



2016年6月期 第3四半期 決算補足説明資料

2016年5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。

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3四半期業績ハイライト（連結）	…	P6
■ 2016年6月期 第3四半期業績の前年との比較	…	P9
■ 2016年6月期 第3四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) 中期経営計画における今後の経営戦略	…	P35
■ Appendix	…	P45

会社概要

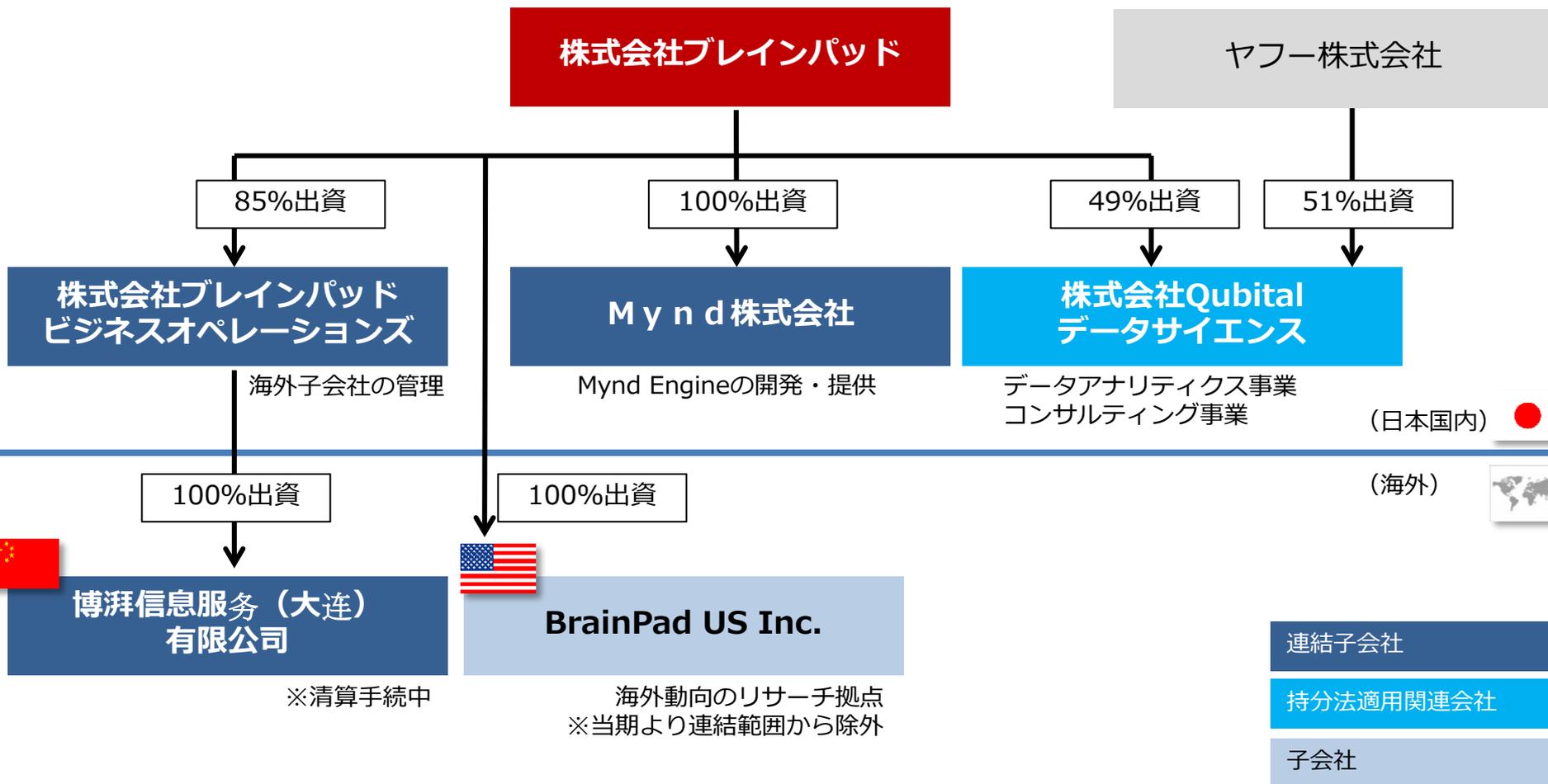


- 【商号】 株式会社ブレインパッド（英文 BrainPad Inc.）
（東証第一部 証券コード：3655）
- 【本社】 東京都港区白金台3-2-10 白金台ビル
- 【設立】 2004年3月18日（決算日6月30日）
- 【資本金】 331百万円（2016年3月31日現在）
- 【従業員数】 159名（連結、2016年3月31日現在）
（※）当社から持分法適用関連会社（株）Qubitalデータサイエンスへの出向者を含む。
- 【代表者】 代表取締役会長 草野 隆史
代表取締役社長 佐藤 清之輔
- 【連結子会社】 M y n d株式会社
株式会社ブレインパッドビジネスオペレーションズ
博湃信息服务（大连）有限公司（中国・大连市）※清算手続中
（2016年3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 (2016年3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

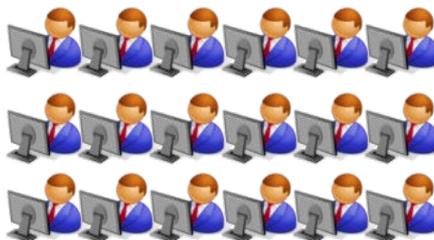
+ a b l e a u
SOFTWARE

WPS
value added reseller

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

データ解析および エンジニアリング



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5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、CCCマーケティング(株)、コーセープロビジョン(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、(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、(株)ネットプライス、(株)ファンケル、(株)ベクトル、(株)ポーラ、(株)やずや、UCCホールディングス(株)、ライオン(株)、(株)ロフト
金融	(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、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、全日本空輸(株)、(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
その他	(株)アイデム、旭化成ホームズ(株)、(株)朝日新聞社、(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)、メディカル・データ・ビジョン(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3四半期業績ハイライト (連結)

- **売上高は**、第2四半期までは前年比横ばいで推移していたが、**第3四半期の売上増により、前年を上回るペースで推移**している。
(第3四半期は、四半期あたり過去最高の売上高を達成)
- **利益面（営業利益・経常利益・四半期純利益）は**、生産性の向上による業務委託費等の外注費の減少、および、仕入を伴わない売上高の増加等により、**前年を上回り大きく伸長**。
- セグメント別では、**アナリティクス事業の売上高が四半期あたり過去最高を記録**し、利益に大きく貢献。
- 前期3Q累計の連結の最終損益は▲58百万円の赤字だったが、**当期3Q累計の連結の最終損益は、109百万円に黒字回復**した。

3Q業績をふまえ、通期連結業績予想を修正



		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
通期 (前期比)	期初 予想	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)
	修正 予想	2,900百万円 (+6.9%)	210百万円 (+40.6%)	220百万円 (+121.8%)	130百万円 (+148百万円)
	差異	△100百万円	+160百万円	+180百万円	+125百万円
前期の通期業績		2,713百万円	149百万円	99百万円	△18百万円

【売上面】

堅調に推移しているものの、期初予想から若干下回る見込み。

【利益面】

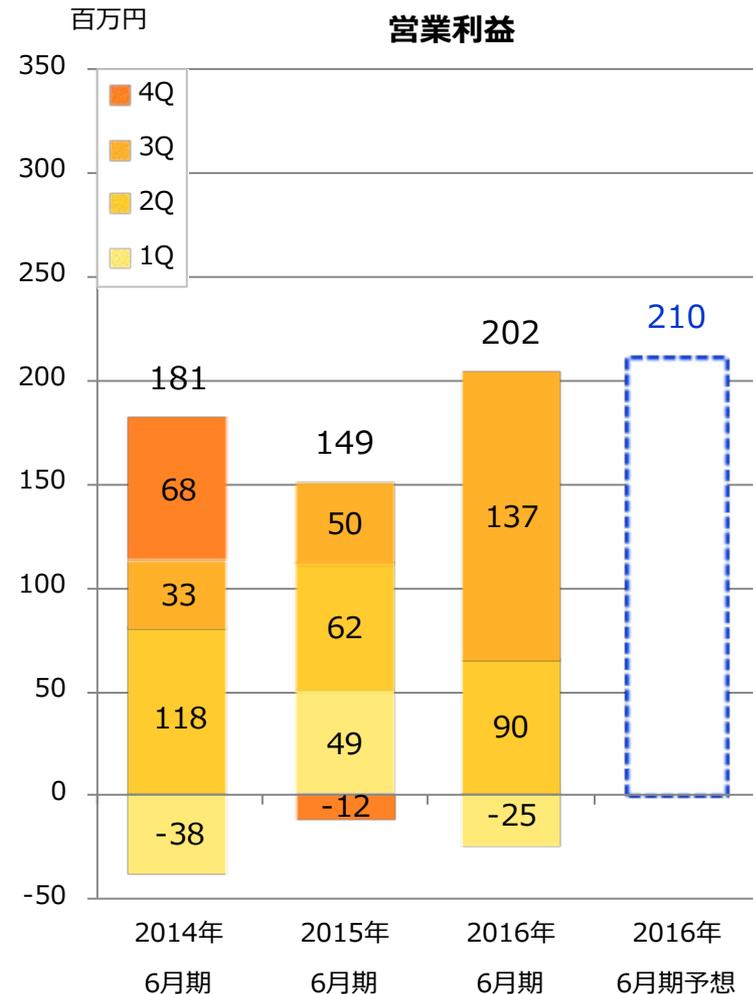
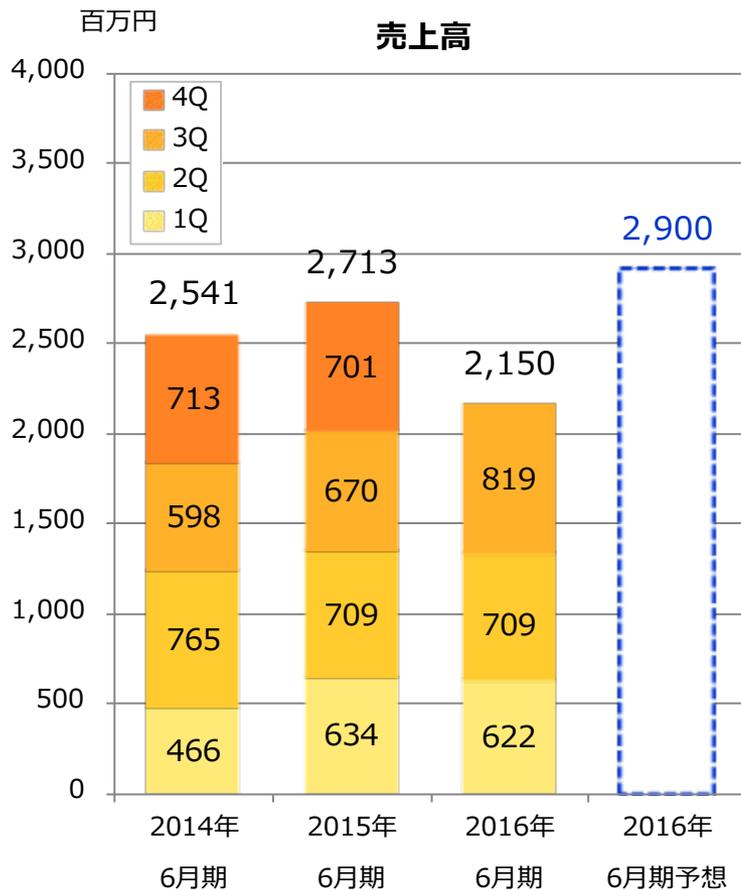
2Qまでに未消化であった広告宣伝費・人材採用費等を3Q以降に積極的に使用するため、いったん期初予想を据え置いていたが、生産性の向上による外注費の減少、仕入を伴わない売上高の増加等による利益増により、コストの増加を吸収できる見込みであることから、上方修正。なお、4Qは、売上高が堅調に推移する見込みの中、引き続き人材採用等を進める予定。

2016年6月期 第3四半期業績の前年との比較

連結業績（3期比較）

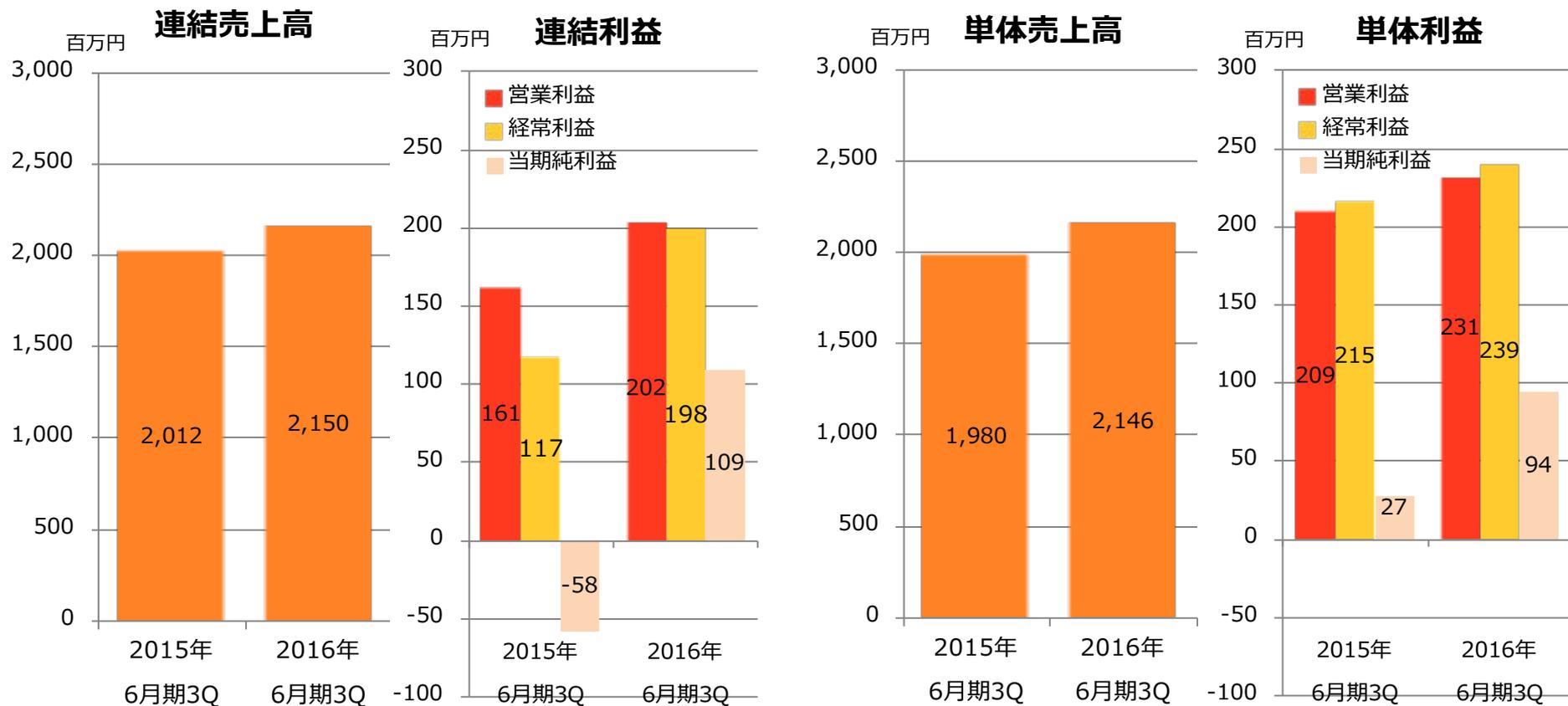


売上高は、年度末需要の取り込み等により、アナリティクス事業を中心に好調に推移し、四半期あたり過去最高を達成。利益も大きく伸長。



売上高および利益の前年比較

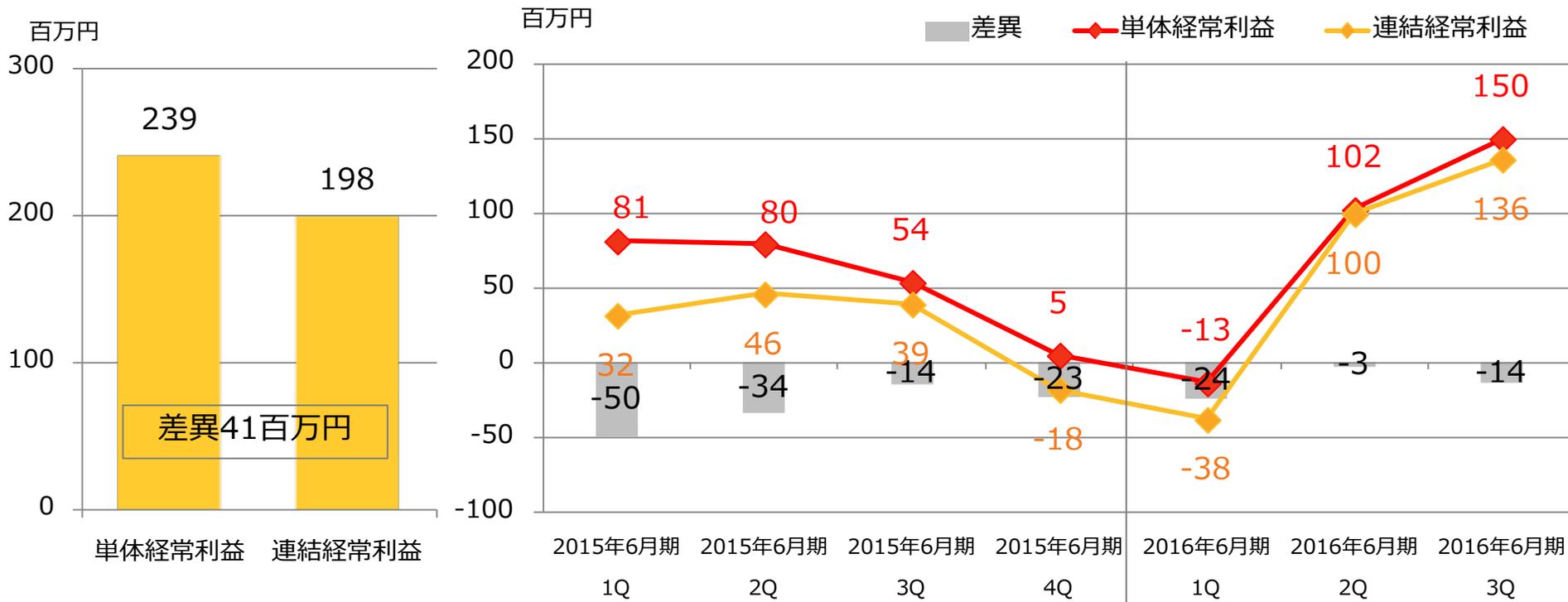
売上高・利益ともに、3Qの伸長により、前年を上回るペースで推移中。
前年は赤字であった連結当期純利益も、黒字回復。



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（41百万円）の主因は、以下のとおり。

- ・ 持分法による投資損失 10.1百万円
- ・ M y n d(株)に係る、のれん代償却 16.6百万円
- ・ 連結子会社の営業損失 14.3百万円

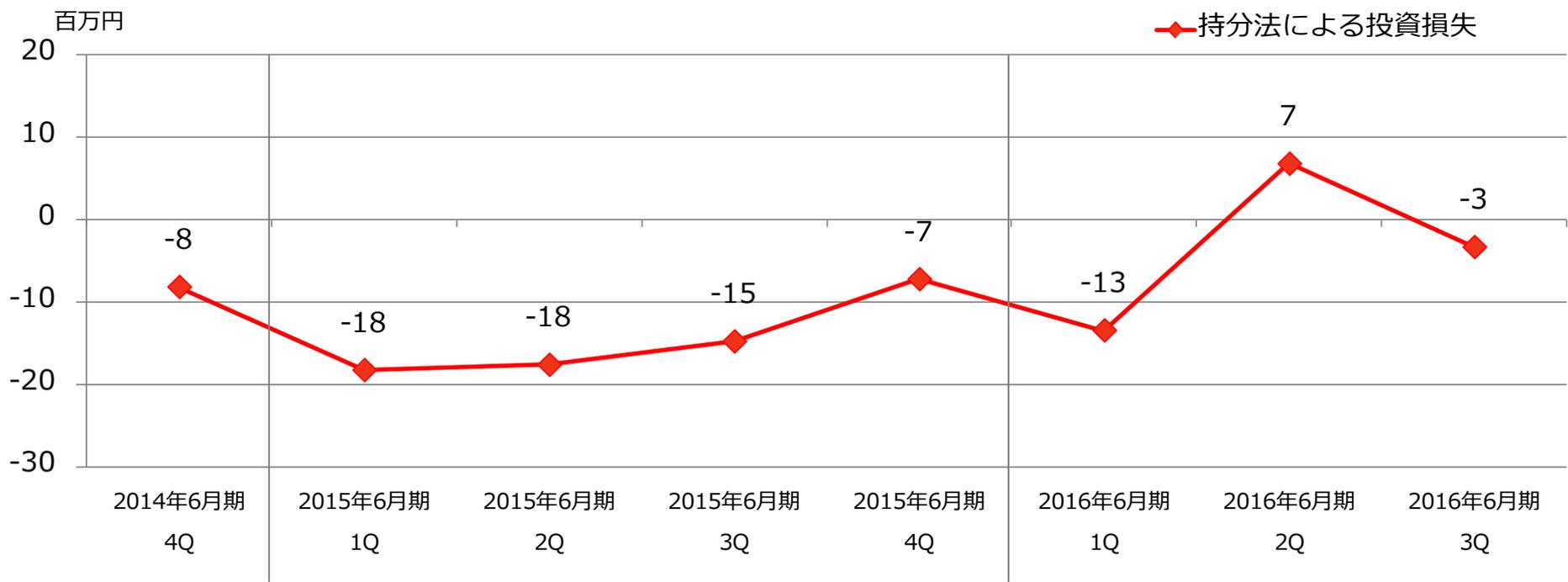


※ 当社グループの体制は、P3をご参照ください。

連結業績と単体業績の差異②

持分法適用関連会社 ヤフー(株)との合併会社 (株)Qubitalデータサイエンスは、3Qは案件の期ずれの影響で若干の赤字となったものの、4Qは回復基調であり、2016年6月期通期では黒字確保の見込み。

<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 3Q累計	2016年 6月期 3Q累計	増減率
売上高	2,012	2,150	6.9%
売上原価	1,193	1,230	3.1%
売上総利益	819	920	12.3%
販管費	658	717	9.0%
営業利益	161	202	25.6%
営業外損益	-44	-4	- ※2
経常利益	117	198	69.0%
特別損益	-90	-4	- ※3
税金等調整前当期純利益	27	194	-
法人税等	86	85	-0.2%
少数株主損益	0	0	
親会社に帰属する当期純利益	-58	109	-

【単体】

(単位：百万円)

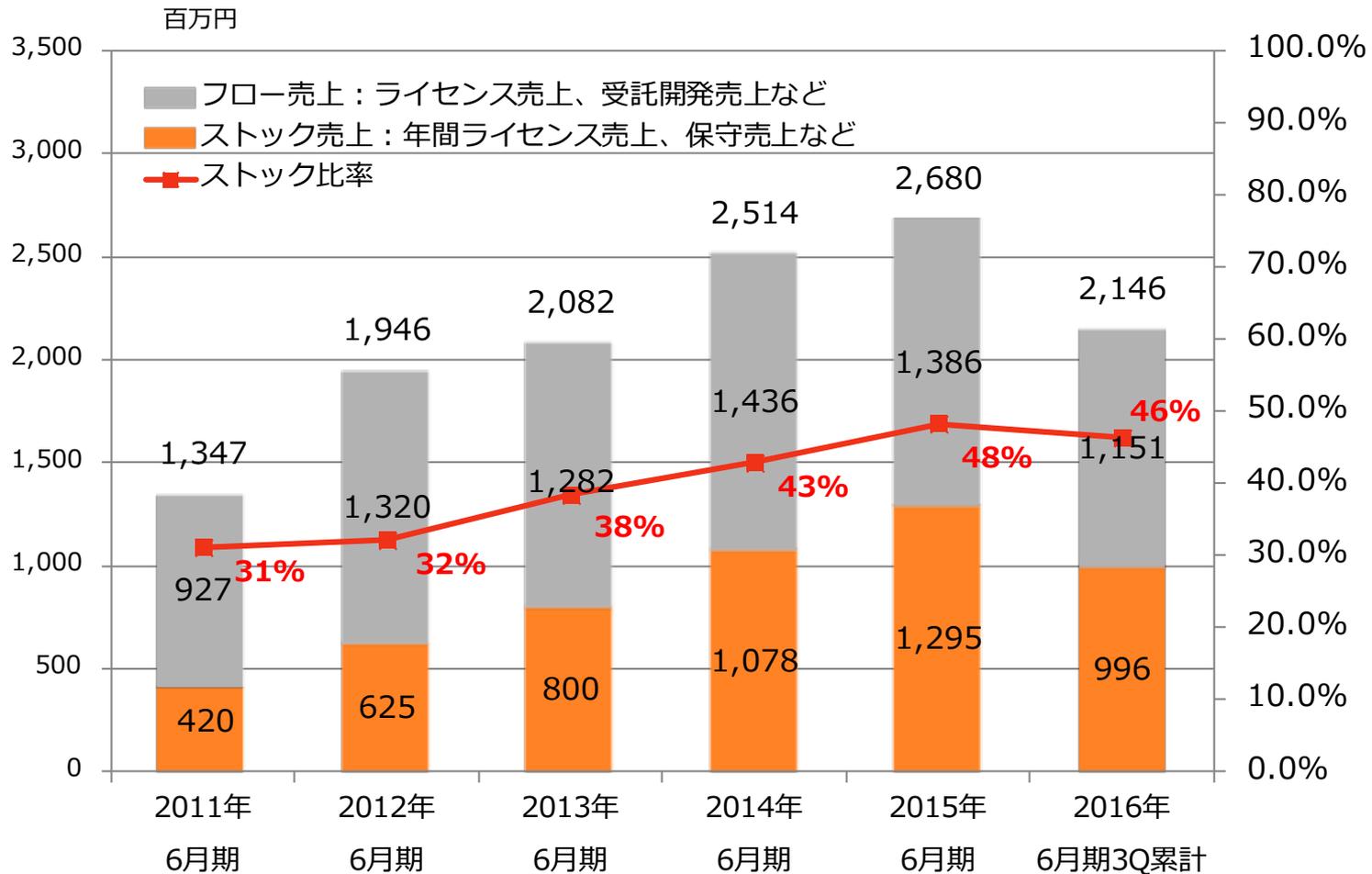
	2015年 6月期 3Q累計	2016年 6月期 3Q累計	増減率
売上高	1,980	2,146	8.4%
売上原価	1,149	1,236	7.6% ※1
売上総利益	831	911	9.6%
販管費	622	680	9.4% ※1
営業利益	209	231	10.3%
営業外損益	6	8	43.4%
経常利益	215	239	11.2%
特別損益	-139	-60	- ※3
税金等調整前当期純利益	76	179	137.3%
法人税等	48	85	76.8%
当期純利益	27	94	243.8%

- ※1 2016年6月期3Q累計の単体売上原価および販管費の増加の主因は、前期4Qの積極的な人材採用の影響によるもの。
- ※2 2016年6月期3Q累計の連結営業外損益は、(株)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3Q累計の特別損失の主因は以下のとおり。
 連結：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評価損などを計上。
 単体：上記に加え、(株)Qubitalデータサイエンスの保有株式に係る関係会社株式評価損などを計上。
 (2015年6月期3Q累計の連結・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。)

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）

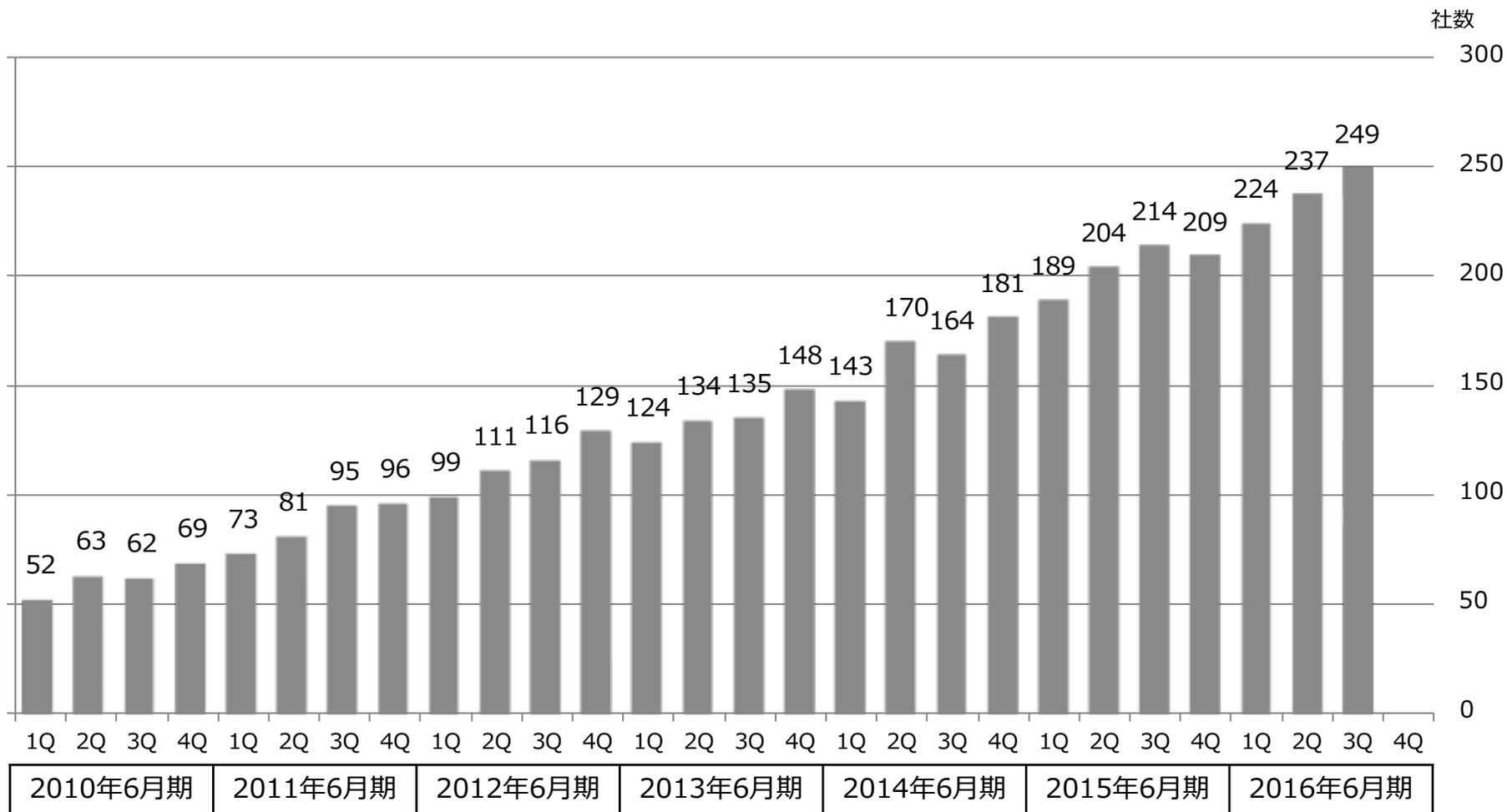


取引社数の推移（単体）



四半期あたりの取引社数は、3事業ともに増加し、過去最多を更新。

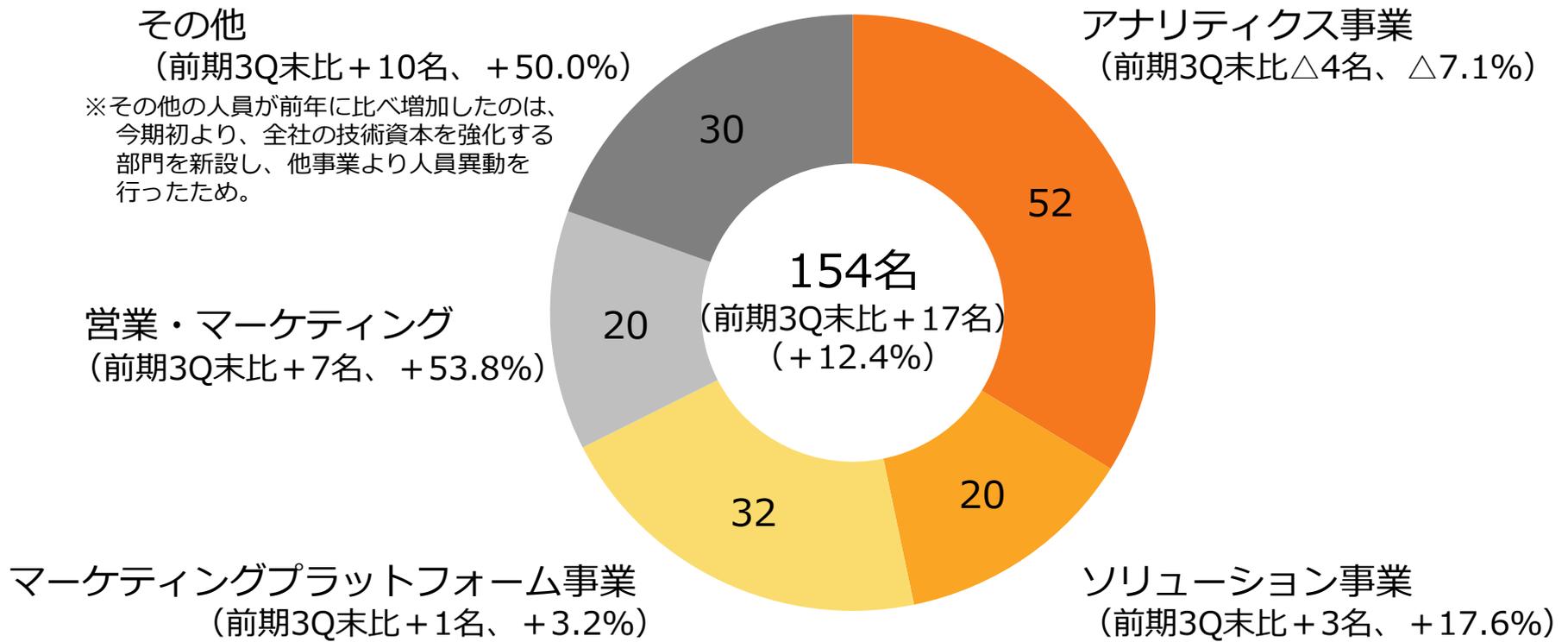
(※) 当該四半期のうちに売上が計上された顧客の数をカウントしています。



従業員数の内訳（単体）

3Q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、+17名（12.4%増）となった。

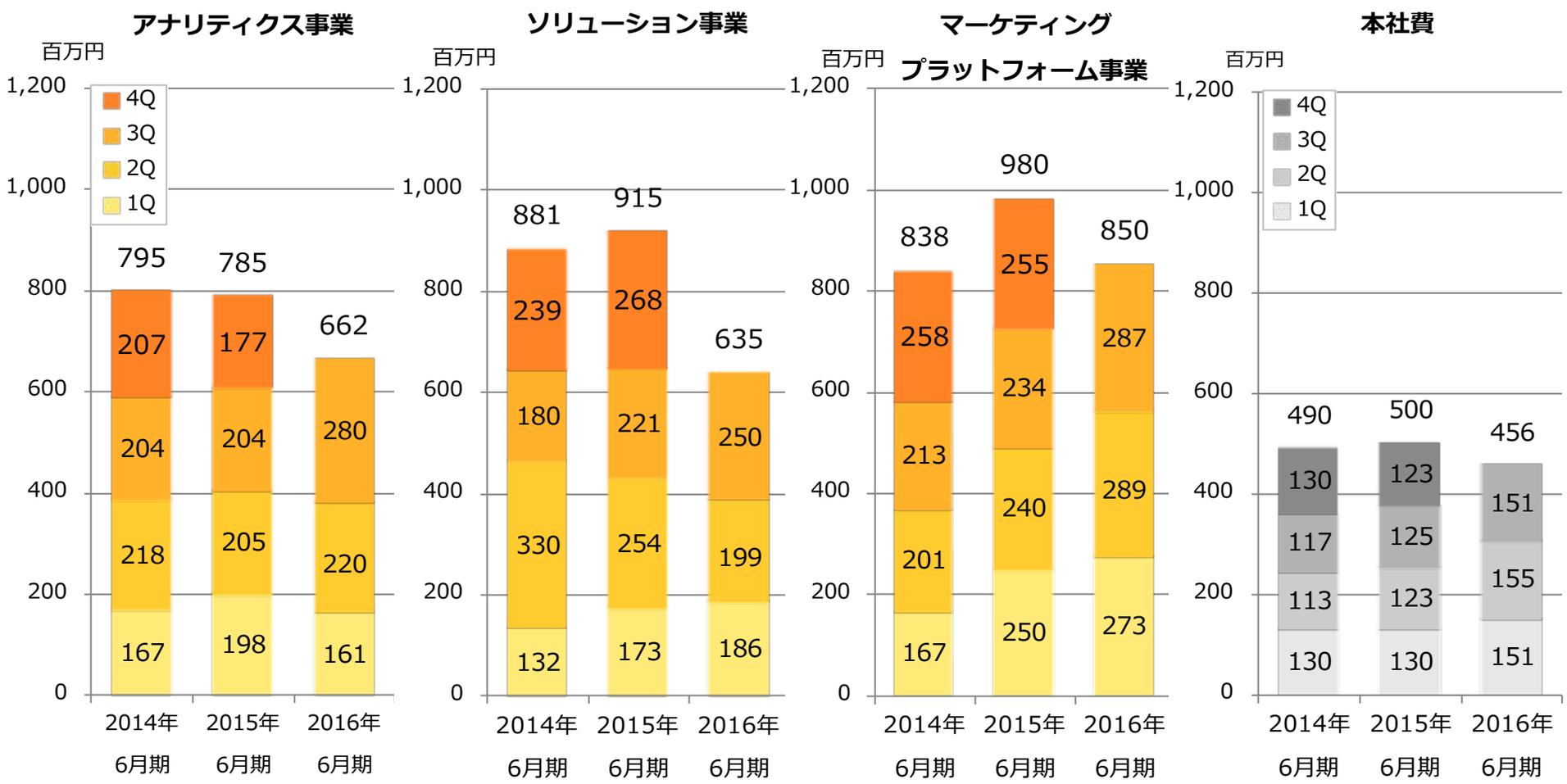
（※）当社から持分法適用関連会社（株）Qubitalデータサイエンスへの出向者を含む人数です。



2016年6月期 第3四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の売上高が大きく伸長。
 本社費は、期初の組織変更および人材採用の影響により増加。

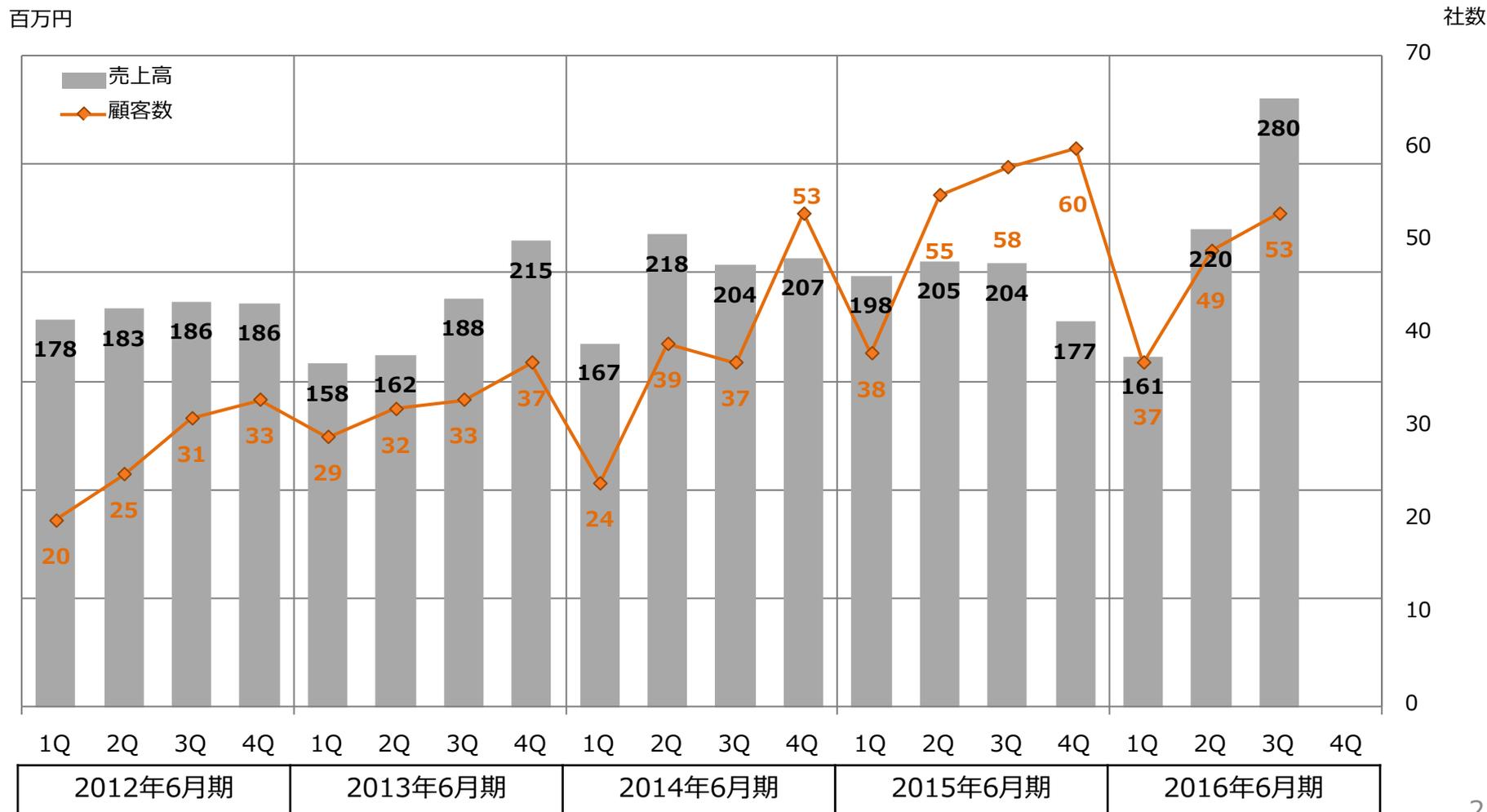


アナリティクス事業（単体） 売上－顧客数推移

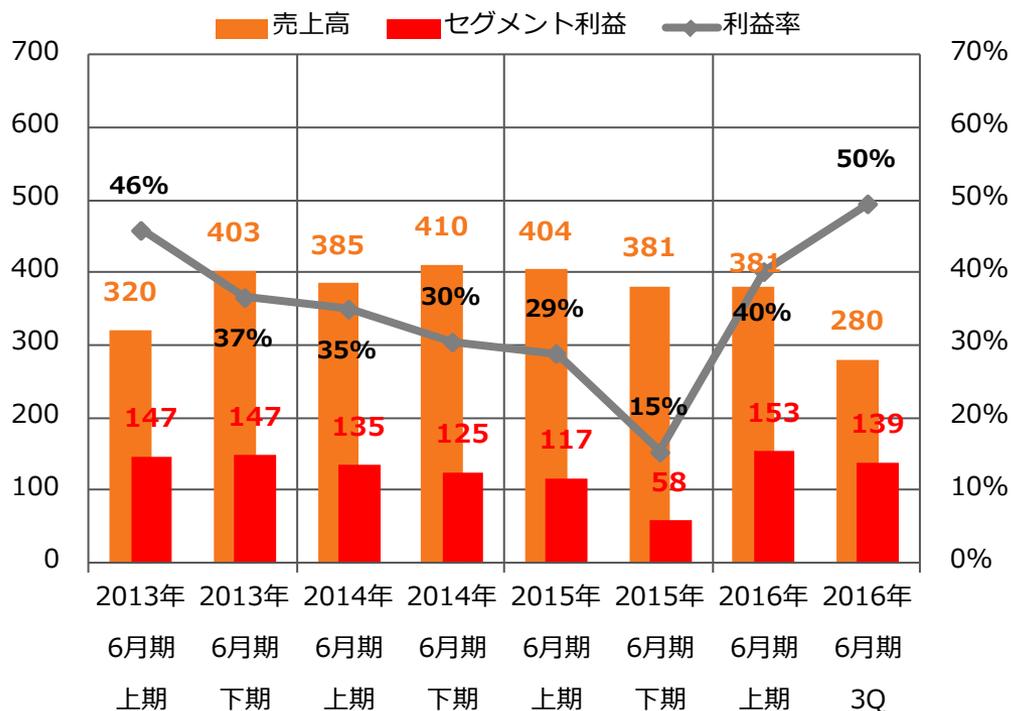


案件の大型化・長期化の効果と、年度末における案件数の増加により、売上高が大きく伸長し、四半期あたり過去最高の売上高を達成。

(※) 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3Q（1~3月）について

① 連結セグメント利益 45.3%

② 単体セグメント利益 45.3%

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%） 49.6%

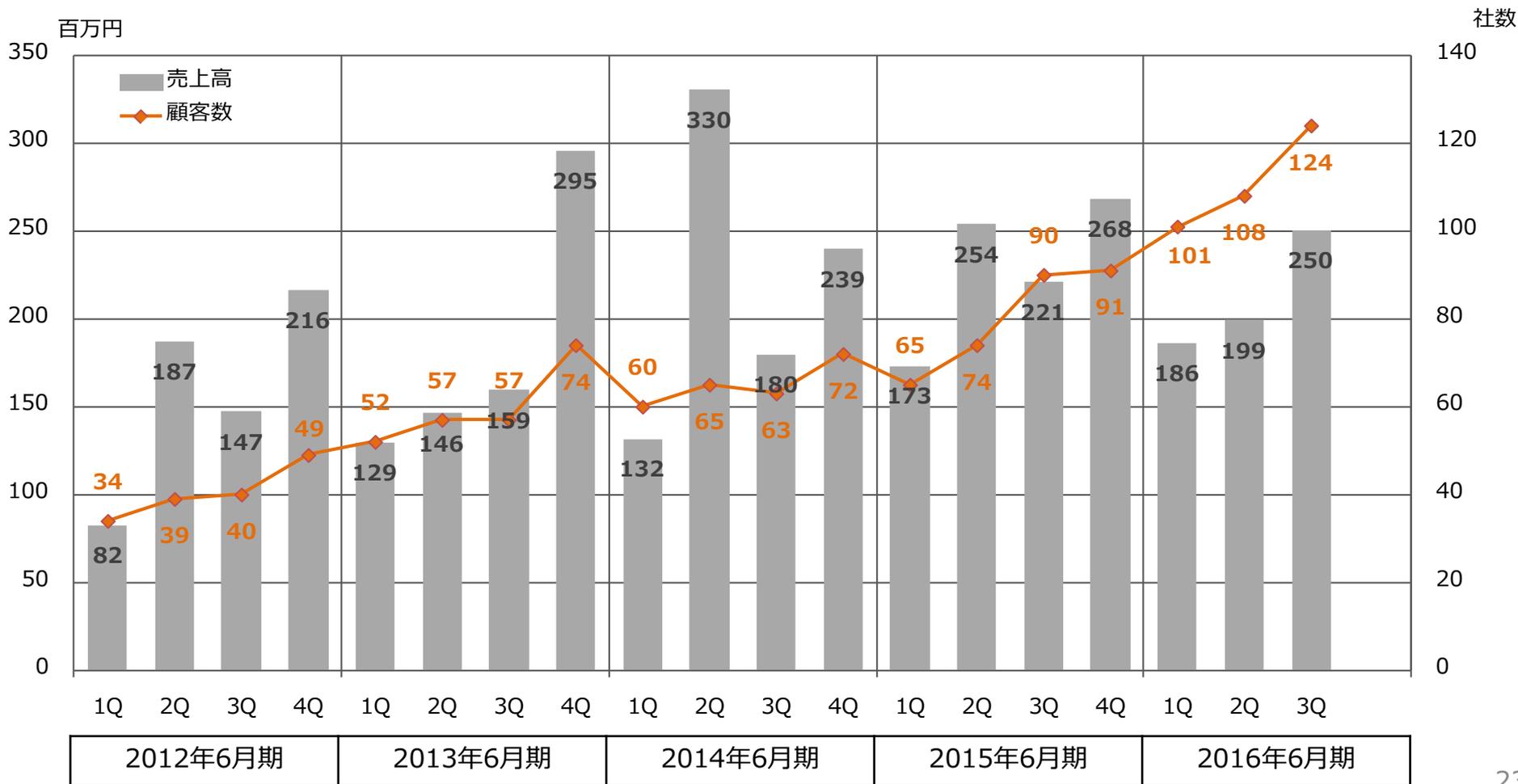
案件の大型化・長期化が進み、売上高が四半期あたり過去最高を記録。分析人員の稼働率が向上し、利益率が改善。

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



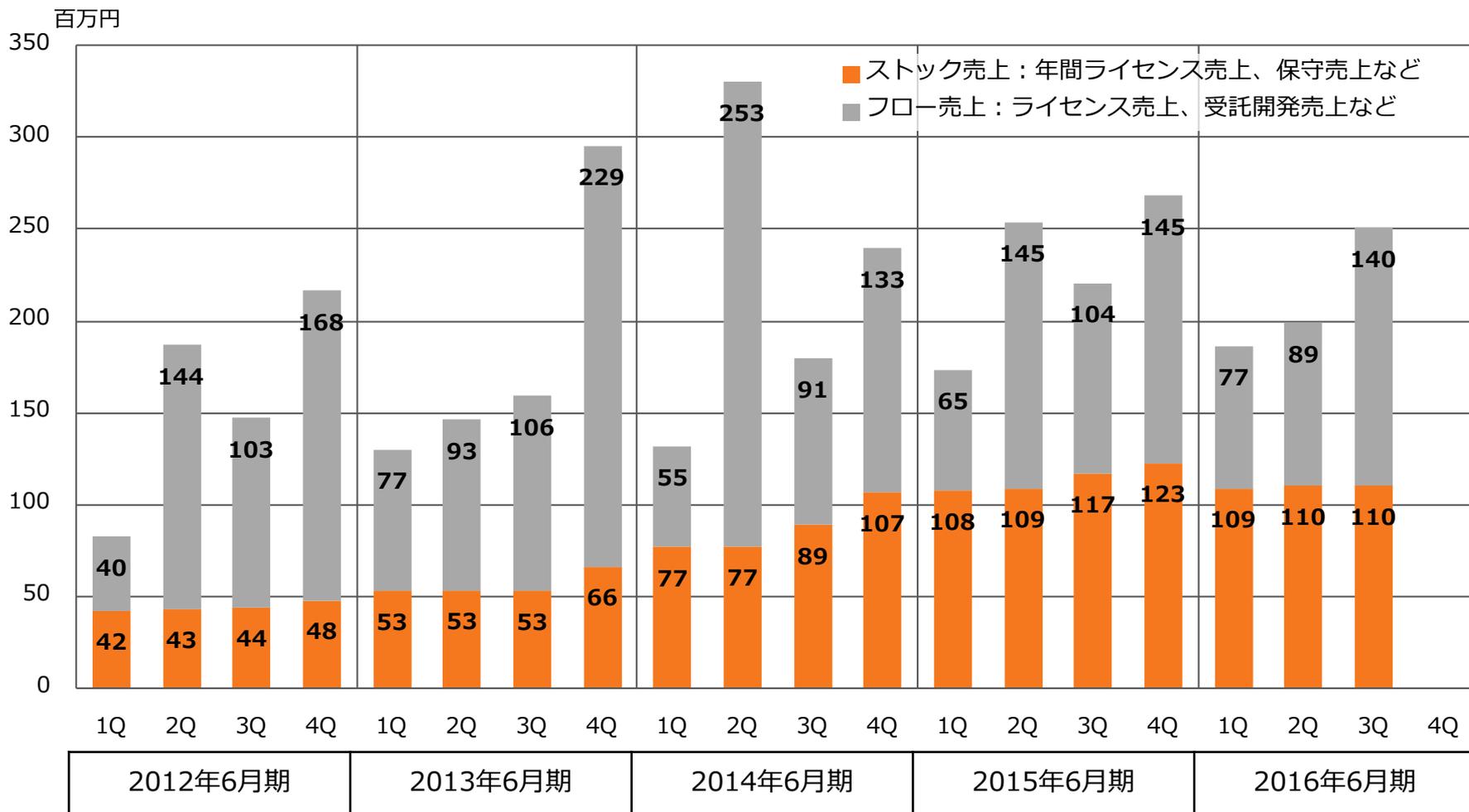
受託開発案件が好調に推移し、売上高が復調。
 年度末による案件数の増加により、顧客数も伸長。



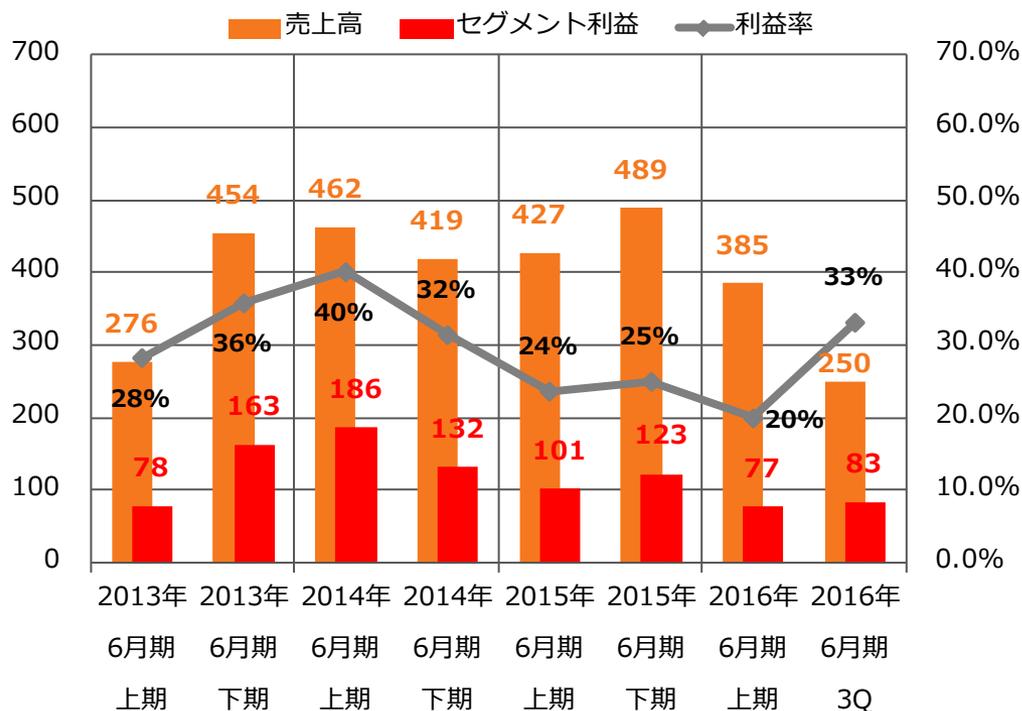
ソリューション事業（単体） 売上構造



※ 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3Q（1～3月）について

① 連結セグメント利益 27.4%

② 単体セグメント利益 27.4%

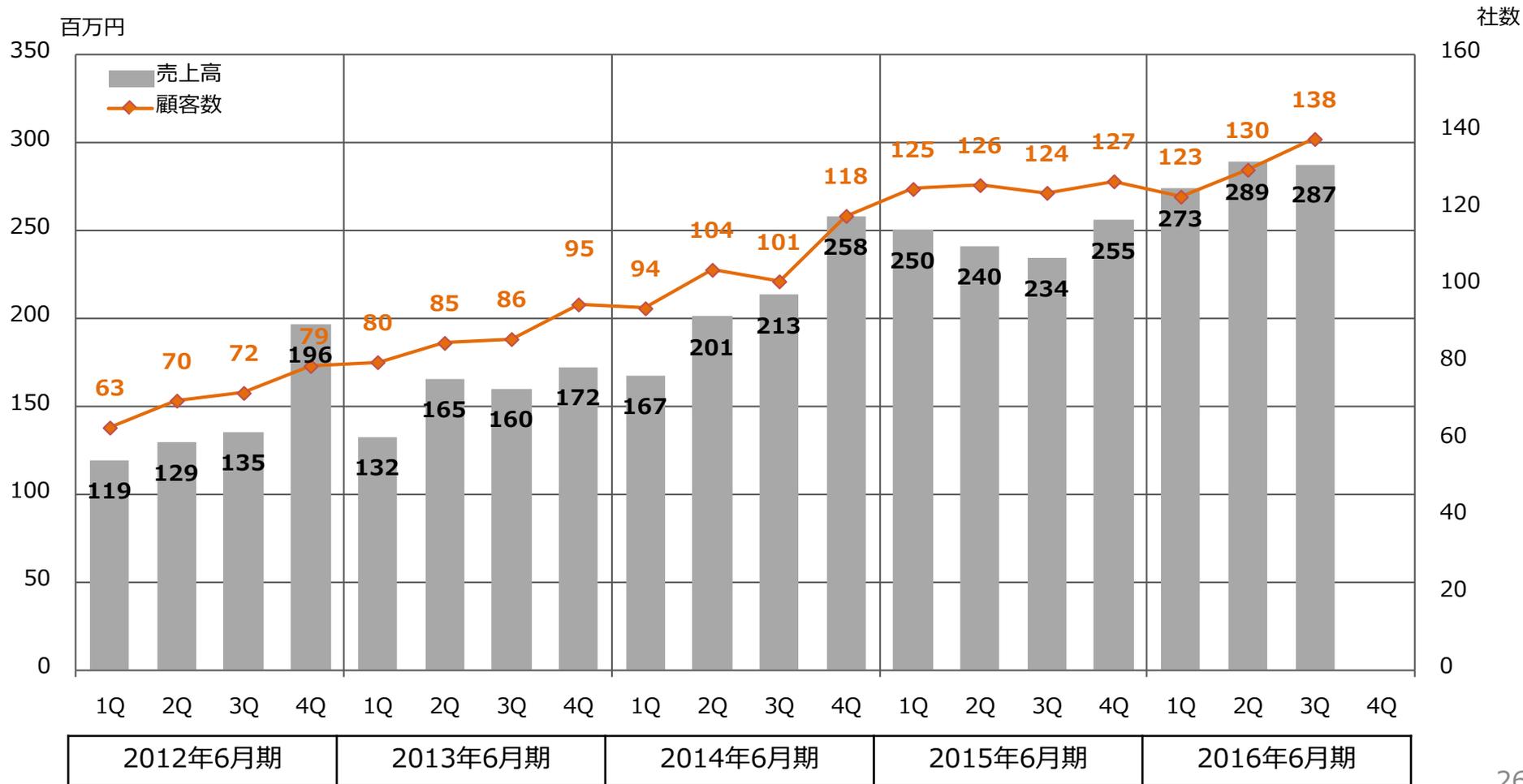
②から営業部門の費用を除いた場合

（左記グラフにおける%） 33.2%

業務委託費等の外注費の減少や仕入を伴わない売上高の増加により、利益率が改善。

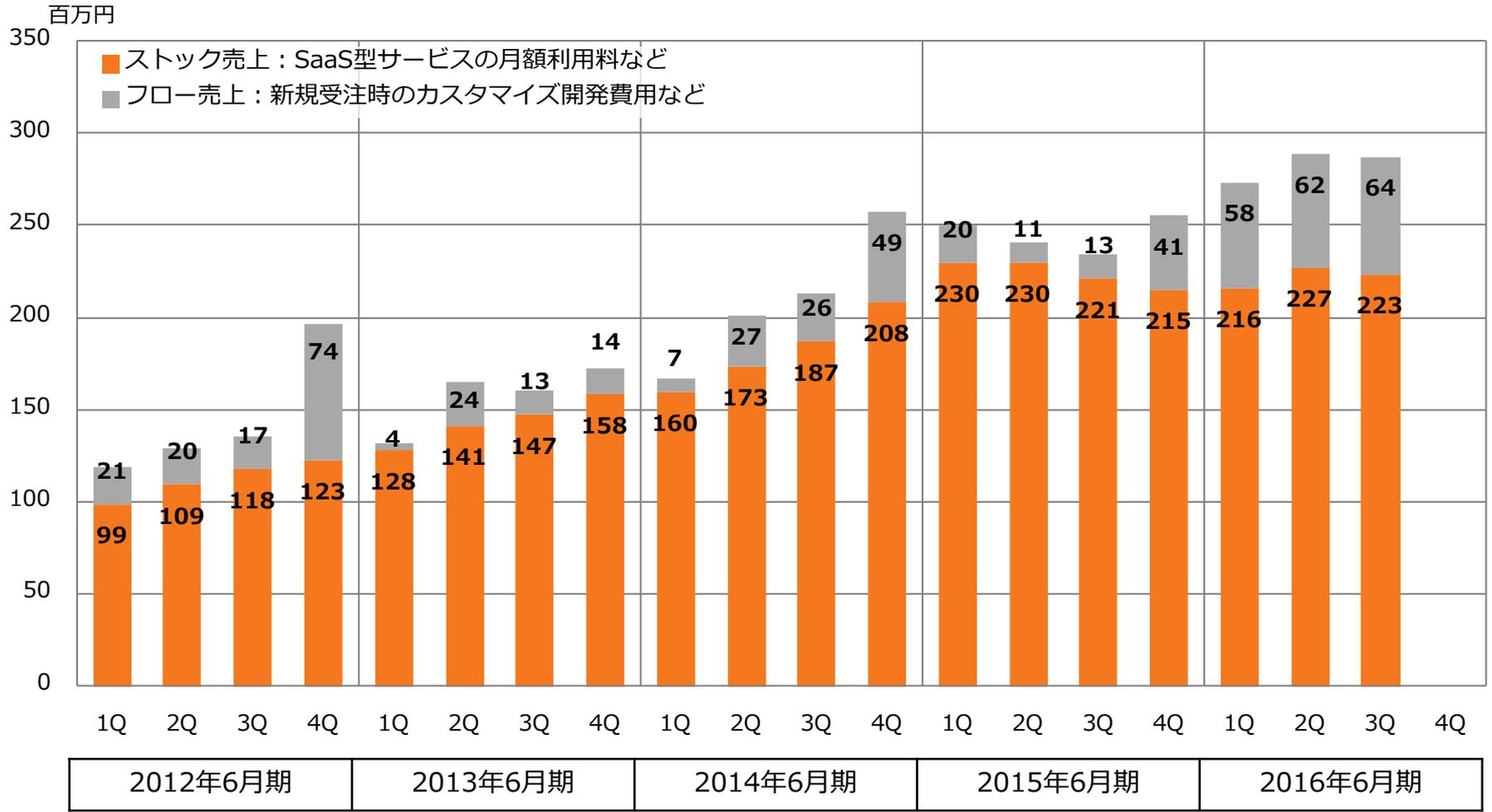
マーケティングプラットフォーム事業（単体） 売上－顧客数推移

一部の大型案件における売上縮小を、新規案件の獲得で補い、売上高は横ばい。顧客数は順調に増加。

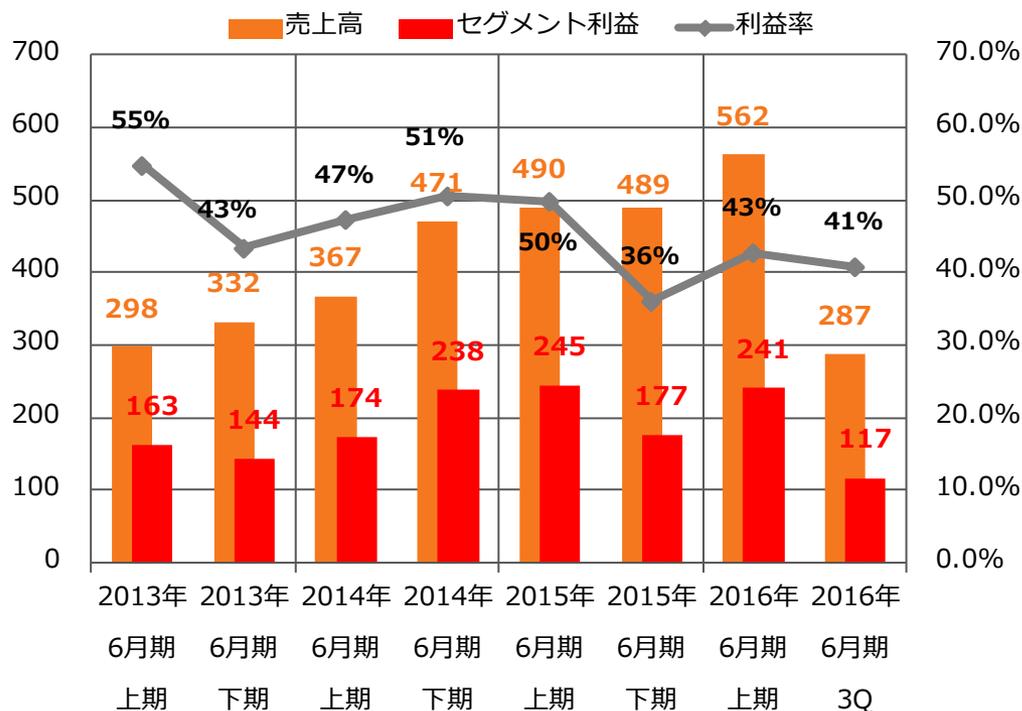


マーケティングプラットフォーム事業（単体） 売上構造

一部の大型案件における売上縮小の影響により、ストック売上高が減少。
一方、新規獲得案件の初期構築、導入支援等により、フロー売上が増加。



■ 単体利益率の推移



■ 当3Q（1～3月）について

① 連結セグメント利益 32.1%

② 単体セグメント利益 35.6%

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%） 40.9%

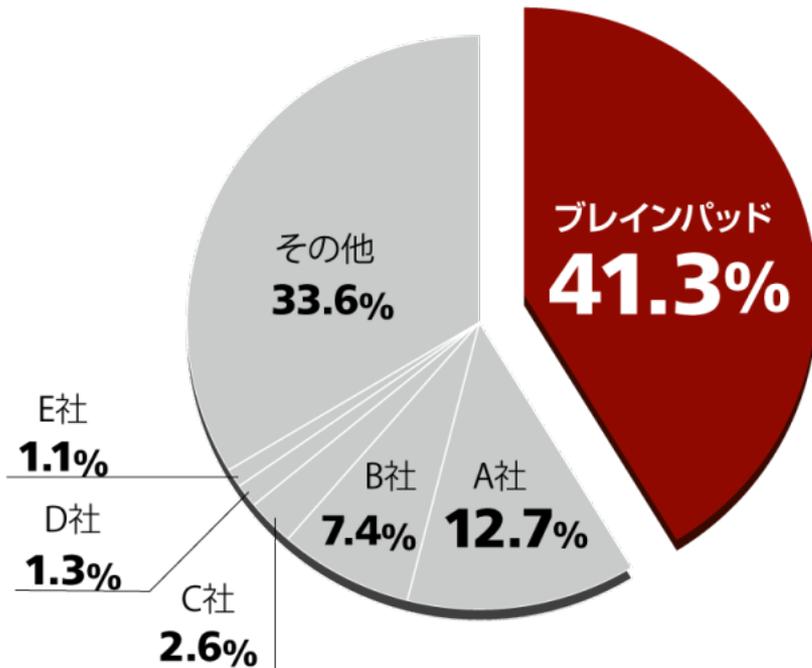
ソフトウェア資産の減価償却費の増加や、人的作業を伴うフロー案件の増加により、利益率が若干低下。

(参考) 直近のニュース発表

デジタルマーケティング

2016.2.16
Rtoasterが、
ITRの調査レポートで、
DMP市場シェア1位を獲得

(株)アイ・ティ・アール (ITR) が発行する市場調査レポート「ITR Market View : マーケティング管理市場2016」にて、レコメンドエンジン搭載プライベートDMP「Rtoaster」が、DMP市場におけるベンダー別売上金額推移およびシェアで1位（2014年度実績、2015年度予測）を獲得。



DMP市場：
ベンダー別売上金額シェア
【2014年度実績】

出典：
ITR「ITR Market View :
マーケティング管理市場
2016」

当ページに記載した、
市場シェア・市場分析・市場
推移は、ITRが発行している
「ITR Market View : マー
ケティング管理市場2016」
に記載された内容を引用
したものです。

導入事例

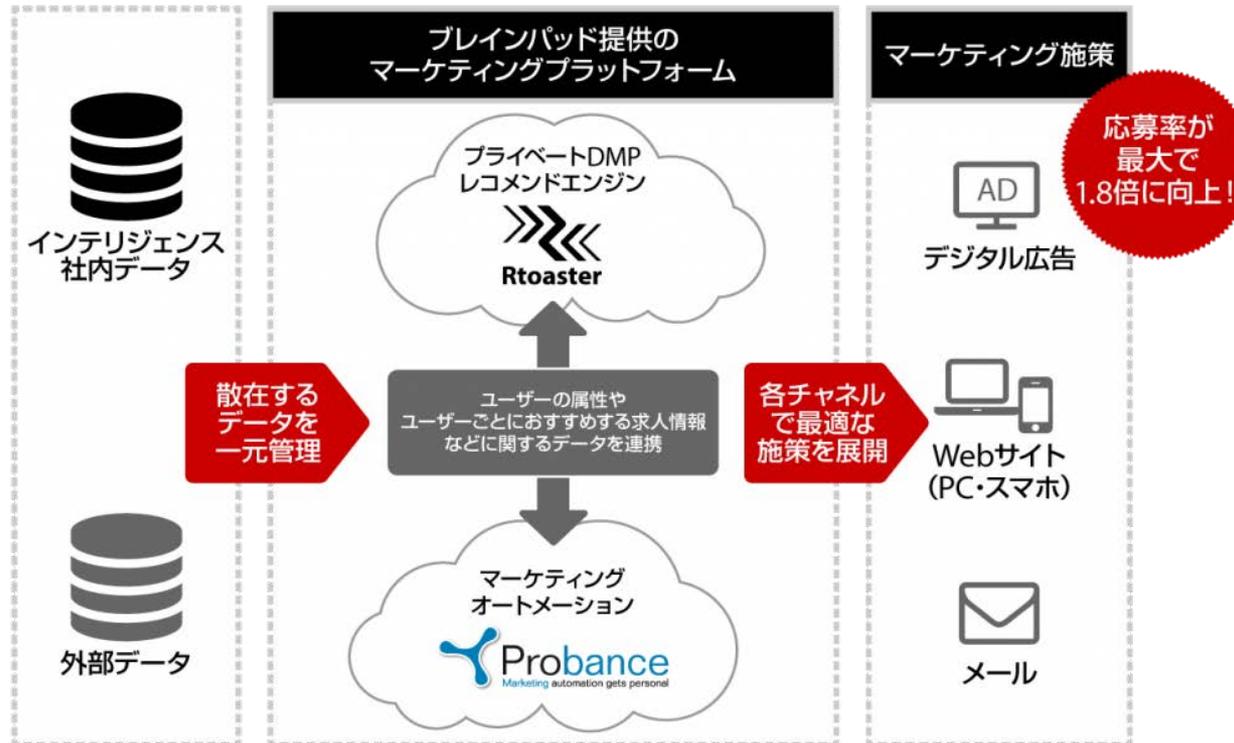
デジタルマーケティング

2016.4.27

インテリジェンスに、
Rtoasterと、Probance
Hyper Marketingの
連携ソリューションを導入

総合人材サービス会社の(株)インテリジェンスが運営する
転職サービス「DODA（デュード）」に、
プライベートDMP（Rtoaster）とマーケティング
オートメーション（Probance Hyper Marketing）を導入。

求職者からの応募率が最大で1.8倍に向上。
2年間で達成する計画だったROI目標を、6ヶ月間で達成。

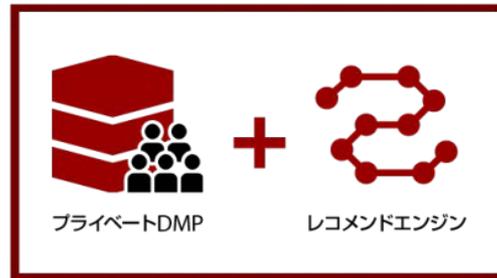


導入事例 020

2016.4.25
神立高原スキー場に
Rtoasterを導入し、
旧来の集客手法を一新

神立高原スキー場（新潟県南魚沼郡湯沢町）に、Rtoasterを導入。

データを活用したコミュニケーション設計により、旧来の集客手法を一新したO2O施策を展開し、売上高が1.3倍に向上、来場者が15万人から19万人に増加。



レコメンドエンジン搭載
プライベートDMP



Rtoasterに蓄積されたすべてのデータを活用し、
ユーザーに最適なコミュニケーションを実現！

導入事例 Hadoop

2016.4.21
**MapRの統合データ基盤を
メディカル・データ・
ビジョンに導入**

メディカル・データ・ビジョン(株)が提供する、
診療データ分析サービスの基盤として、
大規模データをコスト効率良く高速処理できる
Hadoop製品であるMapRを導入。

導入事例 分析・BI

2016.4.7
**分析コンサルティングと、
BIツールTableauを、
インタースペースに導入**

アフィリエイトをはじめとするインターネット
広告事業などを展開する(株)インタースペース向けに、
事業進捗を図るKPIなどの分析視点改善のための
データサイエンティストによる分析コンサルティングを実施。

そのノウハウを具現化するツールとしてTableauを導入し、
作業工数を最大で6分の1に短縮。

デジタルマーケティング

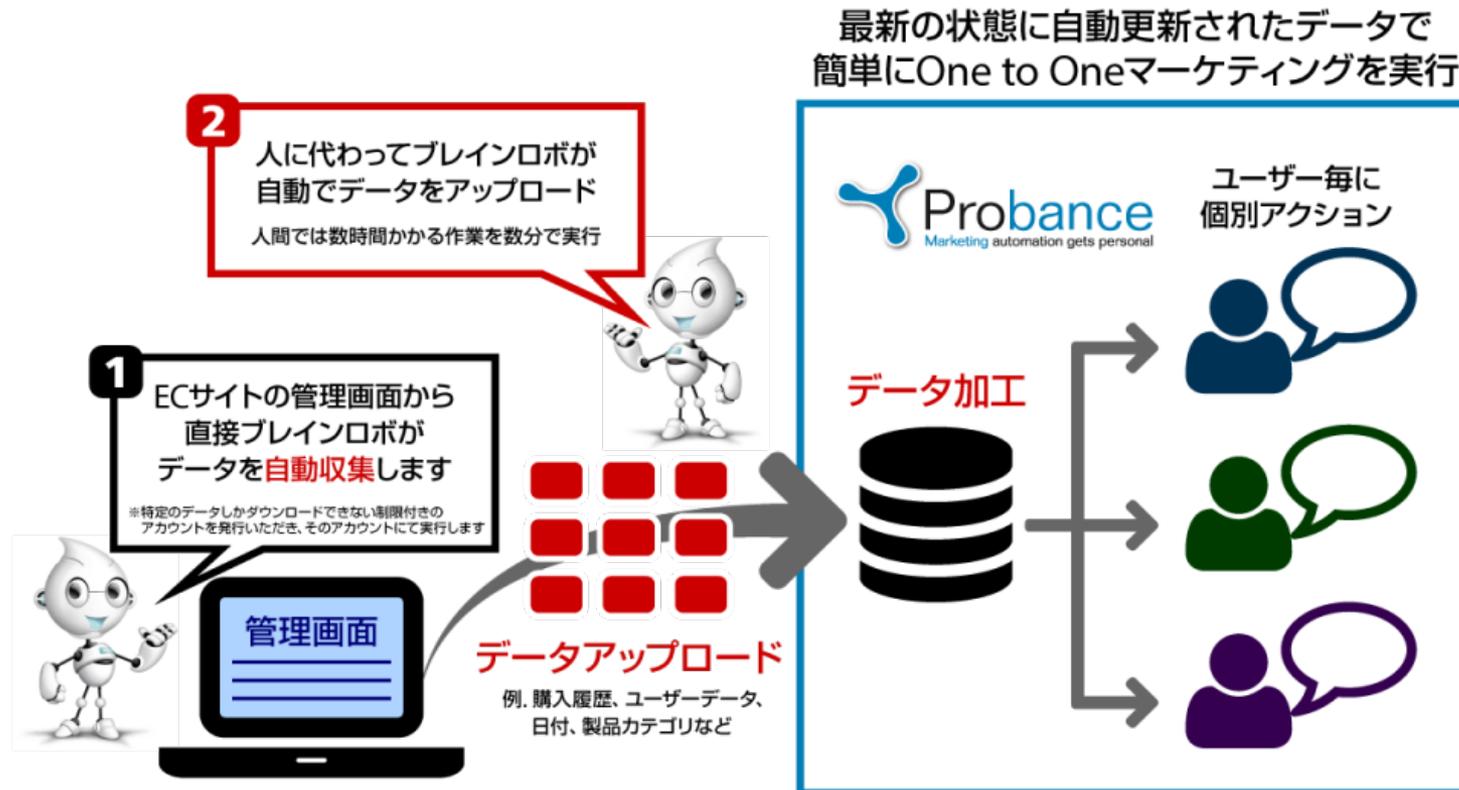
機能開発

2016.3.16

Probance Oneにおける
データ収集・加工を自動化
する機能を共同開発

SaaS型マーケティングオートメーションプラットフォーム「Probance One」と、業務の自動化・効率化を実現するロボットオートメーションサービス「ブレインロボ」を組み合わせ「ECオートメーション」を共同開発。

ECサイトから必要なデータ取得しアップロードするという一連の作業を、ロボットにより自動化することを実現。



(参考)

中期経営計画における今後の経営戦略

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

※ 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

+

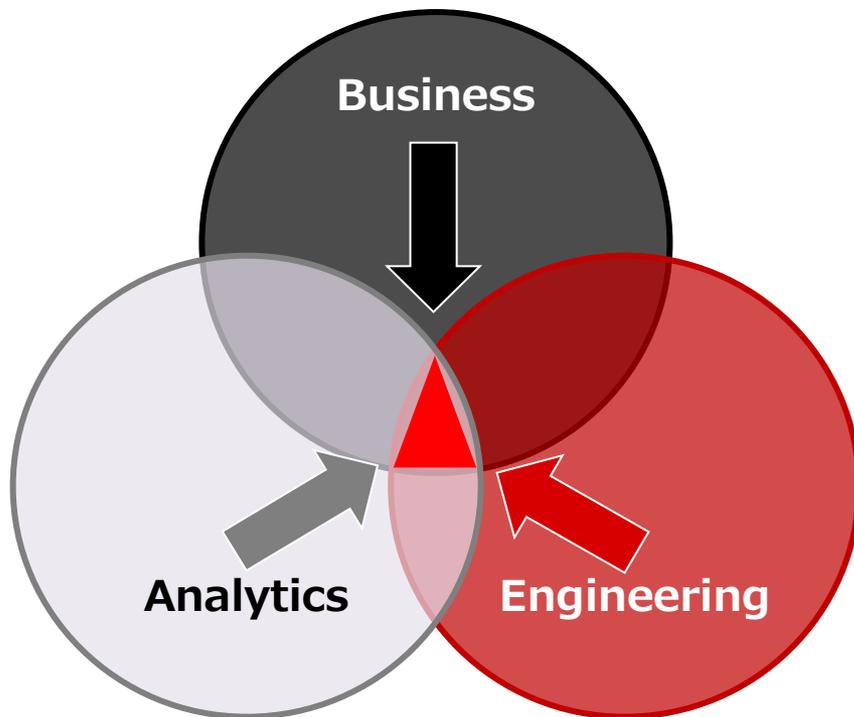
IoT領域や、マーケティング以外の領域
(SCM・製造…等)

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

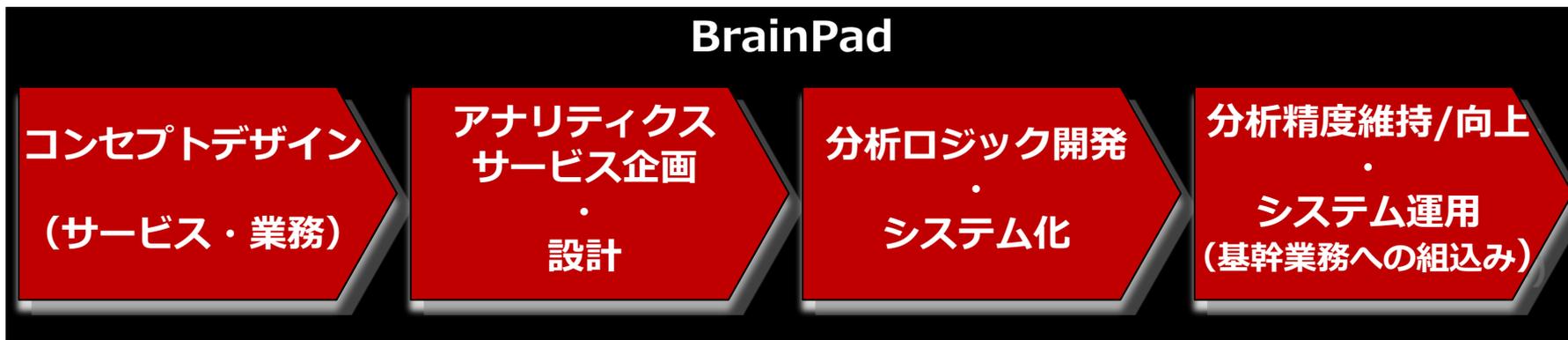


ブレインパッドの目指す姿（差別化戦略）



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

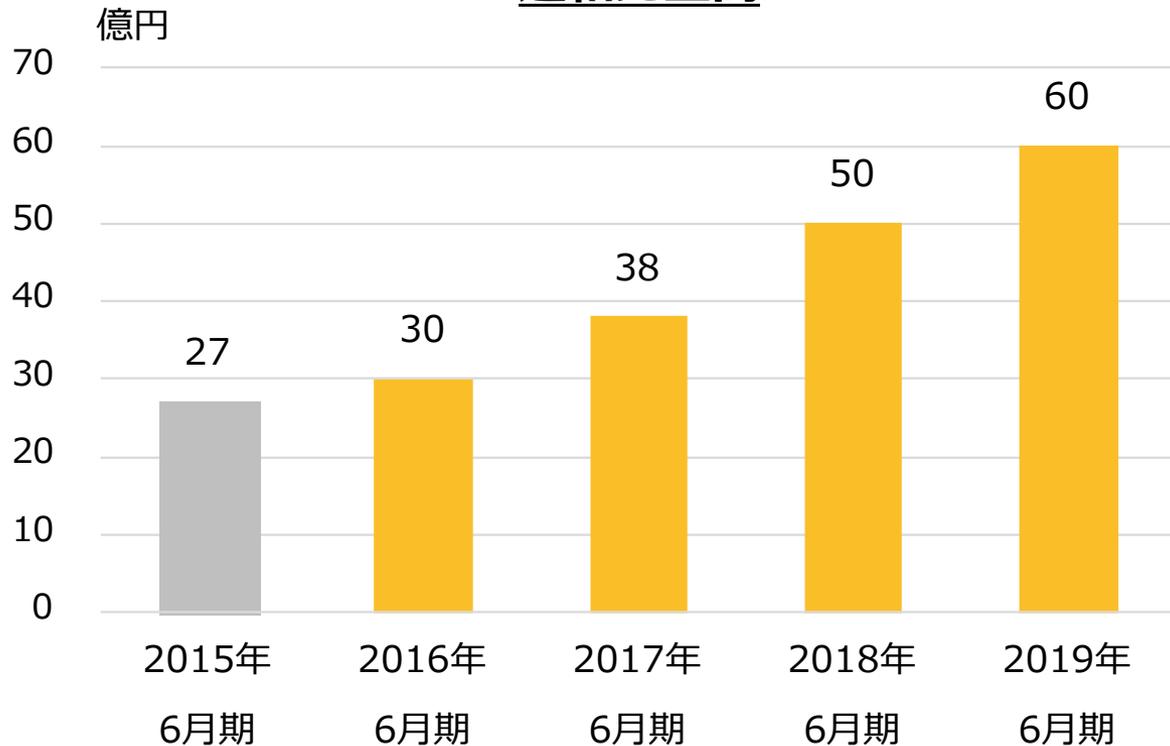
④ 提携・協業による 新サービス・商流の開発

- 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



連結経常利益

0.9億円 0.4億円 3億円 7億円 10億円

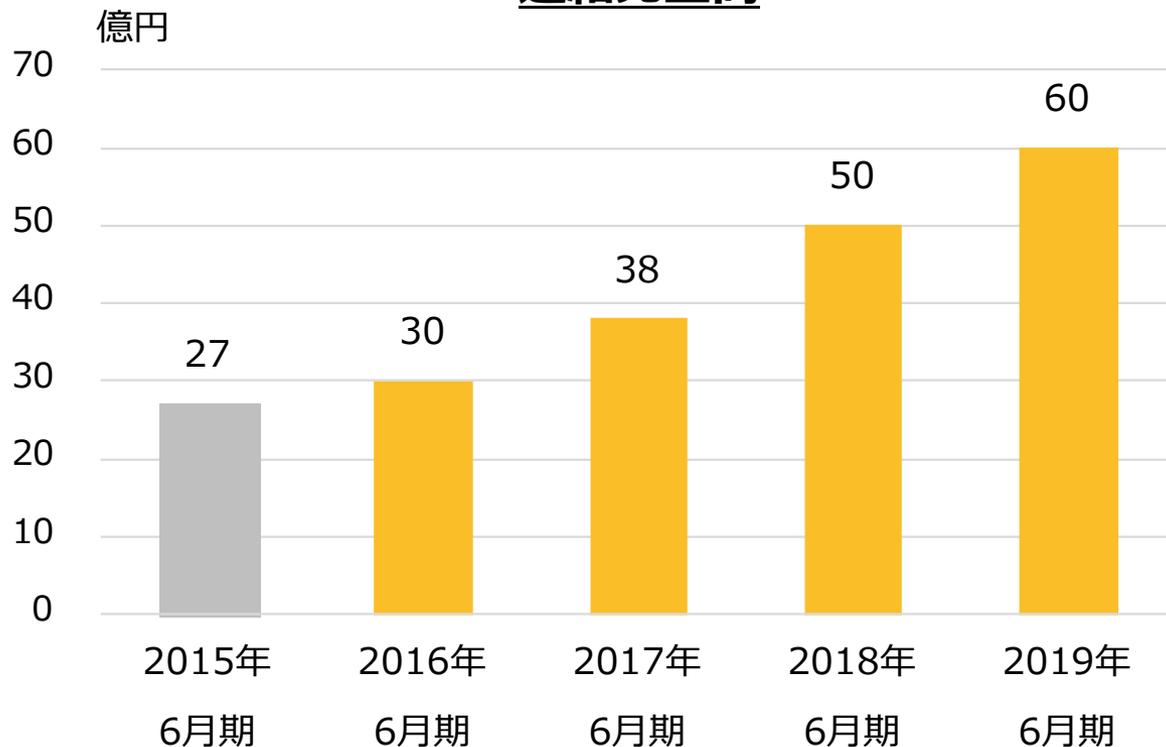
既存3事業の成長により、
左記目標の達成を目指す。

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%

※2016年6月期については、本年5月12日付にて、
連結売上高29億円、連結経常利益2.2億円に業績予想を修正済。

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。

※2016年6月期については、本年5月12日付にて、
連結売上高29億円、連結経常利益2.2億円に業績予想を修正済。

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

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
競争環境	<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

マーケティング	 (プロバンス・ワン)	ECサイトに特化したSaaS型マーケティングオートメーションプラットフォーム。最適化されたシナリオ、高度なレコメンドーションが、シンプルな操作で実現。
	 (プロバンス・ハイパー・マーケティング)	ダイレクトマーケティングに必要な一連の作業を支援するSaaS型マーケティングオートメーションプラットフォーム (Probance Oneよりもさらに高度な設定が可能)。
	 (クリムゾンヘキサゴン フォーサイト・ プラットフォーム)	ソーシャルメディアから、ブランドや商品に対する世界中の顧客エンゲージメントを分析するプラットフォーム。
可視化 (BI)	 (イクスクイック)	顧客ごとに最適化されたマーケティングを行い、ROIを最大化するマーケティング・インテリジェンス・ソリューション。
	 (タブロー)	あらゆるデータをビジュアル化し、データの持つメッセージを伝えるビジネス・インテリジェンスツール。
データマイニング	SAP® Predictive Analytics (エス・エー・ピー・ プレディクティブアナリティクス)	データマイニング・機械学習のプロセスを自動化し、圧倒的な効率性を実現した機械学習・予測分析システム。
	 (ダブル・ピー・エス ソフトウェア)	SAS言語で記述されたプログラム実行とデータ操作が可能なパワフルかつ汎用性が高いプラットフォーム。
分析基盤	 (マップアール)	大規模データを、コスト効率よく、高速処理できるHadoop製品。

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、「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



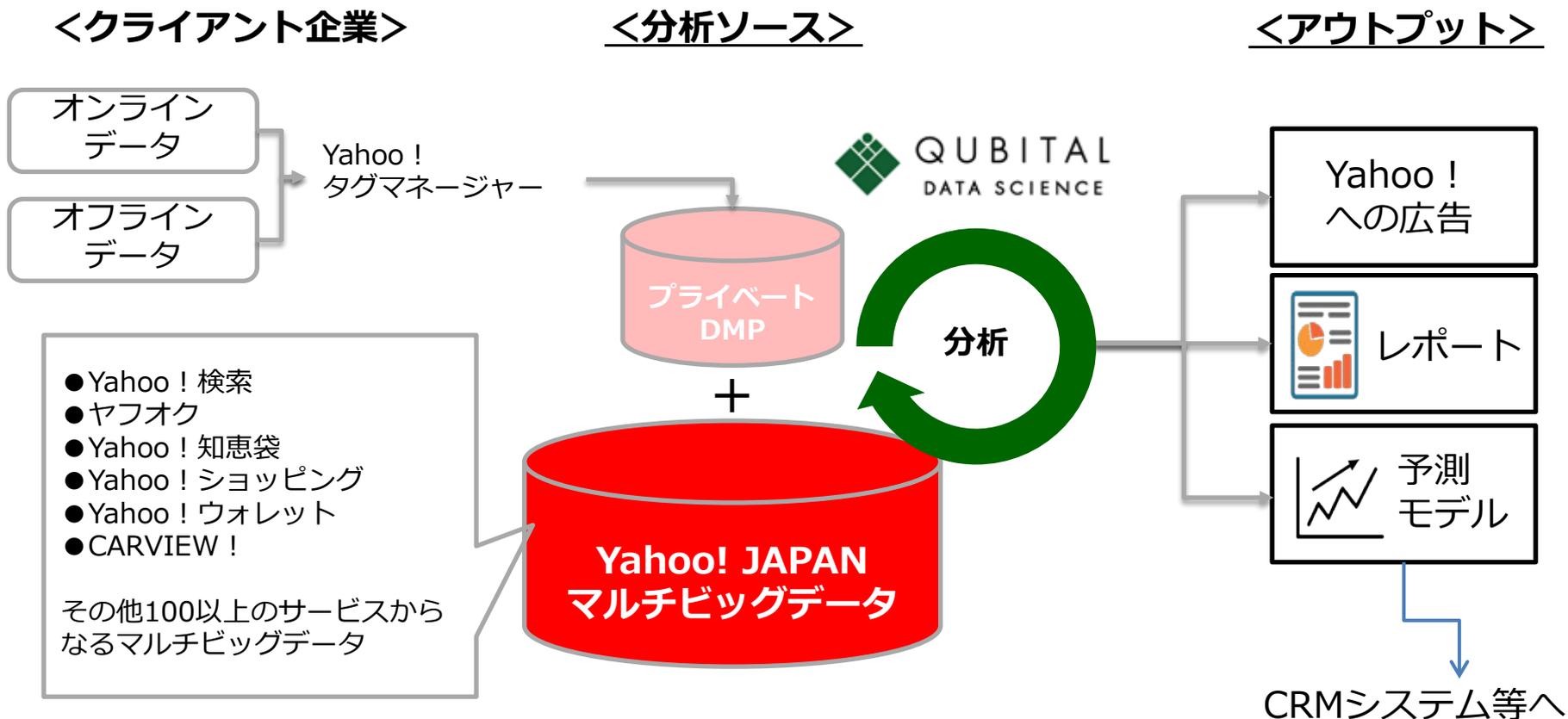
↑
自動収集した膨大な記事を
数十個のまとめ（トピック）
に自動分類するとともに、
ユーザの行動から好みを学習し、
個々人にあった記事だけを配信
するアプリ。

←
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



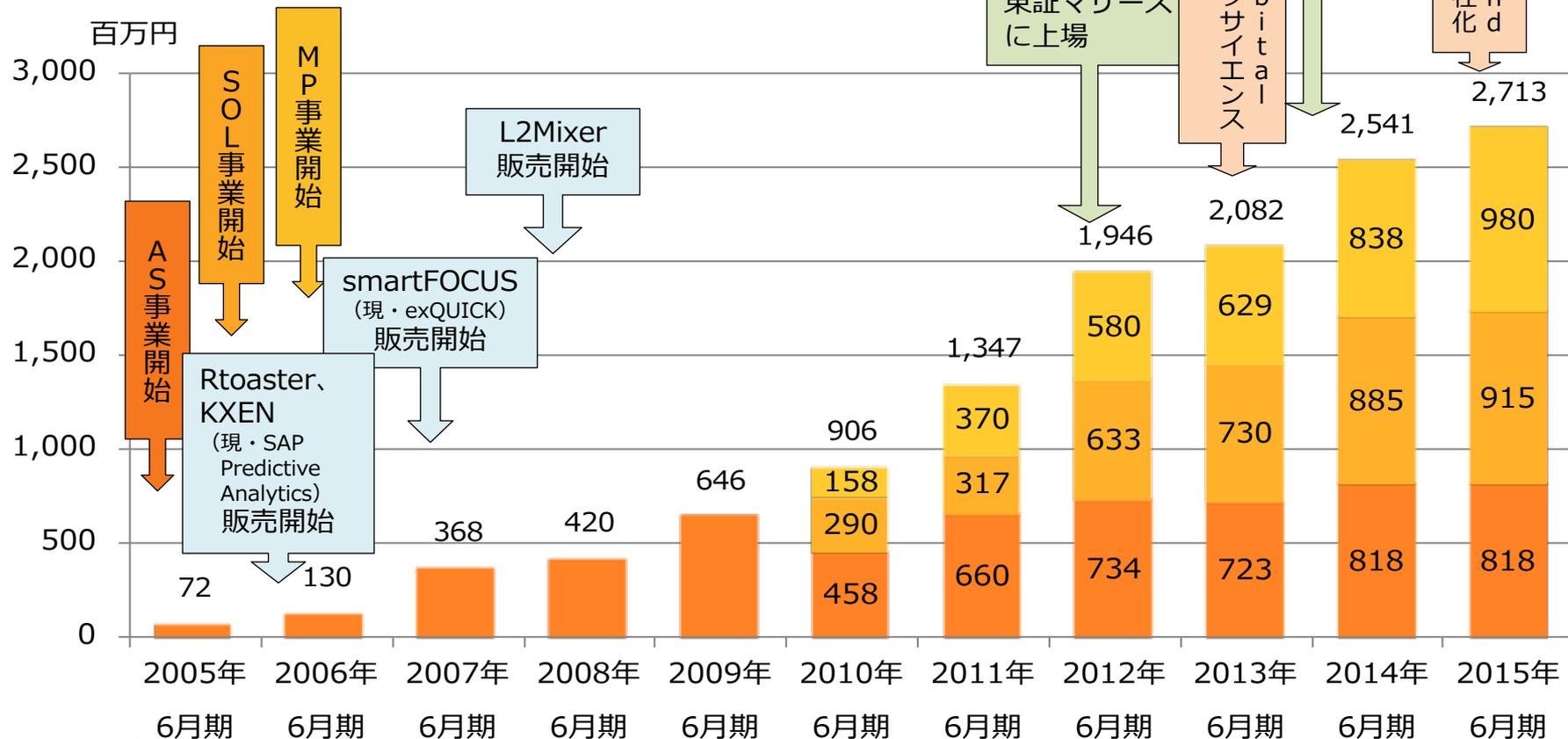
ヤフー株式会社との合併会社。（当社持株比率49%）
企業が保有するデータに加え、ネットユーザに高いカバレッジを持つ
ヤフーのデータを活用し、マーケティング課題の新たな解決を可能に。



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、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。