



2022年3月期 第2四半期 決算説明資料

2021年11月12日
株式会社i-plug
(東証マザーズ：4177)

1. 2022年3月期 第2四半期実績
2. 2022年3月期 通期業績見通し
3. APPENDIX

1. 2022年3月期 第2四半期実績

2. 2022年3月期 通期業績見通し

3. APPENDIX

2022年3月期 第2四半期実績サマリー

● 就職活動のスケジュールはコロナ前の水準に戻るも、オンライン選考は定着

選考スケジュール・就職内定率はコロナ前の水準に戻る。

また、経済正常化への期待が高まりから、企業の動きは活発化。

● 売上高は+35.3%と高成長を継続

連結売上高は、前年同期比+35.3%の**1,151**百万円

うち、OfferBoxの売上高は、前年同期比+42.5%の**1,010**百万円

● 成長を加速させるための投資を引き続き実行

HR関連費用は、前年同期比+32.7%の**731**百万円

プロモーション関連費用は、前年同期比+57.1%の**270**百万円

● OfferBoxの利用拡大

2Q末時点での学生登録数は、2022年卒は**183**千人、2023年卒は**78**千人と順調に推移。

企業登録数は、前期末比+16.1%の**9,411**社

2022年3月期 第2四半期 業績ハイライト

連結売上高は前期比+35.3%、主力事業であるOfferBoxの売上高成長率は前期比+42.5%と高い成長性を維持。このため、成長を加速させるための人材採用やプロモーション投資を積極的に行うも2Qの赤字幅は減少。

(百万円)	2021年3月期 第2四半期累計実績	2022年3月期 第2四半期累計実績	前年同期比
売上高	851	1,151	+35.3%
うち OfferBox	709	1,010	+42.5%
営業利益	△47	△39	—
経常利益	△52	△35	—
親会社株主利益	△56	△40	—
(参考) 受注高	1,245	1,660	+33.3%

*記載金額は百万円未満を切り捨てております。

*前2Qは「収益認識に関する会計基準」等の適用による影響を反映しておりません。

2022年3月期 各四半期の売上高および営業利益

四半期の売上高及び営業利益の計上には季節性があり、下期に偏重するのが特徴。
売上高の構成比は昨年と同様に推移。

(百万円)	2021年3月期 実績					2022年3月期 実績		予想
	1Q	2Q	3Q	4Q	年間	1Q	2Q	年間
売上高	318	532	598	701	2,151	442	709	2,935
構成比	14.8%	24.7%	27.8%	32.6%	100.0%	15.1%	24.2%	100.0%
営業利益	△116	68	160	200	313	△167	128	300

*記載金額は百万円未満を切り捨てております。

*前1Q及び前2Qの売上高及び営業利益については、有限責任 あずさ監査法人のレビューは受けておりません。

*前期は「収益認識に関する会計基準」等の適用による影響を反映しておりません。

2022年3月期 第2四半期 サービス別売上高

OfferBoxは、顧客の活動量がコロナ前の水準に戻ったこと及び顧客フォローへの注力が成果につながってきている。

(百万円)	2021年3月期 第2四半期累計 実績	2022年3月期 第2四半期累計 実績	前年同期比
OfferBox（早期定額型）	370	556	50.1%
OfferBox（成功報酬型）	338	454	34.2%
eF-1G（適性検査）	113	121	6.8%
その他	28	19	△32.9%
計	851	1,151	35.3%

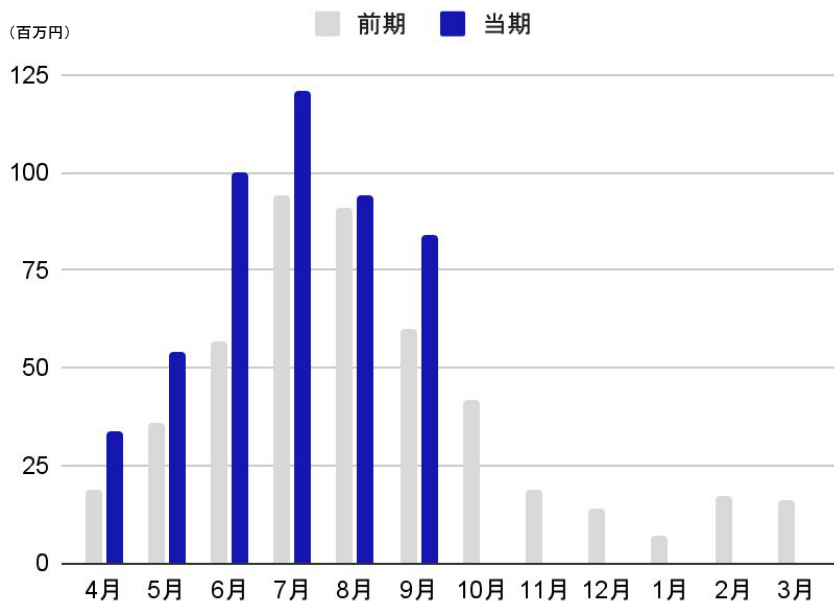
*記載金額は百万円未満を切り捨てております。

*前2Qは「収益認識に関する会計基準」等の適用による影響を反映しておりません。

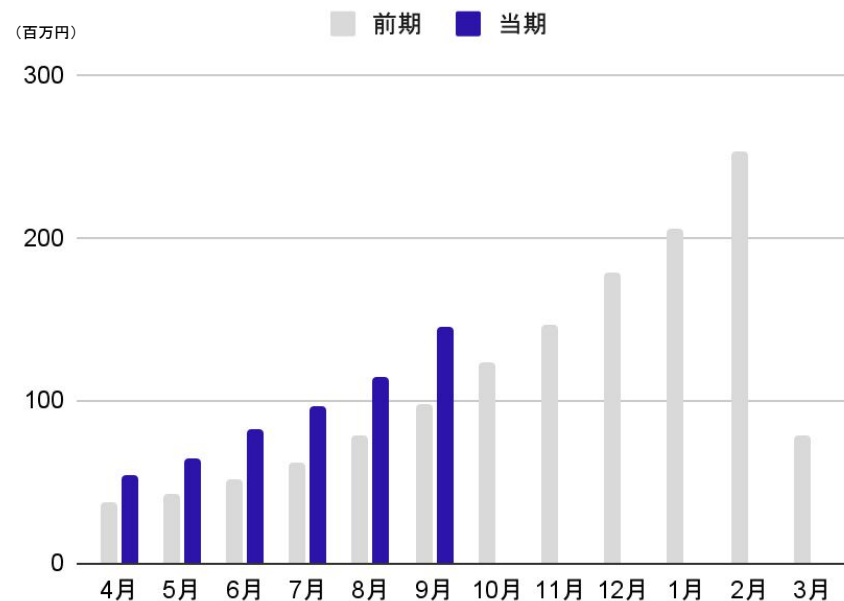
OfferBox売上高の月次推移

成功報酬型については、利用企業のオファー送信件数が伸びたことにより、2Qにおいても大きく伸長。早期定額型については、受注社数の増加および既存顧客を中心に受注が前倒しとなったことで伸長した。

成功報酬型



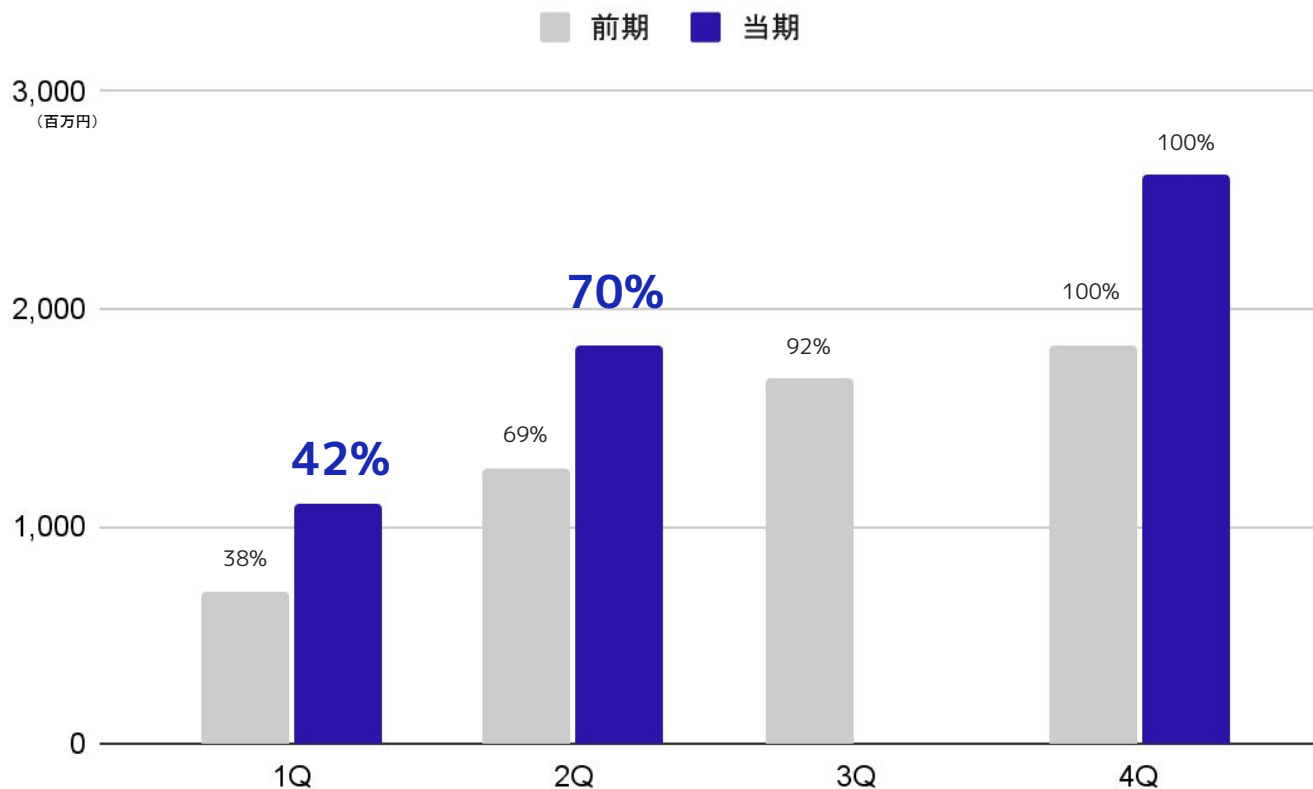
早期定額型



*前期は「収益認識に関する会計基準」等の適用による影響を反映しておりません。

各四半期のOfferBox売上高進捗率（契約負債考慮後）

契約負債（前受収益）のうち、当期売上計上されるものを考慮すると、年間予想売上高に対する当2Qの進捗率は70%と前2Q実績の69%を上回る結果となった。



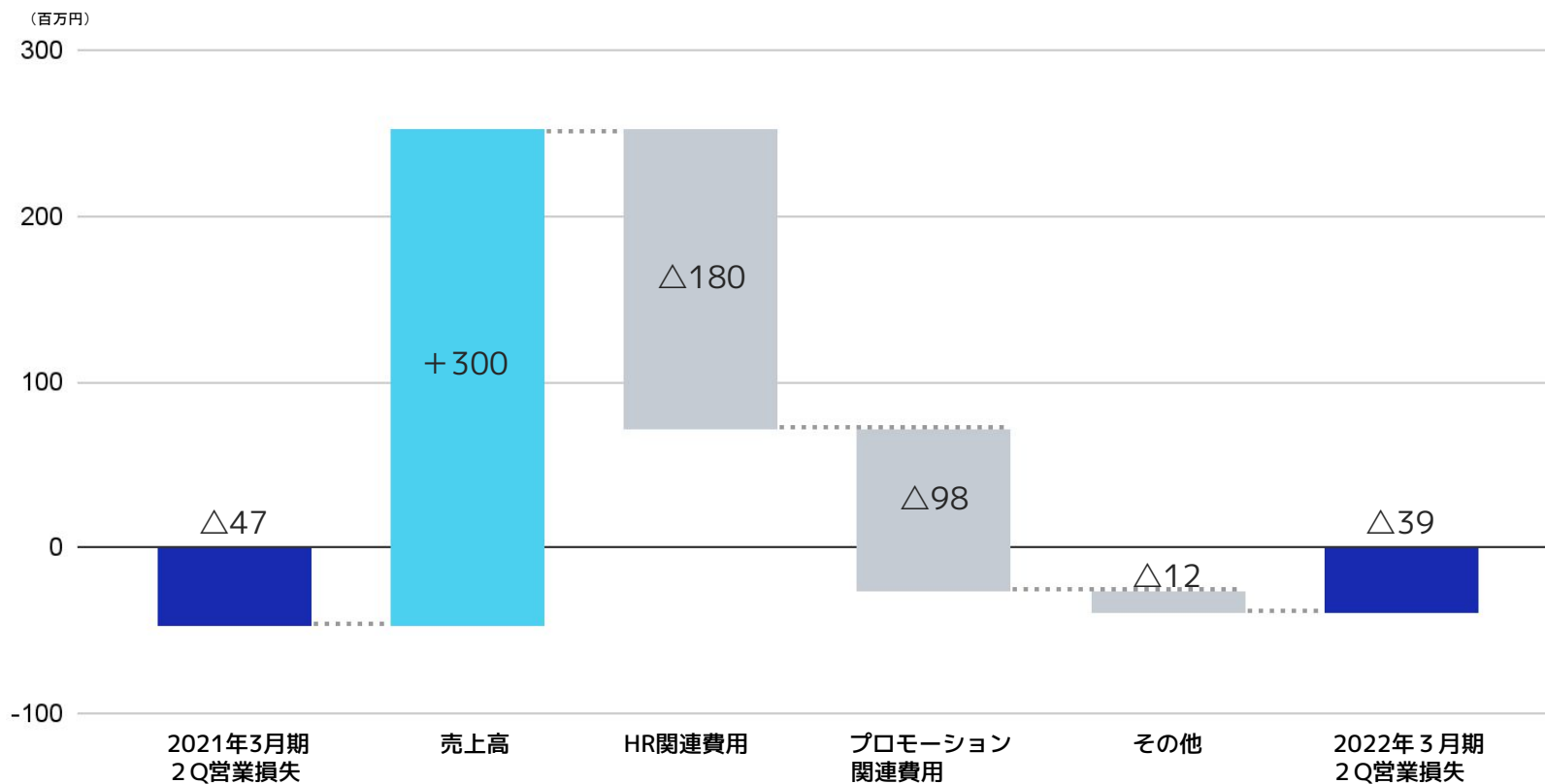
*当4Qは、予想売上高です。

*グラフ中のパーセンテージは、各期の年間売上高に対する割合です。

*前期は「収益認識に関する会計基準」等の適用による影響を反映していません。

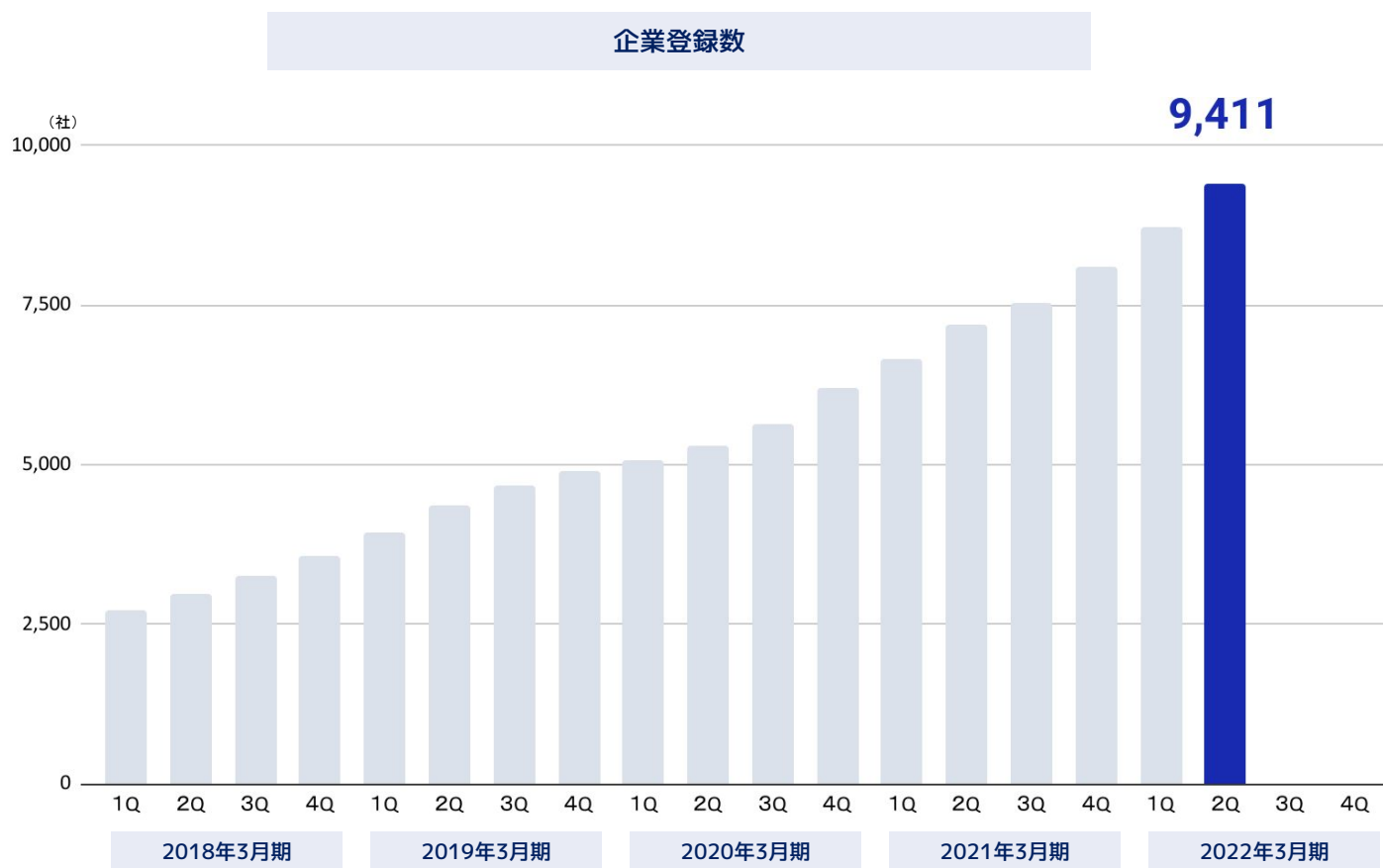
2022年3月期 第2四半期営業損失 対前年同期比較

2Qにおいても、引き続き成長のための積極的な投資（人材採用及びプロモーション実施）を継続。一方で、OfferBox利用拡大に伴い売上高が増加したことにより営業損失幅は縮小となった。



各種KPI実績①：登録企業数の増加

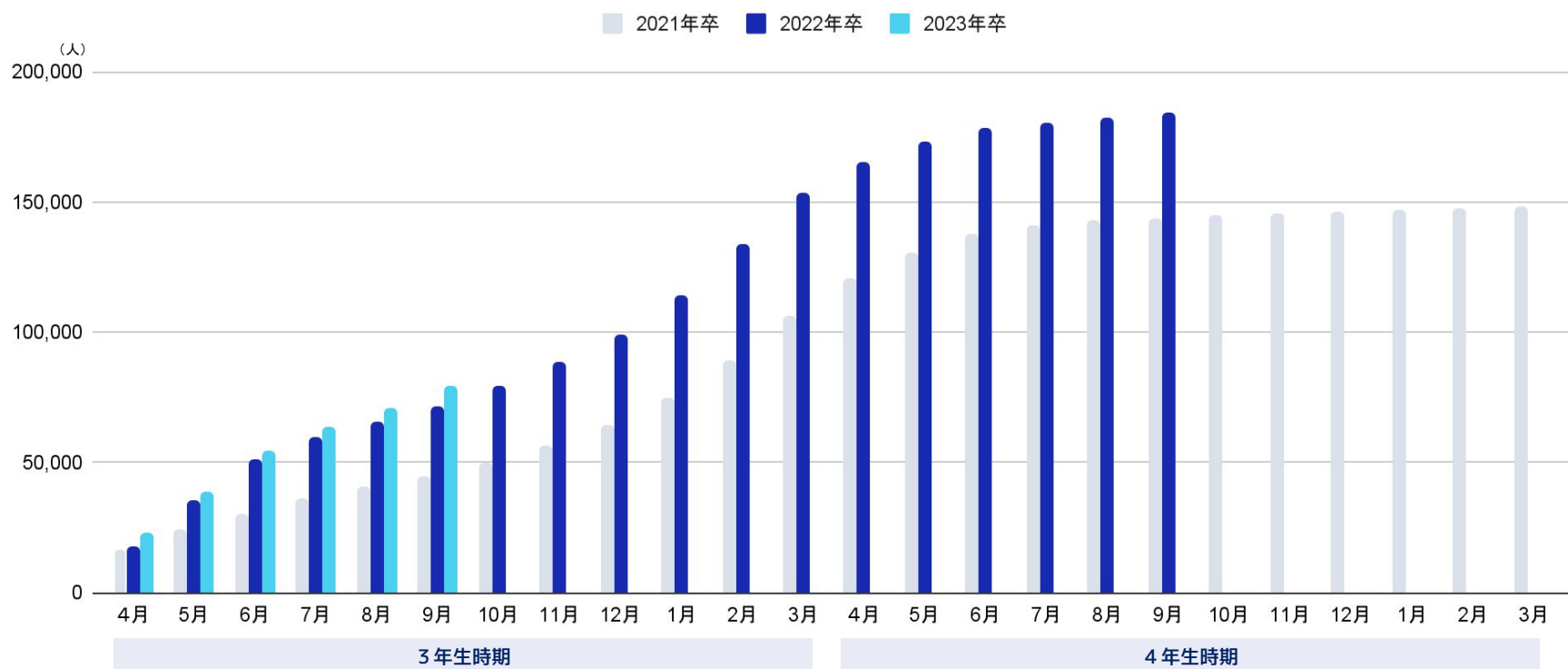
企業登録数は直近5年間で順調に増加し続け、2021年9月末時点で9,411社の登録を実現。



各種KPI実績②：登録学生数の増加

2022年卒においても、当第2Q末時点において、前卒業年度を超える183,790人の学生が登録。
また、2023年卒においても、前年同期を上回る78千人の登録に至っており、プラットフォームは引き続き拡大している。

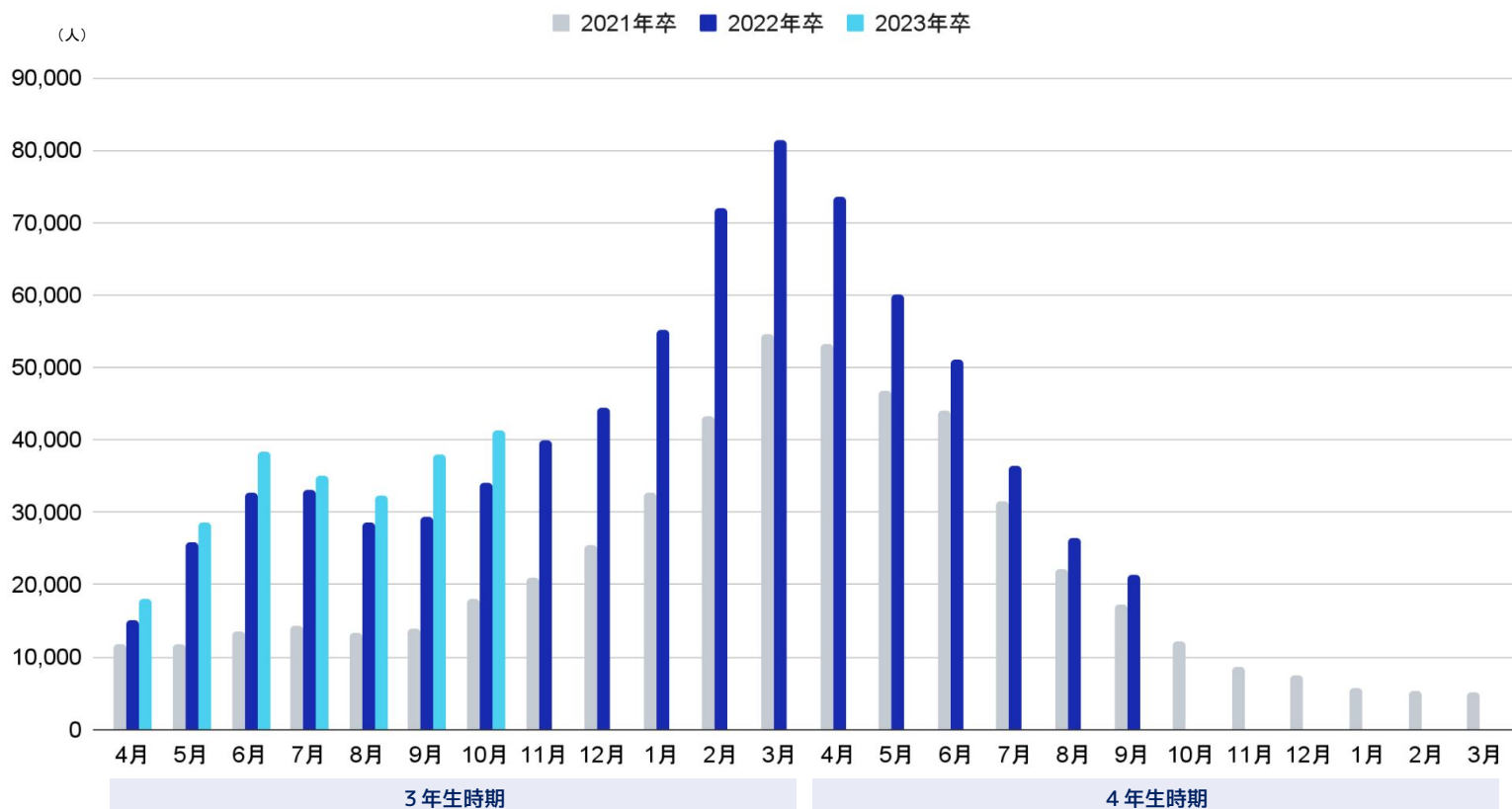
学生登録人数



各種KPI実績③：アクティブユーザーの増加

2022年卒、2023年卒ともに前年を上回る人数の学生がアクティブに利用している。

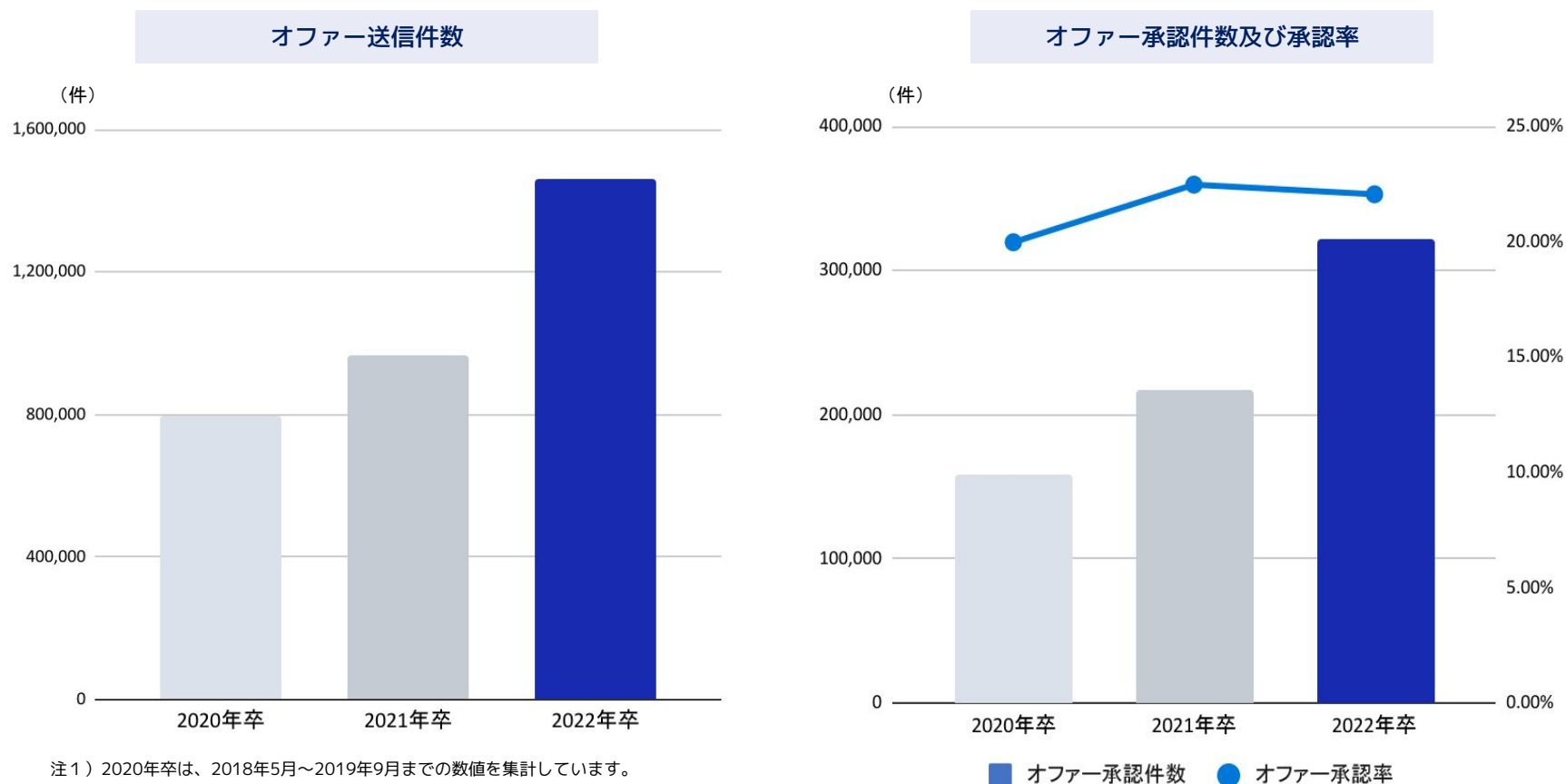
学生月間アクティブユーザー数 (MAU)



注) MAU(Monthly Active Users) : 対象月にログイン後のページのセッションが1以上カウントされたユーザーの人数

各種KPI実績④：オファー送信及びオファー承認（累積）

オファー送信件数は前卒業年度比+50.9%、オファー承認件数は同+48.1%といずれも高い成長性を実現。
一方、2022年卒においては、内定保有率が2021年卒よりも高く推移したため、オファー承認率は微減（▲0.4%）



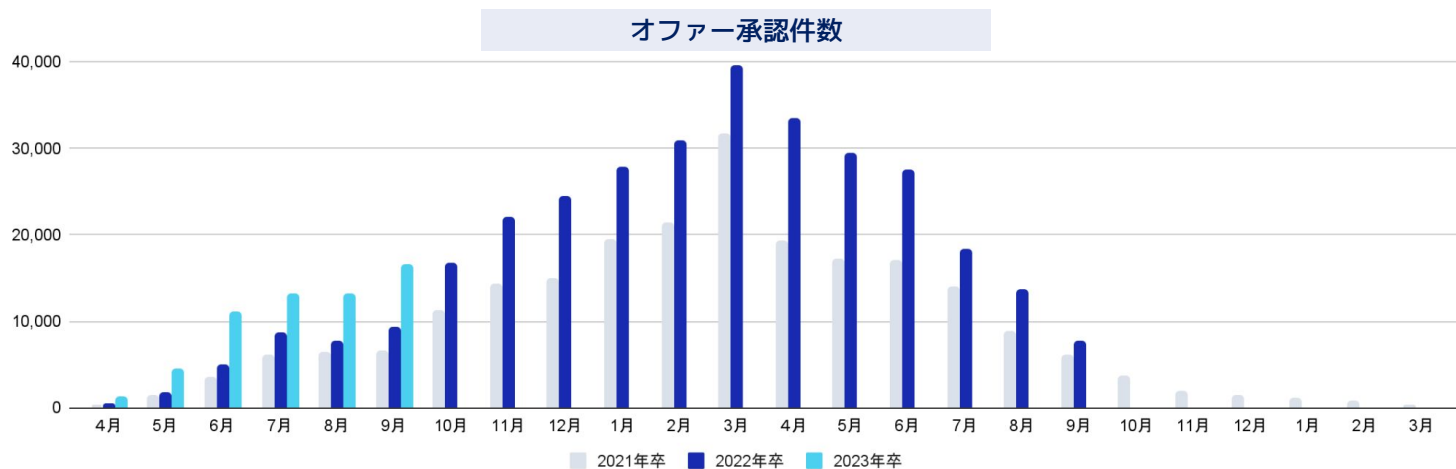
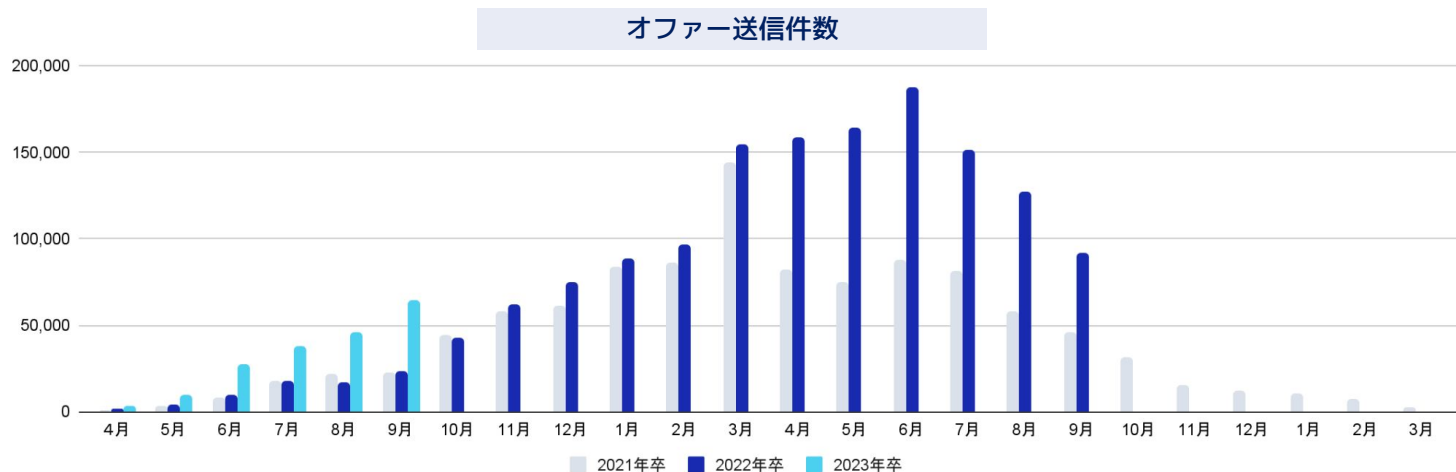
注1) 2020年卒は、2018年5月～2019年9月までの数値を集計しています。

注2) 2021年卒は、2019年5月～2020年9月までの数値を集計しています。

注3) 2022年卒は、2020年5月～2021年9月までの数値を集計しています。

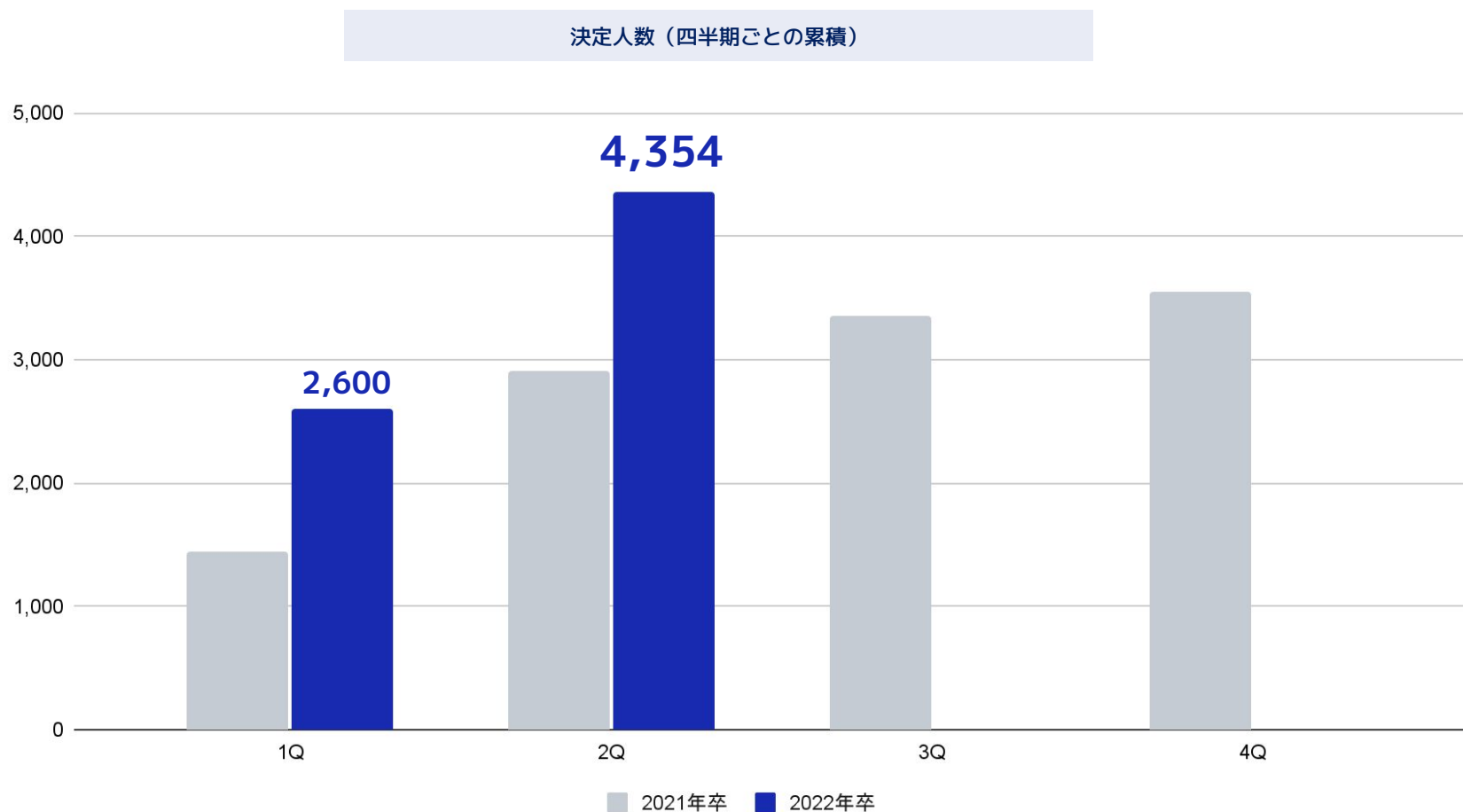
各種KPI実績⑤：オファー送信及びオファー承認（単月推移）

オファー送信件数は順調に推移。それに伴い、決定人数に直結するオファー承認件数も伸長。



各種KPI実績⑥：決定人数の増加

2022年卒の2Q末時点における決定人数は4,354名（前年同期比+49.9%）となった。
2Q末時点において、既に前期の決定人数を超過している。



1. 2022年3月期 第1四半期実績

2. 2022年3月期 通期業績見通し

3. APPENDIX

2022年3月期 業績予想の考え方

外部環境

- 新卒採用市場は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響は限定的
- 採用活動のオンライン対応は完了しており、前期のような停滞はなし
- 依然としてターゲット層の学生の募集に課題あり
- 大量に集めて絞り込む採用から1対1のコミュニケーションを重視した採用

経営戦略

- OfferBoxはKGIである決定人数増加に向け積極的な投資を実行
 - 開発) マッチング効率向上、ユーザー価値最大化
 - 学生) 全方位かつアクティブな学生数の増加
 - 企業) 成功報酬利用企業へのオンボーディング強化
 - データ分析に基づく顧客企業のターゲティング強化
 - パートナーとのリレーション強化による新規開拓力向上
- eF-1Gはシステム改修完了し、拡販に向けた体制構築

留意事項

- 収益認識に関する会計基準の変更に伴い、パートナー経由の売上計上を変更
- 近年の早期オファー枠の価値の高まりを受け、2023年卒対象の早期定額型の販売プランの内訳価格を変更

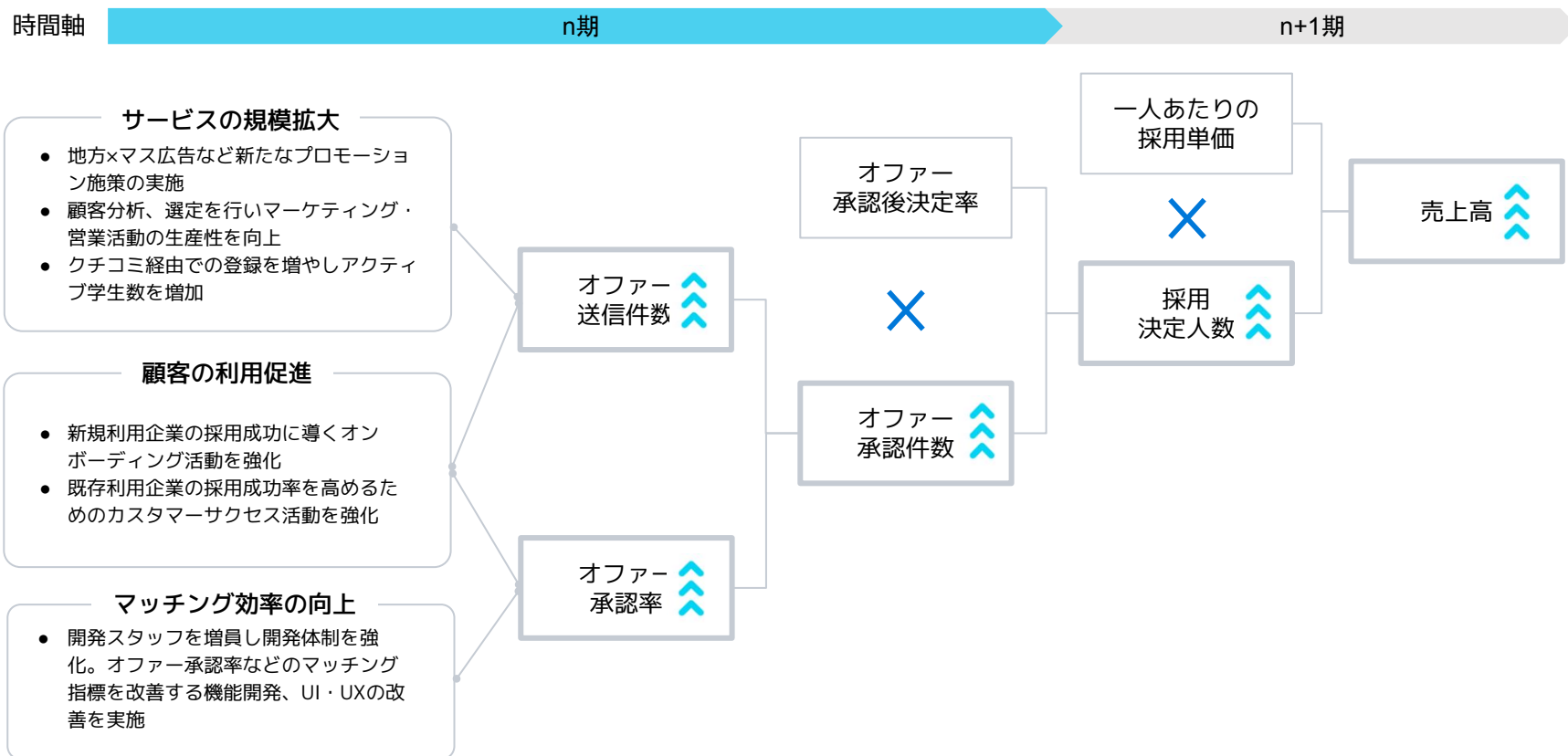
2022年3月期 通期業績見通し

連結通期業績見通しに変更なし。

(百万円)		2021年3月期 実績	2022年3月期 業績予想	前期比
連結	売上高	2,151	2,935	+36.4%
	営業利益	313	300	△4.4%
	経常利益	291	306	+4.9%
	親会社株主利益	232	209	△10.1%
	(参考) 受注高	2,352	3,126	+32.9%
うち OfferBox	売上高	1,831	2,617	+42.9%

OfferBoxのネットワーク効果加速、シェア拡大に向けて

日本の新卒採用は、当社の会計年度をまたぐスケジュールになっており、n+1期の決定人数、売上高の成長にはn期での投資が欠かせない。引き続き、ネットワーク効果を加速させ、シェア拡大を実現するための投資を行っていく。



注) 21年卒の決定人数は、20年3月期および21年3月期の早期定額型の売上高、また21年3月期の成功報酬型の売上高に関連します。

1. 2022年3月期 第1四半期実績

2. 2022年3月期 通期業績見通し

3. APPENDIX

会社・事業概要

成長戦略

つながりで世界をワクワクさせる

～次世代を担う若い人材の可能性を広げる仕組みをつくる～



会社概要

会社名	株式会社i-plug
所在地	大阪府大阪市淀川区西中島5-11-8 セントアネックスビル3階
拠点	東京オフィス（東京都品川区）、名古屋オフィス（愛知県名古屋市中区）
設立	2012年4月18日
資本金	633百万円（2021年3月末時点）
事業内容	新卒ダイレクトリクルーティングサービス「OfferBox」の開発・運営等
役員	代表取締役CEO 中野 智哉 取締役CFO 田中 伸明 取締役COO 直木 英訓 取締役 志村 日出男 取締役CSO 秋澤 大樹 社外取締役 田中 邦裕 社外取締役 阪田 貴郁 執行役員CPO 上島 茂剛 常勤監査役 赤木 孝一 社外監査役 中澤 未生子 社外監査役 廣瀬 好伸
従業員数	（単体）174名 （連結）202名（2021年9月末時点）
関係会社	株式会社イー・ファルコン

役員略歴 取締役・執行役員



中野 智哉 代表取締役CEO

中京大学経営学部経営学科卒業。2012年3月グロービス経営大学院修了(MBA)。インテリジェンスを経て、2012年4月18日に当社を設立、代表取締役CEOに就任。



田中 伸明 取締役CFO

関西学院大学経済学部卒業。2012年3月グロービス経営大学院修了(MBA)。アフラック、グロービスを経て、2012年4月18日に当社を設立、取締役に就任。営業及びマーケティング責任者を歴任し、2019年9月にCFO就任。



直木 英訓 取締役COO

立命館大学政策科学部卒業。2016年3月グロービス経営大学院修了(MBA)。インテリジェンスでの新卒紹介事業責任者を経て、2014年8月当社入社、取締役COOに就任。



志村 日出男 取締役

千葉大学大学院工学研究科・修了。マーケティング・リサーチ会社を経て、2000年1月にイー・ファルコン設立。2013年同社代表取締役に就任。2018年6月に当社取締役に就任。



秋澤 大樹 取締役CSO

大阪大学基礎工学部およびPratt Institute卒業。自動車メーカーでの研究開発、リクルートテクノロジーズでのサービスプロダクト責任者を経て、2020年3月当社入社、同年6月当社執行役員CSOに就任。



田中 邦裕 社外取締役

国立舞鶴工業高等専門学校在学中、1996年にさくらインターネットを学生起業。2015年に同社東証1部上場。2019年6月に当社社外取締役に就任。



阪田 貴郁 社外取締役

3社のベンチャー企業にて株式上場業務に携わり、2社の株式上場を実現。前職の上場企業でも取締役管理本部長を務める。2019年9月に当社社外取締役に就任。



上島 茂剛 執行役員CPO

コンサルティング業務、ベンチャー企業での役員経験を経て、2016年8月株式会社i-pluginに入社。社長直轄でデータを分析しプラットフォームの改善施策を進め、2020年4月よりサービス開発部長としてプロダクト戦略立案・実行を担当。2021年1月に当社執行役員CPOに就任。

役員略歴 監査役



赤木 孝一 常勤監査役

神戸商船大学航海学科卒。4社の株式上場を経験、うち2社は自ら株式上場を実現させた。中小企業診断士、社会保険労務士公認内部監査人。2018年10月に当社常勤監査役に就任。



中澤 未生子 社外監査役

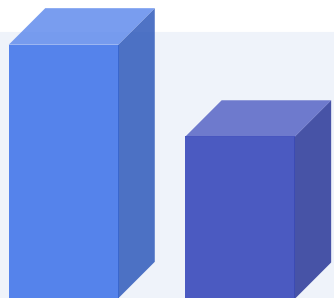
同志社大学法学部卒。同志社大学大学院法学研究科修士課程修了。久保井総合法律事務所で15年間にわたり企業法務など多様な案件を担当するとともに中小企業診断士及び産業カウンセラー資格を取得。2017年に独立。2019年8月に当社社外監査役に就任。



廣瀬 好伸 社外監査役

京都大学経済学部卒。あずさ監査法人にて入社し公認会計士として監査や上場準備に携わる。2007年起業後は、経営管理・上場準備・M&A・企業再生・財務・税務に従事。2019年9月社外監査役に就任。

2050年の労働市場の問題をテクノロジーで解決する



2050年に労働人口は
7,300万人から5,000万人へ

出典：総務省「平成29年版 情報通信白書」より

IoT、AIなどのICTの活用による

労働の質の
向上

マッチングの
向上

労働参画の
促進

テクノロジー×プラットフォームビジネスでマッチングの問題を解決

既にマッチングの問題が顕在化している新卒採用領域にて事業化

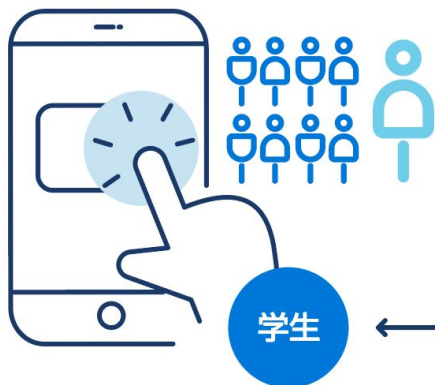
事業概要

新卒ダイレクトリクルーティングサービスに適性検査を搭載し、マッチング精度の高いサービスを提供。



豊富な学生数×適性検査を取り入れた学生検索の仕組みで、登録学生の中から“ターゲット層の学生”を検索し直接アプローチが可能

登録



マッチング



今までなかった学生との出会い

検索

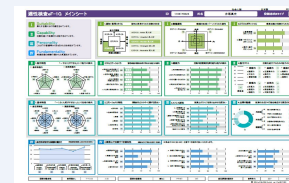


搭載

適性検査

eF-1G

パーソナリティを194項目で捉えることができる適性検査
OfferBox上では活躍人材の要件を分析でき、検索でも活用できる
採用だけでなく研修、配置・登用など一貫して活用できるのが特徴



学生プロフィールのイメージ

1 **学生の人柄が伝わる写真**

2 **オファーに関するリクエスト**

オファー数: 2 / 9 枠 検討中数: 32

3 **強みや価値観、過去の経験がわかる自己PR・過去のエピソード**

4 **学生の求めるものがわかる。**

5 **資格やスキルがわかり、自社の求めるスキル所有者を探せる。**

自分を象徴する画像



夏のインターンシップの際のワーク風景です。初めて会ったメンバー同士でしたが、同世代だったの楽しく、後半になるとより真摯な議論ができるようになりました。今でも連絡を取り合う仲間です。



ワークショップでできた仲間たちと、真心に選んで進んだ決の写真を。通りがかりの人に撮影を頼んでしまいました。・・何處になっても子供供みたいにはしゃげる大人であることがモットー。ブログに載せました！

3 自己PR・過去のエピソード・私の将来像

自己PR

私の長所は、忍耐力があることです。成果が出るまでは、苦しい中でも頑張り続けます。学生時代、写真愛好会サークル活動で部長として部をまとめる立場でした。話し合いになると部員ひとりひとり好き勝手な意見を言い出すこともありましたが、それをまとめるために、粘り強く粘りずに納得して意見を一つにまとめることを徹底となくやってきました。こうした経験は、忍耐力をはじめ、読解力も身につけてくれたのです。この忍耐力を活かして、仕事の途中で困難に直面しても成果を上げるために粘り強く粘り続け、必ず貢献させていきたいと考えています。

過去のエピソード2: 大学・大学院

家庭教師のアルバイトを1年間取り組みました。成績が伸びず悩んでいた生徒に対し、常に相談に乗りつつ、不得意分野に関してはどうすれば興味を持って勉強してもらえるかを考え指導してきました。また効率よく基礎力を定着させるよう努めました。その結果、学年120人中90位台の成績が、1年で30位以上に上昇したのです。とくに不得意だった社会の成績が30点台から80点台にまで伸びました。このことを通じて相手を知る気を持つたことは、自分から積極的に関わることが重要だと学びました。社会でもお客様の立場に立つて商品開発をし、さらなる売上と利益の向上に貢献したいと思っています。

インターン・留学経験

留学期間

半年

留学での学び&課題

約半年間オーストラリアの大学で経営学について学んでいました。日本の大学は入るまでが大変ですがオーストラリアの大学はむしろ日々の授業の方が大変で、毎週ある小テストは徹夜で勉強していました。しかし友人達と勉強会を開いたり、教授にマンツーマンで教えてもらい卒業単位取得できました。大学生活以外では、毎週末車でオーストラリアの大自然を友人と満喫しました。綺麗な海やエアーズロックを友人と見たことは一番の思い出です。当時の仲間とは今でもSNSや手紙で交流があり、将来その時であった仲間と何らかの形で仕事が出来れば良いと思っています。

4 希望する企業タイプ



	第1希望	第2希望	第3希望
志望業界	化学・医薬・化粧品	食品・飲料・たばこ・飲料	IT・通信
志望職種	営業	マーケティング	企画
志望勤務地	東京都	愛知県	海外

インターンシップに参加してみたいはい

5 資格

留学	TOEIC Test(英語)945点以上 TOEFL Test(英語)CBT250点~279点(PTB600点~649点、iBT100点~113点)
他の言語	スペイン語
特殊資格	
情報処理技術者資格	

OfferBoxの概要

ミスマッチを減らすための取り組み

当社では、ミスマッチを軽減する上で企業と学生との相互理解を深めることが欠かせないと考え、1to1コミュニケーションにつながる機能開発やユーザーへの働きかけを創業来取り組んでいる。

様々な検索方法

似た人材 (40の人数マップから検索)

採用計画 (採用計画表)

採用計画表 (採用計画表)

採用計画表 (採用計画表)

採用計画表 (採用計画表)

株式会社i-plug 高評価学生検索

高評価学生検索 (高評価学生検索)

高評価学生検索 (高評価学生検索)

高評価学生検索 (高評価学生検索)

オファー流通量の制限

流通制限

採用計画1名につき40枠

※通ではなく、枠



企業様



学生

※学生がオファーの反応をせずに1週間経過した場合は、自動取り消しとなり、枠が復活します。
※学生のオファー受信枠は15枠となります。オファーを辞退した場合は新たな受信枠が復活します。

送信制限



大量一括送信機能はなく
一人ひとりオファーする仕組み

個別面談の推奨



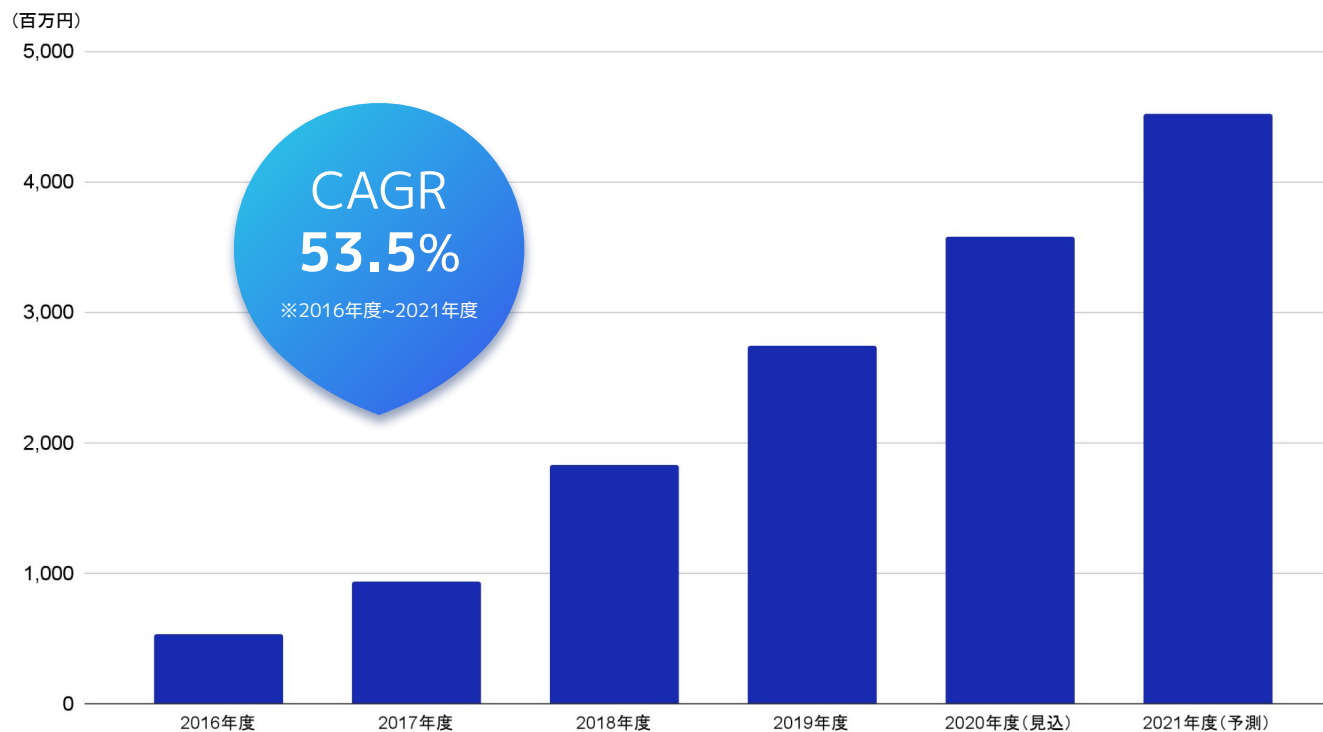
コミュニケーションのし易さの追求

- アプリ
- プッシュ通知
- SNSのようなやりとり
- 日程調整機能など

新卒採用サービス市場の概況

新卒採用サービス市場全体が緩やかに成長している中、ダイレクトリクルーティングサービス市場が伸びは顕著。

新卒ダイレクトリクルーティングサービス市場推移



注1) (出典) 矢野経済研究所「新卒採用支援市場の現状と展望2021年版」を基に当社で加工

注2) 2020年度は見込、2021年度は予測(2021年3月現在)

ダイレクトリクルーティング導入企業の主な課題

就職ナビなどを用いた「エントリー型」の就職活動は、企業にとっては大量に学生からの応募を集めることができるというメリットがあるが、学生の認知を起点としているため課題も生じてきている。



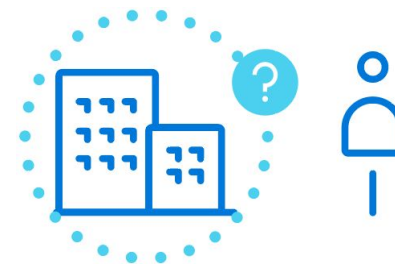
業界イメージや先入観から応募がない

金融×情報 食品×機電
大手×ベンチャー志向 など



人口が少なく出会にくい

エンジニア データサイエンティスト
資格取得者 など



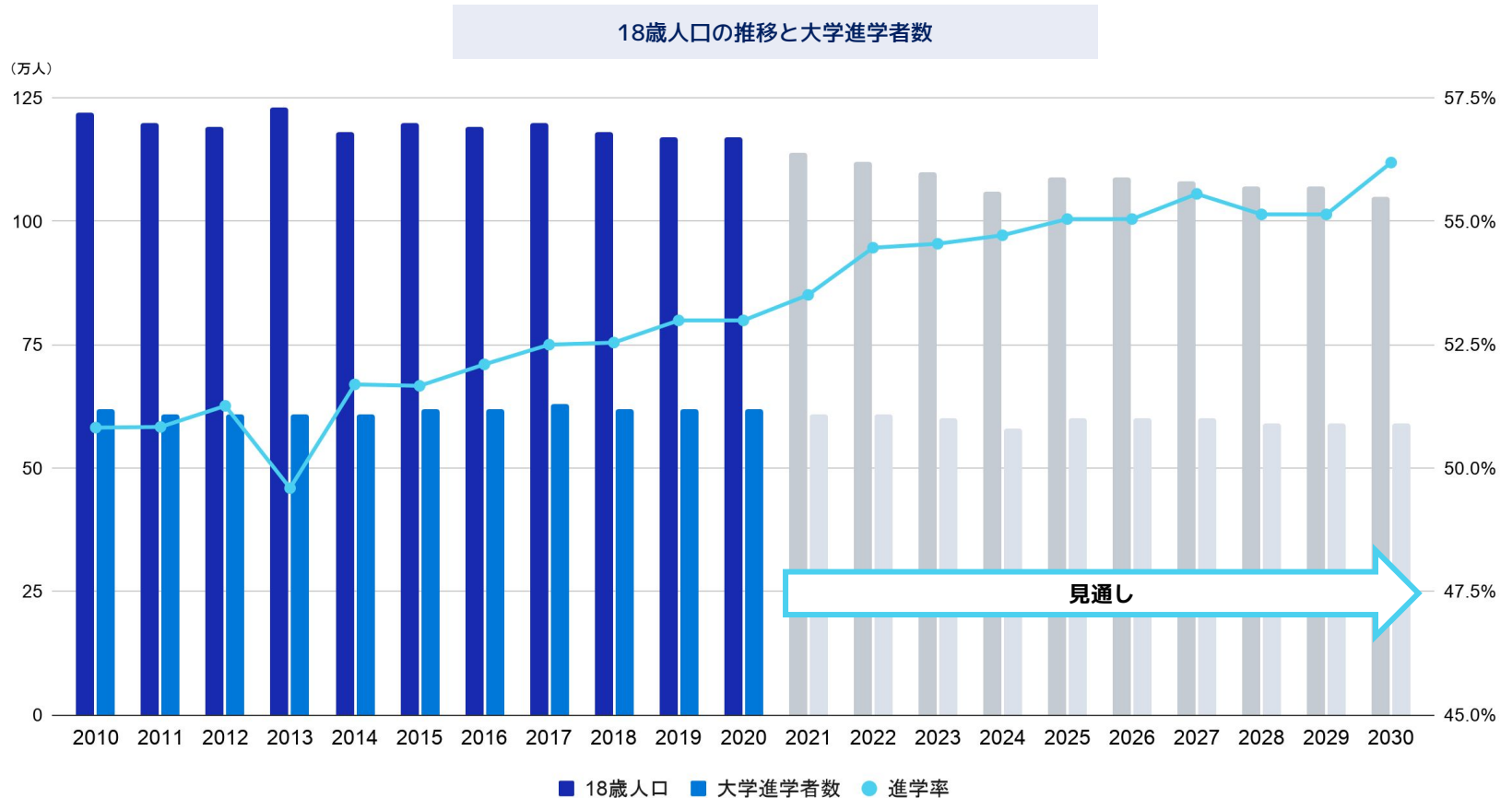
知名度がなく認知されない

ベンチャー企業 中小企業
BtoB企業 地方企業 など

就活生の質の変化

大学進学者数は進学率の上昇から横ばいで推移しており急激に縮小することはない。

また、就活生の企業へのエントリー行動に変化は見られず、ターゲット層の応募者を集める難しさに変わりはない。



出典) 文部科学省「大学への進学者数の将来推計について」

新型コロナウイルスの感染拡大による新卒採用の変化

これまで進んでこなかった採用のオンライン化が新型コロナウイルスの感染拡大によって加速し、新卒採用の手法の見直しが進んでいる。この変化は、当社事業にとっては追い風となっている。

コロナ前

リアル選考重視



大量に集めて絞り込む採用



コロナ後

オンライン選考拡大

- ・時間と場所の制約が緩和し、接点数が増加
- ・オンラインでのグループ選考が難しい
- ・オンラインでの見極め、意向上げが難しい

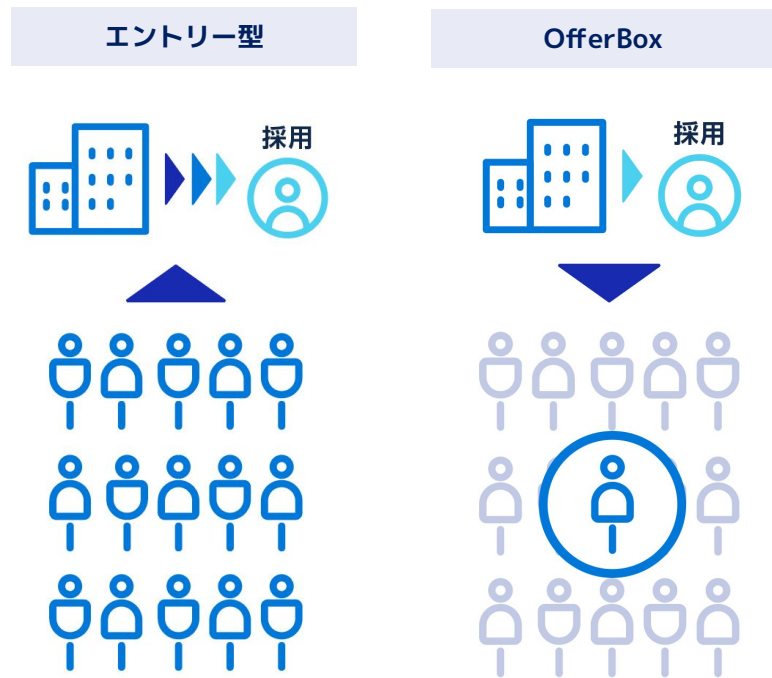


最初から絞り込み(=見極めて)、
1to1でコミュニケーションし採用



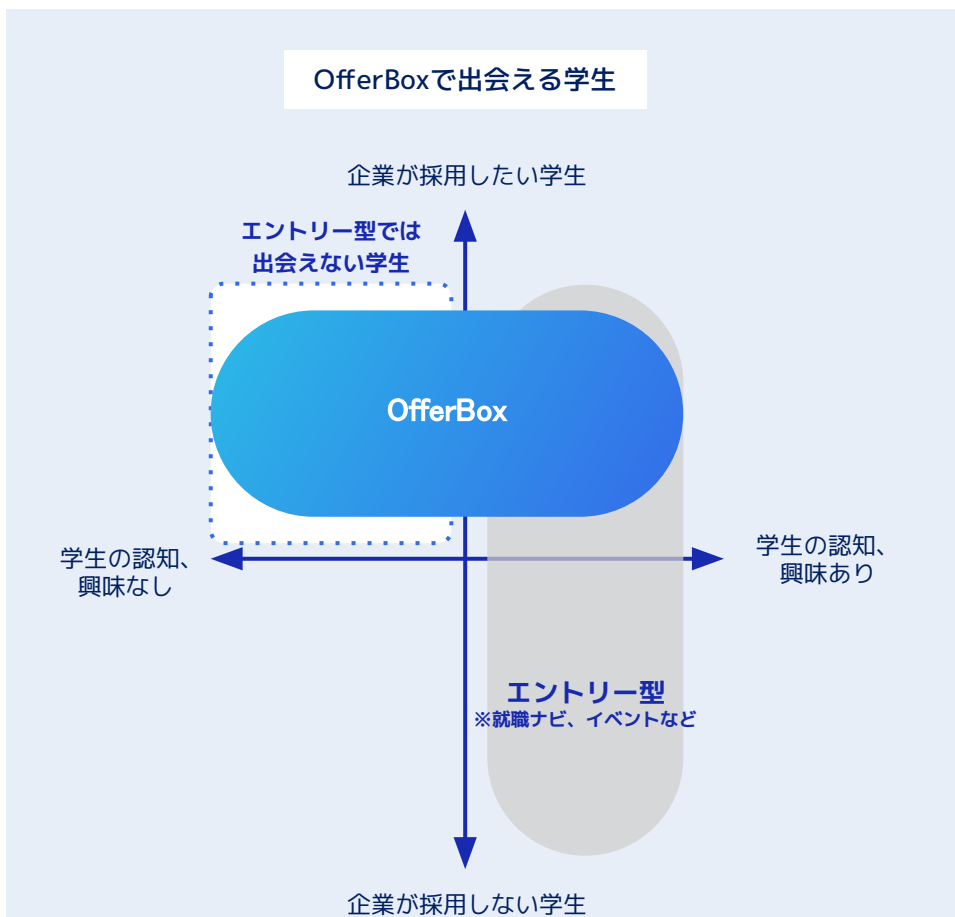
エントリー型では出会えない学生を採用できる

就職ナビなど従来の採用手法では出会えなかった学生に企業の魅力を直接届け、採用することができるサービス。最初からターゲットを絞り込むため、選考プロセスにかかる費用や工数を削減することにつながる。



- ・ 認知されていないとなかなかエントリーしてもらえない
- ・ 認知度を高めるためには費用がかかる
- ・ 採用する学生を絞り込むため選考プロセス上で多大な工数がかかる

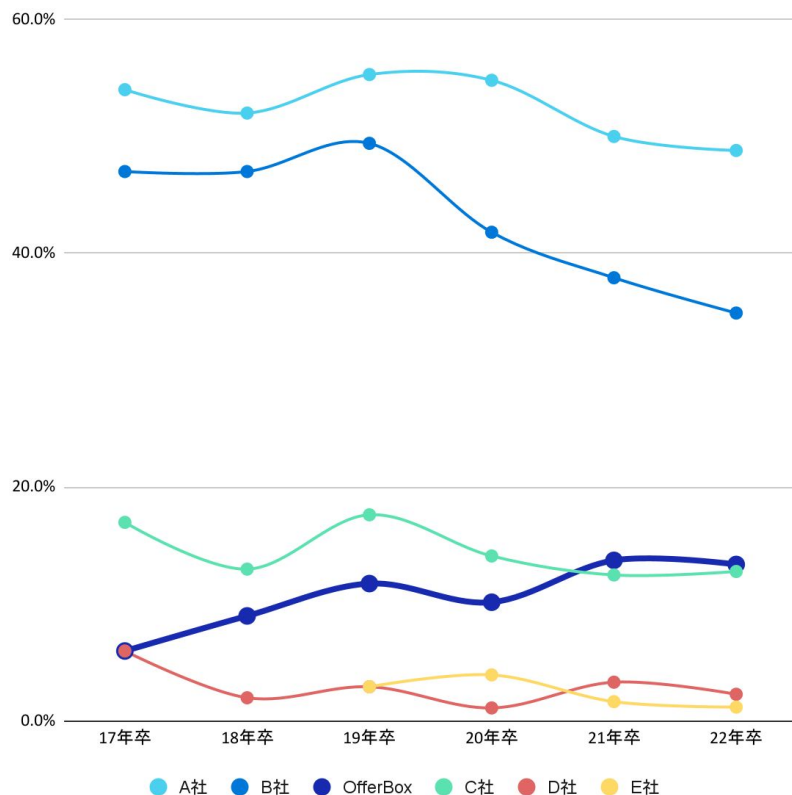
- ・ 認知の有無に左右されず、企業の魅力を学生に直接届けることができる
- ・ 採用したい学生に最初から絞り込むため選考プロセス上の工数を削減できる



業界内のポジショニング

利用、満足度においても着実に順位を伸ばし、新卒ダイレクトリクルーティングでは確固たる地位を確立。

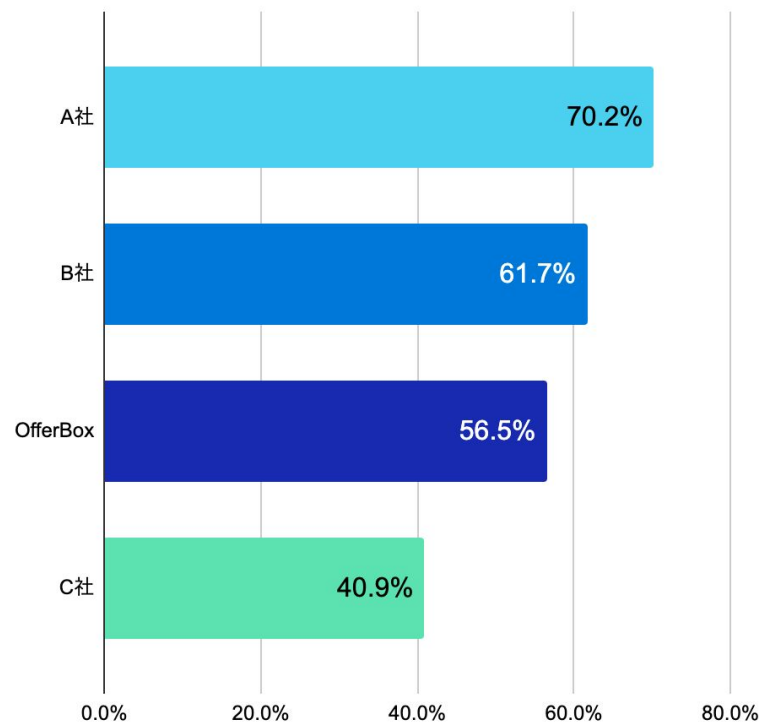
利用した就職サイト（企業）



出典) HR総研 (ProFuture) 新卒採用動向調査 (2021年6月)

注) 就職サイトとは、就職ナビ、ダイレクトリクルーティング、クチコミメディアが該当します。

満足している就職サイト（企業）



出典) HR総研 (ProFuture) 新卒採用動向調査 (2021年6月)

- ・サイト利用者に占める満足者の割合に集計し直し
- ・利用企業の母数が5社以上のみの就職サイトを抽出

決定人数の増加

2021年卒の決定人数は**3,547名**（前期比+48.3%）となった。
過去5年のCAGRは70%を超えており、高い成長率を示している。



TAMは45万人

現状のシェアは就活生約45万人に対して0.8%。企業のニーズは確かであり、高いポテンシャルが見込める。

大卒民間就職希望者数
447,100名

※出典：(株)リクルート 第37回 ワークス大卒求人倍率調査（2021年卒）



決定人数
(卒業年度ベース)

2021年3月卒実績*

3,547名

シェア 0.8%

*2021年3月末時点

企業の新卒採用における課題

Q. 2021年卒採用で苦労した点

1位 ターゲット層の応募者を集める

2位 採用スケジュールの遅延対策

3位 オンライン面接の実施

Q. 2022年卒採用の課題

1位 ターゲット層の応募者を集めたい

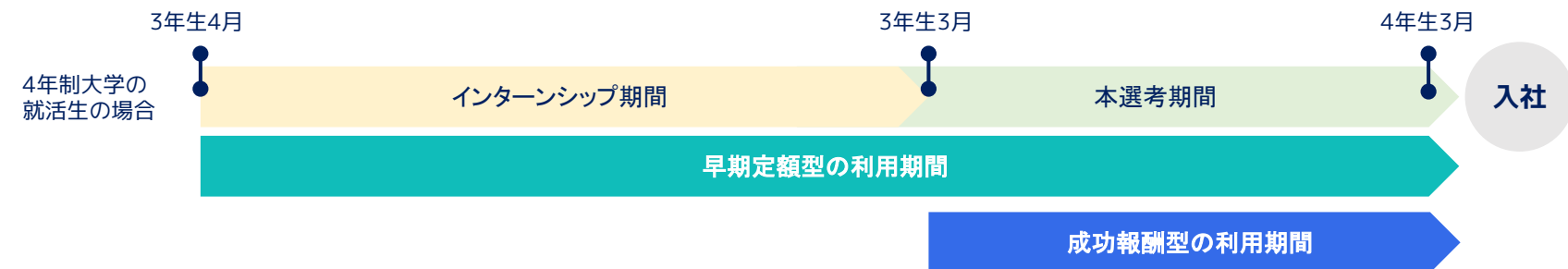
2位 応募者の数を集めたい

3位 大学との関係を強化したい

出典) (株)Profutureアンケート調査 (21年3月調査)

サービス構成

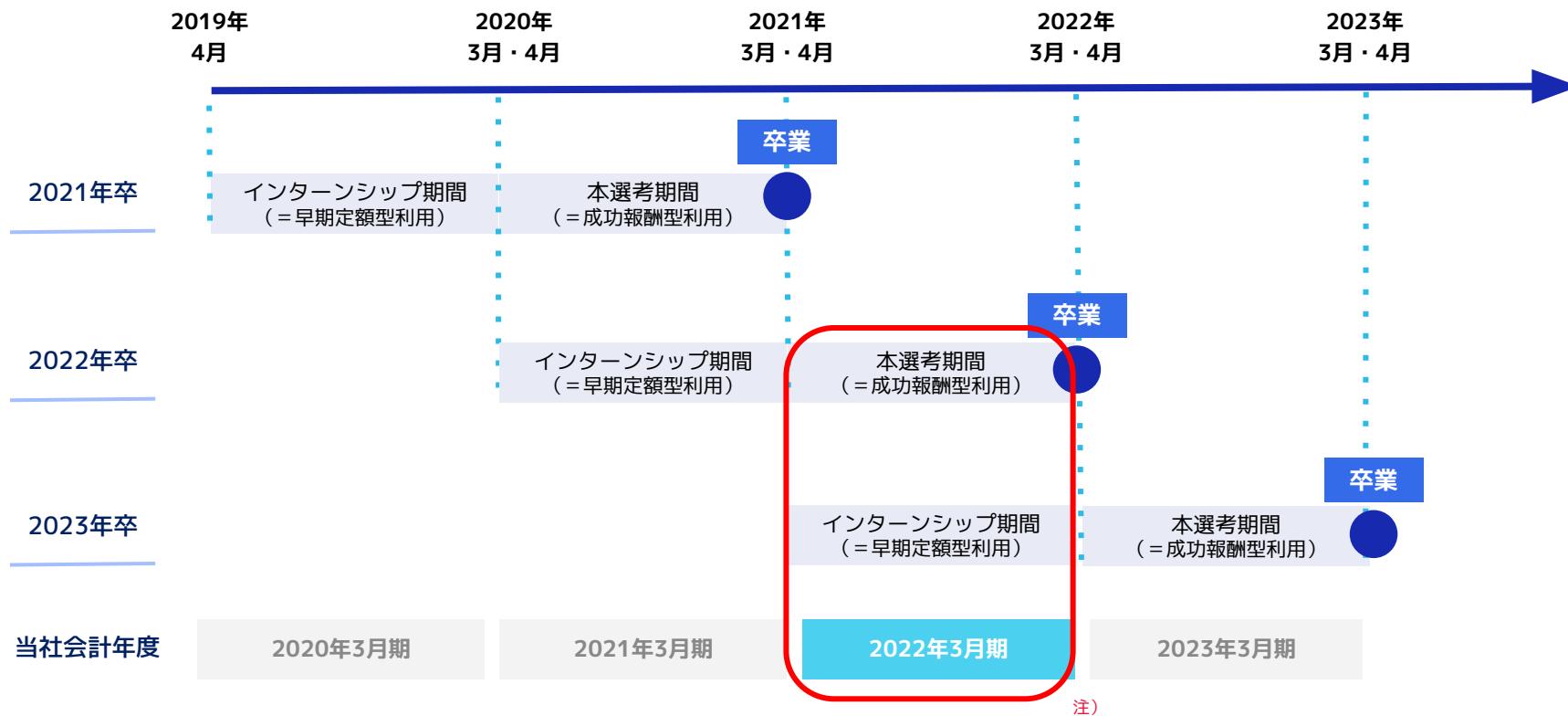
各社の採用戦略（採用人数、活動時期、採用課題）に合わせて2つのプランから選択することができる。



	早期定額型の特徴	成功報酬型の特徴
利用料	利用料あり（採用予定人数による） 例：3名採用予定の場合 75万円	利用料なし
成功報酬	採用予定人数を超えて採用した場合 1名採用につき 38万円	1名採用につき 38万円
内定辞退による成功報酬額返金	1名辞退につき 38万円 <u>※利用料の返金はありません。</u>	1名辞退につき 38万円
導入企業の目的	インターンシップや早期面談など、学生の就活開始初期段階から積極的にアプローチしたい	就職活動が本格化する3月以降に集中的にアプローチしたい 第2クール之母集団形成や、内定辞退分の欠員補充したい

就職活動スケジュールと会計年度

インターンシップ期間からの利用は早期定額型がメインとなり、本選考期間からの利用は成功報酬型の利用となる。当社においては、1会計年度において、2つの卒業年度及び活動期間が対象となる。



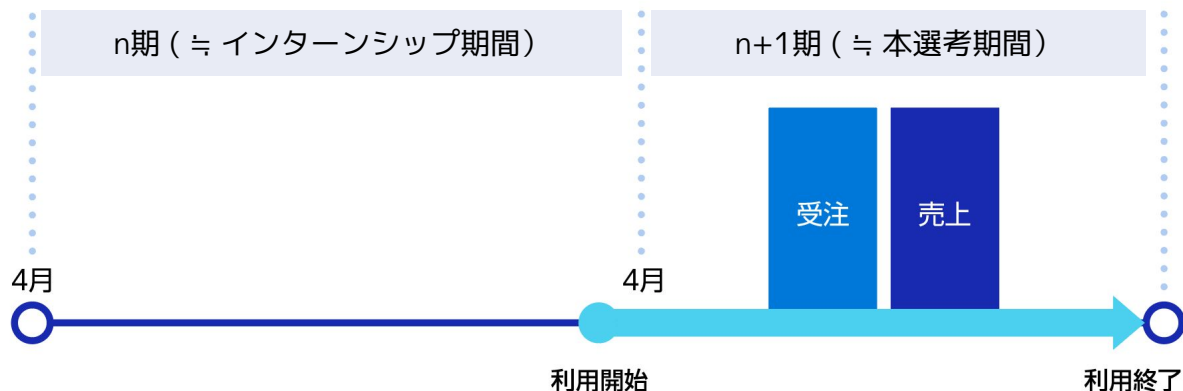
注) 例えば、2022年3月期においては、2022年卒業予定者の本選考期間（成功報酬型の利用）と、2023年卒業予定者のインターンシップ期間（早期定額型の利用）の2プランが収益合算されます。

収益構造

成功報酬型は内定確定時に受注=売上計上となるのに対して、早期定額型は役務提供期間にわたって受注高を毎月按分して売上計上する。そのため、受注高の一部は前受収益となり、翌期に売上計上される。

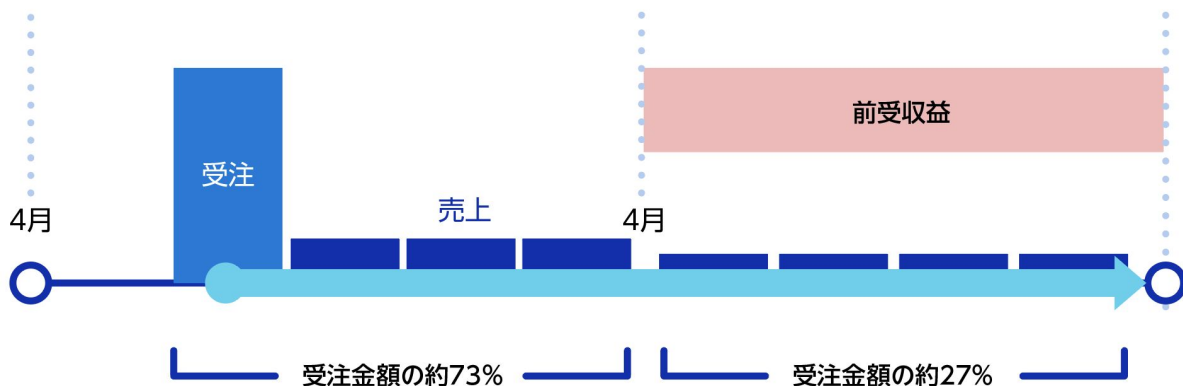
成功報酬型の場合

- ・ 4年制大学の就活生が3年生の3月より利用可能
- ・ 内定確定時に受注=売上が計上される



早期定額型の場合

- ・ 4年制大学の就活生が3年生の4月より利用可能
- ・ 前払いで受注した金額の約27%が翌期の前受収益となる

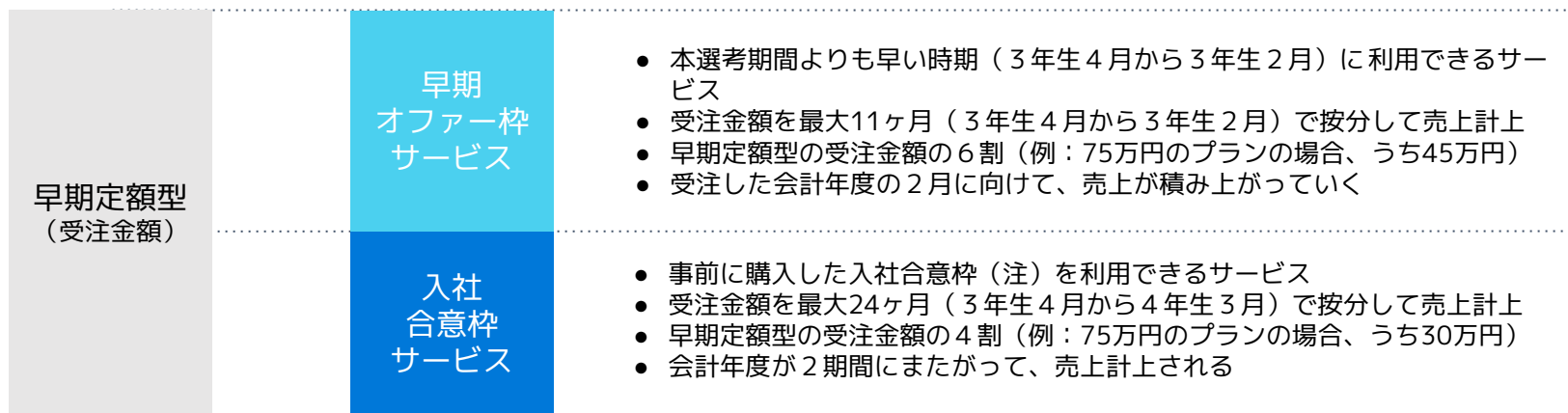


注1) 本選考期間とは、政府が定める就活ルールにおける3年生3月の採用広報解禁以降の採用広報および選考活動の期間を指します。

注2) 2023年卒を対象とする早期定額型から販売プランの内訳価格を変更したため、受注高のうち当期の売上となる割合を変更しております。

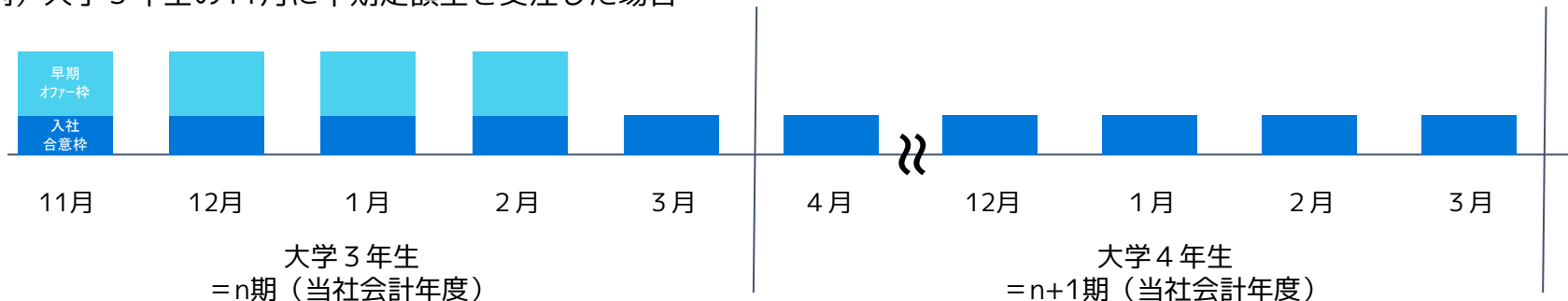
早期定額型の収益認識について

早期定額型は、2つのサービスから構成されている。（早期オファー枠サービスと入社会意枠サービス）それぞれの役務提供期間に合わせて、受注高を月次按分して売上計上している。



注）当該枠内であれば、採用決定に至った場合であっても、成功報酬が発生しません。（入社会意枠3名分の場合、3名目の採用決定までは成功報酬がかかりません。）

例）大学3年生の11月に早期定額型を受注した場合



利用学生の属性

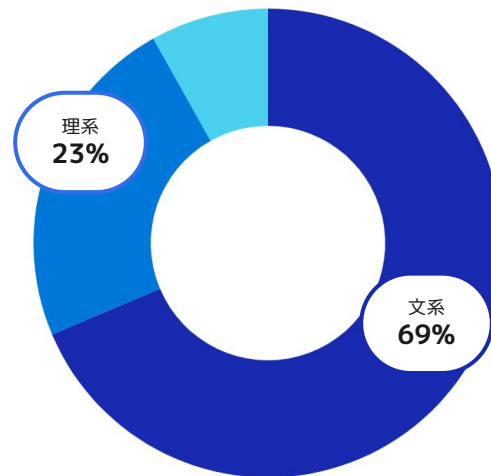
全方位で且つアクティブな学生データベースを提供することで、企業の多様な採用ニーズに対応している。

大学群



- 旧帝大・早慶クラス …………… 12%
- MARCH・関関同立クラス …… 20%
- その他国公立 …………… 17%
- 日東駒専・産近甲龍クラス …… 12%
- その他 …………… 39%

文理



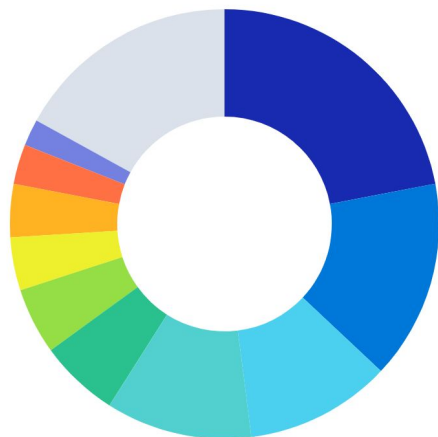
- 文系 …………… 69%
- 理系 …………… 23%
- その他 …………… 8%

注) 大学群・文理：OfferBox 2021年卒学生の2021年3月末時点での利用実績データより

利用企業の属性

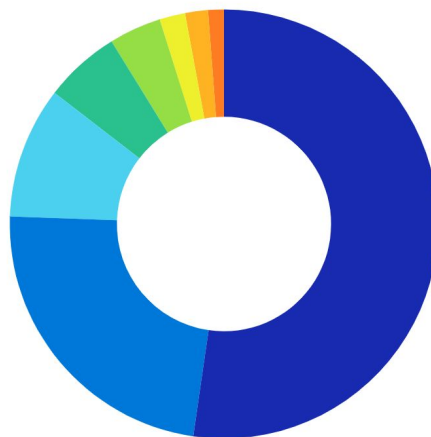
様々な業種・エリア・規模において、OfferBoxの利用が促進されている。

業種別



- 情報通信 …………… 22%
- サービス …………… 15%
- 建設 …………… 11%
- 卸・小売 …………… 11%
- 電気・機械 …………… 6%
- 化学 …………… 5%
- 教育・医療・福祉 …… 4%
- 輸送機械 …………… 4%
- 不動産 …………… 3%
- 食品 …………… 2%
- その他 …………… 17%

エリア別



- 関東・甲信越 …………… 52%
- 関西 …………… 23%
- 東海 …………… 10%
- 中国・四国 …………… 6%
- 九州・沖縄 …………… 4%
- 北陸 …………… 2%
- 東北 …………… 2%
- 北海道 …………… 1%

従業員規模別



- 100名未満 …………… 38%
- 100～499名 …………… 37%
- 500～999名 …………… 10%
- 1,000名以上 …………… 15%

OfferBoxユーザーについて

大手企業も導入

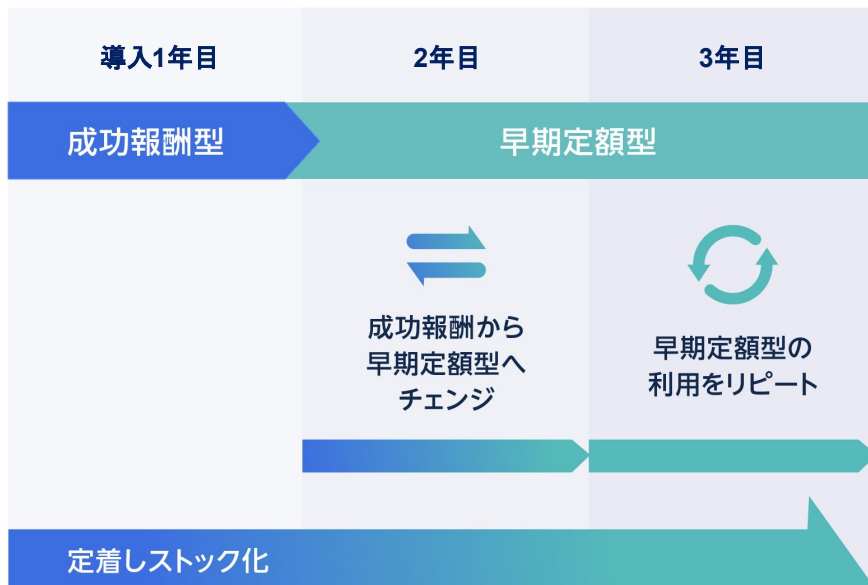


Securing Your
Connected World



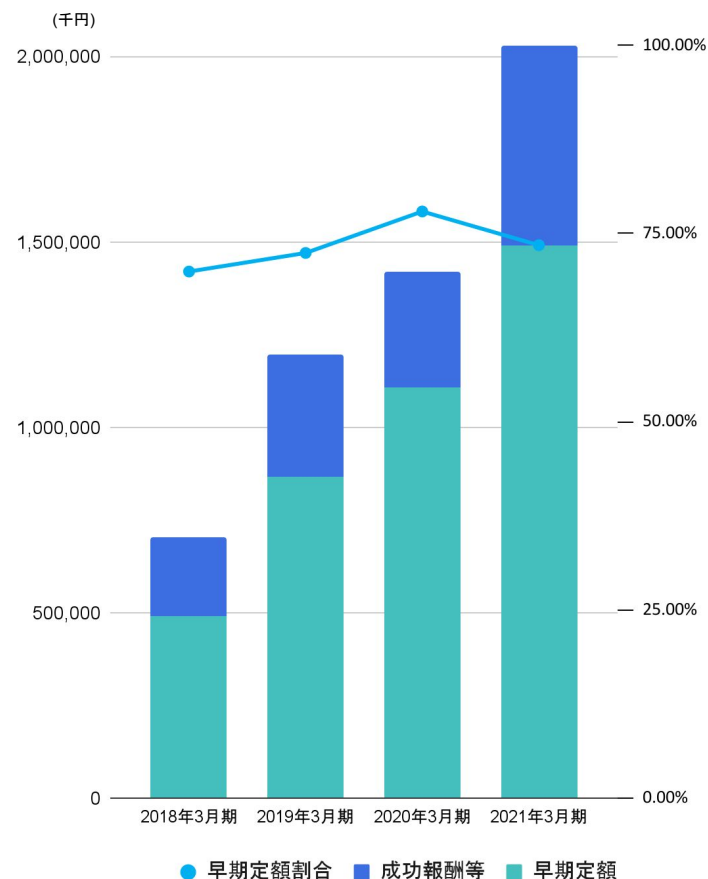
安定した顧客基盤を生み出す仕組み

成功報酬収益を入口商材として、着実にストック収益を積み上げている。



- 成功報酬型は「導入費0円」「低い成功報酬費用」「辞退したら全額返金」で新規の導入リスクを軽減
- 顧客フォロー体制を構築し成功体験を積み重ね、ストック性の高い早期定額型へ

OfferBoxの受注高における早期定額の割合



ビッグデータ等を用いたマッチングの効率化

蓄積してきたデータをもとにサービスの利用効率改善やマッチング効率の改善に取り組んでいる。

学生に関するデータ

属性情報（34項目）
保有経験情報
適性検査結果データ
（194項目）

AIによる改善

独自開発のAIを用いて検索の表示順位の最適化を図るなど、サービスの利用効率やマッチング効率を高める改善を行っている。



企業に関するデータ

属性情報（12項目）
求人情報（7項目）
活躍人材データ
（194項目）

データドリブンなグロースハック

サービスの利用効率やマッチング効率を高めることによるながら機能開発やUIUXの改善を行っている。



マッチングに関するデータ

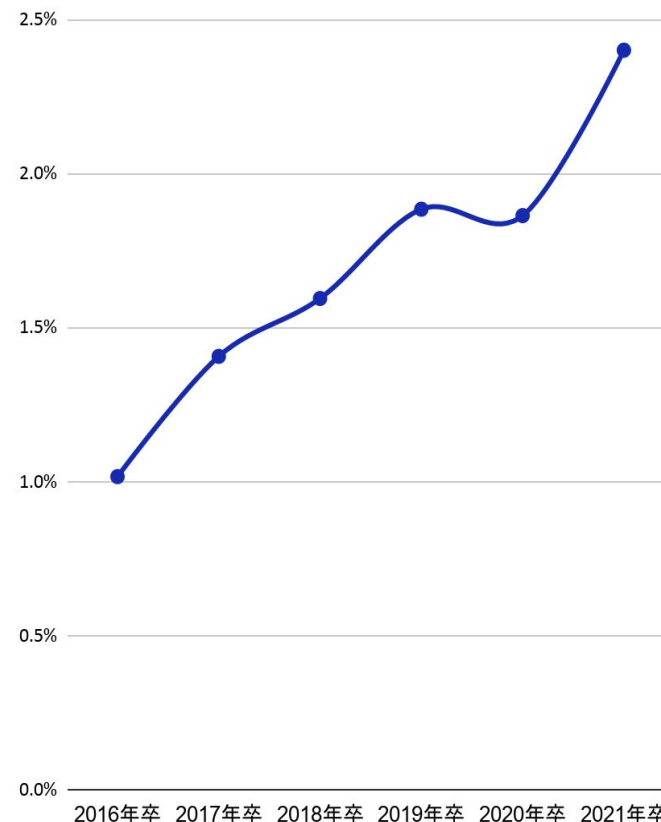
サービス内行動履歴
-プロフィール閲覧
-オファーの送受信
-オファーの承認
-内定確定 など

顧客のHRtech活用促進

顧客のサービス活用データや統計データをタイムリーに提供し、計画策定や利用方法の改善に活用できるようにしている。



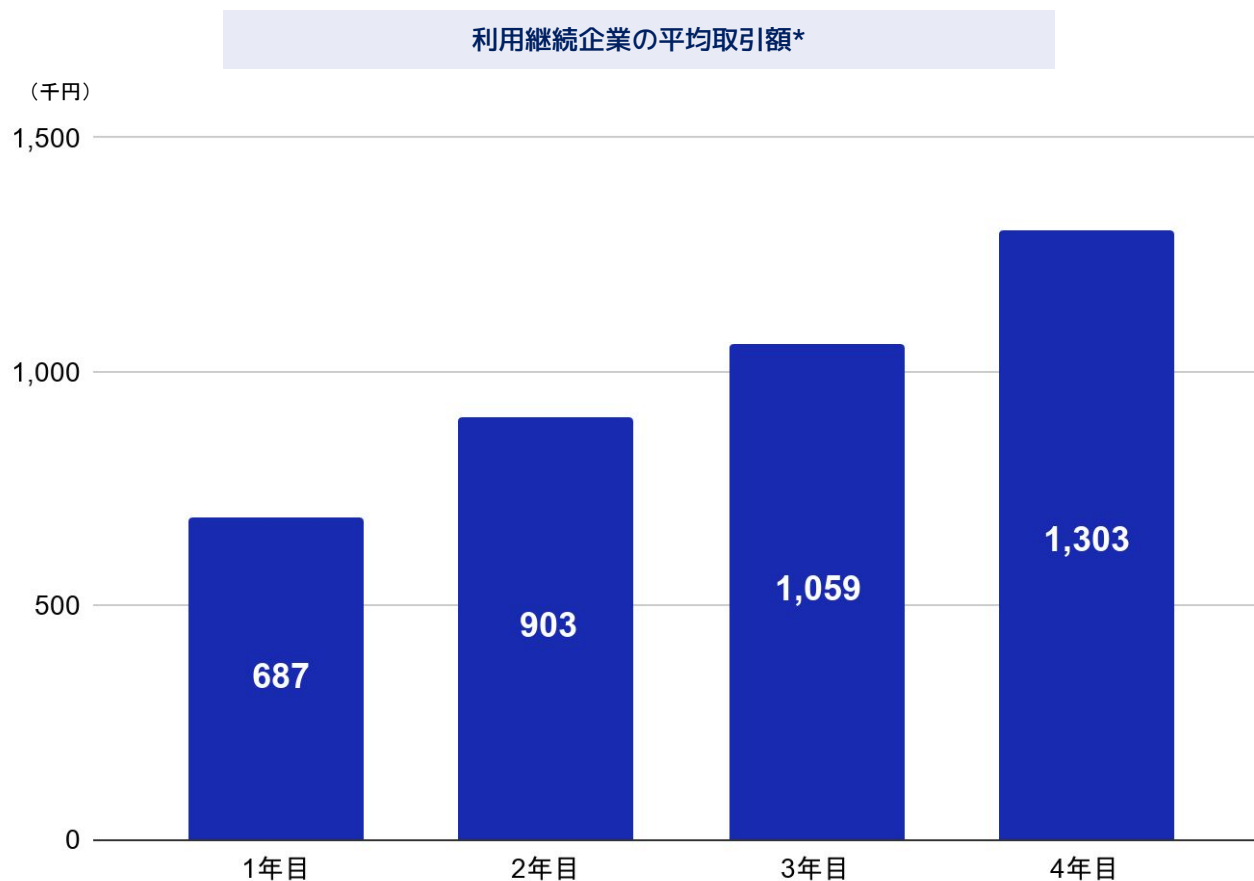
学生登録からの決定率*



*決定率は、OfferBoxの決定人数を、OfferBoxの登録人数で除して算出

利用継続企業の平均取引額推移

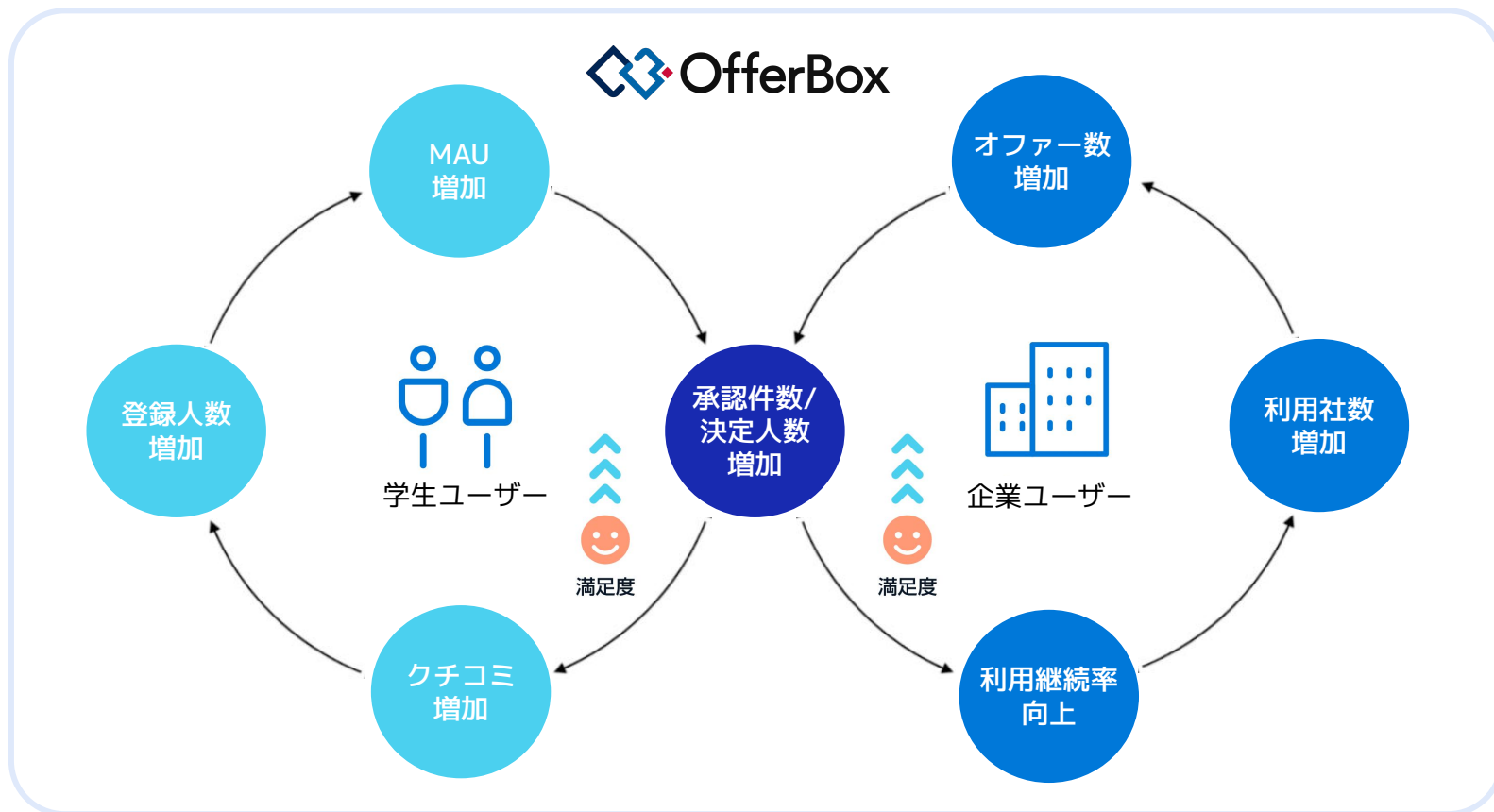
独自開発のAIを用いた検索表示順位の最適化など、利用を継続することで採用効率は改善されていく。その結果として、平均取引額は経過年数ごとに着実に増加している。



* 継続利用期間ごとに合計受注金額と利用企業数を算出し、受注金額を企業数で除して算出

プラットフォームの競争優位性を高めるネットワーク効果

大卒者の就職活動は同時期に一齐に動くためクチコミが発生しやすいという特性がある。ユーザビリティやマッチング効率を高めることで体感価値ベースでの有意差を生み出し、ネットワーク効果を高めていく。



適性検査「eF-1G（エフワンジー）」について

株式会社イー・ファルコンが提供する適性検査「eF-1G」は、パーソナリティなどを業界最多の194項目で網羅的に捉えることができるため、採用以外の様々なシーンで活用できる。eF-1Gは単体サービスとしても販売している。

エフワンジー
適性検査
eF-1G

20年の歴史を持つ、専門家監修のもと開発された診断ツール

導入実績
500社以上

年間受検者数
10万人以上

総受検者数
300万人以上

料金体系

実施方法	検査種別	所要時間 (標準)	販売価格	
			基本料金 (年額)	従量課金 (1件あたり)
web検査	性格診断	20~40分	117,600円	2,000円

※上記料金表は、単体サービスのものです。

OfferBox搭載分については、OfferBoxユーザーは基本的に無料で利用できます。

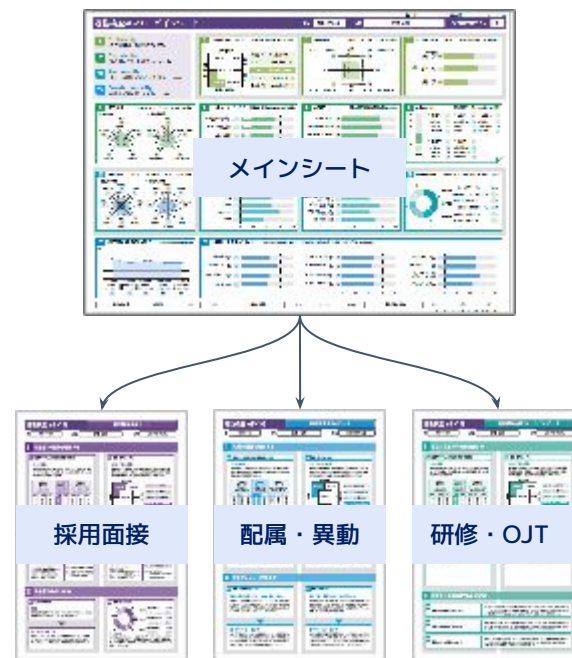
※基本料金は12か月分の先払いとなります。契約は自動更新となります。

※従量課金の他にも定額課金のプランがあります。

※また、分析レポートや研修などの付帯サービスは別途料金が発生します。

測定項目数は業界最多の**194項目**

※イー・ファルコン独自調査



採用だけでなく
HRM (Human Resource Management) の
様々なシーンで活用可能

1. 2022年3月期 第1四半期実績

2. 2022年3月期 通期業績見通し

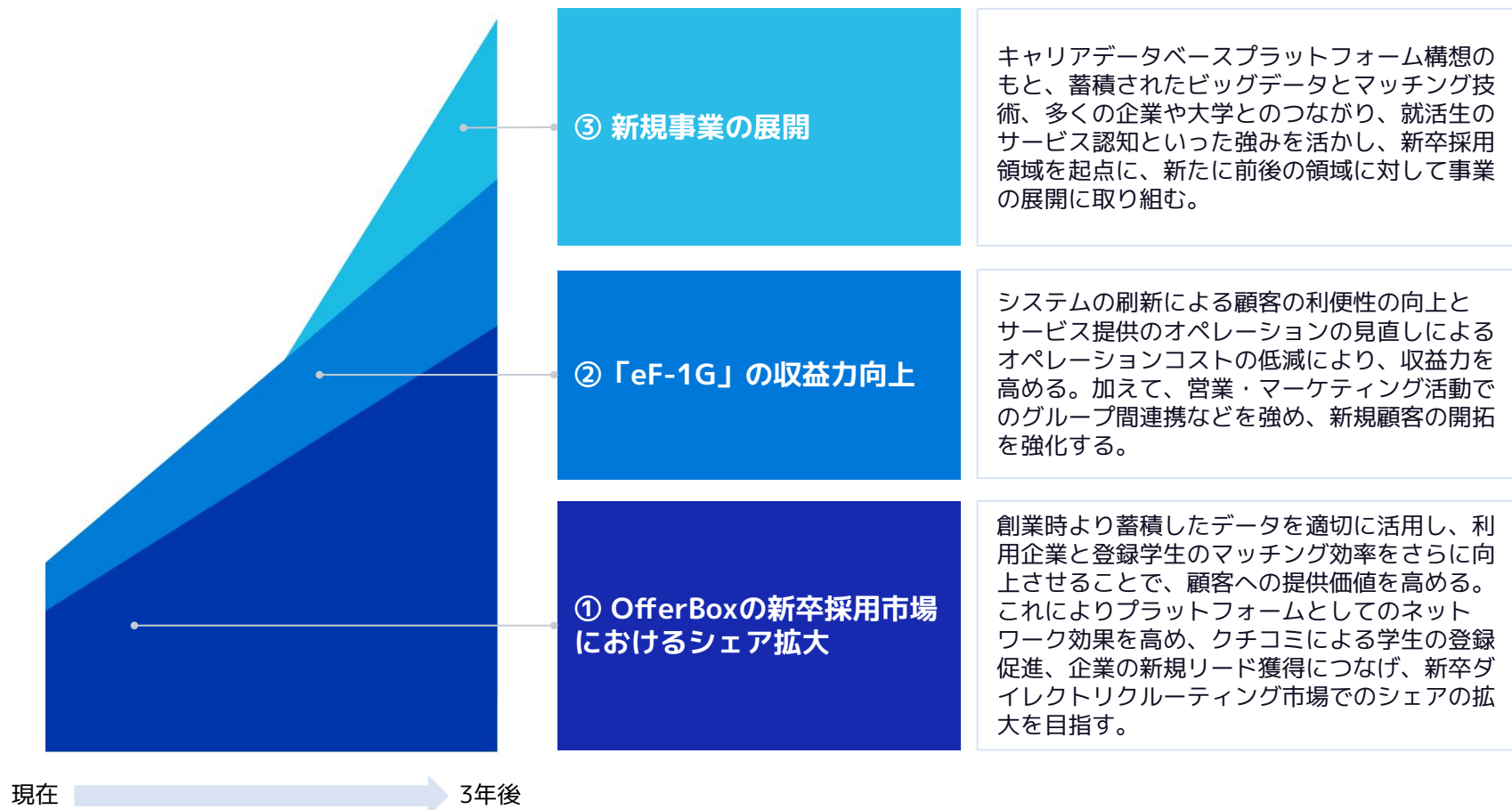
3. APPENDIX

会社・事業概要

成長戦略

成長戦略

成長戦略として以下の3点を掲げている。まずは①と②に対しての投資を行い、企業価値の向上を目指す。



5年後2万人決定を目指す

①のOfferBoxのシェア拡大については、5年で2万人決定に到達できるよう規模拡大、サービスの改善に取り組む。



免責事項

本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。

これらの将来展望に関する表明の中には、さまざまなリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。

当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

本資料における将来展望に関する表明は、現時点において利用可能な情報に基づいて当社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではございません。

