

# 成長可能性に関する説明資料

株式会社 ALBERT(アルベルト)【東証マザーズ 3906】

$$G_{\mu\nu} = \frac{8\pi G}{c^4} T_{\mu\nu}$$

$g_{\mu\nu}$

$$\frac{D\nu\mu}{d\tau} = 0$$

$$E = mc^2$$

$R_{\mu\nu}$

ソリューション  
開発

プラットフォーム  
構築

最適化  
モデリング

テキスト&  
画像解析

データ  
マイニング

多変量

分析力  
Analytical  
Technology

マーケティング  
リサーチ

大規模

社名	株式会社ALBERT(アルベルト)
設立	2005年7月1日
所在地	東京都新宿区西新宿1-26-2 新宿野村ビル15階
資本金	596百万円
代表者	代表取締役会長 山川 義介 代表取締役社長 上村 崇
従業員数	43名(2015年2月19日現在、アルバイト含む)
会計監査人	新日本有限責任監査法人
加盟団体	一般社団法人 データサイエンティスト協会 賛助会員 社団法人日本経団連 企業フォーラムベンチャー企業会員
主な株主	役員および従業員、VC10社、 デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

# 事業概要

## 経営理念

分析力をコアとし、顧客の意思決定と問題解決を支援する

## 事業コンセプト

分析力をコアとするマーケティングソリューションカンパニー





# ALBERTは「分析力」を武器に ビッグデータ・アナリティクス市場にて 2つのソリューションサービスを提供しています。

マーケティングプラットフォーム  
(smarticA!DMP)

アナリティクス・コンサルティング

**M**arketing  
**P**latform マーケティング プラットフォーム  
SmarticA!DMP

- ・データマイニングエンジン(レコメンドエンジン)
- ・キャンペーンマネジメント
- ・行動ターゲティング広告システム
- ・統合データウェアハウス (DWH)
- ・統計解析ソフトウェア
- ・BIツール

Ad, WWW, FAX, T

The graphic features a red background with a white envelope icon, a computer monitor displaying 'WWW', a 'FAX' icon, and a 'T' icon. A speech bubble with 'Ad' is also present.

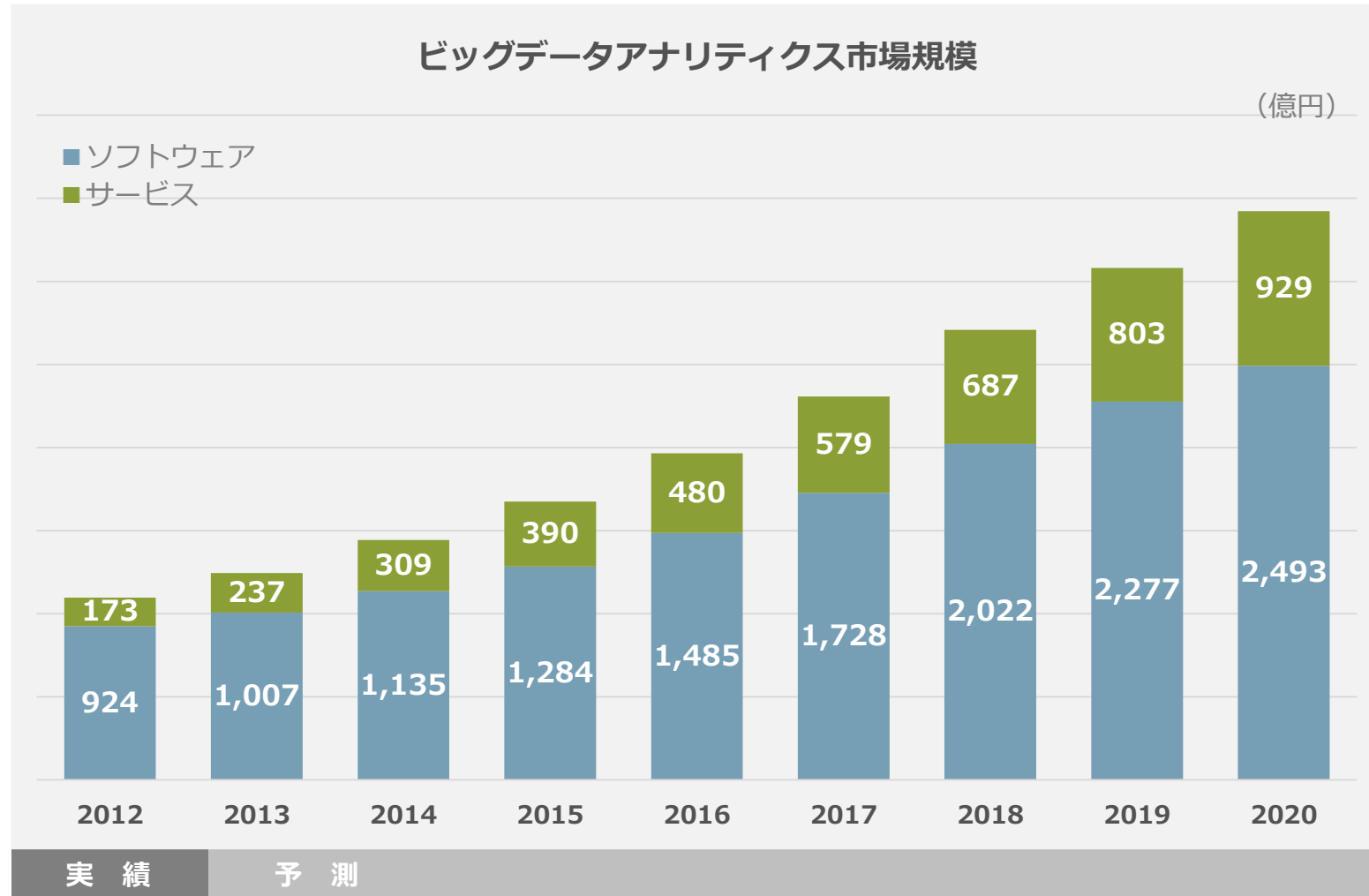
×

**A**nalytics &  
**C**onsulting アナリティクス・コンサルティング

- ・分析コンサルティング
- ・顧客分析 / 商圏分析 / 商品分析 / 広告分析
- ・データサイエンティスト養成講座

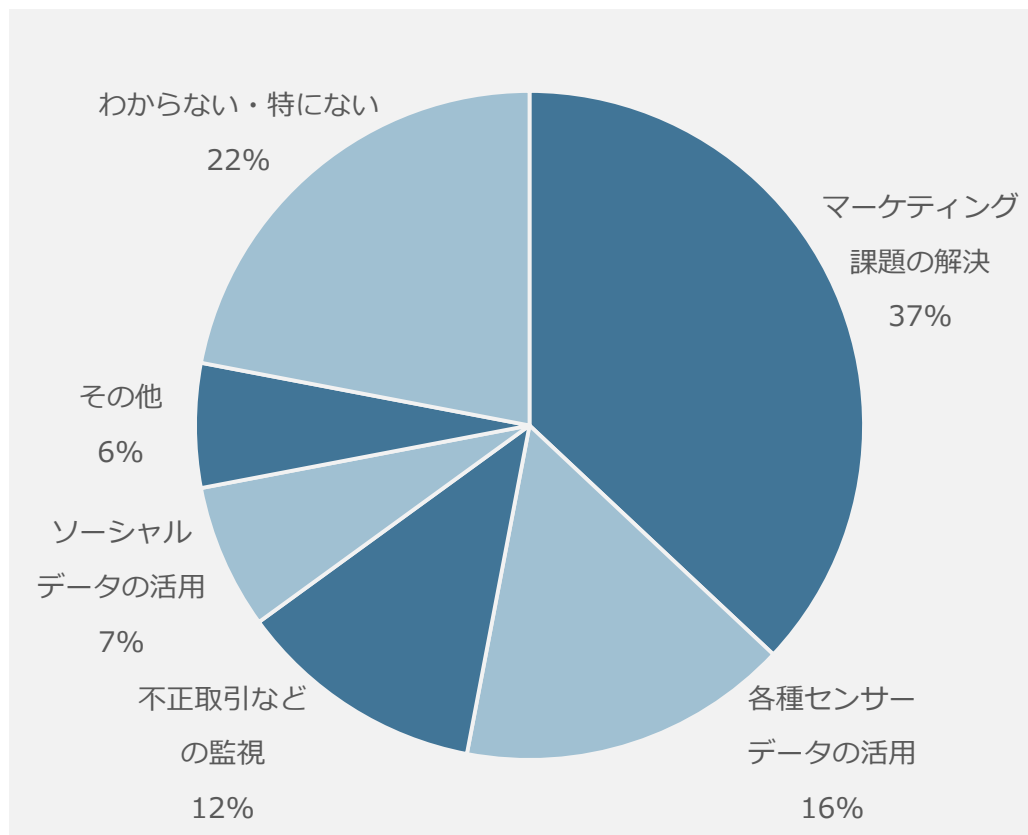
The graphic features a blue background with a world map, a pie chart, and a bar chart.

## 2014年の市場規模は1,444億円、2020年には3,422億円になる予測



参考文献：矢野経済研究所「2013-2014 ビッグデータ市場の実態と展望」

## 「マーケティング課題の解決」へのニーズが最も多い

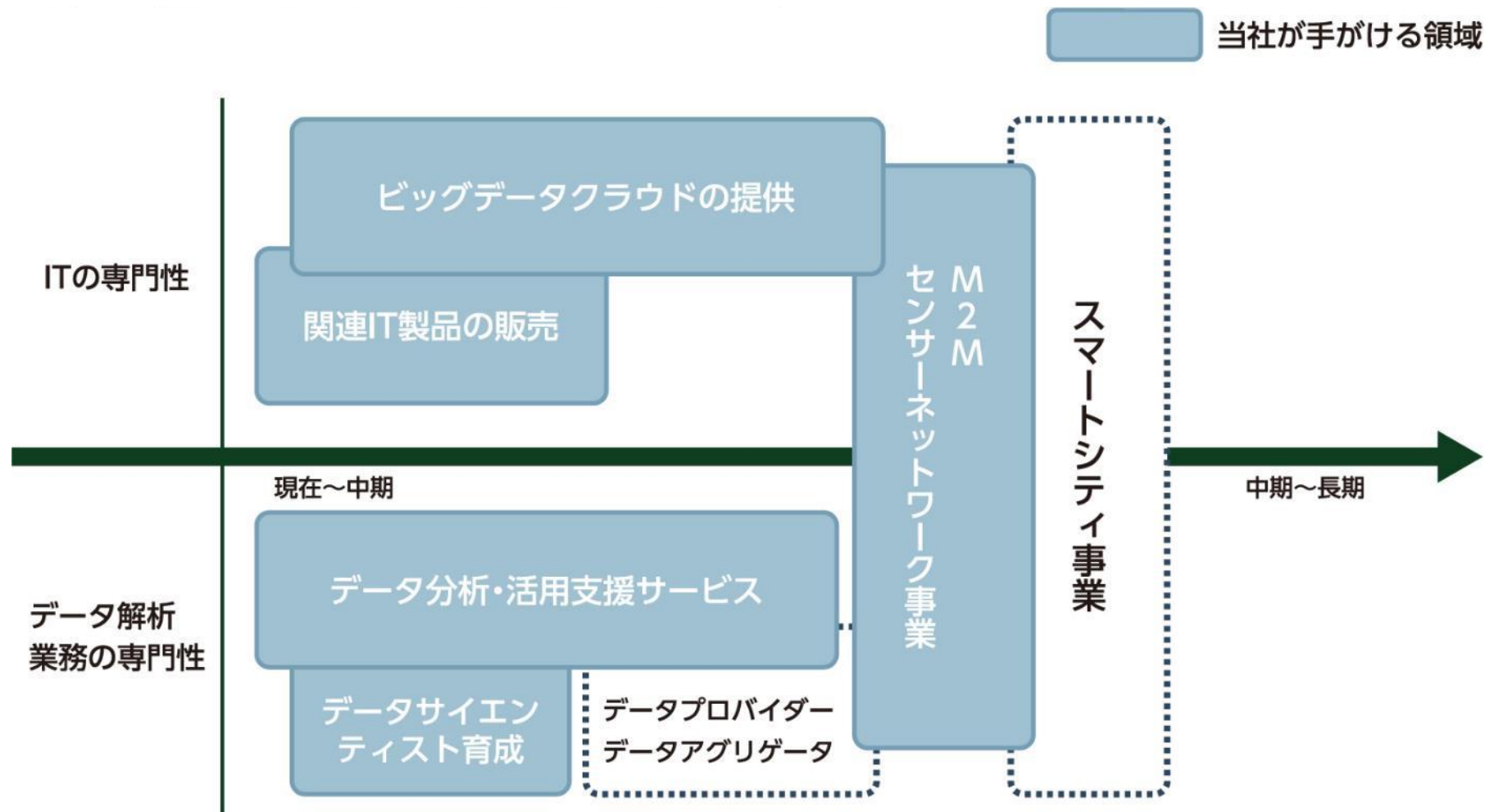


参考文献：矢野経済研究所「2013-2014 ビッグデータ市場の実態と展望」

回答が最も多い「マーケティング課題の解決」は、当社がターゲットとする分野であり、事業機会と捉えている。

また「わからない・特にない」の回答が2番目に多く、データ活用が十分に行なわれていないという実態が浮き彫りに、中長期的にはニーズの掘り起こしにより、ここもターゲットとなる可能性が高い。

## ビッグデータ関連事業領域を幅広くカバー





## 分析力 (アナリティクス領域)

- 多変量解析
- データマイニング
- マーケティングリサーチ
- テキスト&画像解析

## 分析力 (エンジニアリング領域)

- 大規模データ処理
- ソリューション開発
- プラットフォーム構築
- 最適化モデリング

## 独自開発力

分析精度の高い独自アルゴリズムをクラウドサービスに落とし込む独自開発力を武器に、他社にはないフルカバレッジソリューションを持つ。

## 価格競争力

自社開発ソリューションを軸に、企画・提案、開発、コンサルティングまでのトータルサービスで低原価率を実現。

## 豊富な導入実績

国内の大手企業を中心に300サイト以上の導入実績は、高い信頼性の証し。

## 学会、広報、執筆活動等で業界をリード



「アナリティクスサミット2014」 2014/5/21  
『データ分析結果を用いたパーソナライゼーション』  
ALBERTチーフマネージャー 菅 × 日本旅行 須藤様



[PyCon JP 2014] 2014/9/12  
『Pythonを使ったデータ分析』  
ALBERT執行役員 池内 × 白ヤギコーポレーション 柴田CEO

[マーケティング・テクノロジーフェア2014] 2014/1/29  
『ECサイトをはじめとする先端ビジネスにおけるビッグデータ分析講座』  
ALBERT代表取締役会長 山川



[デジタルマーケティング最前線ブログ]  
2014/9/24 スペースシップ社  
『プライベートDMPで、マーケティング施策を最適化』  
ALBERT代表取締役社長 上村 × スペースシップ 椎葉代表



「データ集計・分析のためのSQL入門」 2014/9/23  
(著) 株式会社ALBERT (出) マイナビ



[アドテック東京] 2014/9/17  
『One to one を研ぎ澄ませ！  
～プライベートDMP活用のポイント～』  
ALBERT執行役員 平原



[日本行動計量学会 第42回大会特別セッション]  
2014/9/3  
『WAICを用いたモデル選択で構築された  
状態空間モデルによる広告効果分析』  
ALBERT主任研究員 今井

# マーケティングプラットフォーム smarticA!DMP

「ビッグデータ」がトレンドワードになり、企業に蓄積される大量のデータを分析してマーケティングに活用する機運が高まる中、データマネジメントプラットフォーム（DMP）を導入する企業が急速に増えてきています。

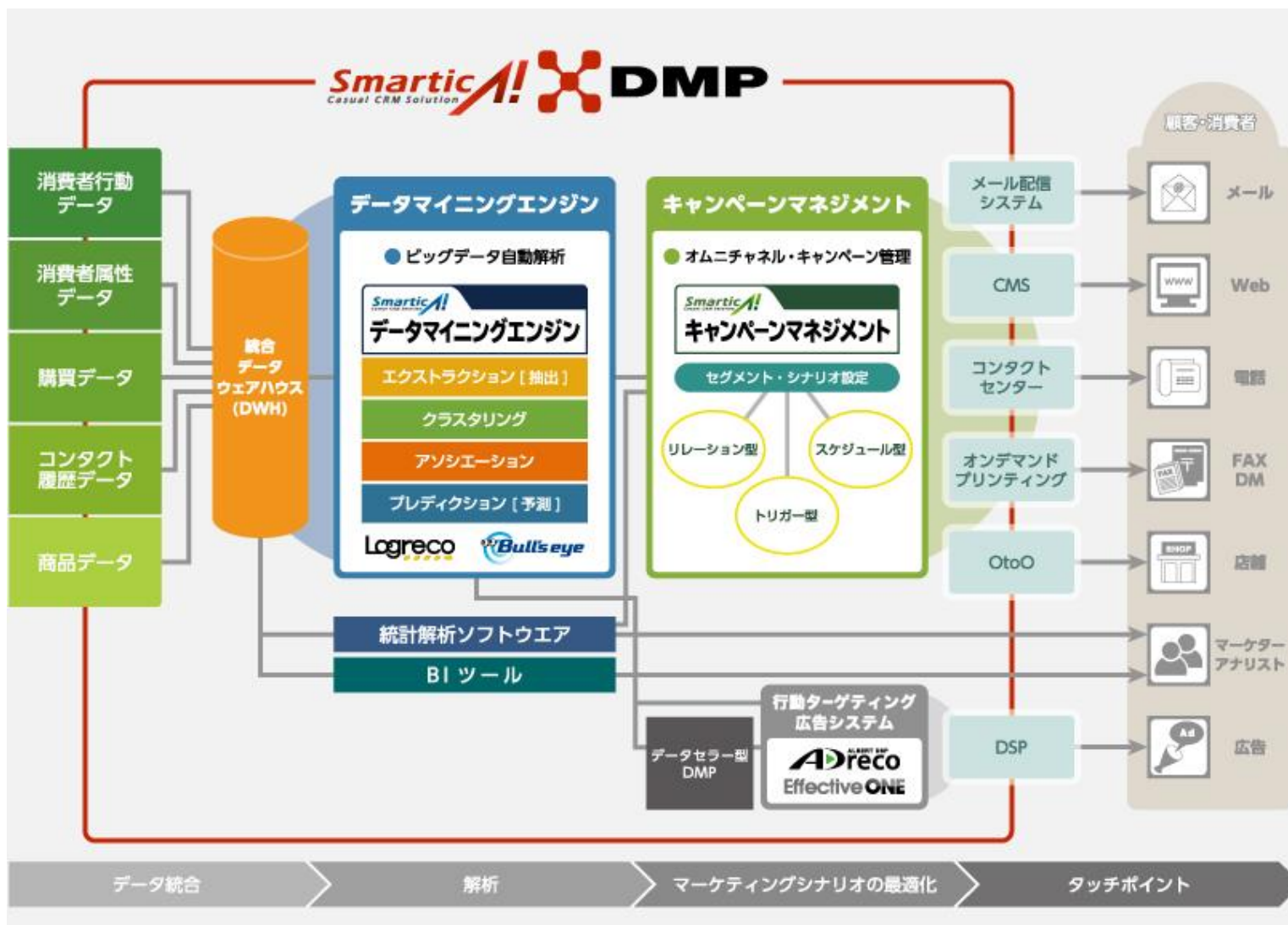
しかし、サイト解析ツールで蓄積される「アクセスログ」、POSシステムやEコマースシステムに溜まる「購買データ」、メール配信システムで取得している「配信履歴データ」、その他広告のオーディエンスデータ、ポイントカードの利用履歴、コンタクトセンターの対応履歴など、多様かつ大量のデータが様々なデータベースに散在しており、分析はもちろん、統合して管理することにも苦労している企業が非常に多いのが現状です。

このようなデータを統合管理し、分析してマーケティング施策に活用するためのプラットフォームがDMPであり、ビッグデータ時代のマーケティングには必要不可欠なシステムとなっています。



# オムニチャネル対応の最先端DMP「smarticA!DMP」

smarticA!DMPは、企業内に蓄積される大量データを統合して蓄積し、自動的にデータマイニングをした上で、オムニチャネルのコミュニケーションをキャンペーンマネジメントで最適化することができる最先端DMPです。





ALBERTのsmarticA!DMPはシステムとして下記3つの強みを持っています。

## 柔軟且つ拡張性に富む純国産システム

### 独自開発

海外パッケージ製品等を活用すると中身がブラックボックスでチューニングができなかったり、カスタマイズが開発国依存だったりプライベート化のメリットが無くなります。smarticA!はALBERTの独自開発であるためアルゴリズムの開示が可能で、柔軟なカスタマイズにも対応できます。

### スモールスタート スケーラブル

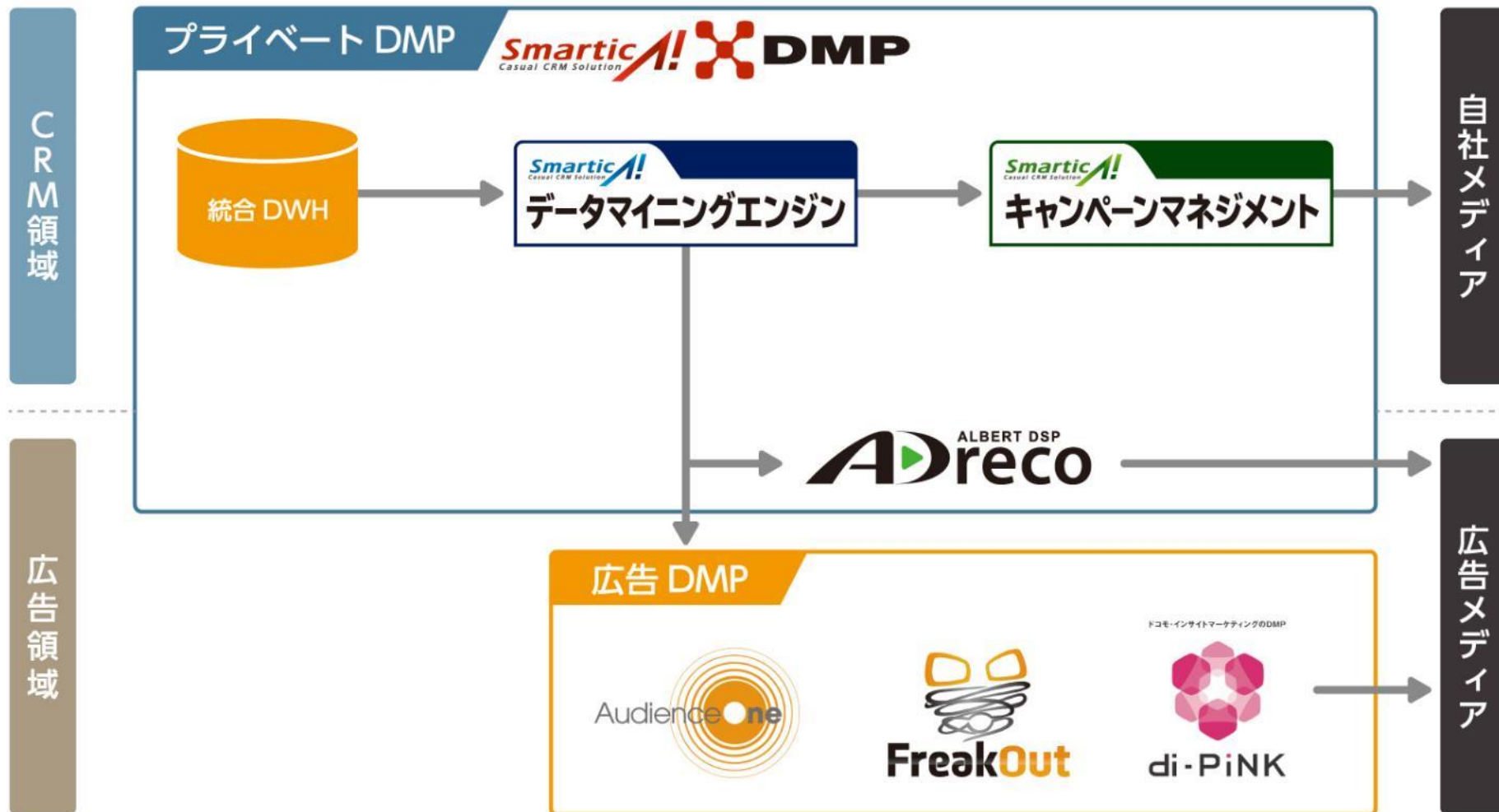
クラウドサービスとして提供できるため、導入当初は少ないインフラ投資で構築し、拡大に合わせて順次スケールさせていくことができます。

### セミ・オーダー カフェテリア方式

パッケージのように仕様が固定的でなく、柔軟なカスタマイズが出来る上、モジュール化されたエンジンの必要部分だけを選択的に導入できるため、既存のシステムをリプレイスせず最大限に生かした構成にすることができます。



ALBERTの提供するsmarticA!DMPは主にCRM領域における顧客コミュニケーションを自動的に最適化するためのプラットフォームです。これに加えDACグループの1社であるMODULOが提供する広告DMP「Audience One」のほか、FreakOutやdi-Pinkとシームレスに連携することで、CRMと広告の両面におけるワンストップDMPとしてご提供可能です。



「ADreco」は国内外300サイト以上の導入実績で培った高精度ロジックを搭載したレコメンド型広告配信サービス（DSP）です。Cookieベースでユーザーを特定し、個々人の嗜好性に合った広告をターゲティングして表示します。



インテージとドコモ・インサイトマーケティングは、インテージが保有する消費者パネルなどのリサーチデータ、NTTドコモが保有する携帯電話のデータ、さらに提携先から提供される3rdPartyデータを統合して利用する大規模DMP「di-PiNK（ディーアイピンク）」を2014年7月から提供しています。この3社業務提携により、ALBERTが開発した「smarticA!DMP」を「di-PiNK」のプライベートDMPとしてOEM提供し、広告配信とCRM双方のコミュニケーション最適化を実現します。また3社が連携することによって生まれる、他に類を見ない大規模な生活者データベースを活用し、データ分析プラットフォームの提供および分析コンサルティングサービスも提供してまいります。

## 3社の提携イメージ



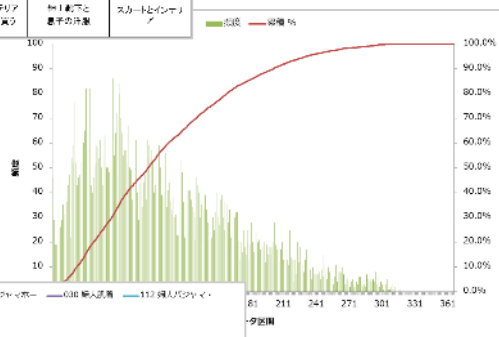
# アナリティクス・コンサルティング

smartic!DMPを導入した後も様々な視点でデータを分析しながらPDCAを回していくことが重要です。ALBERTではこういったPDCA支援のためのアナリティクス・コンサルティングサービスも一環して提供しています。

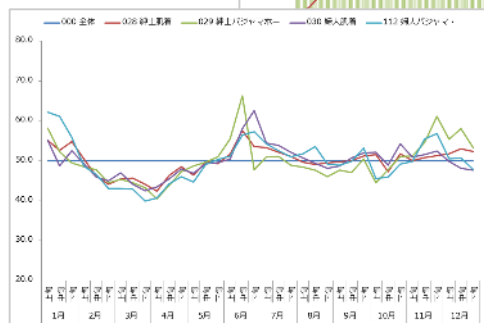
## ユーザークラスタリング

Cluster1	Cluster2	Cluster3	Cluster4	Cluster5	Cluster6
ほっちやリ 洋服好き	ほっちやリ 下物 購入多い	子供服 と全品インテリノ	特選レジャーウェア 好き	アウトと 半レジャーアイテム用 グッズ	トップスにこだわりの ファン
Cluster7	Cluster8	Cluster9	Cluster10	Cluster11	Cluster12
レジャウェア 前編好き	カモフラージュ お気に入り	かわいらしいスウェーチ シャツ好き	解凍下着が 好き	小物で オシャレさん	ほっちやリ 下物 お気に入り
Cluster13	Cluster14	Cluster15	Cluster16	Cluster17	Cluster18
アクティブ スポーツウェア	新着物とカモフラージュ ファン	強とおさまのものを はける	シャツウェアと 下着は別	ブランドと トレンド ファン	トップスに こだわります
Cluster19	Cluster20	Cluster21	Cluster22	Cluster23	Cluster24
ほっちやリ トップスの お気に入り	ブランドと トレンド ファン	レジャーウェアに お気に入り	レジャーウェア とインテリノ ファン	小物と 下着の ファン	スカートと インテリノ ファン

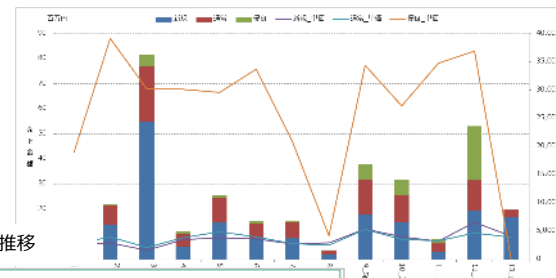
## レポート商材購買分析



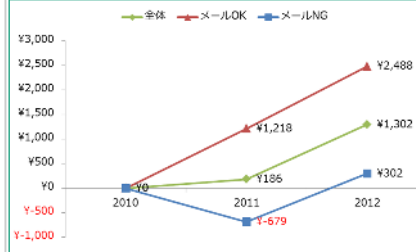
## 季節トレンド分析



## クラスタ別RFM



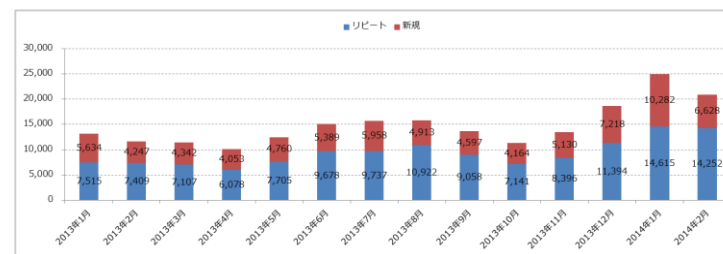
## 顧客単価推移



## RFM推移

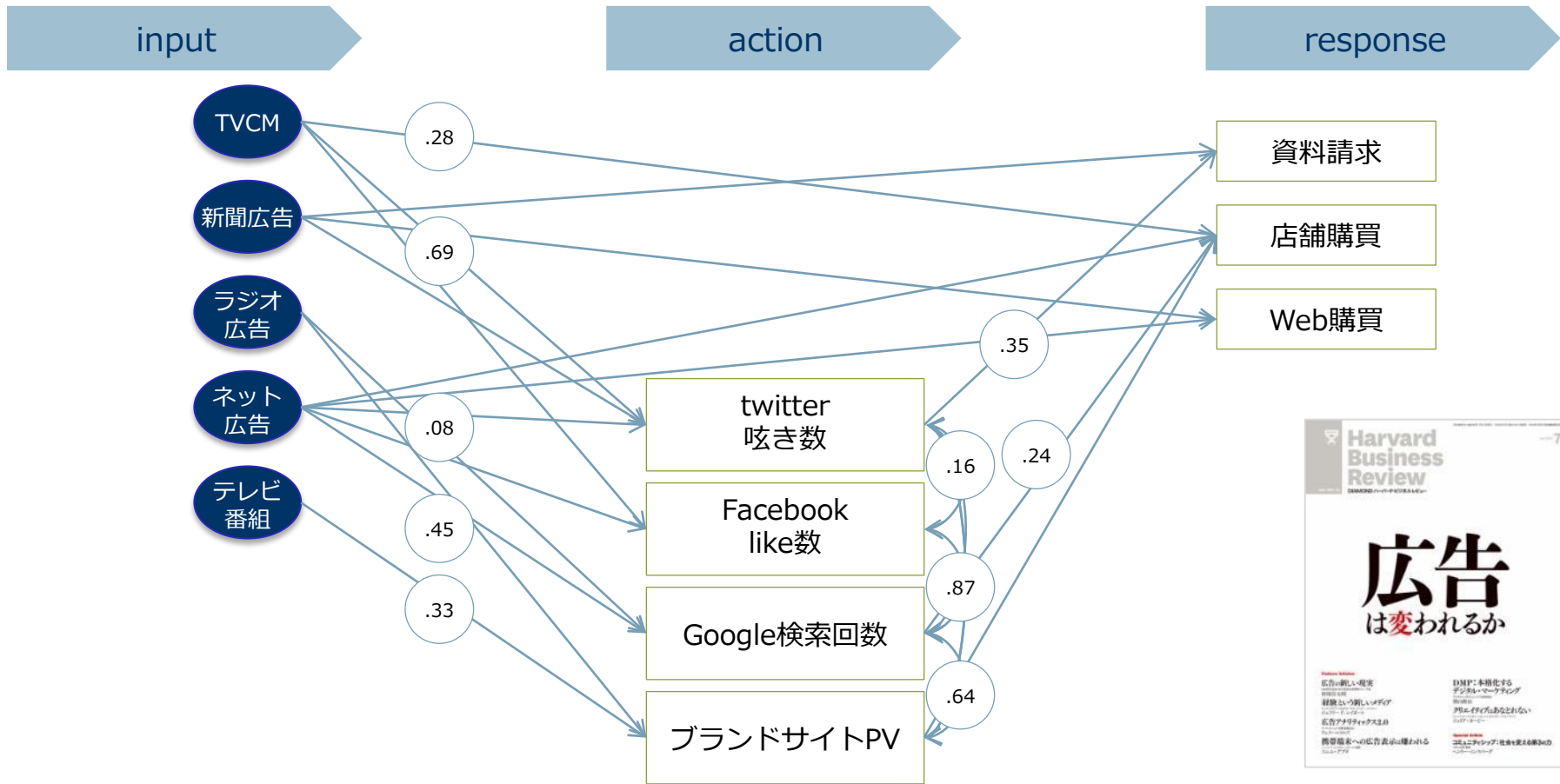
		3月末時点				
		ファン	NEW	ヘビー	ライト	
4月末 時点	ライト	217,251	7,461 (3.4%)	7,263 (3.3%)	4,411 (2.0%)	198,116 (91.2%)
	ヘビー	74,697	10,649 (14.3%)	584 (0.8%)	57,130 (76.5%)	6,334 (8.5%)
	NEW	86,407	4,609 (5.3%)	2,943 (3.4%)	3,130 (3.6%)	75,725 (87.6%)
	ファン	76,110	20,038 (26.3%)	103 (0.1%)	54,154 (71.2%)	1,815 (2.4%)
none		125,713	16,467 (13.1%)	57,580 (45.8%)	7,889 (6.3%)	43,777 (34.8%)

## 新規/リピート推移



アナリティクス・コンサルティングサービスでは、4マスプロモーションやインターネット広告が、クライアントのKPIにどのような影響を与えたかを分析するなど、他社では難しい高度な分析サービスを提供しています。

## ベイジアンネットワークによる影響度の可視化

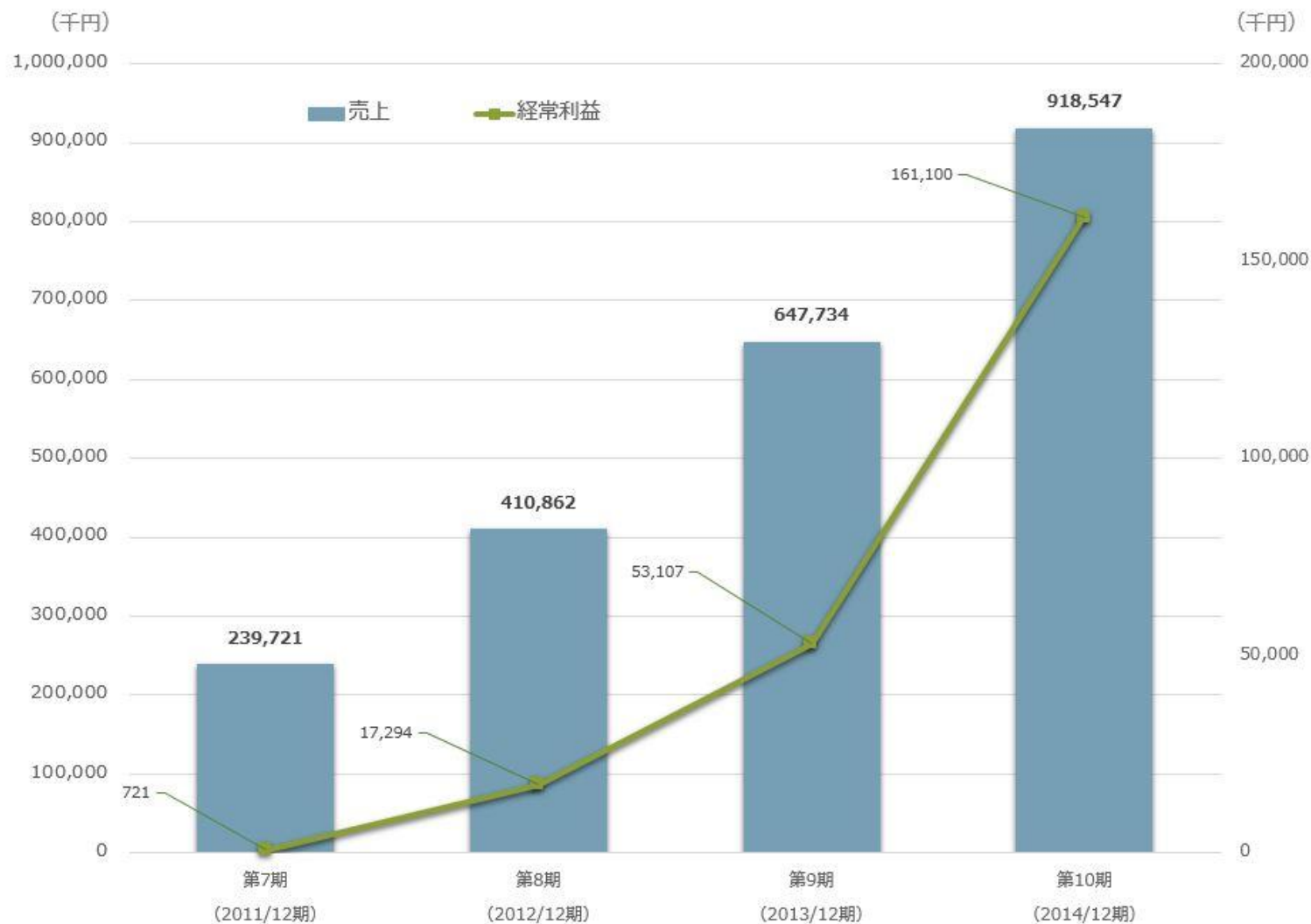


ハーバードビジネスレビューに掲載



# 業績推移と成長戦略

## 売上高及び経常利益の推移（第7期-第10期）



2014年9月22日

ALBERT、ドコモ・インサイトマーケティング社、インテージ社の3社で、DMPにおけるCRM機能の共同開発・提供を目的とした、企業のビッグデータ活用をトータルに支援する事業において業務提携開始。

2014年8月6日

4大マス広告とインターネット広告がWeb上での行動及び実店舗の売上に与える影響を総合的に分析及び可視化ができる「状態空間モデル」を用いたアトリビューション分析サービスの提供を開始。

2014年7月30日

フリークアウト社のRTB対応DSP「FreakOut」との関係を開始。CRMデータを活用した、より高度な広告のオーディエンスターゲティングやリターゲティング配信を実現。

2014年4月23日

M2M/IoTデバイス製造のシナノ電子技研社と業務提携。データを蓄積するためのハードウェアおよびワイヤレスセンサーネットワークの構築までをトータルにカバー。

2014年3月18日

アマゾン ウェブ サービス (AWS) の、大規模なストリーミングデータをリアルタイムで処理する完全マネージド型サービス「Amazon Kinesis」を活用し、M2MやIoTにも対応したビッグデータのリアルタイム分析を行なうサービスの提供を開始。

顧客満足度向上

smarticA!DMPの  
国内シェア拡大

クロスセルの推進

## 既存事業のさらなる拡大

**Marketing Platform**  
マーケティングプラットフォーム  
SmarticA!DMP

**Analytics & Consulting**  
アナリティクス・コンサルティング



新商品開発 事業投資

ブランド形成

人材確保・育成

従業員満足度向上



分析力をコアとし、データサイエンス領域のテクノロジーを駆使した  
マーケティングソリューションのリーディングカンパニーになる

分析力をコアとするマーケティングソリューションカンパニー

