

# 2021年12月期 第2四半期 決算補足説明資料

2021年8月

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. 2021年12月期 第2四半期 決算概要 2**

---

**II. 2021年12月期 業績予想 15**

---



**III. Appendix 22**

---

# I. 2021年12月期 第2四半期 決算概要（連結）

## I. 2021年12月期 第2四半期 決算概要（連結） ハイライト

**営業収益 611百万円**（前期増減率： **0.8%減**）  
当初2Q業績予想 597百万（増減率： **2.4%増**）

**営業利益 139百万円**（前期増減率： **1.2%減**）  
当初2Q業績予想 59百万（増減率： **135.8%増**）

- 営業収益：当初の業績予想通りの結果であります。  
他方、計画を上回る収益があり、先般修正業績予想を公表。
- 営業利益：当初の業績予想通りの結果であります。  
他方、計画を下回る費用抑制があり、先般修正業績予想を公表。
- 減収要因：自粛期間の長期化に伴い、巣ごもり消費等によるECサイトの活用が普及。  
突発的なEC購入活動量が落ち着いた他、特定業界では不透明な販売状況が続いており、減収となった。
- 減益要因：前期の、突発的な収益の反動による影響

# I. 2021年12月期 第2四半期 決算概要 連結貸借対照表

(単位：千円)

	2020年12月期末（連結） （第23期）		2021年12月期 第2四半期末（連結） （第24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	1,119,008	90.5%	1,131,639	89.7%	1.1%	12,631
固定資産	117,387	9.5%	130,087	10.3%	10.8%	12,700
資産合計	1,236,395	100.0%	1,261,727	100.0%	2.1%	25,331
流動負債	233,574	18.9%	155,684	12.3%	△ 33.4%	△ 77,890
負債合計	233,574	18.9%	155,684	12.3%	△ 33.4%	△ 77,890
純資産合計	1,002,820	81.1%	1,106,042	87.7%	10.3%	103,221
負債・純資産合計	1,236,395	100.0%	1,261,727	100.0%	2.1%	25,331

流動資産 : 現金及び預金の増加 (25百万円)  
 固定資産 : 無形固定資産の増加 (20百万円)、繰延税金資産の減少 (5百万円)  
 流動負債 : 未払法人税等の減少 (55百万円)、賞与引当金の減少(21百万円)  
 純資産合計 : 当期純利益 (98百万円)

# I. 2021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)

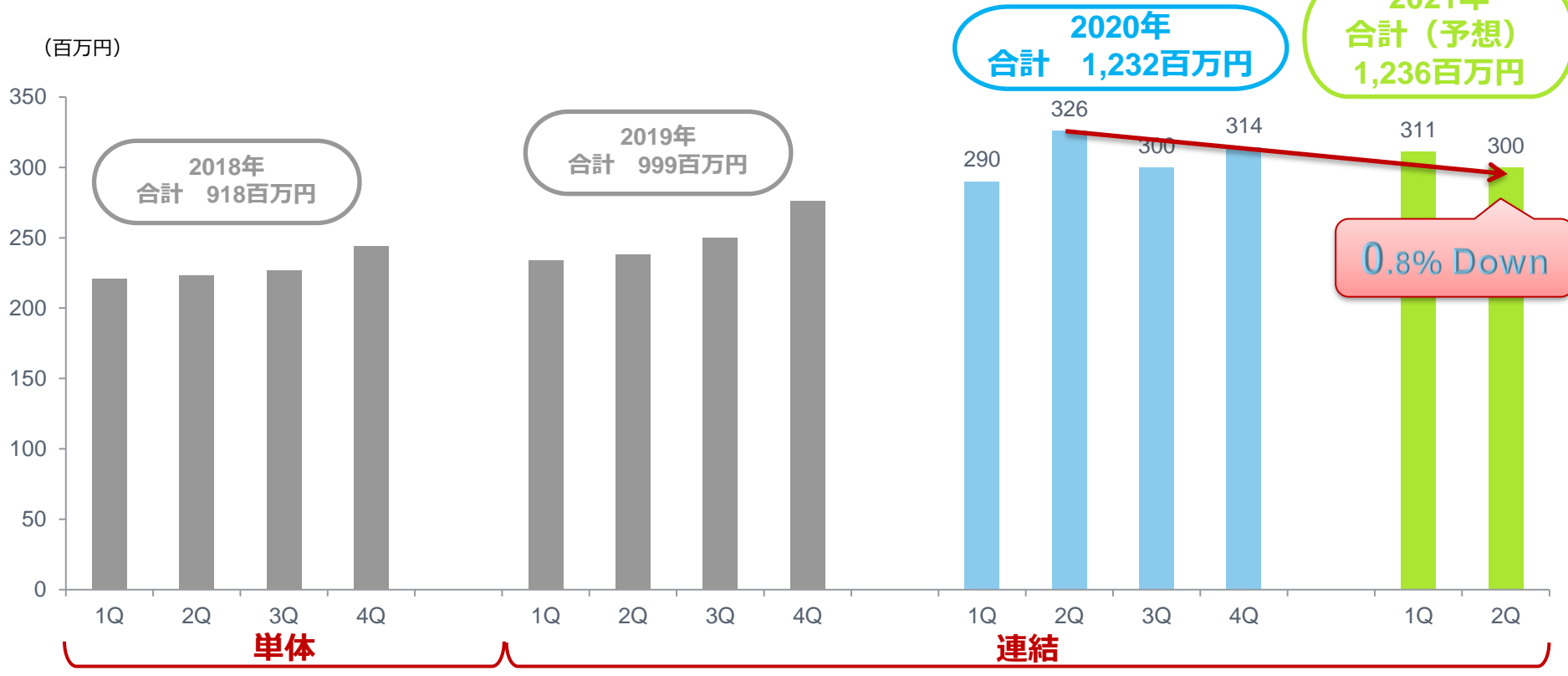
	2020年12月期 第2四半期（連結） （第23期）		2021年12月期 第2四半期（連結） （第24期）		対前期 増減率	対前期 増減額
	金額	構成比	金額	構成比		
営業収益	616,578	100.0%	611,425	100.0%	△0.8%	△ 5,153
営業費用	474,968	77.0%	471,580	77.1%	△0.7%	△ 3,387
営業利益	141,610	23.0%	139,844	22.9%	△1.2%	△ 1,765
営業外収益	3	0.0%	395	0.1%	11355.7%	391
営業外費用	1,037	0.1%	3,978	0.7%	283.5%	2,940
経常利益	140,576	22.8%	136,261	22.3%	△3.1%	△ 4,314
特別損失	22,913	3.7%	—	—	—	△22,913
当期純利益	58,590	9.5%	98,929	16.2%	68.9%	40,339

※比較分析につきましては、P.5に記載しております。ご参照ください。

# I. 2021年12月期 第2四半期 連結営業収益の推移

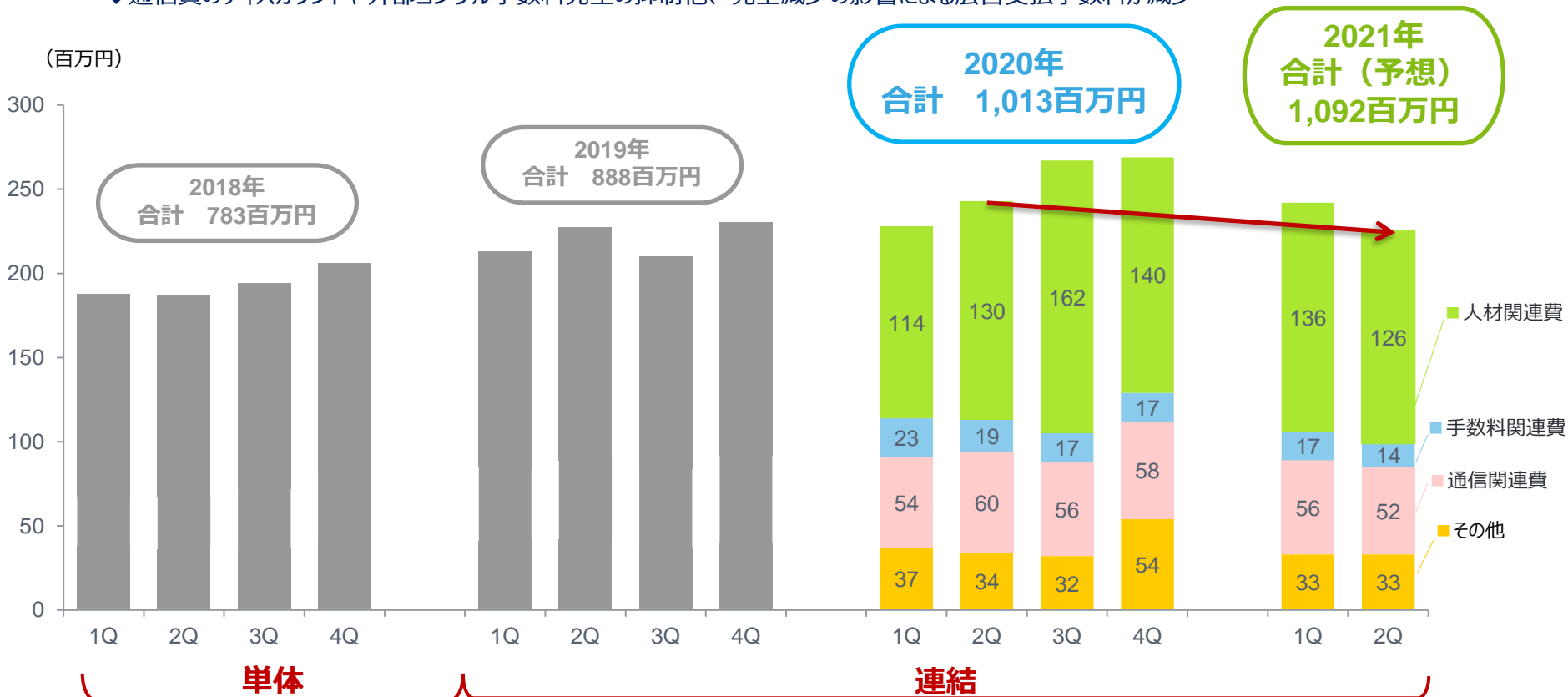
## 当初の予想通り進捗中

◆前年の巣ごもり需要による突発的な増収からの反動を考慮し、減収予測をしているが想定以上の収益維持ができています



# I. 2021年12月期 第2四半期 連結営業費用の推移

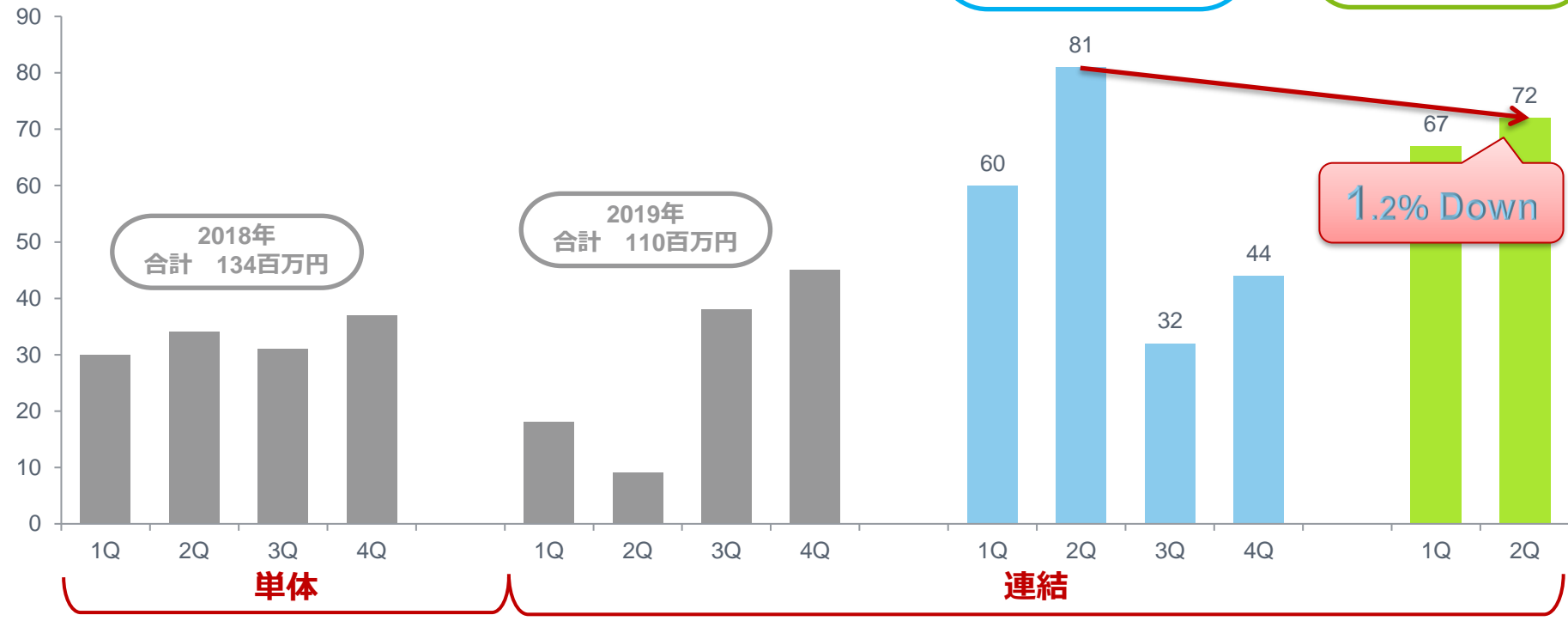
◆通信費のディスカウントや外部コンサル手数料発生の抑制他、売上減少の影響による広告支払手数料が減少





# I. 2021年12月期 第2四半期 連結営業利益の四半期別推移

(百万円)



# I. 2021年12月期 第2四半期 連結営業利益の2カ年推移

前年同月比 増減状況

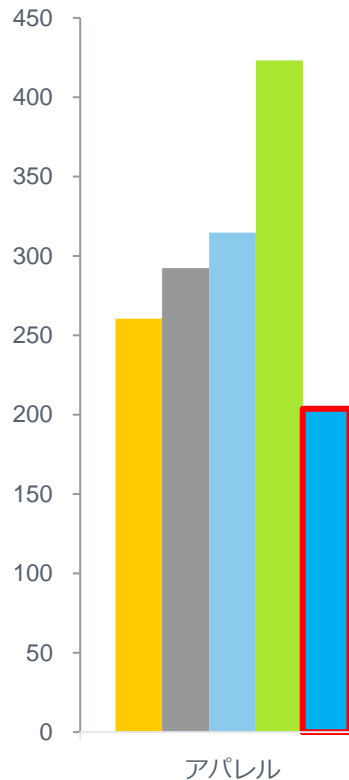
(単位：千円)



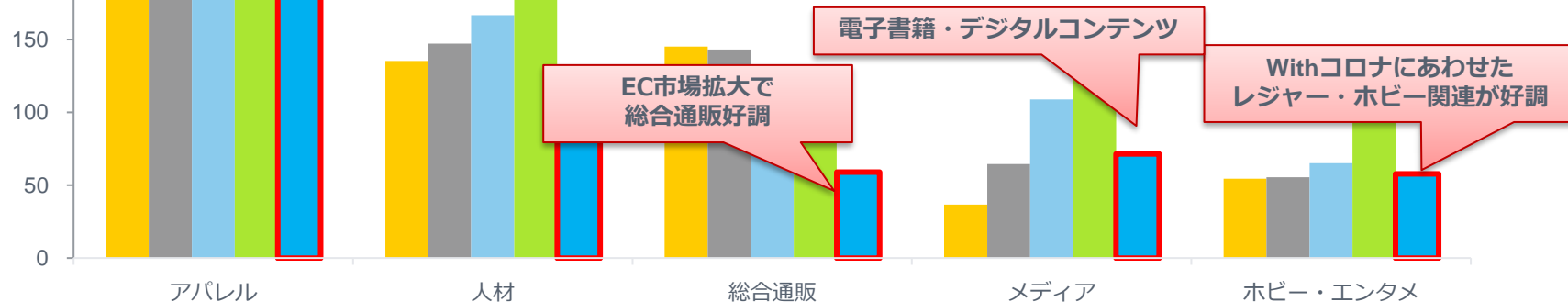
# I. 2021年12月期 第2四半期 決算概要 上位5業種営業収益の推移

## <アイジェント・レコメンダー(主カサービス)>

(百万円)



業種	2017年度 年間		2018年度 年間		2019年度 年間		2020年度 年間		2021年度 2Q	
	(百万円)	(シェア率)	(百万円)	(シェア率)	(百万円)	(シェア率)	(百万円)	(シェア率)	(百万円)	(シェア率)
アパレル	260	32.9%	292	33.3%	314	32.3%	423	34.8%	203	33.5%
人材	135	17.1%	147	16.7%	166	17.1%	185	15.2%	88	14.5%
総合通販	145	18.4%	143	16.3%	116	11.9%	113	9.4%	59	9.7%
メディア	36	4.6%	64	7.3%	108	11.2%	155	12.8%	71	11.8%
ホビー・エンタメ	54	6.9%	55	6.3%	65	6.7%	103	8.5%	57	9.5%
その他	158	20.1%	176	20.1%	202	20.8%	233	19.2%	127	20.9%
合計	790	100.0%	878	100.0%	974	100.0%	1,215	100.0%	607	100.0%



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コク額を記載しています。

## I. 2021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

- ・しまむらオンラインストアにアイジェント・レコメンダー導入
- ・青山商事のパーソナライズ化に貢献

#### ➤ パートナー連携強化

- ・電子書籍提供会社 大手複数社から**受注獲得!**
- ・協業パートナーとの共催ウェビナーを中心にしたカジュアルウェビナーを連続開催。  
高角度のリード獲得に加え、エコシステムの強化にも寄与。

#### ➤ 新規契約

- ・大手衣料品、アウトドア要因メーカー通販サイト **受注獲得!**
- ・大手テレビ通販のオンラインショッピングサイト **受注獲得!**

## I. 2021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

#### ➤ 主力サービス

- ・ システムの効率化改善
  - ・ オフラインでのレコメンド効果測定の方法
  - ・ レコメンドのチューニング
  - ・ ABテスト

#### ➤ 新サービス AigentXにかける研究開発

- ・ 高速かつ安定したサービス稼働に向けた、アーキテクチャの最適化及びパフォーマンスの改善、レコメンドの精度向上

#### ➤ 新たなレコメンドアルゴリズムの開発

- ・ 各業界・業種に特化したモデル開発等を目指しています。

# 市場シェアNo.1の レコメンドエンジンを搭載したAIパーソナライゼーション 「Aigent X (アイジェント・エックス)」の提供を開始

鍵となるのは  
“パーソナライゼーション”

消費者を“個人”のレベルで分析し、  
最良の選択肢を提供する。  
それが「パーソナライゼーション」です。

AigentXは、  
レコメンド技術を核として、  
多様なニーズ/ビジネスモデルに対応した  
AIベースの高度なパーソナライズド・  
マーケティングの手段を提供します。



**aigent X**

**No.1レコメンドエンジン搭載  
AIパーソナライゼーション・  
プラットフォーム**

AI-BASED PERSONALIZATION PLATFORM  
WITH NO.1 RECOMMENDATION ENGINE

# 市場シェアNo.1の レコメンドエンジンを搭載したAIパーソナライゼーション 顧客体験の差別化をデジタル領域で生み出す



No.1レコメンドエンジン搭載  
AIパーソナライゼーション・  
プラットフォーム

AI-BASED PERSONALIZATION PLATFORM  
WITH NO.1 RECOMMENDATION ENGINE

## ふたつとないAIエンジンで 企業の売上向上、LTV向上貢献

自社のビジネスモデルにとって最適化した「顧客体験（ユーザー体験）」をシステム上で作り出すことで、他社との差別化を図ります。

AIエンジンは、現場課題のヒアリングをもとにカスタマイズして導入可能。  
オンリーワンのAIエンジンで、他社にはないパーソナライズド・マーケティングを実現し、企業の売上向上、LTV向上に貢献します。

## Ⅱ. 2021年12月期 業績予想



## 【成長戦略①】 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
  - 優秀なパートナー企業  
との連携強化
- 顧客の獲得・解約防止

戦略・施策の複合展開

## 【成長戦略②】 新バージョン・新サービスの開発

Digital Marketing

デジタルマーケティング  
領域を強化！

新機能追加

新製品追加

タッチポイント追加

Personalization

Recommendation



新製品のリリース・  
営業活動の強化

顧客別にカスタマイズ  
された導入提案

CS向上の為の  
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. 2021年12月期通期連結業績予想数値の修正（2021年1月1日～2021年12月31日）

（単位：百万円）

	営業収益	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想 (A)	1,236	144	144	91	円 銭 30.67
今回修正予想 (B)	1,236	144	144	127	43.11
増減額 (B - A)	—	—	—	36	—
増減率 (%)	—	—	—	40.6	—
(ご参考) 前通期実績 (2020年12月期)	1,232	219	218	100	33.86

※2021年8月5日の公表致しました、「2021年12月期第2四半期及び通期連結業績予想の修正に関するお知らせ」より抜粋。  
営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益につきましては、下期以降の施策に要する費用発生を見込んでおりますほか、新型コロナウイルス感染症による影響が不確実であり、通期業績に与える影響が不透明な状況が続いているため、特別利益の計上による影響を除き、前回予想数値を据え置いております。今後、修正が必要と判断した場合には、速やかに情報開示いたします。

## II. 2021年12月期 業績予想 要約損益計算書 (進捗状況)

(単位：千円)

	2021年12月期 (連結計画)		2021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	1,236,000	100.0%	611,425	100.0%	49%
営業費用	1,092,000	88.3%	471,580	77.1%	43%
営業利益	144,000	11.7%	139,844	22.9%	97%
営業外収益	-	-	395	0.1%	-
営業外費用	-	-	3,978	0.7%	-
経常利益	144,000	11.7%	136,261	22.3%	95%
当期純利益	127,000	10.3%	98,929	16.2%	77%

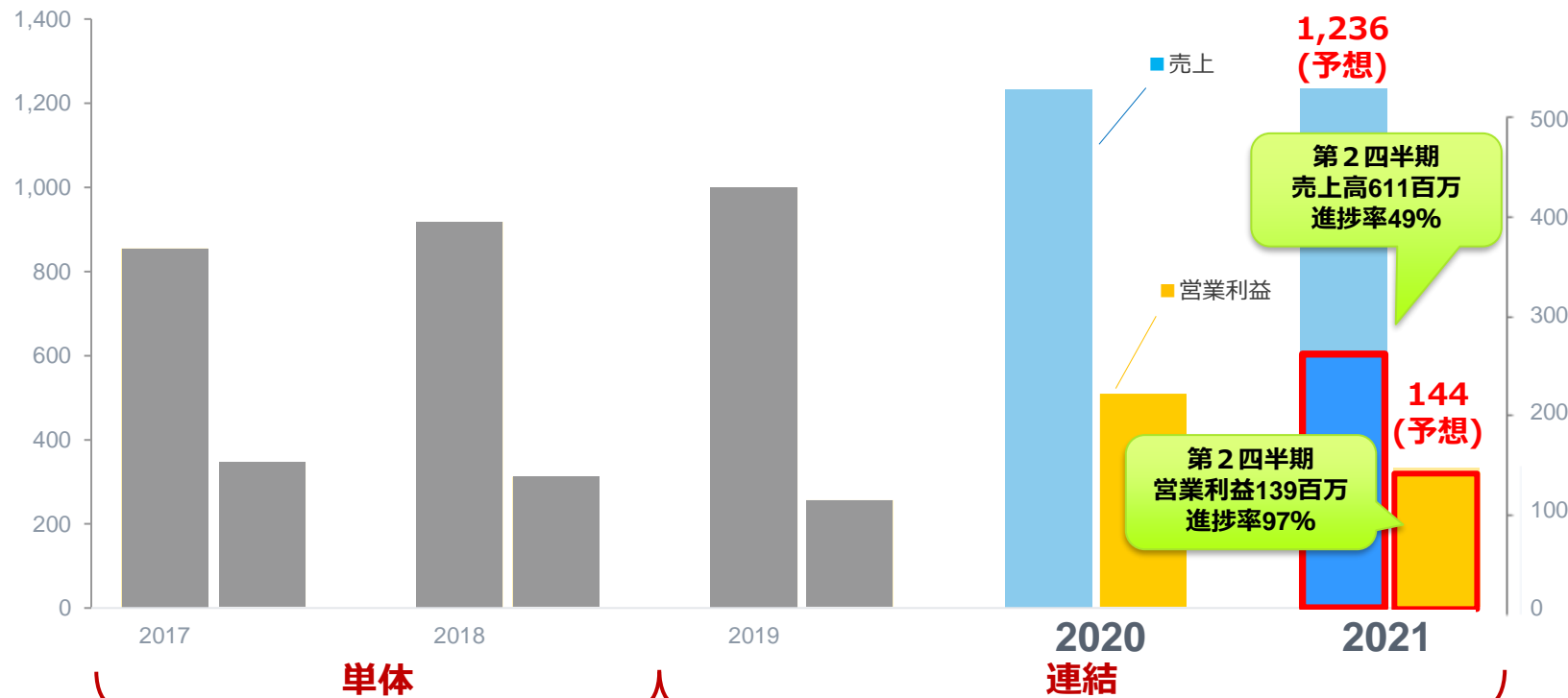
## II. 2021年12月期 業績予想 連結営業収益の推移

### 新型コロナウイルス感染症拡大による不透明な経済環境に対応した事業展開

- ◆ 既存顧客の売上が底上げされ、売上が堅調に推移
- ◆ 業務提携と「Go Deep」戦略により新規顧客獲得、事業展開とシェアNo.1(P.32を参照)の強みを活かして進捗中

売上 (百万円)

営業利益(百万円)

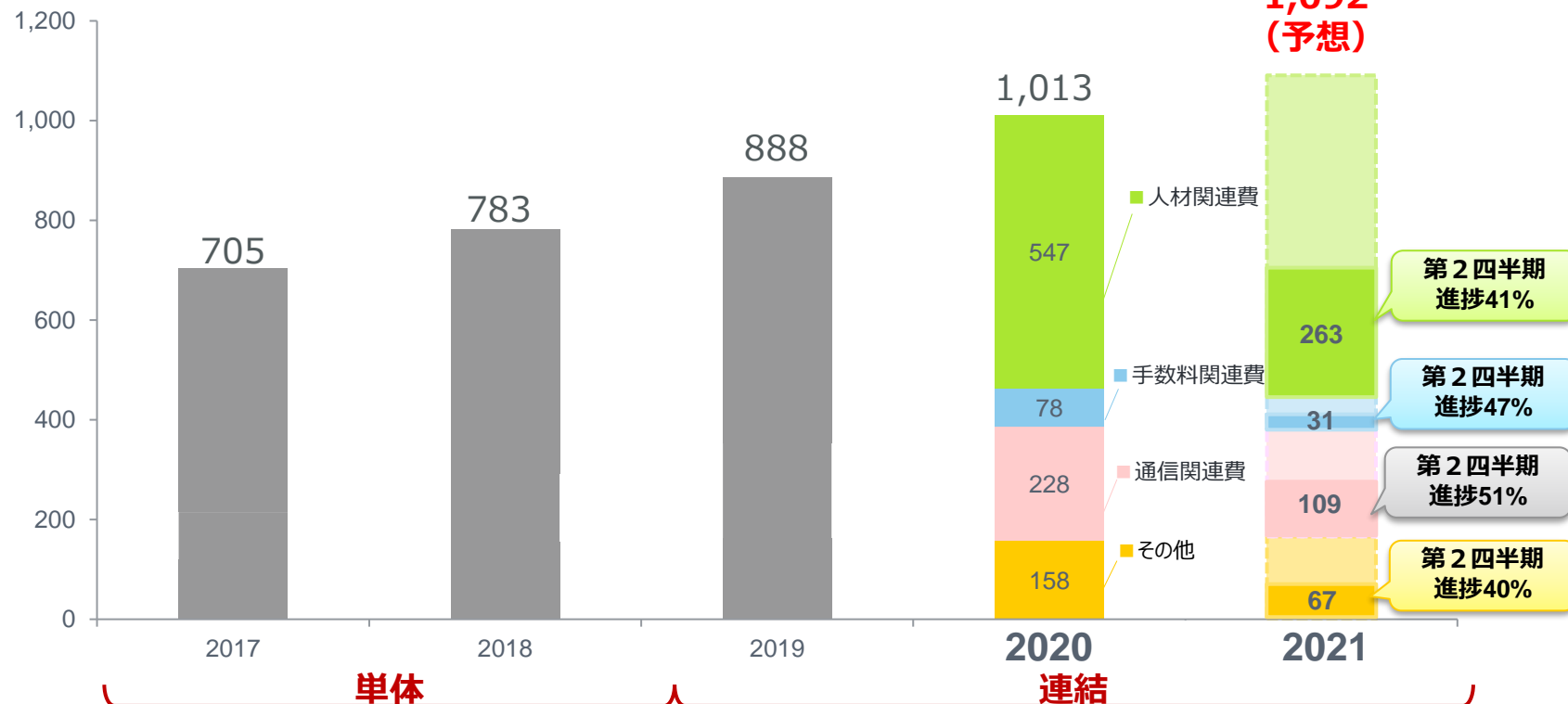


## II. 2021年12月期 業績予想 連結営業費用の推移

### 新常態(ニューノーマル)に対応した営業活動と製品力強化

- ◆ 今後、新製品・既存サービスの販売強化の為、広告・マーケティング施策に注力
- ◆ 既存サービスの機能強化、新規・既存顧客へのサービス充実に向けた人的投資の継続

(百万円)



# III. Appendix

### Ⅲ. Appendix 当社の概要

<b>社名</b>	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.)
<b>設立</b>	1998年8月
<b>代表者</b>	代表取締役社長 トーマス・アクイナス・フォーリー
<b>本社</b>	大阪府吹田市江坂町一丁目23番43号
<b>資本金</b>	285百万円 (2021年6月末現在)
<b>業績</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 営業収益：1,232百万円</li> <li>● 経常利益：218百万円 (ともに、2020年12月期連結ベース)</li> </ul>
<b>従業員数</b>	51人 (2021年6月末時点 ※パート・アルバイトは含んでおりません)
<b>主な事業内容</b>	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
<b>加盟団体</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● RecSys (ACM Recommender Systems)</li> <li>● AIR (人工知能研究会)</li> <li>● JIAA (一般社団法人日本インタラクティブ広告協会)</li> </ul>



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・レコメンダー」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
2019年 12月	「アイジェント・レコメンダー」のオプションサービス「画像認識レコメンド」をリリース
2021年 6月	AIパーソナライゼーション・プラットフォーム「Aigent X」をリリース

#### 【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。**

ひとりひとりに丁寧に寄り添い、  
AI（人工知能）の活用で、  
パーソナライズされた最上の顧客体験を作り出す

**Big Data**

**+**

**AI**

**+**

**WWW**



**Personalization**

1998年  
創業

1950年代 1960年代 1970年代 1980年代 1990年代 2000年代 2010年代 2020年代 2030年代 2040年代 2050年代

## 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

## 第3次ブーム

1989年~2000年

### 【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

## 第4次ブーム

2020年~

### 【パーソナライゼーション】

- ⇒AIの技術進化により実現

## 2045年 【シンギュラリティ】

- ⇒人工知能は人間の能力を超える!?

## 個人サービス

- ・医療・診断
- ・金融・投資・運用
- ・購買活動

顧客の感動体験  
満足度向上

## ビッグデータ

センサーデータ  
WEBサイトデータ  
ログデータ  
SNSデータ  
カスタマーデータ  
マルチメディアデータ

## コミュニケーション

- ・対話型サービス  
アシスタント

## 移動

- ・自動運転
- ・ライドシェア
- ・物流自動化

## 製造

- ・産業用ロボット
- ・著作物・創作物

### Ⅲ . Appendix 事業内容

【当社のクライアント】  
Webサービス事業者  
・運営者



消費者  
(ECサイト利用者)

AIを用いたマーケティング支援事業

当社（シルバーエッグ・テクノロジー）

## 新たなマーケティング手法によるサポートを展開

### 【従来のマーケティング手法】

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
- 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

### 【新世代サービス】



パーソナライゼーション・  
プラットフォーム  
“アイジェント・エックス”

AI技術の中核としたマーケティングのためのパーソナライゼーション・プラットフォーム。ユーザー1人ひとりに最適化した商品や情報コンテンツの提示を行い、顧客のLTV最大化を実現

- 国内トップシェアを誇る独自のリアルタイム・レコメンドエンジンを搭載
- 最新のAI技術とデータ分析により、クライアント企業の特性を活かしたLTV向上の手段を提供
- コンサルタントがAIとクライアント企業との懸け橋となり、成果の実現にコミット

### 【オプションサービス&派生サービス】



リアルタイム・  
メールレコメンドサービス  
“レコガゾウ”

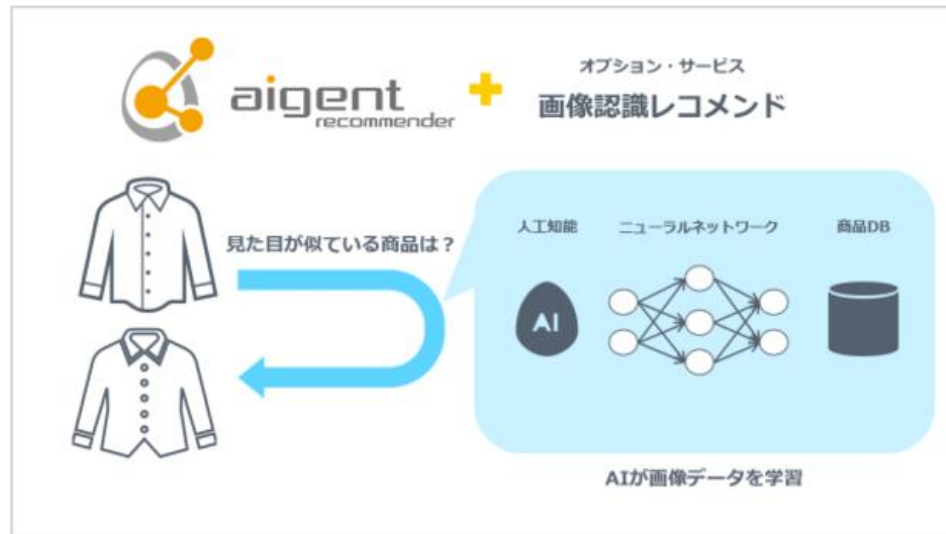


レコメンド広告サービス  
“Hot View”



見込み顧客可視化ツール  
“プロスペクター”

## 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100万件まで対応

## 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)



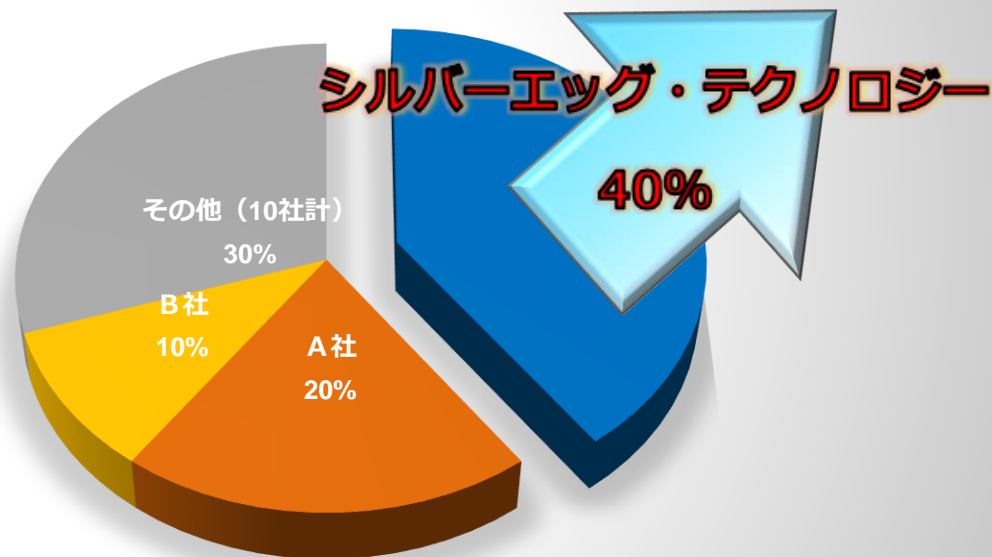
### Ⅲ . Appendix 市場占有率

「2019年度 SaaS型レコメンドツール市場占有率」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（人口知能）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



出典：富士キメラ総研『ソフトウェアビジネス新市場 2020年版』

### 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**



#### 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

▶▶▶ 今後も引き続き特許権獲得による知財拡大を推し進める ▶▶▶

### Ⅲ． Appendix サービス提供実績 <一部抜粋>



at home

ETVOS



女の転職 type

CAINZ

なんでも酒や  
カクヤス

Canon



KS ケースデンキ



KOMEHYO

STRIPE Int'l

SHOP  
CHANNEL

CO-OP

2nd STREET  
House Shop



CHINTAI

日本直販  
NIHON CHOKUHAN

PEACH JOHN

FOD  
PREMIUM

BUYMA

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