



2022年3月期 決算説明資料

2022年5月13日
株式会社i-plug
(東証グロース：4177)

1. 会社概要

2. 2022年3月期 業績

3. 2023年3月期 業績見通し

4. APPENDIX

1. 会社概要

2. 2022年3月期 実績

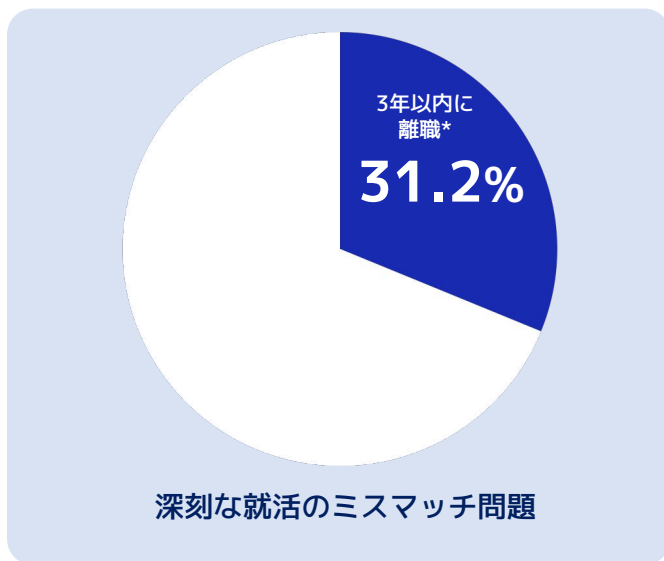
3. 2023年3月期 業績見通し

4. 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

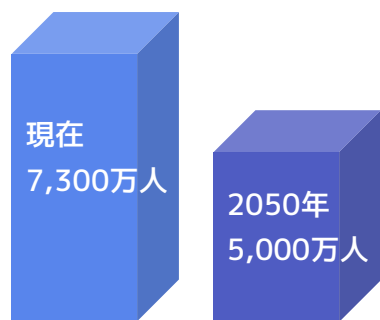
会社概要

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	644百万円（2022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 執行役員CHRO 土泉 智一 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）178名 （連結）205名（2022年3月末時点）
関係会社	株式会社イー・ファルコン、株式会社pacebox（2022.4/1設立）

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



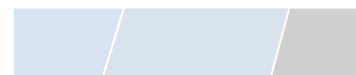
テクノロジーの進化
事業のライフサイクルの短期化
人間の寿命・健康寿命の延伸

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』

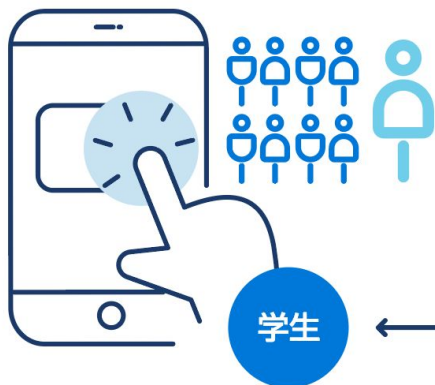
日本にとっても、企業にとっても、個人にとっても「マッチング」の重要性が高まる時代へ

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



← 今までなかった学生との出会い →

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

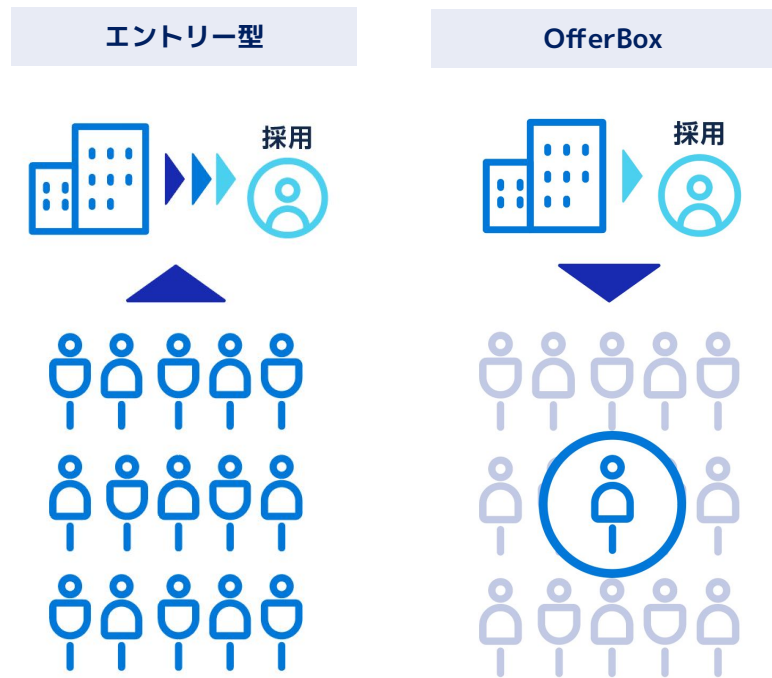
適性検査結果含む多様な検索軸

決定に導くナレッジと支援体制

成功報酬型×低価格

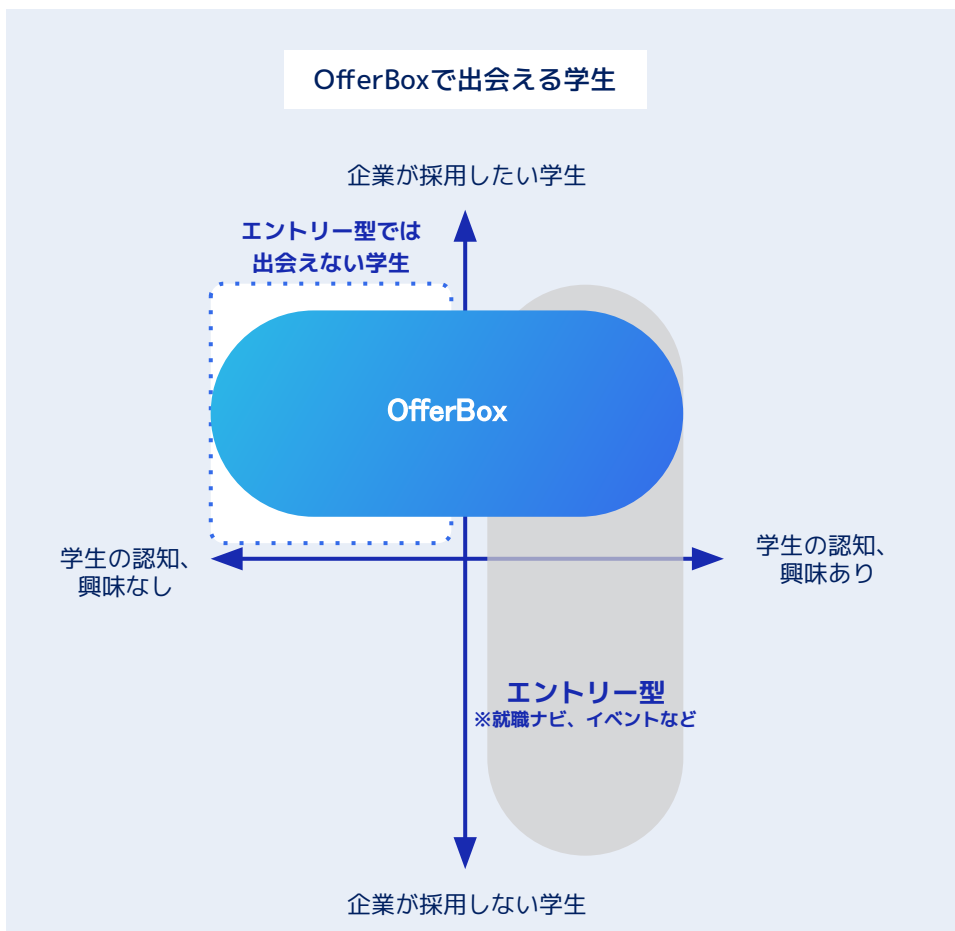
エントリー型では出会えない学生を採用できる

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。



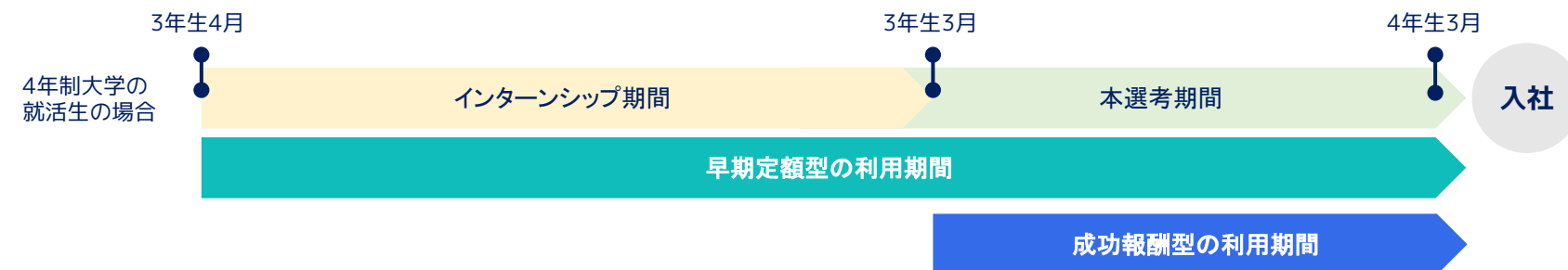
- ・ 認知されていないとなかなかエントリーしてもらえない
- ・ 認知度を高めるためには費用がかかる
- ・ 採用する学生を絞り込むため選考プロセス上で多大な工数がかかる

- ・ 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

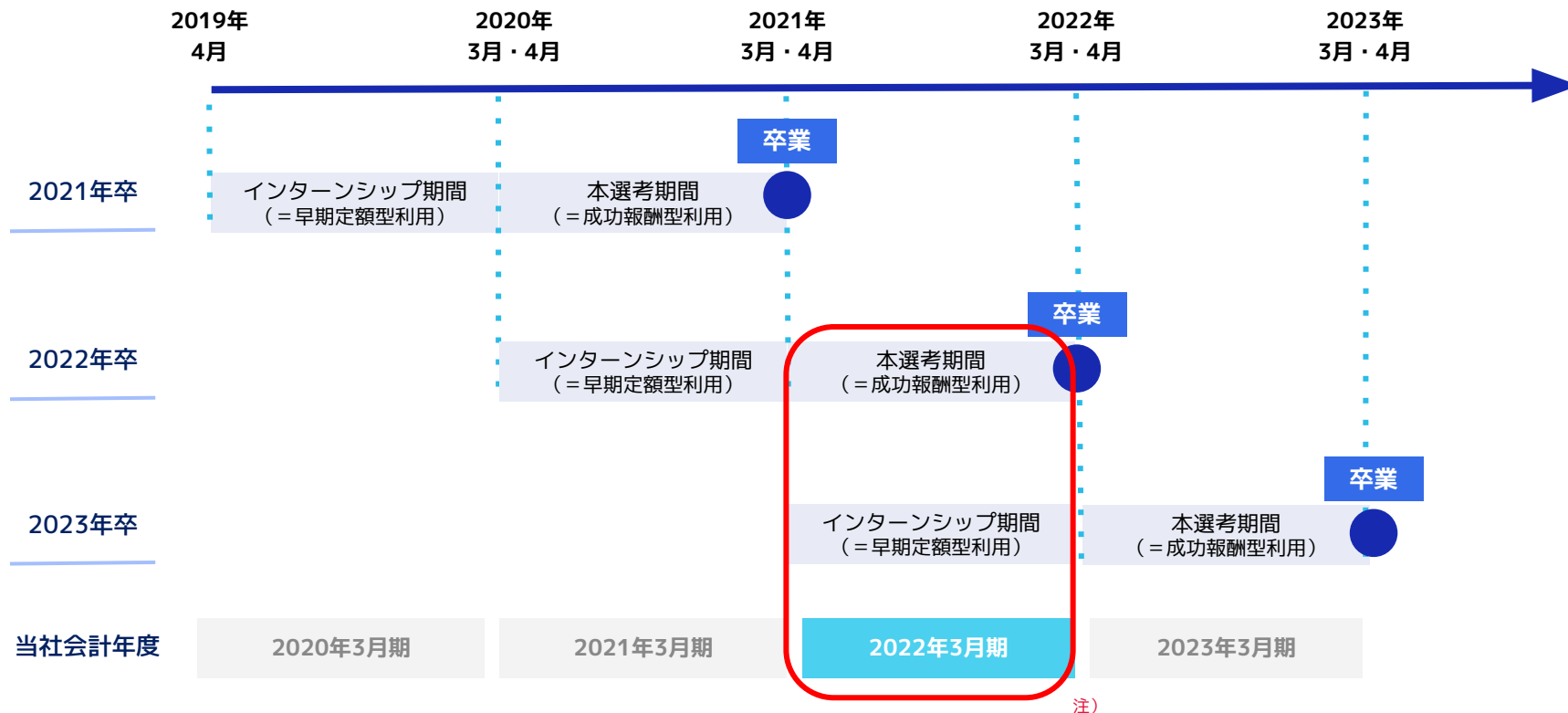
各社の採用戦略（採用人数、活動時期、採用課題）に合わせて2つのプランから選択することができる。



	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。



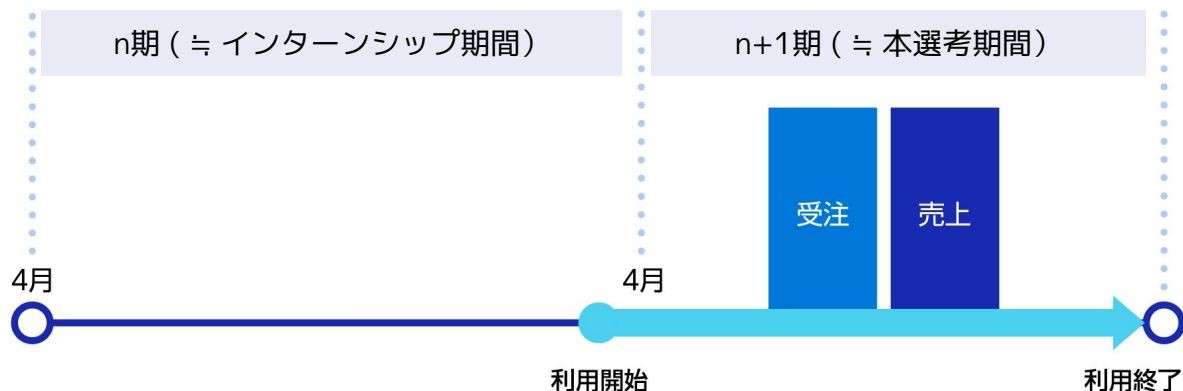
注) 例えば、2022年3月期においては、2022年卒業予定者の本選考期間（成功報酬型の利用）と、2023年卒業予定者のインターンシップ期間（早期定額型の利用）の2プランが収益合算されます。

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。

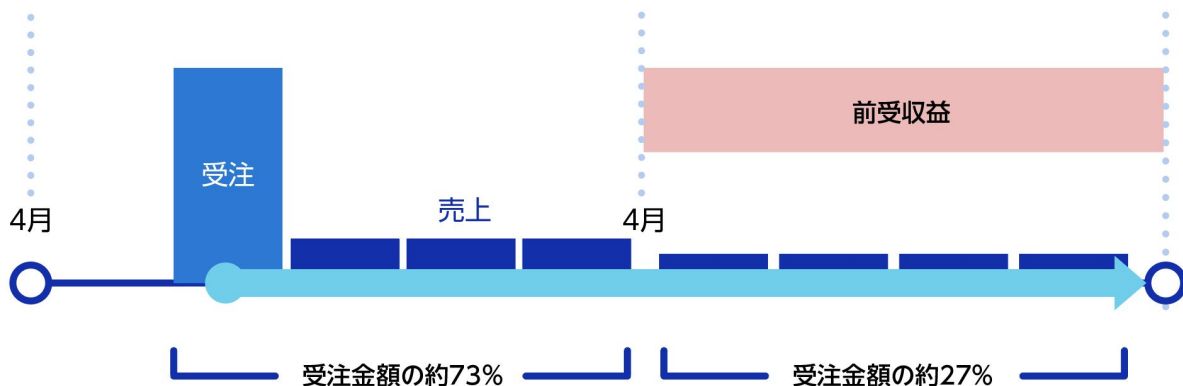
成功報酬型の場合

- ・ 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

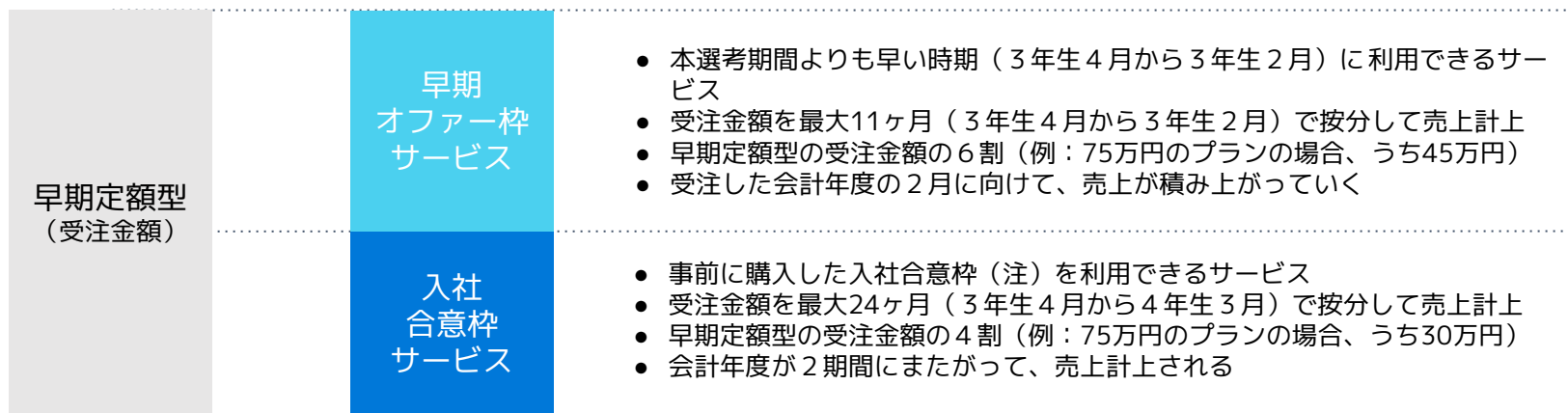


注1) 本選考期間とは、政府が定める就活ルールにおける3年生3月の採用広報解禁以降の採用広報および選考活動の期間を指します。

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。

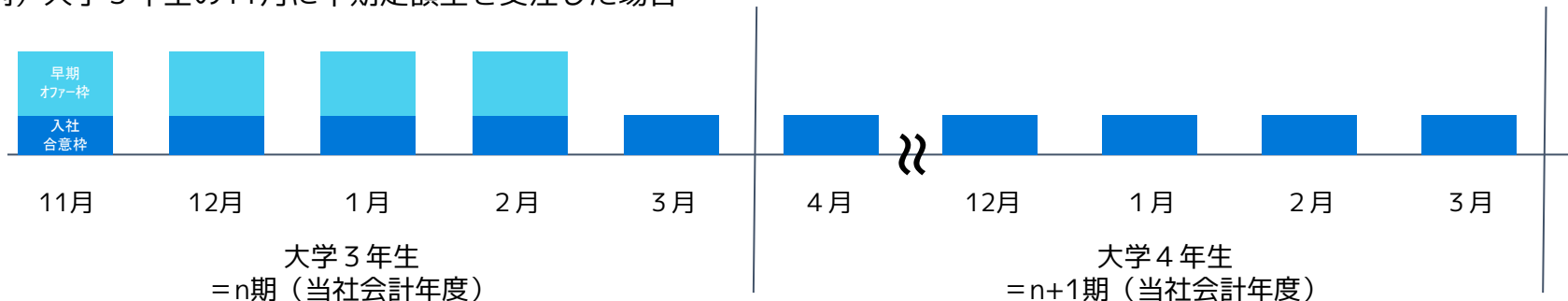
早期定額型の収益認識について

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



1.会社概要

2. 2022年3月期 実績

3. 2023年3月期 業績見通し

4. APPENDIX

2022年3月期 実績サマリー

● 就職活動は早期化の傾向が続く一方で、企業の採用活動は意欲的

引き続き新型コロナウイルス感染拡大が懸念される中でも、企業の採用意欲は高く、採用活動の水準は当該感染拡大前の水準に戻りつつある。

● 売上高は+41.4%と高成長を継続

連結売上高は、前年同期比+41.4%の**3,041**百万円

うち、OfferBoxの通期売上高は、前年同期比+49.6%の**2,740**百万円

● 売上高の伸長により、増益と成長投資の実行を両立

HR関連費用は、前年同期比+31.7%の**1,477**百万円

プロモーション関連費用は、前年同期比+95.4%の**705**百万円

連結営業利益は、前期比+17.3%の**367**百万円

● OfferBoxの利用拡大

3月末時点での学生登録数は、2022年卒は**190**千人、2023年卒は**170**千人と順調に推移。
企業登録数は、前期末比+31.6%の**10,665**社。

2022年3月期 業績ハイライト 対前年実績

連結売上高は前期比+41.4%、主力事業であるOfferBoxの売上高成長率は前期比+49.6%と高い成長性を維持。来期以降の持続的な成長に向けた投資をしつつ、売上高の増加によって増益となった。

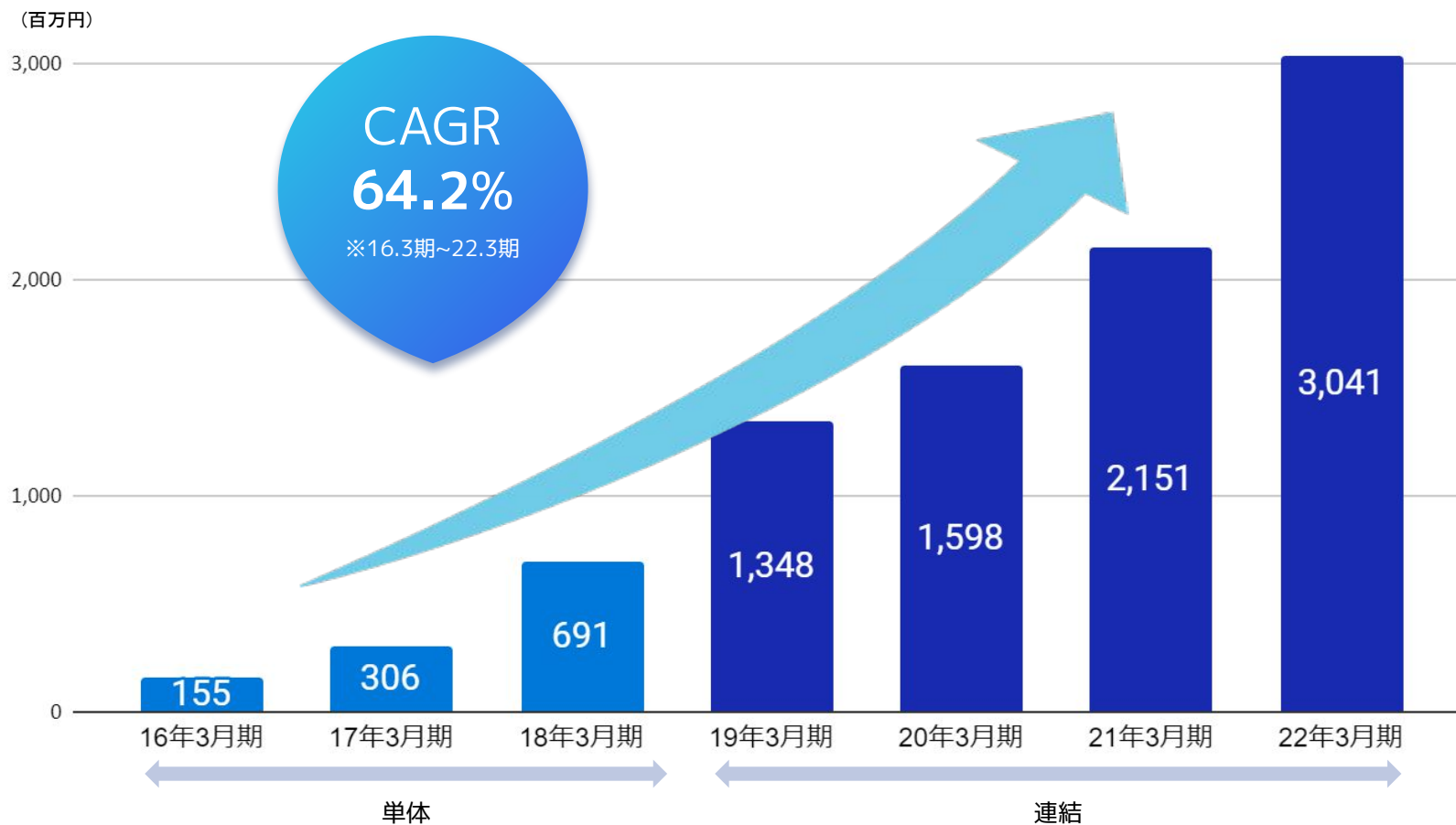
(百万円)	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	前年同期比
売上高	2,151	3,041	+41.4%
うち OfferBox	1,831	2,740	+49.6%
営業利益	313	367	+17.0%
経常利益	291	370	+27.1%
親会社株主利益	232	253	+9.2%
(参考) 受注高	2,352	3,063	+30.2%

*記載金額は百万円未満を切り捨てております。

*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おりません。

売上高推移

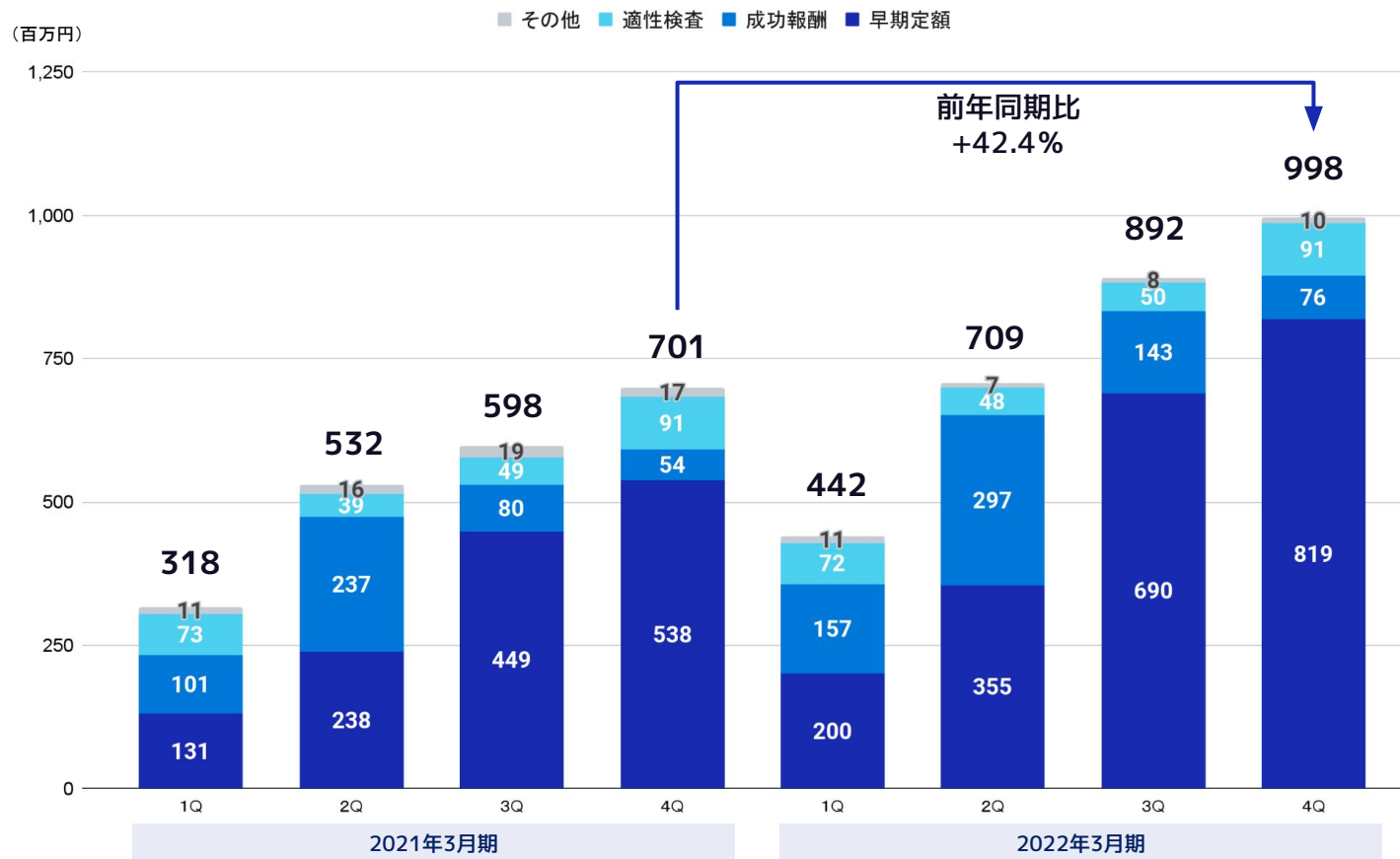
売上高は毎年順調に成長しており、2022年3月期の連結売上高は対前年で+41.4%と高い成長性を維持している。



*2019年3月期から連結での数値を記載しております。

2022年3月期 各四半期の売上高

OfferBoxは、顧客フォローに注力した結果、早期定額型のリピート受注率や受注単価が向上、新規受注も好調。その結果、2022年3月期第4四半期の売上高は、全体で前年同期比+42.4%と高い成長性を継続。



*記載金額は百万円未満を切り捨てております。

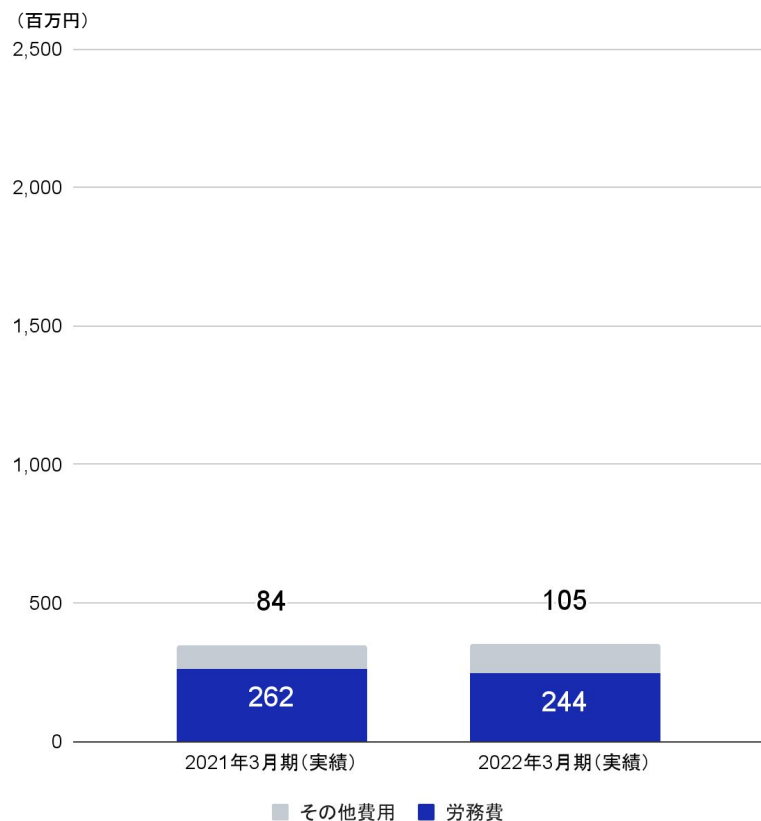
*前1Q及び前2Qの売上高及び営業利益については、有限責任 あずさ監査法人のレビューはを受けておりません。

*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。

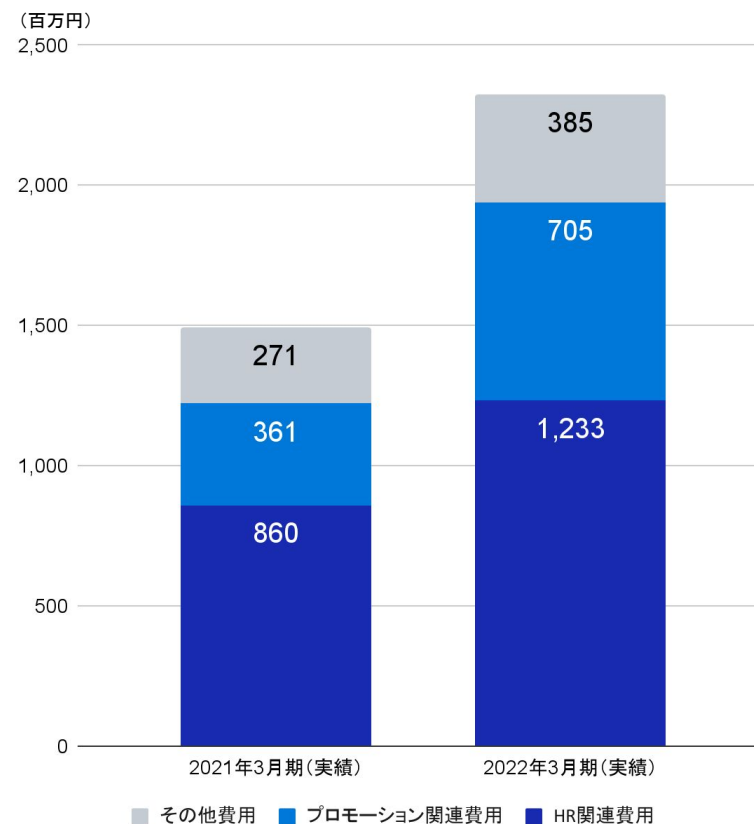
売上原価および販管費の推移

開発人員の採用で苦戦したが外部委託活用など体制変更した結果、売上原価は微増となった。
販売管理費は、営業人員の採用及び積極的なプロモーションへの投資の結果、前期比+55.7%となった。

売上原価

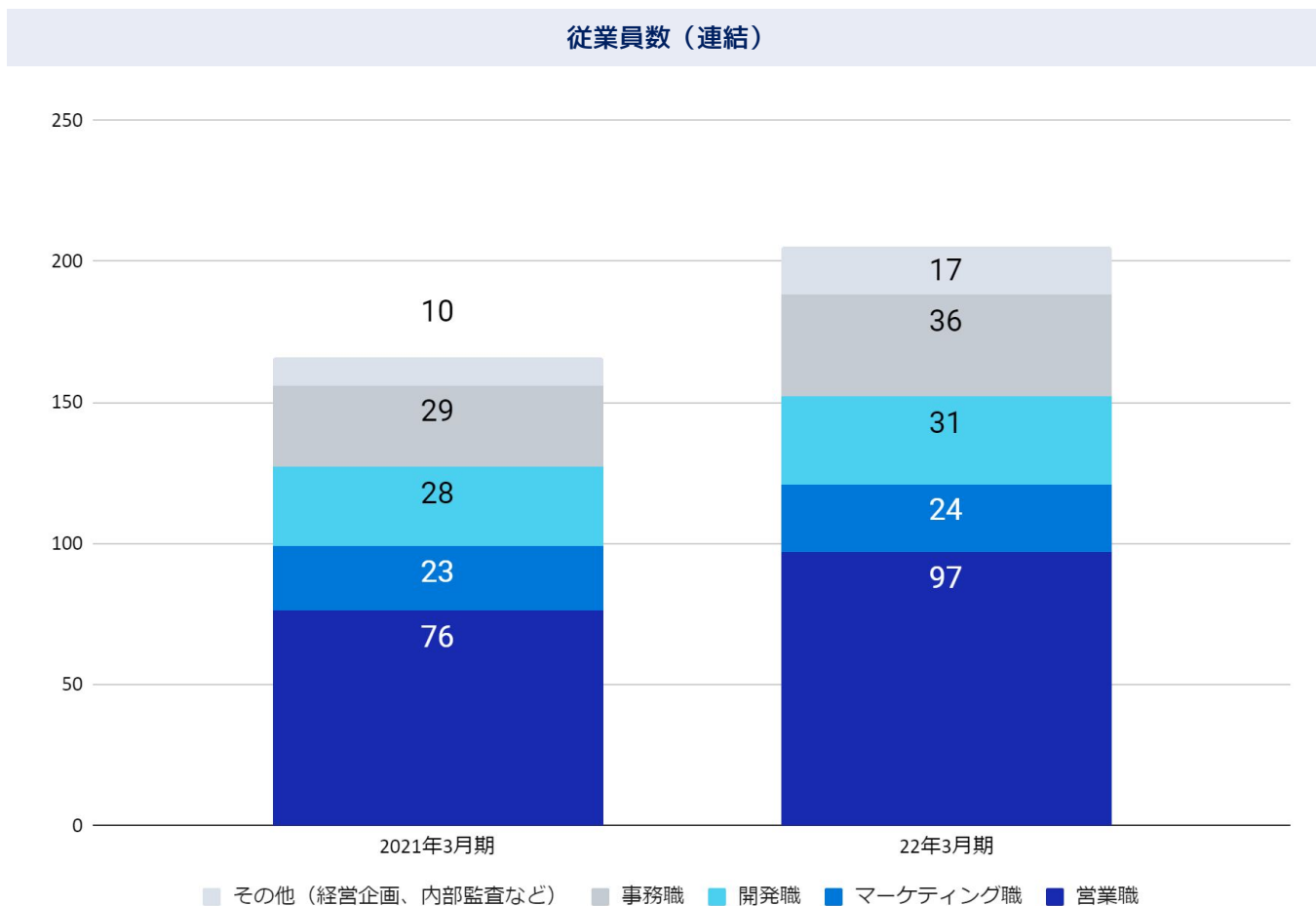


販売費及び一般管理費



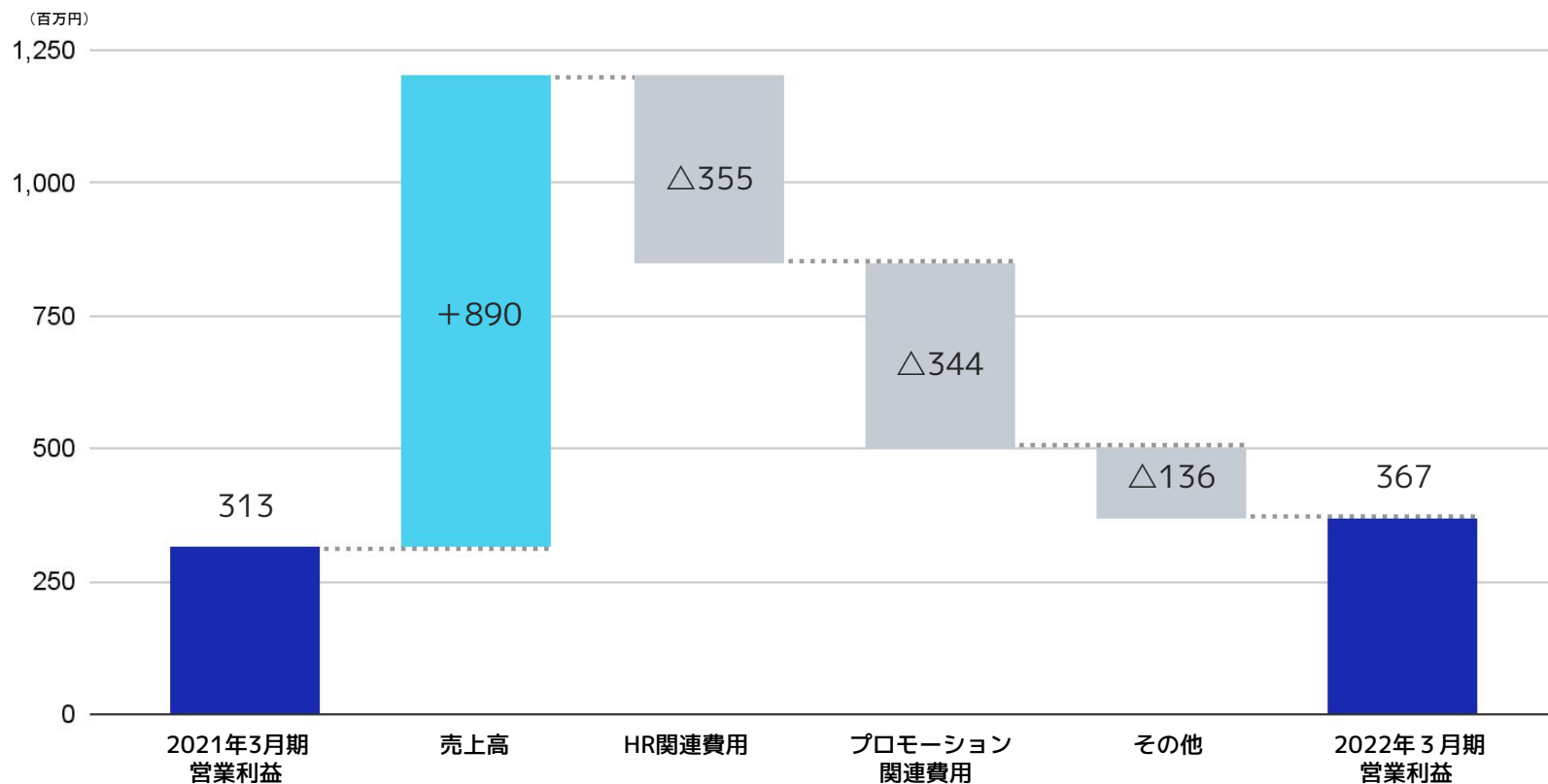
従業員数（連結）の推移

顧客フォローのための営業人員を中心に採用が着実に進捗し、前期から39名増加。



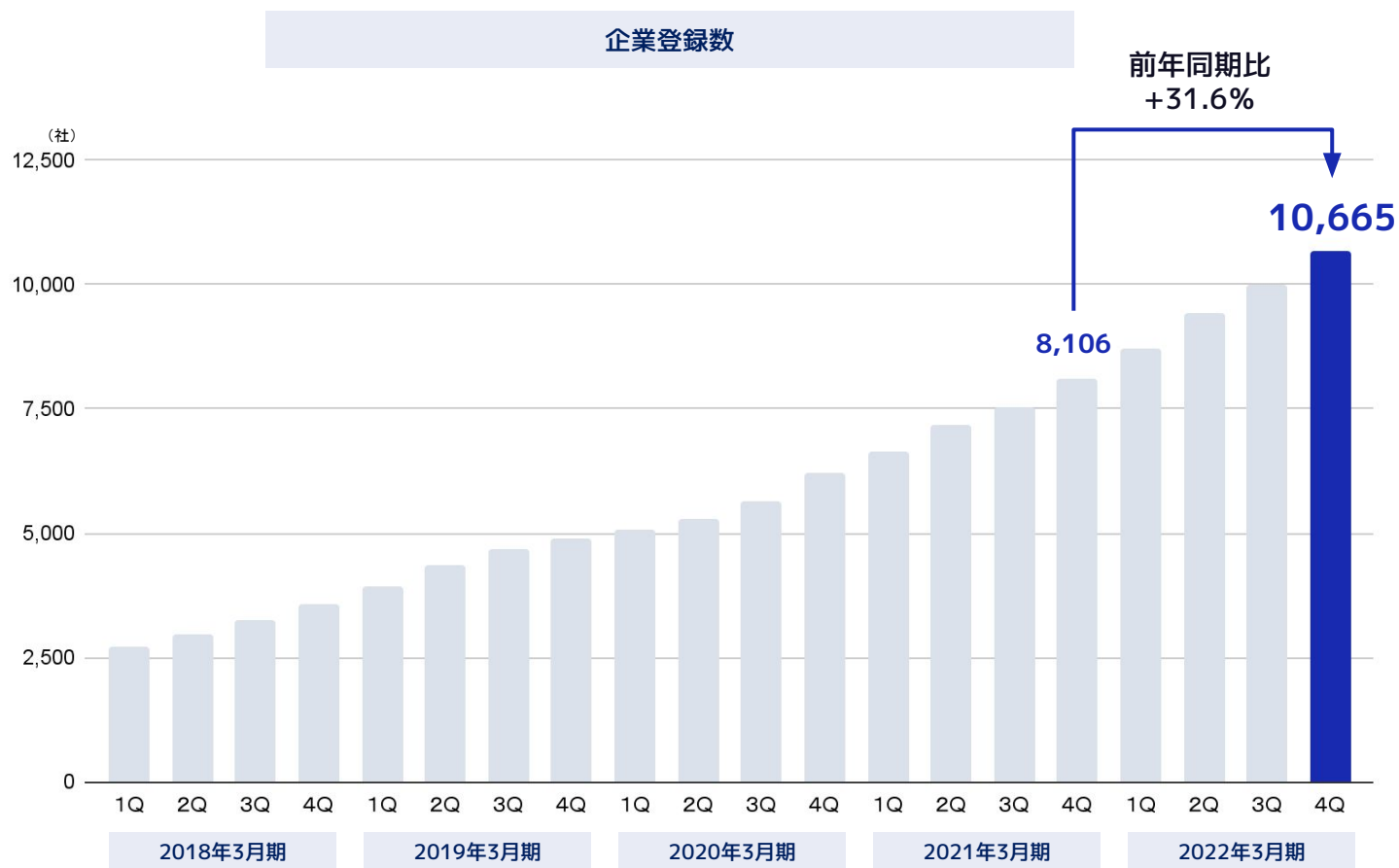
2022年3月期 対前年比較

4Qにおいても、来期以降の成長のために人材の採用やプロモーションへの投資を積極的に実行した。一方、2023年卒向けの OfferBox 早期定額型の受注が就職活動の早期化の影響もあって想定以上で推移し、営業利益の増益に貢献した。



各種KPI実績①：登録企業数の増加

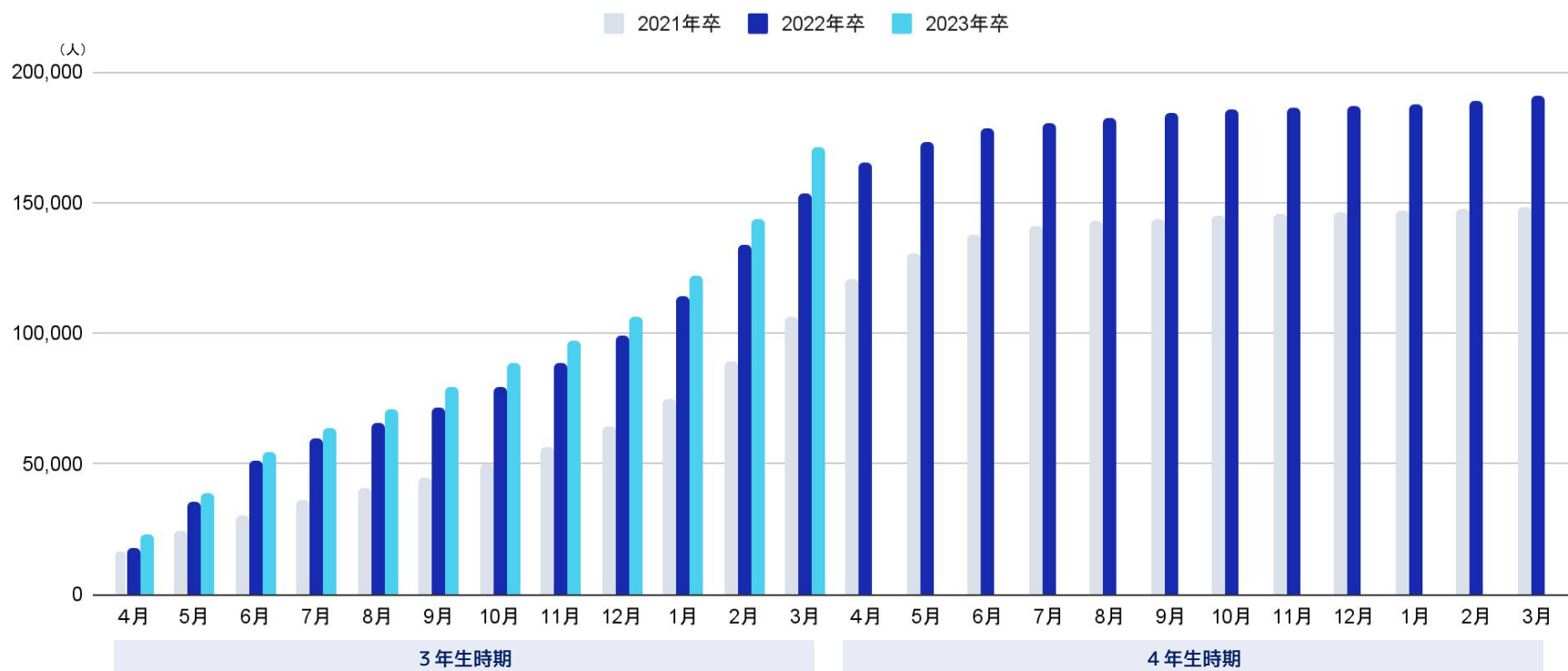
企業登録数は直近5年間で順調に増加し続け、当期末時点で10,665社（前年同期比+31.6%）の登録を実現。



各種KPI実績②：登録学生数の増加

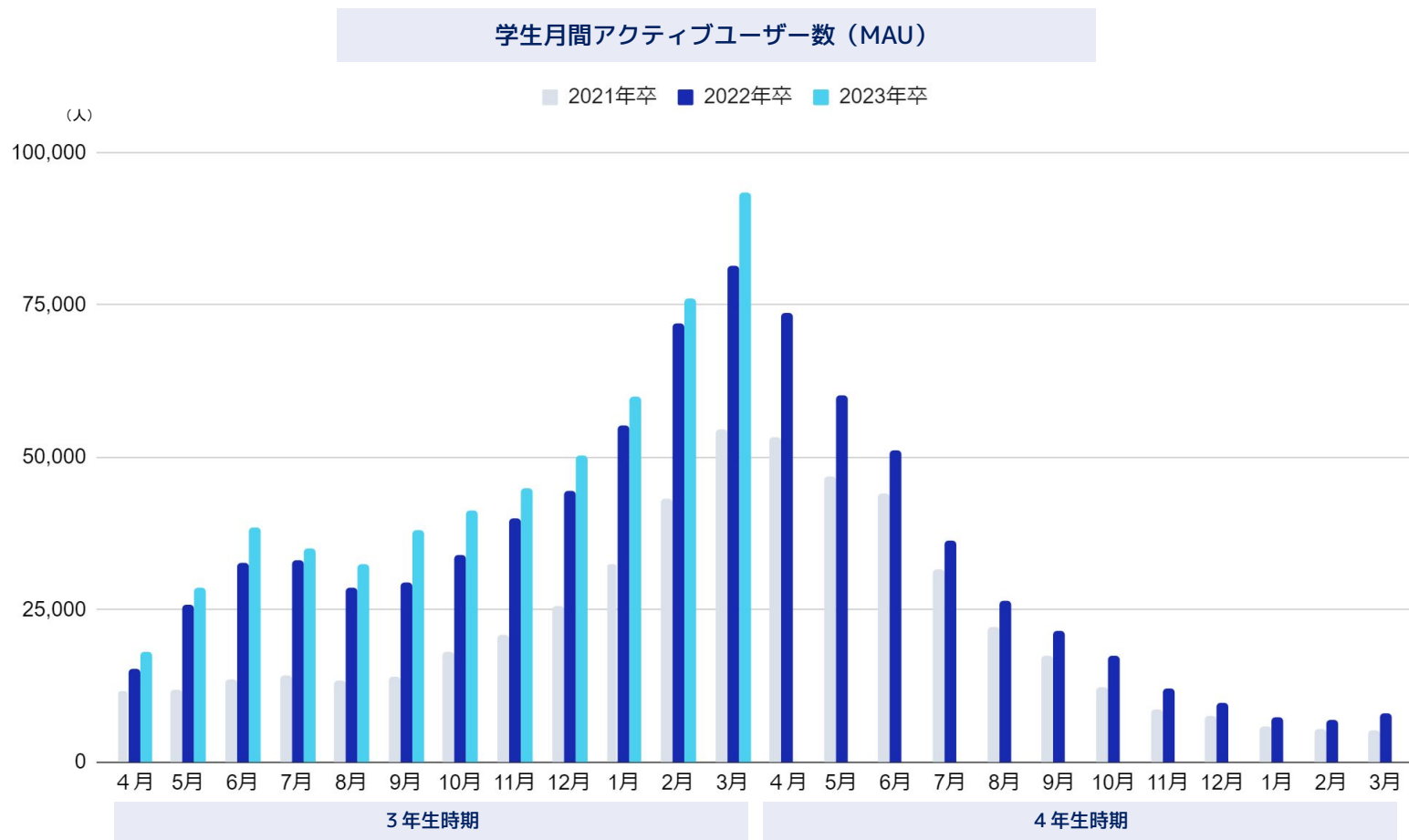
当期末時点では、2022年卒190,538人、2023年卒170,748人の登録に至りプラットフォームは引き続き拡大。2022年卒の登録は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で急増したため、2023卒の伸びは微増にとどまった。

学生登録人数



各種KPI実績③：アクティブユーザーの増加

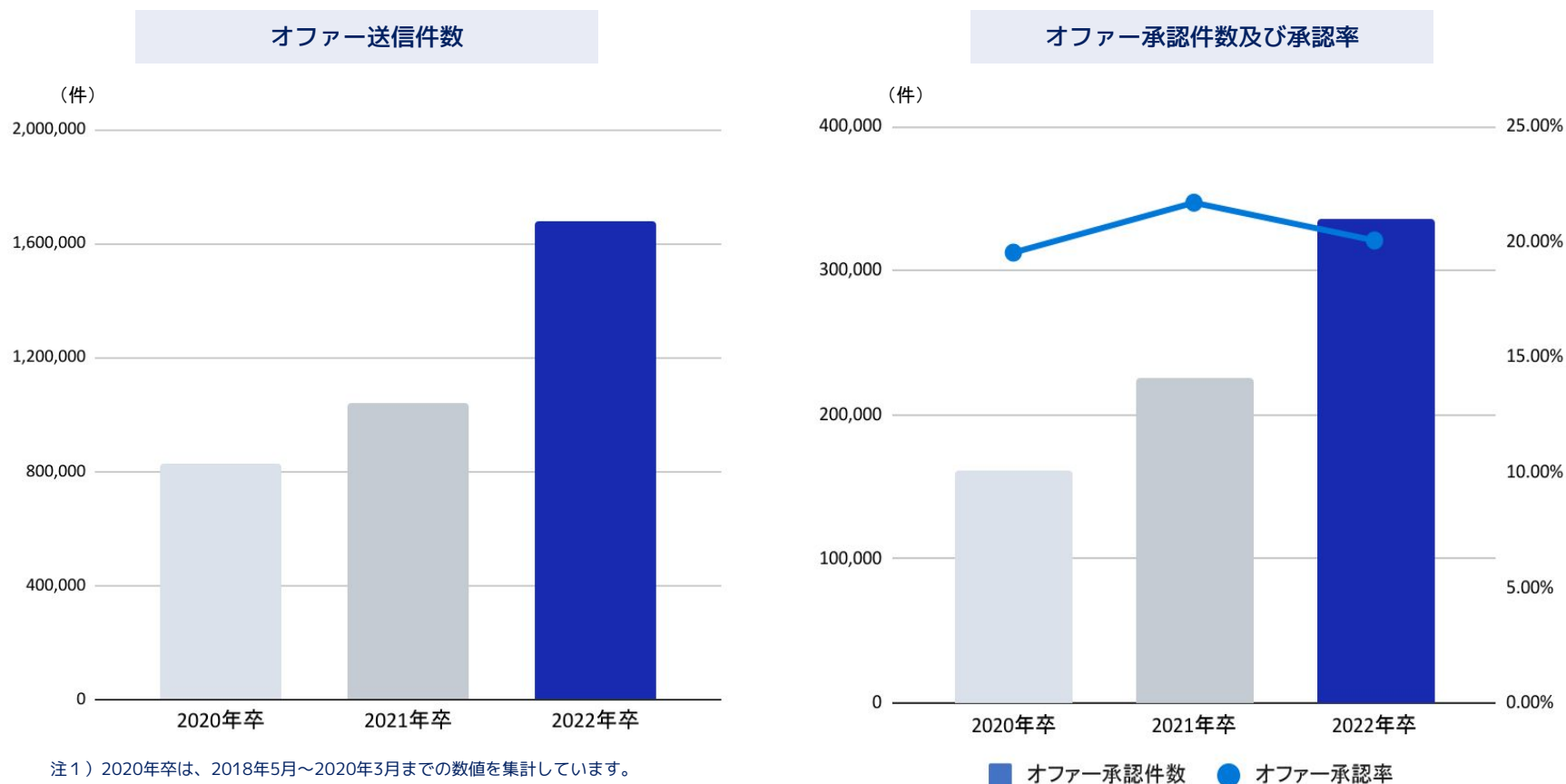
2022年卒、2023年卒ともに前年を上回る人数の学生がアクティブに利用している。登録学生数と同様に、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、2022年卒の登録が急増したため、2023卒の伸びは微増にとどまった。



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+61.0%、オファー承認件数は同+48.8%といずれも高い成長性を継続。一方、2022年卒においては、新規利用企業数が増加した影響もあり、オファー承認率は微減（▲1.6%）



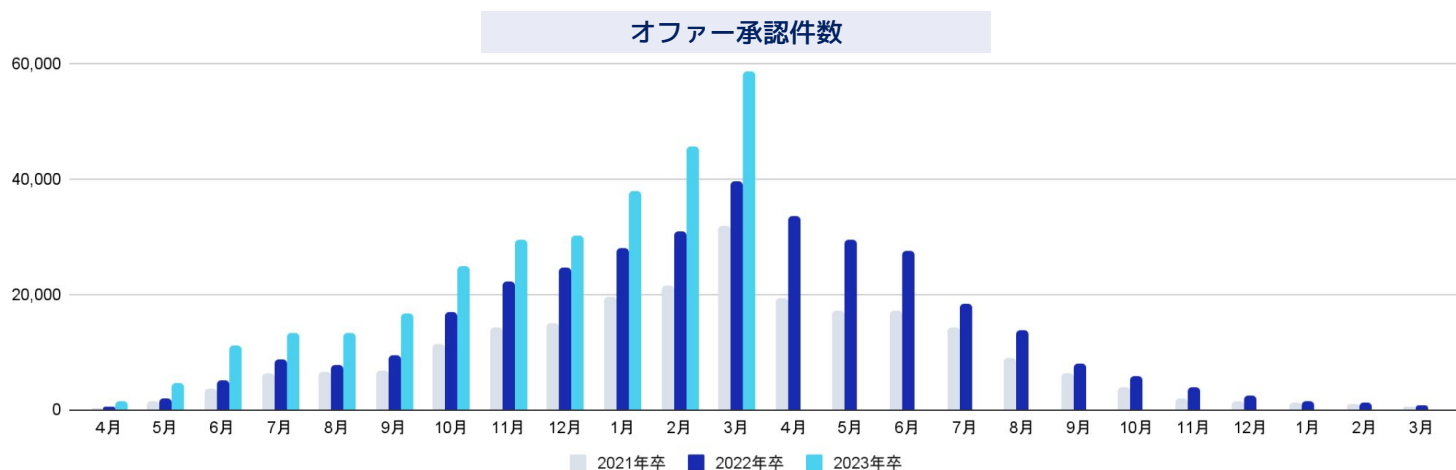
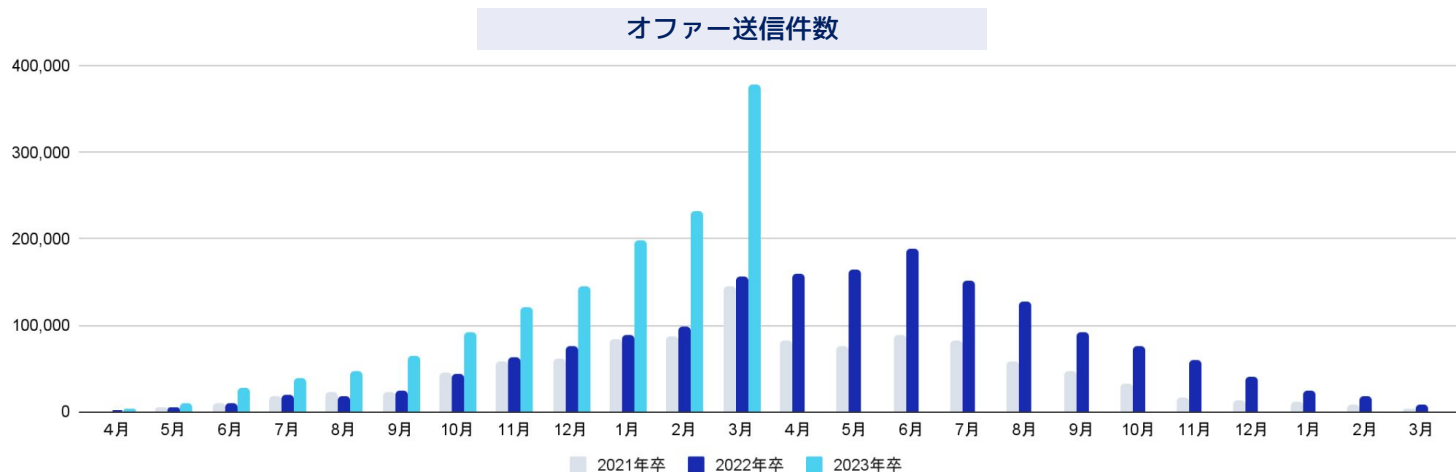
注1) 2020年卒は、2018年5月～2020年3月までの数値を集計しています。

注2) 2021年卒は、2019年5月～2021年3月までの数値を集計しています。

注3) 2022年卒は、2020年5月～2022年3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。
2023年卒の3月末時点での累積オファー承認件数は2022年卒の同期比+47.5%の成長となっている。



各種KPI実績⑥：決定人数の増加

2022年卒の最終的な決定人数は5,027名（前卒業年度比+41.7%）となった。
過去7年のCAGRは70%を超えており、OfferBoxを通じて就職が決定する学生数は順調に伸びている。



1. 会社概要

2. 2022年3月期 実績

3. 2023年3月期 業績見通し

4. 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

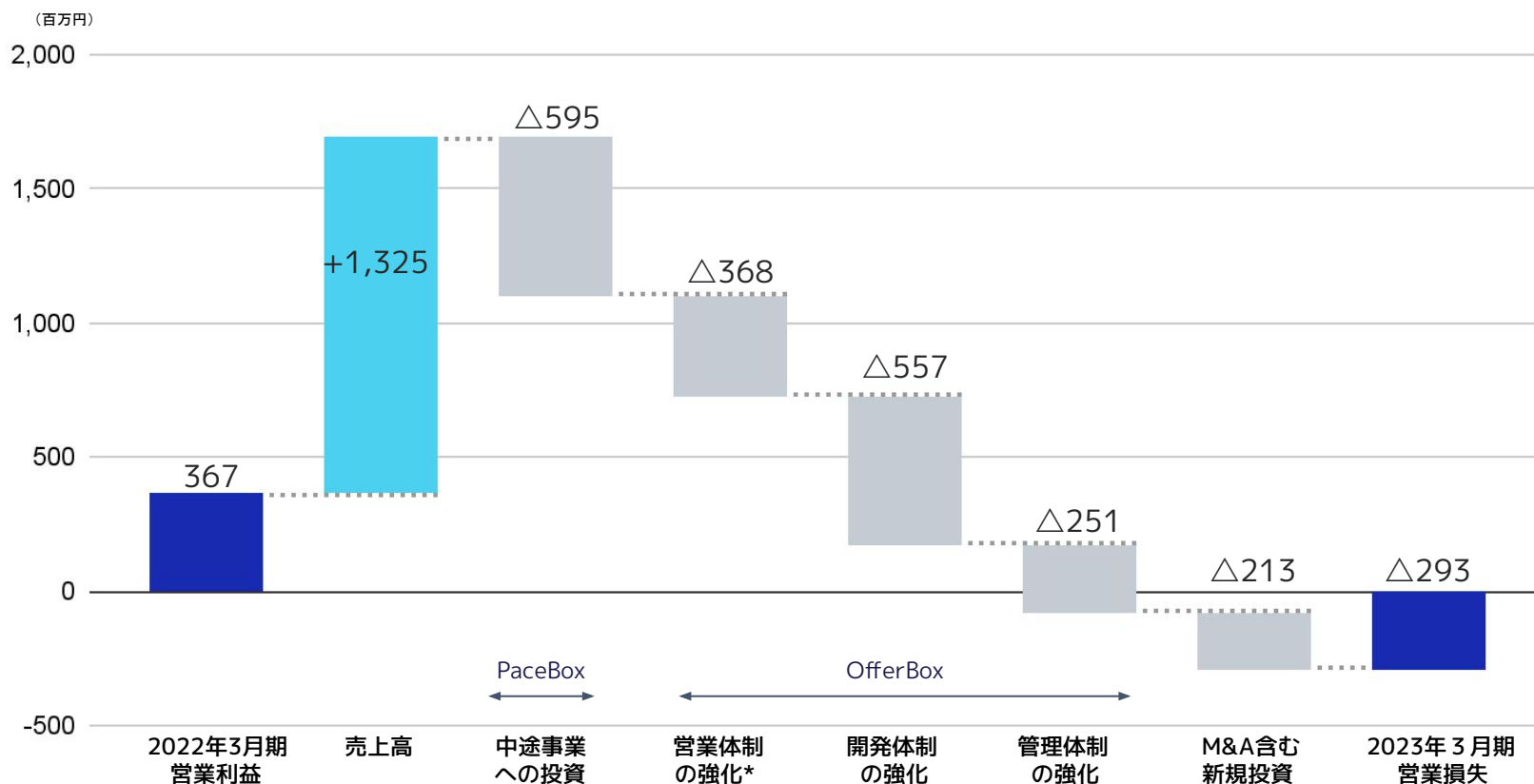
連結売上高は前期比+43.5%、うちOfferBox事業は前期比+42.6%の成長。

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%

営業損益の前年比較

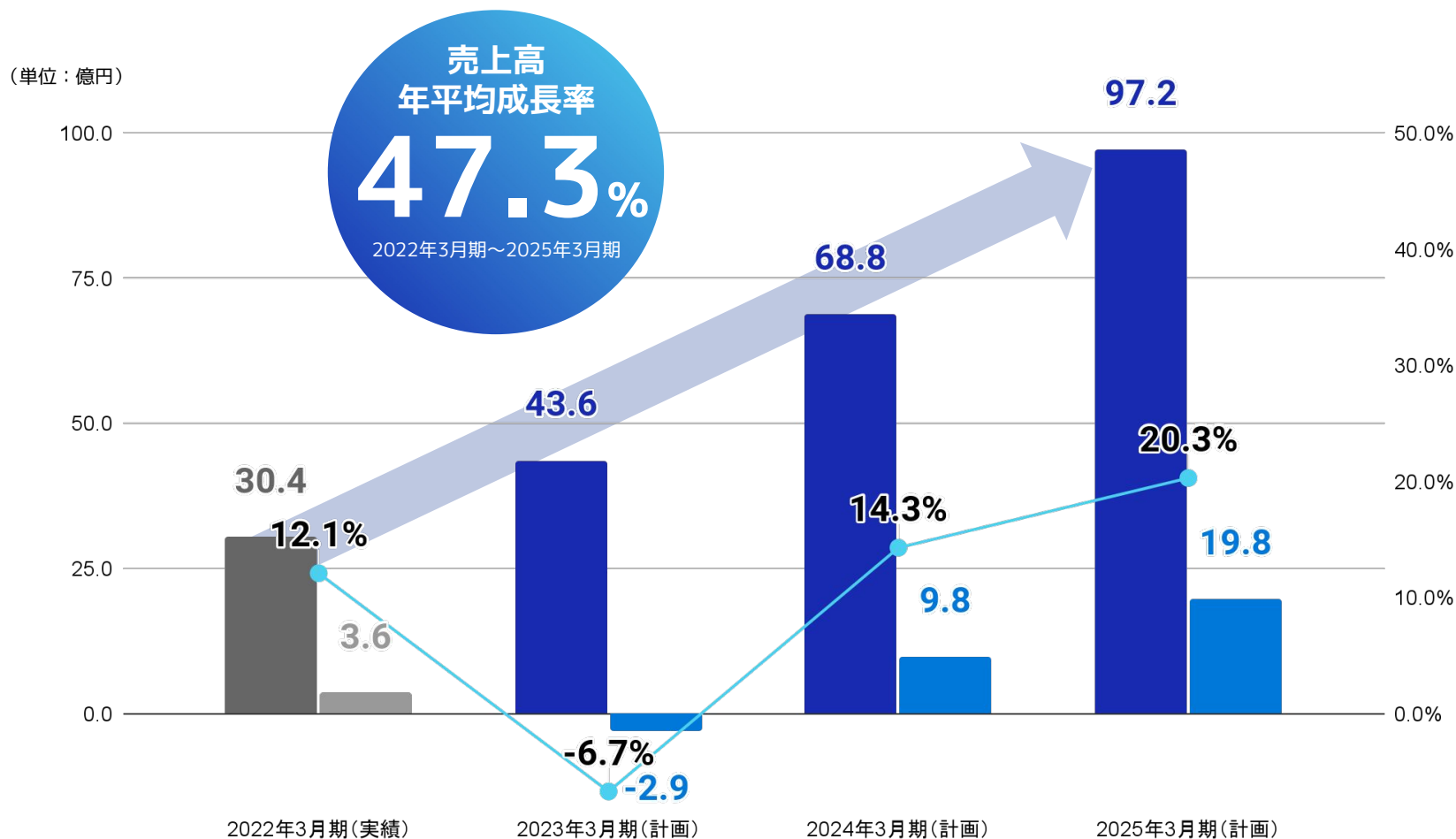
2023年3月期は、PaceBoxの垂直立ち上げのための投資及びOfferBoxの更なる成長に向けた積極的な投資に加え、M&Aを含む新たな取り組みも実施していく。これにより、売上高増加も293百万円の営業損失となる見込み。



*「営業体制の強化」には、プロモーション投資を含みます。

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。



1. 会社概要

2. 2022年3月期 実績

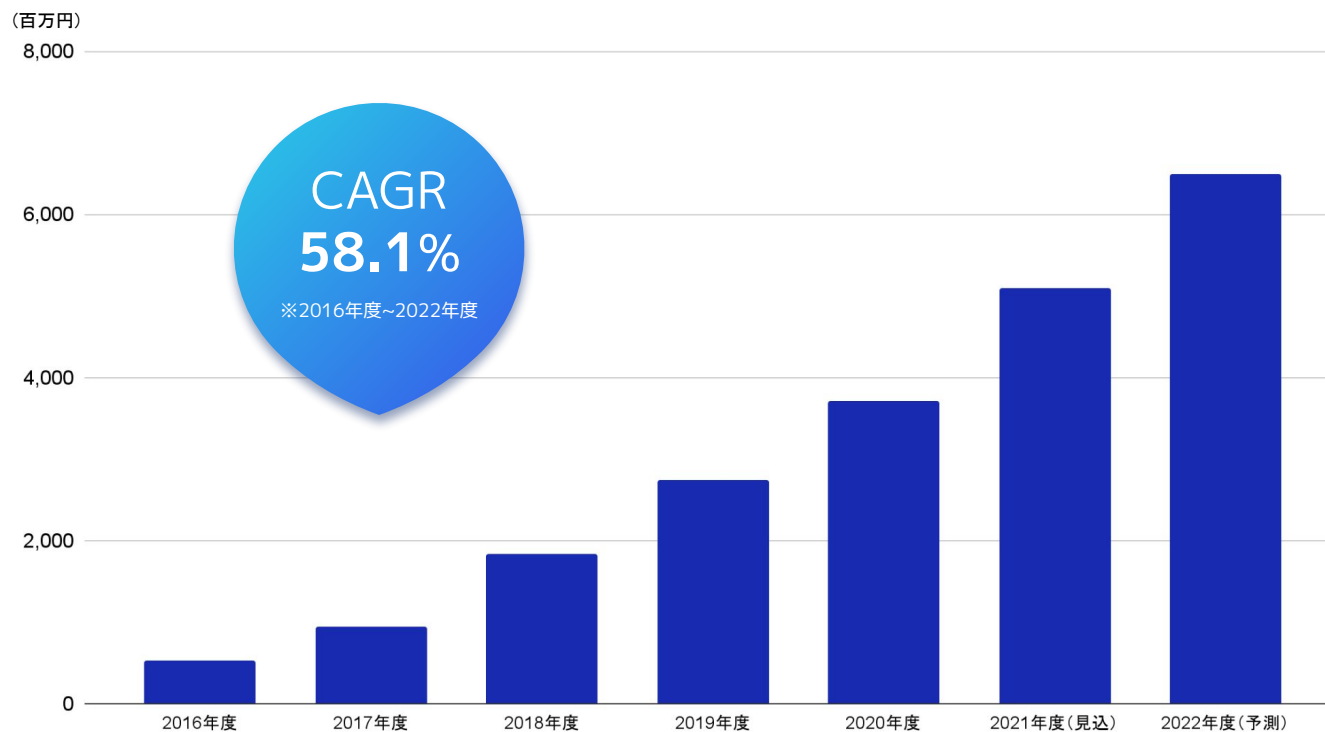
3. 2023年3月期 業績見通し

4. APPENDIX

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2022年版」を基に当社で加工

注2) 2021年度は見込、2022年度は予測(2022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。



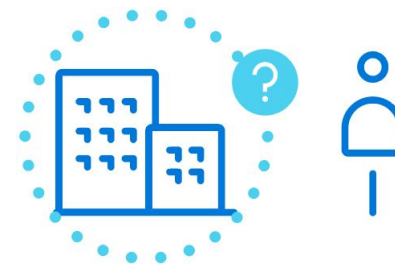
業界イメージや先入観から応募がない

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

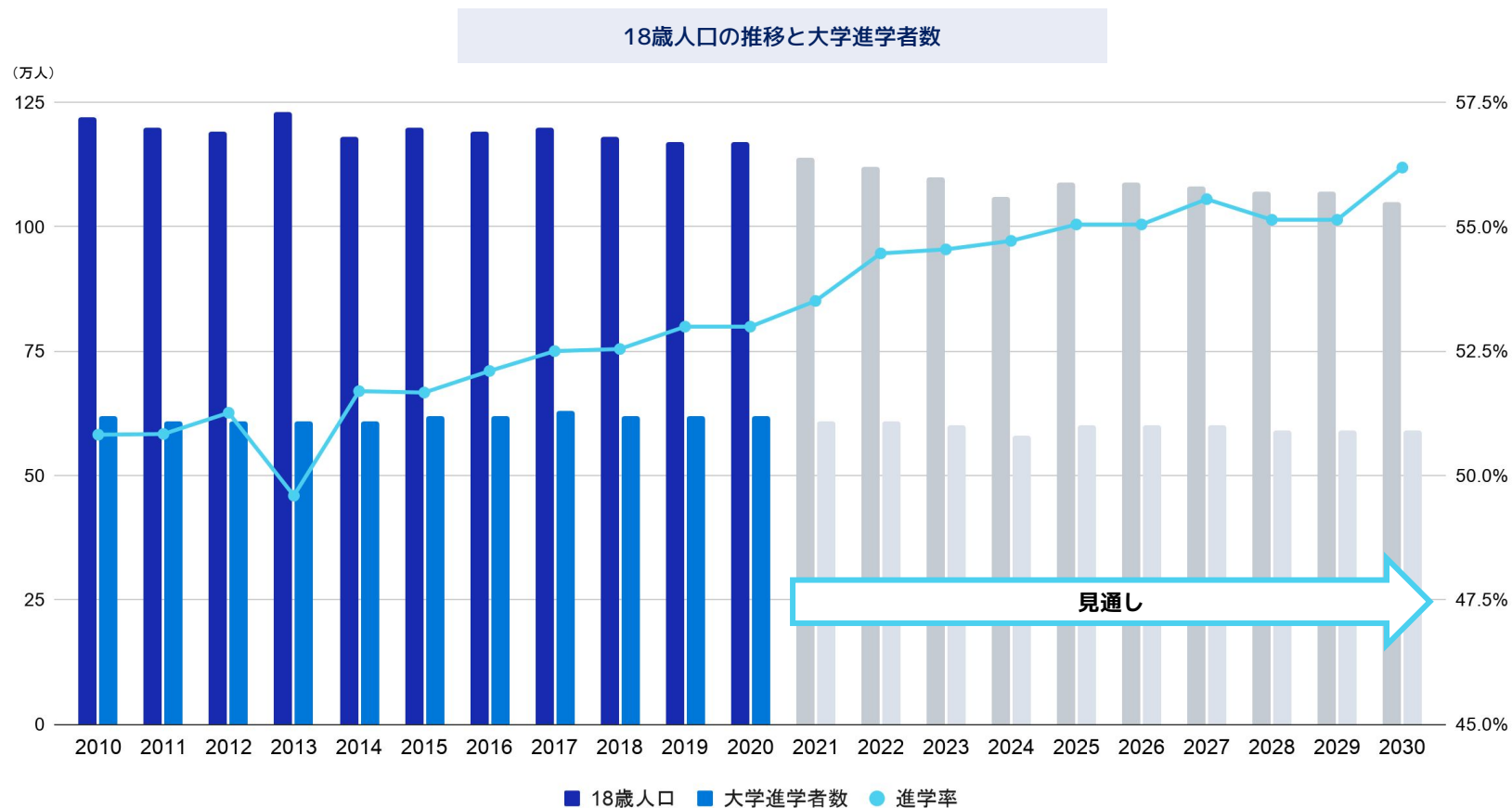


知名度がなく認知されない

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



学生プロフィールのイメージ

トップ 学生プロフィール

プロフィール メッセージ かんたん日程調整 管理

1 **アイブラグ大学**

国際教養学部 国際
文系 国際関係系
大阪府(出身:静岡県) 男性
▲12345 ●2020/4/22(1日前) 2021年
高等学校: アイブラグ高校
クラブ活動: 外文化系(サークル)
サークル: アイブラグ大学写真愛好会

2 オファーに関するリクエスト

オファーを申請したい **このおの希望条件** **希望条件とのマッチ率**

希望条件に
あまりこだわらない

受け取りたいオファーの内容

オファーをある程度受けたい

オファー数: 2 / 9 枠 検討中数: 32

このオファーする 検討する

ビジネス(パフォーマンス) 情報診断

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

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。

・ 志望の企業規模・志望業界・志望職種・志望勤務地

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、苦しいこと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めには、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

会社規模が大きい
組織や制度が企業上層にすぐ浸透できる

安定・着実を好む 事業に成長していきたい	大学卒業 メガベンチャー	挑戦・成長を好む 人より早く成長したい
	中小企業 ベンチャー	

会社規模が小さい
組織や制度が浸透していない

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

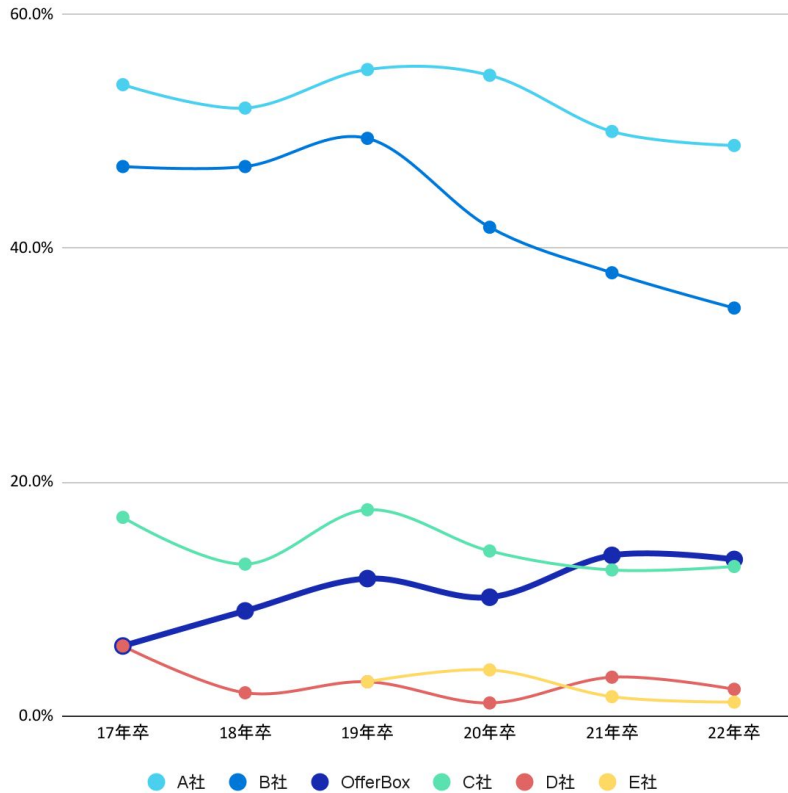
資格

留学	TOEIC Test(英語:945点以上) TOEFL Test(英語:CBT250点~279点)PBT600点~649点、iBT100 点~113点)
他の言語	スペイン語
特許資格	
情報処理技術者資格	

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。

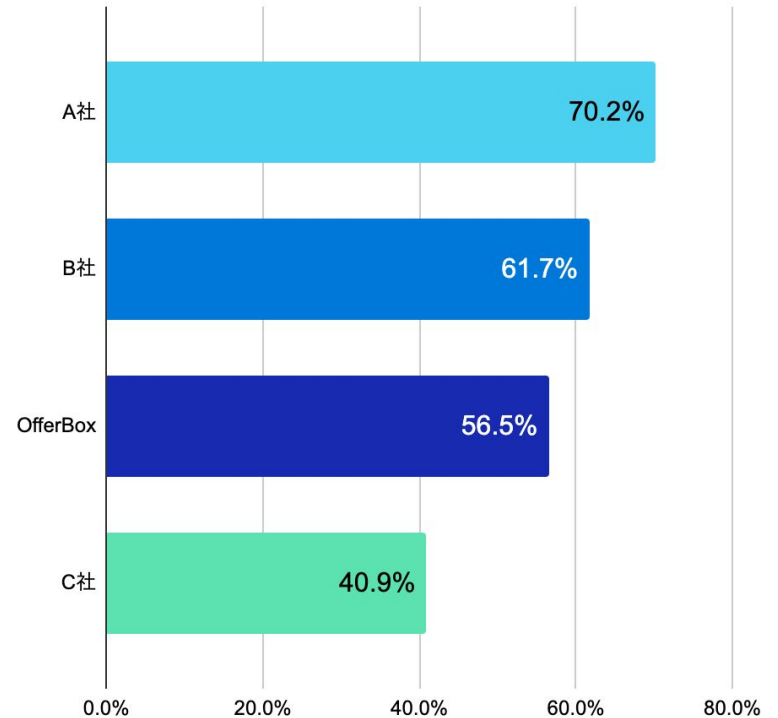
利用した就職サイト（企業）



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

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
450,000名

※出典：(株)リクルート 第38回 ワークス大卒求人倍率調査（2022年卒）



決定人数
(卒業年度ベース)

2022年3月卒実績*

5,027名

シェア 1.1%

*2022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)

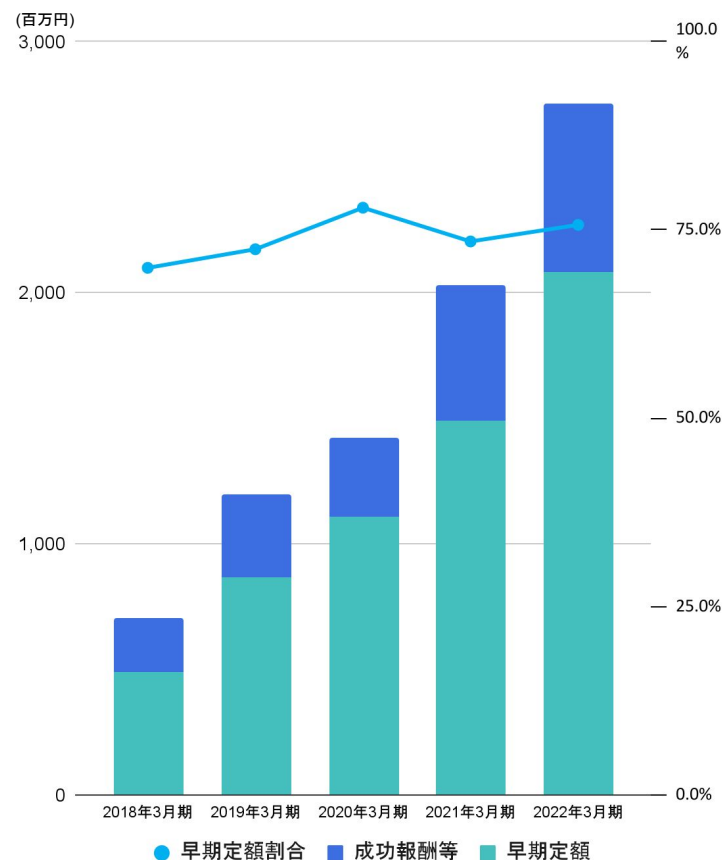
安定した顧客基盤を生み出す仕組み

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。

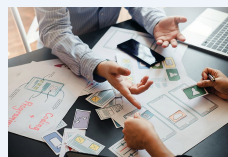


企業に関するデータ

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

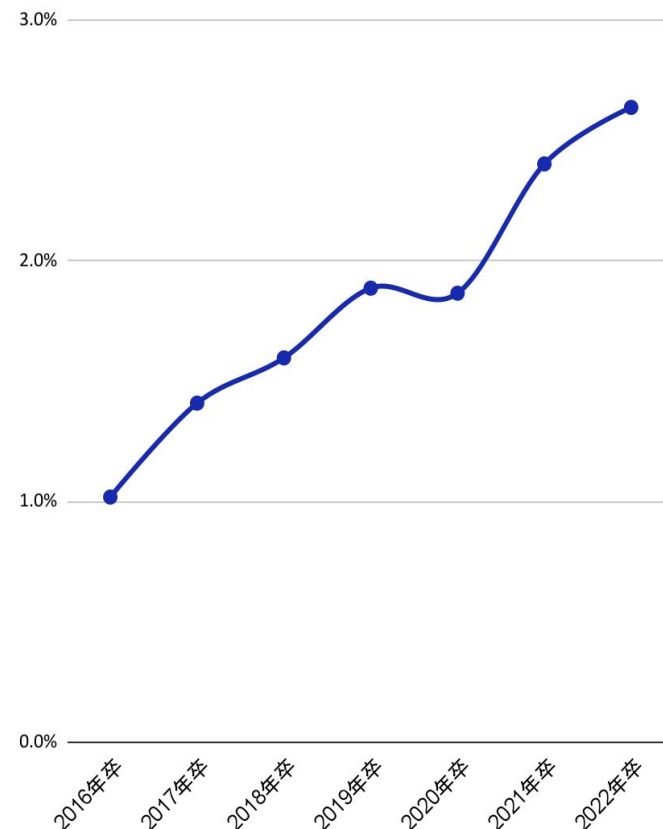
サービス内行動履歴
-プロフィール閲覧
-オファーの送受信
-オファーの承認
-内定確定 など

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。



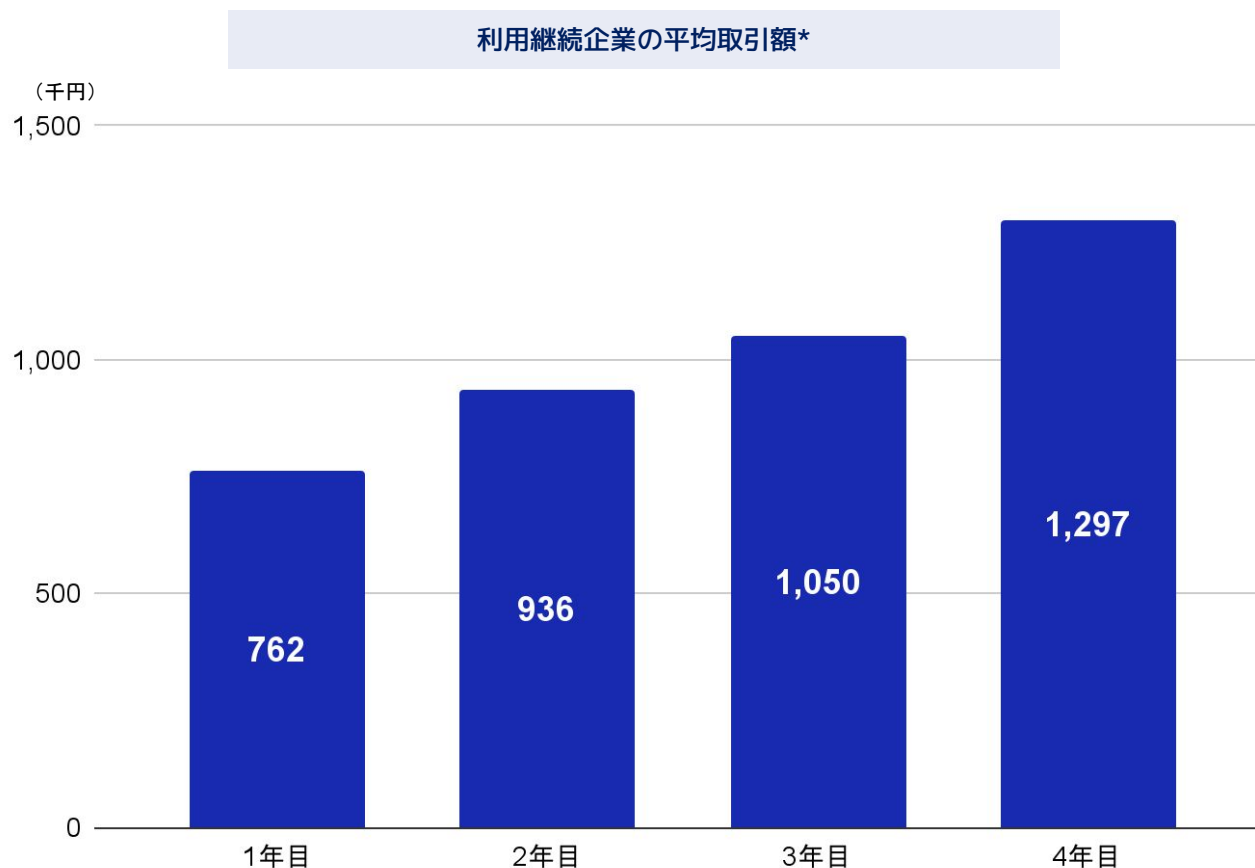
学生登録からの決定率*



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

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

利用学生の属性

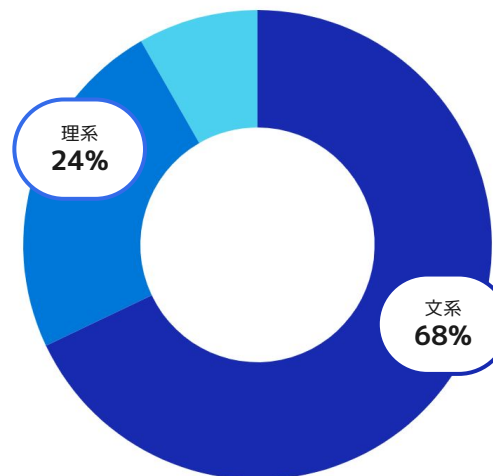
全方位で且つアクティブな学生データベースを提供することで、企業の多様な採用ニーズに対応している。

大学群



- 旧帝大・早慶クラス …………… 12%
- MARCH・関関同立クラス …… 19%
- その他国公立 …………… 17%
- 日東駒専・産近甲龍クラス …… 12%
- その他 …………… 40%

文理



- 文系 …………… 68%
- 理系 …………… 24%
- その他 …………… 8%

注) 大学群・文理：OfferBox 2022年卒学生の2022年3月末時点での利用実績データより

利用企業の属性

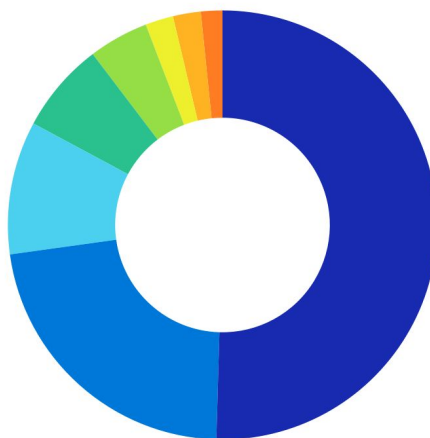
様々な業種・エリア・規模において、OfferBoxの利用が促進されている。

業種別



- 情報通信 …………… 20%
- サービス …………… 15%
- 建設 …………… 12%
- 卸・小売 …………… 10%
- 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 …………… 3%
- その他 …………… 18%

エリア別



- 関東・甲信越 …………… 51%
- 関西 …………… 22%
- 東海 …………… 10%
- 中国・四国 …………… 7%
- 九州・沖縄 …………… 5%
- 北陸 …………… 2%
- 東北 …………… 2%
- 北海道 …………… 1%

従業員規模別



- 100名未満 …………… 38%
- 100～499名 …………… 38%
- 500～999名 …………… 14%
- 1,000名以上 …………… 10%

OfferBoxユーザーについて

大手企業も導入

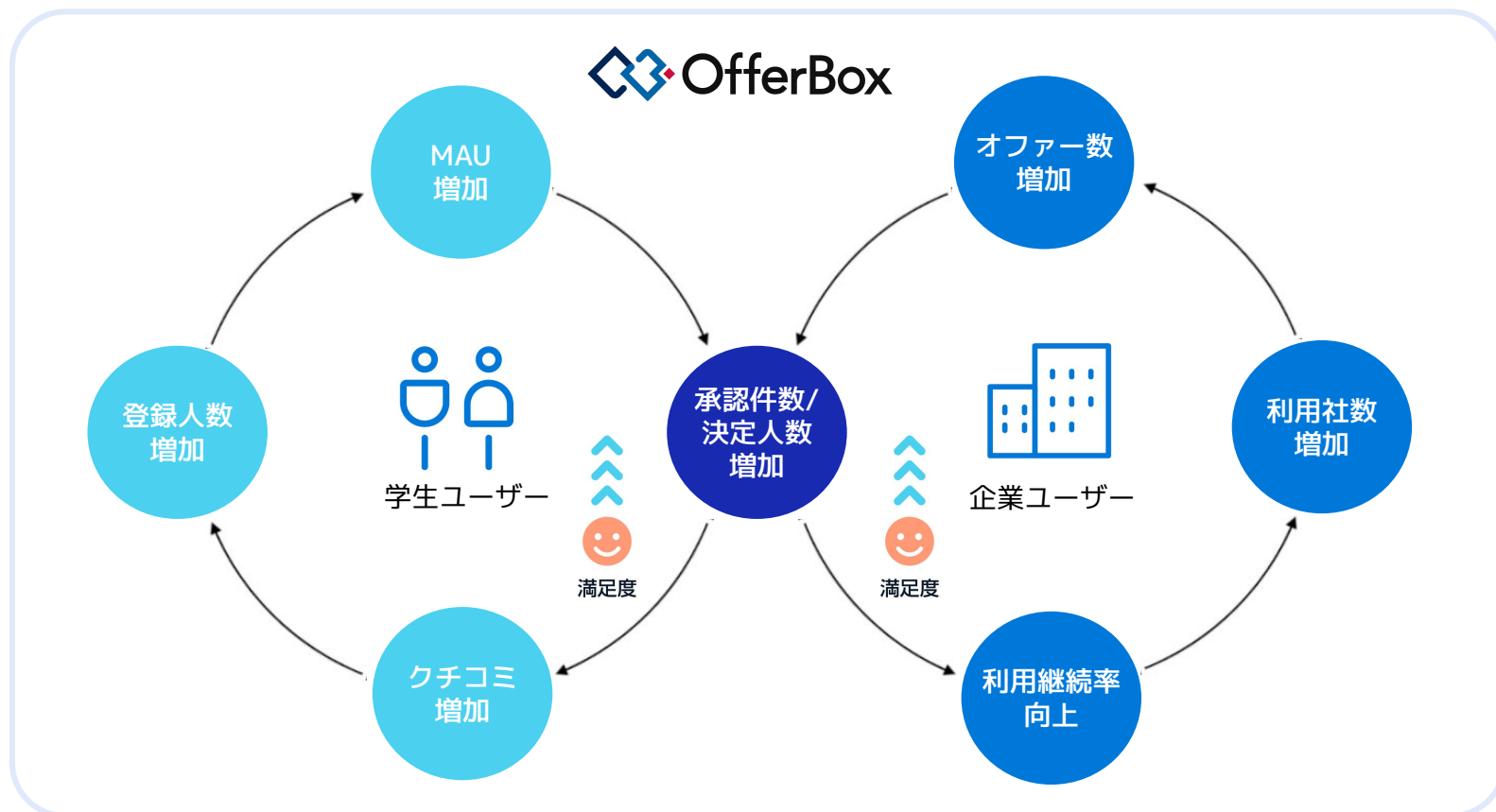


Securing Your
Connected World



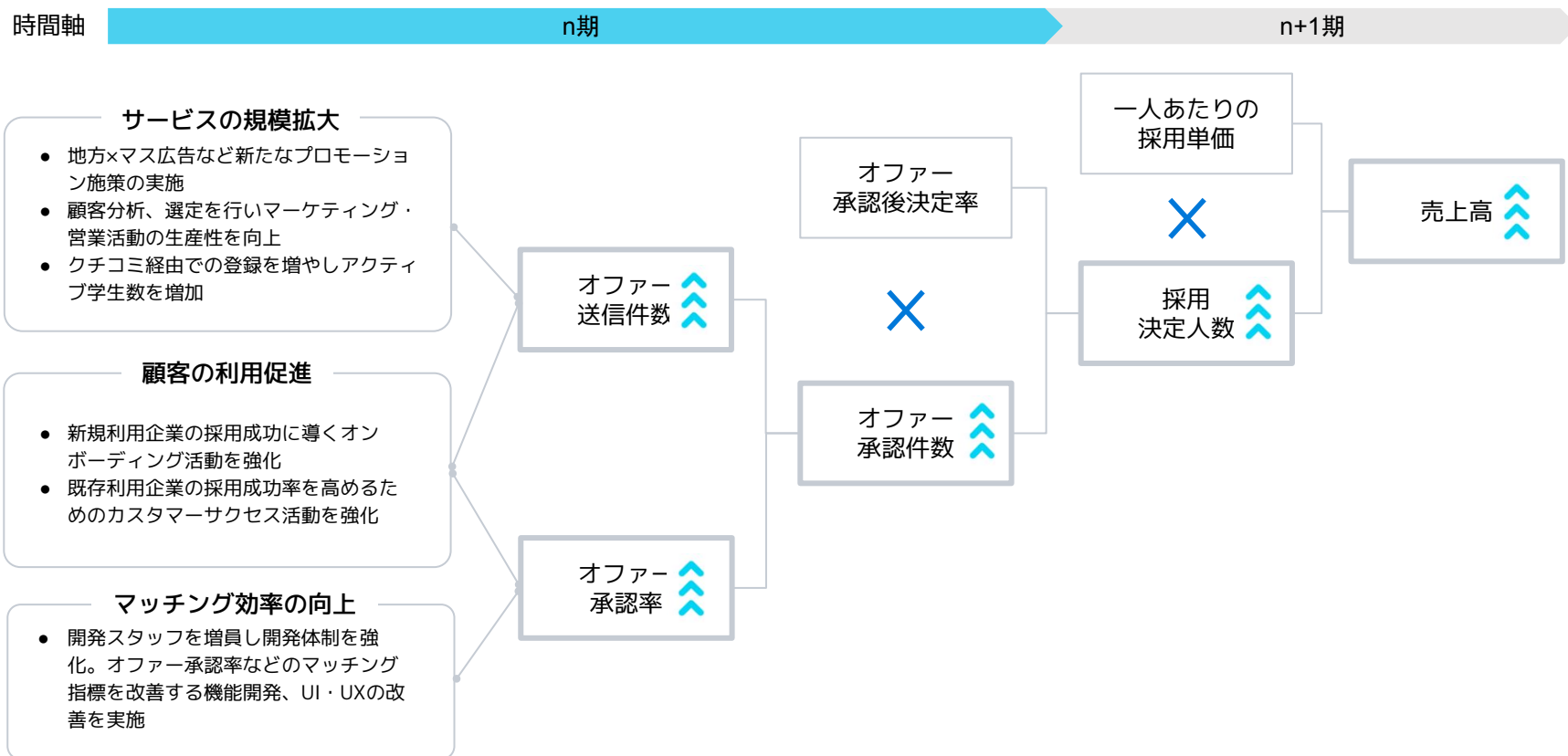
プラットフォームの競争優位性を高めるネットワーク効果

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。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。

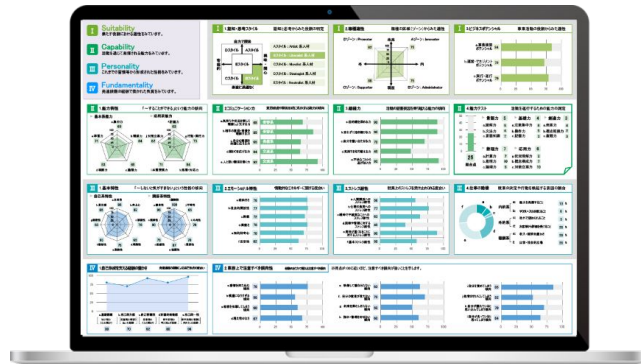
eF-1Gの概要

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、網羅的にパーソナリティなどを捉えることができ、新卒・中途採用から育成、登用などのあらゆる場面で活用できる。eF-1Gは単体サービスでも販売している。

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



特徴

測定項目は業界最多の194項目、欲しい人財を的確に把握可能

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

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に在学中、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。



土泉 智一 執行役員CHRO

成城大学経済学部卒業。大手人材サービス会社の法人営業、アイスタイル及びSHIFTでの人事責任者を経て、2021年9月i-pluginに入社。同年12月に執行役員CHRO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。

IRメール配信

投資家の皆様へのタイムリーな情報提供を行うため、毎月IRメールを配信しております。
配信をご希望の方は、[こちら](#)からご登録ください。

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。

