

# 事業計画及び成長可能性 に関する事項の開示

2023年9月29日

サイジニア株式会社

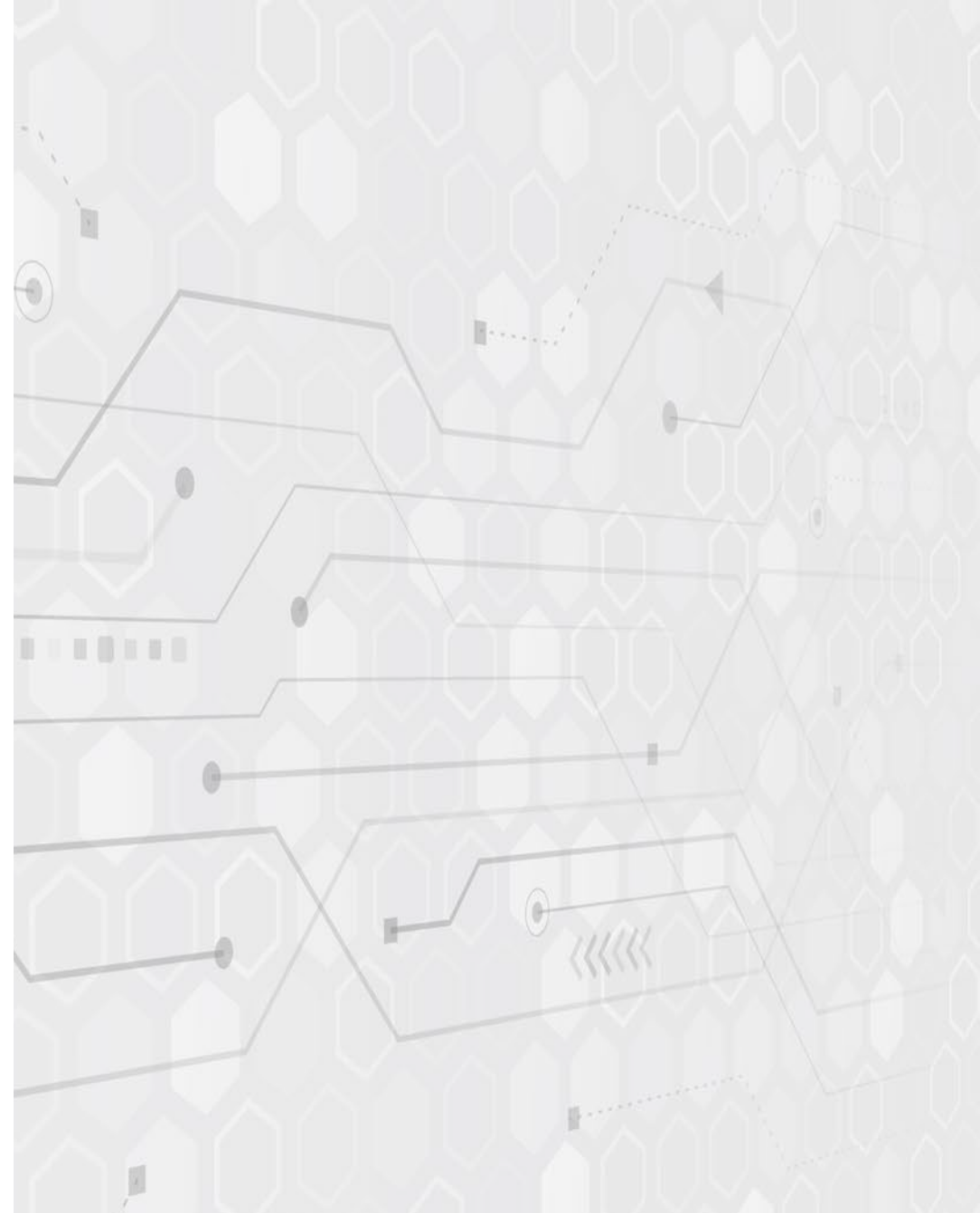
証券コード:6031



# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
2. 成長戦略
3. 構造改革
4. 参考資料



# エグゼクティブ・サマリー

1

26/6期に営業利益10.5億円(23/6期比2.76倍)の達成を目指す

2

高収益高成長のCX改善サービス※<sup>1</sup>を展開するZETAが中期利益成長をけん引

3

注目を集めるリテールメディア※<sup>2</sup>領域で中長期の事業成長を目指す

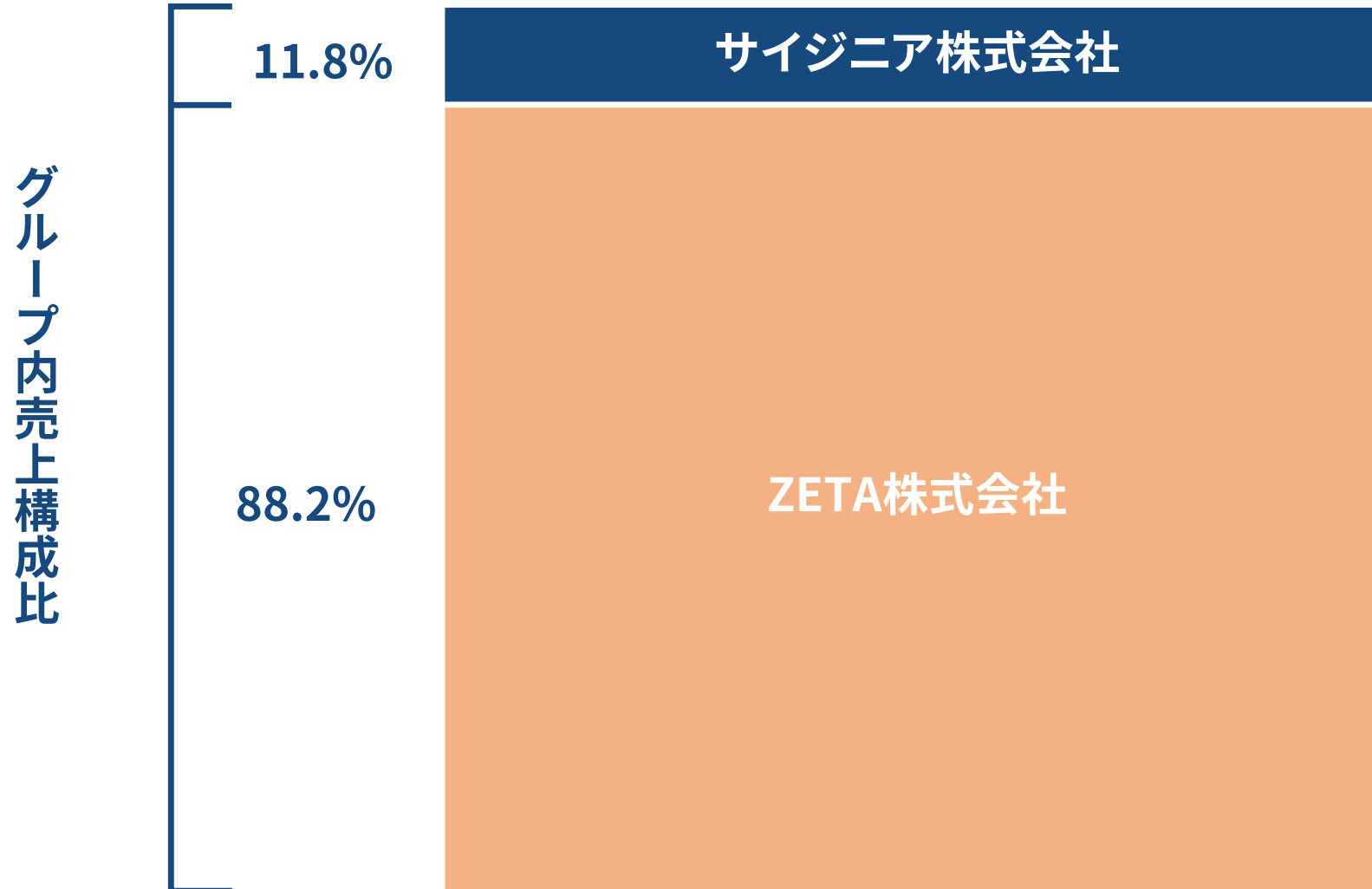
4

高い利益成長をもとに株主還元の強化に取り組む

※<sup>1</sup> CX(Customer Experience)改善: ECサイトなどにおける顧客体験を向上させるサービス

※<sup>2</sup> リテールメディア: 単なる商取引だけではなくメディアとして魅力的なECサイト

# サイジニアグループ



※2024年6月期通期業績予想

# 中期経営計画の目標

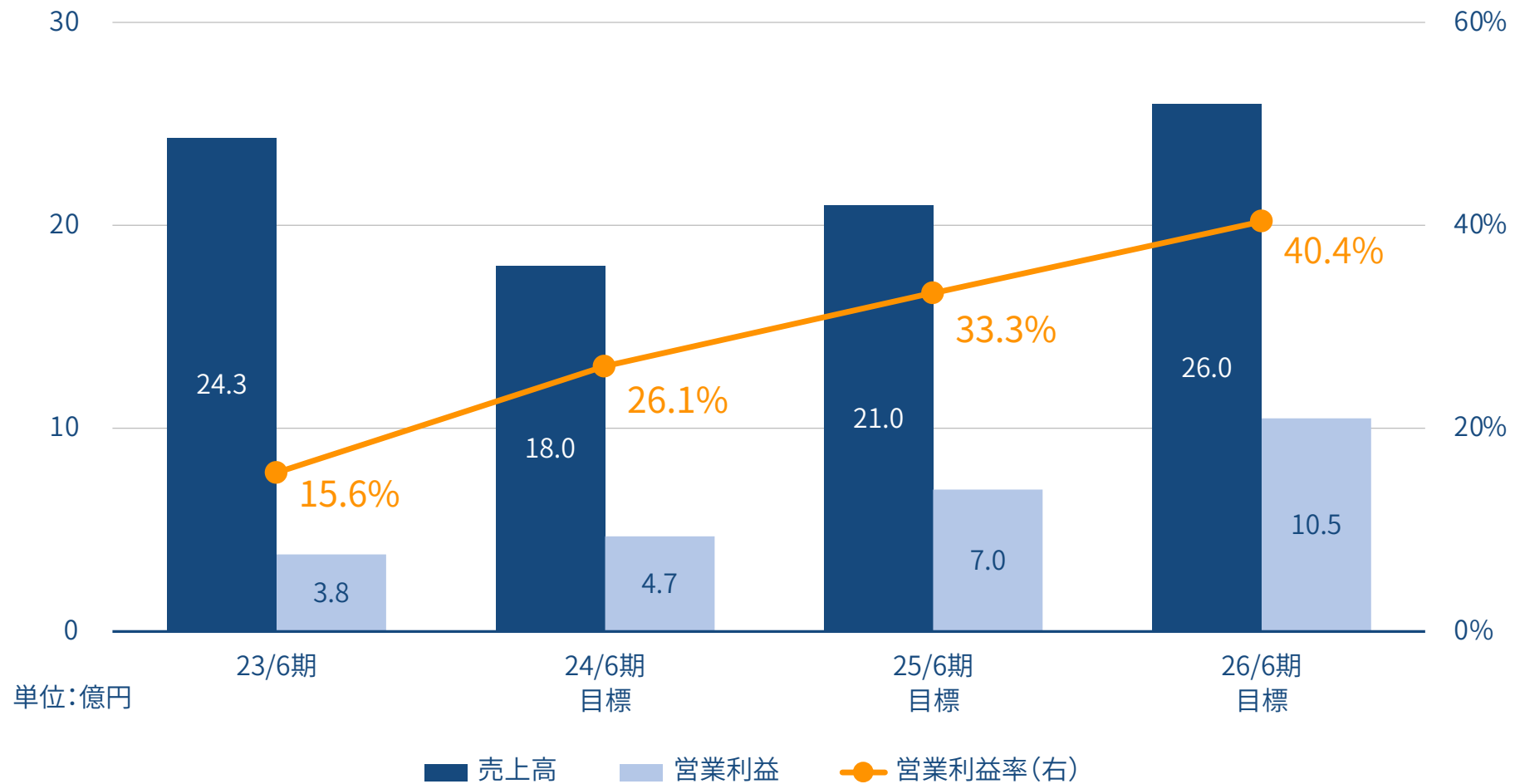
単位:億円

	23/6期	24/6期 目標	25/6期 目標	26/6期 目標
売上高	24.3	18.0	21.0	26.0
営業利益	3.8	4.7	7.0	10.5
営業利益率	15.6%	26.1%	33.3%	40.4%

※本数値は成長への再投資を含んでおらず、今後さらなる成長機会があると判断した場合には、利益の一部を事業開発やM&Aへと活用する可能性があります

# 中期経営計画の業績推移予想

3年後に営業利益10.5億円、利益率40.4%を目指す



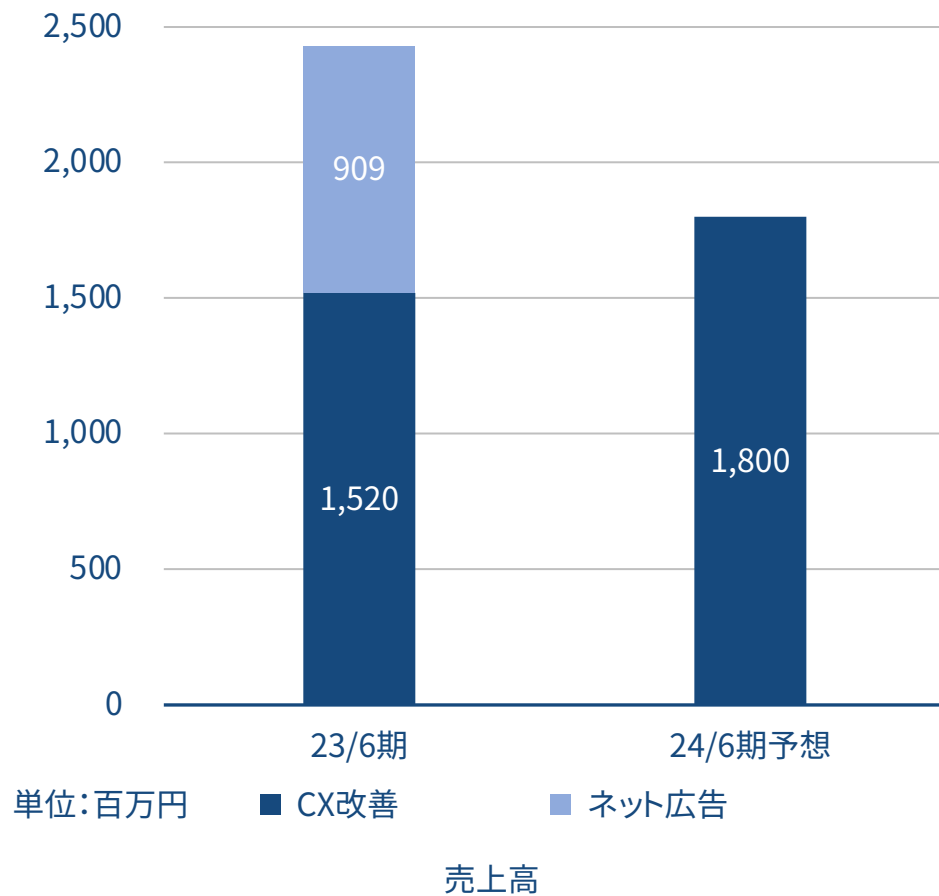
# 2024年6月期業績予想

## 減収ながら大幅増益を予想

単位:百万円

	23/6期	24/6期予想	増加率(%)	増加幅
売上高	2,437	1,800	-26.2	-637
営業利益	380	470	23.4	89
営業利益率	15.6	26.1	-	10.5
経常利益	376	455	20.9	78
当期純利益	260	270	3.6	9

# 単一セグメントとなったCX改善サービスがけん引



## ポイント

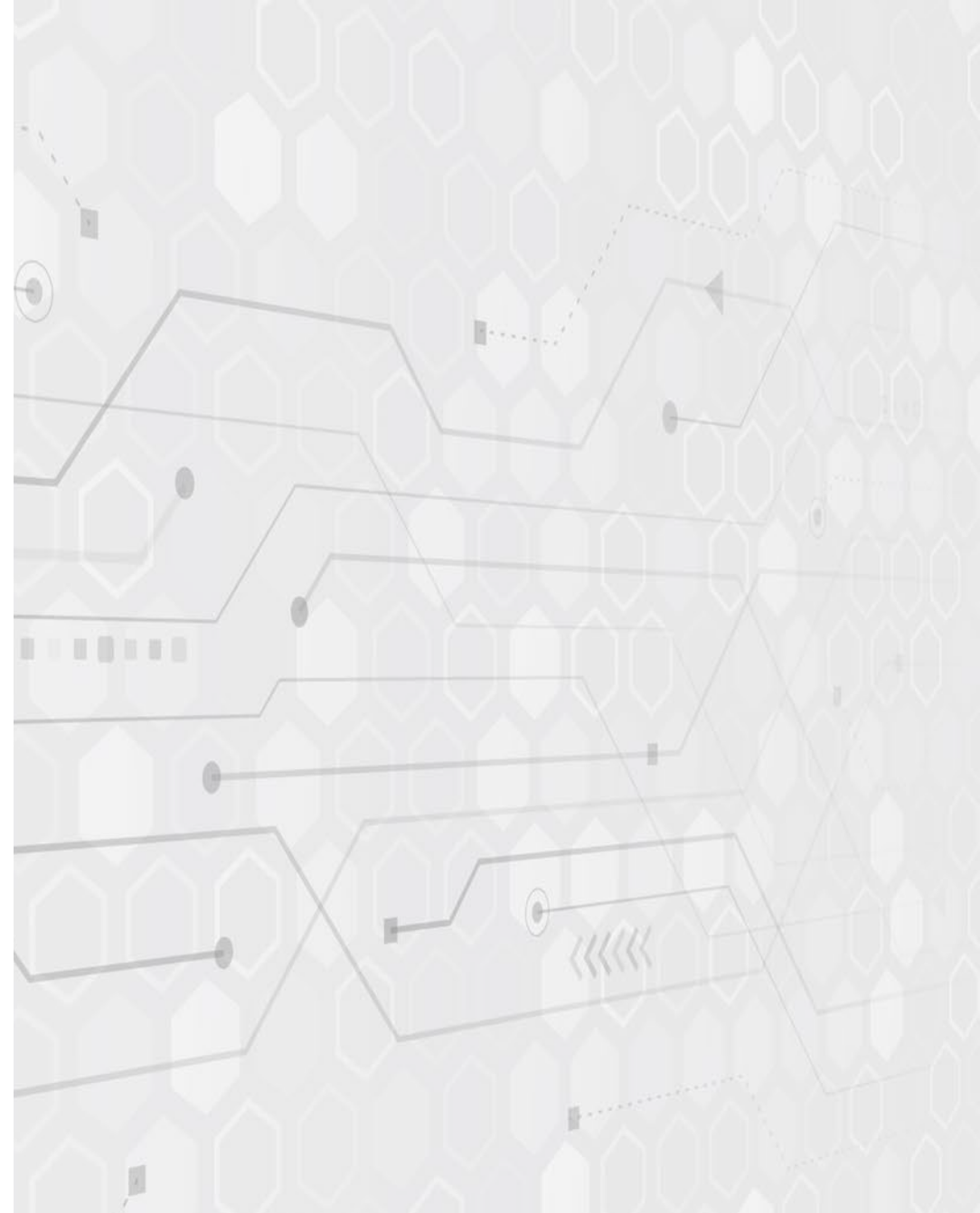
- ネット広告サービス撤退は約9億円の減収、CX改善サービスは約2.8億円の増収要因
- トータル売上高は一時的に減少となる予想
- 不透明な市場環境のネット広告サービスから撤退し、着実に成長を見込むCX改善サービスへのシフトは、経営環境としてはプラス要因



# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
2. 成長戦略
3. 構造改革
4. 参考資料



**国内のデジタルマーケティング領域No.1を目指し、  
高成長・高収益・充実の株主還元に取り組みます**

## 市場拡大

コロナ禍を経て高まった需要は衰えずさらに拡大し、EC市場は引き続き伸長

## 構造転換

リターゲティング広告からリテールメディアにおける広告へ企業広告予算がシフト※1

## 有望領域

リスティング広告やUGC※2をも活用したリテールメディアテック領域は高成長期待

※1 個人情報保護のためサードパーティーCookieが規制されると現在主流のリターゲティング広告が利用できなくなり、その代替としてリテールメディアが広告媒体として注目されている

※2 UGC (User Generated Contents)とはクチコミなど一般ユーザーによって生成されたコンテンツのこと

## 中期基本方針

## 業界No.1

高成長中のZETAをドライバーとしてデジタルマーケティング領域No.1を目指す

## 事業拡大

CX改善サービスのさらなる拡大に加え、リテールメディアテック領域へと事業進出

## B2C事業

UGCを活用したコンシューマ向け自社事業を開始する

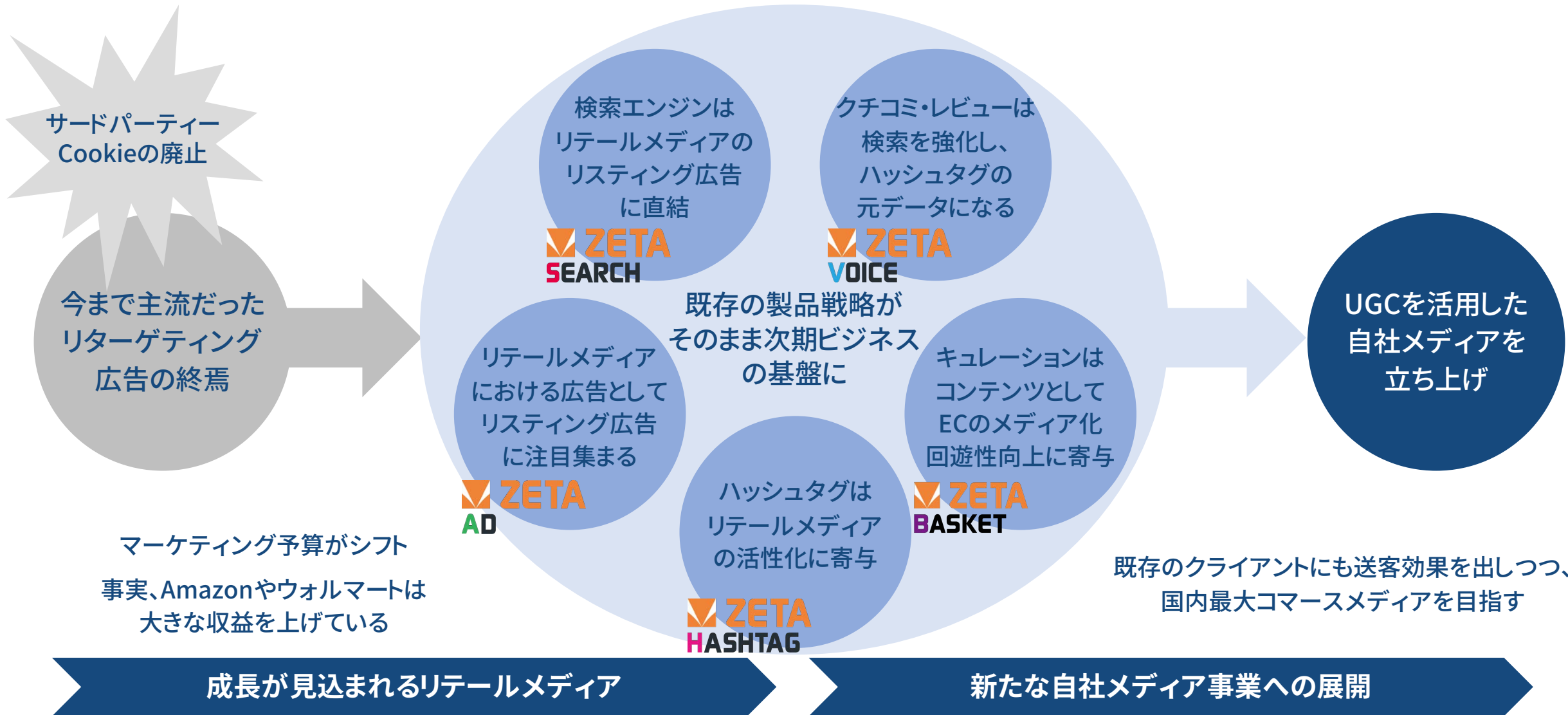
## AI活用

SARI(サイジニアアドバンスド研究所)を活用したAIへの取り組みを加速

## 株主還元

ストックビジネスならではの利点を活かした、充実の株主還元の実現

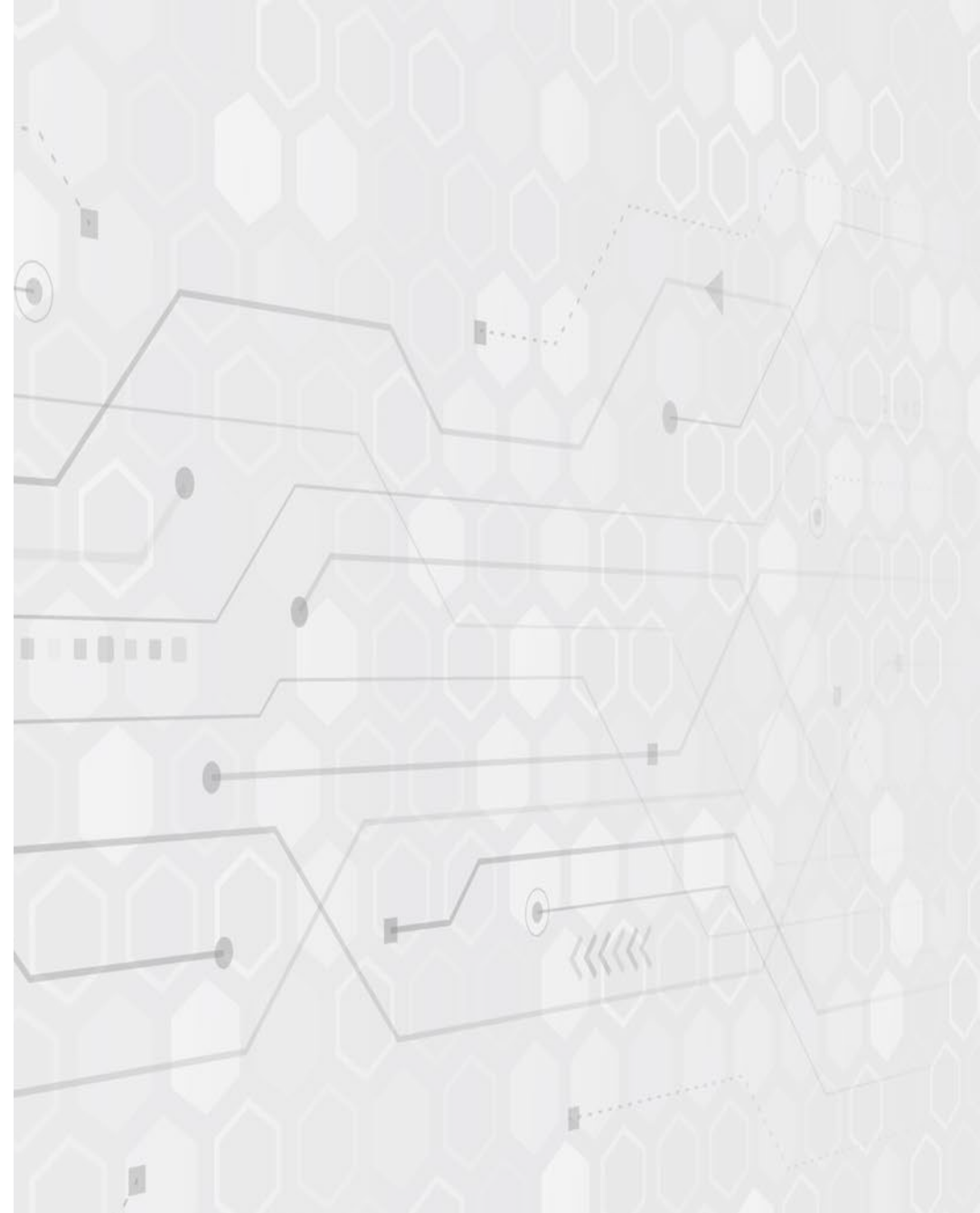
# 2 リテールメディアとUGCの市場可能性



# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
- 2. 成長戦略**
3. 構造改革
4. 参考資料



## 中期経営計画における成長ドライバー

数多くの実績を積み上げ  
高い成長性と収益性を誇る

ZETA CX  
シリーズ

ネット広告業界の構造転換で  
急成長期待される

リテール  
メディア事業

既存製品から蓄積される  
資産によるメディア事業

UGC活用  
新事業

## サイジニアグループの提供ソリューション



CX改善

ECサイト内レコメンド

画像解析AIレコメンド

ローカル検索最適化



サイト内検索

店頭接客DX

サイト内レコメンド

キュレーションUGC

クチコミ

サイト内回遊性向上

リテールメディア広告



## 2 成長ドライバーとしてのZETAの特徴

### 高性能

大手EC企業の要求満たす処理性能

### シナジー

相乗効果もたらす製品ラインナップ

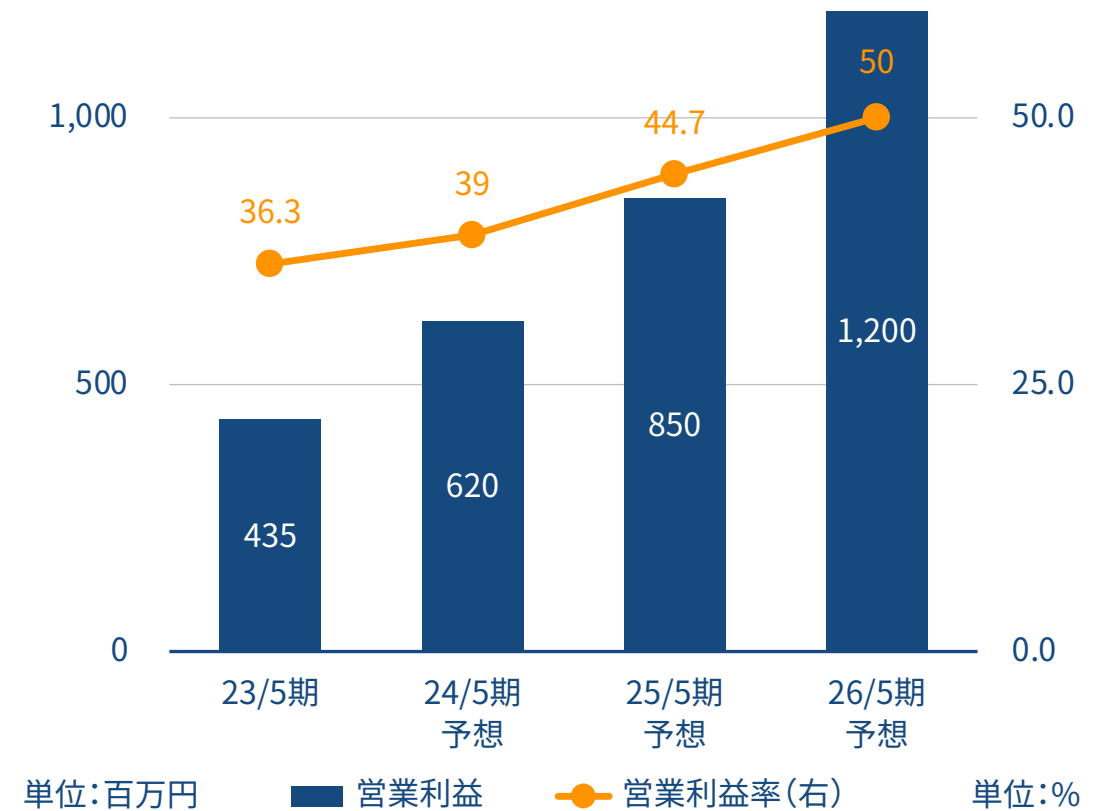
### 継続率

導入後の高い効果で解約率が低い

### 利益率

完全自社開発で非常に高い利益率

### ZETAの貢献営業利益



## 既存サービスの成長

売上高

- マーケットニーズを捉えた製品戦略
- 製品リリースの多様化に伴い顧客数と単価も上昇

2005年

ZETA  
RECOMMEND

リリース

2010年

ZETA  
SEARCH

リリース

2015年

ZETA  
AD

リリース

2017年

ZETA  
VOICE

リリース

2019年

ZETA  
CLICK

リリース

2022年

ZETA  
HASHTAG

リリース

2023年

ZETA  
BASKET

リリース

EC拡大につれてハイエンドニーズが高まり  
ZETA CXシリーズを導入する企業が増加中

時間軸

## ZETA CXシリーズのラインナップ紹介 1



通販売上高ランキング上位100中  
28社に導入、大規模ECで国内トップ  
クラスのシェアを誇る検索エンジン



圧倒的な  
高速性能



精度高い  
検索結果



厚い運用  
サポート

主な導入先企業

Panasonic

watashi<sup>+</sup>  
by shiseido

 三井不動産  
MITSUI FUDOSAN



導入先のレビューやQ&A投稿延べ数  
1,000万件目前、国内トップクラスの  
レビューデータを保有



多彩な  
表示機能



シンプルな  
投稿画面



SEO対策  
にも有効

主な導入先企業

Shaddy

DESCENTE  


DECENCIA



回遊率向上・離脱率低減効果により  
顧客からの問い合わせと注目度No.1の  
新ソリューション(特許取得済み)



ハッシュタグ  
自動生成



外部流入  
増加



サイト回遊率  
アップ

主な導入先企業

  
UNITED ARROWS LTD.

UR  
URBAN RESEARCH Co.,Ltd.

BAROQUE JAPAN LIMITED

## ZETA CXシリーズのラインナップ紹介 2



コロナ禍を経て今後成長期待される  
オンラインECサイトと店舗をつなぐ  
OMOソリューション



URL  
リダイレクト



QRコード  
発行



店頭  
接客支援

主な導入先企業

社名非公開(某アパレル企業)



複数ロジックでカスタマイズ可能、  
外部データ連携の自由度の高さ  
などから根強い人気のサービス



容易な  
導入が可能



カスタマイズ  
可能



メールやDMP  
などと連携

主な導入先企業

Alpen Group

EC CURRENT

オンラインストア



サイト内検索エンジンで培った知見と  
ハッシュタグ新製品との連携で  
リテールメディアにおける優位性を発揮



サイト内  
検索連携



ADNW  
接続配信



配信広告の  
精度向上

主な導入先企業

SHOPLIST.com  
by CROOZ

## ZETA CXシリーズのラインナップ紹介 3



ユーザー・スタッフなどがオススメの  
セットやコーディネートをキュレーション  
しコンテンツ化、UGC活用を拡大



ARPU  
アップ



SEO対策  
に有効



ロイヤリティ  
獲得

## 主な導入先企業

複数社導入検討中

# 主要サービスのビジネスモデル








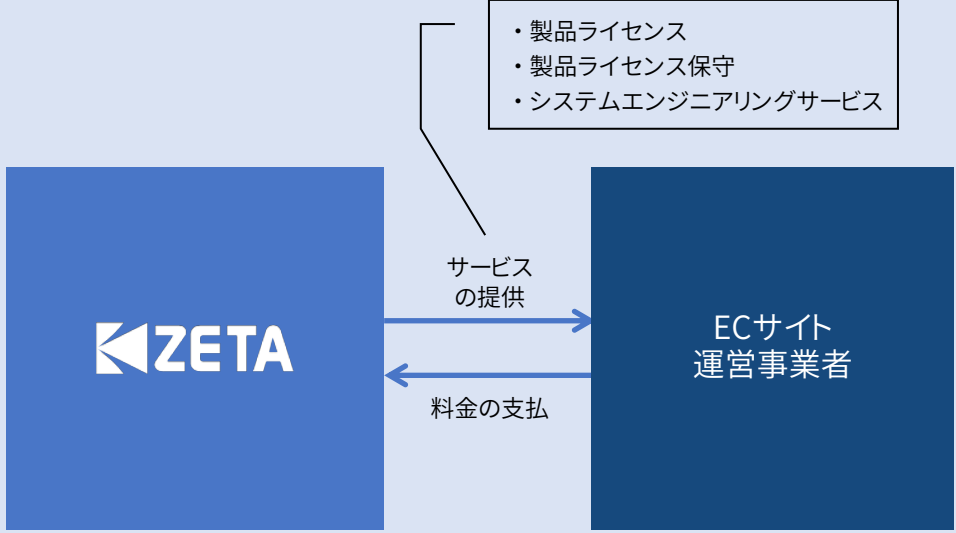
モデル	ストックモデル (継続課金型ビジネスモデル)
売上計上	従量型課金 成果報酬型課金 固定課金 ライセンス収入
 CX改善	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div>

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  
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。

## CX改善サービス (ZETA CXシリーズ)

ソリューション	      	
ビジネスモデル	ストックモデル	フローモデル
売上計上	契約時一括課金 (ライセンス収入)	システムエンジニアリングサービス
事業系統図	 <p>サービスの提供</p> <p>料金の支払</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・製品ライセンス</li> <li>・製品ライセンス保守</li> <li>・システムエンジニアリングサービス</li> </ul>	

「ZETA CXシリーズ」はECサイトおよびリアル店舗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、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。

オンラインでは検索・クチコミといった購入に繋がる情報提供、またオフラインでは来店したユーザーに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しユーザー接点を創出します。

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改善サービス(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。

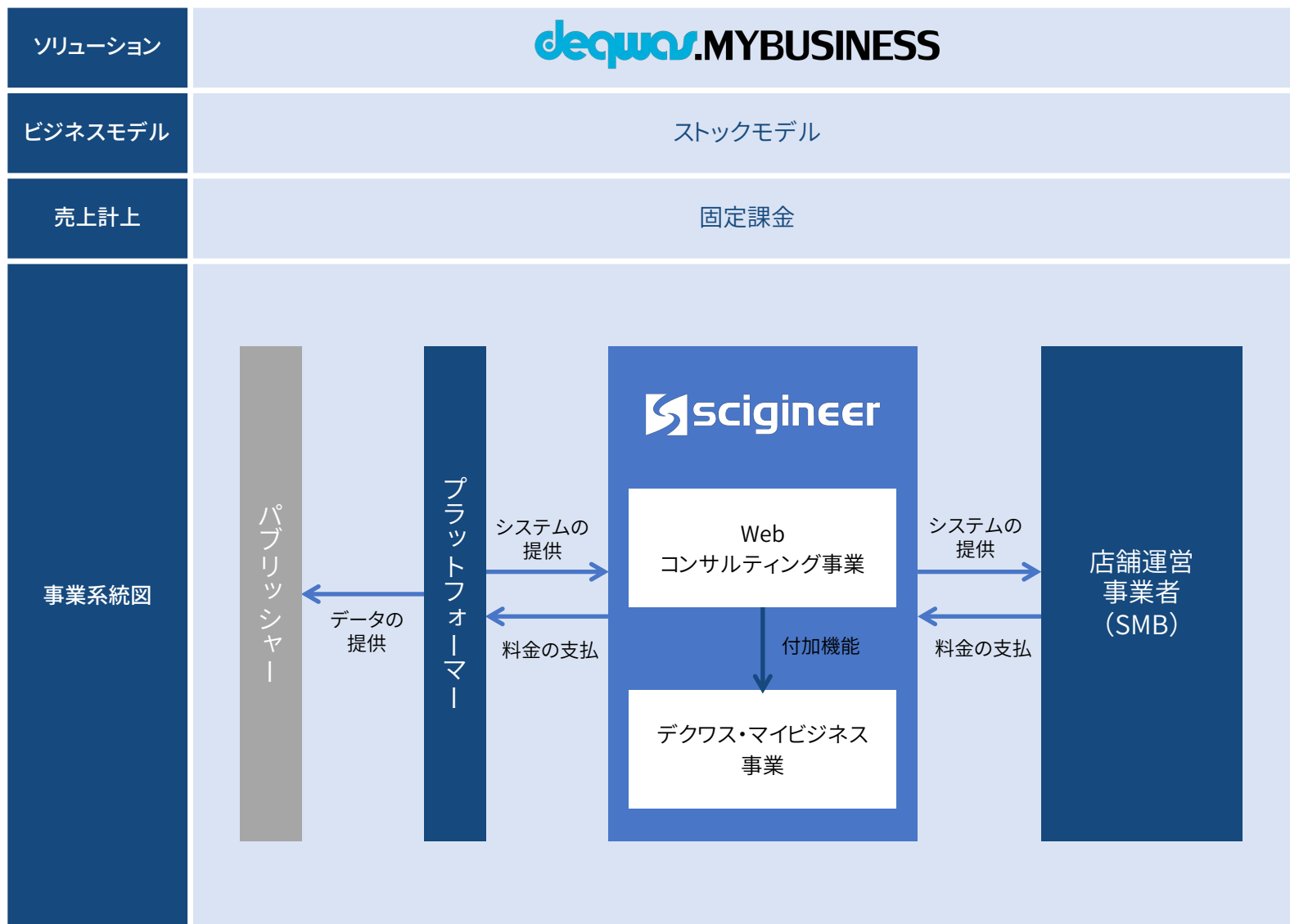
導入されたECサイトの売上向上やユーザーの回遊率の向上に寄与します。

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改善サービス(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。

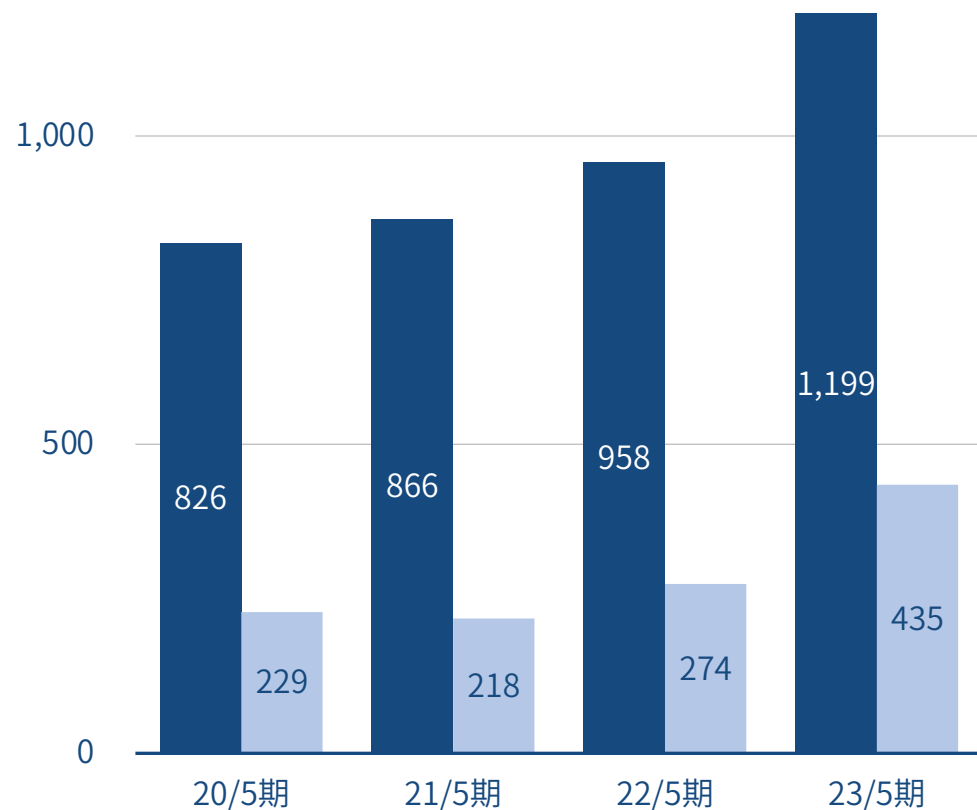
さらに、システムインテグレーションによるマネージドソリューションの組み合わせで、独自の機能を追加することも可能です。

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。

# 2 一貫した利益体質・継続率の高さ

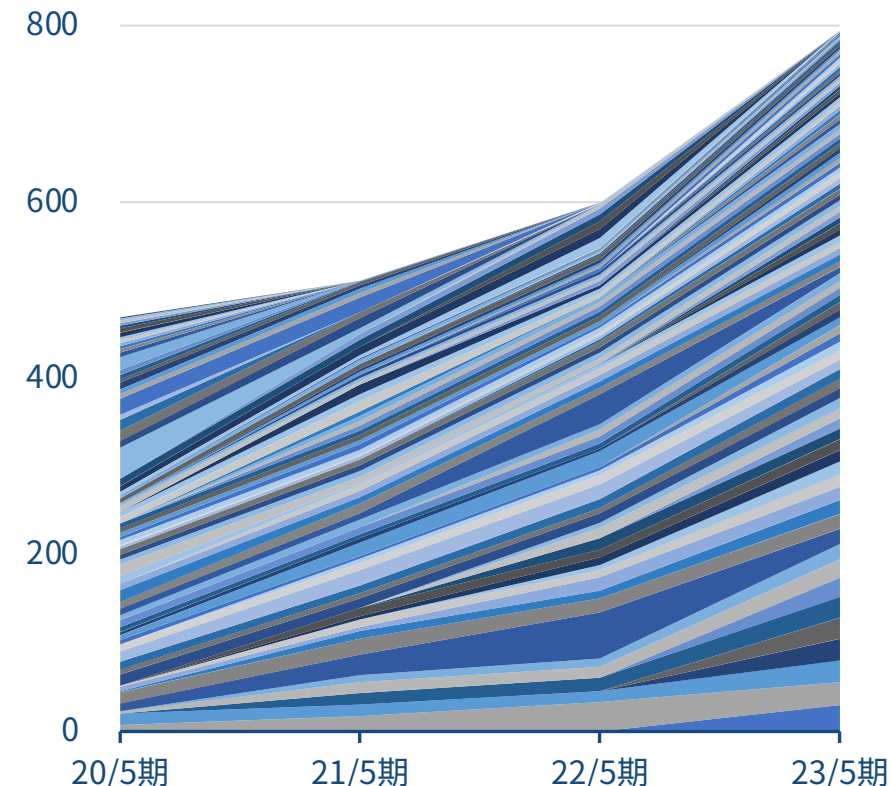
ZETAの過去4年の売上・利益推移



単位:百万円

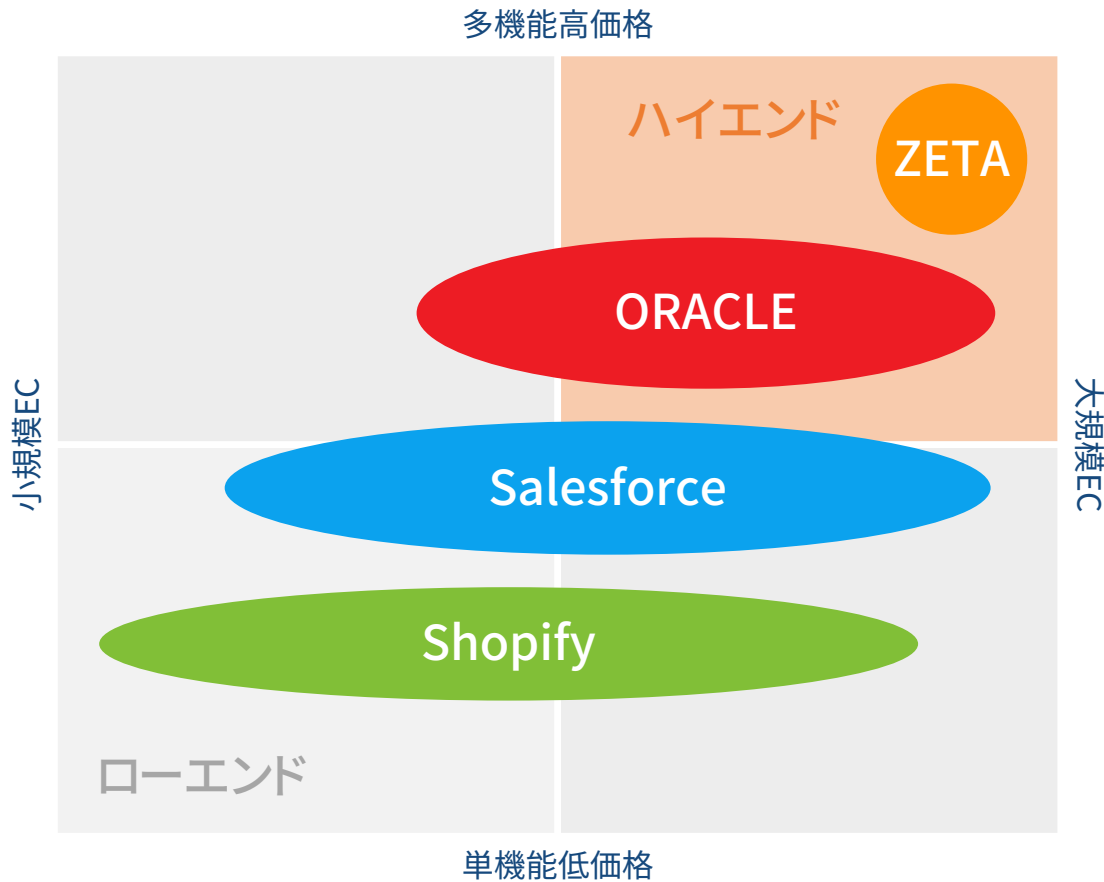
■ 売上高 ■ 営業利益

ZETA CXシリーズ導入企業ごとの取引額推移



単位:百万円

## CX市場ポジショニングマップ



- ソリューションプロバイダーは、ボリュームの大きいローエンド企業をターゲットとする販売戦略を選択することが多い
- 一方で、当社は、要求水準と技術的難易度は高いが、取引金額の大きいハイエンド企業をターゲットとしている
- これには、高利益率に加え、大手企業における事例からインバウンドで営業案件が拡大するメリットがある
- 将来的には、OracleやSAPなど、システムの基盤となりうる製品展開を目指す

## 高単価

ハイエンド顧客中心で高い受注金額

## 高利益率

自社開発で変動費が少ないため  
売上が増えるほど利益率が上がる

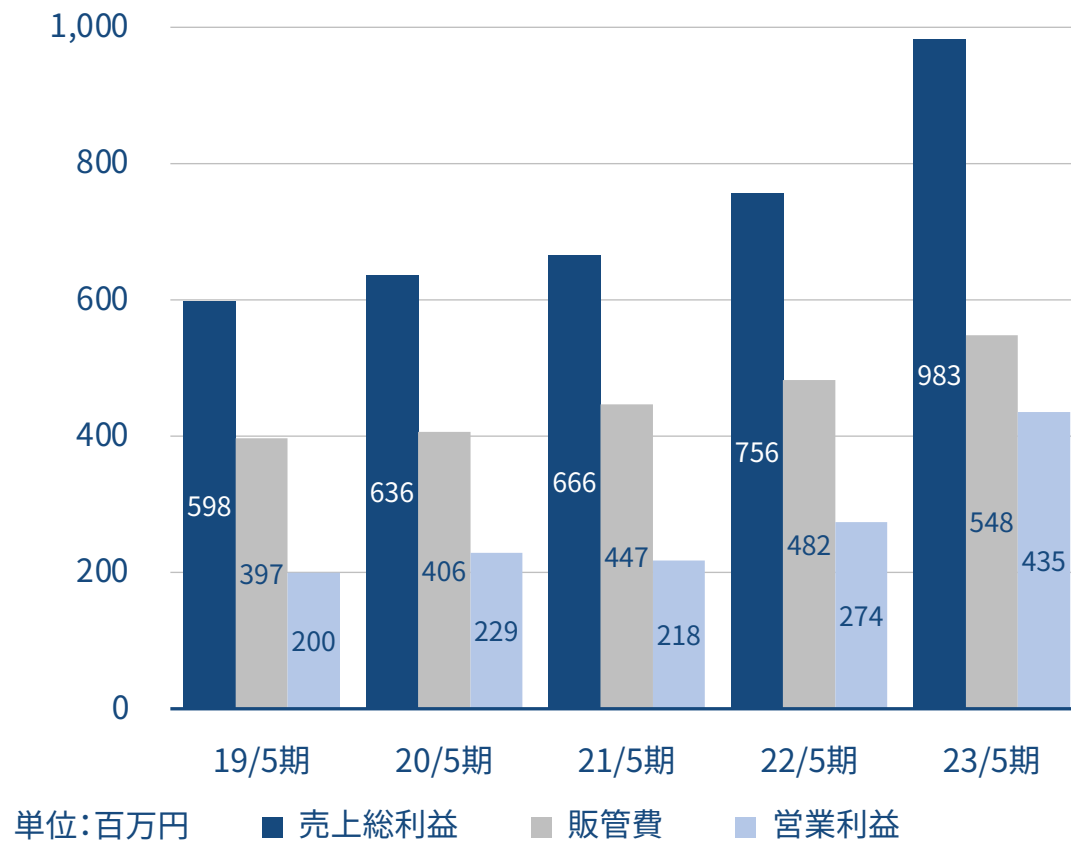
## 製品開発

安定のストック収益で再投資を実行

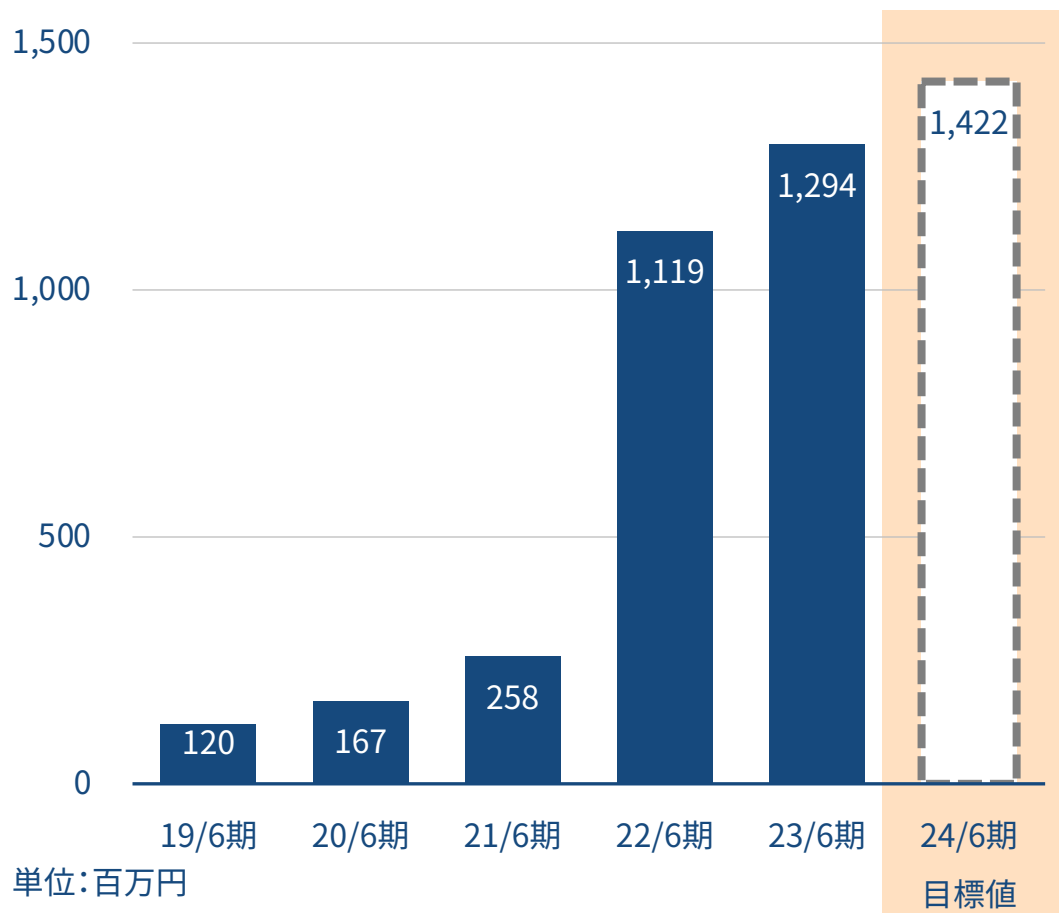
## 成長軌道

軌道に乗ると成長加速する事業形態

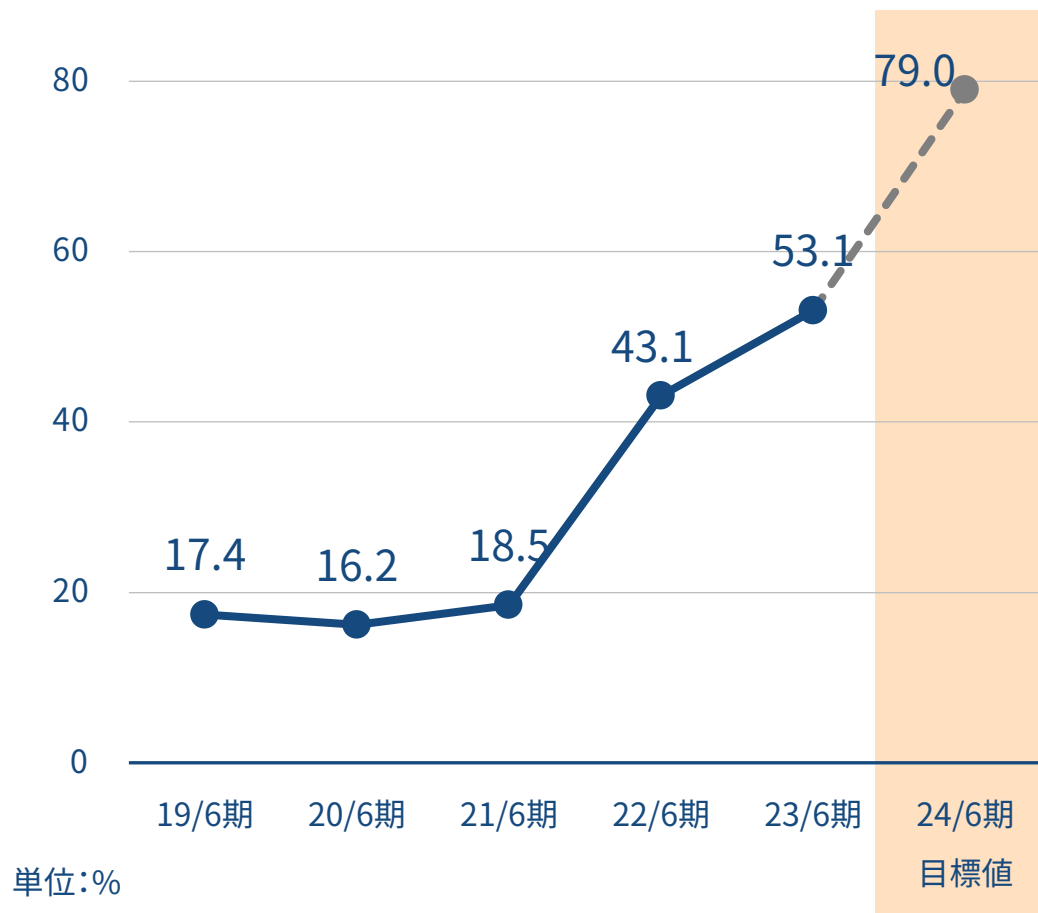
ZETAの過去実績



売上総利益額



売上総利益率



当社グループでは、売上総利益を重要視すべき指標として経営

# ハイエンド顧客志向ゆえEC市場の成長が大きくプラスに

EC市場の成長で、ハイエンドクラス企業が  
足元のEC市場成長率以上に増加

仮にEC市場が10%拡大すれば  
ターゲット顧客は倍に拡大する

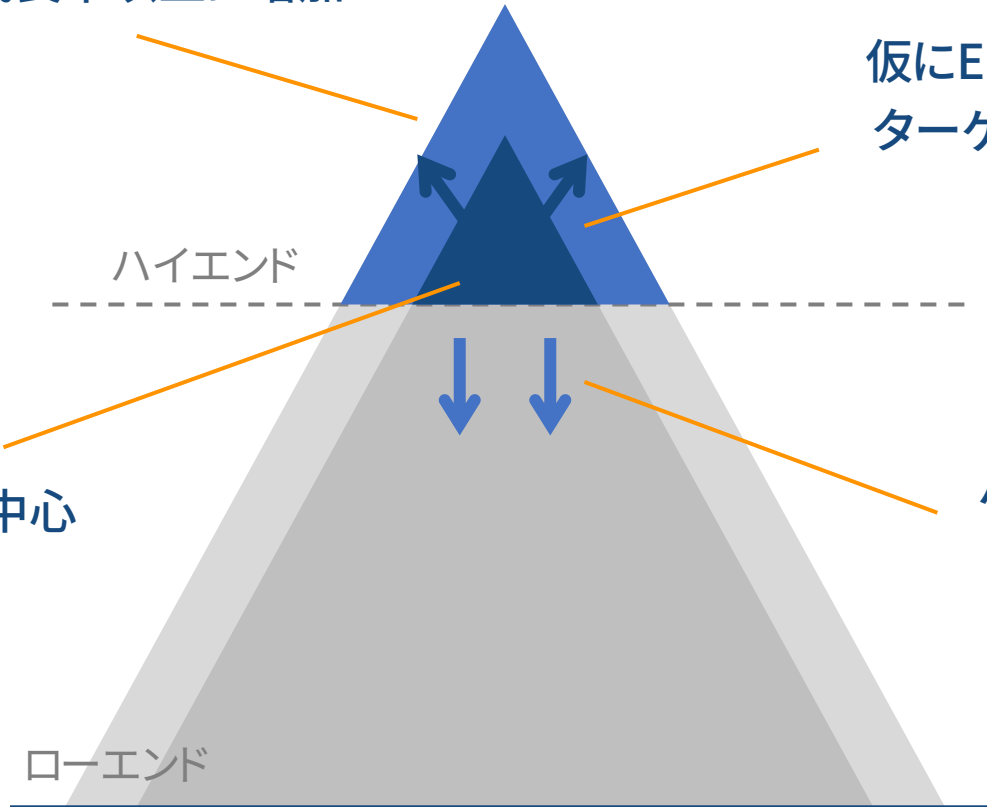
ハイエンド

ZETA CXシリーズの  
ターゲット顧客はハイエンド中心

ハイエンドからミドルエンドへも  
クロスセルしやすい製品戦略

ローエンド

EC市場規模



## クロスセル戦略の有効性



- 各製品はそれぞれ他の製品を補完し、強化する役割も持っている
- 大規模クライアントほど豊富な機能による相乗効果が大きくなる
- 検索から商品レビューやハッシュタグへと横展開する企業が増加
- 複数サービスの導入することで取引金額の拡大とともに解約率の低下につながる

## 有力企業からの圧倒的サポートとともにクライアントが増加中



BAYCREW'S  
STORE



A D A S T R I A  
Play fashion!

USAGI ONLINE

BAROQUE JAPAN LIMITED

洋服の青山

SHOPLIST.com  
by CROOZ

GUNZE

2nd STREET  
Reuse Shop

W  
THE SUIT COMPANY

watashi+  
by shiseido

DECENCIA



OIOI

JRE MALL

SEIBU  
SOGO

Japanet

SHOP  
CHANNEL

Shaddy

HANDS



pal\*system

ANAX



SevenBeauty



DNP



DESCENTE

AlpenGroup



GDO



BOOK・OFF Online



Panasonic

EC CURRENT



YAMADA

PLUS

Biznet  
SOLUTIONS

TENPOS

エドリス.com

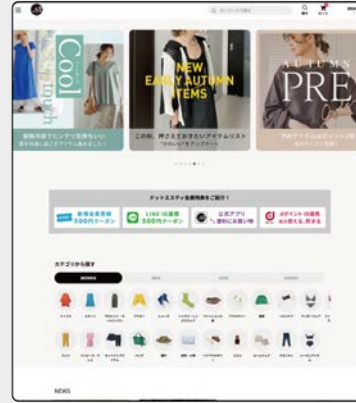


## アパレル

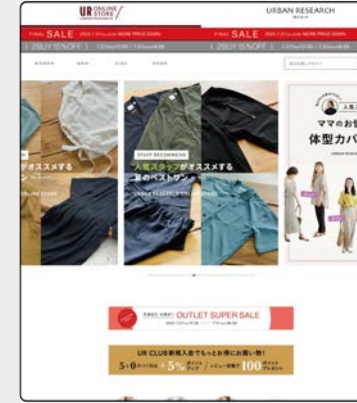
## ユナイテッドアローズ



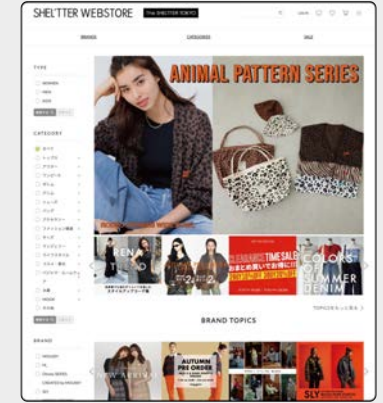
## アダストリア



## アーバンリサーチ



## バロックジャパンリミテッド



## 家電

## ヤマダデンキ

パナソニックコンシューマー  
マーケティング

## エクスプライス



## ストリーム



## 日用品

## ハンズ



## コメリ



## コーナン商事



## ショップチャンネル



## 化粧品

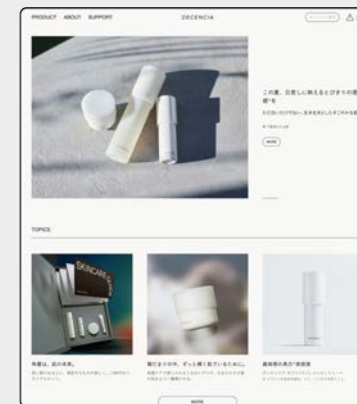
## 資生堂ジャパン



## プレミアアンチエイジング



## DECENCIA



## セブンビューティー



B2B

ミドリ安全



プラス



ビズネット



テンポスドットコム



書籍・エンタメ

CCC

ブックオフ  
コーポレーション

ローソンエンタテインメント



日本出版販売



## 事例1: 複数導入でCXが大きく改善

## UNITED ARROWS ONLINEの例



impress BUSINESSMEDIA

EC担当者 Web担当者 製品導入

企業IT ソフト開発 IoT・AI DCクラウド 研究・調査  
エネルギー ドローン イベント・セミナー

ネットショップ  
掲載者フォーム

ECサイト  
記事を読む

最新ニュース  
を読む

イベント  
セミナー

探す  
記事やページ

ネットトップ > PR > UI・UXの向上をめざすユニテッドアローズのECサイト改善施策とは

PR

UI・UXの向上をめざすユニテッドアローズのECサイト改善施策とは

ユニテッドアローズ（UA）のEC戦略と、自社ECサイト刷新にともなうUI・UX改善事例を解説。ZETAが提供するEC商品検索・サイト内検索エンジン「ZETA SEARCH」とレビュー・口コミ・Q&Aエンジン「ZETA VOICE」導入による課題解決の取り組みとは

高野 真維 [執筆], 吉田 浩章 [撮影] 2022/11/21 8:00

シェア 22 ツイート 3 B! はてブ 2 noteで書く

[AD]

ファッションやセレクトショップ業界をリードするユニテッドアローズは2022年3月、ECと実店舗の売り場を統合するために自社ECサイトをリニューアルオープンした。検索機能の改善、レビュー投稿によるUGCの導入など、UI（ユーザーインターフェイス）・UX（ユーザーエクスペリエンス）の向上に取り組んでいる。オンラインとオフラインのシームレスな購買体験をめざすユニテッドアローズのEC戦略、顧客体験向上の取り組みなどを取材した。

UNITED ARROWS LTD.





- ZETA SEARCH:  
複数軸の絞り込み検索により、好みを反映した検索を実現
- ZETA VOICE:  
性別や年代等の情報とともに商品レビューを表示することで商品検討をさらに促進
- ZETA HASHTAG:  
サイト内の回遊率向上や離脱率・直帰率を改善
- ZETA SEARCHとZETA VOICEの連携によって、ユーザーにセレンディピティな出会いの提供を可能に

## 事例2: 検索後CVRが3倍に増加

## URBAN RESEARCH ONLINE STOREの例



ECzine テクノロジーで  
ECコマースビジネスを  
支援するWebマガジン

ECホットピックス (AD)

検索後CVR3倍！アーバンリサーチがレビューとサイト内検索の両軸で目指す「顧客に寄り添うEC」

伊藤 真美(著) / 坂田 賢二(図) 2021/08/27 11:00

サイト内検索 ファッション/アパレル 顧客体験 (CX)



アパレル小売を中心に飲食やライフスタイル事業など、全国に約250店舗を展開するアーバンリサーチ。積極的にデジタル施策を推進してきた同社は、ECの





■ ZETA SEARCH:

評点/コメント/レビューアー情報/「参考になった」ボタンなどの機能を実装し、評点の星の数や体型・年齢・性別での絞り込みにも対応、ユーザーの興味に応じた検索を可能に

■ ZETA VOICE:

サイズ感や着用シーンについてのアンケート結果を可視化することで商品の評価・特性を一目で確認できる

## コーナンeショップの例



impress BUSINESSMEDIA

EC担当者 Web担当者 製品購入

企業IT ソフト開発 IoT・AI DCクラウド 研究・調査  
エネルギー ドローン イベント・セミナー

ネットショップ  
ECノウハウ  
記事を読む

ECニュース  
記事を読む

ネットトップ > PR > ECサイトの顧客体験向上・店舗スタッフの業務効率を同時実現したコーナン商事の店舗DX推進のカギは「検索」にあり

PR

イベント  
セミナー

探す  
記事やページ

ECサイトの顧客体験向上・店舗スタッフの業務効率を同時実現したコーナン商事の店舗DX推進のカギは「検索」にあり

500店舗超を展開する大手ホームセンターのコーナン商事。店舗とオンラインの融合を進めるために、ECサイトと店舗従業員アプリでEC商品検索・サイト内検索エンジン「ZETA SEARCH」を導入した。その理由や今後の展望について、ZETAとのディスカッションで解説する

朝比美帆 [執筆], 奥田晃介 (松鹿倉) [撮影] 6/6 8:00

シェア 26 ツイート 4 B! はてブ 1 noteで書く

[AD]

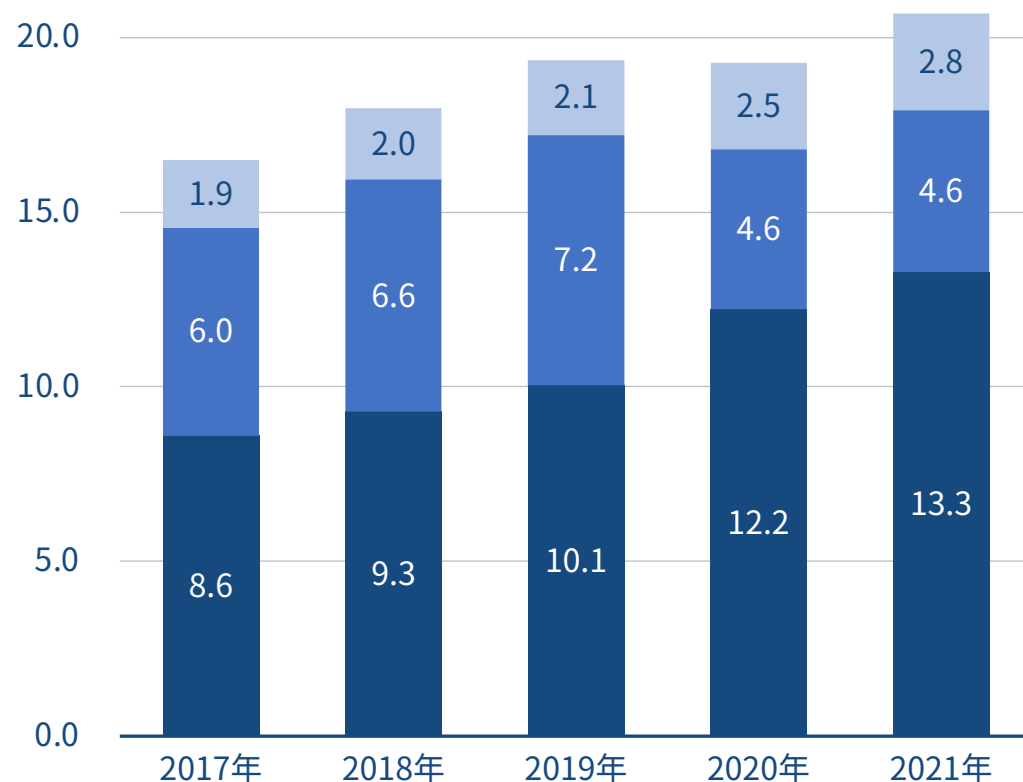
ホームセンターのコーナン商事は店舗とオンラインの融合をテーマにした「店舗デジタル化戦略」を進めている。ECサイトのリニューアルや、店舗の従業員が業務で利用するアプリのリリースなどを実施。ECから店舗への送客促進や店舗業務の改善など、さまざまな効果が表れ始めている。「店舗デジタル化戦略」で重視した施策の1つがECや従業員アプリの検索機能。記事前半では「店舗デジタル化戦略」を解説、後半は検索面をサポートしたZETAとコーナン商事の2社によるディスカッションから、デジタル化戦略の実例、検索が果たす役割とその効果、可能性などを紹介する。



- 店舗とECの融合を目指す「店舗デジタル化戦略」を推進
- ZETA SEARCH:  
キーワードに関連したバナー表示やサジェスト機能を実装し、ユーザー体験を向上。また店舗の従業員アプリにも搭載することで従業員が商品陳列棚をリアルタイムに把握可能に
- これにより、2025年度には従来比20%の業務量を削減し、年間約25億円の人件費削減効果を見込む

## 2 EC市場が拡大し顧客の成長を促進

### 国内消費者向けEC市場の推移



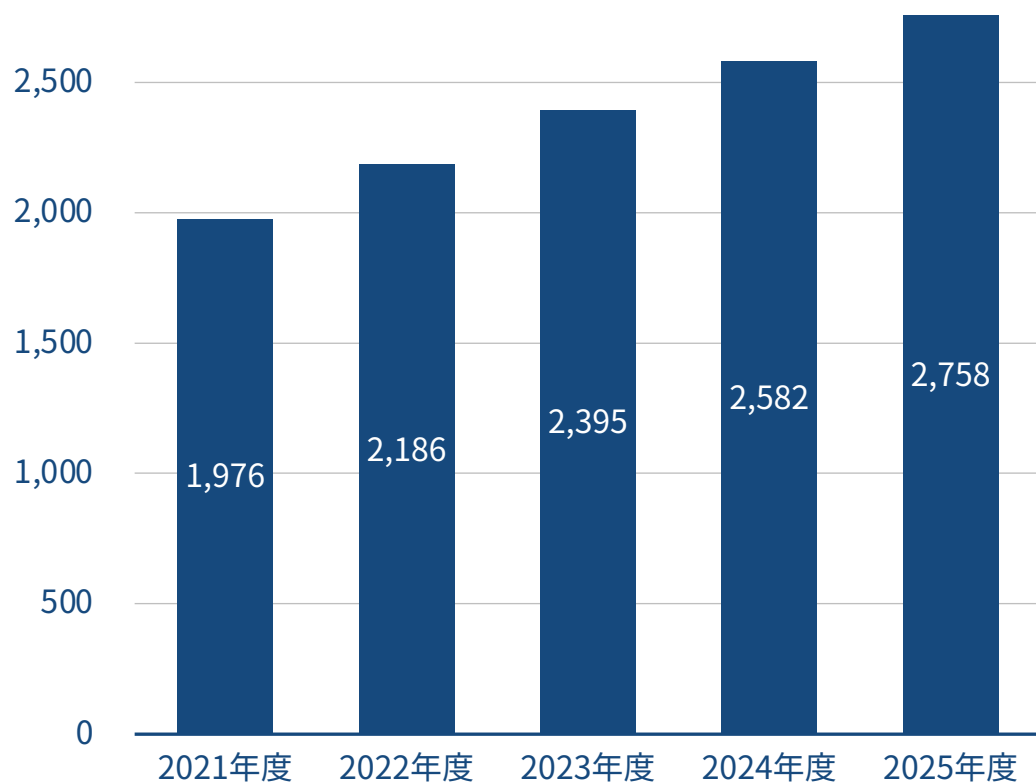
単位:兆円

 物販系
  サービス
  デジタル

出典:経産省「令和3年度デジタル取引環境整備事業(電子商取引に関する市場調査)」  
<https://www.meti.go.jp/press/2022/08/20220812005/20220812005.html>

- EC市場、EC化率ともにも順調に拡大
- 特に当社主要ターゲットである物販系のEC市場規模は急拡大を継続
- アフターコロナで需要が踊り場迎えても中長期的には拡大継続が予想されている
- 市場環境を背景にハイエンド志向の企業が増えており、当社にとって追い風

## 国内デジタルマーケティング関連ソフトウェア市場



単位:億円

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

- EC市場拡大に伴い、デジタルマーケティング市場は高度化・ハイエンド化が進行
- システム連携やデータ統合のニーズにより一気通貫したサービス提供が求められる
- サードパーティCookie規制によりネット広告予算の大規模な再配置が起こりつつあり、その受け皿となるリテールメディア重要に
- ワンストップでサービス提供できる当社の優位性を活かして業界をリードする構え



# 新ラインナップのハッシュタグ活用エンジン「ZETA HASHTAG」をリリース

2022年7月20日  
報道関係者各位



## ハッシュタグを活用した CX向上ソリューション「ZETA HASHTAG」を提供開始

EC 商品検索・レビュー・OMO ソリューションを開発販売するコマースと CX のリーディングカンパニーである ZETA 株式会社(本社：東京都世田谷区、以下 ZETA)は、商品説明やクチコミなどからホットなキーワードを抽出し、CX 向上および SEO 改善が期待できる新製品としてハッシュタグ活用エンジン「ZETA HASHTAG」を提供開始いたします。



EC サイト等ではユーザーによるクチコミやスタッフの投稿などの UGC の活用が加速するとともに

2022年7月20日リリース

## EC×クチコミ×ハッシュタグの効果

- 商品説明やクチコミを解析しキーワード抽出、キーワード同士の関連性を集合知から見出すことで意外な組み合わせを発見しユーザーにセレンディピティを提供
- 商品詳細ページのハッシュタグを自動生成、キーワードに紐づくランディングページも量産が可能
- サイト内での回遊性向上とSEO対策にも寄与し、外部流入増加に繋げる

# リテールメディア広告エンジン「ZETA AD」の新機能リリース

2023年8月2日  
報道関係者各位



リテールメディア広告エンジン「ZETA AD」の新機能としてハッシュタグに対応  
～広告×ハッシュタグの相乗効果でより高いPR効果が期待～

EC 商品検索・レビュー・ハッシュタグ・OMO ソリューションを開発販売するコマースとCXのリーディングカンパニーである ZETA 株式会社(本社：東京都世田谷区、以下 ZETA)は、リテールメディア広告エンジン「ZETA AD」の新たなメニューとしてハッシュタグ連動広告機能をリリースしたことをお知らせいたします。



近年米国を中心に日本国内でも注目を集めている「リテールメディア」ですが、ECの拡大・3rd

2023年8月2日リリース

## 広告×ハッシュタグの相乗効果

- 商品情報や商品レビューを解析し自動生成されたハッシュタグのキーワードを使って、リテールメディアの中に広告を掲載
- InstagramやTwitterなどに慣れ親しんだZ世代はハッシュタグを中心に情報検索を行っており、広告としての活用は高い効果の実現を期待できる

# 新ラインナップECキュレーションエンジン「ZETA BASKET」をリリース

2023年8月29日  
報道関係者各位



## 購入商品の組み合わせ提案を可能とする ECキュレーションエンジン「ZETA BASKET」を提供開始

EC 商品検索・レビュー・ハッシュタグ・OMO ソリューションを開発販売するコマースと CX のリーディングカンパニーである ZETA 株式会社(本社：東京都世田谷区、以下 ZETA)は、EC サイト内のあらゆる商品を組み合わせた“目的ごとの製品群”の提案を可能とし、サイト内回遊率向上および SEO 改善が期待できる新製品として EC キュレーションエンジン「ZETA BASKET」を提供開始いたします。



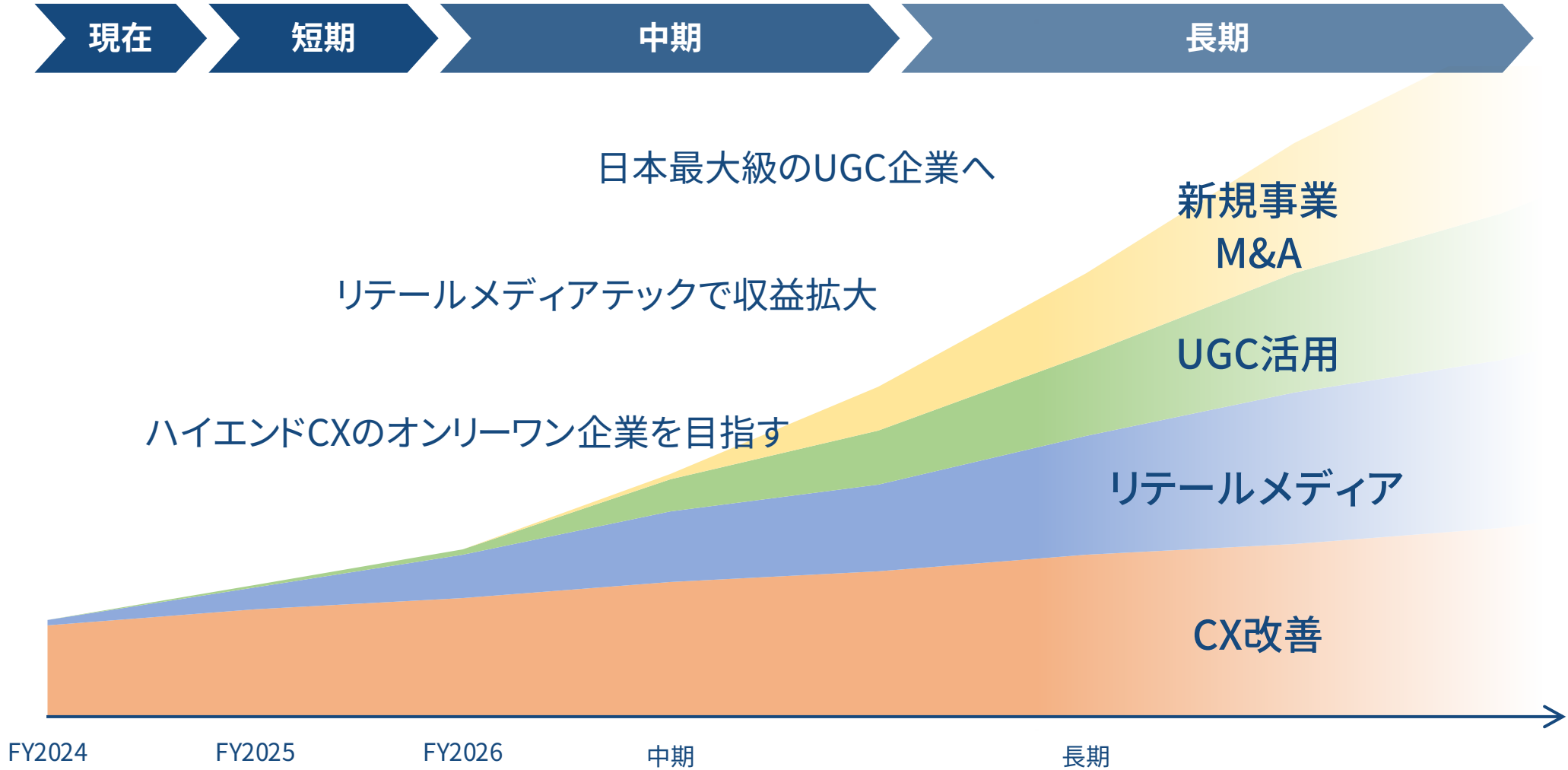
近年、オンライン上で商品のディテールや使用イメージを伝える手段である「スタイリング投稿」「コーディネート特集」などが浸透しつつあるように、既存の資源を有効活用しサイト内コンテンツを拡充させ、ユーザビリティ向上やコンバージョンに結びつけるマーケティング施策が重要となってきています。

2023年8月29日リリース

## ユーザー・スタッフによるUGC拡充

- 目的別やテーマによって選ばれた商品群をコーディネート・スタイリングとして提案することで商品に新しい価値を生み出し、購買意欲を喚起して売上・顧客ロイヤリティの向上が期待できる
- コンテンツ拡充によるサイト内の回遊性やARPUの向上も見込まれる

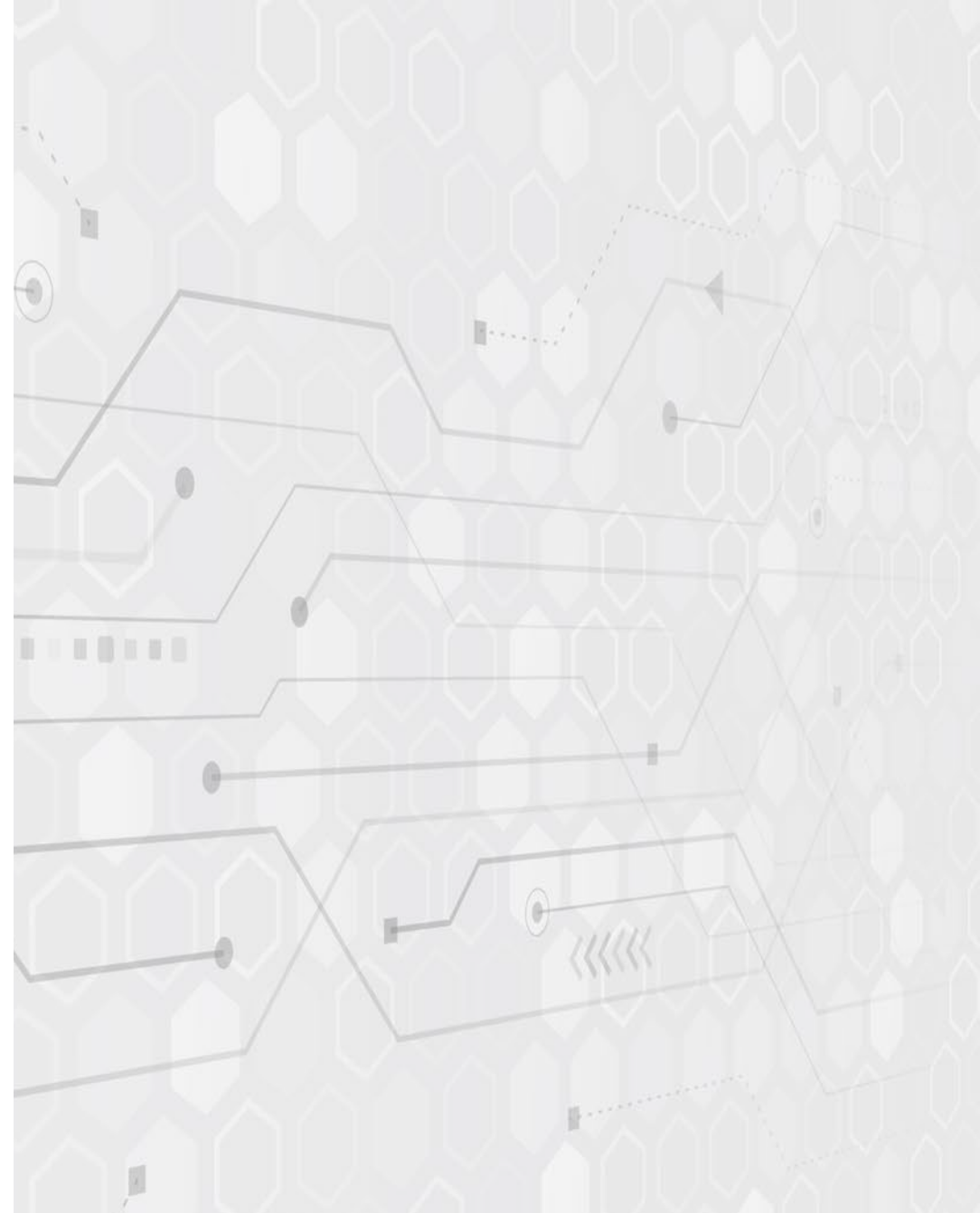
## 中長期成長イメージ



# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
2. 成長戦略
- 3. 構造改革**
4. 参考資料



## 事業環境の変化と対応

### ネット広告業界 に訪れる大波

- サードパーティCookie規制の動向で、今後リターゲティング広告事業は縮小の見込み
- 業界構造は激変し、ネット広告予算の割当先は大きく見直しが発生するのは必至

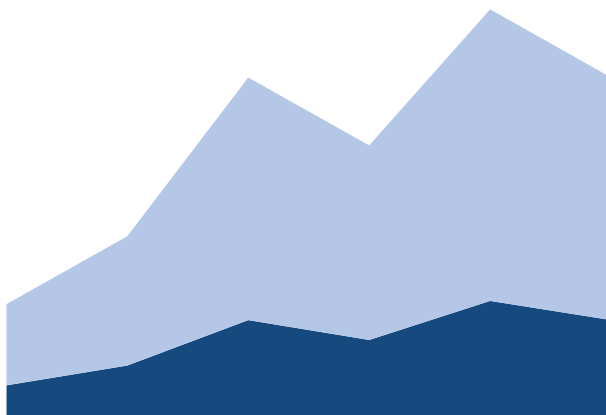
### ZETAとの 経営統合効果

- ZETAの手がけるCX改善サービスが好調に推移
- 検索エンジン導入先をリテールメディアとして実現する検索連動広告という金脈

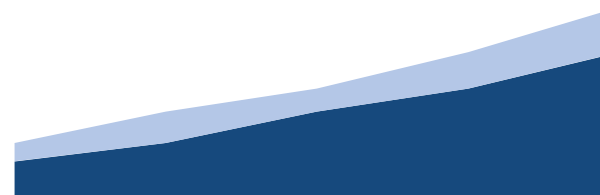
### 断固たる 事業構造改革

- 売上の半分を占めるネット広告サービスからの撤退を決断
- CX改善と事業領域拡大による成長へと踏み出す企業構造を構築

フロー型のネット広告事業から撤退し、  
ストック型のCX改善サービスに経営資源を集中



売上高は大きい  
がボラタリティが高い



収益が積みあがって  
営業利益率が上昇

## 企業構造に関する取り組み

## 企業構造

迅速な意思決定のためサイジニアのホールディングス化を進める

## 会計基準

国際会計基準IFRSの適用や決算期変更の検討を進める

## 市場変更

グロース市場からプライム市場などへの市場変更の取り組みを促進

## 効率改善

オフィス拠点の集中による費用削減と業務効率化を進める



## 集中投資

中核子会社であるZETAの成長に集中投資しCX改善サービスの成長可能性を追求

## 製品開発

既存プロダクトとのシナジー効果の高い新製品の投入を複数予定  
サイジニアアドバンスド研究所を活用したAI領域に関するチャレンジ

## 新規事業

クチコミやハッシュタグなどのUGCリソースを活用した自社事業への取り組み、  
国内最大級のコマースメディアを目指す

## 効率改善

CX改善サービスのロールアップ効果を狙ったM&A戦略の検討

# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
2. 成長戦略
3. 構造改革
- 4. 参考資料**



## 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>

前回記載した「特定取引先の依存について」のリスクは、今回は削除することとなりました。その背景としましては、当社の連結子会社であるデクワス株式会社が、2023年7月1日付で、株式会社ジーニーにネット広告サービス事業(KANADE DSP)を譲渡したことによります。この事業譲渡により、当社グループの特定取引先に依存する状況が解消されました。

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	77,166千円(2023年6月末現在)			
子会社	ZETA株式会社 / デクワス株式会社 / 株式会社サイジニアアドバンスド研究所			
決算期	6月			
役員構成	代表取締役会長 兼 COO	吉井 伸一郎	常勤監査役	吉澤 伸幸
	取締役社長 兼 CEO	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		

# 経営・執行体制

## 吉井 伸一郎 代表取締役会長 兼 COO(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 取締役社長 兼 CEO

- 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 取締役

- 1971年4月 日本アイ・ビー・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 社外取締役

- 1967年4月 日本アイ・ビー・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・ビー・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・ビー・エム株式会社 相談役
- 2017年4月 日本アイ・ビー・エム株式会社 名誉相談役(現任)



IRに関するお問い合わせ

[ir@scigineer.com](mailto:ir@scigineer.com)

### 免責事項

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月下旬を目処に開示を行う予定です。