

# 2022年6月期 第2四半期 決算補足説明資料

株式会社ブレインパッド  
2022年2月10日

# INDEX

- はじめに … P 2
- 会社概要 … P 3
- 2022年6月期 第2四半期 業績ハイライト … P 10
- 2022年6月期 業績予想および資本政策について … P 27
- 再掲：中期経営計画について … P 37
- APPENDIX … P 47

当社は、2021年12月1日付で当社の完全子会社であるMynd株式会社を吸収合併したことに伴い、第1四半期累計期間までは連結決算でありましたが、当第2四半期会計期間より非連結決算へ移行いたしました。

Mynd株式会社による連結業績への影響は僅少であったこともあり、本資料内においては、あくまで参考数値として前連結会計年度との前年比較を行っております。

なお、Mynd株式会社の吸収合併による影響は、プロダクト事業（単体）の業績にのみ発生しており、プロフェッショナルサービス事業（単体）業績については、当該吸収合併による影響はございません。

# 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。

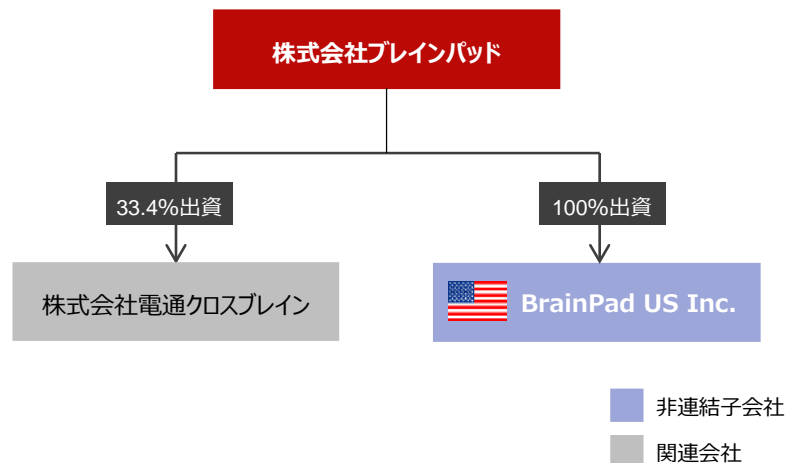
データは蓄積するだけではただのコストです。私たちは、データを価値に変えるために必要な  
分析力（国内随一のデータサイエンティスト数）  
エンジニアリング力（市場No.1製品を自社開発・提供できる技術力）  
ビジネス力（データ活用を支援した企業は業種問わず1,000社超）  
の3つの力を有した、世界でも稀有な企業です。

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<br>2013年7月 同 市場第一部上場<br>(証券コード: 3655)   |   |
| 資本金    | 597百万円 (2021年12月31日現在)   |   |
| 従業員数   | 445名 (2021年12月31日現在)   |   |
| 役員     | 代表取締役会長 (創業者)<br>代表取締役社長 (創業者)<br>取締役<br>取締役<br>社外取締役 (独立役員)<br>社外取締役 (独立役員)<br>社外取締役 (常勤の監査等委員、独立役員)<br>社外取締役 (監査等委員)<br>社外取締役 (監査等委員、独立役員) | 佐藤 清之輔<br>草野 隆史<br>石川 耕<br>関口 朋宏<br>佐野 哲哉<br>牛島 真希子<br>鈴木 晴夫<br>山口 勝之<br>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<br>・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

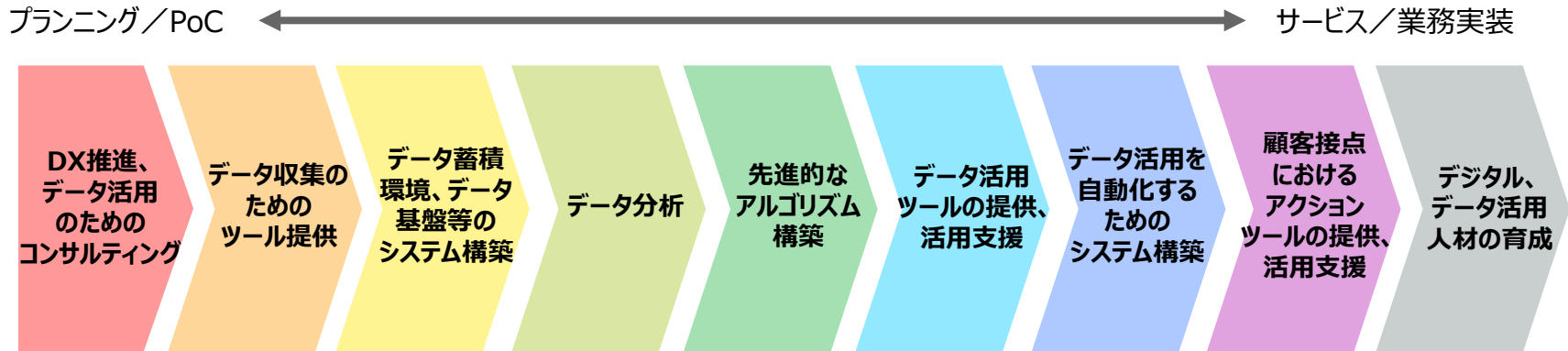


認証・制度  
ISO (JIS Q) 27001

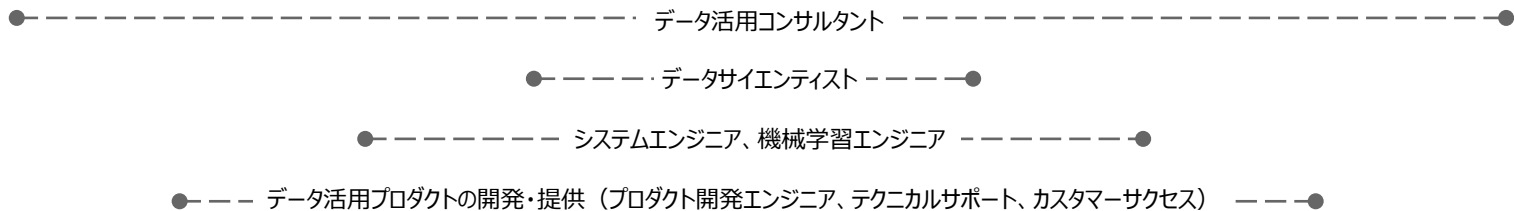
認証の登録範囲は、Webレコメンデーションならびに  
広告配信技術、データ分析技術を利用したSaaS  
サービスです。

# ブレインパッドの強み

：データ分析力をコアに、データによる価値創造のバリューチェーンを網羅していること



## データ活用人材が活躍する主な領域



## 主な事業領域

【プロフェッショナルサービス事業】 データ分析、システム開発を含むコンサルティング、人的支援を中心に、顧客企業のデータ活用を支援



【プロダクト事業】 自社製および他社製プロダクトの提供を中心に、顧客企業のデータ活用を支援



# プロフェッショナルサービス事業

データ分析、システム開発を含むコンサルティング、人的支援を通じて、顧客企業のデータ活用支援を行う事業です。売上高の大部分は、業務受託によるフロー型のビジネスモデルです。

## 直近の収益構造 (2021年6月期 連結)

- 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
- 数か月ごとに契約更新し、数年にわたり支援している企業も多い

|               |               |
|---------------|---------------|
| 売上高<br>48.7億円 | コスト<br>30.3億円 |
|               | 利益<br>18.4億円  |

- コストの約60%が社員人件費
- システム開発案件は、外注を活用し、利益率をコントロール
- その他は、他社クラウドサービスやソフトウェア利用料等
- セグメント利益率37.8%

## 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が、多様な分析技術を組み合わせ、顧客ごとに固有の課題に対応
- 業界でもいち早く新卒採用を開始し、毎年数十名の新卒を育成し続けることのできる組織力
- 業種に特化せず、幅広い業種に対する支援実績
- ベンダーフリーの立場で、課題に合わせたクラウド等の選定力、データやAIの特性を理解したうえでのシステム開発力

## 代表的なサービス

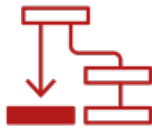
### データ活用コンサルティング



- データ活用テーマの選定
- データ活用の適用領域の見極め
- データ活用の戦略立案・実行計画の策定支援
- データ活用投資に対する経営者の意思決定支援

ほか

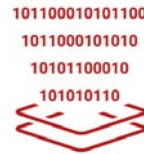
### データ分析、予測、最適化



- 需要予測・販売数予測
- 価格最適化
- 配送ルート・車両配置の最適化
- 故障予知・不良品検知
- 顧客構造分析
- 解約要因分析・解約予測
- SNS分析
- 広告投資の最適化

ほか

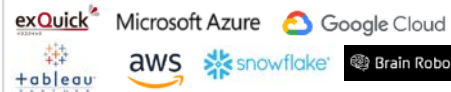
### データ活用・分析基盤の構築



- 最適なハードウェア/ソフトウェアを組み合わせたデータ基盤の構築 (SI)
- 機械学習等のアルゴリズムのシステム組み込み開発

ほか

【主な利用製品】



### 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提供
- 公開講座 (データ活用人材育成サービス) 提供

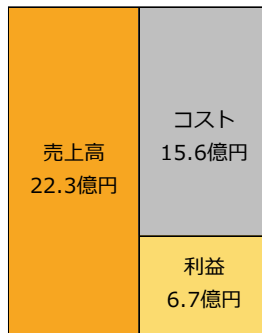
ほか

# プロダクト事業

自社製および他社製プロダクトの提供を通じて、顧客企業のデータ活用支援を行う事業です。売上高の大部分は月額課金のライセンス収入からなる、ストック型のビジネスモデルです。

## 直近の収益構造 (2021年6月期 連結)

- ・売上高の約65%が「Rtoaster」関連の売上
- ・売上高の85%以上が、解約が無い限りは積み上がるストック型売上高
- ・カスタマイズ開発やライセンス収入を維持・拡大するための、人的サービスは、ストック売上高には含めない



- ・コストの約40%が社員人件費
- ・その他は、自社製プロダクト運用のためのデータセンター費用、プロダクト開発・保守のための外注費、他社製プロダクトの仕入等
- ・セグメント利益率30.1%

## 特徴、強み

- ・自社製品には、データ分析力を生かした高精度な自社開発アルゴリズムを搭載
- ・他社製品は、独自性が強い海外ツールを目利き・選定
- ・業界トップクラスのシェアを誇る「Rtoaster」を中心に、他社製品ともベンダーフリーに連携し、多様なデータを活用した、あらゆる顧客接点をカバーするパーソナライズアクションが可能

## 代表的なプロダクト

### 主力製品

| データビジネス・プラットフォーム (CDP/プライベートDMP)   | マーケティングオートメーションプラットフォーム  | デジタルコンシューマー・インテリジェンス  | 自然言語処理エンジン  | マッチングエンジン   | 拡張分析ツール   | 機械学習・統計解析・分析・レポートシステム  |
|--|--|---|---|---|---|--|
|  <p><b>Rtoaster</b><br/>(アールトースター)</p> <p>顧客データを統合・分析し、高精度なパーソナライズを実現するトータルソリューション</p> |  <p><b>Probance</b><br/>(プロバンス)</p> <p>機械学習で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</p> |  <p><b>Brandwatch</b><br/>(ブランドウォッチ)</p> <p>業界最大級のデータとAIを搭載したマーケティングリサーチプラットフォーム</p> |  <p><b>Mynd plus</b><br/>(マインドプラス)</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> (コノミ)</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><b>BrainPad VizTact</b></p> <p>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</p> |  <p><b>WPS Analytics</b></p> <p>スケーラブルなデータ加工と分析ができ、パワフルで高い汎用性を持つ、分析ソフトウェアプラットフォーム</p> |

■ 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

# 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。

(2022年2月10日現在、敬称略、順不同)

|                  |   |
|------------------|---|
| 小売・流通・卸売         | 伊藤忠商事(株)、アスクル(株)、全日空商事(株)、(株)高島屋、(株)ローソン、カルチュア・コンビニエンス・クラブ(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、国分グループ本社(株)、(株)コナカ、(株)三陽商会、(株)自由が丘フラワーズ、(株)セレクトスクエア、(株)そごう・西武、(株)タイムマシン、(株)セシール、(株)DoCLASSE、(株)ドラマ、パルシステム生活協同組合連合会、(株)バロックジャパンリミテッド、(株)阪急阪神百貨店、(株)フェリシモ  |
| 製造               | トヨタ自動車(株)、三菱電機(株)、資生堂ジャパン(株)、アサヒグループジャパン(株)、キューピー(株)、(株)キリンホールディングス、コーセープロビジョン(株)、日産自動車(株)、日本コカ・コーラ(株)、日本たばこ産業(株)、(株)ファンケル、(株)明治、(株)オンワードホールディングス、キッコーマン(株)、(株)SABON Japan、サンスター(株)、(株)島津製作所、ディーゼルジャパン(株)、西川(株)、(株)ピーチ・ジョン、(株)富士フイルム ヘルスケア ラボラトリー、UCCホールディングス(株)、ライオン(株)、(株)ワコール  |
| 金融               | (株)りそな銀行、SMBC日興証券(株)、大和証券(株)、(株)横浜銀行、(株)山口フィナンシャルグループ、(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)、(株)三菱UFJ銀行、松井証券(株)、(株)オリエントコーポレーション、(株)マネースクエア   |
| 旅行・航空・運輸         | 日本航空(株)、(株)日本旅行、九州旅客鉄道(株)、ヤマト運輸(株)、ゆこゆこホールディングス(株)、(株)読売旅行、ヒルトン・ワールドワイド   |
| IT・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、エアロセンス(株)、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、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)、メディカル・データ・ビジョン(株)、(株)ユニメディア   |
| 電力・エネルギー・建設      | 大東建託(株)、ミサワホーム(株)、八千代エンジニアリング(株)、積水ハウス(株)、野村不動産ソリューションズ(株)、三井不動産レジデンシャルリース(株)   |
| メディア・広告・エンタメ・その他 | NIKKEI STYLE、(株)WOWOW、ぴあ(株)、農林水産省、国立大学法人大阪大学、(株)MS-Japan、(株)マイナビ、アイティメディア(株)、(株)朝日新聞社、(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、大日本印刷(株)、(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)マツキャンエリクソン、(株)セガ、(株)ベネッセコーポレーション、(株)エキスパートスタッフ、エン・ジャパン(株)、(株)スタッフブリッジ、(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、プロファイルズ(株)、(株)リクルートスタッフィング、(株)イタミアート、(株)インタースペース、(株)カカクコム、(株)さとふる、(株)ミクシィ |



# 資本業務提携について

2020.11.20発表

## 伊藤忠商事株式会社との資本業務提携を発表



- 伊藤忠商事が、当社に3%出資。
- 伊藤忠商事とは、2018年より、DX推進のためのデータ活用事例の創出とそのため基盤・体制構築に着手。
- 既に、伊藤忠商事グループの各現場において、サプライチェーン関連のデータを活用した発注・在庫・物流の最適化や、店舗等の消費者接点の強化といったデータ活用の実用化が進む。
- この提携を通じて、伊藤忠商事のグループ企業各社とも連携し、データを活用した既存事業の拡大や、新規事業創出を推進。

2020.7.20設立

## 株式会社電通グループと合併会社を設立



- 合併会社名：株式会社電通クロスブレイン  
(出資比率 電通グループ66.6%、当社33.4%)  
※当社にとっては、持分法適用会社。略称：DXB。
- 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、当社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。
- 2020年10月より営業開始。

# 案件規模別の売上構成（期末のみ更新）

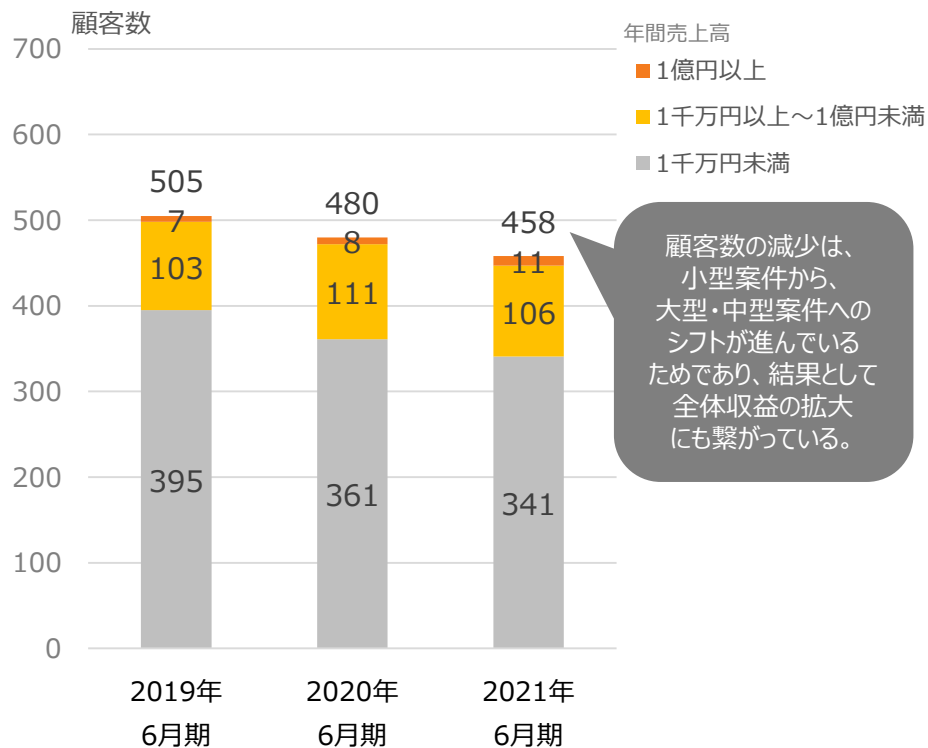
※データ活用の総合力を発揮して案件の大型化を進める、という当社グループの成長方針の進捗を測るための参考指標

再掲

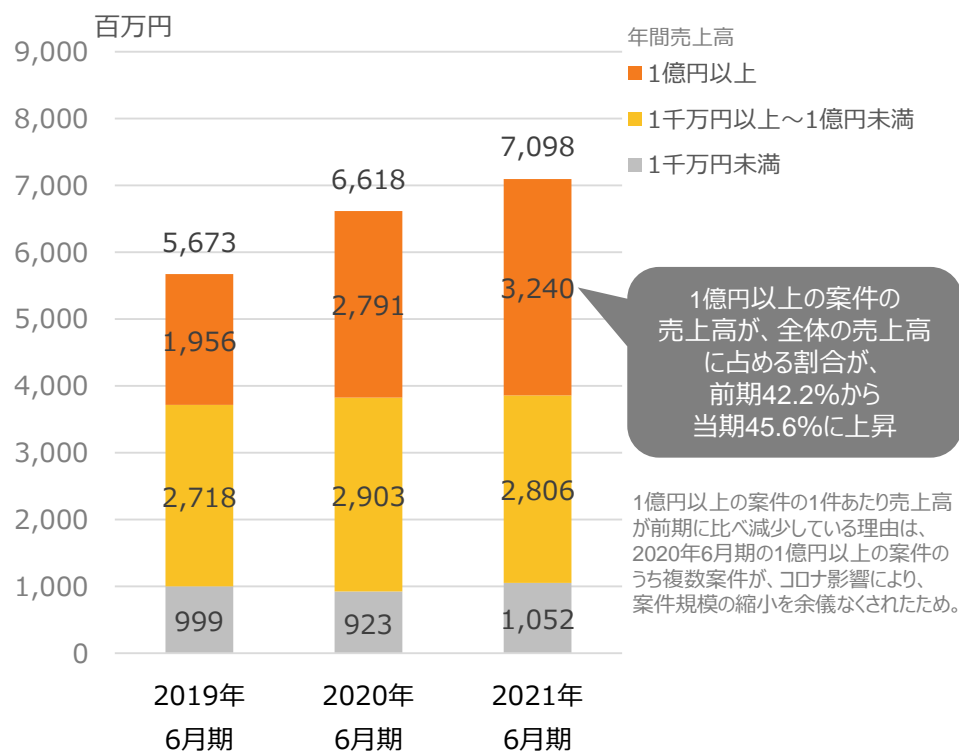
年間売上高1億円以上の顧客件数、売上高ともに増加。

コロナ影響がある中でも、中期経営計画にて推進中の大型案件開拓を進めることができている。

### 案件規模別の顧客数（単体）



### 案件規模別の売上構成（単体）



# 2022年6月期 第2四半期 業績ハイライト



# 3期比較（売上高：四半期別／セグメント別）

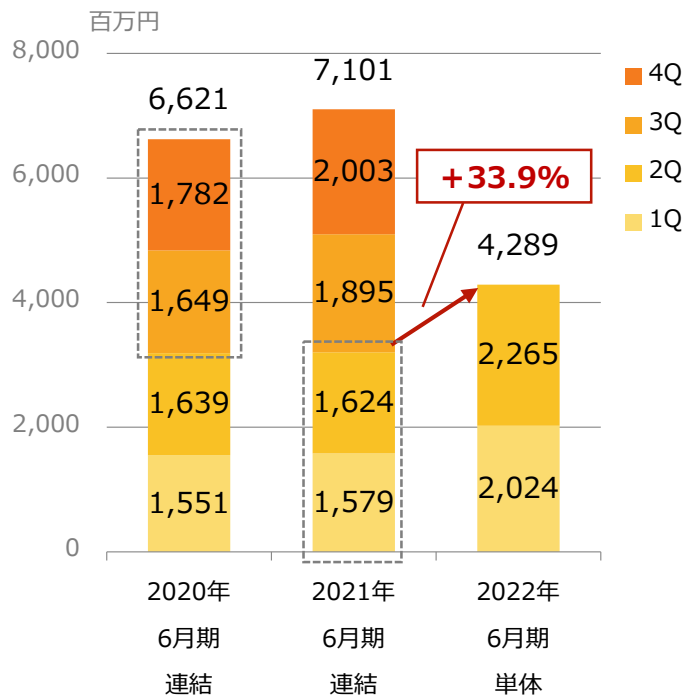
売上高は、プロフェッショナルサービス事業が牽引するとともに、売上計上時期が3Qから2Qに前倒しとなった部分もあり、前期上期（連結）との比較では、+33.9%の高成長となった。

（前期上期が、コロナ影響により前々期の上期並みの売上高に留まったことも、当期上期の高成長の理由の一つ。）

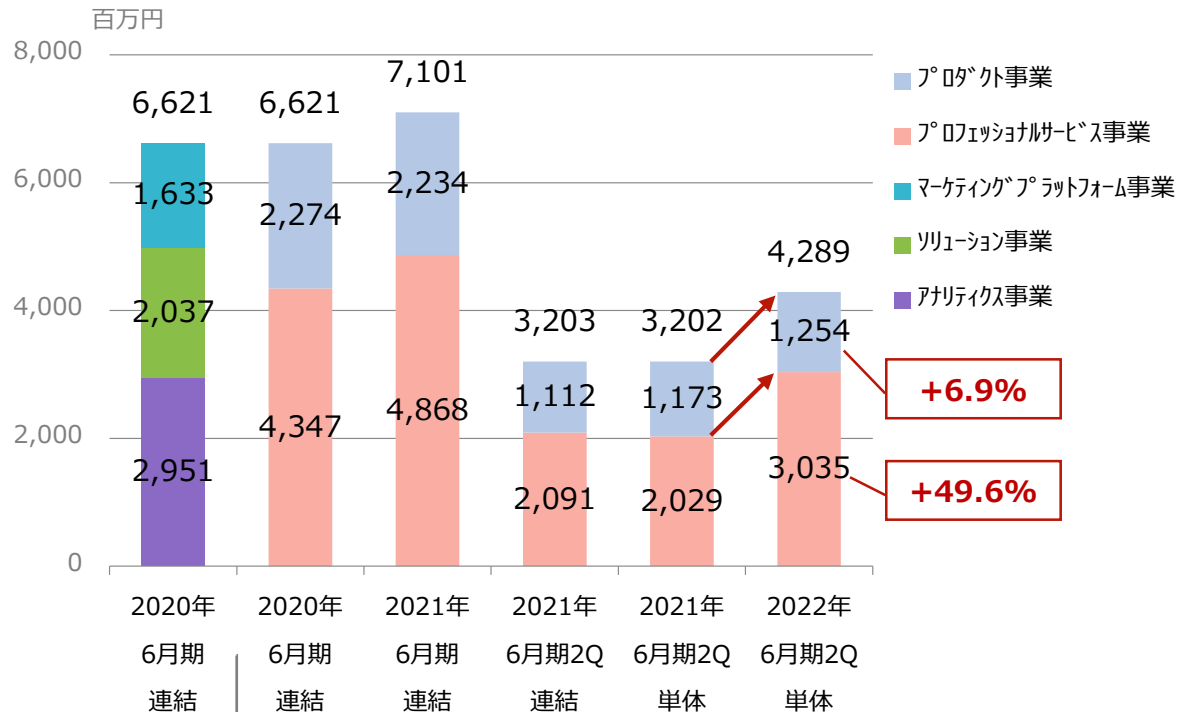
当期2Qは、過去最高の四半期売上高を達成。

四半期別売上高

コロナ影響あり



セグメント別売上高



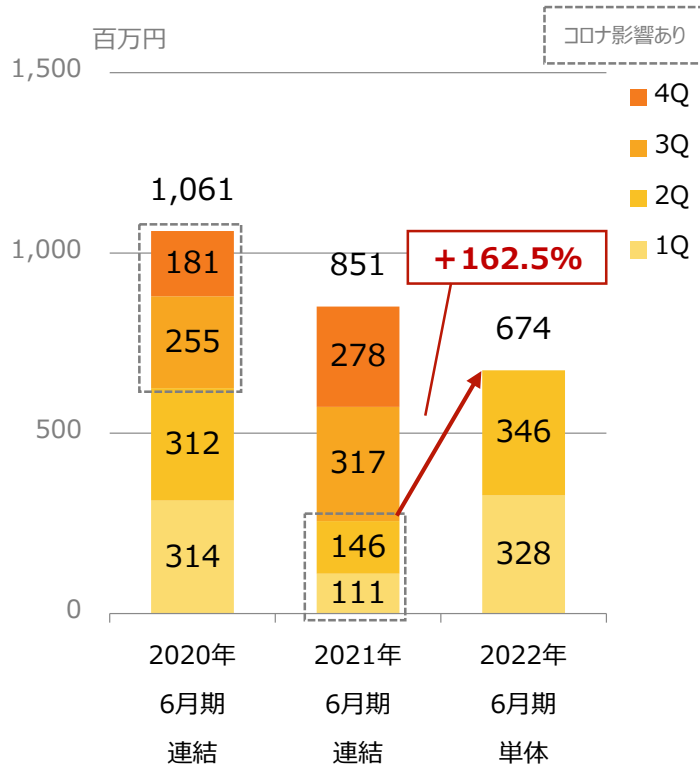
→ 新セグメントにて表示

# 3期比較（営業利益：四半期別／セグメント別）

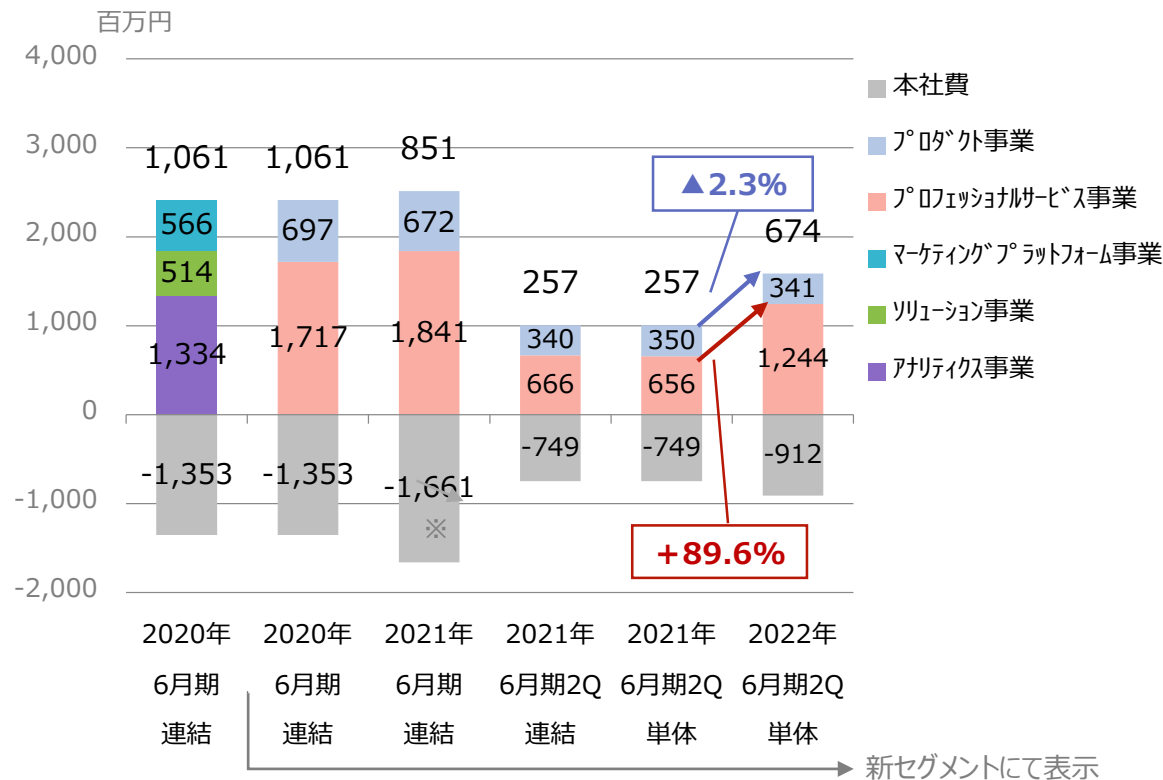
営業利益は、売上高が好調に推移したことに加え、一部費用の支出が想定よりも少なかったことにより、前期上期（連結）との比較では、+162.5%と大きく回復。

当期上期の営業利益率は15.7%となり、目指すべき水準に回復してきている。

四半期別営業利益



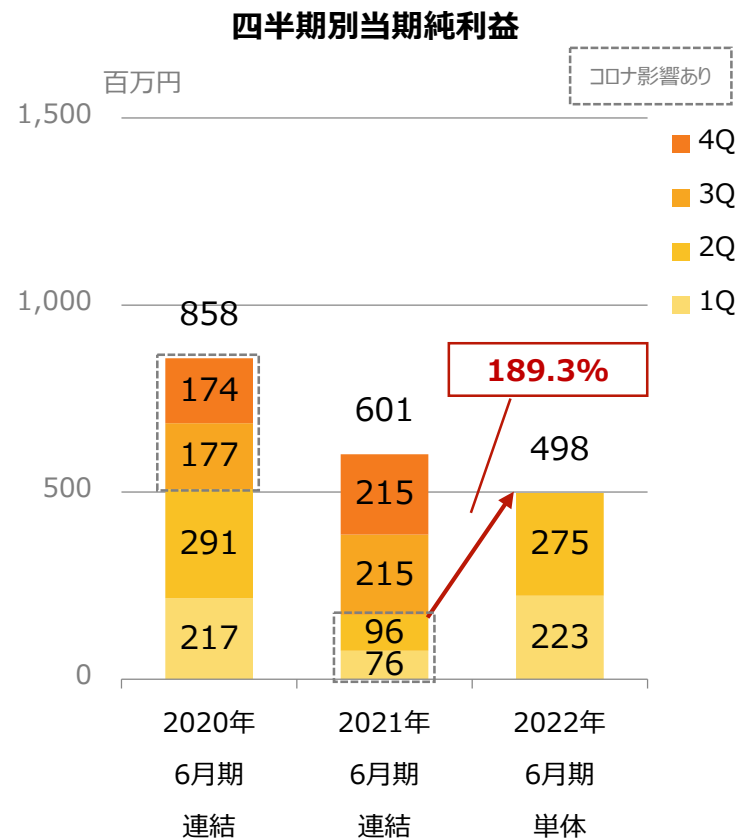
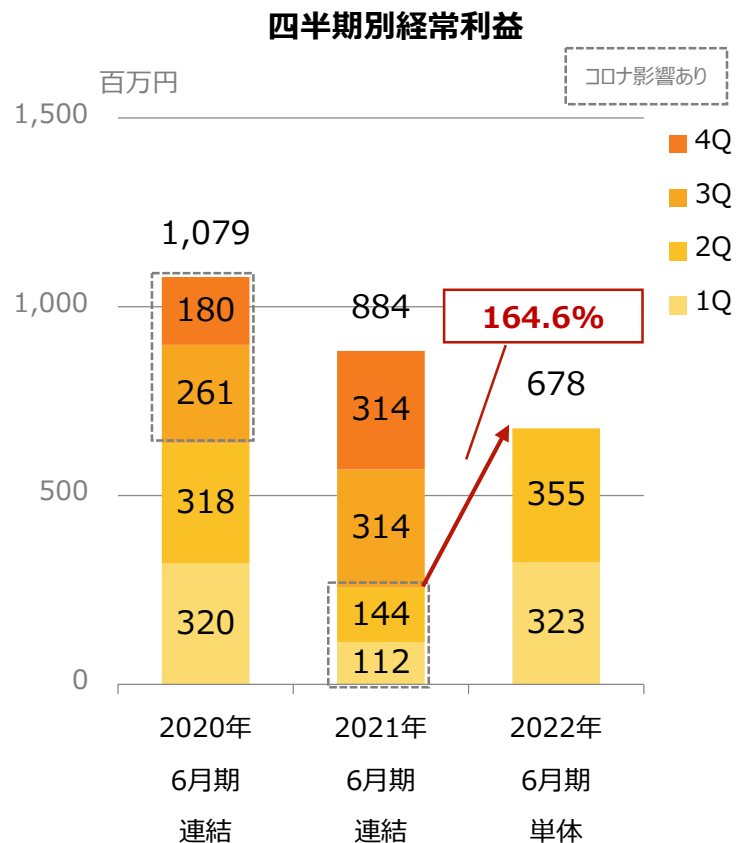
セグメント別利益



※販管部門（営業・マーケティング部門、管理部門）の人材採用を先行して進めたため、本社費の増加も先行。

# 3期比較（経常利益、当期純利益：四半期別）

経常利益、当期純利益も、前述の営業利益と同じ傾向で推移している。



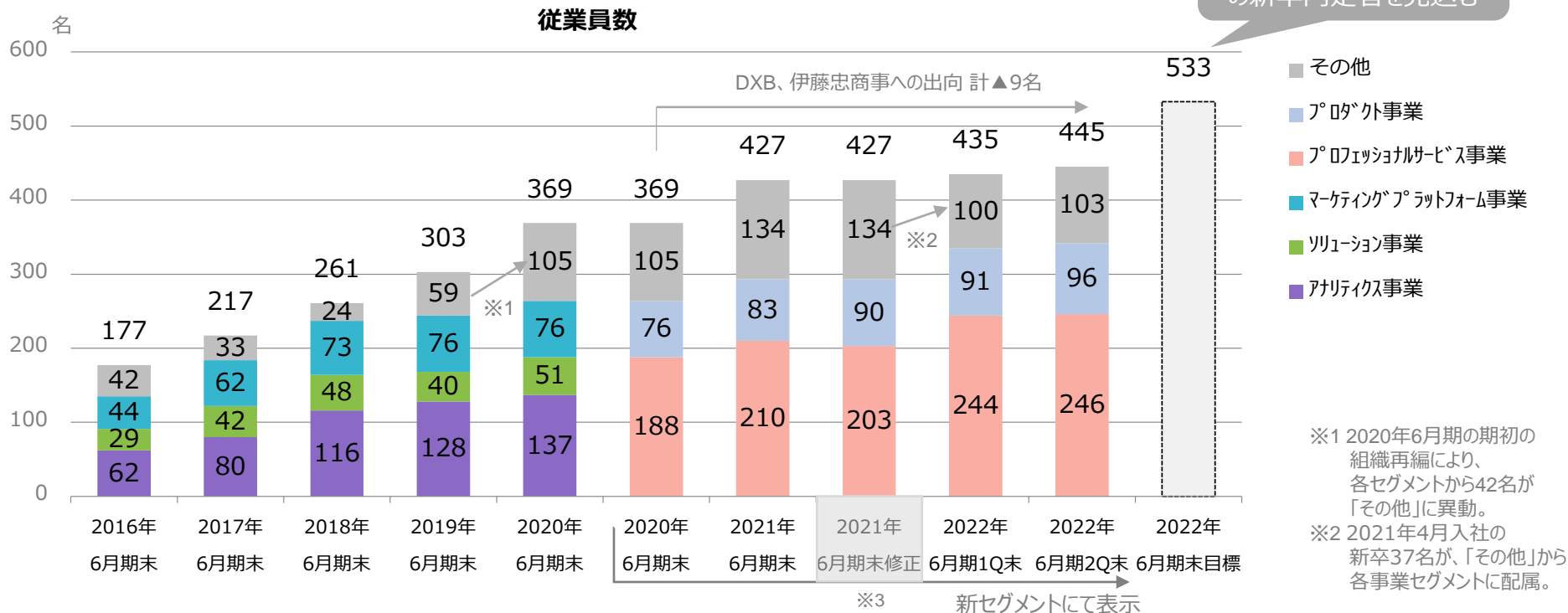
# 従業員数の推移

中途採用数を伸ばし切れなかった前期に比べ、当期の中途採用は想定範囲で進捗しており、本日（2022年2月10日時点）の従業員数は、**450名**。

来年4月には、過去最多となる 40名程度 の新卒社員の入社も控える。

退職率は、10%程度で推移している。

過去最多40名程度の  
新卒内定者を見込む



# 損益の状況

(単位：百万円)

|                 | 2021年<br>6月期2Q<br>連結 | 2022年<br>6月期2Q<br>単体 | 増減額   | 増減率    |
|-----------------|----------------------|----------------------|-------|--------|
| 売上高             | 3,203                | 4,289                | 1,086 | 33.9%  |
| 売上原価            | 1,867                | 2,362                | 494   | 26.5%  |
| 売上総利益           | 1,336                | 1,928                | 592   | 44.3%  |
| 販管費             | 1,079                | 1,254                | 174   | 16.2%  |
| 営業利益            | 257                  | 674                  | 417   | 162.5% |
| 営業外収益           | 5                    | 20                   | 15    | 309.7% |
| 営業外費用           | 5                    | 16                   | 11    | 194.4% |
| 経常利益            | 256                  | 678                  | 422   | 164.6% |
| 特別利益            | 0                    | 1                    | 0     | 600.6% |
| 特別損失            | -                    | -                    | -     | -      |
| 税金等調整前当期純利益     | 256                  | 679                  | 423   | 164.8% |
| 法人税等合計          | 84                   | 181                  | 97    | 114.7% |
| 当期純利益           | 172                  | 498                  | 326   | 189.3% |
| 非支配株主利益         | -                    | -                    | -     | -      |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 172                  | 498                  | 326   | 189.3% |

コロナ影響で売上高が停滞した前期から一転、従業員の稼働率も上昇しており、売上高の増加率が、売上原価の増加率を大きく上回っている。

販管費の増加が目立った前期から一転し、販管費の増加率も、売上高の増加率を大きく下回っており、売上高と費用のバランスが、正常化してきている。

営業外収益は、補助金収入7.7百万円、業務受託料2.7百万円、受取販売奨励金1.9百万円など。

営業外費用として、自己株式の買付時に生じた支払手数料14.5百万円、投資事業組合運用損0.9百万円など。



# 貸借対照表

(単位：百万円)

|        | 2021年<br>6月期末<br>単体 | 2022年<br>6月期2Q末<br>単体 | 増減額  | 増減率     | 主な増減要因  |
|--------|---------------------|-----------------------|------|---------|---|
| 資産     | 5,787               | 5,749                 | -38  | -0.7%   |   |
| 流動資産   | 4,920               | 4,423                 | -497 | -10.1%  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・受取手形および売掛金 108</li> <li>・現金及び預金 -530</li> <li>・1年内回収予定の関係会社長期貸付金 -93</li> </ul> |
| 固定資産   | 867                 | 1,325                 | 459  | 52.9%   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・投資その他の資産 504</li> <li>・ソフトウェア -34</li> <li>・有形固定資産 -20</li> </ul>               |
| 負債     | 1,104               | 1,131                 | 27   | 2.4%    |   |
| 流動負債   | 1,104               | 1,128                 | 24   | 2.1%    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・未払法人税等 43</li> <li>・受注損失引当金 32</li> <li>・賞与引当金 24</li> <li>・契約負債 -80</li> </ul> |
| 固定負債   | 0                   | 3                     | 3    | 2281.7% | <ul style="list-style-type: none"> <li>・固定負債その他 3</li> </ul>  |
| 純資産    | 4,682               | 4,618                 | -65  | -1.4%   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・利益剰余金 498</li> <li>・その他有価証券差額金 88</li> <li>・自己株式 -655</li> </ul>                |
| 自己資本比率 | 80.9%               | 80.3%                 |      |         |   |

自己株式の買付、  
新オフィスの敷金の支払等  
により、現金及び預金が減少。

新オフィスの敷金の支払、  
投資有価証券の取得等により、  
投資その他の資産が増加。

受注損失引当金については  
後述。

2021年8月12日付  
「自己株式取得に係る事項の  
決定に関するお知らせ」にて  
公表した内容に基づき、  
自己株式 130,000株を取得。

# キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

|                | 2021年<br>6月期2Q<br>連結 | 2022年<br>6月期2Q<br>単体 | 2022年6月期2Qの主な内訳 |      |
|----------------|----------------------|----------------------|-----------------|------|
| 営業CF           | 246                  | 585                  | ・税金等調整前四半期純利益   | 679  |
|                |                      |                      | ・減価償却費          | 116  |
|                |                      |                      | ・受注損失引当金の増加     | 32   |
|                |                      |                      | ・仕入債務の増加        | 26   |
|                |                      |                      | ・賞与引当金の増加       | 24   |
|                |                      |                      | ・未払費用の増加        | 21   |
|                |                      |                      | ・法人税の支払額        | -181 |
|                |                      |                      | ・売上債権の増加        | -108 |
|                |                      |                      | ・契約負債の減少        | -80  |
|                |                      |                      | ・未払金の減少         | -41  |
| 投資CF           | -214                 | -456                 | ・敷金及び保証金の差入     | -263 |
|                |                      |                      | ・投資有価証券の取得      | -120 |
|                |                      |                      | ・無形固定資産の取得      | -67  |
| 財務CF           | 44                   | -699                 | ・自己株式の取得        | -699 |
| 現金および現金同等物の増減額 | 76                   | -570                 |                 |      |
| 現金および現金同等物の残高  | 3,061                | 2,861                |                 |      |

受注損失引当金については後述。

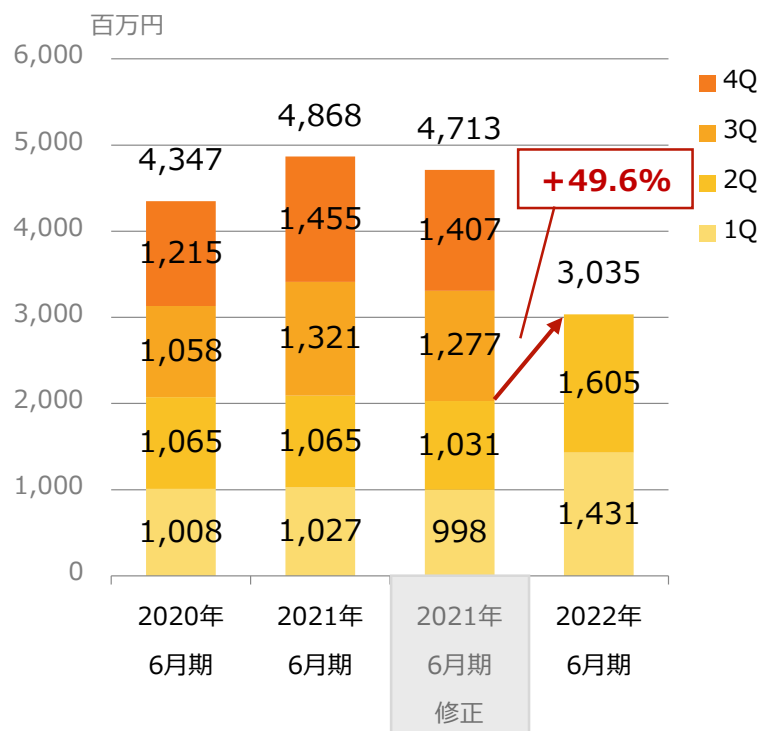
主に、新オフィスの敷金の支払による。

# プロフェッショナルサービス事業 3期比較

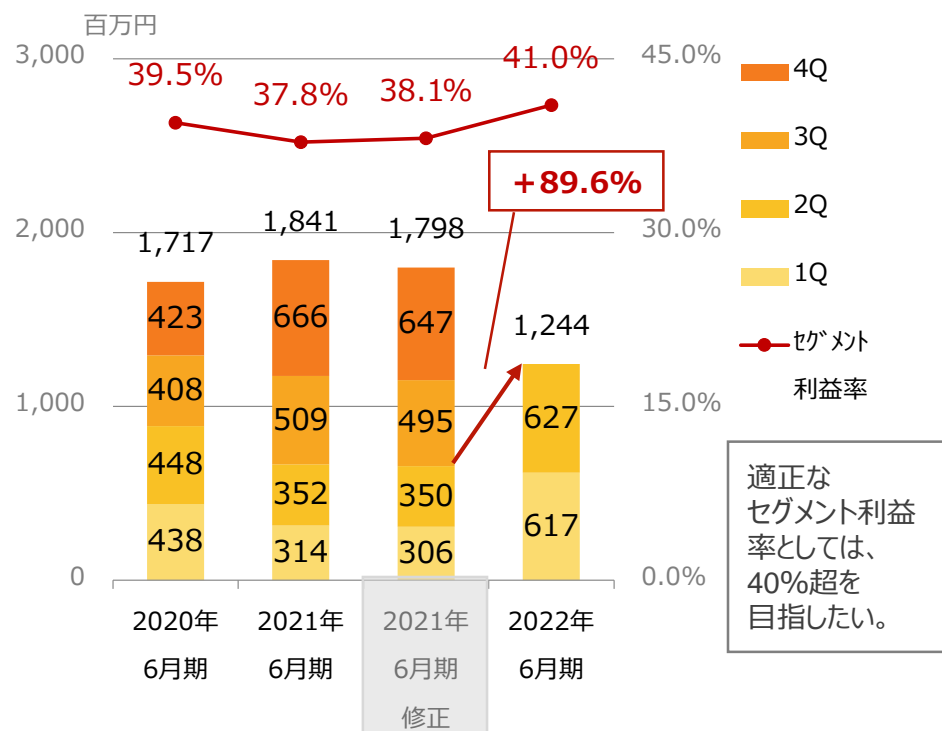
DX・データ活用に対する需要が高まり続け、受注活動が活発化する中、案件の長期化・大型化が進み、売上高・利益ともに、前年同期を大きく上回って推移。

特定の大型案件にて当期3Q以降に見込まれる損失を、受注損失引当金として32百万円計上したが、セグメント利益率は41.0%となっており、適正な利益率水準にて推移している。

### 四半期別売上高



### 四半期別セグメント利益



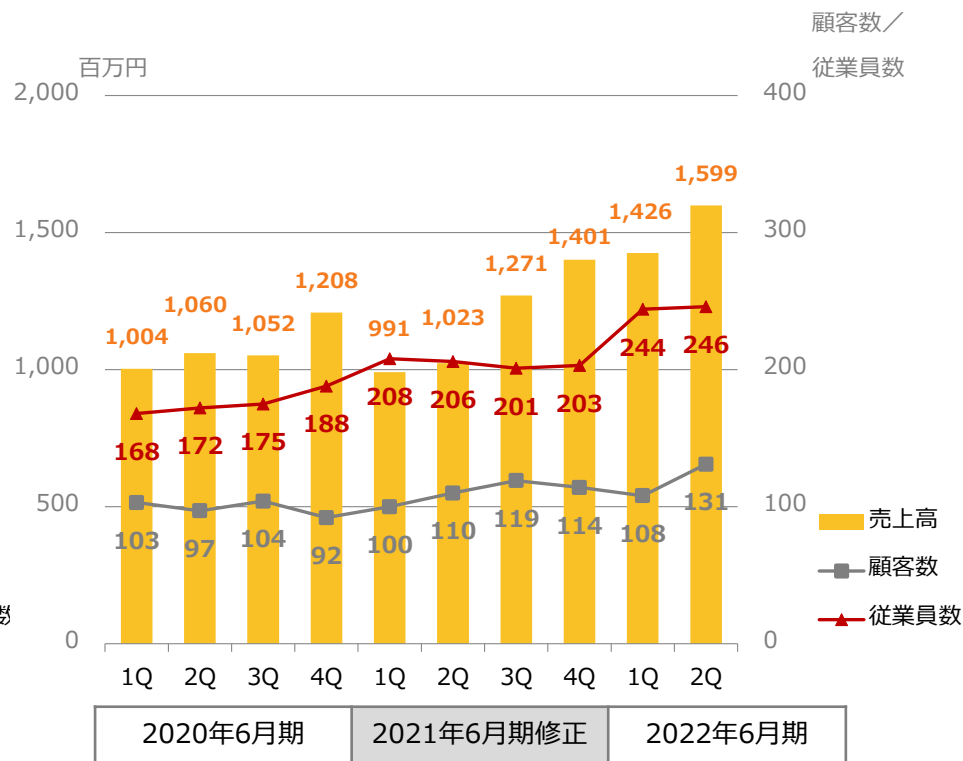
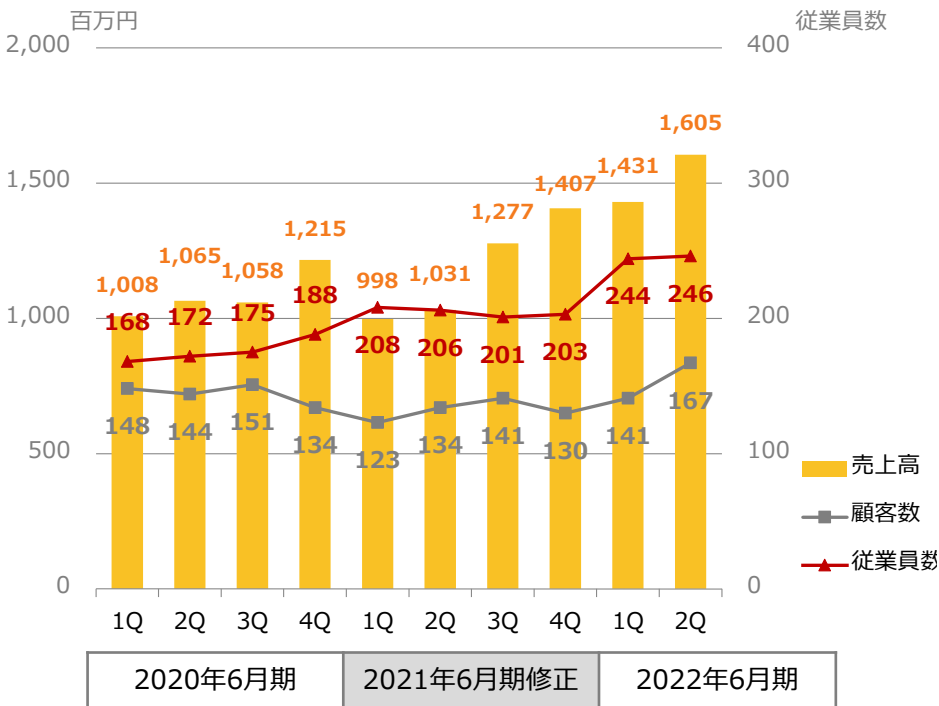
適正なセグメント利益率としては、40%超を目指したい。

# プロフェッショナルサービス事業 売上高、顧客数、従業員数

当期1Qの売上高は、案件の長期化・大型化、当期中に本配属となった新卒社員の有償稼働化が一部前倒しにて進んでいることもあり、過去最高となった。

1Qで一時的に低下した従業員1名あたり売上高も回復し、過去最高水準となっている。

売上高、顧客数、従業員数

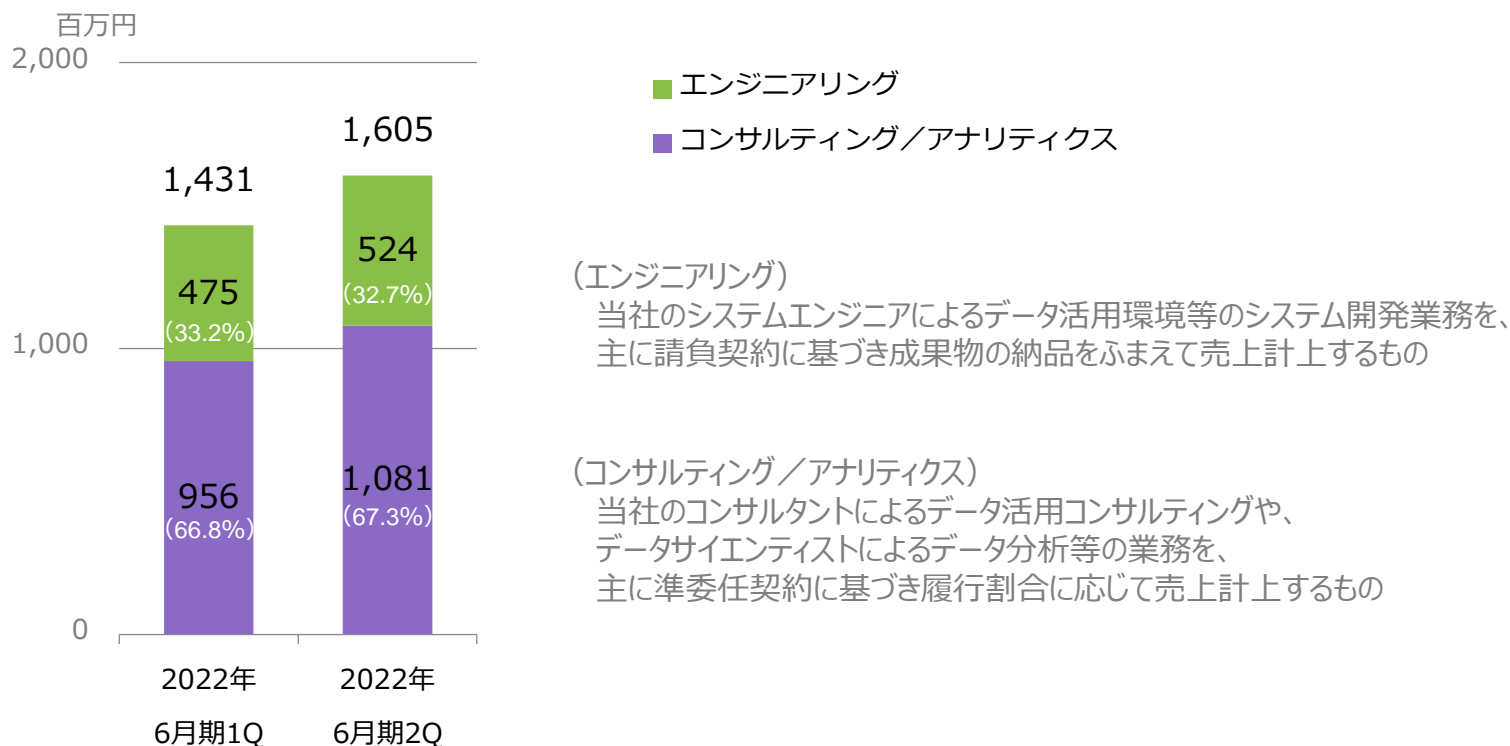


# プロフェッショナルサービス事業の収益分解

当期より、収益認識会計基準を適用。

顧客との契約から生じる収益を分解すると、当事業の収益は大きく2つに分解される。

顧客との契約から生じる収益を分解した情報

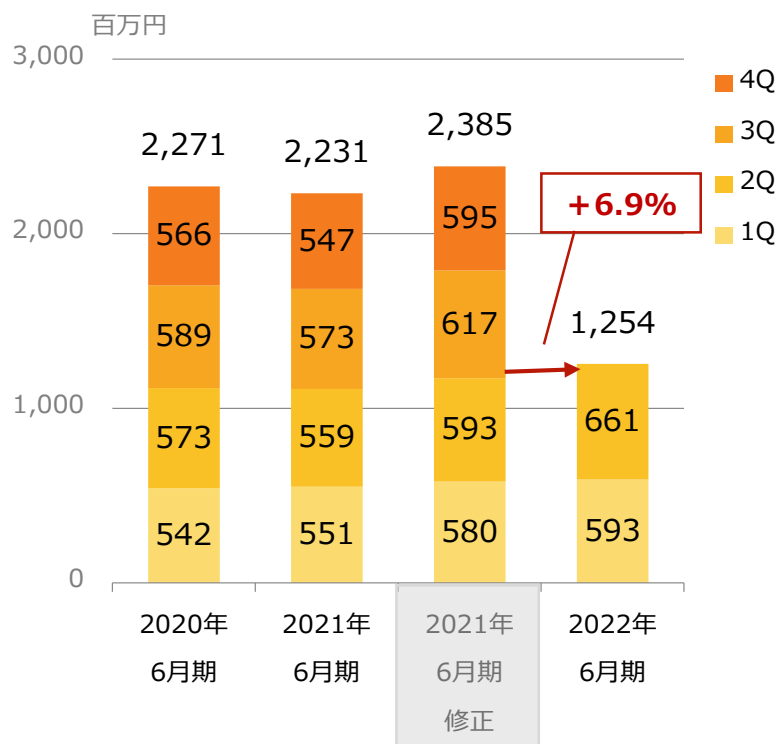


# プロダクト事業 3期比較

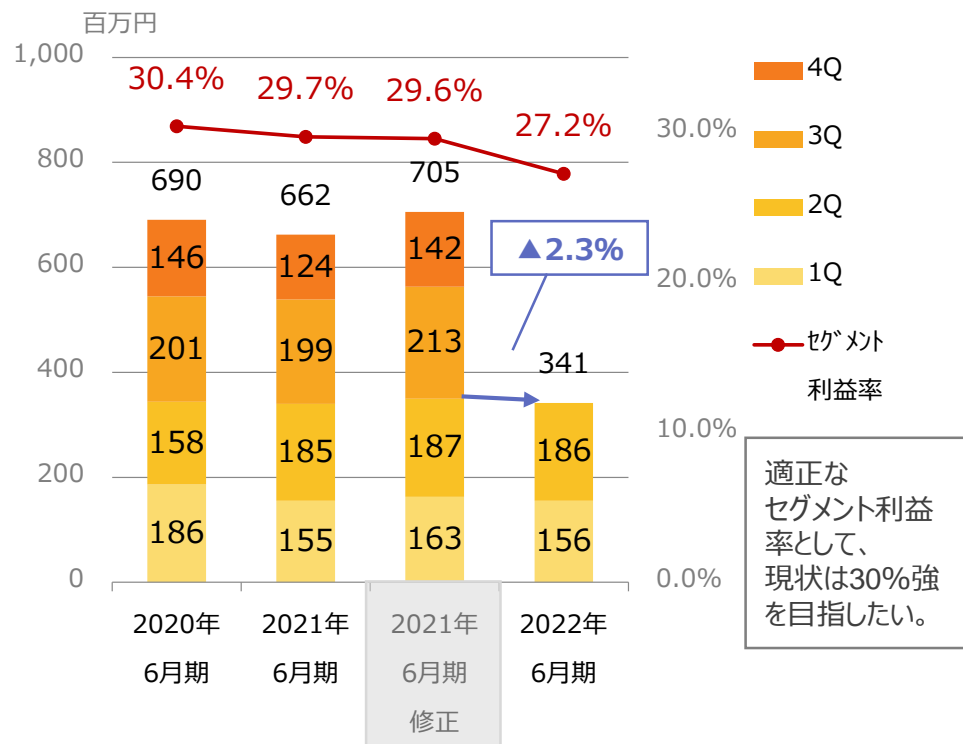
プロダクト事業の再成長に向けた取り組みを推進している中、その成果が表れ始めるまでには一定の期間がかかるものと考えており、当期上期の売上高は、+6.9%となった。

人員増による社員人件費の増加等の影響もあり、セグメント利益は微減も、当期1Qと比較すると、当期2Qは、売上高、利益、利益率ともに増加した。

### 四半期別売上高



### 四半期別セグメント利益

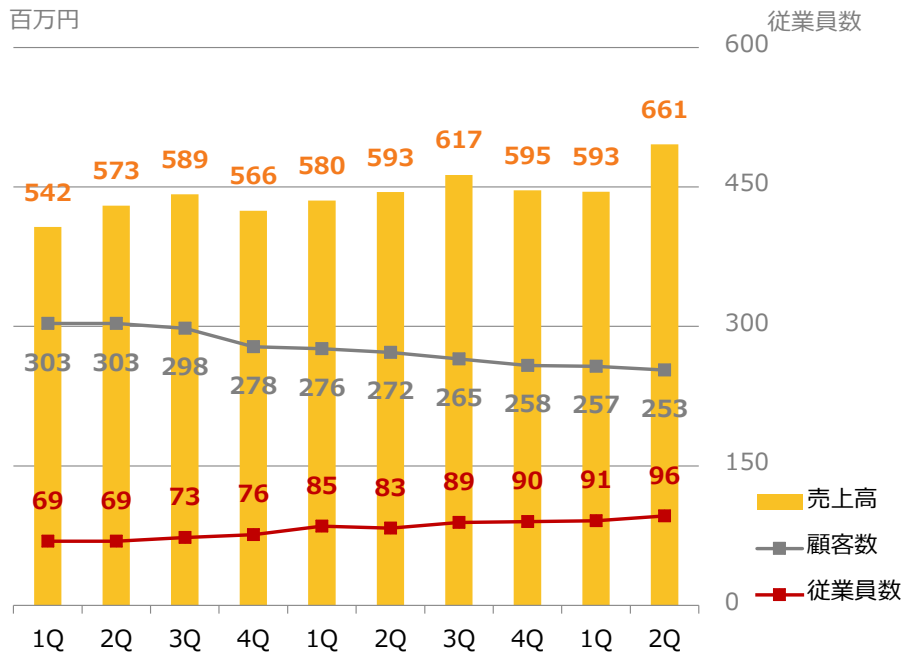


# プロダクト事業 顧客数、従業員数、ストック型売上高

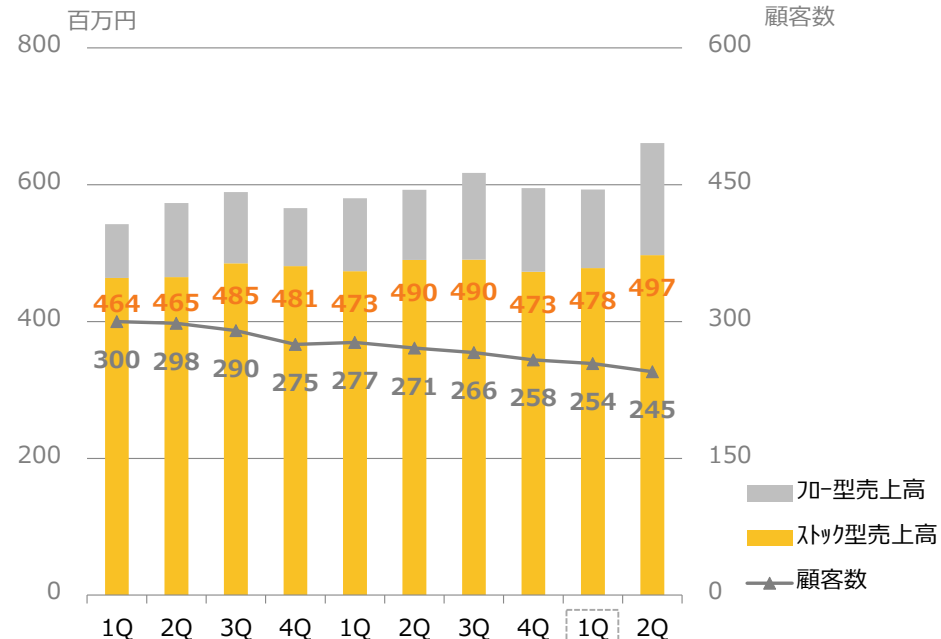
当期2Qは、新規顧客獲得、既存顧客のアップセルが進み、ストック売上高が増加した。

引き続き、主力プロダクトへリソースを集中して、部門連携の促進による営業プロセス、販売力の強化に取り組み、フロー型よりもストック型売上高の増加に注力していく。

売上高、顧客数、従業員数



ストック型売上高、顧客数



2020年6月期

2021年6月期修正

2022年6月期

2020年6月期

2021年6月期修正

2022年6月期

2021年11月12日公表の「2022年6月期 第1四半期決算補足説明資料」において、2022年6月期1Qのストック型売上高、顧客数の集計に誤りがありましたので、修正いたしました。

# 直近に発表したプレスリリース

評価・受賞

「Rtoaster」が、  
過去最多となる9部門にて、  
ITreviewの「Leader」を  
受賞  
(2022.1.19)

- IT製品レビュープラットフォームを運営するアイティクラウド(株)の「ITreview Grid Award 2022 Winter」において、過去最多9部門の「Leader」を獲得。
- 5期連続「Leader」 : DMP部門、CDP部門、レコメンドエンジン部門
- 新たに「Leader」を受賞 : Web接客部門、カゴ落ち対策部門、プッシュ通知部門
- 改めて「Leader」を受賞 : ABテスト部門、アプリ解析部門、アクセス解析・アトリビューション部門



## お客様からのレビュー

「レコメンド機能は、マーケティング初心者でも使いやすく、スタッフの方の丁寧なサポートもあり、定期的にメンテナンスできました。そのおかげで、**バナーのクリック率が、実施前の10倍になりました。**」

(1,000人以上、銀行業)

「ルールベースや自動レコメンドなど、**こういうことがしたいといったことはほぼ実現できる**ため、これなしではもう施策が回りません。**痒い所に手が届く**製品です。」

(1,000人以上、家具・インテリア業界)

「定期的に機能拡張が行われ、**できることが増えていく**のはありがたいです。UIの改善なども定期的に行われ、利用者としてご意見させていただいた点を迅速に反映いただけたこともあり、とてもありがたかったです。」

(300-1,000人未満、情報通信・インターネット業)



# 直近に発表したプレスリリース

|              |   |   |
|--------------|---|---|
| 島津製作所との取り組み  | 島津製作所のDX推進におけるデータ活用人材を育成<br>(2022.1.26)               | <ul style="list-style-type: none"><li>島津製作所の全部門を対象に、同社が求める人材像に適応した独自のプログラムを構築・提供。</li><li>同社の日本各所の拠点に展開できるよう、オンラインを中心としてプログラム提供。</li><li>入門編となるPhase1に始まり、分析基礎や分析結果のビジネス活用知識を習得するPhase2を経て、実践・活用方法を習得するPhase3までの3段階構成。</li></ul>                                    |
| ミクシィとの取り組み   | スマホゲーム「モンスト」の顧客インサイト調査を「Brandwatch」で実施<br>(2022.1.13) | <ul style="list-style-type: none"><li>ミクシィのモンスト事業本部は、新規の企画立案のために「Brandwatch」を採用。</li><li>SNS分析によるユーザーインサイト調査から、プロモーションの効果測定までをスピーディに実施。</li><li>ブレインパッドは、ユーザーインサイト調査に役立つダッシュボードの作成などを行い、モンスト事業を支援。</li></ul>  |
| 電通、DXBとの取り組み | 電通、電通クロスブレインと共同ソリューションを提供開始<br>(2021.12.2)            | <ul style="list-style-type: none"><li>顧客毎にブレインパッド、電通、電通クロスブレイン（DXB）の3社による選任チームを組成し、データマーケティングの戦略立案から運用フェーズまでを総合的に支援。</li><li>自社データの活用に関心を持つブレインパッドの「Rtoaster」と、テレビの視聴ログデータ、ウェブ広告接触データ、位置情報データなどを人基点で活用できる電通の「People Driven DMP」を連携し、多彩なデータをフル活用したサービスを提供。</li></ul> |
| 出資、投資        | 出資先である(株)セキュアが東証マザーズに上場<br>(2021.12.27)               | <ul style="list-style-type: none"><li>ブレインパッドは、2019年12月、入退室管理システムや監視カメラから得られるデータの活用における協業を目的にセキュアにマイナー出資。</li><li>今後も協業を深め、デジタルとリアルデータの融合やその活用等の実現を推進。</li></ul>  |



# 日経ビジネス（電子版）に、トヨタ自動車との対談記事が公開

当社が日経ビジネスで展開する連載にて、当社クライアントのトヨタ自動車株式会社との対談記事が公開。本連載は、「経営者の隣にデータサイエンスを。」をテーマに、DXによる企業変革に挑む事例等を紹介するもので、第2回目となる今回は、トヨタ自動車株式会社の「材料開発のDX」を担う皆さまを迎え、「マテリアルズ・インフォマティクス（MI）」に関する同社の取り組みについて対談しています。

「日経ビジネス 電子版 SPECIAL」Vol.2 データサイエンスでものづくりの未来を開く「材料開発のDX」でトヨタが目指すもの  
URL : <https://special.nikkeibp.co.jp/atclh/ONB/21/brainpad1210/vol2/>



経営者の隣にデータサイエンスを。

Vol.2 データサイエンスでものづくりの未来を開く

「材料開発のDX」で  
トヨタが  
目指すもの

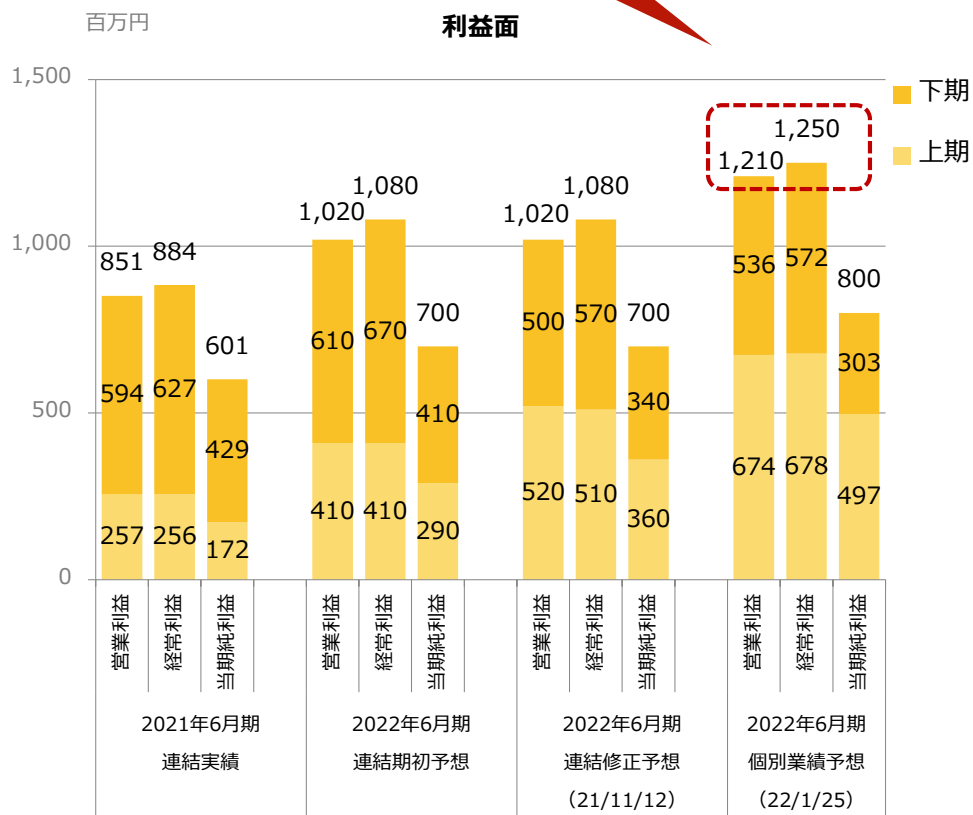
様々なものづくり産業の基盤を支える材料開発。その革新に向け、データサイエンスを用いる「マテリアルズ・インフォマティクス（MI）」導入の動きが広がっている。中でもトヨタ自動車は、いち早くMIに取り組んできた企業として知られ、現在は、蓄積した知見を基に顧客向けの解析サービスを始動しつつある。その背景や狙いを、同社およびパートナーであるブレインパッドのキーパーソンに聞いた。

# 2022年6月期 業績予想 および資本政策について

# (1-1) 上期の進捗をふまえた通期業績予想

当期下期は、上期よりは伸び率が小さくなる見込みであるものの、  
売上高、営業利益、経常利益が、過去最高となる見込み。

売上高、利益面ともに過去最高を見込む



## (1-2) 売上高の予想について

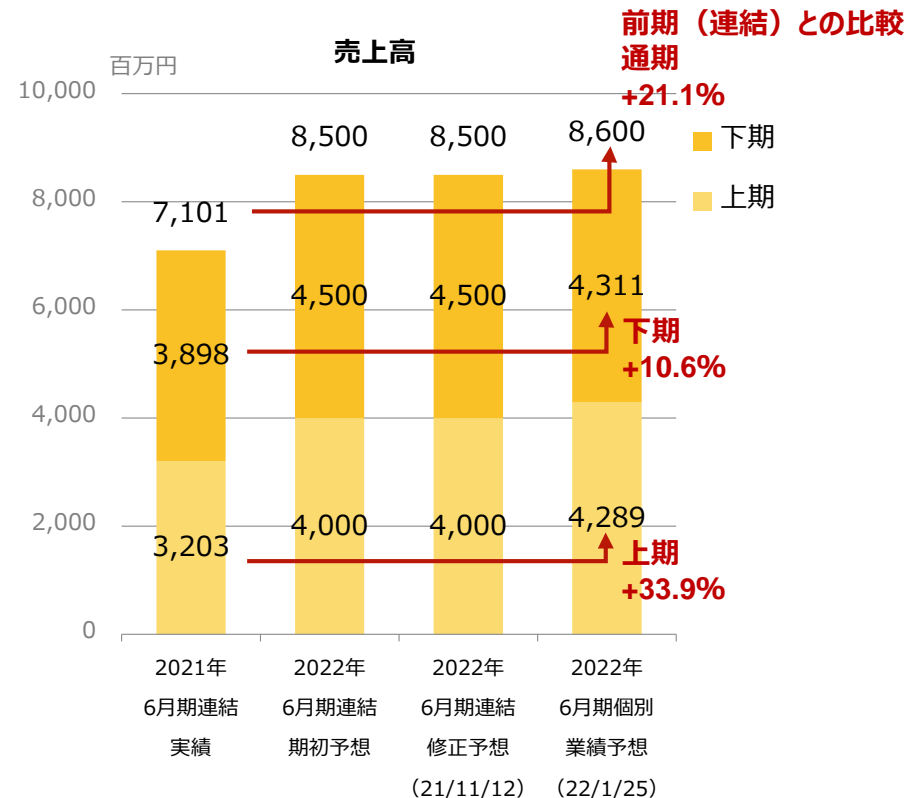
### 【下期売上高の伸びが限定的となる見込みである理由】

#### 【プロフェッショナルサービス事業】

- ・ 収益貢献が限定的な特定の大型案件に人員を割く必要があり、その分、新規案件に割り当てられる人員が限定されるため。
- ・ 同事業において、一部職種の増員が想定よりもやや遅れている。

#### 【プロダクト事業】

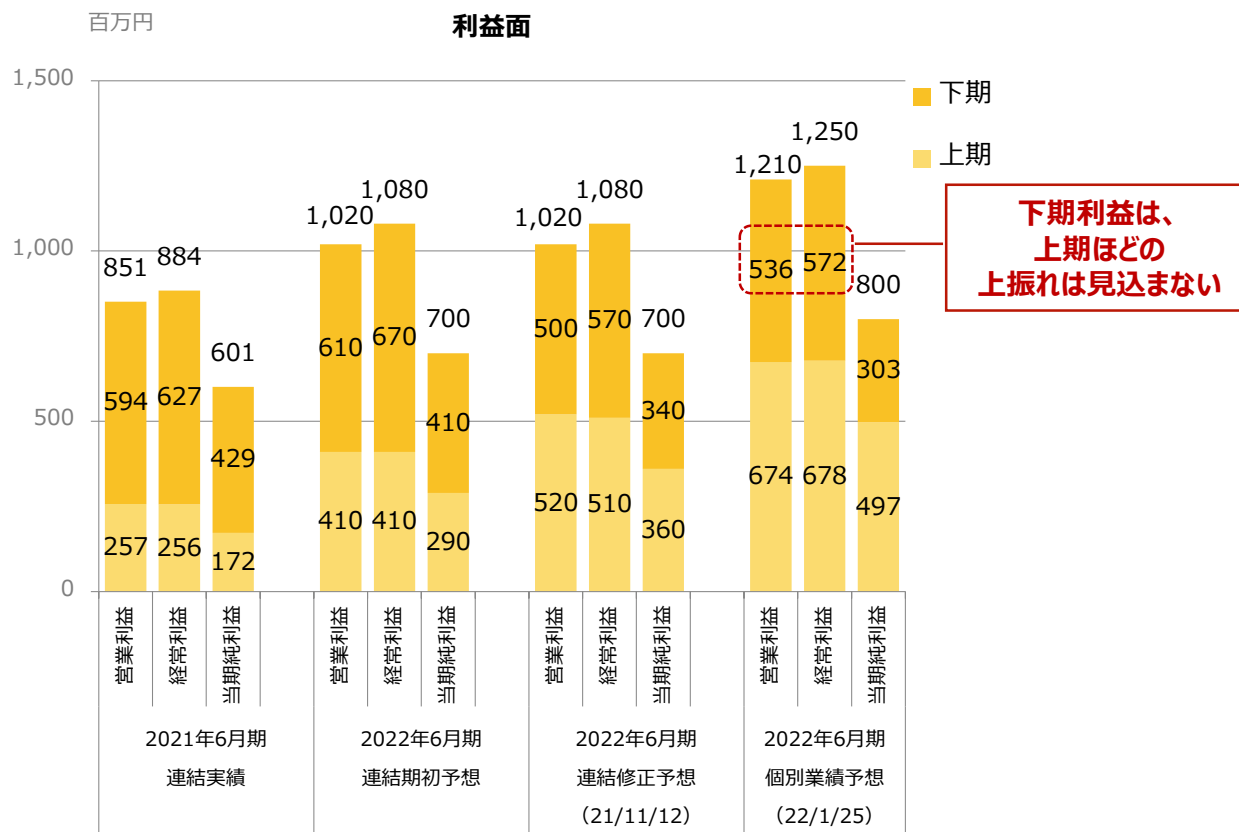
- ・ 成長が限定的となる可能性がある。



## (1-3) 利益面の予想について

### 【下期利益面の伸びが限定的となる見込みである理由】

- ・ プロフェッショナルサービス事業において、特定の大型案件による利益貢献が限定的となる。
- ・ 投資を伴う3つの重点アクション（次頁）は下期も継続。人材の採用・確保のための人材関連費用の増加や、2Qまでに未消化であった費用の支出を見込む。



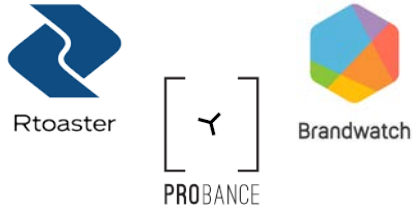
## (2) 投資を伴う、3つの重点アクション



### 積極的な 人材採用の 継続

当社単体で、  
中途・新卒合わせ、**106名**  
(当期末比24.8%増)  
の増員を計画。

5億円程度の費用増  
(社員人件費、人材採用費等)



### プロダクト事業 の再成長

同事業に係る部門を集約する  
組織変更を実施するとともに、  
主力プロダクトに人材をはじめ、  
経営資源を集中させる計画。

従来を大きく上回る支出の  
計画はないものの、セールス・  
マーケティング機能、プロセスを  
強化するための各種取り組み  
に注力。

主力プロダクト以外にかかる  
費用の適正化も図る

組織間の連携促進による  
販売力強化を図る



### 組織力強化の ためのオフィス 集約・移転

2022年5月を目途に、  
東京都港区白金台の本社・  
品川区目黒オフィスの2拠点を、  
新オフィス1拠点へ集約する  
本社移転を計画。

1億円～1.5億円程度の  
費用増  
(うち、特別損失として90百万円  
前後を想定)

人員拡大・事業成長と、  
アフターコロナの働き方の変化に対応

移転先の六本木ティーキューブ (東京都港区六本木)



## (3-1) 資本政策について

### 中計における 前提

資本活用による最優先課題を、  
既存ビジネスの成長を加速させるようなM&Aをはじめとする事業成長投資とし、  
その活用が進まない場合は株主還元の可能性を検討する。

### 中計前半2年 を終えた現状と 次期の見通し

少額出資・投資は実行したものの、  
人材獲得目的のM&Aのような大型の投資はなし。

コロナによる業績へのマイナス影響が甚大なものにはならず済んでいるため、  
手元資金が積み上がる状態が続く。

次期は本社移転を計画しているが、前述の業績予想をふまえると、  
手元資金が大幅に減少していく状況ではないと考えられる。

2021年8月～

### 自己株式取得 を実行

M&Aの準備資金として一定程度の資金を確保したうえで、  
なお余剰となる資金の一部を活用し、本年8月より自己株式の取得を実行。

株主還元と資本効率の向上に加え、役員・従業員への株式報酬への活用、  
自己株式を利用したM&A・資本提携等の遂行への活用などを目的。

その後も、引き続き、配当・自己株式取得等の実施を検討していく予定。

## (3-2) 当期に実施した自己株式の取得結果 および株式分割について

### 自己株式の取得結果

1. 取得期間 2021年8月13日～2021年9月14日（約定日ベース）
2. 取得した株式の総数 130,000株  
→ その後、2021年10月29日付にて、自己株式8,150株を、  
取締役・従業員に対する譲渡制限付株式として処分済
3. 株式の取得価額の総額 698,297,491円

### 株式分割の実施

1. 基準日 2021年12月31日 ※当日は、株主名簿管理人の休業日につき、実質的には2021年12月30日
2. 分割比率 1 : 3（普通株式1株につき、3株の割合をもって分割）
3. 効力発生日 2022年1月1日

## (参考) 直近に開示した事項

|         |                         |   |
|---------|-------------------------|---|
| 市場変更    | 新市場区分<br>「プライム市場」に適合    | <ul style="list-style-type: none"> <li>2021年7月9日付にて株式会社東京証券取引所より新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果を受領。</li> <li><b>「プライム市場」の上場維持基準に適合</b>している旨を確認。</li> <li>今後、取締役会決議を経て、新市場区分の選択申請に係る所定の手続きを進めていく予定。</li> </ul> |
| 機関設計の移行 | 監査等委員会設置会社へ移行           | <ul style="list-style-type: none"> <li>2021年9月開催の定時株主総会の承認により、監査等委員会設置会社へ移行。</li> <li><b>任意の機関として、指名報酬委員会を設置。</b></li> <li>役員は、取締役（監査等委員であるものを除く）6名、監査等委員である取締役3名。<br/><b>全9名のうち、4名が独立社外取締役。</b></li> </ul>   |
| 株主還元    | 自己株式の取得                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>前頁に記載の通り。</li> </ul>   |
| 流動性向上   | 株式分割（1:3）               | <ul style="list-style-type: none"> <li>前頁に記載の通り。</li> </ul>   |
| 組織再編    | 連結子会社 Mynd株式会社を<br>吸収合併 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2021年12月1日を効力発生日として、吸収合併。</li> <li>これに先立ち、当社がMynd株式会社に対して有する債権の一部を放棄。</li> <li>本合併は、当社の完全子会社との合併であるため、当社の連結業績に与える影響は軽微。</li> </ul>                                     |

## (4) 中期経営計画の達成に向けての現時点の考え方

現時点での考え方は以下の通り。

- 次期（2022年6月期）は、売上高85億円は必達。→ 85億円から年率20%成長すると売上高102億円となる。
- そのため、中計達成に向けては、2022年6月期、2023年6月期において、年率20%を超える売上成長を実現していけるかがポイントとなる。

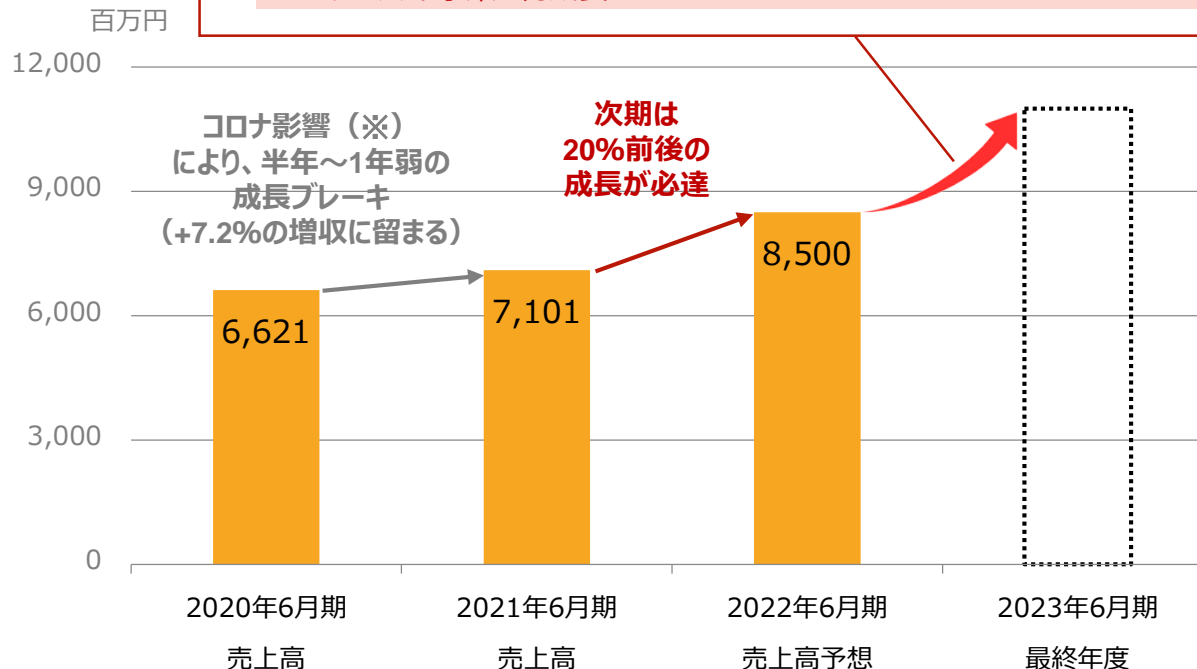
### <年率20%を超える売上成長の要件>

- 切れ目ない売上の確保（＝有償稼働率の維持）
- 早期の人員拡充、機動的な外注活用による、人的リソースの強化
- プロダクト事業の再成長

既存事業の  
オーガニック  
成長



M&Aによる  
売上



### <利益面についての考え方>

利益額の達成は、最終年度における投資（人材採用等）の規模感次第となる。

中計前半（2021年6月期まで）において、販管部門への投資（営業マーケティング部門や、管理部門の強化）は先行して進んでいるため、最終年度に向けての売上成長の加速により、確実に利益率を上昇させていきたい。

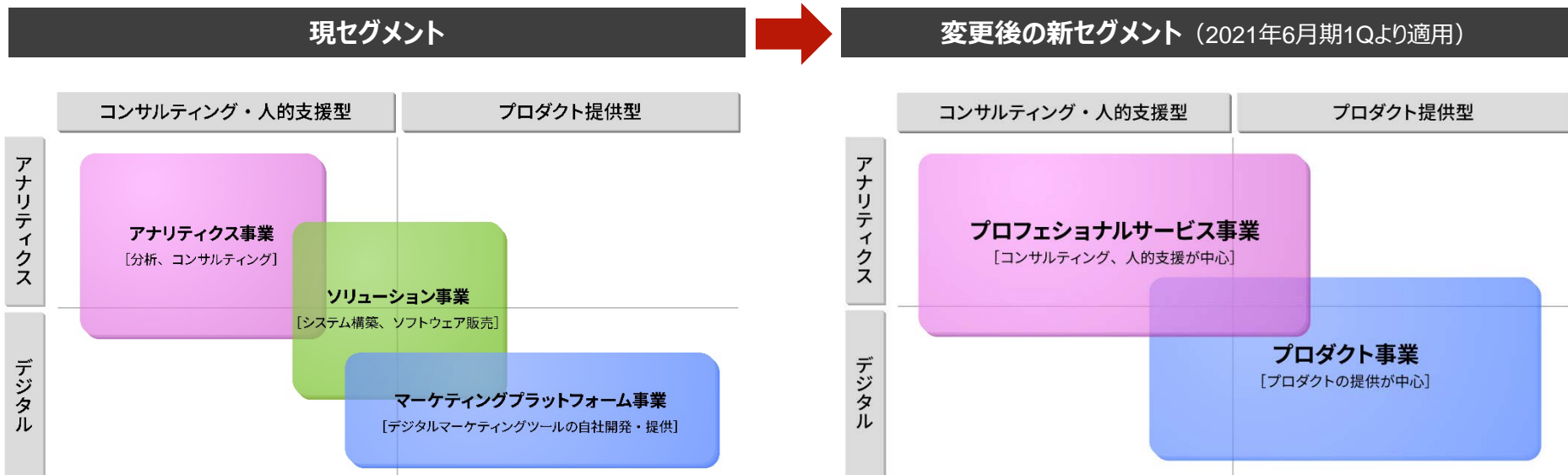
(※) 2020年6月期の顧客には、旅行・航空・運輸、エンターテインメント、人材関連など、コロナ影響を大きく受けた業界の企業が相当数含まれていたため、これらの業界から受託する案件の規模縮小等により、2021年6月期の当社グループの売上高にもマイナス影響が発生。

# 2021年6月期からのセグメント変更について

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。

\*デジタルトランスフォーメーション

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、2021年6月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。

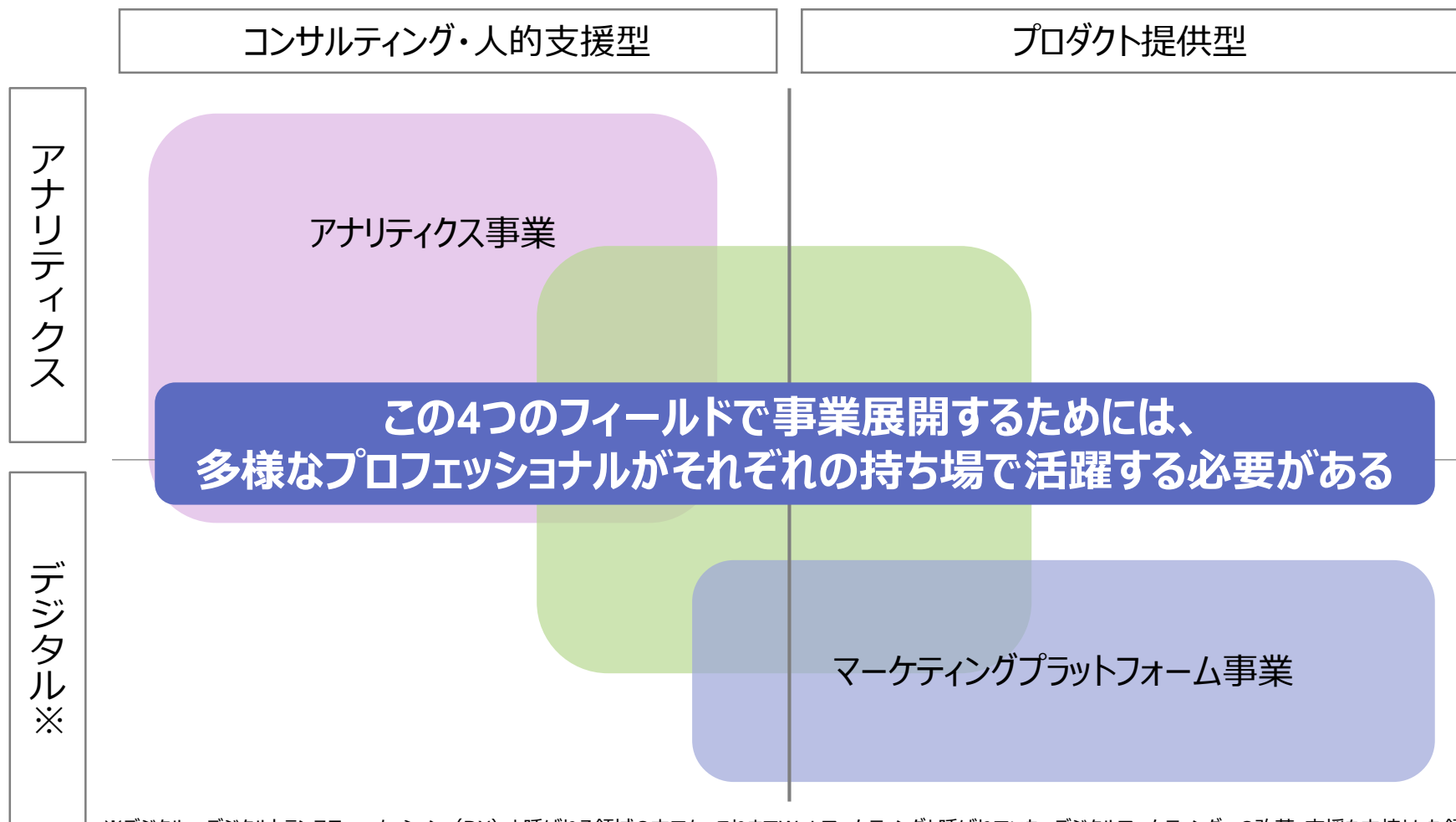
当社ビジネスの考え方

**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)**

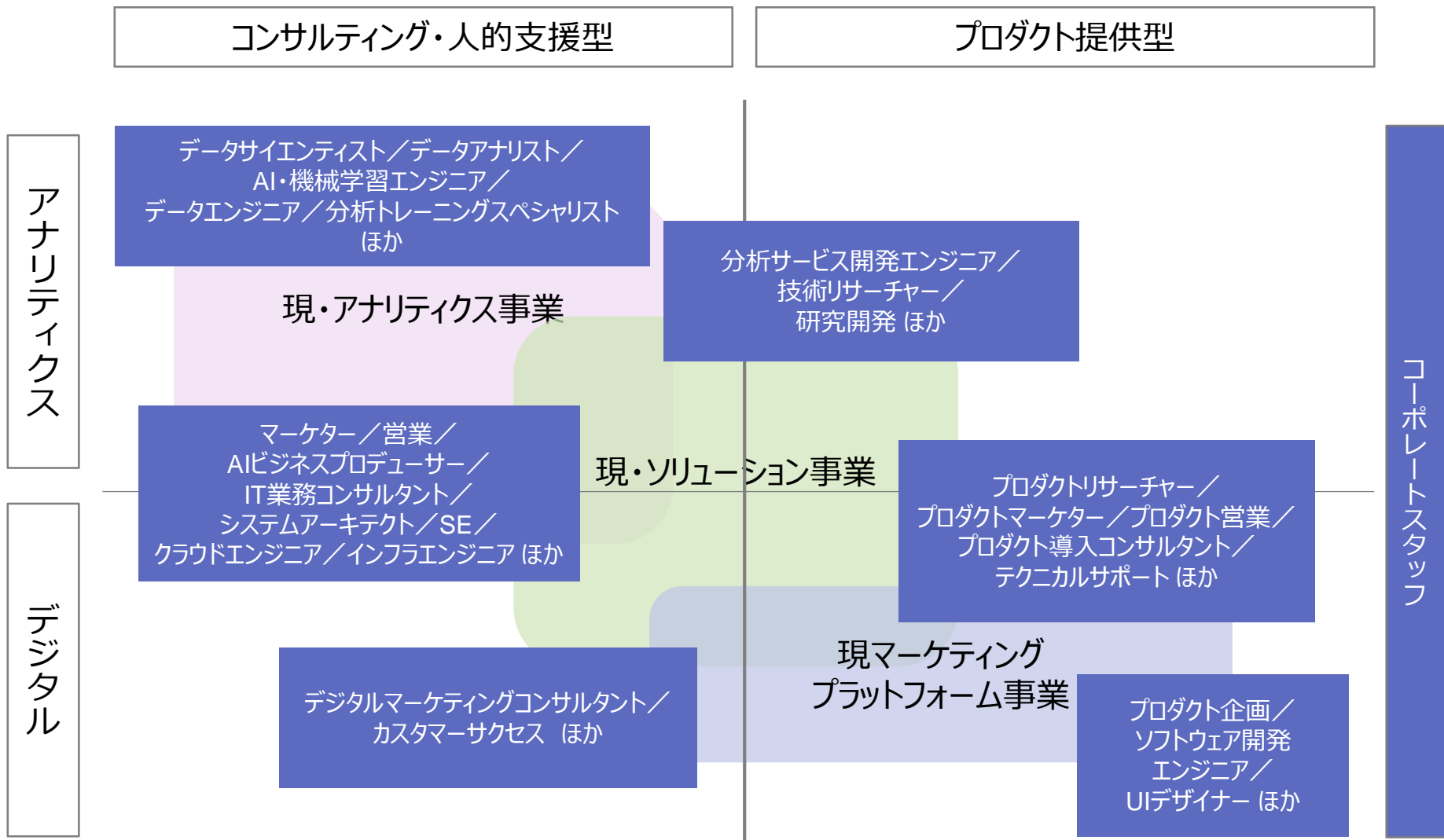
# ブレインパッドのビジネス領域

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。

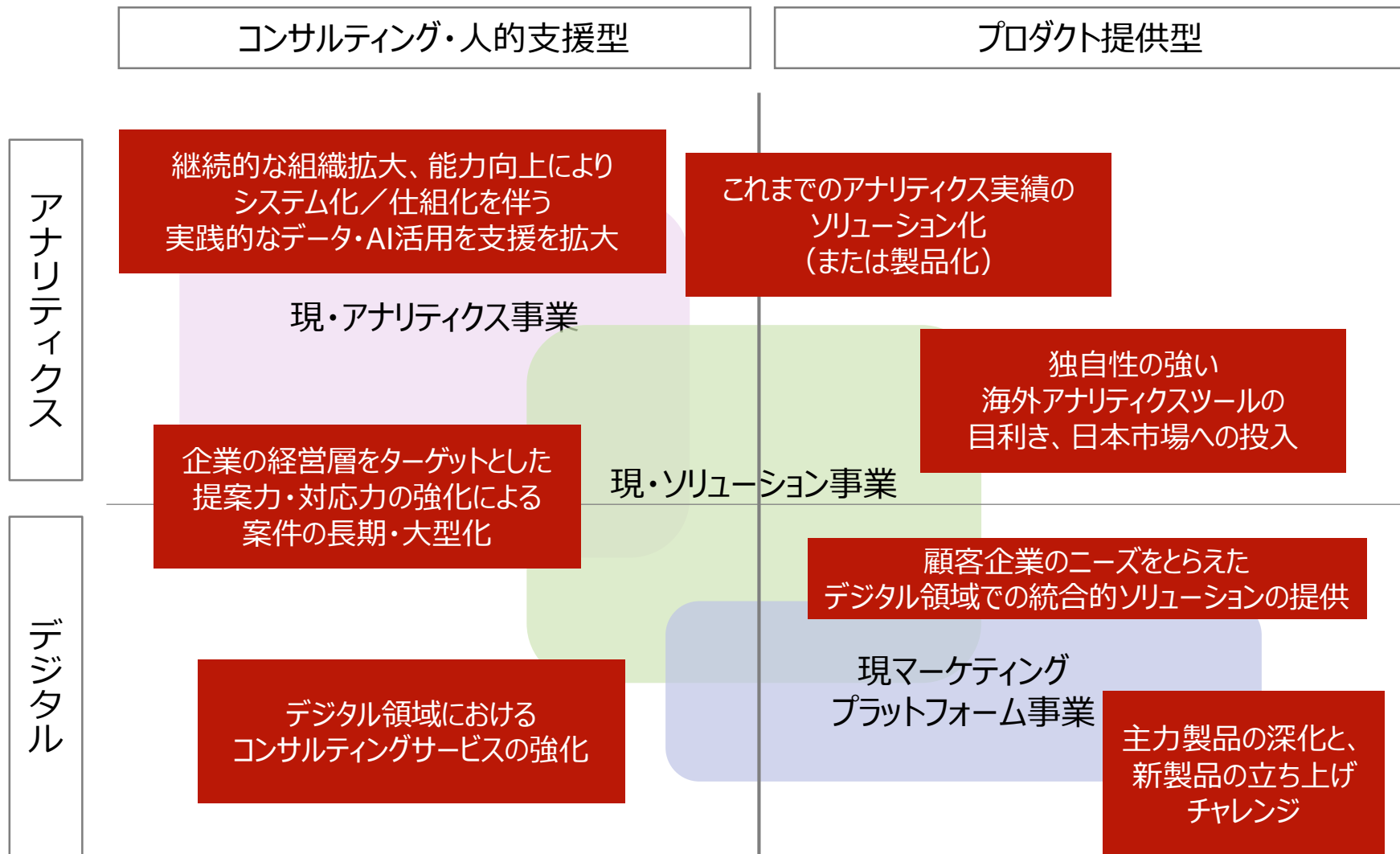


※デジタル：デジタルトランスフォーメーション（DX）と呼ばれる領域の中でも、これまでWebマーケティングと呼ばれていた、デジタルマーケティングへの改革・支援を中核とした領域

## : 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



# 中期経営計画の基本方針

## 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。

## 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」

# 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             | 中計最終年度<br>(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<br>21.2% | 新・中計4年間の平均ROE<br>20%程度 | —                  |
| 従業員数  | 306名                   | 580～650名               | 4年間で約2倍の<br>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。

P32に更新あり

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

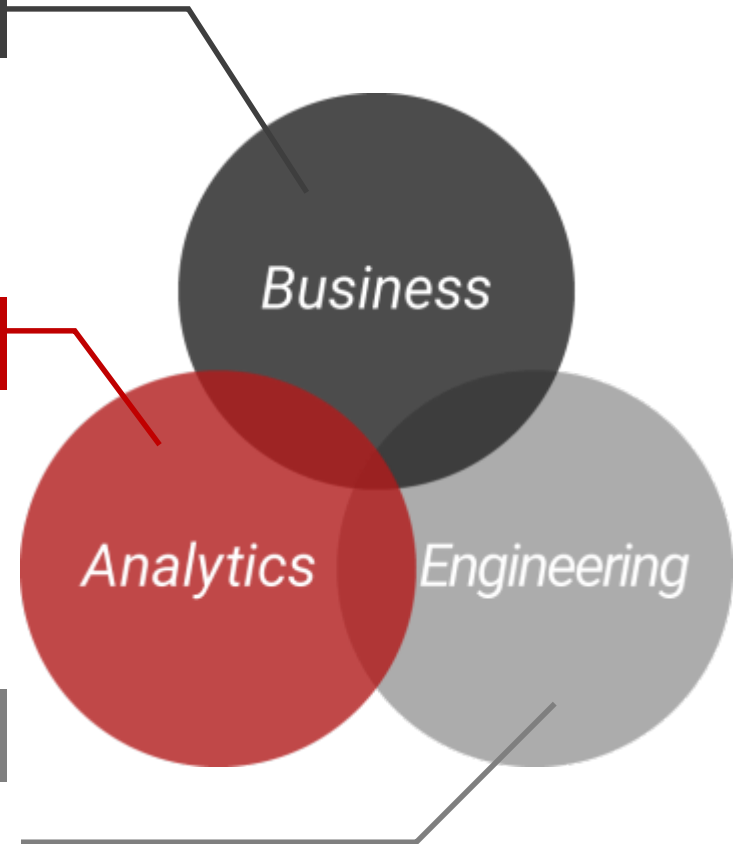
2004年の創業以来、ブレインパッドがデータ活用をお手伝いした企業は1,000社を超えます。幅広い業界を対象として、豊富に積み上げられたナレッジを武器に、お客様の経営課題を解決に導きます。

**150**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、150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

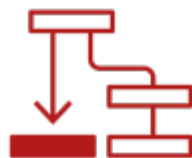
マーケティングのPDCA  
サイクル全体の改善を支援



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

# 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

データビジネスプラットフォーム  
(CDP/プライベートDMP)



**Rtoaster**  
顧客データを統合・分析し、高精度なパーソナライズを実現するトータルソリューション

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

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ビト・モノを複合的にマッチング

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

# 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

データビジネス・プラットフォーム  
(CDP/プライベートDMP)



**Rtoaster**

顧客データを統合・分析し、高精度なパーソナライズを実現するトータルソリューション

マーケティングオートメーション  
プラットフォーム



PROBANCE

**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

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

機械学習  
データマイニング

機械学習・統計解析・分析・  
レポートインクシステム



**WPS Analytics**

スケーラブルなデータ加工と分析ができ、パワフルで高い汎用性を持つ、分析ソフトウェアプラットフォーム

マッチングエンジン



Conomi  
**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

クラウドプラットフォーム

Microsoft Azure

分析基盤

**Microsoft Azure**

ビッグデータ活用に必要の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

**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

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

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

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

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)**

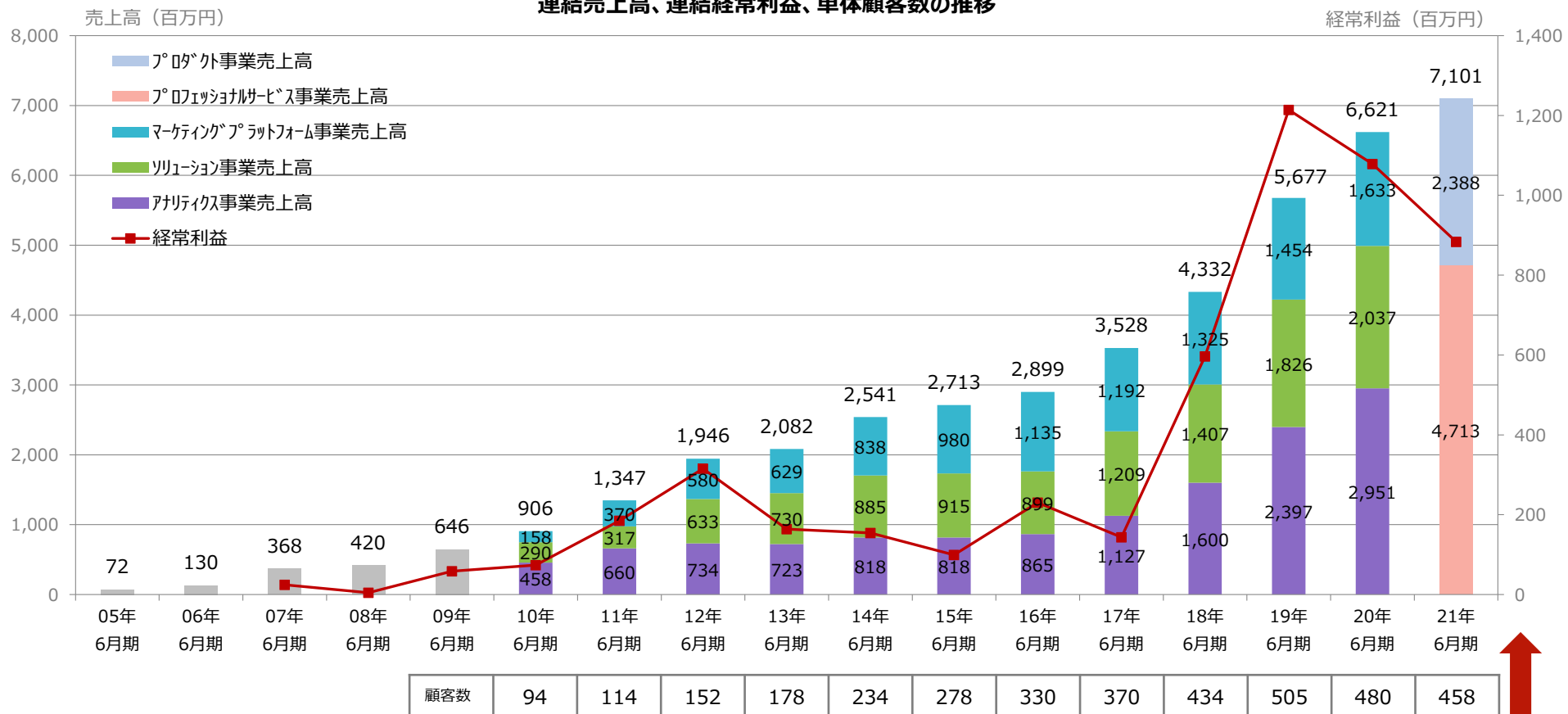
人が行う業務を自動化・効率化するロボティック・プロセス・オートメーション

その他

■ 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

# 当社グループ創業からの歩み

連結売上高、連結経常利益、単体顧客数の推移



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。

22年6月期からは  
単体数値を掲載予定





## 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、見直しなどは、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、これら見直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。