

# SLOGAN

スローガン株式会社 (証券コード: 9253)

2025年2月期第1四半期決算説明会 書き起こし

開催日: 2024年7月12日

## 本資料の取り扱いについて

- 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。
- 情報の正確性の担保や、内容の伝わりやすさの確保等を目的として、決算説明会における発言内容に編集を加えることがあります。具体的な修正範囲は、数字や事実関係、接続詞や言い回し、文法等の修正となります。

## 目次

今回の決算説明会におけるハイライト .....	4
会社概要.....	7
財務ハイライト .....	11
質疑応答.....	18

## 今回の決算説明会におけるハイライト

---

- 2025年2月期の第1四半期業績は、前年同期と比較して売上高+12.5%、営業利益+54.9%となる増収増益での着地となったが、通期計画の達成に向けて、ミッション及び長期ビジョンの実現に向けた営業利益が持続成長する付加価値の高い事業を目指す大改革期を推進中。
- 売上高の前年同期比成長については、Goodfindの会員利用及びマッチング改善に伴い学生向けサービスが+12.4%の成長となったことが寄与しているが、引き続き事業上の最優先課題の位置づけであり、継続成長に向けた改善を継続。
- 自己資本比率は75.4%と高い財務健全性を維持。2024年1月12日開催の取締役会決議に基づく自己株式の取得により、自己株式は7百万円の増加。前受金は、主に、2025年新卒人材紹介手数料等が増加した一方で、2024/2期末に計上されていた2024年新卒人材紹介手数料に係る前受金を、4月の入社に伴い売上高に振替えたことにより減少した結果、77百万円の減少となった。

# SLOGAN

## 2025年2月期 第1四半期決算説明資料

スローガン株式会社  
2024年7月12日

**北川 裕憲氏（以下、北川）**：それでは17時になりましたので、スローガン株式会社、2025年2月期の第1四半期決算説明会を始めさせていただきます。本日はご多忙の中、本説明会にご参加いただきまして、ありがとうございます。

本日は私、取締役副社長の北川よりご説明いたしますので、どうぞよろしくお願いいたします。まず事務的なご連絡になりますけれども、本ウェビナーにQ&Aボタンがございます。こちらは随時ご質問等を受け付けておりますが、最後にまとめてご回答させていただきますので、よろしくお願ひします。お聞きいただいている最中につきましても、ご質問については随時受け付けておりますので、ぜひ気になる点であるとかご質問ございましたら、投稿いただけますと幸いです。

	<b>1   会社概要</b>
<b>INDEX</b>	<b>2   財務ハイライト</b>
	<b>3   Appendix</b>

本日の決算説明会のアジェンダになります。会社概要につきましてはこれまでと変更ございません。2番のところで今回の第1四半期の決算に関するハイライトをご説明申し上げたのち、質疑応答に移らせていただければと思いますので、よろしくお願い致します。

# 会社概要

会社概要	SLOGAN
Corporate Profile	
<b>SLOGAN</b>	<b>会社名</b> スロ-ガン株式会社 Slogan Inc.
	<b>上場市場</b> 東京証券取引所グロ-ス市場（証券コード：9253）
	<b>代表者</b> 代表取締役社長 仁平 理斗
	<b>設立年月日</b> 2005年10月24日
	<b>所在地</b> 東京都港区南青山2-11-17 第一法規本社ビル3階
	<b>事業内容</b> 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
	<b>事業セグメント</b> 新産業領域における人材創出事業
	<b>連結社員数</b> 110名（2024年5月31日時点） <sup>(1)</sup>
	<b>許認可</b> 有料職業紹介事業 厚生労働大臣許可番号 13-コ-302267
	<b>グループ会社</b> チームアップ株式会社（当社100%子会社）
	<small>1. 連結社員数は、臨時雇用者数（契約社員、アルバイト、パートタイマー及び人材派遣会社からの派遣社員を含む）を除いた数となります。</small>
Copyright © Slogan Inc. All Rights Reserved.	7

会社概要につきましては、表示させていただいております。

経営体制



**仁平 理斗** (にひら まさと)  
代表取締役社長

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後、2010年、株式会社イー・エス・イーに入社。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、2023年3月より現職。



**北川 裕憲** (きたがわ ひろのり)  
取締役副社長

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、2023年3月より現職。公認会計士・税理士。



**桑畑 英紀** (くわはた ひでき)  
エグゼクティブアドバイザー  
組織・人材戦略

組織・人事改革、人材育成のコンサルティングサービスを提供する株式会社イマジンエス代表取締役社長。日本大学の専攻会社で組織・人材マネジメントに携わった後、組織・人事コンサルティング大手ママー・コンサルティングの日本法人マーサージャパンにて、取締役、組織・人事コンサルティング部門代表を歴任し、2008年より現職。



**杉之原 明子** (すぎのはら あきこ)  
社外取締役

2008年株式会社ガイアックスにインターンとして入社後、新規事業の立ち上げを経て、2014年、アディックを設立及び取締役に就任。管理本部の構築及び上場準備の統括を担う。現在は、特定非営利活動法人かんなのコードCOO、株式会社Kaizen Platform社外取締役、スポンサーシップ・コミュニティ代表発起人を務める。早稲田大学教育学部理学科卒。



**渡辺 千賀** (わたなべ ちか)  
社外取締役

東京大学工学部都市工学科卒業、スタンフォード大学経営大学院経営修士 (MBA)。三菱商事にて、不動産開発向け情報システム企画開発、ソフトウェア・ハードウェアの事業企画、米国インターネット基盤技術ベンチャーへの投資に関わった後、マッキンゼーで戦略コンサルティングに従事。2000年からシリコンバレーに移り、コンサルティング事業を展開。



**諸藤 周平** (もろふじ しゅうへい)  
エグゼクティブアドバイザー  
経営者の成長支援、経営全般

株式会社エム・エス (東証プライム上場) の創業者であり、11年間にわたり代表取締役社長として会社を専攻一部 (現・プライム) 上場まで牽引した。同社退任後2014年より、シンガポールにてREAPRA PTE. LTD.を創業し、東南アジア・日本を中心に、数多くのビジネスを立ち上げる事業グループを形成する。REAPRAグループCEO。



**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年旭硝子株式会社 (現AGC) 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年株式会社フィニティ入社後、同社経営管理本部長を経て、2008年株式会社アセスに入社。2010年から同社常勤監査役 (現任)。2013年より株式会社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年よりミカロホールディングス社外監査役 (現任)。

※エグゼクティブアドバイザーとは、当社経営において重要と考えられる領域に関する豊富な経営・事業経験や高度な専門的知識を有する人材を言います。  
Copyright © Slogan Inc. All Rights Reserved.

現経営体制につきましては、表示のスライドのとおりでございます。2023年に創業社長から今の体制に引き継ぎまして、代表取締役社長に仁平が就任しており、北川が取締役副社長として就任している体制でございます。



**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、人の持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。

こちらがスローガンのミッションでございます。「人の可能性を引き出し 才能最適に配置することで 新産業創出し続ける。」というミッションを掲げております。

このミッションを掲げ、新産業領域、スタートアップやベンチャー、今後、成長していくような産業領域に対しての人材の最適配置を中心としながら、人の持つ可能性に着目した事業を展開しております。

「Goodfind」を中心とし、新産業領域における人的資本関連サービスを展開

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。

「新産業領域 × 人的資本投資」



こちらのミッションは、「新産業領域×人的資本投資」とも言い換えることができますけれども、事業領域としましては大きく、伝える、採用する、そして育てるといような領域で、各サービスを展開しております。

まず、「採用する」という領域につきましても、まさに才能の最適配置というところにかかってくる部分でもございますけれども、新卒の厳選就活プラットフォームである「Goodfind」をはじめとし、コンサル就活サービスの「FactLogic」や、長期インターンの紹介サービスである「Intern Street」を展開しております。さらに新卒の後、社会人になってからも、社会人3年目までの人材向けキャリア支援サービスである「G3」、ベンチャー・スタートアップ求人向けのエージェントとして「Goodfind Career」を展開しております。

「伝える」というところで、新産業領域に魅力を引き出して、世の中に伝えるというイノベーション人材向けのビジネスメディアで「FastGrow」を展開しております。

企業の中で働く人たち向けに「育てる」という文脈で、1on1の仕組みを作る SaaS 型の HR サービス「TeamUp」であったり、動画×経験学習プラットフォームとして「メタノビ」というサービスを展開しております。

特に創業期からずっと継続しております、「Goodfind」という新卒の厳選就活プラットフォームが当社の主要事業になっておりまして、業績及び今後の成長という観点におきましても、この「Goodfind」が最も注力すべき事業として現在位置づけられております。

# 財務ハイライト

このような事業の中で、この第1四半期の業績、財務ハイライトについてご説明いたします。

財務ハイライト

2025年2月期第1四半期財務ハイライト

SLOGAN

- 1 売上高+12.5%、営業利益+54.9%となる増収増益で着地したが、  
通期計画の達成に向けて引き続き大改革を推進中
- 2 会員利用及びマッチング改善の進捗により学生向けサービスが+12.4%となった。  
依然として、事業上の最優先課題はGoodfindであり、継続成長に向けて改善を推進
- 3 ミッション及び長期ビジョンの実現に向けて、  
営業利益が持続成長する付加価値の高い事業を目指す大改革期

Copyright © Slogan Inc. All Rights Reserved. 12

まず、第1四半期のハイライトを3つほど挙げさせていただいております。着地の業績としましては、売上高が前年同期比12.5%の増加、営業利益は54.9%の増加となる増収増益で着地いたしました。

しかしながら、昨年から継続して大改革を推進している最中ございまして、通期計画の達成に向けて、引き続き大改革を推進しております。さらに、会員の利用及びマッチングの改善というところが学生向けサービスの進捗でありまして、ここが12.4%の成長となったことが連結の業績の増収増益に大きく寄与しているところでございます。しかしながら、引き続き事業上の最優先課題として位置づけられておりまして、Goodfindをいかに今後継続して成長させていくかというところの改善を今推進している最中でございます。

ミッション及び長期ビジョンの実現に向けて、営業利益が持続成長する付加価値の高い事業を目指す大改革期と、今、自分たちの認識では位置づけておりまして、この大改革をしっかりと達成・推進していく中で、営業利益が持続成長するような業績の軌道を描けるようにしていきたいと考えております。

## 2025年2月期第1四半期連結業績概要

学生向けサービスの成長により、売上高は前年比+12.5%で着地  
業績の季節的変動も織り込み、通期計画の達成に向けて引き続き大改革を推進中

	2025/2期 Q1会計期間		2025/2期 通期	
	実績	前年同期比	計画	進捗率
売上高	542	+12.5%	1,450	37.4%
ーキャリアサービス分野	480	+13.3%	1,198	40.1%
学生向けサービス	451	+12.4%	1,064	42.4%
社会人向けサービス	28	+30.1%	133	21.7%
ーメディア・SaaS分野	61	+6.9%	252	24.5%
売上原価	9	△45.6%	55	18.0%
販売費及び一般管理費	300	△4.3%	1,214	24.7%
営業利益	231	+54.9%	180	※
営業利益率	42.7%	+11.7pt	12.4%	ー
経常利益	228	+56.0%	175	※
親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益	152	+59.5%	116	※

Copyright © Slogan Inc. All Rights Reserved.

※ 業績の季節的変動のため、進捗率は記載しておりません。

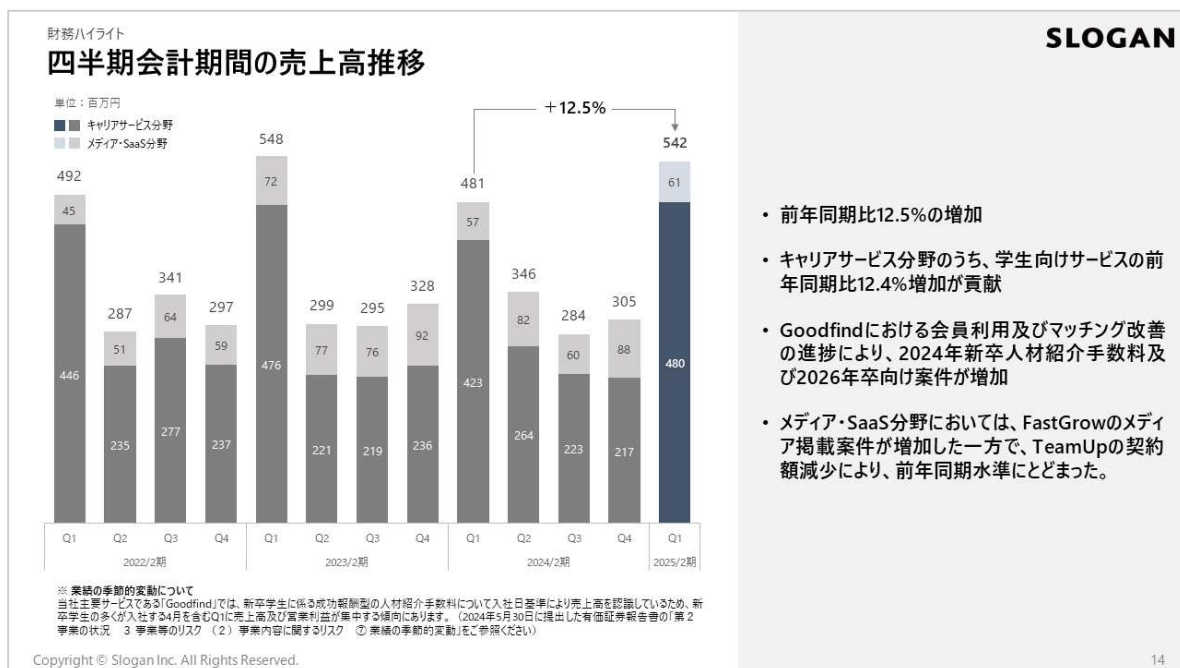
13

詳細の業績概要について、続いてご説明いたします。

この第1四半期の売上高は5億4,200万、前年同期比で12.5%増の成長となりました。売上原価は900万円、販管費は3億円、最終的には営業利益が2億3,100万円を着地いたしまして、前年同期比で54.9%の成長となっております。

売上高について事業部門別に見ていきますと、キャリアサービス分野が4.8億円、キャリアサービス分野の中の学生向けサービス、ここが主にGoodfindで構成されておりますけれども、こちらが4.5億円、12.4%増の前年同期比成長となっております。社会人向けサービスについては2,800万円ではございますけれども、前年同期から比べると、少し改善の傾向が見られるのが現状でございます。

さらに、2025年2月期の通期に関しまして、進捗率として示されております。後ほどご説明いたしますが、利益に関しましては、主に売上高の季節的変動がございます関係で、四半期中で大きく変動する傾向がございますので、進捗率の記載は省略させていただいております。売上高としましては、通期の計画に対して37.4%の進捗で現状推移しておりますが、通期の計画を達成できるように引き続き改革を推進しております。



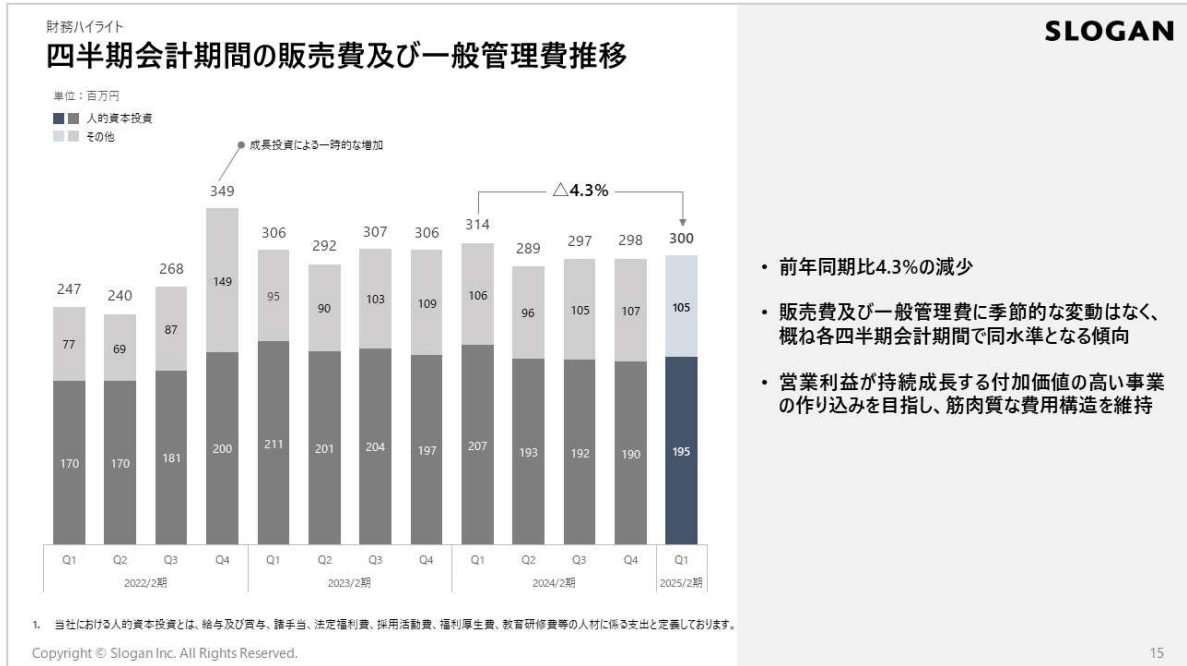
SLOGAN

- 前年同期比12.5%の増加
- キャリアサービス分野のうち、学生向けサービスの前年同期比12.4%増加が貢献
- Goodfindにおける会員利用及びマッチング改善の進捗により、2024年新卒人材紹介手数料及び2026年卒向け案件が増加
- メディア・SaaS分野においては、FastGrowのメディア掲載案件が増加した一方で、TeamUpの契約額減少により、前年同期水準にとどまった。

続きまして、四半期会計期間の売上高推移でございます。

先ほど少しご説明申し上げたとおり、主に Goodfind の事業で新卒の人材紹介手数料について、新卒の入社が4月に偏る傾向にあることから、売上高も入社成功報酬が4月に多く計上されます。その関係で、この第1四半期に最も売上高が偏重する季節的な変動がございますので、過去の推移もご覧のとりの傾向でございます。

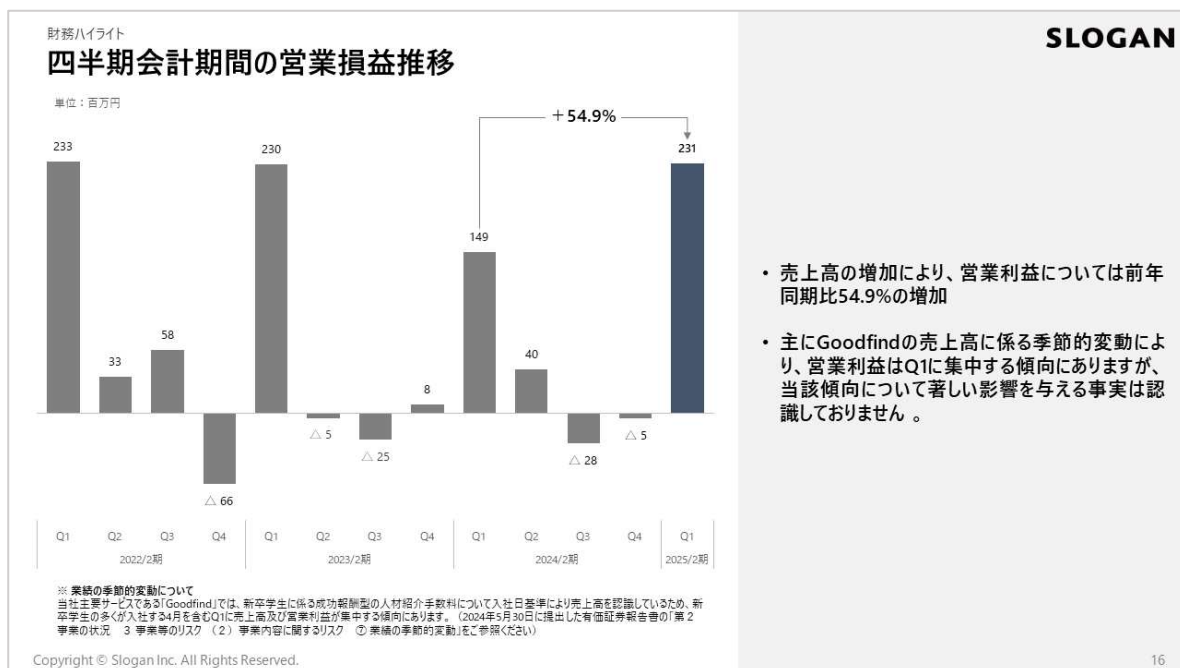
第1四半期で比較いたしますと、前年同期が4億8,100万円のところ、この第1四半期は5億4,200万円で12.5%の増加となっております。特にここに寄与したのが、学生向けのサービスである Goodfind になっておりますが、会員の利用であったり、マッチングの改善をずっと進めてきておまして、結果として2024年4月に入社した人材紹介手数料が増加したこと、さらに、2026年卒向けのサービスが進行している最中ではございますが、こちらの案件が増加したことで、第1四半期については成長した結果となりました。



続きまして、販売費及び一般管理費の推移でございます。

当社の事業モデル上、人件費の比重が大きございますので、人件費を含めた金額を人的資本投資として、それ以外をその他として区分して表示しております。販管費全体としては、変動費が大きございませぬので、四半期会計期間を通じて大きく変動しないような形で推移しております。

前年同期と同じような水準で推移しておりますけれども、4.3%減少しているというのが、この四半期の着地でございます。引き続き、コストにつきましては、営業利益の持続成長というところにしっかりフォーカスしていきながら、筋肉質な費用構造を維持し、今後も経営をしていきたいと考えております。



## SLOGAN

- 売上高の増加により、営業利益については前年同期比54.9%の増加
- 主にGoodfindの売上高に係る季節的変動により、営業利益はQ1に集中する傾向がありますが、当該傾向について著しい影響を与える事実は認識しておりません。

続いて、四半期会計期間の営業損益の推移でございます。

先ほど売上高が第1四半期に偏るといってお話をさせていただきましたが、営業利益につきましても、その影響で第1四半期に偏る傾向になっております。過去3年の推移を併せて記載しておりますけれども、この第1四半期は2.3億円計上されましたが、昨様が1億4,900万円というところで、54.9%増という結果になっております。こちらにつきましては、先ほどのGoodfindを起因とした売上高の成長が大きく寄与しまして、成長した形になります。

しかしながら、第2四半期以降の期間が、過去の傾向からいたしますとなかなか営業利益を出しづらい期間で、こちらをしっかりと収益性の高い状態に持っていくところを、引き続き改革も含めて推進しております。

## 連結貸借対照表の状況

単位：百万円	2024/2期末	2025/2期(Q1末)	増減額
流動資産	1,825	1,962	+137
内、現金及び預金	1,650	1,812	+162
固定資産	142	139	△3
<b>資産合計</b>	<b>1,968</b>	<b>2,101</b>	<b>+133</b>
流動負債	529	517	△11
内、前受金	421	343	△77
<b>負債合計</b>	<b>529</b>	<b>517</b>	<b>△11</b>
株主資本	1,438	1,583	+145
内、自己株式	△61	△69	△7
その他包括利益累計額	0	0	0
<b>純資産合計</b>	<b>1,438</b>	<b>1,584</b>	<b>+145</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>1,968</b>	<b>2,101</b>	<b>+133</b>
<b>自己資本比率</b>	<b>73.1%</b>	<b>75.4%</b>	<b>+2.3pt</b>

Copyright © Slogan Inc. All Rights Reserved.

- 自己資本比率75.4%と高い財務健全性を維持
- 2024年1月12日開催の取締役会決議に基づく自己株式の取得により、自己株式は7百万円の増加
- 前受金は、主に、2025年新卒人材紹介手数料等が増加した一方で、2024/2期末に計上されていた2024年新卒人材紹介手数料に係る前受金を、4月の入社に伴い売上高に振替えたことにより減少した結果、77百万円の減少となった。

17

続きまして、連結貸借対照表の状況でございます。

自己資本比率は75.4%となっております、引き続き高い財務健全性を維持しております。

自己株式につきましては、2024年1月に取締役決議を行いまして、自己株式の取得を引き続き進めております。前期末から比較すると、追加で700万円程度の取得を行いまして、自己株式が増加している経緯になります。

また、流動負債のうち、前受金につきましては7,700万円の減少となっておりますけれども、主にGoodfindの契約にはなりますが、実際に案件が成立（契約）したタイミングでお客様からお金をいただいたり、人材紹介については入社ではなく、内定承諾をきっかけとして請求を立てる関係で、前受金として一定の金額を預かった状態となり、将来サービスを提供することで、売上高に転換されていくような動きをしていきます。

今回、7,700万円減少している要因としましては、2025年卒の人材紹介手数料が内定承諾を伴い増加した一方で、2024年2月期末に計上されていた2024年4月入社に係る人材紹介手数料が前受金から売上高に振り替えられたことによって、7,700万円の減少となっております。



## 2023年3月から新経営体制となり、大改革期としての位置づけ

ミッション及び長期ビジョンの実現に向けて、  
営業利益が持続成長する付加価値の高い事業を目指す大改革期

1. Goodfind会員の利用及びマッチング改善による収益基盤の強化
2. 組織・人材・カルチャー及び事業マネジメントシステムの強化
3. 営業利益が持続する付加価値の高い事業の探索と作り込みを経営者が自己体現し、組織へ展開



Copyright © Slogan Inc. All Rights Reserved.

25

Appendix ご説明している点について追加で補足説明させていただきます。

2023年3月から新経営体制になりまして、進行期は大改革期としての位置づけをしております。ミッション及び長期ビジョンの実現に向けて、まずは「営業利益が持続成長する付加価値の高い事業を目指す」という大改革として位置づけております。

引き続きの課題点ではありますが、Goodfindの会員の利用であったり、マッチングの改善による収益基盤をしっかり強化していくこと。組織・人材・カルチャーであり、事業マネジメントシステムを強化し、再現性の高い仕組みにしていくこと。さらに、そういった事業を探索していくことや作り込むことを、社長や私も含めて、経営者が自己体現しながら、組織に展開して行くところ。この3つをテーマとして推進している最中でございます。

進行期の位置づけも含めて、まずはこの大改革に注力していくというところで、業績としては前期比で上向いているところではございますけれども、まだまだ残りの四半期もこの改革にフォーカスして行くところについては、かなり緊張感をもって推進していければと思っているところでございます。

以上、財務ハイライトも含めて決算のご説明といたします。

# 質疑応答

## 質疑一覧

1. 24/2 期 Q1 の実績が悪かったのが前年同期比ではよく見えますが、一昨年(23/2 期 Q1) 対比では未だに横ばい～マイナス成長であり、Goodfind の成長は株主からすると物足りないように思えます。ここから更にもう一段成長する上で、現在のボトルネックとなっている要因は何でしょうか？
2. 足元約 18 億円のキャッシュがありますが、これを M&A など成長戦略にどのように活用されますか？
3. 営業利益について特に業績修正をしないということは、Q1 で実績 231 百万円、Q2-4 で ▲51 百万円の予想を据え置きということでしょうか。Q2-4 で営業黒字が出る、又は営業赤字が縮小する可能性はありますか？
4. 大改革期において財務上の指標としているものはありますか？（売上高、営業利益額、営業利益率、株主還元率など）。長期ビジョンについて、貴社が定量的にどのような状態、何を目指しているのかがわかりにくい印象があります。
5. SaaS に関して成長が滞っているように見受けられます。一般的に開発費が高い分野のため赤字事業に思われますが、今後成功の道筋は何か見えていますか？
6. TeamUp の現状と、今後の方向性について教えてください。Goodfind と比べると、成長性・利益貢献が見込みにくいと思いますが、どこまで継続事業として行っていくのか。Goodfind とのシナジー（顧客層）などはあるのでしょうか？
7. 現時点で時価総額が上場維持基準を満たしていませんが、どのように株価や時価総額を向上させていくか教えてください。
8. 株式の出来高について、現状出来高が非常に低く、一日で数百や日によってはゼロの場合も見られます。出来高についての課題感は経営陣で共有されていますでしょうか？また具体的な対策など検討されていますでしょうか？
9. 創業経営者からの経営陣のサクセッションは実現されましたが、IPO 時点から創業者や VC などの上位株主が変わっていません。なにか流動性を向上させるようなことは検討されていますか？

10. ベンチャー企業の新卒採用の市況感について教えてください。ダウンラウンドで資金調達の市況感はやや厳しいですが、どのような分野やクライアント層が新卒採用を行っているのでしょうか。
11. 各種指標から割安だと感じているのですが、配当などの株主還元強化は検討していますでしょうか。
12. 筋肉質な組織/事業構造の創出に関して、具体的にどのようなことをやっているのでしょうか。
13. ワンキャリア、OfferBox、外資就活などと比べ、Goodfind の強みについて教えてください。企業や会員が Goodfind を使う利用は为什么呢？
14. 就職活動の早期化について、なにか Goodfind への影響はありますか？
15. 社外取締役が結構な頻度で入れ替わっている印象がありますが、どのような軸で入れ替えているのでしょうか。経営への貢献が見えにくいと感じています。またエグゼクティブアドバイザーとの違いは为什么呢？
16. 昨今は大企業を中心に新卒の賃金の上昇が話題になっていますが、スタートアップの給料の魅力度が相対的に下がっているマイナス影響は出ていますでしょうか？もしくは、今後出てくる可能性などありますか？
17. 若手人材の不足は長期化すると思われます。先ほどおっしゃっていた学生のニーズの解像度を高められるのであれば、求職者のターゲットニーズを変更することでベンチャーだけでなく大手企業にも送客できるように思いますがいかがでしょうか。
18. 社員数が減少している点についてご説明いただけますでしょうか。3-5 月期は新卒入社などで伸びるかと思いました。

## 質問 1： Goodfind の成長について

24/2 期 Q1 の実績が悪かったのが前年同期比ではよく見えますが、一昨年(23/2 期 Q1)対比では未だに横ばい～マイナス成長であり、Goodfind の成長は株主からすると物足りないように思えます。ここから更にもう一段成長する上で、現在のボトルネックとなっている要因は何でしょうか？

まずご指摘のとおり、自分たちの認識としましても、Goodfind の成長につきまして皆様のご期待に応えきれてないというところもそうですし、目指す目標に対してはまだまだ物足りないと認識しておりますので、その改革は引き続き注力していきたいと思えます。

現在のボトルネックとなる要因は、まずは会員の獲得であったり、利用率の向上というところで Goodfind のサービスを利用しているユーザーのアクティビティを高めていくことがまず 1 つあります。2 つ目に、獲得した会員のアクティビティを高めた上で、Goodfind のサービス提供を行うお客様に成約率の高いマッチングを実現していくというところになっています。

こちらは少しずつですけれども、セミナーやイベント、そして面談を含めて、KPI をもとに改善を進めてきまして、何か大きくここを改善すればかなり良くなるというよりは、足元を一つ一つ、アクティビティを高めるであったりとか、マッチングの改善に向けて数多く施策を打ち込みながら、改善を進めていくところになっています。これにより、業績を進捗させていきたいと考えております。

## 質問 2：財務戦略について

足元約 18 億円のキャッシュがありますが、これを M&A など成長戦略にどのように活用されますか？

現状最も重要としているテーマとしましては、大改革でも掲げておりますとおり、まず既存事業も含めた営業利益が持続成長する付加価値の高い事業にしていくというところに注力しております。

この作り込みにより付加価値の高い事業にした先に、今後、成長戦略の中で M&A などキャッシュを活用してさらなる成長に投資して行きたいなと思っております。

もちろん、既存事業のさらなる磨き込みに、今のキャッシュをしっかり投資をして、継続成長していきたいと考えております。

### 質問 3：業績予想について

営業利益について特に業績修正をしないということは、Q1で実績231百万円、Q2-4で▲51百万円の予想を据え置きということでしょうか。Q2-4で営業黒字が出る、又は営業赤字が縮小する可能性はありますか？

現状の見立てとしましては、第1四半期での実績を踏まえると、今後まだマイナスの可能性があるため、業績予想は現時点においては据え置いております。こちら先ほど申し上げたとおり、第2四半期以降を収益性の高い状態、黒字を出せるように改善していけるよう、今改革を推進している最中ございまして、この成否により通期の仕上がりが変わってくると思っております。引き続き、第2四半期以降の進捗について、皆様向けにご報告させていただければと思いますので、よろしくお願いいたします。

#### 質問 4：財務指標について

大改革期において財務上の指標としているものはありますか？（売上高、営業利益額、営業利益率、株主還元率など）。長期ビジョンについて、貴社が定量的にどのような状態、何を目指しているのかがわかりにくい印象があります。

まず、中期経営計画含めて、長期ビジョンに基づく定量的な目標や指標について、現状は株主の皆様とコミュニケーションできていないこと、大変申し訳なく思っております。今後は、長期ビジョンに基づいた指標であったり、スローガンの成長について、より皆様に分かりやすい定量的な指標も含めて、経営としても定めながら、皆様とコミュニケーションできる姿を目指していきたいと思っております。

一方で、現状指標としているところでありますと、大改革のテーマでもありますとおり、営業利益です。営業利益額及び営業利益率を、まずは財務上の重要な指標として捉えて成長させていくところでございます。また、当然売上高の成長率というところも、現状ですと、まだまだ皆様から物足りないという声もありますし、自分たちとしても高い成長を目指せると思いますので、営業利益額及び営業利益率を指標としながらも、売上高の成長にもこだわりながら、経営をしていきたいと考えております。

## 質問 5 : SaaS サービスの成長戦略について

SaaS に関して成長が滞っているように見受けられます。一般的に開発費が高い分野のため赤字事業に思われますが、今後成功の道筋は何か見えていますか？

現状は主に TeamUp がございませけれども、競合環境も含めて、なかなか新規契約の獲得に苦戦しているというのが現状でございます。こういったマーケットの中で、どのような勝ち筋が見出せるのか？今後どうやって成功していくのかというところは、何かこれというものが見えている現状ではなくて、試行錯誤をしながら、今後の勝ち筋を考え検討し、見出していきたいという現状でございます。

SaaS の、特に TeamUp を含めた領域に関しましては、見通しのところでは現状据え置いて、予想として発表させていただいておりますけれども、今後ここも改善していけるように、進捗させていきたいと考えております。



## 質問 6 : SaaS サービスの成長戦略について

TeamUp の現状と、今後の方向性について教えてください。Goodfind と比べると、成長性・利益貢献が見込みにくいと思いますが、どこまで継続事業として行っていくのか。Goodfind とのシナジー（顧客層）などはあるのでしょうか？

先ほど回答したところ（問 5）と少し重複いたしますけれども、1on1 というプロダクトをマーケットでどう戦っていくかということにつきまして、現状強い競合の存在も含めてなかなか勝てないというところございまして、今後どういう方向性で戦っていくのかも含めて検討していくというのが現状でございます。

継続事業としていくかにつきましても、今後の方向性であったり、今後の活用次第であると捉えておりますので、経営としましても、今後の道筋をしっかりと見出しながら、そういった判断も含めて考えております。

また、Goodfind の顧客層とのシナジーという観点でございますが、TeamUp につきましては比較的幅広いお客様で使っていただいている現状もございまして、強いシナジーが見出しているかというところというわけではなくて、そこまで強く出ていないというのが現状でございます。

## 質問 7：株価形成について

現時点で時価総額が上場維持基準を満たしていませんが、どのように株価や時価総額を向上させていくか教えてください。

まずは営業利益を持続的に成長させていくところ、既存事業を強くしていくところで見出せないと捉えております。もちろん、それ以外にも IR 活動であったり、それ以外の施策も含めて、注目されていくような施策も行っていく想定ではございますけれども、時価総額をどう引き上げていくのかというところにつきまして、まず、既存事業を強く成長させていくところで、進行期及び来期にかけてやりきることが、時価総額の形成につながっていくと自分たちとしては考えております。

（営業利益が持続成長する付加価値の高い事業を目指すという）大改革をテーマに据えておりますのも、上場維持期限を満たすような時価総額形成に向けて今まずは足元をしっかり強くし、実績で示していくという覚悟も含めて、そういったテーマを置きながら、今目指している最中でございます。

## 質問 8：株価形成について

株式の出来高について、現状出来高が非常に低く、一日で数百や日によってはゼロの場合も見られます。出来高についての課題感は経営陣で共有されていますでしょうか？また具体的な対策など検討されていますでしょうか？

非常に強い課題感として、取締役会及び経営陣でも共有、そして認識しているところでございます。IR活動も含めて、特に今のスローガンの現状ですと個人投資家の方が非常に多く、株式を保有していただいているところではございますので、まずは注目していただいたりとか、ご興味を持っていただく投資家の方を増やしていけるように、IRニュースや情報発信も含めて、こまめに定期的に行っていくことで、スローガンという存在を世の中に認知していただけるようなことを積み上げていきたいと思っております。

## 質問 9：株価形成について

創業経営者からの経営陣のサクセションは実現されましたが、IPO 時点から創業者や VC などの上位株主が変わっていません。なにか流動性を向上させるようなことは検討されていますか？

現状の流動性に関する認識としては、創業経営者や VC も含めて、それ以外で流動性が一定維持できる流通株式数はあると思っております。一方で、今の創業経営者とか、上位の株主の方のマーケットへの株式流通により流動性を上げていくことについては、長期的な課題としては認識をしておりますが、当面、何か流動性を向上させるようなアクションを行うことであったり、動かすことは、現時点において何か決まっていることはないというところを申し上げます。

## 質問 10：新卒採用市場の環境について

ベンチャー企業の新卒採用の市況感について教えてください。ダウンラウンドで資金調達  
の市況感はやや厳しいですが、どのような分野やクライアント層が新卒採用を行っ  
ているのでしょうか。

こちらについては引き続き高まっているという認識をしております。お問い合わせベースでも新卒採用にも関する課題感であったり、ご相談は多くございまして、もちろん資金調達という環境においては比較的厳しい現状ではございますけれども、新卒採用を行うような会社様でありますと、調達ラウンドは一定終えた上で、その先の成長を目指していくような企業さんも非常に多くございます。そういった企業さんの次なる経営幹部層であったりとか、新たな若手の人材、優秀な人材を獲得するということに資金をと投下しながら、次の成長を目指して行くようなベンチャー企業さん、非常に多くいらっしゃるという体感でございます。

分野につきましては、どこかに偏るというようなところはございませんが、例えば、引き続きITであったり、情報通信系のサービスの分野というのは引き続き成長性が高いので、マーケットにおいて今後成長するような分野については、新卒採用のニーズが非常に高いと思っております。

## 質問 11：株主還元策について

各種指標から割安だと感じているのですが、配当などの株主還元強化は検討していますでしょうか。

現状、一昨年配当を実施させていただいた中で昨年は配当を無配に変更させていただきましたけれども、株主還元の方法としまして、まず第一には今の企業価値、株主価値をしっかり引き上げていくことにありと認識しております。営業利益を継続成長していく企業になれるように、再現性をもって持続成長するということにフォーカスしながら、今の企業価値を高めていくことをつうじて、皆様にしっかりと報いていきたいと考えております。

現状は、配当も含めてしないと決めているのではなく、今後の状況であったり、構成を見ながら検討はしていきたいと考えていますが、まずは営業利益の持続成長にフォーカスしながら、そこで報いていきたいと考えております。

## 質問 12：組織及び事業の改善施策について

筋肉質な組織/事業構造の創出に関して、具体的にどのようなことをやっているのでしょうか。

組織・人材・カルチャーのテコ入れにもテーマとしては繋がってきますけれども、今の組織として長期でこうありたい姿というところは、ミッション及び長期ビジョンで定めております。そこに向けて、組織を強くしていくところで、直近ですと、スローガンウェイであったり、組織ポリシーも含めて、会社としての方向性や行動指針であったり、一人一人の社員の皆さんが生き生きと動機を持って働けるような組織の制度であったり仕組みみたいなところを、今模索して、改善している最中でございます。

人件費の構成割合でも多く人件費があるとお伝えしたとおり、やはり働く一人一人のパフォーマンスが高くなっていくことが、事業、強い組織という観点ではすごく重要だと思っておりますので、こういった一人一人が高いパフォーマンスを出して、同じ方向を向いて働けるような強い組織を目指して、改善していくこと進めております。

事業マネジメントシステムにつきましても、何か特別なことをやっているわけではありませんけれども、業績目標から KPI をおろしていきながら、その KPI を可視化したり、ダッシュボードの中で予実を見たり、細かく KPI・ファクトデータに基づいて、いろんな施策、あらゆる改善を行っていくところで、きめ細やかにやっているところでございます。

### 質問 13 : Goodfind の競争優位性について

ワンキャリア、OfferBox、外資就活など比べ、Goodfind の強みについて教えてください。  
企業や会員が Goodfind を使う利用はなんですか？

Goodfind の強みについては、単に企業さんをメディアで紹介し、メディア上でセミナーとか説明会に送り出すだけではなく、学生さんと面談しながら、その学生さんの可能性を引き出す形で、企業さんを丁寧に紹介していくというところがまず一つ、サービスの特徴としてございます。新卒のサービスは、メディア上でのマッチングを提供しているところが非常に多くあると思うのですが、Goodfind については、メディアだけではなく、いわゆる人材紹介というところで、主にオンラインにはなりますけれども、1on1 での面談も含めて、しっかり学生さんに寄り添いながら、行動変容を起こしてマッチングさせていくというところが、非常に特徴的なところではございます。

セミナーなどの会員向けのコンテンツにつきましても、非常にバリエーションも豊富ですし、実際、スタートアップやベンチャーの企業さんの経営者さんであったりとか、人事の責任者の方とも直接触れ合うようなイベントやセミナーも企画しておりますので、就活市場であまり情報が少なかったり、認識しづらいスタートアップやベンチャー企業さんの情報に生で触れることができるというところも非常に特徴だと思います。

クライアントのお客様からしますと、多くの企業さんが新卒の採用している中で、企業さんの特徴であったり、良さを学生さんに正しく伝えたり、ただ学生さんを送り込むだけではなくて、学生さんの動機やその企業さんに対する志望度を、対面のコミュニケーションも通じてしっかり引き上げながら、精度の高いマッチングを行っております。企業さんとしても新卒採用は1年半とか2年くらいの期間をかけて動かしていく中で、企業さんに寄り添った形でサービスを提供して行くというところも、付加価値ではないかと認識しております。



(参考) 2024年5月28日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」 p.25

当社の特徴・強み

**SLOGAN**

## 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  
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

**学生**

注力校の学生  
伝統的な大企業志望が多数

学生  
伝統的な大企業志望だけでなく、  
中小・中堅企業も志望する学生が多い

企業

大企業  
母集団形成のニーズは高いが、  
需要が高いため介入価値は低い。

バンチャー企業  
(新興成長企業)  
マス向けのナビ媒体やスカウト型サービスと  
採用しきれないため、介入価値は高い。

中堅・中小企業  
採用ニーズは強いが、  
学生を採用できるだけの魅力付けや興味喚起が難しい。

Goodfindが市場創造  
他社が参入しづらい領域

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
- 2 行動変容を生み出す力
- 3 マッチング力

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。

Copyright © Slogan Inc. All Rights Reserved. 25

#### 質問 14：就職活動の早期化について

就職活動の早期化について、なにか Goodfind への影響はありますでしょうか？

現状、業績も含めて影響があるようなことは認識しておりません。就職活動も数年前と比べるとかなり早期化はしているのですが、Goodfind としてはそういった就職活動の時期であったり、早期化みたいなところに柔軟に答える形でサービスデリバリーをしておりますので、環境変化についても対応することで、早期化に伴って何か強い影響が出るとことは認識しておりません。

## 質問 15：経営体制について

社外取締役が結構な頻度で入れ替わっている印象がありますが、どのような軸で入れ替えているのでしょうか。経営への貢献が見えにくいと感じています。またエグゼクティブアドバイザーとの違いはなんでしょうか。

社外取締役に関しましては、過去の変更としては、IPO 前に就任していただいていた社外取締役がおりましたが、そこからの変更としては、創業社長である伊藤がサクセッションするタイミングと同じタイミングで社外取締役が入れ替わりました。頻度高くというよりは、経営体制をサクセッションにより引き継いで変わっていくというタイミングで社外取締役も合わせて変更したという認識が当社としてはあり、過去の経緯でございます。

エグゼクティブアドバイザーとの違いという観点ですと、エグゼクティブアドバイザーは、経営の意思決定権限・議決権は保有しておりません。具体的には、私や仁平も含めてサクセッションした経営者としてはまだまだ未熟な部分もありますので、そういった経営判断を考える上でのサポートであったりとか、相談・アドバイスみたいなところといただいているところです。社外取締役との一番の違いですと、まず経営判断というのは、一義的には私含めて社長、そして社外取締役の取締役会で行っておりまして、エグゼクティブアドバイザーはあくまでそこに対する客観的なアドバイスであったり、相談の位置づけで就任していただいているところではございます。

## 質問 16：新卒採用市場の環境について

昨今は大企業を中心に新卒の賃金の上昇が話題になっていますが、スタートアップの給料の魅力度が相対的に下がっているマイナス影響は出ていますでしょうか？もしくは、今後出てくる可能性などありますでしょうか？

一昔前ですと、スタートアップ・ベンチャー企業の賃金に対する待遇が比較的劣っているというような課題も、メディアの中では言われたりもしていますけれども、昨今、直近も含めてスタートアップ・ベンチャーも人材を獲得するところで、賃金も払った上で採用しているという現状もありますので、今現在時点で魅力度がそれ起点で下がっているというような影響は、新卒も含めて強く認識していないのが現状であります。

今後につきましては、可能性という観点ではもちろんあるとは思いますが、引き続き人材獲得競争はかなり強くなっていくと認識しております。そういった労働市場における人材の獲得競争が高まっていく中で、スタートアップ・ベンチャーも含めて、成長企業にとっても人材を獲得することがかなり重要なフェーズになっていったときに、給料という観点でも競争力をもって労働市場からの人材を獲得していくと考えますと、今後もスタートアップ・ベンチャー自身も改善を含めながら成長して行くものと認識しておりますので、現時点で何か大きな可能性が強くなることは弊社としては捉えておりません。

## 質問 17 : Goodfind の顧客層について

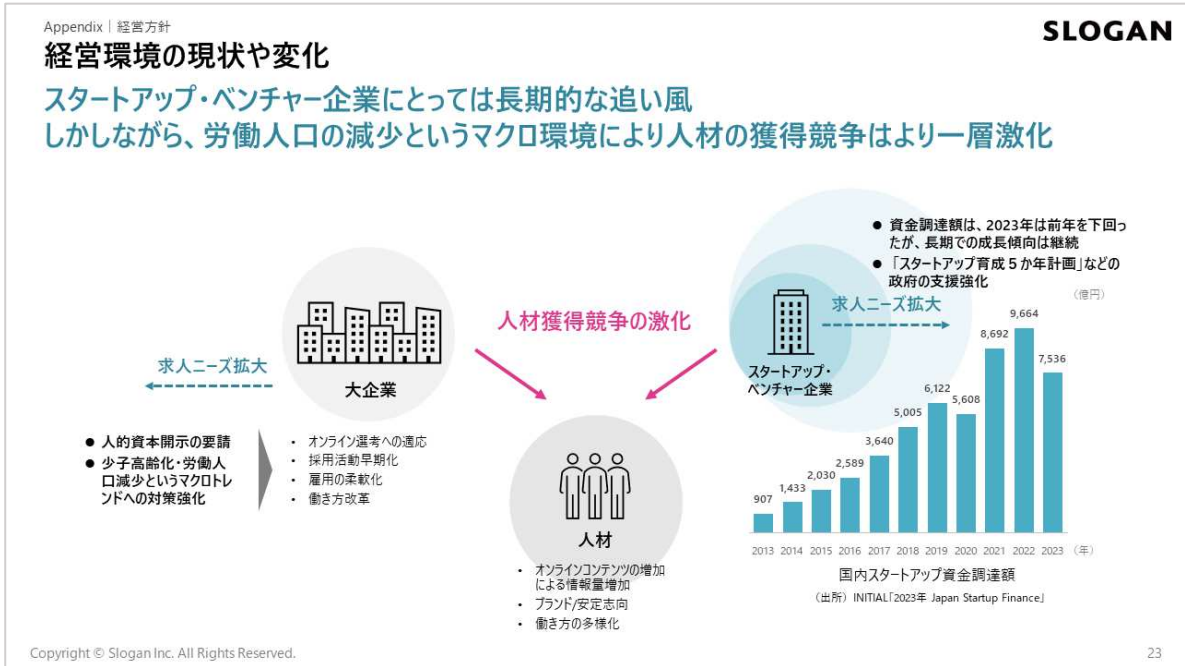
若手人材の不足は長期化すると思われます。先ほどおっしゃっていた学生のニーズの解像度を高められるのであれば、求職者のターゲットニーズを変更することでベンチャーだけでなく大手企業にも送客できるように思いますがいかがでしょうか。

同様の認識でございます。やはりこの若手人材の不足というのは長期化し、日本の労働市場において、5年、10年ではなく、20年、30年と続いていくような、大きな社会的な課題だと認識しております。そうであるが故に、Goodfind、スローガンとしましても、その歪みの解消というところにつきましては、社会的な貢献としてスローガンのミッションともつながるという観点で強く今後も推進していき、学生のニーズの解像度を高めていく中で、送客先を増やしていくというところにつきましては、今後もあり得ると思っています。

今はスタートアップ・ベンチャー企業中心にご紹介をしているというところではございますが、当社としましては、新産業領域に対してサービスを提供していくと定義していますので、その中には、成長志向・変革志向なこれからの経済成長を支えていくような大手企業さんも含まれておりますので、そういったところも含めてクライアントの顧客層を広げていくことに関しましても、今後しっかり検討して広げていきたい、もしくは、広げることも考えていきたいと考えています。

時代背景としましても、大手企業さん自身も今後若手人材の獲得に対する課題も増えてくると思いますので、Goodfind でサービスを提供することで、若手人材の活躍する機会をより社会で増やしていくという観点でも、ベンチャー・スタートアップ、成長大手も含めて、サービス提供して行きたいと考えております。実際に、Goodfind で提供させていただいているお客様の中にも、大手企業さんもいらっしゃいますし、今そこを除外しているわけではなくて、大手企業さん向けにも取り組める範囲でサービスを提供しながら推進しております。

(参考) p.23 | 経営環境の現状や変化



## 質問 18：社員数の減少について

社員数が減少している点についてご説明いただけますでしょうか。3-5 月期は新卒入社などで伸びるかと思いましたが。

採用につきましては、新卒中途も含めまして、収益性につながる形で採用計画も見直しながら、昨年から進めております。経営していく中におきましては、社員の退職であったり、退職だけではなく、弊社の平均年齢は約 30 歳前後になりますが、産休や育休を取得しているメンバーも増えていく中で、社員数についてはトータルでは減少になっております。

営業利益が持続成長するような成長をしてこうとしていく中で、コスト構造を人員も含めて筋肉質にしていくというところで、売上の成長ドライバーとして人員を増やして伸ばしていくというよりは、必要な人員の採用をする前提ではあるのですが、収益性高く成長していくところにフォーカスするという観点で、新卒入社もこの 4 月に入っている部分はございますけれども、全体としてはそういった方針から、減少しているというところでございます。

社員の減少が業績にどう影響として出るかというところにつきましては、トップラインを伸ばす前提で社員の採用も含めてコントロールしておりますので、社員が減少しているから将来の売上や利益に対してネガティブな影響が出ると現時点では見通しておりません。

その他ご質問いかがでしょうか？

追加のご質問はないようですので、決算説明会を以上とさせていただきます。

本日もたくさんのご参加と、たくさんのご質問ありがとうございます。引き続き、営業利益が持続成長する付加価値の高い事業にフォーカスしながら、皆様の期待に応えられるような成長を、スローガン一同目指して参りたいと思いますので、引き続きよろしくお祈いします。本日はどうもありがとうございました。

以 上