



株式会社ギックス (東証グロース 9219)
2022年6月期 決算説明資料

1. 会社概要

2. 業績情報

3. 市場環境

4. 事業内容

5. 競争優位性

6. 成長戦略

7. Appendix

名称	株式会社ギックス
設立	2012年12月12日設立
事業内容	データインフォームド事業
経営陣	代表取締役CEO： 網野 知博 取締役： 花谷 慎太郎 取締役： 田中 耕比古 取締役（社外）： 田村 誠一
資本金	資本金： 2億8592万円 資本準備金含む： 14億4417万円
事業場所	東京本社（三田国際ビル） 大阪オフィス（グランフロント大阪）
事業提携先	BIPROGY株式会社（資本業務提携契約） 西日本旅客鉄道株式会社（資本業務提携契約） 株式会社ローランド・ベルガー（業務提携契約） 株式会社電通コンサルティング（業務提携契約） 株式会社ベーシック（業務提携契約）

あらゆる判断を、Data-Informedに。

ギックスは、戦略コンサルティングの“データを用いて考える”という思考法と“データを考える材料に昇華する”高度なアナリティクス能力を組み合わせた、新しいタイプのプロフェッショナルサービス集団です。

クライアント企業の経営課題解決、競争力強化のために、データを用いて物事を理解・判断する「データインフォームド」を推進しています。

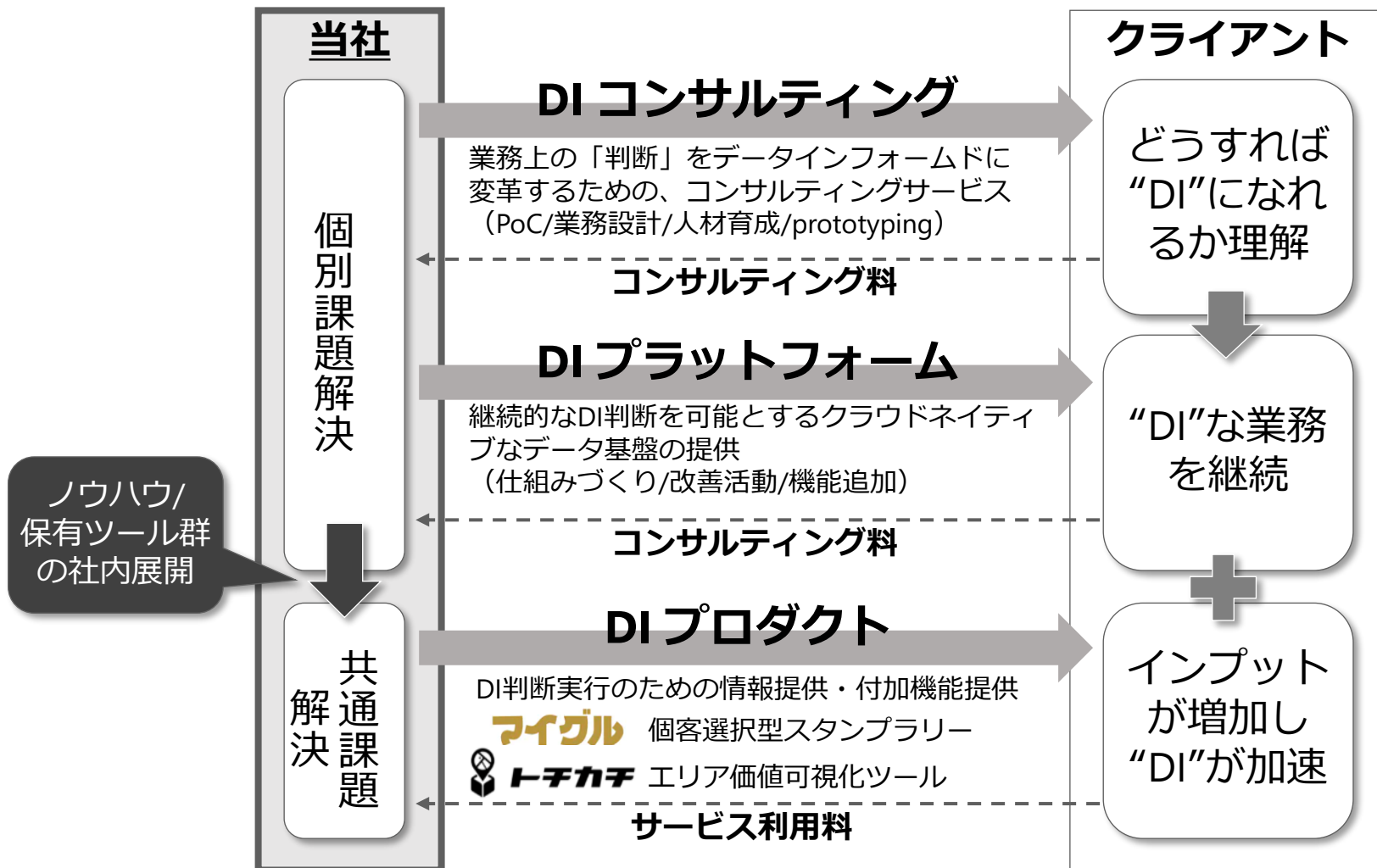

データを全く用いずに
勘・経験・度胸で判断する


データに全てを委ねて
考えることを放棄する


データから導き出される発見・示唆を
人間の判断の材料として用いる

➔ あくまでも、“**主役**” は人間。

クライアント企業を“データインフォームド(DI)”な状態に変革するために、3種類のサービスを提供している。



2012年 12 月	東京都渋谷区にて、株式会社ギックス設立
2014年 8 月	東京都港区へ本社移転
2016年 2 月	SBIインベストメント株式会社を引受先とする 第三者割当増資の実施
2018年 12 月	BIPROGY株式会社と業務提携契約を締結
2019年 1 月	西日本旅客鉄道株式会社と資本業務提携契約を締結 併せて株式会社JR西日本イノベーションズを引受先とする 第三者割当増資の実施
2019年 8 月	大阪市北区に大阪オフィスを設立
2019年 8 月	株式会社ローランド・ベルガーと業務提携契約を締結
2019年 12 月	エリア情報サービス「トチカチ」の提供を開始
2020年 1 月	個客選択型スタンプラリー「マイグル」の提供を開始
2021年 4 月	BIPROGY株式会社と資本業務提携を締結
2021年 4 月	BIPROGY株式会社、株式会社JR西日本イノベーションズ、 三菱UFJキャピタル株式会社を引受先とする 第三者割当増資の実施
2022年 3 月	東京証券取引所マザーズへ上場
2022年 3 月	BIPROGY株式会社と業務提携契約を強化し再締結
2022年 4 月	東京証券取引所グロースへ市場変更
2022年 4 月	株式会社電通コンサルティングと業務提携契約を締結
2022年 5 月	株式会社ベーシックと業務提携契約を締結

「あらゆる判断を、Data-Informedに。」の実現に向け、プロジェクト実施数を着実に積み上げると共に、その中で得られた知見を知財化し、生産性向上・付加価値向上を実現している。

2013

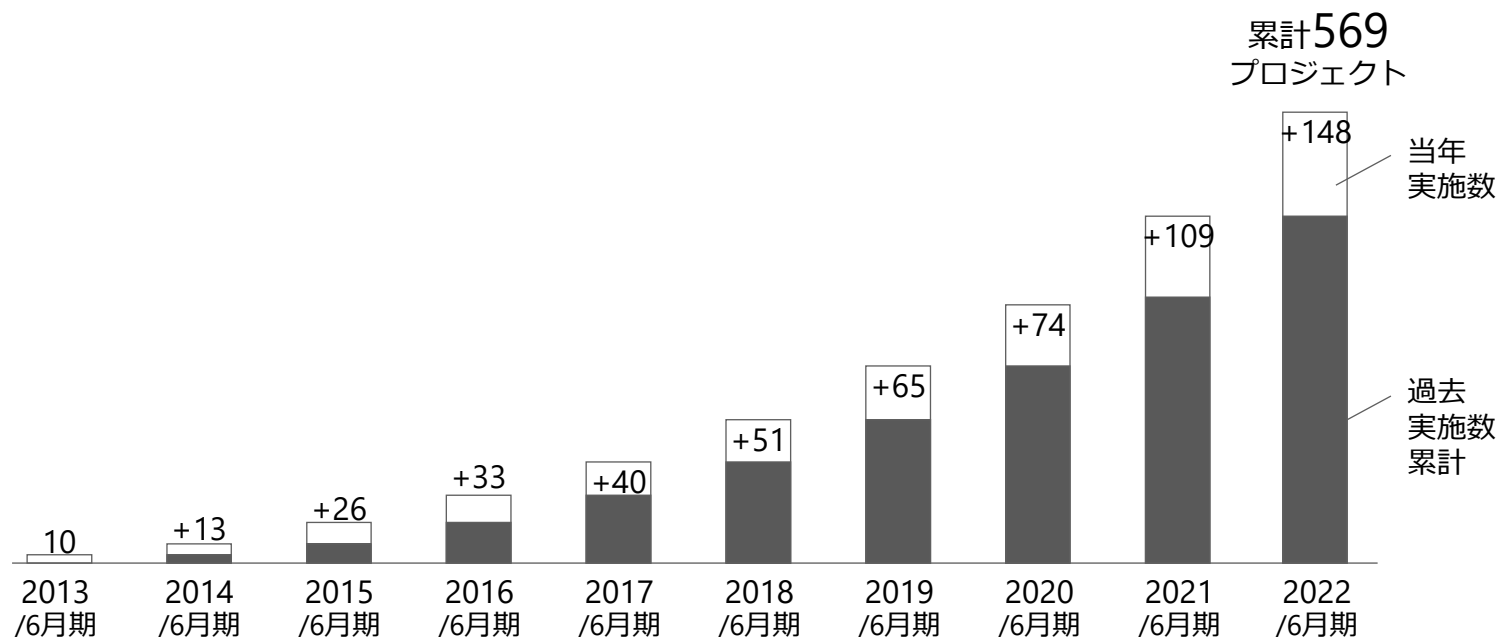
2022

特許 (出願日)	国内
	国際

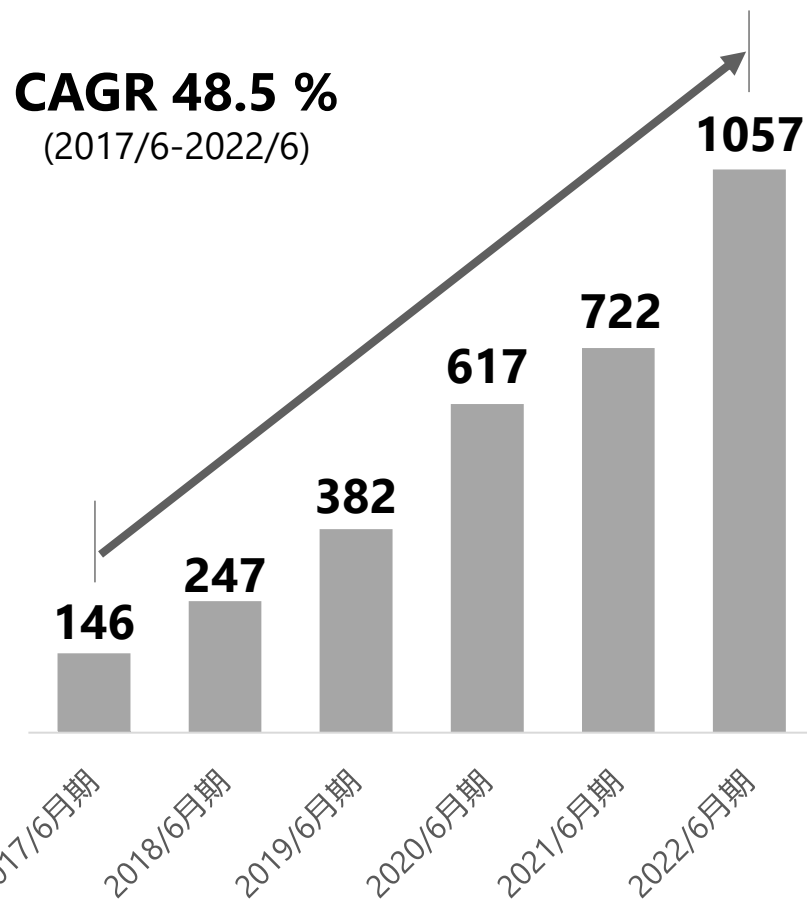
16件
 (うち出願・審査中10)

2件

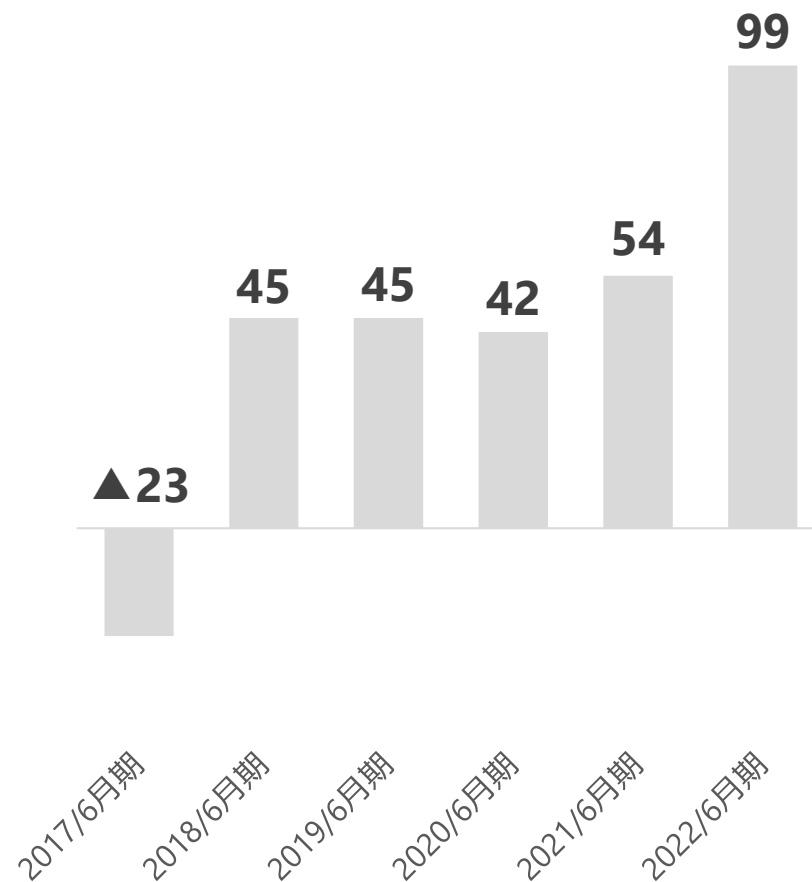
プロジェクト
実績数*



売上高 (単位：百万円)



営業利益 (単位：百万円)



1. 会社概要

2. 業績情報

3. 市場環境

4. 事業内容

5. 競争優位性

6. 成長戦略

7. Appendix

大手クライアント企業における「縦横展開」が奏功した結果、第10期（2022年6月期）は、過去最高の売上高・利益を更新。

第9期（21/6月期）

(2020年7月1日から2021年6月30日まで)

第10期（22/6月期）

(2021年7月1日から2022年6月30日まで)

売上高

722百万円

+334百万円
(成長率46%)

1,057百万円

売上総利益

354百万円

+131百万円
(成長率37%)

486百万円

営業利益

54百万円

+44百万円
(成長率81%)

99百万円

当期純利益

51百万円

+21百万円
(成長率41%)

72百万円

A. 売上高

1,057百万円
前期比 **+46%**

個別課題
解決

重点
クライアント
向け

- 部内展開（縦）・社内展開（横）の2方向で浸透が進み、DIコンサルティングおよびDIプラットフォームの取扱高が増加

既存
クライアント
向け

- DIコンサルティングの需要が増進
- 新テーマや新部署での取り組みが増加
- ➡ DIプラットフォームの足掛かりとして機能

共通課題
解決

マイグル

- WESTER*、WESPO**のミニアプリとして連携
- JR西日本グループ様にて、定常的にご活用いただく体制に

B. 営業利益

99百万円
前期比 **+81%**

売上原価率
50.9% ➡ 54.0%

- DIプロダクト（主にマイグルの機能拡張）への投資により、原価率が上昇

販売管理費率
41.6% ➡ 36.6%

- 売上規模の成長に伴い、販売管理費率は低下

営業利益率
7.6% ➡ 9.4%

- 2pt弱の改善
- 成長期のため、積極的な投資フェーズにあるものの、一定の利益額は確保できる状態

2022年3月の上場後も、さらなる成長に向けて、積極的な事業提携・運営体制強化を推進。ニュースリリースおよびIRサイトを通じて情報発信。

事業提携

**電通コンサルティング
との業務提携（新規）**
2022.4.25.発表

日本最大の総合広告代理店「電通」グループのコンサルティングファーム「電通コンサルティング」との業務提携を発表。両社の協働により、クライアント企業のグロース支援を、より多角的な観点で実施可能となりました。

**ベーシックとの
業務提携（新規）**
2022.5.16.発表

当社の開発パートナーとしてご協力いただいていた、1982年設立のシステム開発企業「ベーシック」との提携を発表。DIプラットフォームおよびDIプロダクトの開発体制強化を実現しました。

**BIPROGYとの
業務提携（強化）**
2022.6.23.発表

当社株主であり、従前からの業務提携先である「BIPROGY」との業務提携強化を発表。BIPROGY社の人員に対するDI教育を拡大提供すると共に、両社によるパイロット版DI関連サービスの提供を開始しました。

体制強化

**Chief Technologist 兼
Chief Architect の参画**
2022.5.9.発表

元ZOZOアーキテクトの岡大勝氏が、Chief Technologist 兼 Chief Architect として当社に参画。これにより、社内におけるシステム利活用の推進及び、クライアント企業向けサービスにおけるテクノロジー活用方針の策定・実行が、強化されました。

執行体制の変更
2022.6.14.発表

創業取締役を「上級執行役員」に任命。上場後の更なる事業成長に向け、各々の業務執行範囲を明確化しました。（上級執行役員4名（含む代表取締役CEO）、執行役員2名の6名体制を構築）

第11期（2023年6月期）は、
 売上高：**14.70億円（成長率39%）**
 営業利益：**2.08億円（成長率110%）**と予想。

実績

第10期（22/6月期）

(2021年7月1日から2022年6月30日まで)

売上高

1,057百万円

売上総利益

486百万円

営業利益

99百万円

当期純利益

72百万円

+413百万円
(成長率39%)+198百万円
(成長率41%)+109百万円
(成長率110%)+68百万円
(成長率95%)

予想

第11期（23/6月期）

(2022年7月1日から2023年6月30日まで)

1,470百万円

684百万円

208百万円

141百万円

A. 売上高

1,470百万円
前期比 +39%

既存クライアント向け
縦横展開の推進

- 重点クライアント内縦横展開を継続推進
- 既存クライアントの重点化（取引増大）

営業体制・プロジェクト
推進体制の強化

- 電通コンサルティング、BIPROGYとの協業強化
- DIの認知向上、プロジェクトの需要創出、プロジェクトデリバリー領域を共同推進

開発体制の強化

- ベーシック社との協業を核に開発体制を強化
- Chief Technologist を中心に、エンジニア組織の整備・強化を推進

DIプロダクト
の強化

- マイグルの大手クライアントの自社アプリへの組み込みを推進（=継続利用の実現）

B. 営業利益

208百万円
前期比 +110%

売上原価率
54.0% ➔ 53.5%

- DIプロダクトへの継続投資
 - ✓ マイグルの機能強化投資（継続）
 - ✓ 新プロダクトへの研究開発投資（新規）
- アセット活用による生産性向上

販売管理費率
36.6% ➔ 32.4%

- 売上規模の成長に伴い、販売管理費率は低下
➔ 中期的には業界水準に落ち着くと想定

営業利益率
9.4% ➔ 14.2%

- 第11期も積極的な成長投資は継続しつつ、一定水準の利益を確保することを目指す

1. 会社概要

2. 業績情報

3. 市場環境

4. 事業内容

5. 競争優位性

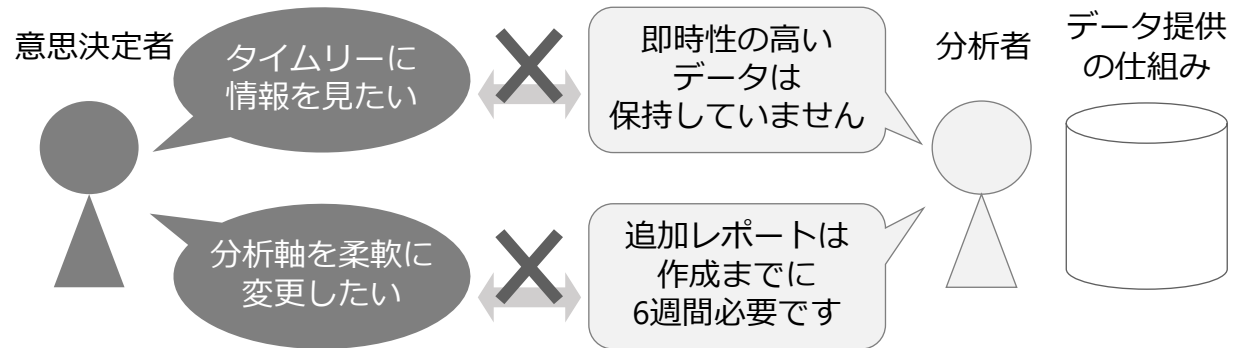
6. 成長戦略

7. Appendix

再現性の高い業務判断を行うためには、**勘・経験・度胸 (KKD)**を“データ”によって**補強**する必要がある。当社は、データの蓄積、加工および判断への活用方法を、一気通貫でサポートすることにより、クライアントの判断をDIなものへと変革する。

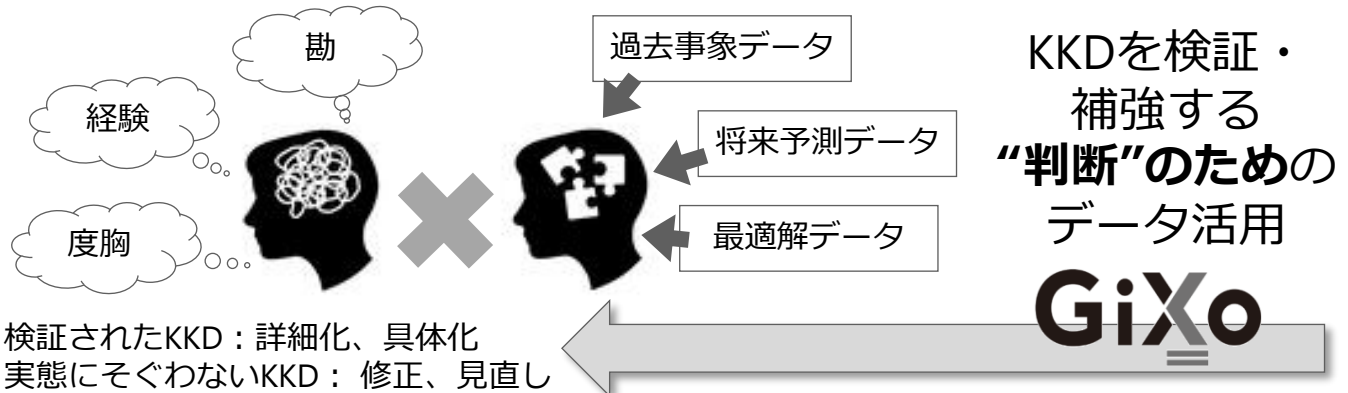
現在

ビジネス判断に耐え得る速度/品質のデータが提供されない

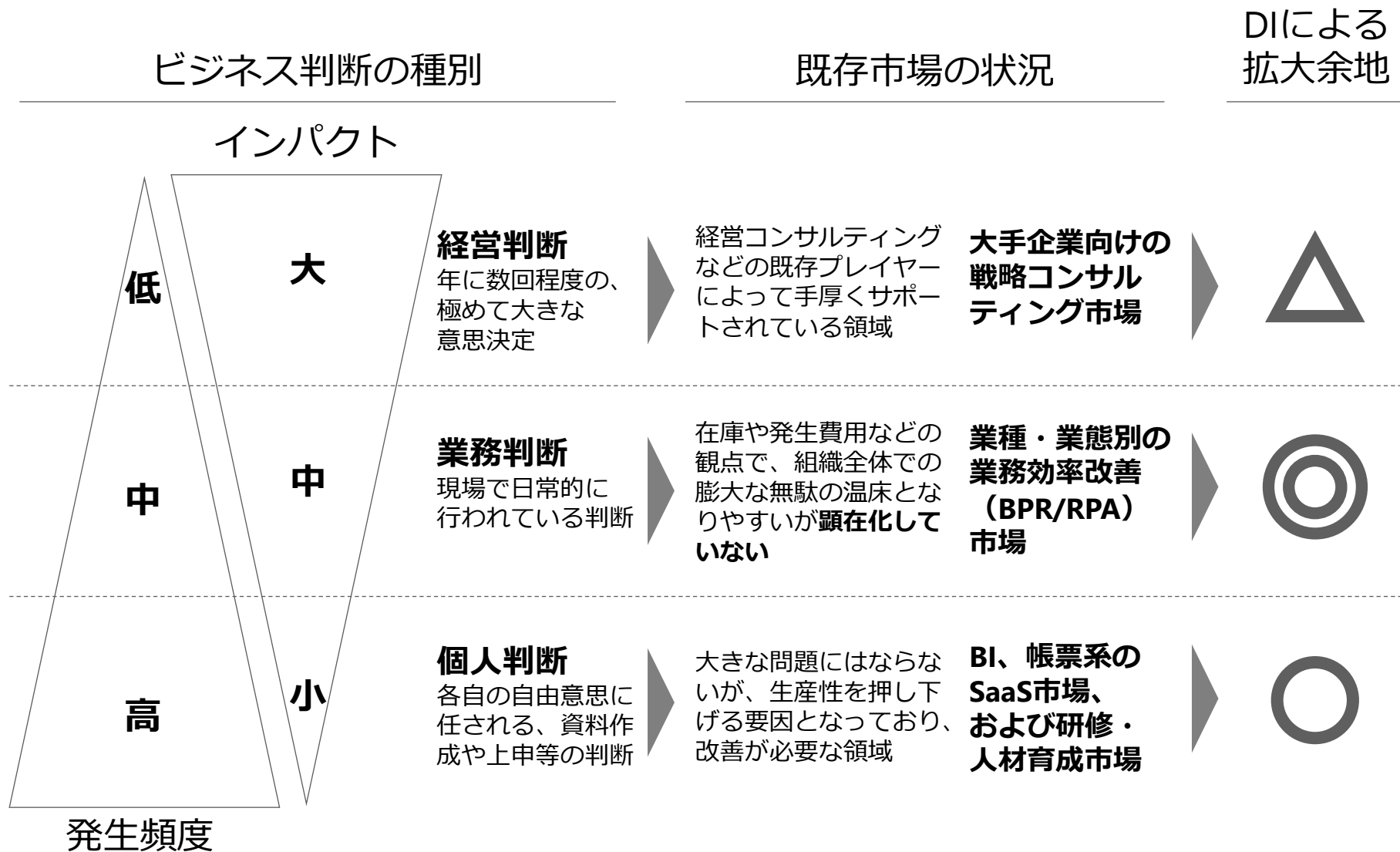


DIな世界

データインフォームド = KKD × データ

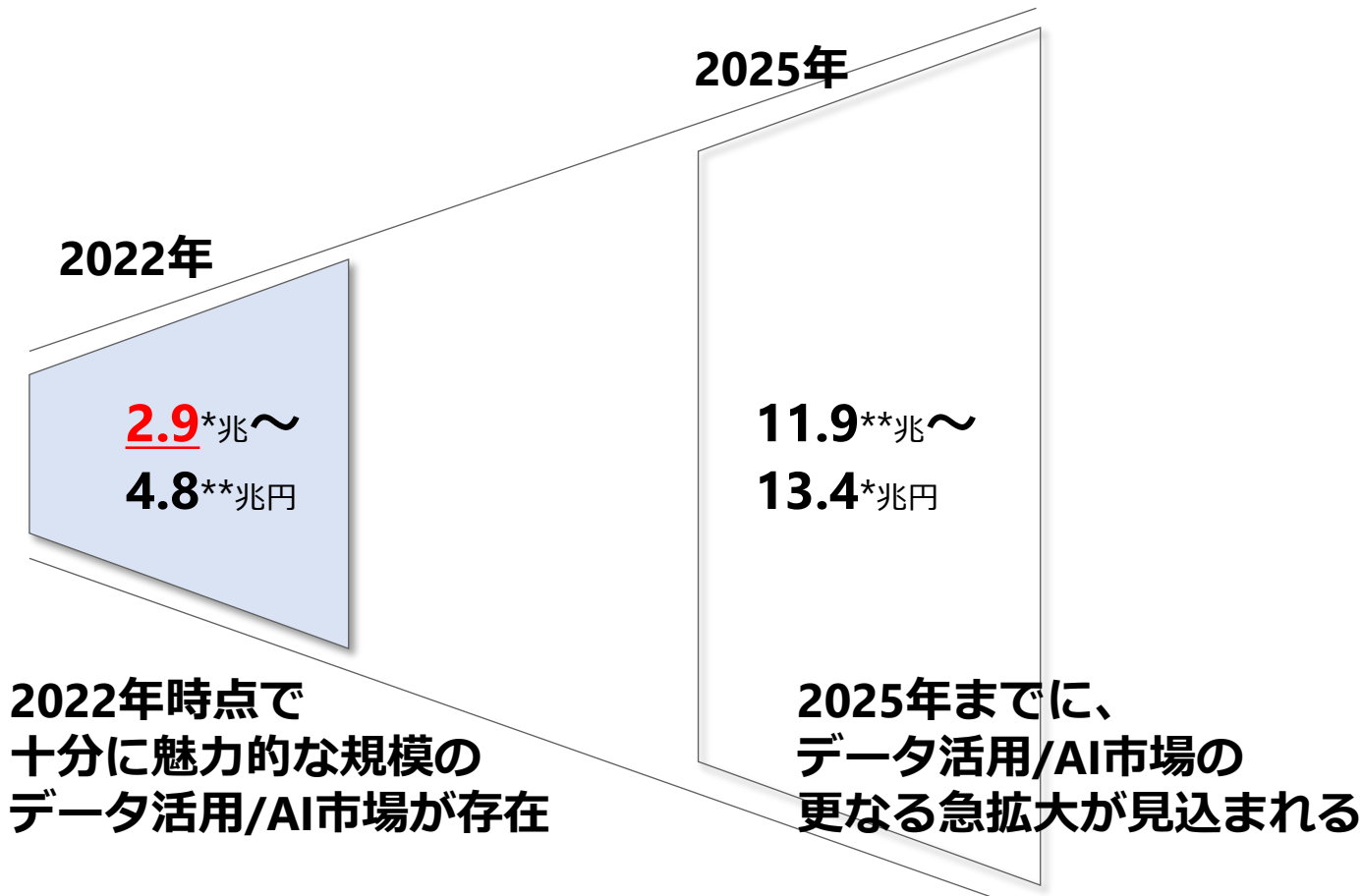


データを用いて論理的に考え、合理的に判断する「データインフォームド」の市場は、日常業務における業務判断領域において、特に有望と考える。



DIによる付加価値向上余地は**2.9兆円**と大きな市場機会があると考える。
(付加価値向上余地 = DI推進によって生じる売上増進・効率向上等の「経済効果」のこと)

DI推進による付加価値向上余地



上記の金額は、当社が想定する最大の市場規模を意味しており、当社が2022年6月現在で営む事業に係る客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません。下記各注記の通り、外部の統計資料や公表資料を基礎として試算されたものであり、その正確性にはかかる資料や試算に固有の限界があるため、実際の市場規模はかかる試算値と異なる可能性があります

*：経済産業省 戦略的基盤技術高度化・連携支援事業（中小企業のAI活用促進に関する調査事業）最終報告書/2020年3月 を元に 三菱UFJリサーチ&コンサルティング社 試算

18 **：アクセンチュア株式会社 “HOW I BOOSTS INDUSTRY PROFITS AND INNOVATION” (2017) を元に 三菱UFJリサーチ&コンサルティング社 試算 [GiXo All rights reserved.](#)

1. 会社概要

2. 業績情報

3. 市場環境

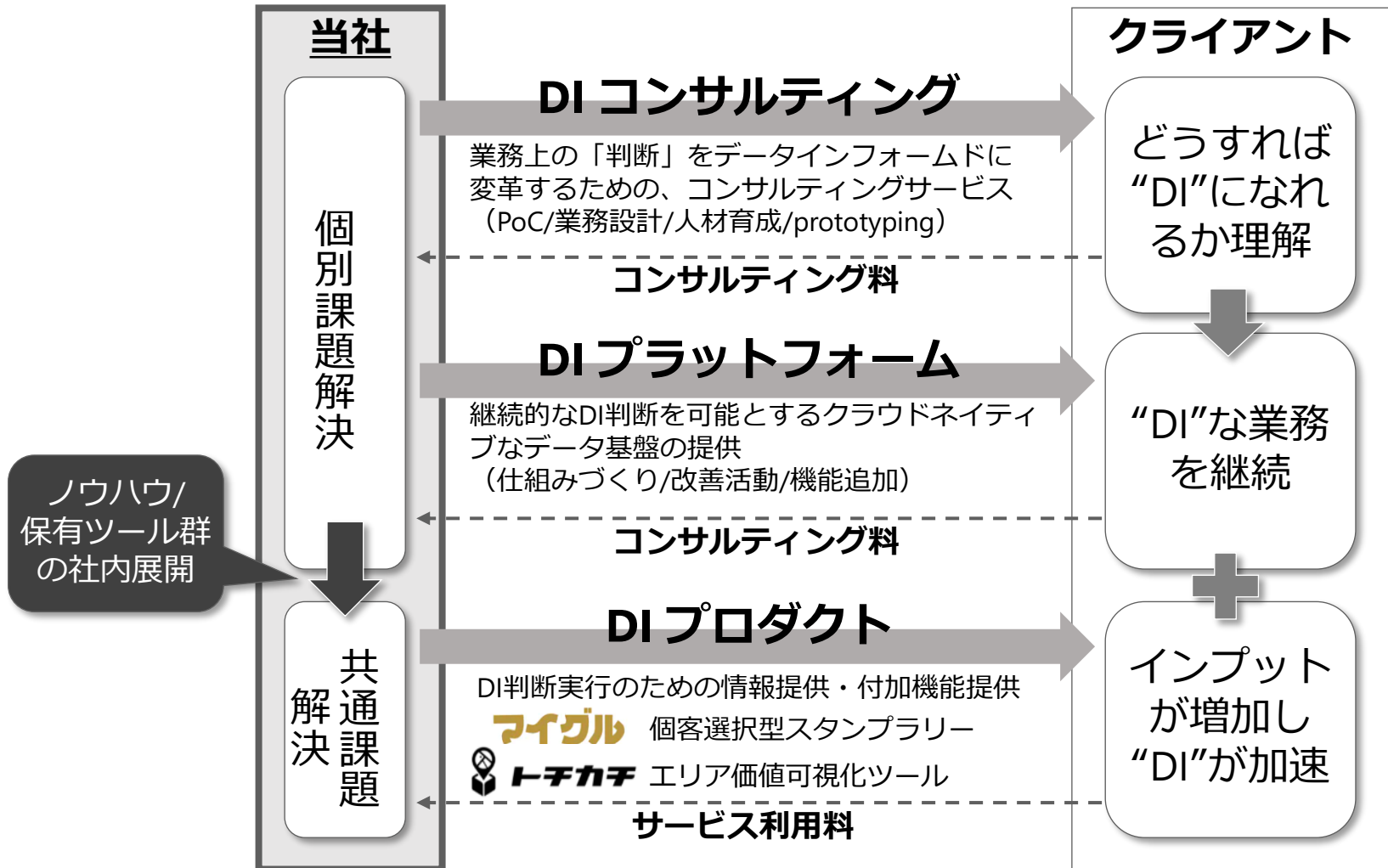
4. 事業内容

5. 競争優位性

6. 成長戦略

7. Appendix

クライアント企業を“データインフォームド(DI)”な状態に変革するために、3種類のサービスを提供している。



顧客の課題を理解し、「データを用いた数学的アプローチ」で解決を図り、クラウドネイティブなデータ基盤を提供することで、顧客の業務に**データインフォームドな判断**を組み込んでいく。

方向性の模索



顧客理解

解法模索

解決策発見

業務設計



DIな業務の在り方

判断したい内容

見るべき指標

データ確認の
頻度/タイミング

実装方針



適切なUI

分析環境/
インフラ

システム接続
(データ連携)

業務アプリ



ダッシュボード
(閲覧)

業務システム
(入出力)

リアルタイム
処理

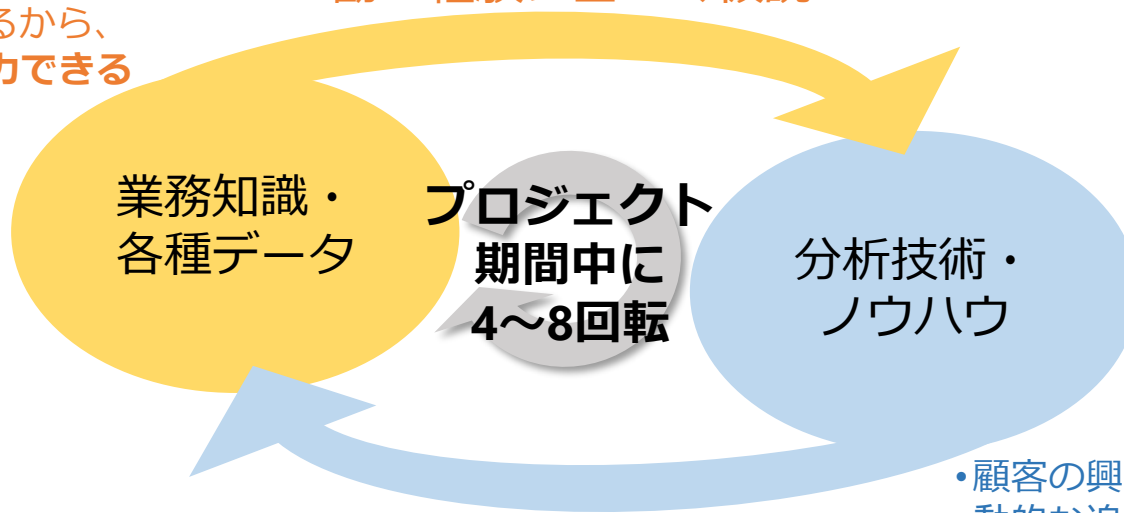
DIコンサルティング

DIプラットフォーム

DIコンサルティングは、仮説検証型・試行錯誤型のデータ分析。プロジェクトを通じて、データに基づいて考える「DIな思考態度」をクライアントにインストール。

- 勘・経験をデータで検証・補強する「**仮説検証スタイル**」
- アウトプットがあるから、「**深く考える**」に注力できる

勘・経験に基づく仮説



分析アウトプット

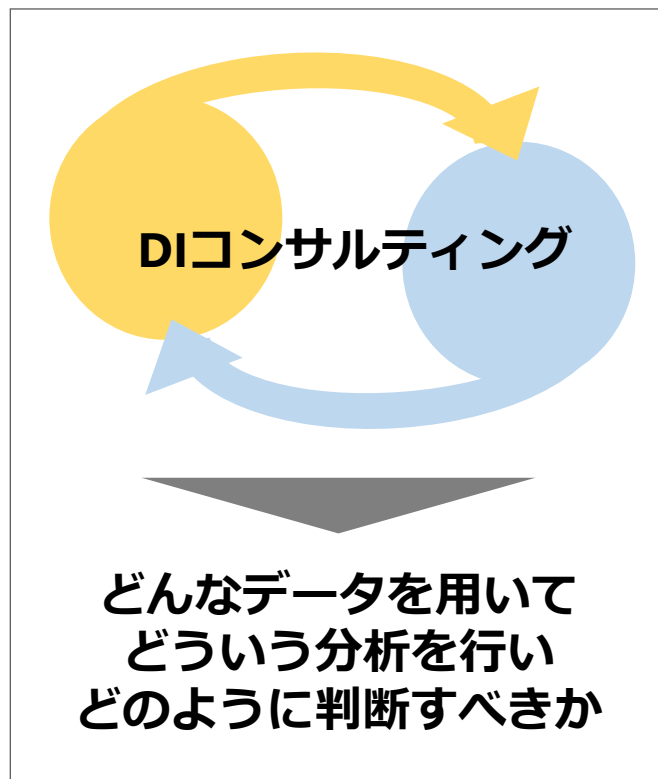
- 顧客の興味・仮説に応じて、動的な追加分析を行う「**試行錯誤スタイル**」
- 豊富な分析経験で培われたノウハウ、ツール群により**高速処理を実現**

全件・全量データを用いた、全粒度分析に基づいて、**クライアントの業務知識に、事実（データ）という裏付けを。**

DIコンサルティングで見出された「分析要件」を、DIプラットフォームとして仕組み化。**データを用いる思考態度を、日々の業務に浸透させる。**

DIコンサルティングを通じ、
企業・事業・組織に適した
DI業務の在り方を見出す

DI業務 を実行するために必要な
“データ基盤”を構築し、**DI推進を加速**



行いたい判断/
見たいアウトプット
が明確

使いたい
データソース
が明確

業務知識に対する
理解が深い

要件が明確だから、
無駄がない

- 過不足なく、業務要件を充足可能
- DIコンサルティングで開発したアルゴリズムを最大限に活用
- “データを見る”という業務はパイロット済み

業務が分かるから、
理想を描ける

- 将来の拡張性を見越したアーキテクチャ設計

当社の個別課題解決は、各業界のトップ企業様との取り組みが中心です。
その内容は、“現場”のDI推進と“企画”のDI推進に大別できます。

A

“現場”に気付きを

DI化の対象

各種セールスパerson、保険外交員、
製薬MR、接客職種など

業務変革の
規模

数百人～数万人

DIの
適用領域

“現場”の社員が、日常業務の中で発生する判断に際して、DI思想に基づくインプットを活用する
判断精度が上がり、顧客満足度および販売実績の向上につながる

現場で働く社員一人一人がDI化され、日々の活動内容が変化

B

“企画”に気付きを

企画職（マーケター、事業企画、サービス企画、物流企画 など）

数人～数十人

“企画”担当者が、DI思想に基づいて、戦略立案、方針策定を行う
現場社員に向けた作業指示や、顧客/ユーザーの態度変容のための各種施策を、DI思想に基づいて設計

会議室がDI化され、より戦略的な作戦行動が可能に

多様なデータから「状態」を見極めてスコア化する。その結果を受けて、どのようなアクションをとるべきかを、“現場”で判断。



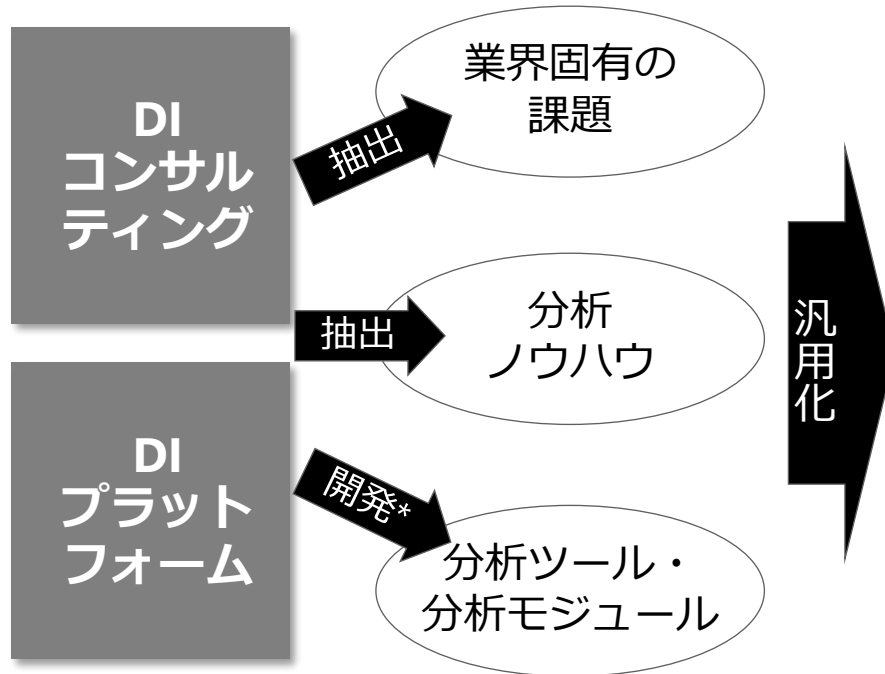
インプットデータからヒト・商品・店舗などの特性を理解するための「属性」を導出。データに基づく打ち手検討を実現し、“会議室”をDI化する。



個別企業向けの課題解決プロジェクトで培ったノウハウを用いて、共通課題解決に役立つ複数のプロダクトを開発・提供することにより、**より幅広い層におけるデータインフォームドな判断を促進。**

個別課題解決

各クライアントの課題を解決する過程で、ノウハウ・モジュール・ツールを蓄積



共通課題解決

汎用性の高い課題に対して、社内に蓄積されたノウハウ・ツール群をベースに、プロダクトを開発

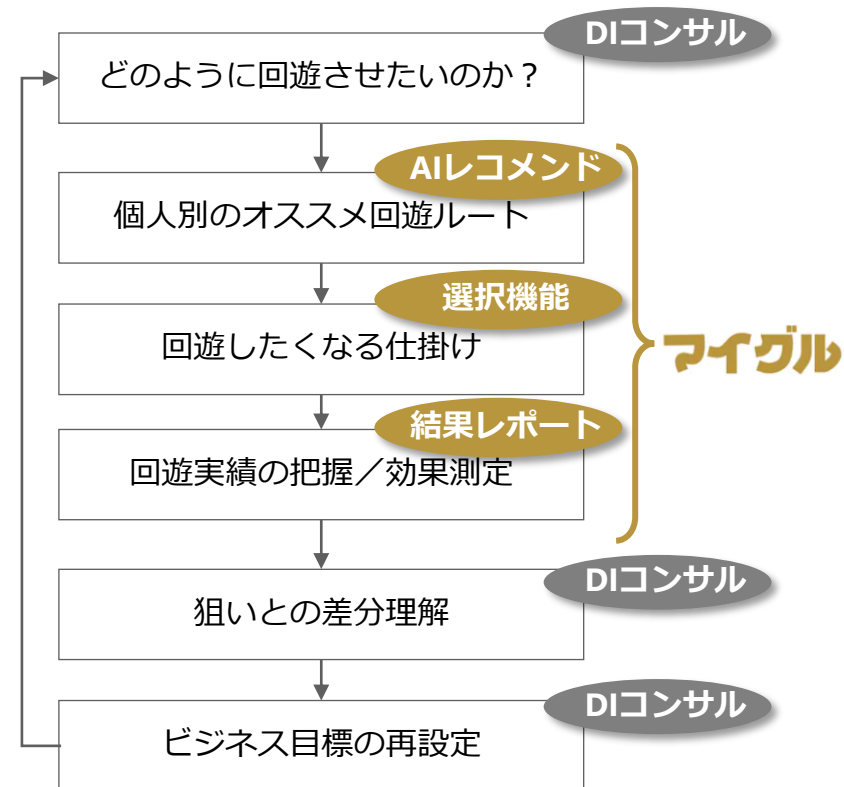
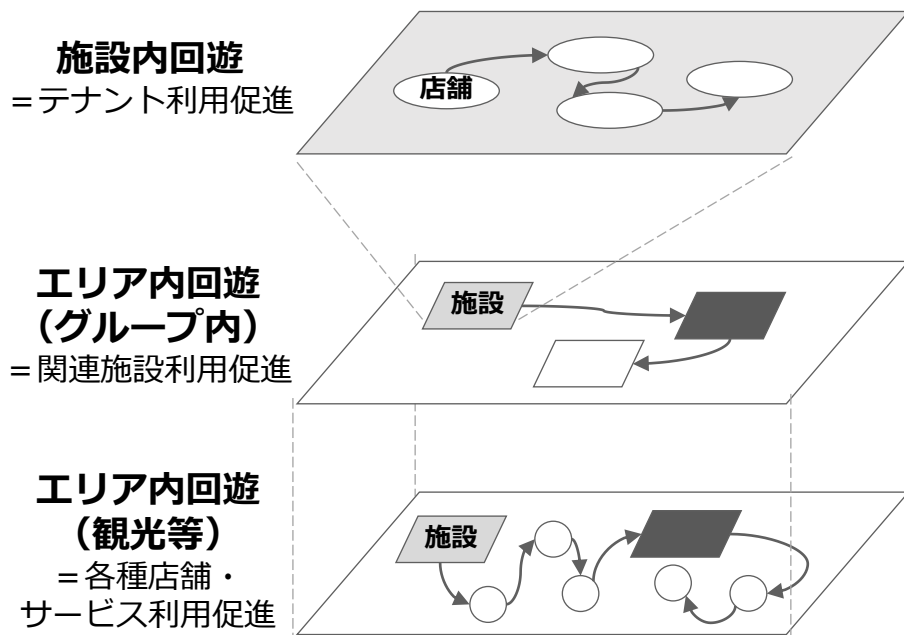
The 'DIプロダクト' (DI Product) section features two examples. The first is 'マイグル' (MyGuru), described as a service for large and small businesses, providing personalized stampラリー (stamp rallies) for customers who visit or visit. The second is 'トチカチ' (Tocikachi), which provides easy-to-understand tables and graphs to analyze area characteristics based on user behavior and actions.

深い顧客理解に基づいて、最適なユーザー体験を提案・実現する。

固定化されがちな顧客の行動に対して、**“個々人に最適なスタンプラリー”**を提供し新しい出会い・発見を提供し、回遊を促進

マイグル単体での提供に加え、**DIコンサル**ティングによる**「付加価値提供」**も積極的にご提案

マイグルの活用領域（代表例）



- 企業には、**ロイヤルティの向上効果**を
- 観光地には、**直接的な売上増進効果**を
- エンドユーザーには、**気付きと楽しみ**を

マイグルという「武器」を用いることで、顧客理解のインプット増加と、回遊促進の実行を同時に行うことができる（CRM観点でのDIの加速）

これまでにない「企業による推奨」+「消費者自身の選択」の組み合わせが、ロイヤルティ形成に貢献可能であると考えられる。

企業による推奨

消費者自身の選択

Marketer-Customization

ロイヤルティ
の形成

Self-Customization

マーケター (=企業) による
カスタマイズ
例) One-to-One Marketing

消費者によるカスタマイズ
例) マイグルのスタンプ選択

個々の消費者の好み・考え
を理解することで、
最適な商品・サービスを
提供していく

消費者は「自らの意思で選んだ」
という行為によって、
その結果をより魅力的に感じる
(コントロール可能性の効用)

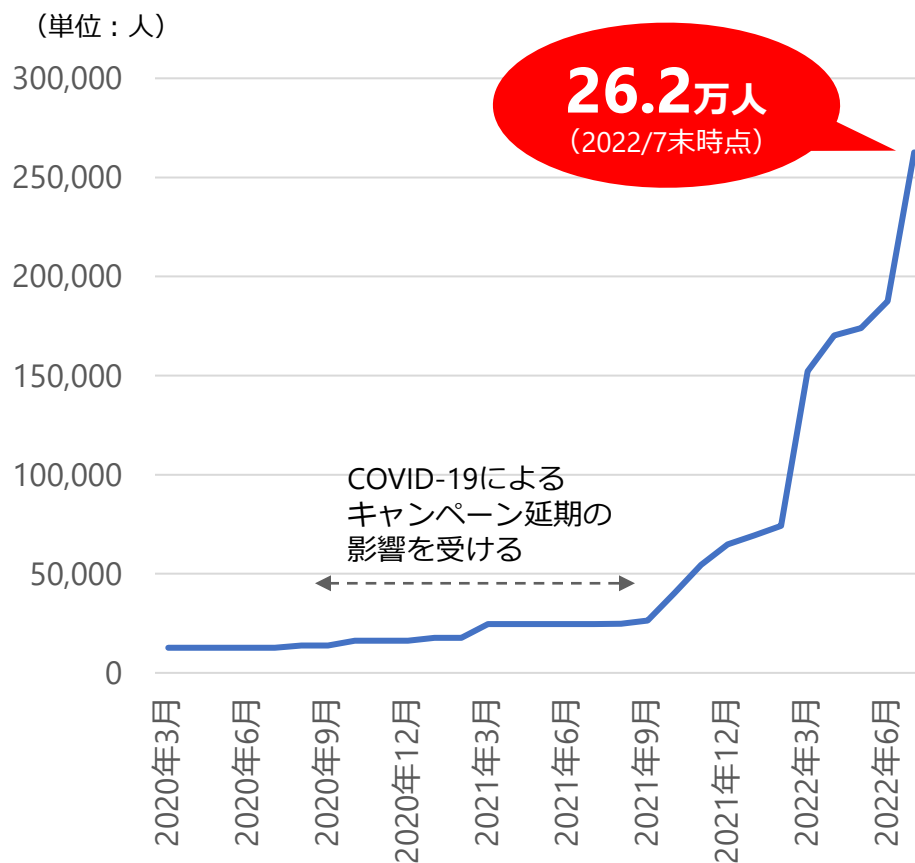
上記テーマで、名古屋大学と共同研究を推進中。

2020年3月のサービス開始以来、89キャンペーン（企画中含む）にご採用いただき、累計26.2万人のエンドユーザー様のご利用を達成しました。*

マイグル顧客事例（抜粋）



マイグル参加者数（累計）



1. 会社概要

2. 業績情報

3. 市場環境

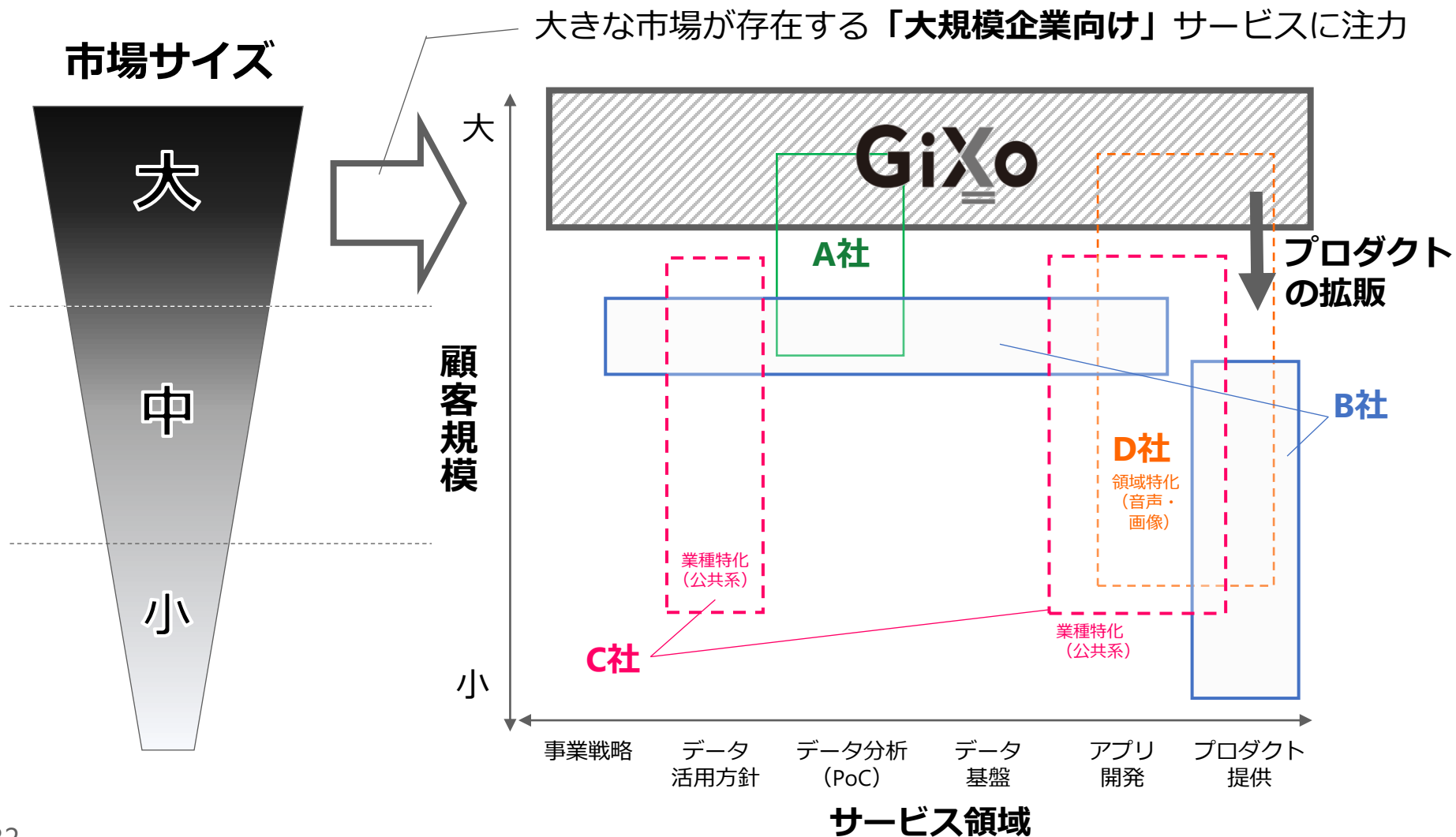
4. 事業内容

5. 競争優位性

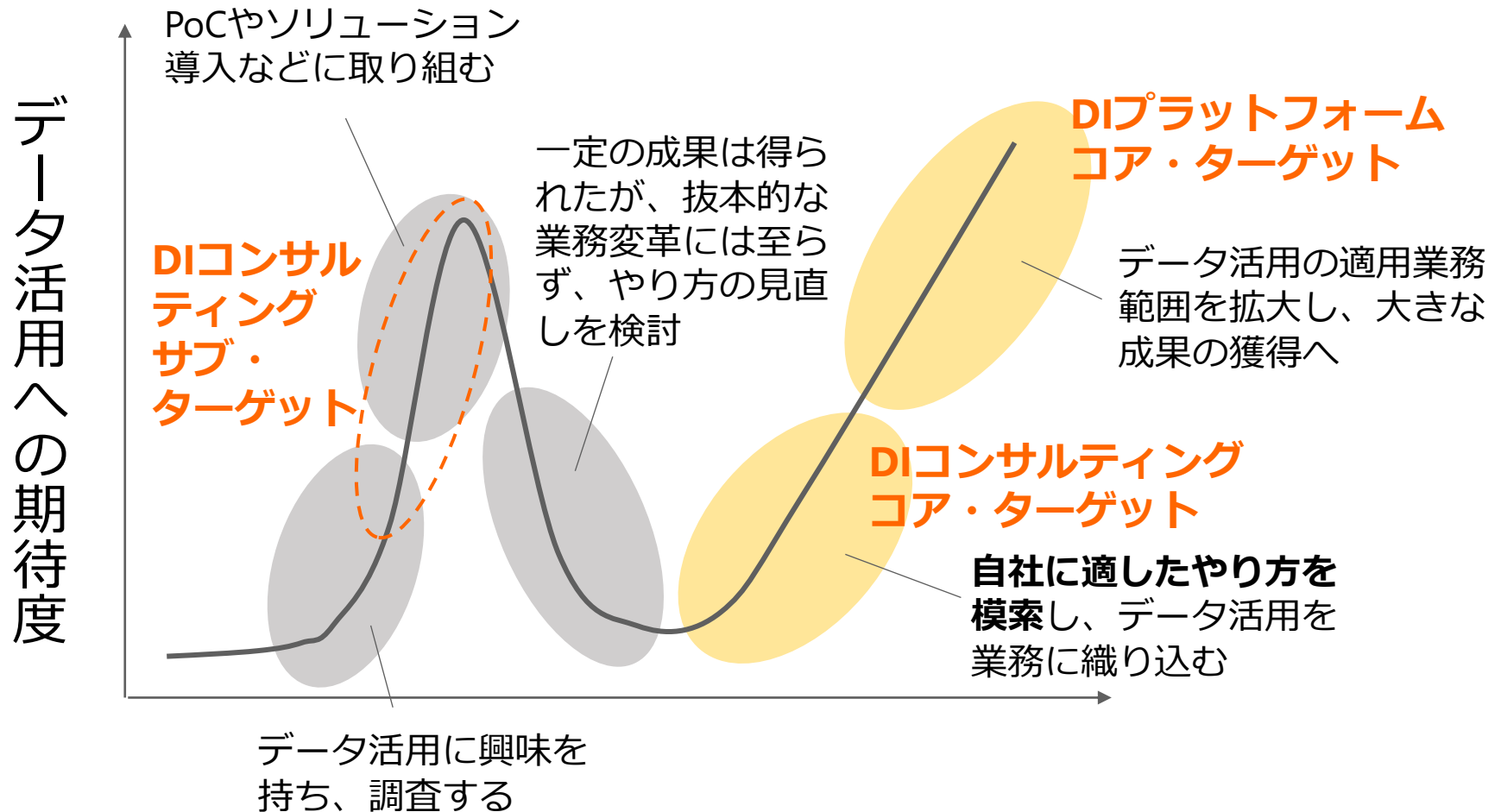
6. 成長戦略

7. Appendix

当社の主軸は、**大企業様に対する“一気通貫”型の個別課題解決。**
加えて、プロダクトによる中規模顧客への展開を推進中。



一度取り組んだうえで、自社に適した「やり方」を模索するステージを、コア・ターゲット層と規定。業務変革につながるデータ活用を提供する。
(データ活用への初挑戦支援も、クライアントのご要望に応じて実施)



ギックスの掲げるDIの思想は「判断」に特化している。共に、試行錯誤を繰り返し、各社各様に適したデータの使い方を検討するため、成果につながる実感を得られる。

判断 = スピードが重要

決まった内容を見るだけでは不十分

何が見たいかを最初に決められない

時間をかけて開発しては間に合わない

“データ分析をする” ⇔ “何が見たいのかを議論”
試行錯誤を高速に繰り返す

分析ノウハウ

分析モジュール

各種プログラム

試行錯誤を下支えするアセット群

個別課題に対しては、アセット活用で効率性を担保。得られた知見から共通課題を見出してパッケージ提供に繋ぐ、持続可能な価値連鎖を構築。

敢えてパッケージ化せず、
個々の事情に合わせてフルカスタム

業種・領域に共通する課題には
ソリューション提供



顧客への価値提供を行う中で蓄積された当社のノウハウは、ツール化および特許化することで、競争力の源泉となっています。

特許

社内ツール群

	取得済	出願中
国内特許	6件	10件 うち5件、 JR西日本様との 共同特許
国際特許	2件	0件

当社保有モジュールの分類

- 分析前処理モジュール群
- マスタモジュール群
- 記述的分析モジュール群
- 診断的分析モジュール群
- 予測的分析モジュール群
- 処方的分析モジュール群
- 分析後処理モジュール群

当社単独特許に加え、クライアント企業との共同特許化も積極的に推進

7分類/35種以上のモジュールを活用中
(2022年7月末時点) ➡ 日々、追加開発中

長年に渡り培ってきたノウハウ・モジュール群を活用した教育方法により、短期間で、当社独自の分析手法を身に着けた「ギックス人材」を育成。

➡ クライアントからの高い要求品質に応えられる体制を、効率的に構築。

データ活用の 基本思想

- データ活用の目的と手段
- GiXoのデータ活用思想
(特許技術)
- Database (RDB) の理解
- SQLの技術習得
- 処理モジュールの理解

可視化の 基本思想

- 体系的な可視化思想
- 可視化技術 (Tableau等)
- 分析用マートの構築技術
- 可視化の活用方法ノウハウ
(事業視点での解釈)
- 分析モジュールの理解

事業課題との 向き合い方

- 顧客案件への参画
- 分析実務の実施
- 各種モジュールの活用
- 価値創出プロセスの理解
(課題認識→分析方針策定→分析実施→結果解釈→顧客説明)

入社後トレーニング (4~8週間)

OJT (8~16週間)

上記、人材育成システムを活用した、他社人材の受入・育成実績も存在
(公開可能事例：JR西日本、BIPROGY)

1. 会社概要
2. 業績情報
3. 市場環境
4. 事業内容
5. 競争優位性
6. 成長戦略
7. Appendix

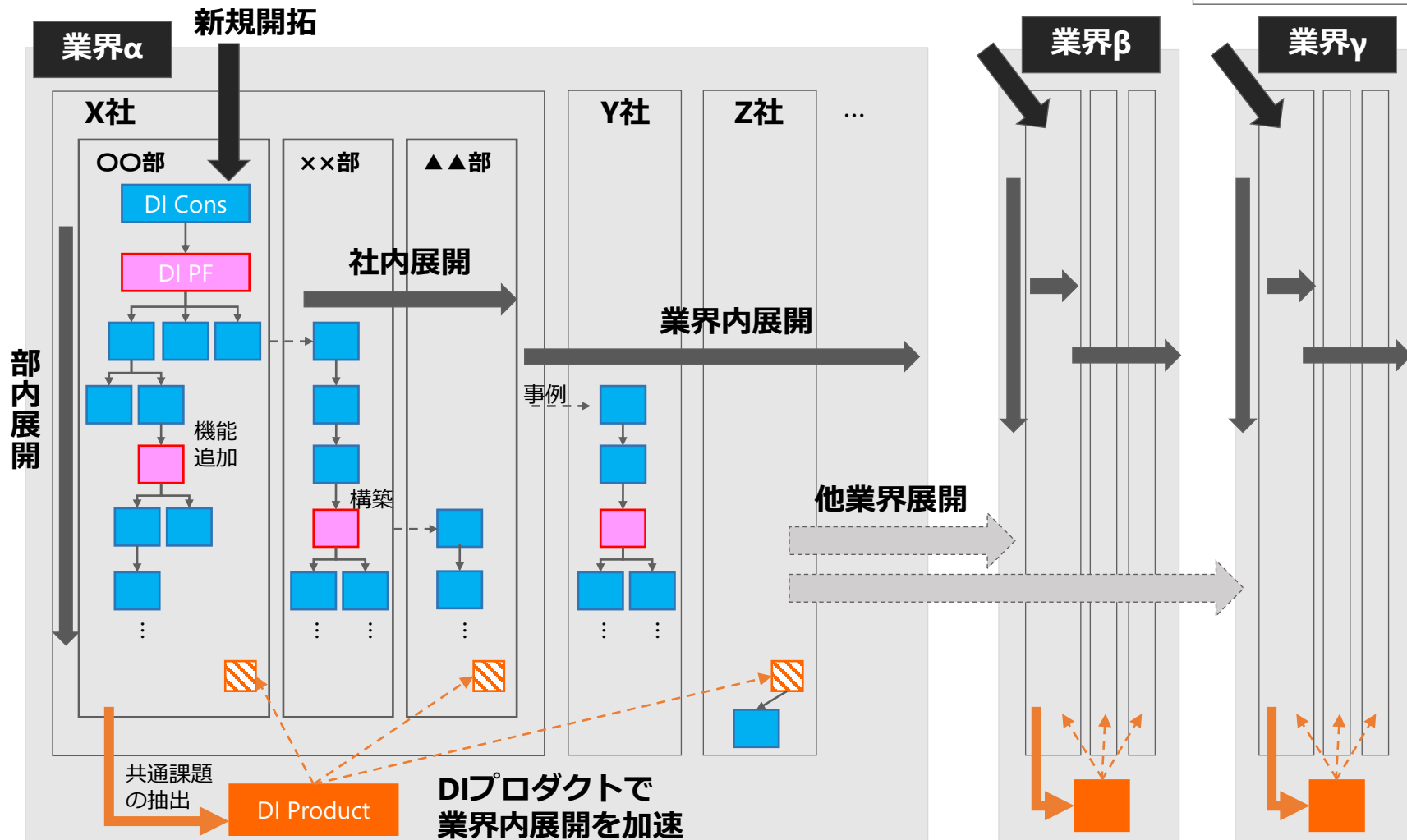
「業務判断」市場を狙いとしている。

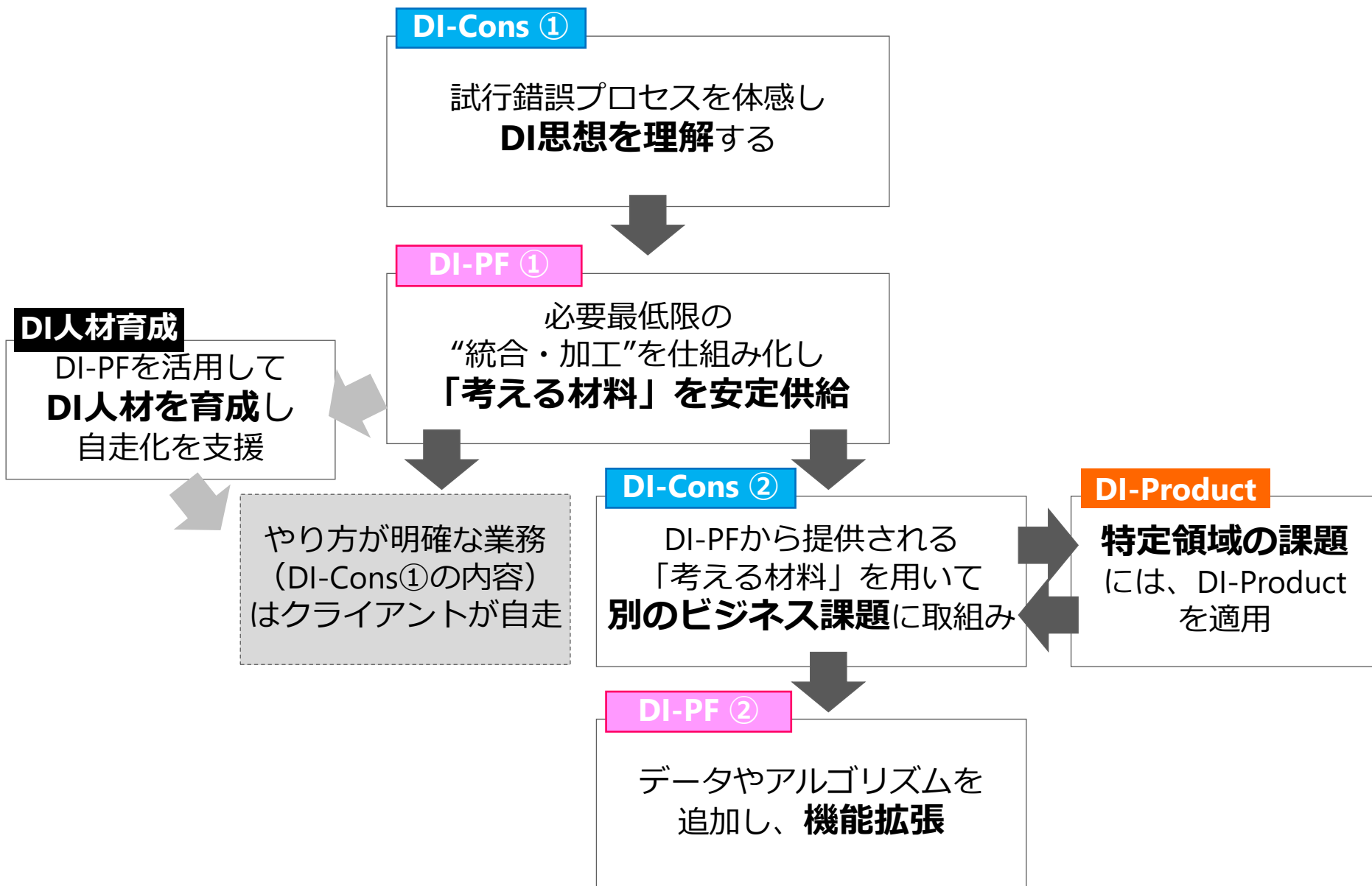


DI思想の部内展開・社内展開・業界内展開・他業界展開を、3つのサービスを柔軟に組み合わせることで、高速且つ効率的に推進する。

凡例：	DIコンサルティング
3つの	DIプラットフォーム
サービス	DIプロダクト

当社の顧客開拓の流れ（イメージ）





DIコンサルティング・DIプラットフォーム・DIプロダクトの3つのサービスを、個別に進化させると同時に、それらの融合・連携を推し進めていきます。

各サービスの成長戦略

位置づけ・役割

個別課題解決	DIコンサルティング
	DIプラットフォーム
共通課題解決	DIプロダクト

アセット活用の更なる推進

- ・ 一人あたり生産性向上
- ・ 高付加価値化 = 単価向上

リーンな仕組み作り

- ・ “考える材料”づくりに特化
- ・ クラウド・ネイティブでムリ・ムダの無い仕組みを実現

スーパーアプリへの組み込み

- ・ 大規模な会員基盤を持つエンタープライズ向けに注力
- ・ 個別課題解決サービスとの連携強化

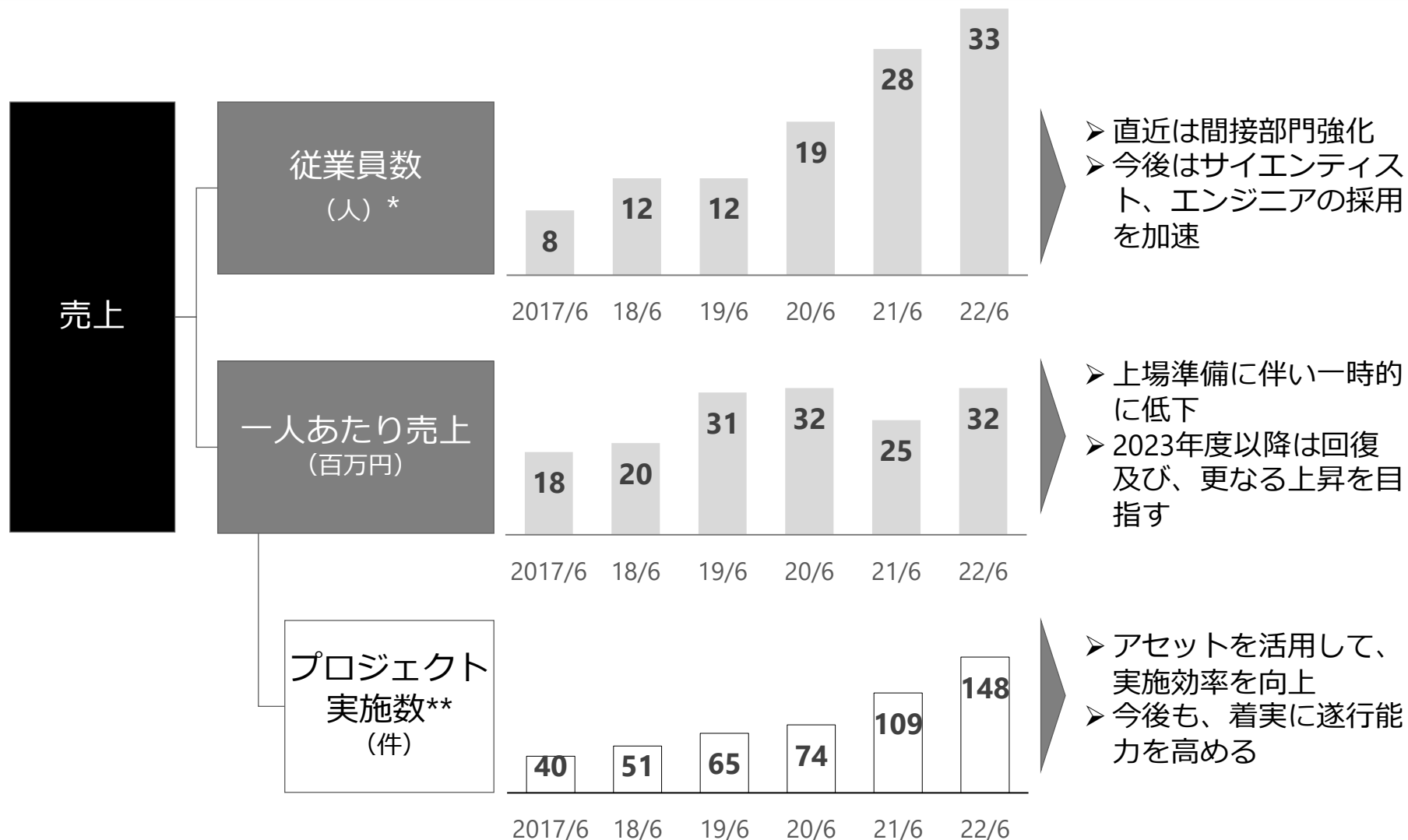
- 新規顧客開拓および、顧客内横展開の鍵
- DI思想の布教・浸透の中核

- 顧客内縦展開の要諦
- クライアントが「自走」するための礎

- 分析データの供給源（データソース）
- 施策の実行手段

1. 会社概要
2. 業績情報
3. 市場環境
4. 事業内容
5. 競争優位性
6. 成長戦略
7. Appendix

経営上重視する経営指標（直近6年間）



*：従業員数は就業人員（当社から社外への出向者を除き、社外から当社への出向者を含む。）です

**：各年度における実施プロジェクト数（DIコンサル/DIプラットフォーム/DIプロダクト合算）

※同一クライアント内で2つの契約がある場合は、2としてカウント

損益計算書

単位：千円

	2021年 6月期	2022年 6月期
売上高	722,275	1,057,232
売上原価	367,320	571,053
売上総利益	354,954	486,178
販売費及び 一般管理費	300,180	387,073
営業利益	54,774	99,105
税引き前 当期純利益	60,683	99,817
法人税等 合計	9,247	27,066
当期純利益	51,435	72,750

貸借対照表

単位：千円

	2021年 6月期	2022年 6月期
流動資産合計	1,451,650	1,883,660
現金及び預金	1,234,810	1,623,400
固定資産合計	98,187	112,198
資産合計	1,549,837	1,995,858
流動負債合計	174,687	219,568
1年内返済予定の 長期借入金	50,004	50,004
固定負債合計	180,368	130,594
長期借入金	145,825	95,821
負債合計	355,055	350,163
純資産合計	1,194,782	1,645,695
負債純資産合計	1,549,837	1,995,858

キャッシュフロー計算書

単位：千円

	2021年 6月期	2022年 6月期
営業活動による キャッシュフロー	△88,936	68,737
投資活動による キャッシュフロー	2,501	△8,055
財務活動による キャッシュフロー	673,955	327,908
現金及び現金同等物 の増減額	587,520	388,589
現金及び現金同等物 の期首残高	647,289	1,234,810
現金及び現金同等物 の期末残高	1,234,810	1,623,400

リスク分類	主要なリスク	発生可能性	影響の大きさ	当社の対応方針
DI事業固有の 事業推進の不確実性	DI人材の確保・維持および育成	中	大	パートナー人材の受入れ アセット活用型育成モデルの強化
	特定の売上先への依存	中	中	クライアントの部内/社内展開による関係深化 業界内展開・他業界展開による顧客増
スタートアップ各社 に共通する 事業推進の不確実性	技術革新による影響	低	大	積極的な研究開発投資
	新規事業の創出	中	中	アセット活用の強化 積極的な研究開発投資
法規制等の 不可避の制約	規制強化の影響 / コンプライアンス対応	中	中	リスク・コンプライアンス規定の整備 および、新たな規制等への注視体制
一般的なリスク	外部クラウドサーバーへの依存	低	大	GoogleCloudPlatform、Microsoft Azure AmazonWebServiceを併用
	コロナによる景気変動	中	中	複数の業界とのお取引によるリスク低減

当社が事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。その他のリスクは、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。また本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。なお、今後、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。

DIコンサルティング

経営課題に全量データ分析でアプローチ

DIプロダクト “マイグル”

あらゆる判断を、
Data-Informedに。

DIプラットフォーム

クライアントの日常業務をDIに

DIプロダクト “トチカチ”