

# 2022年9月期 事業計画及び 成長可能性に関する事項の開示

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11月30日

# 本資料の構成概要

## I. Corporate Profile

1. 会社概要
2. ミッション・ビジョン・企業理念
3. 事業コンセプト
4. 成長の軌跡
5. 主要サービス
6. サービスの特徴
7. 事業系統図
8. 事業ポートフォリオ
9. 主要KPI

## II. Corporate Highlights

1. データマイニングをバックボーンとした高付加価値サービス
2. クラウド化を追い風とする対象市場の拡大
3. 人事領域で新市場を創造するタレントパレットの高い成長可能性
4. 各事業の成長戦略と新市場・サービス開発に向けた展開
5. 中期成長イメージ

## III. Risk and Controls

主なリスクおよび対応策

## IV. Appendix

1. 見える化エンジンの特徴
2. カスタマーリングスの特徴
3. タレントパレットの特徴

# I. Corporate Profile

- 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 88,221千円（2022年9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 223名（2022年9月末現在）
- URL <https://www.pa-consul.co.jp/>

# ミッション・ビジョン・企業理念

## Mission

お客様のビジネスに プラスアルファ  の価値を創造します。

世の中にあふれる膨大な文章、数値、画像、音声等の情報を「見える化」し、  
お客様のビジネスに役立つ「気付き」を提供することで、  
お客様に+a(プラスアルファ)の価値を創造します。

## Vision

見える化プラットフォーム企業を目指します。

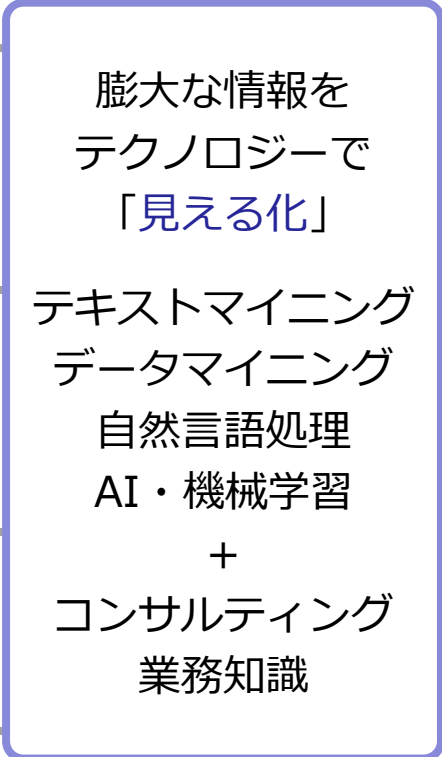
あらゆる分野でデジタル化が進み情報量が爆発的な増加を続ける中  
人が持つ創造力や生産性を向上させるソリューションを提案し、お客様、  
社員、パートナーと共に様々な業界の仕組みを変革するプラットフォーム  
企業を目指します。

## 企業理念

- 私たちは、プラスアルファの価値を生み出すことで、「つきぬける感動」と「広がる可能性」を提供します。
- 私たちは、互いに「勇気」「情熱」「思いやり」、そして、「地道な努力」を大切にします。
- 私たちが優先するのは、強みが活かせ、自らが成長し、社会に貢献できる仕事であり、常に「ポジティブな姿勢」でやり遂げます。

# 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

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

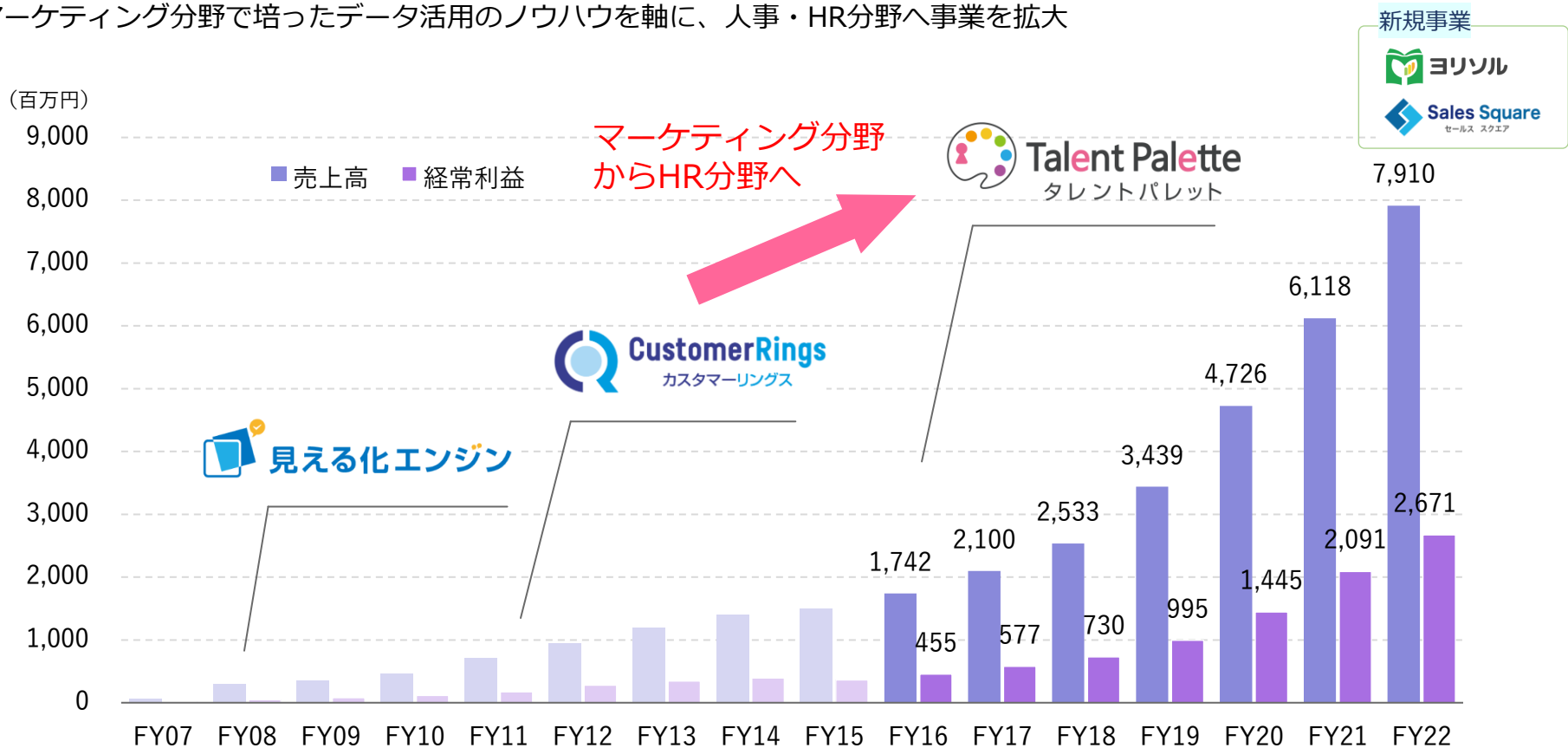
Talent Palette  
タレントパレット

新規事業  
教育・営業領域

Yorisoru Sales Square

# 成長の軌跡

- ・ 業務特化型のプロダクトを数年間隔で投入することで業容を拡大
- ・ マーケティング分野で培ったデータ活用のノウハウを軸に、人事・HR分野へ事業を拡大



# 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



# サービスの特徴

※各サービスの詳細な特徴は、IV. Appendix に記載しておりますのでご参照ください。

	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 <sup>1</sup> 継続収入率 <sup>2</sup>	契約件数（478社） 継続収入率（92.4%）	契約件数（339社） 継続収入率（95.8%）	契約件数（990社） 継続収入率（80.6%）

（注1）契約件数は2022年9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4四半期の平均）

# 事業系統図

- 導入企業は利用（使用データ範囲、会員数・配信数等、従業員数等）に合わせてサービスプランを契約
- プランに応じた固定の月額料金を支払うサービスを提供



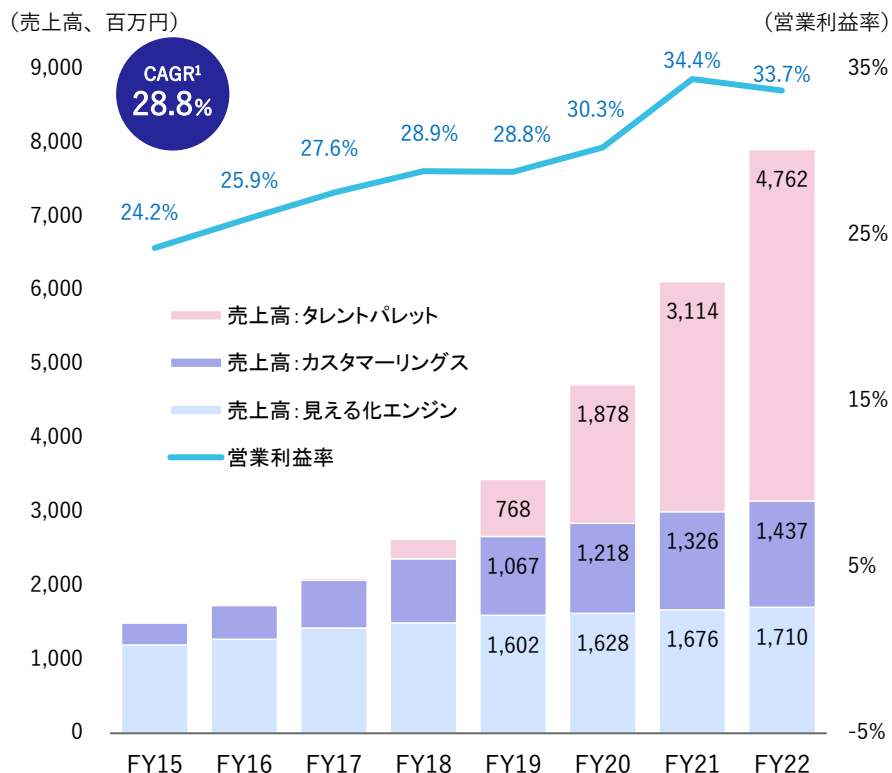
(注1) ID/パスワードによる当社サーバーへのアクセス。契約データ量等による月額料金  
 (注3) ID/パスワードによる当社サーバーへのアクセス。利用従業員数等による月額課金

(注2) ID/パスワードによる当社サーバーへのアクセス。会員数・配信数等による月額料金



# 事業ポートフォリオ ～収益性と成長性を同時に実現～

- 高収益の安定事業から高成長事業まで、成長ステージの異なる3つの事業を運営
- 製品ライフサイクルの影響を受けず、長期間に渡り高い成長率と収益率を同時に実現



		セグメント利益 <sup>3</sup>	セグメント利益率	売上高成長率 <sup>2</sup> (前期比)
タレントパレット	高成長事業	21.2億円	44.6%	52.9%
カスタマーリングス	安定成長事業	3.9億円	27.4%	8.3%
見える化エンジン	高収益事業	9.3億円	54.9%	2.0%
全社共通費	—	▲7.9億円	—	—
全社	—	26.6億円 <sup>4</sup>	33.7% <sup>4</sup>	29.3%

注1: 2016年9月期から2022年9月期までの売上高の年率平均成長率  
 注3: 2022年9月期における各セグメントの営業利益額 (共通費控除前)

注2: 2021年9月期から2022年9月期の売上高の増加率  
 注4: 2022年9月期における当社全体の営業利益および営業利益率 (共通費控除後)

# 主要KPI ～高付加価値サブスクリプション・モデルを確立～

- 高付加価値なサービスで高いARPUを実現しつつ、高いリカーリング比率と低い解約率を同時に実現

## MRR<sup>1</sup>

全社 **646**百万円

- 見える化エンジン 139百万円
- カスタマーリングス 125百万円
- タレントパレット 383百万円

## MRR成長率<sup>2</sup>

全社 **32.1%**

- 見える化エンジン 6.5%
- カスタマーリングス 16.9%
- タレントパレット 51.7%

## 月次平均解約率<sup>3</sup>

全社 **0.62%**

- 見える化エンジン 1.00%
- カスタマーリングス 0.77%
- タレントパレット 0.41%

## 契約社数<sup>4</sup>

全社 **1,807**社

- 見える化エンジン 478社
- カスタマーリングス 339社
- タレントパレット 990社

## リカーリング比率<sup>5</sup>

全社 **85.6%**

- 見える化エンジン 92.4%
- カスタマーリングス 95.8%
- タレントパレット 80.6%

## ARPU<sup>6</sup>

全社 **358**千円

- 見える化エンジン 294千円
- カスタマーリングス 367千円
- タレントパレット 385千円

注1： Monthly Recurring Revenue。2022年9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9月から2022年9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9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

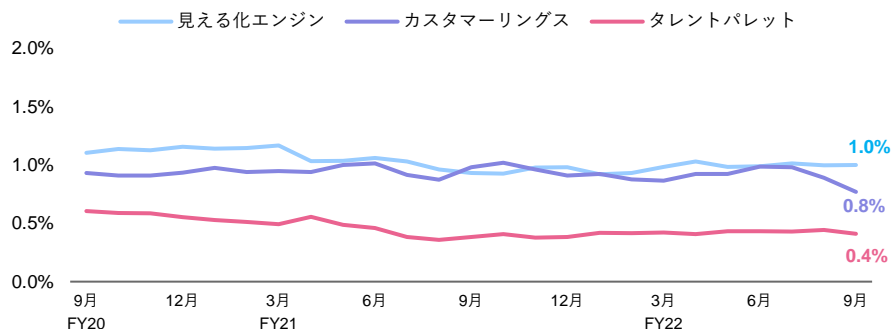
注4： 2022年9月期末における月額課金契約数

注5： 2022年9月期第4四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

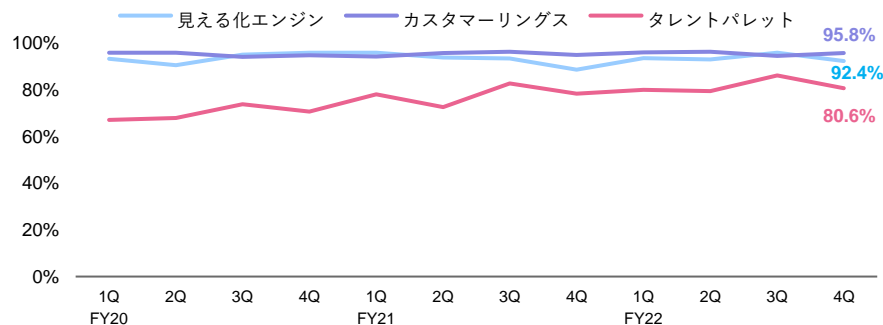
注6： Average Revenue Per User。2022年9月期第4四半期における一か月あたりの平均MRRを同期間における一か月当たりの平均課金ユーザー企業数で除して算出。  
全社の値は同期間における一か月あたりの3事業部の平均合計MRRを全事業部合計顧客数の期間における一か月当たりの平均社数で除して算出

# 主要KPI ~高付加価値サブスクリプション・モデルを確立~

## 月次平均解約率<sup>2</sup>

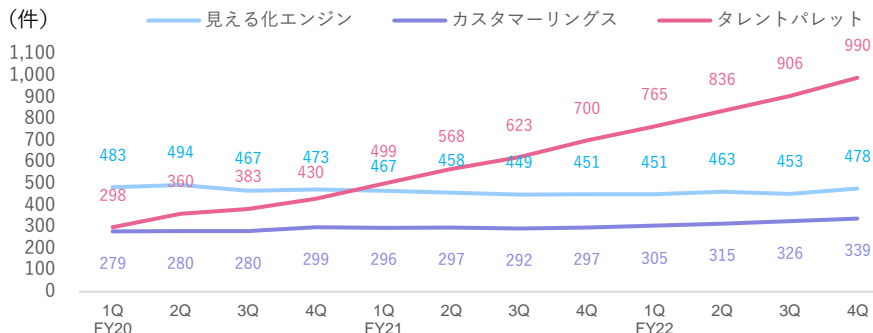


## リカーリング比率<sup>4</sup>

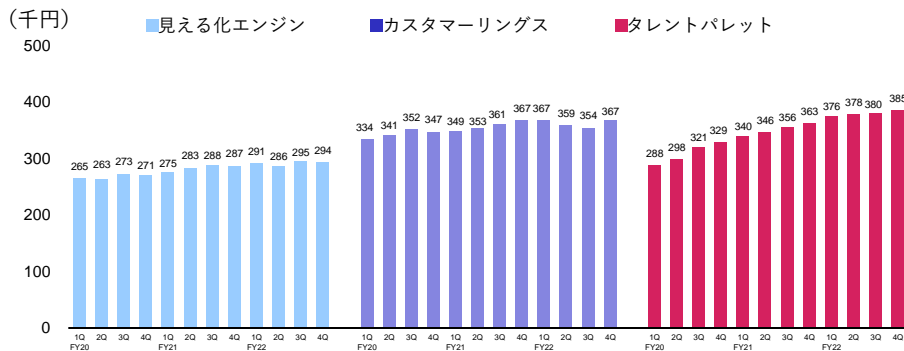


- ・タレントパレットの導入数増と解約率の低位安定により、顧客数は継続的に拡大
- ・見える化エンジン、カスタマーリングスも新規獲得増で回復基調に

## 契約件数<sup>3</sup>



## ARPU<sup>1</sup>



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

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の直近12カ月平均。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3：各四半期における最終月末の契約件数

注4：売上高に占める月額課金額の割合の各四半期の平均



## II. Corporate Highlights

## コーポレート・ハイライト

- 1 データマイニングをバックボーンとした高付加価値サービス**
- 2 クラウド化を追い風とする対象市場の拡大
- 3 人事領域で新市場を創造するタレントパレットの高い成長可能性
- 4 各事業の成長戦略と新市場・サービス開発に向けた展開
- 5 中期成長イメージ

① データマイニングをバックボーンとした高付加価値サービス

# ビッグデータを可視化する高い技術力

- 自然言語処理、テキストマイニングなどの独自技術をアプリケーションに実装し、ビジネスの現場で役に立つ顧客業務を支援するアプリケーションとして提供



見える化エンジンにおける技術活用事例

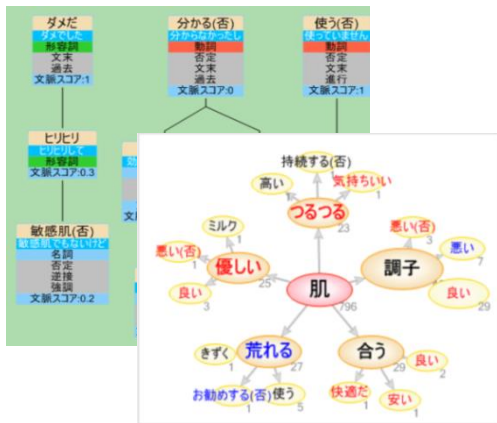


カスタマーリングスにおける技術活用事例

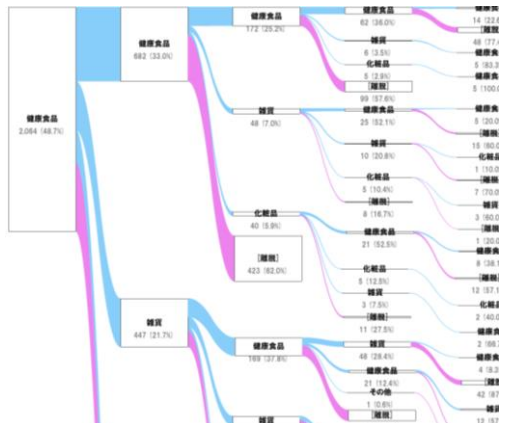


タレントパレットにおける技術活用事例

## 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



# 独自のテキストマイニング技術による高い解析精度

- ・ 自社技術により開発した自然言語処理エンジン（Waters）を全てのソリューションへ組み込むことで他社が容易に実現できない解析の精度・スピードによる分析機能を提供

## [Watersの特徴]

### ①解析精度の高さ

- ・ 形態素・構文解析エンジンの商用サービスの先駆け
- ・ 長期にわたって民間や研究機関など、多くの顧客からの要望・要求をサービスに反映

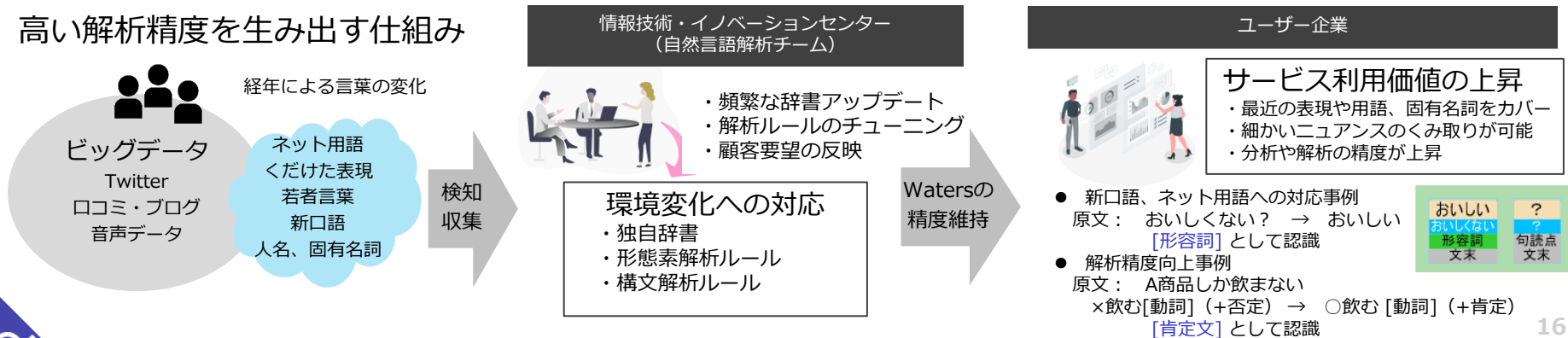
### ②解析スピードの速さ

- ・ 類似サービス比較でトップレベルの解析処理スピード
- ・ データ量がボトルネックとならないビッグデータ時代に対応した技術

### ③辞書メンテナンス

- ・ 頻繁な辞書アップデート
- ・ 経年による言葉や口語表現の変化に継続的に対応してきたノウハウの蓄積

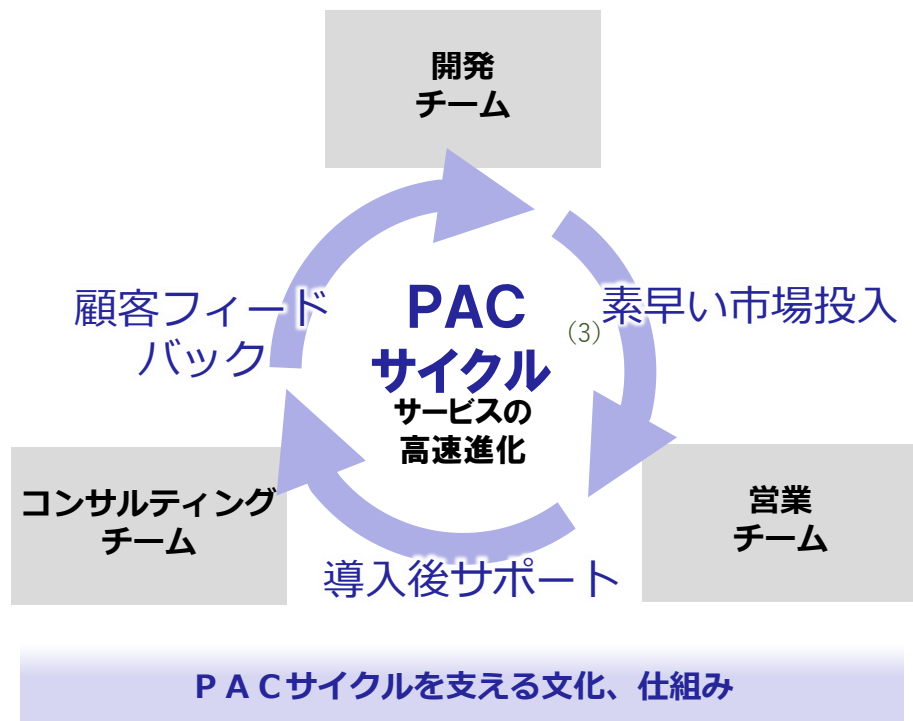
## 高い解析精度を生み出す仕組み



① データマイニングをバックボーンとした高付加価値サービス

## 高付加価値サブスクリプションを実現する高速進化サイクル

- 開発チームが生み出した機能を営業チームが素早く市場投入し、導入企業へのサポート・コンサルティングで得たニーズや要望を開発チームへフィードバックし、チームを超えた連携でサービスを高速進化する仕組みを構築



(注1) ARPU: 「Average Revenue Per User」の略。月額収入の総額を顧客数で除して算出。

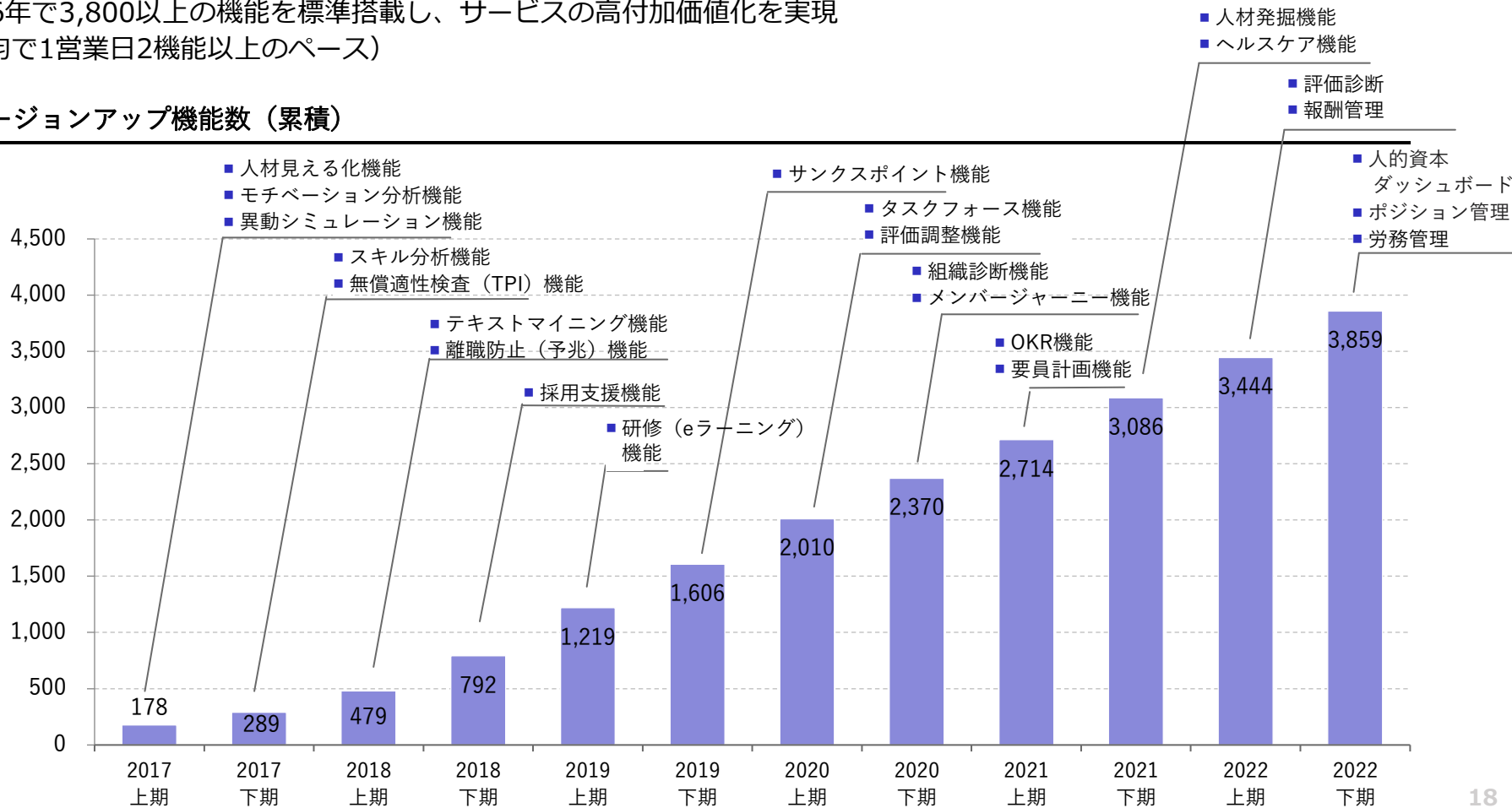
(注2) LTV: 「Life Time Value」の略。

(注3) PACサイクル 「Plus Alpha Consulting サイクル」の略称

# PACサイクルで実現する機能開発スピード

- 約6年で3,800以上の機能を標準搭載し、サービスの高付加価値化を実現  
(平均で1営業日2機能以上のペース)

## バージョンアップ機能数（累積）



(注1) 当社の開発案件の中で設計・開発・テストの一連のプロセスを経て進行する案件数をカウント

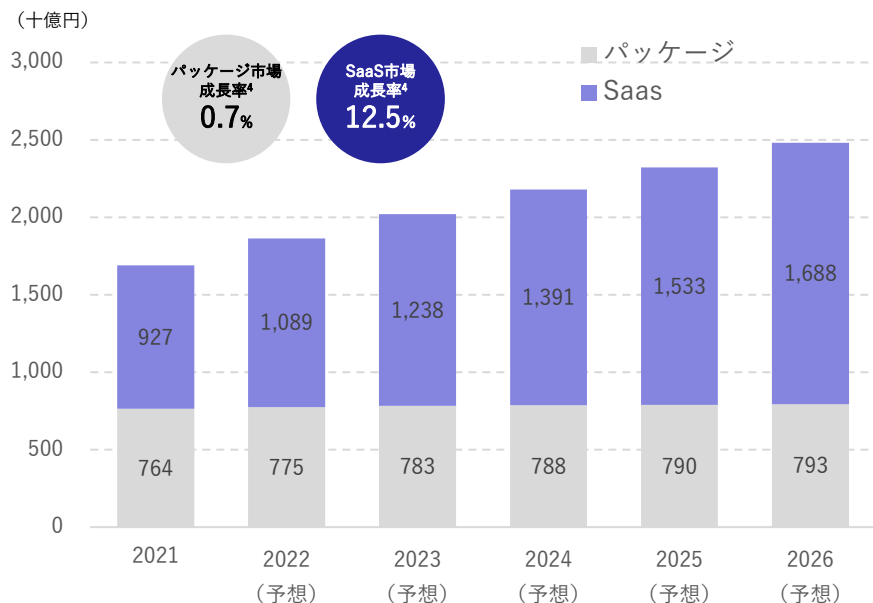
## コーポレート・ハイライト

- 1 データマイニングをバックボーンとした高付加価値サービス
- 2 クラウド化を追い風とする対象市場の拡大**
- 3 人事領域で新市場を創造するタレントパレットの高い成長可能性
- 4 各事業の成長戦略と新市場・サービス開発に向けた展開
- 5 中期成長イメージ

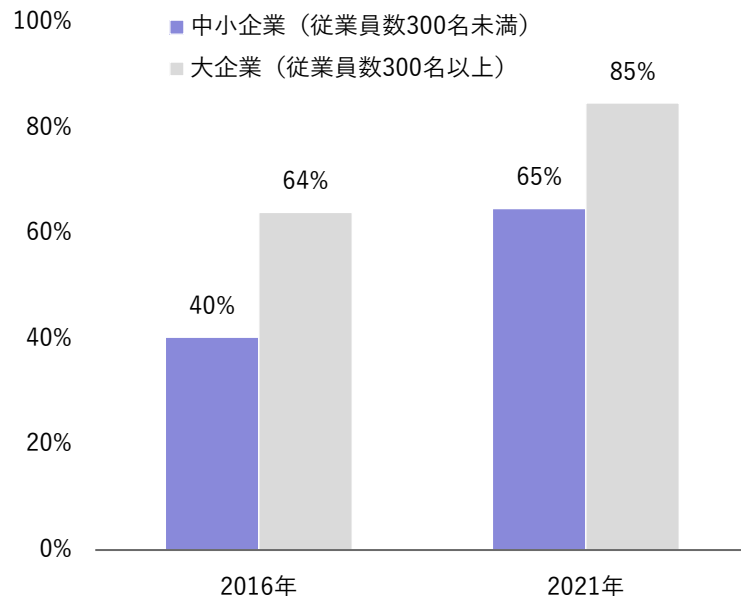
# 国内SaaS市場<sup>1</sup>は1兆円規模へ

- デジタル化、働き方改革、人手不足などへの対応のため、自動化/効率化につながるソフトウェアへの需要が高まり、大手企業から中小企業まで導入が進む
- 特にSaaS型サービスが成長を牽引しており、市場に占める割合は上昇傾向

国内ソフトウェアの市場規模推移<sup>2</sup>



クラウドサービスの利用率<sup>3</sup>

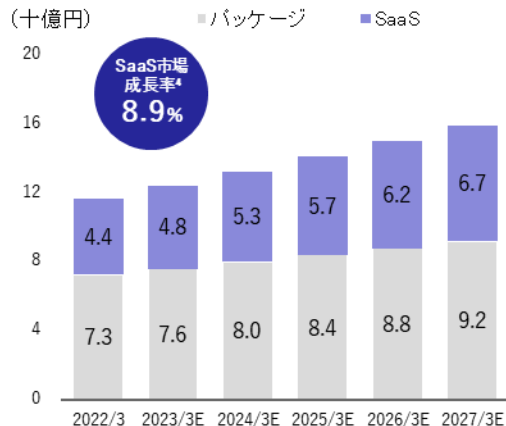


注1：ソフトウェアの機能を利用型で提供するものでミドルウェアやインフラ領域におけるPaaS (Platform as a Service) も含む。導入時の初期費用および利用時の費用 (月額費用など) が対象  
 注2：富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2022版」  
 注3：総務省「通信利用動向調査」(平成28年、令和3年) クラウドサービスを「利用している」と回答した割合  
 注4：2021年～2026年までのCAGR

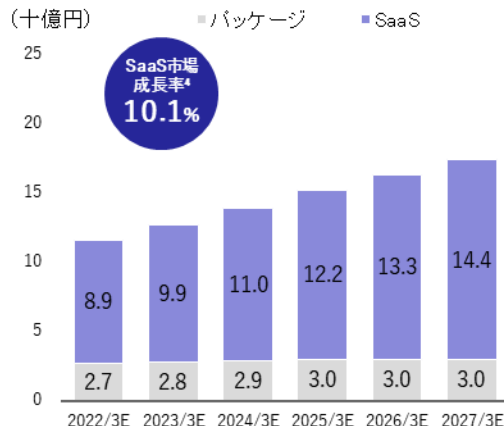
2 クラウド化を追い風とする対象市場の拡大

# 5年で2倍に拡大<sup>1</sup>する当社事業領域<sup>2</sup>

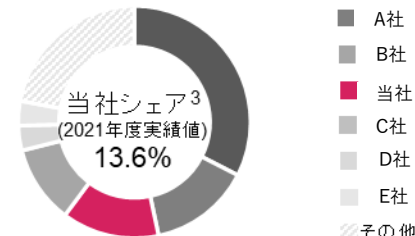
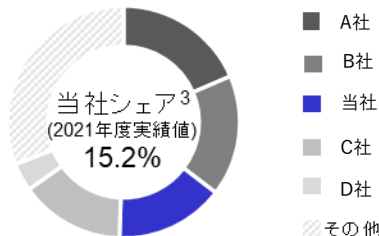
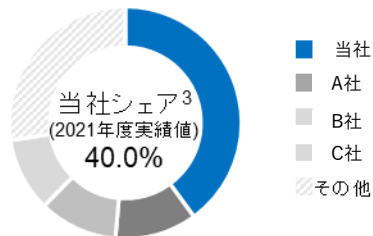
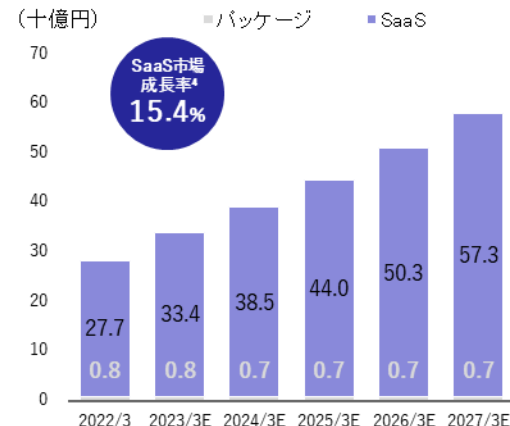
テキストマイニングの市場規模推移<sup>3</sup>



マーケティングプラットフォームの市場規模推移<sup>3</sup>



人材管理ソフトの市場規模推移<sup>3</sup>



注1：富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2022年版」に掲載された2026年度の各市場規模（予想）と2021年度の各市場規模の比較。なお当該レポートにおける年度末は3月末である  
 注2：当社が想定する最大の市場規模を意味しており、当社が2022年11月現在で営む事業に係る客観的な市場規模を示す目的で算出されるものではありません。下記注記の通り、外部の調査資料を参照して当社が推計したものであり、その正確性にはかかる調査資料や推計に固有の限界があるため、実際の市場規模はかかる推計

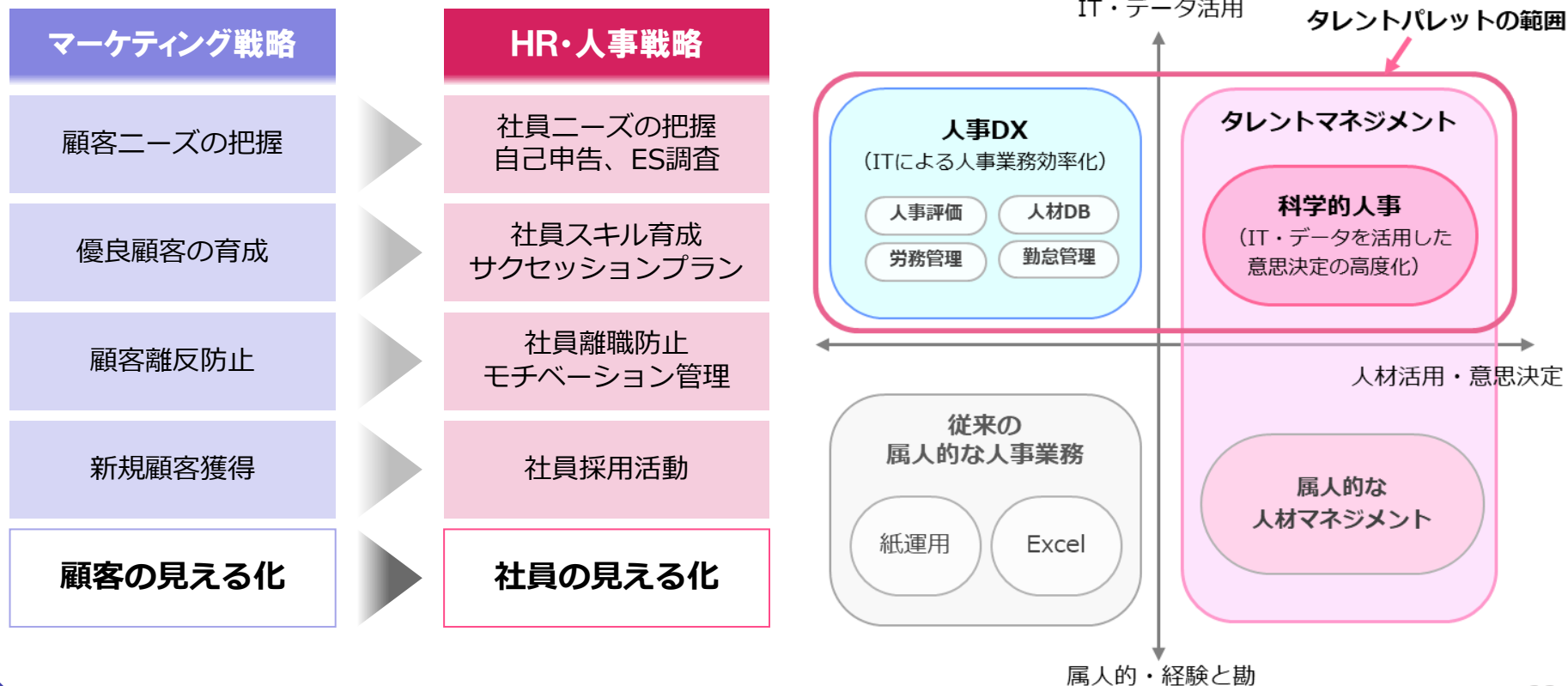
値と異なる可能性があります  
 注3：富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2022年版」。なお当該レポートにおける年度末は3月末である  
 注4：2021年度～2026年度までの平均年率売上高増加率

## コーポレート・ハイライト

- 1 データマイニングをバックボーンとした高付加価値サービス
- 2 クラウド化を追い風とする対象市場の拡大
- 3 人事領域で新市場を創造するタレントパレットの高い成長可能性**
- 4 各事業の成長戦略と新市場・サービス開発に向けた展開
- 5 中期成長イメージ

# 日本特有の人事業界に「科学的人事」を武器に参入

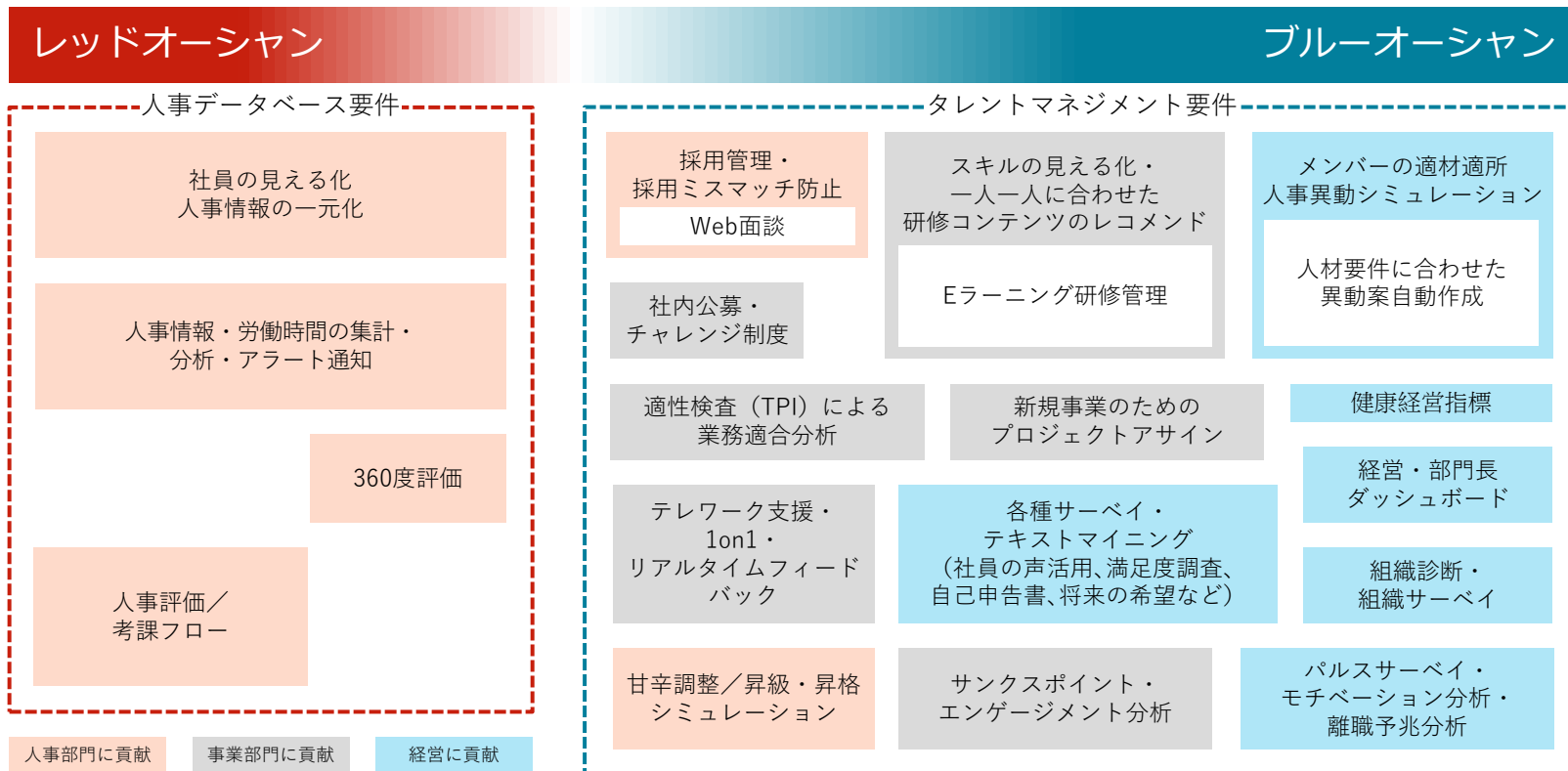
- マーケティング手法を人事分野に適用し、人事業務の効率化だけでなく意思決定を支援





# 経営層・事業部門・人事における幅広い活用可能性

- ・ 人事部門だけでなく、経営層や事業部門で活用される様々な機能を実装
- ・ 多くのHRテック企業が狙う「人事データベース」ではなく「タレントマネジメント」の領域がターゲット

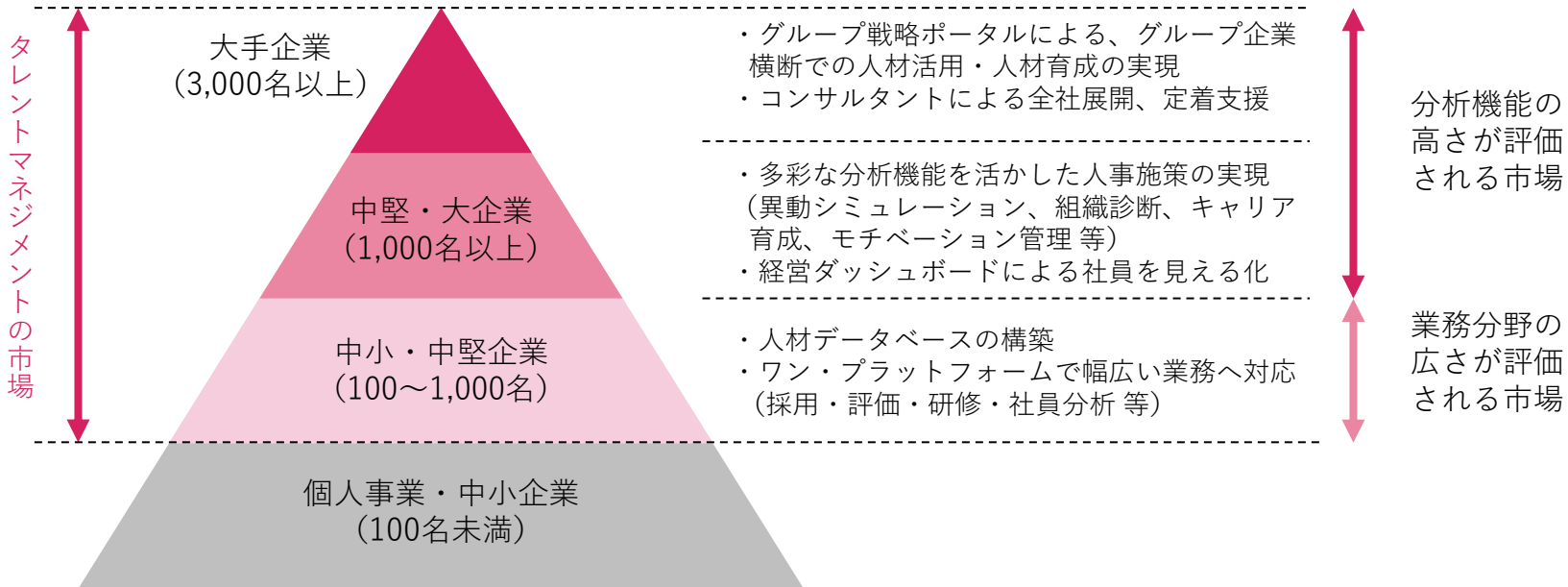


# タレントパレットのターゲット市場

- ・ 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

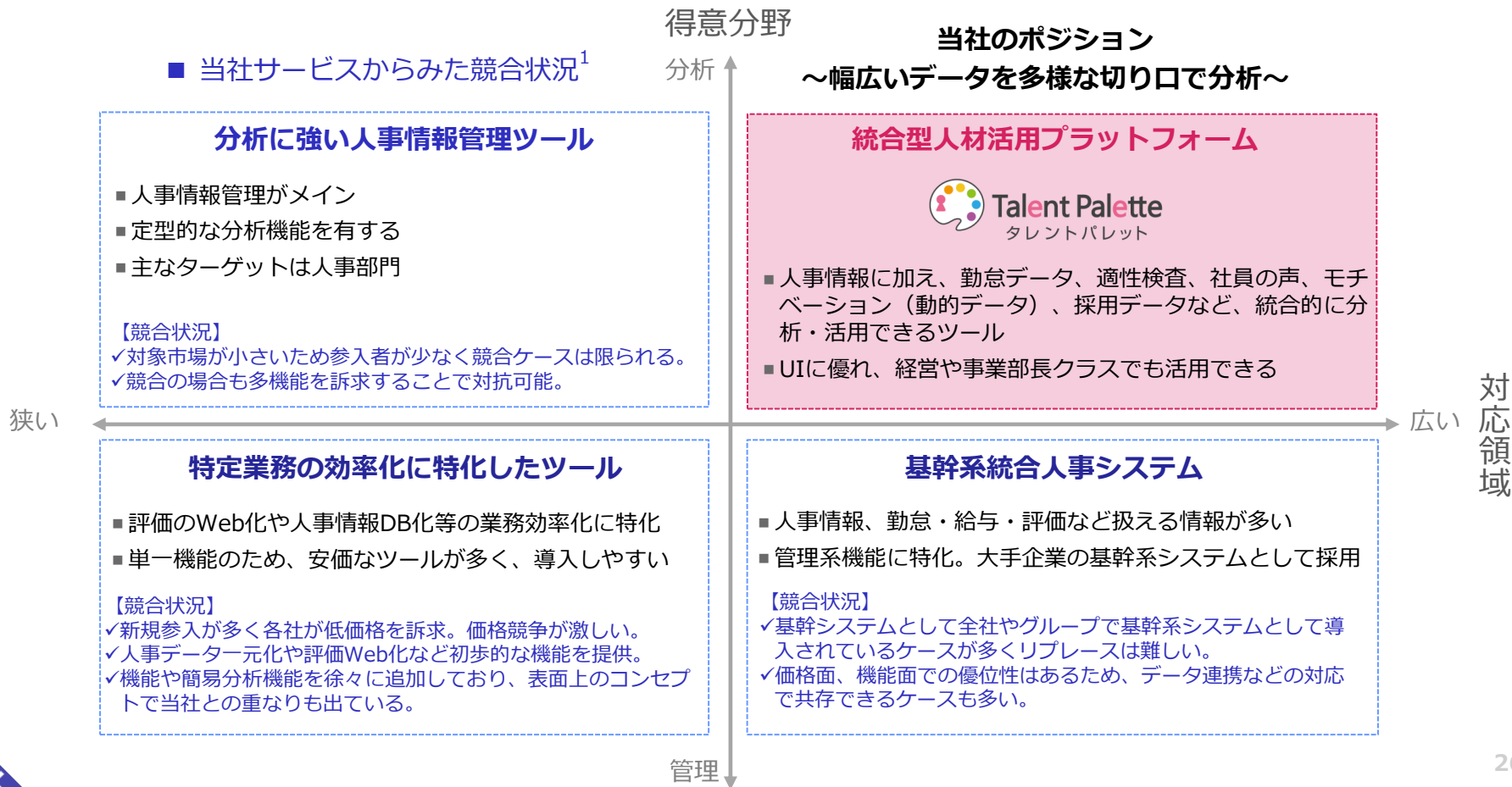
## タレントマネジメントの対象市場と当社の訴求ポイント

### 【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



## II. Corporate Highlights

3 人事領域で新市場を創造するタレントパレットの高い成長可能性

# 先進企業が選んだタレントマネジメントシステム

### 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・運輸・自治体・その他



※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）

### 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



### 人材・広告・マスコミ・教育・専門サービス



科学的人事

人的資本経営

人事DX

ジョブ型シフト

自律的  
キャリア形成

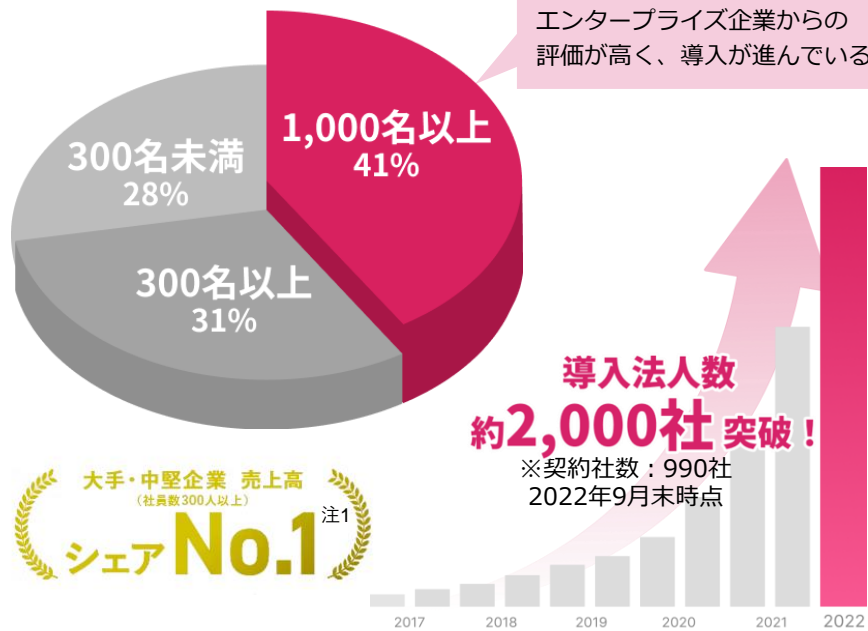
ホールディングス化

## 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）は約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

2022年 9月末時点



大手・中堅企業 売上高  
(社員数300人以上)  
シェアNo.1 注1

注1 人事・配置クラウド市場 2022年度見込み  
デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「HRTechクラウド市場の実態と展望2021年度版」

企業向けレビューサイト「ITreview」で  
タレントマネジメント部門「Leader」を受賞 注2



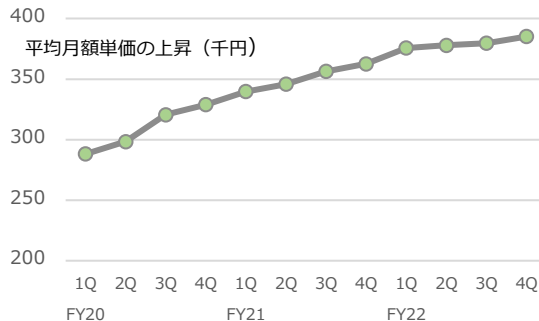
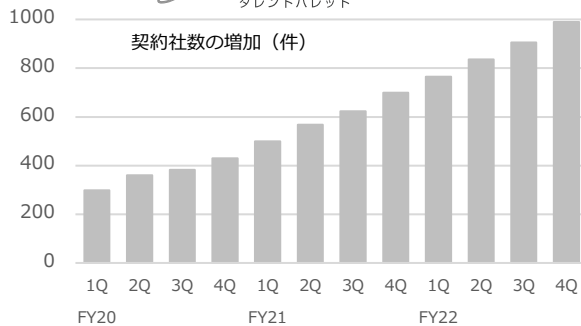
評価のポイント

- 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

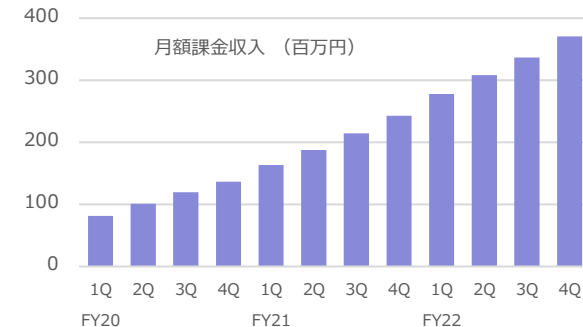
注2 ITreview Grid Award 2022 Spring タレントマネジメント部門、人事評価・OKR部門

3 人事領域で新市場を創造するタレントパレットの高い成長可能性

# 短期間で事業を立ち上げ、利益拡大ステージへ



- ・ サービス開始直後から顧客数増と平均単価上昇を継続
- ・ ベース収益となる月額課金収入が急速に拡大

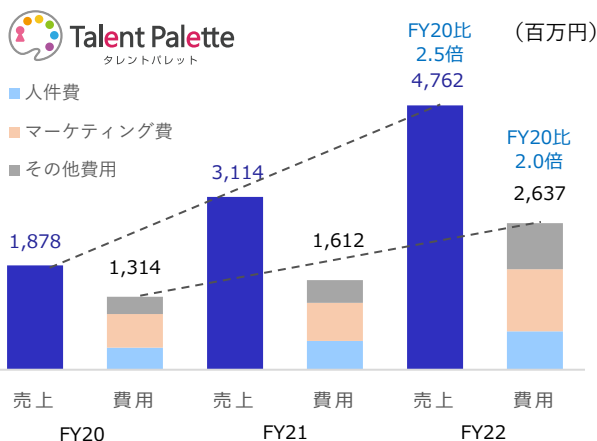


蓄積した技術やノウハウを活用し新規事業を立ち上げ

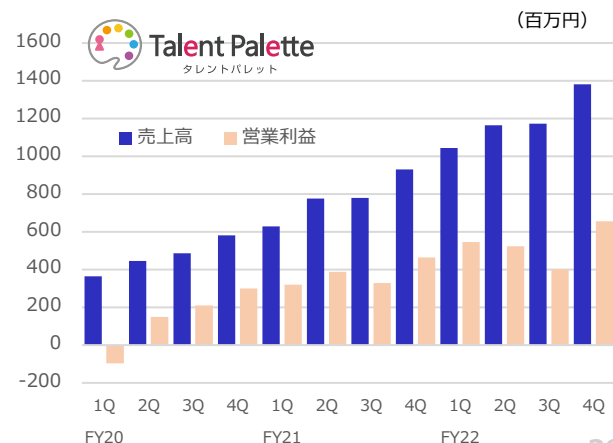


- 言語処理技術
- マーケティング
- カスタマーサクセス
- システム構築
- 分析手法
- オペレーション

過度な社員増やマーケティング投資に依存せず、事業を垂直に立ち上げ、早期黒字化を実現



今後も投資を適正にコントロールし、売上と利益の成長を同時に実現する方針

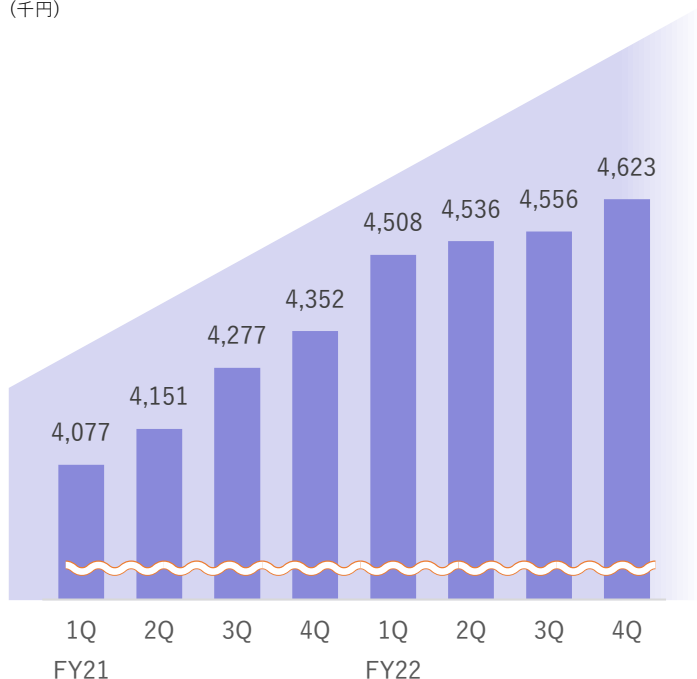


## 将来の伸びしろが大きい市場ポテンシャル<sup>1</sup>

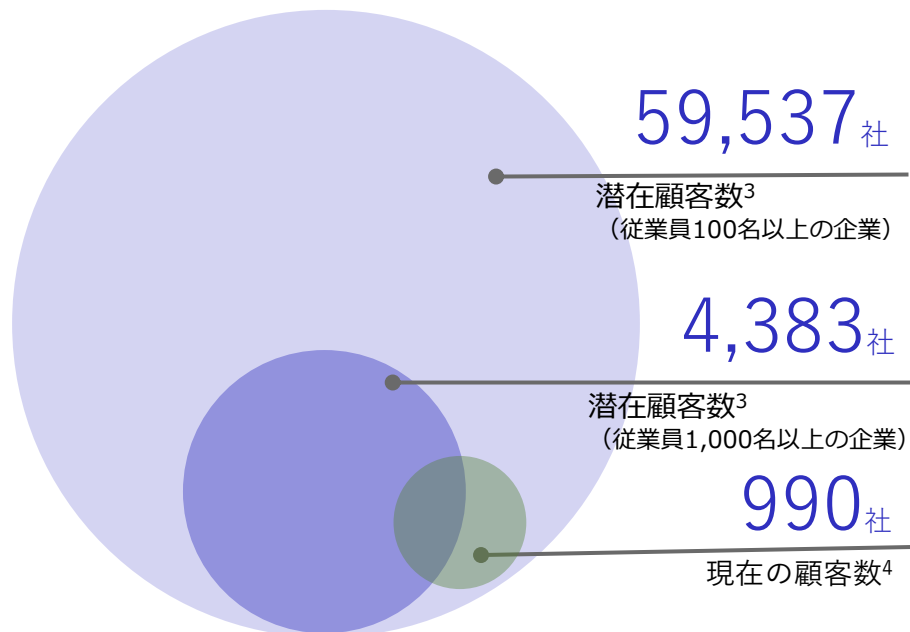
- 経営層・事業部門向けのタレントマネジメント領域は未だホワイトスペース
- 人材活用（タレントマネジメント）の概念が浸透することで、導入企業が増え潜在需要が顕在化

### 年間ARPU<sup>2</sup>の推移（各四半期の値を年換算して表示）

（千円）



### 顧客数の拡大余地



注1：当社が想定する最大の市場規模を意味しており、当社が2021年1月現在で営む事業に係る客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません。

下記各注記の通り、一定の前提の下、外部の統計資料や公表資料を基礎として、当社が推計したものであり、その正確性にはかかる統計資料や推計に固有の限界があるため、実際の市場規模はかかる推計値と異なる可能性があります。

注2：Average Revenue Per User。1課金ユーザー企業当たりの平均年間単価。各四半期における課金ユーザー企業に係る月額料金額の合計金額（一時収益を含まない）を同期間における一か月あたりの平均有料課金ユーザー企業数で除し、4倍して算出。

注3：H28経済活動センサスより。

注4：FY22第4四半期末における月額課金契約社数

## コーポレート・ハイライト

- 1 データマイニングをバックボーンとした高付加価値サービス
- 2 クラウド化を追い風とする対象市場の拡大
- 3 人事領域で新市場を創造するタレントパレットの高い成長可能性
- 4 各事業の成長戦略と  
新市場・サービス開発に向けた展開
- 5 中期成長イメージ



## 全社戦略の重点方針

- 1 タレント事業の成長を加速させる全方位チャレンジ
- 2 グループ会社連携による採用ビジネス本格展開と次のM & A実現
- 3 S a a S原点回帰での顧客数拡大とその源泉たるエンタープライズ戦略強化
- 4 全社横断インキュベーションセンターによる新規事業の推進強化
- 5 全サービス共通の差別化U I デザインと品質管理の推進
- 6 見える化とカスタマーリングスのマーケティング領域での連携とシナジー創出
- 7 人事施策による新メンバ早期戦力化と自律型人材の育成
- 8 中長期的成長に向けた情報発信機能の構築

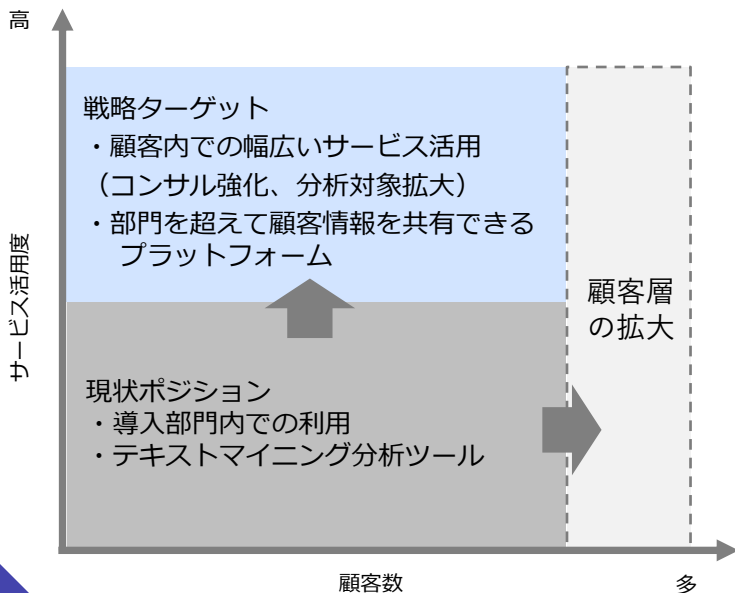
# 見える化エンジン事業の成長戦略



- 顧客体験価値を可視化するプラットフォーム機能の充実とコンサルティング強化により、顧客内でのサービス活用度・満足度の向上施策を優先しながら顧客層拡大を図る

## 戦略コンセプト：顧客体験フィードバック

企業が顧客に提供したい「顧客体験」と実際の顧客の感じ方のギャップを可視化・分析できるソリューションを提供する。



## 主な戦略施策

1

顧客内でのサービスの浸透・活用  
(契約単価上昇)

- 顧客接点の増加とコンサル強化による利用促進施策を実施 (FY22)
- 顧客理解と事例ベースの提案によりエンタープライズ顧客との関係を強化 (FY23-26)

3

分析対象データの拡大  
(契約単価上昇)

- SNS分析の機能強化により分析対象を拡大 (FY22)
- 音声・会話データによるテキストマイニング機能を開発 (FY23-26)

2

プラットフォーム機能の強化  
(継続率上昇)

- リアルタイムレポート機能・SNSの機能強化を実施 (FY22)
- FY22施策継続の上で、UI/UX含めた全面リニューアルを実施 (FY23)

4

マーケティング施策改善  
(顧客数増)

- SNS分析メニューの訴求で新規案件の獲得が増加 (FY22)
- コンセプト訴求と事例ベース提案で大型顧客へ訴求 (FY23-26)

主要KPIの見込み	FY22 実績	FY23 計画	FY24-26 見込み
顧客数 <sup>1</sup> (件)	478	508	増加
契約単価 <sup>2</sup> (千円)	291	287	FY23並み
解約率 <sup>3</sup> (%)	1.00	1.37	FY23並み

注1：各事業年度末の数値

注2：各事業年度の平均月額課金額を同期間の平均契約件数で除して計算した数値

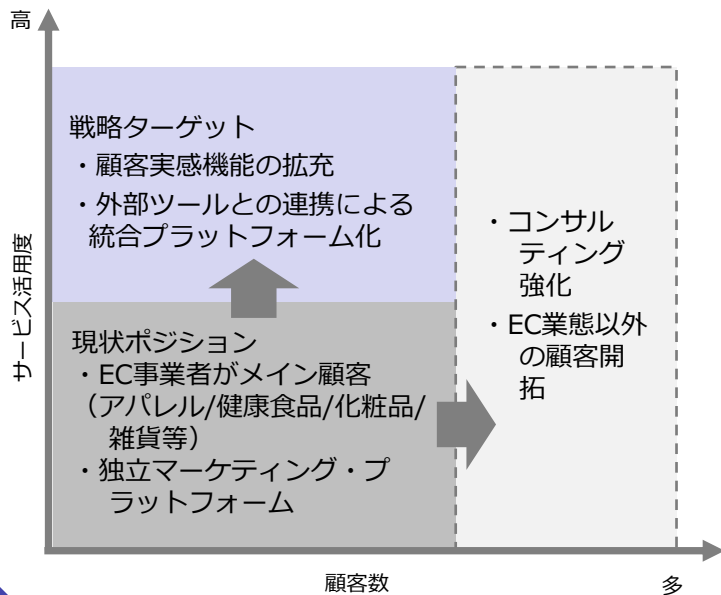
注3：各事業年度中の解約で減少した当月平均解約金額を前月平均月額課金額で除した数値

# カスタマーリングス事業の成長戦略

- 高機能路線は維持しつつ、「顧客実感」による差別化機能の拡充を図り、様々なマーケティング・アクションとの連携実現によるマーケティング・プラットフォームへの進化を目指す

## 戦略コンセプト：顧客実感マーケティング

顧客を肌で実感できる形でデータを取得し、その情報を元にマーケティング施策を実現できるサービスの提供



### 主な戦略施策

1

#### 顧客実感機能の拡充 (解約率低下)

- 機能強化とUI/UXの改善の効果により解約率は低下 (FY22)
- 多機能と使いやすさを両立するサービス改善を継続 (FY23-26)

2

#### 外部ツール連携によるプラットフォーム化 (契約単価上昇)

- LINEやSMS等の外部システム連携の実施 (FY22)
- ニーズに応じて外部サービスとの連携を実施 (FY23-26)

3

#### コンサルティング強化 (顧客数増)

- コンサル対応の定型化を進め効率化と品質向上を実現 (FY22)
- 顧客側に踏み込み運用支援するプロフェッショナルサービスを展開 (FY23-26)

4

#### 営業/マーケティング強化 (顧客数増)

- きめ細やかな機能と使いやすいサービスを訴求 (FY22)
- インサイド・セールスの本格展開など新たな営業手法の実施 (FY23-26)

主要KPIの見込み	FY22 実績	FY23 計画	FY24-26 見込み
顧客数 <sup>1</sup> (件)	339	379	増加
契約単価 <sup>2</sup> (千円)	362	365	FY23並み
解約率 <sup>3</sup> (%)	0.77	1.20	FY23並み

注1：各事業年度末の数値

注2：各事業年度の平均月額課金額を同期間の平均契約件数で除して計算した数値

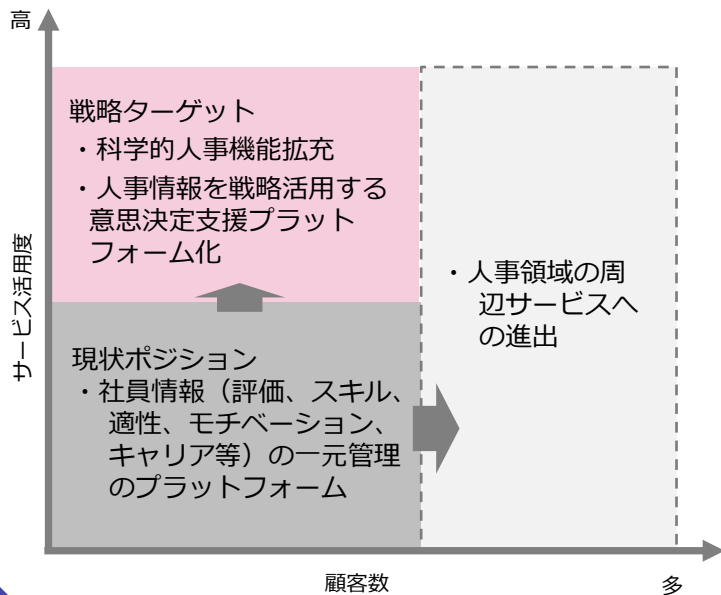
注3：各事業年度中の解約で減少した当月平均解約金額を前月平均月額課金額で除した数値

# 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ながら、HRの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

## 戦略コンセプト：科学的人事戦略

勘や経験に頼った人事戦略にデータ活用によるマーケティング視点を適用し、意思決定の精度向上の仕組みを提供



売上拡大施策を実行しつつ、人件費・広告販促費を適正にコントロールし、売上と利益の成長を同時に実現する方針

### 主な戦略施策

**1** 科学的人事の手法・機能の拡充  
(解約率低下)

- ・コンサルを通じた新たな手法確立とスピード開発の実施 (FY22)
- ・FY22の施策を継続 (FY23-26)

**2** 科学的人事の啓蒙・浸透  
(解約率低下)

- ・科学的人事フォーラムの定期開催 (FY22)
- ・エグゼクティブセミナーや書籍出版など情報発信を継続 (FY23)

**3** 人事領域の周辺サービスへの進出  
(顧客数増、契約単価上昇)

- ・採用・研修・労務管理等周辺領域のサービスを提供 (FY22)
- ・データ分析を活用した実効性の高いサービスの開発 (FY22-26)

**4** 戦略的マーケティング  
(顧客数増)

- ・マス広告、インサイド・セールスの本格展開など新たな営業手法の実施 (FY22)
- ・FY22での効果を踏まえ有効な施策については継続 (FY22-26)

主要KPIの見込み	FY22 実績	FY23 計画	FY24-26 見込み
顧客数 <sup>1</sup> (件)	990	1,336	大きく増加
契約単価 <sup>2</sup> (千円)	380	383	やや増加
解約率 <sup>3</sup> (%)	0.41	0.60	FY23並み

注1：各事業年度末の数値

注2：各事業年度の平均月額課金額を同期間の平均契約件数で除して計算した数値

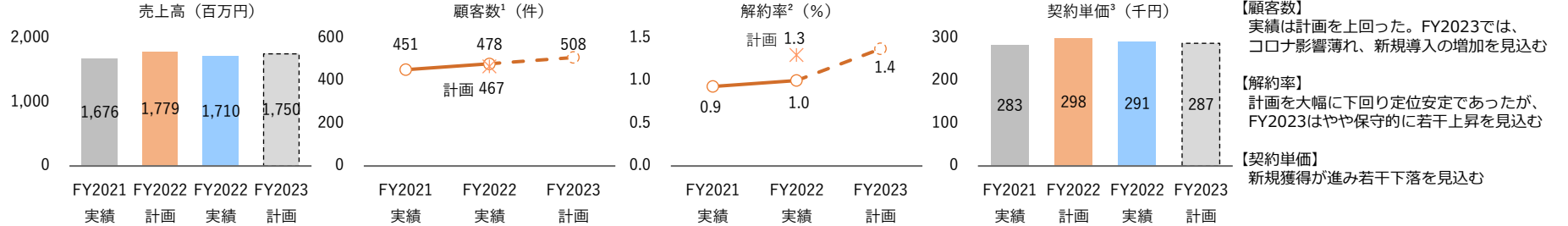
注3：各事業年度中の解約で減少した当月平均解約金額を前月平均月額課金額で除した数値

## II. Corporate Highlights

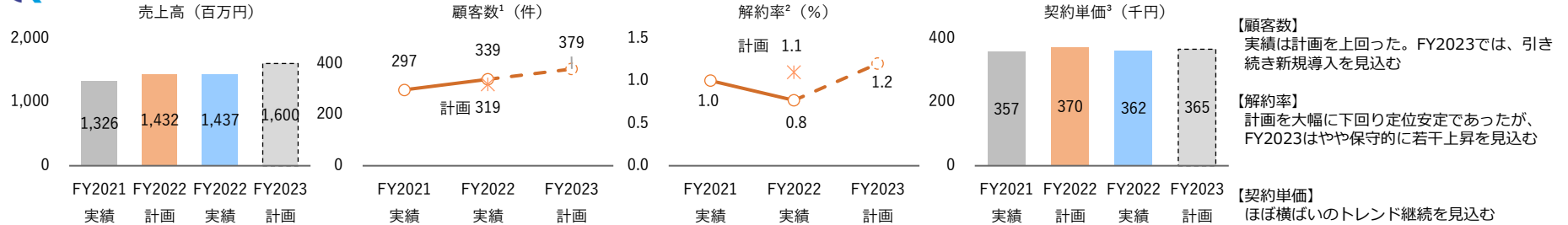
### 4 各事業の成長戦略と新市場・サービス開発に向けた展開

# 各事業の計画進捗

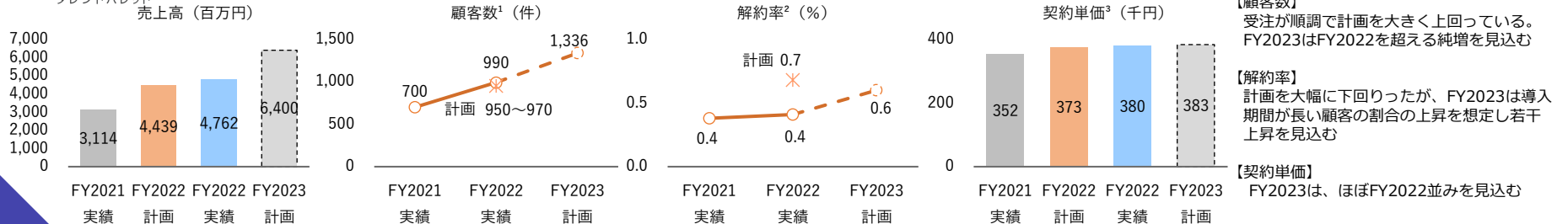
#### 見える化エンジン



#### CustomerRings カスタマーリングス



#### Talent Palette タレントパレット



注1：各事業年度末の数値  
 注2：各事業年度の平均月額課金額を同期間の平均契約件数で除して計算した数値  
 注3：各事業年度中の解約で減少した当月平均解約金額を前月平均月額課金額で除した数値

4 各事業の成長戦略と新市場・サービス開発に向けた展開

## タレントパレット事業の中期展開 ～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、精度の高い人事周辺サービスを実現
- ・ 自社だけでなく、パートナー企業との連携や資本提携を活用し事業拡大を目指す



## タレントパレット事業の中期展開 ～人事の周辺分野への進出～

- 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）
- 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



採用管理・内定者管理  
候補者のレコメンド

### 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

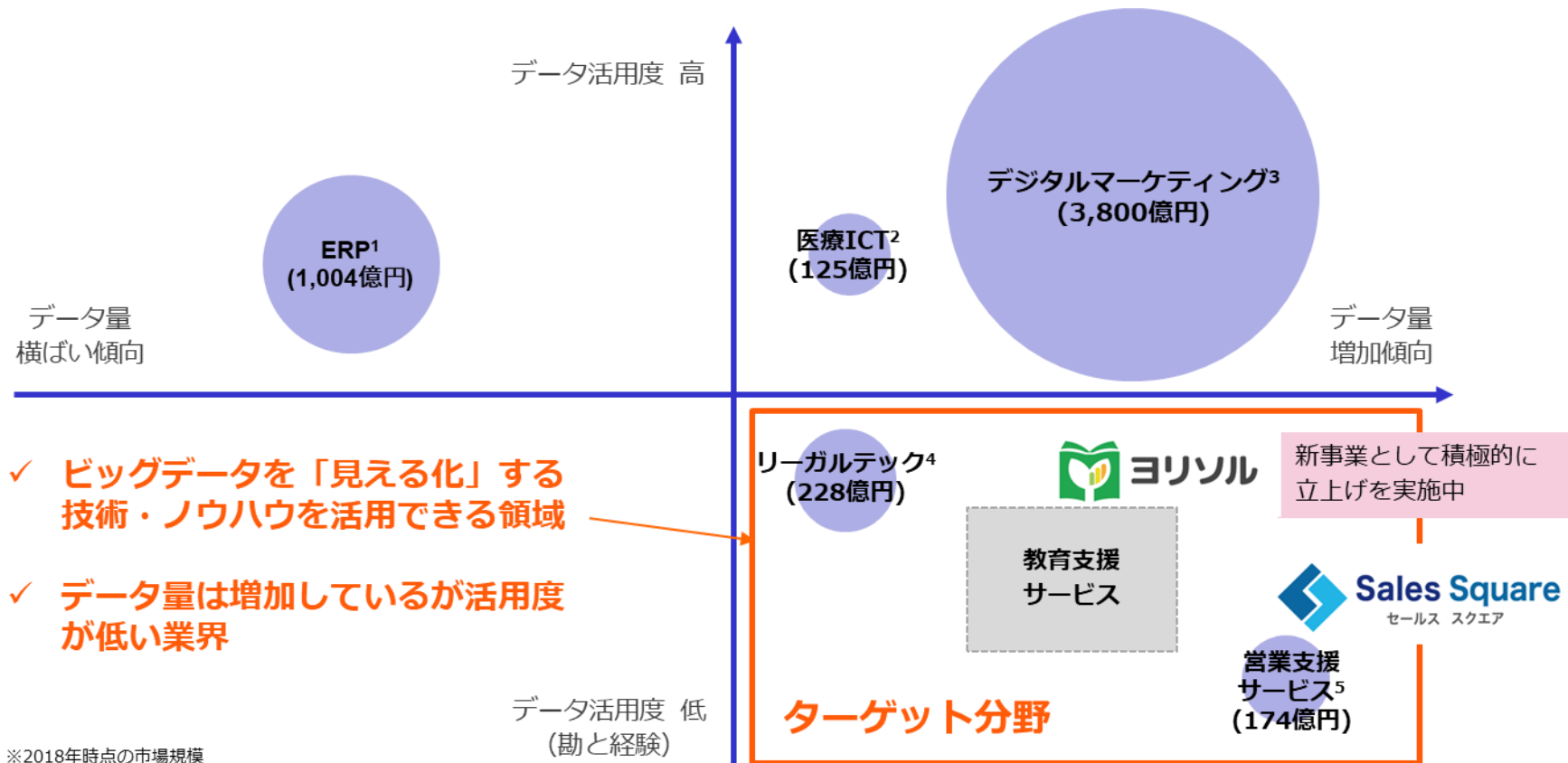
### ③機能開発と採用ビジネスのノウハウ共有

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移行いたします。

# 新規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」

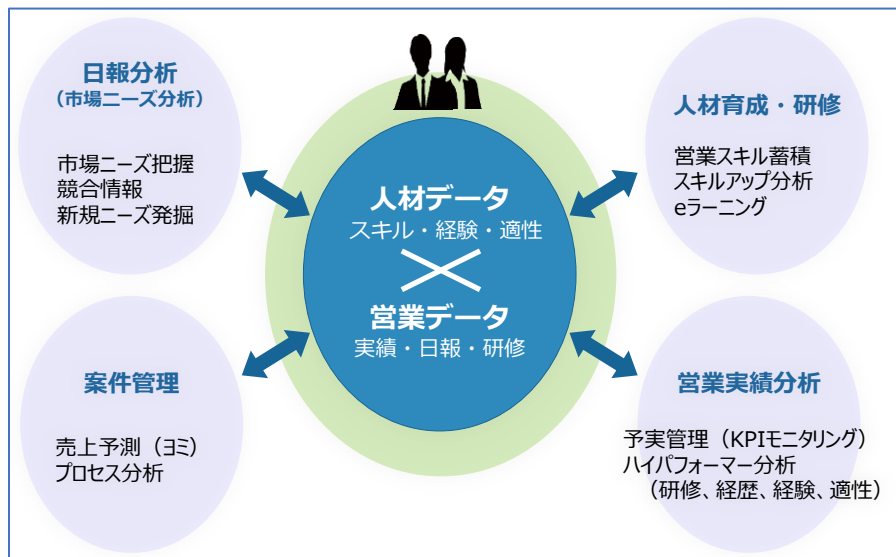
注5：アイ・ティ・アール「統合型マーケティング支援市場2020」



# 新規事業の展開 ～2つの新規事業でトライアル導入を開始～



**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**

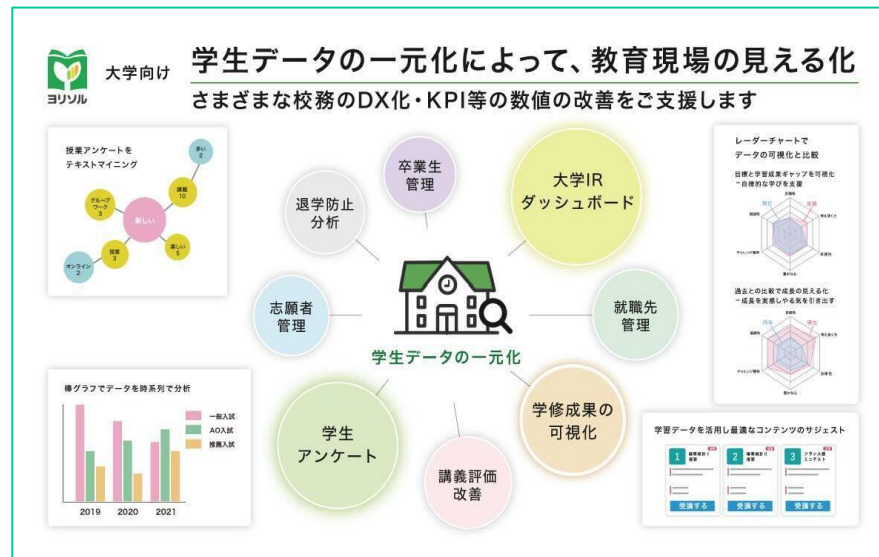


## トライアル導入実施 (有償を含む)

- IT営業本部 (数十名) 人材育成、日報分析 (成約につながる要因、行動把握)
- 製造業マーケティング部 (数十名) 業務改革、案件管理、タスク管理
- 製造業営業部 (数百名) 日報分析、案件管理、スキル見える化



**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**



- 学校法人 (1万名) LMS、学修ポートフォリオ、卒業生管理、退学防止
- 国立大学 (数千名) 学修ポートフォリオ、進路サジェスト
- 学習塾 (数百名) 学修ポートフォリオ、志願者管理、卒業生管理

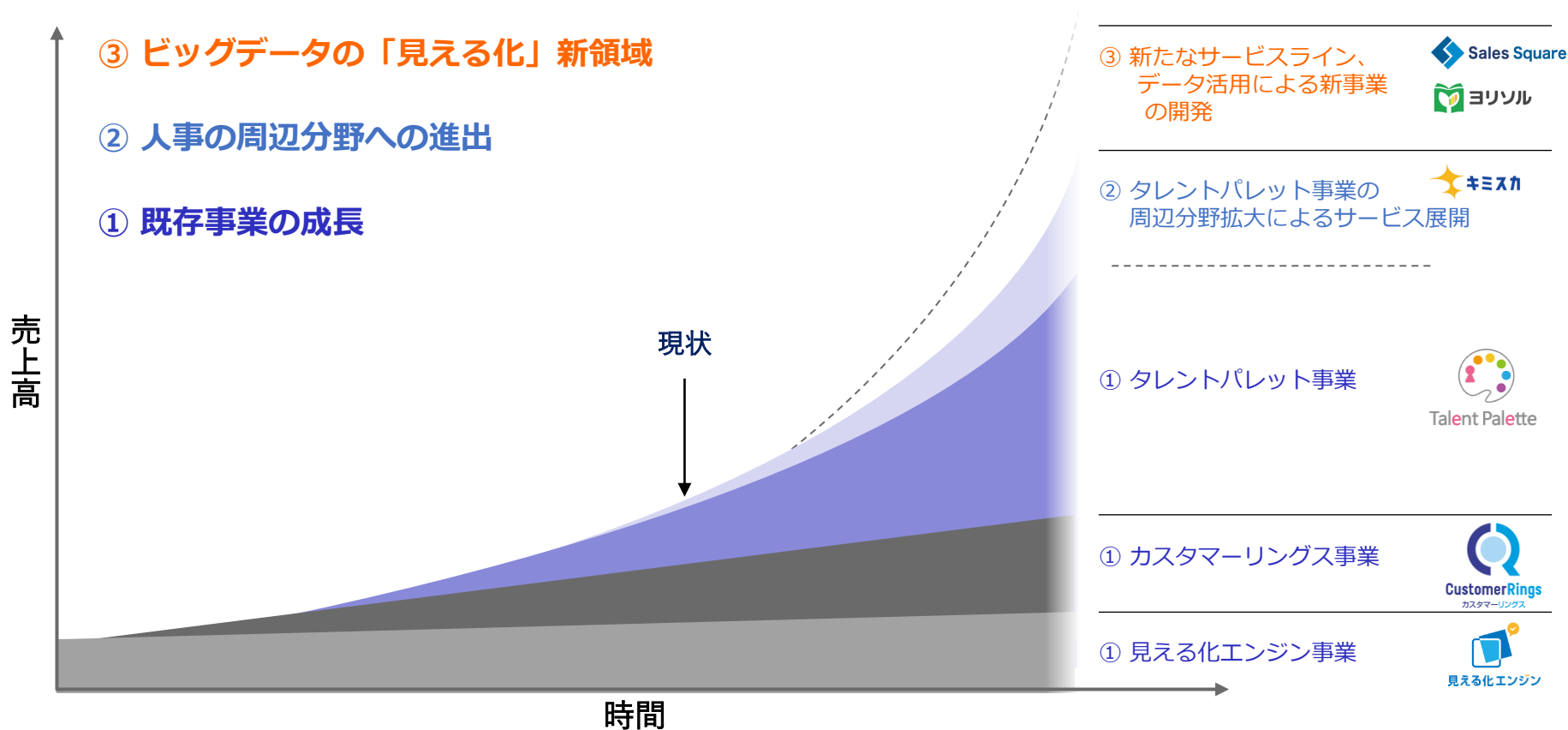
# SaaS事業基盤による複数事業展開、新事業構築力

約16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



# 既存事業拡大と新事業創出で継続的な成長を目指す。

- 3つの事業展開を組み合わせて継続的な成長を目指す

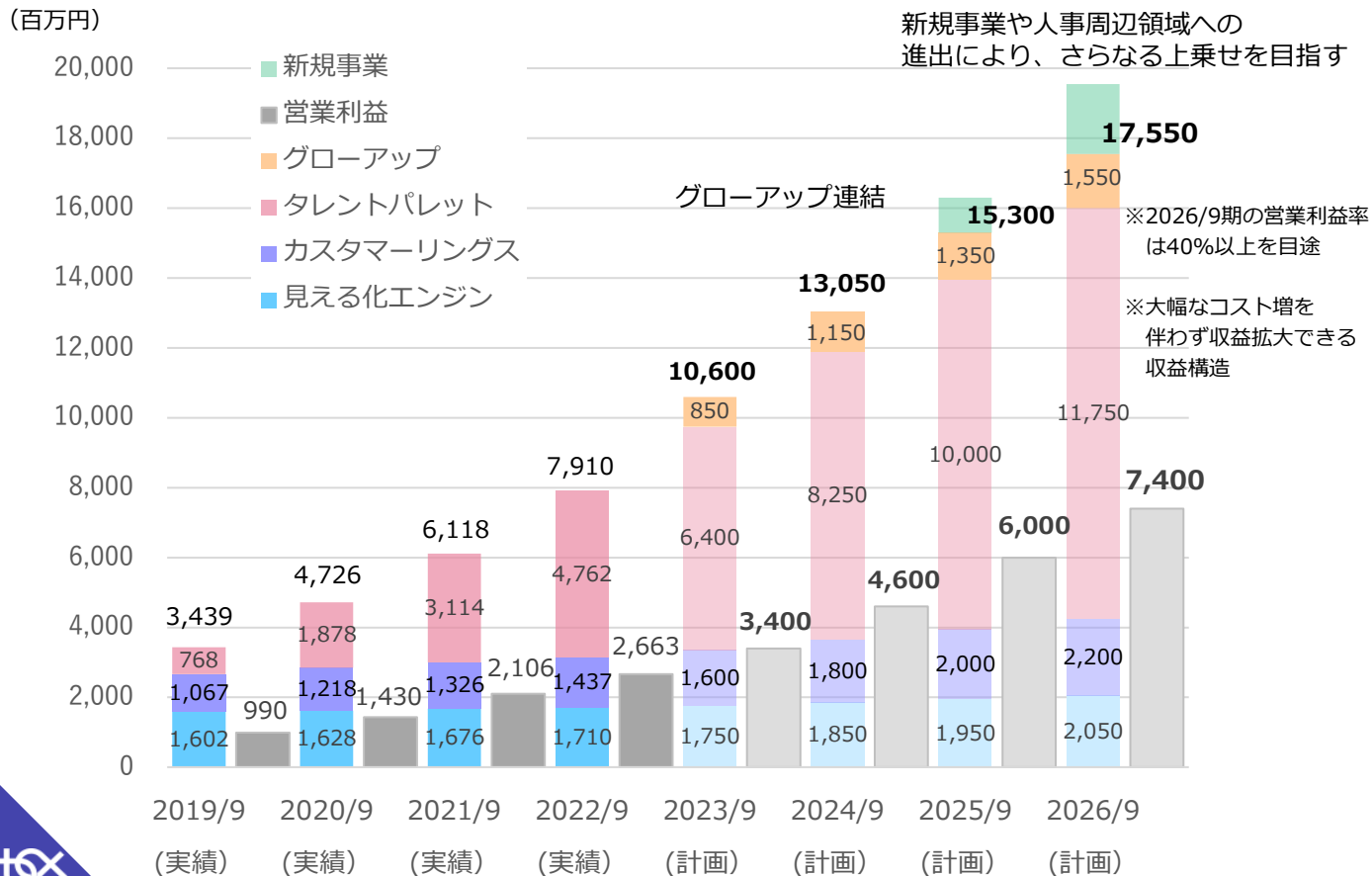


## コーポレート・ハイライト

- 1 データマイニングをバックボーンとした高付加価値サービス
- 2 クラウド化を追い風とする対象市場の拡大
- 3 人事領域で新市場を創造するタレントパレットの高い成長可能性
- 4 各事業の成長戦略と新市場・サービス開発に向けた展開
- 5 中期成長イメージ

## 中期成長イメージ ～既存事業拡大と新事業創出で継続的な成長を目指す～

- 既存事業で2026/9期に売上高175億円、営業利益74億円、営業利益率40%以上を計画
- 新規事業や人事周辺領域への本格参入を進め、更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 (実績)	2026/9 (増数見込)
見える化エンジン	478	+140
カスタマーリングス	339	+170
タレントパレット	990	+1,430

	契約単価/ARPU (千円)	
	2022/9 (実績)	2026/9 (見込)
見える化エンジン	294	295
カスタマーリングス	367	370
タレントパレット	385	400

## 中期成長イメージ～前回（2021年11月12日開示）の中期成長イメージとの比較～

<中期成長イメージの見直しのポイント>

- 見える化エンジン : コロナ禍影響が長引く可能性を織り込み保守的に見直し
- カスタマーリングス : 新規顧客獲得が順調に進んでおり顧客数の増加を反映
- タレントパレット : 新規顧客獲得と解約の定位安定が継続しており顧客数増加を反映
- グローアップ : 2023/9期より連結対象となったため追加

(単位：百万円)		2022/9	2023/9	2024/9	2025/9	2026/9
		(実績 <sup>※2</sup> )	(計画)	(計画)	(計画)	(計画)
見える化エンジン売上	今回計画	1,710	1,750	1,850	1,950	2,050
	(前回計画)	1,779	1,925	2,075	2,250	-
カスタマーリングス売上	今回計画	1,437	1,600	1,800	2,000	2,200
	(前回計画)	1,432	1,575	1,725	1,850	-
タレントパレット売上	今回計画	4,762	6,400	8,250	10,000	11,750
	(前回計画)	4,439	6,000	7,500	9,000	-
グローアップ売上	今回計画	-	850	1,150	1,350	1,550
	(前回計画)	-	-	-	-	-
売上 <sup>※2※3</sup>	今回計画	7,910	10,600	13,050	15,300	17,550
	(前回計画)	7,650	9,500	11,300	13,100	-
営業利益 <sup>※2</sup>	今回計画	2,663	3,400	4,600	6,000	7,400
	(前回計画)	2,500	3,500	4,500	5,500	-

※1 前回計画とは、2021年11月12日開示の決算説明資料に掲載した中期成長イメージを掲載しております。

※2 前回計画及び2022/9（実績）は単体業績であり、今回計画値は連結業績となります。

※3 今後の新規事業や人事周辺領域への本格参入による更なる売上の上乗せは、上記に含んでおりません。

# III. Risk and Controls

# 主なリスク及び対応策

	主なリスク	発生可能性	影響度	対応策
市場動向について	当社が提供するSaaS型サービスは、企業規模を問わず高い需要が継続しておりますが、経済情勢や景気動向等が変化し、顧客企業の投資マインドが減退するような場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	中期	中	複数の事業領域へ参入することにより、外部環境の変動に強いビジネスモデルの構築を推進してまいります。
競争について	当社が事業展開する事業領域によっては、資金力、ブランド力を有する競合事業者が存在するほか、新規に参入者が出現する可能性があります。これらの企業との競争が激化した場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	中期	大	独自の可視化技術の活用により顧客ニーズに合わせたサービスを展開するほか、これまでの経験・実績及び社内ノウハウ等を強みとし差別化を図ってまいります。
技術革新への対応について	新技術の開発やそれに基づく新サービス導入の頻度が高い業界であり、何らかの理由で技術革新への対応が遅れた場合、当社の競争力が低下する可能性があります。また予定していない開発費等が発生した場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	中期	中	新しいトレンドに柔軟に対応していくため、最新の技術動向や環境変化を把握できる体制を構築するほか、優秀な人材獲得や社員教育等に努めてまいります。
新規事業への投資について	新事業開発を積極的に行っておりますが、安定収益を生み出すまでに一定の投資が必要であり、利益率を低下させる可能性があります。また新規事業が計画通りに推移せず、投資回収が十分にできない場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	長期	低	新規事業については市場動向を十分に観察・分析し、事業計画等を慎重に検討した上で実行判断をするほか、既存事業の収益とのバランスを勘案しながら、許容できるリスクについて判断してまいります。
システムトラブルについて	サービス基盤は社内外のネットワークやシステムに依存しており、災害や事故、アクセス増によるシステム負荷、大規模なプログラム障害などにより当社サービス運営に重大な影響が出る場合、信用度が著しく低下し、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	短期	中	安定的なサービスの提供のため、サーバー設備の増強や情報セキュリティの強化を行うなど、システム管理体制を強化しております。
情報管理体制について	当社では、顧客企業の機密情報や個人情報を取り扱っており、重要な情報資産が外部に漏洩した場合、当社の社会的信用の失墜、損害賠償請求の発生等により、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。	短期	大	ISMSやプライバシーマークを取得し、情報セキュリティに関する方針を定めており、その方針に従って情報資産を適切に管理、保護しております。

※詳細およびその他のリスクについては、有価証券報告書の事業等のリスクに記載しております。



# IV. Appendix

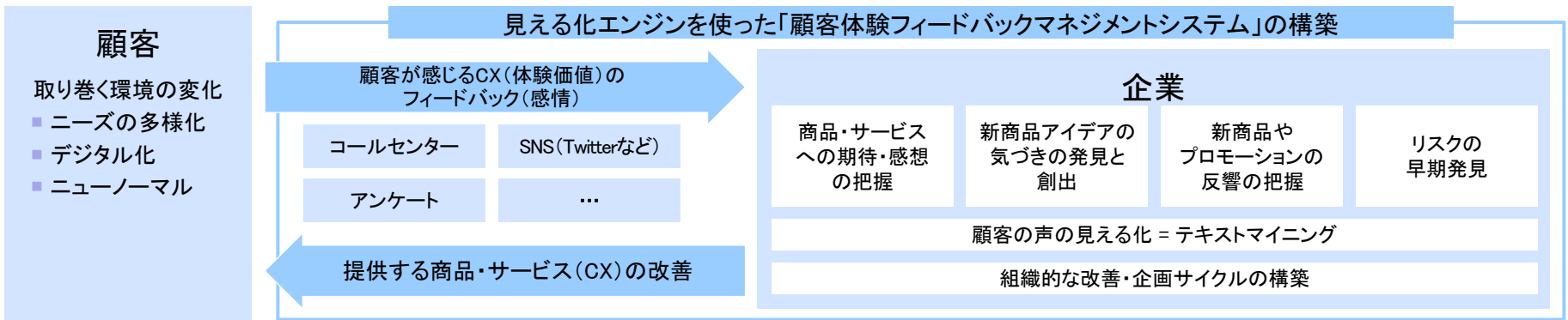
# 見える化エンジンの特徴



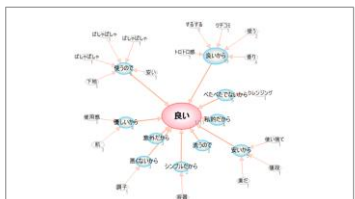
- ### サービスの特徴
- デジタル時代のビッグデータ(顧客の声や行動)を瞬時に可視化
  - 1,500社以上の活用実績がある導入シェアNo.1のツール
  - 直感的に操作できる画面、操作のわかりやすさ
  - 自由な発言、書き込みにも対応した高い精度の自然言語解技術

- 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」



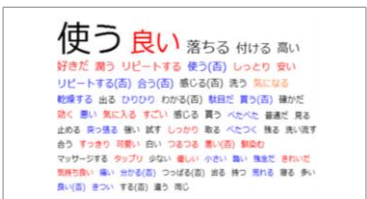
## 顧客の想い・期待を見える化アウトプット(独自のテキストマイニング技術)



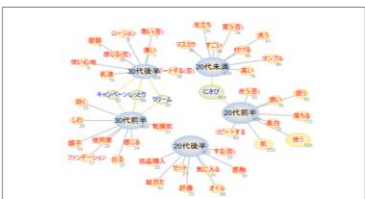
理由マップ(中心単語につながる要因を把握)



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)

## 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



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)

## 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

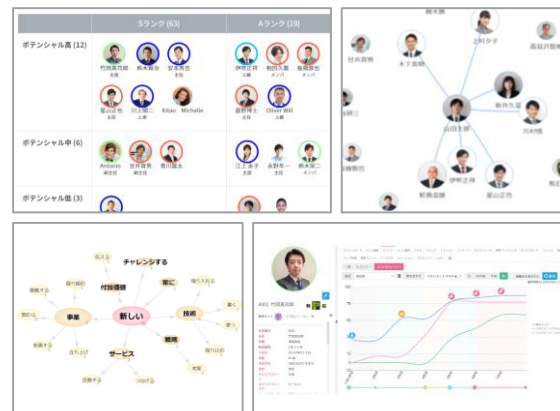
 **ここがポイント!**

- 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)

## 将来見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。
- これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますがこれらに限られるものではなく、また、事業環境および市場動向の分析等による競争力の維持・強化に努めておりますが、上記リスクや不確実性を排除するものではありません。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の更新は、今後、本決算発表後に開示を行う予定です。  
次回の更新は、2023年11月の決算発表後を予定しております。