



事業計画及び成長可能性に関する事項

2022年6月17日
株式会社i-plug
(東証グロース：4177)

会社概要

事業概要

市場環境

業績推移

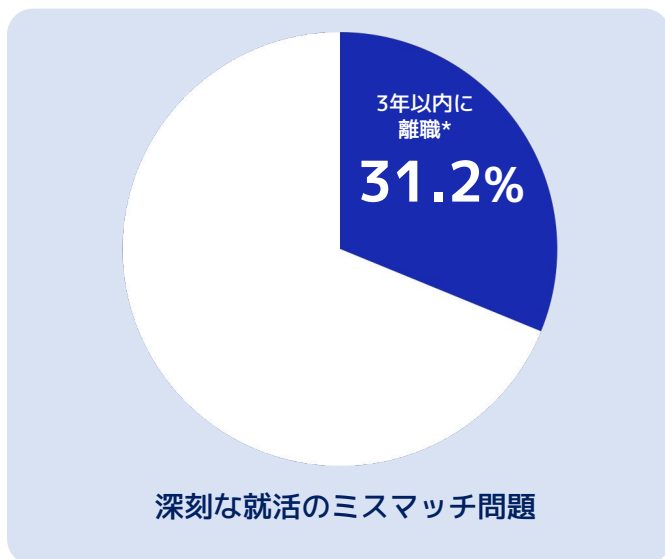
中期経営計画

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

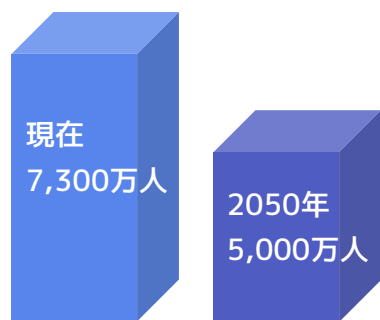
会社概要

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CHRO 土泉 智一 執行役員CTO 小川 伸一郎 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

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



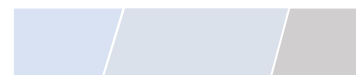
テクノロジーの進化
事業のライフサイクルの短期化
人間の寿命・健康寿命の延伸

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。

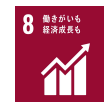
自分らしく活躍することとは、「一人ひとりが持つ多様な可能性の発揮」、「100年の生涯にわたる成長」、「新しい選択肢の獲得」を指し、私たちはそれらを“キャリア・ポテンシャル”と定義しています。

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。

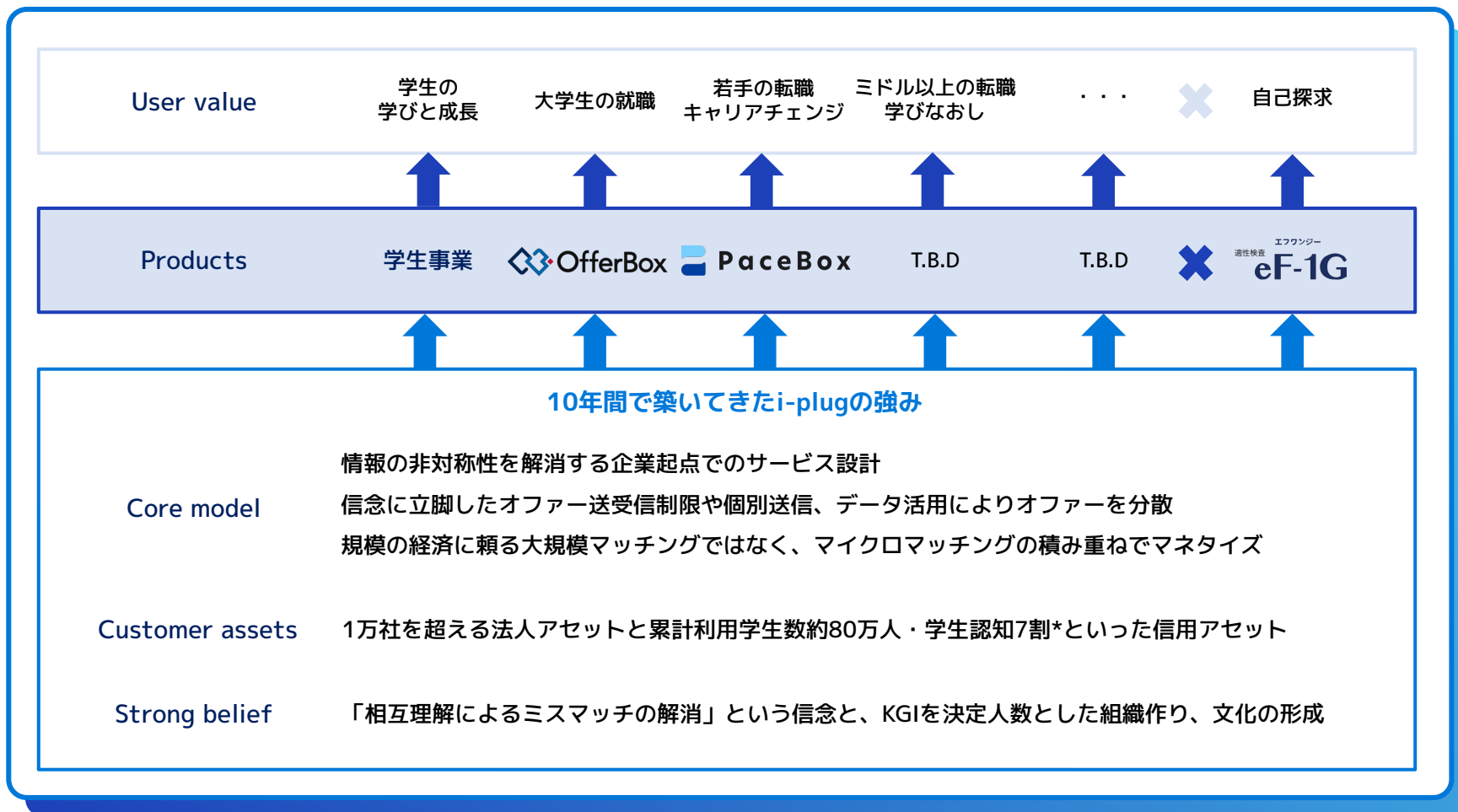
私たちは、そう信じています。

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

会社概要

事業概要

市場環境

業績推移

中期経営計画

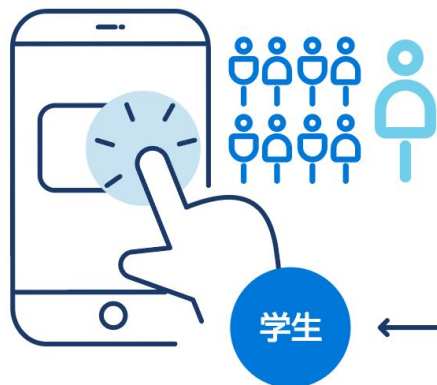
Appendix

新卒ダイレクトリクルーティングサービス「OfferBox」

「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

OfferBoxの学生プロフィールのイメージ

OfferBoxの学生プロフィールのイメージ。画面には「アイブラグ大学」の国際教養学部国際系学生プロフィールが表示されています。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、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。

- 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グ風景です。初めて会ったメンバー同士でしたが、同世代だったので楽しく、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、真心に選んで迎った秋の写真です。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扱いにはしゃげる大人であることがモットー。ブランド業しかたつたです！

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、粘り強く粘り強めに意見を一つにまとめることを何度もやってきました。こうした経験は、忍耐力をはじめ、我慢力も身につけてくれたのです。この忍耐力を活かして、仕事の中で困難に直面しても成果を上げるために諦めずに頑張りが、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位以上に上がったのです。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がや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、さらなる売上や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管理できました。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堪能しました。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かしら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(PBT600点~649点、iBT1100点~1130点))
他の言語	スペイン語
特長資格	
情報処理技術者資格	

OfferBoxの特徴

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以来取り組んでいる。

様々な検索方法

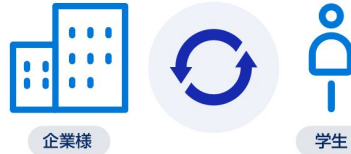


オファー流通量の制限

流通制限

採用計画1名につき40枠

※通ではなく、枠



※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

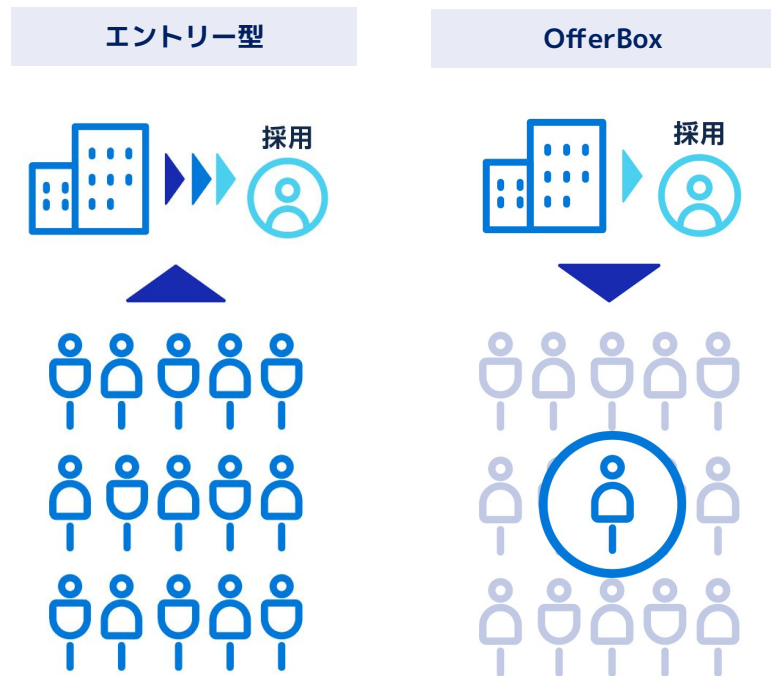


コミュニケーションのし易さの追求

- 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

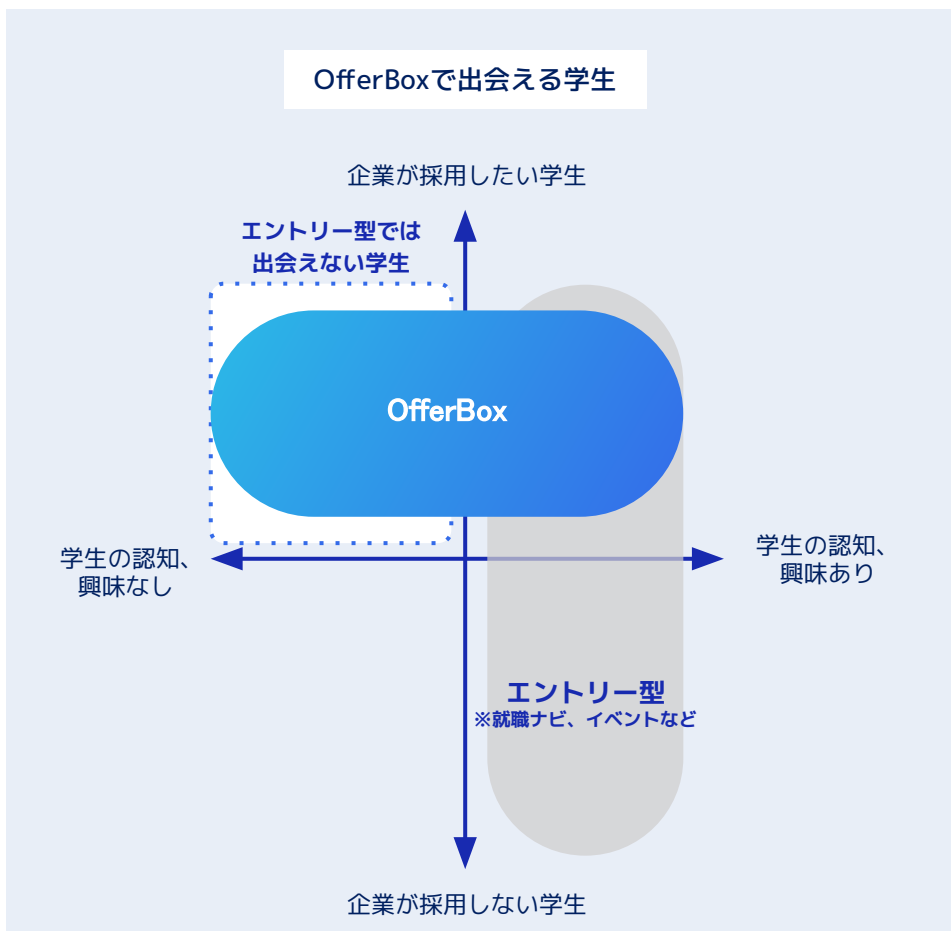
エントリー型では出会えない学生を採用できる

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。



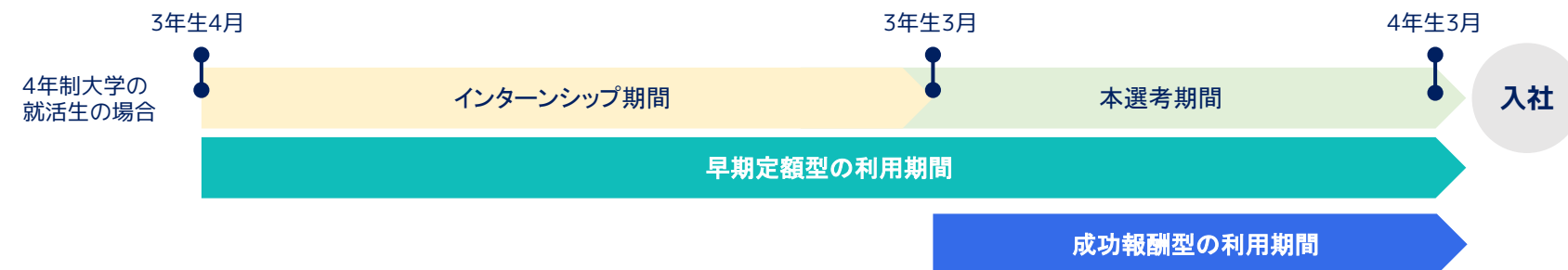
- ・ 認知されていないとなかなかエントリーしてもらえない
- ・ 認知度を高めるためには費用がかかる
- ・ 採用する学生を絞り込むため選考プロセス上で多大な工数がかかる

- ・ 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

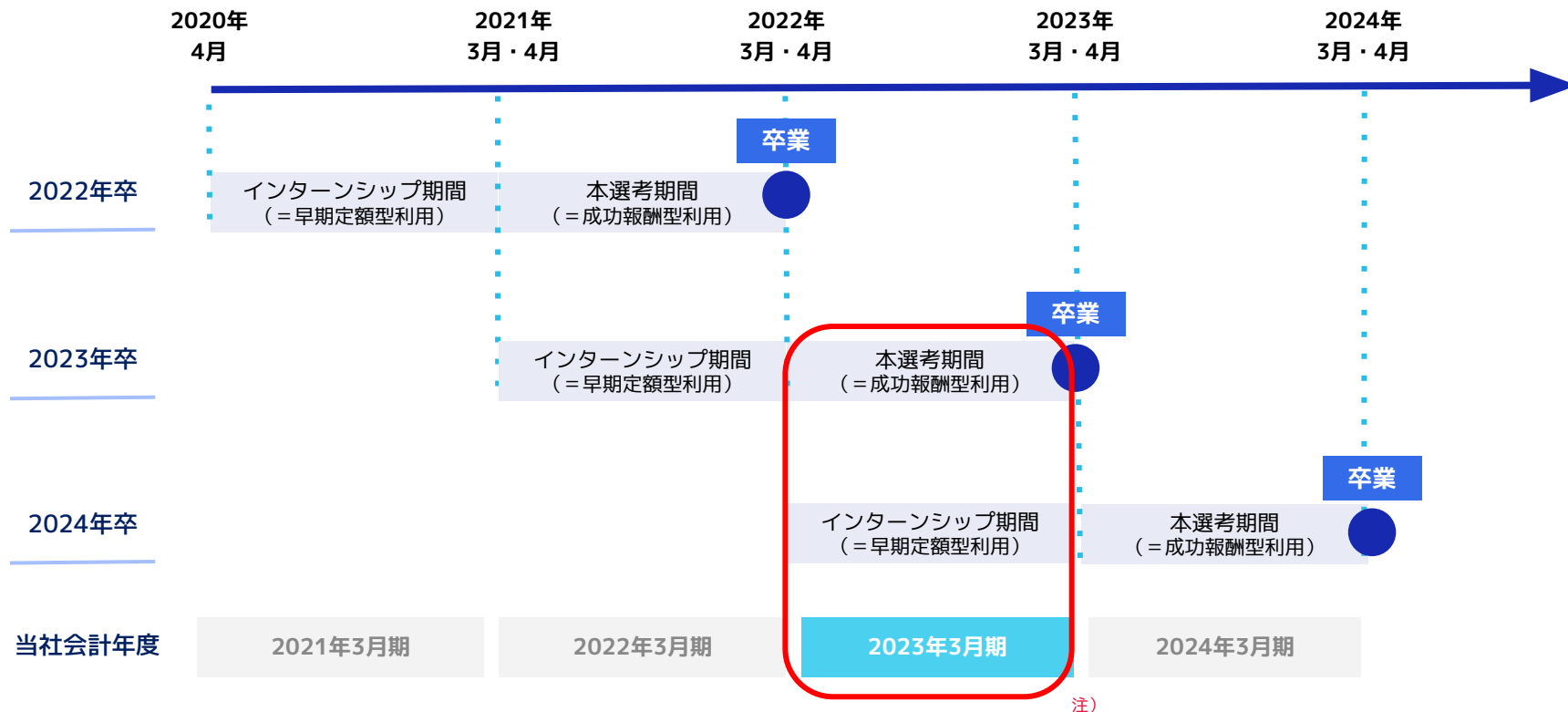
各社の採用戦略（採用人数、活動時期、採用課題）に合わせて2つのプランから選択することができる。



	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。



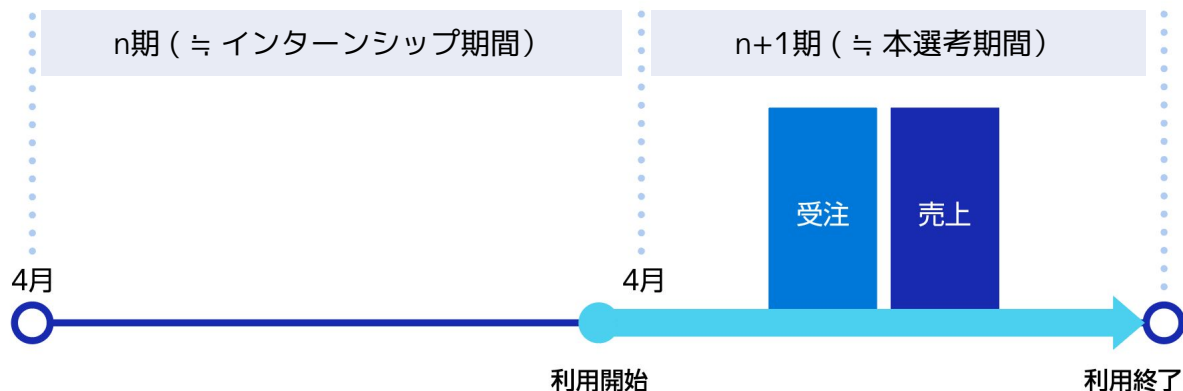
注) 例えば、2023年3月期においては、2023年卒業予定者の本選考期間（成功報酬型の利用）と、2024年卒業予定者のインターンシップ期間（早期定額型の利用）の2プランが収益合算されます。

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。

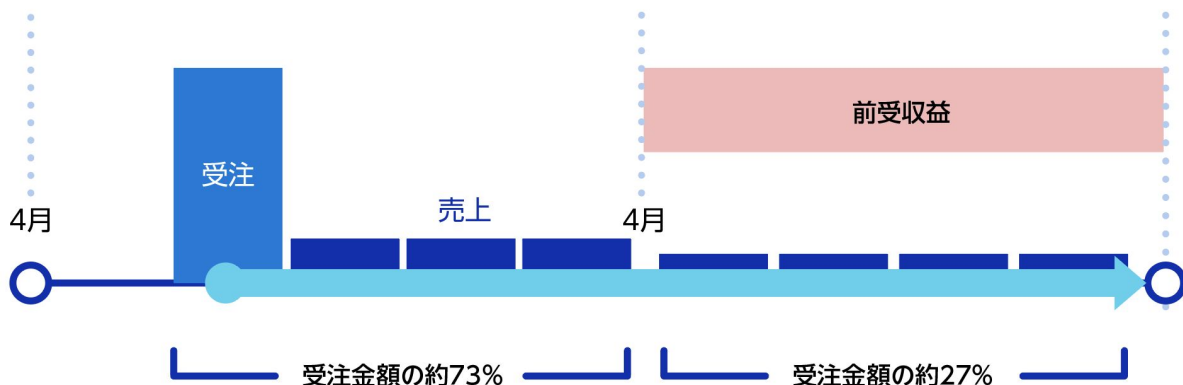
成功報酬型の場合

- ・ 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

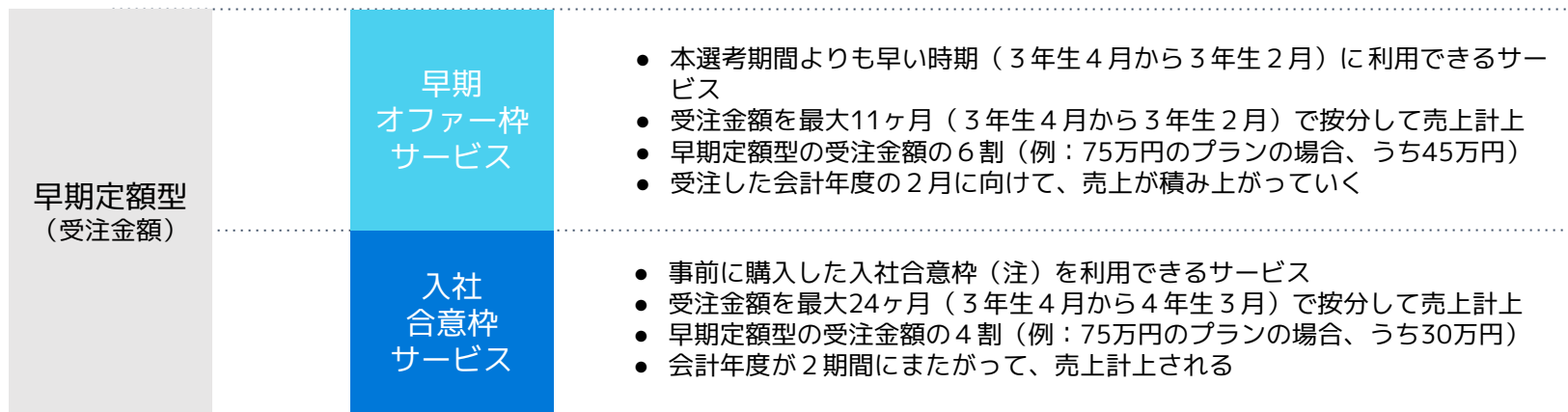


注1) 本選考期間とは、政府が定める就活ルールにおける3年生3月の採用広報解禁以降の採用広報および選考活動の期間を指します。

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。

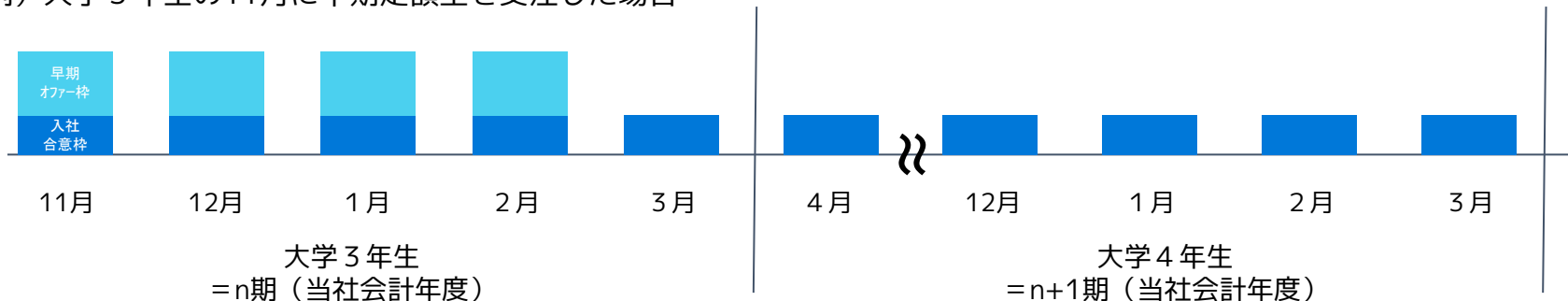
早期定額型の収益認識について

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



若手向け転職プラットフォーム「PaceBox」

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

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



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。

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

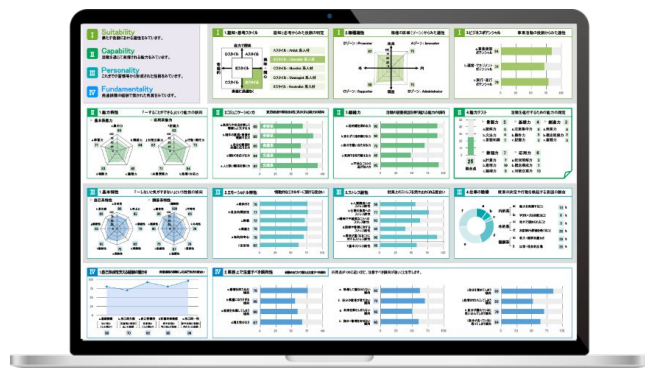
適性検査「eF-1G」

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

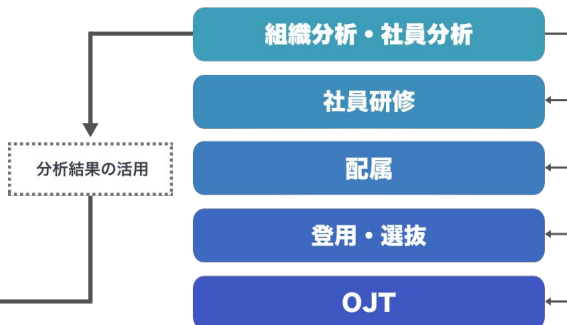
採用から社員の能力開発まで一貫して活用できる適性検査



採用での活用シーン



社内での活用シーン



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)

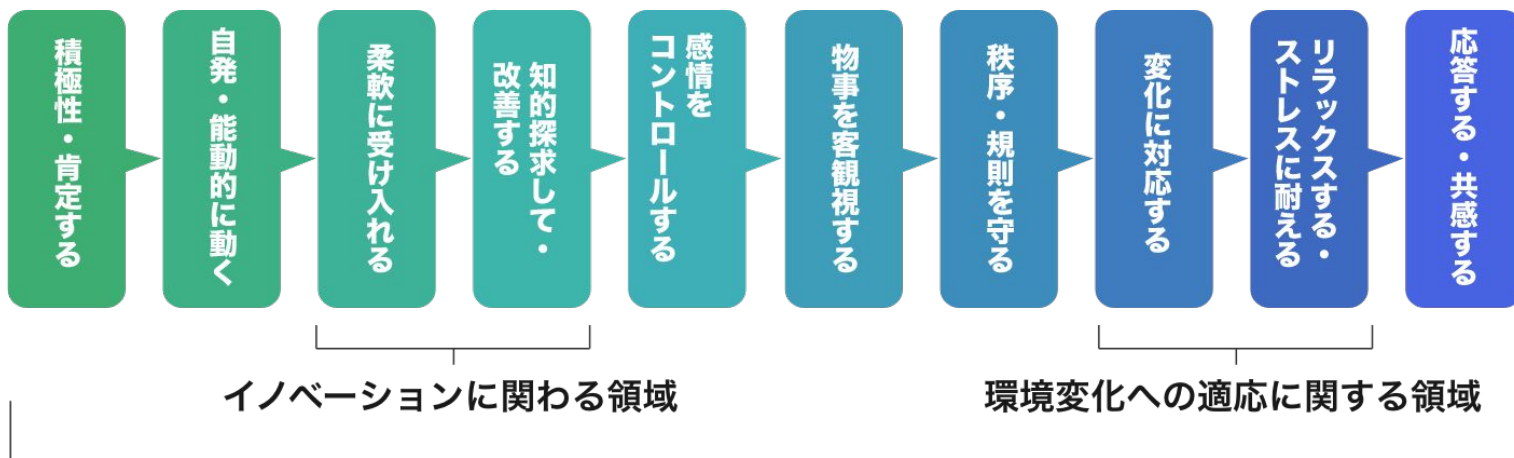
導入実績
1000社以上

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。



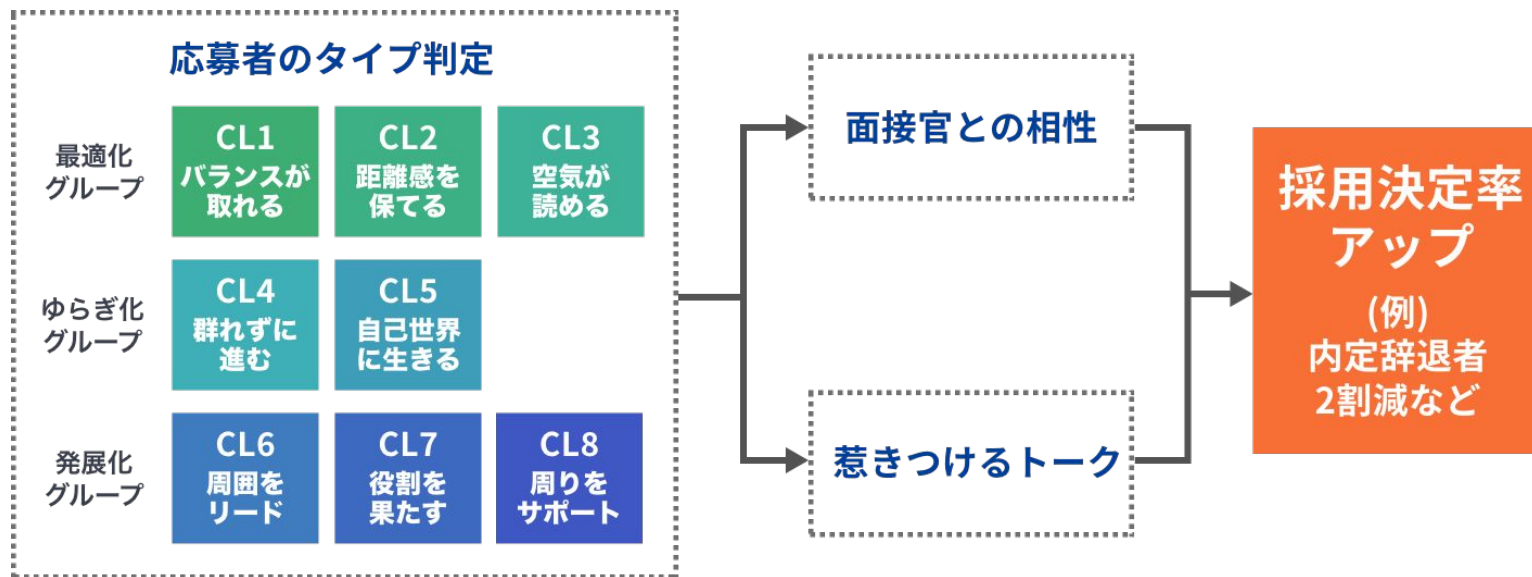
性格アセスメントの測定領域のうち、適性検査eF-1Gは全領域を網羅しています

※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ワ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 117,600円
診断受検料	1件あたり2,000円 （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。

会社概要

事業概要

市場環境

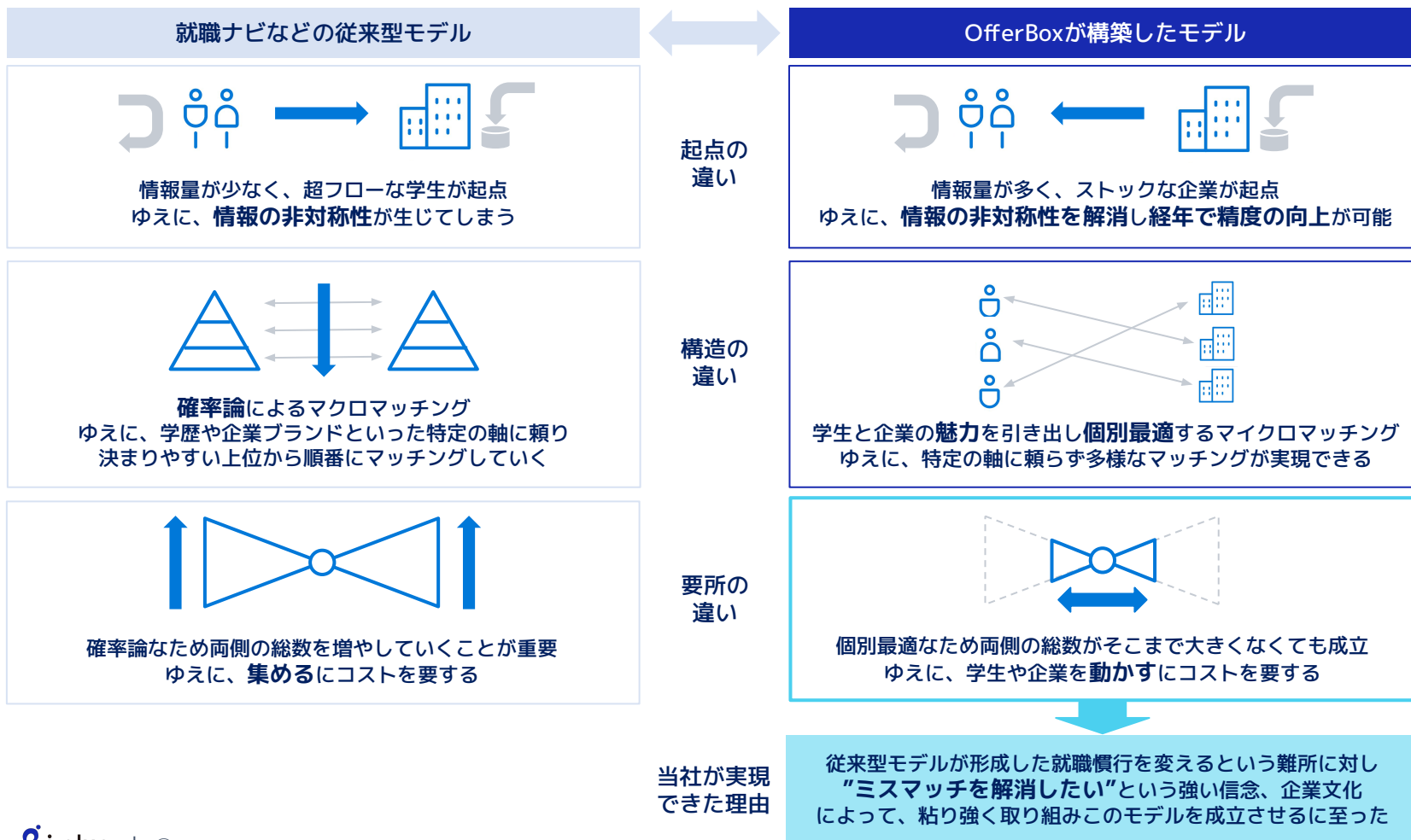
業績推移

中期経営計画

Appendix

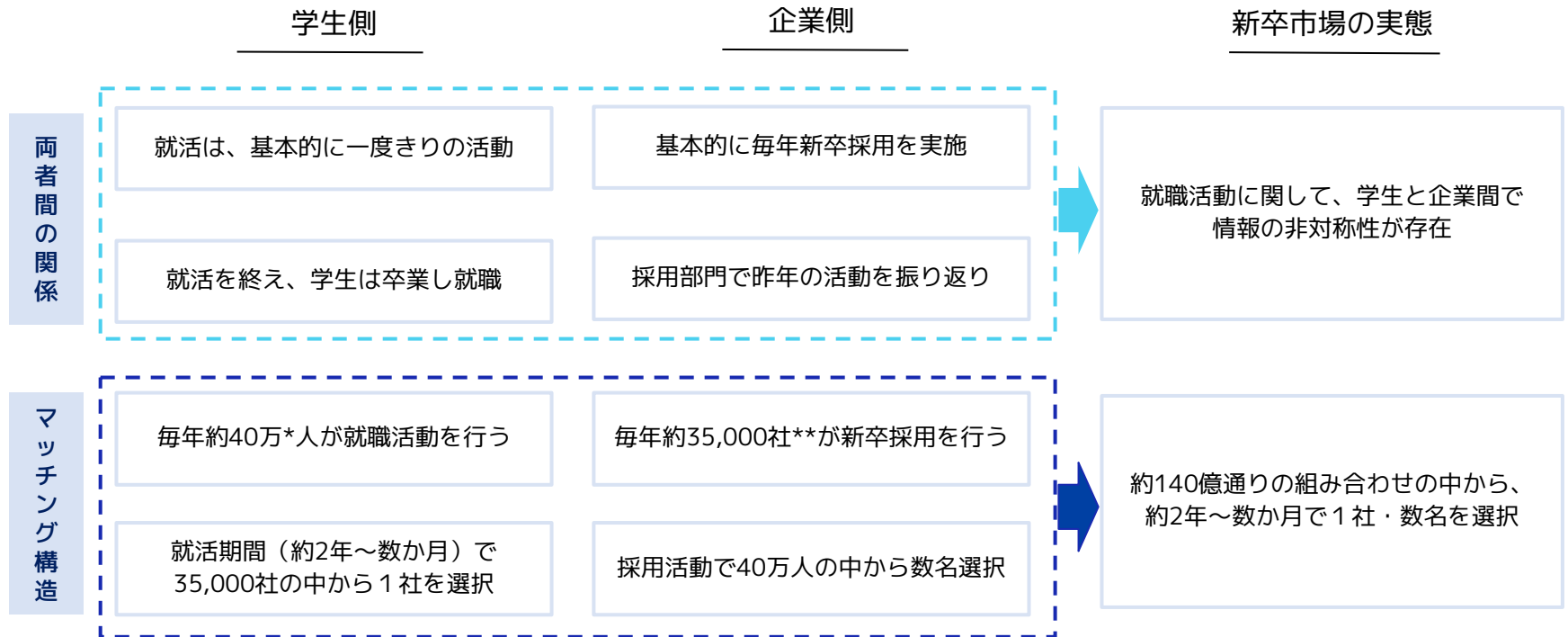
OfferBoxが構築したモデル

従来型モデルでは解決しきれ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。



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。



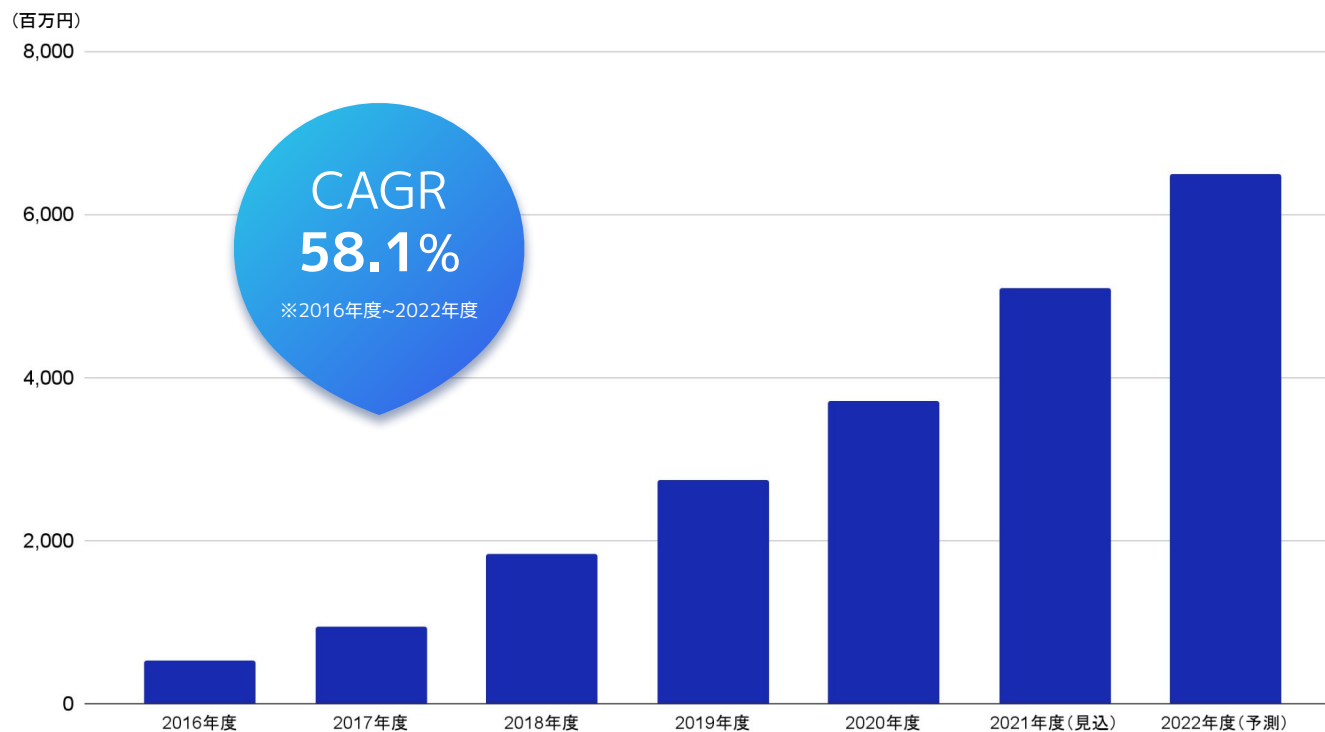
* ワークス大卒求人倍率調査における「民間企業就職希望者数」

**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

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の伸びは顕著。前述のモデルにより、OfferBoxは新卒ダイレクトリクルーティング市場でもトップシェアを誇る。

新卒ダイレクトリクルーティングサービス市場推移



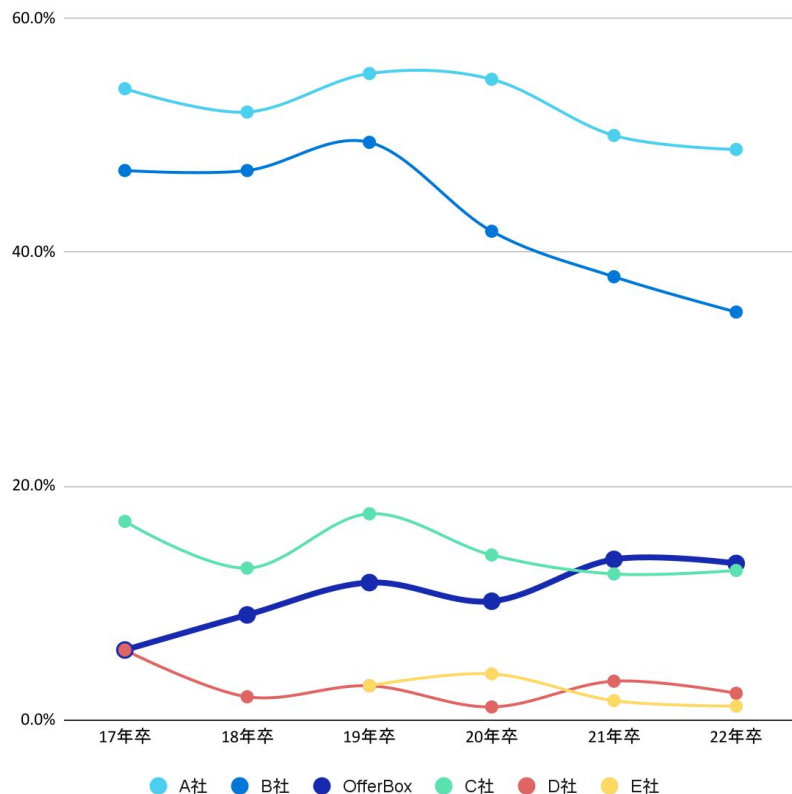
注1) (出典) 矢野経済研究所「新卒採用支援市場の現状と展望2022年版」を基に当社で加工

注2) 2021年度は見込、2022年度は予測(2022年3月現在)

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。

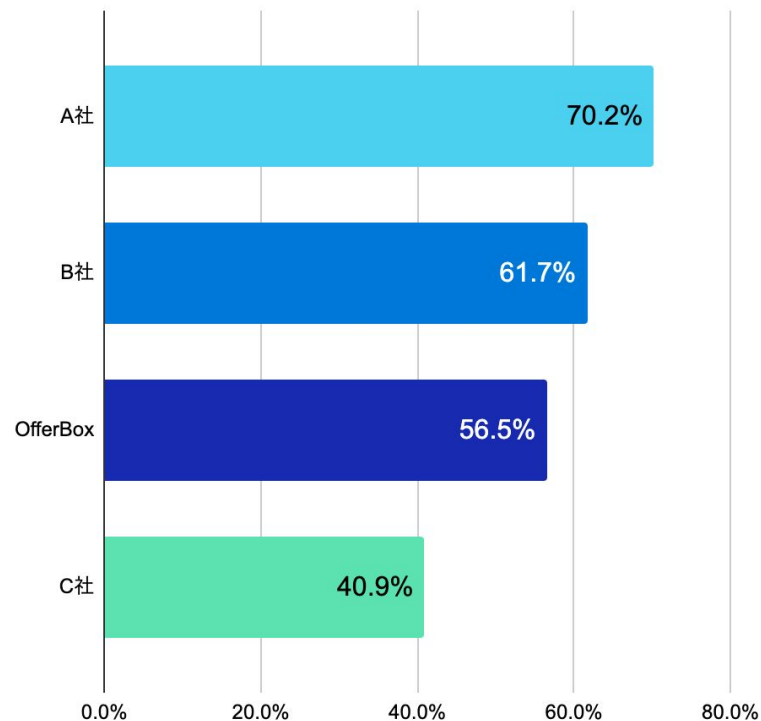
利用した就職サイト（企業）



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）

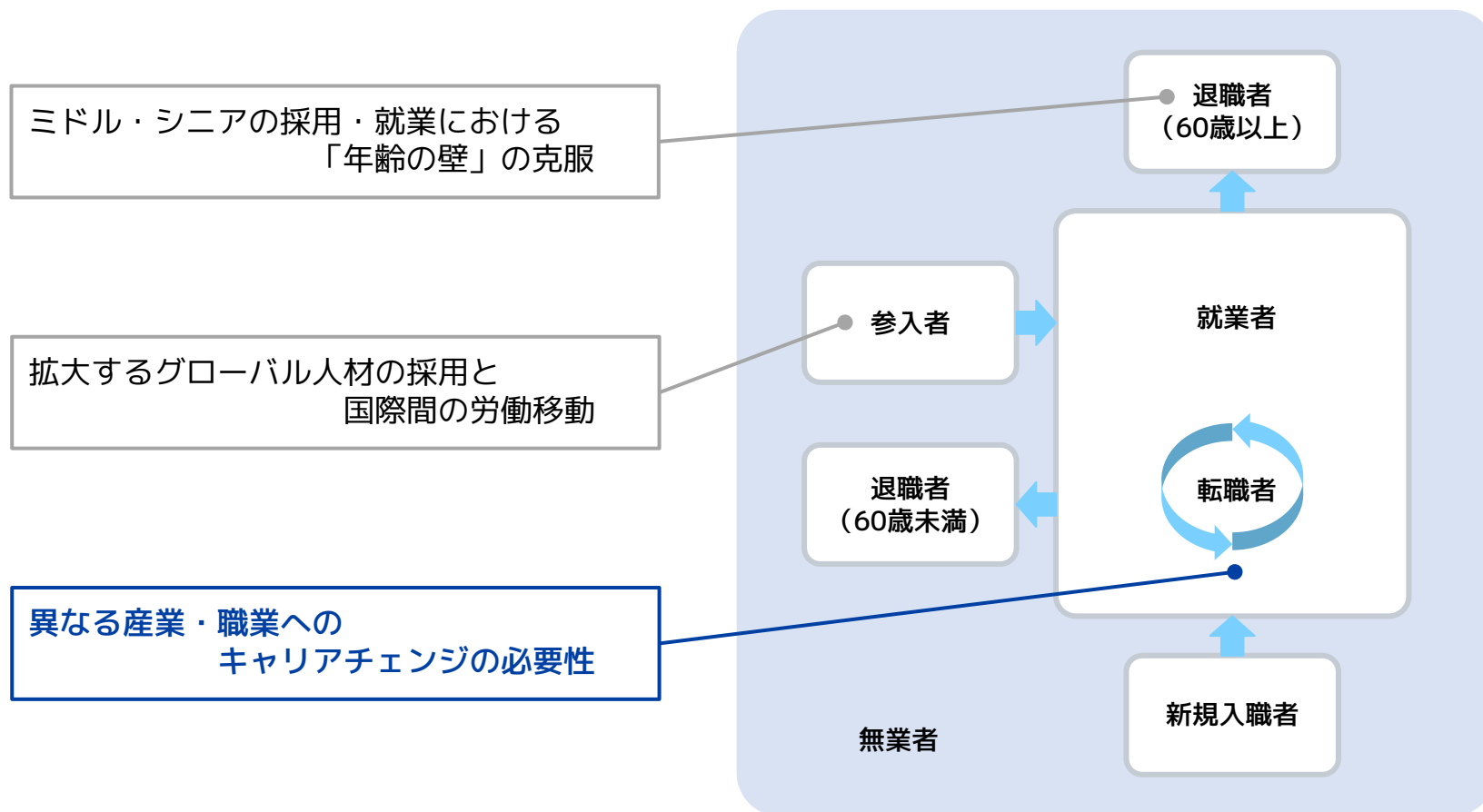


出典) HR総研 (ProFuture) 新卒採用動向調査 (2021年6月)

・ 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

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。



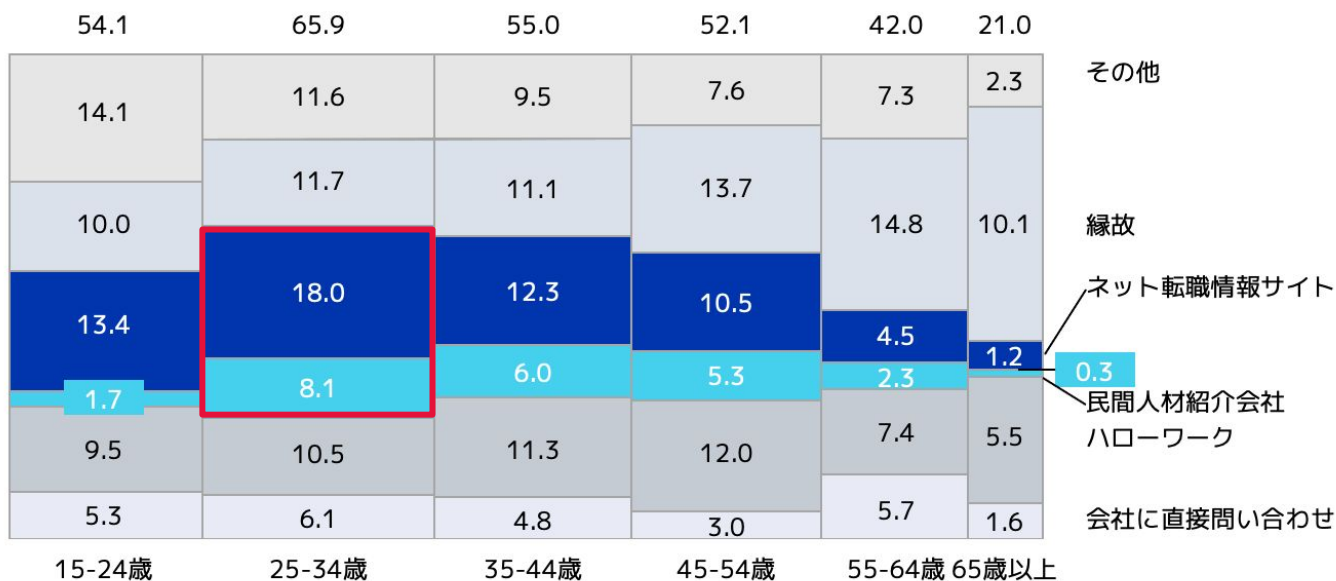
*一般社団法人日本BPO協会『2020年の労働市場と人材サービス産業の役割（2020年の労働市場と新たな課題）』より

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。

転職者数×直近2年以内転職者の年齢別入社経路

（転職者：万人）



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

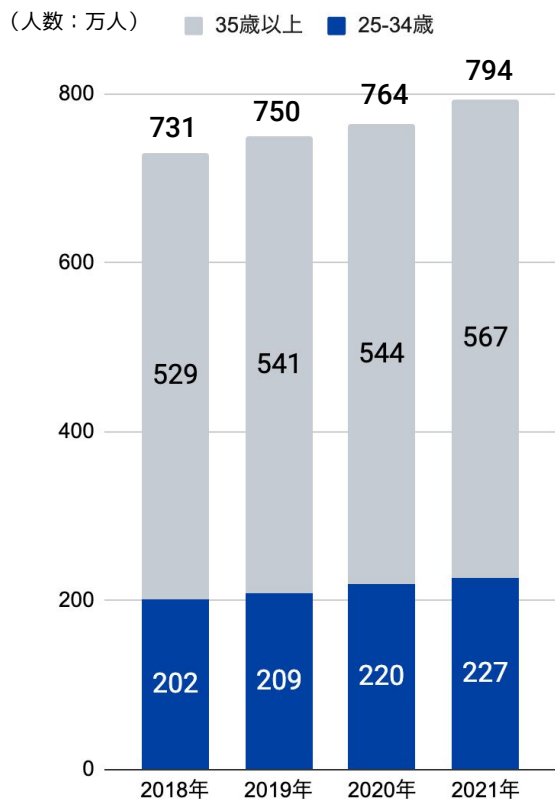
**35-64歳の転職者を指す

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

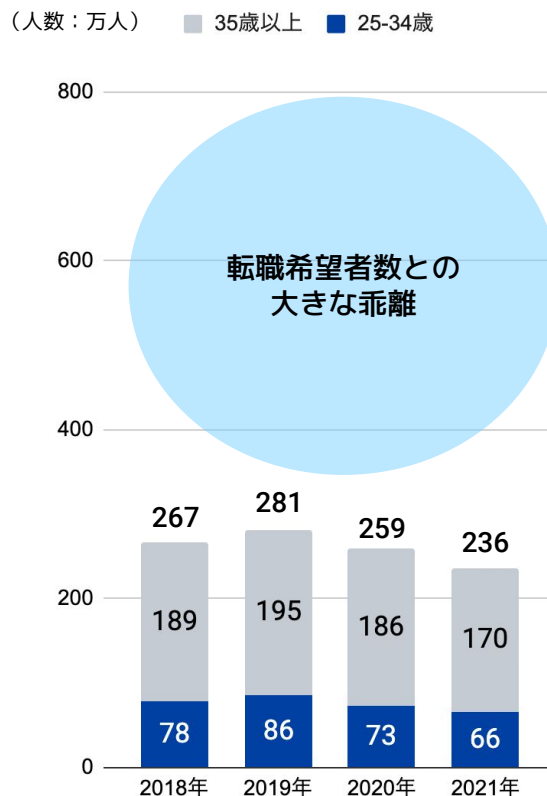
転職希望者数は増加傾向にある一方で、転職者数は減少しており、その差には大きな乖離がある。乖離の要因を解消することができれば、さらなる市場成長が期待できる。

転職希望者



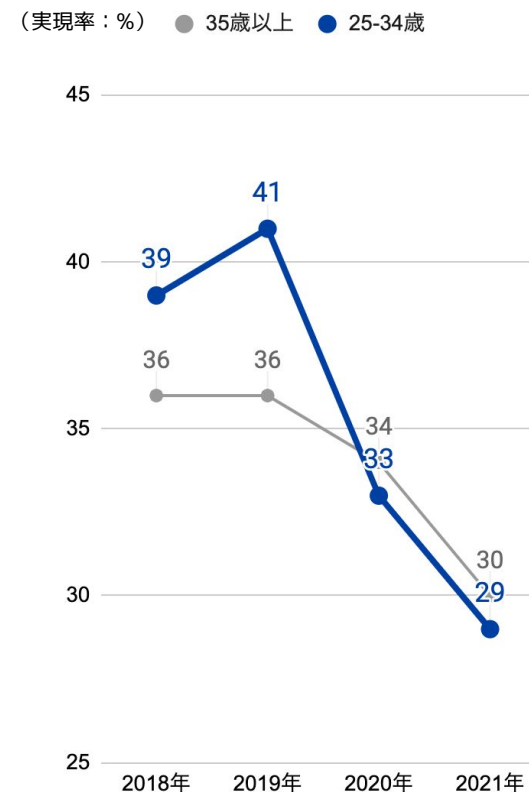
出所：総務省『労働力調査（転職希望者数）』

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

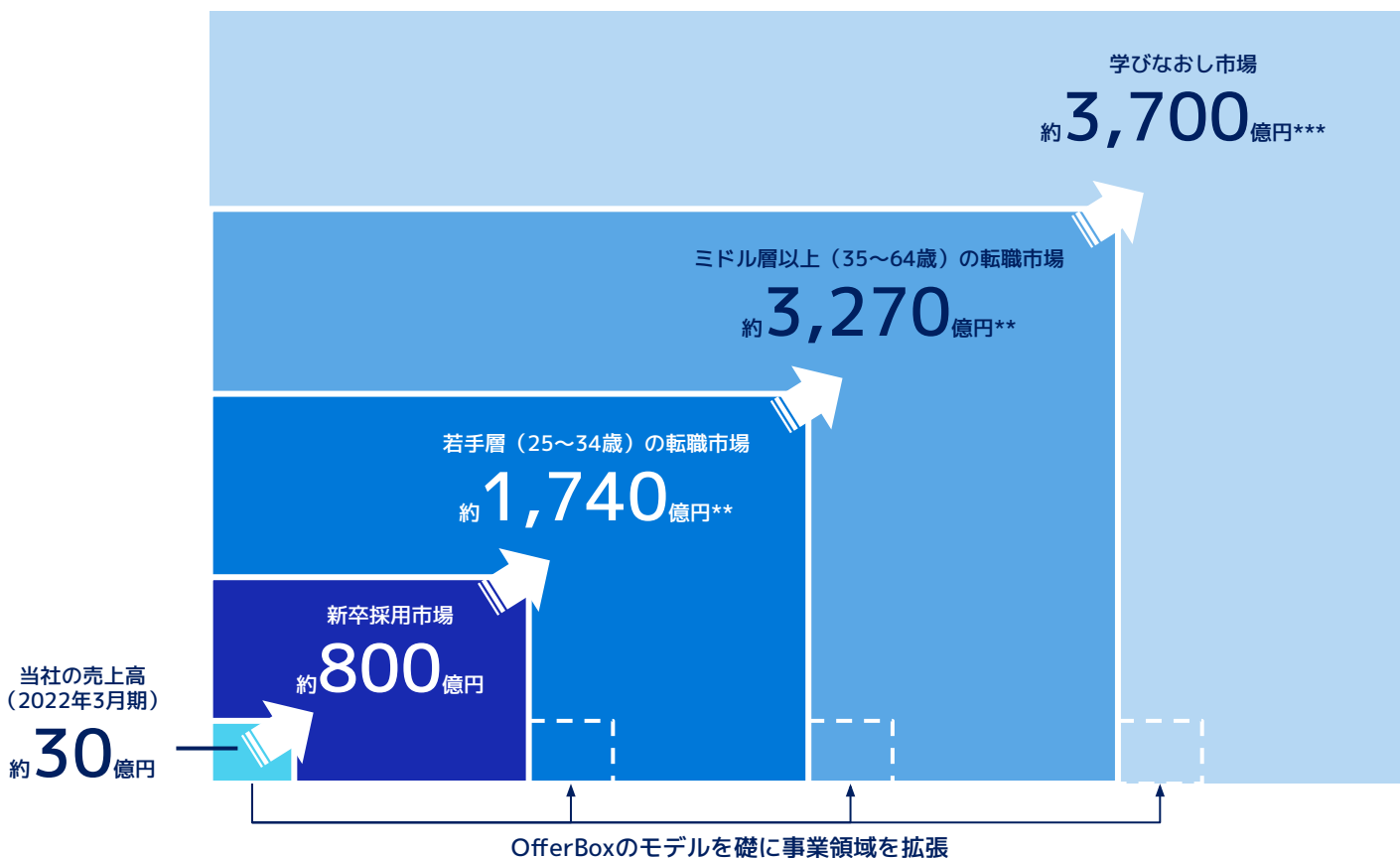
若手層の転職市場における構造的課題

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PaceBoxで解決を目指す。



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

会社概要

事業概要

市場環境

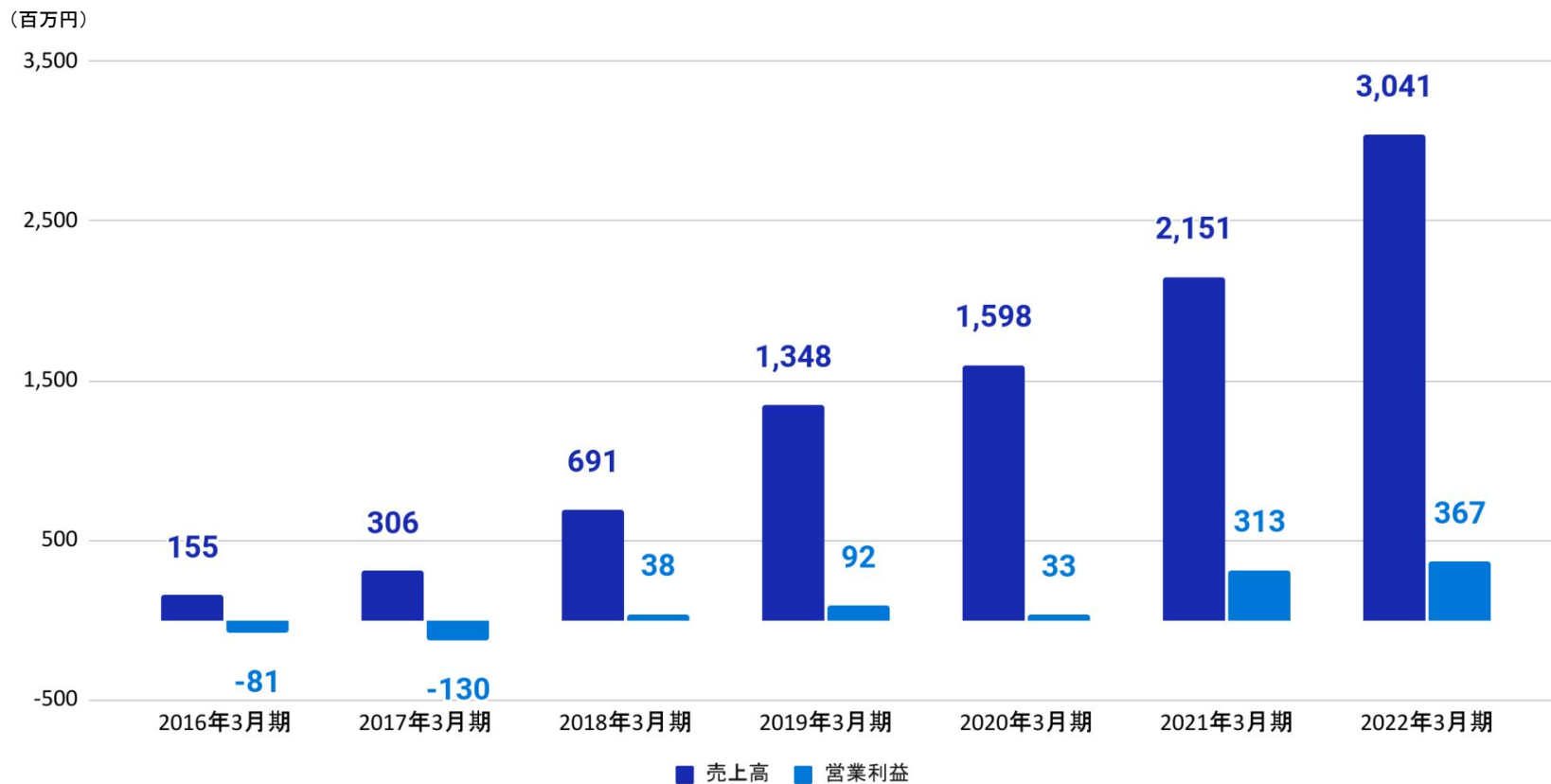
業績推移

中期経営計画

Appendix

業績推移

2022年3月期は、連結売上高3,041百万円（前期比+41.4%）、営業利益367百万円（+17.0%）と成長。

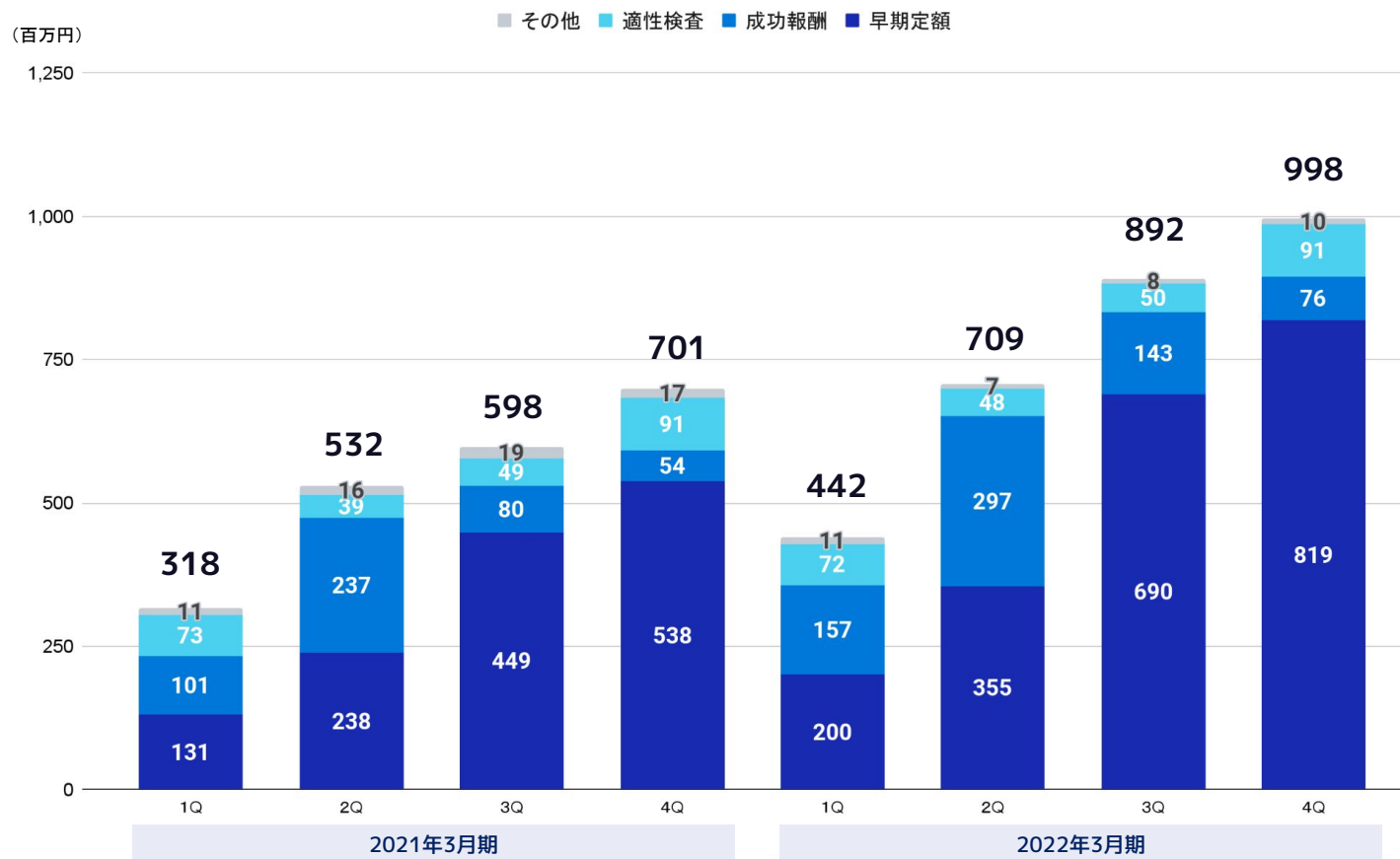


注1) 単体：16年3月期から18年3月期

注2) 連結：19年3月期から21年3月期

2022年3月期 各四半期のサービス別売上高

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、各四半期において対前年を上回る成長を実現している。



*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。

OfferBoxの各種KPI実績①：登録企業数の増加

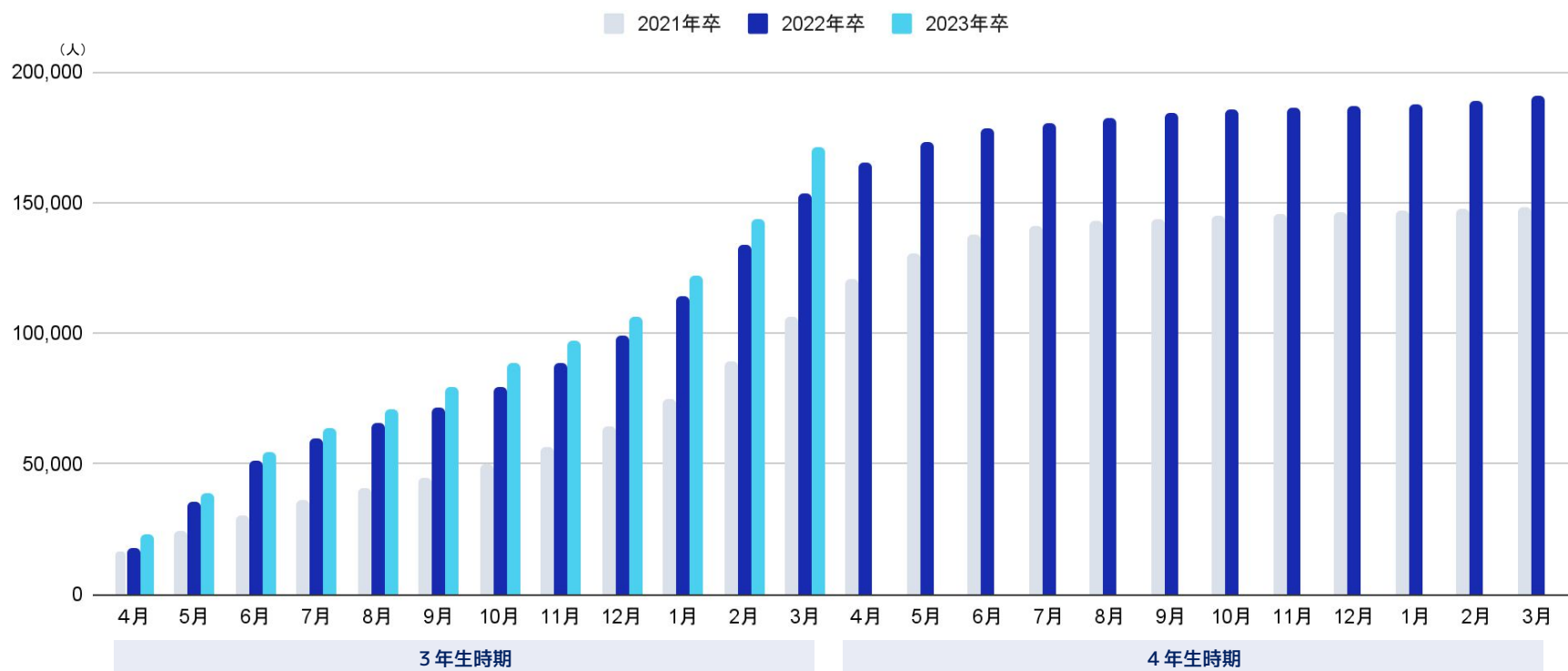
企業登録数は直近5年間で順調に増加し続け、当期末時点で10,665社（前年同期比+31.6%）の登録を実現。



OfferBoxの各種KPI実績②：登録学生数の増加

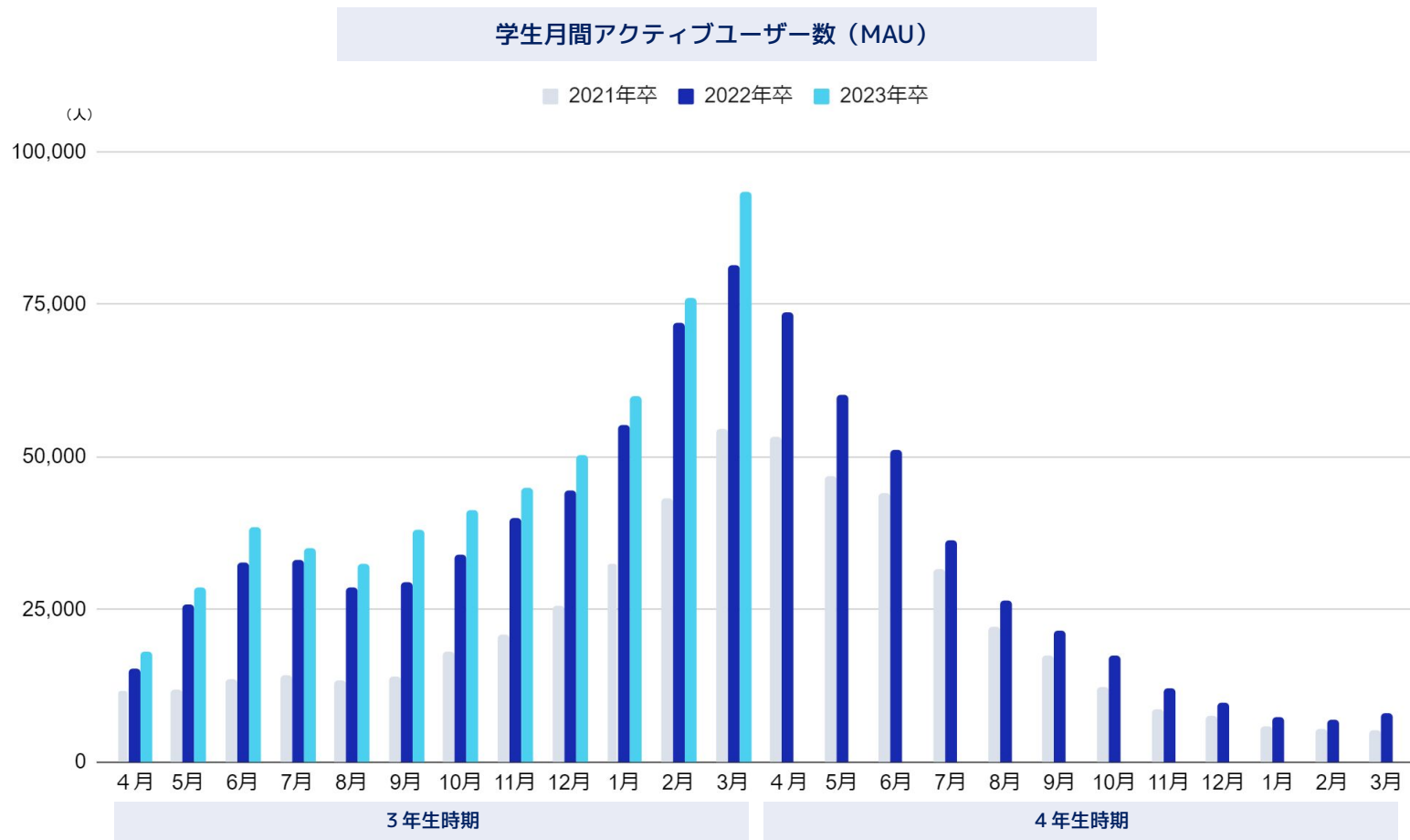
当期末時点では、2022年卒190,538人、2023年卒170,748人の登録に至りプラットフォームは引き続き拡大。2022年卒の登録は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で急増したため、2023卒の伸びは微増にとどまった。

学生登録人数



OfferBoxの各種KPI実績③：アクティブユーザーの増加

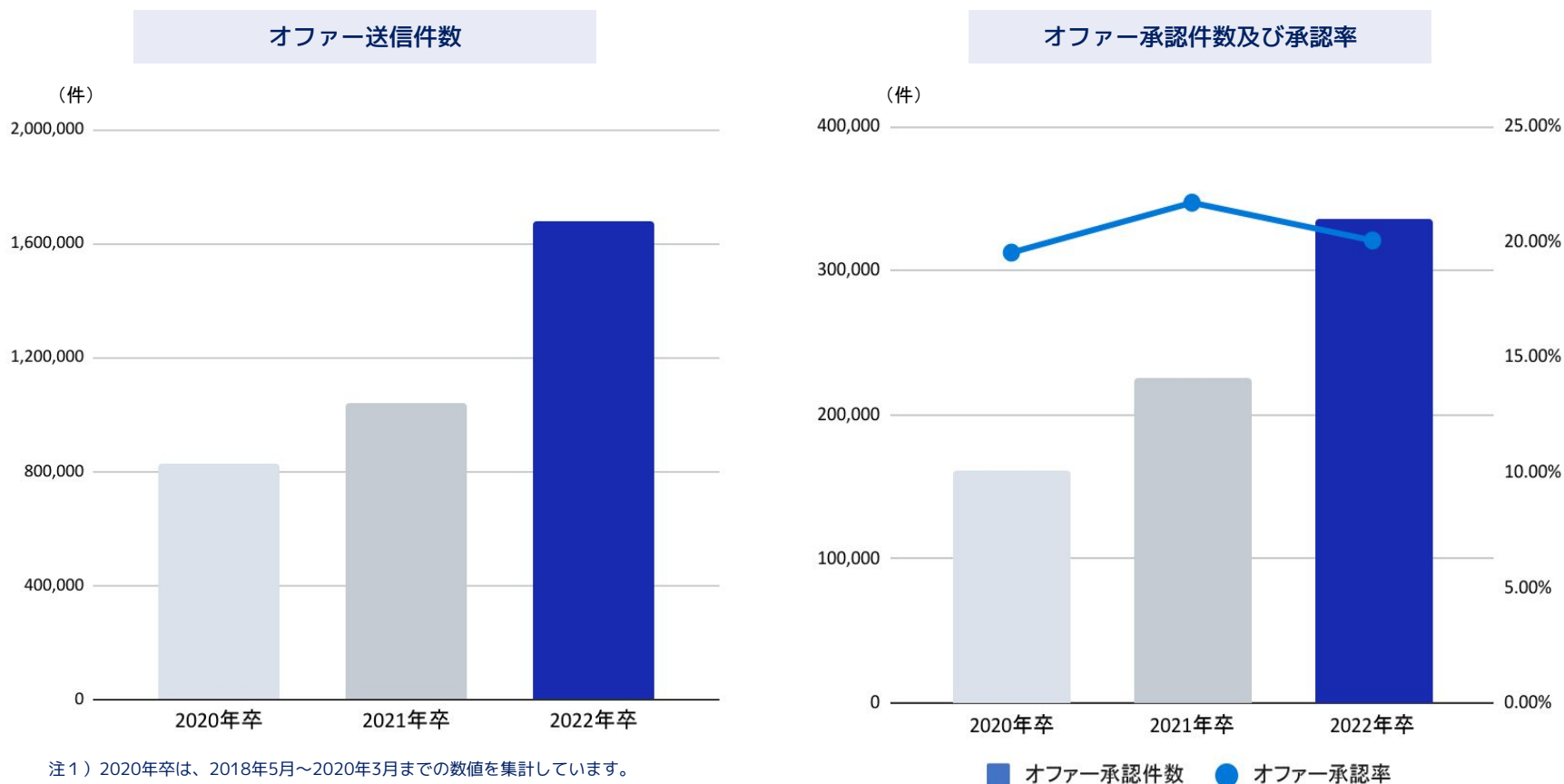
2022年卒、2023年卒ともに前年を上回る人数の学生がアクティブに利用している。登録学生数と同様に、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、2022年卒の登録が急増したため、2023卒の伸びは微増にとどまった。



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

OfferBoxの各種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%）



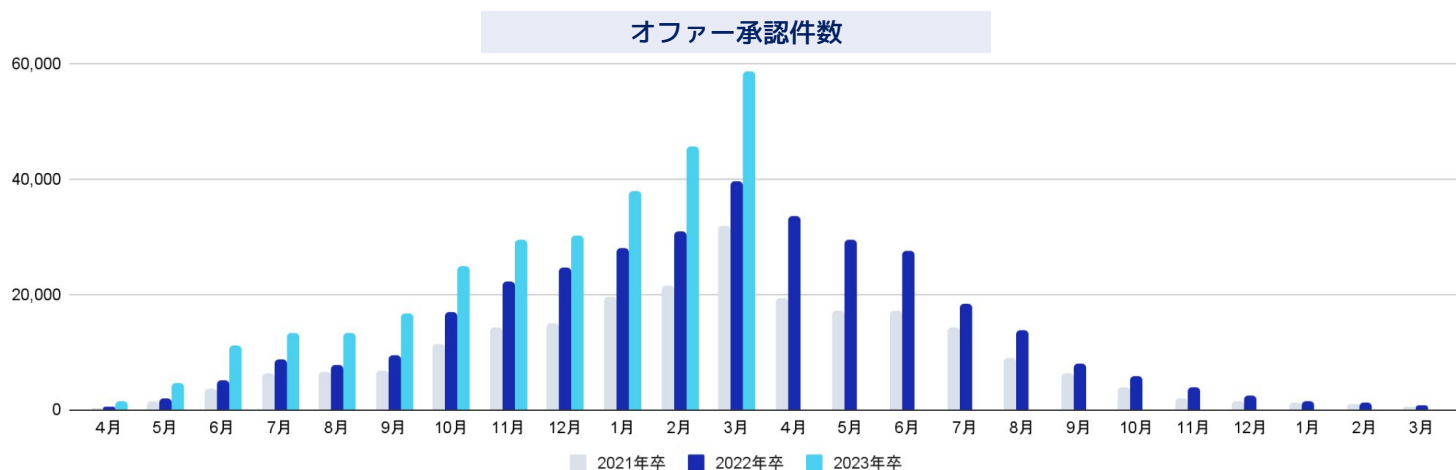
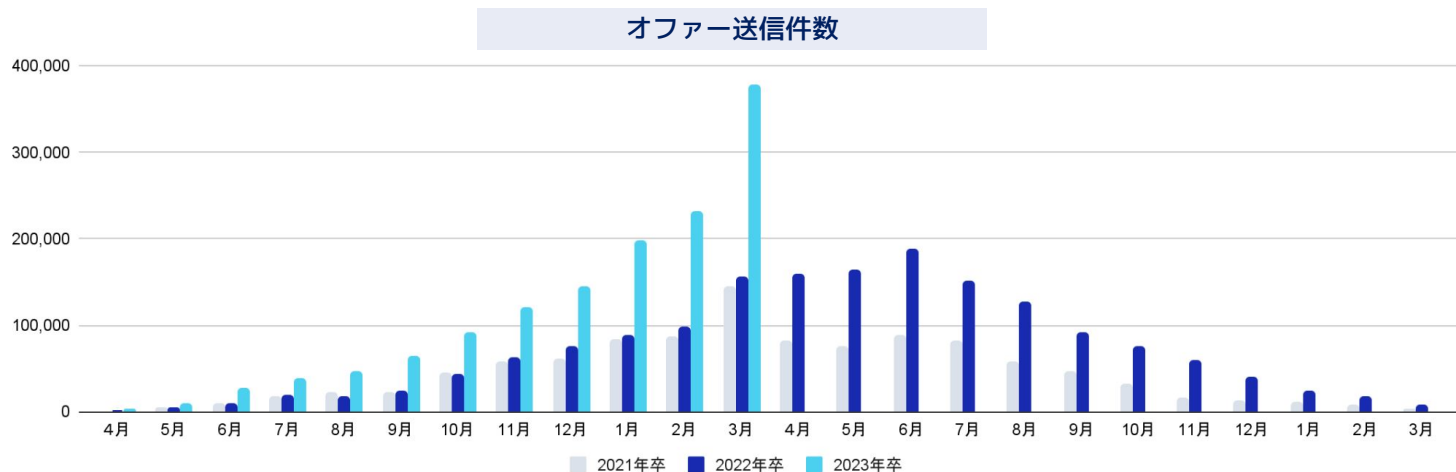
注1) 2020年卒は、2018年5月～2020年3月までの数値を集計しています。

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。

OfferBoxの各種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。



OfferBoxの各種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。



会社概要

事業概要

市場環境

業績推移

中期経営計画

Appendix

エグゼクティブサマリー

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

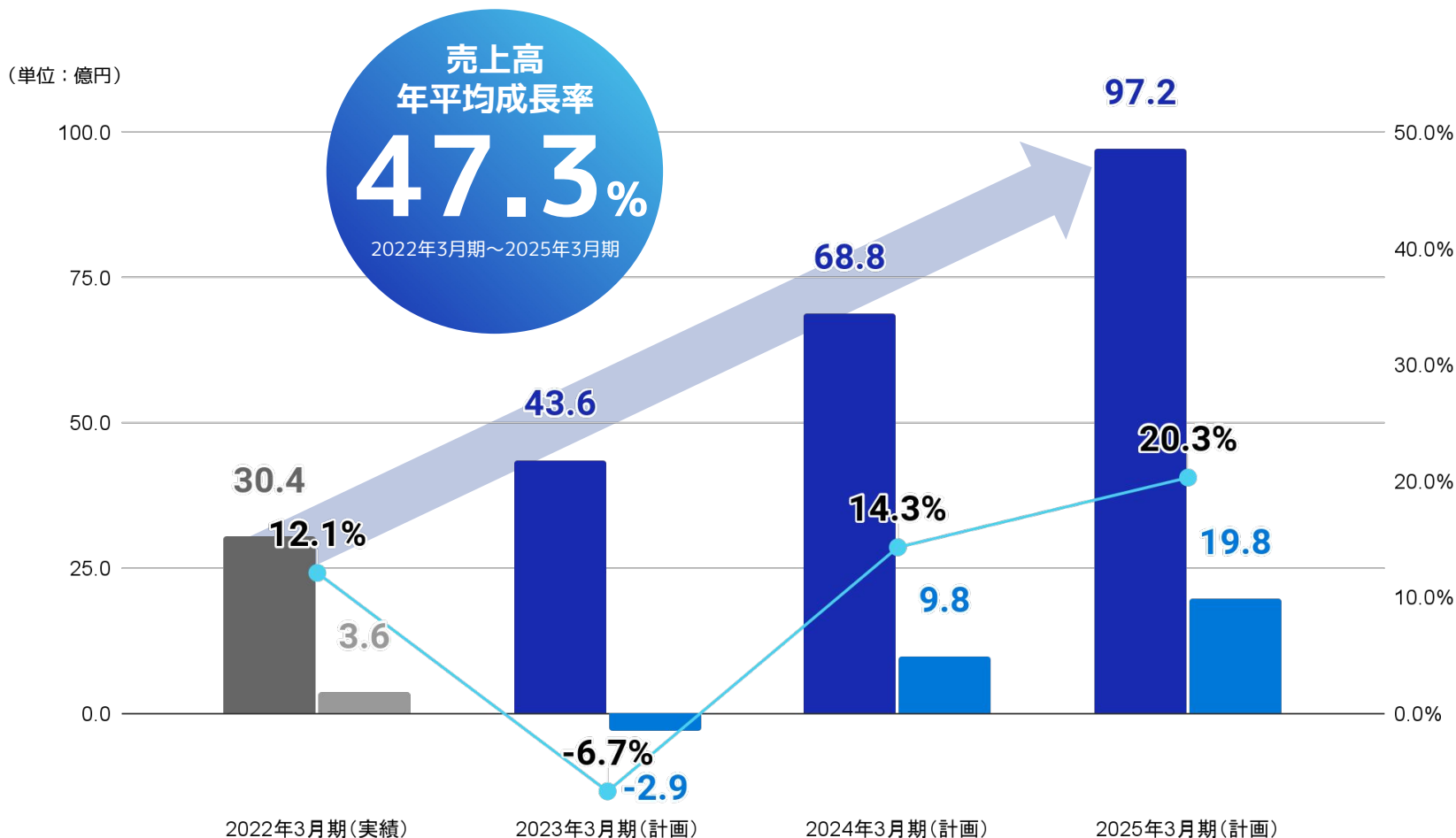
計画数値

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%）

計画数値

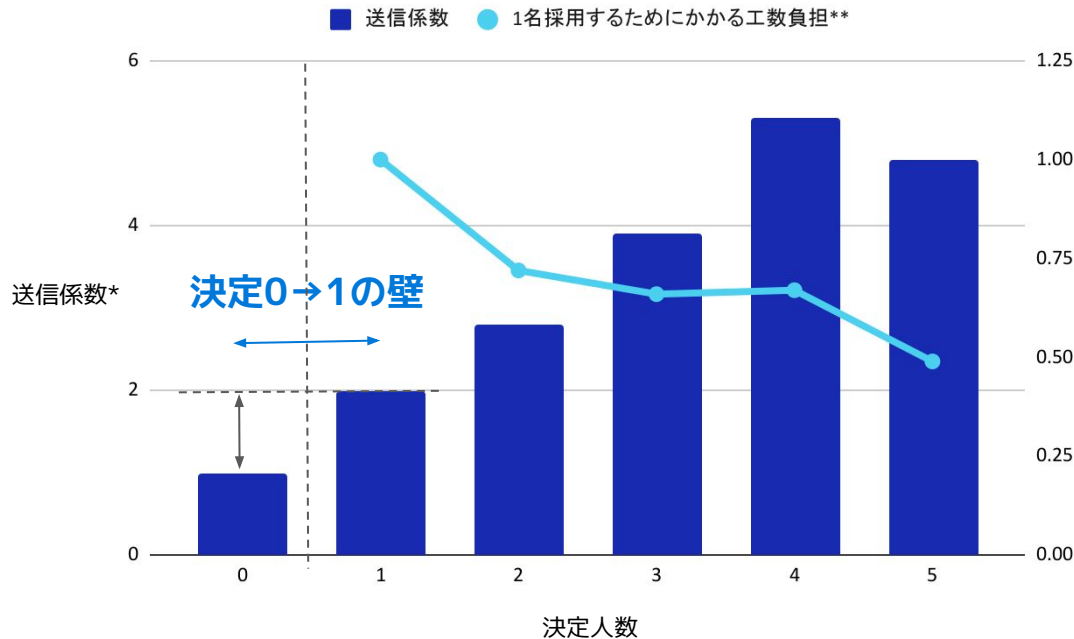
連結売上高は、年平均47.3%での高成長を持続。連結営業利益率は、2025年3月期で20.3%を目指す。



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

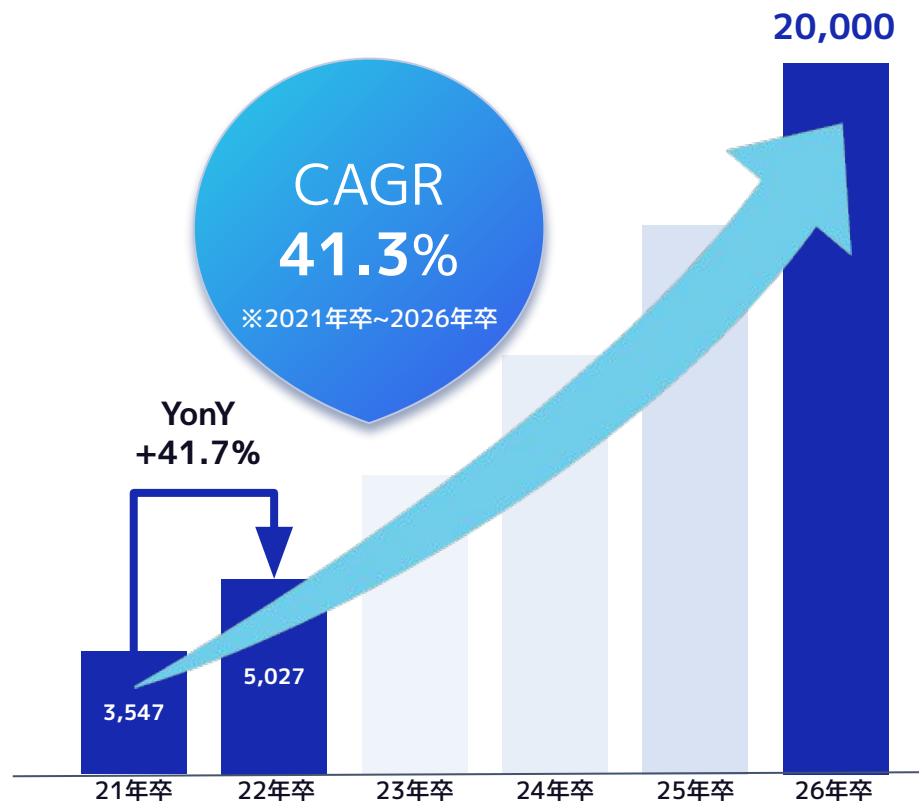
企業と学生相互の魅力をさらに引き出す機能改善

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

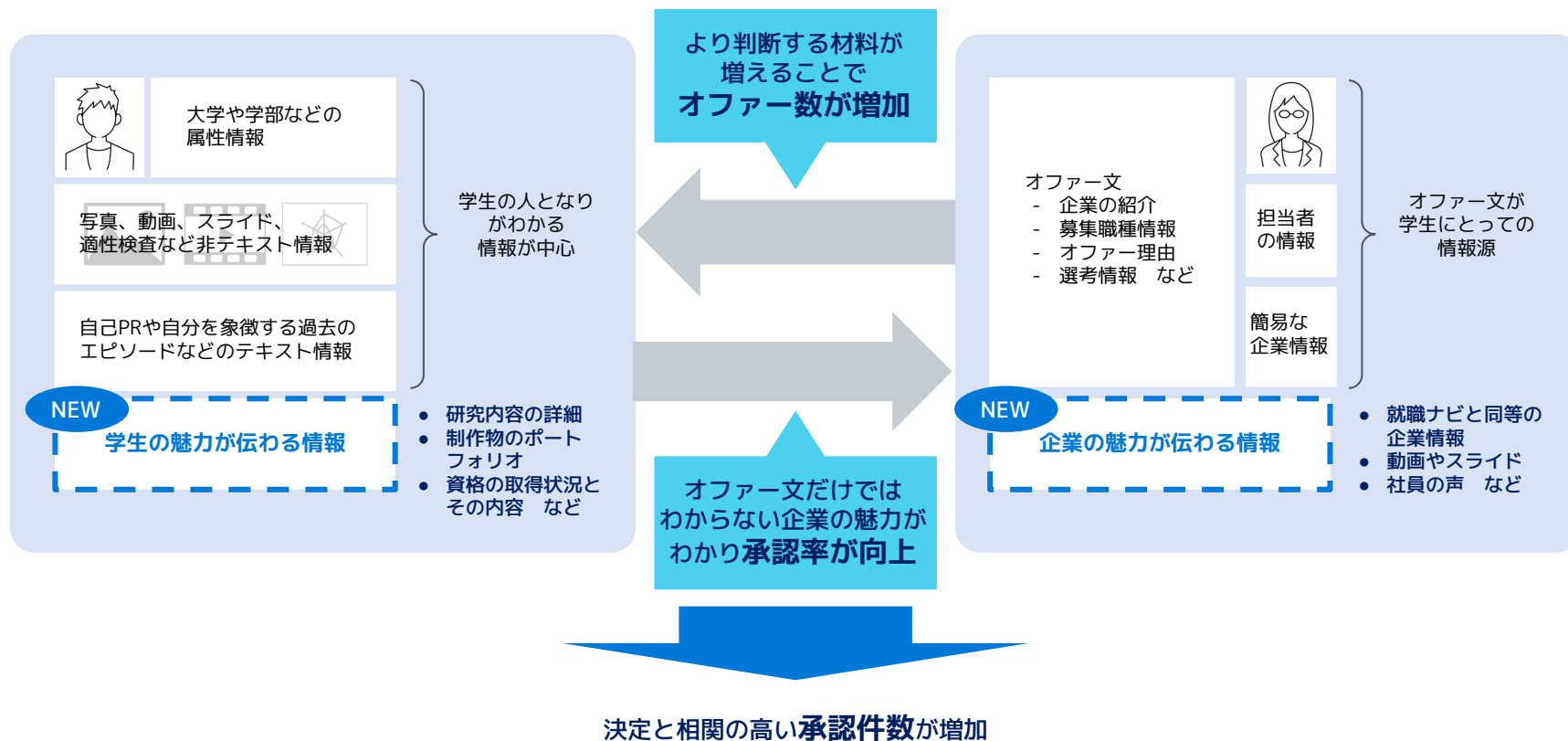


Step 1 企業と学生相互の魅力をさらに引き出す機能改善

“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

OfferBoxの機能強化の方向性

就職ナビ

学生からのアプローチによる出会い

学生が能動的に
気になる企業にアピールできる機能

新卒紹介

キャリアアドバイザーを介した出会い

応募意志の高いターゲット学生を
企業に紹介する機能

イベント
セミナー

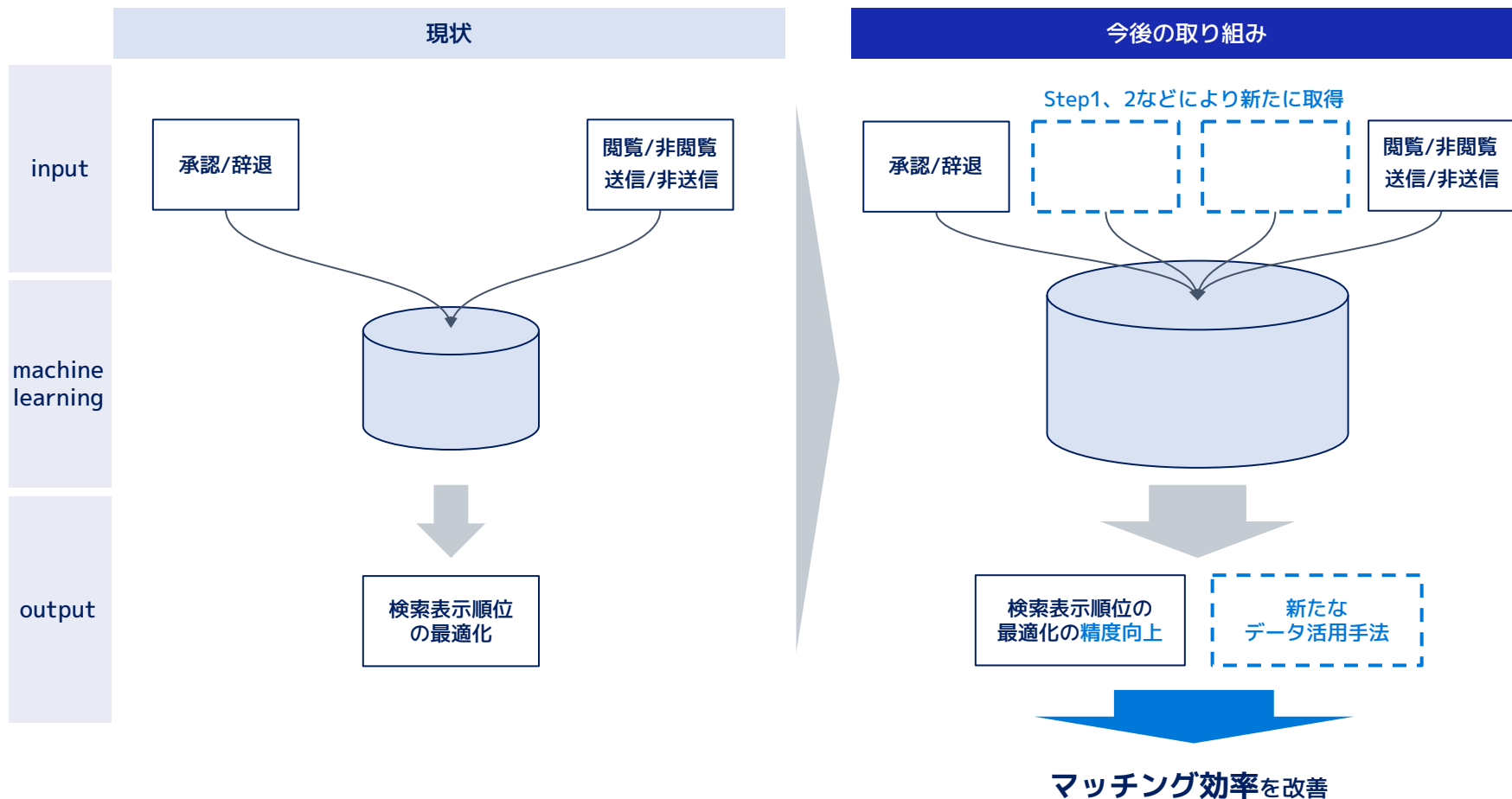
偶発的な出会い

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

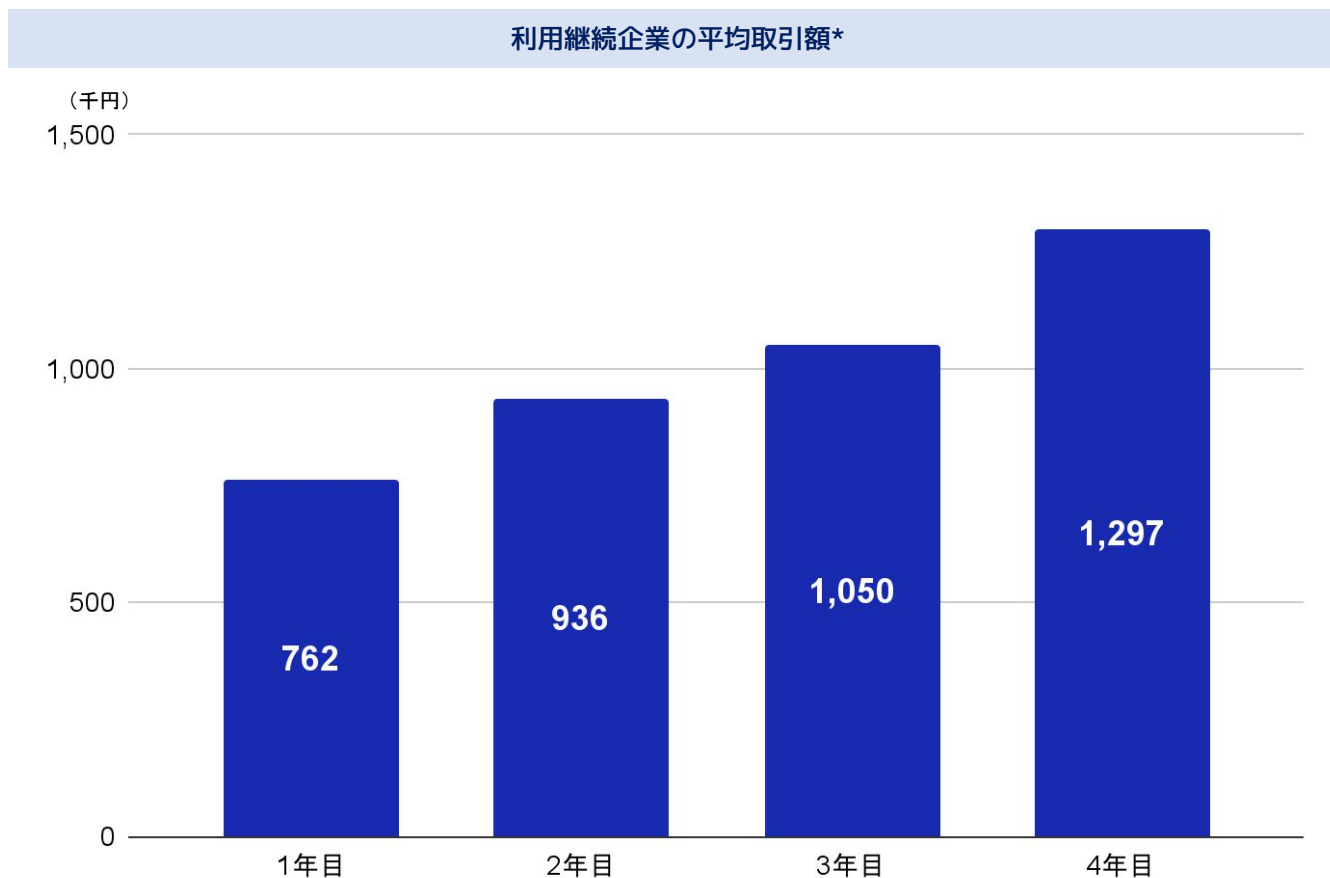
Step 3 データ活用によるマッチング効率のさらなる向上

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。



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。

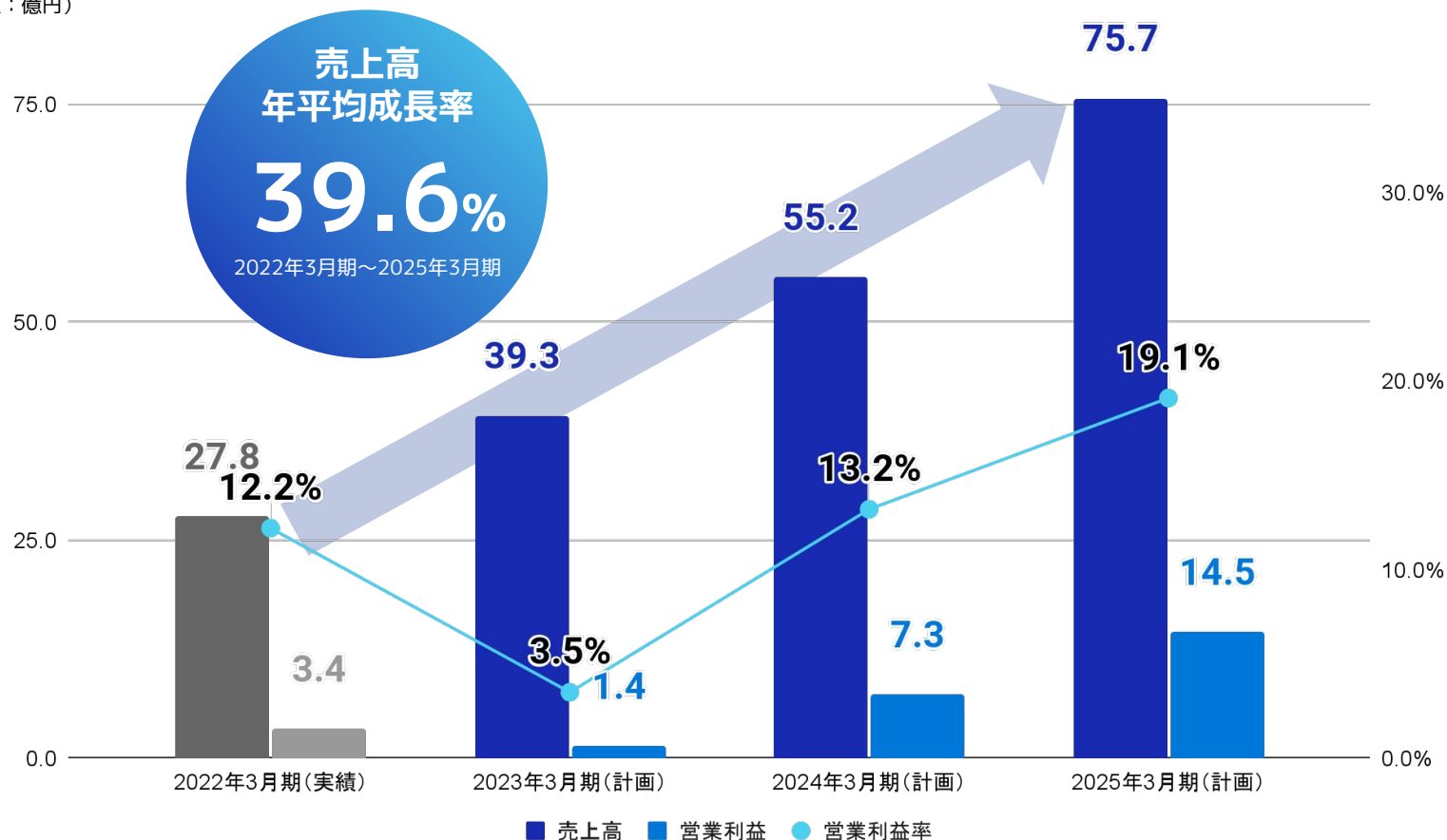


*継続利用期間ごとに合計受注金額と利用企業数を算出し、受注金額を企業数で除して算出

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)



中途事業の運営体制

中途事業は、4月1日に新設の株式会社paceboxにてサービスの開発、提供を行う。
ガバナンスを高め、市場変化に対応した速やかな意思決定ができる運営体制にて事業の立ち上げを行う。

会社名	株式会社pacebox
設立日	2022年4月1日
資本金	10,000千円（2022年4月1日現在）
代表者	秋澤 大樹 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月株式会社i-plug執行役員CSOに就任。2021年6月同社取締役CSOに就任。
大株主及び持株比率	株式会社i-plug（100%）

HRtechとPeople Analyticsで

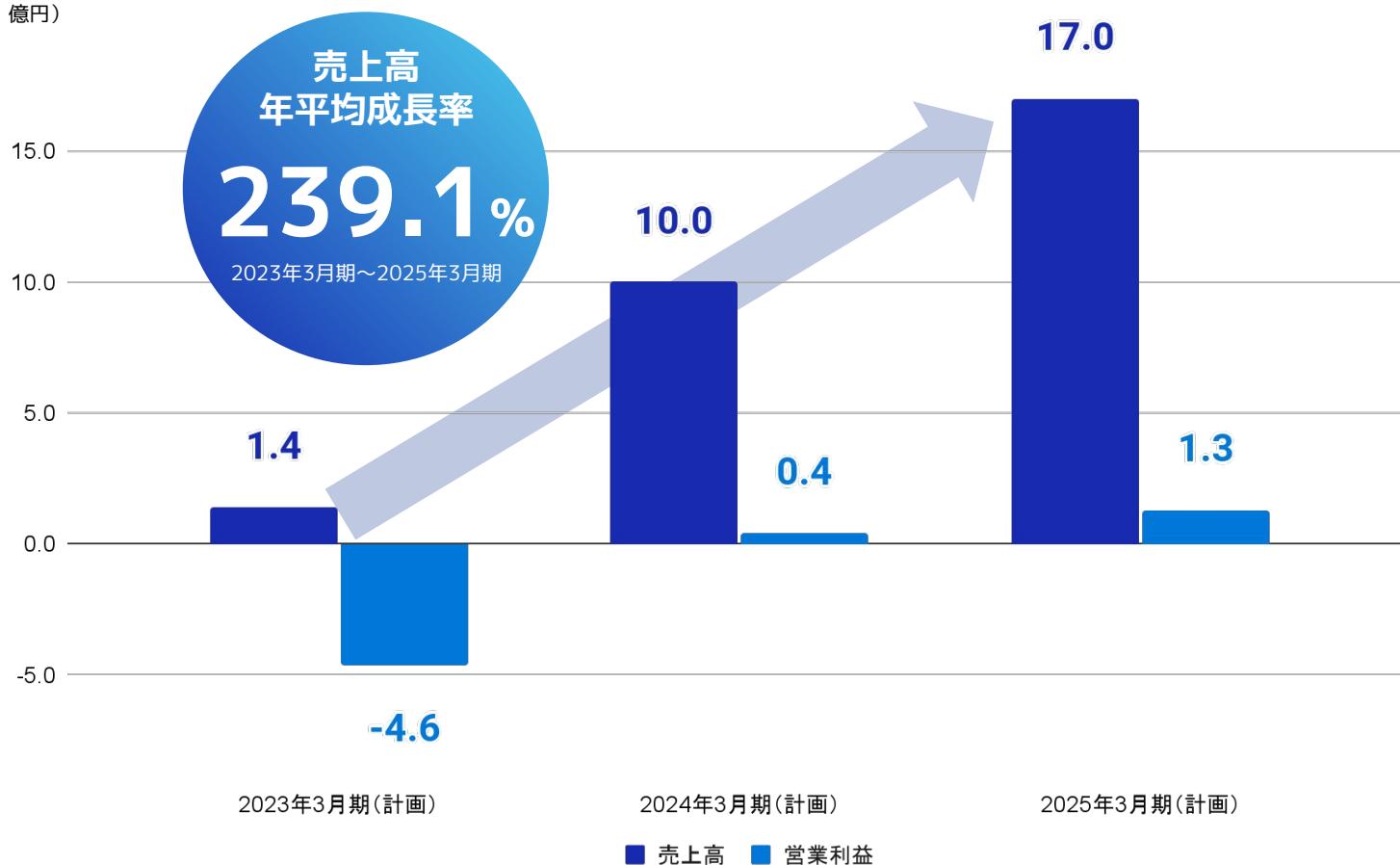
“働きがいと経済成長”を両立させる

サステナブルな人材プラットフォームを。

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。

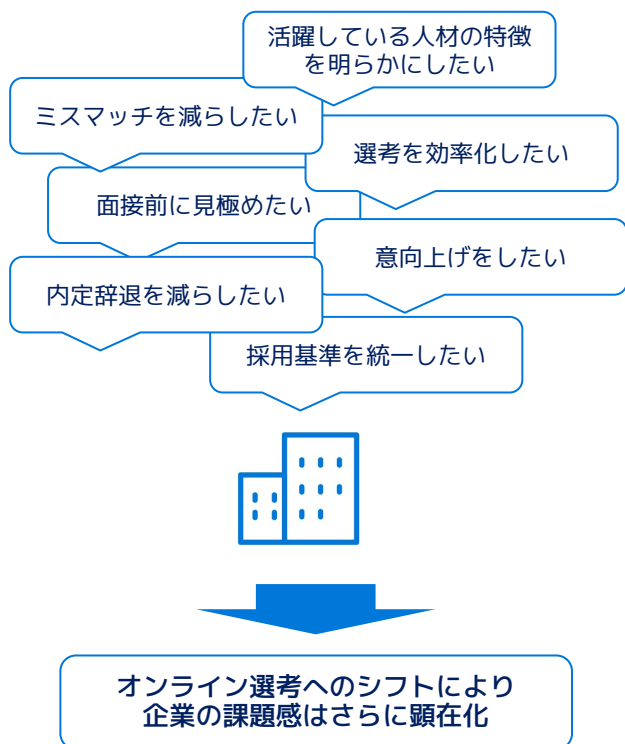
(単位：億円)



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。

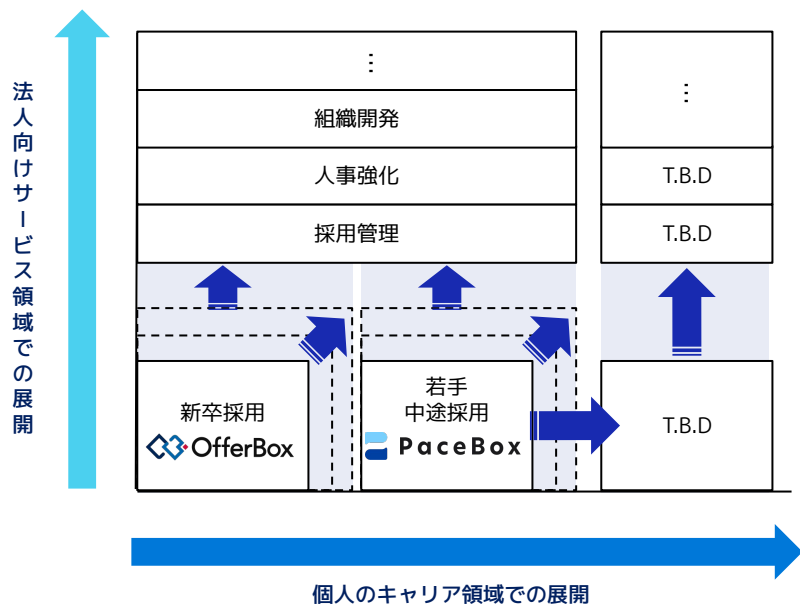
M&A戦略

Vision2030の実現、エコシステムの構築を目指し、規律ある戦略的M&Aに取り組む考え。

M&Aの方向性

Vision2030を前提に全方位で案件を収集

HRtech×People Analytics領域



投資ポリシー

規律ある投資を継続的かつ戦略的に実行

■全般統制

- 全般統制として、M&A投資原資の設定範囲内での運用や、純資産比率を指標としたのれんの総量規制などを定め、リスクの許容量を見極めながら投資を実行

■個別統制

- 個別統制として、案件ごとの選定基準や投資基準、撤退基準を定め、案件内容を精査した上での投資判断を行う
- 投資実行後においても、適切なモニタリングを行い、企業価値向上への貢献確度を高めるPMIを実行

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。

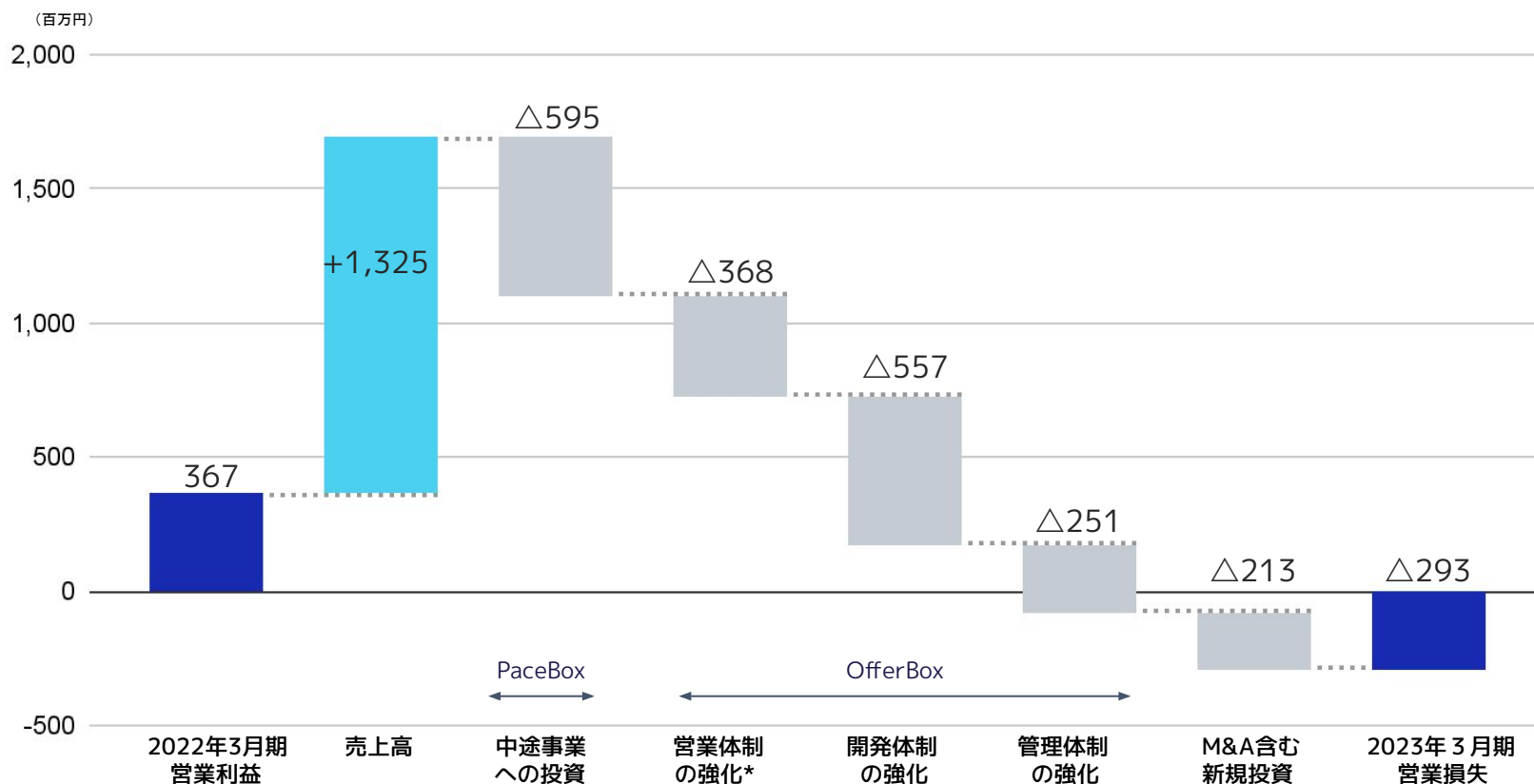
2本目の事業の柱を創出するべく新規事業に積極的に投資していくため、各段階利益は赤字となる。

(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。

会社概要

事業概要

市場環境

業績推移

中期経営計画

Appendix

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。

顕在化の
可能性／時期

システムトラブルについて	リスク	大規模なプログラム不良や自然災害、事故、不正アクセス、その他システム障害やネットワークの切断等予測不能なトラブルが発生した場合には、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。	低／不明
	対策	当社グループのサービスは、インターネットを介して提供されている。安定的なサービス運営を行うために、サーバー設備の増強、セキュリティの強化、システム管理体制の構築等により、システム障害に対する万全の備えを実施している。	
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。	低／不明
	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る。	
人材の確保について	リスク	優秀な人材採用及び育成の施策が適時適切に遂行されなかった場合、または役職員等の予期せぬ退職があった場合、経常的な業務運営等に支障が生じ、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。	中／中長期
	対策	優秀な人材の採用及び育成を行うと共に、内部管理体制及び業務執行体制の充実を図っていく。	
新規事業について	リスク	主力サービスの「OfferBox」に加え、新たに若手向け転職プラットフォーム「PaceBox」の提供を開始し、同サービスを新たな収益基盤とすべく積極的に投資しているが、計画通りに事業が進捗せず、当初期待した収益が得られない場合には、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。	中／中長期
	対策	当社グループでは、経営会議や取締役会での十分な審議を経て投資の実行可否判断を行うと共に、予実管理や定期的報告等を行っている。	

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。

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

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。

なお、本資料は2023年6月を目途に各種KPIの計画数値や実績数値、経営戦略の進捗を更新する予定です。

