

SLOGAN

事業計画及び成長可能性に関する事項

スローガン株式会社

2021年11月

Mission

人の可能性を引き出し 才能を最適に配置することで 新産業を創出し続ける。

私たちスローガンは、上記ミッションを掲げて、新産業領域における人材の最適配置を中心として、人のもつ可能性に着目した事業を展開しています。

人の可能性を引き出すこと、才能の最適配置を追い求める挑戦、そして、新産業を創出し続ける挑戦は長期で追求しがいのある大きな目標です。

INDEX

- 1 | エグゼクティブサマリー
- 2 | 会社概要
- 3 | 事業内容
- 4 | 当社の特徴・強み
- 5 | 成長戦略
- 6 | 財務ハイライト
- 7 | リスク情報

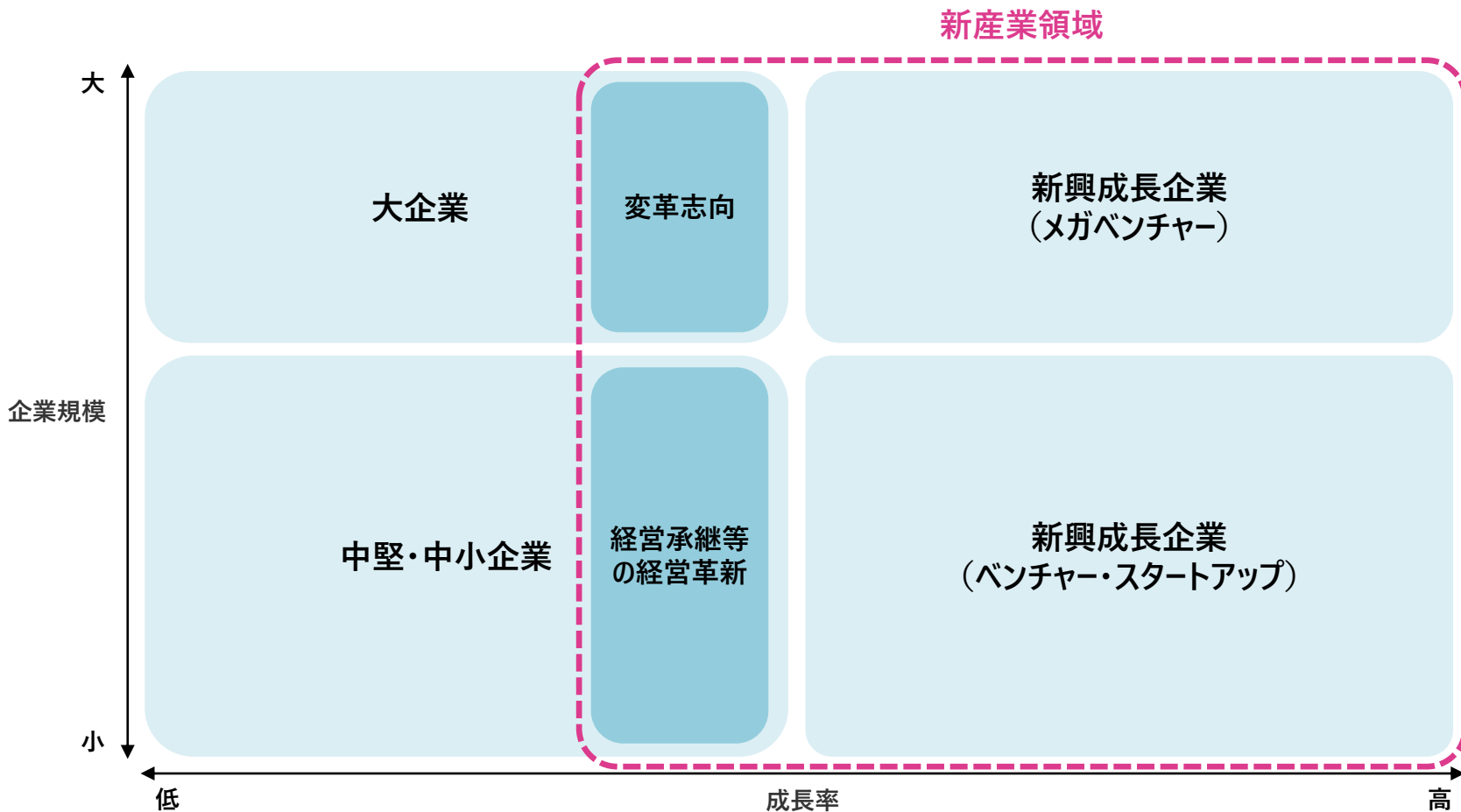
エグゼクティブサマリー

ハイライト

- 1 | 当社がターゲット市場とする新産業領域における人材トランスフォーメーション市場は、複雑性の高さから今はまだ小さいが、将来大きな成長が期待される市場
- 2 | 人にまつわる市場の歪みの解消を事業機会とした基本戦略
固定的長期雇用慣行や伝統的企業文化によって生まれる負（人にまつわる市場の歪み）を解消し事業化することで継続成長
- 3 | 成長力のある新産業領域の企業を主要顧客とすることで、不確実性の高い環境においても安定した収益成長基盤を確立
- 4 | 新卒領域からスタートすることで形成される累積的なブランド認知を活かした事業機会の拡張
- 5 | Goodfindのユニークなビジネスモデルによる競争優位性

新産業領域

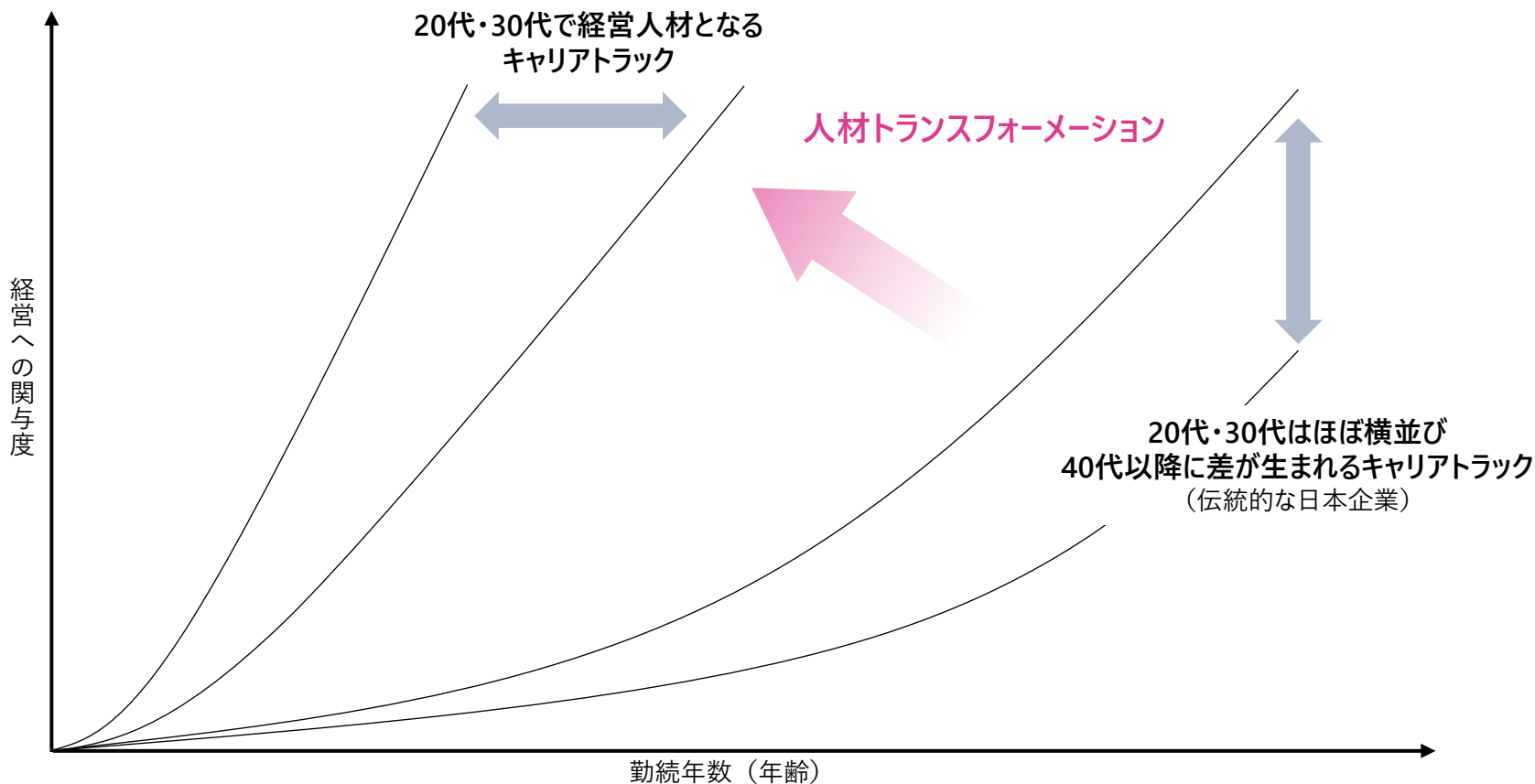
スタートアップ・ベンチャー企業における新規事業やイノベーションへの取り組みのみならず、大企業におけるビジネスモデル革新やイノベーション探索等の変革(トランスフォーメーション)及び中堅・中小企業における事業承継型の経営革新を含む領域として当社で定義しております。



人材トランスフォーメーション

組織における人材の持つ価値を最大限引き出すために行う採用、配置、育成、文化浸透等の組織施策における変革を、人材トランスフォーメーションと当社で定義しております。

当社はこれまで、日本の労働市場において、伝統的な雇用慣行や就職観念、人事・組織制度等により、40代以降に差が生まれるキャリアトラックとなる傾向に着目し、経営人材としての可能性を早期に発掘及び開発し、20代・30代で経営人材になれるキャリア機会を創出することで、人材トランスフォーメーションを推進してまいりました。



会社概要

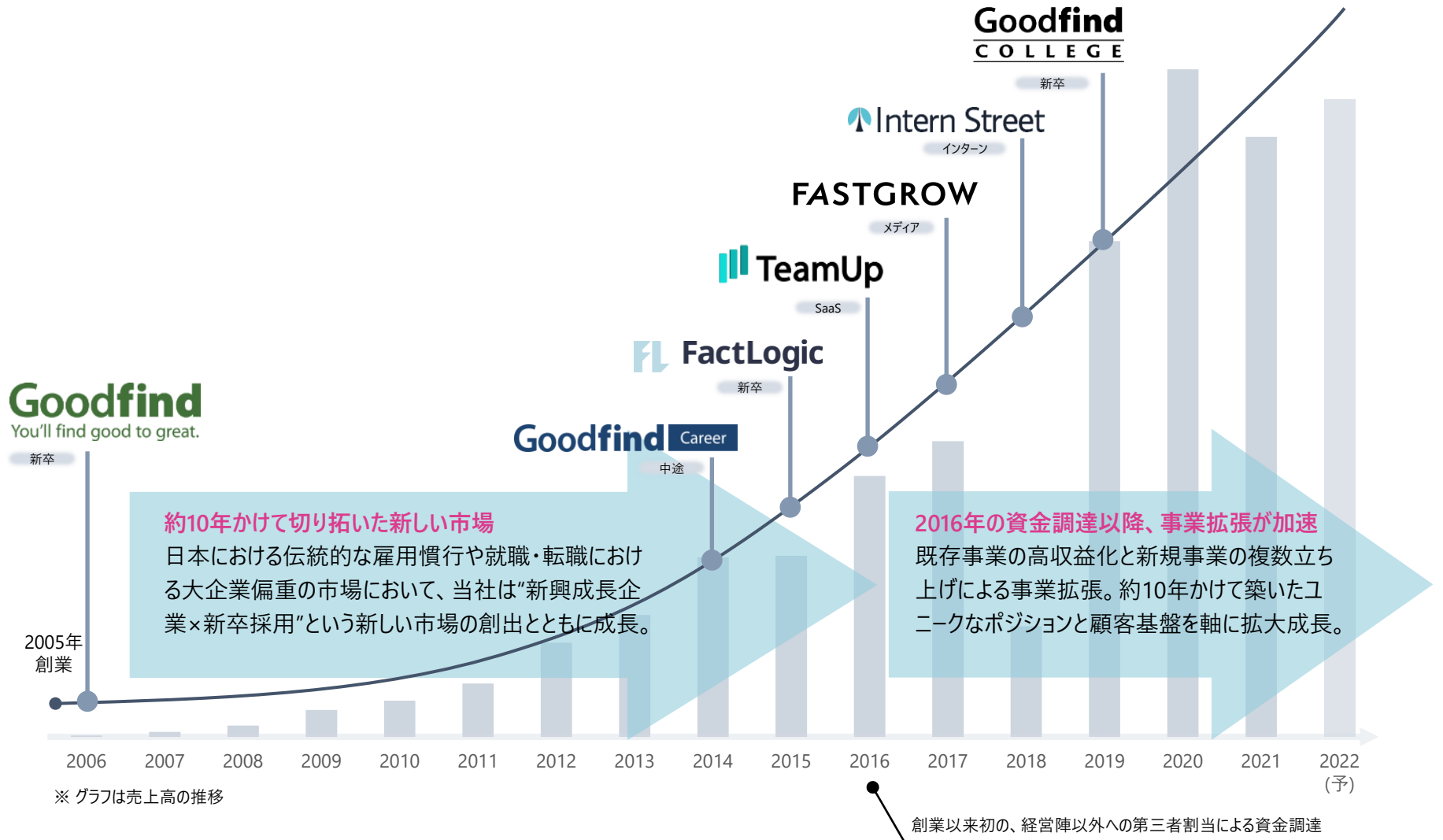
基本情報

SLOGAN

会 社 名	スローガン株式会社 Slogan Inc.
代 表 者	代表取締役社長 伊藤 豊
設 立 年 月 日	2005年10月24日
所 在 地	東京都港区南青山2-11-17 第一法規本社ビル3F
事 業 内 容	新産業領域向け求人プラットフォーム「Goodfind」を通じた新卒採用支援サービス等
事 業 セ グ メ ン ト	新産業領域における人材創出事業
連 結 社 員 数	105名（2021年2月末時点）
資 本 金	227百万円（2021年2月末時点）
許 認 可	有料職業紹介事業 厚生労働大臣許可番号 13-ユ-302267
グ ル ー プ 会 社	チームアップ株式会社（当社100%子会社）

これまでの成長の軌跡

新卒領域からスタートし、中途領域、インターン領域とキャリアサービス分野を展開
 2016年以降はメディア・SaaS分野へもプロダクトを拡張



マネジメントチーム

創業期の当社において学生インターンを経験した取締役がマネジメントチーム⁽¹⁾を牽引し、上場企業における経営経験豊富な社外役員によりコーポレート・ガバナンス体制を強化。



伊藤豊 (いとう ゆたか)
代表取締役社長

1977年生まれ。東京大学文学部行動文化学科卒業後、2000年に日本アイ・ビー・エム(株)に入社。システムエンジニアの経験の後、関連会社での新規事業企画・プロダクトマネージャーを経て、本社でのマーケティング業務に従事。2005年に当社を創業し、代表取締役社長に就任。著書に「Shapers 新産業をつくる思考法」



仁平理斗 (にひら まさと)
取締役 執行役員COO

1986年生まれ。早稲田大学国際教養学部在学中の2008年より創業期の当社にインターンとして約1年半在籍、事業責任者を務めたのち、2010年、(株)ディー・エヌ・エーに入社。複数の事業立ち上げやゲームタイトルのプロデュースを経験。2016年12月当社入社。執行役員事業部長を経て、2021年3月より現職。



北川裕憲 (きたがわ ひろのり)
取締役 執行役員CFO

1986年生まれ。明治大学経営学部在学中の2008年よりインターンとして当社に参画し、約3年半にわたり財務・経理を中心とした経営管理業務に従事。早稲田大学大学院会計研究科修了後の2011年、新創監査法人に入所し、監査業務に従事。2015年7月、当社に入社し、2017年10月より現職。公認会計士・税理士。



杉之原明子 (すぎのはら あきこ)
社外取締役

早稲田大学卒業後、(株)ガイアックス入社。事業責任者を経て、アディッシュ(株)設立と同時に取締役(現任)就任。特定非営利法人みんなのコードCOO(現任)、スポンサーシップ・コミュニティ代表発起人。



水永政志 (みずなが まさし)
社外取締役

三井物産(株)、米国カリフォルニア大学ロスアンゼルス校経営大学院修士課程修了(MBA)、(株)ボストン・コンサルティング・グループ、ゴールドマン・サックス証券会社を経て2002年スター・マイカ(株)代表取締役社長(現任)就任。東京大学卒業。



諸藤周平 (もろふじ しゅうへい)
社外取締役

(株)エス・エム・エスの創業者であり、11年間にわたり代表取締役社長として同社を東証一部上場まで牽引。同社退任後2014年より、シンガポールにてReapra Pte. Ltd.を創業し、Director就任(現任)。九州大学経済学部卒業。



林田真由子 (はやしだ まゆこ)
常勤監査役

慶應義塾大学法学部卒業。2001年旭硝子(株)(現AGC(株))入社。2015年に当社入社し、事業部門での経験を経て、2018年5月より現職。



江原隼一 (えはら じゅんいち)
社外監査役

2006年(株)サンフィニティー入社後、同社経営管理本部長を経て、2008年(株)リブセンスに入社。2010年から同社常勤監査役(現任)。2013年より(株)クラウドワークス社外監査役(現任)。



中川紘平 (なかがわ こうへい)
社外監査役

東京大学法学部卒。2002年第一東京弁護士会弁護士登録。2014年ニューヨーク州弁護士登録。TMI総合法律事務所パートナーを経て、NEXAGE法律事務所開設。2017年よりプロパティエージェント(株)社外監査役(現任)。

1. 取締役、監査役、執行役員及び部長

マネジメントチーム

事業部長のうち3名は新卒入社、2名は学生時代のGoodfindユーザー。
当社ミッションを体現するメンバーが事業成長を牽引。



西川雄介（にしかわ ゆうすけ）
執行役員FastGrow事業部長

慶應義塾大学経済学部卒業後、(株)モバイルファクトリーに入社。スタートアップに入社し業績を上げて執行役員に就任。2015年より当社入社。複数の新規事業立ち上げを経て、現職。



金子歩美（かねこ あゆみ）
執行役員人事部長

外資系企業で人事、マーケティング、レバレッジズ(株)の新卒採用責任者、(株)ディー・エヌ・エーにて事業部付の広報部署の立ち上げを経て、当社入社。慶應義塾大学総合政策学部卒業。



渡邊恒介（わたなべ こうすけ）
執行役員デザイン&テクノロジー部長

メール配信会社での開発・インフラエンジニアを経て、(株)ドリコムにてプロダクト責任者、ゲーム開発部門の部長などを歴任。2017年より当社入社。横浜市立大学商学部卒業。



中川絢太（なかがわ けんた）
チームアップ株式会社 代表取締役社長

創業1期目に当社でインターンを経験し、その後、4年のブランクを経て2012年に新卒入社。マーケティング部門などでマネジャーとして活躍後、一度退職し、出戻りで当社入社。その後、チームアップ株式会社を立ち上げて現職。立教大学経済学部卒業。



川村直道（かわむら なおみち）
ポテンシャルアクセラレーション事業部長

早稲田大学創造理工学部卒業後、2015年に新卒で当社入社。京都支社などの経験を経て、部門長、副部長を歴任し、2021年3月より現職。



北村貴寛（きたむら たかひろ）
グロースアドバイザー事業部長

京都大学経済学部卒業後、新卒で伊藤忠商事(株)を経て、当社入社。関西責任者、経営企画担当などを経て、2020年12月より現職。



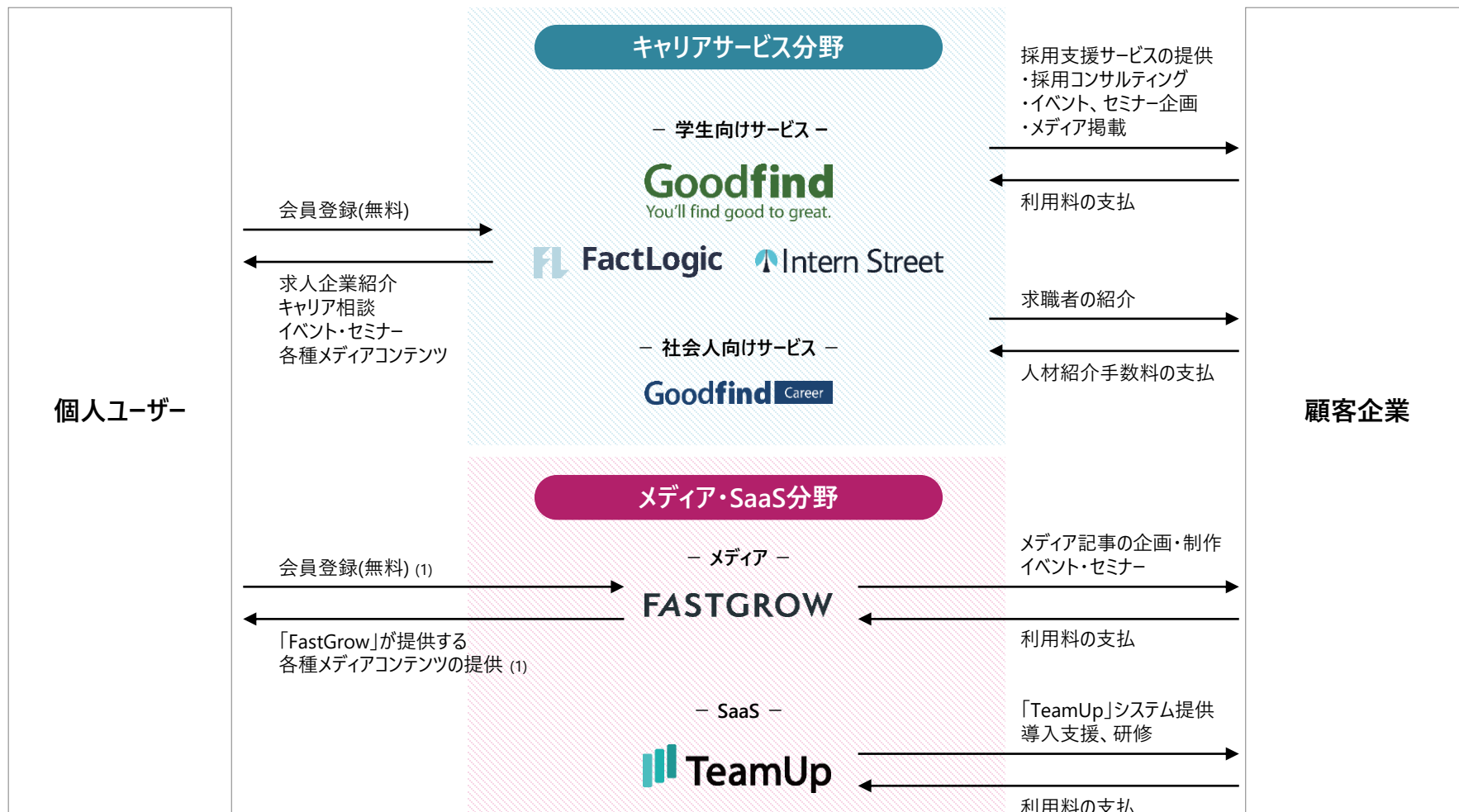
槇村美夢（まきむら みむ）
ポテンシャルインキュベーション事業部長

慶應義塾大学経済学部卒業後、2015年に新卒で当社入社。在学中から長期インターン、海外インターンを経験したことから長期インターン事業の立ち上げを推進。

事業内容

ビジネスモデル

新産業領域における才能の最適配置を目指すプラットフォーム



1. 会員登録は無料となりますが、一部有料で提供するコンテンツがあります。

サービス一覧

2006年から新産業領域の企業の新卒採用を支援し続けてきた「Goodfind」を収益基盤としながら周辺領域へ新規事業を立ち上げ、サービスを拡張。

サービス一覧

Goodfind
You'll find good to great.

新卒学生向け

厳選就活プラットフォーム「Goodfind」
新産業領域の企業を厳選し、新卒学生に対してセミナーやイベント等のコンテンツを提供。企業に対しては、挑戦意欲・成長志向の高い人材の紹介を行います。

FactLogic

新卒学生向け

コンサル就活サービス「FactLogic」
外資・日系コンサルティングファームに特化した就活対策及び選抜型コミュニティの形成を行う就活サービスです。

Intern Street

学生向け

長期インターン紹介サービス「Intern Street」
スタートアップ・ベンチャー企業の求人の特化した、長期インターン人材の紹介サービスです。

Goodfind Career

社会人向け

ベンチャー・スタートアップ求人特化型エージェント「Goodfind Career」
スタートアップ・ベンチャー企業の求人の特化した転職エージェントです。

FASTGROW

メディア

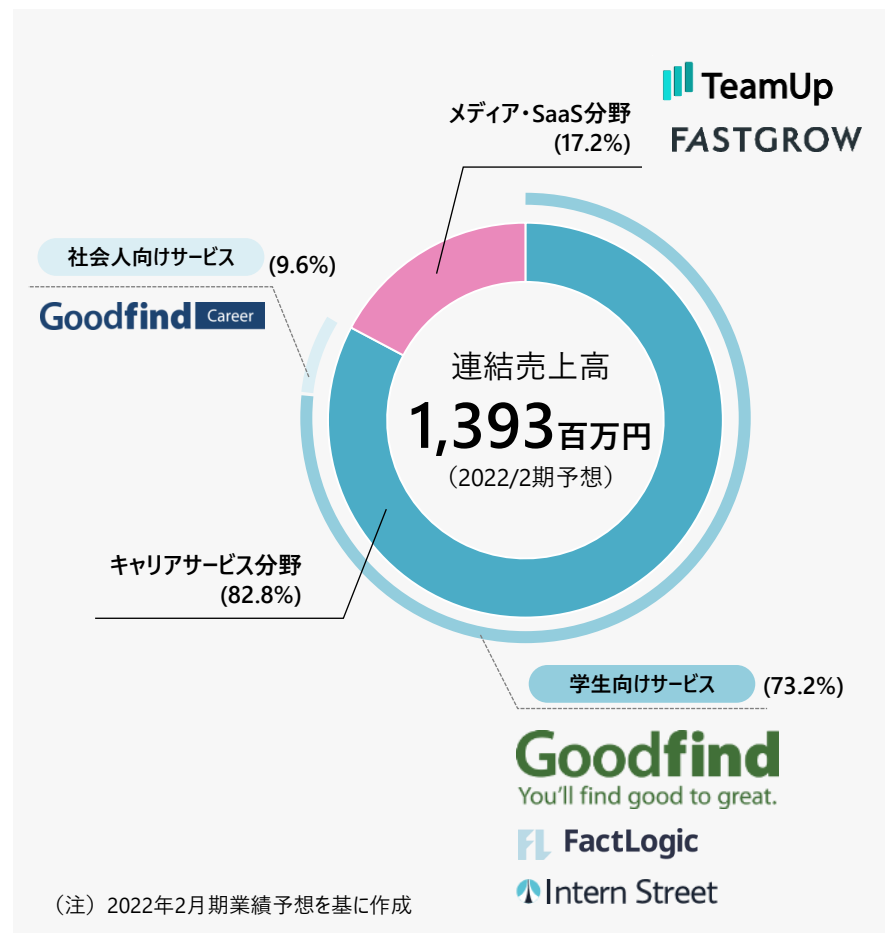
若手インバースョン人材向けビジネスメディア「FastGrow」
新産業領域の情報を整理し、発信していくメディアです。新産業領域への挑戦を推進し、スタートアップ・ベンチャー企業の採用広報やブランディング、サービス認知を支援するビジネスメディアです。

TeamUp

SaaS

1on1の仕組みをつくるSaaS型HRサービス「TeamUp」
1 on 1 ミーティング及び360度フィードバックシステム「TeamUp（チームアップ）」を提供。人材育成や組織活性化を通じた人と組織の成長支援を行います。

売上高構成比



キャリアサービス分野 | Goodfindの事業概要

Goodfind

You'll find good to great.

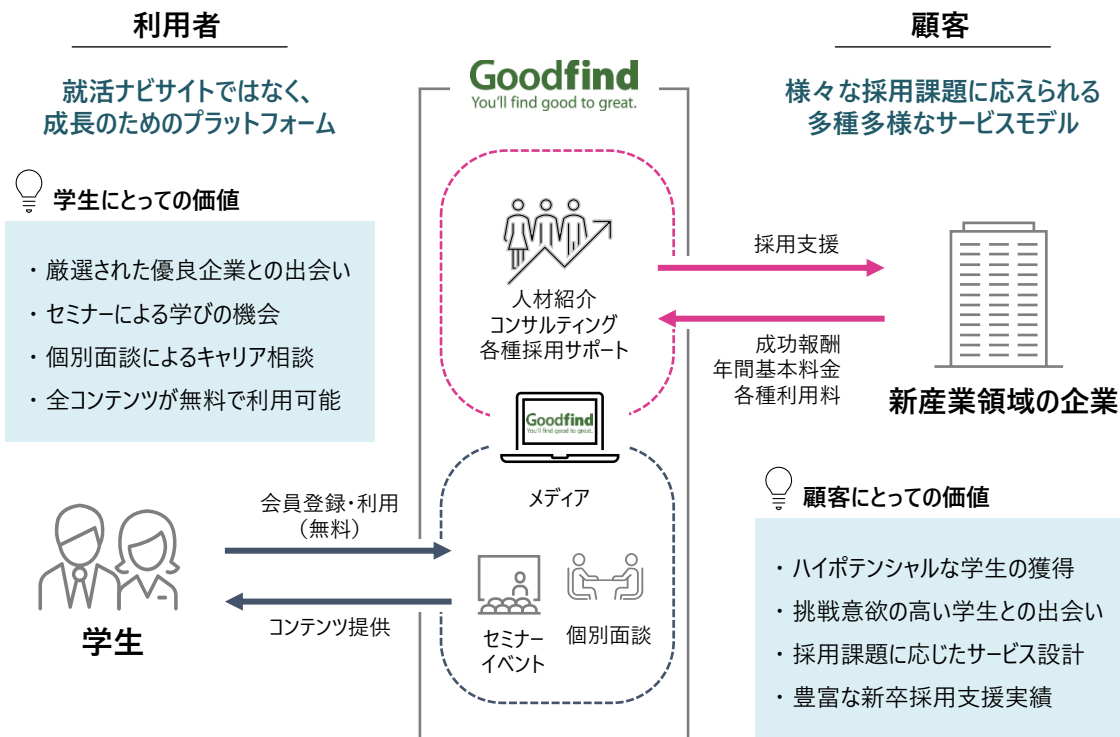
新卒学生向け

厳選就活プラットフォーム「Goodfind」

厳選就活メディア「Goodfind」を運営し、ベンチャー・スタートアップ企業を中心とした新産業領域の企業の新卒採用と挑戦意欲・成長志向の高い学生の就職活動を支援するプラットフォームを提供しております。

新卒学生に対しては、セミナーやイベント、個別面談を通じて新産業領域へのキャリア機会を創出。顧客企業に対しては、3つのサービスモデル（①成功報酬型人材紹介サービス、②人材紹介一体型コンサルティングサービス、③メディアサービス）を顧客のニーズに合わせてカスタマイズして提供することで、顧客の採用成功を支援します。

ビジネスモデル



サービスモデル

① 成功報酬型人材紹介サービス

当社インキュベーションパートナー(1)による個別面談やセミナー・イベント等への参加情報を通じて蓄積された新卒学生のデータベースから、顧客企業の求人要件に合う新卒学生を個別に紹介するサービスです。

料金体系：初期費用 + 成功報酬 / 人
入社人数に応じて費用が発生する料金体系

② 人材紹介一体型コンサルティングサービス

当社リクルーティングパートナー(2)が、顧客企業の採用目標人数の達成に向けたコンサルティングを年間で提供するサービスです。採用像や求人要件へのアドバイス、学生に対する訴求ポイントの言語化、有望候補者の継続的なフォロー、定例ミーティングによるサポート等を提供します。また、「Goodfind」へのセミナーページ年間掲載が含まれます。

料金体系：年間基本料金 + 成功報酬 / 人
顧客の採用目標人数に応じた年間基本料金を設定し、当該採用目標人数以内の場合は追加料金は発生せず、超えた場合にのみ成功報酬が発生する料金体系

③ メディアサービス

「Goodfind」へのメディア掲載、セミナーやイベントの企画・運営、顧客企業が実施する説明会や選考会への送客、採用ブランディング等の採用活動に必要な各種支援を行うサービスです。

料金体系：顧客ニーズに合わせた多種多様なサービス料金体系
例) メディア掲載費用 / 月
イベント出展料 / 回
企画セミナー開催料 / 回
送客課金 / 人

1. インキュベーションパートナーとは、「Goodfind」に登録された学生に対して個別面談を行い、学生のキャリア構築を支援する学生担当を言います。
2. リクルーティングパートナーとは、顧客企業の採用成功のため、採用に関する進捗状況や選考状況に応じたアドバイスや、インキュベーションパートナーとの連携を行う企業担当を言います。

キャリアサービス分野 | その他の事業概要

FactLogic

新卒学生向け

コンサル就活サービス「FactLogic」

外資・日系コンサルティングファームに特化した就活対策及び選抜型コミュニティの形成を行う就活サービスです。



サービスモデル

・メディアサービス

メディア掲載や説明会・選考会への送客等の採用サポートサービスを提供。

料金体系：メディア掲載費用 / 月
企画セミナー開催料 / 回

メディア掲載を中心とした採用サポートサービスを、顧客ニーズに合わせて多種多様な料金体系で提供。
なお、上記は主な料金体系となります。

Intern Street

学生向け

長期インターン紹介サービス「Intern Street」

スタートアップ・ベンチャー企業の求人に特化した、長期インターン人材の紹介サービスです。



サービスモデル

・成功報酬型人材紹介サービス

・メディアサービス

主に、長期インターンを希望する学生を成功報酬型で紹介します。

料金体系：長期インターン成功報酬 / 人
新卒成功報酬 / 人

入社人数に応じて費用が発生する料金体系。
新卒成功報酬については、長期インターンの紹介により新卒入社に至った場合に追加で発生。
なお、上記は主な料金体系となります。

Goodfind Career

社会人向け

ベンチャー・スタートアップ求人特化型エージェント「Goodfind Career」

スタートアップ・ベンチャー企業の求人に特化した転職エージェントです。



サービスモデル

・成功報酬型人材紹介サービス

・メディアサービス

主に、転職エージェントとして転職候補者を成功報酬型で紹介します。

料金体系：成功報酬 想定年収×契約料率 / 人
入社した候補者の想定年収に契約料率を掛けた金額を成功報酬とする料金体系。但し、成功報酬が最低保証料を下回る場合には、最低保証料が成功報酬となります。
なお、上記は主な料金体系となります。

メディア・SaaS分野の事業概要

FASTGROW 「新産業領域に必要な情報インフラをつくる」

メディア

ビジネスメディア「FastGrow」

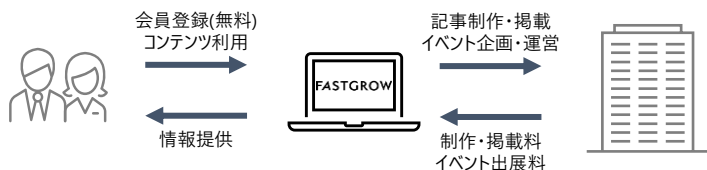
新産業領域の情報を整理し、発信していくメディアです。新産業領域への挑戦を推進し、スタートアップ・ベンチャー企業の採用広報やブランディング、サービス認知を支援するビジネスメディアです。

登録会員数 **1.8万**人 (2021/2期末)取引社数 **63**社 (2021/2期)

サービスモデル

利用者

顧客



若手イノベーション人材
(主に20-30代の社会人)

新産業領域の企業

料金体系：ブランドコンテンツ制作費用 / 記事
イベント出展料 / 回

ブランドコンテンツ制作については、企画や掲載も含まれ、制作した記事についてはFastGrowに掲載されますが、掲載料金は追加で発生しない料金体系となります。なお、上記は主な料金体系となります。

TeamUp

「BtoBプロダクトにより
入社後の組織課題にアプローチ」

SaaS

SaaS型HRサービス「TeamUp」

1on1ミーティング及び360度フィードバックシステム「TeamUp (チームアップ)」を提供。人材育成や組織活性化を通じた人と組織の成長支援を行います。

強い組織には
コミュニケーションがある
クラウド1on1ツール TeamUp[チームアップ]

MRR(1) **418万**円 (2021/2期末)契約社数 **59**社 (2021/2期末)

サービスモデル

TeamUp

顧客

フィードバックの仕組みづくりにより
人の可能性を引き出す組織へ



1on1ミーティング

システム提供
初期導入支援
研修サービス

月額利用料
導入初期費用
研修サービス料



新興成長企業をはじめ
大企業や地方企業等
も含む幅広い顧客層

料金体系：初期費用 + システム利用料 / 月

導入・運用サポートは顧客の課題に合わせて別途見積り
月額課金モデルによるシンプルな料金体系。アカウント発行数に応じて変動。
顧客の課題に応じて、導入・運用サポートや入社後の活躍を1on1を活用して支援するサポートサービスも提供。

1. MRRとは、「Monthly Recurring Revenue」の略称で、月ごとに繰り返し得られる収益のことを言います。

当社の特徴・強み

サマリー

- 1 | 人にまつわる市場の歪みの解消を事業機会とした事業展開
- 2 | 新卒領域からスタートすることで形成される累積的なブランド認知と事業機会
- 3 | Goodfindのユニークなビジネスモデルによる競争優位性

人にまつわる市場の歪みの解消を事業機会とした事業展開

人にまつわる市場の歪みの解消を事業機会とした事業展開が基本戦略。新産業領域における人材創出事業により人材トランスフォーメーションを推進することで、人にまつわる市場の歪みを解消する。

人にまつわる市場の歪み

歪みの解消に向けて
生まれる事業機会

当社アプローチ
(新産業領域における人材創出事業)

年功序列や終身雇用を中心とした
固定的かつ長期雇用慣行による歪み



新産業領域への人材移動／新産業
領域の就職・転職支援

キャリアサービス分野

Goodfind
You'll find good to great.
新卒学生向け厳選就活
プラットフォーム

FactLogic
新卒学生向け
コンサル就活サービス

Intern Street
学生向け
長期インターン紹介サービス

Goodfind Career
社会人向け
ベンチャー・スタートアップ求人
特化型エージェント

就職・転職市場における求職者のブ
ランド選好の強さによる歪み



新産業領域の就職・転職支援／メ
ディアによる情報発信／バイアスを取り除く
キャリア支援・組織開発

メディア・SaaS分野

メディアサービス

FASTGROW
若手イノベーション人材向け
ビジネスメディア

ジェンダーギャップ、20代・30代の経
営参画機会が少ない画一的な人事
制度が支配する伝統的な企業文化
による歪み



DE&I⁽¹⁾の推進／企業内研修・人材開
発／企業文化形成のためのSaaS

SaaSサービス

TeamUp
SaaS型1on1サービス

1. 「DE&I」とは、企業、学校、自治体等の組織における社会の多様性（ダイバーシティ：Diversity）、公平性（エクイティ：Equity）、包摂性（インクルージョン：Inclusion）を高めるための取り組みのことを言います。

人にまつわる市場の歪み

日本の伝統的な労働慣行が引き起こす、社会における人にまつわる市場の歪みは大きい。
歪みを解消するためのアプローチは当社グループの事業機会となり、長期的な成長源泉となる。

社会全体における歪み

成長分野の人材供給不足

気候変動への対応遅れ

サステナビリティ欠陥

デジタル化の遅れ

伝統的な大企業における歪み

コーポレートガバナンス不全

中高年の再就職が困難

多様性の欠如

新規事業人材が不足

若手の早期離職

人的資産が企業価値に
反映されていない

ジェンダーギャップ

ベンチャー・中小企業における歪み

ブランド選好による人材不足

メガベンチャーの総量不足

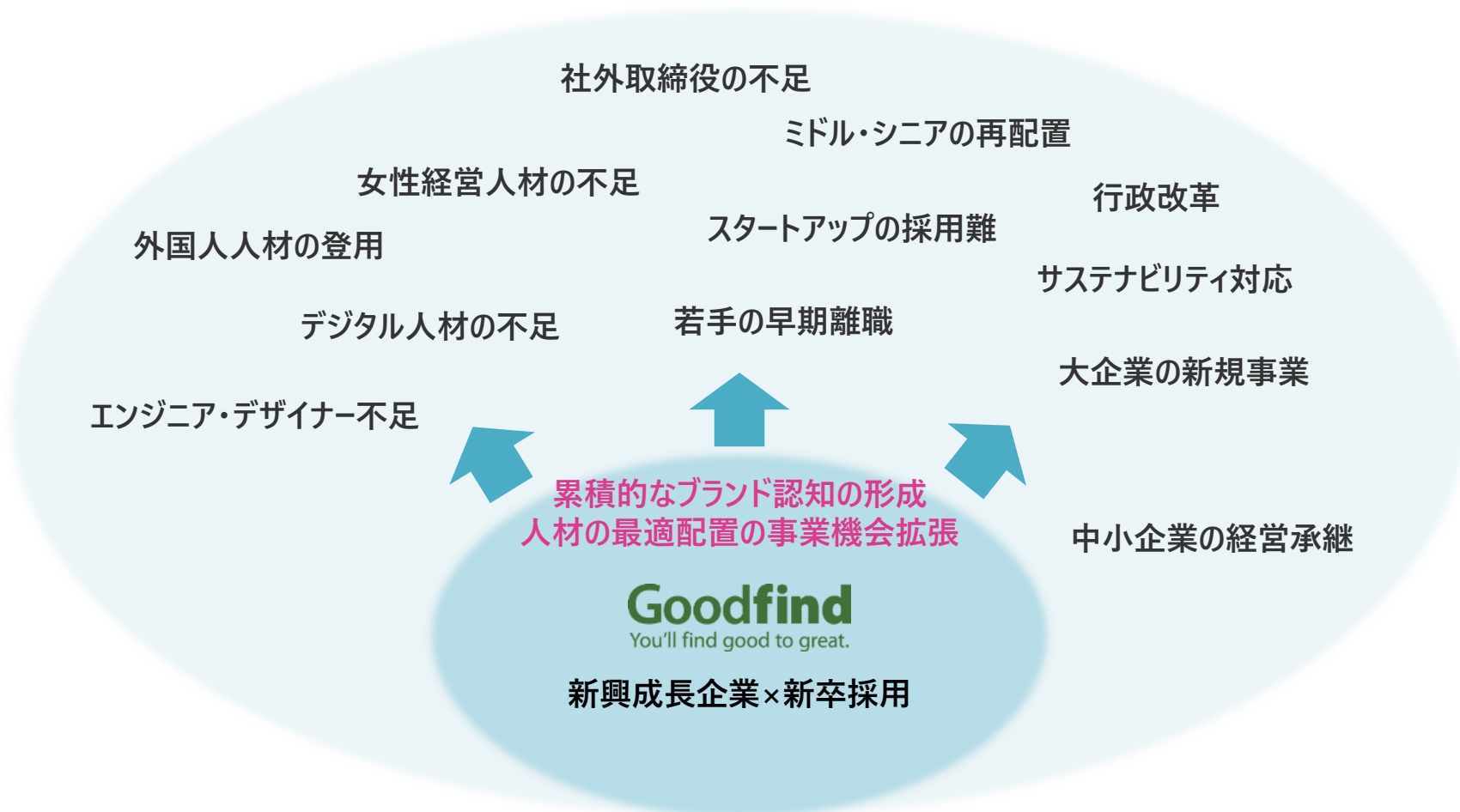
サクセッションマネジメントの不足

新産業の人材不足

事業承継における
後継者人材不足

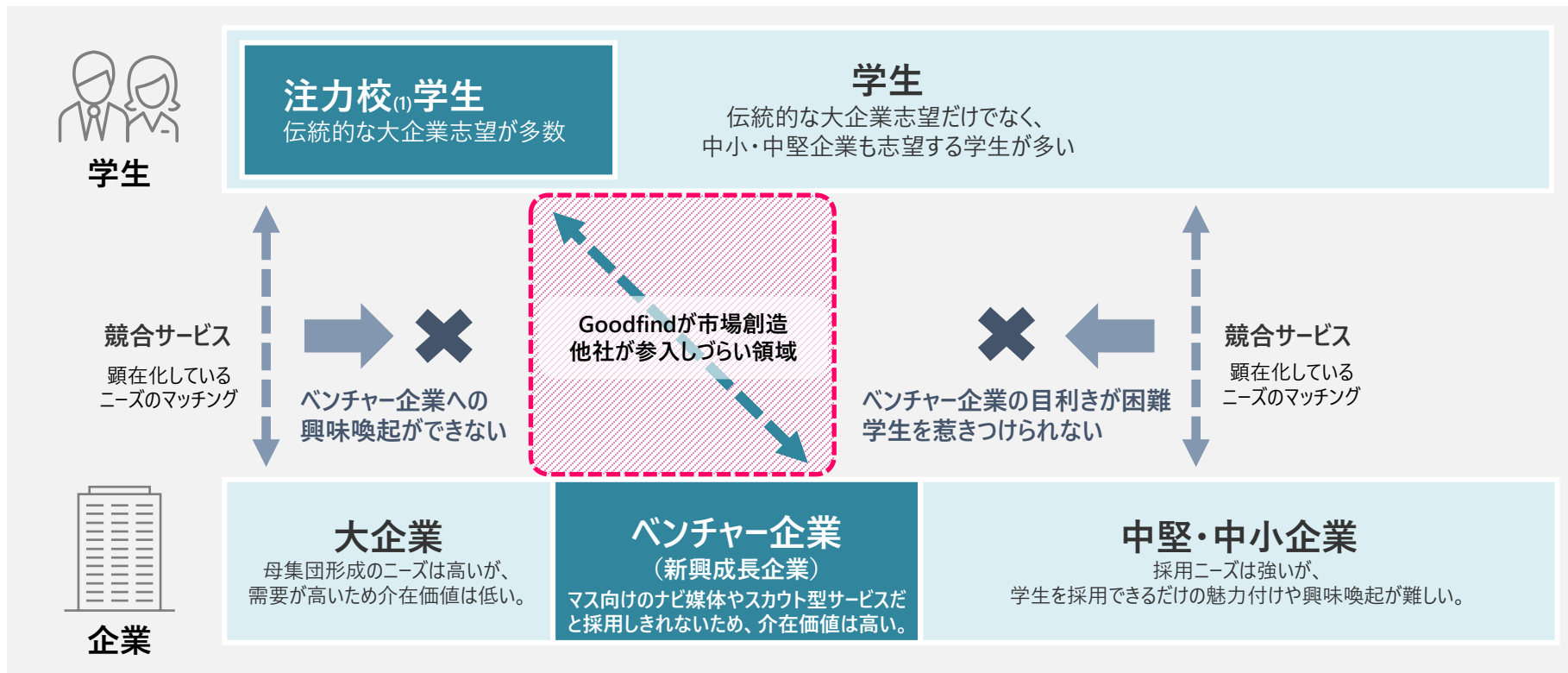
新卒領域からスタートすることで形成される累積的なブランド認知と事業機会

新卒学生に対して新産業領域でのキャリア機会を創出する「Goodfind」から事業をスタート。
新卒学生からカバーすることで卒業後も累積的なブランド認知が形成され、職種や属性、年齢、組織等の
様々な軸における人材の最適配置に事業機会を拡張可能。



Goodfindのユニークなビジネスモデルと競争優位性

顕在化しているニーズ同士をマッチングすることが人材紹介における一般的なビジネスモデル。
Goodfindは、学生の潜在的なニーズを引き出してマッチングすることでユニークかつ高い介入価値を実現。



ユニークなビジネスモデルを支える
"3つのCapability"

- 1 **顧客の目利き力** (新産業領域の企業を厳選して掲載・紹介)
- 2 **行動変容を生み出す力** (魅力付け + 認識変化を生むコンテンツ)
- 3 **マッチング力** (データ蓄積とプロジェクト型伴走モデル)

1. 「Goodfind」は学生であれば会員資格を有し、学校名による選別は行っていませんが、顧客企業における過去の採用実績や学生動向等を考慮して注力校を定義し、注力校の会員数及びその割合をモニタリングしております。本資料公表日現在における注力校は、東京大学、京都大学、早稲田大学、慶應義塾大学、東京工業大学、一橋大学、大阪大学、神戸大学、北海道大学、東北大学、名古屋大学、九州大学、上智大学、東京理科大学、青山学院大学、立教大学、明治大学、法政大学、中央大学、同志社大学、立命館大学、関西学院大学、関西大学、国際基督教大学、横浜国立大学、国際教養大学、立命館アジア太平洋大学と定義しております。

Goodfindのユニークなビジネスモデルを支える3つのCapability

3つのCapabilityにより、競合が多い顕在化したマーケットではなく、潜在的なマッチング可能性のある顧客を発見し、行動変容を生み出し、適切なマッチングを生み出すことで、市場の創造が可能となる。

Capability1



Capability2



Capability3

顧客の目利き力

- 成長性の高い新産業領域の企業を厳選して開拓
- 新興成長企業を中心とした過去の取引実績により、新産業領域において構築された情報取得のネットワーク

行動変容を生み出す力

- 新産業領域の魅力を伝えるコンテンツ
- バイアスに対する行動変容を生み出すコンテキスト・コンテンツ
- メディアによる情報提供のみならず、個別面談やセミナー・イベント等により上記コンテキスト・コンテンツを伝える

マッチング力

- 行動変容を生み出す力により形成されるGoodfindのユーザーポジション
- 経年で蓄積されるデータとその活用
- 顧客の採用成功をサポートするプロジェクト推進力

上記Capabilityを支える当社における人的資産の優位性

新産業領域における人材創出を事業としているため、当社の採用においてもその経験を活用

ミッションへの共感を重視し、人の可能性を引き出す組織文化を醸成することで、メンバーの活躍を支援

DE&I⁽¹⁾の推進により社内の働きやすさを向上し、また多様な人材を受け入れることで、高い組織エンゲージメントを実現

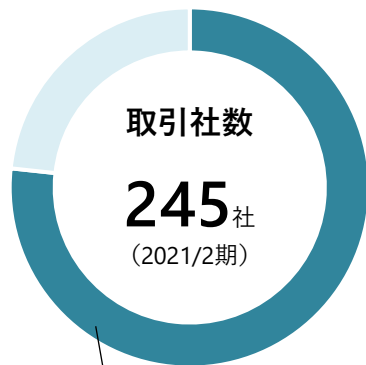
1. 「DE&I」とは、企業、学校、自治体等の組織における社会の多様性（ダイバーシティ：Diversity）、公平性（エクイティ：Equity）、包摂性（インクルージョン：Inclusion）を高めるための取り組みのことを言います。

Capability1 | 顧客の目利き力

成長性の高い新産業領域の企業を厳選して開拓。顧客の多くはDX・SaaS関連企業⁽¹⁾に該当する。
非上場から新卒採用を支援した上場企業の実績多数。

Goodfindにおける顧客の構成

今後の市場規模の拡大が見込まれ、成長性の高いDX・SaaS関連市場において事業を展開するDX・SaaS関連企業に注目。



DX・SaaS関連企業
188社 (76.7%)

上場企業の支援実績例⁽²⁾

非上場の時代に当社が開拓して新卒採用を支援。
その後上場して継続的な成長を続ける顧客実績例



(株)Speee
2010年取引開始
→2020年JASDAQ上場



HENNGE(株)
2015年取引開始
→2019年マザーズ上場



(株)GA technologies
2017年取引開始
→2018年マザーズ上場



ラクスル(株)
2017年取引開始
→2018年マザーズ上場
→2019年東証一部へ市場変更



(株)セルム
2014年取引開始
→2021年JASDAQ上場



ソールドアウト(株)
2012年取引開始
→2017年マザーズ上場
→2019年東証一部へ市場変更



gooddaysホールディングス(株)
2012年取引開始
→2019年マザーズ上場



Sansan(株)
2010年取引開始
→2019年マザーズ上場
→2021年東証一部へ市場変更



RPAホールディングス(株)
2010年取引開始
→2018年マザーズ上場
→2019年東証一部へ市場変更



(株)レノバ
2015年取引開始
→2017年マザーズ上場
→2018年東証一部へ市場変更



フリー(株)
2015年取引開始
→2019年マザーズ上場

1. DX・SaaS関連企業とは、テクノロジーや情報システム、AIやロボティクスの活用、メディア運営等のITを活用した課題解決を事業とする会社及びこれらの会社に対するサービス提供を行う会社と当社で定義しております。
2. 取引開始年は、原則としてGoodfindで初めて掲載又はセミナー等を開催した日となります。

Capability2 | 行動変容を生み出す力

新産業領域の魅力を伝え、無思考に伝統的な大企業を好むブランド選好等のバイアスを取り除くコンテ
 スト・コンテンツの提供により、学生の行動変容を生み出す。

2021年卒学生向けに開催したセミナー及びイベントは累計4,264回、個別面談は5,028名に対して実施。

企業とのタイアップセミナー・イベント

新産業領域の企業とのタイアップにより、経営者や事業責任者など第一
 線で活躍する方をゲストとして招待し、ビジネスとキャリアに対する考え方や
 経験を学生に伝える企画を提供します。企画から運営までを当社が実施
 し、新産業領域の魅力やキャリアの考え方を伝えます。

(セミナー・イベント例)



「Business Leader's Perspective」
 ビジネスとキャリアの最先端・最深部を知る経営
 者たちが自らの実践を通じて得た、価値ある知
 見を届ける連続講演イベント。

キャリアセミナー

Goodfind講師や外部ゲストによるキャリアセミナー。世界・日本のビジネス
 やキャリア動向をテーマにしたセミナーや、今後成長する注目業界をテーマに
 したセミナーなどを開催し、学生のキャリア形成における考え方を学ぶ機会を
 提供しています。

(セミナー例)



伊藤忠商事出身投資家と当社代表・伊藤の
 タイアップによる「デジタル・IT領域の注目企業」

Goodfind講師による「マクロ視点で読み解く、
 世界・日本のビジネスとキャリア動向とは？」



インキュベーションパートナーによる個別面談

就職活動やキャリア形成に関する相談、自己分析や面接対策相談などを
 1on1形式で実施いたします。経験豊富な当社インキュベーションパートナー
 が学生一人一人に向き合い、個別面談を通じて得た情報やセミナー・イベ
 ントの参加情報等を基に、志向性に合った企業の紹介を行います。



- ✓ キャリア形成におけるアドバイス
- ✓ 業界や企業に関する情報提供
- ✓ 自己分析や面接対策
- ✓ 志向性に合った企業の紹介

スキルアップセミナー

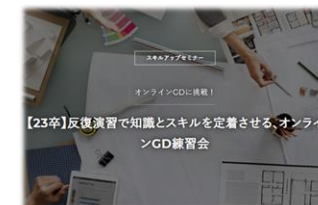
Goodfind講師によるスキルアップセミナー。ロジカルシンキングやグルーピー
 スカッション、エントリーシート・面接対策などをテーマにした選考対策セミ
 ナーを開催。選考通過だけを目的とせず、社会人になっても役立つ本質的なコ
 ンテンツにより学びの機会を提供しています。

(セミナー例)



「面接力を高める自己PR&コミュニケーション力
 養成講座」

「反復演習で知識とスキルを定着させる、オンラ
 インGD練習会」



Capability3 | マatchingカ

顧客の目利き力によって厳選された新産業領域の企業と、行動変容を生み出す力により形成されるユーザーとを、「プロダクト(Goodfind)」と「人材」による価値提供を通じてマatching。

プロダクトによる価値提供

人材による価値提供

デザイン&テクノロジー

コンテンツプロデュース

インキュベーションパートナー

リクルーティングパートナー

セールス&コンサルティング

セールス&コンサルティング

ユーザー獲得のための
メディアプロダクト

行動変容を生む
メディアコンテンツ

行動変容を生む
コミュニケーション

採用を成功に導く
プロジェクト推進力

採用課題に応じた
ユニークな施策提案

採用課題の提起
採用担当の育成

厳選就活メディア「Goodfind」

学生

企業



行動変容を生み出す力によって
形成されたユーザー

顧客の目利き力によって
厳選された新産業領域の企業

データベース

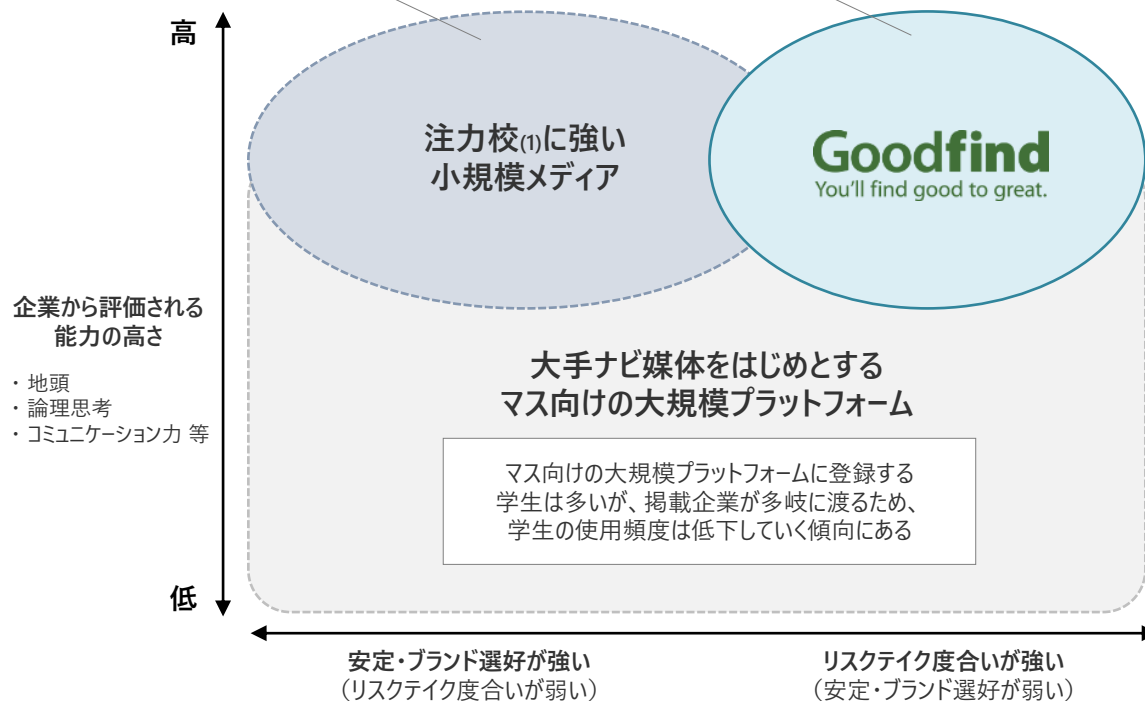
Capability3 | マatchingカ

行動変容を生み出す力により形成されるGoodfindのユーザーポジション
安定・ブランド選好というバイアスが除かれた注力校⁽¹⁾ユーザーが中心

ユーザー属性による「Goodfind」のポジショニング

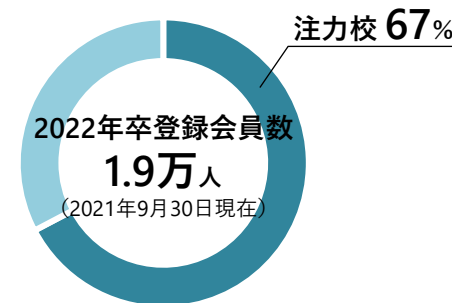
伝統的大企業を掲載すれば学生は容易に集客できるが、安定・ブランド選好というバイアスを取り除かない限り、新産業領域の企業への就職にはつながらない

バイアスを取り除くコンテキスト・コンテンツにより、安定・ブランド以外のキャリア軸への行動変容を生み出し、新産業領域へのキャリア機会を創出

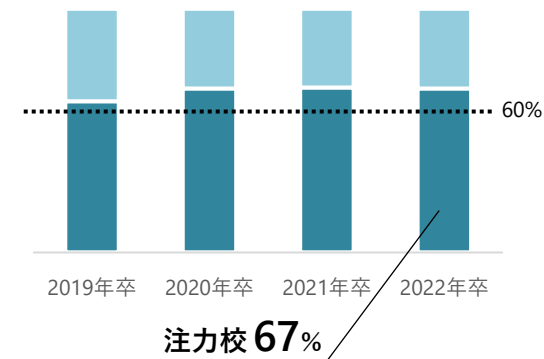


会員構成割合

2022年卒会員構成比



会員構成比推移

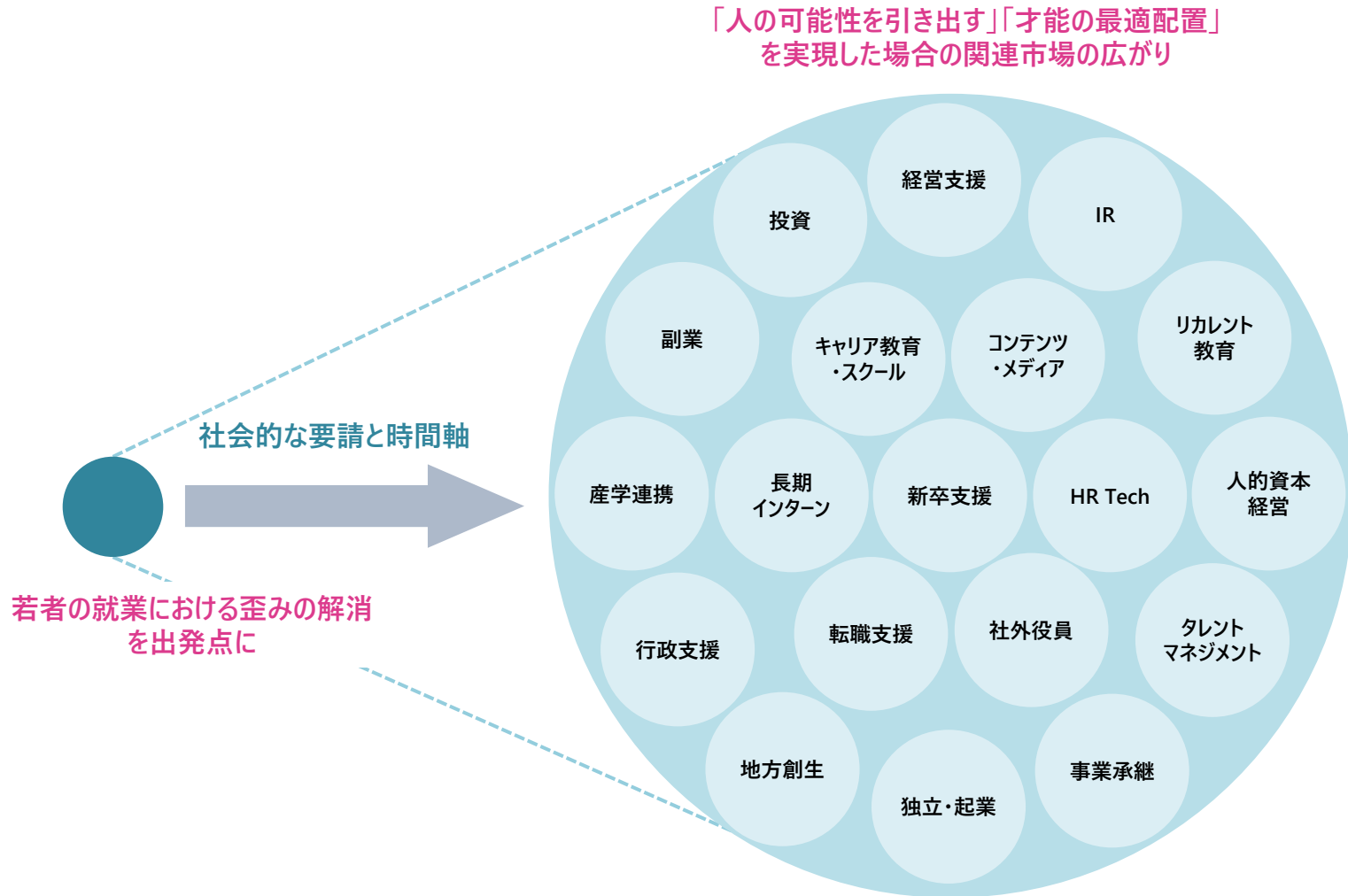


1. 「Goodfind」は学生であれば会員資格を有し、学校名による選別は行っておりませんが、顧客企業における過去の採用実績や学生動向等を考慮して注力校を定義し、注力校の会員数及びその割合をモニタリングしております。本資料公表日現在における注力校は、東京大学、京都大学、早稲田大学、慶應義塾大学、東京工業大学、一橋大学、大阪大学、神戸大学、北海道大学、東北大学、名古屋大学、九州大学、上智大学、東京理科大学、青山学院大学、立教大学、明治大学、法政大学、中央大学、同志社大学、立命館大学、関西学院大学、関西大学、国際基督教大学、横浜国立大学、国際教養大学、立命館アジア太平洋大学と定義しております。

成長戦略

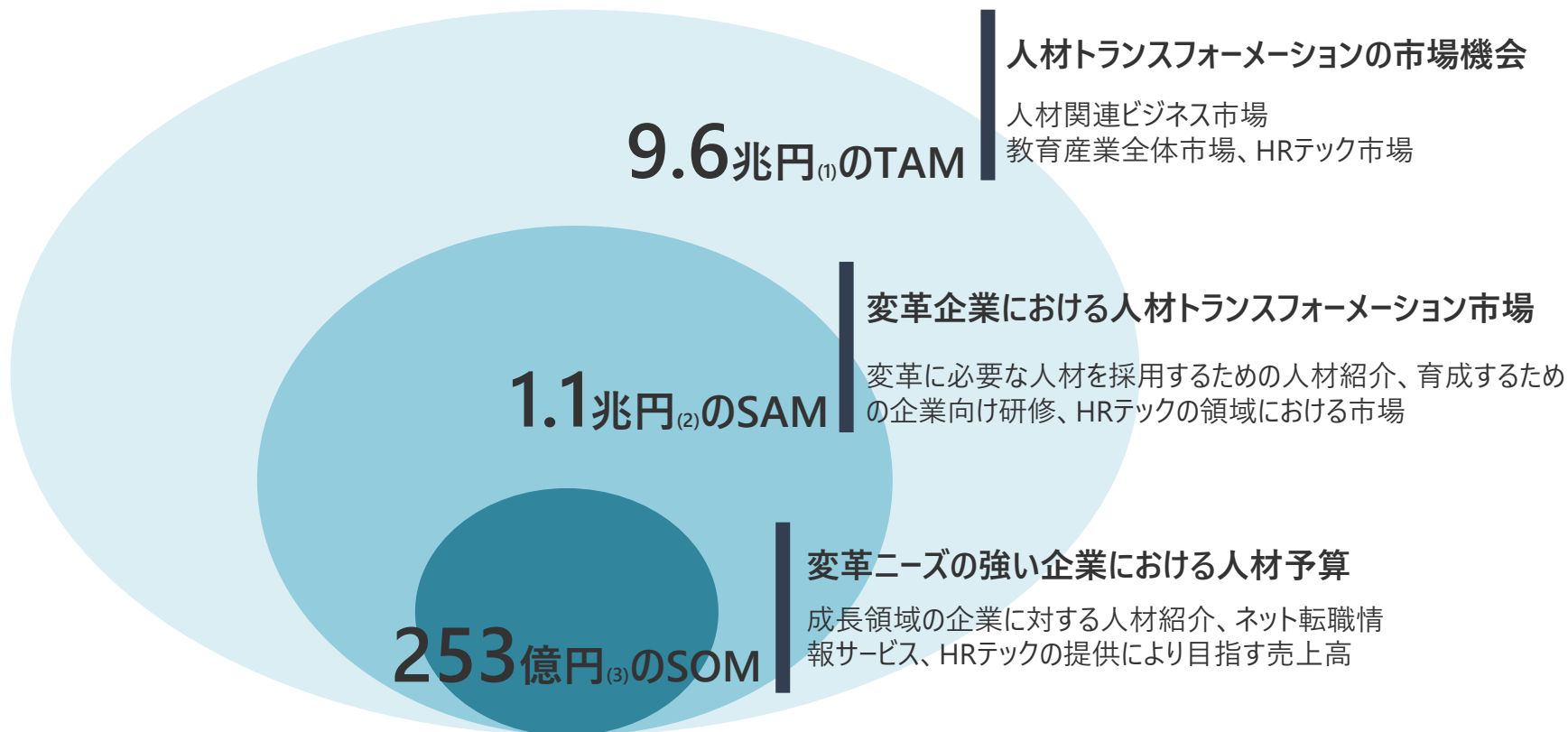
複雑性の高さから今はまだ小さいが、将来大きな成長が期待される市場

「人の可能性を引き出す」「才能の最適配置」は単一のプロダクトでは解決しきれない複雑性の高いテーマゆえに、複数のプロダクトやサービスを複合的に展開して市場自体を大きくしていくアプローチが必要。



事業領域と市場規模

デジタルを中心とした新産業領域の企業への人材供給を基盤としながら、変革ニーズの強い企業における人材トランスフォーメーション（採用・育成・活躍）市場への拡張



1. 「人材ビジネスの現状と展望 2020年版 PART1 総合編」（株式会社矢野経済研究所、2020年）、「2020年版 教育産業白書」（株式会社矢野経済研究所、2020年）、「HRTechクラウド市場の実態と展望 2019年度版」（株式会社ミック経済研究所、2020年）に基づき当社推計
2. 人材関連ビジネス市場のうち、「人材ビジネスの現状と展望 2020年版 PART1 総合編」（株式会社矢野経済研究所、2020年）に基づく人材紹介業及びネット転職情報サービス市場、教育産業全体市場のうち、「2020 企業向け研修サービス市場の実態と展望」（株式会社矢野経済研究所、2020年）に基づく企業向け研修サービス市場、「HRTechクラウド市場の実態と展望 2019年度版」（株式会社ミック経済研究所、2020年）に基づくHRテック市場により当社推計
3. 「日経ベンチャービジネス年鑑2000」（日本経済新聞社、2000）に収録されている企業数2,592社に、2021年2月期連結売上高のうち上位100社の平均売上高9,778,127円を掛けた金額として当社推計

中期成長戦略


顧客数及び顧客単価の継続的な拡大を基本として、プラットフォーム型・プロダクト型の強化、人の可能性を引き出す組織づくりの実践と商材化の3つが重点成長戦略



1 顧客数及び顧客単価の拡大


- デジタルやグリーン、サステナビリティ等の変革を志向する大企業を含め、新産業領域の企業のカバー範囲を広げ、顧客数を拡大
- 人にまつわる市場の歪みを起点とした新規事業分野及び新規プロダクト・サービスの展開による顧客単価の拡大


既存サービス・プロダクトの機能アップデートや人員増強により継続的に拡大

リサーチ・設計／事業化検討  開発／機能アップデート

2 プラットフォーム型・プロダクト型の強化

- 「FastGrow」をプラットフォーム型プロダクトとして強化し、月額利用課金やコンテンツ課金等の新たな収益機会を獲得
- コンテンツの動画ライブラリ化・アセット化により、労働集約性を低減し、企業向け研修や人事支援のプロダクトを開発

リサーチ・設計 開発  機能アップデート

リサーチ・設計 開発  機能アップデート

3 人の可能性を引き出す組織づくりの実践と商材化

- 一人ひとりの成長・学習支援及びキャリア支援を強化する仕組みの自社実践を継続的にを行い、顧客企業への展開を検討
- 組織カルチャーの浸透や1on1による対話、フルリモートワーク等柔軟な働き方の実現等による、多様な人材が活躍できる組織づくり

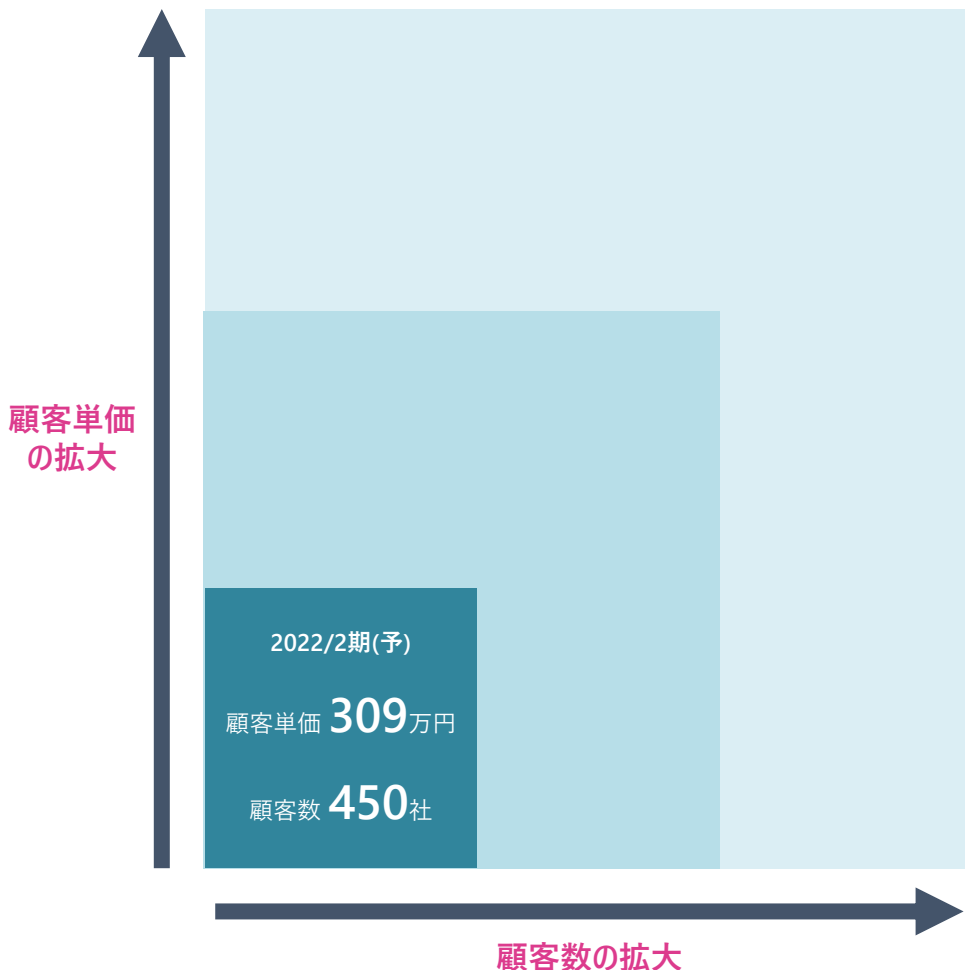
既存の仕組みの強化・アップデートによる実践

リサーチ・設計

継続的な組織づくり

既存事業中心に顧客数及び顧客単価を拡大

これまではサービス提供価値の向上に伴う顧客単価の拡大に注力。今後は顧客単価に加えて、顧客数も拡大を目指す。

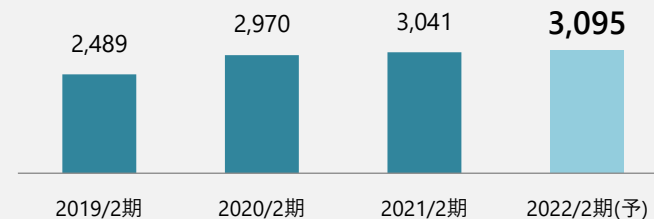


顧客単価の拡大

- 人につわる市場の歪みを軸として、複数のプロダクト・サービスを複合的に展開し、これらを組み合わせた価値提供を行うことで、1社に対して提供できる価値の総量を増やす。
- 新産業領域の企業においては、成長性が高いことから取引を継続するほどに人材のニーズが高まり、当社の収益機会が拡大する構造にある。

(単位：千円)

顧客単価の推移

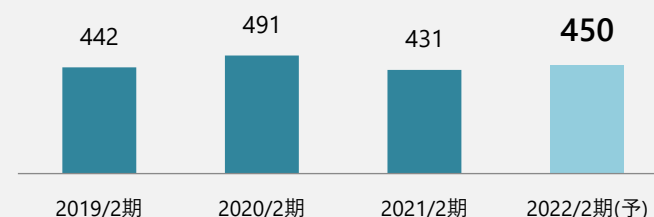


顧客数の拡大

- 現在の顧客数は、主に新興成長企業の一部
- 新産業領域における顧客数の拡大余地は大きく、デジタルやグリーン等の変革領域の企業や中小・中堅企業における経営承継等の人材トランスフォーメーションを行う企業にアプローチ可能

(単位：社)

顧客数の推移

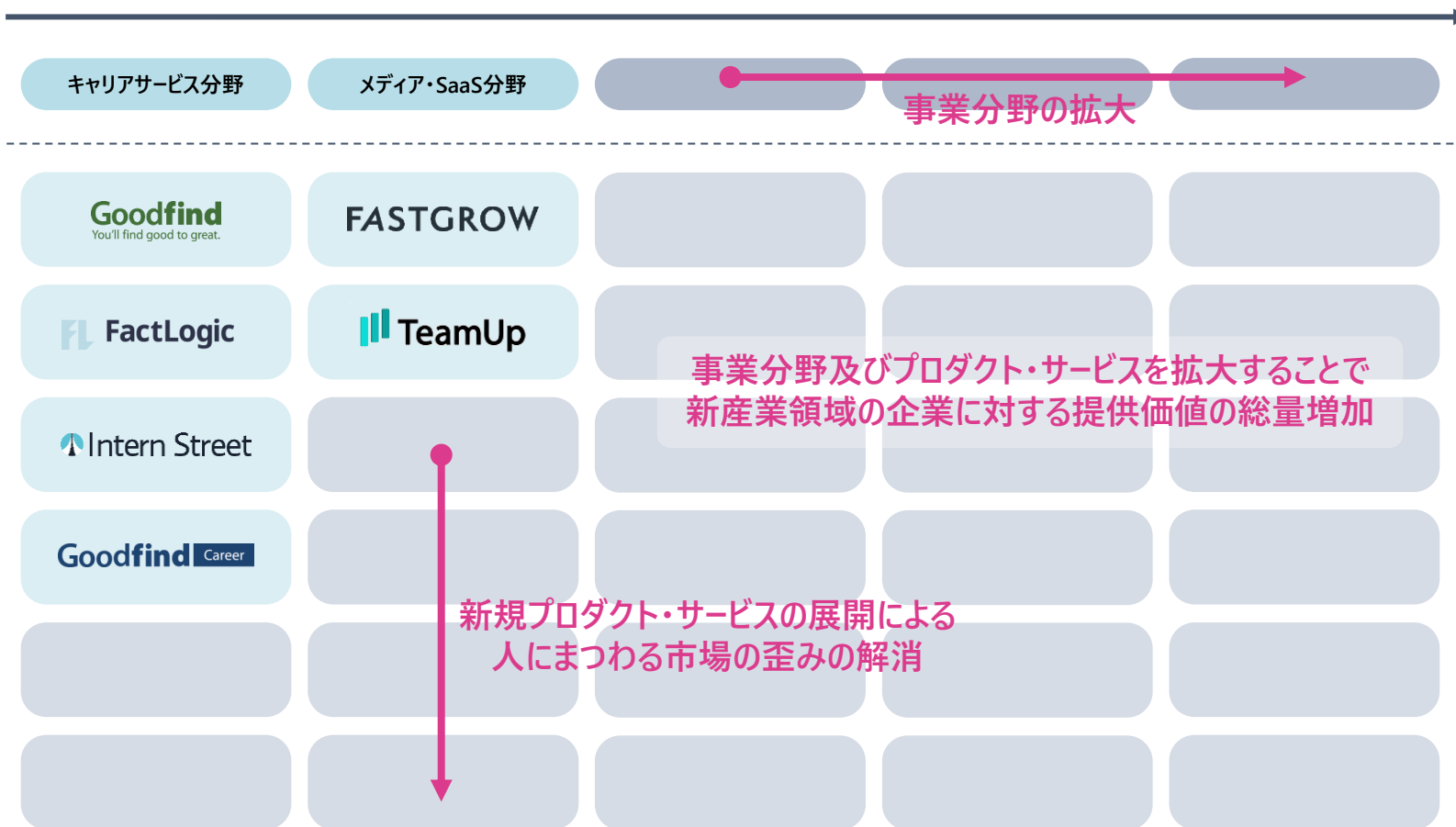


(注) 2022年2月期は、業績予想数値を基に算定しております。

顧客単価の拡大

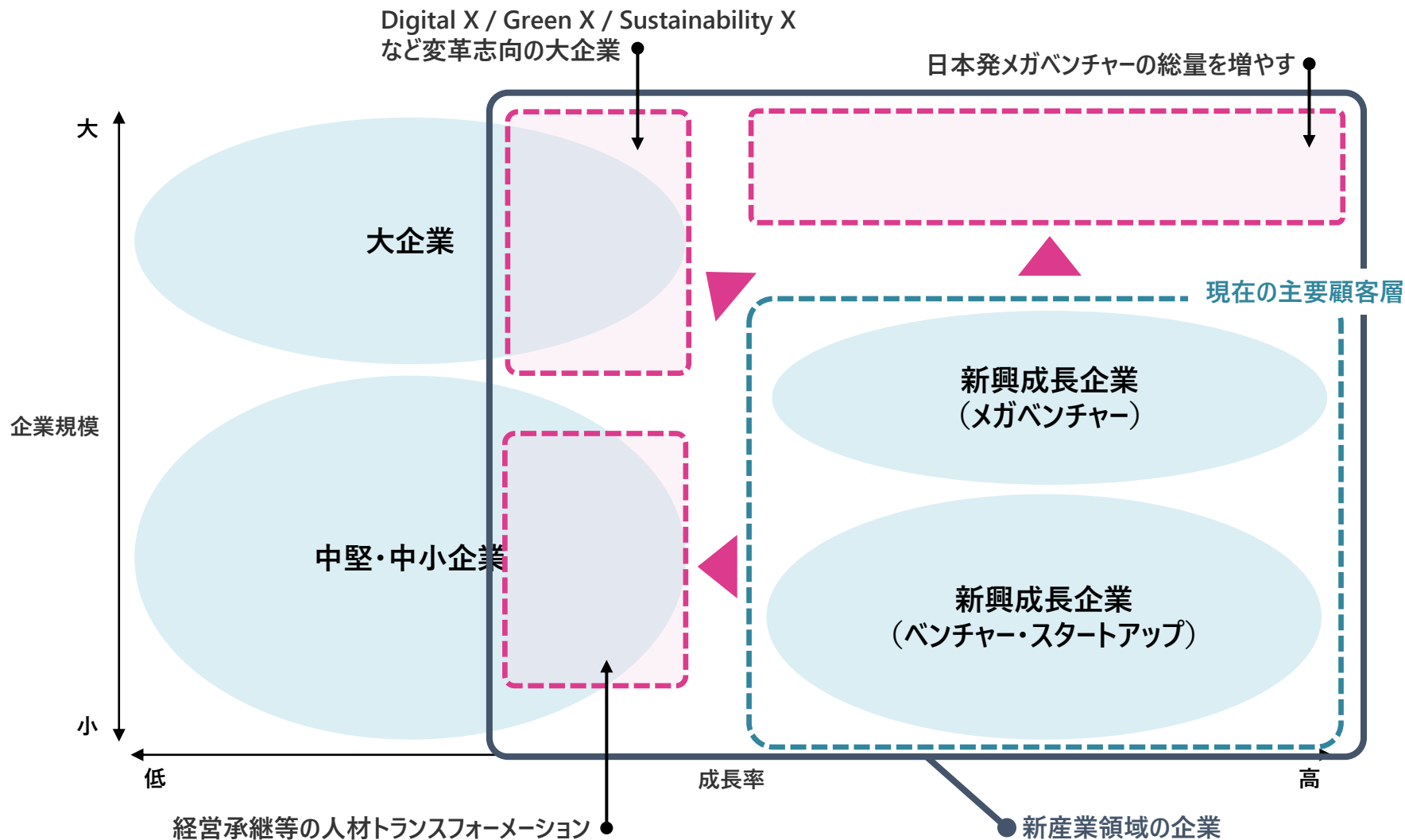
新産業領域の企業の事業成長及び変革ニーズの高まりが顧客単価拡大の源泉。
 人にまつわる市場の歪みに対しては、複数のプロダクト・サービスを展開し、これらを組み合わせることで、
 1社当たり提供可能な価値の総量を増やし、顧客単価を拡大。

人にまつわる市場の歪みの解消を事業機会とした事業展開



顧客数の拡大

様々なトランスフォーメーション(X)を必要とする企業が潜在顧客層。
現在の主要顧客が新興成長企業であることから、顧客の拡大余地は大きい。



プラットフォーム型のプロダクトに進化し、多様な収益機会による成長を実現

ビジネスメディアとしてのユーザ基盤をもとに、プラットフォームとして活用されるモデルに進化をはかる。

新産業領域の企業のための情報発信
プラットフォーム型プロダクト

将来的な収益機会

- ✓ 月額サービス利用料
- ✓ 各種マッチングフィー
- ✓ コンテンツ課金
- ✓ ブランドコンテンツ掲載
- ✓ イベントスポンサー

提供中

提供中

FASTGROW



ビジネスメディア

スタートアップや新規事業などに関心を持つ
20代から30代を中心としたユーザーを抱える。

現在の収益機会

- ✓ ブランドコンテンツ掲載
- ✓ イベントスポンサー

提供中

提供中

採用における顧客接点を強みに BtoB プロダクトによる価値提供を拡大

優秀層採用という強い企業ニーズゆえに、経営陣・人事責任者とのリレーションが強み。
採用・入社後の組織課題を中心にBtoBプロダクト型の事業による価値提供を進める。

企業の課題・ニーズ

解決するプロダクト・サービス

採用後のフォローや育成にあたり、
1on1によるフィードバック・対話の文化をつくりたい
DE&I⁽¹⁾を社内で推進したい



- 1on1のメモを共有するクラウドサービス(SaaS)
- DE&I⁽¹⁾研修の動画化



若手の早期での離職を防止したい



- 動画研修コンテンツ
- 組織内のバイアスや認知の歪みを是正するアプローチ

採用力を上げたい
採用担当を育成したい



- 動画研修コンテンツ
- 採用に関するノウハウを提供

将来的な収益機会

1. 「DE&I」とは、企業、学校、自治体等の組織における社会の多様性（ダイバーシティ：Diversity）、公平性（エクイティ：Equity）、包摂性（インクルージョン：Inclusion）を高めるための取り組みのことを言います。

「人の可能性を引き出す」組織を目指して

「人の可能性を引き出す」組織づくりを進め、事業創造人材の集積地となる
ミッション共感の強い新卒・若手を採用して事業リーダーが育つサイクルを強化

フラットでオープンなカルチャー

- 1on1 による対話カルチャー
- 社内キャリアアドバイザーによる異動・配置提案
- フルリモート・フレックスによる柔軟な働き方の実現
- 市場価値ベースの評価・報酬制度
- カルチャーブックの明文化とDE&I⁽¹⁾の推進



働きがいのある会社ランキング初参加から2年連続でランクイン

セルフエンパワーメント型組織

- ミッションの魅力からハイポテンシャルな人材の採用を継続
- 誰もが成長し続け、ポジションを創出するためのサクセッションマネジメント
- 事業マネジメントシステムによる横断支援

これまでの実績

事業責任者6名のうち4名が新卒入社

- ▶ 新卒入社5年目から子会社社長
- ▶ 新卒入社6年目から事業責任者
- ▶ 新卒入社3年目から事業責任者2名

残り2名は元Goodfindユーザーからの中途入社
卒業生コミュニティからのリクルーティングサイクルの強み

1. 「DE&I」とは、企業、学校、自治体等の組織における社会の多様性（ダイバーシティ：Diversity）、公平性（エクイティ：Equity）、包摂性（インクルージョン：Inclusion）を高めるための取り組みのことを言います。

多様な人材の活躍を促進するワークスタイルの実現

フルリモートワークできる組織運営の強みを生かして、既存社員の「転職なき移住」とともに、地方在住者の新規雇用を増やし、多様な人材の活躍を目指す。
地方創生での事業拡張も目指しながら、人材獲得と事業成長の両立を狙う。

リモートワーク

- 住む場所を問わないフルリモートワークが可能
- 地方在住者の増加「転職なき移住」

DE&I⁽¹⁾推進

- 働きやすさの柔軟性を高め、エンゲージメントの高い組織に
- 介護休職の増加など予測される社会変化への対応にも先手

地方創生

- 地方での雇用創出による多様な人材の活躍
- 今後、地方サテライトオフィス進出とともに産官学連携の事業モデルも検討

1. 「DE&I」とは、企業、学校、自治体等の組織における社会の多様性（ダイバーシティ：Diversity）、公平性（エクイティ：Equity）、包摂性（インクルージョン：Inclusion）を高めるための取り組みのことを言います。

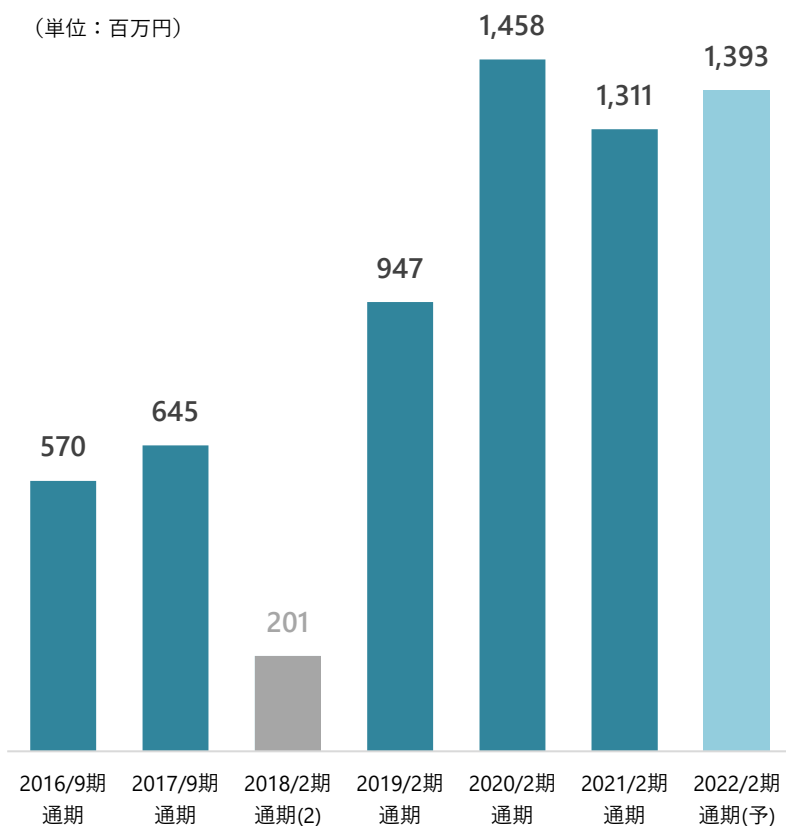
財務ハイライト

業績の推移

2021年2月期は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受けるも、新産業領域の企業における需要は回復基調にあり、2022年2月期は堅調に推移する見込み。

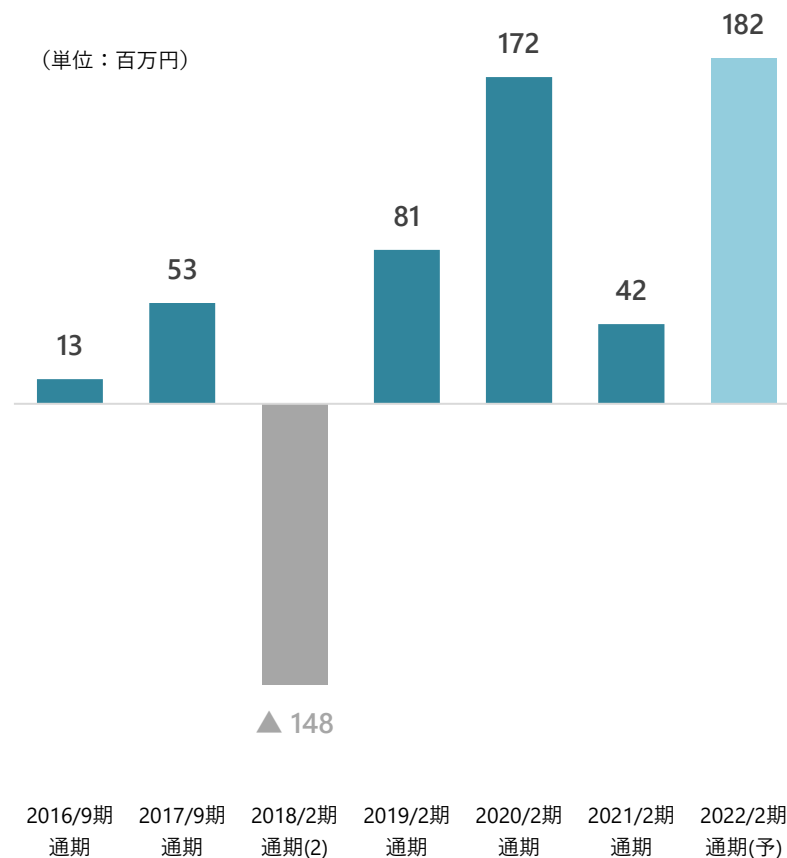
売上高

(単位：百万円)



営業損益

(単位：百万円)

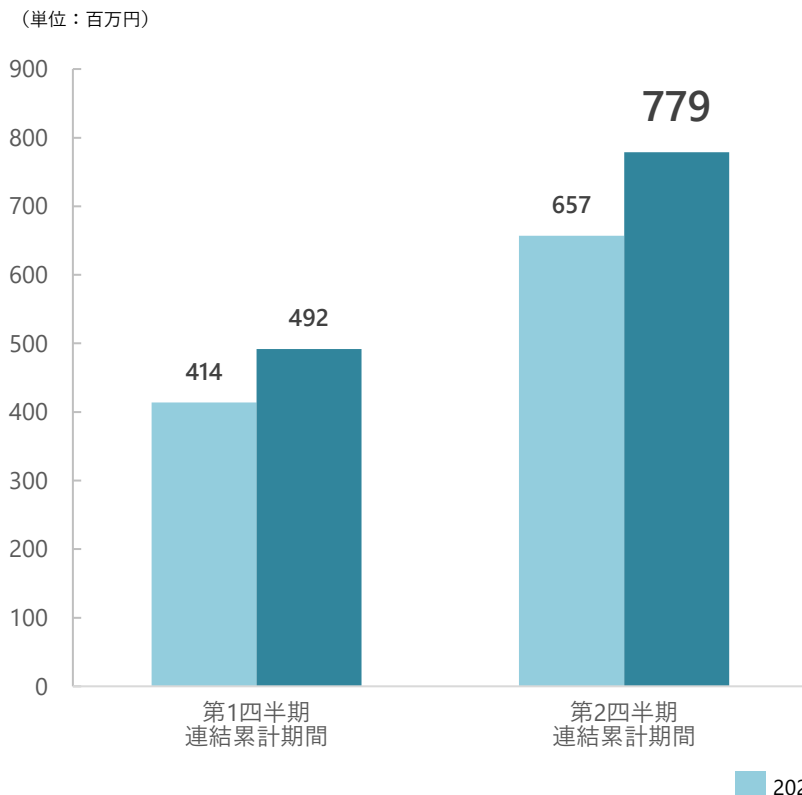


- 2019年2月期以前は単体決算（未監査）、2020年2月期以降は連結決算
- 2018年2月期は、決算期変更により5ヶ月決算
- 2022年2月期は、業績予想開示資料に基づき作成

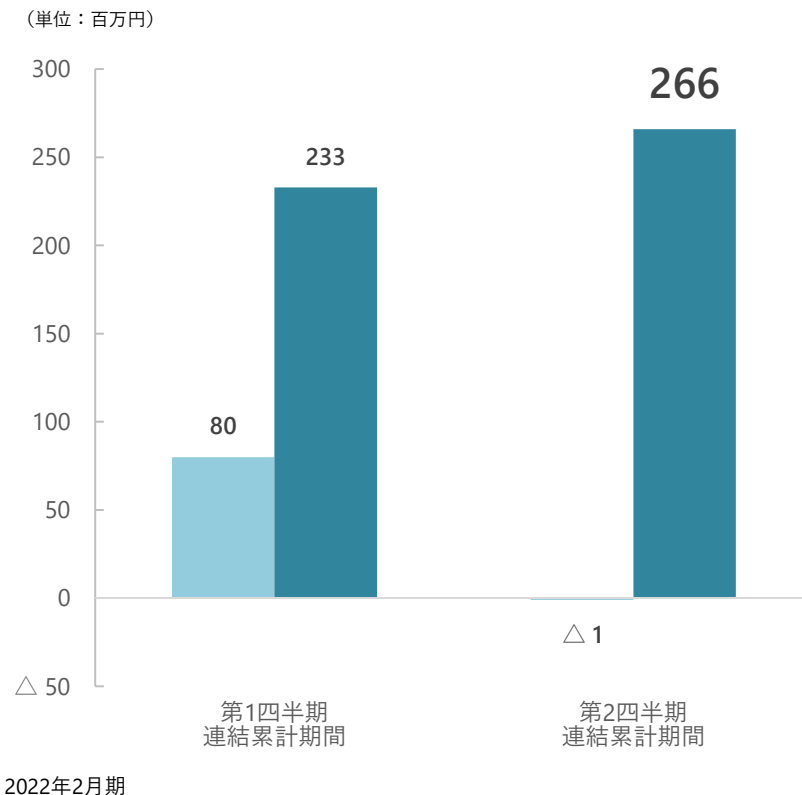
2022年2月期四半期業績の推移

「Goodfind」の堅調な売上成長を背景として、コロナ禍においても第2四半期連結累計期間の売上高は118.5%成長を実現。2021年2月期におけるコスト構造の見直しに伴う固定費の削減効果もあり、営業利益は大幅な成長となった。

売上高



営業損益



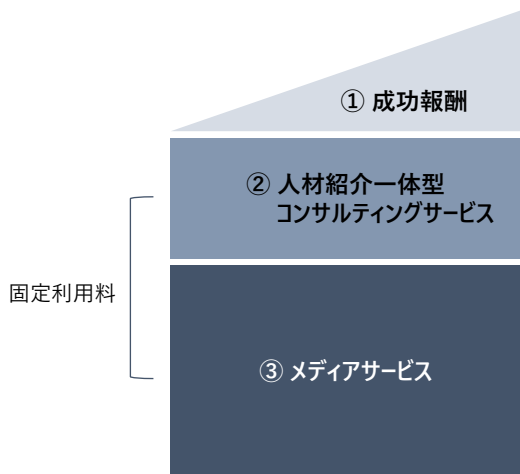
1. 2021年2月期における四半期連結累計期間の売上高及び営業利益又は営業損失(△)は、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づくEY新日本有限責任監査法人による四半期レビューはを受けておりません。

2021年2月期の減収要因

2021年2月期における売上高が1,311百万円（前年同期比89.9%）となった主な要因は、学生向けサービスの売上高が916百万円（前年同期比85.5%）となったことによるものであります。これは主に、当社グループの主力サービスである「Goodfind」において、2020年2月期における2020年卒業予定学生向けの販売から人材紹介一体型コンサルティングサービスの販売に注力する販売戦略を採用したことにより、当該サービスに係る売上高の構成比が高まり、また、成功報酬型サービスを中心とした販売戦略を採用していた2019年卒業学生に係る成功報酬が2020年2月期に計上されたことによるものであります。

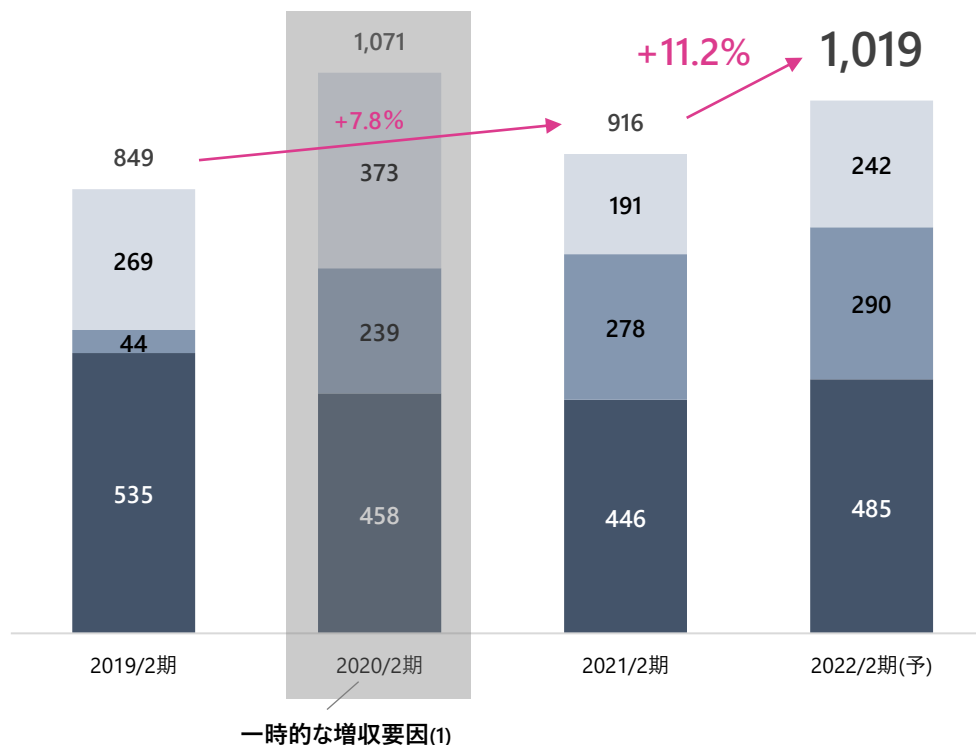
学生向けサービスの収益構造

一般的なエージェントモデルを展開する人材紹介会社とは異なり、成功報酬に依存しないサービスモデルによりボラティリティが低い収益構造



学生向けサービスにおけるサービスモデル別売上高推移

（単位：百万円）



- 2020年卒業予定者向けサービス(2020年2月期)より、顧客に対する深度ある継続的なサービス提供を行うことを目的として、人材紹介一体型コンサルティングサービスを中心とした販売戦略を基本方針とし、成功報酬への依存度を引き下げることを行いました。2020年2月期においては、2019年4月入社者に係る成功報酬が計上されておりますが、当該変更前の成功報酬を中心とした契約による売上計上となるため、他の決算期に比べて一時的に成功報酬の構成比及び売上高が高くなっております。
- 「2022/2期(予)」については、業績予想開示資料に基づき作成しております。

連結損益計算書の概要

(単位：百万円)	2020年2月期		2021年2月期		
		百分比		百分比	前年比
売上高	1,458	100.0%	1,311	100.0%	89.9%
売上原価	52	3.6%	52	4.0%	98.6%
売上総利益	1,405	96.4%	1,258	96.0%	89.6%
販売費及び一般管理費	1,233	84.5%	1,215	92.8%	98.6%
営業利益	172	11.8%	42	3.3%	24.9%
経常利益	172	11.9%	42	3.2%	24.6%
当期純利益	145	10.0%	49	3.8%	34.2%

サービス分野別売上高

(単位：百万円)	2020年2月期	2021年2月期	前年比
キャリアサービス分野	1,231	1,069	86.9%
学生向けサービス	1,071	916	85.5%
社会人向けサービス	160	153	95.8%
メディア・SaaS分野	227	241	106.3%

主な販売費及び一般管理費の内訳

(単位：百万円)	2020年2月期		2021年2月期		前年比
		構成比		構成比	
広告宣伝費	69	5.6%	40	3.3%	57.7%
給料及び手当	563	45.7%	617	50.8%	109.5%
法定福利費	81	6.6%	92	7.6%	113.5%
業務委託料	182	14.8%	171	14.1%	94.0%
地代家賃	95	7.8%	83	6.8%	86.8%

連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位：百万円)	2020年2月期末		2021年2月期末		
		構成比		構成比	前期末比
流動資産	1,108	91.4%	1,116	95.3%	100.7%
(内、現金及び預金)	870	71.7%	825	70.4%	94.8%
固定資産	104	8.6%	55	4.7%	52.8%
資産合計	1,213	100.0%	1,172	100.0%	96.6%
流動負債	700	57.7%	658	56.2%	94.0%
固定負債	53	4.4%	21	1.9%	40.6%
負債合計	753	62.1%	680	58.0%	90.3%
(内、有利子負債)	81	6.7%	48	4.1%	58.9%
資本金	227	18.7%	227	19.4%	—
資本剰余金	229	18.9%	229	19.6%	—
利益剰余金	14	1.2%	64	1.2%	443.3%
自己株式	△11	△0.9%	△28	△2.4%	—
純資産合計	459	37.9%	491	42.0%	107.0%
負債・純資産合計	1,213	100.0%	1,172	100.0%	96.6%

(単位：百万円)	2020年2月期	2021年2月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△30	4	+34
投資活動によるキャッシュ・フロー	△32	1	+34
財務活動によるキャッシュ・フロー	184	△51	△235
現金及び現金同等物の増減額	121	△45	△166
現金及び現金同等物の期首残高	749	870	+121
現金及び現金同等物の期末残高	870	825	△45

業績予想の策定根拠・前提条件等

項目		策定根拠・前提条件等
売上高	Goodfind・FactLogic	成功報酬型人材紹介契約に係る人材紹介売上については、新卒学生の入社が一般的には4月となっているため、主に2021年4月入社者に係る売上高が計上されております。メディア利用契約及び人材紹介一体型コンサルティング契約に係る売上については、取引先ごとの見込契約金額を積み上げ、提供時期又は提供期間に応じて収益を認識することで算定しております。
	Intern Street	入社人数×単価により算定しております。入社人数については、想定面談件数に、2021年2月期実績を勘案して算定して想定入社率を掛けることで算定しております。単価については、2021年2月期実績から分析された平均単価を基礎として算定しております。
	Goodfind Career	入社人数×単価により算定しております。入社人数は、2022年2月期におけるキャリアアドバイザーの人員計画を基礎として算定しており、単価は2021年2月期の実績単価を基礎として算定しております。
	FastGrow	2021年2月期実績及び直近の販売実績から取引先ごとの見込売上金額を積み上げ、策定しております。
	TeamUp	企業からの問い合わせの状況や過去の実績を基に、新規契約社数及び解約社数を見込んで売上計画を策定しております。
売上原価		主にメディア・SaaS分野におけるメディア記事制作費及びサービス開発費（Webエンジニアやデザイナー等の人件費及び外部委託費等）となっております。2021年2月期の原価率実績を考慮して設定しており、原価率実績4.0%に対して、2022年2月期は主にTeamUpの開発エンジニアの採用等による開発費の増加を見込み、原価率は4.4%となっております。
販売費及び一般管理費		費用項目ごとの積み上げにより算定しており、主に人件費、外部委託費及び地代家賃により構成されております。人件費は、人員計画に基づき新規採用等を見込み算定しており、業容拡大に伴い管理部門及び各事業部門の人員体制を強化する計画です。外部委託費は、監査法人に対する支払報酬料や上場準備に関するコンサルティング業務委託料等の外部委託費が増加した一方で、委託業務の内製化による削減を実施する計画です。地代家賃は、リモートワークを基本とする働き方への変革及び各事業におけるサービスのオンライン化によりオフィス面積の縮減を実現し、現時点のオフィス環境を継続する計画です。
営業外損益		営業外収益は投資有価証券売却益32百万円を確定実績として見込み、また営業外費用は支払利息及び株式公開に伴う株式交付費を見込んでおります。
特別損益		特段の計画はありません。
法人税等		予想課税所得に法定実効税率30.62%を掛けることで算定される法人税、住民税及び事業税に、税効果会計の適用による法人税等調整額を考慮して算定しております。

業績の季節的変動

キャリアサービス分野の学生向けサービスとして展開している新卒向け厳選就活メディア「Goodfind」において、新卒採用に係る人材紹介手数料については、入社日基準により売上高を認識しているため、新卒の多くが入社する4月に売上高が集中する結果、第1四半期に売上高が集中する傾向にあります。各四半期連結会計期間の推移は次のとおりです。

2021年2月期

(単位：百万円)

	第1四半期 連結会計期間	第2四半期 連結会計期間	第3四半期 連結会計期間	第4四半期 連結会計期間	通期
売上高	414	242	274	379	1,311
営業利益又は 営業損失(△)	80	△82	△33	77	42

2022年2月期

(単位：百万円)

	第1四半期 連結会計期間	第2四半期 連結会計期間	第3四半期 連結会計期間	第4四半期 連結会計期間	通期
売上高	492	287	329	283	1,393
営業利益又は 営業損失(△)	233	33	0	△85	182

1. 上記金額には、消費税等は含まれておりません。
2. 2021年2月期における四半期連結会計期間の売上高及び営業利益又は営業損失(△)は、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づくEY新日本有限責任監査法人による四半期レビューは受けておりません。
3. 2022年2月期の第3四半期連結会計期間、第4四半期連結会計期間及び通期における売上高及び営業利益又は営業損失(△)は、業績予想に基づき計算しております。

リスク情報

事業等のリスク

当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性がある主なリスク

主な事業等のリスク	発生可能性	発生可能性のある時期	影響度
<p>■市場環境の動向について 当社グループが対象とする人材関連ビジネス市場は、社会情勢や経済情勢、雇用環境の動向や法律の動向の影響を受けやすい市場であります。当社グループの主要取引先を、デジタルトランスフォーメーションを中心とした様々なトランスフォーメーション関連のスタートアップ・ベンチャー企業を中心とした新産業領域の企業に厳選し、求職者側も新産業領域への挑戦意欲の高い人材に注力することで、景気・市場のマイナスの変動の影響を最小限にするように努めております。しかしながら、今後、市場環境の予想以上の悪化による景気減退や新興市場が成長減退となり、当社グループの主要取引先であるスタートアップ・ベンチャー企業を中心とした新産業領域の企業もその影響を受けることとなった場合、当社グループの経営成績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	特定時期なし	大
<p>■競合他社の動向について 当社グループは、創業以来、新産業領域の企業を厳選することや、新産業領域への挑戦意欲の高い人材を発掘・育成し、新産業領域の企業に適性のある人材を見極めることに関する知見を有しており、その結果として、人と組織の良質なコミュニティが形成されていることが競争力の源泉となっております。しかしながら、既存事業者との競争の激化や、新たな参入事業者の登場により競争が激化した場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	特定時期なし	大
<p>■求職者の確保について キャリアサービス分野における長期インターン、新卒及び中途の人材紹介業は、その事業特性上、求職者の確保が重要であることから、当社グループでは、既存ユーザーからの紹介やWebマーケティング等により求職者の募集を実施しております。求職者の確保に向けて重要となる求職者の満足度を高めるために、細やかな対応と個々の求職者に最適な就業機会の提供を行っております。また、全体の求職者の中でも、新産業領域への挑戦意欲の高い人材を中心とすることで、全体の世代人口減少の影響を受けにくい構造にもなっております。しかしながら、このような施策を行ったとしても、少子高齢化による将来の労働人口の減少や労働市場の変化等によって、企業側の求人ニーズに予想外の変化が生まれたり、その結果として求人ニーズを満足させる求職者が確保できなかったりした場合には、求職者及び求人企業双方にマッチングサービスを十分に提供できなくなり、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。</p>	小	特定時期なし	大
<p>■個人情報の管理について 当社グループは、人材紹介業及び求人広告業を行っているため、多数の登録者（職業紹介希望者、求人案件応募者等）の個人情報を有しております。そのため当社グループでは、人材関連業務に関わる企業の果たすべき責任として、「個人情報保護に関する法令、規範」に基づき個人情報保護方針を策定し、役員及び社員への徹底、技術面及び組織面における合理的な予防・是正措置を講じております。また、当社は2018年に「個人情報保護マネジメントシステム－要求事項JIS Q15001」に基づくプライバシーマークを取得しております。 当社コーポレート部が中心となって、当社グループ関係者全員に対して定期的な教育・指導及び必要な対策を実施し、当社内部監査担当者が随時管理状況をチェック・監査しております。 このような当社グループの取り組みにもかかわらず、各規程等の遵守違反、不測の事態等により個人情報が外部に漏洩した場合、損害賠償請求や、社会的信用の失墜等により、当社グループの事業運営に大きな支障をきたすとともに、業績及び財政状態に大きな影響を与える可能性があります。</p>	小	特定時期なし	大

事業等のリスク

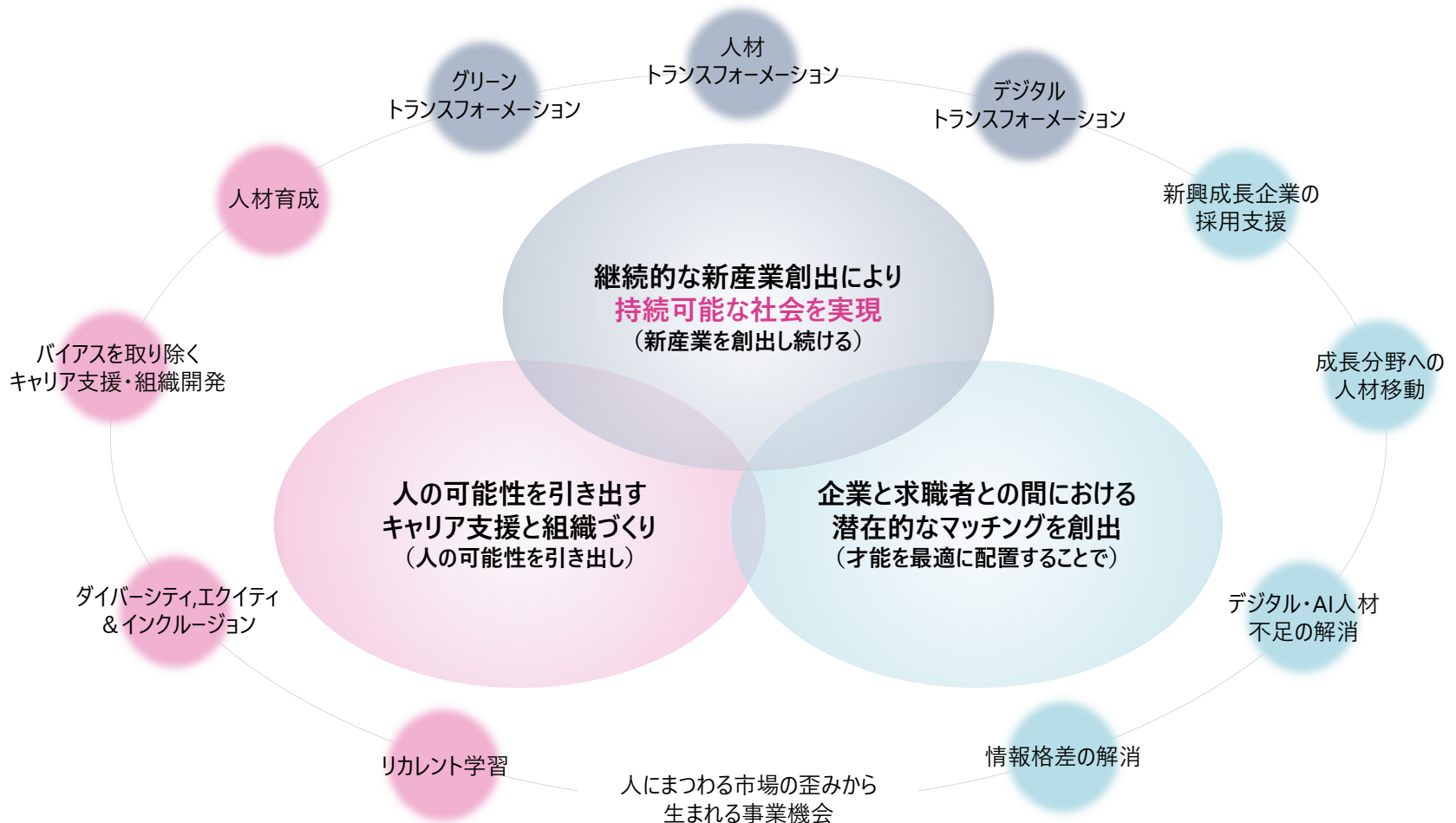
主な事業等のリスク	発生可能性	発生可能性のある時期	影響度
<p>■人材紹介に関する法的規制について</p> <p>当社は、有料職業紹介事業者としての許可を厚生労働大臣から受けております。当社が有している有料職業紹介事業者の許可の取消については、職業安定法第32条の9に欠格事項が定められております。現時点において認識している限りでは、当社は法令に定める欠格事由（法人であって、その役員のうちに禁錮以上の刑に処せられている、成年被後見人もしくは被補佐人又は破産者で復権を得ないもの等に該当する者があるもの）に該当する事実を有しておりません。しかしながら将来、何らかの理由により許可の取消等が発生した場合には、当社の事業運営に大きな支障をきたすとともに、当社グループの業績及び財政状態に大きな影響を与える可能性があります。また、当該法規の改正等により法的規制が強化された場合には、当社の事業に制限が加わる可能性があります。</p>	中	特定時期なし	大
<p>■情報セキュリティについて</p> <p>当社グループは、展開する各サービスの運営過程において、個人情報を含む顧客情報やその他の機密情報を取り扱っております。これらの情報の外部への不正な流出を防止するため、情報の取り扱いに関する社員教育、セキュリティシステムの改善、情報へのアクセス管理等、内部管理体制の強化に継続して取り組んでおります。しかしながら、当社グループや委託先の関係者の故意・過失、または悪意を持った第三者の攻撃、その他想定外の事態の発生により、これらの情報が流出又は消失する可能性があります。そのような事態が生じた場合、当社グループの社会的信用の失墜、競争力の低下、損害賠償やセキュリティ環境改善のために多額の費用負担等が発生し、当社グループの事業活動及び業績に影響を与える可能性があります。</p>	小	特定時期なし	大
<p>■新型コロナウイルス感染症の発生及び流行拡大について</p> <p>新型コロナウイルス感染症が企業経営や経済活動に甚大な影響を与えております。新型コロナウイルス感染症を含む感染症の発生及び流行拡大については、当社グループのリスク管理施策により抑制できるものではありませんが、役職員の感染防止に努めることで事業の継続性に関する影響を可能な限り抑制しながら、感染症の拡大防止に取り組んでおります。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の終息時期が見通せず景気の先行きが不透明な状況が継続した場合や新たな感染症が発生した場合には、顧客企業が採用活動に慎重になる可能性や顧客企業内の感染症対応の繁忙等により当社グループのサービス導入の意思決定が遅延する可能性があります。また、当社グループ内の感染拡大や当社グループの業務委託先等が事業活動の縮小等を余儀なくされる可能性があります。そのような場合には、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	1年以内	大

上記以外のリスクについては、新規上場申請のための有価証券報告書（Iの部）に記載しております。

Appendix

持続可能な社会の実現につながるミッション

人の可能性を引き出すこと、才能の最適配置、そして継続的な新産業創出は有機的なつながりを持ち、人にまつわる市場の歪みの解消により持続可能な社会の実現に貢献します。



コアバリュー

競争優位性につながる中核的な強みは、バイアスによって阻害されている潜在的な可能性に着目し、コンテンツ・コンテンツづくりによって、人々に行動変容を生むこと

就職・転職における 阻害された可能性を事業化

求人市場においては、新産業領域の伸びに対して、成熟したブランドネームのある企業が選好される歪みの構造が存在。大企業においても候補者の選好に偏りがあり必要人材とのマッチングが難しいケースも存在。
候補者がもつバイアスや偏見に対するコンテンツ・コンテキスト形成によって、求人媒体や他社人材紹介では生まれにくい就職・転職機会領域を事業化。

組織における対話、DE&Iなど 阻害された可能性を事業化

組織においては、無意識のバイアスによって阻害された多様性がもつ可能性が多数存在。年功序列・男性偏重・画一的な文化を打ち破るための行動変容コンテンツによって、組織におけるDE&I推進を事業化。

今後の事業領域

教育におけるバイアス、株式市場・金融市場におけるバイアス、行政・公的機関運営におけるバイアスによって阻害された可能性の事業化を検討。

株主・投資家の皆様へ

SLOGAN

人の可能性を引き出し
才能を最適に配置することで
新産業を創出し続ける。

株主・投資家の皆様には平素より格別のご理解・ご支援を賜りまして、厚く御礼申し上げます。

スローガン株式会社は、人の可能性を引き出すような才能の最適配置を実現できる社会づくりを目指して2006年より事業をスタートしました。

人口減少・少子高齢化が進む日本においては、すでに大きな規模の伝統的企業にアップサイドを望むよりも、これからの新しい産業の担い手となる起業家や新興企業にこそもっと期待するのが良いのではないかと考えて、新産業への人材の流れをつくることをテーマに事業展開を行ってきました。

しかし、伝統的な産業における固定的な雇用慣行およびブランド選好が強い求職市場の傾向ゆえに、新しい産業への挑戦者・就業者はなかなか思うように増えていません。ここ10年で、メガベンチャーの台頭やスタートアップの大型調達などエコシステムが充実しつつありますが、いまだに多くの新興成長企業においてはどこも採用難・人材不足が続いています。

社会的要因が複雑に絡み合っているがゆえに、なかなか変革が難しいテーマではありますが、長期で見れば確実に変化を起し、事業規模を拡大し続けられる分野だと考えています。

当社のミッションは「人の可能性を引き出し才能を最適に配置することで新産業を創出し続ける」です。社会の公器たるにふさわしい社会性を帯びたミッションだと自負しています。そして、10年・20年後に「人の可能性を引き出した会社」「新産業を創出し続けた会社」があるとしたら、それは小さな会社であるはずはなく、間違いなく大きな存在になっているはずです。

ミッション実現のためにも、株主・投資家の皆様をはじめさまざまなステークホルダーの皆様から信頼される企業運営を心がけ、透明性の高い情報開示を行い、長期的な企業価値向上に励んでいきたいと存じます。

今後もより一層のご支援・ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

スローガン株式会社
代表取締役社長 伊藤 豊

本資料の取り扱いについて

ディスクレーマー

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知及び未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の結果や業績は、将来予想に関する記述によって明示的又は黙示的に示された将来の結果や業績の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいております。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しており、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

今後の開示について

本資料のアップデートは、今後、毎事業年度末日後3ヶ月以内に開示する予定です。次回は、2022年2月期の通期決算発表後、2022年5月頃を予定しております。

SLOGAN