

2023年12月期 第3四半期 決算説明資料

2023年11月10日

シルバーエッグ・テクノロジー株式会社

<東証グロース：3961>



2023年12月期 第3四半期 決算概要 (単体)

2023年12月期 第3四半期 決算概要 ハイライト (単体)

営業収益 **949百万円 (進捗率 73.9%)**

通期予想 1,285百万円

営業利益 **87百万円 (進捗率175.5%)**

通期予想 50百万円

経常利益 **87百万円 (進捗率174.9%)**

通期予想 50百万円

2023年12月期 第3四半期 決算概要（単体）

➤ 営業収益

- ・ 当社事業が関連するBtoC-EC市場は、物販系分野や旅行等サービス分野が拡大する一方、デジタル分野が減少している市場環境にあります。
- ・ 業界別の営業収益は人材関連及びメディア関連が好調に進捗いたしました。

➤ 営業費用

- ・ 前年度後半からの円安の影響もあり、通信費等一部費用は引き続き増加傾向にあるものの、広告宣伝費や業務委託費用の見直しなどを続けコスト圧縮に努めました。

➤ 営業利益

- ・ 営業費用は増加傾向であるものの、施策の時期ズレが発生しており、計画以上の利益が得られている状況です。

トピックス

当社のAIレコメンドサービス「アイジェント・レコメンダー」、「レコガゾウ」の導入による高い効果の実現

エノテカ株式会社 ECサイト「エノテカ・オンライン」

➤ ワイン専門商社の**エノテカ株式会社**が運営するECサイト「エノテカ・オンライン」は、2,000種類以上のワインと豊富なコンテンツを掲載し、お客様が誰でも自分なりにワインを選ぶことを楽しめるような顧客体験を提供。

➤ 当社の機能による高い効果

AIレコメンド機能の活用によって、**コンバージョン数が270%向上**。レコメンド経由での**客単価アップ**を実現し、**売上が300%向上**。

- ◆ 「アイジェント・レコメンダー」の導入により、レコメンドによるコンバージョン数270%、レコメンド経由の売上が300%向上。
- ◆ 商品の購入だけでなく、ワインを楽しむコンテンツ制作/配信にも注力
- ◆ 「カテゴリー特化型」のレコメンドで、「セット買い」や「生産地」などのテーマに沿って、適切なユーザーに適切な商品をレコメンド



トピックス

当社のAIレコメンドサービス「アイジェント・レコメンダー」、「レコガゾウ」の導入による高い効果の実現

アズワン株式会社 ECサイト「AXEL」

➤ BtoB向け理化学用品商社の**アズワン株式会社**が運営するECサイト「AXEL」は、約900万点の商品が掲載され、必要に応じて直ちに購入できる仕組みで、EC化率26%を誇る巨大サイト。

➤ 当社の機能を高く評価

・AIレコメンド機能の活用によって、お客様がより多くの商品と比較・検討できるようになり、**サイト内回遊率が7%向上**。




×


- ◆ 「アイジェント・レコメンダー」の導入で、サイトの回遊率が7%向上
- ◆ AIレコメンドにより、目的買いユーザーのアップセル/クロスセルを実現
- ◆ サイトの“鍵”となる「検索性とレコメンド」を磨き、ユーザビリティの向上を目指す

トピックス

当社のAIレコメンドサービス「アイジェント・レコメンダー」、「レコガゾウ」の導入による高い効果の実現

株式会社FLAVA の カジュアルアパレルEC「TOPFLOOR」

- EC事業者の**株式会社FLAVA**が運営する「TOPFLOOR」は、メンズカジュアルのJIGGYS SHOPと、アンダーウェア専門店CRAZYFERRETの2つのストアブランドを統合した総合アパレルECサイト。
- **当社の機能を高く評価**
 - ・ AIレコメンド機能の活用によって、**メール配信業務を効率化**。メールコンテンツ作成に注力し、メールのコンバージョンが2倍になり、**LINE配信を超えるコンバージョンを実現**。**レコメンド経由の売上も向上**。



- “レコガゾウ”の導入により、メールマガジンにおけるコンバージョンが前年比（2022年度）の2倍を記録
- 2つのAIレコメンドエンジンを導入し、レコメンド経由の売上が、サイト全体の10～15%を達成
- 掲載商品をAIが自動で選定。スタッフの負荷も減少

2023年12月期 第3四半期 決算内容・事業の状況

2023年12月期 第3四半期 損益計算書

(単位：千円)

	2023年12月期 第3四半期（単体） （第26期）	
	金額	構成比
営業収益	949,952	100.0%
営業費用	862,188	90.8%
営業利益	87,764	9.2%
営業外収益	7	0.0%
営業外費用	298	0.0%
経常利益	87,474	9.2%
法人税等	27,415	2.9%
当期純利益	60,058	6.3%

注) 当社は、第1四半期会計期間より非連結決算に移行したことから、前年四半期累計期間との比較分析は行っていません。

2023年12月期 第3四半期 貸借対照表

(単位：千円)

	2022年12月期 (単体) (第25期)		2023年12月期 第3四半期末 (単体) (第26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	1,268,143	86.6%	1,321,309	89.9%	4.2%	53,166
固定資産	195,382	13.4%	148,160	10.1%	△24.2%	△ 47,221
資産合計	1,463,525	100.0%	1,469,470	100.0%	0.4%	5,945
流動負債	144,650	9.9%	90,536	6.2%	△37.4%	△ 54,113
負債合計	144,650	9.9%	90,536	6.2%	△37.4%	△ 54,113
純資産合計	1,318,875	90.1%	1,378,934	93.8%	4.6%	60,058
負債・純資産合計	1,463,525	100.0%	1,469,470	100.0%	0.4%	5,945

流動資産：未収還付法人税等の増加（38百万円）

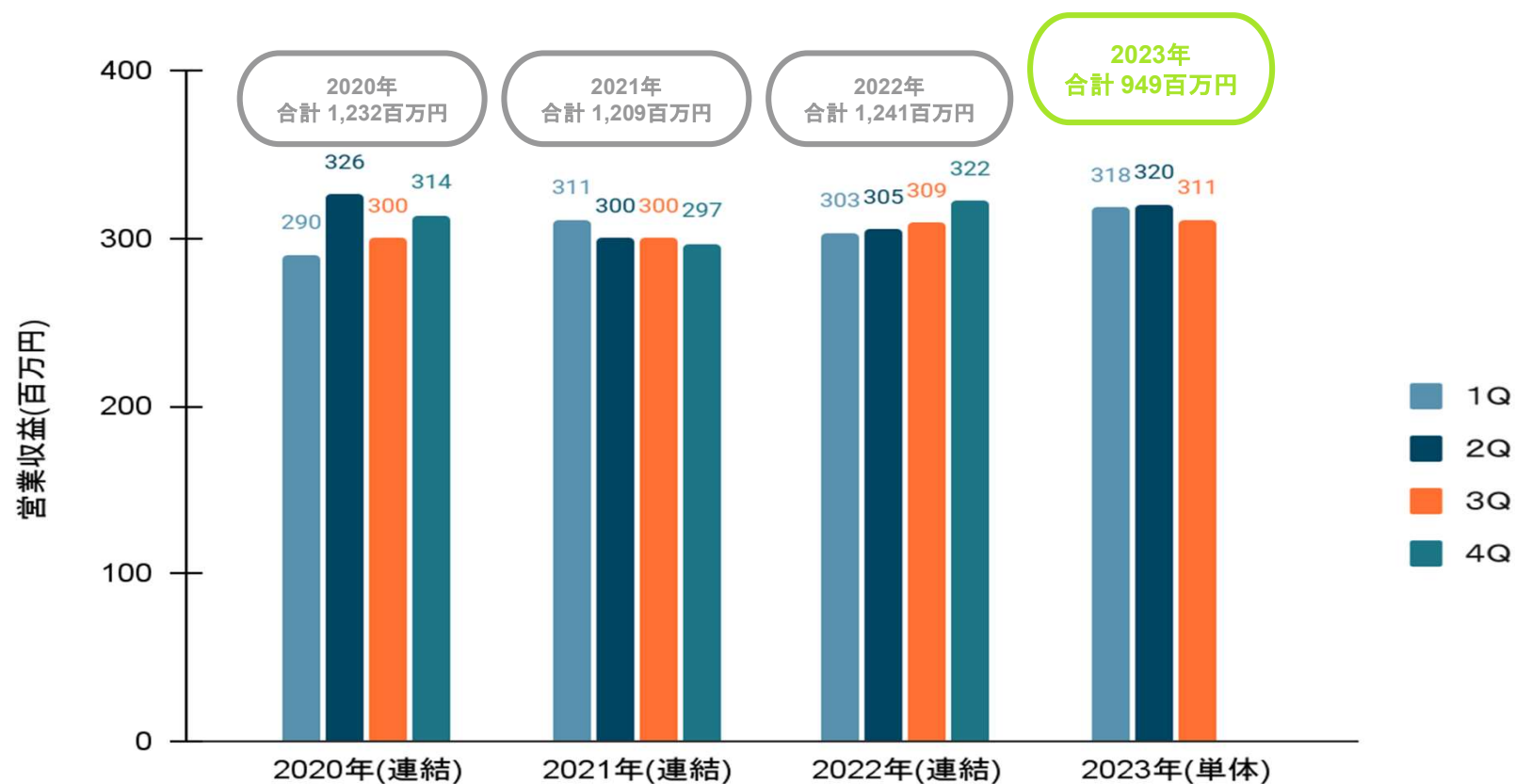
流動負債：未払法人税の減少（△60百万円）

純資産合計：当期純利益（60百万円）

2023年12月期 第3四半期 営業収益の四半期別推移

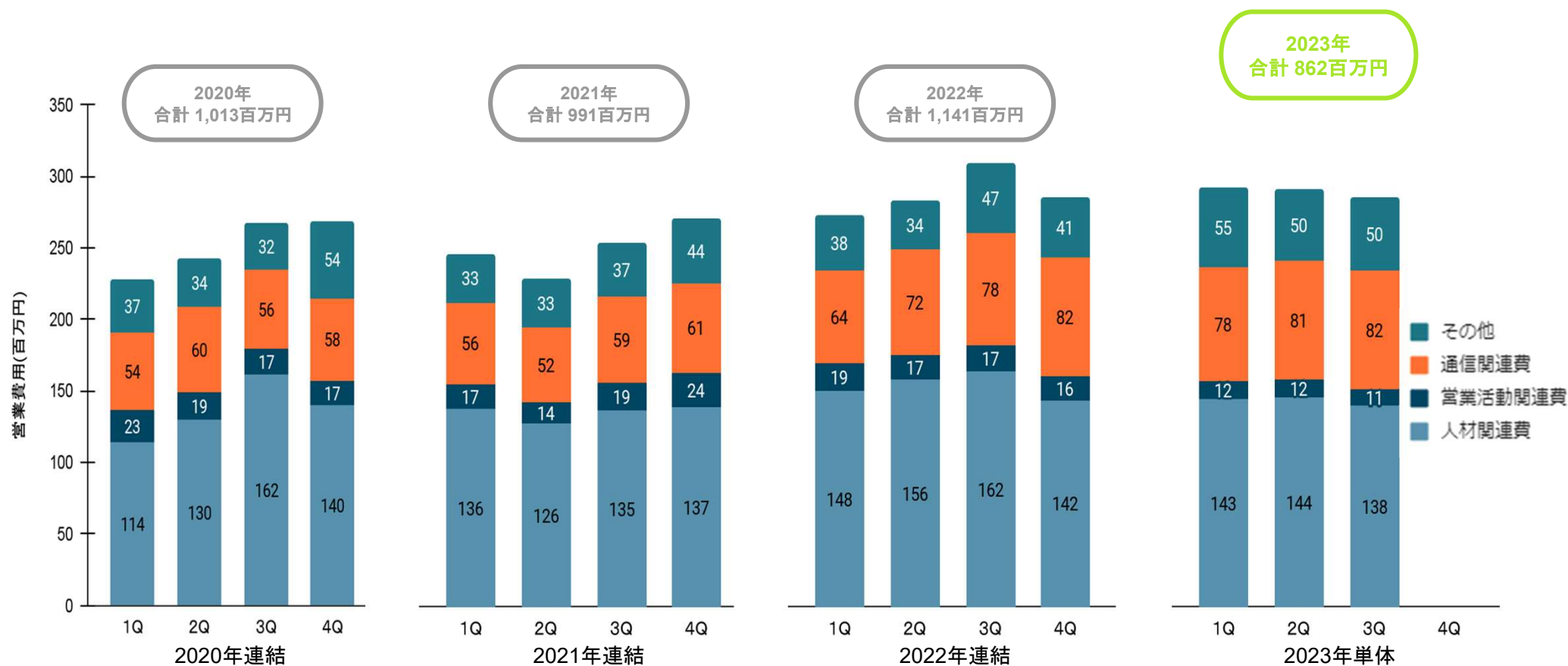
◆前年同期比で増加し、業績予想進捗率は73.9%。

引き続き、新規事業の推進やサービス向上等、営業収益拡大に向けて更なる販売促進を推進予定。



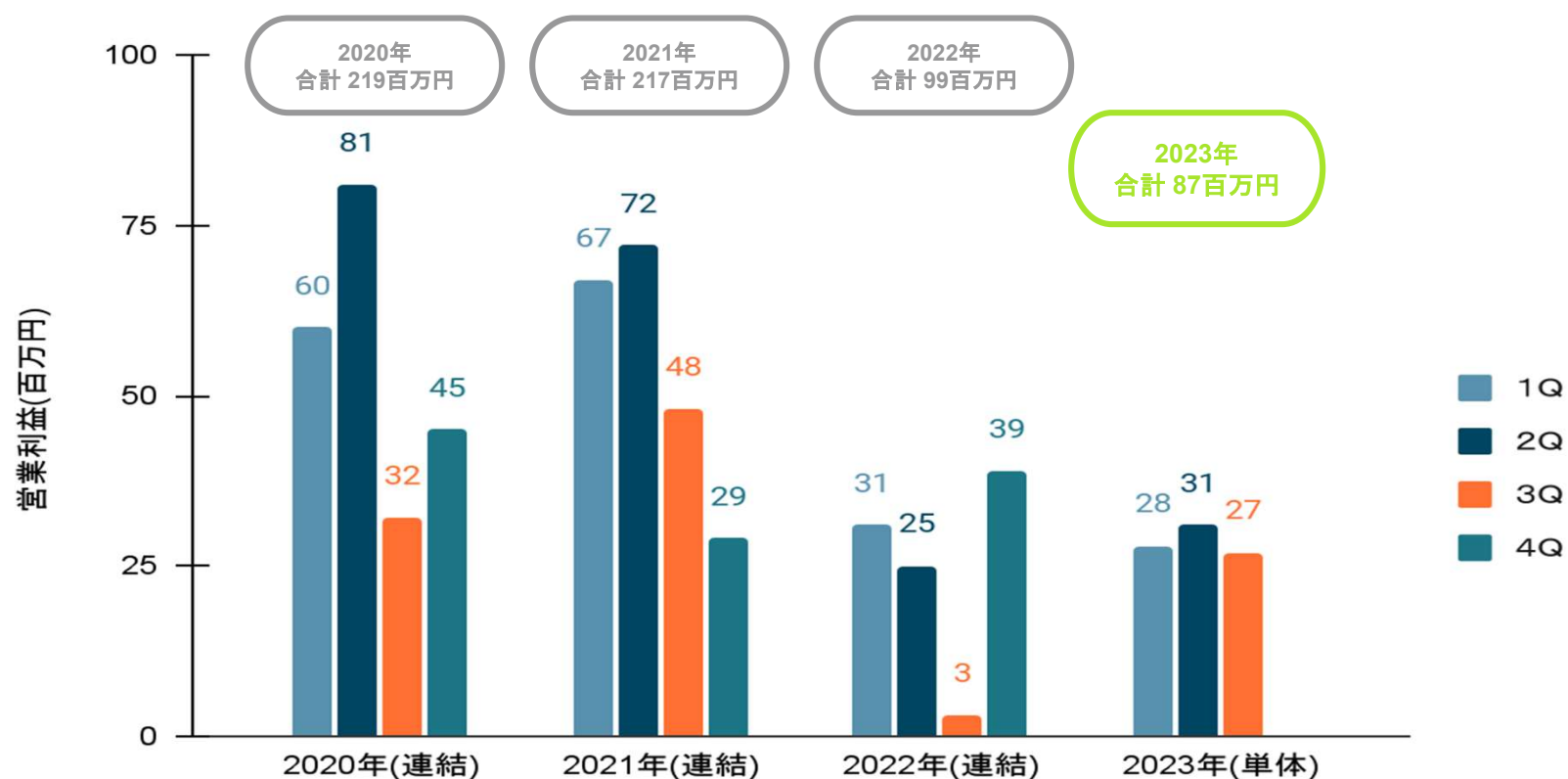
2023年12月期 第3四半期 営業費用の四半期別推移

◆前期から継続的な増加傾向にありつつも、固定費用の抑制に努め、進捗率69.8%とほぼ計画通りの水準に着地。



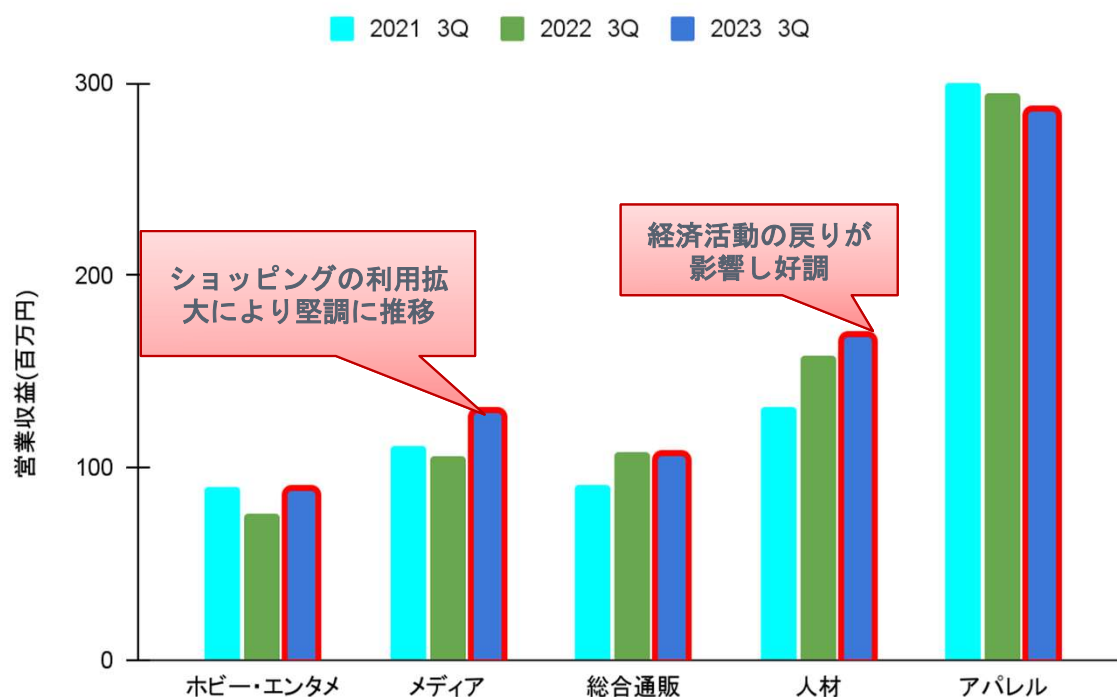
2023年12月期 第3四半期 営業利益の四半期別推移

◆今期はカスタマーサクセスの実現に重きをおき、既存顧客の維持、新規顧客獲得、営業効果の拡大を目指した結果、前期とほぼ同水準の営業利益を維持。



2023年12月期 第3四半期 アイジェント・レコメンダー 上位5業種 営業収益推移

◆人材、メディア、ホビー・エンタメの収益拡大の一方、アパレルが前年比減。



業種	2021年度 3 Q		2022年度 3 Q		2023年度 3 Q	
	金額 (百万円)	シェア率	金額 (百万円)	シェア率	金額 (百万円)	シェア率
アパレル	299	33.1%	294	33.0%	284	29.9%
人材	131	14.5%	158	17.0%	168	17.7%
総合通販	90	10.0%	108	10.9%	106	11.2%
メディア	110	12.2%	106	12.2%	127	13.5%
ホビー・エンタメ	90	9.9%	75	8.1%	88	9.3%
その他	183	20.2%	167	18.8%	175	18.4%
合計	906	100.0%	911	100.0%	949	100.0%

2023年12月期 業績予想

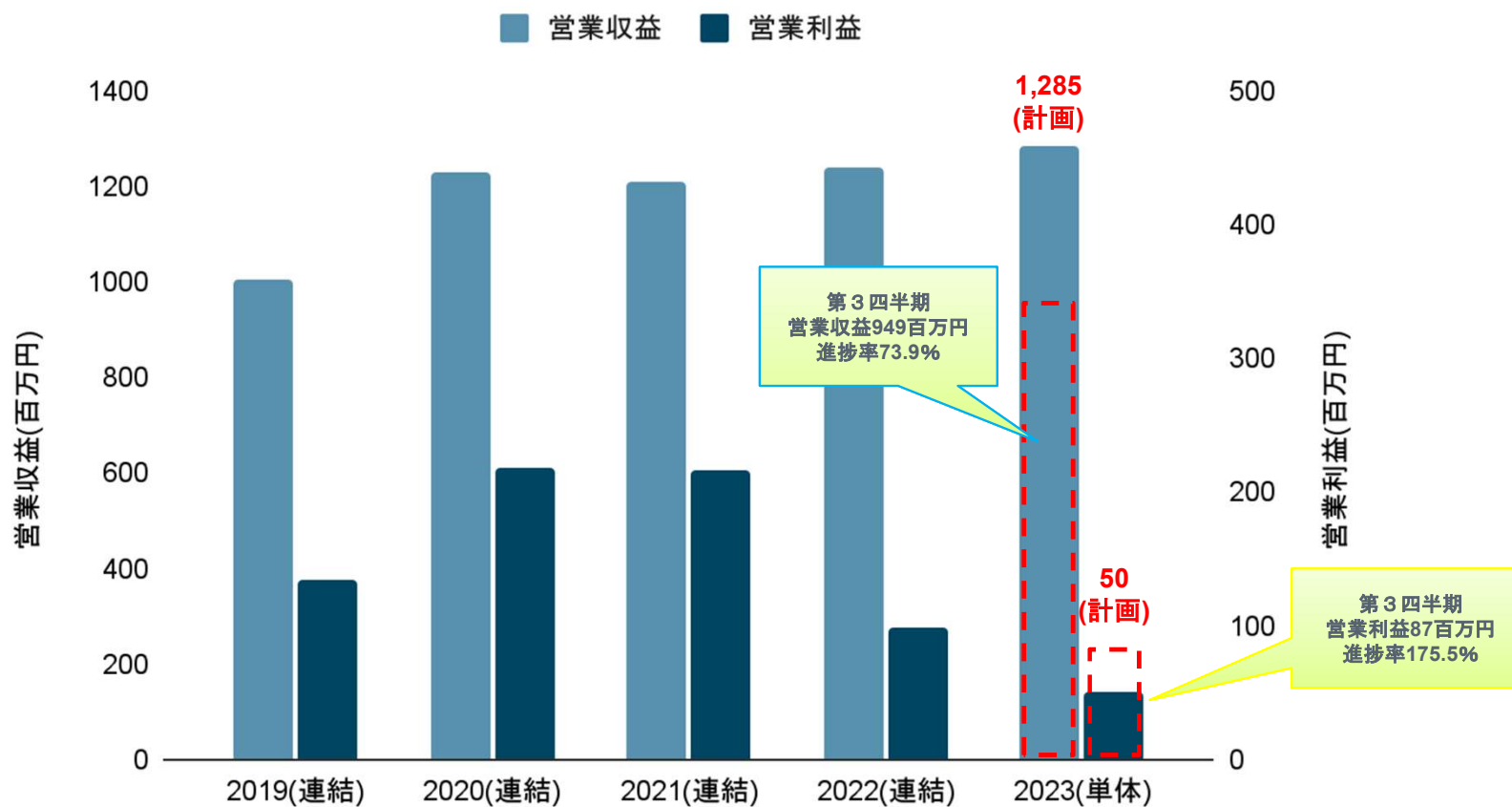
2023年12月期 業績予想 要約損益計算書（進捗状況）

- ◆営業収益は計画通りに進捗。引き続き収益拡大のための投資を継続
- ◆営業利益・経常利益は計画を大幅に上振れし、予定を上回るペースで進捗

（単位：千円）

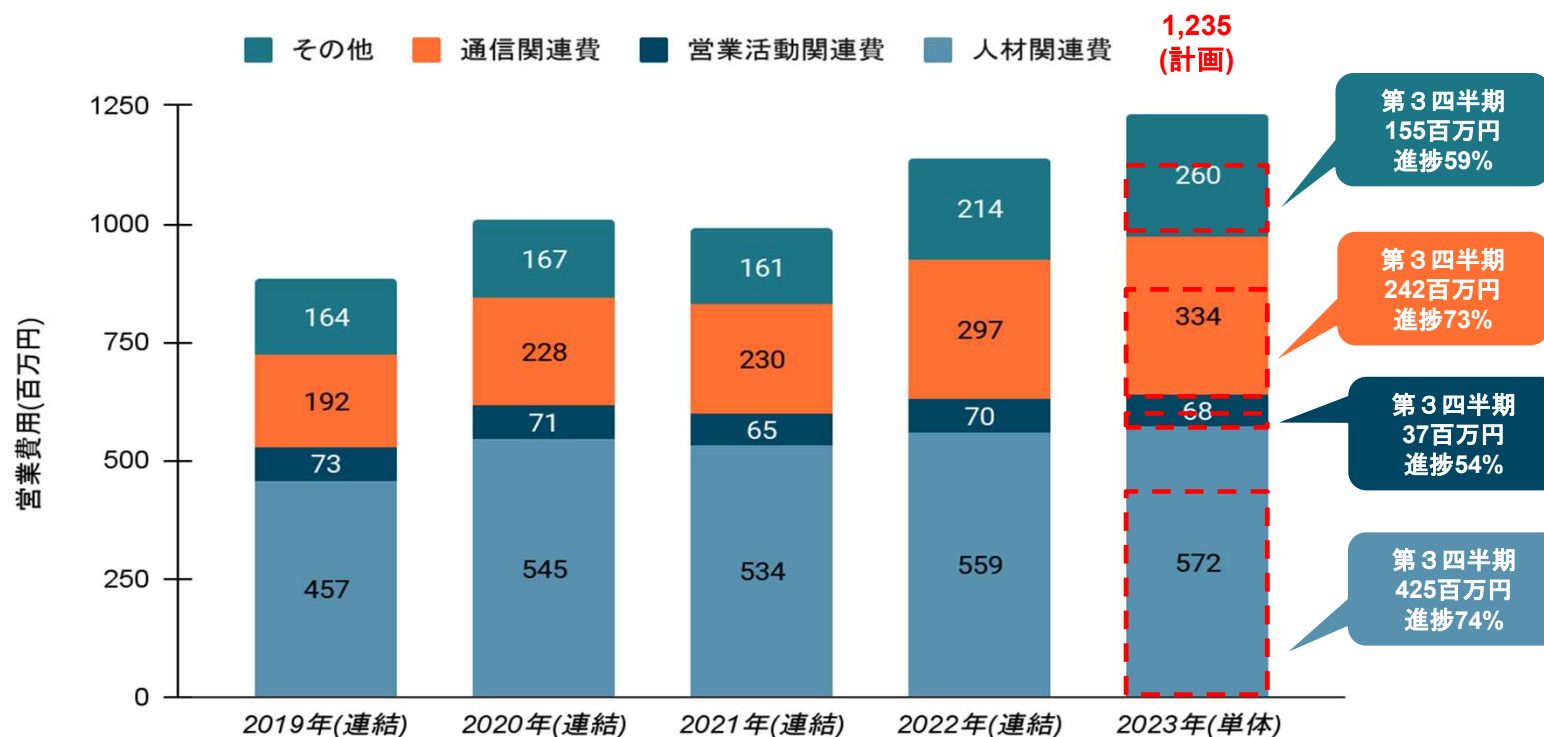
	2023年12月期 （単体計画）		2023年12月期 第3四半期 （単体実績）		進捗率
	金額	構成比	金額	構成比	
営業収益	1,285,641	100.0%	949,952	100.0%	73.9%
営業費用	1,235,641	96.1%	862,188	90.8%	69.8%
営業利益	50,000	3.9%	87,764	9.2%	175.5%
経常利益	50,000	3.9%	87,474	9.2%	174.9%
当期純利益	34,690	2.7%	60,058	6.3%	173.1%

2023年12月期 業績予想 要約損益計算書（進捗状況）



2023年12月期 業績予想 営業費用の推移

- ◆前年に行った人的投資（採用）を継続的に今期に活かし、プロダクト拡充とカスタマーサクセス実現を進める。
- ◆通信費・その他経費は工数増加に伴う増額の見込みだが、業務全体の見直しを行い、生産性、効率性の向上を徹底。



当社のミッションと当期のビジョン

◆ミッション

パーソナライゼーションの未来を切り拓くリーディングカンパニーになる

To be the go-to company for internet personalization in Japan - and beyond

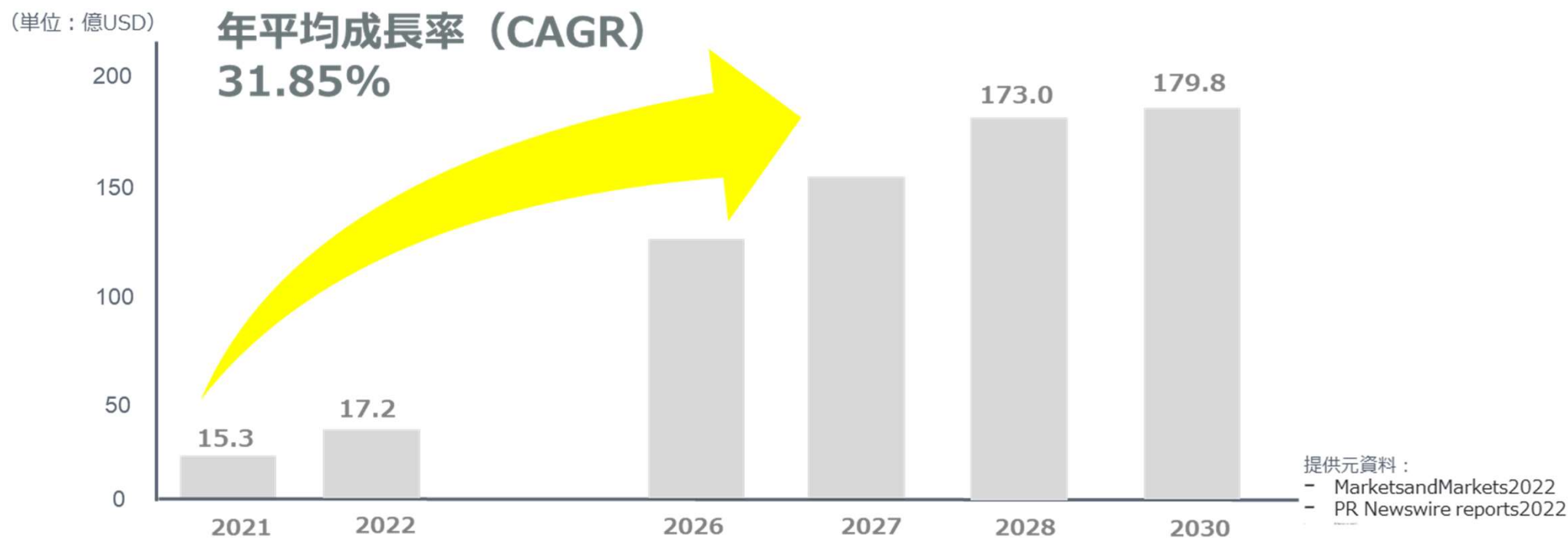
◆当期のビジョン

進化するパーソナライゼーション市場をリードし、勝ち抜く

To become the leader and win in the evolving personalization market

当社を取り巻く環境

- ◆レコメンデーションエンジンのグローバル市場は、高い成長率での拡大が見込まれる
- ◆日本市場の主流はプロダクト・レコメンデーションだが、今後はグローバル市場と同じく、より多岐にわたるソリューションが出てくると想定される



当社の成長戦略

- ◆当社は5つの成長戦略を、引き続き推進する
- ◆加えて、さらなる**カスタマーサクセス実現と、プロダクト拡充に対応し得る組織へと体制変更**を行い、当期のビジョン達成を目指す

ビジョンの実現に向けた成長戦略

営業戦略

- ・各業界特化型（Go-Deep）の強力な顧客サービスの開発と実行

製品戦略

- ・ AigentXへの早期移行

新事業戦略

- ・ 市場トレンドに沿った次世代の開発シナリオの構築

人材戦略

- ・ イノベーション人材の育成

M&A戦略

- ・ M&Aや優良なスタートアップへの投資

組織戦略

- ・ お客様が必要なソリューションを機動的に提供できる組織体制に変更（2023/5/15付）
- ・ 業務の見直しによる、生産性向上

Appendix

会社概要

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 (2022年12月末現在)
業績	<ul style="list-style-type: none"> ●営業収益：1,241百万円 ●経常利益：80百万円 (ともに、2022年12月期連結ベース)
従業員数	56人 (2023年6月末時点※派遣社員、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・テクノロジー有限会社
(シルバーエッグ・ホールディングス有限会社) 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)

導入顧客数の推移

パーソナライゼーションの黎明期から、多様な業界のクライアントニーズに対応し、SaaS型のレコメンデーションサービスを提供

(受注社数)



提供サービス



アイジェント・エックス

最新のAIとデータ分析技術で、顧客1人ひとりに寄り添った"体験"をつくりだす、AI
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・レコメンダー

WEBサイト、ネイティブアプリで利用するパーソナライズ・レコメンドツール



アイジェント・レコガゾウ

メール、LINEで利用可能なパーソナライズ・レコメンドツール * 特許取得技術



プロスペクター

見込み顧客抽出支援ツール
特定の商品・アイテムに興味を持ちそうな『人』をおすすめするツール



HotView

一人ひとりの嗜好に合わせてバナー広告の中身を変化させ、高い効果を発揮する広告
を実現

競争力の源泉 – 3つの強み–

Product



Service

導入・運用
コンサルテーション



PV型課金
成果報酬型課金

Partner

ECカート
Web構築



マーケティングツール
コンサルティング

高精度の Recommend と実績
最先端テクノロジーとリアルタイム
処理による高精度の Recommend

コンサルティングサポート
コンサルタントによる成果に繋げる
ためのカスタマーサービス

各種ツールとの連携実績・拡張性
WEB接客ツール、検索ツール、
メール配信ツール、MAとの連携

競争力の源泉 Product – 500社におよぶ導入実績 –



更新：2023年10月25日

競争力の源泉 Product –導入事例–

レコメンド業界をリードしてきた技術力および専属コンサルタントによる丁寧な改善活動を通して、導入企業様において確実に効果を発揮



- ◆ 店舗顧客に対しレコメンドメールを配信
- ◆ 店舗顧客のEC利用の急増！OMO・DXの先進事例



京都きもの市場
www.kimonoichiba.com

- ◆ きもの業界特有の一点もの商品をレコメンド
- ◆ サイト内の回遊性を高め、満足できる商品選び体験を提供



- ◆ B2B ECサイトでレコメンドによるまとめ買いを促進
- ◆ 全体売上の1割をレコメンド経由で創出



しゅふJOB.
PRODUCED BY  bstyle

- ◆ 自社開発のレコメンドエンジンから当社AIへのリプレース
- ◆ 地域ごとのランキング表示など業界特化のカスタマイズを実施



競争力の源泉 Partner –パートナー企業一覧–

- ・ 広範なパートナーシップ構築により、当社サービスの販路拡大/認知向上
- ・ パートナーとの製品連携により、サービスの付加価値が向上
- ・ 顧客の導入コストや開発コストが抑制され、価格競争力が増す



【取次パートナー】
当社サービスを紹介

【販売パートナー】
パートナーサービスと当社サービスを一括販売

【OEMパートナー】
当社サービスをパートナーサービス名義として販売し、量産的かつ広範に販売

【ソリューションパートナー】
パートナー製品と当社製品を連携し、両社サービスのシナジーを生み出す

レコメンドツール部門で4年連続（2019～2022）シェアNo.1の実績！

- レコメンドツール部門で**4年連続（2019～2022）シェアNo.1**を獲得！
- 『ファッションEC売上高ランキングTOP120発表』（日本ネット経済新聞Web版/2022年11月28日掲載）、**上位15社のうち10社が、当社の『アイジェント・レコメンダー』を採用！**



ディスクレーマー

当資料に記載されている情報には、将来の見通しに関するものが含まれています。これらの記述については、現時点で当社が入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、環境変化によるリスクや不確実性を含むものです。当社としてその情報の正確性や完全性、将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の業績に影響を与える要因としては、当社が属する業界ならびに市場環境、通貨為替変動、金利といった一般的な国内外の経済情勢を含みます。

シルバーエッグ・テクノロジー株式会社

<https://www.silveregg.co.jp/>

お問い合わせ先: inquiry_ir@silveregg.co.jp