



**湘南投資勉強会様**  
**当社概要と中長期戦略について**  
**(中期経営計画2023年3月期～2025年3月期)**

2022年9月17日  
株式会社i-plug  
(東証グロース：4177)

### ■ 田中 伸明 取締役CFO

1982年三重県生まれ。2005年関西学院大学経済学部卒業。  
2012年グロービス 経営大学院大学経営研究科経営専攻修了（MBA）。

新卒ではアフラックに入社し、法人代理店を担当。  
その後、株式会社グロービスに転職し法人営業に従事。

2012年にグロービス経営大学院大学の同期3名でi-plugを創業。  
創業初期はCOOとして法人営業、学生集客を担当。  
その後はCMOとして学生、法人マーケティングの仕組み作りや、  
広報、大学営業の立ち上げ、またCHROとして組織開発も担当。

2019年9月よりCFOに就任し、IPO準備、審査、IRを担当。  
子会社の株式会社イー・ファルコンの取締役を兼務。

# 主力事業であるOfferBoxについて

## 中期経営計画について

新卒事業

中途事業

適性検査事業

M&A戦略

## その他の戦略的な取り組み

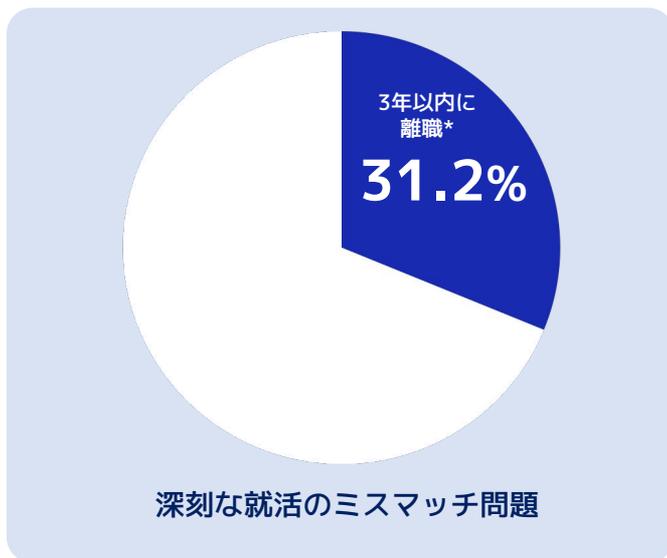
## 23年3月期業績予想について

## Appendix

## 創業の背景と当社のMission

i-plugは、3年以内離職者が3割を超える社会情勢のなか、「我が子のために」を合言葉に2012年4月に創業した。

### 創業時の時代認識



### 創業時に掲げた理念

#### 創業時の合言葉

“我が子のために”

#### 創業初期の経営理念

“将来を担う人材の可能性を広げる  
「つながり」を提供し、  
個人の成長と企業の発展を実現します。”

### Mission

“つながりで世界をワクワクさせる”

\* 厚生労働省 新規学卒者の離職状況（2021年10月22日）より

## OfferBox誕生の背景

新卒採用におけるミスマッチの解消を目指し、新卒ダイレクトリクルーティングサービス「OfferBox」の提供を開始。

2012年6月 新卒紹介事業を開始するも上手くいかず20営業日で撤退・・・

代表の中野がピッチイベントに聴衆として参加、そこでOfferBoxのアイデアを着想

2012年7月 1事業目の失敗体験から顧客にヒアリングを重ねアイデアをブラッシュアップ



学生200名の声



企業100社の声

2012年10月に学生登録開始、同年12月オファー送信開始

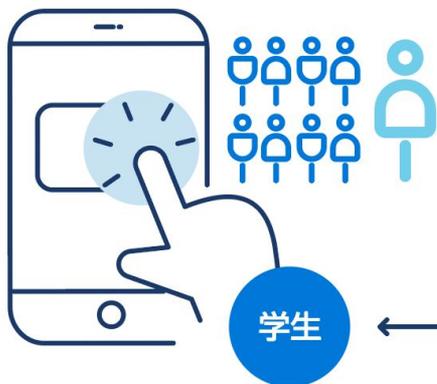


## 事業概要

「OfferBox」は、企業が採用したい学生に直接アプローチできる新卒ダイレクトリクルーティングサービス。



登録・オファー承認



相互理解・マッチング



検索・オファー



### 特徴

就活生の3人に1人以上が登録

豊富な学生プロフィール情報

業界初のオファー送受信数制限

行動データを用いた機械学習

企業からアプローチする仕組み

適性検査結果含む多様な検索軸

決定に導くナレッジと支援体制

成功報酬型×低価格



The screenshot displays the OfferBox web application interface. At the top, there is a navigation bar with the OfferBox logo, the year 2023, and user information: "トップ OfferBoxデモアカウント アイブラグ花子 様 ログアウト". Below the navigation bar, there are two main sections: a notification area and a search area.

**運営からのお知らせ**

- 2021/04/13 お知らせ OfferBoxサービスの利用規約改訂について
- 2021/04/13 お知らせ サーバーメンテナンスのお知らせ
- 2021/04/12 お知らせ 時休業のお知らせ

**この機能の使い方**

① 内定承諾状況をご確認ください

内定承諾待ちの内定者 **8名**

内定者一覧より内定承諾の確定をお願いいたします。

内定者一覧を確認

**Q 学生を探す**

- 学生検索
- ラベル検索
- 検討中リスト
- 私を見てリスト

**Q 分析する**

- 適性検査 受検者管理
- 活躍人材分析
- 高評価学生分析
- 人材マップ

**検索**

ログイン日時: [選択]

性別:  男性  女性  その他

学校グループ:  旧帝大・早慶クラス  国公立クラス  
 MARCH・関関同立クラス  日東駒専・産近甲龍クラス  
 その他

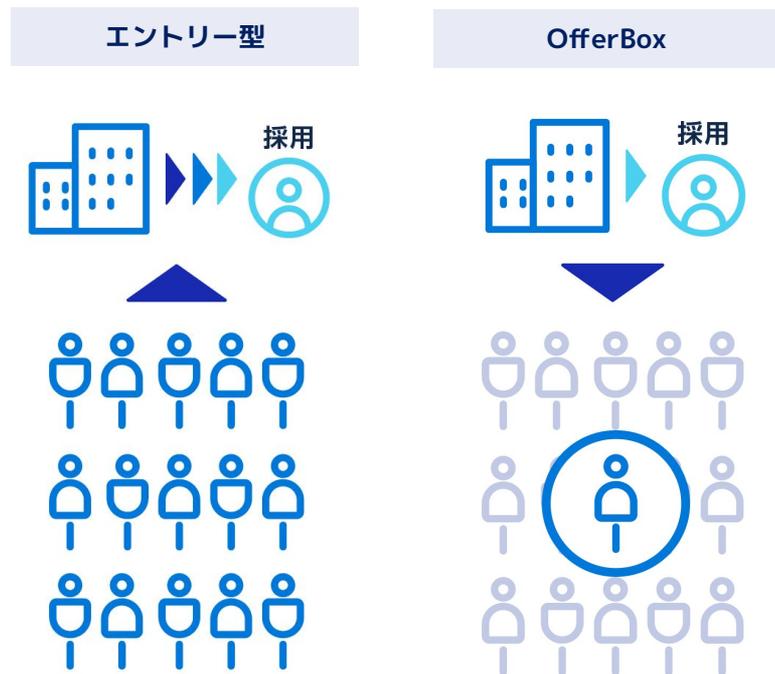
専攻: 学部を選択

現住所: エリアを選択

志望勤務地: エリアを選択

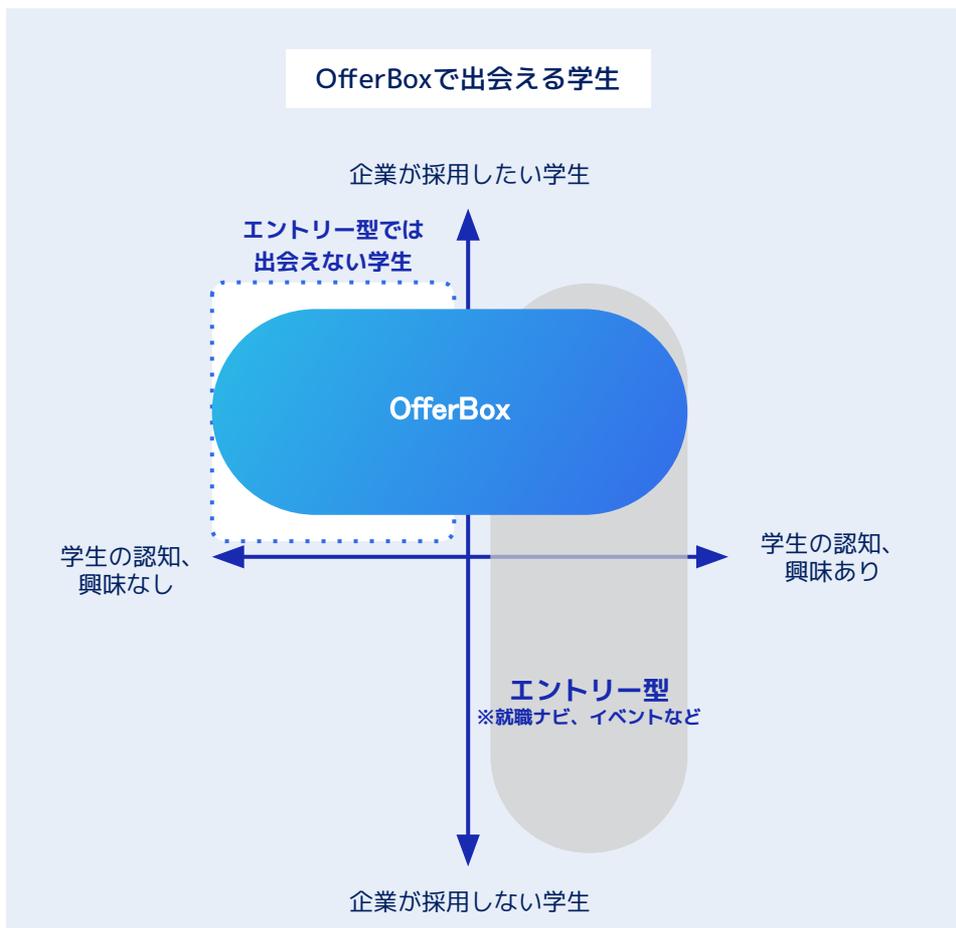
## エントリー型では出会えない学生を採用できる

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

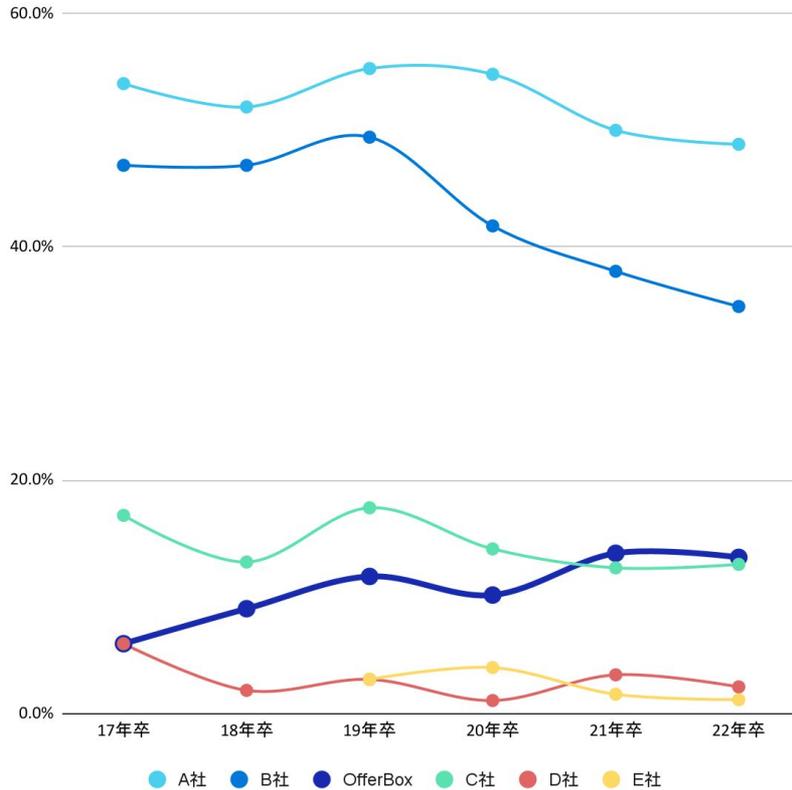
- ・ 認知の有無に左右されず、企業の魅力を学生に直接届けることができる
- ・ 採用したい学生に最初から絞り込むため選考プロセス上の工数を削減できる



## 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。

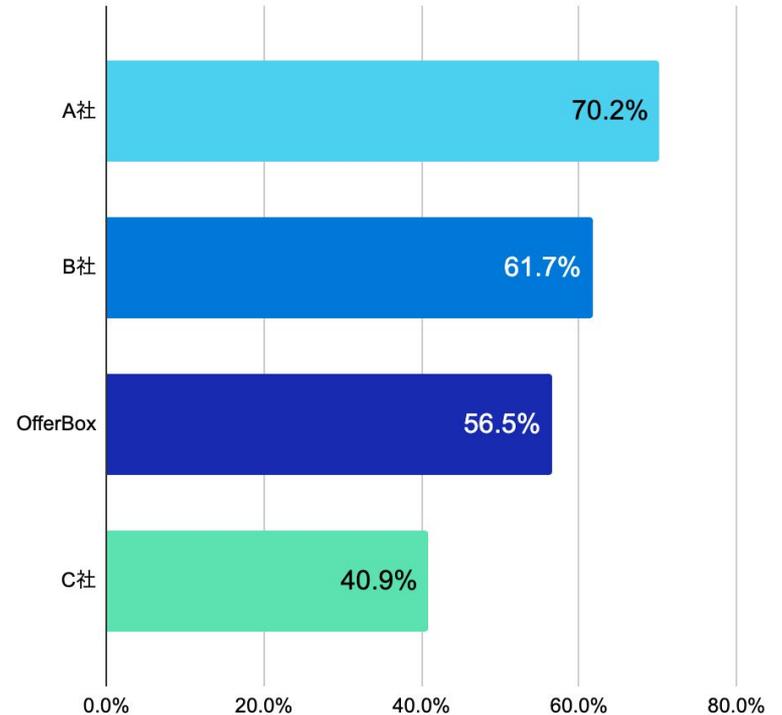
利用した就職サイト（企業）



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

## サービス構成

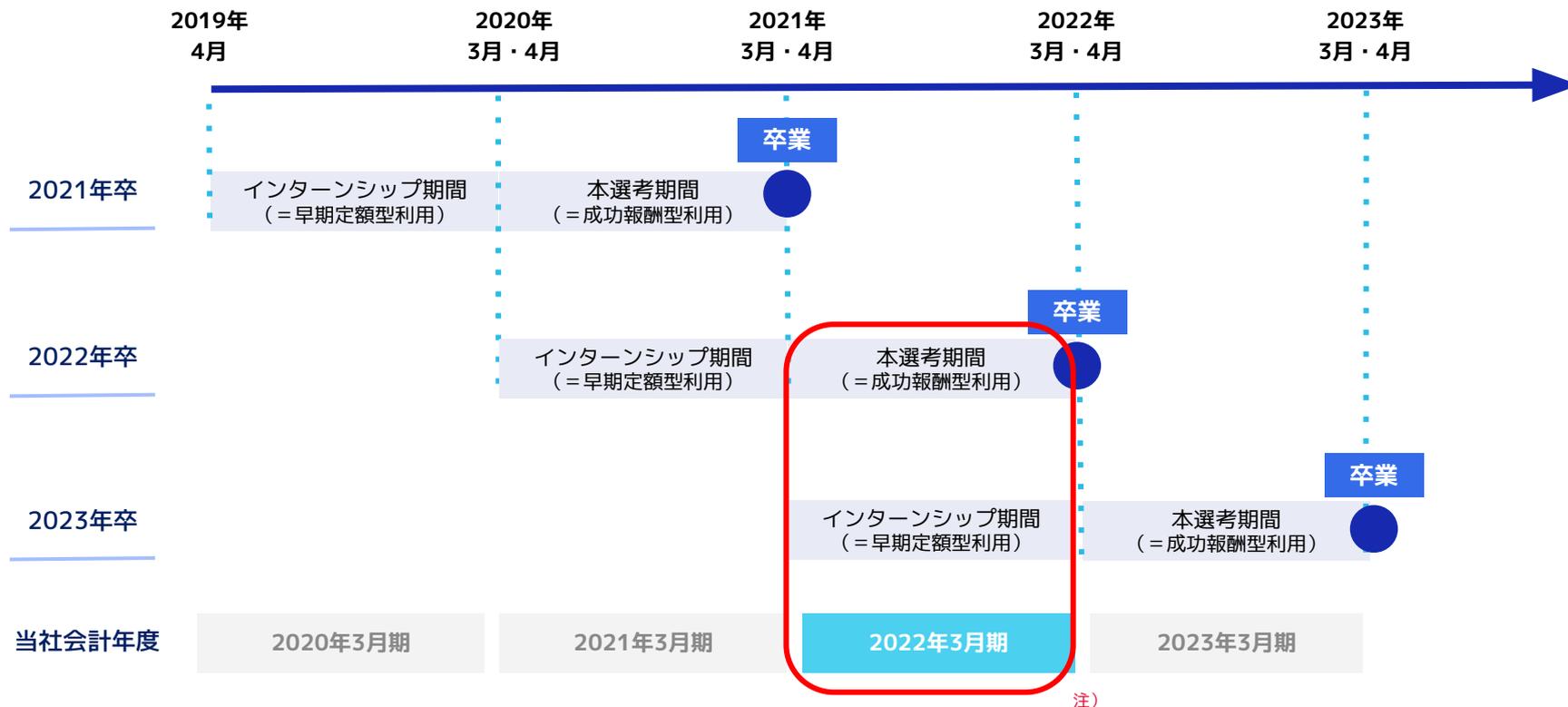
各社の採用戦略（採用人数、活動時期、採用課題）に合わせて2つのプランから選択することができる。



	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 <b>75万円</b>	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 <b>1名採用につき 38万円</b>	<b>1名採用につき 38万円</b>
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。



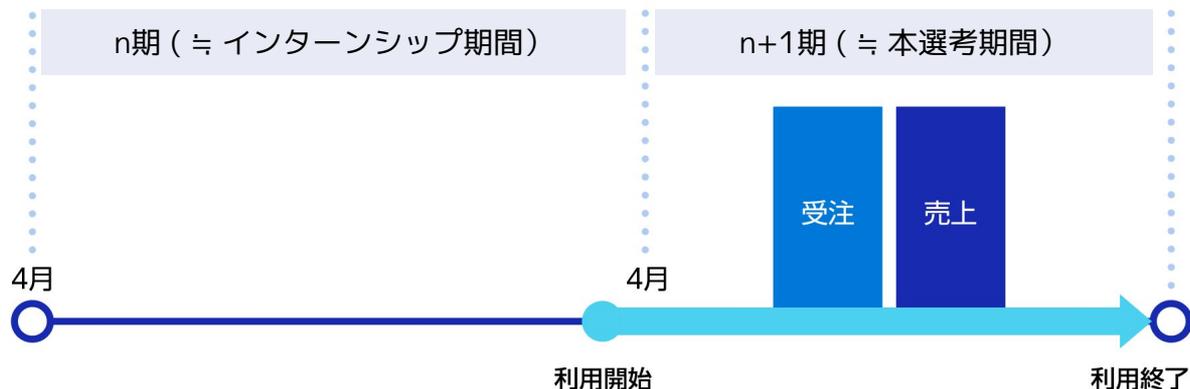
注) 例えば、2022年3月期においては、2022年卒業予定者の本選考期間（成功報酬型の利用）と、2023年卒業予定者のインターンシップ期間（早期定額型の利用）の2プランが収益合算されます。

## 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。

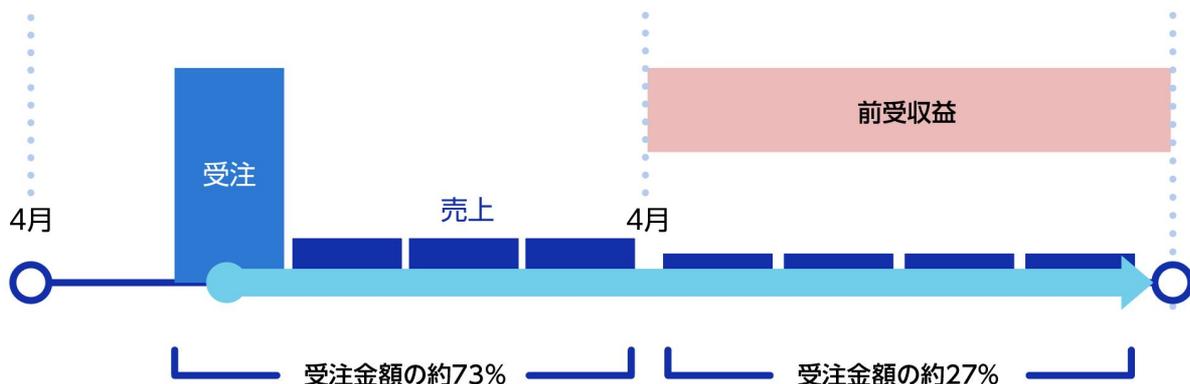
### 成功報酬型の場合

- ・ 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

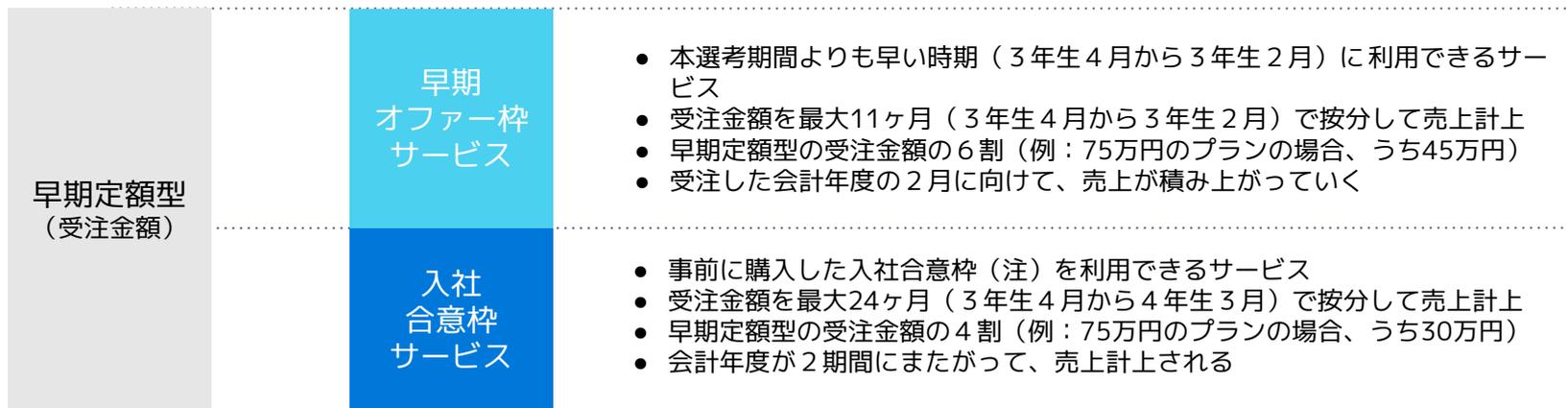


注1) 本選考期間とは、政府が定める就活ルールにおける3年生3月の採用広報解禁以降の採用広報および選考活動の期間を指します。

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。

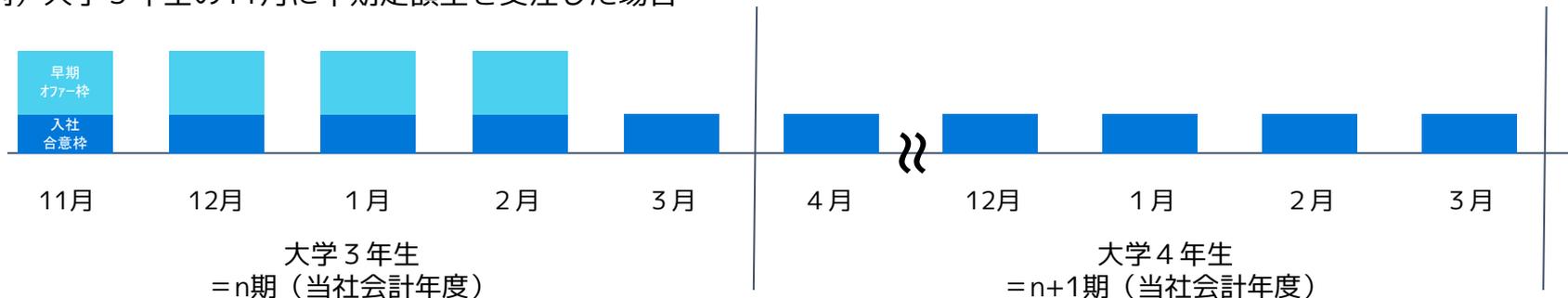
## 早期定額型の収益認識について

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合意枠サービス）  
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。（入社合意枠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。）

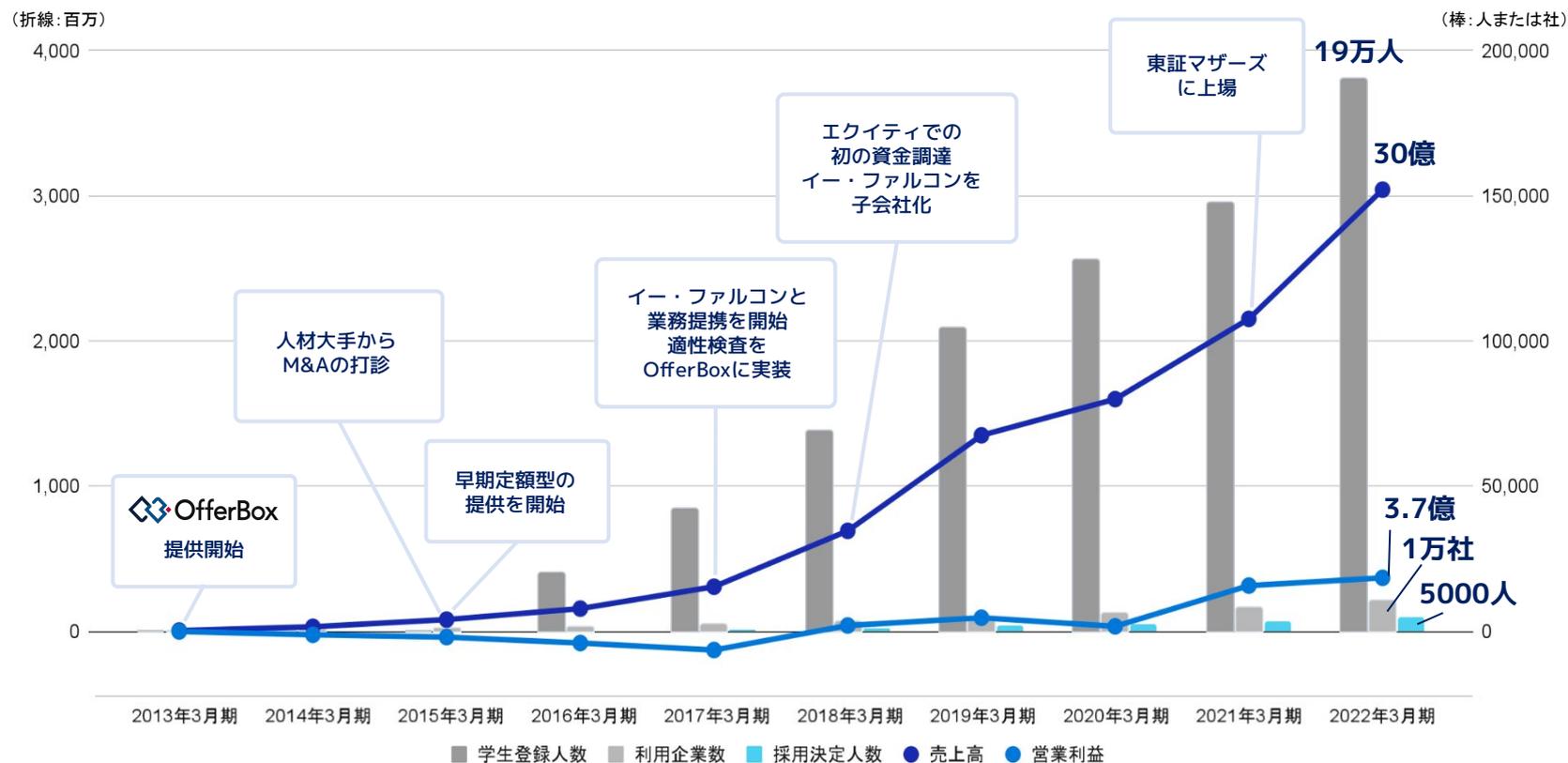
### 例）大学3年生の11月に早期定額型を受注した場合



# 創業からの10年の歩み

就活ナビが形成した採用慣行を変える難しさに直面したが、営業、開発、投資を粘り強く行い続け成長を実現。

業績及びOfferBox主要指標の推移



TOPIX

●2013年卒  
広報開始の後ろ倒し  
(12月広報開始、4月選考開始)

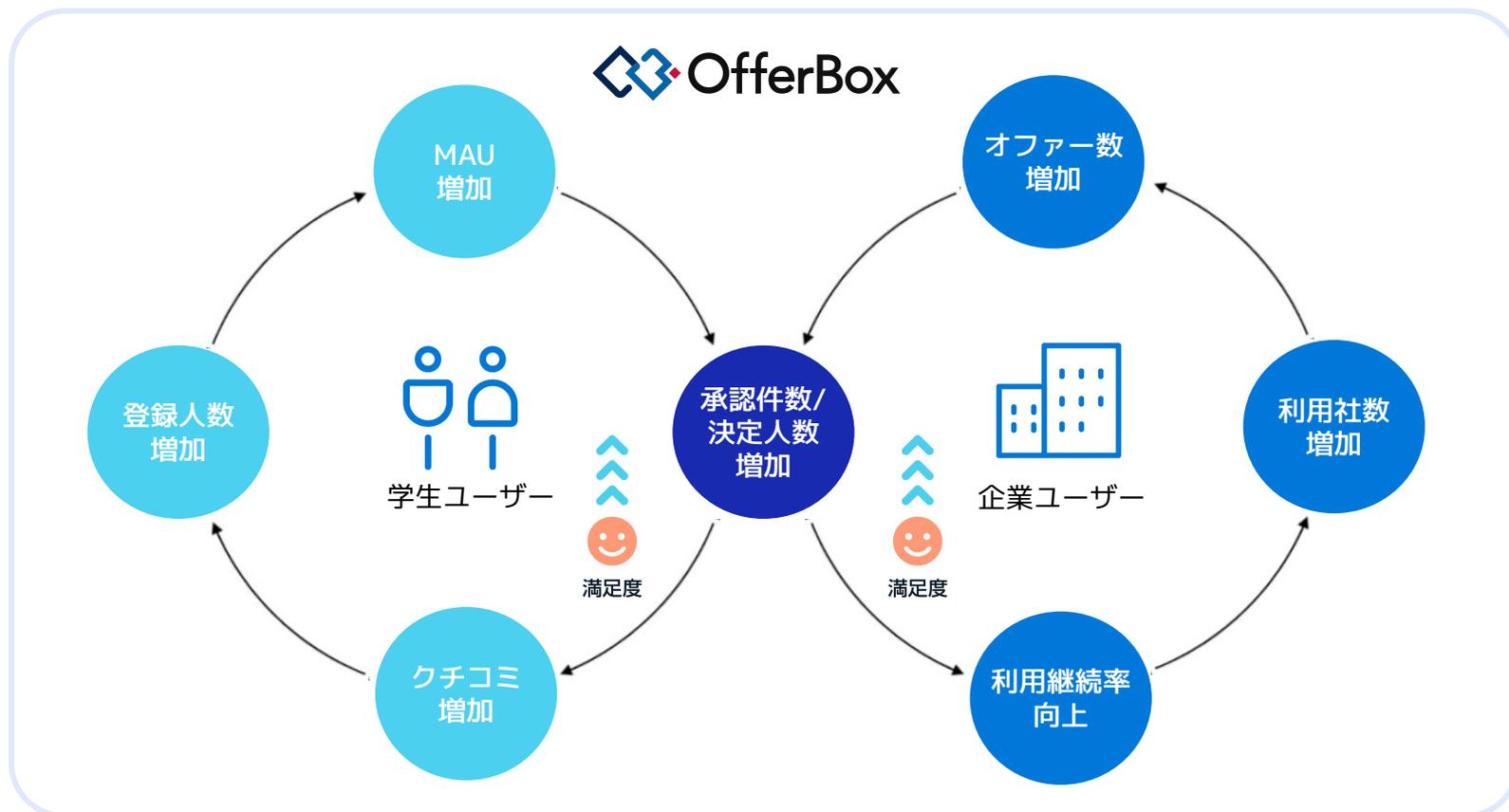
●2016年卒  
選考開始の後ろ倒し  
(3月広報開始、8月選考開始)

●2017年卒  
選考開始の前倒し  
(3月広報開始、6月選考開始)

●2021年卒  
経団連指針が廃止政府主導へ変更  
コロナの感染拡大によりオンライン選考にシフト

## 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。



主力事業であるOfferBoxについて

**中期経営計画について**

新卒事業

中途事業

適性検査事業

M&A戦略

その他の戦略的な取り組み

23年3月期業績予想について

Appendix

## 中期経営計画 の概要

### ■時代認識をアップデートし、Purposeを新設

一人ひとりが持つ、“キャリア・ポテンシャル”を引き出す。

### ■Vision2030の内容をより具体化

生涯のキャリア・ポテンシャルを最大化するためのアクションをあらゆる人が実行できる、プラットフォームを実現する。

### ■Vision2030に向け、OfferBoxが構築したモデルを礎に事業領域を拡大

- 新卒のミスマッチ解消に向けたOfferBoxのさらなる成長
- “HRtech×People Analytics”領域における新規事業投資の加速
- エコシステム構築に向けた規律あるM&Aの実行

## 計画数値

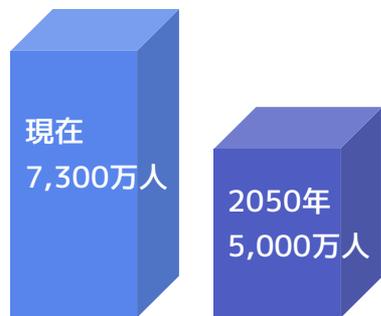
連結売上高            2025年3月期    97.2億円（年平均成長率47.3%）

連結営業利益        2025年3月期    19.8億円（営業利益率20.3%）

## 時代認識のアップデート

創業来、新卒採用のミスマッチ解消に軸足をおいて取り組んできたが、この10年で社会は大きく変化しており、時代認識そのものをアップデートしなおす必要があると考えた。

### 日本の労働人口の減少



労働人口減少にともなう潜在リスク  
国内需要の減少 国際競争力低下  
社会保障制度の崩壊 労働力不足 など

出典：総務省「平成30年版 情報通信白書」より

### 事業の寿命と働く期間の逆転

過去 事業の寿命 > 働く期間



テクノロジーの進化  
事業のライフサイクルの短期化  
人間の寿命・健康寿命の延伸

未来 事業の寿命 < 働く期間

×終身雇用  
企業と個人との関係性の見直し

### 人生100年時代のキャリア形成

「3ステージ」モデル



マルチ・ステージモデル



出典：書籍『ライフ・シフト 100年時代の人生戦略』

日本にとっても、企業にとっても、個人にとっても「マッチング」の重要性が高まる時代へ



## 一人ひとりが持つ、 “キャリア・ポテンシャル”を引き出す。

日々進化するテクノロジーや社会情勢を受け、大きく変化する私たちの暮らし。それを支える企業は変化する顧客のニーズに応えるべく、業界や慣習を超えた価値の発揮が求められています。

一方、私たち個人の仕事に対する価値観やワークライフバランスもまた変化しつつあります。

これからの時代は、企業成長の視点のみならず、個人が自分らしく活躍する視点が欠かせません。

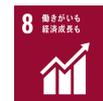
自分らしく活躍することとは、「一人ひとりが持つ多様な可能性の発揮」、「100年の生涯にわたる成長」、「新しい選択肢の獲得」を指し、私たちはそれらを“キャリア・ポテンシャル”と定義しています。

さまざまな価値観のもと多彩なキャリアが形成される「人生100年時代」。i-pluginがつくるのは、一人ひとりにキャリアの可能性を拡げるアクションを促し、生涯を通じて輝き続けるための“キャリア・ポテンシャル”を引き出すプラットフォームです。

学歴や経歴など表面的・一元的な基準ではなく、個々が持つ多様な能力、志向などを基準とした精度の高いマッチングを実現させれば、日本の労働市場の問題はチャンスに変わり、大きな力を呼び起こす。

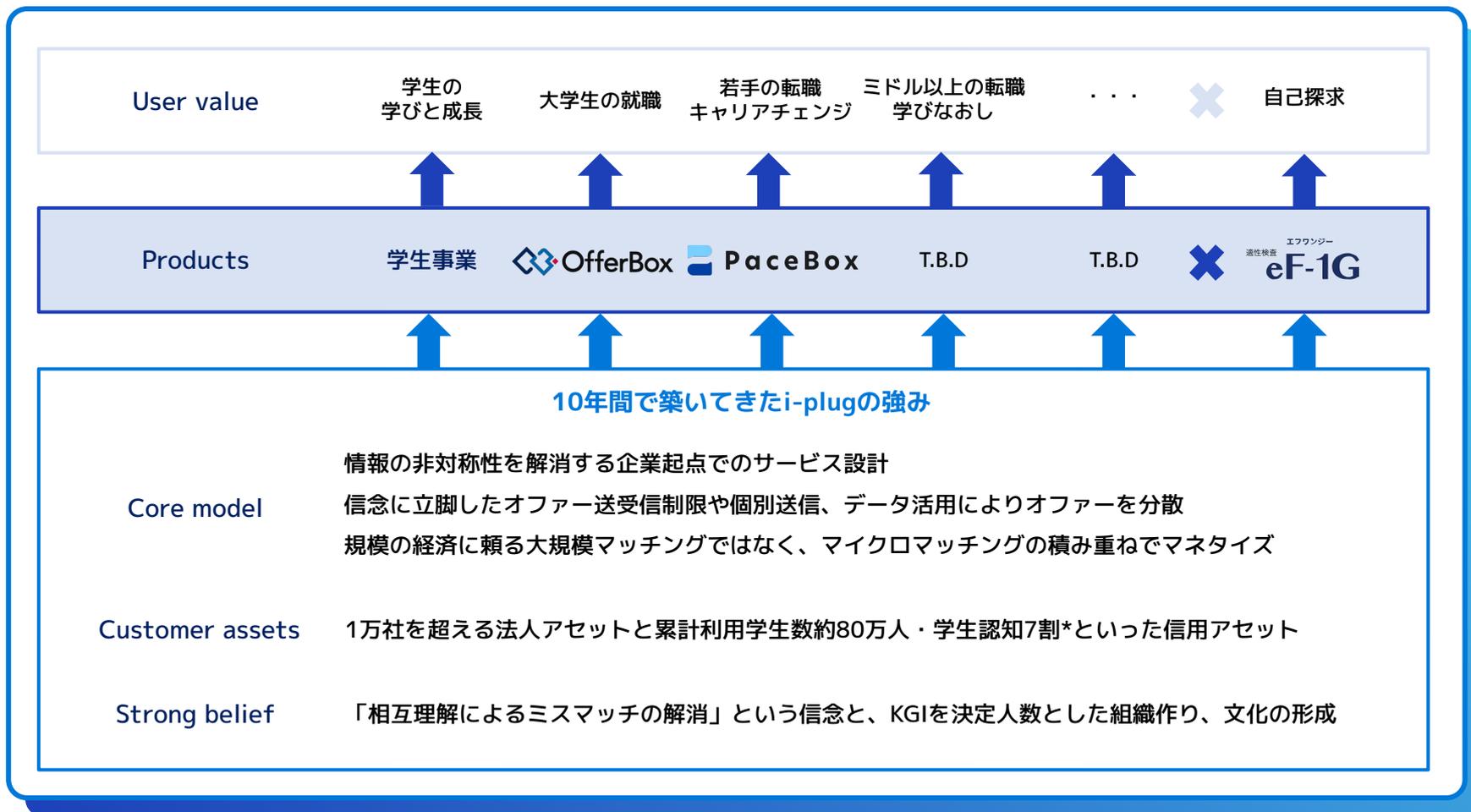
私たちは、そう信じています。

関連するSDGs：No.8「働きがいと経済成長の両立」



# Vision2030

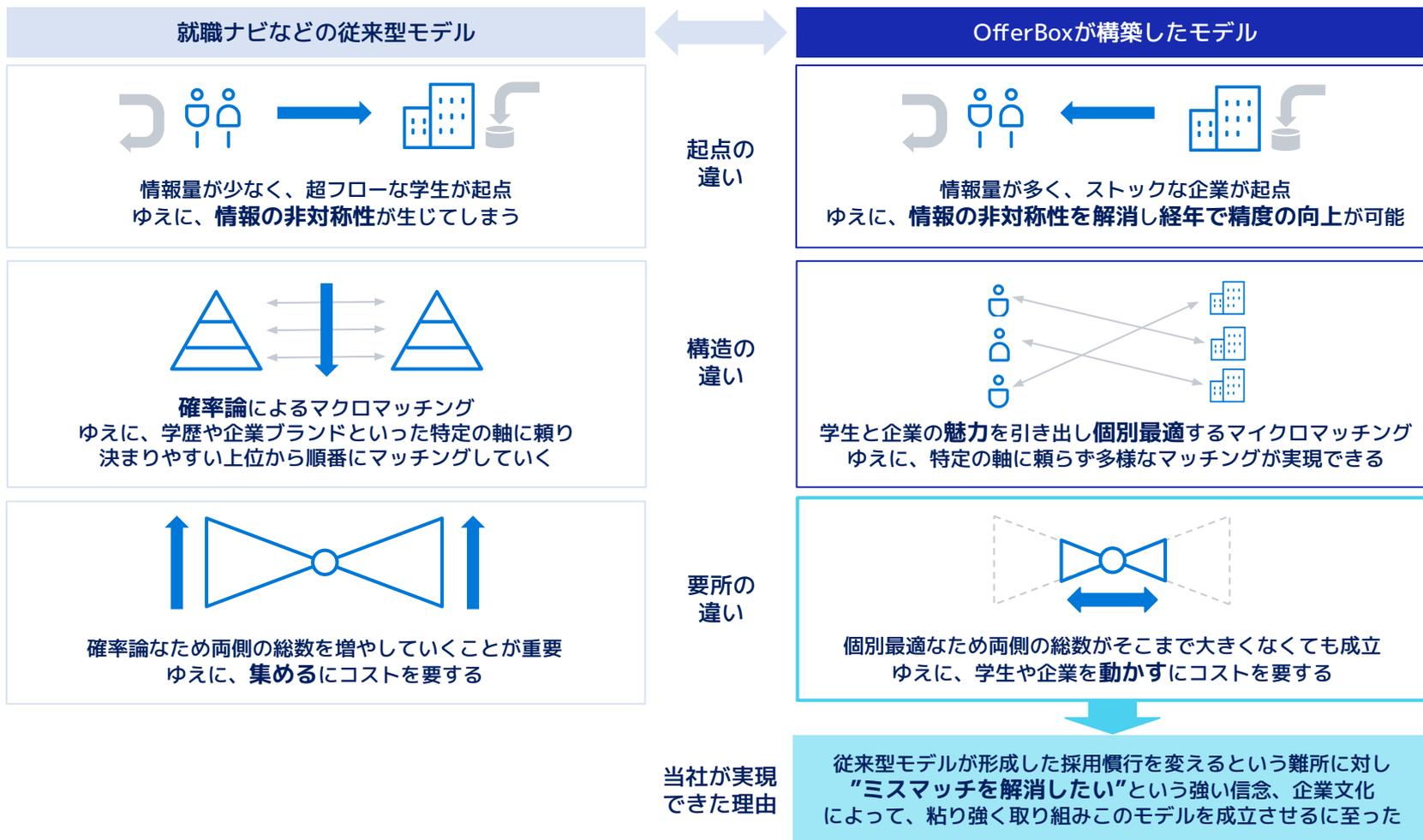
生涯のキャリア・ポテンシャルを最大化するためのアクションをあらゆる人が実行できる、プラットフォームを実現する。



\* 当社調べ

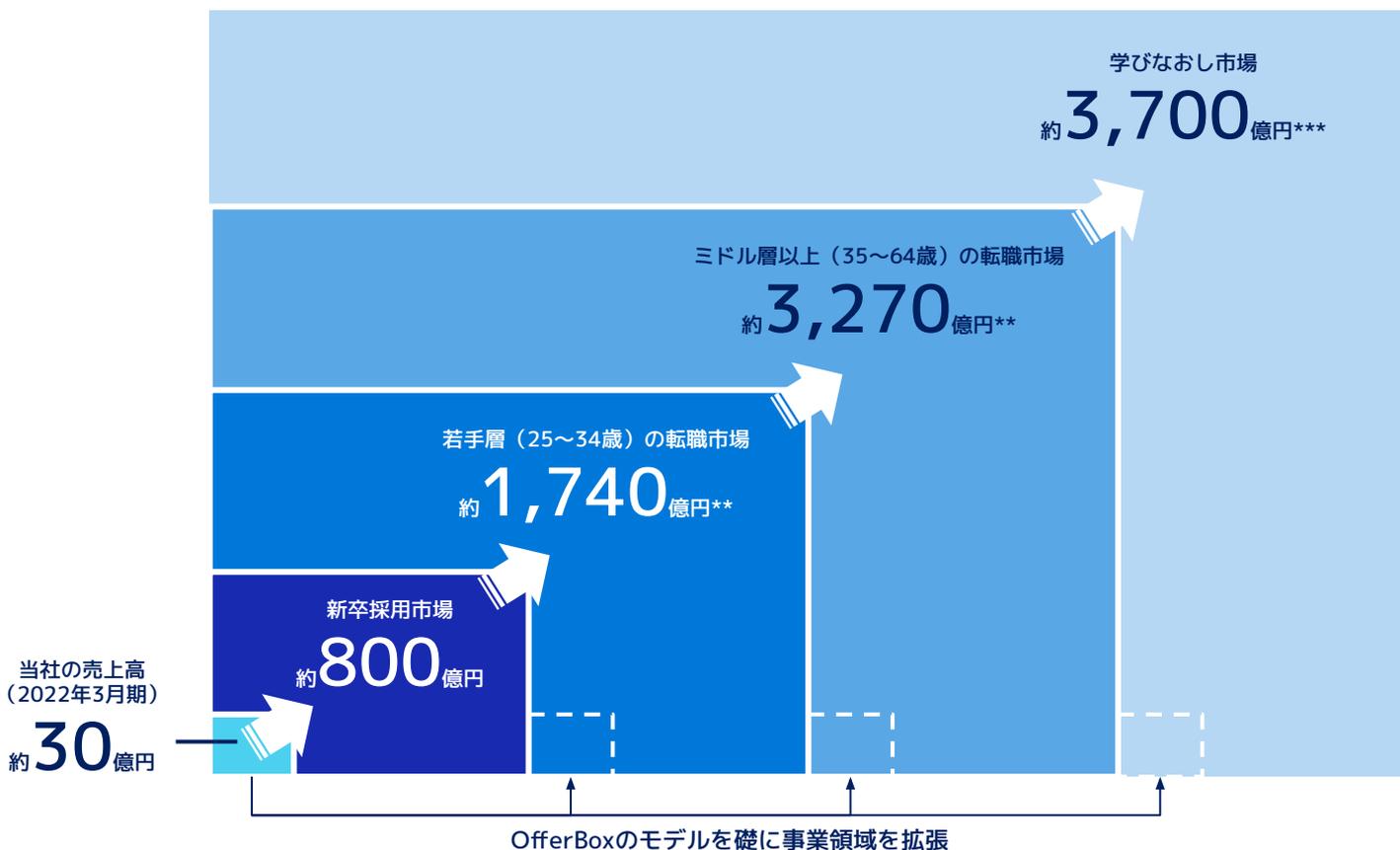
# OfferBoxが構築したモデル

長く解消が難しいとされてきた就職ナビの構造的課題を解消するモデルを構築できたことが当社の最大の強みである。



## TAMの広がり

若手層やミドル層の転職など新卒採用以外においても難易度は違えど就職ナビの構造的課題に近い状況にある。これらの市場に対してOfferBoxが構築したモデルは価値発揮できると考えており、ゆえに事業領域の拡張が可能。



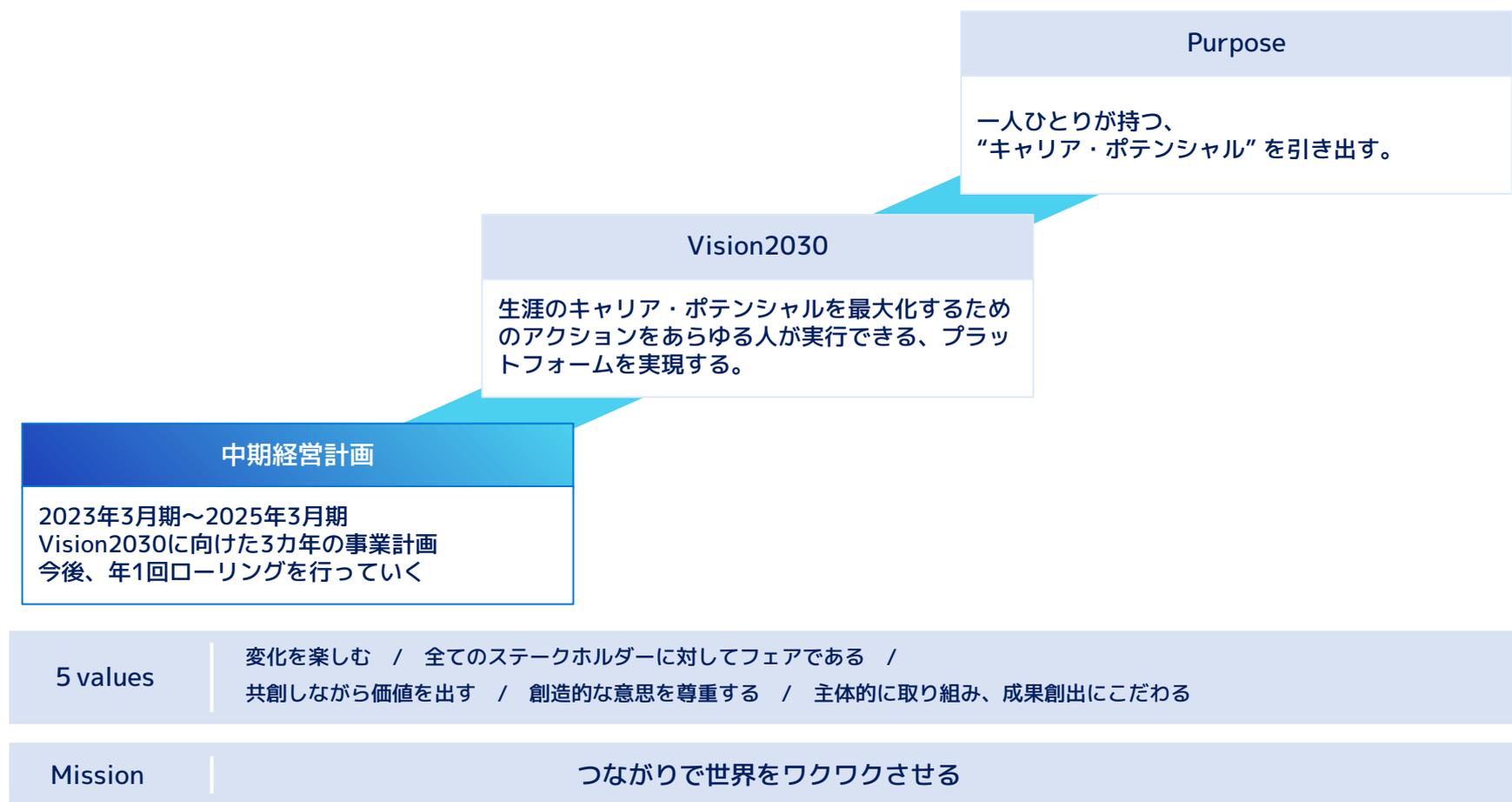
\* 新卒市場：当社実績及びより新卒採用市場主要企業の実績より当社にて推計

\*\* 若手層 (25~34歳) の転職市場およびミドル層以上 (35~64歳) の転職市場：Appendixの「転職市場における人材紹介・転職者市場規模試算」参照

\*\*\* 学びなおし市場：統計局「平成28年経済センサス-活動調査」、厚生労働省「令和2年度「能力開発基本調査」、産労総合研究所「2021年度 教育研修費用の実態調査」をもとに当社にて推計

## 中期経営計画の位置付けと考え方

今回発表する中期経営計画は、Vision2030を目指した第一歩となる事業計画となる。  
中期経営計画では3カ年の計画を示し、内外の変化を取り入れるため年1回の見直しを行うものとする。



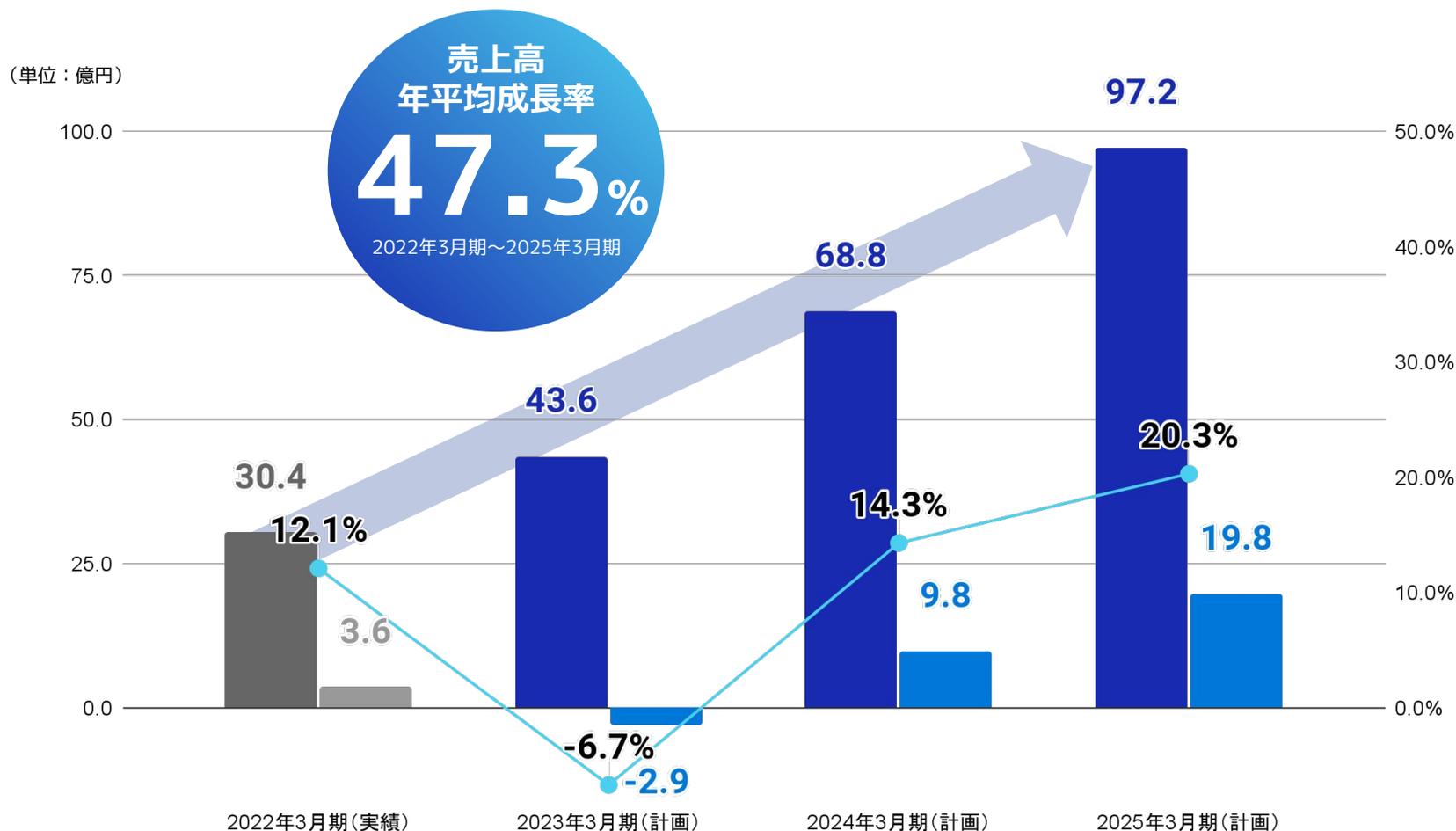
新卒のミスマッチ解消に向けたOfferBoxのさらなる成長

“HRtech×People Analytics”領域における  
新規事業投資の加速

エコシステム構築に向けた規律あるM&Aの実行

## 中期経営計画

連結売上高は、年平均47.3%での高成長を持続。連結営業利益率は、2025年3月期で20.3%を目指す。



## キャピタルアロケーションの方針

資本効率の改善を意識しながらも成長性を重視したキャピタルアロケーションを実行していく。

高い成長性の維持

資本効率の改善

### 方針

財務健全性を維持することを前提に、本計画により創出される営業キャッシュ・フローについては主に成長投資へ配分し、事業のさらなる成長及び資本効率の向上を図る

### 成長投資の優先順位

- ① 既存事業のさらなる成長を実現する投資
- ② 新規事業の開発及び成長を実現する投資
- ③ エコシステム構築に向けた戦略的M&Aの実行

主力事業であるOfferBoxについて

**中期経営計画について**

**新卒事業**

中途事業

適性検査事業

M&A戦略

その他の戦略的な取り組み

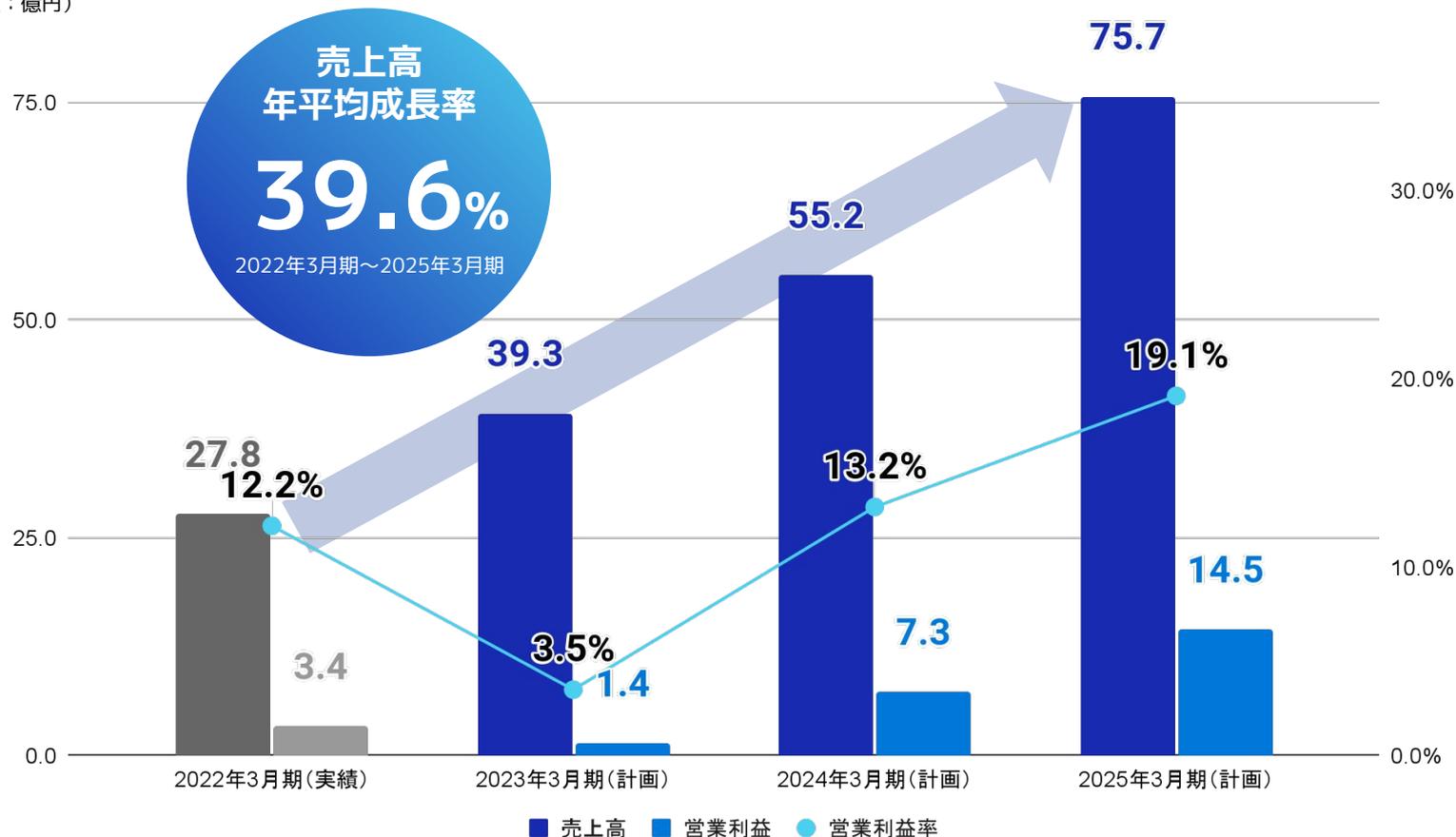
23年3月期業績予想について

Appendix

## 新卒事業計画

売上高は4割近い年平均成長率を持続。前述の継続企業の平均取引額の上昇に加え、営業の生産性向上や開発人員の採用による開発外注費の抑制、採用費用の抑制などにより、利益率は向上していく見通し。

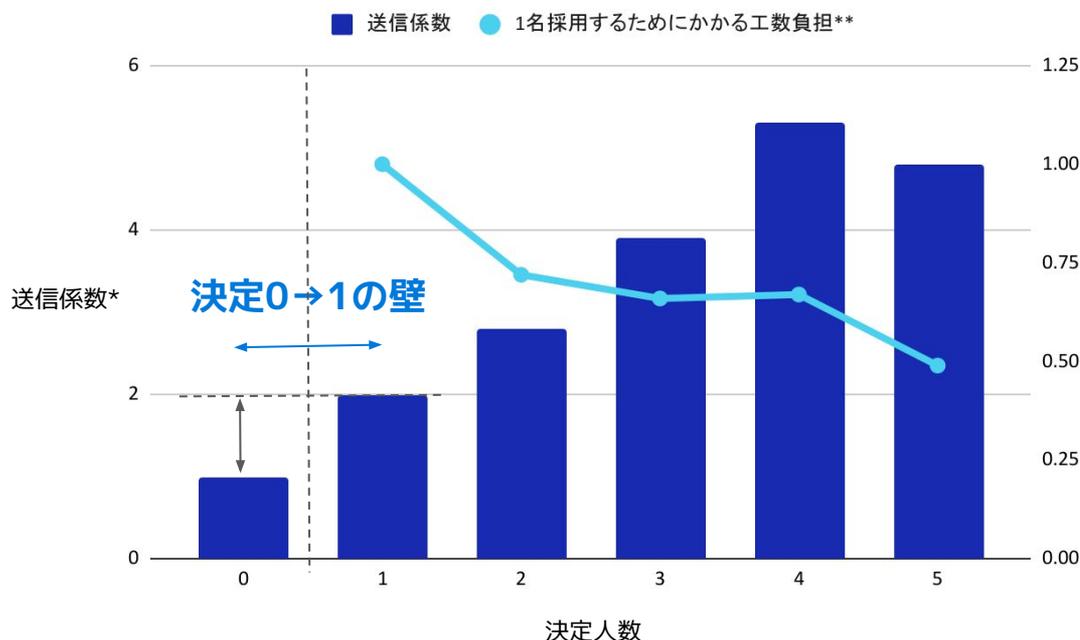
(単位：億円)



## ダイレクトリクルーティングのキードライバー

ダイレクトリクルーティングの運用成果は、企業からのオファー送信量に大きな影響を受ける。  
これまで以上にキードライバーであるオファー送信量を増加させる「動かす」施策を中心に講じていく考え。

### ダイレクトリクルーティングのパフォーマンス差



\*決定人数0名の際の平均オファー送信件数（22年卒）を1としたときの、各決定人数における平均オファー送信件数

\*\*各決定人数において、1名採用するため必要となる送信係数

### 当社成長の切り口

「オファー送信量」の増加



「オファー承認率」の改善

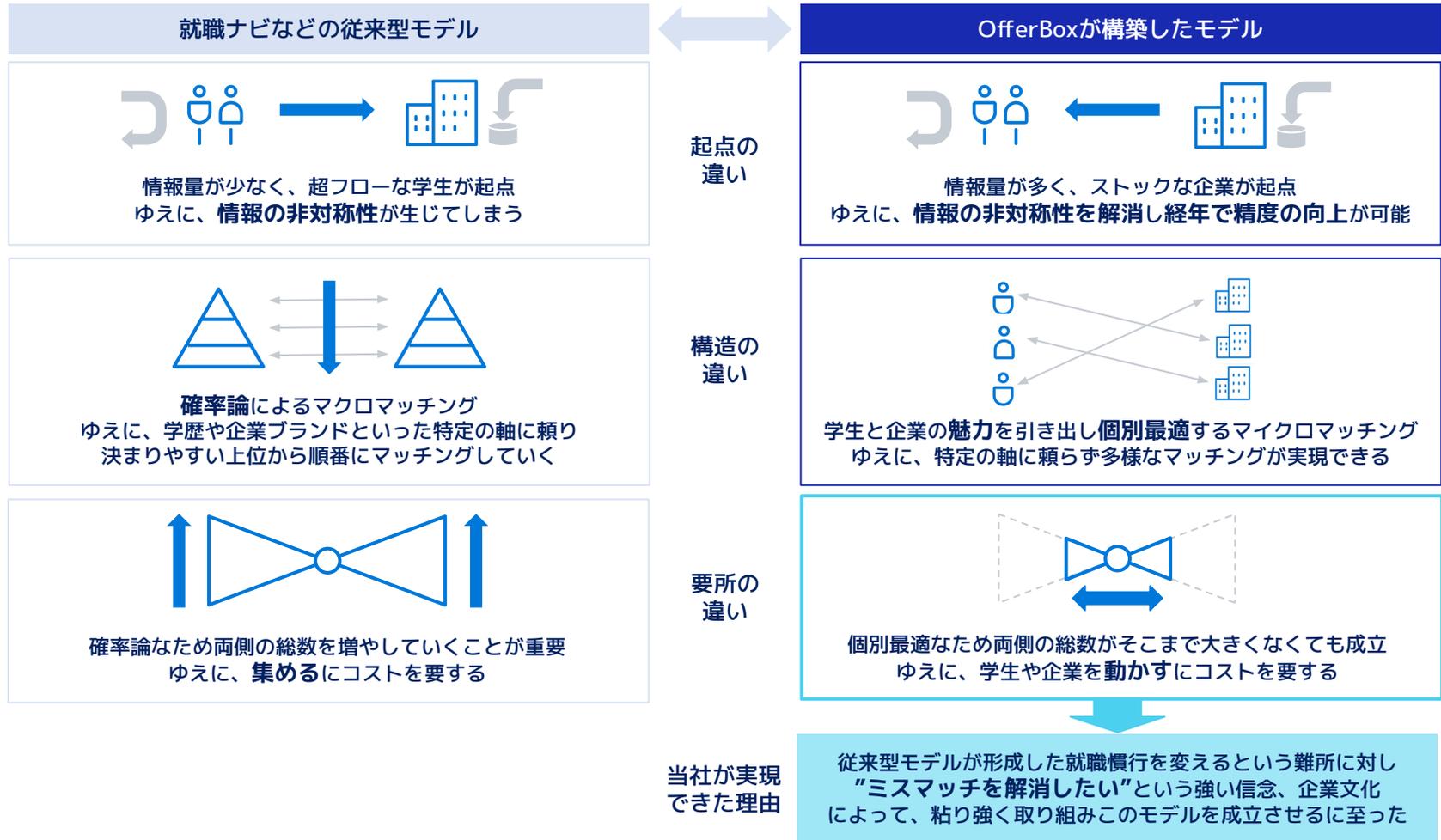


「オファー承認件数」の増加

※承認件数は決定人数との相関が高い

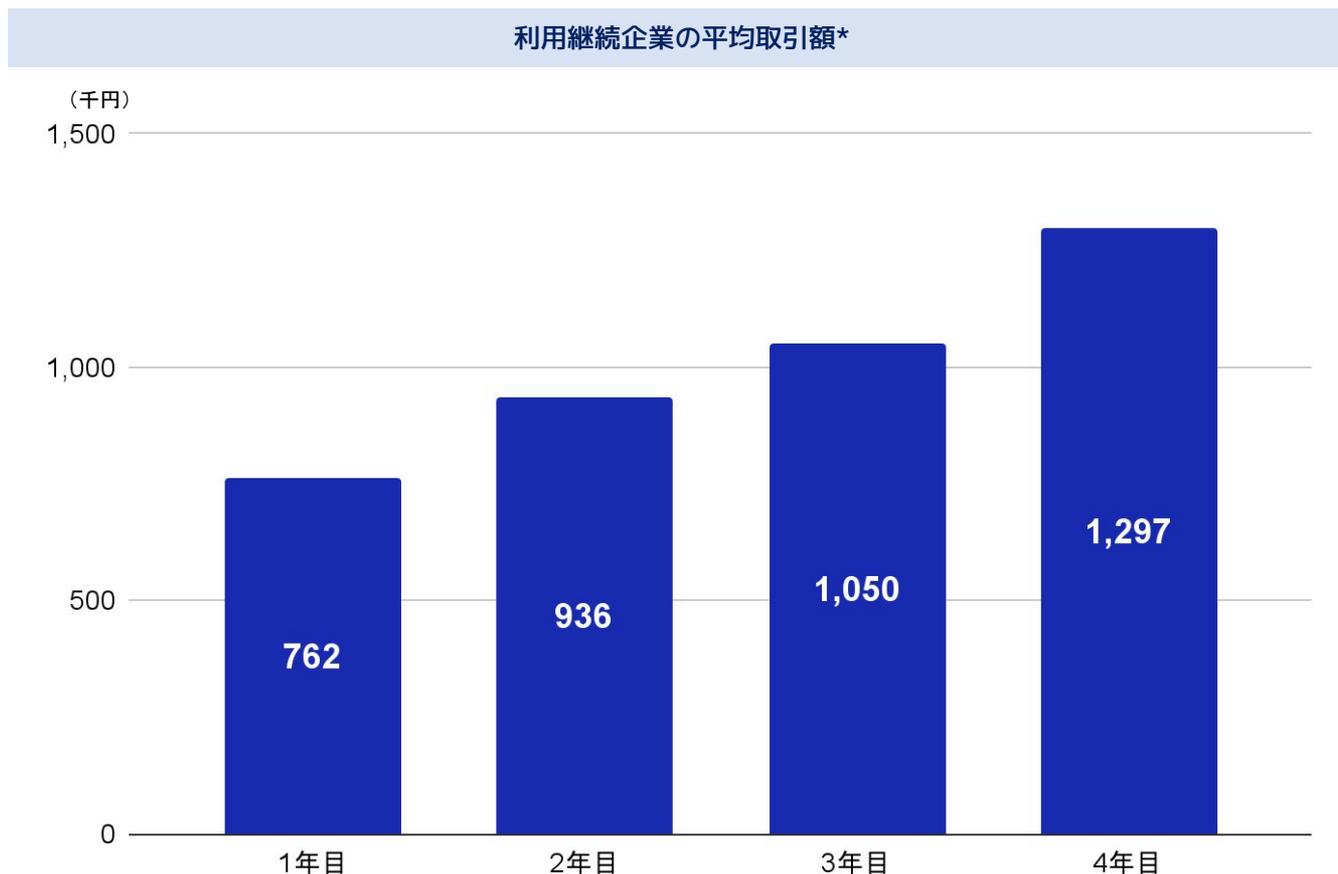
## OfferBoxが構築したモデル

従来型モデルでは解決できていない情報の非対称性の問題をOfferBoxは企業起点にすることで解消に成功。特定の軸に頼った確率論でのマッチングではなく、学生と企業の魅力を引き出す個別最適なマッチングを実現。



## 利用継続企業の増加に伴う収益性の向上

Step1から3により採用決定に至る企業が増加するため、利用企業の継続率も改善につながる見立て。  
利用継続企業の平均取引額は継続する程高まっており、収益性の向上につながる。



\*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

## OfferBox事業戦略の方針

2026年卒で2万人という決定人数を生み出すため、企業と学生の魅力をさらに引き出す施策を打ち出した上で、企業と学生の出会いの機会が広がるプラットフォームへの進化を目指す。

### 事業戦略の方針

### 決定人数の拡大

Step 1

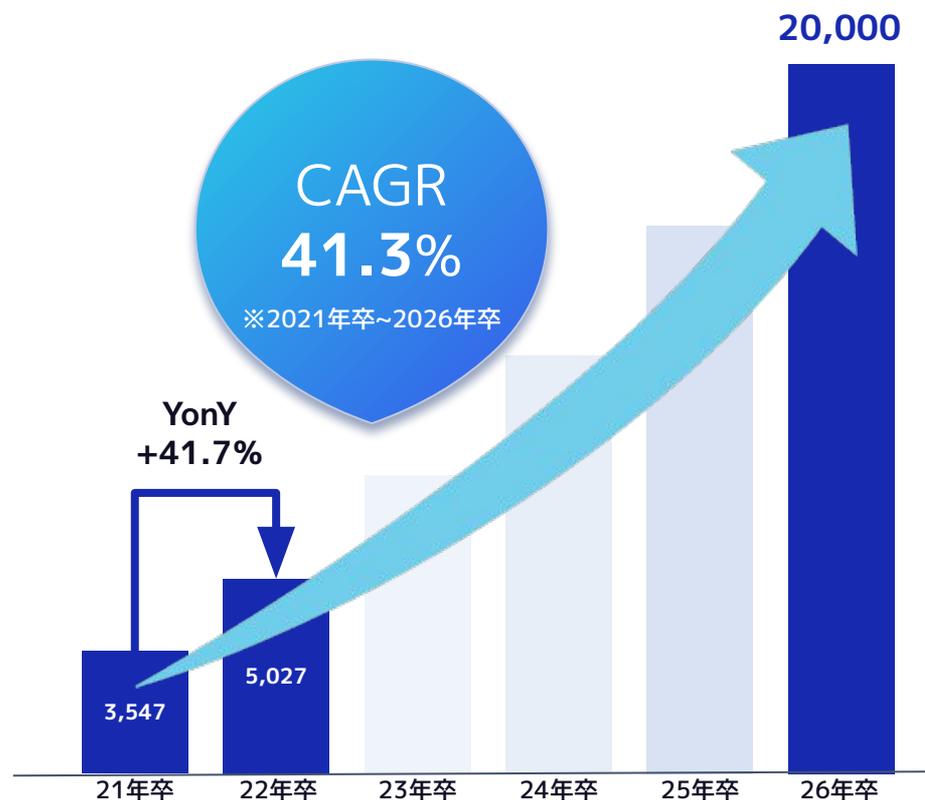
企業と学生相互の魅力をさらに引き出す機能改善

Step 2

企業と学生の出会いの機会を増加させる機能強化

Step 3

データ活用によるマッチング効率のさらなる向上



主力事業であるOfferBoxについて

**中期経営計画について**

新卒事業

**中途事業**

適性検査事業

M&A戦略

その他の戦略的な取り組み

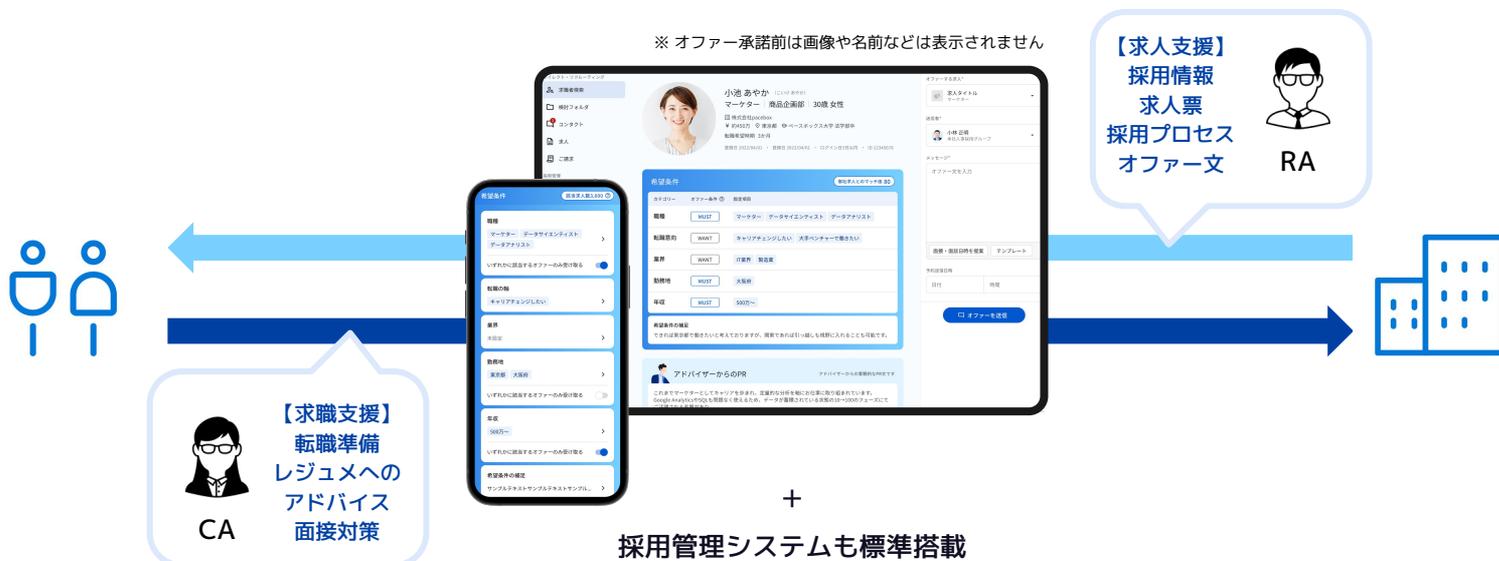
23年3月期業績予想について

Appendix

## 中途事業の概要

OfferBoxで培った技術・ノウハウをベースに、若手向けの転職サービスの課題を解決する機能やサービス、定着保証という新たな料金形態で提供することで、入社ではなく定着をゴールにした転職マッチングプラットフォームを実現。

## PaceBox 入社ではなく定着をゴールにした若手向け転職プラットフォーム



### 特徴

求職者と企業の可能性を引き出す  
プロのアドバイザーによるサポート



企業は求職者のMUST条件がクリアする  
求人のみオファーが可能な仕組み

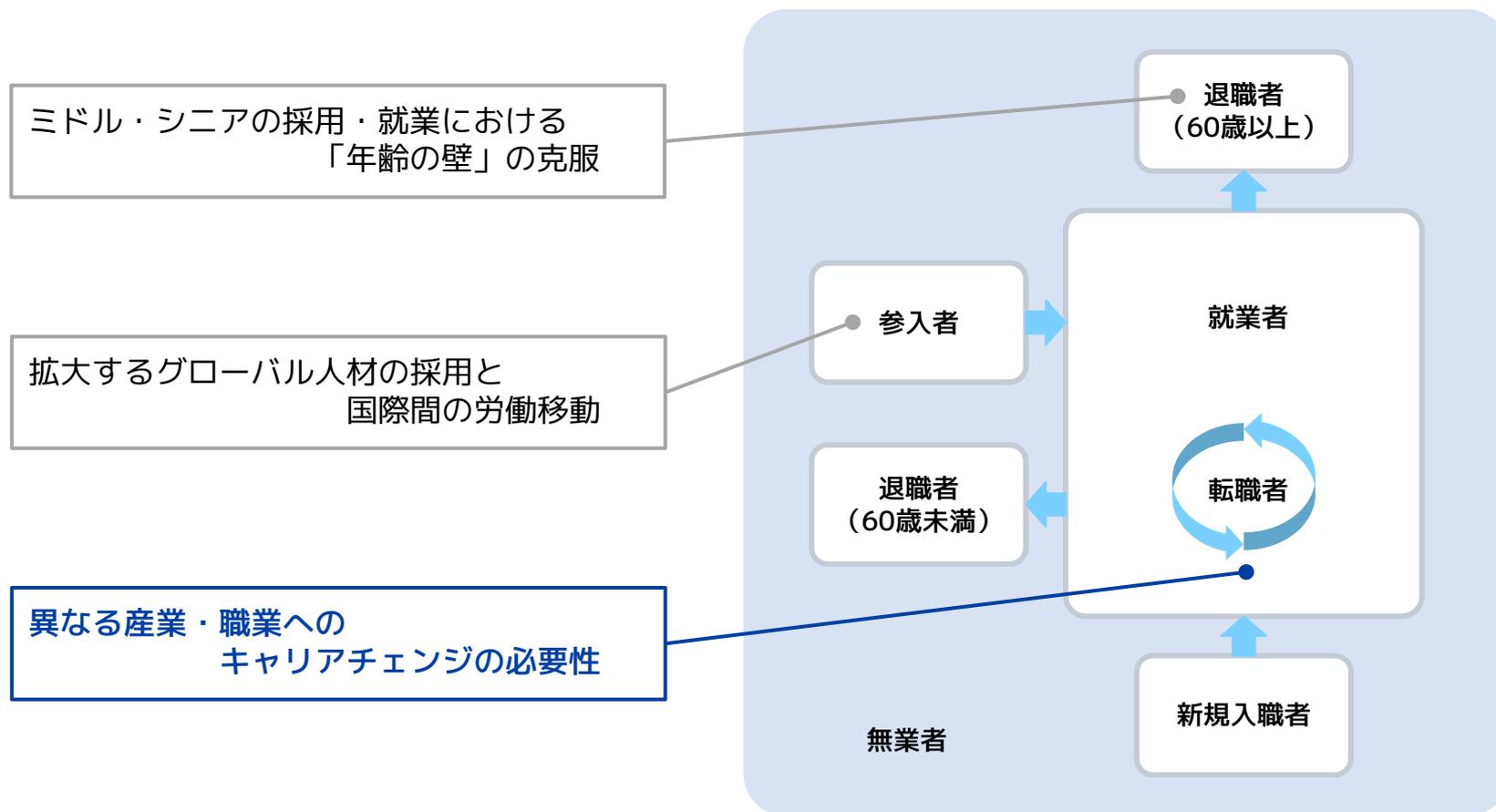


成功報酬型×低価格×定着保証で  
導入企業のリスクを最小化

OfferBoxで培ったマッチングプラットフォームの技術・ノウハウ

## 日本の労働人口減少の問題解決に向けた重点テーマ\*

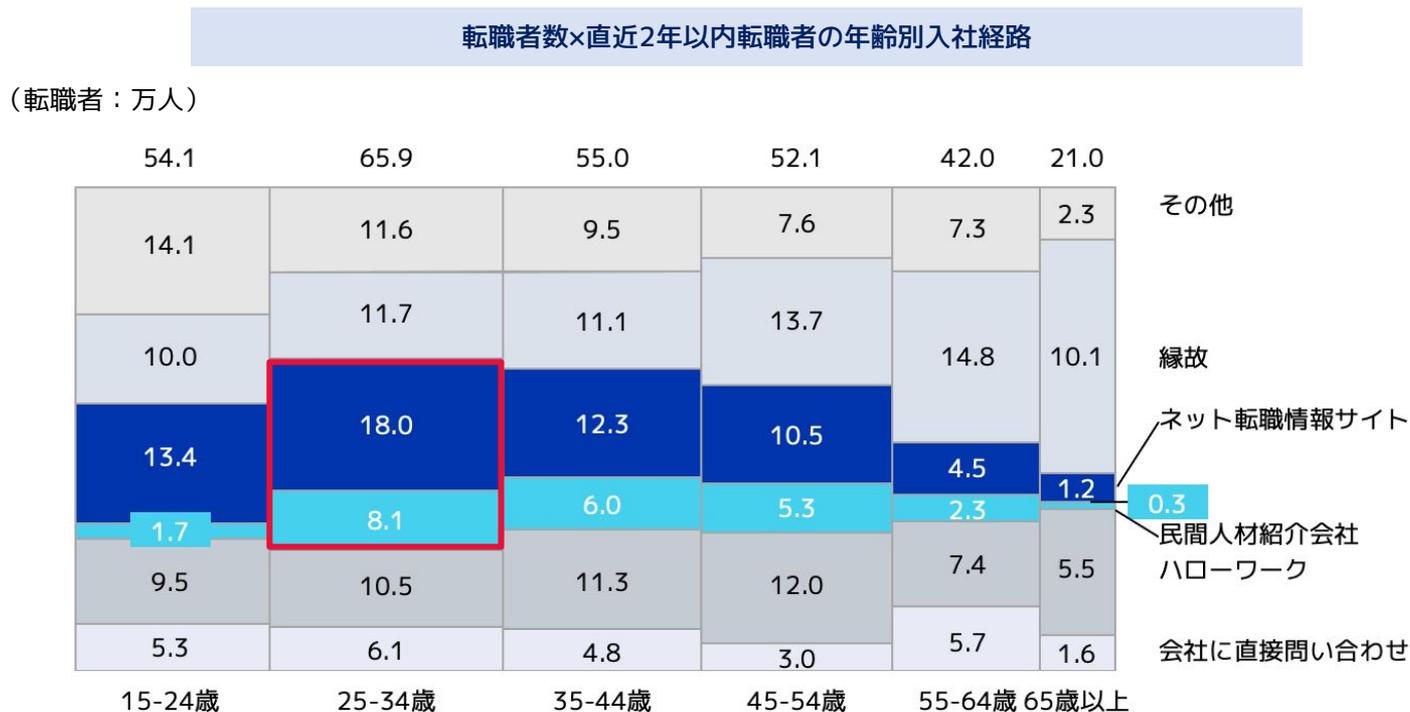
産業構造の変化に伴い職種構造も変わってくるため、異なる産業や職業へのキャリアチェンジの必要性が高まってくるが、決して容易ではなく、求職者が持つ職務経歴から異なるキャリアに活かせる要素を見出すことが不可欠となる。



\*一般社団法人日本BPO協会『2020年の労働市場と人材サービス産業の役割（2020年の労働市場と新たな課題）』より

## 若手層の転職市場のポテンシャル（１）市場規模と年齢別入社経路

転職者数で見ると、年齢セグメント別で最も多く、かつその他転職経路への拡張余地も十分なボリュームがあると言える。



若手\*転職市場  
民間サービス経由転職者数

26.1万人

\*25-34歳の転職者を指す

ミドル以上\*\*転職市場  
民間サービス経由転職者数

40.9万人

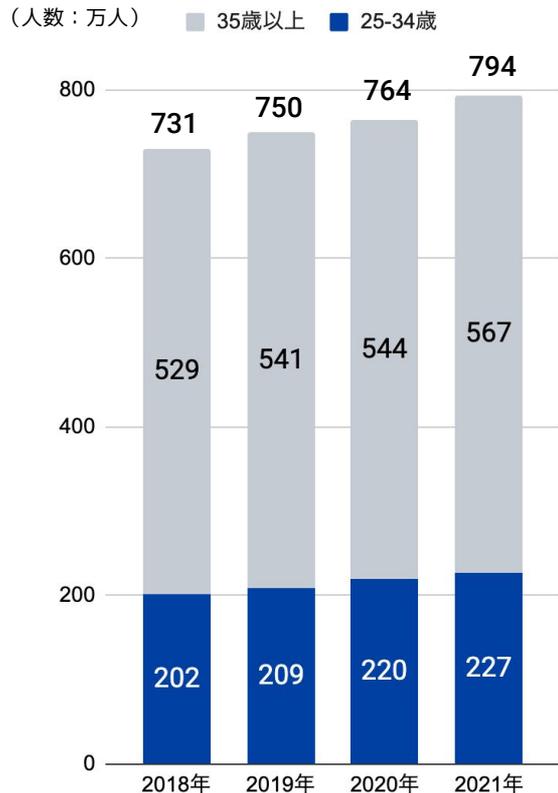
\*\*35-64歳の転職者を指す

出所：リクルートワークス研究所『全国就業実態パネル調査（年齢別入社経路）』及び総務省『労働力調査（年齢階級別転職者数及び転職者比率）』の2021年のデータをもとに当社にて作成

## 若手層の転職市場のポテンシャル（２） 転職希望者と転職者との乖離

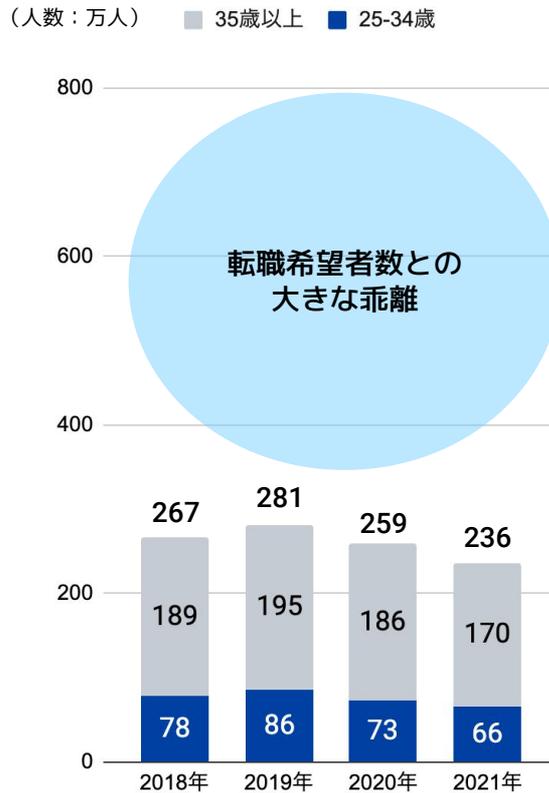
転職希望者数は増加傾向にある一方で、転職者数は減少しており、その差には大きな乖離がある。乖離の要因を解消することができれば、さらなる市場成長が期待できる。

### 転職希望者



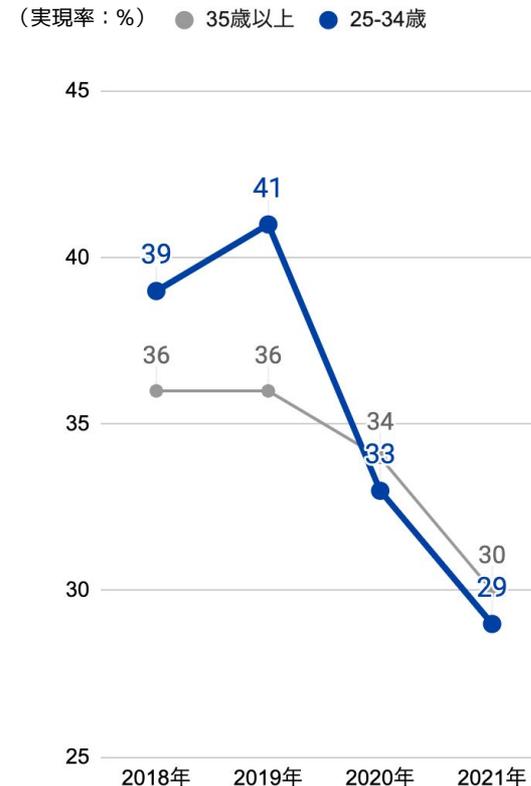
出所：総務省『労働力調査（転職希望者数）』

### 転職者



出所：総務省『労働力調査（年齢階級別転職者数及び転職者比率）』

### 転職実現率



※左記の転職希望者数と転職者数より算出

## 若手層の転職市場における構造的課題

民間サービス以外での転職や、転職希望者数と転職者数との乖離といった事象の要因は、現在の民間サービスが十分に求職者や企業に価値提供できていない点にあると考えている。この構造的課題に対して新サービスで解決を目指す。



## FaceBoxの特徴（1）

# 求職者と企業の可能性を引き出すプロのアドバイザーによるサポート

若手求職者のはじめての転職やキャリアチェンジや企業のダイレクトリクルーティングを活用した若手層採用を、オンライン中心にプロのアドバイザーが帯同することで求職者と企業の魅力を引き出し、マッチング精度を高めていく。

### 転職先企業の紹介をおこなわない キャリアアドバイザー

- 求職者の好きなタイミングにチャットでキャリア相談
- キャリアアドバイザーは転職先企業の紹介はおこなわず、求職者に寄り添い、個人のキャリア開発を支援

### 企業の魅力を引き出す リクルーティングアドバイザー

- 20代～30代の採用のプロが求人票作成や採用プロセス設計、オファー文の作成を各社のターゲット人材に合わせてサポート
- さらに、求人票の作成機能や採用管理機能（今期中リリース予定）が追加利用料無しで利用可能



## FaceBoxの特徴（2）

# 求職者のMUST条件をクリアしなければオファーが送れないオファー制御

求職者ごとに良い求人を届けられる仕組みにすることにより、求職者への不要なオファーの流通を減らすとともに、企業の求人票の見直しを促進することで企業サイドの改善サイクルを加速させる。

### オファーコントロール機能

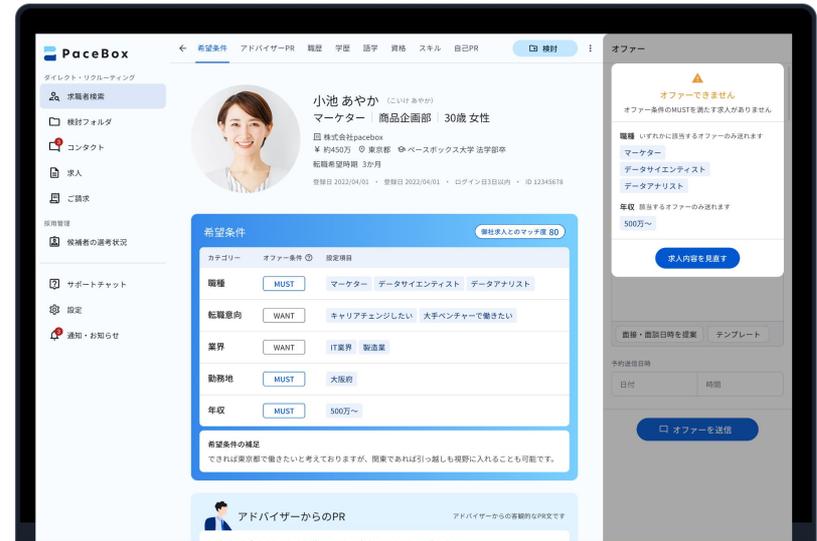
- 従来サービスでは希望していない企業からのオファーが大量に届き、自分に合ったオファーを見逃してしまうことも
- PaceBoxの「オファーコントロール」機能を使えば希望条件に合わない企業との選考にかかる時間を削減できる
- 希望条件に該当する求人数もわかるため転職市場における自分の立ち位置の把握にもつながる



### 求人票の見直しポイントをレコメンド

- 企業側から求職者情報の詳細画面にて求職者の「MUST」条件を確認することが可能
- オファーを送信するために求人票のどの部分の見直しが必要かをシステムがレコメンドし、求人票の改善をサポート

※ オファー承諾前は画像や名前などは表示されません



## 成功報酬型×低価格×定着保証で導入企業のリスクを最小化

OfferBoxでの実績があるからこそできる料金形態を実現。さらに「定着保証」制度により企業の導入リスクを下げ、「定着」をゴールにしたサービス強化に取り組むことで企業だけでなく求職者のキャリア形成\*にも貢献していく。

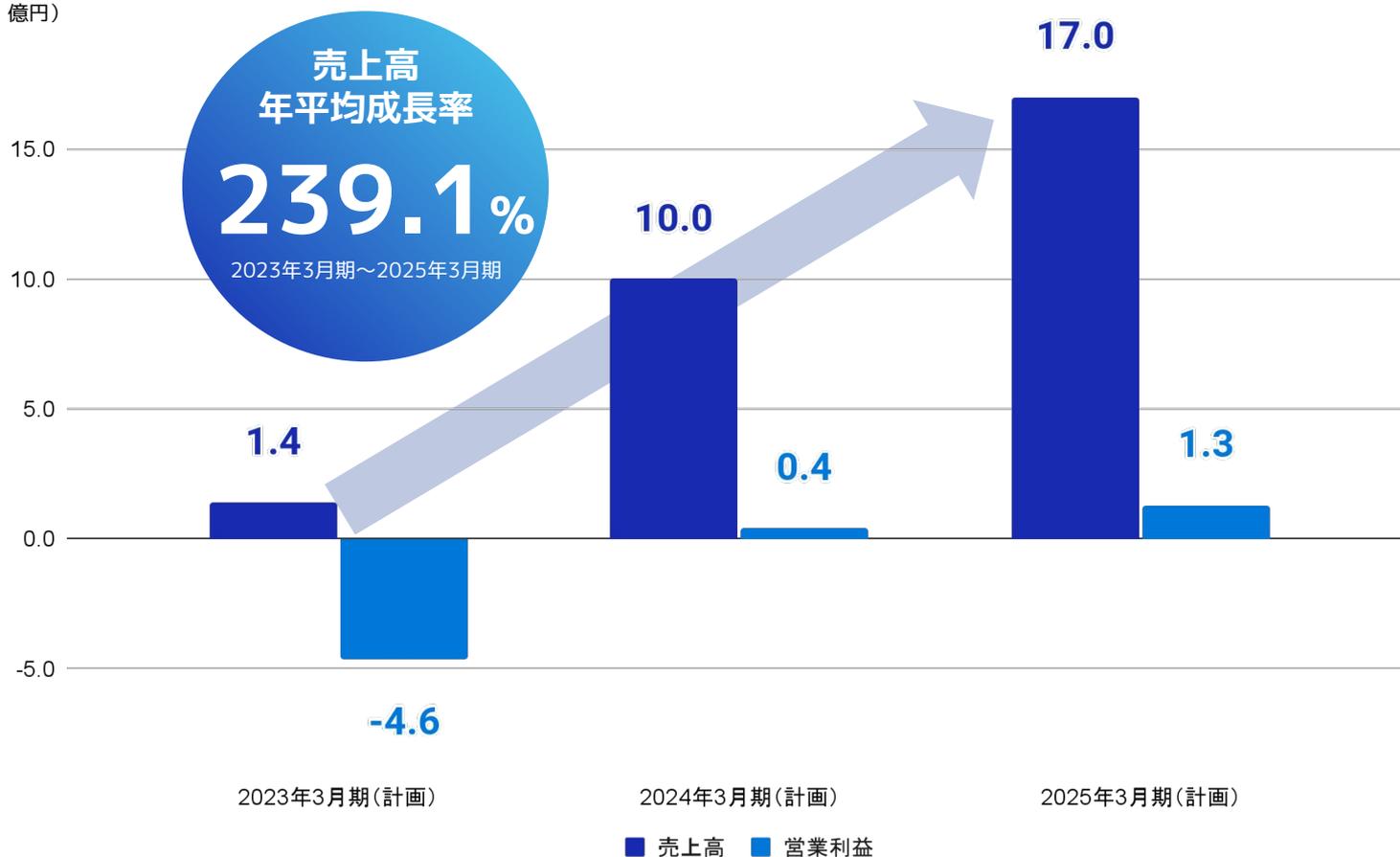
利用料	利用料 <b>15万円⇒0円（初期費用0円キャンペーン実施中）</b>
成功報酬	<b>1名採用につき一律 50万円</b>
定着保証	<p>安心の保証期間 <b>2年間</b></p>  <p>1年目</p> <p>2年目</p> <p>9ヶ月で退職の場合は32万円+税を返金</p> <p>19ヶ月で退職の場合は12万円+税を返金</p>

\*定着率が高まることで一定期間特定の職務経験を積み、キャリアポートレートを充実させることができるため個人のキャリアを上げることにつながる

## 中途事業計画

競合ひしめく転職市場につき、事業の垂直立ち上げのために先行投資を実行するため、初年度は赤字を見込む。2年目からは、営業利益ベースで単年での黒字化を目指す。

(単位：億円)



主力事業であるOfferBoxについて

**中期経営計画について**

新卒事業

中途事業

**適性検査事業**

M&A戦略

その他の戦略的な取り組み

23年3月期業績予想について

Appendix

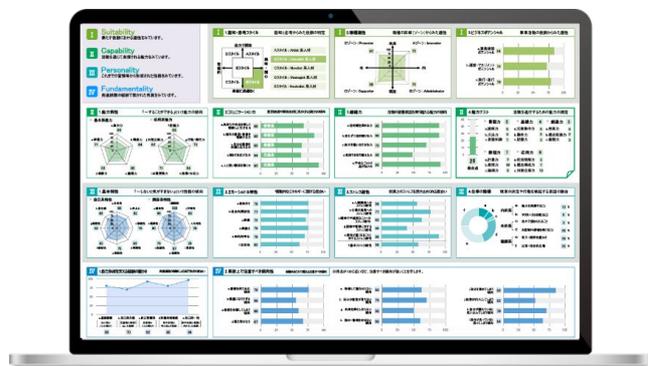
# 適性検査事業の概要

新卒採用・中途採用から育成、登用などの人材フローのあらゆる場面で、一貫して活用されている適性検査を提供。

エフワンジー  
適性検査

## eF-1G

採用から社員の能力開発まで一貫して活用できる適性検査



採用での活用シーン



社内での活用シーン



分析結果の活用

## 特徴

測定項目は業界最多の194項目、欲しい人材を的確に把握可能

心理学・統計学・比較文化学の専門家監修による高い信頼性

20年の確かな実績 (2022年3月現在)

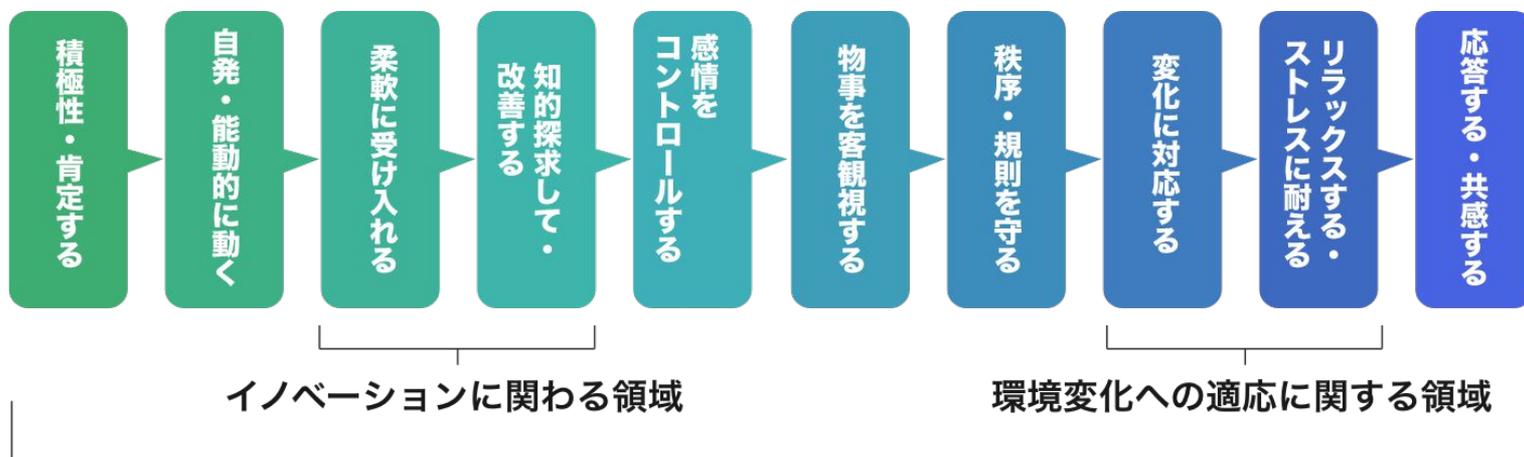
導入実績  
1000社以上

年間受検者数  
10万人以上

総受検者数  
400万人以上

## 考えられる測定領域の全てを網羅

適性検査eF-1Gの測定項目数は業界最多\*の194項目。「イノベーションに関わる領域」や「環境変化への適応に関する領域」など、時代の流れを踏まえた働く上で重要な領域をも測ることができる。



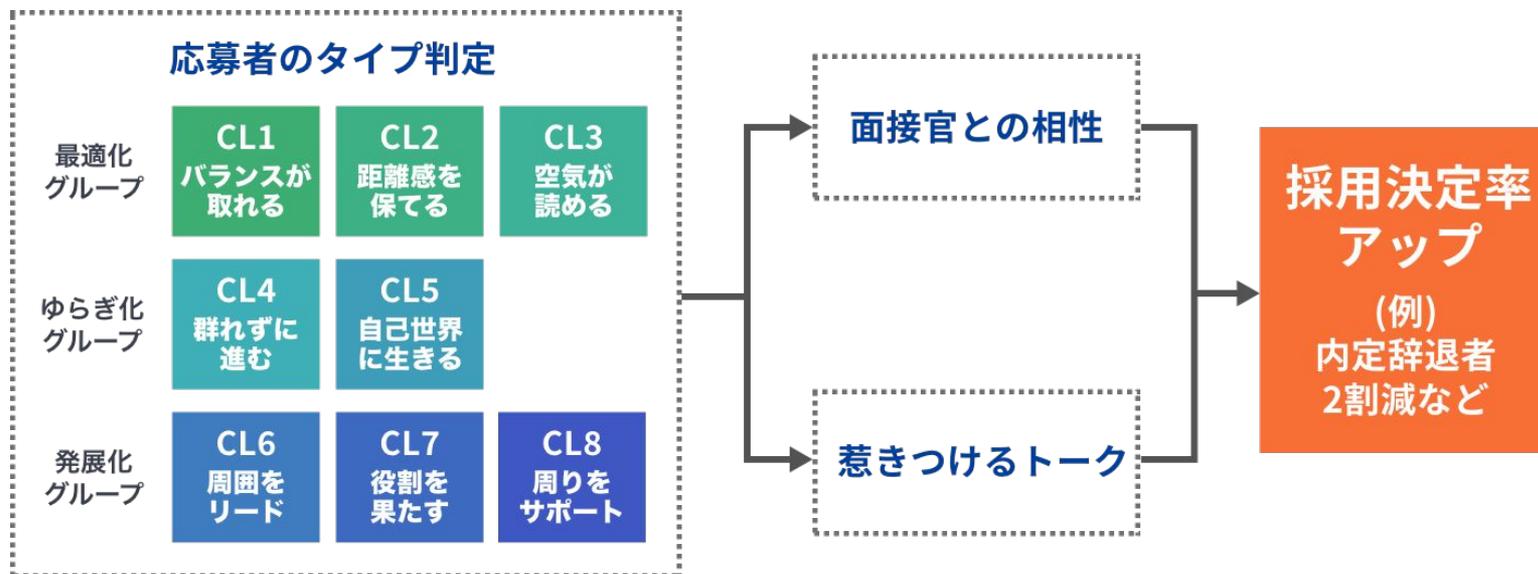
**性格アセスメントの測定領域のうち、適性検査eF-1Gは全領域を網羅しています**

※測定領域においては当社調べになります

\*当社調べ

## 採用決定率アップに貢献

適性検査eF-1Gを受検するとパーソナリティデータに基づいた8つのタイプが確認でき、タイプごとに異なる特徴を理解し、相性のよい面接官やリクルーターとのマッチングや応募者を惹きつけるフォロートークに活かすことが可能。



## 活用事例

オンライン選考にシフトしたことによって多くの企業が抱えている内定辞退率改善の課題解決策としての実績が豊富。

### Case.1 内定辞退率を13%改善

#化学メーカー #社員数約2000名 #総合職15名採用

#### 課題

内定承諾者よりも辞退者のほうが適性検査上では望ましい傾向があり、採用したい人材にことごとく逃げられてしまっている

#### 活用

適性検査eF-1Gで分析したところ、採用面接官と応募者との相性が悪いことが判明  
タイプの異なる相手に対する効果的な接し方や、会社の魅力の伝え方を学ぶ研修を実施

#### 結果

結果、前年度比較で内定承諾者のほうが適性検査上望ましい傾向となり、かつ内定辞退率を13%低減することに成功

### Case.2 役員面接後の辞退率を30%改善

#国際物流 #社員数約3000名 #総合職20名採用

#### 課題

採用活動の振り返りができていない

#### 活用

適性検査eF-1Gを導入し、当該年度の採用活動についてプロセスごとに受検者の質を確認  
内定を出した人材が自社にとって適性検査上では望ましい傾向を持っているわけではないことが判明。自社にとって望ましい人材の特徴を分析し、独自の指標を設定

#### 結果

独自の指標を用いて選考した結果、よりスピーディーに合否を出すことが可能となり、例年より面接での対話や面談によるフォローに時間を割くことができるように変化  
さらに前年度比較で役員面接後の辞退率を30%以上低減することに成功

## 課金モデル

少額の年間利用料と受検数見合いの診断受検料が主なため、小規模からの利用が可能。

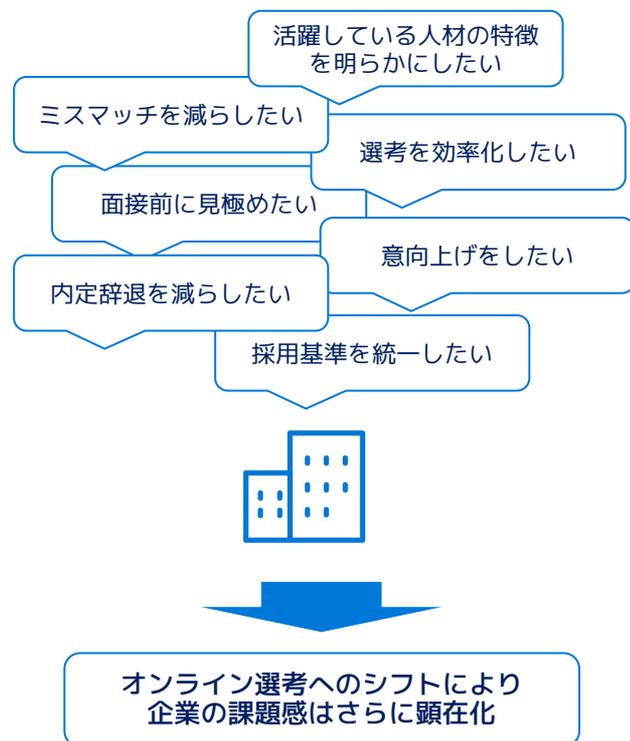
企業 アカウント 利用料*	年額 <b>117,600円</b>
診断受検料	<b>1件あたり2,000円</b> （性格診断のみ） ※能力テストのみ1,000円、性格診断+能力テストの場合3,000円
オプション サービス	シートのカスタマイズ、データ分析、フォローアップコンテンツなどは別途費用発生

\* 企業アカウント利用料の中で、標準シート5種（メインシート、面接シート、配属シート、フィードバックシート、ワークシート）及び受検データに基づいた各選考ごとの傾向値分析がご利用可能です。社員サーベイの場合は、任意のフラグ情報（一種）に対する傾向値分析となります。

## 適性検査事業の成長戦略

オンライン選考へのシフトにより当社サービスが価値提供できる機会は今後増加する見立て。  
課題を持った企業に適切なタイミングで適切なソリューションが提供できる体制強化に取り組んでいく。

### 企業が抱える課題



### 戦略的な取り組み

#### デジタルマーケティングの強化

保有している豊富な実績や知見を顧客の課題解決となるコンテンツとして活かし、デジタルマーケティングによって課題を抱える顧客に効果的に届ける。

#### OfferBoxの顧客資産を活用した顧客開拓

グループ間連携をより強化し、OfferBoxのクライアント1万社に対して戦略的なアプローチを実施する。

#### 顧客への提供価値向上のためのプロダクト開発

強みである測定範囲の広さをさらに強化し、多様化、複雑化する顧客の課題ごとにサービスを活用できるよう進化させる。

主力事業であるOfferBoxについて

**中期経営計画について**

新卒事業

中途事業

適性検査事業

**M&A戦略**

その他の戦略的な取り組み

23年3月期業績予想について

Appendix



# 株式会社マキシマイズの子会社化 – マキシマイズとは –

9/15に就活イベント等の企画運営を行う株式会社マキシマイズを完全子会社化。  
同社は、食品業界に特化した就活イベントや学生向けの就活関連講座を企画運営し、  
Tsunagaru就活を通して企業と学生との出会いを作り出すことで、個人の可能性を最大化することを目指す。

会社名	株式会社マキシマイズ
設立日	2012年3月14日
資本金	3,000千円（2022年9月17日現在）
代表者	三浦 力
サービス	Tsunagaru就活の企画・運営 URL： <a href="https://tsunashu.com/">https://tsunashu.com/</a>

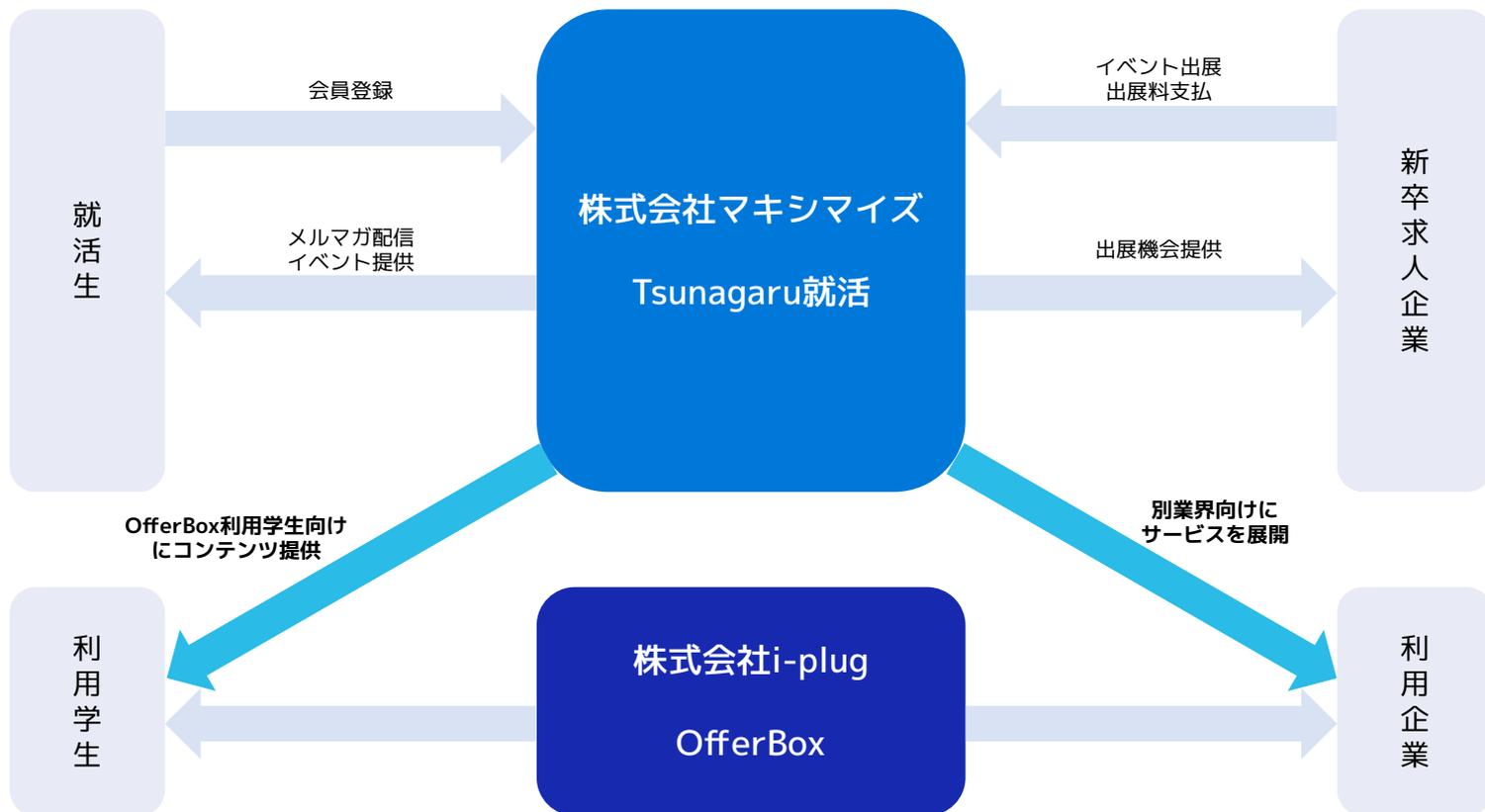


企業参加型イベント

各種講座

## 株式会社マキシマイズの子会社化 –想定されるシナジー–

両者の顧客基盤を活用すると共に、同社のコンテンツをOfferBoxに取り込むなどのシナジーを想定。  
Tsunagaru就活の領域を拡大すると共に、各種コンテンツによるOfferBoxのプラットフォーム価値向上を目指す。



主力事業であるOfferBoxについて

中期経営計画について

新卒事業

中途事業

適性検査事業

M&A戦略

**その他の戦略的な取り組み**

23年3月期業績予想について

Appendix

## その他の戦略的な取り組み

# 顧客価値を生み出す従業員への投資

創業来、顧客価値を生み出すのは従業員のエンゲージメントでありロイヤリティの高さであるという考えに基づき、多様な人材が多様な働き方を実現できるよう様々な取り組みを行っている。

### フリーロケーション制度

オフィスに出勤することを義務としない制度。会社が定めるルールやチームで決めたルールをクリアできれば、メンバー自身の希望で働く場所を選ぶことができる。

### スーパーフレックス制度

“チームとしてパフォーマンスを発揮する”ためにコアタイムを撤廃し、会社が決めた時間の中で働く時間の配分を個人に任せる制度。会社と契約した月の労働時間の超過・不足に注意することを前提に、自分の裁量で勤務時間を設定することができる。

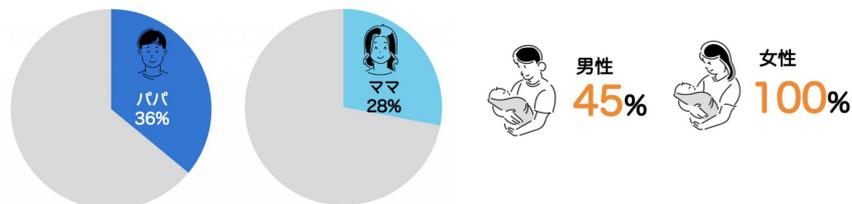
### ニューノーマル支援金

自身のパフォーマンス・成果が最大限に発揮できる場所・環境での勤務に対する支援として毎月約1万円を支給する制度。

### ワクトレ (ibook、研修費補助制度)

社員の成長を支援するために、会社が本や研修等の費用を負担する制度。個人が自発的に学ぶことを推奨しており、スキルや能力の習得を支える

### パパママが3割を占め、育休取得率は高水準



### オフィスのない地域でフルリモートワークをする社員も多数



## コーポレートガバナンスの強化

上場企業としてだけでなく、多くの人々の人生に関与する社会的責任を自覚し、一層のガバナンスの強化に取り組む。

### 株式報酬の導入による取締役と株主の皆様との一層の価値共有

取締役（社外取締役を除く）に対する譲渡制限付株式の付与

### 経営のケイパビリティの向上

M&Aの知見を保有した人材や情報セキュリティやサービス開発に秀でた人材を採用

### 情報セキュリティへの継続的な取り組み

外部の専門家の積極活用や社内教育の徹底により情報セキュリティリスクを低減

主力事業であるOfferBoxについて

中期経営計画について

新卒事業

中途事業

適性検査事業

M&A戦略

その他の戦略的な取り組み

**23年3月期業績予想について**

Appendix

## 2023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を機に、オンライン就活が定着
- 企業の採用意欲は回復傾向にあり、学生の就活は早期化が進む
- 企業においては、依然としてターゲット層学生の募集に課題感を有する
- 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) 競争優位を高めるため、積極的に先行投資
  - 学生) 全方位かつアクティブな学生数の増加
  - 企業) 利用促進と採用決定に導くカスタマーサクセスを強化  
企業の魅力を発信できる機能を強化  
地方企業や大手企業の開拓を推進
- eF-1Gは機能開発と営業マーケティング機能の更なる強化を推進
- PaceBoxは垂直立ち上げを行うために積極的に先行投資

### 留意事項

- 前期に早期定額型の販売プランの内訳価格を変更したことに伴い、当期の売上に計上される前期末時点での前受収益（契約負債）額は横ばい。

## 2023年3月期 業績見通し

連結売上高は前期比+43.5%、うちOfferBox事業は前期比+42.6%の成長。

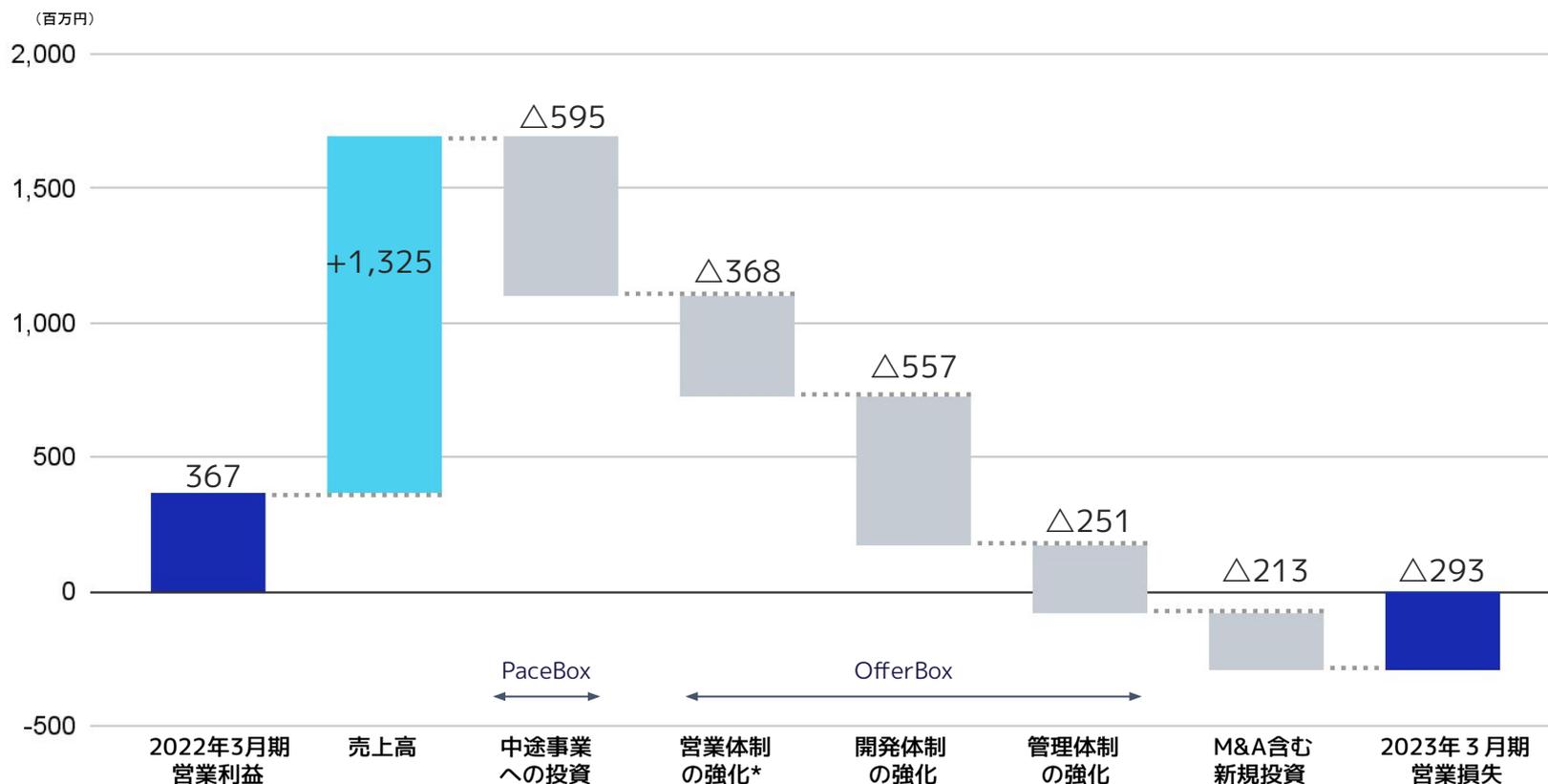
2本目の事業の柱を創出するべく新規事業に積極的に投資していくため、各段階利益は赤字となる。

(百万円)		2022年3月期 実績	2023年3月期 業績予想	前期比
連結	売上高	3,041	4,366	+43.5%
	営業利益	367	△293	—
	経常利益	370	△299	—
	親会社株主利益	253	△384	—
	(参考) 受注高	3,063	4,733	+54.5%
うち OfferBox*	売上高	2,740	3,906	+42.6%

\*サービス別の売上高であるため適性検査の売上は除外。よって新卒事業計画との差異が生じている。

## 営業損益の前年比較

2023年3月期は、PaceBoxの垂直立ち上げのための投資及びOfferBoxの更なる成長に向けた積極的な投資に加え、M&Aを含む新たな取り組みも実施していく。これにより、売上高増加も293百万円の営業損失となる見込み。



\*「営業体制の強化」には、プロモーション投資を含みます。

主力事業であるOfferBoxについて

中期経営計画について

新卒事業

中途事業

適性検査事業

M&A戦略

その他の戦略的な取り組み

23年3月期業績予想について

**Appendix**

## 5 Values

創業からの10年で形成され、今後の成長のためにも欠かせないと考える価値観を整理したものが5Values。

- value 01      **変化を楽しむ**
- value 02      **全てのステークホルダーに対してフェアである**
- value 03      **共創しながら価値を出す**
- value 04      **創造的な意思を尊重する**
- value 05      **主体的に取り組み、成果創出にこだわる**



# 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

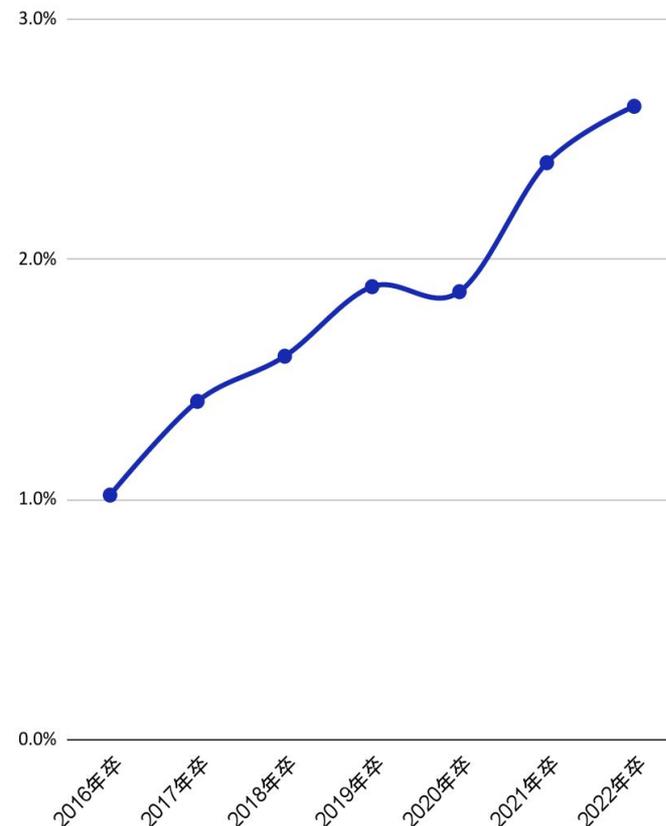
サービス内行動履歴  
-プロフィール閲覧  
-オファーの送受信  
-オファーの承認  
-内定確定 など

### 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\*



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

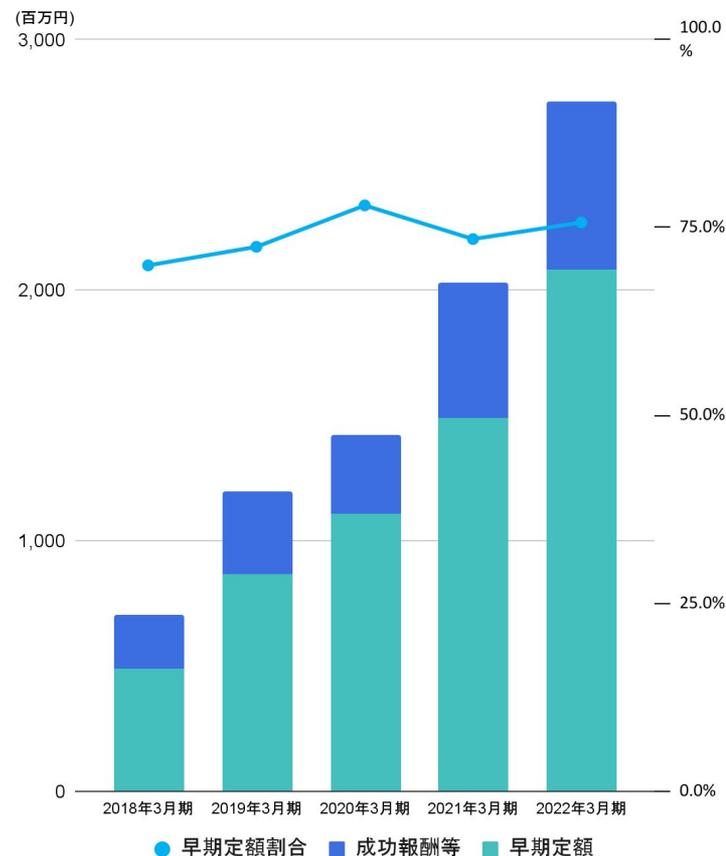
## 安定した顧客基盤を生み出す仕組み

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



## 日本国内における労働市場の課題

日本の労働生産性はOECD加盟諸国と比較して低く、経済成長率も主要先進国と比較して低迷している。  
この問題を解決するために、OfferBoxを通じていきいきと働く新入社員を増やし、労働生産性向上に貢献する。

労働生産性\*

経済成長率\*\*

OECD加盟38カ国中23位

先進国の中でも低迷

最高の1社・1名との出会いをプラットフォーム上で創出し、  
いきいきと働く人（新卒社員）を増やす

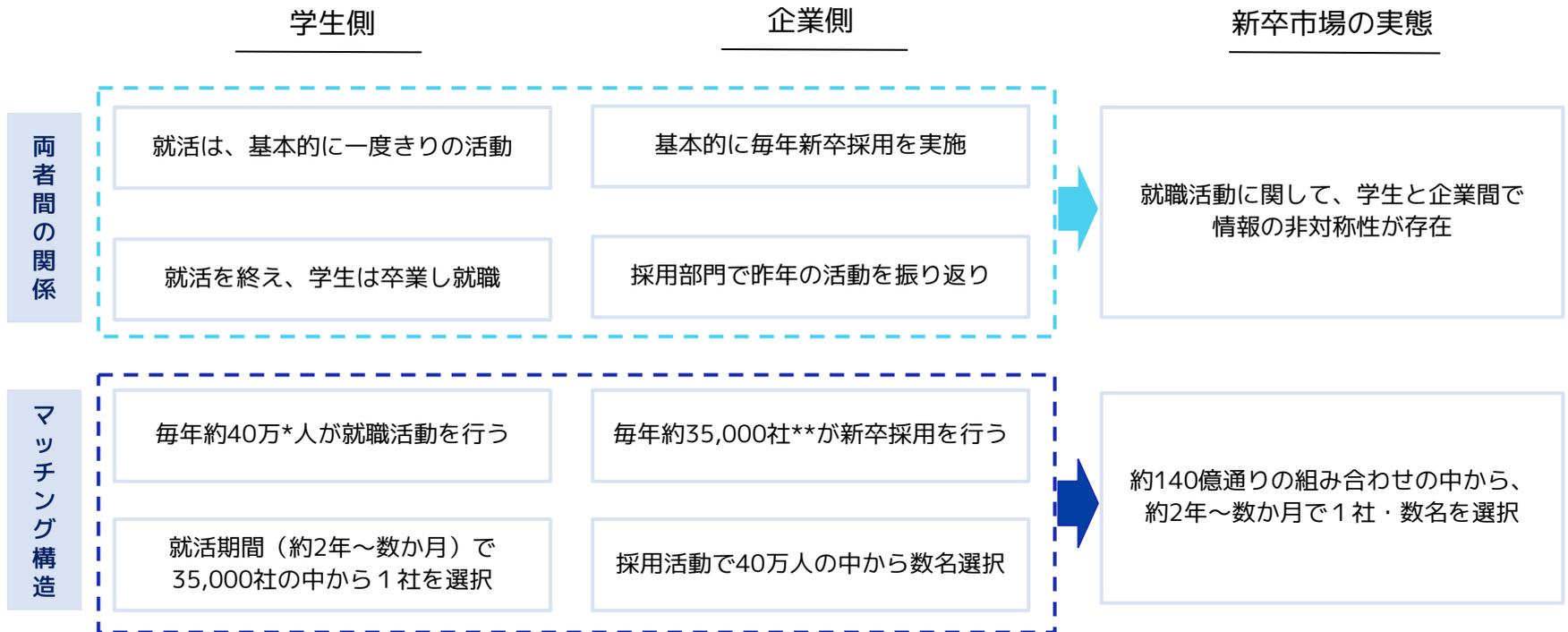
日本の労働生産性を向上させ、経済成長に貢献する

\*出典) 公益財団法人日本生産性本部「労働生産性の国際比較2021」 <https://www.ipc-net.jp/research/detail/005625.html>

\*\*出典) 経済産業省「令和3年版 通商白書」 <https://www.meti.go.jp/report/tshaku2021/2021honbun/index.html>

## 新卒市場の実態

現在の新卒市場は、企業と学生との間に情報の非対称性が存在している。  
また、約140億通りの組み合わせがある中で、短期間で就職先を決定しなければならない状況にある。



\* ワークス大卒求人倍率調査における「民間企業就職希望者数」

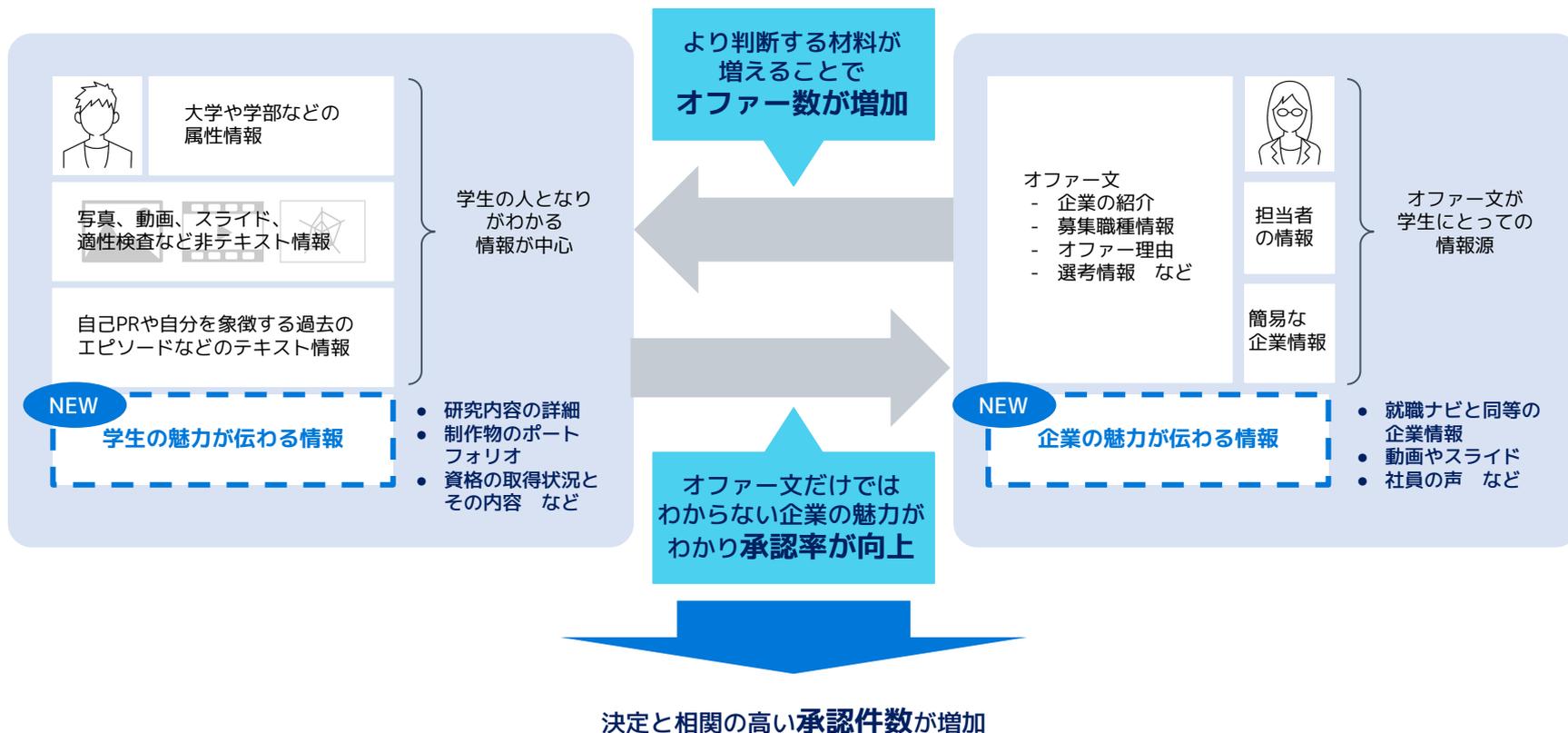
\*\*マイナビ及びリクナビへの掲載企業数から当社にて推計

## Step 1 企業と学生相互の魅力をさらに引き出す機能改善

“企業と学生の魅力を引き出す”という特徴をさらに強化する機能改善を行うことで、企業と学生との相互理解を一層深め、これまで以上にオファー送信及びオファー承認が生まれやすいプラットフォームに進化させる。

### 企業が見れる学生の情報

### 学生が見れる企業の情報



## Step 2 企業と学生の出会いの機会を増加させる機能強化

就職ナビや新卒紹介、イベント・セミナーといった就職支援サービスの出会い方の特徴を取り入れる機能強化を行い、OfferBox内での企業と学生との出会いの機会を増やしてオファー送信数の増加を図る。

前提

OfferBoxの特徴である“企業からのオファー”をさらに促進させる機能強化

他サービス

他サービスの出会い方の特徴

就職ナビ

学生からのアプローチによる出会い

新卒紹介

キャリアアドバイザーを介した出会い

イベント  
セミナー

偶発的な出会い

OfferBoxの機能強化の方向性

学生が能動的に  
気になる企業にアピールできる機能

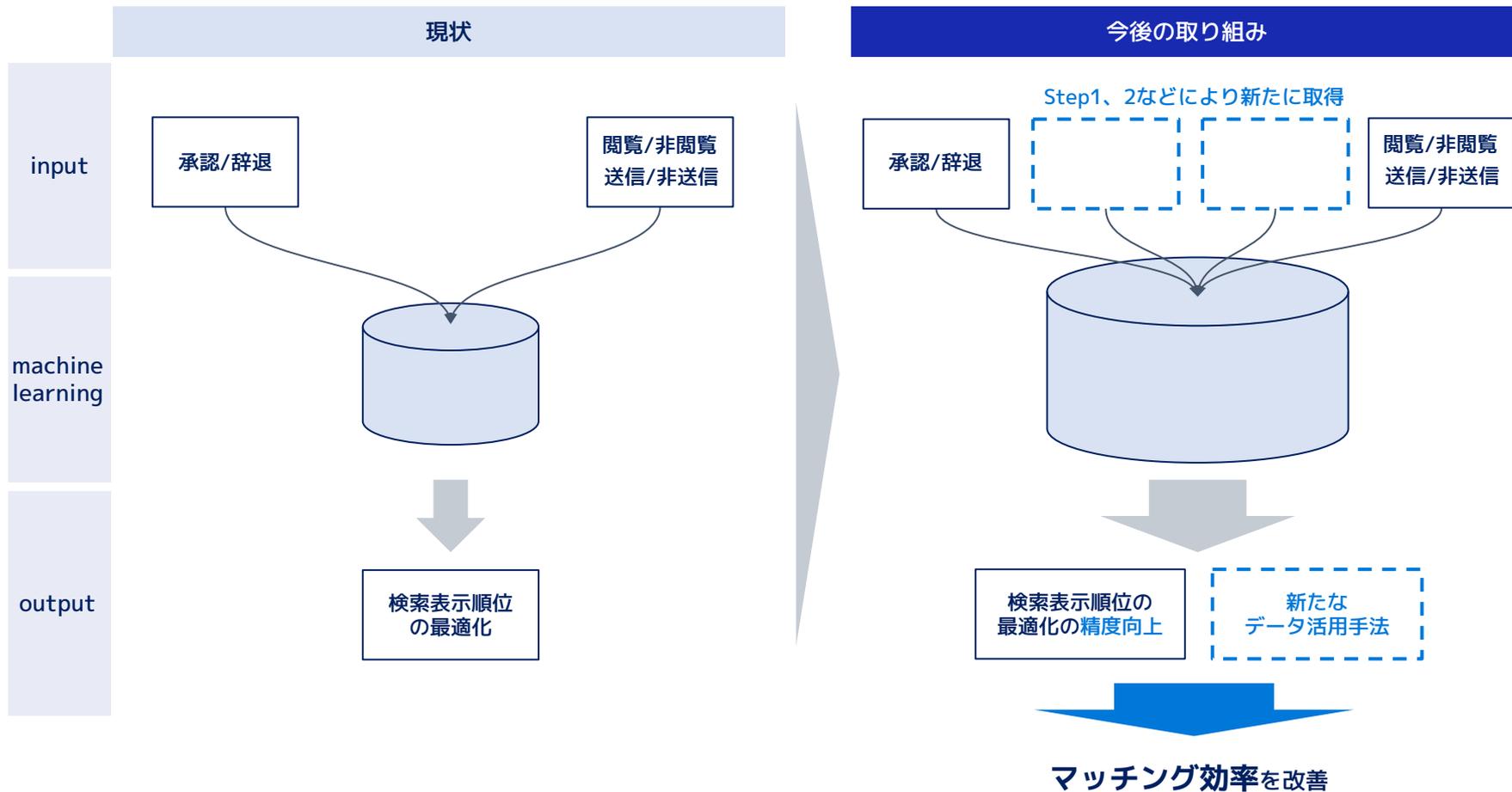
応募意志の高いターゲット学生を  
企業に紹介する機能

偶発的な出会いが生まれるイベントを介し  
気になる学生を見つけられる機能

オファー送信数が増加

## Step 3 データ活用によるマッチング効率のさらなる向上

Step1や2の取り組みにより、OfferBoxの特徴である学生や企業の“意志の込もった行動データ”の種類やデータ量を増やすことによって、さらなるマッチング効率の向上を目指す。



# 転職市場における人材紹介・転職者市場規模試算



\* 転職者数はリクルートワークス研究所『全国就業実態パネル調査（年齢別入社経路）』及び総務省『労働力調査（年齢階級別転職者数及び転職者比率）』の2021年のデータをもとに当社にて作成

\*\*人材紹介における支払手数料は転職者の年収の30-40%程度となることから、単価はそれぞれの市場の平均年収に35%をかけた数値をベースに転職者数で割り返し算出した数値を採用。ナビサイトの単価は広告費のため、年代間の差がないと仮定し、若手・ミドルにて同じ数値を採用。平均年収は国税庁「民間給与実態統計調査」、ナビサイトの単価はマイナビ「中途採用状況調査2022年版」を参照

## 実績サマリー

売上高

**485** 百万円

前年同期比

+ **9.9** %

営業損益

**▲ 401** 百万円

前年同期比

**▲ 233** 百万円

うち、OfferBox売上高

**402** 百万円

前年同期比

+ **12.6** %

参考) 受注高

**1,018** 百万円

前年同期比

+ **34.4** %

### OfferBox

- ・登録企業数及び登録学生数は順調に伸長。企業の採用意欲の高まりなどから、オファー送信件数が大きく伸長。
- ・2023年卒は本格的に就職活動が開始。2024年卒は夏のインターンシップに向け就職活動が徐々に開始。

### PaceBox

- ・2022年5月にβ版をリリース
- ・2022年8月の本リリースに向け、人員の採用、サービス開発の外注及びプロモーション等を実施。

### eF-1G

- ・コロナ禍で厳しい状況であった適性検査結果を用いた企業内研修は、対面形式が可能になったことで回復傾向。

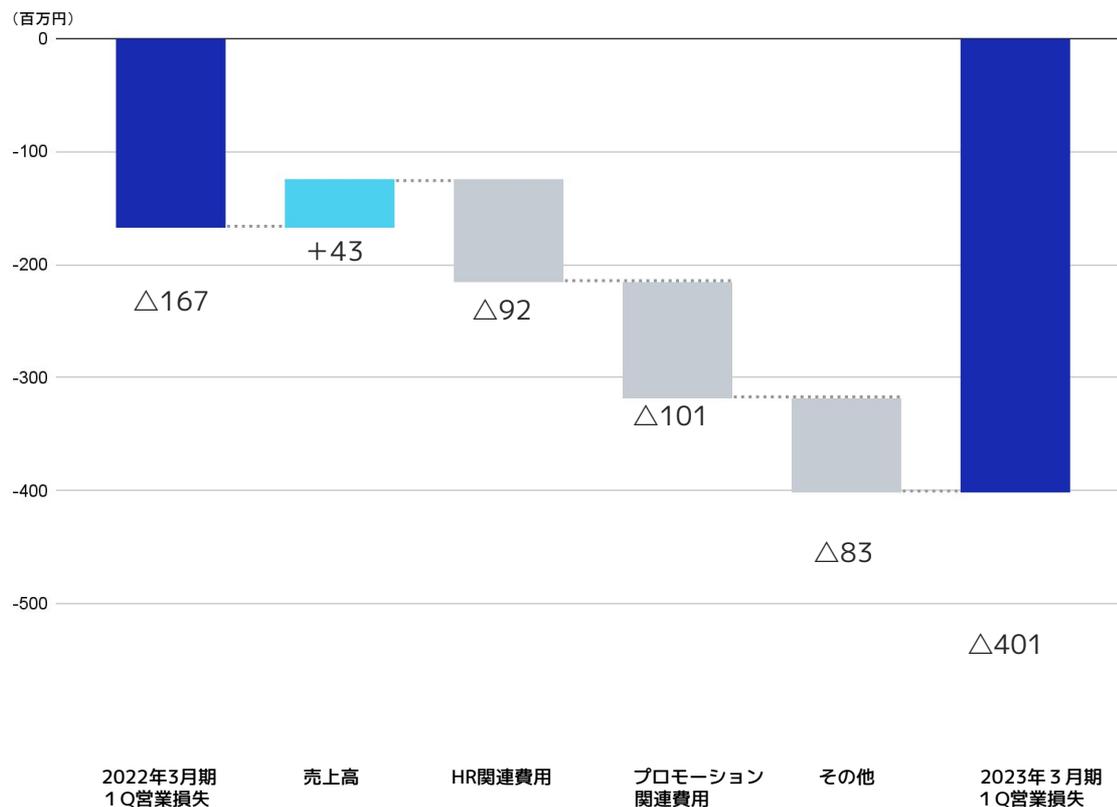
## 業績ハイライト

主力サービスのOfferBoxは引き続き伸長も、OfferBox及びPaceBoxへの積極投資により赤字幅は拡大。

(百万円)	2022年3月期 第1四半期累計実績	2023年3月期 第1四半期累計実績	前年同期比
売上高	442	485	+9.9%
うち OfferBox	357	402	+12.6%
営業利益	△167	△401	—
経常利益	△163	△401	—
親会社株主利益	△128	△284	—
(参考) 受注高	757	1,018	+34.4%

## 営業利益 対前年同期比較

既存事業及び新規事業に積極的に投資を行い、対前年同期比で赤字幅は拡大。



### (HR関連費用)

- ・ OfferBox拡大のための人員採用
- ・ PaceBox立ち上げのための人員採用

### (プロモーション費用)

- ・ OfferBoxのシェア拡大に向けたプロモーションの実施
- ・ PaceBoxの利用企業及び求職者獲得に向けたプロモーションの実施

### (その他)

- ・ 人員増に伴うツール利用料の増加
- ・ 新規事業開発費用の増加

## IRメール配信サービスのご案内

当社は投資家の皆様に充実した情報をお届けできるようIRメールを配信しております。  
適時開示情報や各種IRニュースをお届けいたしますので、ぜひご登録ください。

### ▼登録はこちらから

<https://www.magicalir.net/4177/mail/index.php>

- ・ご登録いただく内容は、メールアドレスと登録区分のみで、スムーズにご登録いただけます。
- ・配信停止もいつでも可能です。
- ・適時開示や動画配信に加え、各種説明会の開催予定等もお知らせいたします。

### ▼QRコードからもご登録いただけます



## Japan Stock Channelに出演

IR Robotics様のYouTubeチャンネル「Japan Stock Channel」に代表の中野が出演いたしました。  
当社について理解しやすい内容になっていると思いますので、是非ご視聴ください！

### 第1話

<https://www.youtube.com/watch?v=kA2OB04OBLO>

### 第2話

<https://www.youtube.com/watch?v=1gOQh23OGKE>

### 第3話

※9/16公開



