



会社説明資料

2021年9月
株式会社i-plug
(東証マザーズ：4177)

1. 会社・事業概要
2. 市場環境
3. OfferBoxの特徴および競争優位性
4. 財務ハイライト
5. 成長戦略と主要リスクへの対策
6. APPENDIX

1. 会社・事業概要

2. 市場環境

3. OfferBoxの特徴および競争優位性

4. 財務ハイライト

5. 成長戦略と主要リスクへの対策

6. APPENDIX

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CTO 青木 崇 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）141名 （連結）166名（2021年3月末時点）
関係会社	株式会社イー・ファルコン

創業の経緯

- ・ グロービス経営大学院での出会い
- ・ 「我が子のために」を合言葉に起業



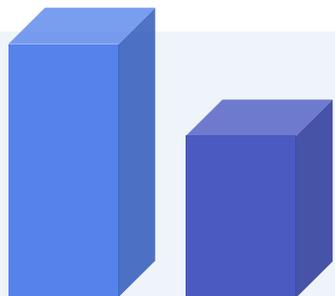
写真：グロービス経営大学院アルムナイアワード受賞式にて
(2015年7月,左から田中、山田、中野)

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～



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

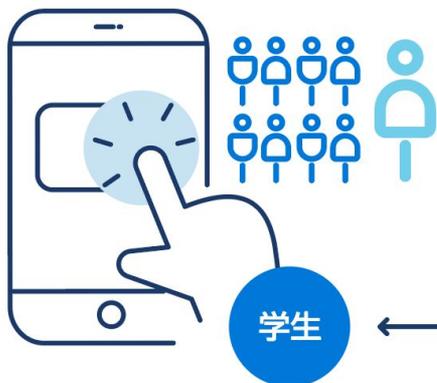
事業概要

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



検索

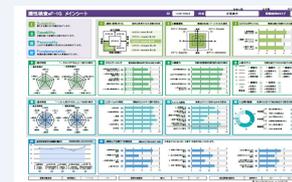


搭載

適性検査

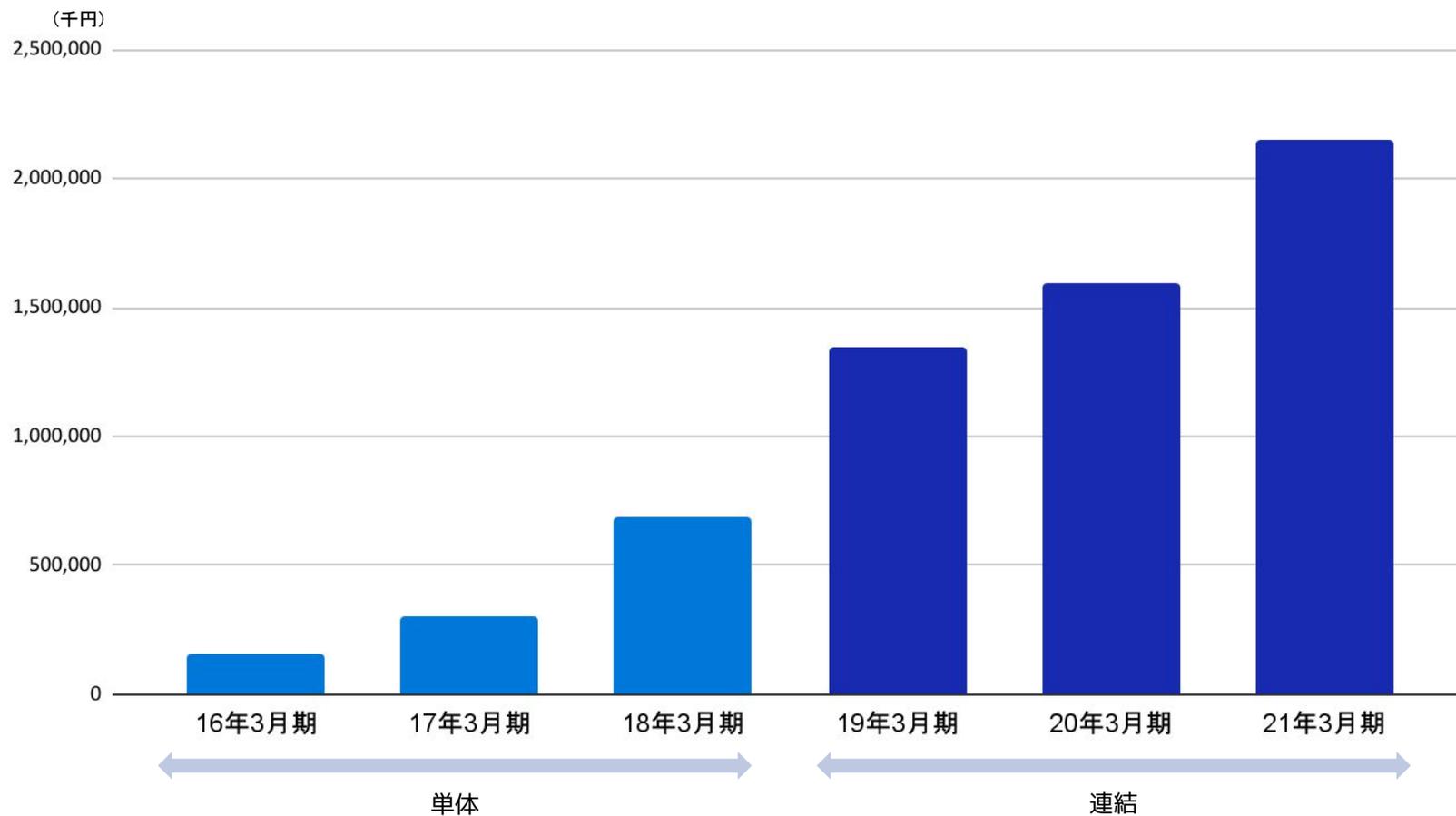
eF-1G

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



業績ハイライト 売上高（連結）

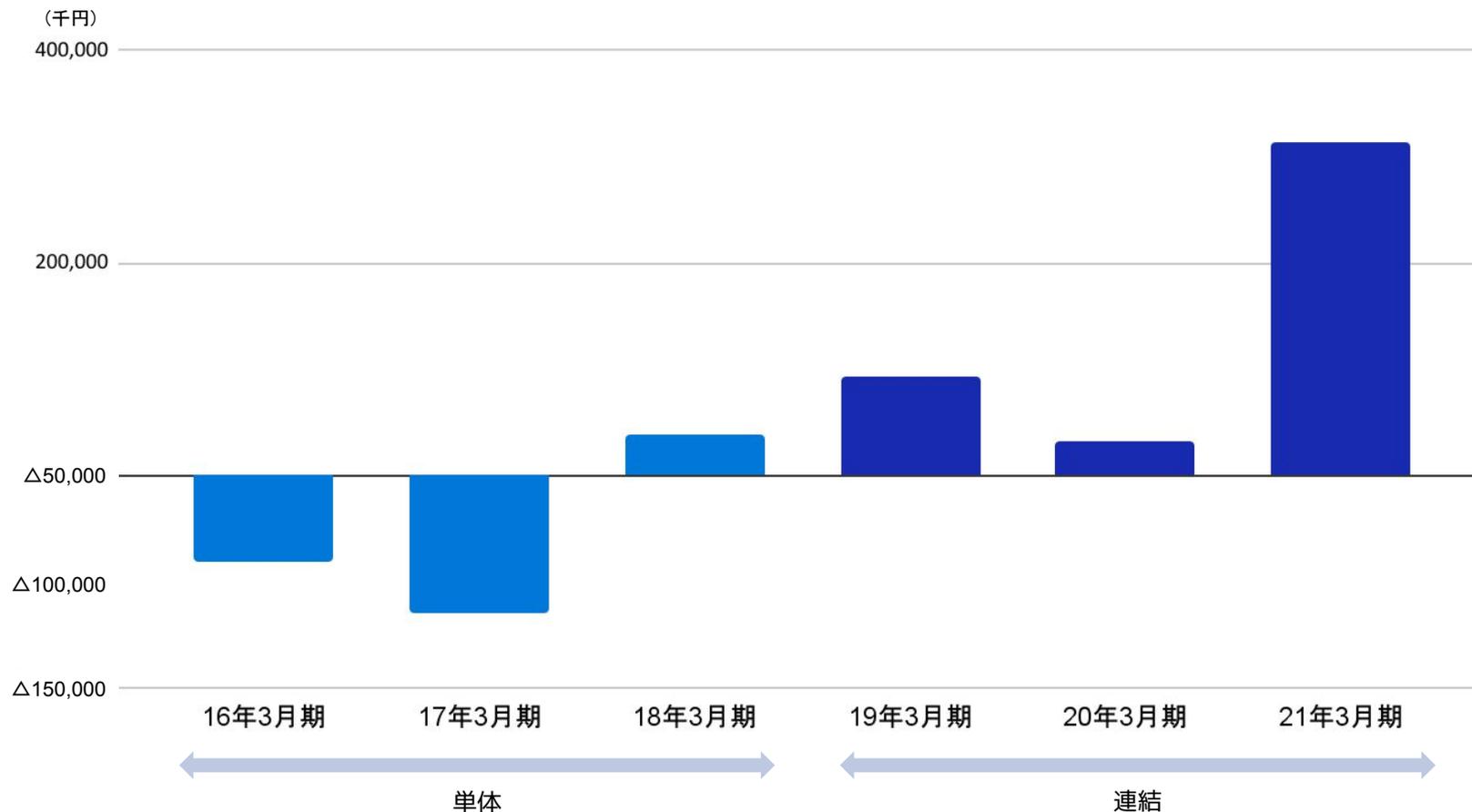
売上高は毎年順調に増加している。



(注) 2019年3月期から連結での数値を記載しております。

業績ハイライト 営業利益（連結）

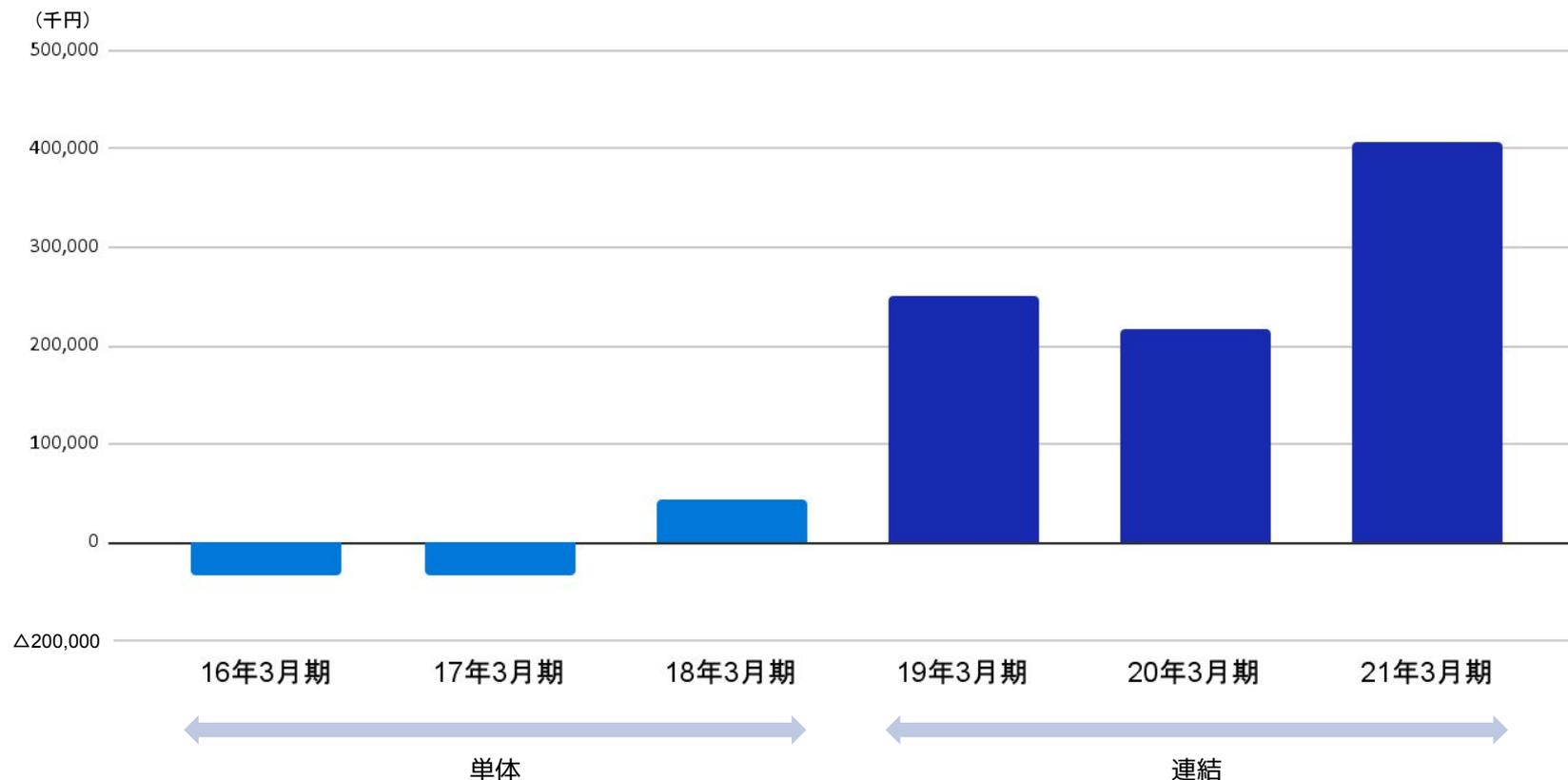
先行投資で20年3月期の営業利益は前期比減となったが、21年3月期には投資効果で営業利益は回復している。



(注) 2019年3月期から連結での数値を記載しております。

業績ハイライト 営業キャッシュ・フロー（連結）

先行投資で20年3月期の営業キャッシュ・フローは前期比減となったが、21年3月期には投資効果で営業キャッシュ・フローは大きく伸びている。



- (注) 1. 2019年3月期から連結での数値を記載しております。
2. 2016年3月期から2018年3月期及び2021年3月期第3四半期の営業キャッシュ・フローは、簡便的に営業利益に前受収益増減額を調整して算出しております。
3. 2016年3月期から2018年3月期は、有限責任 あずさ監査法人の監査を受けておりません。

1. 会社・事業概要

2. 市場環境

3. OfferBoxの特徴および競争優位性

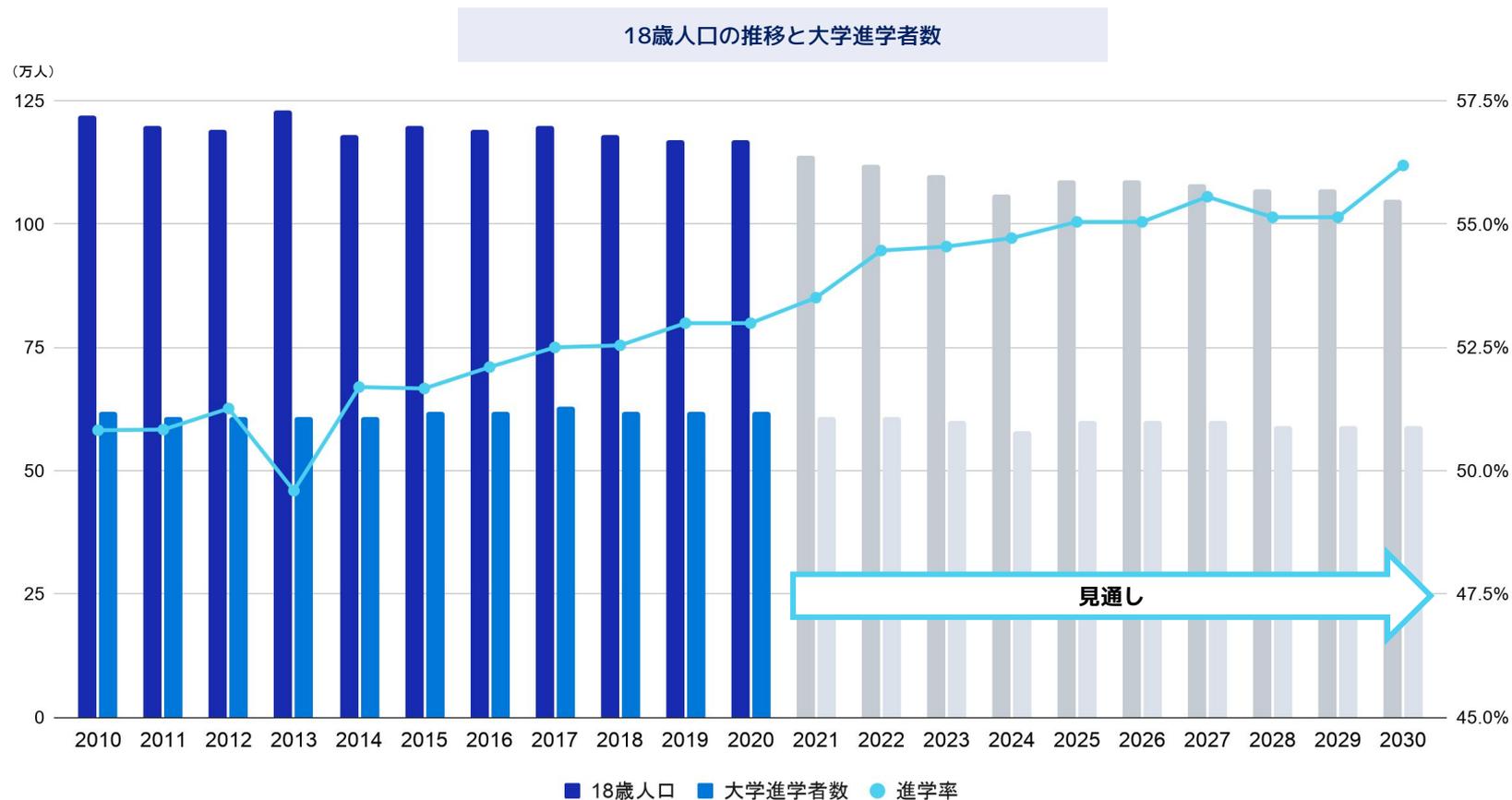
4. 財務ハイライト

5. 成長戦略と主要リスクへの対策

6. APPENDIX

大学進学者数の推移

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、急激な減少トレンドにはない。

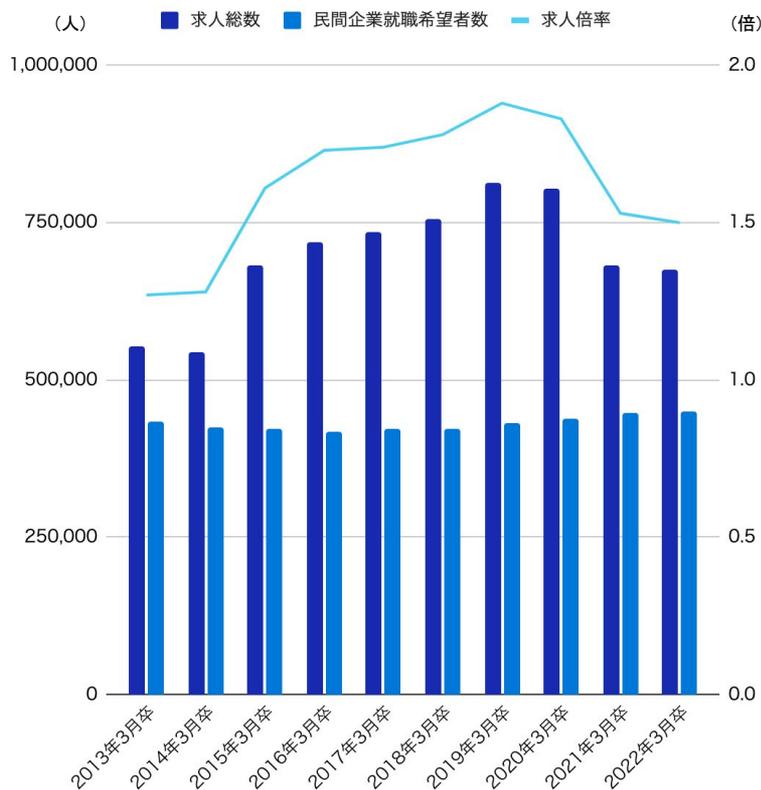


出典) 文部科学省「大学への進学者数の将来推計について」

大卒有効求人倍率の推移

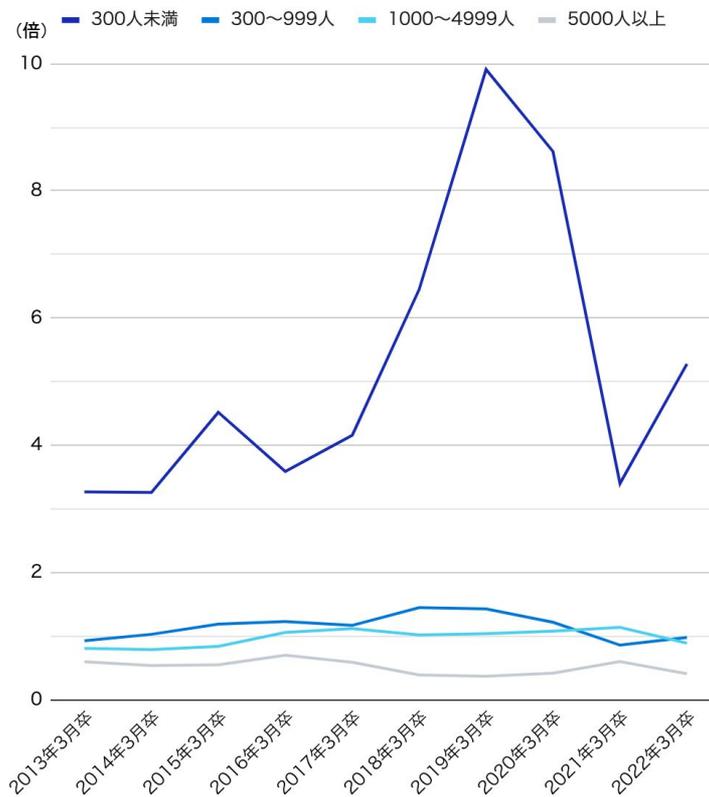
民間就職希望者数は45万人前後で推移。コロナの影響はでているが、中小企業は慢性的に採用難の状態と言える。

大卒求人倍率の推移



出典) リクルートワークス研究所「第38回ワークス大卒求人倍率調査(2022年卒)

従業員規模別の大卒求人倍率の推移



出典) リクルートワークス研究所「第38回ワークス大卒求人倍率調査(2022年卒)

新卒採用スケジュール

現在の新卒採用スケジュールは、政府の指針のもと、3月広報解禁、6月採用選考解禁となっている。しかしながら、実態としては3月頃から採用選考活動は開始されており、前倒しの動きとなっている。

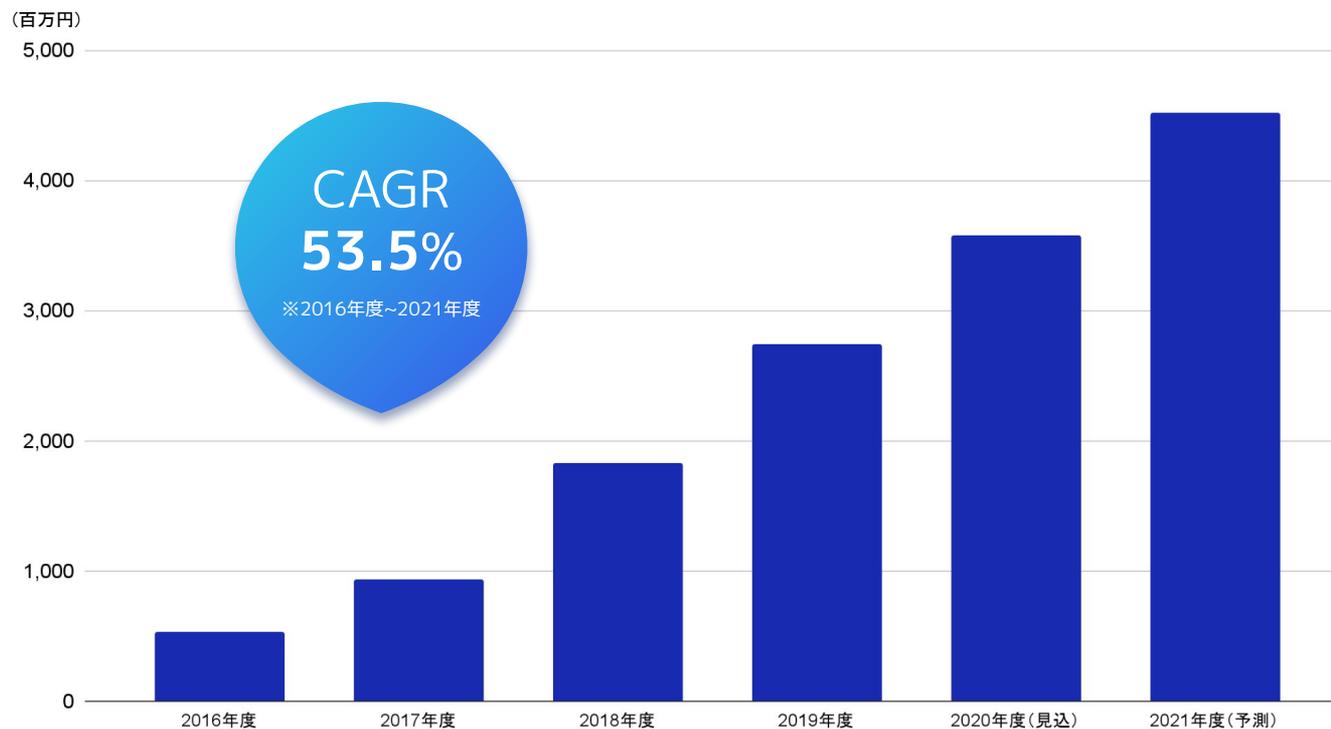


出典) ㈱Profutureアンケート調査 (2021年 & 2022年)

新卒ダイレクトリクルーティングサービスの台頭

「ターゲット層の獲得」の課題解決策として、ダイレクトリクルーティングサービスへの注目が高まってきている。

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

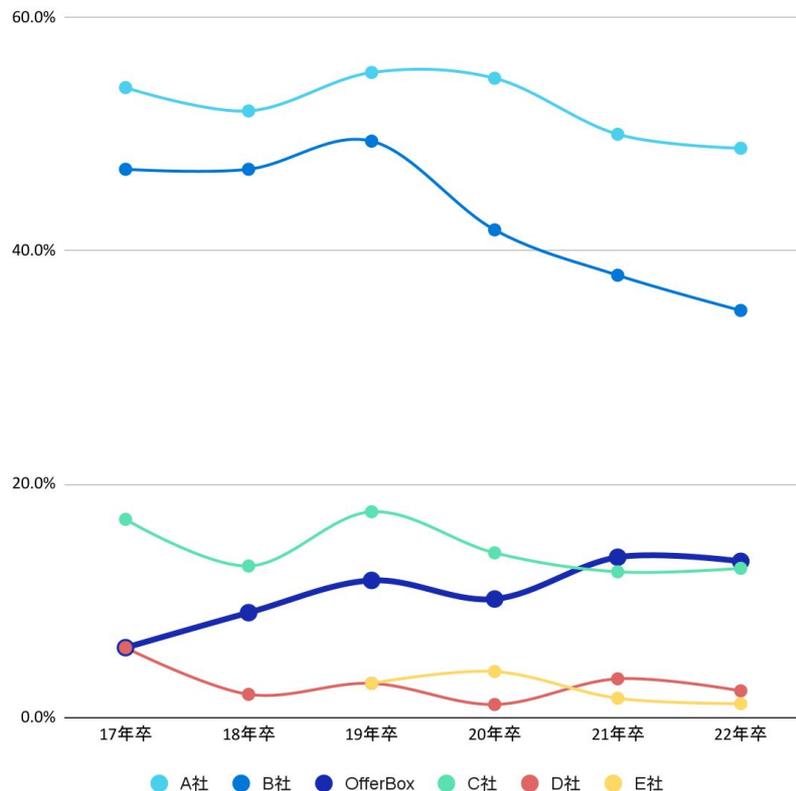
注2) 2020年度は見込、2021年度は予測(2021年3月現在)

業界内のポジショニング

大手就職ナビの寡占状態が崩れてきている。

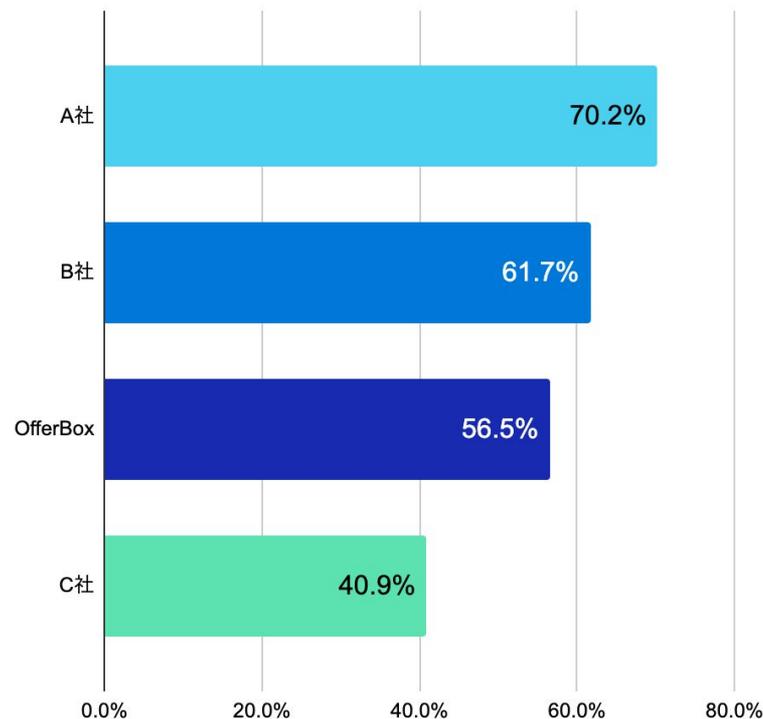
当社サービスは業界3番手に位置しており、ダイレクトリクルーティングサービスを牽引するポジションにある。

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)

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

TAMは45万人

現状の当社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

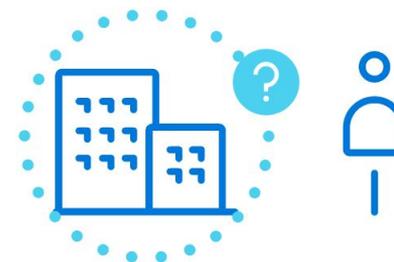
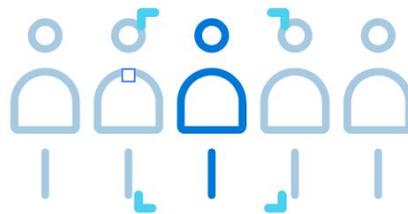
2位 応募者の数を集めたい

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)

ダイレクトリクルーティングのポテンシャル①

「ターゲット層の獲得」という課題以外にも、競争の激しいエンジニア人材の採用や、中小企業やBtoB企業、地方企業のような知名度がなくナビサイトでは応募がこない企業の課題解決策になり得る。



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

人口が少なく出会いにくい

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

ダイレクトリクルーティングのポテンシャル②

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、当社にとって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



1. 会社・事業概要

2. 市場環境

3. OfferBoxの特徴および競争優位性

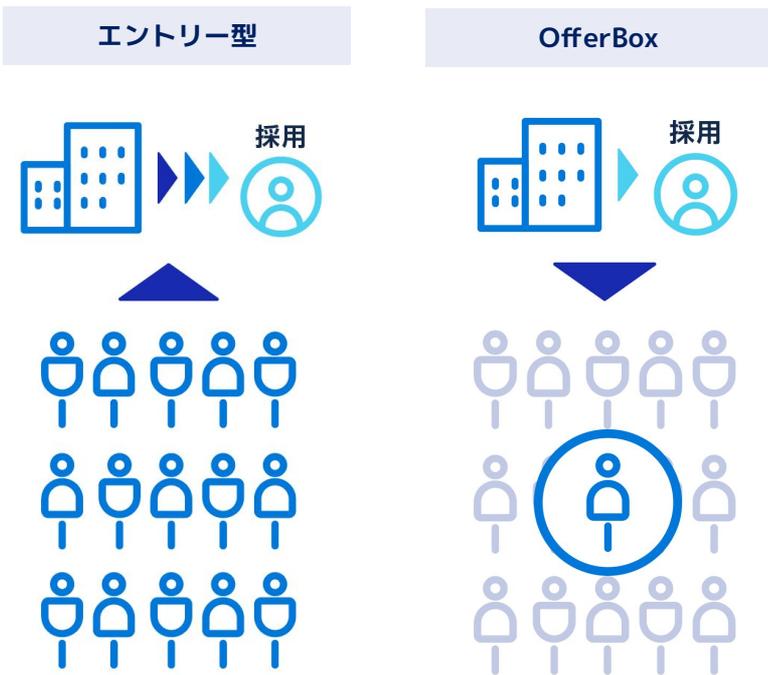
4. 財務ハイライト

5. 成長戦略と主要リスクへの対策

6. APPENDIX

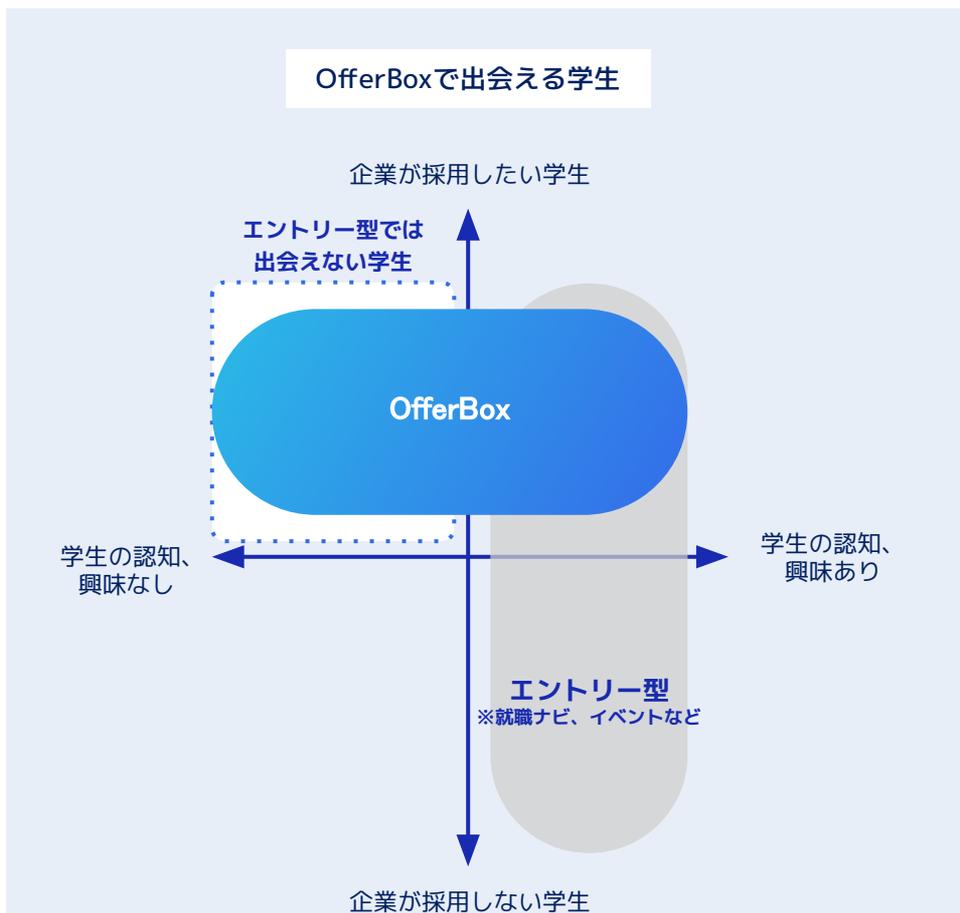
エントリー型では出会えない学生を採用できる

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



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。



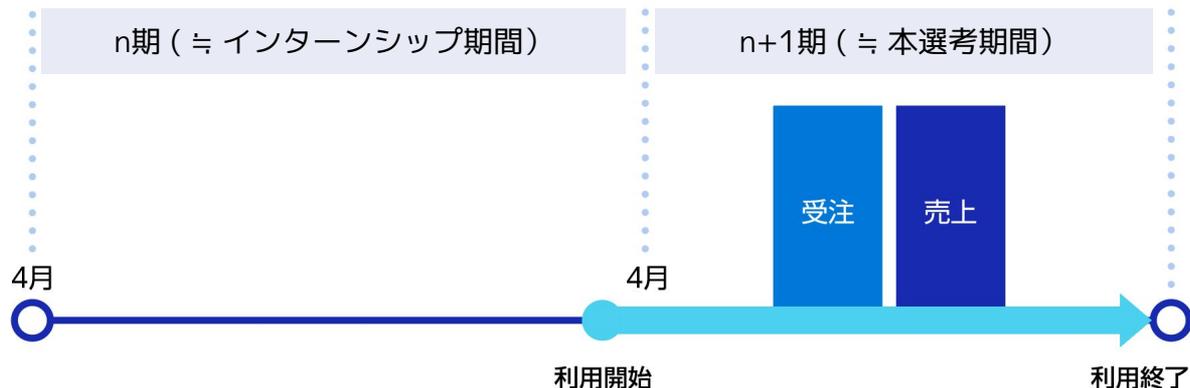
	早期定額型の特徴	成功報酬型の特徴
利用料	利用料あり（採用予定人数による） 例：3名採用予定の場合 75万円	利用料なし
成功報酬	採用予定人数を超えて採用した場合 1名採用につき 38万円	1名採用につき 38万円
内定辞退による成功報酬額返金	1名辞退につき 38万円 <u>※利用料の返金はありません。</u>	1名辞退につき 38万円
導入企業の目的	インターンシップや早期面談など、学生の就活開始初期段階から積極的にアプローチしたい	就職活動が本格化する3月以降に集中的にアプローチしたい 第2クールの母集団形成や、内定辞退分の欠員補充したい

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として計上される。

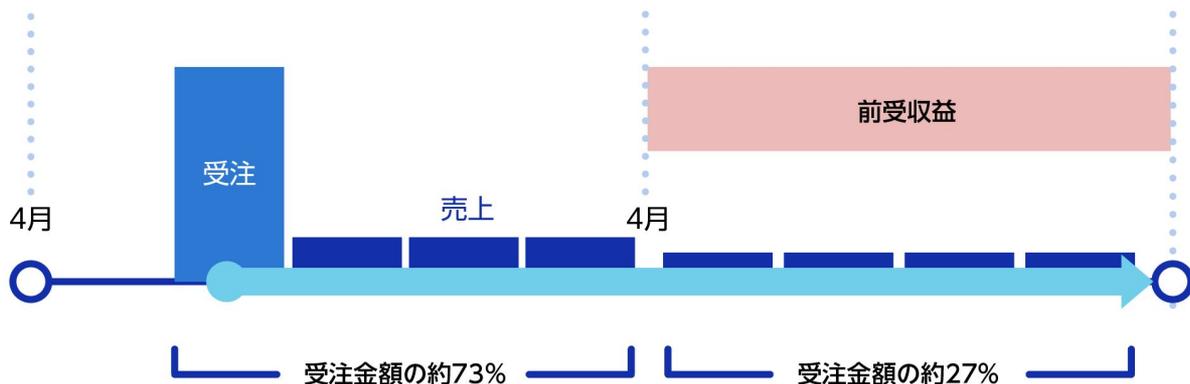
成功報酬型の場合

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



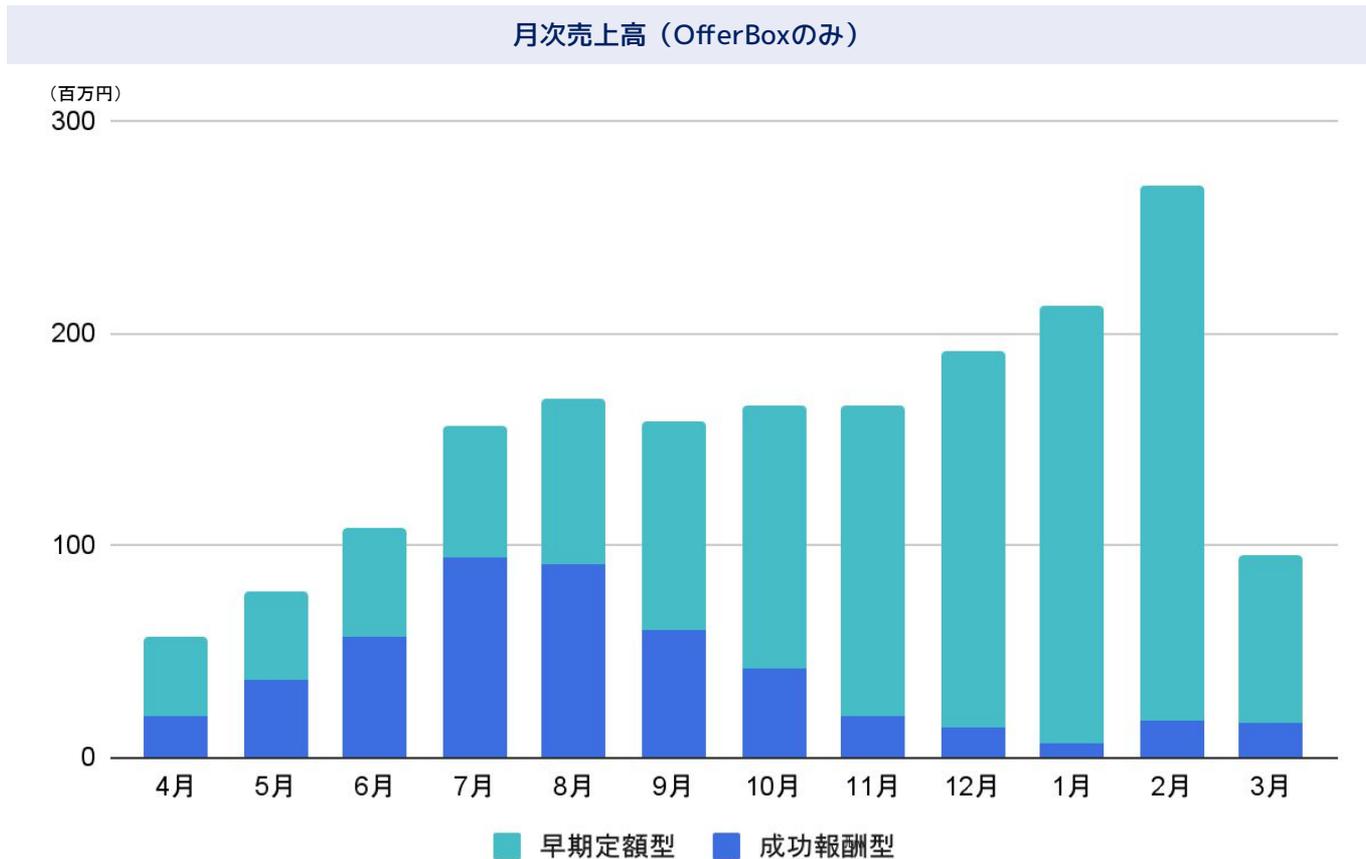
注1) 本選考期間とは、政府が定める就活ルールにおける3年生3月の採用広報解禁以降の採用広報および選考活動の期間を指します。

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、受注高のうち当期売上となる割合を変更しております。

売上高の季節性

成功報酬型の売上（＝受注）は、每期6月から8月にかけて増加する。

一方、早期定額型の売上は每期後半にかけてストックされていくため、第4四半期がピークとなる。

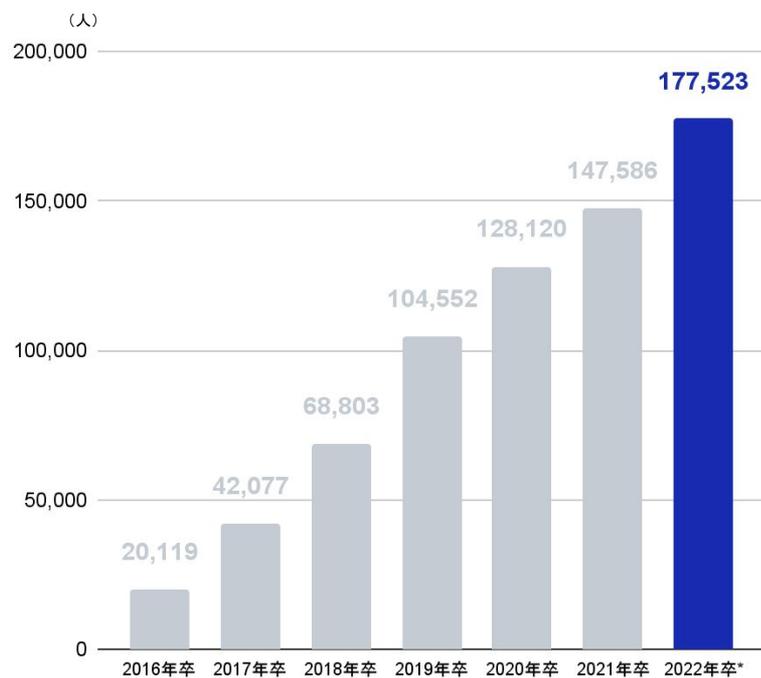


注) 2021年3月期の売上高により季節性をグラフ化

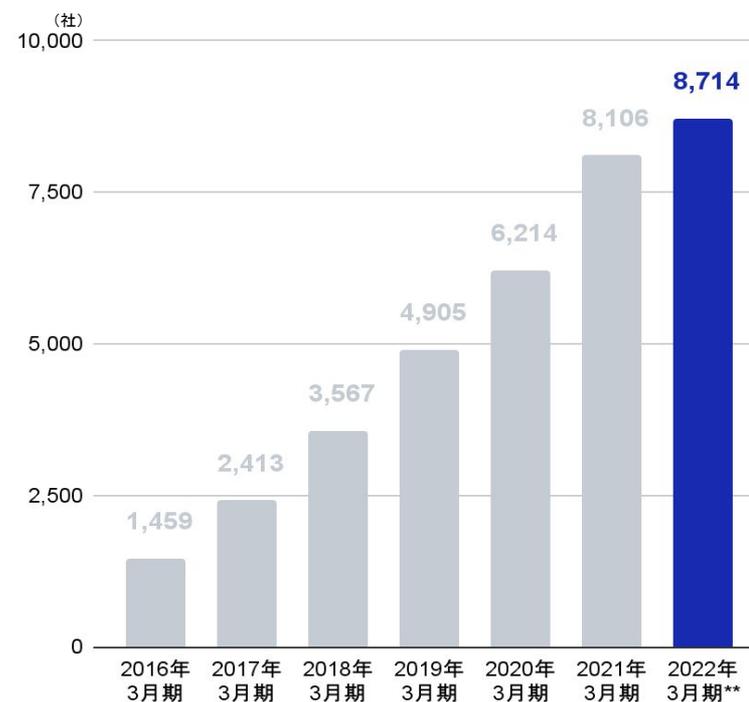
プラットフォームの拡大

2022年卒においても、当第1Q末時点において、前会計年度を超える177,523人の学生が登録。
企業登録数も順調に増加し、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



企業登録数



決定人数の増加

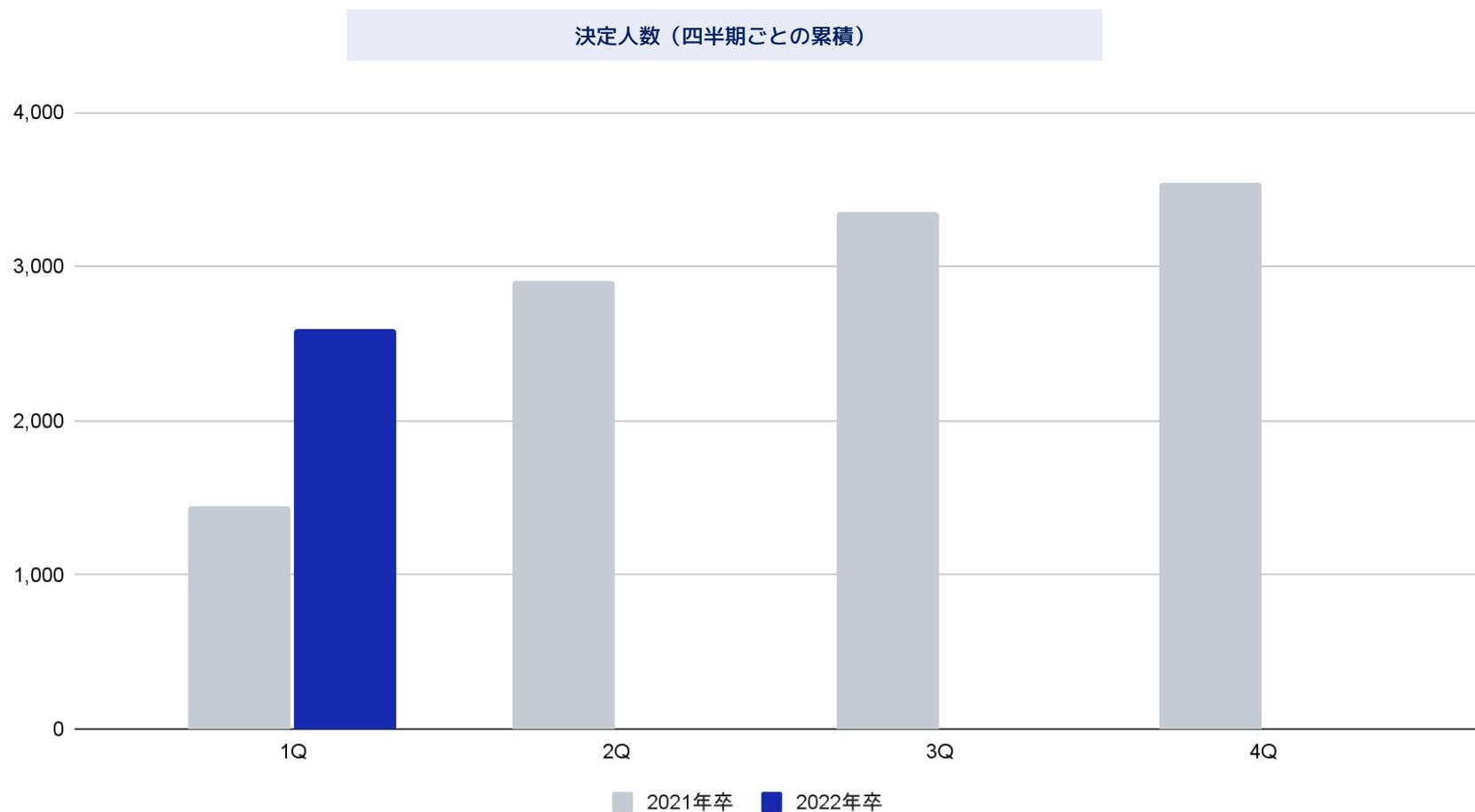
2021年卒の決定人数は**3,547名**（前期比+48.3%）となった。
過去5年のCAGRは70%を超えており、高い成長率を示している。



注) 決定人数とは、企業からのオファーにより採用が決まった人数を指します。

ご参考) 2021年6月末時点での決定人数

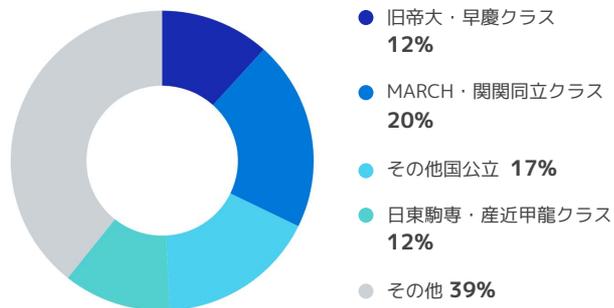
2022年卒の1Q末時点における決定人数は2,600名（前年同期比+80.3%）となった。



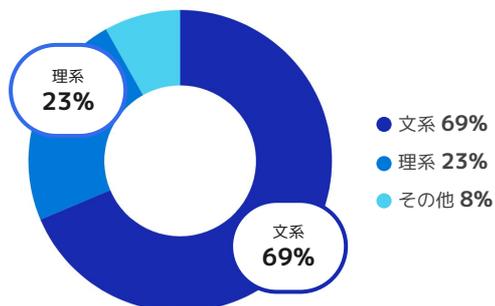
全方位でアクティブな学生データベースの提供

上位校、理系など偏りのない全方位な学生データベースを提供することで企業の多様なニーズに対応。さらに、プラットフォームの質で重要な指標となるMAUを伸ばすことができている。

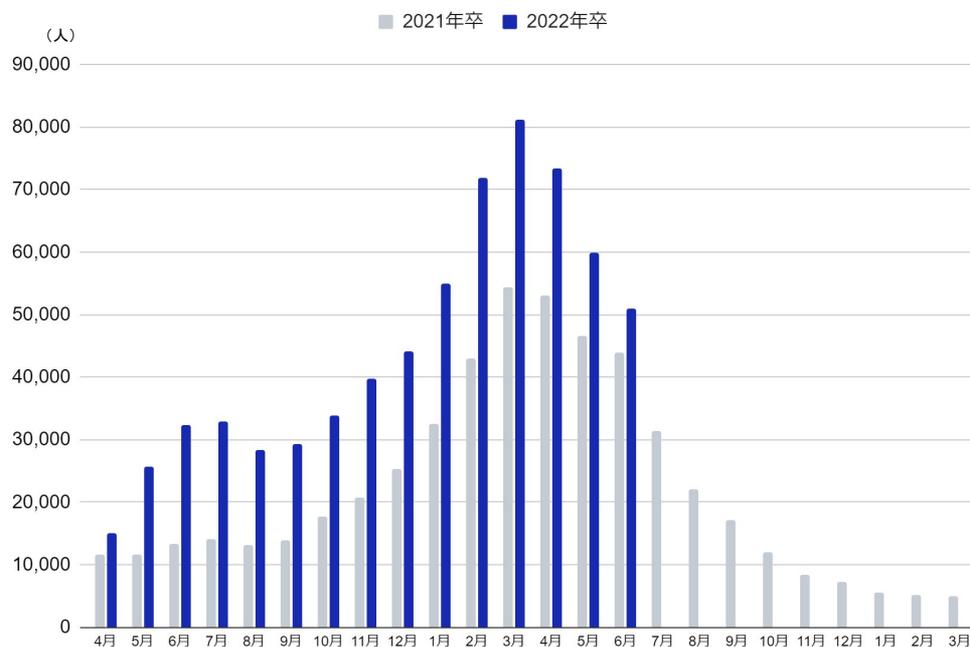
大学群



文理



MAU



注) MAU：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
 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

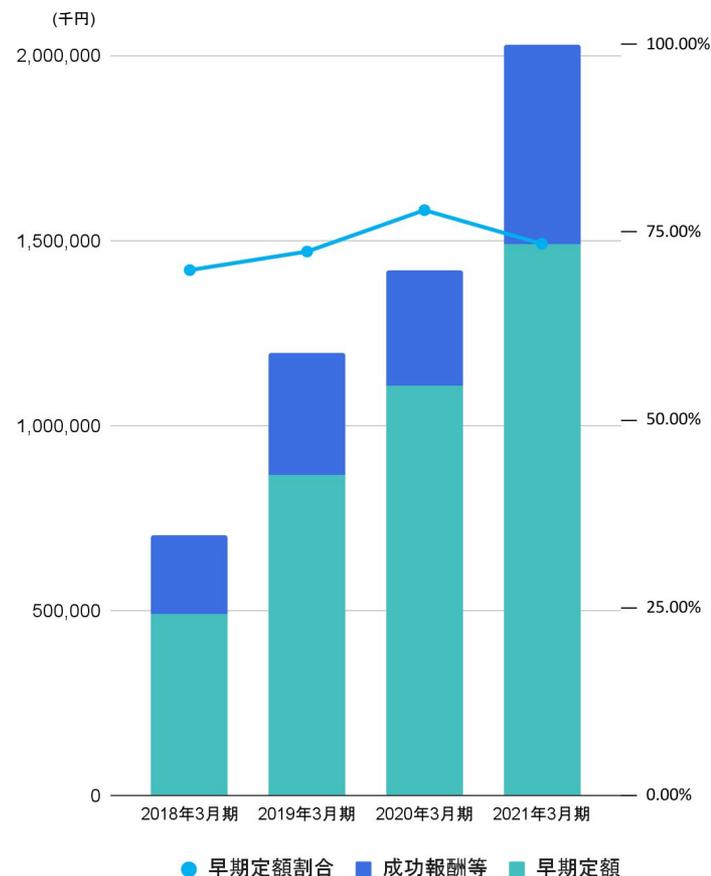
安定した顧客基盤を生み出す仕組み

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(1)

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つながる機能開発やUIUXの改善を行っている。



マッチングに関するデータ

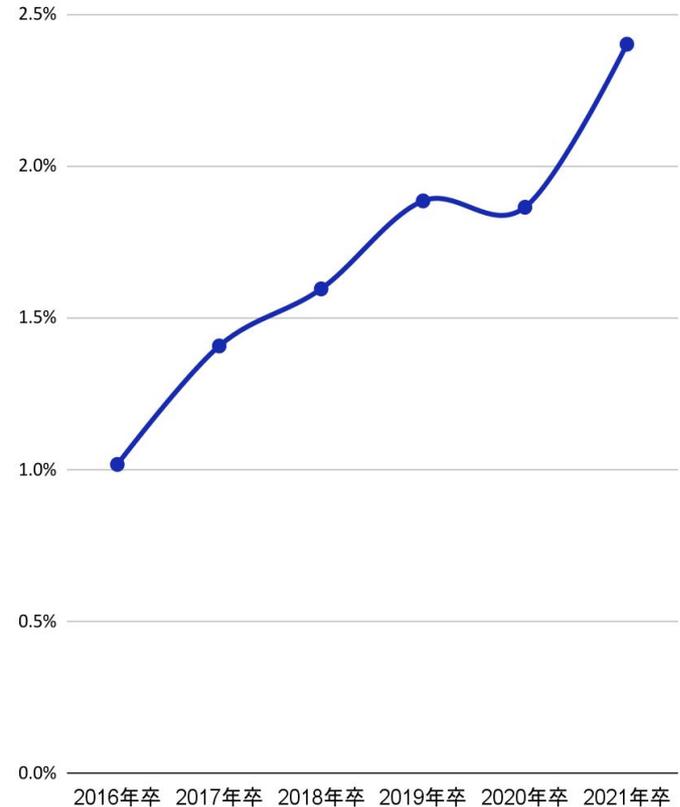
サービス内行動履歴
-プロフィール閲覧
-オファーの送受信
-オファーの承認
-内定確定 など

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。

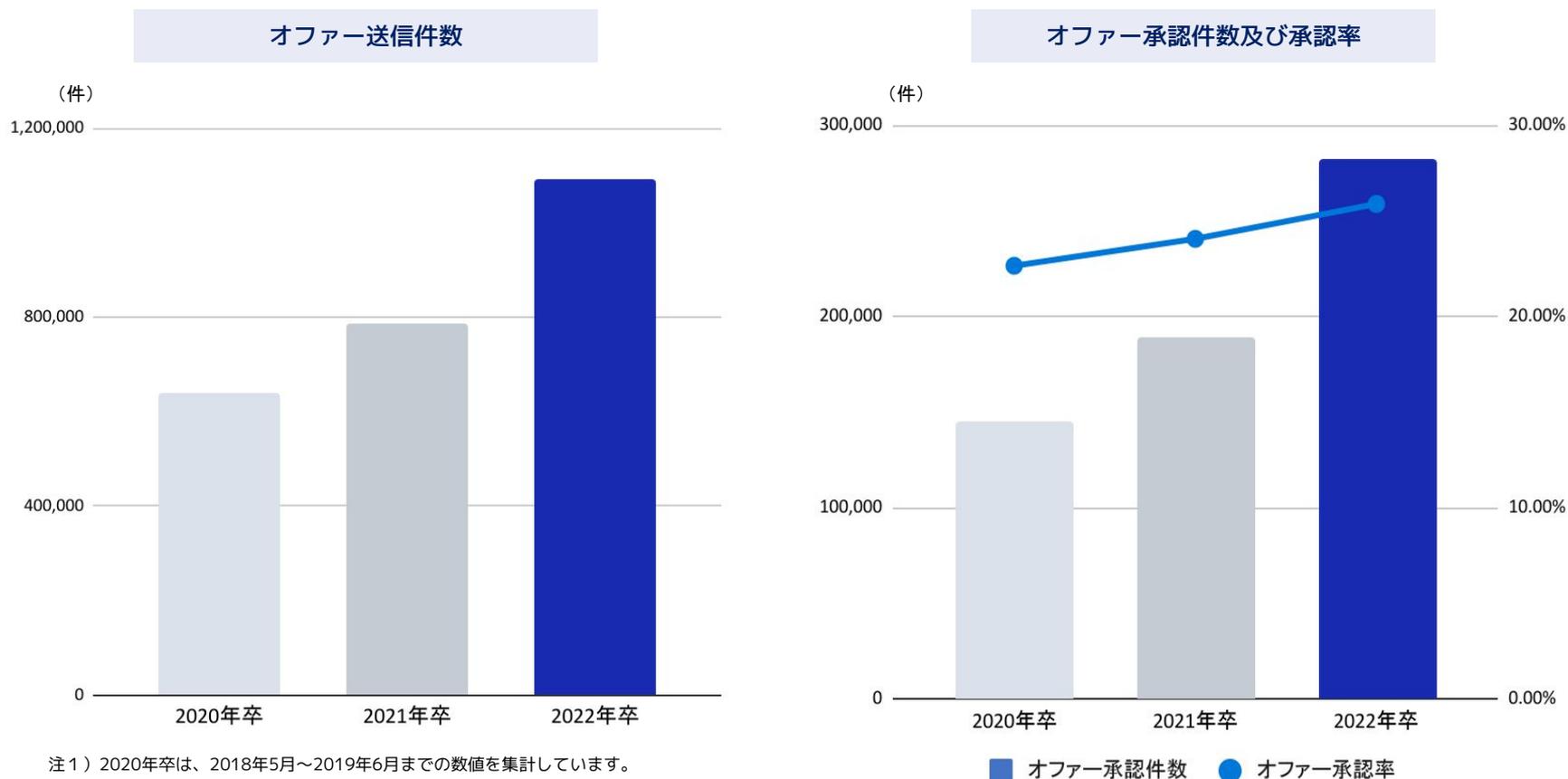


学生登録からの決定率



ビッグデータ等を用いたマッチングの効率化(2)

オファー送信件数は前卒業年度比+39.1%、オファー承認件数は同+49.7%といずれも高い成長性を実現。これに加え、オファー承認率も前卒業年度比+1.8%改善し、マッチング効率も向上している。



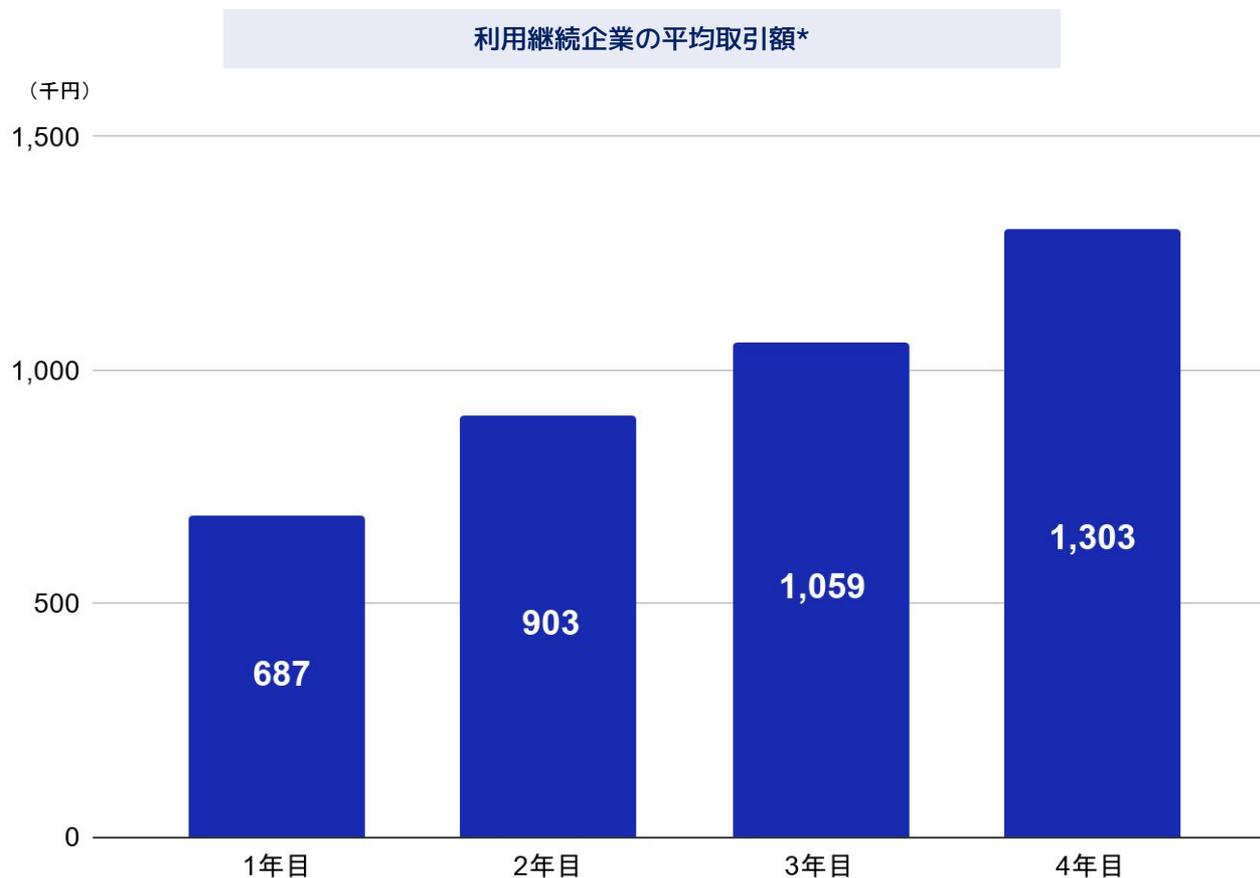
注1) 2020年卒は、2018年5月～2019年6月までの数値を集計しています。

注2) 2021年卒は、2019年5月～2020年6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6月までの数値を集計しています。

ビッグデータ等を用いたマッチングの効率化(3)

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

1. 会社・事業概要
2. 市場環境
3. OfferBoxの特徴および競争優位性
- 4. 財務ハイライト**
5. 成長戦略と主要リスクへの対策
6. APPENDIX

2022年3月期 第1四半期実績サマリー

● 就職活動のスケジュールはコロナ前の水準に戻るも、オンライン選考は継続

選考活動の開始時期・学生の就職内定率はコロナ前の水準に戻る

オンライン選考の拡大と1to1コミュニケーションの重要性の意識の高まりは継続

● 売上高は+39.0%の成長

連結売上高は、前年同期比+39.0%の442百万円

うち、OfferBoxの売上高は、前年同期比+53.2%の357百万円

● 成長を加速させるための投資を実行

HR関連費用は、前年同期比+33.1%の363百万円

プロモーション関連費用は、前年同期比+100.6%の156百万円

● OfferBoxの利用拡大

2022年卒の学生登録数は、2021年卒同時期比+29.3%の177千人

企業登録数は、前期末比+30.9%の8,714社

2022年3月期 第1四半期 業績ハイライト

連結売上高は前期比+39.0%、主力事業であるOfferBoxの売上高成長率は前期比+53.2%と高い成長性を維持。成長を加速させるための積極的な人材採用とプロモーションへの投資で赤字幅は拡大。総受注高は前期比+72.0%と大きく伸長。

(百万円)	2021年3月期 第1四半期 (実績)	2022年3月期 第1四半期 (実績)	前年同期比
売上高	318	442	+39.0%
うちOfferBox	233	357	+53.2%
営業利益	△116	△167	—
経常利益	△118	△163	—
親会社株主利益	△95	△128	—
(参考) 受注高	440	757	+72.0%

*記載金額は百万円未満を切り捨てております。

*前1Q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。
1Qは売上が最も小さく、例年営業損失となる。

(百万円)	2021年3月期 実績					2022年3月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	年間	実績 1Q	予想 年間
売上高	318	532	598	701	2,151	442	2,935
構成比	14.8%	24.7%	27.8%	32.6%	100.0%	15.1%	100.0%
営業利益	△116	68	160	200	313	△167	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1四半期 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1四半期 (実績)	2022年3月期 第1四半期 (実績)	前年同期比
OfferBox（早期定額型）	131	200	52.0%
OfferBox（成功報酬型）	101	157	55.0%
eF-1G（適性検査）	73	72	△1.3%
その他	11	11	△2.1%
計	318	442	38.7%

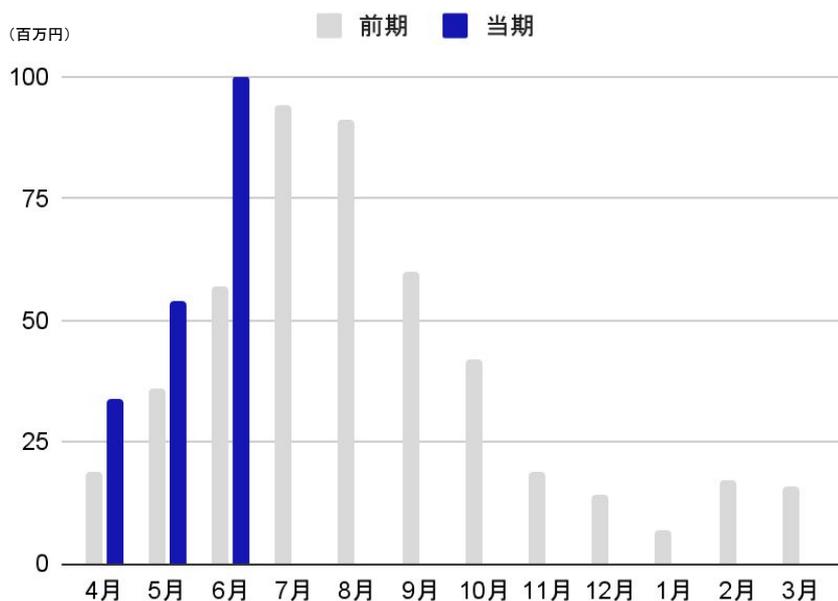
*記載金額は百万円未満を切り捨てております。

*前1Q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。

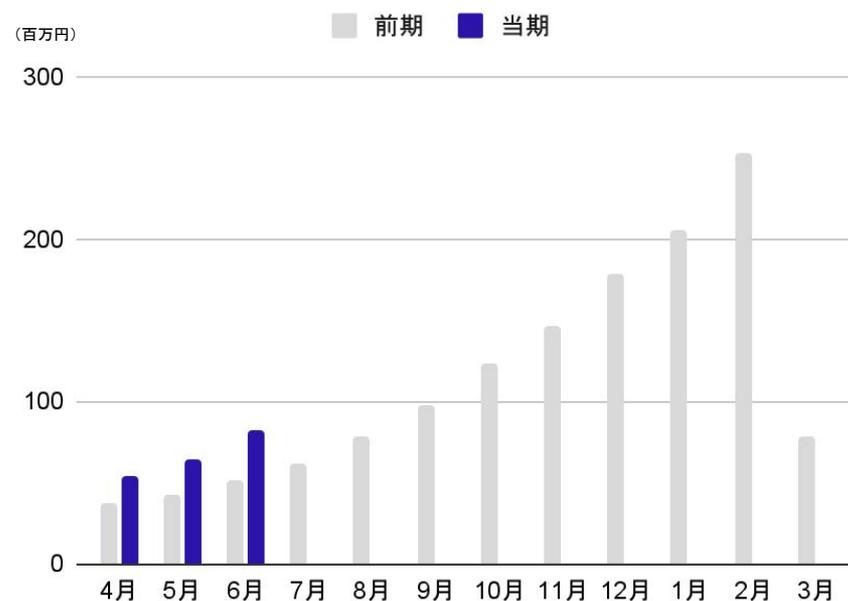
OfferBox売上高の月次推移

成功報酬型については、前期はコロナ影響で採用が遅れていたが、当期はコロナ前の水準に戻ったため、大きく伸長。早期定額型については、OfferBox経由での採用が順調に進捗しているため、既存顧客を中心に受注が伸長。

成功報酬型



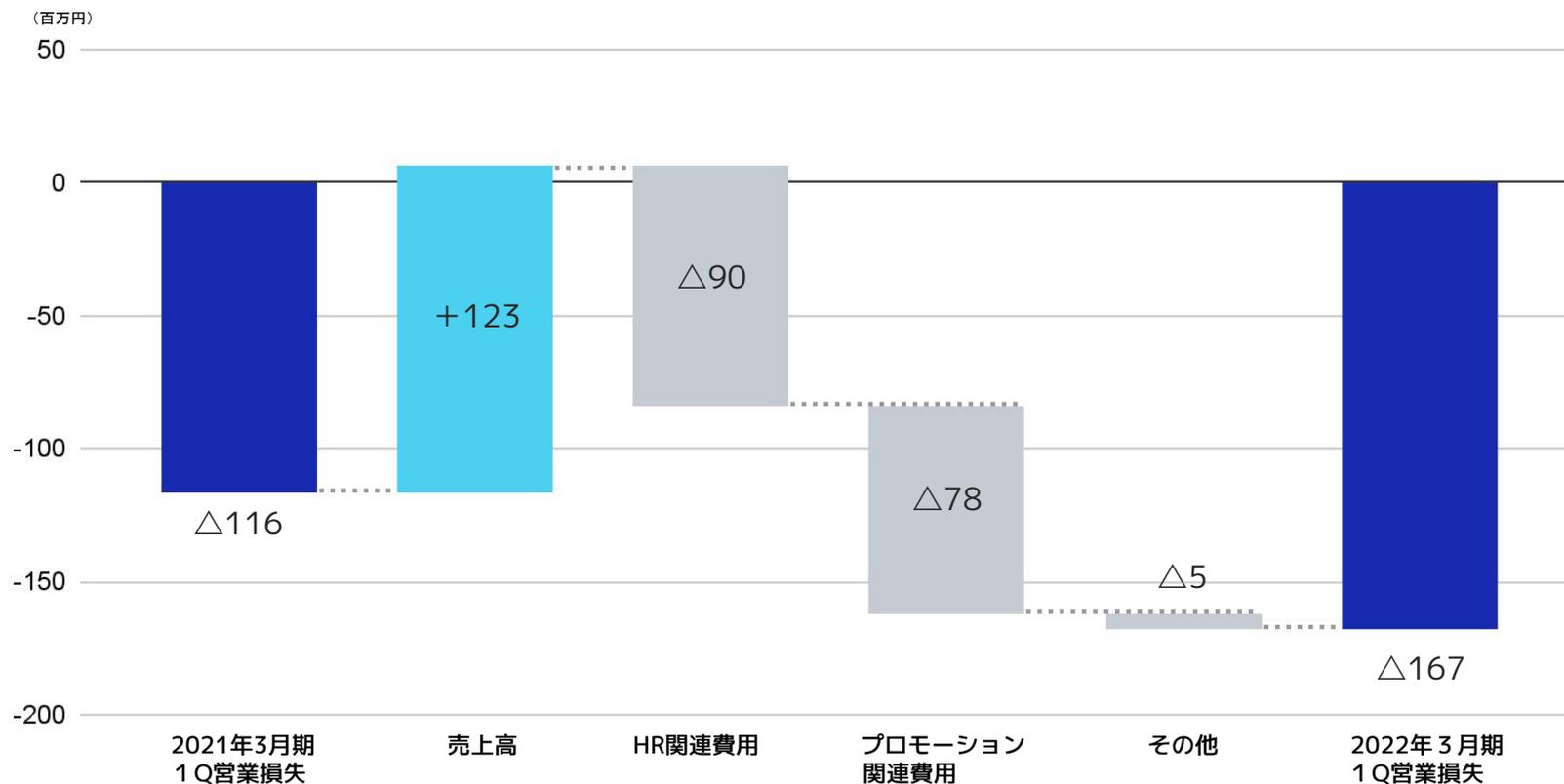
早期定額型



* 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。

2022年3月期 第1四半期営業損失 対前年同期比較

OfferBoxの利用拡大に伴い売上高が増加も、成長を加速させるべく、顧客フォローのための営業職、マッチング効率改善のための開発職等を採用し、サービス規模拡大のためにプロモーションに投資したため、営業損失は拡大。



1. 会社・事業概要

2. 市場環境

3. OfferBoxの特徴および競争優位性

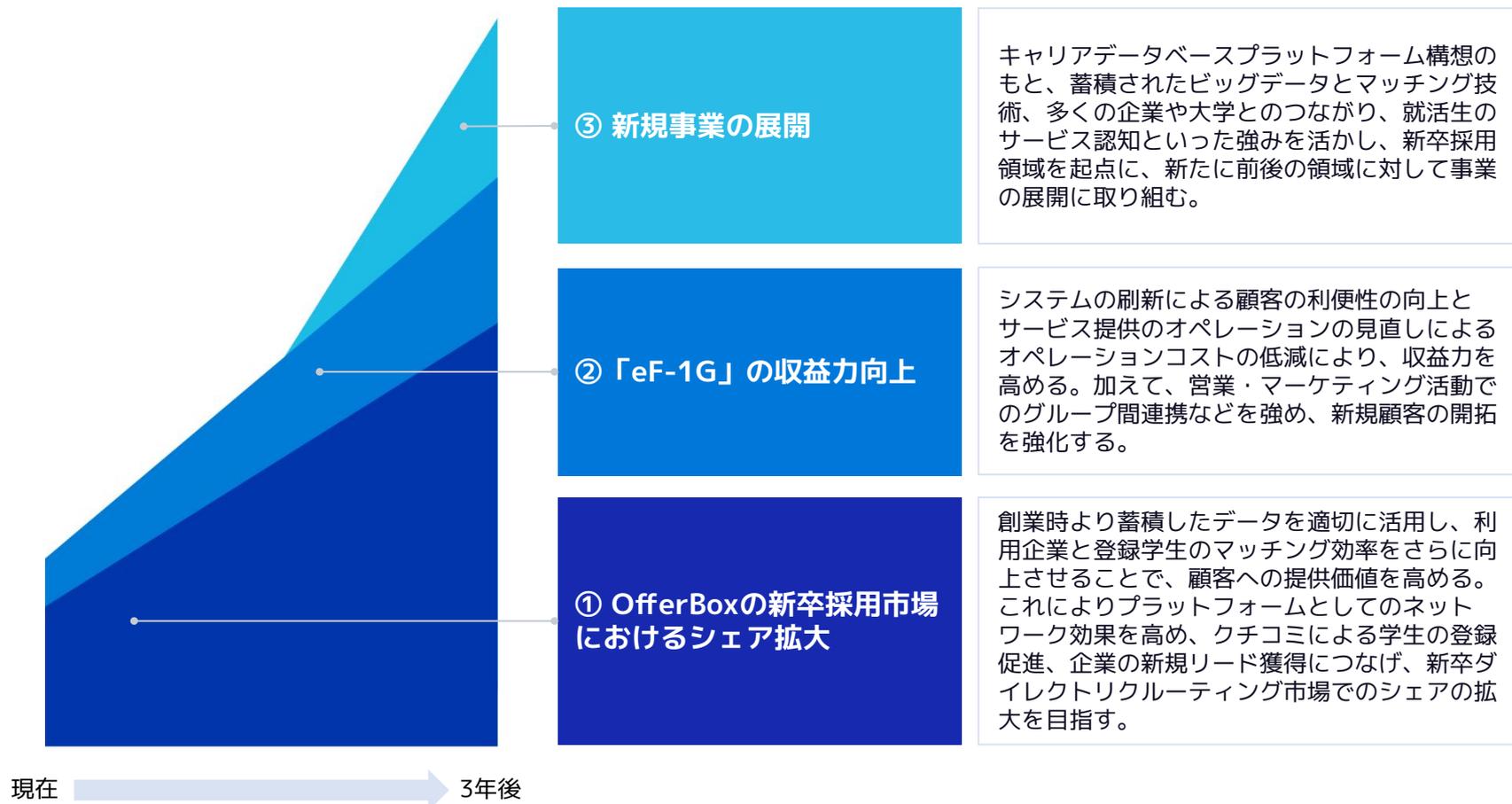
4. 財務ハイライト

5. 成長戦略と主要リスクへの対策

6. APPENDIX

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

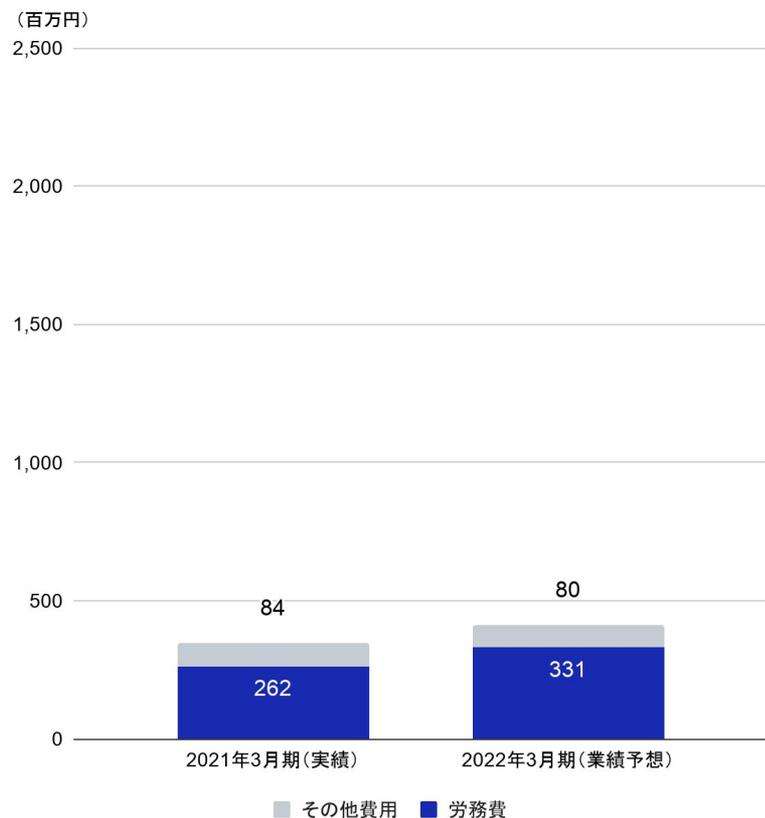
①のOfferBoxのシェア拡大については、5年で2万人決定に到達できるよう規模拡大、サービスの改善に取り組む。



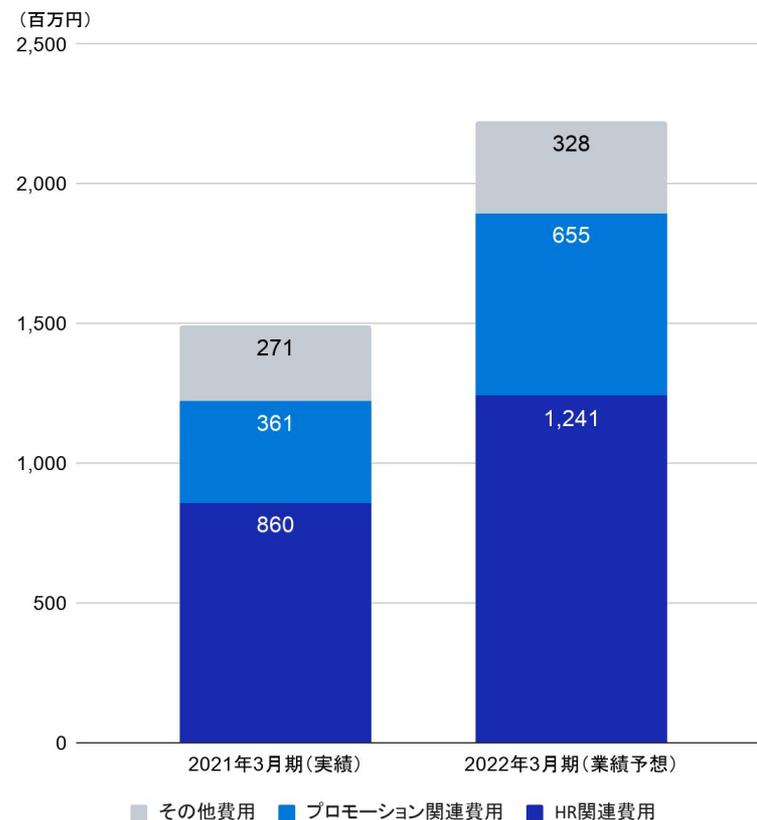
2022年3月期の投資概要①売上原価および販管費

主要な投資先は、HR関連費用（人件費や採用費、売上原価は労務費）とプロモーション関連費用となっている。

売上原価

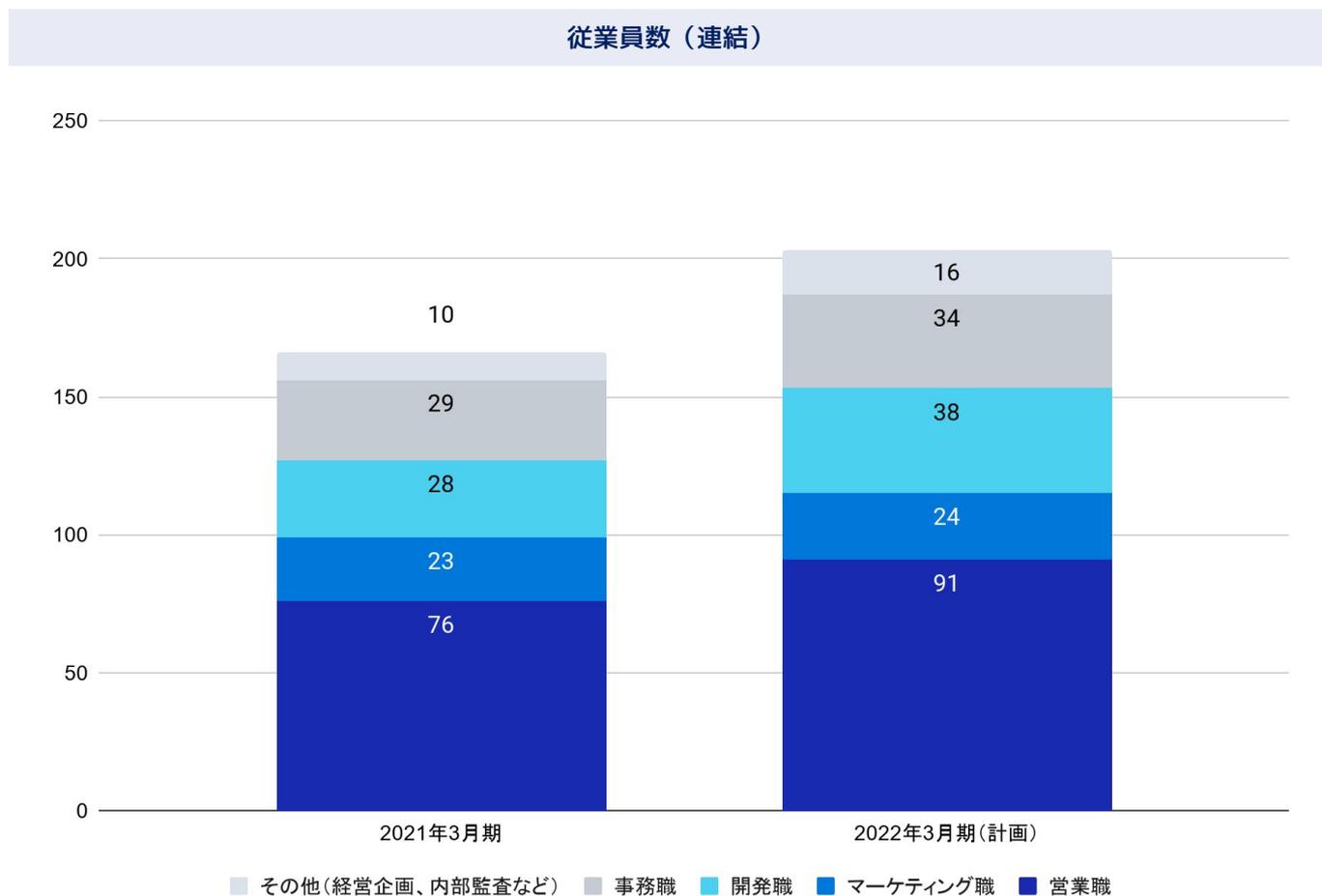


販売費及び一般管理費



2022年3月期の投資概要②要員計画

オンボーディング強化のための営業職、マッチング効率改善のための開発職、新規事業のための経営人材を増員。



2022年3月期間 業績予想

以上より、2022年3月期は、連結売上高は前期比+36.4%、うちOfferBox事業は前期比+42.9%の成長と予想。短期だけでなく、中長期の成長に必要な投資を行っていくため、営業利益は減益となる見通し。

(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%

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

主要リスクへの対策

有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」より当グループの事業特性上、特筆すべき事項のみを抜粋。

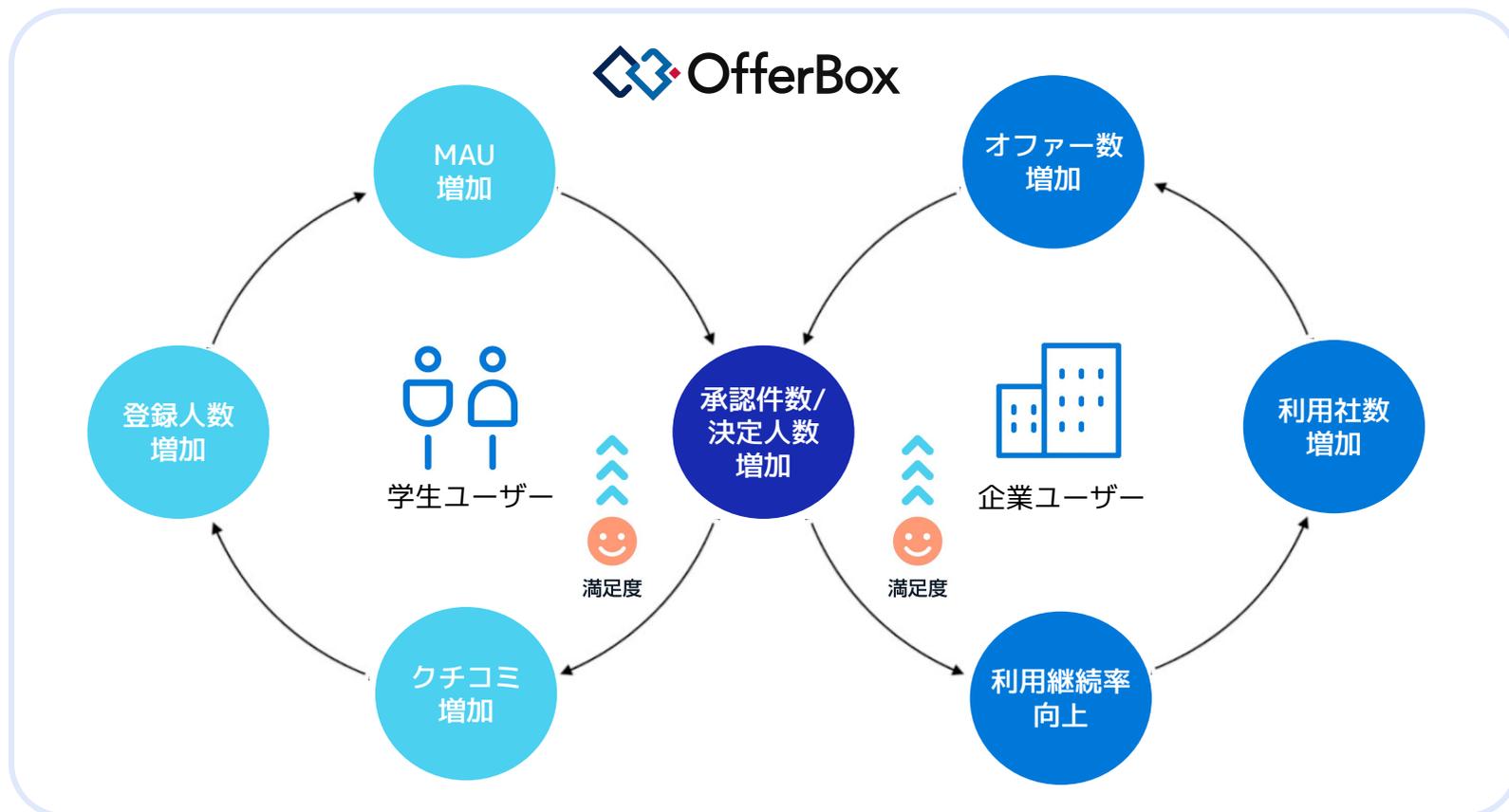
新型コロナウイルス感染症について	リスク	企業の中には、新型コロナウイルス感染症の影響で新卒採用活動の中止・縮小を行う企業もでてきている。本感染症が今後さらに拡大した場合には、短期的な新卒採用活動の停滞、中長期的な企業の採用意欲の低迷が生じる可能性があり、その結果、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性がある。
	対策	当社グループは、業種に偏りのない顧客ポートフォリオを形成することで対処している。なお、現時点では業績への影響は軽微となっている。また、緊急事態宣言発出以前から対策チームを設置し、コロナ禍における新しい働き方の移行による経費の抑制や融資の実行など迅速な情報収集と意思決定により対処してきており、今後もこのような取り組みを継続していく。
就職活動人口の減少について	リスク	我が国においては少子化が進展しており、当社グループが提供するサービスの利用が想定される学生等の若年層の数は、緩やかに減少している。大卒人口の減少に比べて、大卒者民間就職希望者数の減少幅は緩やかに推移していくものと想定されているが、当社グループの想定よりもターゲット層が減少基調に陥った場合は、当社グループの事業展開及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。
	対策	当社グループの主力事業であるOfferBoxが解決策となる企業の「就職ナビなどでは会えていないターゲット層へのアプローチしたい」といった課題は就職活動人口の減少に左右されにくいものと考えている。地方学生や留学生など広範囲の学生にとって利便性の高いサービスにすることにより一定の利用学生数を担保するとともに、エンジニアなど採用競争の激しい人材の登録数を増やす取り組みも行い、企業への提供価値を高めることで選ばれ続けるサービスにしていく。
新卒採用活動スケジュールについて	リスク	OfferBoxの受注時期は新卒採用活動スケジュールの影響を受けやすくなっている。我が国においては、政府が新卒採用活動スケジュールに関して指針を出す慣例があり、当該指針の変更や政府が指針遵守の徹底を求めるなどした場合、採用活動時期の変更などにより、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。
	対策	政府の指針の趣旨にもある学生の学修時間の確保につながるよう、学生への過度な負担とならないよう学生が志望する企業の利用促進やマッチング効率の改善などサービスの提供価値を高める取り組みを行っていく。また、新卒採用活動スケジュールに左右されない事業領域への事業展開に取り組んでいく。
個人情報の保護について	リスク	不正アクセスや当社グループ関係者の故意又は過失によりユーザーの個人情報が流出する等の問題が発生した場合には、信頼の著しい低下、賠償金支払い等により、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。
	対策	当社グループは、法令及び各種ガイドラインに基づき、個人情報保護規程を制定し、個人情報取扱フローを明確化している。また、同規程に基づき、定期的に役職員への教育を実施するとともに、プライバシーマークを取得し、個人情報の保護に積極的に取り組んでいる。このような社内管理体制を強化することに加え、セキュリティを高める仕組みの導入を行っていく。

注) その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

1. 会社・事業概要
2. 市場環境
3. OfferBoxの特徴および競争優位性
4. 財務ハイライト
5. 成長戦略と主要リスクへの対策
- 6. APPENDIX**

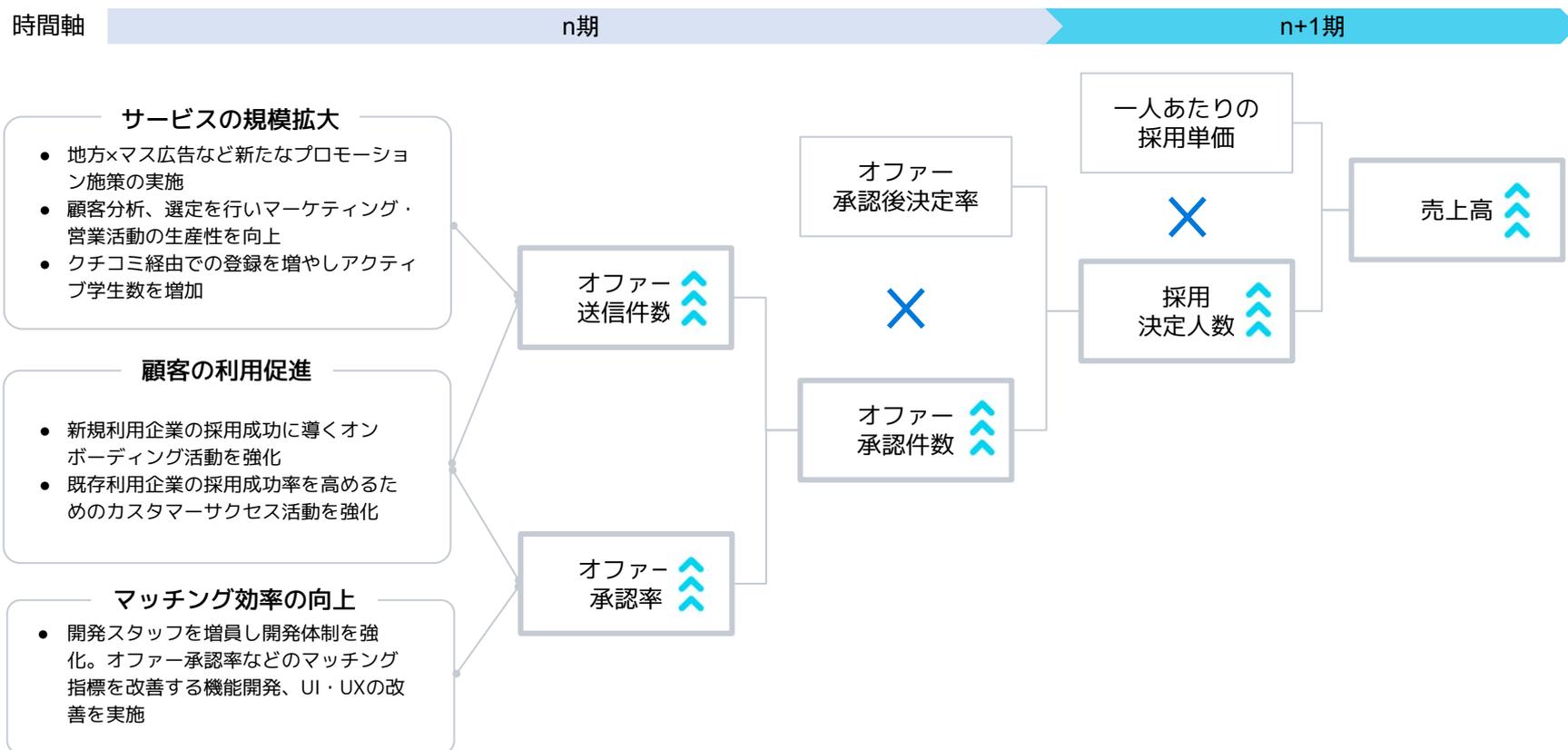
プラットフォームの競争優位性を高めるネットワーク効果

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。



OfferBoxのネットワーク効果加速、シェア拡大に向けて

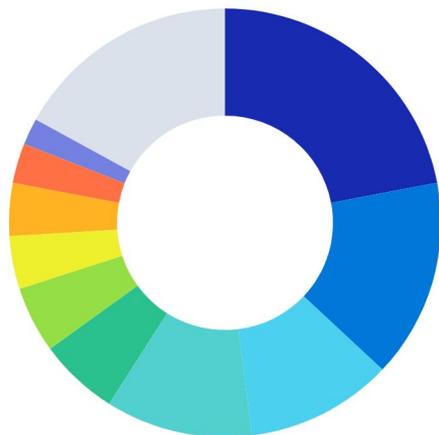
日本の新卒採用は、当社の会計年度をまたぐスケジュールになっており、n+1期の決定人数、売上高の成長にはn期での投資が欠かせない。ネットワーク効果を加速させ、シェア拡大を実現するための投資を当期から強化していく。



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。

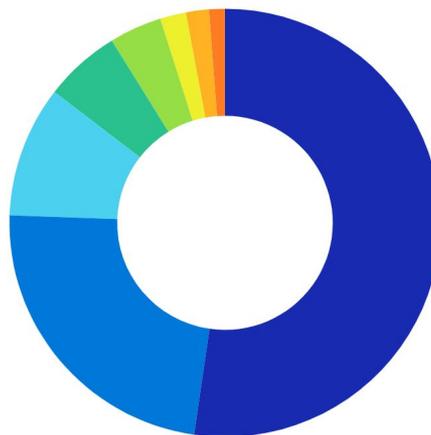
OfferBox：利用企業の属性

業種別



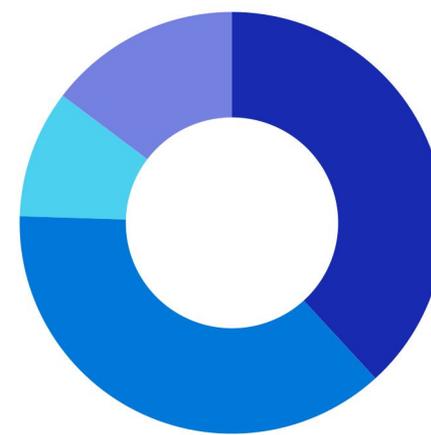
- 情報通信 …………… 22%
- サービス …………… 15%
- 建設 …………… 11%
- 卸・小売 …………… 11%
- 電気・機械 …………… 6%
- 化学 …………… 5%
- 教育・医療・福祉 …… 4%
- 輸送機械 …………… 4%
- 不動産 …………… 3%
- 食品 …………… 2%
- その他 …………… 17%

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%

* 2021年3月時点

OfferBox：大手企業の導入が加速



Securing Your
Connected World



適性検査「eF-1G（エフワンジー）」の概要

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、採用はもちろんHRMの様々なシーンで活用できるのが強み。

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

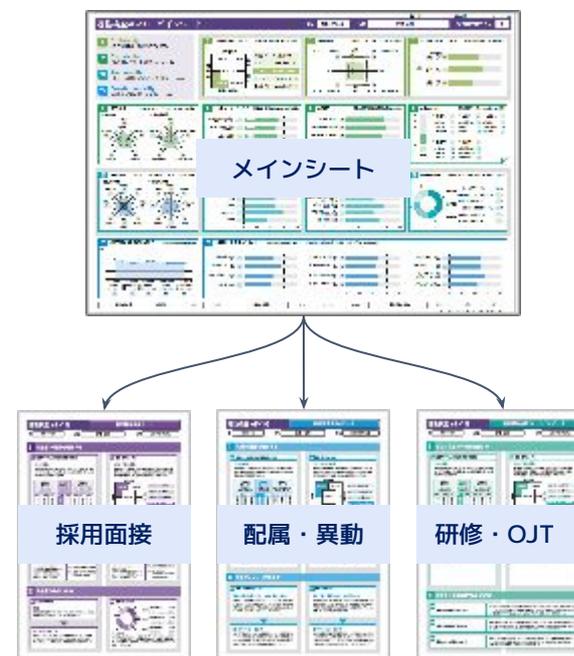
料金体系

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

※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量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

財務諸表（連結）

損益計算書

(千円)	19年3月期	20年3月期	21年3月期
売上高	1,348,986	1,598,291	2,151,386
売上原価	287,426	359,228	345,688
売上総利益	1,061,560	1,239,063	1,805,698
販管費	969,237	1,205,918	1,491,861
営業利益	92,323	33,145	313,836
営業外収益	736	1,195	2,153
営業外費用	4,570	8,000	24,401
経常利益	88,489	26,340	291,589
税引前利益	88,489	26,340	291,589
法人税等	14,824	38,083	45,739
非支配株主利益*	675	28,553	13,354
親会社株主利益	72,988	△40,296	232,494

貸借対照表

(千円)	19年3月期	20年3月期	21年3月期
流動資産	859,422	1,315,248	2,574,760
現金及び預金	711,756	1,217,983	2,439,458
売掛金	118,106	68,491	94,303
有形固定資産	31,423	63,416	55,462
無形固定資産	129,155	113,062	123,432
のれん	122,420	108,818	95,215
投資その他の資産	85,277	88,666	110,779
資産合計	1,105,278	1,580,393	2,864,434
流動負債	635,474	842,562	1,145,144
前受収益	345,094	481,110	610,725
固定負債	225,034	504,804	562,570
負債合計	860,509	1,347,367	1,707,714
資本金	215,000	215,000	633,242
資本剰余金	185,000	185,000	511,000
利益剰余金	△183,915	△224,211	8,282
株主資本合計	216,084	175,788	1,156,719
非支配株主持分*	28,684	57,237	—
純資産合計	244,768	233,025	1,156,719
負債純資産合計	1,105,278	1,580,393	2,864,434

* 2020年10月1日に株式会社イー・ファルコンの議決権の100%を取得し、同社を完全子会社化

役員略歴



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。



青木 崇 執行役員CTO

ベンチャー企業数社でのR&D及びサービス開発、米国法人の立ち上げを経て2015年1月に当社入社。2016年7月に当社執行役員CTO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。



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。

免責事項

本資料には、今後の見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの記述は、現在、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されたものであり、将来の結果や業績を保証するものではありません。

当該見通しに関する記述と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズ及び嗜好の変化、他社との競争、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

