

店舗分析ツール「FollowUP」を海外20カ国展開 リテール軸に収益基盤構築、投資拡大フェーズへ

データセクションは、ソーシャルメディア分析など、ビッグデータの収集・分析をコア技術に事業展開している。2014年に上場以降、AI関連サービスを様々開発してきたが、18年から事業構造改革のため選択と集中に着手。現在はリテール軸領域を成長事業に位置付け、国内外でサービスを展開する。23年3月期からは投資拡大フェーズに突入し、人材、M&A、新規事業開発など積極的な投資を行っている。



林 健人社長
Profile●はやし・けんと
1979年12月生まれ。東京都出身。2002年早稲田大学商学部経営コース卒業、日本アイ・ピー・エム(旧PwCコンサルティング)入社。2007年CSK-IS入社。09年データセクション取締役COO就任。16年ソリッドインテリジェンス取締役就任(現任)。18年代表取締役社長兼CEO就任(現任)。20年ディーエスエス取締役就任(現任)。

「企業のデータ部門」に労働集約からストック型へ

データセクションの事業ポートフォリオは、現在3つに大別される。創業当時から手

掛ける「ソーシャルメディア分析事業」、受託開発を行う「AI・システム事業」、そして現在中核事業と位置付ける「リテールマーケティング事業」。2022年3月期の

連結業績は、売上高16億9200万円。現在は、そのうち約4割をリテールマーケティング事業が占める。

同社の創業は2000年。社名の由来について、林健人社長は次のように話す。「当時はデータがこれからの経営を変えるという期待がありました。そこで企業のデータ部門になるという思いを込めてデータセクションという社名になりました」

当時はブログをはじめとするソーシャルメディアが登場し、企業のマーケティング手法が変わり始めていた時だった。同社では、自然言語処理というテキスト解析の技術を強みに、フェイスブックやツイッター上の消費者の口コミを分析するサービスを開発。売上を伸ばした。その後AIによる画像・動画解析など技術の幅を広げ、14年の上場後は、事業拡大のため様々なサービスを展開した。

「当時は、第3次AIブームで引き合いも多く、自動運転のサポートシステム、レントゲン写真のAI診断、ドローンの交通量調査など50個以上のサービスがありました。」

しかし手を広げすぎた結果、収益性が悪いものが多くなってきた。そこで労働集約型の受託開発ではなく、ストック型のビジネスモデルに切り替えることにしました」(林健人社長)

リテールにリソース集中
南米ベンチャーを子会社化
林社長が代表就任した18年以降は、事業ポートフォリオの転換を図ってきた。20年3月期から、成長を牽引する主力事業として位置付けているのがリテールマーケティング事業だ。「僕らはデータ分析の専門



▲FollowUPの分析画面

家ですが、自動車、医療、リテールの各専門家ではありません。限られた経営・人材リソースを分散するよりは、一つの専門領域に集中しようというリテール分野にフォーカスすることにしました」(同氏)

が、SaaS型の小売店舗向け顧客行動分析サービス「FollowUP」。AIカメラを店舗に設置し、来店客の行動分析から、店舗オペレーションの最適化や売上アップにつなげるというもの。南米チリの子会社でAI開発ベンチャー、ジャックテクノロジー社が開発したサービスだ。18年に「FollowUP」の日本の事業権を他社から譲受し、翌年にはジャック社を子会社化した。以降、南米を中心に海外展開にも注力している。

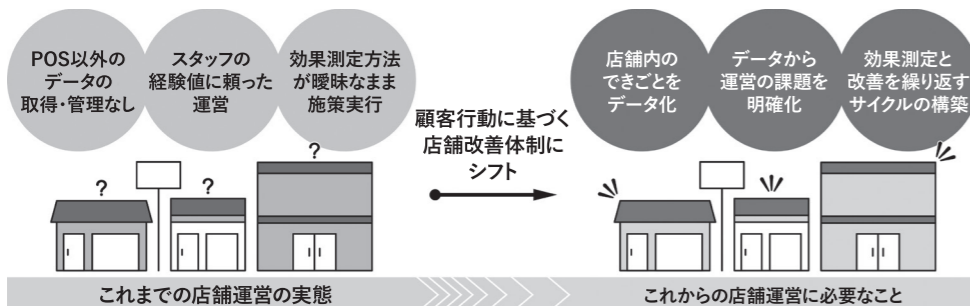
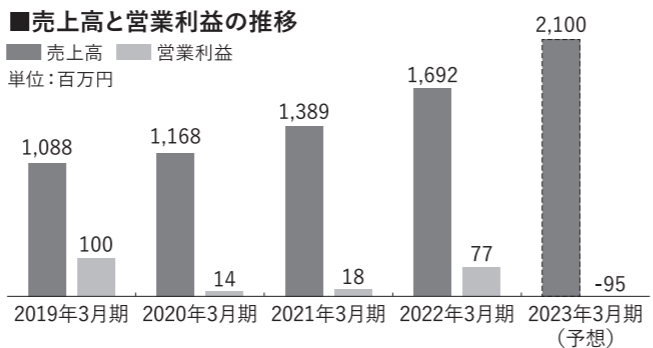
数は1万603台(23年3月期第2四半期時点)。南米の大手デパートからショッピングモールへの一括受注など大型案件もあり、導入数はジャック社買収時の19年12月と比較すると倍近く伸びている。

積極投資で減益予想 拡大へ向け採用強化

23年3月期の連結売上高は、前期比18.2%増の20億22億円を予想。構造改革で事業ポートフォリオの転換を進めた結果、売上高は連続で過去最高を更新し、今期も増収を見込む。リテールマーケティング事業の成長戦略としては、「FollowUP

P」をすでに20カ国以上展開している強みを生かし、南米から欧州・ASEANへ進出国拡大を図る。リテールテックの市場規模は、国内約5600億円に対し、グローバルでは約10兆円と推計される。一方営業利益は、マイナス2億1000万円と大幅な減益を予想。要因は採用強化、M&A、新規事業開発などへの積極的な投資だ。中長期の成長戦略で、23年3月期から投資フェーズに位置付けている。

「18年から事業構造改革を4年間行ってきました。第1フェーズでリテール領域にまぎ集中して取り組みました。今後金融、教育、医療と事業の幅を広げていきたい。そのためにも採用を強化していきます」(同氏)



▲リテールマーケティングのイメージ。顧客行動をベースに店舗の改善・売上向上を支援

「FollowUP」は、アパレルやコスメなどの小売店やショッピングモール、百貨店など、国内外20カ国以上で導入が進んでいる。導入店舗数は6834店舗、カメラ設置台

[データセクション] 株式会社データ	
コード	3905 市場 東証グロース
直近株価	251円 (23.1/30終値)
昨年来高値	349円 (22.1/4)
昨年来安値	237円 (23.1/16)
時価総額	36.9億円
PER	— 配当利回り —
PBR	1.19倍 決算 3月
2022年3月期 連結業績 前期比	
売上高	16億9,200万円 21.8%増
営業利益	7,700万円 328.3%増
経常利益	1億6,500万円 422.9%増
当期純利益	200万円 —
2023年3月期 連結業績予想 前期比	
売上高	20億~22億円 18.2~30.0%増
営業利益	△2億~1,000万円 —~87.1%減
経常利益	△2億1,500万~△500万円 —
当期純利益	△2億7,500万~△7,200万円 —
値動き	
1/31/2022 2/28/2022 3/28/2022 4/25/2022 5/23/2022 6/20/2022 7/19/2022 8/15/2022 9/12/2022 10/11/2022 11/7/2022 12/15/2022 1/14/2023	