

2015年6月期第2四半期 決算説明資料

サイジニア株式会社(6031)

目次

1. 会社概要	P.3
2. 事業概要	P.6
3. 当社の強み	P.9
4. ビジネスモデル	P.16
5. 2015年6月期第2四半期 決算概要	P.19
6. 成長戦略	P.24

1. 会社概要

- | | |
|-----------|--|
| □ 会社名 | サイジニア株式会社 |
| □ 所在地 | 東京都品川区大井1-24-2 |
| □ 代表取締役社長 | 吉井 伸一郎 |
| □ 事業内容 | パーソナライズ・エンジン「デクワス」を利用した
インターネットマーケティング支援サービスを提供 |
| □ 沿革 | 平成17年8月 サイジニア有限会社を北海道江別市に設立
平成19年3月 東京都品川区に本社移転
平成19年4月 サイジニア株式会社へ組織変更
平成20年5月 「デクワス.RECO」サービス開始
平成22年10月 「デクワス.AD」サービス開始
平成23年10月 Googleが運営するGoogle Display Network(GDN)のベンダーに認定
これにより「デクワス.AD」をGDNで利用できるサービスを開始
平成24年7月 京セラコミュニケーションシステム株式会社と業務提携を実施
平成24年9月 「デクワス.DSP」サービス開始
平成26年2月 「デクワス.POD」サービス開始
平成26年12月 東京証券取引所マザーズ市場へ上場 |

社長プロフィール

□ 吉井 伸一郎（よしい しんいちろう）

- 文部科学省および日本学術振興会 特別研究員、ソフトバンク・コマース株式会社(現・ソフトバンクBB株式会社)情報システム本部研究開発センター長などを経て、2004年から北海道大学大学院情報工学研究科複雑系工学講座の助教授を務める。
- 専門は、進化的計算理論、機械学習、複雑ネットワーク理論などの複雑系工学の研究に従事。工学博士。
- 2007年にサイジニア株式会社代表取締役役に就任。
- 北海道生まれ



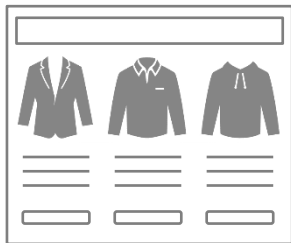
2. 事業概要

事業概要

パーソナライズ・エンジン「デクワス」を利用した、ネットとリアルをまたぐマーケティング支援サービスを提供

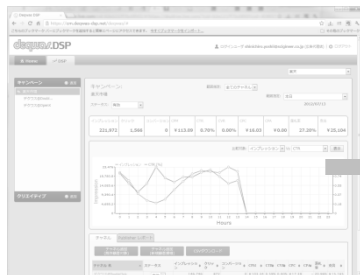
パーソナライズ・アドサービス

レコメンデーション
バナー広告



dequas.AD

オーディエンス
ターゲティングDSP



dequas.DSP

パーソナライズ・レコメンドサービス

サイト内レコメンデーション



dequas.RECO

レコメンデーションチラシ



dequas.POD

集客支援

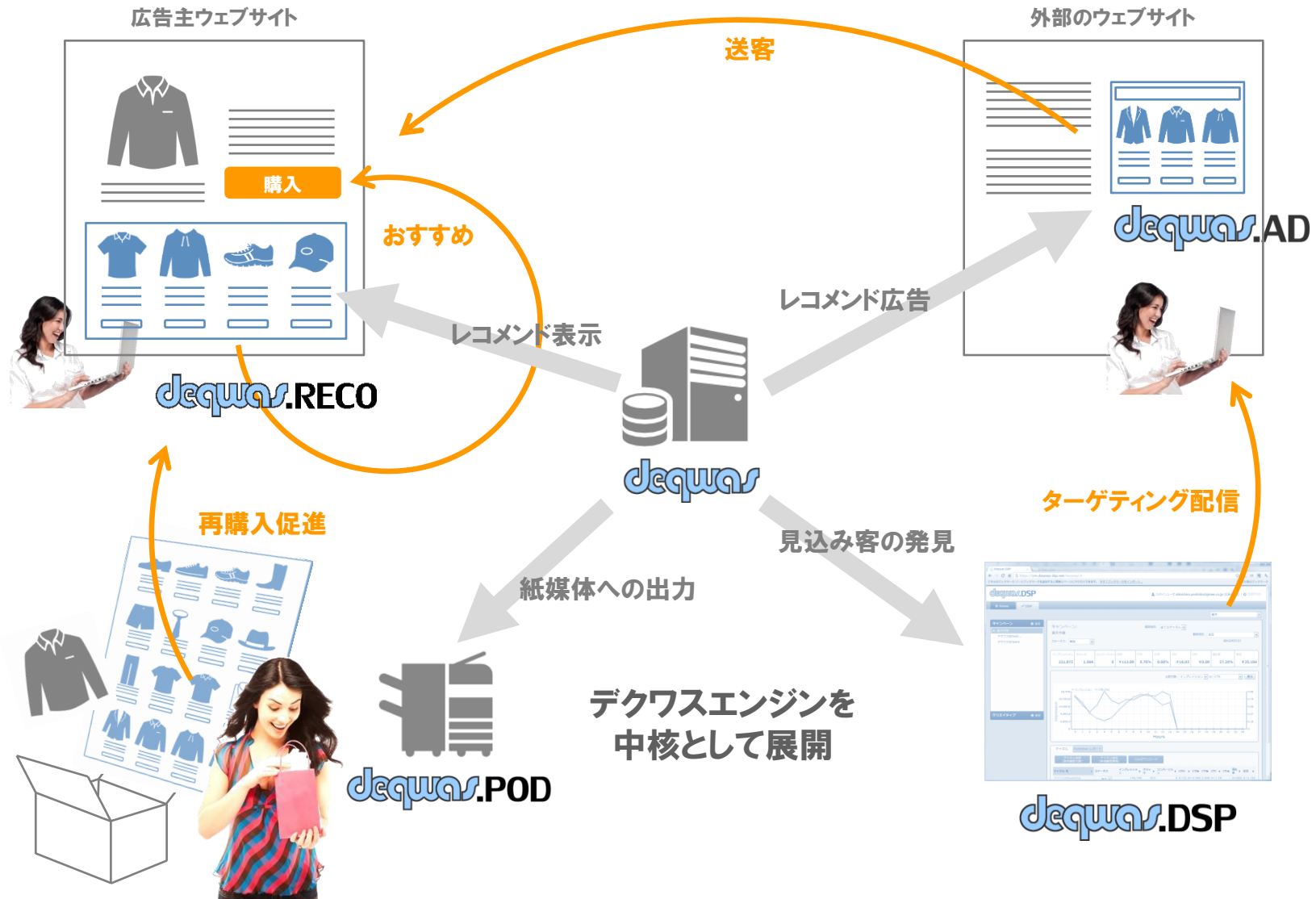
コンバージョン改善

常連客作り

「探す」んじゃなくて「出くわす」体験を実現する「デクワス」をコアにした事業展開

各デクワスサービスの概要

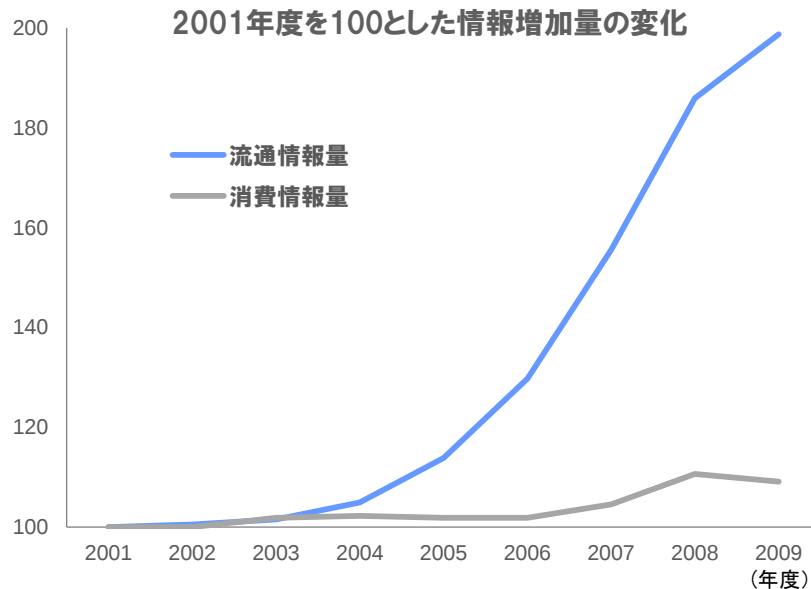
一つのエンジンから生まれる多彩なサービス。どのサービスからでも利用開始可能



3. 当社の強み

ディスカバリーエンジン「デクワス」登場の背景

爆発する情報量



【出所】総務省「我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計量に関する調査研究結果(平成21年度)」

検索に代わる代替手段の不在



- ☐ 情報が膨大で欲しいものが見つけれられない
- ☐ すべてが検索可能であるかも定かではない

- ☐ テキスト入力可能なこと(=知っていること)以外検索できない
- ☐ 言語化できないことは見つけれられない

「出くわす」体験を実現する

検索エンジン

3回

検索クエリを作る平均回数

6クリック

検索結果の平均閲覧件数

パーソナライズ・エンジン「デクワス」

0回

検索する必要がない世界を目指す

1クリック

欲しいものへ直接リンク

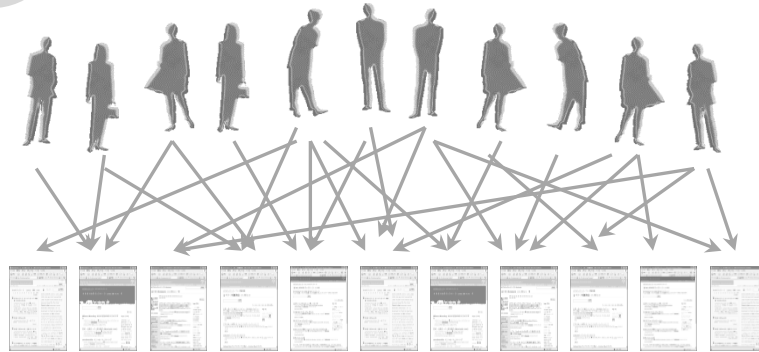
「探す」じゃなくて、
「出くわす」



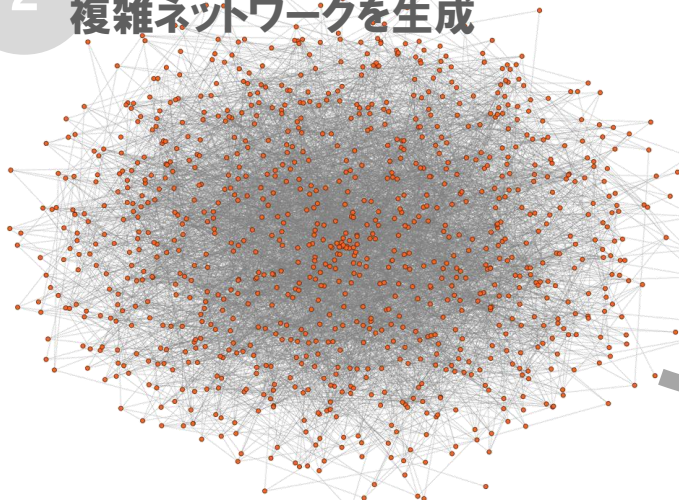
【出所】総務省 情報通信政策研究所
「インターネット検索エンジンの現状と市場規模等に関する調査研究」

複雑ネットワーク理論を応用したコミュニティ発見技術

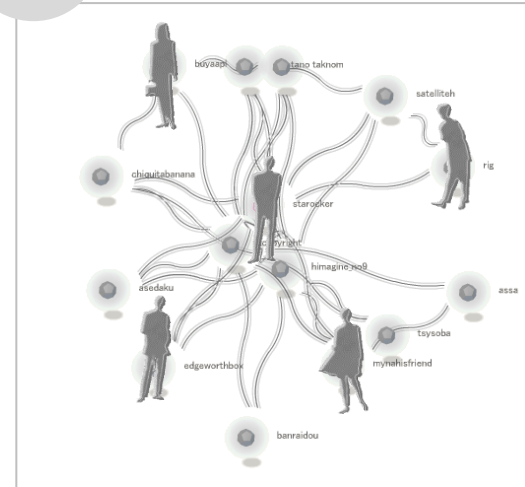
1 ユーザの様々な行動履歴を観測



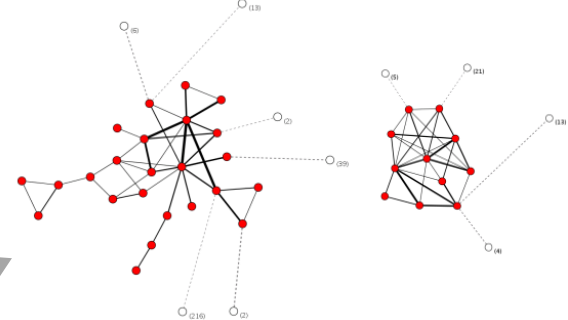
2 ユーザーの行動履歴から複雑ネットワークを生成



4 嗜好の近い仲間を発見



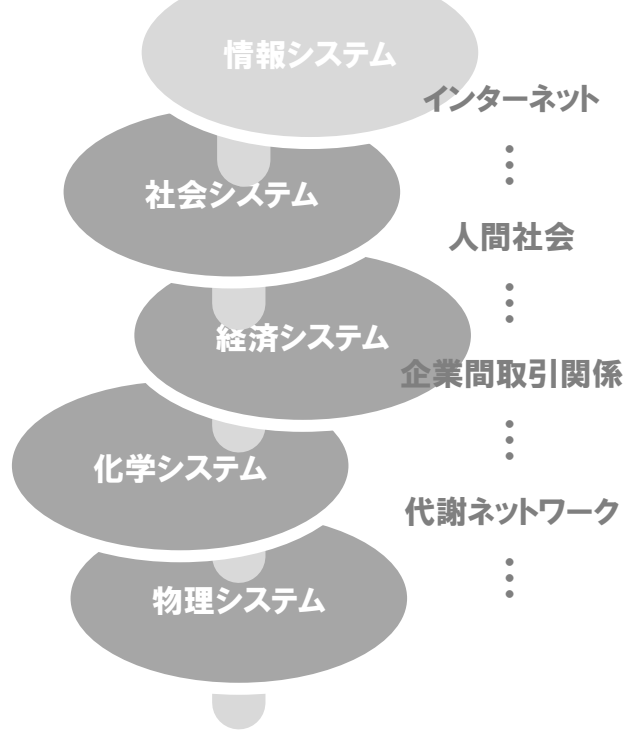
3 ユーザ/アイテムごとに個別視点でコミュニティを抽出



当社技術の特徴

Universality

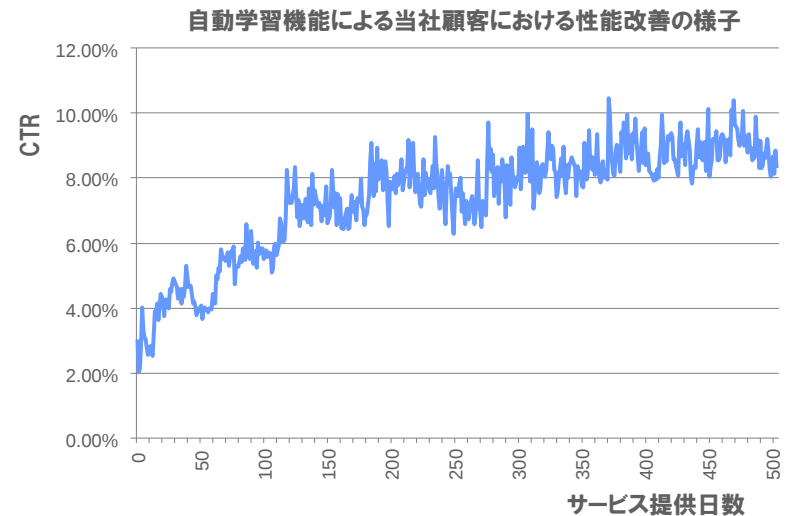
複雑系・複雑ネットワーク理論



- 巨大で複雑なネットワークの性質を解明する
先端科学である「複雑ネットワーク理論」を応用
- 大量データの奥底に潜むコミュニティ構造を解析

Scalability

- 大規模なユーザ群や商品点数を解析可能
- データがたまるほど性能が向上する自動学習で
サービス開始後は運用メンテナンスフリー
- 非労働集約型の事業展開が可能



Applicability

- 膨大な商品の中からの的確なおすすめを実現
- 顧客の業種業態を問わず対応可能
- 言語非依存のため海外でもサービス展開可能

数字で見るデクワス技術

日本と米国で取得している特許数

- 独自開発技術の先進性
- 知的財産権のプロテクション

6件

月間で解析しているデータサイズ

- 解析技術のスケラビリティ
- 高いサービス運営能力

約3.2億
UB

約300億
IMP

嗜好性を分析済みのアイテム数

- 消費活動に関する広範な知見

約2億
アイテム

2014年9月末現在の当社実績値

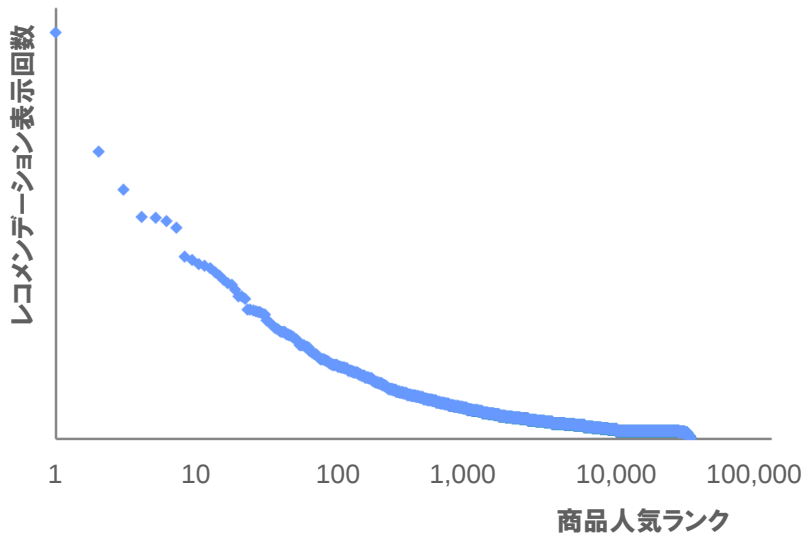
既存のレコメンデーション技術と比べた特徴

スケールフリー性¹⁾を内包していることを前提とした複雑ネットワーク理論だからロングテールアイテムに対応可能

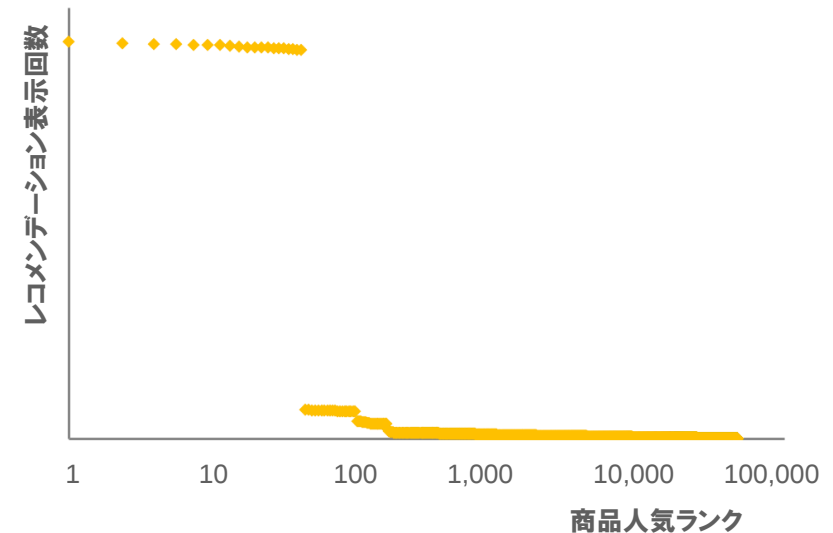
複雑ネットワーク理論による「デクワス」

一般的な協調フィルタリング手法

当社顧客事例におけるA/Bテスト²⁾時の計測データ



全方位で対応できる解析能力が
顧客の売上増加をもたらす



トップセールスアイテムしか対応できず
ロングテール商品の売上は改善できない

※ 1) 典型的なスケールが存在しない性質のこと。べき乗則という分布パターンに沿ってデータが観測される、自己組織化する複雑系に共通の性質。

※ 2) 二つの手法を同時に試してどちらが優れているかを検証する方法。図は同一顧客における同一期間での観測データ。

4. ビジネスモデル

パーソナライズ・レコメンドサービスの概要

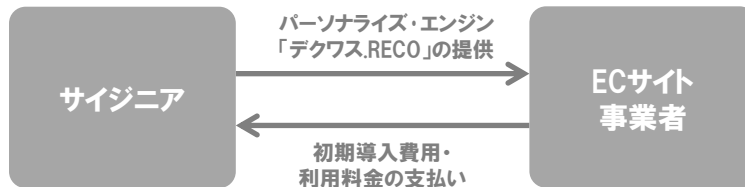
行動履歴の分析に基づきユーザー一人ひとりの趣味嗜好を解析し、個別のおすすめを提示

デクワス.RECO

- ユーザが気に入る商品やコンテンツをおすすめ表示
- 商品点数が多すぎて欲しいものが見つけれられない問題を解消し、ECサイトの売上アップを実現する
- データがたまるほど精度が上がるため、長期にわたって契約が継続し、ストック型の安定収益をもたらす

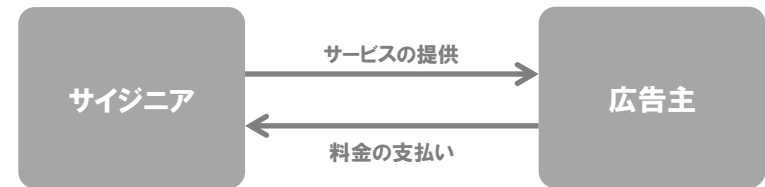
デクワス.POD

- おすすめ機能をECだけでなくリアルの世界でも実現
- 購入した商品と一緒におすすめ商品をパーソナライズして印刷するサービス
- 商品到着の嬉しい瞬間に接触できるため高い確率でECサイトへの誘導と再購入を促すことができる



収益モデル

- ・ 初期費用
- ・ ページビューに応じた従量課金
- ・ 成果報酬



収益モデル

- ・ 初期費用
- ・ 月額固定課金
- ・ 提供数に応じた従量課金
- ・ 成果報酬

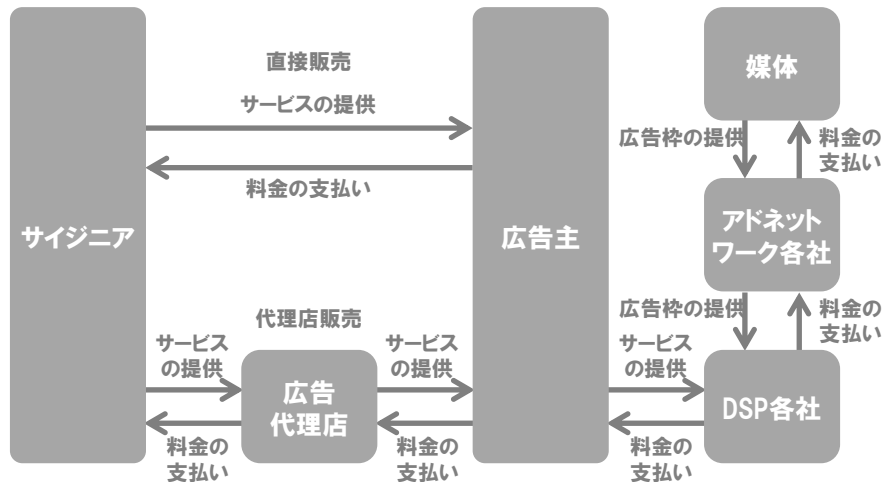
PODとは「Print On Demand」の略

パーソナライズ・アドサービスの概要

行動履歴から分析したレコメンデーション広告を配信し、顧客サイトへの集客を促進するサービス

デクワス.AD

- バナー広告自体をパーソナライズしてユーザをサイトに誘導し、購入率の向上を実現
- 既存のDSPサービスと連携して利用することが可能



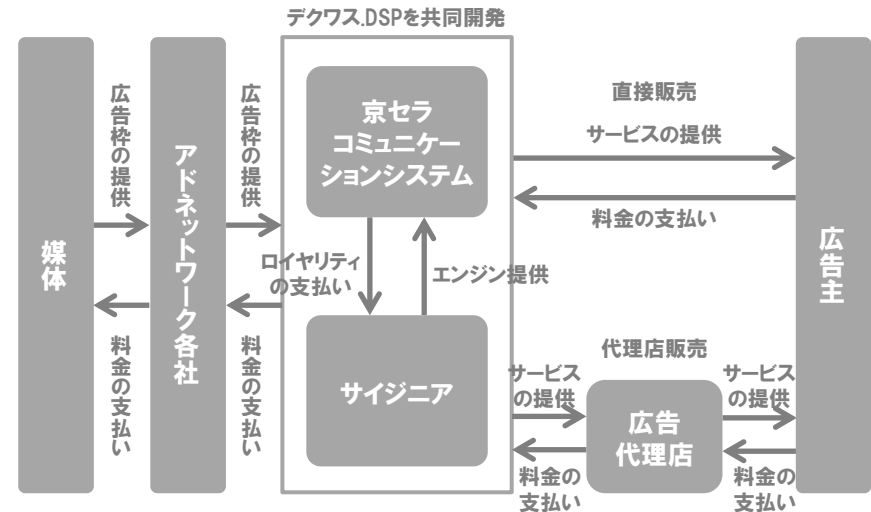
収益モデル

- ・ 月額固定課金
- ・ 広告配信料に対して一定の手数料を課金

DSPとは「Demand Side Platform」の略

デクワス.DSP

- 既存ユーザと興味・関心が類似する潜在顧客を発見、ターゲティングして配信できる
- 広告枠仕入も最適化し広告の費用対効果をアップ



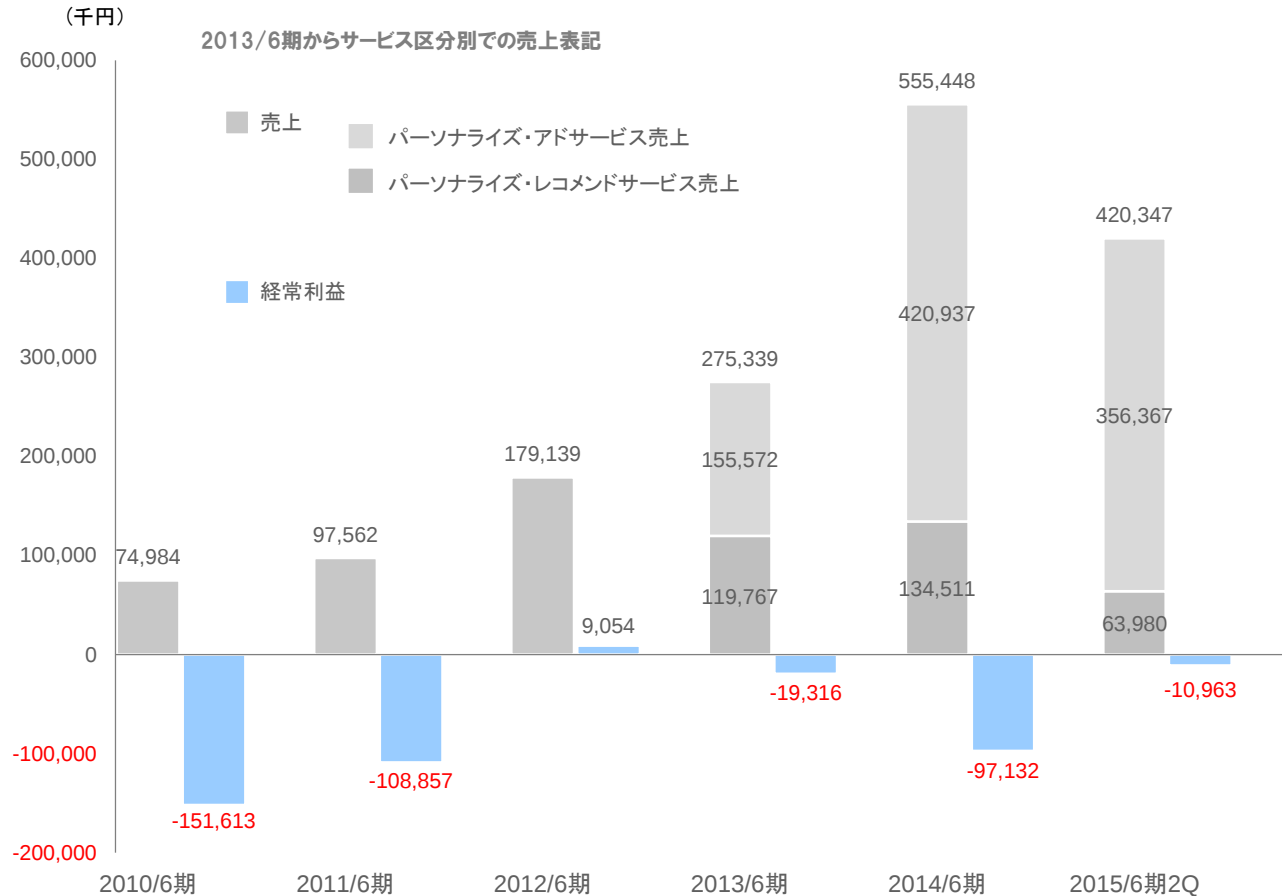
収益モデル

- ・ 京セラコミュニケーションシステムへのエンジン提供:
 - ロイヤリティ収入
- ・ 直販及び代理店経由でのサービス提供:
 - デクワスDSPの広告費に一定の手数料を加えて課金
 - 成果報酬

5. 2015年6月期第2四半期 決算概要

業績推移

- 売上高： 第2四半期ベースで過去最高を更新
- 経常利益： 広告の品質改善のための積極的な投資を実施



損益計算書

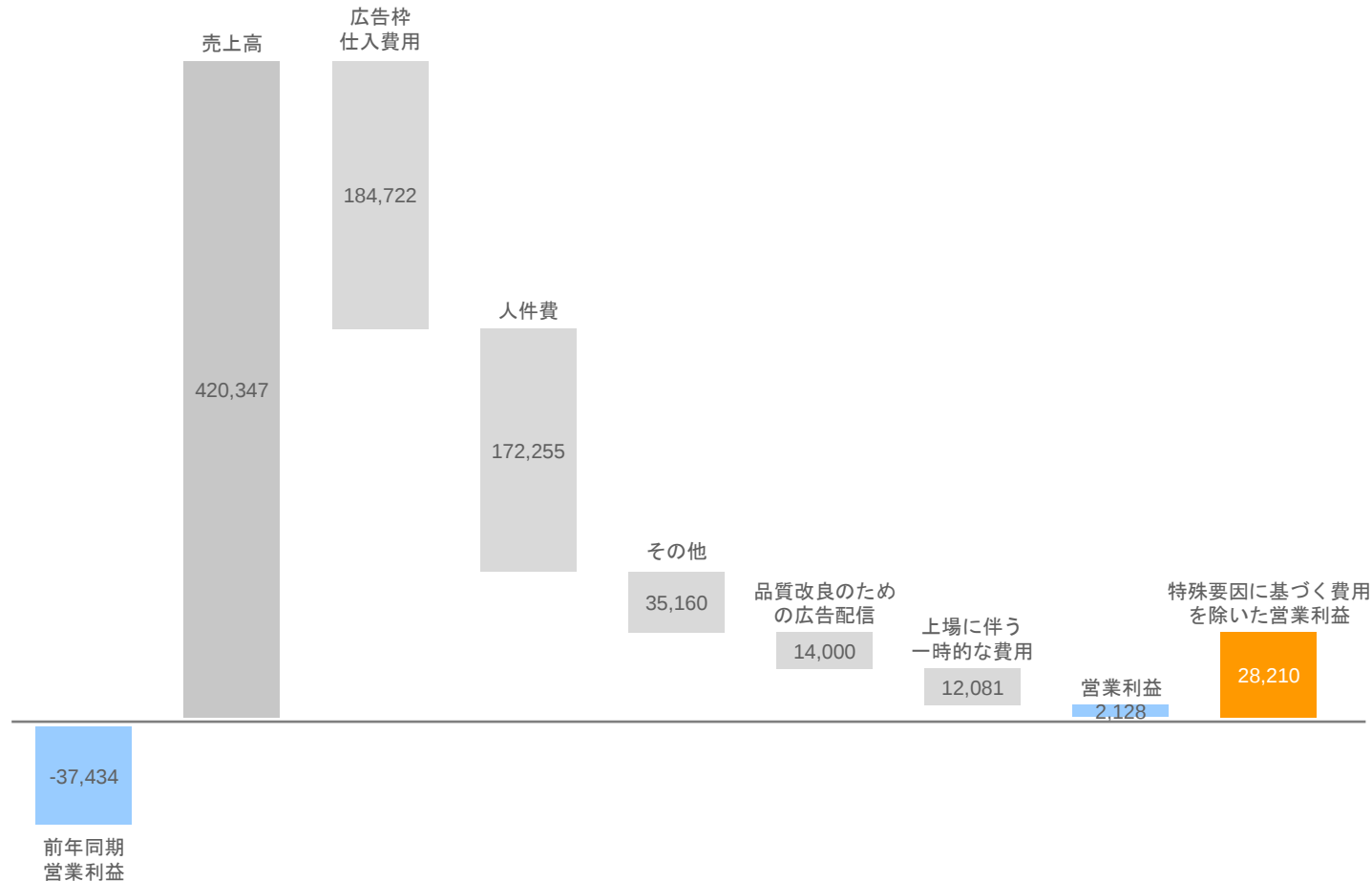
(単位：千円)

	14.6 第2四半期累計	15.6 第2四半期累計	対前年 同四半期増減率	15.6 通期予想
売上高	226,719	420,347	85.4%	1,042,520
売上原価	176,217	291,019	65.1%	654,894
売上総利益	50,502	129,328	156.1%	387,626
販売費及び一般管理費	87,936	127,199	44.6%	291,511
営業利益	-37,434	2,128	-	96,115
営業外収益	267	603	126.2%	0
営業外費用	46	13,695	29603.3%	8,400
経常利益	-37,214	-10,963	-	87,715

※前年同期の数値は参考値

業績変動要因

- 営業利益： 前年同期比では増益となったが、顧客のマーケティング方針の変更や大規模顧客への導入の遅れによる営業利益の減少に加え、品質改良のための広告配信や上場に伴う関連費用などの一時的な特殊要因に基づく影響により、増益幅は低い伸びとなった。



※単位：千円
※前年同期の数値は参考値

貸借対照表

- 固定資産： 業容拡大に伴うサーバーの増強により増加
- 固定負債： 2014年5月実施の銀行借入により、長期借入金が増加

(単位：千円)

	14.6 第2四半期末	15.6 第2四半期末	対前年同四半期増減率
資産の部			
流動資産	193,688	931,985	381.2%
現金及び預金	112,822	811,604	619.4%
固定資産	50,012	73,441	46.8%
資産合計	243,700	1,005,427	312.6%
負債の部			
流動負債	47,768	123,458	158.5%
固定負債	1,029	32,060	3015.1%
負債合計	48,798	155,519	218.7%
純資産の部			
株主資本	194,902	849,908	336.1%
純資産合計	194,902	849,908	336.1%

※前年同期の数値は参考値

6. 成長戦略

今後の取り巻く状況

EC市場の伸長



【出所】野村総合研究所「国内のICT市場規模予測」

- 国内の2013年のEC化率は3.7%
(経済産業省調べ)
- 年平均12.6%で市場が成長
(2013年度⇒2018年度)

リアルデータのタッチポイントの多様化



- スマホやIoT(Internet of Things)の普及に伴い取得できるリアルデータが多様化
- ビッグデータ活用機会の拡大

消費者行動からみる消費市場規模

ネットとリアルをまたぐ、O2O(Offline-to-Online、またはOnline-to-Offline)領域の市場が急拡大の見込み

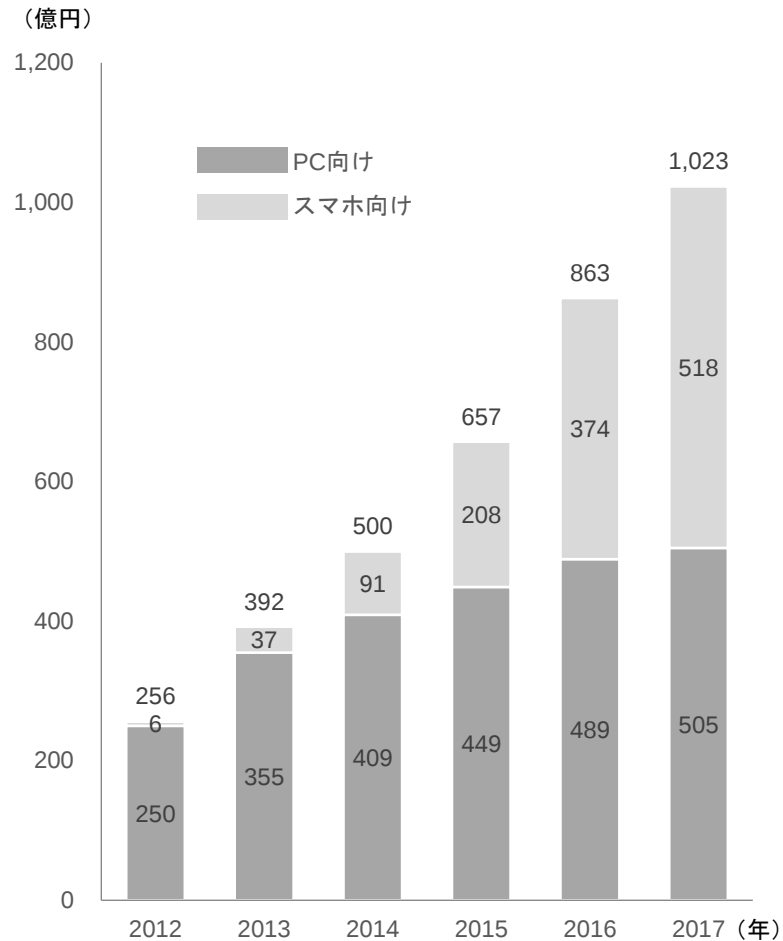
情報収集			
		ネット	リアル
購買	リアル	ネットで調べ 店舗で購入 20兆円	店舗完結 92兆円
	ネット	ネット完結 8兆円	店舗で調べ ネットで購入 2兆円

【出所】野村総合研究所「ITナビゲーター2014」及び「知的資産創造」(2013年5月号)の資料より作成

関連市場規模予測

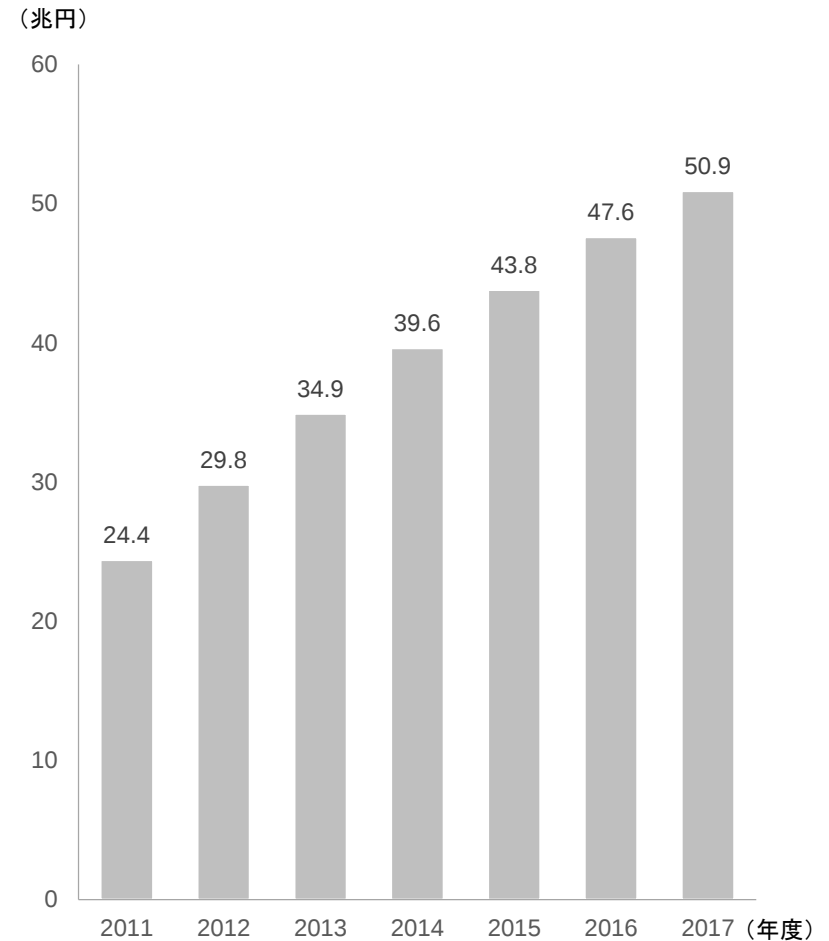
スマホ広告とO2Oのオムニチャネル市場は今後の成長市場

国内RTB広告市場



【出所】マイクロアド「RTB (Real Time Bidding) 経由のディスプレイ広告市場規模予測」

国内O2O市場規模

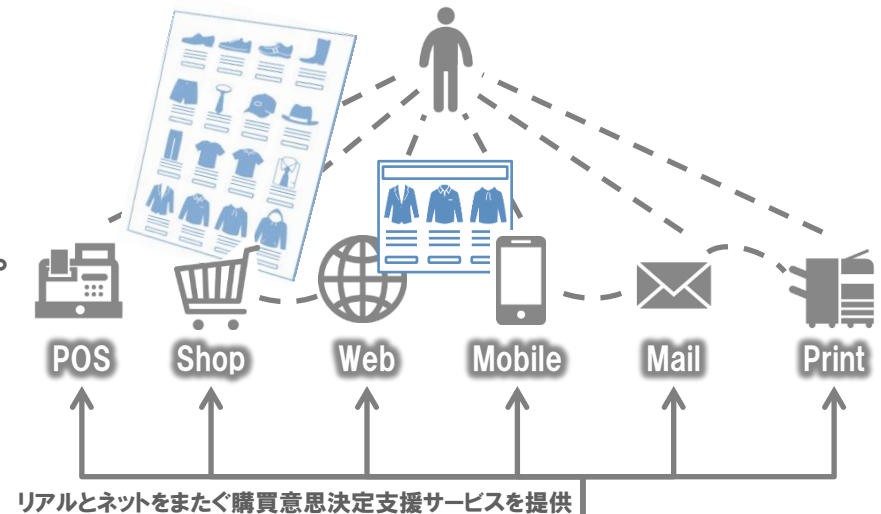


【出所】野村総合研究所「O2O市場とO2Oソリューション」

O2O/オムニチャネル領域での事業展開

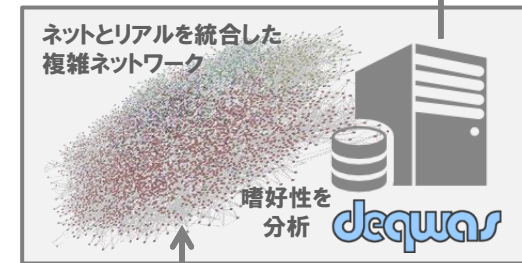
3 サービスの提供

多様なチャネルから顧客の事業売上を拡大するマーケティング支援サービスを提供。
特にネットとリアル、モバイルをまたぐ領域に注力。



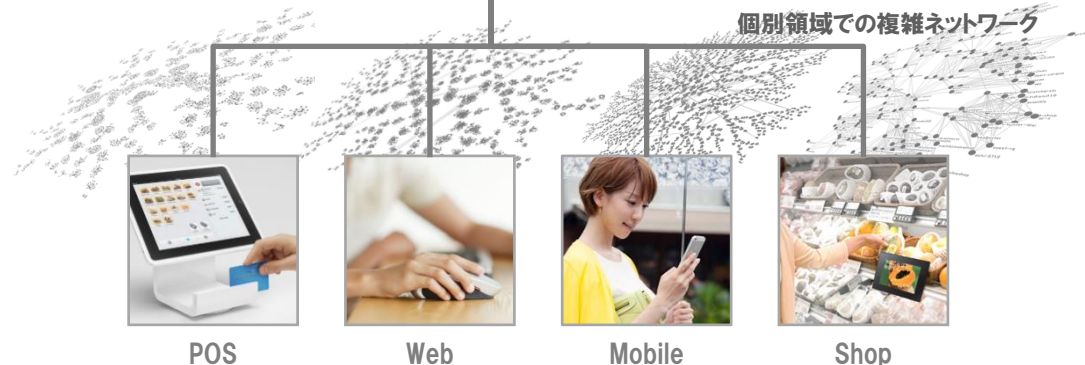
2 データの解析

デクワスの解析基盤により、ユーザ/アイテム間の嗜好性関連度を解析。
リアルタイム処理にも対応可能。



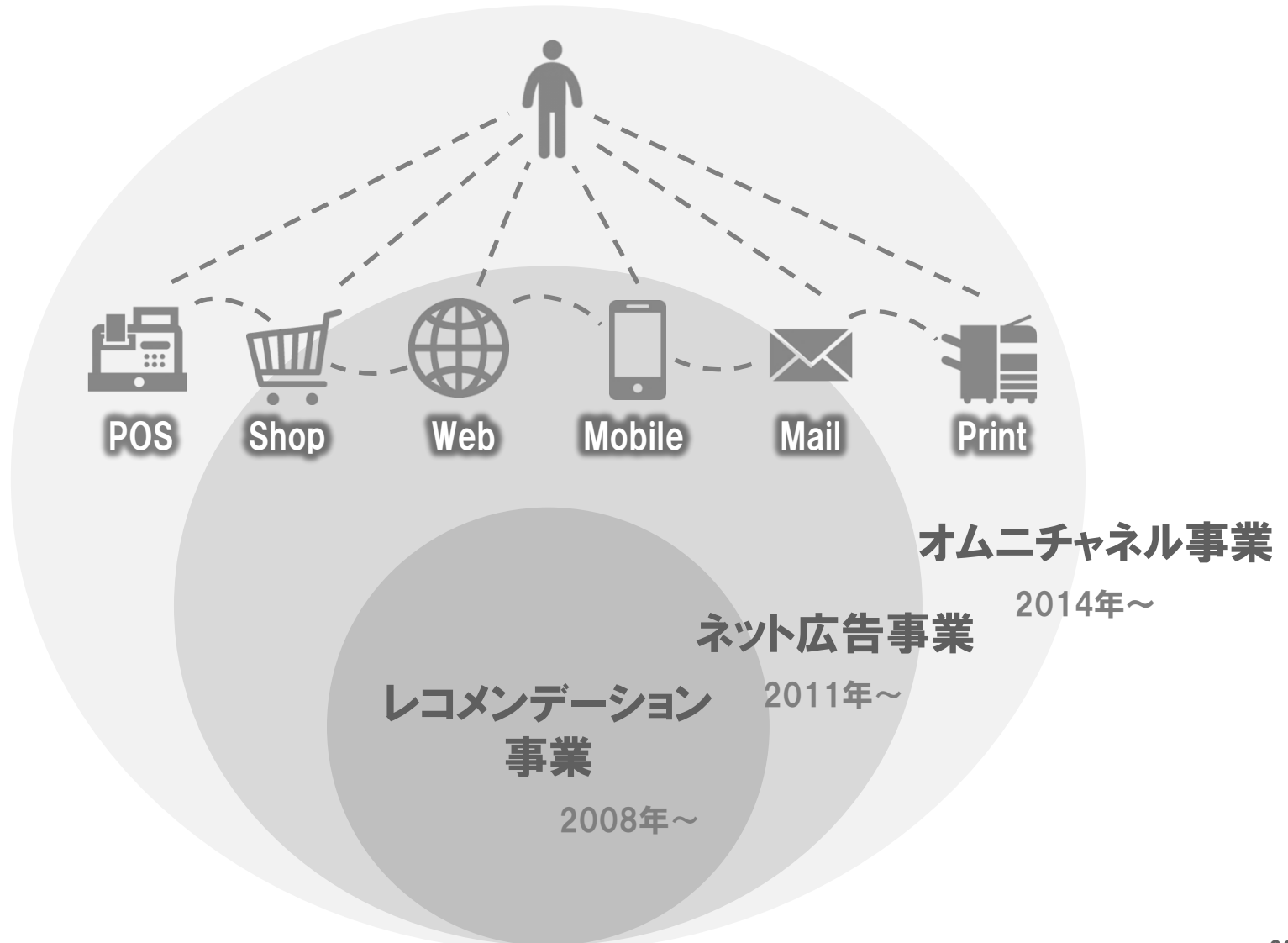
1 データの収集と連結

ネット、リアルおよびモバイルなど多様なデータを収集・連結して蓄積。
行動履歴解析可能な状態にする。



パーソナライズ・オムニチャネルの実現

パーソナライズ・エンジン「デクワス」をコア技術として、オムニチャネルのパーソナライズを実現する

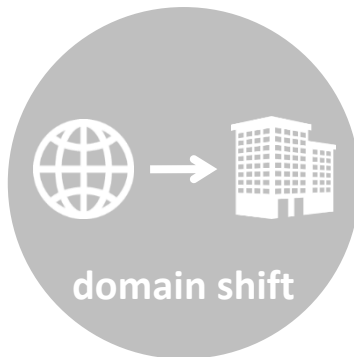


成長戦略 —3つの展開



PCからスマホへ

- 株式会社アイモバイルとスマホ特化のレコメンデーション広告を共同開発



ネットからリアルへ

- POSシステムと連動する実店舗内レコメンデーションシステムを大手POSメーカーと開発に着手



国内から海外へ

- POSレジ連動システムを大手POSメーカーと海外展示会に出展

PCからスマホへ

□ スマホ広告市場は、PCの広告市場を上回る成長率で拡大中

■ 2015年の市場規模は、1,030億円※

※【出所】CyberZとシードプランニング共同調べ

□ スマホアドネットワーク大手の株式会社アイモバイルと
レコメンデーション広告「アイレコ」を共同開発

■ 月間配信数が900億IMPを超える国内最大級ネットワークと
当社技術のコラボレーション

■ 2015年6月までに100社受注目標 追加費用0円

The screenshot shows a web browser displaying the 'i-mobile Recommendation' page. The URL is 'promotion.i-mobile.co.jp/i-reco/index.html'. The page features a large banner with a smiling woman holding a smartphone. Text on the banner includes '国内最大級のパーソナライズドレコメンド広告配信サービス「アイレコ」 | i-mobile' and 'レコメンド広告配信サービス'. Below the banner, it says 'I-mobile Recommendation' with social media icons for Facebook (116 likes) and Twitter (5 tweets). A red button with a mail icon says 'お問合せ・お申込みはコチラから'. The main content area has the heading 'アイレコとは' (What is i-Reco) and shows the logos for 'deqwas.AD' and 'i-mobile' separated by a large 'X' symbol. Under 'deqwas.AD' is the text '業界唯一 複数ネットワーク理論に基づくレコメンデーションエンジン'. Under 'i-mobile' is the text '国内最大級 月間総広告配信数約931億impのアドネットワーク'. At the bottom, a paragraph explains that by using deqwas.AD's recommendation service, they can combine it with creative optimization and retargeting to provide a '国内最大級のパーソナライズドレコメンド広告配信サービス' (Japan's largest personalized recommendation ad delivery service).

ネットからリアルへ、国内から海外へ

□ O2O/オムニチャネルは、今後
大きな成長が見込まれる市場

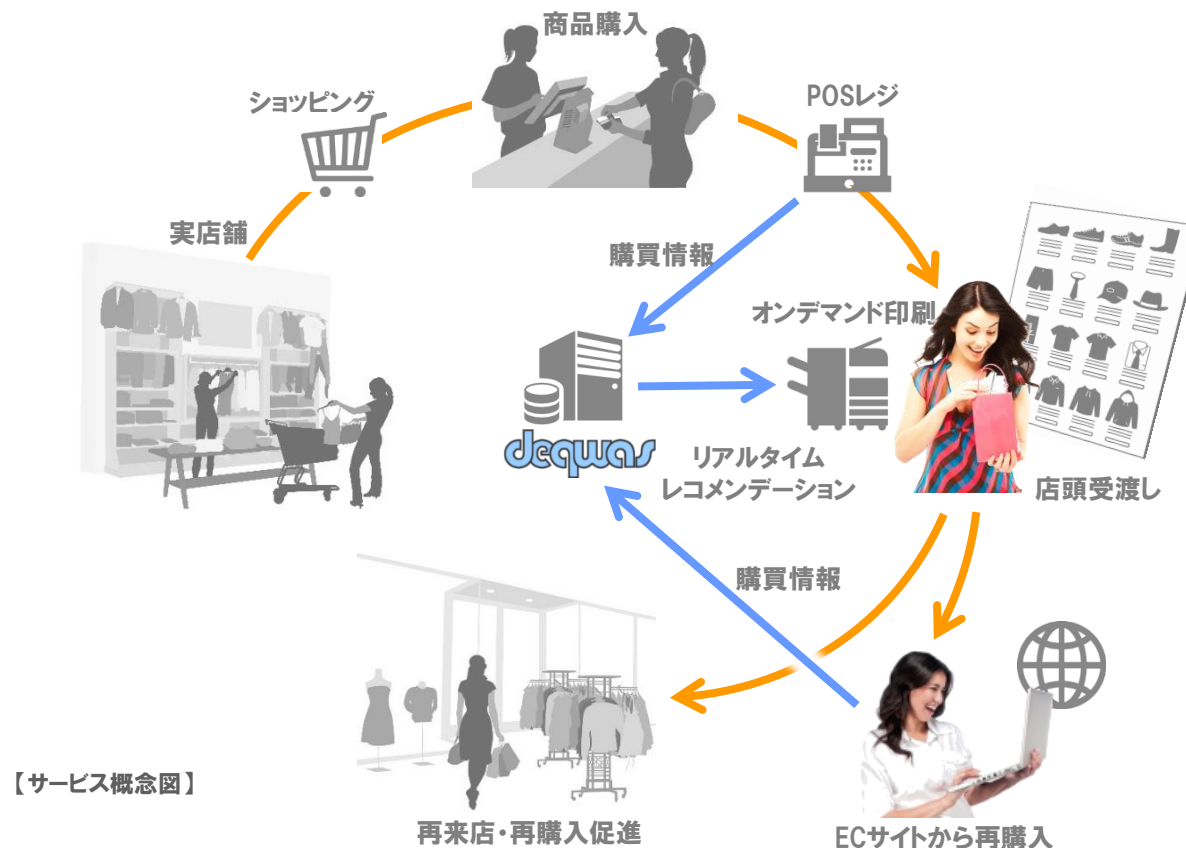
■ 国内O2O市場は2017年に
50兆円規模※1

※1【出所】野村総合研究所「O2O市場とO2Oソリューション」

□ 商品購入時にPOSシステムと連動する
システムを大手POSメーカーと開発開始

■ 2月24日から開催のEuroCIS※2に出展

※2 ドイツ・デュッセルドルフで開催される小売技術に関する欧州最大の展示会



免責事項及び将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

scigineer

science and engineering