

2024年6月期第1四半期 決算説明資料

2023年11月13日

サイジニア株式会社

証券コード:6031



目次

サマリー

1. 2024年6月期第1四半期業績
2. ZETAの第1四半期業績
3. 2024年6月期通期業績予想
4. 参考資料



エグゼクティブ・サマリー

1

第1四半期は計画を超過達成、事業売却により前期比では減収しつつも業績は順調に進捗

2

ZETA CXシリーズが好調継続、契約数・単価ともに増加

3

リテールメディア広告事業を開始、ポストクッキー時代のリーディングカンパニーを目指す

4

第2四半期以降は新サービスからの収益増も期待、中期経営計画を達成すべく順調なスタート

目次

サマリー

- 1. 2024年6月期第1四半期業績**
2. ZETAの第1四半期業績
3. 2024年6月期通期業績予想
4. 参考資料



第1四半期は計画を上回る順調な着地

単位:百万円

	24/6期1Q 実績	23/6期1Q 実績	前期比 (%)	24/6期1Q 期初計画	計画比
売上高	209	491	-57.4	173	36
営業利益	-98	-61	—	-139	40
経常利益	-100	-63	—	-143	42
当期純利益	-91	-40	—	-145	53

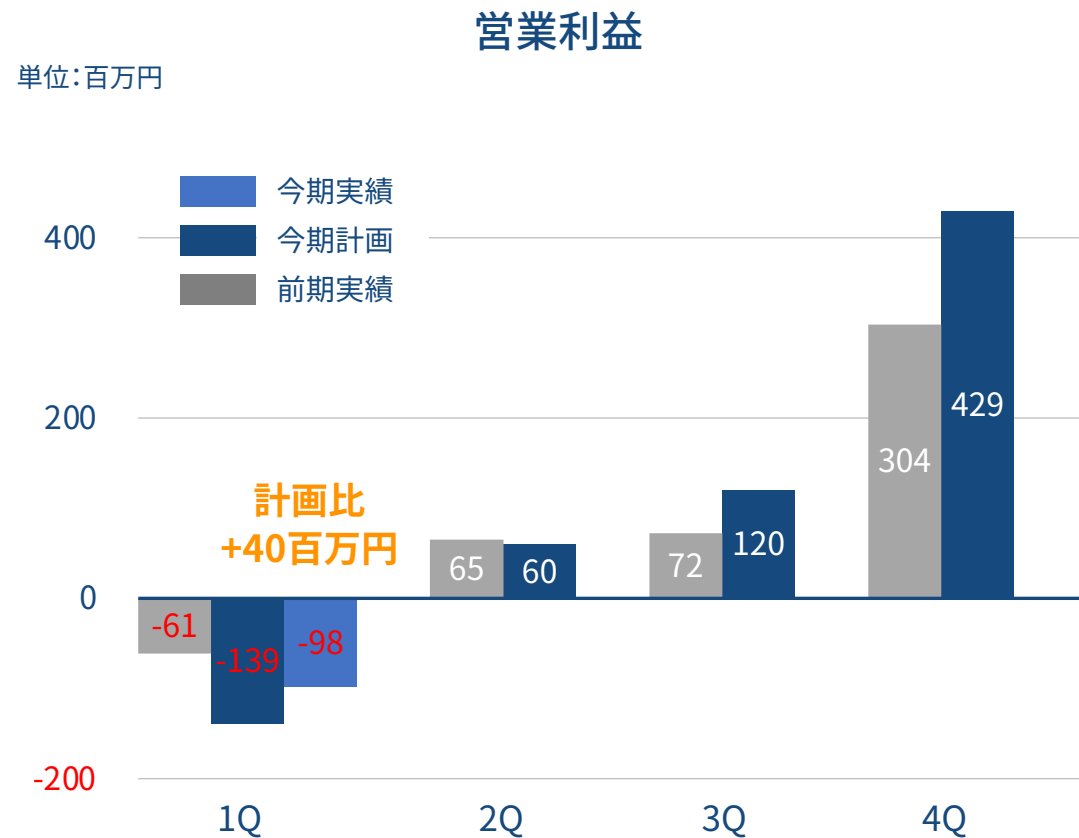
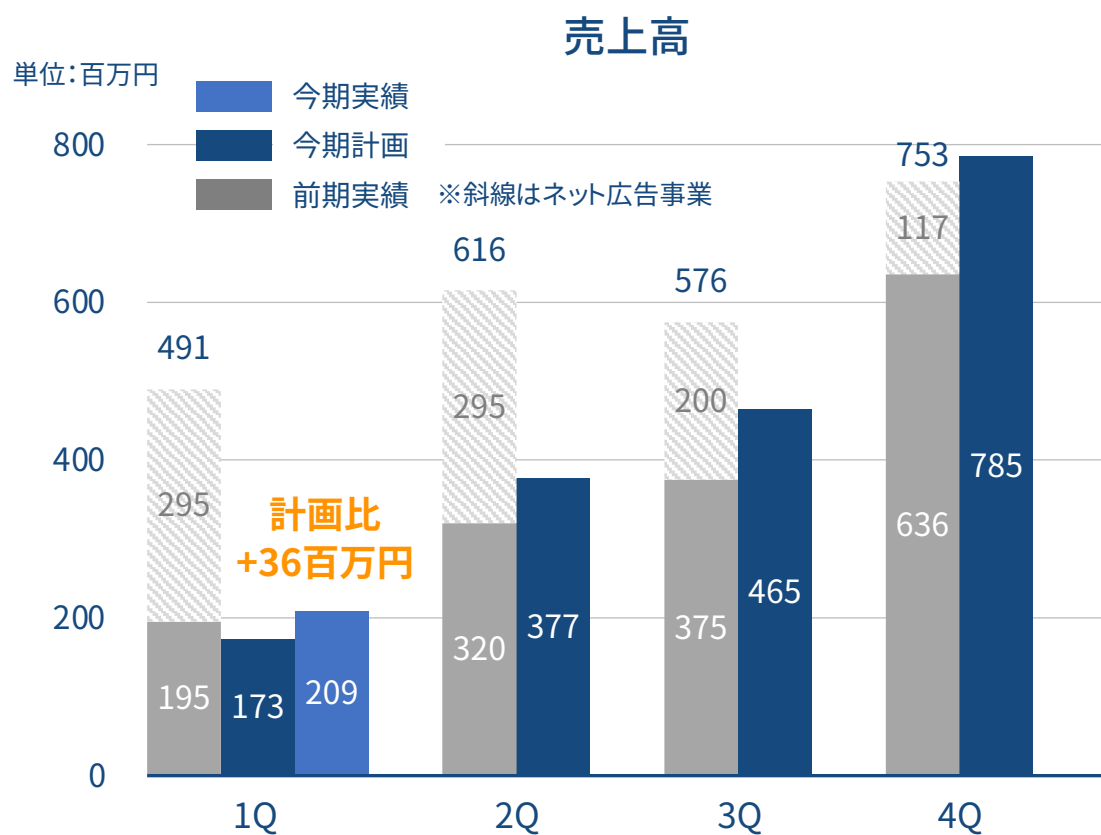
計画比
超過達成

- 売上、利益ともZETA CXシリーズおよび既存製品が想定以上に好調
- 新サービスの収益寄与も始まる

前年同期比
減収・赤払

- 前期のネット広告事業売却により減収（前年同期のネット広告売上高は295百万円）
- CX改善は7.1%増収と順調に業績拡大
- 赤払は計画通り。ZETAは、每期1Qがコスト先行する企業体質のため。

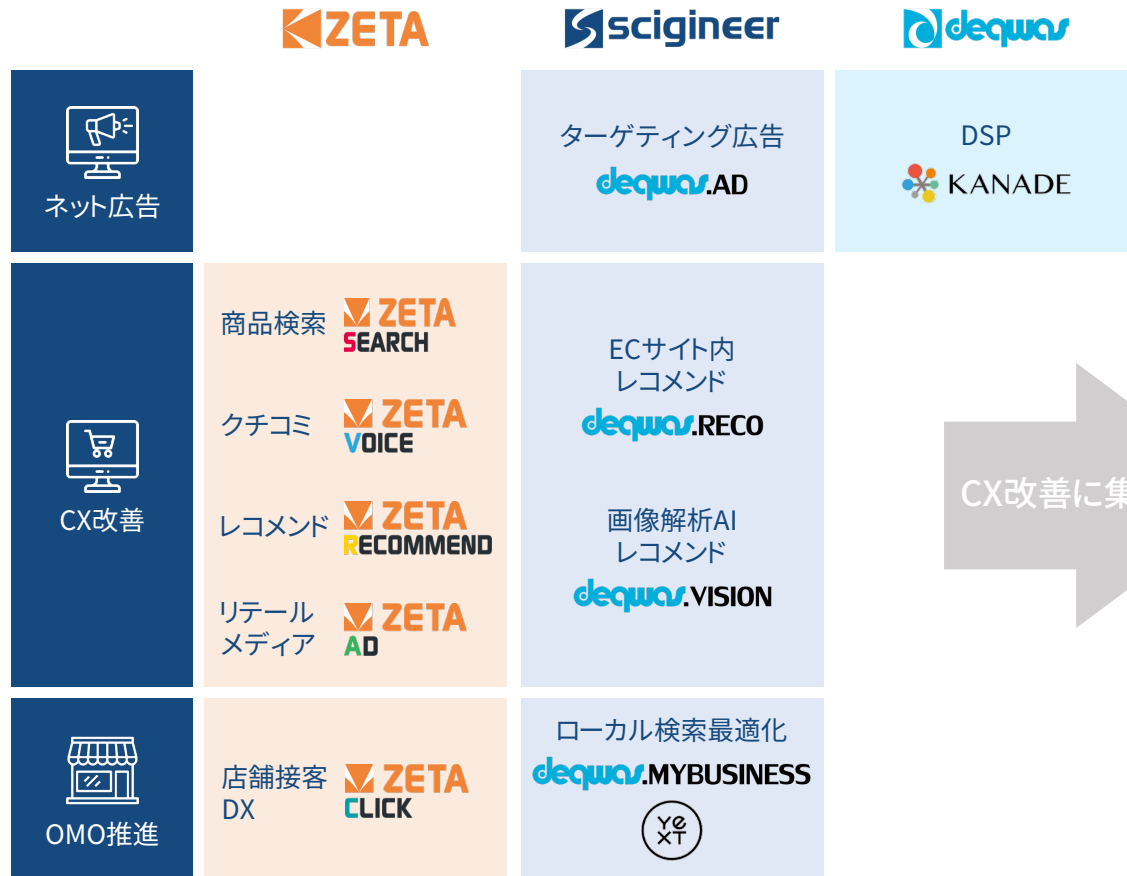
実質増収、売上・利益ともに計画値を上回る



- CX改善事業の伸びが堅調で、今期1Qは売上高で36百万円、営業利益で40百万円、計画値を上回る
- 前期1Q実績比で売上・利益が下回っているのは、前期末に売上高の大きなネット広告事業を売却したため

構造改革完了でCX改善に経営資源を集中

2021年8月 (ZETA統合)



CX改善に集中

2023年7月 (ネット広告売却してCX改善に集中)



収益体制の強化

2022年
6月期

- ZETAを経営統合、のれん償却

2023年
6月期

- 期末にネット広告事業を売却
(当期のネット広告売上高295百万円)

2024年
6月期

- CX改善中心へと収益体制強化
- リテールメディアなど新領域の売上

損益計算書

単位:百万円

	23/6期1Q	24/6期1Q
売上高	491	209
売上総利益	159	120
販売費及び一般管理費	220	218
営業利益(損失)	-61	-98
営業外損益	-2	-2
経常利益(損失)	-63	-100
特別損益	0	-7
税引前当期純利益(損失)	-63	-108
法人税等	-22	-17
当期純利益(損失)	-40	-91

貸借対照表

単位:百万円

	23/6期(2023年6月30日)	24/6期1Q(2023年9月30日)
流動資産	1,828	1,496
現預計	1,166	1,190
固定資産	751	735
のれん	4	4
顧客関連資産	635	616
資産合計	2,595	2,245
流動負債	730	586
固定負債	1,063	973
負債合計	1,794	1,560
純資産合計	801	685
負債純資産合計	2,595	2,245

目次

サマリー

1. 2024年6月期第1四半期業績
- 2. ZETAの第1四半期業績**
3. 2024年6月期通期業績予想
4. 参考資料



ZETAの好調が連結業績をけん引

単位:百万円

	24/5期1Q 実績	23/5期1Q 実績	前期比 (%)	24/5期1Q 期初計画	計画比
売上高	175	140	25.2	150	25
営業利益	-33	-38	—	-71	37
経常利益	-31	-40	—	-71	39
当期純利益	-16	-44	—	-71	54

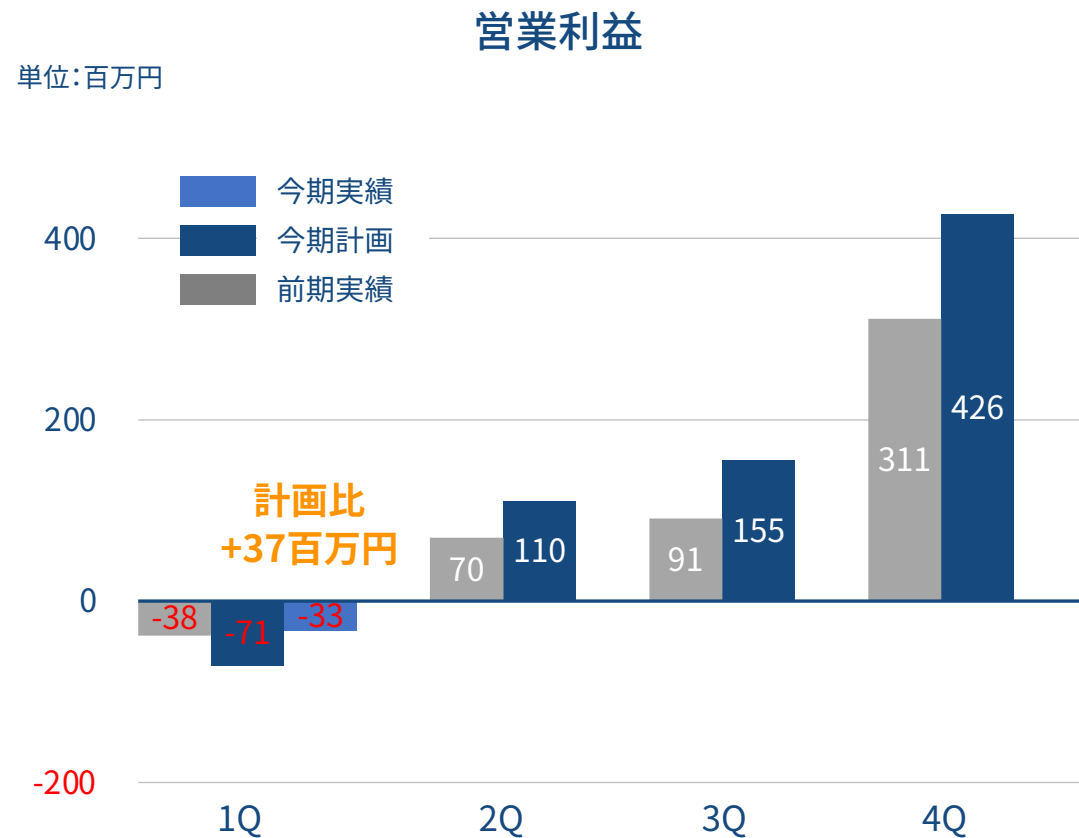
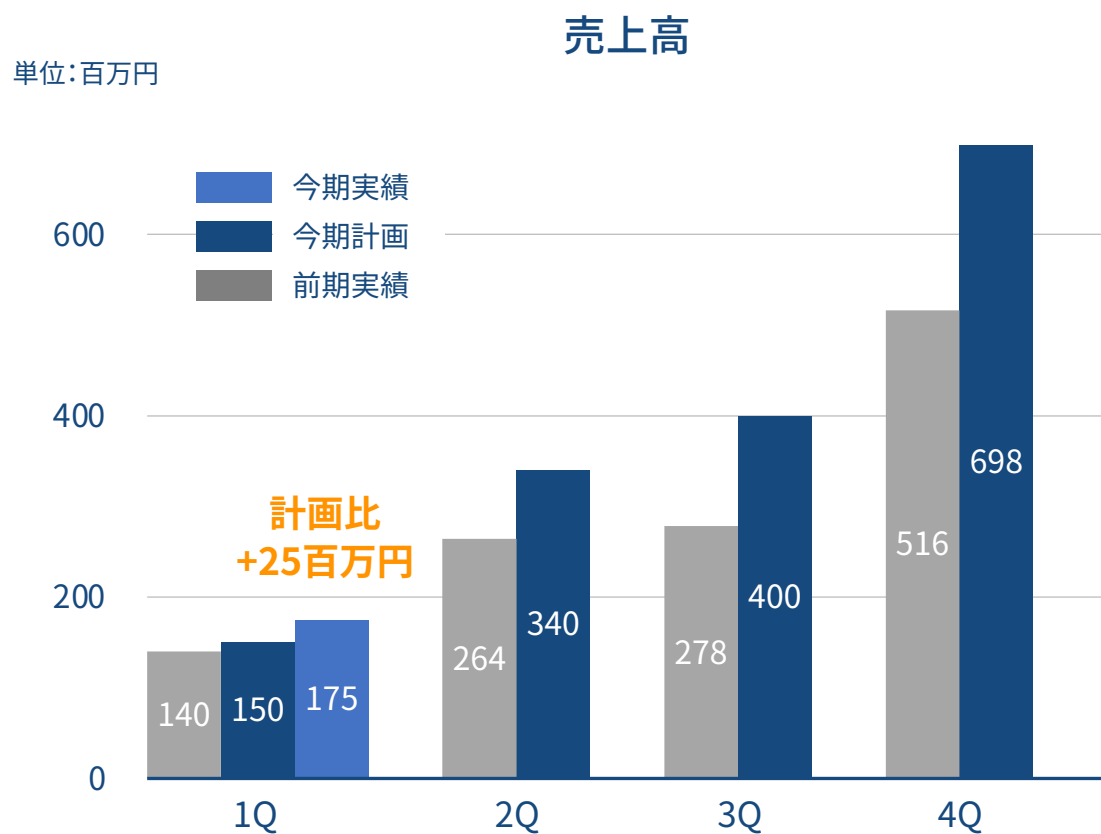
計画比
超過達成

- 既存製品の好調および新製品投入でZETA CXシリーズの活性化により

前年同期比
増収・増益

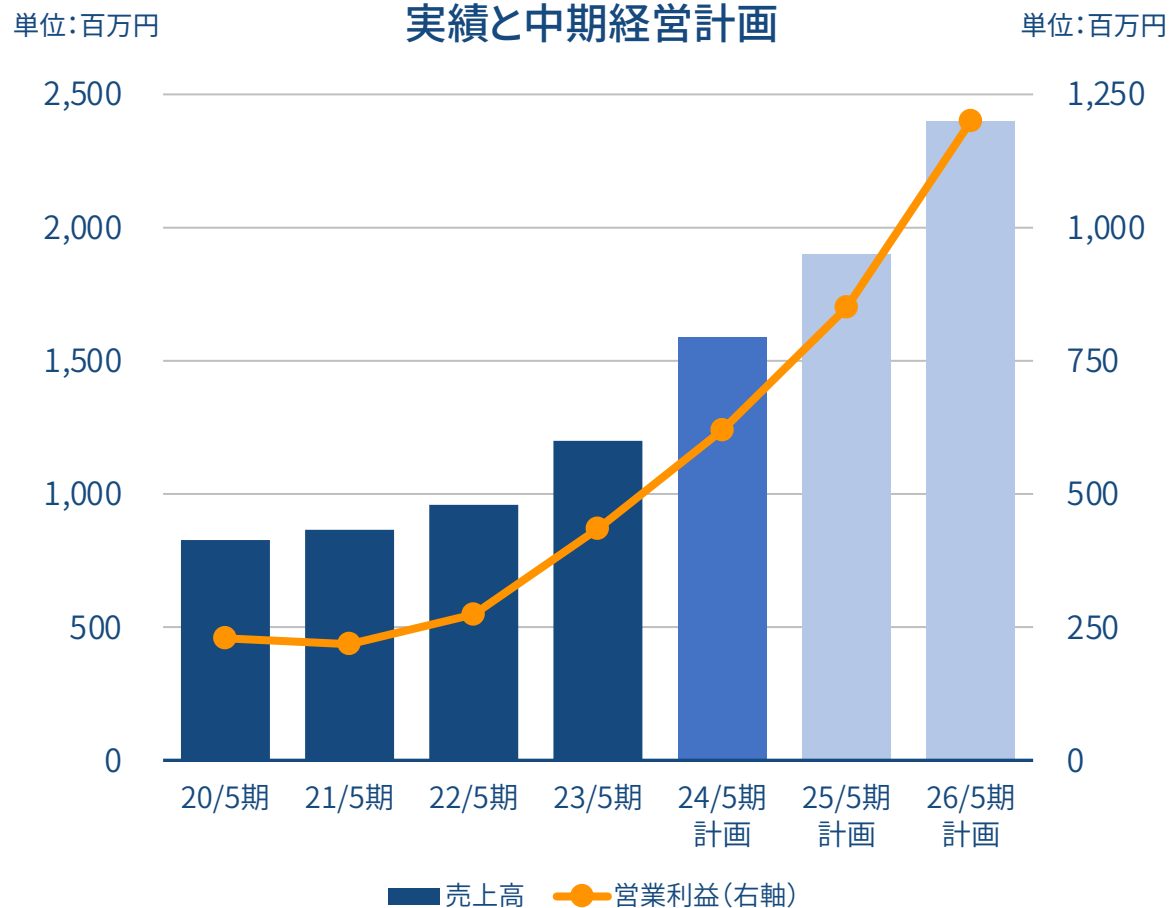
- ZETA CXシリーズの既存製品が好調および新製品投入による売上増
- 費用先行期であるため計画通りの赤字であるが増益を確保

実質増収、売上・利益ともに計画値を上回る



- ZETAの1Qは、每期、コスト先行で赤字になる傾向
- それでも増収増益を実現、計画値を超過達成し、連結業績をけん引

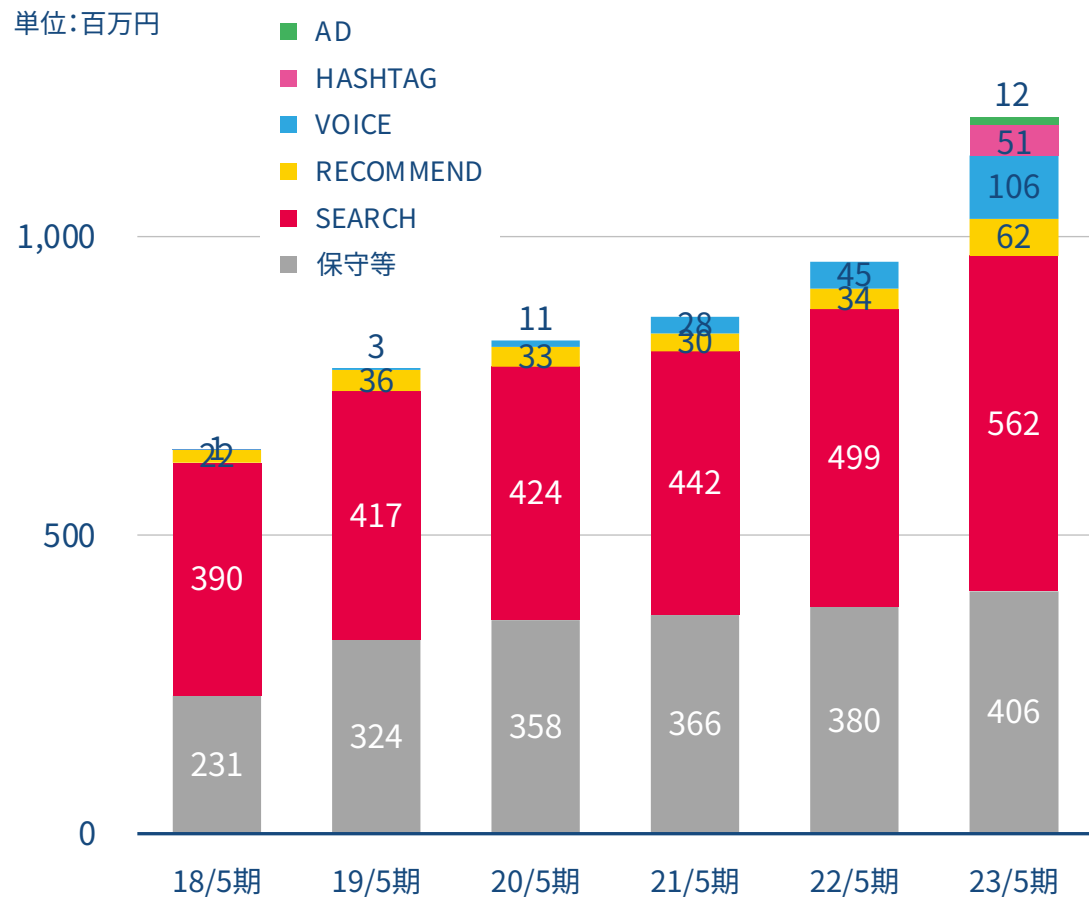
ZETAの成長加速が徐々に明確化

ZETA長期業績推移
実績と中期経営計画

ZETAの成長加速要因

- アパレルを中心に自社ECを強化する動きが加速
- ハイエンド指向の有力EC事業者が増加
- 構造改革でストック型高収益のZETAに資源を集中する体制が整った
- 既存製品の継続的増加に新製品が積み重なるミルフィーユ型収益構造
- 新領域リテールメディアの売上が立ち上がる

ZETA CXシリーズ各製品が順調に拡大

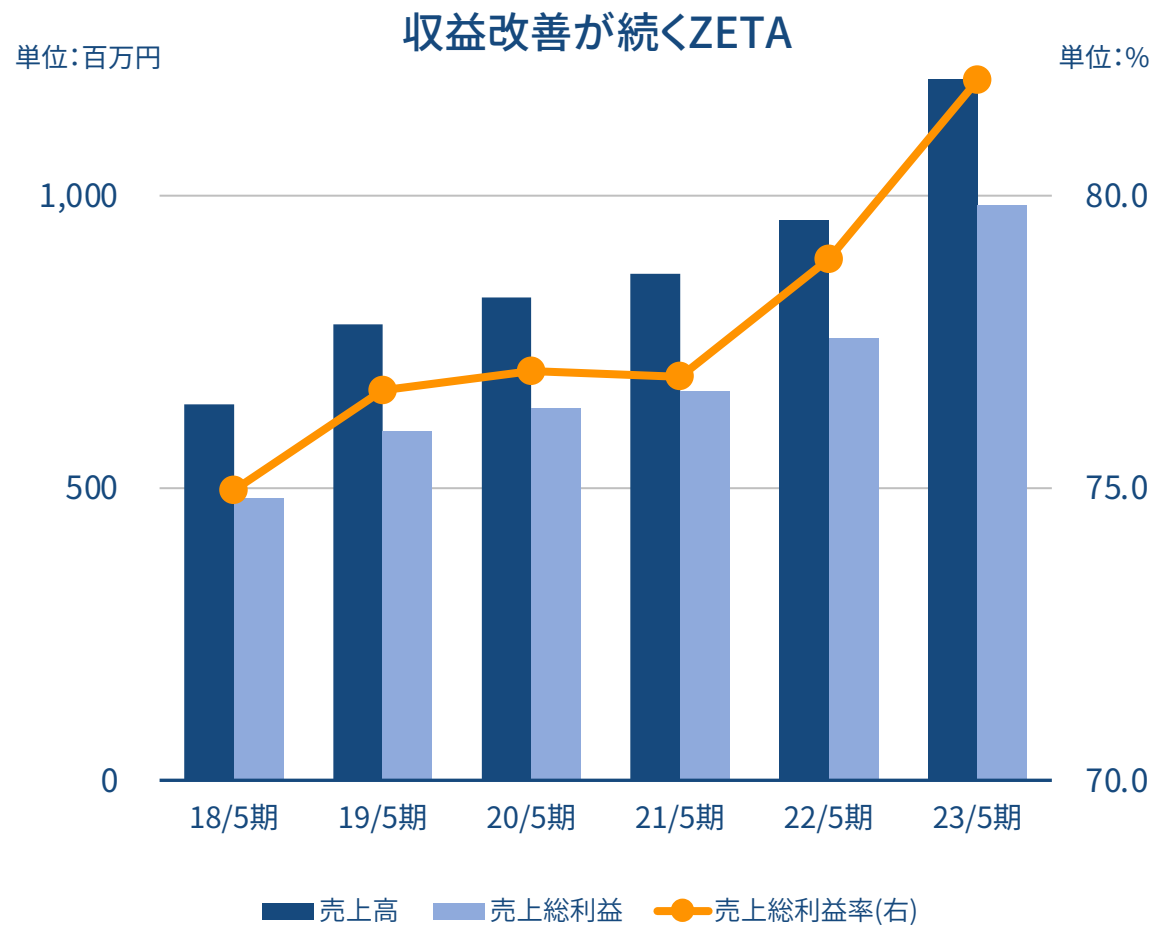
既存製品が
堅実に増加

- 主軸のZETA SEARCHが堅実に拡大
- 製品・保守ともに毎期売上高を積上げ

新規製品が
成長をけん引

- ZETA CXの新製品が伸びを加速
- 特にVOICEとHASHTAGの伸びが顕著
- リテールメディア広告ZETA ADも提供開始

高収益を維持しつつ採算改善を進める



高収益

- 自社開発製品でストック型収益のため高収益なビジネスモデル

採算改善

- 自社開発で変動費が少ないため売上が増えるほど利益率が上がる

ハイエンド志向の高まりでターゲット拡大

EC市場の成長で、ハイエンドクラス企業が
足元のEC市場成長率以上に増加

仮にEC市場が10%拡大すれば
ターゲット顧客は倍に拡大する

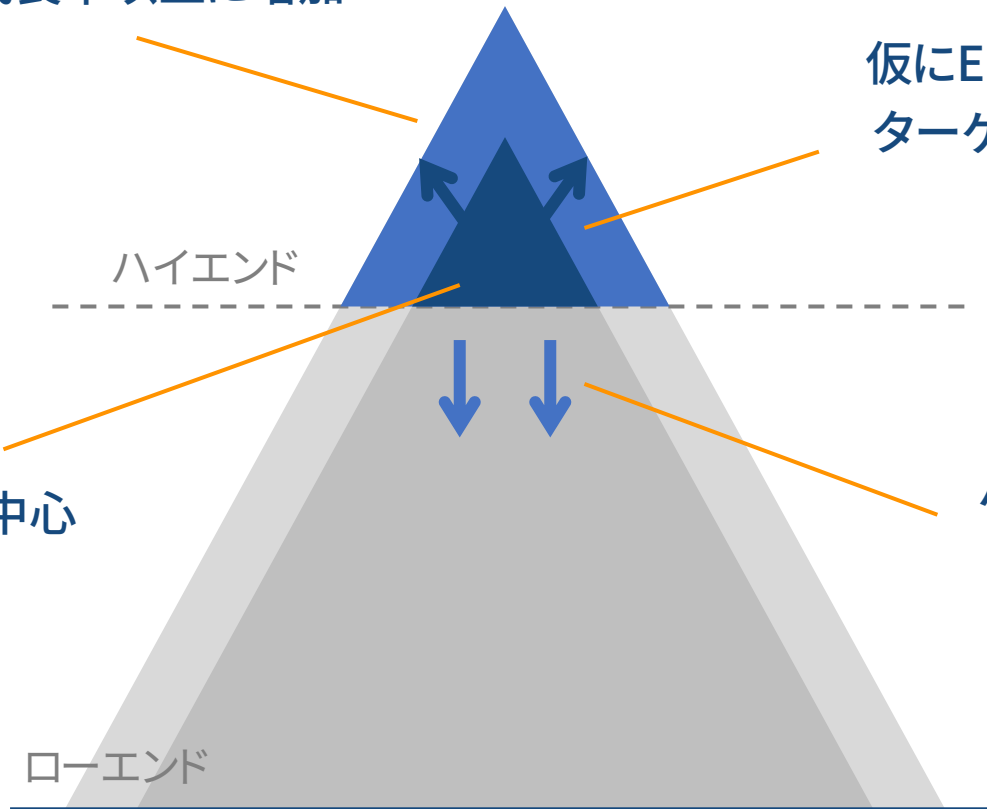
ハイエンド

ZETA CXシリーズの
ターゲット顧客はハイエンド中心

ハイエンドからミドルエンドへも
クロスセルしやすい製品戦略

ローエンド

EC市場規模



クロスセル戦略で顧客単価上昇



クロスセル戦略

- 各製品はそれぞれ他の製品を補完し、強化する役割も持っている
- 大規模クライアントほど豊富な機能による相乗効果が大きくなる
- 検索から商品レビューやハッシュタグへと横展開する企業が増加
- 複数サービスの導入することで取引金額の拡大とともに解約率の低下につながる

有力クライアントが増加中



BAYCREW'S
STORE



A D A S T R I A
Play fashion!

USAGI ONLINE

BAROQUE JAPAN LIMITED

洋服の青山

SHOPLIST.com
by CROOZ

GUNZE

ベルーナ

THE SUIT COMPANY

watashi+
by shiseido

DECENCIA



JRE MALL

SEIBU
SOGO

Japanet

SHOP
CHANNEL

Shaddy

HANDS



pal*system

ANAX



DNP



DESCENTE

AlpenGroup



GDO



BOOK・OFF Online

HMV&BOOKS
- online -

Panasonic

EC CURRENT

XPRICE

YAMADA

PLUS

Biznet
SOLUTIONS

TENPos

エトリ安室.com

リテールメディア広告エンジン「ZETA AD」

2023年8月2日

報道関係者各位



リテールメディア広告エンジン「ZETA AD」の新機能としてハッシュタグに対応
～広告×ハッシュタグの相乗効果でより高いPR効果が期待～

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、リテールメディア広告エンジン「ZETA AD」の新たなメニューとしてハッシュタグ連動広告機能をリリースしたことをお知らせいたします。



近年米国を中心に日本国内でも注目を集めている「リテールメディア」ですが、ECの拡大・3rd

ZETA ADの動きが活発化

- 第三者配信クッキーの規制を背景に、新たなデジタル広告の主軸と目されるリテールメディア広告を提供開始

既存製品との連携

- ZETA CXシリーズ各エンジンと連携、良質な購買体験の提供を可能に
- ZETA HASHTAGとも連携。Z世代含むSNSユーザーはハッシュタグ多用するため、非常に高い広告効果を見込む
- その他SEO効果による流入強化やUX改善が期待される

リテールメディアへの扉を開く「ZETA AD」

■ リテールメディアとは

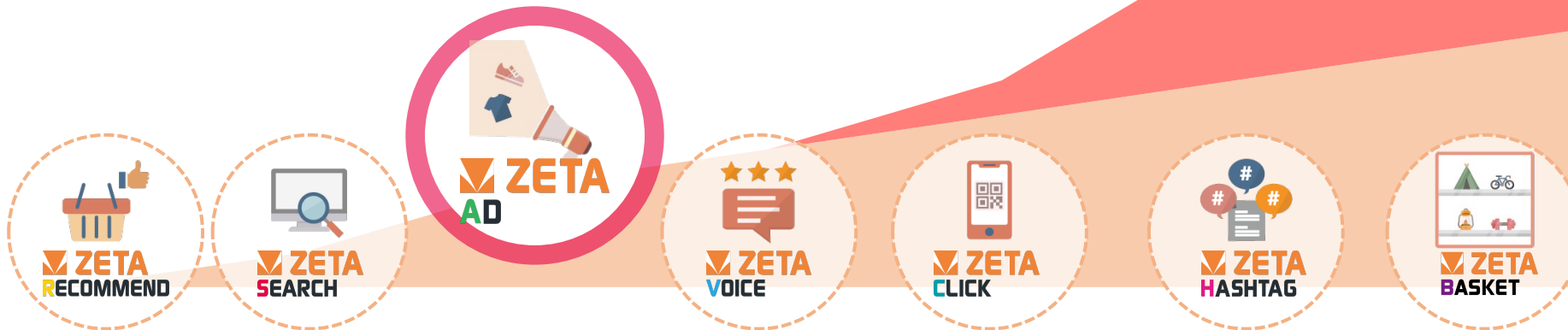
- ・ サードパーティークッキー規制後のネット広告の受け口の1つ
- ・ リテール企業にとって自社ECサイトの有効活用になる
- ・ 買う気で来訪する消費者が多く、メーカーにとって広告効果が高い
- ・ 対面とセルフを使い分けることができ、消費者にとって利便性が高い

■ 予想される広告市場規模

- ・ リテールメディアは広告市場としてポテンシャルが高い
- ・ 米国ではAmazonやWalmartが既に高い収益を上げている
- ・ レビューやクチコミによる賑やかさ、ハッシュタグによる活性化などによりECサイトや広告媒体以上の高いメディア価値が期待される

■ リテールメディア広告エンジン「ZETA AD」

- ・ 数年前に開発され準備を進めてきた
- ・ サードパーティークッキー規制の動向を踏まえ、本格展開を開始



※「リテール」とは狭義の小売、自社商品の少ない品揃え型の小売業者やショッピングモールを指す

ZETA CXシリーズ新製品「ZETA BASKET」

2023年8月29日
報道関係者各位



購入商品の組み合わせ提案を可能とする
ECキュレーションエンジン「ZETA BASKET」を提供開始

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、ECサイト内のあらゆる商品を組み合わせた“目的ごとの製品群”の提案を可能とし、サイト内回遊率向上およびSEO改善が期待できる新製品としてECキュレーションエンジン「ZETA BASKET」を提供開始いたします。



近年、オンライン上で商品のディテールや使用イメージを伝える手段である「スタイリング投稿」「コーディネート特集」などが浸透しつつあるように、既存の資源を有効活用しサイト内コンテンツを拡充させ、ユーザビリティ向上やコンバージョンに結びつけるマーケティング施策が重要となってきています。

EC
キュレーション
ツール

- サイト内のあらゆる商品から目的別・テーマ別におすすめ商品をまとめて提案することができる
- これにより購買意欲の喚起・向上や顧客ロイヤリティの向上が見込まれる
- コンテンツ拡充によるサイト内回遊性やSEO改善効果の向上も期待

立ち上がり
順調

- 他製品と同様に今後の収益押上げ期待

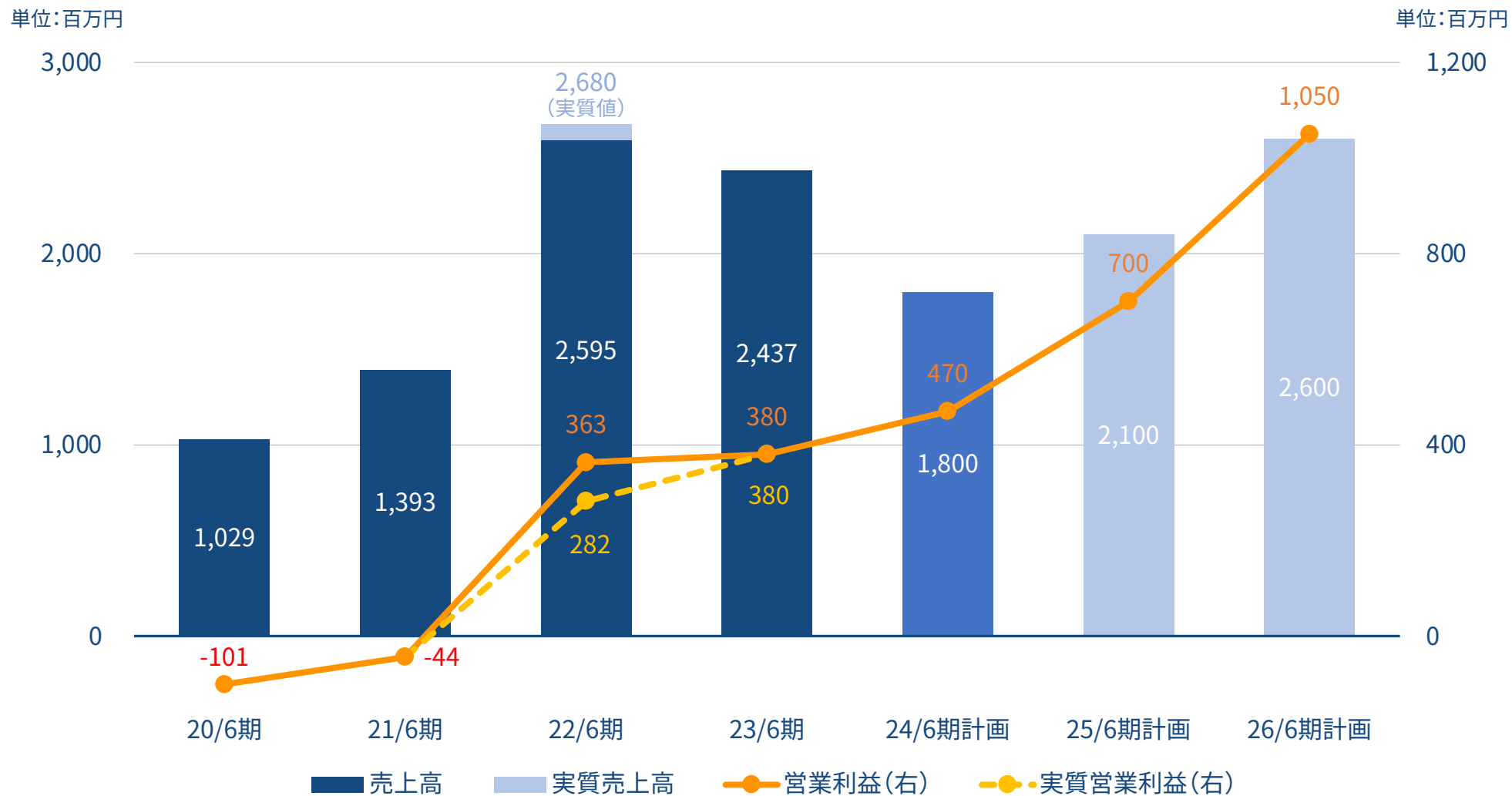
目次

サマリー

1. 2024年6月期第1四半期業績
2. ZETAの第1四半期業績
- 3. 2024年6月期通期業績予想**
4. 参考資料



グループの業績推移と今後の計画



2024年6月期は減収ながら大幅増益を予想

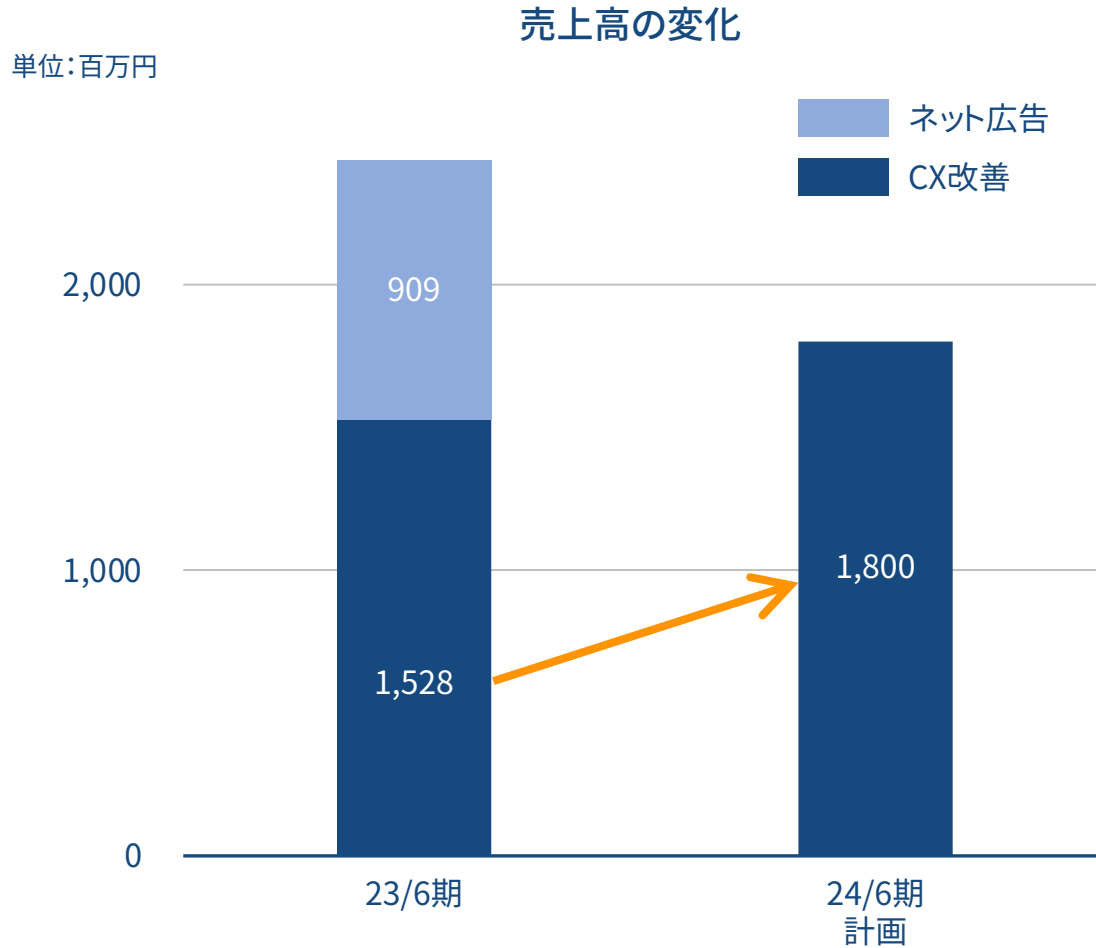
単位:百万円

	23/6期	24/6期計画	増加率(%)	増加幅
売上高	2,437	1,800	-26.2	-637
営業利益	380	470	23.4	89
営業利益率	15.6	26.1	-	10.5 ポイント
経常利益	376	455	20.9	78
当期純利益	260	270	3.6	9

※売上計画は既存製品をベースに策定しておりZETA CXの新製品については計画に織り込んでいない

※1Q業績は超過達成となったが、通期予想を据え置き

単一セグメントCX改善サービスがけん引

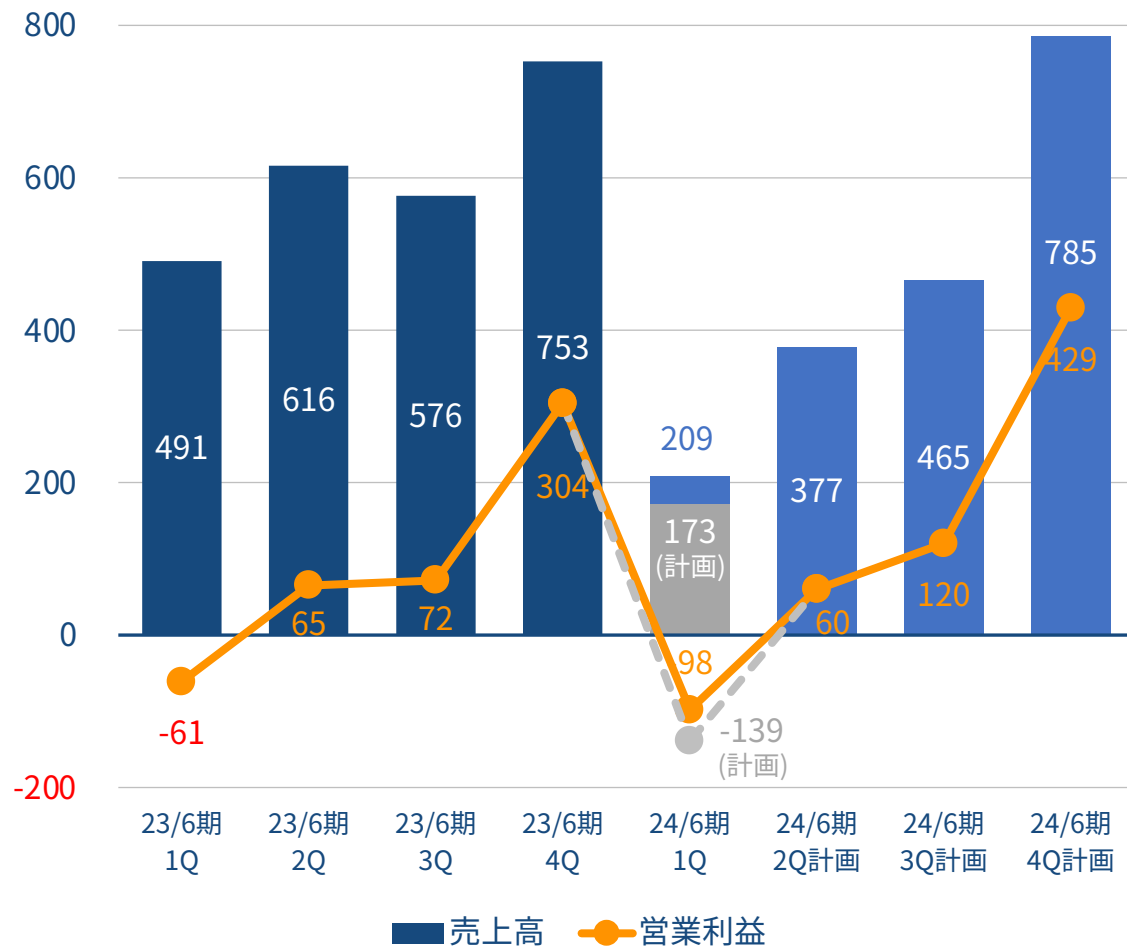


ポイント

- ネット広告サービス撤退は約9億円の減収、一方、CX改善サービスは約3億円の増収
- 今期、連結の売上高は一時的に減少予想
- 今後の先行き不透明な市場環境のネット広告サービスから撤退し、着実に成長を見込めるCX改善サービスへのシフトはプラスとの判断

連結四半期業績の推移(実績と計画)

単位:百万円

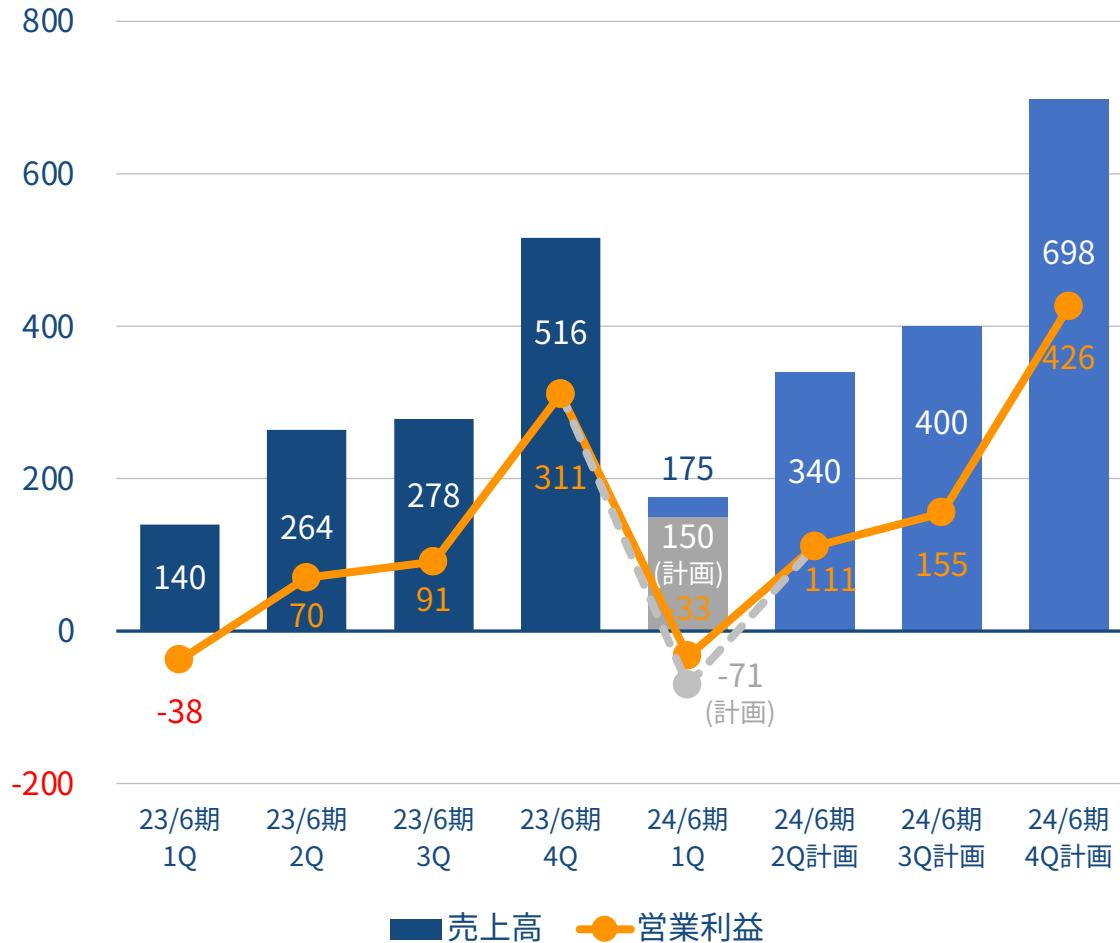


ポイント

- ネット広告サービスからの撤退により1Q～3Qは減収見込み
- ZETAは1Qが費用先行期で収益の大部分がZETAとなったため、4Q偏重の傾向が強まり1Qが営業損失となったが、通期では大幅増益を予想
- 1Q業績は過達となったが、通期予想を据え置いた
- 来期以降で1～12月に決算期変更することを検討。グループの決算期を統一することで上期の業績達成率向上を狙う

ZETA四半期業績推移(管理会計ベース計画)

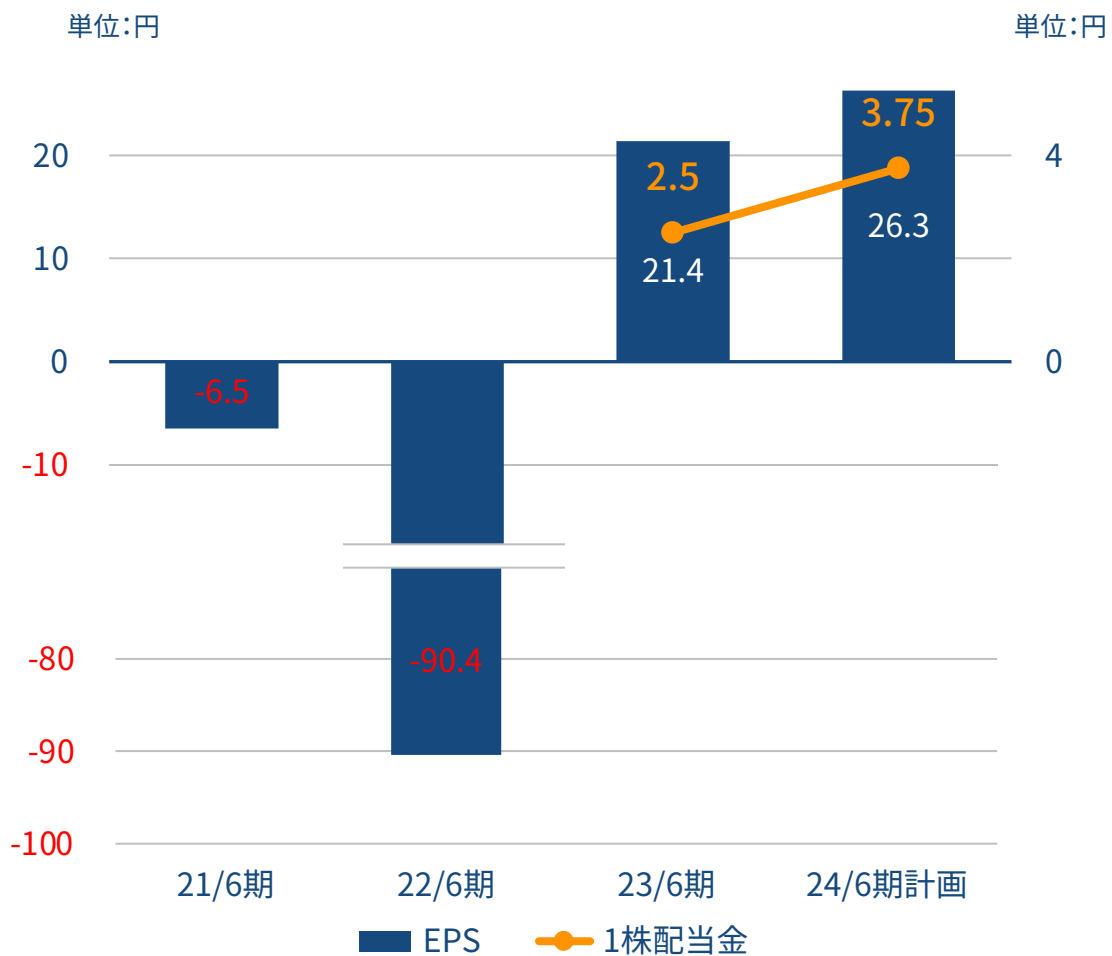
単位:百万円



ポイント

- 例年通り1Qは費用先行期
- 今期1Qは事業規模拡大のための費用先行で損失拡大を予想したが、ZETA CXシリーズが好調、実績は増収増益し売上・利益ともに過達となった
- 2Q以降も着実に利益を上積みし、増収増益の基調を継続する方針

株主還元の強化を継続



EPSも
向上

ストック型収益のCX改善サービスに
フォーカスすることで、EPSが安定して成
長する局面となってきた

増配継続
の方針

前期の初配当に引き続き、株主還元を強
化、24年6月期の1株あたりの配当金は
3.75円を予定

※2023年6月期以前の数値は、2024年1月1日を効力発生日として実施した普通株式1株→2株の株式分割を考慮し遡及修正済み。

目次

サマリー

1. 2024年6月期第1四半期業績
2. ZETAの第1四半期業績
3. 2024年6月期通期業績予想
- 4. 参考資料**

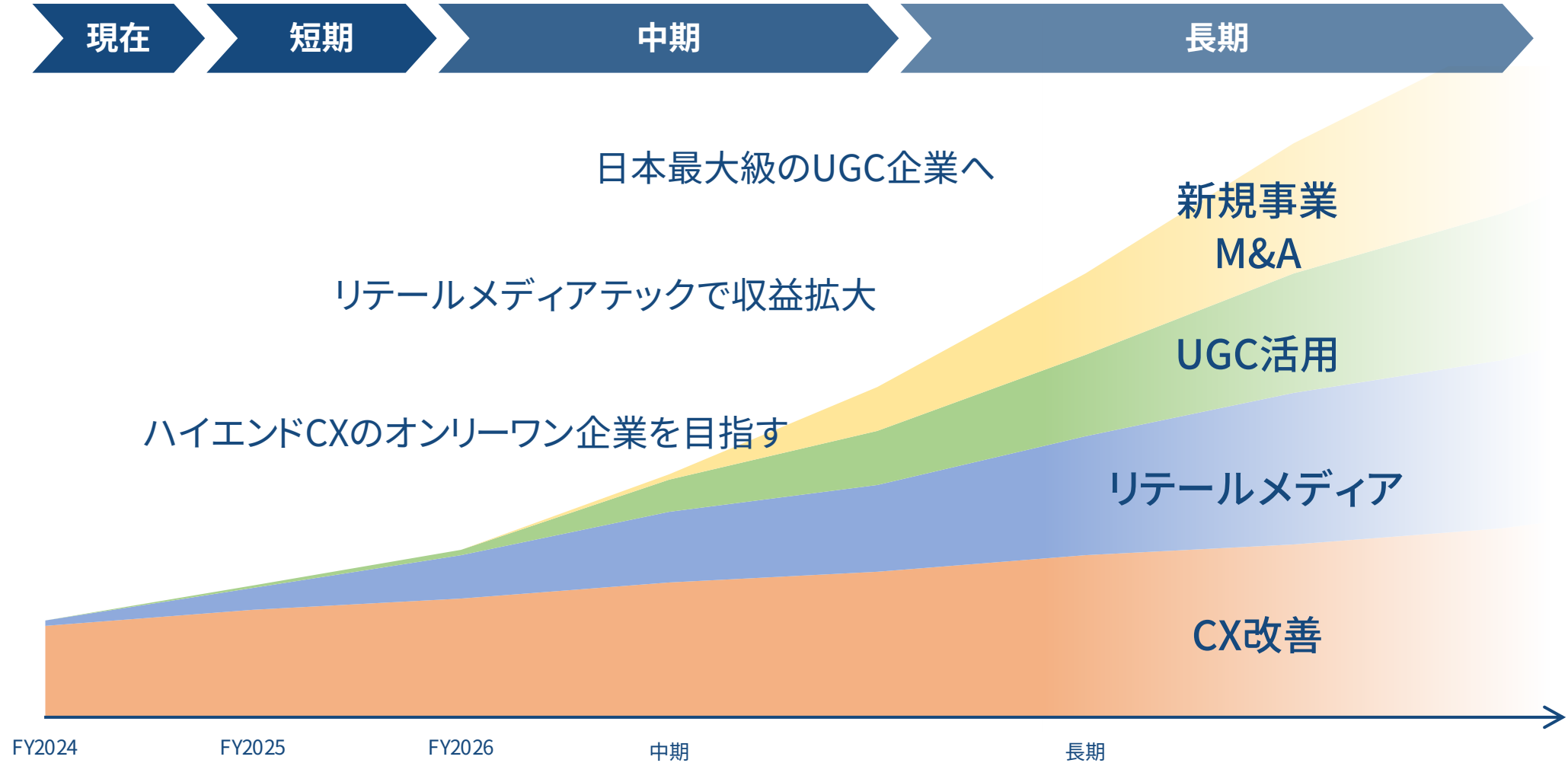


単位:億円

	23/6期	24/6期 目標	25/6期 目標	26/6期 目標
売上高	24.3	18.0	21.0	26.0
営業利益	3.8	4.7	7.0	10.5
営業利益率	15.6%	26.1%	33.3%	40.4%

※ZETA CXシリーズの「ZETA AD」及び新シリーズ「ZETA BASKET」については計画に織り込んでいない

中長期成長イメージ



商号 サイジニア株式会社(Scigineer Inc.)

本社所在地 東京都世田谷区三軒茶屋2-11-22 サンタワーズセンタービル17F

代表者 吉井 伸一郎

設立年月日 2005年8月15日

資本金 77,719千円(2023年9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 兼 COO	吉井 伸一郎	社外取締役	伊藤健吾
	取締役社長 兼 CEO	山崎 徳之	常勤監査役	吉澤 伸幸
	取締役執行役員	宮村 忠良	監査役	浅海 直樹
	社外取締役	北城 恪太郎	監査役	柳瀬 典由

経営・執行体制

吉井 伸一郎 代表取締役会長 兼 COO(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 取締役社長 兼 CEO

- 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 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 アドバンスト・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 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)

伊藤 健吾 社外取締役

- 1998年4月 三井物産株式会社入社
- 2002年7月 Mitsui Comtek Corp(在米国カリフォルニア州)
- 2008年4月 株式会社メタキャスト 代表取締役
- 2010年10月 01STUDIO株式会社 代表取締役(現任)
- 2011年10月 MOVIDA JAPAN株式会社 Chief Accelerator
- 2013年3月 GSF1有限責任事業組合 代表組合員(現任)
- 2016年12月 D4V有限責任事業組合 代表組合員(現任)
- 2019年5月 株式会社ラクミー 代表取締役(現任)



IRに関するお問い合わせ

ir@scigineer.com

免責事項

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。