

# 2021年9月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社プラスアルファ・コンサルティング  
(東証マザーズ 4071)



2021年8月13日

# 目次

1. 会社概要
2. 2021年9月期 第3四半期決算
3. 2021年9月期業績見通し
4. ご参考資料

各事業の概要  
成長戦略

# 1. 会社概要

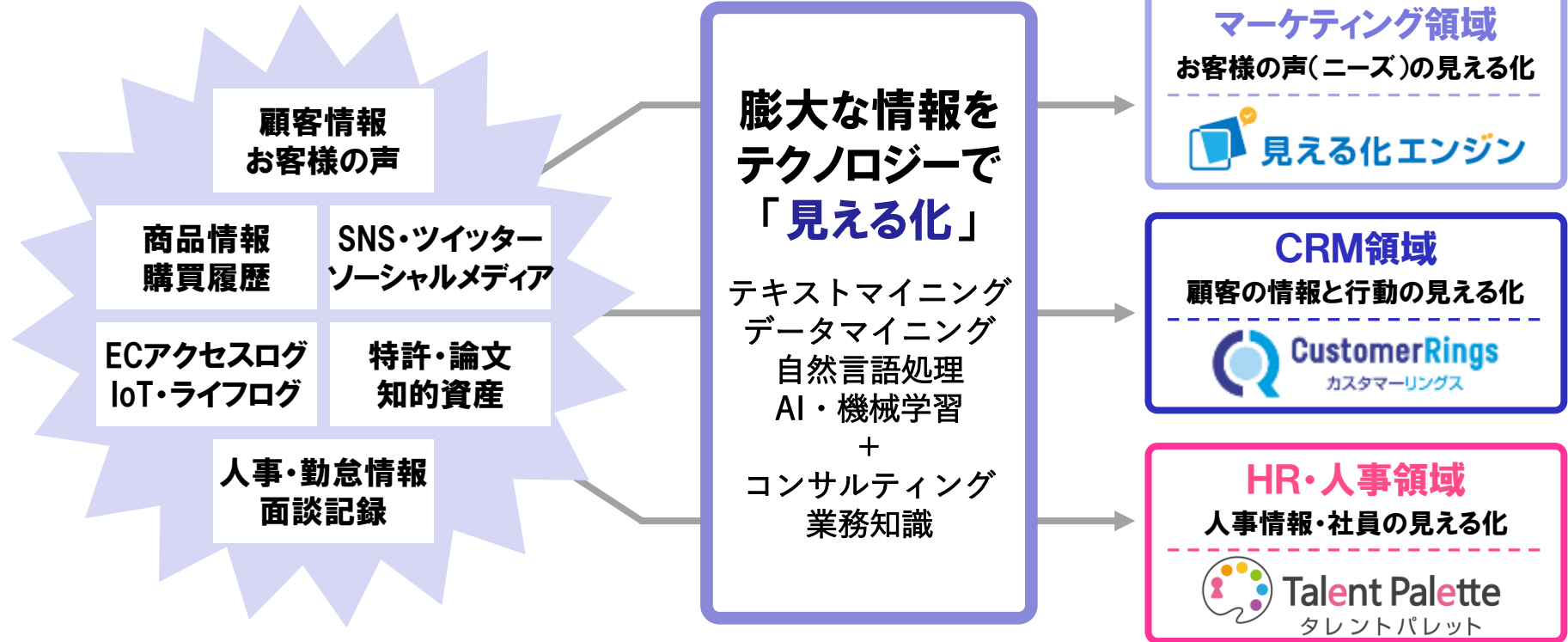
# 会社概要

- 会社名 株式会社プラスアルファ・コンサルティング（東証マザーズ：4071）
- 代表者 代表取締役社長 三室 克哉
- 本社所在地 東京都港区浜松町1-18-16 住友浜松町ビル
- 大阪支社 大阪府大阪市北区中之島2-2-2 大阪中之島ビル13F
- 福岡支社 福岡県福岡市中央区天神1-1-1 アクロス福岡東オフィス5F
- 設立 2006年（平成18年）12月25日
- 資本金 63,475千円（2021年6月末現在）
- 事業内容 データ分析プラットフォームのクラウドサービスの提供
- 従業員数 187名（2021年6月末現在）
- URL <https://www.pa-consul.co.jp/>

# 事業コンセプト ～ビッグデータを可視化するプラットフォーム～

情報量の爆発的な増加 = ビッグデータ化  
あらゆるシーンでの情報のデジタル化

様々な分野でサービス展開



# 主要サービス ～複数領域で全て黒字のSaaS型事業を展開～

## マーケティング・ソリューション



テキストマイニングでコールログやツイッター等の顧客の声データを分析活用

分析対象データ量に応じた月額課金

## CRMソリューション



購買履歴やWEBアクセスログ等で顧客を分析・マーケティング施策の自動化

顧客数やメール配信数に応じた月額課金

## HRソリューション



社員情報を分析して、人材育成、最適配置など人事施策に活用

社員数に応じた月額課金

サービスを支える技術やノウハウ

サブスク・プロダクト

言語処理  
技術

可視化マイニング  
技術

大量データ解析  
ノウハウ

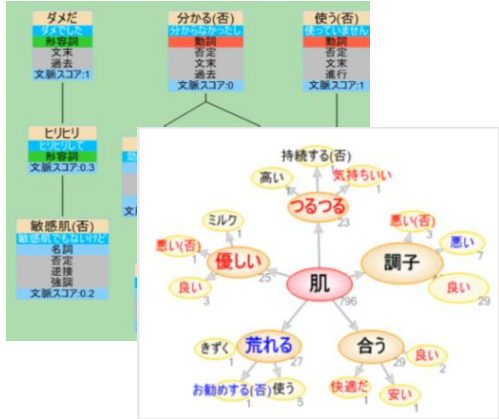
業界・業務知識

活用支援  
コンサルティング

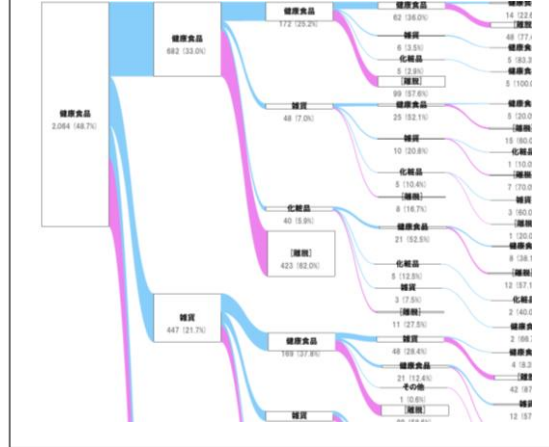
# 事業の強み ~ビッグデータを実務に役立つ形で可視化する高い技術力~



## 構文解析、単語マップ



## 購買パターン分析



## 社員間ネットワーク図



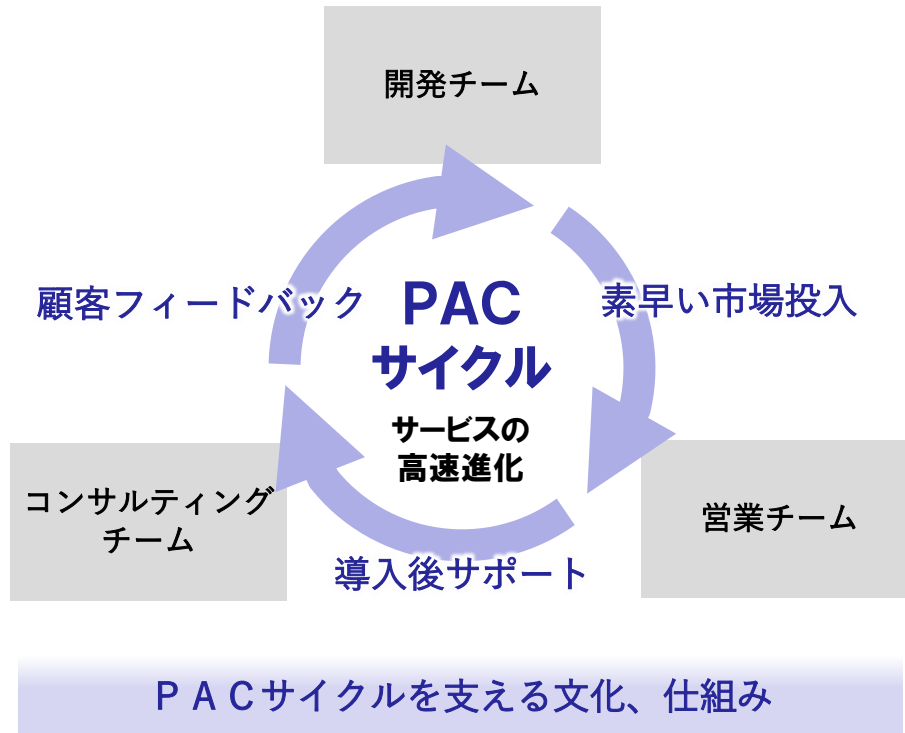
日本語の文章を解析し、主語述語やポジネガ反響などをマップで表現し顧客の声を一目で把握

商品購買データ等を解析し、購買パターンを可視化することで、優良顧客へ育った経路等を把握

サンクスポイント等の社員間の連携データを用いて、社員や部署間のコミュニケーション量や質を把握

# 事業の強み ～サービスの高速進化を実現する組織力～

先進企業へのコンサルティングを通してニーズを把握し、迅速に汎用機能として実装



## PACサイクルによって実現

機能の高速進化による **差別化**

高付加価値化による **ARPU向上**

分析サポートによる  
**解約防止・LTV向上**

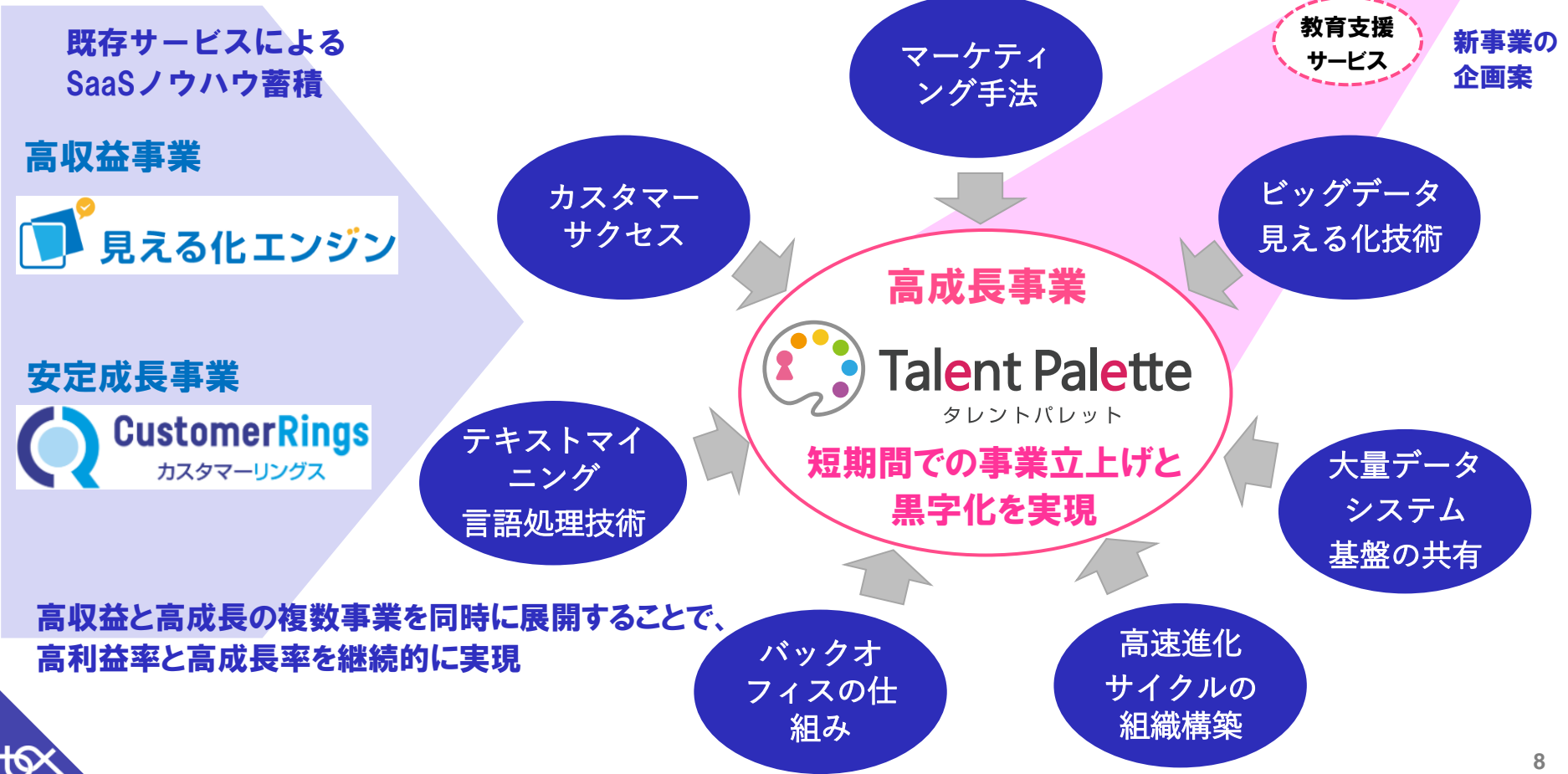
顧客との対等な **パートナー関係**

新機能、新事業の **早期市場投入**



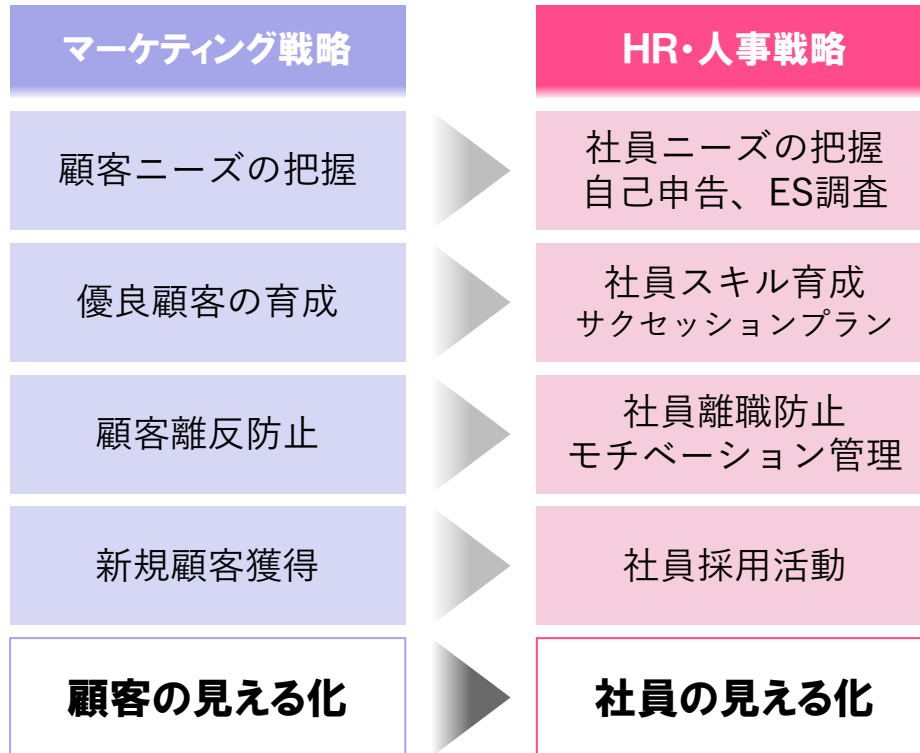
# 事業の強み ~SaaS事業基盤による複数事業展開、新事業構築力~

約15年間のSaaSビジネスのノウハウを活用し、タレントパレットなど新事業を高速立ち上げ



# タレントパレットの特徴 ~「科学的人事」を武器に人事領域へ参入~

マーケティング分析の手法を人事分野に適用し、人事業務の効率化だけでなく意思決定を支援

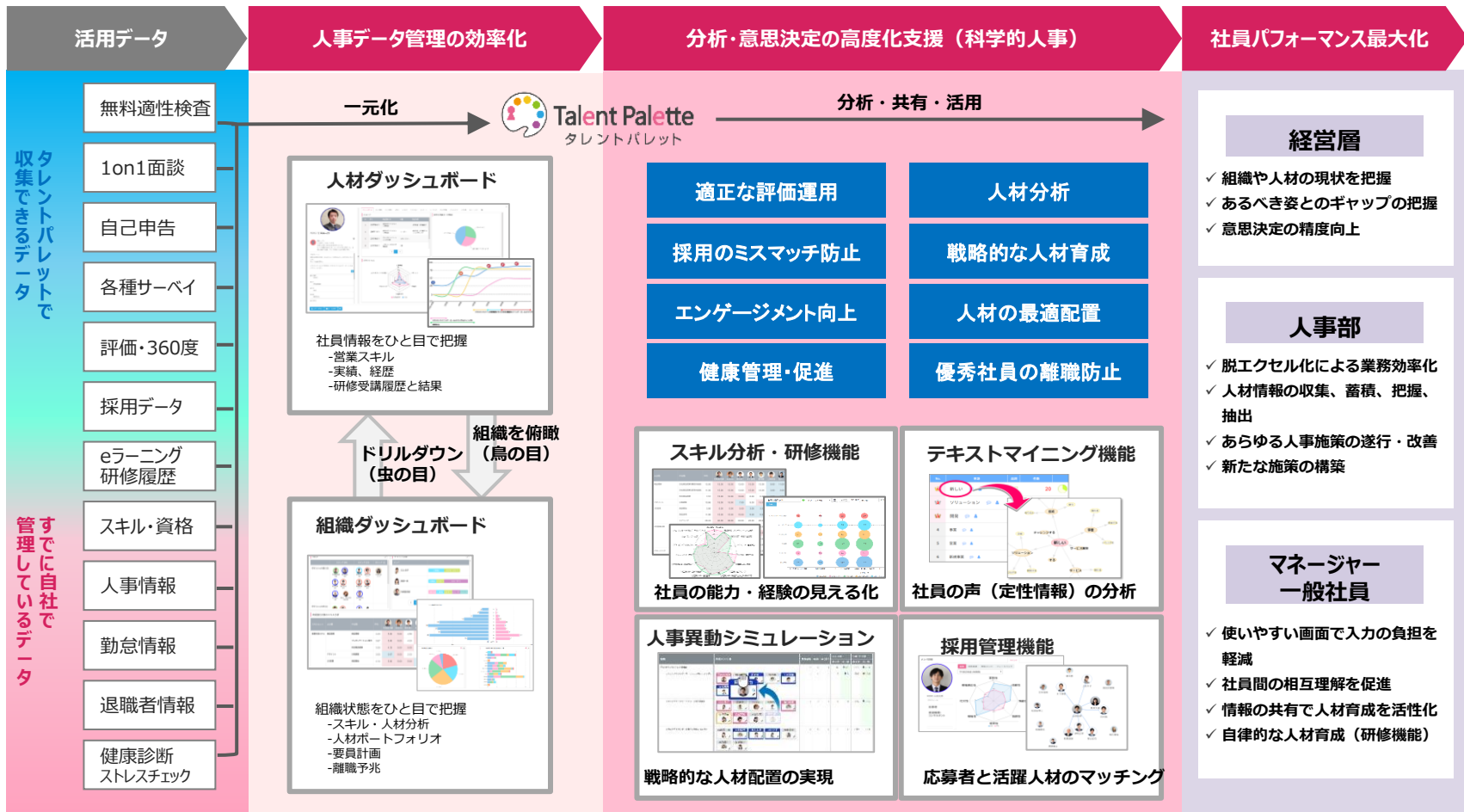


顧客を社員に置き換え、様々な分析手法を人事戦略に活用して人事の世界を変革

# タレントパレットの特徴

～人材情報の総合プラットフォーム～

先進企業からのニーズを高速に機能化し、様々な人事施策をワンストップで実現するサービスへと進化



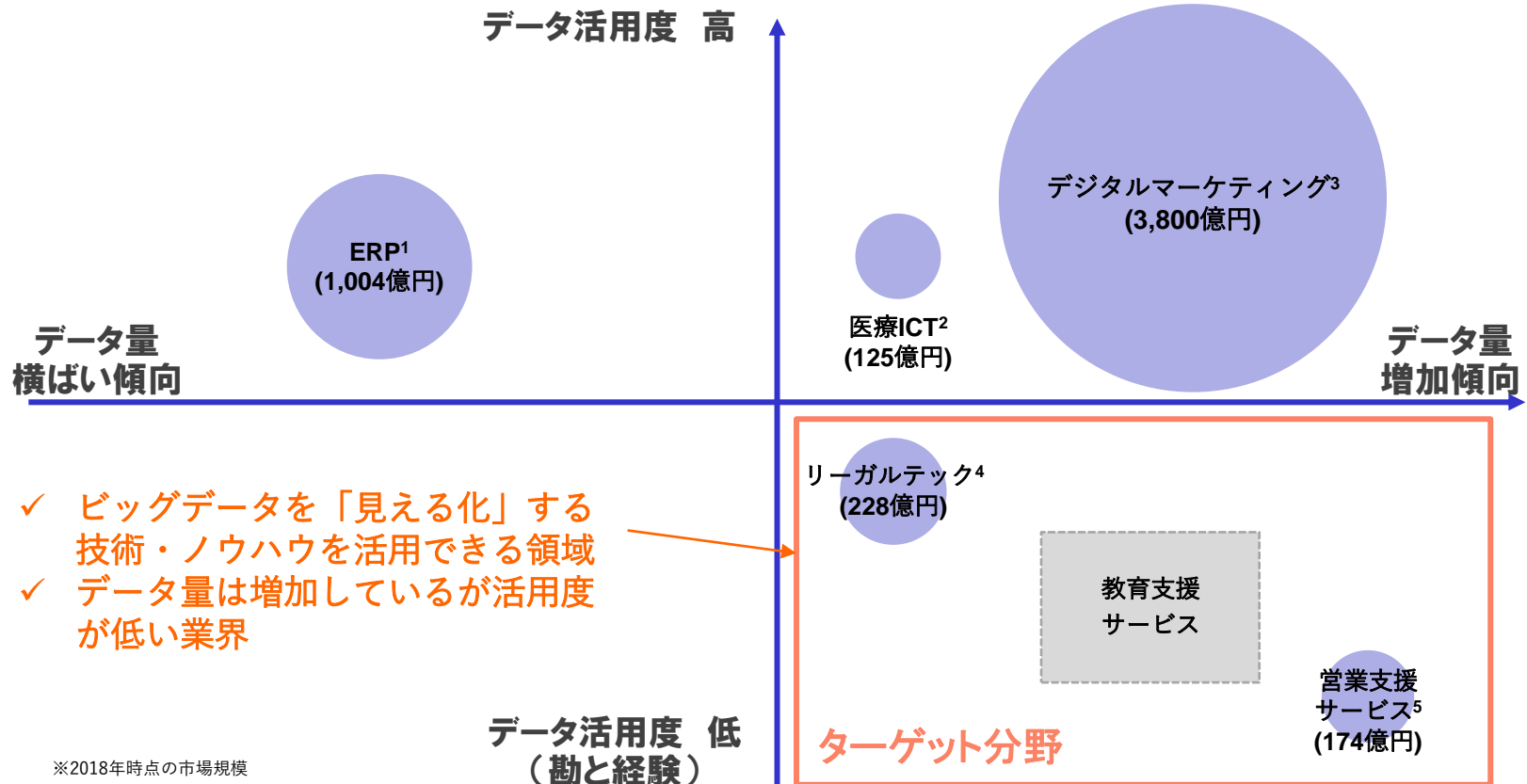
# タレントパレット事業の展開 ~人事の周辺分野への進出~

タレントパレットに蓄積された人材データを活用して、精度の高い人事周辺サービスを実現



# 新事業創出へのアプローチ ～ビッグデータの「見える化」新領域～

教育支援サービスや営業支援サービス、その他の新事業について継続的に企画



- ✓ ビッグデータを「見える化」する技術・ノウハウを活用できる領域
- ✓ データ量は増加しているが活用度が低い業界

※2018年時点の市場規模

データ活用度 低  
(勘と経験)

注1: アイ・ティ・アール「ERP市場2020」

注2: 矢野経済研究所「2020年版 次世代医療ICT市場の現状と展望」

注3: IDC「国内デジタルマーケティング関連サービス市場 2020年～2024年」

注4: 矢野経済研究所「2019 リーガルテックウォッチ」

注5: アイ・ティ・アール「統合型マーケティング支援市場2020」

## 2. 2021年9月期 第3四半期決算

# ハイライト

## ■ 概況

- タレントパレット事業が好調で導入数が増加、業績は当初計画を超えて達成
- 見える化エンジン、カスタマーリングスもほぼ計画通りの進捗

## ■ 2021年9月期（第3四半期）業績

- 第3四半期（累計）は、売上高は28.2%増収、営業利益は58.9%増益
- リカーリング収入が順調に積み上がり、3Qは前年比30.5%増で収益拡大を牽引
- タレントパレット事業は、売上高は68.3%増収、営業利益は292.8%増益（共通費控除前）
- 上期のプロモーション費用未消化分を下期(3Q、4Q)へ充当する計画としており、3Qの利益率は低下しているものの、累計の利益進捗は好調。プロモーション投資を積み増したとしても、通期利益目標は実現可能な見通し

## ■ 2021年9月期 通期業績見通し

- 通期は、当初計画通り、売上高 6,000百万円（前年比26.9%増）、営業利益 1,838百万円（同28.5%増）を計画し、引き続きタレントパレット事業中心の業績拡大を見込む
- タレントパレットの周辺サービス展開、新規事業立上げ等を実施中だが、現時点で業績への影響は想定していない

# 業績ハイライト

- 2021年9月期第3四半期（累計）の売上高は28.2%増収、営業利益は58.9%増益

< 3Q累計 >

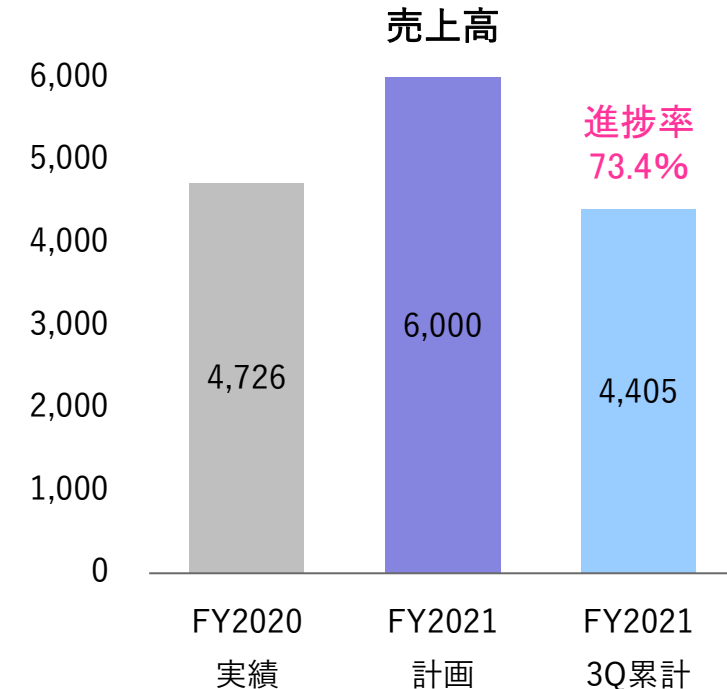
売上高	<b>4,405</b>	百万円	前年同期比	<b>28.2</b>	% 増
営業利益	<b>1,512</b>	百万円	前年同期比	<b>58.9</b>	% 増
営業利益率	<b>34.3</b>	%	前年同期比	<b>6.6</b>	point 増
経常利益	<b>1,492</b>	百万円	前年同期比	<b>55.3</b>	% 増
当期純利益	<b>976</b>	百万円	前年同期比	<b>54.6</b>	% 増



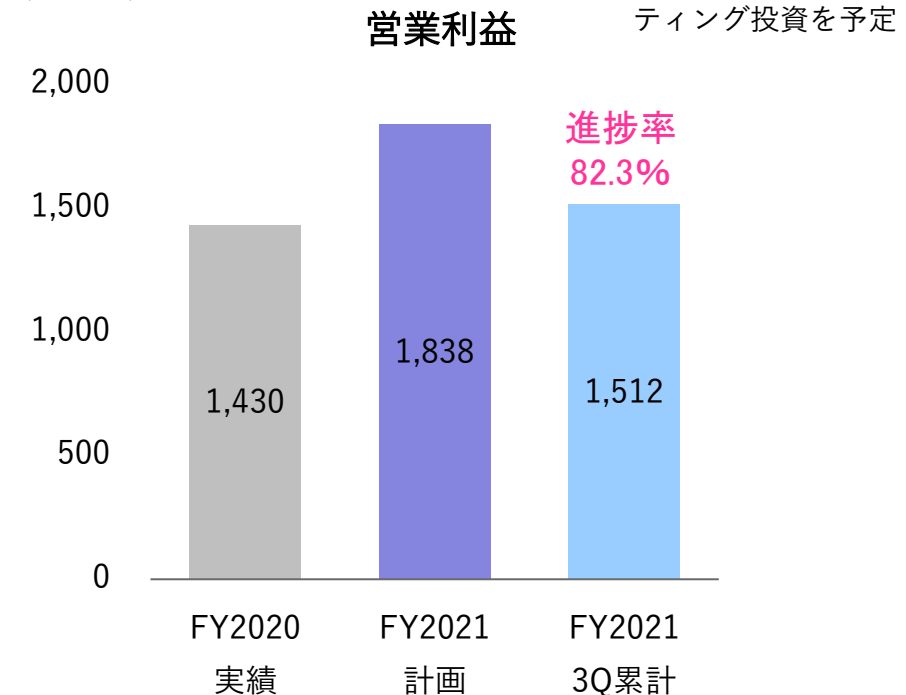
# 業績進捗（全社）

- 3Qの売上高（累計）は通期計画比73.4%であり、拡大傾向にあるMRRと4Qスポット売上の状況を踏まえ、計画通りに進捗
- 3Qの営業利益（累計）は、通期計画比82.3%と高い進捗率となっているが、3Qに続き4Qもプロモーション投資の積み増しを計画

（百万円）



（百万円）



# 業績サマリー（全社）

- ・ 売上高・営業利益は、3Qおよび3Q累計期間ともに増収増益
- ・ 通期業績予想に対する進捗率は、売上高73.4%、営業利益は82.3%と順調に推移

単位：百万円	2021/9期（4-6月）			2021/9期（10-6月）			2021/9期（10-6月）	
	3Q	前年同期	前年増	3Q累計	前年同期	前年増	計画	進捗率
	実績	実績		実績	実績			
売上高	1,524	1,201	26.9%	4,405	3,436	28.2%	6,000	73.4%
売上原価	440	357	23.2%	1,273	971	31.1%	1,692	75.2%
売上総利益	1,083	843	28.5%	3,131	2,464	27.1%	4,307	72.7%
販管費	615	430	42.8%	1,619	1,512	7.0%	2,469	65.6%
営業利益	468	413	13.5%	1,512	951	58.9%	1,837	82.3%
営業利益率	30.8%	34.4%	-	34.3%	27.7%	-	30.6%	-
経常利益	441	414	6.5%	1,492	960	55.3%	1,821	81.9%
当期純利益	288	271	6.2%	976	631	54.6%	1,191	81.9%

# 業績ハイライト（タレントパレット事業）

- 特にタレントパレット事業は好調で、売上高は68.3%増収、営業利益は292.8%増益

<タレントパレット事業 3Q累計>

	2020/9期 3Q	2021/9期 3Q	前年比
売上高 <sup>1</sup>	1,297 百万円	2,183 百万円	68.3 % 増
営業利益 <sup>2</sup>	264 百万円	1,037 百万円	292.8 % 増
営業利益率	20.4 %	47.5 %	27.2 point 上昇
MRR <sup>3</sup>	125 百万円	224 百万円	79.2 % 増
顧客数 <sup>4</sup>	383 件	623 件	240 件 増
解約率 <sup>5</sup>	0.63 %	0.46 %	0.17 point 低下
ARPU <sup>6</sup>	321 千円	356 千円	10.9 % 増

注2の記載の通り、共通費控除前のセグメント別の営業利益、営業利益率

注1：2021年9月期第3四半期または2021年9月期第3四半期の実績（累計）

注2：2020年9月期第3四半期または2021年9月期第3四半期における各セグメントの営業利益額（共通費控除前）

注3：Monthly Recurring Revenue。2020年6月または2021年6月における継続課金ユーザー企業に係る月額料金額の合計額

注4：2020年6月期末または2021年6月期末における月額課金契約数

注5：既存契約の月額課金額のうち解約に伴い減少した月額課金額の割合(2020年6月または2021年6月までの過去12か月の平均値)。

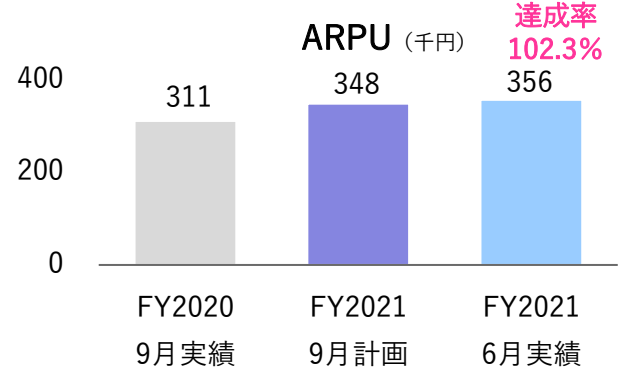
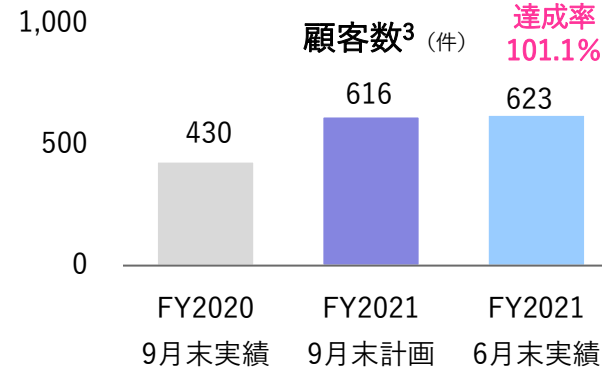
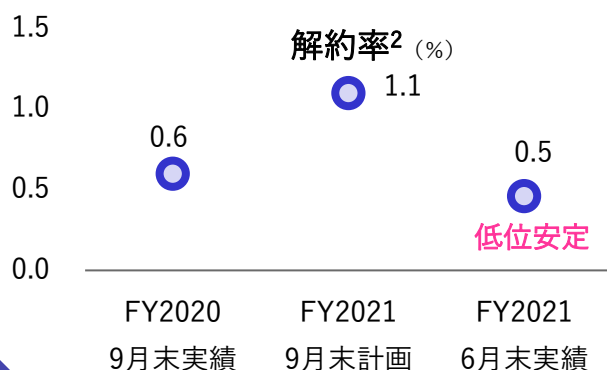
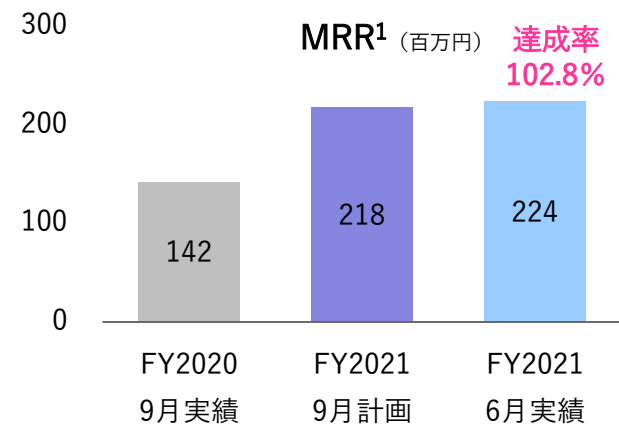
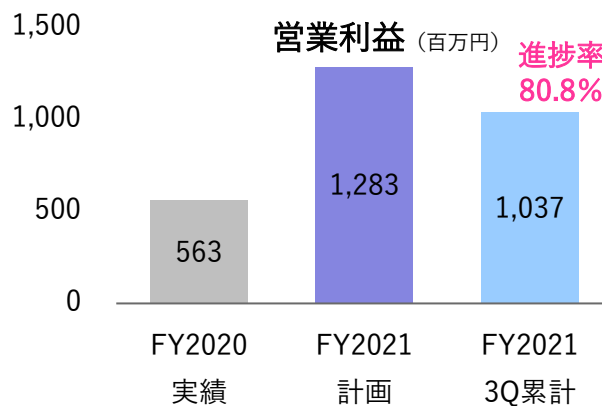
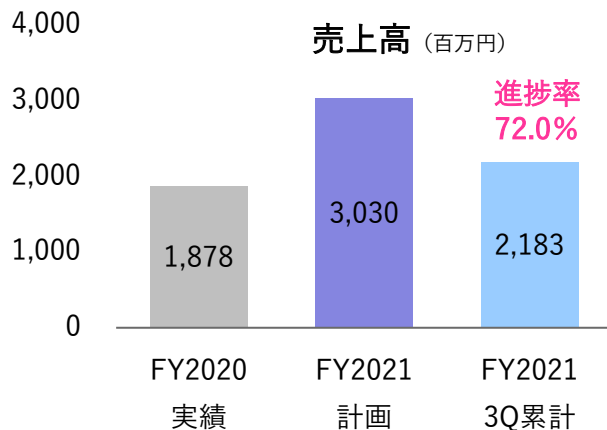
当該割合は、各月について解約に伴い減少した月額課金額を前月の月額課金額の合計で除して算出

注6：Average Revenue Per User。2020年9月期または2021年9月期の第3四半期における一ヵ月あたりの平均MRRを同期間における

一ヵ月当たりの平均課金ユーザー企業数で除して算出。

# 業績進捗（タレントパレット事業）

- タレントパレット事業では、主要KPIの多くが計画を上回って進捗している

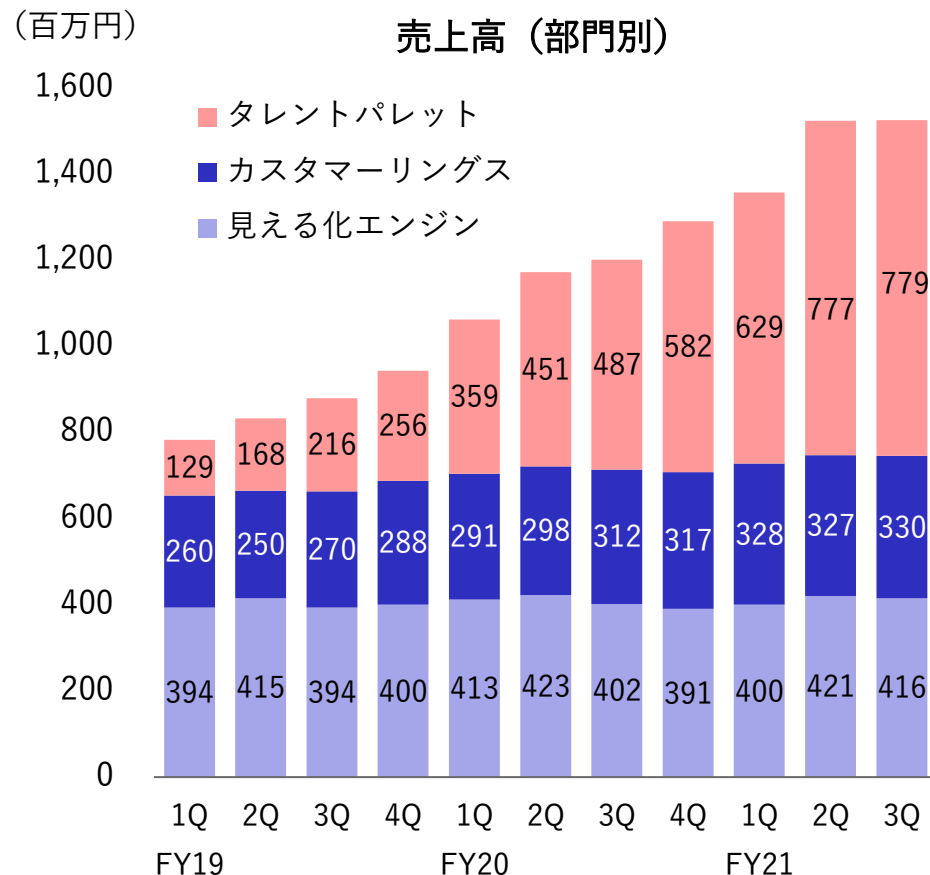
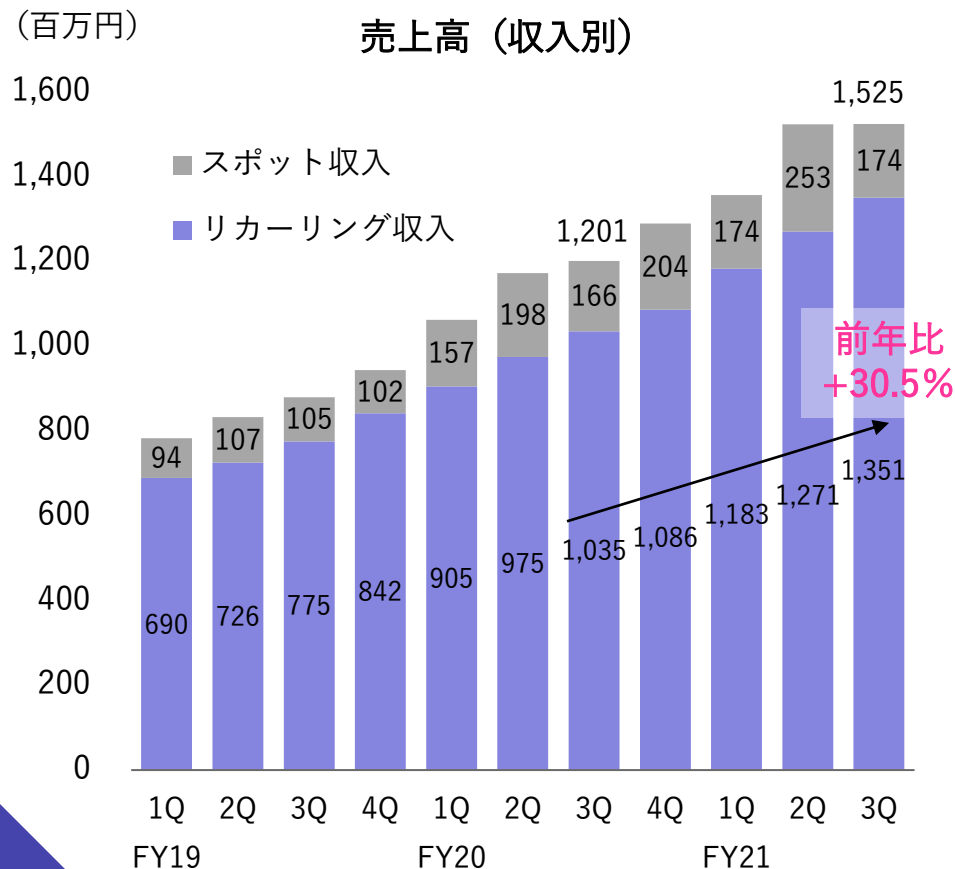


注1：Monthly Recurring Revenue。継続課金ユーザー企業に係る月額料金額の合計額  
注2：既存契約の月額課金額のうち解約に伴い減少した月額課金額の割合(過去12か月の平均値)

注3：月額課金契約数  
注4：Average Revenue Per User。MRRを同月末における顧客数で除して算出。

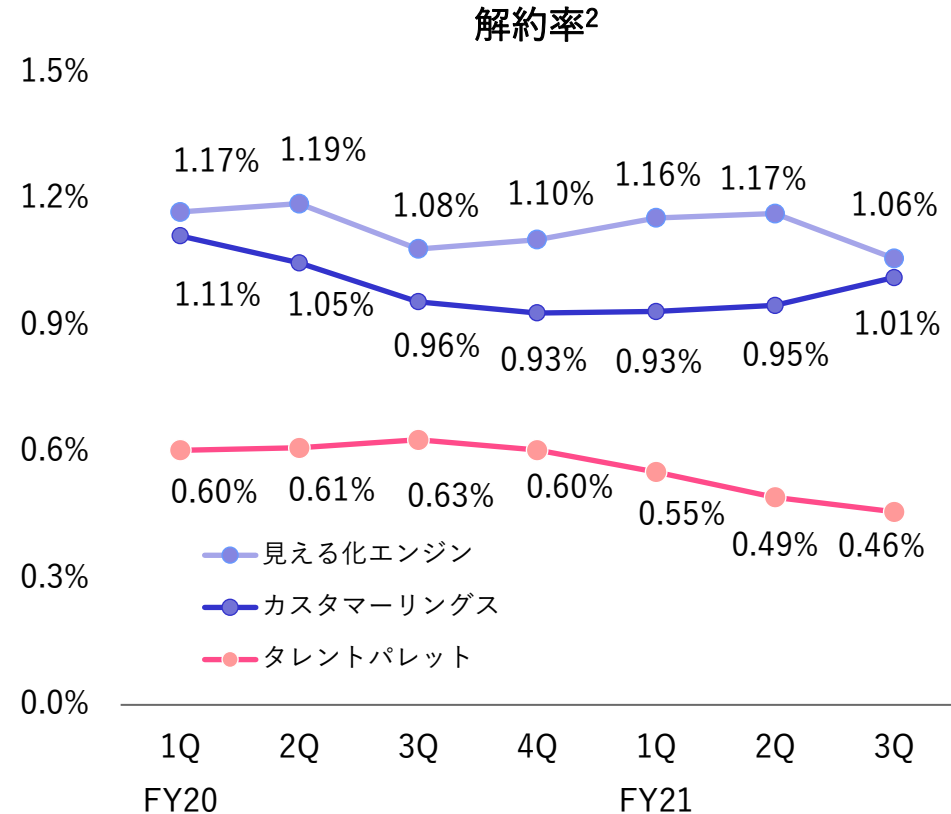
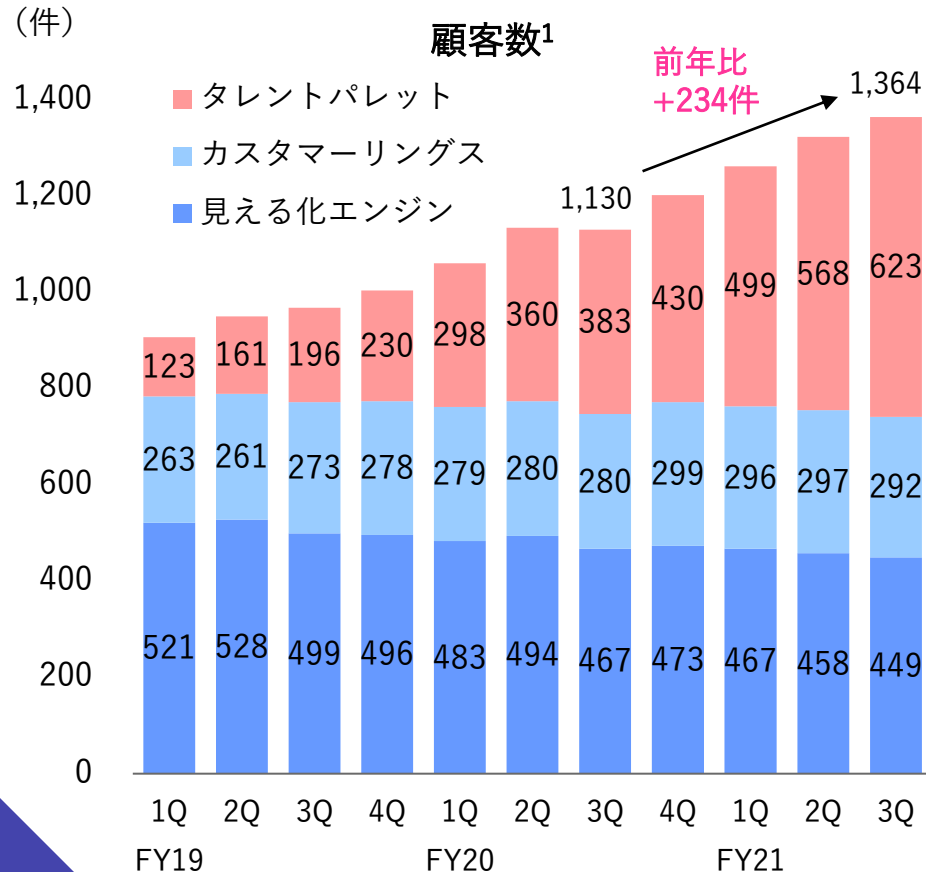
# 売上高の推移

- リカーリング収入が順調に積み上がり、3Qは1,351百万円（前年比30.5%増）へ拡大
- 2Q（3月末納品）に偏るスポット収入の季節要因により、前四半期比で売上高は微増



# 顧客数、解約率の推移

- タレントパレットの導入数増と解約率の低下により顧客数は継続的に拡大
- 見える化エンジンはコロナの影響がある中、新規獲得より単価アップ施策を重視

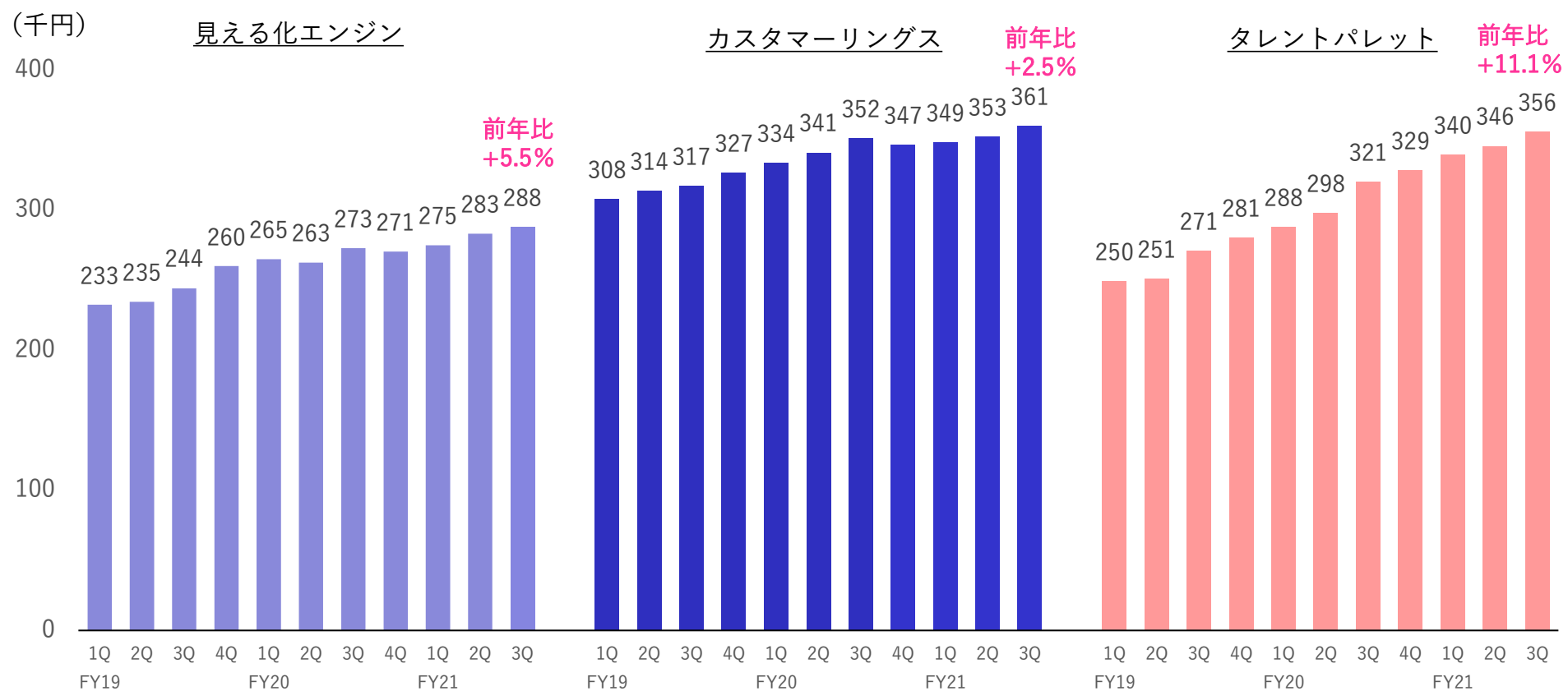


注1: 月額課金契約数

注2: 既存契約の月額課金額のうち解約に伴い減少した月額課金額の割合(各四半期末月における過去12か月の平均値)。

# 顧客単価(ARPU)の推移

- 全てのソリューションで顧客単価 (ARPU<sup>1</sup>) は引き続き上昇傾向を継続
- 見える化エンジンでは、大型案件化の施策によるARPU向上の効果が出始めている



注1: Average Revenue Per User. 1課金ユーザー企業当たり平均月額単価。各四半期における一か月あたりの課金ユーザー企業に係る月額料金額の合計金額の月平均を、同期間における一か月あたりの平均有課金ユーザー企業数で除して算出

# 主要KPI ~2021年9月期第3四半期~

## 売上高成長率<sup>1</sup>

全社 **28.2%**

- 見える化エンジン 0.0%
- カスタマーリングス 9.2%
- タレントパレット 68.3%

## MRR<sup>2</sup>

全社 **459**百万円

- 見える化エンジン 129百万円
- カスタマーリングス 106百万円
- タレントパレット 224百万円

## 月次平均解約率<sup>3</sup>

全社 **0.8%**

- 見える化エンジン 1.1%
- カスタマーリングス 1.0%
- タレントパレット 0.5%

## 契約社数<sup>4</sup>

全社 **1,364**社

- 見える化エンジン 449社
- カスタマーリングス 292社
- タレントパレット 623社

## リカーリング比率<sup>5</sup>

全社 **88.6%**

- 見える化エンジン 93.4%
- カスタマーリングス 96.3%
- タレントパレット 82.7%

## ARPU<sup>6</sup>

全社 **334**千円

- 見える化エンジン 288千円
- カスタマーリングス 361千円
- タレントパレット 356千円

注1：2020年9月期第3四半期（累計）から2021年9月期第3四半期（累計）の売上高の増加率  
 注2：Monthly Recurring Revenue。2021年6月における継続課金ユーザー企業に係る月額料金額の合計額（一時収益を含まない）  
 注3：既存契約の月額課金額のうち解約に伴い減少した月額課金額の割合(2021年6月までの過去12か月の平均値)。当該割合は、各月について解約に伴い減少した月額課金額を前月の月額課金額の合計で除して算出

注4：2021年6月期末における月額課金契約数  
 注5：2021年9月期第3四半期の月額課金額の合計額を同期間の売上高で除した値  
 注6：Average Revenue Per User。2021年9月期第3四半期における一ヵ月あたりの平均MRRを同期間における一ヵ月当たりの平均課金ユーザー企業数で除して算出。全社の値は同期間における一ヵ月あたりの3事業部の平均合計MRRを全事業部合計顧客数の期間における一ヵ月当たりの平均社数で除して算出



# 主要KPI

## ～前期比～

< 全社 3Q >	2020/9期 3Q	2021/9期 3Q	前年比
売上高 <sup>1</sup>	3,436 百万円	4,405 百万円	28.2 % 増
営業利益 <sup>2</sup>	951 百万円	1,512 百万円	58.9 % 増
営業利益率	27.7 %	34.3 %	6.6 point 上昇
MRR <sup>3</sup>	350 百万円	459 百万円	31.2 % 増
顧客数 <sup>4</sup>	1,130 件	1,364 件	234 件 増
解約率 <sup>5</sup>	0.92 %	0.80 %	0.12 point 低下
ARPU <sup>6</sup>	310 千円	337 千円	8.7 % 増

注1：2021年9月期第3四半期または2021年9月期第3四半期の実績（累計）

注2：2021年9月期第3四半期または2021年9月期第3四半期の実績（累計）

注3：Monthly Recurring Revenue。2020年6月または2021年6月における継続課金ユーザー企業に係る月額料金額の合計額

注4：2020年6月期末または2021年6月期末における月額課金契約数

注5：既存契約の月額課金額のうち解約に伴い減少した月額課金額の割合（2020年6月または2021年6月までの過去12か月の平均値）。

当該割合は、各月について解約に伴い減少した月額課金額を前月の月額課金額の合計で除して算出

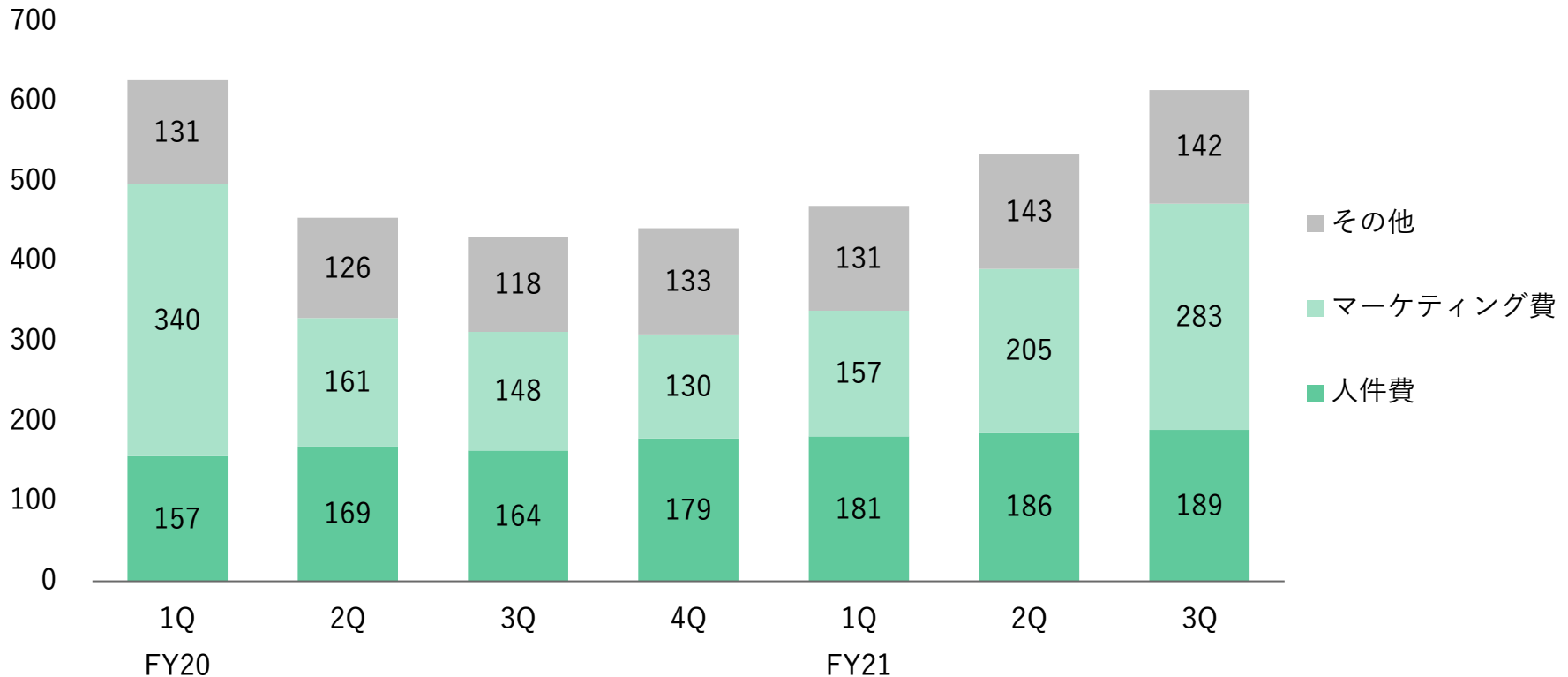
注6：Average Revenue Per User。2020年9月期または2021年9月期の第3四半期における一ヵ月あたりの平均MRRを同期間における一ヵ月あたりの平均課金ユーザー企業数で除して算出。

# 販売管理費の推移

- 上期のプロモーション未消化分を、3Qのマス広告、Web広告などへの投資に積み増しているため、マーケティング費用が増加

(百万円)

販売費および一般管理費

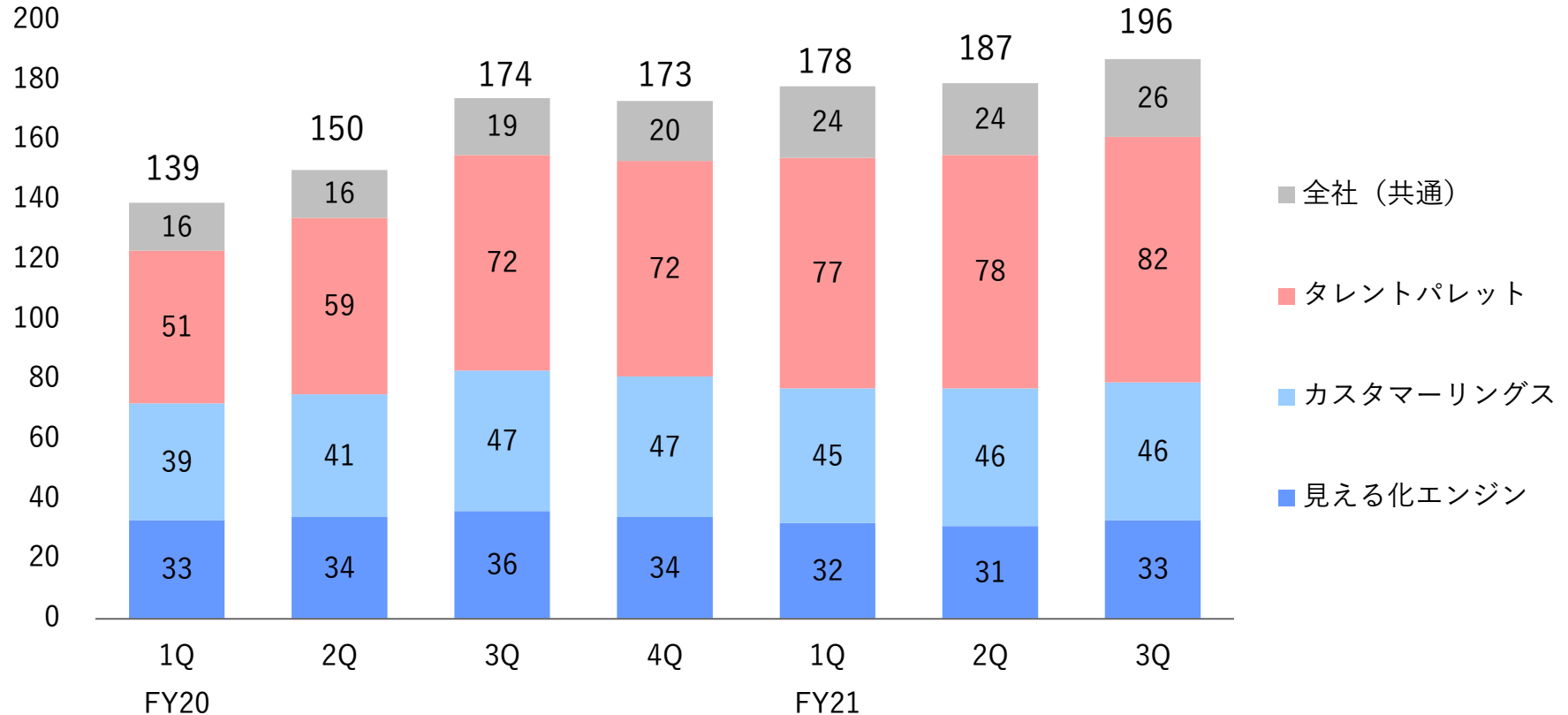


# 従業員数の推移

- ・ タレントパレットの顧客数増に対応するため、コンサルタント職を中心に人員を増強中

(人)

従業員数<sup>1</sup>



注1：各四半期末時点における正社員数

# バランスシート of 状況

- 2021年6月末で純資産および現預金が4,000百万円を超過
- 固定資産、固定負債は極小にとどめスリムな財務体質を維持

(百万円)	2020年9月末	2021年6月末	2020年9月末比
流動資産	3,897	<b>4,857</b>	+ 960
(内、現金及び預金)	3,251	<b>4,059</b>	+ 808
(内、売掛金)	549	<b>625</b>	+ 76
固定資産	576	<b>585</b>	+ 9
資産合計	4,473	<b>5,442</b>	+ 969
流動負債	897	<b>987</b>	+ 90
固定負債	-	-	-
純資産	3,576	<b>4,455</b>	+ 879
自己資本比率	79.7%	<b>81.6%</b>	

# 2021年3Qのトピックス(タレントパレット)

## 科学的人事研究会

人事先進企業でディスカッションし、  
人材データの活用と分析による知見を深化



先進企業が集まり「科学的人事」について知見を深める場を提供

人事研究の有識者ならびにタレントパレットユーザー企業の皆様にお集まりいただき、  
人事データの活用と分析についてディスカッションする会を定期開催しています。

開催  
テーマ

- 第1回 企業価値向上を見据えた**人的資本経営**とこれからの人事の役割と在り方
- 第2回 **エンゲージメントサーベイ**の活用と可能性、エンゲージメント指標からみる施策への展開
- 第3回 **健康経営**から見る生産性向上のための指標と尺度、健康施策は何から取り組むべきか
- 第4回 **人材育成**はどう進めるべきか 企業が求める**人材開発**の変化と効果測定の方法、人的資本投資への評価

プログラム 第1回 科学的研究会より

### 基調講演

・これからの企業成長を支える人材戦略  
慶應義塾大学大学院経営管理研究科  
岩本隆特任教授



### グループディスカッション / 発表

- ・人材戦略と事業戦略をつなぐための取り組み、課題
- ・コロナ禍で従業員エンゲージメントやパーパスの重要性、人材戦略の再考
- ・ISO 30414におけるデータの存在ならびに活用

### 特別対談

慶應義塾大学 岩本隆特任教授 × 早稲田大学政治経済学術院 大湾秀雄教授

## 科学的人事研究会 座長/早稲田大学政治経済学術院 大湾秀雄教授

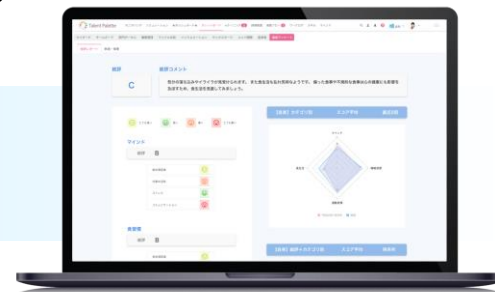


スタンフォード大学Ph.D.(Business)、ワシントン大学オーリン経営大学院助教授、青山学院大学国際マネジメント研究科教授、東京大学社会科学研究所教授を経て現職。データサイエンティストの育成に注力。早稲田大学組織経済実証研究所、所長。人事経済学・組織経済学の普及フィールド実験など企業とのコラボや、(独)経済産業研究所、ファカルティフェロー、経済産業省「事業再編研究会」「創造性研究会」、内閣府「組織変革懇談会」等の委員およびピープル・アナリティクス&HRテクノロジー協会理事、(株)東大エコノミックコンサルティング(UTEcon)アドバイザー。

# 2021年3Qのトピックス(タレントパレット)

## 健康経営向け新機能提供開始

ヘルスチェック機能、ストレスチェック機能搭載  
組織や人材のパフォーマンスを支える健康状態も見える化



健康経営関連機能の第一弾「ヘルスチェック機能」および「ストレスチェック機能」をリリース。生産性向上や事業の推進・継続の土台は働く人のこころと身体の健康であると考え、豊富な人材データに加え、「ヘルスケアデータ」をタレントパレット上で蓄積できるようにすることで、組織や人材のパフォーマンスを支えます。

今後も健康経営関連機能として順次、健康診断データなど、より健康経営を推進していくための「ヘルスケアデータ」の見える化・活用も検討していきます。



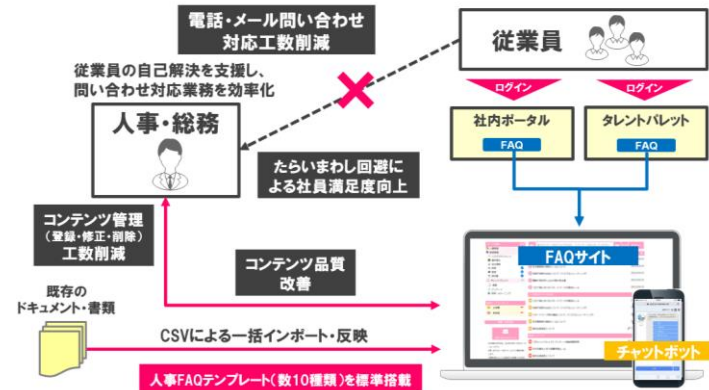
機能	概要
ヘルスチェック	メンタル、食事、運動、睡眠、飲酒と喫煙の5つの領域にまたがる健康な生活の状態を定期的に社員に回答してもらうことで、心と身体の健康状態を把握することが出来る機能。定期的実施することで時系列にデータが蓄積され、経年変化の確認や健康増進に対する意識の醸成につなげて頂けます。
ストレスチェック	従業員50名以上の事業場に対して年1回の実施が義務化されているストレスチェックに対応した機能。「職業性ストレス簡易調査票」(57項目版)に加え設問数と分析尺度が追加され、より細かな職場環境要因の分析が可能な「新職業性ストレス簡易調査票」(80項目版/120項目版)にも対応し、利用ユーザーはいずれかを選択して実施することが可能です。

## 人事FAQ&チャットボット機能

人事業務を圧迫する社内からの問合せを減らすことで  
大幅な業務効率化を実現

人事戦略の高度化に向け、まず手元の業務の効率化も支援

人事部門にとって社員からの問い合わせへの対応、付随する書類や通知事項、コンテンツの作成、編集業務には多くの工数が発生すると共に、社員も問い合わせにリアルタイムで回答が得られないことや、職場によっては店舗や工場など本社機能と稼働日が異なり、回答が得られないなど、人事・社員双方にとって多くの課題を抱えていました。「人事FAQ&チャットボット」機能により、直感的に検索可能なFAQと、選択肢をレコメンドするチャットボットが、従業員の自己解決率を向上するとともに、人事の工数削減、効率化に寄与します。



### 特徴

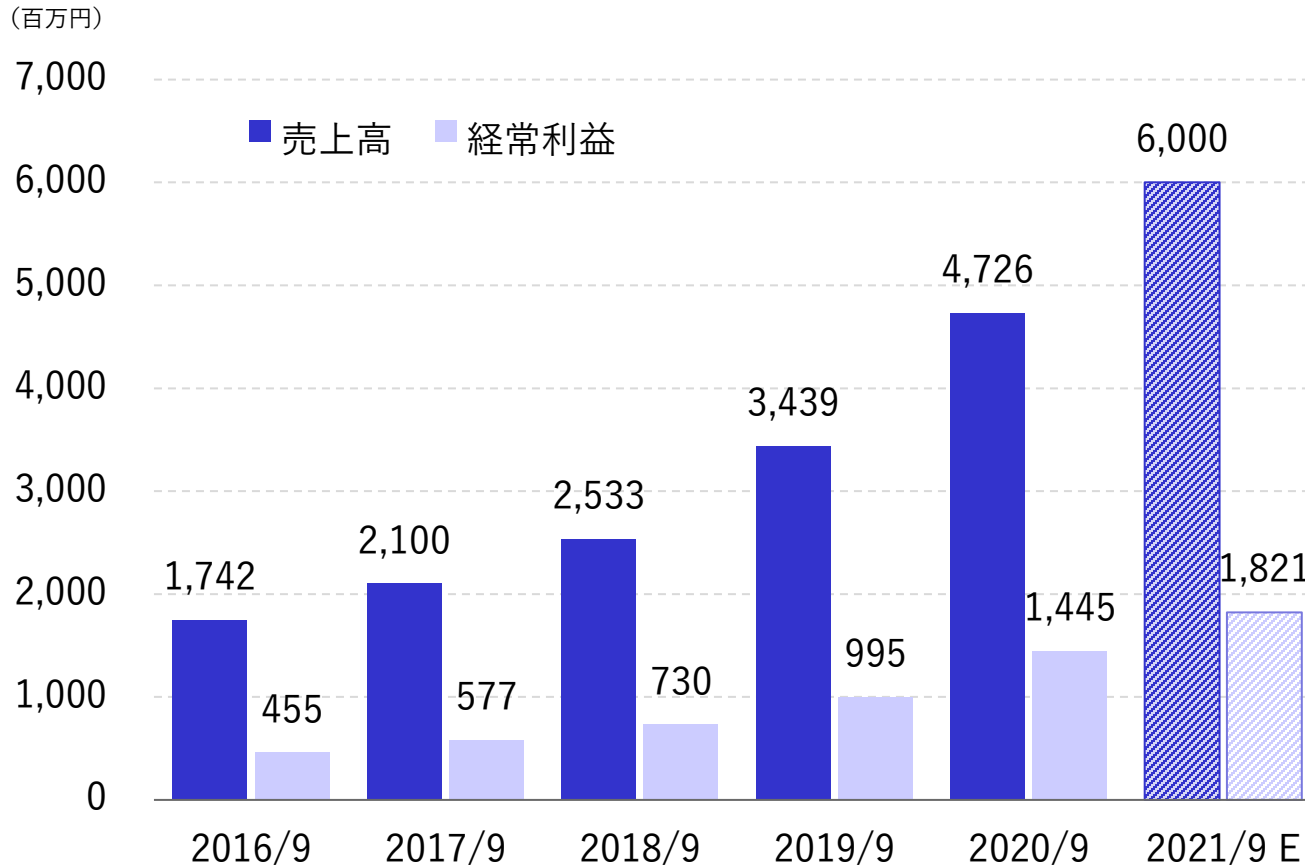
- 豊富な検索機能で、従業員の検索性を向上
- コンテンツの登録・更新業務を大幅に効率化するコンテンツ管理画面
- 対話型で知りたい情報にたどりつけるチャットボット機能
- 利用者の検索ニーズから必要コンテンツを発見するコンテンツ分析画面

### 3. 2021年9月期見通し



# 2021年9月期の業績見通し

- 2021/9期はタレントパレット事業を中心に売上を拡大し、増収・増益の見通し

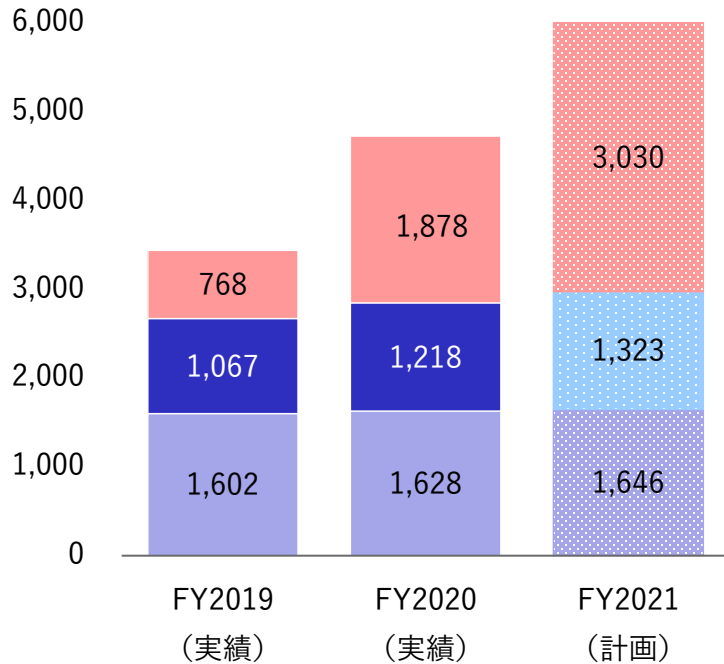


# 2021年9月期の業績見通し（セグメント別）

- ・ タレントパレットの売上・利益の拡大により全社の増収・増益を牽引
- ・ カスタマーリングスのサーバ移行等のインフラ費用が増加し、一時的に利益が減少

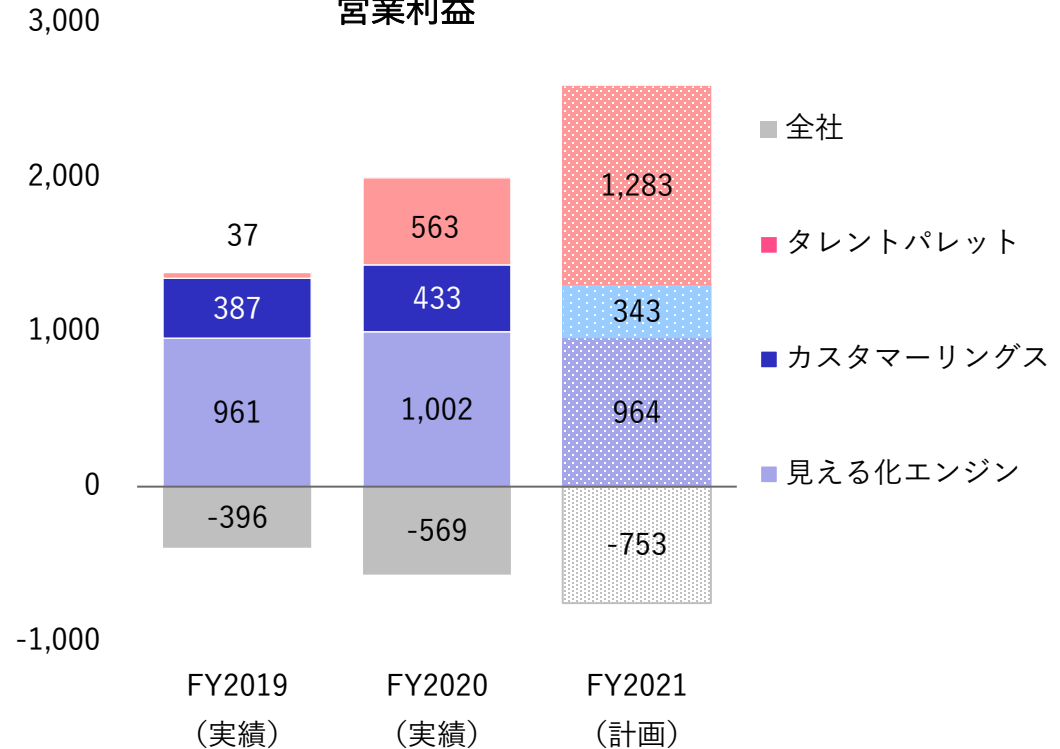
(百万円)

売上高



(百万円)

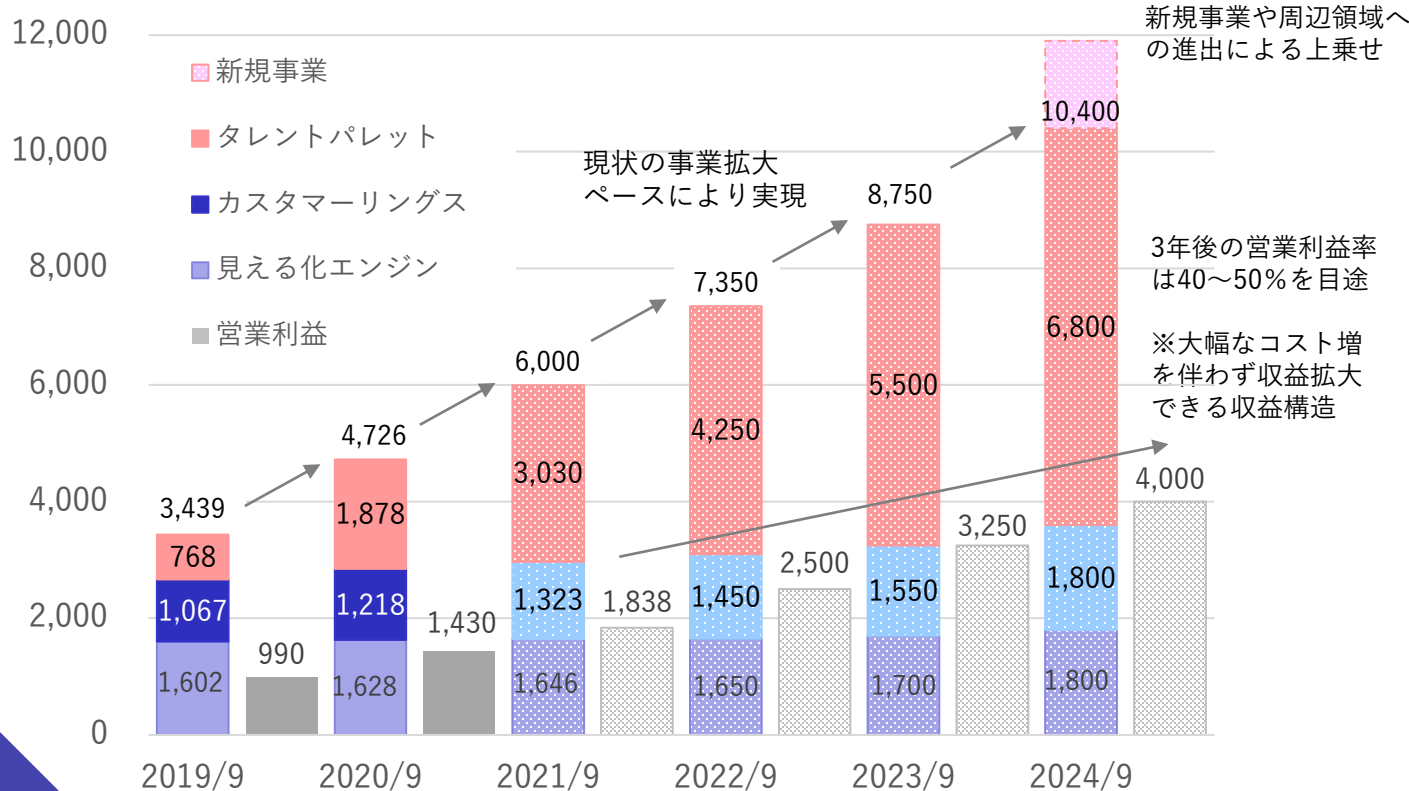
営業利益



# 中期成長イメージ

- 既存事業の延長上で、2024/9期に売上高100億円以上、営業利益40億円以上に拡大
- 新規事業や人事周辺領域への本格参入により、さらなる売上の上乗せを目指す

(百万円)



## 前提となる主要KPI

項目	2021/9	2024/9
	(計画)	(増数見込)
顧客数 (件)		
見える化エンジン	454	+0
カスタマーリングス	303	+100
タレントパレット	616	+600
契約単価/ARPU (千円)		
見える化エンジン	277	310
カスタマーリングス	353	385
タレントパレット	348	400

## 4. ご参考資料

# サービスの特徴

## 見える化プラットフォーム



## マーケティング・オートメーションツール



## 人材活用プラットフォーム



### サービス概要

アンケート、コールログ、SNSなど、大量の顧客の声をテキストマイニングにより分析

顧客の属性や行動履歴のデータを統合し、その分析結果をもとにした顧客との最適コミュニケーションを支援

社員のスキル、適性、評価、アンケート、採用などの人事情報を見える化し、社員活用に活用

### ユーザーと利用シーン

主に企業のコンタクトセンターやマーケティング部門において導入  
顧客のサービス改善や新商品の開発などで活用

主にEC事業者（アパレル／健康食品／化粧品／雑貨など）や小売業など企業で導入  
オンライン・マーケティング施策の企画やその運用

主に人事部門で利用  
人材活用による社員パフォーマンス向上に取り組む人事企画・戦略に活用

### 主な特徴

幅広いデータソースに対応するほか、自然言語解析技術による高い分析精度、直感的に操作できるインターフェースなどが評価され、テキストマイニング・ツールの分野でトップシェア

直感的に操作できるインターフェース、顧客1人ひとりの行動を分析・可視化できる多様な機能、メール・SMS・チャット・アプリなどマルチ・チャンネルへの対応

社員情報、評価、スキルなどのデータベース化に加え、社員の最適配置や人材抜擢、離職者の分析・予測、採用マッチング効率向上などを支援する機能

### 料金体系

月額料金：データ量等による月額料金プラン  
初期料金：導入時環境構築等  
スポット料金：有償コンサル等

月額料金：会員数・配信数等による月額料金プラン  
初期料金：導入時環境構築等  
スポット料金：有償コンサル等

月額料金：従業員数等による月額料金プラン  
初期料金：導入時環境構築等  
スポット料金：有償コンサル等

### 契約件数<sup>1</sup> 継続収入率<sup>2</sup>

契約件数（449社）  
継続収入率（93.4%）

契約件数（292社）  
継続収入率（96.3%）

契約件数（623社）  
継続収入率（82.7%）

(注1) 契約件数は2021年6月末時点  
(注2) 売上高に占める月額料金の比率（2021年9月期第3四半期の平均）

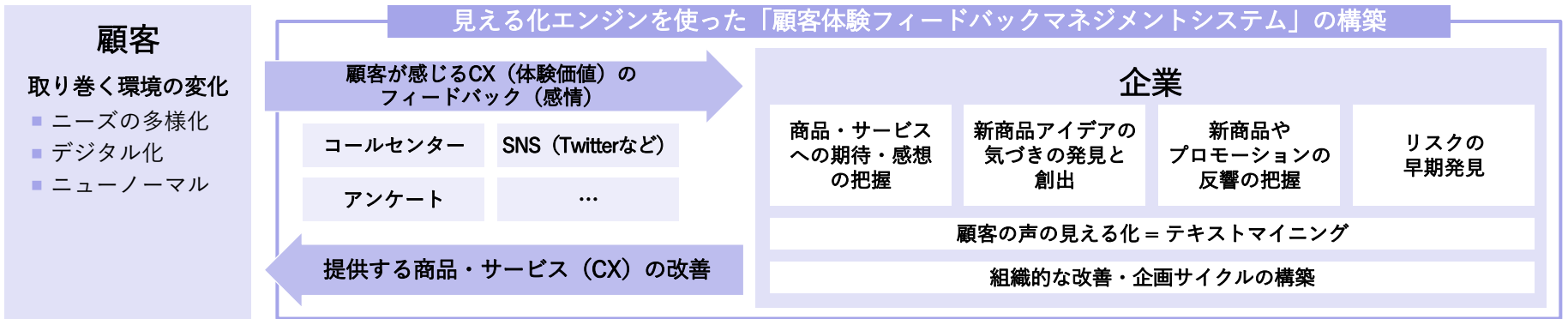
# 見える化エンジンの特徴



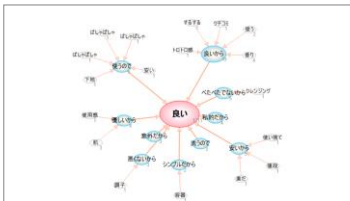
- ### サービスの特徴
- デジタル時代のビッグデータ（顧客の声や行動）を瞬時に可視化
  - 1,500社以上の活用実績がある導入シェアNo.1のツール
  - 直感的に操作できる画面、操作のわかりやすさ
  - 自由な発言、書き込みにも対応した高い精度の自然言語解技術

- ここがポイント！**
- TwitterなどのSNS、コールログ、アンケートまで膨大な量の顧客の声をテキストマイニングで分析
  - 要望、不満、満足などの感情まで「見える化」
  - ダッシュボード機能で顧客の声を起点とした全社的な改善活動までワンストップで支援

消費者の声をくみ取り、自社の体験価値（CX）を最大化できる「顧客体験フィードバックマネジメントシステム」



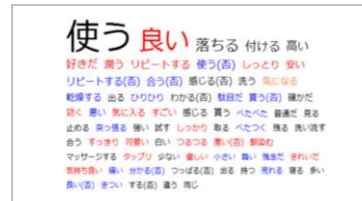
顧客の想い・期待を見える化アウトプット（独自のテキストマイニング技術）



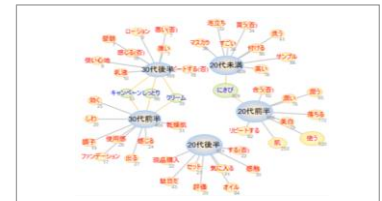
理由マップ（中心単語につながる要因を把握）



ニーズ抽出（感情がひと目で分かる）



ワードクラウド（単語の出現頻度を把握）



特徴マップ（年代別の特徴を比較）

# 見える化エンジンの導入企業

大量の顧客の声を可視化できるツールとして多数の企業へ導入。9年連続シェア1位<sup>1</sup>

## 製造業




## 小売流通業


## 製薬会社


## 企業支援


## 生活インフラ(航空・鉄道・通信)

--	--	--	--	--	--

※導入公開許可をいただいた企業の一部をご紹介します

注1：富士カメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場」

「顧客体験フィードバック」を実現するインフラ機能を拡充し、対象データの範囲を広げ、高付加価値コンサルティングで顧客に深く入り込み、LTV上昇の実現を目指す。

全社活用インフラ機能の拡充、  
AI・マイニング技術で差別化機能

分析データ拡大と改善業  
務まで、「顧客体験フィード  
バック」の仕組み構築

全社活用  
顧客体験フィードバック  
プラットフォーム

部門利用  
テキストマイニング  
分析ツール

コンサルティング力強化で付加価値を  
向上させ、顧客企業の業務に深堀り

全社活用で顧客の  
業務に深く入り込み  
LTVの上昇の実現を目指す



# カスタマーリングスの特徴



## サービスの特徴

- 膨大な量の顧客情報や行動履歴を統合・分析し、顧客との最適なコミュニケーションを実現するCRM/MAツール
- 直感的な操作性で思考を妨げないインターフェース
- メール、LINE、SMS、Web接客、アプリ通知、郵送DMなど、顧客に最適なチャネルとタイミングでのアプローチを実現



- **ここがポイント!** 顧客1人1人の行動や趣向をリアルに実感できる、多彩な分析機能やビジュアル化された豊富なアウトプットにより、マーケティング施策の企画・実行を支援
- ECや金融、店舗ビジネスなど、あらゆる業界・業種におけるデジタルマーケティング戦略に対応
- コンサルタントが戦略・分析を支援しサポート充実

ビッグデータから顧客を実感し、顧客と最適なコミュニケーションを自動化  
デジタルマーケティング時代に必須となるマーケティングオートメーションシステム

### データ統合 (CDP)



### 分析 (BI: 顧客を実感)



### 活用 (MA)



自動化 (ユーザの業務を、より考えるというクリエイティブな業務にシフト)

# カスタマーリングスの導入企業



成長企業**600社以上**のデジタルマーケティング／CRM強化を支援

## 健康食品業界



## コスメ業界



## コンタクト業界



## 雑貨業界



## ヘアケア業界



## 食品業界



## アパレル業界



## 保険/金融業界



## 新聞業界



## 会員サービス業界



## 総合通販業界



## BtoB通販業界



## 人材業界



# カスタマーリングス事業の成長戦略

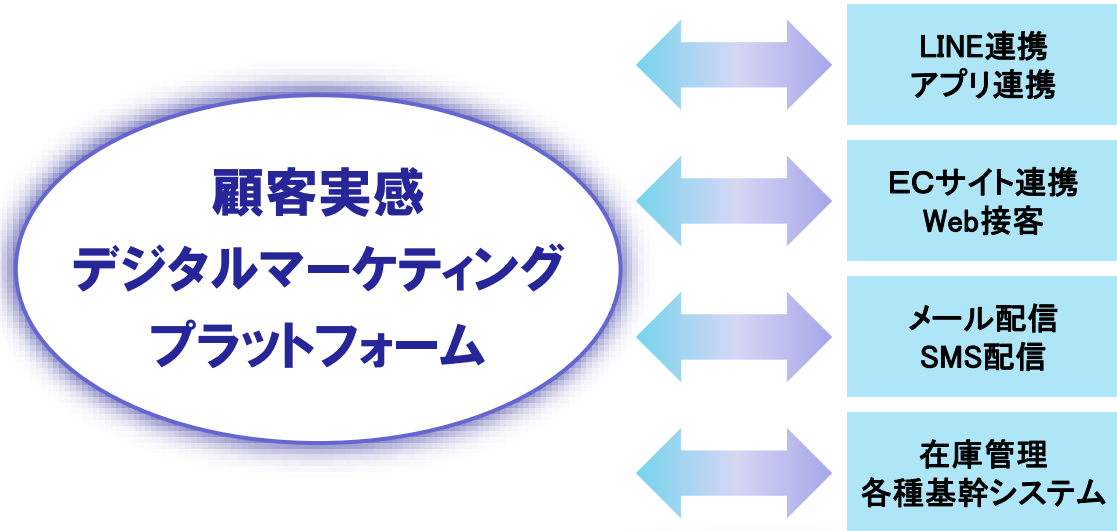


「顧客実感」の差別化機能の拡充、分析コンサルの高付加価値化、様々なマーケティングアクションと連携可能なマーケティングプラットフォームへの進化を目指す。

AI・マイニング技術で分析機能、  
「顧客実感系」機能による差別化

高付加価値コンサルティングによる  
サービス拡充で活用業界を拡大

様々なマーケティングアクションま  
で実施可能なプラットフォーム化



EC中心から活用業界を拡大し、MRR  
とARPUの上昇の実現を目指す

# タレントパレットの特徴

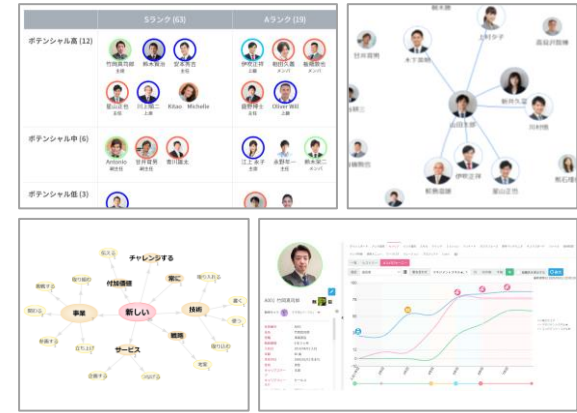


- ### サービスの特徴
- 人材難時代を勝ち抜くデータに基づいた科学的人事戦略を実現
  - 社員の最適配置や人材抜擢などで利用できる社員の見える化機能
  - 採用業務の効率化、ミスマッチ防止、活躍度予測などの採用機能
  - 社員のパフォーマンス分析やeラーニングなどの学習促進機能
  - 離職者の分析・予測、モチベーション測定など離職防止機能

- ここがポイント!**
- 弊社が得意とする、膨大な量の情報を分析するマーケティング思考を業界で初めてHR分野に応用
  - データに基づいた最適配置、適正な評価、有望人材の発掘・採用強化、離職防止などの「科学的人事戦略」を実現する人材活用のプラットフォーム
  - テキストマイニング技術により、社員の将来の希望や会社への要望などを分析。活用できず眠っていた「社員の声」を経営に反映しやすく

マーケティング思考を取り入れた独自の科学的人事を実現

直感的に人材や組織の状態を見える化



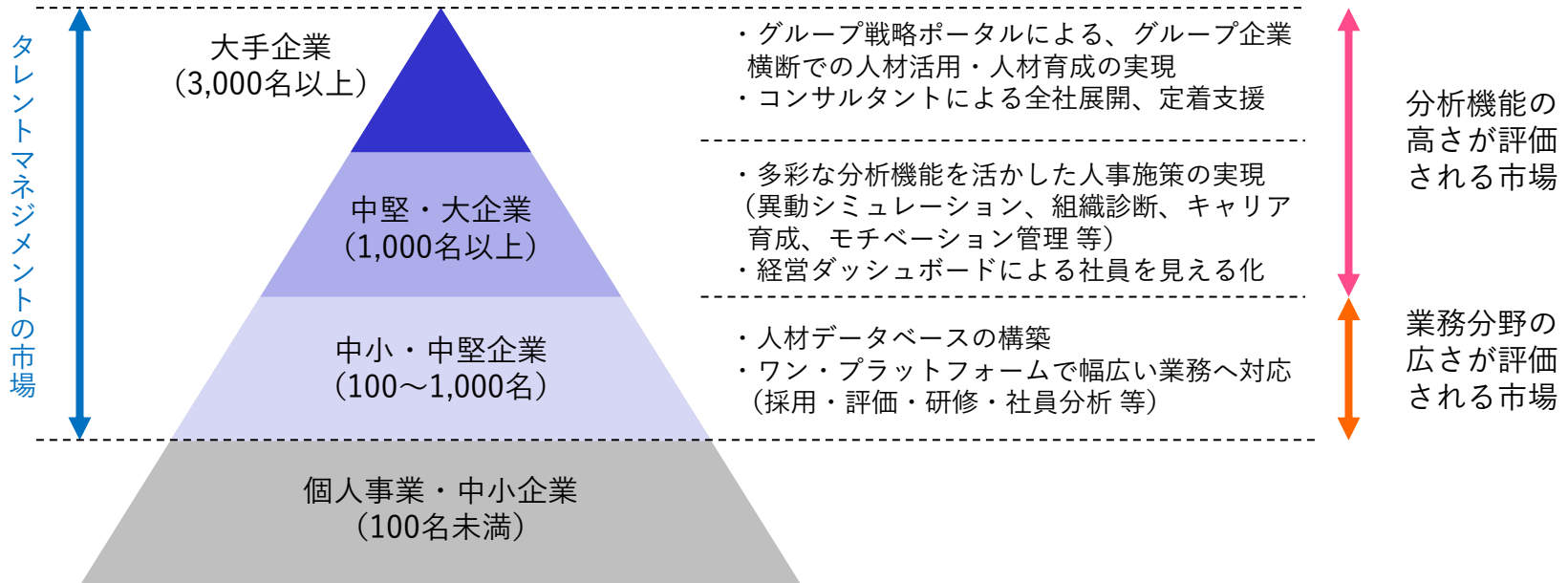
経験と勘 × 社員情報の見える化 = **科学的人事戦略を実現**  
(データに基づいたクリエイティブな人事戦略)

# タレントパレットのターゲット市場

タレントマネジメントは従業員数100名以上の市場がターゲット。  
従業員規模により市場特性が異なるため、市場に合わせた訴求ポイントによりアプローチ。

## タレントマネジメントの対象市場と当社の訴求ポイント

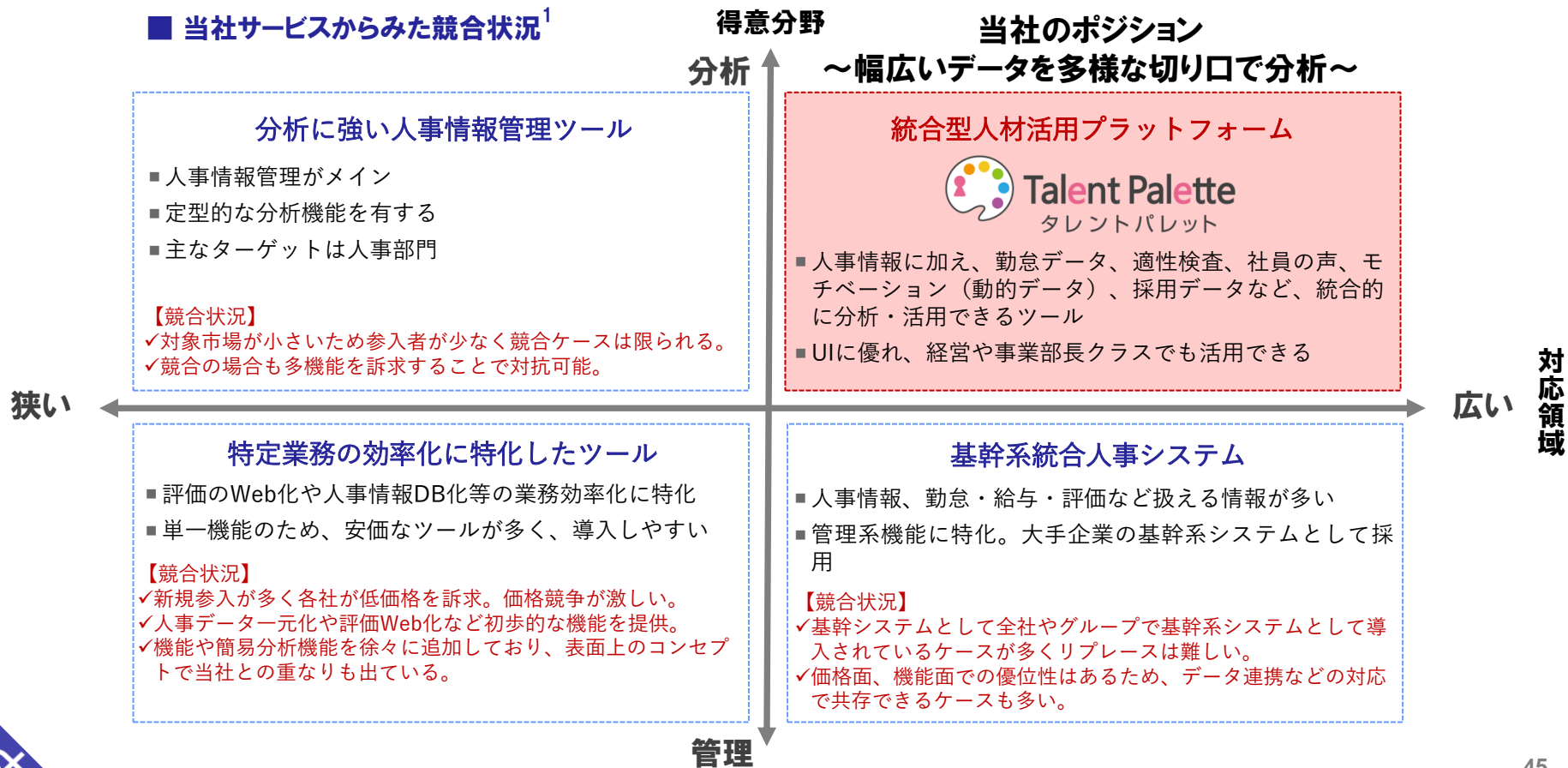
### 【主な訴求ポイント】



# 統合型人材プラットフォームとして独自のポジション

人事データの統合・蓄積による幅広い業務分野への対応と分析機能の充実により差別化

## ■ 当社サービスからみた競合状況<sup>1</sup>



注1：2021年6月30時点、当社調べ

# 業界を代表する企業による多数の導入実績



## メーカー（生活関連・部品・化学・医薬・住宅・その他）

**Panasonic**  
パナソニック様  
事業戦略を支える技術者の  
スキルの見える化と育成で  
戦略的な人事戦略を実践

**Mizuno**  
ミズノ様  
「世界的メーカー」  
人材の見える化による  
人材育成サイクルの高度化の実現

**Aj Ajinomoto**  
Eat Well, Live Well.  
ここからさらに、  
おいしいものを。

**DyDo**

**SAPPORO**

**Daiwa House**  
大和ハウスグループ

**Calbee**

**PILOT**

**RICOH**

**FUJIBO**

**Eisai**

**NISSIN HOLDINGS**

**東洋製罐グループ**

**TOKUYAMA**

**NISSHA**

**LION**  
今日を愛する。  
※研究開発部門にて利用

**Kao**

**NEVER SAY NEVER**

**ロート製薬**

**小林製薬**

**NICHI-IKO**

**SEKISUI HOUSE**

**CHIYODA CORPORATION**

**HIROTEC**

**brother**

**BANDA NAMCO**  
BANDA NAMCO Studios

## 金融

**MS&AD**  
あいおいニッセイ同和損保  
あいおいニッセイ同和損保様  
社員一人ひとりがチャレンジ意欲  
旺盛で成長を実感できる  
人材層の構築

**横浜銀行**  
横浜銀行様  
一人ひとりの挑戦・成長を  
後押しするため、  
スキルや経歴を可視化し、  
育成や登用に活かしていく

**SAISON CARD INTERNATIONAL**

**UC**

**イオン銀行**  
クレジットセンター様  
事業ポートフォリオの改革を  
経緯・社員の改革から支える  
人材プラットフォームの構築

**SAISON INSURANCE**  
セゾン自動車火災

**三菱HCキャピタル**

**ちばぎん**

**京葉銀行**

**Orico**

## サービス（運輸・物流・医療・福祉・その他）

**ニチイ**

**SOMPOケア**

**日立物流**  
Hitachi Transport System

**CO-OP**  
生活の豊かさを支える  
新「ジエックスコアゴ」

**BELLSYSTEM24**

**CPTB**

**株式会社 JALナビア**

**RELO GROUP**

**peach**

## 流通・小売・外食・不動産・サービス

**Azuma Flower Market**

**gala Corporation**

**UNITED ARROWS LTD.**

**BEAMS**

**UR**  
URBAN RESEARCH Co., Ltd.

**パークコーポレーション様**  
青山フラワーマーケットなどの店  
舗ビジネスを展開  
科学的な店舗スタッフの配属、  
育成を実現

**Spa Resort Hawaiians**

**CREATIVE LIFE STORE TOKYU HANDS**

**ZOZO**

**WEGO**

**TSUTAYA**

**バイクのこころ**

**山田養蜂場**  
YAMADA BEE FARM

**BIKE 王**

**WEGO**

**クラフト株式会社**

**Takano Yuri**  
BEAUTY CLINIC

**Honda Cars 博多**

**東京建物**

**P's-first**

**CENTRAL SPORTS**

**OSASIS**

**KURA**

**point**

**TAKAMIYA**

## システム開発・IT・通信業界

**LIFULL**  
あらゆるLIFEを、FULLに。  
LIFULL様  
「日本一儲きたい会社」  
世界最高のタレントマネジメントをつくる

**株式会社 日立社会情報サービス**  
日立社会情報サービス様  
次世代を担うフロント人材育成のために  
データを繋ぐ

**NTT DATA**  
Trusted Global Innovator

**mixi**

**NECネットズエスアイ**

**MSYS**  
人材情報システムズ

**QTnet**

**KYOCERA**  
京セラ コミュニケーションズ

**IIJ**  
Internet Initiative Japan

**YAHOO! JAPAN**

## 広告・マスコミ・調査・人材・教育

**en エン・ジャパン**

**B-NEXT**

**SMS**  
Best Matching Your Talent  
エス・エム・エス キャリア

**Pacific Consultants**

**copro**

**エン・ジャパン様**  
人材を可視化し、  
意思決定できるツールが必須に

**ビー・ネクストテクノロジーズ様**  
スキルを見える化し  
エン・ジャパンに協働を最大化

**TSグループ**

**阪南大学**  
Create Consumer-centric Values

**0TEL**

**tv asahi**

**opt**

**ADK**

**intage**

# タレントパレット事業の成長戦略

「科学的人事」の方法論と機能を拡充し、HR周辺分野へのサービス拡大を進め、新しい人材活用や働き方改革を推進する「人材情報プラットフォーム」の実現を目指す。

① マーケティング視点による  
科学的人事の分析手法と機能の拡充

② 科学的人事の啓蒙・浸透による  
人材活用・働き方変革の推進

③ 人材情報プラットフォーム構築と  
HR周辺分野への本格展開



人事の情報系基盤を抑え、HR分野での圧倒的なシェアの獲得を目指す



# 本資料の取り扱いについて

本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を確認された上でご利用ください。

当社以外の企業等に関する情報および第三者の作成に関する情報につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させて頂くものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。