



2016年6月期 第1四半期 決算補足説明資料

2015年11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
■ 2016年6月期 第1四半期業績ハイライト	…	P6
■ 2016年6月期 第1四半期セグメント別の業績（単体）	…	P19
■ (参考) 直近のニュース発表	…	P29
■ (参考) 中期経営計画	…	P34
■ Appendix	…	P41

会社概要

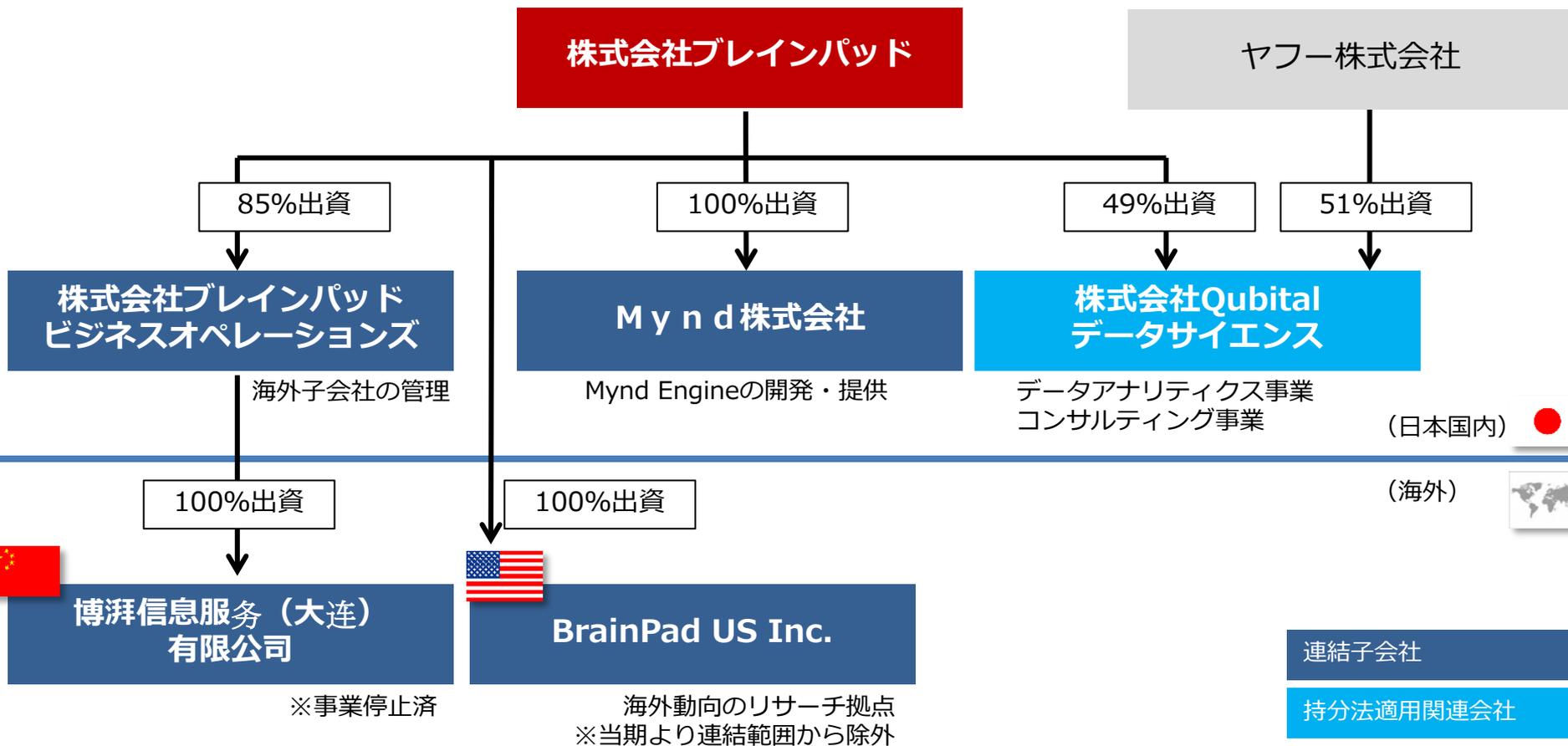


- 【商号】 株式会社ブレインパッド（英文 BrainPad Inc.）
（東証第一部 証券コード：3655）
- 【本社】 東京都港区白金台3-2-10 白金台ビル
- 【設立】 2004年3月18日（決算日6月30日）
- 【資本金】 331百万円（2015年9月30日現在）
- 【従業員数】 166名（連結、2015年9月30日現在）
（※）当社から持分法適用関連会社（株）Qubitalデータサイエンスへの出向者を含む。
- 【代表者】 代表取締役会長 草野 隆史
代表取締役社長 佐藤 清之輔
- 【子会社】 M y n d株式会社
株式会社ブレインパッドビジネスオペレーションズ
博湃信息服务（大连）有限公司（中国・大连市）※事業停止済
BrainPad US Inc.（米国・カリフォルニア州）※当期より連結範囲から除外
（2015年9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9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



(日本国内)

(海外)

連結子会社

持分法適用関連会社

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

CRM/MA、分析関連ソフト販売
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
Hyper Marketing

marketing QED
EFFECTIVENESS TECHNOLOGY



crimson hexagon

+ a b l e a u
SOFTWARE

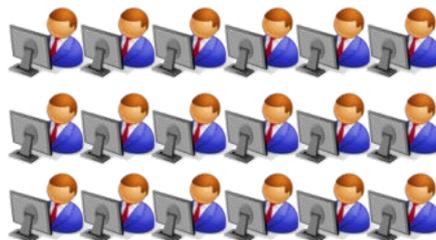
Greenplum

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型サービス等の提供

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。

（2015年9月30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)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)、(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)ピーチ・ジョン、(株)ファンケル、(株)ポーラ、(株)MonotaRO、(株)やすや、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)、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)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、ヒルトン・ワールドワイド、(株)ローソンHMVエンタテイメント
その他	旭化成ホームズ(株)、(株)インテリジェンス、(株)NTTドコモ、スターツ出版(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)船井総合研究所、ミサワホーム(株)

2016年6月期 第1四半期業績ハイライト

■売上高は、前年比ほぼ横ばいとなった。

(理由)

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は、前年を上回った一方、アナリティクス事業の受注が、前四半期（前期4Q）に想定を下回った影響が、当1Qにも影響したため。

連結 アナリティクス事業	161百万円（前年比△49百万円、△23.4%）
ソリューション事業	186百万円（前年比+12百万円、+7.4%）
マーケティングプラットフォーム事業	274百万円（前年比+24百万円、+9.7%）

■利益面は、当初の想定どおり、低水準からのスタート。

ほぼ**会社計画どおりに進捗**しているため、第2四半期および通期業績予想の修正はなし。

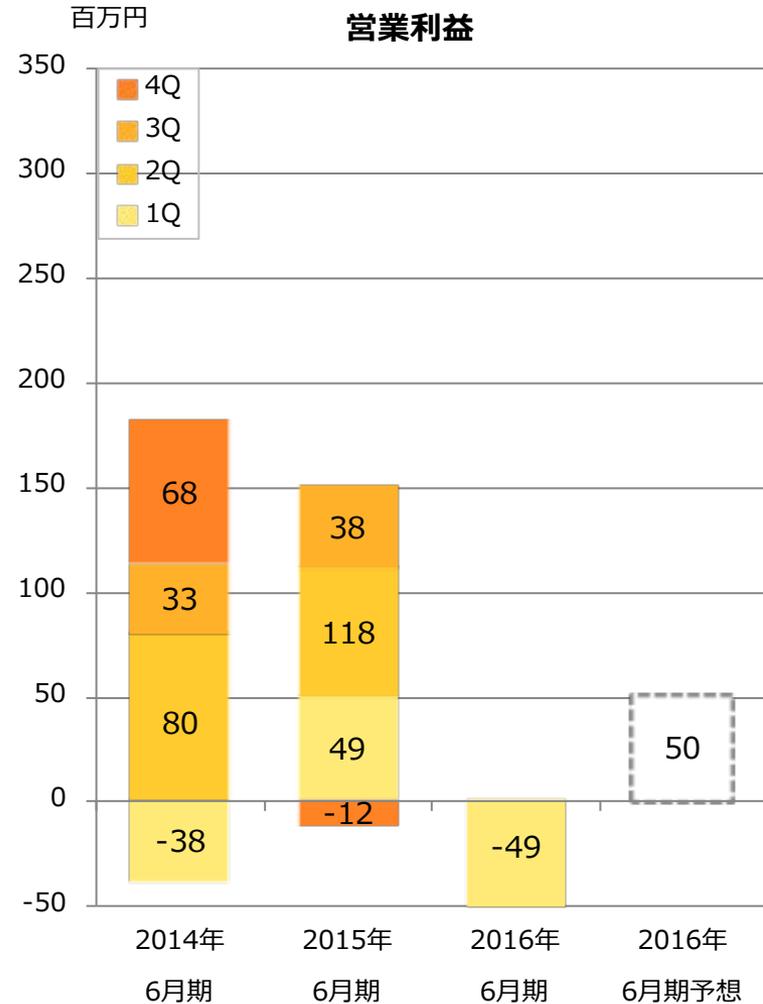
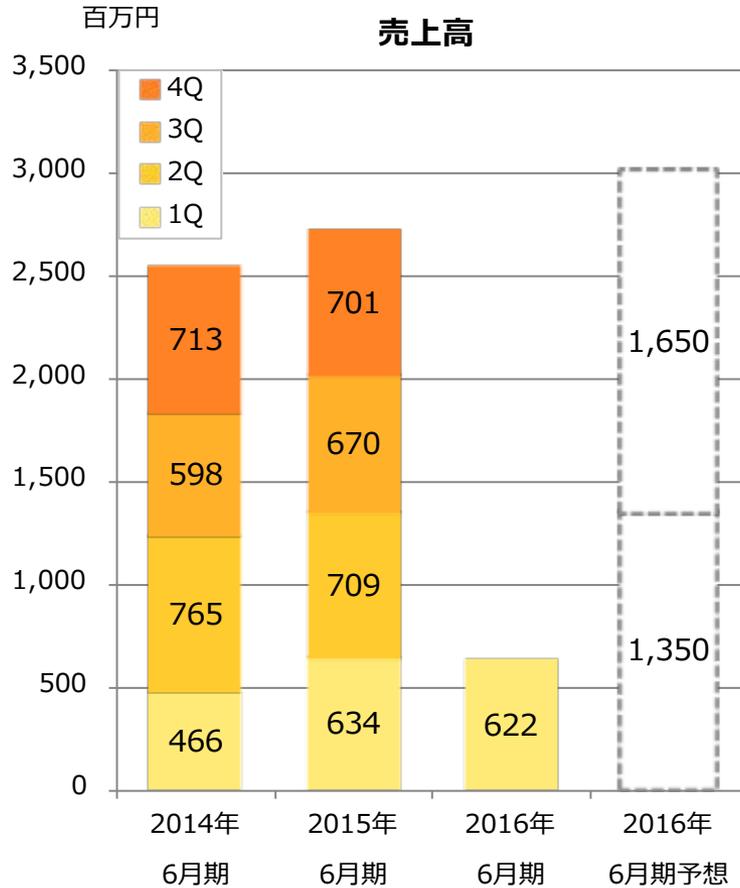
(利益が低水準である理由)

- ・低水準となった売上高
- ・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）

前年との比較

連結業績（3期比較）

売上高は、例年1Qが低調になる傾向あり。
 売上・利益ともに、ほぼ会社計画の通りに進捗中。

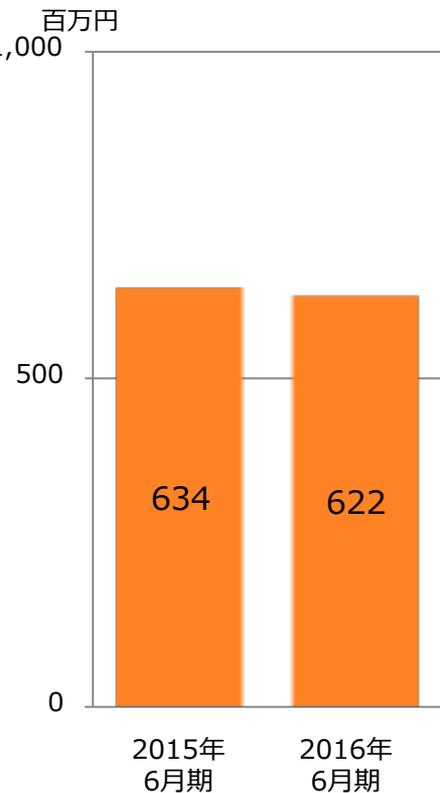


売上高および営業利益・経常利益の前年比較

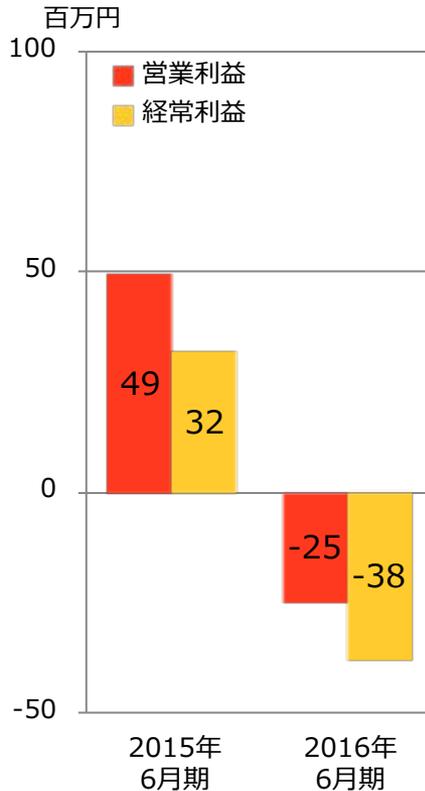
売上高は、連結・単体ともに前年比ほぼ横ばい。
 営業利益・経常利益の赤字も、ほぼ会社計画どおり。

連結

売上高

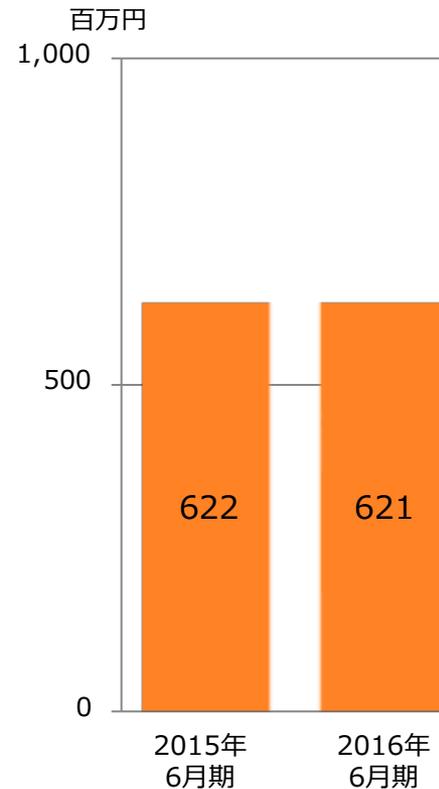


営業利益・経常利益

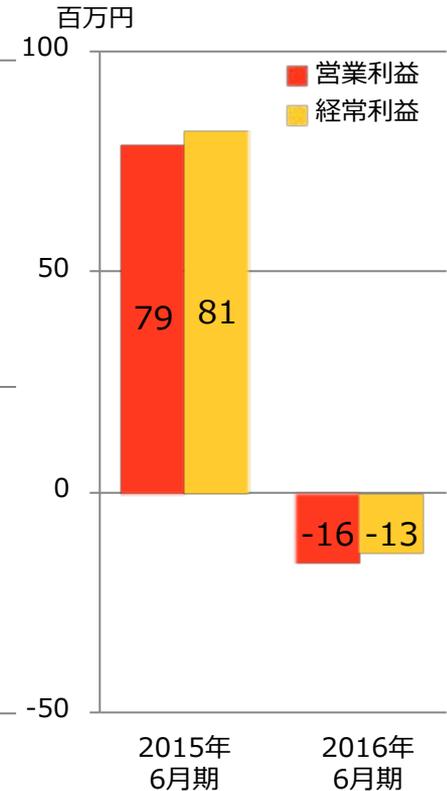


ブレインパッド単体

売上高



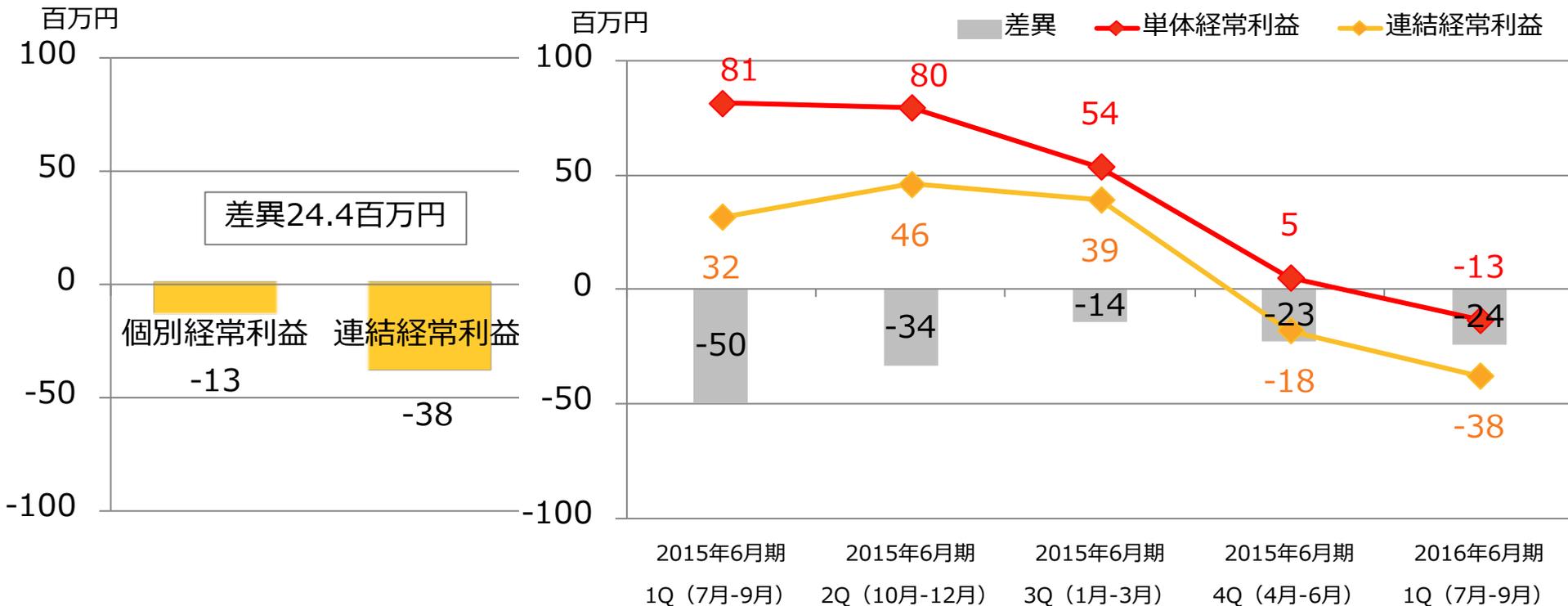
営業利益・経常利益



連結業績と単体業績の差異①

当1Qの経常利益の連結・単体の差の主因は、以下のとおり。

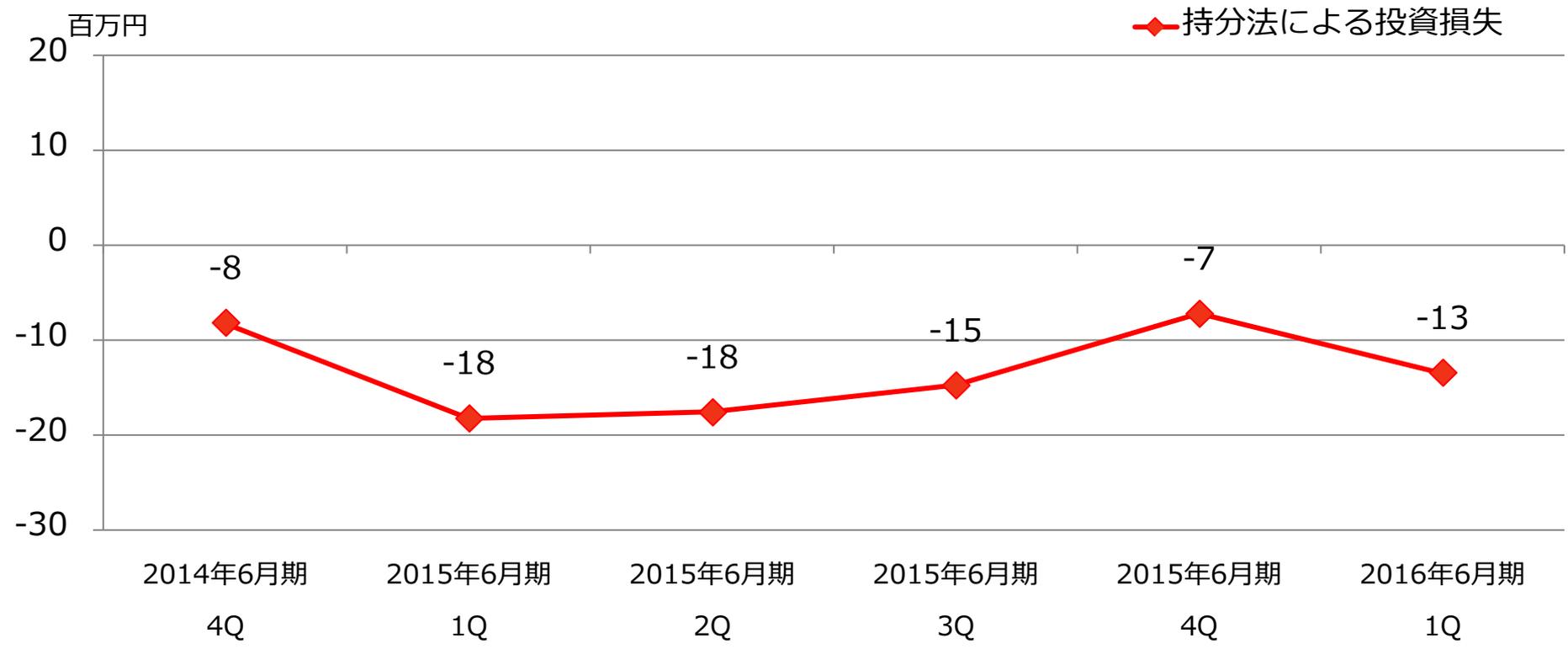
- ・ 持分法による投資損失 13百万円 → 2Q以降さらに縮小予定
- ・ M y n d(株)に係る、のれん代償却 5百万円
- ・ 連結子会社の営業損失 6百万円 → 2Q以降さらに縮小予定



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、当期1Qは、2Qへの売上高の期ずれ等により損失が拡大したが、2Q業績は回復する見通し。

<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1Q	2016年 6月期1Q	増減率
売上高	634	622	-1.9%
売上原価	369	405	9.7%
売上総利益	264	216	-18.1%
販売管理費	215	241	12.1%
営業利益	49	-25	-
営業外損益	-17	-13	-
経常利益	32	-38	-
特別損益	0	-2	- ※1
税引前当期純利益	32	-40	-
法人税等	30	-4	-
当期純利益	2	-37	-

【単体】

(単位：百万円)

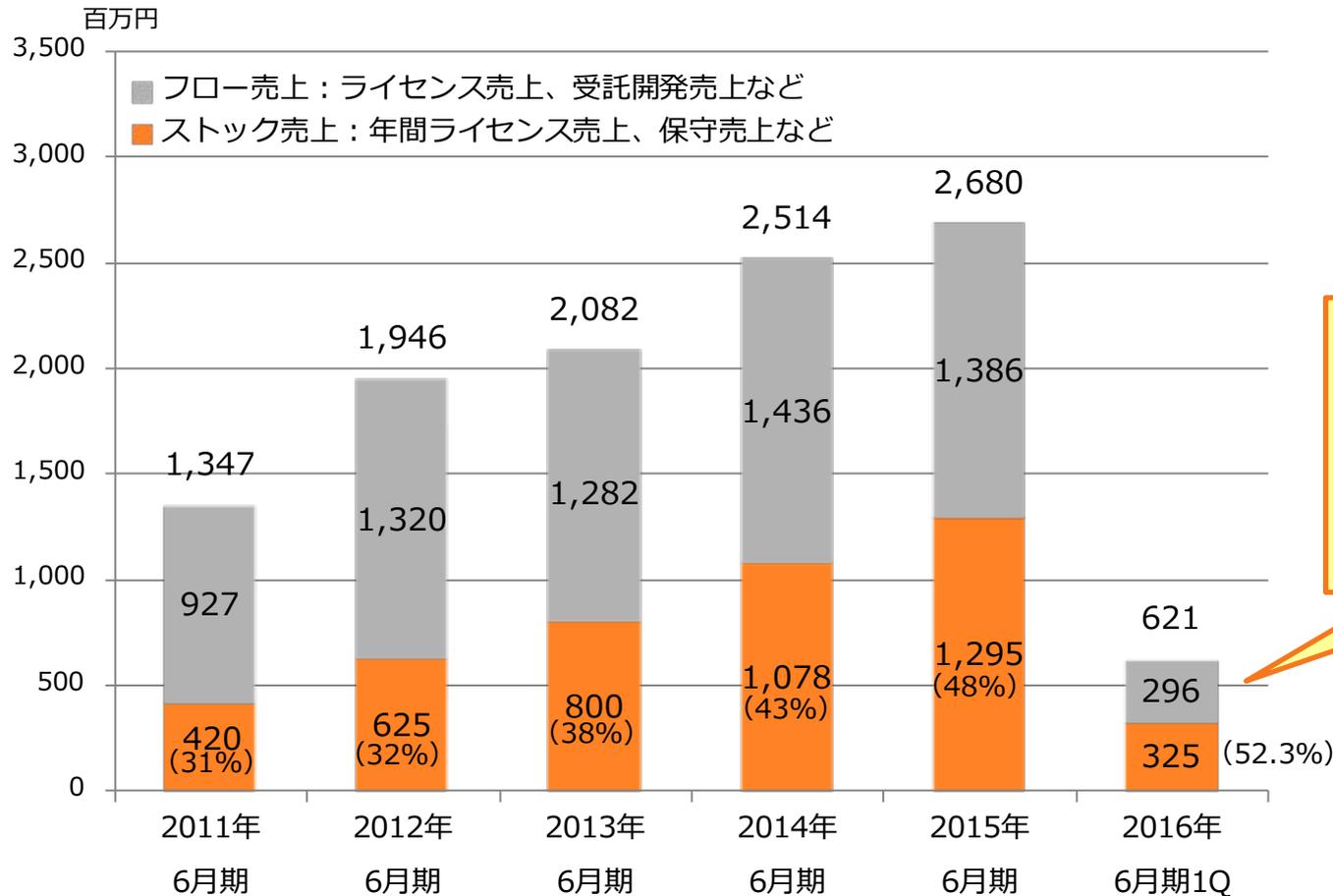
	2015年 6月期1Q	2016年 6月期1Q	増減率
売上高	622	621	-0.1%
売上原価	349	407	16.6%
売上総利益	273	214	-21.5%
販売管理費	194	230	18.3%
営業利益	79	-16	-
営業外損益	3	2	-20.0%
経常利益	81	-13	-
特別損益	0	-2	- ※1
税引前当期純利益	81	-15	-
法人税等	30	-4	-
当期純利益	52	-11	-

※1 2016年6月期1Qには、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。

その他ハイライト

ストック売上高の推移（単体）

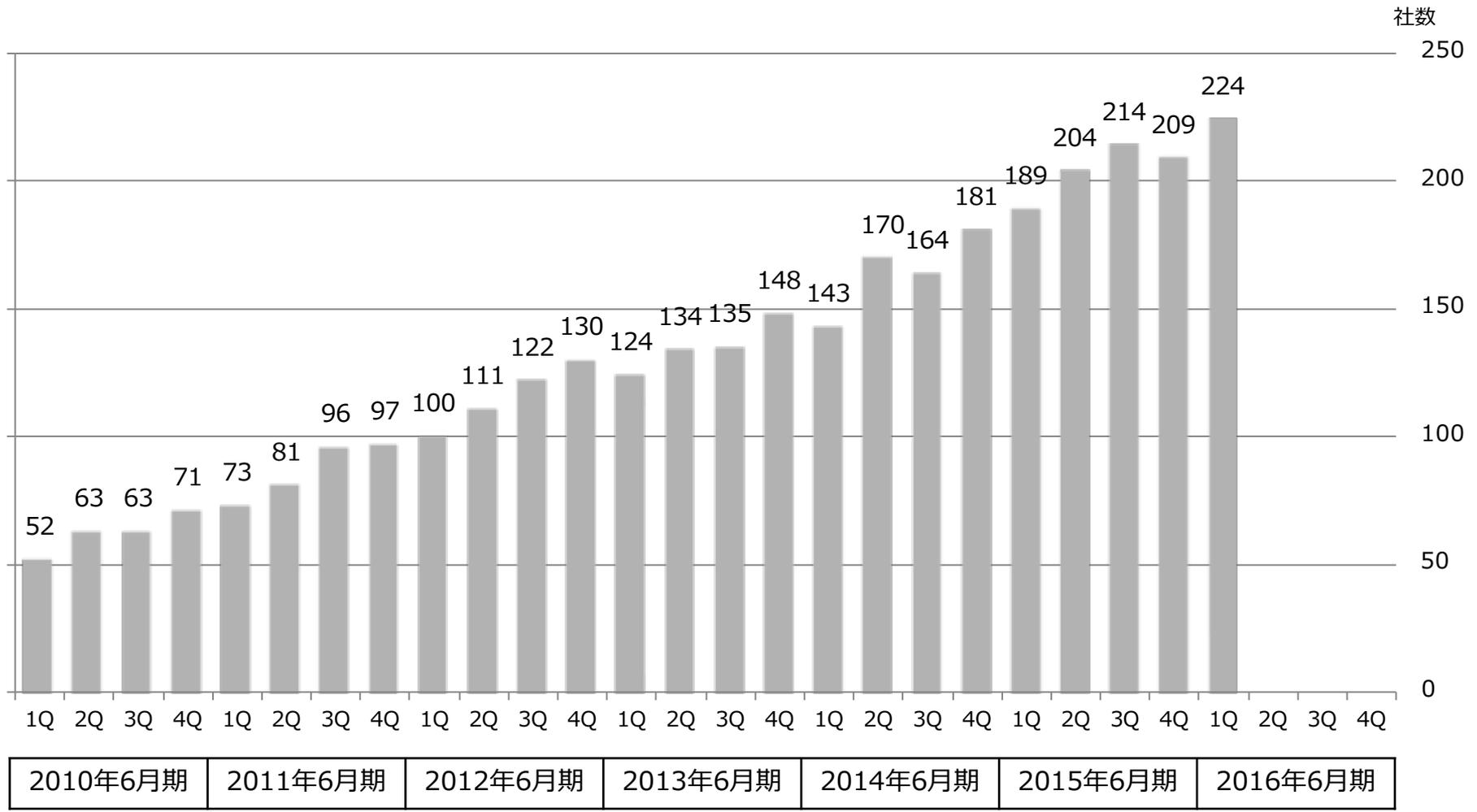
長期的な計上が見込めるストック売上の推移は、以下のとおり。
 （ソリューション事業とマーケティングプラットフォーム事業のストック売上の合計）



フロー売上が低調であったため、ストック売上の比率が上昇した。

取引社数の推移（単体）

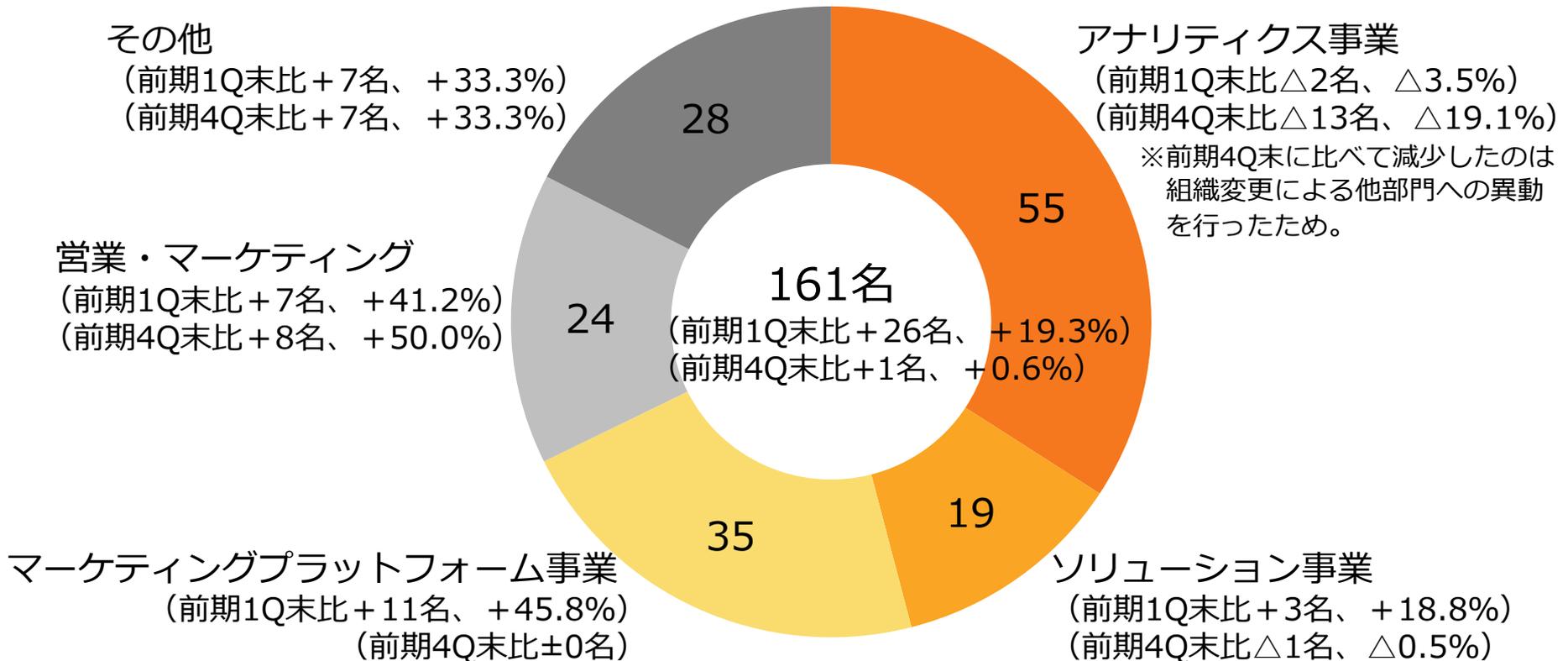
取引社数は、ソリューション事業の取引社数増加により増加。



従業員数の内訳（単体）

1Q末の従業員数は、前期の積極的な人材採用により、1年前と比較して、+26名（19.3%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 連結業績予想の変更はなし



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している。当期1Qはほぼ会社計画通りに進捗しており、業績予想の変更は行わない。

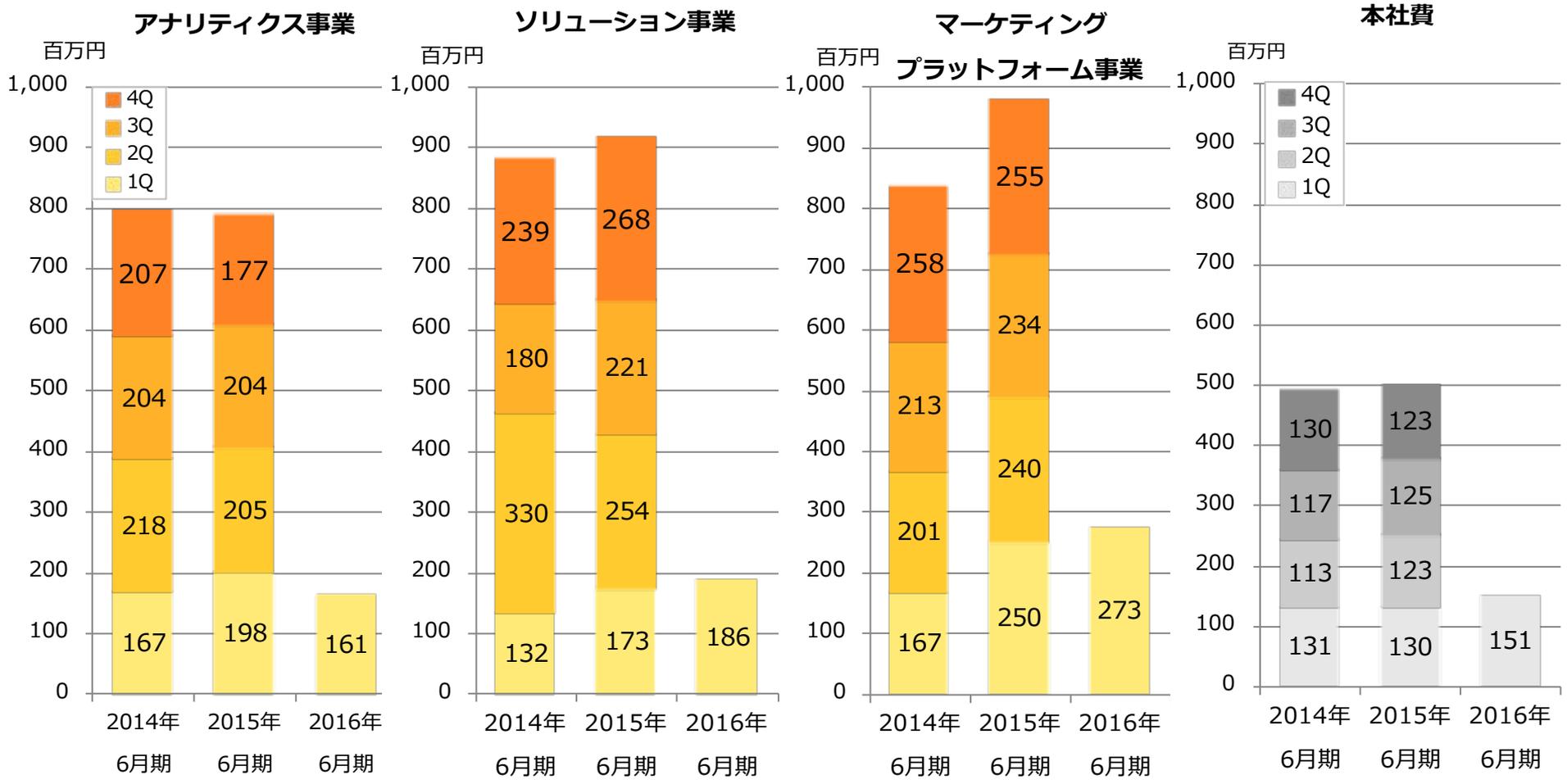
- ✓ 人材の先行投資による人件費増（前期に積極的な採用を実施したため）
：当期1Q末の従業員数は、前期1Q末比+26名、19.3%増
- ✓ ストック型ビジネスへの転換による影響
：マーケティング等の各種費用、売上・利益計上の繰り延べ

	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)

2016年6月期 第1四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）

アナリティクス事業を除き、増収。
組織変更および人材採用の影響により、本社費が増加。

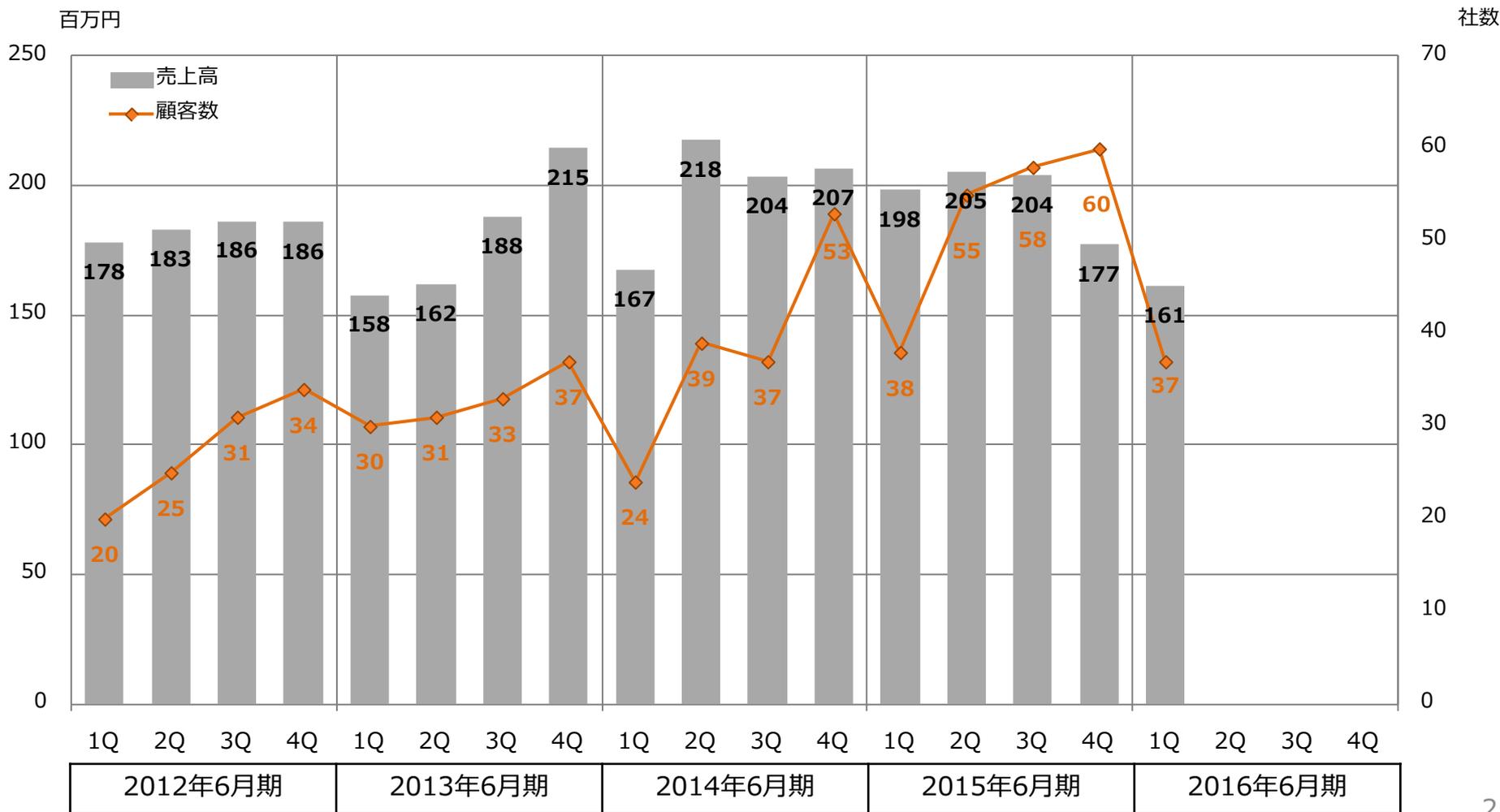


アナリティクス事業（単体） 売上－顧客数推移

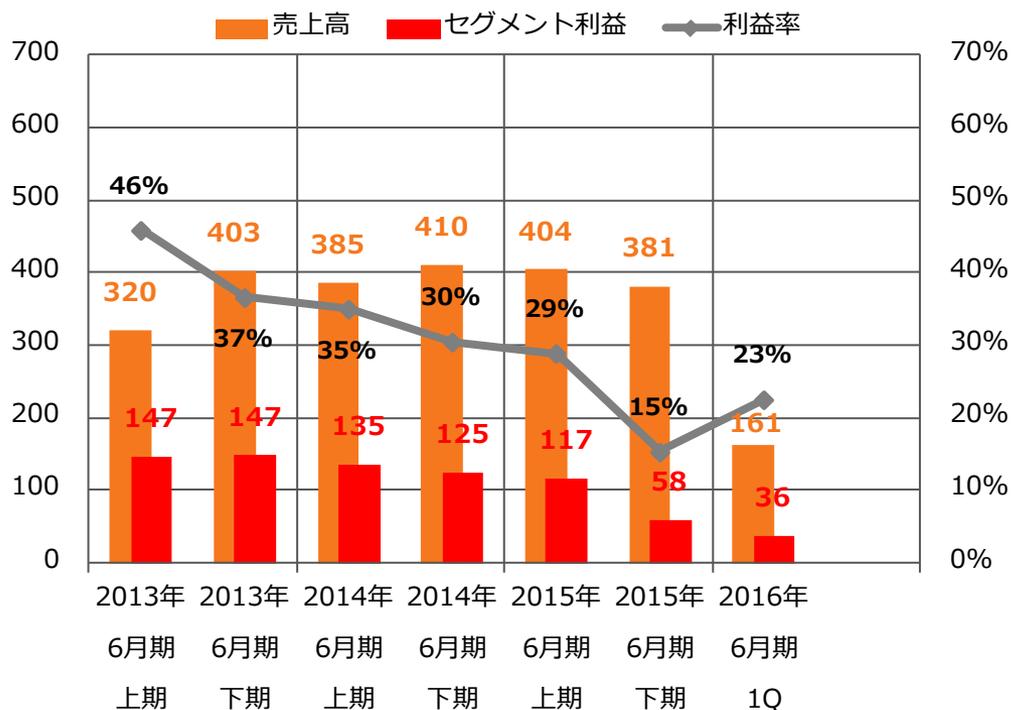


前期4Qまでの受注が想定を下回ったことが、当期1Qにも影響。

(※) 顧客数は、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。(以下同じ)



■ 単体利益率の推移



■ 当期1Q（7～9月）について

① 連結セグメント利益 17.9%

② 単体セグメント利益 17.9%

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%） 22.5%

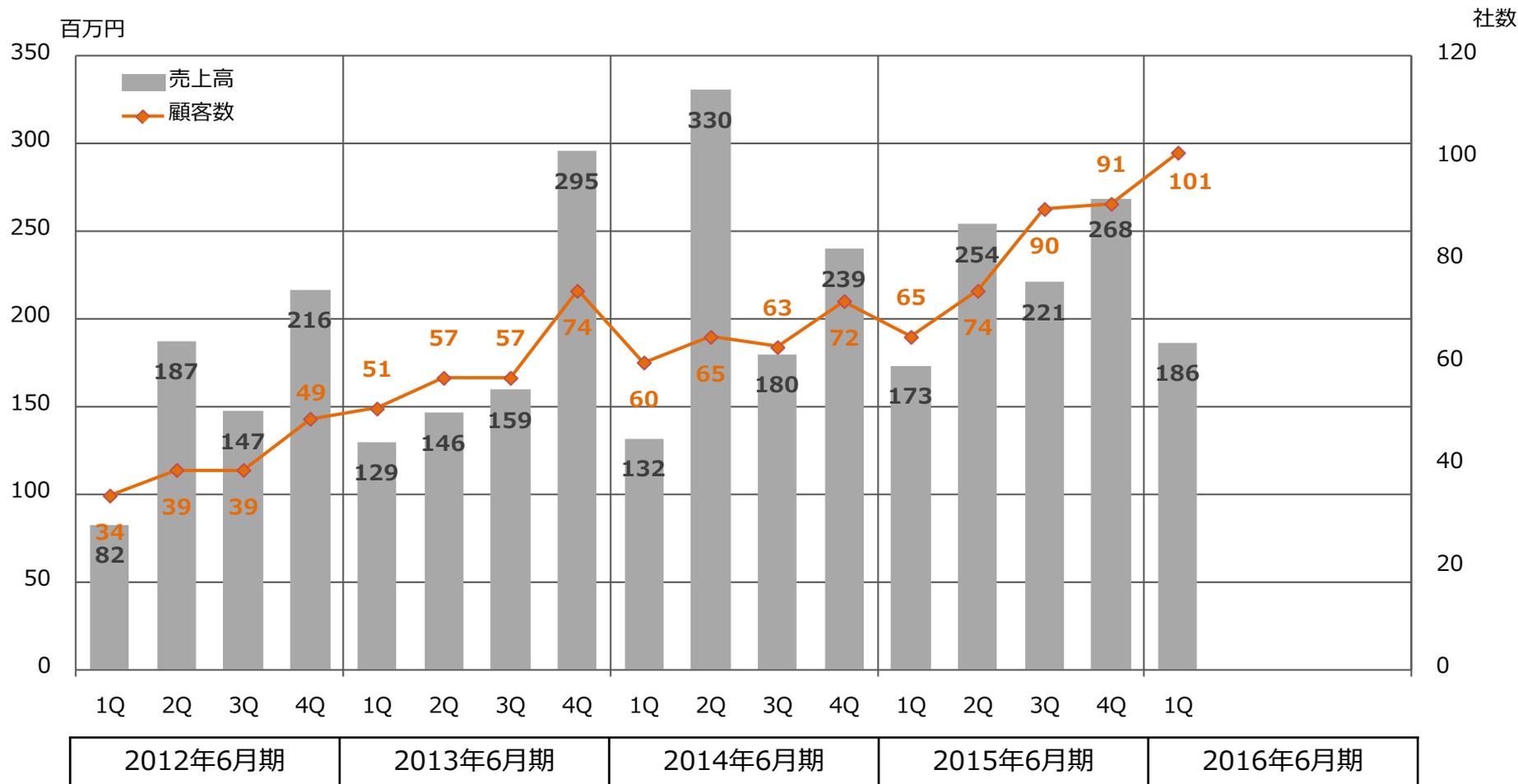
当期1Qは、売上高は低調となったものの、顧客単価の向上により、利益率は改善。

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。（以下同じ）

ソリューション事業（単体） 売上－顧客数推移



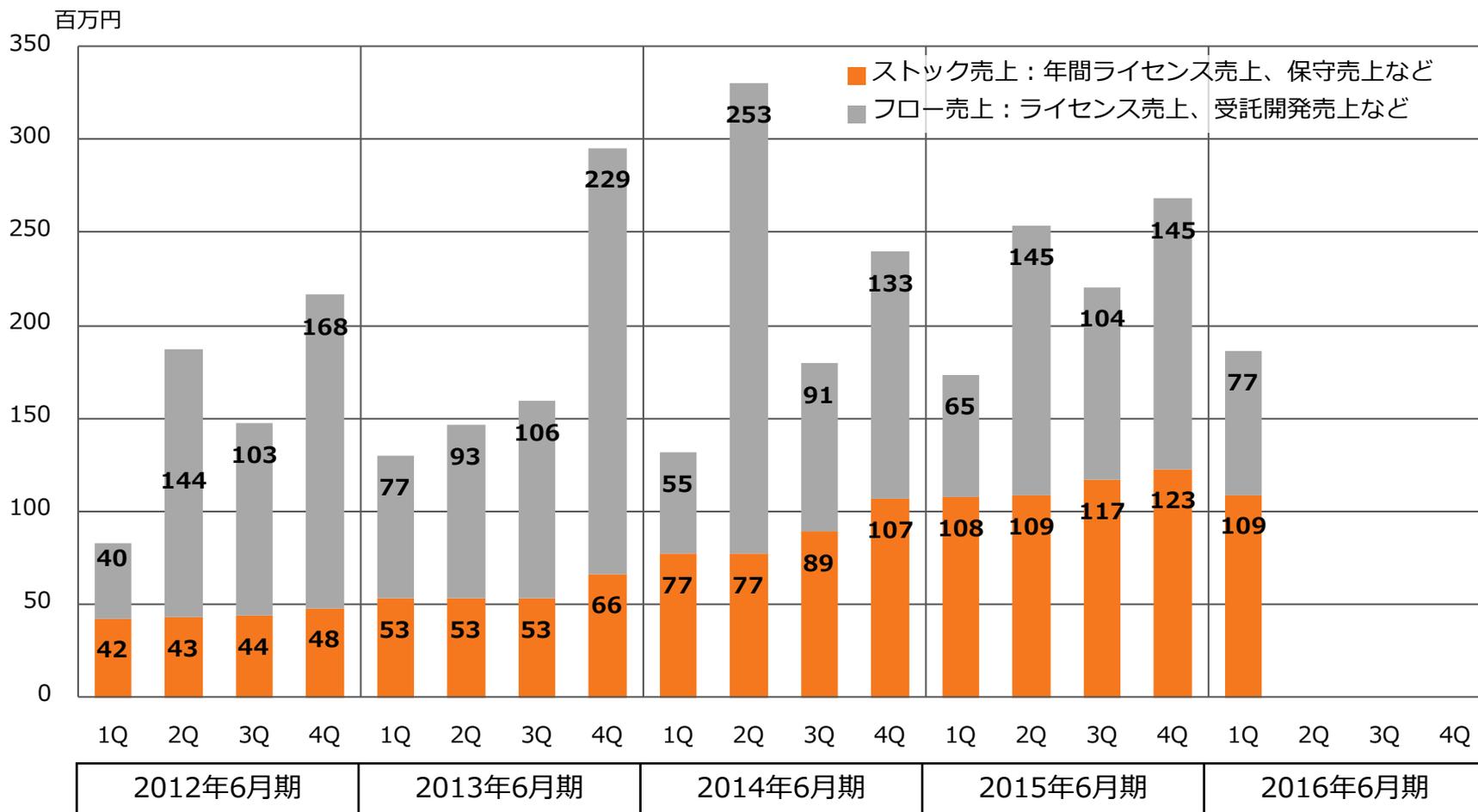
小型のソフトウェアライセンスの販売が多数あり、顧客数は伸長したが、大型のライセンス販売はまだなく、例年の1Q並みの立ち上がり。



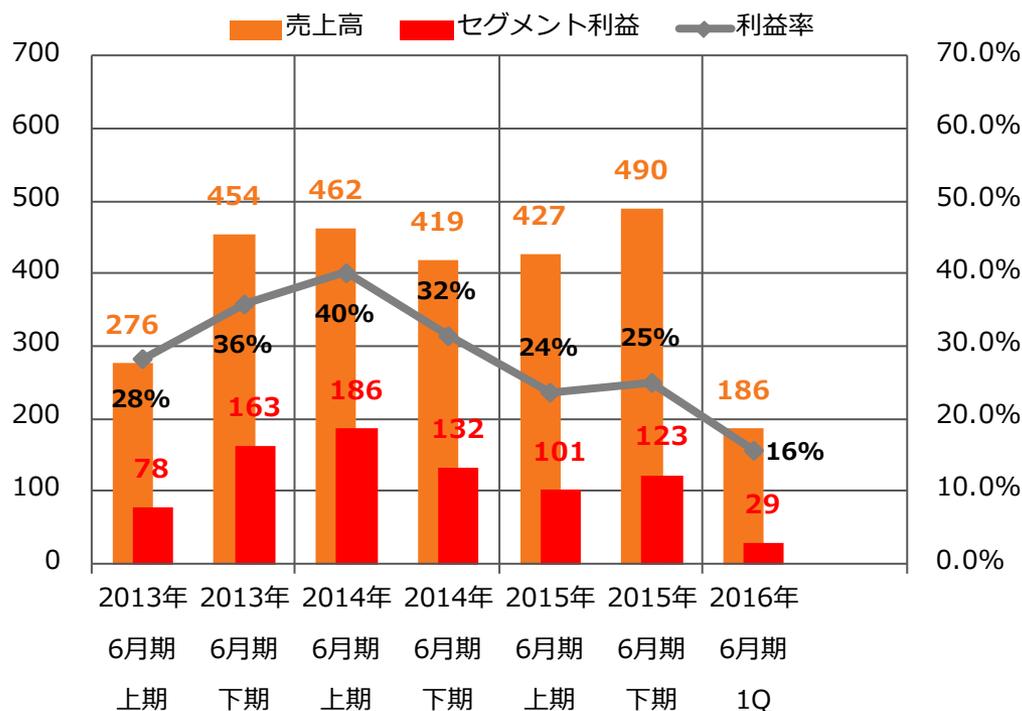
ソリューション事業（単体） 売上構造



※ 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1Q（7～9月）について

① 連結セグメント利益 6.8%

② 単体セグメント利益 6.8%

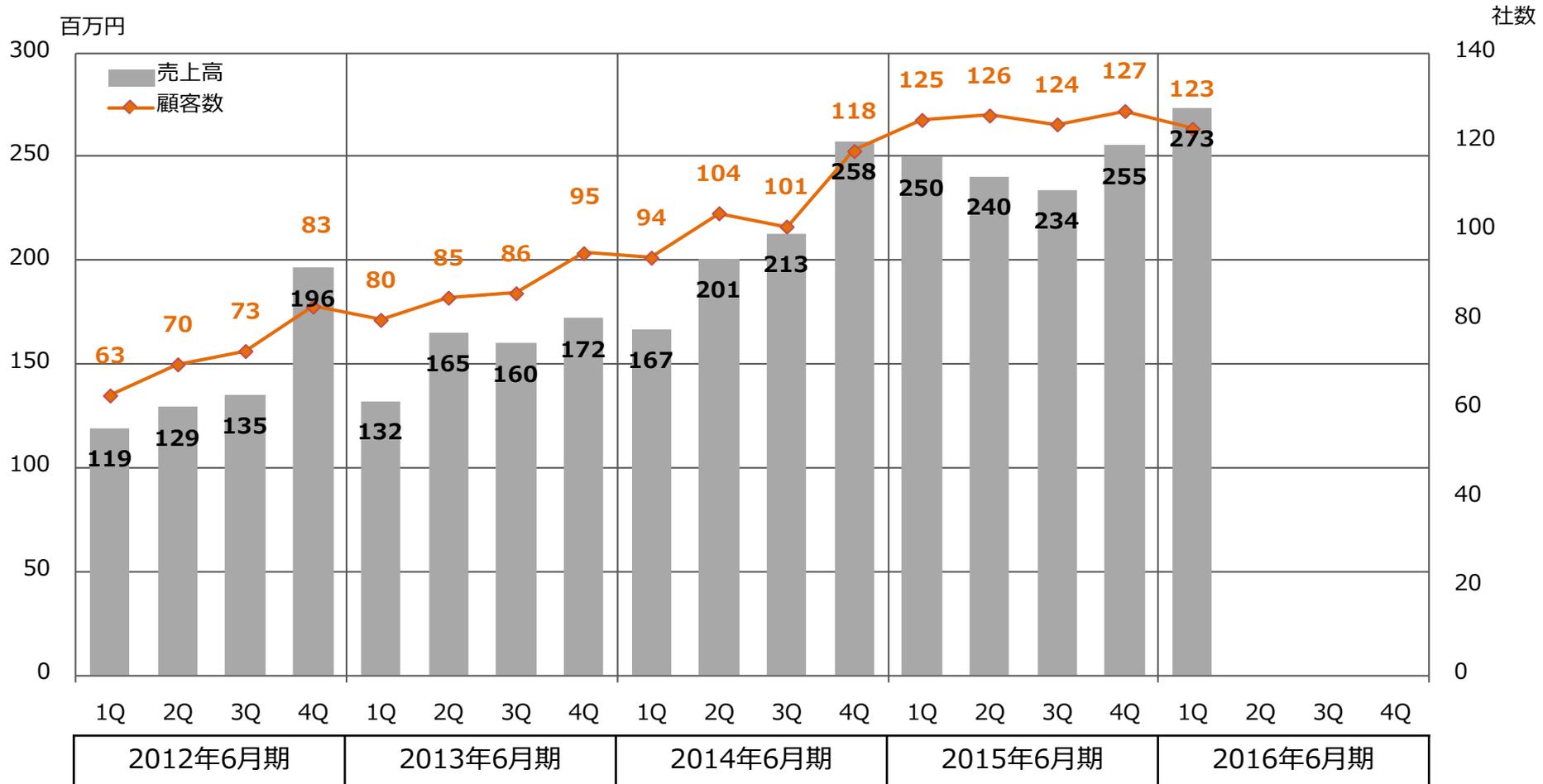
②から営業部門の費用を除いた場合

（左記グラフにおける%） 15.7%

当期1Qは、小型のソフトウェアライセンス販売が多かったため、利益率は低下。

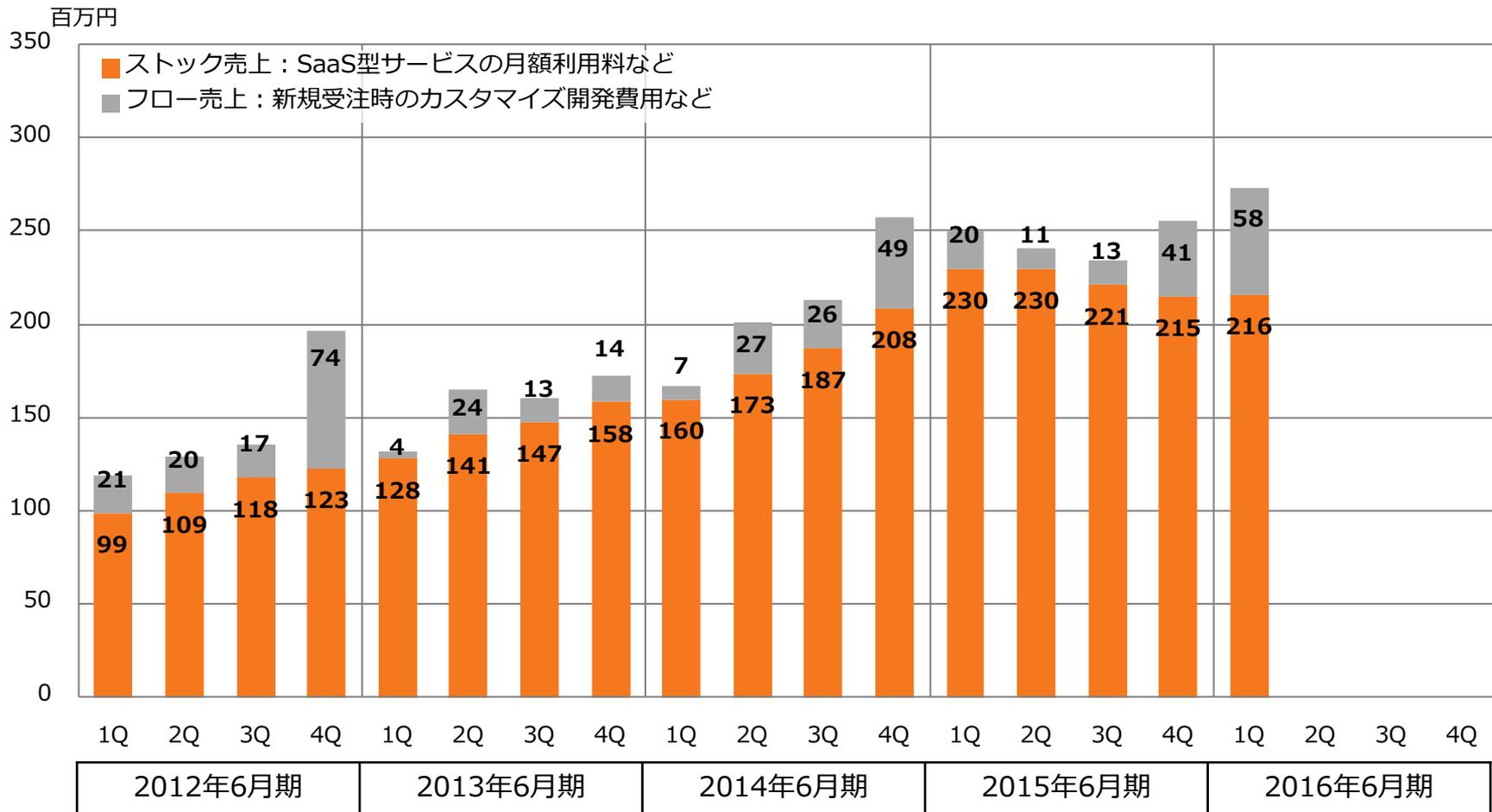
マーケティングプラットフォーム事業（単体） 売上－顧客数推移

売上高は順調に伸長し、四半期ベースでの最高売上高を達成。

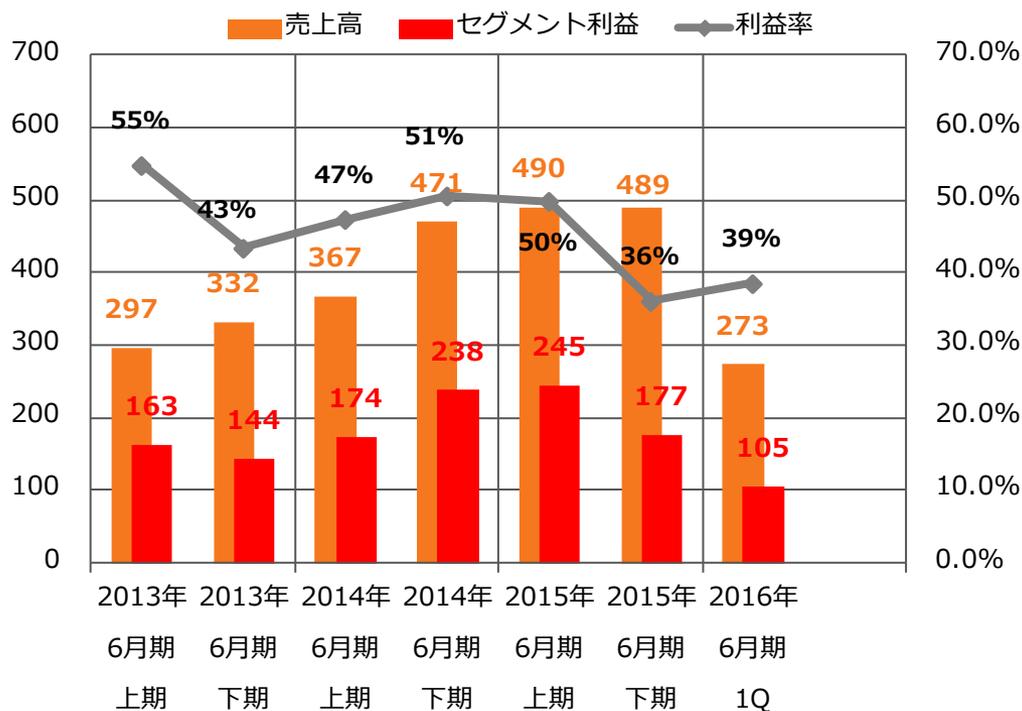


マーケティングプラットフォーム事業（単体） 売上構造

新たに開始した受託開発案件により、フロー売上が増加。
 ストック売上は、ほぼ増減なし。



■ 単体利益率の推移



■ 当期1Q（7～9月）について

- ① 連結セグメント利益 30.8%
- ② 単体セグメント利益 34.2%
- 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%） 38.5%

当期1Qは、人員増や、受託開発案件の開始により、前期上期の水準に比べると利益率は低下。

(参考) 直近のニュース発表

新製品

人工知能

2015.10.22 自然言語処理エンジン 「Mynd plus」を リリース

2つの自然言語処理エンジン（Mynd(株)の「Mynd Engine」、(株)ブレインパッドの「Semantic Finder」）を融合させた、ブレインパッドグループの新たな自然言語処理エンジンを発表。

ウェブメディアの記事の内容を理解し記事をテーマ別に分類、閲覧者の好みに合う記事を推薦、といったデジタル・マーケティング領域での活用に加え、会話データや口コミデータのテキスト分析など、幅広い領域に活用可能。



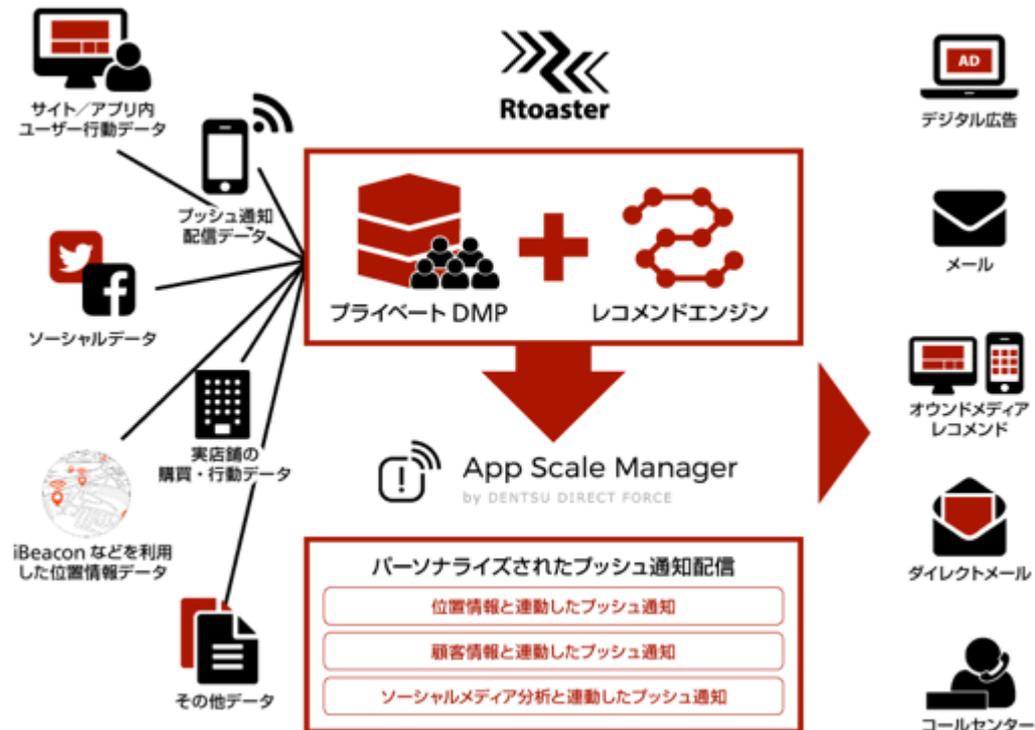
提携 O2O 私チャレ

2015.9.1

当社のRtoasterが、
電通ダイレクトフォース
のO2Oソリューション
と連携した新サービス

当社のRtoasterと (株)電通ダイレクトフォースのO2Oソリューション「App Scale Manager」を連携し、O2O効果を最大化する新サービス「DMP for O2O」の提供を開始。

- ✓ 特定のユーザーグループへ、位置情報を加味したクーポンや広告などのプッシュ配信が可能に。
- ✓ 実店舗に来店したが購入しなかったユーザーを対象としたオンライン店舗でのキャンペーン情報の通知などが可能に。



提携

デジタルマーケティング

2015.8.27
当社のDMPデータと、マクロミルのリサーチデータの連携に合意

当社のRtoasterが保有するプライベートDMPデータと、(株)マクロミルが保有するリサーチデータを連携させた、新たなサービス提供と、リサーチデータ活用の研究を共同推進。

導入事例

2015.11.5
「Shop Japan」を運営するオークローンマーケティングにブレインロボを導入

導入製品「ブレインロボ」
：データ入力等の定型業務や、ウェブサイト情報の収集・調査といった、人が行っていた作業を、自動化・効率化するロボットオートメーションサービス。

導入効果

：膨大な人手がかかっていたデータ収集と加工作業を自動化。人力では不可能であったレベルのデータ収集まで可能に。

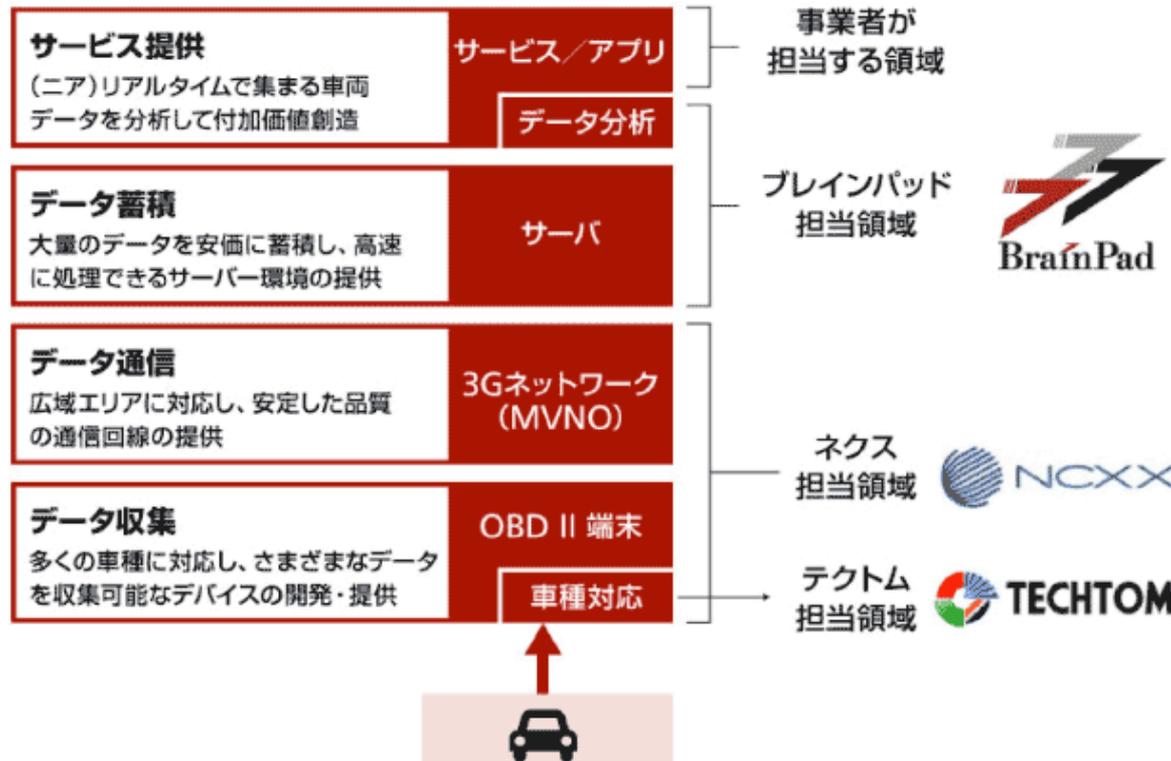
IoT **テレマティクス**

2015.9.16

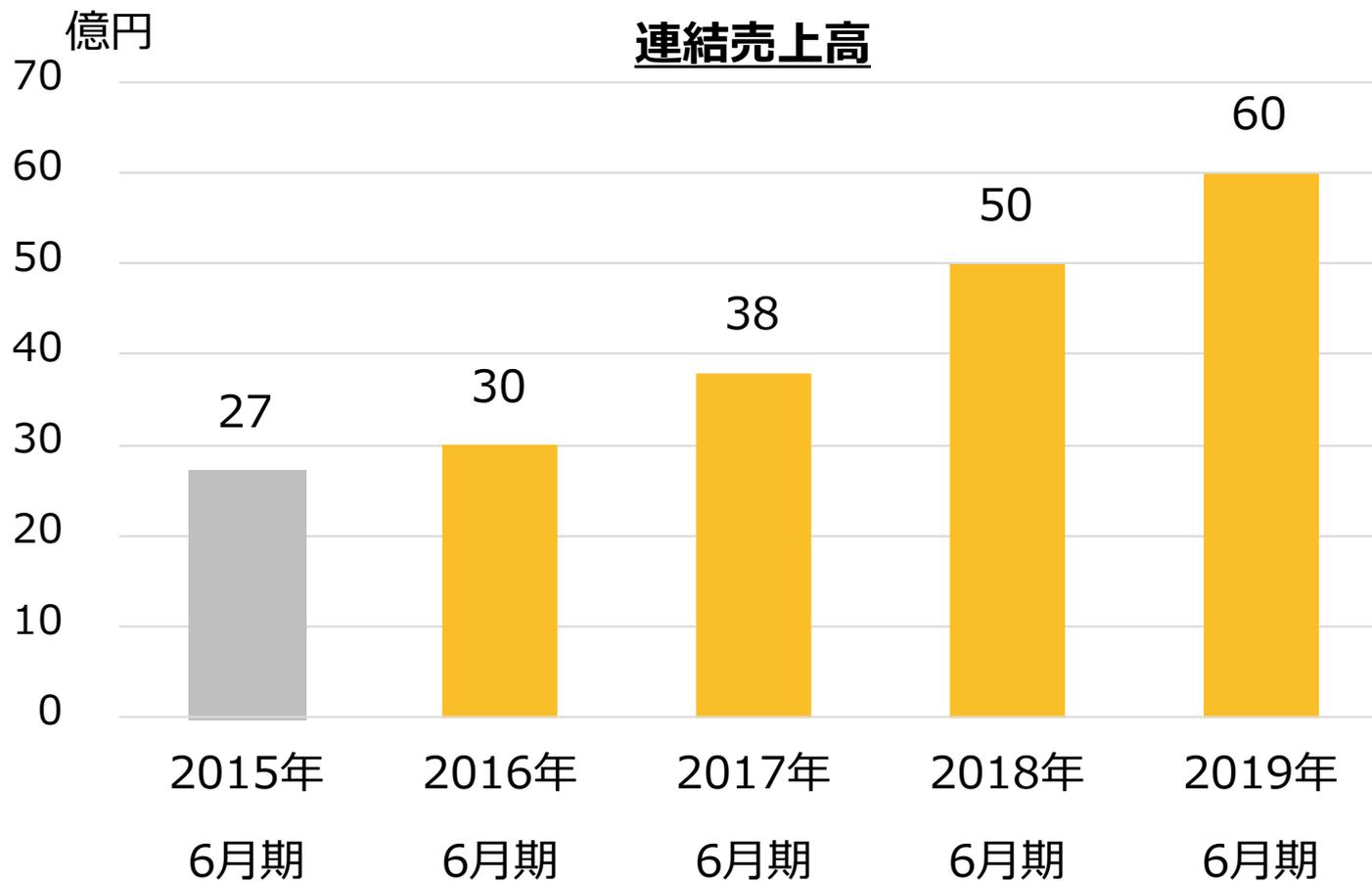
テレマティクスデバイス
を利用した、
プラットフォーム構築で
ネクストと協業

国内向けに最適化されたテレマティクスデバイスを提供する
(株)ネクストと協業し、自動車業界や保険業界をはじめとして、
さまざまな可能性のあるコネクテッドカービジネスを支援。

- ✓自動車の走行支援や車両診断
- ✓渋滞緩和などの交通管理
- ✓危険予知や交通事故削減 ほか



(参考) 中期経営計画



連結経常利益

0.9億円

0.4億円

3億円

7億円

10億円

成長回復に向けて新たに策定した新経営方針は、以下のとおりです。

-
- ✓ 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。 ～



- ✓ データサイエンティスト
- ✓ WEBスペシャリスト
- ✓ エンジニア

の3職種が揃っている、世界的にも極めて稀なチーム



この資質を組み合わせたときの当社のビジネスの本質は…

アウトソース・ビジネスが可能となる（ストック型ビジネスとなる）

分析アルゴリズムをシステム・顧客ビジネス・プロセスに組み込み、日々の改善と運用を請け負う事が可能となる。

- 顧客の中での分析ノウハウは、本質的には蓄積しづらい
- 顧客が最新テクノロジーを理解し、利用することも難しい
- 従い、信頼できるアウトソース先が必要となる

既に、当社マーケティング・プラットフォーム事業の大型案件は、アウトソース・ビジネスとなっている。

★通常の労働集約的なアウトソースとの違い

- ・ 人材のアウトソースではない（人を抱えるものではない）
- ・ プロセスの自動化をするアウトソースである（テクノロジー×自動化）

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後述

2. IoT(Internet of Things)領域への展開

⇒当社のIoT貢献領域については後述

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

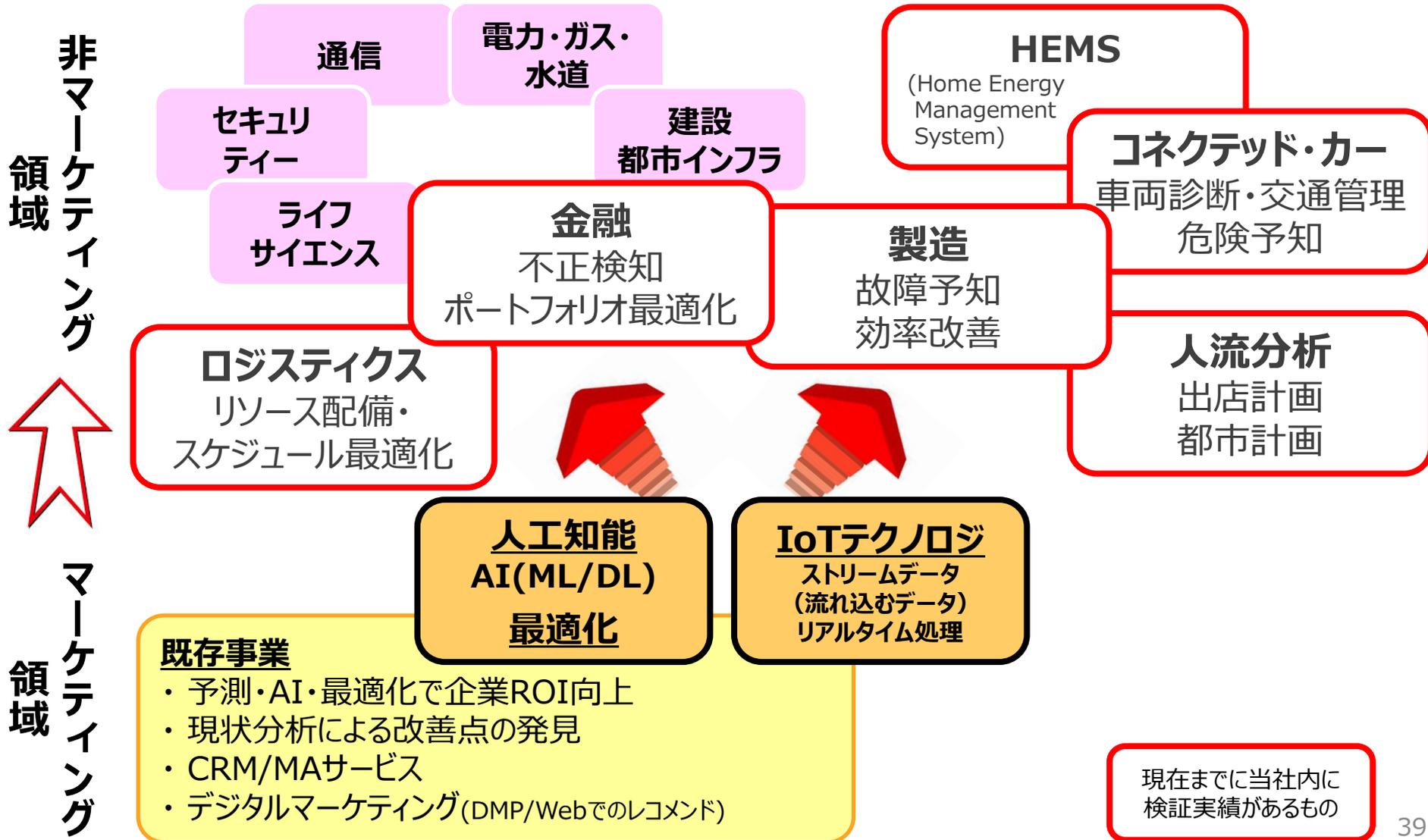
4. ストック型ビジネスの拡大

5. 中小事業向けのサービス/ソフトウェア提供

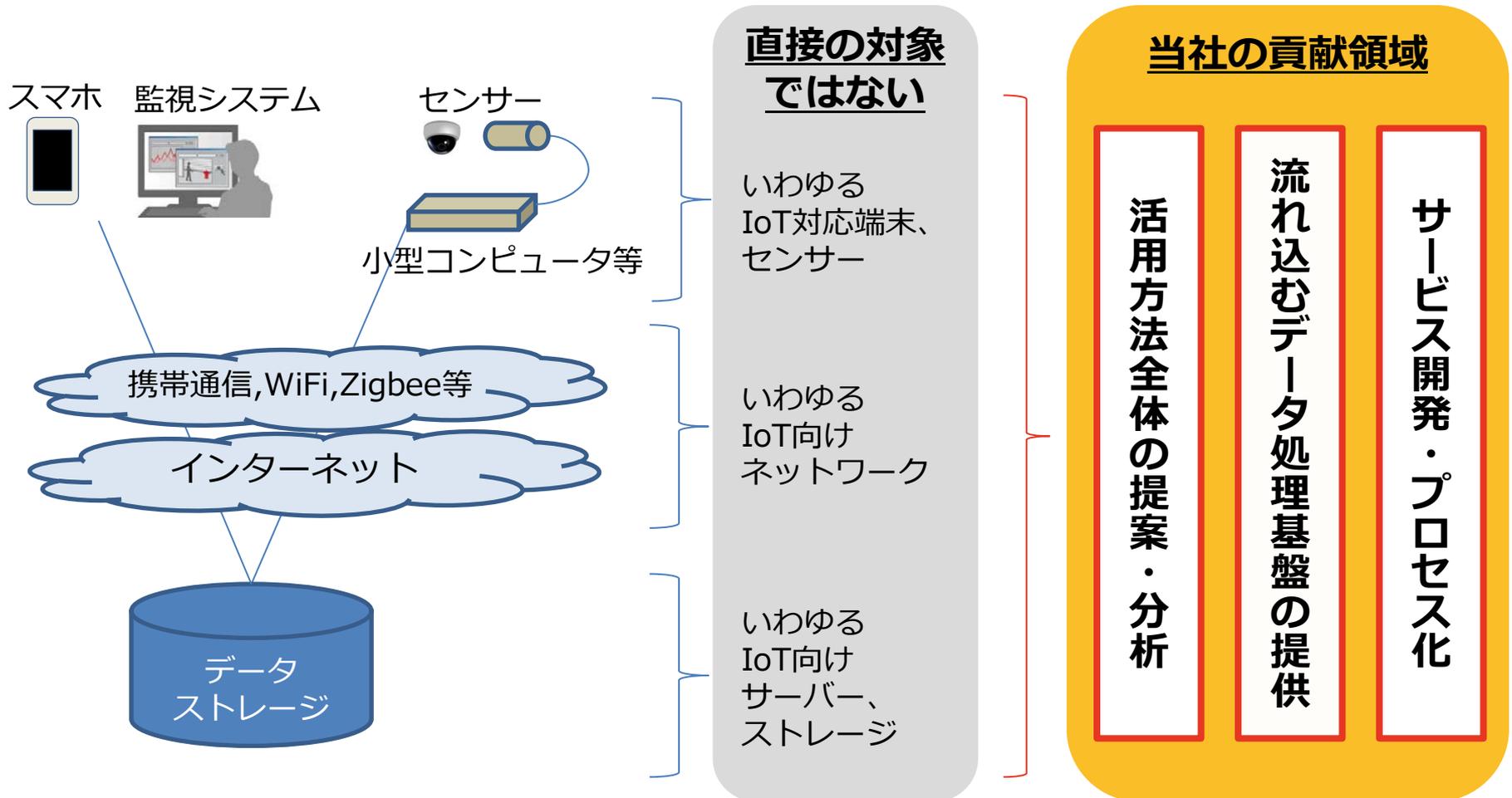
⇒中堅中小企業も顧客となるサービス/
ソフトウェア(Probance One, WPSなど)の提供

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。



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



 Rtoaster (アールトースター)	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。
 L2Mixer (エルツーミキサー)	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。
 DeltaCube (デルタキューブ)	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。
 (マインドプラス)	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。
 (レシレコ)	「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

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。



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。



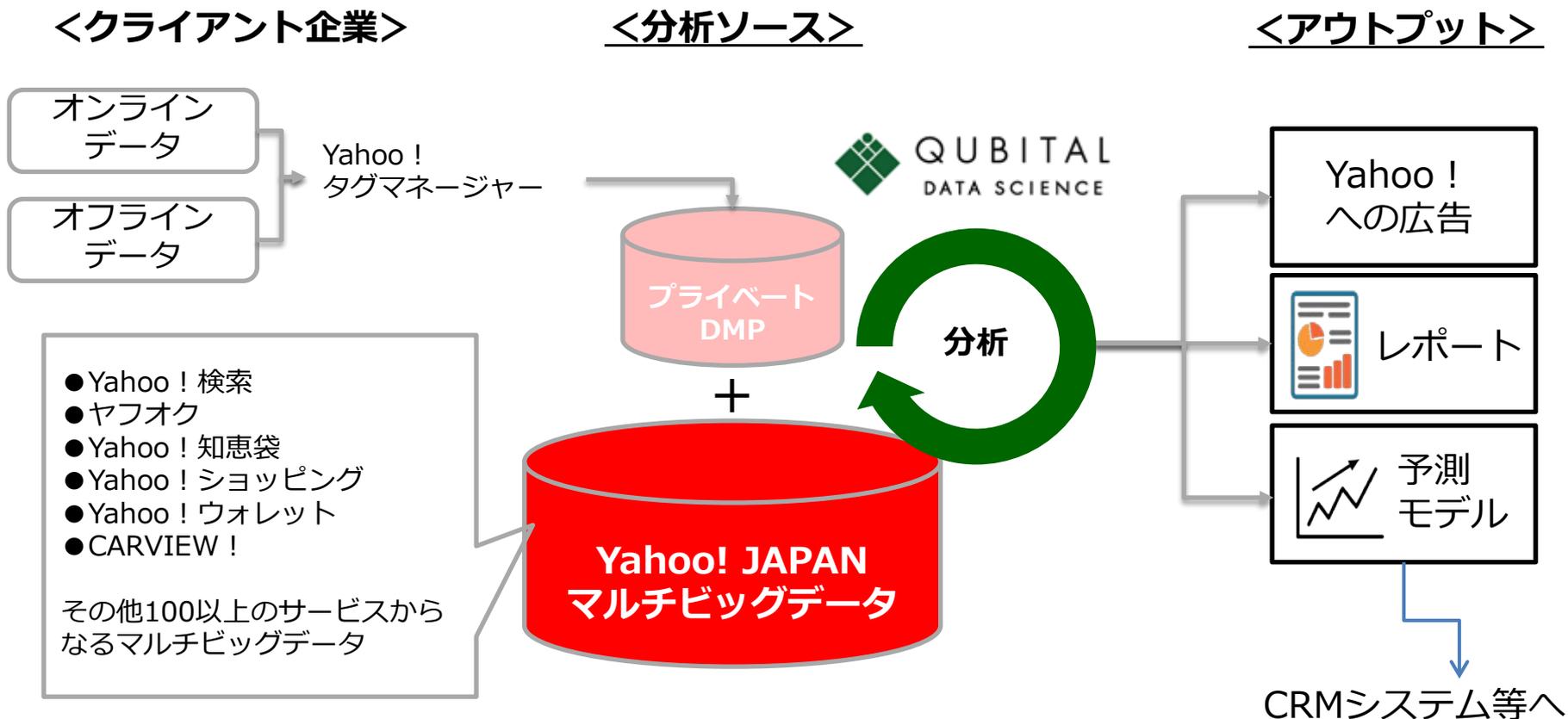
↑
自動収集した膨大な記事を
数十個のまとめ（トピック）
に自動分類するとともに、
ユーザの行動から好みを学習し、
個々人にあった記事だけを配信
するアプリ。

←
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



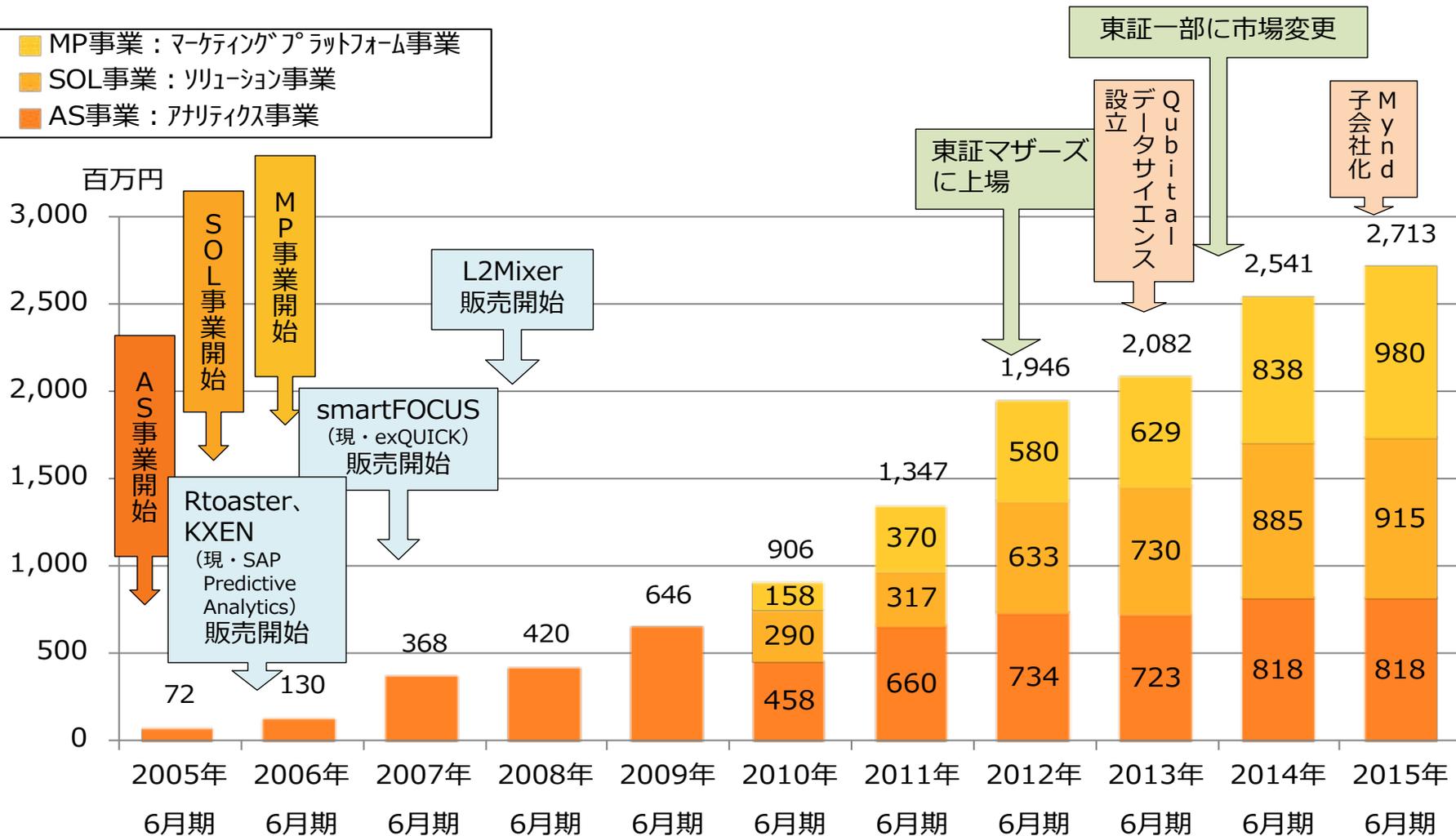
ヤフー株式会社との合併会社。（当社持株比率49%）
企業が保有するデータに加え、ネットユーザに高いカバレッジを持つヤフーのデータを活用し、マーケティング課題の新たな解決を可能に。



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

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。