



DATA SECTION

# 2022年3月期 第3四半期 決算説明資料

データセクション株式会社

2022年2月10日

証券コード：3905

## 2022年3月期の第3四半期の活動サマリーは以下の通り

- 当第3四半期（累計）においては、売上高は1,154百万円、営業利益5百万円となり、第2四半期から回復して営業黒字へ
- 当第3四半期から当社の事業活動におけるキャッシュ・フロー創出力を示す指標として調整後EBITDAを開示指標に追加、調整後EBITDAは167百万円
- 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通期の目標を達成
- 当第3四半期においてストック型の売上比率71.3%となった（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.17
3. トピックス	P.27
4. 参考資料	P.30

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.17
3. トピックス	P.27
4. 参考資料	P.30

## 2021年3月期までの業績推移と2022年3月期第3四半期の業績

- 当第3四半期連結累計期間より、当社の事業活動におけるキャッシュ・フロー創出力を示す指標として調整後EBITDA（※）を開示指標に追加

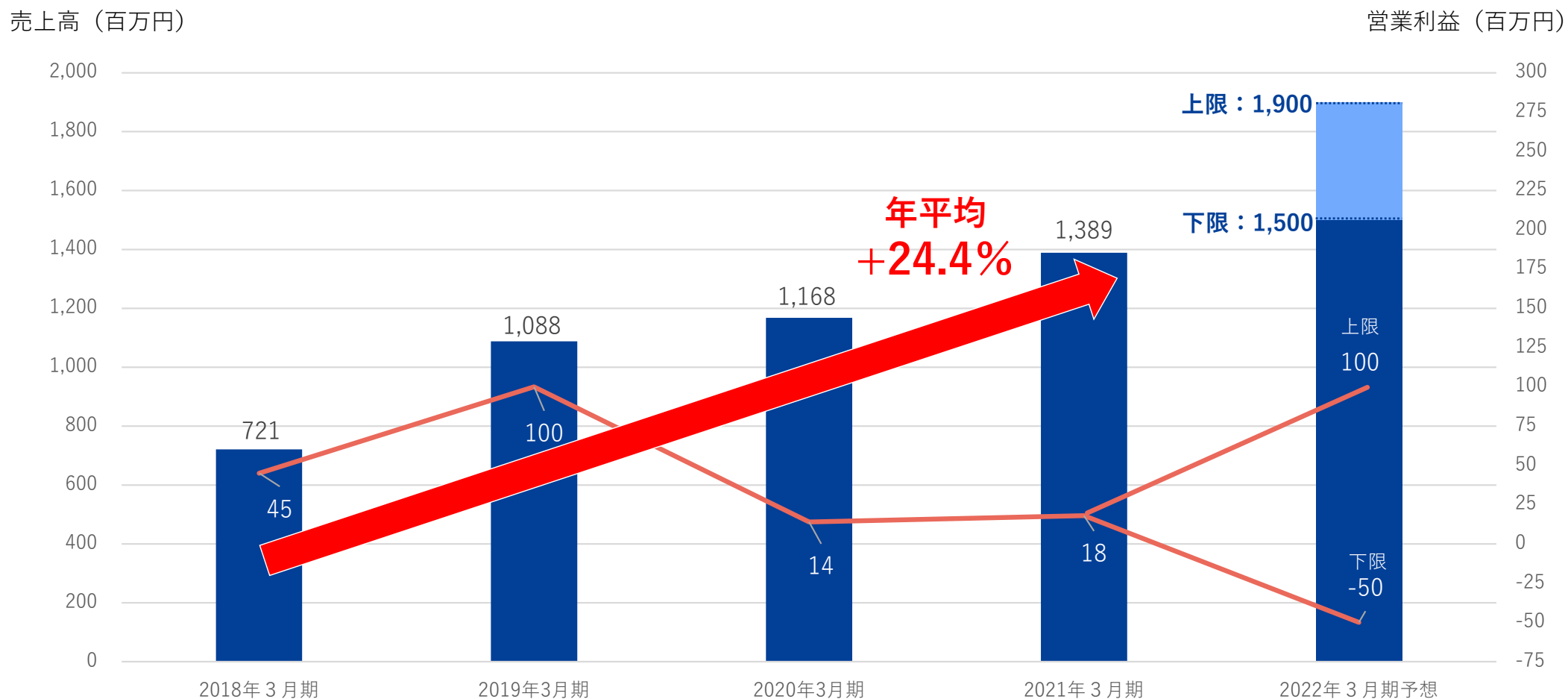
(百万円)

	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期 第3四半期 (9カ月)
売上高	721	1,088	1,168	1,389	1,154
販管費	265	327	397	519	439
売上高販管費率	36.8%	30.1%	34.0%	37.4%	38.1%
営業利益	45	100	14	18	5
売上高営業利益率	6.2%	9.3%	1.2%	1.3%	0.4%
調整後EBITDA	114	235	203	242	167
売上高 調整後EBITDA率	15.8%	21.6%	17.4%	17.4%	14.5%

※調整後EBITDA = 営業利益+減価償却費+のれん償却費（顧客関連資産償却を含む）+株式報酬費+M&A関連費+構造改革費+その他の調整項目

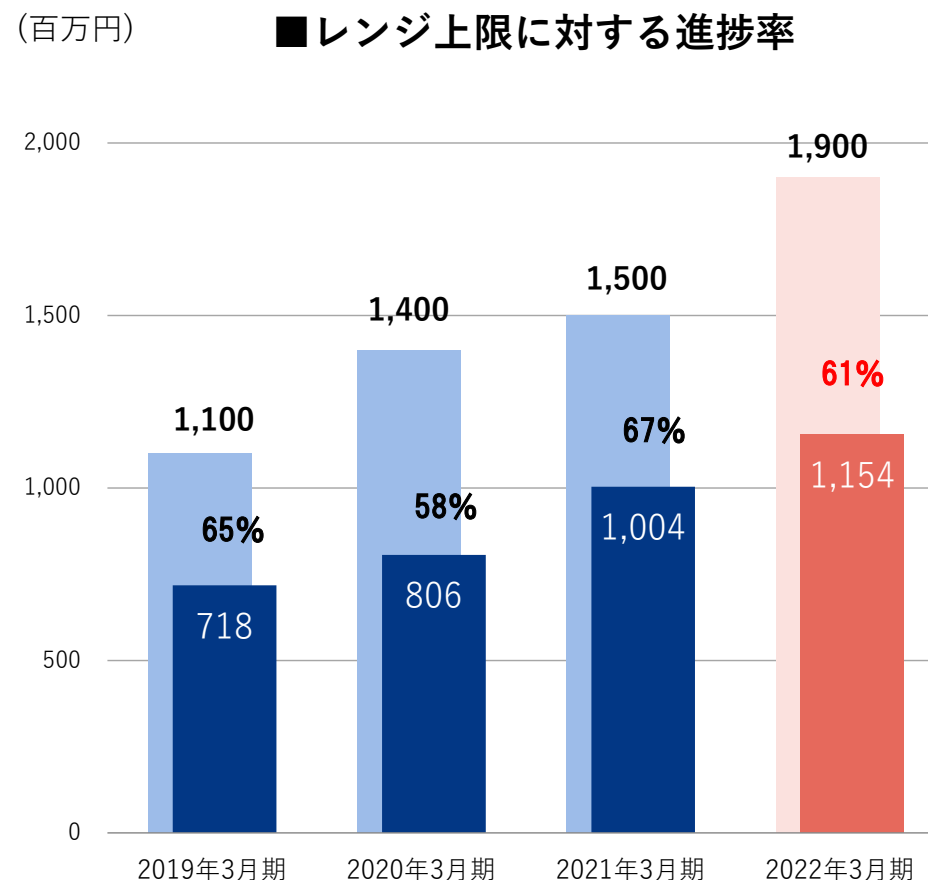
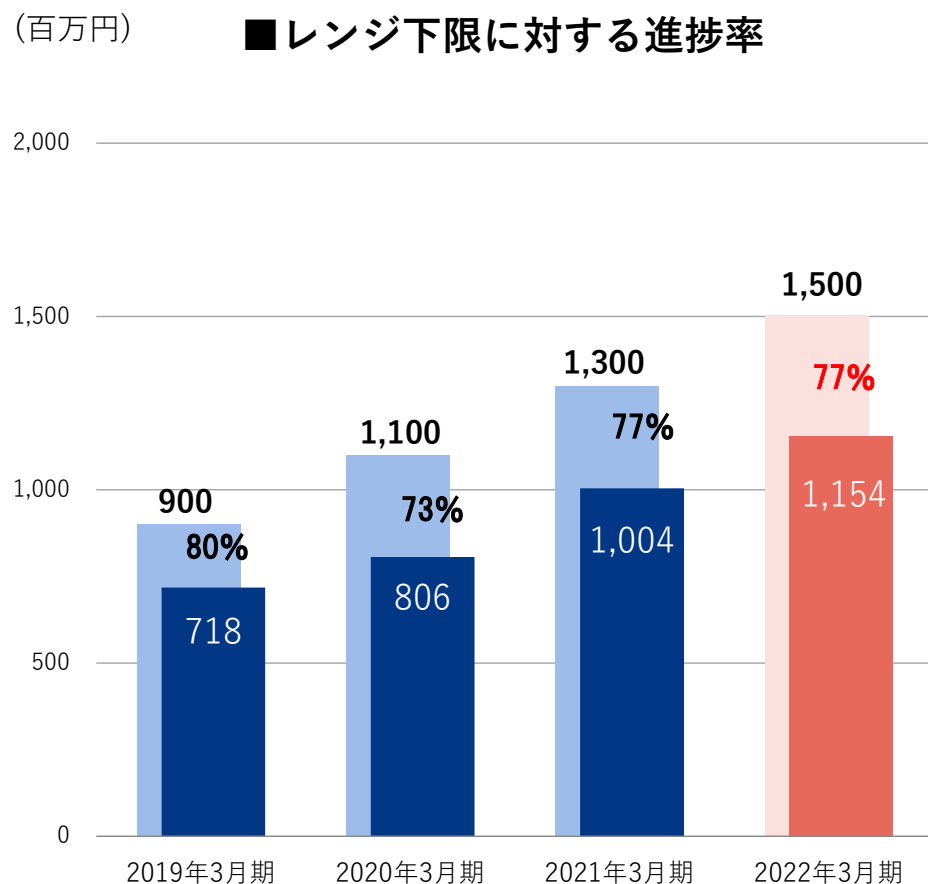
## 2021年3月期までの業績推移と2022年3月期の業績予想

- 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3四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77%、上限予想に対して61%となった

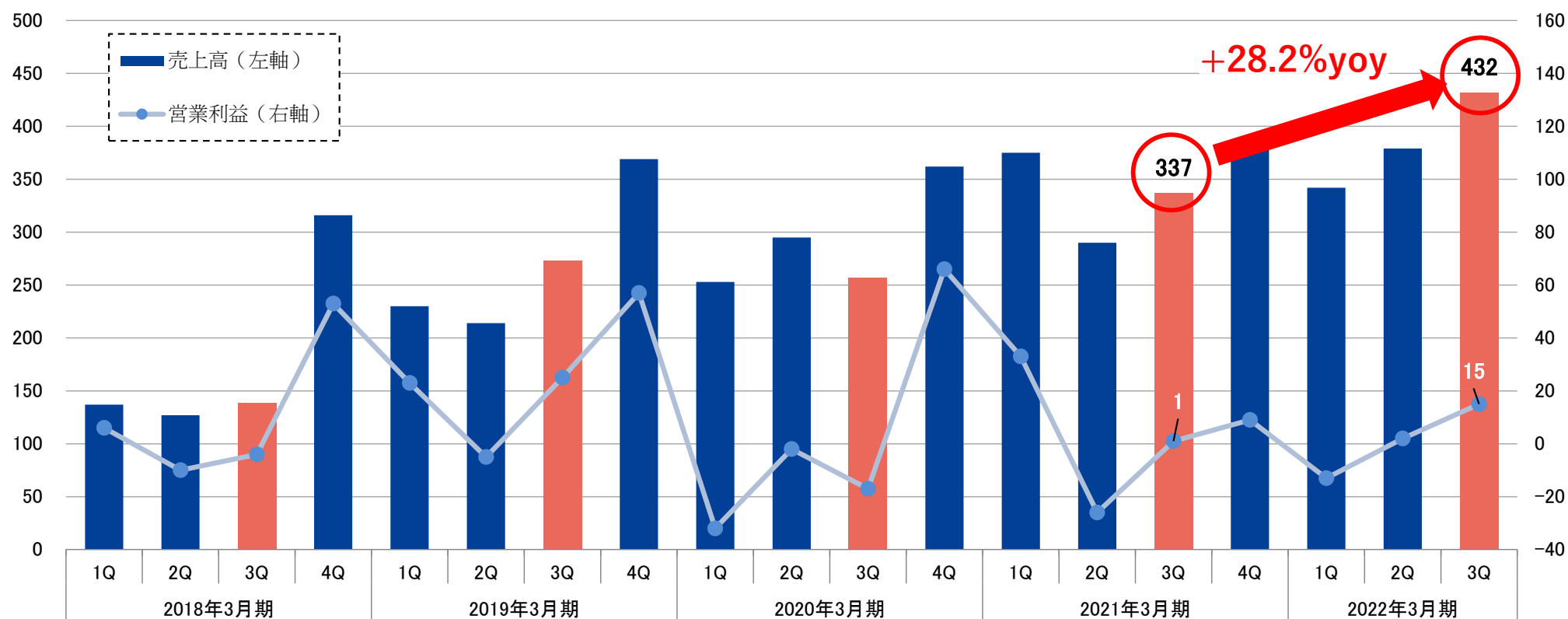


## 四半期別売上高と営業利益の推移（連結）

- 当第3四半期連結会計期間の売上高は、グループ各社の売上増加施策が奏功したこと、第2四半期連結会計期間に子会社化したINTELIGENXIA S.A.の損益を取り込んだことなどから、前年同期と比べ28.2%増加した
- 当第3四半期連結会計期間の営業損益は、15百万円の営業利益となった

売上高（百万円）

営業利益（百万円）

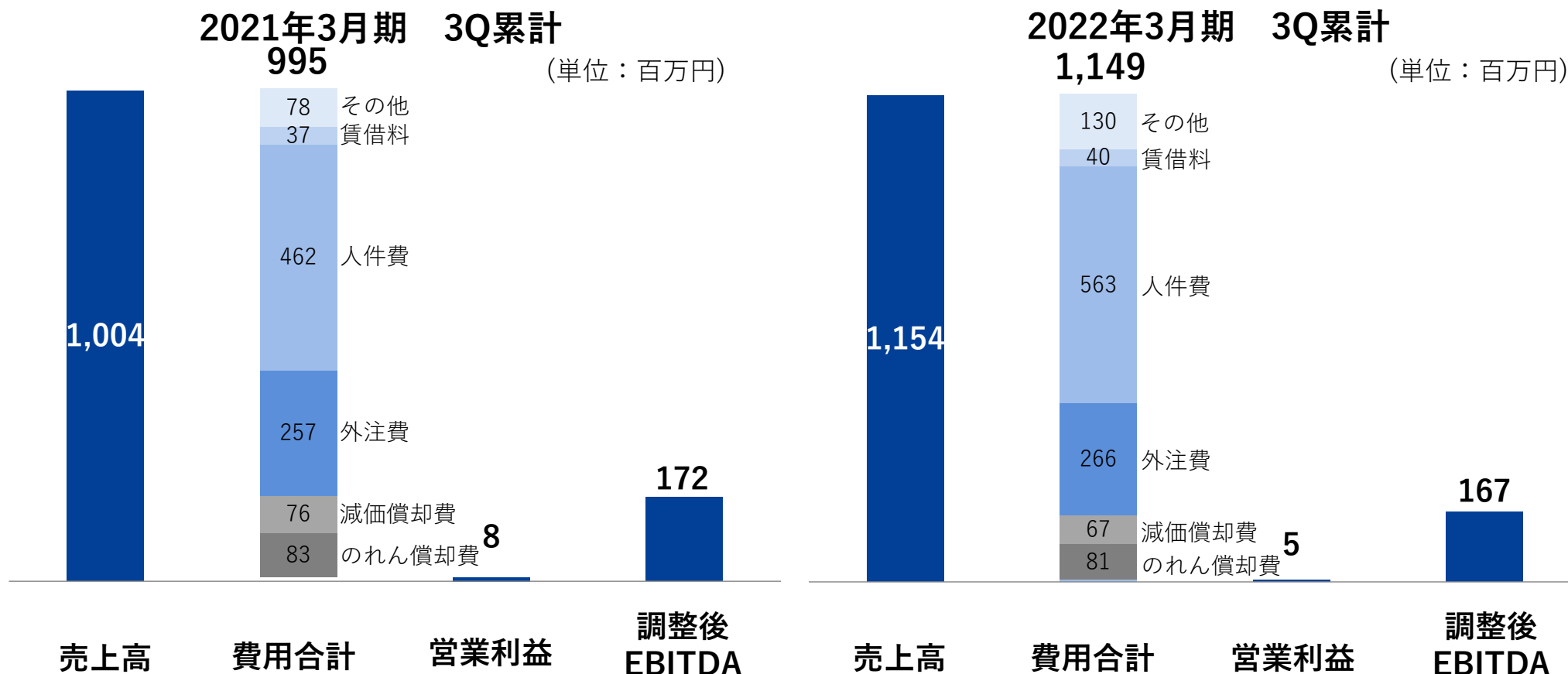




## 営業費用内訳

- 当第3四半期連結累計期間において前年同期と比較し営業費用が増加した主な要因は、INTELIGENXIA S.A.の損益を取り込んだこと、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人件費の増加によるもの
- 営業利益5百万円となったものの、当社の事業活動によるキャッシュ・フロー創出力を示す指標である調整後EBITDAは、167百万円となった

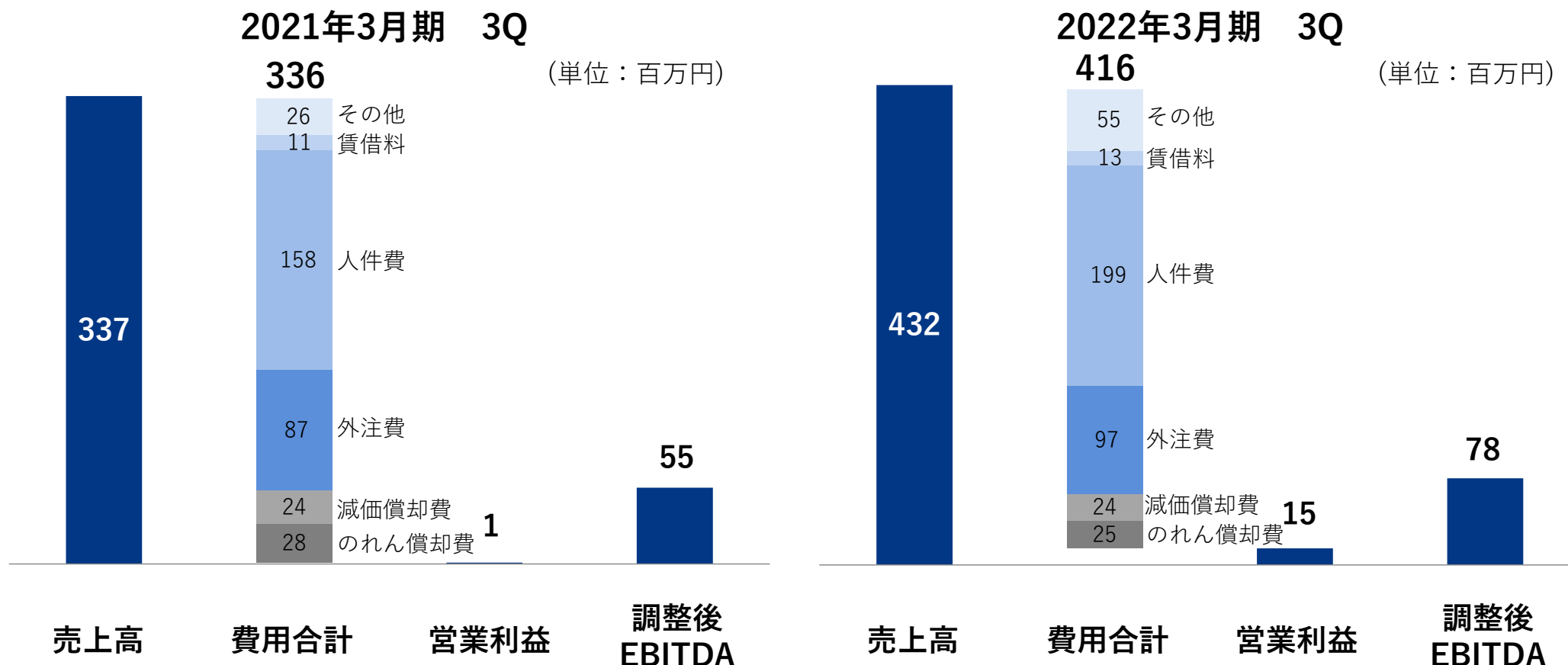
※調整後EBITDA = 営業利益+減価償却費+のれん償却費（顧客関連資産償却を含む）+株式報酬費+M&A関連費+構造改革費+その他の調整項目



## 営業費用内訳

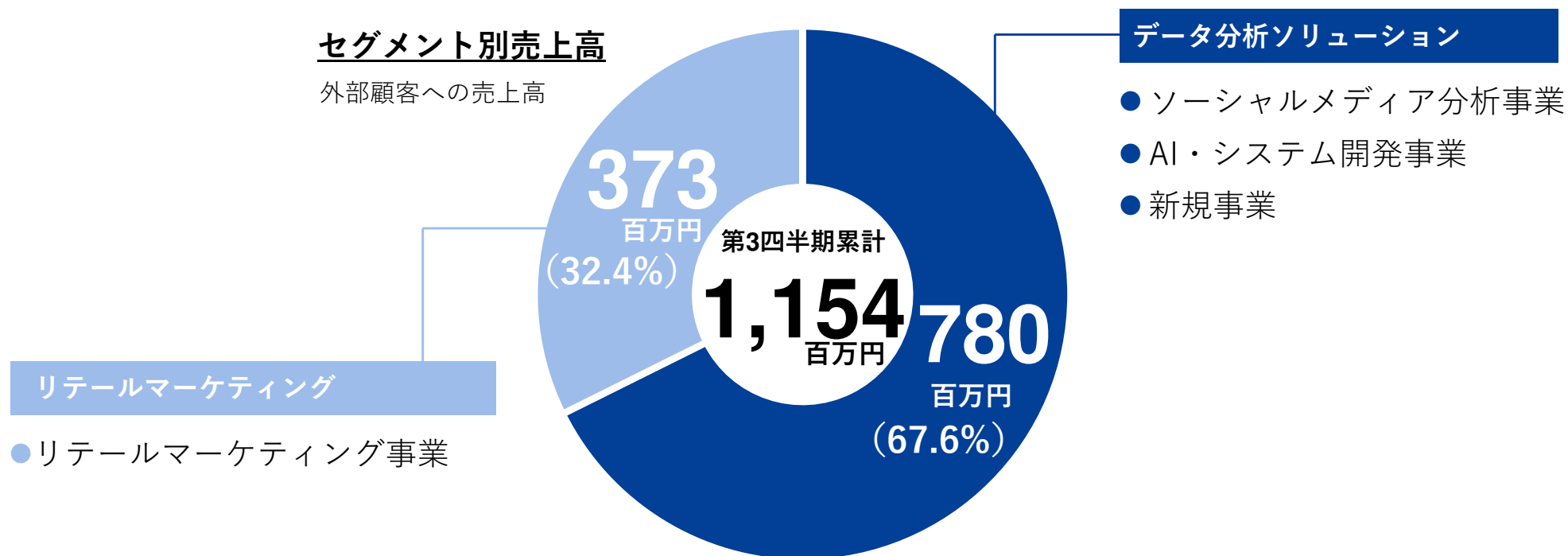
- 当第3四半期連結会計期間において前年同期と比較し営業費用が増加した主な要因は、INTELIGENXIA S.A.の損益を取り込んだこと、エンジニア及びデジタルマーケティング要員の採用による人件費の増加によるもの
- 営業利益15百万円となったものの、当社の事業活動によるキャッシュ・フロー創出力を示す指標である調整後EBITDAは、78百万円となった

※調整後EBITDA = 営業利益+減価償却費+のれん償却費（顧客関連資産償却を含む）+株式報酬費+M&A関連費+構造改革費+その他の調整項目



# 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

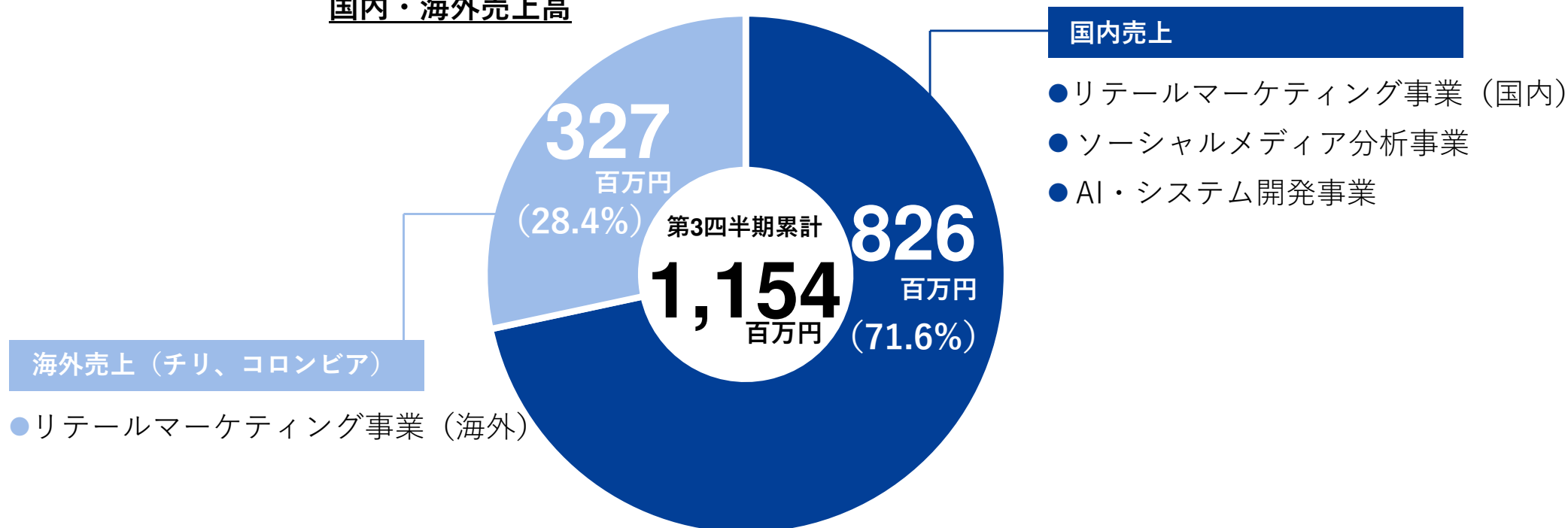
- リテールマーケティング事業は、これまで単一セグメントのソーシャル・ビッグデータ事業の一部として損益管理をしていたが、当社の注力領域として更なる事業の拡大が見込まれる中で、他の事業と区別してより迅速で適切な意思決定を実施するために、第1四半期より「リテールマーケティング」セグメントとして独立した損益管理単位とした
- ソーシャルメディア分析事業、AI・システム開発事業、新規事業については「データ分析ソリューション」セグメントとして損益管理する



# 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3四半期連結累計期間の海外売上高は、327百万円
- 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）、INTELIGENXIA S.A.（チリ法人）、Alianza FollowUP S.A.S.（コロンビア法人）の売上高を計上

国内・海外売上高



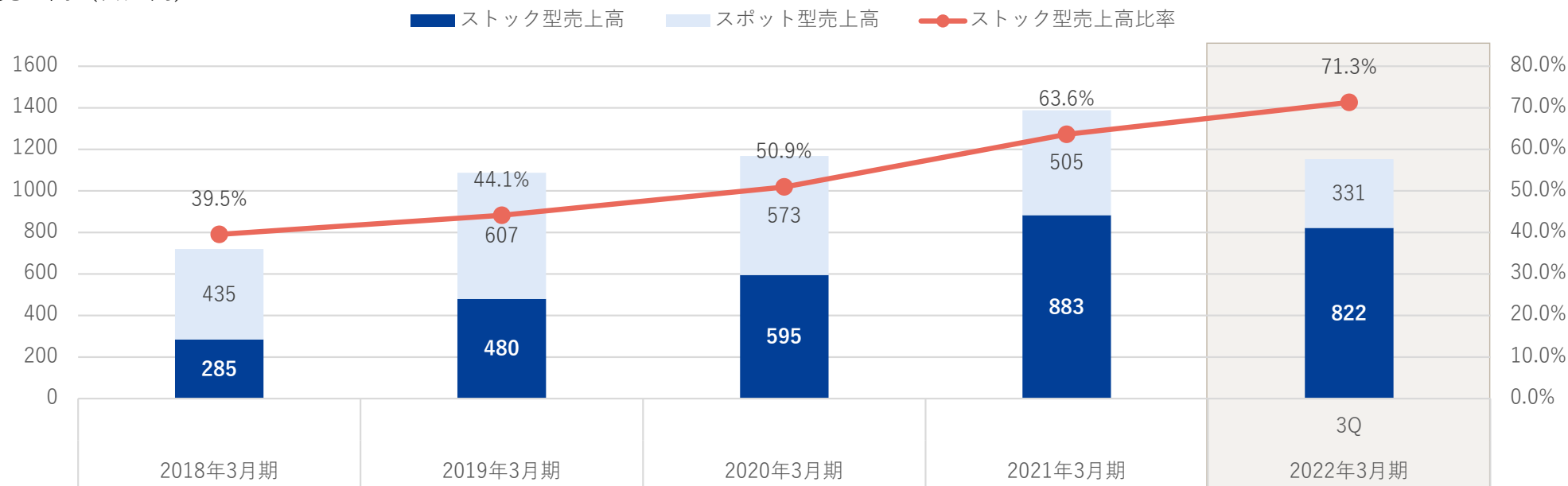
※海外売上高は事業展開している19ヵ国（日本を除く）のうち、重要性の観点から現時点ではチリ及びコロンビアの子会社のみを連結

## 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に向けた構造改革に注力
- 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3四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71.3%となった（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3四半期累計

## 主力事業（リテールマーケティング）で順調に成長施策を実施

- 当第3四半期連結累計期間は主に①プロダクト強化と②ターゲット市場拡大が進捗
- ③進出の国拡大については、既存国での事業展開の強化を実現

1

### プロダクト強化

#### FollowUPの機能強化

##### 【国内】

- 小売店舗において設置済みの防犯カメラでの来店カウント機能の追加

##### 【海外】

- スーパーマーケットやコンビニ等の顧客ターゲットを絞ったプロジェクトの実施
- ERPとCRMの導入のための提携企業との交渉

2

### ターゲット市場拡大

#### 多様な小売業態へ拡大

##### 【国内】

- アパレル以外の小売業態の新規受注を獲得

##### 【海外】

- 中南米の複数のショッピングモールにおいて全店導入を実現

3

### 進出国の拡大

#### 既存国での事業展開の強化

チリの競合他社

（INTELIGENXIA S.A.）をグループ傘下へ、中南米における当社グループの事業展開が加速

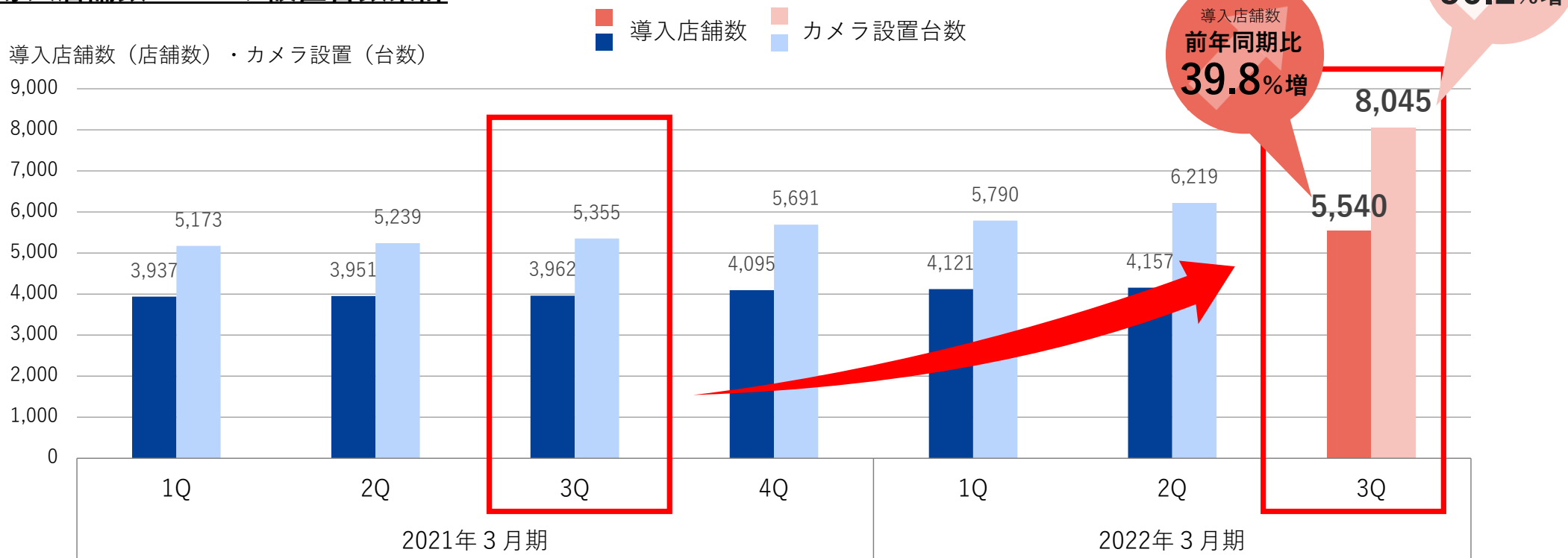
×

×

## 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、3大要素の進捗により当第3四半期連結累計期間のFollowUPの導入数は増加
- 2021年12月31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5,540店舗、カメラ設置台数の合計は8,045台（なお、海外の導入店舗数及びカメラ設置台数は9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6,256店舗及びカメラ設置台数9,201台）

### 導入店舗数とカメラ設置台数累計

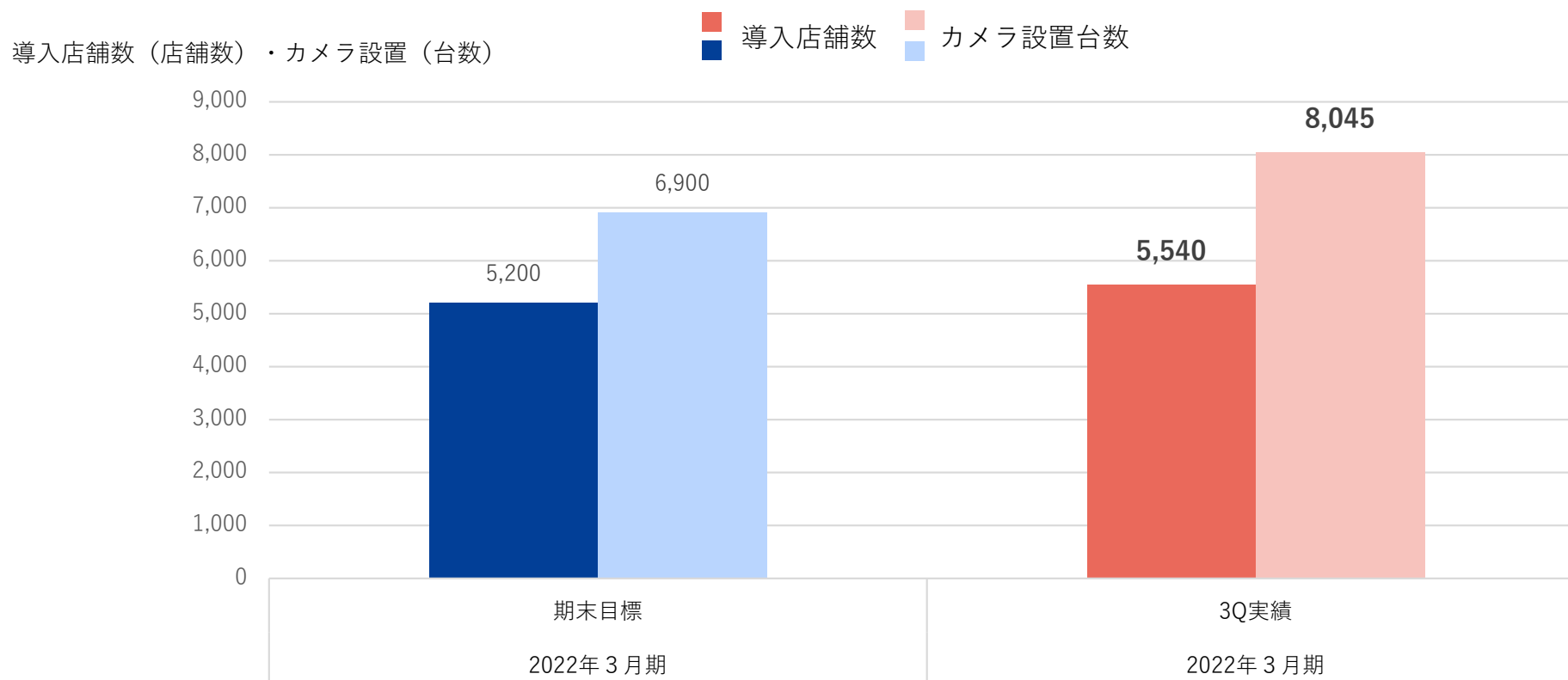


注) 2022年3月期第1四半期決算説明資料における導入店舗数及びカメラ設置台数から集計方法を変更し、再集計して記載

## 3大要素の進捗が奏功し当初予定よりも早く通期目標を達成

- 国内においては、アパレル以外の小売業態の新規受注を獲得したことなどで店舗数やカメラ台数が増加
- 海外においては、チリの競合他社であるINTELIGENXIA S.A.の顧客を取り込んだこと、複数のショッピングモールでの全店導入が進んだことなどにより店舗数やカメラ台数が増加

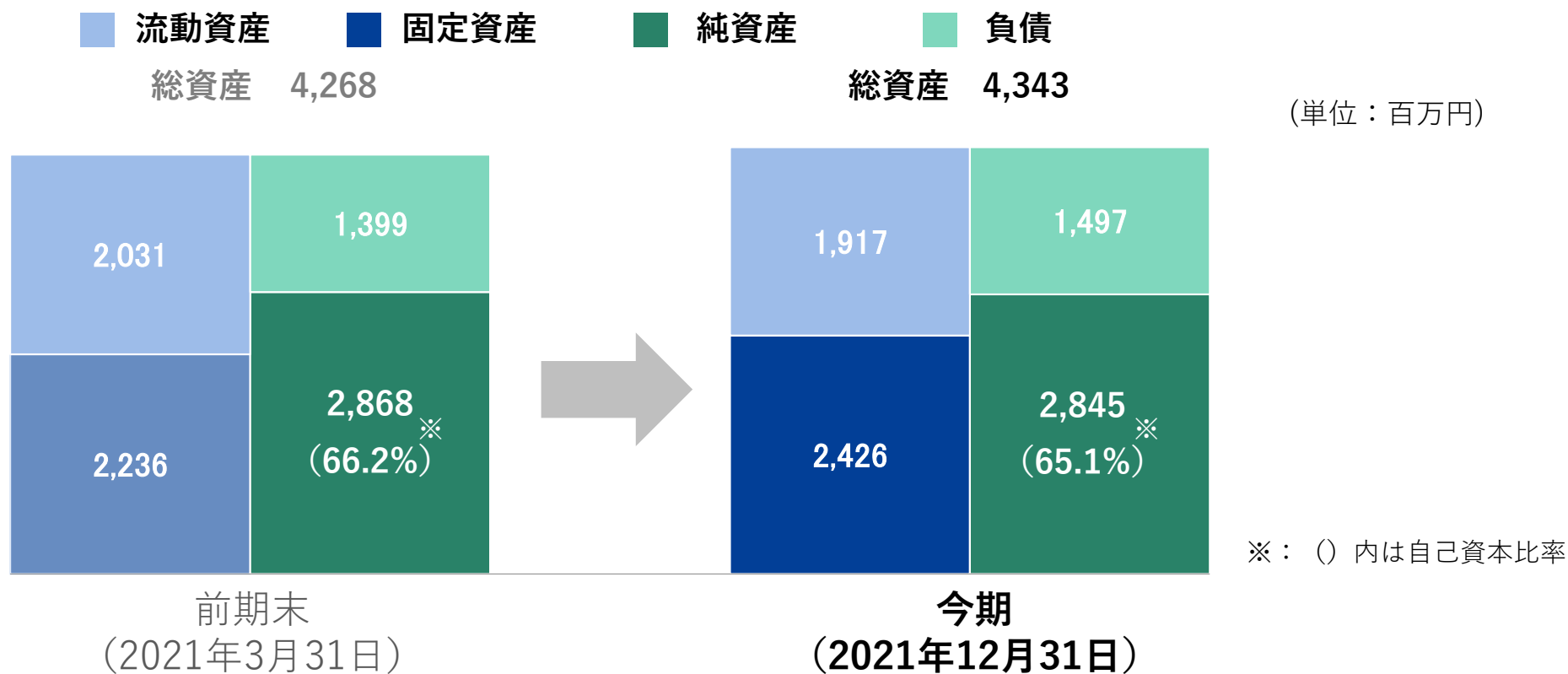
### 期末目標の導入店舗数とカメラ設置台数を達成





## 貸借対照表（連結）

- 総資産は75百万円増加
- 資産の内訳の主な変動は、短期借入金の返済などにより現金及び預金が259百万円減少した一方で、2021年7月にINTELIGENXIA S.A.を子会社化したことなどにより投資その他の資産が111百万円、受取手形、売掛金及び契約資産が123百万円、ソフトウェアが47百万円、ソフトウェア仮勘定が39百万円それぞれ増加



1. 2022年3月期決算の進捗に関する事項	P.3
<b>2. 中長期戦略</b>	<b>P.17</b>
3. トピックス	P.27
4. 参考資料	P.30

- 2021年12月22日に「事業計画及び成長可能性に関する事項」を開示  
(<https://ssl4.eir-parts.net/doc/3905/tdnet/2062641/00.pdf>)
- 同資料にて、データセクションの目指すスタートアップ連合のモデル、データセクションの成長イメージ、主要セグメント（リテールマーケティング）の属するリテールテック市場の市場規模、主要セグメント（リテールマーケティング）の業界ポジションを開示

### リテールテックの市場規模

データセクションの主要セグメントであるリテールマーケティングが属するリテールテック（小売・外食・宿泊業向け機器・システム&サービス）の市場規模※1は、国内においては5,627億円、データセクションがメインターゲットとする国々※2においては3兆5,179億円、世界においては9兆5,457億円

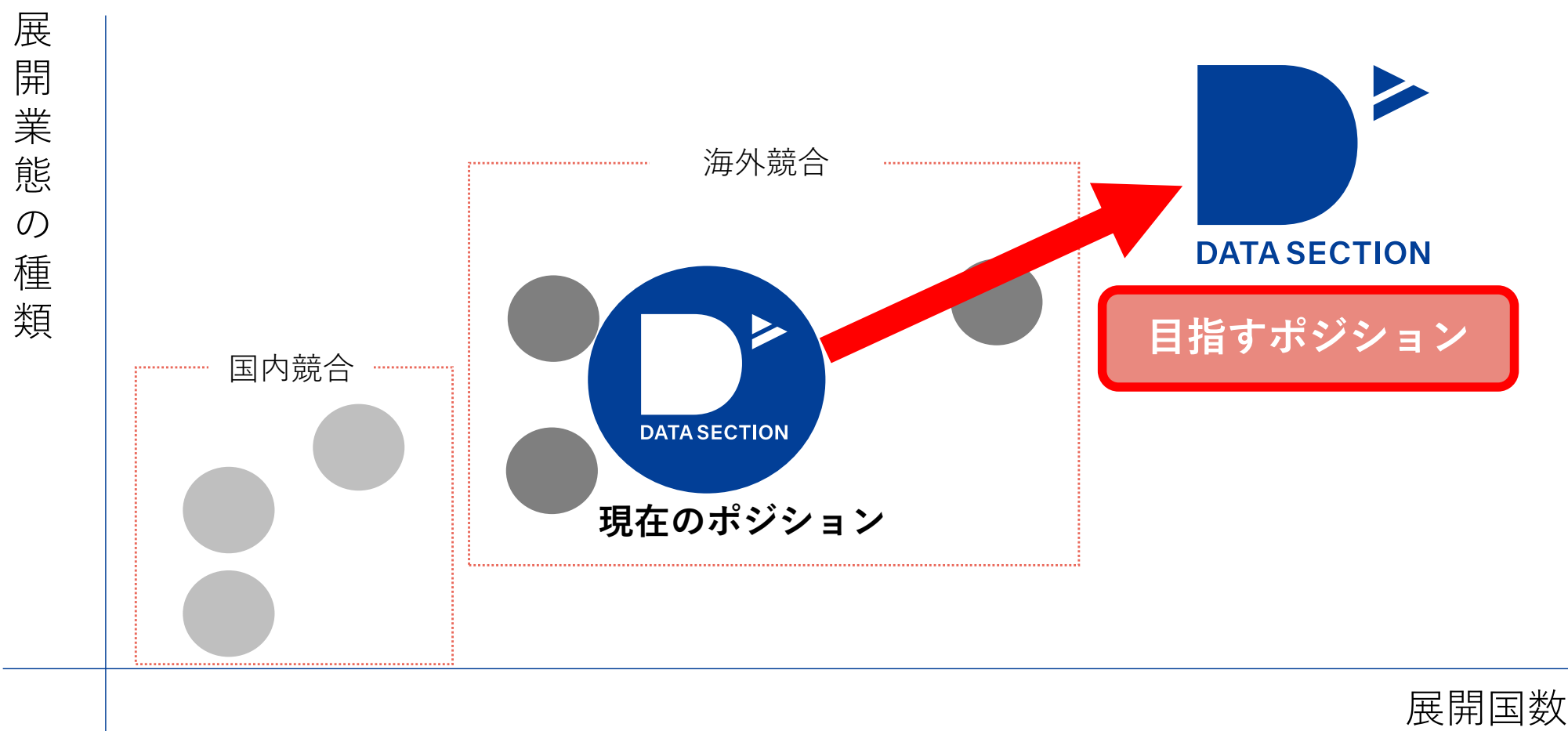
※1 富士経済「リテールテック関連機器・システム市場の将来展望 2019」掲載の国内市場規模を国内GDPで除した値を係数として各国GDPに乗じることで各国市場規模を算出

※2 日本、中南米、EU、ASEAN等、73カ国



## 現在のポジション及び目指すポジション

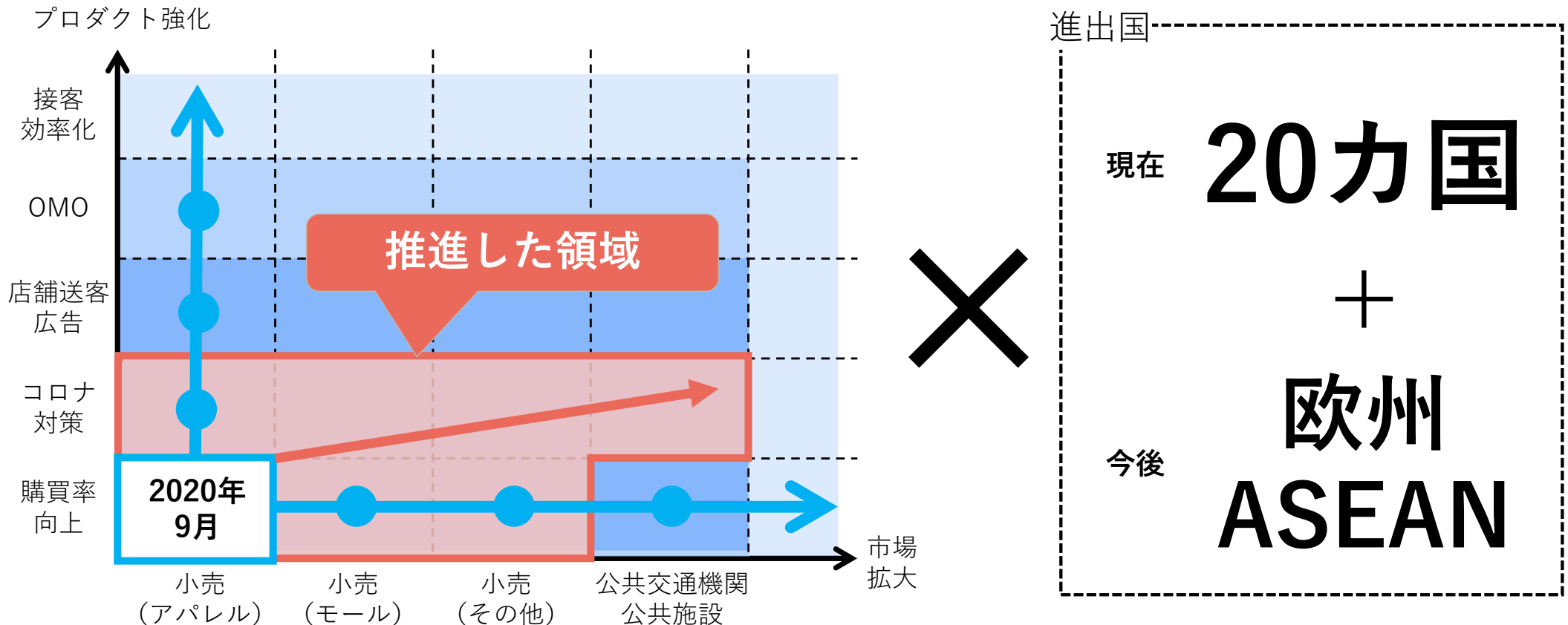
- データセクションの強みを活かしサービス展開業態の種類及びサービス展開国を増やしてより多くの市場を獲得していく
- サービス展開業態については、現時点ではアパレルが最も多い業態であるが、ドラッグストアやスーパーマーケットなどアパレルやショッピングモール以外の小売にも展開していく



## 当事業が成長するための3大要素

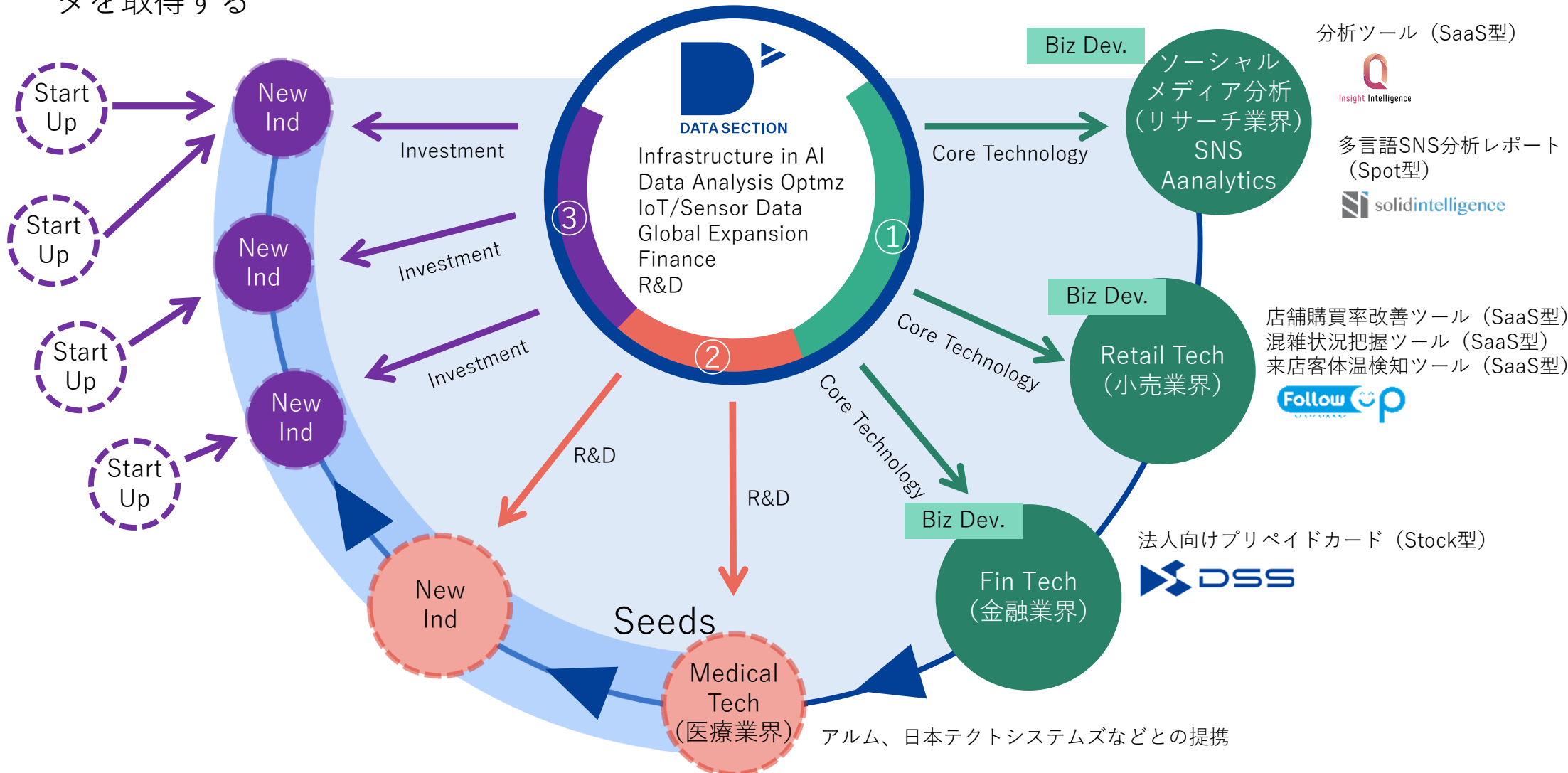


- リテールマーケティング事業の成長を加速させる構造

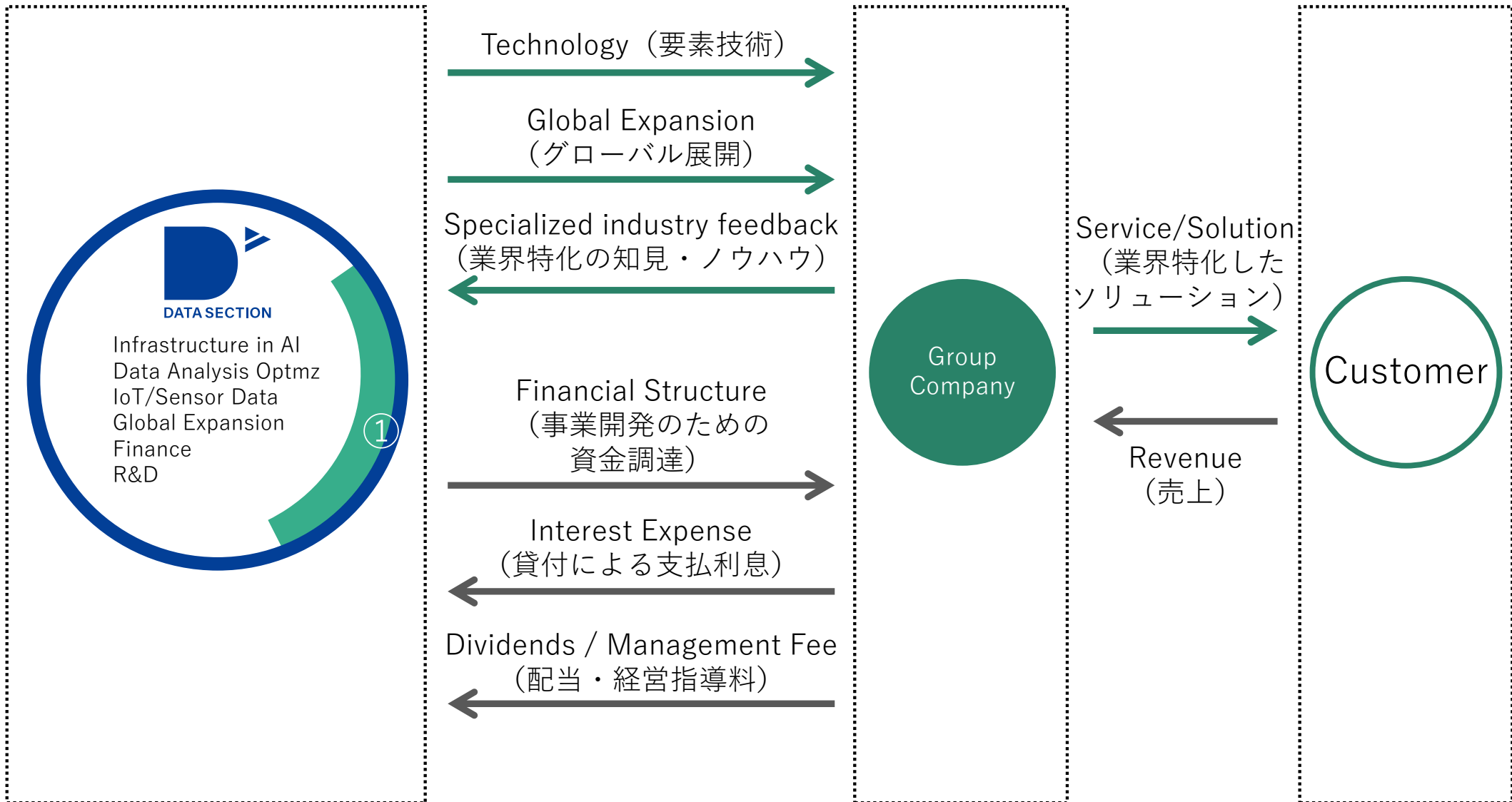


# データセクションスタートアップ連合

データセクションは分析技術の中核とした親会社と各業界の業務改善DXを実施する子会社（サテライトカンパニー）との連合企業群を創り上げる。各子会社はサービス提供と同時に各業界データを取得する

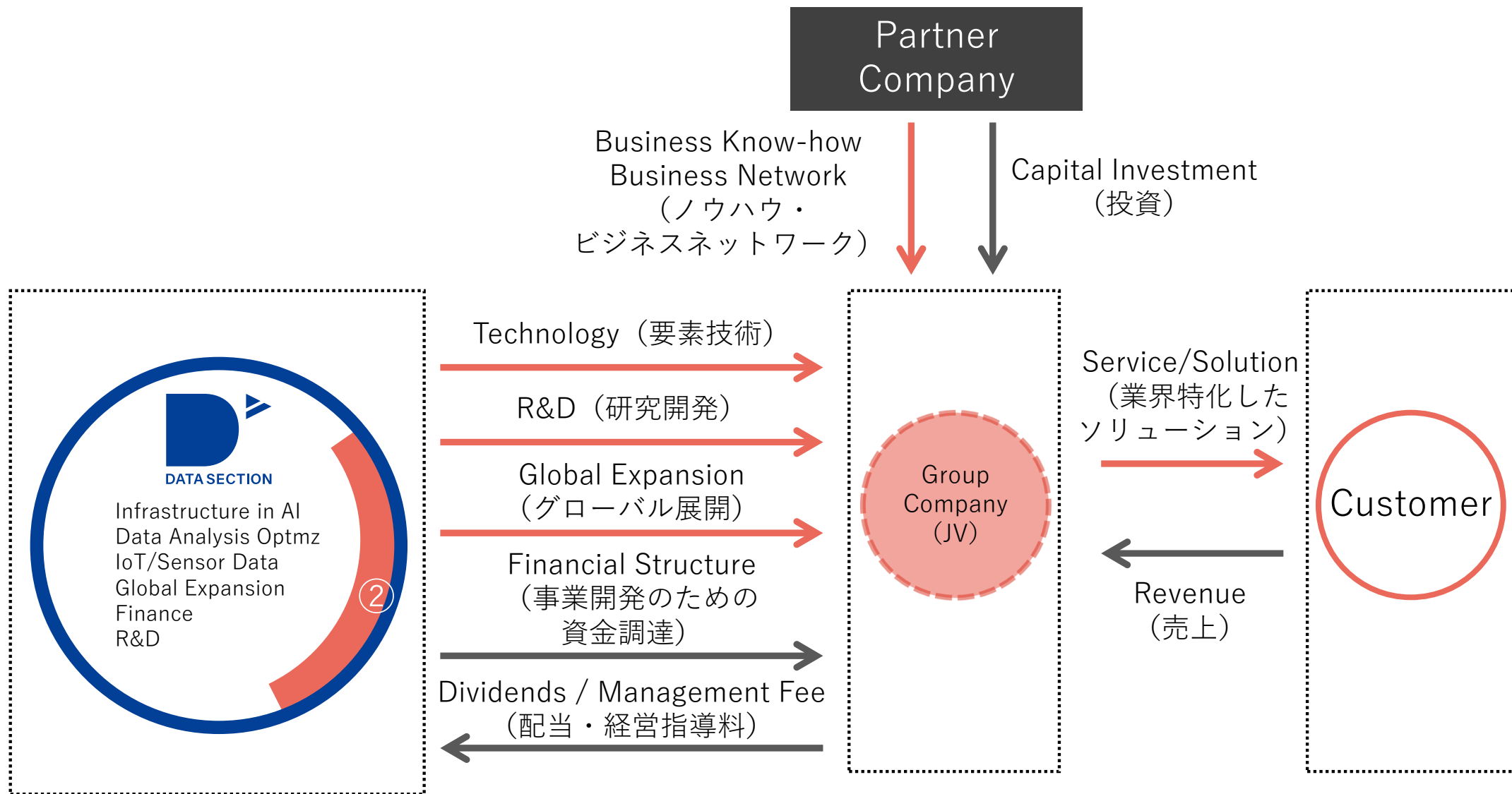


# 各業界に特化した強みを持つグループ会社が利益を上げる



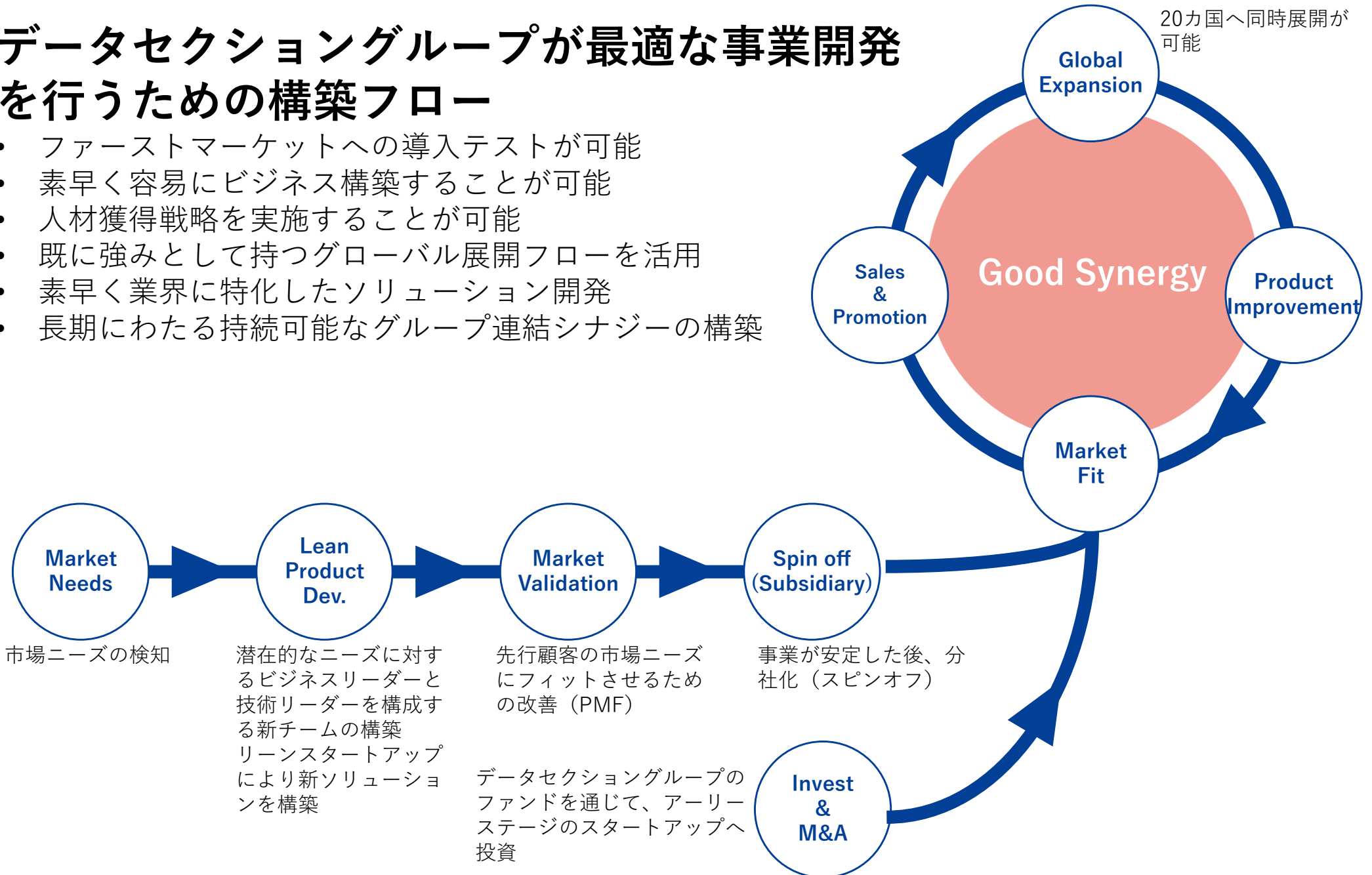


## 協業パートナー企業とJVを設立して事業開発を構築する



## データセクショングループが最適な事業開発を行うための構築フロー

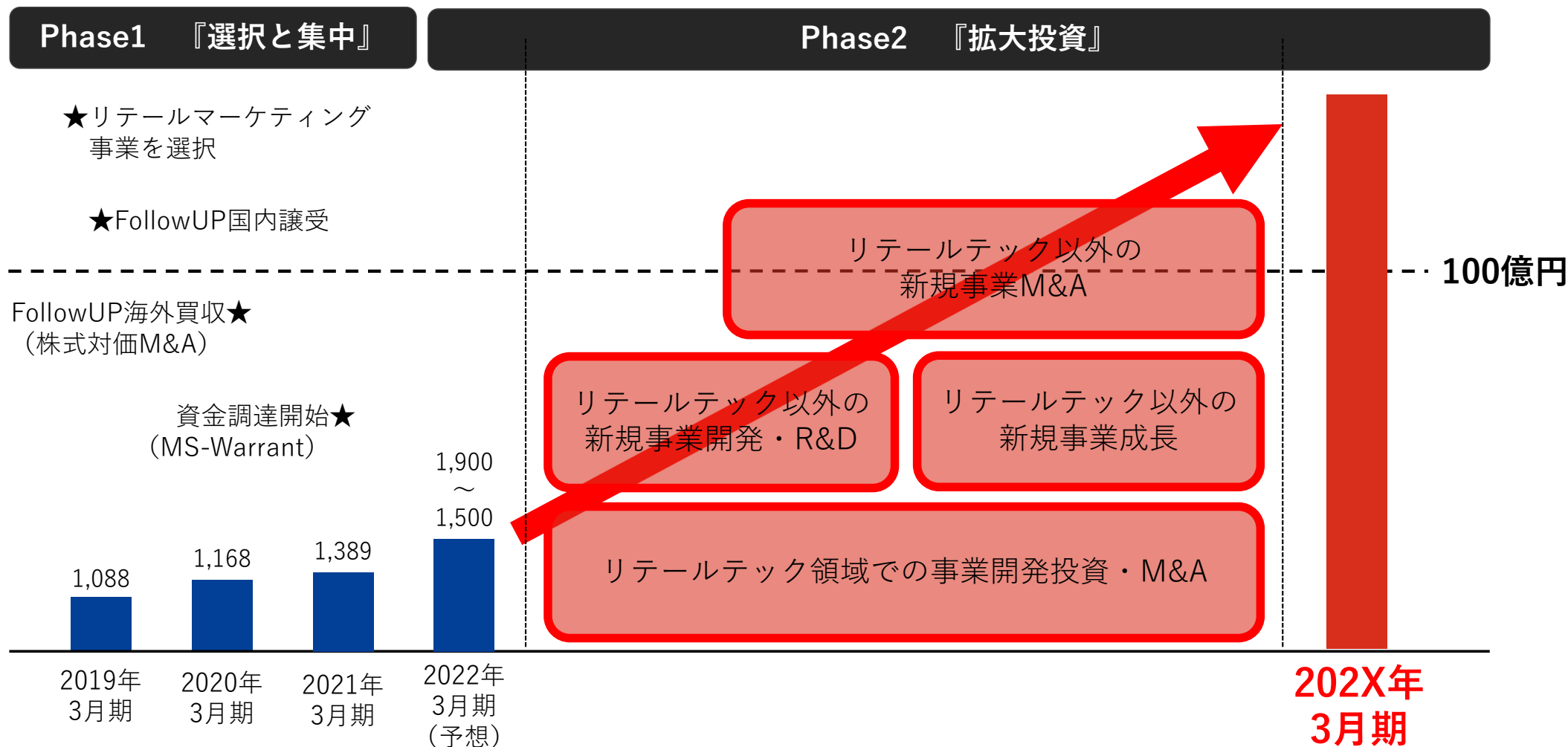
- ファーストマーケットへの導入テストが可能
- 素早く容易にビジネス構築することが可能
- 人材獲得戦略を実施することが可能
- 既に強みとして持つグローバル展開フローを活用
- 素早く業界に特化したソリューション開発
- 長期にわたる持続可能なグループ連結シナジーの構築



## 『選択と集中』から『拡大投資』フェーズへ

リテールテック領域における新規プロダクト開発、リテールテック領域以外における新規事業開発、M&Aにより、売上高100億円以上を目指す

売上高推移グラフ  
(単位：百万円)



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.17
<b>3. トピックス</b>	<b>P.27</b>
4. 参考資料	P.30

### 「小売りのDXはここから始まる」

- リテール業界におけるDX支援に長けた5社（当社を含めた(株)ワイヤ・アンド・ワイヤレス、(株)アイリッジ、(株)Qoil、(株)Flow Solutions）の共同開催
- 誰でも簡単に「店舗における顧客体験向上と来店時の最適なコミュニケーション」を実現できる『リテールDXプラットフォーム』の全貌や小売業が持つ既存アプリ資産を活用したデジタルと店舗の効果的な連携や、顧客に対するよりの確かなアプローチについて解説

#### セミナーの内容

「リテールDXプラットフォーム」での各社取り組みに触れながら、理想のDX実現策と懸念点について説明

2021年12月15日（水）16時～

- ご挨拶・全体像紹介
- パネル・ディスカッション
- Q&A
- 終了ご挨拶

#### 登壇企業

株式会社ワイヤ・アンド・ワイヤレス

株式会社アイリッジ

株式会社Qoil

株式会社Flow Solutions

データセクション株式会社

詳しくはこちらへ：<https://www.datasection.co.jp/news/pressrelease-seminar20211215>

## まん延防止等重点措置に対し適切に対応

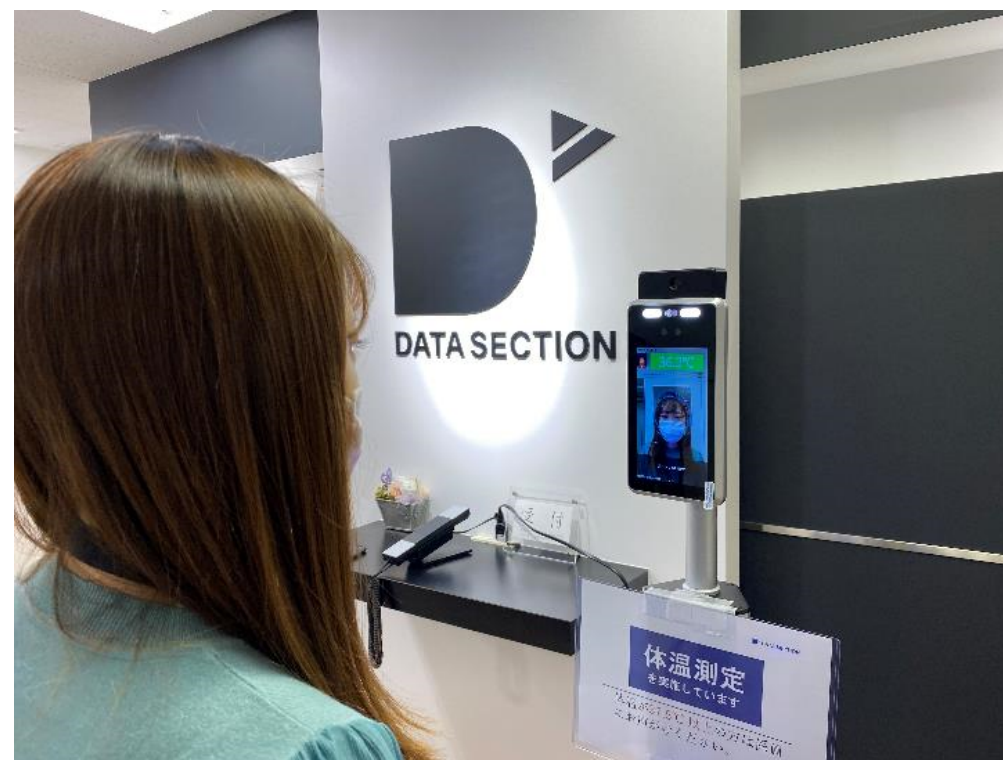
- ミッション・ステートメントである「Change the Frame テクノロジーで実社会に変革をもたらす、新しい暮らしをつくり上げる」に則り、緊急事態宣言下においても営業を継続し、顧客へのサービス向上をもって社会への貢献を図る

### 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、2回目の緊急事態宣言を受け改定した後、宣言解除に伴い再度改定
- 各従業員は週1日の出勤とした
- 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.17
3. トピックス	P.27
4. 参考資料	P.30

# 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

**社名** データセクション株式会社

**所在地** 東京都品川区西五反田1丁目3番8号 五反田PLACE 8階

**ウェブサイト** <https://www.datasection.co.jp/>

**設立年月日** 2000年7月11日

**資本金** 1,452,552千円（2021年9月30日現在）

**事業内容**

- ・ ソーシャルメディア分析
- ・ リテールマーケティング
- ・ AI・システム開発



**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

## 何故データ分析が必要なのか？

# データ分析は「ビジネスの勘とコツ」を可視化する

現在の日本のビジネスでは、IoT/データ/分析を実質的に活用することができず、勘やコツ、人的な営業力などによる意思決定の文化が根強く残っている。その結果、人々のニーズを的確に汲み取れていない商品・サービスや広告が、生活者に数多く届いている状態になっている

当社では、「企業が生活者に良いものを届けることで、人々の生活を豊かにしていく社会」を作るために、本質を捉えたデータ分析をあらゆるビジネスに浸透させていく必要があると考えている

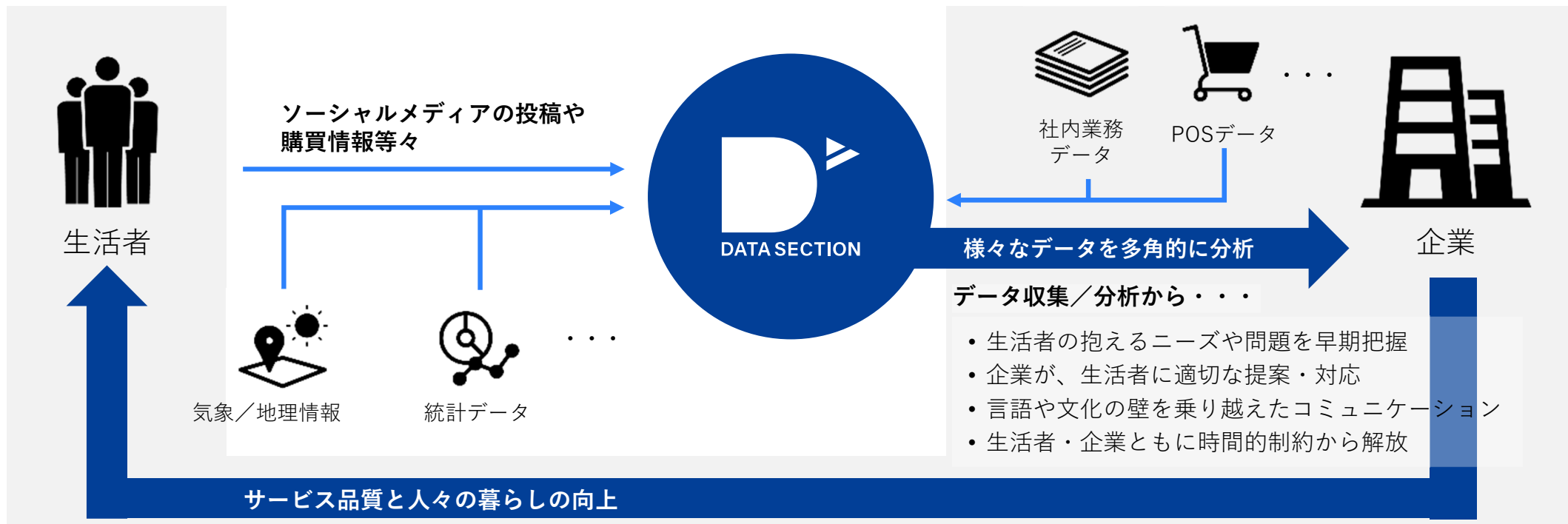


この「需要と供給の乖離/不平等さ」をデータ分析で解消できるはず

# 人々の暮らしを豊かにするために『データ分析を必要としている企業をグローバルで支える』会社

データセクションは、「データサイエンスによって生活者のニーズを正しく捉え、より良い製品・サービスを届けようとしている企業を支援する」ために、様々なデータ分析技術を軸とした事業を展開している

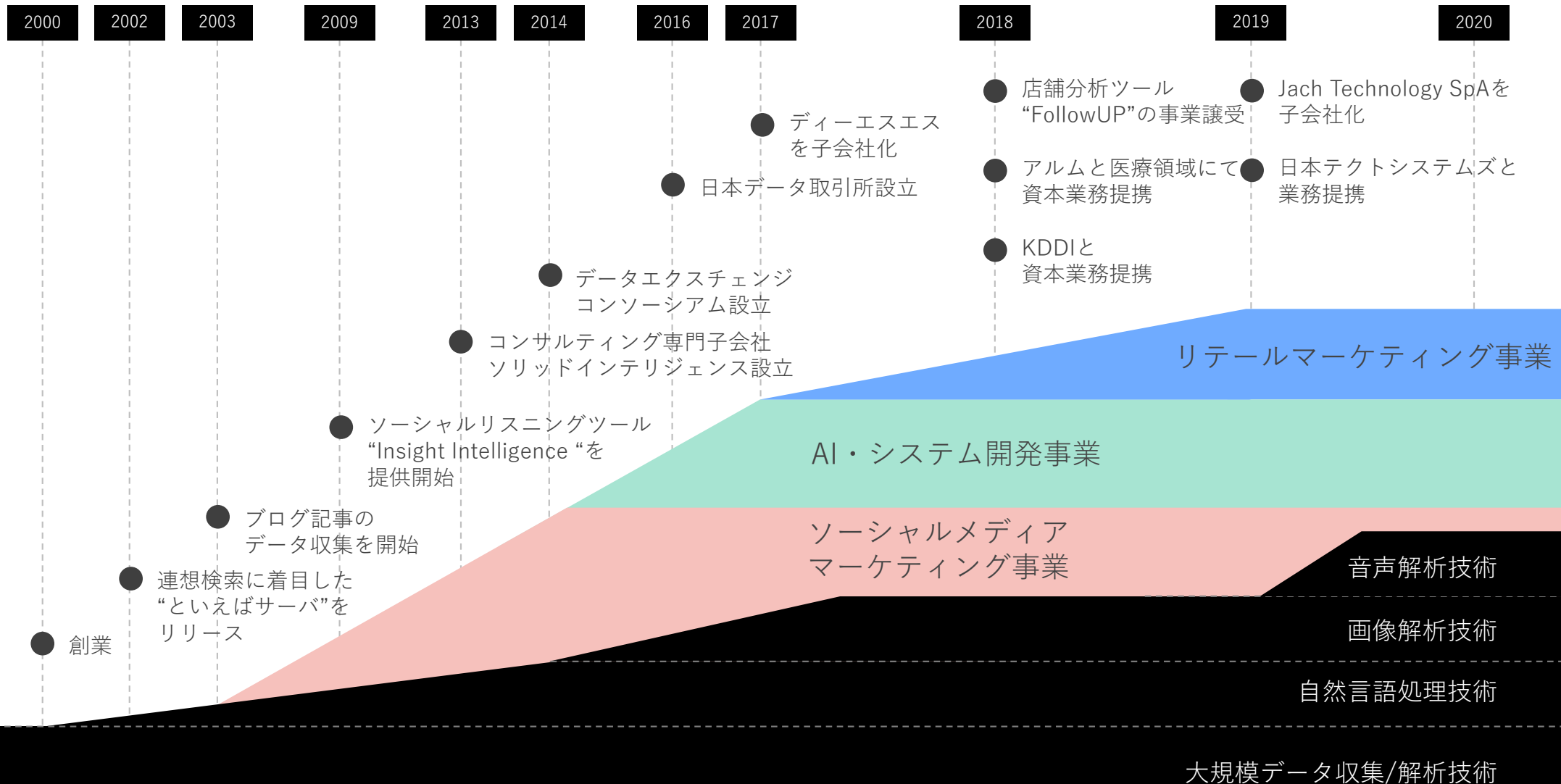
生活者と企業間に存在するマーケティングを中心としたコミュニケーションを、データ分析によって変革し、企業のサービス品質の向上と、より豊かな人々の暮らしの実現を目指す





## 技術をベースに、最先端のデータ分析ビジネスを展開

データセクションは2000年の創業から「技術力」「分析力」「ソリューション力」の3つを伸ばしてきた





# データセクションは世界20カ国に事業展開を行うグローバル企業

アジア・パシフィック：**日本**、インド、オーストラリア、ニュージーランド

南アメリカ：**チリ**、**コロンビア**、**ペルー**、アルゼンチン、エクアドル、ボリビア、ブラジル、ウルグアイ

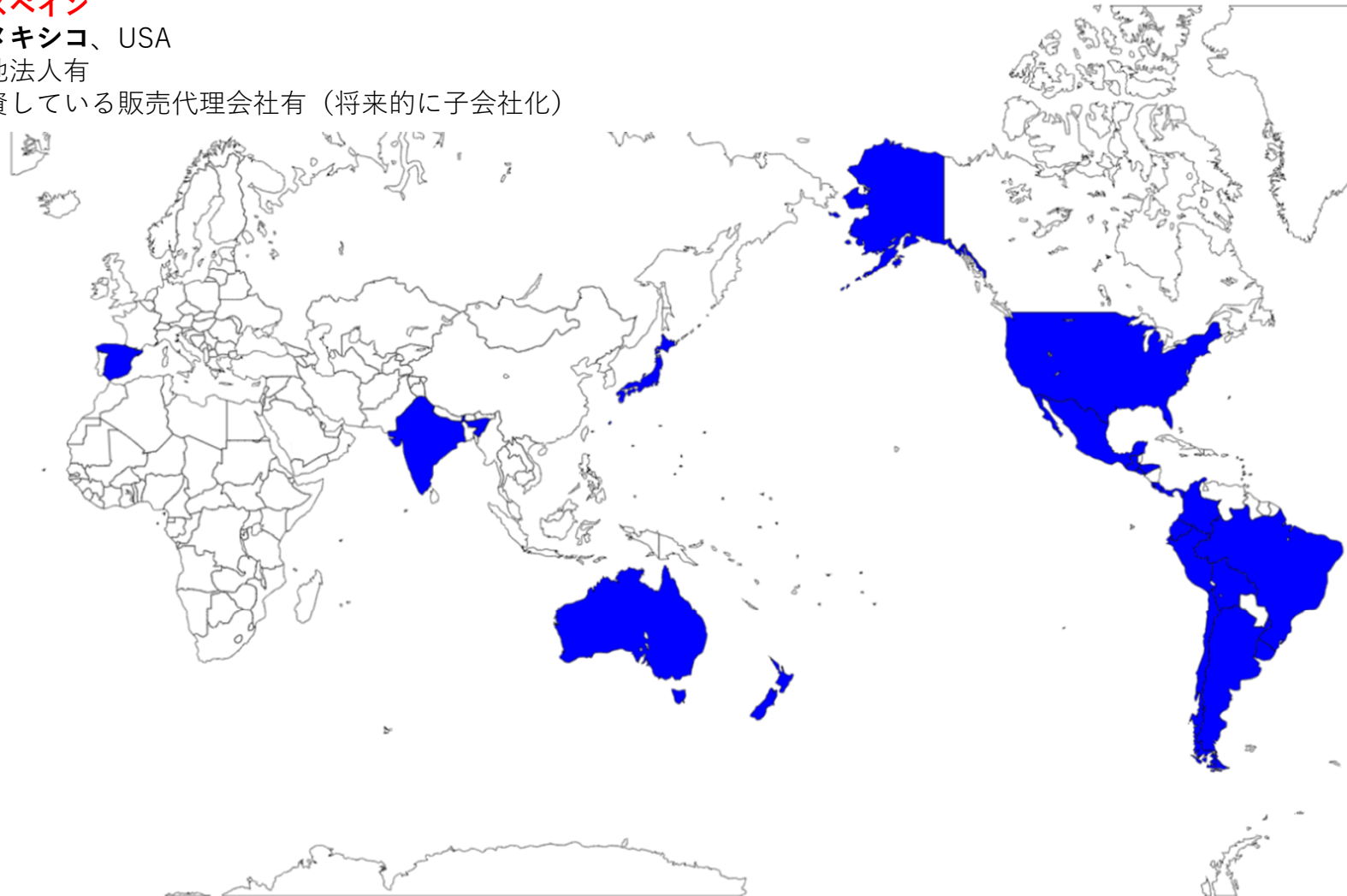
中央アメリカ：**パナマ**、グアテマラ、ホンジュラス、エル・サルバドル、コスタリカ

ヨーロッパ：**スペイン**

北アメリカ：**メキシコ**、USA

※**赤太字**：現地法人有

※**黒太字**：投資している販売代理会社有（将来的に子会社化）



# ビジネスモデル

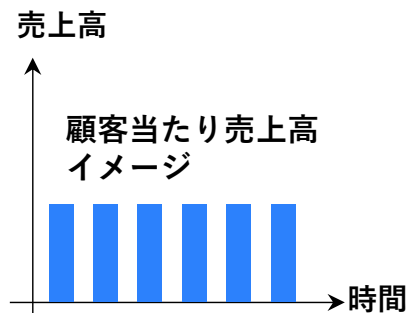
# データセクションの事業内容



## 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

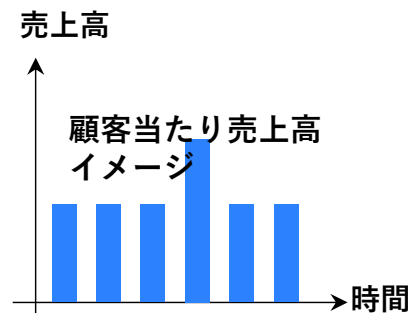
- カメラ画像から来店客データを分析し、POSデータと連動した購買率の把握と向上
- カスタマーサクセス部隊がSaaS型の分析システムを顧客が業務活用するための支援を実施
- 新型コロナ対策ソリューションの提供



## 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

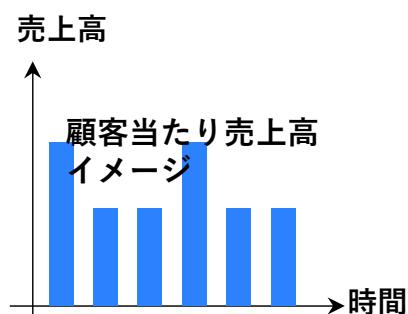
- ネット上のクチコミを分析して企業のマーケティングリサーチや風評リスクの検知に活用
- 日本語のみならず海外SNSを多言語で分析し、省庁や自治体向けに観光施策のコンサルティングサービスを実施



## 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

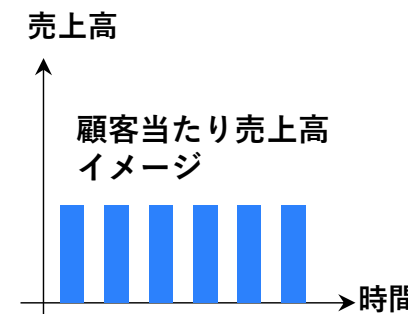
- 大企業が保有するビッグデータを分析するセミオーダー型システム開発を実施
- ビッグデータ分析を業務改善に組み込むコンサルティング
- 開発後のシステム運用保守



## 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

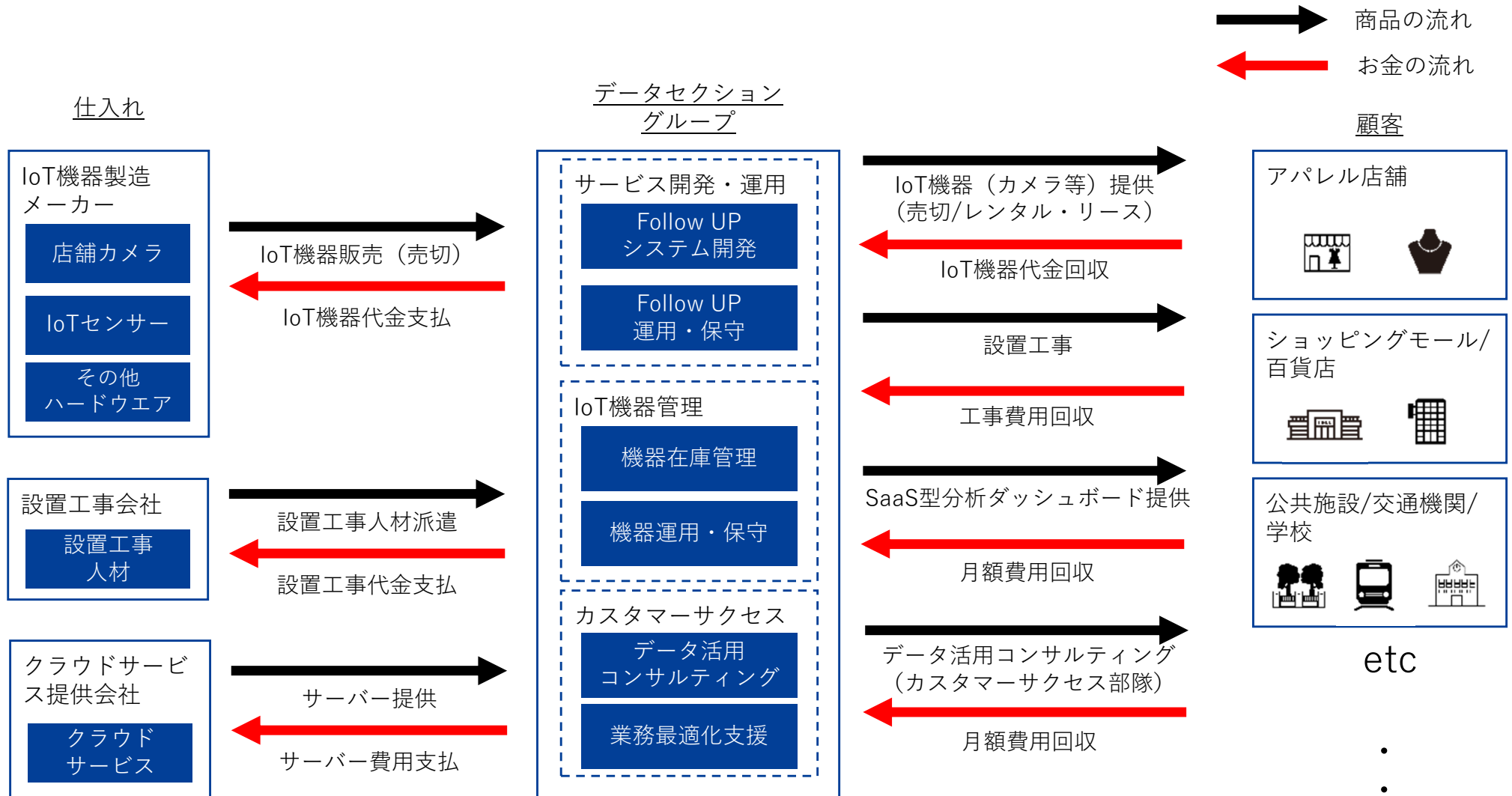


SaaS・ストック型

- 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

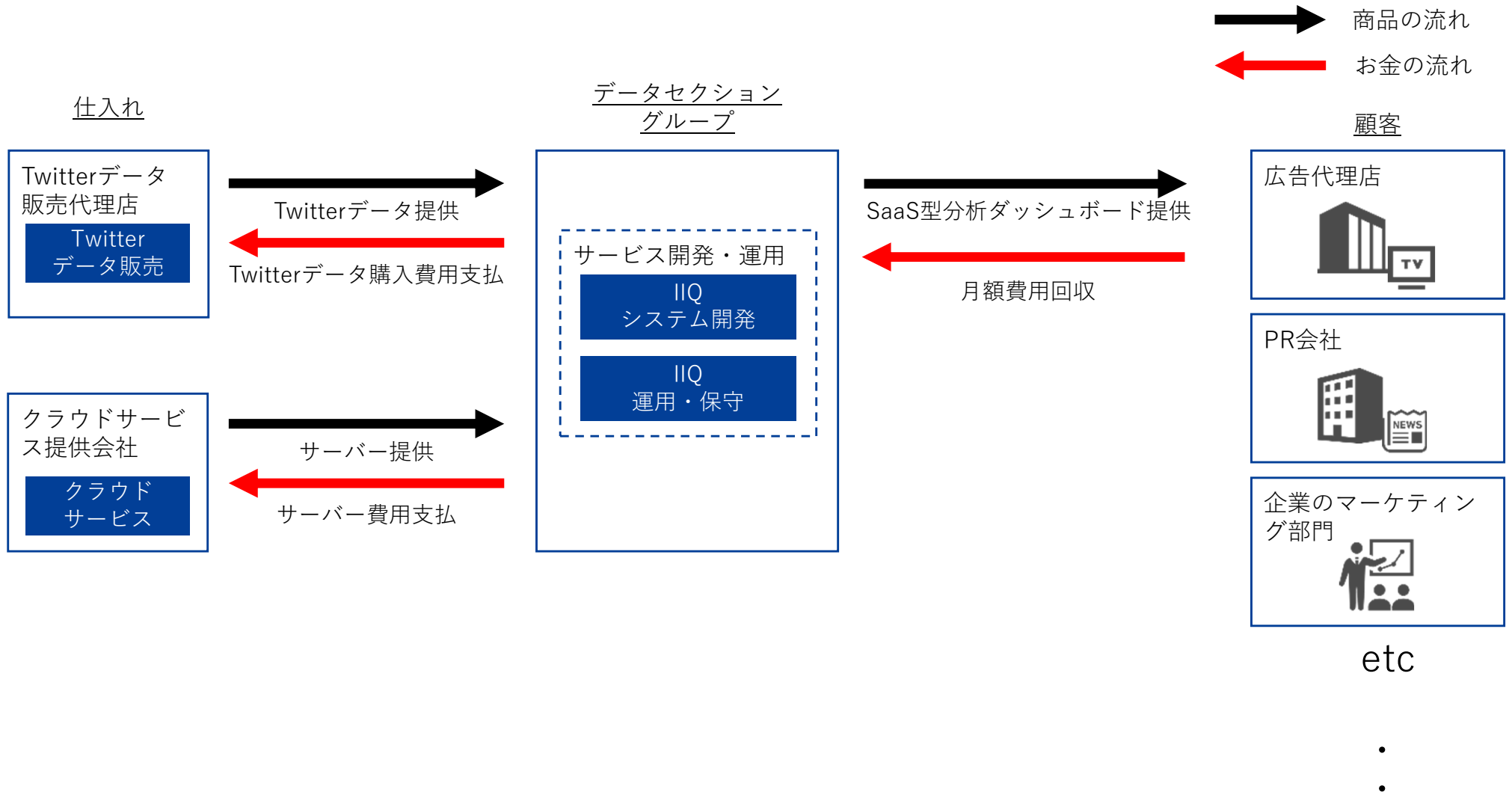
## AIカメラにて店舗のDXを促進するSaaS型サービス

- 店舗にAIカメラなどのIoT機器を設置し、解析したデータをダッシュボードで把握し店舗オペレーションを最適化する



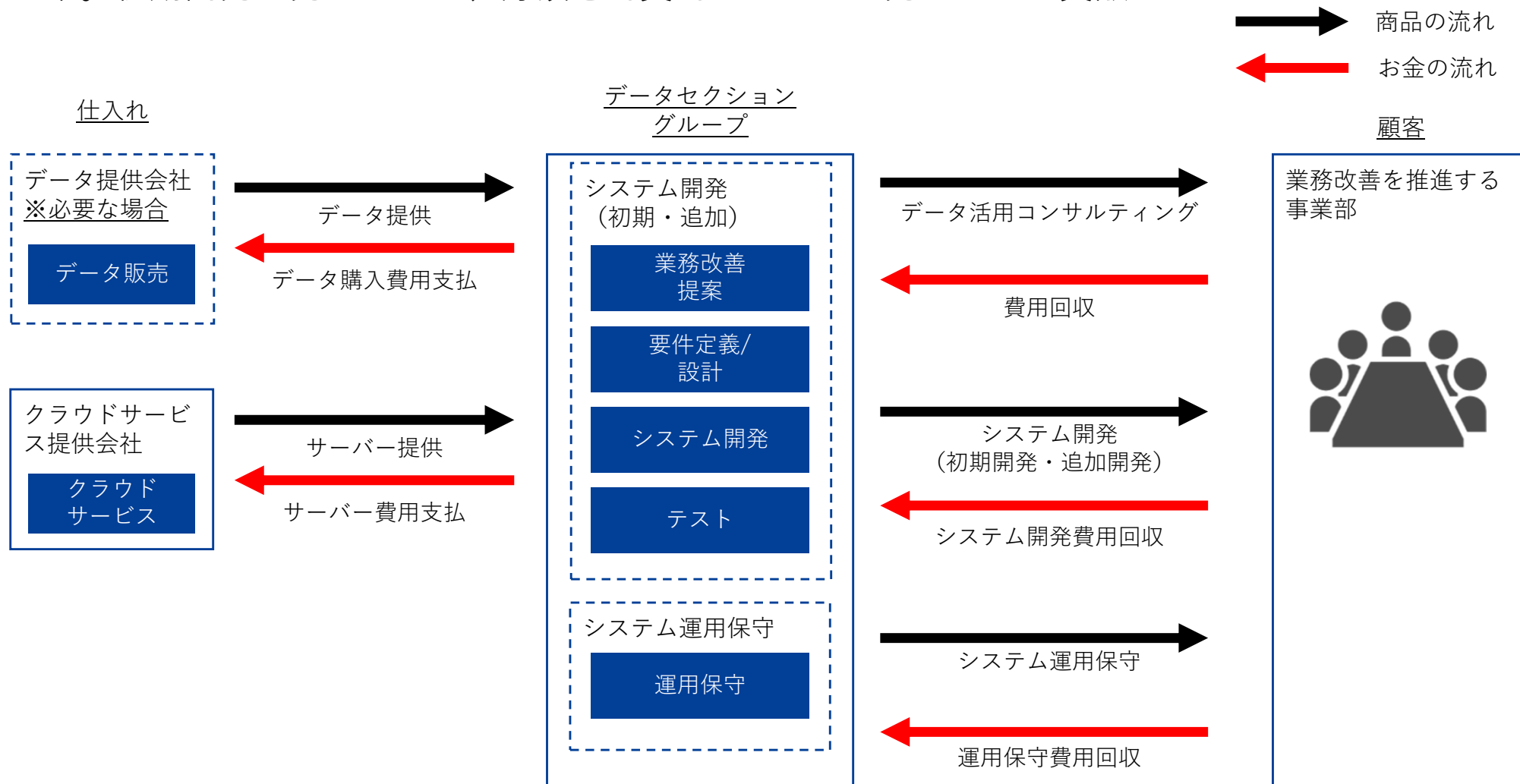
## Twitterにおける販促効果測定を分析するSaaS型サービス

- Insight Intelligence Q（以下、「IIQ」）はTwitterデータにて拡散した口コミを分析し、企業のデジタルマーケティング活動を支援する月額課金型のサービス



## 受託開発費用及び月額運用費用を取得するビジネスモデル

- ビッグデータ解析技術をベースとし、各社クライアントの業務改善のためのDXを推進する事業。初期開発の売上に加え、月額運用費用がストック売上として貢献

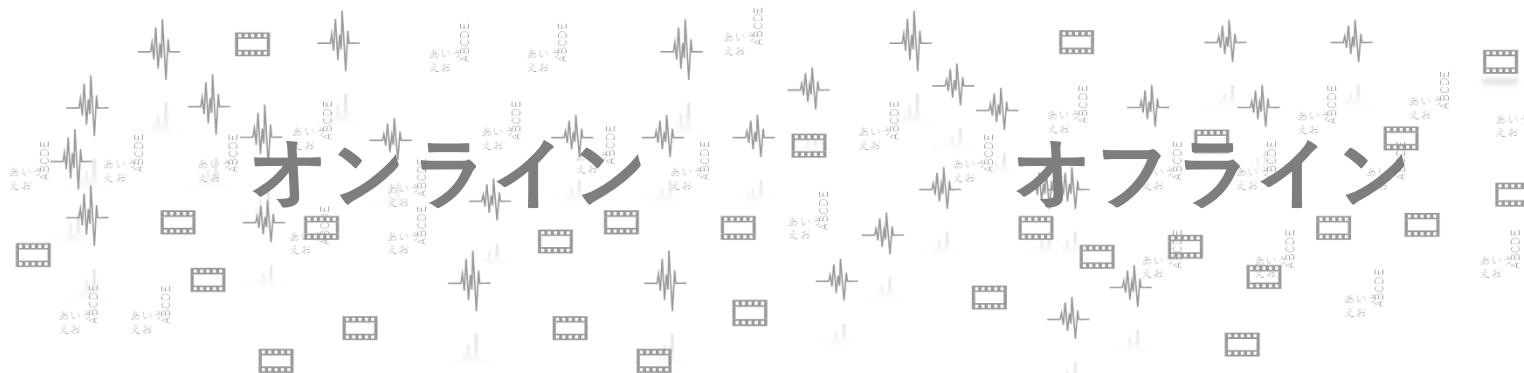


# 競争力の源泉

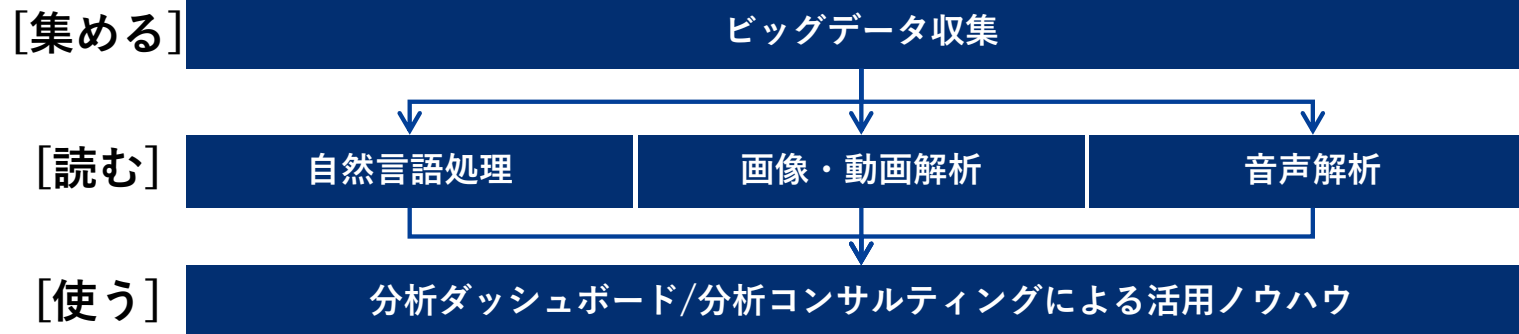
## 当社のコア技術は『大容量のデータ解析技術』

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



解析技術

事業領域





# 開発した自社サービスを世界20カ国に展開することが可能

アジア・パシフィック：**日本**、インド、オーストラリア、ニュージーランド

南アメリカ：**チリ**、**コロンビア**、**ペルー**、アルゼンチン、エクアドル、ボリビア、ブラジル、ウルグアイ

中央アメリカ：**パナマ**、グアテマラ、ホンジュラス、エル・サルバドル、コスタリカ

ヨーロッパ：**スペイン**

北アメリカ：**メキシコ**、USA

※**赤太字**：現地法人有

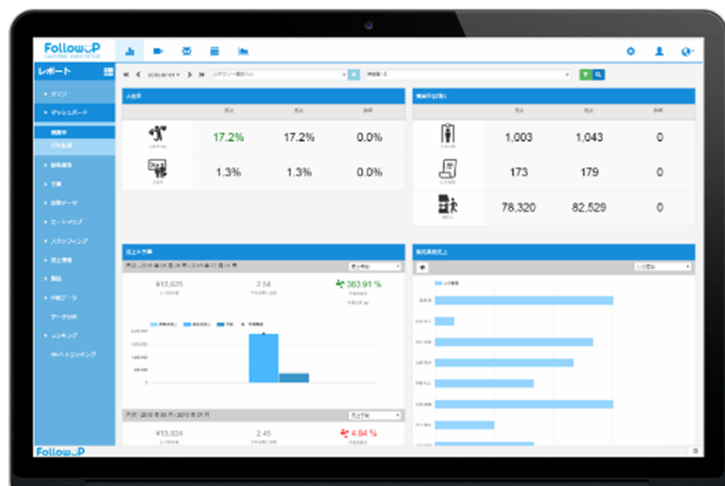
※**黒太字**：投資している販売代理会社有（将来的に子会社化）



# 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

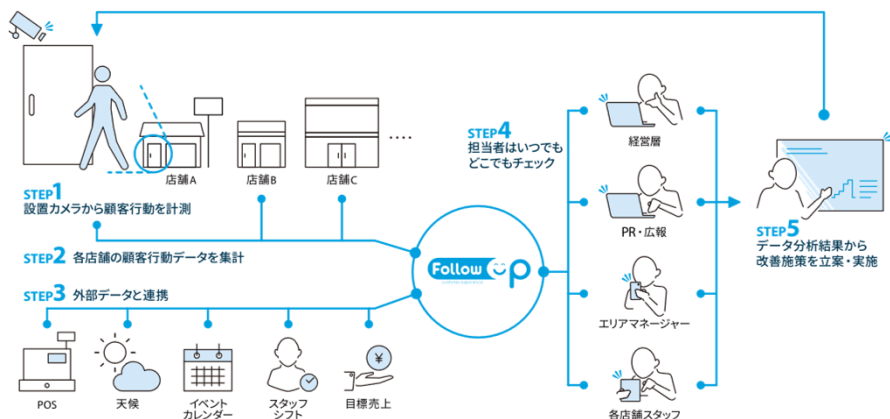
- 蓄積されたデータに基づく「課題の発見」「施策立案/実施」「効果測定」という店舗改善サイクルを構築

### 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

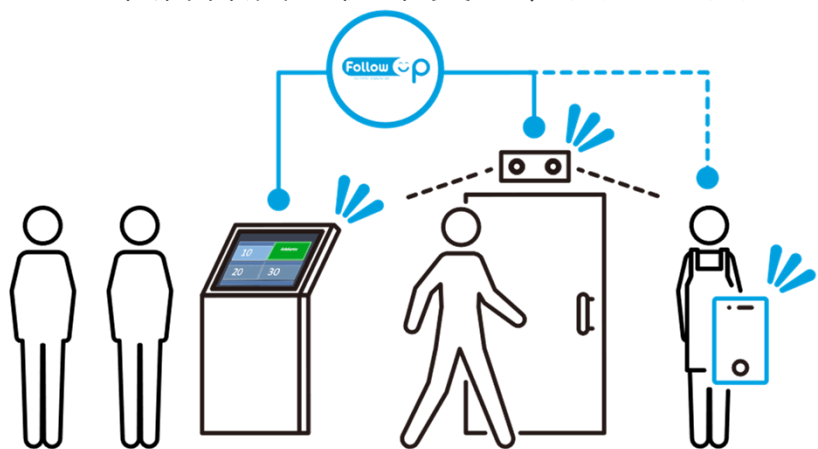
### ④店舗オペレーションの最適化

- 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

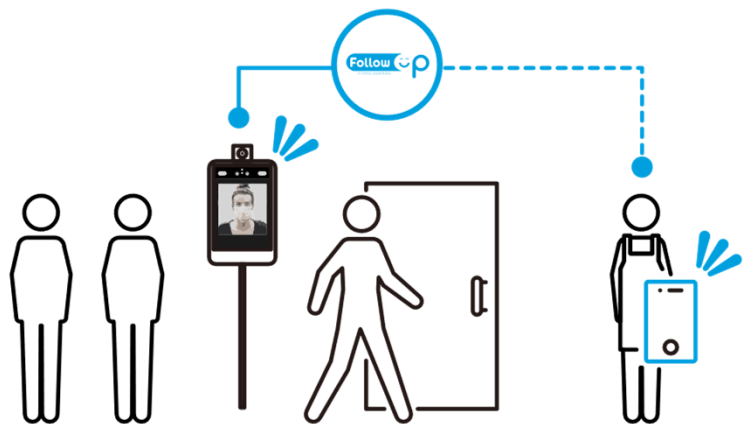


- PC、タブレット・スマホ様々なデバイスで表示することが可能（APIもご用意しているため、貴社サイトでも表示が可能）



# 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

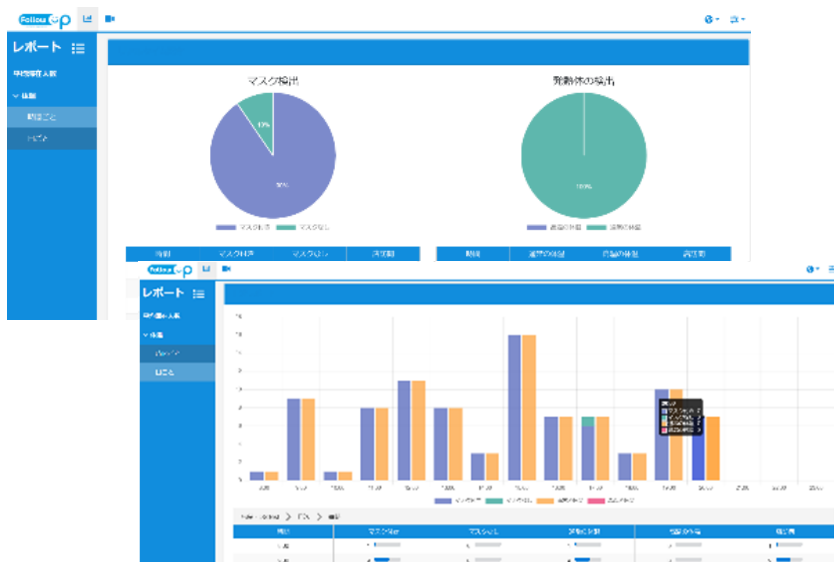


- デバイスの画面に体温が表示されるとともに、マスク非着用の場合は、マスク着用の旨表示

### 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

## 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。



# 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>