で、
オウンド施策を進化させるメソッドを
最新事例とともに紹介！



- ・当社は2020年6月より、Repro株式会社、株式会社UNCOVER TRUTH、株式会社フィードフォース、株式会社Faber Companyの4社とともに、Webセミナー「オウンドみんなでがんばるんジャー！」を開催
- ・本Webセミナーでは、企業独自のデジタルサービス(オウンドサービス)を発展させていくためのOMO戦略や、ポストコロナ時代のデジタルマーケティングのナレッジ共有
- ・各界のトップマーケターのパネルディスカッション実施
- ・延べ1200名以上の方々が受講され、リモートワーク時代の新たな企業イベントの在り方として評価されています

Ⅱ． 2020年12月期 業績予想

サービス優位性の強化

Go Deep戦略

各業界ごとの事例掲載
新規業界の開拓、コンテンツマーケティングを活用

顧客の付加価値向上

コンサルテーションの強化：データ分析全般のコンサルティングの構築

パートナー連携

パートナー企業との連携ツールや優秀なパートナー企業との連携強化
による顧客の獲得・解約防止

新バージョン・新サービスの開発

デジタルマーケティング
領域を強化！

新機能追加

コンサル強化

タッチポイント追加

Digital Marketing

Personalization

Recommendation

新型コロナウイルスへの
対策・対応

ニューノーマル(新常態)への変化・適応

社内体制の整備

マーケティング施策等、事業戦略見直し

II. 2020年12月期 業績予想 要約損益計算書（進捗状況）

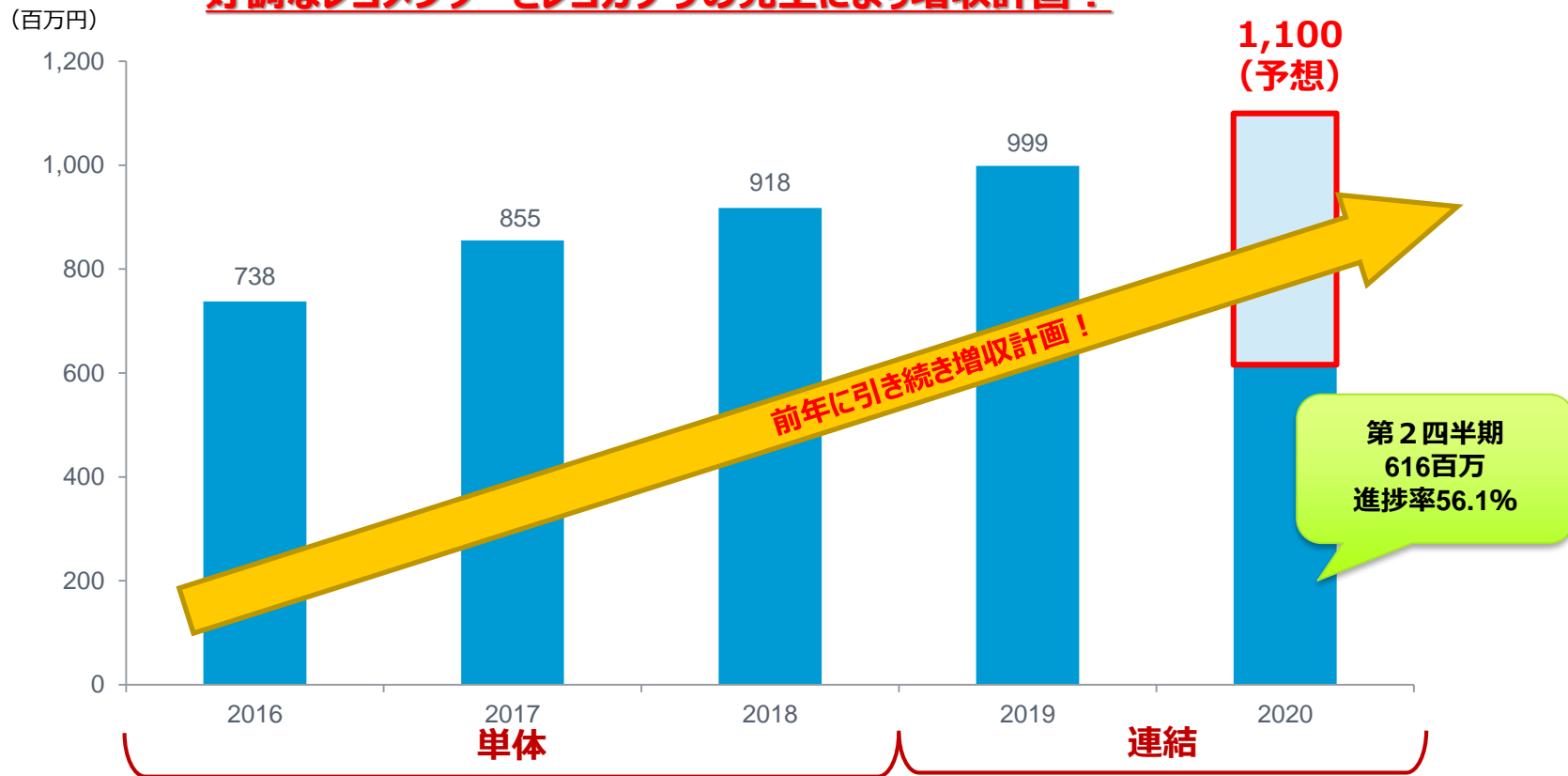
（単位：千円）

	2020年12月期 （連結計画）		2020年12月期第2四半期 （連結実績）		進捗率
	金額	構成比	金額	構成比	
営業収益	1,100,000	100.0%	616,578	100.0%	56.1%
営業費用	958,534	87.1%	474,968	77.0%	49.6%
営業利益	141,466	12.9%	141,610	23.0%	100.1%
経常利益	141,466	12.9%	140,576	22.8%	99.4%
特別損失	0	—	22,913	3.7%	-
当期純利益	72,129	6.6%	58,590	9.5%	81.2%

※ 新型コロナウイルス感染拡大等による主要顧客業界等の動向、の不透明感など、当社を取り巻く環境に不確定要素が多く、現時点では据え置いております

II. 2020年12月期 業績予想 連結営業収益の推移

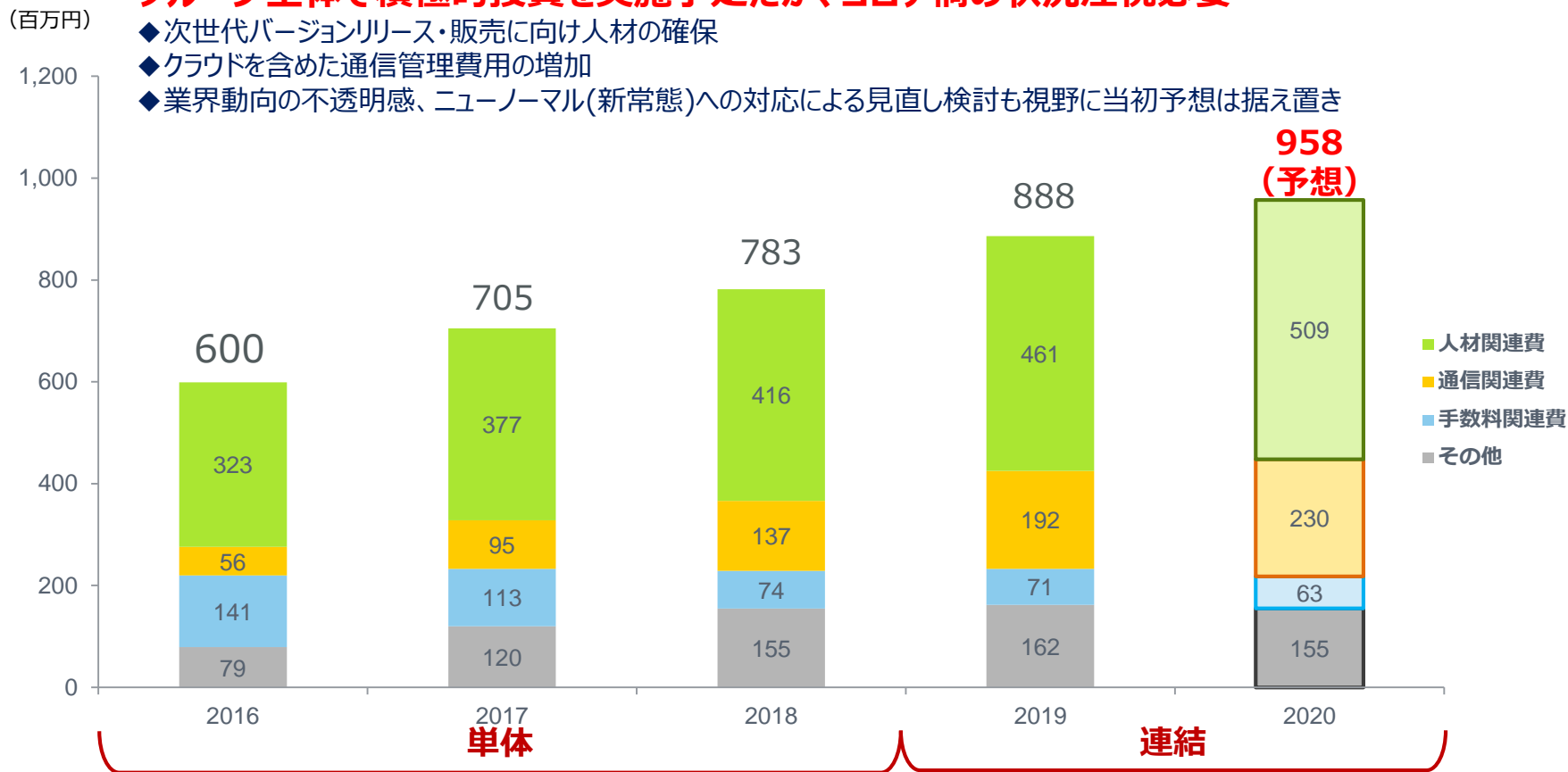
好調なレコメンダーとレコガゾウの売上により増収計画！



II. 2020年12月期 業績予想 連結営業費用の推移

グループ全体で積極的投資を実施予定だが、コロナ禍の状況注視必要

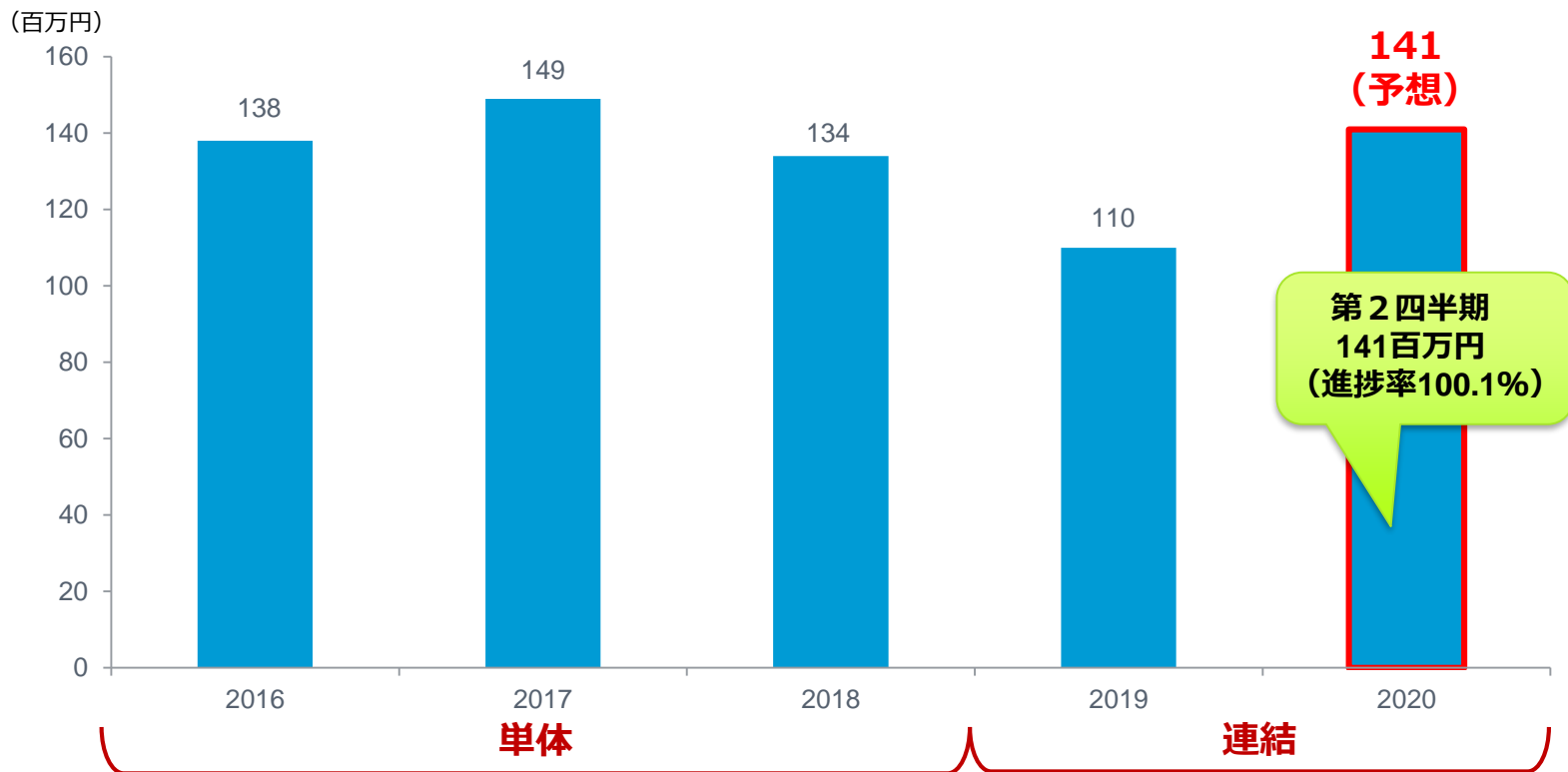
- ◆ 次世代バージョンリリース・販売に向け人材の確保
- ◆ クラウドを含めた通信管理費用の増加
- ◆ 業界動向の不透明感、ニューノーマル(新常態)への対応による見直し検討も視野に当初予想は据え置き



Ⅱ. 2020年12月期 業績予想 連結営業利益の推移

収益拡大のためグループ全体で積極的投資を実施

引き続き、研究開発活動にも注力し、コロナ禍におけるニューノーマル（新常態）への対応



III. Appendix

Ⅲ. Appendix 当社の概要

社名	シルバーエッグ・テクノロジー株式会社 (英訳名 Silver Egg Technology CO., Ltd.)
設立	1998年8月
代表者	代表取締役社長 トーマス・アクイナス・フォーリー
本社	大阪府吹田市江坂町一丁目23番43号
資本金	285百万円 (2020年6月末現在)
業績	<ul style="list-style-type: none"> ● 営業収益：999百万円 ● 経常利益：110百万円 (ともに、2019年12月期連結ベース)
従業員数	47人 (2020年6月末時点 ※パート・アルバイトは含んでおりません)
主な事業内容	AI (人工知能) を用いたマーケティング支援事業 ～AI技術をベースにしたレコメンド技術および それをベースとしたWebマーケティング・サービスの開発・提供
加盟団体	<ul style="list-style-type: none"> ● RecSys (ACM Recommender Systems) ● AIR (人工知能研究会) ● JIAA (一般社団法人日本インタラクティブ広告協会)



代表取締役社長
トーマス・アクイナス・フォーリー

略 歴

- 1985年5月
Digital Equipment Corporation入社
- 1996年10月
ジェンシム・ジャパン株式会社 社長就任
- 1998年8月
シルバーエッグ・テクノロジー有限公司
(シルバーエッグ・ホールディングス有限公司)
設立 CEO就任
- 1999年1月
シルバーエッグ・テクノロジー株式会社
代表取締役会長 兼 CEO就任
- 2001年9月
代表取締役社長就任 (現任)

Ⅲ . Appendix 当社の沿革

1998年 8月	大阪府吹田市にて創業（レコメンデーションサービスの提供を目的に）
2000年 11月	レコメンドソフトウェア製品「アイジェント・ワンツーワン・サーバ」の提供開始
2003年 3月	レコメンドサービス「アイジェントA S Pサービス」をリリース （2013年、「アイジェント・レコメnder」に名称変更）
2005年 11月	モバイルサイト向けレコメンドサービス「アイジェントA S Pサービス・モバイル版」をリリース
2008年 3月	東京オフィスを開設（港区 ⇒ その後、千代田区へ移転）
2008年 3月	レコメンドサービス「アイジェントA S Pサービス・コールセンター版」をリリース
2012年 6月	レコメンド広告サービス「ホットビュー」をリリース
2014年 8月	リアルタイム・レコメンドメールサービス「アイジェント・レコガゾウ」をリリース
2015年 12月	大阪本社を同吹田市内で移転
2016年 9月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場
2017年 3月	AIマーケティング・プラットフォーム「Aigent7」をリリース
2017年 8月	リアルタイム・レコメンドメールサービス「アイジェント・レコガゾウ」の特許を取得
2017年 10月	東京オフィスを千代田区内で移転
2017年 12月	大阪本社を増床
2018年 8月	AIマーケティングツール「プロスペクター」をリリース
2018年 11月	香港にSilver Egg Technology Asia Limitedを設立

【当社の現在の拠点】

- **シルバーエッグ・テクノロジー株式会社**
 - 大阪本社 （大阪府吹田市）
 - 東京オフィス （東京都千代田区）
 - 東京データセンター （東京都品川区）
- **Silver Egg Technology Asia Limited**
(香港)

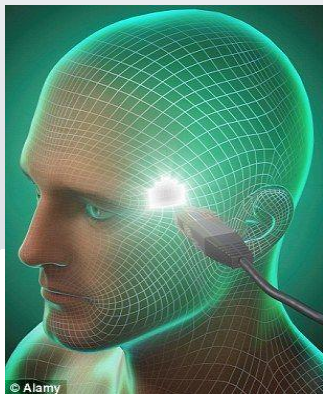
* 事業基盤の拡大・安定化のため株式会社化を図った1999年から2004年の間の取り組みは、左記沿革から割愛

* 海外拠点展開については、左記沿革から次の内容を割愛
2013年7月、韓国に100%子会社Silver Egg Technology Korea（非連結）を設立（その後、2014年12月に休眠、2015年9月に精算）
2006年4月、オランダにSilver Egg Technology B.V.を合併会社として設立（⇒ 2012年に100%子会社化）（その後、2019年6月に精算）

MISSION 未来から、今を選ぼう。

ビッグデータ解析をリアルタイムに行う
AI（人工知能）によるレコメンデーション技術

Big Data + AI + WWW
↓
Personalization = Recommendation



© Alamy

第1次ブーム

1956年～1969年

【探索と推論】

⇒チェスを指す人工知能

⇒数学の定理証明

第2次ブーム

1980年～1988年

【大容量データベース】

⇒第5世代COMP（通産省）

⇒エキスパートシステム

⇒ニューラルネットワーク

2045年

【シンギュラリティ】

⇒人工知能は人間の能力を超える!?

1998年創業

第3次ブーム

1989年～現在

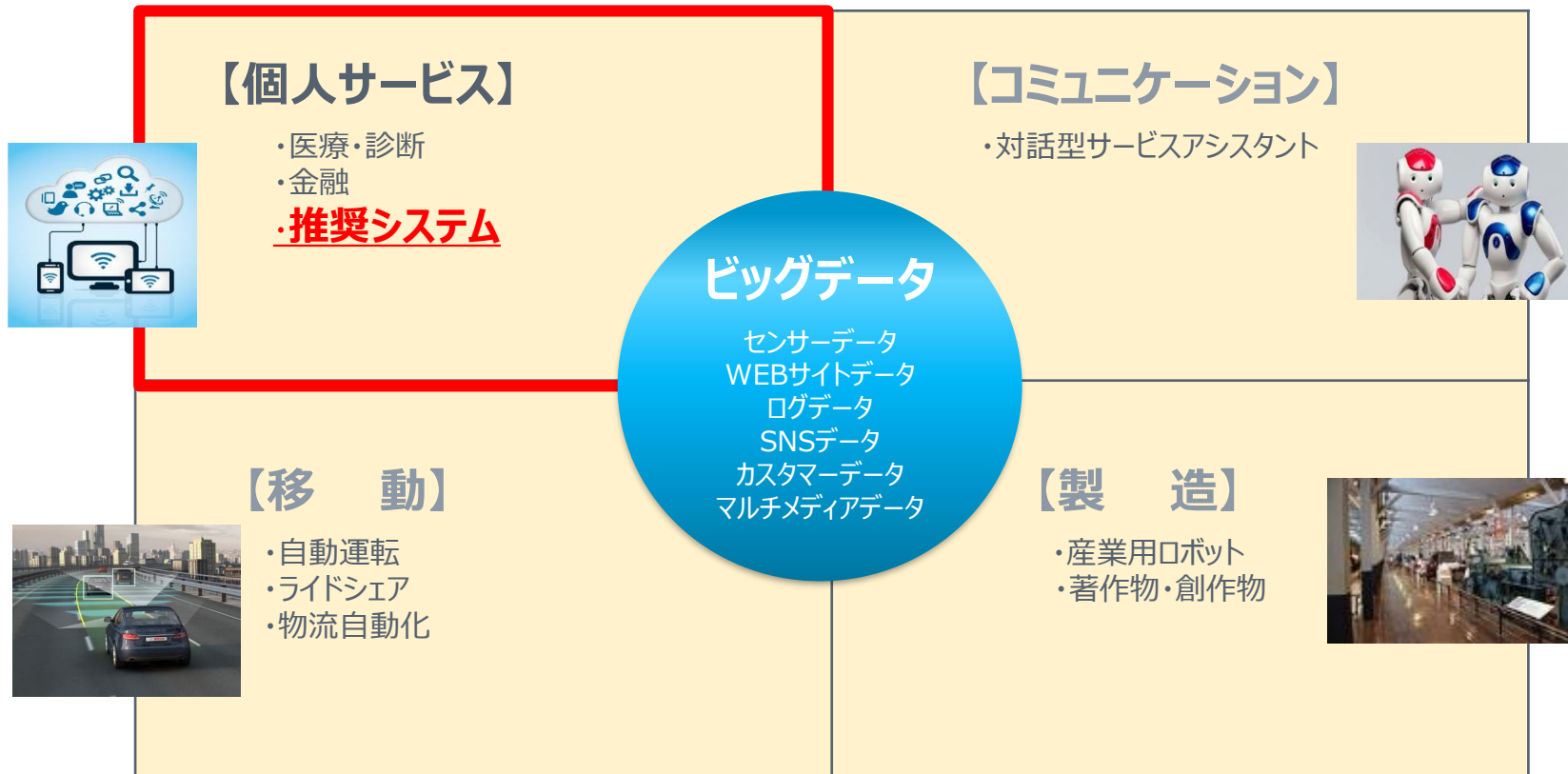
【状態判定が可能】

⇒機械学習（ディープラーニング）

⇒ビッグデータ収集蓄積

⇒統計的自然言語処理

⇒アルファ碁





- 従来のマーケティング
 - …性別、年齢による人口統計的な分類をベースとした分析が主流
 - ⇒ インターネット上で刻々と変化する顧客の嗜好やニーズに対応することができず、売上に結びつけることが困難
- 新たなマーケティング手法 = リアルタイムレコメンデーション
 - …より個別レベルにおける顧客の好みに応じたコンテンツ（商品や情報など）を個別顧客へ提供
 - ⇒ 顧客のウェブサイト上やPOSなどのチャネルから閲覧や購買といった顧客行動をデータとして取り込み、人工知能技術を用いて、自動的に個別の顧客の次の行動を予測し提示することで、その顧客が欲している商品や情報を手間をかけずに取得し、大きな顧客満足の提供を可能にし、Webサービスの競争優位性を確立するもの

Ⅲ . Appendix サービス体系

【サービスを支えるコア技術】

レコメンドエンジン

「アイジェント」

リアルタイム
解析

時系列
解析

ユーザー
動線解析

高度な数学を応用する機械学習
技術を組み合わせ、
リアルタイムでユーザーの行動履歴
(購買と閲覧)を分析し、
次のニーズを自動で予測する、
当社独自開発の技術



【主カサービス】

リアルタイム・レコメンドサービス

アイジェント・レコメンダー

- 顧客のサイトやアプリ内など様々なタッチポイントにおいて、各ユーザーのその時点における嗜好に合わせたお勧めの商品やコンテンツを表示することができるサービス
- 様々なサポートを充実させると共に、成果報酬型の料金体系を主とし、サービスに精通したコンサルタントによる継続的な改善提案で、顧客の成長を支援

【オプションサービス&派生サービス】



レコガゾウ

配信するHTMLメール内にタグを設置することで、ユーザーがメールを開封した時点における嗜好にマッチしたレコメンド結果をリアルタイムで抽出し表示することができる「リアルタイム・レコメンドメールサービス」



ホットビュー

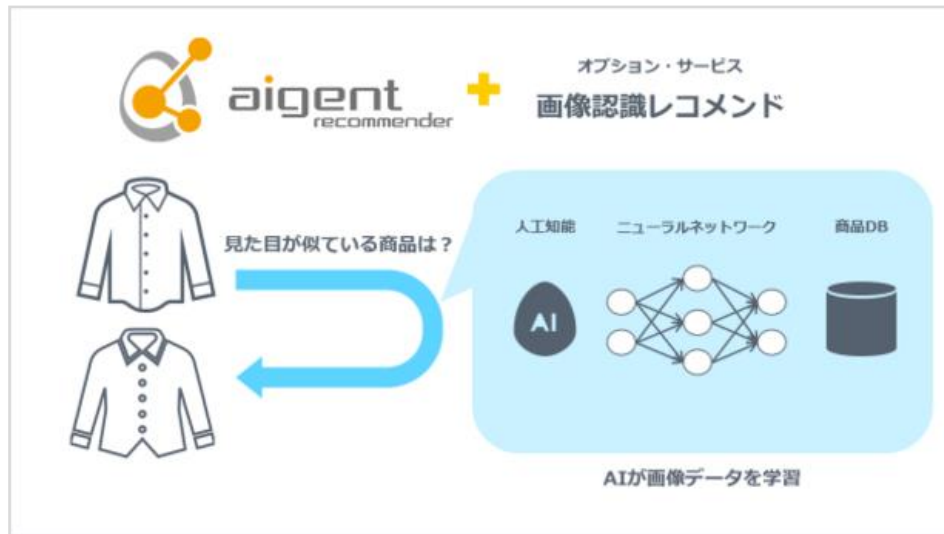
ユーザー個々のニーズに合致するであろう商品を広告として動的に表示することで、ユーザーをより効果的に自社サイトへ誘導、購買につながる行動へと誘導することができる「リアルタイムレコメンド広告サービス」



プロスペクター

購買履歴などの行動データを取り込み、AIが特定の商品に対して好感を持ち、買ってくれそうなユーザー（見込み顧客）を高い精度で抽出・リスト化することができる「見込み顧客可視化ツール」

画像認識レコメンド サービス



- ・ 協調フィルタリングと画像認識を自動制御し互いに補完
- ・ 異なる視点でのレコメンドにより、エンドユーザーの利便性向上
- ・ アイテム数15万件まで対応

技術的優位性

最先端のテクノロジー

- ① AI技術を活用したリアルタイム分析を実現
- ② 独自のリアルタイム・ユーザー動線分析技術を開発
- ③ 様々な最先端技術を組み合わせることで、予測精度の向上を実現



サービスの優位性

クライアントとの共存共栄志向

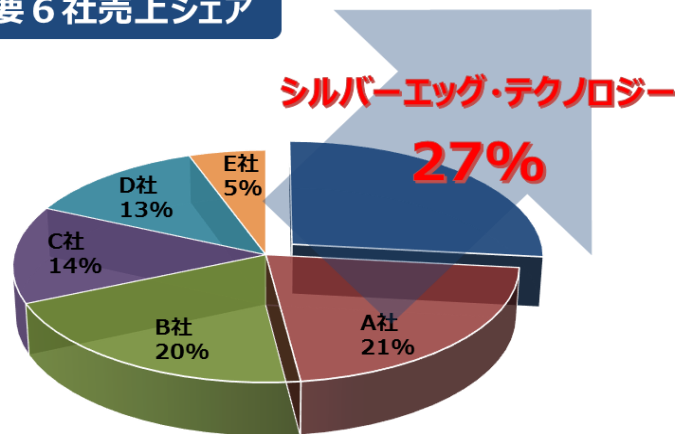
- ④ サービスの拡張性
(クライアント目線の技術・サービス開発)
- ⑤ 顧客企業にとって、導入しやすい料金体系を提供
- ⑥ コンサルティングサービス
(充実したサポート力)

「SaaS型レコメンドエンジンの売上高」調査 国内 **第1位** を獲得！

主な獲得要因

- 当社独自のリアルタイム分析等
AI（人工知能）技術の高い優位性
- 成功報酬型を含む複数のビジネスモデルによる
サービス導入障壁の低減
- 継続的なPDCAによる運用コンサルテーション
サービスによる顧客との長期的な信頼関係構築
- B2C型ECサイトに加え様々な分野での導入実績および
実店舗を含めたオムニチャネル型サービスの利用拡大

主要6社売上シェア



2017年9月時点 東京商工リサーチ調べ SaaS型レコメンドエンジンの最新決算期における1年間の売上高
※広告配信のプラットフォーム(DSP)を除く
※広告関連のアクセスデータやデモグラフィックデータなどを他社に提供するプラットフォーム(DMP)を除く

Ⅲ . Appendix 当社の所有する特許

「リアルタイム・レコメンドメールサービス」 レコガゾウの特許取得！

2018年2月に世界有数の
マーケティングオートメーションツール
『Marketo』と当社『レコガゾウ』
が連携開始！



メール開封時にレコメンド結果をリアルタイムに
メール上に画像を表示させる



特許の概要

発明の名称	推奨情報送信装置、コンピュータプログラム、 推奨情報表示システム及び推奨情報表示方法
特許出願番号	特願2015-39059号
特許出願日	平成27年2月27日
特許審決発送日	平成29年8月22日

Ⅲ．Appendix サービス提供実績＜一部抜粋＞

at home

ETVOS



CAINZ

なんでも酒や
カクヤス

Canon



KS ケースデンキ



KOMEHYO

109
SHIBUYA

STRIPE imp'l

SHOP
CHANNEL

CO-OP

2nd STREET
House Shop

TIME TICKET

CHINTAI

TSUTAYA

new balance

HABA

PEACH JOHN

BUYMA

FASHIONWALKER

まんが王国

minne
by GMOペパコー

MIX.Tokyo

UNITED ARROWS LTD.

RECRUIT
リクルートキャリア

RICOH



SILVER EGG
TECHNOLOGY

Fin