



SILVER EGG
TECHNOLOGY

成長可能性に関する説明資料

2016年9月

シルバーエッグ・テクノロジー株式会社

<証券コード：3961>

I. 当社の概要	1. 会社概要 2. 当社の歩み 3. 事業内容	2
II. 特徴・強み	1. 当社の強み・差別的優位性 2. 技術的優位性 3. サービス的優位性 4. 当社の特徴・強み まとめ	10
III. 今後の戦略	1. 市場動向 2. 当社の成長戦略 3. 収益基盤拡大策 4. 経営基盤強化策	19
IV. Appendix	事例紹介	29



I . 当社の概要



1. 会社概要

社名 シルバーエッグ・テクノロジー株式会社
(英訳名 Silver Egg Technology CO., Ltd.)

設立 1998 (平成10) 年8月

代表者 代表取締役社長 トーマス・アクイナス・フォーリー

本社 大阪府吹田市江坂町一丁目23番43号

資本金 78百万円 (2015年12月末現在)

業績

- 営業収益 : 599百万円
- 経常利益 : 74百万円 (ともに、2015年12月期)

従業員数 38人 (2016年7月末時点)

主な事業内容 AI (人工知能) を用いたマーケティング支援事業
～AI技術をベースにしたレコメンド技術および
それをベースとしたWebマーケティング・サービスの開発・提供



代表取締役社長
トーマス・アクイナス・フォーリー

略歴

- 1985年5月
Digital Equipment Corporation入社
- 1996年10月
ジエンシム・ジャパン株式会社 社長就任
- 1998年8月
シルバーエッグ・テクノロジー有限会社
(シルバーエッグ・ホールディングス有限会社)
設立 CEO就任
- 1999年1月
シルバーエッグ・テクノロジー株式会社
代表取締役会長 兼 CEO就任
- 2001/09
代表取締役社長就任 (現任)



2. 当社の歩み ① 沿革

1998年8月	大阪府吹田市にて創業（レコメンデーションサービスの提供を目的に）
2000年11月	レコメンドソフトウェア製品「アイジェント・ワンツワン・サーバ」の提供開始
2003年3月	レコメンドサービス「アイジェントA S Pサービス」をリリース （2013年、「アイジェント・レコメンダー」に名称変更）
2005年11月	モバイルサイト向けレコメンドサービス「アイジェントA S Pサービス・モバイル版」をリリース
2006年4月	オランダにSilver Egg Technology B.V.を合併会社として設立 （⇒ 2012年に100%子会社化）
2008年3月	伊藤忠テクノロジーベンチャーズ株式会社に対して第三者割当増資を実施
2008年3月	東京オフィスを開設（港区 ⇒ その後、千代田区へ移転）
2008年3月	レコメンドサービス「アイジェントA S Pサービス・コールセンター版」をリリース
2010年5月	カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社に対して第三者割当増資を実施
2010年10月	株式会社オプト（現：株式会社オプトホールディング）に対して第三者割当増資を実施
2012年6月	レコメンド広告サービス「ホットビュー」をリリース
2014年8月	リアルタイム・レコメンドメールサービス「アイジェント・レコガゾウ」をリリース
2015年12月	大阪本社を同吹田市内で移転

* 事業基盤の拡大・安定化のため株式会社化を図った1999年から2004年の間の取り組みは、上記沿革から割愛

* 海外拠点展開については、上記沿革から次の内容を割愛

2013年7月、韓国に100%子会社Silver Egg Technology Korea（非連結）を設立
（その後、2014年12月に休眠、2015年9月に精算）

【当社の現在の拠点】

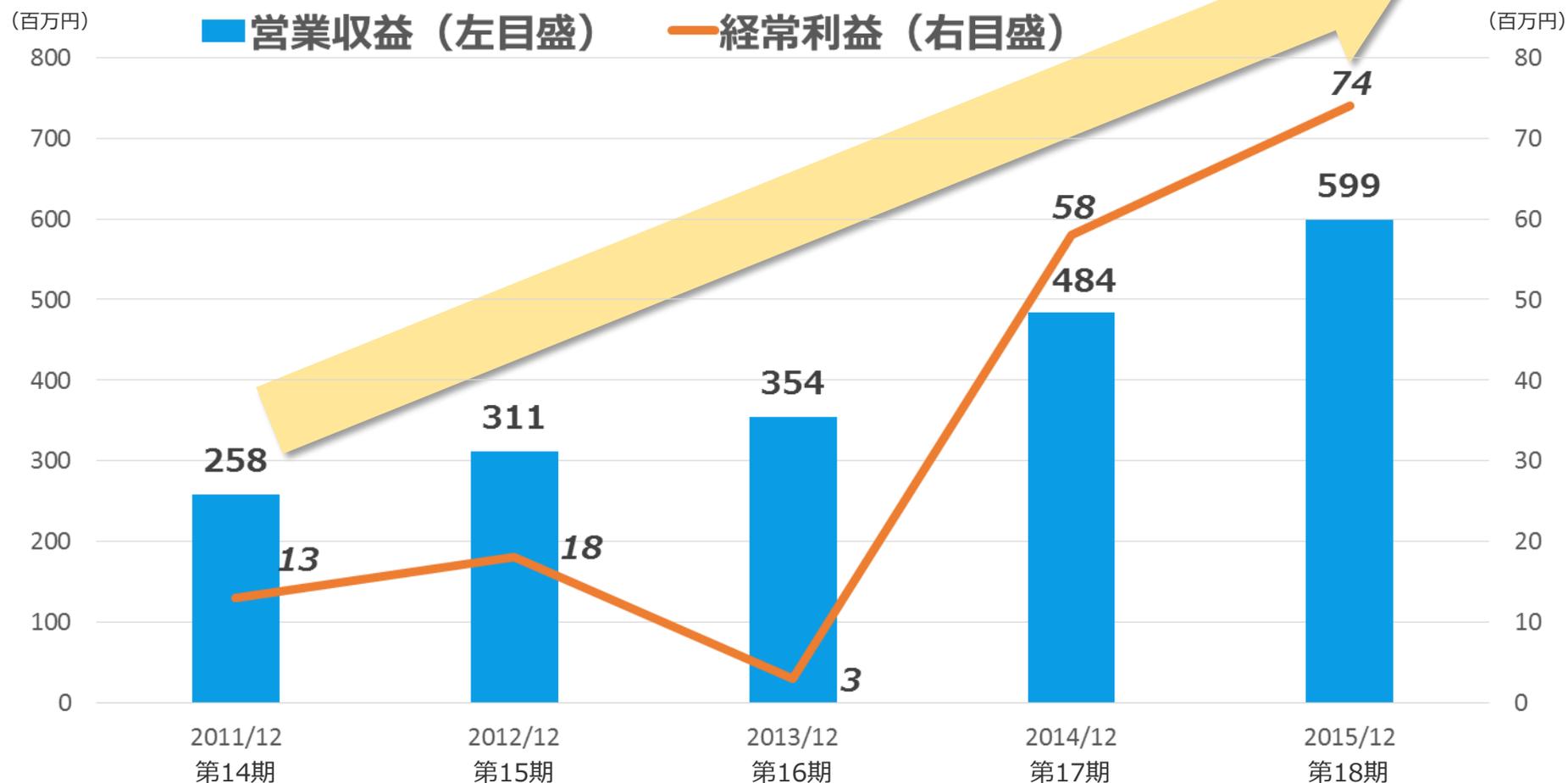
- シルバーエッグ・テクノロジー株式会社
 - 大阪本社 （大阪府吹田市）
 - 東京オフィス （東京都千代田区）
 - 東京データセンター（東京都品川区）
- Silver Egg Technology B.V.
（オランダ、フローニンゲン市）

【当社の現在の主な株主】

- トーマス・アクイナス・フォーリー
（当社代表取締役社長）
- テクノロジーベンチャーズ2号投資事業有限責任組合
- カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社
- 株式会社オプトホールディング
- 他

2. 当社の歩み ② 業績の推移

Webマーケティングの重要性が高まるなか、当社の業績は近年、急速に拡大



3. 事業内容 ① 事業の位置づけ

ビッグデータ解析をリアルタイムに行う AI（人工知能）によるレコメンデーション技術

VISION インターネットをインテリジェントに！

MISSION 人工知能クラウド型サービスで、あらゆるタッチポイントにおけるリアルタイム・パーソナライゼーションの実現。

Big Data + AI + WWW
↓
Personalization = Recommendation

3. 事業内容 ② 事業の概要



- 従来のマーケティング：性別、年齢による人口統計的な分類をベースとした分析が主流
⇒ インターネット上で刻々と変化する顧客の嗜好やニーズに対応することができず、売上に結びつけることが困難
- 新たなマーケティング手法 = **リアルタイムレコメンデーション**：より個別レベルにおける顧客の好みに応じたコンテンツ（商品や情報など）を個別顧客へ提供
⇒ 顧客のウェブサイト上やPOSなどのチャネルから閲覧や購買といった顧客行動をデータとして取り込み、人工知能技術を用いて、自動的に個別の顧客の次の行動を予測し提示することで、その顧客が欲している商品や情報を手間をかけずに取得し、大きな顧客満足度の提供を可能にし、Webサービスの競争優位性を確立するもの



3. 事業内容 ② サービスの概要 1/2

技術・サービス体系

【サービスを支えるコア技術】

レコメンドエンジン

「アイジェント」

リアルタイム
解析

時系列
解析

ユーザー
動線解析

高度な数学を応用する機械学習技術を組み合わせ、リアルタイムでユーザーの行動履歴（購買と閲覧）を分析し、次のニーズを自動で予測する、当社独自開発の技術

【主カサービス】

リアルタイム・レコメンドサービス

アイジェント・レコメンダー



- 顧客のサイトやアプリ内など様々なタッチポイントにおいて、各ユーザーのその時点における嗜好に合わせたお勧めの商品やコンテンツを表示することができるサービス
- 様々なサポートを充実させると共に、成果報酬型の料金体系を主とするなど、顧客との“共存共栄志向”の強いサービス体系を確立

【オプションサービス&派生サービス】

レコガゾウ

配信するHTMLメール内にタグを設置することで、ユーザーがメールを開封した時点における嗜好にマッチしたレコメンド結果をリアルタイムで抽出し表示することができる「リアルタイム・レコメンドメールサービス」

ホットビュー

ユーザー個々のニーズに合致するであろう商品を広告として動的に表示することで、ユーザーをより効果的に自社サイトへ誘導、購買につながる行動へと誘導することができる「レコメンド広告サービス」

3. 事業内容 ② サービスの概要 2/2

サービス提供実績 (クライアントの一部紹介 / 順不同)

at home

体.com

L.L.Bean®

en

CAINZ

なんでも酒や
カクヤス

Canon

QVC

earth music & ecology

SHEL'TTER
WEBSTORE

SHIBUYA 109
NET SHOP

SHOP
CHANNEL

SPORTS
AUTHORITY

CO-OP

BELLE MAISON

TAKARA
TOMY

CHINTAI.

TSUTAYA

TSI EC
STRATEGY

NL
nano-universe

nissen,

BURTON

HABA

BUYMA

FASHIONWALKER

famima.com

FANCL

HOME'S

MARUZEN & JUNKUDO

アマゾン

スマホ  USEN

 UNITED ARROWS LTD.

 RECRUIT リクルートキャリア

RESTIR

RICOH



II. 特徴・強み

技術的優位性

最先端のテクノロジー



サービスの優位性

クライアントとの共存共栄志向

- ① AI技術を活用したリアルタイム分析を実現
- ② 独自のリアルタイム・ユーザー動線分析技術を開発
- ③ 様々な最先端技術を組み合わせることで、予測精度の向上を実現

- ④ サービスの拡張性
(クライアント目線の技術・サービス開発)
- ⑤ 顧客企業にとって、導入しやすい料金体系を提供
- ⑥ コンサルティングサービス
(充実したサポート力)

2. 技術的優位性 1/3

① AI技術を活用したリアルタイム解析を実現

～人工知能と高等数学を組み合わせたロジックによるリアルタイム・レコメンドサービス

AI技術の力

有能なセールスマンが個別の顧客とのやり取りからその顧客の嗜好を記憶しているように、その**個別の顧客**が過去に行った閲覧履歴や購買履歴等といった行動データを記憶し、学習することにより**効果的な推奨**を実施

▼
**最適なパーソナライゼーション
を実現**



リアルタイム解析の力

リアルタイム解析の実現により、ユーザーが今見ているものに対する最適な商品やコンテンツの表示を可能に

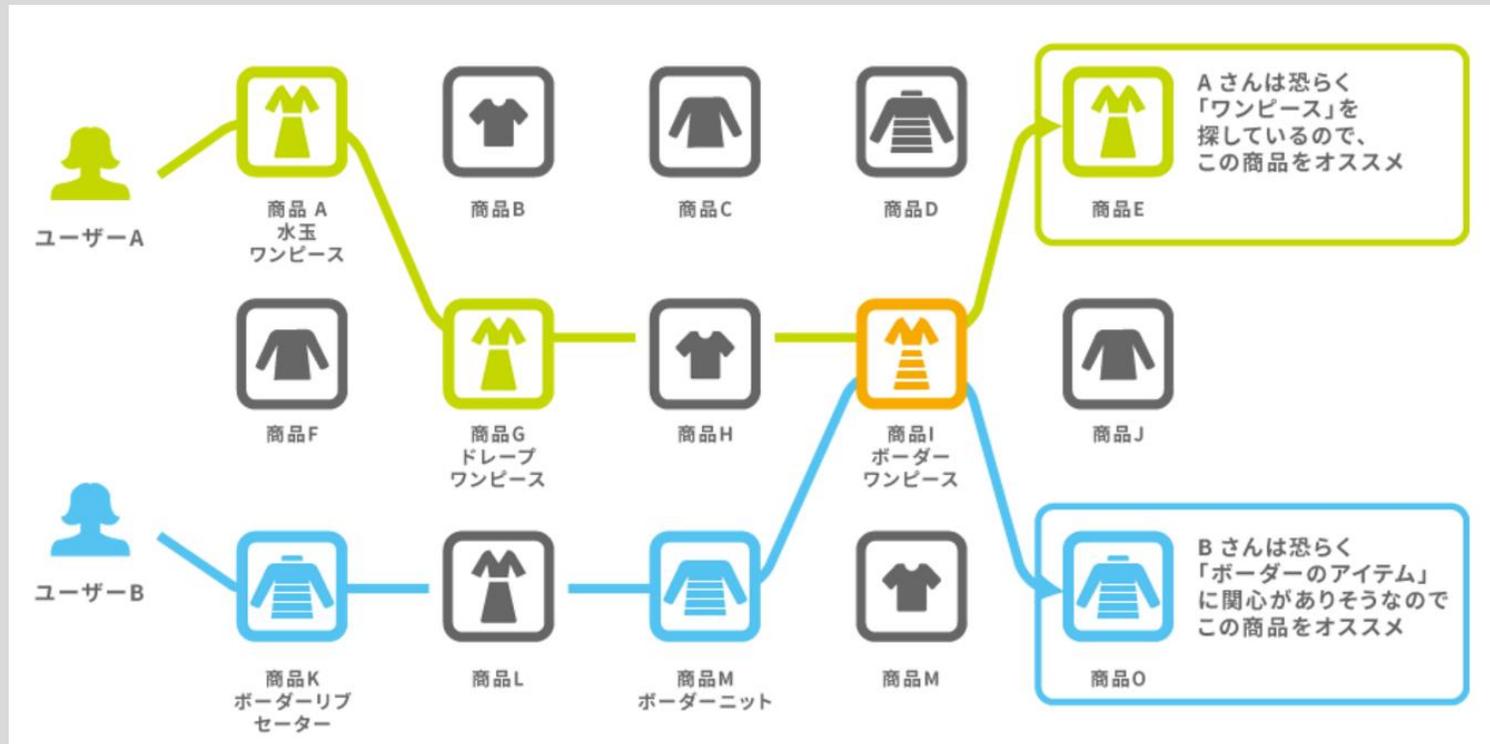
▼
これにより
従来の問題点**「購買機会の損失」**
の恐れを解消

2. 技術的優位性 2/3

② 独自のリアルタイム・ユーザー動線分析技術を開発

～単純な商品軸のレコメンデーションとは異なり、より一人ひとりの嗜好に合わせたレコメンデーションを実現

■リアルタイムユーザー動線分析の概要



パーソナライズ・ターゲティング

過去の閲覧経路を見ることで、店頭での接客のように個別ユーザーの嗜好にあった商品のレコメンドを実現

例えば…

「ボーダーワンピース」という同じ商品を見ている場合でも、そこに至る過程で

- ・“ワンピース”を探している人、
- ・“ボーダーのアイテム”を探している人

とでは嗜好性が異なる

↓

当社のユーザー動線分析によって、嗜好に合わせたレコメンドが可能

2. 技術的優位性 3/3

③ 様々な最先端技術を組み合わせることで、予測精度の向上を実現

～自動テストを含め常に最先端技術の実験導入・検証を繰り返しながら、システムの随時バージョンアップを推進

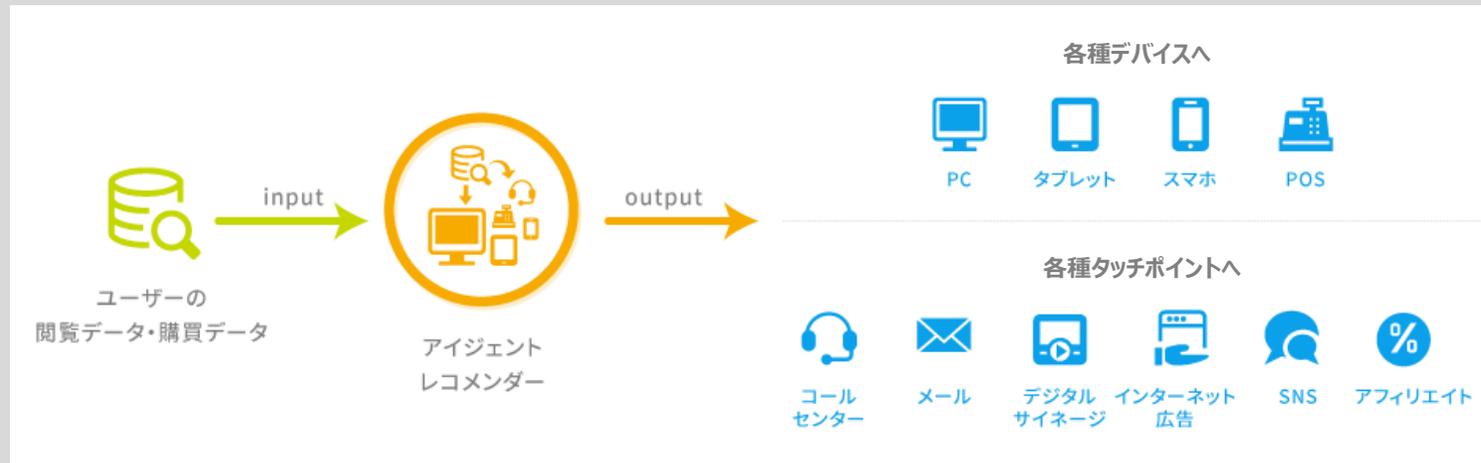


3. サービス的優位性 1/3

④ サービスの拡張性

～クライアントの立場から、集客から顧客維持まで一貫サポートを実現

サイトに限らず、
スマホサイト/POS/アプリなど
様々なタッチポイントでの
レコメンドを提供



集客から
顧客維持段階に至るまで
マーケティングステージに
合わせて常に最適なレコメ
ンドを一貫して行う
スマートターゲティングを実現



3. サービス的優位性 2/3

⑤ 顧客企業にとって、導入しやすい料金体系を提供

～顧客企業とリスクをシェアし、顧客企業の成長が当社の収益拡大にもつながる“共存共栄志向”の経営

主な料金体系

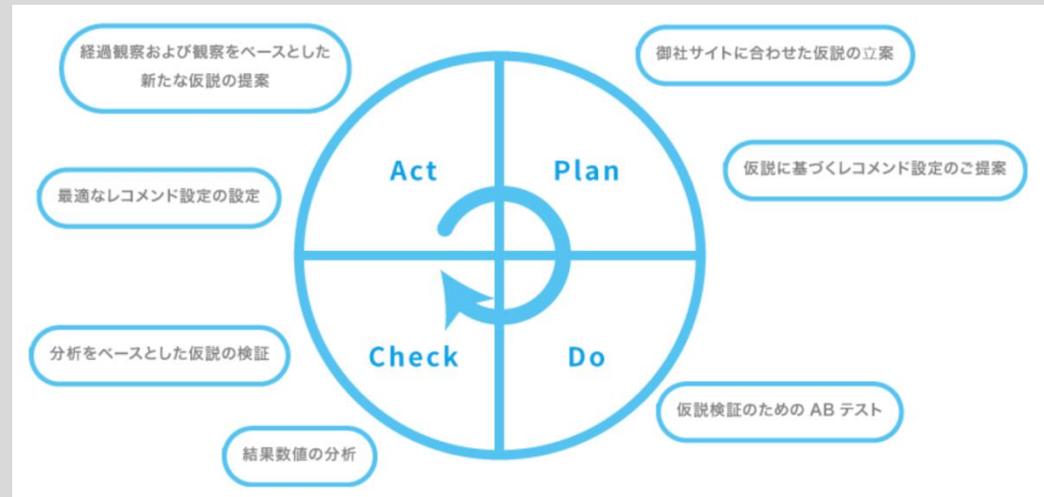
成果報酬型

本サービスから成果が上がった部分に対して料金を支払う

【顧客企業にとってのメリット】

1. 顧客企業との間でリスクとリワードをシェア
2. 顧客企業と一緒に成果を改善していくインセンティブ
3. PV課金ではないため、様々なページでテスト導入しながら、PDCAを回していくことが可能

レコメンドの効果を最大化するために、豊富な経験をもつレコメンドのエキスパートが、継続的なPDCAによる改善活動を提案・実施



3. サービス的優位性 3/3

⑥ コンサルティングサービス

～充実したサポート力によるアフターフォロー

アフターフォローまで含む充実したサポート力を武器に、1社1社と深く長い取引を持続することで、様々な業種業態での豊富な経験とノウハウを蓄積

コンサルティング情報の提供

- 日次でレコメンド成果を確認できる管理画面
- レコメンド効果の推移を確認できる月次レポート

継続的なPDCAによる改善活動

* 前述のとおり

幅広いサポートの提供

- 導入サポート
- レコメンド設定や開通テスト
- レシピ設定のためのABテスト
- キャンペーンや施策のサポート
- レコメンド効果数値のポータル画面でのモニタリング
- ガジェットポータルの提供

「SETユーザー会」の運営・実施

- レコメンドやウェブマーケティングに積極的なクライアントの集いを当社が運営・実施
- 現在のレコメンド業界の状況や技術トレンド等の説明
 - 新たなサービスのご案内
 - クライアント間の情報交換の場、勉強会的な位置づけも

4. 当社の特徴・強み まとめ



		当社の特徴・強み
レコメンドの機能	リアルタイム性	リアルタイム性の実現 <ul style="list-style-type: none"> ●ユーザーの行動(閲覧、購買)に合わせて、リアルタイムアップデート ●その瞬間瞬間にユーザーにとって最適な物件をレコメンド
	レコメンドロジック	精度を支える4種のロジック <ul style="list-style-type: none"> ● 閲覧閲覧相関 ● 閲覧購買相関 ● 同時購買相関 ● 過去購買相関
	個別のユーザーへの精度	個々のユーザーに合わせた精度を実現 <ul style="list-style-type: none"> ● 閲覧動線分析により、個々の閲覧動線を加味した、最適なレコメンドが可能
導入後の対応	コンサルティング	クライアントとの“共存共栄志向”に基づき、標準サービスに含めた料金体系を実現 <ul style="list-style-type: none"> ● クライアントの売上成長を実現するための継続的改善案や次の新たな展開案を随時提案 ● 他社との差別化を図り、クライアントの困り込みにつなげる武器の一つ
	アフターフォロー	
サイト運営者側の運用負担		負担が低く、導入の意思決定がしやすい料金体系を実現 <ul style="list-style-type: none"> ● 最適なレコメンドの実現によって、余分な運用負担の発生を防ぐ ● 顧客とリスクをシェアする発想で、成果が上がった部分に対してのみ課金する「成功報酬型」が中心
導入社数		導入サイト数は200以上 (2015年12月末現在) <ul style="list-style-type: none"> ● 大手を含むECを中心とした取引 ● アフターフォローまで含めた取引関係を構築



Ⅲ. 今後の戦略

1. 市場動向 ① 国内BtoC-EC市場

国内BtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場は堅調な成長を持続

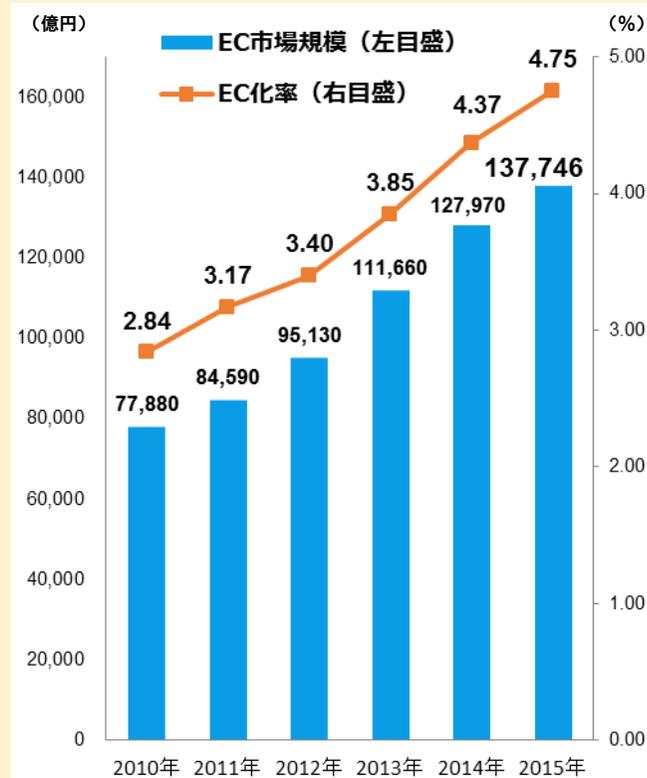
● 市場規模は約 **13.8兆円**（2015年）

● 消費者のインターネット利用環境は、

普及率 **82.8%**（2014年末）

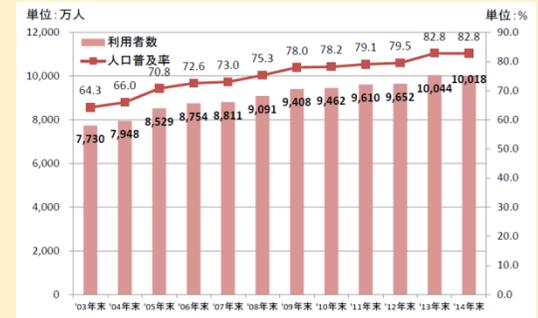
⇒ 利用端末として「**スマートフォン**」が急伸

【市場規模】

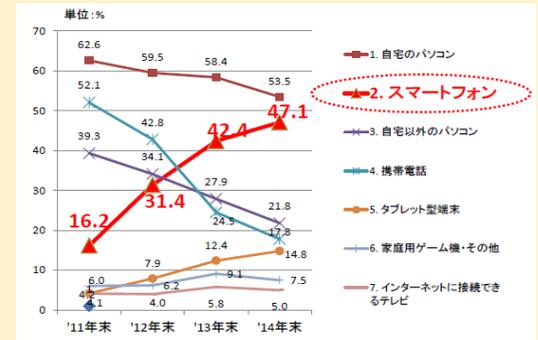


【消費者の状況】

インターネット利用者数と人口普及率



インターネット利用端末の種類



* 資料出所: 「平成 27 年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」（平成28年6月）
経済産業省 商務情報政策局 情報経済課

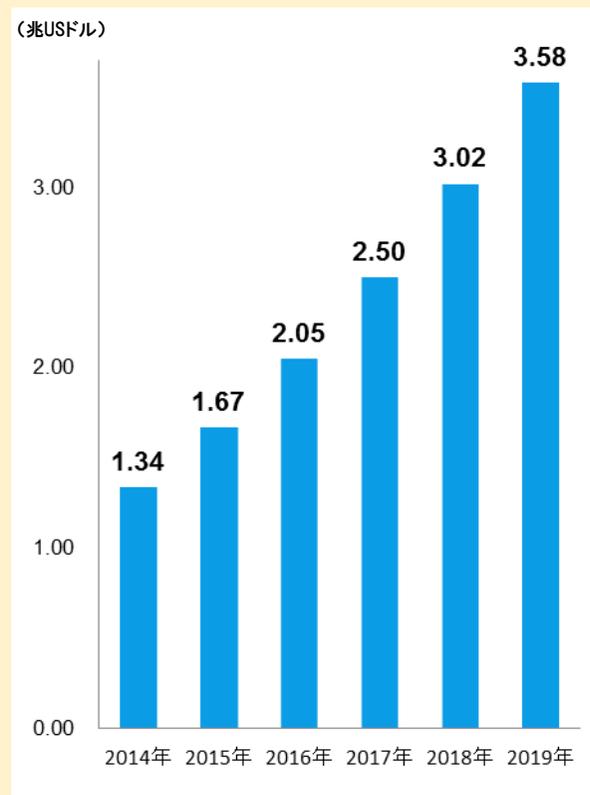


1. 市場動向 ② 世界のBtoC-EC市場

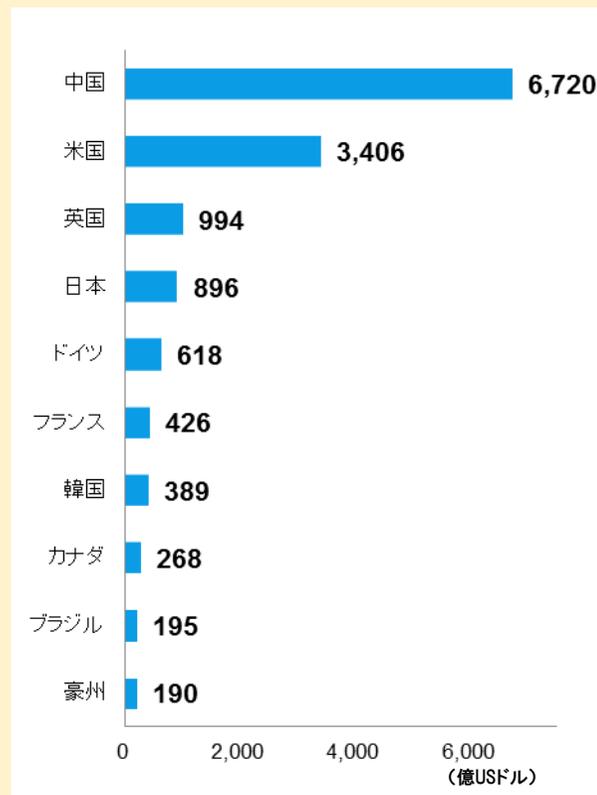
世界のBtoC-EC市場は国内を上回る成長速度

- 市場規模は**2兆USドル** (2016年)
⇒ 2019年には約**3兆5千億USドル** (2019年見込み)
- 日本の市場規模は第**4位**
⇒ 日本の市場規模に比べて…
 - ・中国は7.5倍
 - ・米国は3.8倍
 - ・英国・ドイツは日本と同程度の規模

世界のBtoC-EC市場規模



世界の各国別BtoC-EC市場規模



* 資料出所：「平成 27 年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」（平成28年6月）
経済産業省 商務情報政策局 情報経済課

1. 収益基盤の拡大

- ① 既存事業の収益拡大
- ② レコメンデーション技術を活用した
新規事業、新商品・サービスの開発
- ③ グローバル展開への対応

2. 経営基盤の強化

- ① システムの安定性の確保
- ② 技術革新への対応
- ③ 人材の確保

3. 収益基盤拡大策

① 既存事業の収益拡大

収益基盤の基礎として、主力サービスである「レコメンデーションサービス事業」の安定的・継続的な発展を目指す

- 継続的なユーザビリティの改善
- 安定的なサービスの提供



- サービスの質的向上の追求
- クライアントからの信頼の更なる向上



既存事業の収益基盤の拡大

3. 収益基盤拡大策

② レコメンデーション技術を活用した新規事業、新商品・サービスの開発

急激な事業環境の変化に対応し、更なる収益の拡大を図るために、事業規模の拡大と新たな収益源の確保を推し進める

- 新規・既存クライアントとの連携強化
- 潜在需要のいち早い読み込み



レコメンデーション技術を向上させることによって
新たな商品・サービス開発を積極化



更なる収益基盤の拡大



3. 収益基盤拡大策

③ グローバル展開への対応

国際性

当社の特徴
の一つ

- インターナショナルなスタッフ構成
- 国際展開へのバリアフリー

Silver Egg Technology B.V.
(オランダ、100%子会社／非連結)

- 主に技術開発面で当社を支援する
オフショア開発拠点
- 技術職を中心にスタッフを編成

【今後の戦略】

グローバルな事業展開を行うクライアントとの取り組みで、海外における実績が積み上がっている



この実績を基礎に、海外の新規クライアント開拓を推進



今後の収益拡大に向け、グローバルな事業展開の拡大を検討

4. 経営基盤強化策

① システムの安定性の確保

インターネットを通じてサービスを提供する事業者として、
システム管理やシステム基盤の更なる強化を図る

**基本
認識**

安定的なサービス提供を確保するためには、サービス提供に係るシステムの安定的な稼働が重要

**データセンターにおける
サーバの稼働状況の
常時監視**



**システム管理・
システム基盤の
更なる強化**



4. 経営基盤強化策

② 技術革新への対応

技術革新を常に取り込み、自社製品・サービスに迅速に反映することで、先進性・安定性の確保を図る

**基本
認識**

新たなインターネット端末等の技術革新に対して適時に対応を進めることが、事業展開上重要

業界内の
主要ベンダーや
技術コミュニティ

最新情報を
定期的に
入手

自社製品に
迅速に反映

サービスの
先進性・安定性
の確保



4. 経営基盤強化策

③ 人材の確保

今後の更なる事業拡大に向け、技術系スタッフなどの優秀な人材の確保と育成を推し進める

基本 認識

技術系スタッフの採用は特に、獲得競争が激化し、安定的な人材確保が困難な状況が続くことを予想

- 採用における競争力の強化
- 魅力ある職場環境の構築
- 社員の能力やモチベーション向上

- 研修制度の強化
- 福利厚生の充実
- 人事制度の整備・運用 など



IV. Appendix 事例紹介

【事例紹介】 1. 株式会社ユナイテッドアローズ

＜2015年8月：アイジェント・レコメンダー 及び レコガゾウを採用＞

●レコメンド導入後の効果

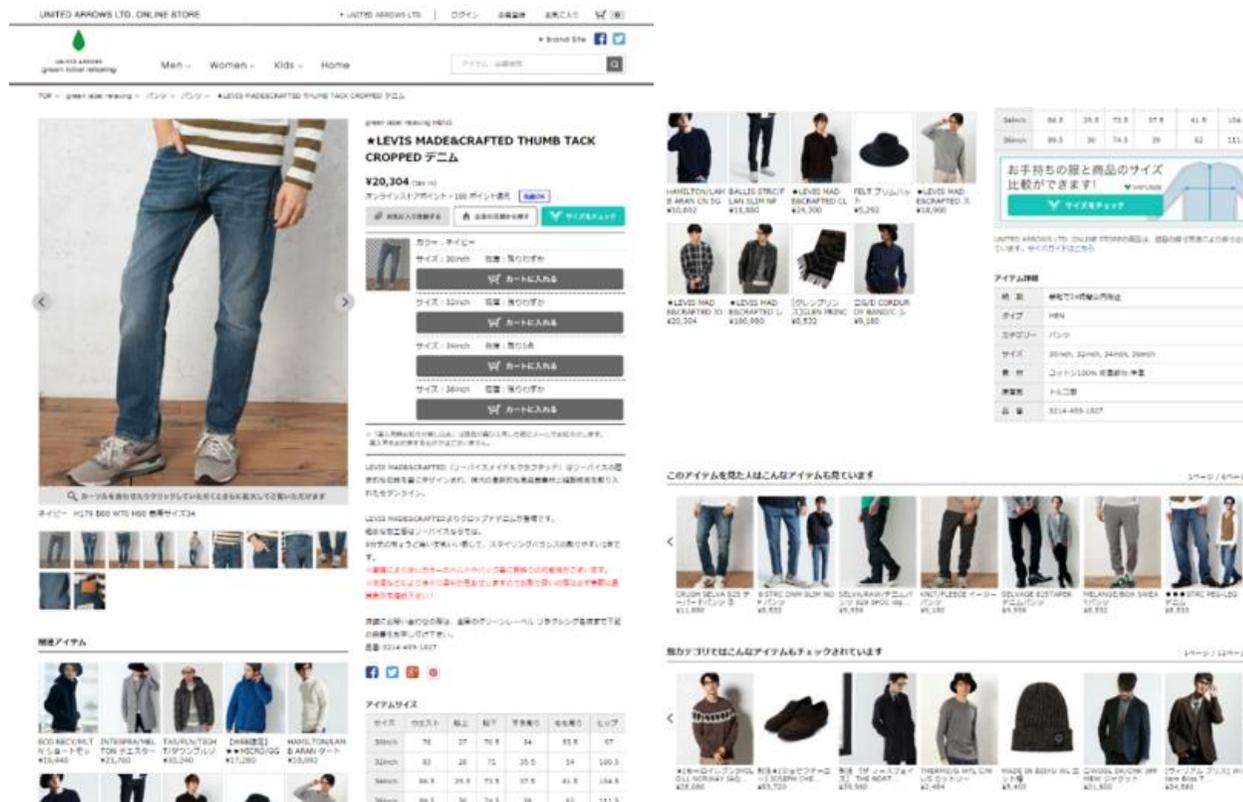
コンバージョン率 **179%**

平均購買点数 **149%**

平均オーダー単価 **124%**

* レコメンドを経由する顧客とレコメンドを経由しない顧客とを比較
(レコメンド導入企業調べ)

商品詳細ページにおける活用例：比較検討されやすい商品、同時購入されやすい商品をそれぞれレコメンド



【事例紹介】 2. 株式会社カクヤス

＜2015年10月：アイジェント・レコメンダーを採用＞

●レコメンド導入後の効果

平均購買点数 **+1.6点**

平均オーダー単価 **+1,700円**

* レコメンドを経由する顧客とレコメンドを経由しない顧客とを比較
(レコメンド導入企業調べ)

TOPページから顧客1人1人の行動情報に合わせたリアルタイムレコメンドを活用



The screenshot shows the Kakuyasu website interface. At the top, there's a navigation bar with links for '店舗情報', '飲食店様向けサービス', '会社情報', '採用情報', 'お問合せ', and 'サイトマップ'. A prominent banner advertises '8000点を越える品揃え! 店舗からのお届けならビール1本から1時間枠で無料配達!' (Over 8000 products! Free delivery within 1 hour for 1 beer from the store!). Below this, there's a search bar and a 'カートを見る' (View Cart) button showing '計 0点 合計 0円 (税込)'. The main content area features a large Asahi Super Dry promotion: '3日以内 数量限定 工場出荷' (3 days or less, limited quantity, factory direct) and 'ビールは、できたてがうまい。' (Beer is best when it's freshly brewed). The promotion includes images of Asahi beer cans and boxes. Below the main banner, there are smaller promotional tiles for 'Asahi Super Dry (鮮度実感パック)', '秋味先行予約キャンペーン', 'メルマガ・キャンペーン', '2016 お中元 特典', and '2016 秋味先行予約キャンペーン'. The left sidebar contains a search bar, a 'セール商品を探す' (Find Sale Items) section with links to '8/4まで期間限定セール' and '開催中のよりどりセール', and a 'カテゴリから商品を探す' (Find Products by Category) section with links for 'お酒・飲料', 'ノンアルコール飲料・甘酒', 'ビール', '発泡酒', '新ジャンル', 'クラフトビール・地ビール', '輸入・海外ブランドビール(発泡酒)', 'チューハイ・カクテル・ハイボール', and 'ワイン'. The bottom right corner has a '重要なお知らせ' (Important Notice) section dated 2016/07/22 about a delivery restriction for fireworks, and a 'あなたにおすすめの商品' (Products recommended for you) section with images of various beverages like Kirin Ichibu, Marquis de la S, Asahi Super Dry, and Asahi Dry Zero.

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・修正をおこなう義務を負うものではありません。