

2020年6月期 決算補足説明資料

株式会社ブレインパッド
2020年8月12日

INDEX

- はじめに … P 2
- 会社概要 … P 3
- 中期経営計画、次期連結業績予想と
新型コロナウイルス感染症拡大の影響について … P 9
- 2020年6月期 連結業績ハイライト … P 16
- 2020年6月期 単体業績/単体セグメント業績ハイライト … P 24
- 「株式会社電通クロスブレイン」の設立について … P 29
- 次期からの報告セグメントの変更について … P 31
- 再掲：中期経営計画について … P 33
- APPENDIX … P 43

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。

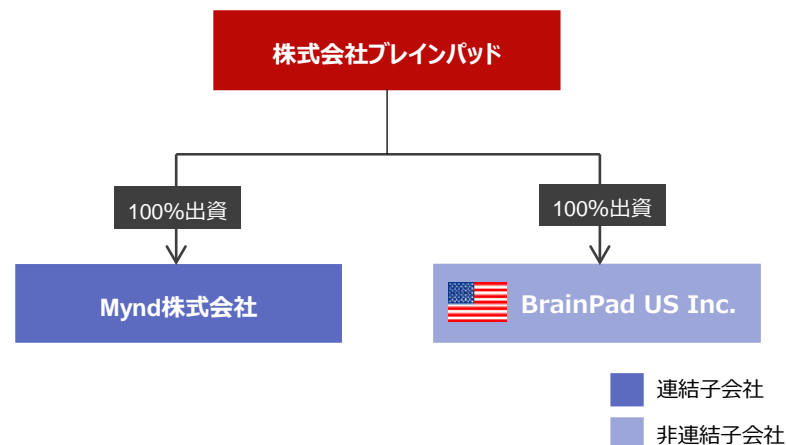
データは蓄積するだけではただのコストです。私たちは、データを価値に変えるために必要な
分析力（国内随一のデータサイエンティスト数）
エンジニアリング力（市場No.1製品を自社開発・提供できる技術力）
ビジネス力（データ活用を支援した企業は業種問わず1,000社超）
の3つの力を有した、世界でも稀有な企業です。

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	575百万円 (2020年6月30日現在)
従業員数	372名 (連結、2020年6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	・一般社団法人データサイエンティスト協会 ・一般社団法人日本ディープラーニング協会

グループ体制



認証



JIS Q 15001
認証番号：10822646

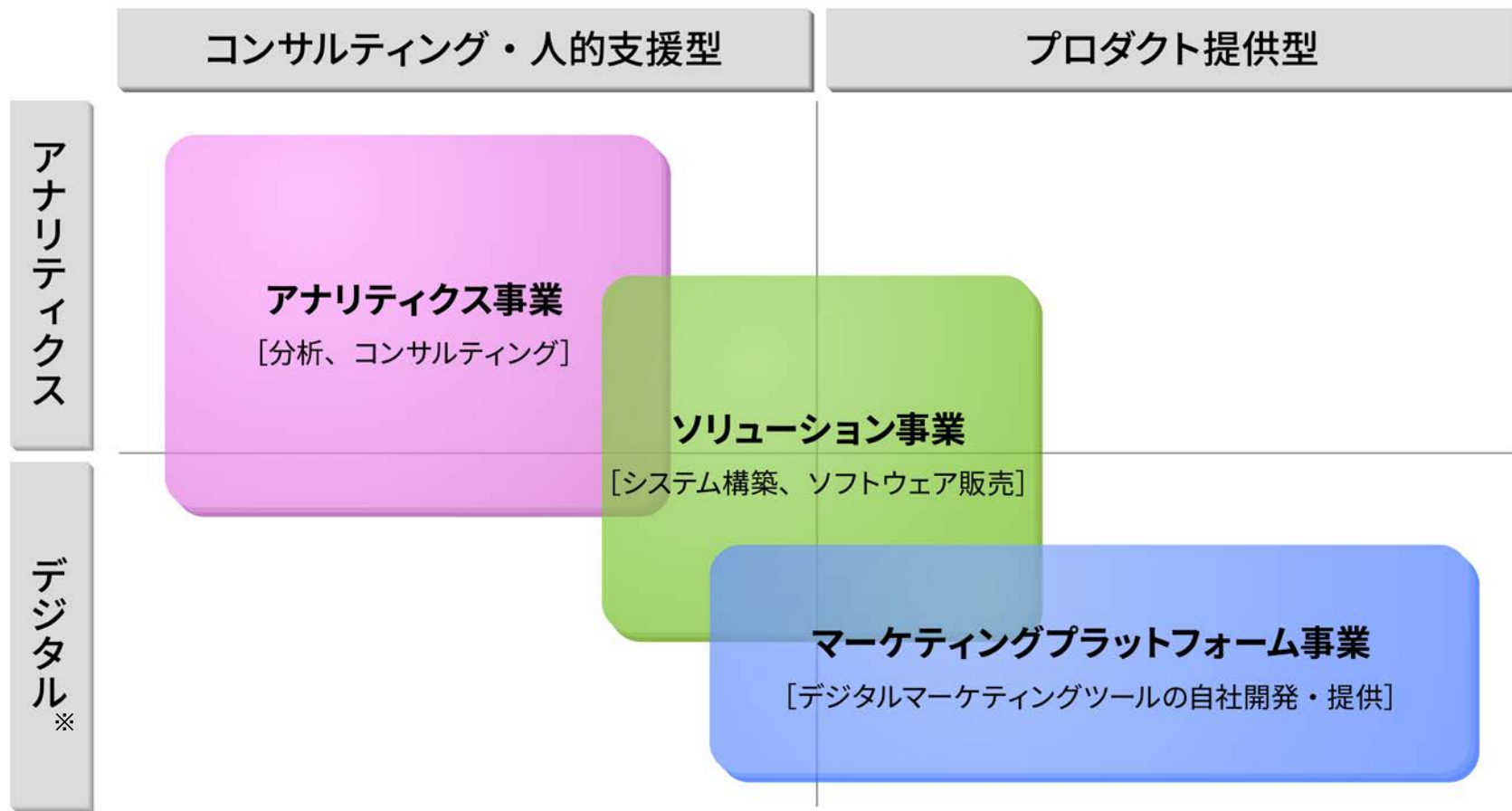


認証・制度
ISO(JIS Q) 27001

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。

データ活用をトータルに支援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。

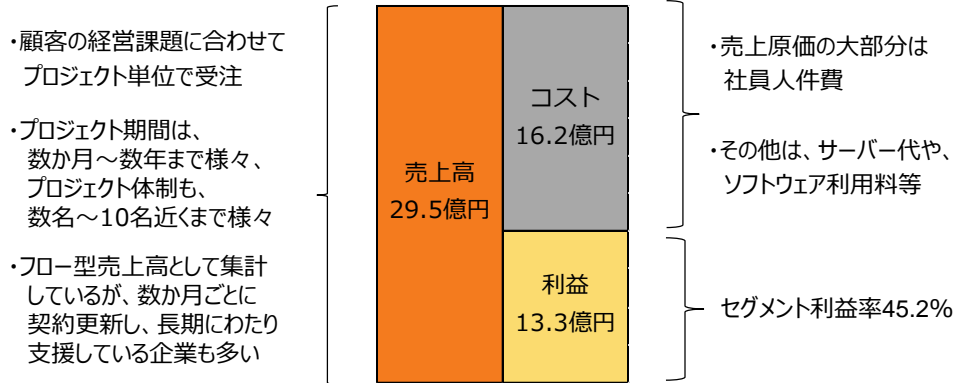


※デジタル：デジタルトランスフォーメーション（DX）と呼ばれる領域の中でも、これまでWebマーケティングと呼ばれていた、デジタルマーケティングへの改革・支援を中核とした領域

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 (2020年6月期連結実績)



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

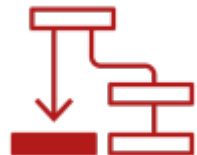
マーケティングアナリティクス



- ・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

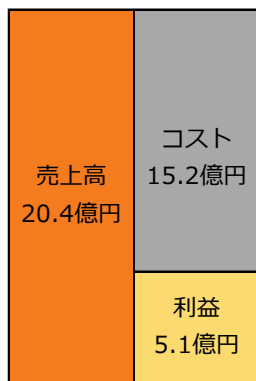
ほか

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 (2020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が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25.2%

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

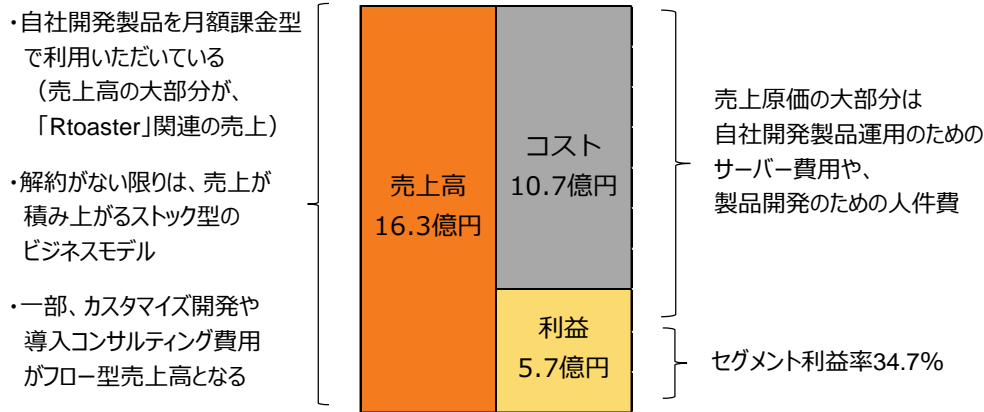
<p>マーケティングオートメーションプラットフォーム</p> <p>Probance</p> <p>機械学習により顧客ニーズを予測し、パーソナライズコミュニケーションを実現するMAプラットフォーム</p>	<p>デジタルコンシューマー・インテリジェンス</p> <p>Brandwatch</p> <p>業界最大級のデータとAIを搭載した次世代マーケティングリサーチプラットフォーム</p>	<p>ダイナミックセグメンテーションシステム</p> <p>exQuick</p> <p>データやファイルを統合的に管理し、データ抽出やレポート生成を得意とするシステム</p>	<p>拡張分析ツール</p> <p>BrainPad VizTact</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>オールインワン機械学習プラットフォーム</p> <p>SAP® Data Intelligence</p> <p>データの管理・収集・加工、機械学習モデルの作成・管理・運用の機能を全て搭載したプラットフォーム</p>	<p>統計解析・ビッグデータ加工システム</p> <p>WPS Analytics</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>ロボティック・プロセス・オートメーション</p> <p>ブレインロボ (BrainRobo)</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 (2020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
 Rtoaster 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	 AdPencil 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	 AdNote 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	 FUSE LIGHT 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	 インハウス支援サービス 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	 Mynd plus 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	 Conomi 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

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。

(2020年8月12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)、(株)大塚商会、GMOリサーチ(株)、ニフティ(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、CCCマーケティング(株)、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)、富士通クラウドテクノロジーズ(株)
製造	トヨタ自動車(株)、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、サンスター(株)
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)ゲオ、(株)高島屋、(株)ローソン、(株)TSUTAYA、アスクル(株)、(株)I-ne、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)SABON Japan、(株)自由が丘フローズ、(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、タビオ(株)、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)バロックジャパンリミテッド、(株)ピーチ・ジョン、(株)B4F、(株)フェリシモ、(株)ロッピングライフ、(株)ワコール
食料品・飲食	(株)すかいらーくホールディングス、キューピー(株)、キリン(株)、日本コカ・コーラ(株)、(株)明治、森永乳業(株)、アサヒビール(株)、キッコーマン(株)、シダックス(株)、日本たばこ産業(株)、UCCホールディングス(株)
金融	SMBC日興証券(株)、(株)山口フィナンシャルグループ、(株)横浜銀行、みずほ証券(株)、(株)ジェーシービー、(株)伊予銀行、(株)新生銀行、三井住友信託銀行(株)、大和証券(株)、松井証券(株)、(株)三菱UFJ銀行、(株)オリエントコーポレーション、ポケットカード(株)、(株)マネースクエア
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、学校法人河合塾、(株)Z会、(株)エキスパートスタッフ、(株)MS-Japan、エン・ジャパン(株)、(株)ディスコ、テクノプロ・ホールディングス(株)、(株)日経HR、(株)パソナテック、(株)ビズリーチ、(株)ビーネックステクノロジーズ、(株)リクルートスタッフィング
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)、ヤマト運輸(株)、(株)日本旅行、ゆこゆこホールディングス(株)、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)、大東建託(株)、ミサワホーム(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)WOWOW、ぴあ(株)、(株)朝日新聞社、(株)読売新聞東京本社、(株)フジテレビジョン、(株)JTBPブリッシング、スターツ出版(株)、(株)日本ビジネスプレス、(株)J-WAVE i、(株)デルフィス、(株)博報堂プロダクツ、ビーコンコミュニケーションズ(株)、(株)セガホールディングス、(株)セガゲームス
その他サービス	(株)イタミアート、(株)さとふる

中期経営計画、次期連結業績予想と 新型コロナウイルス感染症拡大の影響 について

(1) 中期経営計画について

現中期経営計画の最終年度（2023年6月期）の計画は、変更なし。
3つの基本方針に対する進捗は以下の通り。

現・中期経営計画			
	2019年6月期実績	現・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	前・中計4年間の平均ROE 21.2%	新・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

→ **変更なし**

変わらず、2023年6月期に

- ・ **連結売上高 115億円**
- ・ **連結経常利益 20億円** を目指す。

- 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
- 基本方針 2**
 データ活用に不可欠となる人的サービス、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
- 基本方針 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

- 総合力を提供・発揮するためのステップとして、同種の機能・職種を同一部門に集約する大規模な組織再編とその定着化を実施。次期より、「総合力」発揮のステージへ。 ○
- 当期（2020年6月期）は、期初目標を上回る66名（前期比+21.8%）の増員に成功。※P19参照
 次期はその育成とさらなる採用を進める。
 また、デジタルマーケティング領域の強化として、(株)電通グループと合併会社「(株)電通クロスブレイン」を設立。※P29参照 ○
- 監視カメラシステムや入退室システム等のセキュリティソリューションを提供する株式会社セキュアにマイナー出資するなど、Tech企業との連携も進めている。 △

2020年6月期の進捗状況

(1) 中期経営計画について

ただし、投資および株主還元は、当面の対応を以下の通りとする。

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



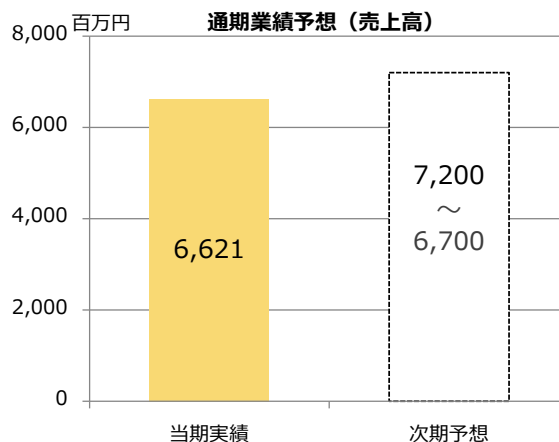
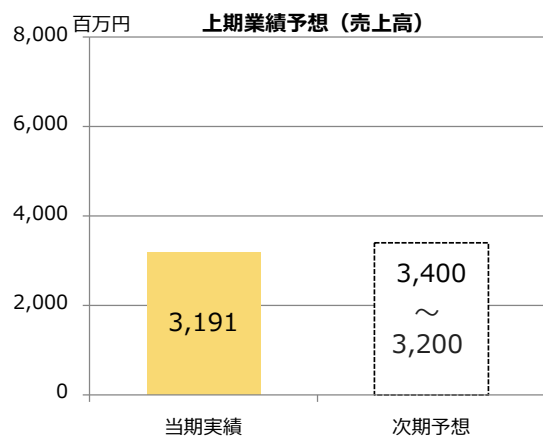
当面の対応

新型コロナウイルス感染症拡大による業績悪化リスクがあるだけでなく、これまで以上にさまざまな投資機会が増大する可能性をふまえ、現時点では、手元資金を手厚く確保しておくことを重視する。

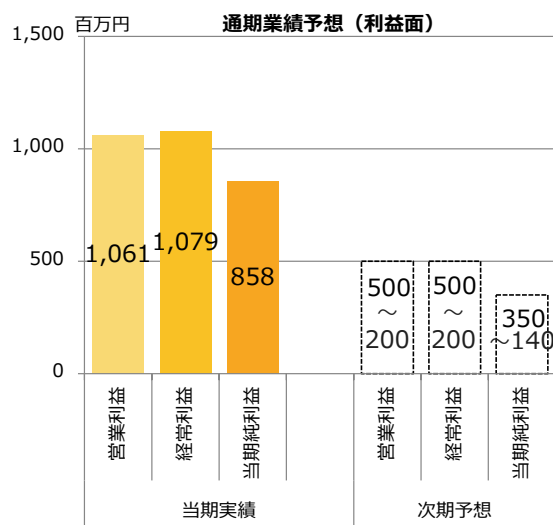
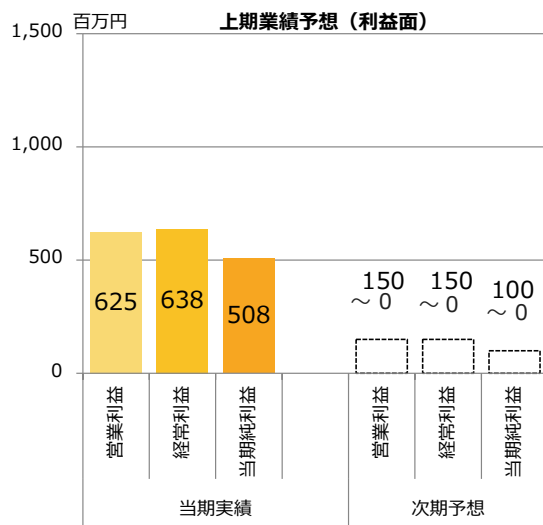
今後、世の中の経済情勢をはじめ同感染症拡大の影響が安定するなどの変化があり次第、改めて資本活用の方針を再検討する。

(2) 連結業績予想について

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、売上高が当期並みに留まる場合をワーストケースとし、現時点での次期（2021年6月期）連結業績予想を以下グラフの通りとする。

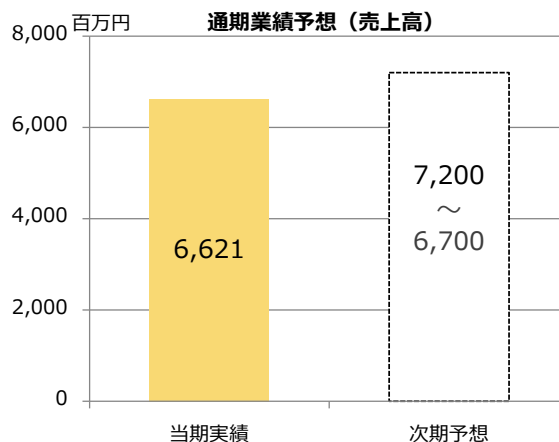
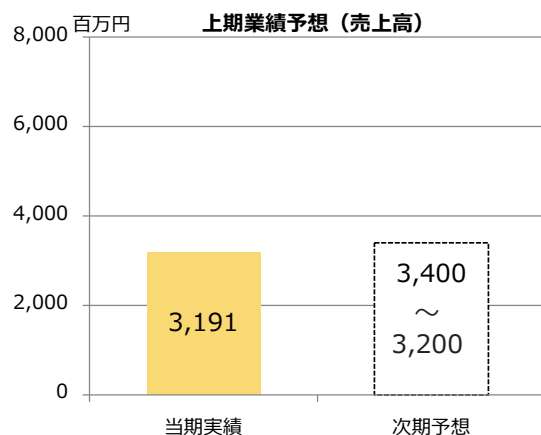


通期売上高**66~72億円**は、現時点の不透明な状況に基づいた予想値であり、会社内部においては、この予想を上回る水準を目指している。



(2) 連結業績予想について（売上面の補足）

次期連結業績予想における売上高は、現在発生している以下の影響を反映。



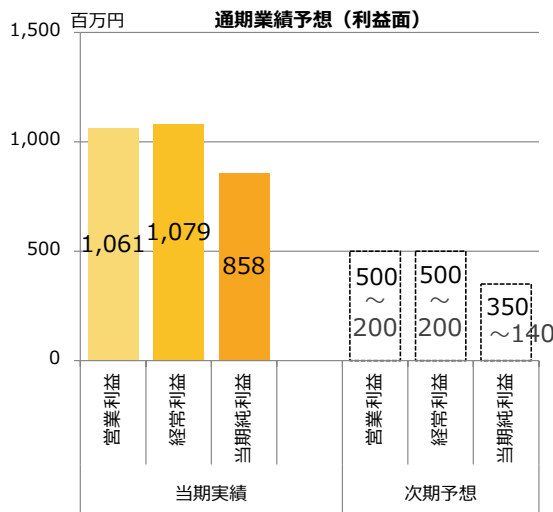
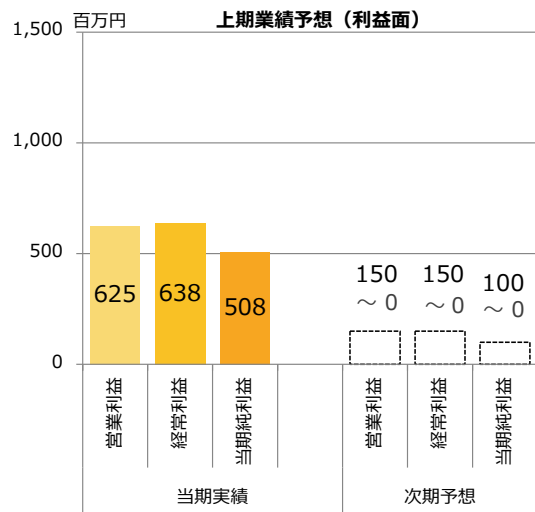
- ✓ 同感染症拡大の影響を強く受ける業界から受託する既存案件において、案件規模の縮小が生じている。
- ✓ 受注活動は正常に戻っておらず、1Q売上高は前年同四半期比横ばいでの着地となる可能性が高い。
- ✓ 日本企業のDXへの投資意欲の高まりにより新規の引き合いは増えているが、受注時期、プロジェクト開始時期が不透明な状況が続いている。

(2) 連結業績予想について（利益面の補足）

アンダー／アフターコロナにおいて、DX投資、データ活用投資が回復・増大するという前提* に立ち、優秀な人材の採用・育成は、次期においても継続。

現時点で、当期実績を超える**86名の増員**が、以下の利益予想に加味されている。

なお、新規採用に伴う社員人件費・人材採用費以外は、特殊なコスト増を計画していない。



* 市場調査会社による調査によると、DX投資、データ活用投資は増大を続けるものと予想されている。

- ・ IDC Japan株式会社「国内ビジネスコンサルティング市場予測、2020年～2024年」によると、デジタル関連コンサルティング市場は、2019年～2024年のCAGR25.0%で高成長を続けるものとされている。
- ・ 株式会社富士キメラ総研「2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」によると、DXへの投資は、業界を問わず2030年まで加速を続けるものとされている。

(3) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響 (2020年8月12日時点)

■ 各事業への影響

アナリティクス事業

- 3事業の中では、同感染症拡大の影響による売上減が最も大きい。
- 同感染症拡大の影響を強く受ける業界から受託する既存案件において、案件規模の縮小が生じている。

ソリューション事業

- 同感染症拡大による影響は大きくはない。

マーケティングプラットフォーム事業

- 主力製品である「Rtoaster (アールトースター)」は、主にEC事業等を対象としており、現時点では、同感染症拡大によるマイナス影響を受けづらい状況が続いている。

■ 勤務状況・営業状況

出勤率

- 出勤率は平均3割以下で推移。

研修サービス、セミナー・イベント

- データ活用人材育成サービス（研修サービス）、当社主催のマーケティングセミナー・イベント類は、オンライン主体で実施。

採用面接

- 最終面接以外は、全てウェブ会議システムを利用して実施。

罹患者

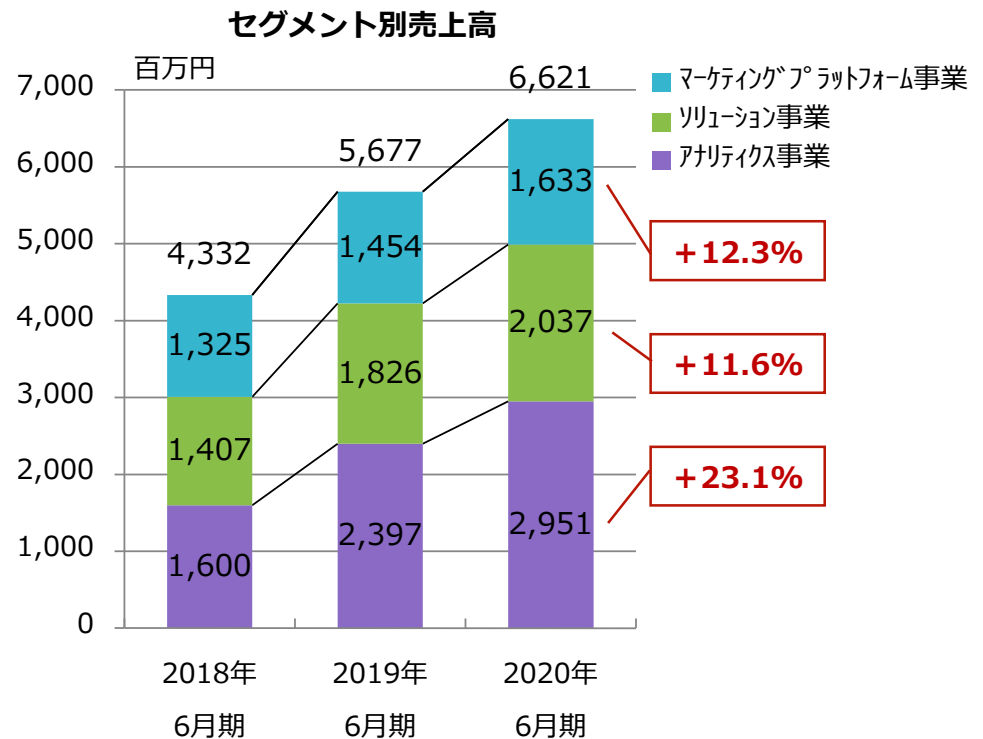
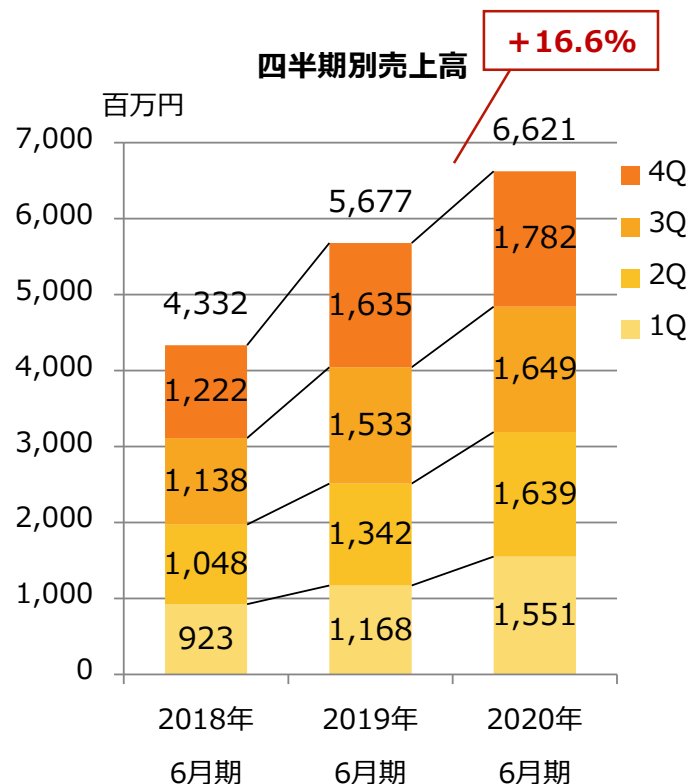
- 当社グループ社員およびパートナースタッフにおいて、罹患者の発生は確認していない。

2020年6月期 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）

売上高は、人材戦力化と需要堅調により拡大、前年同期比+16.6%の増収。
ただし、以下主因により、2億円ほど期初予想に届かず。

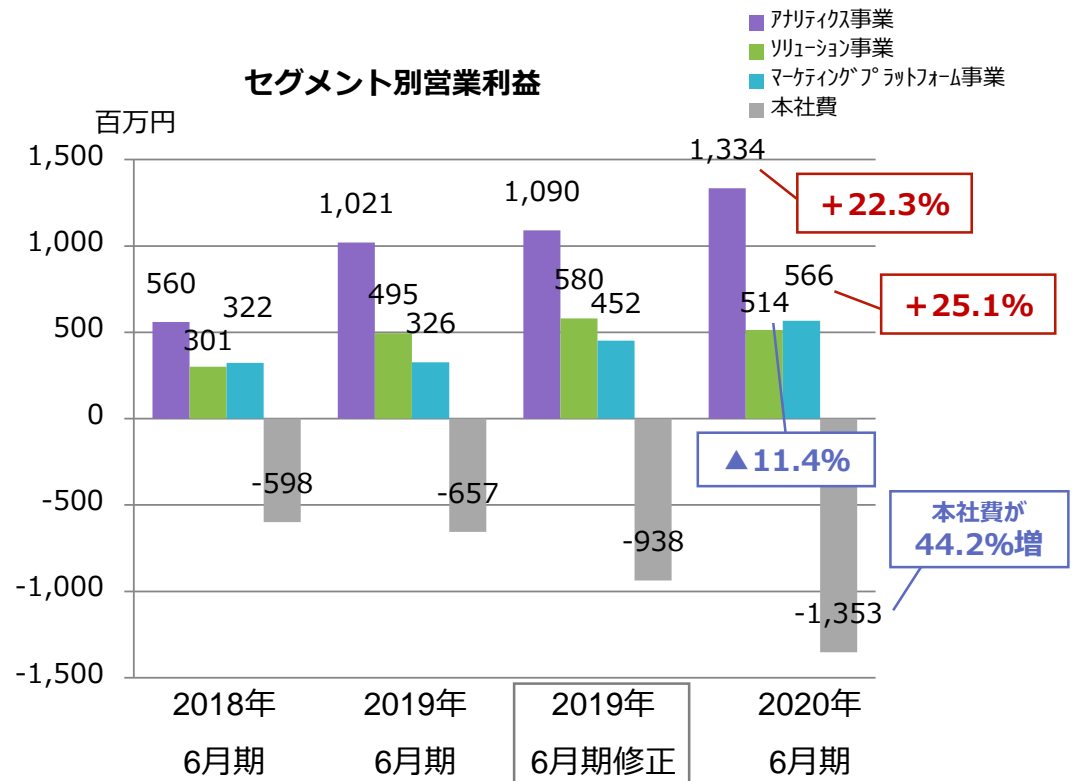
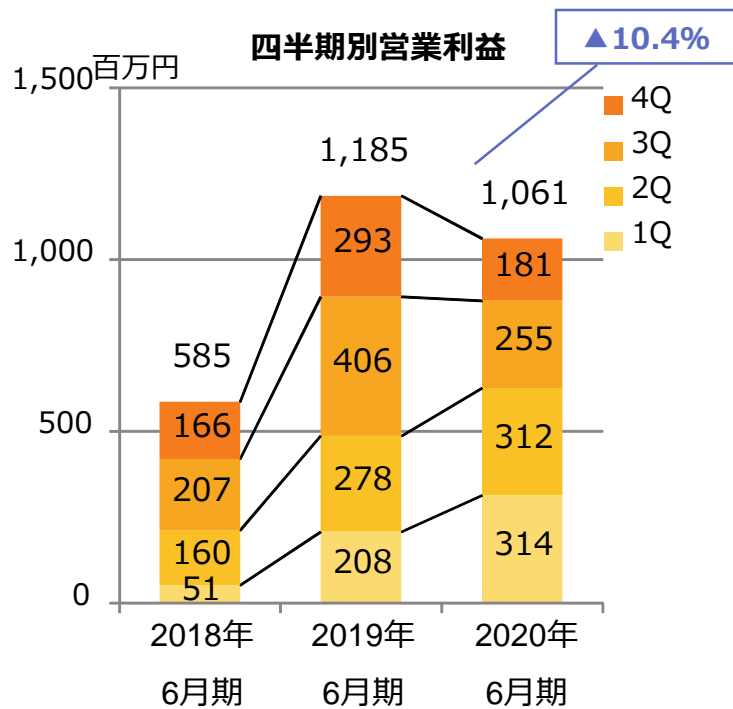
- ①新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、3Q・4Qの新規案件獲得が進まなかった。
 - ②2Qからソリューション事業にて発生している他社製機械学習ソフトウェアのリブランドに伴う売上減が続いた。
- ※マイナス影響額は、①②ほぼ同じ。



3期比較（連結営業利益：四半期別/セグメント別）

売上高が期初予想に届かなかった一方で、増員と給与体系見直しによる社員人件費・人材採用費の増加が進んだため、営業利益は減益。特に販管部門を積極増員のため、本社費の増加が大きい。

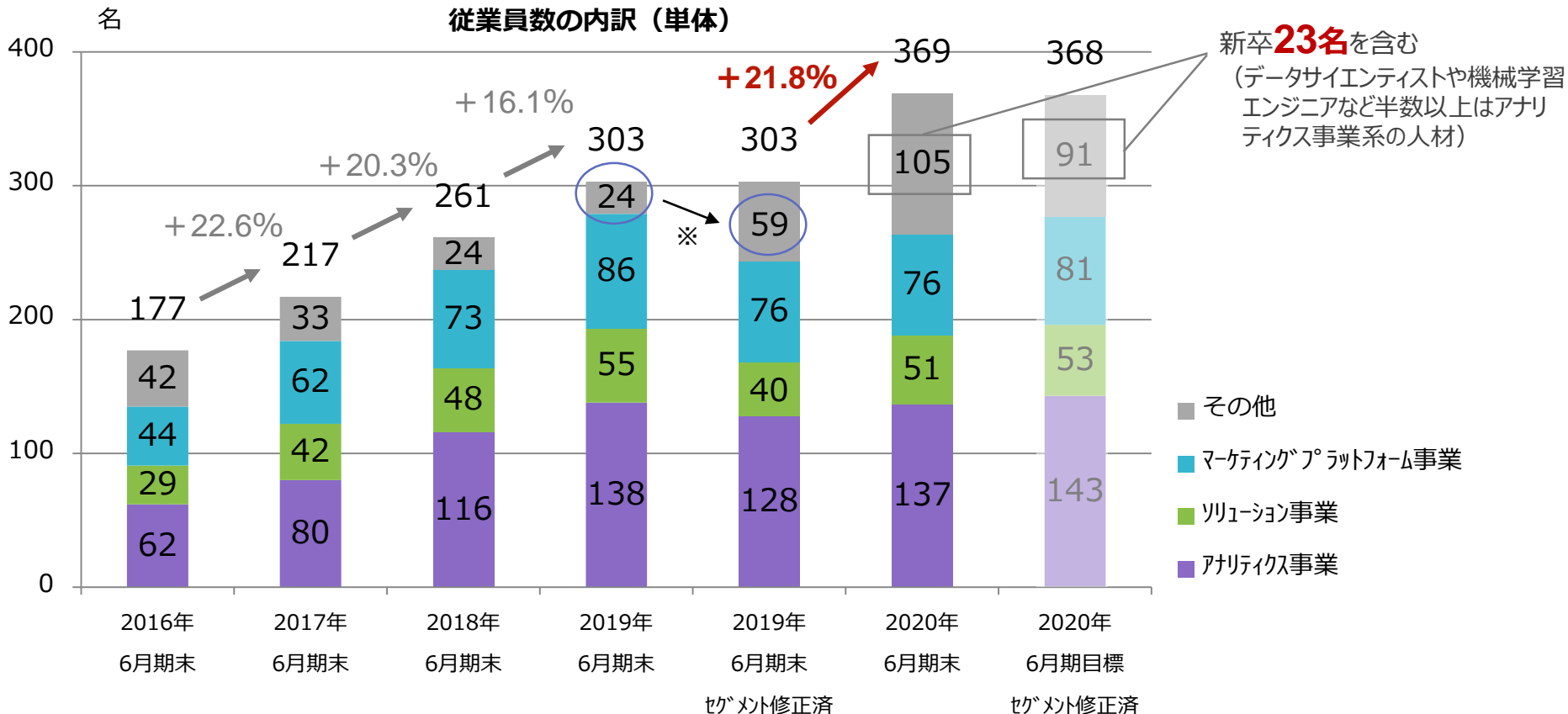
※本年5月発表の連結営業利益予想値10.8億円をやや下回ったのは、仕掛品の減少と、採用数の伸長が主因。



当期初（2019年7月）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、本社費が増加。その分、セグメント利益が良化。前期との比較をしやすくするため、前期のセグメント利益を 当期同様の方法により修正。

従業員数の推移（単体）

2Q以降の採用活動の巻き返しにより、期末の従業員数は、**369名**となり、期初目標を達成。

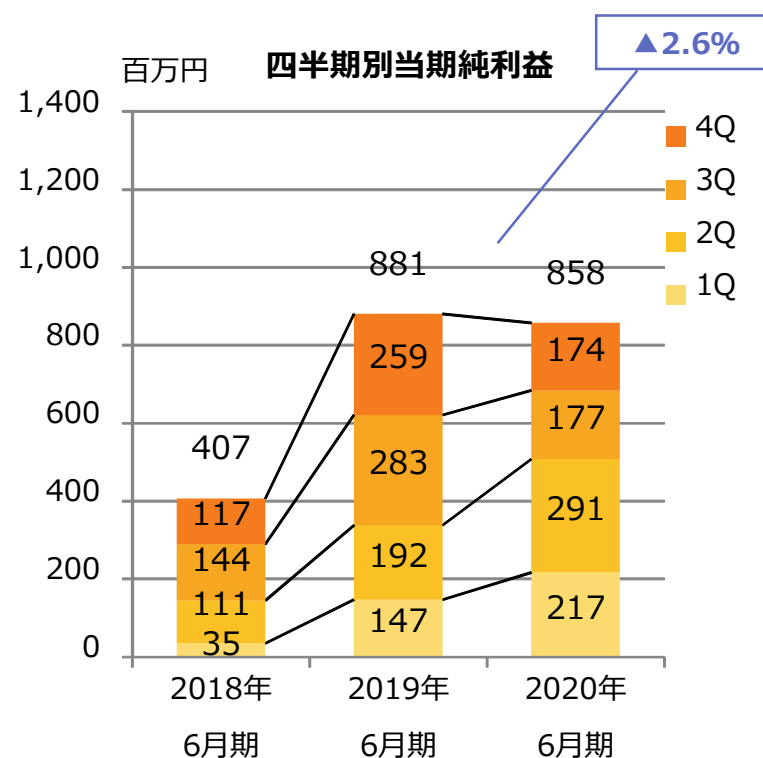
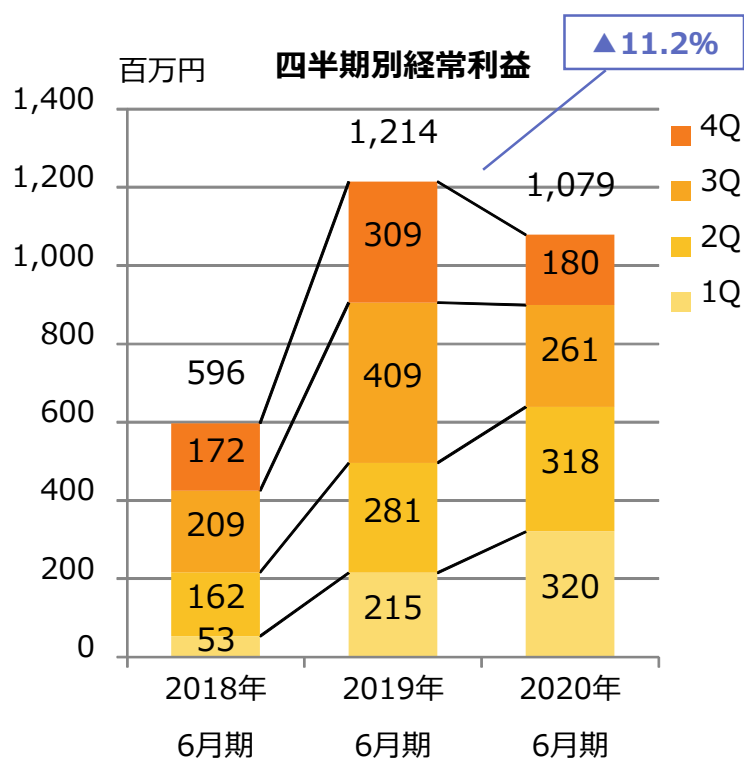


※ 2019年6月期の期初の組織再編により、各セグメントから42名が「その他」（本社費）に異動。

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、経常利益、当期純利益も減益となった。

当期純利益の減益率が小さいのは、投資有価証券の一部売却により、2Qに特別利益を計上したため。



連結損益の状況

(単位：百万円)

	2019年 6月期	2020年 6月期	増減額	増減率
売上高	5,677	6,621	944	16.6%
売上原価	2,855	3,605	750	26.3%
売上総利益	2,822	3,017	194	6.9%
販管費	1,637	1,956	318	19.4%
営業利益	1,185	1,061	-124	-10.4%
営業外収益	30	23	-7	-23.0%
営業外費用	1	6	5	706.8%
経常利益	1,214	1,079	-135	-11.2%
特別利益	0	98	98	48544.6%
特別損失	14	-	-14	-
税金等調整前当期純利益	1,200	1,176	-24	-2.0%
法人税等合計	319	319	-1	-0.2%
当期純利益	881	858	-23	-2.6%
非支配株主利益	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	881	858	-23	-2.6%

昇給および増員による社員人件費の増加、
案件の大型化・長期化に伴う
外注費用の増加により、
売上高の増加率に比べ、
売上原価の増加率が高くなった

昇給および増員による社員人件費の増加、
3Q以降の人材採用費、広告宣伝費の
費消加速により、販管費が増加

2Qに保有投資有価証券の一部を
売却したことにより、
投資有価証券売却益（特別利益）
として98百万円を計上

連結財政状況

(単位：百万円)

	2019年 6月期末	2020年 6月期末	増減額	増減率	主な増減要因
資産	3,868	4,984	1,116	28.9%	
流動資産	3,232	4,109	877	27.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・現金及び預金 +908 ・前払費用 +38 ・仕掛品 ▲40 ・受取手形及び売掛金 ▲18
固定資産	636	875	240	37.7%	<ul style="list-style-type: none"> ・投資有価証券 +59 ・投資その他の資産の「その他」 +58 ・差入保証金 +54 ・建物（純増） +42 ・ソフトウェア +31 ・繰延税金資産 ▲15
負債	1,179	955	-223	-19.0%	
流動負債	1,111	873	-238	-21.4%	<ul style="list-style-type: none"> ・未払金 +18 ・買掛金 +10 ・賞与引当金 ▲139 ・未払法人税等 ▲123 ・前受収益 ▲12
固定負債	67	82	15	22.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・資産除去債務 +23
純資産	2,689	4,029	1,340	49.8%	<ul style="list-style-type: none"> ・利益剰余金 +858 ・資本金 +243 ・資本剰余金 +243

譲渡制限付株式報酬
制度導入に伴う
長期前払費用など
により増加

サテライトオフィス開設
に伴う投資などにより
増加

当期に比べ、次期
(2021年6月期)の
夏季賞与の支給予定
額が減少したため

譲渡制限付株式報酬
制度の導入、過去の
新株予約権の行使に
よる払込による増加

自己資本比率 69.4% 80.8%

連結キャッシュ・フローの状況

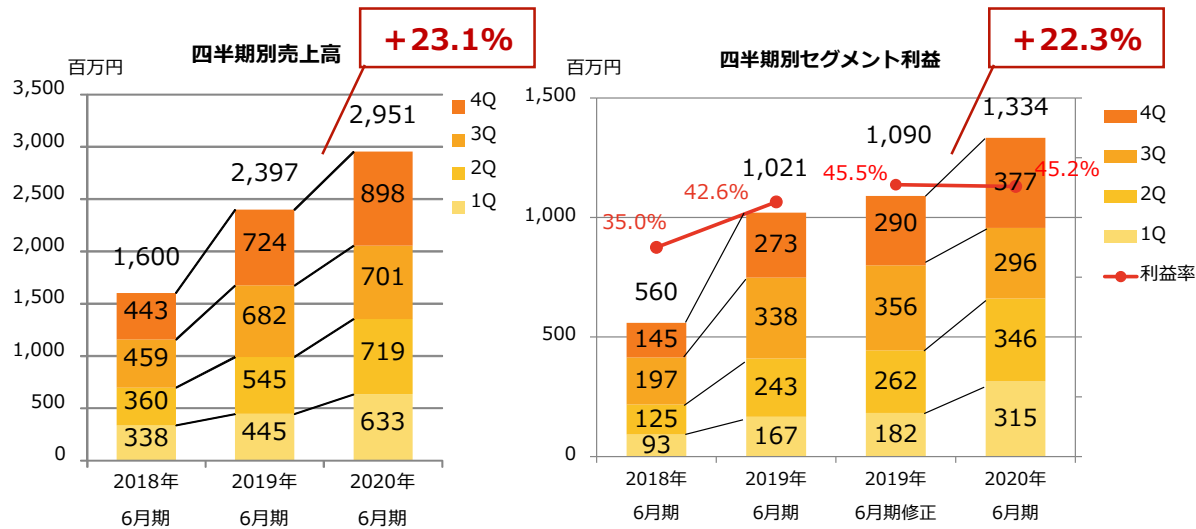
(単位：百万円)

	2019年 6月期	2020年 6月期	2020年6月期の主な内訳
営業CF	1,038	761	<ul style="list-style-type: none"> ・税金等調整前当期純利益 +1,176 ・減価償却費 +183 ・たな卸資産の減少 +40 ・売上債権の減少 +18 ・法人税等の支払額 ▲427 ・賞与引当金の減少 ▲139 ・投資有価証券売却益 ▲98
投資CF	-229	-243	<ul style="list-style-type: none"> ・投資有価証券の売却 +99 ・無形固定資産の取得 ▲133 ・有形固定資産の取得 ▲95 ・投資有価証券の取得 ▲60 ・敷金・差入保証金の差入 ▲54
財務CF	—	389	<ul style="list-style-type: none"> ・新株予約権の行使による株式発行 +390
現金および現金同等物の増減額	810	908	
現金および現金同等物の残高	2,077	2,985	

2020年6月期

単体業績/単体セグメント業績ハイライト

アナリティクス事業（単体）3期比較、顧客数推移

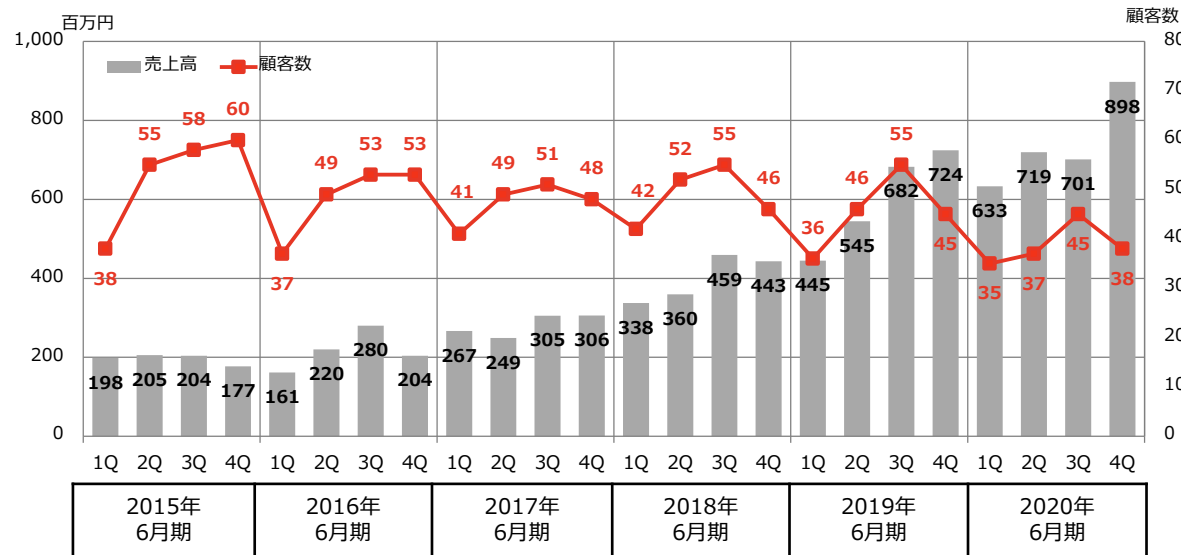


【当期のハイライト】

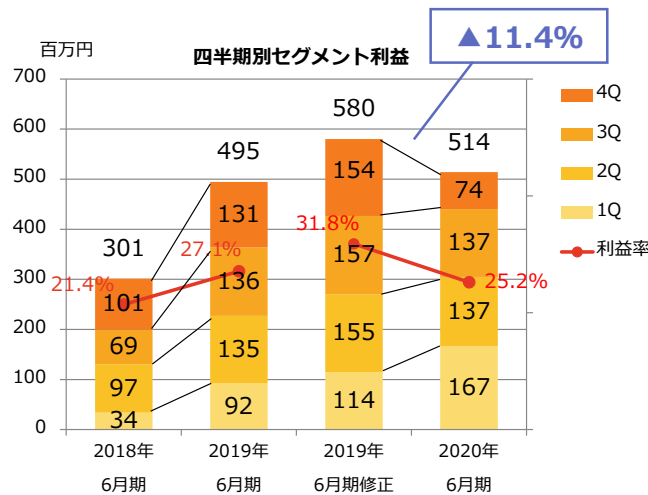
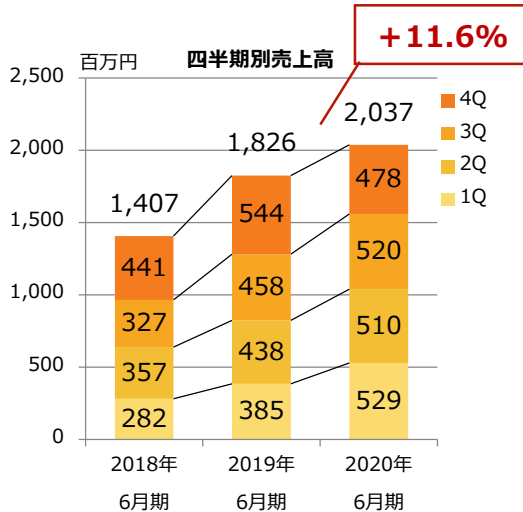
大型案件1件の3Qから4Qへの期ずれもあり、4Q売上高が増加し、四半期あたり最高売上高となった。

通期では、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、期初想定の上高に届かず。

案件の大型化が一段と進み、社員人件費・人材採用費の増加を吸収し、増益。



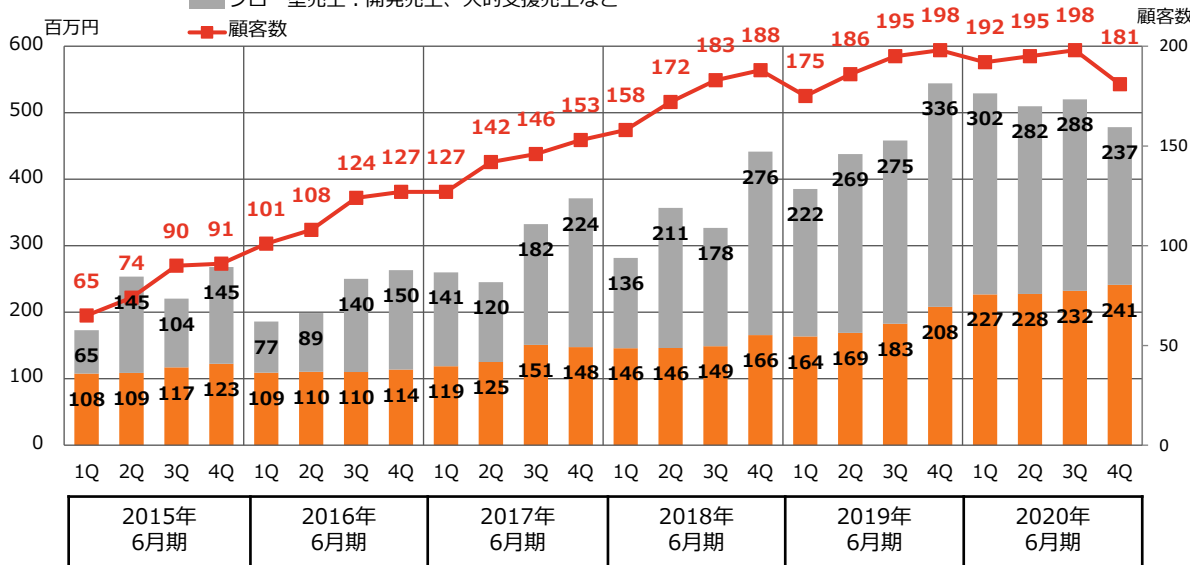
ソリューション事業（単体）3期比較、顧客数推移



【当期のハイライト】

売上高は、他社製機械学習ソフトウェアのリブランドの影響により期初想定に届かず。フロー売上高が伸び悩み、前年同期比+11.6%増に留まる。

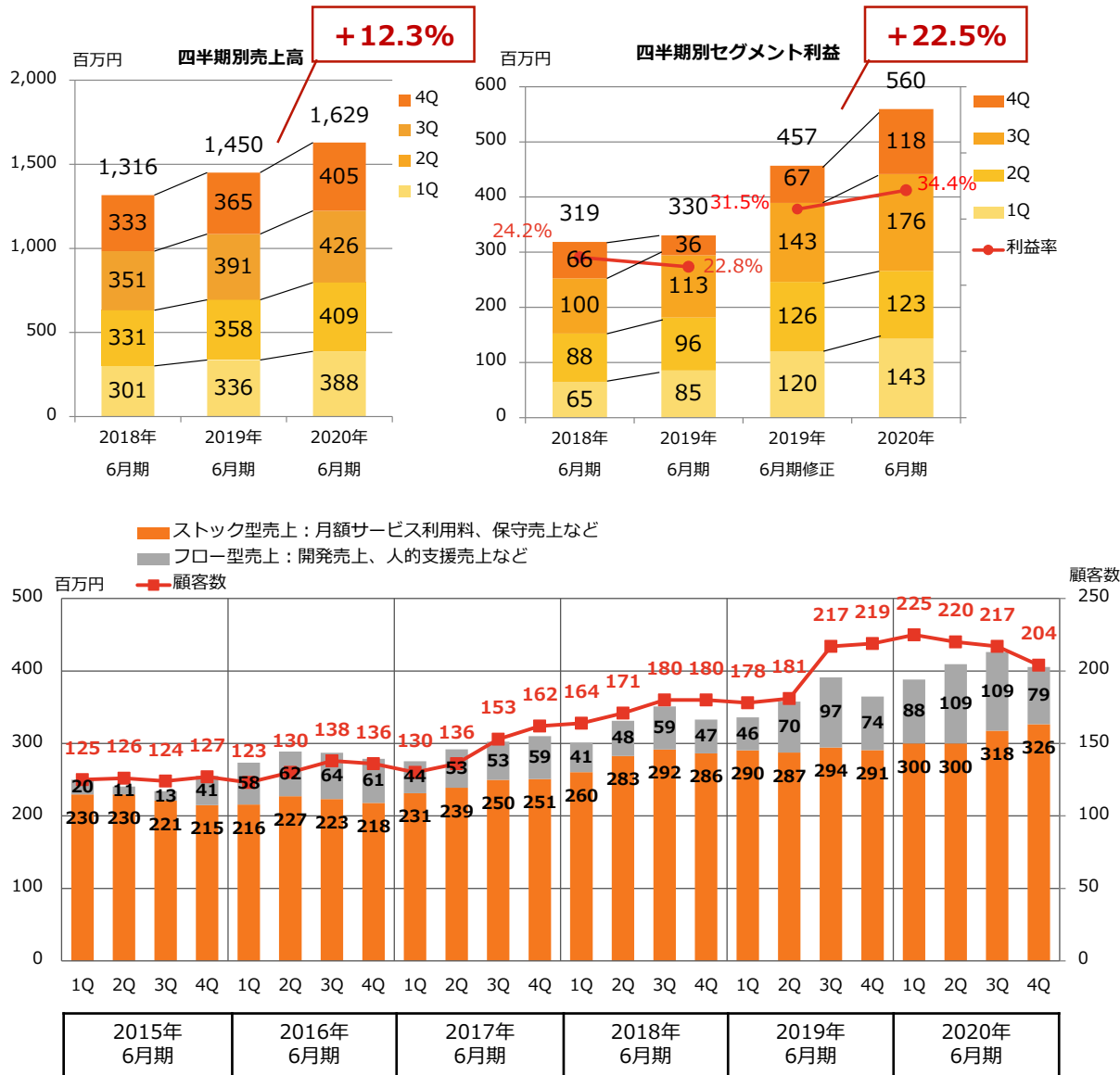
■ ストック型売上：月額サービス利用料、保守売上など
 ■ フロー型売上：開発売上、人的支援売上など
 ■ 顧客数



「Probance (プロバンス)」
 「Brandwatch (ブランドウォッチ)」
 の新規受注により、ストック売上高は堅調に推移。

売上高が伸び悩み一方、社員人件費・人材採用費が増加したため、セグメント利益は減益。

マーケティングプラットフォーム事業（単体）3期比較、顧客数推移



【当期のハイライト】

売上高は、「Rtoaster」提供に伴うプロフェッショナルサービスや各種提案が好調に推移。

カスタマーサクセス部門の新設により、既存案件を維持・拡大する活動も効果を生み、ストック売上高の増加に貢献。

ストック売上高の増加、利益率の向上が社員人件費の増加を吸収し、セグメント利益の成長率は、売上高の成長率を上回る。

直近に発表したプレスリリース

新サービス	2020.05.21 アパレル業界への ダイナミックプライシングの適用	<ul style="list-style-type: none"> 在庫過剰・衣服ロスの解決を目指す、通販ブランド「セシール」との取り組み。 ページ訪問者数の予測モデル、購買確率の予測モデルと、在庫数から、最適な販売価格を求める数理最適化アルゴリズムの開発に成功、一定の効果創出が見込めることを確認。
新サービス	2020.06.04 WEBメディア業界向け 統合ソリューションを発表	<ul style="list-style-type: none"> WEBメディアの内部回遊率改善、運用型広告を中心とした広告事業、有料会員獲得などの課金事業など、メディア特有のKPI管理を支援。 「JBpress」に先行導入、レコメンド記事のCTRが従来比145%に改善、内部回遊率と広告収益も改善。
研修サービス	2020.05.14 データ活用人材育成講座を オンライン化	<ul style="list-style-type: none"> 5つの公開講座と企業向け研修に、ライブ配信型のグループワークを導入。 本年6月より順次オンライン提供を開始。 受講者から要望の強いPythonを用いた統計解析講座も新設。
研修サービス	2020.05.29 データ活用人材育成講座の 受講人数が4万人突破	<ul style="list-style-type: none"> 公開講座と企業研修の受講者が、対面・オンライン合計で4万人突破。 技術部門に次いで企画部門・業務部門・マーケティング部門が多数受講。 機械学習・深層学習の受講者数が前年比40%増。
調査リリース	2020.05.12 新型コロナによる自粛ストレス 国内調査	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングリサーチツール「Brandwatch」を用いて、新型コロナウイルス感染症拡大による自粛要請が消費者に与える影響を調査。 「ストレス増」の1位専業主婦72%、2位公務員69%、3位会社員58%。
調査リリース	2020.08.03 東京五輪の開催に対する 米中の意識調査	<ul style="list-style-type: none"> 同じく「Brandwatch」を用いて、米中2,000名超の回答を集計。 約半数が東京五輪開催を望むも、「訪日観戦したい」は米中で差。 日本の感染拡大状況に対し、米中ともに3割以上が「非常に深刻」と認識。

「株式会社電通クロスブレイン」 の設立について

株式会社電通グループと合併会社「電通クロスブレイン」を設立

株式会社電通を中心とする国内電通グループ各社のマーケティング戦略立案力と実行力、データ活用のリーディングカンパニーであるブレインパッドのデータ分析力を融合。

マーケティング領域におけるデータの収集、蓄積、分析、分析結果に基づく施策の立案、実行の支援・代行を行う専門会社として、DX時代に求められる企業のマーケティング活動を強力に支援。

株式会社電通クロスブレイン

設立 : 2020年7月20日

所在地 : 東京都港区東新橋1-8-1

資本金 : 3億円

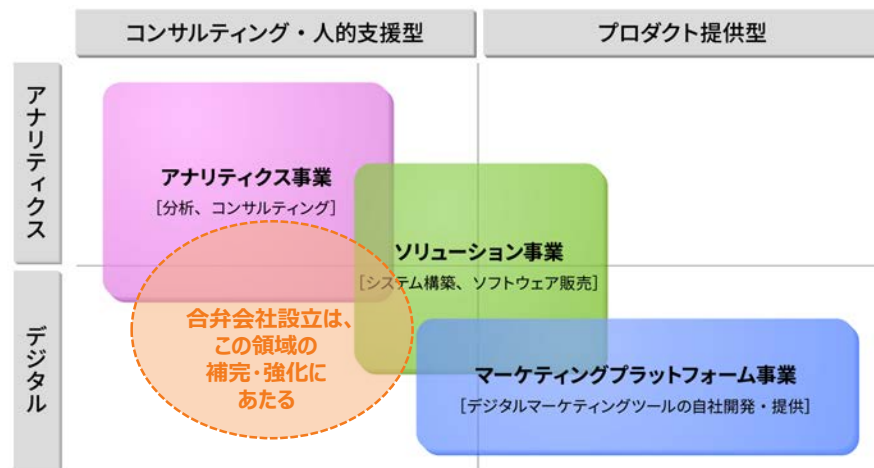
出資比率 : 株式会社電通グループ 66.6%
株式会社ブレインパッド 33.4%

営業開始 : 2020年10月 (予定)



ブレインパッドの持分法適用会社として、2021年6月期1Qからの連結開始を予定。

当社のビジネス領域における位置付け



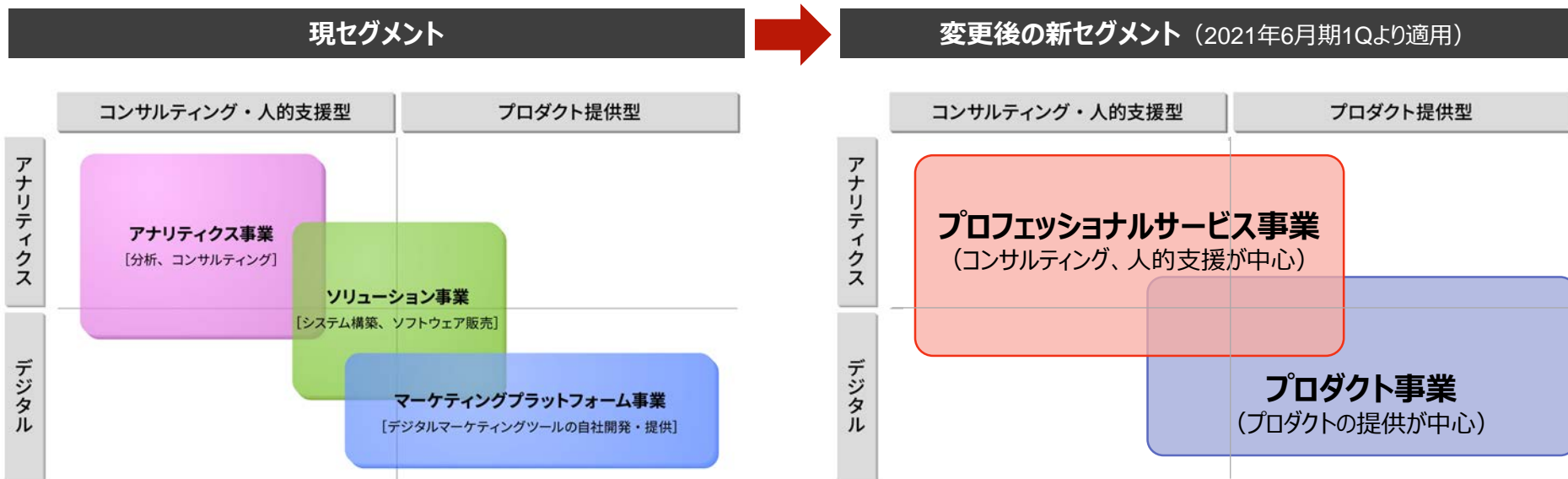
次期からの 報告セグメントの変更について



報告セグメントの変更の概要

DX投資、データ活用投資に関する需要に応えるためには、単一のサービス提供ではなく、当社グループのさまざまなサービスを組み合わせた総合提案を行うことが重要と認識。

各サービスを強化しながら、より相互の連携に取り組むことで一層の成長を実現するべく、次期より報告セグメントを変更し、経営管理のより一層の強化を行う。



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 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。

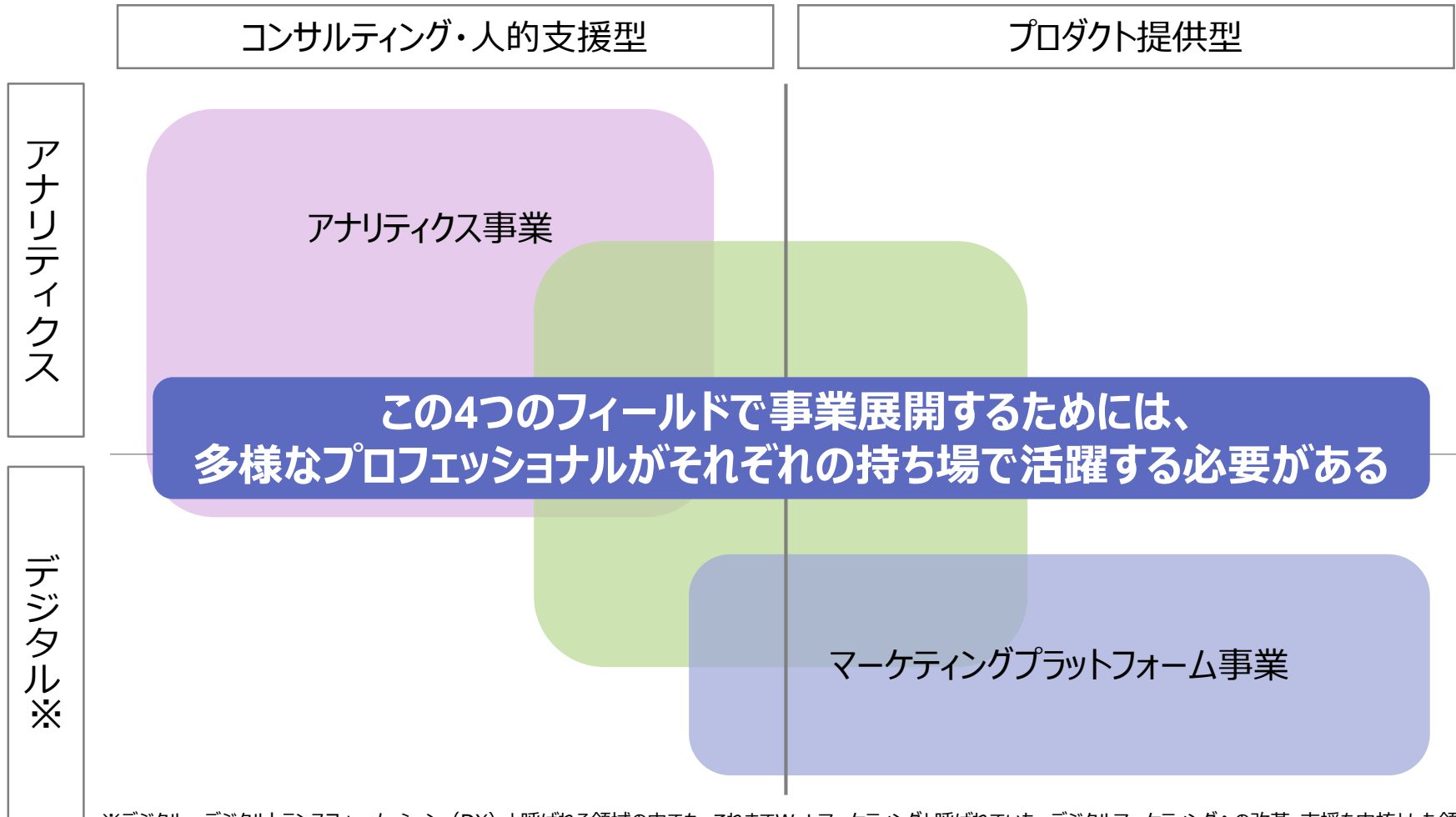
当社ビジネスの考え方

**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**

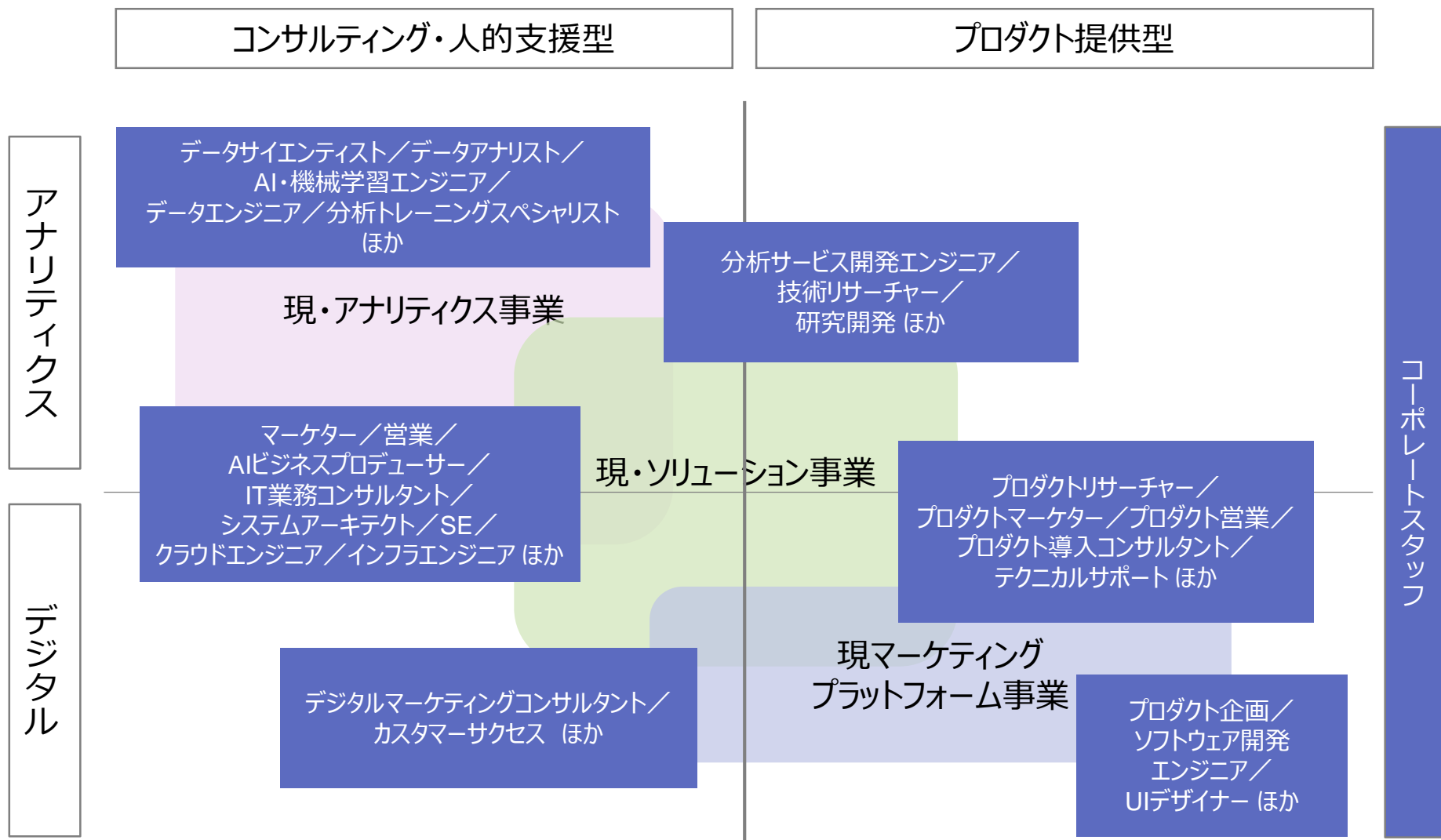
**自社開発に過度にこだわらず
当社はそれらプロダクト群から顧客企業の
ニーズに合わせて最適なものを選定し、
使いこなす側の立場をとる。
(世の中にはないものは自社開発する)**

ブレインパッドのビジネス領域

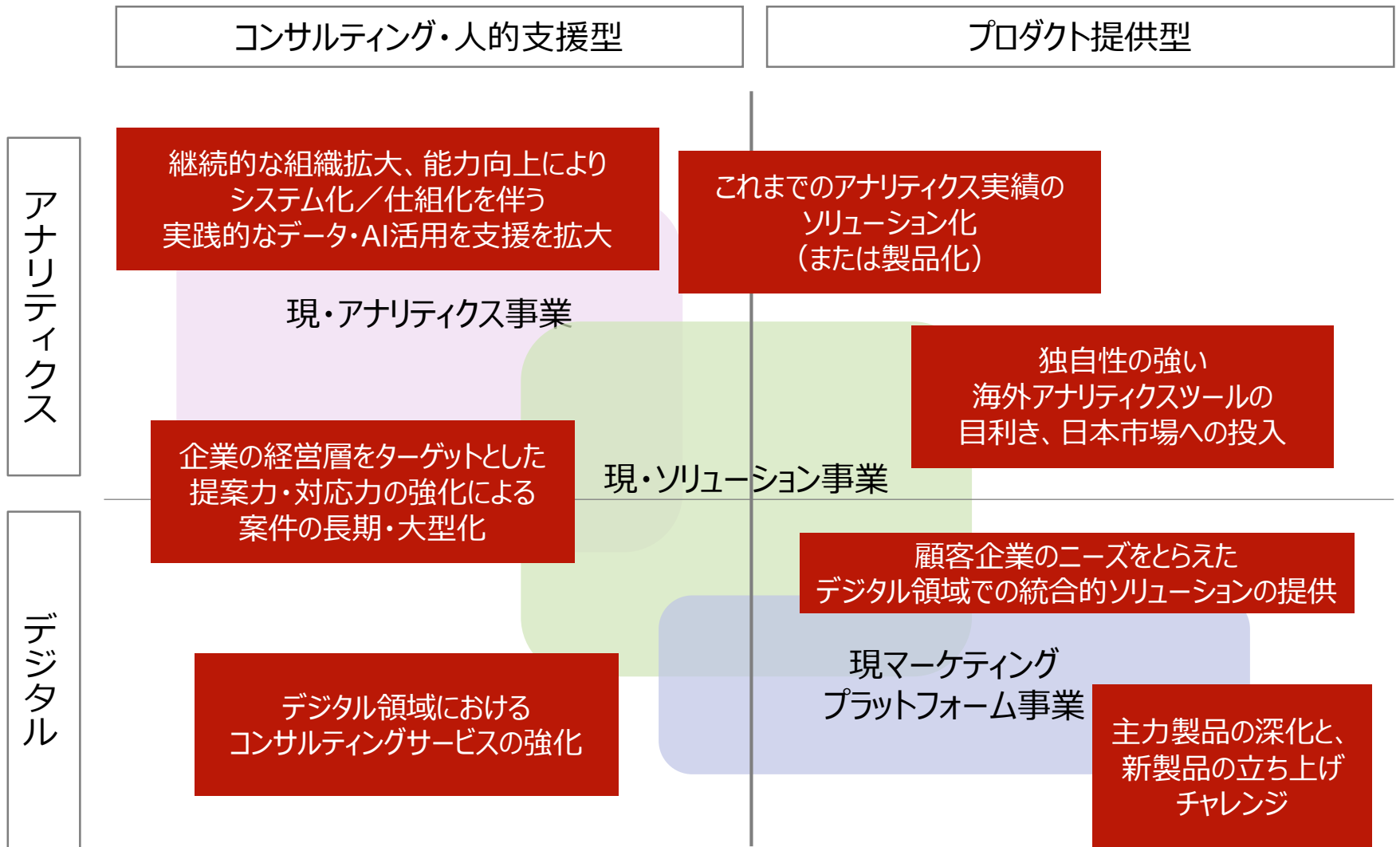
データを活用して顧客企業の経営改善を支援する当社の事業領域は、以下の4つのフィールド（象限）で表すことができ、その中で、3つのタイプの事業を展開。



※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



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 データ活用必不可欠となる人的サービス、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）

	2019年6月期実績	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	前・中計4年間の平均ROE 21.2%	新・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

新型コロナウイルス感染症拡大による業績悪化リスクがあるだけでなく、これまで以上にさまざまな投資機会が増大する可能性をふまえ、当面の方針として、手元資金を手厚く確保しておくことを重視。

今後、世の中の経済情勢をはじめ同感染症拡大の影響が安定するなどの変化があり次第、改めて資本活用の方針を再検討。

従来の方針

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

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

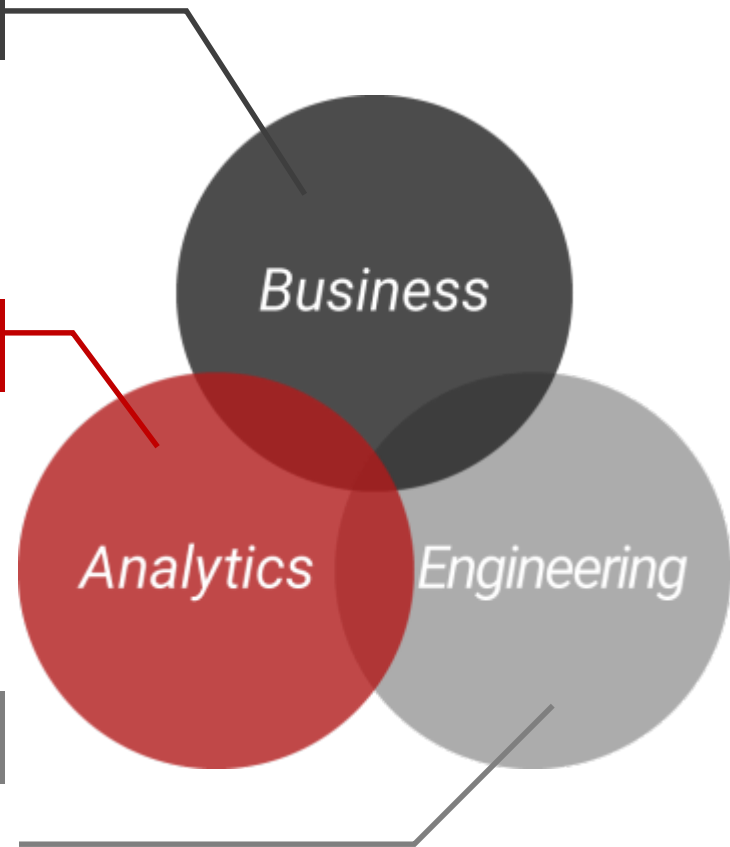
2004年の創業以来、ブレインパッドがデータ活用をお手伝いした企業は1,000社を超えます。幅広い業界を対象として、豊富に積み上げられたナレッジを武器に、お客様の経営課題を解決に導きます。

130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、130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



関連
プレイヤーの
事業領域

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)

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

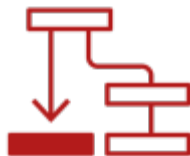
マーケティングのPDCA
サイクル全体の改善を支援



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。

サービス提供にあたる
スペシャリスト



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



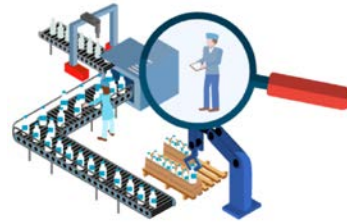
「ブレインパッド教育講座」の運営
実績を持つ、データ活用人材育
成の専門家
・コンサルタント
・講師



「+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

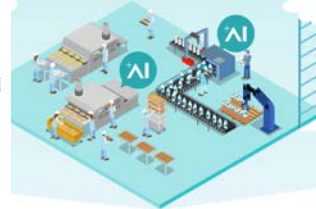
+AI は、身近な日常やビジネスに人工知能をプラスして、さまざまなイノベーションを生み出しています。

ディープラーニングを含む機械学習、自然言語処理、数値最適化など、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"> AI・機械学習等に関連した具体的な取り組みテーマ候補 テーマごとの取り組み優先度 など
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"> 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 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
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"> 機械学習モデルのモックアップ (仮モデル) と精度評価 実現可能性に関する評価・リスク 今後の展開プラン など
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"> 完成した機械学習システム 構想した成果の実現 など

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

レコメンドエンジン搭載 プライベートDMP Rtoaster 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	運用型広告入稿支援 ツール AdPencil 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	広告運用支援ツール AdNote 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	AI型ウェブ広告 運用ソリューション FUSE LIGHT 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	自然言語処理エンジン Mynd plus 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	マッチングエンジン Conomi 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	マーケティングオートメーション プラットフォーム Probance 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	デジタルコンシューマー・ インテリジェンス Brandwatch 業界最大級のデータとAIを搭載した次世代マーケティングリサーチプラットフォーム
--	--	---	---	---	--	--	--

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

**レコメンドエンジン搭載
プライベートDMP**



Rtoaster
多様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

**運用型広告入稿支援
ツール**



AdPencil
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

広告運用支援ツール



AdNote
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

**AI型ウェブ広告
運用ソリューション**



FUSE LIGHT
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

自然言語処理エンジン




Mynd plus
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

**マーケティングオートメーション
プラットフォーム**



Probance
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

**デジタルコンシューマー・
インテリジェンス**



Brandwatch
業界最大級のデータとAIを搭載した次世代マーケティングリサーチプラットフォーム

**オールインワン機械学習
プラットフォーム**



SAP® Data Intelligence
データの管理・収集・加工、機械学習モデルの作成・管理・運用の機能を全て搭載したプラットフォーム

**統計解析・ビッグデータ
加工システム**



WPS Analytics
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

マッチングエンジン



Conomi
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

データマイニング
機械学習

可視化・
拡張分析

**ダイナミックセグメンテーション
システム**



exQuick
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

**ビジネス・インテリジェンス
ツール**



Tableau
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


拡張分析ツール



BrainPad VizTact
機械学習とビジュアル分析を組み合わせるパターンやルールを発見し、意思決定をサポート

分析基盤

クラウドプラットフォーム



Microsoft Azure
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

クラウドプラットフォーム



Google Cloud™
大規模データの分析・解析や、機械学習など先進的なテクノロジーに強み

最適化エンジン



UltiPad
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

クラウドプラットフォーム



Amazon Web Service
高い可用性を備え、柔軟なリソース調整が可能

クラウド・データウェアハウス



Snowflake
従来のDWHとは一線を画す全く新しいクラウドネイティブなアーキテクチャのDWH

**ロボティック・プロセス・
オートメーション**



ブレインロボ (BrainRobo)
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

■ 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。

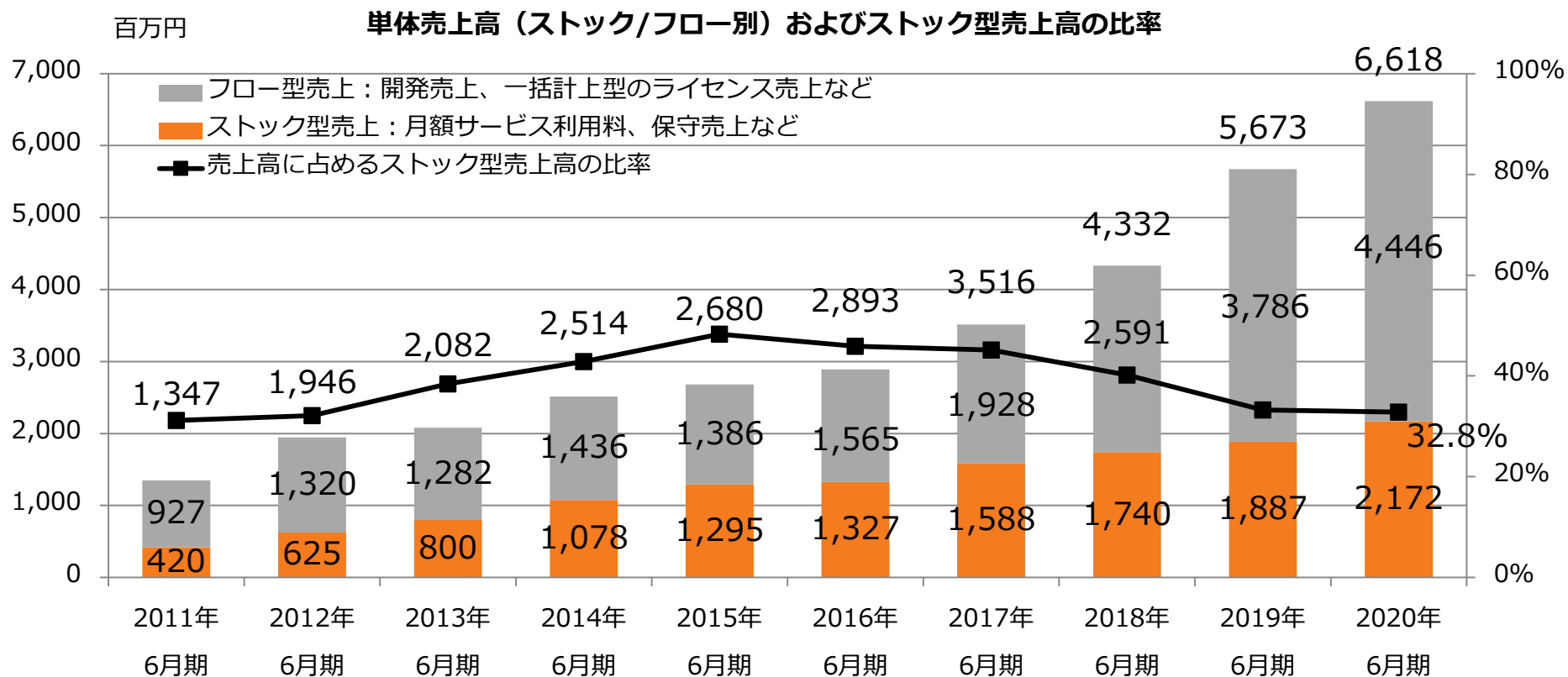


↑
自動収集した膨大な記事を数十個のまとめり（トピック）に自動分類するとともに、ユーザの行動から好みを学習し、個々人にあった記事だけを配信するアプリ。

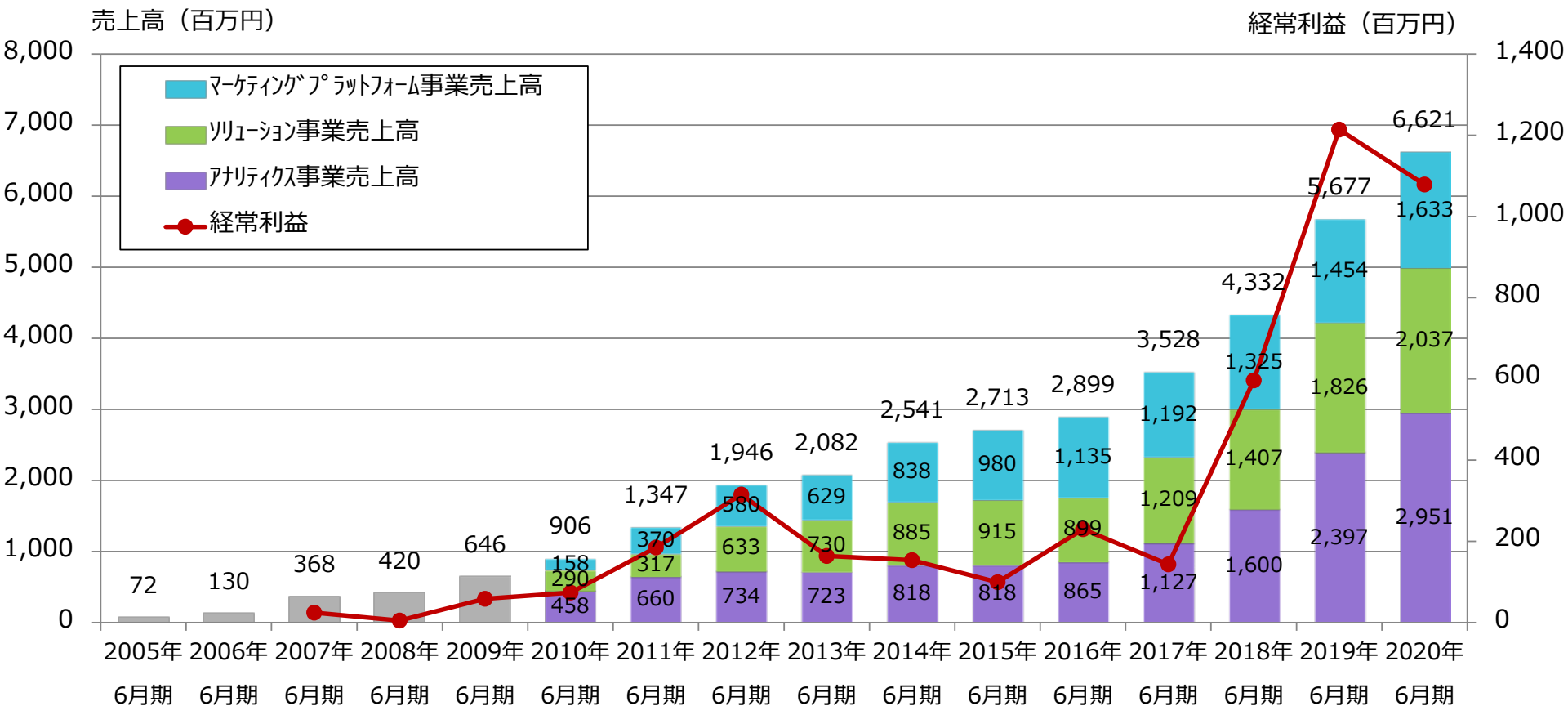
←
Apple Watch、Android Wear 搭載のスマートウォッチにも対応。

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、参考情報としている。



当社グループ創業からの歩み

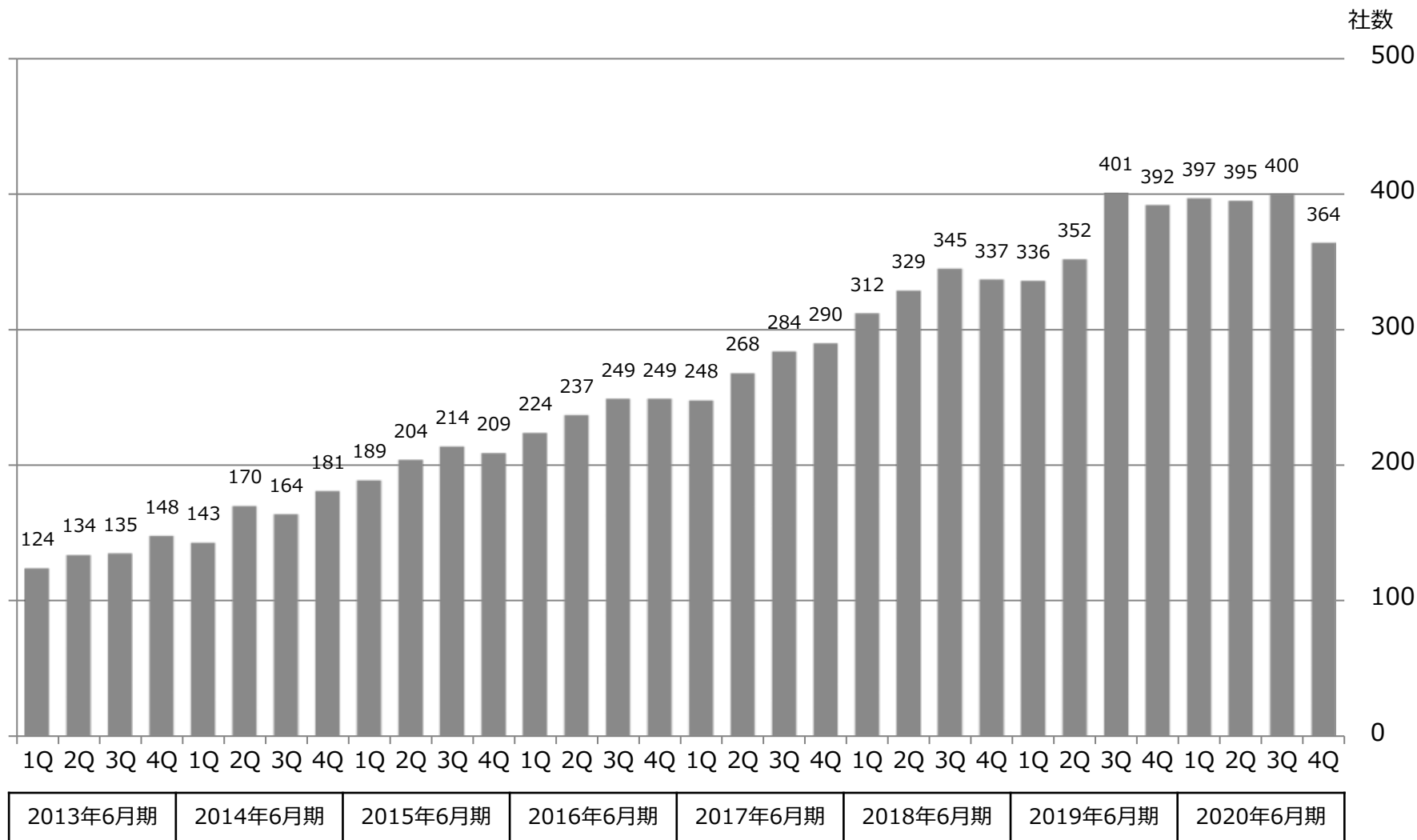


連結売上高、連結経常利益の推移

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 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。