



# 平成28年6月期 決算補足説明資料

平成28年8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、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
■ 中期経営計画「OneBrainPad」の概要	…	P6
■ 平成28年6月期 連結業績ハイライト	…	P10
■ 平成28年6月期 単体業績/セグメント業績ハイライト	…	P19
■ 平成29年6月期の重点取り組みと中期経営計画	…	P32
■ (参考) 直近のニュース発表	…	P43
■ Appendix	…	P49

# 会社概要

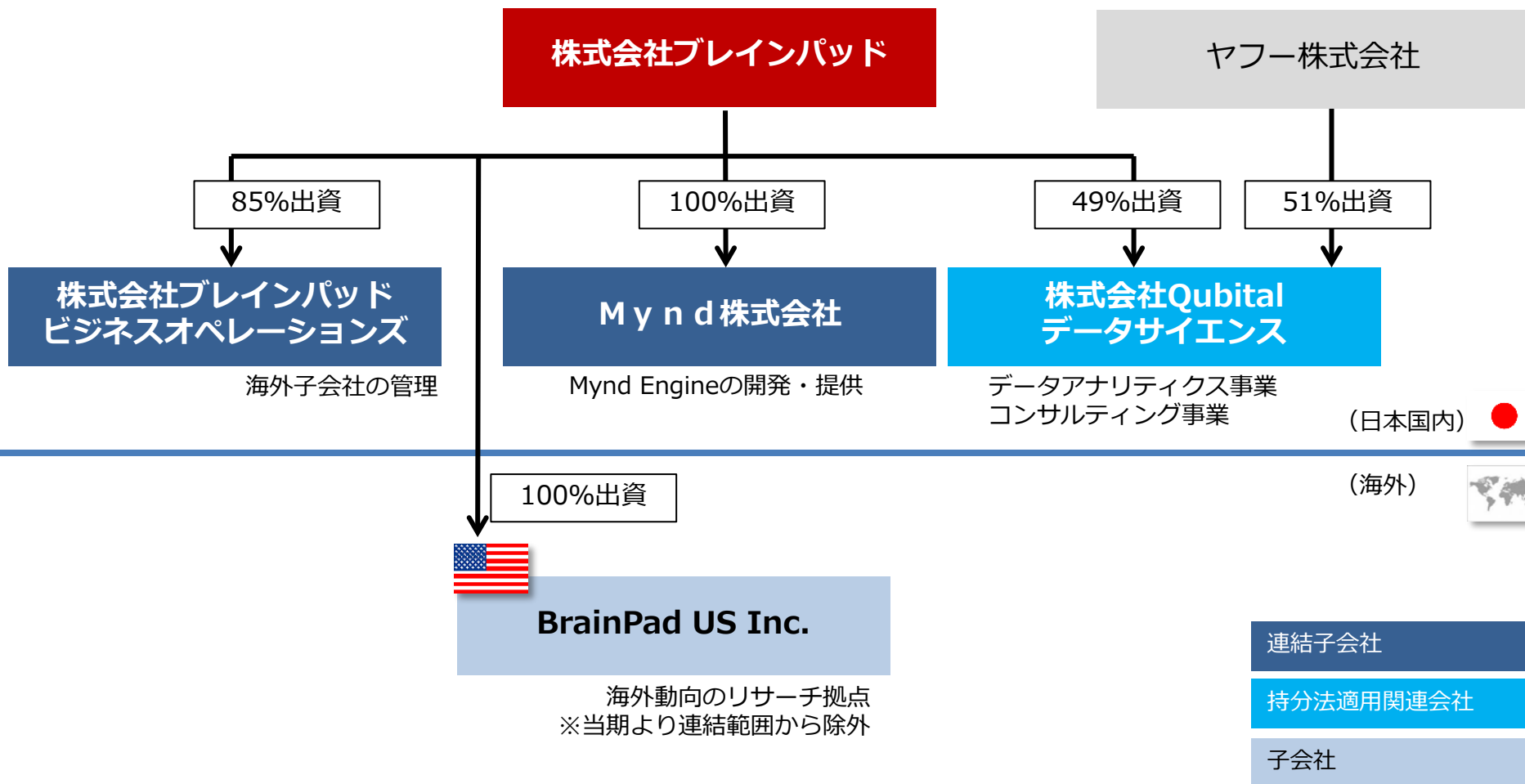


- 【商号】 株式会社ブレインパッド（英文 BrainPad Inc.）  
（東証第一部 証券コード：3655）
- 【本社】 東京都港区白金台3-2-10 白金台ビル
- 【設立】 平成16年3月18日（決算日6月30日）
- 【資本金】 331百万円（平成28年6月30日現在）
- 【従業員数】 182名（連結、平成28年6月30日現在）  
（※）当社から持分法適用関連会社（株）Qubitalデータサイエンスへの出向者を含む。
- 【代表者】 代表取締役会長 草野 隆史  
代表取締役社長 佐藤 清之輔
- 【連結子会社】 M y n d株式会社  
株式会社ブレインパッドビジネスオペレーションズ  
博湃信息服务（大连）有限公司（中国・大连市）※清算手続中  
（平成28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 (平成28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



ブレインパッドの事業 = データを駆使し、顧客企業のビジネス創造と経営改善を支援

## 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



## アナリティクス事業

企業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



**強み①** 2004年の創業以来、データ活用を支援した企業は500社超

**強み②** 60名を超えるデータサイエンティスト集団は、国内随一

**強み③** デジタルマーケティング領域でのNo.1プロダクト「Rtoaster」を開発・提供

# 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。

（平成28年8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、オルビス(株)、花王(株)、(株)カクヤス、(株)キナリ、(株)ゲオ、コーセープロビジョン(株)、(株)ゴルフダイジェスト・オンライン、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、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)ベクトル、(株)ポーラ、(株)やすや、UCCホールディングス(株)、ライオン(株)、(株)ローソン、(株)ロフト
金融	(株)伊予銀行、SMBC日興証券(株)、(株)SBI証券、(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
メディア・広告	(株)アイレップ、(株)朝日新聞社、(株)ヴィクシア、(株)サイバーエージェント、スターツ出版(株)、(株)ダイヤモンド社、(株)電通、トランスコスモス(株)、(株)日経BP、(株)博報堂、バリューコマース(株)、(株)フジテレビジョン、(株)Platform ID、(株)プラットフォーム・ワン、(株)読売新聞東京本社
旅行・娯楽	(株)i.JTB、(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)インタースペース、(株)インテリジェンス、(株)NTTドコモ、大網(株)、(株)大塚商会、キヤノン(株)、(株)クラウドワークス、CCCマーケティング(株)、シダックス(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)タナカ、ディップ(株)、トレンドマイクロ(株)、ニフティ(株)、(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)

# 中期経営計画「OneBrainPad」の概要

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

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10億円の達成**

（中期経営計画の最終年度 平成31年6月期）



## 経営目標

**連結売上高60億円・連結経常利益10億円の達成**

(中期経営計画の最終年度 平成31年6月期)

## 上記の経営目標達成時に当社が目指す姿

- ✓ データ活用による経営課題の解決実績が日本最大規模であり、この領域における真のNo.1企業となっている。
- ✓ AIをはじめとする最新テクノロジーを駆使した高付加価値なソリューションを提供し、社会や企業に継続した貢献をしている。
- ✓ No.1のDMPサービスを基軸とし、デジタルマーケティング市場における圧倒的な地位を築いている。
- ✓ M&A等による更なる事業拡大を狙えるような経営基盤が確立している。

# 中期経営計画における成長イメージ

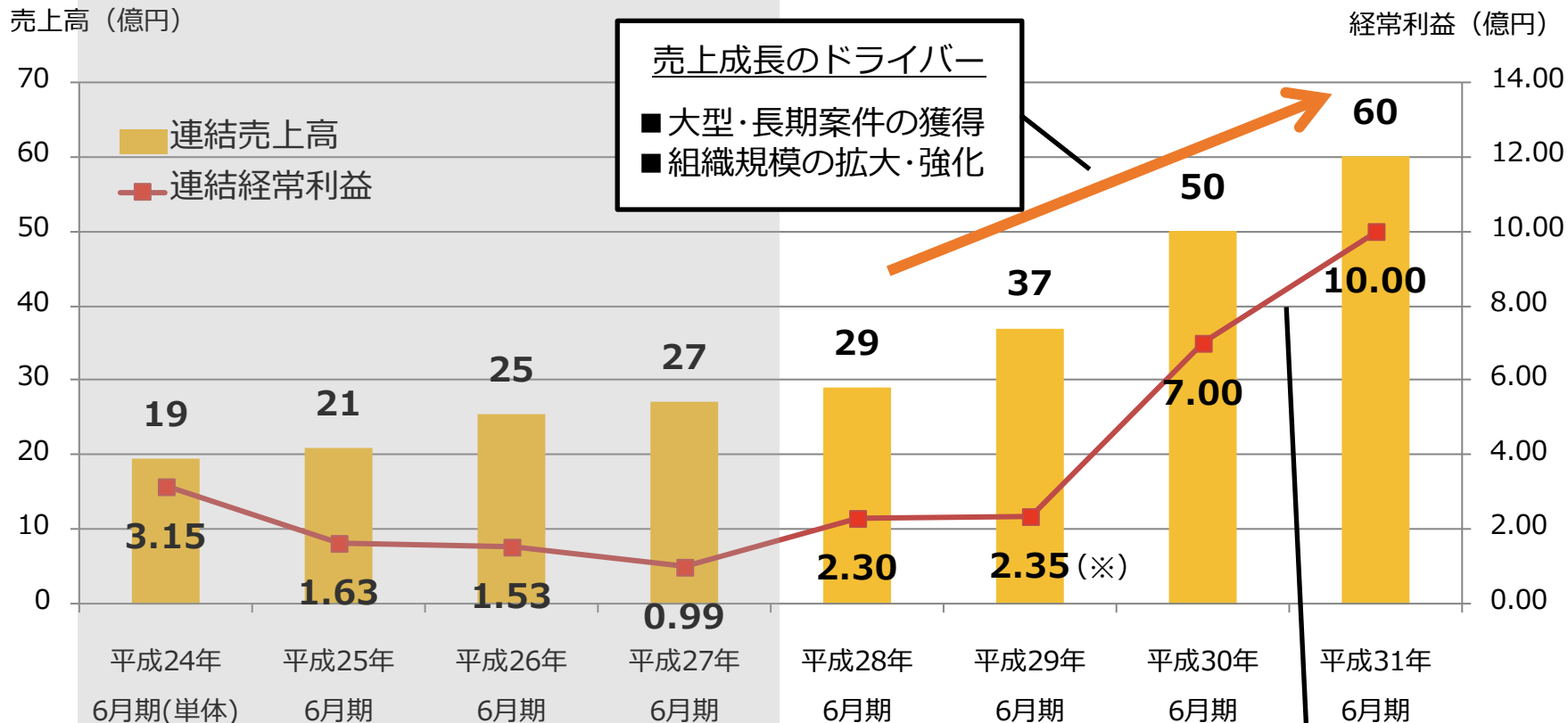


過年度の推移

中期経営計画「OneBrainPad」

投資フェーズ

成長フェーズ



売上成長のドライバー

- 大型・長期案件の獲得
- 組織規模の拡大・強化

利益成長のドライバー

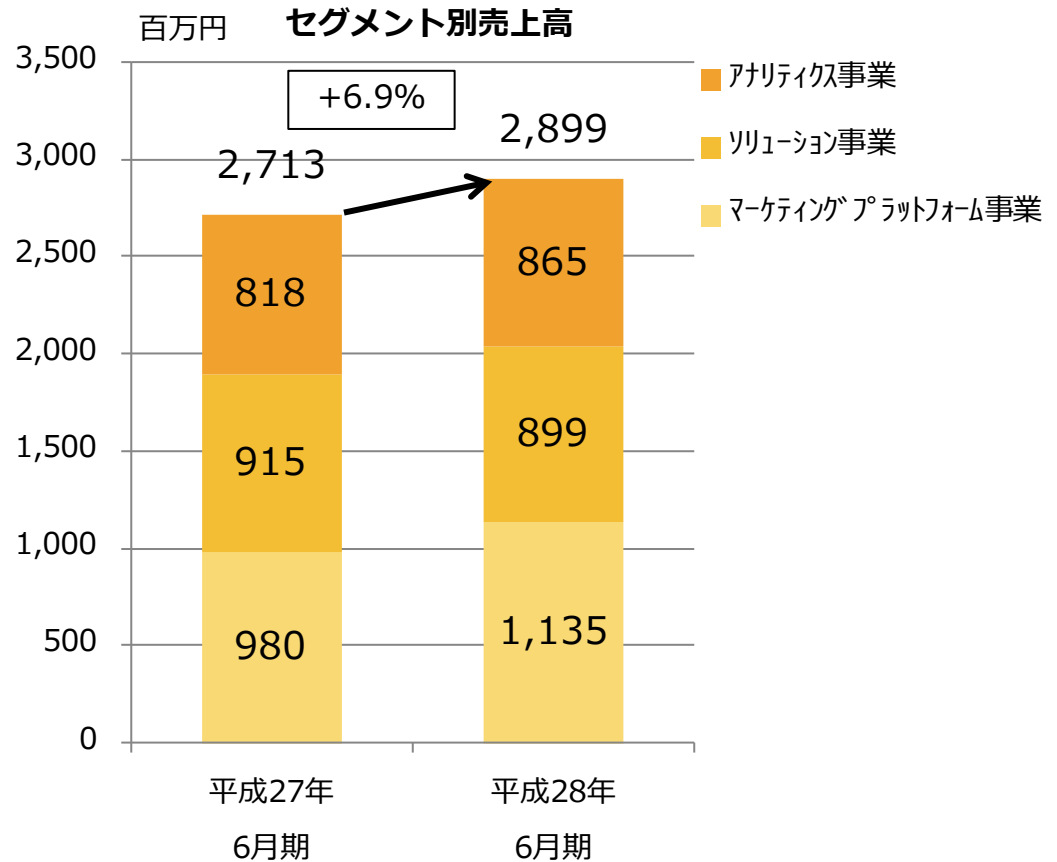
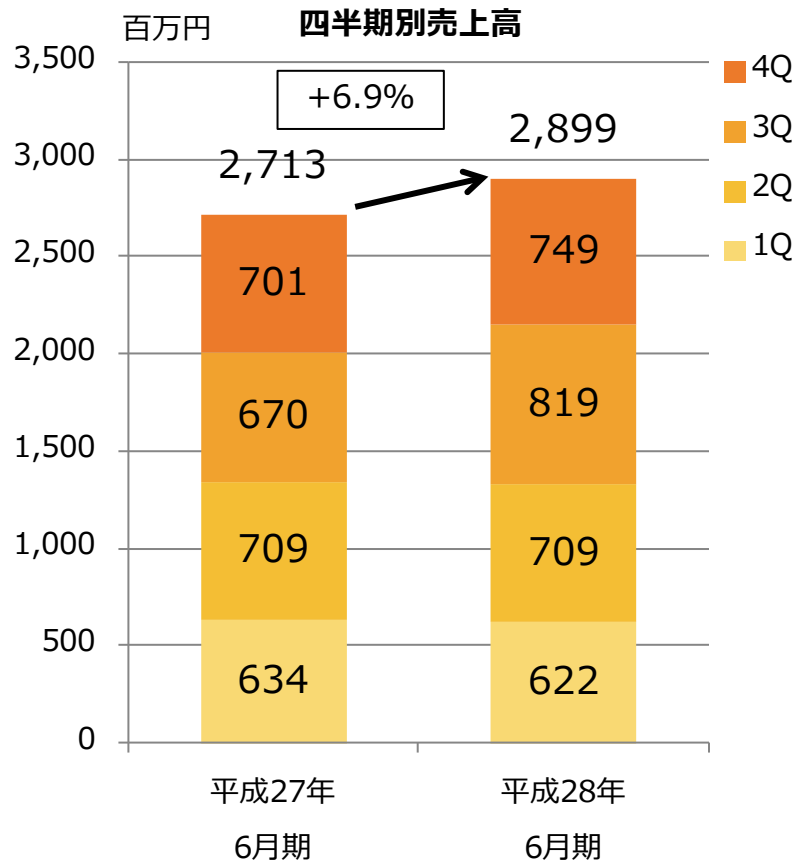
- 既存事業集中と生産性向上
- ストック型ビジネスの伸長

(※) 当初計画の3億円から引き下げ。(詳細はP36を参照)

# 平成28年6月期 連結業績ハイライト

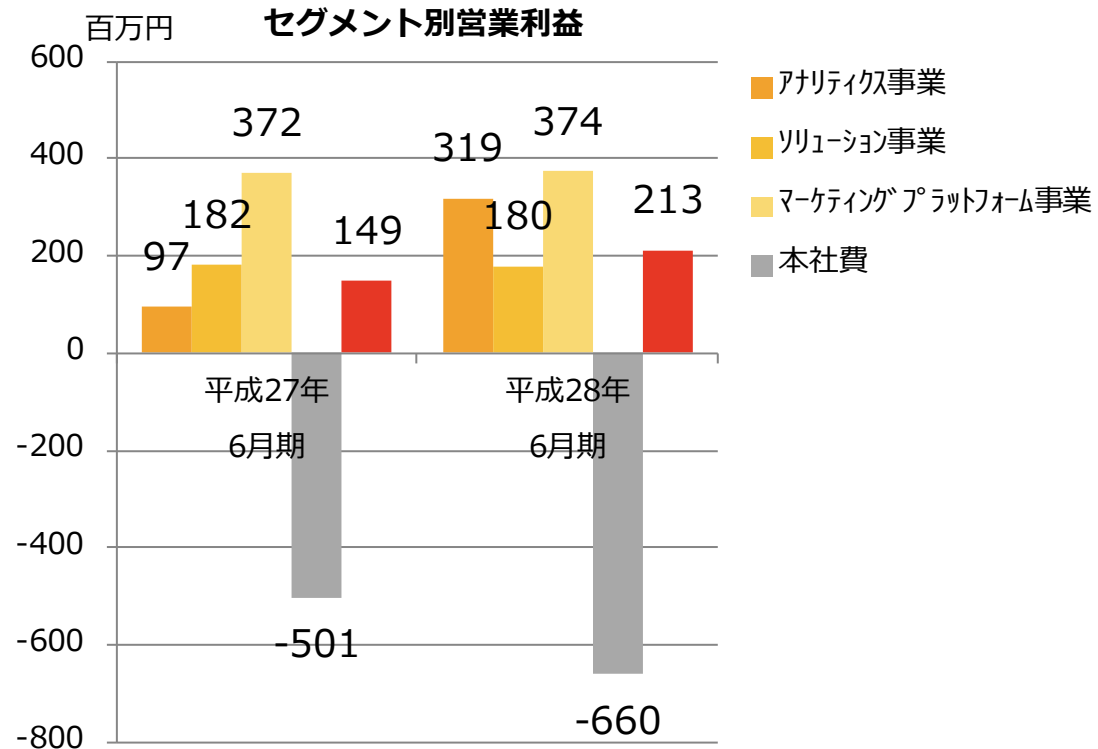
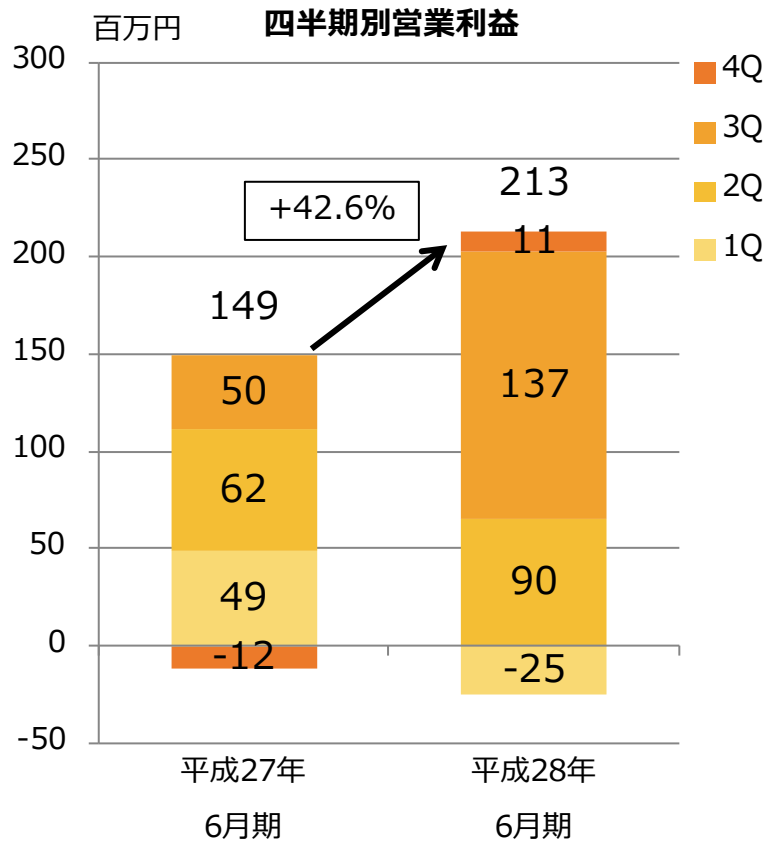
# 前期との比較（連結売上高：四半期別/セグメント別）

連結売上高は、前期比+6.9%の成長となった。  
 年度末需要に合わせ、3Q(1-3月)の売上高を積み上げることができ、  
 事業別では、マーケティングプラットフォーム事業が売上成長を牽引した。



# 前期との比較（連結営業利益：四半期別/セグメント別）

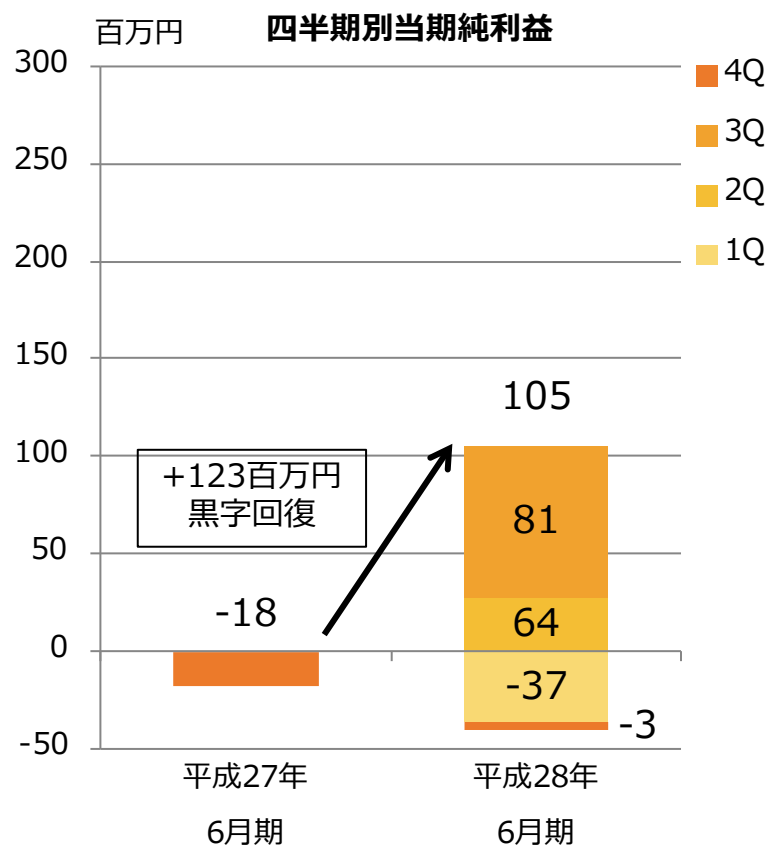
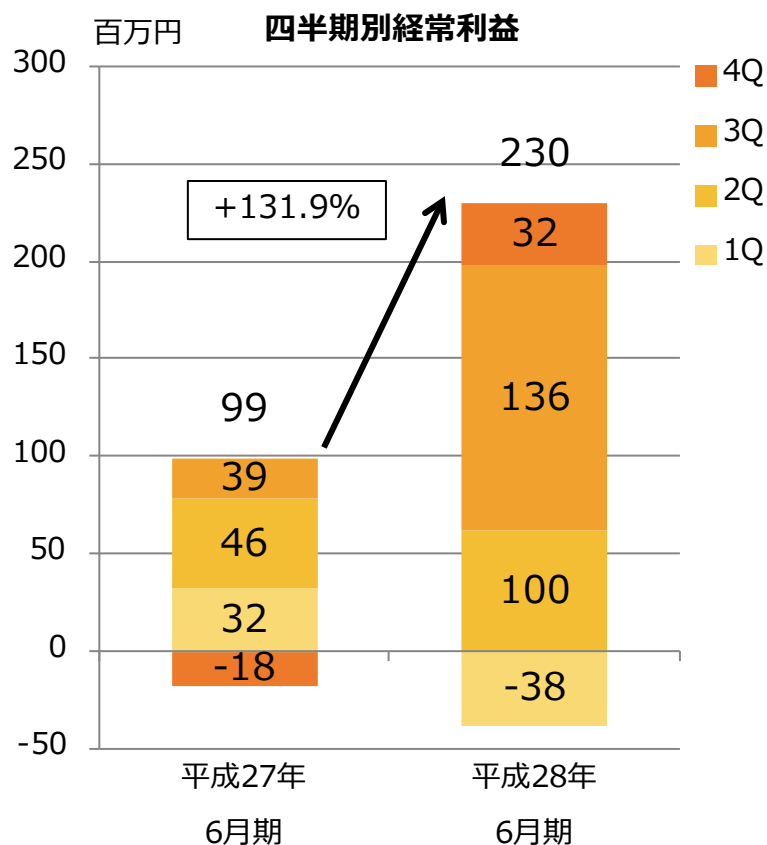
連結営業利益は、前期比+42.6%の成長となり、特に売上が伸長した3Q(1-3月)に、利益も伸長した。事業別では、アナリティクス事業の生産性向上が利益成長を牽引した。



# 前期との比較（連結経常利益,当期純利益：四半期別）

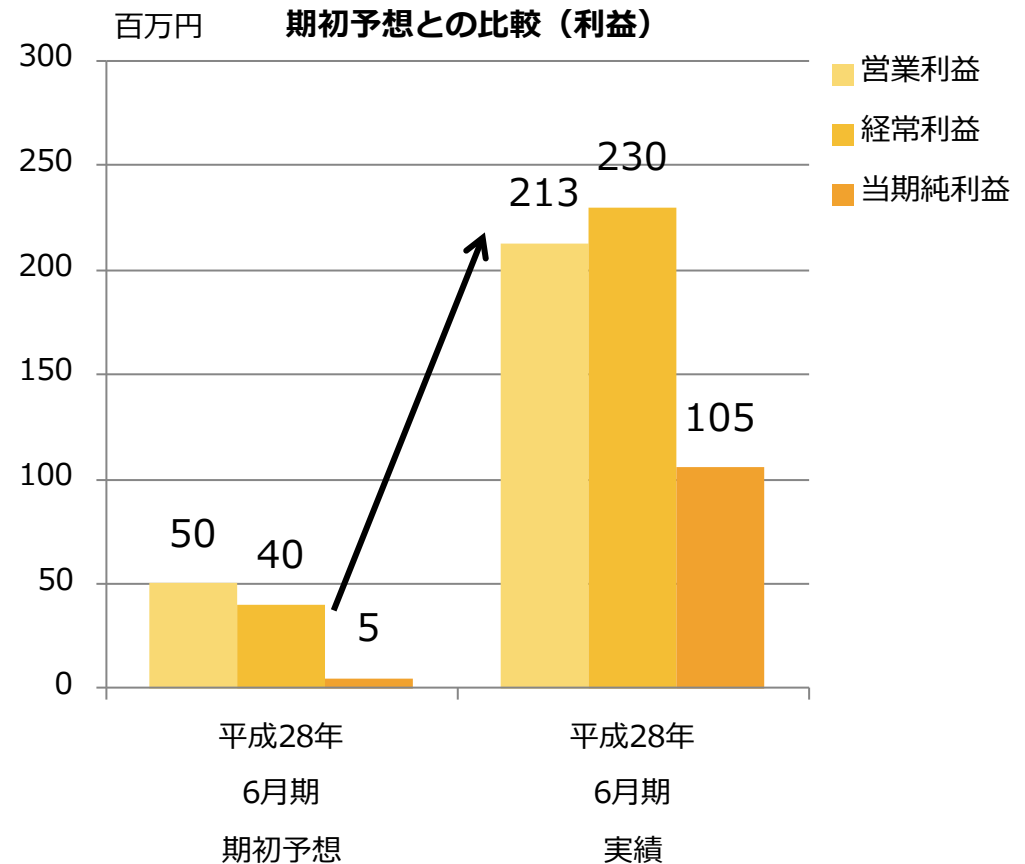
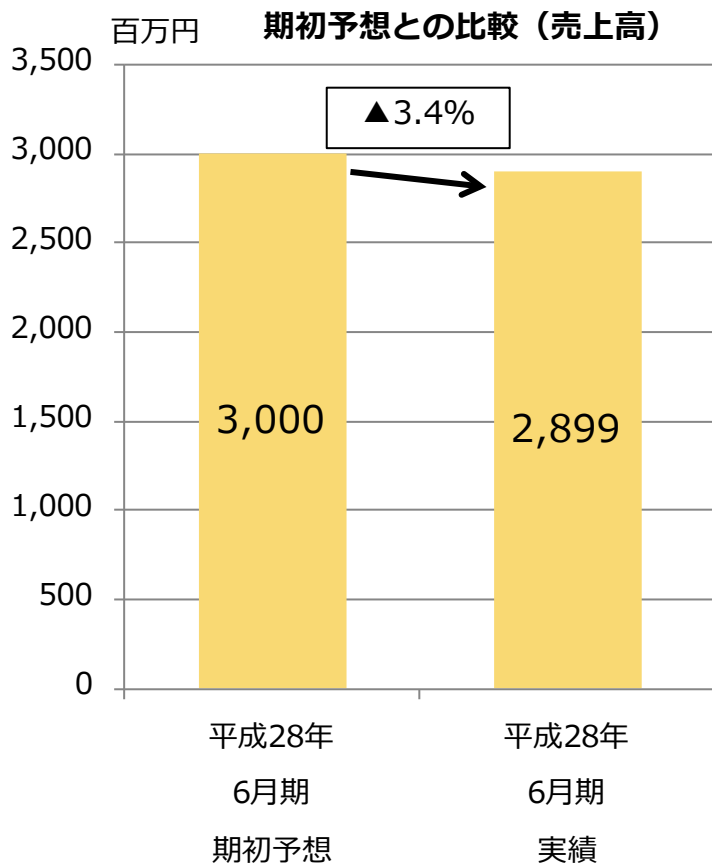


連結経常利益は、持分法による投資損益が、損失(前期は▲58百万円)から利益(今期は+9百万円)に転換したことも影響し、前期比+131.9%の成長となった。連結当期純利益は、子会社の事業整理損失等により赤字となった前期に比べ、黒字回復した。



# 期初予想との比較

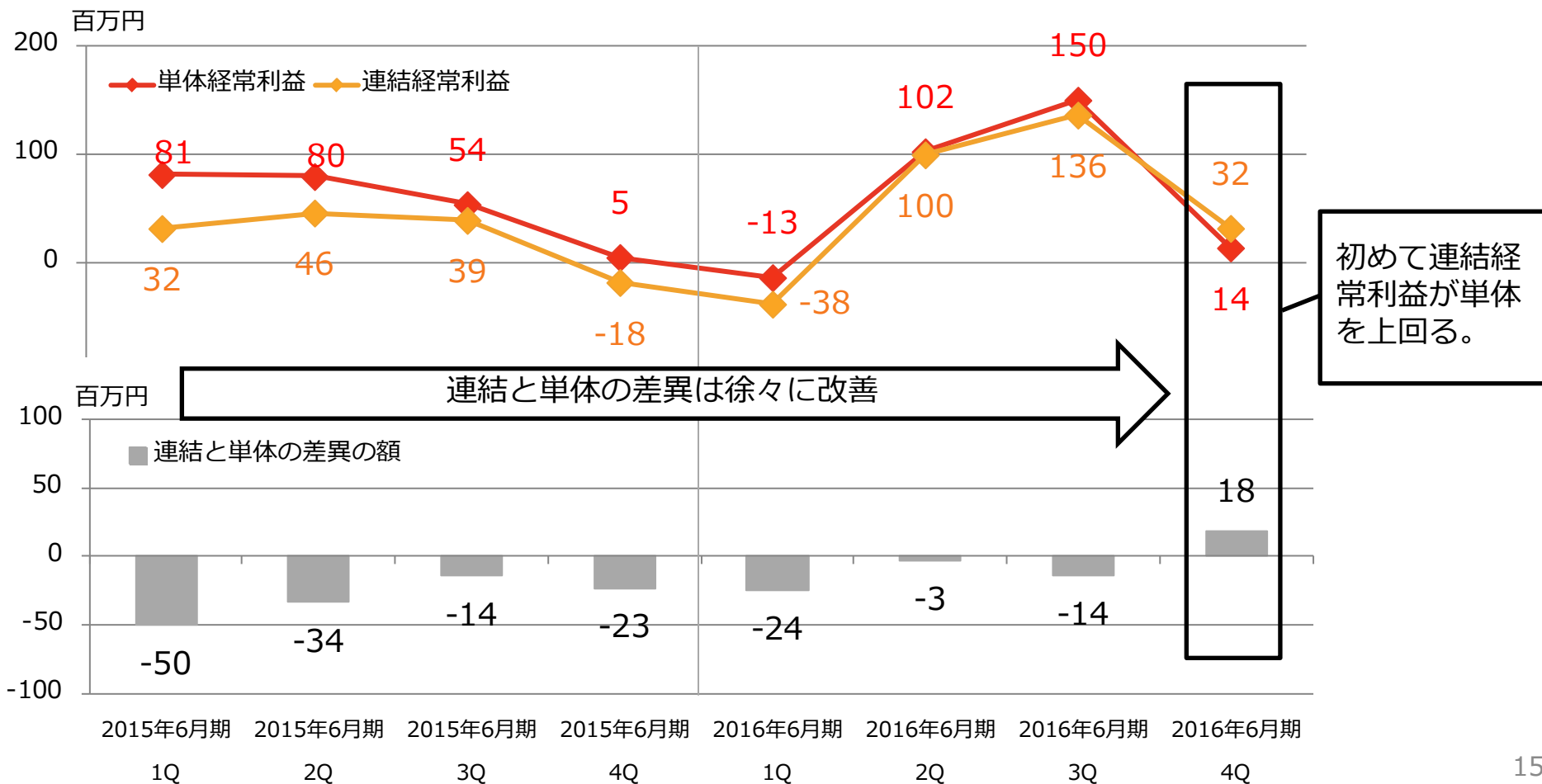
売上高は、概ね想定通りに進捗した。  
 利益面は、アナリティクス事業の利益率改善が想定以上となったこと、  
 中途採用が下期に偏ったことを主因とし、人件費・採用費の増加が限定的で  
 あったことなどにより、期初予想を大きく上回った。



# 連結業績と単体業績の差異



前期の子会社の事業整理と、今期の持分法投資損失の利益転換により、連結・単体の差異はほぼ解消され、ブレインパッド単体の業績の善し悪しが連結業績にそのまま反映される形となった。





# 連結損益の状況



(単位：百万円)

	平成27年 6月期	平成28年 6月期	増減額	増減率
売上高	2,713	2,899	187	6.9%
売上原価	1,648	1,647	-1	-0.1%
売上総利益	1,065	1,252	187	17.6%
販管費	915	1,039	124	13.5%
営業利益	149	213	64	42.6%
営業外収益	13	20	8	59.7%
営業外費用	63	3	-60	-94.5%
経常利益	99	230	131	131.9%
特別利益	37	3	-34	-92.0%
特別損失	106	42	-64	-60.4%
税金等調整前当期純利益	30	191	161	544.1%
法人税等合計	48	85	38	79.0%
当期純損益	-18	106	124	—
非支配株主損益	-0	0	0	—
親会社株主に帰属する当期純損益	-18	105	123	—

原価部門の中途採用により人件費は増加した一方で、仕入や外注を伴うような案件が想定よりも少なく済んだため、売上原価は前期比横ばいとなった。

中途採用の人材採用費の発生および販管部門の人員増の影響により、販管費は増加した。

持分法適用関連会社による影響  
 ・前期：持分法による投資損失  
 ▲58百万円  
 ・今期：持分法による投資利益  
 +9百万円

特別損失の概要  
 ・前期：連結子会社の事業整理に伴う減損損失70百万円など  
 ・今期：「その他有価証券」に係る投資有価証券評価損37百万円など

# 連結財政状況



長期借入金の返済により負債が減少。

(単位：百万円)

	平成27年 6月期末	平成28年 6月期末	増減額	増減率	主な増減要因
資産	1,956	1,833	-123	-6.3%	
流動資産	1,214	1,203	-10	-0.8%	・受取手形および売掛金の増加 +47 ・仕掛品の増加 +24 ・現金および預金 ▲108
固定資産	743	630	-113	-15.2%	・無形固定資産の減少 ▲67 ・有形固定資産の減少 ▲36
負債	813	581	-232	-28.5%	
流動負債	452	491	39	8.5%	・未払法人税等の増加 +82 ・1年内返済予定の長期借入金の減少 ▲67
固定負債	361	90	-271	-75.0%	・長期借入金の返済による減少 ▲261
純資産	1,143	1,252	109	9.6%	・当期純利益の計上 105
自己資本比率	58.3%	68.0%			

# 連結キャッシュフローの状況



フリーキャッシュフローを長期借入金の返済に充て、現金および現金同等物は589百万円(前期比▲15.5%)。

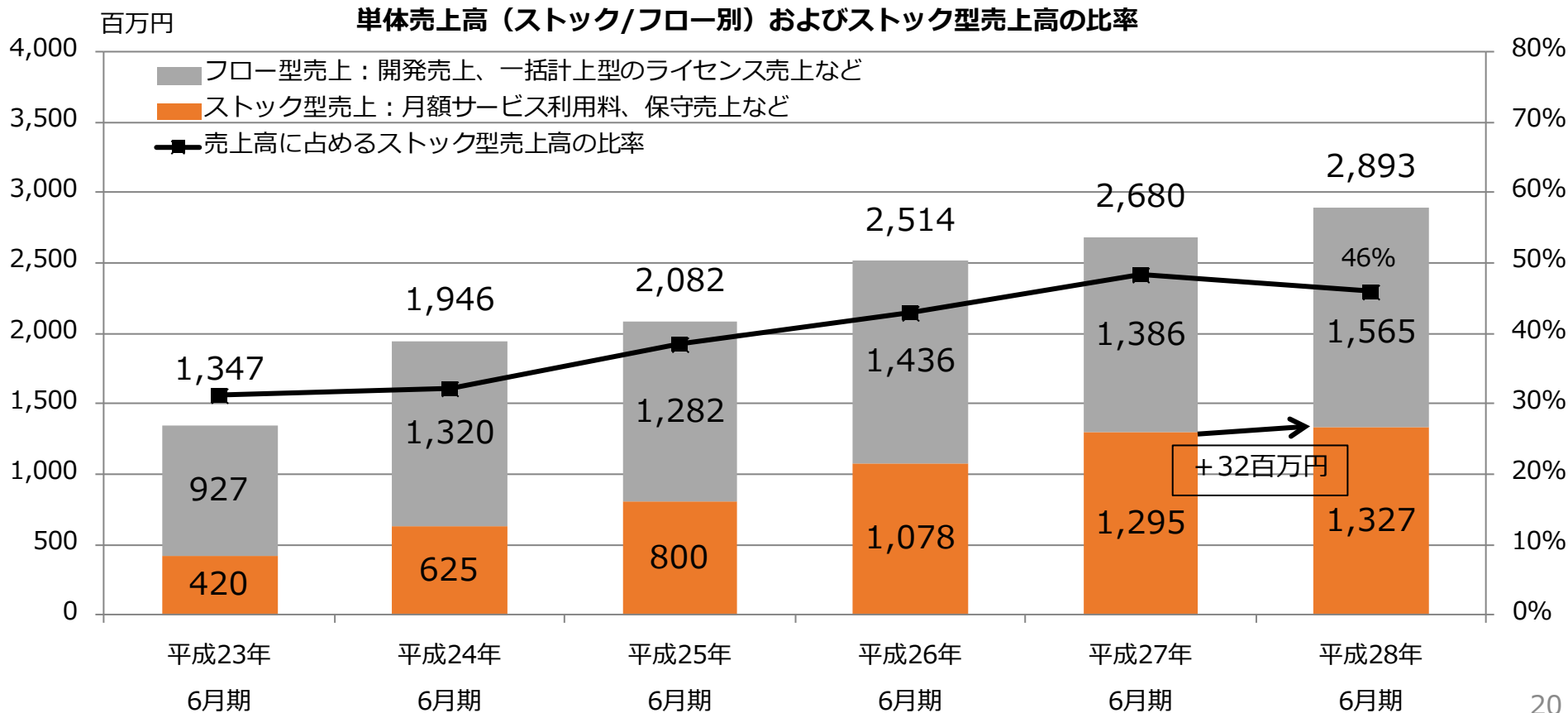
(単位：百万円)

	平成27年 6月期	平成28年 6月期	主な項目
営業CF	432	429	<ul style="list-style-type: none"> <li>・税金等調整前当期純利益 + 191</li> <li>・減価償却費 + 257</li> <li>・未払金の増加 + 59</li> <li>・仕入債務の減少 ▲53</li> <li>・売上債権の増加 ▲47</li> </ul>
投資CF	-310	-208	<ul style="list-style-type: none"> <li>・無形固定資産の取得 ▲156</li> <li>・投資有価証券の取得 ▲33</li> </ul>
財務CF	148	-323	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長期借入金の返済 ▲328</li> </ul>
現金および現金同等物の増減	271	-104	
現金および現金同等物の残高	697	589	

平成28年6月期  
単体業績/セグメント業績ハイライト

# ストック型売上高の推移（単体）

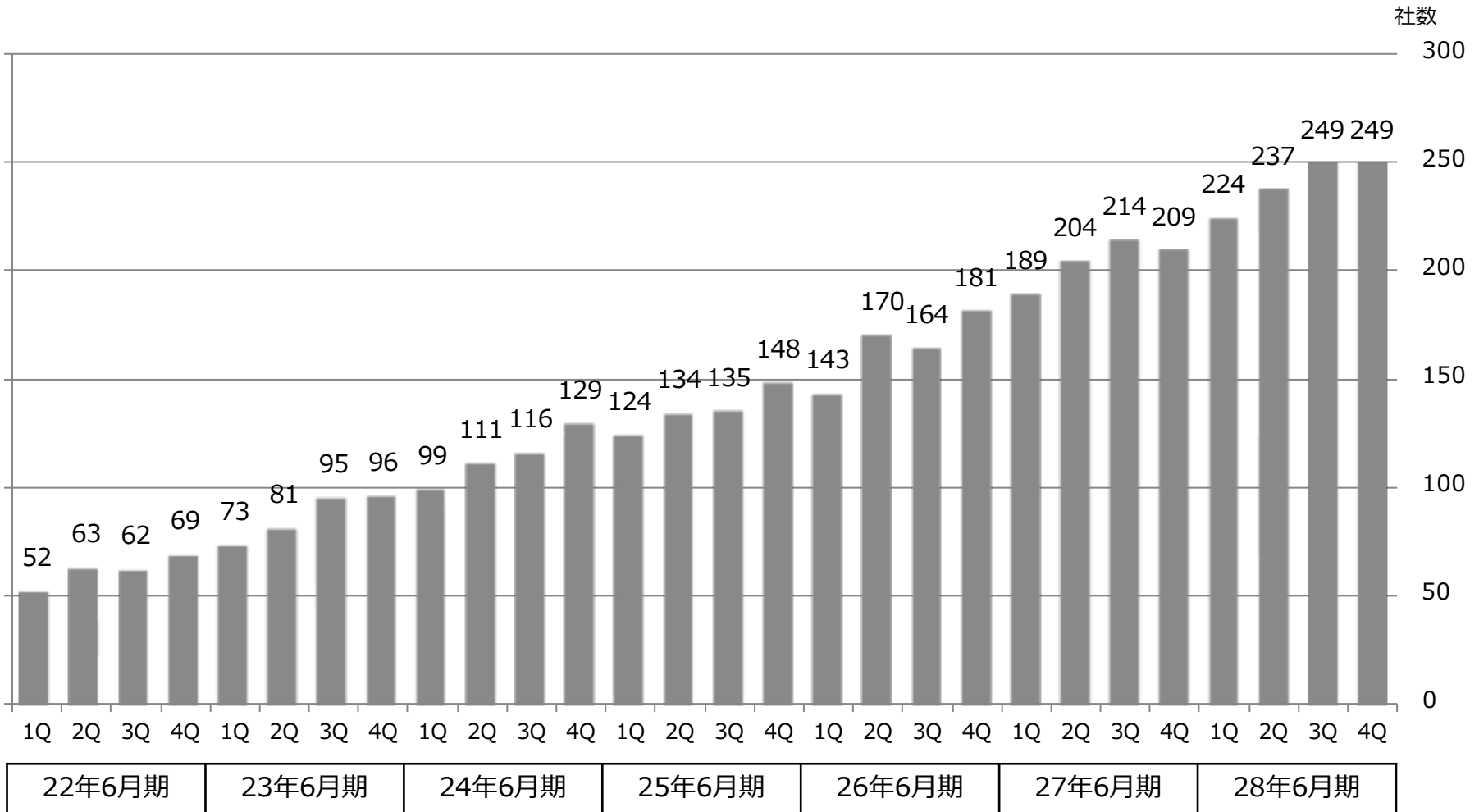
一部大型案件におけるストック型売上高の縮小や、フロー型売上高の増加により、ストック売上高の比率は若干低下したものの、売上高の46%をストック型売上高が支える安定的な収益構造となっている。  
今後も中期経営計画に基づき、ストック型売上高を着実に増加させる方針。



# 取引社数の推移（単体）

取引社数は増加基調が続く。

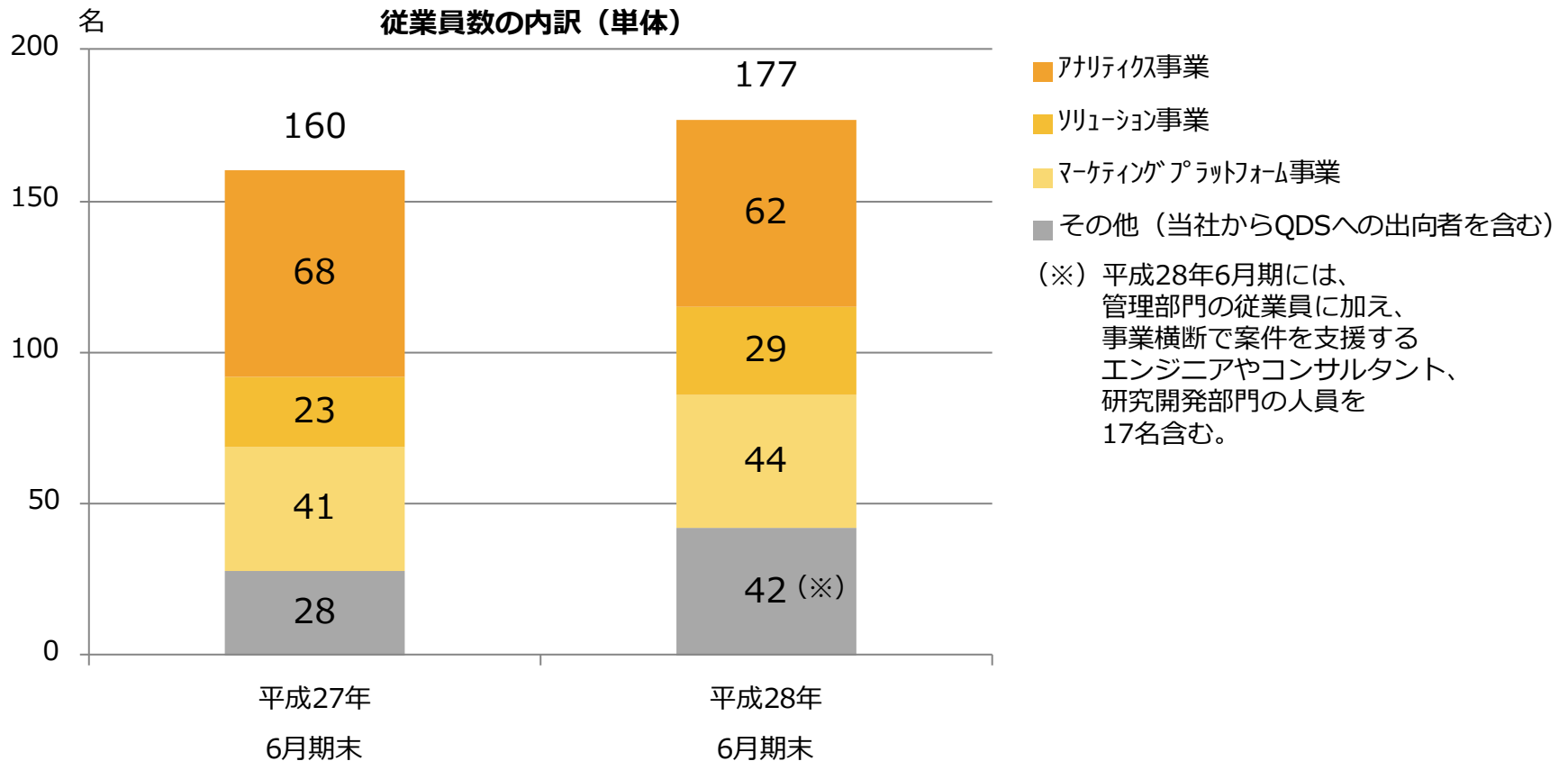
（※）当該四半期のうちに売上が計上された顧客の数をカウントしています。



# 従業員数の内訳（単体）

今期末の従業員数は、1年前と比較して、+17名（+10.6%）となった。ただし、今期の採用は下期に偏っており、期初の採用計画に比べると人材の採用ペースは“半年遅れ”の状況。

(※) 以下は、当社から持分法適用関連会社 (株)Qubitalデータサイエンス(QDS)への出向者を含む人数です。  
 (※) 各セグメントにそれぞれ、営業・マーケティング人材が所属しております。



ブレインパッドの事業 = データを駆使し、顧客企業のビジネス創造と経営改善を支援

## 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



## アナリティクス事業

企業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

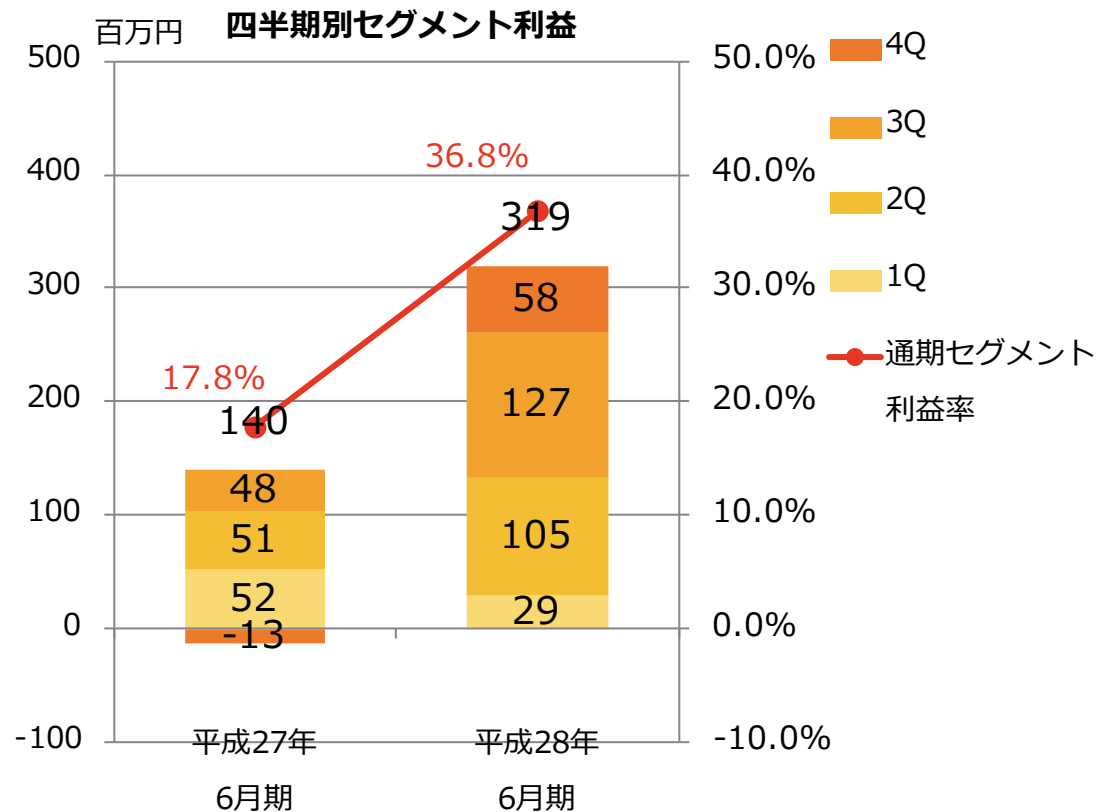
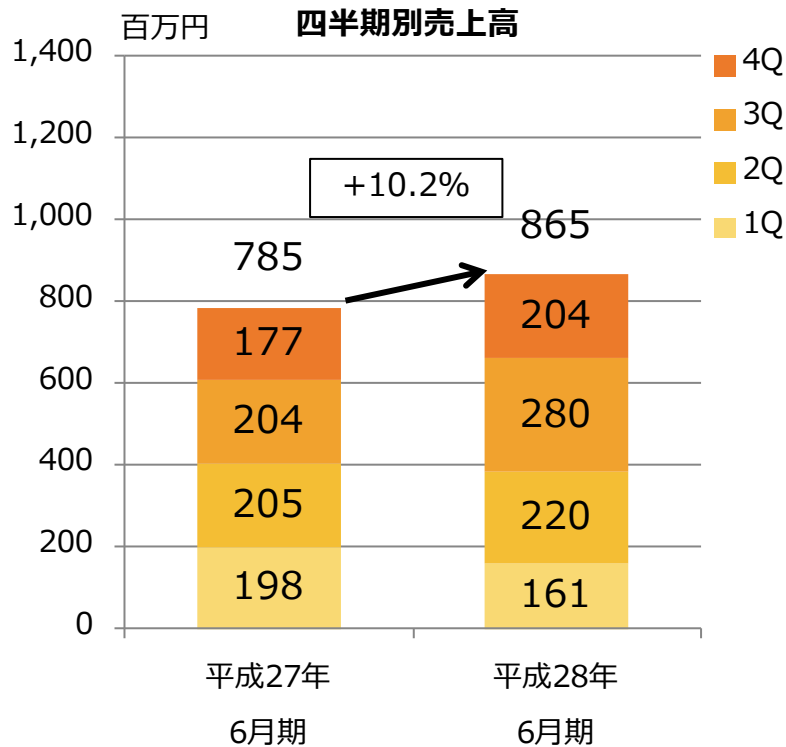


- ✓ 60名を超えるデータサイエンティスト組織は、国内随一
- ✓ 事業効率化に向けて、案件の長期化・大型化・ストック化を推進中
- ✓ 加えて、分析ロジックを組み込んだアナリティクスソリューションの開発による、ストック型売上高の創出にも取り組み中



# アナリティクス事業（単体） 前期との比較

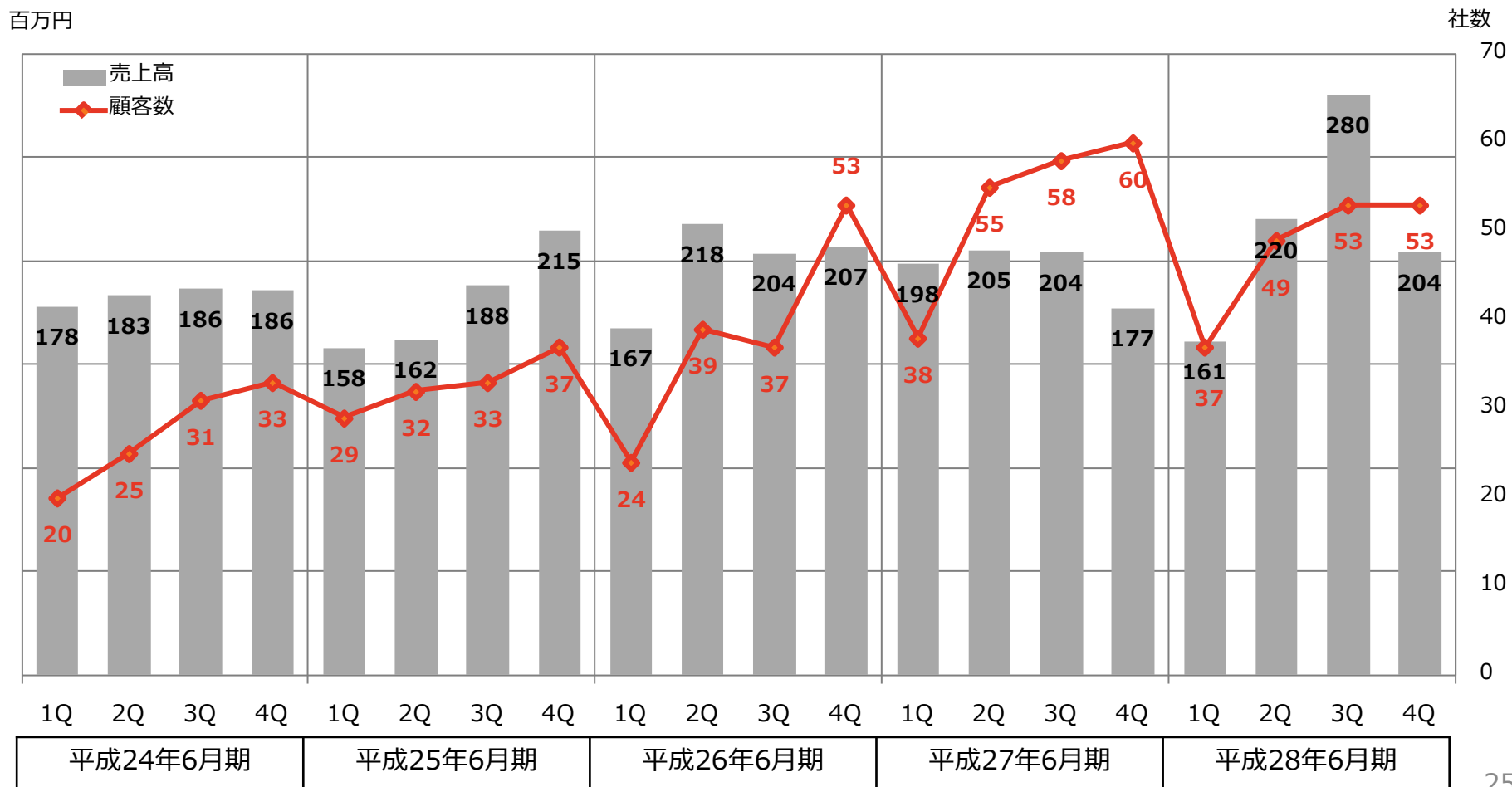
売上高、利益ともに、中期経営計画に基づく案件の長期化・大型化・ストック化に向けた活動が進捗し始めたことにより、2Qより回復・伸長。利益は、案件の大型化による顧客単価の上昇、人員配置の効率化による稼働率改善、連結子会社による損失の減少により、大きく改善した。



# アナリティクス事業（単体） 売上－顧客数推移



2Q・3Q連続で最高売上高を更新。年度末需要を取り込んだ3Qは特に伸長。当社4Qは、顧客企業の多くにとっての1Qにあたるため、当社売上も減少したが、今後納品となる案件の稼働も順調に始まっており、事業上問題なし。



ブレインパッドの事業 = データを駆使し、顧客企業のビジネス創造と経営改善を支援

## 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



## アナリティクス事業

企業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

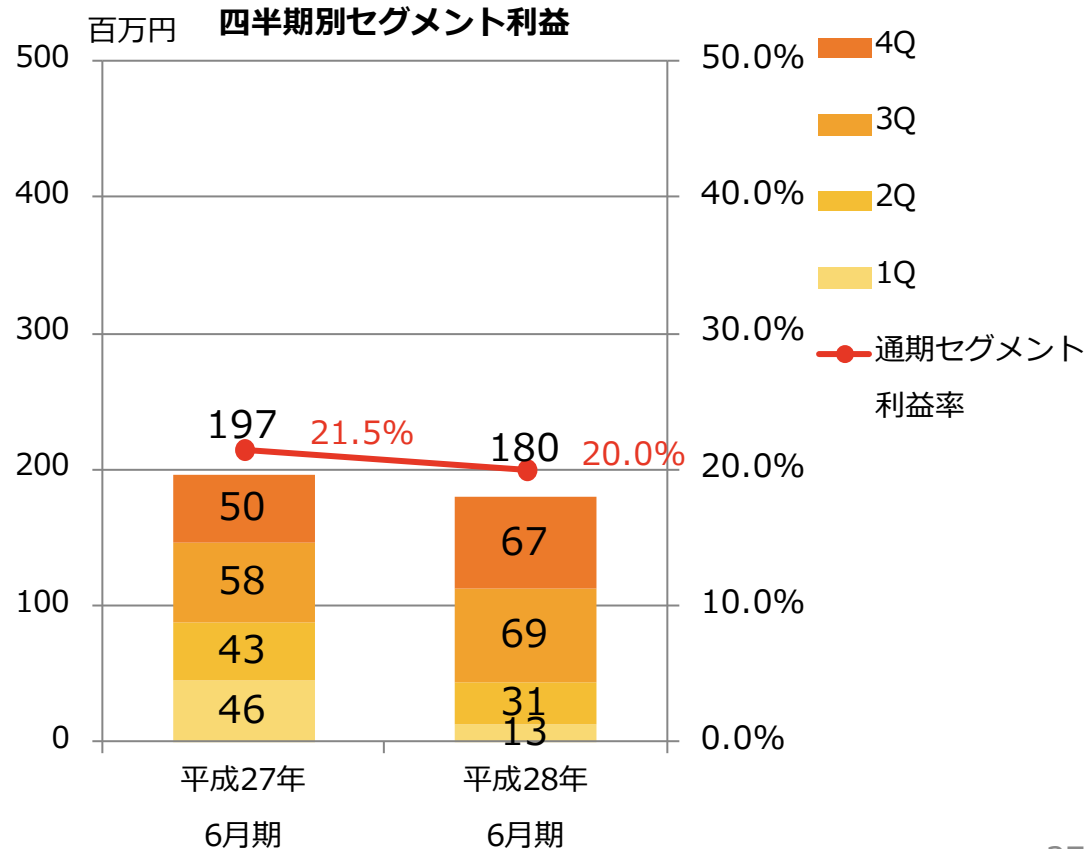
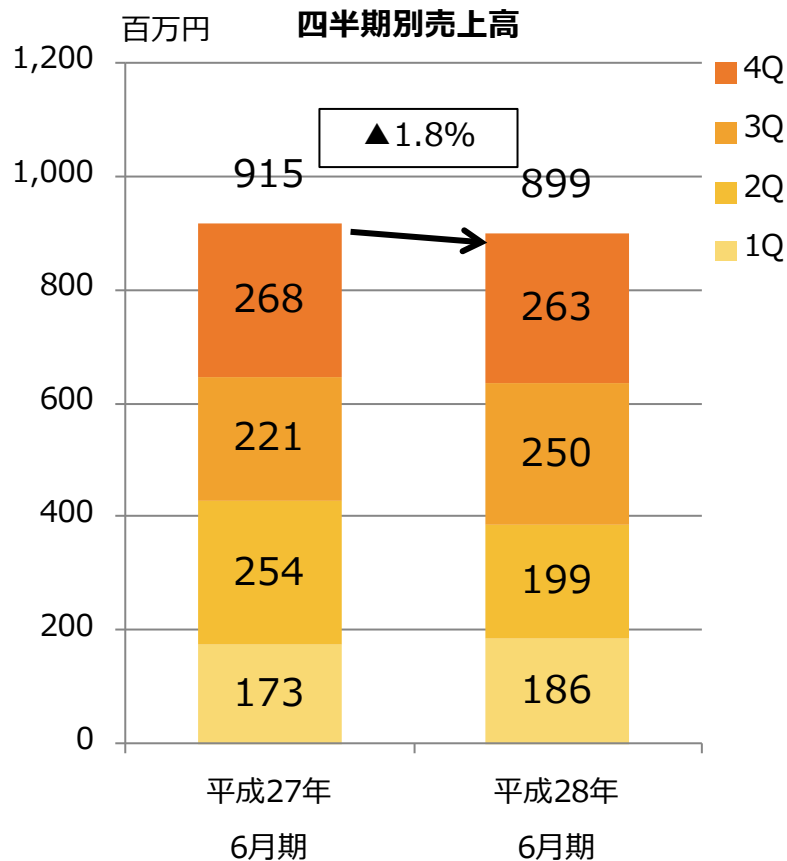
### デジタルマーケティング



- ✓ データ活用のプロの目線で選定した製品を、ベンダーフリーの立場で販売
- ✓ システム構築には外注を活用するなど、少人数で効率良いビジネスを展開中
- ✓ マーケティングオートメーション製品「Probanance」が主要プロダクトに成長

# ソリューション事業（単体）前期との比較

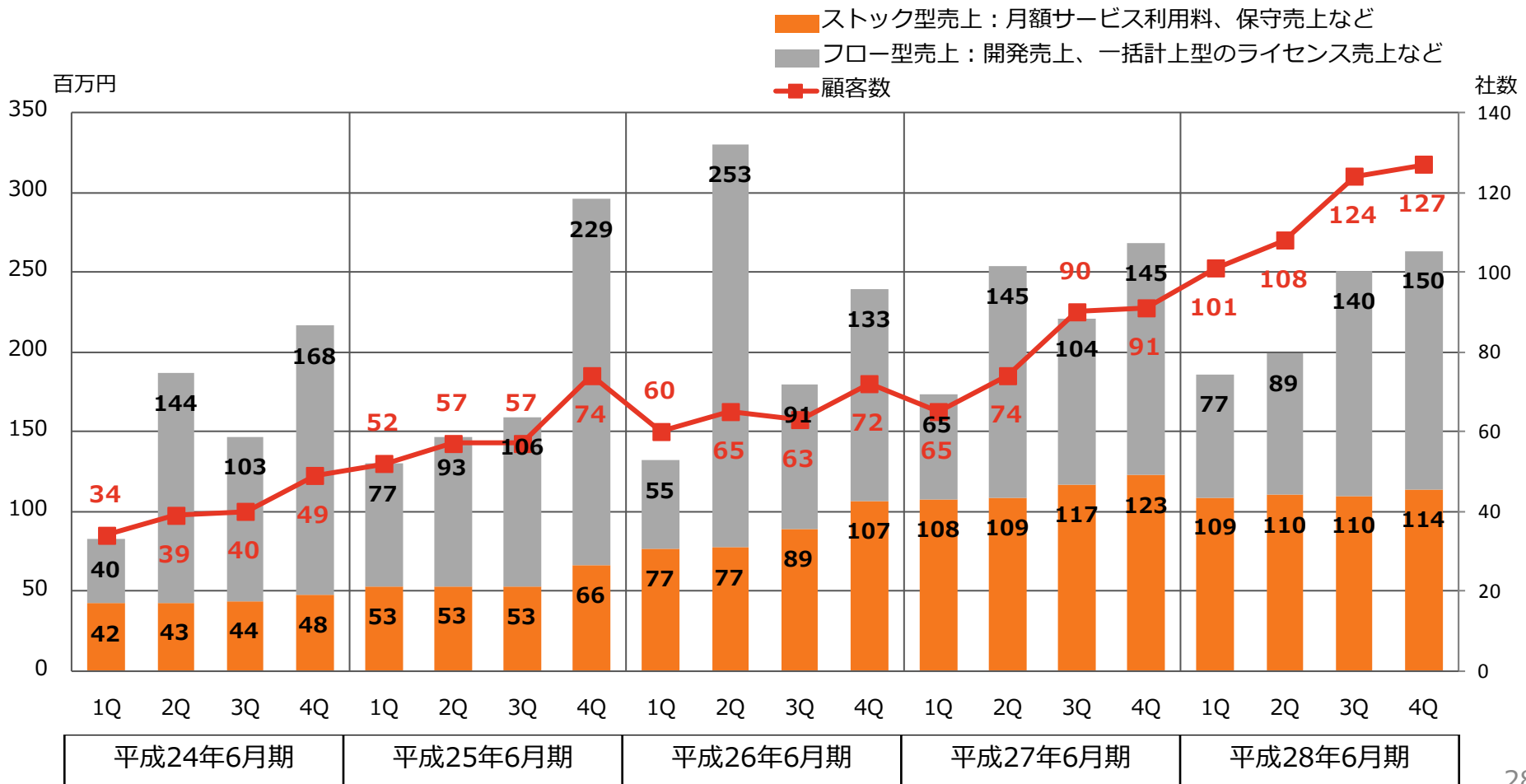
売上高・利益ともに、上期は大型のライセンス販売がなかったことにより業績の進捗が遅れていたが、下期はフロー型売上高として貢献度の大きいSAP製品や受託開発案件の受注等を重ね、通期では、前期比ほぼ横ばいとなるまで回復した。



# ソリューション事業（単体） 売上－顧客数推移



ストック型売上高（主に、マーケティングオートメーション製品やBI製品の月額利用料、機械学習ベースの予測分析システムの保守料）は、平成28年6月期を通じて微増に留まる。



ブレインパッドの事業 = データを駆使し、顧客企業のビジネス創造と経営改善を支援

## 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



## アナリティクス事業

企業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

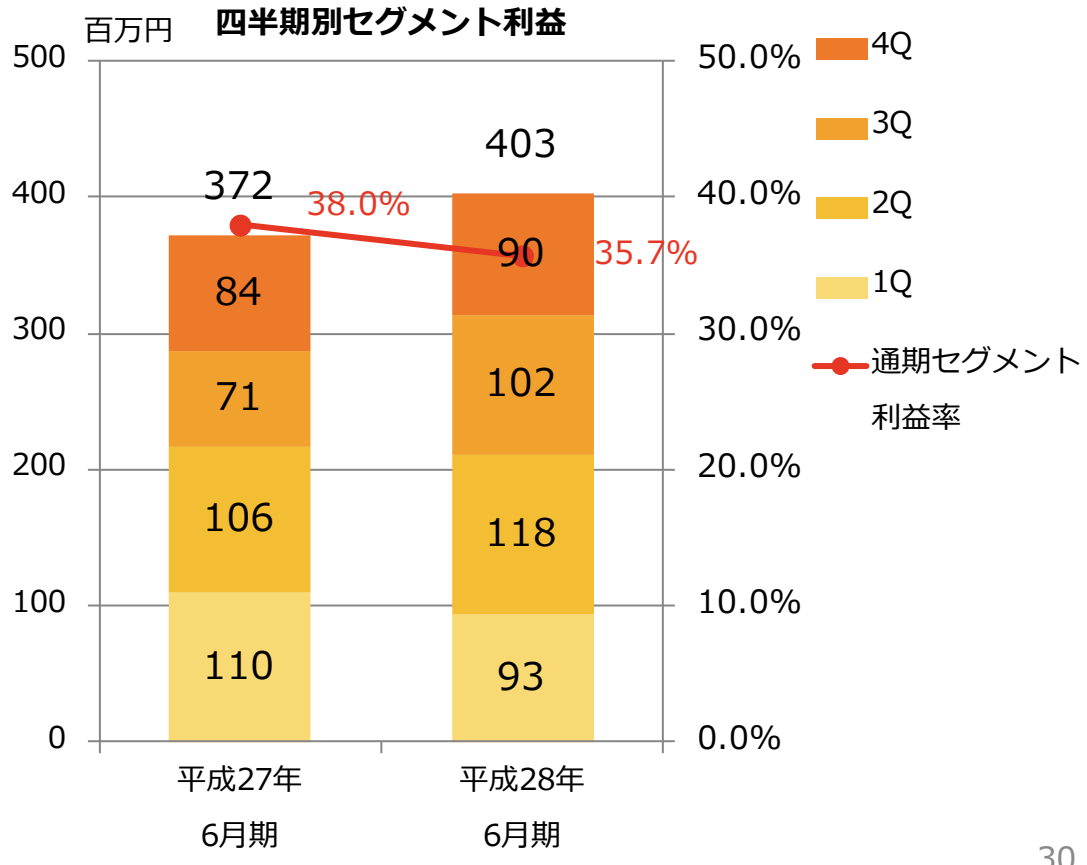
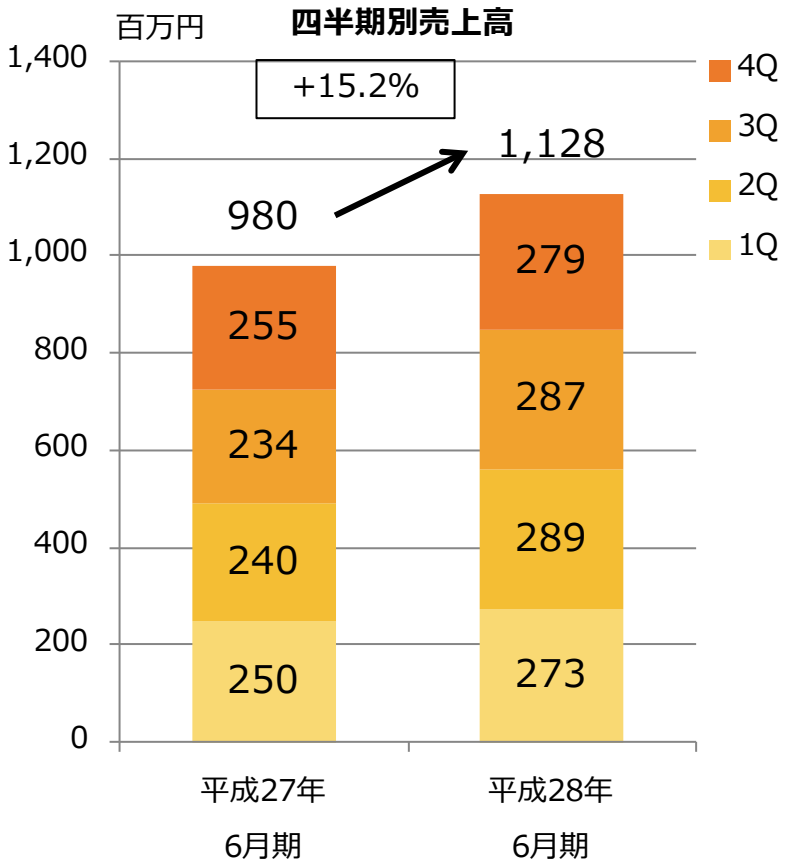
### デジタルマーケティング



- ✓ DMP市場のNo.1製品である「Rtoaster」を開発・提供
- ✓ 高利益率であるSaaS型サービスが事業の中心であり、グループ収益を支える
- ✓ データ分析会社ならではの高精度アルゴリズムを搭載した製品開発が特徴

# マーケティングプラットフォーム事業（単体）前期との比較

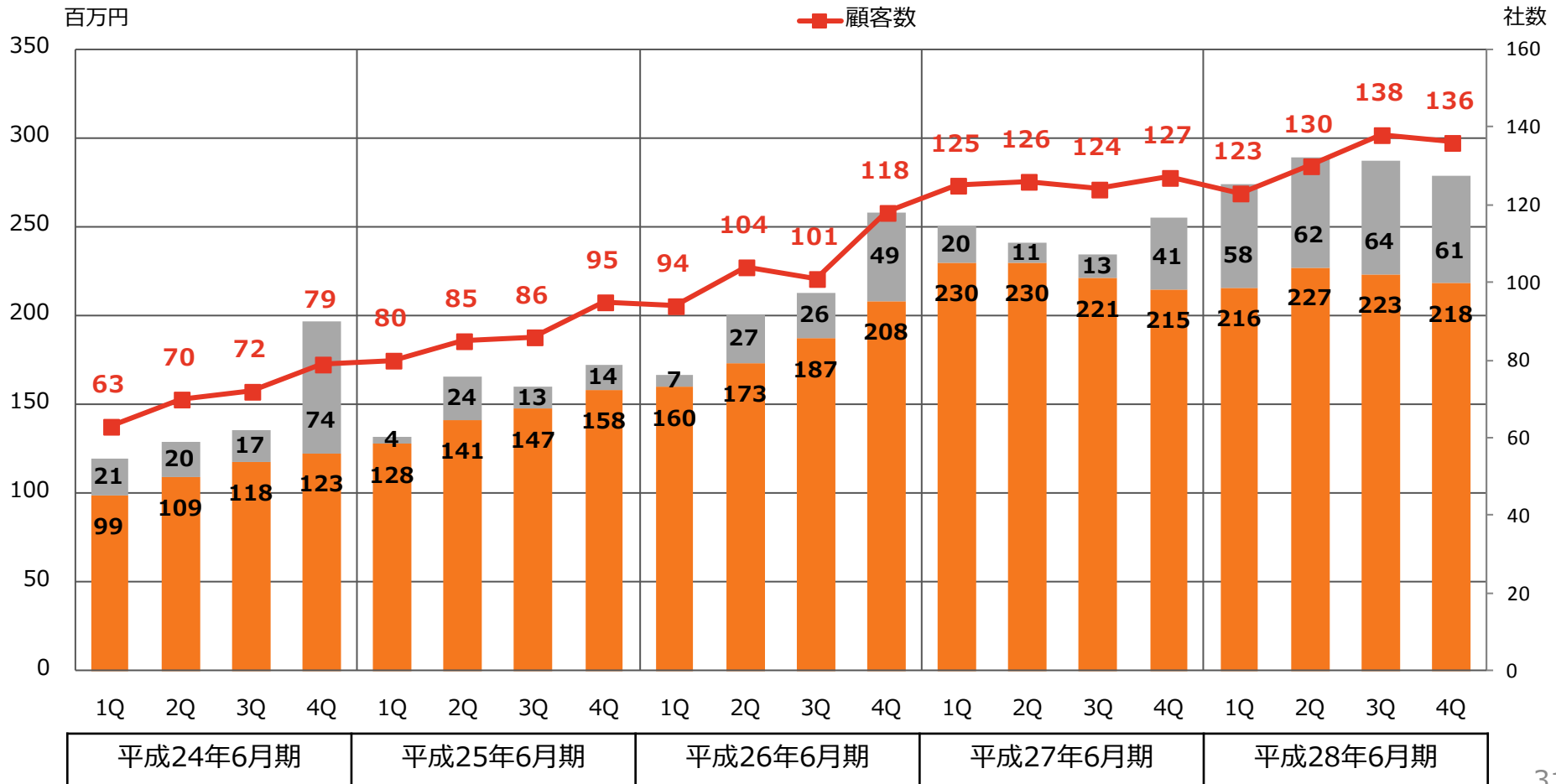
売上高は、DMP領域の需要を取り込み、大きく成長。  
 利益は、ソフトウェア資産の減価償却費の増加、今期より開始した受託開発案件の影響により低下したが、レコメンドエンジンを搭載したプライベートDMP「Rtoaster」をはじめとするSaaS型サービスは高利益率を維持。



# 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。

- ストック型売上：月額サービス利用料、保守売上など
- フロー型売上：開発売上、一括計上型のライセンス売上など
- 顧客数



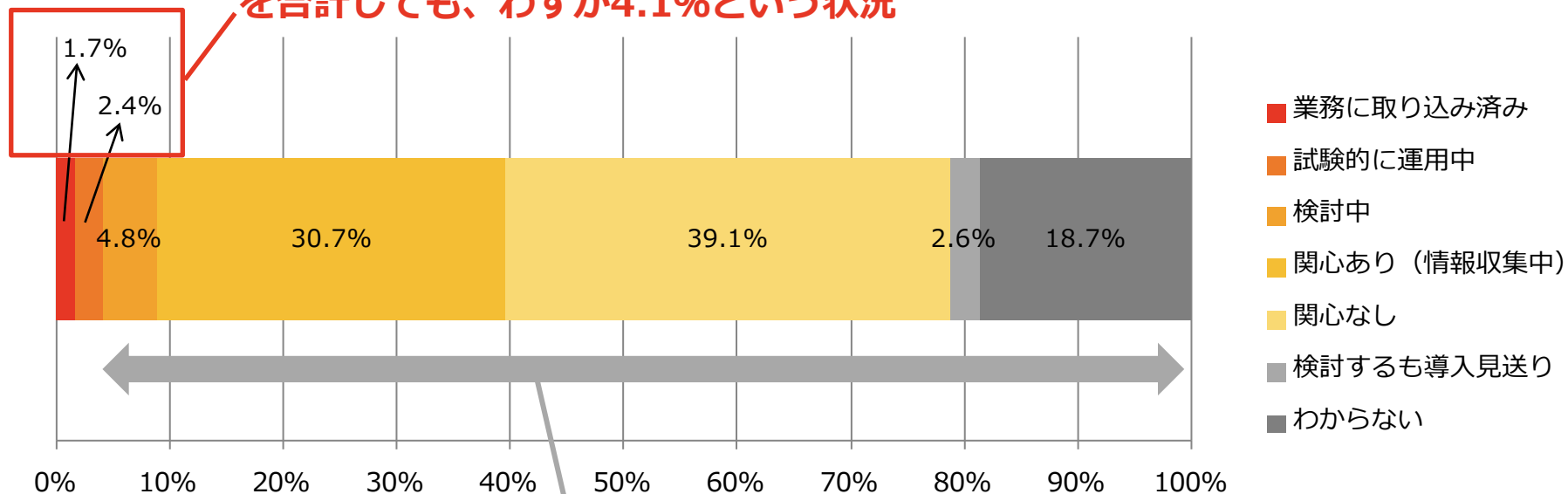


# 平成29年6月期の重点取り組みと 中期経営計画

# ビッグデータ活用市場は、いまだ黎明期

- ・平成27年度の国内企業におけるビッグデータ投資額は、わずか535億円。
- ・国内企業のビッグデータへの取り組み状況は以下のとおり。

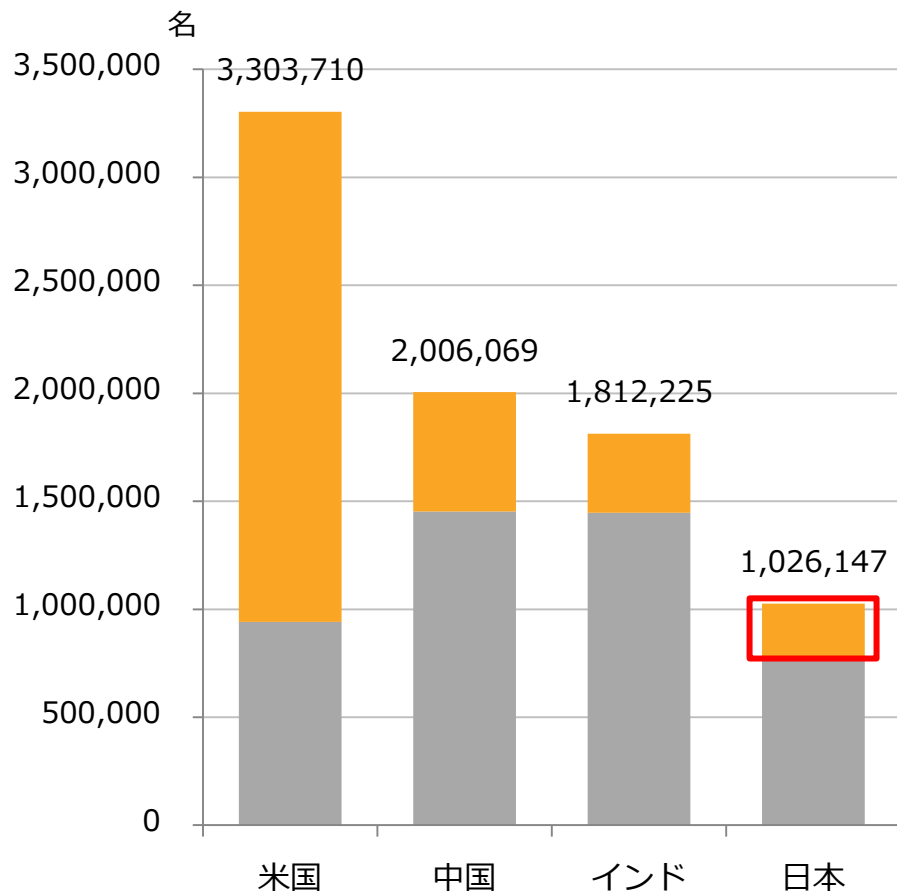
業務に取り込み済み(1.7%) と 試験的に運用中(2.4%)  
を合計しても、わずか4.1%という状況



市場成長余力は大きいと推察される

# IT人材の状況から、専門企業の活躍の場が広がると予測

- ユーザー企業に所属するIT人材
- ITサービス企業に所属するIT人材



- IT人材の総数は、日本は諸外国に比べて少ないと言われている。
- さらに、日本のIT人材の多くがITサービス企業に所属しており、ユーザー企業がデータ活用に取り組む場合は、外部企業に協力仰ぐことになりやすい状況と言える。

※上記は、各国統計資料（米国労働省、労働統計局等）公知情報（NASCOMM、アジア情報化レポート、IPA IT人材白書2010）その他「ガートナー/Enterprise IT Spending by Vertical Industry Market, Worldwide, 2008-2014, 2Q10 Update」の内部サービスコストおよび「平均給与単価」に基づく推計値に基づき当社にて作成。

ビッグデータを用いた、経営課題を解決す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という際立った特色を活かし業界内でのポジションを確立し、市場の拡大と共に成長を目指す。

## ブレインパッドのサービス提供領域



課題の見える化  
(アセスメント)と  
コンセプトデザイン



トライアル分析による  
プロジェクトの実現可能性  
や投資対効果の検証



課題を解決する  
分析アルゴリズムや  
プラットフォームの開発



実際の業務プロセスへの  
適用と運用改善による  
継続的なビジネス成果創出

戦略的コンサルティング  
ファームの得意領域

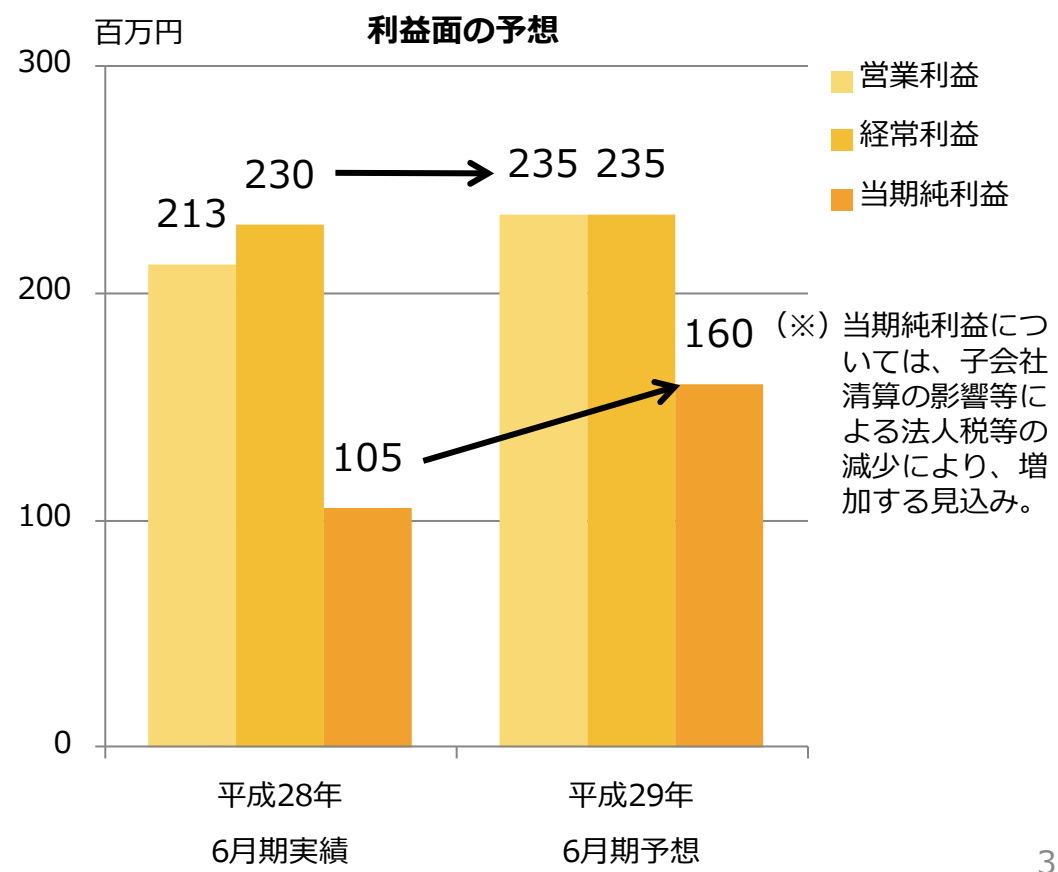
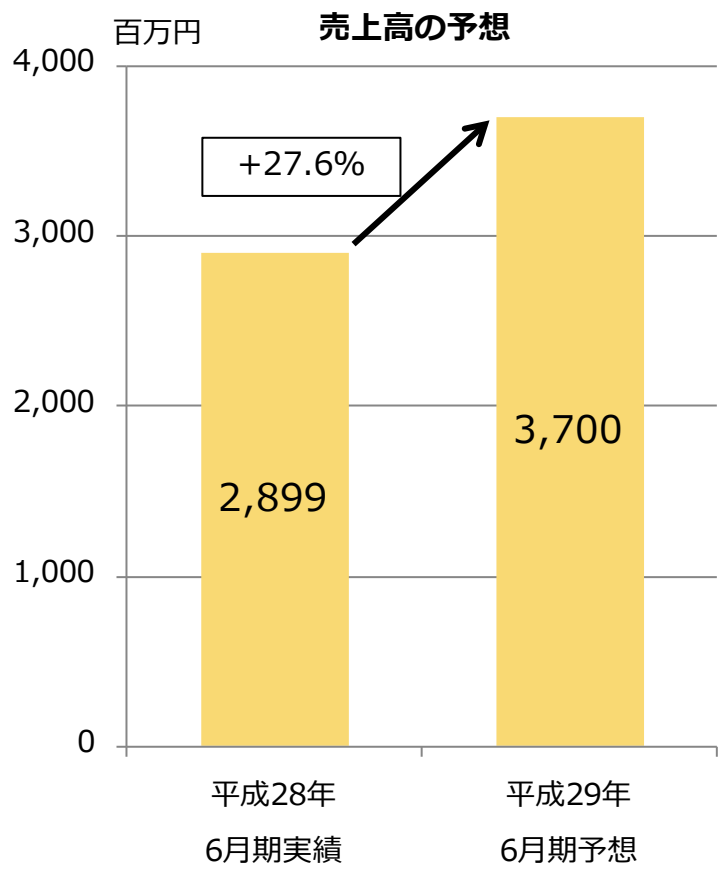
デジタルマーケティング特化  
や分析特化の関連製品ベンダー  
の得意領域

大手SIerの得意領域  
(ただし、分析の専門人材はまだ不足していると認識)

総合系コンサルティングファームの得意領域  
(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であると認識)

# 次期（平成29年6月期）連結業績予想

売上高は、3事業ともに20%～30%程度の成長を目指す。  
 利益面は、平成30年6月期以降の計画実現に向け、半年程度遅れている人材採用の取り返しによる組織規模の拡大に加え、人材教育投資、マーケティング投資等を見込み、横ばいとなる想定。



- 売上・経常利益ともに当初の中期経営計画からは数字を引き下げている。

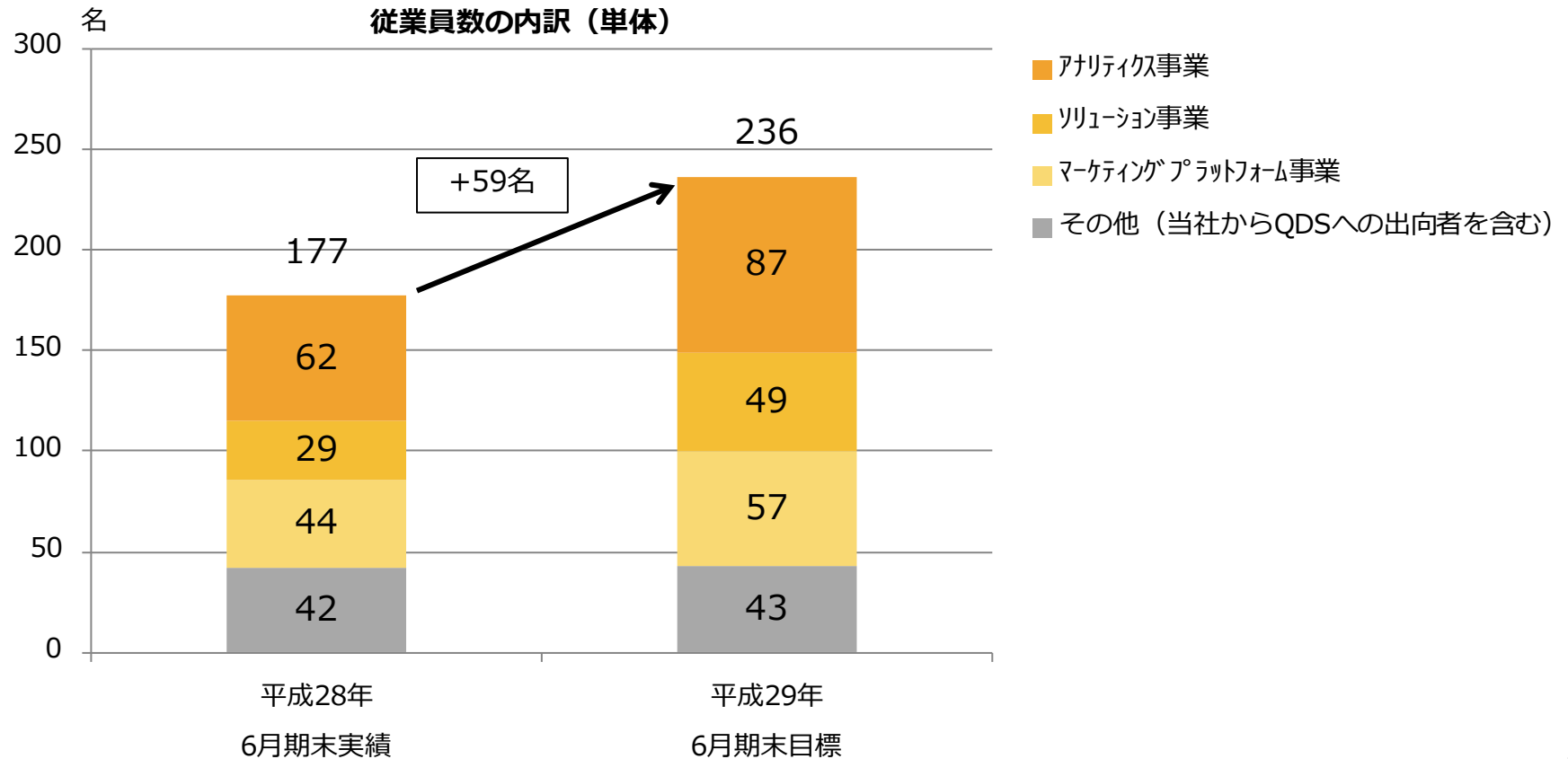
	(連結売上高)	(連結経常利益)
・ 当初の中期経営計画	38億円	3.00億円
・ 次期業績予想	37億円	2.35億円

- 最大の理由は、人材採用ペースが半年遅れとなっている中でも、営業・マーケティング人材の採用の遅れが顕著であるため。
- 次期(平成29年6月期) 内に、営業・マーケティング、コンサルタント人材の獲得と、営業体制の確立を完了し、翌期(平成30年6月期)以降の成長に繋げる考え。

※次期の組織拡大イメージは次頁に記載。

# 次期における組織拡大イメージ（単体）

平成28年6月期に採用が進まなかった部分も含め、ブレインパッド単体で、年間59名(+33.3%)の増員を目指す。3事業ともに、営業・マーケティング人材を積極増員し、次期以降の売上拡大を実現できる体制構築を進める。



# 平成30年6月期以降の計画は修正なし（平成29年6月期のみ修正）

過年度の推移

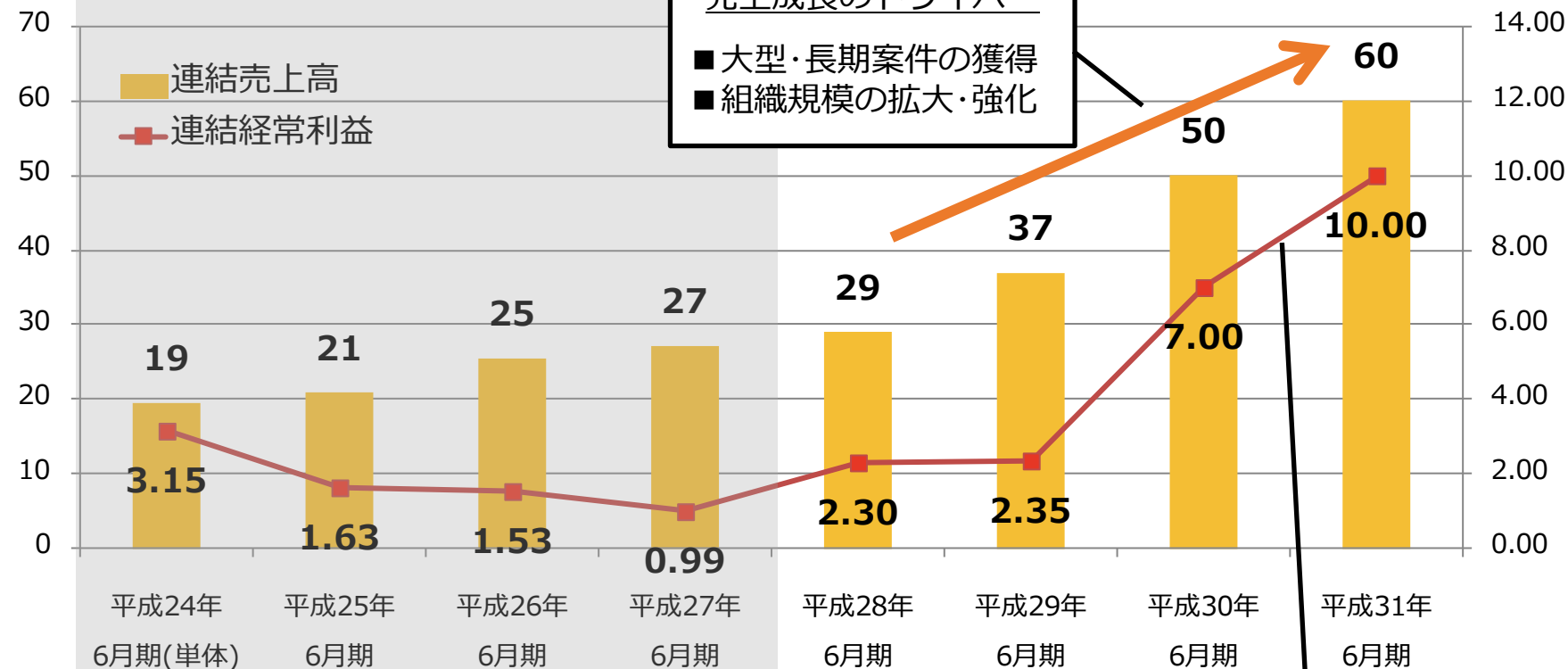
中期経営計画「OneBrainPad」

投資フェーズ

成長フェーズ

売上高（億円）

経常利益（億円）



売上成長のドライバー

- 大型・長期案件の獲得
- 組織規模の拡大・強化

利益成長のドライバー

- 既存事業集中と生産性向上
- ストック型ビジネスの伸長



# 中期経営計画の定量計画の要旨



## ① 各事業の売上成長目標

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

## ② 最終年度の収益率

- ・ 連結経常利益率 15%超

## ③ 最終年度の資本効率

- ・ 連結ROE 20%超

## ④ 株主還元方針

- ・ 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予定であるため、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。

## ⑤ 組織の拡大イメージ

- ・ アナリティクス人材 約 60名 → 90名～120名
- ・ エンジニアリング人材 約 50名 → 70名～ 90名
- ・ セールス・コンサルタント人材 約 40名 → 60名～ 80名
- ・ コーポレートスタッフ 約 20名 → 20名～ 30名

計 約170名 → 240名～320名

## 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・数理計画法などの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

## アナリティクス事業

- データ分析力を中核とした体制強化
  - ✓ 営業・コンサルティング～データ分析・予測～ソリューションの開発まで、データ活用に関する課題にあらゆる側面から対応できる体制を構築し、案件の長期化・大型化・ストック化を推進。
- 営業・マーケティングの強化
  - ✓ データ活用による経営課題を解決したいと考える企業の相談先としてのポジションを確立し、顧客へのリーチ力を強化。

## ソリューション事業

- 注力製品の選択・集中
  - ✓ マーケティングオートメーション製品を中心とするストック型売上高の積上げ。
  - ✓ SAPジャパン、日本マイクロソフト社等とのパートナーシップを活かし、両社製品について、より多くの販売機会を創出。
- 営業・マーケティングの強化
  - ✓ 注力製品に関するマーケティング、プロモーションを強化。

## マーケティングプラットフォーム事業

- DMP市場No.1としての圧倒的地位の確立とレバレッジを効かせた売上拡大
  - ✓ 営業人員の増加による営業組織拡大。
  - ✓ 他社とのアライアンス等による売上スタイルの多様化。
  - ✓ 導入コンサルタントによるプロフェッショナルサービスの充実。
- 製品開発の強化
  - ✓ 「Rtoaster」に続く新製品の開発着手。
  - ✓ 連結子会社 M y n d 株式会社との連携強化。

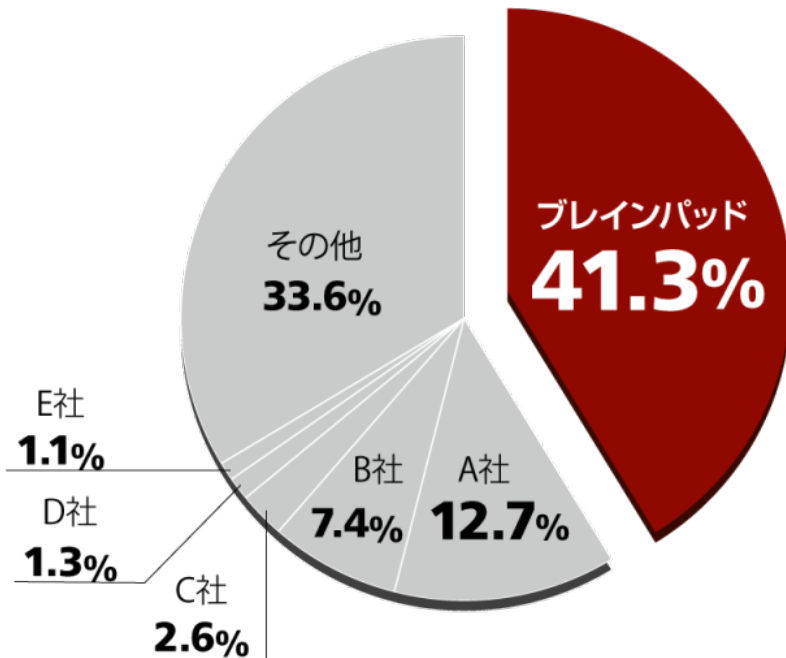
(参考) 直近のニュース発表

## 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

2016.5.24

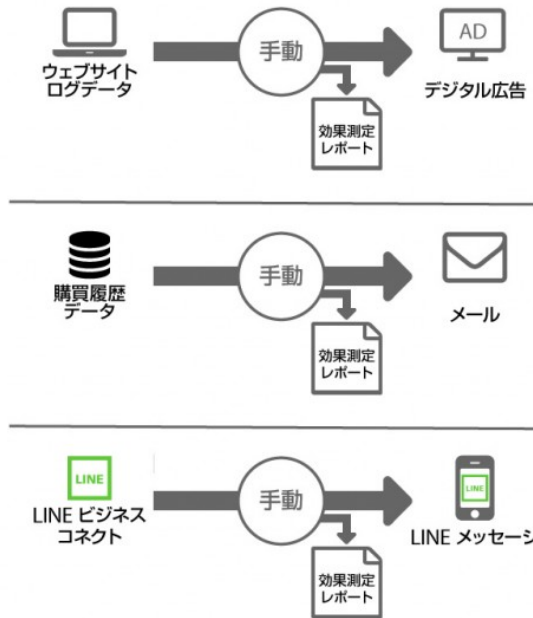
### コーセーの通販ブランドに クロスチャネルでの 顧客育成を可能とする マーケティング環境を導入

コーセープロビジョン株式会社  
運営の通販スキンケアブランド  
「米肌(まいはだ)」向けに、  
統合マーケティングオートメー  
ション環境を導入。

これまでは独立的に運用されて  
いた、デジタル広告、メール、  
LINEメッセージによる施策を  
一体化。顧客の購買状況や関心  
に合わせて、自動的に最適な  
チャネルとタイミングで施策が  
実施できるようになった。

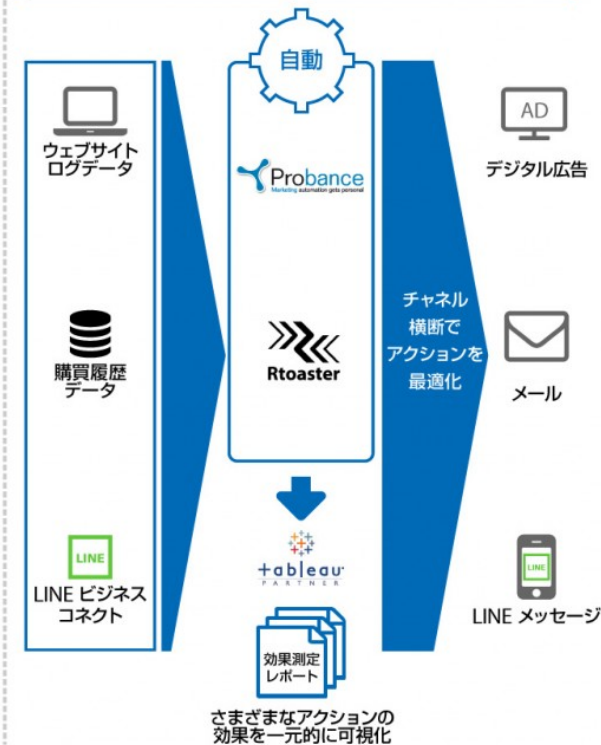
#### 統合マーケティングオートメーション 導入前

それぞれの施策は独立して手動で運用



#### 統合マーケティングオートメーション 導入後

それぞれの施策を連携して自動化が可能に



デジタルマーケティング

機能開発

2016.7.28

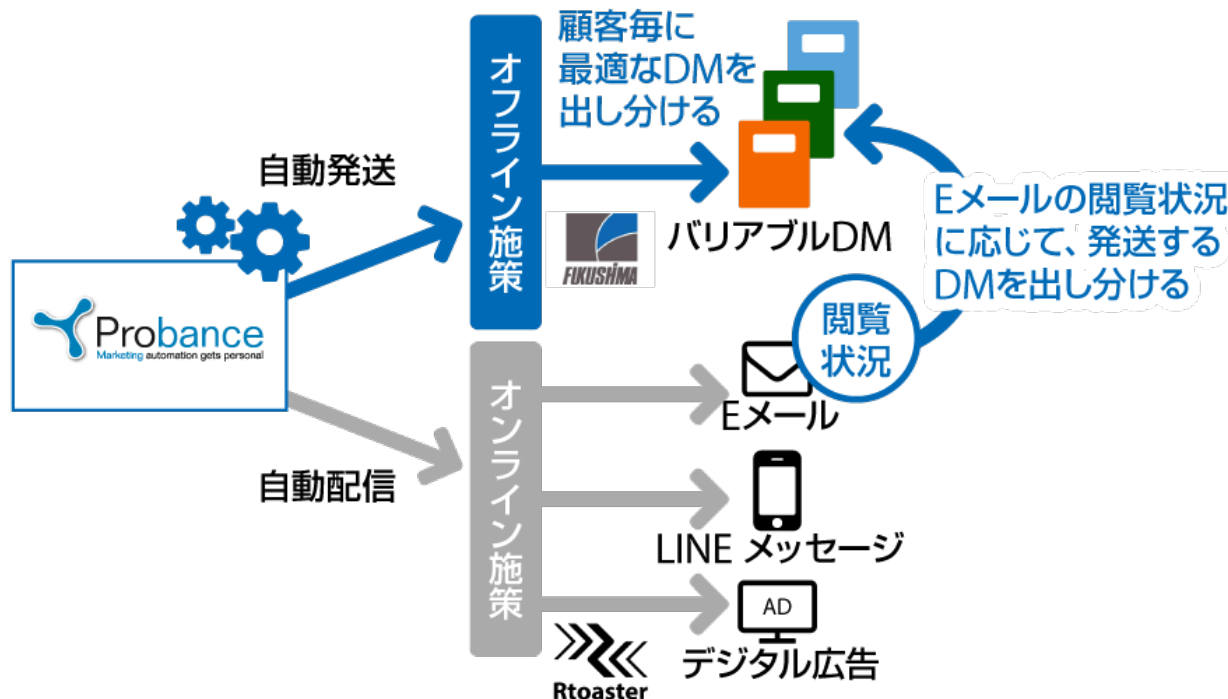
マーケティングオート  
メーションによる  
バリエابلDMの自動発送  
ソリューションを提供

当ソリューションにより「Eメールが開封されない顧客に対してはDMを自動発送し反応を促す」といった施策が可能。

マーケティングオートメーションとバリエابلDMの連携による自動発送の実用化は、国内でも先例なし。

本件は、株式会社博報堂DYパートナーズ、福島印刷株式会社との共同の取り組み。

顧客毎に適したコンテンツを判別し、オフラインでのバリエابلDMの自動発送までを可能に



※バリエابلDMとは、顧客毎に異なる文面や画像を可変印刷したDMのこと。

**導入事例**

**FinTech**

**2016.7.20**

**伊予銀行に  
Rtoasterを導入**

(西日本の地方銀行への初導入)

株式会社伊予銀行のホームページのリニューアルに合わせRtoasterを導入。

顧客一人ひとりに最適な金融商品やサービスの提案を行うレコメンドスペースを設置。

**デジタルマーケティング**

**他社連携**

**2016.6.22**

**Rtoasterと  
クロスリスティングDMP  
を連携**

gooやOCNなどの国内大手ポータルサイトを中心としたネットワークにおける“大量の検索データ”を集約した「クロスリスティングDMP」とRtoasterが連携。

例えば、競合他社の商品名を検索しているユーザーに対しその商品と類似する自社製品は新商品情報をレコメンドすることが可能に。



新製品

機械学習

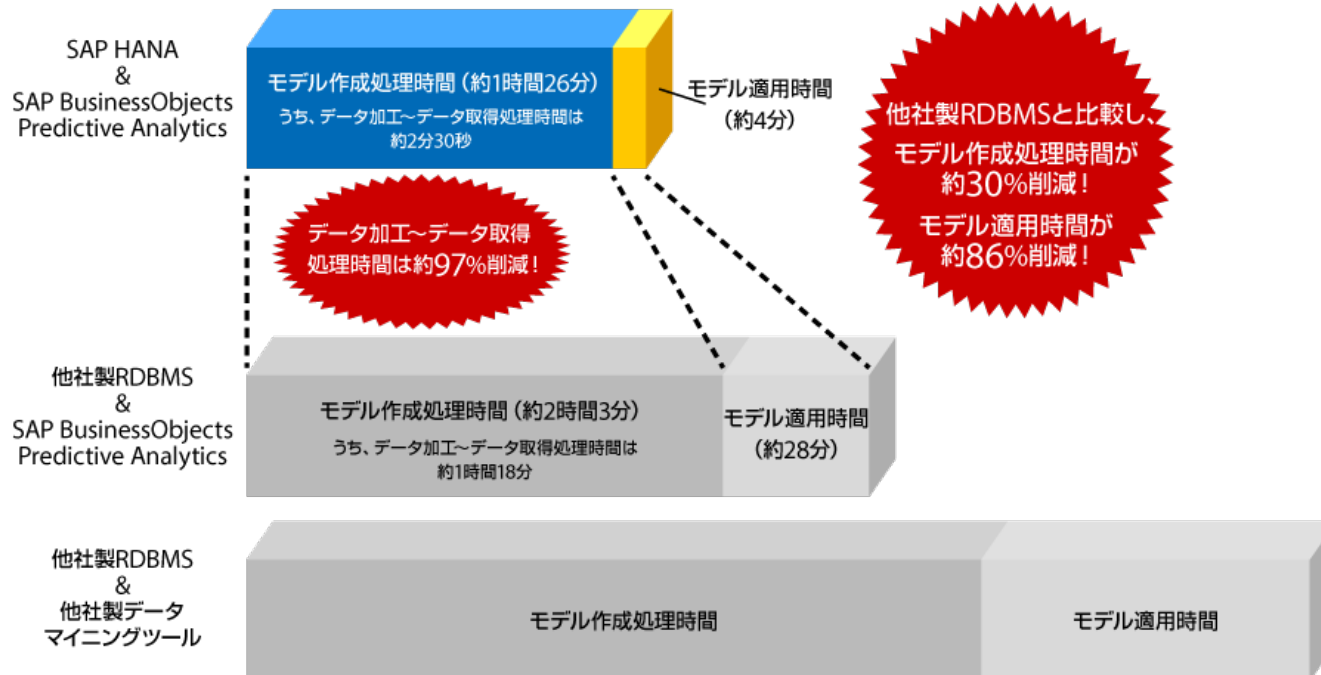
**2016.7.26**  
**ビッグデータ対応の**  
**分析基盤として**  
**SAP HANA® 提供開始**

SAPジャパン株式会社提供のインメモリコンピューティング製品「SAP HANA®」の提供を開始。

これに先駆けて、当社が10年超にわたって取り扱ってきた「SAP® BusinessObjects™ Predictive Analytics」の優位性である高速性を、SAP HANAのインメモリ技術を活かしてさらに高速化させるパフォーマンス検証を実施。

## パフォーマンス検証結果

1,000万人 (1億トランザクション) のデータを利用し、170の説明変数を作成、分類モデルの作成・適用を実施



# 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"> <li>●企業の有するデータの分析と企業行動の最適化支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●システムインテグレーション</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> </ul>
主力サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>●受託分析サービス</li> <li>●コンサルティングサービス (次ページ以降参照)</li> </ul>	(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"> <li>●プロジェクトベースで受注。</li> <li>●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。</li> <li>●プロジェクトの体制は、数名～4-5名体制まで様々。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ソフトウェアのライセンス売上と保守料。</li> <li>●システムの受託開発による売上。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●自社開発のSaaS型サービスの月額利用料（従量課金形式）。</li> <li>●顧客毎のカスタマイズ開発売上。</li> </ul>
主なコストについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>●分析に要した分析官の人件費など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ライセンスの仕入</li> <li>●受託開発に要した人員の人件費など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●サービス開発のための人件費</li> <li>●SaaS型サービス運用のためのサーバー費用など</li> </ul>
競合環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>●上場企業は当社のみ。</li> <li>●50名を超える分析組織は、国内最大規模。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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。</li> <li>●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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●類似サービスが複数あるが、売上規模としては最大規模。</li> </ul>
主要顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●多岐にわたる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●通販・ECサービス系。</li> <li>●多数の消費者顧客・会員をもつサービス業など。</li> </ul>

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	<b>SAP® BusinessObjects™ Predictive Analytics</b> (エス・イー・ピー ビジネスオブジェクト・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><b>Rtoaster</b> (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><b>L2Mixer</b> (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><b>DeltaCube</b> (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>(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>(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。



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。

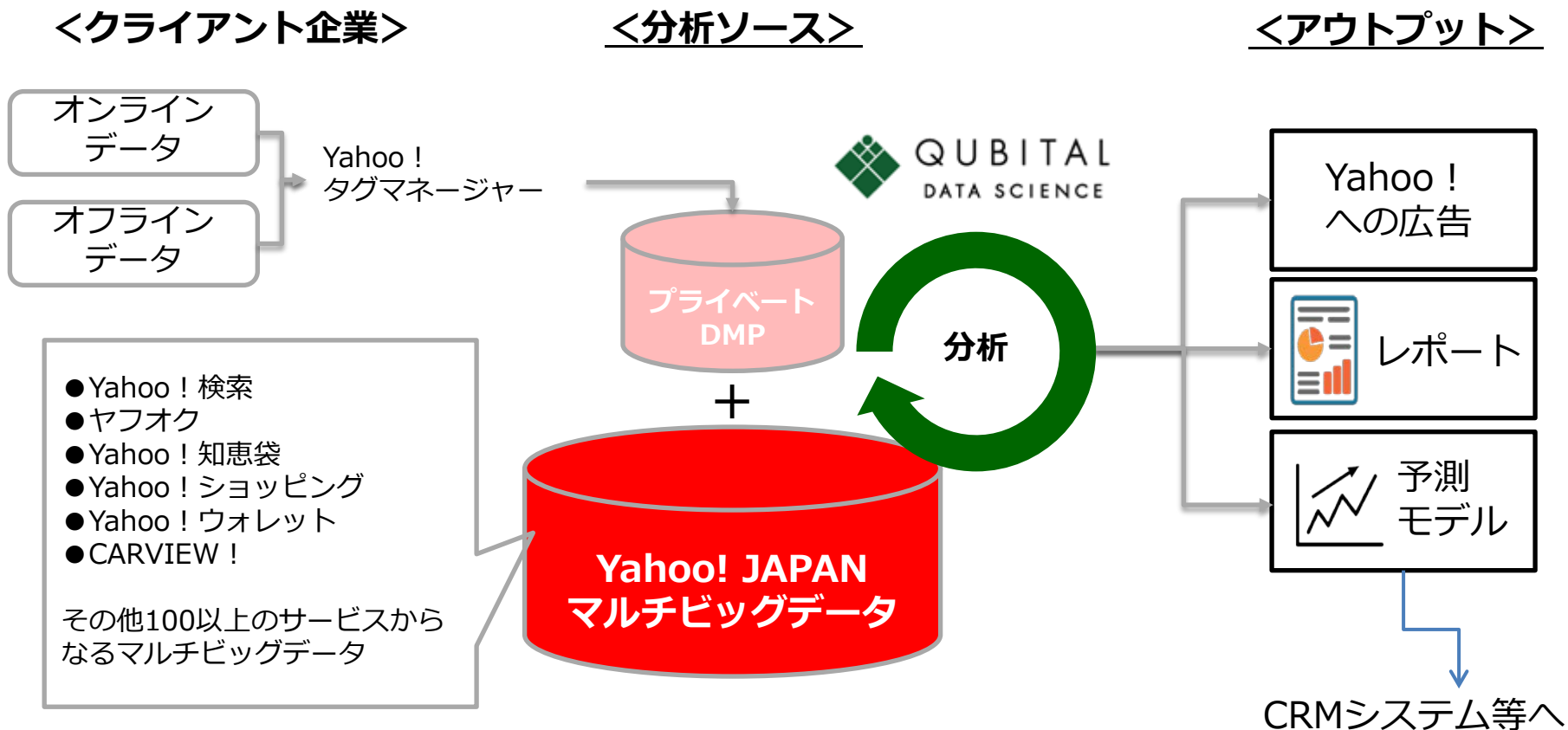


↑  
自動収集した膨大な記事を  
数十個のまとめ（トピック）  
に自動分類するとともに、  
ユーザの行動から好みを学習し、  
個々人にあった記事だけを配信  
するアプリ。

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

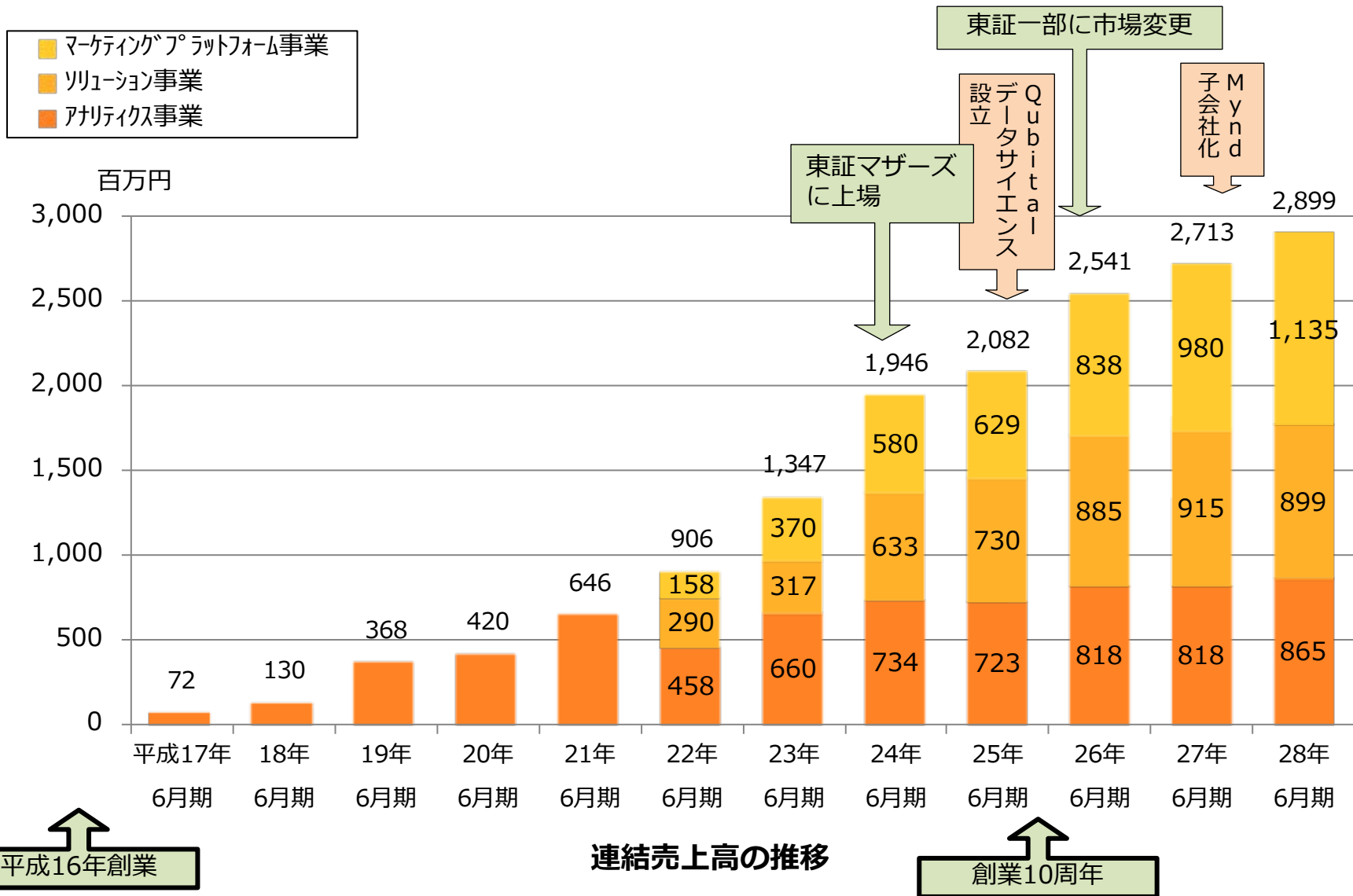
# グループ会社の紹介：株式会社Qubitalデータサイエンス

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



平成21年以前のセグメント別の売上高は未公表です。  
 また、平成23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、平成23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。