



2016年6月期 第2四半期 決算補足説明資料

2016年2月12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。

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。

■ 会社概要	…	P2
■ 2016年6月期 第2四半期業績ハイライト（連結）	…	P6
■ 2016年6月期 第2四半期業績の前年との比較	…	P9
■ 2016年6月期 第2四半期セグメント別の業績（単体）	…	P20
■ 中期経営計画における今後の経営戦略	…	P30
■ (参考) 直近のニュース発表	…	P41
■ Appendix	…	P47

会社概要

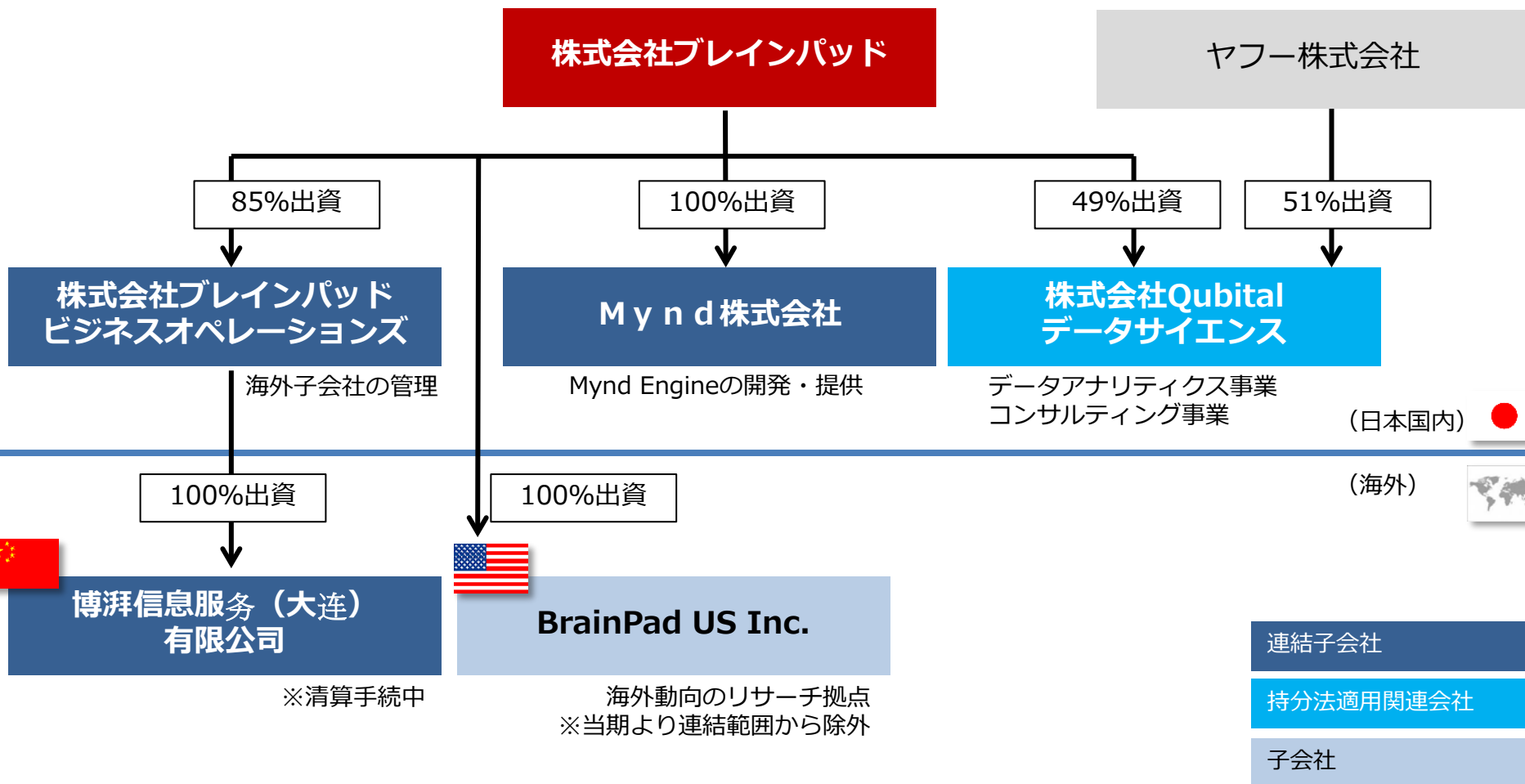


- 【商号】 株式会社ブレインパッド（英文 BrainPad Inc.）
（東証第一部 証券コード：3655）
- 【本社】 東京都港区白金台3-2-10 白金台ビル
- 【設立】 2004年3月18日（決算日6月30日）
- 【資本金】 331百万円（2015年12月31日現在）
- 【従業員数】 159名（連結、2015年12月31日現在）
（※）当社から持分法適用関連会社（株）Qubitalデータサイエンスへの出向者を含む。
- 【代表者】 代表取締役会長 草野 隆史
代表取締役社長 佐藤 清之輔
- 【連結子会社】 M y n d株式会社
株式会社ブレインパッドビジネスオペレーションズ
博湃信息服务（大连）有限公司（中国・大连市）※清算手続中
（2015年12月31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12月31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



データ分析をコアとした3事業をトータルに展開

ブレインパッドの事業 = データ分析・活用により企業の経営課題を最適化

ソリューション事業

MA/CRMおよび分析関連
パッケージの販売と、
システムインテグレーション

システム構築

SAP Predictive
Analytics

exQuick

Probance
Marketing automation gets personal

marketing QED
EFFECTIVENESS TECHNOLOGY

crimson hexagon

+ a b l e a u
SOFTWARE

WPS

アナリティクス事業

企業の課題を解決するデータ解析
およびコンサルテーションと、
ロジック組込システム実装と運用

人的サービス



マーケティング プラットフォーム事業

分析テクノロジーを利用した
独自のSaaSサービスの提供と
DMP構築

デジタルマーケティング

Rtoaster



L2Mixer



DeltaCube

Mynd
plus



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。

(2016年2月12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	味の素(株)、アスクル(株)、(株)Eストアー、(株)オークローンマーケティング、(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)、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)ピーチ・ジョン、BEENOS(株)、(株)ファンケル、(株)ポーラ、(株)MonotaRO、(株)やずや、UCCホールディングス(株)、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、(株)ジェーシービー、新生フィナンシャル(株)、大和証券(株)、野村証券(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、トランスコスモス(株)、(株)博報堂、バリューコマース(株)、(株)Platform ID、(株)プラットフォーム・ワン
旅行・娯楽	(株)i.JTB、(株)ゲオ、(株)ゴルフダイジェスト・オンライン、(株)セガホールディングス、(株)デジタルアドベンチャー、日本航空(株)、(株)日本旅行、ヒルトン・ワールドワイド、(株)ルクサ、(株)ローソンHMVエンタテイメント
その他	(株)アイデム、旭化成ホームズ(株)、(株)インテリジェンス、(株)NTTドコモ、大網(株)、(株)クラウドワークス、スターツ出版(株)、(株)スタッフサービス・ホールディングス、積水ハウス(株)、(株)ダイヤモンド社、(株)タナカ、ディップ(株)、(株)日経BP、ニフティ(株)、(株)フジテレビジョン、(株)船井総研コーポレートリレーションズ、ミサワホーム(株)、(株)リアルワールド、(株)リクルートキャリア、ロジテックINAソリューションズ(株)

2016年6月期 第2四半期業績ハイライト (連結)

- **売上高は、概ね期初計画どおりに推移。前年比では、横ばい**となった。
- **利益面（営業利益・経常利益・四半期純利益）は、**
期初計画では赤字となることを想定していたが、
アナリティクス事業の稼働率向上による利益貢献、および、
人材採用費・広告宣伝費等のコストの一部未消化により、**黒字となった。**
- 持分法適用関連会社 株式会社Qubitalデータサイエンスが黒字化した
ことに加え、前期に実施した連結子会社の事業整理により、
連結業績へのマイナス要因が圧縮され、利益面での連結・単体の差が縮小。
ブレインパッド単体の業績が、連結業績に反映されるシンプルな体制に。
- これにより、**前期2Q累計の連結の最終損益は▲73百万円の赤字だったが、**
当期2Q累計の連結の最終損益は、+27百万円に黒字回復した。

2016年6月期 通期連結業績予想の変更はなし



当期3Q以降に、2Qに未消化であったコストの発生を予定していること、および人材採用を引き続き積極的に行う予定であることから、通期業績予想の変更はなし。

【2Q累計の連結業績予想と実績の差異】

		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)	期初 予想	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)
	実績	1,331百万円 (△0.8%)	65百万円 (△46百万円、△41.5%)	62百万円 (△16百万円、△20.6%)	27百万円 (+100百万円)
	差異	△19百万円	+105百万円	+117百万円	+87百万円

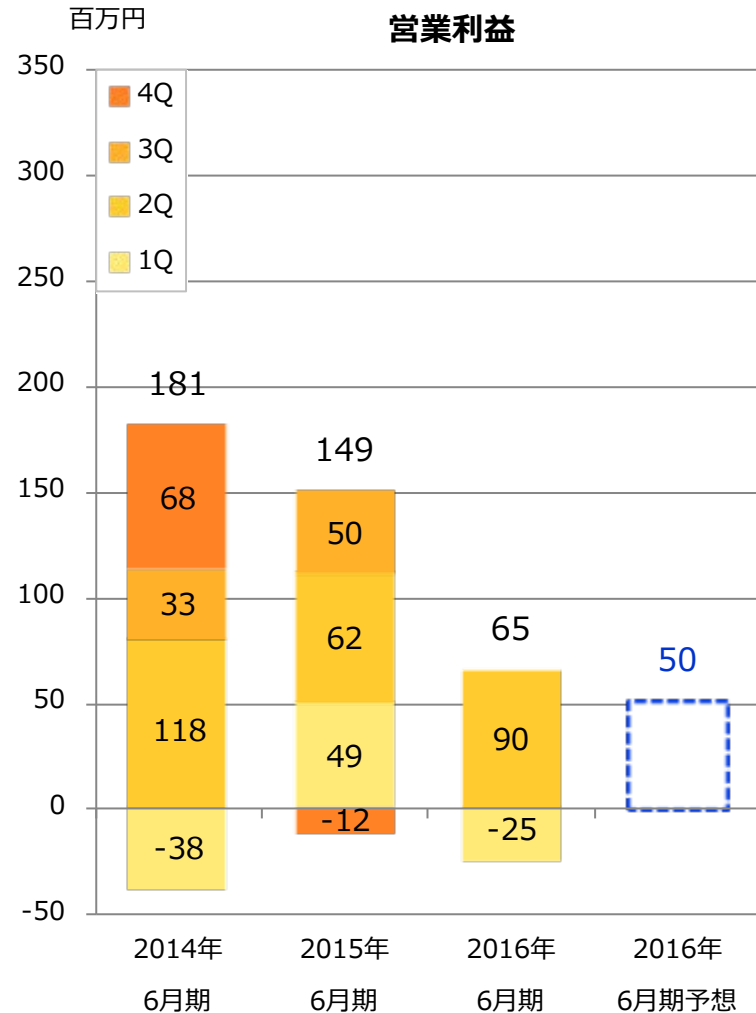
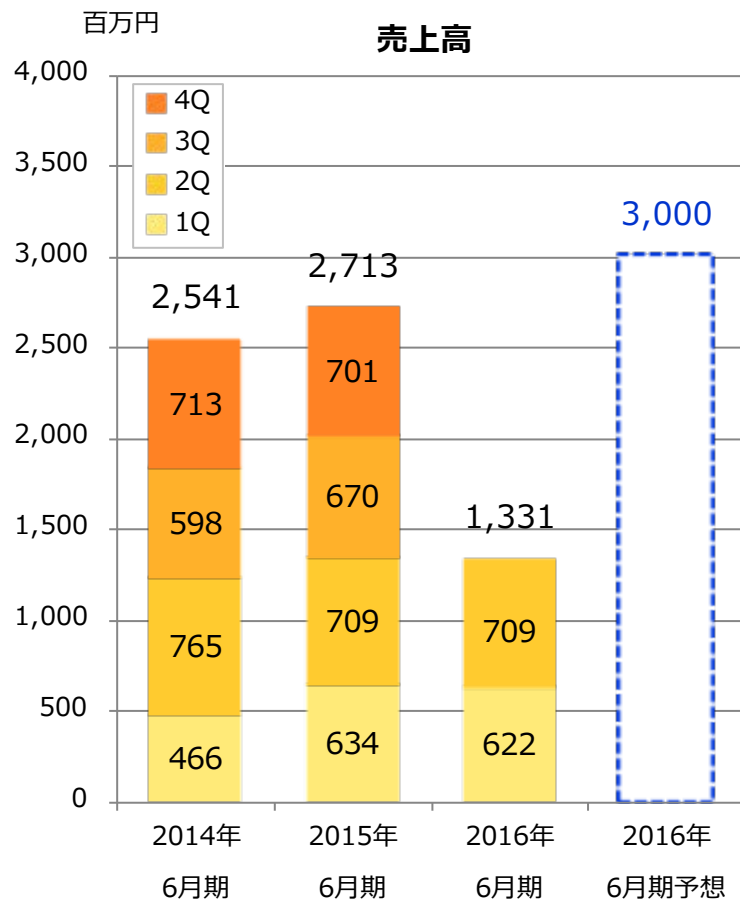
【通期連結業績予想（据置き）】

通期 (前期比)	期初 予想 据置き	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)
-------------	-----------------	----------------------	-------------------	-------------------	------------------

2016年6月期 第2四半期業績の前年との比較

連結業績（3期比較）

売上高は、概ね期初計画通りに進捗中。営業利益は、2Q累計で赤字となる計画としていたが、前述の理由により、黒字に転換した。



売上高および利益の前年比較

売上高は、連結・単体ともに前年比ほぼ横ばい。
 単体の利益は、人員増による社員人件費の増加により前年を下回った。
 一方、グループ会社の損失減少により、利益の連結・単体の差は縮小。
 最終損益は黒字回復。

連結 (2Q累計)

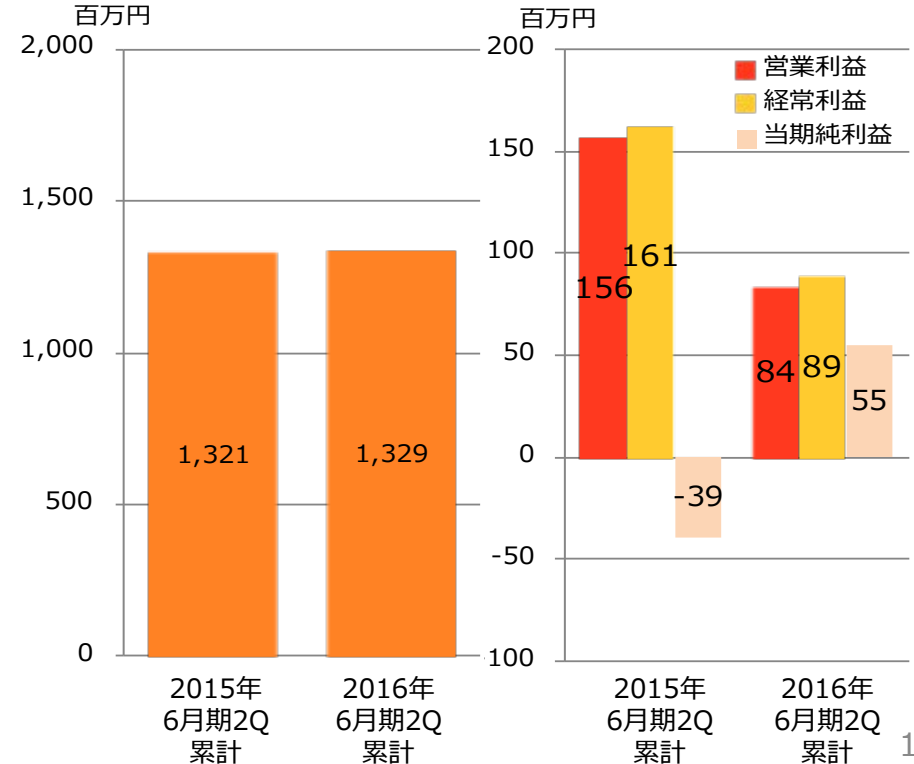
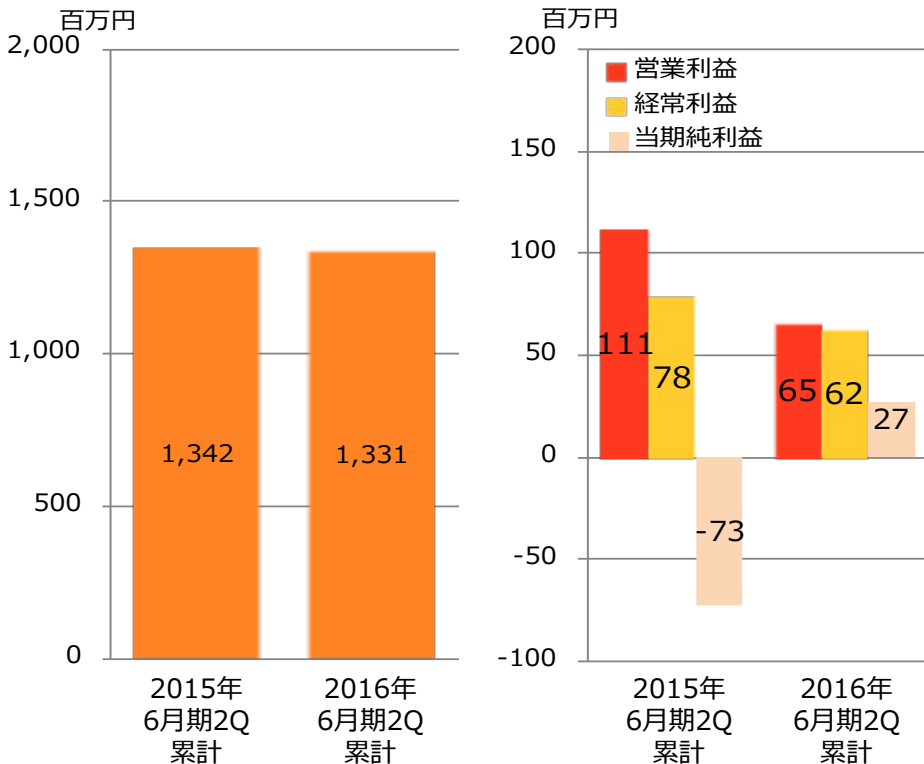
ブレインパッド単体 (2Q累計)

売上高

利益

売上高

利益

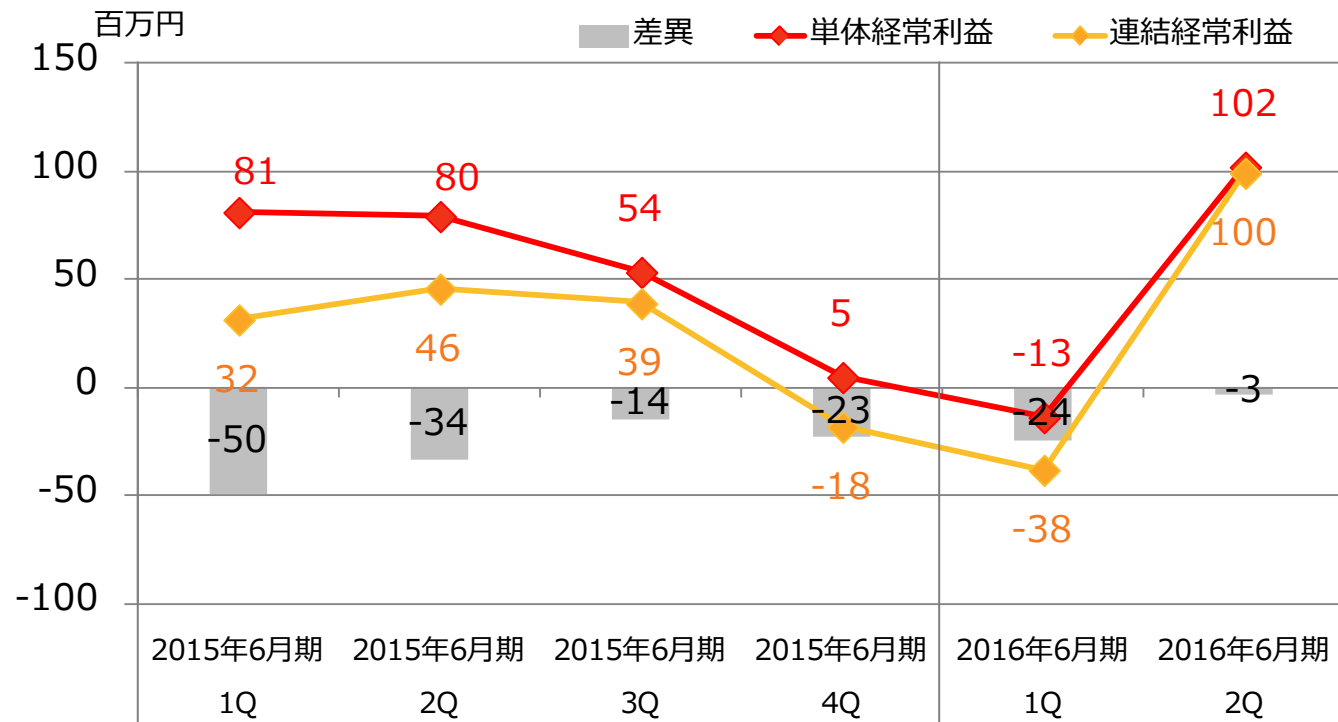
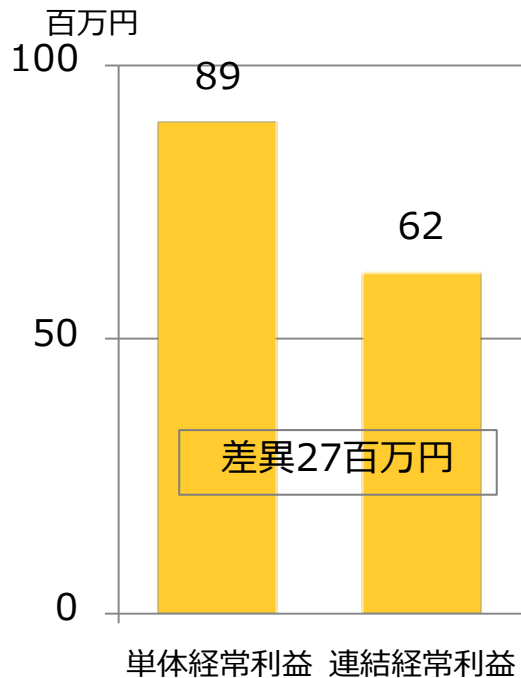


連結業績と単体業績の差異①

経常利益の連結・単体の差異の主因は、以下のとおり。

- ・ 持分法による投資損失 6.7百万円
- ・ M y n d (株)に係る、のれん代償却 11百万円
- ・ 連結子会社の営業損失 9百万円

当期2Q(3ヶ月間)では、連結・単体の差異が3百万円となった。

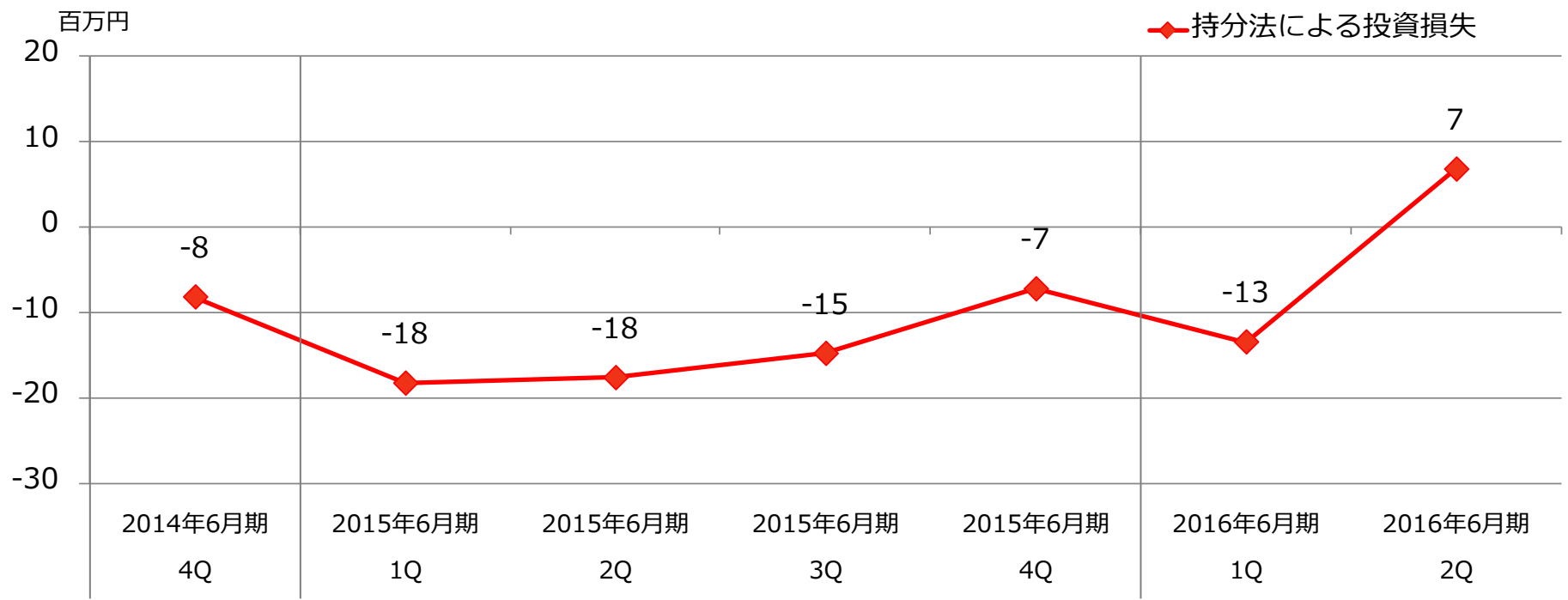


※ 当社グループの体制は、P3をご参照ください。

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、設立以来初の四半期での黒字化を達成。引き続き、2016年6月期通期での黒字確保を目指す。

<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>



連結および単体の損益計算書の概要は以下のとおり。

【連結】

	2015年 6月期 2Q累計	2016年 6月期 2Q累計	増減率
売上高	1,342	1,331	-0.8%
売上原価	801	791	-1.3%
売上総利益	541	540	-0.1%
販管費	430	475	10.5%
営業利益	111	65	-41.5%
営業外損益	-33	-3	- ※2
経常利益	78	62	-20.6%
特別損益	-90	-3	- ※3
税金等調整前当期純利益	-12	59	-
法人税等	61	32	-48.1%
当期純利益	-73	27	-
親会社に帰属する当期純利益	-73	27	-

【単体】

(単位：百万円)

	2015年 6月期 2Q累計	2016年 6月期 2Q累計	増減率
売上高	1,321	1,329	0.6%
売上原価	760	792	4.2% ※1
売上総利益	561	537	-4.4%
販管費	405	453	11.9% ※1
営業利益	156	84	-46.5%
営業外損益	5	6	12.4%
経常利益	161	89	-44.7%
特別損益	-139	-2	- ※3
税金等調整前当期純利益	22	87	296.9%
法人税等	61	32	-48.2%
当期純利益	-39	55	-

- ※1 2016年6月期2Q累計の単体売上原価および販管費は、前期4Qの積極的な人材採用の影響により、人件費が増加。
- ※2 2016年6月期2Q累計の連結営業外損益は、株式会社Qubitalデータサイエンスに係る持分法による投資損失の縮小により改善。
- ※3 2016年6月期2Qの連結・単体の特別損失に、BrainPad US Inc. を連結範囲から除外したことに伴う関係会社株式会社評価損などを計上。
(2015年6月期2Qの連結・単体の特別損失には、連結子会社・出資先に係る損失を計上。)

連結および単体のキャッシュ・フロー計算書の概要は以下のとおり。

	【連結】			【単体】		(単位：百万円)
	2015年 6月期 2Q累計	2016年 6月期 2Q累計		2015年 6月期 2Q累計	2016年 6月期 2Q累計	
営業活動によるキャッシュ・フロー	238	80	※1	273	98	
投資活動によるキャッシュ・フロー	-93	-131	※2	-125	-151	
財務活動によるキャッシュ・フロー	207	-49	※3	212	-49	
現金および現金同等物の期首残高	427	697		404	668	
現金および現金同等物の期末残高	782	592		763	567	

※1 営業活動によるキャッシュ・フローは、ブレインパッド単体の営業利益が減少していること、および、売上債権の増加、仕入債務の減少により、前期に比べ減少。

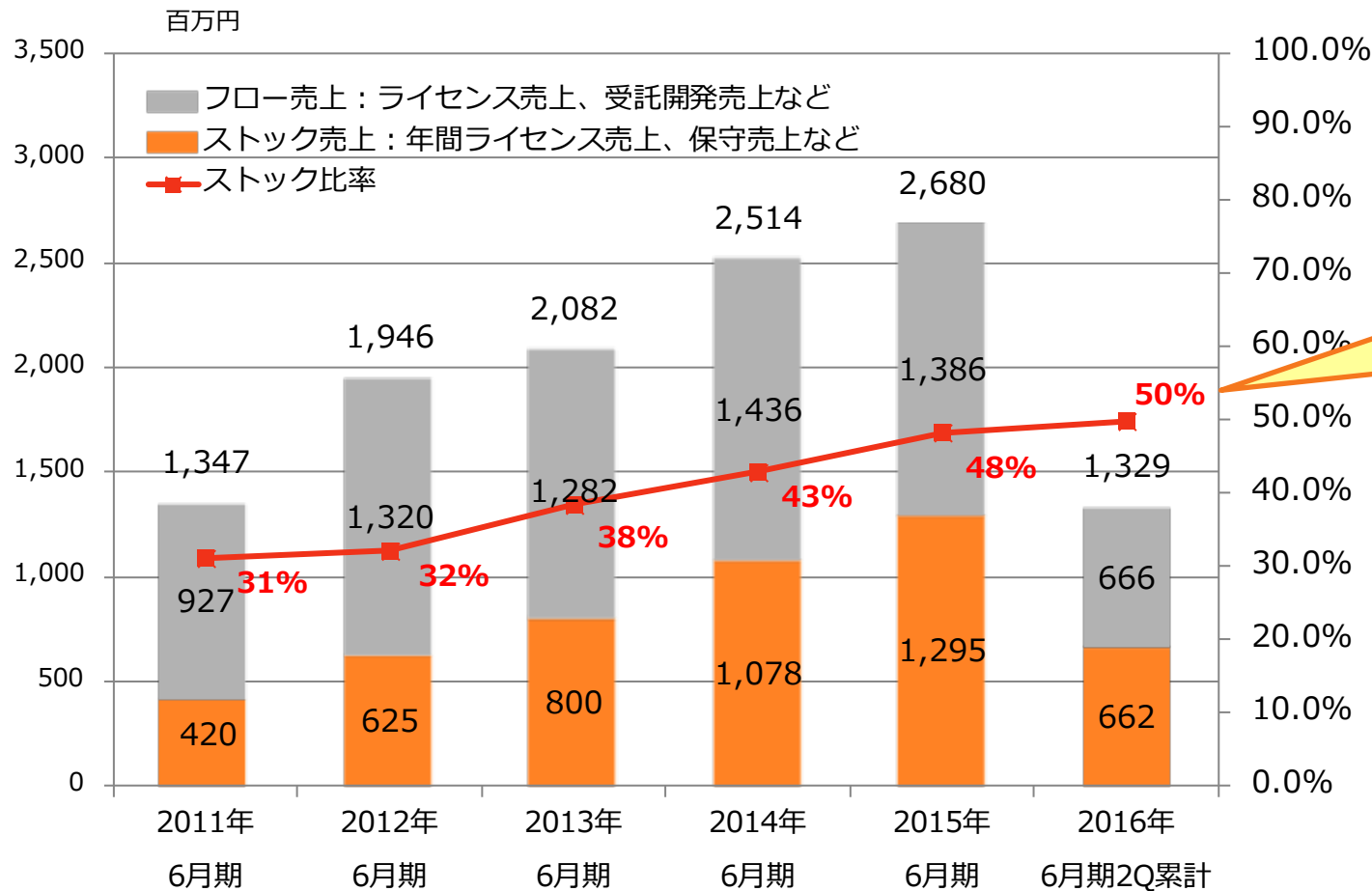
※2 投資活動によるキャッシュ・フローは、固定資産の取得による支出は前期並みである一方、資金の貸付33百万円が発生したことにより、前期に比べ減少。

※3 財務活動によるキャッシュ・フローは、長期借入の返済が進んだことにより、前期に比べ減少。

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）



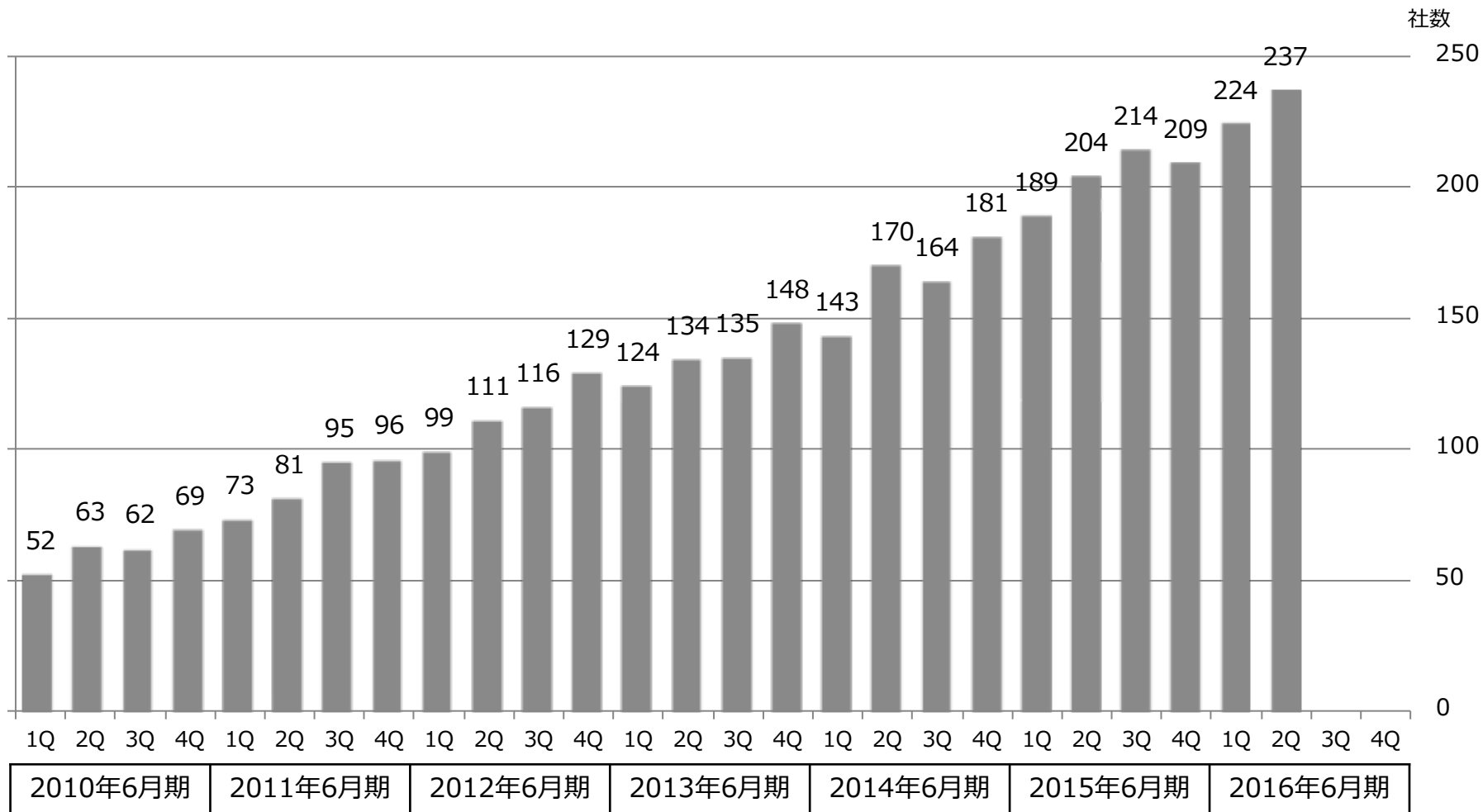
ストック売上の比率は増加傾向。

取引社数の推移（単体）



四半期当たりの取引社数は、3事業ともに増加し、過去最多を更新。

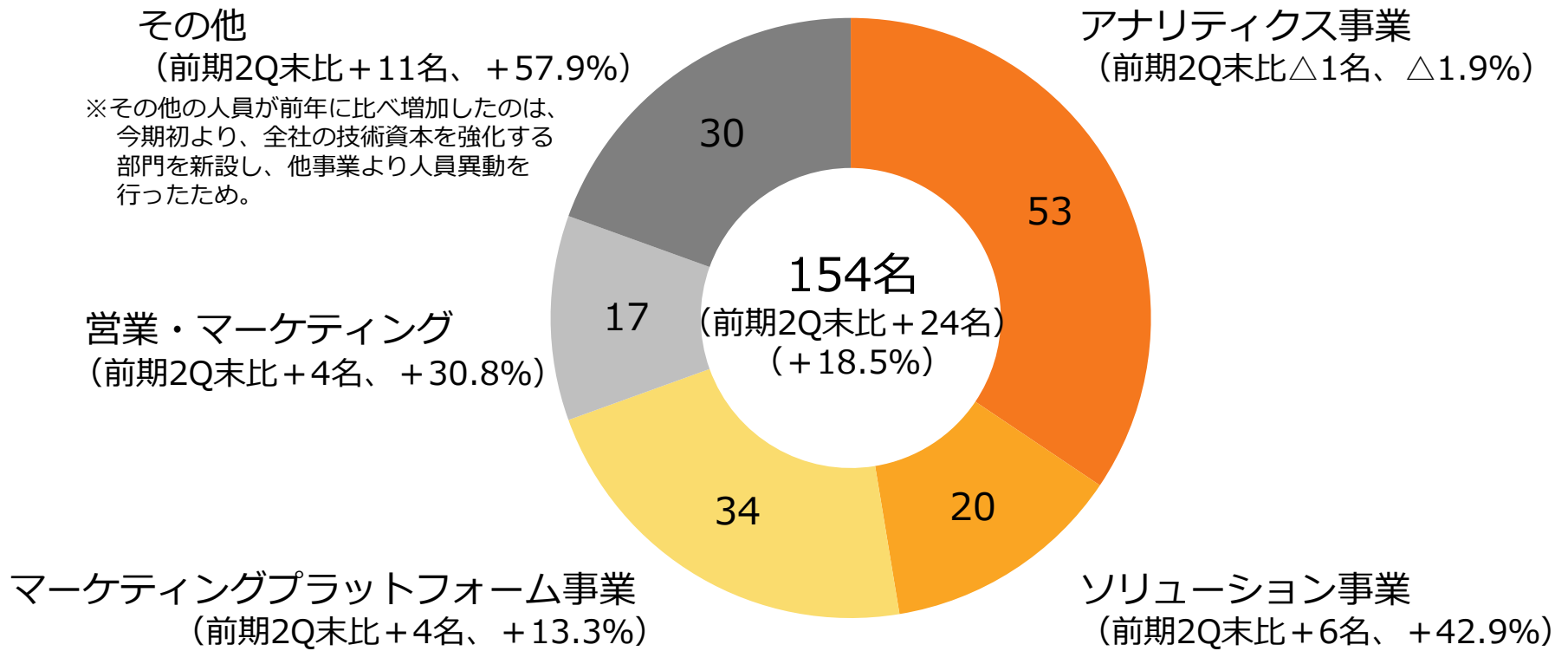
(※) 当該四半期のうちに売上が計上された顧客の数をカウントしています。



従業員数の内訳（単体）

2Q末の従業員数は、前期4Qに積極的に行った人材採用により、1年前と比較して、+24名（18.5%増）となった。

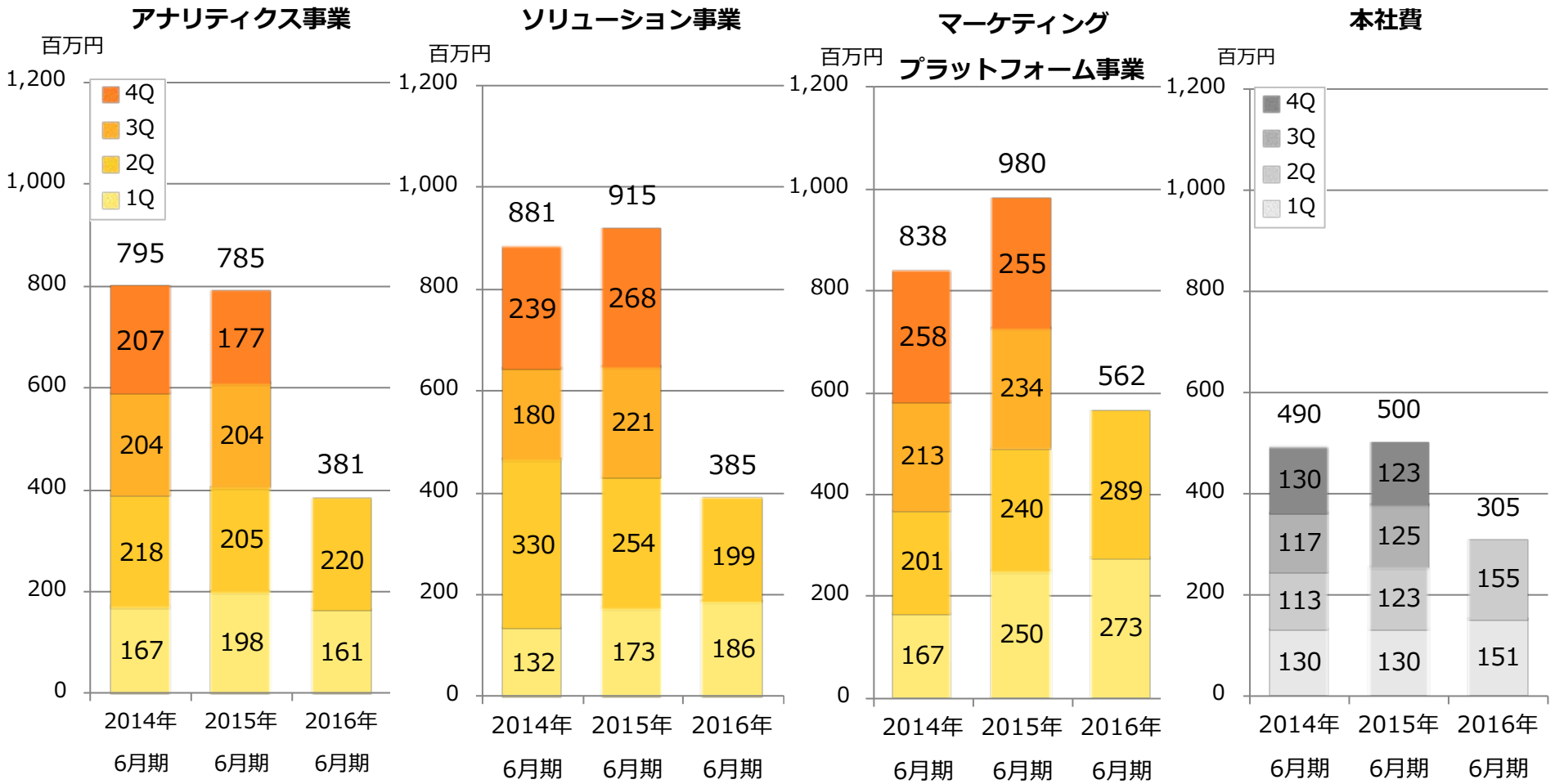
（※）当社から持分法適用関連会社（株）Qubitalデータサイエンスへの出向者を含む人数です。



2016年6月期 第2四半期セグメント別の業績 (単体)

単体セグメント売上推移（3期比較）

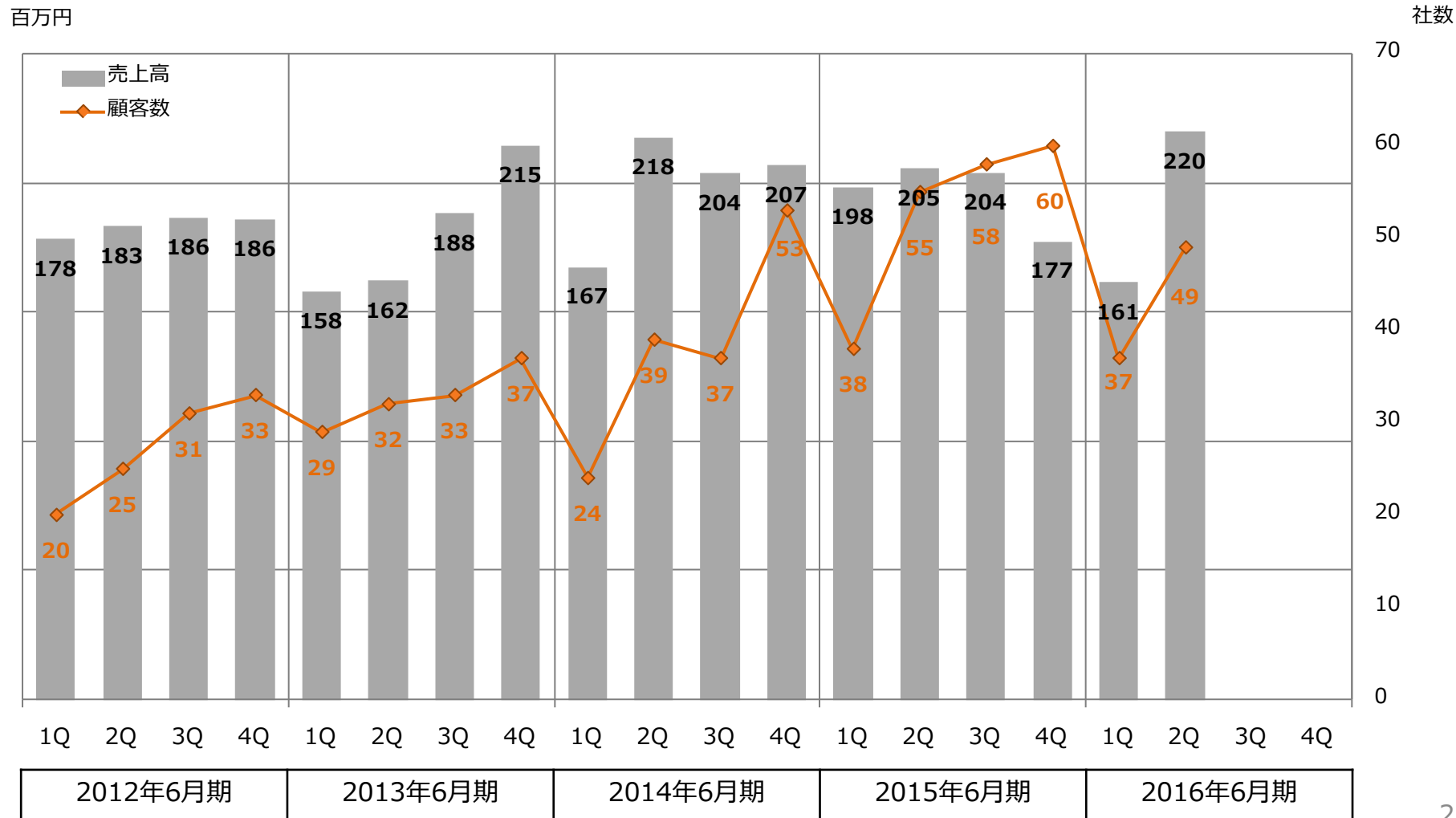
全体の売上成長を、マーケティングプラットフォーム事業が牽引。
 本社費は、組織変更および人材採用の影響により増加。



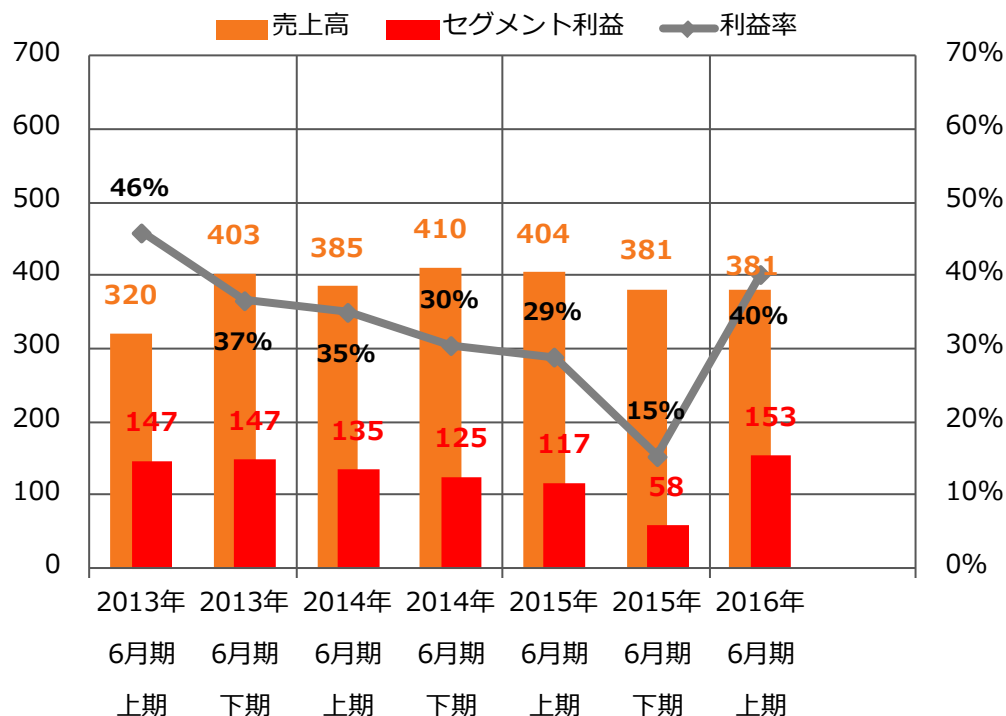
アナリティクス事業（単体） 売上－顧客数推移



案件の大型化・長期化に向けた取り組みにより、当期2Qより売上高が復調。結果、四半期あたり過去最高の売上高を達成。



■ 単体利益率の推移



■ 当期上期（7~12月）について

① 連結セグメント利益 35.2%

② 単体セグメント利益 35.1%

②から営業部門の費用を除いた場合

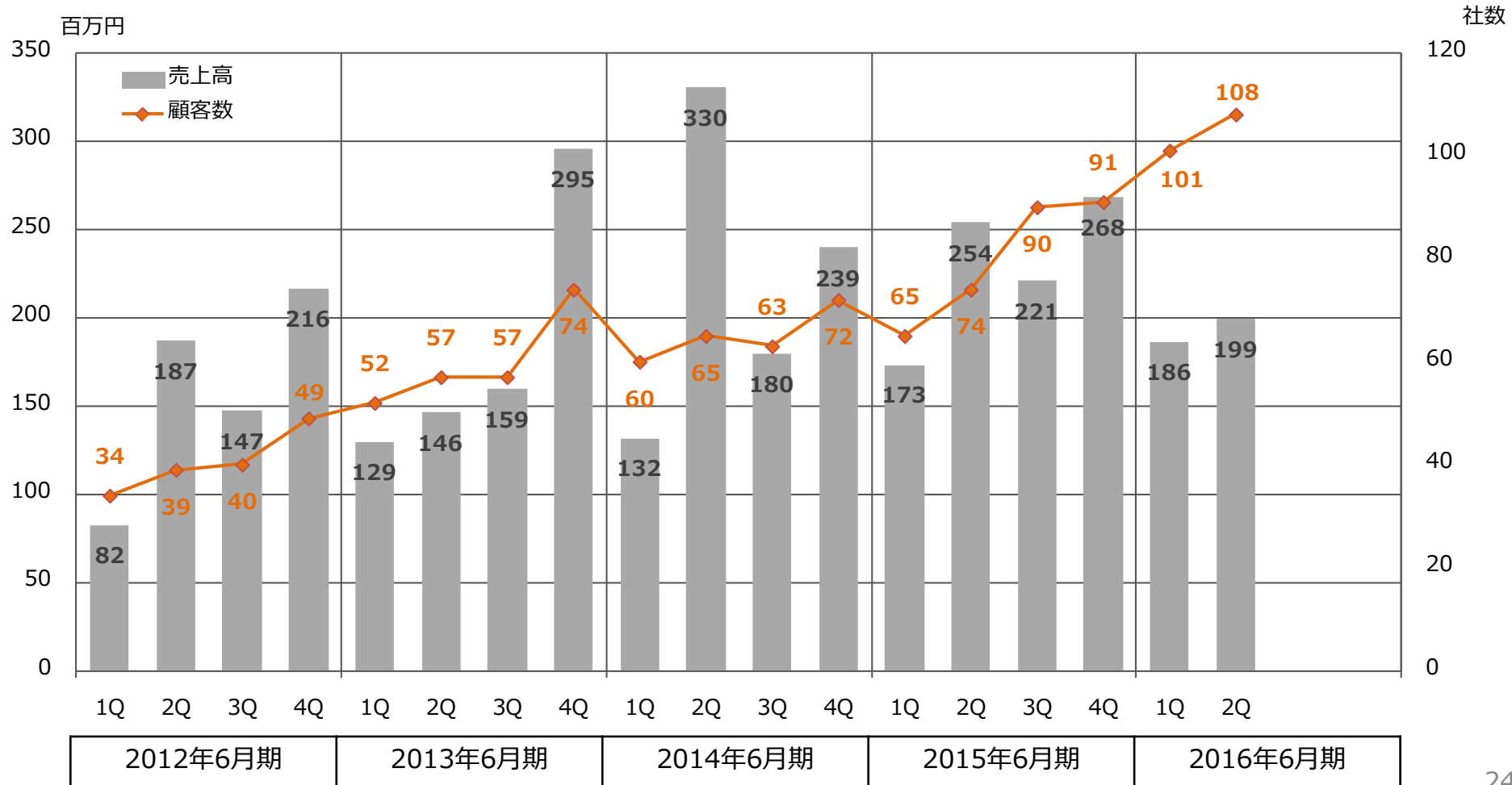
（左記グラフにおける%） 40.2%

当期2Qより、案件の大型化・長期化の取り組みが進み、分析人員の稼働率が向上し、利益率向上に繋がった。

事業年度によって、営業部門の組織体制が異なるため、上記グラフでは、会計上のセグメント利益から、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。（以下同じ）

ソリューション事業（単体） 売上－顧客数推移

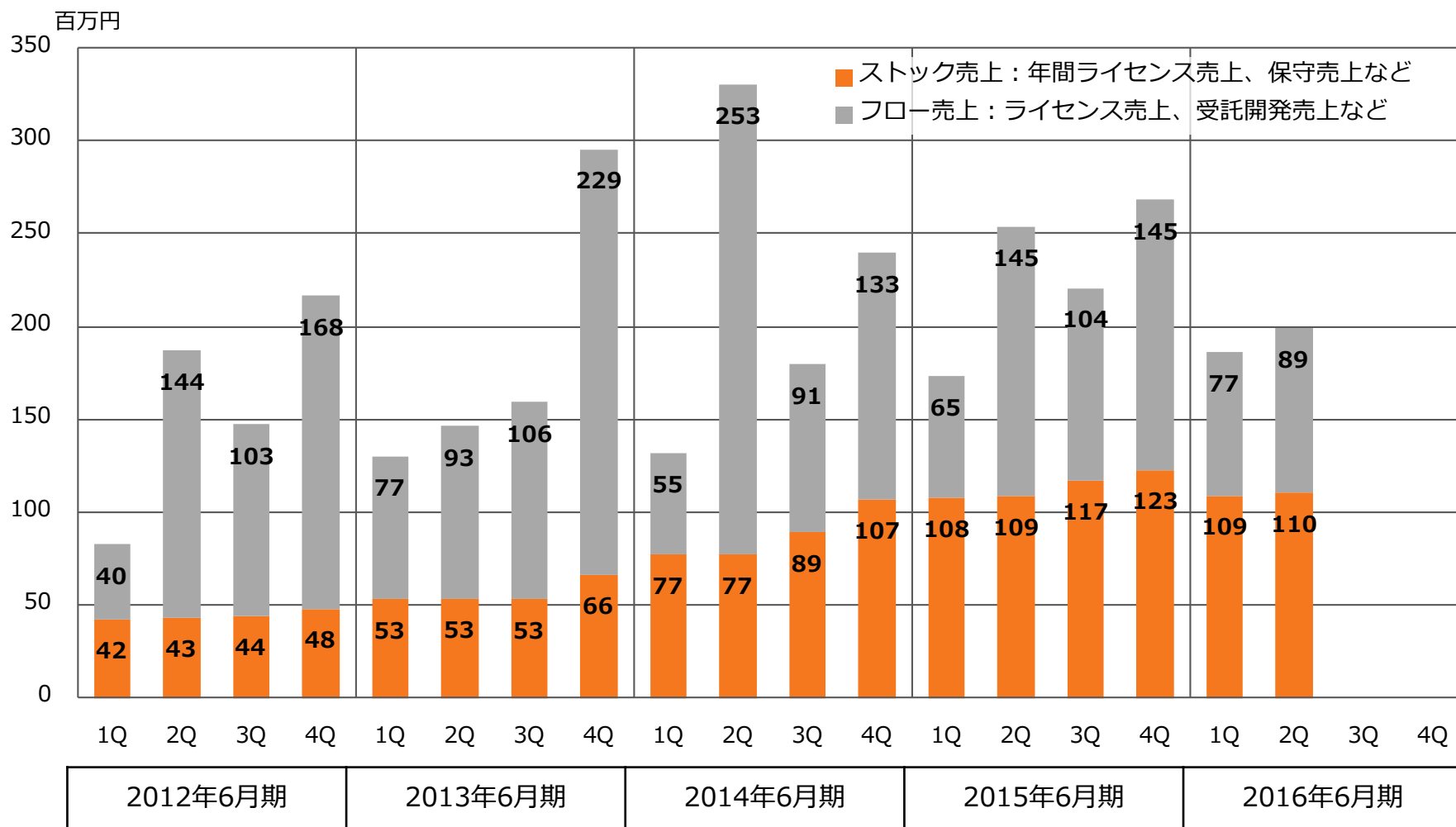
小型のソフトウェアライセンスの販売により、顧客数は伸長したが、大型のライセンス販売はまだなく、売上高は前期2Qを下回った。



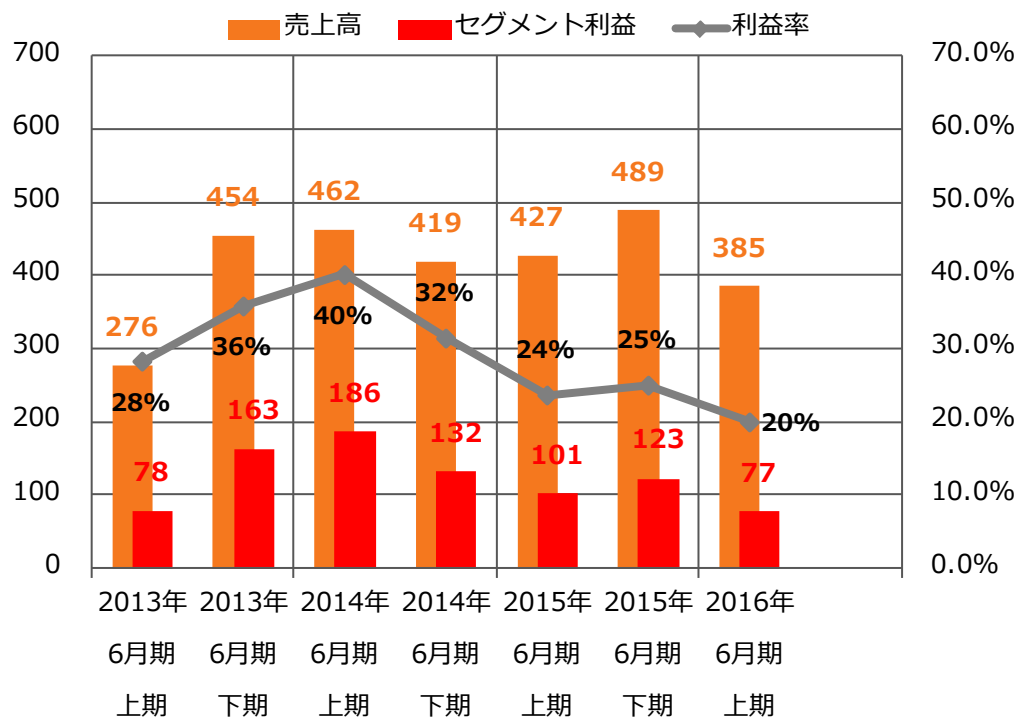
ソリューション事業（単体） 売上構造



※ 当期1Qより、当事業のストック売上高の集計方法を変更したため、過去との推移は、参考値とする。



■ 単体利益率の推移



■ 当期上期（7～12月）について

① 連結セグメント利益 11.4%

② 単体セグメント利益 11.4%

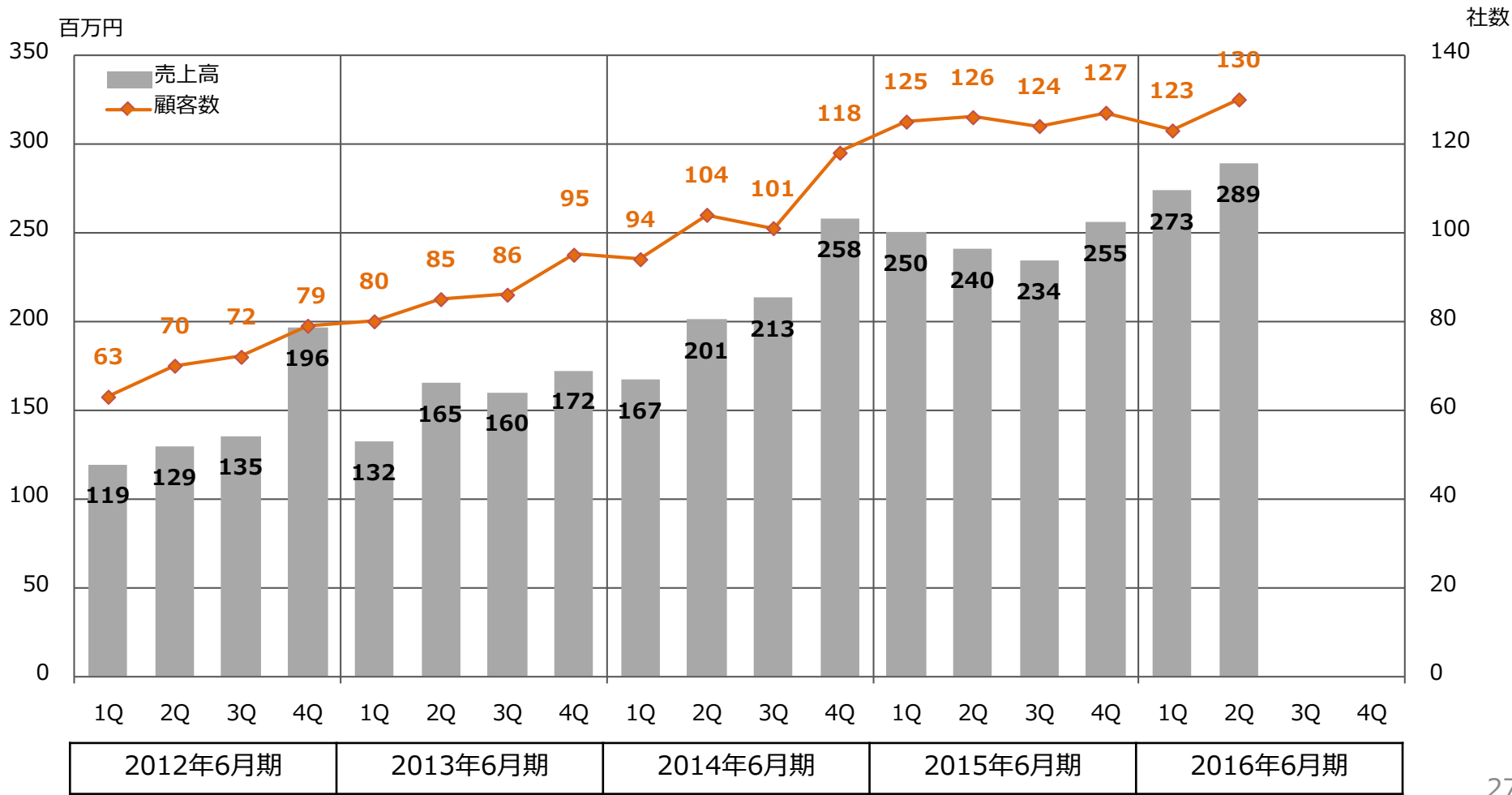
②から営業部門の費用を除いた場合

（左記グラフにおける%） 20.0%

当期上期は、小型のソフトウェアライセンス販売が多く、利益率は低下。

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

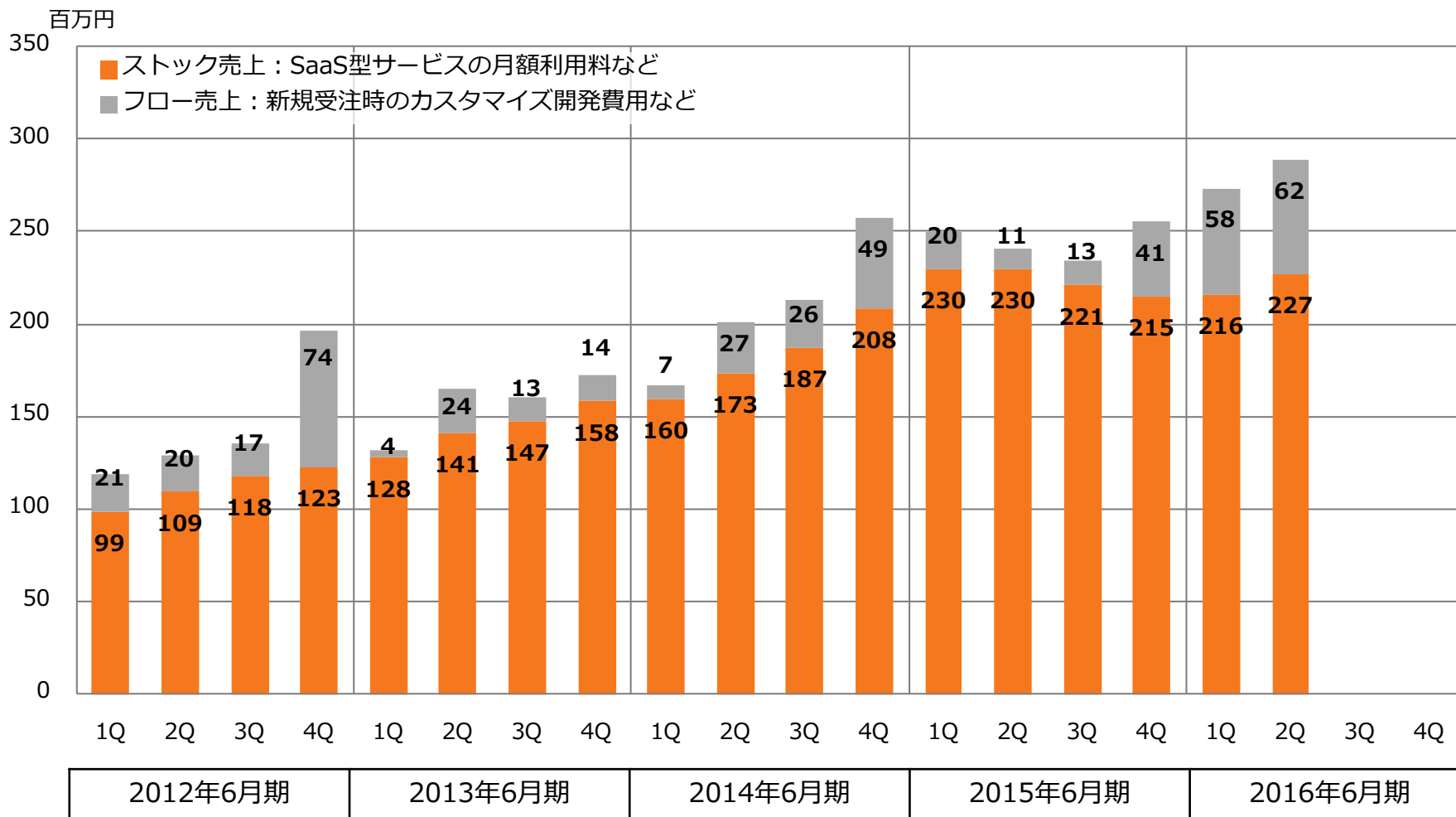
売上高は順調に伸長し、四半期ベースでの最高売上高を更新。



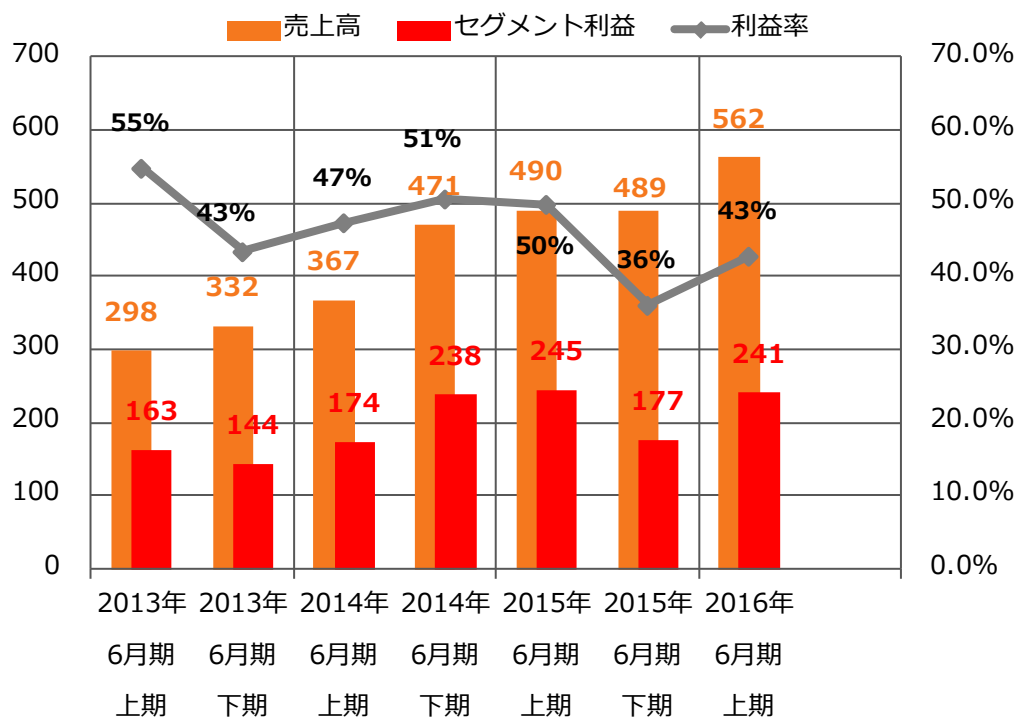
マーケティングプラットフォーム事業（単体） 売上構造



当期より開始した受託開発案件や、Rtoasterの新規導入時の初期構築案件により、フロー売上が増加。新規顧客獲得により、ストック売上也増加。



■ 単体利益率の推移



■ 当期上期（7～12月）について

① 連結セグメント利益 34.1%

② 単体セグメント利益 37.6%

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%） 42.8%

前期下期は、データセンターのクラウド化のための投資費用や人材採用費用の発生により、利益率が低下していたが、当期上期は、売上高の伸長により、利益率が改善。

中期経営計画における今後の経営戦略

中期経営計画「OneBrainPad」について



当社は、昨年9月15日開催の当社取締役会において、中期経営計画（2016年6月期～2019年6月期）を策定し、「中期経営計画策定に関するお知らせ」として公開いたしました。

今回は、2019年6月期までを、どのような戦略にて経営していくのかについて、ご報告いたします。

なお、中期経営計画達成のための経営戦略における一連のアクションを、新たに「OneBrainPad」と呼ぶことといたしました。

当社は、企業活動の根幹をなす概念として、以下を定めております。

ブレインパッドの ミッション (使命)

データ活用の促進を通じて 持続可能な未来をつくる

※ 創業以来、変わらない経営理念です。

ブレインパッドの コーポレートビジョン (中長期的に目指す姿)

Analytics Innovation Company

アナリストティクスとエンジニアリングを
駆使した革新的かつ実践的なソリューションで
最高の価値を提供する

※ このたびの中期経営計画立案にあたって策定した、当社が中長期的に目指す将来像です。
コーポレートビジョンが示す姿に向かって、ブレインパッドを進化させていきます。

Analytics Innovation Company

アナリティクスとエンジニアリングを
駆使した革新的かつ実践的な
ソリューションで
最高の価値を提供する

＜経営戦略＞

アナリティクスとエンジニアリングを駆使して
クライアントのビジネスプロセスを革新する
長期・大型の案件を拡大する

＜経営目標＞

連結売上高60億円・連結経常利益10億円
(2019年6月期)

従来より得意とするマーケティング領域をはじめとし、販売・SCM・製造などの新たな領域においても、Business X Analytics X Engineeringの交点となるような提案を行い、顧客の収益改善に貢献するビジネスを展開していきます。

注力領域

従来のマーケティング領域での
圧倒的ポジション

+

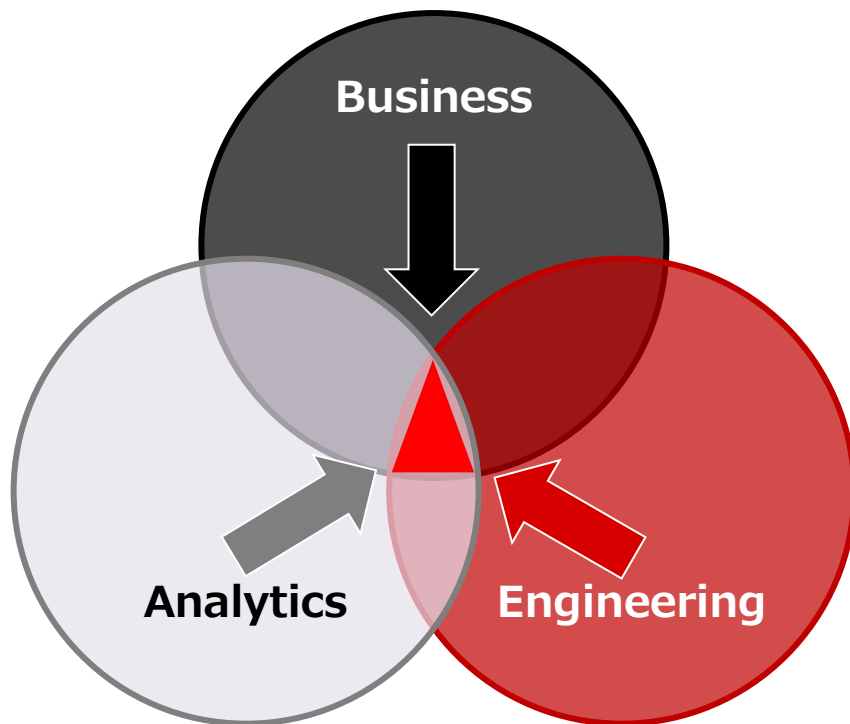
IoT領域や、マーケティング以外の領域
(SCM・製造…等)

アクション

クライアントのビジネス課題から
アナリティクス、エンジニアリングに繋げる

分析だけに留まらず
エンジニアリング（仕組化）に繋げる

デジタルマーケティングに分析を組み合わせ
総合的な課題解決に繋げる

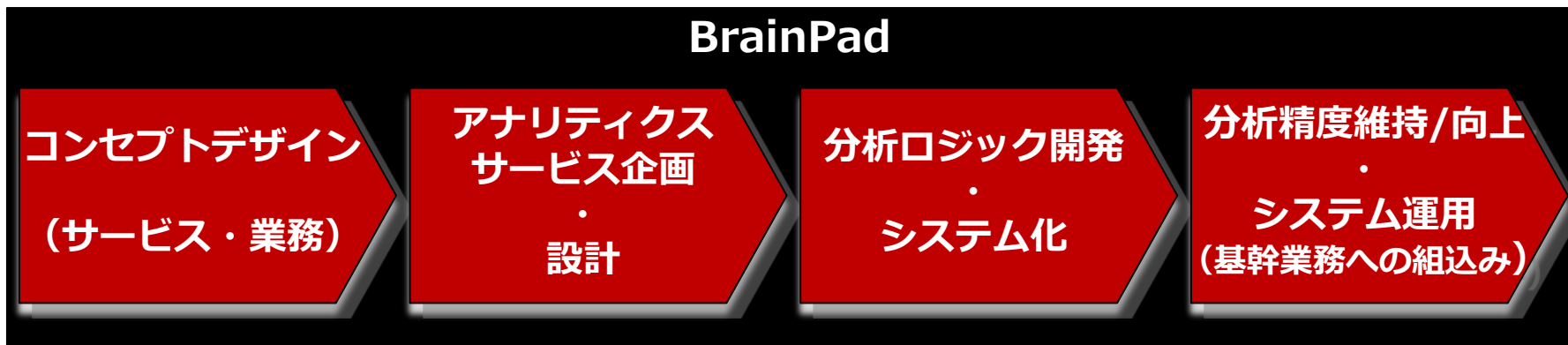


ブレインパッドの目指す姿（差別化戦略）



ビッグデータを用いて、企業成長を支えるためのコンセプトデザインから運用まで、一貫したサービスを提供できる、際立った特色を持った企業としてのポジションを確立していきます。

また、お互いの強みを生かした他社との提携も加速させます。



戦略系コンサルティングファーム

デジタルマーケティング特化や
分析特化の関連製品ベンダー

大手SIer
(ただし、分析の専門人材は不足)

総合系コンサルティングファーム
(ただし、専門性の高い分析部隊はまだ小規模であり、知見を蓄積中の段階)

① 経営層を顧客とした 案件拡大

- 分析や製品を使ったビジネスプロセスの改革・改善を提案
 - どのようにデータを取得し、どのような分析を行えばよいか
 - どのように製品を使いこなす業務を設計するか
- 人工知能・数理最適化・ビッグデータ分析・IoTのビジネス利用を促進

② 提案力の強化

- 事業横断で、サービス・製品をうまく組み合わせ、個別のクライアントごとに最適なソリューションを提案する力を強化

③ システム化、 ストック収入拡大

- ワンタイムの受託分析に終わらせず、クライアント企業の業務に組み込まれるシステムを組み上げることで、データ分析の業務活用を活性化し、システム利用料収入を拡大
- 製品ライセンスフィー収入を拡大

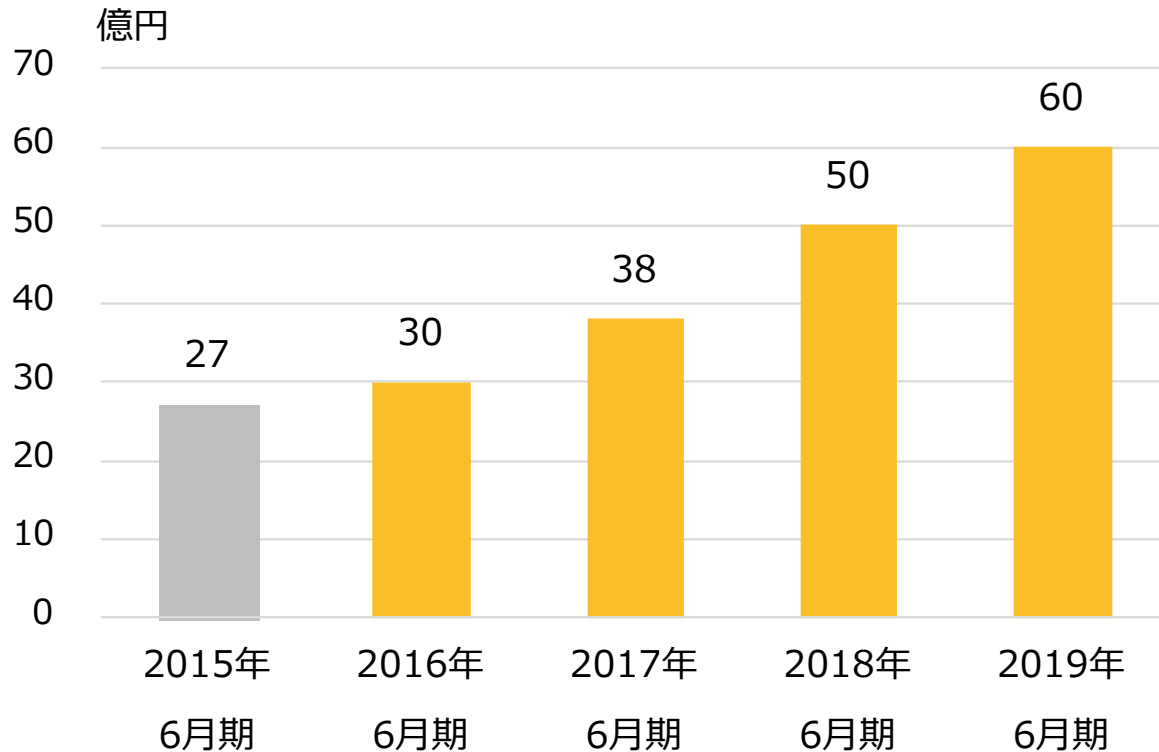
④ 提携・協業による 新サービス・商流の開発

- 豊富な顧客ネットワークを持つ製品ベンダー・クライアントなどとの協働や、JV設立などにより、新サービスや新たな商流を開発
- ブレインパッドの持つビッグデータ分析・AI・数理最適化といった技術とのシナジーの大きな企業との協業を模索

⑤ 教育投資の拡充

- コアケイパビリティに関する教育プログラムを開発し、人材への投資を拡充
 - 上記①～④の実現に必要なスキルを開発

連結売上高



既存3事業の成長により、左記目標の達成を目指す。

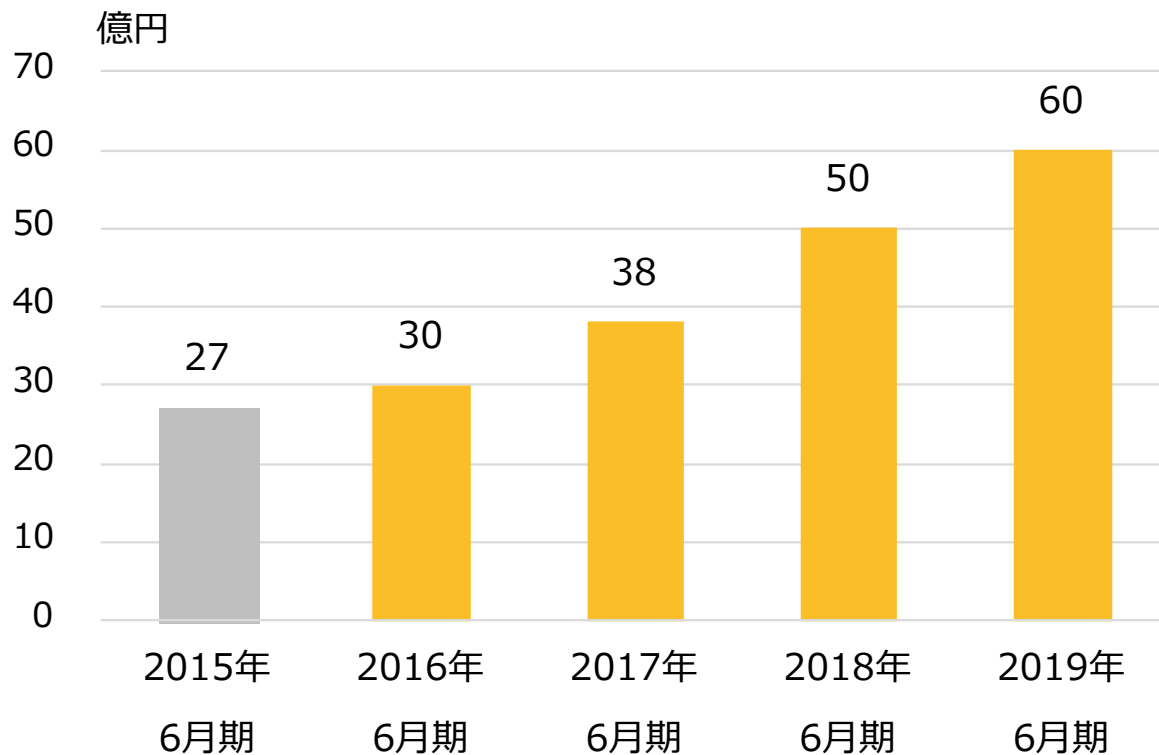
2017年6月期～2019年6月期の各事業の目標売上成長率

- アナリティクス事業
年25%～35%
- ソリューション事業
年10%～25%
- マーケティング
プラットフォーム事業
年20%～30%

連結経常利益

0.9億円 0.4億円 3億円 7億円 10億円

連結売上高



連結経常利益

0.9億円 0.4億円 3億円 7億円 10億円

当該売上計画の達成を以て最終年度（2019年6月期）においては、

- 連結経常利益率 15%超
- 連結ROE 20%超

となる見込み。

なお、当面は内部留保の充実を図り、既存事業の成長のために資本投下を行う方針であり、上記利益目標が達成されるまでは、配当は未実施とする予定。

人員構成イメージについて



ブレインパッドを構成する4つのコア・ケイパビリティ毎に人材を強化し、中期経営計画の最終年度には、現在の1.5~2倍程度の組織規模となるイメージ。

<u>コア・ケイパビリティ</u>	<u>現在</u>		<u>2019年6月期</u>
アナリティクス (Analytics)	約60名	➔	90~120名
エンジニアリング (Engineering)	約40名	➔	70~90名
セールス・コンサルタント (Business)	約40名	➔	60~80名
コーポレートスタッフ	約20名	➔	20~30名
計	約160名	➔	240~320名

(参考) 直近のニュース発表

協業

2015.12.16

日本マイクロソフト提供
「Microsoft Azure」の
導入診断サービスを開始

クラウドサービスとして急速に存在感が高まっている
「Microsoft Azure」の取り扱いを開始。

同時に、分析環境をクラウド上に移行/新設したい顧客向け
に、最適なシステム構成や、移行コスト・作業内容などを
無料で診断するサービスを開始。

協業

IoT

2016.2.9

日本マイクロソフト発足の
「IoTビジネス共創ラボ」
に発足メンバーとして参画

日本市場でのIoTの普及とビジネス機会拡大を目的とする
「IoTビジネス共創ラボ」に、発足メンバーとして参画。

当社は、5つあるワーキンググループの中で、
「分析グループ」と
「物流・社会インフラワーキンググループ」の
2つのグループのリーダーを務める。

提携

デジタルマーケティング

2016.1.22

Probance Hyper Marketing が、LINEビジネスコネクと連携

マーケティングオートメーション製品である Probance Hyper Marketing の機能強化。

LINEビジネスコネクととのシームレスな連携を実現することで、メールやDMといった従来のチャネルに、LINEによるコミュニケーションが加わり、よりきめ細やかなOne to Oneマーケティングが実施できる。



導入事例

デジタルマーケティング

2016.1.21

**RtoasterとYahoo!DMP
の連携サービスを、
ゴルフダイジェスト・
オンラインに導入**

国内最大規模のプライベートDMPである当社Rtoasterと、ヤフー(株)が提供する「Yahoo! DMP」の連携サービスを、先進的なデジタルマーケティング手法を積極的に導入することで有名な(株)ゴルフダイジェスト・オンラインに導入。

その導入効果を、ヤフー(株)との共催セミナーにて对外発表。

導入事例

デジタルマーケティング

2016.1.7

**DeltaCubeの新機能を
ピーチ・ジョンに導入**

DMPのデータから高速にセグメント作成するDeltaCubeに自動クラスタリング機能を追加。

(株)ピーチ・ジョンに導入したところ、自動クラスタリングを実施しない場合に比べ、コンバージョン率が約3.8倍となる効果を実現。

導入事例

デジタルマーケティング

2015.12.10

**「JTBホームページ」に
Rtoasterを導入**

「JTBホームページ」を運営する(株)i.JTBに、Rtoasterを導入。

ツアーや航空券、ホテル予約などの20万点におよぶ各種旅行商品を、ウェブサイト上で効果的に訴求するデジタルマーケティング基盤として活用。

教育サービス

2016.1.19

総務省より「社会人のためのデータサイエンス演習」の企画業務を受託

既に2万人超が受講している総務省提供のデータサイエンス・オンライン講座の第2弾（実践編）となる、「社会人のためのデータサイエンス演習」の企画業務を当社が受託。



Data Science Online Course

System integration projects
Cloud projects
Bigdata projects

総務省統計局
統計研修所
Statistics Japan

データサイエンス・オンライン講座
「社会人のためのデータサイエンス演習」

2016年4月19日開講 受講料無料

総務省統計局が提供する講座第2弾
ビジネスの現場で求められている
データサイエンスをわかりやすく解説

第1弾受講者の職業別大学卒業生の数 (2006年 単位:千人)

職業	数
IT系	1,827
金融	1,728
製造業	1,628
流通	1,528
サービス	1,428
その他	1,328

第2弾データサイエンス入門の受講者の性別 (アンケートより)

性別	割合
男性	32%
女性	68%

教育サービス

2016.11.17
教育講座の新メニュー
「Tableauによる集計・
分析講座」を提供開始

自社開発である教育サービスのラインナップ強化。

世界で2万9千社超の企業に利用されているBIツール「Tableau（タブロー）」を使用し、データ集計、簡単な分析、可視化までをマスターできる実践的な講座を独自に開発し、提供開始。

デジタルマーケティング

2016.11.19
L2Mixerに、Google
Adwordsの商品リスト
への最適化入札機能を追加

運用型広告の最適化ツールである、L2Mixerの機能追加。

既に対応していたGoogle Adwordsの「商品リスト広告」のルール入札機能に加え、最適化入札機能が追加。運用者の負担軽減と、さらなる効果改善が可能に。

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。

	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費用など
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年以上にわたり、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) <small>イクスクイック</small></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) <small>EFFECTIVENESS TECHNOLOGY</small></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) <small>value added reseller</small></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) <small>SOFTWARE</small></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) <small>THE MACHINE LEARNING COMPANY</small></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>最先端のレコメンドエンジンが搭載された国内最大規模のプライベートDMP。データの蓄積・管理から、スマートフォンアプリ/ウェブサイト/デジタル広告/メールなどの多様な顧客接点におけるパーソナライズアプローチ、行動ターゲティング/レコメンドといったアクションまで、デジタルマーケティングを強力に推進できる。</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>DeltaCube (デルタキューブ)</p>	<p>DMPに蓄積されたデータを活用し、高速にセグメントを作成することに特化したデータマネジメントツール。上記「Rtoaster」とシームレスに連携しており、双方を活用することで、直観的な操作で効果的なセグメントを容易に作成し、よりスピーディーなマーケティングアクションを実現することができる。</p>
 <p>Mynd plus (マインドプラス)</p>	<p>ブレインパッドと連結子会社Mynd株式会社がそれぞれ有していたエンジンを統合して誕生した自然言語処理エンジン。人工知能・機械学習・統計学などの技術を駆使して、テキストなどのデジタルデータを独自のアルゴリズムで解釈・処理することができる。</p>
 <p>ReceReco レシレコ (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」
が、このたび「Mynd Plus」として進化。



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。



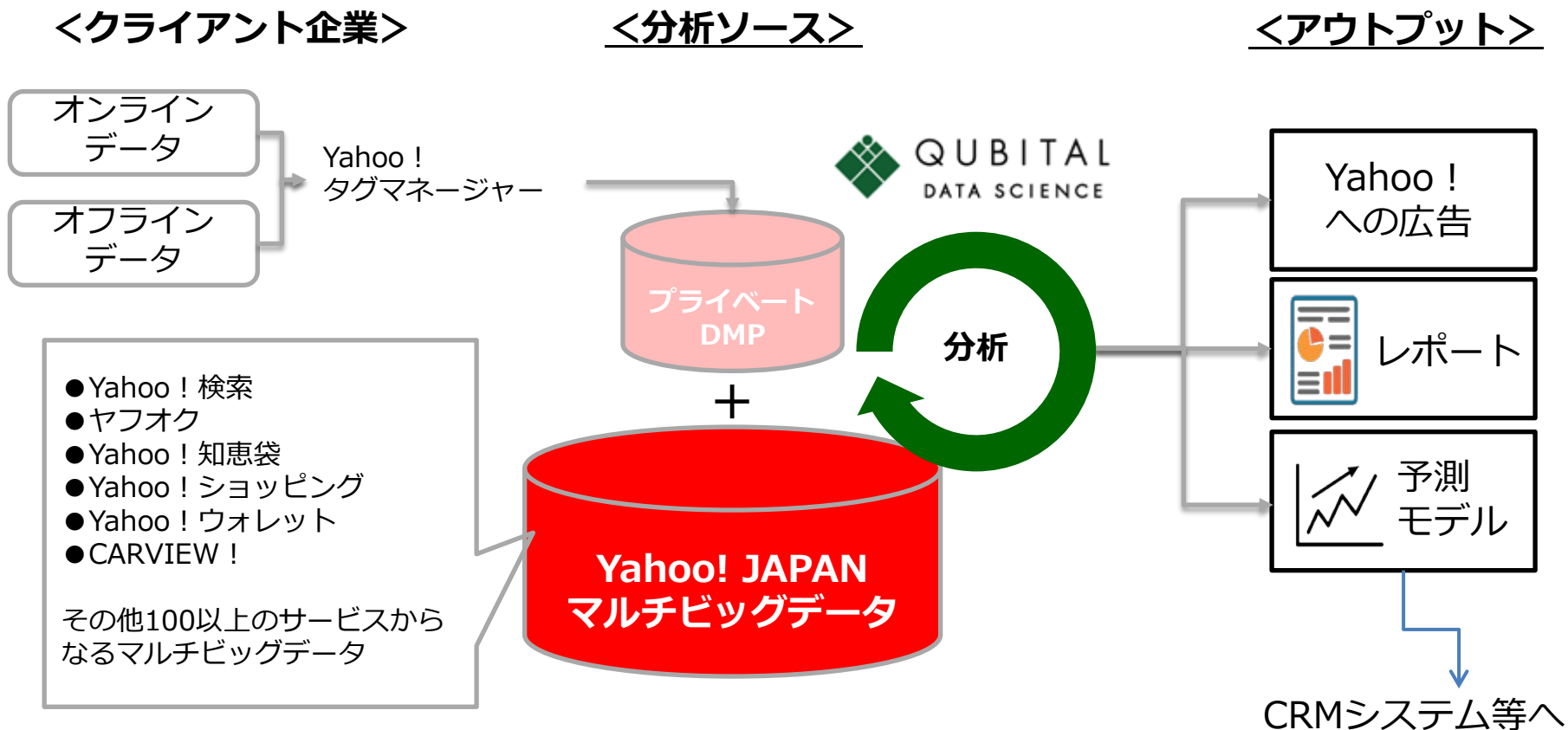
↑
自動収集した膨大な記事を
数十個のまとめ（トピック）
に自動分類するとともに、
ユーザの行動から好みを学習し、
個々人にあった記事だけを配信
するアプリ。

←
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



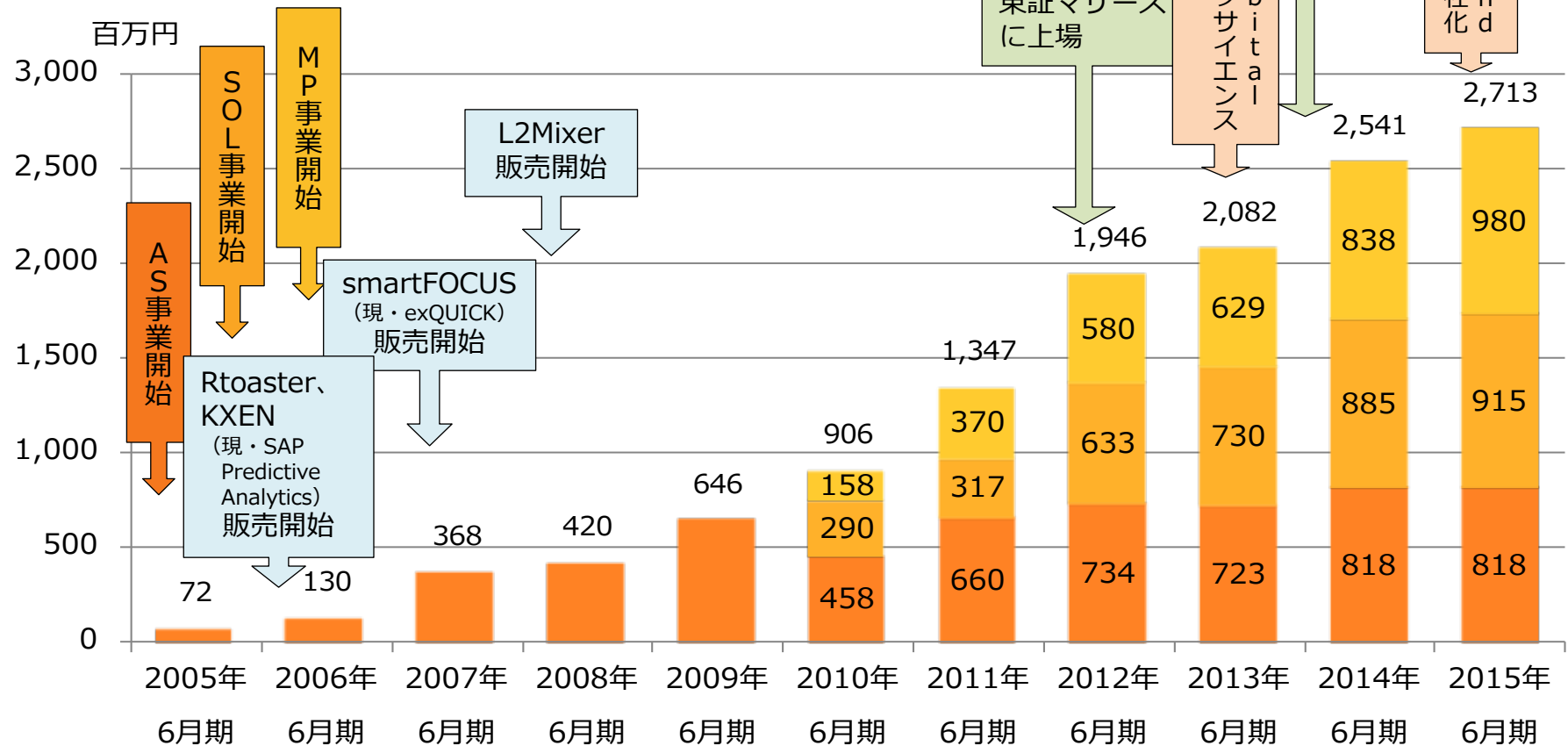
ヤフー株式会社との合併会社。（当社持株比率49%）
企業が保有するデータに加え、ネットユーザに高いカバレッジを持つヤフーのデータを活用し、マーケティング課題の新たな解決を可能に。



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：アパリティクス事業



2004年創業

連結売上高の推移

創業10周年

2009年以前のセグメント別の売上高は未公表です。
また、2011年6月期 2Q以前の数値は未監査であるため、当該期の数値は参考資料となります。



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。