



# 2024年3月期 第3四半期 決算説明資料

2024年2月13日  
株式会社True Data  
東証グロース：4416

# 目次

01   決算概要	P. 03
02   トピックス	P. 25
(参考資料)	
03   当社の強みと成長戦略	P. 29
04   サステナビリティ	P. 55

# 01 決算概要

1

売上高(True Data事業)は1,192百万円。12期連続増収達成。  
3Q単独(10~12月)では前年同期比16.5%の増収となり、高成長を継続。

2

ストック型売上高比率は85.3%。  
スポット型売上高が増加したことで、ストック型売上高比率が一時的に低下。

3

営業利益は8百万円。3Q累計で黒字浮上。  
成長投資、売上構成比の変化等による費用増あるも、利益は回復基調。

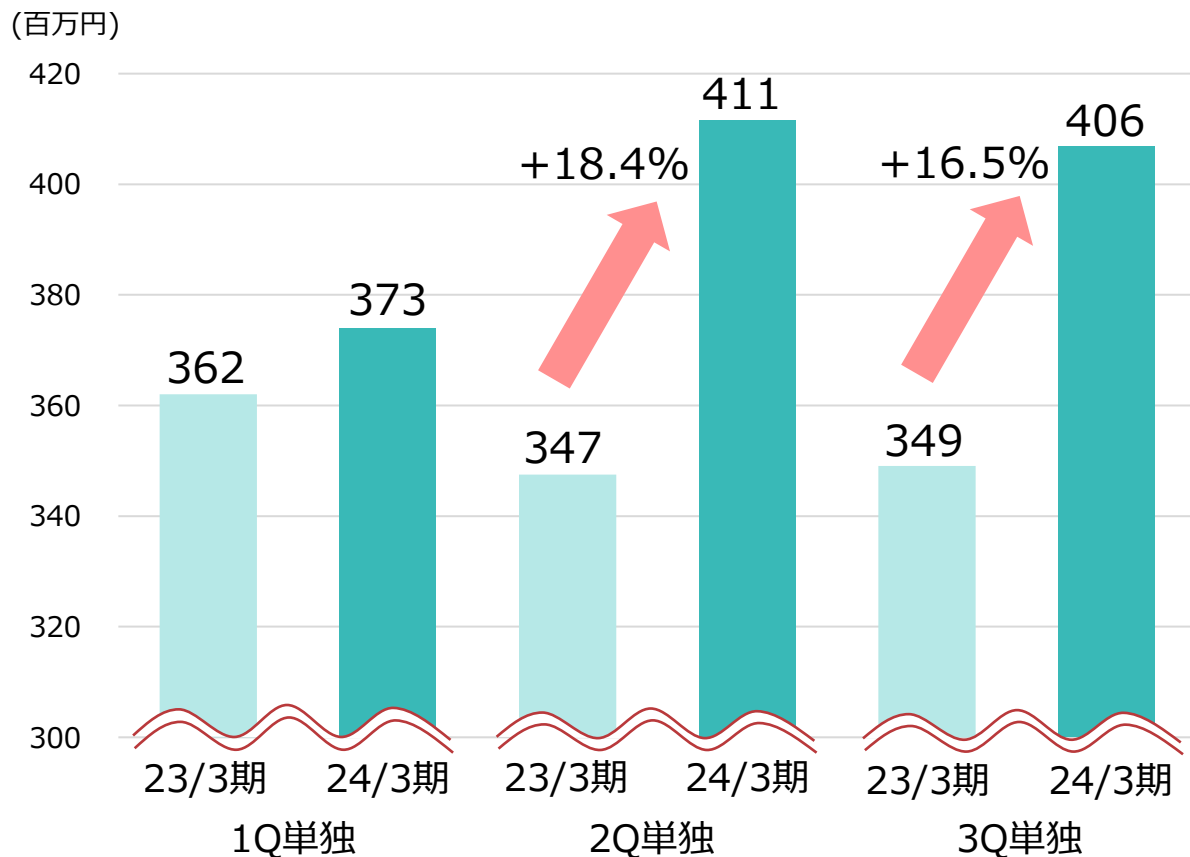
- 売上高は1,192百万円（前期比+12.6%）と12期連続増収で過去最高。
- 計画的な人員増、AIなど研究開発費、事業運営基盤構築等の費用増あるも、営業利益は3Q累計で黒字浮上。

（百万円）

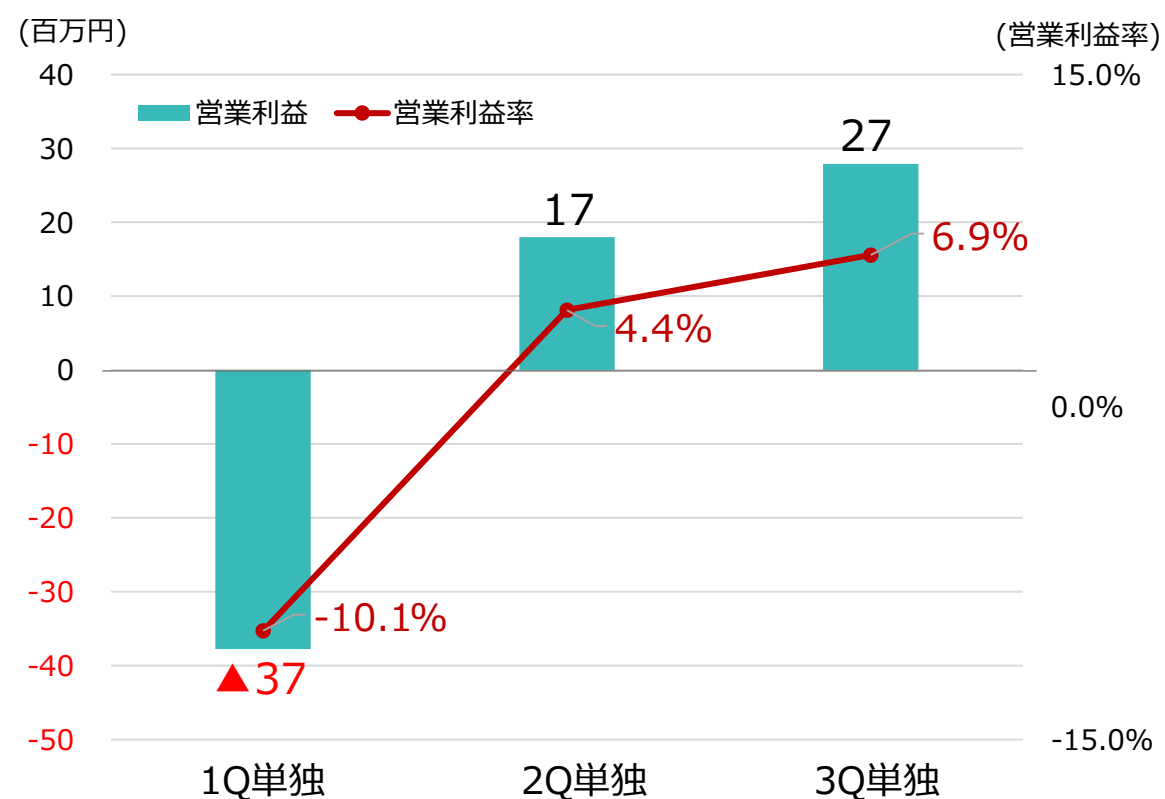
	23/3期 第3四半期累計		24/3期 第3四半期累計			
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	前期比増減
売上高	1,058	100.0%	1,192	100.0%	+12.6%	+133
売上原価	506	47.9%	522	43.8%	+3.1%	+15
売上総利益	551	52.1%	669	56.2%	+21.4%	+117
販管費	509	48.1%	661	55.5%	+29.9%	+152
営業利益	42	4.0%	8	0.7%	-80.8%	▲ 34
経常利益	40	3.8%	7	0.6%	-82.2%	▲ 32
四半期純利益	39	3.7%	1	0.1%	-97.2%	▲ 38

- 3Q単独(10~12月)の売上高は406百万円、対前年同期比16.5%増収。2Qに続き2桁成長を継続。
- 3Q単独の営業利益は27百万円、営業利益率は6.9%。四半期毎に改善傾向。

## 売上高 (前期Q単位比較)



## 営業利益 (今期Q単位比較)



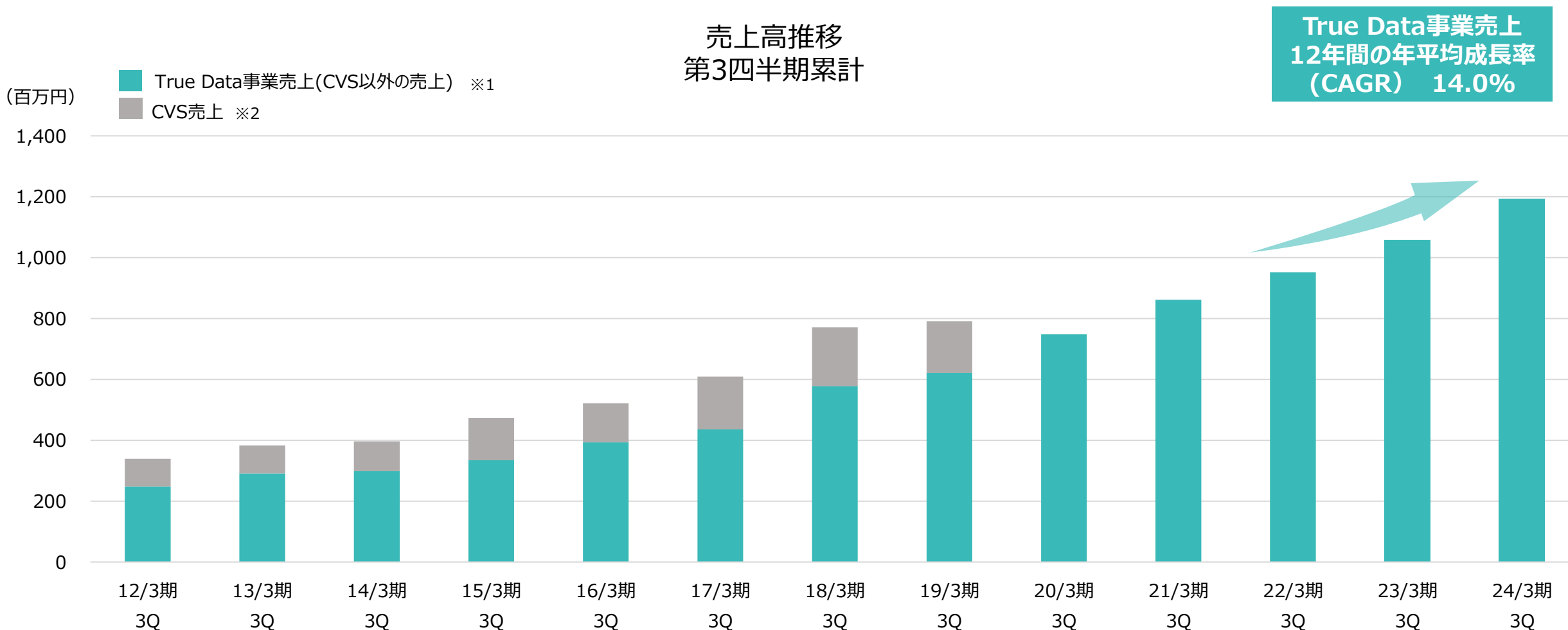
- 通期業績予想に対して、売上高は概ね順調に推移。
- 事業運営基盤の構築等による費用増に加え、新領域の初期売上の伸長により売上構成比が変化し、利益進捗に遅れ。

(百万円)

	24/3期		
	第3四半期累計	通期業績予想	進捗率
<b>売上高</b>	1,192	1,600	74.5%
<b>売上原価</b>	522	633	82.4%
<b>売上総利益</b>	669	966	69.3%
<b>販管費</b>	661	886	74.6%
<b>営業利益</b>	8	80	10.2%
<b>経常利益</b>	7	77	9.2%
<b>四半期純利益</b>	1	62	1.8%

# ハイライト① 売上高推移：3Q累計

- True Data事業売上※1は12期連続増収を達成、3Q累計として過去最高を更新。

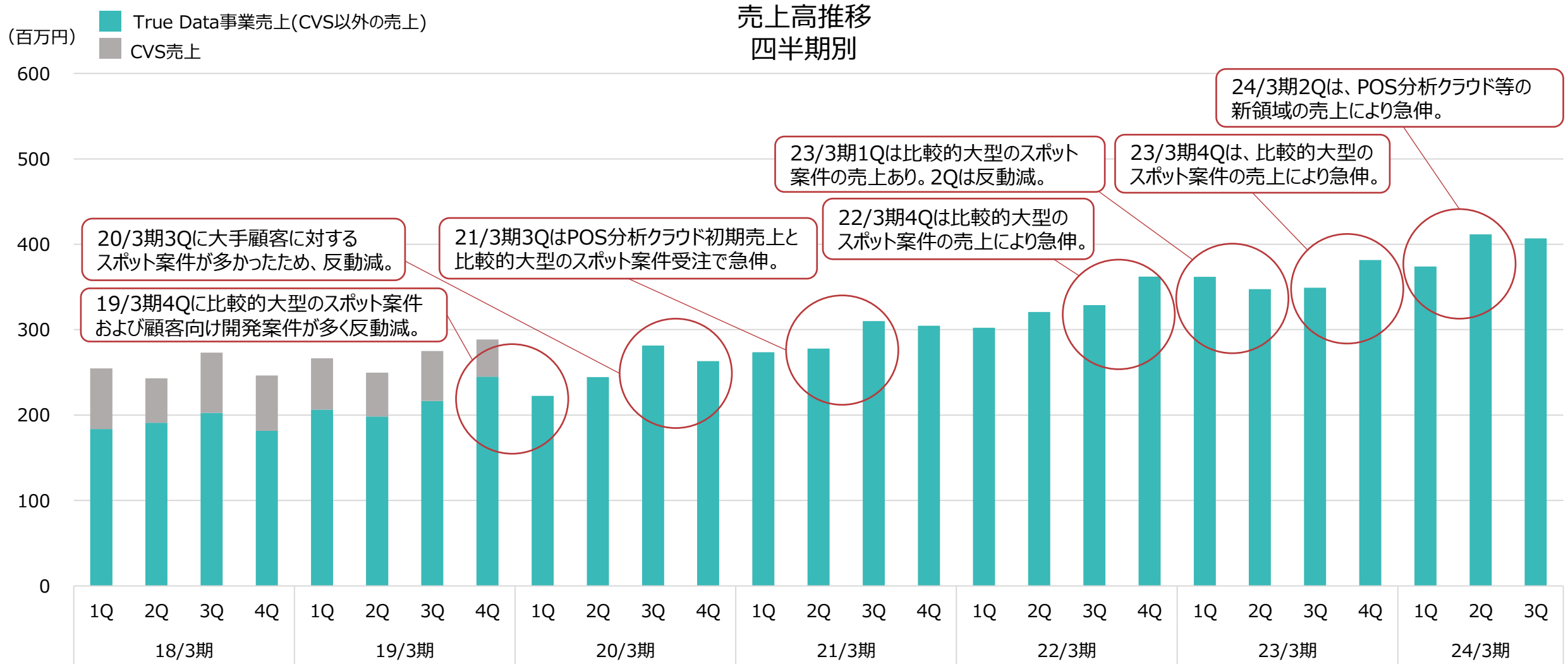


※1 True Data事業売上：売上高からCVS売上を除いた数値。CVS売上は、特定顧客向け開発案件であり、当社ブランドの現在の主力ビジネスとは性質が異なるため分離して表記。  
※2 CVS（コンビニエンスストア）売上：当社は、2010年より大手CVSへのデータ開示支援事業（データ開示システムの開発およびシステム運用業務の受託）を9年にわたり展開していたが、M&AによるCVS親会社の方針転換（同業務のグループ内製化）により、当社との取引を終了した（売上影響が大きいことから個別に記載）。



# ハイライト① 売上高推移：四半期別

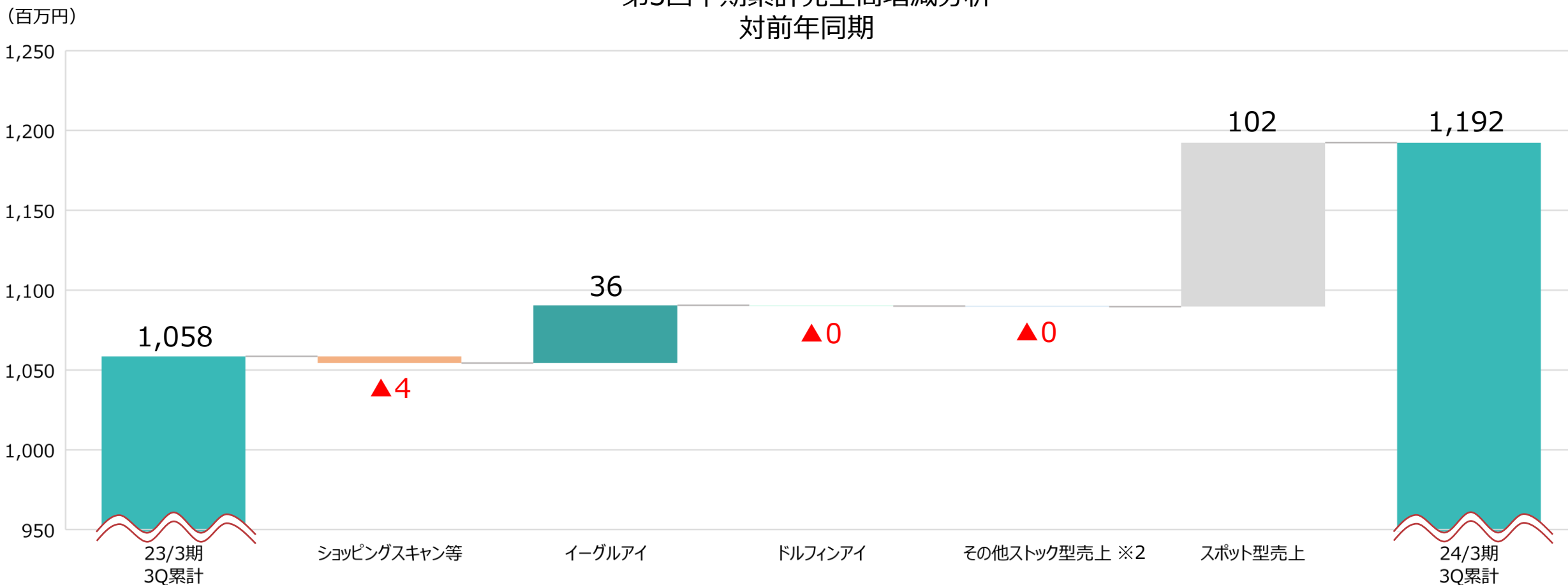
- 四半期単位では、スポット型売上高の動向により多少凹凸あるものの、順調に成長を継続。



# ハイライト① 売上高増減分析：対前年同期

- 「スポット型売上」が、新領域の初期売上などにより急伸び、成長を牽引。
- 「ストック型売上」※1は、イーグルアイが引き続き成長。

第3四半期累計売上高増減分析  
対前年同期



※1 イーグルアイ(消費財メーカー向けSaaS)、ドルフィンアイ(簡易版消費財メーカー向けSaaS)、ショッピングスキャン等、その他ストック型売上の総称。

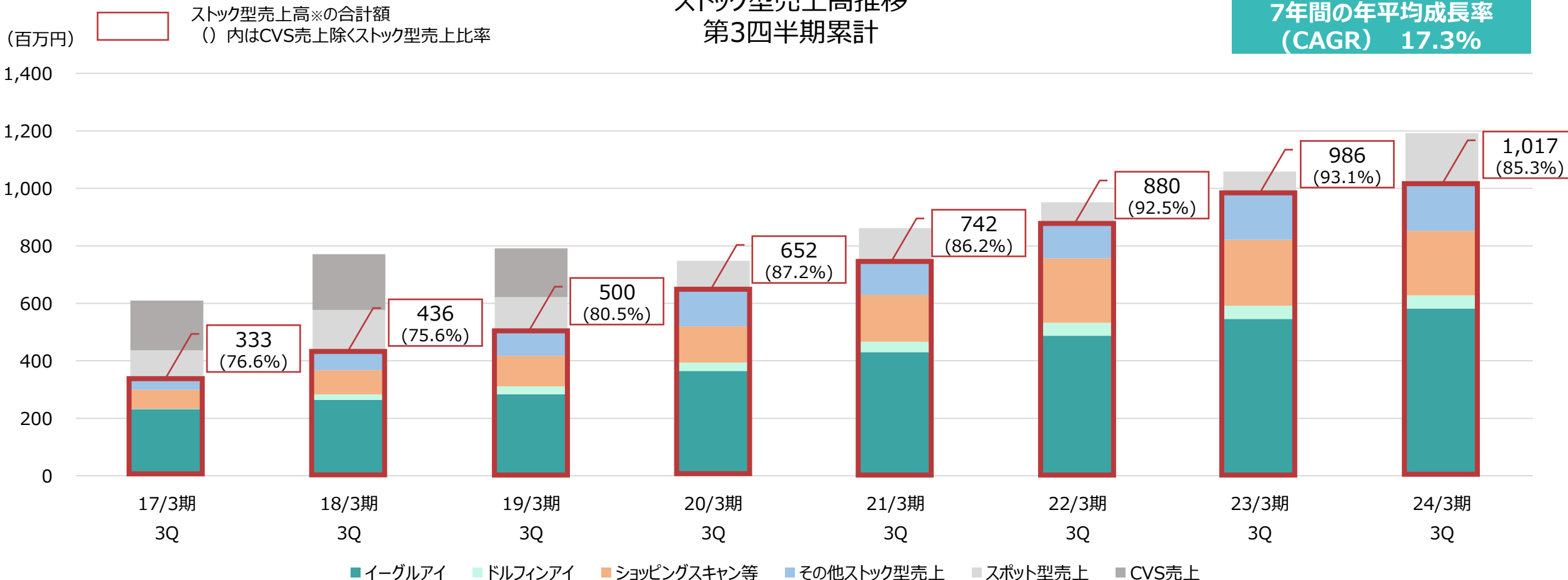
※2 年間契約または月次課金で売上計上している消費財メーカー向けのPOS分析クラウド、定期分析レポートおよびマスターメンテナンス業務受託、広告領域の売上、オルタナティブデータ関連等の売上高の合計額。  
POS分析クラウドのストック型売上は、現時点では当社業績に影響を与える売上高ではないため、今回の決算説明資料から「その他ストック型売上」に含めて開示。

# ハイライト② スtock型売上高推移：3Q累計

- スポット型売上高が増加したことで、ストック型売上高比率が一時的に低下。

ストック型売上高推移  
第3四半期累計

ストック型売上高  
7年間の年平均成長率  
(CAGR) 17.3%



※ストック型売上高

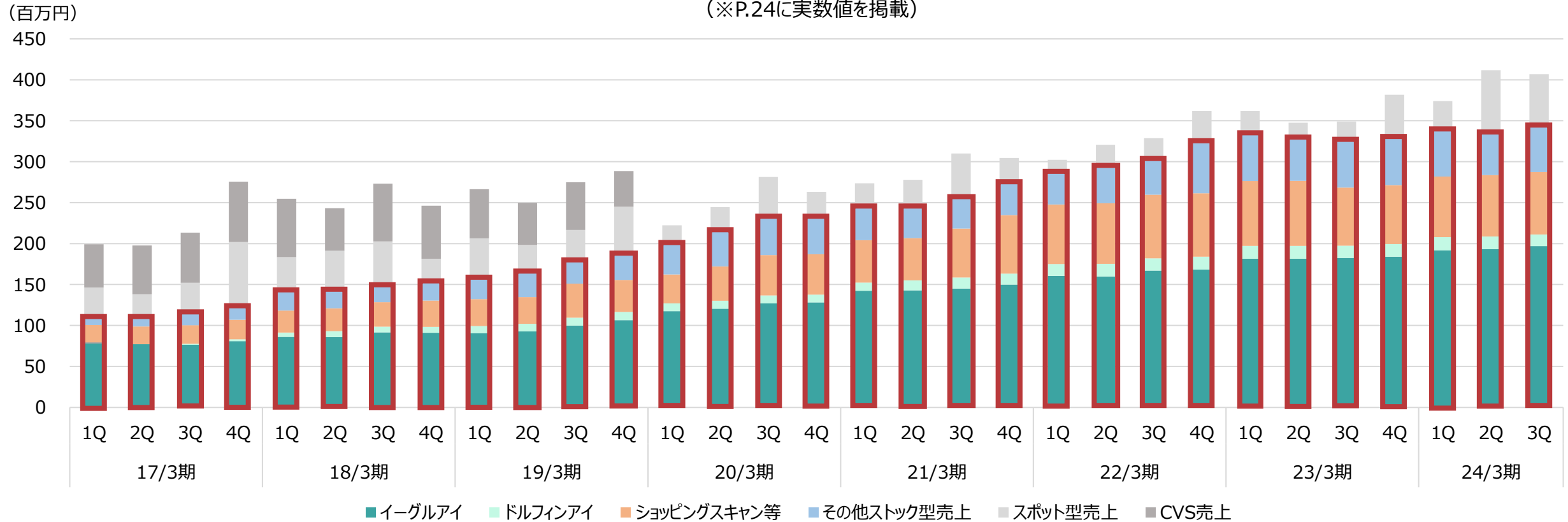
イーグルアイ(消費財メーカー向けSaaS)、ドルフィンアイ(簡易版消費財メーカー向けSaaS)、ショッピングスキャン等、その他ストック型売上の売上合計。

POS分析クラウドのストック型売上は、現時点では当社業績に影響を与える売上高ではないため、今回の決算説明資料から「その他ストック型売上」に含めて開示。

# ハイライト② スtock型売上高推移：四半期別

- スtock型売上高※は中期的に順調に成長を継続。

Stock型売上高推移  
四半期別  
(※P.24に実数値を掲載)

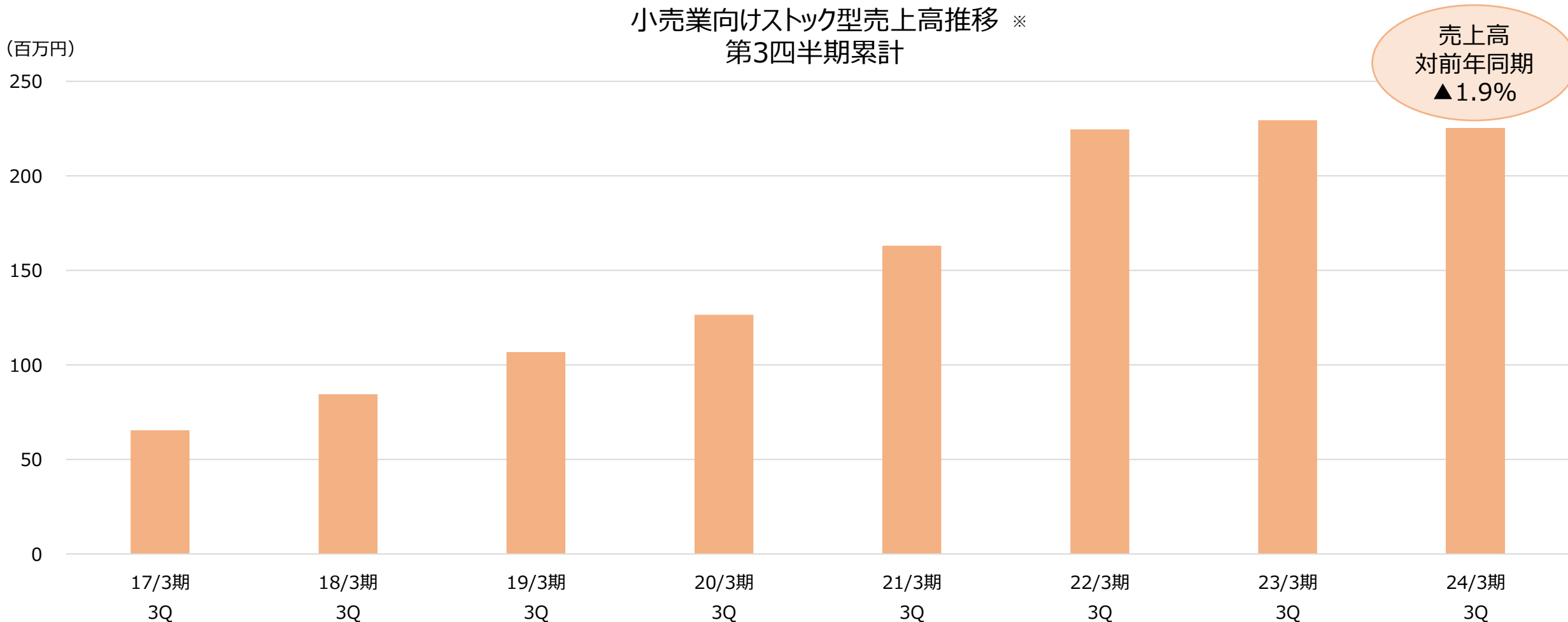


※Stock型売上高

イーグルアイ(消費財メーカー向けSaaS)、ドルフィンアイ(簡易版消費財メーカー向けSaaS)、ショッピングスキャン等、その他Stock型売上の売上合計。  
POS分析クラウドのStock型売上は、当社業績に影響を与える売上高ではないため、今回の決算説明資料から「その他Stock型売上」に含めて開示。

## ハイライト② 小売業向けストック型売上高推移：3Q累計

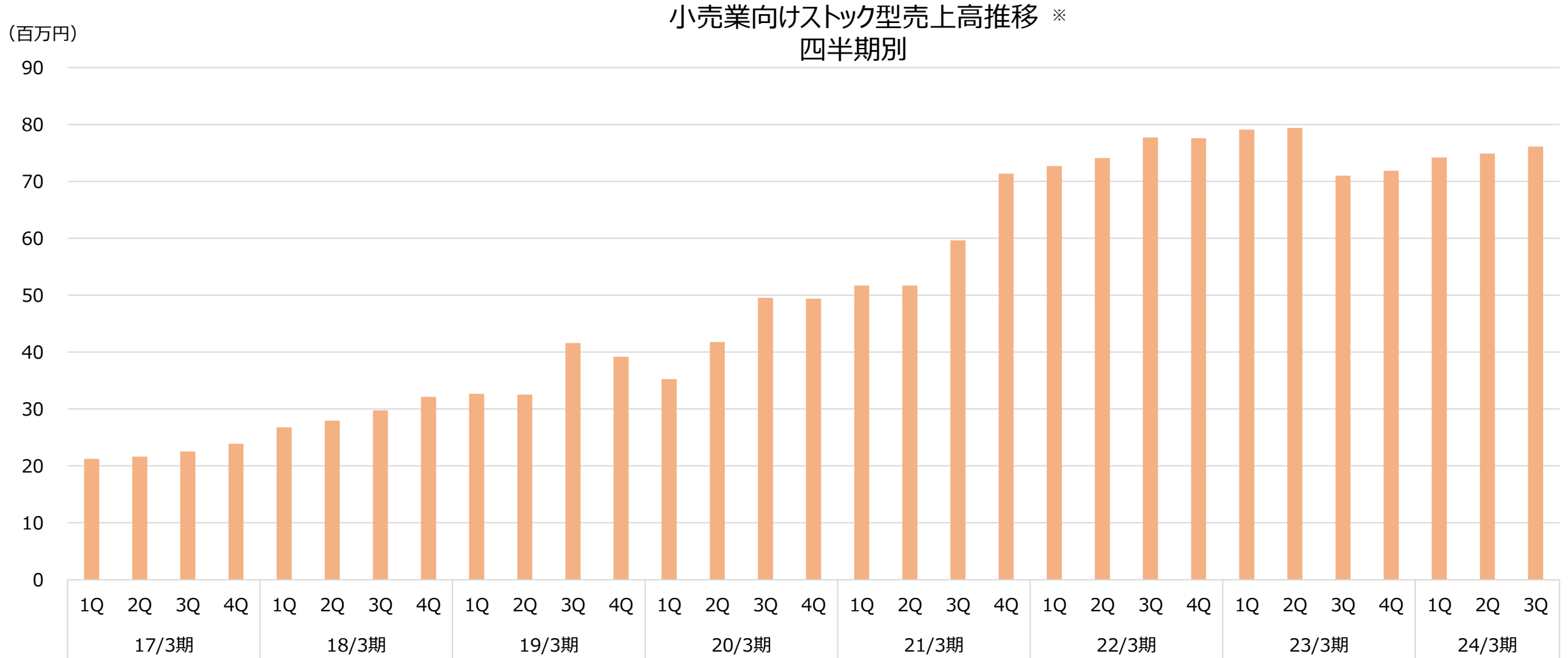
- 24/3期3Qは対前年同期比で▲1.9%の減収。
- 今期はスーパーマーケット等の受注が増加するも、デリバリーまで一定のリードタイムがあり、業績貢献は来期1Qから開始。



※小売業向けストック型売上高：ショッピングスキャン等の売上高。ショッピングスキャンの月額課金部分および小売業向けに提供する月次分析レポートなどを含む。ショッピングスキャンの初期導入費は除く。

## ハイライト② 小売業向けストック型売上高推移：四半期別

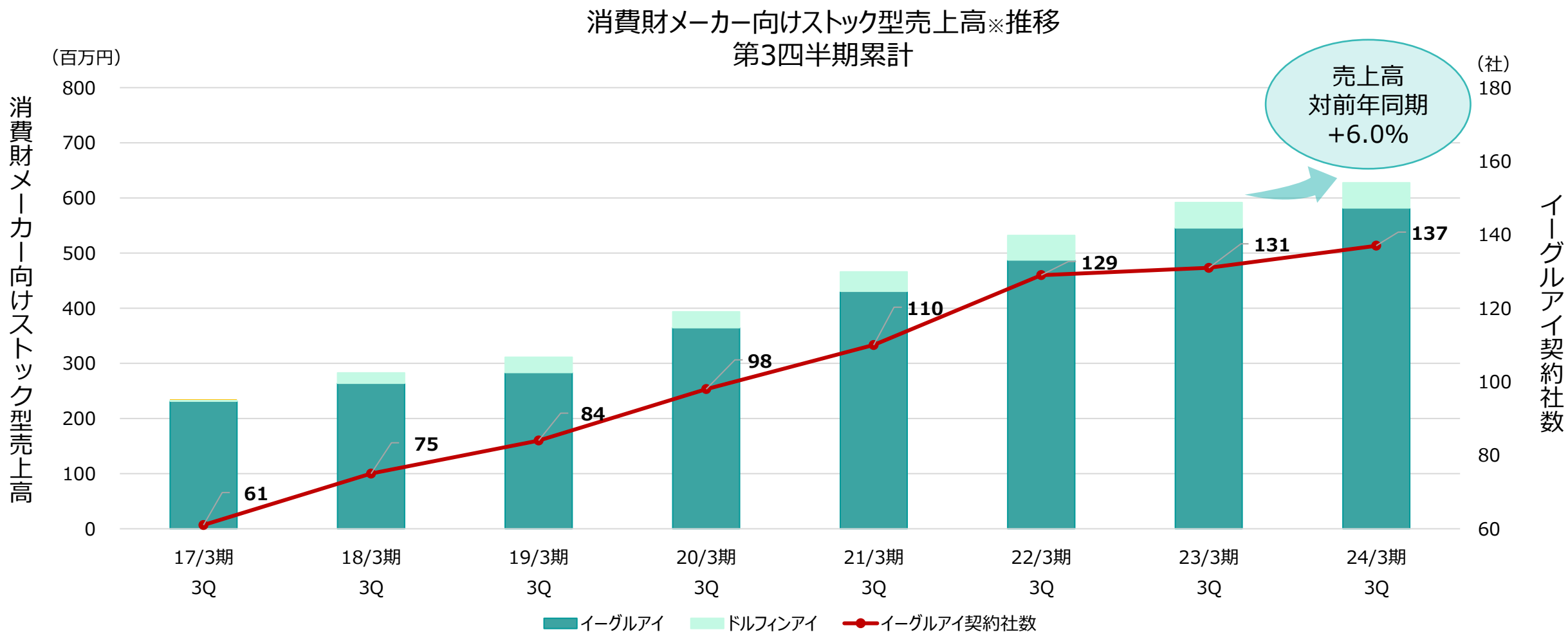
- 24/3期3Qは対前年同期比で減収も、23/3期4Q以降は回復傾向。



※小売業向けストック型売上高：ショッピングスキャン等の売上高。ショッピングスキャンの月額課金部分および小売業向けに提供する月次分析レポートなどを含む。ショッピングスキャンの初期導入費は除く。

## ハイライト② 消費財メーカー向けストック型売上高推移：3Q累計

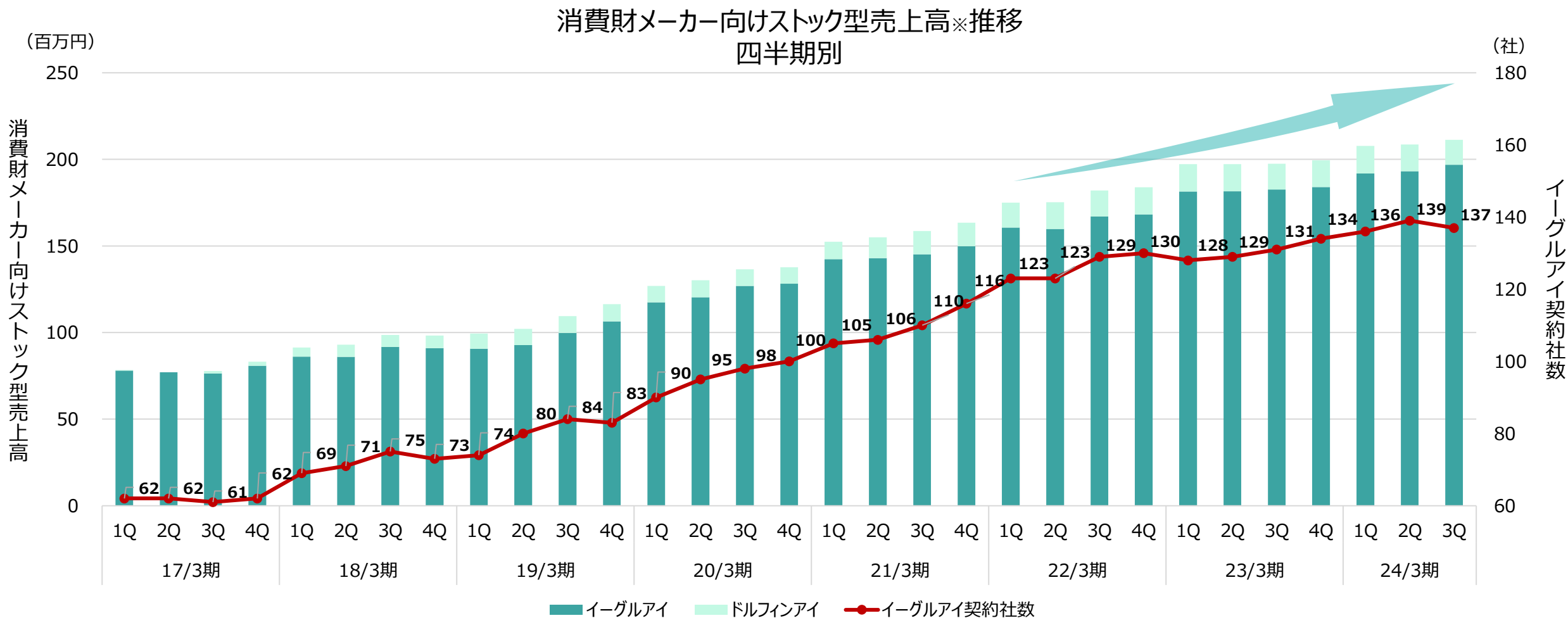
- 3Q累計は、売上高の伸びはやや緩やかも、イーグルアイ契約社数は順調に増加。



※POS分析クラウドのストック型売上は、今回の決算説明資料から「その他ストック型売上」に含めて開示。

## ハイライト② 消費財メーカー向けストック型売上高推移：四半期別

- 新規顧客獲得等により順調に成長を継続。
- 3Qは、2Q末に比較的大型の契約を獲得し売上高は伸長も、中堅顧客での解約あり契約社数はQ単位で微減。

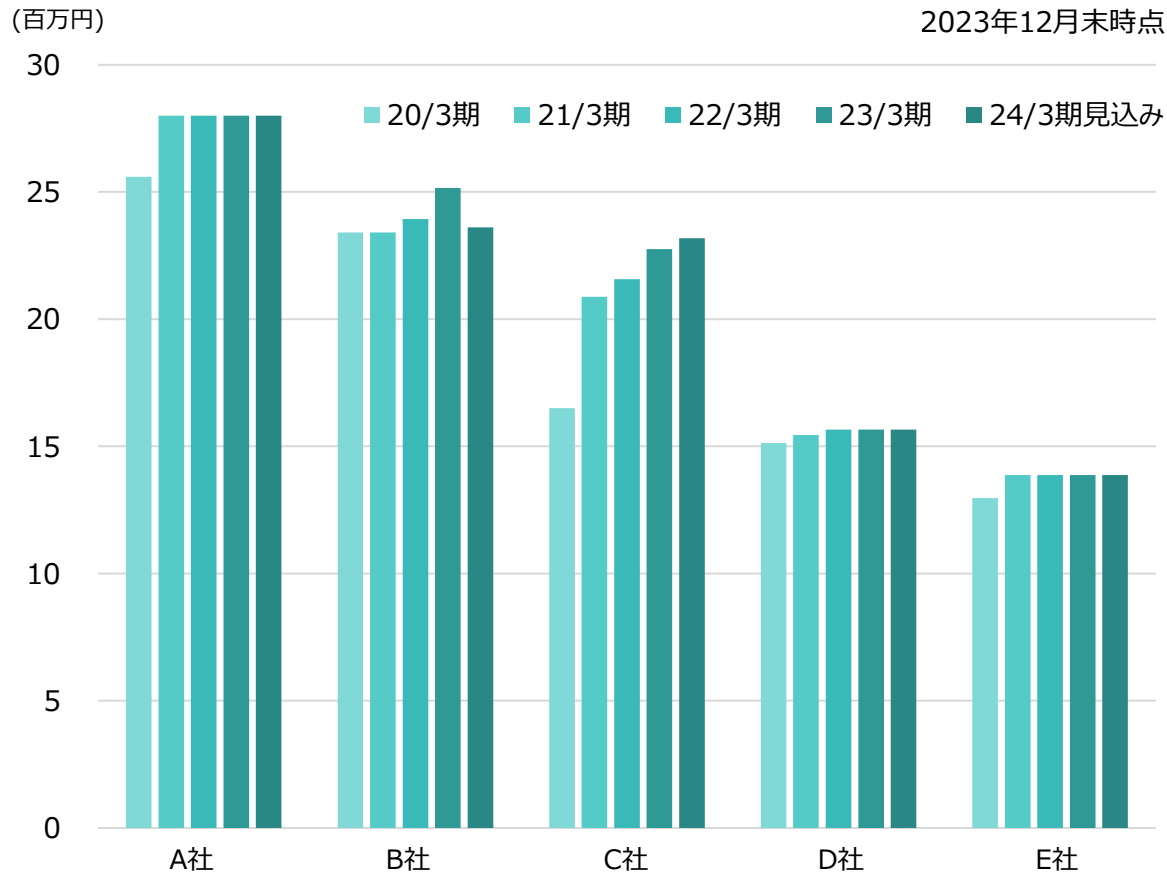


※POS分析クラウドのストック型売上は、今回の決算説明資料から「その他ストック型売上」に含めて開示。

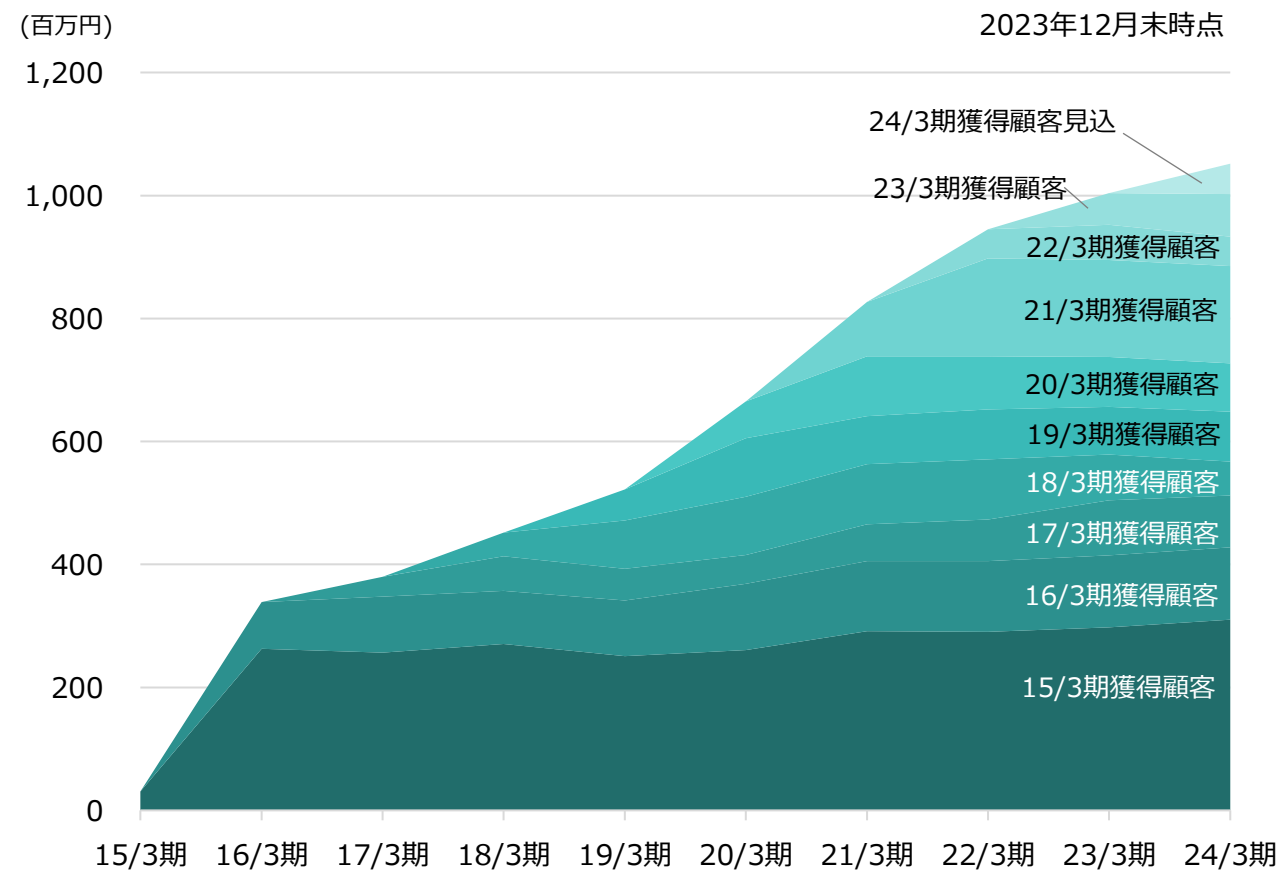


- 既存顧客への売上は顧客単位でも拡大基調。更に每期新規顧客を積み上げ。

イーグルアイ上位顧客5社の売上高推移※1



当社主要ソリューションの顧客獲得時期別ストック型売上高推移※2



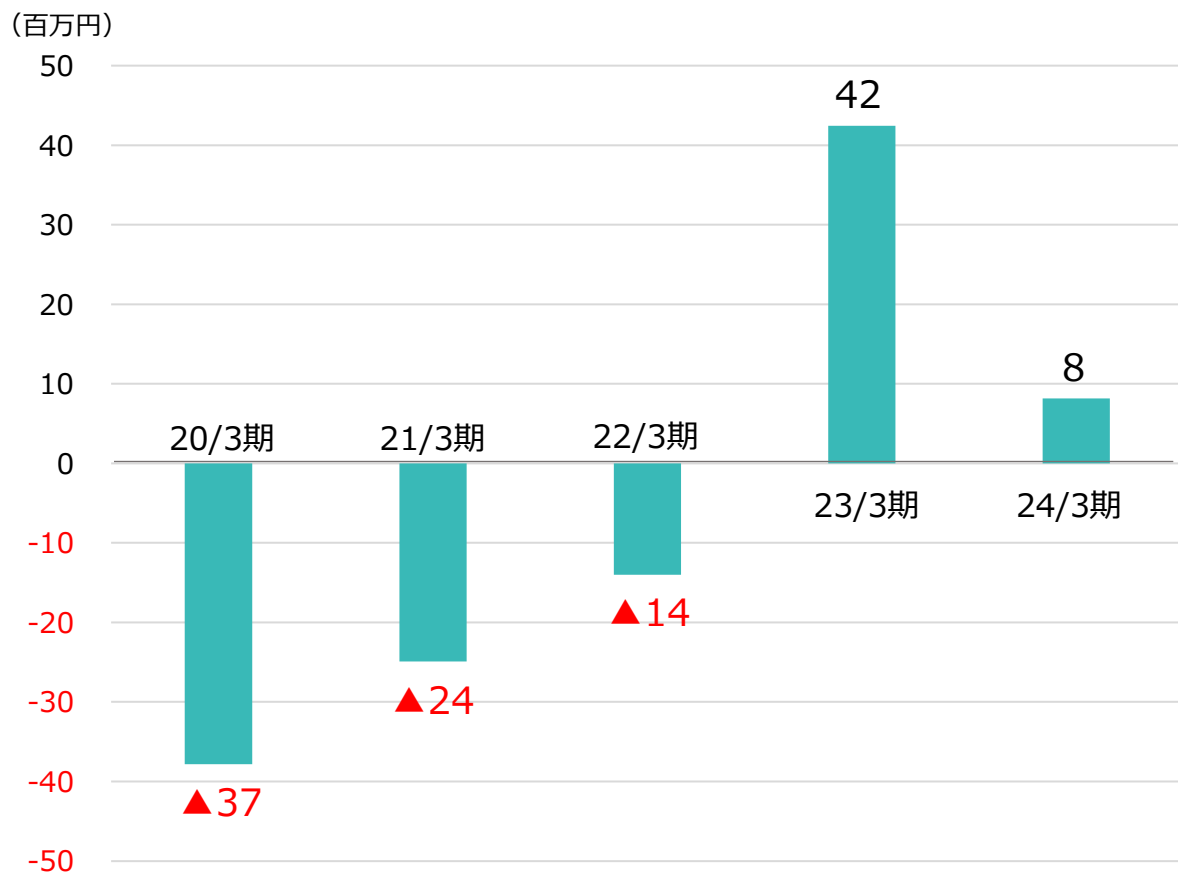
※1 当社主要ソリューションの一つである「イーグルアイ」における20/3期から24/3期見込みまでの売上高実績合計上位5社の売上高推移。

※2 当社主要ソリューションである、「イーグルアイ」および「ショッピングスキャン」の15/3期から24/3期見込みの獲得顧客の顧客獲得時期ごとの売上高実績。

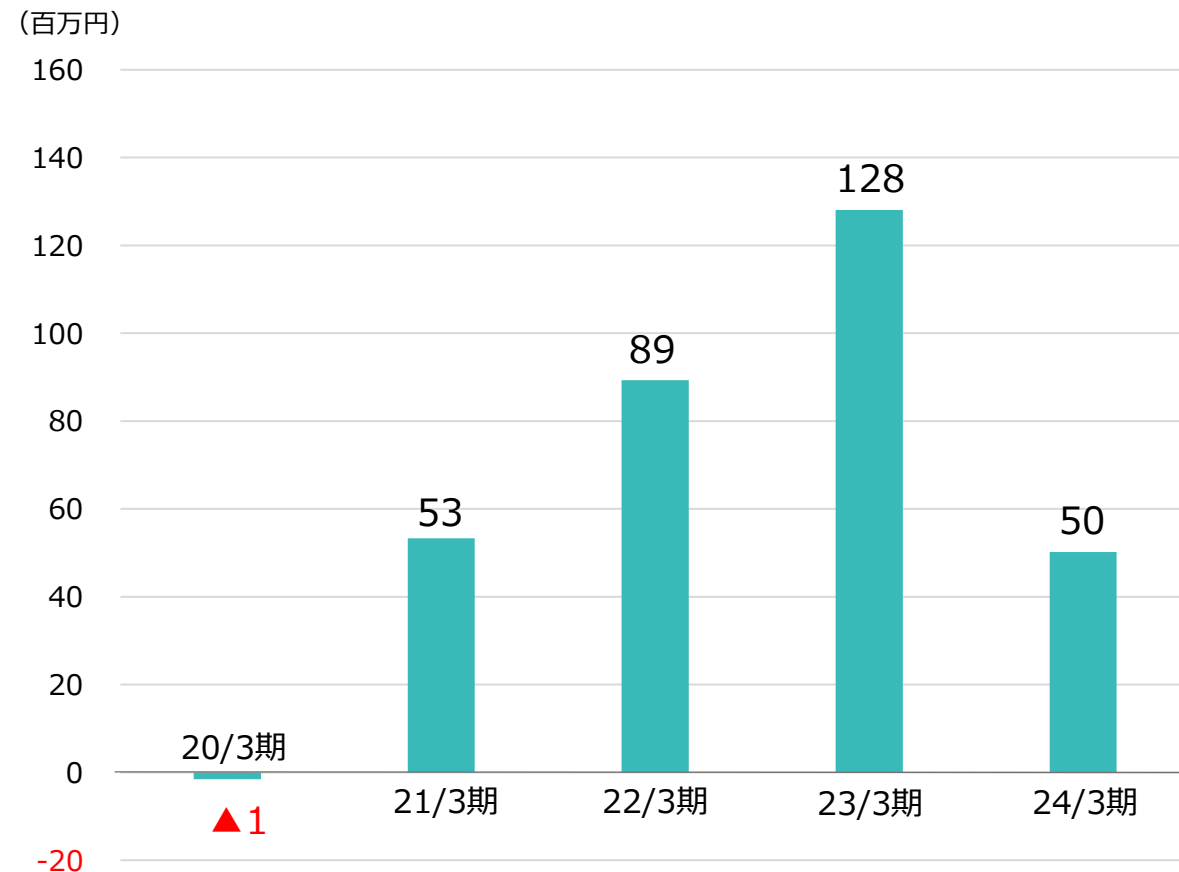
# ハイライト③ 営業利益推移：3Q累計

- 大幅な人員増等の中期的な成長投資および売上構成比の変化により、前年比で利益水準が低下。
- 2020年に完了した基幹システム開発費の減価償却費負担は、今期1Qで終了。

営業利益推移  
第3四半期累計



減価償却前営業利益  
第3四半期累計 ※

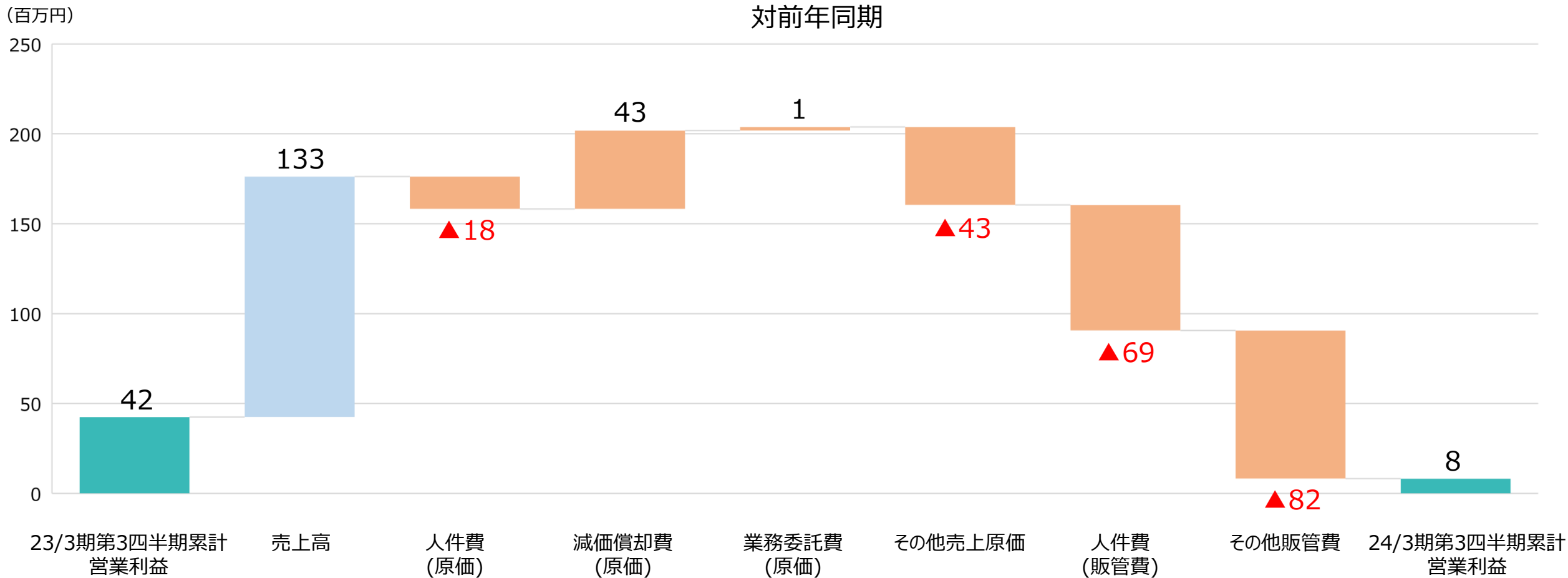


※ 20/3期から24/3期の第3四半期累計の売上原価における減価償却費を除いた営業利益の数値。

# ハイライト③ 営業利益増減分析：対前年同期

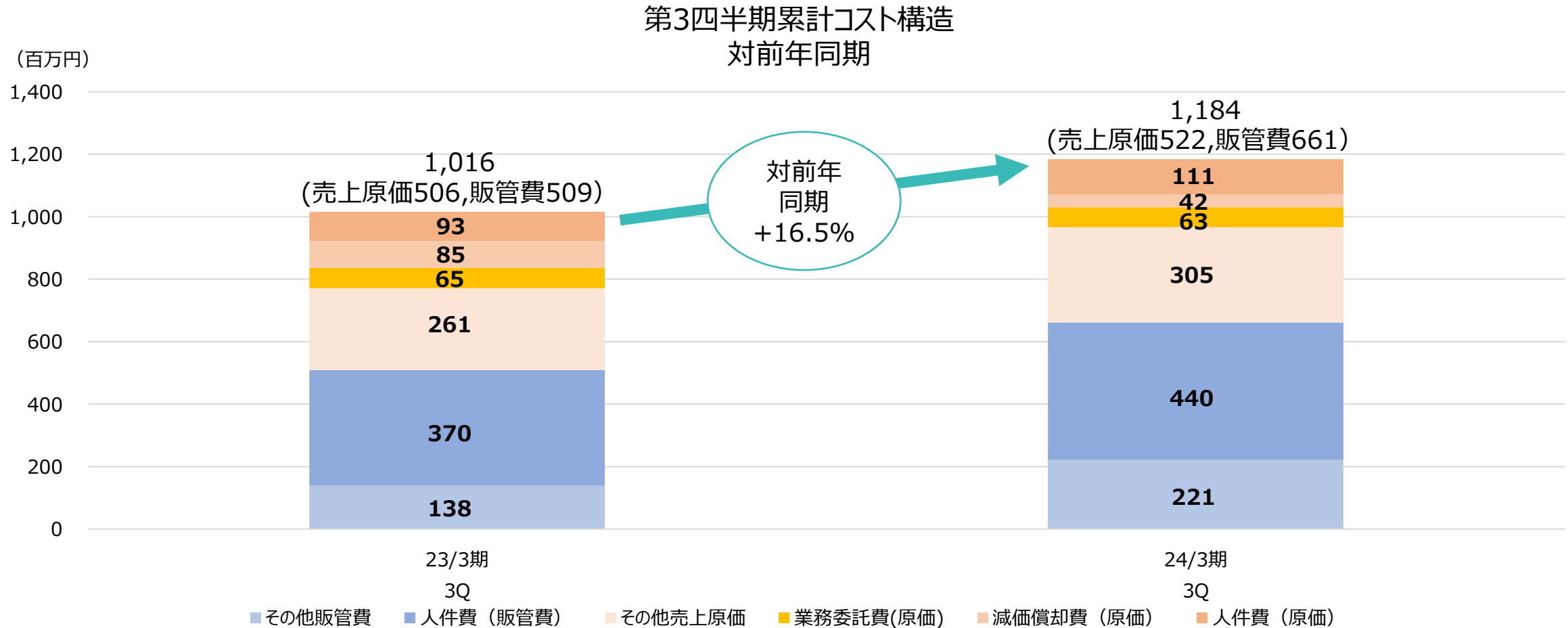
- 1Qで基幹システム開発費の減価償却が終了。
- 売上構成比の変化により初期売上にともなう売上原価が上昇し、「その他売上原価」が増加。
- 計画的な人員の大幅増、研究開発費の成長投資、および事業運営基盤の構築等により販管費が増加。

第3四半期累計営業利益増減分析  
対前年同期



# ハイライト③ コスト構造：対前年同期

- 費用は対前年同期比+16.5%。
- 中長期の成長に向けて、計画的な人員増強や研究開発費、事業運営基盤の構築等の投資を拡大。



※1 人件費 (原価) : 従業員給与、従業員賞与、賞与引当金繰入、法定福利費、通勤費、アルバイト給与、退職給付費用の合計額。

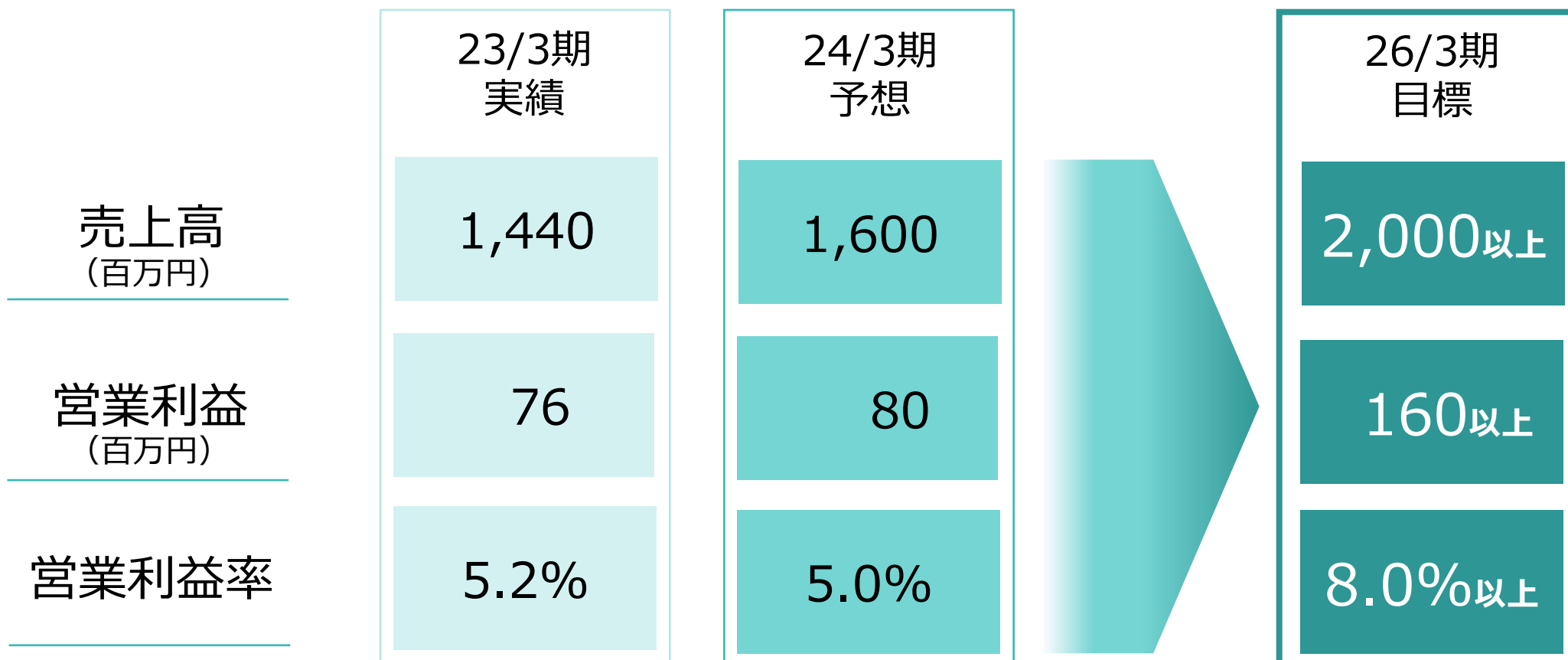
※2 人件費 (販管費) : 役員報酬、従業員給与、従業員賞与、賞与引当金繰入、法定福利費、福利厚生費、通勤費、アルバイト給与、退職給付費用の合計額。

- 営業利益以下の各利益の進捗に遅れあるも、通期業績予想は据え置き。

(百万円)

	24/3期 第3四半期累計				24/3期 通期業績予想			
	金額	構成比	前期比	前期比増減	金額	構成比	前期比	前期比増減
売上高	1,192	100.0%	+12.6%	+133	1,600	100.0%	+11.1%	+160
売上原価	522	43.8%	+3.1%	+15	633	39.6%	-6.1%	▲41
売上総利益	669	56.2%	+21.4%	+117	966	60.4%	+26.3%	+201
販管費	661	55.5%	+29.9%	+152	886	55.4%	+28.6%	+197
営業利益	8	0.7%	-80.8%	▲34	80	5.0%	+5.2%	+3
経常利益	7	0.6%	-82.2%	▲32	77	4.8%	+5.9%	+4
当期純利益	1	0.1%	-97.2%	▲38	62	3.9%	+82.6%	+28

- 2023年5月15日の決算説明資料にて開示した26/3期の数値目標に向けた取組みは順調に進捗。
- 24/3期は、中期的な成長投資に向けた専門的な人材採用および研究開発、新サービス立上げを強力に推進。
- 今後のデータ活用市場の拡大、DX民主化の動きを先取りした当社ポジションの確立を早める。



- 前期末から大きな変化なし。

(百万円)

	23/3期 期末	24/3期 第3四半期末	前期末比
流動資産	1,079	1,097	+17
固定資産	193	169	▲ 24
繰延資産	4	2	▲ 2
資産合計	1,278	1,269	▲ 8
流動負債	271	279	+8
固定負債	36	13	▲ 22
負債合計	307	293	▲ 14
純資産	970	975	+5
自己資本比率	75.9%	76.9%	+0.9ポイント

# (参考)ストック型売上高推移 (P. 12グラフの実数値)

(百万円)

	17/3期				18/3期				19/3期				20/3期				21/3期				22/3期				23/3期				24/3期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
<b>売上高</b>	198	197	213	275	254	243	273	246	266	249	274	288	222	244	281	263	273	277	310	304	302	320	328	362	362	347	349	381	373	411	406
<b>ストック型売上高</b>	108	110	114	121	141	143	151	154	158	163	177	186	199	219	233	233	243	243	255	272	286	292	301	322	333	327	325	329	339	335	342
イーグルアイ	78	77	76	80	86	85	91	91	90	92	99	106	117	120	126	128	142	142	145	149	160	159	166	168	181	181	182	184	191	193	196
ドルフィンアイ	0	0	1	2	5	7	6	7	8	9	9	9	9	9	9	9	10	12	13	13	14	15	14	15	15	15	14	15	15	15	14
ショッピングスキャン等	21	21	22	23	26	27	29	32	32	32	41	39	35	41	49	49	51	51	59	71	72	74	77	77	79	79	71	71	74	74	76
その他ストック型売上	9	11	14	14	23	22	23	24	26	29	26	30	36	47	47	46	39	36	36	38	38	43	41	60	56	51	56	58	57	52	54
<b>スポット型売上高</b>	36	28	37	80	42	47	50	26	47	34	38	59	23	24	48	29	29	34	54	31	15	28	27	39	28	19	23	52	34	75	64
<b>CVS売上高</b>	52	59	61	73	71	52	70	64	60	51	58	43	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



## 02 トピックス

## 2023年5月

### 楽天グループのソリューションと連携を開始

2023年5月16日（火）、当社の「統計化した全国規模のオフライン購買データ」が楽天のIDマーケティングソリューションにおけるメニュー「Instore Tracking」との連携を開始しました。



## 2023年5月

### Googleのオープンソース統計モデルを活用した新サービス「Poswell」の提供を開始

2023年5月23日（火）、消費財メーカーに向けて、実店舗におけるYouTube広告の売上効果を検証する新サービス「Poswell（ポスウェル）」の提供を開始しました。



Pick Up①

## 2023年9月

### AIとビッグデータで新規出店時の売上を予測「SalesSensor」を提供開始

2023年9月13日（水）、小売業が新規出店する際の売上を予測するサービス「SalesSensor」の提供を開始しました。社内にデータサイエンティストがいない企業でも、新規出店コストの最適化につなげることが可能になります。



Pick Up②

## 2023年9月

### プラネットと共同で「POSデータクレンジングサービス」の提供開始

小売業ごとにバラバラな形態のPOSデータを統一のフォーマットに整え、必要な情報を付与することでデータを分析できる状態に下ごしらえをする、消費財メーカー向けのSaaS型サービス「POSデータクレンジングサービス」の提供を開始しました。



## 2023年11月

### Google Cloud Marketplaceで「Shopping Scan」の提供開始

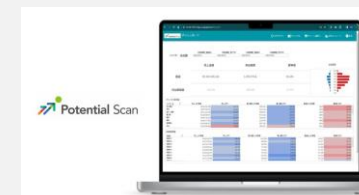
オンライン上のマーケットGoogle Cloud Marketplaceで小売業向け購買データ分析ツール「Shopping Scan」の提供を開始しました。



## 2023年12月

### 伸びしろを可視化する小売業向けAIツール「Potential Scan」の提供を開始

2023年12月25日（月）、今村商事株式会社と連携し、自社と市場全体の売上を比較したり、売上ポテンシャルの高い商品を見つけたりすることができる小売業向けAIツール「Potential Scan」の提供を開始しました。



## Google Cloud Marketplaceで 「Shopping Scan」の提供開始

Google Cloud Marketplace で、小売業向け購買データ分析ツール「Shopping Scan（ショッピングスキャン）」の提供を開始しました。

Google Cloud Marketplace とは Google Cloud 上で利用できる様々なアプリケーションやサービスを簡単に検索、購入、配備することができるオンライン上のマーケットです。

これにより、Google Cloud ユーザーは「Shopping Scan」の利用を Google Cloud Marketplace から申し込むことが可能になりました。

当社は今後、連携ソリューションをさらに強化してまいります。

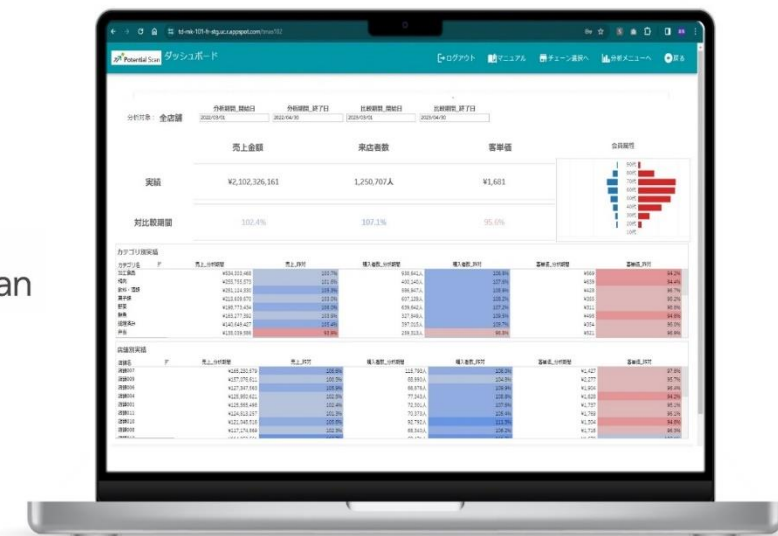


## 伸びしろを可視化する小売業向けAIツール 「Potential Scan」の提供を開始

消費流通業界のデジタル化を促進するコンサルティング事業やDX研修を推進する今村商事株式会社と連携し、自社店舗の売上と市場全体との売上を比較したり、もっと売れそうな、ポテンシャルの高い商品を見つけたりすることができる小売業向けAIツール「Potential Scan（ポテンシャルスキャン）」の提供を2023年12月25日（月）に開始しました。

「DXの民主化」を背景に、企業のデータ活用機運は高まっています。当ツールは、データ分析の専門家がない小売業でも、店長やバイヤーなど現場の方々が「売上アップの伸びしろがどこにあるのか」をAIの示唆にもとづいて視覚的に把握し、品揃えや販売促進のヒントを得ることが可能です。

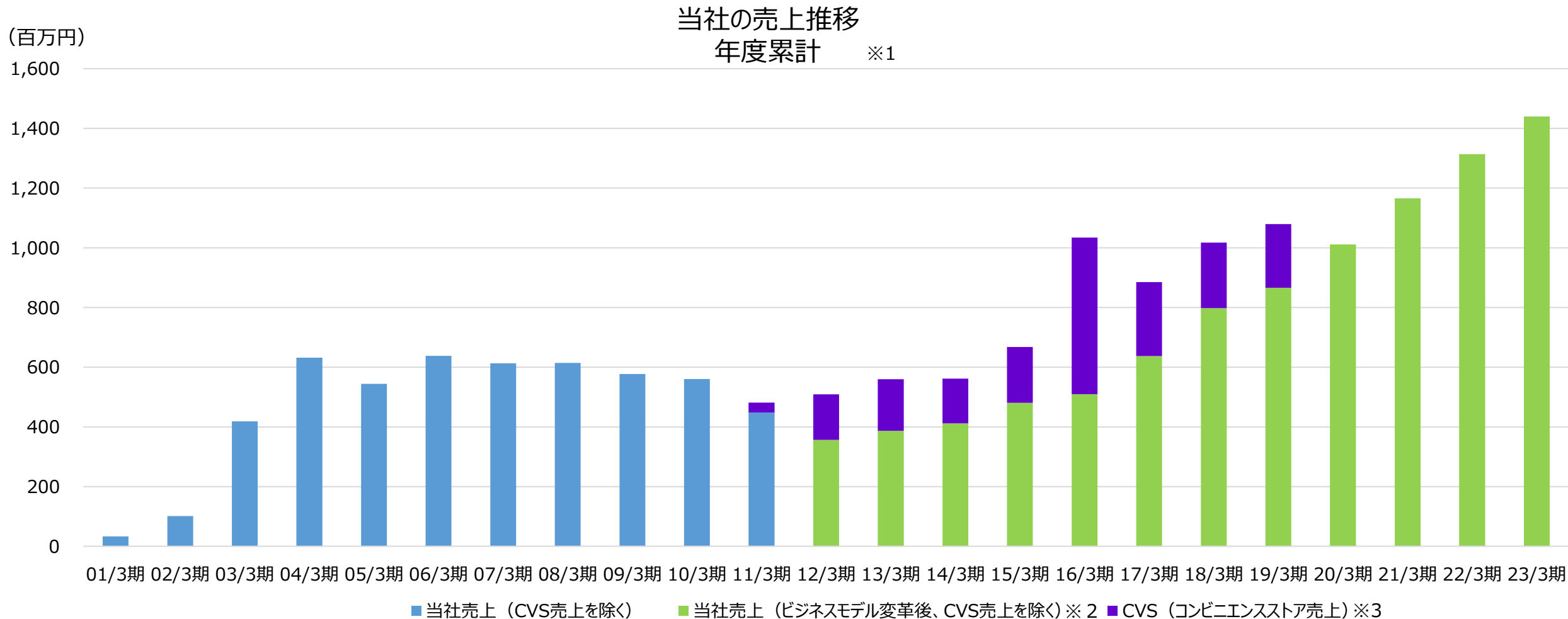
最新のAIテクノロジーを使ったID-POS分析手法を小売業の現場へ浸透させるDX研修「営業DDX」も組み合わせ提供します。



▶2023年12月14日開示の「新サービス『Potential Scan（ポテンシャルスキャン）』提供開始のお知らせ」をご参照ください。

# 03 当社の強みと成長戦略

- 12/3期に、V字回復を掲げてビジネスモデルを変革以来、あらゆる環境変化に対応しながら、成長を継続。



※1 2023年6月21日「有価証券報告書 – 第23期(2022/04/01 – 2023/03/31)」に記載した「図表 当社の売上推移」の売上単位および決算期の表記を変更したグラフ。

※2 P.8、P.9に記載した「True Data事業売上(CVS以外の売上)」と同義。

※3 P.8、P.9に記載した「CVS売上」と同義。

会社名	株式会社True Data（英語名：True Data Inc.）
設立	2000年10月
上場市場	東京証券取引所 グロース [証券コード 4416] 2021年12月上場
資本金	1,354,041,500円(2023年12月31日現在)
事業所	本社 東京都港区芝大門1-10-11 芝大門センタービル 4階 静岡オフィス 静岡県静岡市葵区東草深町18-10 東草深町ビル 2階
取締役	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 代表取締役社長 米倉 裕之</li> <li>■ 取締役 島崎 尚子</li> <li>■ 社外取締役 玉生 弘昌 株式会社プラネット 代表取締役会長</li> <li>■ 社外取締役 結城 義晴 株式会社商人舎 代表取締役社長</li> <li>■ 社外取締役 伊藤 久美 筑波大学理事</li> <li>■ 取締役（監査等委員） 川崎 清</li> <li>■ 社外取締役（監査等委員） 吉岐 浩一</li> <li>■ 社外取締役（監査等委員） 石原 弘隆 東京あおい法律事務所 弁護士</li> </ul>
事業内容	全国の消費者購買データを扱うビッグデータプラットフォームを運営。POS/ID-POSなど消費者データ分析や購買行動分析ソリューションを小売業、消費財メーカー等に開発・提供。データマーケティング支援。
取引実績	ドラッグストア、スーパーマーケット、消費財メーカー企業や国、学校など200社以上との取引実績

## データと知恵で未来をつくる

ビッグデータは、人びとの行動の積み重ねです。  
わたしたちは「データの真実」と「人間の知恵」で価値を生み、  
より良い未来をつくります。

### ■ 行動指針

- ・社会へ貢献し、持続的な成長を追求します。
- ・地域や規模を超え、あらゆる組織のデータ活用を支援します。
- ・データやテクノロジーを使う人の教育を推進します。

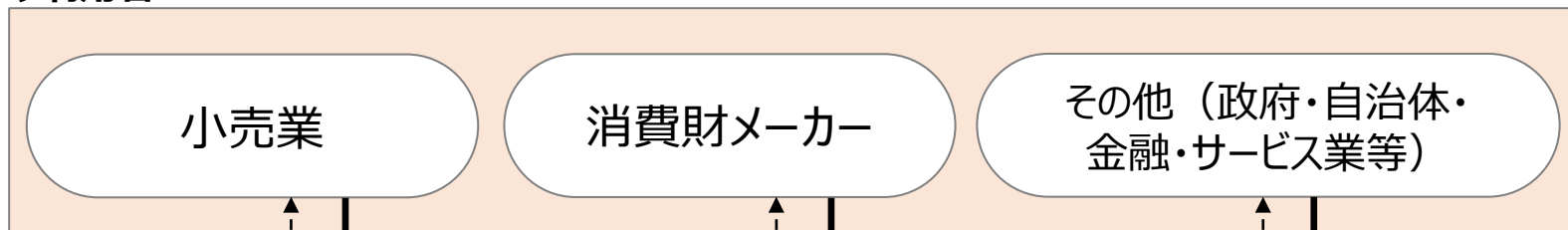
### ■ コーポレートスローガン

見えない真実を、見に行こう

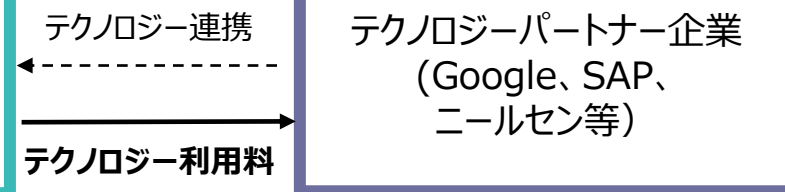
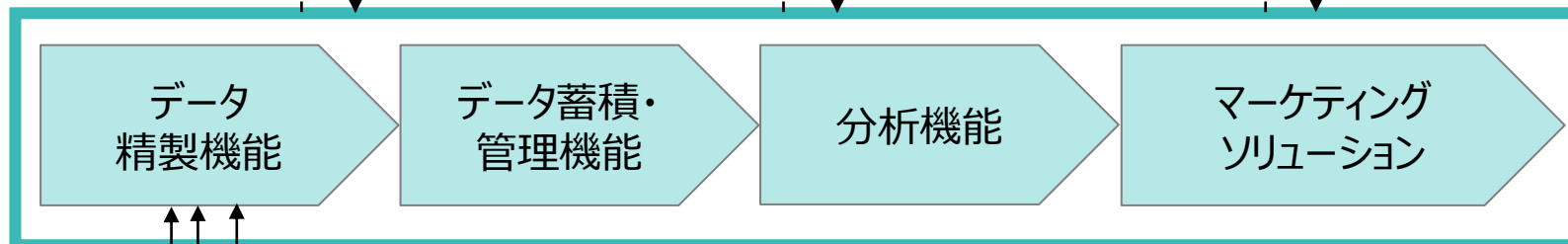


- 当社事業は、テクノロジーパートナーのクラウド上にセキュアなデータガバナンスを実現するデータプラットフォームを構築し、データ・テクノロジー・データ活用ノウハウ（教育）をワンストップで提供することで、クライアントのデータ活用を支援。

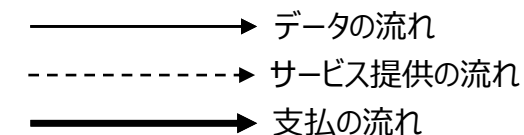
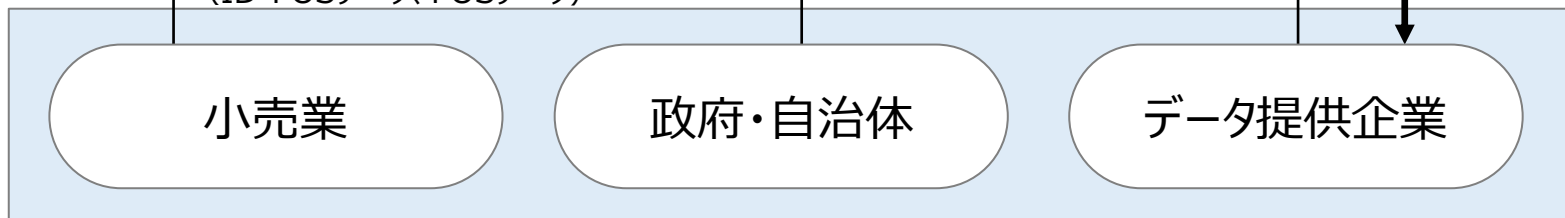
## データ利用者



(※) データ活用支援  
データ提供、テクノロジー提供、  
データ活用ノウハウ（教育プログラム）提供を含む

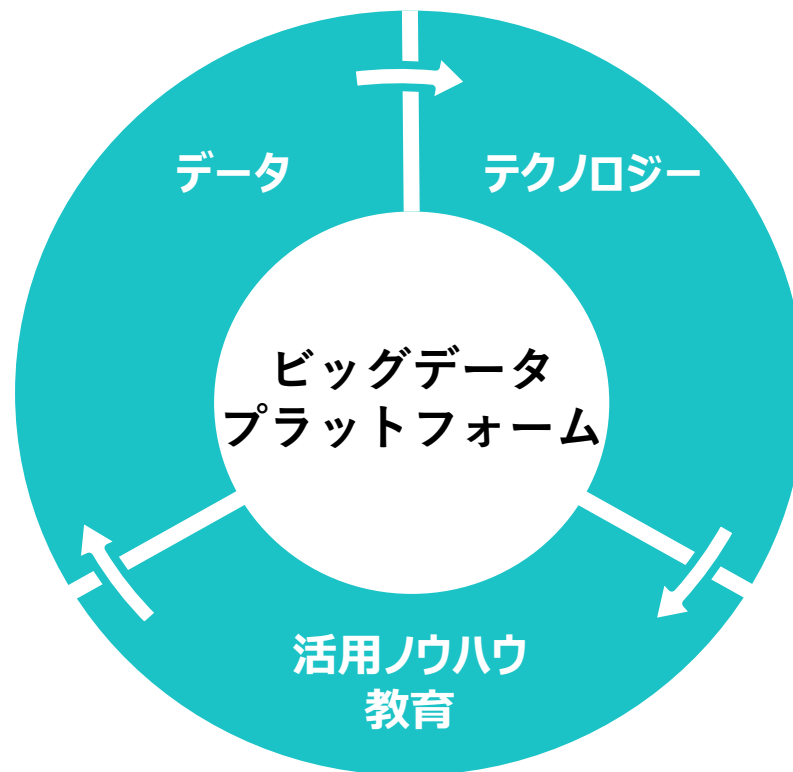


## データ保有者

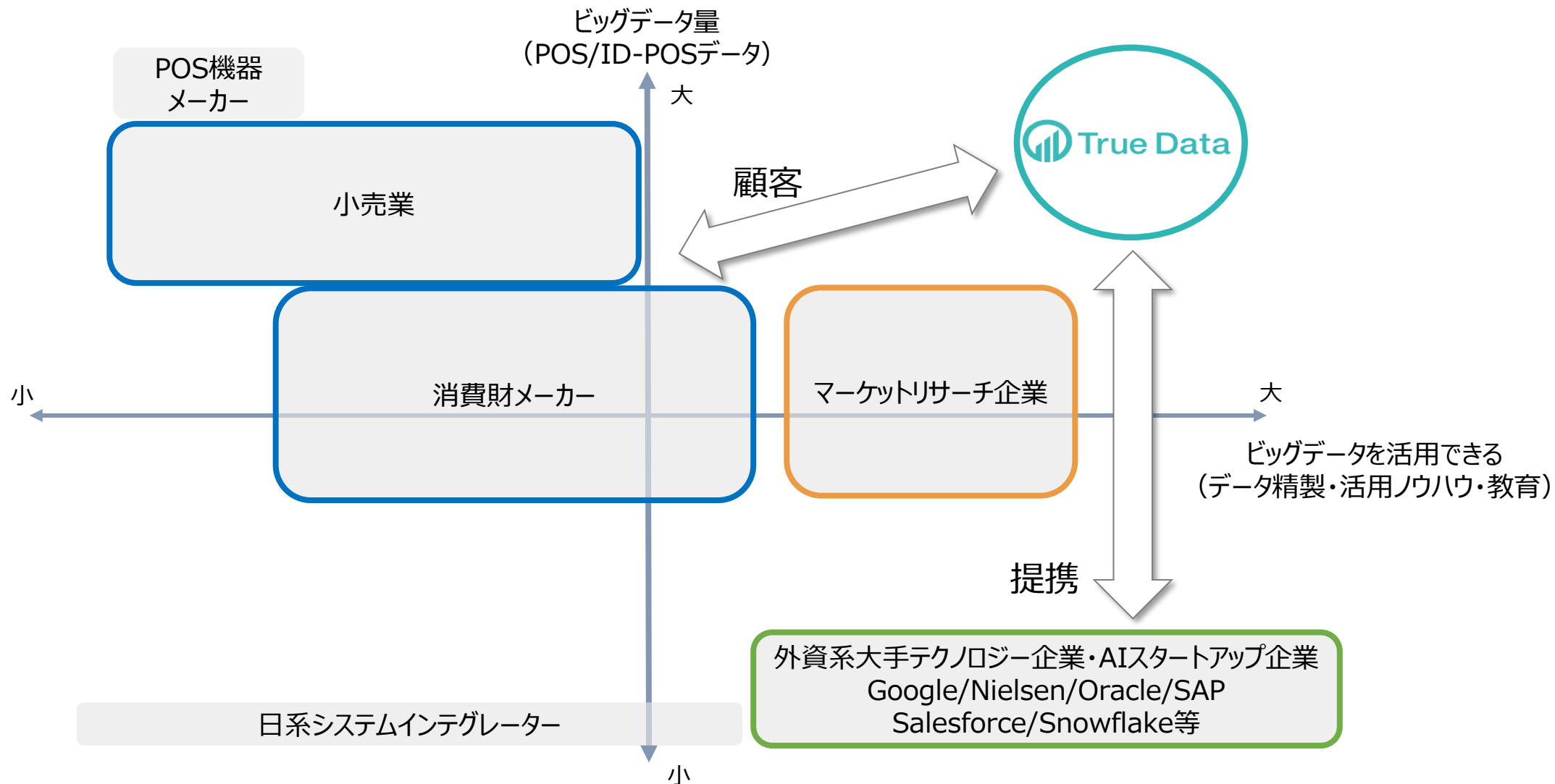




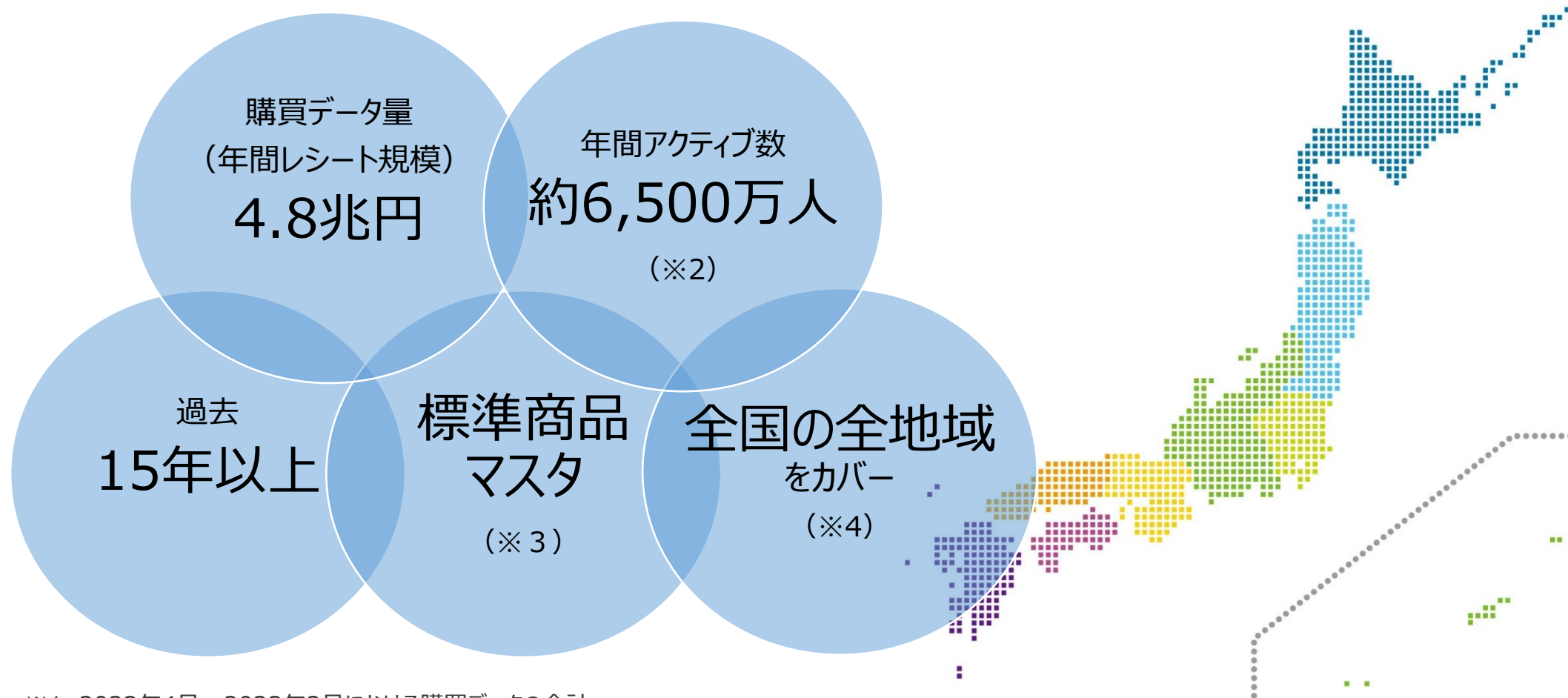
- ①データ、②テクノロジー、③活用ノウハウ（教育含む）の3領域がデータマーケティングには不可欠であり、当社は3領域すべてをクライアントにワンストップで提供・ハンドリングできる「ビッグデータプラットフォーム」を運営している。
- 3領域すべての「ケイパビリティ」を磨きながら、「高いクオリティ」と「コスト効率の最大化」の価値を追求している。
- 他企業との協業に際しては、3領域のいずれかを提供すれば良いためWin Winの関係を組み立てやすく、「エコシステムとしての成長」をつくりやすい。
- 業界プレーヤーとも競争でなく協業によるエコシステムを生成しやすい構造を構築している。



- 消費者購買ビッグデータのプラットフォーム運営企業として、データマーケティング業界における独自のポジションを確保してきた。
- 先端テクノロジーは「提携」によって実装し、「顧客」への付加価値を高めてきた。



- 当社データプラットフォームが取り扱う消費者購買データ (※1) の規模は下記の通り。



※1 2022年4月～2023年3月における購買データの合計

※2 2022年4月～2023年3月の1年間に購入実績のあるポイントカード会員数

※3 商品の名称や分類等のデータ。当社はマーケティング用の標準商品マスタをご用意し、幅広いデータ活用をご支援しています。

※4 ご提供するサービスによりエリア区分は異なります。

例えばイーグルアイ（ドラッグストア版）は、全国8エリア（北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州）毎の分析を提供しています。

- 大量データを蓄積・保管・分析し、競争力の高いソリューションをクライアントに提供するためには、テクノロジー面で以下の機能を担保することが必須。
- 当社は、テクノロジー面では自社開発にこだわらず、GoogleやSAPなどグローバルなクラウドを提供するIT企業、ニールセンなど最先端の分析アルゴリズムを持つグローバルマーケティング企業とアライアンス関係を組み、テクノロジーの世界的な進化をデータプラットフォームに取り込む構造を実現している。
- むしろ当社は、データやソフトウェア、データ活用ノウハウを向上させるための人材などテクノロジーを競争力あるソリューションに変えるための経営資源に投資を行い、競争力向上に向けた投資の最適化を図っている。



膨大なデータ量と  
外部ツールへの連携



グローバルレベルの  
セキュリティ・プライバシー  
データガバナンス対応



先進テクノロジーを用いた  
ソリューション・分析メニュー



- テクノロジー面では、自社開発にこだわらず、GoogleやSAPなどグローバルなクラウドを提供するIT企業、ニールセンなど最先端の分析アルゴリズムを持つグローバルマーケティング企業とアライアンス関係を組み、テクノロジーの進化をデータプラットフォームに取り込む構造となっている。
- このような幅広いアライアンスをエコシステムとしてデータプラットフォームに取り込む拡張性と専門性が、競争力の源泉の一つとなっている。



マーケティングリサーチのグローバルNo.1企業

2018年2月 日本のマーケティングパートナーとして業務提携  
日本・グローバルのリテールマーケティングを推進



2022年1月 ベトナム国内の購買データを利活用した  
マーケティングの領域において、日本とベトナムの両国における  
データマーケティングビジネスの拡大を目指し、業務提携



2020年12月 SAPのCXエコシステムに連携するスタートアップとして  
パートナー認定

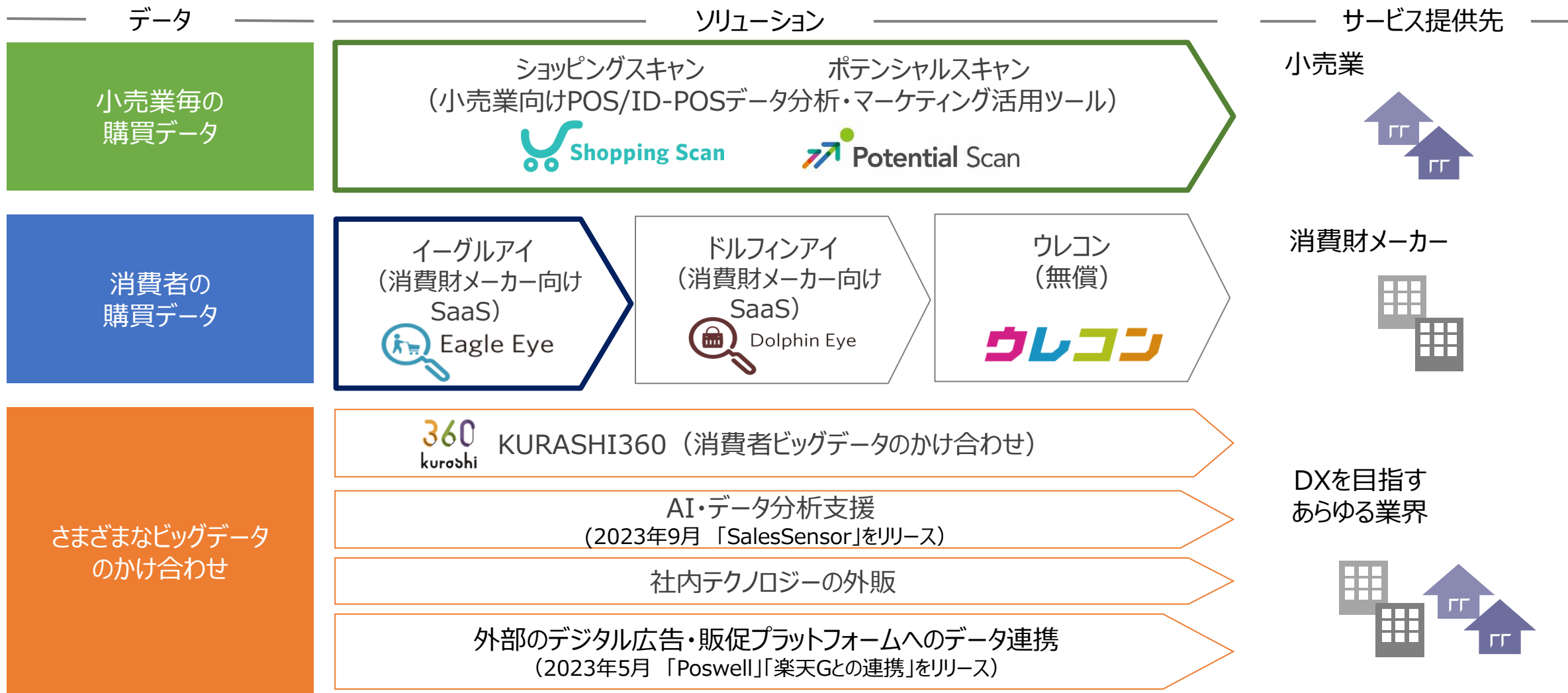


- 2019年6月 Buildエンゲージメントモデル認定
- 2021年11月 Serviceエンゲージメントモデル認定



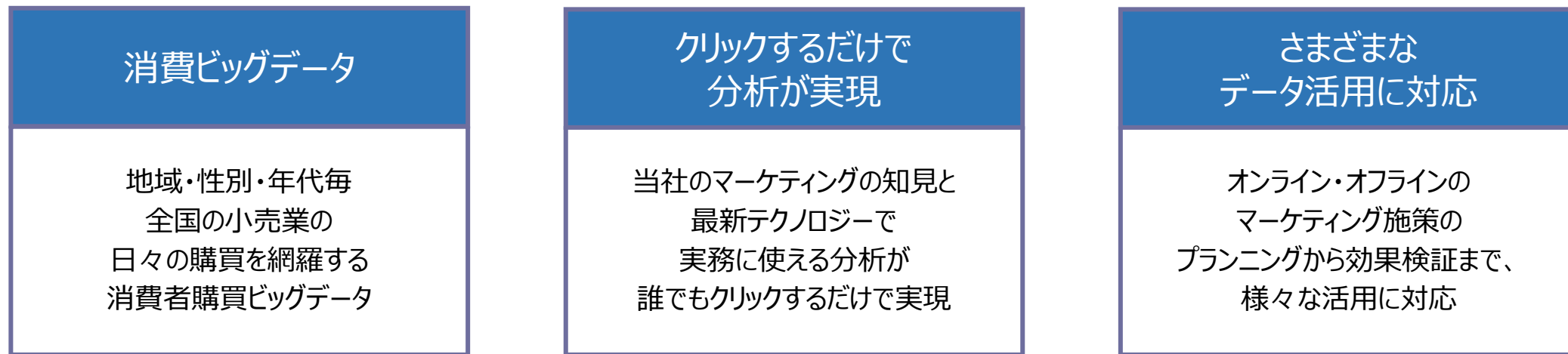
2019年11月 データに基づいたデジタル広告枠のリアルタイムな自動  
買い付けのために、True Data（国内リアル店舗購買データ）と  
Oracle Advertising（旧：Oracle Data Cloud）の  
オーディエンスデータとコネクして、協業開始

- 当社は、堅牢なデータガバナンスとセキュリティのもと、精製・管理されたデータを活用し、サービス提供先のニーズに応じた分析・AIをマーケティングソリューションとして提供している。当社の現在の主力サービスは、「ショッピングスキャン」と「イーグルアイ」である。





- 消費財メーカー向けの「イーグルアイ」と小売業向けの「ショッピングスキャン」が、当社の現在のメインサービス。



## 消費者購買データ分析SaaS



## 小売業データ分析SaaS



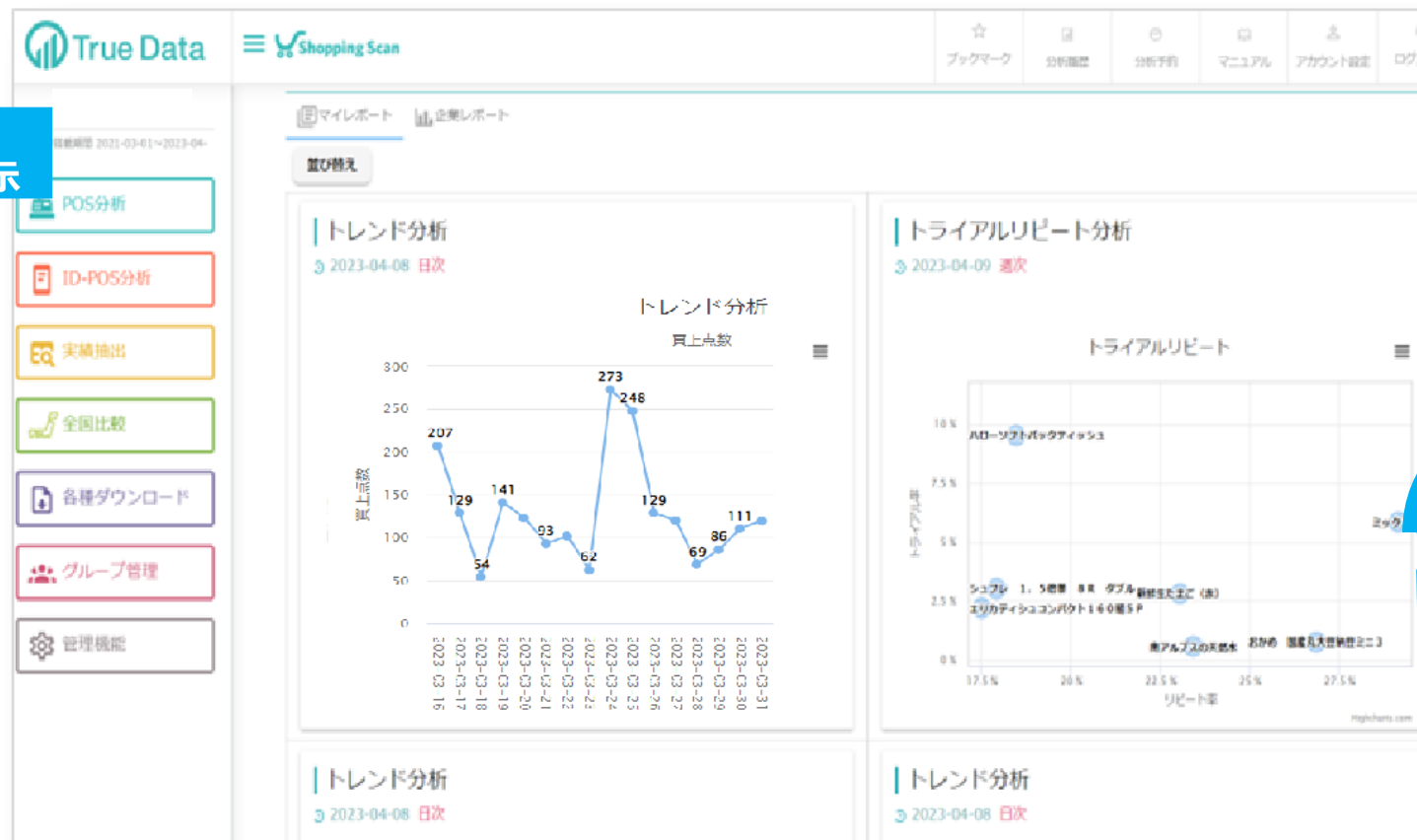
- 小売業がPOS／ID-POSデータを消費財メーカーに開示（販売）し、各メーカーから実際の店舗での購買データに基づく商品提案を受けるためのツール。
- 小売業が店舗でのPOSデータ／ID-POSデータを分析し、自社店舗のデータマーケティングに活用することも可能。

消費財メーカー

小売業

POSデータ開示  
ID-POSデータ開示

提案に  
利用



- 消費者の購買行動の変化を大量なID-POSデータ（ビッグデータ）分析によって可視化し、データに基づく顧客理解を実現。
- 現在※、消費財メーカー134社に導入が進み、1社あたり500ID超の活用事例あり。（※2023年3月末時点）



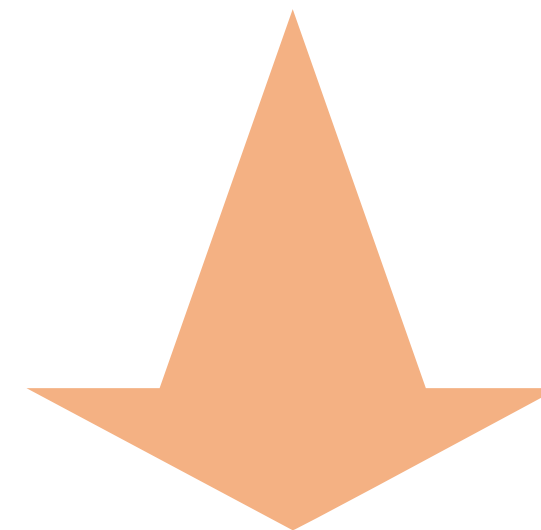
- 「DXの民主化」の動きが加速してきた。
- データ、テクノロジー、活用ノウハウをワンセットで提供するTrue Dataには強い追い風。

データ活用に  
しっかり取り組んでいる企業

データ活用に着手したが、  
現場への浸透はこれからという企業

データ活用にチャレンジしたいと  
考えている企業

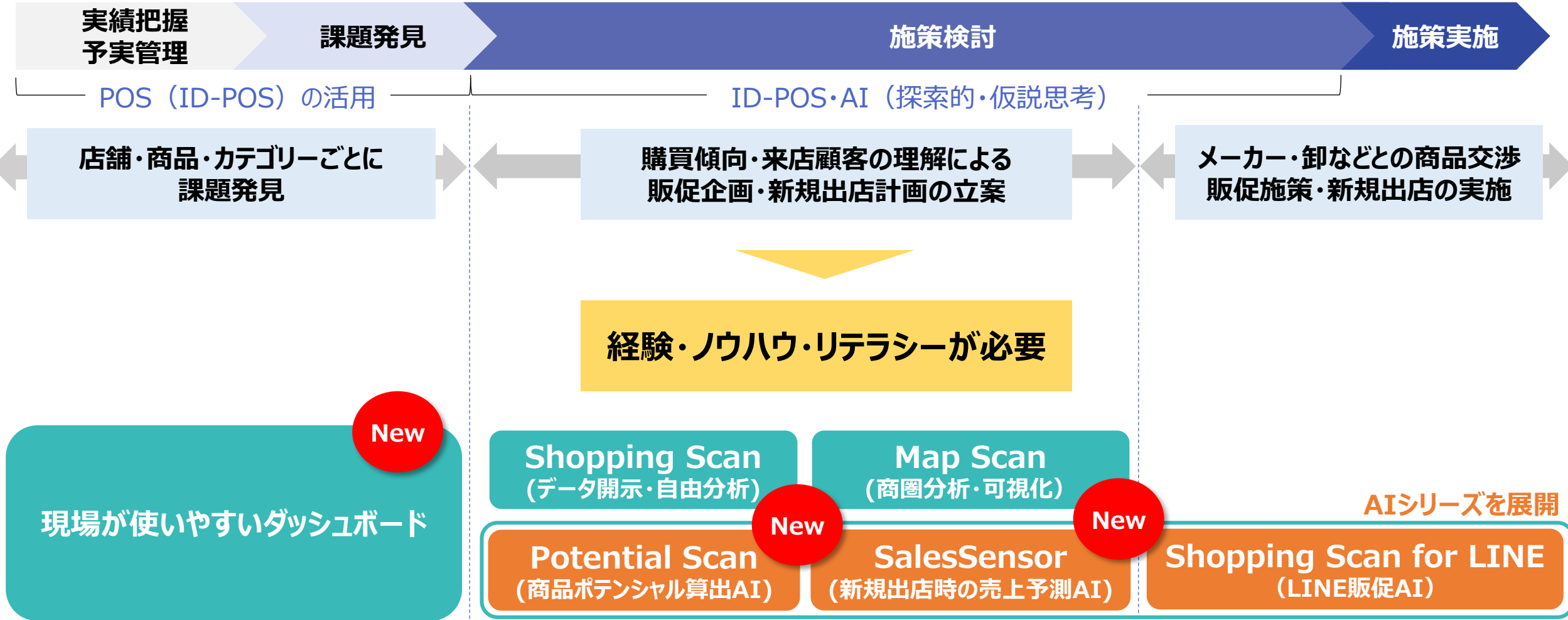
データ活用に  
興味がなかった企業



データ活用の  
急速な広がり

- 当社は小売業のバリューチェーンごとにサービスを展開し、現場ごとに「使いやすいツール」を提供。
- 現場のデータ活用では、個人の得手不得手が発生するため、データ活用をAIが補助する「AIシリーズ」を次々と投入。

## ＜小売業のバリューチェーン＞



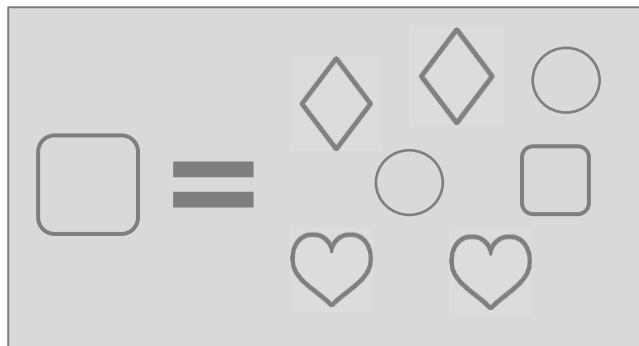
## (参考) DXにより推進される消費者ビッグデータのかけ合わせ

- DXにおけるデータマーケティングは、消費者を多様なビッグデータで理解し、顧客へ最大価値を貢献していく時代に入った。
- ID-POSデータは、多様な消費者ビッグデータの結節点となっている。



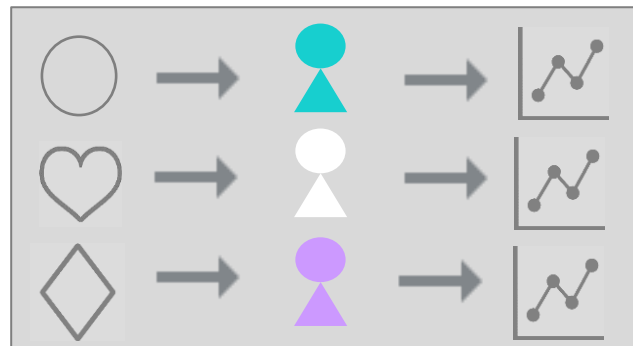
- 消費財メーカー各社は、各小売業からPOSデータやID-POSデータを購入しているが、データを社内で使いこなすためには、下記のような「データ」「データ活用ノウハウ」「テクノロジー」に関わる課題が存在しており、専門性のある豊富な人材を抱え、テクノロジーへの投資が可能な企業を除いて、データ活用を進めるためのハードルとなっている。

## データがバラバラ



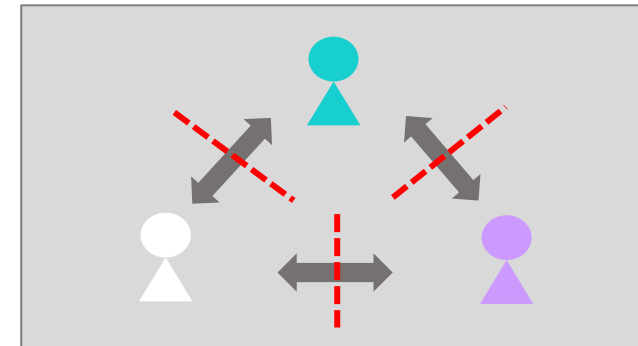
各小売業からPOSデータを購入しているが、システムからのダウンロードや、バラバラなレイアウトの成形などに手間がかかり、一元管理ができない。

## アウトプットの成形に時間がかかる



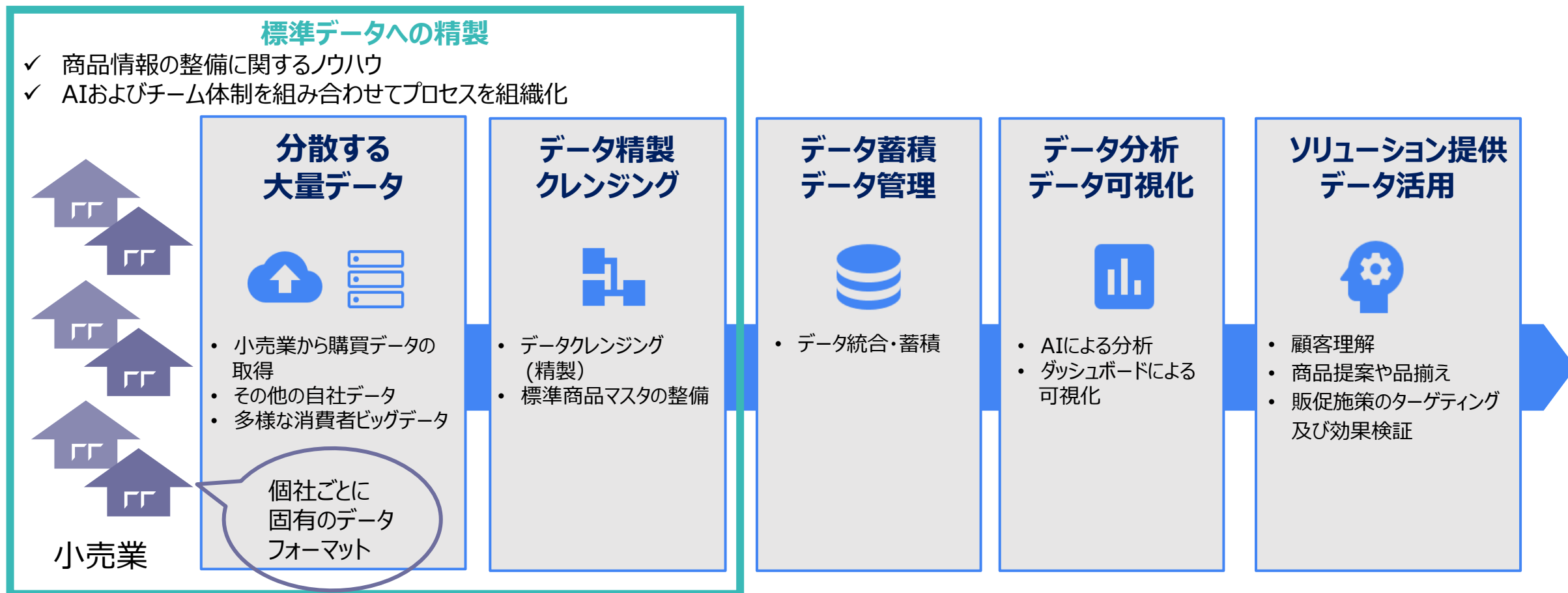
各小売り実績をアウトプットとして出す際に、各営業が手間をかけて読み込みを行い、各自にてアウトプットを作成している。

## 部署間のデータ活用の連携が難しい



実売データを小売業への提案のみでなく、各部署でも有効活用できるようにしたい。

- 小売業の購買ビッグデータは、チェーン毎にデータフォーマットや商品表記がバラバラであることから、小売業毎の分析は可能だが、各小売業のデータを統合して全国で消費者分析を行うことは難しい。当社は、毎日伝送される年間20億レシート規模の「バラバラなフォーマットのデータ」を「標準化されたデータに変換」し、消費者購買データベースを構築してマーケティングに活用している。大量データを集めて分析する難しさ以外に、データ標準化のプロセスには多大な工数がかかることから、消費者ビッグデータを活用するための模倣困難性となっている。





# (参考)ウレコン (全国の消費者購買情報を公開)

- 「誰もがビッグデータマーケティングの恩恵を受けられるように」との思いから、当社はインターネット上で「ウレコン※」を無償で公開している。



<https://urecon.jp/> ※全国各地の購買動向を確認できるマーケティングダッシュボード



会員登録QRコード



是非一度  
使ってみてください！

## 市場シェア・ランキング

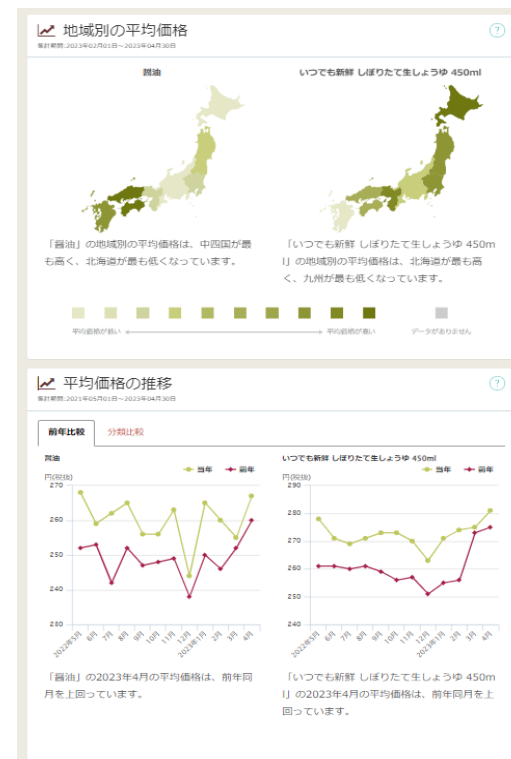
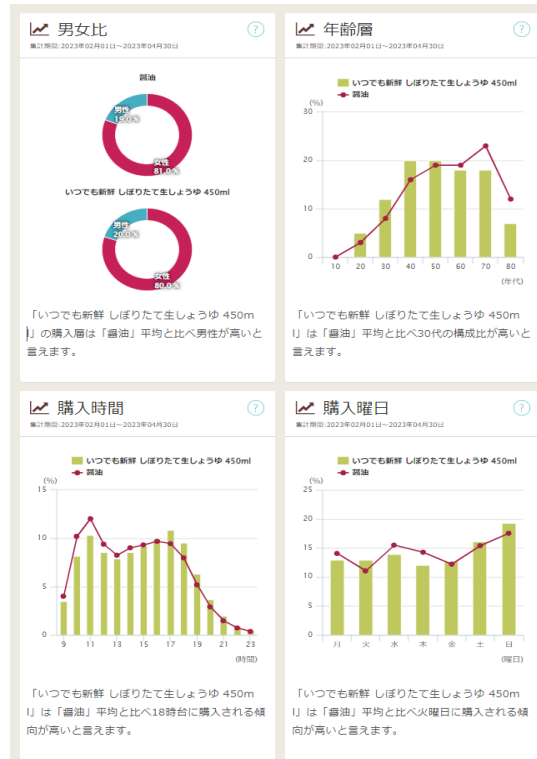
地域別に購買された商品のランキング・平均価格・市場シェア等

## 男女比/年齢層/時間・曜日

商品を購入した人の、性別・年代別の割合

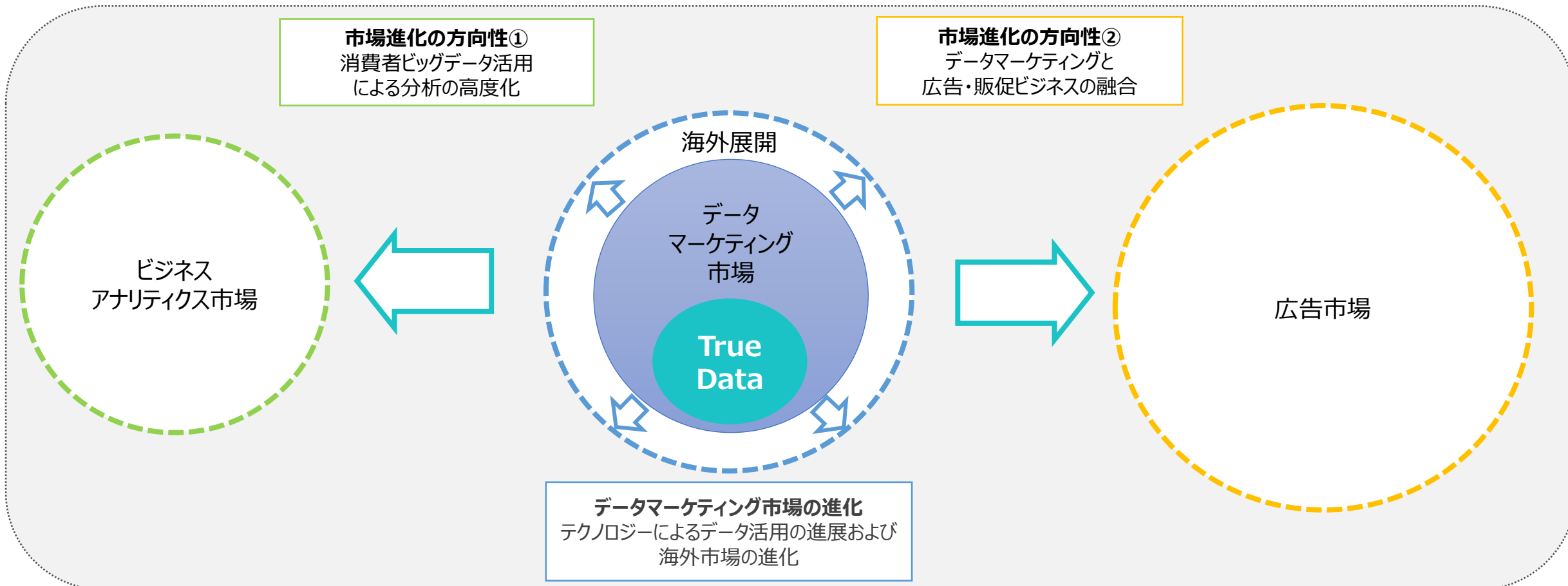
## 平均価格

商品の平均売価を地域別に把握



- 当社は、主として小売業と消費財メーカーの販売・マーケティング活動のデジタルトランスフォーメーション（DX）を支援している。
- 当社の主ターゲット市場は「データマーケティング」市場であり、更に市場進化の方向性に沿って、より広大な市場である「ビジネスアナリティクス」「広告」市場へと事業領域を広げながら成長していく計画である。
- 加えて、発展著しい海外市場（主にアジア）への展開も視野に入れている。

当社参入市場の進化の方向性（「DX支援」の拡大）



- 当社は小売業に対するリテールDX領域の拡大を事業基盤に、各事業領域を強化。

## 当社の事業領域

New

### ビジネスアナリティクス領域

POS分析クラウド  
POSデータクレンジングサービス  
など

### データマーケティング領域

イーグルアイ  
ドルフィンアイ  
など

### 広告領域

Poswell (YouTube効果検証)  
楽天Gとのデータ連携  
など

New

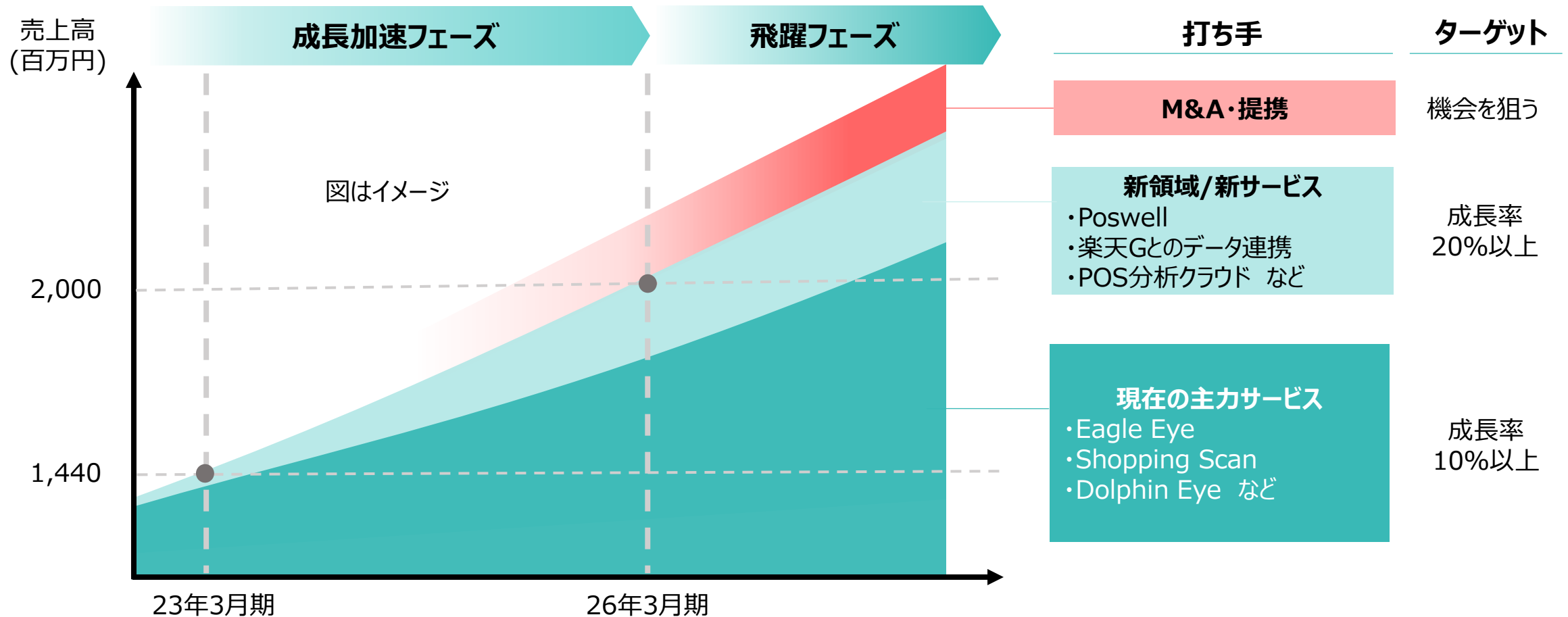
### リテールDX領域

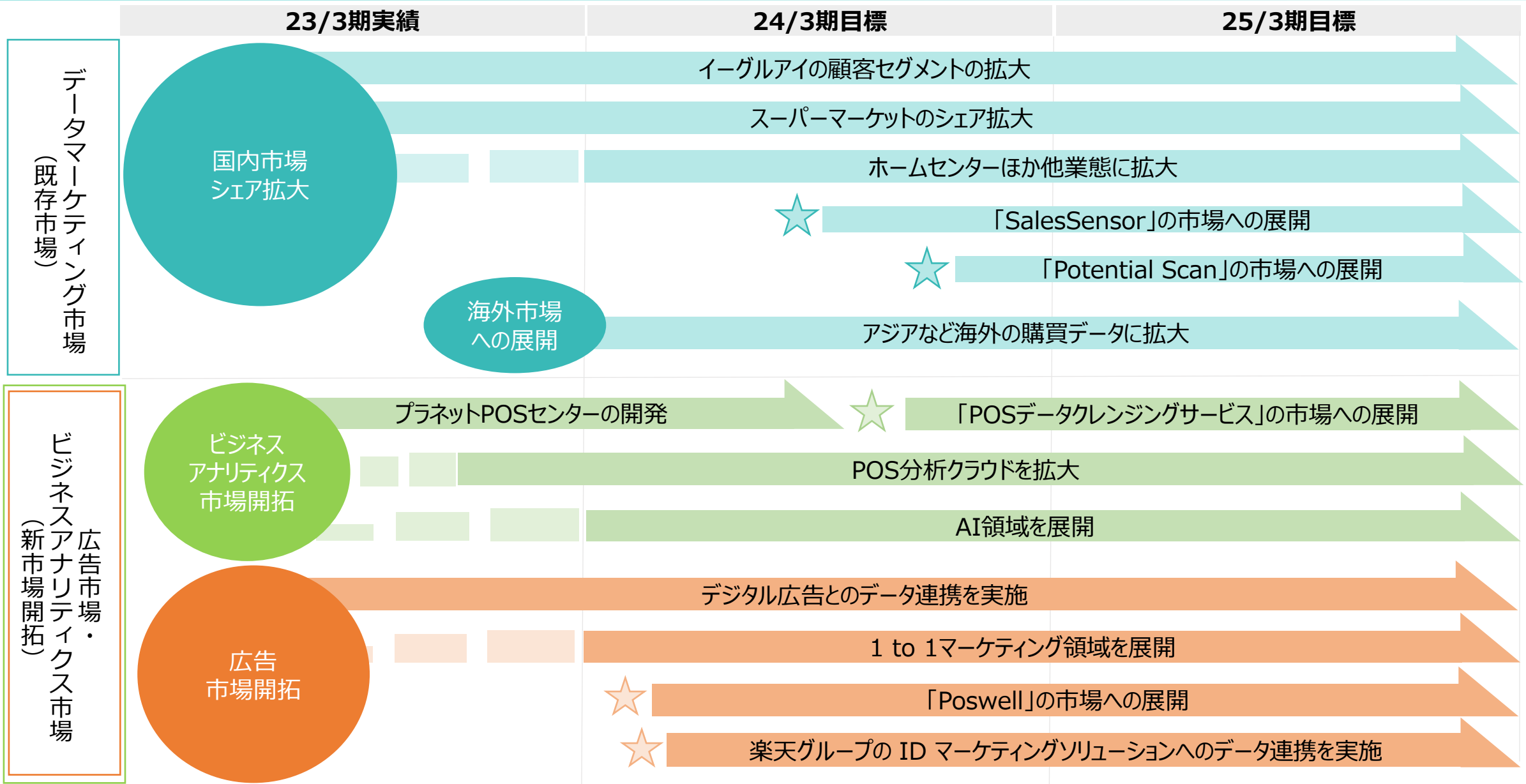
ショッピングスキャン  
SalesSensorなど

➡ 「データ」の網羅性が強まり、さらに価値が拡大

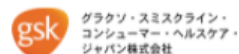
➡ データ活用「ノウハウ」が蓄積されて、さらに価値が拡大

- 現主力サービスはストック型の売上を積み上げ、CAGR10%以上の成長を目指す。
- 新領域（広告／アナリティクス）は、新サービスを順次リリースし、CAGR20%以上の成長を目指す。
- 今後3年度は「成長加速フェーズ」と位置づけ、次なる「飛躍フェーズ」に向けた土台をしっかりと固める。

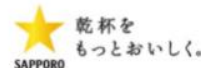




## 200社以上のメーカーとの取引実績 (クライアント企業の一例)



グラクソ・スミスクライン・  
コンシューマー・ヘルスケア・  
ジャパン株式会社



乾杯を  
もっとおいしく。



地球を、キモチいい家に。



“植物のチカラ”

## 全国の消費統計データとして採用

(地域経済分析システム「RESAS」 産業構造マップ)



# 04 サステナビリティ



## True Dataのサステナビリティ

### ～データと知恵で未来をつくる～

いま、人類はこれまでに経験したことのない危機に直面しています。

長い間、資本主義経済が外部化してきた自然資本は実は無限ではなく、気候変動や生物多様性の危機をもたらし、人々の生活に直接的な影響を与えています。

さらには、新型コロナウイルスの感染拡大やウクライナ侵攻が助長する世界の分断など、貧困や差別のない世界の実現には、行きつ戻りつの困難が見受けられます。

私たちは「データのちから」を、笑顔であふれる未来をつくる原動力にしたい。

私たちの事業を通じて、企業活動のインパクト（ポジティブ&ネガティブ）の可視化に貢献し、持続可能な社会を実現するイノベーションの創出を支援し、志を同じくする団体や教育機関の活動を応援します。

#### Action 1

サステナブル関連指標の可視化に向けたデータ活用のチャレンジ

#### Action 2

データのかげ合わせによるイノベーション創出のため、当社データへのアクセスを無料に

#### Action 3

データのちからを活用できる人材を育てる教育機関への支援

#### Action 4

データのちからを活用できる人材を育てる地域活動への支援

#### Action 5

当社ビジネスモデルを通じた社会課題解決への直接のアプローチ



## Action 1

### サステナブル関連指標の可視化に向けたデータ活用のチャレンジ

#### ●人間の安全保障指標へのデータ提供

東日本大震災から10年。「誰も取り残されない宮城」を目指し、特定非営利活動法人「人間の安全保障」フォーラム（HSF: Human Security Forum）が「宮城県の人間の安全保障指標」を発表しました。当社はこの取り組みに賛同し、購買データを提供しています。



## Action 2

### データかけ合わせによるイノベーション創出のため、当社データへのアクセスを無料に

#### ●「ウレコン」の無料公開

あらゆる人がアクセスできるデータを「ウレコン」サイトで公開しています。約500カテゴリの食品、日用品の直近3か月のデータを搭載しており、企業の皆さまに加えて、高校や大学など、学校教育の現場でも活用いただいています。2015年のリリースから多くの方にご利用いただき、登録者数は延べ2万人を超えています。



#### ●内閣官房「RESAS」へのデータ提供

内閣官房と経済産業省が提供する、「地域経済分析システム RESAS（リーサス）」の消費マップに、当社データを提供しています。「RESAS」は、地方自治体の様々な取り組みを情報面から支援するために、無料で公開されています。



## Action 3

### データのちからを活用できる人材を育てる 教育機関への支援

#### ●教育機関のビッグデータマーケティング教育支援

社会で求められるデータ人材の育成をめざし、高校、専門学校、大学など教育機関のデータマーケティング教育を支援しています。これまでに、愛媛県立松山南高等学校、早稲田大学、富山情報ビジネス専門学校、城西大学など数々の教育機関で実施。今期はホームセンター「チャンピオン」における、東北公益文科大学のデータマーケティング教育をサポートしています。



#### ●ビッグデータマーケティング教育推進協会への参画

一般社団法人ビッグデータマーケティング教育推進協会（略称Dream）の理念に賛同し、企業会員としてプログラム開発などに参画しています。

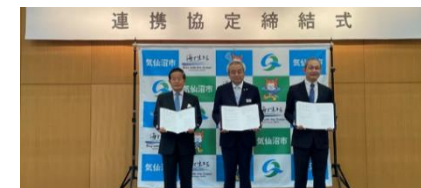


## Action 4

### データのちからを活用できる人材を育てる 地域活動への支援

#### ●地域との連携協定

2019年6月、データマーケティングを活用した地域活性化に向け、山形県酒田市とパートナーシップ協定を締結。2021年8月には、宮城県気仙沼市、特定非営利活動法人「人間の安全保障」フォーラムと、「誰一人取り残されない気仙沼」の実現を目指して、連携協力を推進するための協定を締結しました。



#### ●地方創生☆政策アイデアコンテストへの協賛

内閣府主催「地方創生☆政策アイデアコンテスト」に協賛しています。毎年多くの中高生、大学生や地方公共団体の方が、データを活用して地域課題を分析し、地域を元気にするような政策アイデアを発表しています。



## Action 5

### 当社ビジネスモデルを通じた社会課題解決への直接のアプローチ

#### ● 地域で暮らす女性の就労支援

地域で「DXやデータの仕事に就きたい未経験者」にデータ関連業務を担っていただく取り組みを行っています。現在、パートナー企業の協力のもと、福岡県宗像市、山形県酒田市、宮城県気仙沼市の3拠点で「データ分類マイスター」が活躍しています。地域で暮らしながら、生活スタイルに合わせた働き方でデータ業界のお仕事にチャレンジしていただくことをめざしています。



ICTを活用した女性支援モデル

## オフィス ミモザ

### オフィスミモザの開設

子育て中の女性が働きやすい職場、データを扱える地元女性人材の育成を目的として2022年4月、大谷海岸に「オフィスミモザ」が開設されました。3名の方の就労から、OJTを経て順調に業務を立ち上げる事が出来ました。



#### データメンテナンスの仕事

普段お買い物で目にするような商品についての情報を整備する、なじみやすいお仕事です。

#### 子育てしながら働ける

お子さんがいる方でも、時間の調整が効くような働き方ができます。

#### 働きがいも収入も

地方だから安い単価で発注するのではなく、正当な単価で発注する事で、働きがいも収入もしっかりと確保いたします。

### わたしたちと、オフィスミモザを育てていきませんか？

#### オフィスミモザが作り出す価値

- ・子育てしながら働ける
- ・仕事をしながらスキルアップできる
- ・安心して働ける
- ・デジタル女性人材の育成ができる
- ・誇りをもって働ける
- ・女性が働きたいと憧れる就労拠点をつくる



これからのSDGs × ビジネス(=SDGs経営)：仕事の作り方・企業の在り方そのものがSDGs達成につながります。



24/3期第3四半期決算の機関投資家・アナリスト向け決算説明会の書き起こし資料を2024年3月中旬に下記記載のURLにて掲載予定です。

URL : <https://finance.logmi.jp/379218>



本資料には、株式会社 True Data（以下「当社」といいます）に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記述が含まれています。これらは、当社が当該資料作成時点（又はそこに別途明記された時点）において入手した情報に基づく、当該時点における予測等を基礎として作成されています。これらの記述のためには、一定の前提・仮定を使用しています。これらの記述又は前提・仮定は当社経営陣の判断ないし主観的な予想を含むものであり、様々なリスク及び不確実性により、将来において不正確であることが判明し、あるいは将来において実現しないことがあります。したがって、当社の実際の業績、経営成績、財政状態等については、当社の予想と異なる結果となる可能性があります。かかるリスク及び不確実性には、日本その他の国・地域における経済社会状況、日本円と米ドルその他外貨との為替レートの変動、テロ事件及び戦争、伝染病その他当社事業を取り巻く様々なリスクが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

本資料に掲載されている将来情報に関する記述は、上記のとおり当該資料の作成時点（又はそこに別途明記された時点）のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新するという義務も方針も有しておりません。本資料に掲載されている情報は、情報提供を目的としたものであり、いかなる有価証券、金融商品又は取引についての募集、投資の勧誘や売買の推奨を目的としたものではありません。従いまして、本資料を利用した結果生じた、いかなる損害についても当社は一切責任を負うものではありません。

本資料の著作権やその他本資料にかかる一切の権利は当社に属します。