

2022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
(東証グロース 4071)

2022年8月12日



目次

- 01 会社概要
- 02 2022年9月期 第3四半期決算
- 03 2022年9月期 業績見通し
- 04 ご参考資料
 - 各事業の概要
 - 成長戦略

01 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（東証グロース：4071）
- 代表者 代表取締役社長 三室 克哉
- 本社所在地 東京都港区東新橋一丁目9番2号 汐留住友ビル25階
- 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薬院3-3-33 グランドキャビン天神南4F
- 設立 2006年（平成18年）12月25日
- 資本金 88,081千円（2022年6月30日現在）
- 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 225名（2022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

顧客情報
お客様の声

商品情報
購買履歴

SNS・ツイッター
ソーシャルメディア

ECアクセスログ
IoT・ライフログ

営業日報
知的資産・論文

人事・勤怠情報
面談記録

膨大な情報を
テクノロジーで
「見える化」

テキストマイニング
データマイニング
自然言語処理
AI・機械学習
+
コンサルティング
業務知識

様々な分野でサービス展開

マーケティング領域

お客様の声（ニーズ）の見える化

 見える化エンジン

CRM領域

顧客の情報と行動の見える化

 CustomerRings
カスタマーリングス

HR・人事領域

人事情報・社員の見える化

 Talent Palette
タレントパレット

主要サービス ～複数領域で全て黒字のS a a S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

サブスク・プロダクト

サービスを支える技術やノウハウ

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

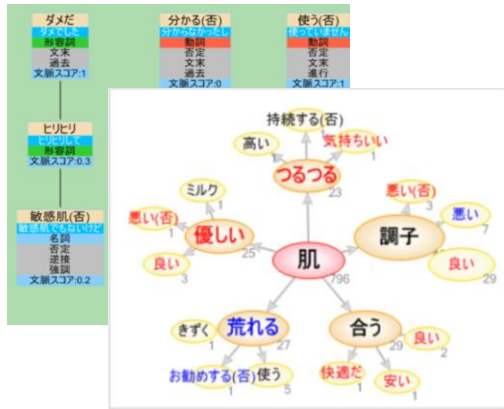
業界・業務知識

活用支援
コンサルティング

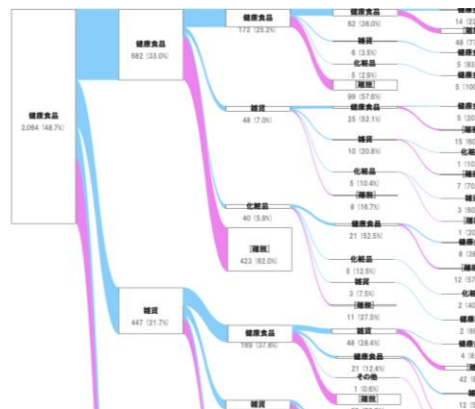
事業の強み ~ビッグデータを実務に役立つ形で可視化する高い技術力~



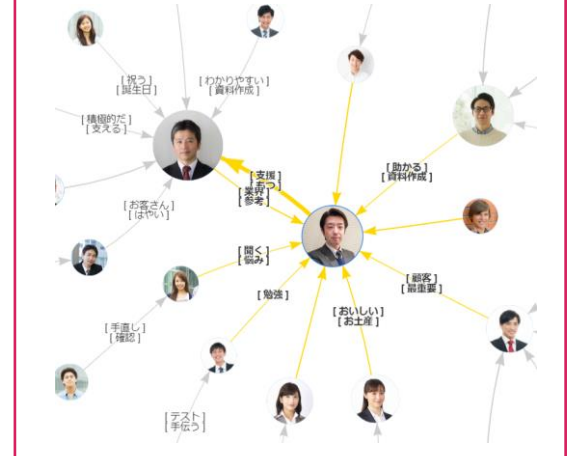
構文解析、単語マップ



購買パターン分析



社員間ネットワーク図



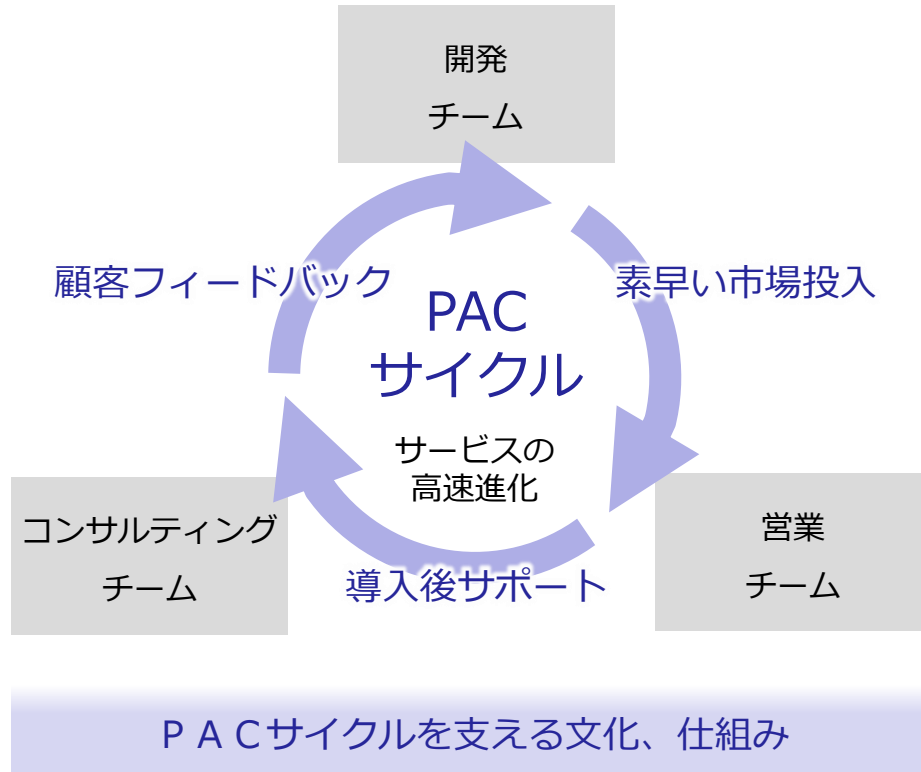
日本語の文章を解析し、主語述語やポジネガ反響などをマップで表現し顧客の声を一目で把握

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

全チーム総力戦の 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~

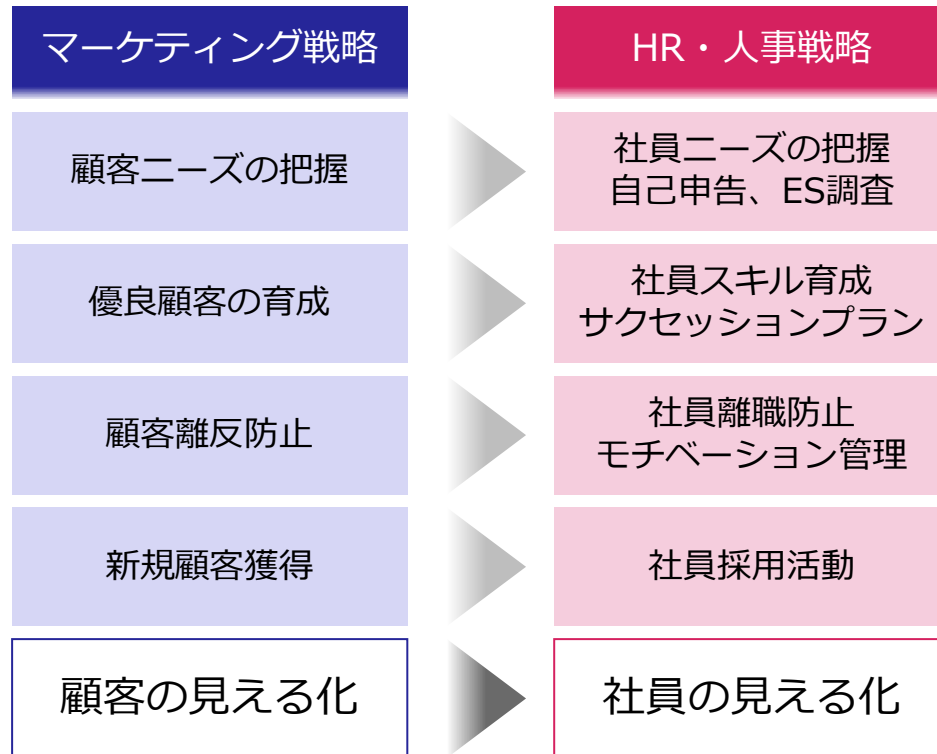
約15年間のSaaSビジネスのノウハウを活用し、
タレントパレットなど新事業を高速立ち上げ



高収益と高成長の複数事業を同時に展開する
ことで、高利益率と高成長率を継続的に実現

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～

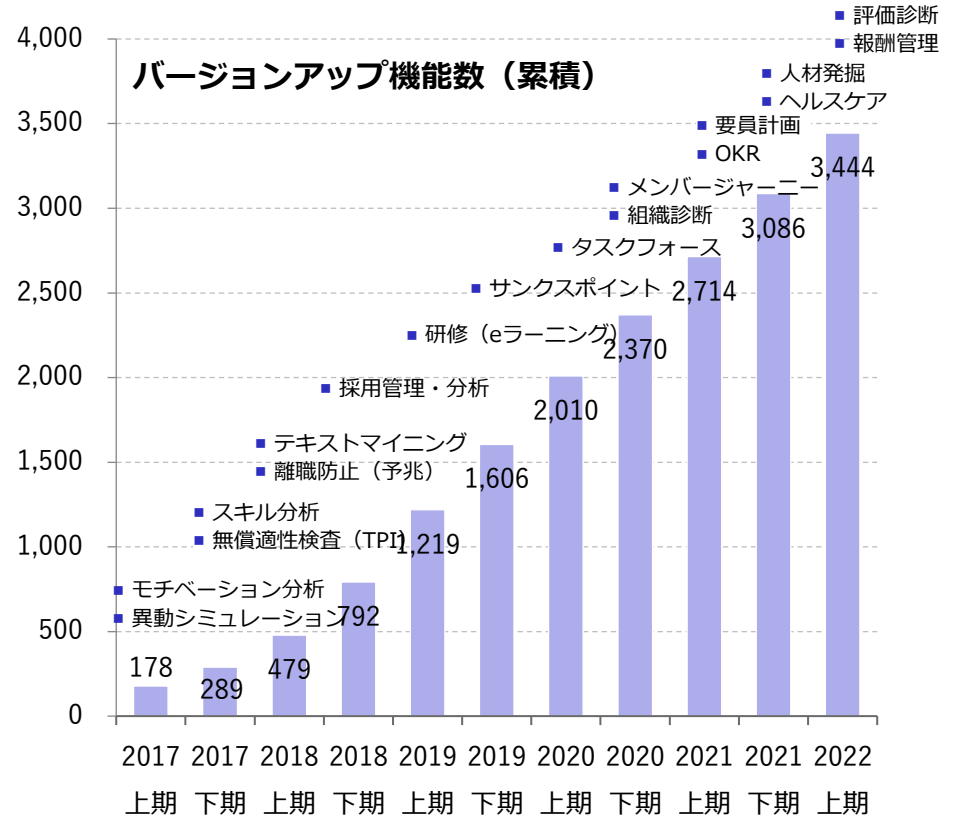
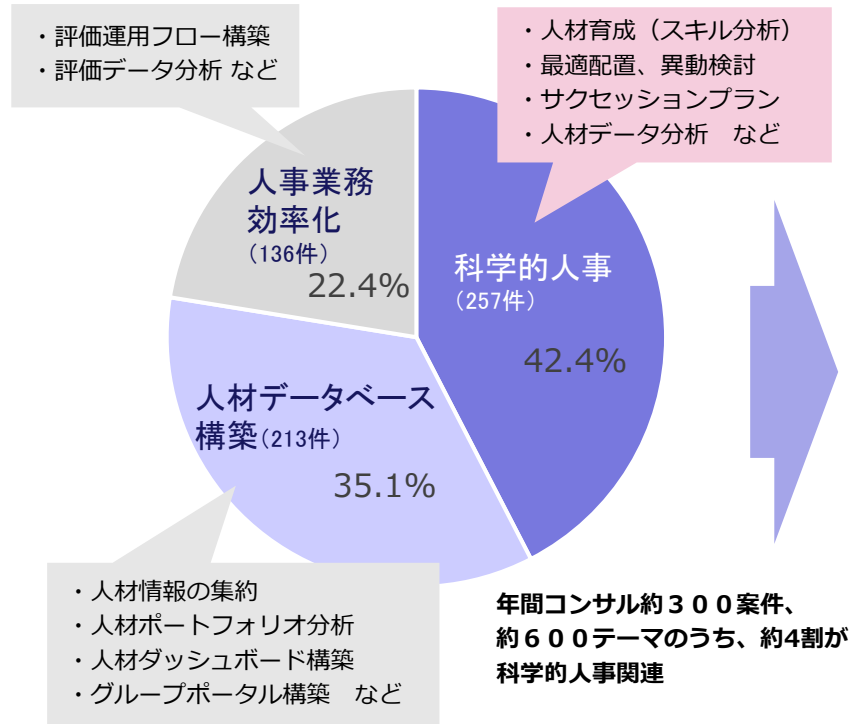
マーケティング分析の手法を人事分野に適用し、人事業務の効率化だけでなく意思決定を支援



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進化 ~多数のコンサル事例から高速機能開発~

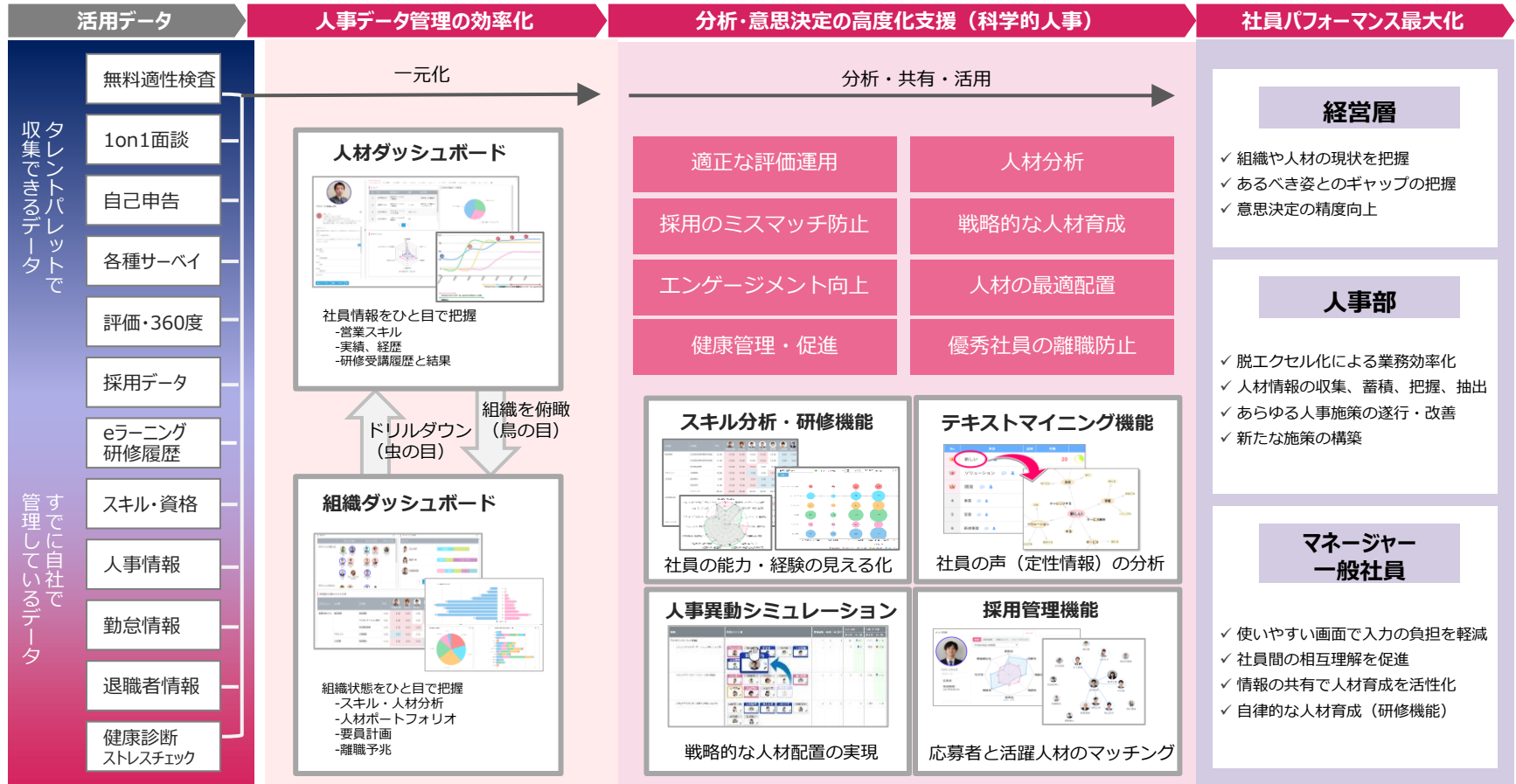
- SaaSビジネス×コンサルティングの融合により、高付加価値サービスを提供
- 様々な先進企業へのコンサルティングを通して、約5年半で3,400以上の機能を標準搭載



注) 年間納品ベース。1案件に2つ以上のテーマが含まれる場合には重複してカウント

タレントパレットの進化 ~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



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・建築・その他）



金融（銀行・生損保・カード・リース）



公共インフラ（電力・ガスなど）・通信・自治体・運輸・その他



流通・小売・外食・不動産・サービス・医療・介護・福祉



IT・システム開発・コールセンター・エンタメ



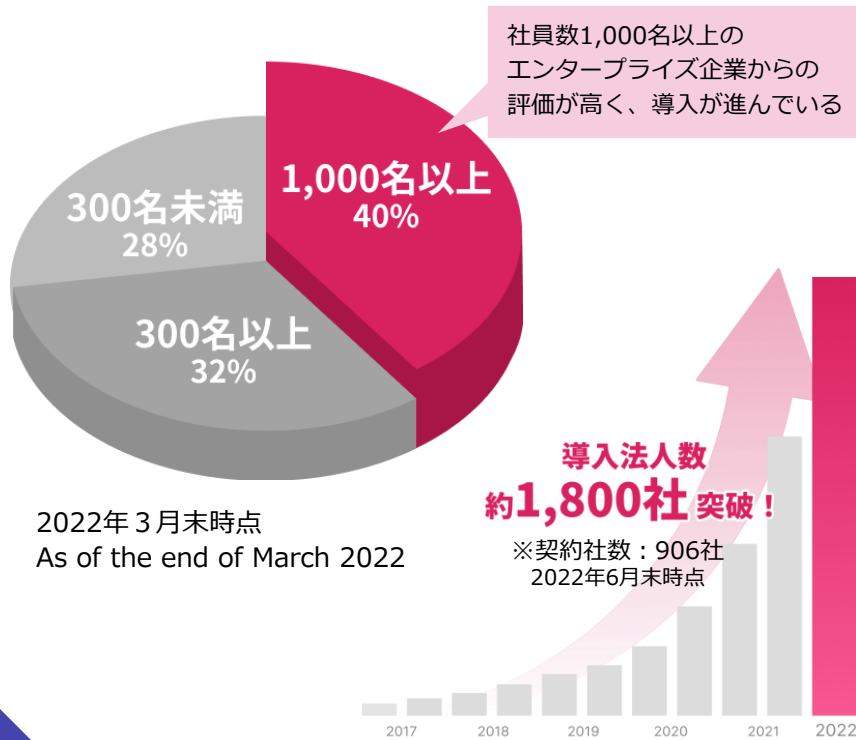
広告・マスコミ・調査・人材・教育



タレントパレットの強み ~エンタープライズ向け浸透と高評価~

- 社員数1,000名以上の大企業への導入割合（契約件数ベース）が、約40%以上
- エンタープライズ向けのきめ細かい機能や高度なコンサルティングへの高い評価

プラン別契約件数比率



企業向けレビューサイト「ITreview¹」で
タレントマネジメント部門「Leader」を受賞



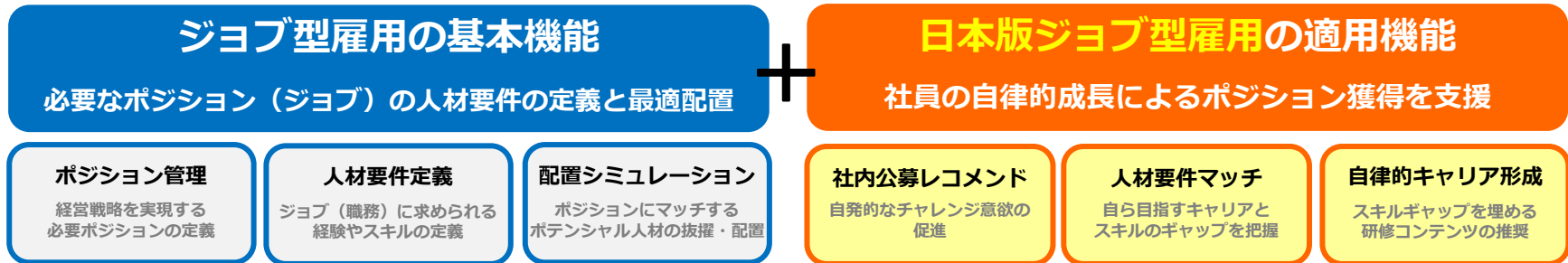
評価のポイント

- 多様な人事施策に特化した分析機能
- 社員アンケートなど様々なデータを収集する仕組み
- 各種の人事データに対する詳細な参照権限の設定
- 基幹システムとの柔軟なデータ連携機能
- 要望機能のスピード開発と高頻度のバージョンアップ
- 高度なコンサルティングと手厚いサポート体制

注1 ITreview Grid Award 2022 Spring タレントマネジメント部門、人事評価・OKR部門

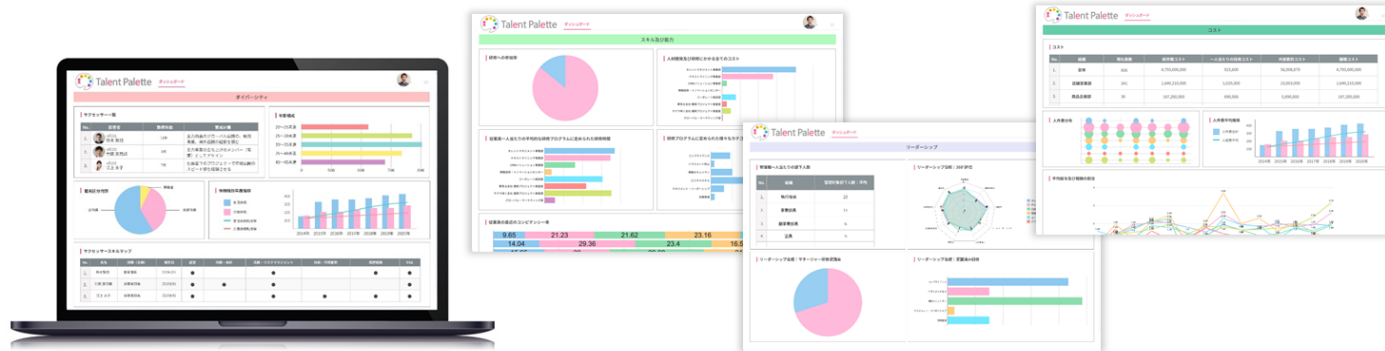
エンタープライズ向け施策① ～日本版ジョブ型雇用制度への対応～

- 経営戦略を支える人事施策として、ジョブ型雇用制度への移行を目指す企業が増加
- 日本版ジョブ型制度を支援するエンタープライズ向け機能とコンサルティングの提供



エンタープライズ向け施策② ～人的資本情報開示への対応～

人的資本開示指標の策定やダッシュボード構築等を支援するコンサルティングサービス提供



1.人材基本情報

- ダイバーシティ
- 総従業員数
- 年齢/性別/勤続年数/構成比率
- 雇用区分/職種/役職推移
- 生産性/人件費/要員計画 など

2.エンゲージメントや組織の健全性

- 組織文化
- 社員の声/従業員満足度推移
- エンゲージメント指数
- コミュニケーションスコア
- ウェルビーイング指数 など

3.採用力・離職状況・最適配置

- 採用/離職率
- 社員の声/従業員満足度推移
- 異動希望者一覧/理由
- 入社後活躍推移/入社理由
- 離職者傾向推移/理由 など

4.サクセッションプラン・自発的挑戦

- 主要ポジションの人材要件定義・充実度
- ポテンシャル人材の供給力/タレントプール
- サクセッサーの充足度/準備率
- 次世代人材育成計画
- チャレンジ指数
- 社内公募/応募率 など

5.スキル及び能力

- 組織に必要なスキル定義
- スキルマップ/保有人材/習熟度
- 人材ポートフォリオ
- 学習状況/育成状況
- 各組織の研修受講割合 など

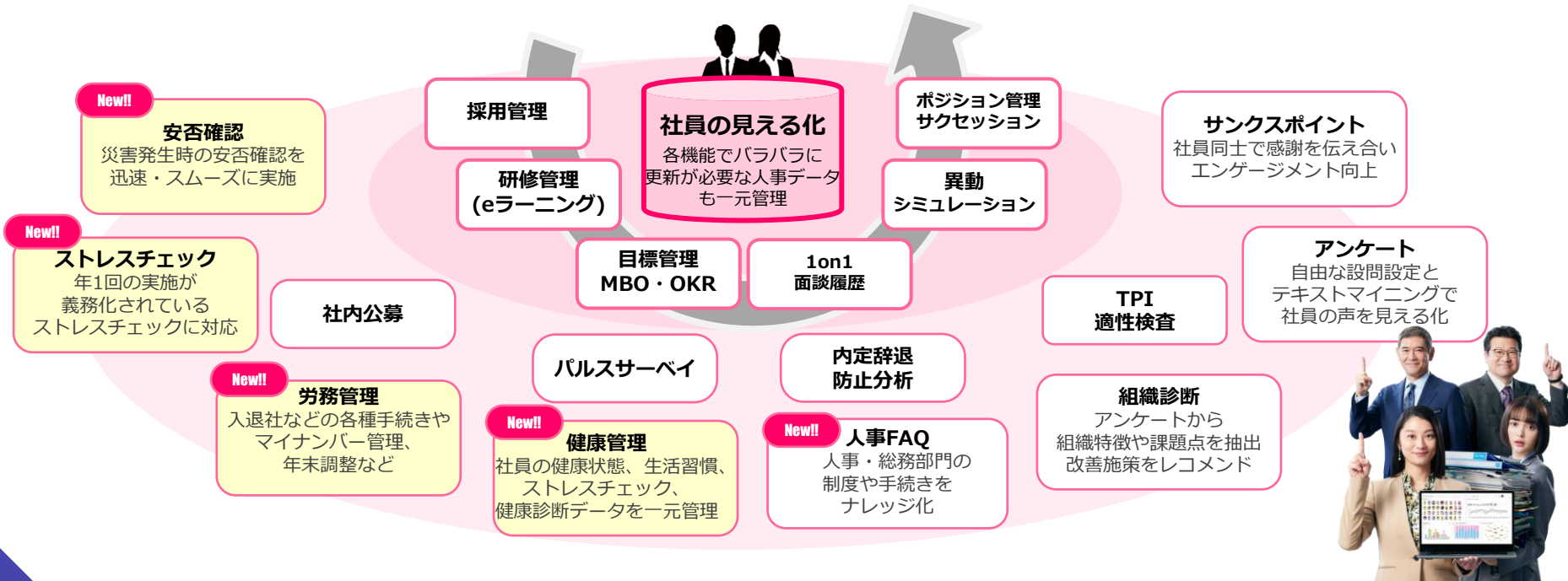
6.健康経営

- ヘルスケアスコア
(メンタル/生活習慣/喫煙...)
- 健診受診率/所見あり人数
- 休職者推移/面談数
- 労務状況/残業時間推移
- 組織別ストレス状況 など

小規模・中堅企業向け施策 ～人事業務向けオールインワン機能の搭載～

採用管理、研修管理、労務管理、ヘルスケア、安否確認機能等を搭載し、人事業務を効率化するオールインワンサービスを提供。人事情報の二重登録負荷の軽減、一元化による利便性向上に貢献

人事の「ほしい」が、**オールインワン!** Talent Palette であらゆる人事業務・施策をカバー
タレントパレット



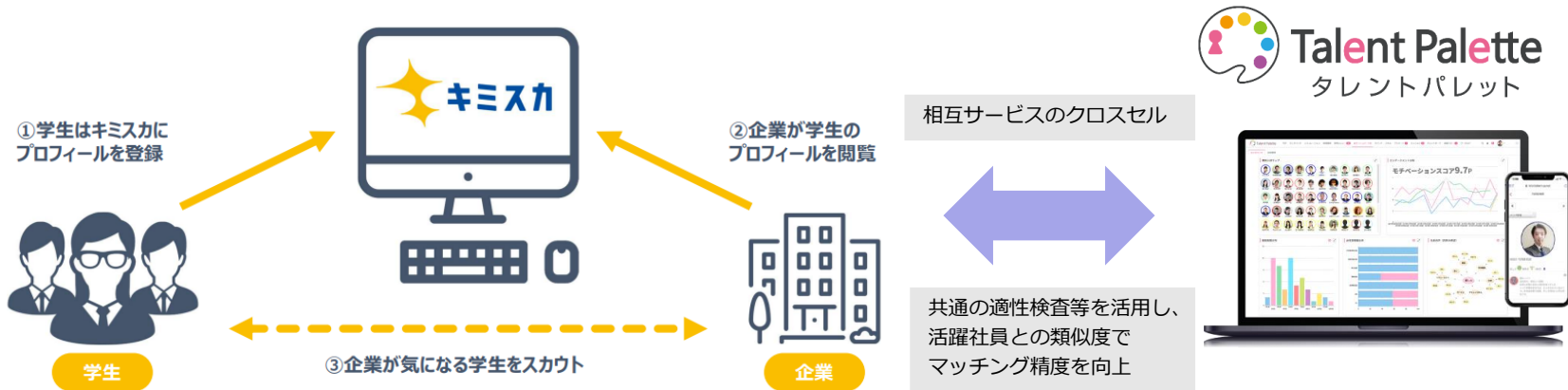
タレントパレット事業の展開 ~人事の周辺分野への進出~

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



タレントパレット事業の展開 ～人材紹介・採用分野～

- 株式会社グローアップ（GU社）の完全子会社化（2022年10月3日付でGU社の全株式を取得予定）
- GU社と一体となりサービス開発に取り組むことで事業推進を加速
- 新卒領域を取り掛かりとした採用ビジネスへの本格参入



①採用業務の高度化による付加価値向上

タレントパレットの採用管理や分析機能をキミスカと連携。求人スペックにマッチする候補者を推奨

②相互のサービスのクロスセル推進

お互いの顧客基盤を活用した相互サービスのクロスセルによる売上拡大

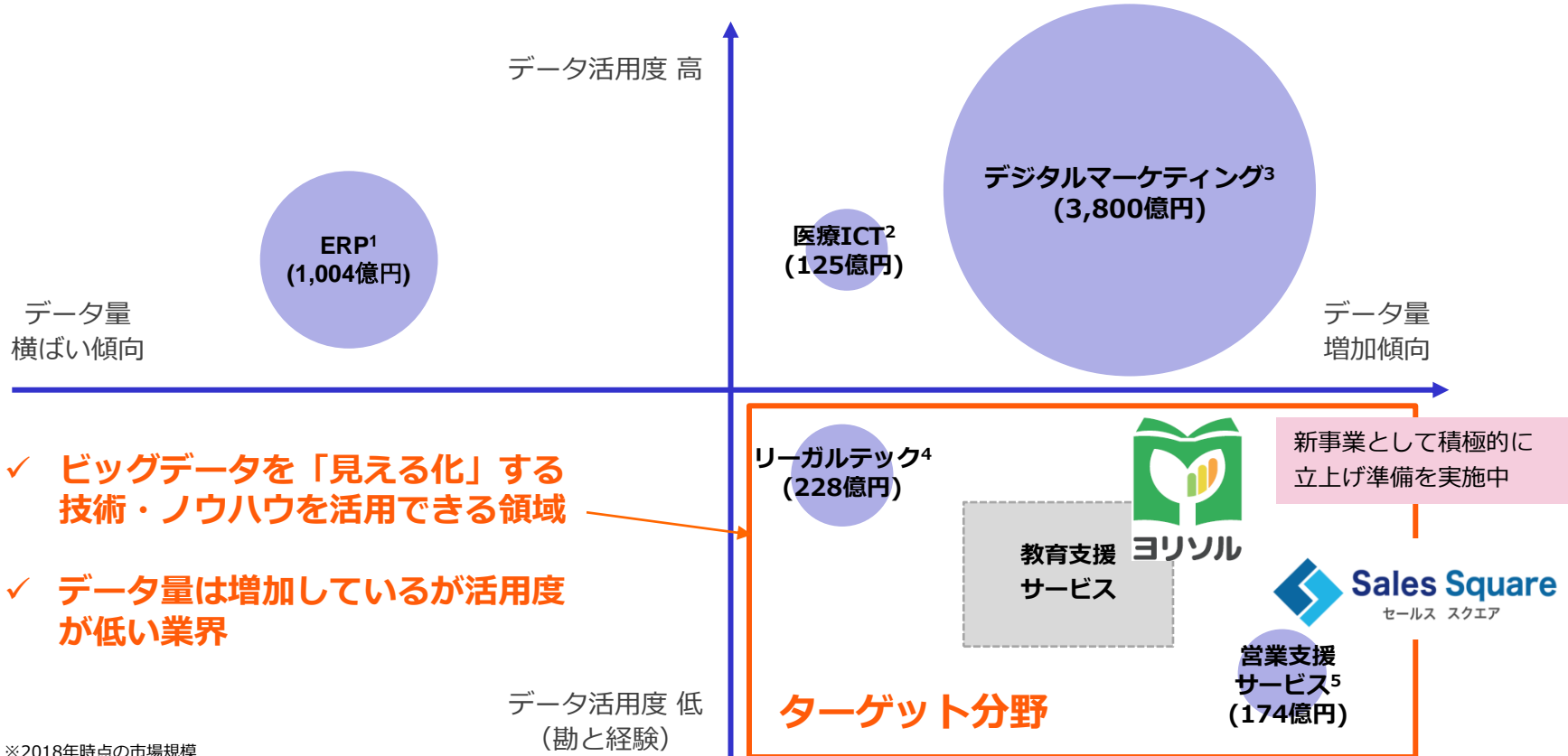
③機能開発と採用ビジネスのノウハウ共有

双方サービスの高レベルでの連携による、採用分野展開を加速させる機能開発とノウハウを共有

GU社の子会社化に伴い、2023年9月期より連結決算への移行を予定しております。

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推進中



※2018年時点の市場規模

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」

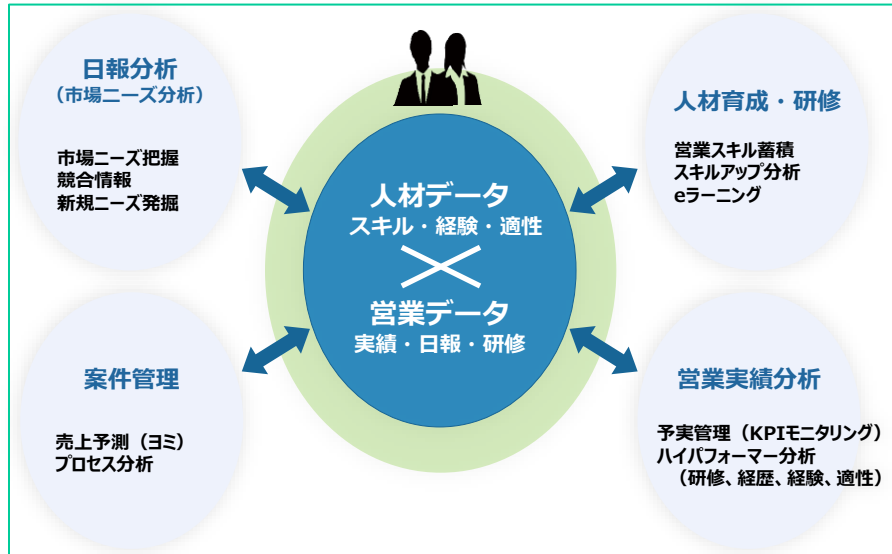
注5: アイ・ティ・アール「統合型マーケティング支援市場2020」

新規事業の展開 ～2つの新規事業のベータ版の提供開始～

営業支援サービス領域



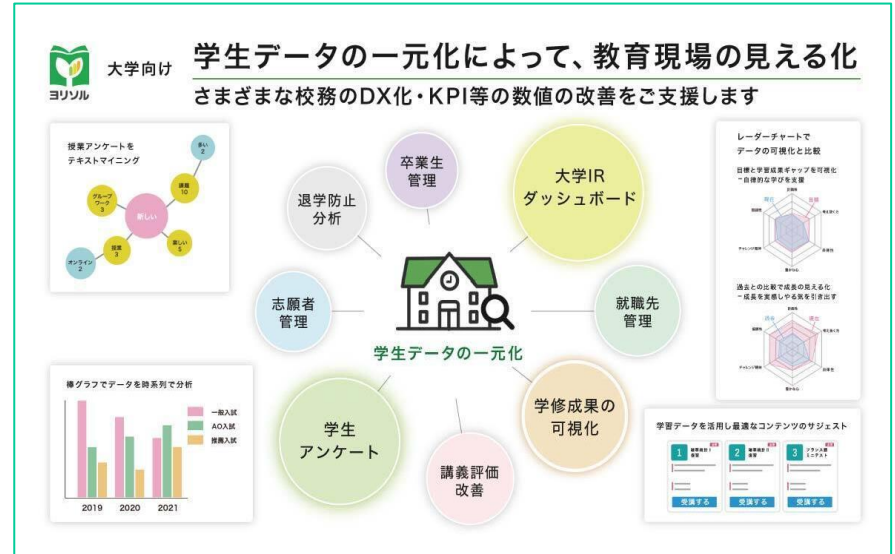
営業成果の最大化と組織パフォーマンス向上を
同時に実現する統合型営業戦略ソリューション



教育支援サービス領域



教育現場の見える化と大学IRを支援する
スクールマネジメントシステム



02 2022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を継続。3Qも引き続き導入数が増加し業績は計画を超えて推移
- 見える化エンジン、カスタマーリングスも、ほぼ計画通りに進捗

■ 2022年9月期 第3四半期 業績

- 2022年9月期 第3四半期決算累計の売上高は**29.4%**増収、営業利益**20.0%**増益、営業利益率**31.8%**
- 全社のリカーリング収入（MRR）は、**598**百万円（前年同期比**30.2%**増）と順調に成長
- タレントパレット事業は、前年同期比で売上高は**54.8%**増収、営業利益は**41.6%**増益と好調を継続
- タレントパレット事業は、導入数増と解約率の低位安定により顧客数は継続的に拡大するとともに、顧客単価（ARPU）も継続して上昇しており、リカーリング収入が順調に積み上がっていることが業績好調に大きく寄与

■ 2022年9月期 通期業績見通し

- 2022年9月期 第3四半期までの業績は順調に推移しているが、下期よりマーケティング費の積み増しをしており、当初の通期業績見通しに変更は無し。
- 売上高 **7,650**百万円（前年比**25.0%**増）、営業利益**2,500**百万円（営業利益率**32.7%**）を見込む。

業績ハイライト

- 2022年9月期 第3四半期決算累計の売上高は29.4%増収、営業利益は20.0%増益

<3Q累計>

売上高	5,700	百万円	前年同期比	29.4	% 増
-----	--------------	-----	-------	-------------	-----

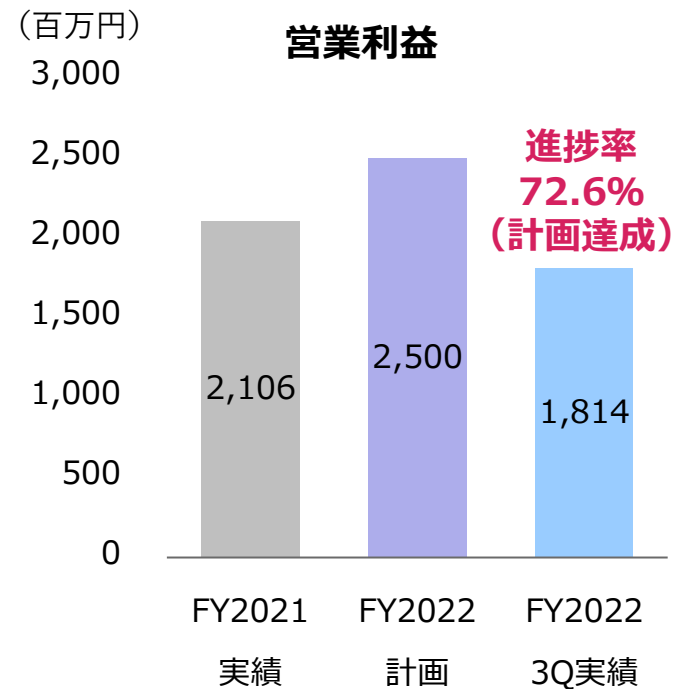
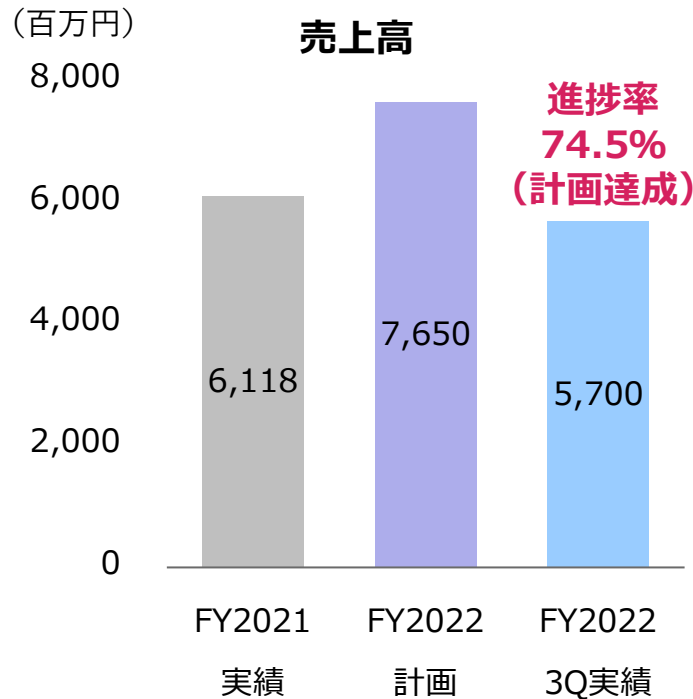
営業利益	1,814	百万円	前年同期比	20.0	% 増
------	--------------	-----	-------	-------------	-----

経常利益	1,807	百万円	前年同期比	21.1	% 増
------	--------------	-----	-------	-------------	-----

当期純利益	1,190	百万円	前年同期比	22.0	% 増
-------	--------------	-----	-------	-------------	-----

2022年9月期 第3四半期業績 業績進捗 (全社)

- 3Q累計の売上高進捗率は通期計画比 74.5%であり、計画を上回って順調に推移。
- 営業利益進捗率は通期計画比72.6%、上期末消化分のマーケティング費の積み増しを実施。



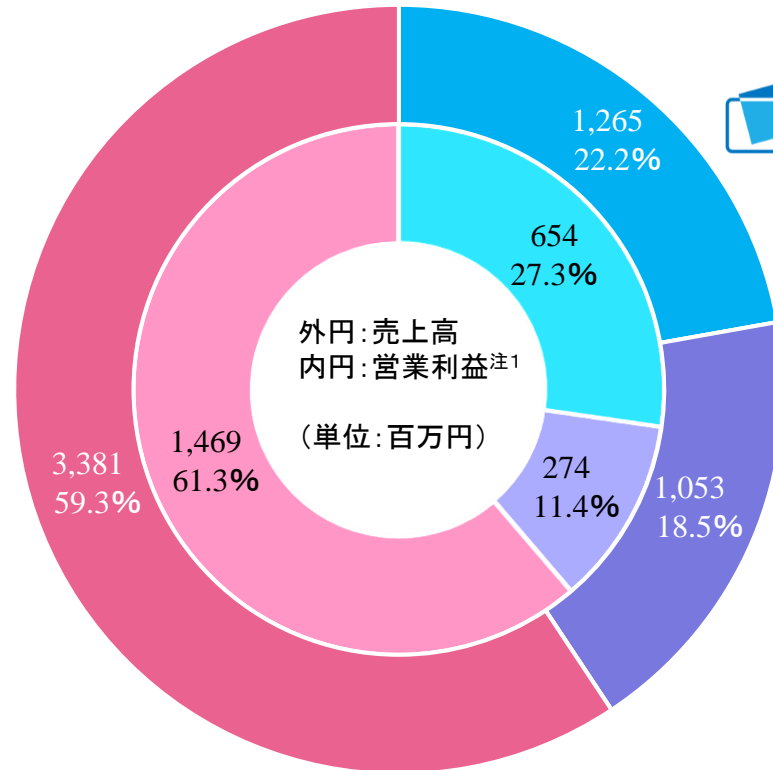
業績サマリー (全社)

- 売上高・営業利益は、マーケティング費の積み増しをしたが3Qも増収増益の傾向が継続
- 3Q累計で、売上高は29.4%増収、営業利益は20.0%増益、営業利益率は31.8%と順調

単位：百万円	2022/9期 (4-6月)			2022/9期 (10-6月)			2022/9期 (10-9月)	
	前年実績	3Q 当期実績	前年増	前年実績	3Q累計 当期実績	前年増	年間計画 計画	進捗率
売上高	1,524	1,950	27.9%	4,405	5,700	29.4%	7,650	74.5%
売上原価	440	571	29.7%	1,273	1,652	29.7%		
売上総利益	1083	1,378	27.2%	3,131	4,048	29.3%		
販管費	615	866	40.8%	1,619	2,233	37.9%		
営業利益	468	512	9.4%	1,512	1,814	20.0%	2,500	72.6%
営業利益率	30.8%	26.3%	-	34.3%	31.8%	-	32.7%	-
経常利益	441	513	16.4%	1,492	1,807	21.1%	2,450	73.8%
当期純利益	288	335	16.5%	976	1,190	22.0%	1,600	74.4%

2022年9月期 第3四半期業績（セグメント別）

- 全社売上の59.3%、利益の61.3%がタレントパレット事業となり、全社成長を牽引
- 利益率の高いタレントパレット事業が全社的な収益性の向上に寄与



注1: 2022年9月期第3四半期累計における各セグメントの営業利益額(共通費控除前)

業績ハイライト (タレントパレット事業)

- タレントパレット事業は好調を継続、売上高は54.8%増収、営業利益は41.6%増益

	2021/9期 3Q累計	2022/9期 3Q累計	前年比
売上高 ¹	2,183 百万円	3,381 百万円	54.8 % 増
営業利益 ²	1,037 百万円	1,469 百万円	41.6 % 増
営業利益率	47.5 %	43.5 %	4.0 point 低下
MRR ³	224 百万円	347 百万円	54.8 % 増
顧客数 ⁴	623 件	906 件	45.4 % 増
解約率 ⁵	0.46 %	0.43 %	0.03 point 低下
ARPU ⁶	356 千円	380 千円	6.5 % 増

注1：2021年9月期第3四半期または2022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2022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。2021年6月または2022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4：2021年6月末または2022年6月末における月額課金契約数

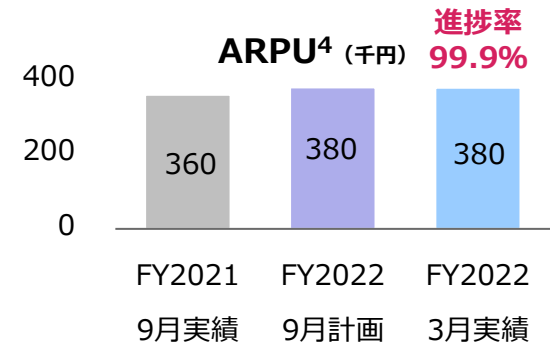
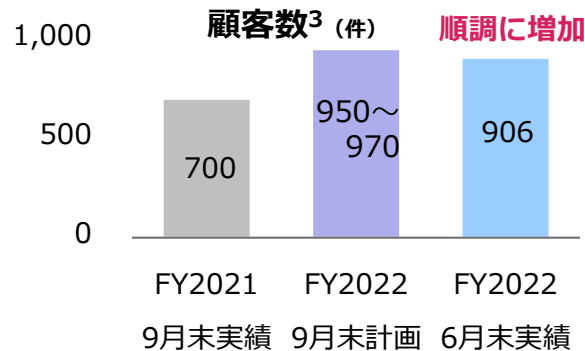
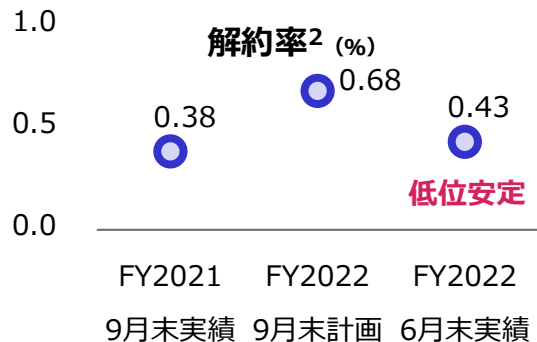
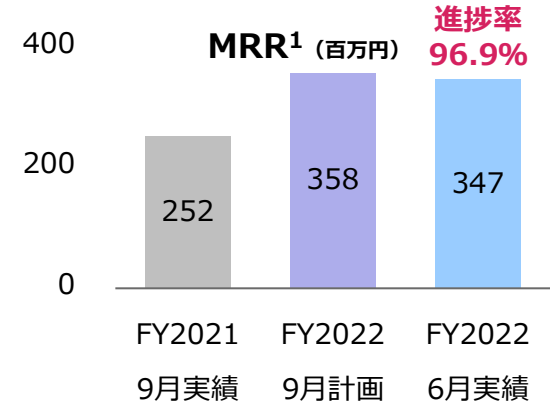
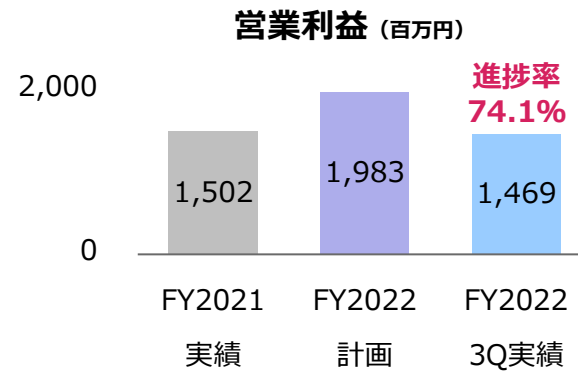
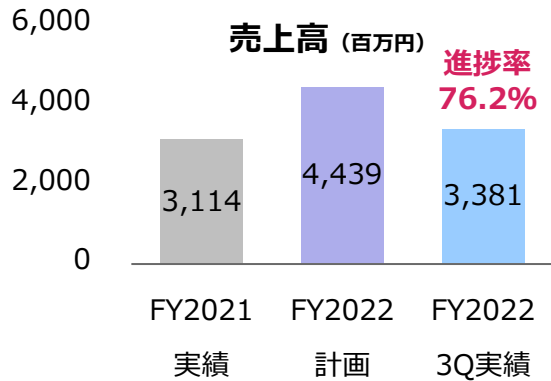
注5：既存契約の月額課金額のうち解約に伴い減少した月額課金額の割合（2021年6月または2022年6月までの過去12か月の平均値）。

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。2021年9月期または2022年9月期の第3四半期における一カ月あたりの平均MRRを同期間における一カ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のすべてが計画を上回って進捗している。
- 前期末の好調な受注に加え、今期も受注好調が継続し、顧客数が順調に増加。

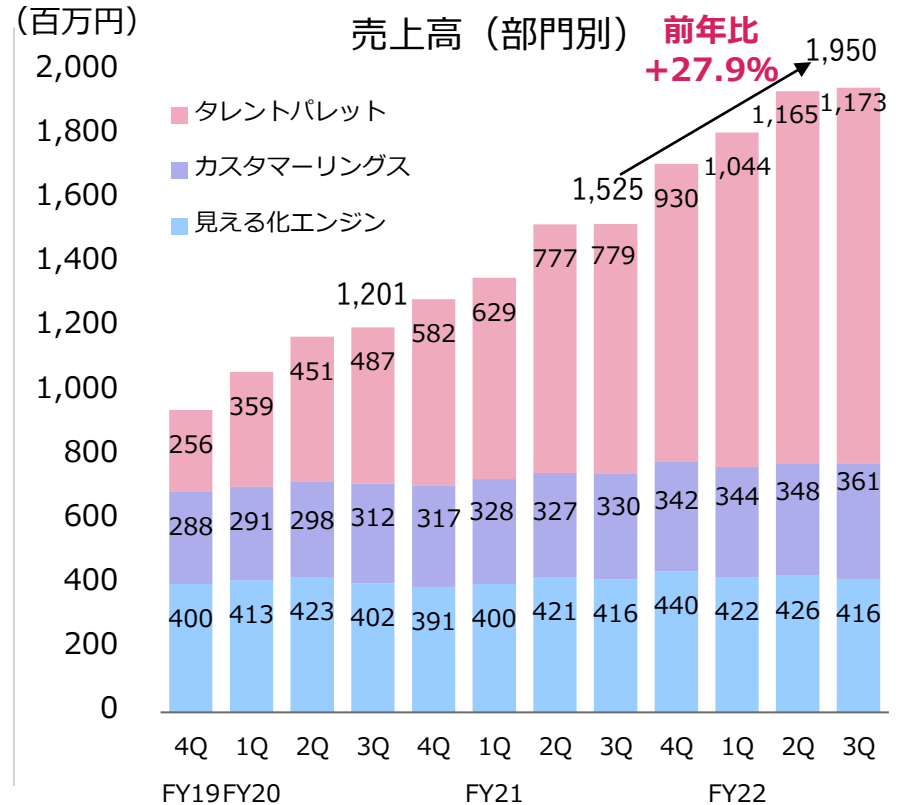
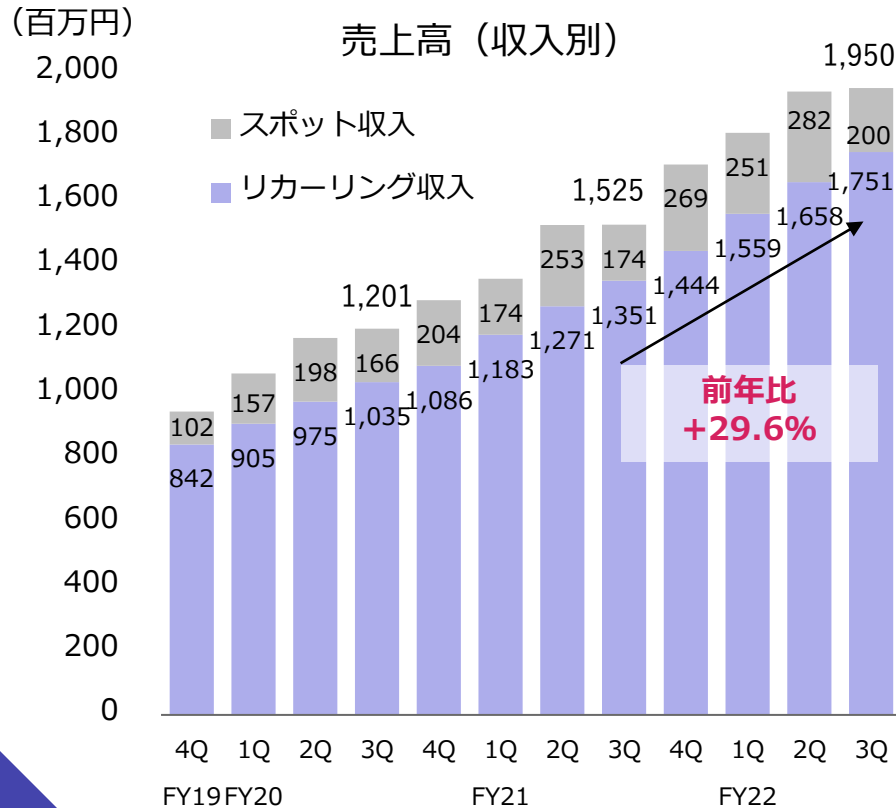


注1: Monthly Recurring Revenue. 継続課金ユーザー企業に係る月額料金額の合計額
 注2: 既存契約の月額課金額のうち解約に伴い減少した月額課金額の割合(過去12か月の平均値)

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（全社）

- リカーリング収入が順調に積み上がり、3Qは1,751百万円（前年比29.6%増）と拡大
- 各事業とも売上が前年同期を上回り、3Qは1,950百万円（前年比27.9%増）と拡大

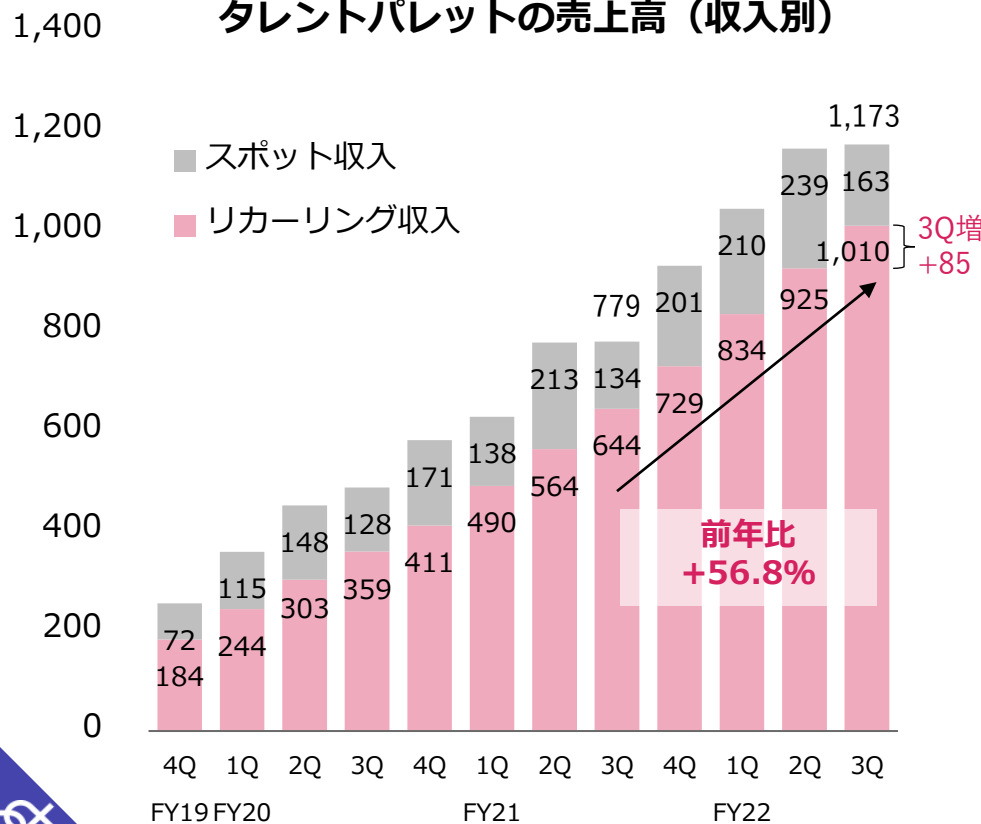


売上高の推移（タレントパレット）

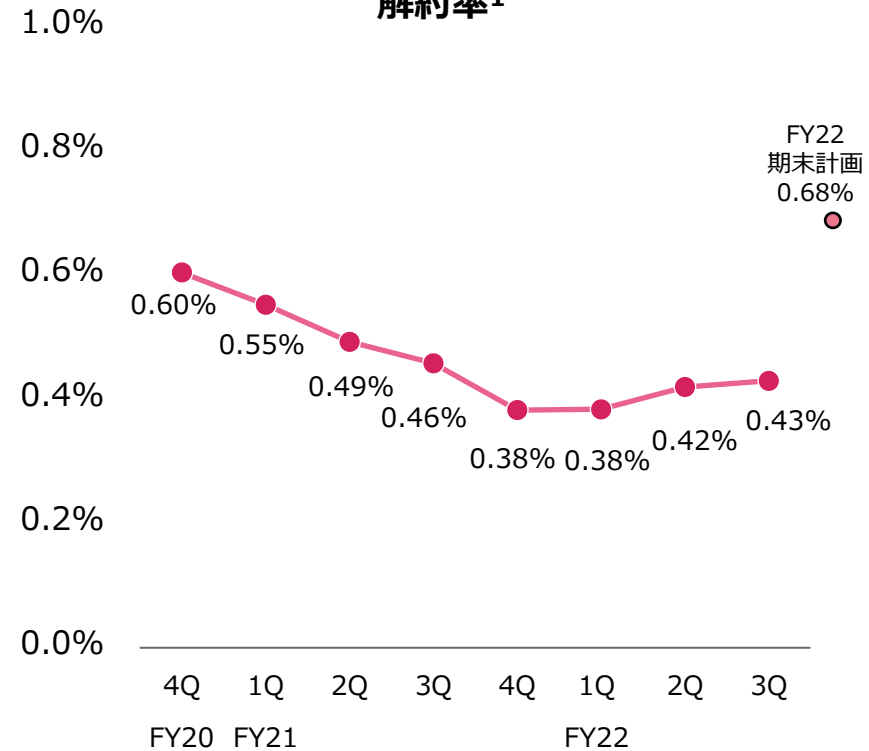
- リカーリング収入は順調に積み上がり、3Qは1,010百万円（前年比56.8%増）へと拡大
- 解約率もFY22期末計画0.68%に対して、0.43%と低位安定で推移

(百万円)

タレントパレットの売上高（収入別）



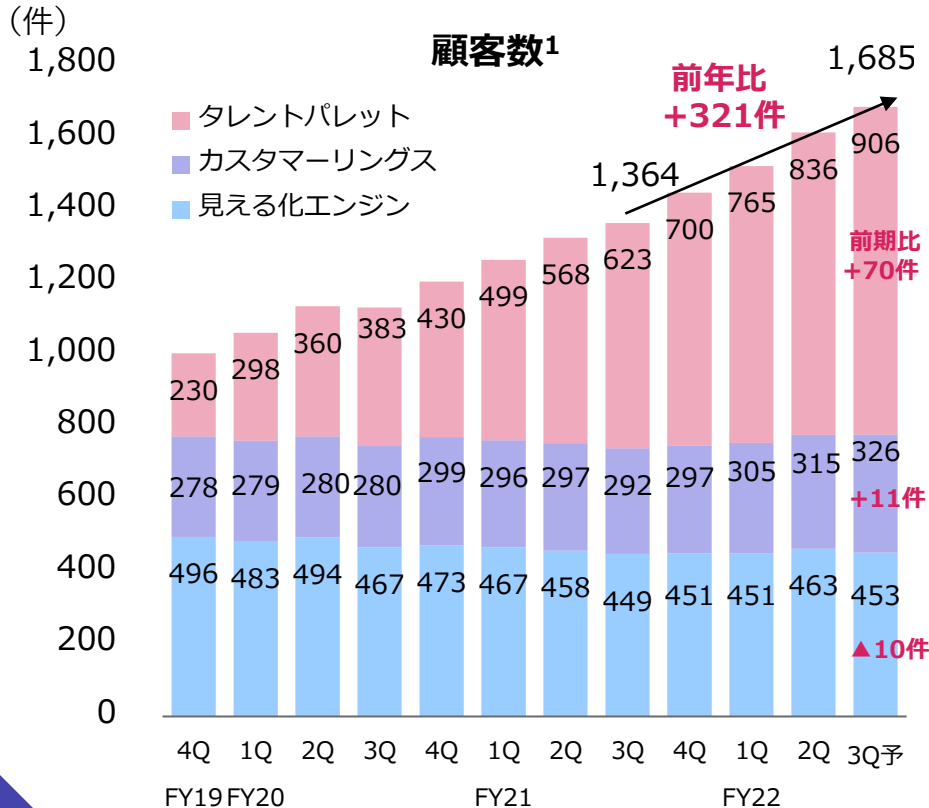
解約率¹



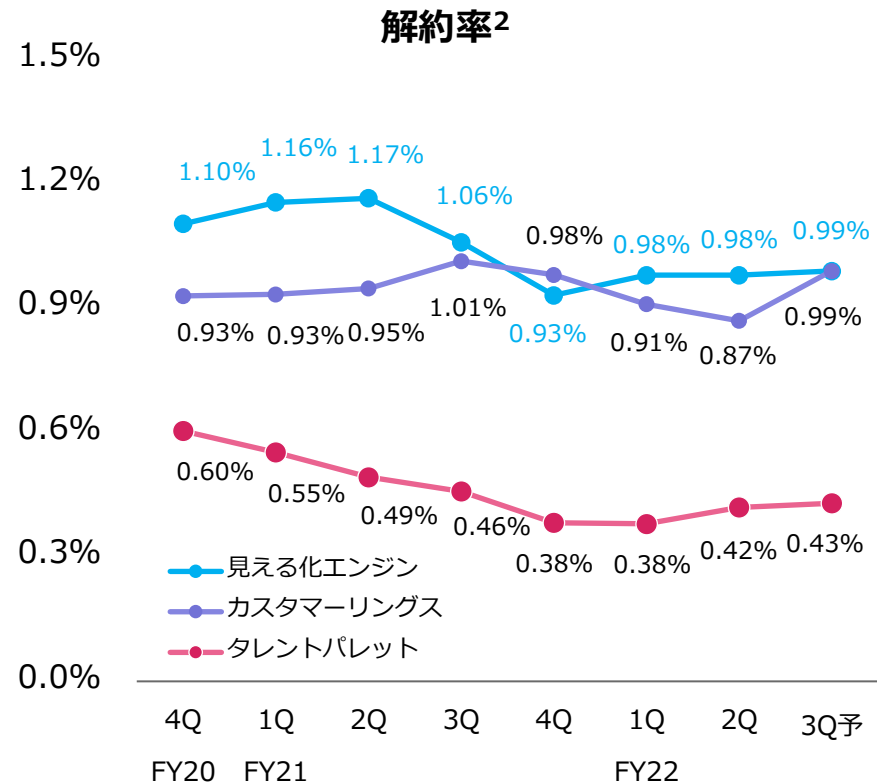
注1：既存契約の月額課金額のうち解約に伴い減少した月額課金額の割合(各四半期末月における過去12か月の平均値)

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位安定により、顧客数は順調に拡大
- ・ カスタマーリングスは新規獲得増へシフトし増加傾向
- ・ 見える化エンジンはコロナの影響が長引き横ばいで推移



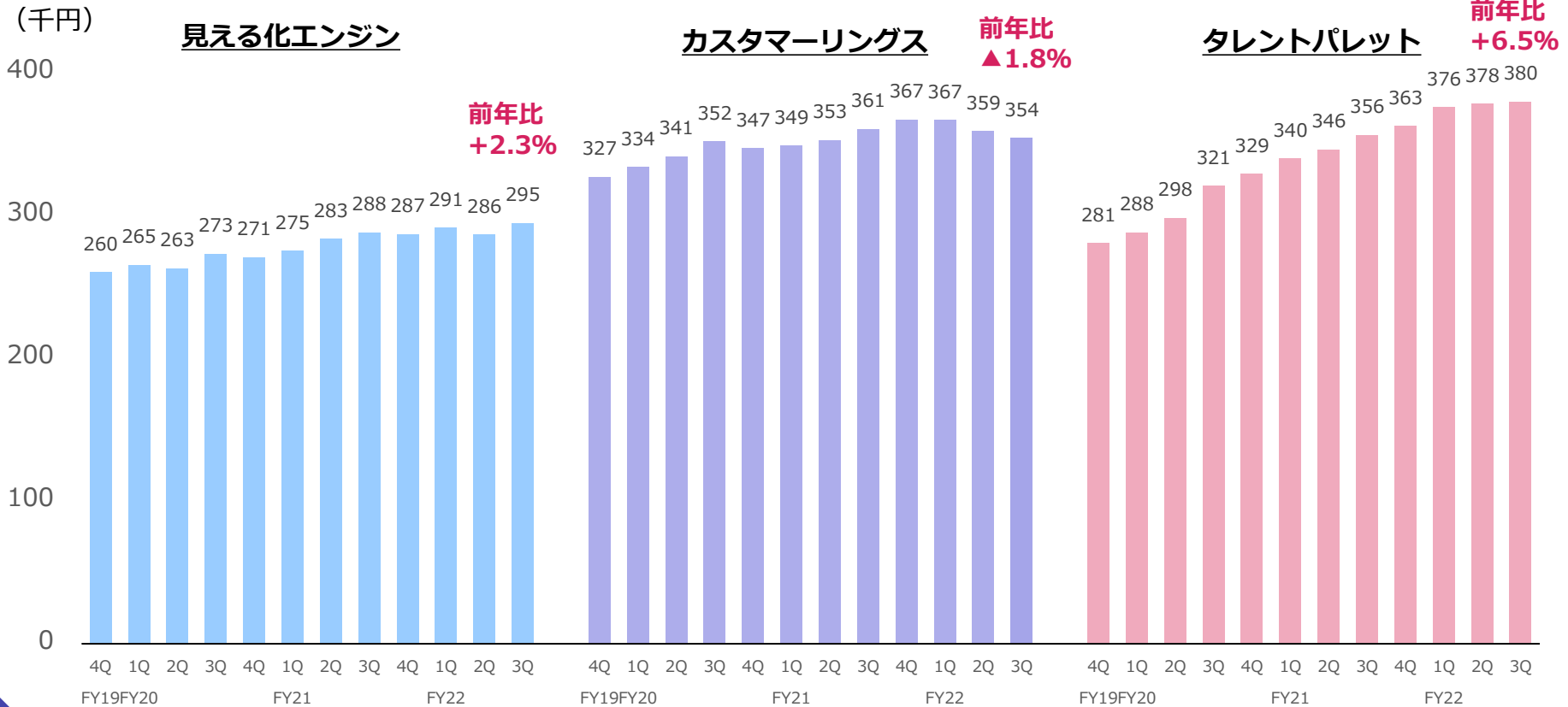
注1：月額課金契約数



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

- タレントパレットはアップセルと新規顧客の規模平準化で、ARPU¹は横ばい傾向
- カスタマーリングスは、新規獲得に注力しARPUの伸びが鈍化



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 ~2022年9月期 第3四半期~

MRR¹

全社 **598**百万円

- 見える化エンジン 134百万円
- カスタマーリングス 117百万円
- タレントパレット 347百万円

MRR成長率²

全社 **30.2%**

- 見える化エンジン 3.8%
- カスタマーリングス 10.5%
- タレントパレット 54.8%

月次平均解約率³

全社 **0.69%**

- 見える化エンジン 0.99%
- カスタマーリングス 0.99%
- タレントパレット 0.43%

契約社数⁴

全社 **1,685**社

- 見える化エンジン 453社
- カスタマーリングス 326社
- タレントパレット 906社

リカーリング比率⁵

全社 **89.8%**

- 見える化エンジン 95.9%
- カスタマーリングス 94.6%
- タレントパレット 86.1%

ARPU⁶

全社 **352**千円

- 見える化エンジン 295千円
- カスタマーリングス 354千円
- タレントパレット 380千円

注1： Monthly Recurring Revenue。2022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2： 2021年3月から2022年3月のMRRの増加率

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(2022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： 2022年6月期末における月額課金契約数

注5： 2022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。2022年9月期第3四半期における一か月あたりの平均MRRを同期間における一か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か月あたりの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か月当たりの平均社数で除して算出

主要KPI ~前期比~

<全社 3Q累計>	2021/9期 3Q累計	2022/9期 3Q累計	前年比
売上高 ¹	4,405 百万円	5,700 百万円	29.4 % 増
営業利益 ²	1,512 百万円	1,814 百万円	20.0 % 増
営業利益率	34.3 %	31.8 %	2.5 point 低下
MRR ³	459 百万円	598 百万円	30.2 % 増
顧客数 ⁴	1,364 件	1,685 件	23.5 % 増
解約率 ⁵	0.80 %	0.69 %	0.11 point 低下
ARPU ⁶	334 千円	352 千円	5.1 % 増

注1：2021年9月期第三四半期または2022年9月期第三四半期の実績（累計）

注2：2021年9月期第三四半期または2022年9月期第三四半期の実績（累計）

注3：Monthly Recurring Revenue。2021年6月または2022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4：2021年6月末または2022年6月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(2021年6月または2022年6月までの過去12か月の平均値)。

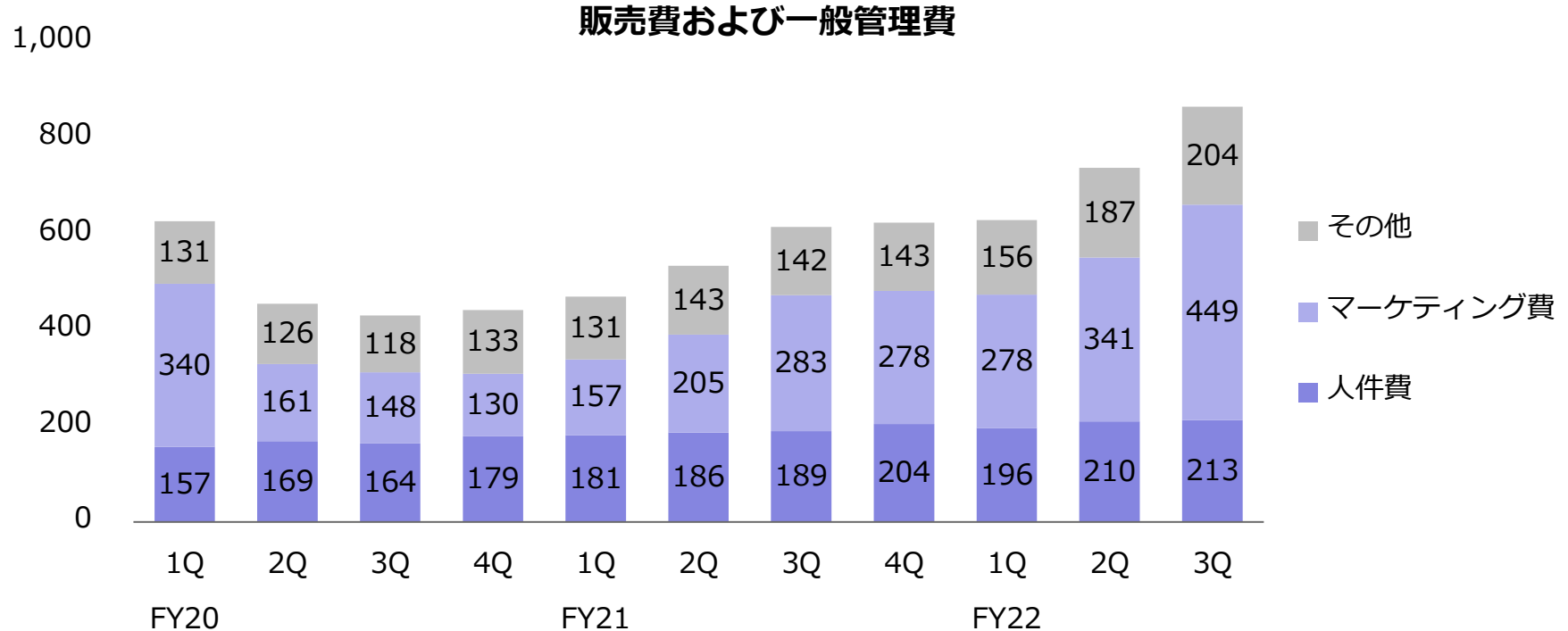
当該割合は、各月について解約に伴い減少した月額課金額を前月の月額課金額の合計で除して算出

注6：Average Revenue Per User。2021年9月期または2022年9月期の第三四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。

販売管理費の推移

- マーケティング費用は、上期未消化分の積み増しにより、2Q以降予定通り増加し、通期では、ほぼ計画通りに着地予定
- 「その他」は、リード増施策のインサイド及びアウトバウンドセールス強化により増加

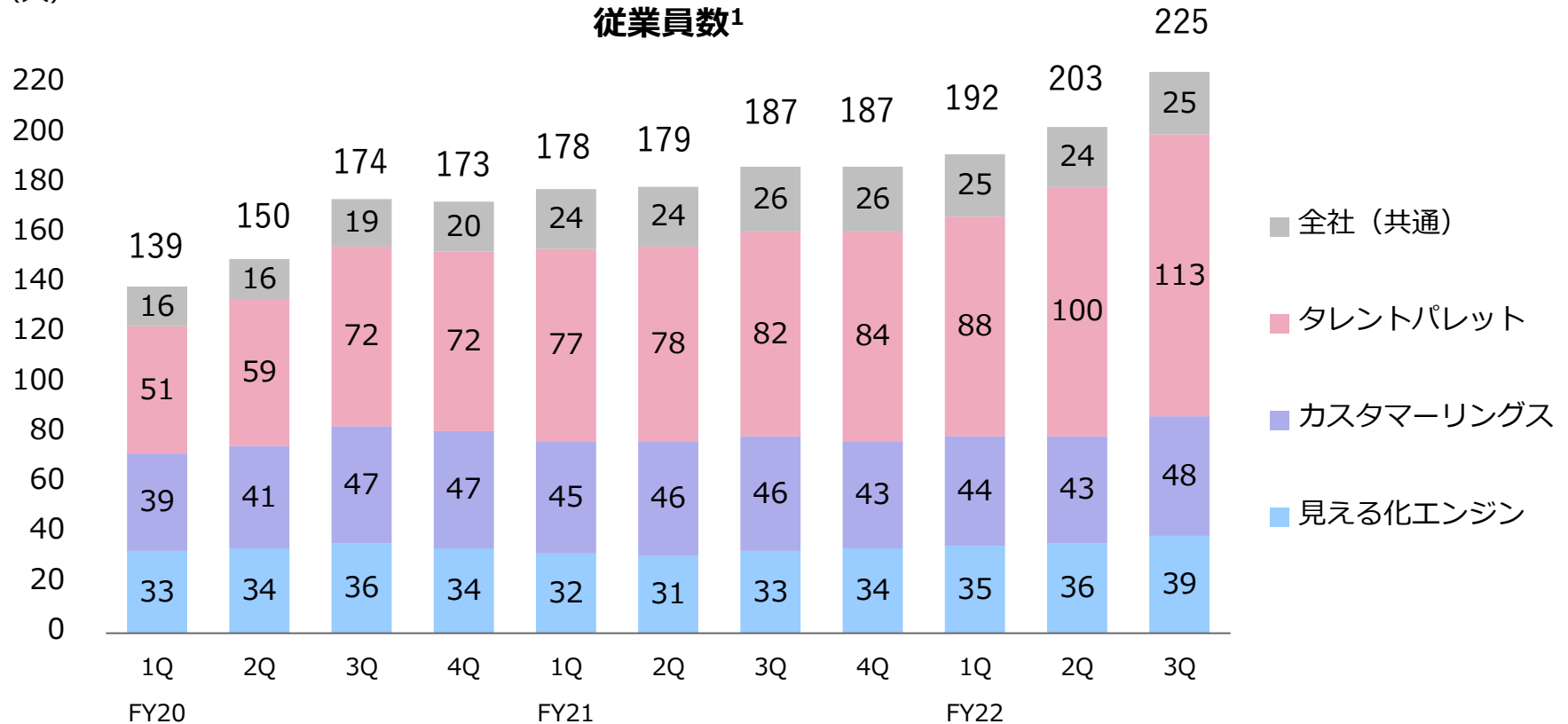
(百万円)



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コンサルタントを中心に人員増を実施
- ・ 新卒を含め、新規獲得の営業、機能強化のエンジニアも継続的に採用し、体制を強化

(人)



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

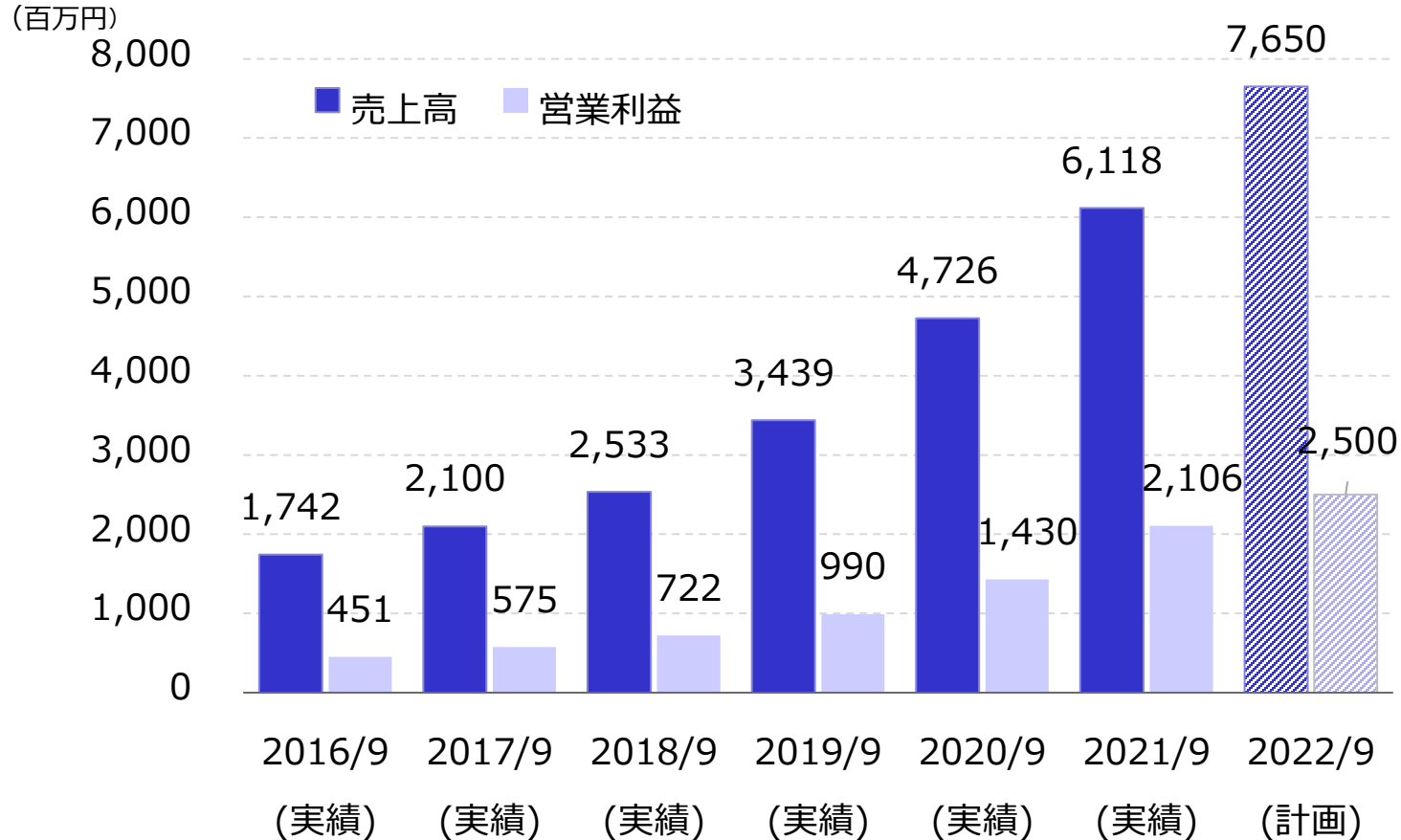
- 継続的な利益計上により、純資産は2021年9月末比 951百万円増加
- スリムな財務体質を維持し、自己資本比率 84.3%へ上昇

(百万円)	2021年9月末	2022年6月末	2021年9月末比
流動資産	5,498	5,644	+ 146
（内、現金及び預金）	4,614	4,660	+ 46
（内、売掛金）	751	771	+ 20
固定資産	636	1,291	+ 655
資産合計	6,135	6,936	+ 801
流動負債	1,227	1,077	▲ 150
固定負債	-	-	-
純資産	4,907	5,858	+ 951
自己資本比率	79.8%	84.3%	

03 2022年9月期見通し

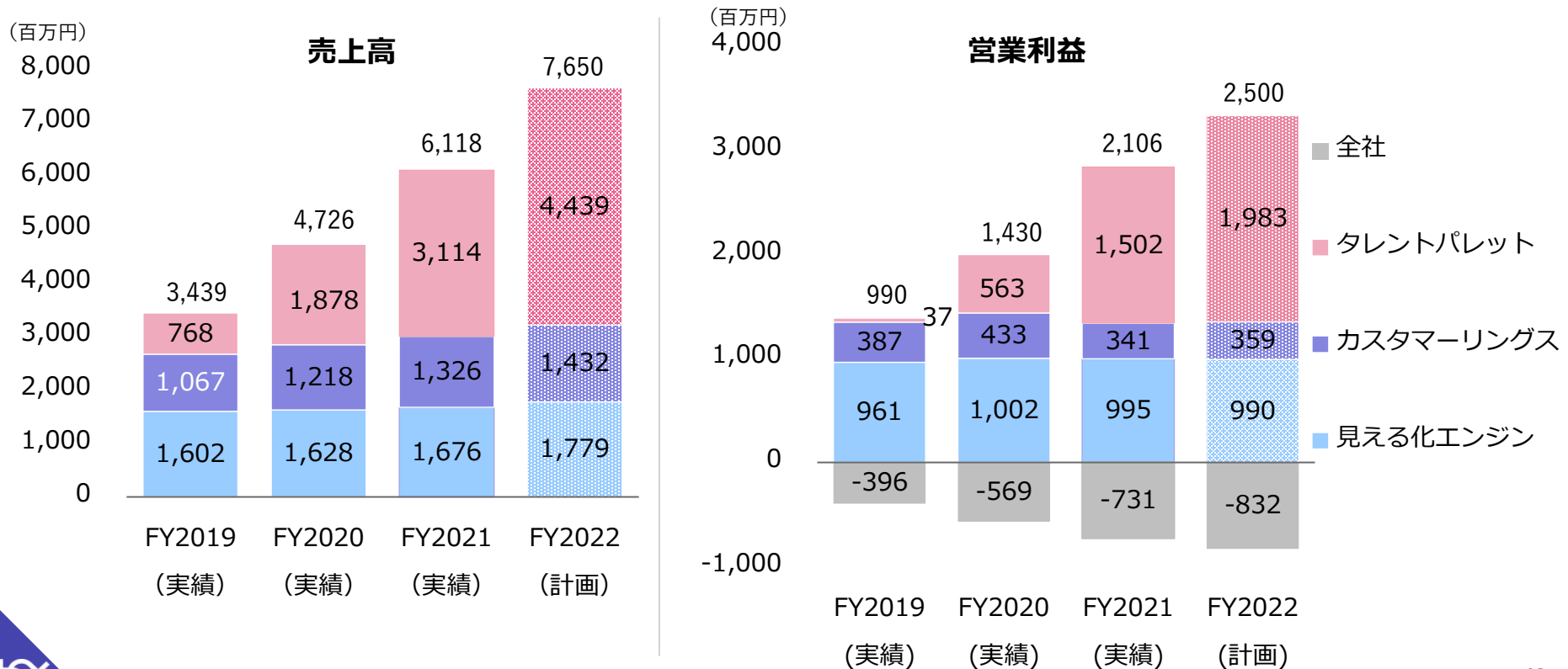
2022年9月期の業績見通し

- 2022/9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
- 売上成長率25%、営業利益率32.7%を目指す

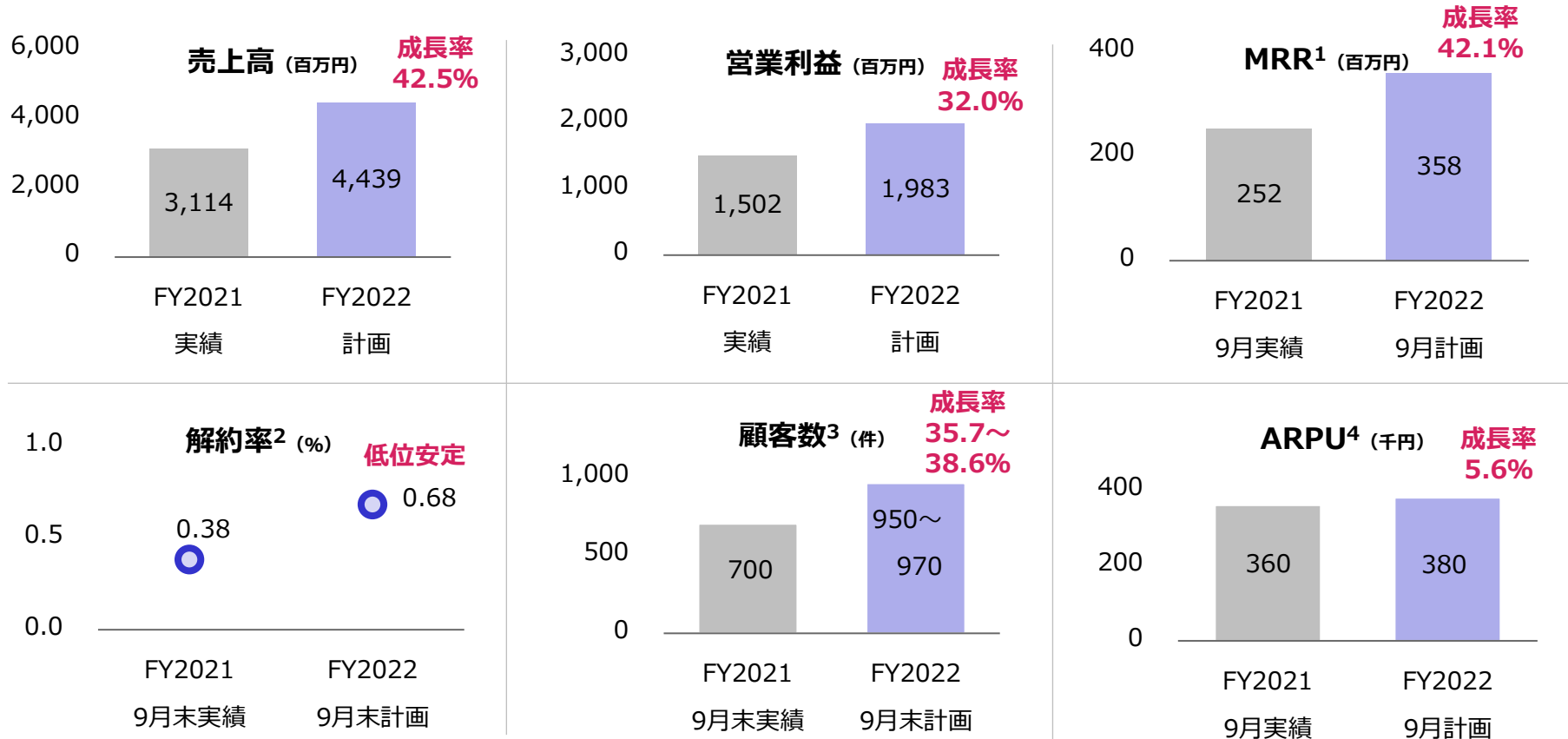


2022年9月期の業績見通し（セグメント別）

- ・ 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
- ・ 見える化エンジン、カスタマーリングスでは売上増だが、マーケティング費およびシステム関連費の増加を見込んでおり利益は横ばい



業績見通しの前提 (タレントパレット事業)

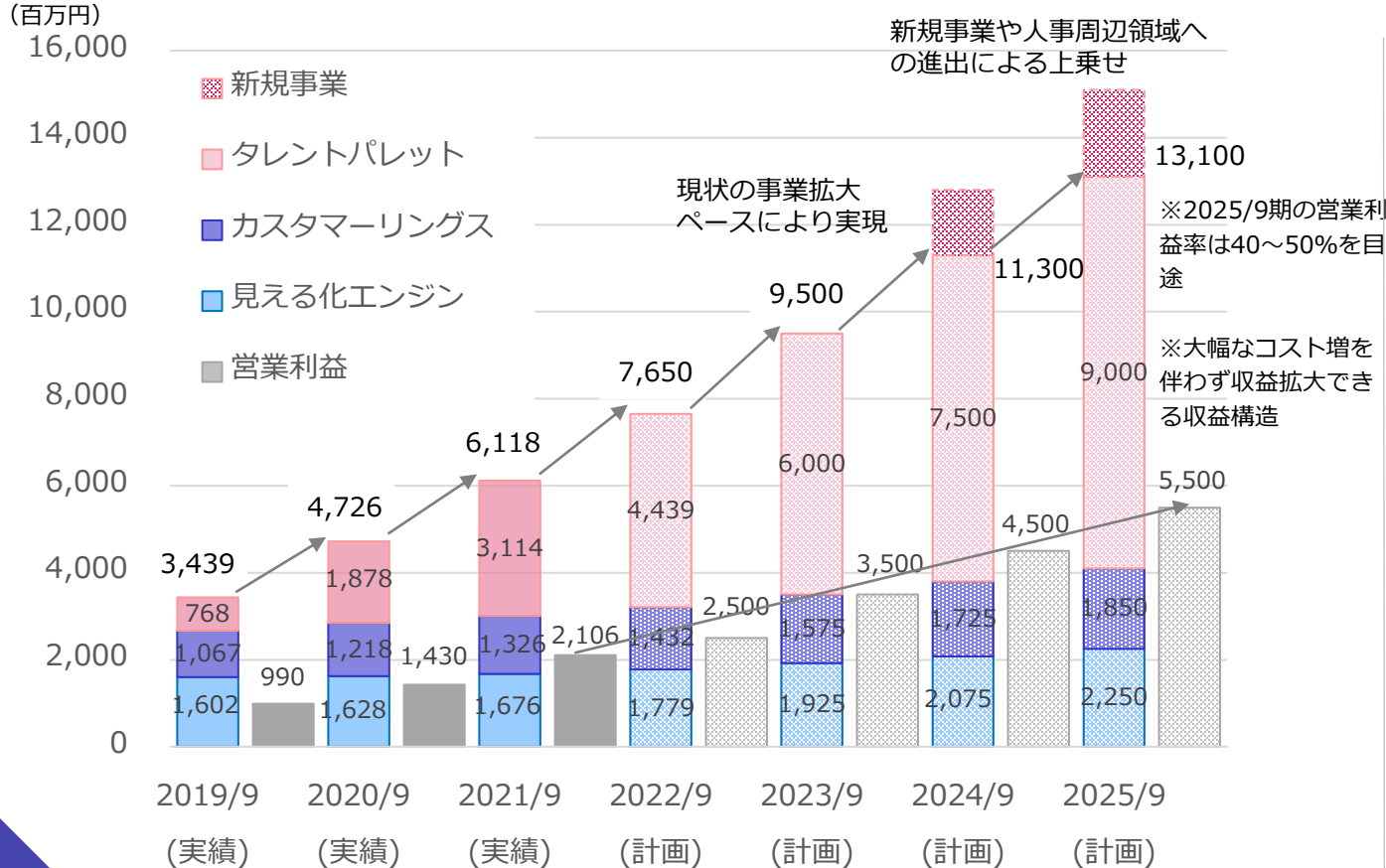


注1：Monthly Recurring Revenue。継続課金ユーザー企業に係る月額料金額の合計額
 注2：既存契約の月額課金額のうち解約に伴い減少した月額課金額の割合(過去12か月の平均値)

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。

中期成長イメージ

- 既存事業拡大で2025/9期に売上高130億円以上、営業利益55億円以上、ROE30%以上を計画
- 新規事業や人事周辺領域への本格参入で、さらなる売上の上乗せを目指す



前提となる主要KPI

・顧客数 (件)

	2022/9 (計画)	2025/9 (増数見込)
見える化エンジン	467	+100
カスタマーリングス	319	+100
タレントパレット	950~970	+900

・契約単価/ARPU (千円)

	2022/9 (計画)	2025/9 (見込)
見える化エンジン	305	330
カスタマーリングス	370	370
タレントパレット	380	395

※グローバルの子会社化による影響は上記計画には反映していません。

04 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 ¹ 継続収入率 ²	契約件数(453社) 継続収入率(95.9%)	契約件数(326社) 継続収入率(94.6%)	契約件数(906社) 継続収入率(86.1%)

(注1) 契約件数は2022年6月末時点

(注2) 売上高に占める月額料金の比率 (2022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

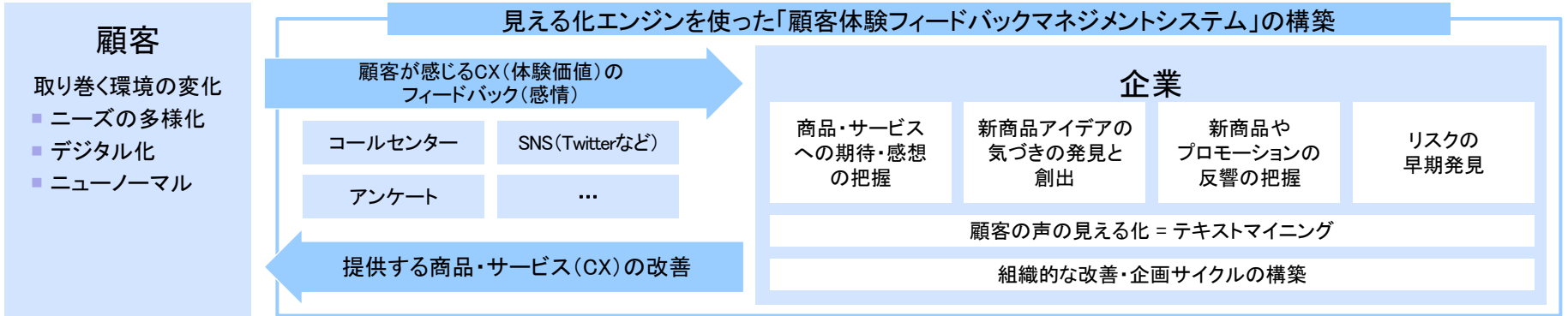
- デジタル時代のビッグデータ(顧客の声や行動)を瞬時に可視化
- 1,500社以上の活用実績がある導入シェアNo.1のツール
- 直感的に操作できる画面、操作のわかりやすさ
- 自由な発言、書き込みにも対応した高い精度の自然言語解技術



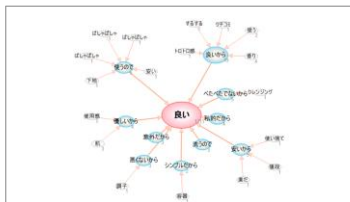
ここがポイント!

- 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」



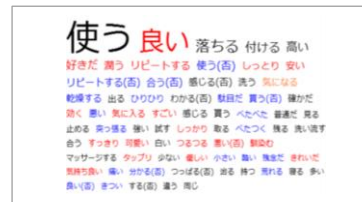
顧客の想い・期待を見える化アウトプット(独自のテキストマイニング技術)



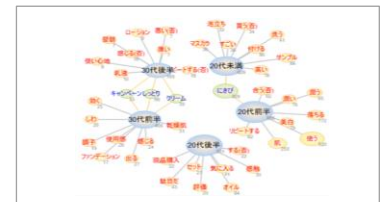
理由マップ(中心単語につながる要因を把握)



ニーズ抽出(感情が一目で分かる)



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 見える化エンジン

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。10年連続シェア1位¹

製造業



小売流通

飲食/サービス

	
--	---

製薬・化学

生活インフラ・IT

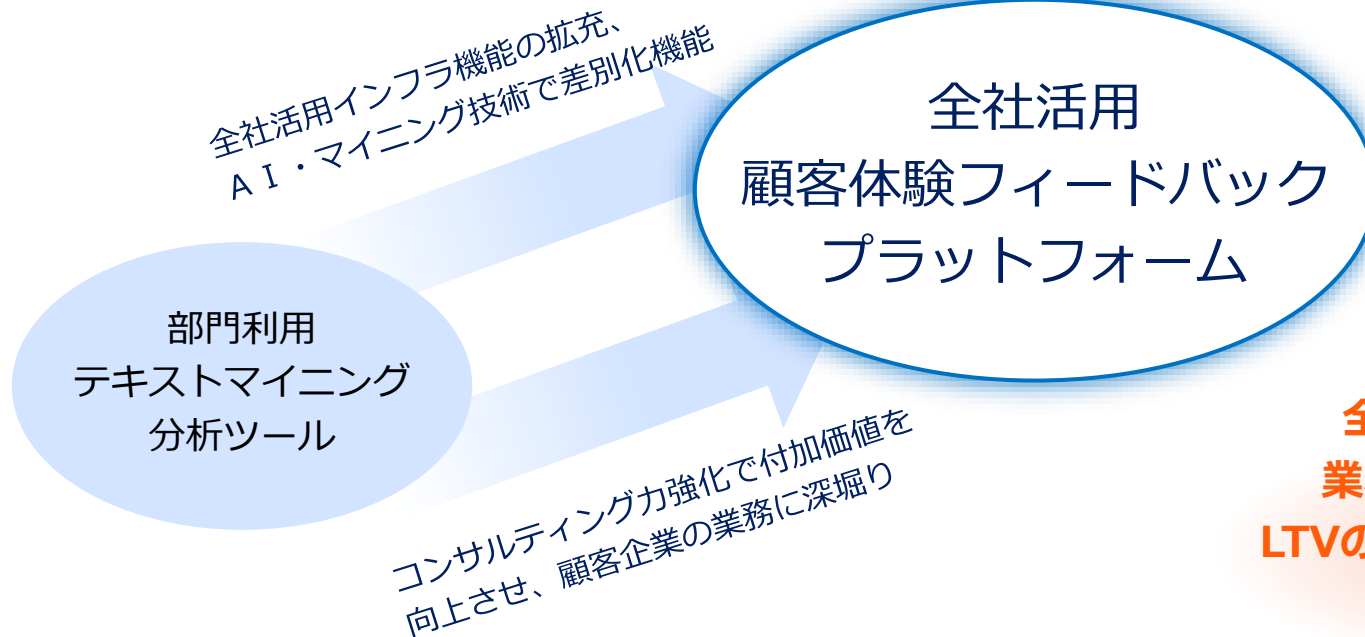
BtoB/BPO

		
--	--	---

※ 許諾いただいた企業様のロゴを掲載を一部抜粋して掲載しております。(順不同)

注1：富士キメラ総研「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。



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



- 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



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



累計で成長企業650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



※許諾いただいた企業様のロゴを掲載を一部抜粋して掲載しております。(順不同)

「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

顧客実感
デジタルマーケティング
プラットフォーム



LINE連携
アプリ連携



ECサイト連携
Web接客



メール配信
SMS配信



在庫管理
各種基幹システム

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

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



- 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が見える化



経験と勘

×

社員情報の見える化

=

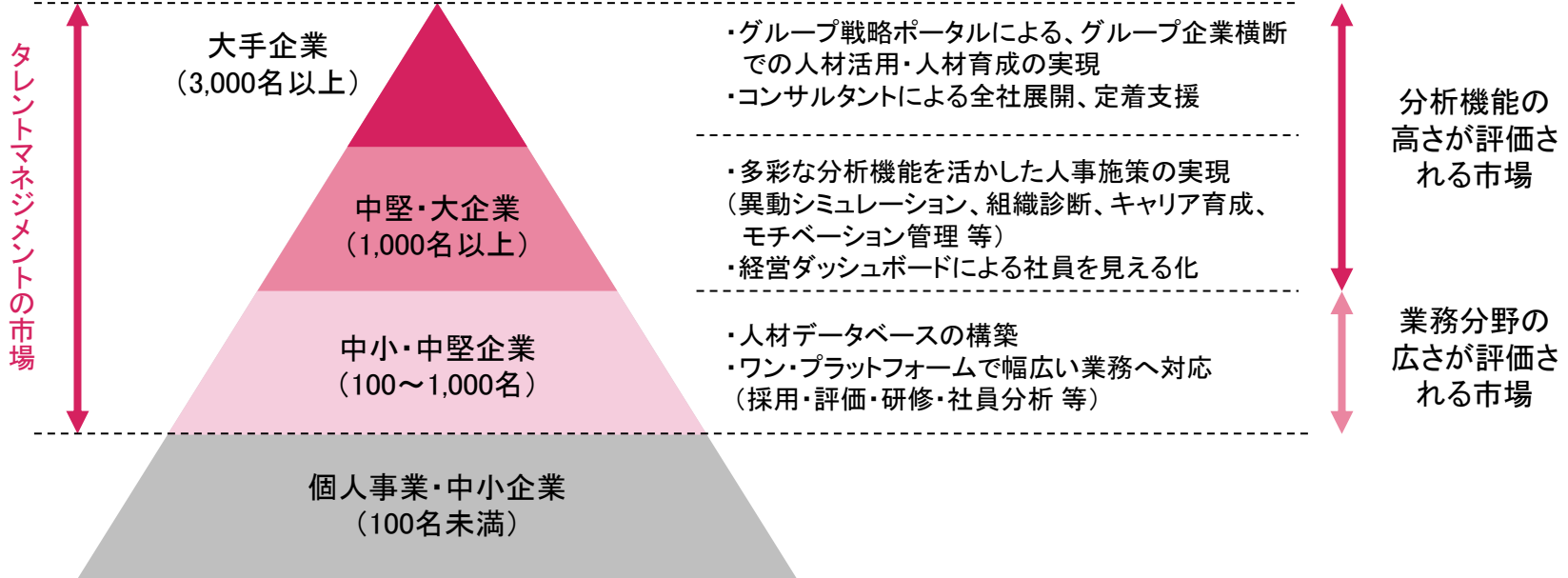
科学的人事戦略を実現
(データに基づいたクリエイティブな人事戦略)

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

得意分野

当社のポジション

～幅広いデータを多様な切り口で分析～

■ 当社サービスからみた競合状況¹

分析に強い人事情報管理ツール

- 人事情報管理がメイン
- 定型的な分析機能を有する
- 主なターゲットは人事部門

【競合状況】

- ✓ 対象市場が小さいため参入者が少なく競合ケースは限られる。
- ✓ 競合の場合も多機能を訴求することで対抗可能。

統合型人材活用プラットフォーム



- 人事情報に加え、勤怠データ、適性検査、社員の声、モチベーション（動的データ）、採用データなど、統合的に分析・活用できるツール
- UIに優れ、経営や事業部長クラスでも活用できる

特定業務の効率化に特化したツール

- 評価のWeb化や人事情報DB化等の業務効率化に特化
- 単一機能のため、安価なツールが多く、導入しやすい

【競合状況】

- ✓ 新規参入が多く各社が低価格を訴求。価格競争が激しい。
- ✓ 人事データ一元化や評価Web化など初歩的な機能を提供。
- ✓ 機能や簡易分析機能を徐々に追加しており、表面上のコンセプトで当社との重なりも出ている。

基幹系統合人事システム

- 人事情報、勤怠・給与・評価など扱える情報が多い
- 管理系機能に特化。大手企業の基幹系システムとして採用

【競合状況】

- ✓ 基幹システムとして全社やグループで基幹系システムとして導入されているケースが多くリプレースは難しい。
- ✓ 価格面、機能面での優位性はあるため、データ連携などの対応で共存できるケースも多い。

狭い

広い

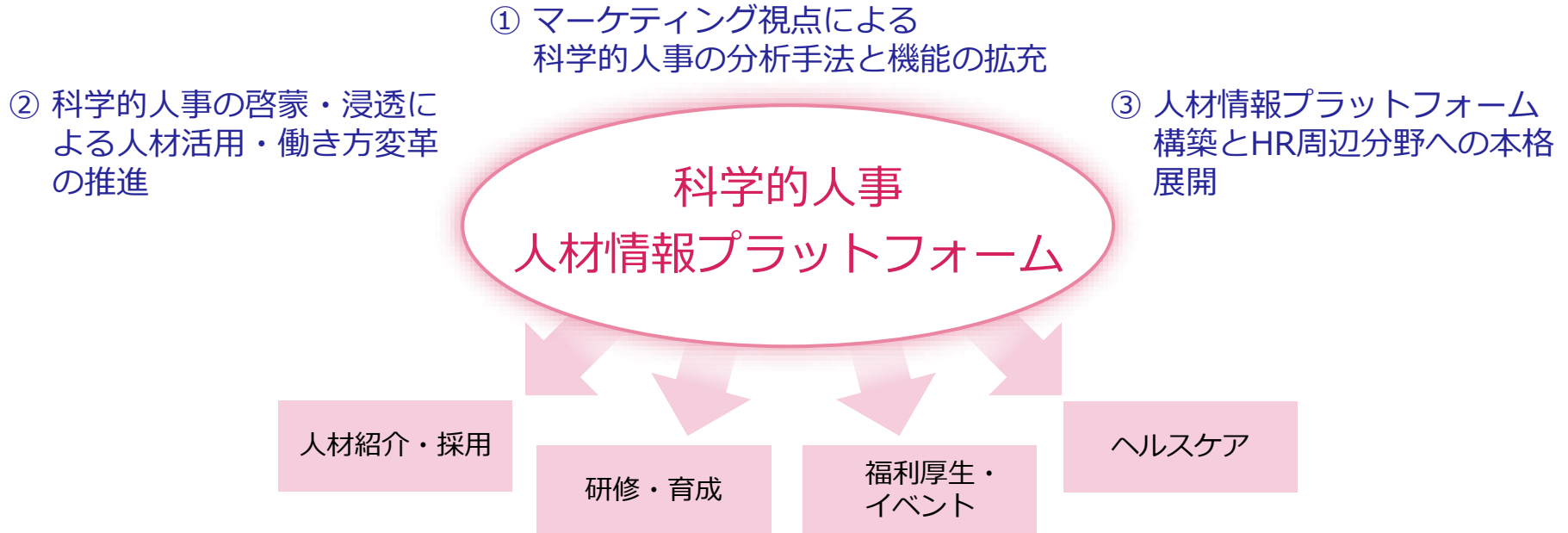
対応領域

管理

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。



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は負いません。