

# 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

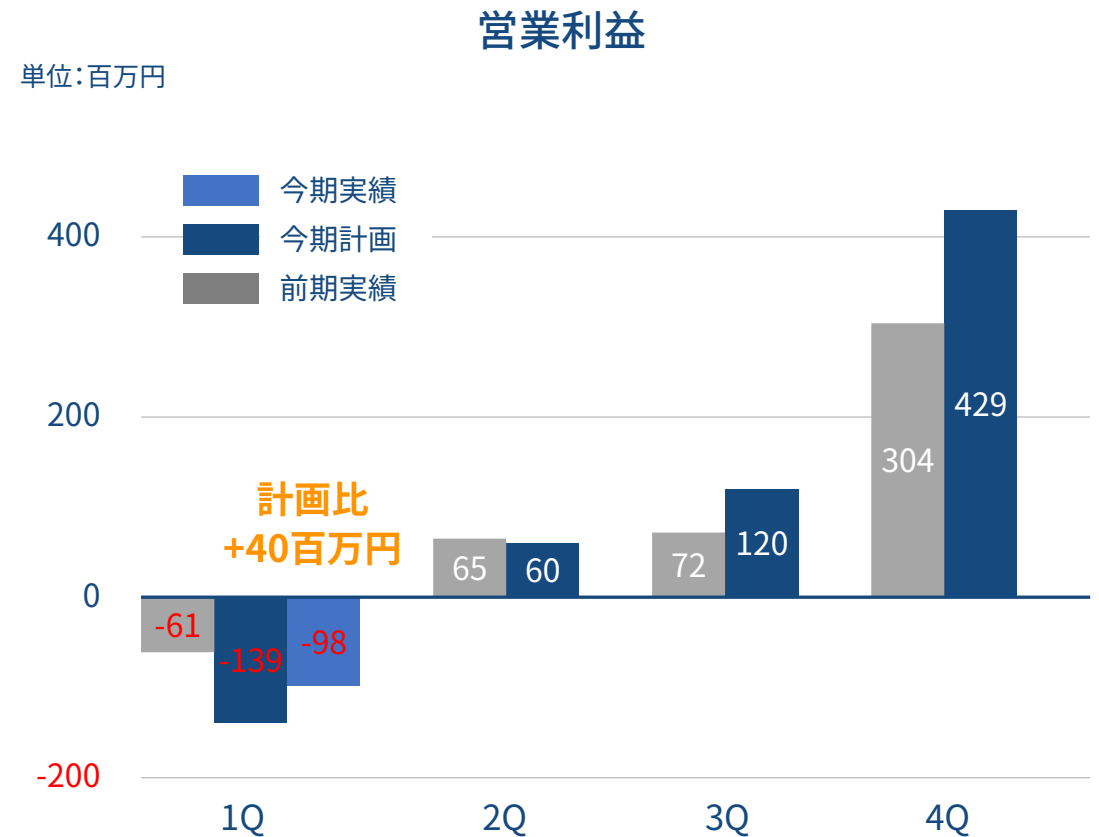
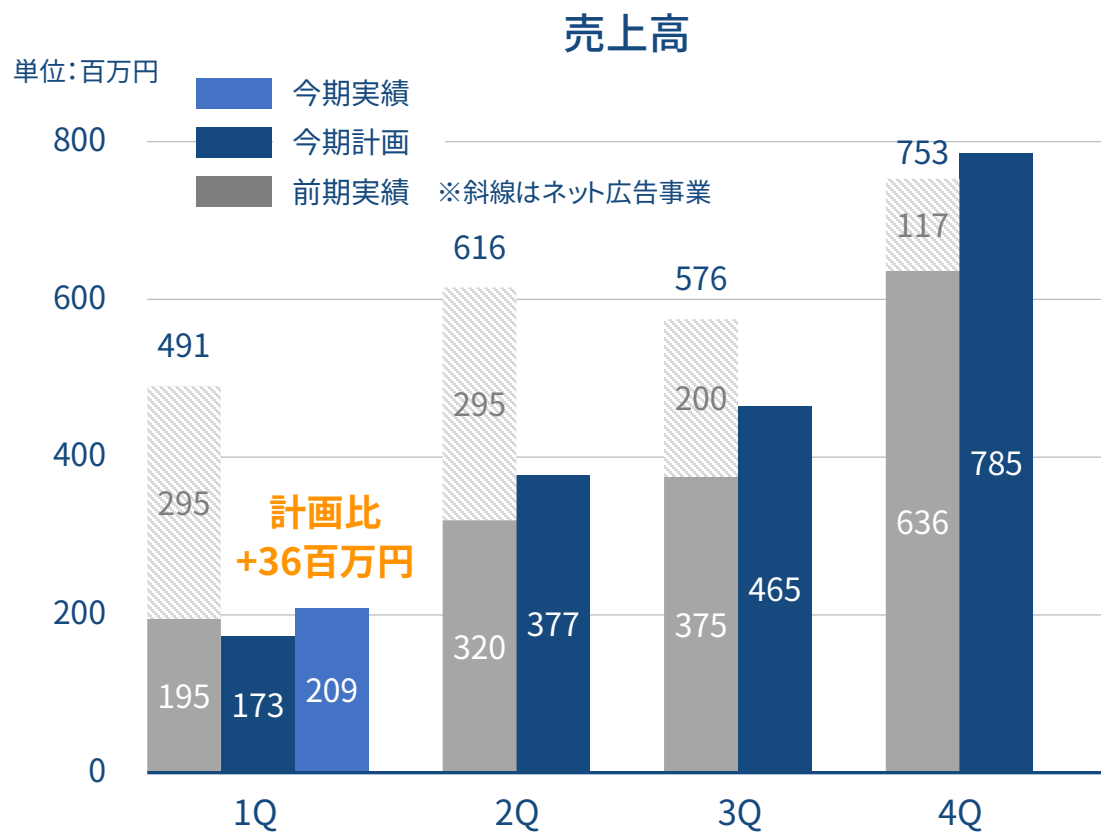
計画比  
超過達成

- 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

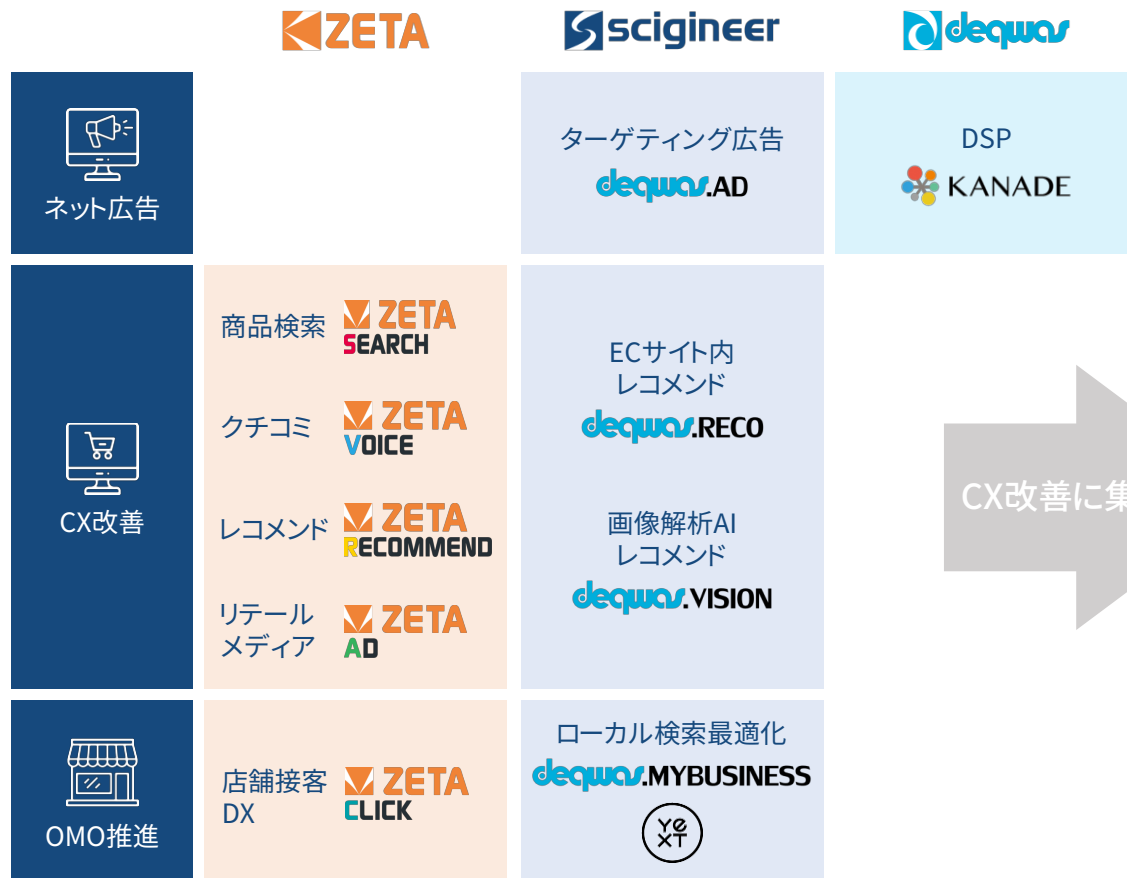


- CX改善事業の伸びが堅調で、今期1Qは売上高で36百万円、営業利益で40百万円、計画値を上回る
- 前期1Q実績比で売上・利益が下回っているのは、前期末に売上高の大きなネット広告事業を売却したため



## 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)



## 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

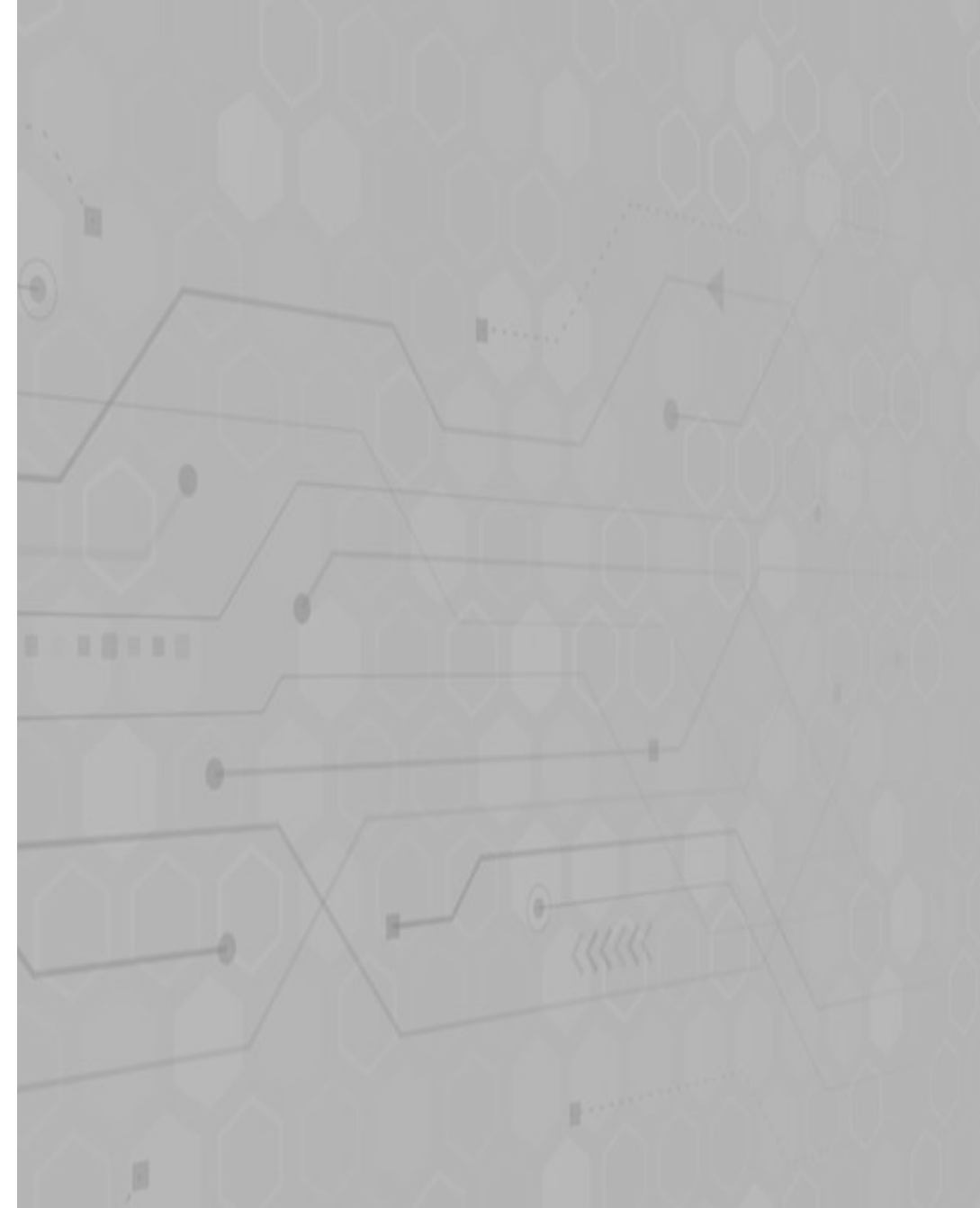
単位:百万円

	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

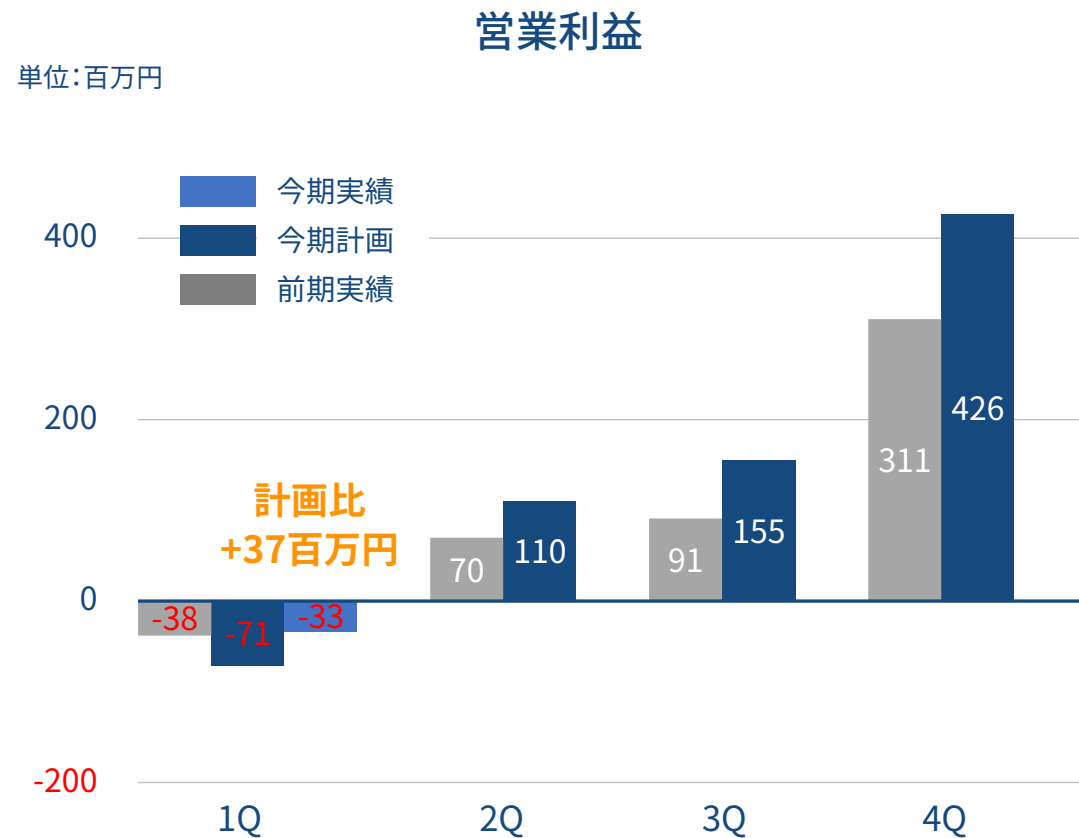
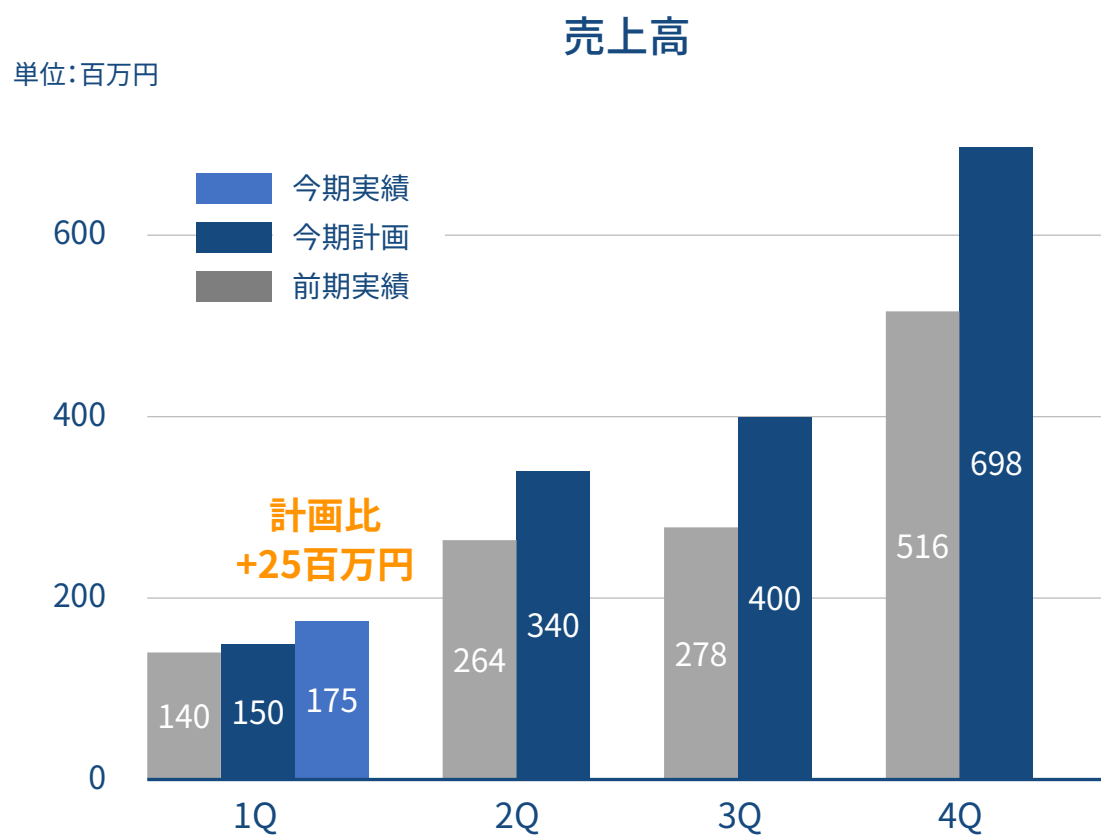
計画比  
超過達成

- 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

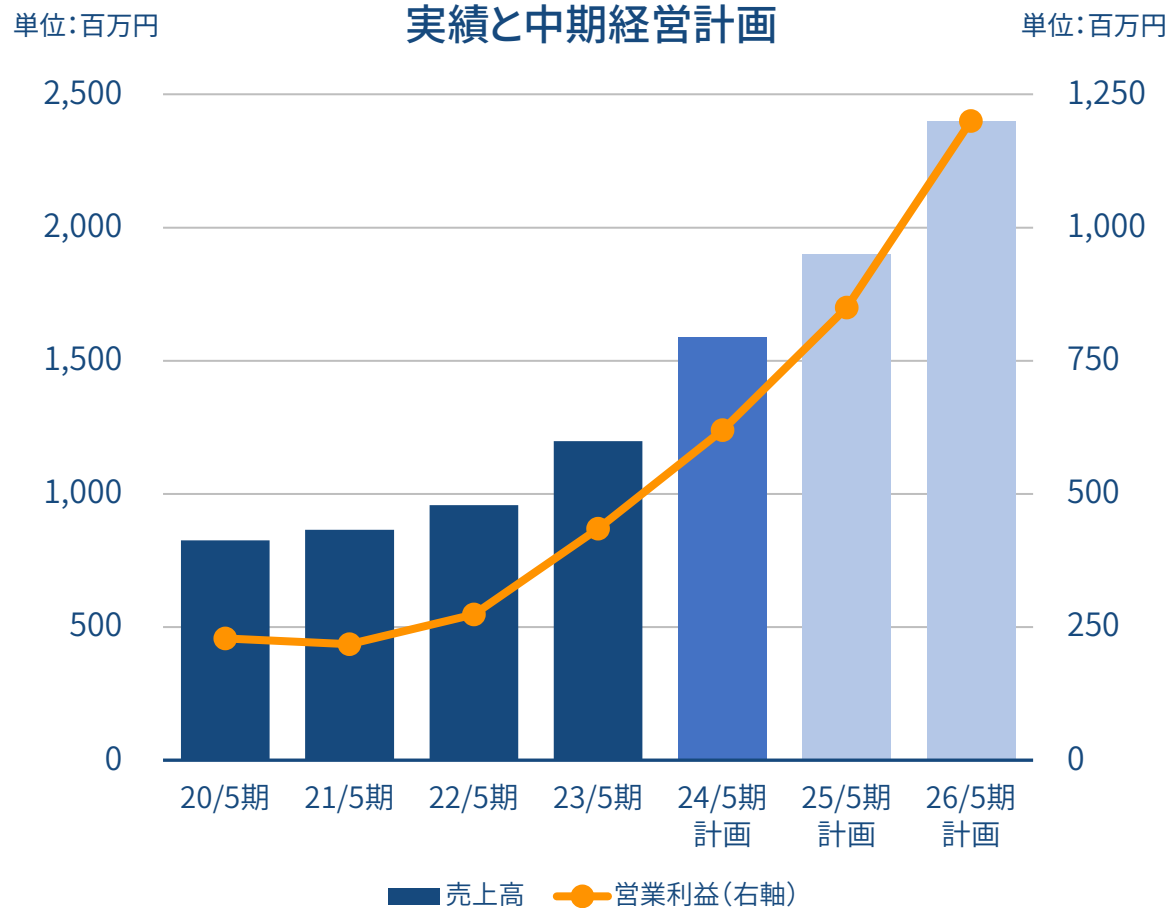
- ZETA CXシリーズの既存製品が好調および新製品投入による売上増
- 費用先行期であるため計画通りの赤字であるが増益を確保

# 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

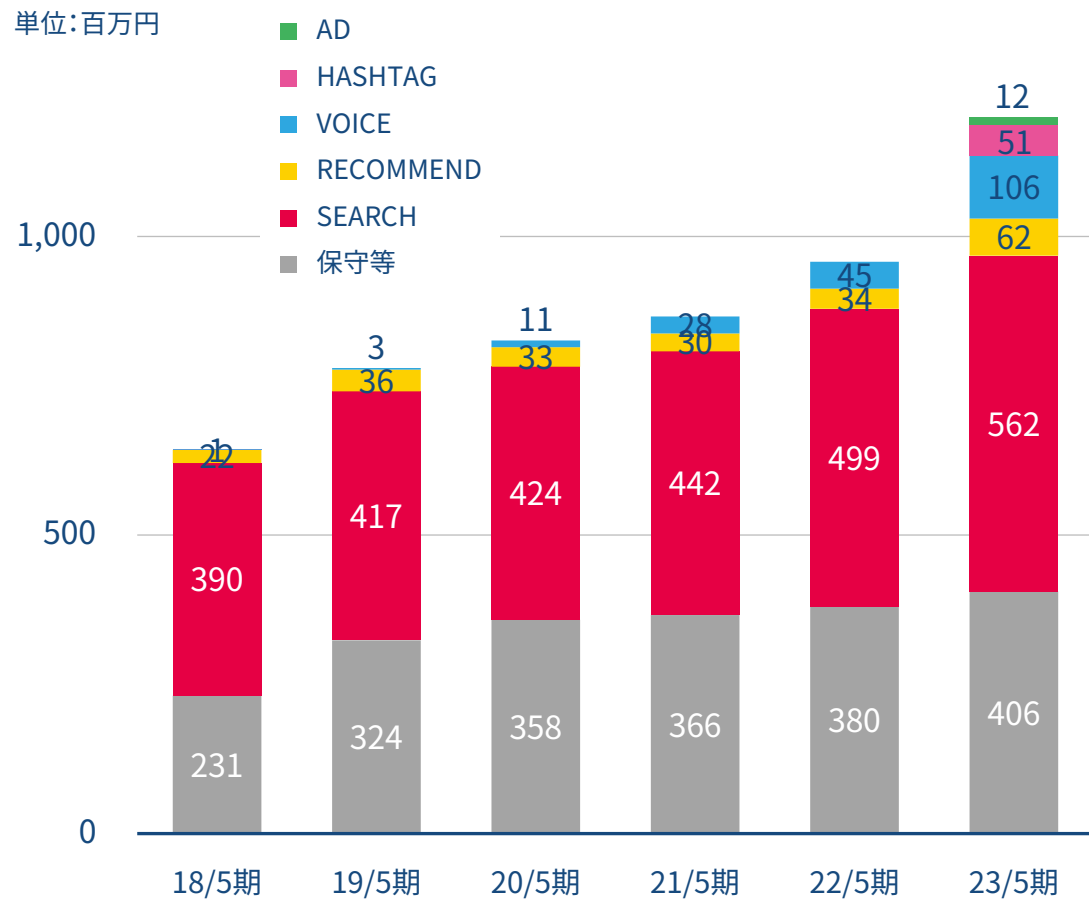
## ZETAの成長加速が徐々に明確化

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

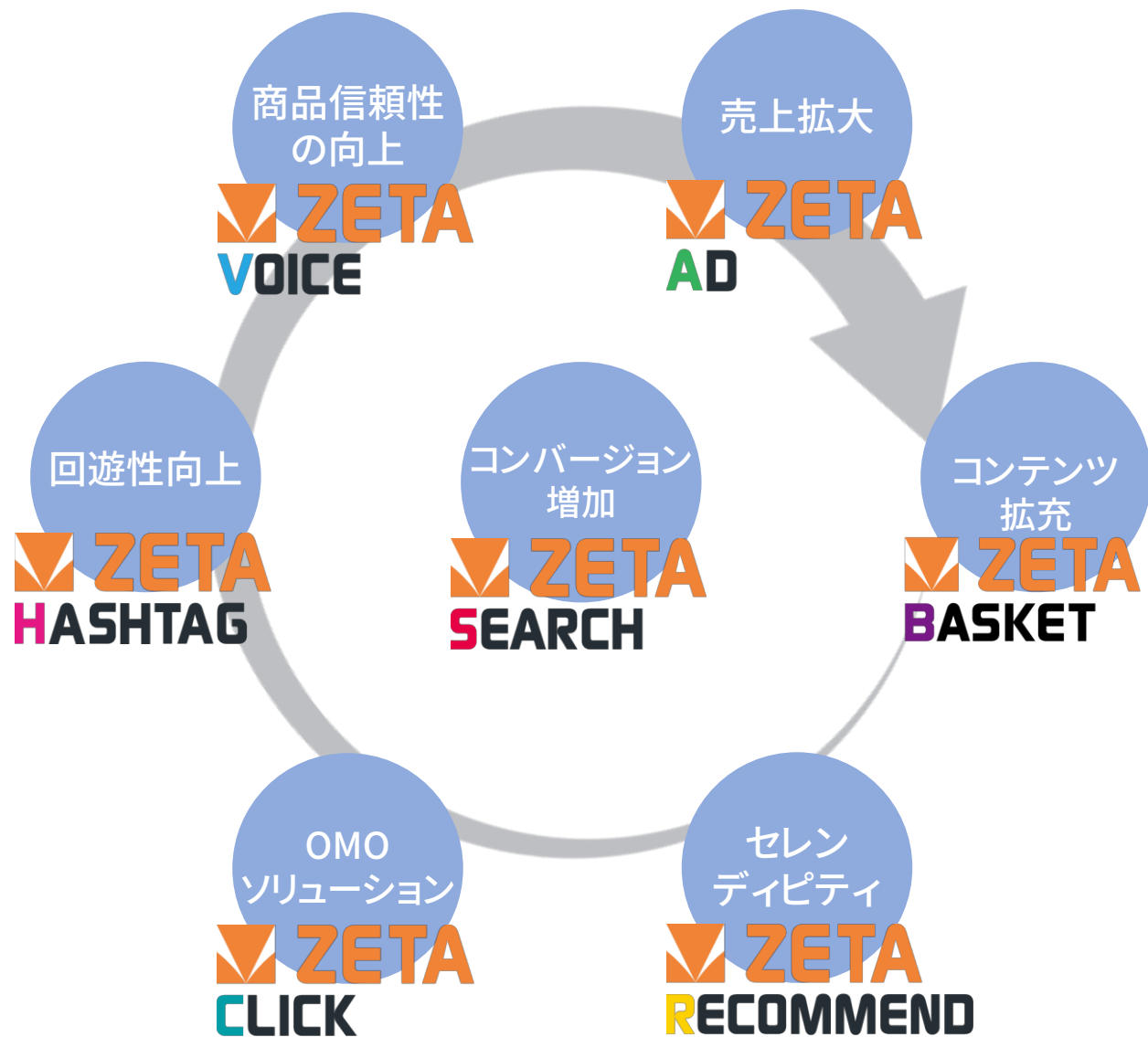
既存製品が  
堅実に増加

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

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

# 2 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



## 有カクライアントが増加中



BAYCREW'S  
STORE



ADASTRIA  
*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

SevenShop

SevenBeauty



KOMERI

DNP



DESCENTE

AlpenGroup

GOLF PARTNER

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

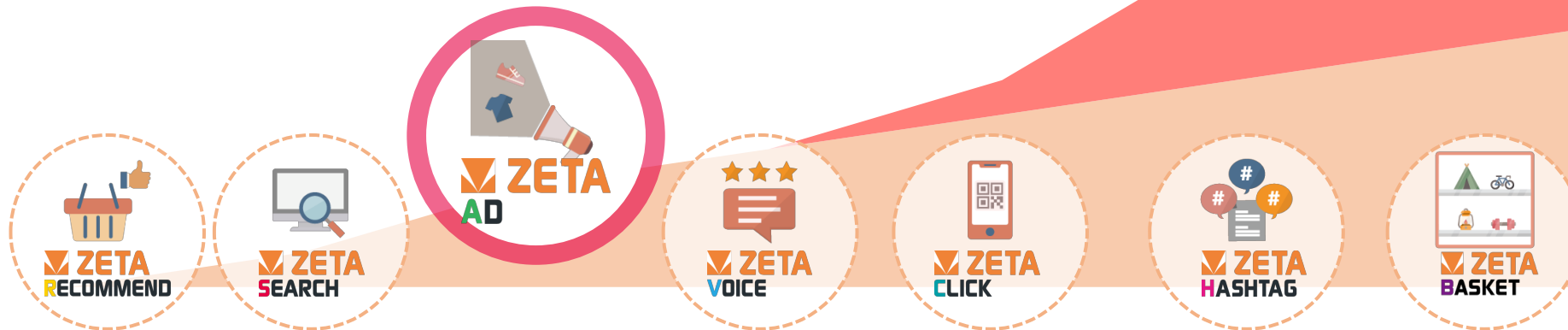
- ・ サードパーティークッキー規制後のネット広告の受け口の1つ
- ・ リテール企業にとって自社ECサイトの有効活用になる
- ・ 買う気で来訪する消費者が多く、メーカーにとって広告効果が高い
- ・ 対面とセルフを使い分けることができ、消費者にとって利便性が高い

## ■ 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



ZETA AD

導入決定:2社

選考進行中:8社

リテールメディア

CX改善

※「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

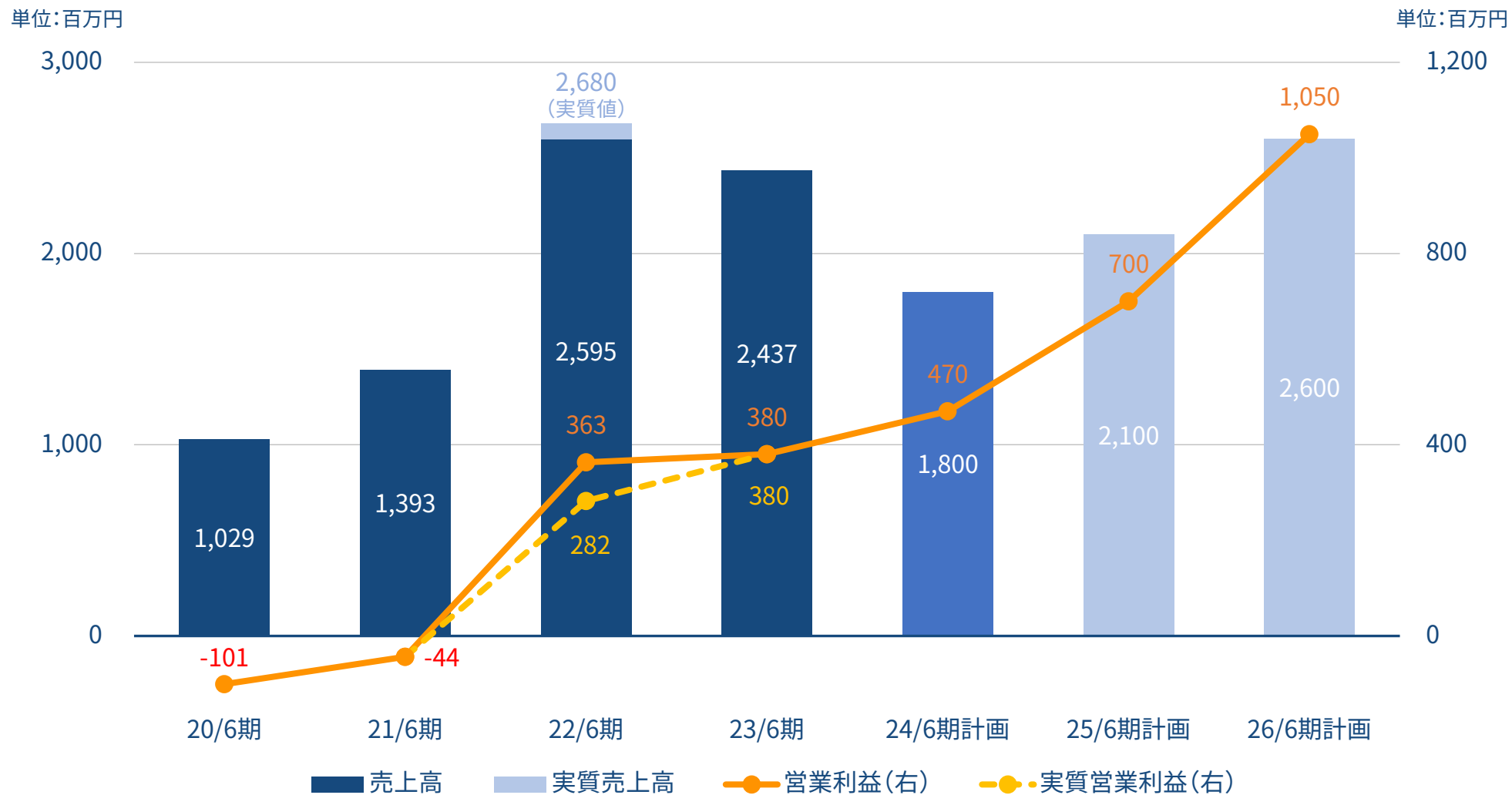
# 目次

## 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

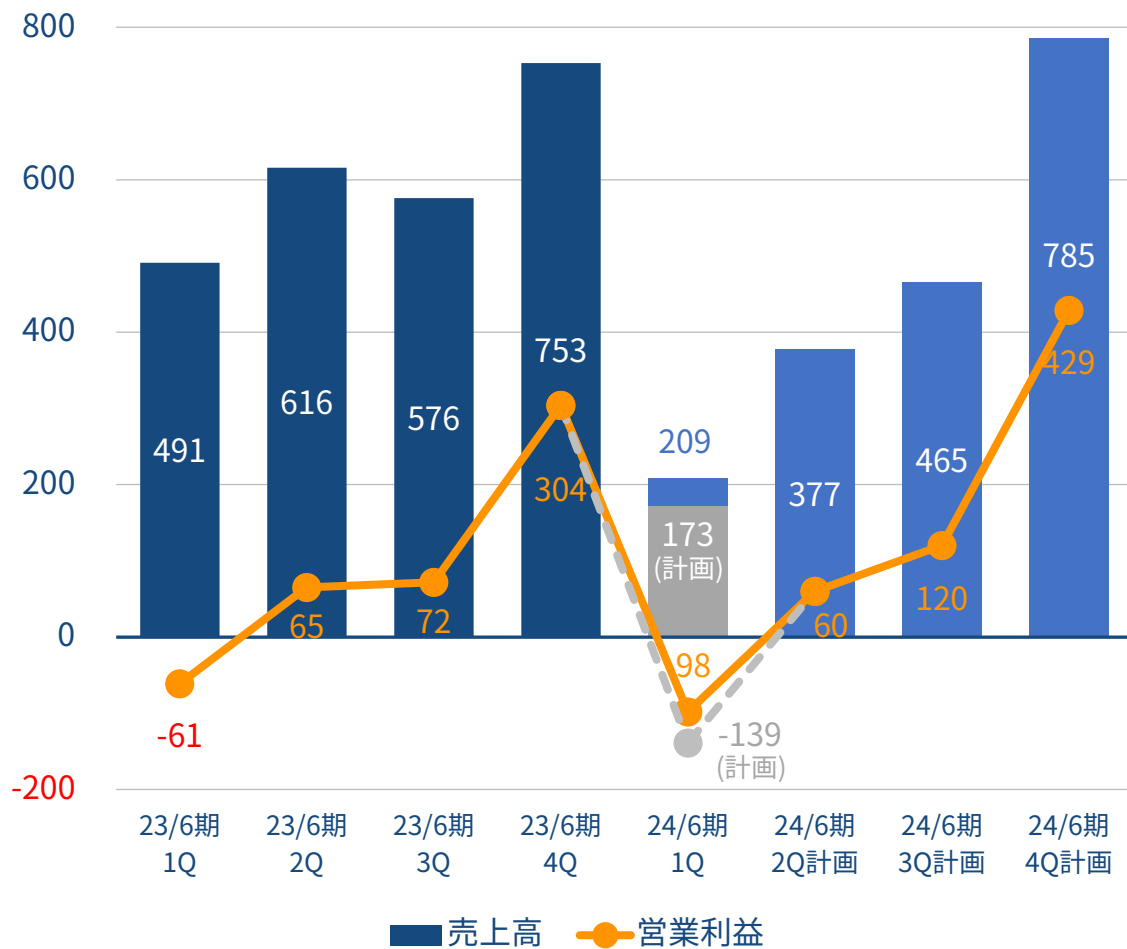
※売上計画は既存製品をベースに策定しておりZETA CXの新製品については計画に織り込んでいない

※1Q業績は超過達成となったが、通期予想を据え置き



# 連結四半期業績の推移(実績と計画)

単位:百万円

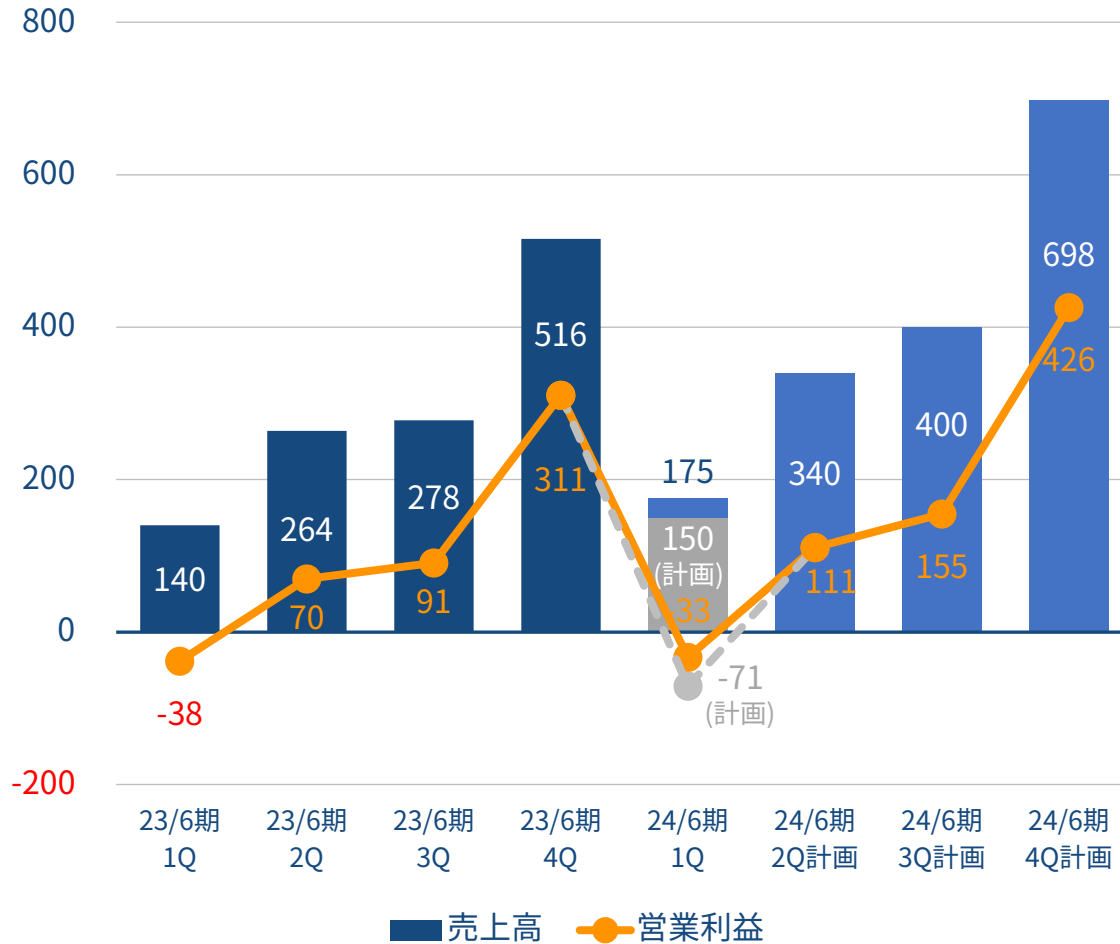


## ポイント

- 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)

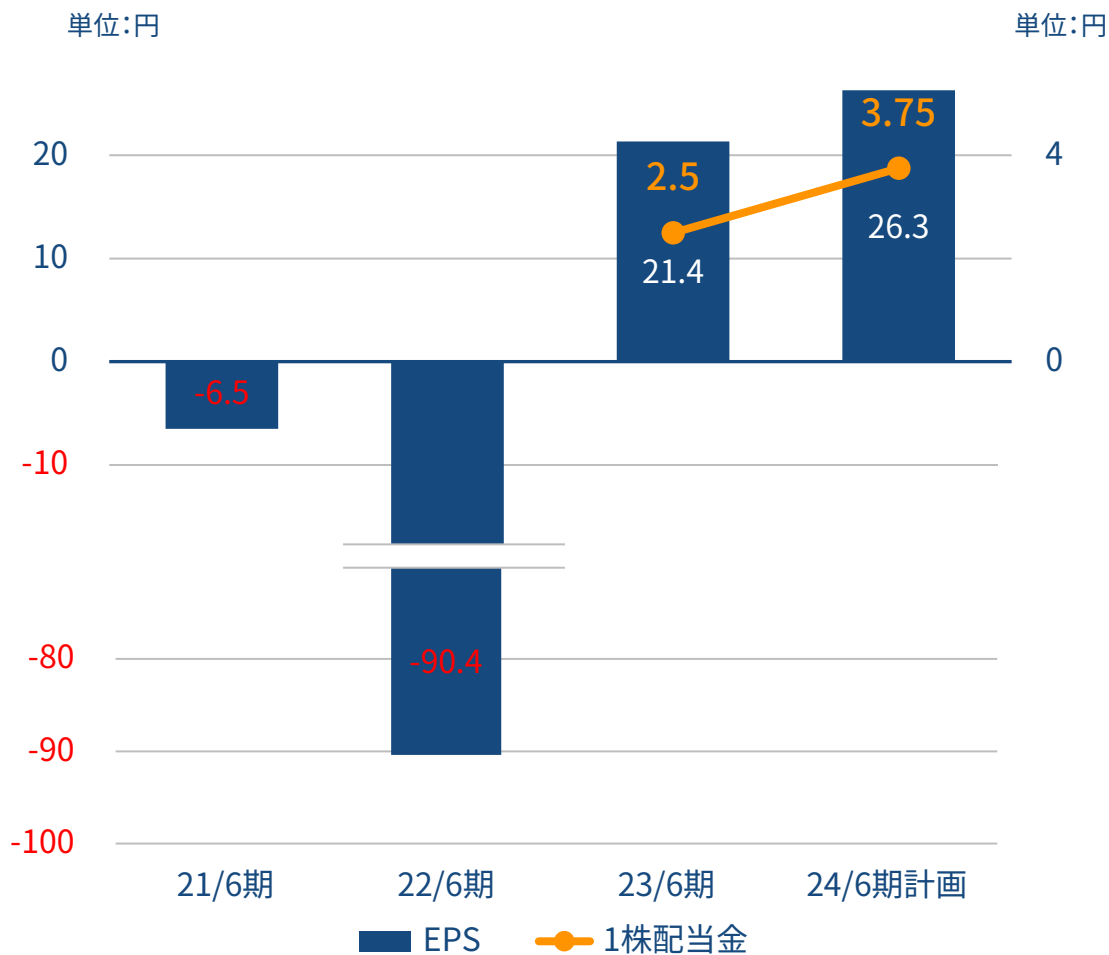
単位:百万円



## 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。



IRに関するお問い合わせ

[ir@scigineer.com](mailto: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。