



2015年6月期 決算補足説明資料

2015年8月13日
株式会社ブレインパッド

本資料に記載されている戦略や計画、見通しなどは、過去の事実を除いて予測であり、現時点において入手可能な情報に依拠し判断された一定の前提条件に基づいております。したがって、実際の業績等は今後の様々な要因によって、これら見通しとは乖離する場合がございます。また、グラフ内の数値は端数処理により総和が短信等で開示している合計額と一致しない場合があります。なお、2011年6月期 2Q以前の数値は未監査でありますため、当該期の数値は参考資料となります。

本資料における情報は、本資料が作成された時点のものであります。将来発生する事象などにより内容に変更が生じた場合も、当社が更新や変更の義務を負うものではありません。また、本資料に記載された会社名・商品名・ロゴは、それぞれ各社の商標または登録商標です。

■ 会社概要	…	P2
■ 2015年6月期 業績ハイライト	…	P6
■ 2015年6月期 セグメント別の業績	…	P21
■ 次期の見通し・取り組み	…	P32
■ 新経営方針等	…	P43
■ Appendix	…	P49

会社概要

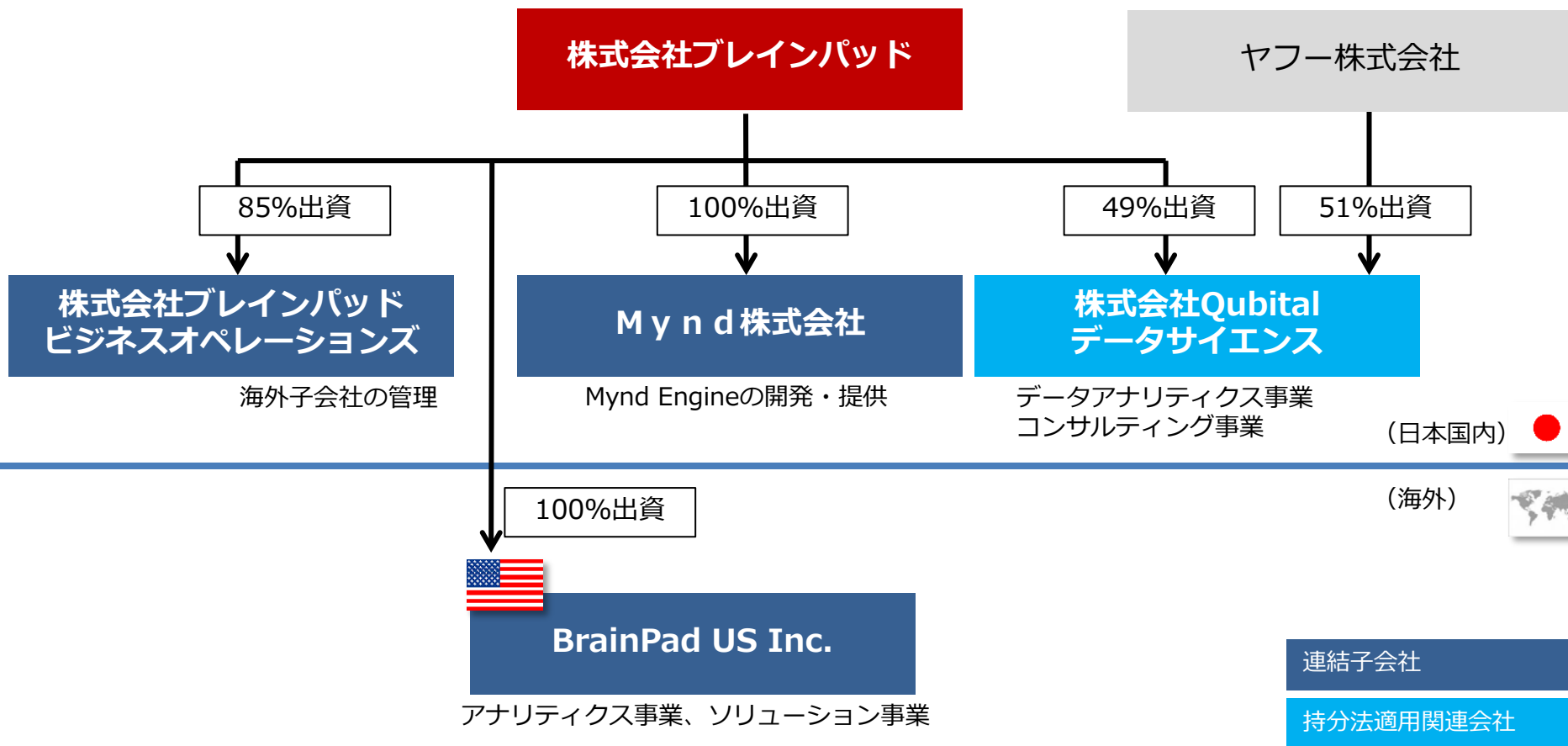


- 【商号】 株式会社ブレインパッド（英文 BrainPad Inc.）
（東証第一部 証券コード：3655）
- 【本社】 東京都港区白金台3-2-10 白金台ビル
- 【設立】 2004年3月18日（決算日6月30日）
- 【資本金】 331百万円（2015年6月30日現在）
- 【従業員数】 166名（連結、2015年6月30日現在）
（※）当社から持分法適用関連会社（株）Qubitalデータサイエンスへの出向者を含む。
- 【代表者】 代表取締役 草野 隆史
代表取締役社長 佐藤 清之輔
- 【連結子会社】 M y n d 株式会社
BrainPad US Inc.（米国・カリフォルニア州）
株式会社ブレインパッドビジネスオペレーションズ
博湃信息服务（大连）有限公司（中国・大连市）※事業停止
（2015年6月30日現在）
- 【関連会社】 株式会社Qubitalデータサイエンス（持分法適用関連会社）

グループ体制 (2015年6月30日現在)



アナリティクス事業
ソリューション事業
マーケティングプラットフォーム事業



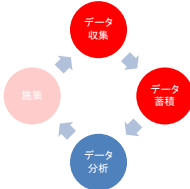
※ 連結子会社博湃信息服务（大连）有限公司は事業停止済、株式会社ミディーは当社への事業譲渡後清算手続中のため、本スライドには記載していません。

データ分析に関連する3事業をトータルに展開

ブレインパッドの事業 = 主にマーケティング領域のデータの活用支援

ソリューション事業

CRM/MAおよび
分析関連ソフトの
販売とシステム
インテグレーション



システム構築

SAP Predictive
Analytics

exQuick
CRM/MA

Probanse
Hyper Marketing

marketing QED
EFFECTIVENESS TECHNOLOGY

crimson hexagon

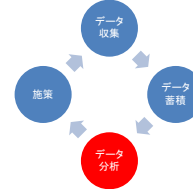
+ a b l e a u
SOFTWARE

Greenplum

WPS

アナリティクス事業

データ分析に関する
プロフェッショナル
サービス各種
(データ分析&コンサルティング)

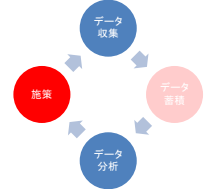


人的サービス



マーケティング プラットフォーム事業

分析技術を利用
した自社開発の
SaaS型サービス
の提供



デジタルマーケティング

Rtoaster

L2Mixer

Cloudstock

ReceReco
レシレコ

当社の顧客企業（一部）



以下の企業は、これまでに当社との取引実績があり、企業名の公表を許可いただいている、または、プレスリリースやメディア掲載等で取引実績のあることが公知となっているクライアント様の一部です。

(2015年8月13日現在、敬称略、会社名五十音順)

情報サービス	グーグル(株)、ヤフー(株)、楽天(株)
外食・小売・通販	アスクル(株)、(株)Eストアー、(株)大塚商会、オルビス(株)、花王(株)、(株)カクヤス、カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)、(株)ゲオ、サンワサプライ(株)、GLS JAPAN(株)、(株)資生堂、(株)JIMOS、(株)すかいらーく、全日空商事(株)、(株)ツルガ、(株)ディノス・セシール、(株)ドクターシーラボ、トレンドマイクロ(株)、日本盛(株)、日本マクドナルド(株)、(株)ネットプライス、(株)ファンケル、(株)ポーラ、(株)MonotaRO、(株)やずや、ライオン(株)
金融・保険・カード	(株)SBI証券、SMBC日興証券(株)、(株)オリエントコーポレーション、新生フィナンシャル(株)、野村證券(株)、ポケットカード(株)、(株)横浜銀行
広告	(株)アイレップ、(株)ヴィクシア、(株)サイバーエージェント、(株)電通、(株)博報堂、(株)Platform ID
旅行・娯楽	(株)i.JTB、(株)ゴルフダイジェスト・オンライン、(株)セガゲームス、日本航空(株)、(株)日本旅行、(株)ローソンHMVエンタテイメント
その他	(株)NTTドコモ、スターツ出版(株)、(株)タナカ、ディップ(株)、(株)日経BP、ニフティ(株)、(株)船井総合研究所、ミサワホーム(株)

2015年6月期 業績ハイライト

■売上高は、マーケティングプラットフォーム事業の成長が牽引し、概ね堅調に推移。

■営業利益、経常利益は、3Qまでは好調に推移していたが、最終的には、前年を下回る結果となった。

<要因>

- ・4Qのアナリティクス事業の売上高が想定を下回った。
(フロー型からストック型への売上構造の転換 (P37参照) や、想定していた案件の失注等)
- ・積極的な人材採用を行った結果、4Qに人材採用費が集中した。

■既存事業にリソースを集中させるため、連結子会社の事業計画を見直し、事業整理を実施した結果、特別損失を計上し、最終損益は赤字となった。

■来期 (2016年6月期) は、当期に行った積極的な人材採用による人員増とストック型ビジネスへの転換による影響が、一時的に利益を圧迫するため、利益が低水準となる見込み。(今後の方針については、P32以降を参照)

前年との比較

売上高および営業利益・経常利益の前年比較

売上高は、増収。
 営業利益・経常利益は、前述のとおり減益となった。

連結

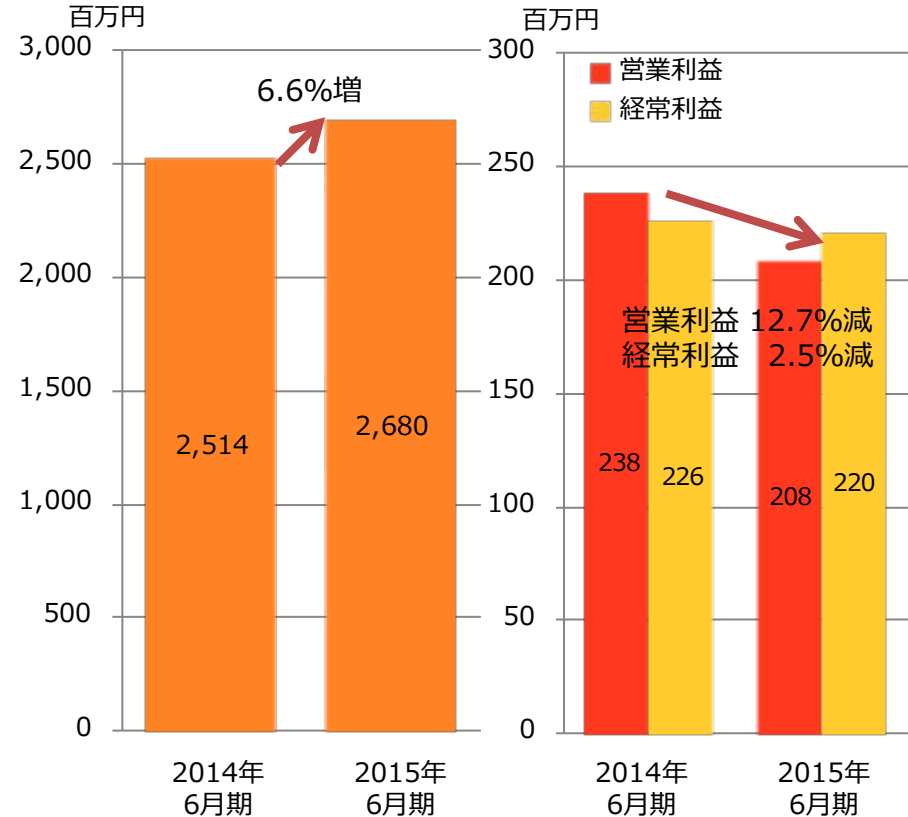
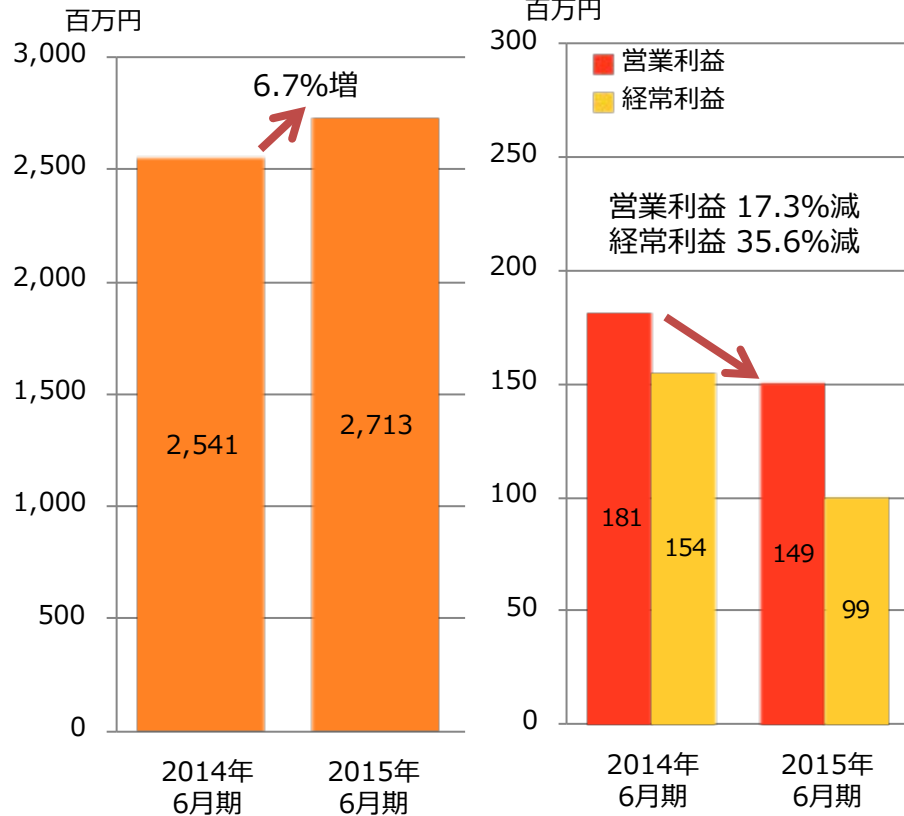
ブレインパッド単体

売上高

営業利益・経常利益

売上高

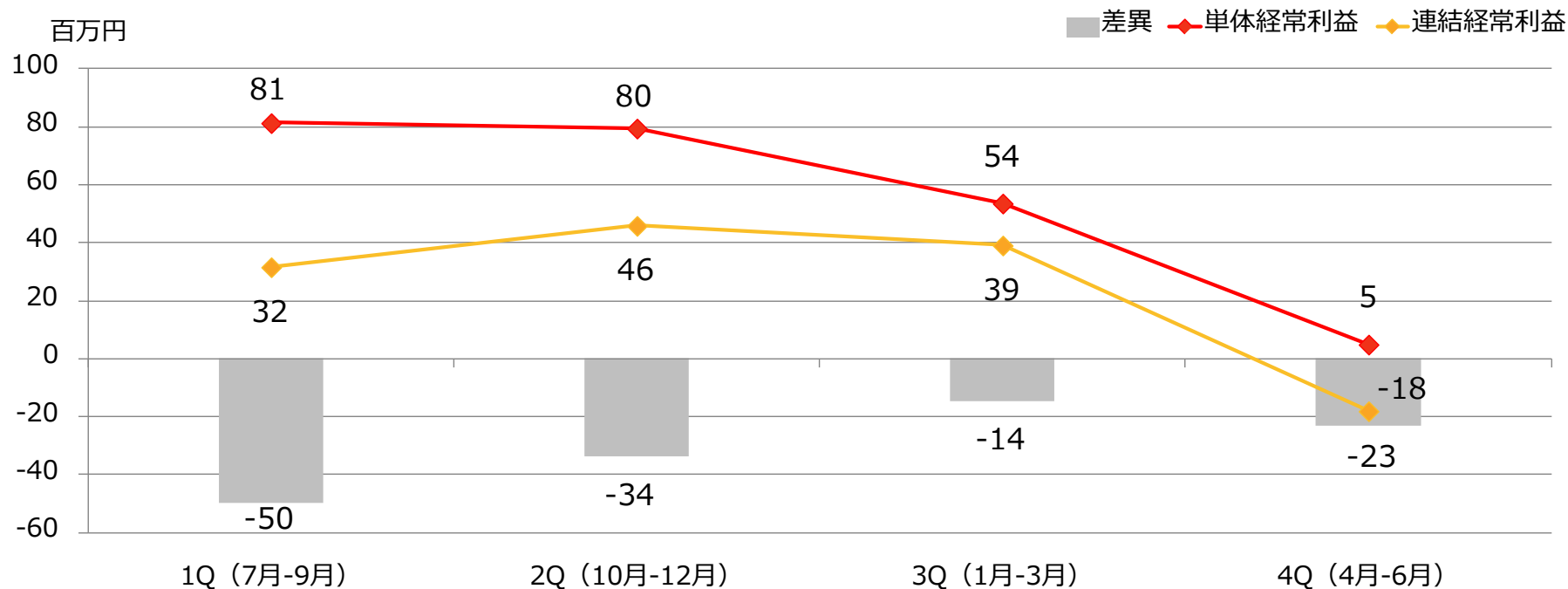
営業利益・経常利益



連結業績と単体業績の差異①

グループ会社の損失による、経常利益の連結・単体の差は、縮小傾向にある。
(3Qに比べて、4Qの損失が増加したのは、ミディー、大連子会社に関する損失が一時的に発生したため)

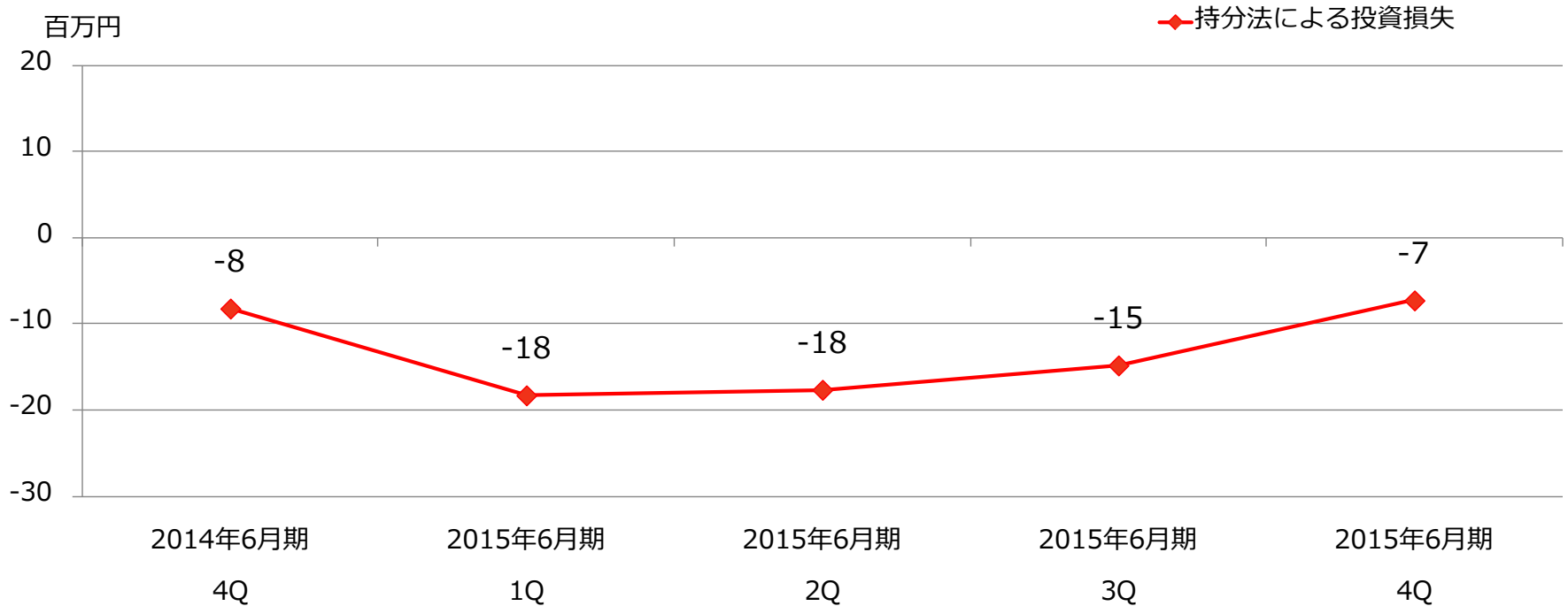
< 当社グループの体制は、P3をご参照ください。 >



連結業績と単体業績の差異②

持分法適用関連会社であるヤフー(株)との合併会社
(株)Qubitalデータサイエンスは、売上増により損失の縮小傾向が続く。

<参考：(株)Qubitalデータサイエンスの持分法による投資損失の推移>



連結業績と単体業績の業績概要は以下のとおり。

【連結】

	2014年 6月期	2015年 6月期	増減率
売上高	2,541	2,713	6.7%
売上原価	1,503	1,648	9.6%
売上総利益	1,038	1,065	2.5%
販売管理費	857	915	6.7%
営業利益	181	149	-17.3%
営業外損益	-27	-50	-
経常利益	154	99	-35.6%
特別損益	0	-70	-
税引前当期純利益	154	30	-
法人税等	88	47	-46.1%
当期純利益	66	-18	-

※1

※2

【単体】

(単位：百万円)

	2014年 6月期	2015年 6月期	増減率
売上高	2,514	2,680	6.6%
売上原価	1,486	1,600	7.7%
売上総利益	1,028	1,080	5.0%
販売管理費	790	872	10.4%
営業利益	238	208	-12.7%
営業外損益	-12	12	-
経常利益	226	220	-2.5%
特別損益	0	-201	-
税引前当期純利益	226	19	-91.8%
法人税等	87	48	-44.4%
当期純利益	138	-30	-

※3

※1 当期（2015年6月期）は、持分法による投資損失57百万円を含む。

※2 当期（2015年6月期）は、連結子会社の特別清算手続きに伴う債務免除益36百万円、出資先企業に係る投資有価証券評価損27百万円、連結子会社に係る減損損失71百万円、関係会社整理損3百万円、関係会社整理損失引当金繰入額5百万円を計上。

※3 当期（2015年6月期）は、出資先企業に係る投資有価証券評価損27百万円、関係会社株式評価損16百万円、関係会社清算損113百万円、および関係会社整理損46百万円を計上

キャッシュフローの状況

前期までの大型の新規投資の影響が一巡し、特にMP事業におけるストック型の売上高の伸長が、キャッシュ・フローの改善に貢献。

	【連結】			【単体】		(単位：百万円)
	2014年 6月期	2015年 6月期		2014年 6月期	2015年 6月期	
営業活動によるキャッシュ・フロー	370	432	※1	417	475	
投資活動によるキャッシュ・フロー	-537	-310	※2	-593	-370	
財務活動によるキャッシュ・フロー	225	148	※3	233	159	
現金および現金同等物の期首残高	368	427		347	404	
現金および現金同等物の期末残高	427	697		404	668	

当期（2015年6月期）について

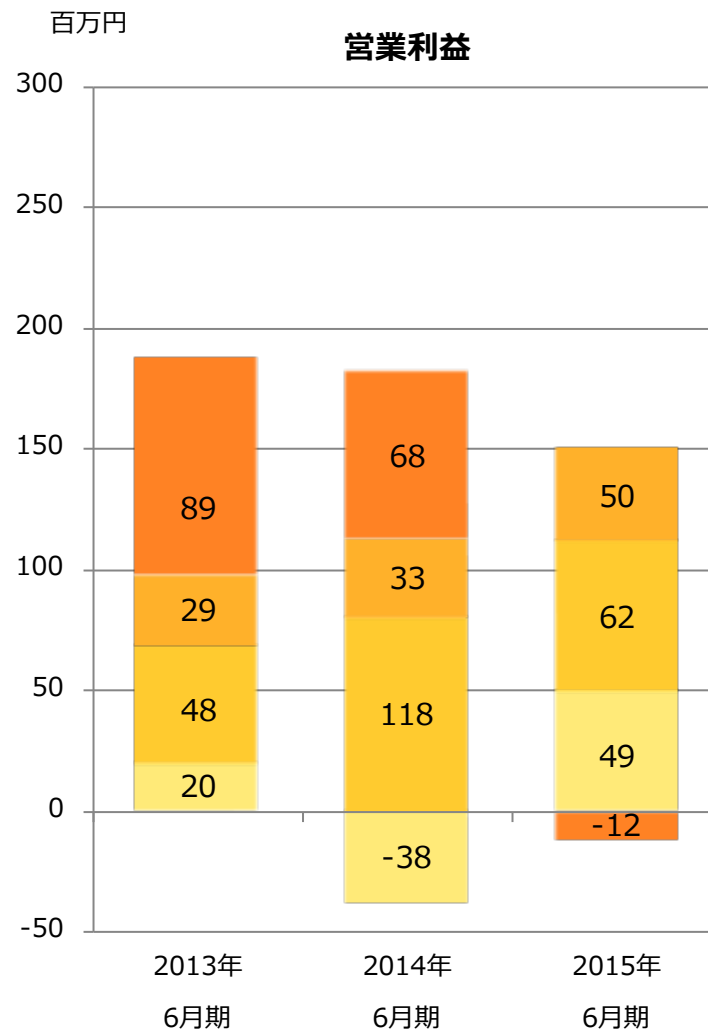
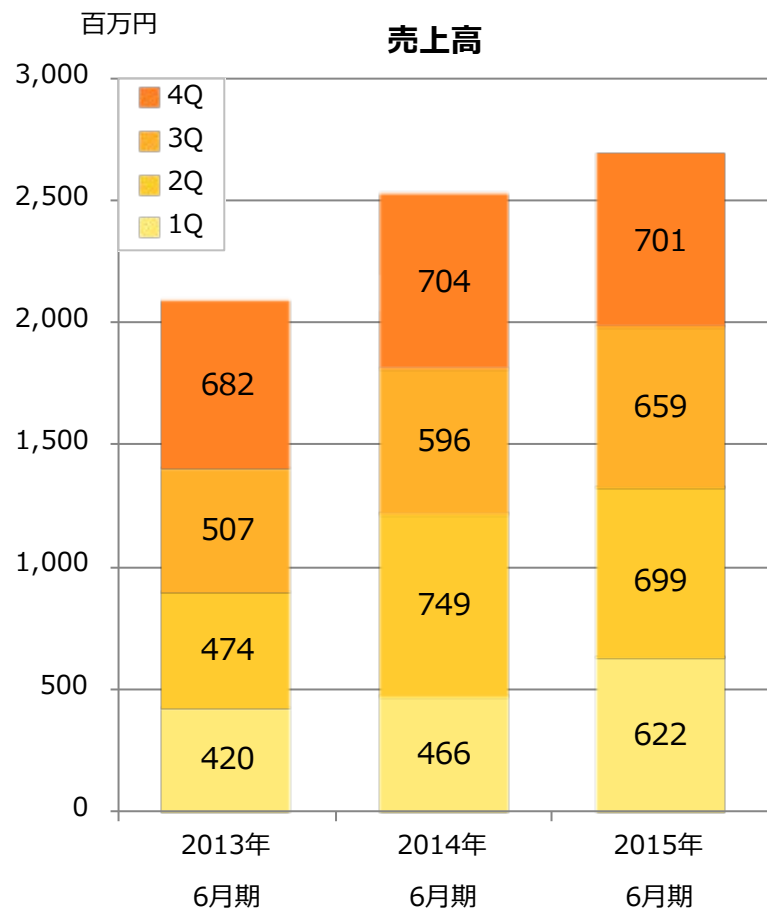
※1 減価償却費	268	(ソフトウェアやサーバー等)
減損損失	70	(連結子会社の固定資産に係る減損損失)
※2 無形固定資産の取得	-160	(ソフトウェアの開発)
子会社株式の取得	-105	(Mynd株式会社の株式取得)
※3 長期借入による収入	246	
短期借入の返済	-100	

直近3期の比較

連結業績（3期比較）



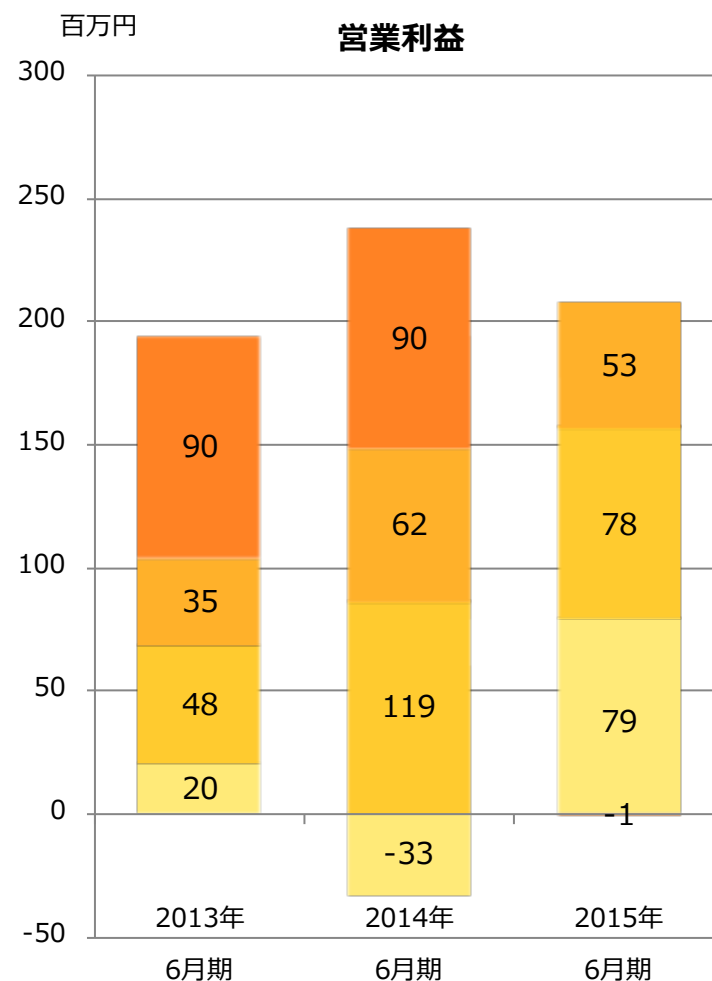
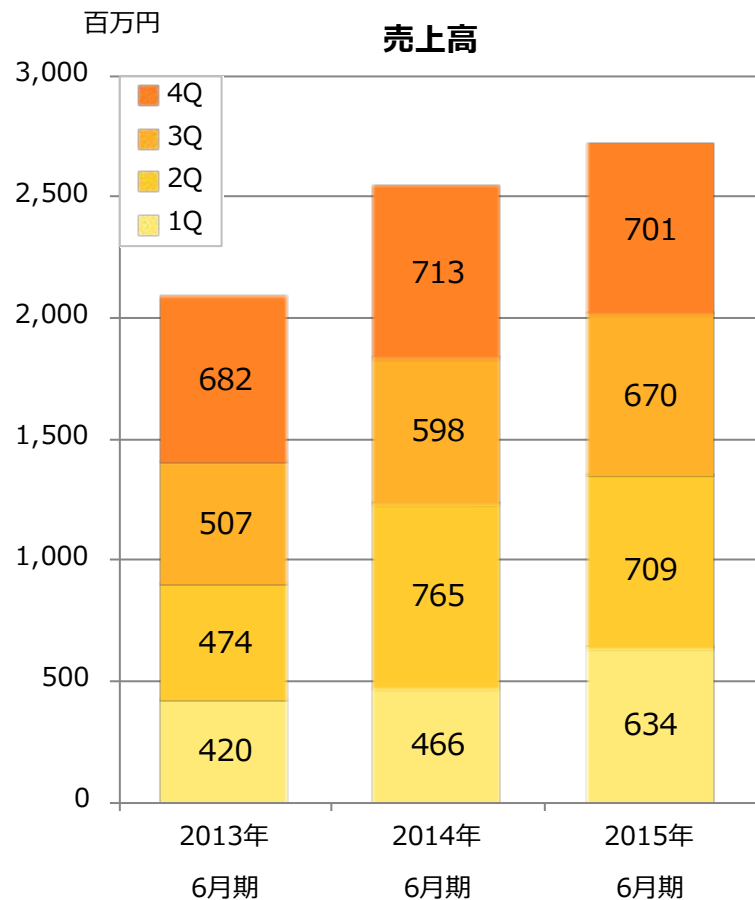
通期売上高は、過去最高を更新。



単体業績（3期比較）



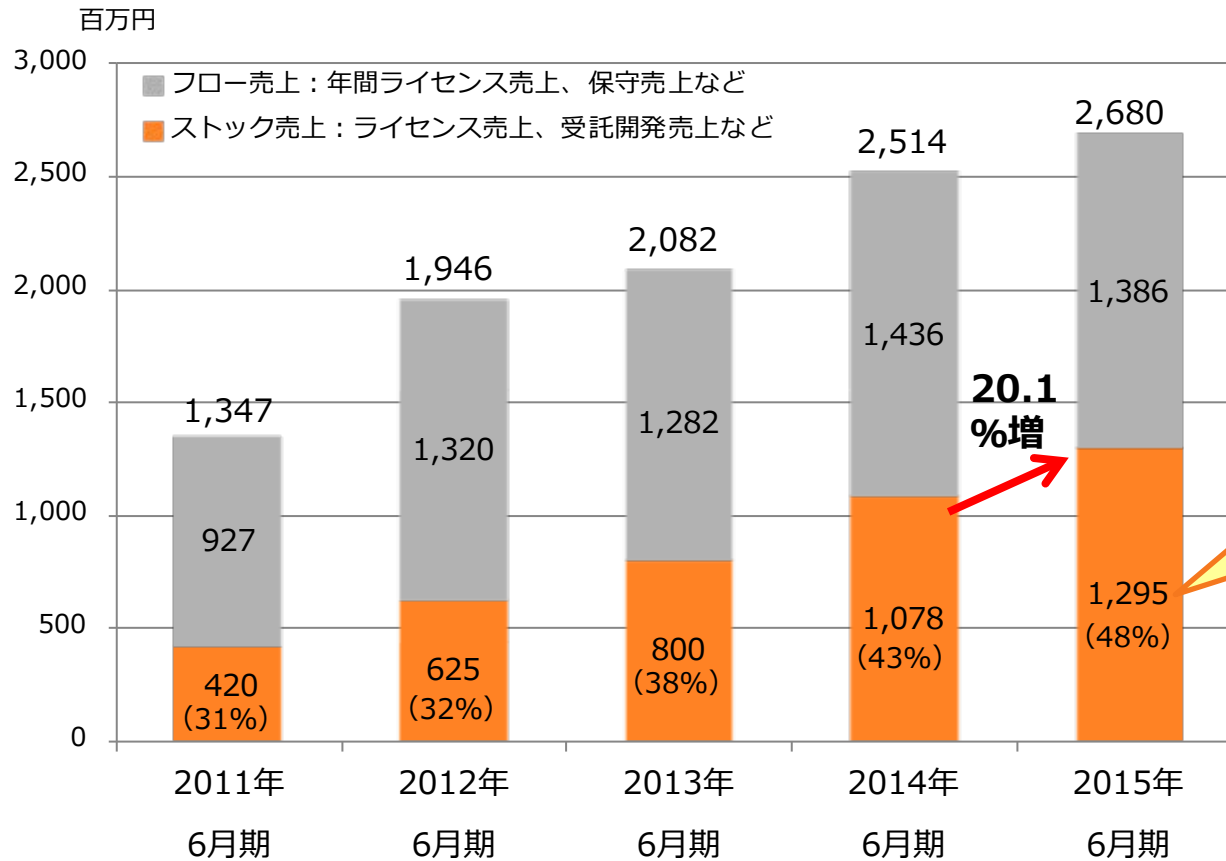
単体でも、通期売上高については、過去最高を更新。



その他ハイライト

ストック売上高の推移（単体）

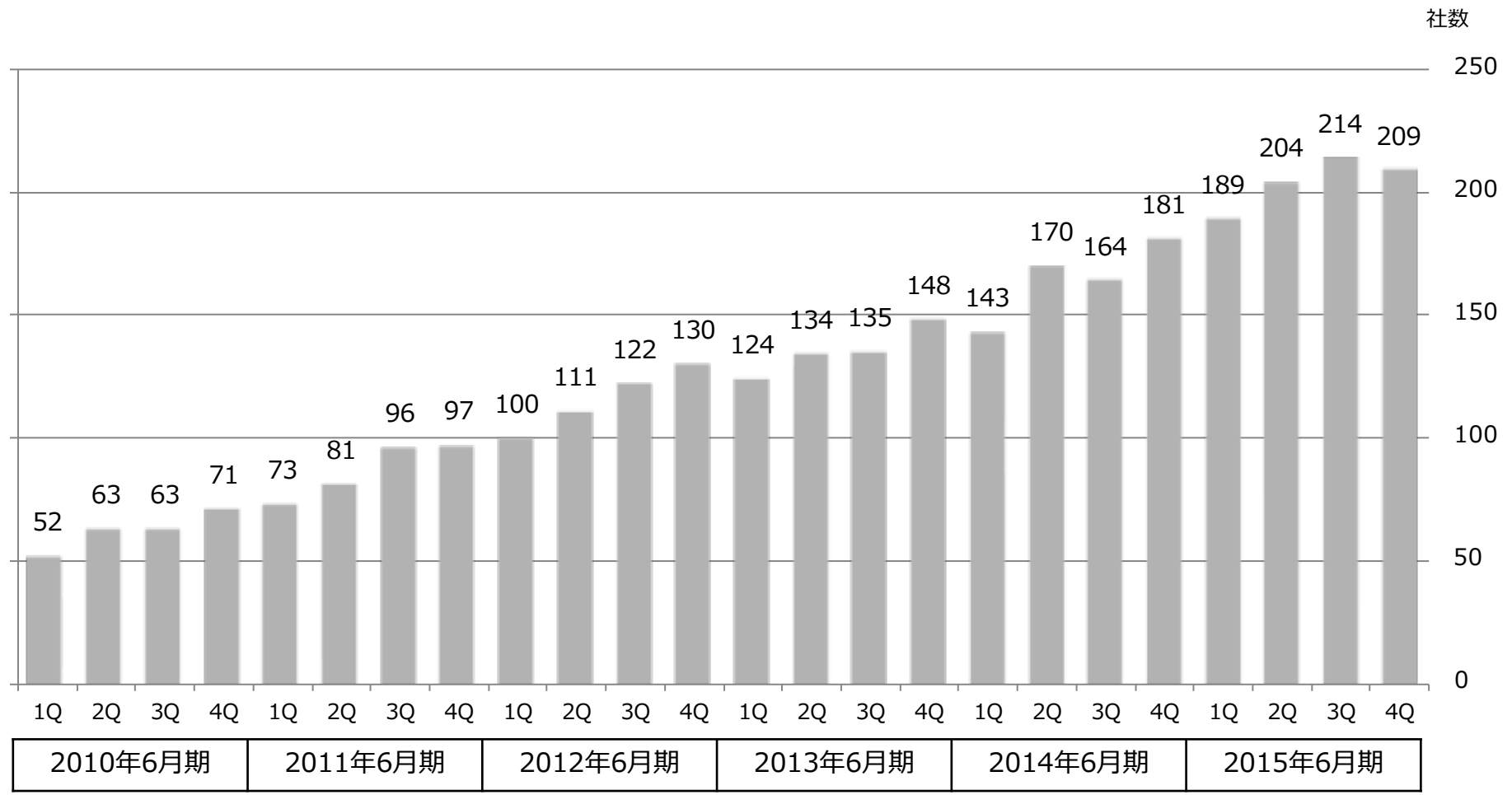
長期的な計上が見込めるストック売上の推移は、以下のとおり。
 （ソリューション事業とマーケティングプラットフォーム事業のストック売上の合計）



全売上高に占める
 ストック売上の比率が
 48.3%まで上昇。

取引社数の推移（単体）

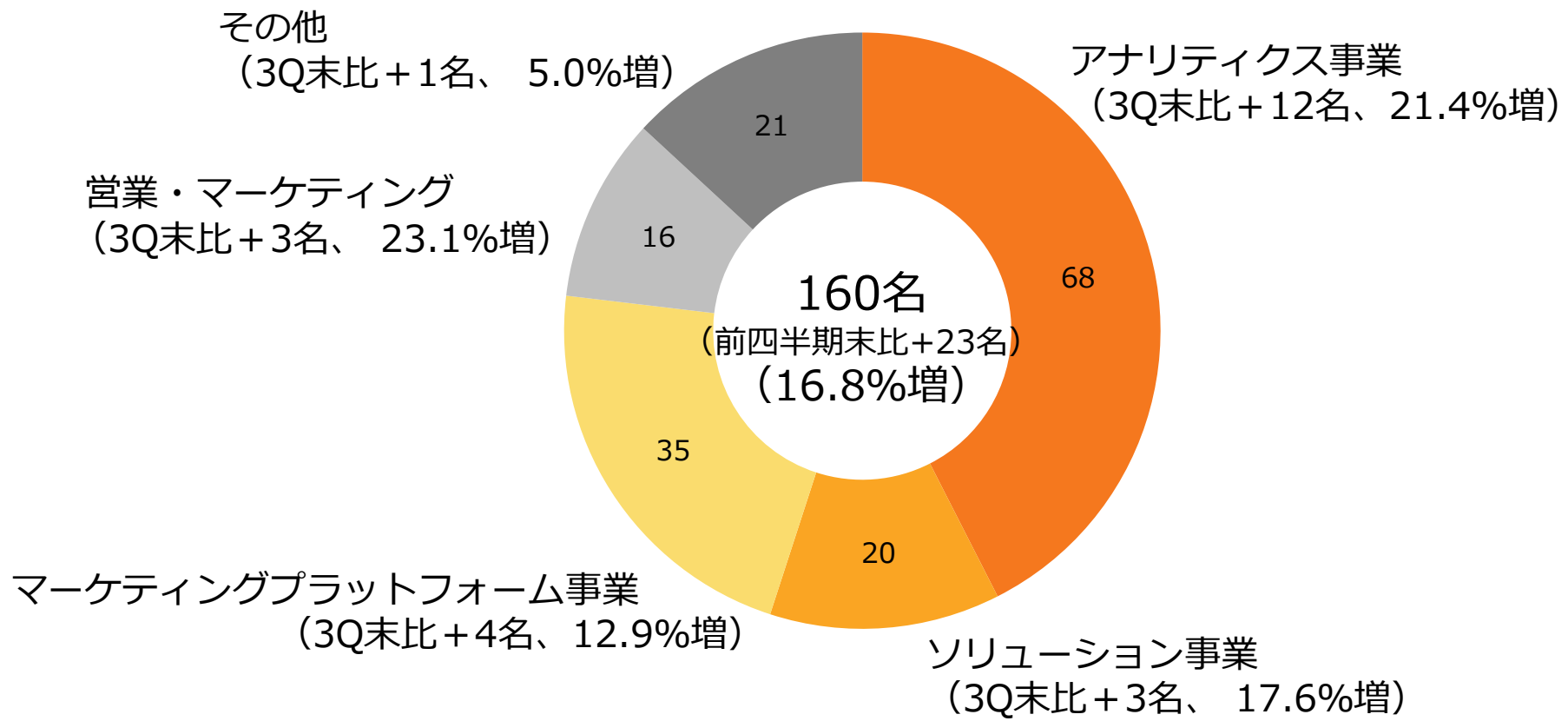
小規模な案件が多かった3Qに比べ、4Qの取引社数は微減したものの、200社を超えて、安定的に推移。



従業員数の内訳（単体）

4Q末の従業員数は、3Q末（2015年3月末）と比較して、+23名。
 期初より今後の事業拡大を見据え、全社的に積極的な人材採用を行った。

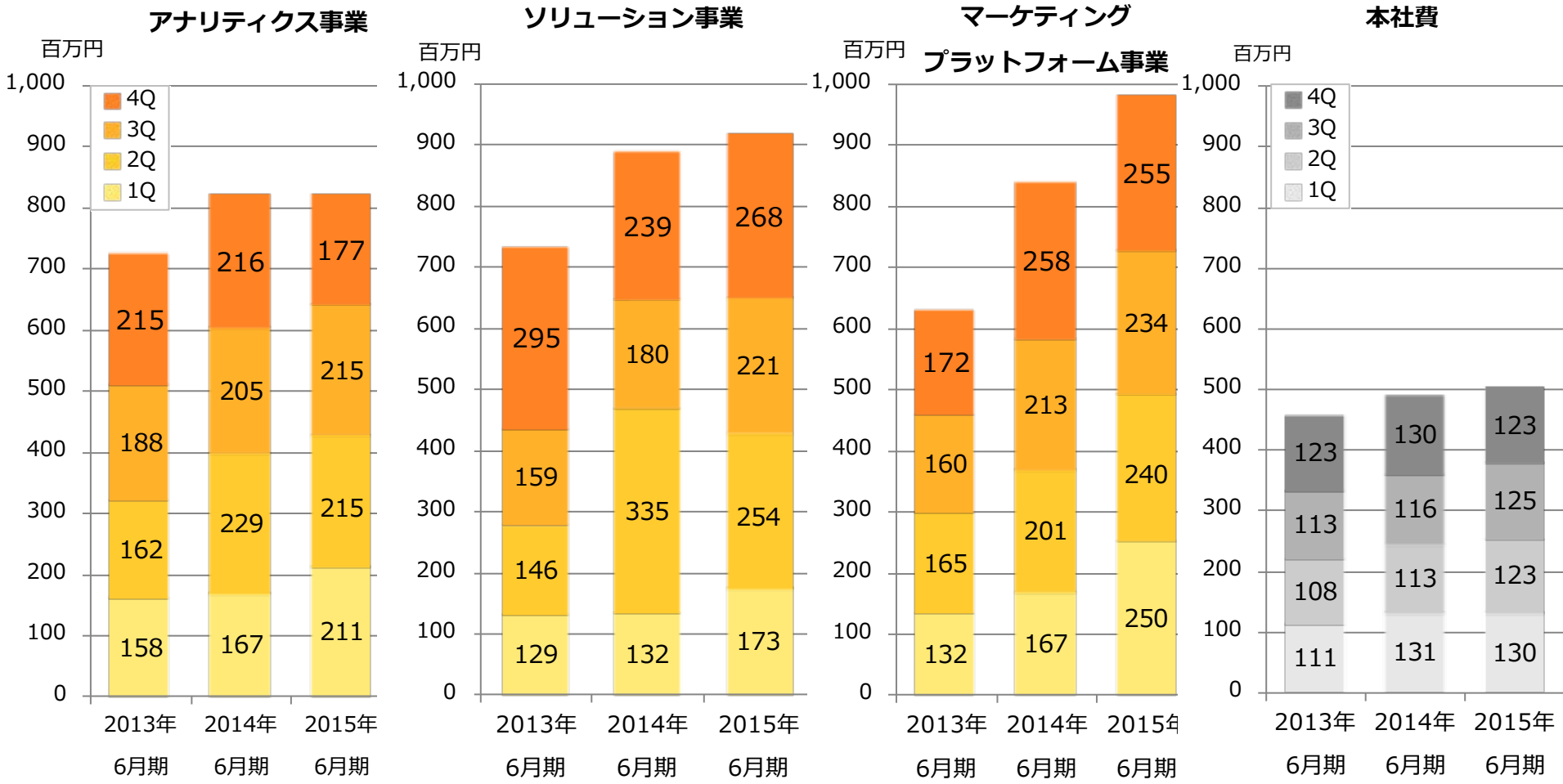
（※）当社から持分法適用関連会社（株）Qubitalデータサイエンスへの出向者を含む人数です。



2015年6月期 セグメント別の業績

連結セグメント売上推移（3期比較）

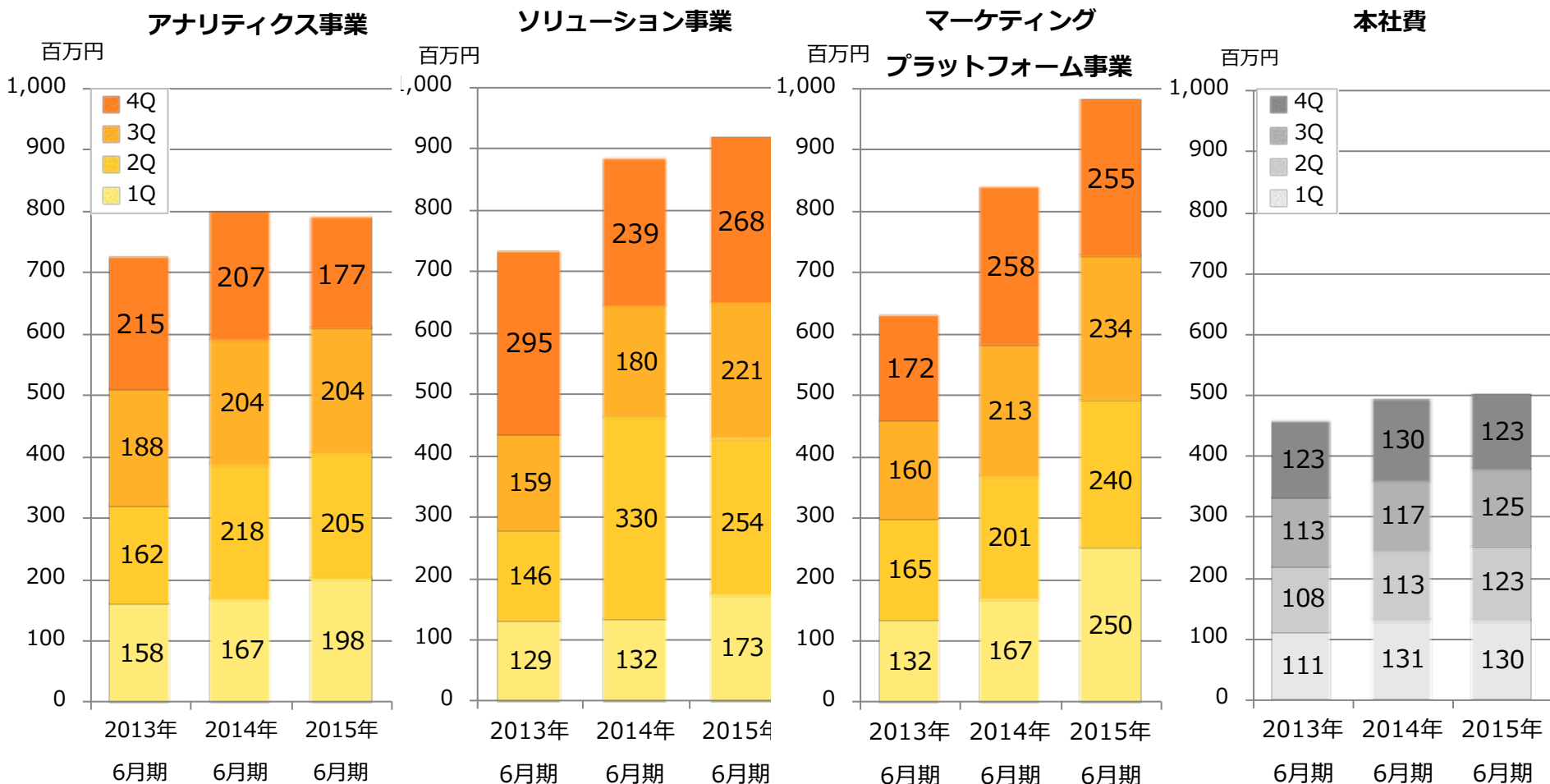
4Qの売上高が想定を下回ったアナリティクス事業のみ前年比減収。



単体セグメント売上推移（3期比較）



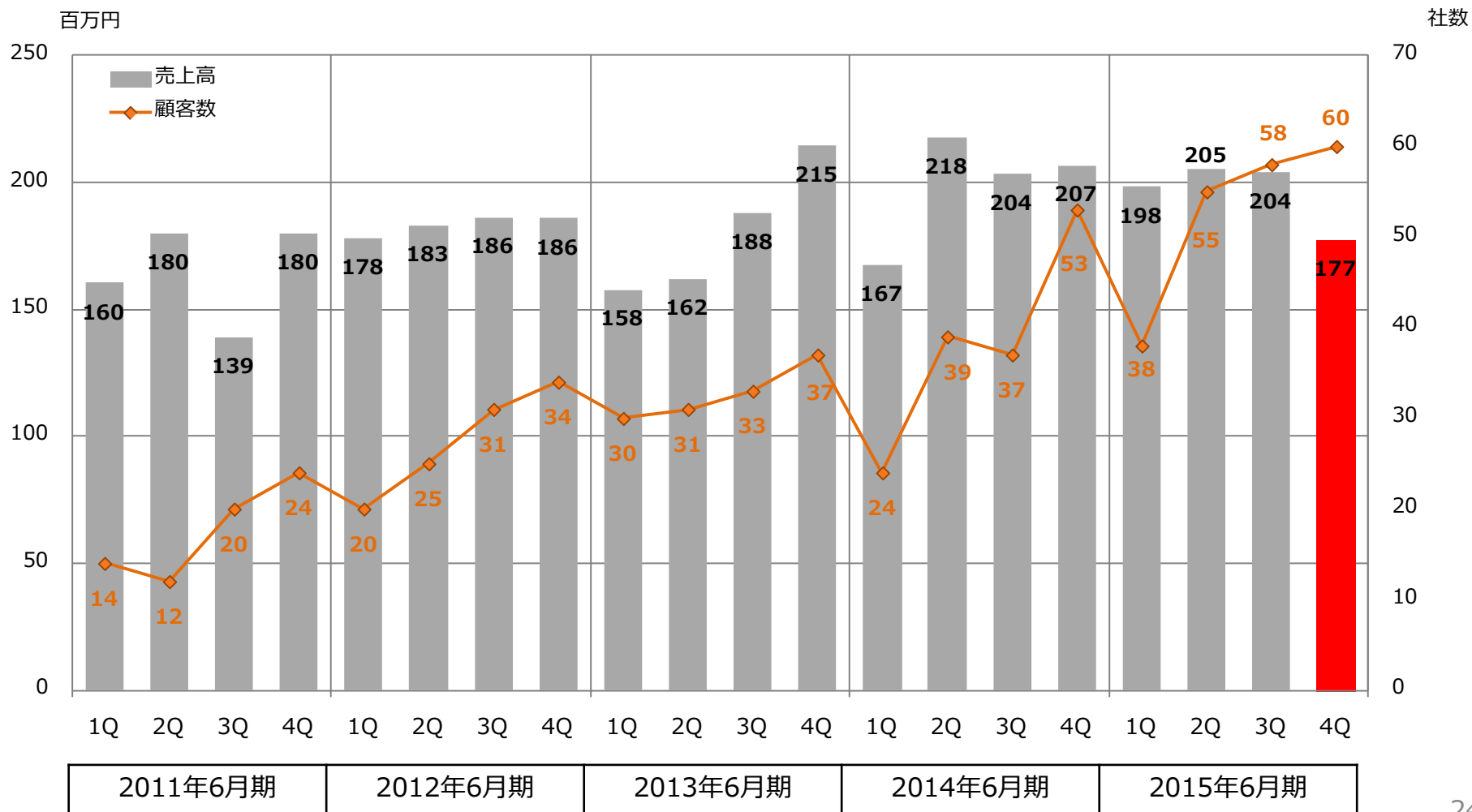
マーケティングプラットフォーム事業の売上が3事業の中でトップとなり、利益面にも大きく貢献した。



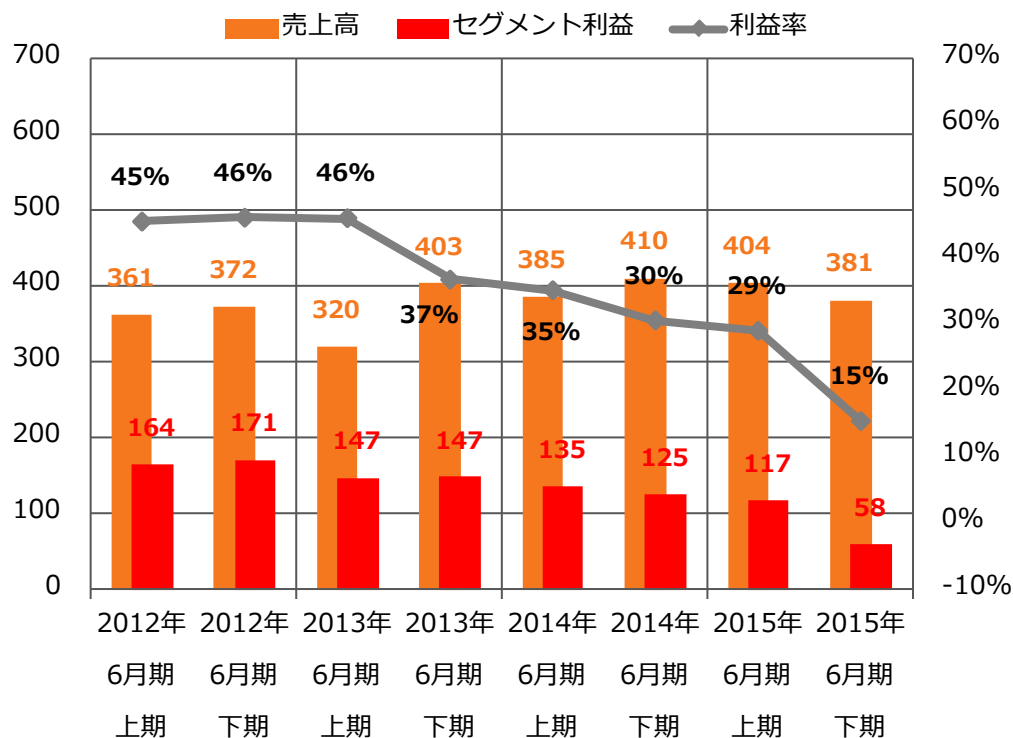
アナリティクス事業（単体） 売上－顧客数推移



ストック型ビジネスへの転換や、想定していた案件の失注等の影響により、第4四半期の売上高が想定を下回った。



■ 単体利益率の推移



■ 当下期（1～6月）について

- ① 連結セグメント利益 6.6%
- ② 単体セグメント利益 9.4%
- ②から営業部門の費用を除いた場合
（左記グラフにおける%） 15.3%

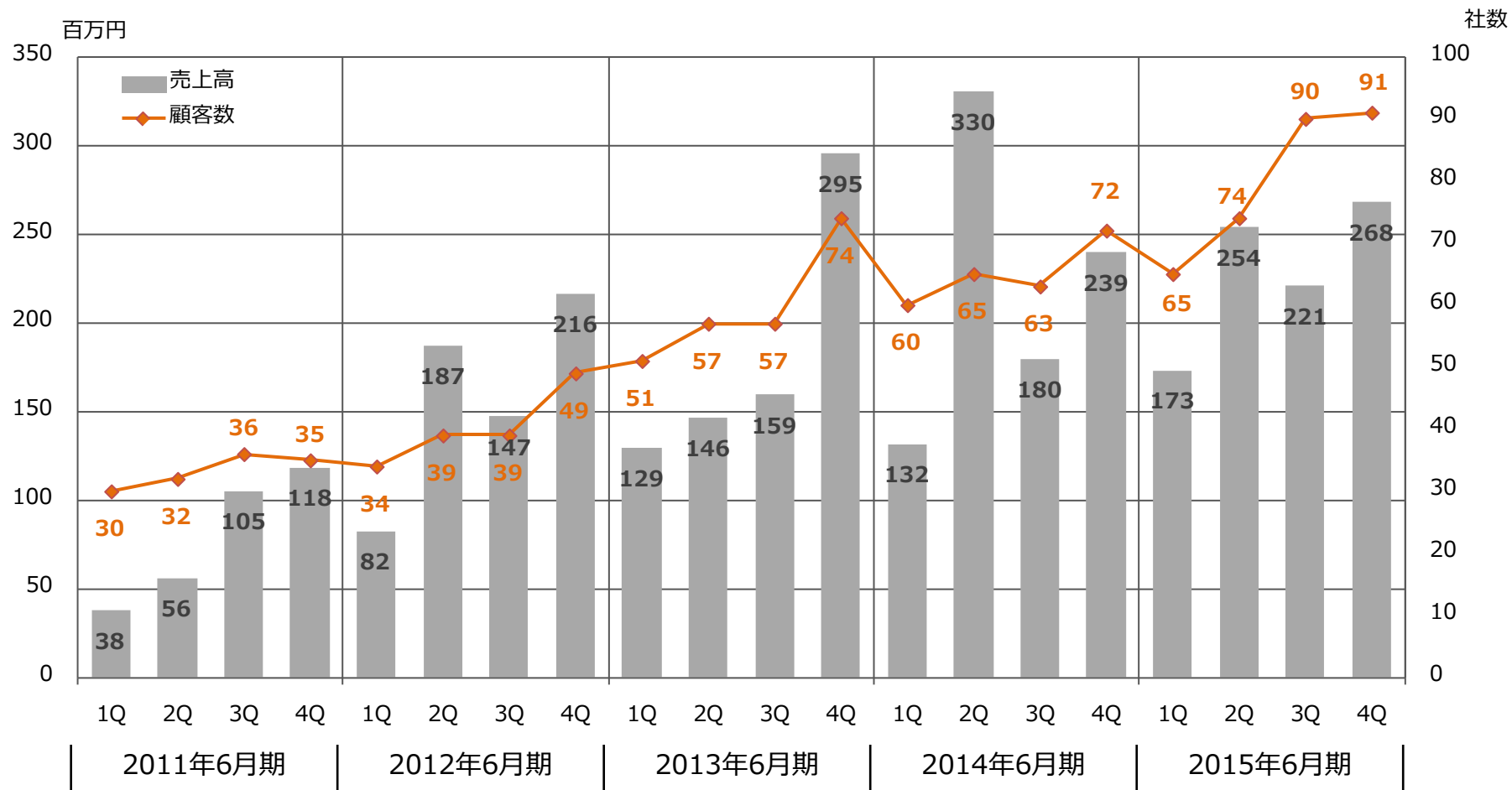
4Qの売上高が想定を下回ったことと、人員の増加により、利益率が低下。

決算短信等のセグメント利益では、2012年6月期下期より、営業部門の費用を3事業に配分しておりますが、事業部門自体の利益を表すために、上記グラフでは、営業部門の費用を除いた場合の利益を表示しております。

ソリューション事業（単体） 売上－顧客数推移



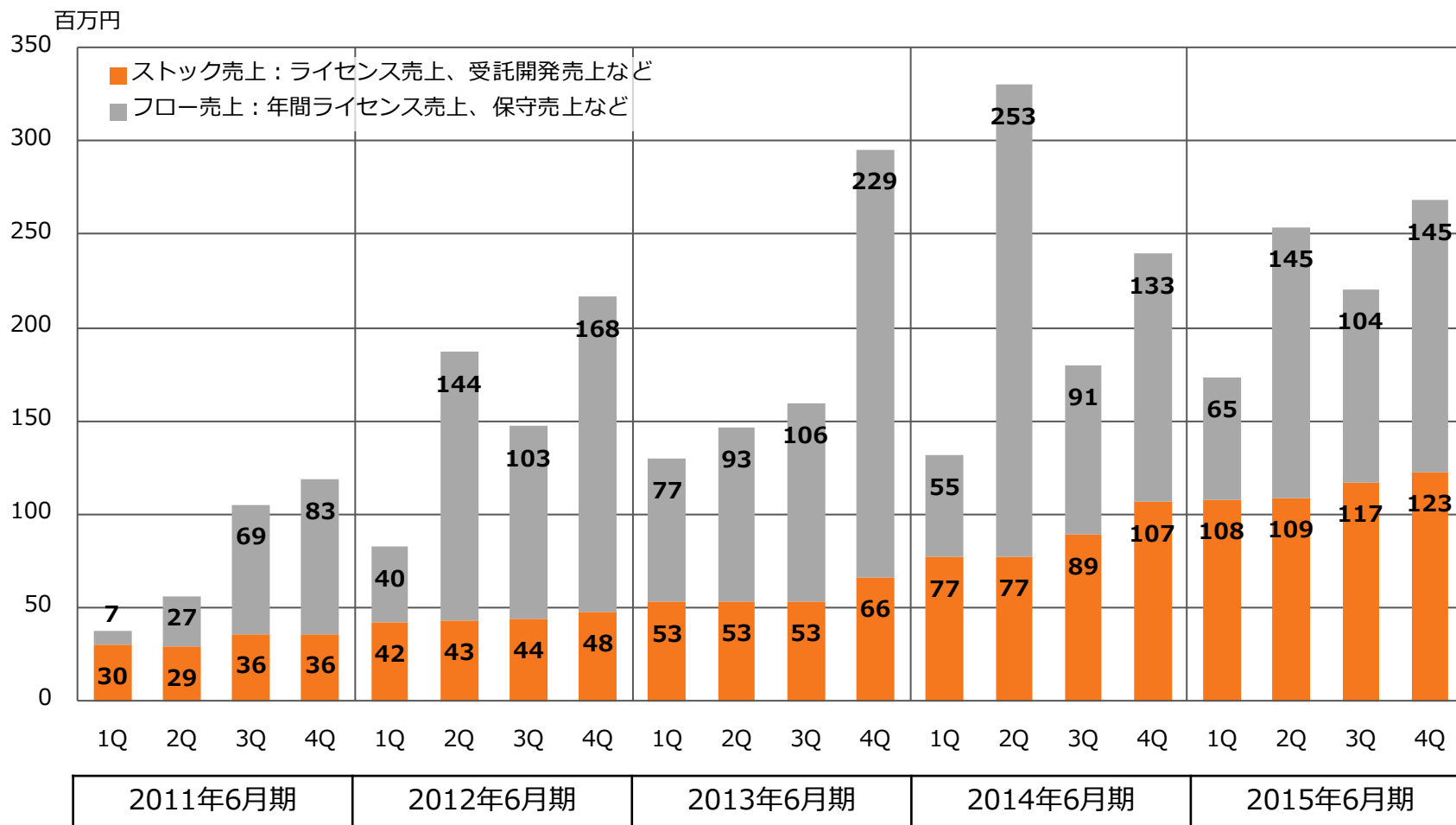
売上、顧客数ともに順調に伸長。



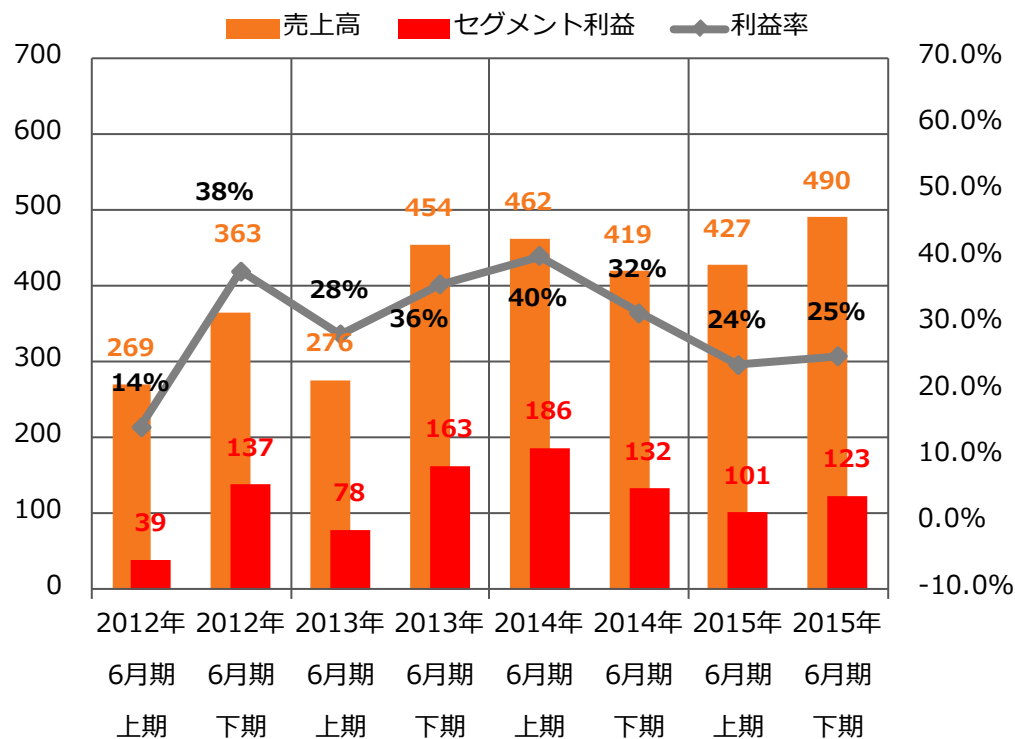
ソリューション事業（単体） 売上構造



ソフトウェアライセンスの販売や保守契約を着実に積み重ね、
ストック売上が伸長。



■ 単体利益率の推移



■ 当下期（1～6月）について

① 連結セグメント利益 21.5%

② 単体セグメント利益 22.1%

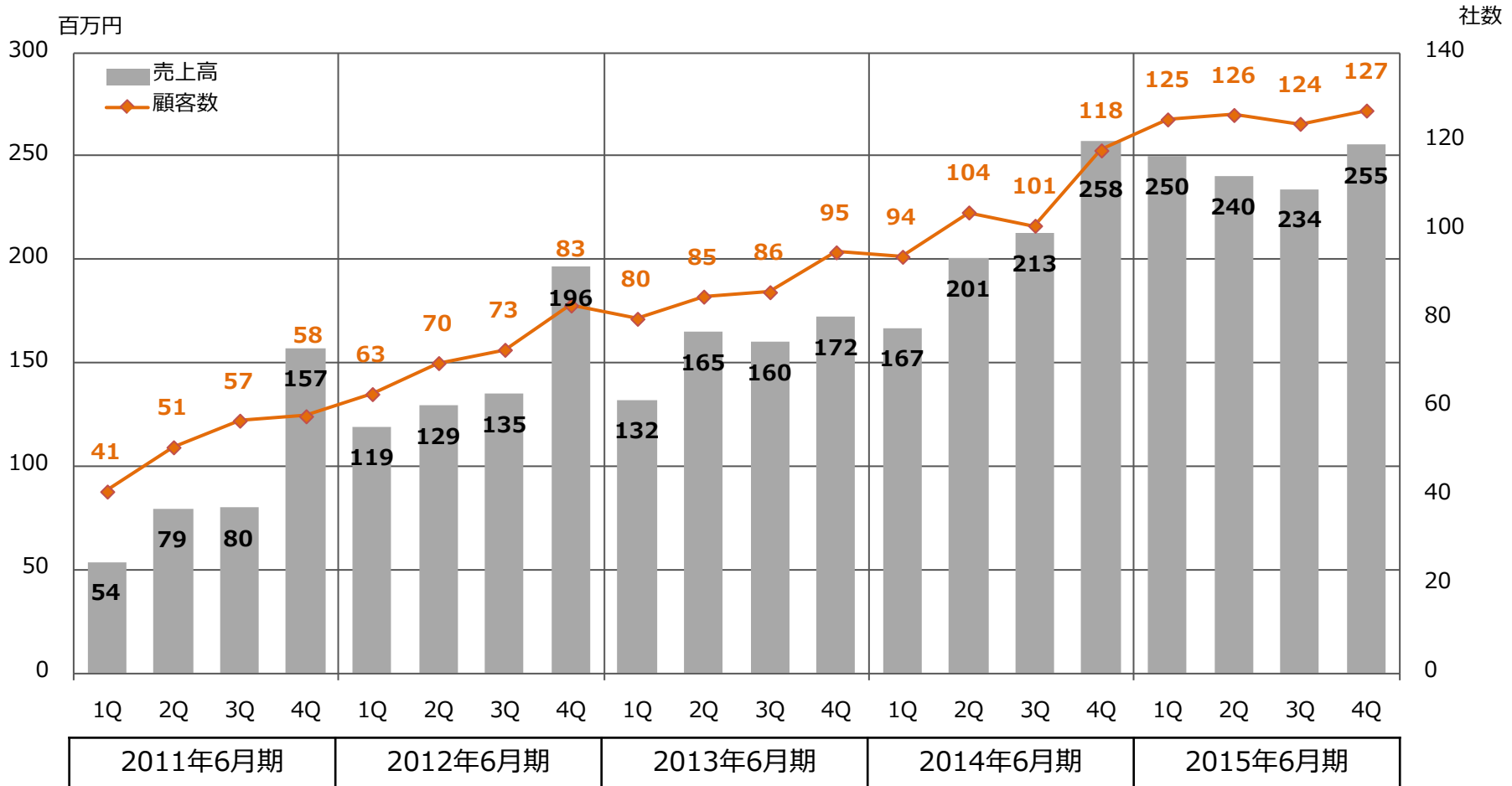
②から営業部門の費用を除いた場合

（左記グラフにおける%） 25.1%

今期より主力製品の仕入原価率に変更があったため、前期に比べて利益率が低下したが、今期年間を通じては、利益率は安定的に推移。

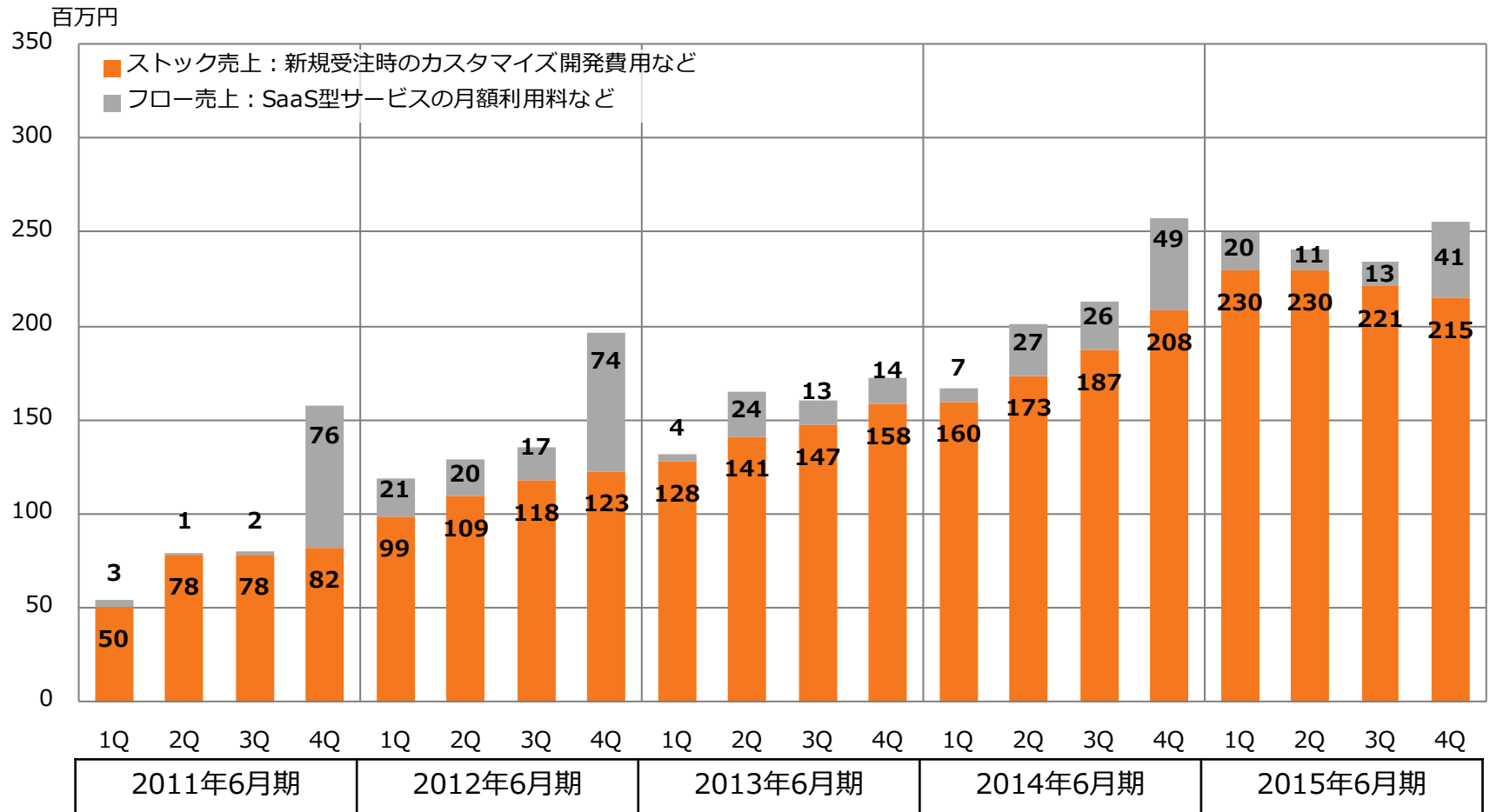
マーケティングプラットフォーム事業（単体） 売上－顧客数推移

前期より導入準備を進めていた大型案件が、4Qに納品となり、しばらく続いていた売上高の微減傾向が回復。

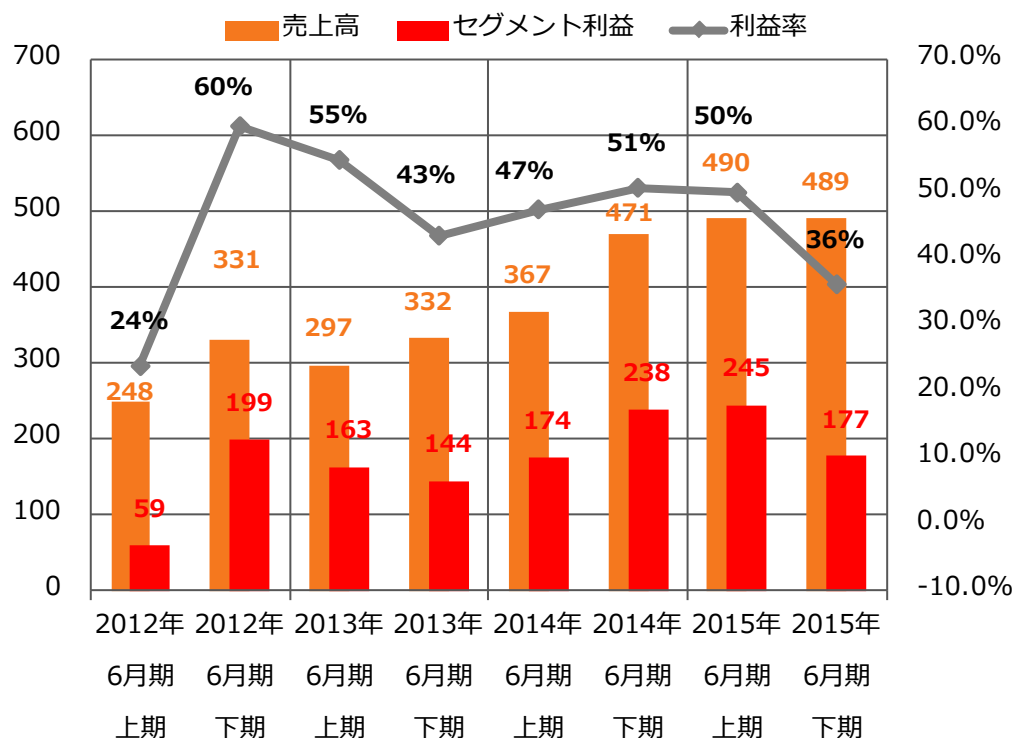


マーケティングプラットフォーム事業（単体） 売上構造

4Qにフロー売上となった大型案件に注力したため、
 契約終了案件を新規受注で補えず、ストック売上が減少。



■ 単体利益率の推移



■ 当下期（1～6月）について

① 連結セグメント利益 31.7%

② 単体セグメント利益 31.7%

②から営業部門の費用を除いた場合

（左記グラフにおける%） 36.1%

データセンターのクラウド化（Rtoasterのクラウドサーバー移行）のための一時的な投資費用や、人材採用費用が発生したため利益率が低下。

次期の見通し・取り組み

これまで

- ✓ 既存事業の伸長と、新領域への取り組みの両面を推進。
- ✓ しかし、新領域の一環として立ち上げたグループ各社の損失が連結の利益を押し下げる状況が続いていた。



連結子会社の事業計画の見直しと事業整理の結果、特別損失を計上。

2015年6月期の業績

- ✓ 特別損失の影響により、当期純損失を計上。



次期以降、連結子会社による大きなマイナスの影響が出ない体制に変更。

2016年6月期の方針

- ✓ 既存3事業の成長に集中。
- ✓ スケールするビジネスの創出を推進する。

2016年6月期の位置付け

- ✓ **ストック型ビジネスへの展開を図り、2017年6月期以降の収益成長※基盤となるサービスモデルを開発する一年。**

※参照：P45 中期的な目線

- ✓ **上期（特に第1四半期）は、
人員増の費用負担が先行することに加え、
ストック型ビジネスへの転換の準備時期にあたり、
赤字となる見込み。**
- ✓ **下期より、収益回復を実現。**

2016年6月期 連結業績予想について



2016年6月期は、以下の要因により、利益が低水準となるところから再スタート。

- ✓ 人材の先行投資による人件費増（前期に積極的な採用を実施したため）
：4Q末の従業員数は、3Q末比+23名、16.8%増。（P20参照）
- ✓ ストック型ビジネスへの転換による影響
：マーケティング等の各種費用、売上・利益計上の繰り延べ

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益
2Q累計 (前期比)	1,350百万円 (+0.6%)	△40百万円 (△151百万円)	△55百万円 (△133百万円)	△60百万円 (+13百万円)
通 期 (前期比)	3,000百万円 (+10.6%)	50百万円 (△66.5%)	40百万円 (△59.7%)	5百万円 (+23百万円)

課題

- ✓ 様々な業種からの「相談」が増加傾向にあり、顧客数は増加。それによる小規模案件の増加により、セグメント利益率が悪化。

年間平均※の前年度比：顧客数/四半期 : +17件 (+44.4%)
(※四半期単位 P24参照) 顧客あたり売上/四半期 : △ 8.5百万円 (△37.7%)

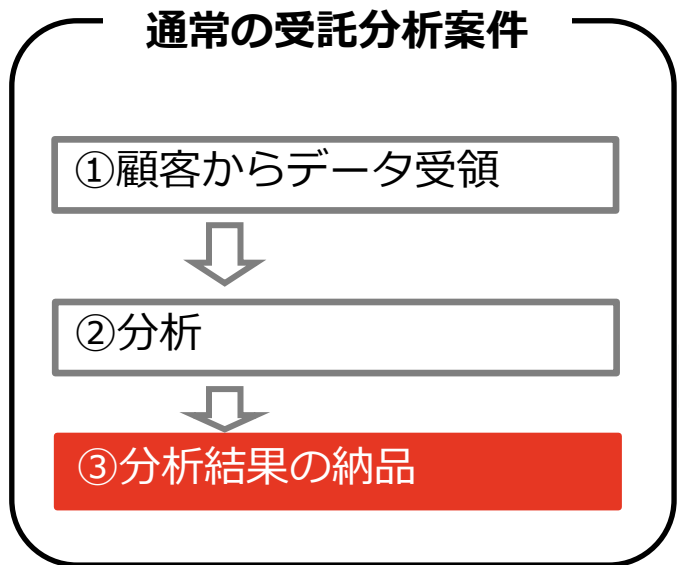


2016年6月期の方針

- ✓ **分析で終わらせない、予測・AI・最適化ロジックによる、プロセス・インテグレーション案件の推進・横展開（次頁参照）**
⇒ ストック型の案件として収益の安定化・効率化
- ✓ **他事業のソリューションを組み合わせた総合的な提案の推進**
⇒ 案件の大型化と長期化

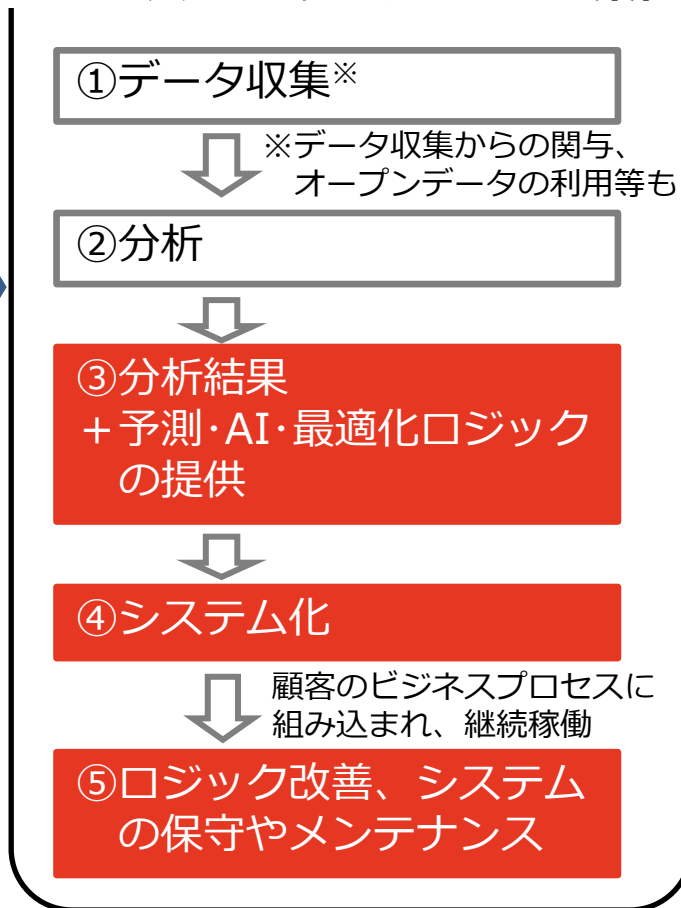
既に複数件の事例化に成功。積極的な横展開を推進。

◀ 従来 ▶



◀ 今期以降拡大 ▶

予測・AI・最適化ロジックによる プロセス・インテグレーション案件



ストック型の
売上高の創出
+
案件の長期化

◆ 予測・AI・最適化ロジックの適用領域 (例)

- ・ リソース配備の最適化
- ・ 稼働スケジュールの最適化 など

課題

- ✓ 拡大を続けるソフトウェア市場を追い風とした、事業拡大の高速化



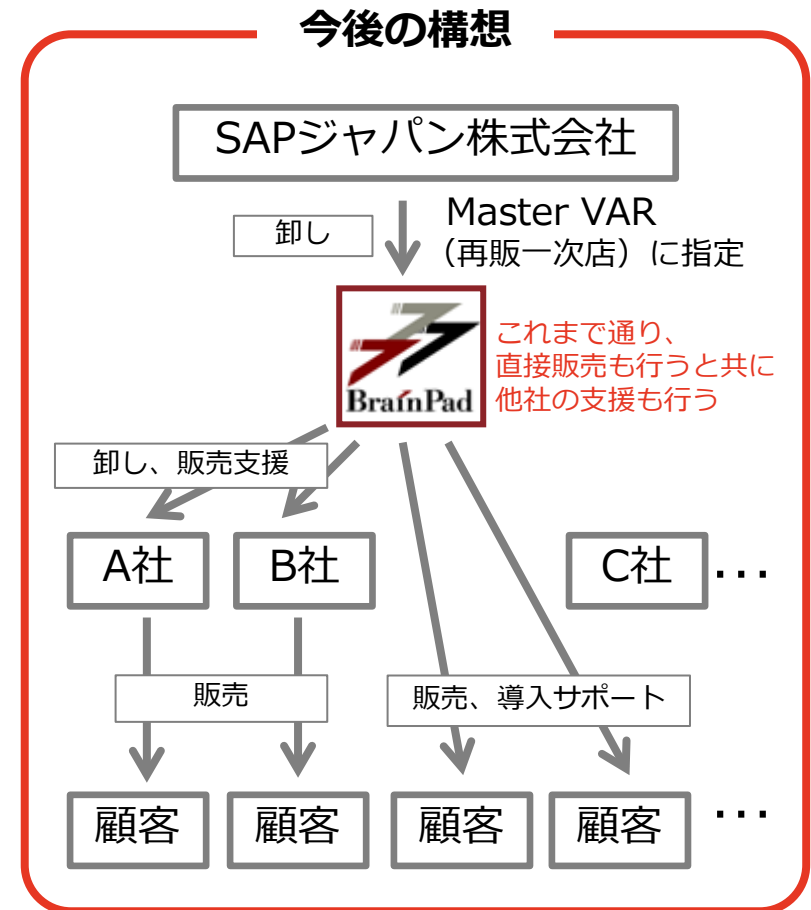
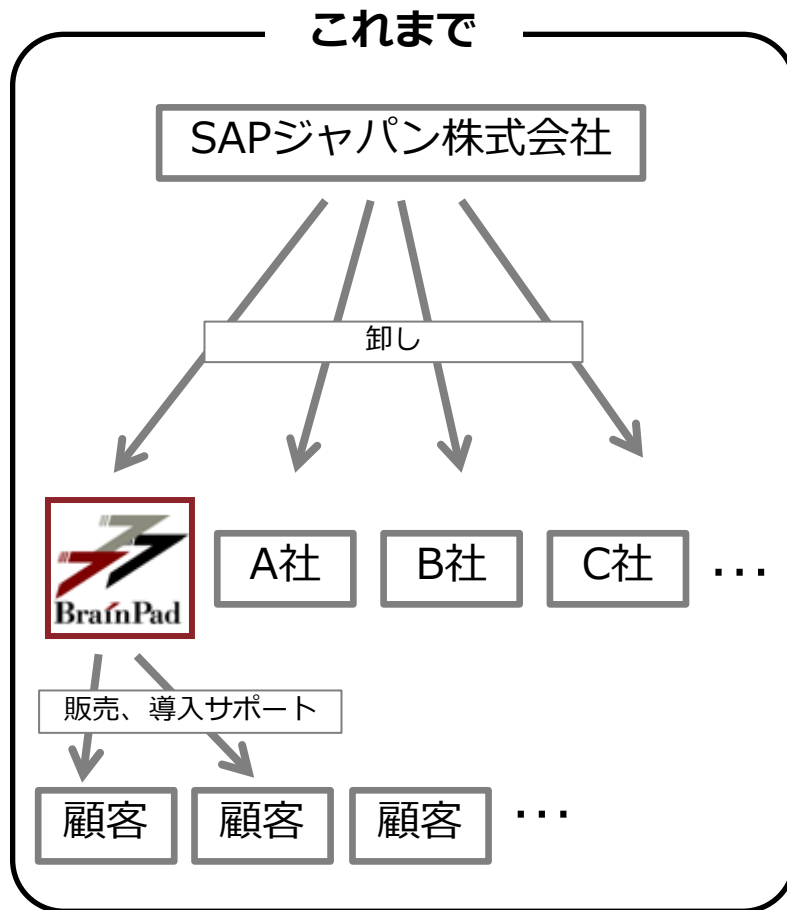
2016年6月期の方針

- ✓ **収益貢献度の大きい「SAP® Predictive Analytics」の拡販**
 - ⇒ SAPジャパン(株)より、Master VAR（再販一次店）に指定
- ✓ **ストックビジネスの拡大に寄与する新製品の投入**
 - ⇒ SaaS型MAソリューション「Probance One」
 - ⇒ IoT時代のリアルタイム分析処理基盤「MapR」製品

2015.8.7 発表

エスエーピー・プレディクティブ・アナリティクス

「SAPジャパンとブレインパッド、『SAP® Predictive Analytics』の Master VARに関するビジネス提携に大筋合意」



2015.7.29 発表

「マーケティング・オートメーション（MA）の
日本国内シェア拡大に向けて
新たなSaaS型MAソリューション『**Probanance One**』を提供開始」

市場

日本の“データ活用型マーケティング関連ソフトウェア市場”は、現在の800億円から、2019年には1,300億円に達すると予想。そのうち、MA市場は、現在の3倍近くまで成長する可能性有。

製品の特徴

- ① 日本企業向けに開発されたMAソリューション（海外製品にはない強み）
- ② わずか3ステップで導入可能（他製品は導入までの時間とコストが高い）
- ③ 初期費用無料、月額83,000円からという価格設定

ターゲット

メインターゲットは、BtoCのEC/通販企業。
手頃な価格帯のため、地方の中小ECサイトを含め、シェア拡大を図る。

目標

- 今後3年間（2018年6月末）までに
- ✓ 200社以上への導入
 - ✓ 累計売上高10億円以上の達成を目指す

課題

- ✓ 変化の激しいデジタルマーケティング領域における優位性の確立



2016年6月期の方針

- ✓ 引き続き安定的なストック型売上を確保
- ✓ 独自のマーケティング・ソリューションの提供
 - ⇒ Mynd株式会社の子会社化による技術基盤の強化
 - ⇒ スマホシフトへの対応（「Rtoaster SDK」の提供など）
 - ⇒ メジャーバージョンアップを完了した主力製品「L2Mixer」の再拡販

2015.4.14 発表

アールトースター

「横浜銀行にレコメンドエンジン搭載プライベートDMP『Rtoaster』を導入。
初の地方銀行への提供、導入直後からマーケティング指標の改善を実現」

⇒ 金融機関への横展開を推進。



The screenshot displays the homepage of the Yokohama Bank website. At the top, there is a navigation bar with the bank's logo, name, and contact information. Below this, a main banner advertises '横浜銀行のくらしのローン' (Yokohama Bank's Life Loans), featuring three categories: 'マイカーローン' (Car Loan), '教育ローン' (Education Loan), and 'リフォームローン' (Renovation Loan). The banner highlights an interest rate of '年2.5%~2.9%' (Annual 2.5%~2.9%) and a 'ネット申込限定金利実施中!' (Net application limited interest rate implementation!). To the right of the banner, there are buttons for 'インターネットバンキング' (Internet Banking), 'ログイン' (Login), and '今すぐ提高開会' (Join now). Below the banner, there are several service links and a footer with navigation icons.

▲ Rtoasterを導入した横浜銀行のウェブサイト

新経営方針等

次期の取り組みの前提となっている
当社グループの新経営方針や中期の目線について、
説明いたします。

成長回復に向けて新たに策定している新経営方針は、以下のとおりです。
今後、新経営方針を具体化した新中期経営計画の策定を進めてまいります。

-
- ✓ **IoTなどスケールしていく領域の拡大**
 - ✓ **成長するデジタルマーケティングを強化**
 - ✓ **中小事業向けに“面を取る” SaaSを提供**
-

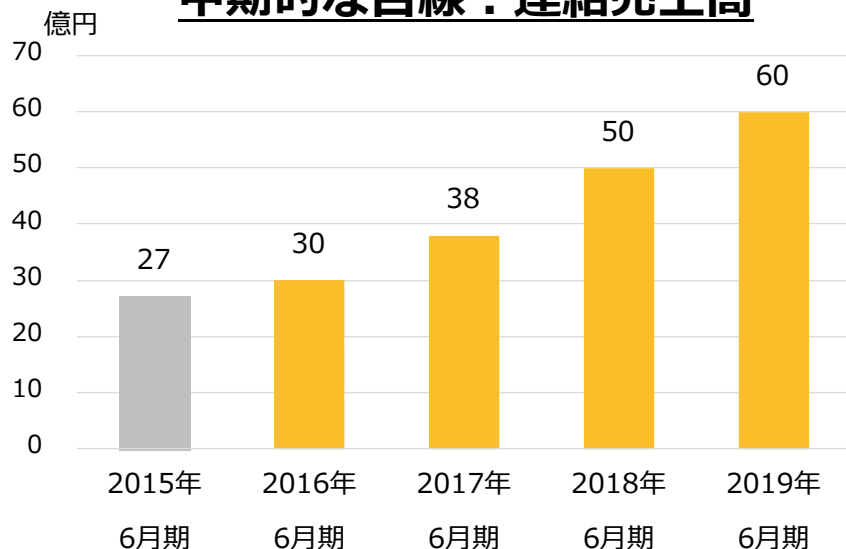
～ データを活用した予測・AI・最適化により、
企業のビジネス・プロセスを進化させます。 ～

中期経営計画にて検討中の「中期的な目線」は、下記のとおりとなります。

「中期的な目線」：中期経営計画策定にあたっての新体制での中期的な目線であり、機関決定された中期経営計画にあたるものではありません。そのため、今後、中期経営計画の策定にあたり数値面を含め内容が変更される可能性があります。

なお、中期経営計画の策定後には速やかに公表することを予定しております。

中期的な目線：連結売上高



中期的な目線：連結経常利益

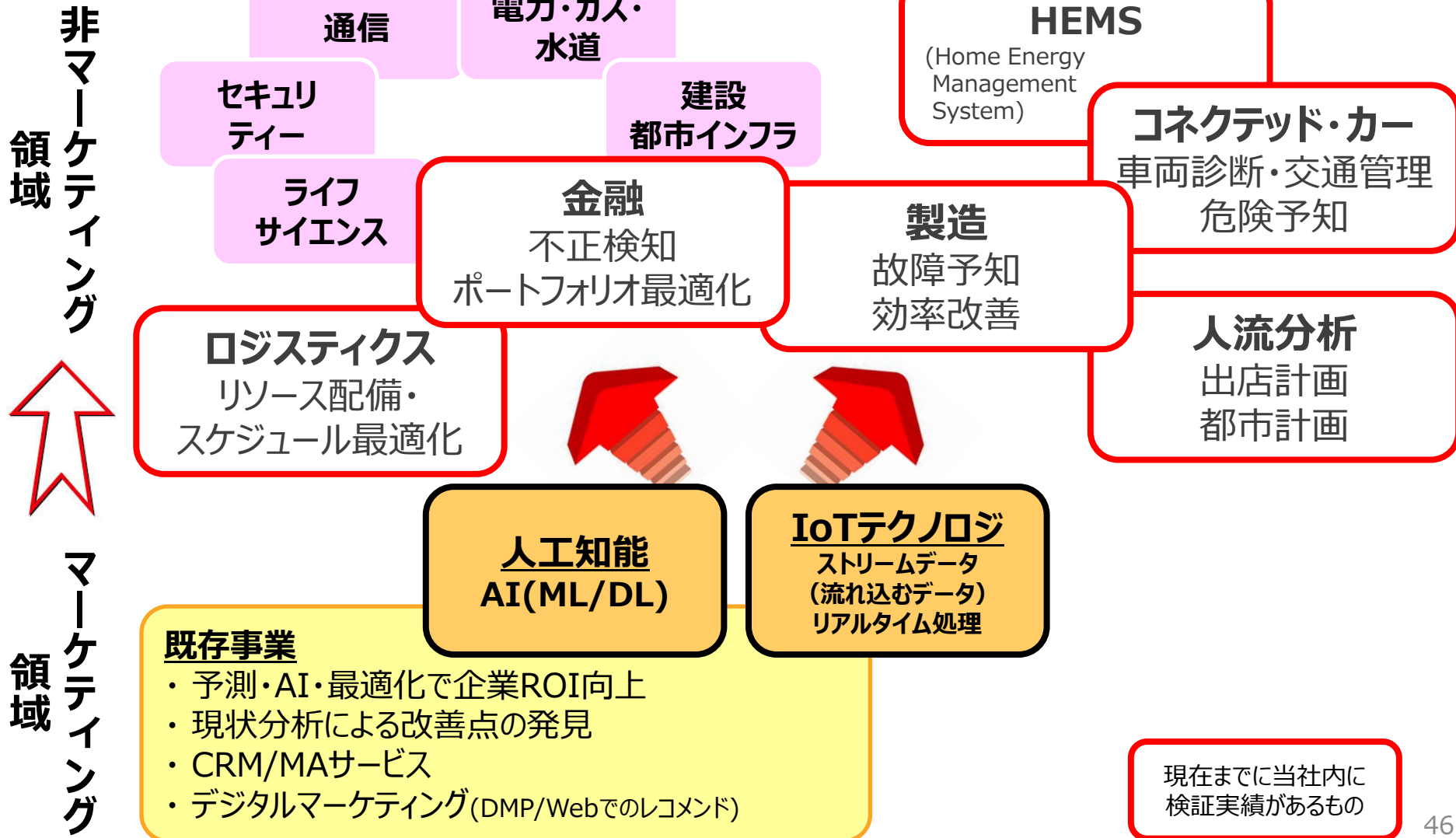
0.9億円 0.4億円 3億円 7億円 10億円

売上拡大の領域・内容

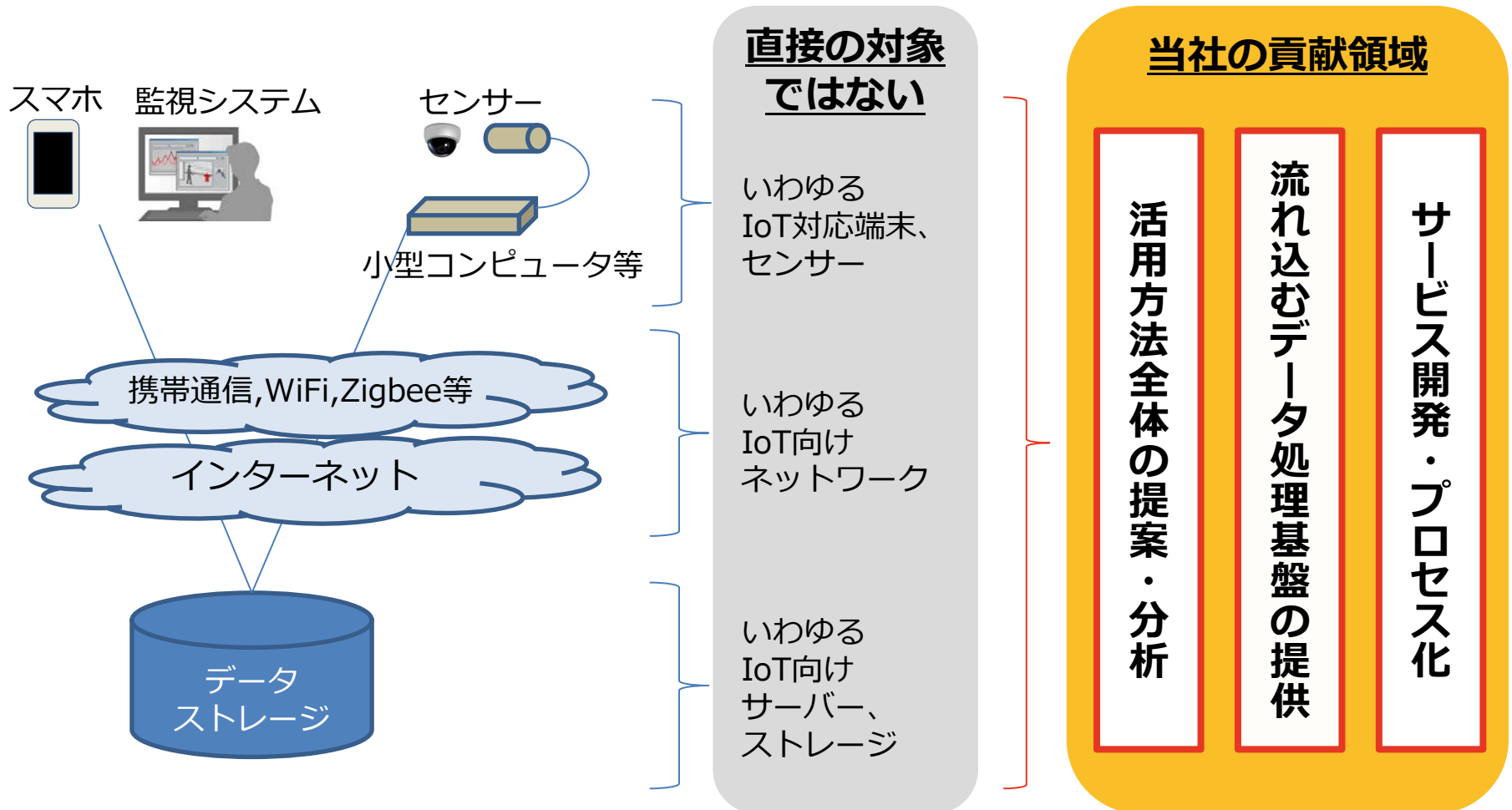
1. **非マーケティング領域の拡大**
⇒今期の主な取り組みについてはP46参照
2. **IoT(Internet of Things)領域への展開**
⇒当社のIoT貢献領域についてはP47参照
3. **プロセス・インテグレーションの展開**
⇒分析で終わらないプロセス化の受託および運用
4. **ストック型ビジネスの拡大**
5. **中小事業向けのサービス/ソフトウェア提供**
⇒中堅中小企業も顧客となるサービス/
ソフトウェア(Probance One, WPSなど)の提供
⇒P40参照

非マーケティング領域の拡大展開

AI / IoTテクノロジーを活用して非マーケティング領域への展開を加速。



関連技術を持つ会社への出資（テクトム社等）や、IoTデータ処理基盤の構築を含め、既にIoT領域への取り組みを開始しております。
当社のIoTビジネスでの貢献分野は、下記のように想定しております。



その他の取り組み

2015.7.30 発表

ソフトバンク株式会社、日本アイ・ビー・エム株式会社が共同で行う「IBM Watson エコシステムプログラム」の初期パートナーに分析系企業として唯一選定。

IBM Watsonエコシステムプログラム 初期パートナー9社

伊藤忠テクノソリューションズ、カラフル・ボード、クレスコ、ジェナ、シグマクシス、ビッグデータロボ、FiNC、**ブレインパッド**、ロココ

ソフトバンクと共同でエコシステムづくりに本腰

「Watsonが日本でも広く活用されるように注力していきたい」

米IBMでWatson事業を推進するマイク・ローディン
シニア・バイス・プレジデントは7月30日、
日本IBMが開いた同事業に関する会見でこう語った。

2015.8.3 「ITmediaエンタープライズ」記事より抜粋

<http://www.itmedia.co.jp/enterprise/articles/1508/03/news072.html>

http://www.itmedia.co.jp/enterprise/articles/1508/03/news072_2.html



Appendix

当社グループの会社概要やビジネスモデルについて、
補足説明いたします。

3事業の概要



	アナリティクス事業	ソリューション事業	マーケティングプラットフォーム事業
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ●企業の有するデータの分析と企業行動の最適化支援 	<ul style="list-style-type: none"> ●分析関連のハードウェア、ソフトウェア（他社製品）の仕入・販売 ●システムインテグレーション 	<ul style="list-style-type: none"> ●分析技術を利用した自社開発のSaaS型サービスの開発・提供
主力サービス	<ul style="list-style-type: none"> ●受託分析サービス ●コンサルティングサービス (次ページ以降参照) 	(次ページ以降参照)	(次ページ以降参照)
売上について	<ul style="list-style-type: none"> ●プロジェクトベースで受注。 ●プロジェクトの期間は、数カ月～数年にわたるものまで様々。 ●プロジェクトの体制は、数名～4-5名体制まで様々。 	<ul style="list-style-type: none"> ●ソフトウェアのライセンス売上と保守料。 ●システムの受託開発による売上。 	<ul style="list-style-type: none"> ●自社開発のSaaS型サービスの月額利用料（従量課金形式）。 ●顧客毎のカスタマイズ開発売上。
主なコストについて	<ul style="list-style-type: none"> ●分析に要した分析官の人件費など 	<ul style="list-style-type: none"> ●ライセンスの仕入 ●受託開発に要した人員の人件費など 	<ul style="list-style-type: none"> ●サービス開発のための人件費 ●SaaS型サービス運用のためのサーバー代など
競合環境	<ul style="list-style-type: none"> ●上場企業は当社のみ。 ●50名を超える分析組織は、国内最大規模。 	<ul style="list-style-type: none"> ●分析関連システムの販売という観点では、システムベンダーと競合するが、分析力を有する点で補完関係にあるとも言える。 ●当社のみが取り扱う製品を多数揃えることで、差別化を実現。 	<ul style="list-style-type: none"> ●類似サービスが複数あるが、売上規模としては最大規模。
主要顧客	<ul style="list-style-type: none"> ●インターネット系、金融系、小売・サービス系など多岐にわたる。 	<ul style="list-style-type: none"> ●多岐にわたる。 	<ul style="list-style-type: none"> ●通販・ECサービス系。 ●多数の消費者顧客・会員をもつサービス業など。

データの活用に課題を感じている企業と課題は多岐にわたっています。当社は創業来10年間、非定形の分析業務を受託し、顧客毎の課題を解決する高付加価値サービスを提供しています。

総合通販企業

送付カタログの選定と
確率に基づく送付判定を実施

コスト 10% 削減
ROIを 20% 改善

カード会社

リボ払いの勧誘DMを
顧客の利用確率を予測して送付

同じDM予算で
利用者数が 5.2倍

専門通販企業

踊り場の事業で、顧客の購買行動
をデータ分析し、新しいKPI作成

顧客単価の 20% 向上等
効果多数

人材紹介会社

分析より転職難易度を判定し
アドバイザーの担当割を実施

転職決定数で評価が決まる
担当振り分けの不公平解消

小売企業

PB新商品のヒット率が低下する中、
ID付POSから新商品効果を検証

最適な新商品の投入間隔を
求め、開発期間を最適化

ネット系企業



分析スキームの提供と
分析環境構築、分析支援を実施

アルゴリズムの問題を指摘し、
広告商品のクリック率を改善

ソリューション事業の主な製品

<p>SAP® Predictive Analytics (エス・エー・ピー・プレディクティブアナリティクス)</p>	<p>世界で初めてデータマイニングの自動化を可能にしたソフトウェア。機械学習によりデータマイニングを自動化し、高精度の予測を継続的に提供し続けることができる。</p>
<p> (イクスクイック)</p>	<p>企業に蓄積された様々なデータを統合し、直観的な操作で集計・分析、データ抽出およびレポート作成までを実施できるマーケティング・インテリジェンス・ソリューション。</p>
<p> (プロバンス ハイパー・マーケティング)</p>	<p>データの統合・整備・蓄積、キャンペーンシナリオの作成・運用、効果検証といった一連の作業を支援するマーケティング・オートメーションプラットフォーム。</p>
<p> (プロバンス・ワン)</p>	<p>上記「Probance Hyper Marketing」の豊富な導入実績に基づいて開発された、日本のEC企業向けに特化したマーケティング・オートメーション。</p>
<p> (マーケティング キュー・イー・ディー)</p>	<p>新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・ネットメディア等への広告費用投資や、各種広告プロモーションによる集客・売上等の予測とコスト配分の最適化を実現するソフトウェア。</p>
<p> (クリムゾンヘキサゴン フォーサイト・プラットフォーム)</p>	<p>世界中で100社以上の企業やブランドが採用し、総計4千億円を超えるソーシャルメディアへの投稿を、多言語にて収集・比較・分析できるプラットフォーム。</p>
<p> (ダブル・ピー・エス ソフトウェア)</p>	<p>SAS言語で記述されたプログラムをそのまま実行し、データ加工、統計処理、グラフ処理などが実行できる、汎用性の高いプラットフォーム。</p>
<p> (タブロー)</p>	<p>担当者が日々の業務で利用できるビジネス・インテリジェンスツール。分析結果は多彩なグラフで表現され、ドリルダウンによるデータ集計や分析も簡易に行える。</p>
<p> (スカイツリー・サーバー)</p>	<p>Hadoop環境上で動くエンタープライズ向け機械学習エンジンの商用化に成功した数少ないソフトウェア。高速に生み出される高精度なモデルを用いた予測分析が可能。</p>

マーケティングプラットフォーム事業の主な製品

 <p>Rtoaster (アールトースター)</p>	<p>最新のデータマイニング技術を駆使して実現された、商品自動推奨機能を搭載したレコメンデーションエンジンのSaaS型サービス。 顧客属性連携と、行動ターゲティング機能を持つ、国内唯一の総合型レコメンデーションエンジン。</p>
 <p>L2Mixer (エルツーミキサー)</p>	<p>検索エンジン連動広告において、大量キーワードを出稿した際に想定される膨大な数の出稿パターンの中から、最も効率の良いものを発見する、リスティング広告最適化のSaaS型サービス。最適化技術を応用。 ポートフォリオ型の出稿自動化エンジンとしては、唯一の国産ツール。</p>
 <p>Cloudstock (クラウドストック)</p>	<p>大容量データの蓄積および分析を可能とする、PaaS型クラウド・サービス。 日々大量に発生するデータを、クラウド上で適切に蓄積・処理するとともに、BIツールで管理・分析を行うことも可能。</p>
 <p>ReceReco (レシレコ)</p>	<p>「家計簿をリデザインする」をコンセプトに、レシートのデータ化から、分析、記録、共有までを無料で提供する、無料の家計簿／支出管理アプリ。スマートフォンで写真を撮るだけでレシートの情報がその場で自動データ化され、グラフなどで簡単に分析することが可能。 ※2013年度グッドデザイン賞受賞</p>

グループ会社の紹介：Mynd株式会社

マインド

ニュースアプリ「Mynd」を開発・提供しているテクノロジー企業。
機械学習技術や統計分析を応用した機械学習推薦エンジン「Mynd Engine」
を保有。マーケティングプラットフォーム事業の技術基盤を強化。



Mynd



機械学習・統計分析を応用
ユーザの好みを学習してパーソナライズ

Mynd

アプリをダウンロード WEBではじめる In your Mynd

ほしいニュースを引き寄せる。



App Store



Google Play



Web Login

WEB版の新規登録はこちら

Myndは、自動的にあなたの好みを学習し、
膨大な情報の中からニュースを選別。

「あなたがきっと探したいだろう、まだ知らない何か」を
お届けする無料アプリです。



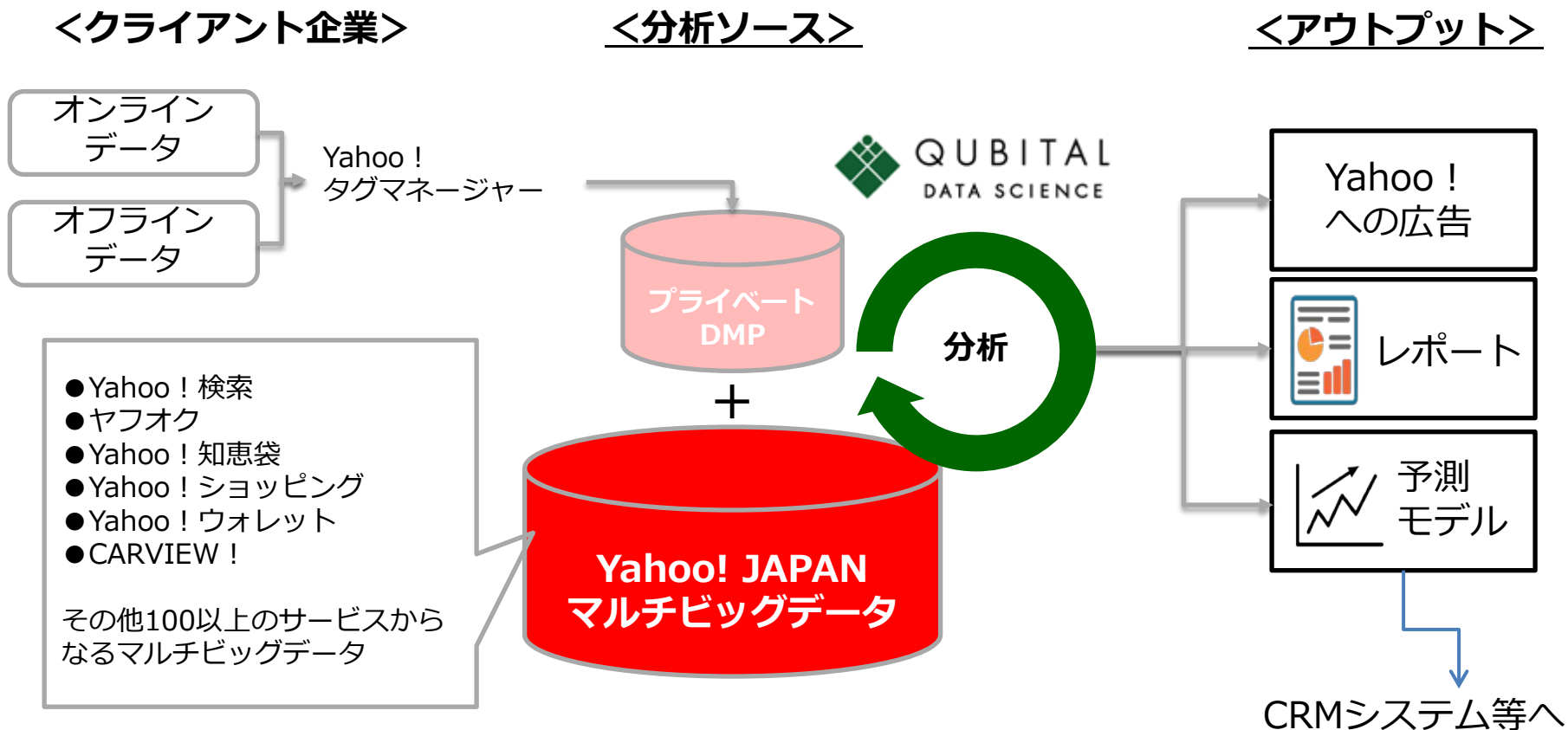
↑
自動収集した膨大な記事を
数十個のまとめ（トピック）
に自動分類するとともに、
ユーザの行動から好みを学習し、
個々人にあった記事だけを配信
するアプリ。

←
Apple Watch、Android Wear
搭載のスマートウォッチにも
対応。

グループ会社の紹介：株式会社Qubitalデータサイエンス



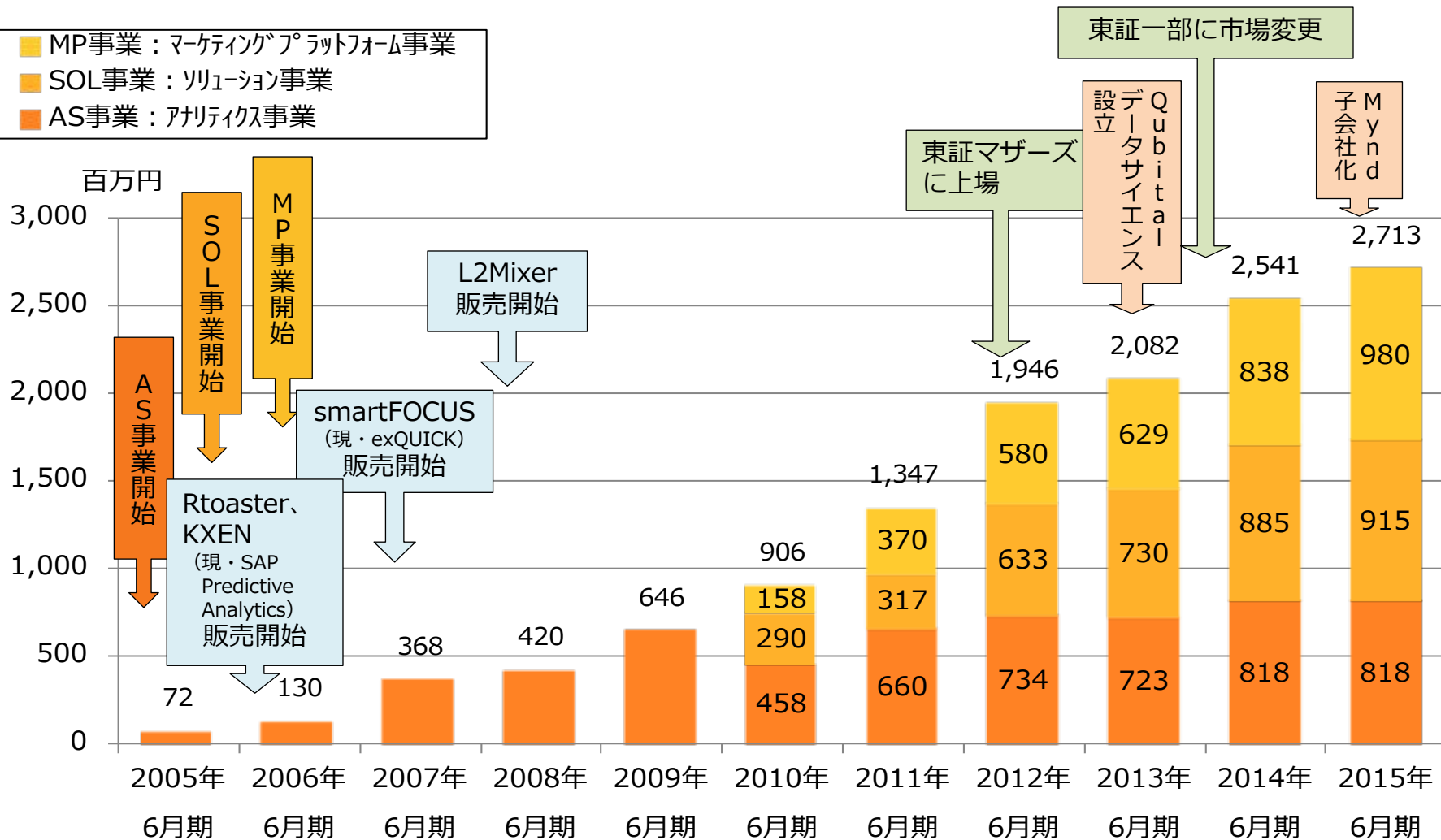
ヤフー株式会社との合併会社。（当社持株比率49%）
企業が保有するデータに加え、ネットユーザに高いカバレッジを持つ
ヤフーのデータを活用し、マーケティング課題の新たな解決を可能に。



当社グループ創業からの歩み



- MP事業：マーケティングプラットフォーム事業
- SOL事業：ソリューション事業
- AS事業：アプリケーション事業



2004年創業

2009年以前のセグメント別の売上高は未公表です。

創業10周年



Data Analytics for Sustainability

データ活用の促進を通じて持続可能な未来をつくる

本資料に記載されている戦略や計画、見通しなどは、過去の事実を除いて予測であり、現時点において入手可能な情報に依拠し判断された一定の前提条件に基づいております。したがって、実際の業績等は今後の様々な要因によって、これら見通しとは乖離する可能性があることをご承知おきください。また、グラフ内の数値は端数処理により総和が短信等で開示している合計額と一致しない場合があります。なお、2011年6月期 2Q以前の数値は未監査でありますため、当該期の数値は参考資料となります。

本資料における情報は、本資料が作成された時点のものです。将来発生する事象などにより内容に変更が生じた場合も、当社が更新や変更の義務を負うものではありません。また、本資料に記載された会社名・商品名・ロゴは、それぞれ各社の商標または登録商標です。