

# 2020年6月期 第1四半期 決算補足説明資料

株式会社ブレインパッド  
2019年11月8日

# INDEX

- はじめに … P 2
- 会社概要 … P 3
- 2020年6月期 第1四半期 連結業績ハイライト … P 9
- 2020年6月期 第1四半期 単体業績/単体セグメント業績ハイライト … P 16
- 再掲：中期経営計画について … P 28
- 再掲：2020年6月期 通期業績予想について … P 38
- APPENDIX … P 40

# はじめに ～当社が目指すもの～

## 創業以来の変わらぬミッション

### “データ活用の促進を通じて持続可能な未来をつくる”

ブレインパッドは、2004年の創業当時から、顧客企業のデータを活用した経営改善を支援してきました。  
ビッグデータ、AI、IoTなど、時代ごとにキーワードは違えど、  
その根底はデータを分析・活用して価値に変え、企業活動に変化と改善をもたらすことです。

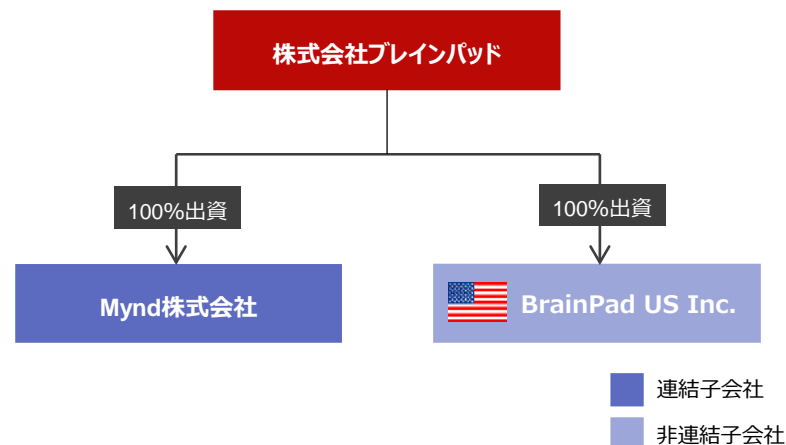
データは蓄積するだけではただのコストです。私たちは、データを価値に変えるために必要な  
分析力（国内随一のデータサイエンティスト数）  
エンジニアリング力（市場No.1製品を自社開発・提供できる技術力）  
ビジネス力（データ活用を支援した企業は業種問わず1,000社超）  
の3つの力を有した、世界でも稀有な企業です。

世界的に増え続ける人口（減り続ける日本の人口）と、限られた資源、加速する環境変化の中で  
私たちは「データ活用のプロフェッショナル」として、  
ビジネスに、データに基づく高度化とイノベーションを与え、  
世界の持続可能性の向上に寄与してまいります。

# 会社概要

商号	株式会社ブレインパッド (英文 BrainPad Inc.)
本社所在地	東京都港区白金台3-2-10 白金台ビル
電話番号	03-6721-7001 (代表)
設立	2004年3月18日
上場	2011年9月 東京証券取引所 マザーズ上場 2013年7月 同 市場第一部上場 (証券コード: 3655)
資本金	332百万円 (2019年9月30日現在)
従業員数	306名 (連結、2019年9月30日現在)
役員	代表取締役会長 佐藤 清之輔 (創業者) 代表取締役社長 草野 隆史 (創業者) 取締役 安田 誠 取締役 石川 耕 取締役 塩澤 洋一郎 取締役 関口 朋宏 社外取締役 佐野 哲哉 社外取締役 牛島 真希子 常勤社外監査役 鈴木 晴夫 社外監査役 山口 勝之 社外監査役 大久保 和孝
主な加入団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般社団法人データサイエンティスト協会</li> <li>一般社団法人日本ディープラーニング協会</li> </ul>

## グループ体制



## 認証



JIS Q 15001  
認証番号: 10822646

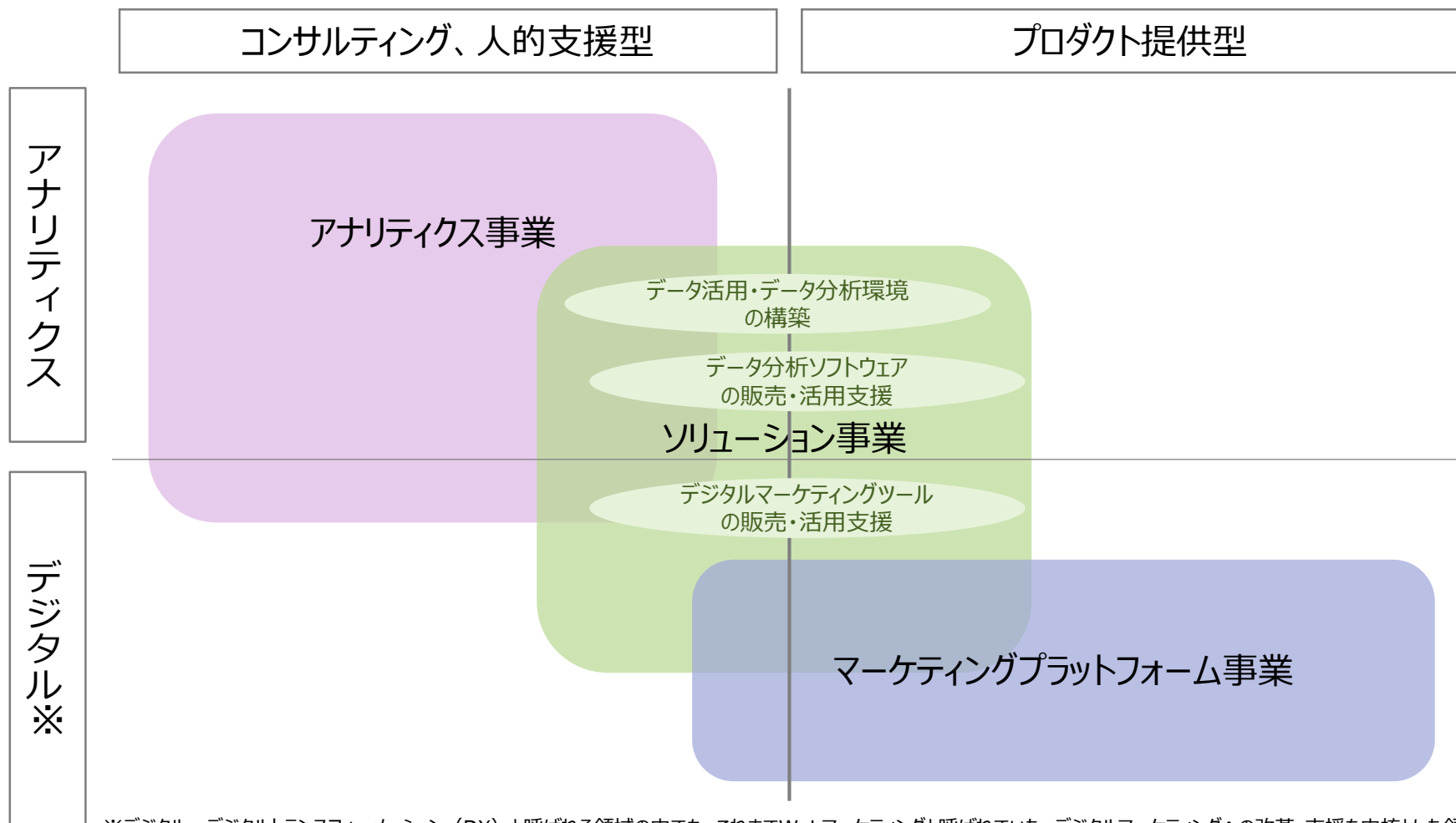


認証・制度  
ISO (JIS Q) 27001

認証の登録範囲は、Webレコメンデーションならびに  
広告配信技術、データ分析技術を利用したSaaS  
サービスです。

# ブレインパッドのビジネス領域

データを活用して顧客企業の経営改善を支援する当社の事業領域は、以下の4つのフィールド（象限）で表すことができ、その中で、3つのタイプの事業を展開しています。



※デジタル：デジタルトランスフォーメーション（DX）と呼ばれる領域の中でも、これまでWebマーケティングと呼ばれていた、デジタルマーケティングへの改革・支援を中核とした領域

# アナリティクス事業

データサイエンティストという専門人材によるデータ解析/コンサルテーションや、データ解析ロジックを組み込んだシステム実装を、業務受託型で行う事業です。

## 直近の収益構造 (2019年6月期連結実績)

- 顧客の経営課題に合わせてプロジェクト単位で受注
- プロジェクト期間は、数か月～数年まで様々、プロジェクト体制も、数名～10名近くまで様々
- フロー型売上高として集計しているが、数ヶ月ごとに契約更新し、長期にわたり支援している企業も多い



- 売上原価の大部分は社員人件費
- その他は、サーバー代や、ソフトウェア利用料等
- セグメント利益率42.6%

## 特徴、強み

- 業界随一の規模を誇るデータサイエンティスト組織
- 特定業種に特化せず、幅広い業種に対する支援実績
- AIなどの先進技術や、統計科学・数理工学などを、実際のビジネスへ適用できるノウハウ
- 業界でもいち早く新卒採用を開始し、毎年十数名の新卒を育成し続けることのできる組織力

## 代表的なサービス

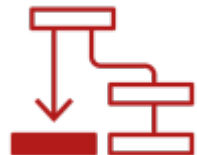
### マーケティングアナリティクス



- 分析による顧客構造理解
- 顧客育成のための戦略立案
- リソース（時間・コスト）の最適配分
- マーケティングシステム構築
- 施策の効果測定

ほか

### 機械学習やAIを用いた業務プロセスの最適化



- サプライチェーンの最適化（配送・配車, 人員配置, 需要予測等）
- 製造プロセスの最適化（不良品検出, 歩留まり改善等）
- 不正取引の検知
- AIを活用したロジック開発
- 深層学習を用いた画像解析

ほか

### データ活用人材の育成、組織・体制の整備



- データ活用組織・体制の整備や立ち上げ
- データ活用人材やデータサイエンティストの育成メソッドを組み合わせたカスタマイズプログラムの提供

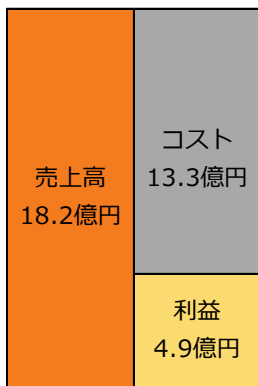
ほか

# ソリューション事業

データを活用したCRM改善やマーケティングを自動化する場合に必要な海外製システムや、機械学習による予測システムのライセンス販売と、ビッグデータ分析環境の構築を行う事業です。

## 直近の収益構造 (2019年6月期連結実績)

- ・月額利用料や保守料からなるストック型売上高に比べ、一括計上型のライセンス売上や開発売上、人的支援売上からなるフロー型売上高のほう成長スピードが大きい
- ・大型のライセンス販売や開発案件、人的支援案件の受注があると、一気にフロー型売上高が増加



- ・売上原価の大部分はライセンスの仕入高、受託開発に要した外注費等
  - ・開発作業等には外注を利用し、利益率をコントロール
  - ・3事業の中では仕入・外注費率が最も高い
- セグメント利益率27.1%

## 特徴、強み

- ・ベンダーフリーの立場で、顧客ニーズに合わせた柔軟なシステム選定が可能
- ・独自性の強い海外ツールを目利き・選定。日本国内では当社のみが取り扱っているツールも多数
- ・過去の豊富な実績をふまえ、データ利活用のために最適な分析環境やツールの提案が可能

## 代表的な取扱製品

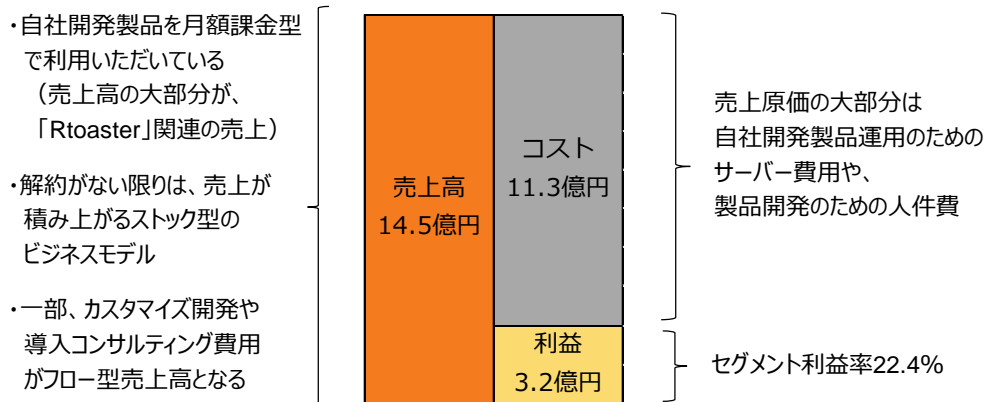
<p>マーケティングオートメーションプラットフォーム</p> <p><b>Probance</b></p> <p>機械学習により顧客ニーズを予測し、パーソナライズコミュニケーションを実現するMAプラットフォーム</p>	<p>ソーシャルリスニング・プラットフォーム</p> <p><b>Crimson Hexagon</b></p> <p>ソーシャルメディアから、世界中の顧客エンゲージメントを分析 (Brandwatch にブランド統合予定)</p>	<p>ダイナミックセグメンテーションシステム</p> <p><b>exQuick</b></p> <p>データやファイルを統合的に管理し、データ抽出やレポート生成を得意とするシステム</p>	<p>拡張分析ツール</p> <p><b>BrainPad VizTact</b></p> <p>機械学習とビジュアル分析を組み合わせてパターンやルールを発見し、意思決定をサポート</p>	<p>ビッグデータ対応 機械学習・予測分析システム</p> <p><b>SAP® Predictive Analytics</b></p> <p>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</p>	<p>統計解析・ビッグデータ加工システム</p> <p><b>WPS Analytics</b></p> <p>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</p>	<p>クラウドプラットフォーム</p> <p><b>Microsoft Azure</b></p> <p>ビッグデータ活用に必要な一連の機能をクラウド上で提供</p>	<p>ロボティック・プロセス・オートメーション</p> <p><b>ブレインロボ (BrainRobo)</b></p> <p>人が行う業務を自動化・効率化するロボティック・プロセス・オートメーション</p>
---	--	---	--	---	---	---	--

■ 自社製品 ■ 当社が国内唯一の販売代理店である製品 ■ その他

# マーケティングプラットフォーム事業

デジタルマーケティング領域において、自社開発のレコメンドアルゴリズムや自然言語処理機能などを搭載した独自性の強い製品を自社開発し、SaaS形式で顧客へ提供している事業です。



## 直近の収益構造 (2019年6月期連結実績)



## 特徴、強み

- ・DMP市場のトップクラス製品である「Rtoaster」を開発・提供 (トラッキング数30億、アイテム数2億点)
- ・分析会社ならではの高精度な自社開発アルゴリズムを製品化
- ・他社製品とはベンダーフリーに連携可能であり、プライベートDMPである「Rtoaster」を中心に据えたデジタルマーケティングの実行が可能
- ・運用型広告領域の新製品開発・立ち上げにチャレンジ中

## 代表的な取扱製品・サービス (全て自社開発製品)

レコメンドエンジン搭載 プライベートDMP	運用型広告入稿支援 ツール	広告運用支援ツール	AI型ウェブ広告 運用ソリューション	運用型広告に関する プロフェッショナルサービス	自然言語処理エンジン	マッチングエンジン
 <p><b>Rtoaster</b></p> <p>多彩なマーケティングアクションをデータから実現できる、DMP市場のトップクラス製品</p>	 <p><b>AdPencil</b></p> <p>手間のかかるウェブ広告の入稿作業を、AI技術を用いて簡単な操作での自動化を実現</p>	 <p><b>AdNote</b></p> <p>シミュレーションによる着地予測から予算配分/調整を自動化する広告運用の支援ツール</p>	 <p><b>FUSE LIGHT</b></p> <p>ウェブ広告の運用業務を最先端AIにより全自動化、オペレーションレスにウェブ広告の配信が可能</p>	 <p>インハウス支援サービス</p> <p>長年の当社の広告運用の知見と自社開発製品を活用し、広告運用の内製化を支援するサービス</p>	 <p><b>Mynd plus</b></p> <p>人工知能・機械学習・統計学技術を駆使してテキストデータを解析</p>	 <p><b>Conomi</b></p> <p>収集・蓄積したデータを活用して、独自のアルゴリズムでヒト・モノを複合的にマッチング</p>



# 主なクライアント

これまでに当社との取引実績があり企業名等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顧客を抜粋したものです。

(2019年11月8日現在、敬称略、順不同)

情報・通信	グーグル合同会社、ヤフー(株)、ニフティ(株)、GMOリサーチ(株)、(株)大塚商会、CCCマーケティング(株)、(株)アイスタイル、(株)インタースペース、エアロセンス(株)、(株)エイトレッド、オーエムネットワーク(株)、(株)クラウドワークス、(株)JR東日本ネットステーション、スターフェスティバル(株)、ダイワボウ情報システム(株)、トレンドマイクロ(株)、
電気機器	三菱電機(株)
化学	ライオン(株)、コーセープロビジョン(株)、(株)ファンケル、(株)富士フイルム ヘルスケア ラボラトリー
医療・製薬	バイエル薬品(株)、メディカル・データ・ビジョン(株)
小売・流通・卸売	(株)ローソン、(株)高島屋、(株)TSUTAYA、(株)ゲオ、(株)ピーチ・ジョン、(株)I-ne、アスクル(株)、エノテカ(株)、(株)オークローンマーケティング、(株)オートバックスセブン、貝印(株)、(株)コナカ、(株)ゴルフダイジェスト・オンライン、(株)自由が丘フラワーズ、(株)セレクトスクエア、全日空商事(株)、(株)そごう・西武、(株)タイムマシン、ディーゼルジャパン(株)、(株)ディノス・セシール、(株)ドラマ、西川(株)、(株)フェリシモ、(株)B4F、(株)ロッピングライフ、(株)ワコール
食料品・飲食	(株)すかいらーく (現・(株)すかいらーくホールディングス)、味の素(株)、キリン(株)、キューピー(株)、日本コカ・コーラ(株)、(株)明治、アサヒビール(株)、UCCホールディングス(株)、プレミアムウォーター(株)、森永乳業(株)、キッコーマン(株)、シダックス(株)、日本たばこ産業(株)
銀行・証券・カード	SMBC日興証券(株)、みずほ証券(株)、(株)横浜銀行、(株)ジェシービー、大和証券(株)、松井証券(株)、(株)新生銀行、三井住友信託銀行(株)、(株)伊予銀行、(株)オリエンコーポレーション、ポケットカード(株)
教育・人材・コンサルティング	(株)ベネッセコーポレーション、パーソルキャリア(株)、(株)マイナビ、(株)リクルートスタッフィング、(株)ビズリーチ、(株)MS-Japan、テクノプロ・ホールディングス(株)、(株)ディスコ、(株)日経HR、学校法人河合塾、(株)Z会、(株)パソナテック、エキスパートスタッフ(株)
航空・鉄道・運輸・旅行・ホテル	日本航空(株)、全日本空輸(株)、九州旅客鉄道(株)、(株)日本旅行、ヤマト運輸(株)、(株)JTB、ゆこゆこホールディングス(株)、(株)旅工房、ヒルトン・ワールドワイド、(株)プリンスホテル
建設・住宅	八千代エンジニアリング(株)、ミサワホーム(株)、大東建託(株)、積水ハウス(株)、野村不動産アーバンネット(株)、三井不動産レジデンシャルリース(株)
メディア・広告・エンタテインメント	NIKKEI STYLE、(株)朝日新聞社、(株)WOWOW、(株)セガホールディングス、(株)セガゲームス、(株)フジテレビジョン、(株)読売新聞東京本社、(株)JTBパブリッシング、(株)博報堂プロダクツ、スターツ出版(株)、(株)デルフィス、ビーコンコミュニケーションズ(株)、(株)J-WAVE i
その他サービス	(株)さとふる、(株)CARE PETS、(株)イタミアート

# 2020年6月期 第1四半期 連結業績ハイライト

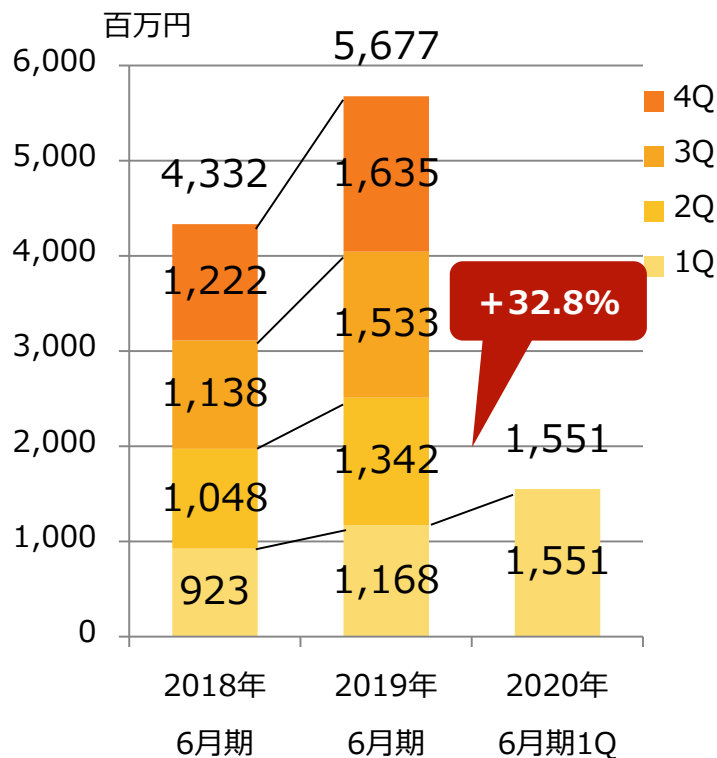


# 3期比較（連結売上高：四半期別/セグメント別）

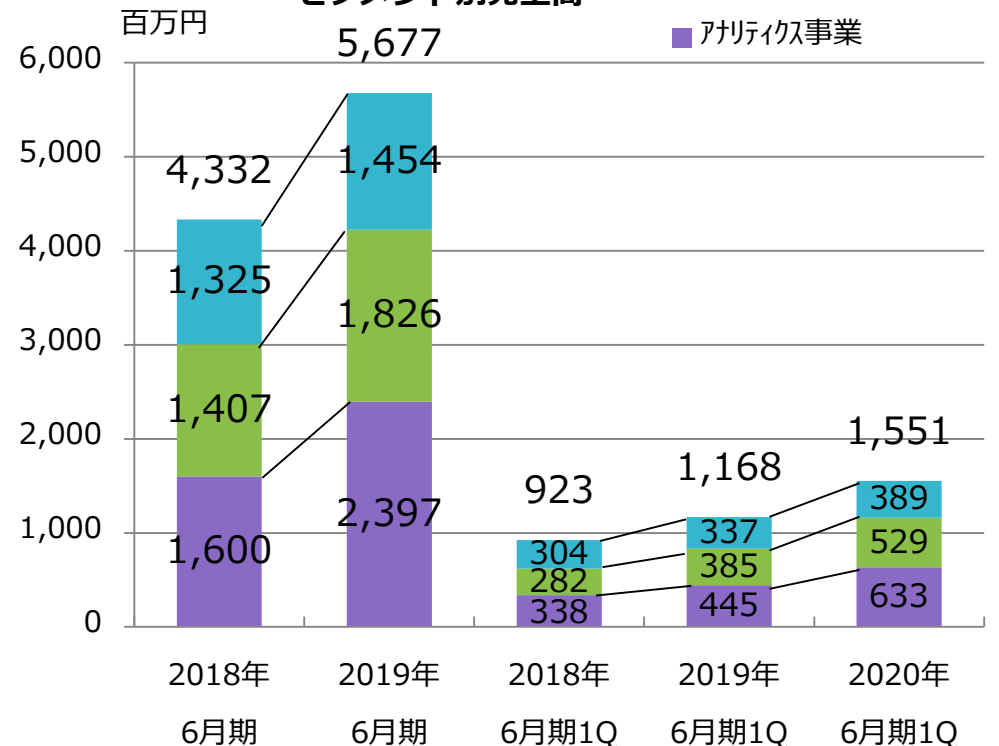
当期は、高度IT人材をはじめとするデータ活用人材の確保が最優先課題であるとの認識のもと、人材採用・育成への投資、給与体系の見直しと組織再編への投資、オフィス環境への投資を積極的に進める方針としている。

当期1Qは、これまでに入社した人材の戦力化により、市場の強い需要を確実に取り込み、前年同四半期比+32.8%の増収、3事業ともに増収となった。

四半期別売上高

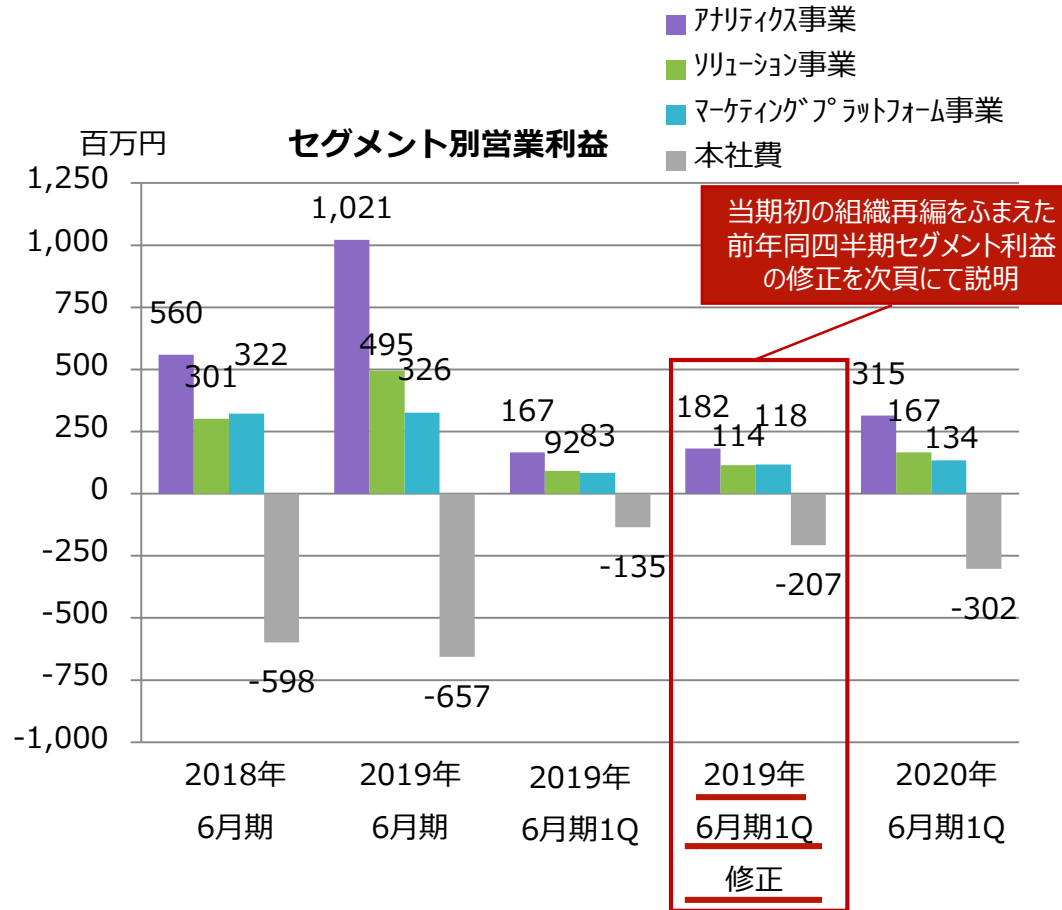
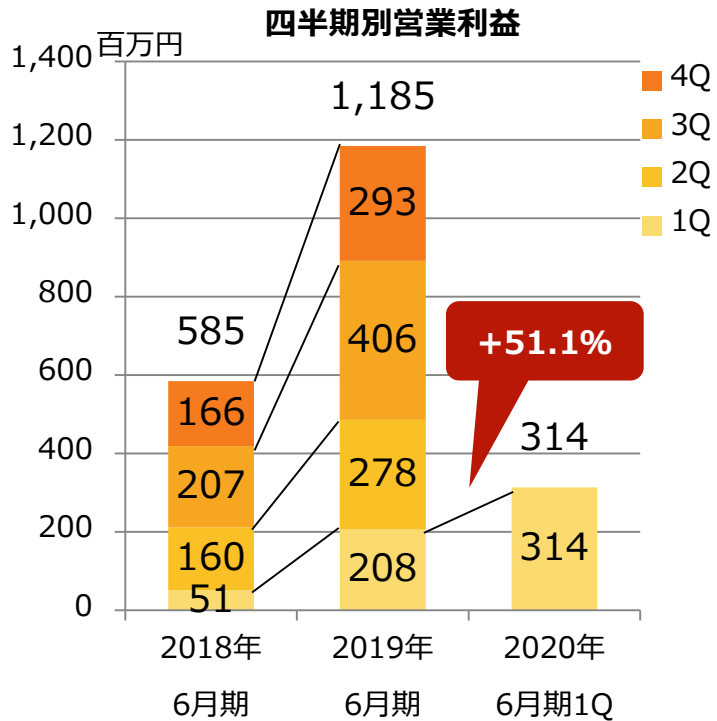


セグメント別売上高



# 3期比較（連結営業利益：四半期別/セグメント別）

営業利益は、売上高に追隨して伸長しているほか、  
 案件の大型化・長期化により案件利益率が高まる傾向が続いていることに加え、  
 期初計画どおりには人員採用が進捗せず、採用関連費用の消費が進まなかったこともあり、  
 前年同四半期比+51.1%の増益、3事業ともに増益となった。



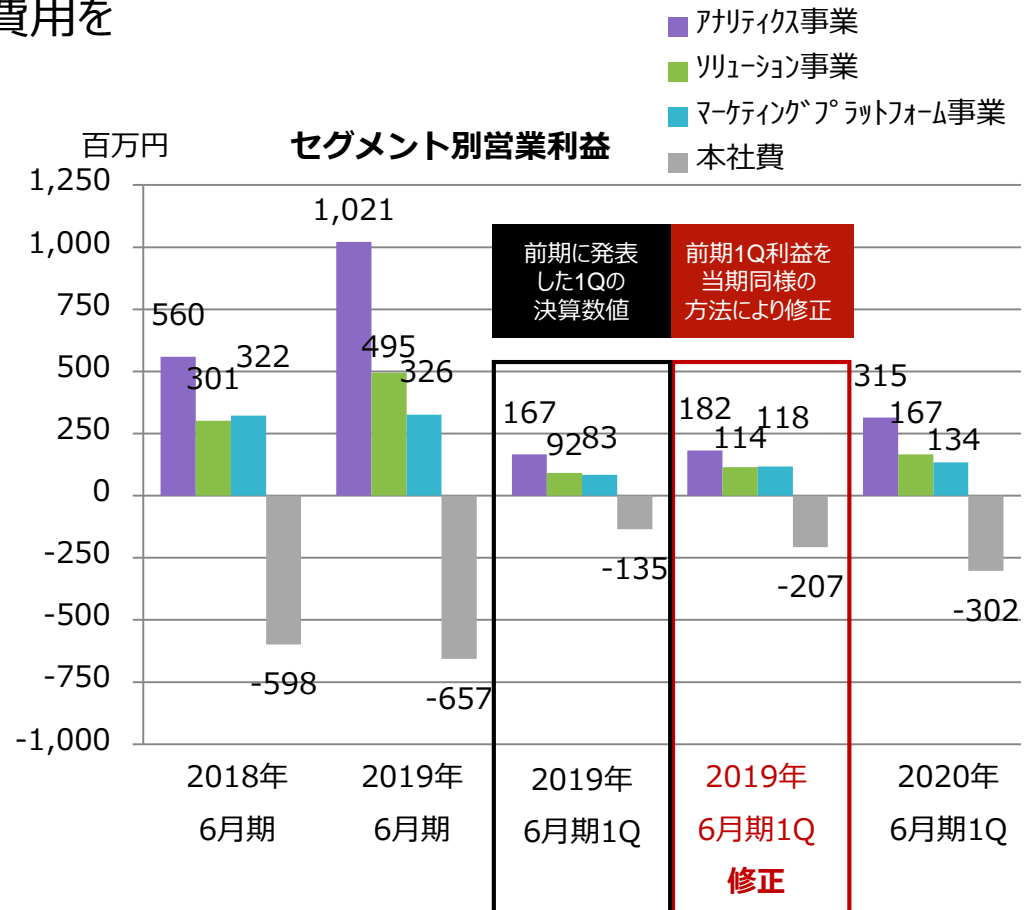
# 3期比較（連結営業利益：四半期別/セグメント別）の補足

当期初に、各セグメントに分散していた営業機能・マーケティング機能を集約する大規模な組織再編を実施。

これに伴い、

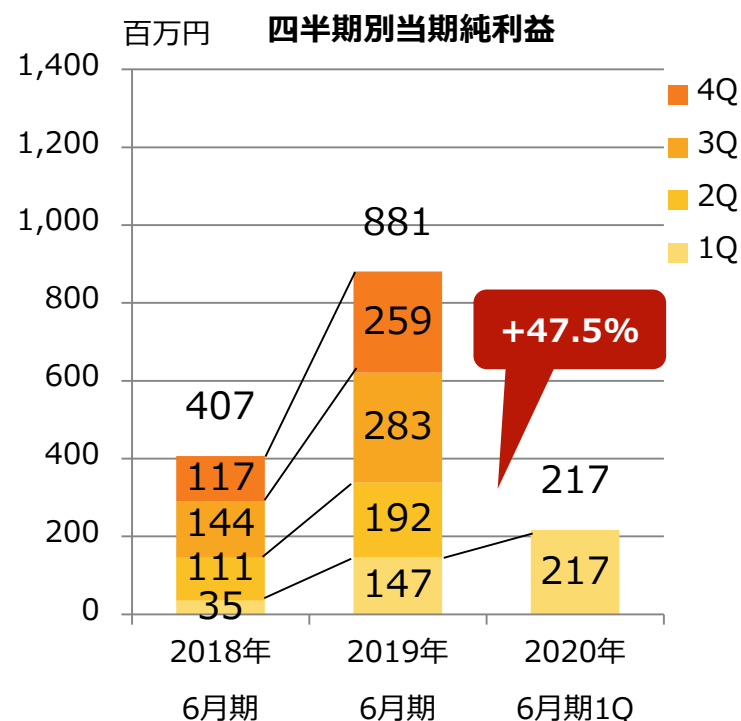
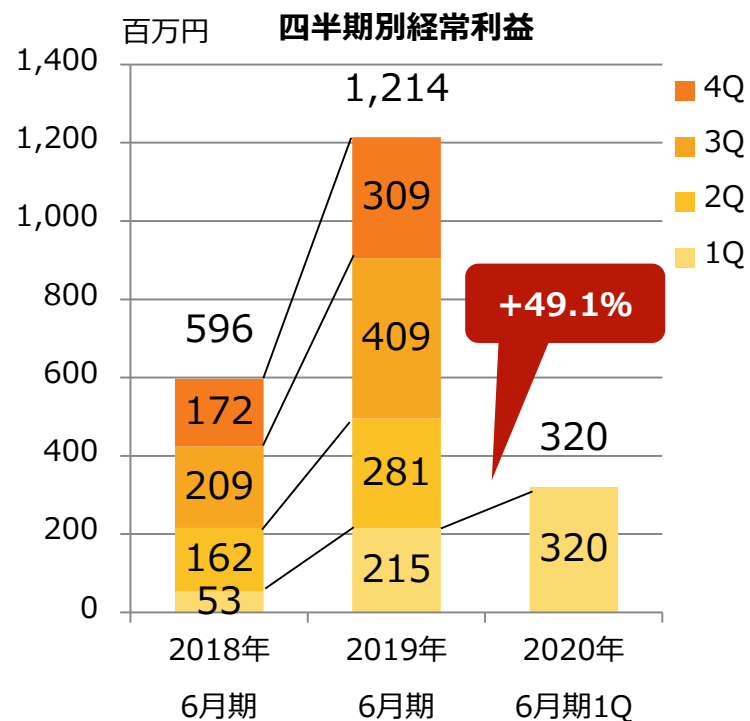
- 当期より、営業・マーケティング関連費用を各セグメントに配賦しない方法に変更しているため、当期1Qの本社費が増加。  
その分、各セグメント利益が良化。
- 前期との比較をやすくするため、前期1Qのセグメント利益を当期同様の方法により修正。  
(右記赤枠部分)

※これ以降の頁についても、前期1Qのセグメント利益は右記と同様の形式で記載。



# 3期比較（連結経常利益、当期純利益：四半期別）

前述の営業利益と同じく、連結経常利益、当期純利益ともに増益。



# 連結損益の状況

(単位：百万円)

	2019年 6月期1Q	2020年 6月期1Q	増減額	増減率
売上高	1,168	1,551	383	32.8%
売上原価	624	829	206	33.0%
売上総利益	544	722	178	32.7%
販管費	336	408	72	21.3%
営業利益	208	314	106	51.1%
営業外収益	7	7	-0	-4.4%
営業外費用	0	1	0	90.7%
経常利益	215	320	106	49.1%
特別利益	0	0	-0	-91.7%
特別損失	-	-	-	-
税金等調整前当期純利益	215	320	105	49.0%
法人税等合計	68	104	36	52.1%
当期純利益	147	217	70	47.5%
非支配株主利益	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	147	217	70	47.5%

案件の大型化・長期化に伴い、外注人員を活用するプロジェクトが増加しているため、当期1Qは、売上高の増加率に比べ、売上原価の増加率がやや高くなった

採用関連費用、広告宣伝費など、想定よりも費消できていない部分があり、販管費の増加率は限定的

# 連結財政状況

(単位：百万円)

	2019年 6月期末	2020年 6月1Q末	増減額	増減率	主な増減要因
資産	3,868	3,727	-140	-3.6%	
流動資産	3,232	3,010	-222	-6.9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕掛品 +11</li> <li>・受取手形及び売掛金 ▲162</li> <li>・現金及び預金 ▲36</li> </ul>
固定資産	636	717	81	12.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・有形固定資産 (建物附属設備など) +86</li> <li>・無形固定資産その他 +29</li> <li>・ソフトウェア ▲28</li> </ul>
負債	1,179	748	-430	-36.5%	
流動負債	1,111	659	-452	-40.7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・未払金 +54</li> <li>・未払法人税等 ▲209</li> <li>・賞与引当金 ▲151</li> <li>・流動負債その他 ▲72</li> <li>・前受収益 ▲56</li> </ul>
固定負債	67	89	22	32.6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・資産除去債務 +23</li> </ul>
純資産	2,689	2,979	290	10.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利益剰余金 +217</li> <li>・新株式申込証拠金 +73</li> </ul>
自己資本比率	69.4%	79.8%			

サテライト  
オフィス開設に  
伴う投資など

過去の  
新株予約権の  
権利行使  
に伴う増加



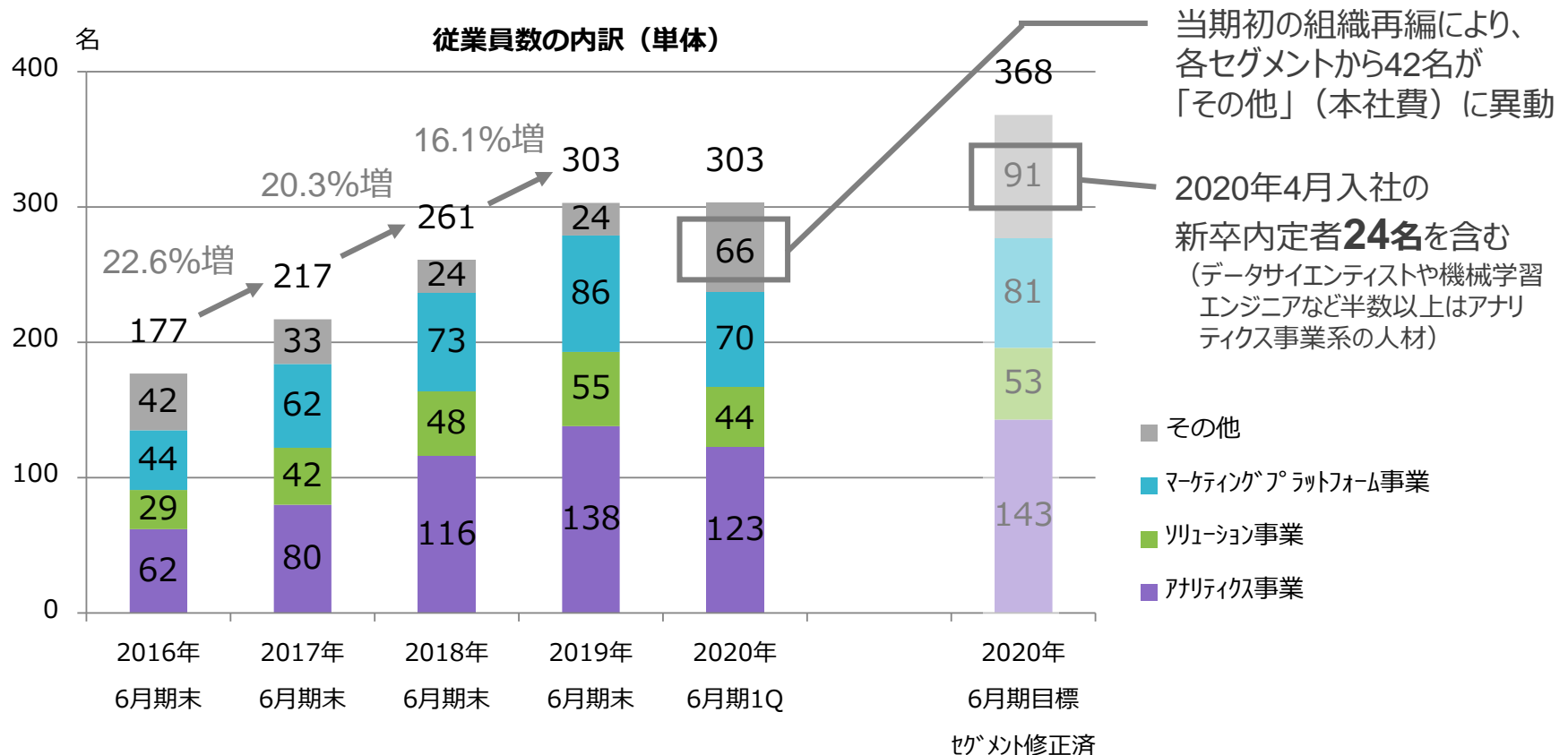
2020年6月期 第1四半期

単体業績/単体セグメント業績ハイライト

# 従業員数の推移（単体）

当期1Q末の従業員数は、計画よりも中途採用が少なく、303名（前期末から増加なし）。退職率は下げ止まっており、IT業界の平均水準程度を推移している。

また、組織再編により、営業・マーケティング人員を中心に、当期初に計42名が各セグメントから  
 その他セグメントへ異動。当期末の目標数も、当該組織再編を反映済。



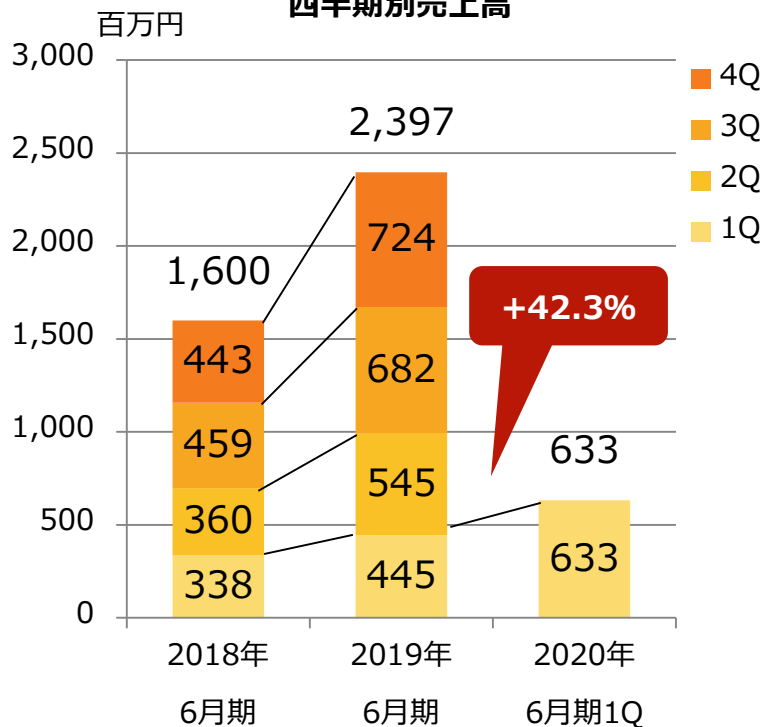
# アナリティクス事業（単体）3期比較

データ活用意欲の高まりを受けた案件の大型化・長期化と、  
人員増による案件デリバリー力の増強により、売上高は前年同四半期比 +42.3%。

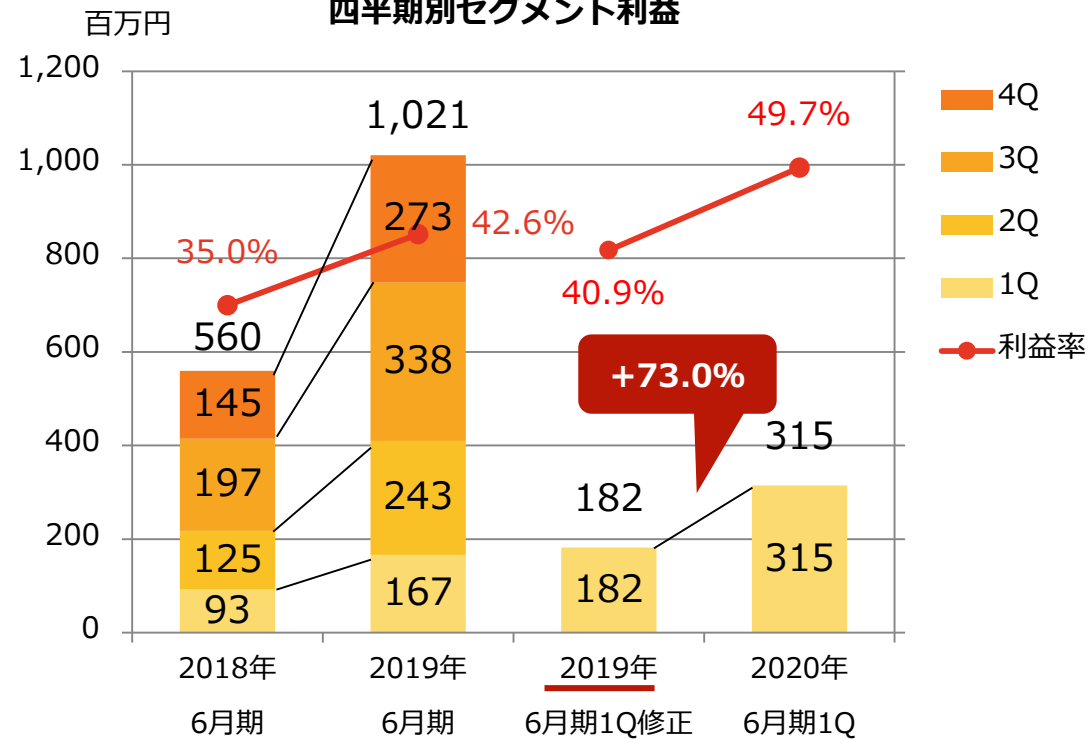
組織再編後の適正な利益率は、40%~45%と考えている。

当期1Qのセグメント利益率の向上は、付加価値の高いプロジェクトの受注が進んでいるため。

四半期別売上高

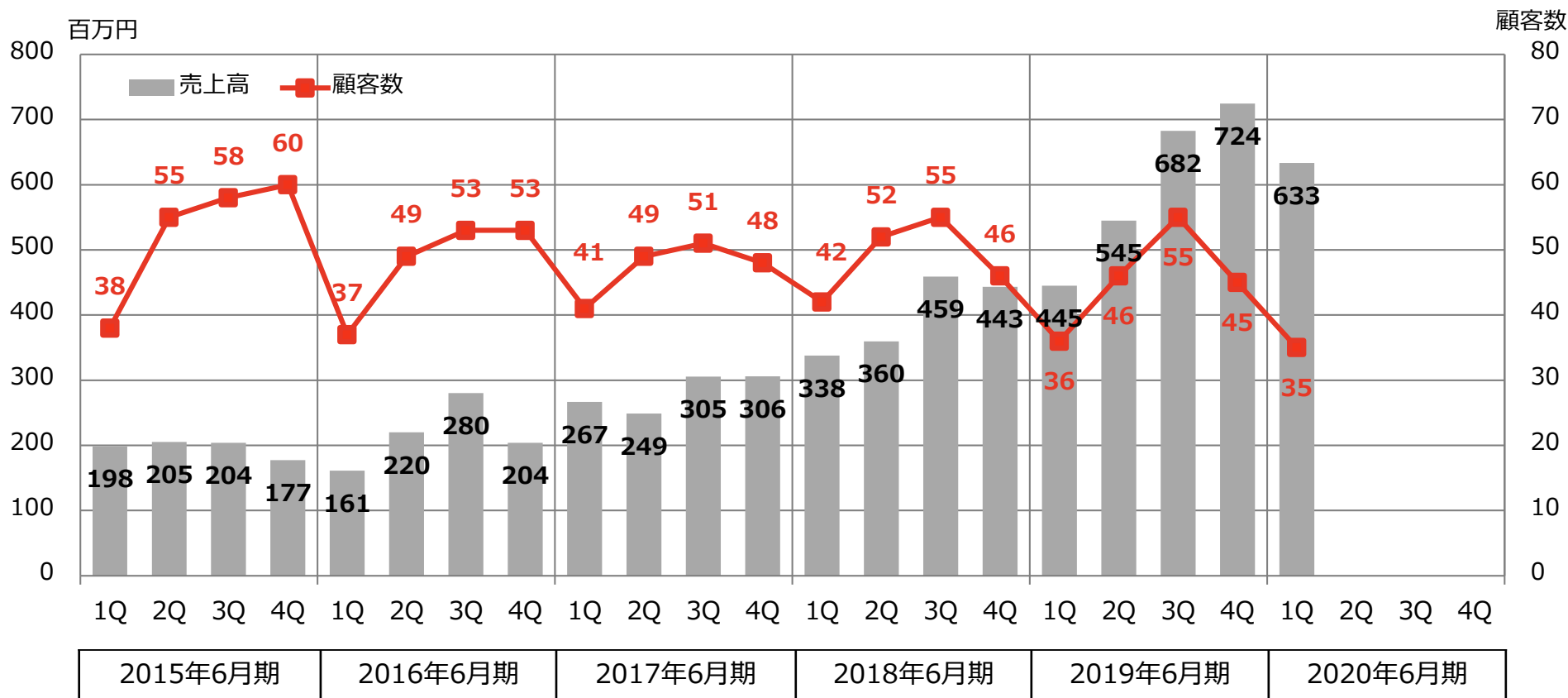


四半期別セグメント利益



# アナリティクス事業（単体）売上一顧客数推移

当期1Qは、前期3Q・4Qの売上高には満たないものの、夏季にあたり稼働が落ちやすい1Qとしては、安定的な6億円超の売上高を確保。案件の大型化・長期化により、1顧客あたりの売上高の拡大が一層進んでいる。

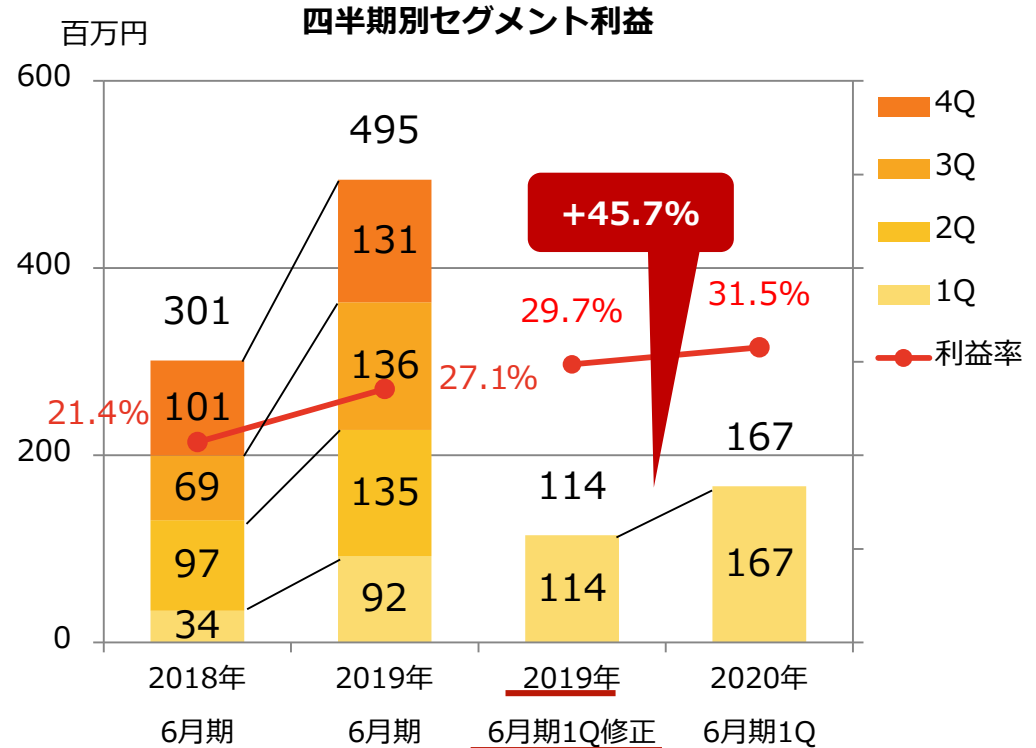
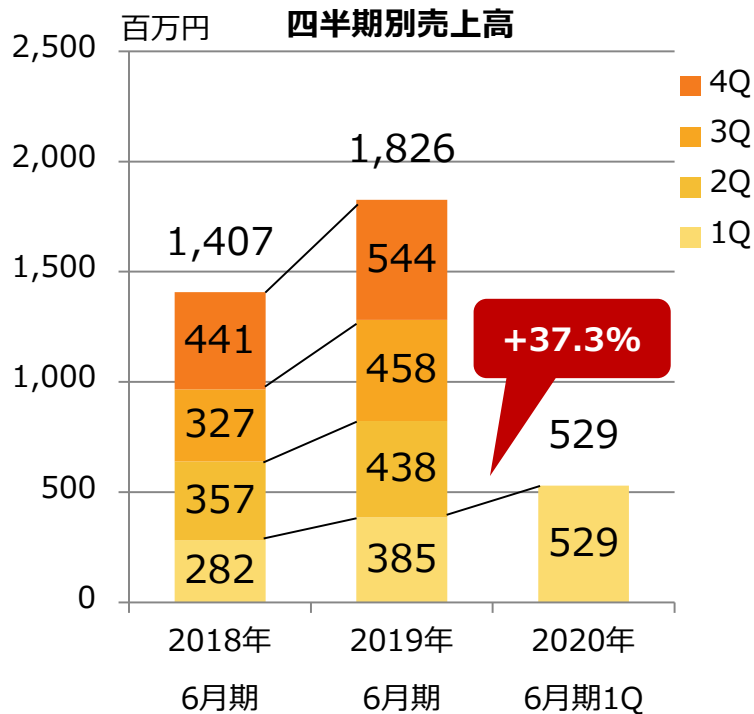


# ソリューション事業（単体）3期比較

売上高は、ストック型売上高に繋がるソフトウェアライセンス販売や、データ分析環境構築案件等の受注が好調に推移したことにより、前年同四半期比+37.3%。

利益面も、売上伸長に追隨して増加。

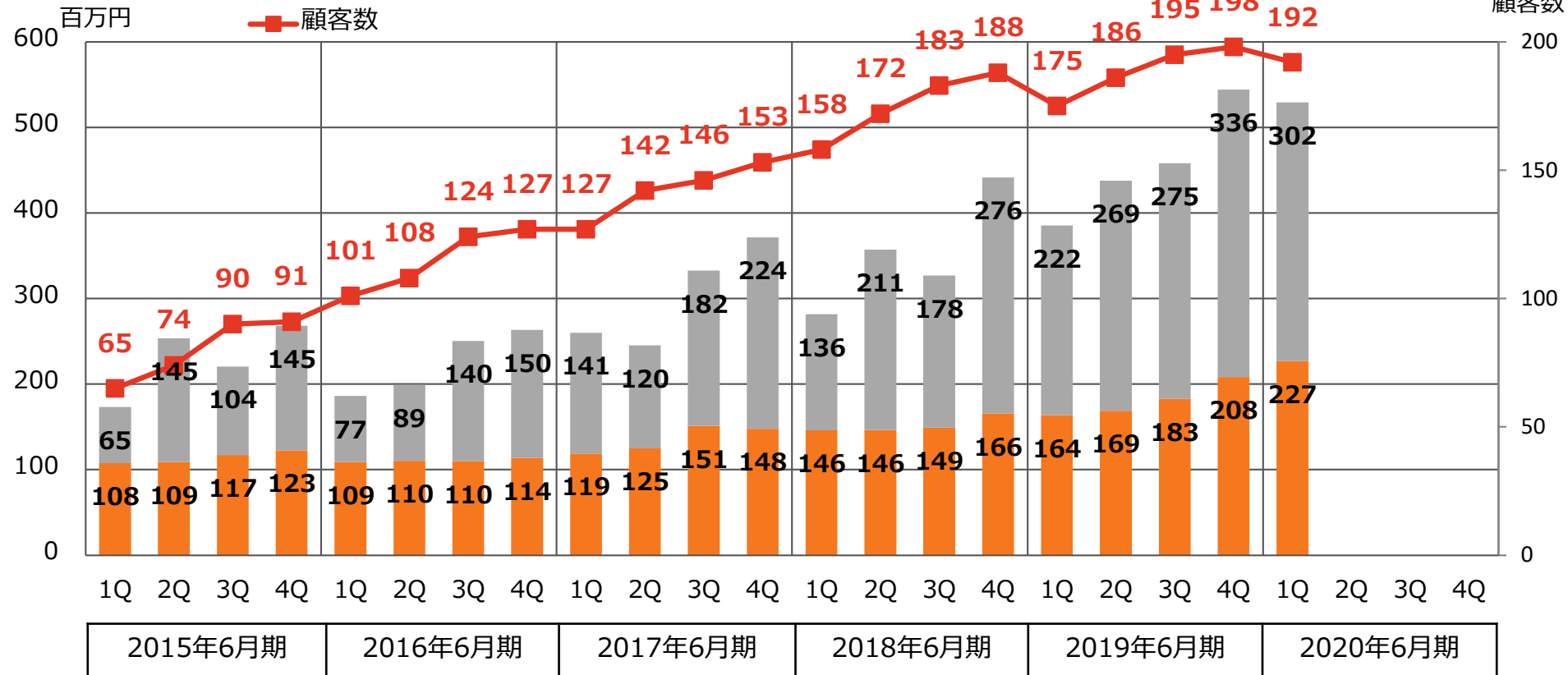
なお、組織再編後の適正な利益率は、30%~35%と考えている。



# ソリューション事業（単体）売上—顧客数推移

機械学習ソフトウェアを用いた分析支援や、分析環境構築案件（ともにフロー型売上高）が安定的に推移したのに加え、「Probance」「Crimson Hexagon」などのソフトウェアライセンスの契約数増加により、ストック型売上高も増加。

- 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、人的支援売上など
- 顧客数



# プラットフォームからも認められるデータ活用力

日本マイクロソフトの表彰プログラムで、データ分析部門の最優秀賞を受賞

2019/9/5

日本マイクロソフト株式会社がパートナー企業を対象に、優れた実績をおさめた企業を23分野において選出するプログラム「マイクロソフト ジャパン パートナー オブ ザ イヤー 2019」において、**「Data Analytics アワード」の最優秀賞**を受賞。

「データ活用のプロフェッショナル」として、データ活用を基軸としたお客様企業のDXに数多くの貢献をしたこと、データ分析に留まらず「Microsoft Azure」でのデータ基盤の構築や、データ活用支援までを一貫して提供することで、多くのお客様企業のプロジェクトを成功に導いたことが評価。



「マイクロソフト ジャパン パートナー オブ ザ イヤー 2019」  
(2019年8月30日撮影時)にて、写真(右から)  
日本マイクロソフト株式会社 代表取締役 社長 平野 拓也氏  
株式会社ブレインパッドビジネス統括本部長 関口 朋宏  
株式会社ブレインパッドビジネス統括本部 榎 孝晟  
日本マイクロソフト株式会社 執行役員 常務 高橋 美波氏

# SNS分析領域のプレスリリース

## SNS分析の世界的トップベンダー「Brandwatch」と、公式販売パートナー契約を締結

2019/8/22

当社が以前から取り扱うSNS分析ツール「Crimson Hexagon」が、同じくSNS分析の世界的トップベンダー「Brandwatch」と2018年に合併。当社は、「Brandwatch」からも、日本国内の公式ディストリビューションパートナーに認定。

今後、両ブランドは、互いのソリューションを「Brandwatch」ブランドに統合し、より強力なソーシャルメディアアナリティクスプラットフォームとして生まれ変わる予定。





# データ活用・分析環境構築領域のプレスリリース

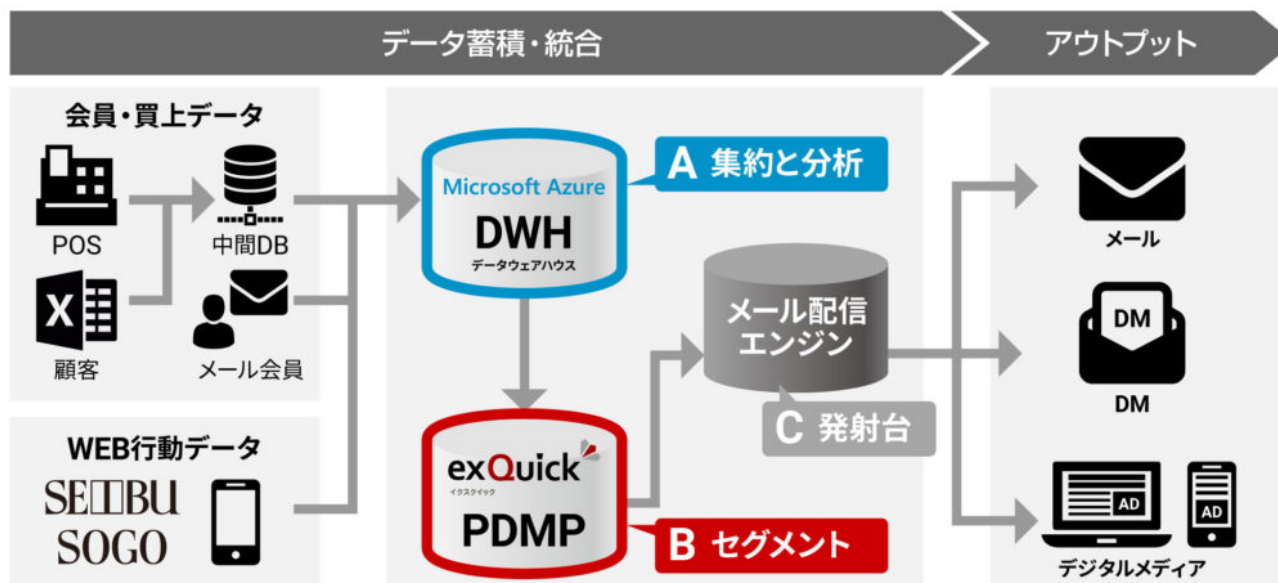
そごう・西武のデジタルマーケティングを支援、デジタルチャネルでの消費体験の高度化を推進

2019/8/20

株式会社そごう・西武のOne to Oneマーケティングを高度化するマーケティング基盤を構築。

基盤構築後、店舗の販売員がそのデータを活用したマーケティング活動を実施したところ、メール配信後に実際に来店し購買に至った割合が5%となるなどの驚異的な効果も生まれ、さらなるデータ活用の促進を進めていく予定。

## そごう・西武のOne to Oneマーケティングを実現するマーケティング基盤



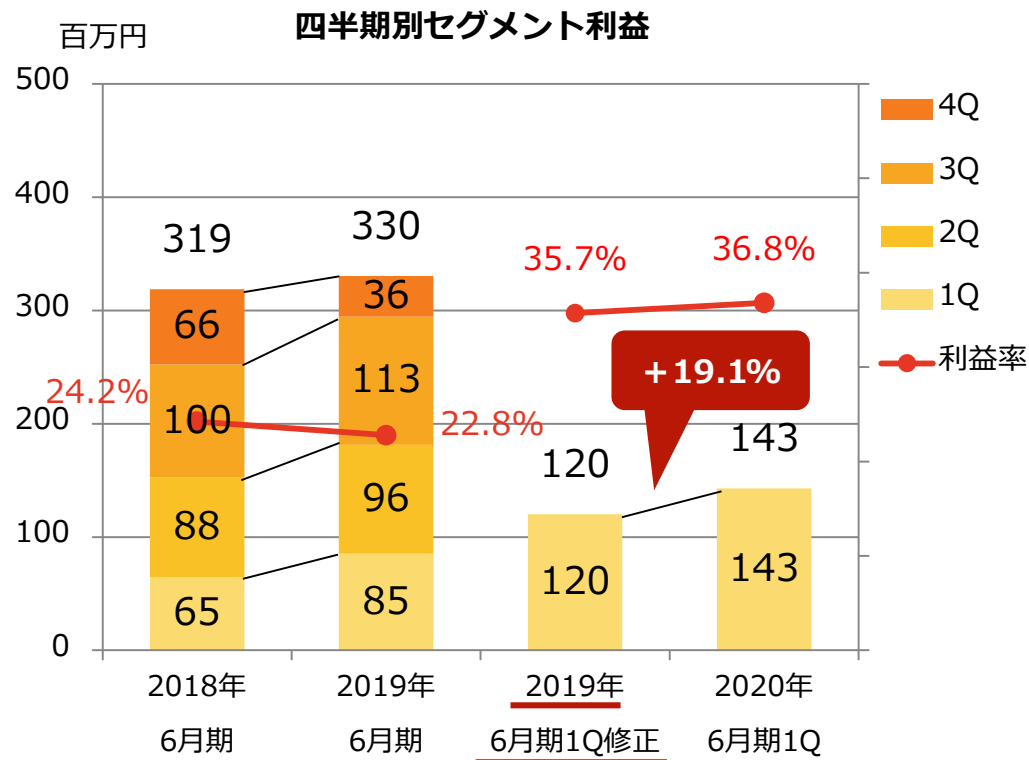
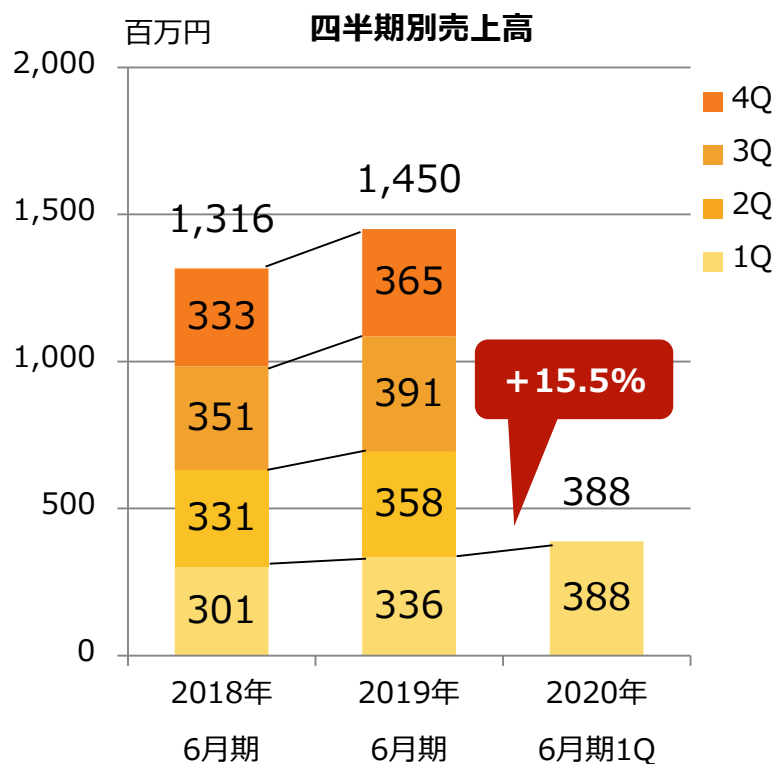
※本プロジェクトは、日本マイクロソフト株式会社との協力のもと推進。

# マーケティングプラットフォーム事業（単体）3期比較

主力製品「Rtoaster」の提供に伴うプロフェッショナルサービスほか各種提案が好調に推移し、競争が激化するデジタルマーケティング領域において、売上高は前年同四半期比+15.5%。

利益面も、売上伸長に追隨して増加。

なお、組織再編後の適正な利益率は、35%前後と考えている。



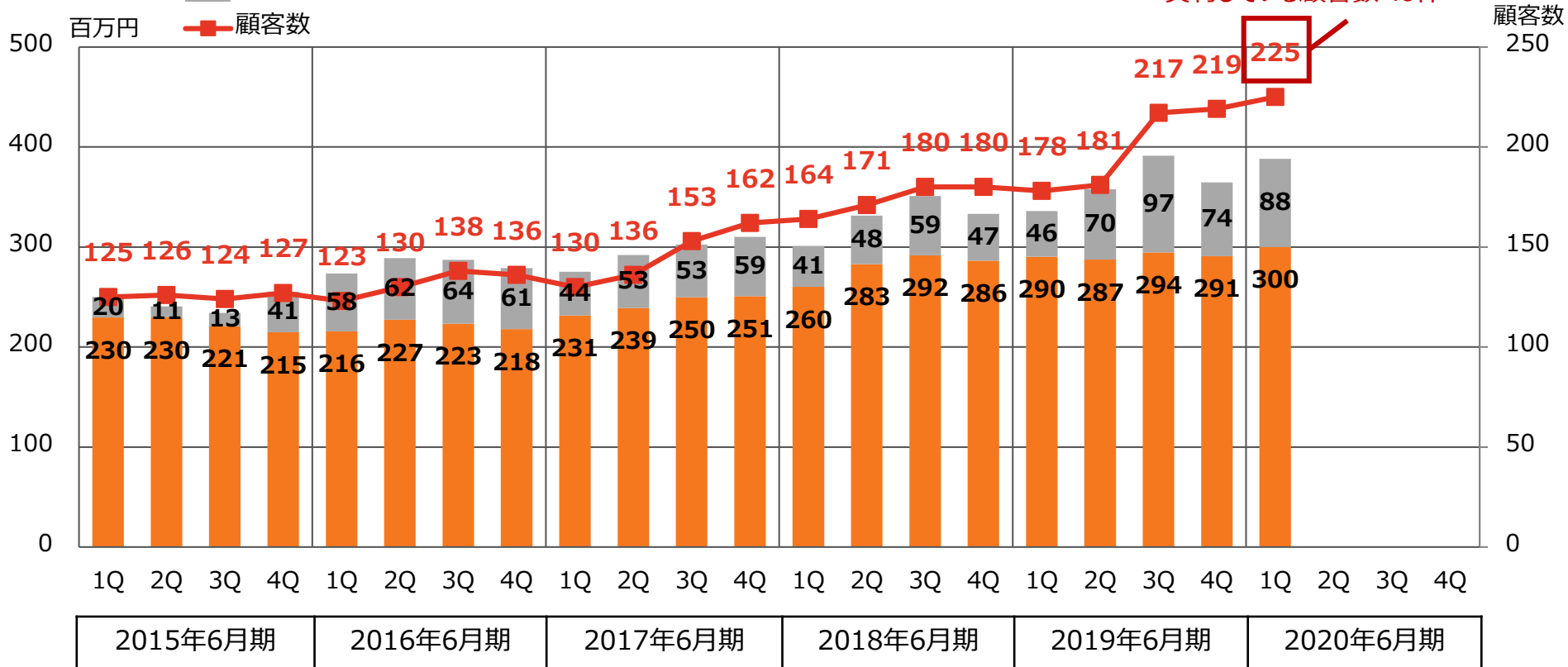
# マーケティングプラットフォーム事業（単体）売上—顧客数推移

新規受注や既存案件の拡大により、ストック型売上高が増加。デジタルマーケティングコンサルタントによるプロフェッショナルサービス等のフロー型売上高の伸長も続いている。

顧客数の増加は、既存製品に比べ単価の低い、インターネット広告領域の新製品の件数増による。

- 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、人的支援売上など
- 顧客数

うち、インターネット広告領域の新製品（ライセンスのみ）を契約している顧客数 43件



# 「Rtoaster」関連のプレスリリース

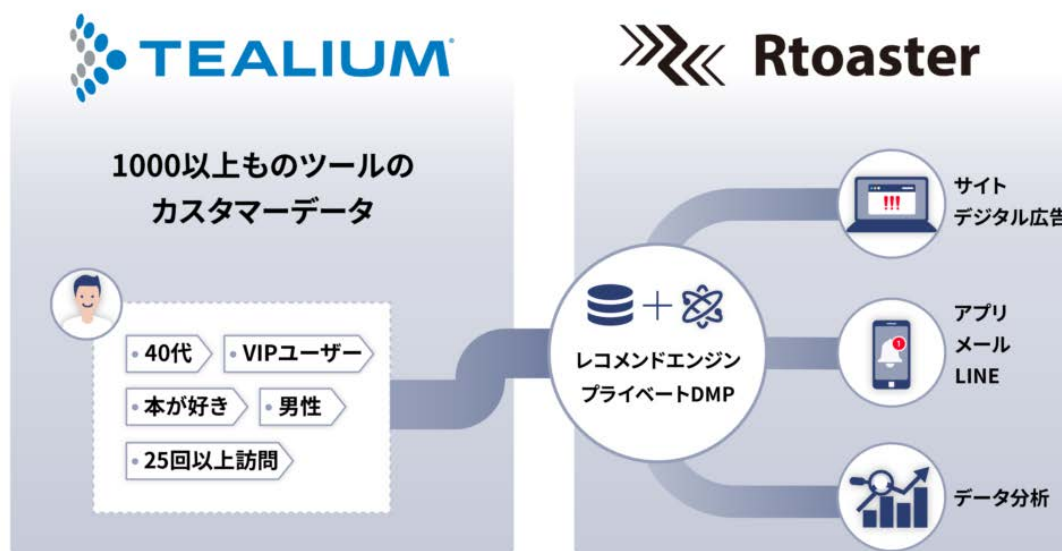
「Rtoaster」が、多様なマーケティングツールの顧客データをリアルタイムに統合・連携する  
「Tealium Universal Data Hub」と連携開始

2019/8/27

「Tealium Universal Data Hub」は、タグマネジメント技術を用いて、さまざまなマーケティングツールの顧客データをリアルタイムに統合・連携できる包括的な顧客データソリューション。

今回の連携により、「Tealium Universal Data Hub」が複数のツールで集め、リアルタイムに統合した顧客データを、「Rtoaster」を活用して即時に多彩なアクションにつなげることが可能となる。

「Tealium」で統合されたデータをアクションに活用



再掲：

中期経営計画 (2020年6月期～2023年6月期の4年間)

について

# ブレインパッドのミッション、中期ビジョン

**MISSION** 創業来変わらぬ使命

---

データ活用の促進を通じて持続可能な未来をつくる

**Corporate Vision** 次期中計において目指す姿（これまでのものをUpdate）

---

## ***Analytics Innovation Company***

ビジネス・顧客体験・オペレーションにおいて  
先進的で実践的なデータ活用の実績を生み出し続け、  
世の中にインパクトを与えるデータ資本社会のリーディングカンパニー

# ブレインパッドが捉える市場機会

経済産業省の調査によると、日本のIT先端人材は2020年には約4.8万人が不足する（※）。そのような中で日本の多くの企業は、以下のような課題に直面すると考えられる。

技術だけを開発・提供しても  
顧客企業は選べない、  
使いこなせない

特定の技術だけでは  
顧客企業の課題は  
解消しない

※出典：経済産業省「IT人材の最新動向と将来推計に関する調査結果」

本質的な当社の提供価値

**「世界の使える優れた技術」と  
「日本の現場のニーズ」をつないで、  
変える人・挑む人をデータの手で支える**

# IT業界における価値提供の形態と、ブレインパッドのスタンス

## コンサルティング、人的支援型

日本のデータ活用人材不足の状況をふまえると、データ活用に関するコンサルティング、人的支援サービスへの需要は拡大する一方である。

ツール導入の際にも、人的サポートを求める傾向が一層強まっている。

いま起きていること

## プロダクト提供型

グローバルベンダーやオープンソースにより、次々と良いプロダクトが生まれ続けている。

当社ビジネスの考え方

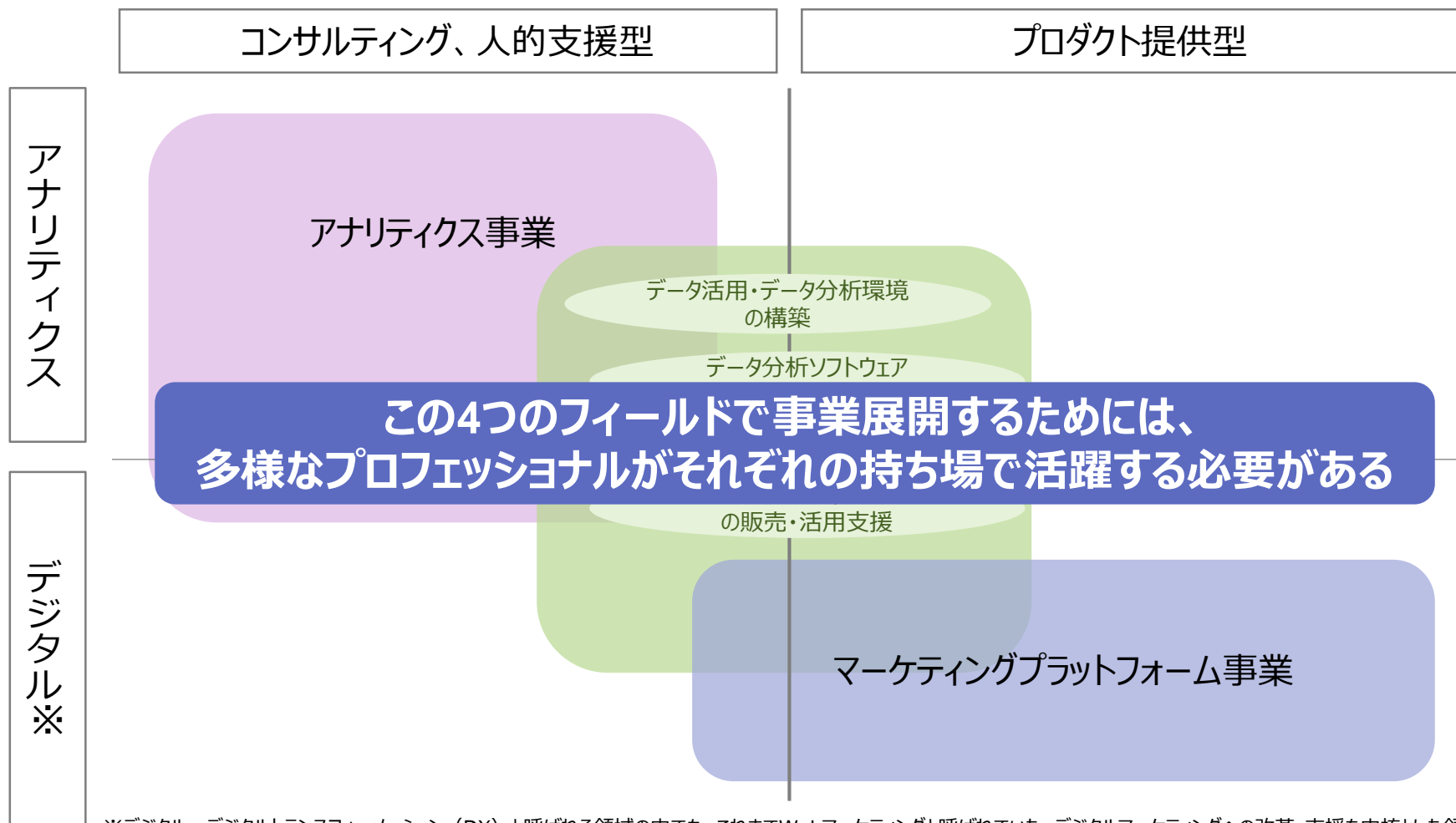
**参入企業も増える中、  
当社は先行したアドバンテージを生かし、  
高いサービス品質を維持しつつ、  
組織規模を拡大することで、需要を取り込む**

**自社開発に過度にこだわらず  
当社はそれらプロダクト群から顧客企業の  
ニーズに合わせて最適なものを選定し、  
使いこなす側の立場をとる。  
(世の中にはないものは自社開発する)**



# ブレインパッドのビジネス領域

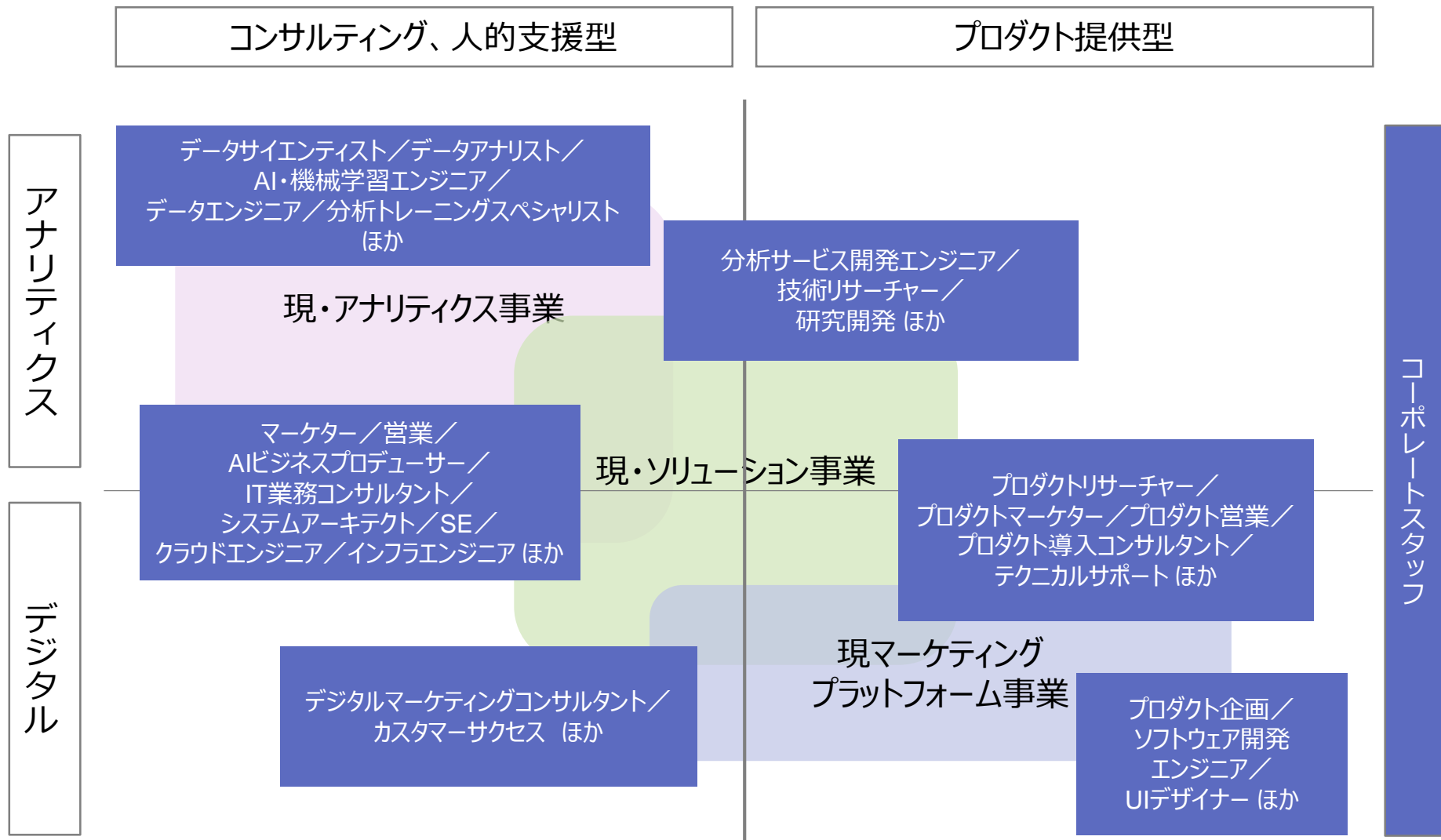
データを活用して顧客企業の経営改善を支援する当社の事業領域は、以下の4つのフィールド（象限）で表すことができ、その中で、3つのタイプの事業を展開。



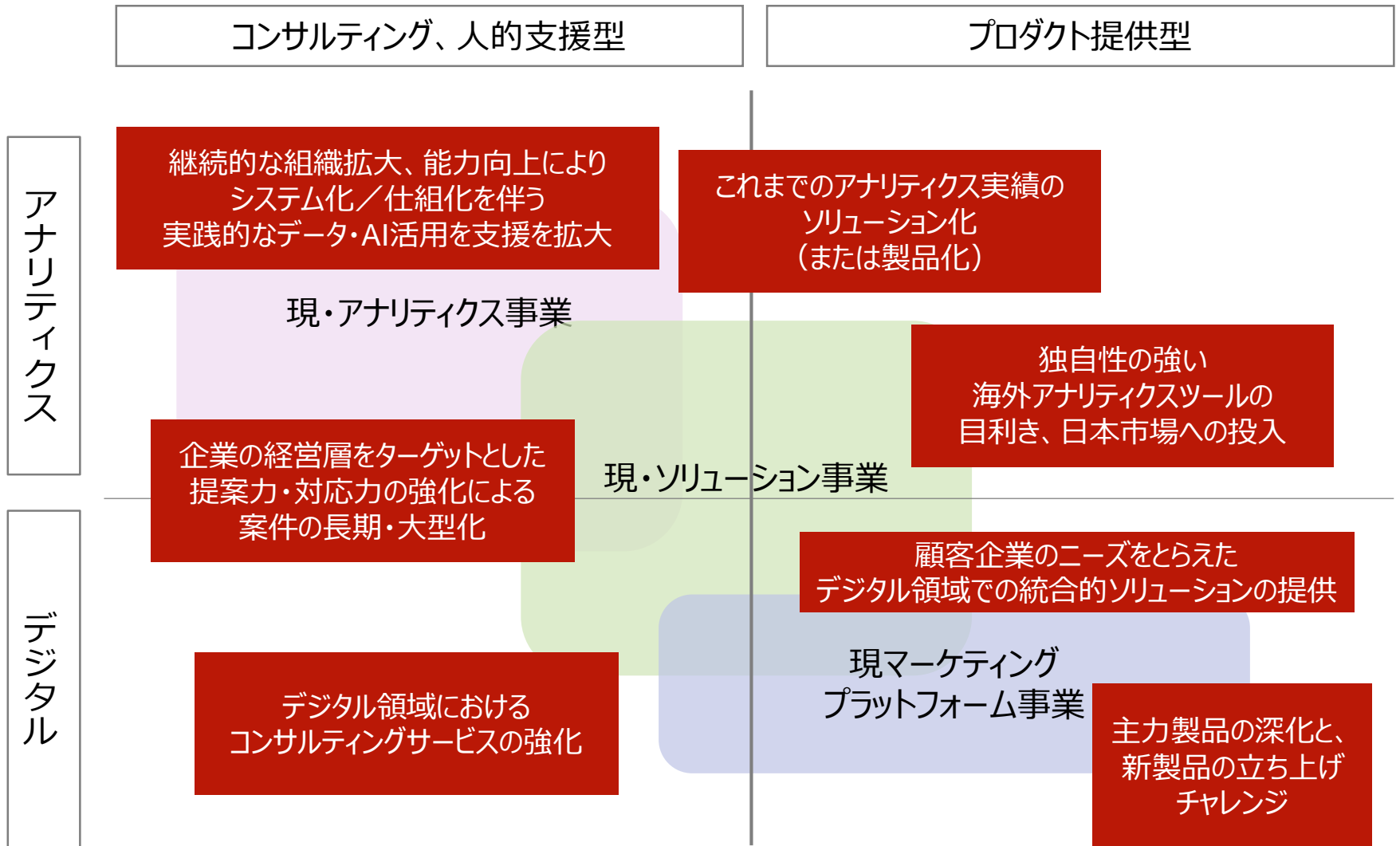
※デジタル：デジタルトランスフォーメーション（DX）と呼ばれる領域の中でも、これまでWebマーケティングと呼ばれていた、デジタルマーケティングへの改革・支援を中核とした領域

# 人材戦略

## : データ活用の総合力を支える多様なプロフェッショナル人材を拡充



# 事業戦略：インパクトを生み出すデータ活用の総合力を磨く



# 次期中期経営計画の基本方針

## 次期中計における事業環境の前提

- データ活用関連ビジネスを取り巻く市場（AI、データアナリティクス、デジタルマーケティング等）は、周辺領域を巻き込みながら、年率20%を超える成長を続けるものと認識。（\*1）
- 市場の拡大が見込まれることから、新興企業および隣接業界からの参入も想定される中、データ活用を支援する人材・人的サービスへの需要は、今後も継続して高まっていく。

## 次期中期経営計画の基本方針

- 1 ビジネスにインパクトを与える、先進的で実践的なデータ活用の実績を増やすため、データ活用に必要な総合力を提供・発揮していく体制（事業間連携）の強化
- 2 データ活用に必要な人的サービス、ソリューション提供需要に応えるための多様な人材の採用・育成を含む組織規模の拡大 ※当社に必要な多様な人材は前述
- 3 先進的な技術を用いたデータ活用を加速するために、自社でのR&Dは当然として、国内外Tech企業との業務提携・投資等による連携の強化

(\*1) 参考文献：2019/3月 ㈱富士キメラ総研「2019人工知能ビジネス総調査」、2018/12月 ㈱ミック経済研究所「ビジネス・アナリティクス市場展望 2019年版」  
2019/2月「ITR Market View：メール/Webマーケティング市場2019」、「ITR Market View：SFA/統合型マーケティング支援市場2019」

# 次期中期経営計画の数値目標（連結）

（百万円未満切り捨て）

	当期実績 (2019年6月期)	次期中計最終年度 (2023年6月期)	成長率
売上高	5,676	11,500	CAGR 19.3%
経常利益	1,213	2,000	CAGR 13.3%
経常利益率	21.4%	17.4%	—
ROE	現中計4年間の平均ROE 21.2%	次期中計4年間の平均ROE 20%程度	—
従業員数	306名	580～650名	4年間で約2倍の 規模を目指す

上記には、後述するM&A等の投資による影響は織り込んでおりません。

数値目標の超過達成に向けて、M&Aや事業提携などさまざまな検討を進めてまいります。

# 資本政策：投資（M&Aを含む）および株主還元の方向性

## 1 投資（M&Aを含む）の考え方

- 既存ビジネスのオーガニック成長を加速させるような、人材獲得目的のM&Aを検討
- 先進技術の調査・実用化目的の投資・M&Aについても、中長期の成長に資するものとして検討 ※社外への投資以外にも、合理性のある範囲で社内における先進技術の実用化、新プロダクト開発も検討・実施
- 当初は、投資・M&A推進の専門人材の設置も視野に、リサーチおよび検討に注力

## 2 株主還元の方向性

- 上記の投資をはじめ、事業成長のために資本を有効活用することが、株主の皆様から期待される企業価値向上のための最優先課題であると認識
- しかし、資本の有効活用が進まない場合には、ROEの不用意な低下を避ける観点でも、自社株買い、配当などの株主還元を検討していく

再掲：  
2020年6月期  
通期業績予想について

# 来期（次期中計初年度）の業績見通し

(百万円未満切り捨て)

	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
2019年6月期実績	5,676	1,184	1,213	880
2020年6月期予想	6,800	1,200	1,220	900
増減率 (%)	19.8%	1.3%	0.5%	2.2%

## 【利益成長がいったん停滞する主因】

### 1 人材採用・育成への リソース配分増加

データ活用領域の人材獲得競争の激化から、当社が必要とする人材確保が遅れている部分がある。その遅れを取り戻すべく、人材採用・育成に人的・金銭的なリソース配分を増やしていく計画としている。

### 2 給与体系の見直し と組織再編

退職率は下げ止まっているが、既存社員のリテンションと採用効率改善の両面において、インセンティブプランを含む給与体系の見直しを計画している。また、総合力をより発揮させるための大規模な組織再編を実施済みであり、その定着化にも時間と労力をかける計画としている。

### 3 オフィス環境への投資

今後の増員を見据え、本年10月よりサテライトオフィス（JR東急目黒ビル）の稼働を開始。ファシリティ関連費用の増加を計画している。

これらの投資によるコスト増として、約7億円を計画



# APPENDIX

CORPORATE VISION

# Analytics Innovation Company

ビジネス・顧客体験・オペレーションにおいて  
先進的で実践的なデータ活用の実績を生み出し続け、  
世の中にインパクトを与えるデータ資本社会のリーディングカンパニー

# ブレインパッドが生み出す価値

世の中では様々なキーワードが注目されていますが、これらは全て、  
**“データを価値に変えて企業活動に変化と改善をもたらすもの”**です。

ビッグデータ Big Data	機械学習 Machine Learning	IoT/loE Internet of Things Internet of Everything	AI Artificial Intelligence 人工知能	予測・最適化
データサイエンティスト	深層学習 Deep Learning	データ分析 データ活用	フィンテック FinTech	マーケティング オートメーション MA (Marketing Automation)

- ブレインパッドは、2004年の創業以来、データによるビジネス創造と経営改善に向き合ってきたデータ活用のリーディングカンパニーです。
- アナリティクスとエンジニアリングを駆使し、データを価値に変えることで、企業のビジネス創造と経営改善をお手伝いしています。

# 最高の価値提供を可能にする3つの力

創業以来、データ活用を支援した企業は**1,000**社以上

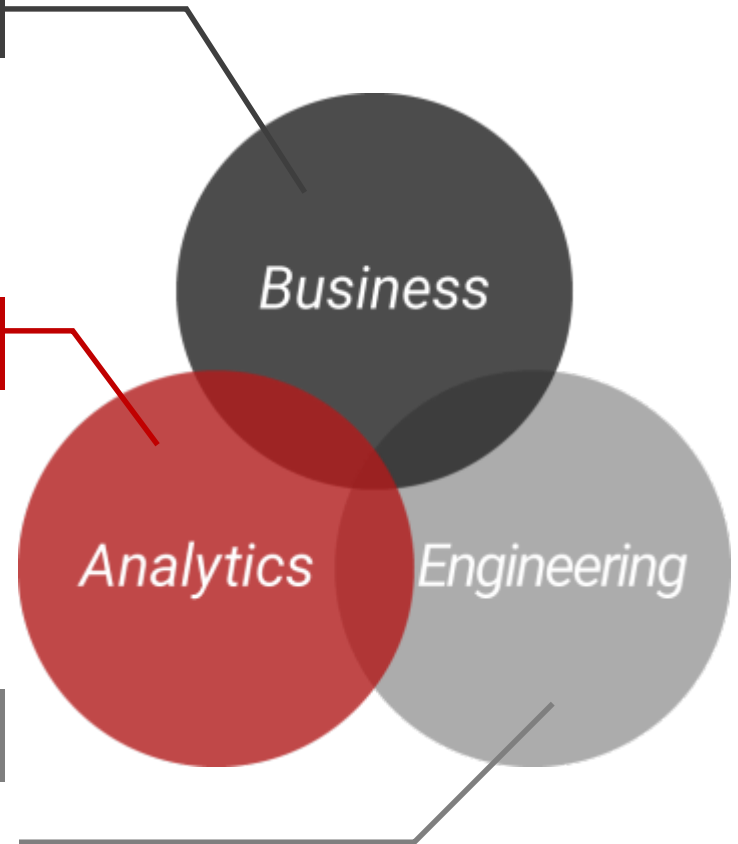
2004年の創業以来、ブレインパッドがデータ活用をお手伝いした企業は1,000社を超えます。幅広い業界を対象として、豊富に積み上げられたナレッジを武器に、お客様の経営課題を解決に導きます。

**100**名を超えるデータサイエンティストは国内随一

ブレインパッドは、100名を超えるデータサイエンティスト集団を有します。この規模は国内随一です。技術的な専門分野、得意とする顧客業界、豊富な分析経験など、様々な強みを持つデータサイエンティストがお客様のニーズに合わせてチームを組成し、最高レベルのアナリティクスサービスを提供します。

DMP領域 **No.1** プロダクトで培ったエンジニアリング力

上記の2つの力を、最先端のテクノロジーを用いて、システムやソフトウェアなどの“形”にできるのが、ブレインパッドが誇るエンジニア力です。その高い技術と先進性は、デジタルマーケティング領域でのNo.1プロダクト「Rtoaster」を生み出したことでも証明されています。



# 業界内での際立ったポジション

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業界内でも際立った強みがあります。

## 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



経営課題を解決する  
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  
ビジネス成果の創出

戦略的コンサルティング  
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  
(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)

関連  
プレイヤーの  
事業領域

# ブレインパッドのサービス①：ビッグデータ活用サービス

ブレインパッドは、ビッグデータ活用を専門とする多数のプロフェッショナルの力を活かし、  
以下のような課題を解決するサービスを提供しています。

データや事実に基づいて  
マーケティングやCRMを  
改善したい

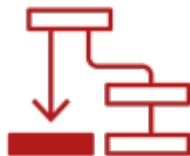
マーケティングのPDCA  
サイクル全体の改善を支援



データによる顧客理解や顧客育成施策  
の立案、施策の効果測定や最適化ま  
で、PDCAサイクル全体を支援します。

機械学習やAIを用いて  
業務改革や高度化を行いたい

アナリティクスを用いた  
業務プロセスの最適化支援



最新技術を駆使し、営業、製造、サブ  
ライチェーンマネジメント、新規事業など、  
様々な業務プロセスの改革や効率化を  
実現します。

ビッグデータ分析のための  
プラットフォームを  
構築したい

データ活用のための  
インフラ構築全体を支援



ベンダーフリーで中立的な立場を活かし、  
データ活用計画の立案から、分析基盤  
の構築、運用支援までを、トータルに支  
援します。

データ活用人材を育てたい、  
組織・体制を構築したい

人材育成、  
専門組織や体制の構築を支援



自立的なデータ活用に向けたロードマッ  
プを策定し、データ活用人材の育成や、  
専門組織・体制の整備を支援します。

マーケティングアナリティクスの

専門家

- コンサルタント
- データサイエンティスト

最新の機械学習/深層学習、

IoT、AI技術を習得した専門家

- データサイエンティスト
- エンジニア

分析環境の構築や製品選定の

ノウハウを持つ専門家

- 製品コンサルタント
- システムエンジニア

「ブレインパッド教育講座」の運営

実績を持つ、データ活用人材育

成の専門家

- コンサルタント
- 講師

サービス提供にあたる  
スペシャリスト



# 「+AI」(プラスエーアイ) ブレインパッドのAI・機械学習のサービス・コンサルティング

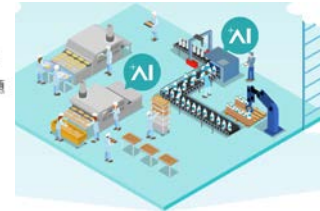
+AI は、身近な日常やビジネスに人工知能をプラスして、さまざまなイノベーションを生み出しています。

ディープラーニングを含む機械学習、自然言語処理、数理最適化など、人工知能 (AI) 関連テクノロジーの活用により、経営改善やサービス革新に貢献するスペシャリストがお客様の支援にあたります。



## 食品工場での不良品検知

人間が目視で行っている夾雑物\*混入の発見プロセスに対し、製造ラインを撮影した動画を題材に、不良品判定のためのアルゴリズムを開発。  
\*夾雑物=余計なもの



- AI関連技術 ディープラーニング
- 利用データ 画像データ

## +AI の4つのサービスプラン

プラン	対象となるお客様	ブレインパッドの支援内容	実施期間の目安	アウトプット
テーマ選定プラン	機械学習/ディープラーニング、先端的なデジタル技術による、事業改革、業務効率化、サービス開発などに関心があるお客様	お客様企業内での適用領域の見極めを支援します	5日~1か月程度	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI・機械学習等に関連した具体的な取り組みテーマ候補</li> <li>テーマごとの取り組み優先度 など</li> </ul>
戦略・実行計画策定プラン	AI活用のテーマをお持ちで、更にプロジェクトを推進したいお客様	具体的な収益化を実現する適切なアプローチ・展開プランを策定し、投資に対する経営層の意思決定を支援します	1~2か月程度	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI活用による収益創出、業務効率化、品質改善などの経営インパクトを創出するための戦略</li> <li>ROI試算結果、スケジュール、実行体制、リスクと回避策などの具体的な実行計画と経営効果 など</li> </ul>
プロトタイプ開発プラン (PoC)	AIを活用した、具体的な業務改善テーマをお持ちのお客様	機械学習モデルの構築やデジタル技術を活用したパイロット施策の実施により、実現可能性の見極めを支援します	1~2か月程度	<ul style="list-style-type: none"> <li>機械学習モデルのモックアップ (仮モデル) と精度評価</li> <li>実現可能性に関する評価・リスク</li> <li>今後の展開プラン など</li> </ul>
サービス/システムの本格実装プラン	AIを自社の業務やサービス、製品などに組み込むことで収益改善・業務効率化などの経営改善を実現したいお客様	機械学習モデルや先端的なデジタル技術を搭載したシステム開発を支援します	3~6か月程度	<ul style="list-style-type: none"> <li>完成した機械学習システム</li> <li>構想した成果の実現 など</li> </ul>

# ブレインパッドのサービス②：デジタルマーケティングサービス

ブレインパッドは、DMP市場のトップクラス製品「Rtoaster」を中心に、デジタルマーケティングを進化させる分析・システム構築・導入コンサルティングも提供しています。





















## 高品質のサービス提供を可能とする製品群

<p>レコメンドエンジン搭載 プライベートDMP</p>  <p><b>Rtoaster</b></p> <p>多彩なマーケティングアクションをデータから実現できる、DMP市場のトップクラス製品</p>	<p>運用型広告入稿支援 ツール</p>  <p><b>AdPencil</b></p> <p>手間のかかるウェブ広告の入稿作業を、AI技術を用いて簡単な操作での自動化を実現</p>	<p>広告運用支援ツール</p>  <p><b>AdNote</b></p> <p>約20種類のレポートを自動作成する機能や、広告予算配分のシミュレーション機能を搭載したツール</p>	<p>AI型ウェブ広告 運用ソリューション</p>  <p><b>FUSE LIGHT</b></p> <p>ウェブ広告の運用業務を最先端AIにより全自動化、オペレーションレスにウェブ広告の配信が可能</p>	<p>自然言語処理エンジン</p>  <p><b>Mynd plus</b></p> <p>人工知能・機械学習・統計学技術を駆使してテキストデータを解析</p>	<p>マッチングエンジン</p>  <p><b>Conomi</b></p> <p>収集・蓄積したデータを活用して、独自のアルゴリズムでヒト・モノを複合的にマッチング</p>	<p>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><b>Probance</b></p> <p>機械学習により顧客ニーズを予測し、パーソナライズコミュニケーションを実現するMAプラットフォーム</p>	<p>ソーシャルリスニング・ プラットフォーム</p>  <p><b>Crimson Hexagon</b></p> <p>ソーシャルメディアから、世界中の顧客エンゲージメントを分析（Brandwatchにブランド統合予定）</p>
--	--	---	---	--	--	--	---



# データ活用のプロフェッショナルが提供する製品群

マーケティング	<b>レコメンドエンジン搭載 プライベートDMP</b>  <b>Rtoaster</b> 多彩なマーケティングアクションをデータから実現できる、DMP市場のトップクラス製品	<b>運用型広告入稿支援 ツール</b>  <b>AdPencil</b> 手間のかかるウェブ広告の入稿作業を、AI技術を用いて簡単な操作での自動化を実現	<b>広告運用支援ツール</b>  <b>AdNote</b> 約20種類のレポートを自動作成する機能や、広告予算配分のシミュレーション機能を搭載したツール	<b>AI型ウェブ広告 運用ソリューション</b>  <b>FUSE LIGHT</b> ウェブ広告の運用業務を最先端AIにより全自動化、オペレーションレスにウェブ広告の配信が可能	<b>自然言語処理エンジン</b>  <b>Mynd plus</b> 人工知能・機械学習・統計学技術を駆使してテキストデータを解析	<b>マーケティングオートメーション プラットフォーム</b>  <b>Probance</b> 機械学習により顧客ニーズを予測し、パーソナライズコミュニケーションを実現するMAプラットフォーム	<b>ソーシャルリスニング・ プラットフォーム</b>  <b>Crimson Hexagon</b> ソーシャルメディアから、世界中の顧客エンゲージメントを分析（Brandwatchにブランド統合予定）
	<b>ダイナミックセグメンテーション システム</b>  <b>exQuick</b> データやファイルを統合的に管理し、データ抽出やレポート作成を得意とするシステム	<b>ビジネス・インテリジェンス ツール</b>  <b>Tableau</b> 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ことが可能	<b>拡張分析ツール</b>  <b>BrainPad VizTact</b> 機械学習とビジュアル分析を組み合わせてパターンやルールを発見し、意思決定をサポート	データマイニング 機械学習	<b>ビッグデータ対応 機械 学習・予測分析システム</b>  <b>SAP® Predictive Analytics</b> 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	<b>統計解析・ビッグデータ 加工システム</b>  <b>WPS Analytics</b> 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	<b>マッチングエンジン</b>  <b>Conomi</b> 収集・蓄積したデータを活用して、独自のアルゴリズムでヒト・モノを複合的にマッチング
	<b>クラウドプラットフォーム</b>  <b>Microsoft Azure</b> ビッグデータ活用に必要な一連の機能をクラウド上で提供	<b>インメモリ コンピューティング</b>  <b>SAP HANA®</b> 大量のデータを高速分析するために開発されたインメモリコンピューティング	<b>ビッグデータ・ウェアハウス</b>  <b>SAP® IQ</b> 分析・検索用途に特化して開発されたデータベースソフトウェア		<b>最適化エンジン</b>  <b>UltiPad</b> 予測モデルの構築後に、膨大な組み合わせの中から最適解を導くことが可能	<b>ロボティック・プロセス・ オートメーション</b>  <b>ブレインロボ (BrainRobo)</b> 人が行う業務を自動化・効率化するロボティック・プロセス・オートメーション	
	<b>可視化 Business Intelligence</b> ・ <b>拡張分析 Augmented Analytics</b>	<b>分析基盤</b>	<b>最適化 ・ その他 アプリケーション</b>				

■ 自社開発製品
 ■ 自社製品
 ■ 当社が国内唯一の販売代理店である製品
 ■ その他

# 連結子会社 Mynd株式会社

ニュースアプリ「Mynd (マインド)」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。

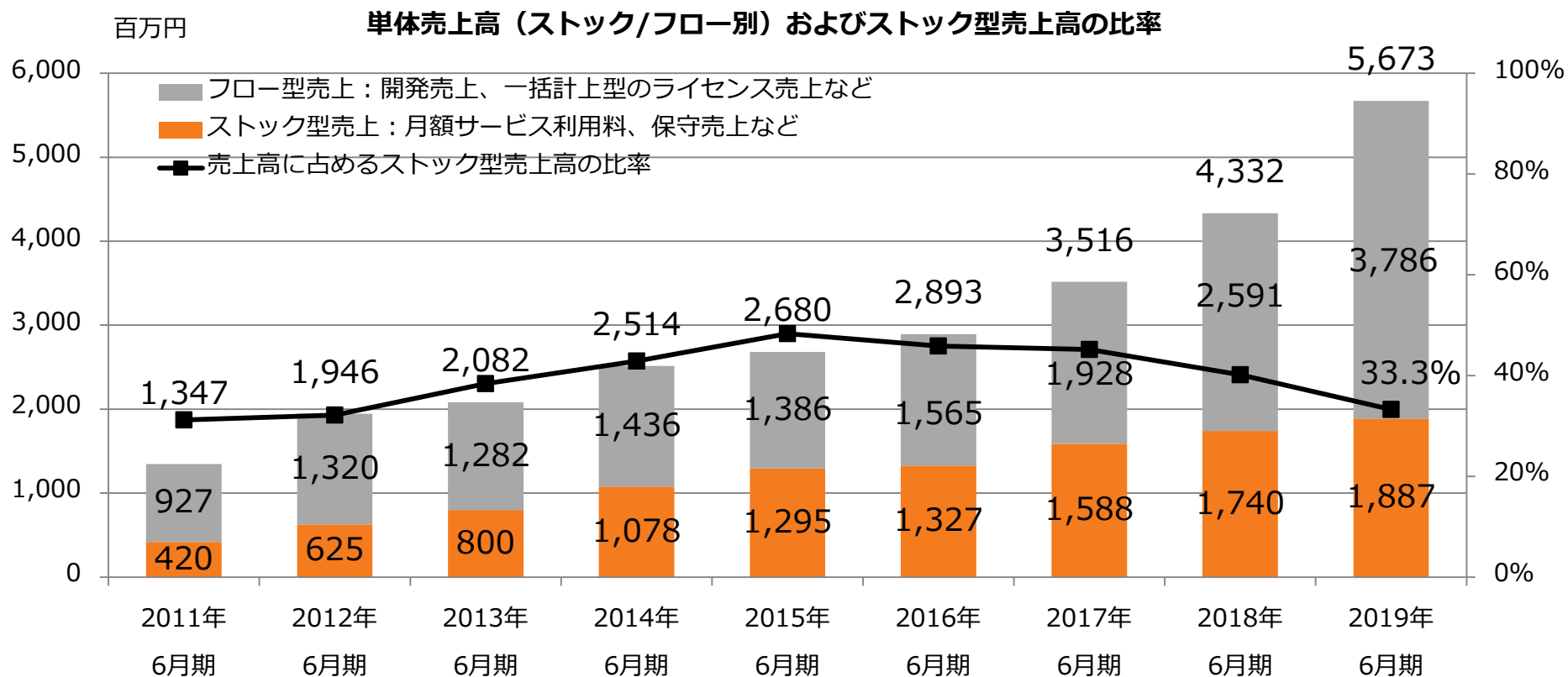


↑  
自動収集した膨大な記事を数十個のまとめり（トピック）に自動分類するとともに、ユーザの行動から好みを学習し、個々人にあった記事だけを配信するアプリ。

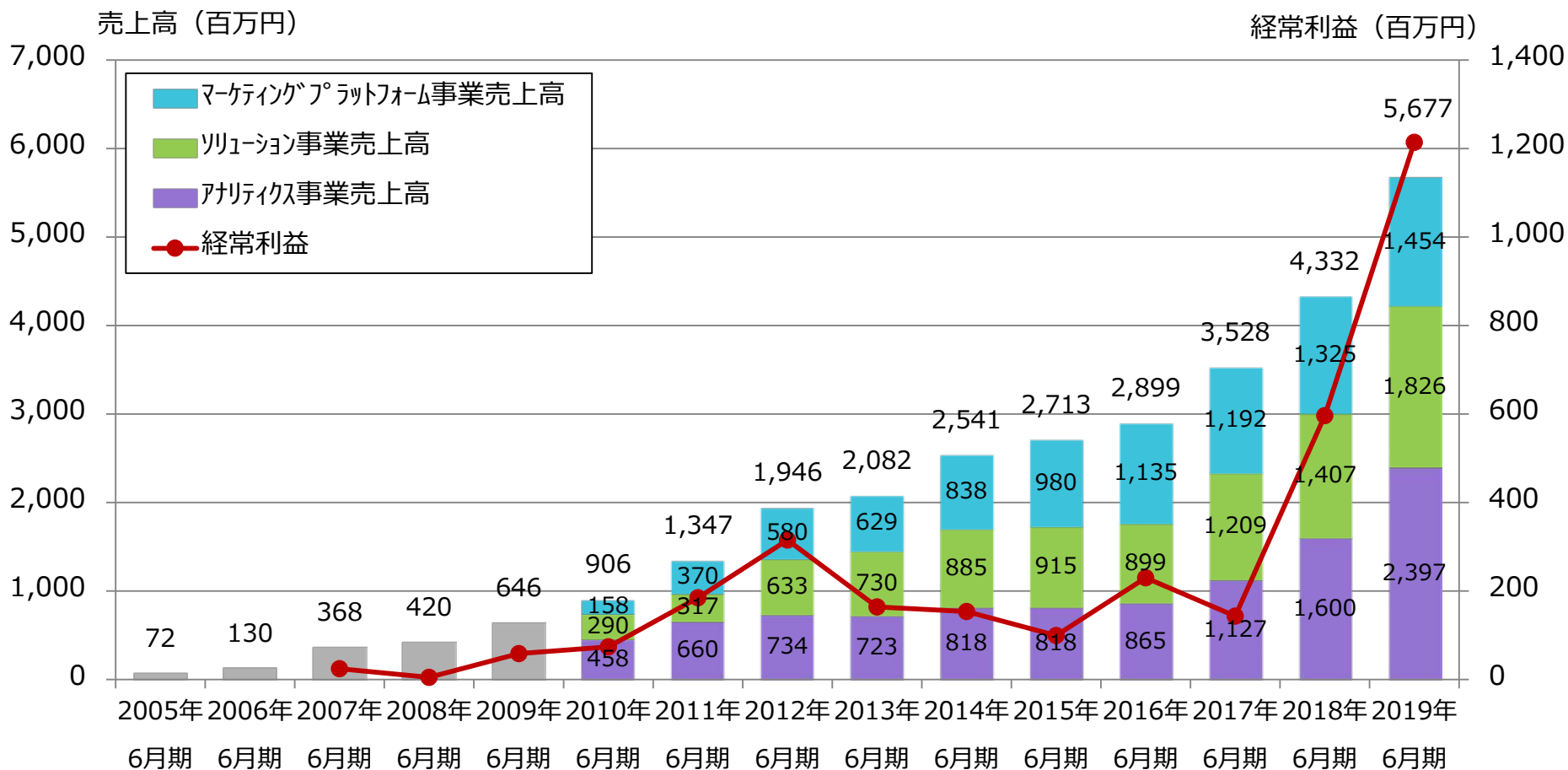
←  
Apple Watch、Android Wear 搭載のスマートウォッチにも対応。

# ストック型売上高の推移（単体）

前・中計期間に、フロー型売上高による売上伸長を推進する方針に転換したため、2020年6月期より、ストック型売上高比率は、参考情報とする。



# 当社グループ創業からの歩み

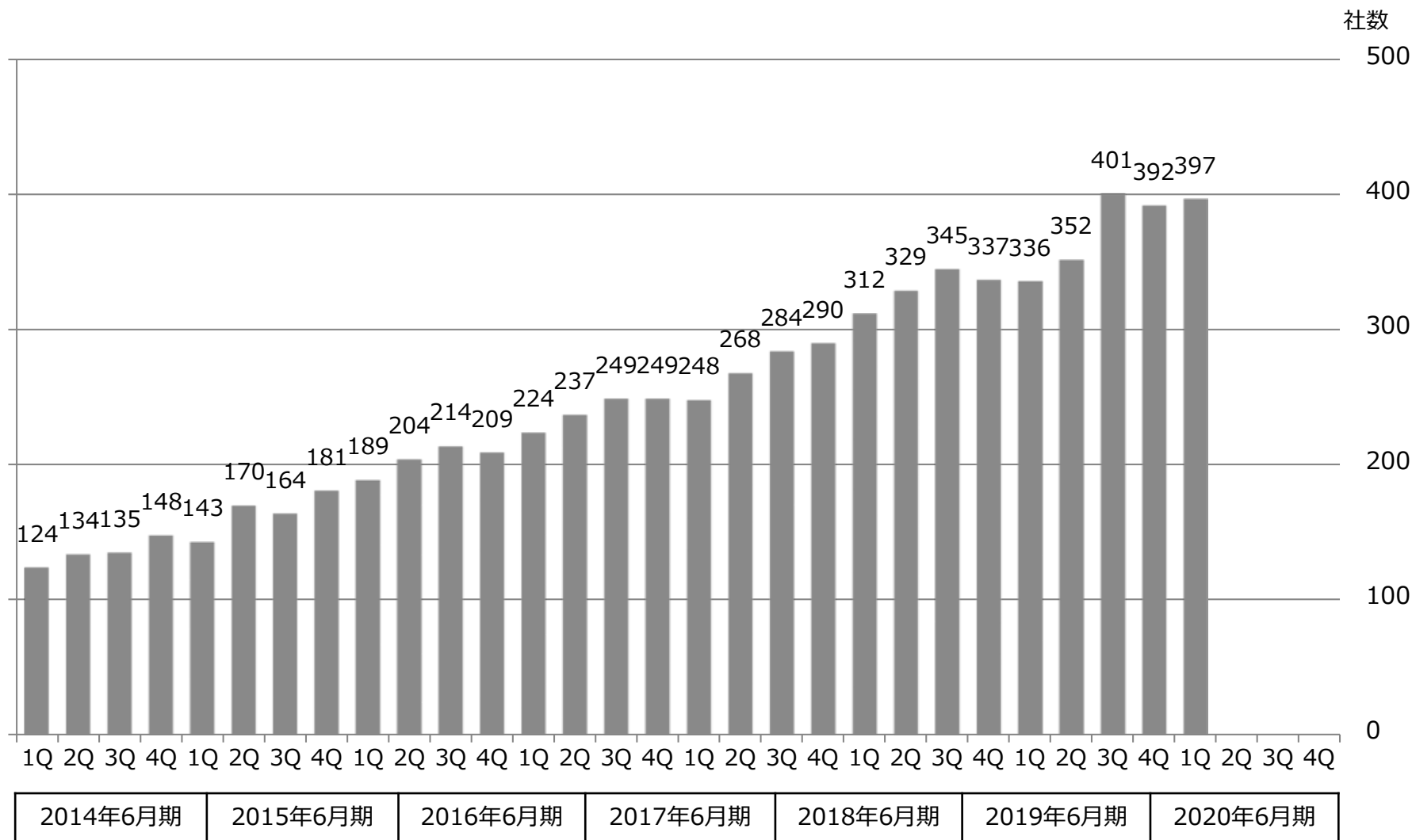


## 連結売上高、連結経常利益の推移

2009年以前のセグメント別の売上高、2006年6月期以前の経常利益は未公表です。  
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。

# 取引社数の推移（単体）

（※）当該四半期のうちに売上が計上された顧客数をカウントしています。





## 株式会社ブレインパッド

〒108-0071 東京都港区白金台3-2-10 白金台ビル

TEL : 03-6721-7701 (IR直通) FAX : 03-6721-7010

[www.brainpad.co.jp](http://www.brainpad.co.jp) [ir@brainpad.co.jp](mailto:ir@brainpad.co.jp)

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。従って、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ります。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。