



Data Analytics for Sustainability

データ活用の促進を通じて持続可能な未来をつくる

# 2014年6月期 第2四半期 決算補足説明資料

2014年2月12日

株式会社ブレインパッド

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。したがって、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場合がございます。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。なお、2011年6月期 2Q以前の数値は未監査でありますため、当該期の数値は参考資料となります。

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。

# INDEX

- 2014年6月期 第2四半期連結業績サマリ
- 2014年6月期 第2四半期単体業績サマリ
  - ー アナリティクス事業(AS事業)
  - ー ソリューション事業(SOL事業)
  - ー マーケティングプラットフォーム事業(MP事業)
- 事業成長に向けた取り組みの状況
- Appendix

# 第2四半期 連結業績サマリ

(2013年7月～2013年12月)

売上高は順調に伸長。利益面は、投資フェーズにある子会社の増加(ミディー、米国現地法人)と、これらの立ち上げ費用の発生により、成長が一部相殺されています。

## 全社

• 売上高	: 1,231百万円	前年同期比+37.8%
• 営業利益	: 80百万円	前年同期比+16.9%
• 経常利益	: 58百万円	前年同期比+ 3.9%
• 当期純利益	: 26百万円	前年同期比△19.5%

## アナリティクス事業 (AS事業)

• 売上高	: 397百万円	前年同期比+24.0%
-------	----------	-------------

## ソリューション事業 (SOL事業)

• 売上高	: 466百万円	前年同期比+69.0%
-------	----------	-------------

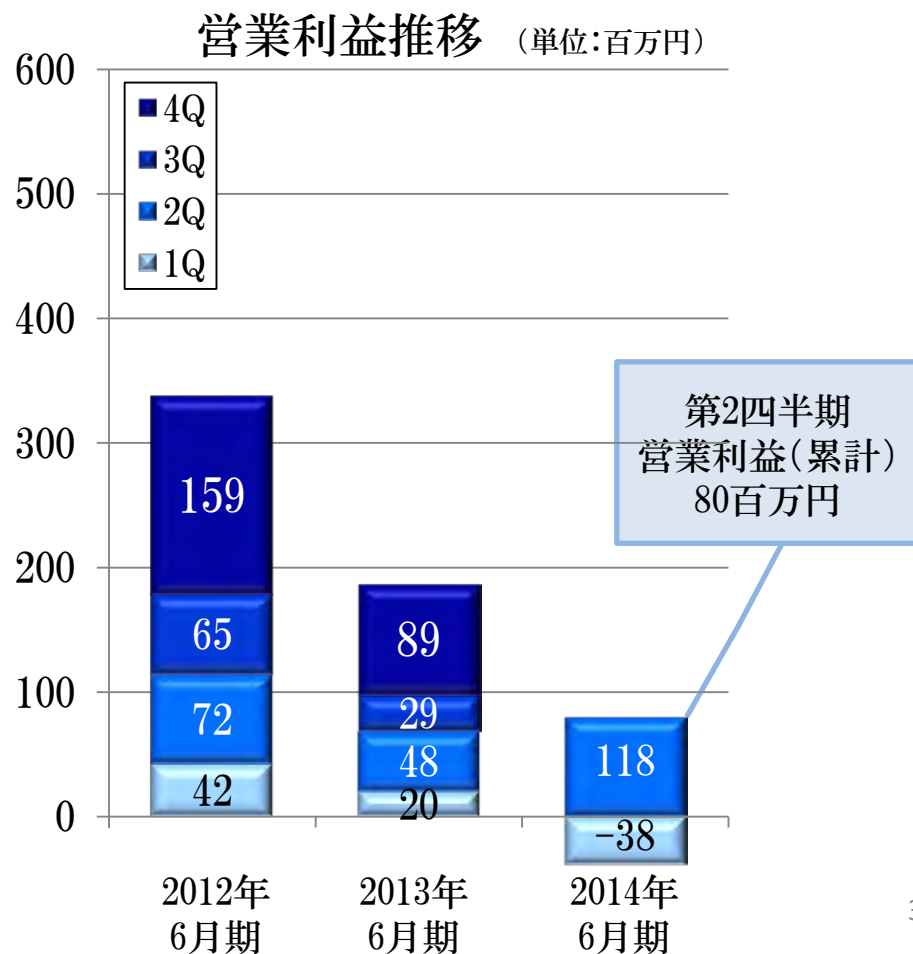
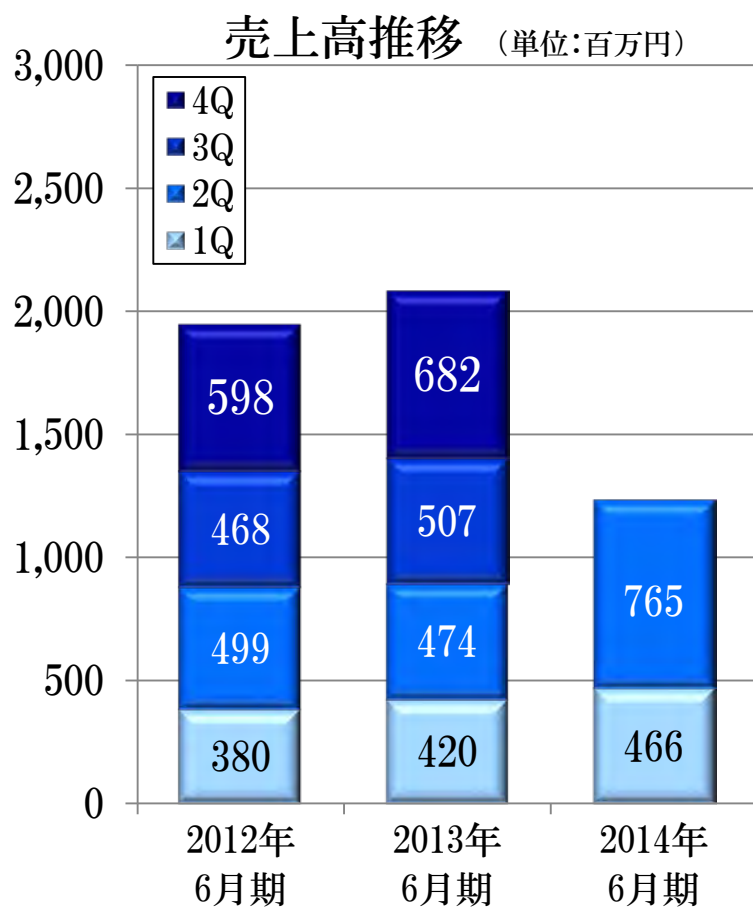
## マーケティング プラットフォーム事業 (MP事業)

• 売上高	: 367百万円	前年同期比+23.6%
-------	----------	-------------

(旧・ASP関連事業)

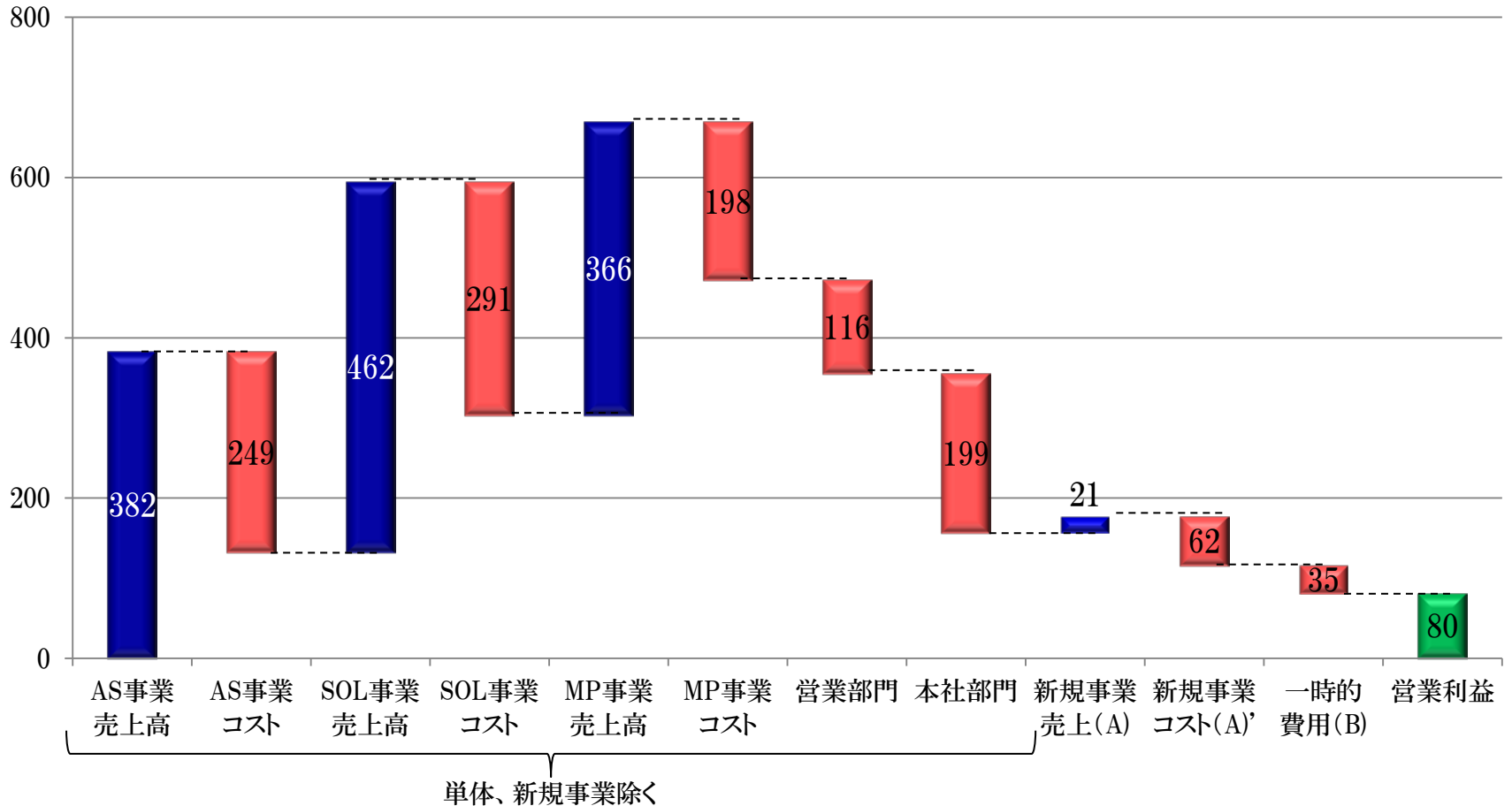
# 第2四半期 連結業績サマリ

当期上期は、前期上期だけでなく、前期下期も上回る売上高を達成しました。利益面は、オフィス移転や市場変更に伴う一次的な費用により、第1四半期は赤字となっていました。当四半期の売上高伸長により大幅に改善しました。



# 第2四半期 収益構造

(単位:百万円)



<新規事業売上(A)に含まれるもの>

ReceReco、教育事業、子会社の売上

<新規事業コスト(A)'に含まれるもの>

ReceReco、教育事業、データサイエンティスト協会関連費用、  
子会社のコスト(米国現地法人の設立準備費用を含む)

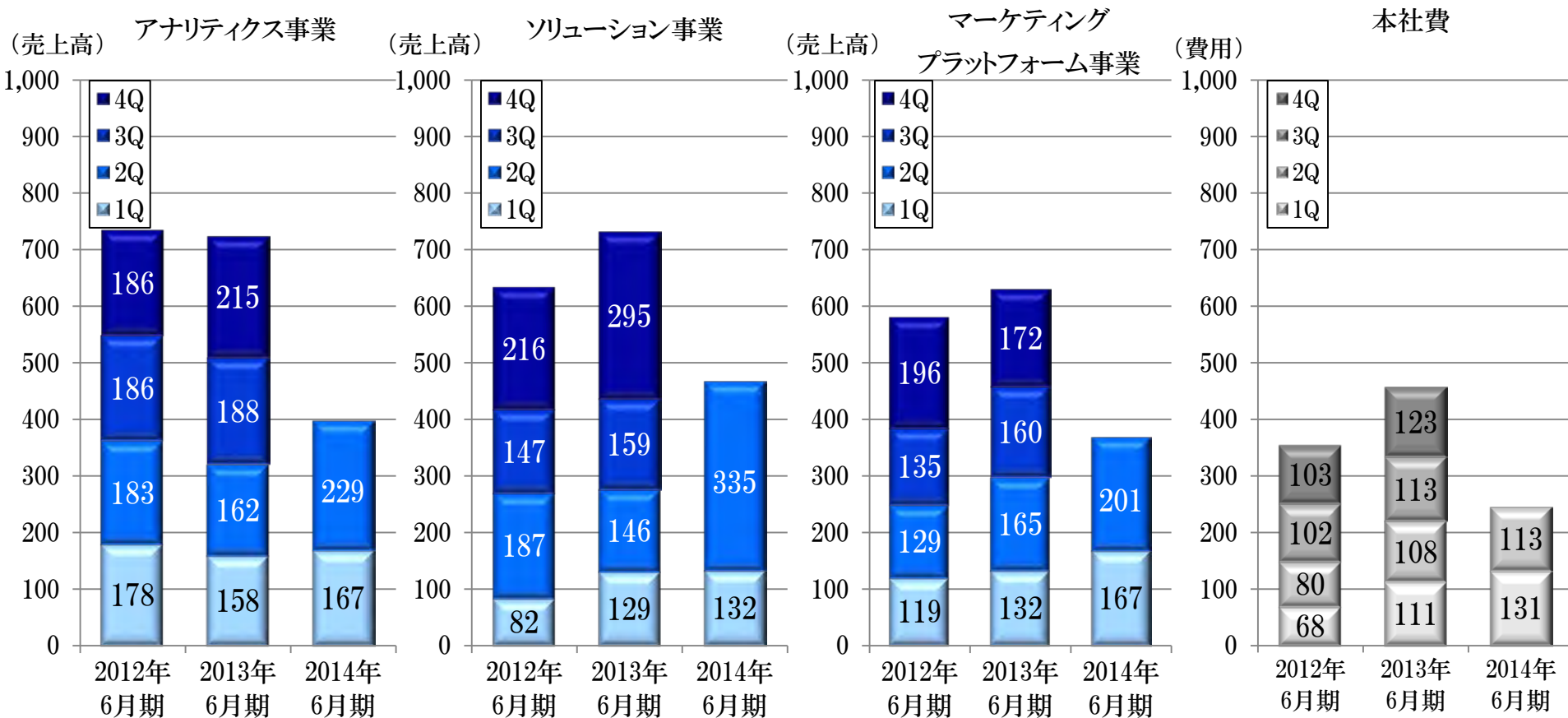
<一時的費用(B)に含まれるもの>

オフィス移転関連費用および備品・消耗品購入費用、MP事業個別プロジェクトにおける臨時費用

# 第2四半期 連結セグメント業績サマリ

当四半期(10~12月)は、3事業ともに四半期ベースの過去最高売上を達成しました。  
第1四半期に一時的に増加した本社費も、当四半期は例年並みとなりました。

(単位:百万円)



# 第2四半期 単体業績サマリ

(2013年7月～2013年12月)

第1四半期に一時的な費用(オフィス移転や市場変更に伴う費用)が発生しましたが、売上高の伸長により、この一時的費用の影響を吸収しています。

## 全社

・ 売上高	： 1,215百万円	前年同期比+36.0%
・ 営業利益	： 86百万円	前年同期比+26.1%
・ 経常利益	： 68百万円	前年同期比+21.4%
・ 当期純利益	： 37百万円	前年同期比+16.6%

## アナリティクス事業 (AS事業)

・ 売上高	： 385百万円	前年同期比+20.4%
-------	----------	-------------

## ソリューション事業 (SOL事業)

・ 売上高	： 462百万円	前年同期比+67.4%
-------	----------	-------------

## マーケティング プラットフォーム事業 (MP事業)

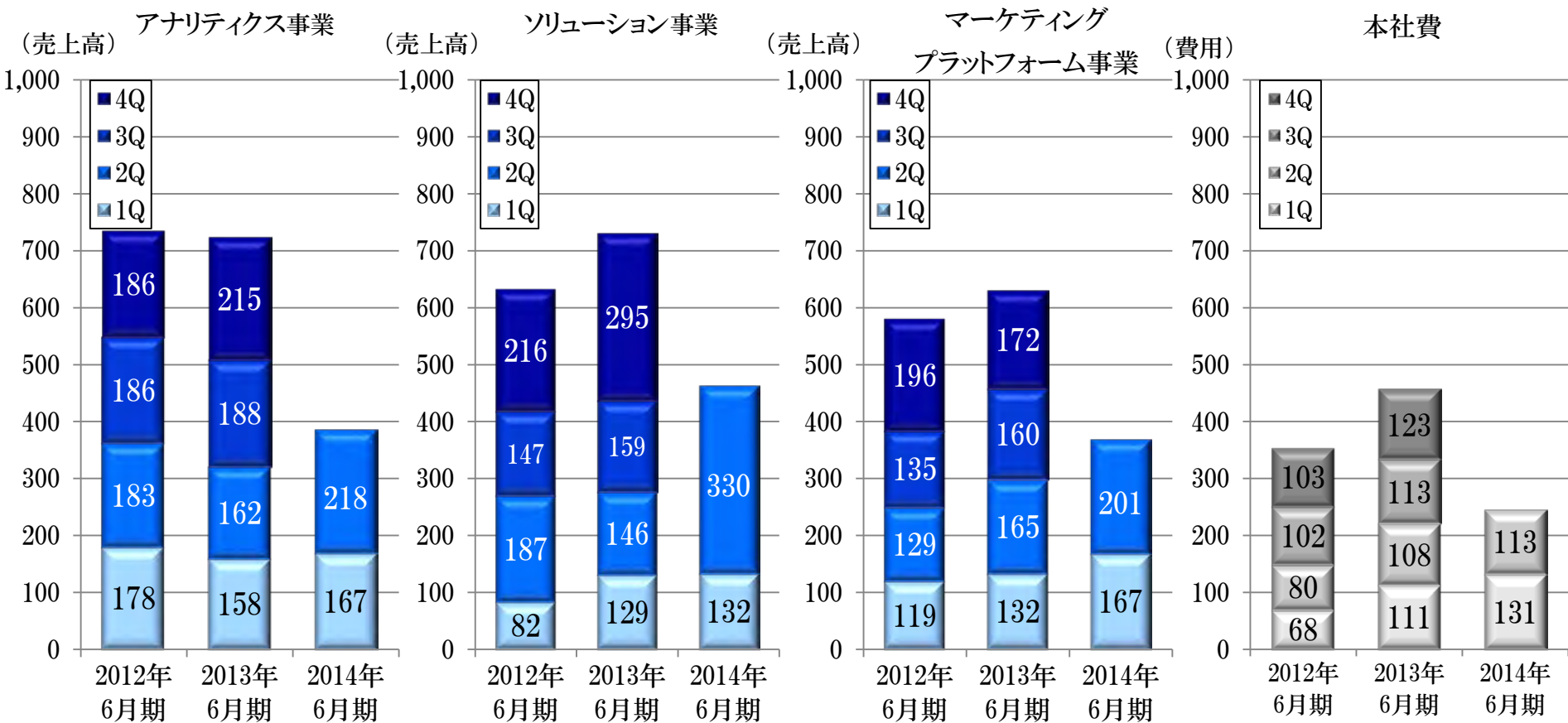
・ 売上高	： 367百万円	前年同期比+23.6%
-------	----------	-------------

(旧・ASP関連事業)

# 第2四半期 単体セグメント業績サマリ

連結と同様に、単体も3事業ともに四半期ベースの過去最高売上を達成しました。

(単位:百万円)



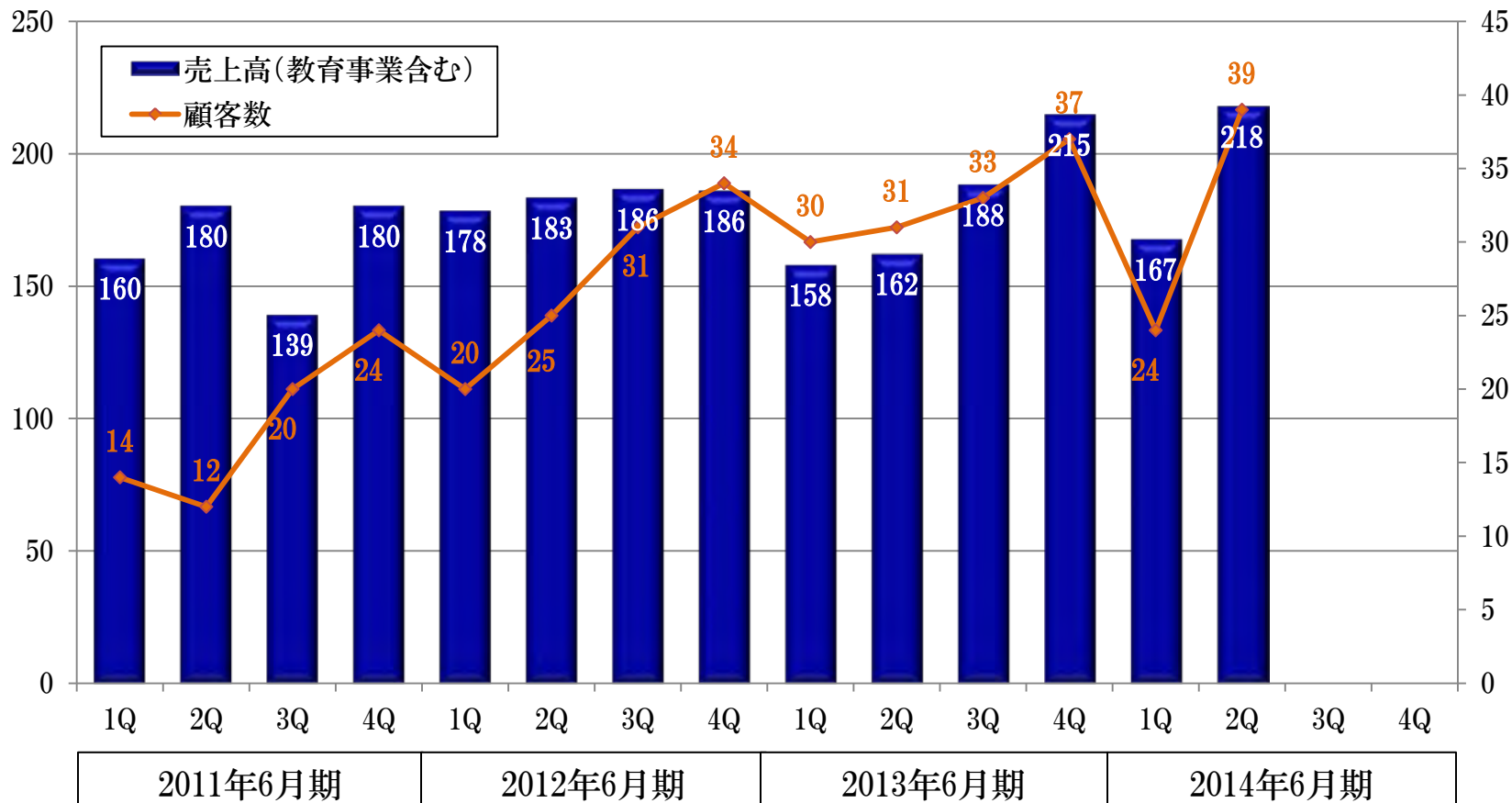


# AS事業 売上一顧客数推移

第1四半期より着手していた分析案件の納品完了と、新規案件の増加により、売上、顧客数ともに増加しました。

売上高  
(単位:百万円)

顧客数  
(単位:社)

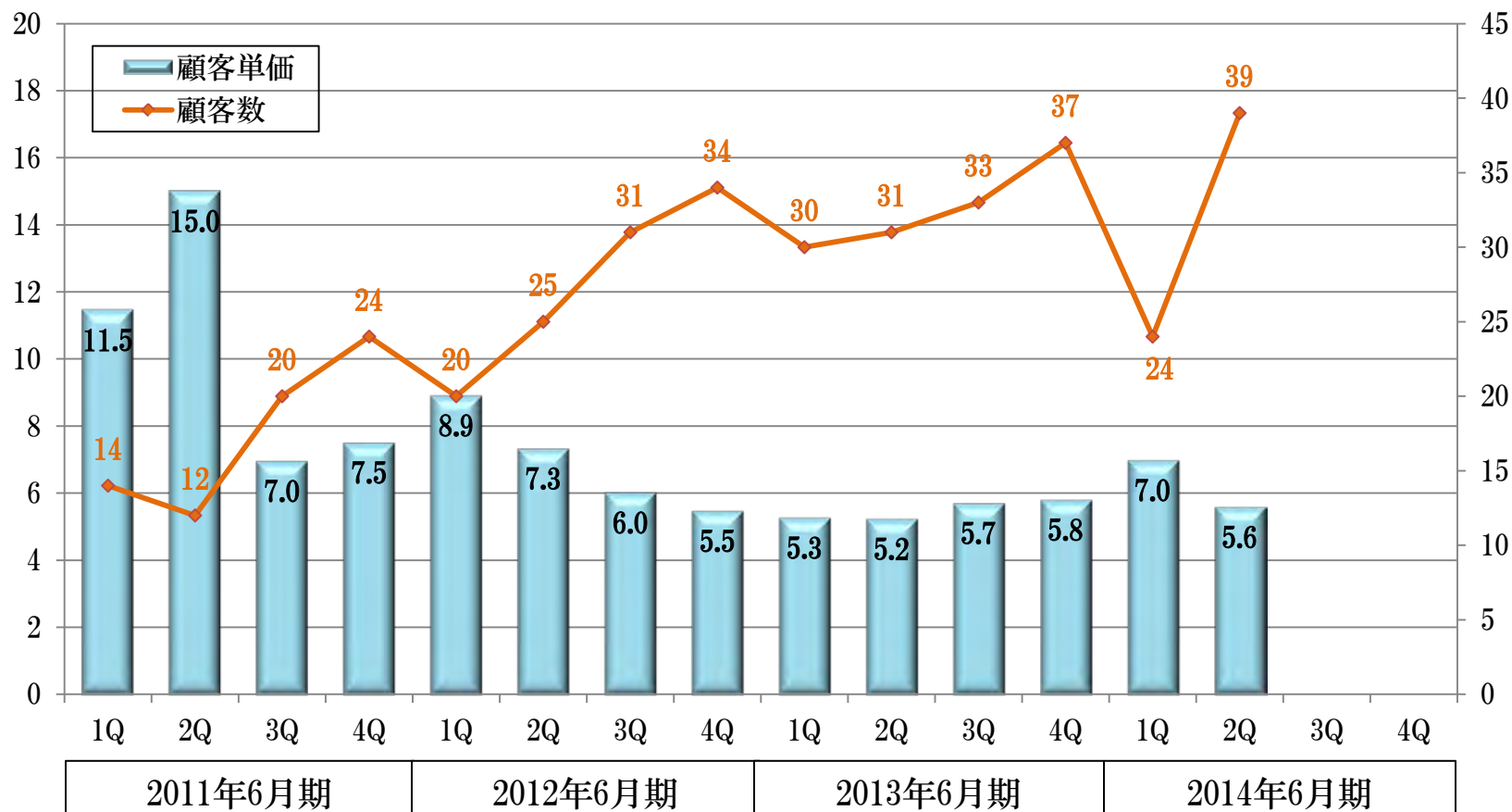


# AS事業 顧客数－顧客単価推移

当第2四半期に新たに取引を開始した取引先が15件あり、その影響により顧客単価が減少しました。

売上高  
(単位:百万円)

顧客数  
(単位:社)

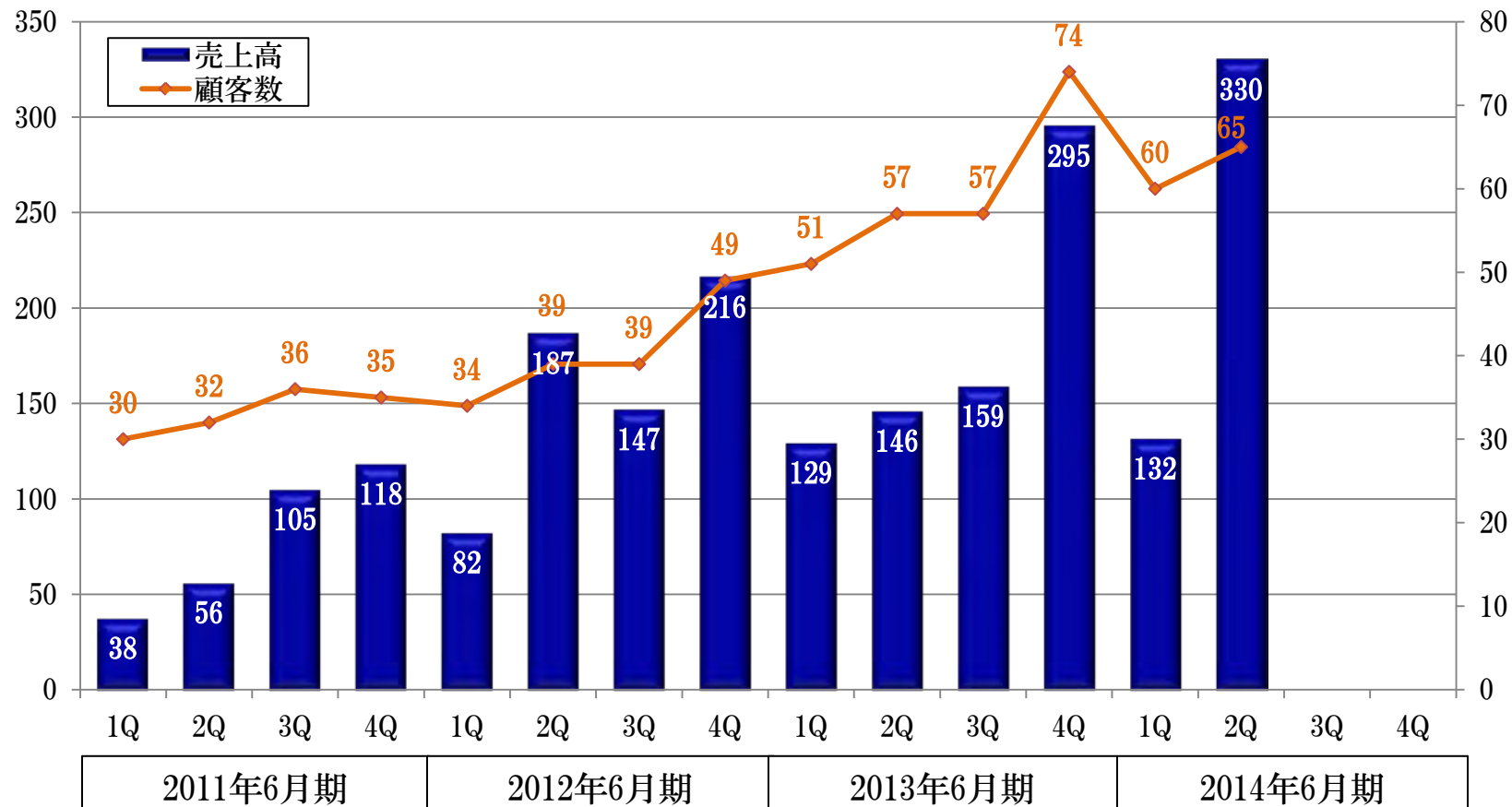


# SOL事業 売上一顧客数推移

ライセンス販売に係る複数の大型案件があり、売上高を大きく伸ばしました。

売上高  
(単位:百万円)

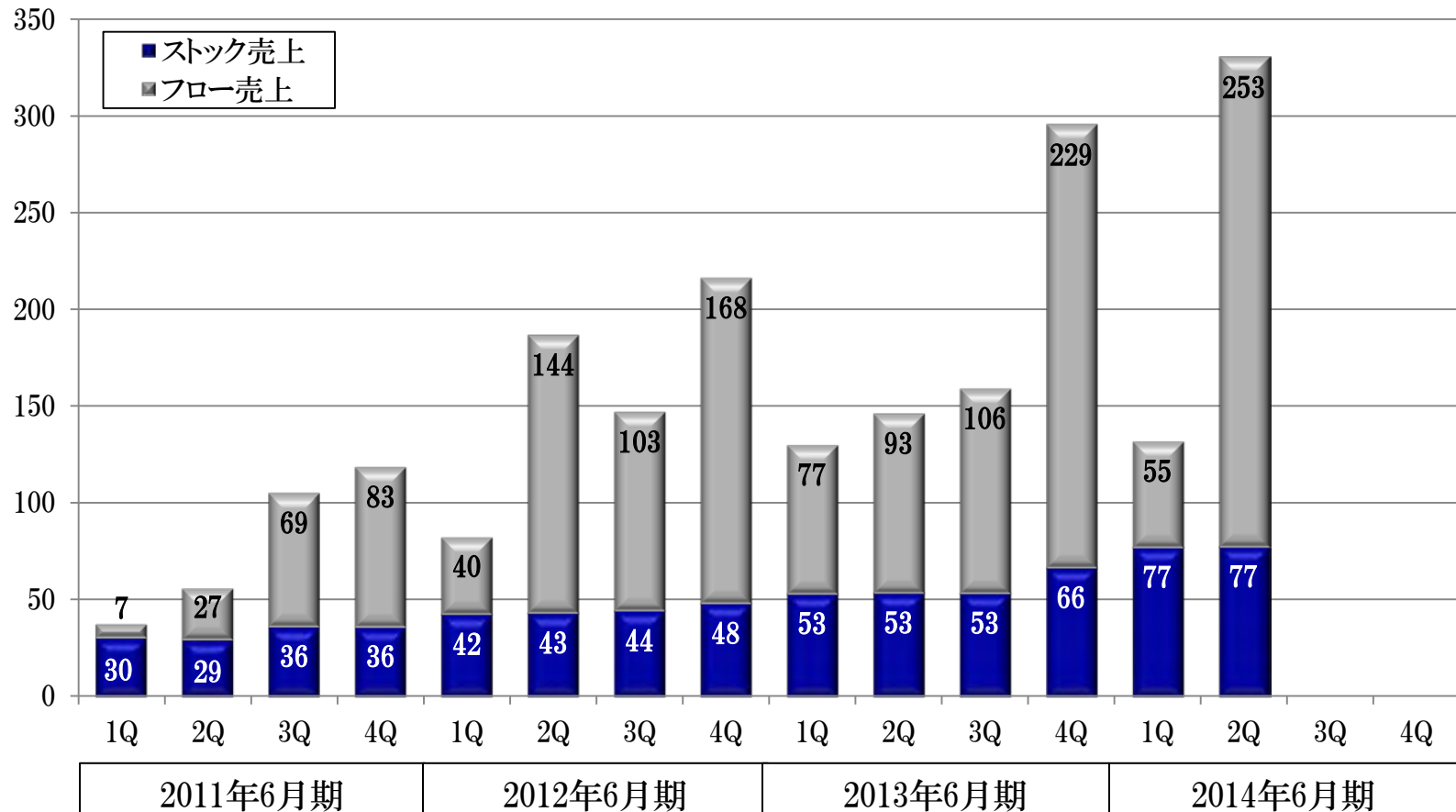
顧客数  
(単位:社)



# SOL事業 売上構造

ライセンス販売に係る大型案件の影響により、フロー売上が大きく増加しました。

売上高  
(単位:百万円)

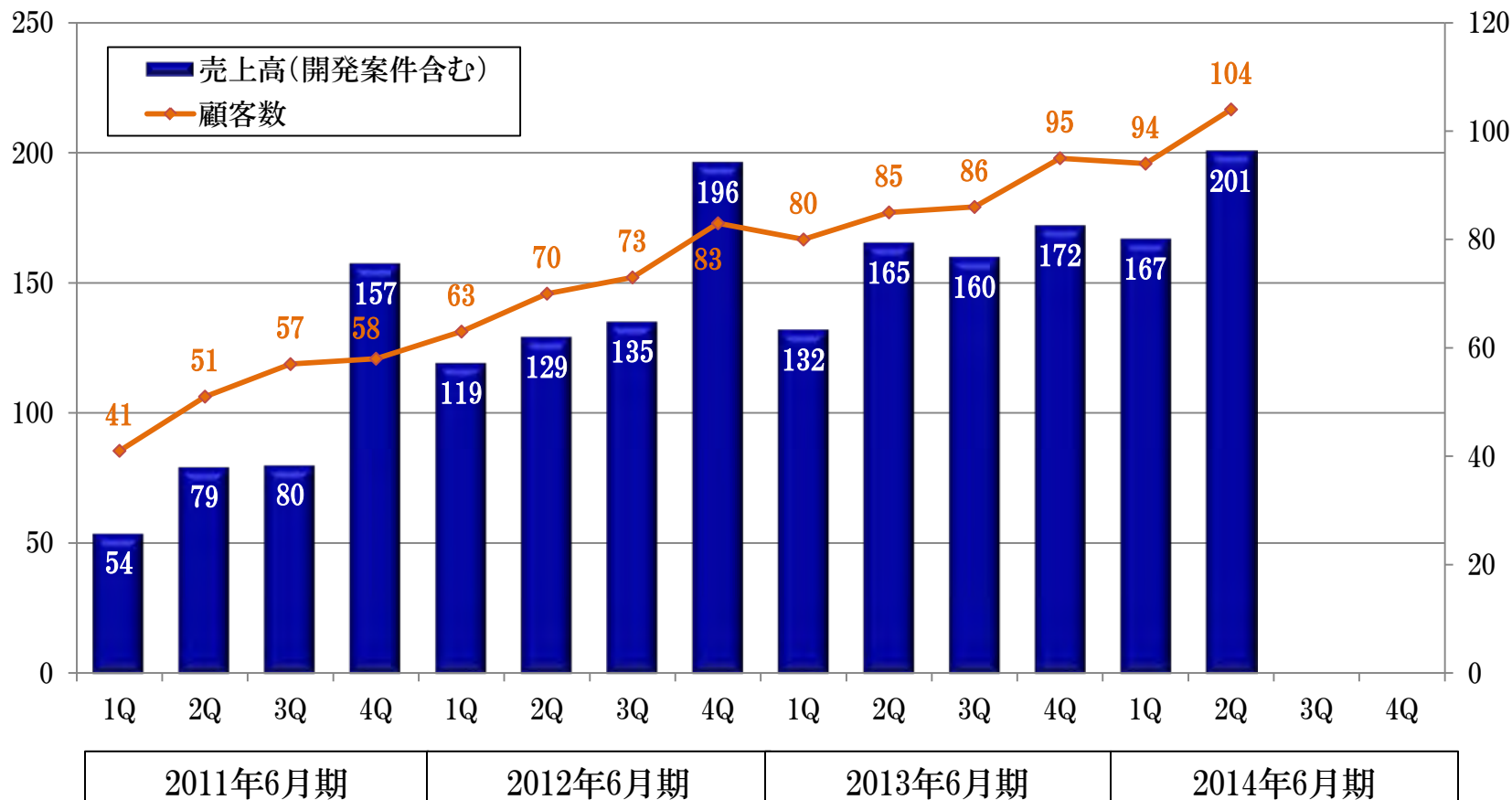


# MP事業 売上—顧客数推移

ASPサービスの大型案件の規模拡大や、  
サービス導入に際しての開発案件の獲得により、売上高が増加しました。

売上高  
(単位:百万円)

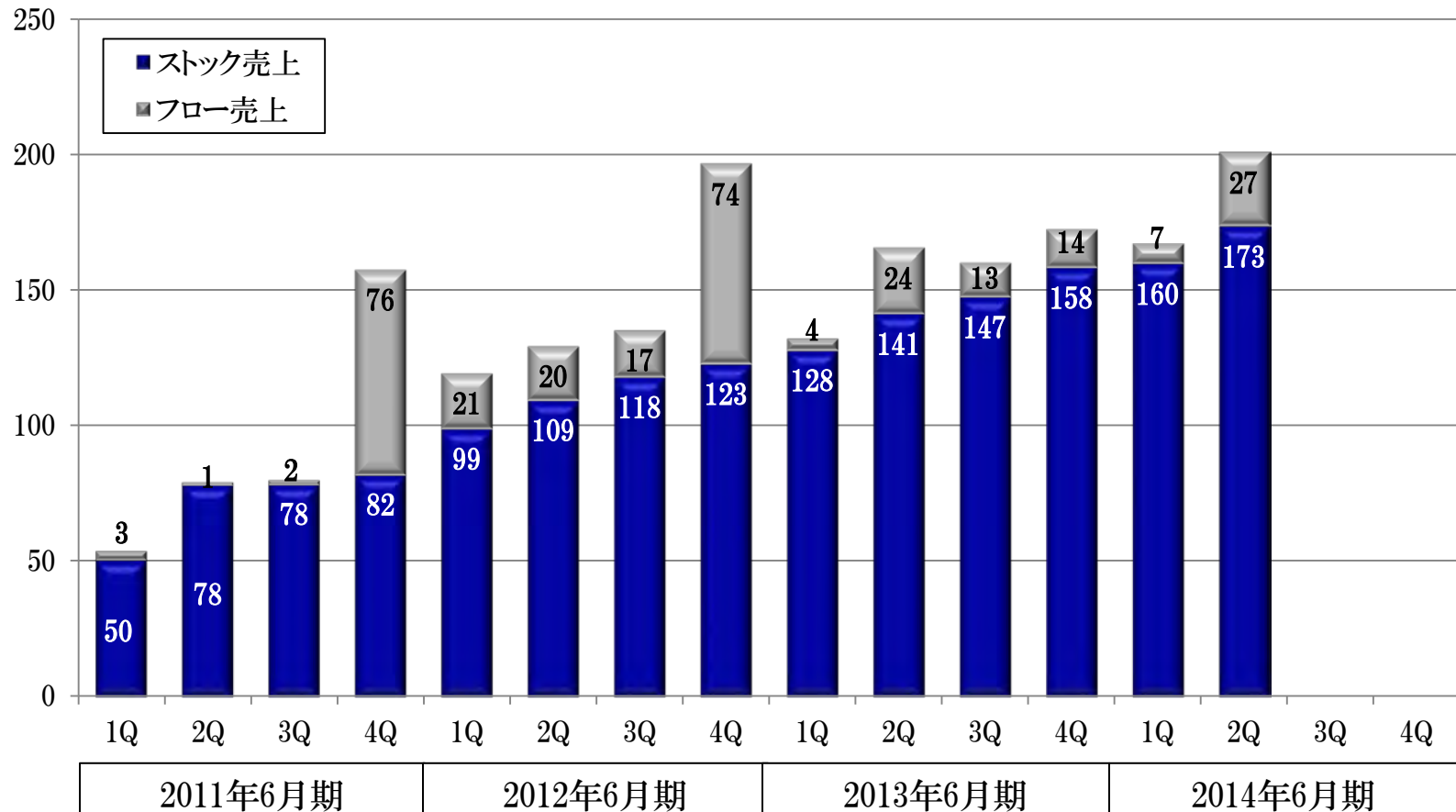
顧客数  
(単位:社)



# MP事業 売上構造

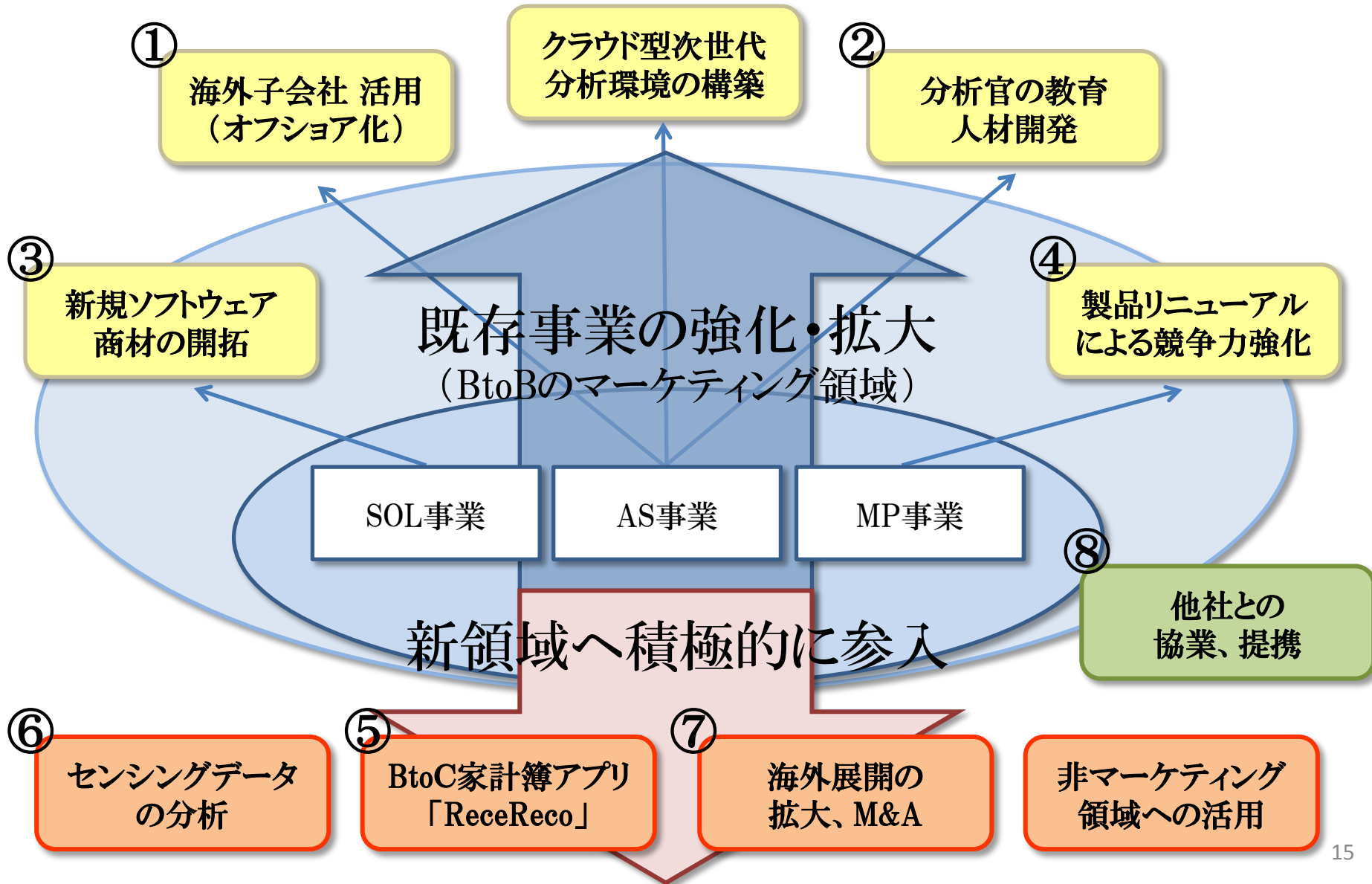
顧客数増加によりストック売上が順調に増加する一方、サービス導入に際しての開発案件により、フロー売上が一時的に発生しました。

売上高  
(単位:百万円)



# 事業成長に向けた取り組みの状況

# 事業成長への取り組み





# ①AS事業

## 海外子会社 活用(オフショア化)



現地の社員数 4名

AS事業において、本社が受託した分析業務のうち、定型的な作業をオフショアセンターとして請け負う。

2Q連結業績への影響

- 大連の単独売上 なし
- コスト 約10百万円

今期より、現地大学との連携による人材獲得や、中国市場でのビジネス展開に関するリサーチと、パートナー企業の選定を開始。

ブレインパッド大連 ホームページ  
<http://www.brainpad-dl.com/>

## ②AS事業

# 分析官の教育・人材開発



ブレインパッド教育講座 専用ホームページ  
<http://school.brainpad.co.jp/>

現在、以下の講座を  
個人/団体向けに提供。

- 「SQLによる集計・分析」
- 「Rによる統計解析」

団体向けのカスタマイズ講座の  
引き合いが好調。本格的な業績  
への貢献は下期以降の見通し。

### [産学連携活動]

慶應大学SFC研究所「データビジネス創造・ラボ」の創設に参画。

(2013.9.19 プレスリリース)

→ 当社データサイエンティストも講師を務めた特別講義(全15回)が終了。  
大学側からの打診により、今春以降の講義の継続が確定。

### ③SOL事業

# 新規ソフトウェア商材の開拓

主力製品「smartFOCUS」について、  
SMART FOCUS社(旧・Emailvision社)と新たなライセンス契約を締結。  
(2013.10.29 プレスリリース)

商材名を「exQuick(イクスクイック)」とし、  
従来の日本語化、販売・導入支援に加え、  
今後は、国内において独自にバージョンアップ、  
機能強化までを含めた開発を行うことが可能となった。



## ④MP事業

# 製品リニューアルによる競争力強化

主力製品「Rtoaster」「L2Mixer」の大型バージョンアップの第1弾として、「Rtoaster ver.4.0」の提供を開始。(2013.10.25 プレスリリース)

顧客セグメント機能の強化と、管理画面の全面リニューアルにより、大幅にユーザビリティが向上。

The image shows a comparison between the old management interface (left) and the new management interface (right). The new interface is more modern and data-driven. Red callout boxes highlight several improvements:

- 新管理画面 (New Management Screen)
- 旧管理画面 (Old Management Screen)
- 広告・Web・メールのレコメンド設定を一括管理することで運用負荷軽減 (Reduce operational burden by managing ad, web, and email recommendation settings collectively)
- レコメンド場所・各コンテンツのCTR/CVRの表示や、前期間との比較を実現 (Realize display of CTR/CVR for recommendation locations and content, and comparison with the previous period)
- わかりやすい目的別のレコメンド方法選択 (Easy selection of recommendation methods by purpose)
- 大量のコンテンツ数でも問題なく運用できるように改善 (Improvement to operate without problems even with a large number of content items)
- グラフィカルなユーザインターフェース (Graphical user interface)

「L2Mixer」については、今春の大型バージョンアップを予定。

## ④MP事業

# 製品リニューアルによる競争力強化

「Rtoaster」の広告配信機能「Rtoaster Ads」について、  
拡大するアドテクノロジー領域への対応をより一層強化するため、  
他社のDMP・DSPサービスとの接続が可能となる新機能を開発し、順次接続を開始。



### 「MicroAd BLADE」

株式会社マイクロアド  
開発・提供のDSP

(2013.12.10 プレスリリース)

### 「Advertising.com Network」

アドバタイジングドットコム・  
ジャパン株式会社  
運営・提供のアドネットワーク

(2013.12.17 プレスリリース)

### 「AudienceOne」

株式会社モデューロ  
開発・提供のDMP

(2013.12.19 プレスリリース)

## ⑤新たな取り組み

# BtoC家計簿アプリ「ReceReco(レシレコ)」

待望のAndroid版のサービス開始とともに、マネタイズに向けて連携先を拡大。  
(2013.11.28 プレスリリース)

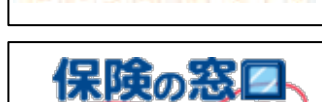
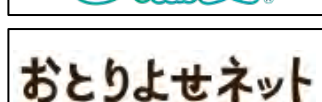
### ■料理レシピ閲覧



### ■電子チラシ閲覧



### ■キャンペーン情報等



### ■データ分析



### ■家計/資産管理



### ■ライフログ



### ■クラウド会計



アプリの使用頻度や定着率の向上を図り、他社アプリとの差別化を推進。

iOS版のバージョンアップも近々実施。

# (参考) ReceRecoデータの利活用に向けたPRの一例

## ReceRecoデータを活用した調査結果コラムをITmediaニュースに連載中

第1回(2014.1.27)

大みそかを制したのはどっち？ データで決戦「そばどん兵衛」VS「緑のたぬき」

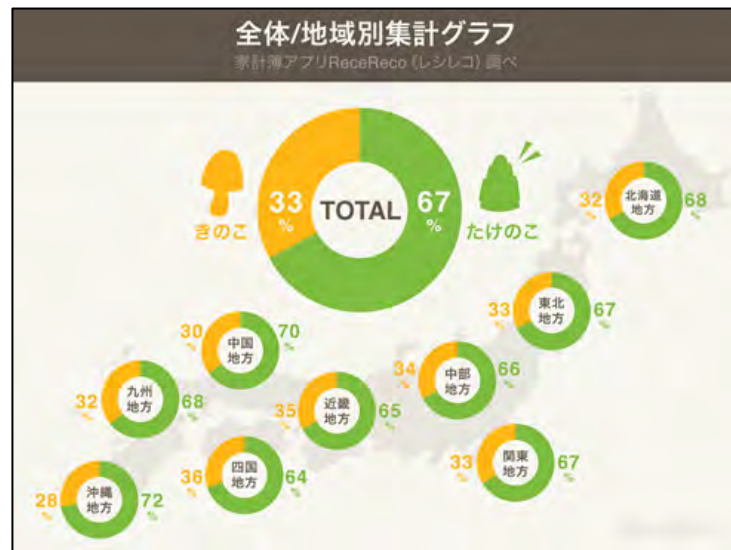
第2回(2014.2.4)

「きのこの山」VS「たけのこの里」戦争に決着！？ 購買データ分析で“大差”あり

Yahoo! JAPANトップページのトピックスにも掲載 (2014.2.4)



ReceReco内 購買データの分析例



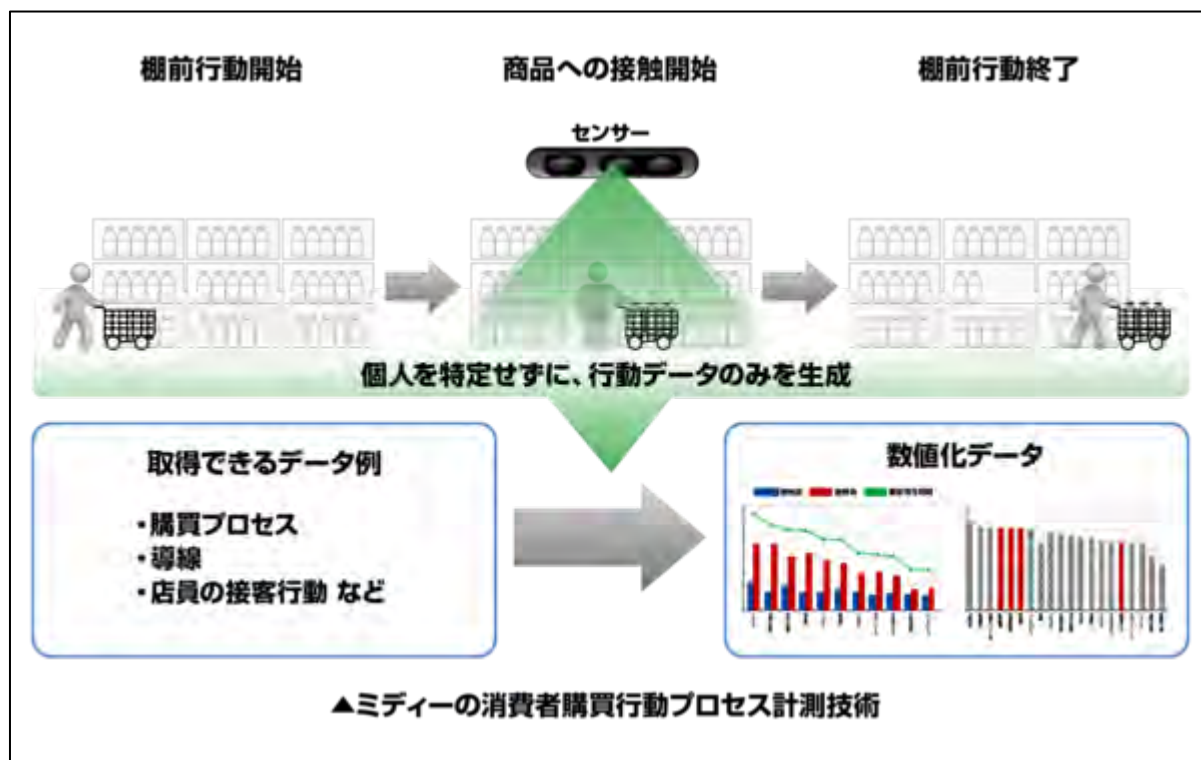
調査対応期間、対象地域：2013.1.31～2013.11.30、全国  
調査対象：「ReceReco」登録レシート1万7368件

## ⑥新たな取り組み

# センシングデータの分析（ミディー）

<株式会社ミディー(2013年8月 連結子会社化)>

- 消費者の店頭での行動を映像やセンサーからデータ化するビジネスに特化。
- 既に、10万件以上の店頭購買行動データを蓄積。
- 2013年5月、店頭購買行動を3Dセンサー技術によって全自動計測する国内初のサービスの提供を開始。





## ⑥新たな取り組み

# センシングデータの分析（ミディー）

- 第3四半期中に、協力店舗内への約100台のセンサー設置が完了し、購買行動データの全自動収集を本格的に開始する見込み。
- 「店頭購買行動の全自動分析サービス」が複数のメディアに掲載。

「日経ビジネス」  
2013年9月30日号



NHK国際放送「NEWS LINE」  
2013年11月8日放映

### 3Dセンサーで購買行動を可視化

「特定の商品を購入する際、どんな商品と比較検討したか」「購入を決めた商品と、どのようにつながりを感じたのか」。こうした購買行動を可視化してデータとして蓄積し、分析することで、顧客の購買行動を可視化する。個人情報を保護する観点から、分析に際しては個人情報を削除する。



「どの商品を手にとったかセンサーで把握」  
顧客の購買行動を可視化する。個人情報を削除する。



「日経コンピュータ」  
2014年2月6日号

「日本経済新聞」  
2013年12月23日朝刊

# ⑦新たな取り組み

## 海外展開の拡大（米国現地法人）

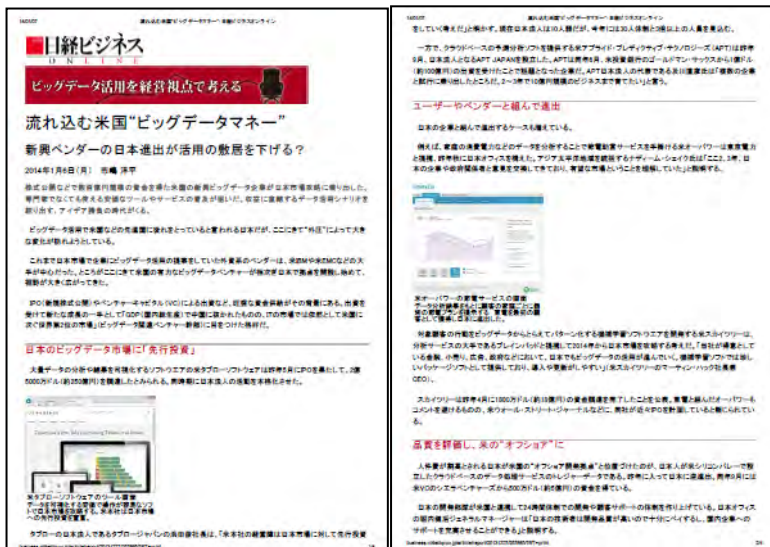
- 2013年9月末より米国現地法人(BrainPad US Inc.)の営業開始。
- 第2四半期より、連結PLに計上。
- 新規商材開拓と先進技術発掘のためのリサーチ拠点としての位置付け。
- 既に、新たな2製品について販売代理店契約の締結を完了。



大規模データ対応の機械学習システム



Hadoop(大規模データの分散処理技術)ディストリビューション



「日経ビジネスオンライン」2014.1.6  
 流れ込む米国“ビッグデータマネー”  
 ユーザーやベンダーと組んで進出

対象顧客の行動をビッグデータからとらえてパターン化する機械学習ソフトウェアを開発する米スカイツリーは、分析サービスの大手であるブレインパッドと提携して2014年から日本市場を攻略する考えだ。

## ⑧新たな取り組み

# 他社との協業、提携

株式会社日立製作所  
(2013.10.9 プレスリリース)



**HITACHI**  
Inspire the Next

マーケティング領域において、日立グループの顧客企業向けに、データアナリティクスサービスを共同提供。

また、日立グループが得意とする、センサーデータや、社会インフラ分野における新製品・新サービスの開発も検討。

SAPジャパン株式会社  
(2013.11.20 プレスリリース)



SAP社による米・KXEN社買収に伴い、ビッグデータアナリティクス分野において協業。

SAPジャパン社のパートナーとして、主力製品である「SAP InfiniteInsight」の知名度向上を図り、共同でマーケティング・販売活動を展開。

ヤフー株式会社  
(2013.11.15 プレスリリース)

データ分析とコンサルティングを専門とする合弁会社「株式会社Qubitalデータサイエンス」を設立。

Yahoo! JAPANのデータ資産を、広告主に最大限活用してもらうために、高度な分析と、ビジネスへの活用を支援するコンサルティングサービスを提供。

ヤフー株式会社との合弁会社

# 株式会社Qubitalデータサイエンス



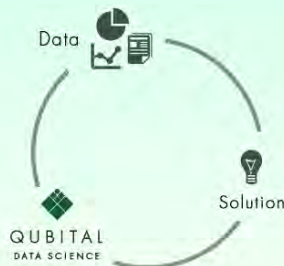
About Mission Solution Company Careers Contact

## About

分析だけではない、  
ビジネス価値を生むデータ活用を実現

ビッグデータに注目が集まるようになり数年が経過していますが、企業のマーケティング活動における本格的なデータ活用は日本ではまだまだ進んでいません。こうした背景には、データを分析し、正しく運用する人材が必要であるという課題が挙げられます。そこで、Yahoo! JAPANとブレインパッドは、価値あるデータを抽出・分析するだけでなく、マーケティング上の課題解決が可能なデータサイエンティストを集めた合弁会社を設立しました。

日本最大級のポータルサイトを運営し、あらゆるカテゴリーに関する膨大なデータを持つYahoo! JAPAN。データ分析および関連サービスを専門とした国内唯一の上場企業であり、日本でも有数の規模でデータサイエンティストを擁するブレインパッド。両社の強みを最大限活用し、今までに無いソリューションを提供する企業、それがわたしたちQubitalデータサイエンスです。



設立 2014年1月24日

営業開始 2014年3月～

資本金 1億円

出資比率 Yahoo! JAPAN 51%  
ブレインパッド 49%

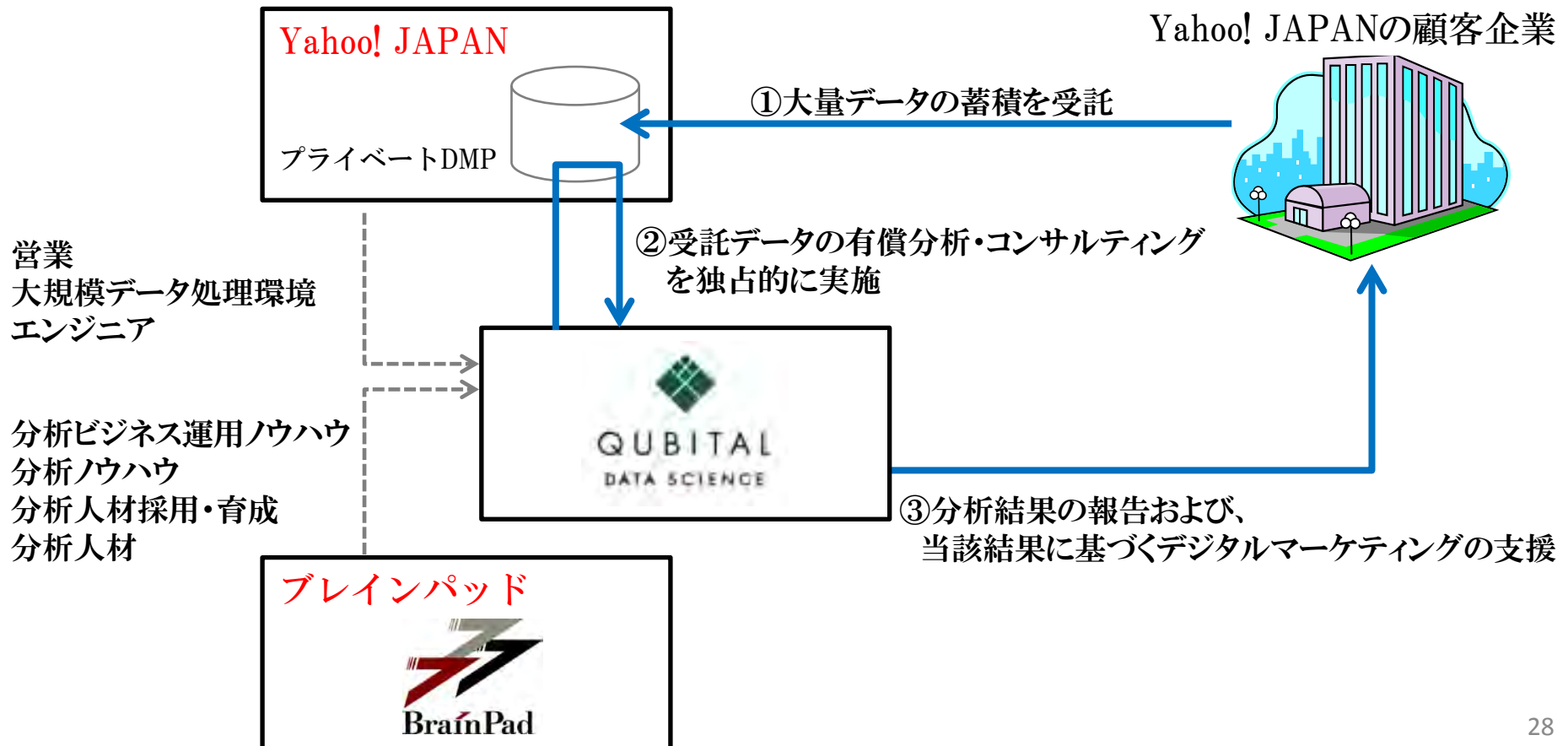
事業内容 データアナリティクス事業  
コンサルティング事業

役員構成 代表取締役社長CEO 草野隆史 \*  
取締役副社長 COO 山口陽平  
取締役 佐藤洋行 \*  
取締役 佐々木潔  
取締役 細野桃子  
監査役 吉井伸吾

(\* ブレインパッド)

# Qubitalデータサイエンスのビジネスモデル

ヤフー社が展開を予定している新サービス“プライベートDMP”の中に蓄積されたデータの有償での分析に関して、独占的な立場で業務を担当し、顧客企業のデジタルマーケティングの支援を行うことを初期のビジネスとして予定。



## (参考)

# 一般社団法人データサイエンティスト協会が 法人会員を中心とした新体制へ移行

2013年5月の設立以降、協会の立ち上げ活動の推進および協会運営に係る費用負担をブレインパッド一社が担ってきたが、法人会員の加入、理事会の設置により、2014年1月に新体制移行が完了。今後は、ブレインパッドも幹事会員の一社として、引き続き活動に参画。草野代表理事が再任。

<法人会員> (2014年1月30日現在、五十音順)

### 【幹事会員】

- SAS Institute Japan株式会社
- 株式会社電通
- 日本アイ・ビー・エム株式会社
- 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ
- 株式会社ブレインパッド
- 株式会社ブロードバンドタワー
- ヤフー株式会社 (計7社)

### 【賛助会員】

- アイウェイズ株式会社
- 株式会社ALBERT
- 株式会社オープンストリーム
- 株式会社オリコム
- 株式会社ジーリサーチ
- 株式会社損害保険ジャパン
- デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社
- 株式会社博報堂プロダクツ
- Pivotalジャパン株式会社
- 三菱電機インフォメーションシステムズ株式会社

<一般(個人)会員>

約500名

(計10社)

# Appendix

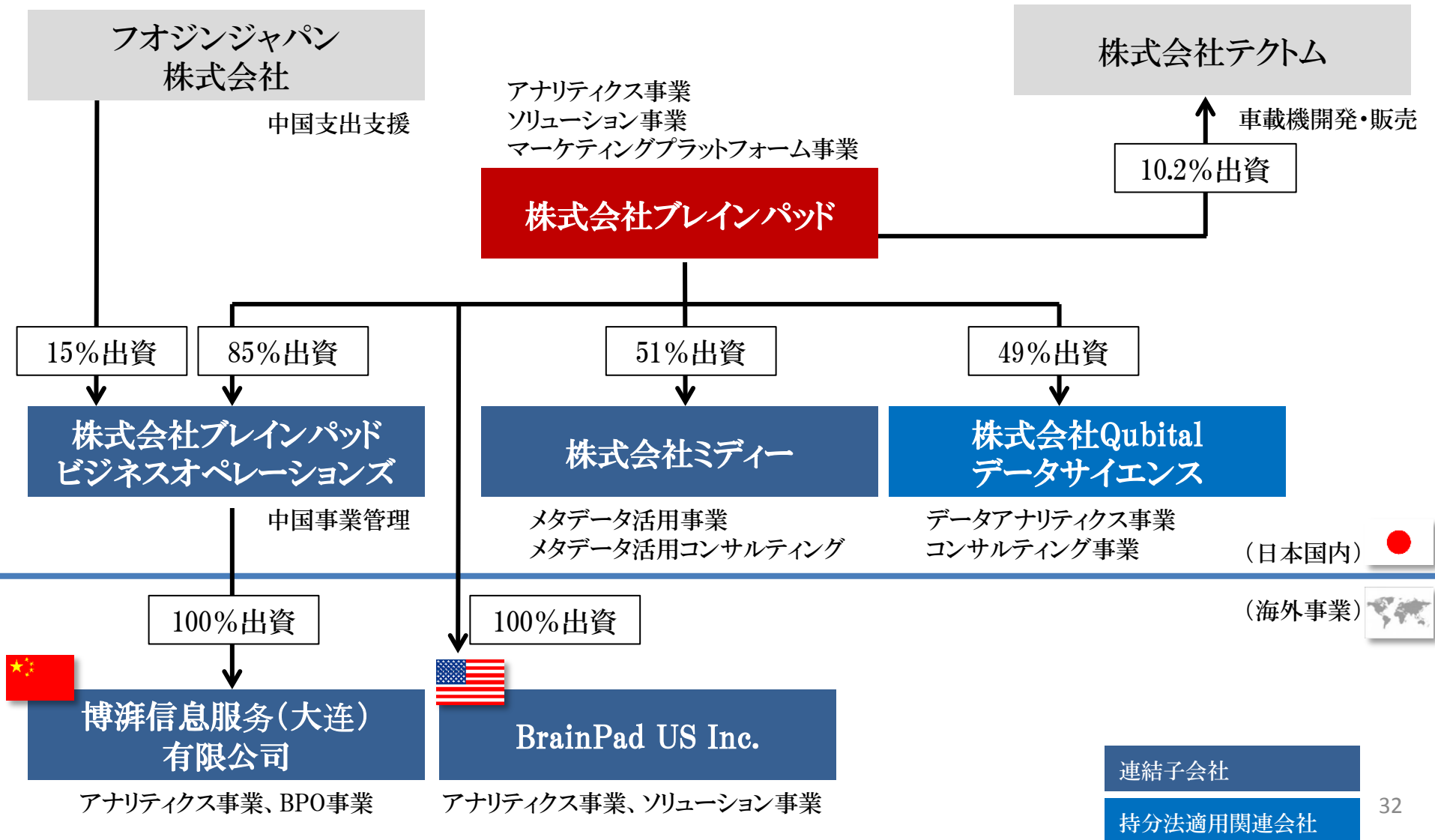
セグメント利益については、当期第1四半期からのセグメント変更の影響が生じており、過去との単純比較が困難なため、参考情報といたします。

# 会社プロフィール (2014年1月31日現在)

- 【商号】 株式会社ブレインパッド (英文 BrainPad Inc.)  
(東証第一部 証券コード:3655)
- 【本社】 東京都港区白金台3-2-10 白金台ビル
- 【設立】 2004年3月18日 (決算日6月30日)
- 【資本金】 330百万円 (2013年12月31日現在)
- 【従業員数】 131名 (連結、2013年12月31日現在)
- 【代表者】 草野 隆史
- 【連結子会社】 BrainPad US Inc. (米国・カリフォルニア州)  
株式会社ブレインパッドビジネスオペレーションズ  
株式会社ミディー  
博湃信息服务(大连)有限公司 (中国・大连市)
- 【関係会社】 株式会社Qubitalデータサイエンス (持分法適用関連会社)  
株式会社テクトム



# グループ体制 (2014年1月31日現在)



# 主な取扱製品・サービス群 (2014年1月31日現在)

データサイエンティストによる  
プロフェッショナルサービス



データ分析/活用のための  
先進的なテクノロジー

## SAP InfiniteInsight

ビッグデータ時代の  
データマイニングソフトウェア

誰でも、高精度なデータマイニングを自動的に実現  
【事例】  
膨大なデータから顧客ニーズの傾向を把握し、  
売上5%の創出に貢献



Webプラットフォーム/レコメンドエンジン  
および広告配信

プライベートDMPとして蓄積した自社データ・外部データ  
を活用し、広告/Web/メールそれぞれの顧客視点で  
統一されたマーケティング施策を実現  
【事例】  
従来の広告配信と比べて**コンバージョン率が約8倍**



マーケティング・  
インテリジェンス・ソリューション

直感的な操作で、大量データを  
誰もが使えるマーケティング資産に  
【事例】  
顧客構造の把握と施策立案、実施のPDCAを高速化



リスティング広告最適化ツール

リスティング広告のキーワード広告文の作成から  
入札価格の調整までを自動化  
【事例】  
人手で運用していた導入前と比較し、  
CPA**20%**改善、月間CV数**120%**増加！



マーケティング・オートメーション  
プラットフォーム

顧客一人ひとりへの最適な情報訴求をマルチチャネルで  
実現するSaaS型マーケティングオートメーション  
【事例】  
適切なタイミング/オファーのEメールで、  
訪問者から購入者への**CV数17%UP!**



データ分析プラットフォーム

弊社データサイエンティストが利用している  
分析環境と同様のサービスを提供  
【事例】  
散在するデータを統合・見える化。  
場所を問わず共通の分析情報を共有。



マーケティング・ミックス・  
モデリング支援ツール

マーケティングROI最大化を実現する  
予測&シミュレーション&最適化を実現  
【事例】  
導入後4年間で、広告宣伝に関するROIが2倍まで改善！



購買行動及び位置情報  
に関するライフログデータ

100万件以上ダウンロードされたアプリから、誰が・いつ・  
どこで・何を・いくらで購入したか、消費データを蓄積。  
主にメーカーや流通のお客様向けに、競合商品も含めた  
消費者行動を定量的に把握でき、利用促進施策に活用。



ソーシャルリスニング  
プラットフォーム

世界中のソーシャルメディアデータを蓄積し、  
独自のアルゴリズムによるセンチメント分析が可能  
【事例】  
競合とのブランド認知の差をリアルタイムに比較分析し、  
広告やキャンペーンの策定/実施に瞬時に活かす

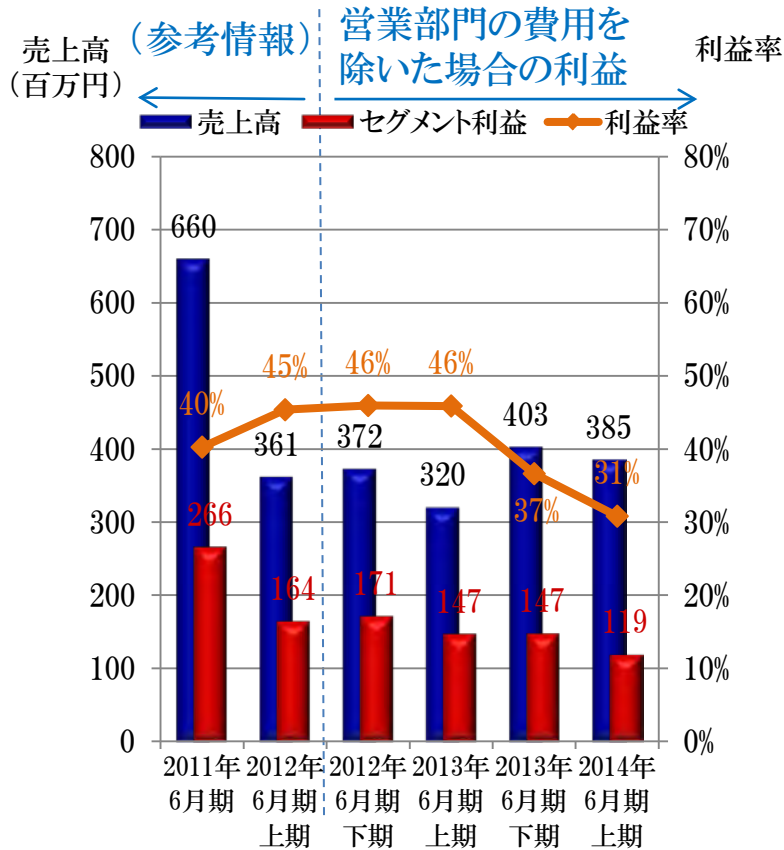


顧客の棚前行動分析

カメラや3Dセンサーを利用して、顧客の導線や行動、  
各陳列商品との接触行動をデータ化。  
当該データを分析することで、非購買行動を分析し  
陳列方法の最適化やPOPの改善、商品開発を  
科学的に行うことが可能に。

# AS事業 セグメント利益について

## ■利益率の推移



## ■当第2四半期について

- ①連結セグメント利益 16.4%
- ②単体セグメント利益 20.7%
- ②から営業部門の費用を除いた場合(左記グラフにおける%) 30.8%
- さらに新規事業投資(※1)や、一時的に発生した費用(※2)を除いた場合 35.5%

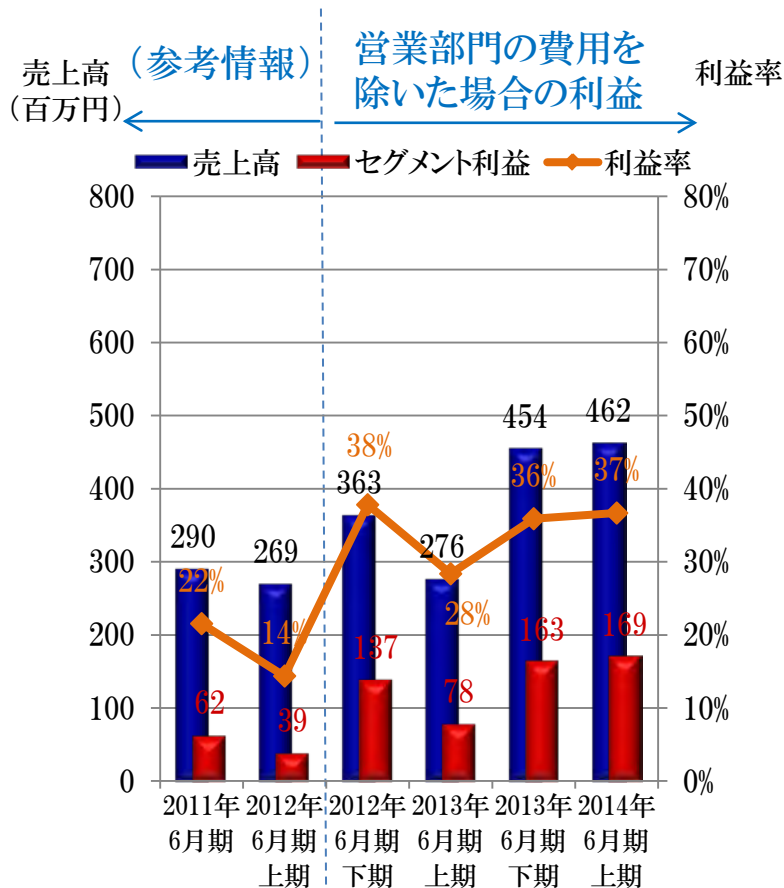
(※1) 教育事業

(※2) オフィス移転関連費用および備品・消耗品費用

決算短信等のセグメント利益では、2012年6月期下期より、営業部門の費用を3事業に均等配分しておりますが、事業部門自体の利益を表すために、上記グラフでは、営業部門の費用を除いた場合の利益を表示しております。(2012年6月期上期以前は、各事業の経費として発生した営業関連費用を除外して計算することが困難なため、参考情報と致します。)

# SOL事業 セグメント利益について

## ■利益率の推移



## ■当第2四半期について

①連結セグメント利益 29.8%

②単体セグメント利益 28.3%

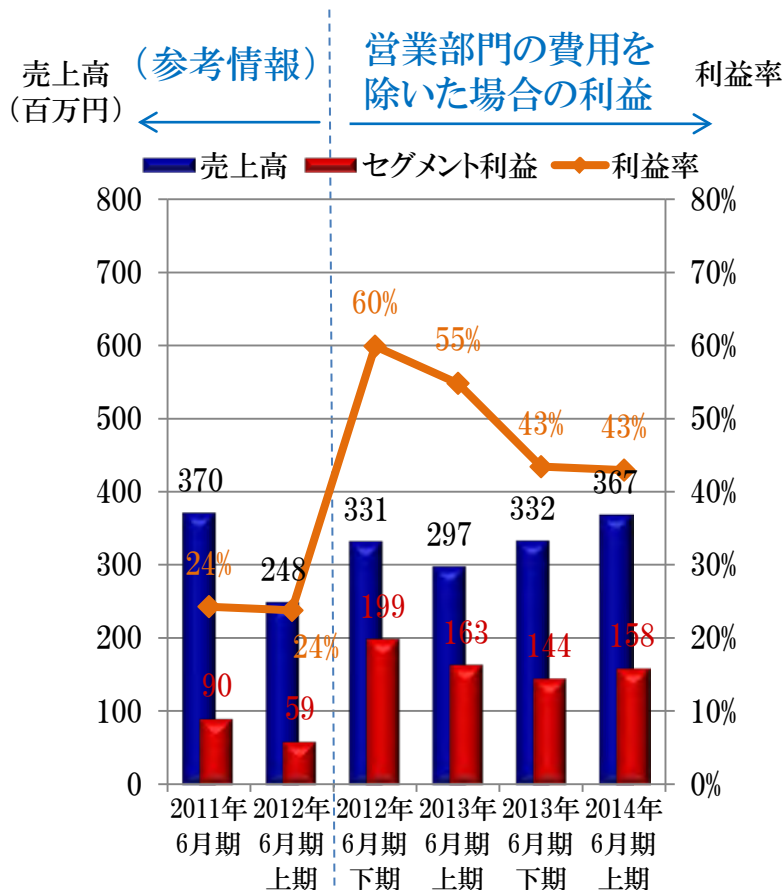
②から営業部門の費用を除いた場合(左記グラフにおける%) 36.7%

さらに一時的に発生した費用(※1)を除いた場合 36.9%

(※1) オフィス移転関連費用および備品・消耗品費用

# MP事業 セグメント利益について

## ■利益率の推移



## ■当第2四半期について

①連結セグメント利益 32.4%

②単体セグメント利益 32.4%

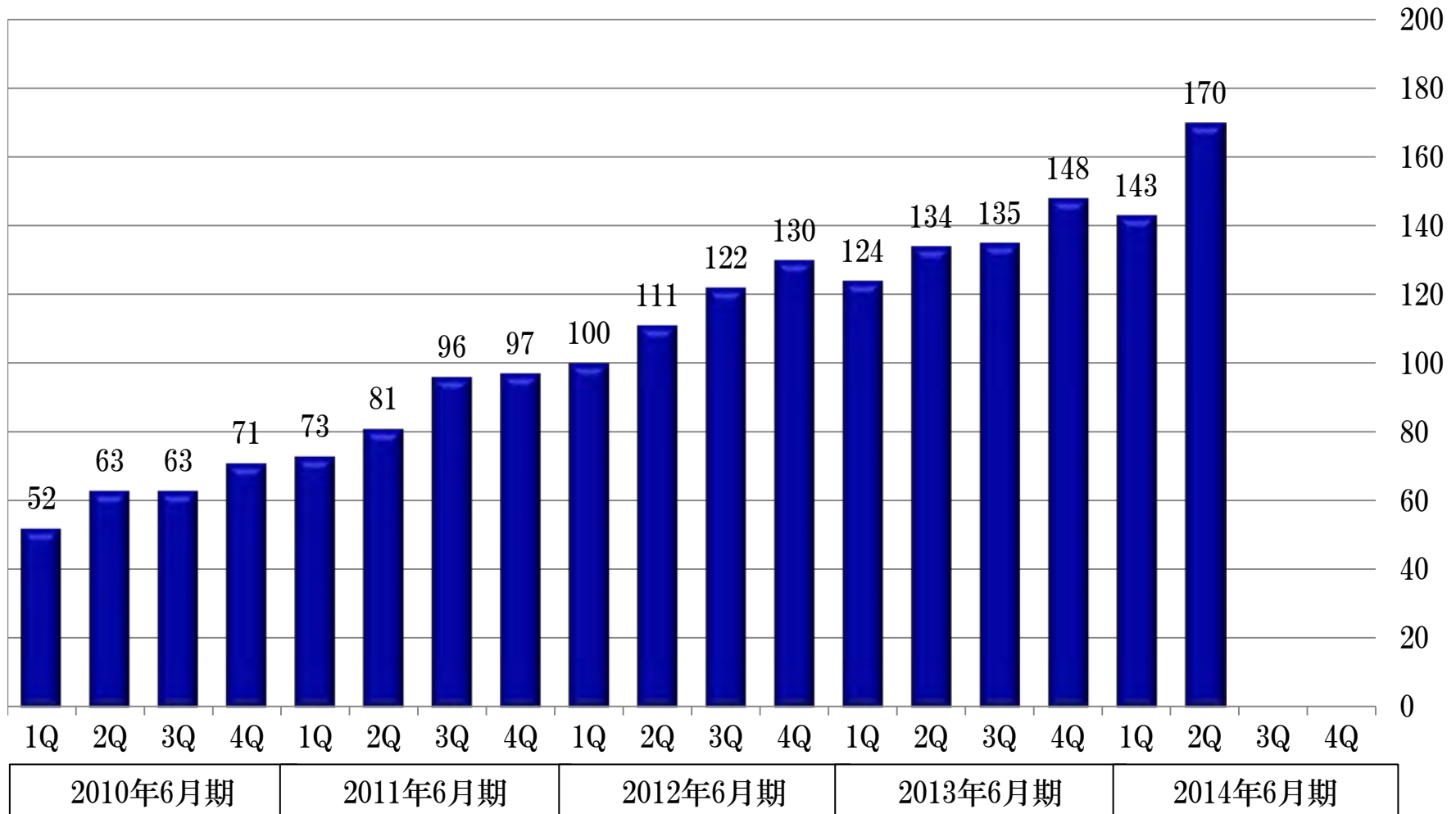
②から営業部門の費用を除いた場合(左記グラフにおける%) 43.0%

さらに一時的に発生した費用(※1)を除いた場合 46.4%

(※1) オフィス移転関連費用および備品・消耗品費用、個別プロジェクトにおける臨時費用

# 取引社数の推移

顧客数  
(単位:社)





# Data Analytics for Sustainability

データ活用の促進を通じて持続可能な未来をつくる

本資料に記載されている戦略や計画、見通などは、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。したがって、実際の業績等は今後の様々な要因によって、これら見通とは乖離する場合がございます。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。なお、2011年6月期 2Q以前の数値は未監査でありますため、当該期の数値は参考資料となります。

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あります。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。