

2017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)

2017年2月24日

目次

1. 会社概要	P.3
2. 2017年6月期第2四半期 決算概要	P.7
3. 2017年6月期通期業績見込み	P.14
4. 今後の取組み	P.16
5. APPENDIX	P.19

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
 平成27年1月 「アイレコ」サービス開始
 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 iPhoneアプリ「PASHALY(パシャリィ)」をリリース

社長プロフィール

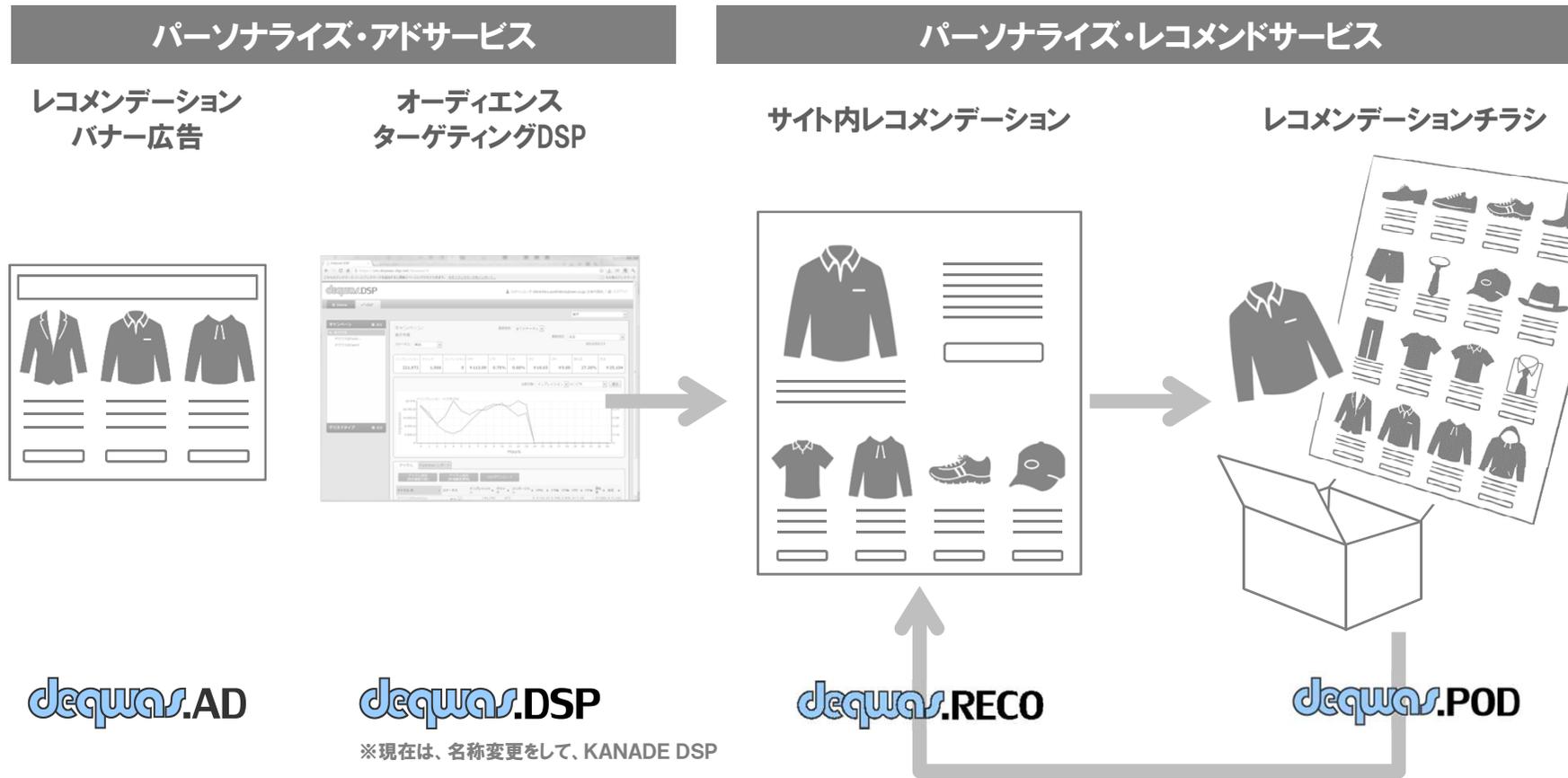
□ 吉井 伸一郎（よしい しんいちろう）

- 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&サービス株式会社(現・ソフトバンク株式会社)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



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月期第2四半期 決算概要

ハイライト

1. RECO・PODの新規受注不調

- 外部環境の変化
- 営業体制の強化の遅れ

2. 有形固定資産及び無形固定資産の減損

- 有形固定資産及び無形固定資産に係る減損損失(90百万円)を計上

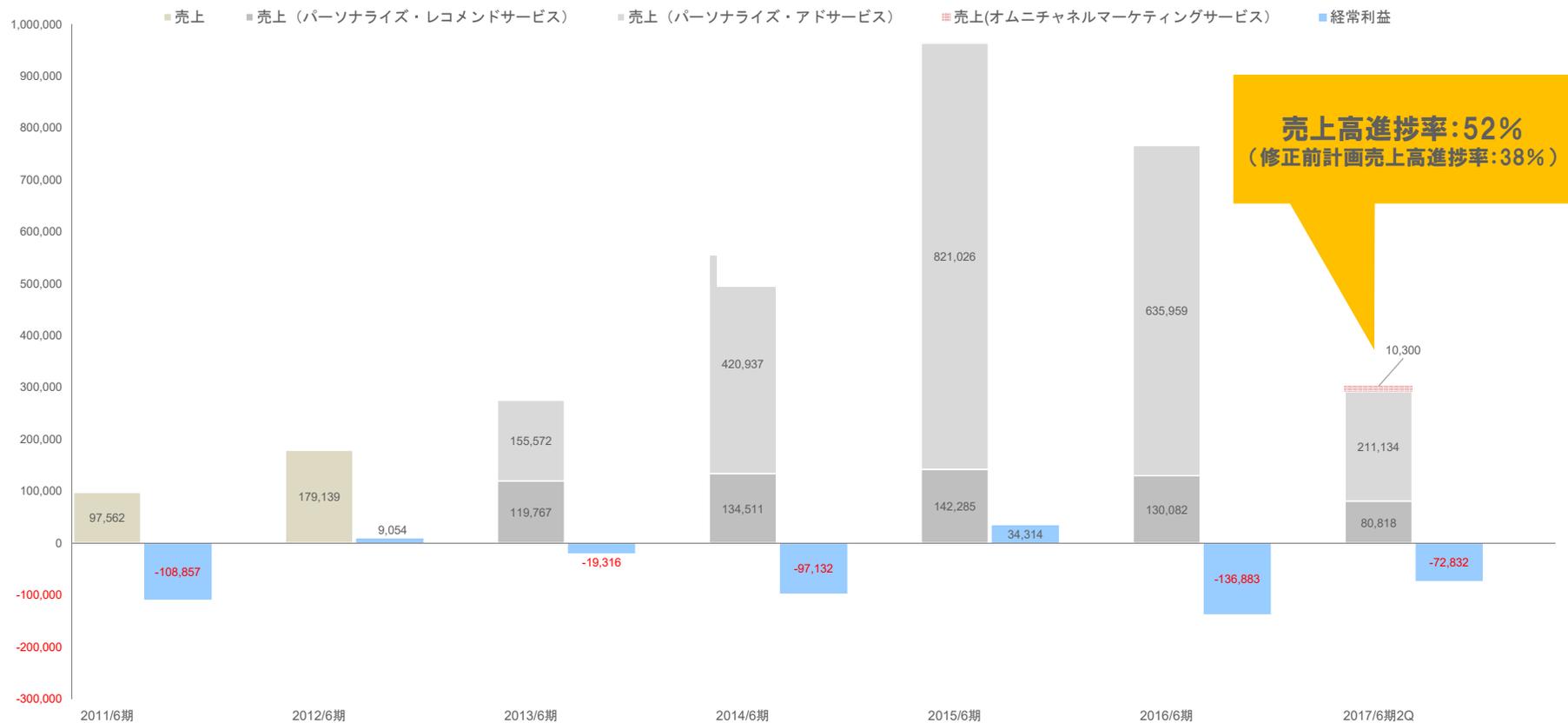
3. 人工知能への積極投資

- 「デクワス.CAMERA」や「PASHALY(パシャリィ)」の開発

業績推移

- 外部環境の変化:MAツール(マーケティング業務を簡素化・自動化するツール)との競争が本格化
- 営業体制の強化の遅れ:営業人員の採用の遅れに加え、外部企業を活用した販売体制構築の遅れ

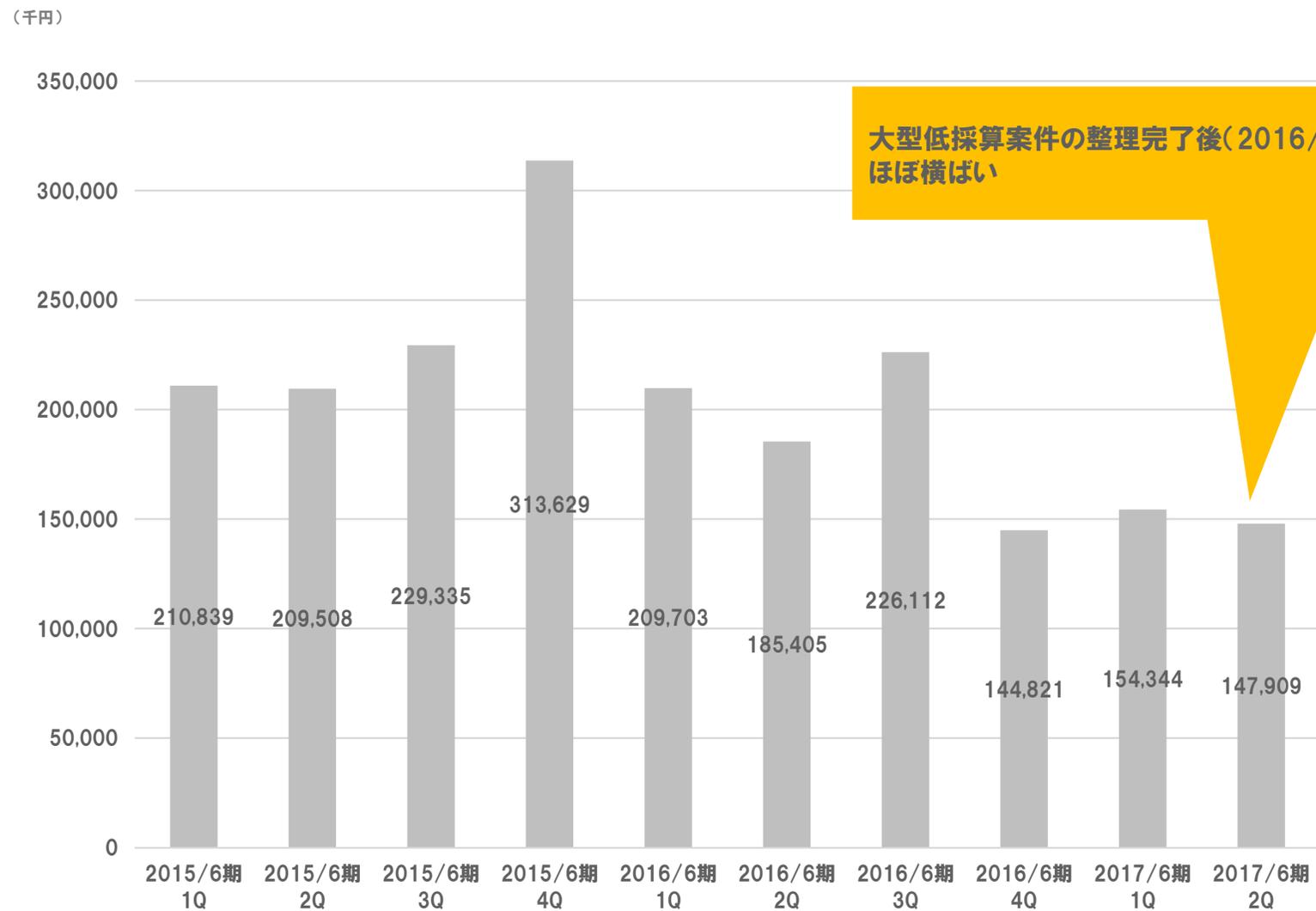
(千円)



売上高進捗率:52%
(修正前計画売上高進捗率:38%)

※2013/6期から、サービス区分別での売上表記
 ※2017/6期から、前事業年度までパーソナライズ・レコメンド サービス及びパーソナライズ・アドサービスに含まれておりましたオムニチャネルマーケティングサービスを、独立のサービス区分としております。
 ※2017/6期2Qは、四半期累計期間(6か月)の数値
 ※売上高には、消費税等は含まれておりません。

売上高推移



大型低採算案件の整理完了後(2016/6期 4Q)、
ほぼ横ばい

※四半期会計期間(3か月)の数値です。
※売上高には、消費税等は含まれておりません。

損益計算書

- 低採算案件の整理の成果により、前2Q比で粗利率は向上(22.7%→32.1%)。
- 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、販管費は微増
- 固定資産減損による特別損失計上

(単位:百万円)

	16.6 2Q実績	17.6 2Q実績	対前年同期 増減率	17.2.10公表 通期予想
売上高	395	302	▲23.5%	580
売上原価	304	205	▲32.6%	-
売上総利益	90	97	0.07%	-
販売費及び一般管理費	153	168	0.09%	-
営業利益	▲63	▲70	-	▲230
営業外収益	0.1	0.2	142.7%	-
営業外費用	0.8	2.2	179.5%	-
経常利益	▲63	▲72	-	▲230
当期純利益	▲65	▲162	-	▲320

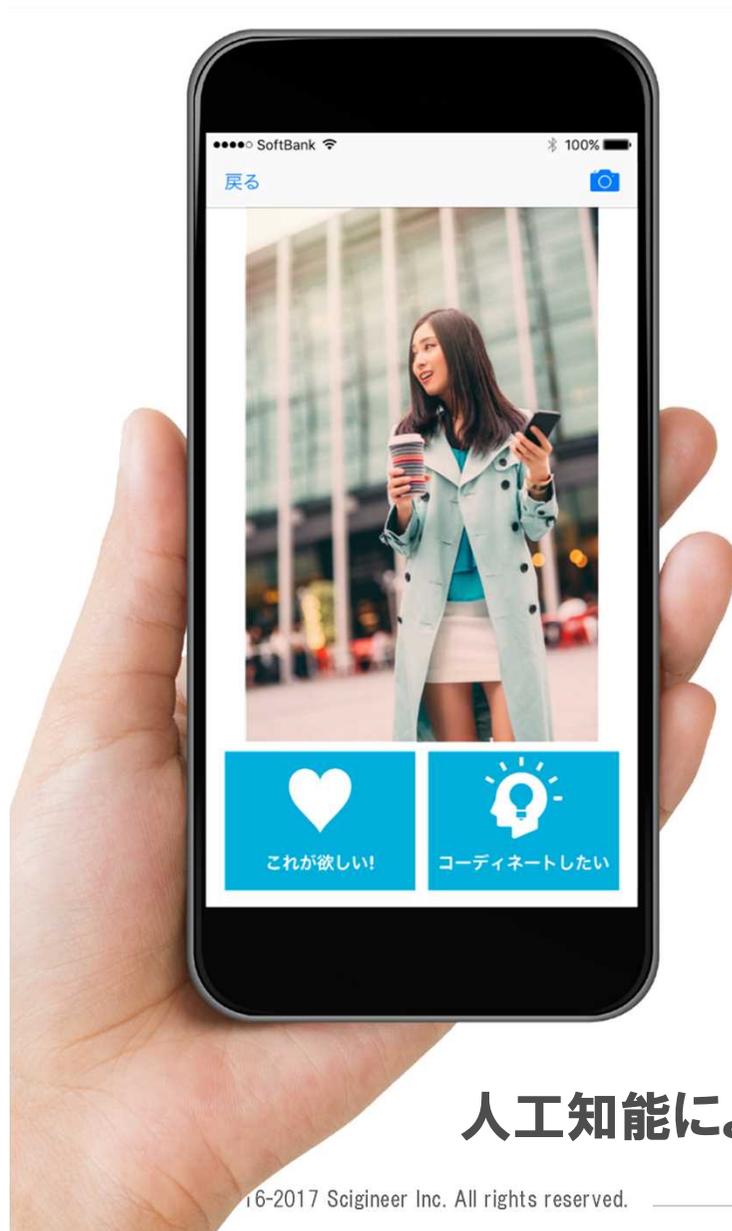
貸借対照表

- 固定資産：AD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(90百万円)。これにより、3Q以降の償却資産はゼロに。
- 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 2Q末	対前年同期 増減率
資産の部			
流動資産	874	797	▲8.8%
現金及び預金	790	722	▲8.5%
固定資産	105	19	▲81.8%
資産合計	980	816	▲16.7%
負債の部			
流動負債	84	72	▲13.8%
固定負債	8	6	▲25.5%
負債合計	92	78	▲14.8%
純資産の部			
株主資本	886	733	▲17.2%
純資産合計	887	737	▲16.9%

デクワス.CAMERAの開発



検索では探せないものにでくわす体験を提供

「あのモデルさんが着てる服いいな」

「この雑誌に載ってる洋服かわいいな」

「このスカートに合うトップスがほしいな」

…でも、どこで買えるか分からない、
何が似合うか分からない



この悩みを **dequas.CAMERA** が解決

人工知能による画像解析で新しいショッピング体験を一

3. 2017年6月期通期業績見込み

2017年6月期通期業績見込み

□ 2017年6月期下期は、ビジネスモデルの転換期(内容については後述)と位置づけ、来期以降の収益改善につなげる期

- ① 既存プロダクトの販売は維持しつつも、ソリューションビジネスモデルへ移行するための体制整備
- ② 人工知能への積極投資を継続し、「デクワス.CAMERA」や「PASHALY(パシャリィ)」の早期収益化を目指す

(単位:百万円)

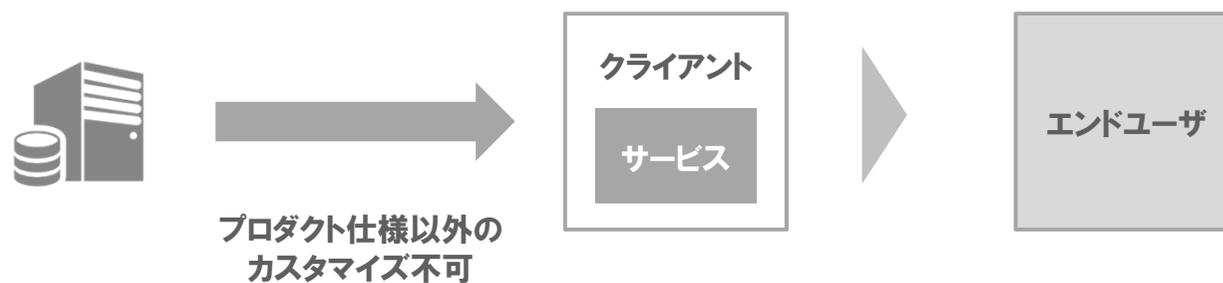
	16.6 通期実績	16.8.12公表 通期予想	17.2.10公表 修正通期予想	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	766	780	580	▲186	▲24.3%
売上原価	598	-	-	-	-
売上総利益	167	-	-	-	-
販売費及び一般管理費	302	-	-	-	-
営業利益	▲134	▲50	▲230	▲95	-
営業外収益	0.2	-	-	-	-
営業外費用	2	-	-	-	-
経常利益	▲136	▲50	▲230	▲93	-
当期純利益	▲149	▲51	▲320	▲171	-

4. 今後の取組み

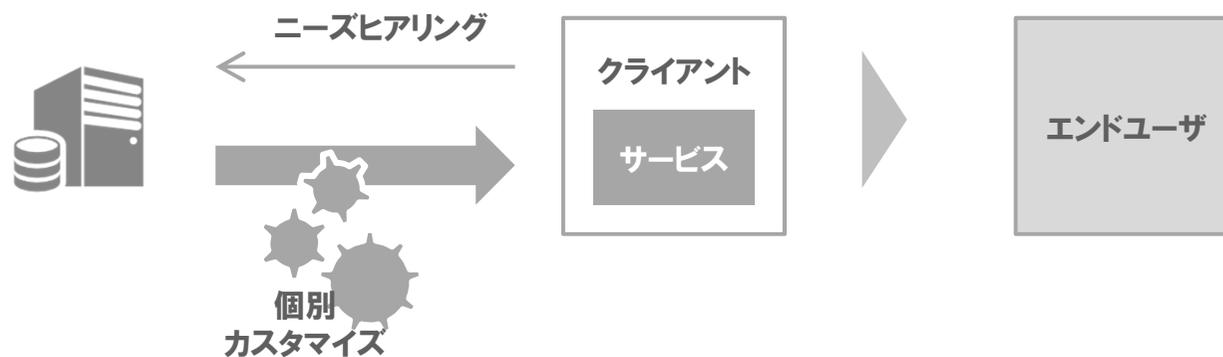
ビジネスモデルの転換

「モノ売り」から「コト売り」への転換を図り、競争激化した市場における消耗戦を避ける

プロダクトビジネス(モノ売り)



ソリューションビジネス(コト売り)



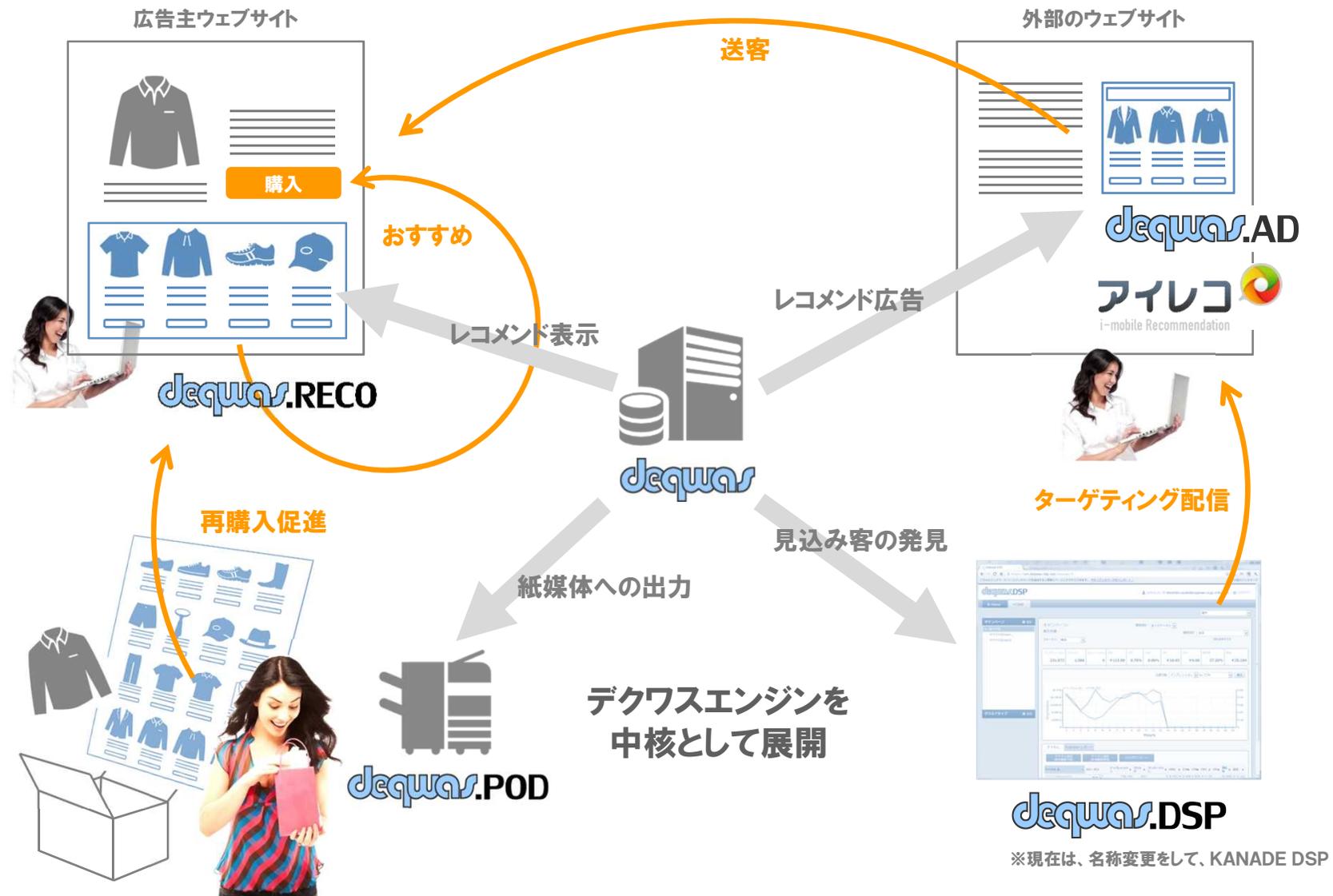
ビジュアルコマースへの取り組み



5. APPENDIX

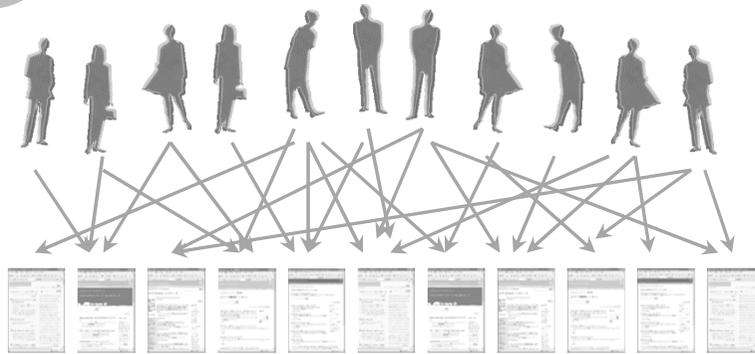
各デクワスサービスの概要

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

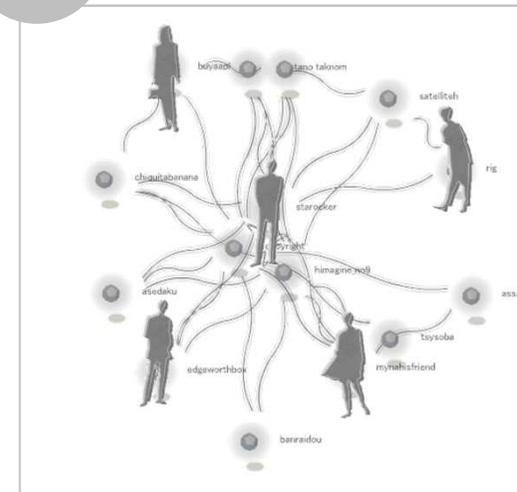


複雑ネットワーク理論を応用したビッグデータ解析技術

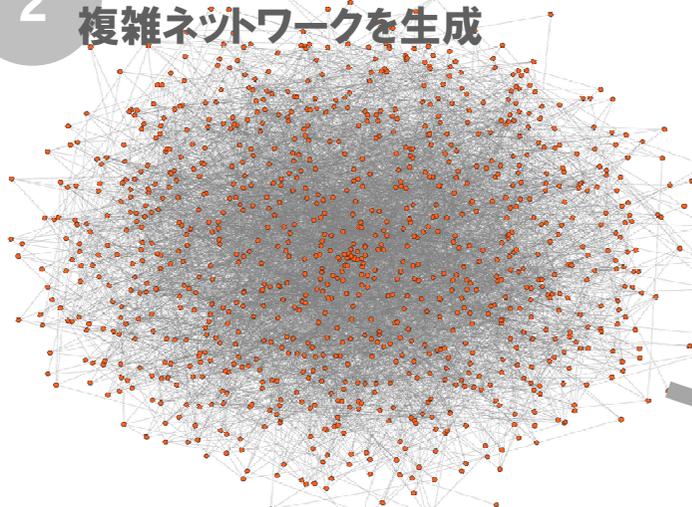
1 ユーザの様々な行動履歴を観測



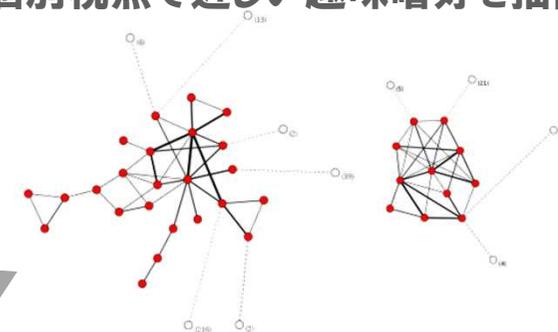
4 嗜好にフィットする商品をおすすめ



2 ユーザの行動履歴から 複雑ネットワークを生成



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

9件

月間で解析しているデータサイズ

- 解析技術のスケールビリティ
- 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

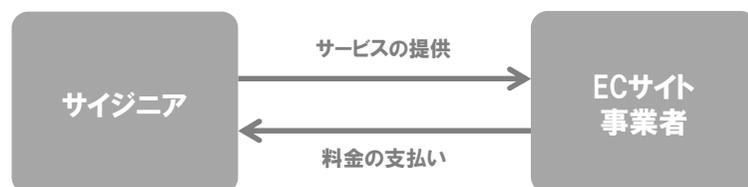
デクワス.RECO

- 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

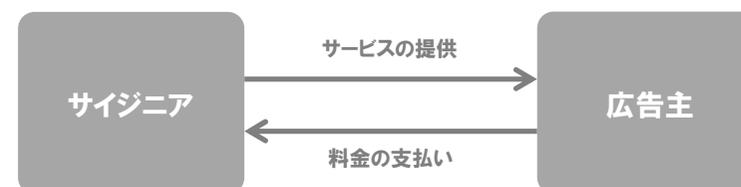
- おすすめ機能をECだけでなくリアルの世界でも実現
- 購入した商品と一緒におすすめ商品をパーソナライズして印刷するサービス
- 商品到着の嬉しい瞬間に接触できるため高い確率でECサイトへの誘導と再購入を促すことができる

※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



収益モデル

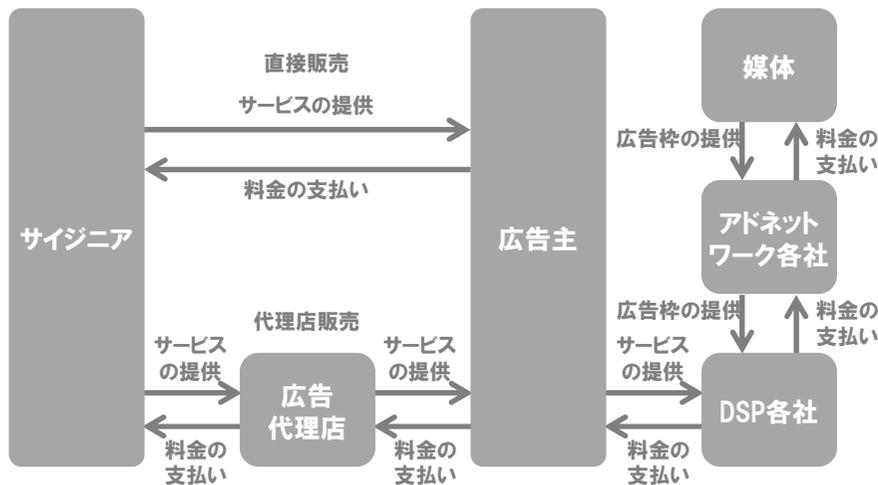
- 初期費用
- 継続費用
 - 従量課金
 - 固定報酬
 - 成果報酬

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

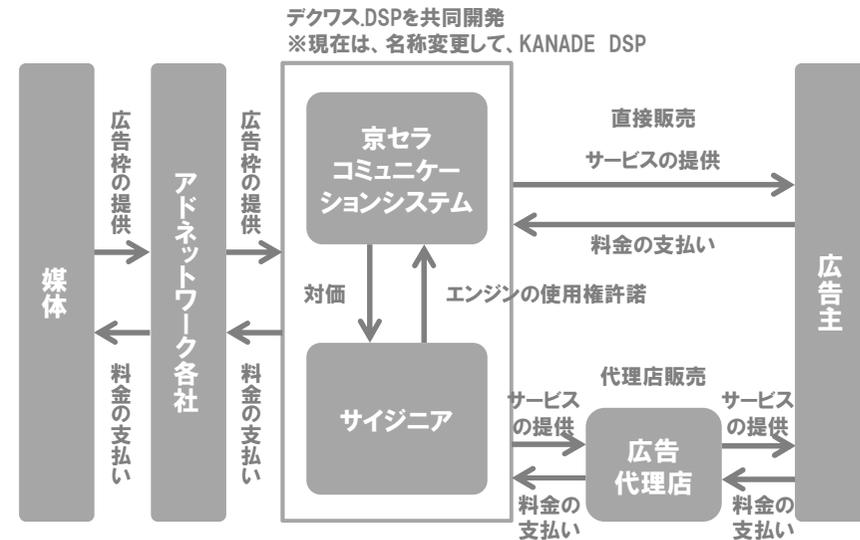


収益モデル

- 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



※DSPとは「Demand Side Platform」の略

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

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。

scigineer
science and engineering