

DATA SECTION

# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

データセクション株式会社

2021年12月22日

証券コード：3905

|                  |      |
|------------------|------|
| 1. 会社概要          | P.2  |
| 2. ビジネスモデル       | P.12 |
| 3. 市場環境          | P.18 |
| 4. 競争力の源泉        | P.21 |
| 5. データセクションの目指す姿 | P.24 |
| 6. Appendix      | P.37 |

|                  |      |
|------------------|------|
| 1. 会社概要          | P.2  |
| 2. ビジネスモデル       | P.12 |
| 3. 市場環境          | P.18 |
| 4. 競争力の源泉        | P.21 |
| 5. データセクションの目指す姿 | P.24 |
| 6. Appendix      | P.37 |

We ARE ...

世界のデータ部（セクション）として

Vision : What we will be ...

人々の暮らしを世界中でバージョンアップし続ける

Mission : What we should do...

Change the Frame

テクノロジーで実社会に変革をもたらし、  
新しい暮らしをつくりあげる

**社名** データセクション株式会社

**所在地** 東京都品川区西五反田1丁目3番8号 五反田PLACE 8階

**ウェブサイト** <https://www.datasection.co.jp/>

**設立年月日** 2000年7月11日

**資本金** 1,452,552千円（2021年9月30日現在）

**事業内容**

- ・ ソーシャルメディア分析
- ・ リテールマーケティング
- ・ AI・システム開発



**林 健人**

**代表取締役社長 兼 CEO**

早稲田大学卒業後、日本IBM（旧PwCコンサルティング）に入社。その後、SCSK（旧CSK-IS）にて事業開発投資を推進。その際にデータセクションとソーシャルメディア分析サービスの開発を行った経緯から2009年当社取締役COOに就任。ビッグデータ分析における当社グループの様々な事業開発を行い、2018年4月より代表取締役社長兼CEOに就任。



**望月 俊男**

**取締役 兼 CFO**

公認会計士。法政大学卒業後、有限責任あずさ監査法人(旧朝日監査法人)入所。会計監査の他、IPO支援、事業再編、M&Aデューデリジェンス、IFRSアドバイザー、内部統制アドバイザー及びERPシステム導入コンサル等の幅広いプロジェクトに従事。2013年3月、当社に入社。2014年6月取締役兼CFO就任。



**平本 義人**

**取締役 兼 COO**

法政大学卒業後、富士通株式会社に入社。その後、企業の内側から経営再建・組織改革を行うため様々な事業会社に入社し、「戦略立案、構造改革、新規事業開発」や、「IT、マーケティング、会計、物流業務等の再構築」など幅広い業務に従事。2014年2月当社に入社。2019年12月に取締役兼COOに就任。



**Christian Cafatti**

**取締役**

Industrial Engineer。チリのカトリック大学卒業後、技術開発の分野でキャリアを重ね、同時に、南米における様々なスタートアップやVC関連のイニシアチブでCEO、共同設立者、投資家としても活躍。また、Jach Technology SpAの共同創業者兼CEOとしてFollowUPをグローバルに展開。2020年6月に当社取締役に就任。



**中嶋 淳**

**取締役（社外）**

一橋大学卒業後、株式会社電通に入社。その後、株式会社インスパイアにて、新規事業コンサルティング、ベンチャー企業へのインキュベーション等を担当。2006年にアーキタイプ株式会社設立、代表取締役に就任。アーキタイプベンチャーズ代表取締役、その他数々の企業の社外取締役、独立行政法人情報通信研究機構ICTメンタープラットフォームメンター等を兼職。2009年7月に当社社外取締役に就任。



**石崎 俊**

**監査役（社外）**

東京大学卒業後、産業技術総合研究所（旧通産省工技院電子技術総合研究所）に勤務し、推論システム研究室長、自然言語研究室長を経て、1992年から慶應義塾大学環境情報学部教授、2013年に退職して名誉教授、（一財）SFCフォーラム理事、現在に至る。その他、ISO/TC37言語資源標準化委員会委員長、言語処理学会会長、日本認知科学会会長などを歴任。2014年6月に当社社外監査役に就任。



**田代 彰**

**常勤監査役（社外）**

九州大学卒業後、富士通株式会社に入社。その後、ニフティ株式会社に転籍し、ネット広告、EC、コンテンツ配信など各種のネットビジネスを推進。同社退職後はIT系企業や国立大学の情報部門向けのコンサルティング等を実施。2018年6月に当社常勤監査役に就任。









**横山 大輔**

**監査役（社外）**

公認会計士・税理士。早稲田大学卒業後、有限責任あずさ監査法人（旧朝日監査法人）に入所。国内大手メーカー、商社、外資系企業などの監査に従事。KPMGアムステルダムへの出向を経て、海外展開支援のアドバイザーにも従事。その後、横山公認会計士事務所に入所。2018年6月に当社社外監査役に就任。

## データ解析技術・データ活用ノウハウを活かす体制をグローバルで構築

|   | グループ参加年 | 保有議決割合 | 主要な事業の内容                              |
|---|---------|--------|---------------------------------------|
| データセクション株式会社             | 2000    | —      | データ分析の技術力で実社会の変革（企業の業務改善や消費者生活の向上）を推進 |
| 株式会社ディーエスエス              | 2018    | 100.0% | 金融系システム運用保守及びアプリケーション開発               |
| Jach Technology SpA      | 2019    | 100.0% | チリにおけるリテールマーケティング事業                   |
| Alianza FollowUP S.A.S.  | 2019    | 100.0% | コロンビアにおけるリテールマーケティング事業                |
| INTELIGENXIA S.A.      | 2021    | 100.0% | 中南米におけるリテールマーケティング事業                  |
| ソリッドインテリジェンス株式会社       | 2013    | 86.9%  | 多言語ソーシャルメディア分析・コンサルティング事業             |



## 何故データ分析が必要なのか？

# データ分析は「ビジネスの勘とコツ」を可視化する

現在の日本のビジネスでは、IoT/データ/分析を実質的に活用することができず、勘やコツ、人的な営業力などによる意思決定の文化が根強く残っている。その結果、人々のニーズを的確に汲み取れていない商品・サービスや広告が、生活者に数多く届いている状態になっている

当社では、「企業が生活者に良いものを届けることで、人々の生活を豊かにしていく社会」を作るために、本質を捉えたデータ分析をあらゆるビジネスに浸透させていく必要があると考えている

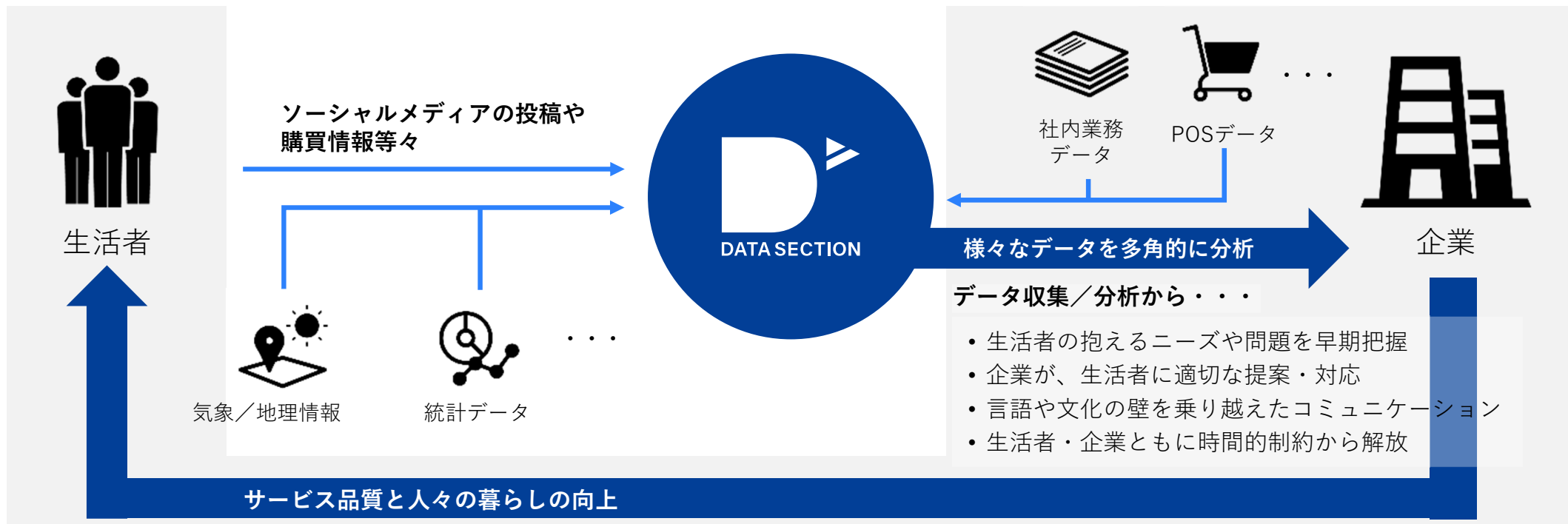


この「需要と供給の乖離/不平等さ」を  
データ分析で解消できるはず

# 人々の暮らしを豊かにするために『データ分析を必要としている企業をグローバルで支える』会社

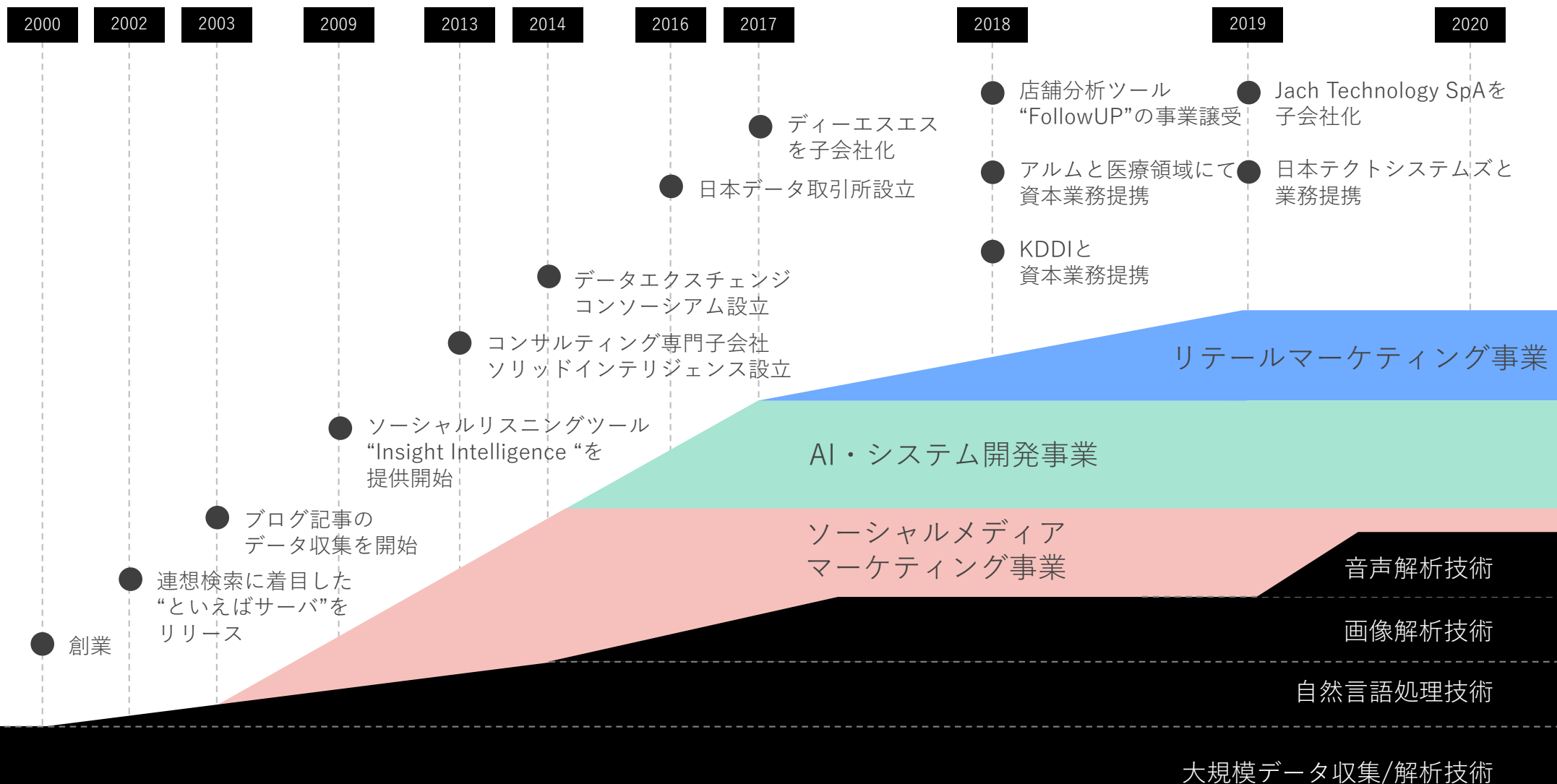
データセクションは、「データサイエンスによって生活者のニーズを正しく捉え、より良い製品・サービスを届けようとしている企業を支援する」ために、様々なデータ分析技術を軸とした事業を展開している

生活者と企業間に存在するマーケティングを中心としたコミュニケーションを、データ分析によって変革し、企業のサービス品質の向上と、より豊かな人々の暮らしの実現を目指す



## 技術をベースに、最先端のデータ分析ビジネスを展開

データセクションは2000年の創業から「技術力」「分析力」「ソリューション力」の3つを伸ばしてきた



# データセクションは世界20カ国に事業展開を行うグローバル企業

アジア・パシフィック：**日本**、インド、オーストラリア、ニュージーランド

南アメリカ：**チリ**、**コロンビア**、**ペルー**、アルゼンチン、エクアドル、ボリビア、ブラジル、ウルグアイ

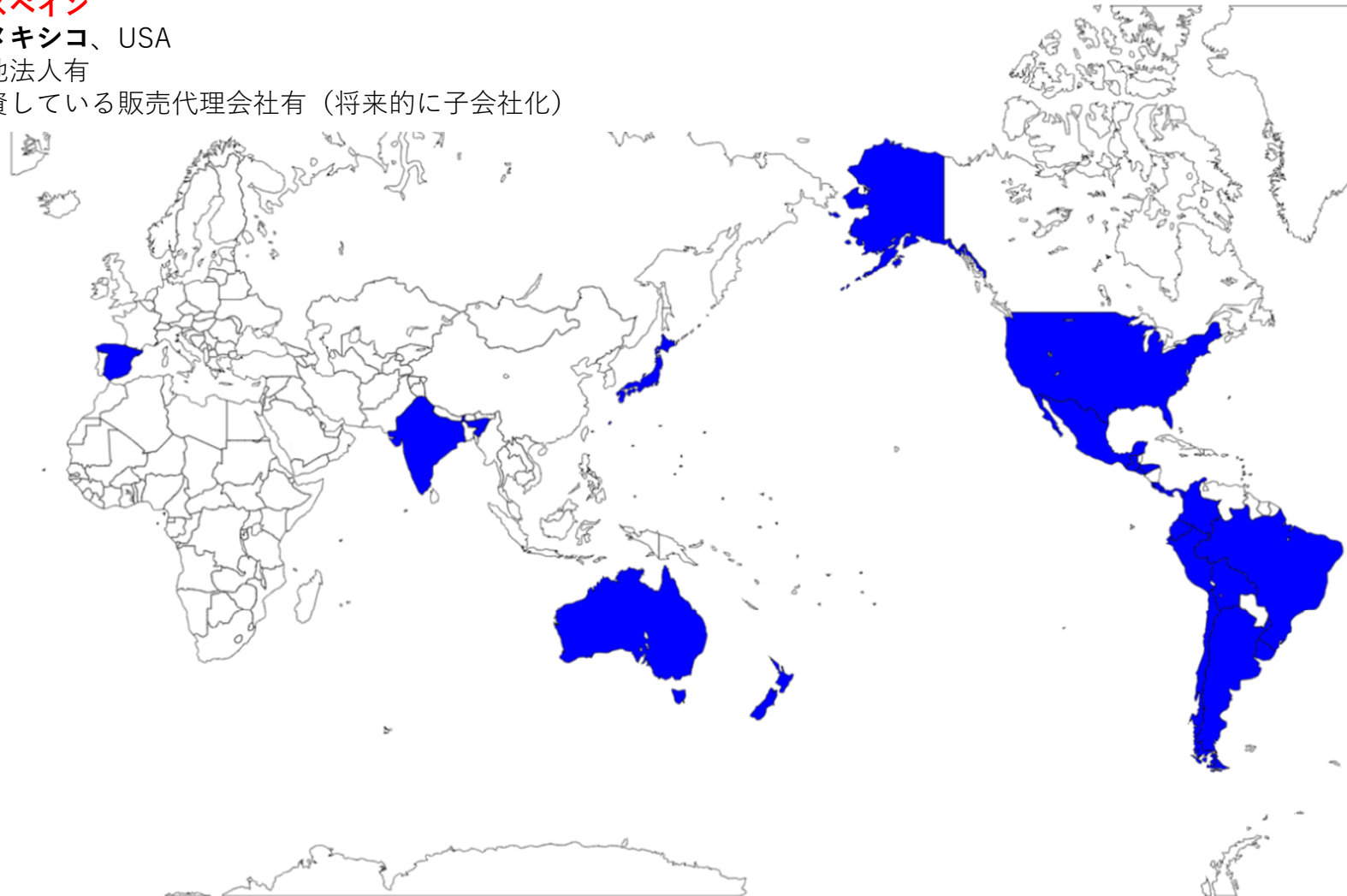
中央アメリカ：**パナマ**、グアテマラ、ホンジュラス、エル・サルバドル、コスタリカ

ヨーロッパ：**スペイン**

北アメリカ：**メキシコ**、USA

※**赤太字**：現地法人有

※**黒太字**：投資している販売代理会社有（将来的に子会社化）



|                   |             |
|-------------------|-------------|
| 1. 会社概要           | P.2         |
| <b>2. ビジネスモデル</b> | <b>P.12</b> |
| 3. 市場環境           | P.18        |
| 4. 競争力の源泉         | P.21        |
| 5. データセクションの目指す姿  | P.24        |
| 6. Appendix       | P.37        |

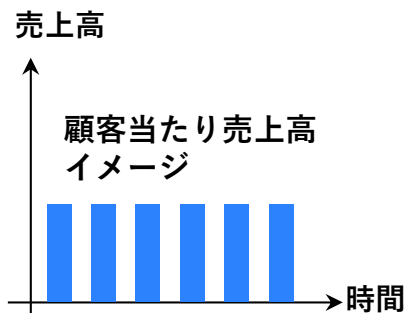
# データセクションの事業内容



## リテールマーケティング事業

小売店舗のDXを推進し、業務最適化

店舗AIカメラから来店客行動をビッグデータ分析により可視化



SaaS・ストック型

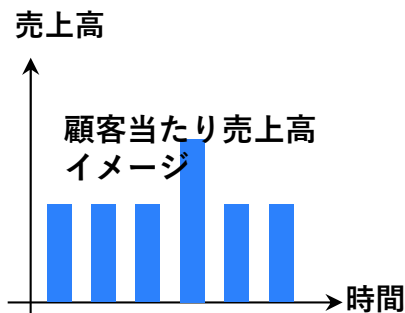
- カメラ画像から来店客データを分析し、POSデータと連動した購買率の把握と向上
- カスタマーサクセス部隊がSaaS型の分析システムを顧客が業務活用するための支援を実施
- 新型コロナ対策ソリューションの提供



## ソーシャルメディア分析事業

クチコミ分析からマーケティングを支援

ネット上の投稿ビッグデータ自然言語処理により可視化



SaaS・ストック型

+  
コンサルティング・スポット型

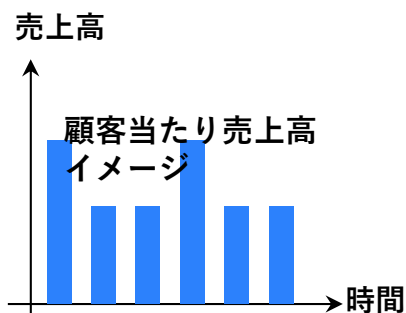
- ネット上のクチコミを分析して企業のマーケティングリサーチや風評リスクの検知に活用
- 日本語のみならず海外SNSを多言語で分析し、省庁や自治体向けに観光施策のコンサルティングサービスを実施



## AI・システム開発事業

個社毎にビッグデータ分析を活用支援

ビッグデータ収集・分析技術業務活用へのコンサルティング



開発・スポット型

+  
月額運用・ストック型

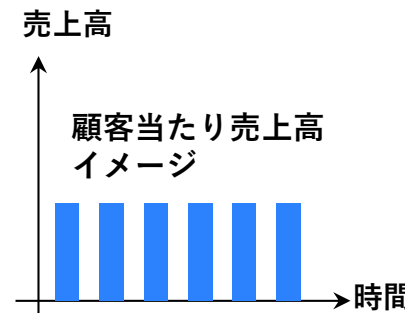
- 大企業が保有するビッグデータを分析するセミオーダー型システム開発を実施
- ビッグデータ分析を業務改善に組み込むコンサルティング
- 開発後のシステム運用保守



## 新規事業

当社コア技術を活用した新事業の展開

当社のデータ分析ノウハウ新たなマーケットの課題解決



SaaS・ストック型

- PoCでは終わらせずサービス化までを実現
- ストック型の拡張性の高いビジネスモデルを構築
- R&Dにより新たな技術を当社の既存事業に反映

## 従来のセグメント1区分からリテールマーケティングを独立

- 当社はクライアントの業界毎に様々なサービスを展開しており2021年3月期までは全てのサービスを包括して「ソーシャル・ビッグデータ事業」セグメントとして単一セグメントでの事業報告を行っていた
- リテールマーケティング事業を注力事業として、迅速で適切な意思決定を実施行うために2022年3月期より「リテールマーケティング」セグメントとして独立セグメントとした

従来

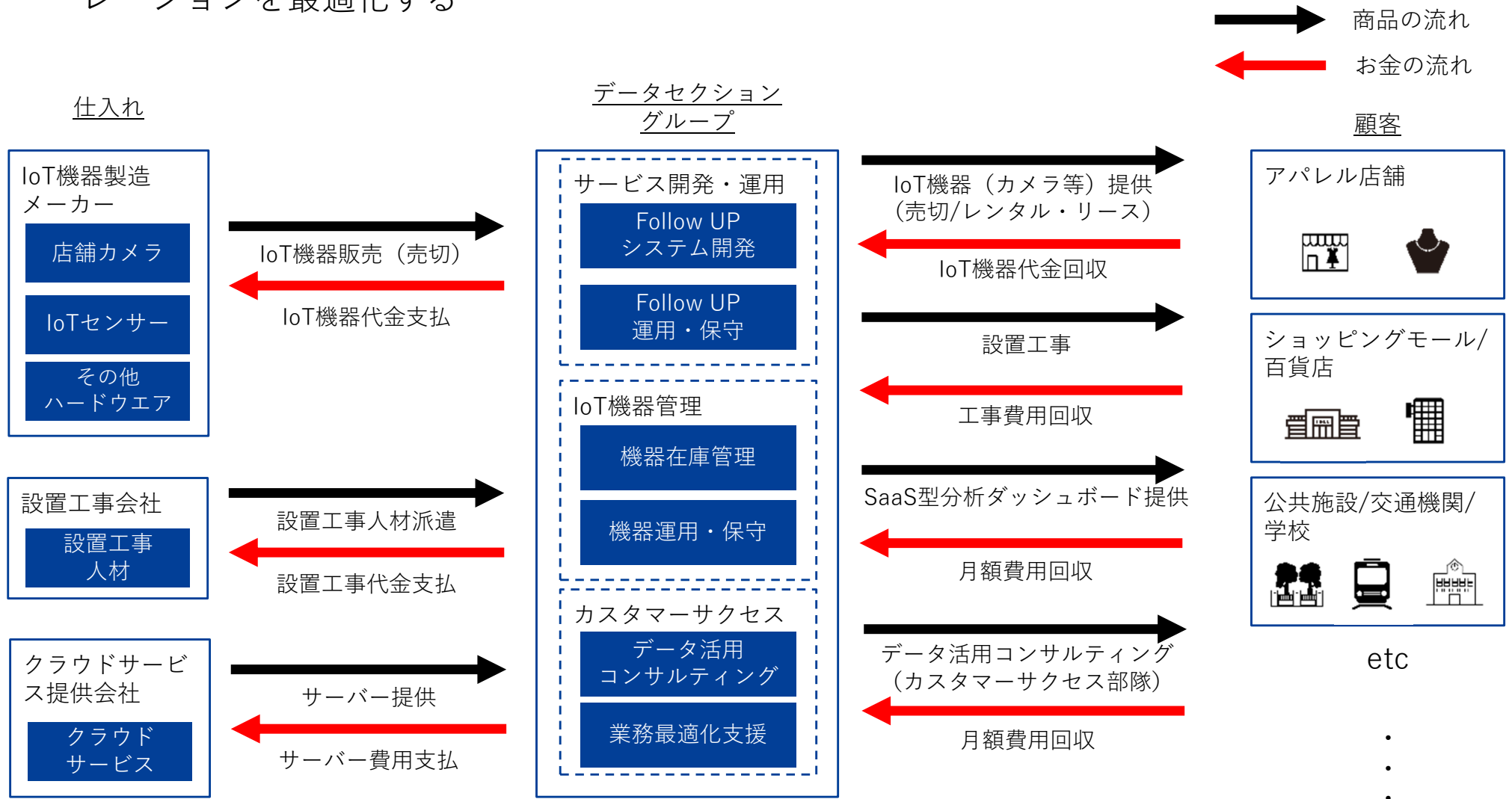


現在



## AIカメラにて店舗のDXを促進するSaaS型サービス

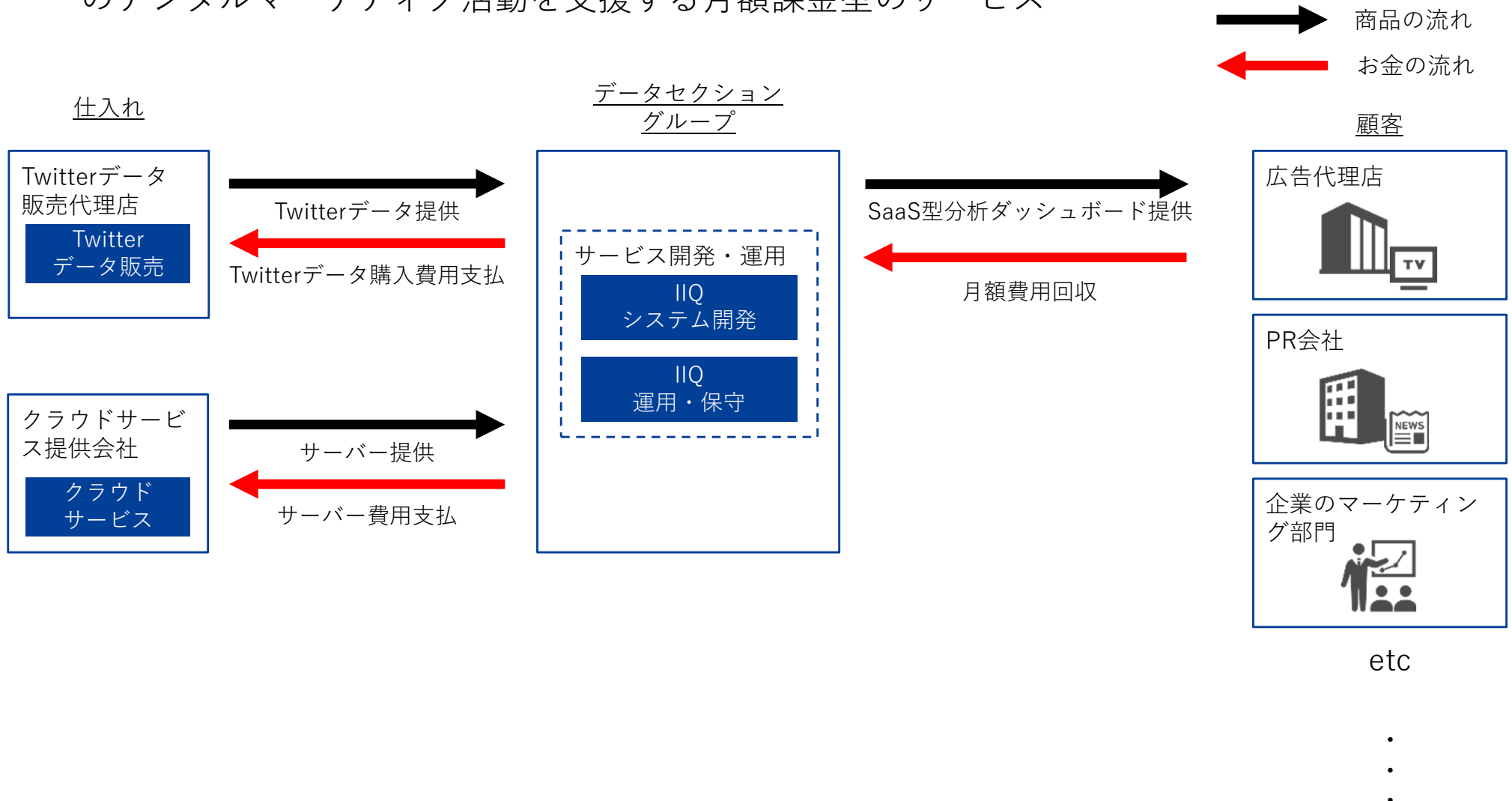
- 店舗にAIカメラなどのIoT機器を設置し、解析したデータをダッシュボードで把握し店舗オペレーションを最適化する





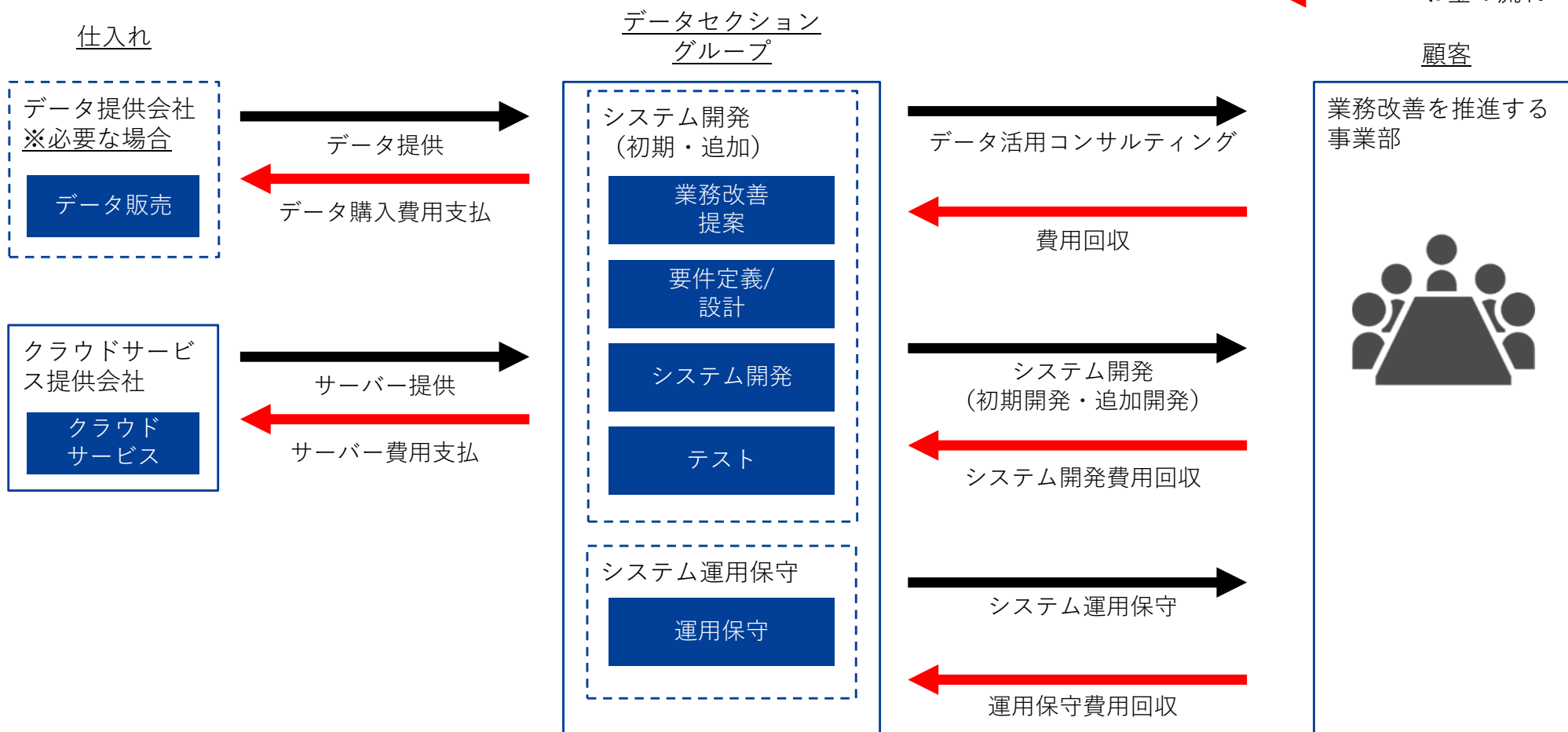
## Twitterにおける販促効果測定を分析するSaaS型サービス

- Insight Intelligence Q（以下、「IIQ」）はTwitterデータにて拡散した口コミを分析し、企業のデジタルマーケティング活動を支援する月額課金型のサービス



## 受託開発費用及び月額運用費用を取得するビジネスモデル

- ビッグデータ解析技術をベースとし、各社クライアントの業務改善のためのDXを推進する事業。初期開発の売上に加え、月額運用費用がストック売上として貢献



|                  |             |
|------------------|-------------|
| 1. 会社概要          | P.2         |
| 2. ビジネスモデル       | P.12        |
| <b>3. 市場環境</b>   | <b>P.18</b> |
| 4. 競争力の源泉        | P.21        |
| 5. データセクションの目指す姿 | P.24        |
| 6. Appendix      | P.37        |

## リテールテックの市場規模

データセクションの主要セグメントであるリテールマーケティングが属するリテールテック（小売・外食・宿泊業向け機器・システム&サービス）の市場規模※1は、国内においては5,627億円、データセクションがメインターゲットとする国々※2においては3兆5,179億円、世界においては9兆5,457億円

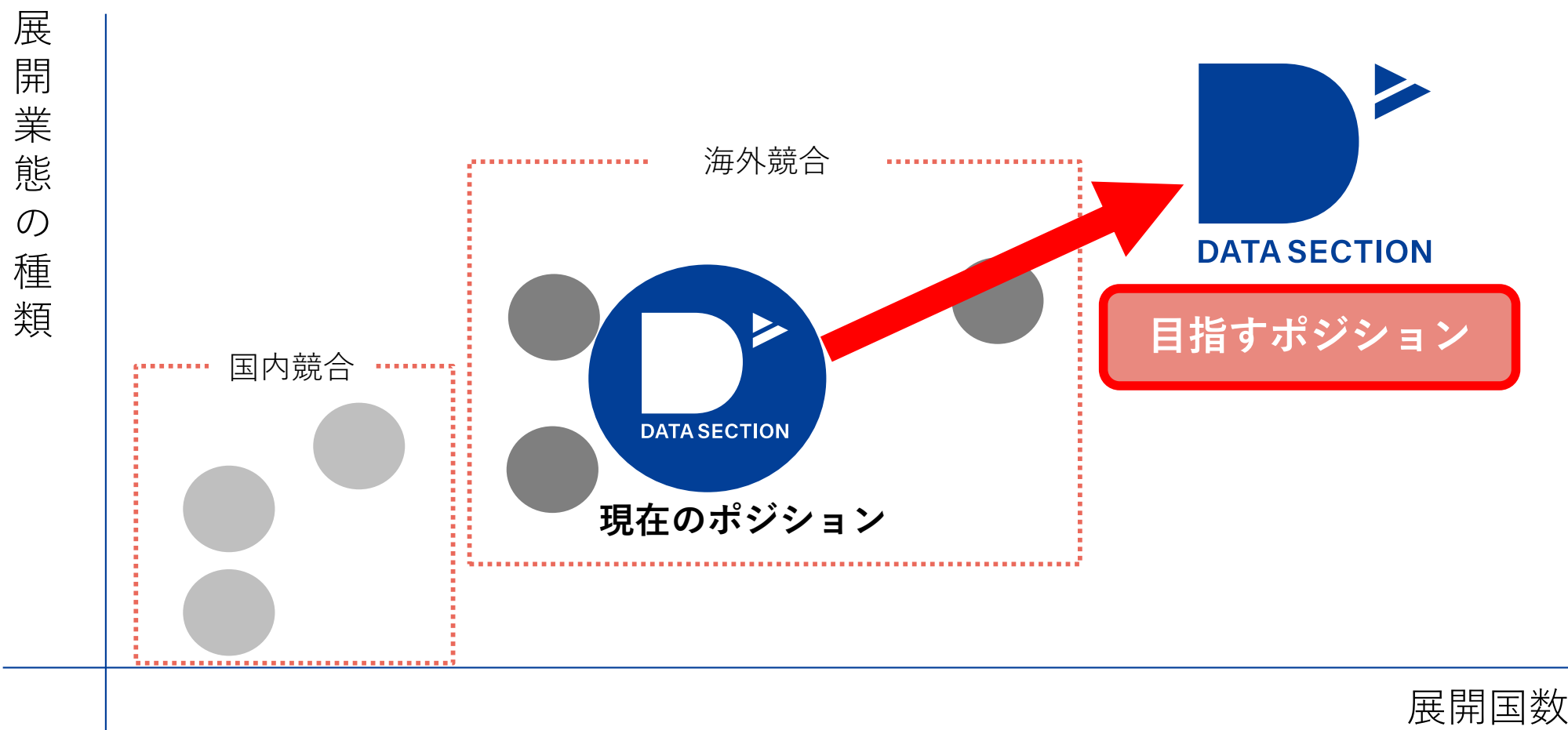
※1 富士経済「リテールテック関連機器・システム市場の将来展望 2019」掲載の国内市場規模を国内GDPで除した値を係数として各国GDPに乗じることで各国市場規模を算出

※2 日本、中南米、EU、ASEAN等、73カ国



## 現在のポジションおよび目指すポジション

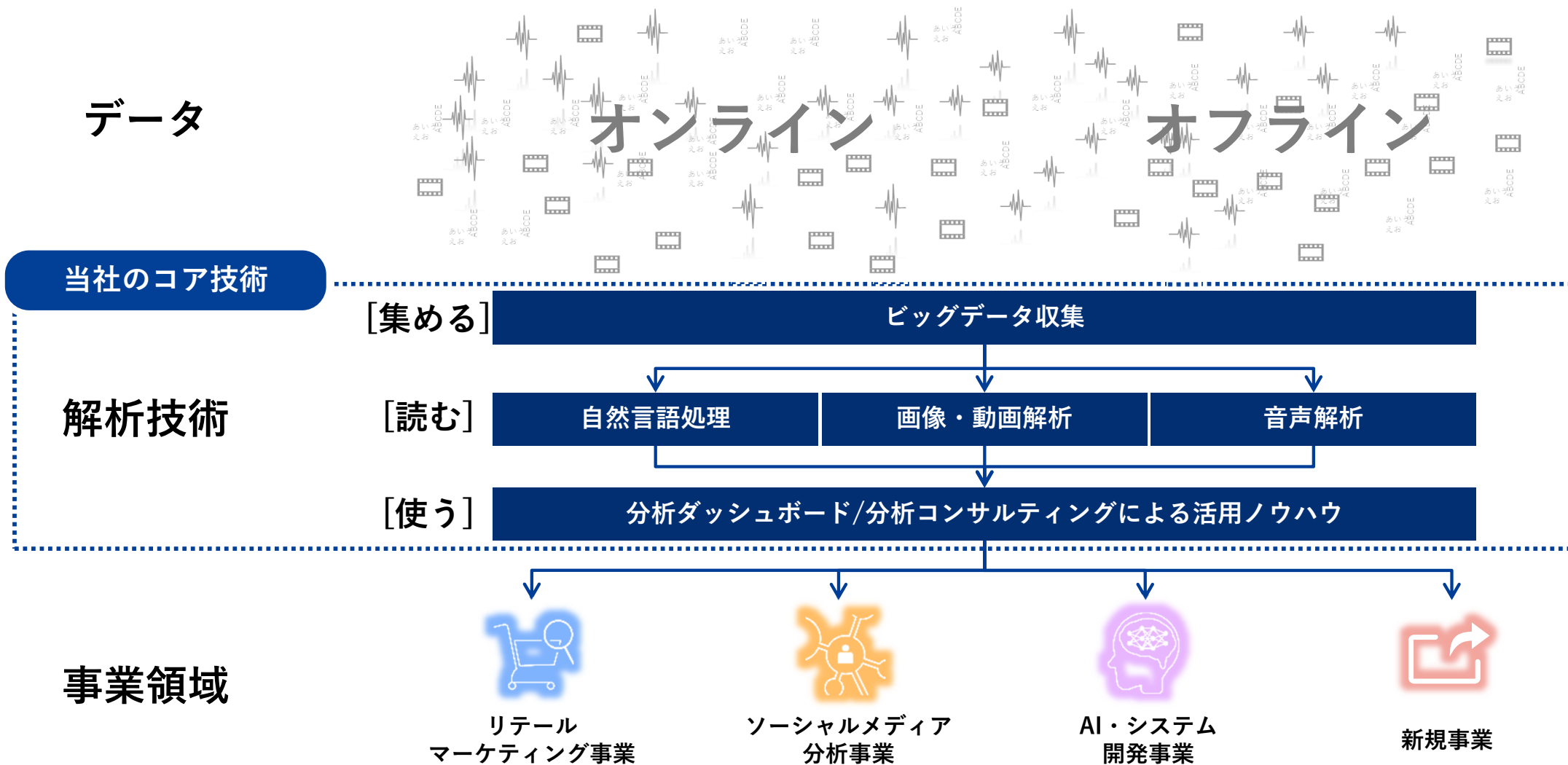
- データセクションの強みを活かしサービス展開業態の種類およびサービス展開国を増やしてより多くの市場を獲得していく
- サービス展開業態については、現時点ではアパレルが最も多い業態であるが、ドラッグストアやスーパーマーケットなどアパレルやショッピングモール以外の小売にも展開していく



|                  |             |
|------------------|-------------|
| 1. 会社概要          | P.2         |
| 2. ビジネスモデル       | P.12        |
| 3. 市場環境          | P.18        |
| <b>4. 競争力の源泉</b> | <b>P.21</b> |
| 5. データセクションの目指す姿 | P.24        |
| 6. Appendix      | P.37        |

## 当社のコア技術は『大容量のデータ解析技術』

爆発的に増加するデータから必要なデータを収集・分析する機能が求められており、優れた解析技術でデータを情報へ変換し、自社サービスを開発



# 開発した自社サービスを世界20カ国に展開することが可能

アジア・パシフィック：**日本**、**インド**、オーストラリア、ニュージーランド

南アメリカ：**チリ**、**コロンビア**、**ペルー**、**アルゼンチン**、エクアドル、ボリビア、ブラジル、ウルグアイ

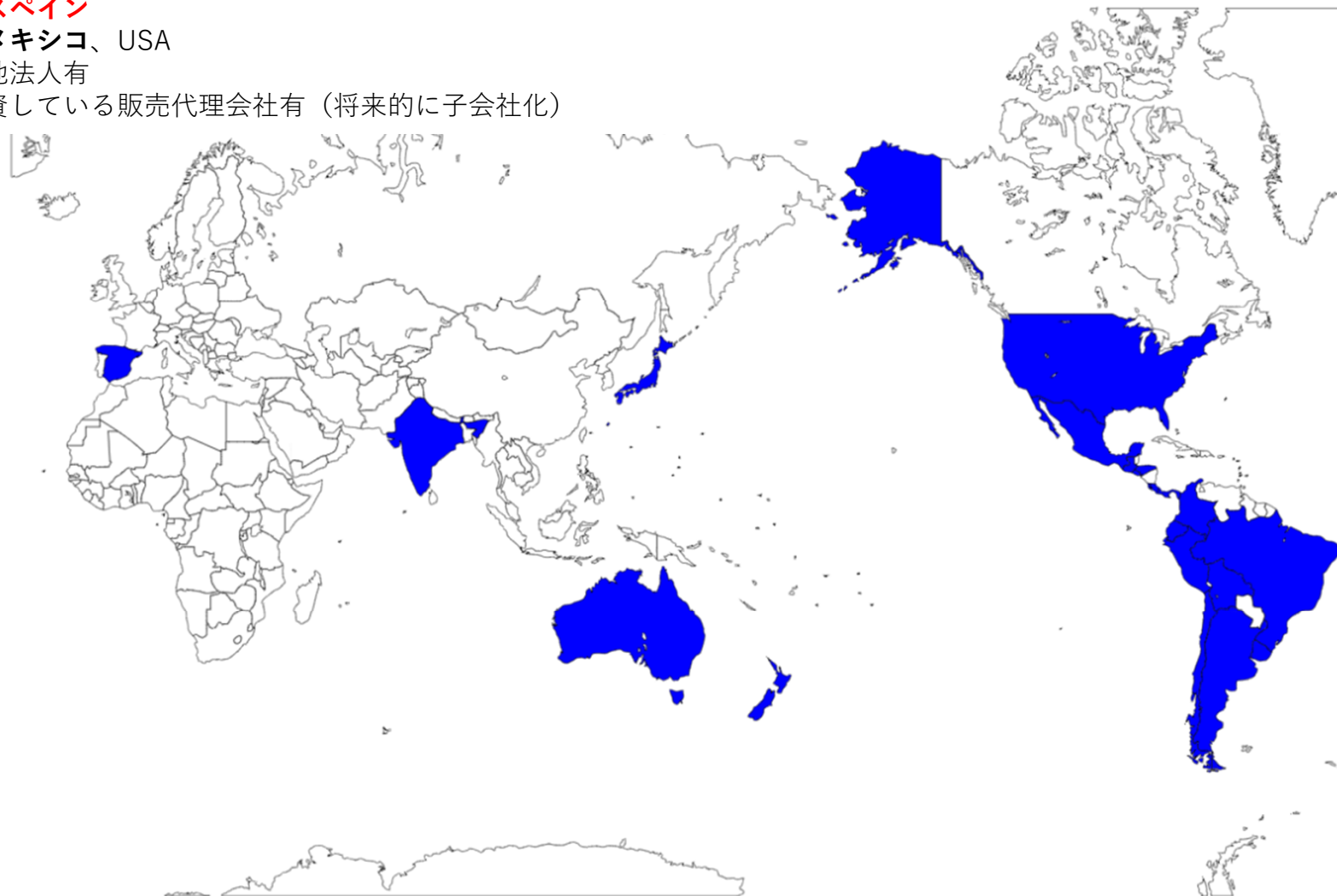
中央アメリカ：**パナマ**、グアテマラ、ホンジュラス、エル・サルバドル、コスタリカ

ヨーロッパ：**スペイン**

北アメリカ：**メキシコ**、USA

※**赤太字**：現地法人有

※**黒太字**：投資している販売代理会社有（将来的に子会社化）

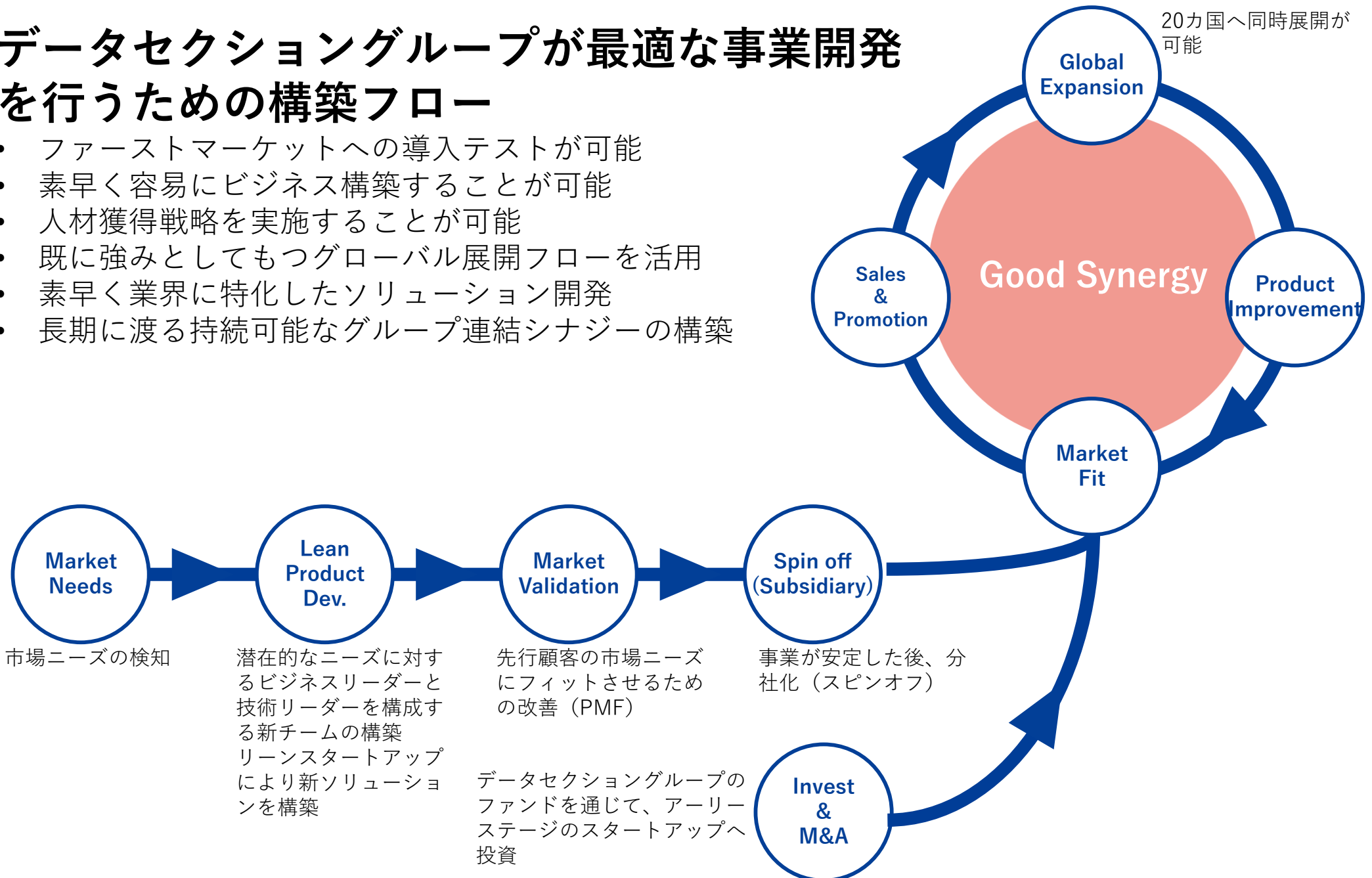




|                         |             |
|-------------------------|-------------|
| 1. 会社概要                 | P.2         |
| 2. ビジネスモデル              | P.12        |
| 3. 市場環境                 | P.18        |
| 4. 競争力の源泉               | P.21        |
| <b>5. データセクションの目指す姿</b> | <b>P.24</b> |
| 6. Appendix             | P.37        |

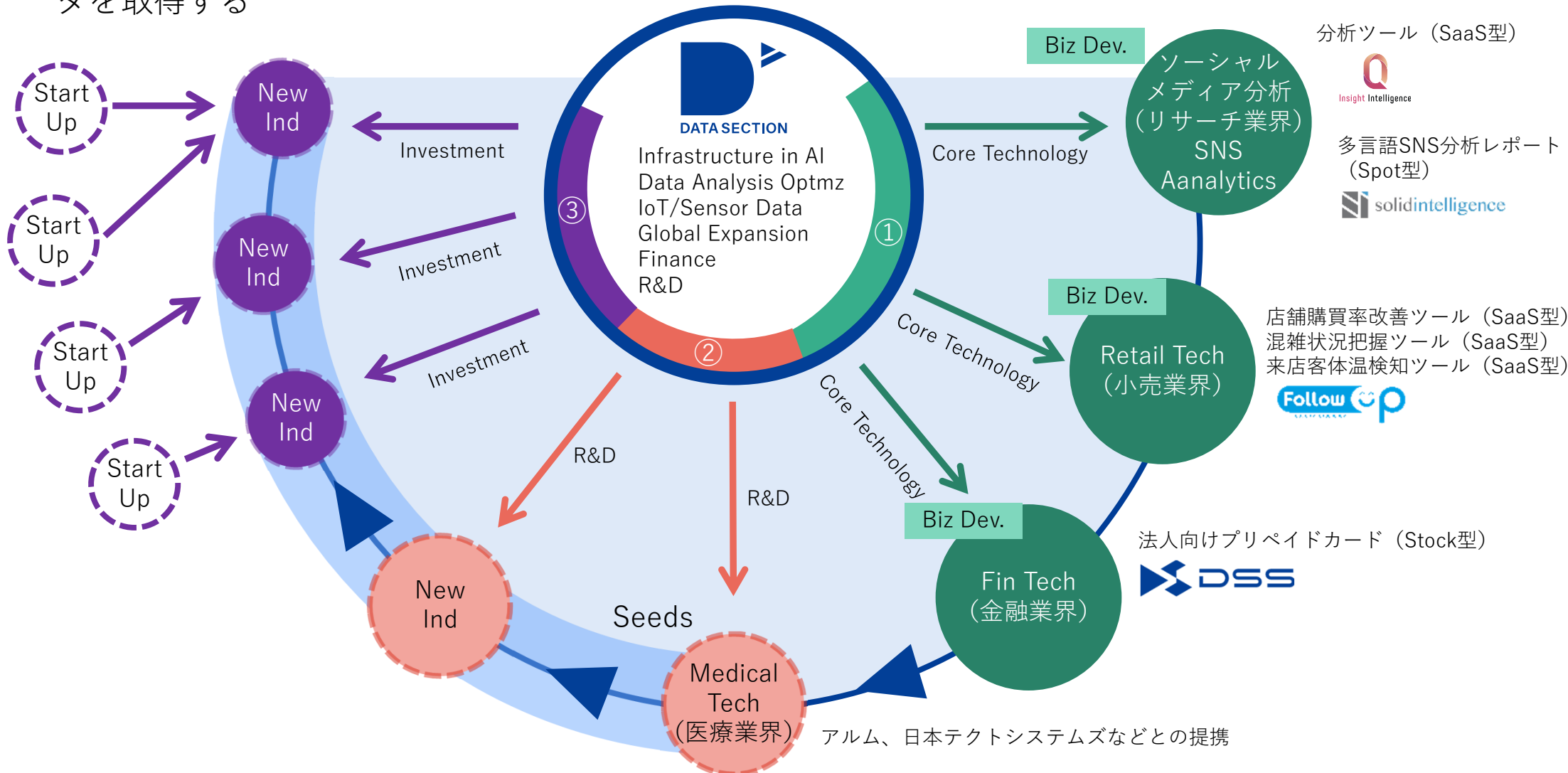
## データセクショングループが最適な事業開発を行うための構築フロー

- ファーストマーケットへの導入テストが可能
- 素早く容易にビジネス構築することが可能
- 人材獲得戦略を実施することが可能
- 既に強みとしてもつグローバル展開フローを活用
- 素早く業界に特化したソリューション開発
- 長期に渡る持続可能なグループ連結シナジーの構築

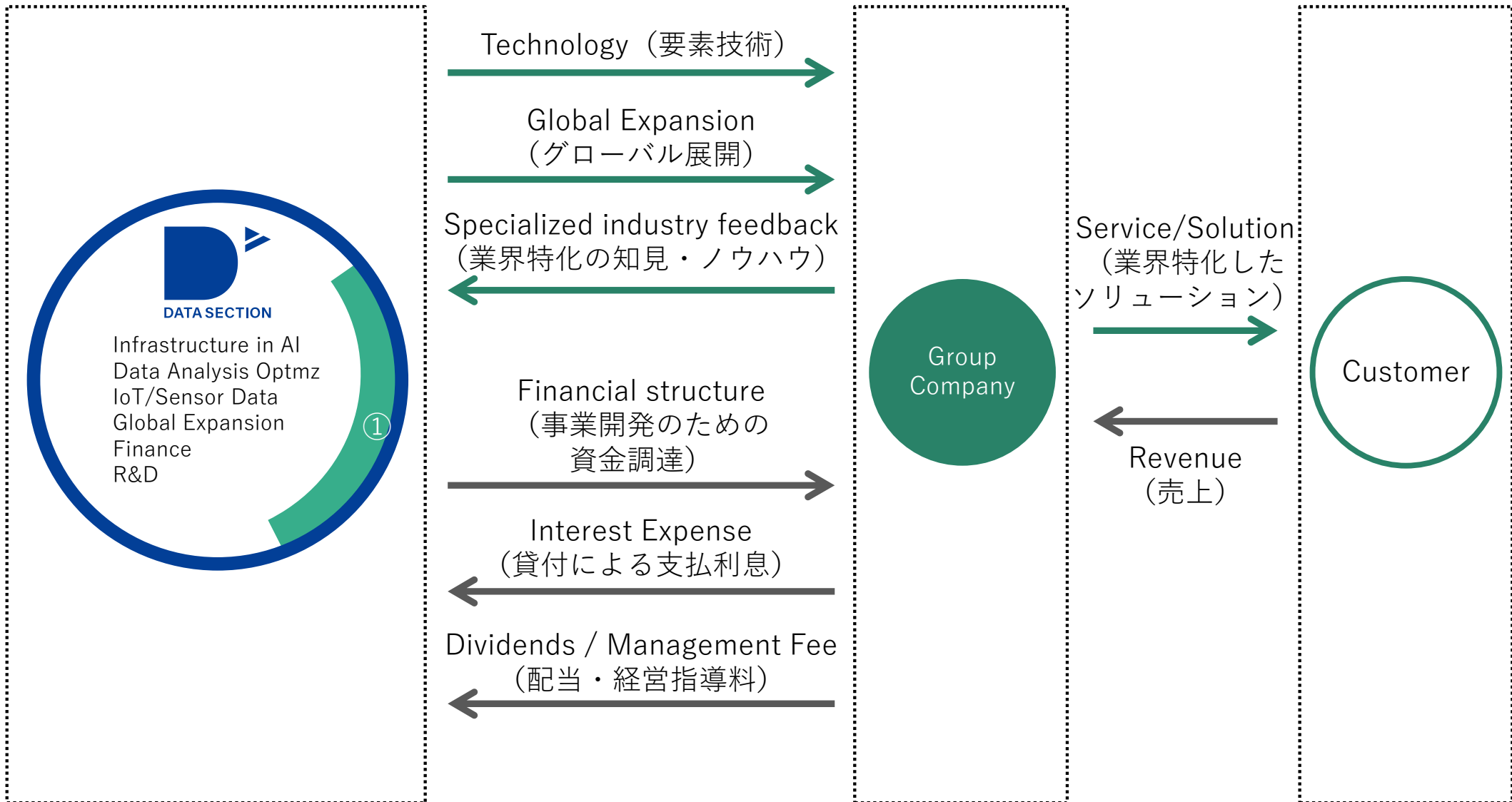


# データセクションスタートアップ連合

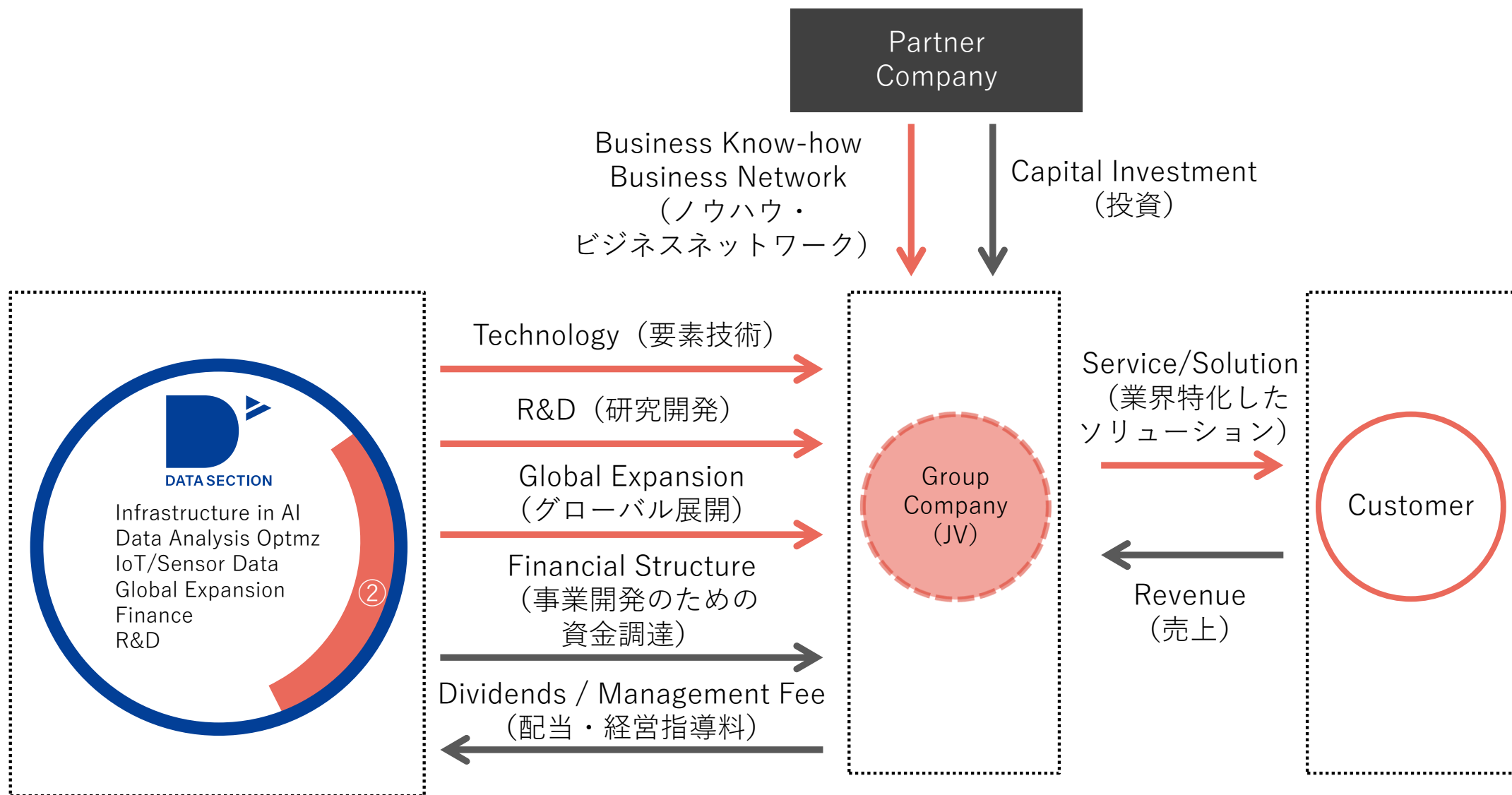
データセクションは分析技術の中核とした親会社と各業界の業務改善DXを実施する子会社（サテライトカンパニー）との連合企業群を創り上げる。各子会社はサービス提供と同時に各業界データを取得する



# 各業界に特化した強みを持つグループ会社が利益を上げる



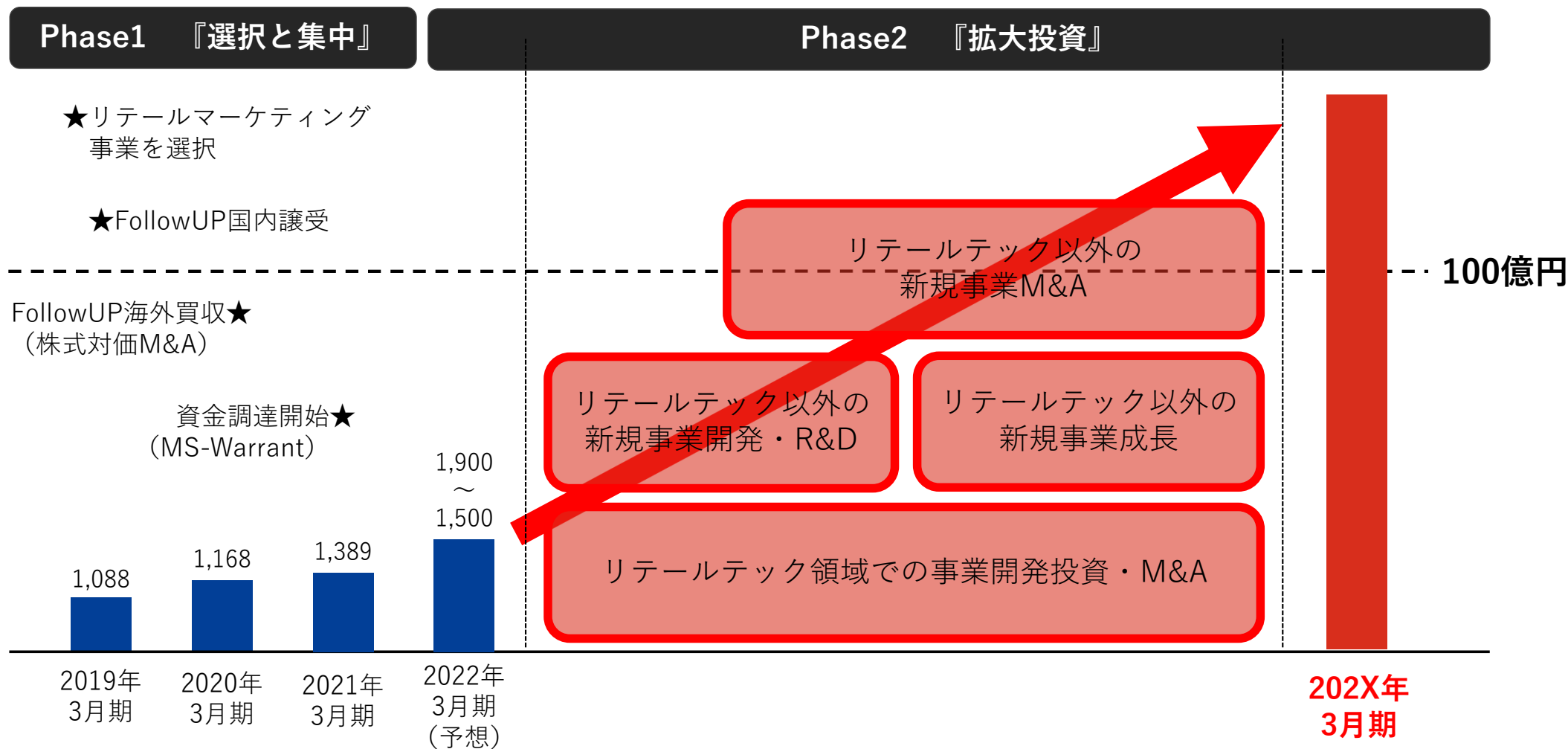
## 協業パートナー企業とJVを設立して事業開発を構築する



## 『選択と集中』から『拡大投資』フェーズへ

リテールテック領域における新規プロダクト開発、リテールテック領域以外における新規事業開発、M&Aにより、売上100億円以上を目指す

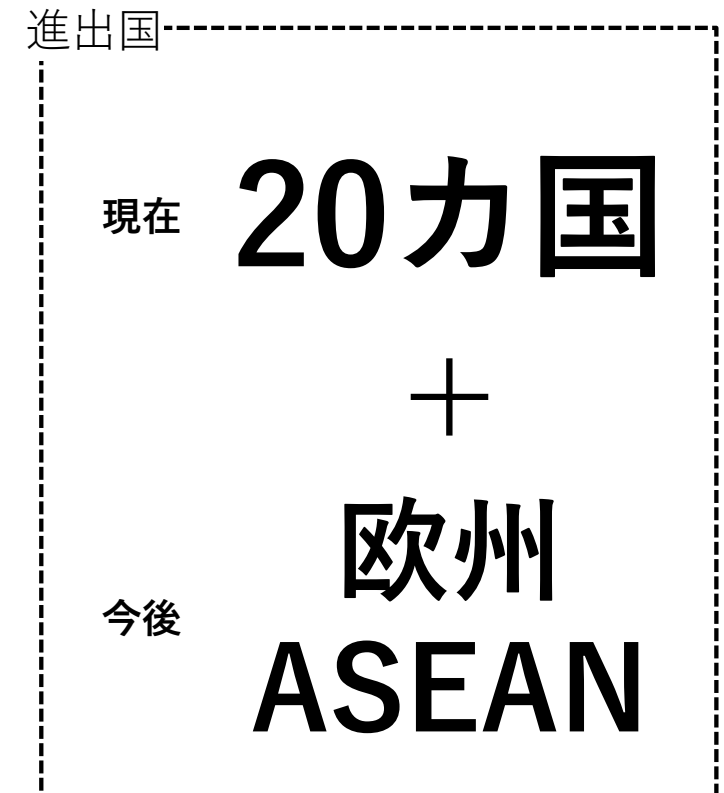
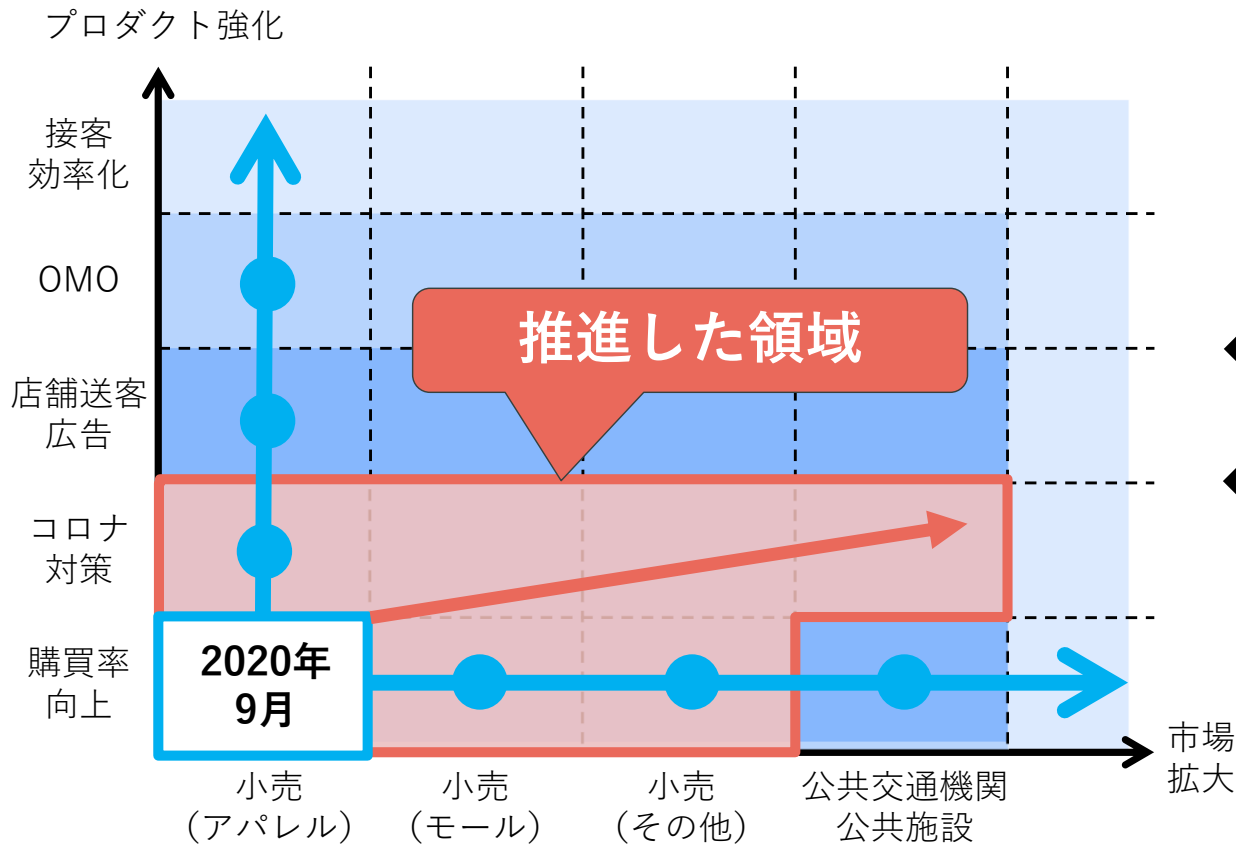
売上高推移グラフ  
(単位：百万円)



## 当事業が成長するための3大要素



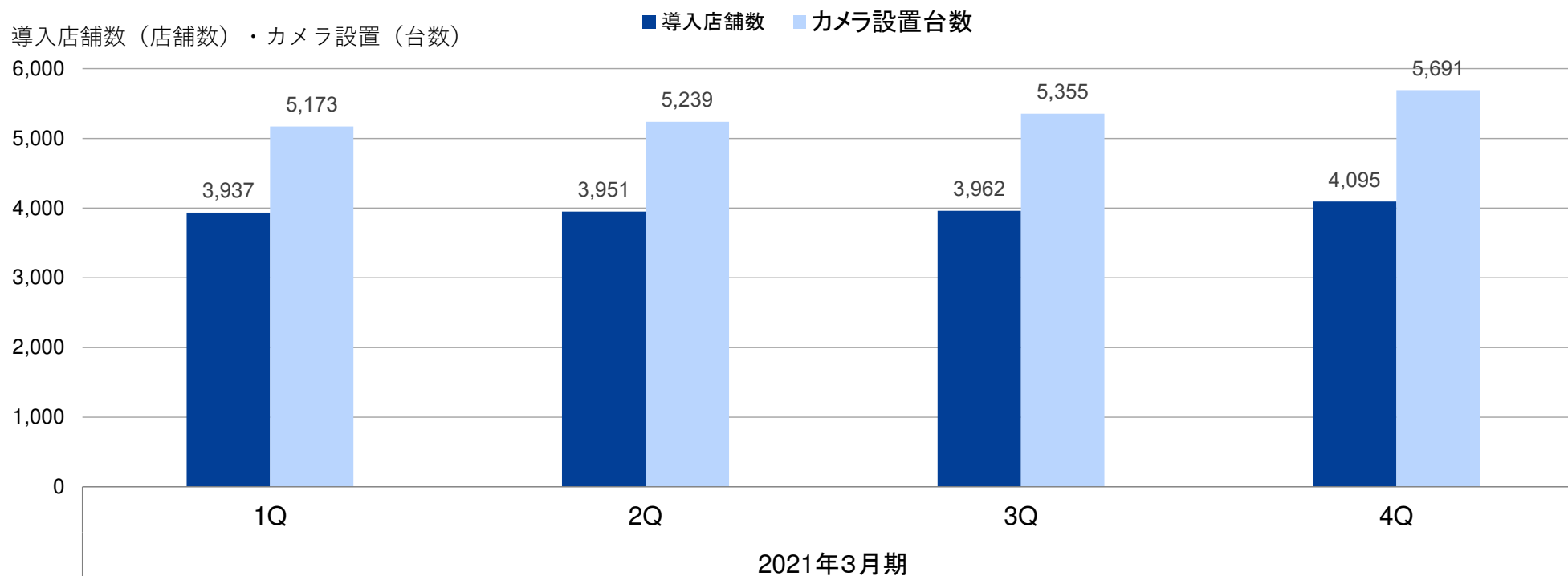
- リテールマーケティング事業の成長を加速させる構造



## FollowUPの導入店舗数とカメラ設置台数が重要な評価指標

- Follow UPの導入は2021年3月期はコロナ禍においても堅調に増加
- 2021年3月31日現在、国内及び海外の連結子会社における導入店舗数の合計は4,095店舗、カメラ設置台数の合計は5,691台（なお、海外の非連結子会社における導入店舗数及びカメラ設置台数は除外）

### 導入店舗数とカメラ設置台数累計



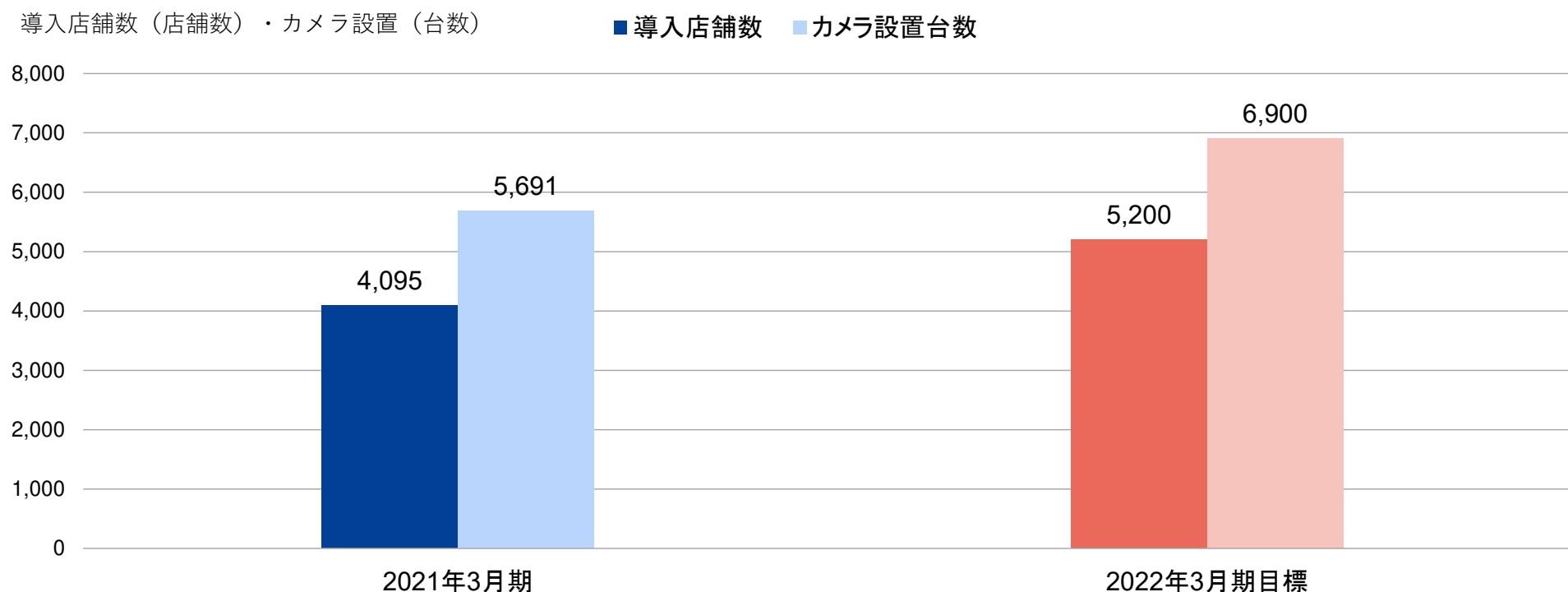
注) 2021年3月期決算説明資料における2021年3月期の導入店舗数及びカメラ設置台数から集計方法を変更し、再集計して記載



# 昨対比にて導入店舗数27%増、カメラ設置台数21%増を目標

- 2022年3月期の目標は、導入店舗数は5,200店舗、カメラ設置台数は6,900台
- 目標達成のためグローバル展開及びプロダクトを強化

### 導入店舗数とカメラ設置台数累計と計画数



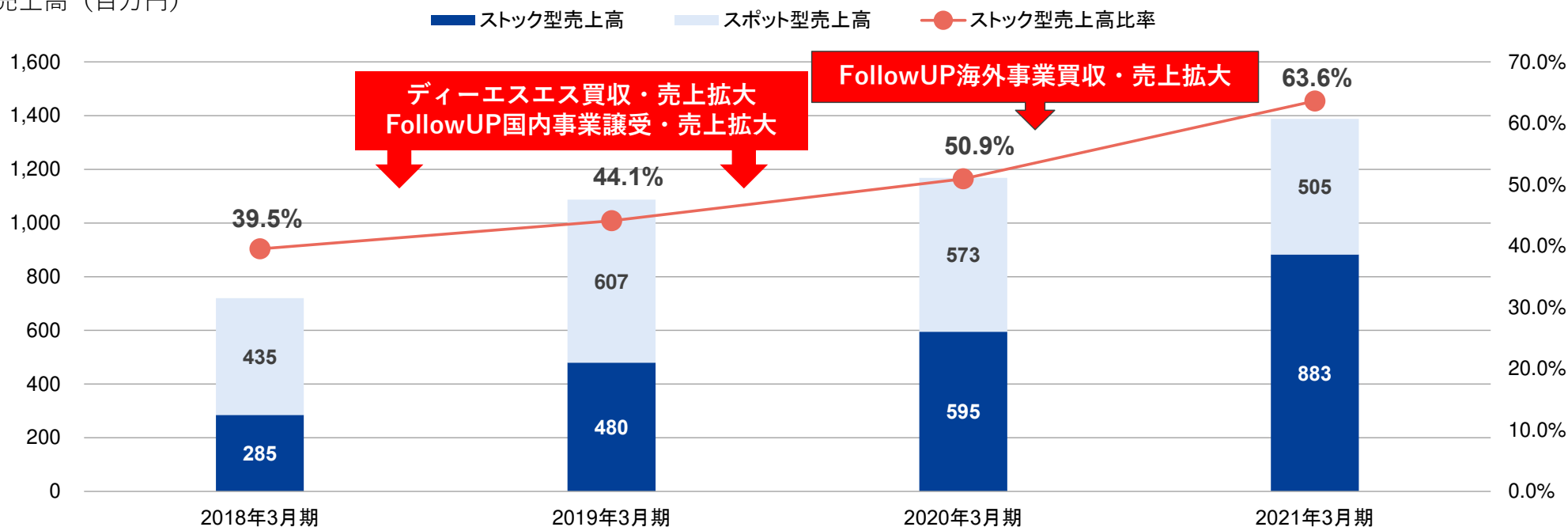
注) 2021年3月期決算説明資料における2021年3月期の導入店舗数及びカメラ設置台数から集計方法を変更し、再集計して記載

## ストック型ビジネスを堅調に成長させる

- 2018年3月期から2021年3月期までの4カ年、安定的な収益をあげるため、売上高に占めるストック型ビジネスの強化と拡販に注力
- 2018年3月期から2020年3月期のストック型売上高比率の向上の要因は、ディーエスエスの子会社化及びFollowUPの国内事業の譲受とその事業成長による
- 2020年3月期から2021年3月期のストック型売上高比率の向上の要因は FollowUPの海外展開
- 中長期的にはストック型売上高比率70%を目指す

### ストック型売上高推移

売上高（百万円）



## データセクションの目指す姿とSDGs

我々の目指す「グローバルでのテクノロジースタートアップ連合」は現在国際社会で求められているSDGsに貢献する



## データセクションの目指す姿とSDGs

我々の目指す「グローバルでのテクノロジースタートアップ連合」は現在国際社会で求められているSDGsに貢献する



8.3  
生産活動や適切な雇用創出、起業、創造性及びイノベーションを支援する開発重視型の政策を促進するとともに、金融サービスへのアクセス改善などを通じて中小零細企業の設立や成長を奨励する



9.3  
特に開発途上国における小規模の製造業その他の企業の、安価な資金貸付などの金融サービスやバリューチェーン及び市場への統合へのアクセスを拡大する

9.b  
産業の多様化や商品への付加価値創造などに資する政策環境の確保などを通じて、開発途上国の国内における技術開発、研究及びイノベーションを支援する

# データセクションの目指す姿とSDGs

我々の目指す「グローバルでのテクノロジースタートアップ連合」は現在国際社会で求められているSDGsに貢献する



17.5  
後発開発途上国のための投資促進枠組みを導入及び実施する

17.16  
全ての国々、特に開発途上国での持続可能な開発目標の達成を支援すべく、知識、専門的知見、技術及び資金源を動員、共有するマルチステークホルダー・パートナーシップによって補完しつつ、持続可能な開発のためのグローバル・パートナーシップを強化する

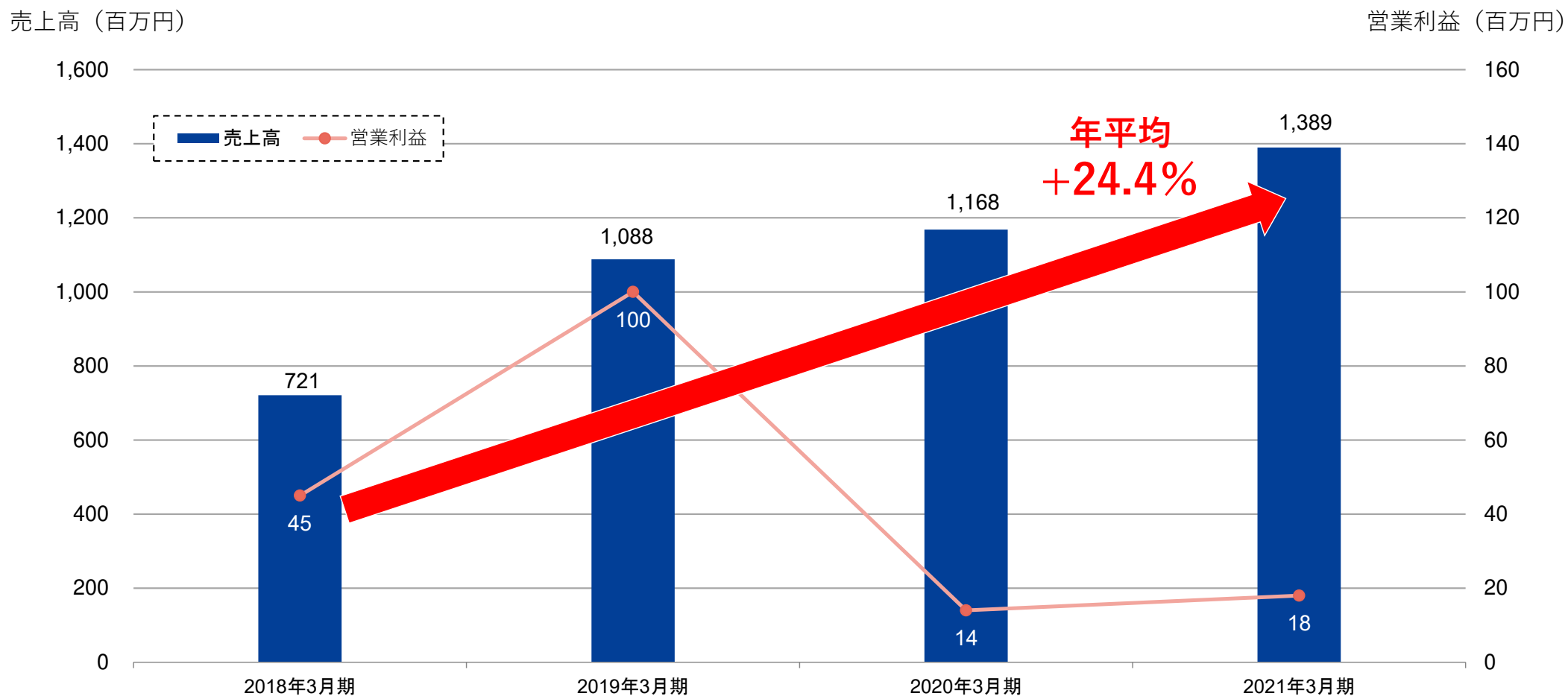
17.17  
さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する

|                    |             |
|--------------------|-------------|
| 1. 会社概要            | P.2         |
| 2. ビジネスモデル         | P.12        |
| 3. 市場環境            | P.18        |
| 4. 競争力の源泉          | P.21        |
| 5. データセクションの目指す姿   | P.24        |
| <b>6. Appendix</b> | <b>P.37</b> |

# 2021年3月期の実績

## 2021年3月期までの売上推移

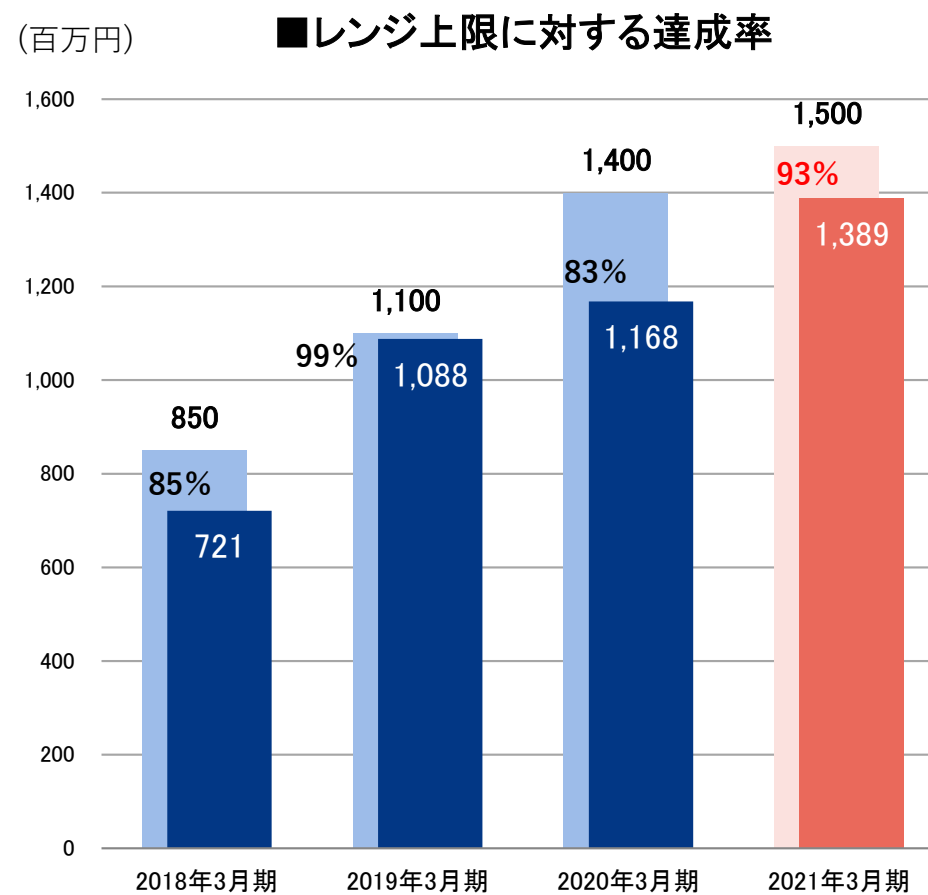
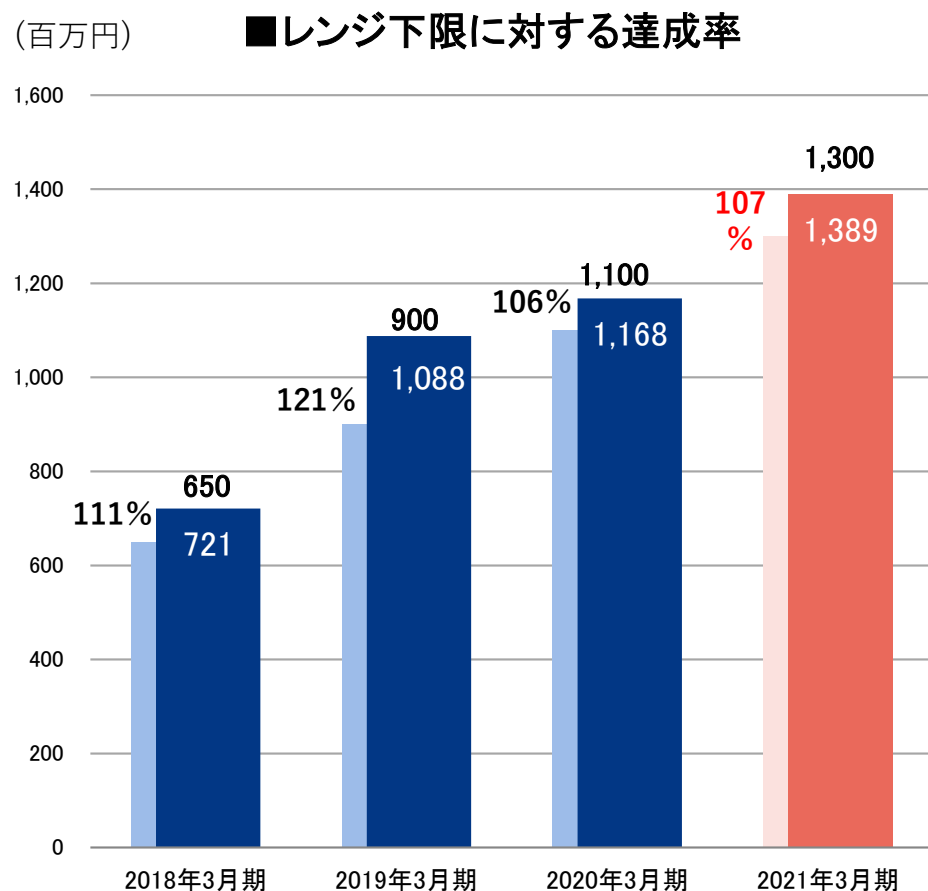
- 当社は売上高の伸び率を成長の指標とし、2018年3月期から2021年3月期までの4カ年の売上高平均成長率実績は+24.4%
- コロナ禍にもかかわらず、売上高は過去最高を達成し、営業利益は18百万円の黒字となった





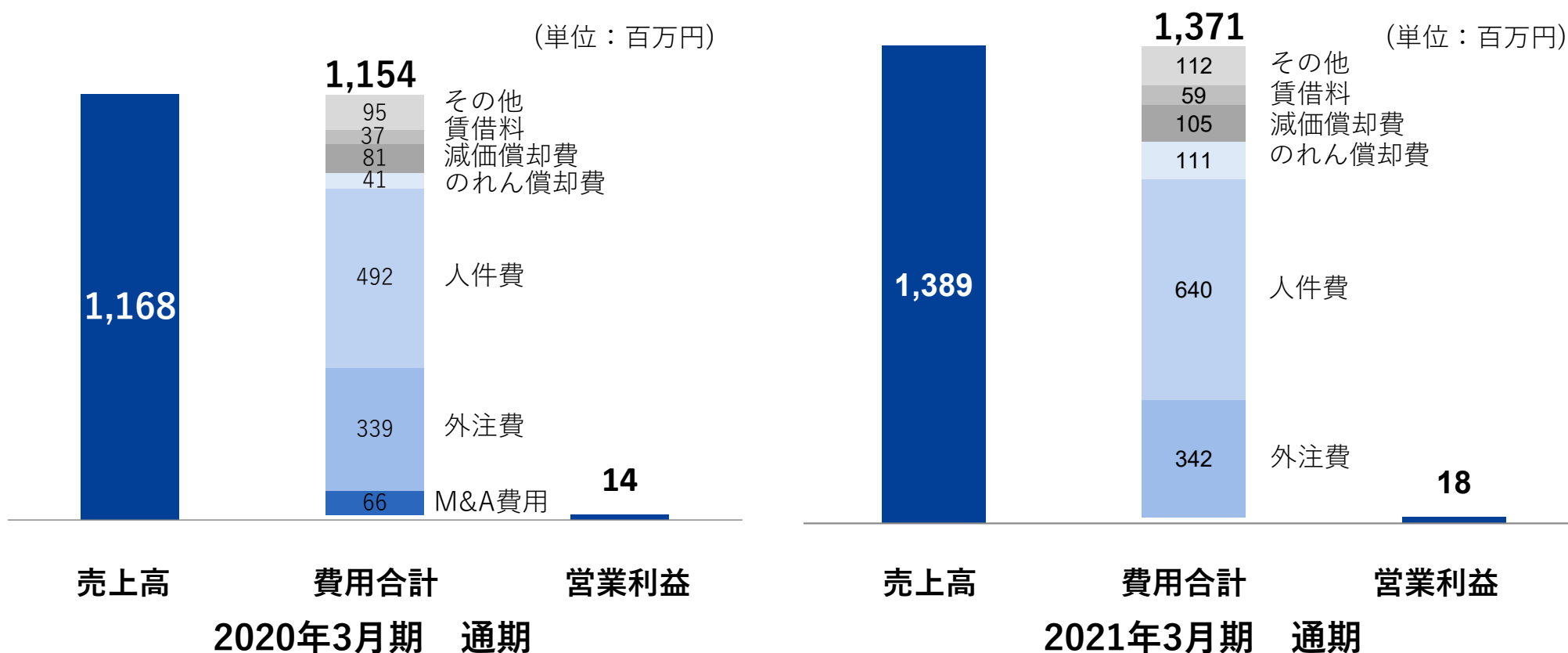
## 目標に対する売上高達成率の推移

- 2021年3月期では、海外子会社を連結したことなどにより、過去最高の売上高1,389百万円を達成
- 2021年3月期における、連結売上高の目標に対する達成率は下限予想に対して107%、上限予想に対して93%となった



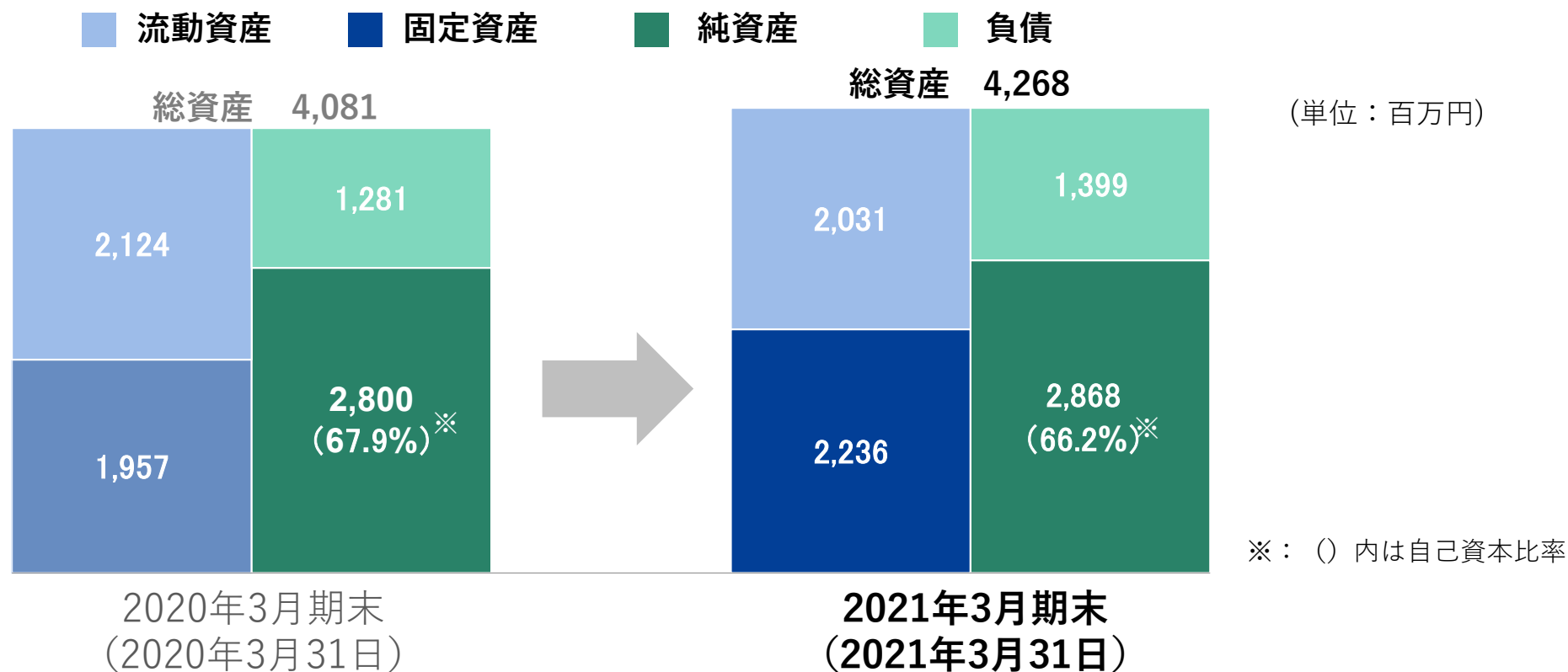
## 営業費用内訳

- 2021年3月期の2020年3月期との違いは以下の通り
  - ✓ 営業費用が増加した主な要因は海外子会社の連結による人件費や、のれんの償却費用の増加によるもの
  - ✓ 2020年3月期にあった海外子会社のM&Aアドバイザリー費用（M&A費用）66百万円は今期計上なし
- 2021年3月期においては海外子会社を連結したことなどによる売上高の増加が営業費用の増加を上回ったため、営業利益が黒字となった



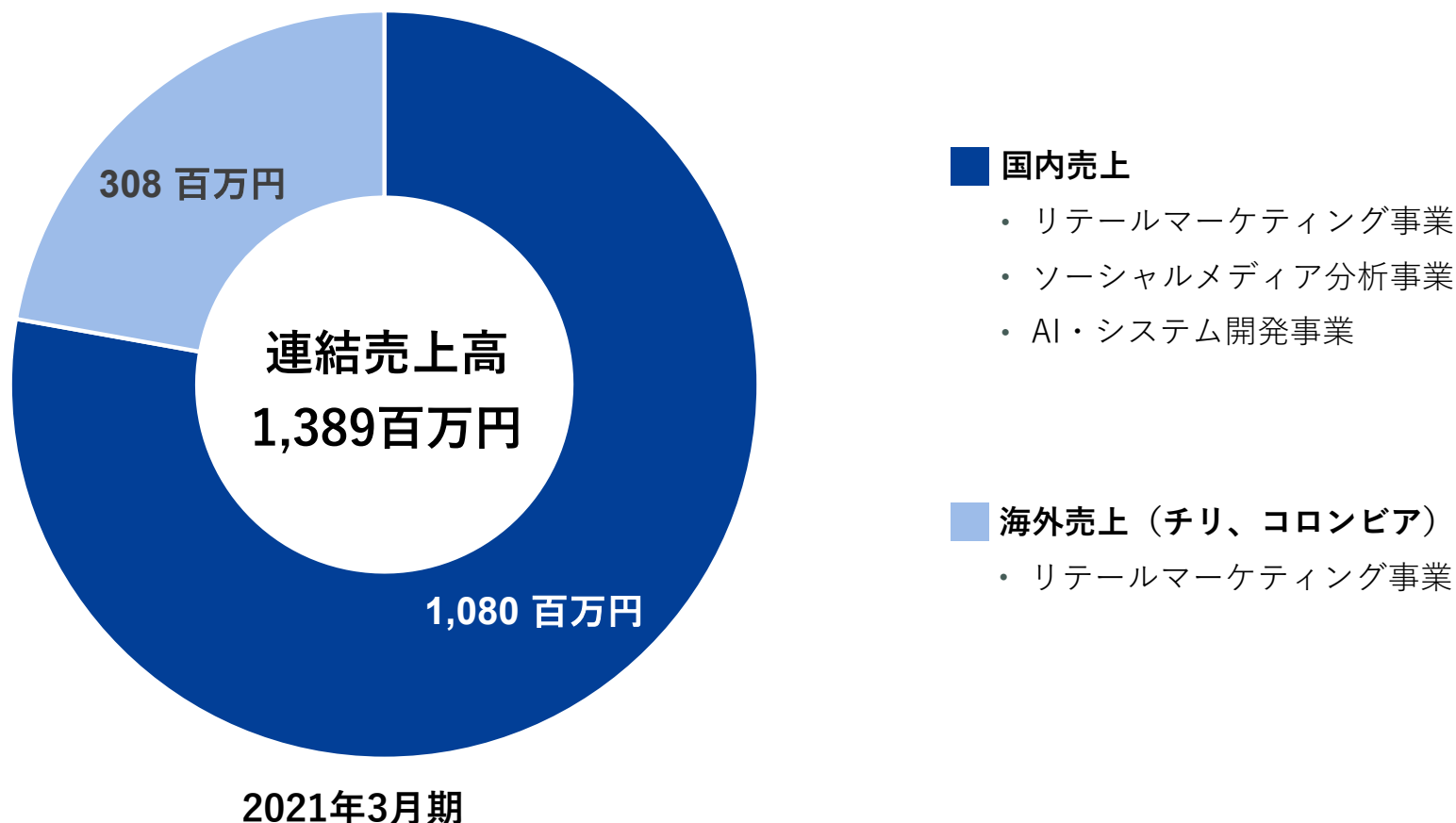
## 貸借対照表（連結）

- 総資産は186百万円増加
- 資産の内訳の主な変動は、長期貸付金が308百万円、ソフトウェア仮勘定が50百万円それぞれ増加し、現金及び預金が87百万円、のれんが96百万円それぞれ減少



# グローバルで展開する当社は海外売上高が重要な柱となる

- 2021年3月期の海外売上高は、308百万円
- 海外売上高は、リテールマーケティング事業におけるFollowUPの海外展開を行っているJach Technology SpA（チリ法人）とAlianza FollowUP S.A.S.（コロンビア法人）の売上高を計上



# 事業等のリスク

# 事業等のリスク

- 成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを以下に抜粋しております。その他のリスク及び詳細は有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください
- 文中の記載内容は当社の全てのリスクを網羅しているものではありません。また、当該リスクが顕在化する可能性の程度や時期、当該リスクが顕在化した場合に当社グループの経営成績等の状況に与える影響の内容等につきましては、合理的に予見することが困難であるため記載していません

## (1) 事業内容及び法的規制に係るリスク

|                     |   |
|---------------------|---|
| ①知的財産権におけるリスクについて   | <ul style="list-style-type: none"><li>当社グループの知的財産権が第三者に侵害された場合に業績等に影響を及ぼす可能性（知的財産権の保護には積極的に対応し対策）</li><li>当社グループが認識せずに他社の特許を侵害し、損害賠償請求や、ロイヤリティの支払要求等が行われた場合に業績等に影響を及ぼす可能性（侵害しないよう可能な限り調査を行い対応）</li></ul>            |
| ②顧客ニーズの変化に伴うリスクについて | <ul style="list-style-type: none"><li>顧客側のソーシャルメディアの活用ニーズの変化に対して適時適切に当社グループが対応できない場合等に業績等に影響を及ぼす可能性（研究開発拠点の設置やアライアンスパートナー戦略等によるソーシャルメディアのデータ以外のデータとの連動、リサーチコンサルティング分野における型紙化及び新規ビジネスの立上げ等により対応）</li></ul>           |
| ③技術革新について           | <ul style="list-style-type: none"><li>事業展開上必要となる知見やノウハウの獲得に困難が生じた場合、また技術革新に対する当社グループの対応が遅れた場合、さらに、新技術への対応のために追加的なシステム、人件費などの支出が拡大する場合等に業績等に影響を及ぼす可能性（エンジニアの採用・育成や職場環境の整備、AIやデータ分析に関する技術、知見、ノウハウの取得に注力し対応）</li></ul> |

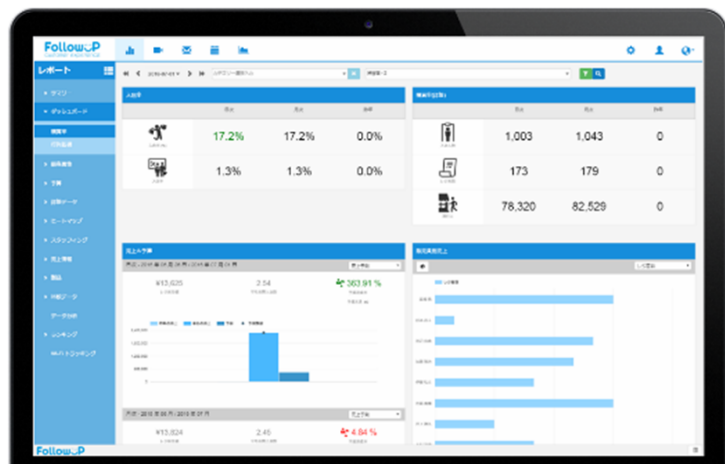
## (2) 当社グループの事業体制に係るリスク

|           |   |
|-----------|---|
| ①海外展開について | <ul style="list-style-type: none"><li>当社グループは成長著しい新興市場国に積極的に進出し事業を拡大していくことで、自社の成長スピードを加速させていくことを成長戦略の1つとしているが、計画どおりに海外展開ができない場合、海外進出に当たり当該地域の情勢が悪化する場合及び法規制等が当社グループにとって厳しくなる場合等に業績等に影響を及ぼす可能性</li></ul> |
|-----------|---|

# サービス紹介

# FollowUP -購買率を軸とした売上向上支援サービス-

- 店舗に入店人数を計測できる3Dカメラを設置し、入店人数を正確に計測
- POSと連携することで、購買率を算出することが可能
- 購買率を軸として、オペレーションの改善を目的としたサービス



## FollowUPによってできること

### ①店舗のポテンシャル / 課題の抽出

- 店舗で発生している様々な事象を可視化し、経験則や感覚値でないニュートラルな視点から、店舗のポテンシャルや課題を把握

### ②データに基づく店舗改善サイクルの構築

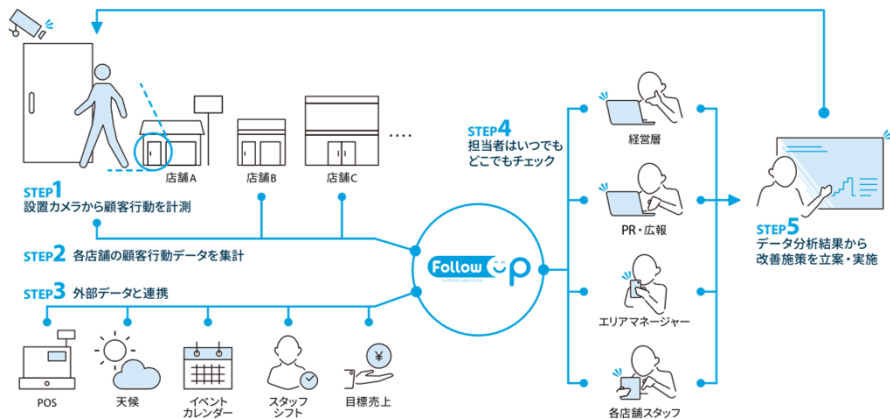
- 蓄積されたデータに基づく「課題の発見」「施策立案/実施」「効果測定」という店舗改善サイクルを構築

### ③店舗報告の共通言語化によるコミュニケーションの円滑化

- これまで定性的だった店舗からの報告を定量化し、店舗と本部が同じ目線でチェックできる体制にすることで、コミュニケーションを円滑化

### ④店舗オペレーションの最適化

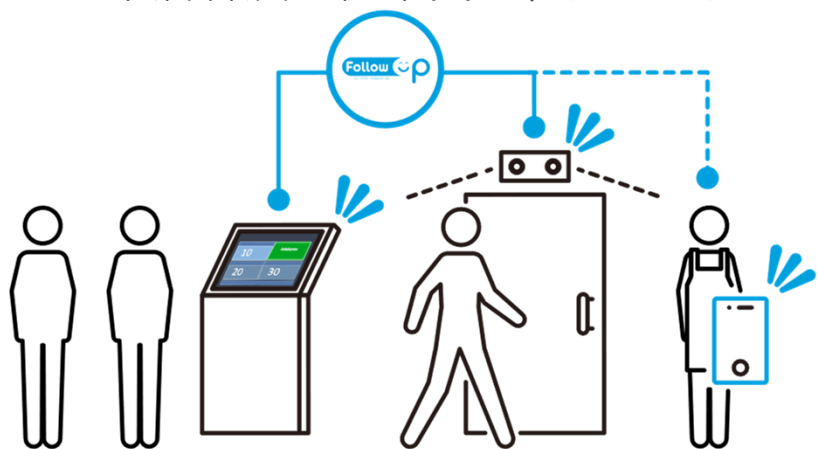
- 顕在化したポテンシャルや課題を店舗ごとのオペレーションに落とし込むことで売上利益の向上を図る





# Store Capacity Control -混雑情報配信サービス-

- 新型コロナウイルス感染拡大防止における3密のうちの「密集」「密接」を避けるための入場制限などの判断を、誰もが行える環境を整備
- 来店客及び従業員が、安心・安全に行動できる環境づくりにも貢献



## 主な機能

### ①入退店情報を取得



- 専用の3Dカメラを設置し、入退店情報を取得
- 入口が複数ある場合や、入り口が広い場合も対応可能

### ②リアルタイムに計測



- 取得したデータは、インターネットを通じ、リアルタイムにデータを反映（専用のルーターを設置）

### ③混雑状況/アラートの表示



- 最大人数を自由に設定することが出来、最大人数に応じた割合で画面を表示することが可能（閾値は4段階）

### ④複数デバイスで表示

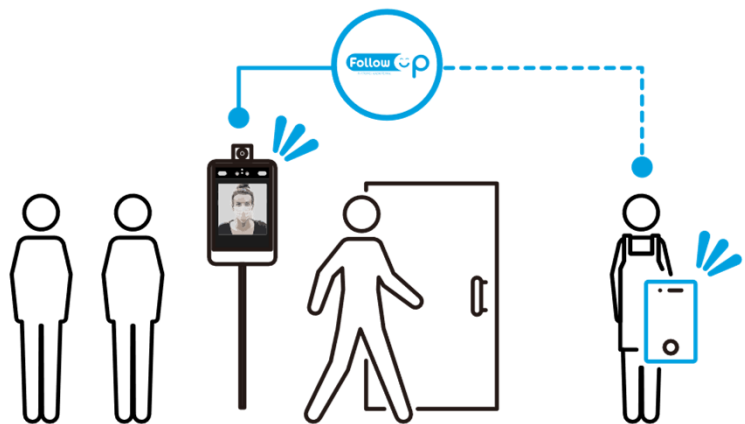


- PC、タブレット・スマホ様々なデバイスで表示することが可能（APIもご用意しているため、貴社サイトでも表示が可能）



# HealthyUP –体温検知・アラートサービス–

- 新型コロナウイルス感染拡大防止において欠かせない、マスク着用や体調不良時の入店ご遠慮を促しやすくする、感染防止策の啓蒙をサポート
- 来店客及び従業員が、安心・安全に行動できる環境づくりにも貢献



## 主な機能

### ①体温測定



- 来店客の体温を自動計測
- 体温測定は0.3秒以内にて計測（判定人数は1人ずつ）

### ②マスク着用チェック



- マスクを着けていない場合は「マスクを付けてください」と音声で通知

### ③測定結果表示

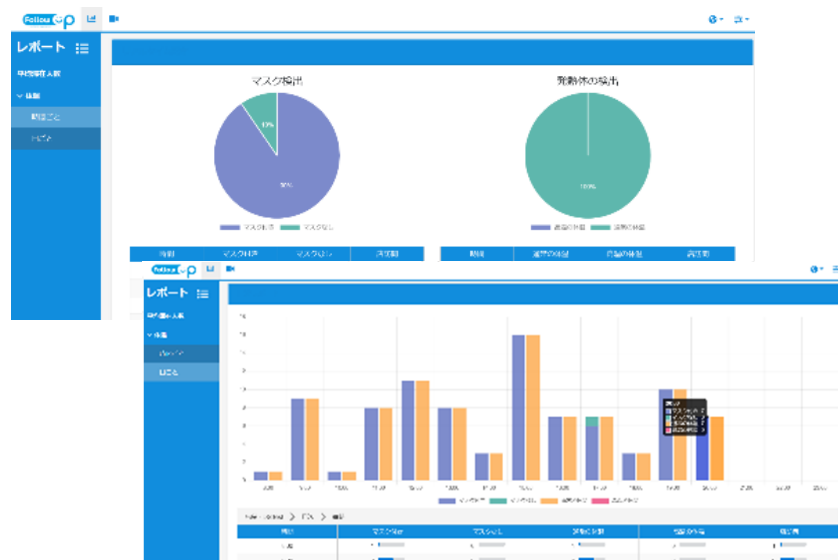


- デバイスの画面に体温が表示されるとともに、マスク非着用の場合は、マスク着用の旨表示

### ④ダッシュボードで結果表示



- 判定した人数や、体温の正常・高温、マスク着用在りなしのデータがダッシュボード上で表示（オプション機能）



## Insight Intelligence Q の特長

### ① マーケター視点の ”かゆいところに手が届く” 分析機能

日々ソーシャルデータ分析を行っているマーケターのノウハウを分析機能に反映

### ② クイックな探索を支えるUI

Googleで検索するようなシンプルな操作で結果にたどり着くことができ、深掘り探索も容易

### ③ 過去に遡って試行錯誤しながら 仮説出しできる

過去13カ月間のデータを試行錯誤しながら分析できるので、マーケティングに欠かせない調査～仮説出しが可能



# Insight Intelligence Q の機能

## マーケター視点の 分析機能

### トピック分析

話題分析

拡散プロセス分析

プレ/ポスト分析

ブランド比較

性別・年代

影響力のある  
ユーザー

影響力のある  
ニュース

影響力のある  
メディア

### アカウント分析

投稿活動の傾向

エンゲージ  
メントの傾向

## クイックな探索を 支えるUI

シンプルな操作性

簡易  
スパムフィルター

CSVデータ出力

分析結果を  
URLで共有

詳細サイドパネル

キーワードで  
ドリルダウン

検索条件保存

# 注意事項

## 注意事項

- 本資料は投資家の参考に資するため、当社の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。
- 当資料に記載された内容は、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。
- 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」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。
- 進捗状況を含む最新の内容を示した「事業計画及び成長可能性に関する事項」については、通期決算発表時に開示を予定しております。

# データセクション株式会社

info@datasection.co.jp  
03-6427-2565

〒141-0031

東京都品川区西五反田1丁目3-8 五反田PLACE 8階

<https://www.datasection.co.jp>