

2022年8月15日

サイジニア株式会社

証券コード:6031

2022年6月期決算説明

目次

- 1 エグゼクティブサマリー
- 2 2022年6月期業績
- 3 2023年6月期業績予想
- 4 中期成長イメージ
- 5 事業の特徴

1 エグゼクティブサマリー

実質連続大幅増益、成長期入り

2022年6月期は大幅増収増益、
過去最大の営業黒字を達成

ZETAの9ヶ月変則決算※の連結、およびサイジニア・デクワスの収益改善により営業利益は4億円の改善

※ 8ページにて詳細を説明

2023年6月期は実質30%超の
営業増益の見込み

ZETAをフル連結した実質ベースで前期比30%超の
営業増益と、2年連続の大幅増益へ

2023年6月期は当期純利益も
大幅に黒字化する見込み

特別損失がなくなり上場来最大の当期純利益計上へ

2 2022年6月期業績

2022年6月期連結業績

	21/6期	売上比 (%)	22/6期	売上比 (%)	増加率 (%)
売上高	1,393	100.0	2,595	100.0	86.3
営業利益	-44	-3.2	363	14.0	黒転
経常利益	-43	-3.1	354	13.7	黒転
当期純利益	-55	-4.0	-1,146	-44.2	赤転

単位:百万円

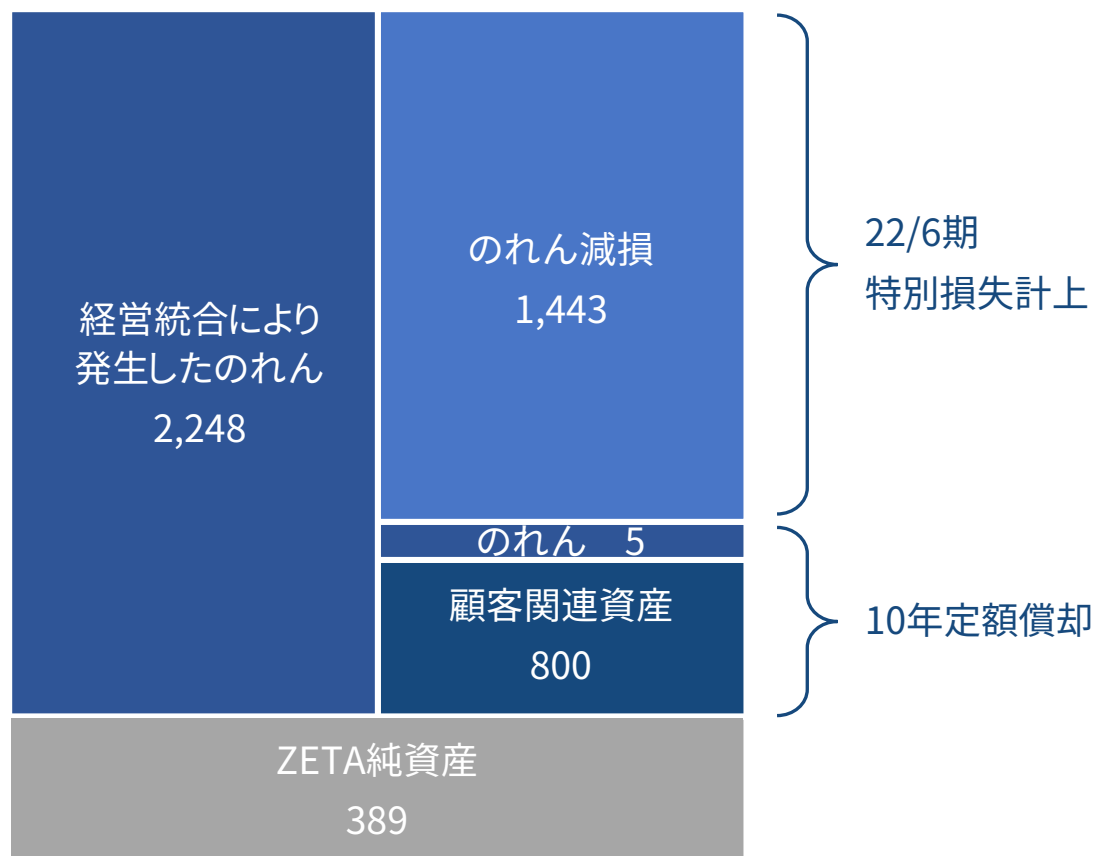
ポイント

営業利益は大幅黒字転換

ZETAの9ヶ月変則決算の連結に加え
サイジニア・デクワスも収益化で
大幅増収増益達成

業績好調につき、売上高、営業利益及び
経常利益は当初計画を大きく上回った

前期固有の当期純利益への影響(特別損失の発生)



単位:百万円

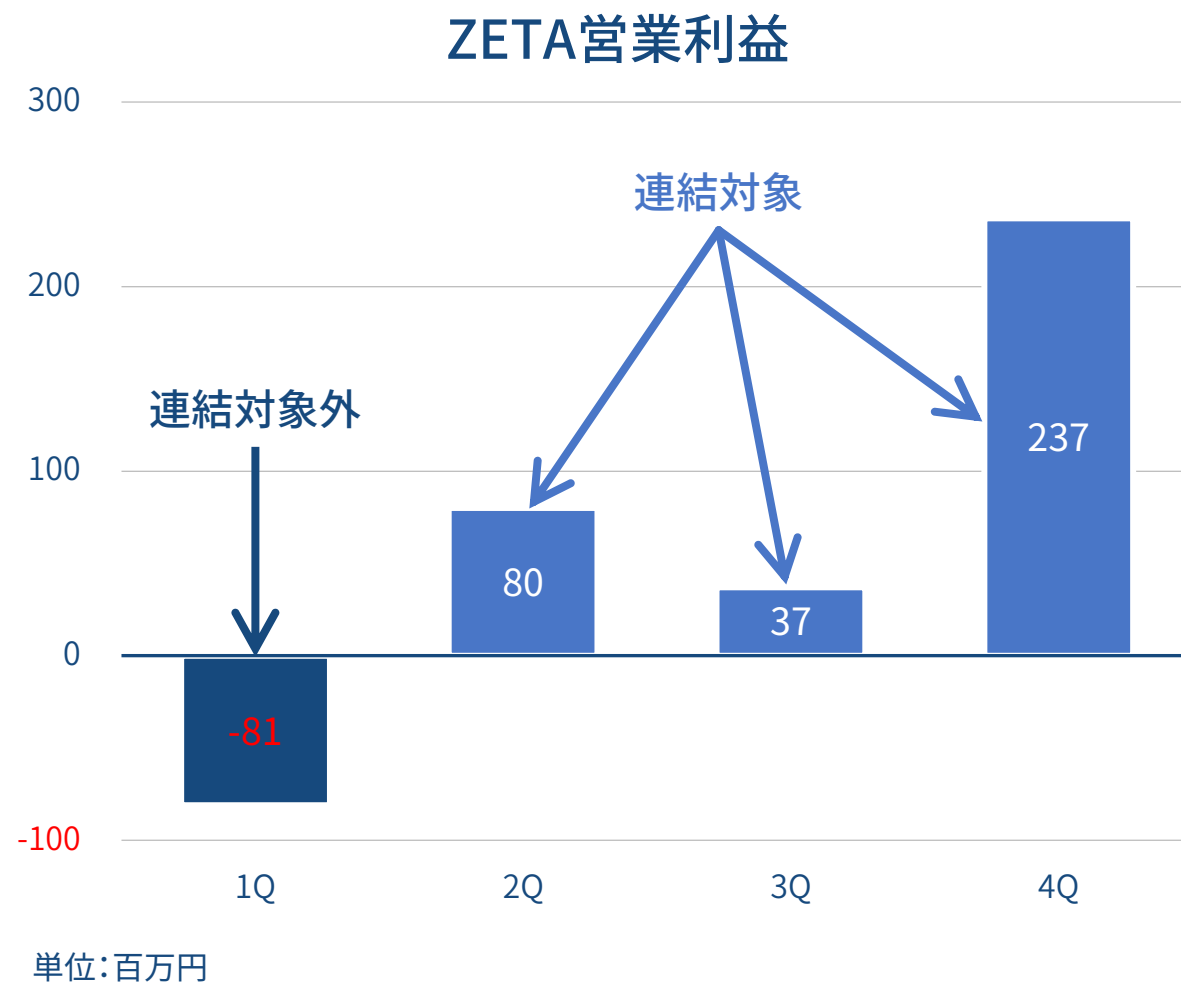
ポイント

2022年6月期にZETAを連結処理する際の株価上昇によりのれんが発生

のれんの一部を減損処理し、特別損失に計上

残りののれんは10年の定額償却へ

前期固有の当期純利益への影響(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

ZETAの9ヶ月変則決算と12ヶ月決算の比較

	21/6期	22/6期 ZETA9ヶ月 決算連結	会計上 増加幅	ZETA 22/5期1Q	22/6期実質 ZETA12ヶ月 決算連結	実質的 増加幅
売上高	1,393	2,595	1,202	84	2,680	1,287
償却前 営業利益※	-44	444	489	-81	362	408
営業利益	-44	363	409	-81	282	327
経常利益	-43	354	399	-83	271	315
当期純利益	-55	-1,146	-1,091	-98	-1,244	-1,189

単位:百万円

※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

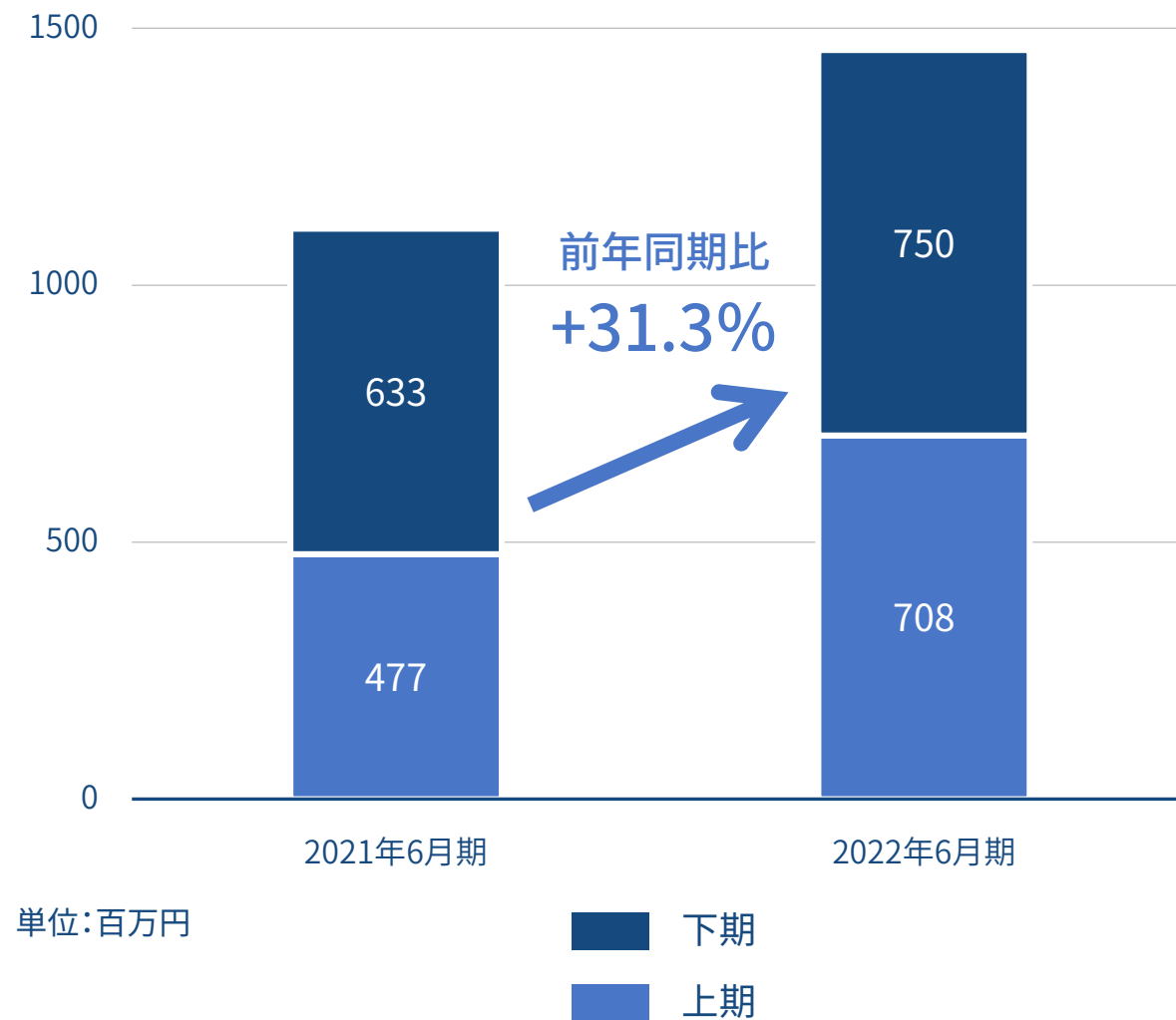
ポイント

ZETAの2022年5月期1Q営業損失を含めた実質ベースでも3億円超の大幅増益

のれん償却前営業利益も大幅拡大、投資余力が増す

当期純損失の要因は、のれん減損による特別損失の計上

ネット広告サービス



ポイント

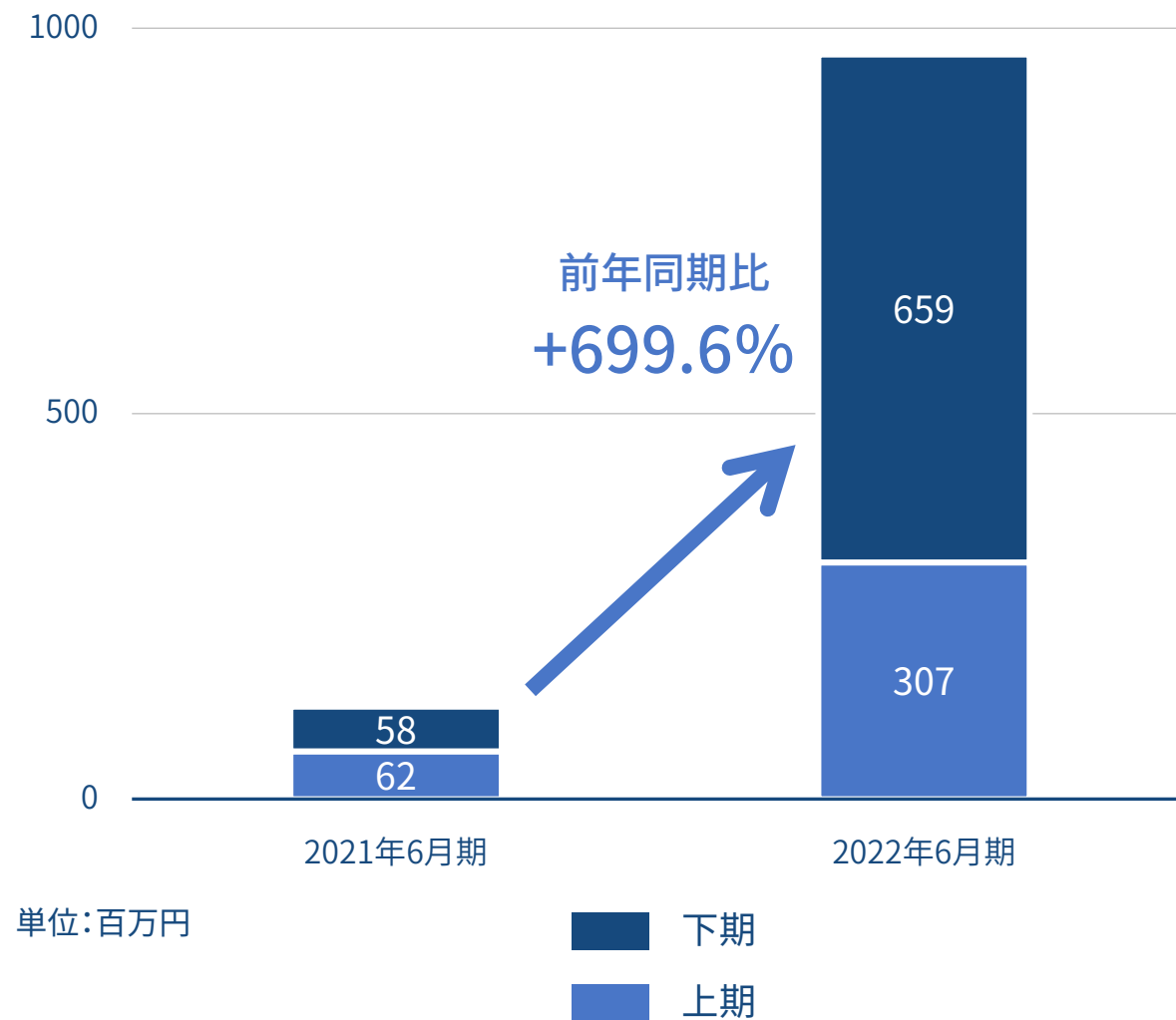
コロナ禍で消費財及び首都圏不動産の需要が高まり、広告配信案件が増加

サイジニア・デクワスは21/6期3Qより黒字化、収益は拡大基調を継続

主なソリューション



CX改善サービス



ポイント

ZETAの2Q～4Q収益を新規連結したため
売上高が大幅に増加

「ZETA CXシリーズ」は導入社数127社、
導入先流通総額は3兆円に達する

主なソリューション

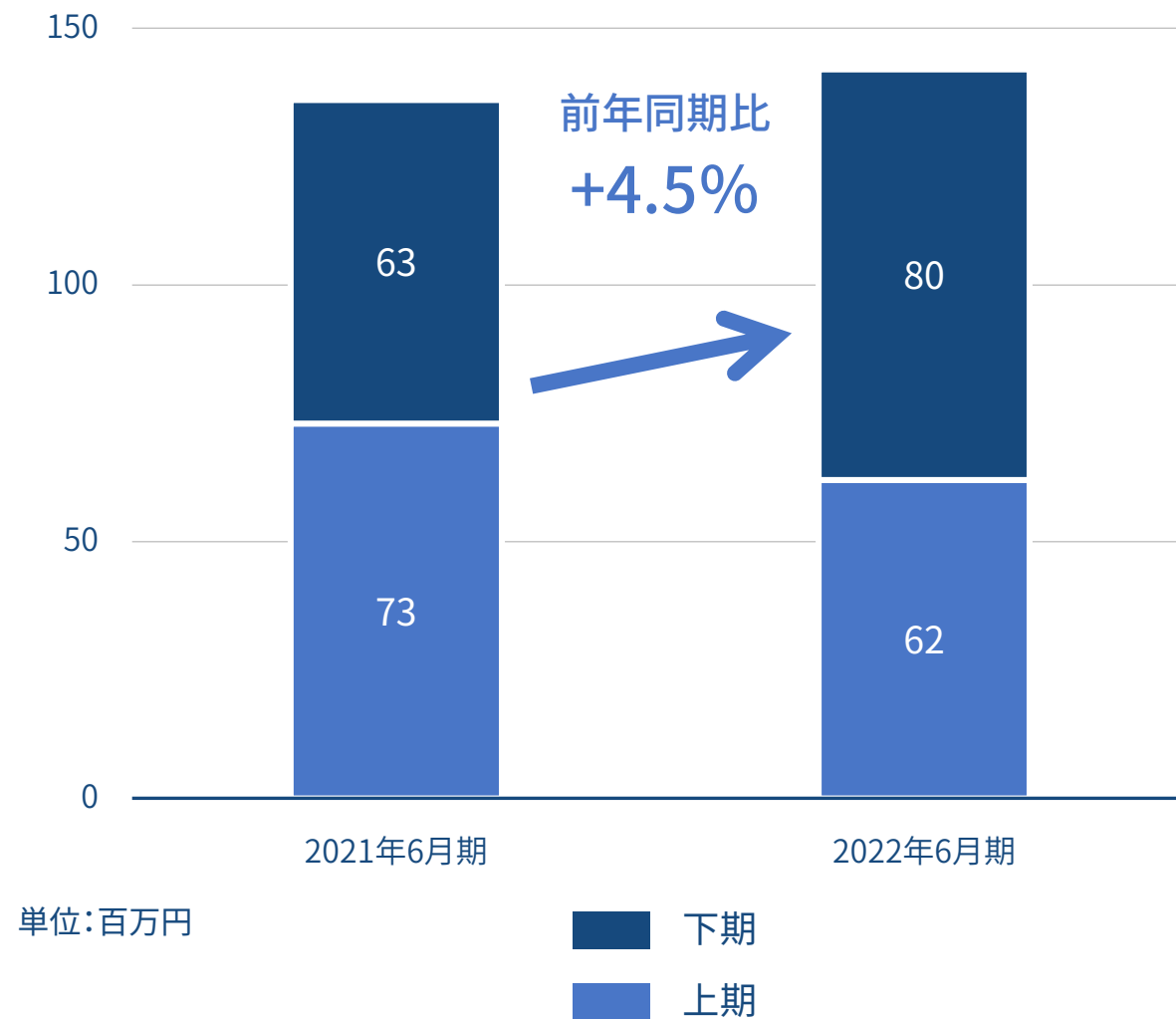
deqwa.RECO deqwa.VISION

ZETA
SEARCH

ZETA
RECOMMEND

ZETA
VOICE

OMO推進サービス



ポイント

DKM(デジタルナレッジマネジメント)
サービスを大手小売店で新規受注

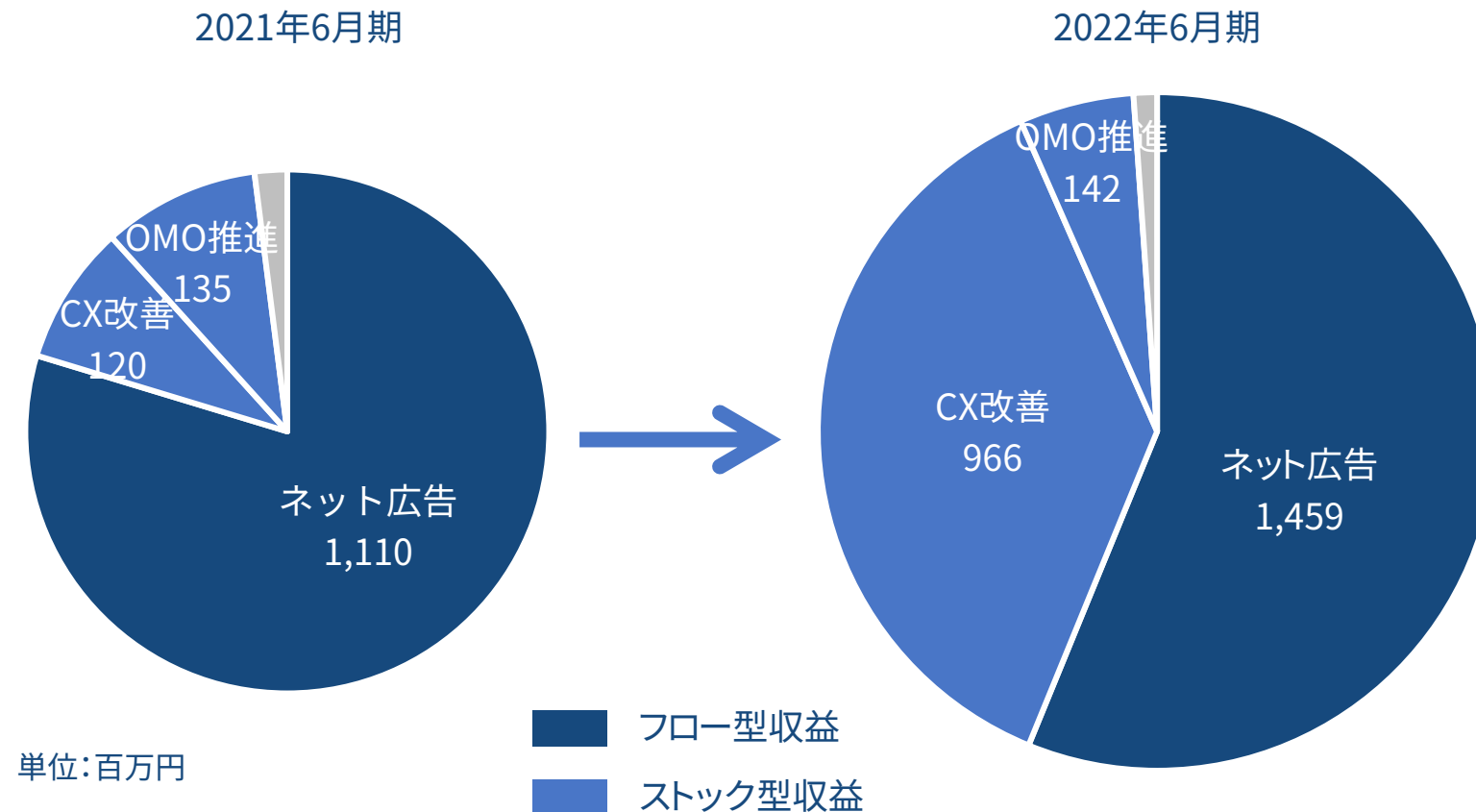
既存大手顧客との取引も継続

主なソリューション

dequw.MYBUSINESS



サービス別売上高構成比の変化



ストック型収益

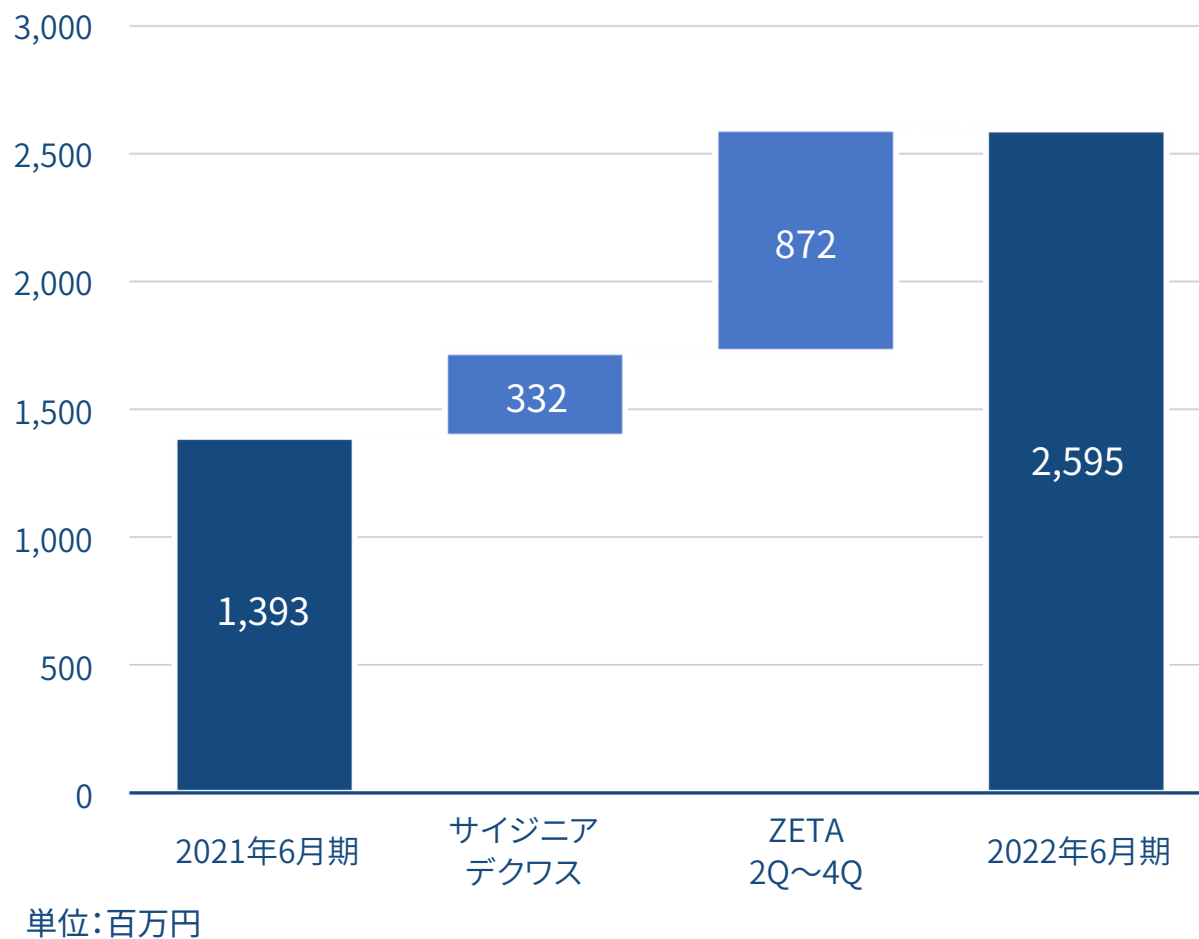
2021年6月期
256百万円



2022年6月期
1,108百万円

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

売上高の増加要因

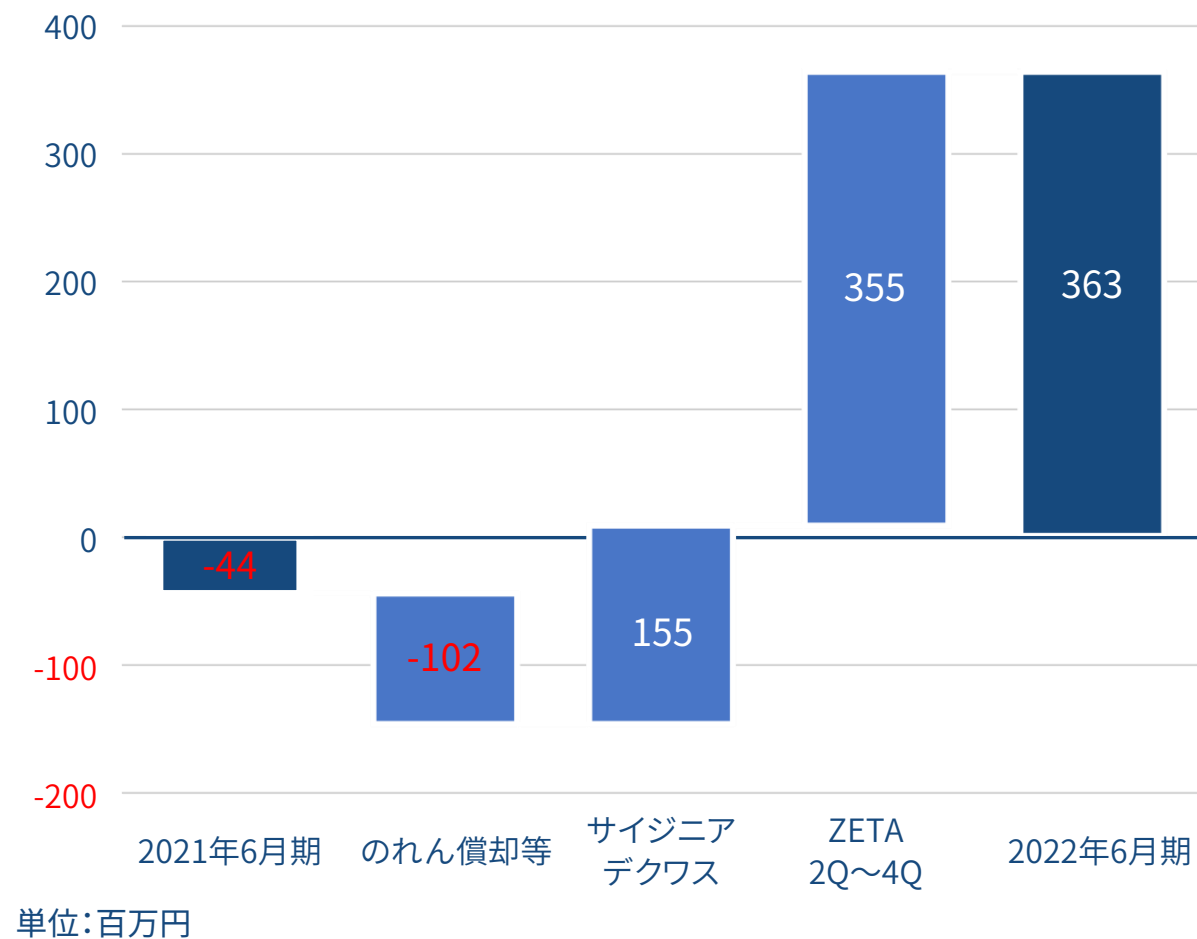


ポイント

経営統合に伴い、ZETAの2Q~4Qの
売上高872百万円を連結

デクワスなどによる売上高増加で
332百万円

営業利益の増加要因



ポイント

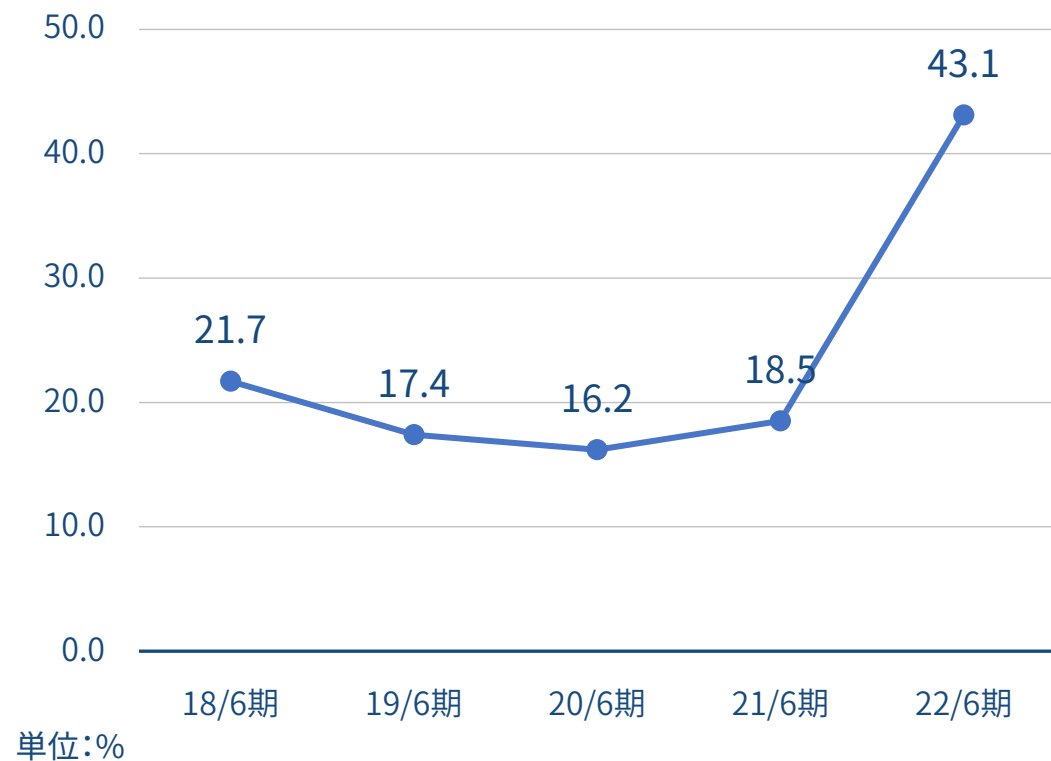
ZETAの2Q~4Q営業利益
355百万円を連結

サイジニア・デクワスも105百万円の黒字、
前期から155百万円の増益貢献

連結では償却増を吸収し、
合計4億円を超える利益改善となった

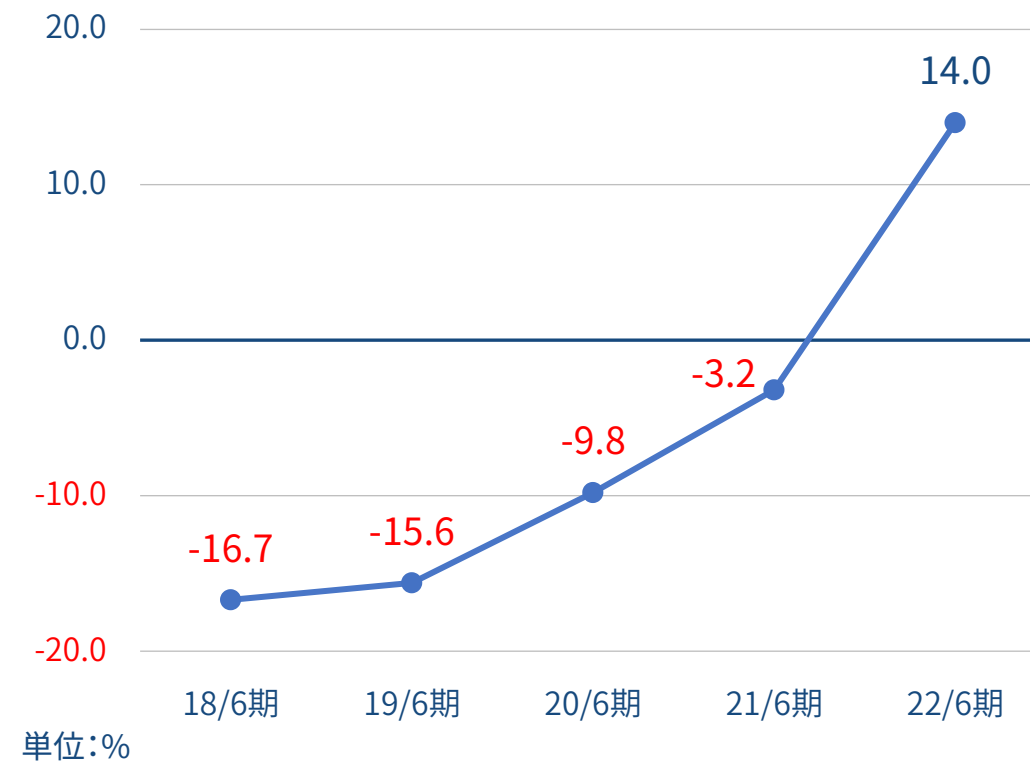
収益性の推移

売上総利益率



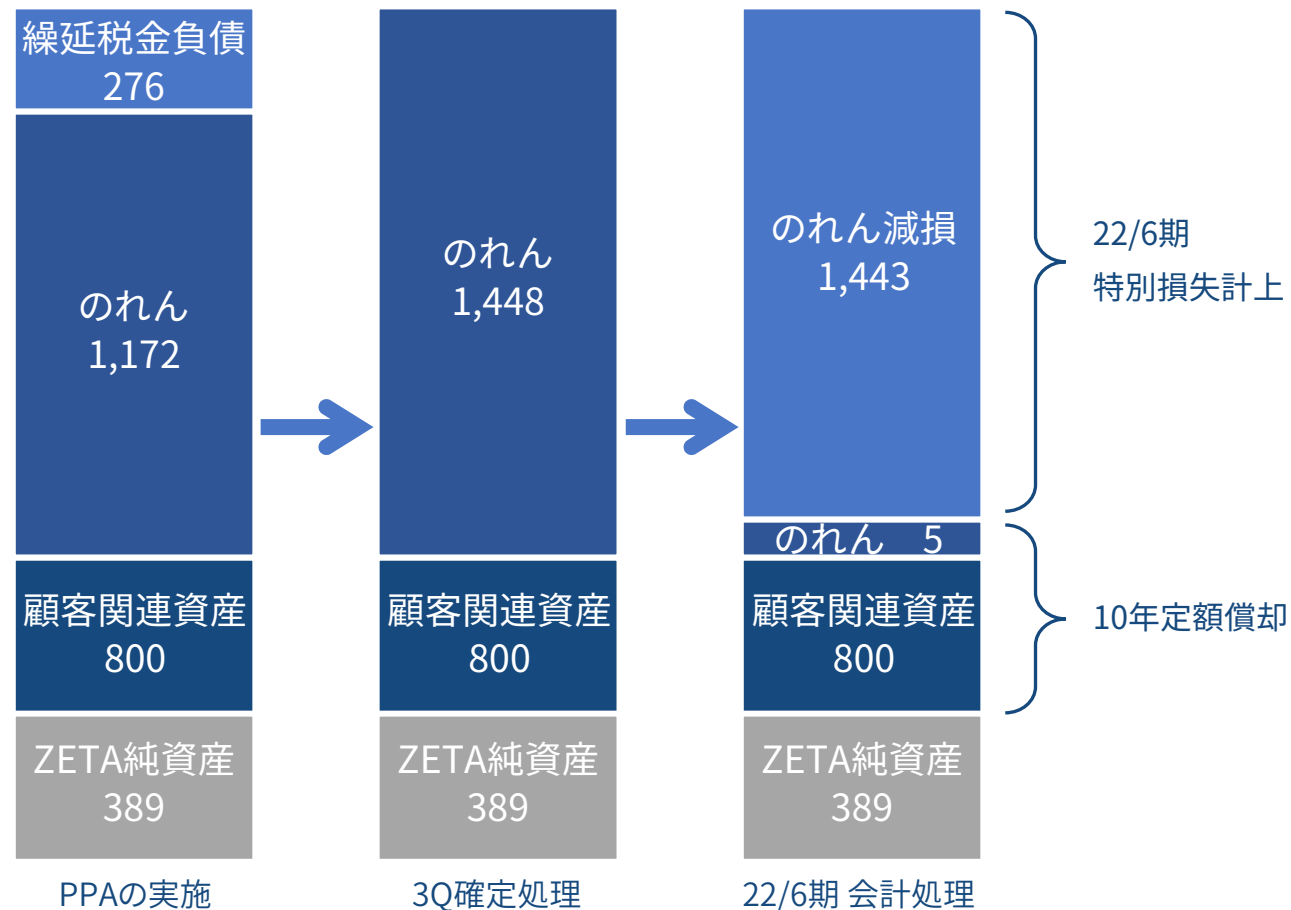
高採算のZETA連結で大きく改善

営業利益率



販管費の増加を吸収、採算改善に拍車

のれんの発生と特別損失の計上



単位:百万円

特別損失の計上は、経営統合と利益成長への自信の表れ

ポイント

ZETA経営統合に伴い2,248百万円のものれんが発生。
のれんとは買収額が被買収企業の純資産を上回る「魅力」のこと。

のれん1,448百万円と顧客関連資産800百万円に分け、
顧客関連資産とのれんの一部5百万円を
10年で定額償却する予定

残る1,443百万円を一時減損として特別損失に計上、
次期以降の償却負担を軽減

2022年6月期損益計算書

	21/6期	売上比 (%)	22/6期	売上比 (%)	増加率 (%)
売上高	1,393	100.0	2,595	100.0	86.3
売上総利益	257	18.5	1,119	43.1	334.2
販売費及び一般管理費	302	21.7	755	29.1	149.5
営業利益	-44	-3.2	363	14.0	黒転
営業外損益	1	0.1	-8	-0.3	-
経常利益	-43	-3.1	354	13.7	黒転
特別損益	-10	-0.7	-1,443	-55.6	-
税引前当期純利益	-54	-3.9	-1,088	-41.9	-
法人税等	1	0.1	57	2.2	4,984.9
当期純利益	-55	-4.0	-1,146	-44.2	赤転

単位:百万円

2022年6月期貸借対照表

	21/6期	22/6期	増減
流動資産	487	2,257	1,770
現金及び預金	245	1,749	1,504
固定資産	28	828	800
のれん	-	4	4
顧客関連資産	-	719	719
繰延資産	-	8	8
資産合計	515	3,093	2,578
流動負債	206	681	475
固定負債	28	891	863
負債合計	235	1,573	1,338
純資産合計	280	1,520	1,240
負債純資産合計	515	3,093	2,578

単位:百万円

ポイント

資産増に加え財務安定性が向上

資本政策として資本金及び資本準備金の
額の減少並びに剰余金の処分を実施

財務健全化及び将来の配当・
自社株取得など株主還元を予定

3 2023年6月期業績予想

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

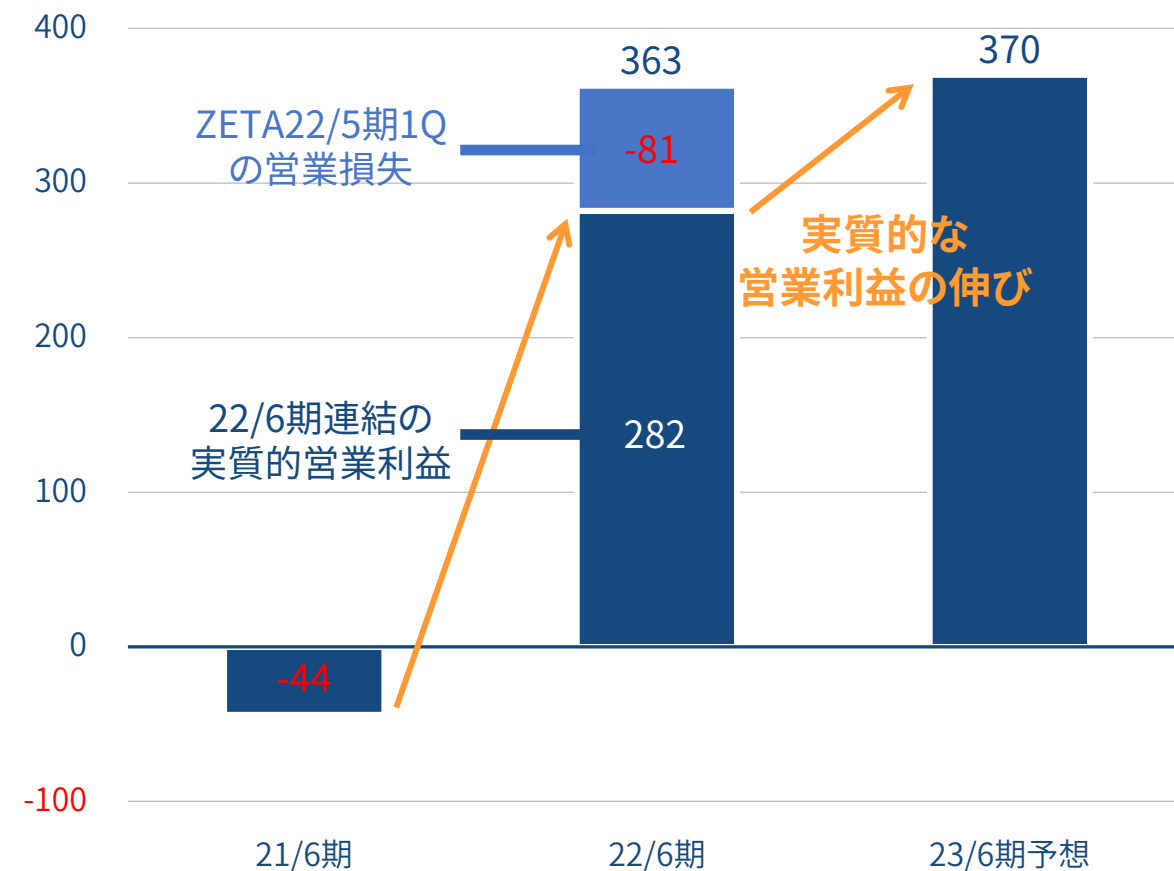
ポイント

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

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持続、30%を超える増益予想

連結四半期業績の推移(実績と予想)



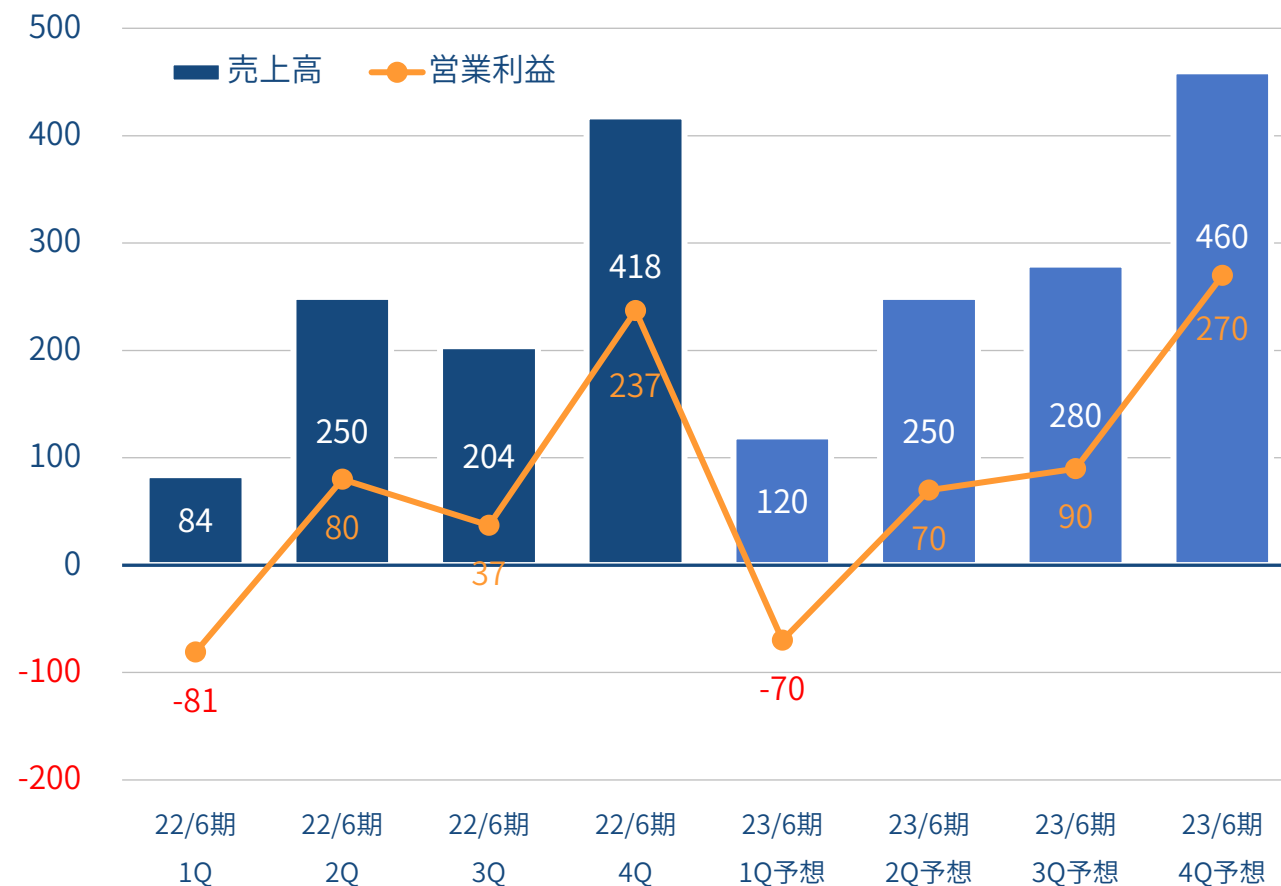
単位:百万円

ポイント

23/6期1QはZETA営業損失の連結により
営業損失を予想

2Q以降はZETAの増益に伴い、
着実に営業利益を拡大する予定

ZETA四半期業績推移(管理会計ベース予想)



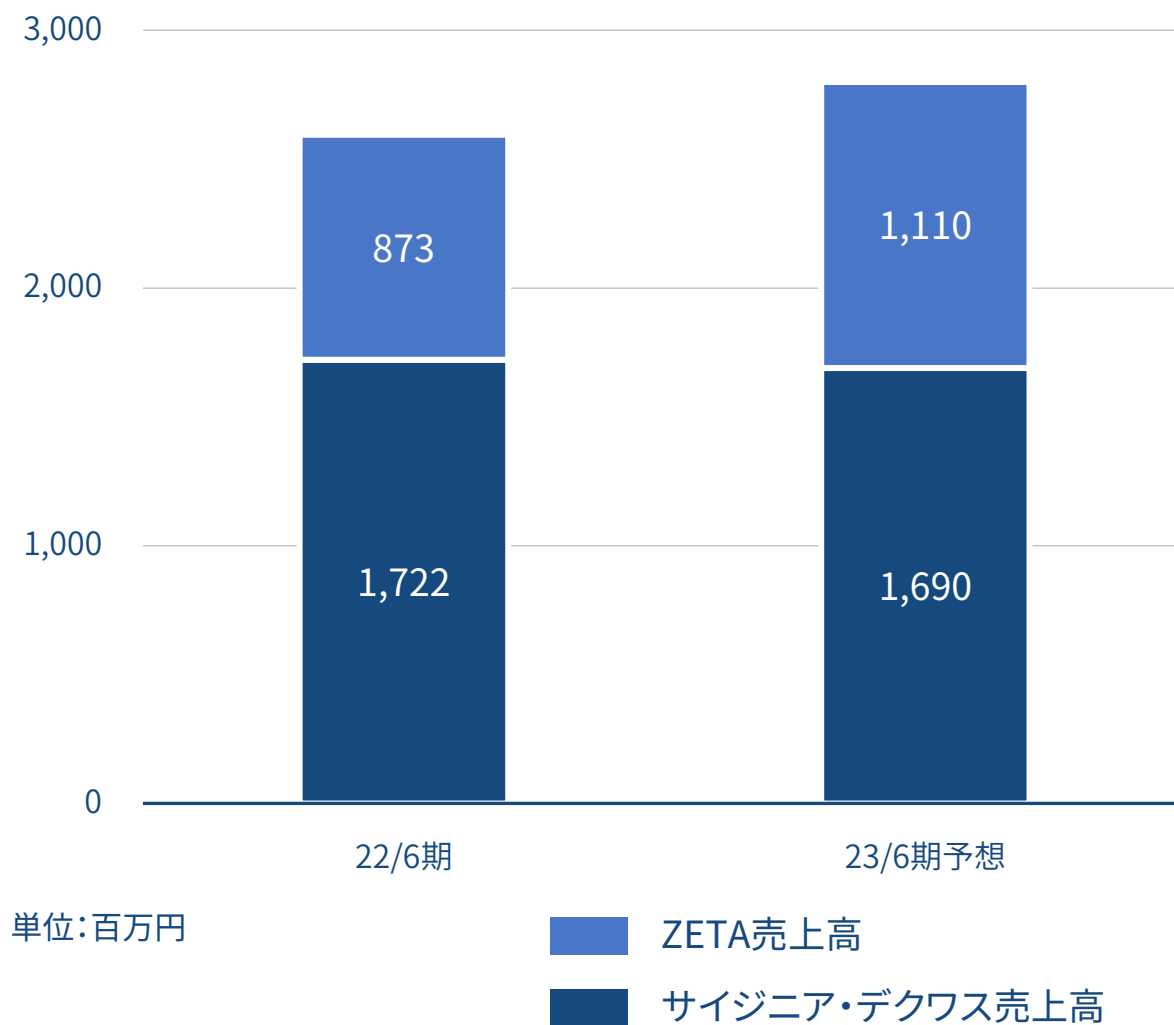
単位:百万円

ポイント

23/6期1Qは先行費用期で
例年通り営業損失の予定

2Q以降で着実に利益を回収し、
増益基調を継続する見込み

着実に積み重なる売上高

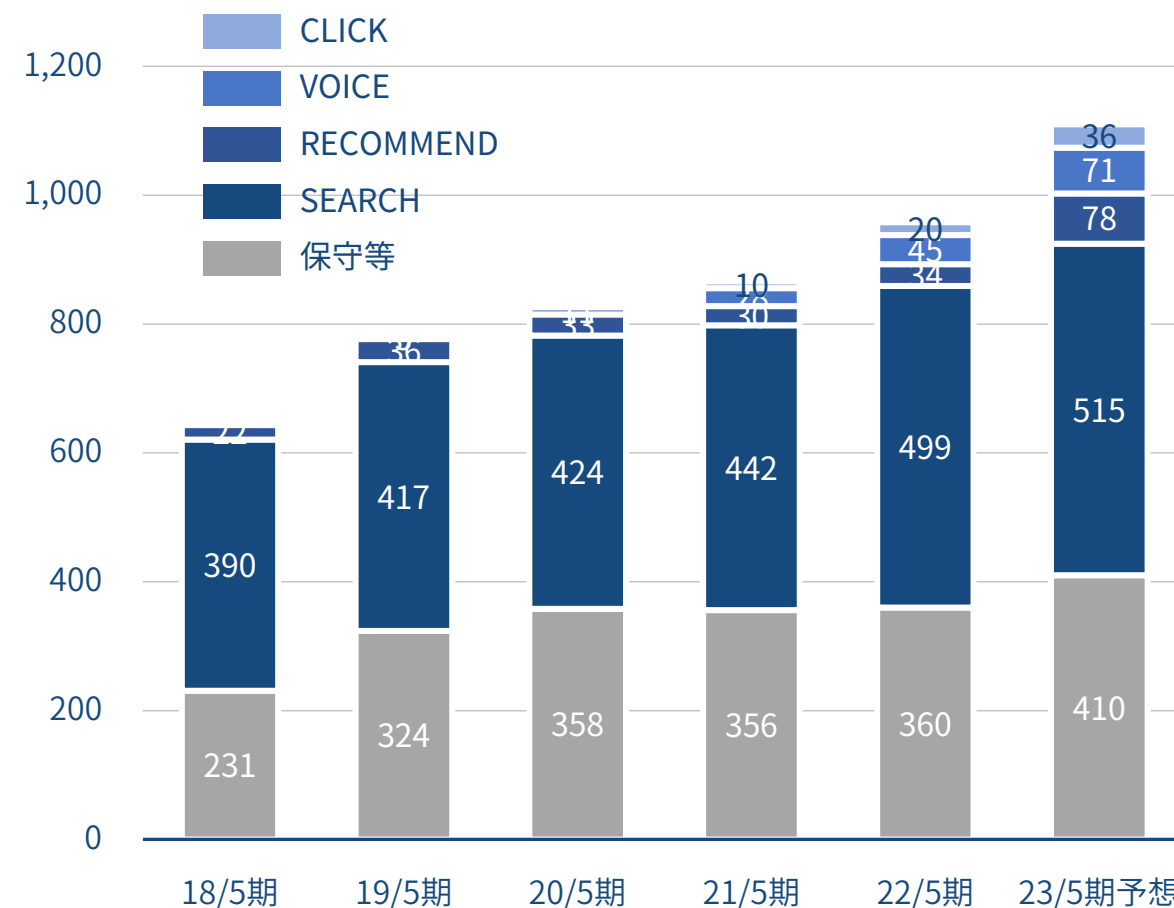


売上高の増加要因

ZETAは人気の「CXシリーズ」拡販で
売上高をけん引する想定

サイジニア・デクワスは概ね横ばい予想、
ネット広告(フロー)のため保守的な前提

ZETA製品売上高の推移



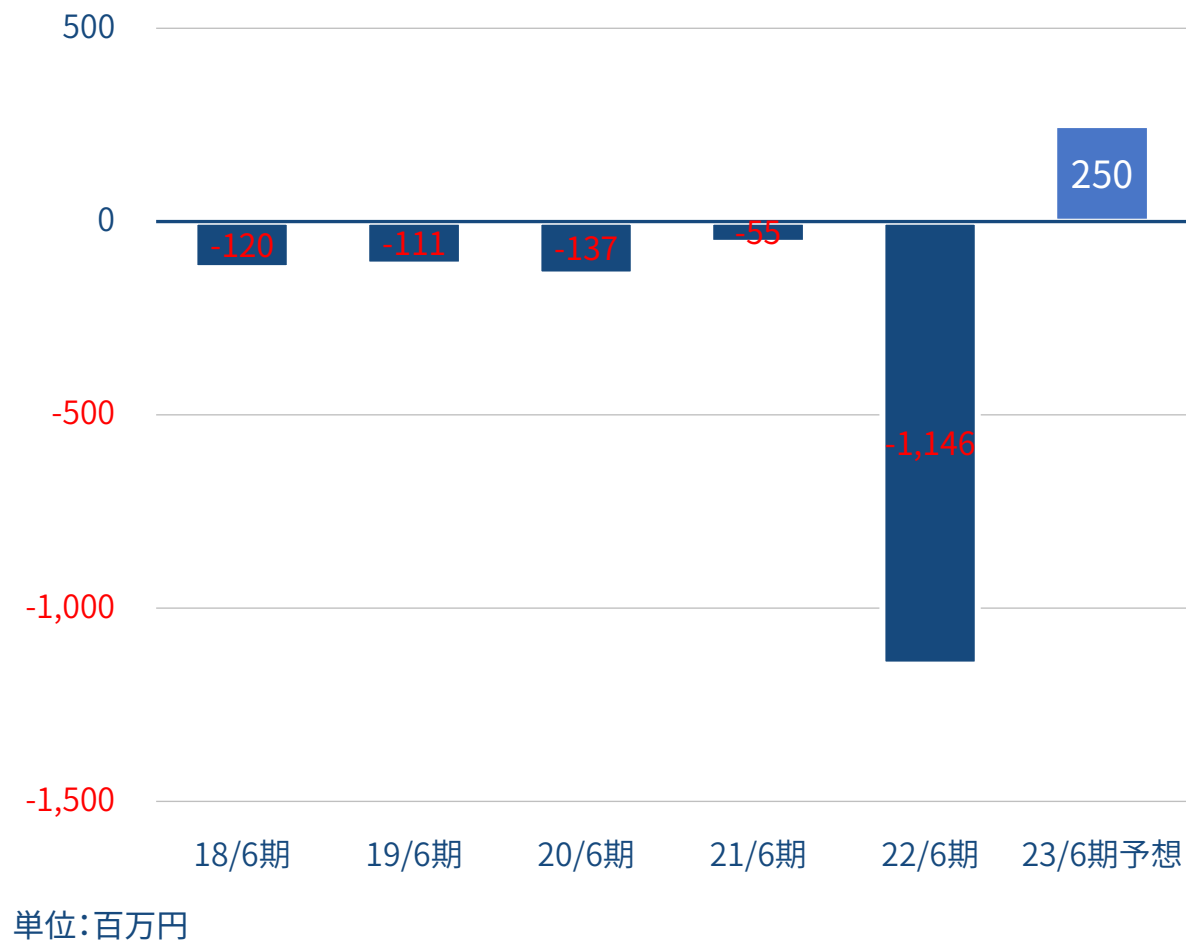
単位:百万円

「ZETA CXシリーズ」がZETAのけん引役

「ZETA CXシリーズ」の主軸で強みの
SEARCHが着実に伸びている

「ZETA CXシリーズ」の
他サービスへのアップセルも加速

上場以来最高の当期純利益



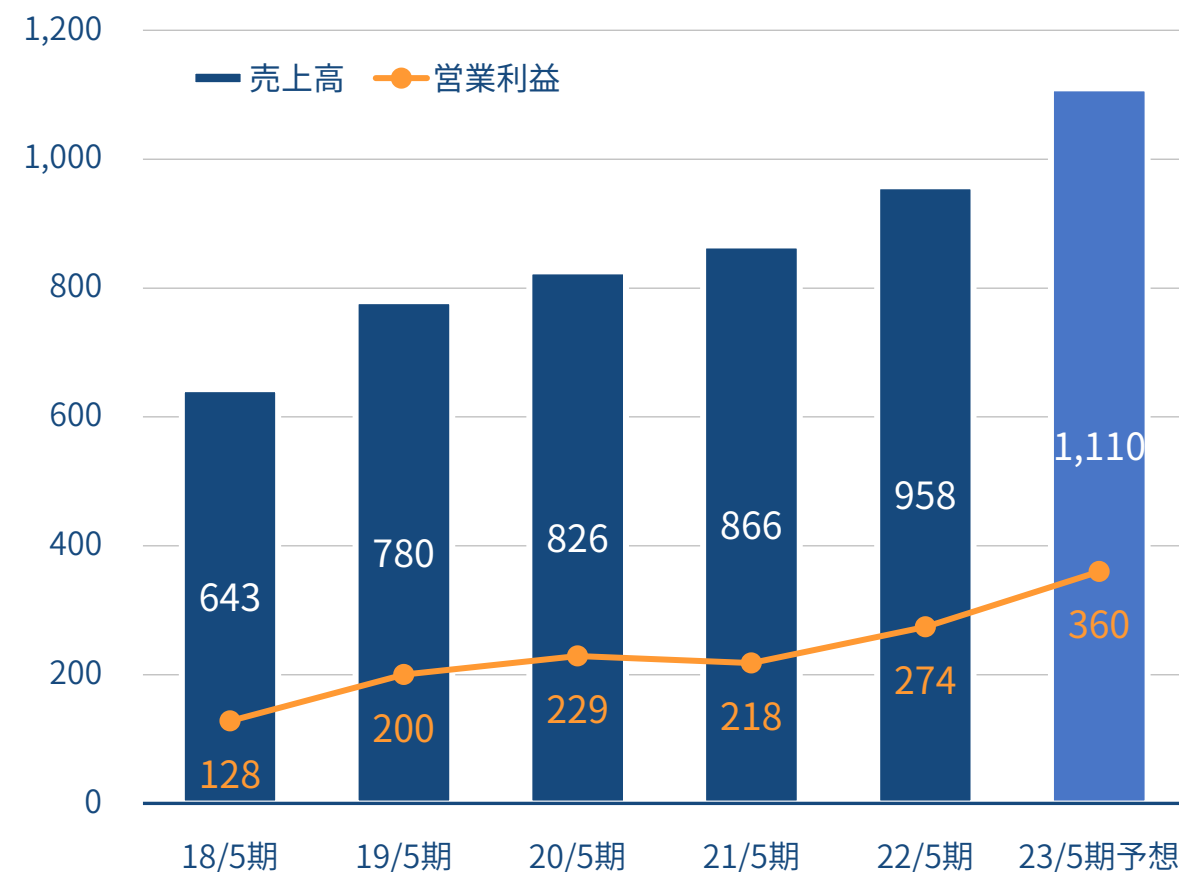
当期純利益の増加要因

22/6期は収益体質が大きく改善したが、
経営統合に伴うのれん減損により
当期純損失が拡大

23/6期は収益体質の改善継続に加え
特別損失が消え、上場時以来、
最高の当期純利益を計上する見込み

EPSは39.4円を予想

ZETAの業績推移



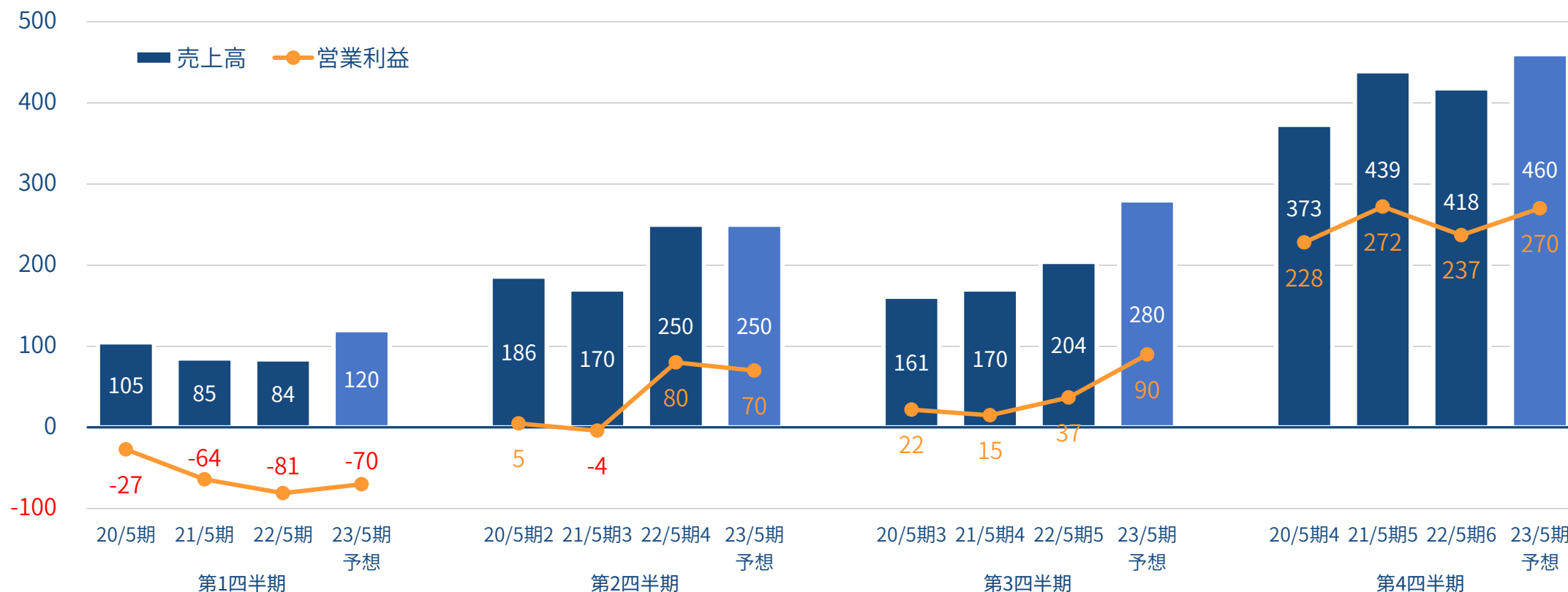
単位:百万円

ストック収益の拡大

ZETAの収益はおおむねストック収益で、
ライセンス増加に伴い収益が積み上がり
固定費率が下がる傾向がある

22/6期はZETAのストック収益を連結、
23/6期以降はライセンスの増加を背景に
利益率改善のトレンドが続く見込み

ZETAの四半期別業績推移



ZETAの四半期別業績は、顧客との契約時期の関係で1Qが費用先行期、2Q～4Qが利益獲得期

連結は現状この影響を受けるが、今後は四半期業績の平準化が徐々に進む見込み

4 中期成長イメージ

短期成長ドライバー

既存サービスによる成長

ZETAとデクワスのクロスセル

「ZETA CXシリーズ」の拡大とアップセル、
および業容拡大に伴うデクワスの広告取扱高増加

ストック収益拡大による利益率の向上

新規サービス開発による成長

ZETA SEARCHの強みとシナジーを活かす

クチコミデータの活用、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

「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

新サービスの提供開始

12:57 8月14日(日) scigineer.com 100%

ZETA HASHTAG

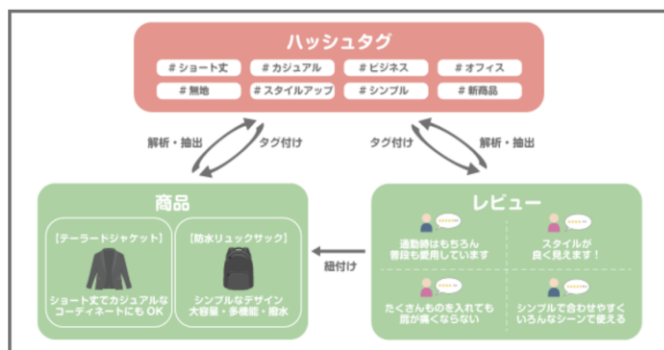
Top / ハッシュタグを活用したCX向上ソリューション「ZETA HASHTAG」を提供開始...

2022年7月20日リリース

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

2022年7月20日 / カテゴリ: ニュース /

サイジニア株式会社(本社：東京都港区、以下サイジニア)のグループ会社で、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。



【ZETA HASHTAGの概念図】

12:57 8月14日(日) scigineer.com 100%

deqwas.LISTING

Top / 『デクワス.LISTING』を提供開始～リテールメディアテックを実現する検索...

2022年7月26日リリース

『デクワス.LISTING』を提供開始～リテールメディアテックを実現する検索連動型広告ソリューション～

2022年7月26日 / カテゴリ: ニュース /

サイジニア株式会社(本社：東京都港区、以下サイジニア)のグループ会社で、広告配信基盤に強みを持つデクワス株式会社(本社：東京都港区、以下デクワス)は、グループのシナジー効果を活用したリテールメディアテックにおけるソリューションとして検索連動型広告ソリューション『デクワス.LISTING』の提供を開始しました。



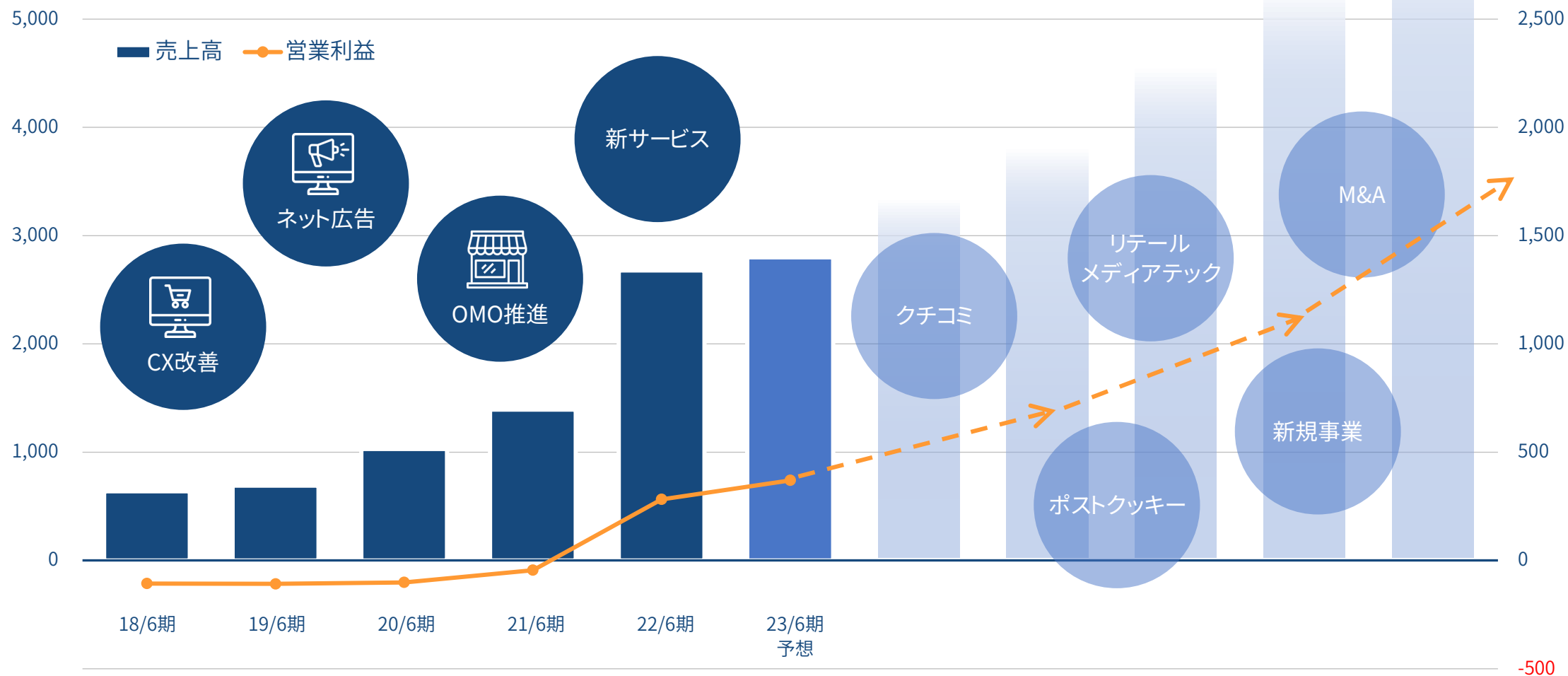
昨今のデジタル化に伴い、様々なショッピングサイトにおいて目的を持って商品検索をするユーザーが増加しており、購買行動のスタートがオンラインとなったことで、購買へのステップを短縮することが可能となりました。

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



5 事業の特徴

サイジニアの会社概要

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

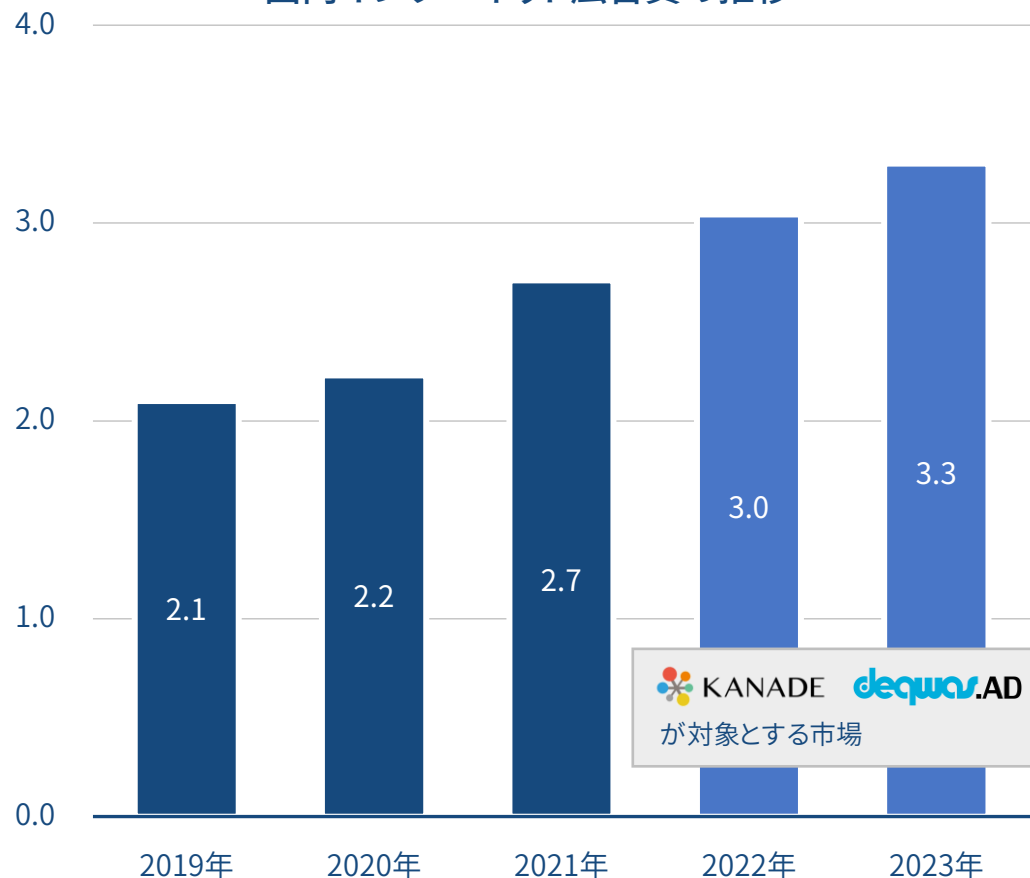
- スtock型収益
- ハイエンド向けCXソリューション

相互送客
技術共有

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に依存しないネット広告サービスを開発している

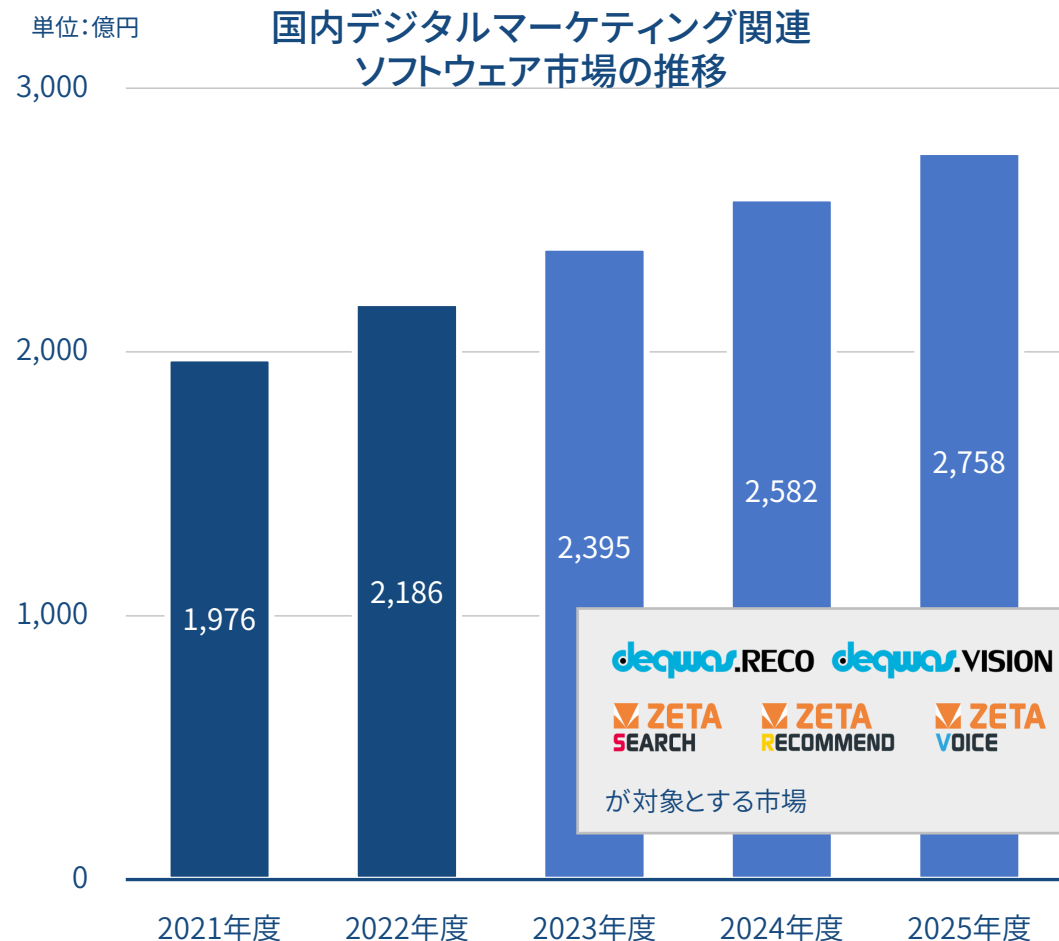
※「3PC規制」とは

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



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〜」

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

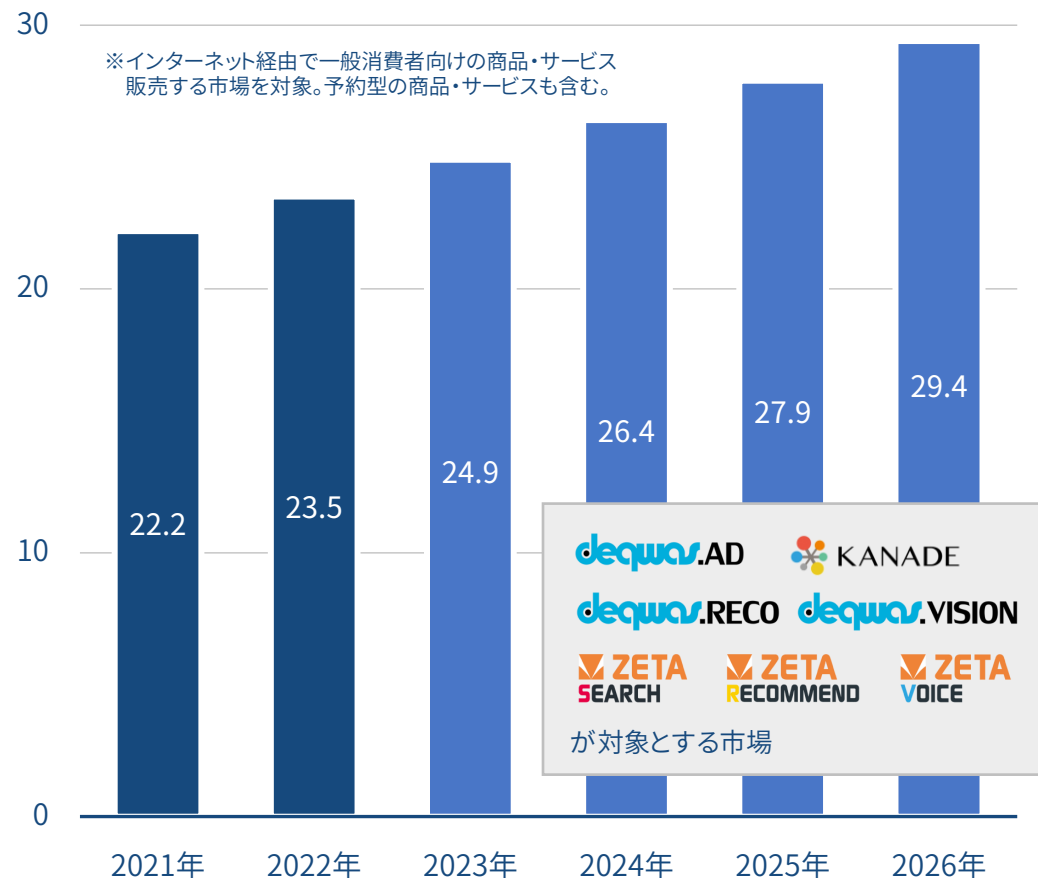
当社の優位性

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

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

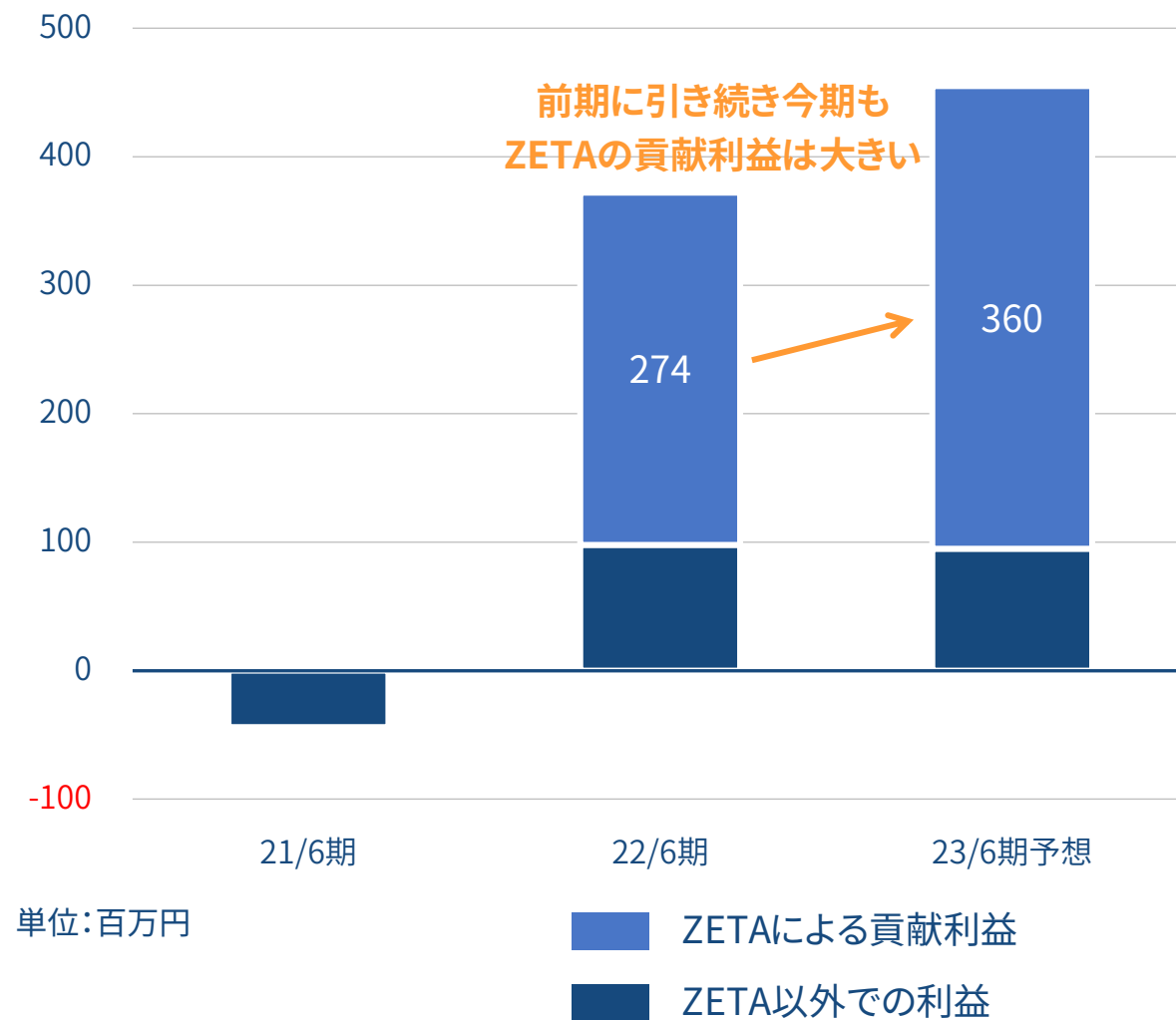
デジタル系分野の伸長

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>

顕在化し始めた経営統合の効果



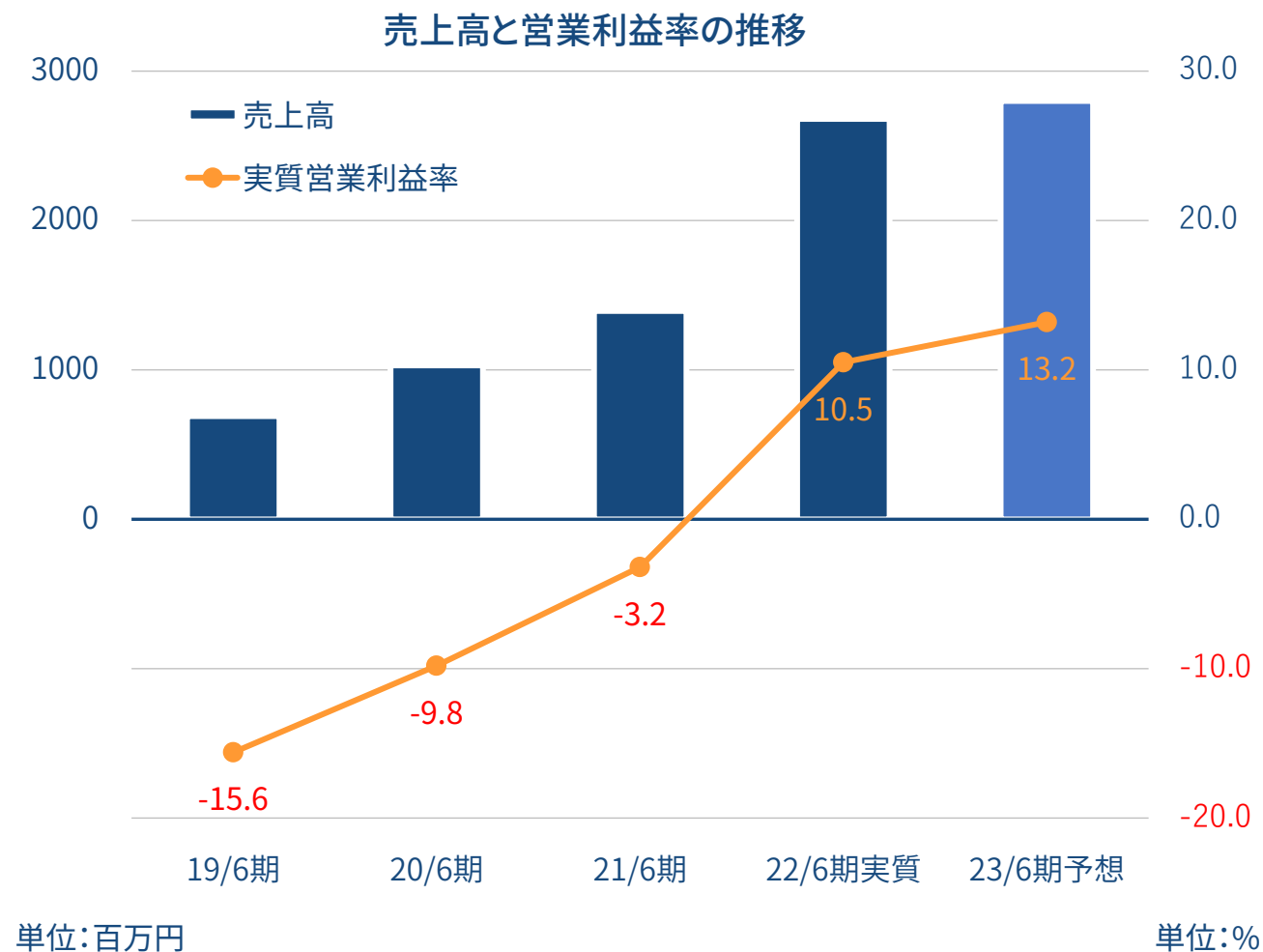
統合効果

連結はZETA収益の加算と
サイジニア・デクワスの収益化で
黒字体質へと大きく変化した

プロフィット事業部を新設、
事業をZETAとデクワスに集約し収益化、
サイジニアはコーポレート機能を強化

クロスセルを推進、新サービスも投入。
新規事業やM&Aの検討を開始。

ストック収益化による企業体質の強化



※実質営業利益とは、ZETAの22/5期1Qもフル連結した本来の実力値として算出

統合効果

ZETAは好採算のストック収益を主軸とし、
サイジニア・デクワスは概ねフロー収益

経営統合でストック収益の構成比が
高まり営業利益率が改善、
全体の利益体質強化につながっている

将来的にストック収益の構成比は
さらに高まる予想

主なクライアント例



各業界大手企業を中心にさまざまなサービスを提供

6 參考資料

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	68,381千円(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	井垣 正幸
	社外取締役	北城 恪太郎		

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・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・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・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)

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

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

保有特許数

14件

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

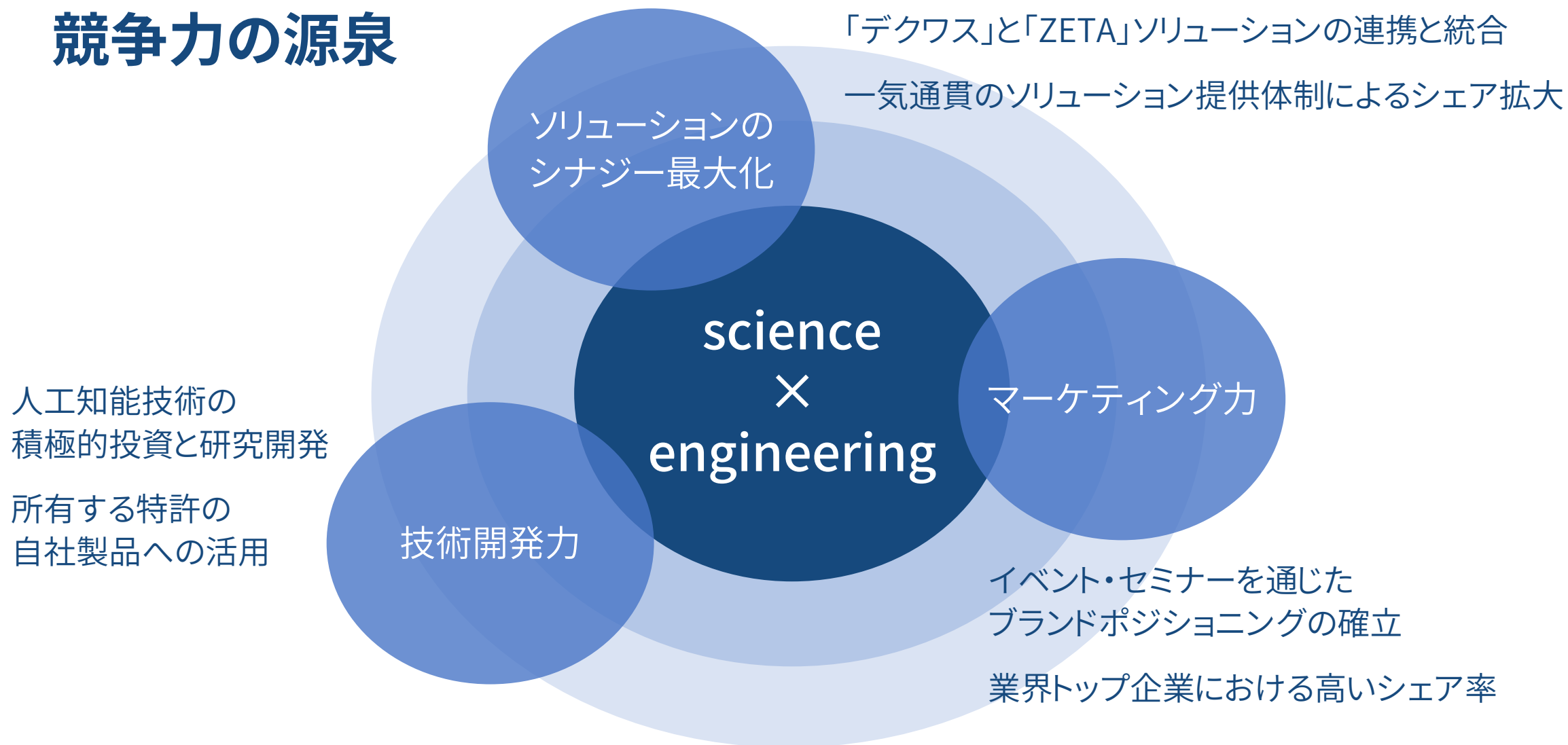
年間検索クエリ数

950億

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

競争力の源泉



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の事業領域



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

※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

サイジニアの沿革

2005年8月	サイジニア有限会社を北海道江別市に設立
2007年4月	サイジニア株式会社へ組織変更
2008年5月	レコメンデーションサービス「デクワス.RECO」を提供開始
2010年10月	パーソナライズ型のネット広告「デクワス.AD」を提供開始
2012年9月	ネット広告配信プラットフォーム「デクワス.DSP」を提供開始
2014年12月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場
2017年9月	画像解析AIによるレコメンドサービス「デクワス.VISION」を提供開始
2018年8月	Yextのパートナーとしてデジタルナレッジマネジメント事業を開始
2019年5月	SMB向けの店舗情報一元管理サービス「デクワス・マイビジネス」を提供開始
2020年1月	EC商品検索やレビュー機能を開発・販売するZETA株式会社と資本業務提携
2020年3月	「KANADE DSP」を開発・運営するデクワス株式会社を設立、子会社化
2020年8月	「デクワス・マイビジネス」の販売パートナー制度を開始
2021年7月	ZETA株式会社を株式交換により完全子会社化

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、保証しておりません。

