

# 中期経営計画 FY2024-2026

2023年8月14日

サイジニア株式会社

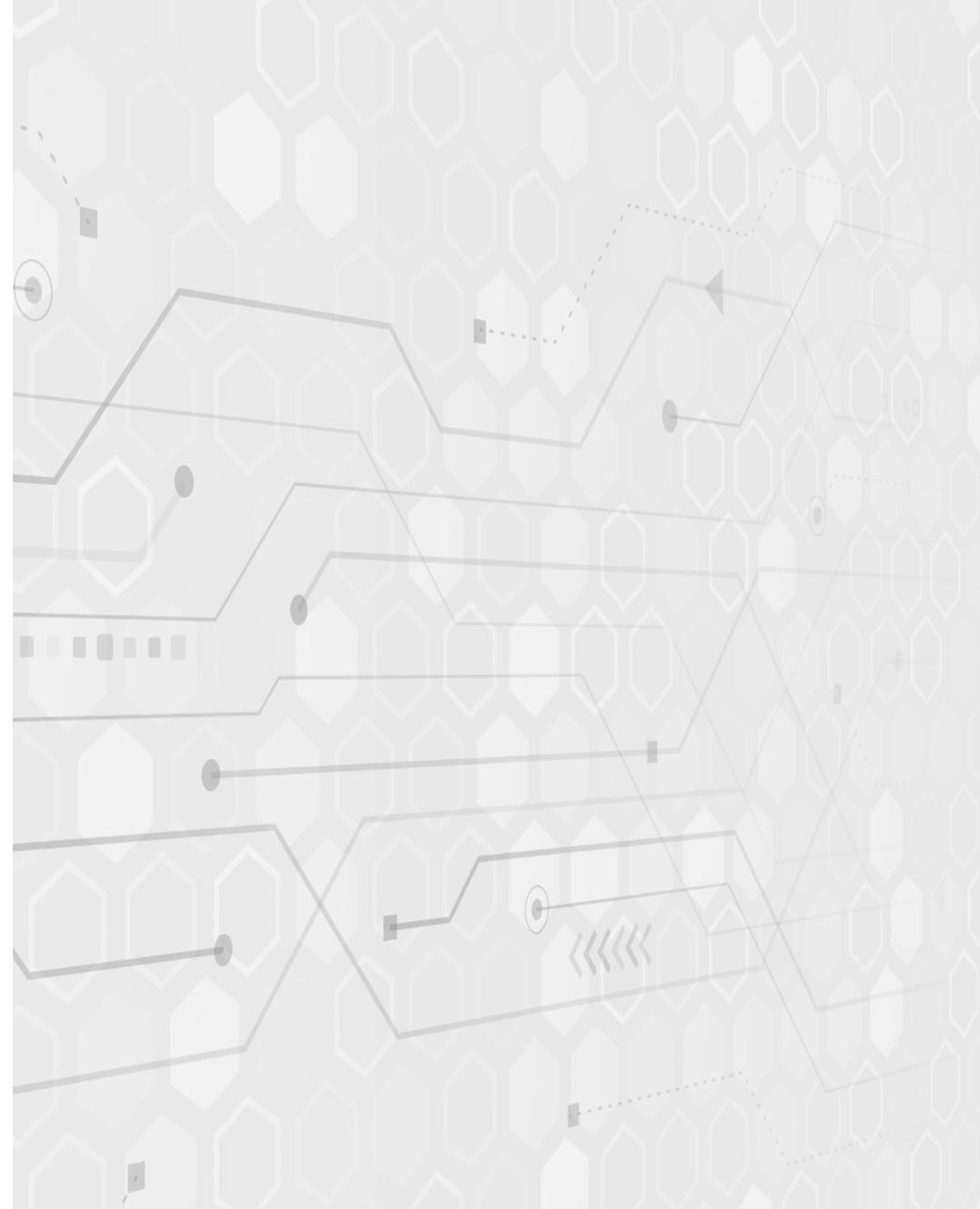
証券コード:6031



# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
2. 成長戦略
3. 構造改革
4. 参考資料



# エクゼクティブ・サマリー

1

26/6期に営業利益10.5億円(23/6期比2.76倍)の達成を目指す

2

高収益高成長のCX改善サービス※<sup>1</sup>を展開するZETAが中期利益成長をけん引

3

注目を集めるリテールメディア※<sup>2</sup>領域で中長期の事業成長を目指す

4

高い利益成長をもとに株主還元の強化に取り組む

※<sup>1</sup> CX(Customer Experience)改善: ECサイトなどにおける顧客体験を向上させるサービス

※<sup>2</sup> リテールメディア: 単なる商取引だけではなくメディアとして魅力的なECサイト

# 中期経営計画の目標

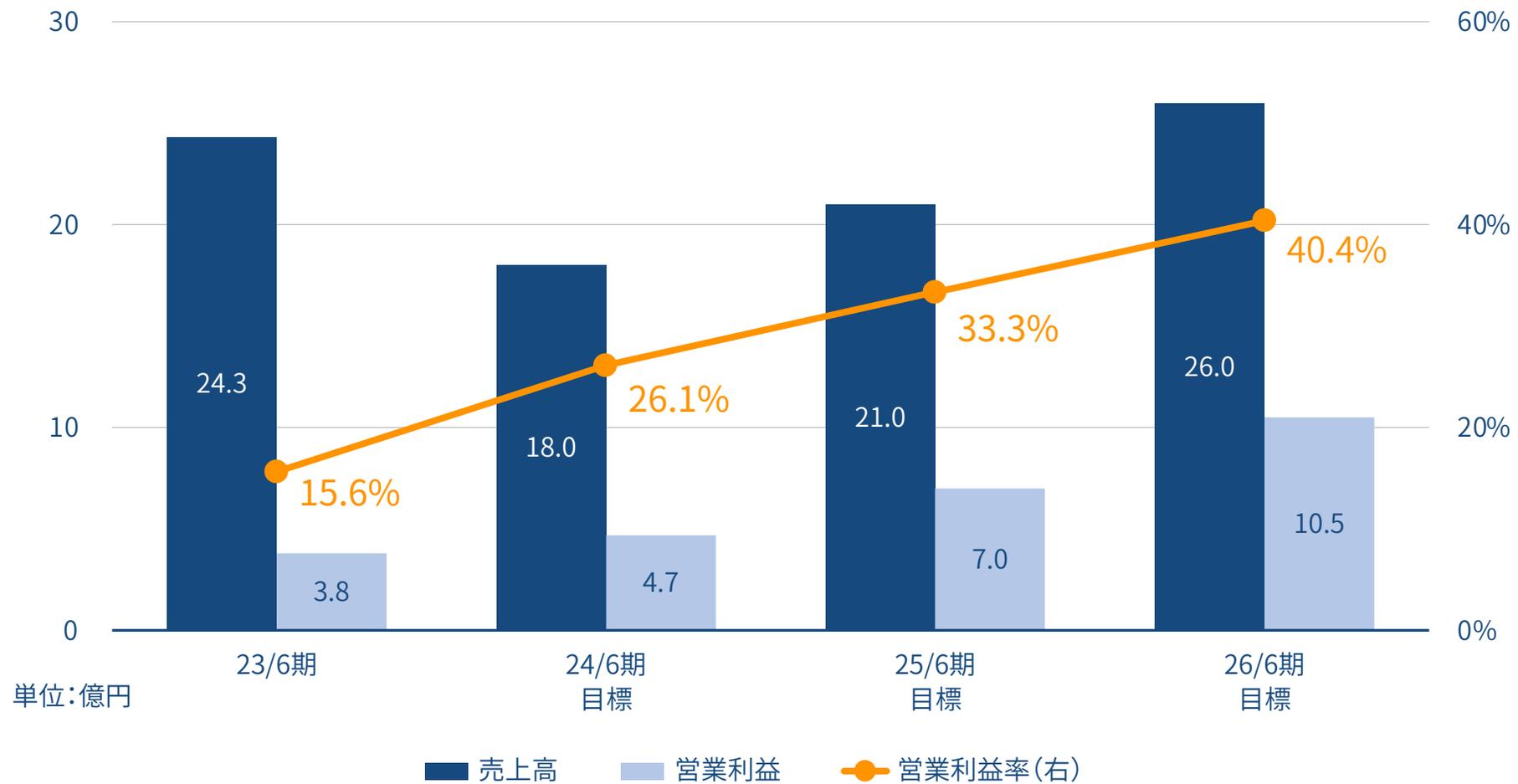
単位:億円

	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%

※本数値は成長への再投資を含んでおらず、今後さらなる成長機会があると判断した場合には、利益の一部を事業開発やM&Aへと活用する可能性があります

# 中期経営計画の業績推移予想

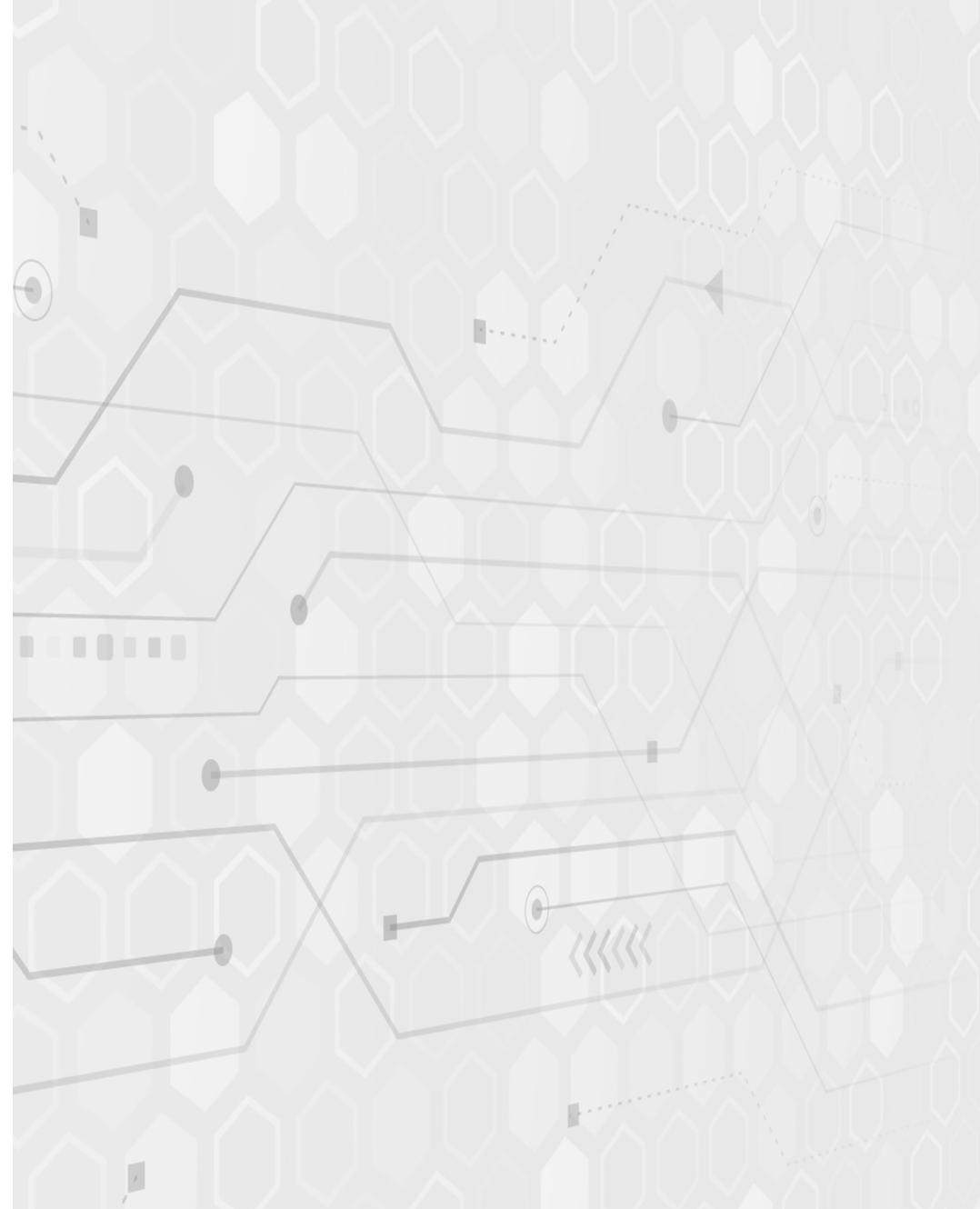
3年後に営業利益10.5億円、利益率40.4%を目指す



# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
2. 成長戦略
3. 構造改革
4. 参考資料



**国内のデジタルマーケティング領域No.1を目指し、  
高成長・高収益・充実の株主還元に取り組みます**

## 市場拡大

コロナ禍を経て高まった需要は衰えずさらに拡大し、EC市場は引き続き伸長

## 構造転換

リターゲティング広告からリテールメディアにおける広告へ企業広告予算がシフト※1

## 有望領域

リスティング広告やUGC※2をも活用したリテールメディアテック領域は高成長期待

※1 個人情報保護のためサードパーティーCookieが規制されると現在主流のリターゲティング広告が利用できなくなり、その代替としてリテールメディアが広告媒体として注目されている

※2 UGC (User Generated Contents)とはクチコミなど一般ユーザーによって生成されたコンテンツのこと

## 中期基本方針

## 業界No.1

高成長中のZETAをドライバーとしてデジタルマーケティング領域No.1を目指す

## 事業拡大

CX改善サービスのさらなる拡大に加え、リテールメディアテック領域へと事業進出

## B2C事業

UGCを活用したコンシューマ向け自社事業を開始する

## AI活用

SARI(サイジニアアドバンスド研究所)を活用したAIへの取り組みを加速

## 株主還元

ストックビジネスならではの利点を活かした、充実の株主還元の実現

	23/6期	26/6期
営業利益	3.8億円	10.5億円
営業利益率	15.6%	40.4%
EPS	42.7円	117.6円
ROE	22.6%	30%以上
配当性向	9.8%	20%以上

営業利益は3年平均40%以上の成長を目指すとともに、営業利益率も向上を狙う

## 実現した株主還元の強化

## 自社株買い

19.76%

2023年4月、ソフトバンク株式会社から自社株1,261千株(発行済株式総数に対する割合19.76%)取得

42.71円

1株当たり純利益は39.41円から42.71円へと上昇

## 配当

5円

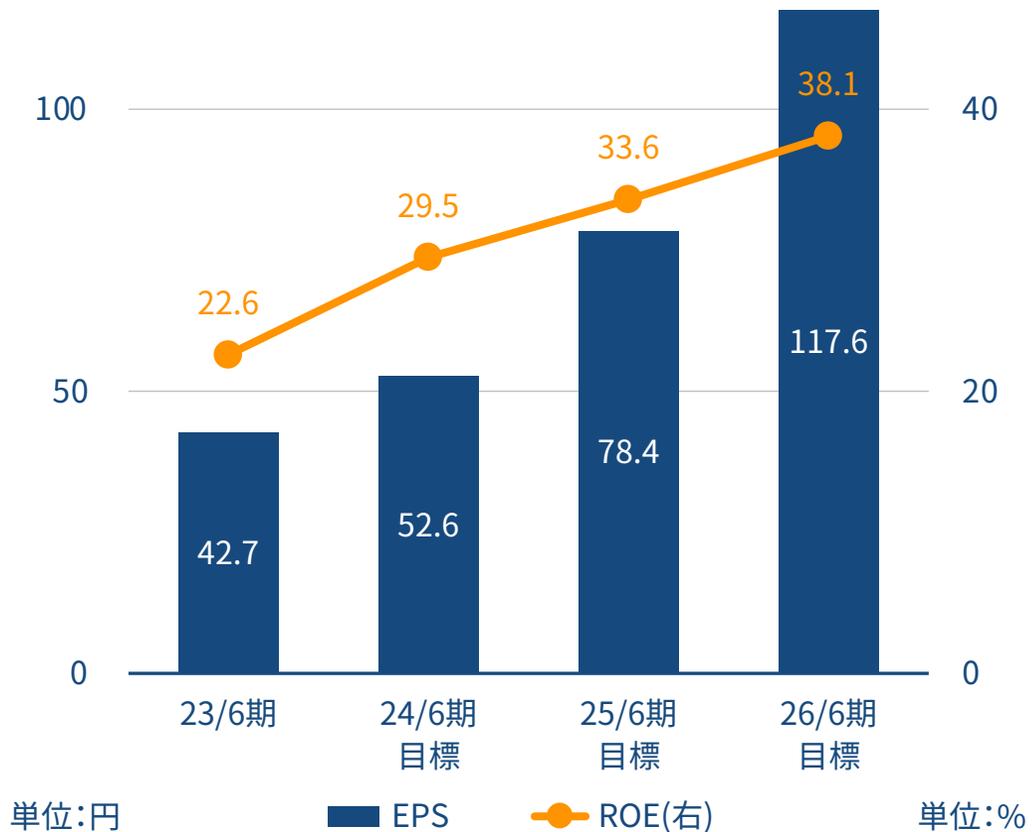
高収益のストックビジネスであるCX改善サービスへのシフトが進み23/6期から配当を開始  
年間配当金は1株当たり5円予定

7.5円

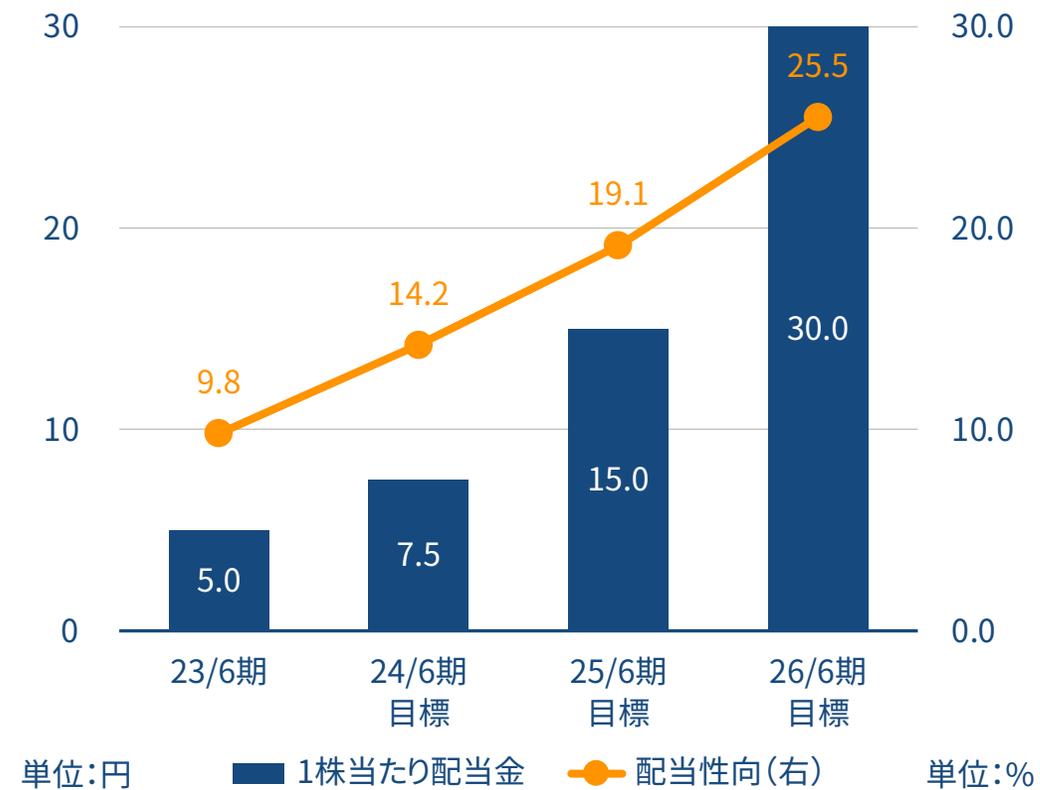
今後も株主還元の強化を大きなテーマに  
24/6期の年間配当金は7.5円と増配の予定

## EPS・ROE・配当性向の向上も目指す

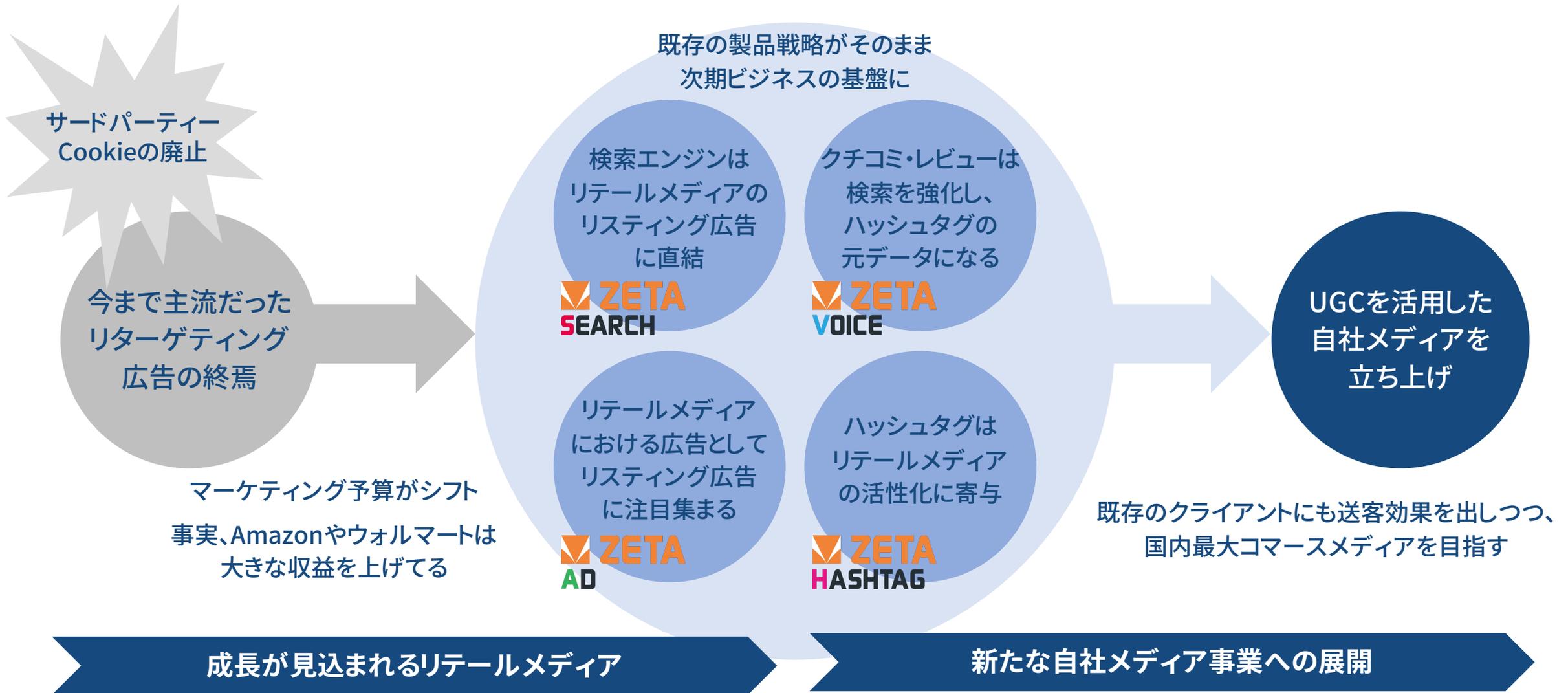
EPSとROEの推移予想



1株当たり配当金と配当性向の予想



# 2 リテールメディアとUGCの市場可能性



## 中期経営計画における主要指標(実績値)

## 実質連結営業利益率

15.6%

前年同期比  
+5.1ポイント

## ZETA営業利益率

36.3%

前年同期比  
+7.7ポイント

## 配当性向

9.8%

前年同期比  
+9.8ポイント

## ZETA CX導入ライセンス数

310

前年同期比  
+31

## ZETA CX導入サイト数

168サイト

前年同期比  
+35サイト

## 取り扱いUGC数

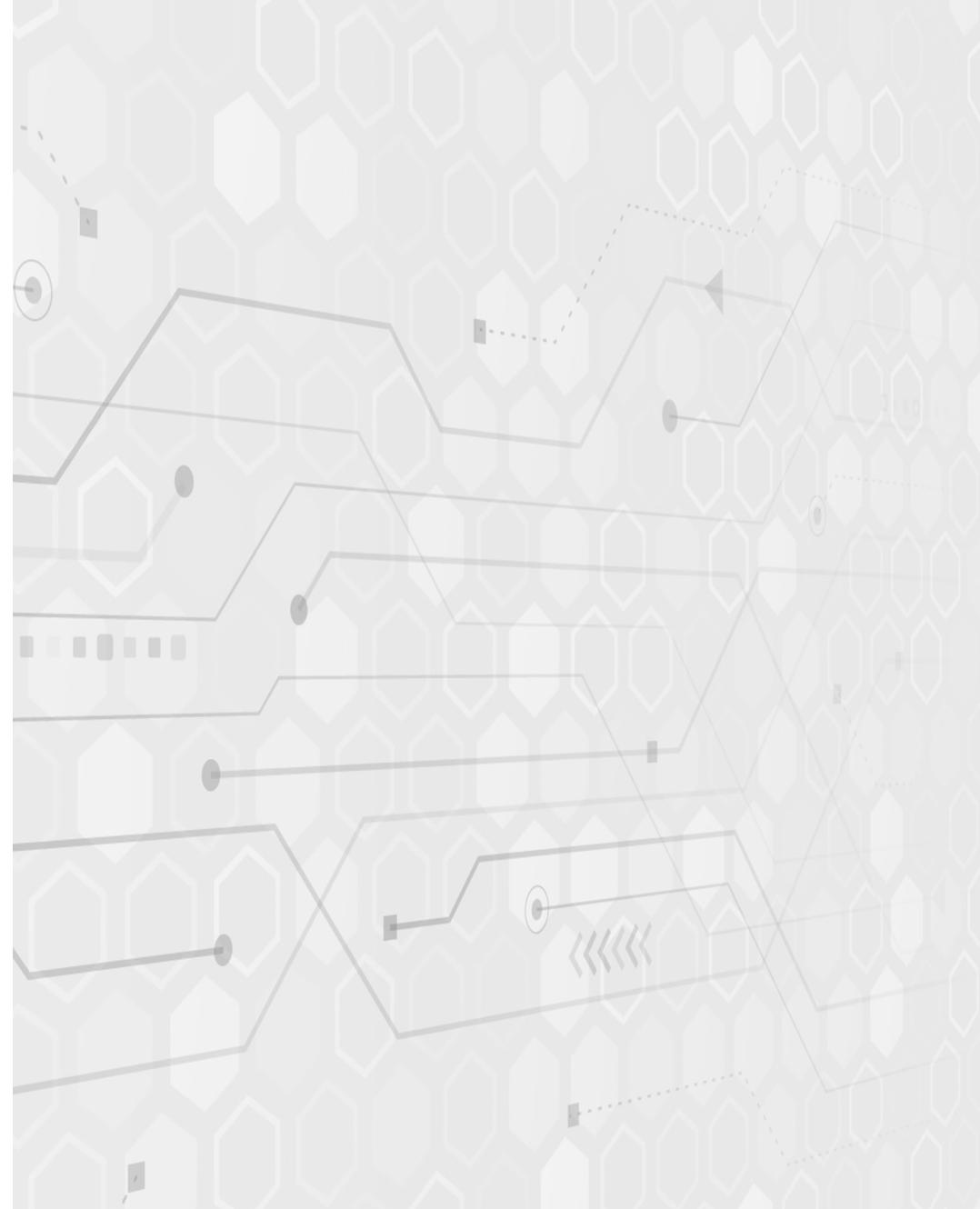
945万件

前年同期比  
+420万

# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
- 2. 成長戦略**
3. 構造改革
4. 参考資料



## 中期経営計画における成長ドライバー

数多くの実績を積み上げ  
高い成長性と収益性を誇る

ZETA CX  
シリーズ

ネット広告業界の構造転換で  
急成長期待される

リテール  
メディア事業

既存製品から蓄積される  
資産によるメディア事業

UGC活用  
新事業

## 2 成長ドライバーとしてのZETAの特徴

### 高性能

大手EC企業の要求満たす処理性能

### シナジー

相乗効果もたらす製品ラインナップ

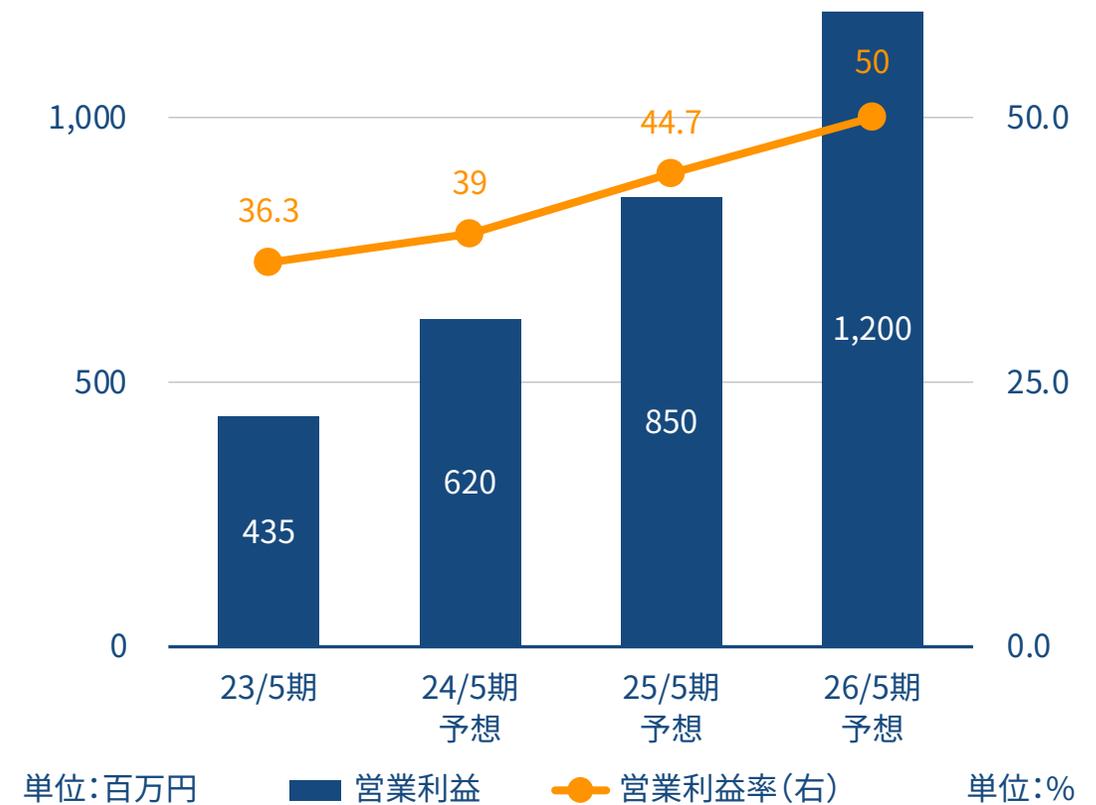
### 継続率

導入後の高い効果で解約率が低い

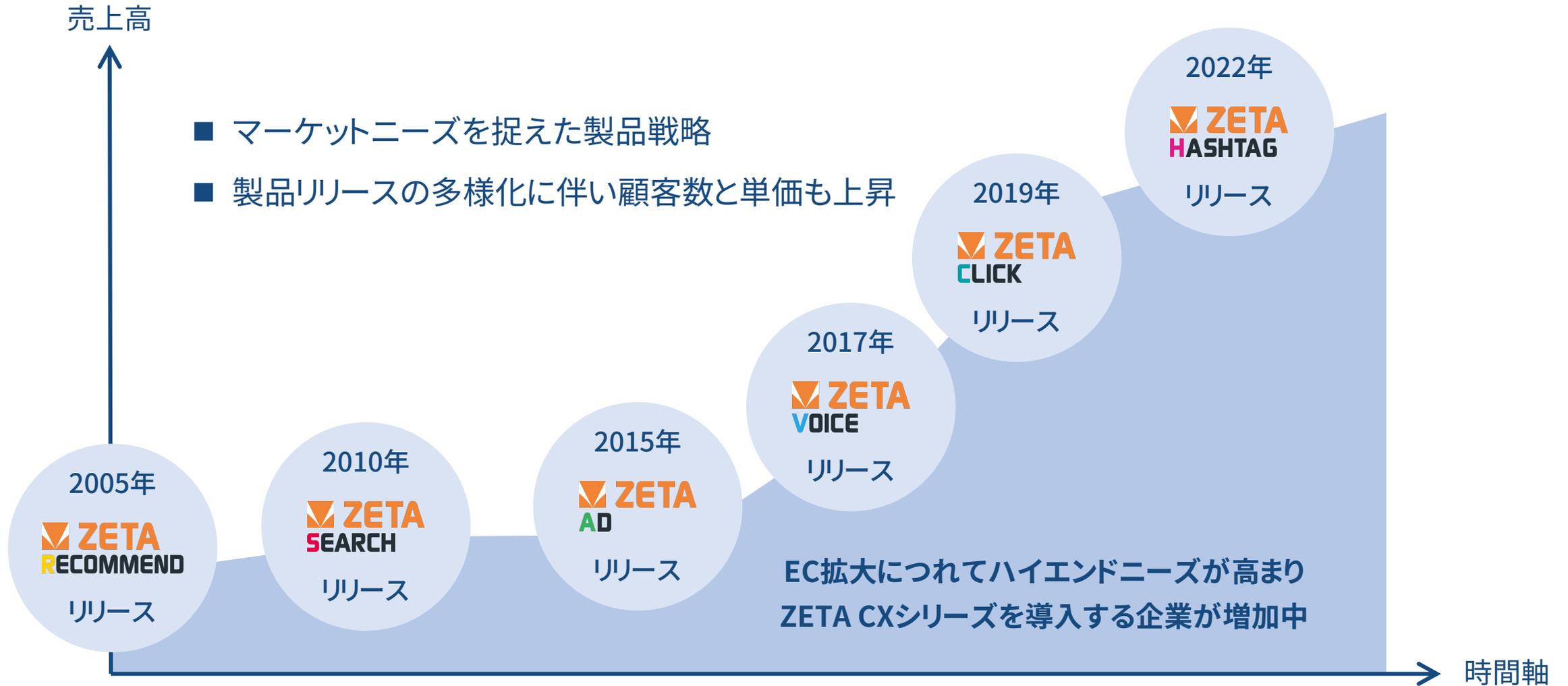
### 利益率

完全自社開発で非常に高い利益率

### ZETAの貢献営業利益



## 既存サービスの成長



## ZETA CXシリーズのラインナップ紹介 1



通販売上高ランキング上位100中  
28社に導入、大規模ECで国内トップ  
クラスのシェアを誇る検索エンジン



圧倒的な  
高速性能



精度高い  
検索結果



厚い運用  
サポート

主な導入先企業

Panasonic

watashi  
by shiseido

三井不動産  
MITSUI FUDOSAN



導入先のレビューやQ&A投稿延べ数  
1,000万件目前、国内トップクラスの  
レビューデータを保有



多彩な  
表示機能



シンプルな  
投稿画面



SEO対策  
にも有効

主な導入先企業

Shaddy

DESCENTE  
DESCENTE

DECENCIA



回遊率向上・離脱率低減効果により  
顧客からの問い合わせと注目度No.1の  
新ソリューション(特許取得済み)



ハッシュタグ  
自動生成



外部流入  
増加



サイト回遊率  
アップ

主な導入先企業

UNITED ARROWS LTD.

UR  
URBAN RESEARCH Co.,Ltd.

BAROQUE JAPAN LIMITED

## ZETA CXシリーズのラインナップ紹介 2



コロナ禍を経て今後成長期待される  
オンラインECサイトと店舗をつなぐ  
OMOソリューション



URL  
リダイレクト



QRコード  
発行



店頭  
接客支援

主な導入先企業

社名非公開(某アパレル企業)



複数ロジックでカスタマイズ可能、  
外部データ連携の自由度の高さ  
などから根強い人気のサービス



容易な  
導入が可能



カスタマイズ  
可能



メールやDMP  
などと連携

主な導入先企業

Alpen Group

EC CURRENT

オンラインストア



サイト内検索エンジンで培った知見と  
ハッシュタグ新製品との連携で  
リテールメディアにおける優位性を発揮



サイト内  
検索連携



ADNW  
接続配信

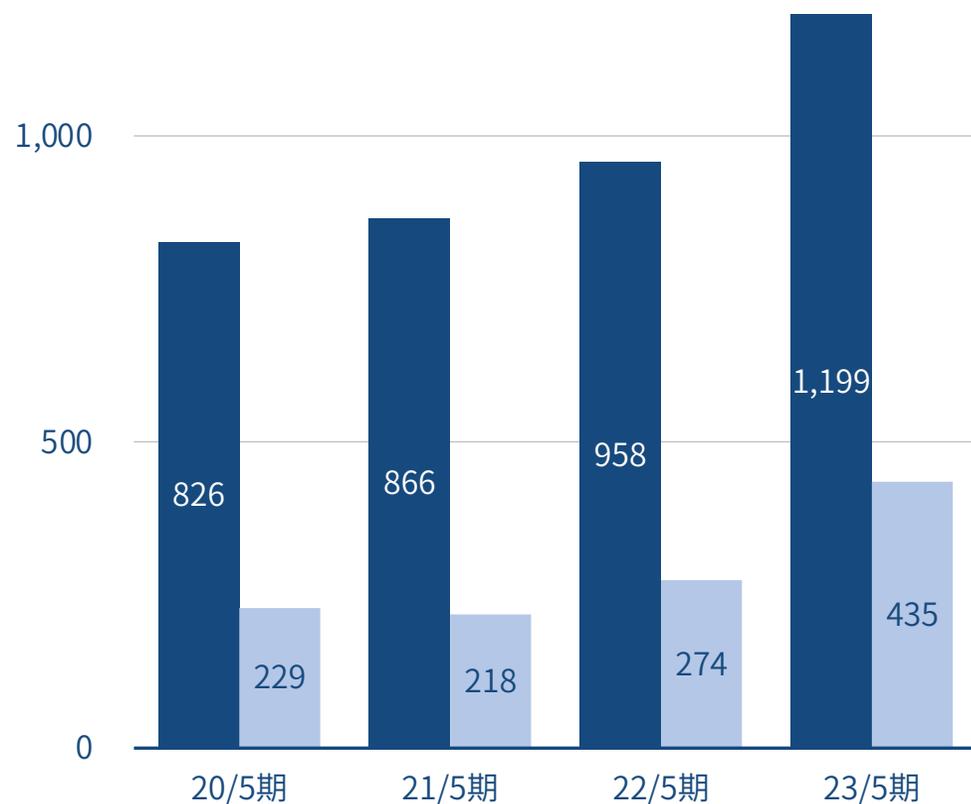


配信広告の  
精度向上

主な導入先企業

SHOPLIST.com  
by CROOZ

ZETAの過去4年の売上・利益推移

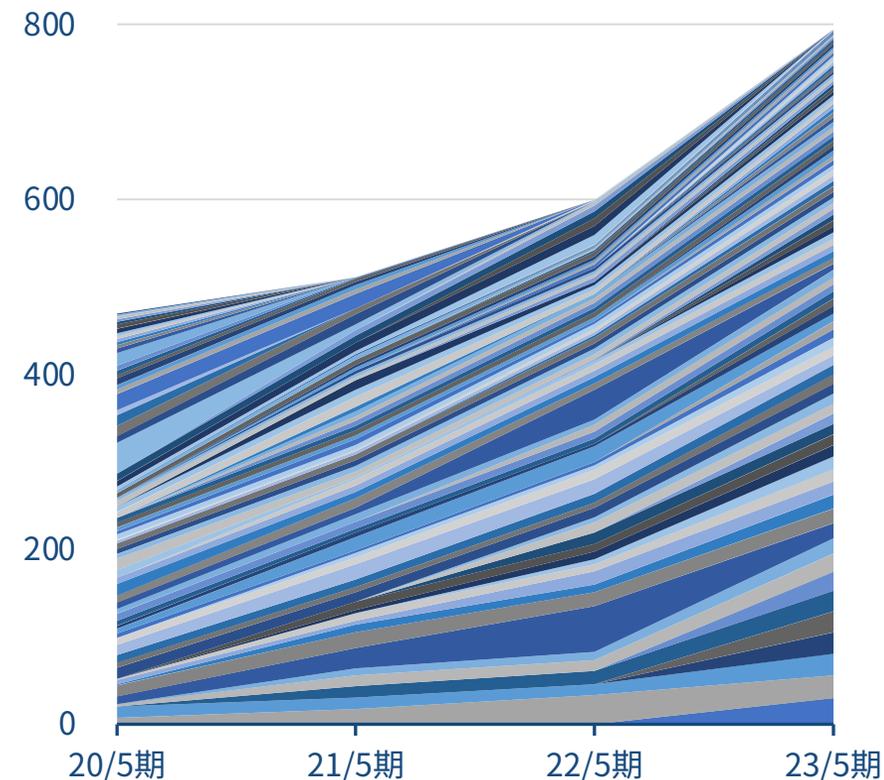


単位:百万円

■ 売上高

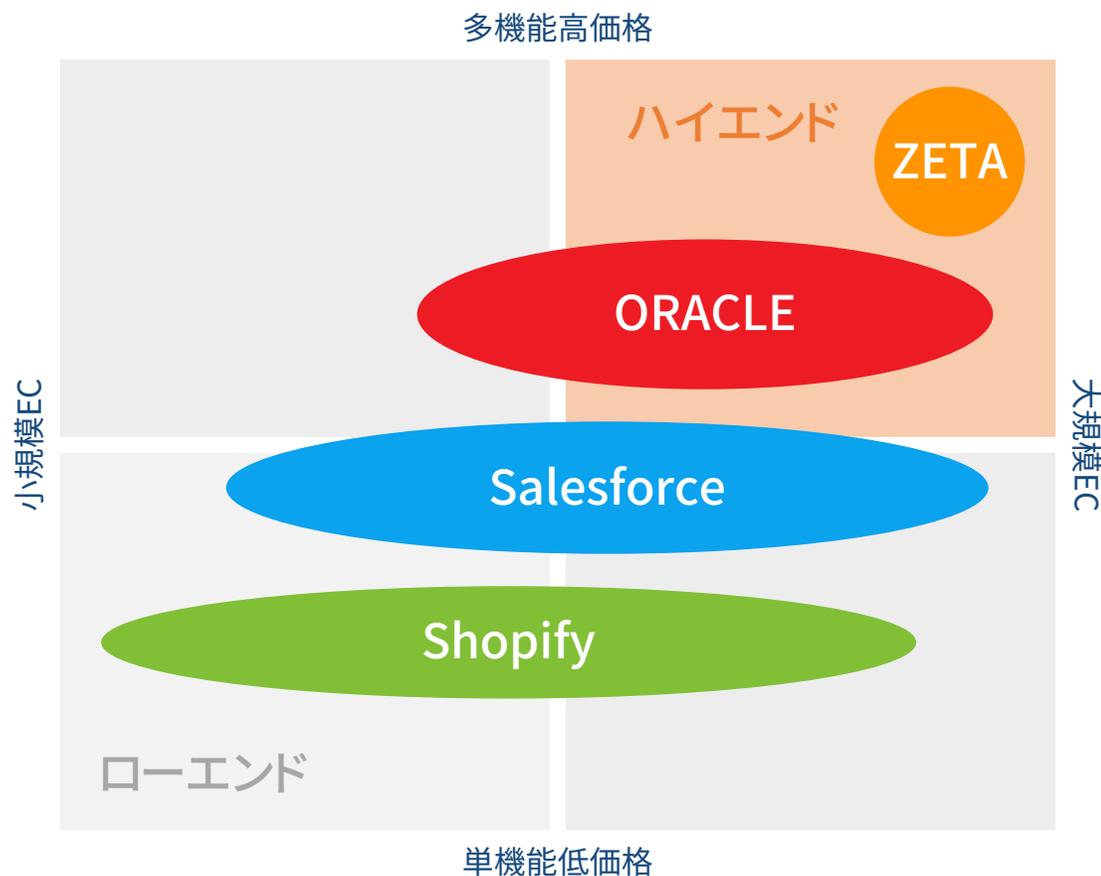
■ 営業利益

ZETA CXシリーズ導入企業ごとの取引額推移



単位:百万円

## CX市場ポジショニングマップ



- ソリューションプロバイダーは、ボリュームの大きいローエンド企業をターゲットとする販売戦略を選択することが多い
- 一方で、当社は、要求水準と技術的難易度は高いが、取引金額の大きいハイエンド企業をターゲットとしている
- これには、高利益率に加え、大手企業における事例からインバウンドで営業案件が拡大するメリットがある
- 将来的には、OracleやSAPなど、システムの基盤となりうる製品展開を目指す

## 高単価

ハイエンド顧客中心で高い受注金額

## 高利益率

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

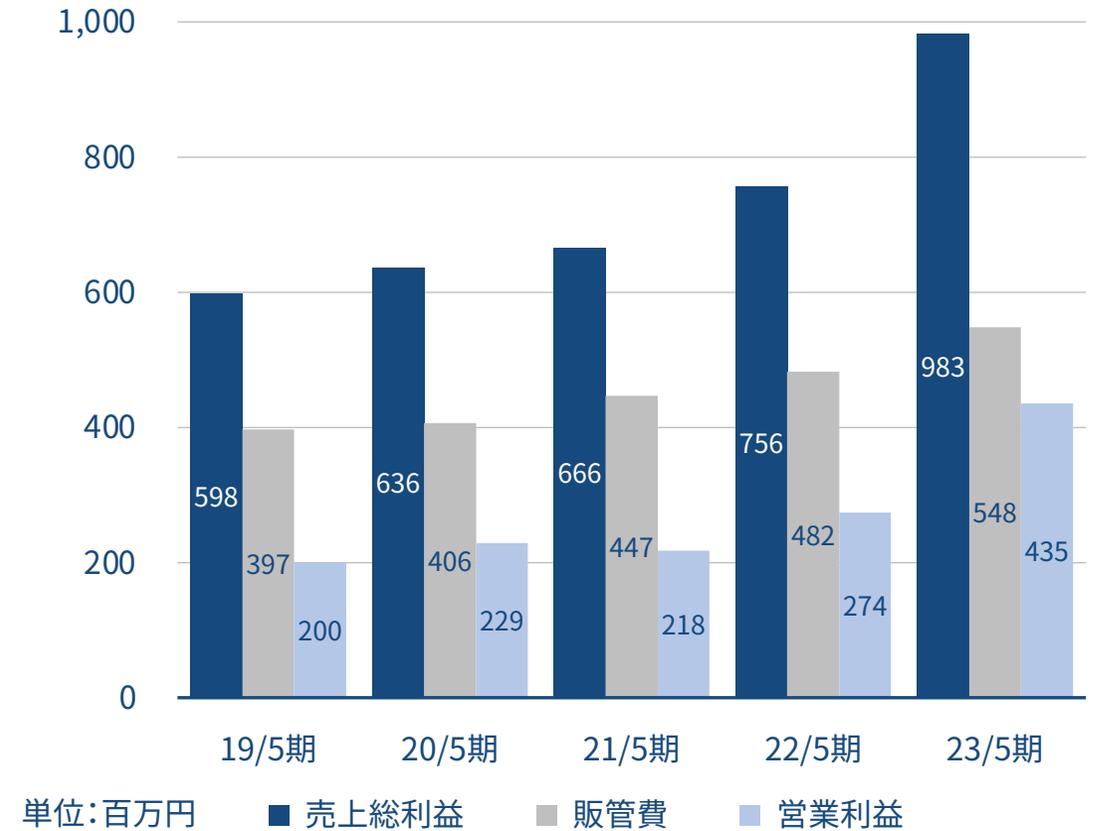
## 製品開発

安定のストック収益で再投資を実行

## 成長軌道

軌道に乗ると成長加速する事業形態

ZETAの過去実績



# ハイエンド顧客志向ゆえEC市場の成長が大きくプラスに

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

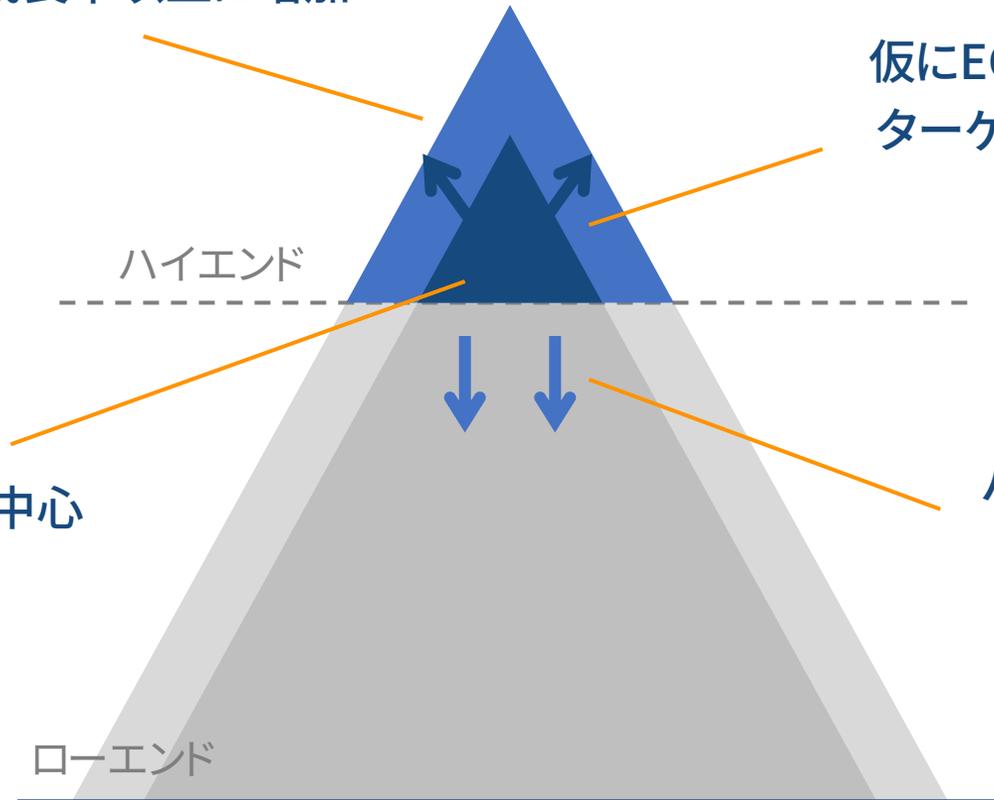
ハイエンド

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



## クロスセル戦略の有効性



- 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

## 有力企業からの圧倒的サポートとともに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

2nd STREET  
Reuse Shop

THE SUIT COMPANY

watashi  
by shiseido

DECENCIA



OIOI

JRE MALL

SEIBU  
SOGO

Japanet

SHOP  
CHANNEL

Shaddy

HANDS



pal\*system

ANAX



DNP



DESCENTE

AlpenGroup



GDO



BOOK-OFF Online



Panasonic

EC CURRENT

XPRICE

YAMADA

PLUS

Biznet  
SOLUTIONS

TENPOS

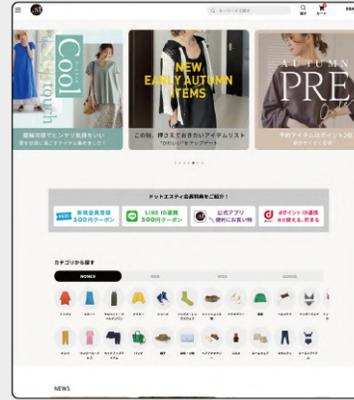
ミドリ安全.com

## アパレル

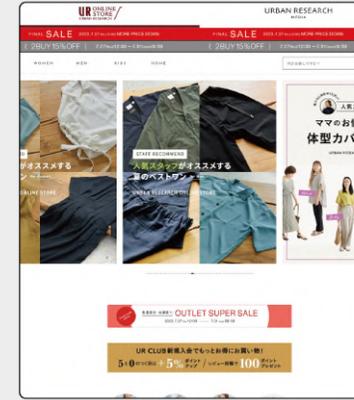
## ユナイテッドアローズ



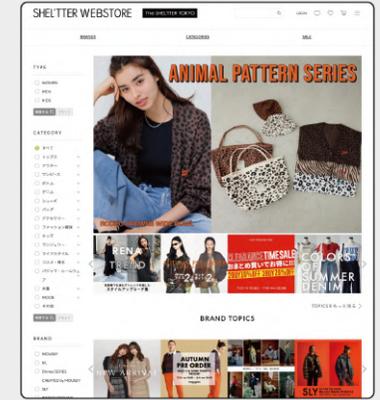
## アダストリア



## アーバンリサーチ



## バロックジャパンリミテッド



## 家電

## ヤマダデンキ

パナソニックコンシューマー  
マーケティング

## エクスプライス



## ストリーム



## 日用品

## ハンズ



## コメリ



## コーナン商事



## ショップチャンネル

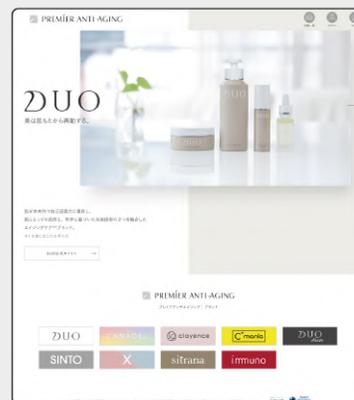


## 化粧品

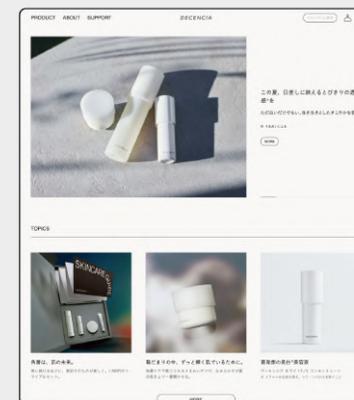
## 資生堂ジャパン



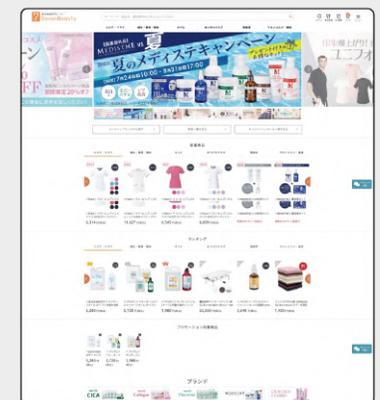
## プレミアアンチエイジング



## DECENCIA



## セブンビューティー



B2B

ミドリ安全



プラス



ビズネット



テンポドットコム



書籍・エンタメ

CCC

ブックオフ  
コーポレーション

ローソンエンタテインメント



日本出版販売



## 事例1: 複数導入でCXが大きく改善

## UNITED ARROWS ONLINEの例



impress BUSINESSMEDIA

EC担当 担当 Web担当者 製品導入

企業IT ソフト開発 IoT・AI DCクラウド 研究・調査  
エネルギー ドローン イベント・セミナー

ネットショップ  
担当者フォーラム

ECノウハウ  
記事を読む

最新ニュース  
を読む

イベント  
セミナー

探す  
記事やページ

ネットトップ > PR > UI・UXの向上をめざすユニテッドアローズのECサイト改善施策とは

PR

UI・UXの向上をめざすユニテッドアローズのECサイト改善施策とは

ユニテッドアローズ（UA）のEC戦略と、自社ECサイト刷新にともなうUI・UX改善事例を解説。ZETAが提供するEC商品検索・サイト内検索エンジン「ZETA SEARCH」とレビュー・Q&Aエンジン「ZETA VOICE」導入による課題解決の取り組みとは

高野 真維 [執筆], 吉田 浩章 [撮影] 2022/11/21 8:00

シェア 22 ツイート 3 B! はてブ 2 noteで書く

[AD]

ファッションやセレクトショップ業界をリードするユニテッドアローズは2022年3月、ECと実店舗の売り場を統合するために自社ECサイトをリニューアルオープンした。検索機能の改善、レビュー投稿によるUGCの導入など、UI（ユーザーインターフェイス）・UX（ユーザーエクスペリエンス）の向上に取り組んでいる。オンラインとオフラインのシームレスな購買体験をめざすユニテッドアローズのEC戦略、顧客体験向上の取り組みなどを取材した。

UNITED ARROWS LTD.





- ZETA SEARCH:  
複数軸の絞り込み検索により、好みを反映した検索を実現
- ZETA VOICE:  
性別や年代等の情報とともに商品レビューを表示することで商品検討をさらに促進
- ZETA HASHTAG:  
サイト内の回遊率向上や離脱率・直帰率を改善
- ZETA SEARCHとZETA VOICEの連携によって、ユーザーにセレンディピティな出会いの提供を可能に

## 事例2: 検索後CVRが3倍に増加

## URBAN RESEARCH ONLINE STOREの例



ECzine テクノロジーで  
ECの  
コマースビジネスを  
支援するWebマガジン

検索後CVR3倍！アーバンリサーチがレビューとサイト内検索の両軸で目指す「顧客に寄り添うEC」

伊藤 真美[著] / 堀田 賢二[図] 2021/08/27 11:00

サイト内検索 ファッション/アパレル 顧客体験 (CX)



アパレル小売を中心に飲食やライフスタイル事業など、全国に約260店舗を展開するアーバンリサーチ。積極的にデジタル施策を推進してきた同社は、ECの





■ ZETA SEARCH:

評点/コメント/レビューアー情報/「参考になった」ボタンなどの機能を実装し、評点の星の数や体型・年齢・性別での絞り込みにも対応、ユーザーの興味に応じた検索を可能に

■ ZETA VOICE:

サイズ感や着用シーンについてのアンケート結果を可視化することで商品の評価・特性を一目で確認できる

## コーナンeショップの例



impress BUSINESSMEDIA

EC担当者 Web担当者 製品購入

企業IT ソフト開発 IoT・AI DCクラウド 研究・調査  
エネルギー ドローン イベント・セミナー

ネットショップ  
ECノウハウ  
記事を読む

最新ニュース  
を読む

ネットトップ > PR > ECサイトの顧客体験向上・店舗スタッフの業務効率を同時実現したコーナン商事の店舗DX推進のカギは「検索」にあり

PR

イベント  
セミナー

探す  
記事やページ

ECサイトの顧客体験向上・店舗スタッフの業務効率を同時実現したコーナン商事の店舗DX推進のカギは「検索」にあり

500店舗超を展開する大手ホームセンターのコーナン商事。店舗とオンラインの融合を進めるために、ECサイトと店舗従業員アプリでEC商品検索・サイト内検索エンジン「ZETA SEARCH」を導入した。その理由や今後の展望について、ZETAとのディスカッションで解説する

朝比美航 [執筆], 奥田晃介 (松鹿倉) [撮影] 6/6 8:00

シェア 26 ツイート 4 B! はてブ 1 note で書く

[AD]

ホームセンターのコーナン商事は店舗とオンラインの融合をテーマにした「店舗デジタル化戦略」を進めている。ECサイトのリニューアルや、店舗の従業員が業務で利用するアプリのリリースなどを実施。ECから店舗への送客促進や店舗業務の改善など、さまざまな効果が表れ始めている。「店舗デジタル化戦略」で重視した施策の1つがECや従業員アプリの検索機能。記事前半では「店舗デジタル化戦略」を解説、後半は検索面をサポートしたZETAとコーナン商事の2社によるディスカッションから、デジタル化戦略の実例、検索が果たす役割とその効果、可能性などを紹介する。




- 店舗とECの融合を目指す「店舗デジタル化戦略」を推進
- ZETA SEARCH:  
キーワードに関連したバナー表示やサジェスト機能を実装し、ユーザー体験を向上。また店舗の従業員アプリにも搭載することで従業員が商品陳列棚をリアルタイムに把握可能に
- これにより、2025年度には従来比20%の業務量を削減し、年間約25億円の人件費削減効果を見込む

## 国内消費者向けEC市場の推移



単位:兆円

■ 物販系 ■ サービス ■ デジタル

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>

- EC市場、EC化率ともにも順調に拡大
- 特に当社主要ターゲットである物販系のEC市場規模は急拡大を継続
- アフターコロナで需要が踊り場迎えても中長期的には拡大継続が予想されている
- 市場環境を背景にハイエンド志向の企業が増えており、当社にとって追い風

## 国内デジタルマーケティング関連ソフトウェア市場



単位:億円

出典:株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2021年版  
～DX/ニューノーマル時代の注目パッケージ製品およびクラウドサービス

- EC市場拡大に伴い、デジタルマーケティング市場は高度化・ハイエンド化が進行
- システム連携やデータ統合のニーズにより一気通貫したサービス提供が求められる
- サードパーティCookie規制によりネット広告予算の大規模な再配置が起こりつつあり、その受け皿となるリテールメディア重要に
- ワンストップでサービス提供できる当社の優位性を活かして業界をリードする構え

# 新サービス・機能の開発を継続

2022年7月20日リリース

## ZETA CXシリーズの新ラインナップ 「ZETA HASHTAG」をリリース

2022年7月20日  
報道関係者各位

ハッシュタグを活用した  
CX向上ソリューション「ZETA HASHTAG」を提供開始

EC 商品検索・レビュー・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、商品説明やクチコミなどからホットなキーワードを抽出し、CX 向上および SEO 改善が期待できる新製品としてハッシュタグ活用エンジン「ZETA HASHTAG」を提供開始いたします。



EC サイト等ではユーザーによるクチコミやスタッフの投稿などの UGC の活用が加速するとともに

- 商品説明やクチコミを解析しキーワード抽出
- 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

2022年7月26日リリース

## リテールメディアアテック 「deqwas.LISTING」

2022年7月26日  
報道関係者各位

『デクワス.LISTING』を提供開始  
〜リテールメディアアテックを実現する検索運動型広告ソリューション〜

サイジニア株式会社(本社：東京都港区、以下サイジニア)のグループ会社で、広告配信基盤に強みを持つデクワス株式会社(本社：東京都港区、以下デクワス)は、グループのシナジー効果を活用したリテールメディアアテックにおけるソリューションとして検索運動型広告ソリューション『デクワス.LISTING』の提供を開始しました。



昨今のデジタル化に伴い、様々なショッピングサイトにおいて目的を持って商品検索をするユーザーが増加しており、購買行動のスタートがオンラインとなったことで、購買へのステップを短縮することが可能となりました。

- 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掲載
- 広告成果とサイトCVの最適化を両立

2022年12月13日リリース

## ZETA CXシリーズの新ラインナップ 「ZETA Tracking」をリリース

2022年12月13日  
報道関係者各位

EC サイトでの商品購入までの動線を自動最適化することで  
ユーザーにとって関心が高い商品ページとの出会いを創出し、  
カートイン率・CVR 向上を図るサービス『ZETA Tracking』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 サイトでの商品購入までの動線を自動最適化することでユーザーにとって関心が高い商品ページとの出会いを創出し、カートイン率・CVR 向上を図るサービス『ZETA Tracking』の提供を開始いたしました。

※第一弾として EC 商品検索・サイト内検索エンジン「ZETA SEARCH」と連携／



- ZETA SEARCH連携、タグ設置のみで導入
- 商品購入の動線を自動最適化
- カートイン率、CVR向上を図る

# リテールメディア広告エンジン「ZETA AD」の新機能リリース

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。



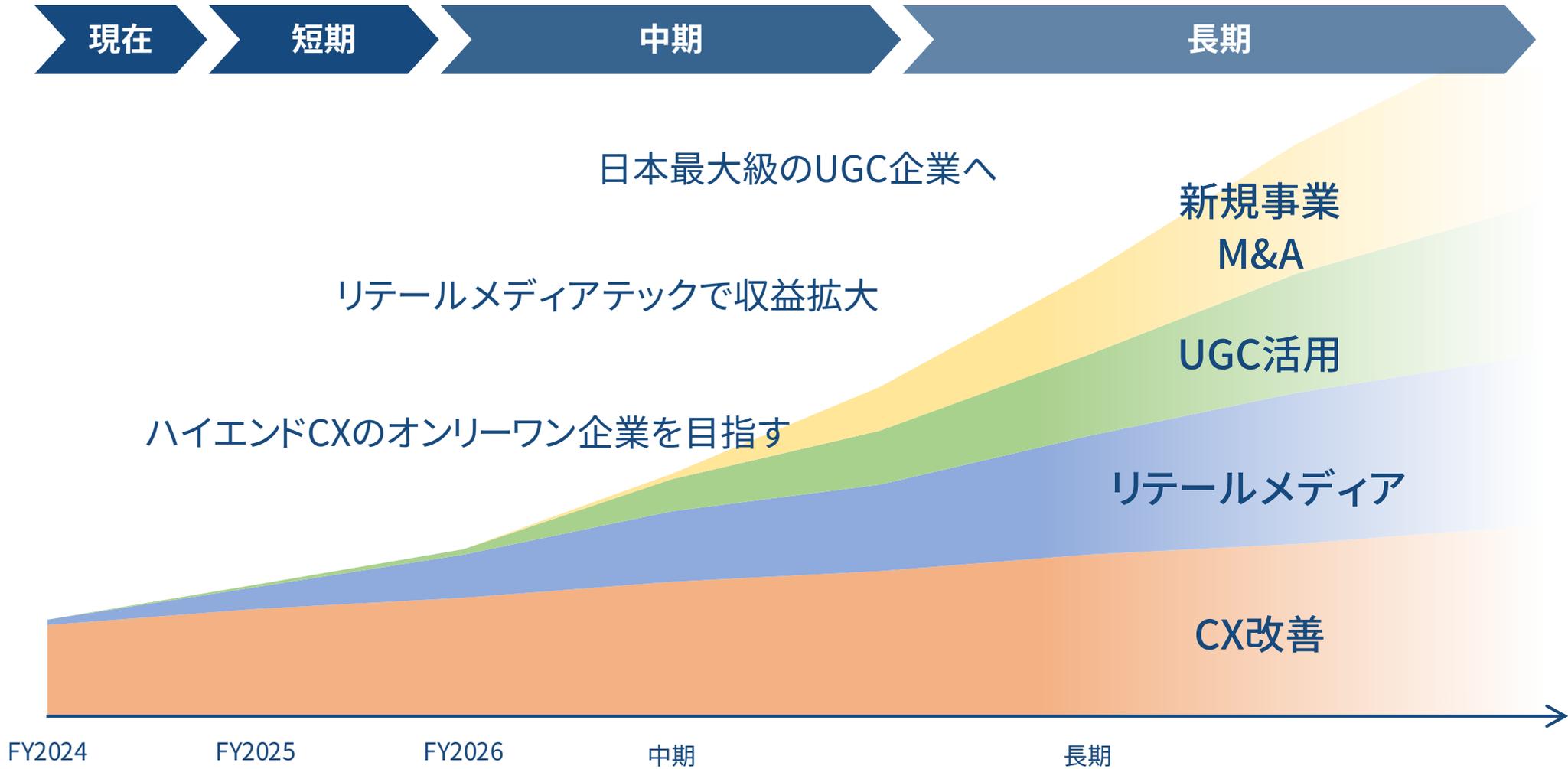
近年米国を中心に日本国内でも注目を集めている「リテールメディア」ですが、ECの拡大・3rd

2022年8月2日リリース

## 広告×ハッシュタグの相乗効果

- 商品情報や商品レビューを解析し自動生成されたハッシュタグのキーワードを使って、リテールメディアの中に広告を掲載
- InstagramやTwitterなどに慣れ親しんだZ世代はハッシュタグを中心に情報検索を行っており、広告としての活用は高い効果の実現を期待できる

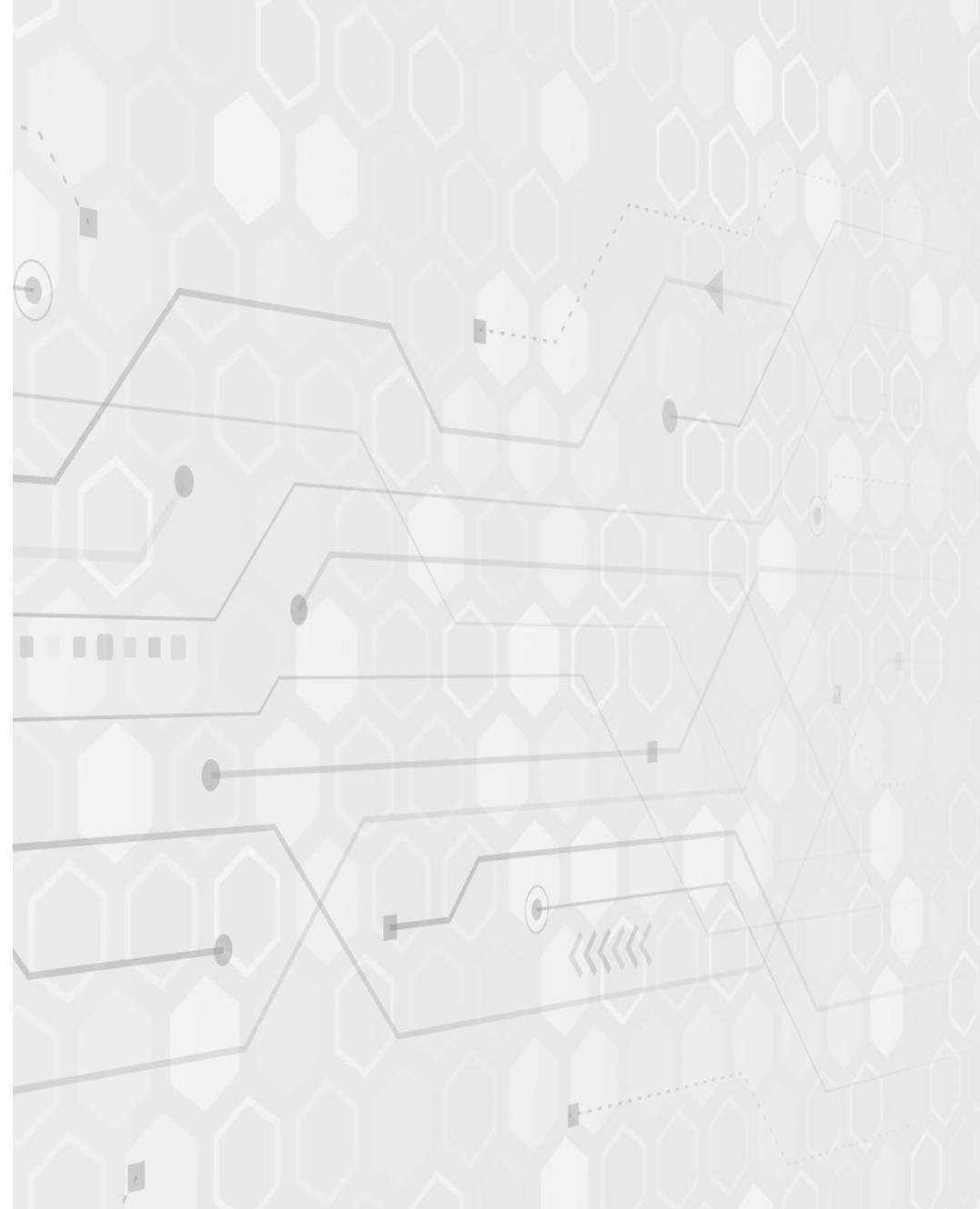
## 中長期成長イメージ



# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
2. 成長戦略
- 3. 構造改革**
4. 参考資料



## 事業環境の変化と対応

### ネット広告業界 に訪れる大波

- サードパーティCookie規制の動向で、今後リターゲティング広告事業は縮小の見込み
- 業界構造は激変し、ネット広告予算の割当先は大きく見直しが発生するのは必至

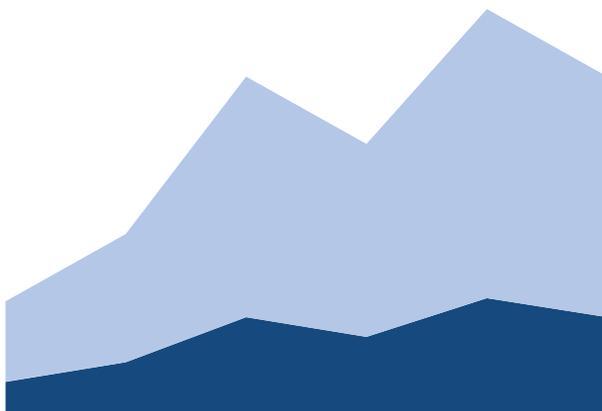
### ZETAとの 経営統合効果

- ZETAの手がけるCX改善サービスが好調に推移
- 検索エンジン導入先をリテールメディアとして実現する検索連動広告という金脈

### 断固たる 事業構造改革

- 売上の半分を占めるネット広告サービスからの撤退を決断
- CX改善と事業領域拡大による成長へと踏み出す企業構造を構築

フロー型のネット広告事業から撤退し、  
ストック型のCX改善サービスに経営資源を集中



売上高は大きい  
ボラタリティが高い



収益が積みあがって  
営業利益率が上昇

## 企業構造に関する取り組み

## 企業構造

迅速な意思決定のためサイジニアのホールディングス化を進める

## 会計基準

国際会計基準IFRSの適用や決算期変更の検討を進める

## 市場変更

グロース市場からプライム市場などへの市場変更の取り組みを促進

## 効率改善

オフィス拠点の集中による費用削減と業務効率化を進める

## 集中投資

中核子会社であるZETAの成長に集中投資しCX改善サービスの成長可能性を追求

## 製品開発

既存プロダクトとのシナジー効果の高い新製品の投入を複数予定  
サイジニアアドバンスド研究所を活用したAI領域に関するチャレンジ

## 新規事業

クチコミやハッシュタグなどのUGCリソースを活用した自社事業への取り組み、  
国内最大級のコマースメディアを目指す

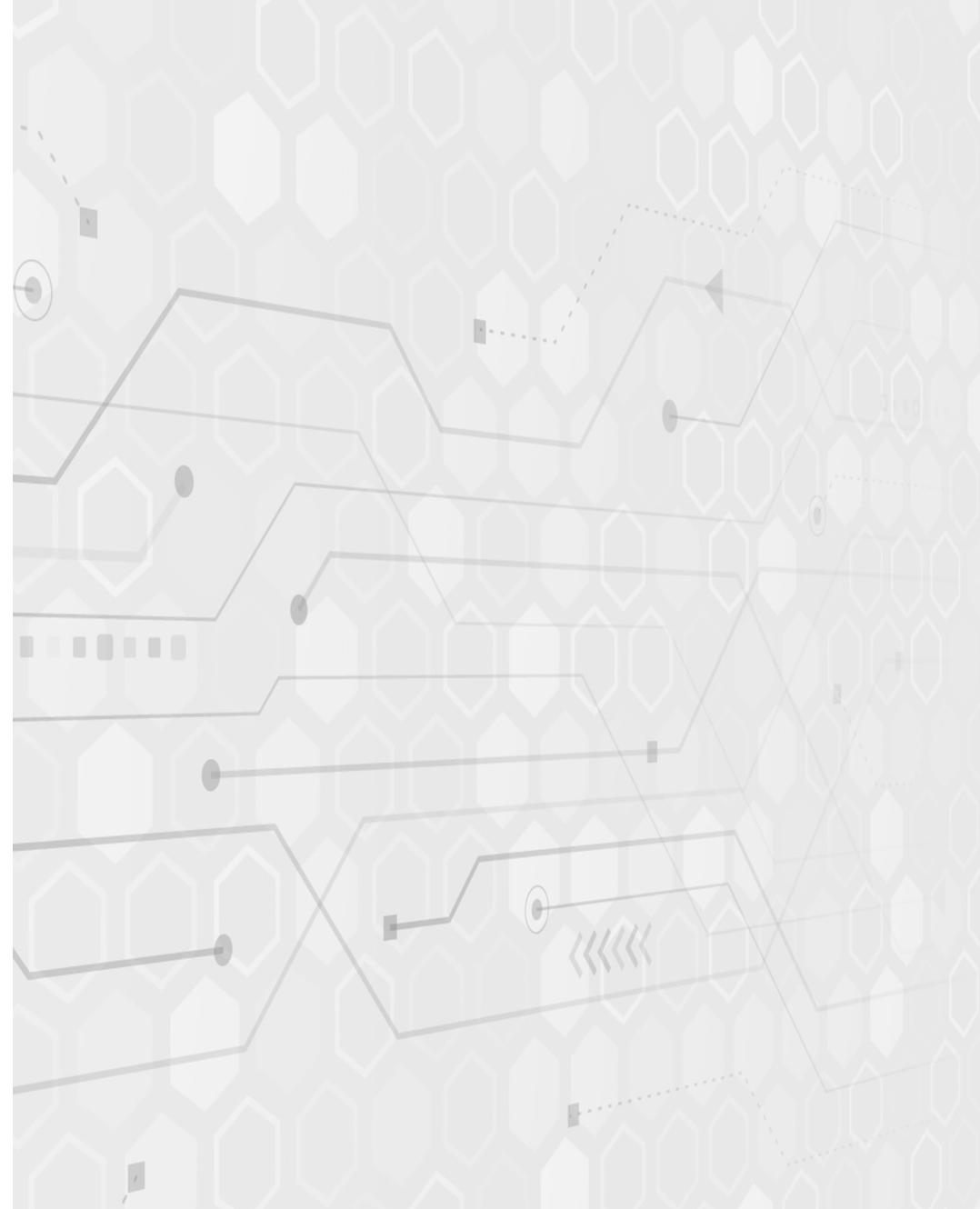
## 効率改善

CX改善サービスのロールアップ効果を狙ったM&A戦略の検討

# 目次

## サマリー

1. 中期経営計画
2. 成長戦略
3. 構造改革
- 4. 参考資料**



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	77,166千円(2023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 兼 COO	吉井 伸一郎	常勤監査役	吉澤 伸幸
	取締役社長 兼 CEO	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 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)



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。