



DATA SECTION

2022年3月期 第2四半期 決算説明資料

データセクション株式会社

2021年11月12日

証券コード：3905

2022年3月期の第2四半期の活動サマリーは以下の通り

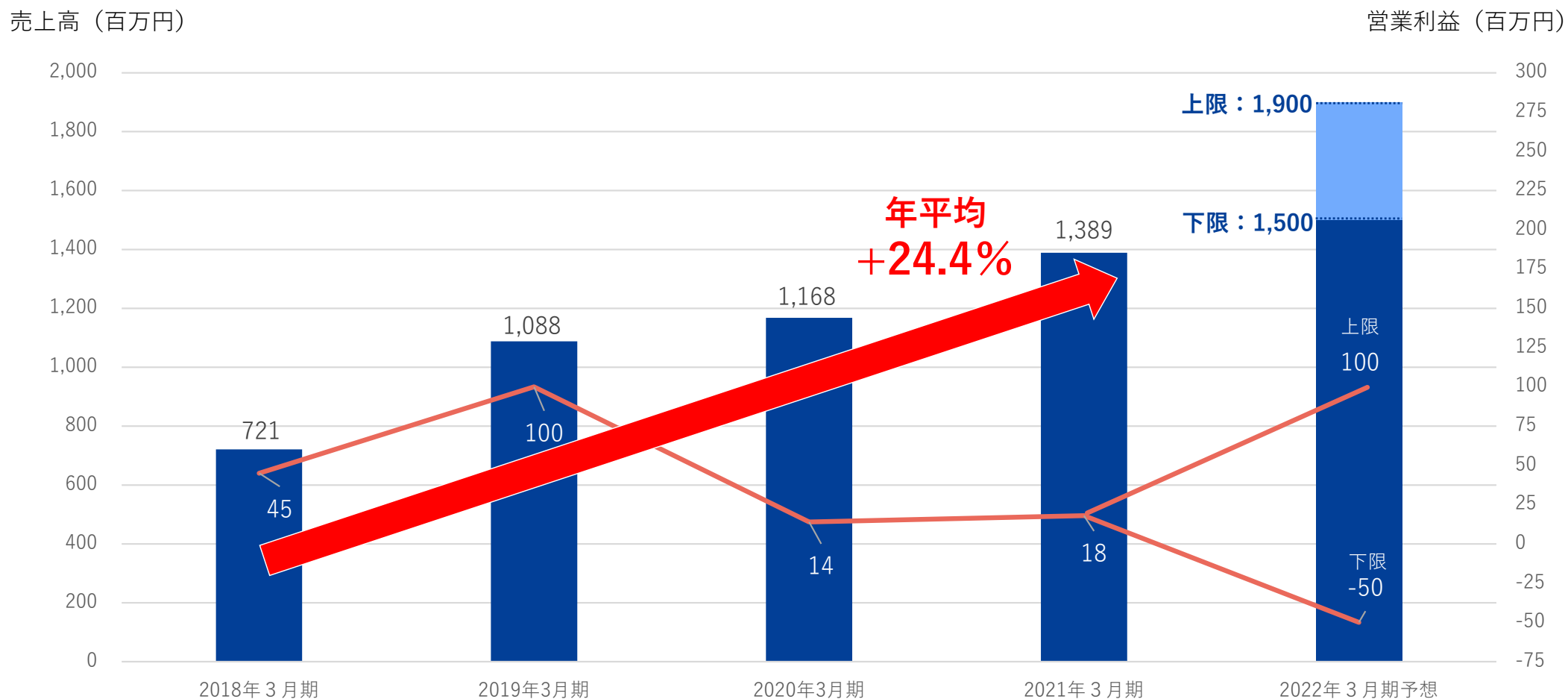
- 当第2四半期においては、売上高は前年同期比30.3%増となり、営業利益2百万円となった
- 当第2四半期（累計）においては、売上高は前年同期比8.2%増となったものの、エンジニア及びデジタルマーケティング要員の採用などによる人件費の増加により営業損失10百万円となった
- 注力サービスの「FollowUP」については、コロナ禍においても導入店舗数・カメラ設置台数を伸ばし成長
- 当第2四半期においてストック型の売上比率68.8%を達成（2021年3月期の通期実績は63.6%）

1. 2022年3月期決算の進捗に関する事項	P.3
2. 中長期戦略	P.15
3. トピックス	P.19
4. 参考資料	P.26

1. 2022年3月期決算の進捗に関する事項	P.3
2. 中長期戦略	P.15
3. トピックス	P.19
4. 参考資料	P.26

2021年3月期までの業績推移と2022年3月期の業績予想

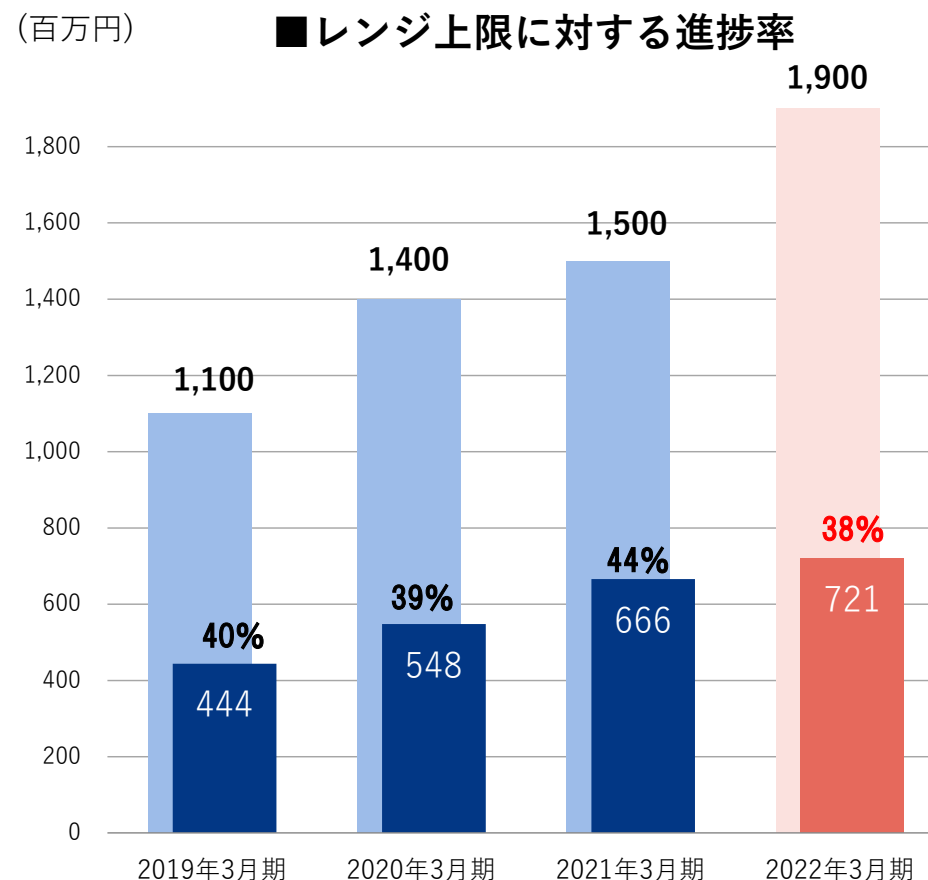
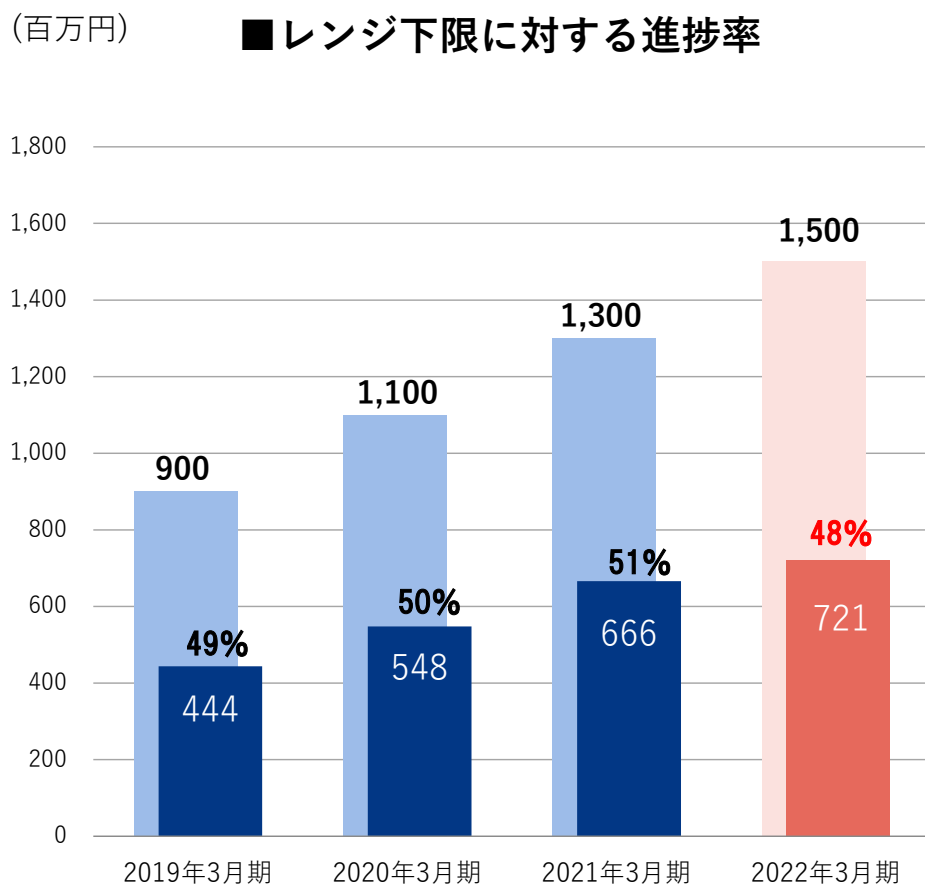
- 当社は売上高の伸び率を成長の指標とし、2018年3月期から2021年3月期までの4カ年の売上高平均成長率実績は+24.4%
- 2022年3月期の業績予想は上限が売上高1,900百万円、営業利益100百万円、下限が売上高1,500百万円、営業損失△50百万円



目標に対する売上高進捗率の推移

- 当第2四半期連結累計期間における、連結売上高の目標に対する進捗率は下限予想に対して48%、上限予想に対して38%となった

注) 2021年7月に子会社化したINTELIGENXIA S.A.の売上高については第3四半期からの取り込み



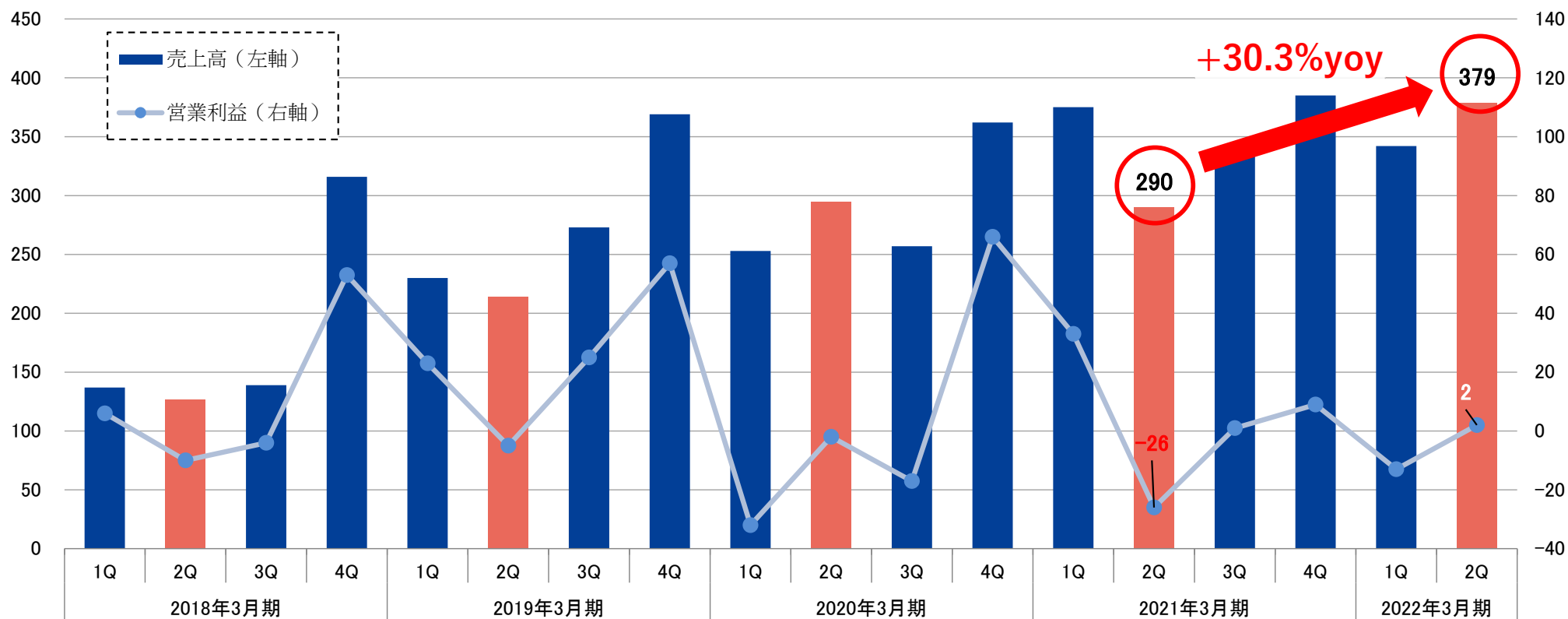
四半期別売上高と営業利益の推移（連結）

- 当第2四半期連結会計期間の売上高は、子会社の株式会社ディーエスエスにおいて受注が回復していること、比較対象となる前年同期に比べて新型コロナウイルス感染症の影響が減少したことなどから、前年同期と比べ30.3%増加した
- 当第2四半期連結会計期間の営業損益は、2百万円の営業利益となった

注) 2021年7月に子会社化したINTELIGENXIA S.A.の売上高については第3四半期からの取り込み

売上高（百万円）

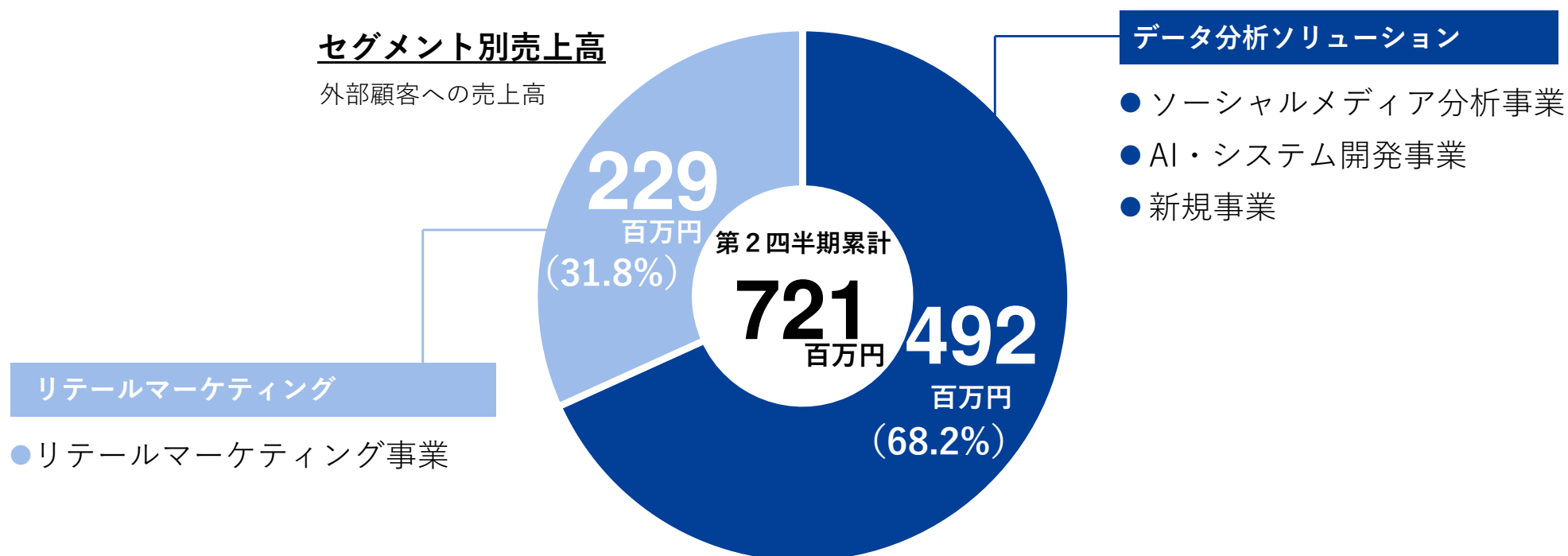
営業利益（百万円）



迅速で適切な意思決定を実施するためのセグメント設計

- リテールマーケティング事業は、これまで単一セグメントのソーシャル・ビッグデータ事業の一部として損益管理をしていたが、当社の注力領域として更なる事業の拡大が見込まれる中で、他の事業と区別してより迅速で適切な意思決定を実施するために、第1四半期より「リテールマーケティング」セグメントとして独立した損益管理単位とした
- ソーシャルメディア分析事業、AI・システム開発事業、新規事業については「データ分析ソリューション」セグメントとして損益管理する

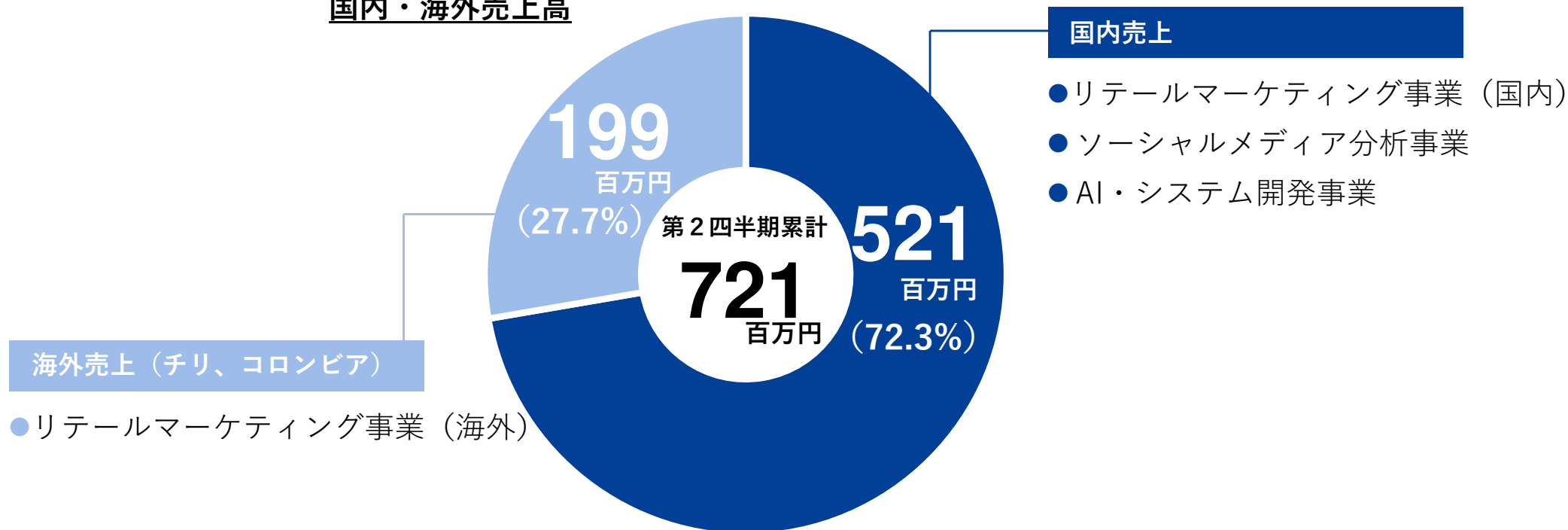
注) 2021年7月に子会社化したINTELIGENXIA S.A.の売上高については第3四半期からの取り込み



グローバル展開を成長戦略の軸とする当社は海外売上高が重要な指標となる

- 当第2四半期連結累計期間の海外売上高は、199百万円
- 海外売上高は、リテールマーケティング事業におけるFollowUPの海外展開を行っているJach Technology SpA（チリ法人）とAlianza FollowUP S.A.S.（コロンビア法人）の売上高を計上
注）2021年7月に子会社化したINTELIGENXIA S.A.の売上高については第3四半期からの取り込み

国内・海外売上高

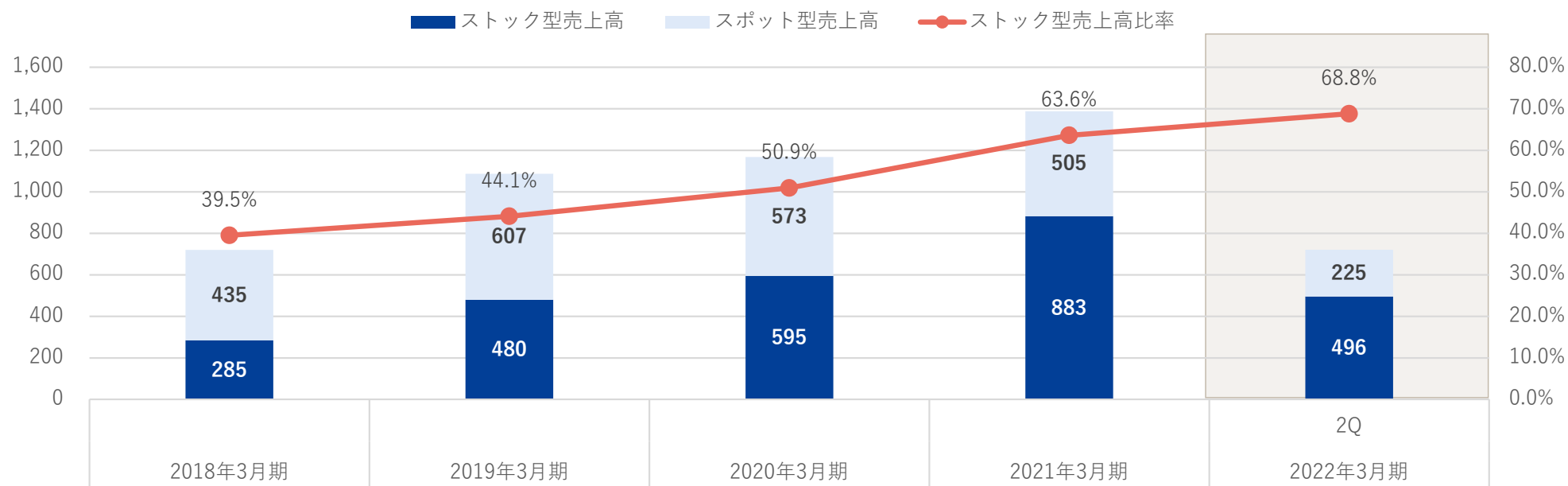


ストック型ビジネスを堅調に成長させる

- 2018年3月期から2021年3月期までの4カ年、安定的な収益をあげるため、売上高に占めるストック型ビジネスの強化と拡販に注力
- 2018年3月期から2020年3月期のストック型売上高比率の向上の要因は、ディーエスエスの子会社化及びFollowUPの国内事業の譲受とその事業成長による
- 2020年3月期から2021年3月期のストック型売上高比率の向上の要因は FollowUPの海外展開
- 当第2四半期連結累計期間のストック型売上高比率は、主に国内外のFollowUPの導入店舗数及びカメラ設置台数の増加により68.8%を達成（2021年3月期の通期実績は63.6%）

ストック型売上高推移

売上高（百万円）



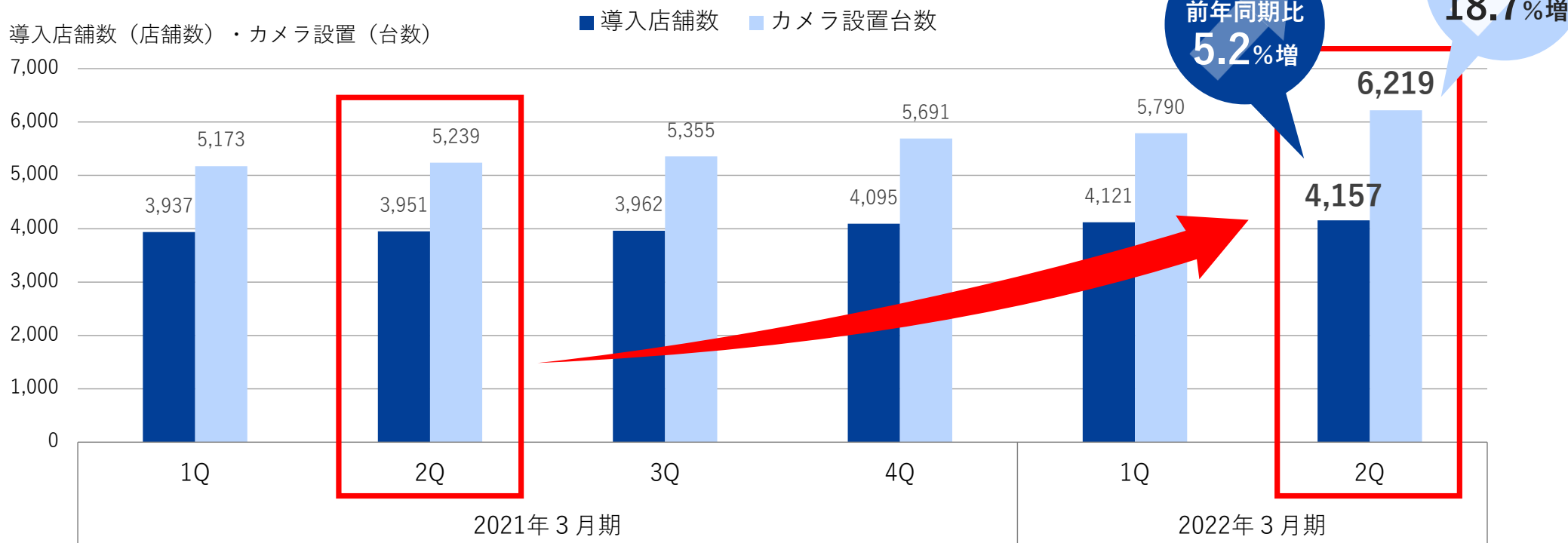
注) 2022年3月期は第2四半期累計

FollowUPの導入店舗数とカメラ設置台数が重要な評価指標

- コロナ禍のリテール業界における苦境の中でも、当第2四半期連結累計期間のFollowUPの導入数は増加
- 2021年9月30日現在、国内及び海外の連結子会社における導入店舗数の合計は4,157店舗、カメラ設置台数の合計は6,219台（なお、海外の導入店舗数及びカメラ設置台数は6月30日時点のものを集計。非連結子会社を合算すると導入店舗数6,093店舗及びカメラ設置台数8,811台）

注）2021年7月に子会社化したINTELIGENXIA S.A.の導入店舗数及びカメラ設置台数については第3四半期からの取り込み

導入店舗数とカメラ設置台数累計

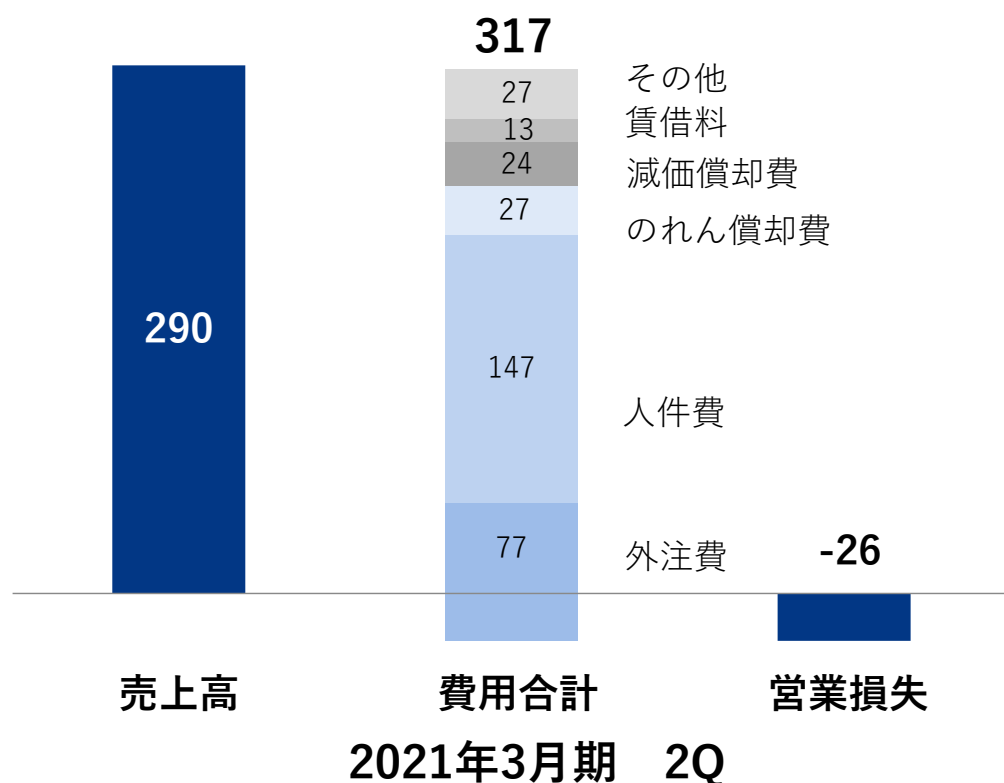


注）2022年3月期第1四半期決算説明資料における導入店舗数及びカメラ設置台数から集計方法を変更し、再集計して記載

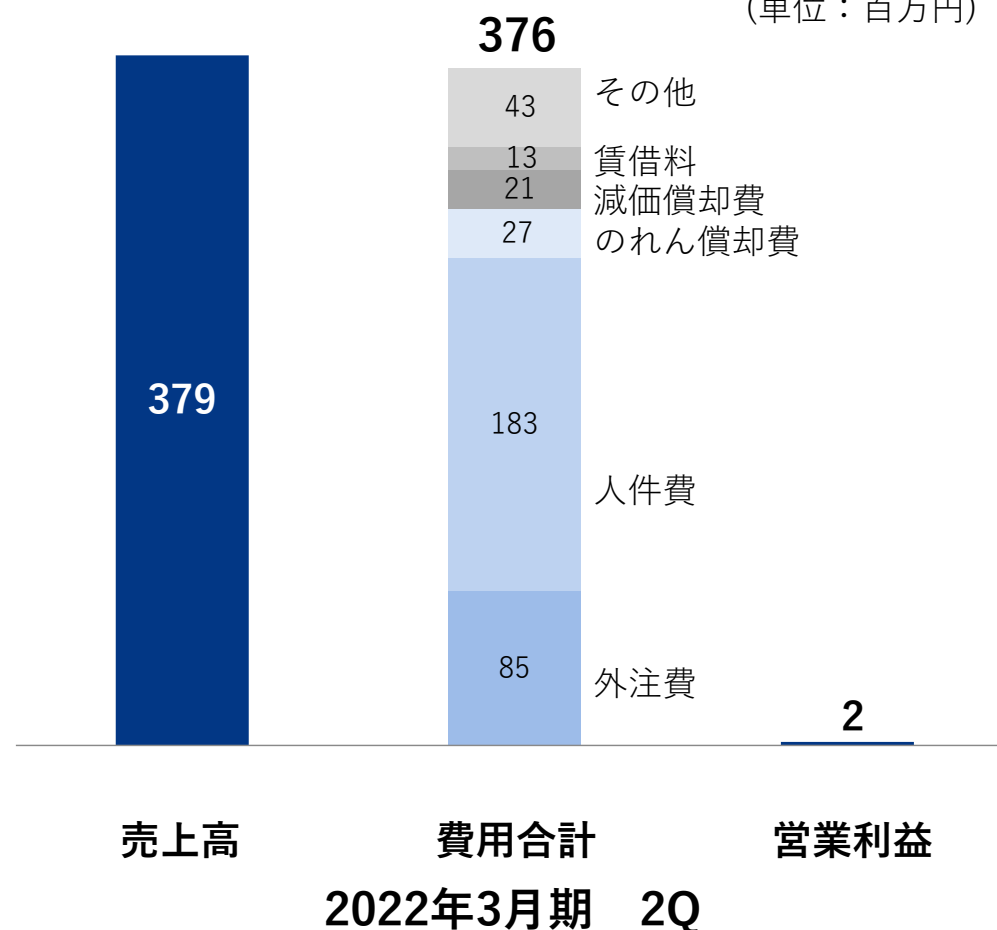
営業費用内訳

- 当第2四半期連結会計期間において前第2四半期連結会計期間と比較し営業費用が増加した主な要因は人件費の増加によるもの
- 人件費の増加の主な要因は、サービス拡充、受注の増加及び増加した受注への対応のための、エンジニア及びデジタルマーケティング要員の採用によるもの

(単位：百万円)



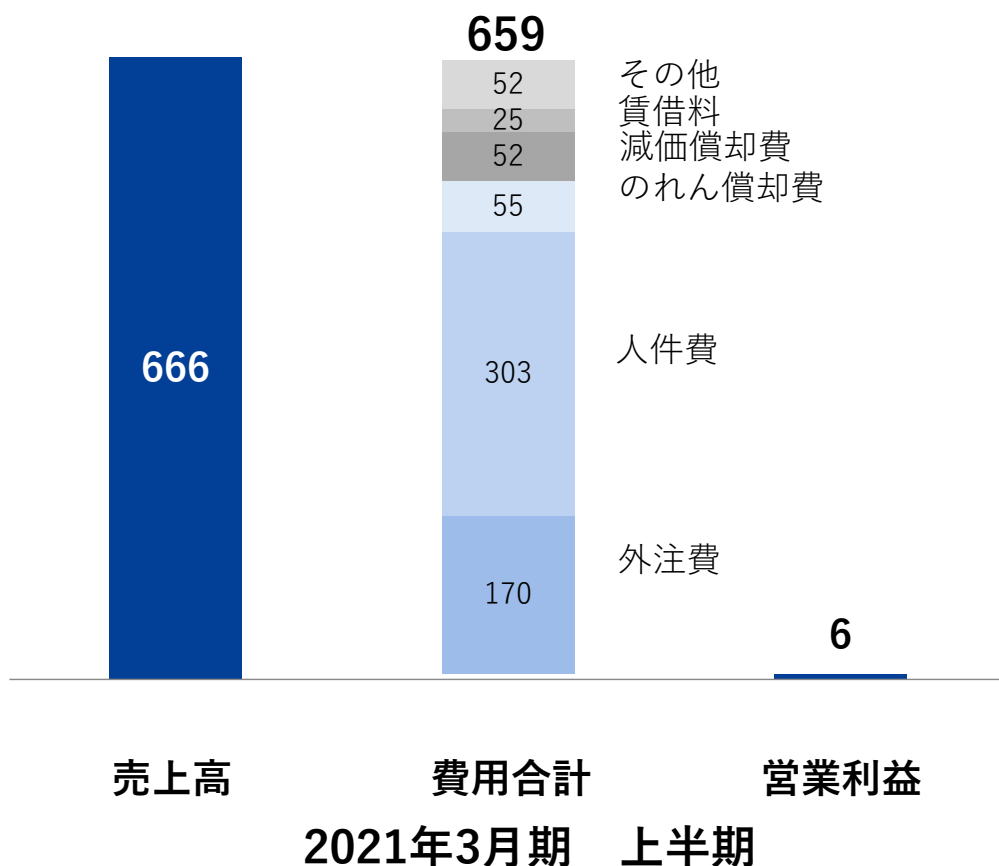
(単位：百万円)



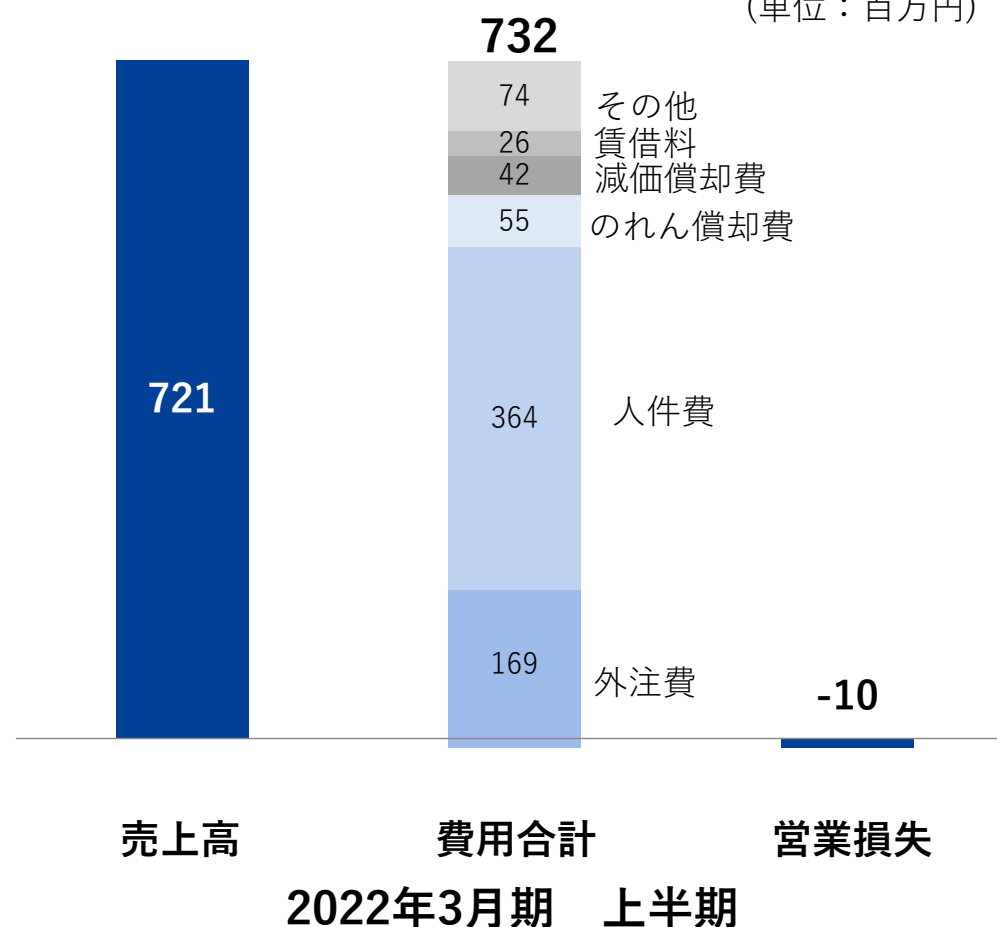
営業費用内訳

- 当第2四半期連結累計期間において前第2四半期連結累計期間と比較し営業費用が増加した主な要因は人件費の増加によるもの
- 人件費の増加の主な要因は、サービス拡充、受注の増加及び増加した受注への対応のための、エンジニア及びデジタルマーケティング要員の採用によるもの

(単位：百万円)

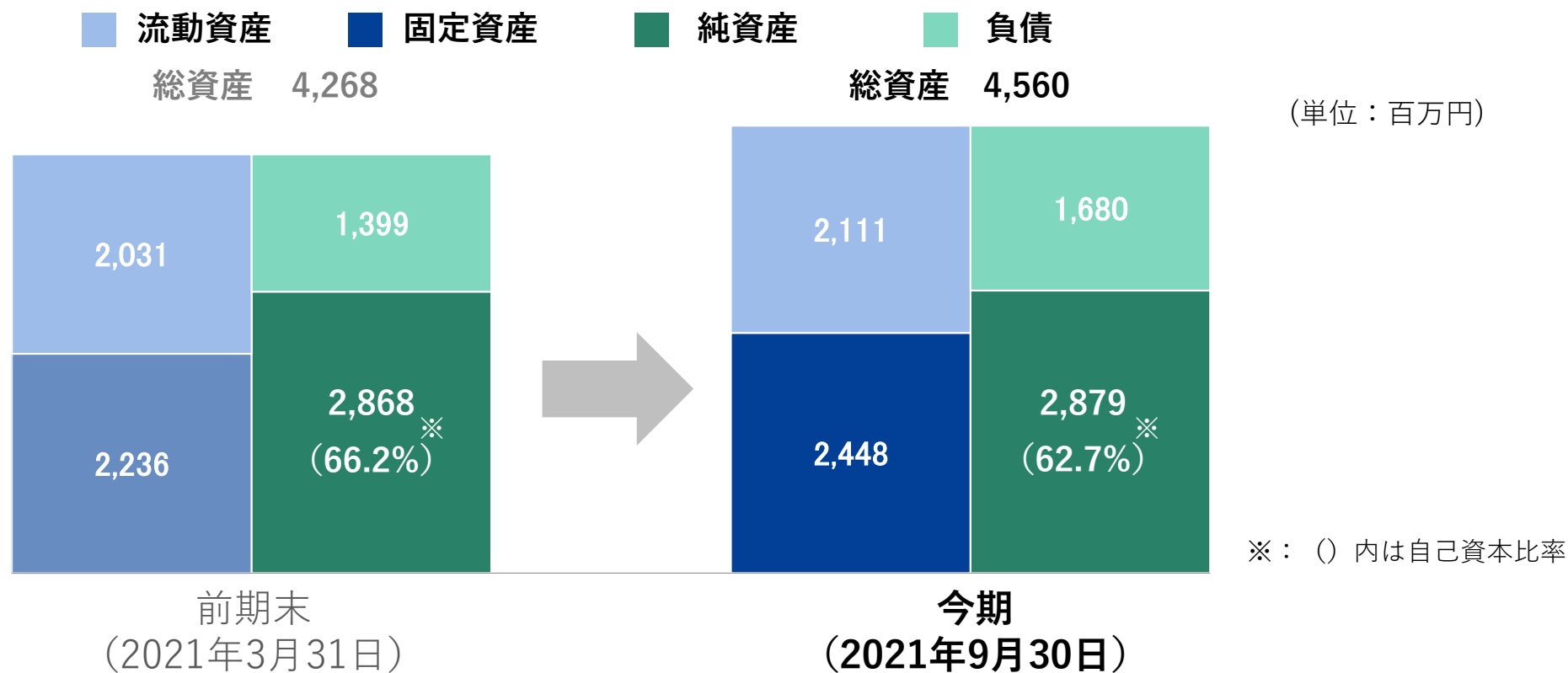


(単位：百万円)



貸借対照表（連結）

- 総資産は2021年7月にINTELIGENXIA S.A.を子会社化したことなどにより292百万円増加
- 資産の内訳の主な変動は、投資その他の資産が88百万円、受取手形、売掛金及び契約資産が65百万円、ソフトウェアが82百万円、ソフトウェア仮勘定が20百万円それぞれ増加



第2四半期を経過した時点の見通しでは業績予想（売上高）の下限は達成する見込み、更なる積み上げを目指す

リテール マーケティング

- リテールマーケティングの市場においてはコロナ禍の国内海外において苦境であるものの以下の施策を実行し業績予想達成を目指す
- 国内においては、初期費用無償キャンペーンの延長やデジタルマーケティングチームの強化などによりリードの獲得及び新規顧客の獲得を継続
- 海外においては、各国、各市場における主要な小売業者との戦略的な提携で成長を加速

データ分析 ソリューション

- 当社単体においては、新規顧客獲得量を増加させるための施策を実行
- SIにおいては、例年通り下期に偏重している確度の高い案件を受注
- DSSにおいては、上期に提案した受託開発についてエンジニア不足による機会損失のないようマネージメント



更なる成長
を目指す

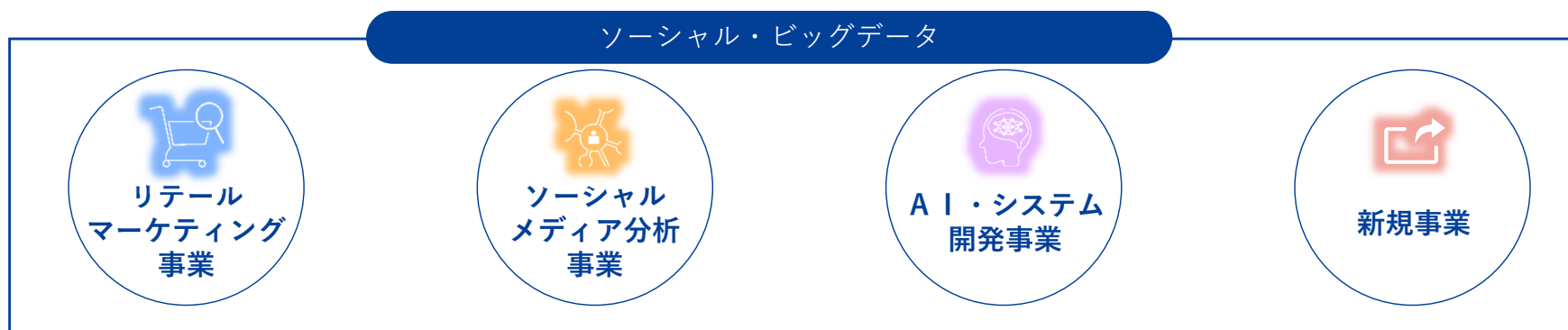
注) SI=ソリッドインテリジェンス株式会社、DSS=株式会社ディーエスエス

1. 2022年3月期決算の進捗に関する事項	P.3
2. 中長期戦略	P.15
3. トピックス	P.19
4. 参考資料	P.26

従来のセグメント1区分からリテールマーケティングを独立

- 当社はクライアントの業界毎に様々なサービスを展開しており2021年3月期までは全てのサービスを包括して「ソーシャル・ビッグデータ事業」セグメントとして単一セグメントでの事業報告を行っていた
- リテールマーケティング事業を注力事業として、迅速で適切な意思決定を実施行うために第1四半期より「リテールマーケティング」セグメントとして独立セグメントとした

従来



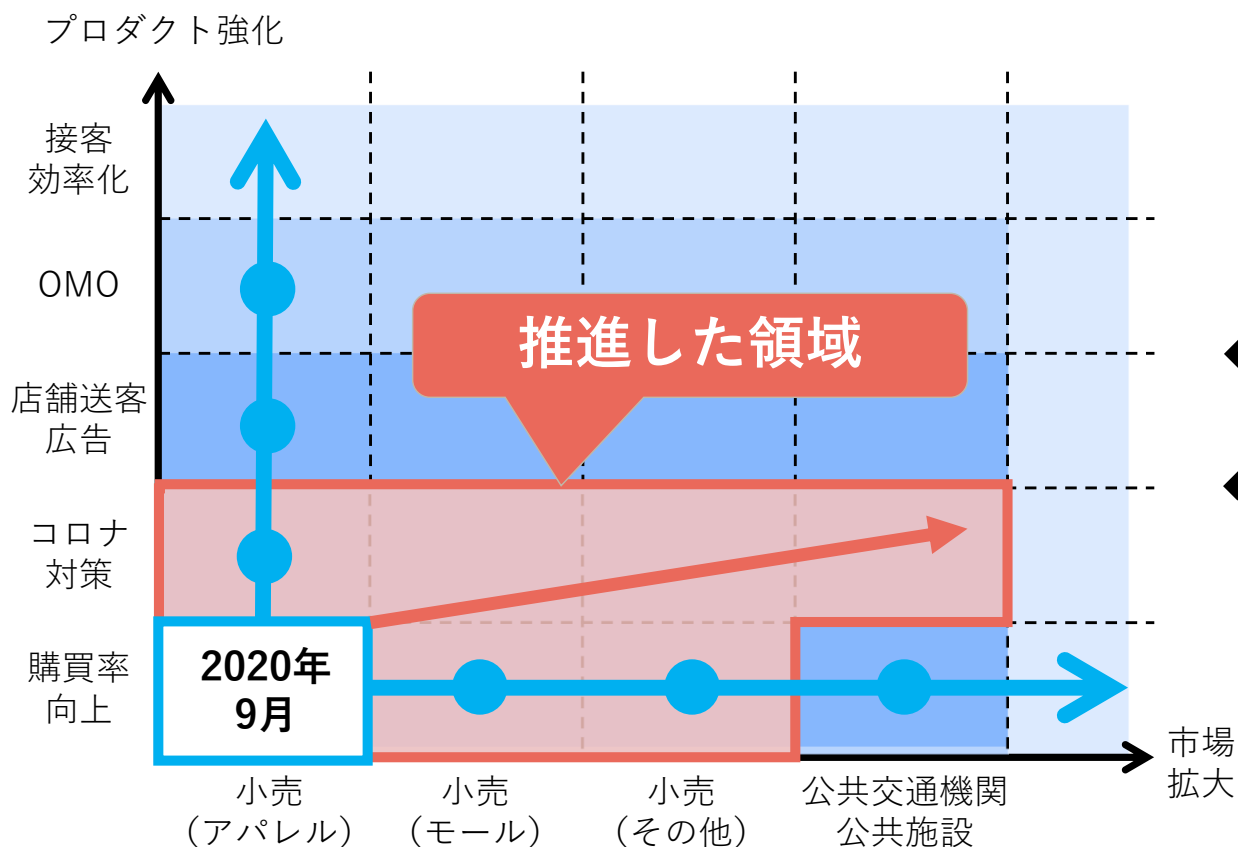
現在



当事業が成長するための3大要素



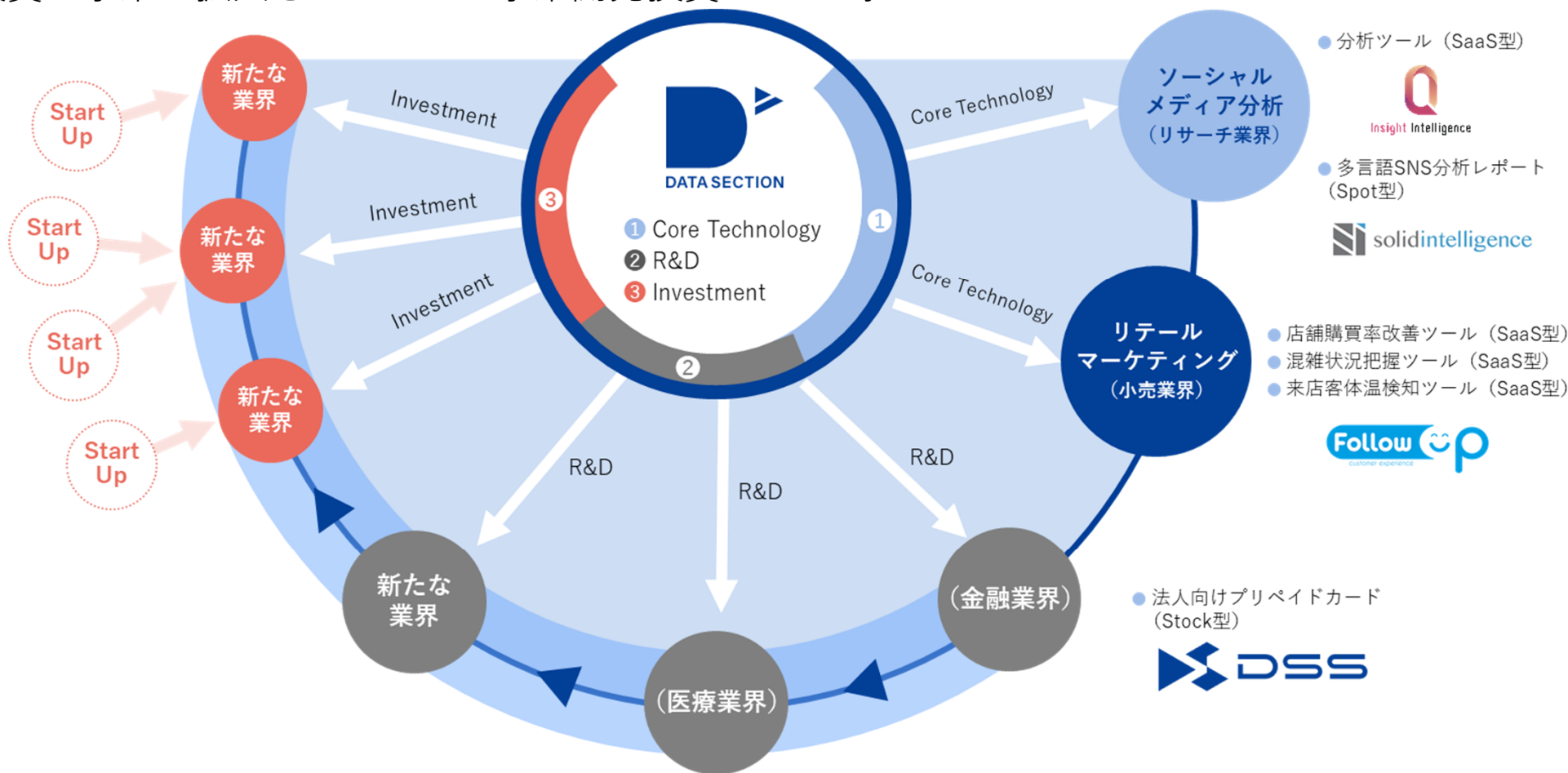
- リテールマーケティング事業の成長を加速させる構造



親会社であるデータセクションが持つ3つの役割

データセクションが以下の3つの役割を果たすことにより、分析技術の中核とした親会社と各業界の業務改善DXを実施する事業体の連合企業群を創り上げる

- ① コア技術の保持：各ソリューション事業のベースとなる要素技術を保持する
- ② R&D：新規事業を開発するための研究開発
- ③ 投資：事業を拡大させるための事業開発投資・M&A等



1. 2022年3月期決算の進捗に関する事項	P.3
2. 中長期戦略	P.15
3. トピックス	P.19
4. 参考資料	P.26

3社間でリスクモニタリング領域での連携を開始

- 当社は、マスターピース・グループ株式会社（以下「MPG」）及びMPGのグループ企業である株式会社リリーフサイン（以下「リリーフサイン」）と、リスクモニタリング領域での連携を図り相互の事業の発展のため事業提携の基本契約を締結
- リリーフサインは顧客志向のソーシャルリスクの総合的ソリューションを提供し、MPGはウェブ監視サービスを提供
- 今後は、当社のモニタリング領域へのリリーフサイン総合ソリューションの提供、MPG及びリリーフサインのサービスへのAI導入（自然言語処理、画像処理等）等についても積極的に検討

マスターピース・グループ株式会社の概要

- 所在地： 東京都港区西麻布1-8-12 MPG 西麻布ビル
- 代表者の
役職・氏名： 代表取締役社長 中島 樹里
- 事業内容： BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)

株式会社リリーフサインの概要

- 所在地： 東京都港区西麻布1-8-12 MPG 西麻布ビル
- 代表者の
役職・氏名： 代表取締役社長 四家 章裕
- 事業内容： ソーシャルリスクに対応するための各種ソリューション提供

詳しくはこちらへ：<https://www.datasection.co.jp/news/pressrelease-2021081601>

「Salesforce Marketing Cloud」活用を支援

- 当社の連結子会社であるソリッドインテリジェンス株式会社と株式会社セールスフォース・ドットコムと公益財団法人ながさき地域政策研究所の3社は、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会（以下、DMO NAGASAKI）が個人旅行市場のマーケティングを強化するため「Salesforce Marketing Cloud」（以下、Marketing Cloud）を活用したSNSマーケティングの実施を支援することに合意
- DMO NAGASAKIは、長崎市が目指す「選ばれる21世紀の交流都市」を実現するべく、新しい戦略「長崎市DMO事業計画2021-2025」を策定し、「ブランディング」と「仕組みづくり」を基本戦略に据えた各事業を推進
- DMO NAGASAKIでは、これらを実現するための戦略ツールとしてMarketing Cloudを導入し、その機能の一つであるソーシャルメディアマーケティングソリューション「Social Studio」を活用した市場調査「ソーシャルリスニング」で以下の3点に取り組む

取り組み内容

- 長崎を周遊する訪問客の嗜好など、顧客の声をSNS上で収集・分析
- SNS上での顧客の声、特にインサイトを把握することで、長崎市のブランディングやマーケティングに活用
- ソーシャルリスニングを活用したマーケティング戦略の高速PDCA化

詳しくはこちらへ：<https://www.datasection.co.jp/news/pressrelease-2021090901>

ブレインパッド提供「Brandwatch」の強みを、日本企業の海外進出支援などに活用

- 当社の連結子会社であるソリッドインテリジェンス株式会社と株式会社ブレインパッドは、両社のサービスを連携し、世界の主要国・主要言語を対象とするソーシャルメディアの分析・活用サービスを展開していくことを発表
- 両社は、互いの強みを活かし、SNS分析領域においてサービスを連携させ、日本企業向けにより高度なソーシャルメディアの分析・活用サービスを展開
- ソリッドインテリジェンス株式会社は、顧客企業に対して多言語ソーシャルメディアの分析やデジタルマーケティング支援等を行う際に「Brandwatch」を活用することで、更なるサービス品質の向上を図る

株式会社ブレインパッドの概要（3655）

- 所在地： 東京都港区白金台3-2-10
白金台ビル
- 代表者の
役職・氏名： 代表取締役社長 草野隆史
- 事業内容： 企業の経営改善を支援するビッグ
データ活用サービス、デジタル
マーケティングサービス

「Brandwatch（ブランドウォッチ）」について

「Brandwatch」は、世界のエンタープライズソーシャルアナリティクスのリーダーとして、2,000以上のグローバル企業に活用され、データドリブンなビジネス上の意思決定を可能に

「Brandwatch」は、何百万件もの投稿から鋭い洞察を生み出し、ソーシャルメディアを通じたマーケティングキャンペーン、広告宣伝活動の最適化を可能に

詳しくはこちらへ：<https://www.datasection.co.jp/news/pressrelease-2021091401>

リアル店舗のDX促進メディア「店舗DX.com」をリリース

- 小売店舗のDXを支援する当社は、より多くの小売りのお客様の店舗DX化の実現のために、2021年8月9日にオウンドメディア「店舗DX.com」をリリース
- スマートフォンの浸透とCOVID-19の流行が消費者の購買活動をオンラインでの買い物が当たり前になってきた昨今、実店舗の存続が課題
- テクノロジーの進歩によってIT技術やAI技術を利用し店舗運営の効率化、顧客のデータ分析等が可能になるも、データの活用方法や、導入までのハードルが高いといった問題が顕在
- リテールマーケティング事業の主力サービスである、店舗課題を解決する来店カメラサービス「FollowUP」のナレッジを活かして、店舗運営におけるさまざまな悩みや疑問を解決する情報サイト「店舗DX.com」を立上げ
- リアル店舗のDXへの取り組みを増やすべく、店舗DXに関する疑問を解決するためのナレッジの提供や、最新事例をご紹介



店舗DXをこれから検討する方から
導入済みの方向けの活用方法まで網羅

↳店舗DX虎の巻

↳店舗DX用語解説

↳働き方

↳店舗DX事例

↳店舗DX事例

↳店舗DX事例

↳店舗DX事例

↳店舗DX事例

詳しくはこちらへ：<https://www.datasection.co.jp/news/pressrelease-20210916>

キャンペーンの提供を2021年11月30日(火)まで延長

- 日本トレンドリサーチ調べ、「店舗分析ツール機能充実度第1位」「店舗分析ツール料金満足度第1位」「店舗分析ツールサポート満足度第1位」を記念して

**3冠達成
店舗分析ツール**

FollowUP
customer experience

★★★
店舗分析ツール
機能充実度
第1位

★★★
店舗分析ツール
料金満足度
第1位

★★★
店舗分析ツール
サポート満足度
第1位

調査方法：インターネット調査
調査概要：2021年8月 サイトのイメージ調査
調査提供先：日本トレンドリサーチ

調査方法：インターネット調査
調査概要：2021年8月 サイトのイメージ調査
調査提供先：日本トレンドリサーチ

調査方法：インターネット調査
調査概要：2021年8月 サイトのイメージ調査
調査提供先：日本トレンドリサーチ

■キャンペーンの特徴

- FollowUP（店舗分析ツール・カメラ）
有償期間12ヶ月+無償期間3ヶ月分
- レジ待ち行列監視機能（新機能）
12ヶ月分無償提供
- 混雑状況可視化サービス
12ヶ月分無償提供
- データ分析週次レポート
12ヶ月間無償提供
- 初期工事費、現地調査費
無料
- スタッフ除外機能付

詳しくはこちらへ：<https://www.datasection.co.jp/news/pressrelease-20210929>

緊急事態宣言の延長に対し適切に対応

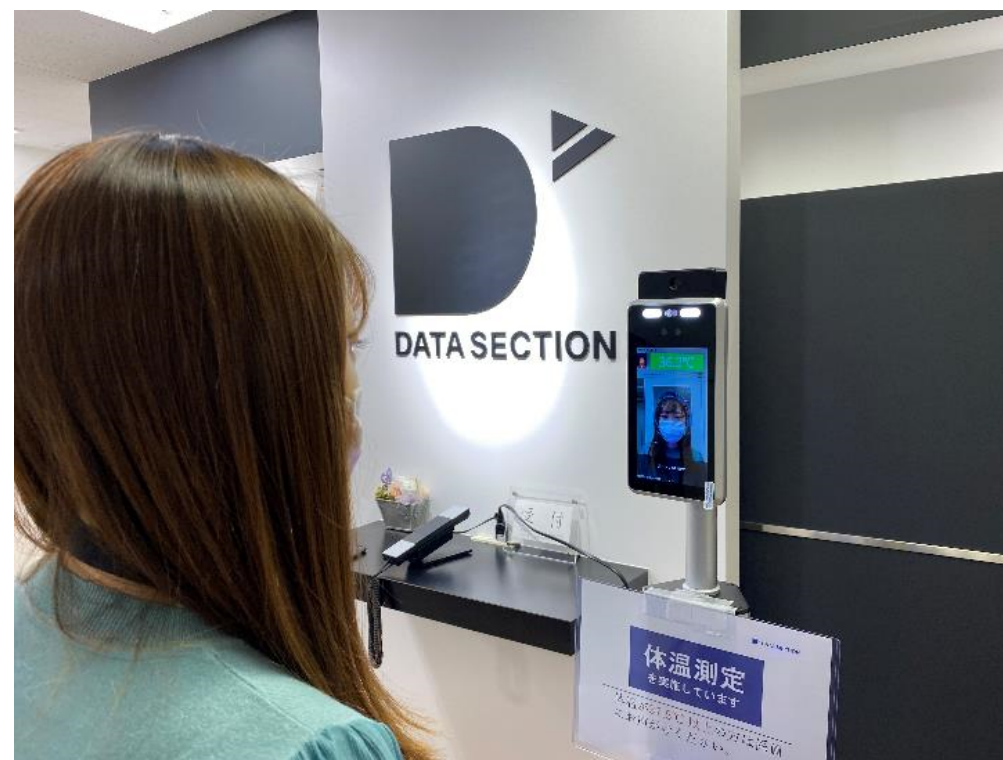
- ミッション・ステートメントである「Change the Frame テクノロジーで実社会に変革をもたらし、新しい暮らしをつくり上げる」に則り、緊急事態宣言下においても営業を継続し、顧客へのサービス向上をもって社会への貢献を図る

業務の安全確保

- 1回目の緊急事態宣言を受け新型コロナ対策ガイドラインを策定、その後2回目の緊急事態宣言を受け改定
- 「出勤者数の7割削減」に対応し各従業員は週1日の出勤とし、出勤時間は原則午前11時から午後4時までとした
- 出勤の際の換気及び体温管理を実施

円滑な業務推進（リモート環境）

- 社外とのコミュニケーションを強化するため複数のオンライン会議システムを導入
- リモートワークでのコミュニケーション充実のため社内コミュニケーション手段の強化
- ISMSに準拠し、リモートワークにおける当社と顧客の情報を保護



1. 2022年3月期決算の進捗に関する事項	P.3
2. 中長期戦略	P.15
3. トピックス	P.19
4. 参考資料	P.26

会社概要

We **ARE** ...

世界のデータ部（セクション）として

Vision : What we will be ...

人々の暮らしを世界中でバージョンアップし続ける

Mission : What we should do...

Change the Frame

テクノロジーで実社会に変革をもたらし、
新しい暮らしをつくりあげる



林 健人

代表取締役社長 兼 CEO

早稲田大学卒業後、日本IBM（旧PwCコンサルティング）に入社。その後、SCSK（旧CSK-IS）にて事業開発投資を推進。その際にデータセクションとソーシャルメディア分析サービスの開発を行った経緯から2009年当社取締役COOに就任。ビッグデータ分析における当社グループの様々な事業開発を行い、2018年4月より代表取締役社長兼CEOに就任。



望月 俊男

取締役 兼 CFO

公認会計士。法政大学卒業後、有限責任あずさ監査法人(旧朝日監査法人)入所。会計監査の他、IPO支援、事業再編、M&A デューデリジェンス、IFRSアドバイザー、内部統制アドバイザー及びERPシステム導入コンサル等の幅広いプロジェクトに従事。2013年3月、当社に入社。2014年6月取締役兼CFO就任。



平本 義人

取締役 兼 COO

法政大学卒業後、富士通株式会社に入社。その後、企業の内側から経営再建・組織改革を行うため様々な事業会社に入社し、「戦略立案、構造改革、新規事業開発」や、「IT、マーケティング、会計、物流業務等の再構築」など幅広い業務に従事。2014年2月当社に入社。2019年12月に取締役兼COOに就任。



Christian Cafatti

取締役

Industrial Engineer。チリのカトリック大学卒業後、技術開発の分野でキャリアを重ね、同時に、南米における様々なスタートアップやVC関連のイニシアチブでCEO、共同設立者、投資家としても活躍。また、Jach Technology SpAの共同創業者兼CEOとしてFollowUPをグローバルに展開。2020年6月に当社取締役に就任。



中嶋 淳

取締役（社外）

一橋大学卒業後、株式会社電通に入社。その後、株式会社インスパイアにて、新規事業コンサルティング、ベンチャー企業へのインキュベーション等を担当。2006年にアーキタイプ株式会社設立、代表取締役に就任。アーキタイプベンチャーズ代表取締役、その他数々の企業の社外取締役、独立行政法人情報通信研究機構ICTメンタープラットフォームメンター等を兼職。2009年7月に当社社外取締役に就任。



石崎 俊

監査役（社外）

東京大学卒業後、産業技術総合研究所（旧通産省工技院電子技術総合研究所）に勤務し、推論システム研究室長、自然言語研究室長を経て、1992年から慶應義塾大学環境情報学部教授、2013年に退職して名誉教授、（一財）SFCフォーラム理事、現在に至る。その他、ISO/TC37言語資源標準化委員会委員長、言語処理学会会長、日本認知科学会会長などを歴任。2014年6月に当社社外監査役に就任。



田代 彰

常勤監査役（社外）

九州大学卒業後、富士通株式会社に入社。その後、ニフティ株式会社に転籍し、ネット広告、EC、コンテンツ配信など各種のネットビジネスを推進。同社退職後はIT系企業や国立大学の情報部門向けのコンサルティング等を実施。2018年6月に当社常勤監査役に就任。









横山 大輔

監査役（社外）

公認会計士・税理士。早稲田大学卒業後、有限責任あずさ監査法人（旧朝日監査法人）に入所。国内大手メーカー、商社、外資系企業などの監査に従事。KPMGアムステルダムへの出向を経て、海外展開支援のアドバイザーにも従事。その後、横山公認会計士事務所に入所。2018年6月に当社社外監査役に就任。

データ解析技術・データ活用ノウハウを活かす体制をグローバルで構築

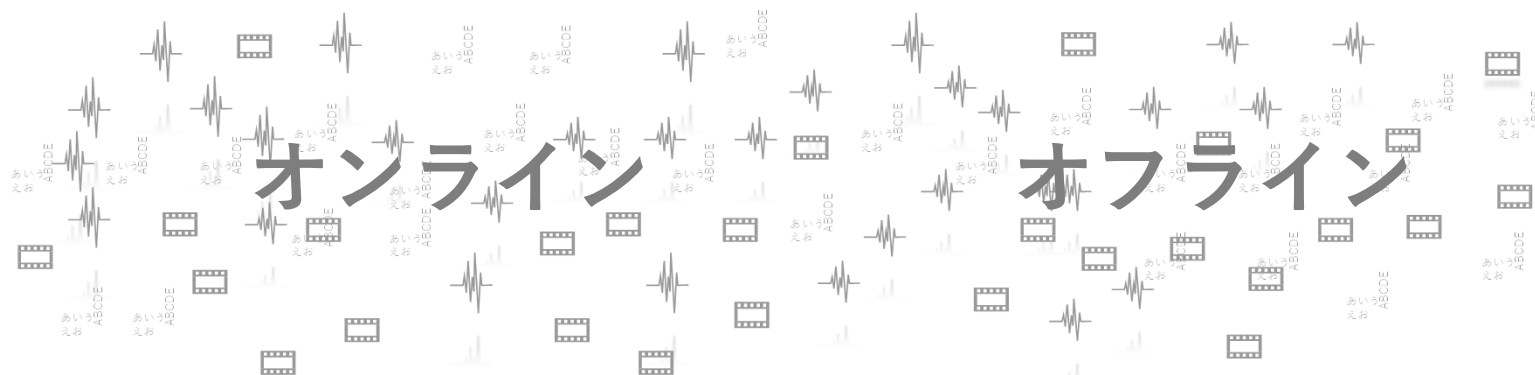
	グループ参加年	保有議決割合	主要な事業の内容
データセクション株式会社 	2000	—	データ分析の技術力で実社会の変革（企業の業務改善や消費者生活の向上）を推進
株式会社ディーエスエス 	2018	100.0%	金融系システム運用保守及びアプリケーション開発
Jach Technology SpA 	2019	100.0%	チリにおけるリテールマーケティング事業
Alianza FollowUP S.A.S. 	2019	100.0%	コロンビアにおけるリテールマーケティング事業
INTELIGENXIA S.A. 	2021	100.0%	中南米におけるリテールマーケティング事業
ソリッドインテリジェンス株式会社 	2013	86.9%	多言語ソーシャルメディア分析・コンサルティング事業

事業概要

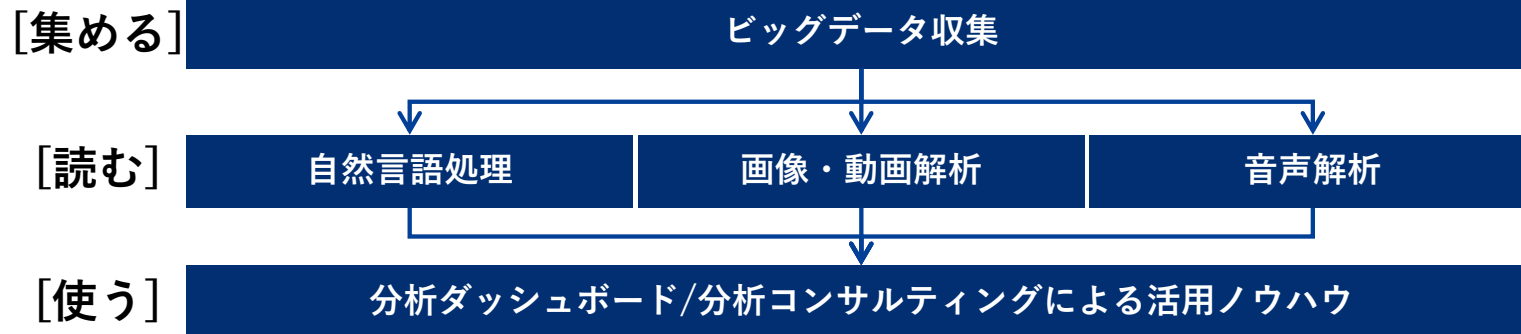
当社のコア技術は『大容量のデータ解析技術』

- 爆発的に増加するデータから必要なデータを収集・分析する機能が求められており、優れた解析技術でデータを情報へ変換し、自社サービスを開発

データ



当社のコア技術



事業領域



リテール
マーケティング事業



ソーシャルメディア
分析事業



AI・システム
開発事業



新規事業



リテールマーケティング事業

データセクション(株)/Jach Technology SpA/

Alianza FollowUP S.A.S.

- FollowUP (SaaS・ストック型)
 - ✓ 購買率向上ソリューション
 - ✓ コロナ対策ソリューション
 - ✓ Store Capacity Control
 - ✓ HealthyUP
 - ✓ COVID-19 Tasking

<https://www.datasection.co.jp/service/retail-marketing>



ソーシャルメディア分析事業

データセクション(株)

- Insight Intelligence Q (SaaS・ストック型)
<https://www.datasection.co.jp/service/consumer-marketing>

ソリッドインテリジェンス(株)

- 海外SNS分析コンサルティング
(コンサルティング・スポット型)
 - ✓ 訪日インバウンド/アウトバウンド分析

<https://solid-i.co.jp/>



AI・システム開発事業

データセクション(株)

- ビッグデータ分析システム開発 (開発・スポット型)
- システム運用保守 (月額運用・ストック型)

<https://www.datasection.co.jp/service/ai-solution>

(株)ディーエスエス

- 金融系システム運用保守 (月額運用・ストック型)

<https://d-ss.co.jp/>



新規事業

データセクション(株)

- 医療系新規事業開発

(株)iVOICE

- 音声AI新規事業開発

<https://ivoice.co.jp/>

(株)日本データ取引所

- データ取引市場事業開発

<https://i-dex.co.jp/>

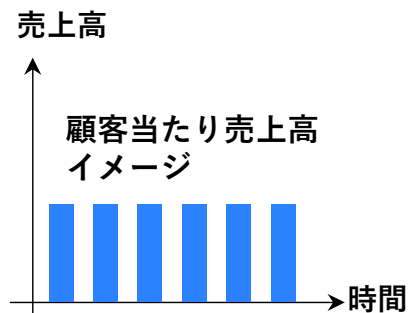
データセクションの事業内容



リテールマーケティング事業

小売店舗のDXを推進し、業務最適化

店舗AIカメラから来店客行動をビッグデータ分析により可視化



SaaS・ストック型

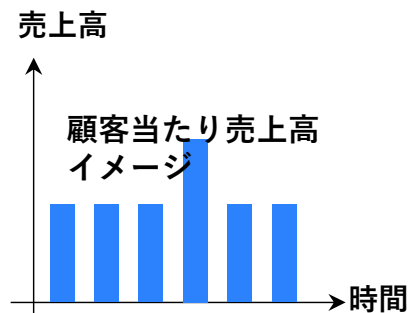
- カメラ画像から来店客データを分析し、POSデータと連動した購買率の把握と向上
- カスタマーサクセス部隊がSaaS型の分析システムを顧客が業務活用するための支援を実施
- 新型コロナ対策ソリューションの提供



ソーシャルメディア分析事業

クチコミ分析からマーケティングを支援

ネット上の投稿ビッグデータ自然言語処理により可視化



SaaS・ストック型

+
コンサルティング・スポット型

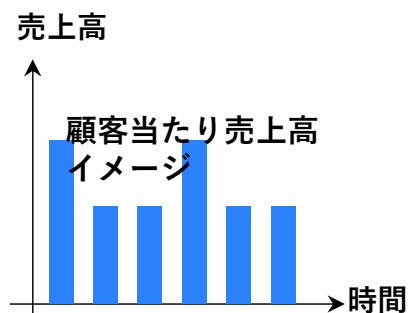
- ネット上のクチコミを分析して企業のマーケティングリサーチや風評リスクの検知に活用
- 日本語のみならず海外SNSを多言語で分析し、省庁や自治体向けに観光施策のコンサルティングサービスを実施



AI・システム開発事業

個社毎にビッグデータ分析を活用支援

ビッグデータ収集・分析技術業務活用へのコンサルティング



開発・スポット型

+
月額運用・ストック型

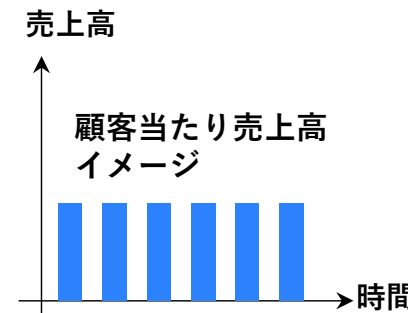
- 大企業が保有するビッグデータを分析するセミオーダー型システム開発を実施
- ビッグデータ分析を業務改善に組み込むコンサルティング
- 開発後のシステム運用保守



新規事業

当社コア技術を活用した新事業の展開

当社のデータ分析ノウハウ新たなマーケットの課題解決



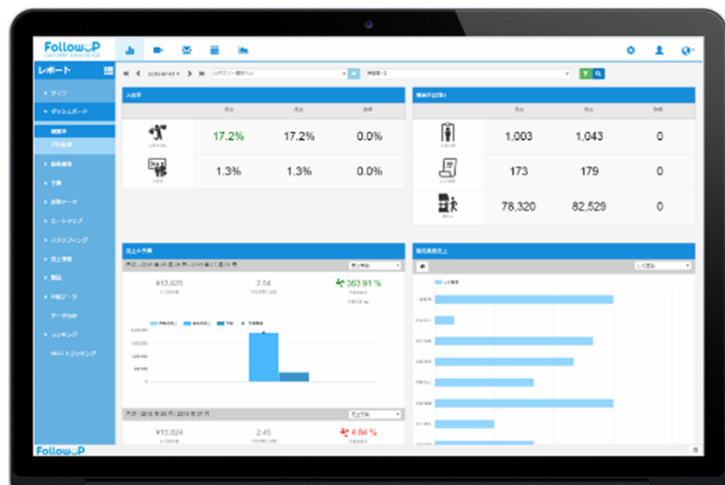
SaaS・ストック型

- PoCでは終わらせずサービス化までを実現
- ストック型の拡張性の高いビジネスモデルを構築
- R&Dにより新たな技術を当社の既存事業に反映

サービス紹介

FollowUP -購買率を軸とした売上向上支援サービス-

- 店舗に入店人数を計測できる3Dカメラを設置し、入店人数を正確に計測
- POSと連携することで、購買率を算出することが可能
- 購買率を軸として、オペレーションの改善を目的としたサービス



FollowUPによってできること

①店舗のポテンシャル / 課題の抽出

- 店舗で発生している様々な事象を可視化し、経験則や感覚値でないニュートラルな視点から、店舗のポテンシャルや課題を把握

②データに基づく店舗改善サイクルの構築

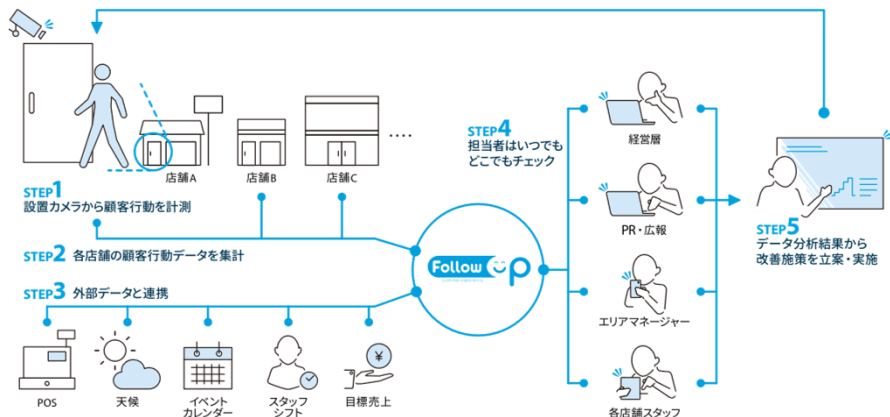
- 蓄積されたデータに基づく「課題の発見」「施策立案/実施」「効果測定」という店舗改善サイクルを構築

③店舗報告の共通言語化によるコミュニケーションの円滑化

- これまで定性的だった店舗からの報告を定量化し、店舗と本部が同じ目線でチェックできる体制にすることで、コミュニケーションを円滑化

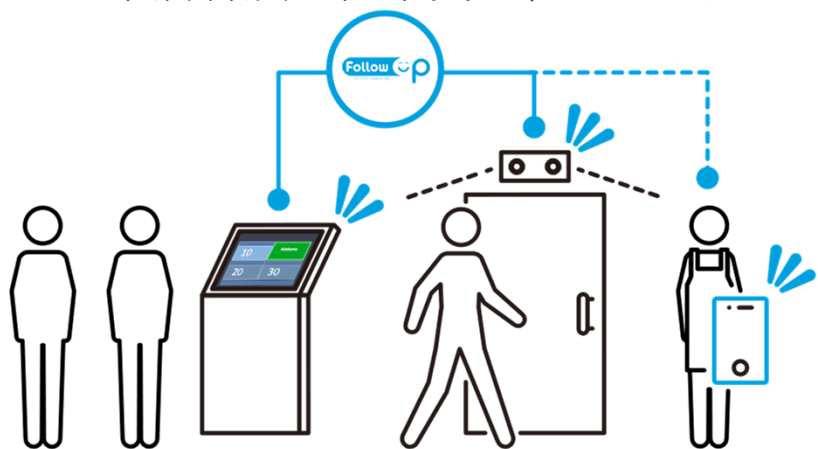
④店舗オペレーションの最適化

- 顕在化したポテンシャルや課題を店舗ごとのオペレーションに落とし込むことで売上利益の向上を図る



Store Capacity Control -混雑情報配信サービス-

- 新型コロナウイルス感染拡大防止における3密のうちの「密集」「密接」を避けるための入場制限などの判断を、誰もが行える環境を整備
- 来店客及び従業員が、安心・安全に行動できる環境づくりにも貢献



主な機能

①入退店情報を取得



- 専用の3Dカメラを設置し、入退店情報を取得
- 入口が複数ある場合や、入り口が広い場合も対応可能

②リアルタイムに計測



- 取得したデータは、インターネットを通じ、リアルタイムにデータを反映（専用のルーターを設置）

③混雑状況/アラートの表示



- 最大人数を自由に設定することが出来、最大人数に応じた割合で画面を表示することが可能（閾値は4段階）

④複数デバイスで表示

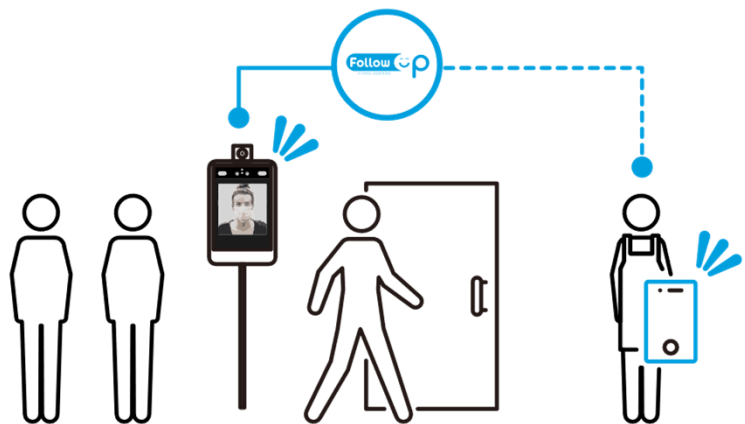


- PC、タブレット・スマホ様々なデバイスで表示することが可能（APIもご用意しているため、貴社サイトでも表示が可能）



HealthyUP –体温検知・アラートサービス–

- 新型コロナウイルス感染拡大防止において欠かせない、マスク着用や体調不良時の入店ご遠慮を促しやすくする、感染防止策の啓蒙をサポート
- 来店客及び従業員が、安心・安全に行動できる環境づくりにも貢献



主な機能

①体温測定



- 来店客の体温を自動計測
- 体温測定は0.3秒以内にて計測（判定人数は1人ずつ）

②マスク着用チェック



- マスクを着けていない場合は「マスクを付けてください」と音声で通知

③測定結果表示

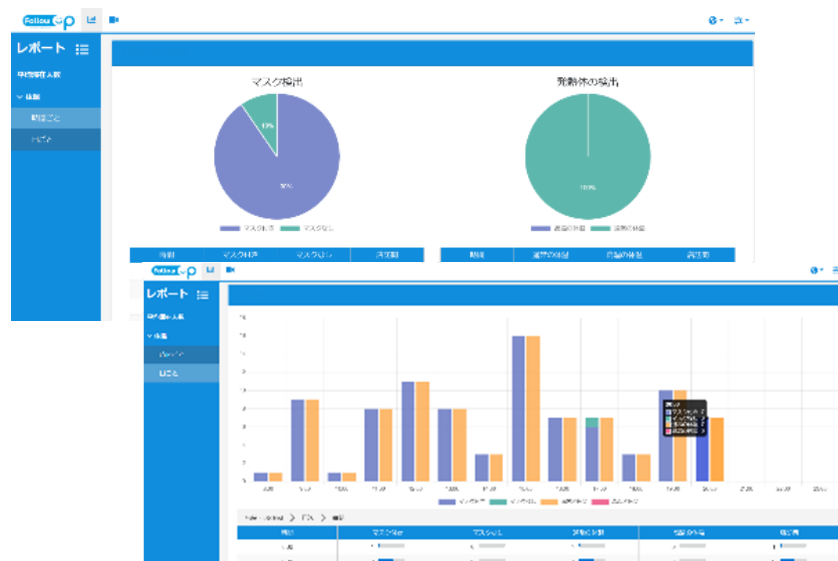


- デバイスの画面に体温が表示されるとともに、マスク非着用の場合は、マスク着用の旨表示

④ダッシュボードで結果表示



- 判定した人数や、体温の正常・高温、マスク着用在りなしのデータがダッシュボード上で表示（オプション機能）



Insight Intelligence Q の特長

① マーケター視点の ”かゆいところに手が届く” 分析機能

日々ソーシャルデータ分析を行っているマーケターのノウハウを分析機能に反映

② クイックな探索を支えるUI

Googleで検索するようなシンプルな操作で結果にたどり着くことができ、深掘り探索も容易

③ 過去に遡って試行錯誤しながら 仮説出しができる

過去13カ月間のデータを試行錯誤しながら分析できるので、マーケティングに欠かせない調査～仮説出しが可能



Insight Intelligence Q の機能

マーケター視点の 分析機能

トピック分析

話題分析

拡散プロセス分析

プレ/ポスト分析

ブランド比較

性別・年代

影響力のある
ユーザー

影響力のある
ニュース

影響力のある
メディア

アカウント分析

投稿活動の傾向

エンゲージ
メントの傾向

クイックな探索を 支えるUI

シンプルな操作性

簡易
スパムフィルター

CSVデータ出力

分析結果を
URLで共有

詳細サイドパネル

キーワードで
ドリルダウン

検索条件保存

データセクション株式会社

info@datasection.co.jp
03-6427-2565

〒141-0031

東京都品川区西五反田1丁目3-8 五反田PLACE 8階

<https://www.datasection.co.jp>

注意事項

- 本資料は投資家の参考に資するため、当社の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。
- 当資料に記載された内容は、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。
- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 上記の業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき当社の経営者が判断した見通しで、リスクや不確実性を含んでおり、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。従いまして、これらの業績予想のみに全面的に依拠して投資判断を下すことは控えるようお願いいたします。