

2023年5月15日

サイジニア株式会社

証券コード:6031

2023年6月期第3四半期決算説明

目次

- 1 エグゼクティブサマリー
- 2 2023年6月期第3四半期決算業績
- 3 2023年6月期業績予想
- 4 成長への構造改革へ着手
- 5 株主還元
- 6 参考資料

1 エグゼクティブサマリー

2023年6月期第3四半期 ハイライト

3Q累計業績は前期変則決算により減益だが、積極経営を背景に実質的に増益を実現

CX改善は好調持続も、デジタルマーケティング環境の変化によりネット広告が構造的な苦戦

新サービスや事業提携など、リテールメディア領域に積極的に取り組む

さらなる成長に向けCX改善への経営資源集中、本社集約など構造改革に着手

2 2023年6月期第3四半期決算業績

2023年6月期第3四半期連結累計業績

(a)連結業績

単位:百万円

	22/6期3Q※1	23/6期3Q	増加率(%)	増加幅
売上高	1,790	1,684	-5.9	-106
営業利益	126	76	-39.6	-50
経常利益	121	75	-37.8	-46
当期純利益	-1,317	45	黒転	1,362

※1 22/6期1Qに減損損失1,169百万円発生

(b)ZETA業績

単位:百万円

	22/5期1Q	23/5期1Q	増加率(%)	増加幅
売上高	84	140	65.2	55
営業利益	-81	-38	赤縮	42
経常利益	-83	-40	赤縮	43
当期純利益	-98	-44	赤縮	53

(c)実質連結業績

単位:百万円

	22/6期3Q※2,3	23/6期3Q	増加率(%)	増加幅
売上高	1,875	1,684	-10.2	-191
営業利益	45	76	68.8	31
経常利益	38	75	97.0	37
当期純利益	-1,415	45	黒転	1461

※2 22/6期3Qに減損損失1,449百万円発生

※3 (a)+(b):ZETA22/5期1Qを単純合算

ポイント

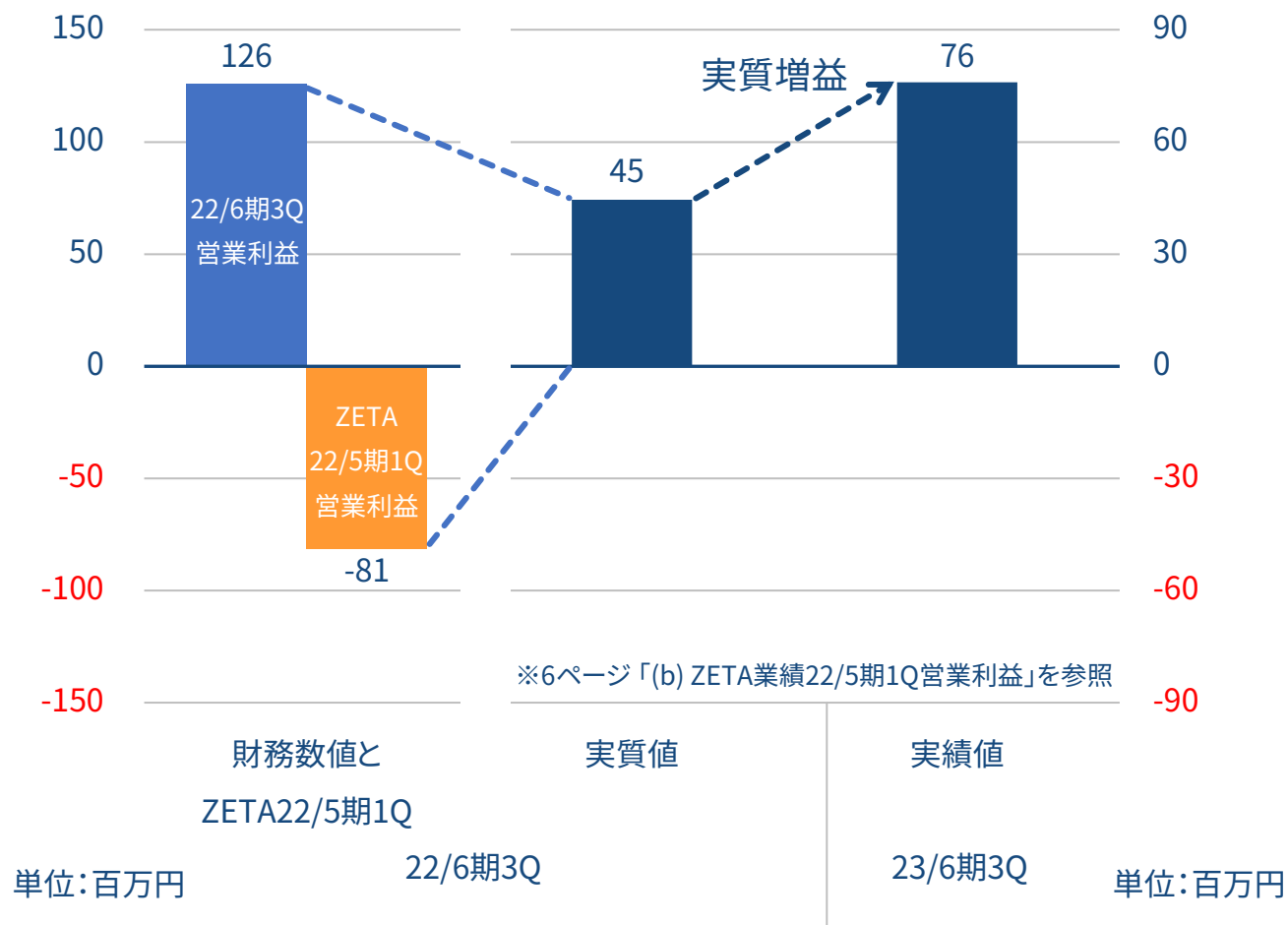
3Q累計連結業績のポイントは
ZETA連結タイミングによる
見かけ上の減益及びネット広告の苦戦

非連結だったZETA前1Q業績を加味した
3Q累計連結営業利益は
CX改善の好調により実質的に増益

前期に発生した特別損失がなくなり
当期純利益は実質14億円の利益改善

実質増益の背景

非連結のZETA前1Q営業損失を考慮すれば
営業利益は実質増益



ポイント

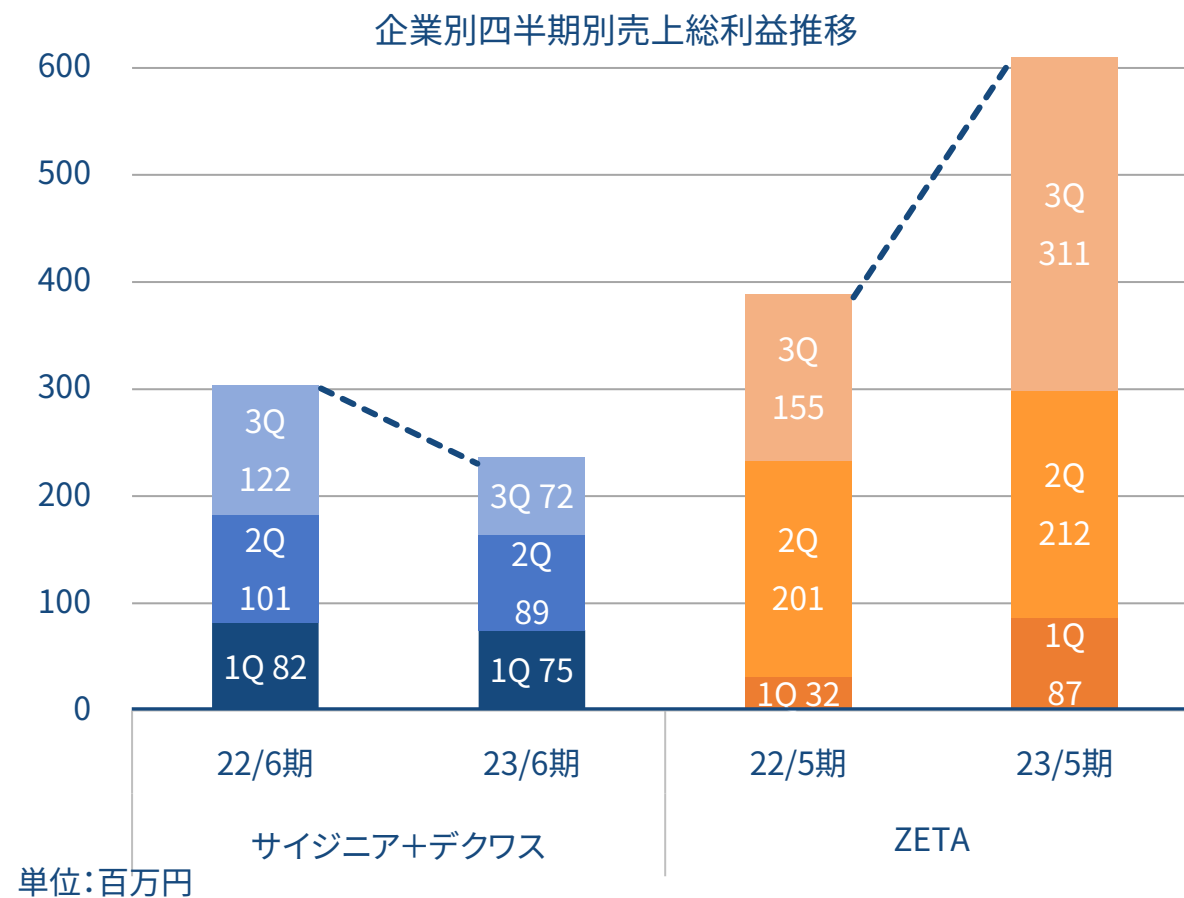
ZETA統合が22/6期2Qからとなったため
ZETAの前1Q営業損失は
22/6期3Q累計営業利益に連結されず

実質的な22/6期3Q連結累計営業利益は
22/6期3Q累計営業利益にZETA 22/5期
1Q営業損失を加えた45百万円

23/6期3Q累計連結営業利益は
76百万円のため実質的に増益を達成

コアコンピタンスのシフト

連結業績が順調に拡大するなか
CX改善とネット広告の収益力格差が広がる



ポイント

高収益・高成長のCX改善サービスは
新サービス投入と粗利率重視が奏功し
大きく収益を伸ばした

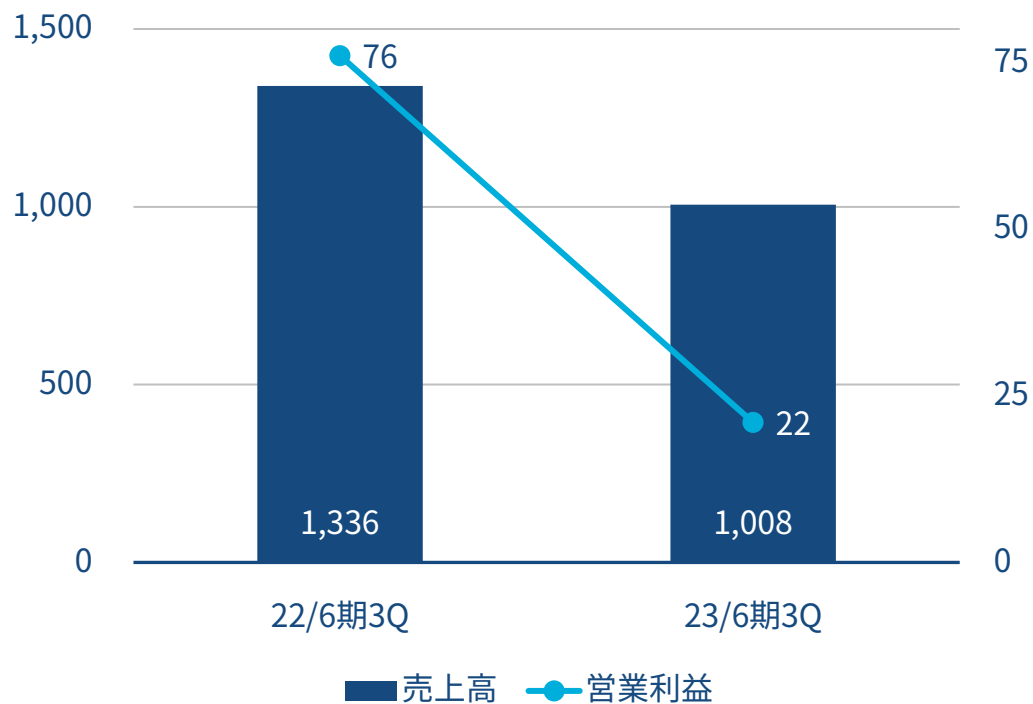
ネット広告サービスは
競争激化により収益力が低下
特に3Qは大幅減益となった

CX改善とネット広告の収益力格差が
足もとで急拡大

ネット広告の苦戦でサイジニアとデクワスは減益

クッキー規制を見越した需要減という
構造的問題により業績に急ブレーキ

サイジニア+デクワス3Q累計前年同期比業績



単位:百万円

単位:百万円

ポイント

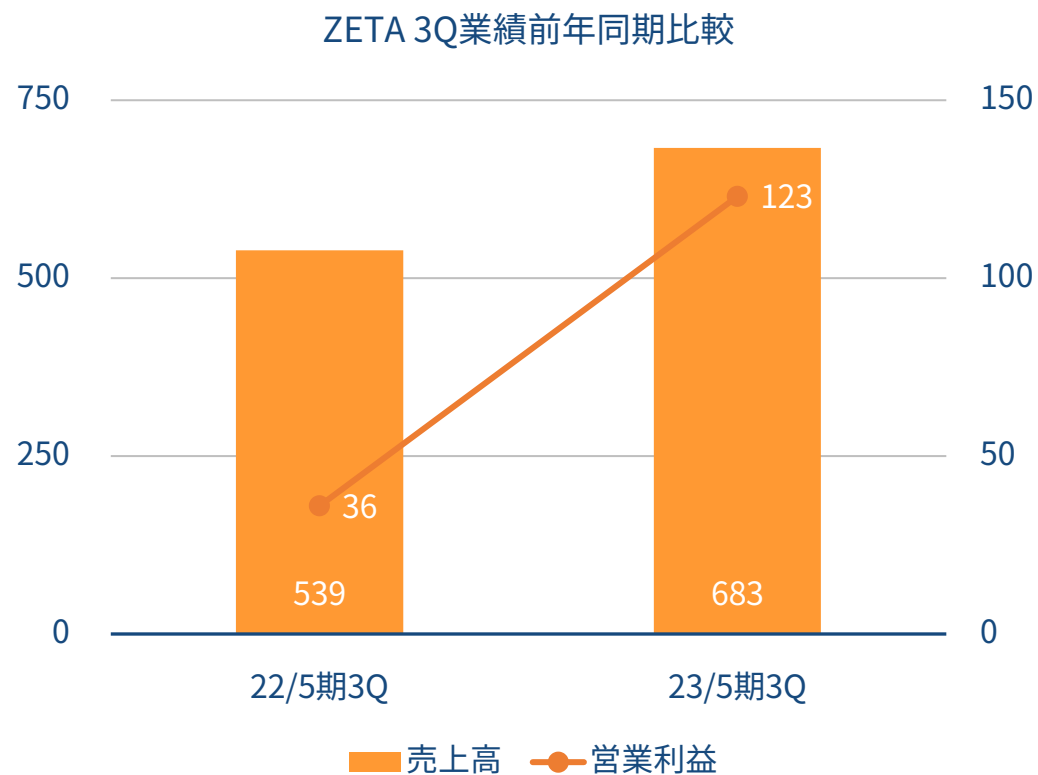
クッキー規制を前に
リターゲティング広告の需要が急減

ネット広告主軸のサイジニアとデクワスの
3Q累計業績は大幅な減収減益

クッキー規制など制度改正要因のため
ネット広告の苦戦は構造的

ZETA の営業増益が連結の実質増益に貢献

EC市場の成長やEC事業者のニーズを背景に
ZETAが引き続き好調、連結業績を牽引



ポイント

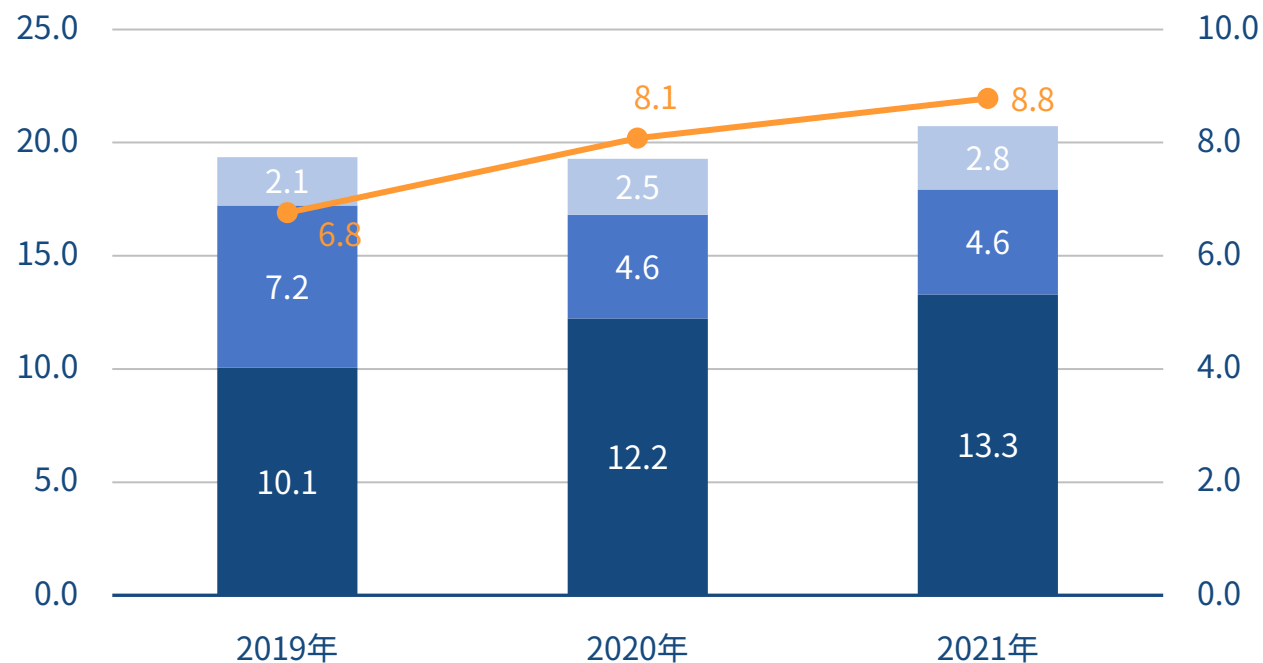
EC市場成長やEC事業者のニーズを
背景に「ZETA CXシリーズ」が好調
新製品も続々投入

CX改善サービスをコアとするZETAは
3Q累計営業利益が大幅増収増益

ZETAの好調が
3Q累計連結業績を牽引した

好環境が持続するCX改善の市場

関連市場のEC市場は引き続き拡大、
EC化率も順調に向上



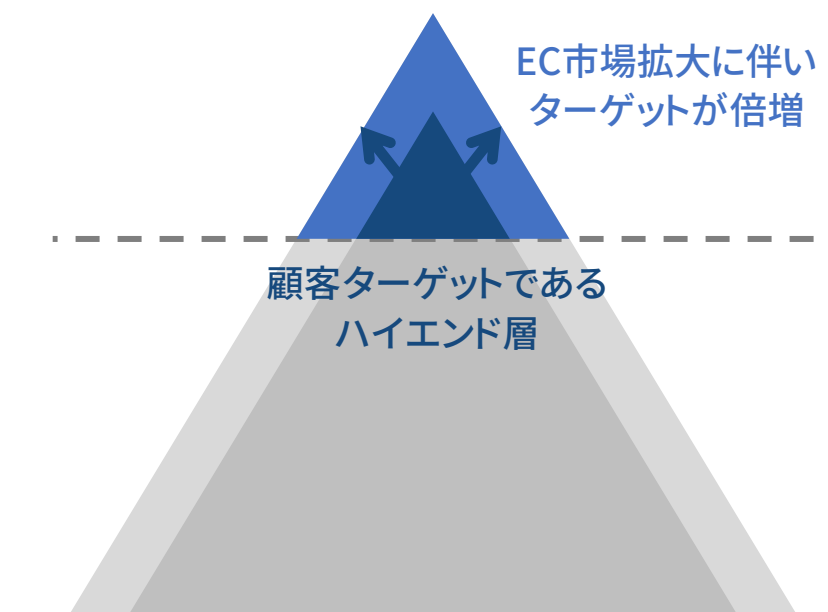
■ 物販系分野 ■ サービス系分野 ■ デジタル系分野 ● 物販系分野EC化率

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>

単位: 兆円

単位: %

EC/OMO強化に伴い、
強まる物販系企業のハイエンド指向



EC市場規全体が10%拡大した場合
顧客のターゲット層が約2倍に拡大

2023年6月期の営業状況

新規導入が活発化する「ZETA CXシリーズ」

2022年7月以降

公表日	導入企業	サービス
7/5	綿半パートナーズ	ZETA SEARCH
7/19	ユナイテッドアローズ	ZETA SEARCH
8/9	デサントジャパン	ZETA VOICE
9/20	坂善商事	ZETA VOICE
10/4	デイトナ・インターナショナル(FREAK'S STORE)	ZETA VOICE
10/18	コーナン商事	ZETA SEARCH
10/25	ティンパンアレイ(RAGTAG)	ZETA SEARCH
11/8	そごう・西武	ZETA SEARCH
11/29	生活協同組合コープさっぽろ(トドックサイト・アプリ)	ZETA SEARCH
1/24	シャディ	ZETA SEARCH/ZETA VOICE
1/31	メディア・インテグレーション(MIオンラインストア)	ZETA SEARCH
2/7	ANA X(ANA Mall)	ZETA SEARCH
2/14	ゲオ	ZETA SEARCH/ZETA RECOMMEND
2/21	コメリ	ZETA SEARCH
2/28	丸井	ZETA SEARCH/ZETA RECOMMEND
3/14	デサントジャパン	ZETA SEARCH
4/4	ユナイテッドアローズ	ZETA HASHTAG
4/11	SEVEN BEAUTY(セブンビューティー)	ZETA SEARCH
4/18	アーバンリサーチ	ZETA HASHTAG
4/25	SEVEN BEAUTY(セブンショップ)	ZETA SEARCH



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

提供開始した新規サービス

「ZETA CXシリーズ」の新ラインアップ 「ZETA HASHTAG」をリリース

2022年7月20日リリース



- 商品説明やクチコミを解析し、キーワードを抽出
- 商品詳細ページのハッシュタグを自動生成
- サイト内での回遊性向上とSEO対策にも寄与

リテールメディアテック 「デクワス.LISTING」

2022年7月26日リリース



- ECサイトをリテールメディアとして収益化
- ユーザーの検索結果に最適化させた広告を掲載
- 広告成果とサイトコンバージョンの最適化を両立

「ZETA CXシリーズ」の新ラインアップ 「ZETA Tracking」をリリース

2022年12月13日リリース

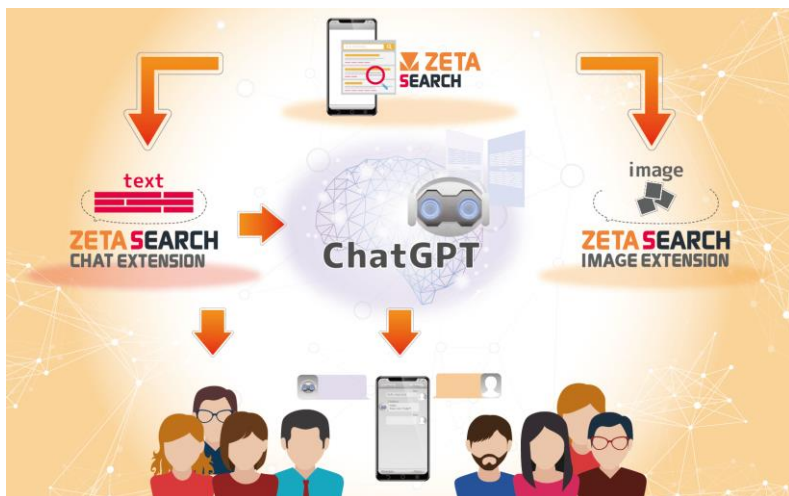


- 「ZETA SEARCH」連携、タグを設置するだけ
- 商品購入の動線を自動最適化し商品ページ創出
- カートイン率・CVR向上を図る

AIを活用した新サービスも投入

「ZETA SEARCH CHAT EXTENSION」 をアップグレード

2023年1月26日リリース



- OpenAI社の対話型AI「ChatGPT」に対応
- 機械的だったチャットボットとのやりとりが自然言語による対話へと進化
- より店頭接客に近いコミュニケーションを実現

「ZETA VOICEコンテンツチェック機能」 を提供開始

2023年3月22日リリース



- OpenAI社の対話型AI「ChatGPT」に対応
- 投稿内容を自動チェックし、誹謗中傷や違法表現など不適切な可能性のあるワードを判定
- 広告成果とサイトコンバージョンの最適化を両立

ZETA VOICE導入サイトの投稿数が900万件を突破

ECサイトでは消費者がクチコミやレビューなどを見て購買を決定することが多い

2023年3月15日
報道関係者各位



「ZETA VOICE」の導入サイトにおける クチコミおよびQ&Aの投稿数が900万件を突破

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、レビュー・口コミ・Q&A エンジン「ZETA VOICE」の導入サイトにおけるクチコミおよび Q&A の投稿数が 900 万件を突破したことをお知らせいたします。(2023 年 2 月)



EC の利用者層が拡大するとともに、商品やサービスの購入検討時にサイト内でクチコミやレビューを確認する消費者が増加しており、他のユーザーから発信された透明性や信頼性のあるレビューデータは重要な役割を担っています。

当社が提供するレビュー・口コミ・Q&A エンジン「ZETA VOICE」では平均して毎月 12 万件ほどの UGC が生成されており、その中のテキストから「ハッシュタグ」を抽出することも可能です。

- クチコミやレビューなど透明性や信頼性の高いUGC (User Generated Contents)は、ユーザーに安心して楽しいショッピング体験(CX)を提供することができる
- 「ZETA VOICE」の導入サイトでは、毎月12万件という多数のUGCが生成されており、累計で900万件を突破 (2023年2月)
- 「ZETA HASHTAG」によって、UGCから抽出したハッシュタグによって商品検索することで、消費者は出会いを、ECサイトはエンゲージメントを享受することができる

リテールメディア構築で業務提携

EC市場の拡大やクッキー規制が進むなか、ECサイトを広告などのメディアとしてとらえるリテールメディアが世界的に注目

- アマゾンやウォルマート等のECサイトがリテールメディア化、広告収入源などとして付加価値が米国で急拡大。日本でも同様の取り組みが活発化し始めた。
- ネット広告サービスでリスティングノウハウを持ち、「ZETA AD」や「デクワス.LISTING」を展開する当社は、国内のリテールメディアテックで先駆けている
- リテールメディア構築支援で国内トップクラスの実績を持つアドインテとの業務提携によって広範な領域をカバーし、顧客獲得や新サービス開発など共同で推進

2023年3月28日
報道関係者各位



株式会社アドインテとリテールメディア構築で業務提携

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、IoT と AI を活用し流通小売業・メーカー向け DX 支援、リテールメディア開発、運用を行う、株式会社アドインテ(京都府京都市、以下アドインテ)とリテールメディアにおける共同事業展開に向けて提携したことをお知らせいたします。



EC の拡大・3rd Party Cookie の規制が進む中において、新たなメディアとして世界的に急成長しているリテールメディアは、2024 年には US における広告費が 611 億 5000 万ドルに達する見込みであると予測されており、日本国内においても各企業の取り組みが活発化しています。

本日ジーニー社と業務提携を発表

国内外2万社以上のメディアに広告配信の最適化ソリューションを提供しているジーニー社の
リテールメディア向けプラットフォーム「GENIEE RMP」と「ZETA CXシリーズ」が連携

2023年5月15日
報道関係者各位



**ZETA と株式会社ジーニーにおいて、
これからのリテールメディア市場の開拓に向け業務提携**

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、企業の収益拡大・生産性向上などさまざまな課題解決につながるソリューションを提供する株式会社ジーニー(本社：東京都新宿区、以下ジーニー)とリテールメディアにおける共同事業展開に向けて、両者のソリューションを連携させるべく業務提携したことをお知らせいたします。



近年個人のプライバシー保護を目的として Cookie に関する法規制が進むとともに、従来のデジタルマーケティングの方法についても見直しが必要なタイミングとなっており、特にこれまで Cookie ありきで運用されてきたネット広告市場は今後衰退していくことが予想されます。

その一方で、国内のリテールメディア広告市場は 2026 年に 805 億円規模となることが予測される(※1)など急成長が期待されており、ZETA としてもリターゲティング広告に変わるビジネスとして「リテールメディア向け最適化ソリューション」を開発・提供することを計画しています。



リテール向けソリューションの業界の雄である ZETA 社とこのような提携ができて嬉しく思います。ZETA 社とは半年以上前からこの構想については議論してきましたが、リテール業界での知見や業界内の信頼の厚さは我々も日々学ばせて頂いています。今後、ZETA 社との連携で日本のお客様にとって最も使いやすく、最も費用対効果の高いプロダクトを創り、お客様の成功を両社で築き上げていきたいと思ひます。

リターゲティング広告の先行きが不透明な中で、最も開拓余地のあるネット広告のジャンルが、サイト内リスティング広告をはじめとするリテールメディアテック領域だと思ひます。サイト内リスティング広告の鍵となる EC 商品検索においては国内トップクラスのシェアをもつ「ZETA CX シリーズ」と、多彩な機能で国内トップを走るジーニーのリテールメディアシステムである「GENIEE RMP」の連携は、リテールメディアテックにおいて先行している欧米を追従する国内のリーディングソリューションとなり得ると思ひますので、大変楽しみです。



強みのサイエンスで競争優位を確保

ハッシュタグ活用エンジン「ZETA HASHTAG」の
提供技術において特許取得



2023年1月4日に特許登録(特許第7203398号)

- 検索の絞り込み条件からハッシュタグを自動的に生成して商品情報と紐づけし、SEO効果の高いウェブページを生成
- クッキー規制のなかで最適なデジタルマーケティング手法
- 今後も優位性を確保するため特許を積極的に取得

AI研究に特化した
サイジニアアドバンスド研究所を設立



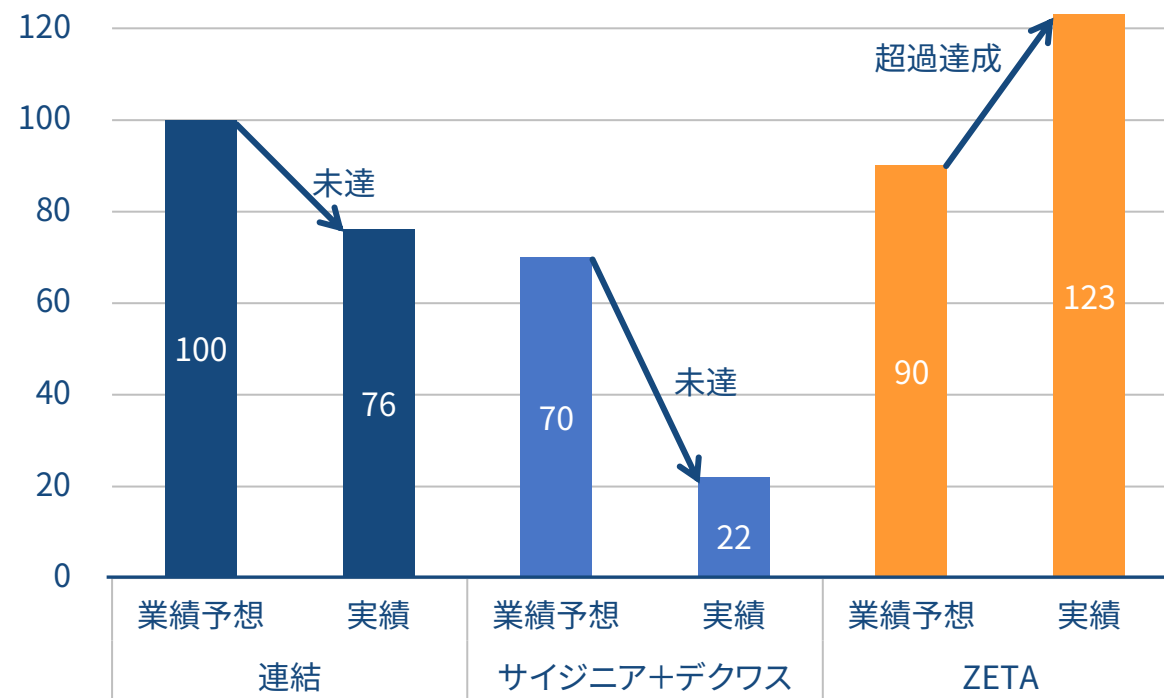
- グループのAI研究をさらに追求するため、研究所を設立 (Scigineer Advanced Research Institute「SARI」)
- 知的財産ビジネスの展開やAI研究に特化した人材の育成や獲得を強化する方針

3 2023年6月期業績予想

2023年6月期第3四半期累計営業利益の予実比較

CX改善サービスの好調もネット広告サービスの
苦戦により連結は業績未達

2023年6月期第3四半期業績の予実比較



単位:百万円

ポイント

EC市場やEC事業者の成長を背景に
ZETAは「ZETA CXシリーズ」が好調、
3Q累計営業利益が予想を上回って推移

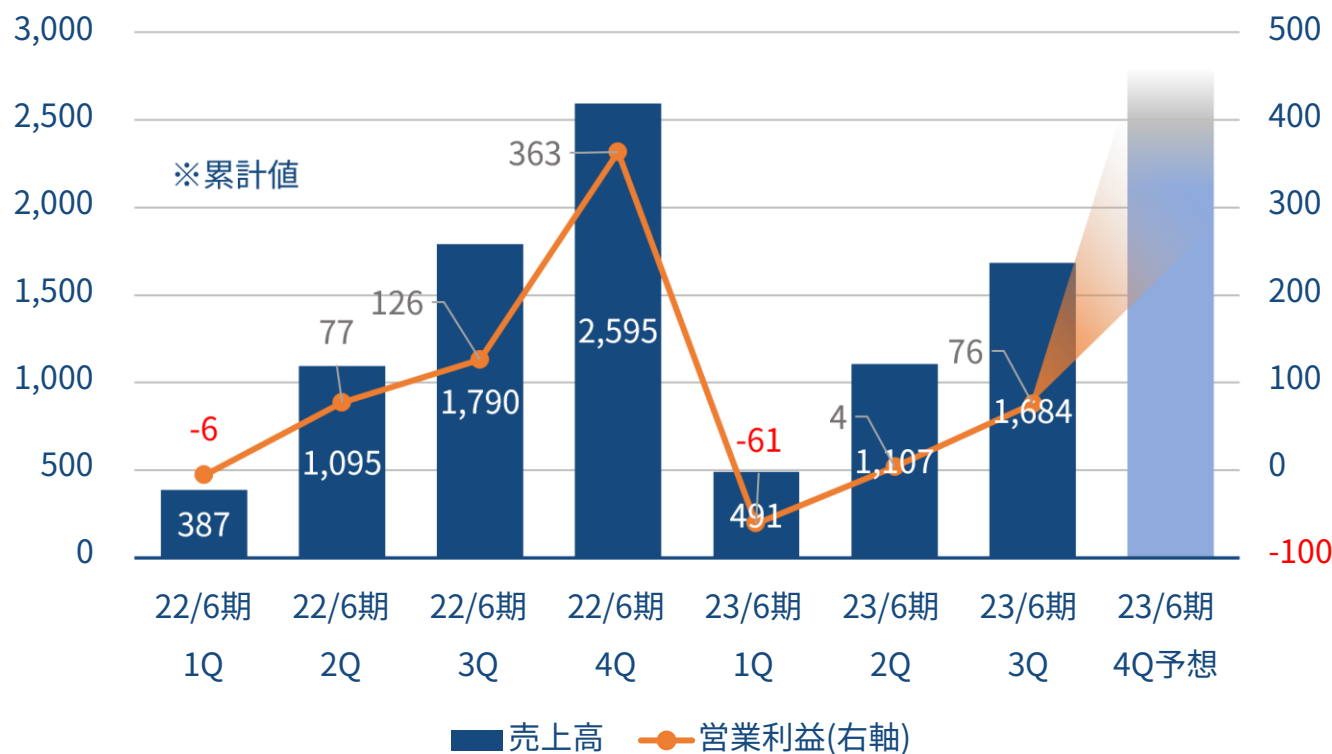
サイジニアとデクワスは
ネット広告の競争激化で苦戦、
3Q累計営業利益は予想を下回る

ZETA好調も、
サイジニアとデクワスの苦戦により
連結3Q累計営業利益も未達

通期業績はネット広告の苦戦とCX改善の好調のトレンド

ネット広告の苦戦とCX改善の好調背景に
ボラティリティ上昇

2023年6月期四半期別累積業績と着地見込み



単位:百万円

単位:百万円

ポイント

4Qは引き続きネット広告が苦戦見込みも
好調継続のCX改善は利益獲得期

ネット広告とCX改善の綱引きで
ボラティリティ上昇も
通期営業利益は期初予想に変更なし

ネット広告とCX改善の収益構造の
違いから、通期売上高の振れは
営業利益以上に大きくなる可能性

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	2.5	-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業績を加えて通期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

CX改善の好調を背景に
連結営業利益は増益を確保する見込み

非連結のZETA22/5期1Q業績を加えた
実質営業利益も30%超の大幅増益と
業績好調を継続する見込み

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

4 成長への構造改革へ着手

成長を加速させるべく構造改革の検討を開始

事業戦略

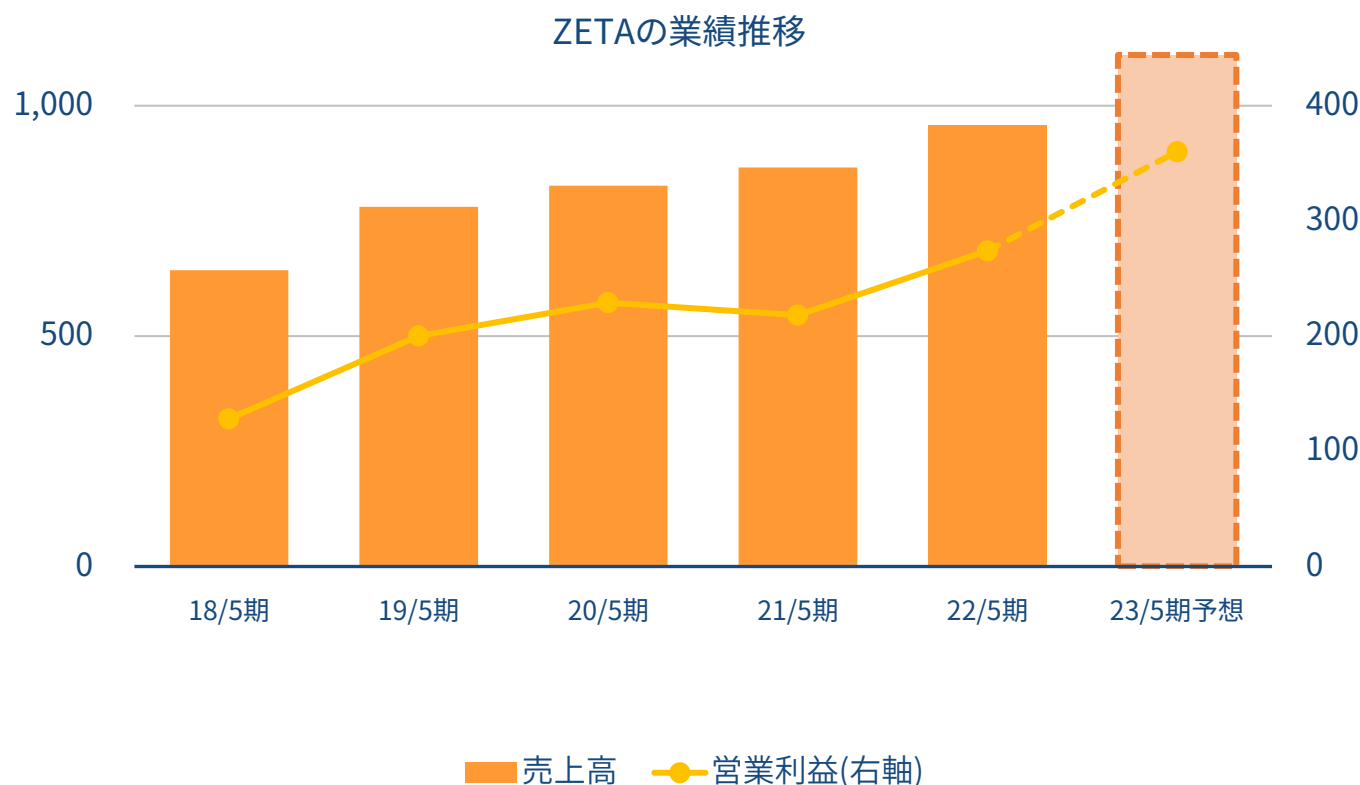
- 高収益構造のCX事業に集中
- 法人向けBtoB事業資産を活用したBtoC自社事業の展開
- AI等のさらなる活用および知的財産戦略の加速

企業構造

- サイジニアのホールディングス化の検討
- サイジニア本社をZETAと統合し、グループ連携強化および重複経費を節減
- M&A戦略の加速および海外展開を見据えIFRS適用の検討
- グループ連携およびIFRS導入を見据え決算期変更を検討
- 初の中期経営計画を策定中

構造改革を牽引するZETAの成長力

構造改革や中長期成長の原動力となる
ZETAの成長力



ポイント

環境変化の中でもEC市場は拡大、
EC事業者によるCX支援のニーズも
引き続き強い

リテールメディアやUGCビジネスなど
成長が期待されるポストクッキーの
分野で先駆けている

こうしたことを背景とする
CX改善サービス(ZETA)の成長力が
構造改革や中長期成長を牽引

単位:百万円

大きく変わるデジタルマーケティング市場環境

業界構造が一変する事象が発生

マーケティング予算の配置が変わる

その先の市場を押さえる

サードパーティー
クッキーの廃止



ネット広告市場に激震
特にリターゲティング広告に影響

一方、EC市場の伸長に伴い
デジタルマーケ予算は拡大



予算の配置先が
大きく変わっていく

ECサイトのリテールメディア化

リスティング広告

UGCの活用

ハッシュタグによる
マーケティング

ChatGPTの登場

生成系AIの
マーケティング活用

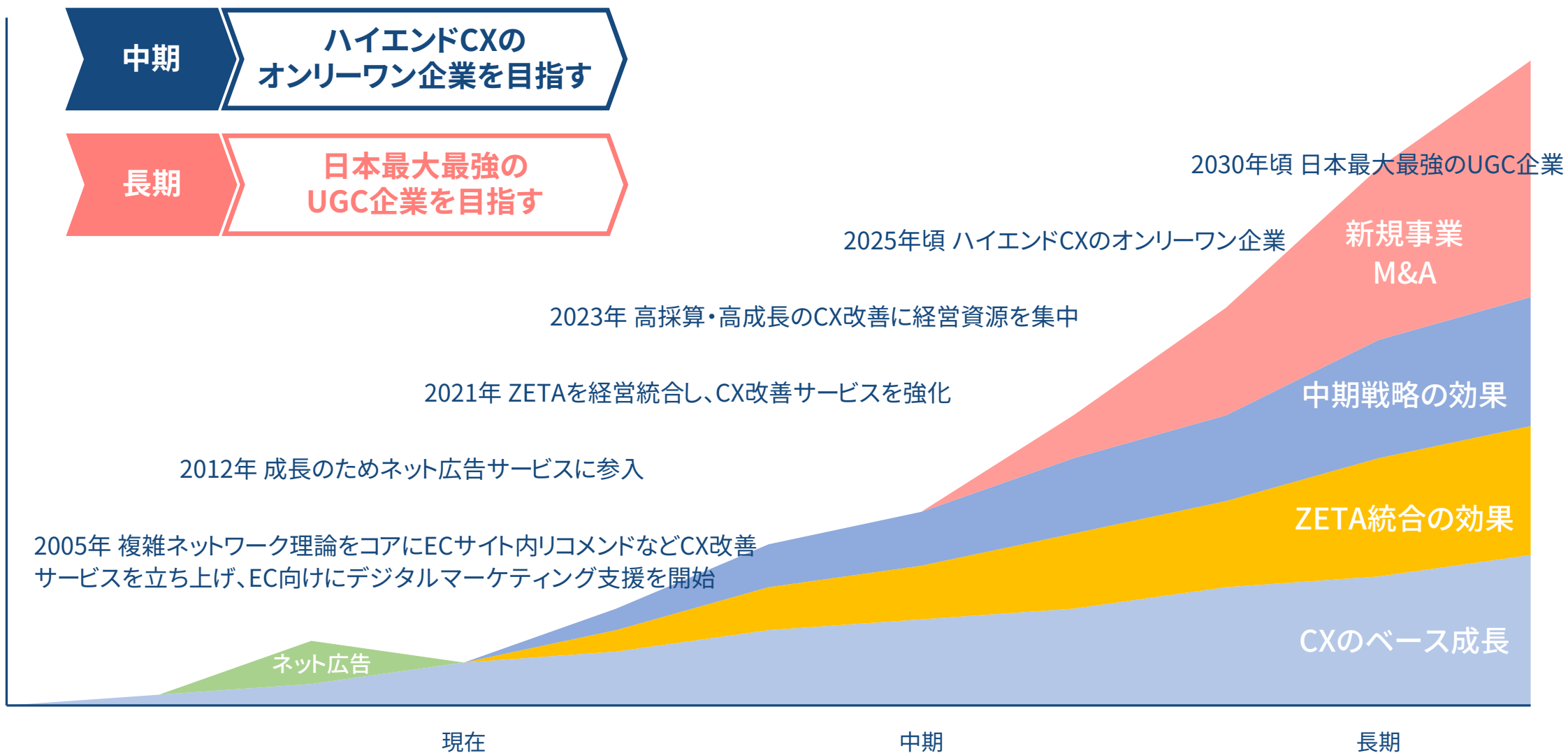
CX改善サービスにとって
大きな追い風に



市場環境変化を見据えた収益構造の転換を進めていく

市場環境の変化を乗り越え中長期成長へ

収益



5 株主還元

株主還元方針

当社は、2022年9月28日開催の当社第17期定時株主総会において、繰越利益剰余金の欠損を填補し、今後の経営環境の変化に応じた株主還元等の柔軟性及び機動的な資本政策を確保する事を目的に、効力発生日を2022年9月30日として、その他資本剰余金1,084,883千円を繰越利益剰余金に振り替える決議を行いました。

グループの事業構造はストック型重視へとシフトしつつあり、収益力および財務基盤は安定してきていることもあり、まずは2023年1月25日に開示いたしました通り、自己株式の取得について3月29日開催の臨時株主総会にて決議いたしました。

また自己株式の取得だけではなく、株主の皆様への利益還元として今後は配当に関しても実現に向けて検討及び取り組みを進めていきたいと考えております。

今後より一層の企業価値の向上および株主価値の向上に向けて取り組んでいく所存です。

自社株買い

ソフトバンクの売出す全株式を取得

- ソフトバンクによる売出しに伴い、その全株式を取得した
- 取得する株式の総数：1,261,726千株
(発行済株式総数に対する割合19.76%)
- 取得価額総額：996百万円(1株790円)
- 取得期間：2023年4月10日～4月30日
- 自己株の用途：消却やM&Aなど

株式指標の改善

EPS(1株あたり純利益)

39.4円 → 48.8円

※ 新数値は、自社株買い後、取得した自己株式を除いた期末株式数で計算

他社比較

コード	銘柄名	決算期	予想 営業利益 (百万円)	増益率 (%)	予想EPS (円)	株価 (円)	時価総額 (百万円)	特長
6031	サイジニア	6	370	1.9	39.4 (48.8 自社株買い後)	817 (自社株買い後)	5,217	消費系ECサイトの高度化・OMO支援
3655	ブレインパッド	6	1,100	-3.8	36.8	688	15,343	AI活用のデータ分析とデータ活用支援
4168	ヤプリ	12	24	-	1.2	784	9,919	ノーコードのアプリ開発・運用ソフト
7068	フィードフォースグループ	5	1,189	4.5	9.2	738	18,890	デジタルマーケティング支援
7072	インティメート・マージャー	9	108	15.0	21.8	1,893	6,221	DMP国内最大手。広告配信支援

※2023年4月28日現在。予想営業利益は会社計画。

中長期拡大が見込まれる消費者向けEC市場を事業ドメインとし、
今後も利益規模を拡大することで株主価値の最大化を目指す

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	65,980千円(2022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	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	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 (Yoshii Shinichiro)

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

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、保証していません。

