

株主・投資家の皆さまへ

2025年6月期 第2四半期 決算補足説明資料

2025年 2月 12日

株式会社ブレインパッド（証券コード：3655 東証プライム）

 BrainPad

目次

■ エグゼクティブサマリ

- 2025年6月期第2四半期連結決算についての補足
- セグメント業績についての補足
- 会社紹介資料および中期経営計画(2024年6月期～2026年6月期)

[本資料について]

- 「20XX年6月期」を「FYXX」、「第X四半期」を「XQ」と記載している箇所があります
- 当社は、FY22の連結財務諸表を作成しておりません。本資料においては、便宜的にFY22の業績として単体数値を用いたうえで、過年度比較を行っております
- 事業セグメント名の略称を、以下のように記載しております
 - ・ プロフェッショナルサービス事業 … PF事業 ※PF事業は、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
 - ・ プロダクト事業 … PD事業 ※PD事業は、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

エグゼクティブサマリ ～当期(FY25)の位置付け

- 中期経営計画(FY24-FY26)の柱である「構造改革」の1年目(前期、FY24)は利益体質への転換を早期に達成し、2年目となる当期(FY25)より、改善した利益体質を維持したうえで**事業規模(=売上高)の拡大**に舵を切り、成長路線へシフトします
- 売上高の二桁成長を目指す当期は、上期は**計画を超える成長を実現**しており、**21期連続増収・過去最高益を狙える状況**です

	FY24 利益体質へ転換	FY25 再成長	FY26 構造改革の完遂
事業方針	高利益体質への転換による 低迷した利益率のV字回復	事業規模(=売上高)の拡大による 成長路線へのシフト	大胆な投資による成長の加速と 既存IT産業の枠組みからの脱却
重点指標 (連結)	EBITDAマージン (期初計画)13.6% → (実績)16.7%	売上成長率 10%以上 利益率はFY24の水準を維持し 過去最高益の更新を目指す	売上高: 140~150億円 EBITDAマージン: 16%超
重点施策	<ul style="list-style-type: none"> PF事業の有償稼働率の改善 SaaSのコスト構造の見直し マトリクス組織による業界攻略の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 営業基盤・体制の増強 『三位一体』の価値提供の強化 生成AI等、新たなソリューション開発 非連続成長(M&A)の布石を打つ 	<ul style="list-style-type: none"> 『三位一体』のビジネスモデルの確立 非連続成長(M&A)の実行 従来のIT企業の枠組みを超えた、 産業へインパクトのある事業の開発・拡充
実績	<ul style="list-style-type: none"> 計画を上回る利益率の達成 創業来、過去最高益の更新 20期連続増収の達成 	<p>【2Q実績】 売上・利益ともに二桁成長</p> <ul style="list-style-type: none"> 売上高 YoY +13.7% <ul style="list-style-type: none"> └ PF事業は YoY +18.5% 営業利益 YoY +59.7% 	—

エグゼクティブサマリ ～ 二桁成長の達成要因について

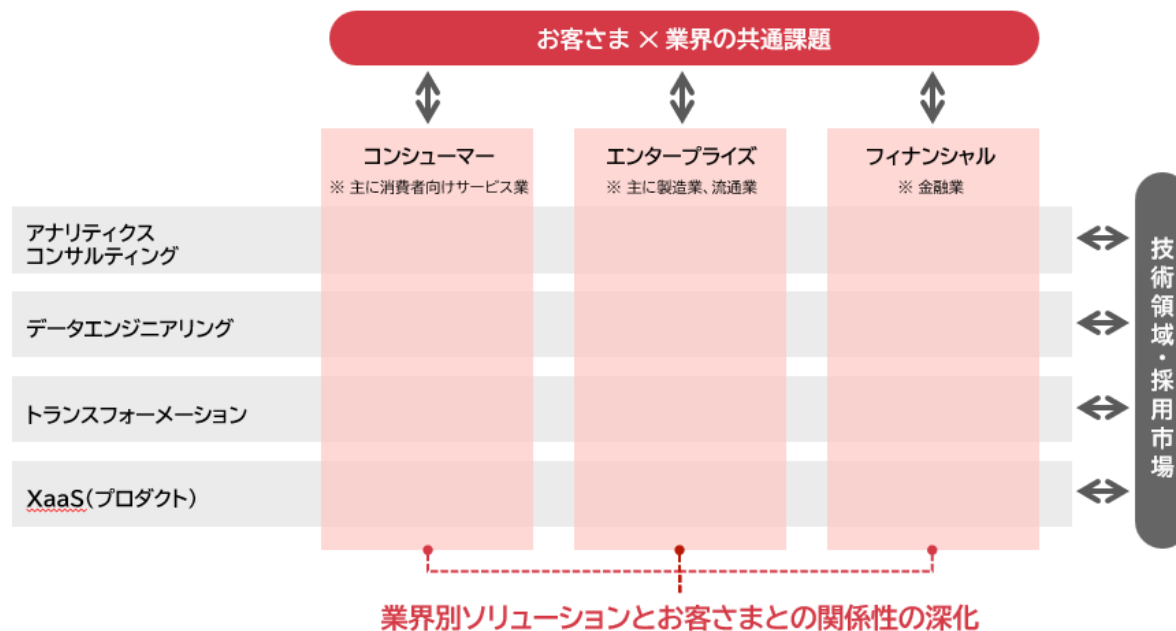
- 現・中期経営計画より開始した施策、『マトリクス組織への転換』が大きく進捗したことが、二桁成長を支えています

マトリクス組織がもたらしている効果

- **既存のお客さま企業との関係性が深化**
 - ✓ 各お客さまの担当が以前よりも明確になり、コミュニケーション密度が上がった
 - ✓ お客さま1社あたり売上高の上昇
 - ✓ プロダクトの解約率の抑制
- **業界課題に根差したソリューションの開発**
 - ✓ 当社の幅広い技術を組み合わせた**案件単価の向上**
 - ✓ 業界理解が深まり、**お客さまからの信頼が向上**
 - ✓ 業界を特定した、**戦略的な販促活動**を実施
- **データサイエンティスト職のさらなる進化**
 - ✓ データサイエンティストとコンサルタントの組織融合により、**ビジネス課題の解決力が強化**
 - ✓ 持ち前の技術力に加え、事業や業務に根差した**解決策を提案する力が増強**

【マトリクス組織とは？】




- お客さま業界と技術領域(≒職種)の2軸で組織を編成
- 各業界特有の知見と各職種の専門性を同時に活かし、お客さまの多様なニーズに迅速かつ的確な解決策を提示できる体制を構築



エグゼクティブサマリ ~FY25-2Qの進捗と評価

単位:百万円	a	b		b/a-1	c	b/c
	FY24-2Q	FY25-2Q		増減率	FY25連結予想	2Qの進捗率
売上高	5,145	過去最高 *1	5,851	13.7%	11,800~12,000	48.8%~49.6%
PF事業	3,539	過去最高 *1	4,193	18.5%	—	—
PD事業	1,605	過去最高 *1	1,659	3.3%	—	—
EBITDAマージン	16.0%		20.0%	—	15.1%~15.6%	—
営業利益	617	過去最高 *1	985	59.7%	1,400~1,500	65.7%~70.4%
[営業利益率]	[12.0%]		[16.8%]	—	[11.9%~12.5%]	—
PF事業	1,317		1,863	41.5%	—	—
PD事業	361		491	36.1%	—	—
調整額 *2	-1,061		-1,369	—	—	—
経常利益	657		1,032	57.1%	1,400~1,500	68.8%~73.7%
当期純利益	411		691	68.3%	910~970	71.3%~76.0%

評価

売上高	
・PF事業	
・PD事業	

利益面	
・PF事業	
・PD事業	

*1 上期あたりの過去最高額の意

*2 調整額・・・各セグメントに配分していない全社費用(主に、報告セグメントに帰属しない営業部門、管理部門等における販売費及び一般管理費)

AIエージェント事業に特化した子会社設立を決議、創出した利益を新領域へ投下

- 「AIエージェント元年」と言われる2025年、当社グループとして、「**自律型AIエージェント**」に特化した100%子会社の設立を決議
- 当社のデータ活用技術を当該子会社に注ぎ込み、グループ各社との事業シナジーの創出とサービスの拡大により、グループ全体で、数十億円のビジネス規模に成長させていく考え（子会社設立は、2025年3月を予定）

2025.1.28 発表

ブレインパッド、AIエージェント事業に特化した子会社の設立を決定、
AIエージェントの開発・提供および活用コンサルティングを提供

株式会社ブレインパッド（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO 関口 朋宏、以下：ブレインパッド）は、1月28日、当社の100%子会社として「株式会社BrainPad AI Agent（仮称）」を設立し、AIエージェントに係る新規事業の開始を決議したことを発表します。

当社グループは、2004年の創業来のPurposeに「データ活用の促進を通じて持続可能な未来をつくる」を掲げ、中期Visionを「息を吸うようにデータが活用される社会をつくる」と定めて、さまざまな産業の企業活動や人々の生活においてデータ活用が広く浸透する世界を目指しています。

当社グループは、近年急速に進展している生成AIの特長を、人間から一定の情報を学習して人間の意思決定を支援するアシスタント型（支援型）と、状況や条件を考慮して自律的に複雑なタスクの遂行を可能にするエージェント型（自律型）の二通りに分けて考え、新たな事業機会を探ってきました。そして、日本におけるデータ/AI活用の先駆者として、過去のビッグデータブームやAIブームで経験した課題をふまえ、単なる生成AI技術の普及を超えて、直接的かつ本質的な課題解決につながる「自律型AIエージェントの活用」を新たな事業機会として選択しました。

本ニュースリリースは、<https://www.brainpad.co.jp/news/news> に掲載

【自律型AIエージェントとは】

- 生成AI技術などのAI技術を活用して、周囲の状況やデータから自ら判断・行動する、業務の効率化や生産性向上が支えるソフトウェアシステムのこと
- 年率40%以上の市場成長をするとも言われ、生成AIの次の事業機会と期待されている

【子会社設立の狙い】

■ 資本効率の向上

- 資本金1億円 + 資本準備金1億円の出資後、数億円規模の初期投資を実施 ※ 事業成長に応じて、積極的に追加投資予定

■ スピード

- 急速な市場変化に素早く対応

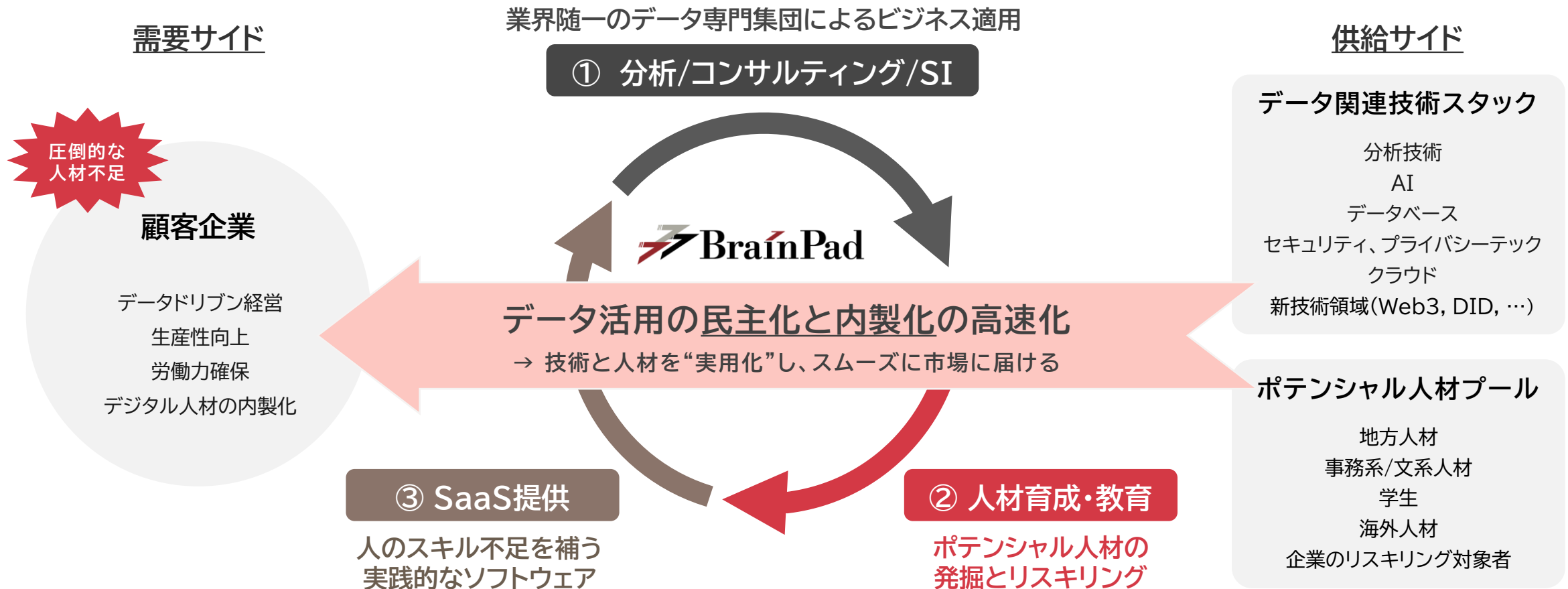
■ ビジネスモデルの違い

- 既存事業の安定成長を阻害せず、新しいモデルを模索

詳細な説明は、P30以降を参照

(参考) FY25の取り組み: 『三位一体』の独自のビジネスモデルによる差別化

- データ/デジタル人材不足という課題解決のために、①専門人材による支援に加えて、スキル不足を補う②人材育成・教育と、③SaaS(PD事業)を三位一体で提供することで、企業のデータ活用の民主化と内製化を強力に支援する
- 「内製化」に力点を置いた三位一体での価値提供という独自のビジネスモデルにて、大手DX支援企業との差別化を促進

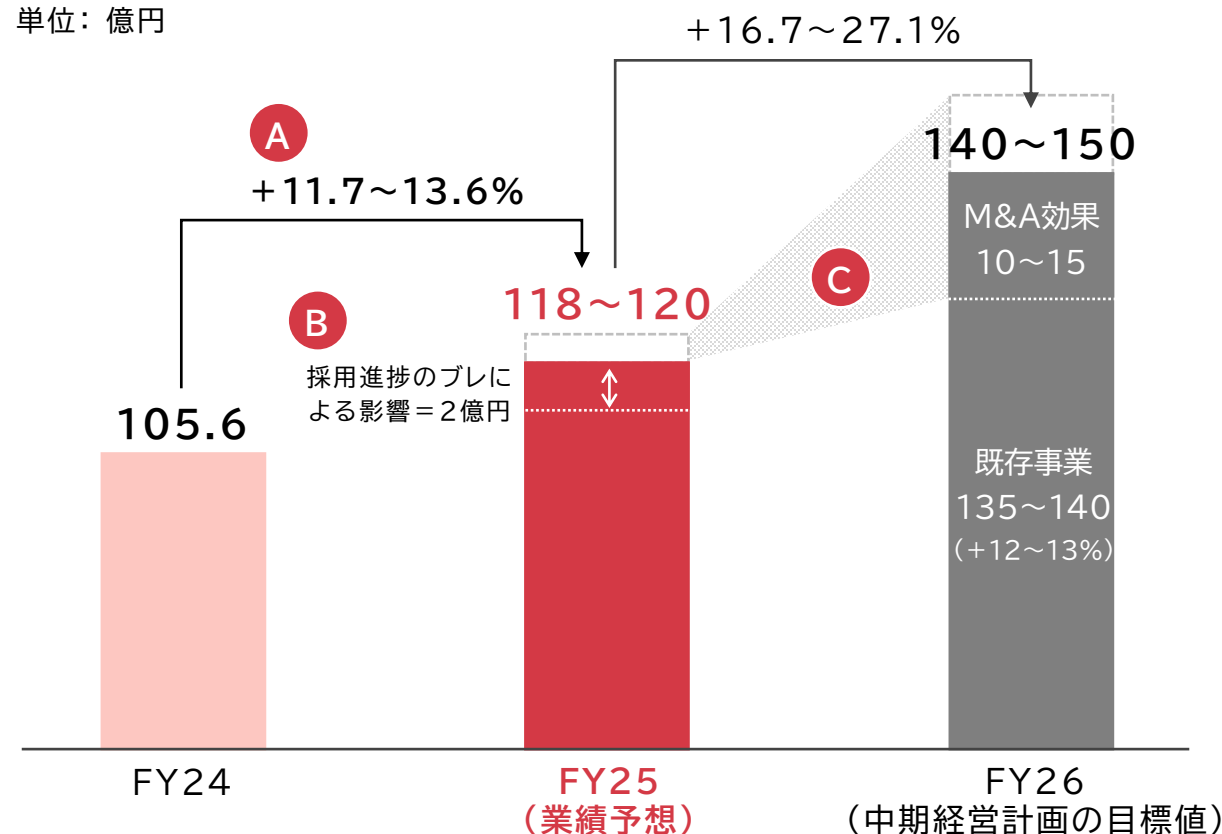


(参考) FY25の取り組み: 中期経営計画の達成に向けた売上成長の考え方

- 事業規模の拡大路線にシフトする中で、成長に向けた投資を着実に実行し、売上高の二桁成長を目指す
- FY26の目標値には既存事業の伸びを超える成長目標を掲げており、FY25中にM&Aによる規模拡大の布石を打つ

FY25の売上予想と中期経営計画の売上目標値

単位: 億円



FY25の売上予想の考え方

A) 二桁成長の復活

- FY26に向けて、着実に成長率を二桁成長に回復させる
- 生成AIの進展、データ/AI人材不足の継続という当社にとっての追い風をつかむ

B) 採用進捗のブレによる影響を考慮 (= 2億円)

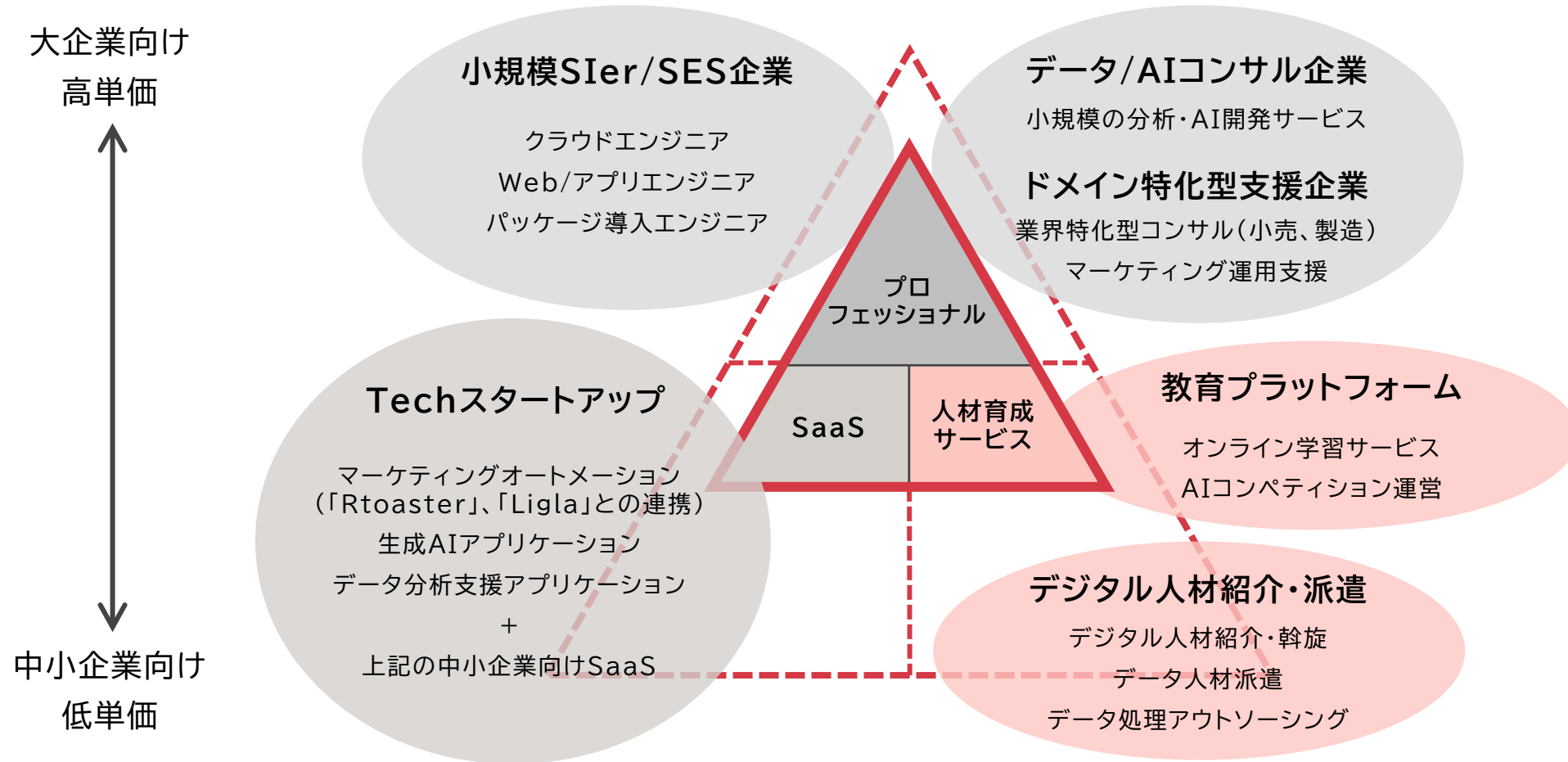
- 中途採用の強化を進めるが、その進捗は、加熱が続く採用市場環境の影響を受けやすい
- 進捗が芳しくない場合には、主にPF事業の売上高の伸びが限定的となる

C) M&Aの布石 ※ 業績予想には折り込まない

- 既存事業のオーガニック成長は、採用と品質維持・向上の両立を果たすうえで12~13%の成長率が妥当
- 本中期経営計画には、M&Aによるインオーガニック成長を盛り込んでおり、FY25に1件以上の実現を目指す
- 採用の不透明さを補うためにもM&Aを積極的に推進

(参考) M&A・資本提携の有望領域

- M&A・資本提携の主な対象は、『三位一体』の事業モデルに関連して、すでに当社が主戦場としている大手企業向けの高単価な類似サービス・周辺サービス
- ターゲット市場の拡大に向け、低単価または中小企業向け支援サービスの提供企業もM&Aや資本提携の対象となりうる



(参考) FY25の取り組み: 成長に向けた投資アクション ~構造改革の前倒し~

- 想定よりも早期に利益体質への転換を果たせたことにより、当初の構造改革プランを前倒しのうえ、成長投資を加速させることにより、中期経営計画の達成確度を上げる

狙い	重点施策	施策の概要
非連続成長の加速	近接業界のM&A・資本提携	<ul style="list-style-type: none"> • FY25より「戦略投資推進室」を新設 • 類似企業や、近接業界の企業に対するM&A、資本参画、スタートアップ投資の推進 • レバレッジ活用による資金調達を前提とした大型投資
	アライアンスによるバリューチェーンの拡張	<ul style="list-style-type: none"> • 近接するサービス領域(低単価の業務支援、人材派遣、教育サービス等)を提供する企業とのアライアンス • 共同提案によるサービスカバレッジの補強
「三位一体」の価値提供の強化	プロダクト事業の再成長	<ul style="list-style-type: none"> • 生成AI等の先進技術を活用した新機能開発の加速 • PF事業・PD事業の垣根を超えたサービスの高付加価値化(SaaSと業務支援の融合)
	営業体制と販促の強化	<ul style="list-style-type: none"> • マトリクス組織による業界別営業体制のさらなる進展 • 広告宣伝、展示会への出展、メディア露出等の認知拡大による案件パイプラインの創出
営業基盤の増強	中途採用活動の再始動	<ul style="list-style-type: none"> • PF事業における高い有償稼働率を実現する中堅層以上の採用を強化 ※新卒採用は例年通りに継続 • 稼働率の状況に鑑みて、採用数は適切にコントロール

販促費、人材採用費など
前期比 +2.5億円超

目次

■ エグゼクティブサマリ

■ 2025年6月期第2四半期連結決算についての補足

■ セグメント業績についての補足

■ 会社紹介資料および中期経営計画(2024年6月期～2026年6月期)

[本資料について]

- 「20XX年6月期」を「FYXX」、「第X四半期」を「XQ」と記載している箇所があります
- 当社は、FY22の連結財務諸表を作成しておりません。本資料においては、便宜的にFY22の業績として単体数値を用いたうえで、過年度比較を行っております
- 事業セグメント名の略称を、以下のように記載しております
 - ・ プロフェッショナルサービス事業 … PF事業 ※PF事業は、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
 - ・ プロダクト事業 … PD事業 ※PD事業は、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

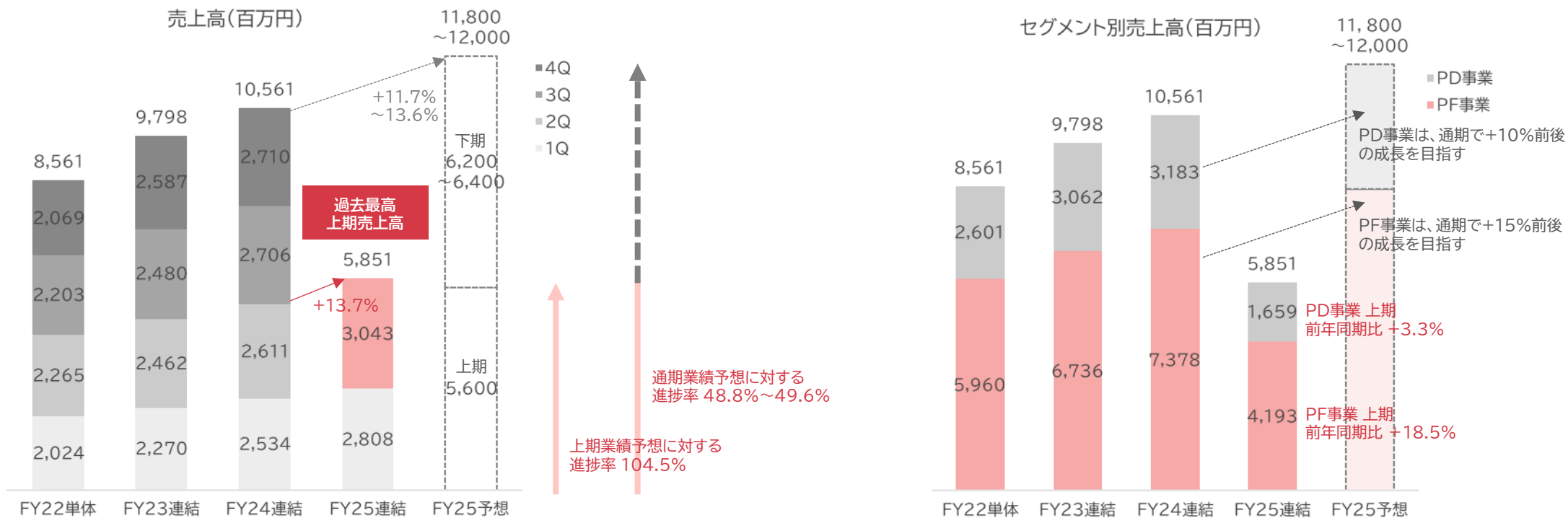
当期(FY25)に重視する指標

- 当社グループの中期経営計画(FY24-FY26)は、この期間を「構造改革期」と定義し、新経営体制による事業運営を推進中
- 初年度となる前期(FY24)は、最重要課題として設定した利益率の回復を想定よりも早く進捗させることができたため、当期(FY25)は最重要課題を事業規模の拡大および売上成長へと切り替え、前期に回復した利益率を維持しながら、既存事業の売上成長率が10%を優に超える水準にまで復活させていくことを目指す

	重視する指標	当期末の目標	四半期ごとの進捗の開示方法	関連指標として実数で開示するもの
連結	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 売上高 ○ EBITDAマージン ○ 営業利益率 	<p>前期比+11.7%~13.6%、 二桁成長を必達</p> <p>15.1%~15.6%</p> <p>11.9%~12.5%</p>	<p>実数で開示</p> <p>実数で開示</p> <p>実数で開示</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上規模別の顧客数 ※案件の大型化が進むことが、利益率の改善、有償稼働率の改善につながりやすいため ・ 長期継続顧客割合 ※売上高の安定性を示すため
PF事業	<p>売上成長率</p> <p>有償稼働率</p>	<p>前期比+15%前後</p> <p>当社の基準値を維持、さらなる向上も目指す</p>	<p>実数で開示</p> <p>当社内の基準値からの乖離と、直前四半期との比較を定性的に説明</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上高の収益分解 ※構成比率によって利益率が変動しうるため ・ 顧客数、1社あたり売上高 ・ 従業員数、1人あたり売上高
PD事業	<p>売上成長率</p> <p>Liglaアカウント数</p>	<p>前期比+10%超</p> <p>右肩上がりに増加</p>	<p>実数で開示</p> <p>実数で開示</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 単体ストック型/フロー型売上高 ・ 「Ligla(リグラ)」の売上高への貢献額 ・ 単体顧客数、「Ligla」アカウント数 ・ 従業員数

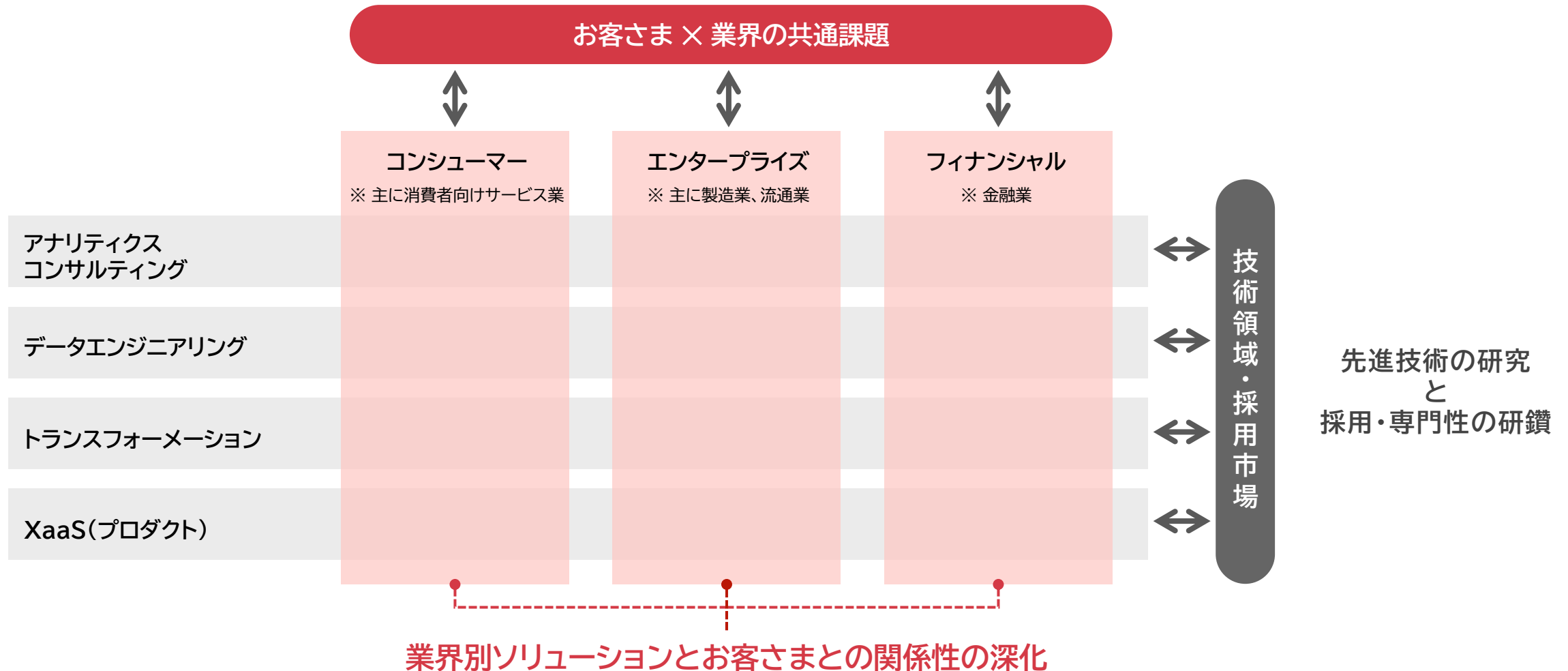
売上二桁成長にこだわる当期 ~ 上期は計画を上回って推移(前年同期比+13.7%)

- 売上高は上期の業績予想を上回って推移し、**過去最高の上期売上高**を達成、売上成長率は当期必達目標の10%を超える水準
- 下期の各四半期において、**2Q(3か月間)と同水準の売上高を確保することで、通期の計画達成が見込める状況**
- PF事業の売上高が前年同期比+18.5%となり全体の成長を牽引、PD事業の売上高も増収に転じる



(参考) FY24より「マトリクス組織」へ移行し営業体制を抜本的に見直した

- これまでの技術領域・専門性重視の体制により引き続き専門性と技術力を拡充すると同時に、収益基盤の強化を目的とした顧客接点とソリューションの強化を担う業界別組織を新たに組成し、総合力を活かした事業成長を目指す

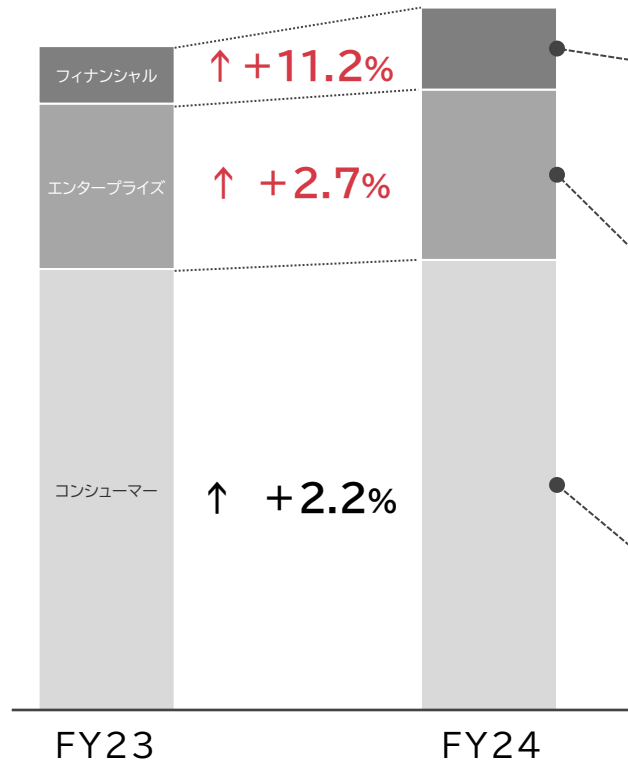


売上成長に向けた業界別の注力領域

- マトリクス組織への移行に伴い、業界別のサービス開発や顧客攻略が進展、特に金融業界は早期にその成果が現れた
- 日本のGDPシェアの大半を占める製造・流通業は、まずは市場認知の獲得に向けた投資段階にある

→ 次頁以降にて事例を紹介

FY23→FY24の売上分布（単体）



業界区分

フィナンシャル
(金融業)

エンタープライズ
(主に製造業、流通業)

コンシューマー
(主に消費者向け
サービス業)

FY24の概観

- データ人材の内製化のニーズを汲み取り大きく伸長
- 株式会社りそなホールディングスとの提携を通じた地域金融機関に対する支援案件が増加
- 認知拡大と新規顧客の獲得に向けた投資段階
- 物流課題、サプライチェーン課題を中心にサービスを増強
- 新たにヘルスケア業界を開拓
- 主力領域として安定した顧客基盤を獲得しており、堅調に推移
- マーケティングSaaSの苦戦の影響もあり、売上高は微増

FY25以降の注力領域

- 引き続き、内製化/人材育成のソリューションが主力
- 地域金融機関、銀行向けの顧客獲得をさらに推進
- 食品メーカー/流通業を軸にサービス開発と認知拡大に注力
- 自動車メーカーからの受注拡大
- クラウドパートナーとの連携による機械/ハイテク産業へ参入
- PF事業+PD事業連携型のサービス強化と「Rtoaster」の再成長
- 株式会社ADKマーケティング・ソリューションズとの連携をはじめコンテンツ/エンタメ業界に注力

吉本興業グループの生成AIを活用した「お笑い翻訳AIサービス」の開発を支援

- 吉本興業グループの株式会社FANYによる、「おもしろい」を翻訳して日本のエンタメを世界へ発信する、「お笑い翻訳AIサービス」の開発を支援
- 漫才やコントなど、日本のお笑い特有の言い回しや表現をAIが学習し、お笑いの魅力や繊細なニュアンスを翻訳に反映できるように設計

2025.1.21 発表

ブレインパッド、吉本興業グループのFANYの生成AIを活用した新たな取り組みを支援、

「おもしろい」を翻訳して日本のエンタメを世界へ発信

— Google の最も高性能で汎用的なモデル Gemini で「お笑い翻訳AIサービス」のα版を開発 —

株式会社ブレインパッド(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO:関口 朋宏、以下:ブレインパッド)は、吉本興業グループの株式会社FANY(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:梁 弘一、以下FANY)によるエンターテインメントコンテンツの海外展開を促進する新たな取り組みとして、お笑い翻訳AIサービスのα版開発を支援したことを発表します。



お笑い翻訳AIサービスの概要

本ニュースリリースは、<https://www.brainpad.co.jp/news/news>に掲載

この図は、直訳的な機械翻訳と「お笑い翻訳AI」の比較を示しています。左側には「直訳的な翻訳 従来の機械翻訳」の例として、チョコレートプラネットの「業者」に関する動画の字幕が示されています。右側には「面白い翻訳 お笑い翻訳AI」の例が示されています。両者の比較は、文脈理解と口語理解の観点から行われています。

直訳的な翻訳 従来の機械翻訳

- Oh, no. It won't open at all.
- Oh, no good. Ah, Numazu Plant.
- What? Is there something there?
- The ones from Numazu plant have a strong glue that makes it hard to open.
- The glue on them is so strong that they are hard to open.
- Oh, so that's how it is.
- It's a potato chip.
- I couldn't get it to open no matter how many times I tried.
- I see. Well then, I'll take a look. Excuse me.
- Is this the first bag?
- No, it's the second bag.
- Yes, that's right.

面白い翻訳 お笑い翻訳AI

- Oh, no. It won't open.
- Oh, it doesn't? Ah, it's from the Numazu factory.
- Huh? Is there something wrong with it?
- The ones from the factory...
- The adhesion is strong and they're difficult to open.
- Ah, I see.
- These chips.
- I can't open it.
- I see. Let me see.
- Is this the first bag?
- No, the second.
- I knew it.

文脈を理解し「なんかある」と翻訳

口語を理解し「見抜いていた」ニュアンスを反映

次々に実用的なAI活用事例を発表 (ユニ・チャーム、りそなグループ)

- ユニ・チャーム株式会社の社員専用生成AI利用環境「UniChat」の精度改善と、複数部門への利用範囲拡大を支援し、同社法務部門への問合せ件数を最大で97%削減することに成功
- 資本業務提携先である株式会社りそなホールディングスと、株式会社りそな銀行とともに、AIを活用した銀行業務支援ツール「Data Ignition」を共同で開発し、第一弾として株式会社静岡銀行へ提供開始

2025.1.27 発表

ブレインパッド、ユニ・チャームの社員専用生成AI利用環境「UniChat」の精度改善と、
利用部門の拡大を支援

— 法務部門への問い合わせ件数を最大で97%削減、知財部門では外部データソースと連携 —

株式会社ブレインパッド(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO 関口 朋宏、以下:ブレインパッド)は、1月27日、ユニ・チャーム株式会社の社員専用生成AI利用環境「UniChat」(読み:ユニチャット)の精度改善を行うとともに、多部門(複数部門)に利用範囲を拡大する支援を行ったことを発表します。

「UniChat」は、国内約3,000名の同社社員が利用するチャットツールとして、まずは法務部門に対する問い合わせの効率化をテーマに活用が始められました。ブレインパッドの支援による「UniChat」の精度向上により、法務部門宛の問い合わせ件数は、1人あたり月100件から最大で月3件に減少し、問い合わせ対応に要する時間も1人あたり月17時間から最大で月30分にまで短縮される効果が出ています。また、この効果をふまえて、経理や人事、情報システム等の複数の部門に利用が拡大しています。



2024.12.30 発表

AIを活用した銀行業務支援ツール「Data Ignition」の提供開始について

株式会社りそなホールディングス(社長 南 昌宏)、株式会社りそな銀行(社長 岩永 省一)、株式会社ブレインパッド(社長 関口 朋宏)は、AIを活用した銀行業務支援ツール「Data Ignition」を共同で開発し、本日より地域金融機関に提供を開始します。

りそなホールディングスとブレインパッドは、2022年2月に資本業務提携契約を締結し(*1)、「データを起点とした新たなサービスの開発」「地域金融機関などへのデータ活用サービスの提供」に取り組んでいます。



本ニュースリリースは、<https://www.brainpad.co.jp/news/news> に掲載

主力の「Rtoaster」は生成AI搭載の新製品を発表、業界最高峰の評価も継続

- 生成AIとレコメンド技術を融合した新製品「Rtoaster GenAI (アールトースター・ジェンエーアイ)」を発表、“うまく単語を使用しないと希望どおりの検索結果が表示されない”といった従来のキーワード検索から解放され、より自然な言葉やフレーズで情報を検索できる
- レビューサイトでも引き続き、「Rtoaster」のレコメンドエンジンが業界最高峰としての評価を獲得し続けている

2024.12.10 発表

ブレインパッド、感覚的な言葉で検索を可能にする
生成AI搭載「Rtoaster GenAI」のα版を提供開始
— LLMとレコメンド技術の融合で、ユーザーの検索体験を革新 —

株式会社ブレインパッド(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO 関口 朋宏、以下:ブレインパッド)は、本日より、生成AI(LLM)と、ユーザー企業から高評価を得ている同社のレコメンド技術(*1)を融合した新製品「Rtoaster GenAI(アールトースター・ジェンエーアイ)」のα版の提供を開始することを発表します。正式版は、2025年以降の発表を予定しています。



本ニュースリリースは、<https://www.brainpad.co.jp/news/news>に掲載

2025.1.20 発表

ブレインパッドの「Rtoaster」、「ITreview Grid Award 2025 Winter」にて、
単独でレコメンドエンジン部門の最高位「Leader」を連続受賞
— 3年以上連続の受賞により殿堂入りしている4部門が、今回も引き続き「Leader」を受賞 —

株式会社ブレインパッド(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO 関口 朋宏、以下:ブレインパッド)は、当社が自社開発する「Rtoaster(アールトースター)」が、アイテッククラウド株式会社が運営するIT製品レビュープラットフォーム「ITreview」のアワード「ITreview Grid Award 2025 Winter」にて、レコメンドエンジン部門における17期連続受賞をはじめ、4部門で最高位の「Leader」を獲得したことを発表します。



各領域のデータ活用課題に根差した新ソリューションを次々に発表

- コンシューマー領域では、小売事業者の商品・MD部門向けの棚割りや発注の最適化、マーケティング部門向けの購買心理・購買行動分析など、店舗売上の伸長に寄与する新ソリューションを発表
- 人材育成・教育サービスでは、個人単位で受講できる公開講座のラインナップを、「実践型DX・AIデータ活用人材育成研修」として刷新

2025.1.23 発表

ブレインパッド、店舗の売上を伸ばす小売業向けソリューションを発表
- AIやデータ活用を現場に定着させ、ビジネス成果につながる店舗づくりを支援 -

株式会社ブレインパッド(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO 関口 朋宏、以下:ブレインパッド)は、小売事業者が直面している課題を解決し、AIやデータ活用がビジネス成果につながることを目的に開発した「小売業向けソリューション」を発表します。ブレインパッドは、GMS(ゼネラルマーチャンダイズストア)、ドラッグストア、ホームセンター、食品スーパー、百貨店に対して本ソリューションを展開し、小売市場に向けた訴求を強化します。



2025.1.15 開催

ブレインパッド、「実践型DX・AIデータ活用人材育成研修」を提供開始
- 個人単位で受講できる公開講座のラインナップを刷新、時代を生き抜くためのデータ/AIスキルの習得を支援 -

株式会社ブレインパッド(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO 関口 朋宏、以下:ブレインパッド)は、当社の「データ活用人材育成サービス」が提供する公開講座のラインナップを大幅に刷新し、新たに「実践型DX・AIデータ活用人材育成研修」として提供を開始することを発表します。

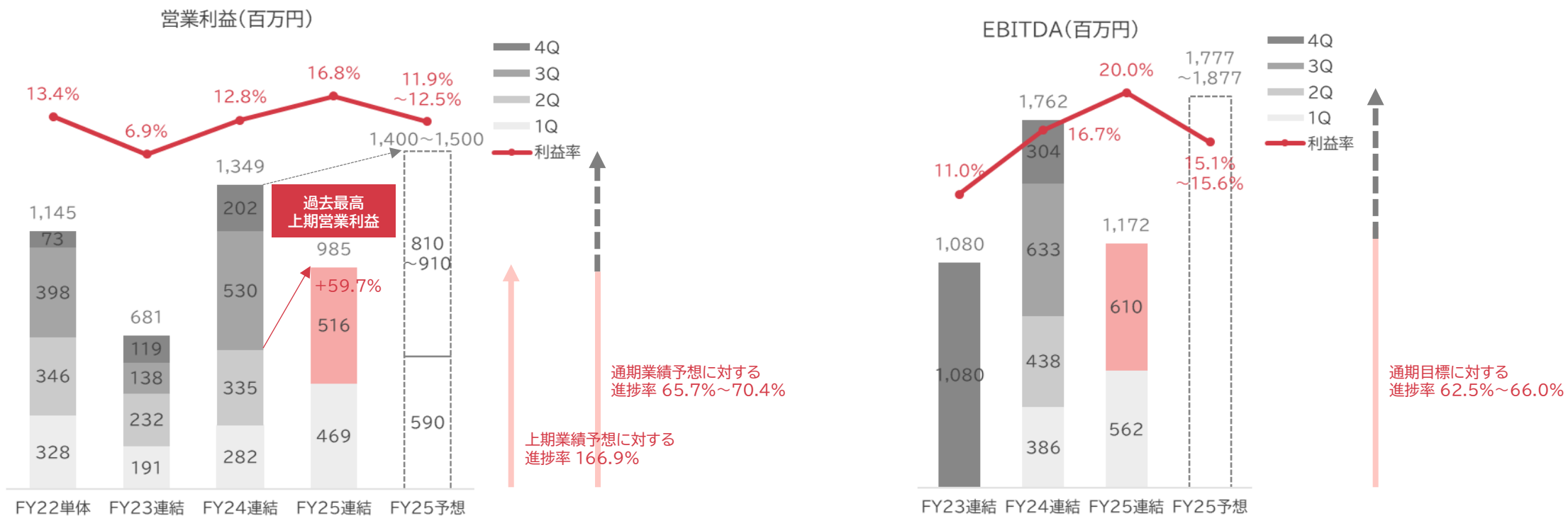
ブレインパッドの「実践型DX・AIデータ活用人材育成研修」新・ラインナップ - 時代を生き抜くためのデータ/AIスキルの習得を支援 -

対象者	講座名
リテラシーコース	■ データを価値に変える データ活用セミナー NEW!
	■ 生成AI活用入門セミナー NEW!
ビジネスアナリストベーシックコース	■ これからはじめるデータサイエンス入門
	■ AIビジネスプランナー養成講座 NEW!
データサイエンスベーシックコース	■ SQLによる集計・分析
	■ 現場で活かせる統計解析実践
	■ 機械学習による問題解決実践

本ニュースリリースは、<https://www.brainpad.co.jp/news/news>に掲載

売上拡大に伴い利益好調、上期の超過利益を今後の売上拡大に向けて積極投資中

- 営業利益の成長率(前年同期比+59.7%)は、売上高の成長率(同+13.7%)を上回るペース
- 売上高が計画を上回って推移したことによる利益増に加え、個々のプロジェクト収支の改善活動をはじめとする利益確保に向けた取り組みの効果が、前期(FY24)から継続して表れている
- 上期で超過した利益は、下期以降の売上拡大に向けて、販促活動や人材の採用活動に積極的に投じていく

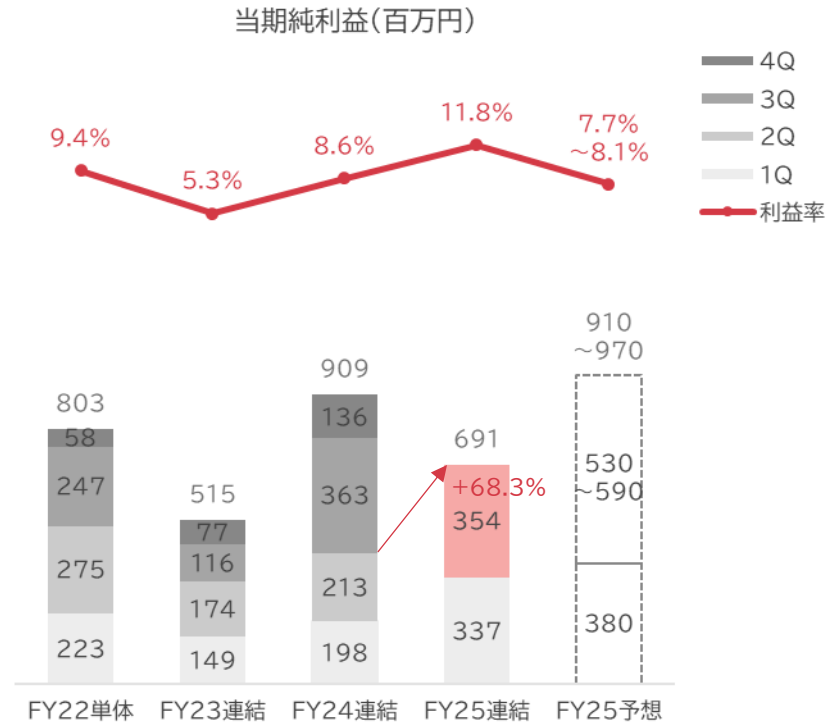
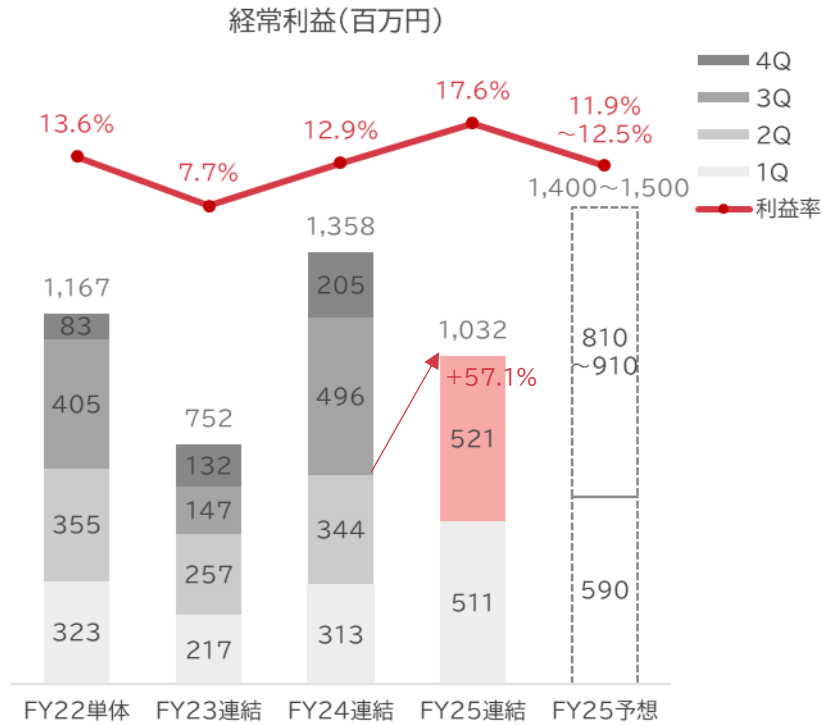


利益面は上期過去最高、営業外損益は以下のとおり、特別損益は発生なし

- 主な営業外収益
 - 研究開発活動に対する補助金収入
 - 持分法による投資利益
 - パートナー企業からの受取販売奨励金
- 主な営業外費用
 - 投資事業組合運用損

28.1百万円
 14.0百万円 (株式会社電通クロスブレイン)
 5.1百万円

6.6百万円



FY24は年間売上1億円超の大型顧客が9件増加、長期大型化が利益回復に貢献

- FY24の累計売上高が1億円以上の顧客が、FY23の16社から25社へ増加 (+9社)
 - ・ 1億円以上の大型顧客の売上高が、売上高全体に占める割合は、FY23の 49.5% から、FY24は **57.0%** に増加した
- 1年以上取引が継続している顧客が、顧客数および売上金額ともに全体の8割強を占めている

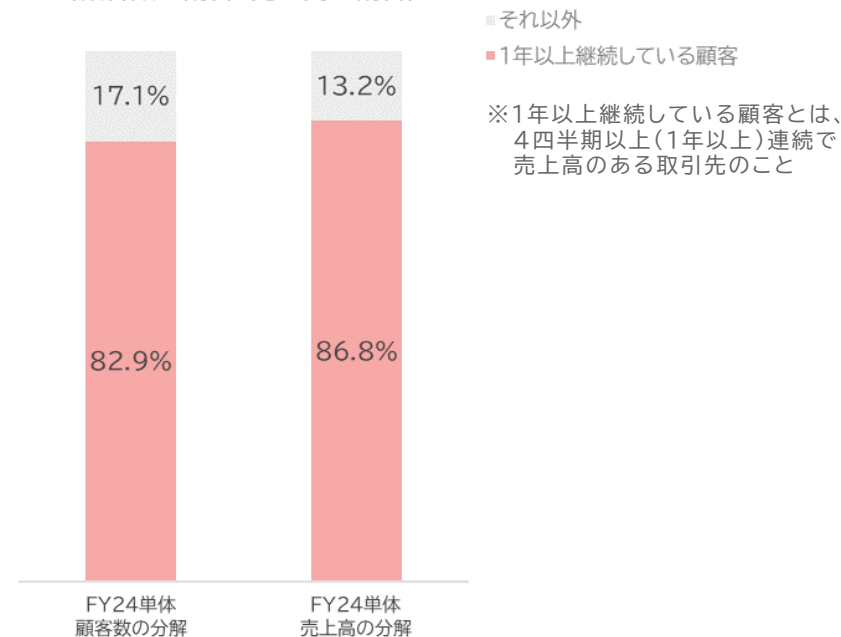
顧客の大型化傾向を示す指標

売上規模別の顧客数 (単体)

売上規模	FY23単体顧客数(社)	FY24単体顧客数(社)	増減
1億円以上	16	25	9
5千万円以上~1億円未満	25	17	-8
1千万円以上~5千万円未満	103	100	-3
1千万円未満	263	251	-12
合計	407	393	-14

売上高の安定性を示す指標

長期継続顧客割合 (単体)
(顧客数の割合、売上高の割合)



目次

- エグゼクティブサマリ
- 2025年6月期第2四半期連結決算についての補足
- **セグメント業績についての補足**
- 会社紹介資料および中期経営計画(2024年6月期～2026年6月期)

[本資料について]

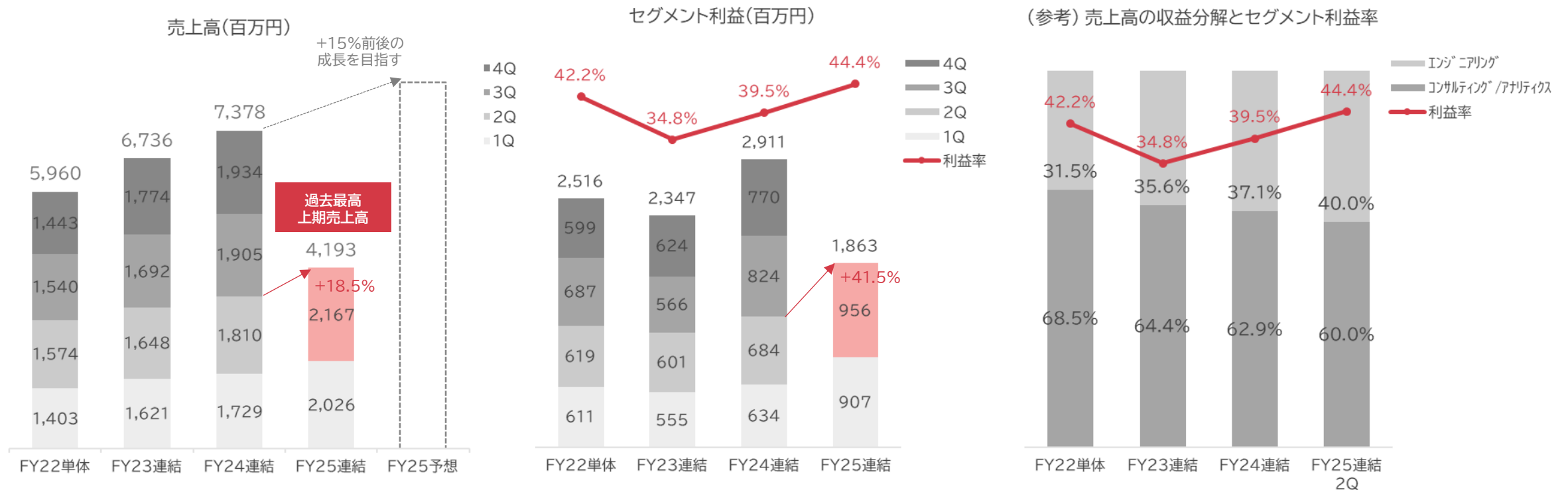
- 「20XX年6月期」を「FYXX」、「第X四半期」を「XQ」と記載している箇所があります
- 当社は、FY22の連結財務諸表を作成しておりません。本資料においては、便宜的にFY22の業績として単体数値を用いたうえで、過年度比較を行っております
- 事業セグメント名の略称を、以下のように記載しております
 - ・ プロフェッショナルサービス事業 … PF事業 ※PF事業は、データ分析、システム開発を含むコンサルティング、人的支援を通じて、顧客企業のデータ活用支援を行う事業です
 - ・ プロダクト事業 … PD事業 ※PD事業は、自社製および他社製プロダクトの提供を通じて、顧客企業のデータ活用支援を行う事業です

A person is shown from the chest down, wearing a light blue long-sleeved shirt, typing on a silver laptop. The scene is overlaid with a semi-transparent blue digital interface. In the center, a large, glowing blue network graph with white nodes and connecting lines is prominent. Surrounding this graph are several white hexagonal icons: a magnifying glass, a bar chart with an upward arrow, a scatter plot, a gear, and a neural network diagram. The overall aesthetic is clean, modern, and tech-oriented.

プロフェッショナルサービス事業(PF事業)の進捗と評価

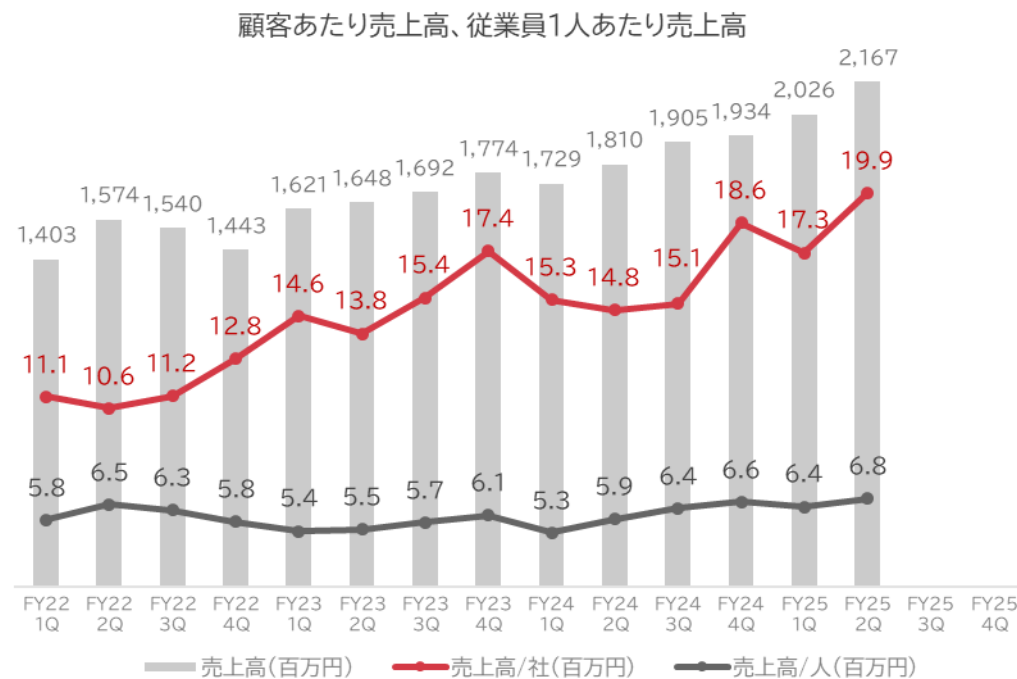
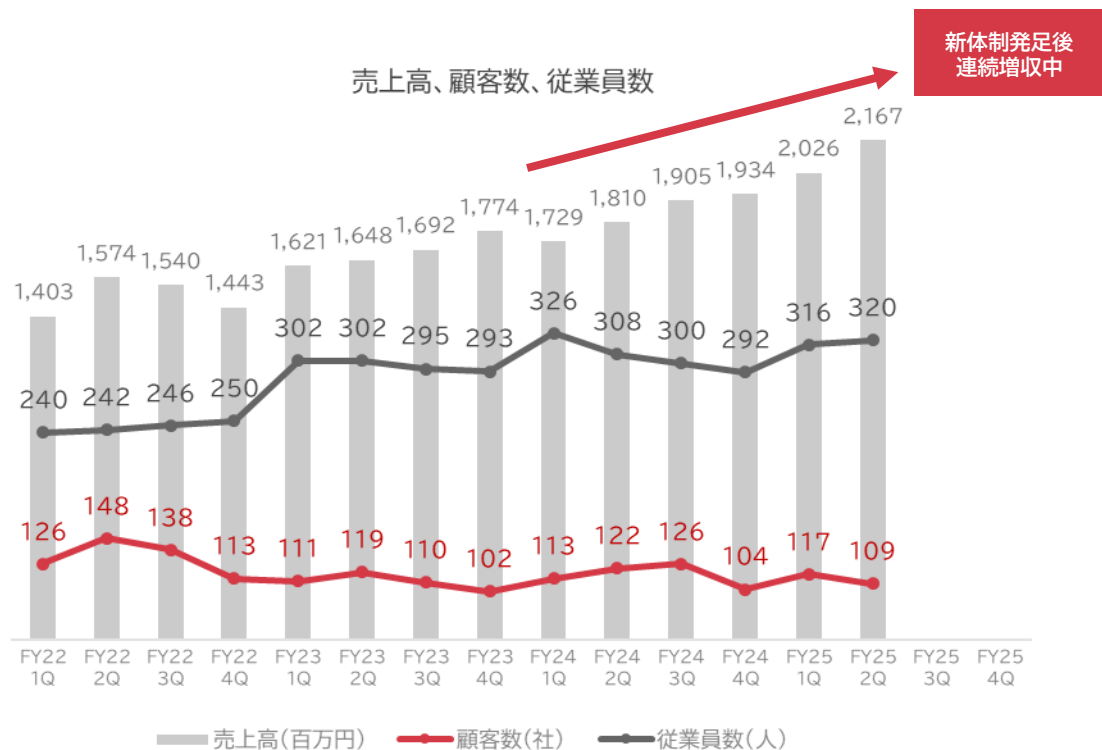
当期目標を超える18.5%の売上成長、利益率が適正水準を上回り投資余力を獲得

- 当期(FY25)は、売上成長率を15%に引き上げることが目標に、有償稼働率の維持・向上と、リーダー層の育成・採用強化を重点課題として運営中
- 売上成長率は、当社内の期初計画および当期目標の15%を超過達成し、**過去最高の上期売上高**を更新
- 有償稼働率は社内の基準値に迫る水準となっており、目標よりさらに売上を増やすには、中途採用数の増加や、外部パートナーの活用が必要
- セグメント利益率は当事業で適正とする40%を上回る水準となり、上期で得られた超過利益を下期以降の売上拡大に向けて投資予定



既存案件拡大・新規案件開拓により四半期あたり売上が、連続成長中

- 前期(FY24)の**新体制発足以降、四半期売上高は連続増収中**
- 特に、既存案件の売上成長により、**1社あたり売上高が過去最高額を更新**
- 前期(FY24)は体制変更の影響等もあり退職率が上昇していたが、現時点では、例年と同水準(10%前後)に戻ってきている

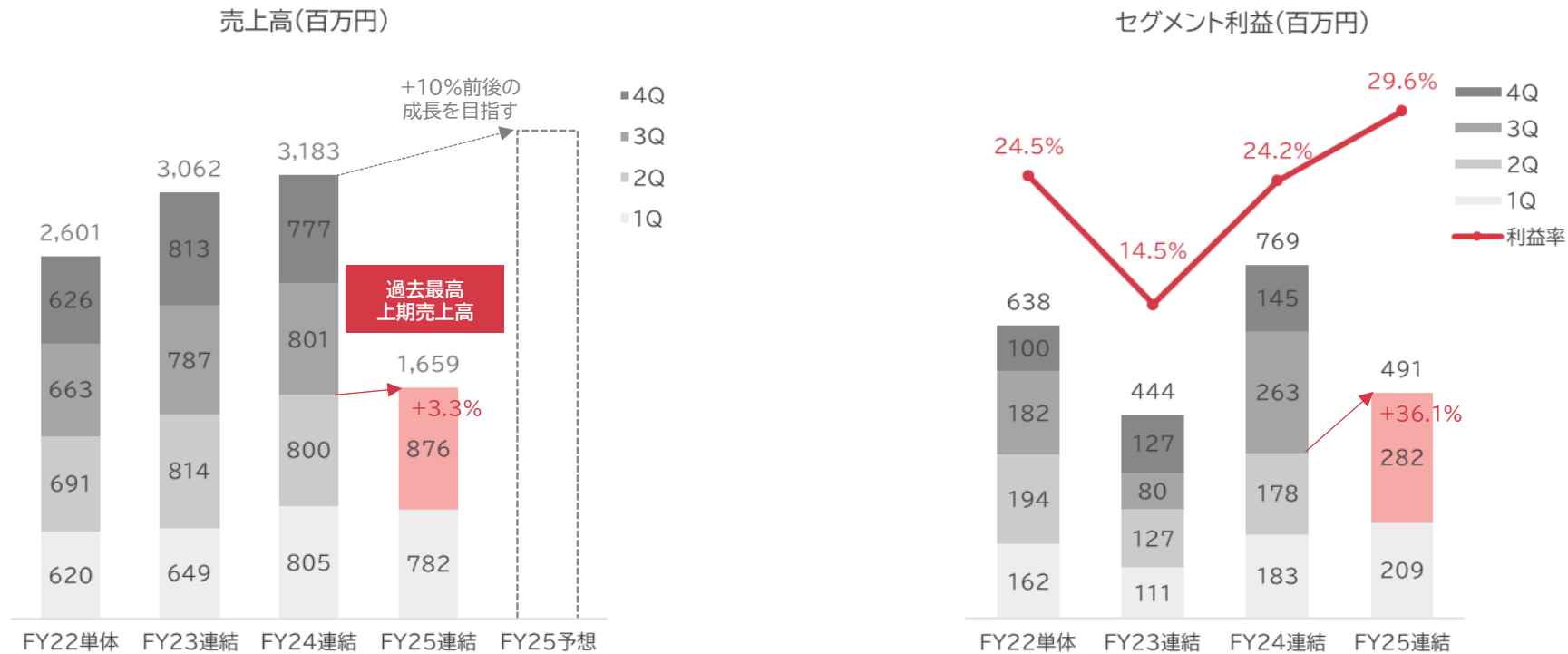


プロダクト事業(PD事業)の進捗と評価



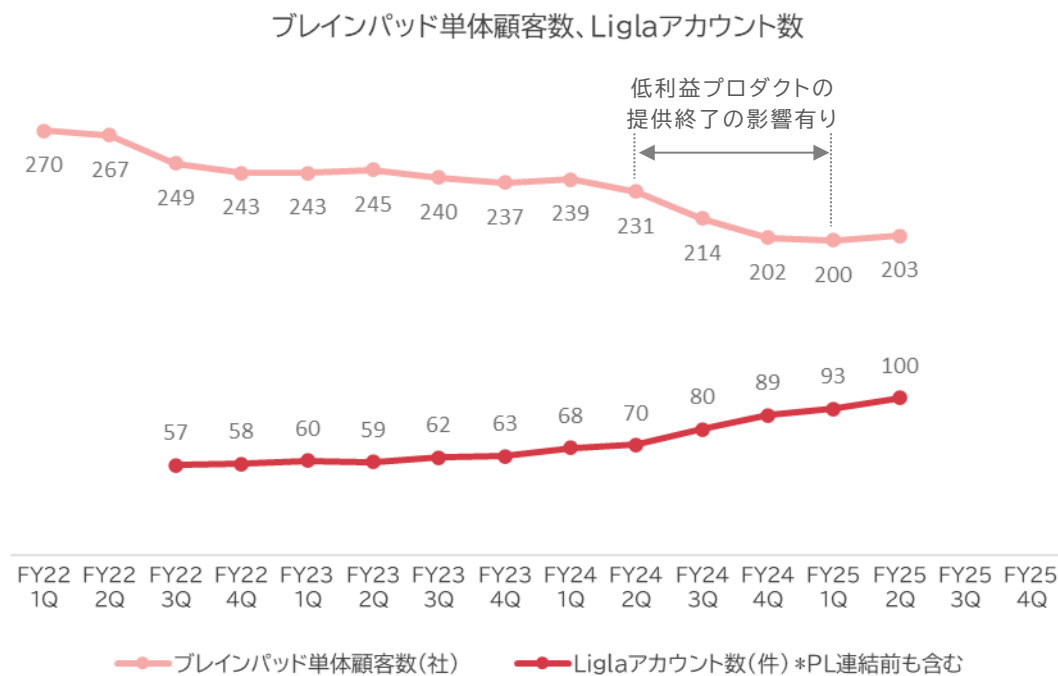
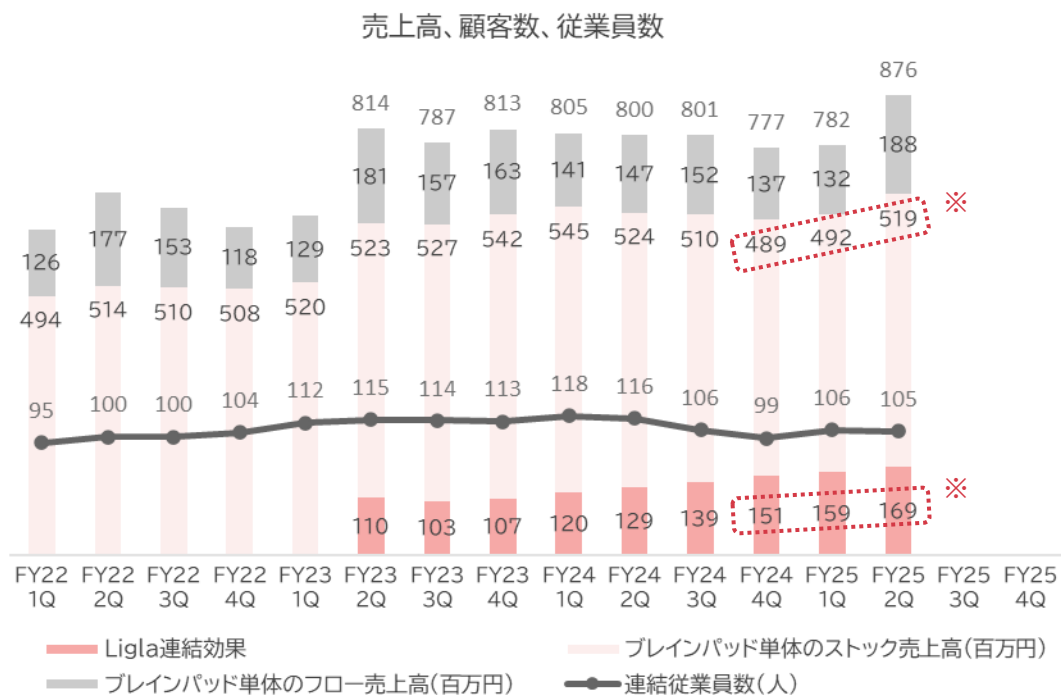
売上高が増収に転じ、さらなる開発投資・販促投資が可能な利益水準に回復

- 当期(FY25)は、売上成長率を10%に引き上げることを目標に、前期(FY24)は漸減が続いたブレインパッド単体の売上高を上昇に転じること、連結子会社 株式会社TimeTechnologies のプロダクト「Ligla(リグラ)」による売上成長を重点課題として運営中
- 当2Qは新規受注と解約抑制により売上高が増収に転じ、**過去最高の上期売上高を更新**
- 売上増や低利益プロダクトの提供終了により利益が増加、プロダクト開発や販促活動への投資を強化できる利益水準に回復



単体のストック売上高も増加に転じ、引き続き好調の「Ligla」とともに成長加速へ

- **ブレインパッド単体のストック売上高、「Ligla」の連結効果ともに増収が続く**(左側のグラフの※を参照)
- これまでは売上成長が限定的だったブレインパッド単体にて、主力プロダクト「Rtoaster(アールトースター)」、「Probance(プロバンス)」の新規受注により、ストック型・フロー型ともにQonQで増収
- 「Ligla」は、既存顧客の解約率を低く抑えることに成功しながら、新規受注を伸ばし、アカウント数が100に到達



地域社会の発展を目指す活動や、社内イノベーションの創出にも注力

2025.2.10 発表

ブレインパッド、「FC今治」の「データ活用普及/浸透パートナー」に就任

ー「今治・夢スポーツ」が運営する「しまなみ野外学校」を通じた教育支援など、データ活用にて地域社会にも貢献ー

株式会社ブレインパッド(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO 関口 朋宏、以下:ブレインパッド)は、2025明治安田J2リーグの「FC今治」(運営会社:株式会社今治・夢スポーツ、本社:愛媛県今治市、代表取締役会長 岡田 武史、以下:今治・夢スポーツ)のエグゼクティブパートナーに就任したことを発表します。

ブレインパッドは、2004年の創業来のPurposeに「データ活用の促進を通じて持続可能な未来をつくる」を掲げ、中期Visionを「息を吸うようにデータが活用される社会をつくる」と定めて、さまざまな産業の企業活動や人々の生活においてデータ活用が広く浸透する世界を目指しています。

このたび、当社は、FC今治の「次世代のため、物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会創りに貢献する」という理念および地域貢献への活動に共感し、「データ活用普及/浸透パートナー」としてFC今治の活動をご支援していくこととしました。



本ニュースリリースは、<https://www.brainpad.co.jp/news/news> に掲載

2024.12.16 発表

ブレインパッド、社内提案から生まれたマルチモーダルAIを活用するプロジェクトが、経済産業省の衛星データ無料利用事業者に採択

ー衛星画像と地理データを用いて土地環境を評価ー

株式会社ブレインパッドは、新卒入社2年目の社員が企画・提案した衛星データの利活用に関するプロジェクト「マルチモーダル生成 AI (*1)を用いた汎用土地環境評価システムの開発」が、経済産業省により、令和6年度「衛星データ利用環境整備・ソリューション開発支援事業」に採択されたことを発表します。

この取り組みは、当社社員が自らのビジネスアイデアを自由に経営陣に提案できる取り組み「これDoすか?会議」(社内通称:D会議)から生まれたものです。D会議は、よりイノベーションが生まれやすくなる企業文化づくりを目指して2024年4月より開催されており、すでに経営陣に対して20件以上の提案が行われています。当社は、社員からの提案により新たな取り組みが生まれるこのような企業文化が、当社の人的資本のさらなる充実に繋がると考えています。



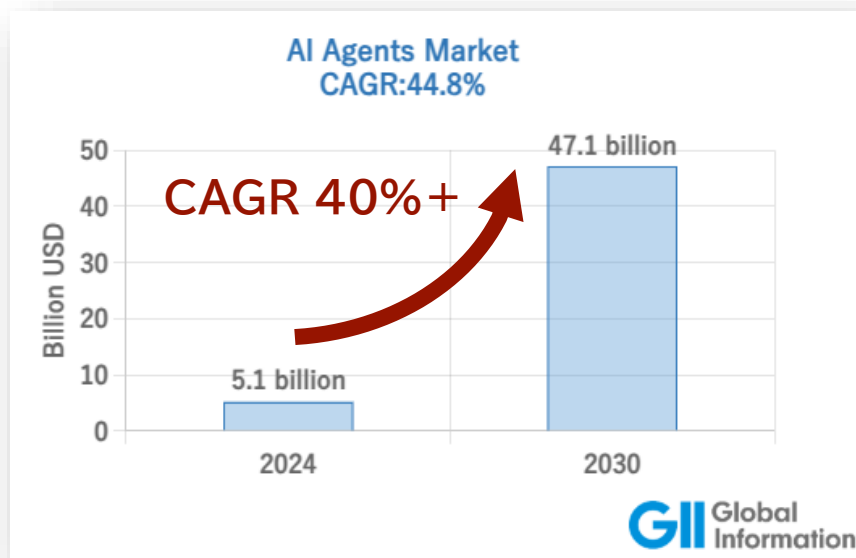


AIエージェント領域に対する積極投資について

AIエージェントは当社が保有する幅広い技術力が優位となる有望な領域

- 生成AI技術を大々的に活用した「自律型AIエージェント」は、人の業務をAIで代替し、労働生産性を大幅に向上させると期待されている
- 企業が抱える生産性の課題に直接貢献でき、より当社が保有する幅広い技術力を活かせることから、この事業機会にいち早く取り組む

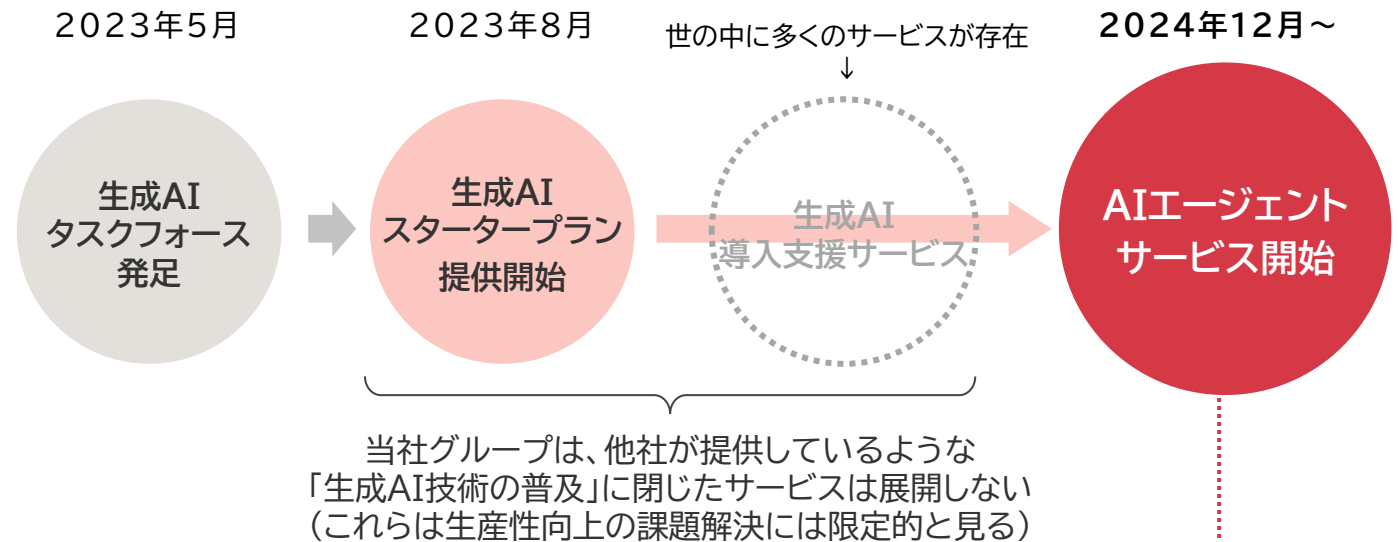
AIエージェント市場の成長率(グローバル)*1



年率40%以上の成長が予測されており
市場に向けて、いち早くサービス投入すべき状況

*1 出典 = AI Agents Market by Agent - Global Forecast to 2030, MarketsandMarkets

当社グループのAIエージェントサービス開始の考え方



- ✓ 人の仕事を代替する、生産性の向上に直接貢献できる
- ✓ 当社が保有する技術力の強みを活かせる
 - データサイエンス(AI) × エンジニアリング × コンサルティング のすべての力が、AIエージェントのサービス化には必要

当社の独自性 ～AIエージェント普及の障壁を解消する“新しい仕事”をエージェント化

- 今後、各社より急速にAIエージェントに関する取り組みやサービスが立ち上がることが予想されるが、その普及には大きな障壁がある
- 障壁の解消に向け「人による新しい仕事」が生まれるため、その仕事をエージェント化・省力化することで、AIと人が共生する社会への進化を加速

AIエージェント普及を阻む2つの障壁

ボトルネック①

使えるデータと、人手の不足



- データの総量は指数関数的に増えてもわずか3%しか活用されていない*
- 日本独自の「現場の匠の技」のデータの不足
- データを活用可能な状態にする人材の不足

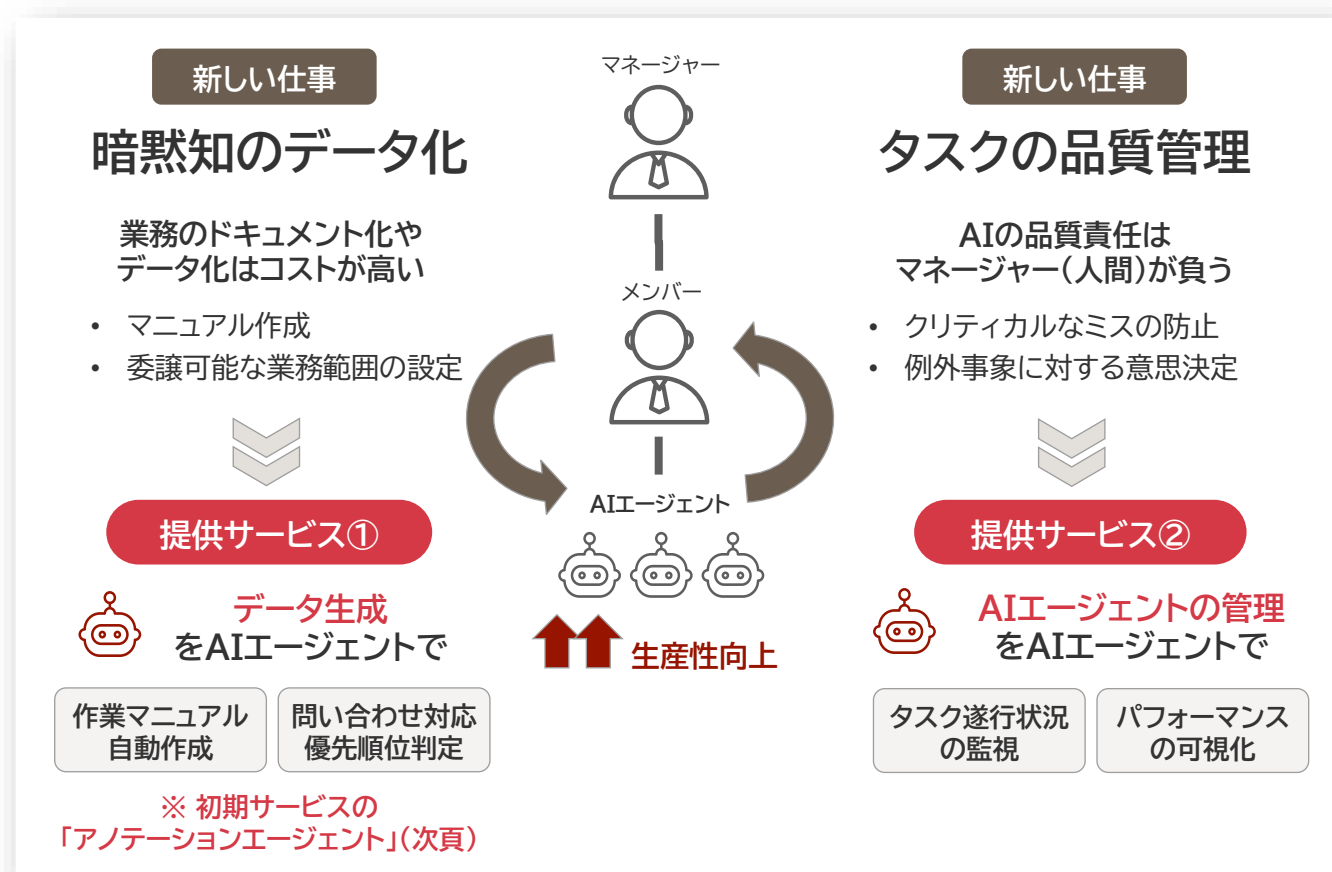
ボトルネック②

AIの品質維持・管理

- 業務品質・現場へのこだわりの高さ = “匠の技”の再現
- 日々進化するアウトプットの要求への柔軟な対応
- 業務品質に不満があると、すぐアナログ(人手)に回帰する

* 出典 = AWS Executive Insights 「データ駆動型エンタープライズの力」
<https://aws.amazon.com/jp/executive-insights/content/the-power-of-the-data-driven-enterprise/>

特徴: 「新しく生まれる仕事」をエージェント化する



当社は、AIエージェント第一弾として、「アノテーションエージェント」から提供開始

- AIの品質はデータの量・質に依存するため、そのデータを生成する仕事(アノテーション)はAI普及において重要かつ膨大なタスクとなる
- 業界や企業特有の「匠の知恵」をデータ化する業務をAIエージェントにより自動化することで、AI開発やデータ分析の普及を加速させる

2024.12.12 発表

ブレインパッド、自律型AIエージェントサービス第一弾として、
アノテーションエージェントサービスを提供開始

－ マルチモーダルAIにより高度に文脈を理解、インテリジェントなタグ候補を提案 －

株式会社ブレインパッド(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO 関口 朋宏、以下:ブレインパッド)は12月12日、日本企業のデジタル競争力の向上および本質的なDXの実現を目指し、自律型AIエージェントサービスを順次発表していくこと、および、その第一弾としてアノテーション(*1)エージェントサービス「BrainPad アノテーションエージェント」を発表します。



暗黙知を熟知したAIエージェントによる
効率的アノテーションを実現

マルチモーダルAI によるコンテキスト理解	複数形式にまたがる包括的 な文脈の把握
インテリジェントな タグ推薦	目的に応じたカテゴリや タグの自動提案
効率的な 検証プロセスの実現	最小限の工数でアノテー ションの妥当性を検証
継続的な 精度改善の仕組み	実験とフィードバックに よる反復的な改善サイクル

本ニュースリリースは、<https://www.brainpad.co.jp/news/news> に掲載



同日の記者説明会の様様が
複数メディアに掲載

日経クロステック

[AIの精度を高める作業を支援するAIエージェント、
ブレインパッドが25年2月開始へ](#)

EnterpriseZine

[ブレインパッド、
アノテーション特化のAIエージェント投入へ
AI事業を数十億円規模に拡大狙う](#)

電波新聞

[ブレインパッドの新AIエージェント
より高精度なアノテーション作業](#)



目次

- エグゼクティブサマリ
 - 2025年6月期第2四半期連結決算についての補足
 - セグメント業績についての補足
 - **会社紹介資料および中期経営計画(2024年6月期～2026年6月期)**
-

[本資料について]

- 「20XX年6月期」を「FYXX」、「第X四半期」を「XQ」と記載している箇所があります
- 当社は、FY22の連結財務諸表を作成しておりません。本資料においては、便宜的にFY22の業績として単体数値を用いたうえで、過年度比較を行っております
- 事業セグメント名の略称を、以下のように記載しております
 - ・ プロフェッショナルサービス事業 … PF事業 ※PF事業は、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
 - ・ プロダクト事業 … PD事業 ※PD事業は、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

株主・投資家の皆さまへ

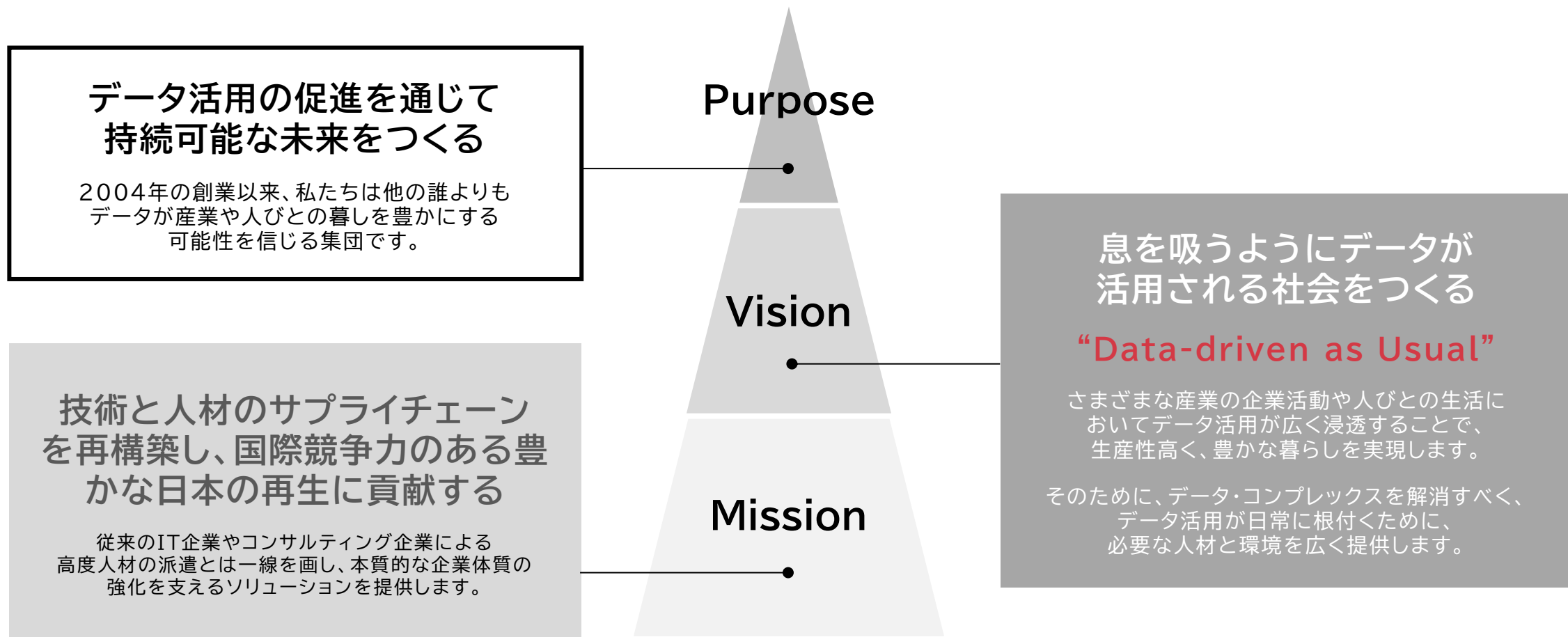
会社紹介資料および中期経営計画（2024年6月期～2026年6月期）

2024年 11月 12日

 BrainPad

BrainPad Inc. is one of the best Data&AI companies in Japan

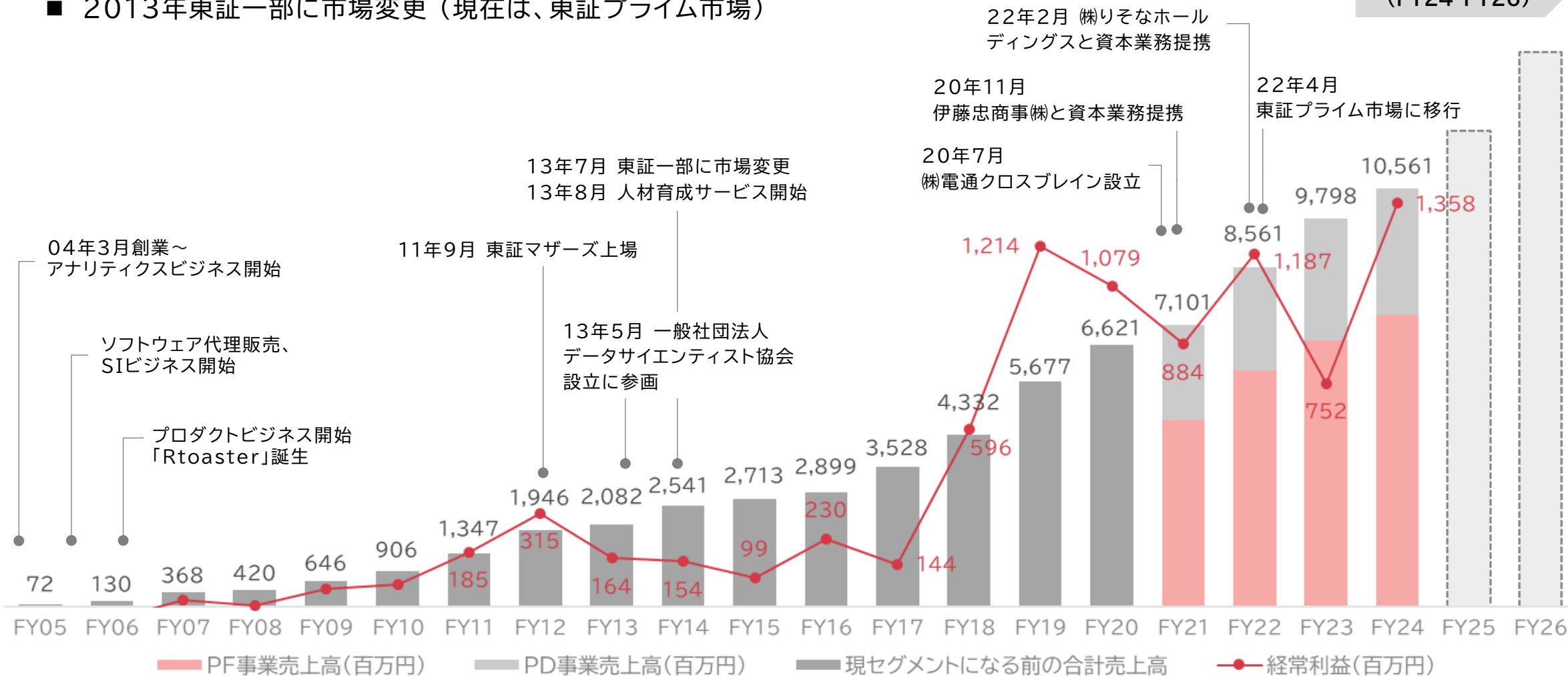
ブレインパッドは、日本を代表するデータ/AI活用のリーディングカンパニーです



成長の軌跡 ～データ活用の重要性を予見して2004年創業、20期連続増収

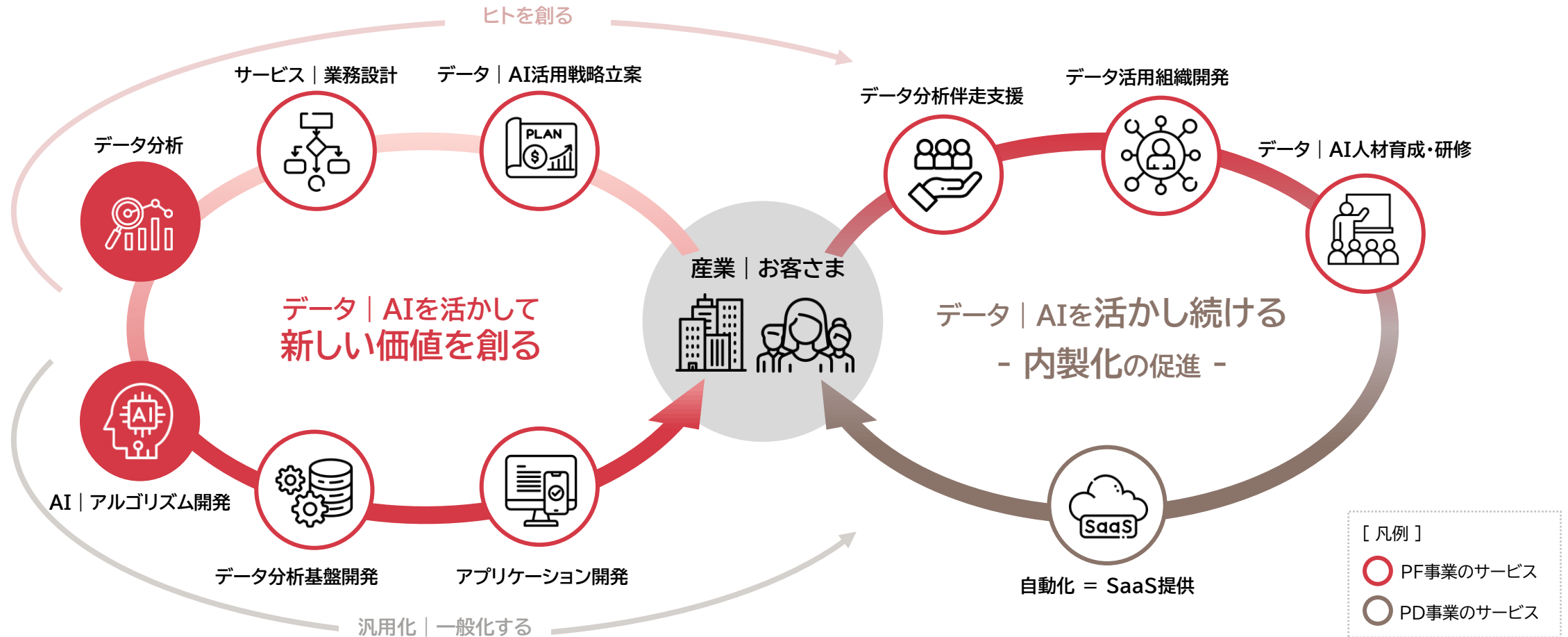
- 2011年9月にデータ分析専業として初の東証マザーズ上場
- 2013年東証一部に市場変更（現在は、東証プライム市場）

現・中期経営計画
(FY24-FY26)



ケイパビリティ ～当社一社で完結できる、データ/AIによる価値創造のバリューチェーン

- データ・AI活用による「新しい価値の創造」のみならず、創業来20年間の圧倒的な経験値を糧にしたヒトづくりやモノづくりを通じてデータ・AI活用を「企業・産業に根付かせる」という、これまでにない新しい価値を提供



競合企業

コンサルティング企業

システム開発企業(= Sier)

SaaS企業

人材サービス企業

模倣困難性 ～三位一体による内製化支援と、それを支える人材力・プロジェクト経験値

模倣困難性
1

三位一体のビジネスモデル

- ①プロフェッショナル支援、②人材育成・教育、③プロダクト提供の3つのビジネスモデルを、一社で組み合わせて提供
- 3つを併せ持つ企業は世界的にも珍しい

模倣困難性
2

業界一のデータサイエンティスト組織

- 業界No.1規模の200名超の人材の量と質
- 創業間もなく他に先駆けて新卒を採用し、組織拡大を続ける採用力・育成力・組織力
- ほぼ全員がプロジェクトワークに従事して収益貢献(稼げる集団)

模倣困難性
3

20年のデータ/AIプロジェクト経験

- 創業来20年間、全ての売上が、データ/AI活用をテーマとするもの
- データ/AIを価値に変えるという本質からブレない提案品質とデリバリー能力

三位一体のビジネスモデルによるデータ活用の民主化と内製化支援

業界随一のデータ専門集団によるビジネス適用

① 分析/コンサルティング/SI



③ SaaS提供

人のスキル不足を補う
実践的なソフトウェア

② 人材育成・教育

ポテンシャル人材の
発掘とリスクリング

私たちが向き合う社会課題 ～データ/AI活用の内製化による日本の競争力の向上

日本の国際競争力を弱体化させているデジタルスキルの低迷

データ/AI活用を、外注から内製化する必要

IMD 世界デジタル競争力ランキング 2024（調査対象国 67か国）

順位	国名	昨年比
1	シンガポール	↑
2	スイス	↑
3	デンマーク	↑
4	アメリカ	↓
5	スウェーデン	↑
6	韓国	→
7	香港	↑
8	オランダ	↓
9	台湾	→
10	ノルウェー	↑
⋮		
31	日本	↑
⋮		
67	ベネスエラ	↓

日本が特に低位の項目
（=日本の弱点）

『ビッグデータと分析の活用』

64位/67か国中

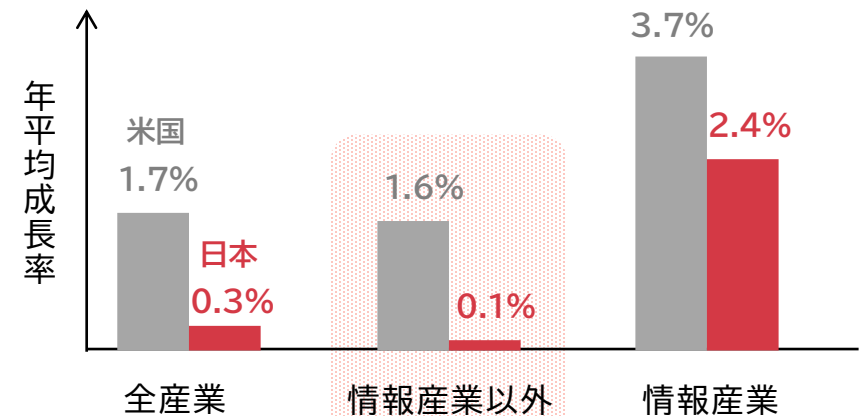
『デジタル/テクノロジースキル』

67位/67か国中

■ 日本では、情報産業以外の企業で働くIT人材が圧倒的に不足しており、これまで、IT業務を外注せざるを得ない産業構造が続いている

■ その結果、日本は情報産業しか成長していない

2000～2020年の市場成長率 日米比較*



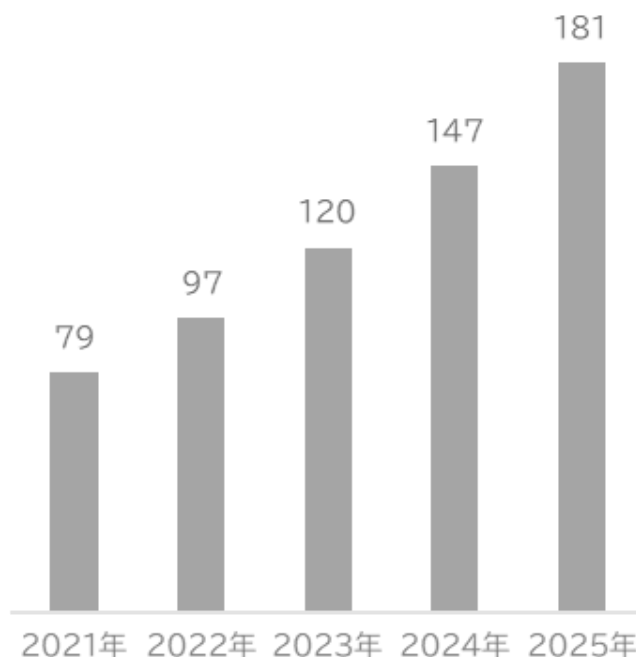
* 米国のデータは、アメリカ合衆国商務省経済分析局(BEA)が公表している産業別実質GDPから集計。「情報産業」の区分はBEA定義の「Information」を利用。
日本のデータは、総務省 令和4年情報通信白書より、「情報産業」の区分は白書のなかで定義されている「情報通信業」を利用。

出典: IMD, World Digital Competitiveness Ranking 2024.
<https://imd.widen.net/s/xvhldkrrkw/20241111-wcc-digital-report-2024-wip>

市場ポテンシャル ～ブレインパッドの成長を後押しする市場環境

- 生成・蓄積されていくデータ量が増えていく中で、日本のデータ活用に対する需要は拡大、かつ、人材の供給不足の深刻度は高まることから、この需要と供給の両方が、当社の成長を後押しする要素となる

世界で生成、取得、複製、消費される データ量 (単位:ゼタバイト)*1



*1 Statista Japan「2010年～2020年 世界で生成、取得、複製、消費されるデータ/情報の量と2025年までの予測値」

需要サイド

DX投資、データ活用投資に関する市場



*2 株式会社富士キメラ総研「2023 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編」

*3 デロイトトーマツ ミック経済研究所株式会社「ビジネス・アナリティクス市場展望 2022年版」

*4 2019年 経済産業省「IT人材供給に関する調査(概要)」の需要の伸びが中位シナリオの場合のIT人材の不足数、および2017年 経済産業省「IT関連産業の給与等に関する実態調査結果」より当社推計

*5 2019年 経済産業省「IT人材供給に関する調査(概要)」のAI需要の伸びが平均の場合のAI人材供給ギャップ、および2021年 特定非営利法人 ITスキル研究フォーラム「全国スキル調査」より当社推計

*6 2019年 経済産業省「IT人材供給に関する調査(概要)」の需要の伸びが中位シナリオの場合のIT人材の不足数、および2019年 米国アマゾン・ドット・コム社発表のリスキリング予算より当社推計

供給サイド

人材不足の解消に付随する市場



IT人材の不足(2025年～2030年)*4

2.7兆円

(45万人、@600万円/人年)

データサイエンティスト/
AI人材の不足(2030年)*5

1.0兆円

(12.4万人、@799万円/人年)

IT人材の充足にむけた
リスキリング市場(~2030)*6

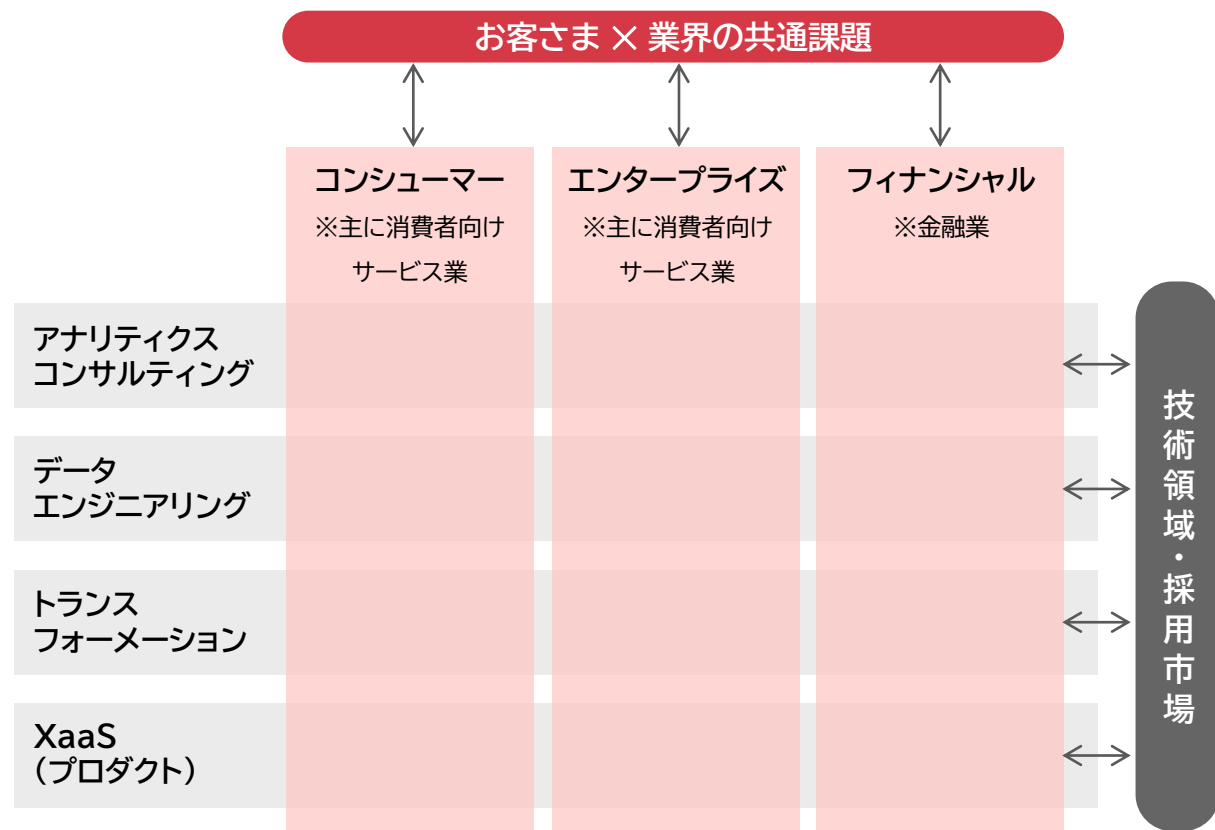
0.3兆円

(45万人、@75万円/人)

会社概要、経営陣、組織体制

商号	株式会社ブレインパッド(英文 BrainPad Inc.)	
所在地	東京都港区六本木三丁目1番1号 六本木ティーキューブ	
上場市場	東京証券取引所 プライム市場(証券コード:3655)	
設立	2004年3月18日	
資本金	597百万円(2024年6月30日現在)	
従業員数	545名(連結、2024年6月30日現在)	
経営陣	代表取締役社長 CEO	関口 朋宏
	取締役会長 Co-Founder	高橋 隆史
	取締役 Co-Founder	佐藤 清之輔
	社外取締役(独立役員)	佐野 哲哉
	社外取締役(独立役員)	石井 隆一
	社外取締役(常勤の監査等委員、独立役員)	谷口 卓
	社外取締役(監査等委員、独立役員)	大久保 和孝
	社外取締役(監査等委員、独立役員)	牛島 真希子
	ほか、委任型執行役員4名、雇用型執行役員9名	
グループ会社	【連結子会社】株式会社TimeTechnologies 【関連会社】株式会社電通クロスブレイン(出資比率33.4%)	
認証	一般財団法人日本情報経済社会推進協会(JIPDEC)より、「プライバシーマーク」を取得 「webレコメンデーションならびにデータ分析技術を利用したSaaSサービスの提供」、「データ分析プラットフォームに関する情報システム的设计・開発・導入・保守・運用業務」の範囲において、ISO27001の認証を取得	

- FY24より、「マトリクス組織」に移行
- 技術・専門性重視の体制(横)が、引き続き技術力と専門性を拡充すると同時に、顧客接点とソリューションの強化を担う業界別の組織(縦)を新たに組成し、総合力を活かした事業成長を目指す



主なクライアント ～各業界のトップ企業から指名されてきた実績

- 特定の業界に特化せず、各業界において日本を代表する企業のデータ活用・DXを支援
- 以下は、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



(2025年2月12日現在、敬称略、順不同)

小売・流通・卸売	伊藤忠商事(株)、全日空商事(株)、(株)高島屋、ウエルシア薬局(株)、(株)コナカ、(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)DINOS CORPORATION、(株)バロックジャパンリミテッド、(株)セブン&アイ・ネットメディア、(株)ローソン、スターバックスコーヒージャパン(株)、アスクル(株)、パルシステム生活協同組合連合会、(株)阪急阪神百貨店
製造	トヨタ自動車(株)、アサヒグループジャパン(株)、キューピー(株)、キリンビール(株)、(株)ニトリホールディングス、日本コカ・コーラ(株)、ユニ・チャーム(株)、(株)オンワードホールディングス、(株)晃祐堂、(株)SABON Japan、資生堂ジャパン(株)、(株)島津製作所、(株)スタイリングライフ・ホールディングス BCLカンパニー、西川(株)、日産自動車(株)、日本たばこ産業(株)、(株)ピーチ・ジョン、(株)ファンケル、三菱電機(株)、(株)明治、(株)オンデーズ、キッコーマン(株)、サンスター(株)、ディーゼルジャパン(株)、フジッコ(株)、(株)富士フイルム ヘルスケア ラボラトリー、(株)マウスコンピューター、UCCホールディングス(株)、ライオン(株)
金融	(株)りそなホールディングス、(株)三菱UFJ銀行、(株)ゆうちょ銀行、(株)静岡銀行、(株)足利銀行、(株)伊予銀行、(株)山口フィナンシャルグループ、(株)横浜銀行、東海東京証券(株)、松井証券(株)、(株)三井住友フィナンシャルグループ、(株)イオン銀行、(株)SBI新生銀行、(株)百十四銀行、三井住友信託銀行(株)、SMBC日興証券(株)、大和証券(株)、(株)オリエントコーポレーション、(株)ジェシービー、(株)マネースクエア
旅行・航空・運輸	日本航空(株)、九州旅客鉄道(株)、ヤマト運輸(株)、(株)日本旅行、(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、LINEヤフー(株)、ソフトバンク(株)、エアロセンス(株)、エヌ・ティ・ティ・コムウェア(株)、オーエムネットワーク(株)、(株)大塚商会、(株)クラウドワークス、メディカル・データ・ビジョン(株)、(株)アイスタイル、(株)NTTドコモ、ダイワボウ情報システム(株)、トレンドマイクロ(株)、(株)ユニメディア
電力・エネルギー・建設	大東建託(株)、近鉄不動産(株)、野村不動産ソリューションズ(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)、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	ぴあ(株)、農林水産省、国立大学法人大阪大学、アイティメディア(株)、(株)日本ビジネスプレス、(株)インタースペース、(株)CyberZ、大日本印刷(株)、(株)セガ、エン・ジャパン(株)、キャリアス就活(株)ディスコ)、(株)マイナビ、(株)リクルートスタッフィング、(株)カカクコム、(株)さとふる、(株)ミクシィ、(株)ADKマーケティング・ソリューションズ、(株)バンダイナムコネクサス、(株)ビズリーチ、(株)ベネッセコーポレーション、(株)デルフィス、(株)博報堂プロダクツ、(株)マッキャンエリクソン、(株)エキスパートスタッフ、(株)スタッフブリッジ、(株)日経HR、(株)パソナテック、(株)イタミアート、(株)イノベーター・ジャパン、(株)らしんばん

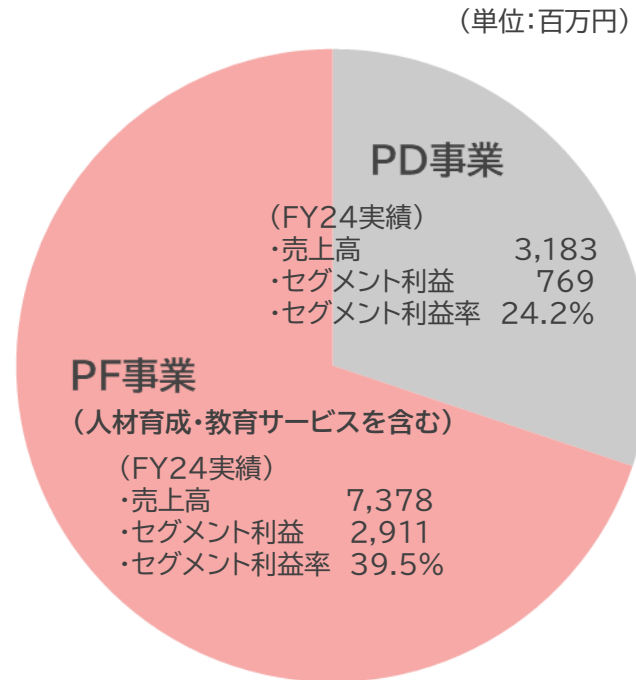
2つの事業セグメント ～プロフェッショナルサービス事業／プロダクト事業

プロフェッショナルサービス事業(PF事業)

事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 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
売上モデル	<ul style="list-style-type: none"> 大部分がフロー型 (業務受託、プロジェクトベース)
プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> プロジェクトの期間は数か月～数年、体制も数名～数十名までさまざま 既存顧客の割合が高く、数年にわたり継続的に支援している顧客も多数
コスト構造	<ul style="list-style-type: none"> コストの約6割が従業員人件費 システム開発案件は、外注活用により利益率をコントロール
特徴	<ul style="list-style-type: none"> データ活用のさまざまなプロフェッショナルが、アナリティクスとエンジニアリングを駆使して、最適なデータ活用を実装 業界に特化せず、幅広い業種に対する支援実績を誇る
メンバー構成	<ul style="list-style-type: none"> データサイエンティスト 200名超 ビジネスコンサルタント 50名超 システムエンジニア 50名超
競合	<ul style="list-style-type: none"> 大手コンサルティングファーム 大手SIer <p>※AIベンチャーとは競合しない</p>

プロダクト事業(PD事業)

事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 自社製および他社製プロダクトの提供 ほとんどがSaaSプロダクト
売上モデル	<ul style="list-style-type: none"> 大部分がストック型 (月額ライセンス収入が大半)
プロダクト	<ul style="list-style-type: none"> デジタルマーケティング製品が中心 主力製品で売上高の9割超を占める うち、自社開発の「Rtoaster(アールトースター)」関連の売上高が5割弱を占める
コスト構造	<ul style="list-style-type: none"> コストの約4割が従業員人件費 その他、クラウド利用料、製品開発・保守の外注費、他社製品の仕入など
特徴	<ul style="list-style-type: none"> 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 M&Aにより「Ligla(リグラ)」を獲得
メンバー構成	<ul style="list-style-type: none"> プロダクト企画ほか 20名前後 開発エンジニア 30名超 カスタマーサクセス、保守 40名超
競合	<ul style="list-style-type: none"> プロダクトごとに異なる よく比較されるのは、国内製品ではPLAIDなど、海外製品ではSalesforceなど











売上比 PF事業:PD事業 = 7:3

利益比 PF事業:PD事業 = 8:2

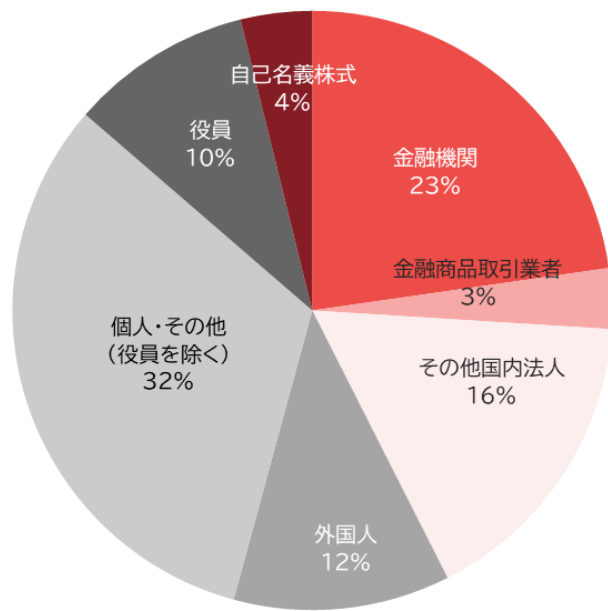
ブレインパッドの取り扱いプロダクト

- PD事業では、デジタルマーケティングを自動化・効率化するプロダクトをはじめとし、主力4製品で売上高の9割超を占める
- PF事業では、大手パブリッククラウド全てを取り扱い、顧客企業のニーズに合わせたシステムインテグレートが可能

パーソナライズ基盤 施策実行	<p>主力製品</p>  <p>Rtoaster (自社開発)</p> <p>あらゆる顧客データを統合・分析し、高度なアルゴリズム・多彩なアクション機能により、精度の高い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>主力製品</p>  <p>Ligla (自社開発)</p> <p>顧客データと機械学習アルゴリズムを用いた配信シナリオ設計で、パーソナライズされたLINEコミュニケーションを自動化するマーケティングオートメーション</p>	<p>主力製品</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BtoC向け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>Conomi (自社開発)</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でき、組み込み先や利用データを選ばない柔軟なマッチングエンジン</p>	 <p>exQuick (自社製品)</p> <p>異なるデータベース製品やフラットファイルを統合的に管理し、顧客の絞り込みから施策の実行、効果測定レポートの作成までを素早く実行可能なシステム</p>
	アナリティクス 予測 機械学習	<p>主力製品</p>  <p>Brandwatch</p> <p>デジタルボルテックスの時代に必要となるリアルタイム意思決定を支援する、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>Tableau</p> <p>あらゆるデータをビジュアル化し、データを持つメッセージを伝えるビジネス・インテリジェンスツール</p>	 <p>Altair Analytics</p> <p>スケーラブルなデータの加工と分析を可能にする、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>	
クラウド プラットフォーム	<p>Microsoft Azure</p> <p>データの収集・蓄積から、分析、予測、AIを活用したビジネスアクションまで、ビッグデータ活用に必要な一連の機能がクラウド上で提供されるプラットフォーム</p>	<p>Google Cloud</p> <p>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を持つ、Google™ が提供するクラウドプラットフォーム</p>	<p>Amazon Web Service</p> <p>AWSは「必要な時に、必要なだけ、低価格でITリソースを提供」をコンセプトとし、高い可用性を備え柔軟なリソース調整に優れたクラウドプラットフォーム</p>	<p>Snowflake</p> <p>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データウェアハウス、データシェアリングソリューション</p>	

株主構成、資本政策

■ 株主構成 (2024.12.31時点)



■ 大株主 (2024.12.31時点)

	株主名	持株比率
1	日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	13.9%
2	株式会社ディシプリン (当社創業者の資産管理会社)	11.0%
3	株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	8.0%
4	佐藤 清之輔 (当社創業者/役員)	7.9%
5	伊藤忠商事株式会社 (資本業務提携先)	3.1%
6	株式会社りそなホールディングス (資本業務提携先)	2.6%
7	NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMNIBUS-MARGIN	1.9%
8	丹沢 良太	1.9%
9	株式会社SBI証券	1.6%
10	高橋 隆史 (当社創業者/役員)	1.2%
	上記計	53.1%

持株比率は、自己株式(885,384株)を控除して計算しております

■ 資本政策

収益性の継続改善

- 既に健全な財務体質は確立しており、十分な自己資本を確保
- 利益率の改善を軸にさらなる収益性の向上を目指すとともに、株主価値の向上に向けた施策の強化を図る

資金用途① 成長投資の強化

- 中長期の成長に資する投資は強化
- 健全性を損なわない範囲でのレバレッジ活用による大胆な投資の実施

資金用途② 株主還元の拡充

- 安定的に連結営業利益率10%以上を確保していくことを目標に、連結総還元性向40%以上の株主還元を目指す
- 普通配当は、長期安定配当を基本とする
- 自己株式の取得は、過度なROE低下の抑制を目的に、適切に実施する

【再掲】

中期経営計画(FY2024～2026)

2023年5月12日
株式会社ブレインパッド



トップメッセージ ～次期中期経営計画の発表にあたり

当社はまもなく創業20周年を迎えることとなります。この大きな節目まで、さまざまな形で支えていただきました皆様に心から感謝の意を表します。データが世の中にもたらす価値と重要性を予見し創業をして以来、データ活用の普及を通じた産業発展や人々の生活を豊かにすることを使命に、少しでも多くの企業を支援するため事業規模を拡大し、データ活用のパイオニアとしての地位を築いてまいりました。

他方、現在の急激な環境変化の中、株主をはじめとするステークホルダーの皆様および市場からの期待には十分に応えられておりません。

この実状を重く受け止め、当社は経営方針と経営体制の転換を決断し、株主価値の向上を経営方針として明確に掲げ、新たな中期経営計画として発表することといたしました。

この20年という歳月を振り返ると、日本経済の国際競争力はかつての輝きを失い、特にデジタル技術やデータの活用という点では海外から大きく劣後し続けているという厳しい現実があります。

この実態からの脱却のため、私たちが企業の競争力向上に貢献する存在としてより一層の役割を果たすには、現状を生んだ従来のIT企業やコンサルティング企業のやり方を超えて、新たな支援の形を創造することが求められていると強く認識しています。

いま、企業はITを活用し時代に応えた新しい価値を創造する「内なる力」を高めることが重要になっています。

その実現のため、私たちは国内のIT人材やデータ活用人材の不足、リスクリング、そして、ITやデータ活用の内製化促進という課題解決に真正面から取り組みます。

すなわち、日々進化するさまざまなテクノロジーを実用的な形に転換し、従来の技術と人材のサプライチェーンを再構築していくことで、企業のデジタルトランスフォーメーションの高度化・高速化に貢献していきます。

この使命を達成する上でも、業績の向上を重視し、高利益体質への構造転換を最優先で取り組むことで、効率性の向上と事業拡大を目的とする積極的な投資に向けた基盤を確立し、持続的な成長を実現してまいります。

以上の考えを、本資料にまとめました。

是非ご一読をいただき、新しいブレインパッドに、ご期待いただければ幸いです。

2023年5月12日

株式会社ブレインパッド 代表取締役社長 執行役員CEO

高橋隆史

取締役 執行役員CGO（次期代表取締役社長）

関口朋宏

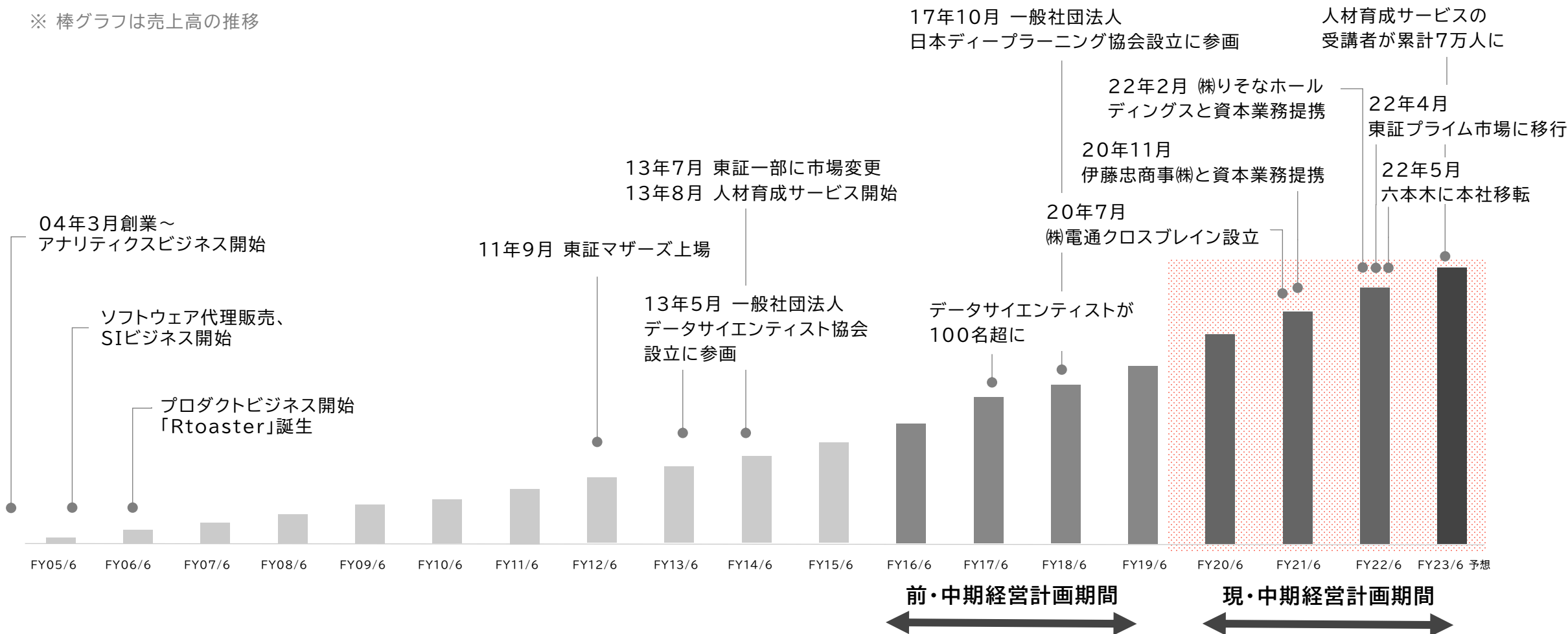
1. 現・中期経営計画の総括

2. 長期ビジョン： BrainPadが向き合う課題と目指す姿
3. 次期中期経営計画の位置づけ
4. 成長戦略および投資方針
5. 財務目標および資本政策

ブレインパッドの歩み ~間もなく創業20周年

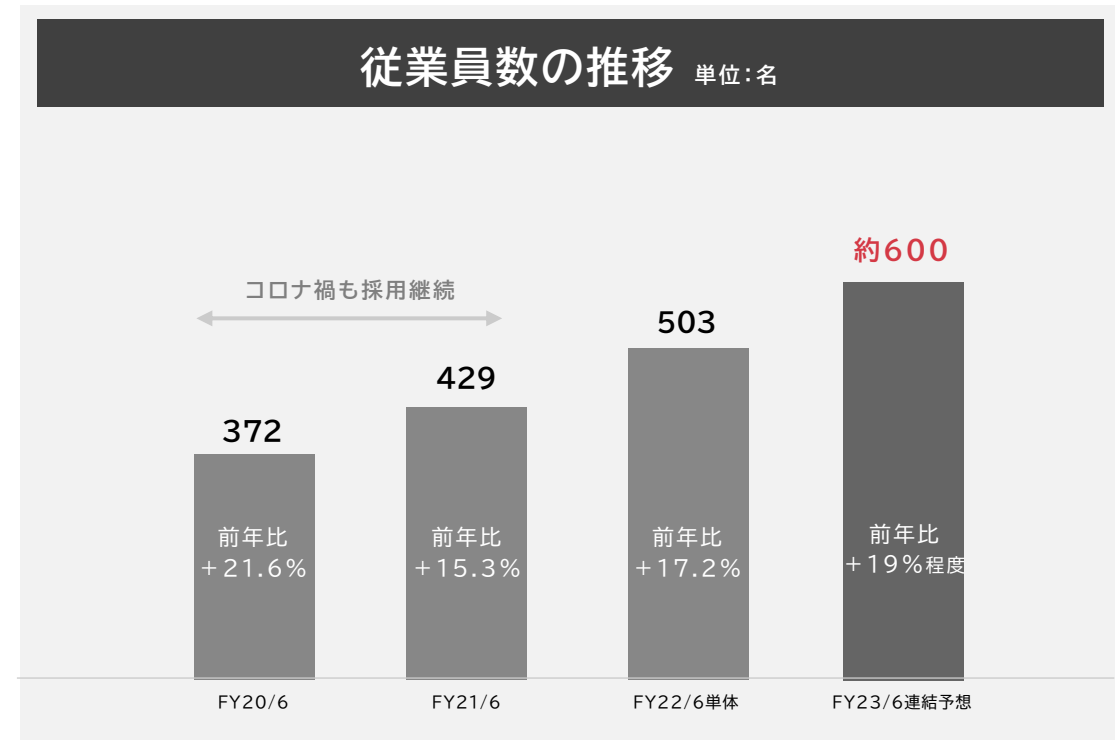
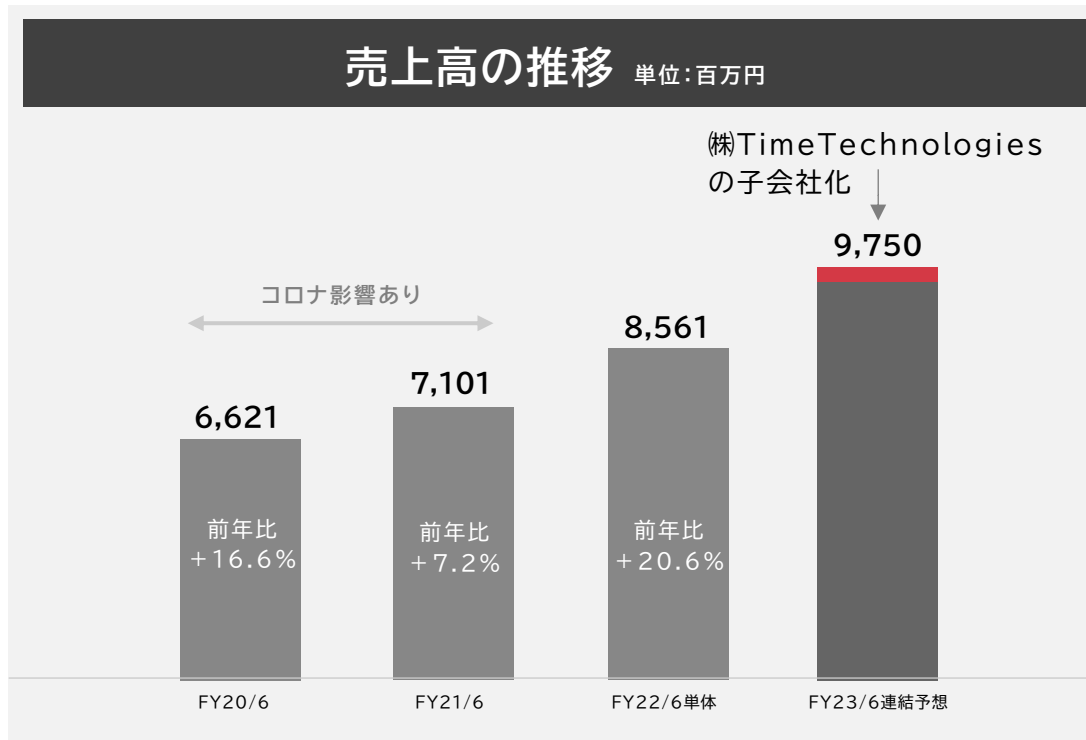
創業来、19期連続増収

※ 棒グラフは売上高の推移



現・中期経営計画の総括 ～ 積極的な組織拡大による事業規模の拡大を実現

- 第三次AIブーム、国内のDX投資の加速に伴うデータ活用の重要性の高まりを受け、プロフェッショナルサービスを中心に需要を取り込み、売上高100億円に迫るまで事業を拡大。
 - ・ FY20、FY21にコロナ影響を受け、売上伸長が一時停滞し、最終年度の売上高目標(115億円)には届かない見込み。
- 一方、需要増加に備え、他社が人材採用を抑制していたコロナ禍においても先行投資的に採用を進め、獲得競争の激しいデータ活用人材の増強に成功。600名規模の組織に拡大した。



現・中期経営計画の総括 ～ 主なできごと

資本業務提携、M&A

資本業務提携



2020年～



2020年～



2022年～

M&A



2022年～

業界トップ企業へのDX・データ活用支援

日系大手企業の重要なデータ活用の取り組みを支援



材料開発における
新サービス開発



データ活用人材の
育成プログラム提供



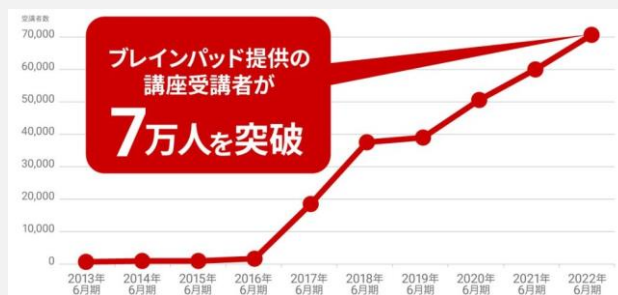
DX推進の戦略パートナー



データ活用支援

データ活用人材育成サービスの受講実績が7万人を突破

経済産業省「第四次産業革命スキル習得講座」、厚生労働省「教育訓練給付制度」にも認定



クラウドベンダーとのアライアンス強化



国内初のSell・Service・Build*の3分野を
網羅したプレミアパートナー

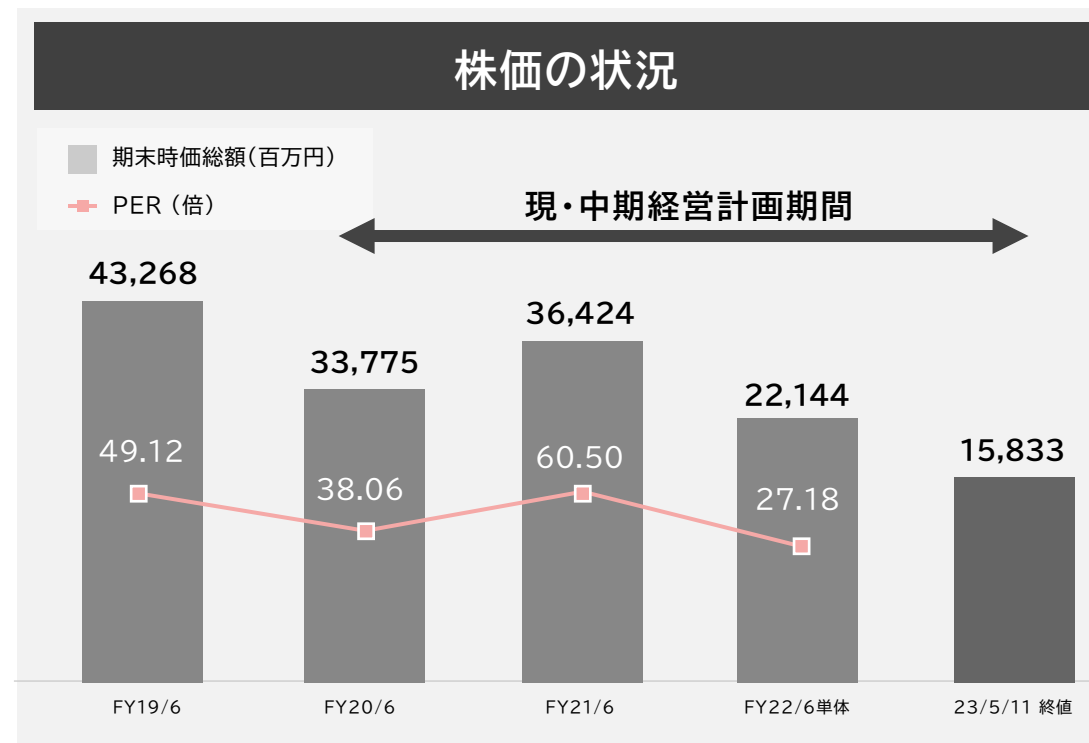
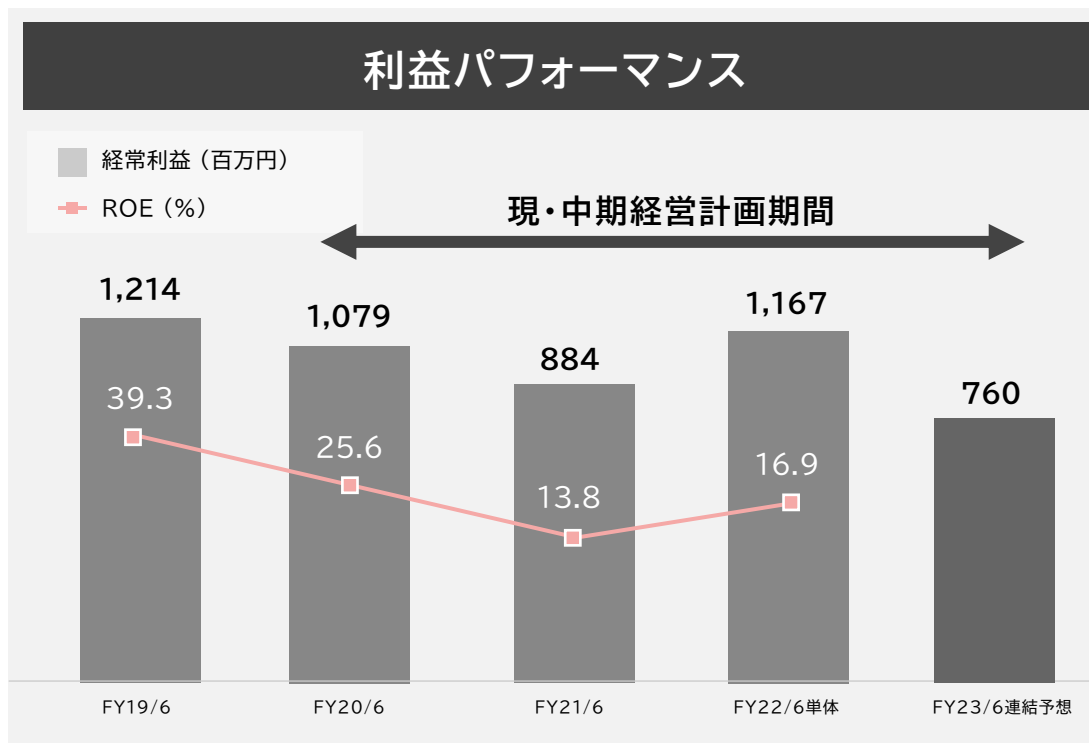


2年連続でデータ分析領域にてマイクロソフト
ジャパン パートナー オブ ザ イヤーを受賞
Azure AIパートナー

*; ISV Solution Connectプログラムの共同拡販を伴う

現・中期経営計画の総括 ～ 利益水準に課題

- 当社が主力としていた小売・消費者向けサービスに対するマーケティング領域支援がコロナ禍の影響を受け、顧客層の入れ替えが発生。
- 競争環境の激化、プロジェクト難易度の上昇の中で、組織規模拡大による費用増もあり、利益水準の低下を抑えきれず。
- 結果、売上高以外は、前・中計最終年度(FY19)のパフォーマンスを超えることができず、市場の期待に応えることができなかった。



現・中期経営計画の総括 ～ 次期計画に向けて

- 安定的な事業基盤は築けたものの、市場から期待される成長を達成するには、現在の当社のサービス価値を前提とした組織拡大による事業成長や経営モデルからの進化が必要。

総括	達成できたこと	<ul style="list-style-type: none">• データ活用のパイオニアとしての地位の確立と、DXおよびデータ活用需要の安定的な取り込み• 採用体制の強化に伴う人材の充足による、需要の取りこぼしの抑制• 大手企業とのアライアンスやM&Aによる事業機会の拡充
	顕在化した課題	<ul style="list-style-type: none">• 急激な組織拡大とコロナ禍での先行投資(人材採用)に伴い、重たいコスト構造に変化• DX投資にまつわる市場環境やニーズの変化に対して、当社のサービスの進化が遅れた• 短期的な収益改善に注力したために、中長期的な視野に立った投資が限定的になった



次期中期経営計画において考慮すべきこと

- 既存事業のコスト構造の見直し、高収益化
- 市況やニーズを捉えたサービスと提供価値、差別化要素の進化
- 長期的視野に立った積極的な事業投資(M&A、技術探索、ソリューション開発)
- 上記を支える、経営体制の強化とマネジメント手法の高度化

1. 現・中期経営計画の総括

2. 長期ビジョン： BrainPadが向き合う課題と目指す姿

3. 次期中期経営計画の位置づけ

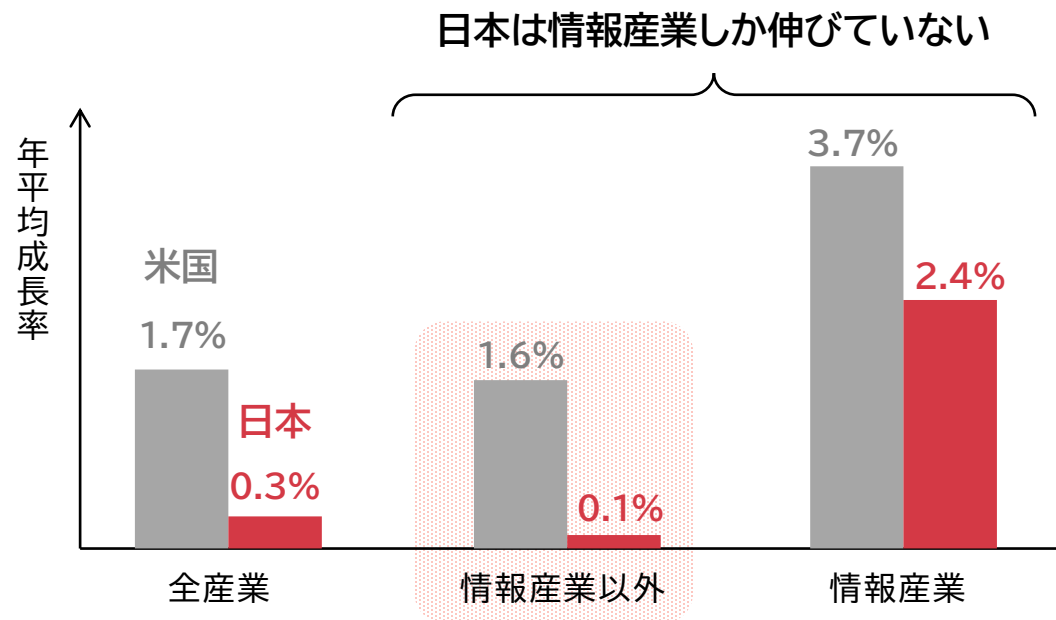
4. 成長戦略および投資方針

5. 財務目標および資本政策

私たちが向き合う課題

- ビジネスにおけるITシステムのあり方と、IT産業側の企業支援のあり方双方の本質的な見直しが必要。
- デジタルとデータを競争力の強化に活かすために、IT産業そのものの変革が求められている。

2000～2020年の市場成長率 日本と米国の比較*



IT技術の進化により、国内のIT産業は大きく伸長
ビジネス・アナリティクス、およびDX投資の市場規模は、
これまでも年率10%近く拡大
今後も年率10%程度は拡大すると予測されている



企業のIT投資は、産業全体の成長に貢献していない
日本のデジタル競争力は年々低下し、
この20年で1%以上の成長を果たした産業はわずか
※ 米国では、IT以外の産業も成長している

*; 米国のデータ=アメリカ合衆国商務省経済分析局(BEA)が公表している産業別実質GDPから集計。「情報産業」の区分はBEA定義の「Information」を利用。
日本のデータ=総務省 令和4年情報通信白書。「情報産業」の区分は白書のなかで定義されている「情報通信業」を利用。

参考)日本のデジタル競争力は低迷しつつづけている

- 当社の支援領域である「経営におけるデータ活用」と「デジタルスキル」が日本の競争力の低迷に大きな影響を及ぼしている。
- つまり、当社の存在意義および事業機会は今後も継続的に増大する見込み。

IMD 世界デジタル競争力ランキング 2022
(調査対象国 63か国)

順位	国名	昨年比
1	デンマーク	↑
2	アメリカ	↓
3	スウェーデン	-
4	シンガポール	↑
5	スイス	↑
6	オランダ	↑
7	フィンランド	↑
8	韓国	↑
9	香港	↓
10	カナダ	↑
⋮		
29	日本	↓
⋮		
63	ベネスエラ	↑



54の客観的指標の合計点で順位が決定

カテゴリ	サブカテゴリ	順位
知識	人材	50
	育成と教育	21
	科学への注力	14
技術	規制の枠組み	47
	資本	32
	技術の枠組み	8
未来への備え	適応への姿勢	20
	ビジネスの柔軟性	62
	ITの統合	18

日本が特に順位の低い指標の一例

『デジタル/テクノロジースキル』
62位/63か国中

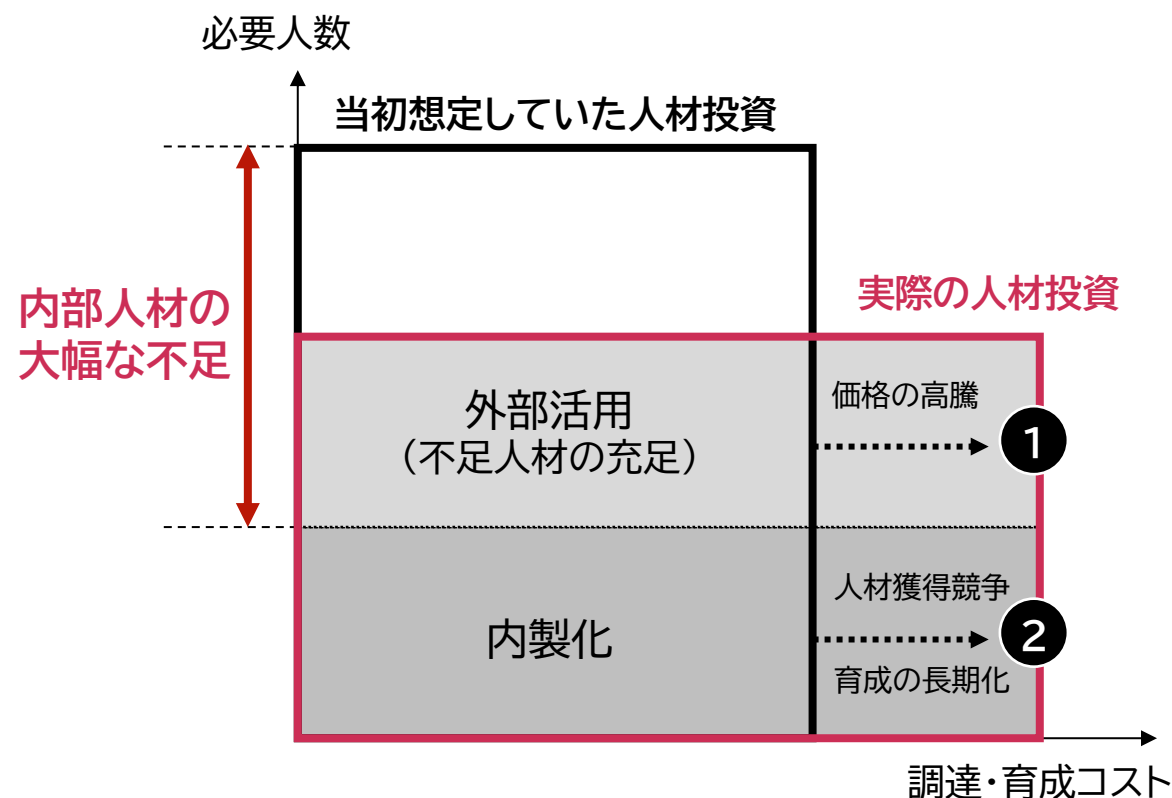
『ビッグデータと分析の活用』
63位/63か国中

出典：IMD, World Digital Competitiveness Ranking 2022. <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness-ranking/>

私たちが向き合う課題 ～ 日本企業における“内製化”の壁

- DX推進の加速を優先するために、外部人材による補填を続けた結果、内部人材の補強が進まない。
- 人材不足の環境下において高度な専門人材の獲得と育成は困難を極めており、外部依存体質の早期打破が必要。

デジタル/データ活用人材の確保の実態(イメージ)



高度な専門人材の確保を目指す
人材獲得競争のなかで想定外の投資が膨らむ

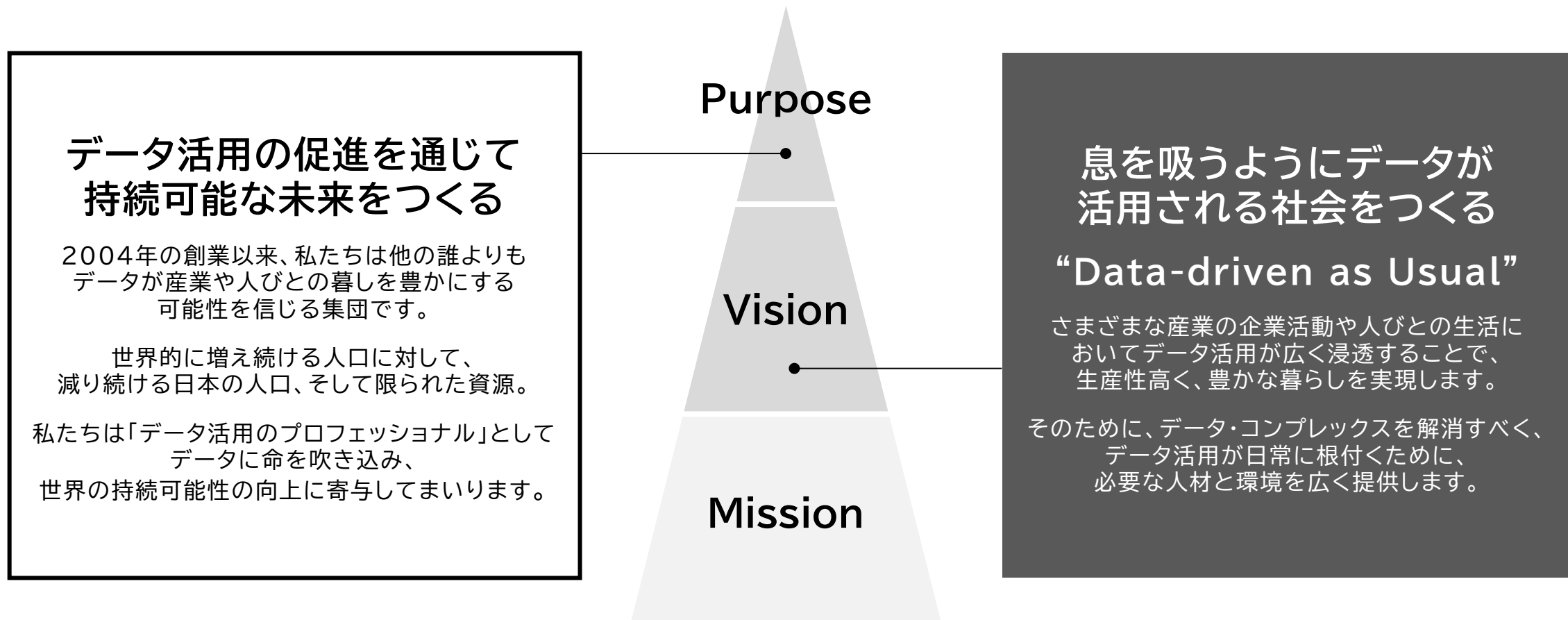
→ IT産業・人材産業のみが成長



- ① 高単価な外部人材による補填
 - 高度な人材は、外部企業が高報酬で確保
 - 業務委託コストは高騰の一途
- ② 採用や内部調達のコストが高騰
 - 高度な人材を求め、採用難易度が上がる
 - 育成手法が確立していないため、育成が長期化

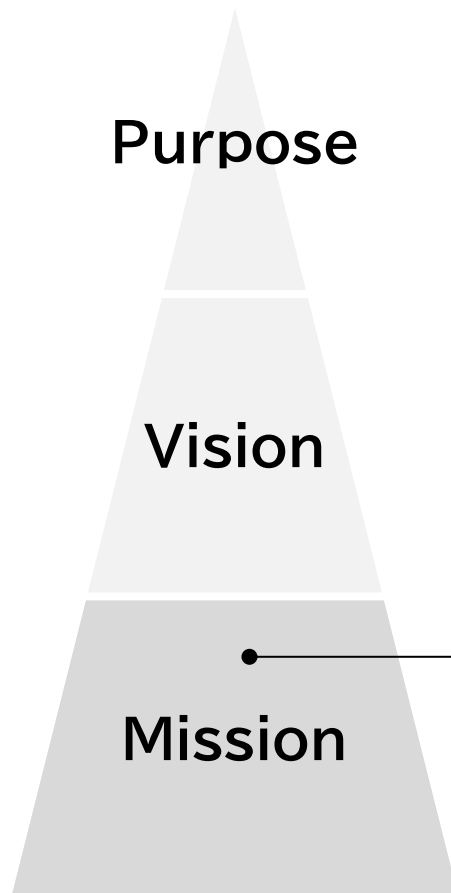
私たちが目指す姿・存在意義 ~Mission/Vision/Purposeの再定義

- 創業時から掲げてきた、データ活用によりサステナブルな社会を創ることを目指し、社会課題の解決に貢献していく。



私たちが目指す姿・存在意義 ~Mission/Vision/Purposeの再定義

- 従来のIT企業やコンサルティング企業とは一線を画し、データ・テクノロジーとそれを使いこなす人材を企業に根付かせることを通じて、これまで解決できていなかった企業内部の本質的な強化、その先にある経済発展に貢献する。



技術と人材のサプライチェーンを再構築し、 国際競争力のある豊かな日本の再生に貢献する

従来のIT企業やコンサルティング企業による高度人材の派遣とは一線を画し、
本質的な企業体質の強化を支えるソリューションを提供します。

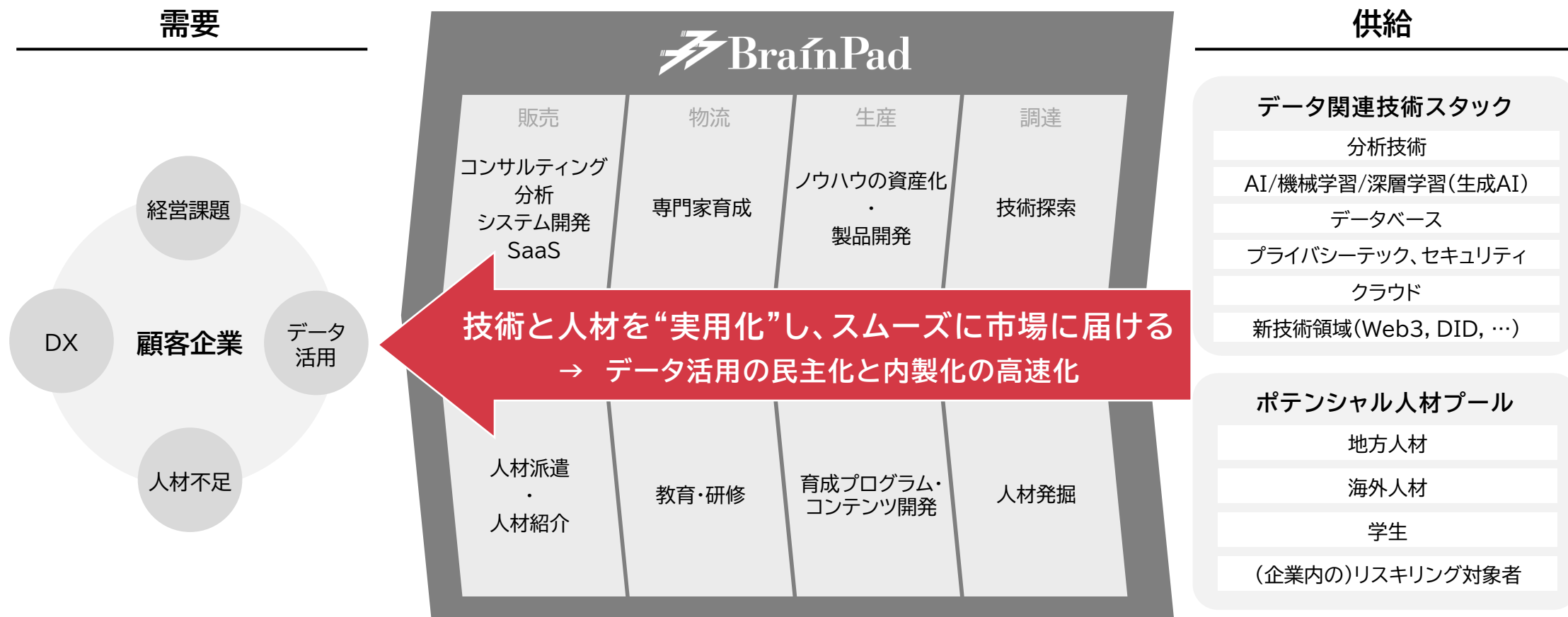
そのために、高度な技術と人材を企業活動に根付かせる環境を整備し、
データ活用の促進を支援します。


データ・テクノロジー × ビジネスの“ハイブリッド人材”
という難易度の高い人材輩出に挑む

高度なテクノロジーの民主化を通じて
人材育成のスピードを超えるデータ活用の普及を促進

私たちの役割 ～ データ活用につまわる技術と人材のサプライチェーンを再構築

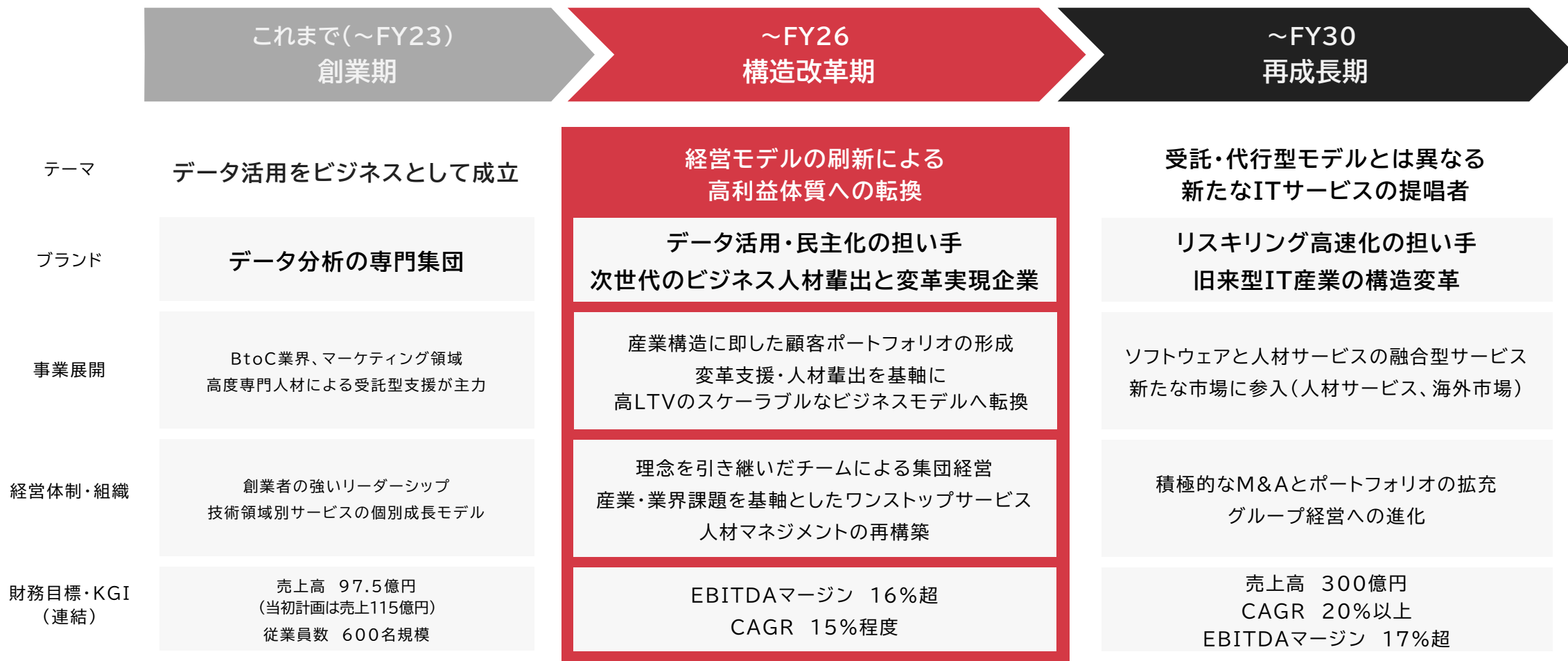
- とめどなく進化するデータ関連技術、そしてポテンシャル人材を、産業にて実用可能な形へと転換する。
- 市場ニーズを汲み取った多様なサービス形態を整備し、企業におけるデータ活用の民主化と内製化の高速化に貢献。




- 
1. 現・中期経営計画の総括
 2. 長期ビジョン： BrainPadが向き合う課題と目指す姿
 - 3. 次期中期経営計画の位置づけ**
 4. 成長戦略および投資方針
 5. 財務目標および資本政策

本中期経営計画の位置づけ

- 本中期経営計画期間を「構造改革期」と位置づけ、大きく拡大してきた事業体制を、今後の環境変化に機動的に対応できる体質へと転換し、さらなる事業成長を目指す。



- 
1. 現・中期経営計画の総括
 2. 長期ビジョン： BrainPadが向き合う課題と目指す姿
 3. 次期中期経営計画の位置づけ
 - 4. 成長戦略および投資方針**
 5. 財務目標および資本政策

市場ポテンシャル

- 底堅く成長することが予想される「DX投資、データ活用投資」と、その推進を支える「IT人材不足の解消」という双方の需要が当社のビジネス成長における市場ポテンシャルとなる。

需要サイド

DX投資、データ活用投資に関する市場



供給サイド

人材不足の解消に付随する市場



スキル開発・人材の供給



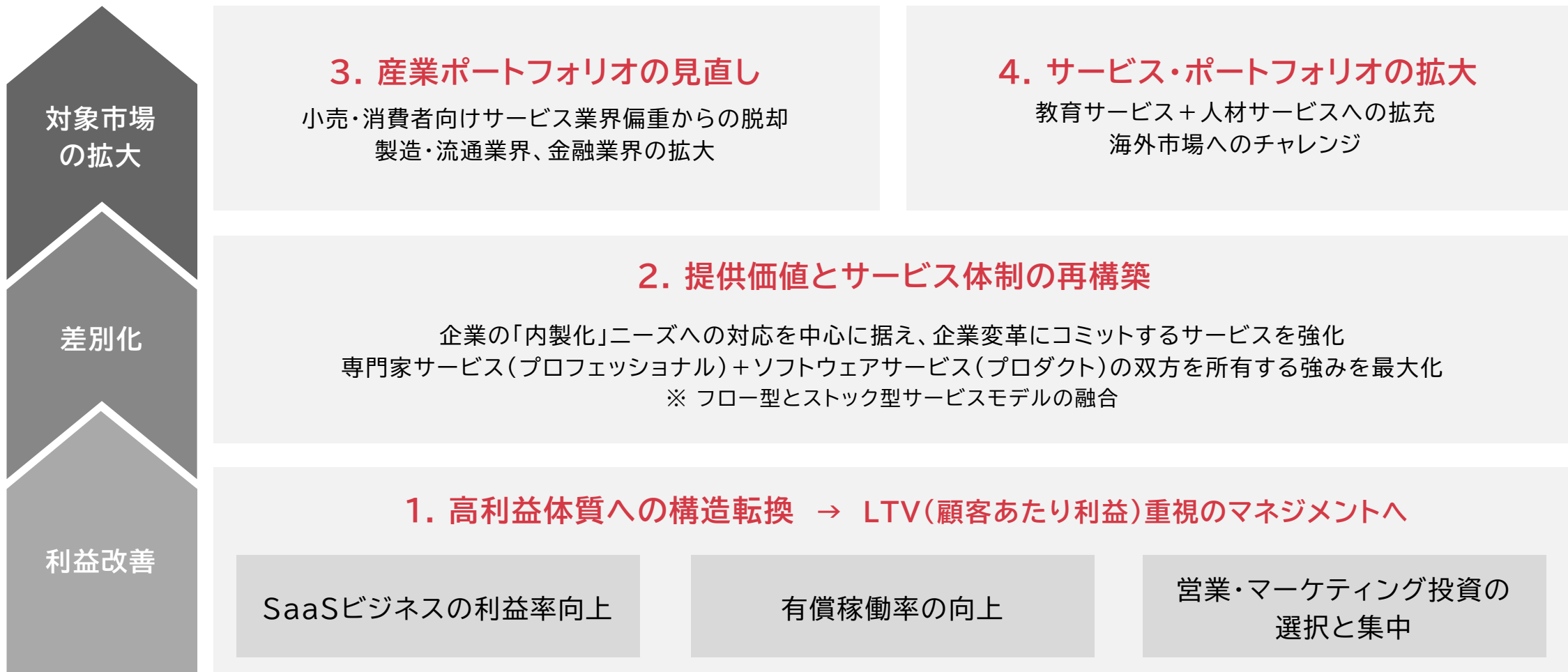
変革を支える人材ニーズ

*1 株式会社富士キメラ総研「2023 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編」
*2 デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「ビジネス・アナリティクス市場展望 2022年版」

*3 2019年 経済産業省「IT人材供給に関する調査(概要)」の需要の伸びが中位シナリオの場合のIT人材の不足数、および2017年 経済産業省「IT関連産業の給与等に関する実態調査結果」より当社推計
*4 2019年 経済産業省「IT人材供給に関する調査(概要)」のAI需要の伸びが平均の場合のAI人材供給ギャップ、および2021年 特定非営利法人 ITスキル研究フォーラム「全国スキル調査」より当社推計
*5 2019年 経済産業省「IT人材供給に関する調査(概要)」の需要の伸びが中位シナリオの場合のIT人材の不足数、および2019年 米国アマゾン・ドット・コム社発表のリスキリング予算より当社推計

成長戦略 ～成長に向けた4つの柱

- 組織の拡大に伴う生産性の低下の解消を早期に実現させ、市場ニーズの変化に合わせた事業成長を加速させる。



補足) 成長戦略 ~1. 高利益体質への構造転換

- 急速な需要の拡大に対応するための体制増強から筋肉質な事業運営体制へと転換し、さらなる成長の基盤を整える。

前提となる経営指針

『LTV重視』の事業運営の推進

顧客の課題解決を追求し、
創出する成果(提供価値)を最大化



顧客あたりの利益率を向上

+

顧客に寄り添った深い関係性の
構築による営業生産性の向上

実現に向けた主な施策

有償稼働率の向上

※ プロフェッショナルサービス事業

- 需要に合わせた採用数の適切なコントロール
- 品質管理の強化による不採算案件の防止
- マネジメント人材の育成スピードの向上

SaaSビジネスの 利益率向上

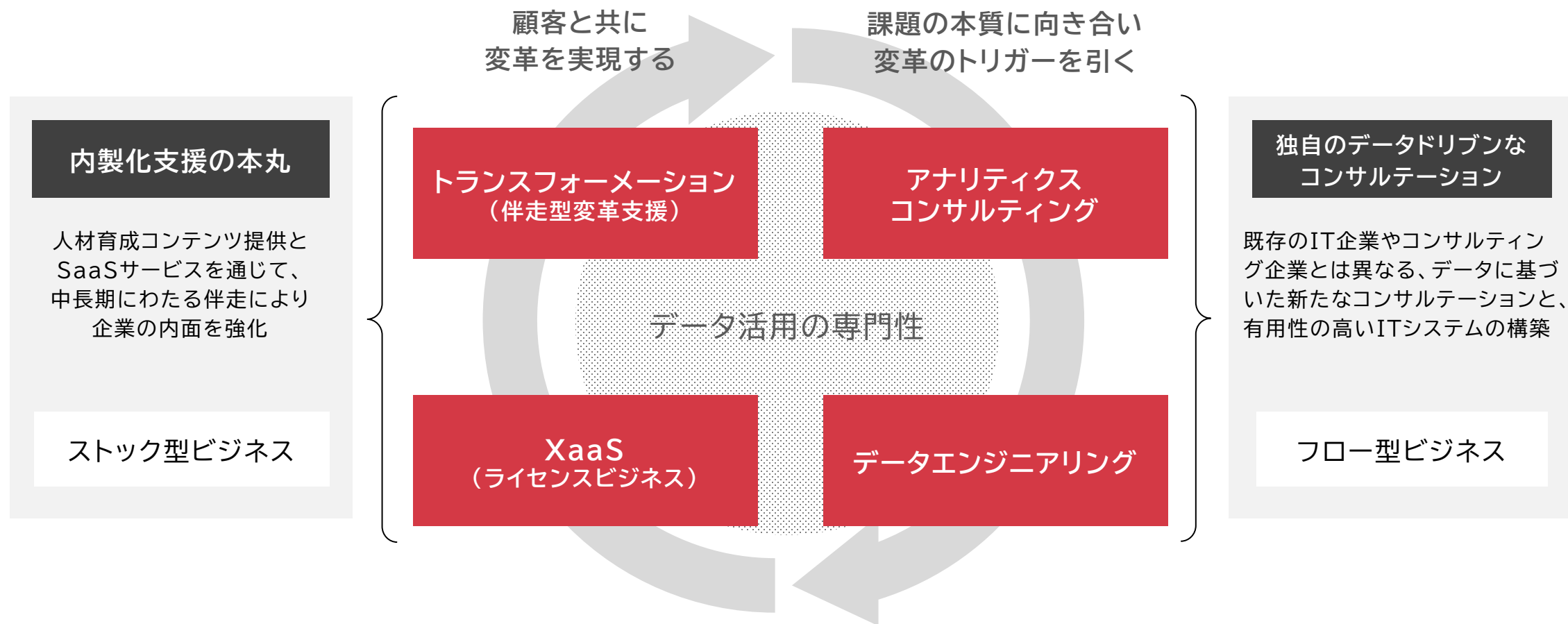
- 市況に合わせた適切な価格改定
- プロダクト別原価管理の徹底
- ポートフォリオマネジメントによる投資領域の選択と集中

営業・マーケティング 投資の選択と集中

- 顧客業界単位での営業体制の整備
- 既存顧客との長期の関係構築、および案件規模の拡充
- アライアンス企業とのさらなる協働

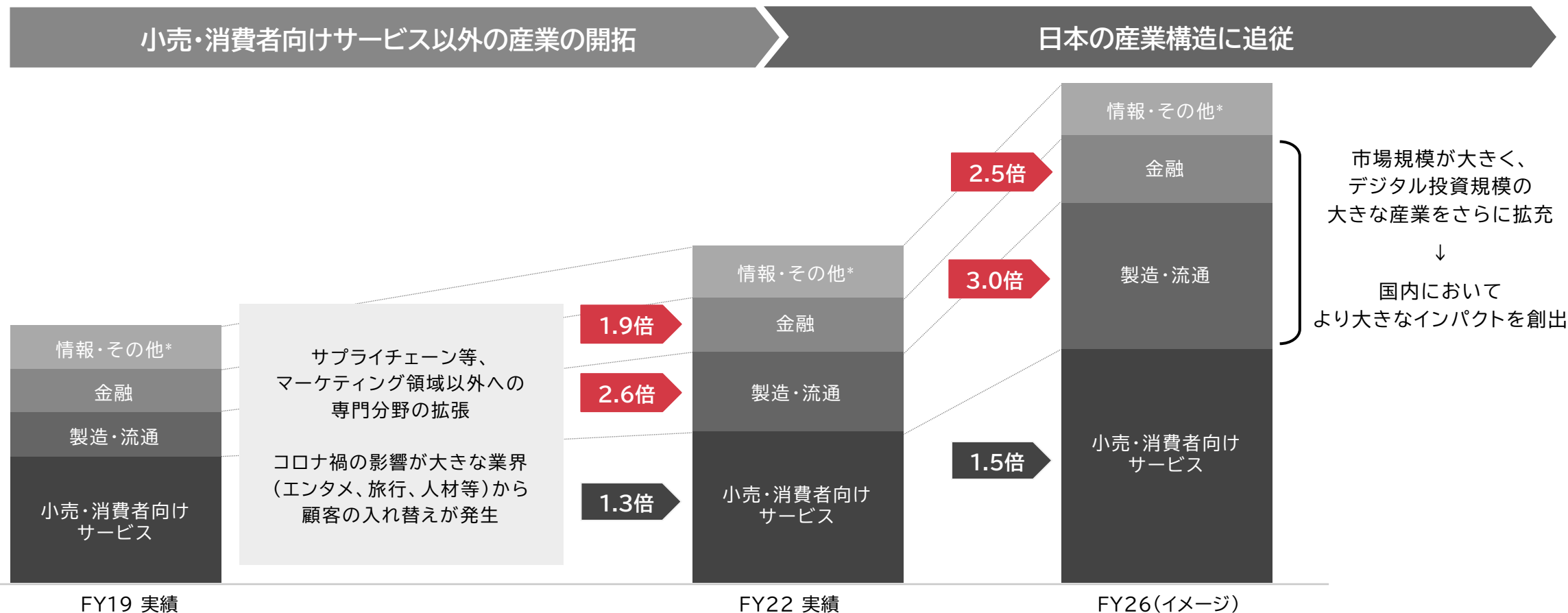
補足) 成長戦略 ~2. 提供価値とサービス体制の再構築

- 経営課題の解決を一気通貫で支援することは一般的になってきており、もはや差別化要素にはなりづらい。
- 人的支援中心のフロー型ビジネスに依存した競合には困難な「顧客企業の内製化が進むこと」と「当社の成長」がリンクするサービス体制に転換する。



補足) 成長戦略 ~3. 産業ポートフォリオの見直し

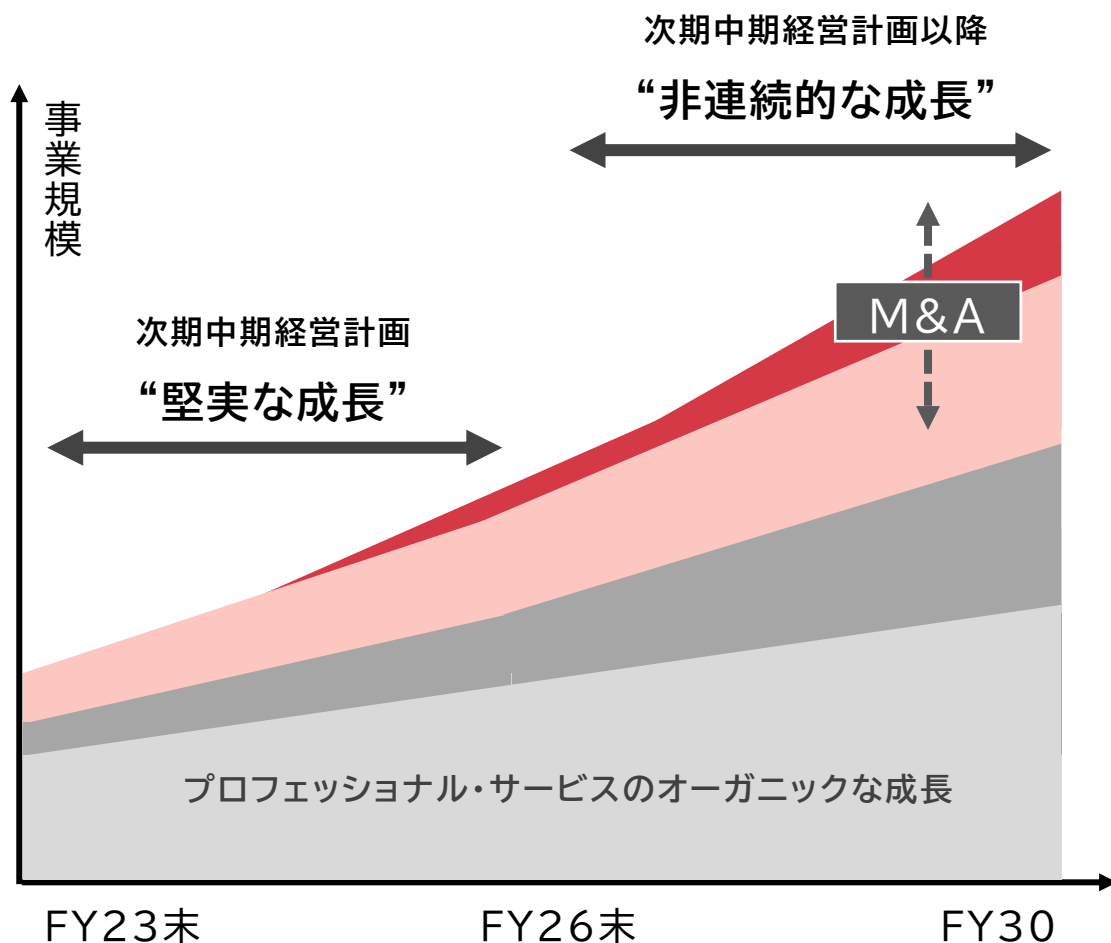
- 日本の産業構造、産業別デジタル/IT投資規模をふまえ、当社の顧客業種のポートフォリオの見直しを図る。
- 「製造・流通」、「金融」に対する売上高の伸長により、顧客基盤をさらに強化。



*「その他」には、当該年度の売上高が一定金額より小さい企業、未上場企業で分類が困難な企業等が含まれます。

成長戦略 ～今後の成長シナリオ(イメージ)

- 当面は顧客企業の本質的な自力の強化(内製化)を提供価値の基軸に据えて、堅実な成長を目指す。
- 当社の変革をスピーディに実行するなかで、その進捗度合いに応じて再成長へと舵を切り、株主価値のさらなる向上を目指す。



3 M&Aやアライアンスを通じた新市場への進出
(新たな人材/ソフトウェアサービス、海外)

2 プロフェッショナルサービスのノウハウを起点とした
ストックモデルへの転換、SaaSサービスの拡張

1 既存の受託業務から
『伴走型・育成型変革支援』サービスへのシフト

高単価・短期間のフロー型ビジネス偏重から脱却し、
持続的な成長モデルを志向

BrainPadが選ばれる理由

- データ活用分野を独自にサービス化してきた経験値に基づくノウハウや技術力に加えて、前例や一般論に流されることなく、顧客企業が抱える課題の本質に向き合い、真摯に解決策を生み出す姿勢が多方面で評価されている。

データ活用人材の
育成ノウハウ

企業の意思決定への
データ活用促進

データ活用起点の
ITシステム開発

データ活用を容易にする
ソフトウェア

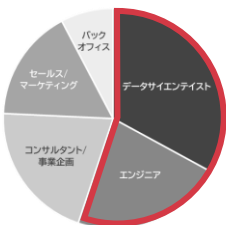
データ活用の「民主化・内製化」を支えるチカラの集積

↑ 人材

↑ 組織力

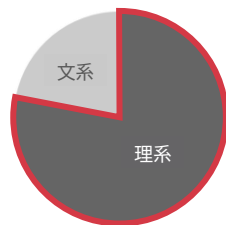
文理融合の多様な人材 + 業界屈指の技術力

従業員の職種分布(23/3/31時点)



技術職が半数以上
文理のバランスが
取れた職種比率

新卒入社者の理系/文系比率(23/4/1時点)



数理能力の高い
理系出身者を惹き
つける採用力

課題の本質に向き合いゼロベースで考え抜くカルチャー

高いミッションへの共感と実直な組織風土 ※2022年 従業員満足度調査結果より

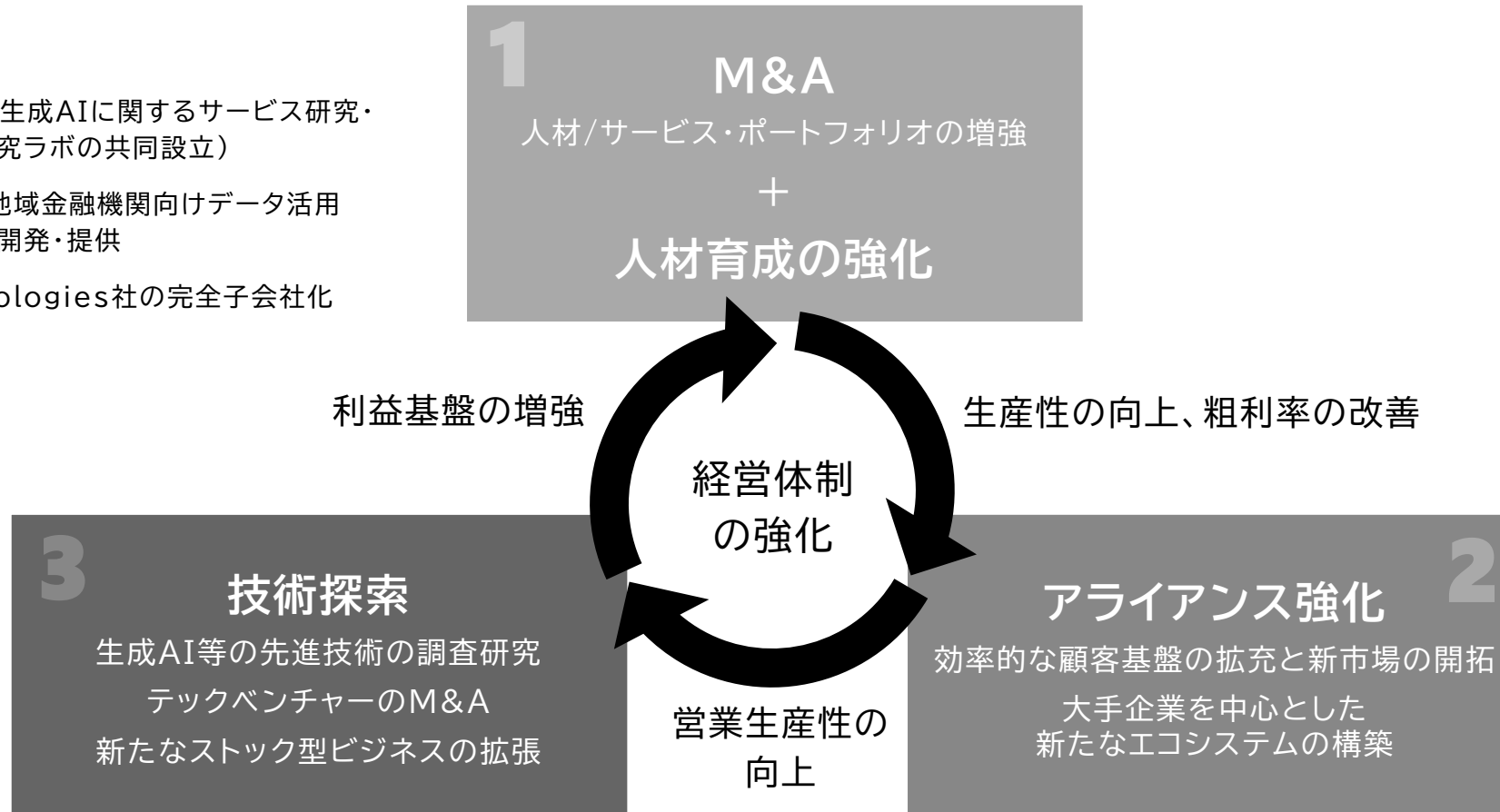
Q. ブレインパッドのミッションに共感している	4.42pt/5pt
Q. 与えられた仕事だけでなく、それ以上の貢献をしようと思う	4.21pt/5pt
Q. 私は、ブレインパッドで働くことに対して誇りを持っている	3.95pt/5pt
Q. ブレインパッドは、日々最高の仕事をしようと思える会社である	3.78pt/5pt

投資方針

- サービス提供と営業生産性の向上に資する施策への投資を優先させ、利益基盤を強化する。
- Time Technologies社と同様に、当社の事業基盤を活用することで成長が可能なベンチャーに対する投資は積極的に実施。

【参考事例】

- 伊藤忠商事との生成AIに関するサービス研究・開発（生成AI研究ラボの共同設立）
- りそなHDとの地域金融機関向けデータ活用サービスの協働開発・提供
- Time Technologies社の完全子会社化



組織戦略・人材投資

- 高度な人材が当社の変わらない競争力の源泉であり、「人材輩出企業」として、これまで以上に人材の育成や高い成果を発揮できる環境の整備を積極的に展開する。

“データ・テクノロジーとビジネスの融合”が価値創造や差別化の源泉となる組織と人材開発を推進

データドリブンな社会や経営を標榜する企業として、BrainPad自身がその牽引役として率先垂範



ガバナンス・モデルの進化

ステークホルダーへの価値創造と
コミットメントを強化

株主や顧客、従業員への期待に応える

取締役会による株主価値向上策の推進や
中長期戦略に基づく投資の強化

業界・顧客企業を基軸とした事業体制

執行役員を中心としたスピーディーな集団経営



次世代ビジネス人材の輩出企業へ

“理系人材から経営人材を生み出す”

技術とビジネスのハイブリッド人材を養成し
産業のデジタル化に貢献

人材マネジメントの再構築

複線型の多様なキャリア設計

次世代経営人材育成プログラムの立ち上げ

“デジタル・ネイティブ世代”の積極登用



データドリブンな事業運営

経営におけるデータ活用の牽引役へ
技術・データを有効活用した組織運営による
高い生産性の実現

事業運営状況のデータ化/可視化の徹底

データに基づく意思決定の高速化

先進技術のビジネス活用

デジタル時代の最適かつ多様な働き方

1. 現・中期経営計画の総括
 2. 長期ビジョン： BrainPadが向き合う課題と目指す姿
 3. 次期中期経営計画の位置づけ
 4. 成長戦略および投資方針
 - 5. 財務目標および資本政策**
-



財務目標(連結ベース)

- 今後はM&Aや子会社/合併会社設立による事業拡大を前提に、利益指標についてはEBITDAをKGIに設定。
 - 次期中期経営計画は、高利益体質への転換に力点を置くため、売上高の成長以上にEBITDAマージンの向上を目指す。
- ※ 早期に構造改革が終了した場合は、速やかに再成長ステージに転換予定。

	今期業績予想(FY23) 23/5/12公表	次期中期経営計画 最終年度目標(FY26)	【参考】FY30
売上高	97.5億円	140~150億円 ※CAGR 15%程度	280~300億円 ※CAGR 20%以上
EBITDA マージン	11%弱	16%超	17%超
ROE	10%	20%	20%

資本政策

- これまでに確立した安定的な財務基盤をさらに強化するとともに、より積極的な成長投資と株主還元を実施する。

収益性の継続改善

- 既に健全な財務体質は確立しており、十分な自己資本を確保
- 利益率の改善を軸にさらなる収益性の向上を目指すとともに、株主価値の向上に向けた施策の強化を図る

成長投資の強化

- 中長期の成長に資する投資は強化
 - ・ M&Aによる大胆なサービス体制強化
 - ・ 新たな市場開拓に向けたソリューションの開発
 - ・ 先進技術の調査については、積極的に実施
- 健全性を損なわない範囲でのレバレッジ活用による大胆な投資の実施
 - ・ 直接的な利益成長に資するM&A等が対象

株主還元の拡充

- 安定的に連結営業利益率10%以上を確保していくことを目標に、連結総還元性向40%以上の株主還元を目指す
 - ・ 剰余金の配当の実施
普通配当は長期安定配当を基本とし、それを上回る株主還元については、市況や事業環境に応じて、記念配当や特別配当を実施していく方針
 - ・ 自己株式の取得
成長投資の原資は確保しつつも、過度なROE低下の抑制を目的に、適切に実施する



(株)ブレインパッド

〒106-0032 東京都港区六本木三丁目1番1号 六本木ティーキューブ

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可能性があることを、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。