

2022年9月30日

サイジニア株式会社

証券コード:6031

# 事業計画及び成長可能性に関する事項の開示

# 目次

1	会社紹介	3
2	ビジネスモデル	8
3	市場環境	16
4	競争力の源泉	19
5	事業計画	22
6	リスク情報	26

# 1 会社紹介

# 会社概要

商号	サイジニア株式会社 (Scigineer Inc.)			
本社所在地	東京都港区浜松町1-22-5 KDX浜松町センタービル7F			
代表者	吉井 伸一郎			
設立年月日	2005年8月15日			
資本金	65,980千円(2022年6月末現在)			
子会社	デクワス株式会社 および ZETA株式会社			
決算期	6月			
役員構成	代表取締役会長	吉井 伸一郎	常勤監査役	吉澤 伸幸
	取締役社長	山崎 徳之	監査役	浅海 直樹
	取締役執行役員	宮村 忠良	監査役	柳瀬 典由
	社外取締役	北城 恪太郎		

# サイジニアグループ企業

## サイジニア株式会社

ホールディングス化に向け、M&AやR&Dをはじめグループのコーポレート機能を集約

2020年3月2日 DSP事業を承継し子会社化

## デクワス株式会社

- フロー型収益
- DSP開発と運営、ネット広告事業

2021年7月1日 株式交換により子会社化

## ZETA株式会社

- スtock型収益
- ハイエンド向けCXソリューション

相互送客  
技術共有

# サイジニアグループの事業領域

※CX:カスタマーエクスペリエンスのことであり、ユーザーの購買体験を指す

※OMO:オンラインとオフラインを融合しユーザー中心の購買体験を実現すること



ネット広告

ほしい商品に気づく

潜在顧客層にターゲティングし  
ECサイトへと送客する



CX改善

ほしい商品が見つかる

ECサイトにおける顧客体験を改善し  
購買を促すことで売上をアップする



OMO推進

店舗へとつなげる

ECと実店舗の垣根を無くし  
消費者の購買意欲を促す

ネット上の集客からEC購買体験の改善、リアル店舗との接続まで一気通貫のサービス

# サイジニアグループの提供ソリューション



ネット広告



CX改善



OMO推進



# サイジニア経営・執行体制

## 吉井 伸一郎 (Shinichiro Yoshii)

代表取締役会長(工学博士)

- 1996年4月 日本学術振興会 特別研究員(DC)
- 1999年4月 日本学術振興会 特別研究員(PD)
- 2001年8月 ソフトバンク・コマース株式会社(現ソフトバンク) 情報システム本部 技術担当課長
- 2002年4月 同社情報システム本部 技術部 研究開発センター長
- 2003年4月 ソフトバンクBB株式会社(現ソフトバンク) 技術本部マネージャー
- 2004年4月 北海道大学大学院 情報科学研究科 複雑系工学講座・助教授
- 2007年4月 当社 代表取締役社長
- 2021年7月 当社 代表取締役会長(現任)



## 山崎 徳之 (Yamazaki Noriyuki)

取締役社長

- 1995年4月 デジタルテクノロジー株式会社入社
- 1996年11月 株式会社アスキー入社
- 1997年10月 ソニーコミュニケーションネットワーク株式会社入社
- 2000年5月 株式会社オン・ザ・エッジ入社
- 2001年12月 同社取締役
- 2006年2月 同社(株式会社ライブドア)代表取締役
- 2006年6月 ZETA株式会社創業 代表取締役(現任)
- 2021年7月 当社 取締役社長(現任)



## 宮村 忠良 (Miyamura Tadayoshi)

取締役

- 1971年4月 日本アイ・ピー・エム株式会社入社
- 1999年12月 同社取締役兼金融システム事業部長
- 2004年3月 同社常務執行役員兼金融第二事業部長
- 2009年4月 JBエンタープライズソリューション株式会社 代表取締役社長
- 2009年6月 JBCCホールディングス株式会社 取締役
- 2012年4月 JBCC株式会社 取締役会長
- 2013年4月 アドバンスト・アプリケーション株式会社 代表取締役社長
- 2016年9月 当社顧問
- 2018年9月 当社取締役(現任)
- 2020年3月 デクワス株式会社 取締役(現任)

## 北城 恪太郎 (Kitashiro Kakutaro)

社外取締役

- 1967年4月 日本アイ・ピー・エム株式会社入社
- 1993年1月 同社代表取締役社長
- 1999年12月 IBMアジア・パシフィック プレジデント
- 2003年4月 経済同友会 代表幹事
- 2007年4月 経済同友会 終身幹事
- 2007年5月 日本アイ・ピー・エム株式会社 最高顧問
- 2009年4月 当社取締役(現任)
- 2010年6月 学校法人国際基督教大学 理事長
- 2012年5月 日本アイ・ピー・エム株式会社 相談役
- 2017年4月 日本アイ・ピー・エム株式会社 名誉相談役(現任)

技術×営業×マーケティングに強みを有するマネジメントで構成



## 2 ビジネスモデル

# 主要サービスのビジネスモデル

モデル	ストックモデル (継続課金型ビジネスモデル)	フローモデル (売り切り型ビジネスモデル)
売上計上	従量型課金 成果報酬型課金 固定課金 ライセンス収入	従量型課金 成果報酬型課金 契約時一括課金
ネット広告		 
CX改善	    	
OMO推進	 	

当グループが提供するソリューションのビジネスモデルには、

- ・継続課金型のストックモデル、及び
- ・売り切り型のフローモデル

があります。

ストックモデルの課金体系の主なものは、自社ソリューションのライセンス収入などです。

フローモデルの課金体系の主なものは、広告配信費用として広告枠費に一定手数料を加えた従量型の課金方式や成果報酬型の課金方式などです。

# ネット広告事業 (KANADE DSP)



「KANADE DSP」は、多数のアドネットワークへ配信できる国内最大級のDSP※です。

有望な見込みユーザーの行動プロセスや誘導したい行動シナリオに応じて広告配信を行い、潜在顧客をクライアントの運営するWebサイトへ送客します。

主なクライアントは、商品点数の多いECサイトや物件点数の多い不動産ポータルを運営している企業です。

基本的な課金体系としては、広告配信費用として広告枠費に一定手数料を加えた従量型の課金方式と、成果報酬型の課金方式があります。

※DSPとは「Demand Side Platform」の略で、ネット広告業界において広告主側から見た広告効率の最大化を支援するシステム

# CX改善事業(デクワスシリーズ)

ソリューション	dequas.RECO      dequas.VISION
ビジネスモデル	ストックモデル
売上計上	従量型課金、成果報酬型課金
事業系統図	<pre> graph LR     Scigineer[scigineer] -- "サービスの提供" --&gt; EC[ECサイト運営事業者]     EC -- "料金の支払" --&gt; Scigineer             </pre>

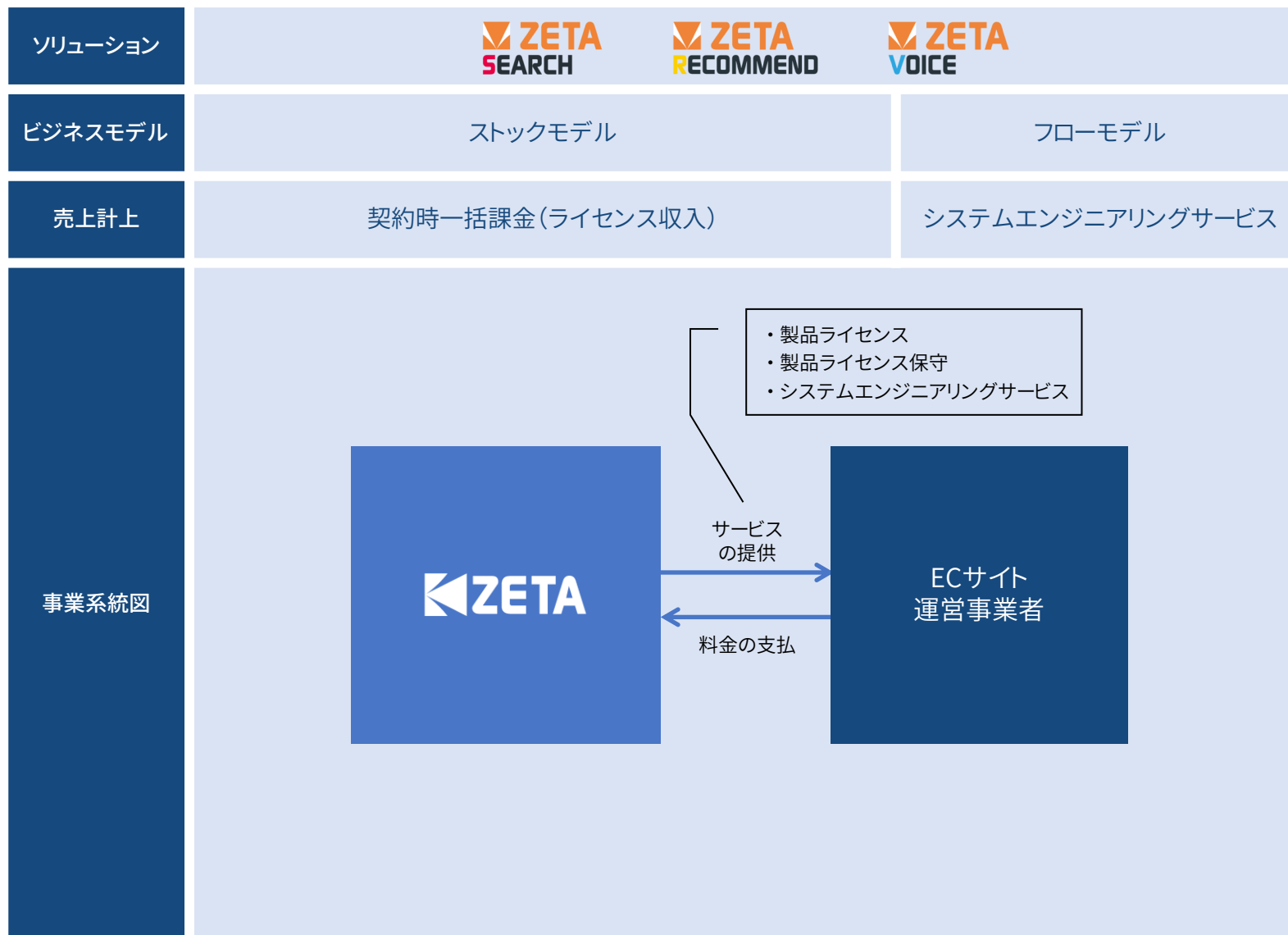
「デクワス.RECO」は、サイジニアが独自開発した複雑ネットワーク理論によるアルゴリズムとリアルタイム解析基盤によるレコメンデーションサービスです。

導入されたECサイトの売上向上やユーザーの回遊率の向上に寄与します。

主な顧客は、大量の商品を保有・販売しているECサイト運営事業者です。

基本的な課金体系として、初期の導入にかかる費用の他、従量型の課金方式と成果報酬型の課金方式があります。

# CX改善事業 (ZETA CXシリーズ)

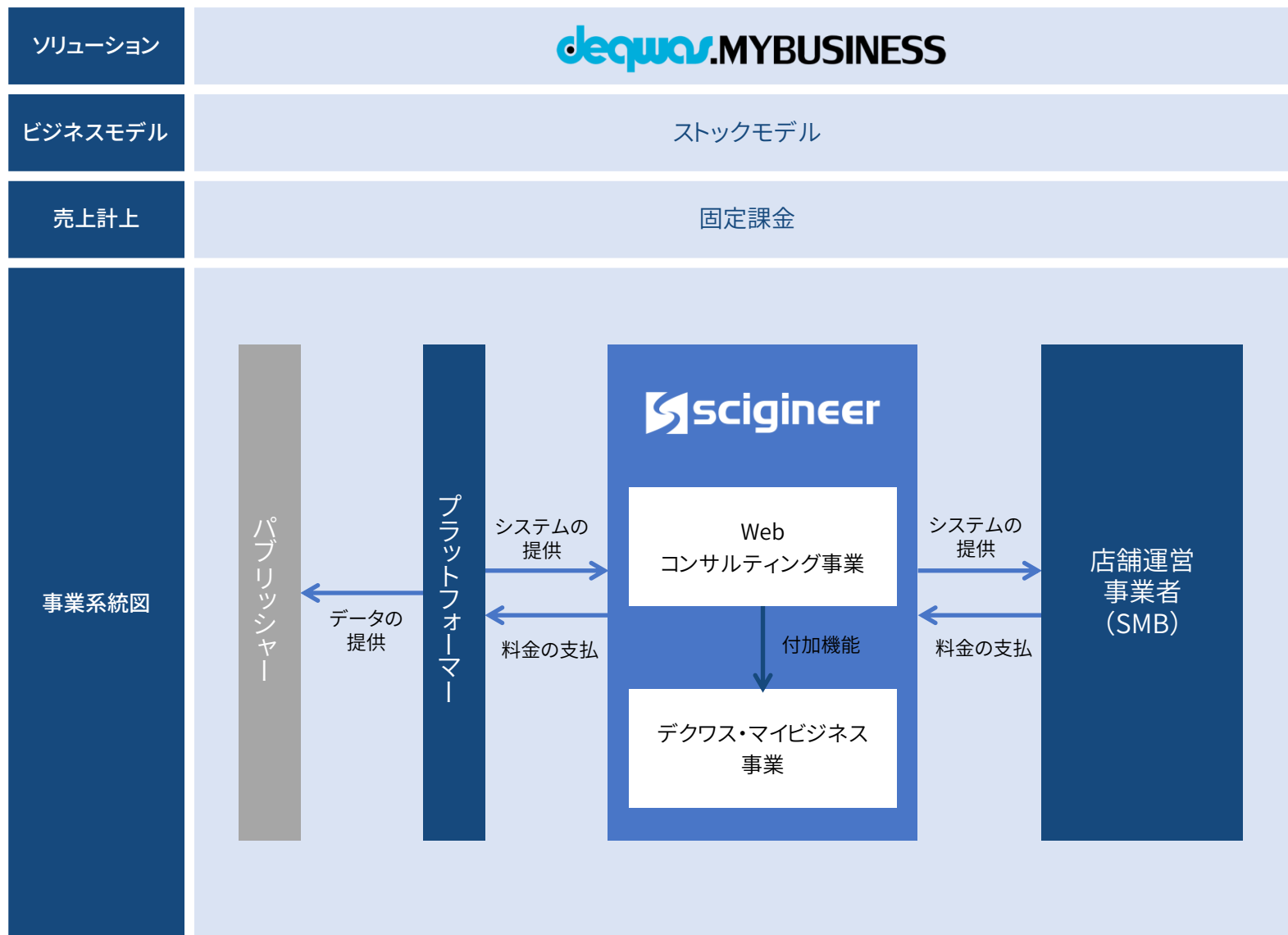


「ZETA CXシリーズ」はECサイトにおける優れた購買体験を提供し、戦略的なマーケティングを可能にするソリューションです。

主な顧客は、大量の商品を保有・販売しているECサイト運営事業者です。

基本的な課金体系として、初期の導入にかかる費用の他、従量型の課金方式と成果報酬型の課金方式があります。

# OMO推進事業(デクワス・マイビジネス)



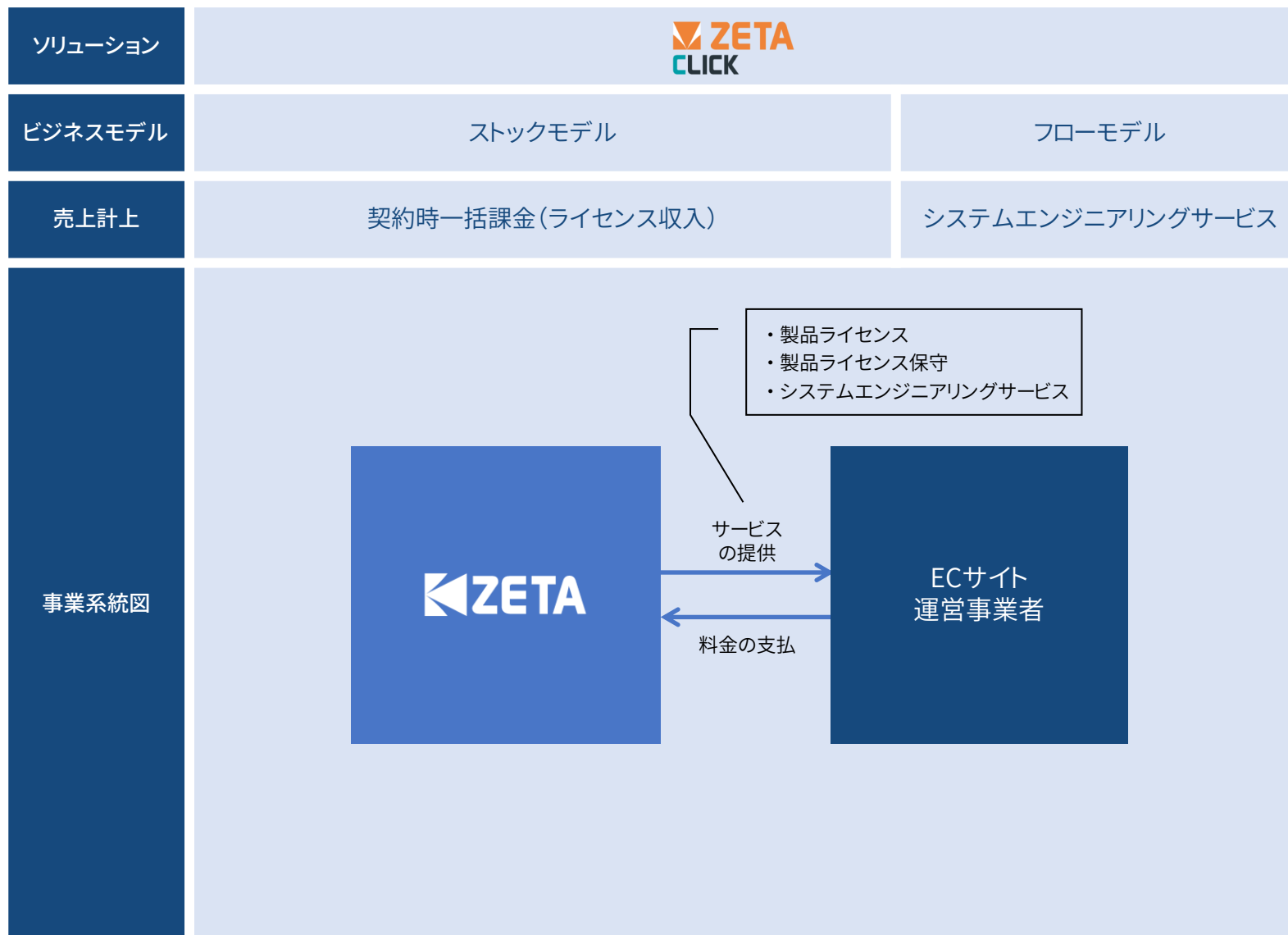
「デクワス・マイビジネス」は、顧客企業が第三者の情報プラットフォームに対して、自社の企業情報を正確に管理、最適化して発信することを可能にします。

さらに、システムインテグレーションによるマネージドソリューションの組み合わせで、独自の機能を追加することも可能です。

顧客は、個人経営の飲食店などを含むSMB(中小規模ビジネス事業者)を対象にしています。

基本的な課金体系としては、固定課金方式です。

# OMO推進事業 (ZETA CLICK)



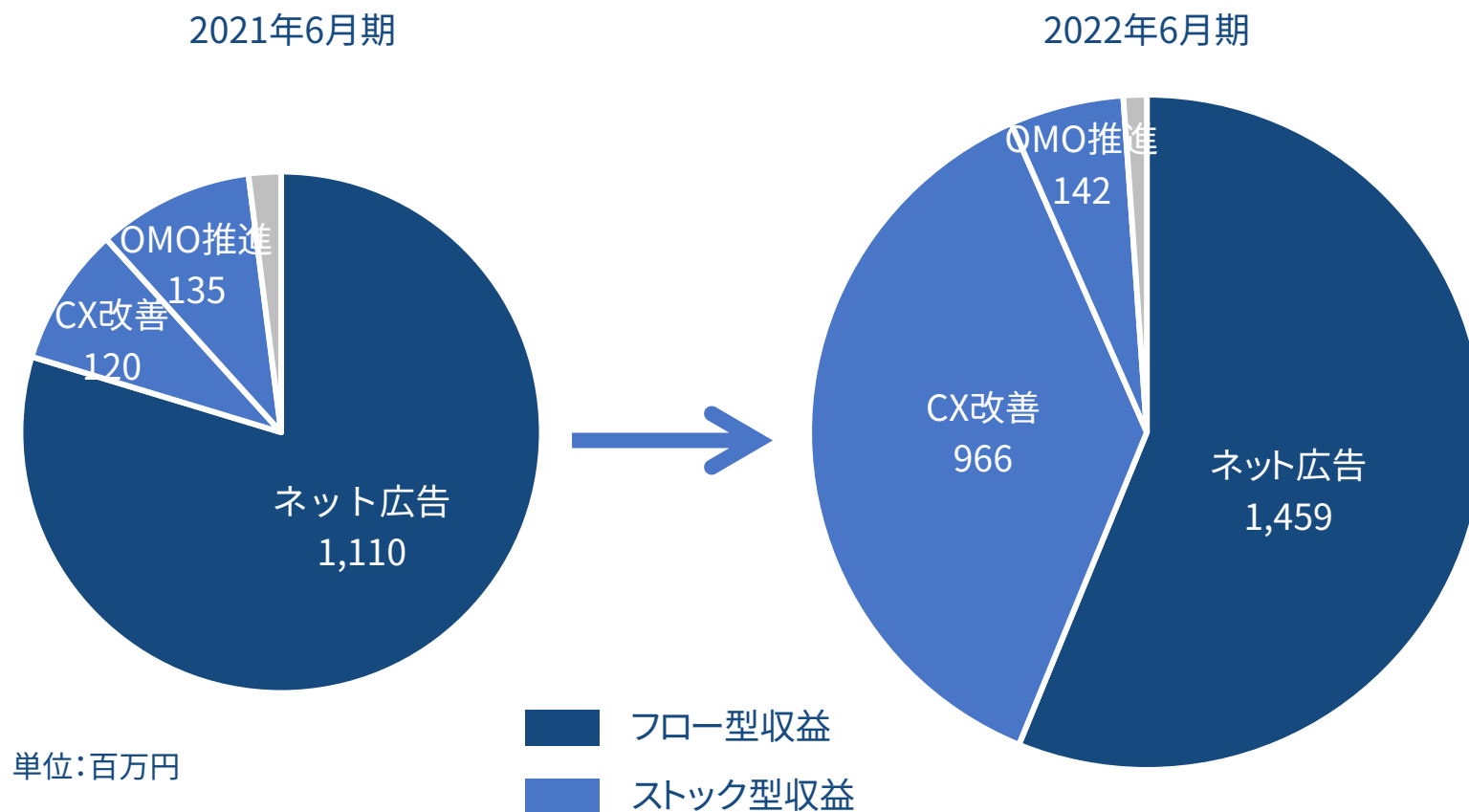
「ZETA CLICK」は、来店したユーザーに対して退店後も購入可能なユーザー個別のショッピングカートを生成することで、オフラインでのユーザー接点を創出します。

実店舗におけるリアルでの接客をオンラインでのショッピングに活かすことができ、ネットとリアルの垣根を超えることができるソリューションです。

主な顧客は、アパレル事業者やショッピングセンターなど大量の商品を販売している事業者です。

基本的な課金体系として、初期の導入にかかる費用の他、従量型の課金方式と成果報酬型の課金方式があります。

# サービス別売上高構成比の変化



ZETAとの経営統合により高採算のストック収益構成比が大きく拡大、収益体質が強化

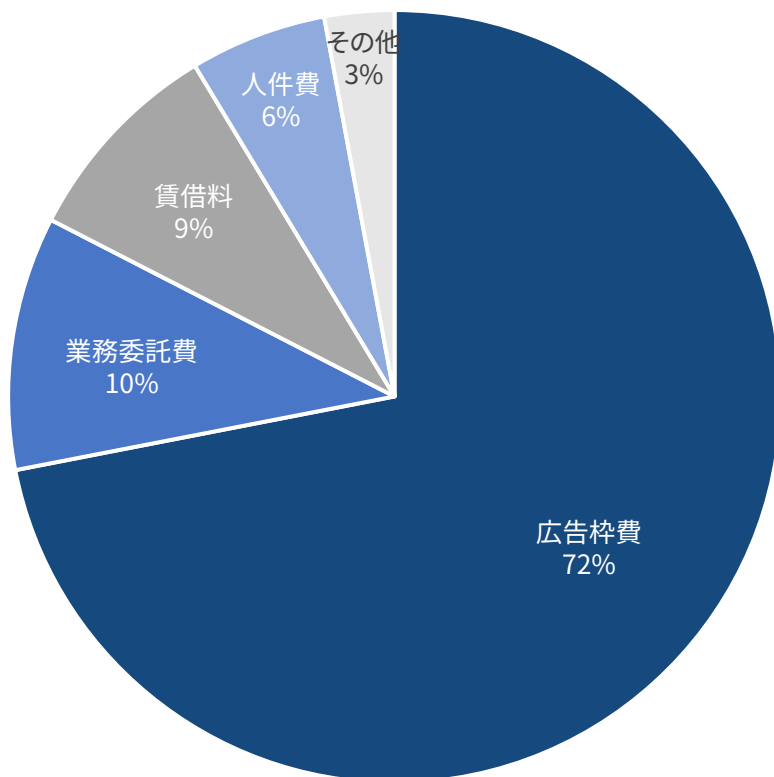


# サービス別原価費目の構成比率

2022年6月期実績

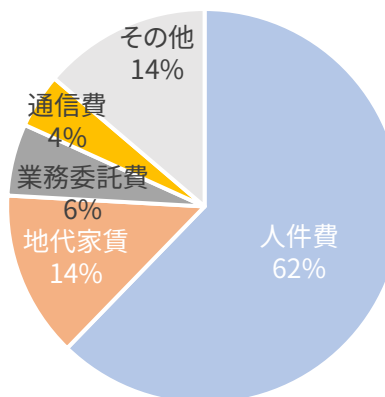
## ネット広告

合計:1,122百万円



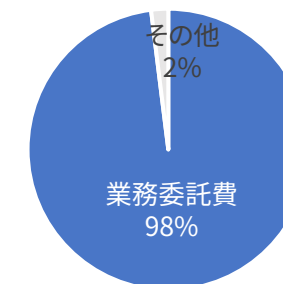
## CX改善

合計:133百万円



## OMO推進

合計:92百万円



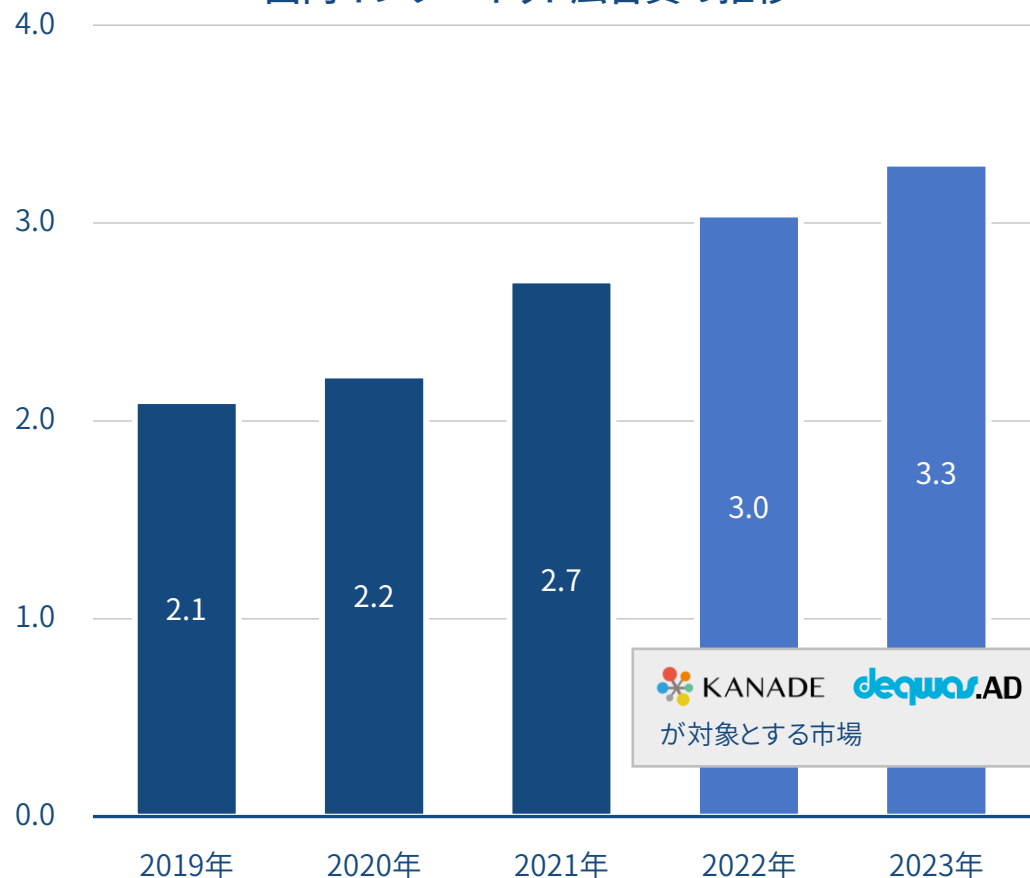
- ネット広告サービス:広告枠費が72%を占め、売上に連動した変動費が大きい。固定費としては、データセンターの賃借料や人件費が発生。
- CX改善サービス:人件費が全体の62%と、固定費の占める割合が高い。変動費としては、通信費や業務委託費が発生。
- OMO推進サービス:業務委託費が全体の98%を占める。

# 3 市場環境

# 国内インターネット広告市場の推移と予測

単位:兆円

国内インターネット広告費の推移



出典:電通「2021年日本の広告費」、矢野経済研究所「インターネット広告市場規模推移と予測」

## 着実に増加するインターネット広告費

### インターネット 広告市場の伸長

ネット広告市場は、新型コロナウイルス感染症の影響で一時的に成長が鈍化するも、今後も高成長が見込まれる  
当社グループのネット広告売上も、直近の新型コロナウイルス感染症の影響による落ち込みを脱し、回復基調

### 3PC規制※ の影響

将来的に、3PC規制による一時的なダウントレンドの可能性が想定されるものの、直近は現状通りの見込み  
当社グループでは3PCに依存しない広告サービスとして、検索連動型広告「dequwa.LISTING」を2022年7月から提供

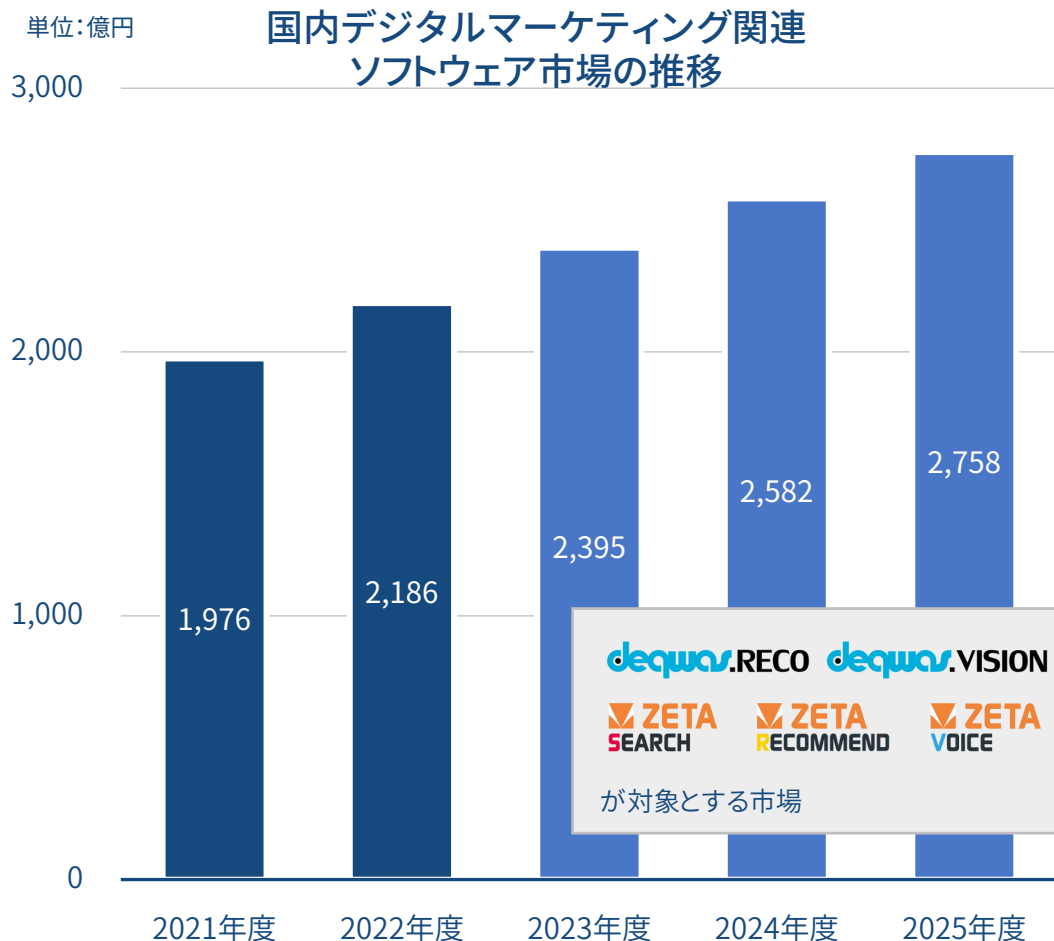
※「3PC規制」とは

3PCとは、ウェブサイト閲覧者の行動をトラッキングできるサードパーティークッキー (3rd Party Cookie) のこと。ユーザーのプライバシー保護の観点から、3PCの利用の制限が求められている。

しかし、世界的に大きなシェアを占めるウェブブラウザ「Chrome」におけるサードパーティークッキーの利用停止措置は当初想定より大幅に遅れ、2024年半ば以降に延長されることが発表された。

ウェブサイトを訪れたユーザーを補足する仕組みとしてクッキーは広く普及した技術であり、この利用が制限された場合、多くのウェブマーケティング企業やターゲティング広告などのサービスに影響が及ぶことが懸念されている。

# デジタルマーケティング関連ソフトウェア市場の推移と予測



## 今後の見立て

デジタル  
マーケティング  
市場の伸長

マーケティングツールの導入需要、ならびに周辺システムとの連携開発やデータ統合の需要が拡大し、今後も市場の伸長を後押し

当社の優位性

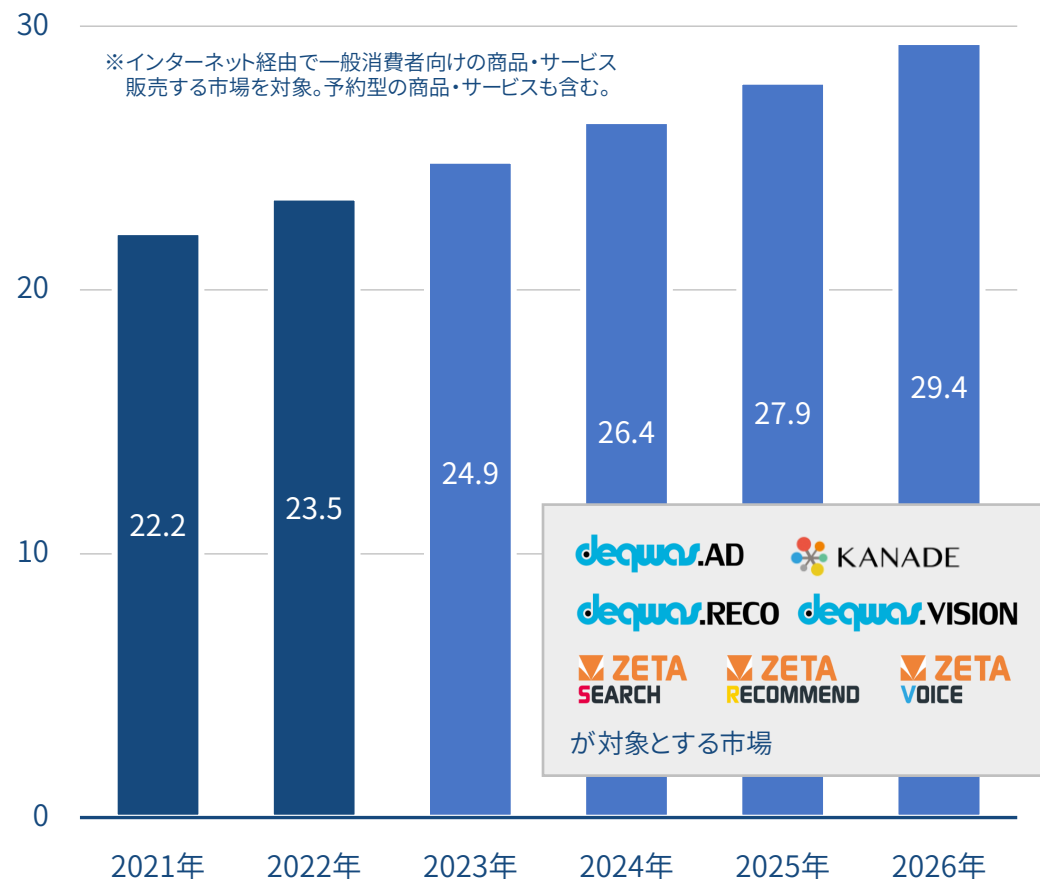
デジタルマーケティングの領域で集客からCX改善、OMO推進まで一気通貫したサービス提供できることが当社グループの強み

出典: 株式会社富士キメラ総研  
「ソフトウェアビジネス新市場2021年版～DX/ニューノーマル時代の注目パッケージ製品およびクラウドサービス市場を徹底調査～」

# 国内EC市場の推移と予測

単位:兆円

国内EC市場※の市場規模予想



## ポテンシャルの大きい国内物販系EC市場

### EC市場規模の拡大

EC市場規模は、新型コロナウイルス感染症の影響で、特に物販系分野におけるオンラインシフトが進んだことで拡大スピードが加速

### サービス系分野の復調

新型コロナウイルス感染症の影響により旅行サービス、飲食サービスの縮小などでサービス系分野の市場規模が大幅に減少したが、復調傾向

### デジタル系分野の伸長

新型コロナウイルス感染症の影響による巣ごもり需要でオンラインゲーム、有料動画・音楽配信も好調

出典:株式会社野村総合研究所「ITナビゲーター2021年版」

<https://www.nri.com//media/Corporate/jp/Files/PDF/knowledge/report/cc/mediaforum/2020/forum301.pdf>

# 4 競争力の源泉

# 競争力の源泉

人工知能技術の  
積極的投資と研究開発  
所有する特許の  
自社製品への活用

技術開発力

ソリューションの  
シナジー最大化

science  
×  
engineering

マーケティング力

イベント・セミナーを通じた  
ブランドポジショニングの確立

業界トップ企業における高いシェア率※

※日本流通産業新聞社発行の日本ネット経済新聞「ネット通販売上高ランキング」、  
トップ100社のうち33社で当社グループのサービスを採用

「デクワス」と「ZETA」ソリューションの連携と統合  
ネット集客からEC購買体験の改善、リアル店舗との  
接続まで一気通貫のソリューション提供でシェア拡大

## サイエンスとエンジニアリングで21世紀の課題を解決する

## サイジニアグループ各社の強み



ビッグデータ解析と  
人工知能技術を結集

優れた  
ターゲティング

クライアント企業のブランド認知から  
コンバージョン促進までをサポート



研究開発力

登録済特許数

14件

2022年9月末現在

独自開発技術を知財化しながら  
競争力のあるソリューションへ展開



高速処理能力

年間検索クエリ数

1200億

2021年度

ECサイト内の検索機能を高速化  
ユーザーが欲しい商品を簡単に検索可能に

デジタルマーケティングソリューションでNo.1を目指す



# 5 事業計画

# 短期成長ドライバー

## 既存サービスによる成長

ZETAとデクワスは対象顧客企業が共通しており、互いに他のサービスを提案営業することで効率的な営業活動を展開

顧客企業のビジネス拡大とともに、当社グループが有する多種多様なサービスが追加導入され顧客ごとの売上が増加

ZETAの経営統合により  
ストック収益が拡大、利益率が向上

## 新規サービス開発による成長

ZETA SEARCHで扱う年間1200億クエリというユーザーの購買への興味関心データを活用

クチコミデータの再利用、ポストクッキーへの対応、リテールメディアテック対応により業容拡大を狙う

新規サービスとして「ZETA HASHTAG」や「deqwas.LISTING」をリリース

# 中長期の成長ドライバー

## 既存サービスによる成長

クチコミデータなどを活用し、  
既存形態である「BtoBtoC」から  
「BtoB」や「BtoC」へと  
さらに事業領域を拡大

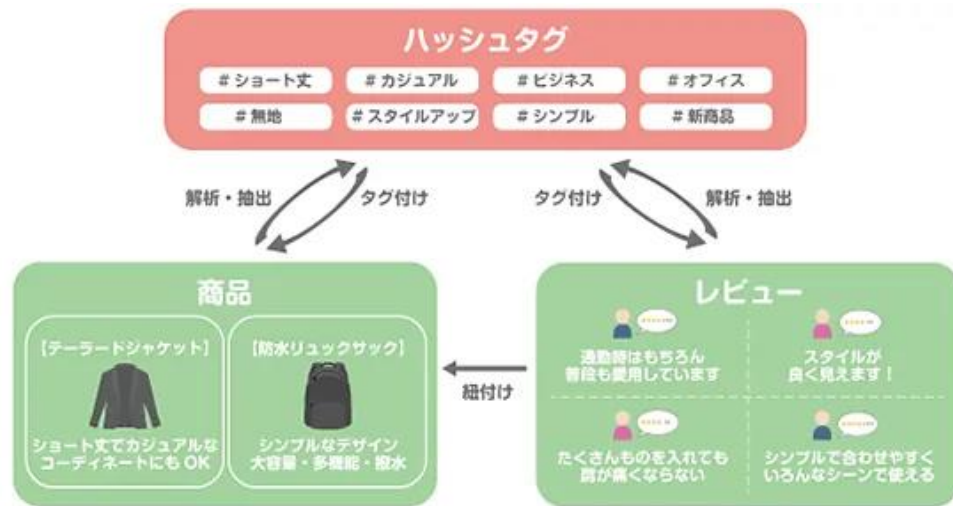
## 新規サービス開発による成長

既存事業、新規サービス、  
および新規事業に関連する  
M&Aを積極的に検討する

# 新規サービスの提供開始

## ZETA HASHTAG

2022年7月20日リリース



- 商品説明やクチコミを解析し、キーワードを抽出
- 商品詳細ページのハッシュタグを自動生成
- サイト内での回遊性向上とSEO対策にも寄与

## deqwas.LISTING

2022年7月26日リリース



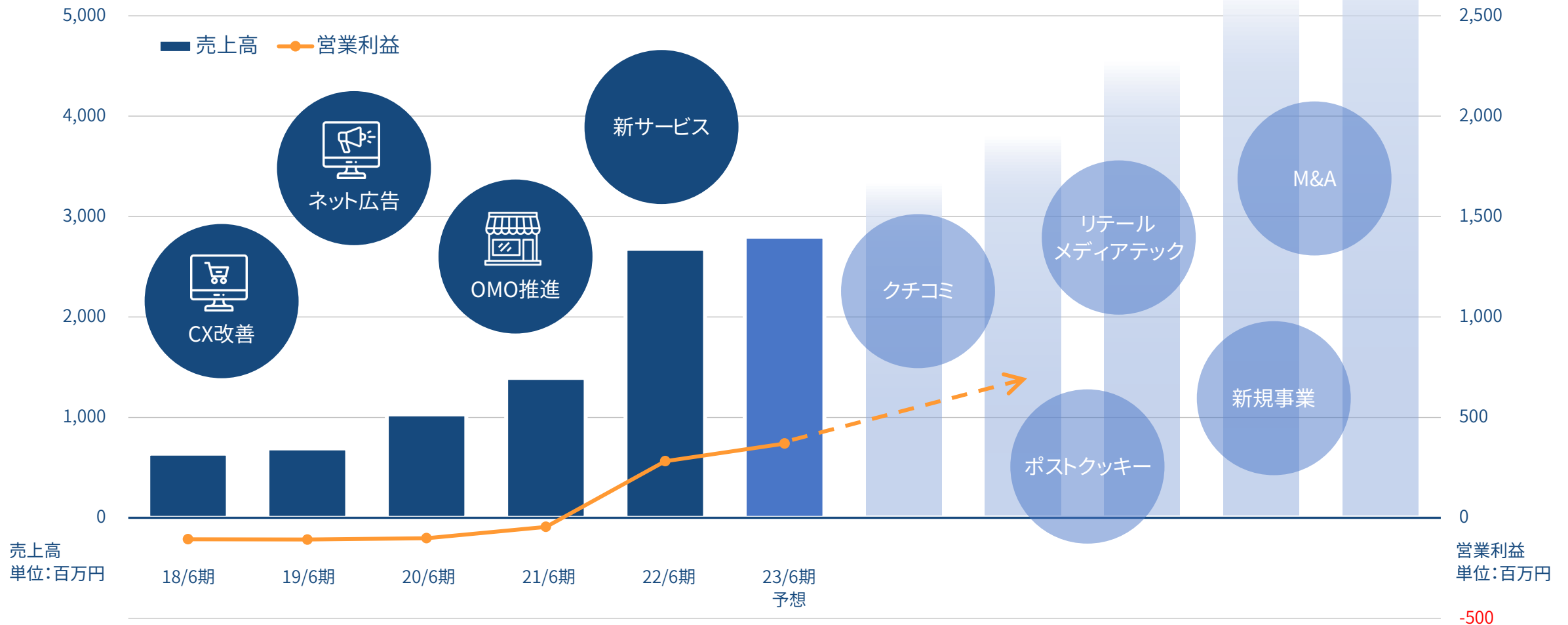
- ECサイトをリテールメディアとして収益化
- ユーザの検索条件に最適化させた広告を掲載
- 広告成果とサイトコンバージョンの最適化を両立

# 中長期の成長イメージ

サイジニアの業容拡大期

ZETA連結による成長期

Web3時代に向け事業拡大期



## 業績予想サマリー

	22/6期実績 ※①	23/6期予想	増加率 (%)	ZETA 22/5期1Q 実績 ※②	22/6期 実質業績 ①+②	23/6期予想 実質増加率 (%)
売上高	2,595	2,800	7.9	84	2,680	4.5
償却前 営業利益※	444	455	2.7	-81	362	25.7
営業利益	363	370	1.9	-81	282	31.2
経常利益	354	360	1.7	-83	271	32.8
当期純利益	-1,146	250	黒転	-98	-1,244	黒転

単位:百万円

※2022年6月期実質値は、2022年6月期業績にZETA2022年5月期1Q業績を加えてフルイヤー比較しやすくしたもの

※償却前営業利益はのれん及び顧客関連資産償却前の営業利益で、税引前のキャッシュ・フローを表す

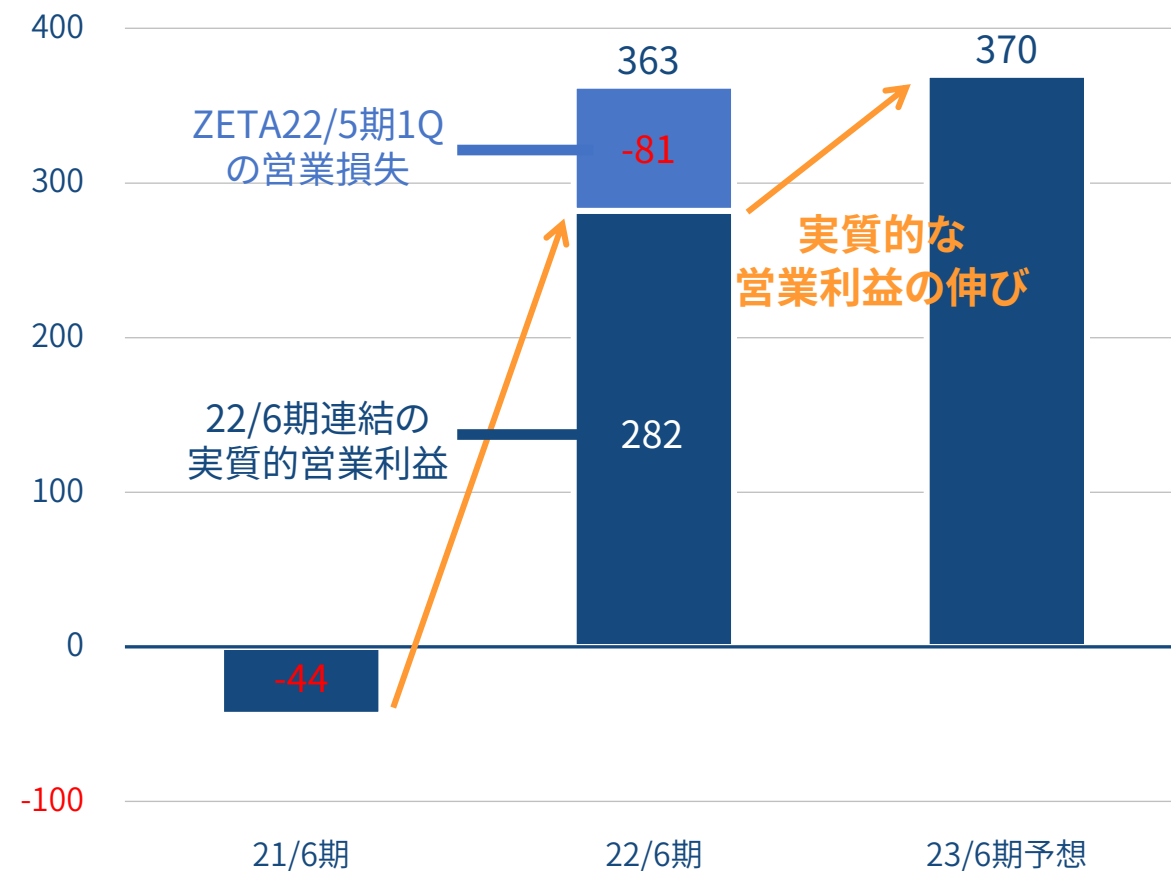
## ポイント

実質ベースでは30%超の大幅増益を  
継続する見込み

償却前営業利益も  
投資余力は順調に拡大

特別損失がなくなり、  
当期純利益は上場以来最大の黒字化へ

# 【補足資料】実質ベースでの営業利益30%増について



単位:百万円

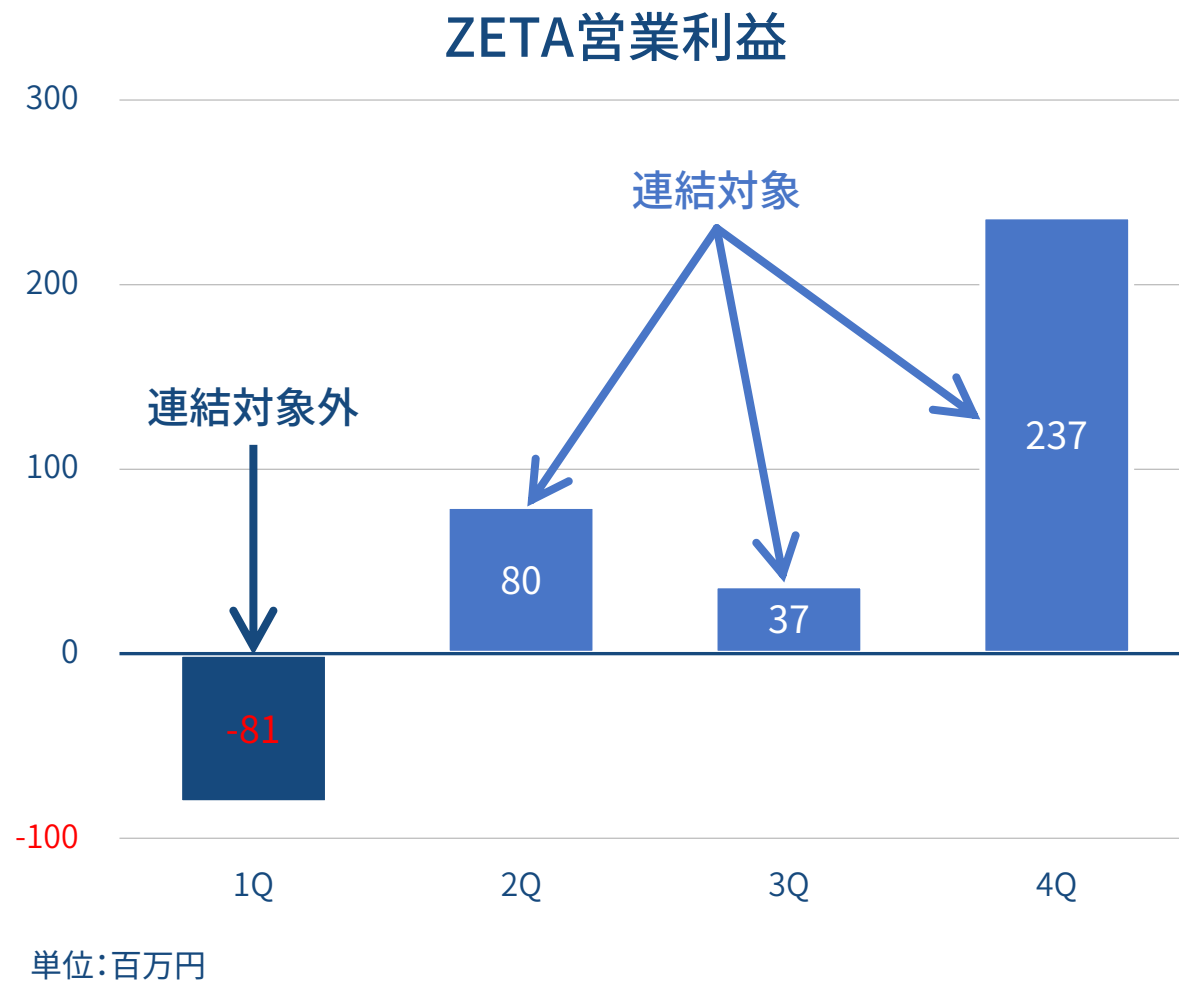
### ポイント

ZETAは例年1Qが先行費用期で、22/5期は81百万円の営業損失を計上

23/6期の連結営業利益の実力を見るには、22/6期連結業績にZETAの1Qを加えた実質ベースと比較する必要がある

実質的に23/6期営業利益も高成長を継続、30%を超える増益予想

# 【補足資料】ZETAの9ヶ月変則決算



## ポイント

経営統合は2021年7月1日  
企業結合日は2021年8月31日

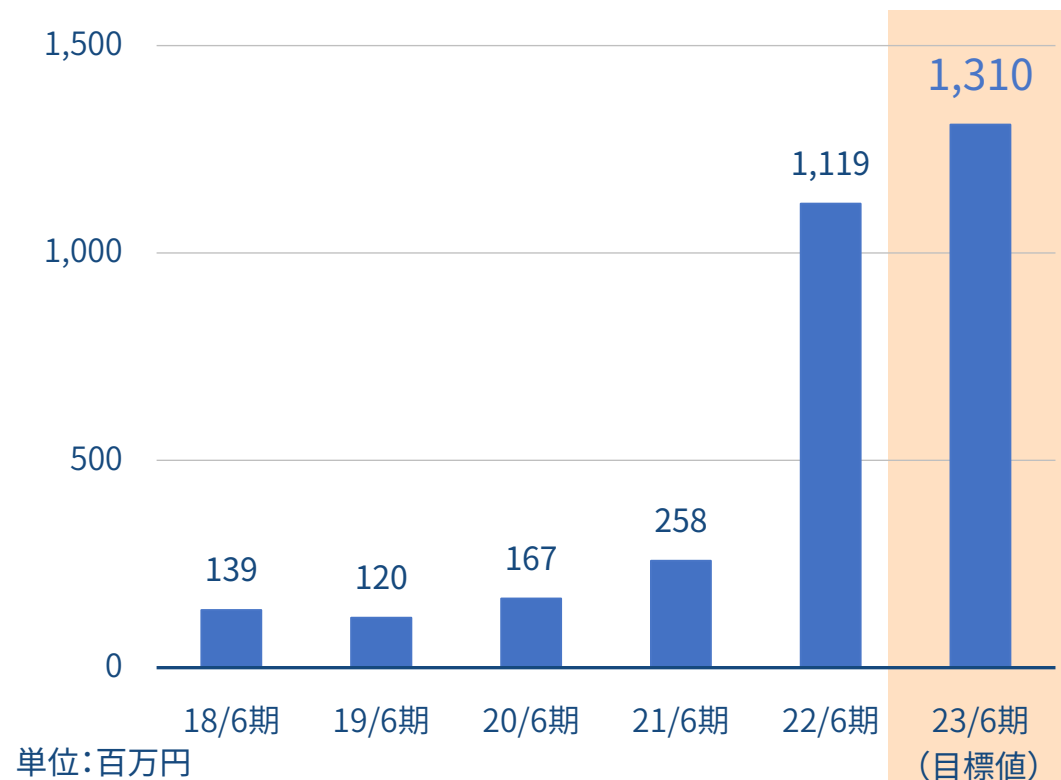
2022年6月期はZETAの1Qは連結せず  
2Qから4Qの9ヶ月を連結

費用が先行するZETAの1Q業績は  
2022年6月期には含まれないため、  
売上は実態より小さく、利益は大きく見える

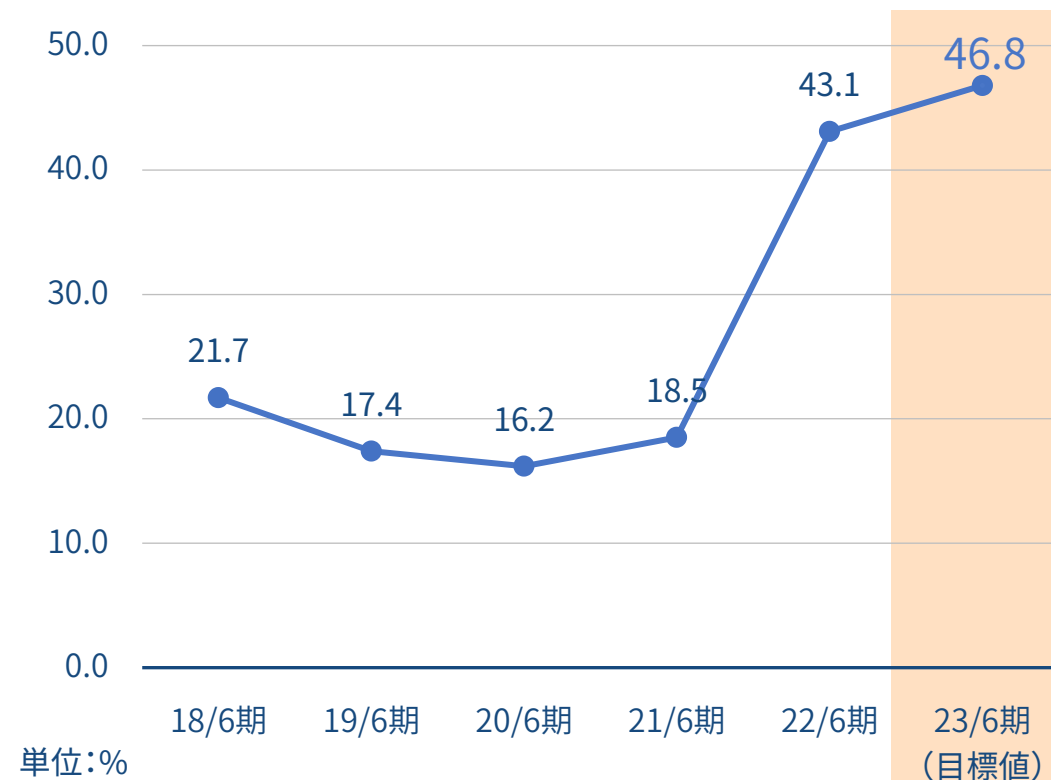


# 重要な経営指標

## 売上総利益額



## 売上総利益率



当社グループでは、収益構造が異なるサービスを展開しているため、売上総利益を重要視すべき指標として経営

# 4 リスク情報

# 認識するリスク及びリスク対応策

以下には、当社が事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。

項目	主要なリスク	顕在化可能性 および時期	リスク対応策
特定取引先の 依存について	<p>当社グループは株式会社リクルートへの売上高が2022年6月期売上高に対して23.7%となっております。</p> <p>同社との関係性は良好であります。同社の経営施策や同社を取り巻く事業環境の変化、取引条件の変更等により取引が大きく減少することによって、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	高 / 中長期	<p>新たな業界への新規顧客開拓を進め、顧客数を増やすことで特定顧客の依存度を下げる取り組みを行っております。</p>
特定人物への 依存及び 人材確保に係る リスクについて	<p>当社グループでは、事業拡大に伴って優秀な人材の確保とその育成が重要な課題となっており、人材採用と育成に関する各種施策を継続的に講じております。しかしながら、十分な人材確保が困難になった場合や、人材が外部に流出した場合には、当社グループの業務に支障をきたすおそれがあります。</p> <p>また当社グループでは、代表取締役を含む役員、幹部社員等の専門的な知識、技術、経験を有している従業員が、各部門の経営、業務執行について重要な役割を果たしており、特定の分野についてはこれらの人物のノウハウに依存している面があります。</p> <p>このため当社グループでは、特定の人物に過度に依存しない体制を構築すべく経営組織及び技術スタッフの強化を図っておりますが、これらの役職員が何らかの理由にて退任、退職し、後任者の採用が困難になった場合には、当社グループの事業戦略や業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	高 / 中長期	<p>当社グループの事業拡大とともに、権限移譲と後進の育成が順調に進められており、両名に過度に依存しない経営体制が整備されつつあります。</p> <p>そのため、将来的に左記の状況が発生した場合においても、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性は限定的なものとすべく、事業体制、経営体制の強化を図ってまいります。</p>

# 免責事項及び将来見通しに関する注意事項

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。

これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知及び未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

本資料のアップデートは今後、通期決算の発表後、9月下旬を目途に開示を行う予定です。

