

2017年6月期 決算説明資料

サイジニア株式会社(6031)

2017年8月25日

目次

1. 会社概要	P.03
2. 2017年6月期 決算概要	P.07
3. 2018年6月期 業績見込み	P.12
4. 附属資料	P.15

1. 会社概要

会社概要

- 会社名 サイジニア株式会社
- 所在地 東京都港区浜松町1-22-5
- 代表取締役 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
インターネットを介した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
 平成27年9月 「デクワス.POD」に関する特許を取得
 平成28年10月 「デクワス.CAMERA」サービス開始
 平成29年2月 ファッションAIアプリ「PASHALY(パシャリィ)」をリリース

社長プロフィール

□ 吉井 伸一郎 （よしいしんいちろう）

- 文部科学省及び日本学術振興会 特別研究員、ソフトバンクコマース株式会社（現・ソフトバンクグループ株式会社）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、人工知能、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

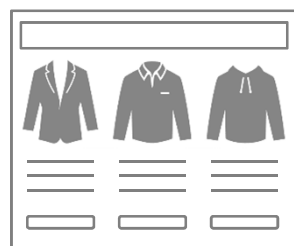


事業概要

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

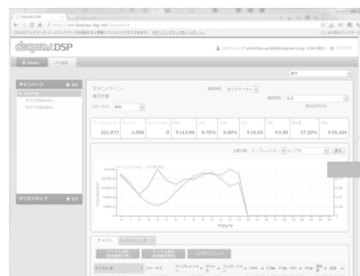
パーソナライズ・アドサービス

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

※現在は、名称変更をして、KANADE 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

2. 2017年6月期 決算概要

2017年6月期 当期ハイライト

収益構造改革の推進

- デクワス.RECOについてSlerとの連携により販路を拡大
- 競争激化による失注や価格下落を避けるため、顧客の課題解決力を高めることによって収益を獲得するソリューションビジネスへの移行

新規サービス分野における企画・開発

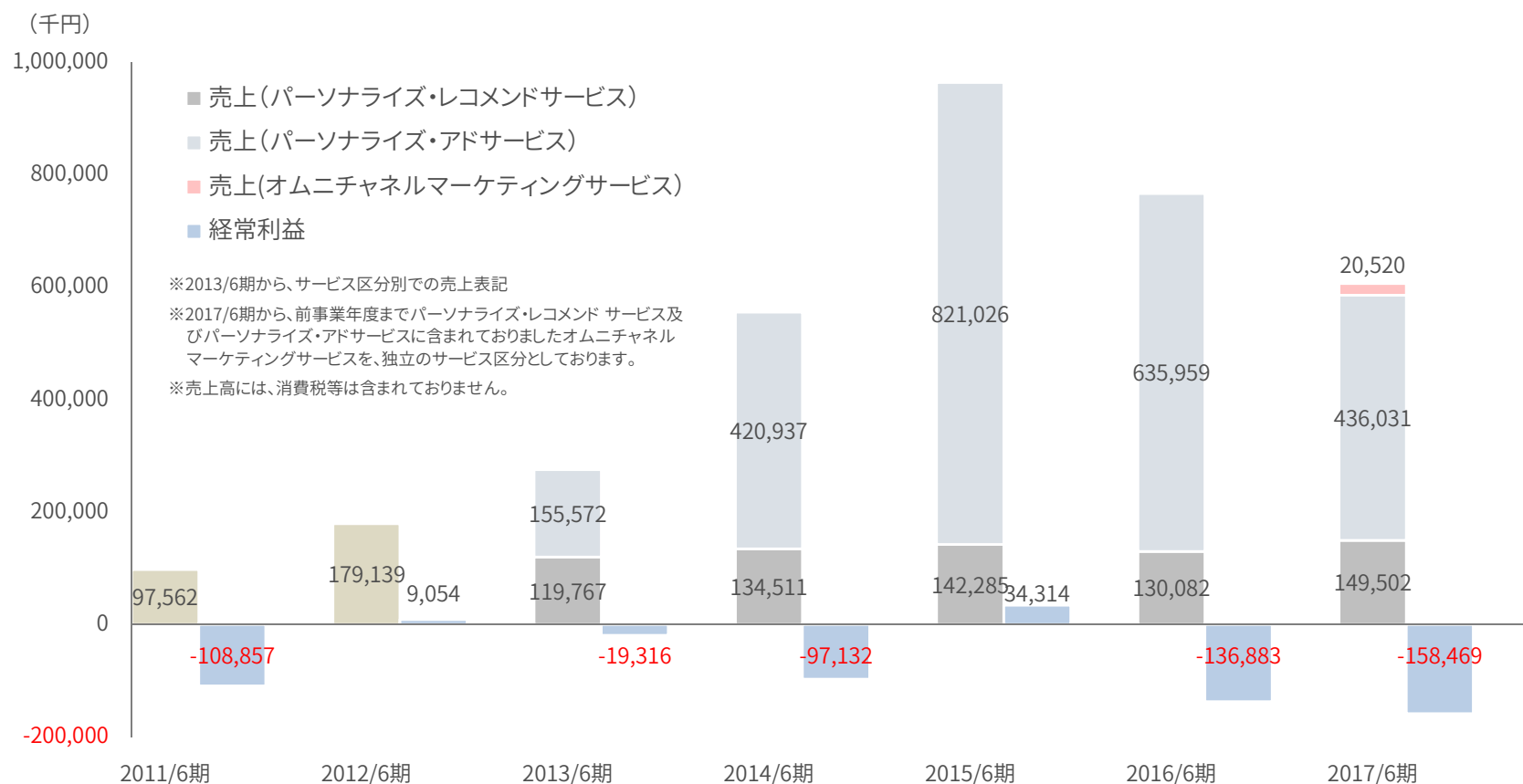
- ビジュアルコマース(SNS等の画像を活用したオンラインショッピング)の実現に向けた取り組み
- 人工知能ファッションアプリ「PASHALY(パシャリィ)」の提供を開始

コストの改善

- 外注費用の削減等、全社的なコスト抑制の取り組みを継続
- 有形固定資産および無形固定資産に係る減損損失(92,177千円)を特別損失として計上

業績推移

- パーソナライズ・レコメンド：MA(マーケティング業務の自動化)ツールとの競争が本格化
- パーソナライズ・アド：好採算案件の継続受注が継続的に推移
- オムニチャネルマーケティング：大手HWメーカーと協業もソリューション営業に苦戦



損益計算書

- 低採算案件の整理の成果により、粗利率は向上（21.8%→31.4%）
- 全社的な費用削減に努めるも、計画的な人工知能への積極投資が影響し、販管費は増加
- 固定資産減損による特別損失計上

（単位：百万円）

	16.6 通期実績	17.6 通期実績	対前年同期 増減率	18.6 通期業績予想
売上高	766	605	▲20.9%	720
売上原価	598	415	▲30.5%	—
売上総利益	167	190	13.6%	—
販売費及び一般管理費	302	347	15.0%	—
営業利益	▲134	▲157	—	▲94
経常利益	▲136	▲158	—	▲95
特別損失	12	92	—	—
当期純利益	▲149	▲250	—	▲96

貸借対照表

- 固定資産：パーソナライズ・アドサービスを中心に既存事業の採算性を検討した結果、有形固定資産及び無形固定資産を減損(92百万円)
- 流動負債：不採算案件の終了に伴い、広告枠の仕入が減少したことによる買掛金の減少
- 純資産：当期純損失の計上による繰越利益剰余金の減少

(単位:百万円)

	16.6 期末	17.6 期末	対前年同期 増減率
資産の部			
流動資産	874	711	▲18.7%
現金及び預金	790	651	▲17.6%
固定資産	105	18	▲82.0%
資産合計	980	730	▲25.5%
負債の部			
流動負債	84	68	▲19.1%
固定負債	8	6	▲25.2%
負債合計	92	74	▲19.7%
純資産の部			
株主資本	886	648	▲26.8%
純資産合計	887	655	▲26.1%
負債・純資産合計	980	730	▲25.5%

3. 2018年6月期 業績見込み

2018年6月期の取り組み

収益構造改革の継続

- デクワス.RECOなど利益の確保できるサービスの受注獲得に注力し、安定的かつ継続的なキャッシュフローの創出を図る
- 当社のデータ解析技術や人工知能を活用したソリューションビジネスへの転換を進め、収益率を向上させる

新規サービス分野における企画・開発

- 人工知能技術に関する研究・開発への投資を行い、新サービスの事業化に向けて取り組む
- 「PASHALY(パシャリィ)」については、事業化に向けてデータを収集、検証と改良を継続

2018年6月期 業績見込み

□ 既存事業の収益性向上と新規サービスへの投資を通じて収益構造を改革

- 新規サービスの実用化には一定の時間を要するため収益確保は下期以降の見込み
- このため、上期においては先行投資負担が重くなる見込み

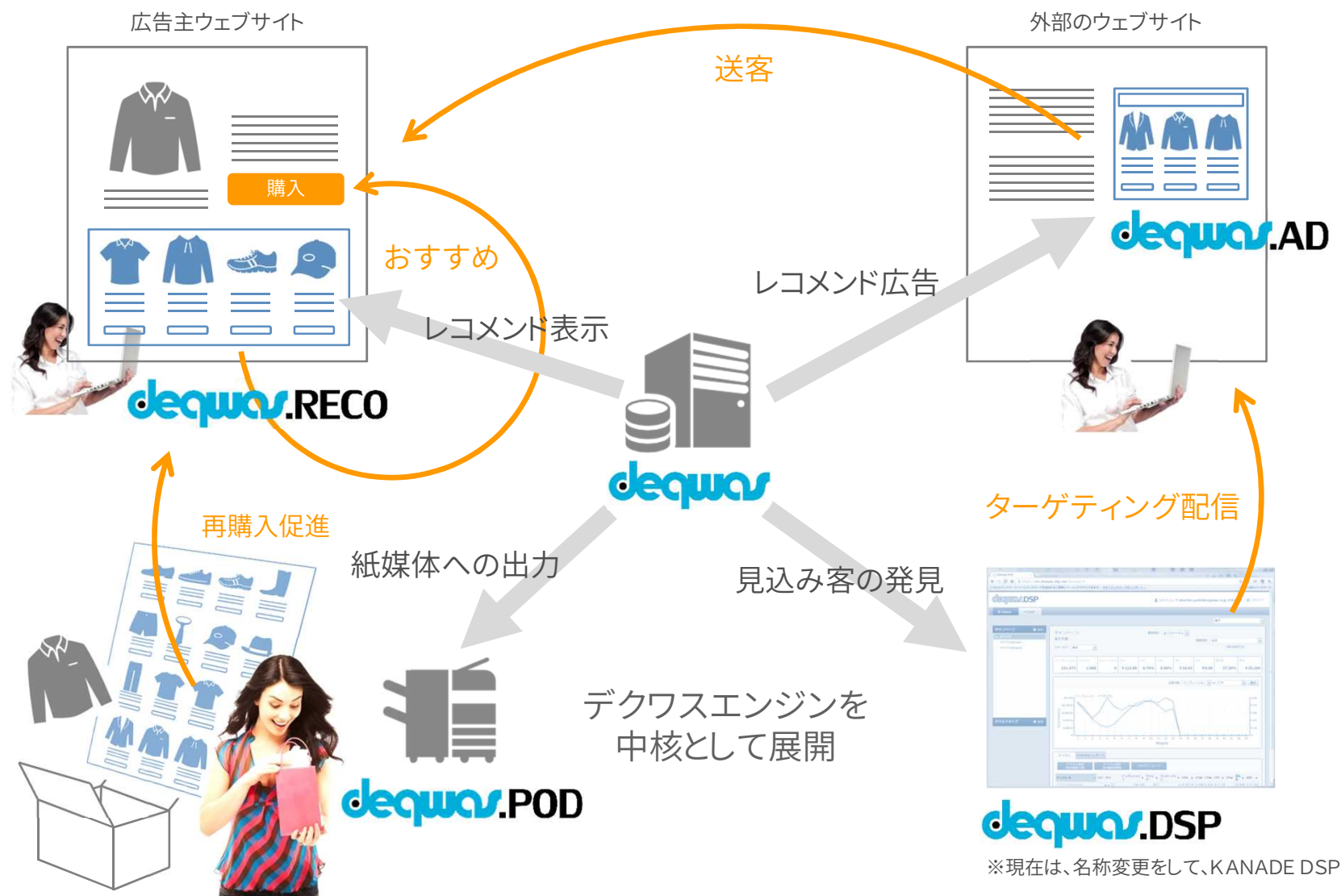
(単位:百万円)

	17.6 通期実績	18.6 通期予想	対前年増減額	対前年増減率
売上高	606	720	+113	18.8%
営業利益	▲157	▲94	+63	-
経常利益	▲158	▲95	+63	-
当期純利益	▲250	▲96	+154	-

4. 附属資料

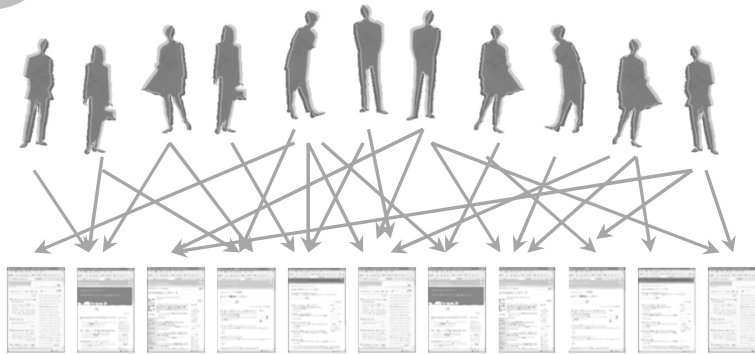
各デクワスサービスの概要

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

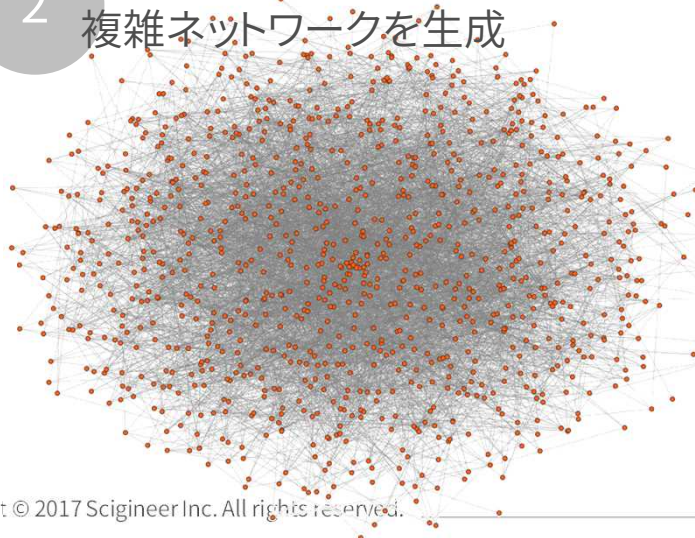


複雑ネットワーク理論を応用したビッグデータ解析技術

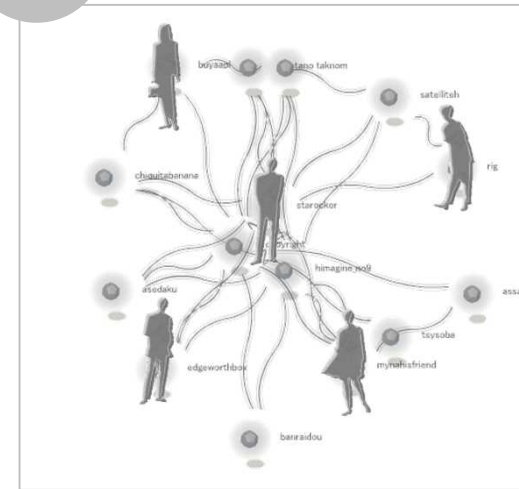
1 ユーザの様々な行動履歴を観測



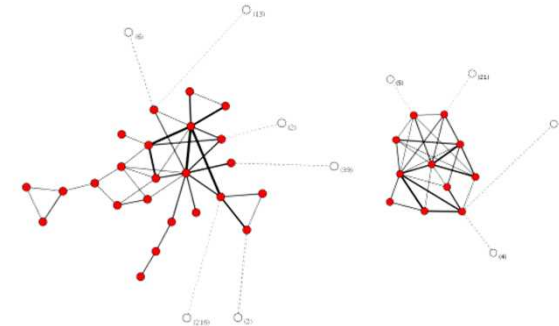
2 ユーザの行動履歴から
複雑ネットワークを生成



4 嗜好にフィットする商品をおすすめ



3 ユーザ/アイテムごとに
個別視点で近い趣味嗜好を抽出



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

12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3.4億
UB

約380億
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

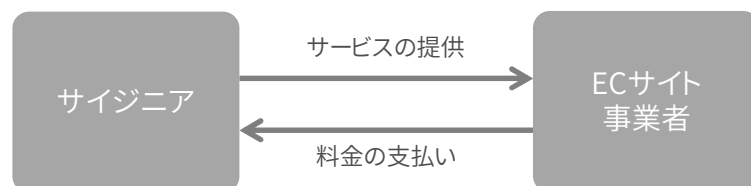
※2017年2月現在の当社実績値

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

- ユーザー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
- データがたまるほど精度が上がるため、契約が長く継続し、ストック型の安定収益をもたらす



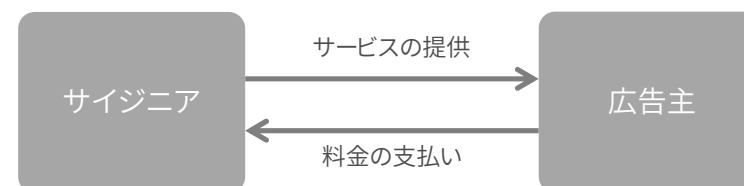
収益モデル

- 初期費用
- 継続費用
 - 従量課金
 - 固定報酬
 - 成果報酬

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

※PODとは「Print On Demand」の略



収益モデル

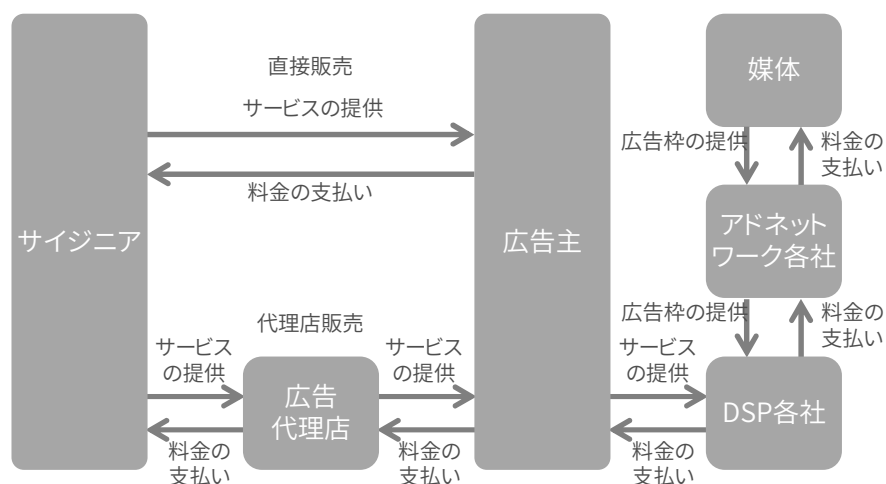
- 初期費用
- 継続費用
 - 従量課金
 - 固定報酬
 - 成果報酬

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、購入率の向上を支援
- 既存のDSPサービスと連携して利用することが可能

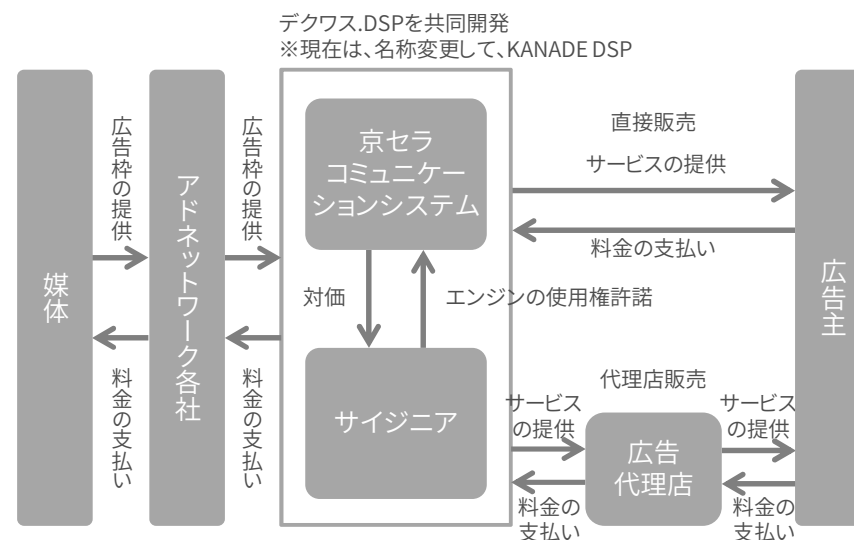


収益モデル

- 継続費用
広告配信料に対して一定の手数料を課金

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



デクワス.DSPを共同開発
※現在は、名称変更して、KANADE DSP

収益モデル

- エンジンの使用権許諾
保守費用
- 直販及び代理店経由でのサービス提供
広告費に対して一定の手数料を加えて課金

※DSPとは「Demand Side Platform」の略

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・修正を行う義務を負うものではありません。

