



2025年3月期 通期決算説明資料

2025.5.14

株式会社TalentX

TalentX Vision：未来のインフラを創出し、HRの歴史を塗り替える

私たちは、日本の採用活動をマーケティング活動に転換する新たな市場を先駆けて展開してきました。
採用DXプラットフォームMyシリーズを提供し、新たなHRのインフラを創出することで、
日本の人材獲得力向上に寄与し、社会発展に貢献してまいります。



※リファラル採用とは：自社の社員をはじめ社内外の信頼できる人脈を介した採用
※タレントプール採用とは：選考に進まなかった候補者や、まだ転職意欲が活性化していない候補者、面接辞退者など、将来に採用可能性がある候補者情報を資産化して関係を維持する採用手法

エグゼクティブサマリ

- 通期売上高135%成長、当初予算比で102%達成
- 営業利益率は20%超 対当初予算比で126%を達成
- ARPAは316千円 YoY113%
- プロダクトのクロスセルが大幅に伸長

2025年度3月期通期業績

ARR 14.2億円 (2025年3月時点)	サブスクリプション売上高比率 94% (12か月累計実績) ※2024年4月-2025年3月
売上高 / 前期比成長率 14.3億円 (12か月累計実績) ※2024年4月-2025年3月 YoY 135%	課金利用社数 357 (2025年3月時点)
売上高総利益率 83% (12か月累計実績) ※2024年4月-2025年3月	ARPA：1社当たりの月額売上高 316千円/月 (2025年3月時点) YoY 113%
営業利益率 20% (12か月累計実績) ※2024年4月-2025年3月	月次解約率 0.5% (2025年3月時点)

ビジネスハイライト

複数モジュールの
クロスセルが加速

AI X Lab.より複数の
自動化機能をリリース

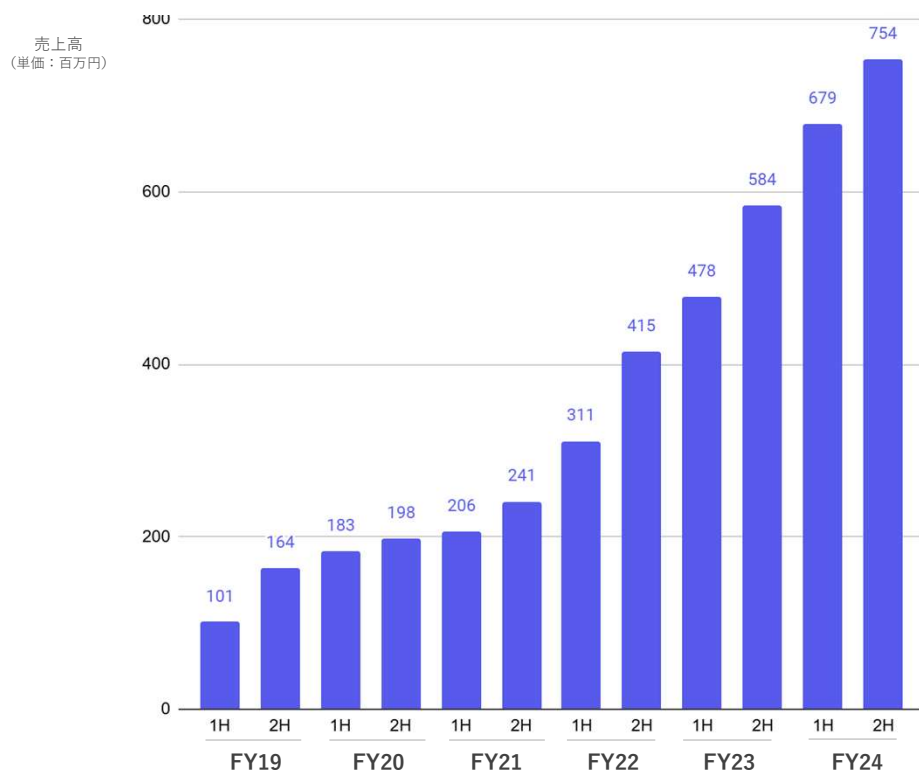
新規事業がT2D3で進捗

財務ハイライト：売上高

サブスクリプション収益を中心に、安定成長を継続。
創業以来、年度・半期いずれにおいても、売上高は連続して過去最高を更新中。

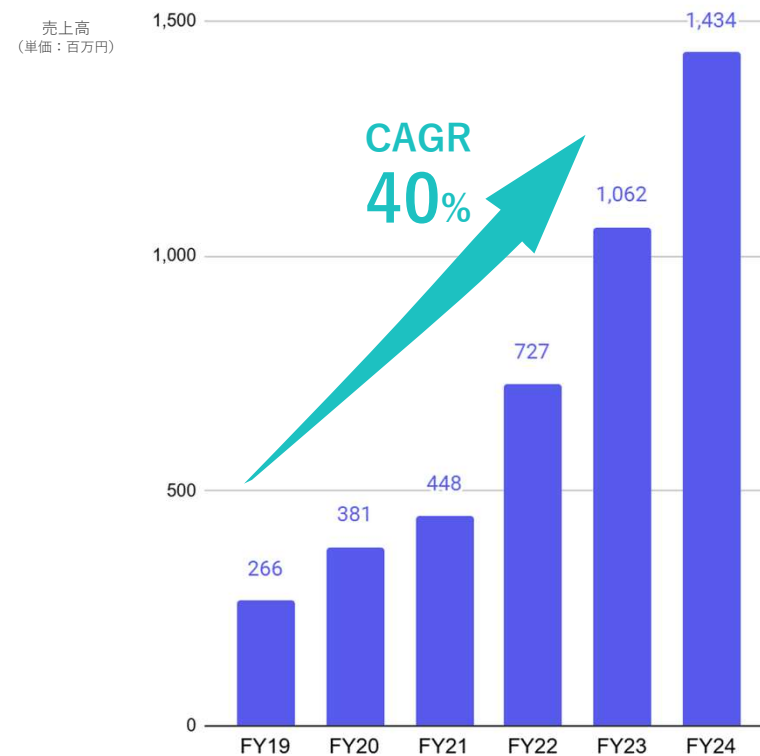
半期別売上の推移

サブスクリプション収益で**安定的な成長**を実現



年度別売上の推移

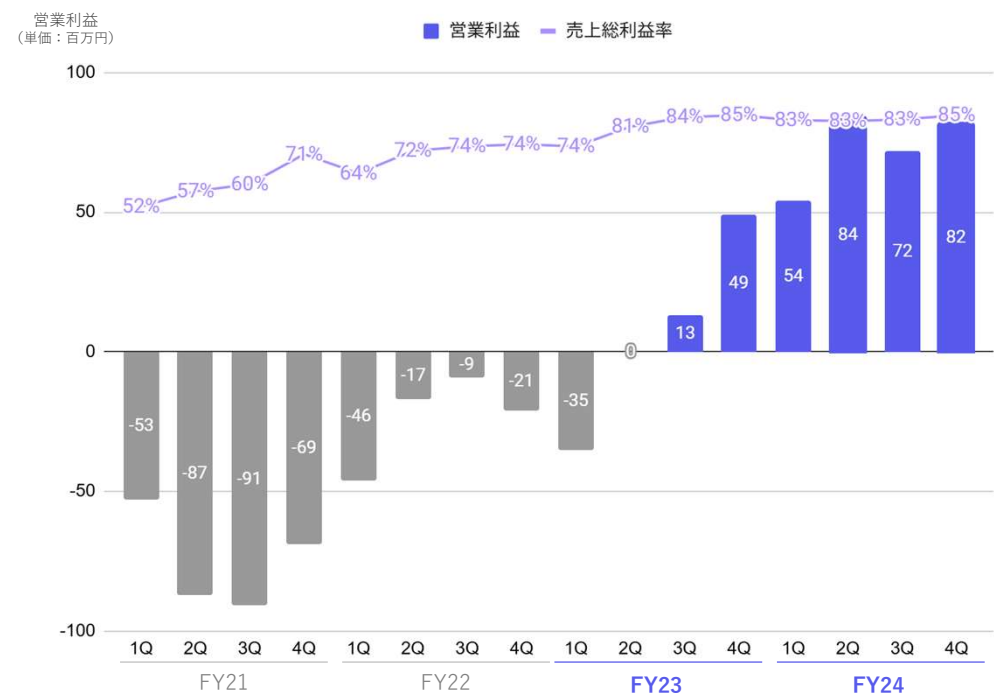
コロナ時期を通して**CAGR40%**と**再現性を持って成長**



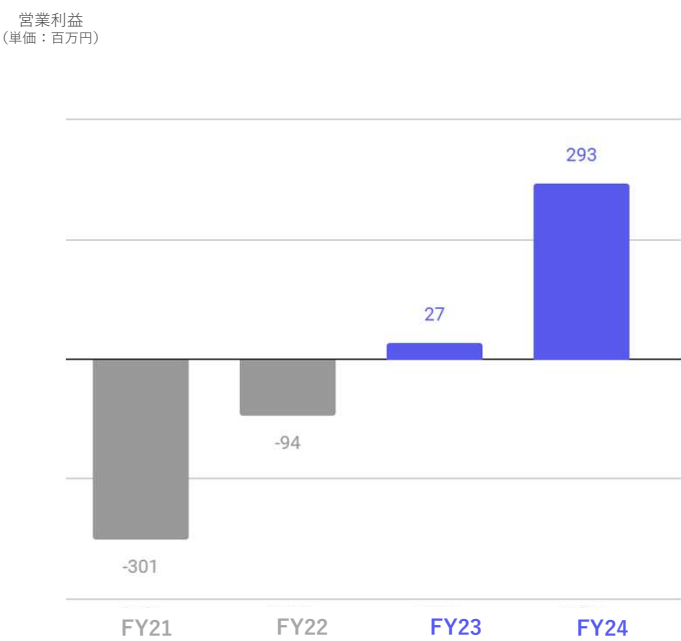
財務ハイライト：売上総利益率と営業利益

売上高の成長に加え、収益性も大幅に向上。
2025年3月期の営業利益は対前年比10倍超と飛躍的に成長。

四半期別営業損益と売上総利益率の推移



年度別営業損益の推移



INDEX

- 01 事業内容
- 02 2025年3月期 通期業績
- 03 2025年3月期 ビジネスハイライト
- 04 2026年3月期目標と事業活動
- 05 会社概要
- 06 競合優位性
- 07 市場ポテンシャルと戦略方針

日本を代表する大手・成長企業への導入実績



日本の時価総額TOP50の30%以上の企業の採用マーケティングをご支援

Myシリーズ 導入企業 (一部)

IT・ネット



製造業



金融・保険



サービス・コンサル・その他



1. 東証プライム市場、2025年3月31日時点。

日本の大手企業・成長企業の採用課題とTalentXの事業領域

既存採用手法と比較して、費用対効果が高い自社採用をマーケティングの力で実現可能に

日本の大手企業の採用課題

- ✓ 新たな採用手法を探している 73.8%
- ✓ 採用コストを削減したい 42.8%



※TalentXによる営業時における大手企業顧客（3,757社）へのヒアリング調査より

既存の採用手法

約160万円



人材紹介

約120万円



求人メディア

TalentX

約30万円



自社採用

アプローチ 対象	転職活動者（顕在層）	転職活動者（顕在層）	転職希望者（潜在層）
採用コスト	決定者の 理論年収の35% 	広告 掲載費用 	SaaS 利用料金 
特徴	カウンセリングに足を運ぶ 求職者が対象であり、 競合と条件勝負に	競合と求人が横並びになり、 応募が分散、バッティングが多い	転職潜在層にアプローチするため 競合バッティングが少ない

※人材紹介市場規模と人材紹介経由の
想定転職者数より算出

※求人広告市場規模と求人広告経由の
想定転職者数より算出

※MyRefer及びMyTalent利用顧客における
累計契約金額と採用決定人数より算出

出典：厚生労働省「令和4年度職業紹介事業報告書」、公益社団法人「全国求人情報協会」

人材採用課題を解決するAll in one solutionとしてプラットフォームを構築

従来の外部依存した人材獲得を、**自前でワンストップで実現し、効率よいタレント獲得を支援**

従来の外部に依存した採用活動
高コストかつ非効率

Myシリーズ プラットフォーム

制作会社、求人広告会社

- ・採用サイト制作
- ・求人広告制作

 MyBrand

スカウトサービス

- ・候補者検索
- ・スカウトアプローチ、面談

 MyTalent

人材紹介会社・研修会社

- ・面接選考、オファー
- ・入社後研修
- ・社員向けビジョン研修

 MyRefer

Myシリーズ

One-stop Platform

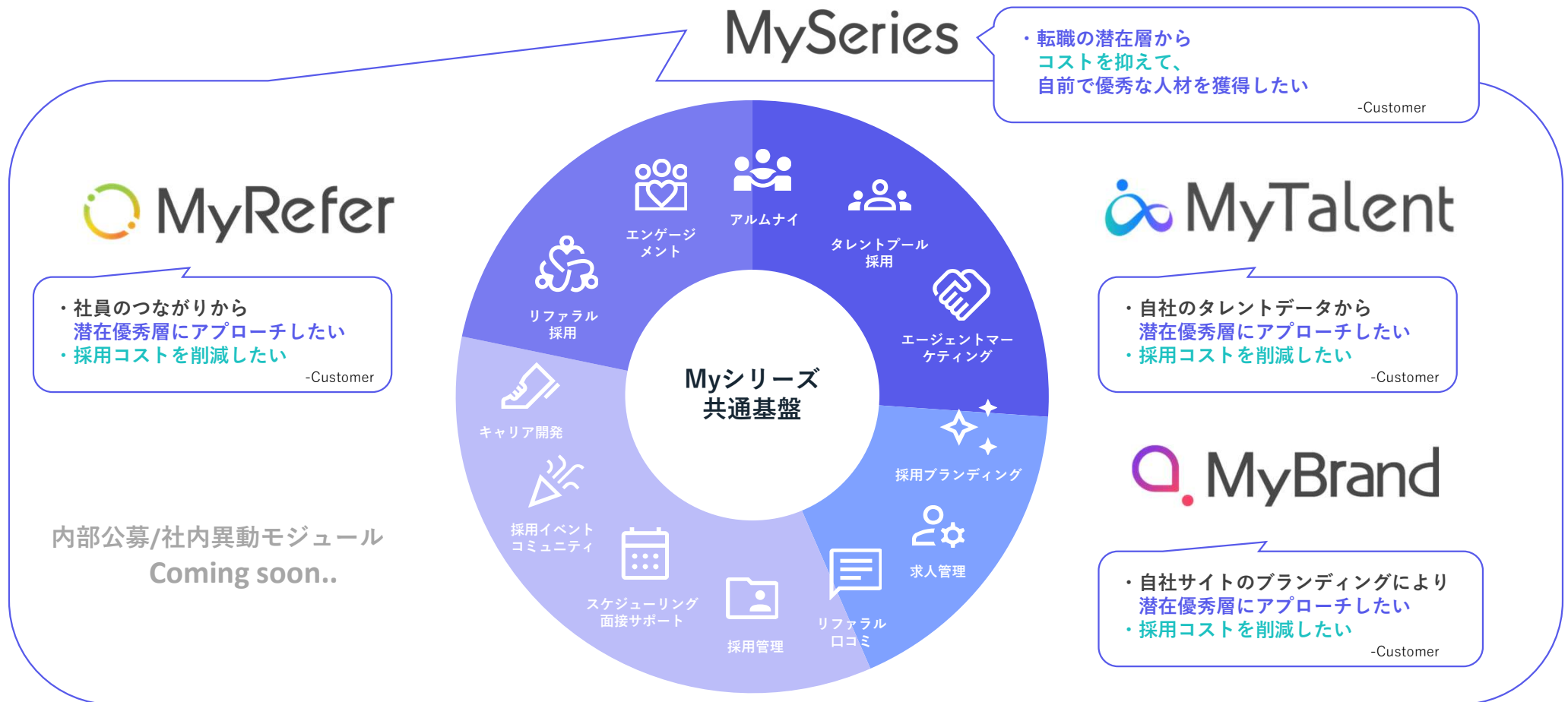
Myシリーズは、採用活動を
自前で行えるタレント獲得
プラットフォーム。

従来と比較して、低コストで
効率よく人材を獲得できる

MySeries

コンパウンドSaaS^(※)としてシナジーを発揮する自社採用プラットフォーム

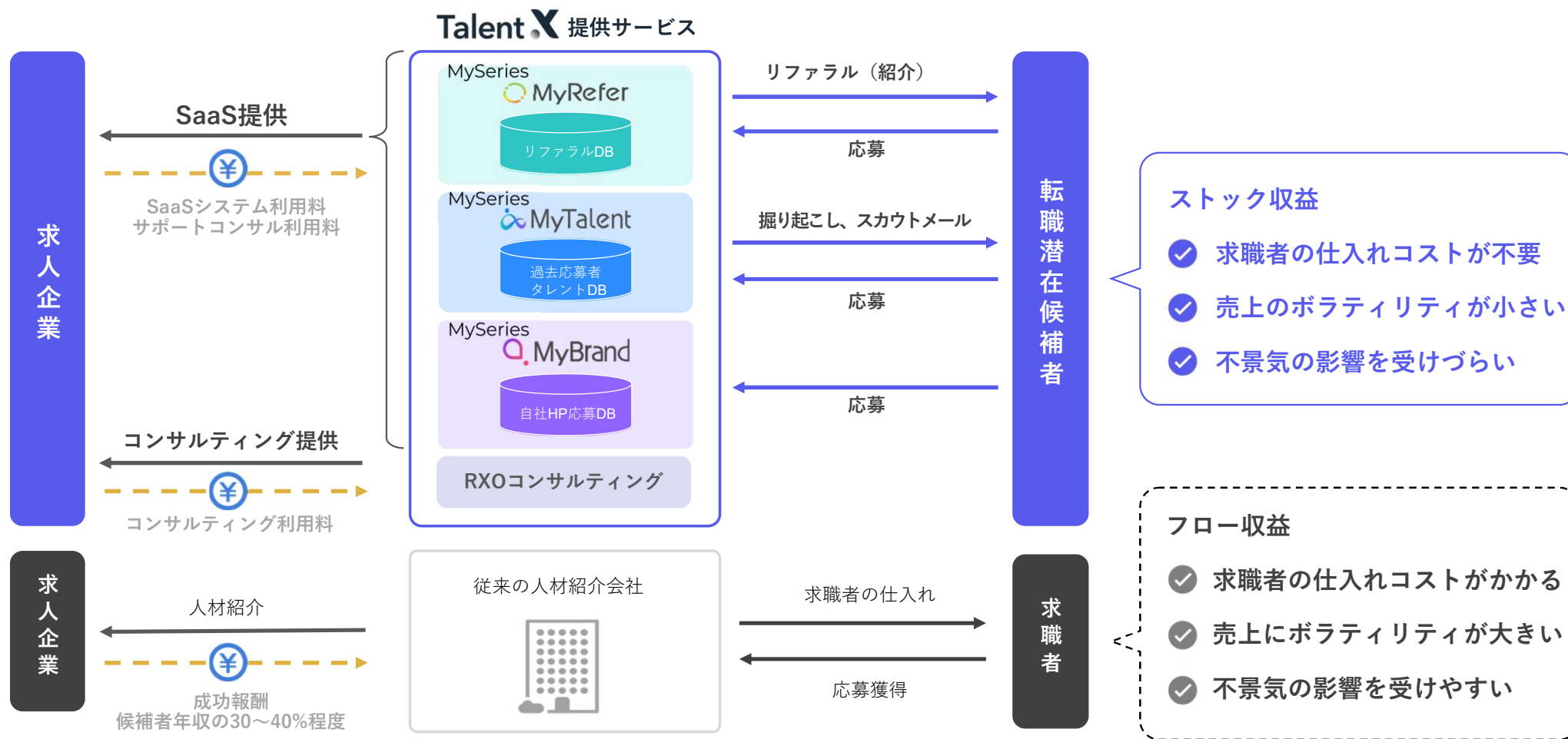
“企業の自社採用力を強化する” 採用CRMプラットフォームとして拡張性の高い事業モデルを構築



※コンパウンドSaaSとは：多くの機能を持つ一つのプラットフォームに、様々な機能を持つ他のSaaSを載せていく（データ連携が可能な状態にする）SaaSです。

安定と急成長を実現する「採用×サブスクリプション型」ビジネス

自社で仕入れを必要とせず、クライアントの自社採用力を強化するサービスを提供



INDEX

- 01 事業内容
- 02 2025年3月期 通期業績
- 03 2025年3月期 ビジネスハイライト
- 04 2026年3月期目標と事業活動
- 05 会社概要
- 06 競合優位性
- 07 市場ポテンシャルと戦略方針

業績ハイライト -2025年3月期

SaaSの安定性を維持しながら高い営業利益を達成し、ガイダンスを超える結果で着地
通期の営業利益率は20%

	2024年3月期 通期		2025年3月期 通期				
単位：千円	実績	対売上高	実績	対売上高	前期比	当初予算	達成率
売上高	1,062,787	100%	1,434,211	100%	135%	1,402,167	102%
売上総利益	862,713	81%	1,196,245	83%	139%	1,165,574	103%
販管費	835,499	79%	902,386	63%	108%	932,442	97%
営業利益	27,214	3%	293,858	20%	1,080%	233,131	126%
経常利益	26,635	3%	276,146	19%	1,037%	220,045	125%
当期純利益	26,960	3%	366,717	26%	1,360%	186,088	197%

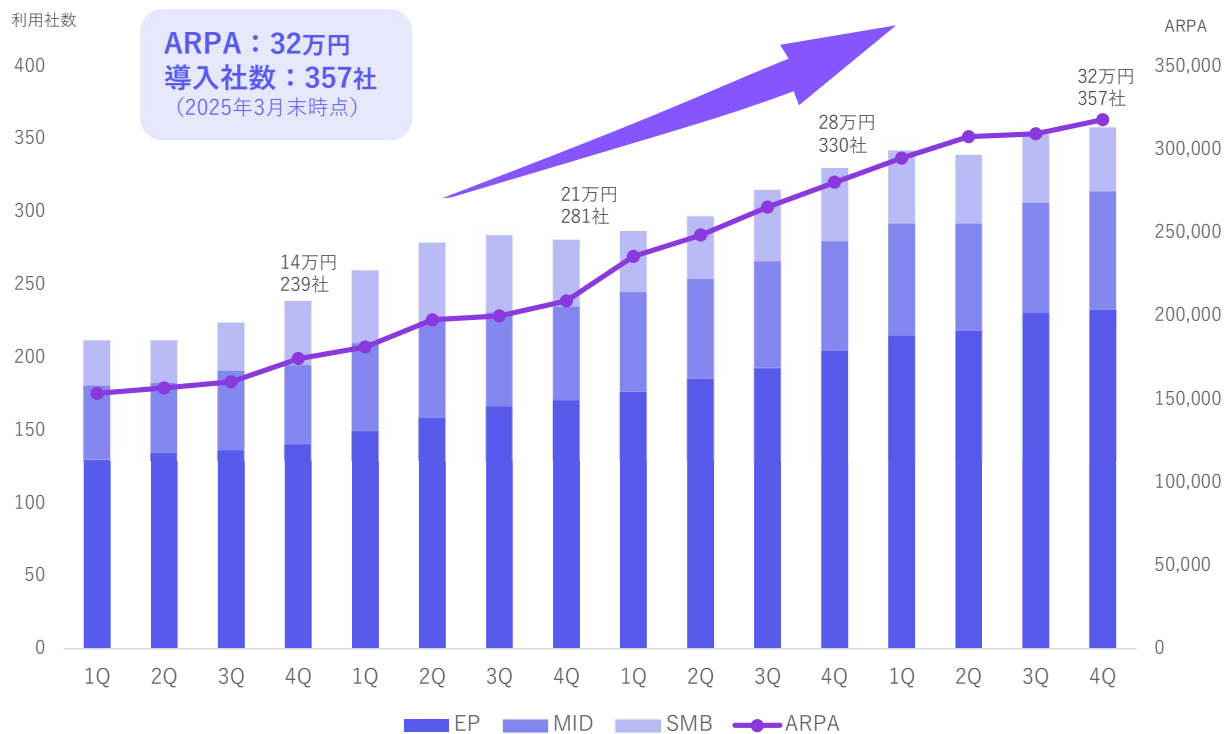
- ✓ 経営重要指標である
Rule of 40（40%ルール※）は
約55%と過去最高水準達成
- ✓ 前期比約35%の売上高成長
- ✓ 当初予算の達成率は
売上高102%、営業利益126%
- ✓ 税効果会計の影響もあり、
当期純利益が一時的に増加

※SaaS40%ルールは、売上高成長率と利益率の合計が40%以上であることを理想とする指標。このルールは、SaaS企業の健全な成長と収益性のバランスを測るために用いられます。

Myシリーズ利用社数とARPA推移

導入社数に加え、ARPAも順調に伸び、再現性のある成長を継続

Myシリーズ導入社数とARPA推移



✓ 課金利用社数は**357社**と
前期末から27社増加

✓ MyシリーズのARPAは**32万円**と
過去最高を更新

月次解約率及び大手企業割合の推移

低い解約率、高い大手企業割合を継続、再現性のある成長の土台が構築

Myシリーズの月次解約率の推移

一般的な
採用
サービス

一般的な採用サービスは短期的な利用で
終了（解約）する単発受注型ビジネス

持続可能なストックビジネスにより低い解約率を実現

月次解約率

2.0%

1.3%

0.2%

0.5%

2022年3月 2023年3月 2024年3月 2025年3月

月次解約率：Myシリーズをご利用いただいているお客様におけるNet Revenue Churn Rateの12か月平均。

Myシリーズの大手企業割合推移

BtoB SaaSサービスとして、
高いエンタープライズ比率を維持

大手企業割合

61%

62%

64%

65%

2022年3月 2023年3月 2024年3月 2025年3月

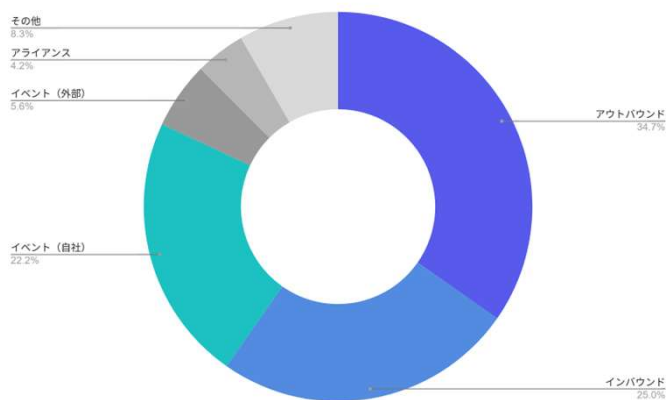
- ✓ 月次解約率は **0.5%**
採用サービス、SaaSサービスとして
1%を下回る水準を維持
- ✓ 大手企業の割合は **65%**に
- ✓ IPOを契機とした採用進捗により
CS・セールス体制を拡充
- ✓ 今後の事業成長も見据えながら、
中長期的に更なる解約率低下、
単価向上を目指す

新規開拓におけるチャネルと投資コスト

セールス & マーケティング投資に対する高いROIを実現 広告宣伝費に依存しないブランドポジションと営業体制を構築

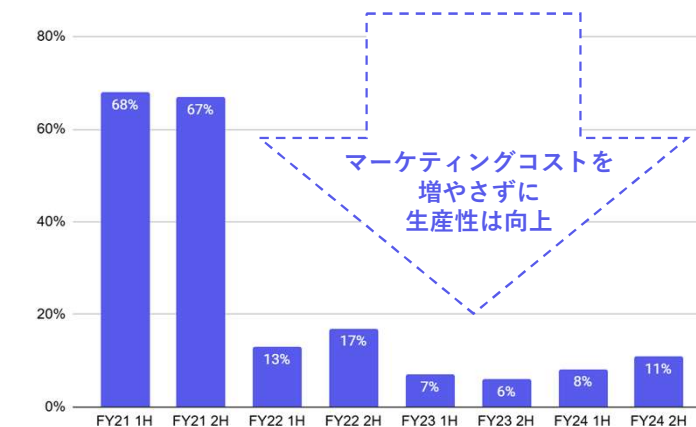
新規受注件数におけるチャネル内訳

新規受注件数の30%以上がプロモーションコストを必要としないアウトバウンドでの獲得。
インバウンド・自社開催イベント含め、80%以上がオーガニックでの受注。



※2025年3月期における実績値

新規売上獲得に占めるマーケティングコスト割合



※ROIとは「Return On Investment」の略で、投じた費用に対して、どれだけの利益を上げられたかを示す指標

- ✓ 新規受注インバウンドでは、問い合わせ、ホワイトペーパー、自社イベントなどのオーガニックのチャネルにより多数獲得
- ✓ エンタープライズ顧客のうちの70%が既にハウスリストを保有しており、セールス、インサイドセールスが連携したナーチャリングによる受注も寄与

TalentXが築く競争優位性と参入障壁

創業期からの新市場創造、
Myシリーズ全体で競争優位性を築き参入障壁を構築

MySeries

2015年から市場を創造し
コンパウンドSaaSとしてビジネスモデルを強化

既存プレイヤー

シングルIDによる
プラットフォーム展開

プロダクト間の
シナジー効果

専門性の高い
コンサルティング力

新規参入

日本を代表する
ナショナルクライアントの導入実績

月次解約率は1%を切り、
シナジーにより更に低減する傾向

※コンパウンドSaaSとは：多くの機能を持つ一つのプラットフォームに、様々な機能を持つ他のSaaSを載せていく（データ連携が可能な状態にする）SaaSです。
SaaS間のデータ連携を進めることで、①開発効率の向上、②システム拡張性の向上、③利用可能な機能の向上が見込めます。
その結果、利用企業に対する幅広い解決策の提案が可能となり、複数利用契約によるアカウント当たりの売上高の最大化及び解約の防止に繋がります。

INDEX

- 01 事業内容
- 02 2025年3月期 通期業績
- 03 2025年3月期 ビジネスハイライト
- 04 2026年3月期目標と事業活動
- 05 会社概要
- 06 競合優位性
- 07 市場ポテンシャルと戦略方針

ビジネスハイライト

FY24は売上・利益・中長期の「3本柱」で戦略を実行

①売上成長を実現するための戦略

エンタープライズへの開拓と深耕

→Myシリーズのシナジーを生み、幅広い業界の導入実績を創出

②利益成長を実現するための戦略

AI活用と生産性の向上

→複数のAI・オートメーション機能をリリース

③中長期のプロダクト戦略

新規事業・共通基盤の強化

→共通基盤の強化による、プラットフォーム価値の向上

✓ 各業界の大手企業の新規受注が加速

✓ クロスセルを加速する機能開発

MyBrand連携によるリファラル促進、
共通基盤への機能統合、
クロスセルを後押しする開発を推進。

✓ 5つのAI・自動化関連機能をリリース

- ・ MyTalentにAI OCR機能をリリース
- ・ MyTalentにAI ホットフラグをリリース
- ・ MyTalentにてスカウト自動化機能をリリース
- ・ MyReferに社内広報オートメーション機能をリリース
- ・ MyReferにリクルーターレコメンド機能をリリース

✓ 新規事業MyBrandが成長

ビジネスハイライトTOPIX①_幅広い業界の新規導入事例を創出

再現性を持ってエンタープライズへの開拓と深耕を推進

重工業

川崎重工がTalentXの採用MAサービス「MyTalent」を導入し、緩やかにつながり続ける「アルumnネットワーク」の構築をスタート

～自社独自の人材データベース構築に加えて、ビジネス連携といった新たな価値創造にも期待～

TalentX 2025年3月21日 10時00分

株式会社TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木貴史）は、Myシリーズの採用MAサービス「MyTalent」を川崎重工業株式会社（本社：東京都港区 社長：鈴木 康彦、以下「川崎重工」）に導入したことをお知らせいたします。

旅行業界

JTBがタレント獲得プラットフォーム「Myシリーズ」を導入

リファラル採用サービス「MyRefer」と採用MAサービス「MyTalent」を活用して自社採用力を強化し、経営戦略と連動した採用変革を推進する

TalentX 2024年12月18日 10時00分

株式会社TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木貴史）は、タレント獲得プラットフォーム「Myシリーズ」を株式会社JTB（本社：東京都品川区 代表取締役 社長執行役員：山本 正樹、以下「JTB」）に2024年12月より本格導入することをお知らせいたします。

コンサルティングファーム業界

デロイト・トーマツグループが採用MAサービス「MyTalent」を導入

～企業と個人がともにキャリアについて考える双方向対話型のプラットフォーム構築を目指す～

TalentX 2024年10月10日 10時00分

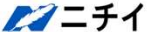
株式会社TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木貴史）は、採用MAサービス「MyTalent」をデロイト・トーマツグループ（本社：東京都千代田区、グループCEO：木村 晴一、以下「デロイト・トーマツ」）に本格提供したことをお知らせいたします。

介護業界

TalentXの採用MAサービス「MyTalent」を導入したニチイ学館、介護職のタレントプール登録者数は25,000名を突破！

～過去に接点を持った潜在候補者とつながり続けるタレントプールを通じて、ともかく仲間を増やす～

TalentX 2024年12月9日 10時00分

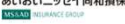
 

損害保険業界

あいおいニッセイ同和損害保険がタレント獲得プラットフォーム「Myシリーズ」を導入

リファラル採用サービス「MyRefer」と採用MAサービス「MyTalent」を活用して採用DXを推進し、人的資本経営時代に適した採用変革を目指す

TalentX 2024年9月20日 10時00分

株式会社TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木貴史）は、タレント獲得プラットフォーム「Myシリーズ」をM&S&A・O・インシュアランスグループのあいおいニッセイ同和損害保険株式会社（代表取締役社長：新納 健介）に2024年8月より導入し、10月から段階的に展開することをお知らせいたします。

IT業界

NTTデータグループがTalentXの採用MAサービス「MyTalent」を導入し、運用開始から半年でタレントプール登録者数10,000名を突破

～過去に接点を持った方のタレントプールを構築し、企業と個人の中長期的関係づくりを推進～

TalentX 2024年8月26日 10時00分

株式会社TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木貴史）は、Myシリーズの採用MAサービス「MyTalent」を株式会社NTTデータグループ、株式会社NTTデータおよびNTT DATA, Inc.の採用を行うNTTデータ採用共同事業体（代表取締役社長：後々木 祐、以下「NTTデータグループ」）に導入し、タレントプール登録者数10,000名を突破したことをお知らせいたします。

製造業界

コマツがリファラル採用サービス「MyRefer」を導入

～人材を「新しい価値を生み出す重要な経営資源」と捉え、採用手法の多様化を図る～

TalentX 2024年4月5日 10時00分

株式会社TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木貴史）は、Myシリーズのリファラル採用サービス「MyRefer」を株式会社小松製作所（本社：東京都港区、代表取締役社長 兼 CEO：小川 健之、以下「コマツ」）に導入したことをお知らせいたします。

人材業

ネオキャリアが採用MAサービス「MyTalent」を導入

～潜在候補者と中長期的につながり続けるタレントプール構築で、人的資本経営時代の採用変革を推進～

TalentX 2024年8月30日 10時00分

株式会社TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木貴史）は、採用MAサービス「MyTalent」を株式会社ネオキャリア（本社：東京都新宿区、代表取締役CEO：西澤 浩一、以下「ネオキャリア」）に2024年7月から本格提供したことをお知らせいたします。

金融業界

三井住友海上火災保険が採用MAサービス「MyTalent」を導入

～採用変革の一環として、タレントプールで転職意欲へのアプローチ強化～

TalentX 2024年8月9日 10時00分

株式会社TalentX（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木貴史）は、採用MAサービス「MyTalent」を三井住友海上火災保険株式会社（東京都千代田区、代表取締役社長：松本 昌一、以下「三井住友海上」）に本格提供したことをお知らせいたします。

✓ 戦略的ABMにより、業界を問わず複数の事例を創出

✓ 市場創出を目的に、1年間で10本以上の導入プレスリリースを配信

✓ 2026年3月期も継続して顧客事例をもとにしたセールス&マーケティングを強化

※ABMとは、「Account Based Marketing（アカウントベースドマーケティング）」の略で、特定の企業や団体（アカウント）をターゲットに、そのニーズや課題に合わせたマーケティングと営業活動を行う手法です。BtoB企業において、自社にとって価値の高い顧客に集中してアプローチすることで、売上を最大化することを目的とします。

ビジネスハイライトTOPIX②_プロダクトへのAI実装

AI・オートメーション開発を推進し、プロダクト生産性を向上

2024年度より社内AI研究機関を設立

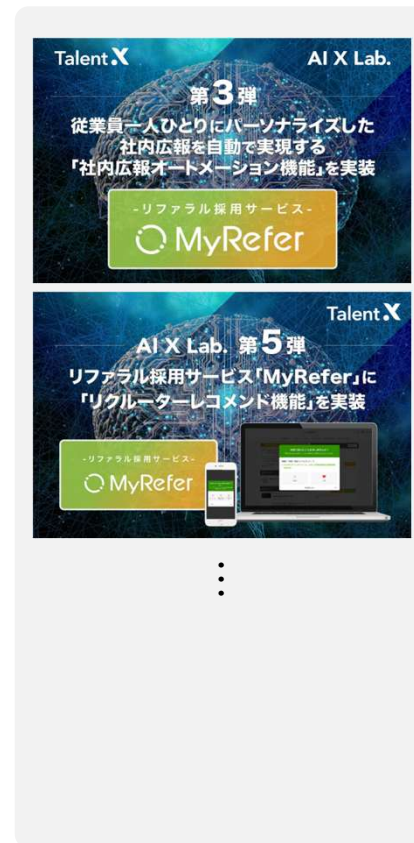
MyRefer

MyTalent



「AI X Lab.」はAIや自動化の技術を活用し、TalentXが提供するサービスの体験価値を向上させる機能開発を目的とした組織です。

AIや自動化を活用した機能やプロダクトの開発、関連する技術の研究開発や協業の検討、HR領域におけるAIや自動化に関する調査/研究およびその発表を段階的に実施します。



- ✓ 2024年度から社内AI研究機関を設立
既に**5つのAI機能**をリリース
- ✓ AIエンジニアの増員しており
今後もAI技術への投資を積極的に行い利益貢献につなげる

ビジネスハイライトTOPIX②_事業成長、プロダクト成長の評価

事業成長に加え、プロダクトにおいても高い評価を獲得

事業評価

アジア太平洋地域の急成長企業ランキングにて受賞



トーマツG テクノロジーFast50に受賞



✓ 事業成長性が第三者機関により高く評価され、複数の受賞を獲得

✓ プロダクトにおいても、機能性・導入実績・ユーザー体験の観点で高評価

プロダクト評価

経済産業省後援「第9回HRテクノロジー大賞」部門賞



総務省後援「第18回ASPICクラウドアワード2024」



✓ 市場における認知度・信頼性向上によりさらなる導入加速を見込む

ビジネスハイライトTOPIX②_事業成長、プロダクト成長の評価

第3弾プロダクトのMyBrandも順調に成長



生きた採用コンテンツを。

ノーコードでオリジナルの採用コンテンツを作成する
採用ブランディングSaaS



2024年1月新規リリース

HITACHI
Inspire the Next



MS&AD 三井住友海上

STechi
sojitz Tech-Innovation

TOYOTA
HOME



MS&AD 三井住友海上あいおい生命

- ✓ 大手企業から中小企業まで
採用ブランディングを強化したい
優良企業を中心に順調に受注を獲得
- ✓ MyReferやMyTalentの既存顧客のみ
でなく、MyBrand独自の顧客も開拓
- ✓ MyTalentに続き、MyBrandも
T2D3ペースでの事業成長を実現中

※T2D3とは、SaaS企業の成長戦略を表す指標で、PMF（Product Market Fit）後の売上を5年間で「3倍、3倍、2倍、2倍、2倍」と成長させることを意味します

INDEX

- 01 事業内容
- 02 2025年3月期 通期業績
- 03 2025年3月期 ビジネスハイライト
- 04 2026年3月期目標と事業活動
- 05 会社概要
- 06 競合優位性
- 07 市場ポテンシャルと戦略方針

2026年3月期の計画 | 成長曲線に向けた土台構築フェーズへ

上場を機に更なる事業拡大に向けた先行投資を実施

	2025年3月期 通期		2026年3月期 通期		
単位：千円	実績	対売上高	実績予想	対売上高	前期比
売上高	1,434,211	100%	1,805,655	100%	126%
売上総利益	1,196,245	83%	1,568,368	87%	131%
販管費	902,386	63%	1,261,759	70%	140%
営業利益	293,858	20%	306,609	17%	104%
経常利益	276,146	20%	306,609	17%	111%
当期純利益	366,717	26%	222,828	12%	61%

今期40%ルール：43%

- ✓ 先行投資期間ではあるものの
売上高成長率26% 営業利益率17%
粗利率87%
- ✓ 売上高成長率+営業利益率=43%と
40%ルールを超過する予算設計
- ✓ エンタープライズ開拓の成長投資に
即戦力採用を強化
- ✓ プロダクト開発の成長投資も
利益を意識しながら積極的に実施

※SaaS40%ルールは、売上高成長率と利益率の合計が40%以上であることを理想とする指標。このルールは、SaaS企業の健全な成長と収益性のバランスを測るために用いられます。

貸借対照表 | 健全なキャッシュ基盤を確保し、選択肢の広がる財務体質へ

SaaS企業としてキャッシュリッチかつデレバレッジが完了しており、人的資本・プロダクト投資、中長期での非連続的な成長機会にも柔軟に対応できる体制を構築

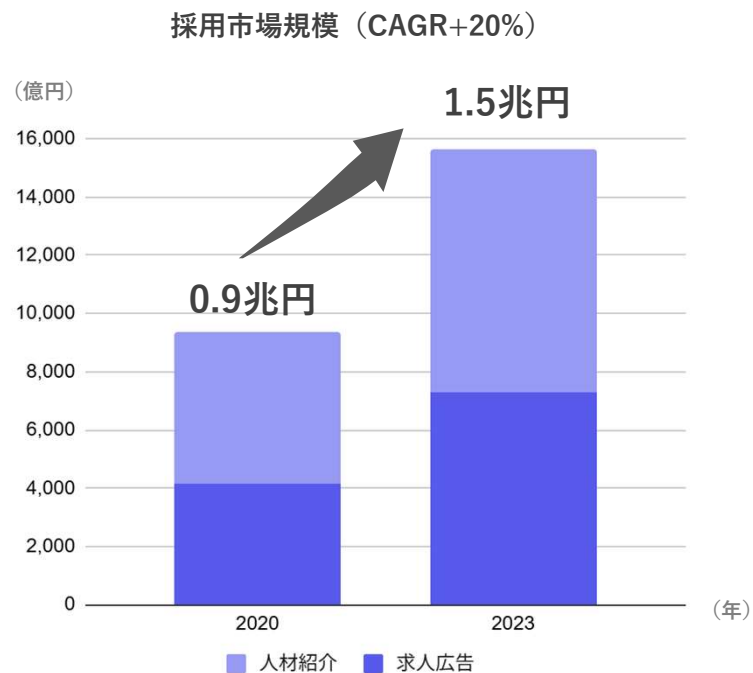
(単位：千円)	2025年3月期 期末	2024年3月期 期末	増減	増減率
流動資産	993,983	533,265	+ 456,905	+ 86%
（現金及び預金）	901,710	465,192	+ 436,517	+ 94%
固定資産	168,646	97,251	+ 69,669	+ 73%
資産合計	1,162,629	630,517	+ 526,574	+ 84%
流動負債	652,807	498,673	+ 145,202	+ 31%
固定負債	47,972	71,212	▲ 23,240	▲33%
負債合計	700,779	569,885	+ 121,962	+ 23%
（有利子負債）	4,944	36,742	▲ 31,798	▲87%
純資産合計	461,850	60,632	+ 134,790	+ 662%

- ✓ 現金現金及び預金は、営業キャッシュフローの創出により約9.0億円（前年比+4.4億円）へと増加。さらに4月のオーバーアロットメントによる第三者割当増資（+1.7億円）により、戦略的投資を可能とする現預金は増加。
- ✓ 有利子負債は36百万円から5百万円弱へと大幅に圧縮され、自己資本比率は約40%まで改善。
- ✓ 投資フェーズを見据えた健全な資本構成を維持しつつ、今後の成長機会に機動的に対応可能な体制を構築

既存の人材サービスでは満たされない企業の中途採用計画

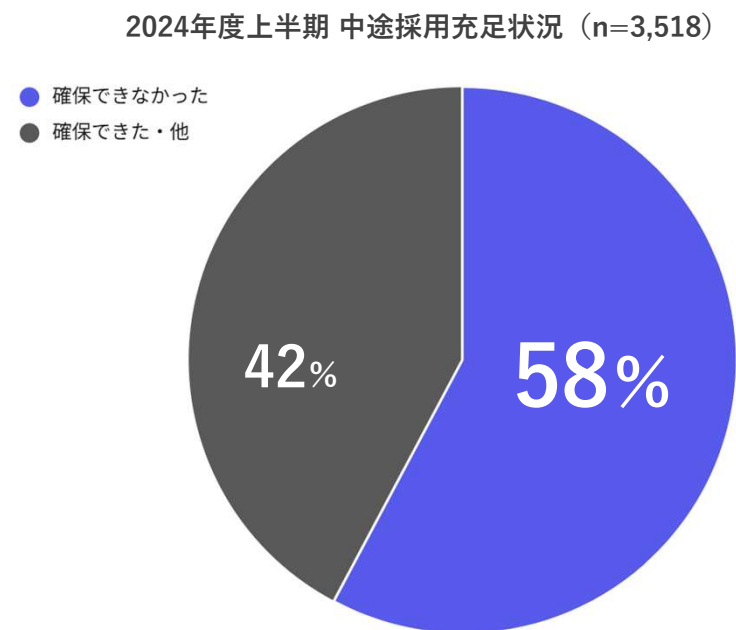
人材サービス市場は拡大している一方で、企業の半数以上が中途採用の計画に対して未達成

コロナ以降、有料の人材サービス市場は加熱



出典：厚生労働省「職掌紹介事業報告書」、全国求人情報協会「求人情報提供サービス市場規模調査結果」

中途採用計画が未充足の企業が半数以上



出典：リクルートワークス研究所「中途採用実態調査（2024年度上半期実績、正規社員）」

TalentXがリプレイスする既存市場と創出する新市場

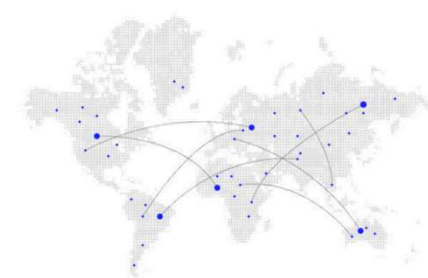
既存の仲介採用市場をリプレイスし、更に転職潜在層への市場まで拡大



世界の採用マーケティング市場

2022年

約15兆円※2



出典：※1 厚生労働省「職業紹介事業報告書 令和4年度版」、全国求人情報協会「求人情報提供サービス市場規模調査結果 2024年」

出典：※2 Fortune Business Insights Online Recruitment Technology Market Size, Share & COVID-19 Impact Analysis, 市場規模は日本円に換算しております。1米ドル当たり約148円（2025年5月12日時点）

売上成長を実現するための戦略

大手企業への新規開拓と深耕、Myシリーズのクロスセル開発を推進



売上成長を実現するための戦略（3つのステップにより急拡大を目指す）

潜在層にアプローチするTalentXには、新規開拓と既存企業の深耕に大きなホワイトスペースが存在

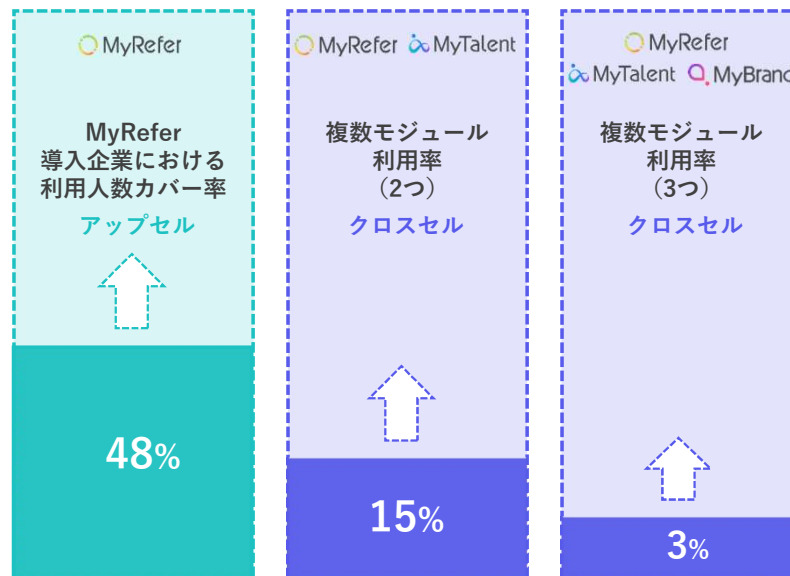
1.新規顧客開拓

 新規開拓に95%の余白が存在



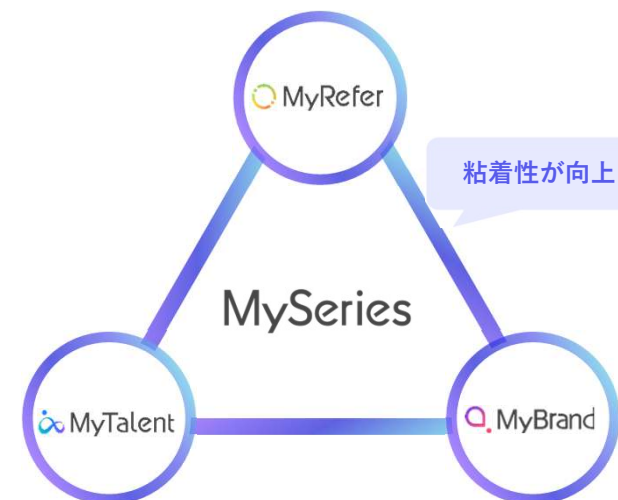
2.既存顧客のクロスセル

 既存顧客に多数のキャッシュポイントが存在



3.シナジー効果の発揮

 複数プロダクトが
つながることでチャーンが低下

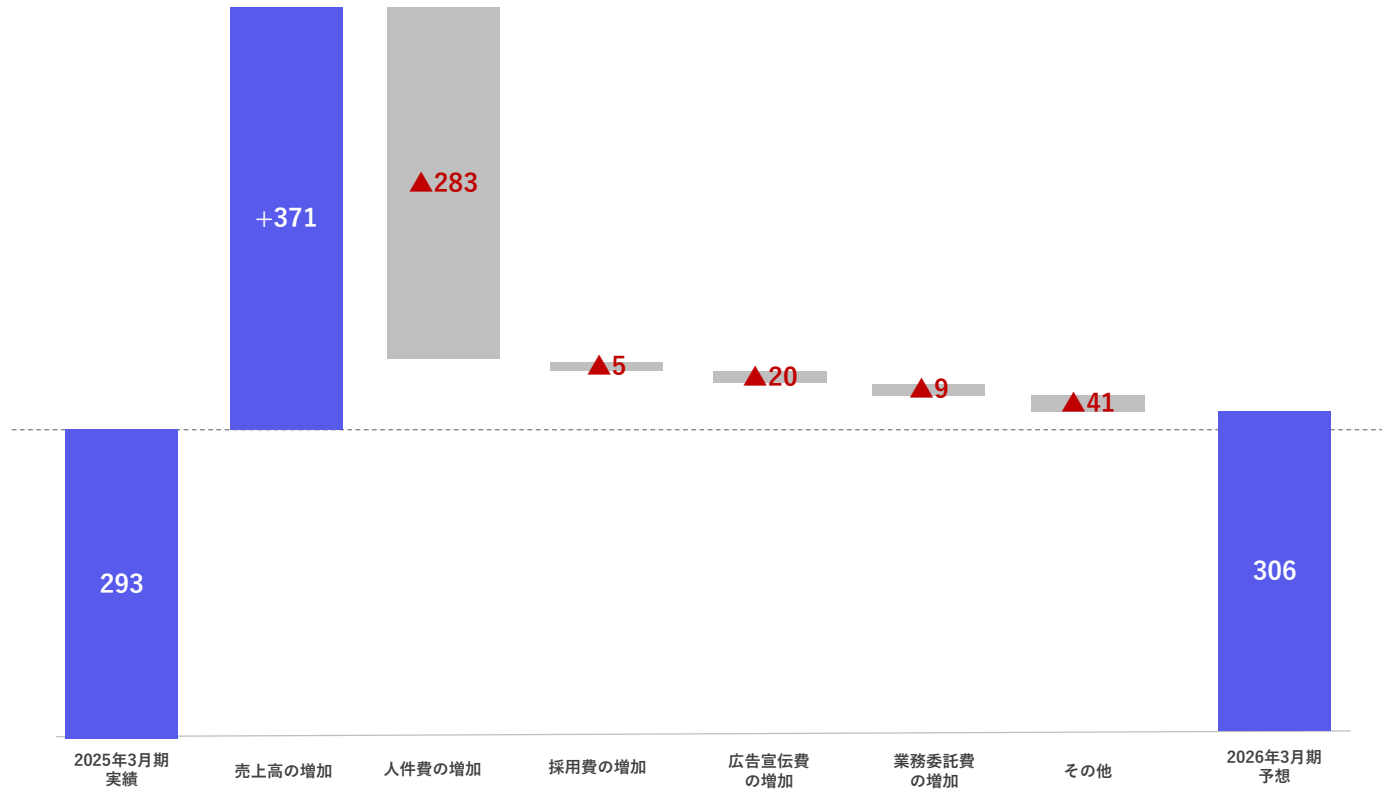


※各数値は2025年3月末時点のもの

営業利益の変動要因と戦略投資

次なる成長曲線に向けた土台構築フェーズと位置づけ、
人的資本を中心とした戦略投資を実施

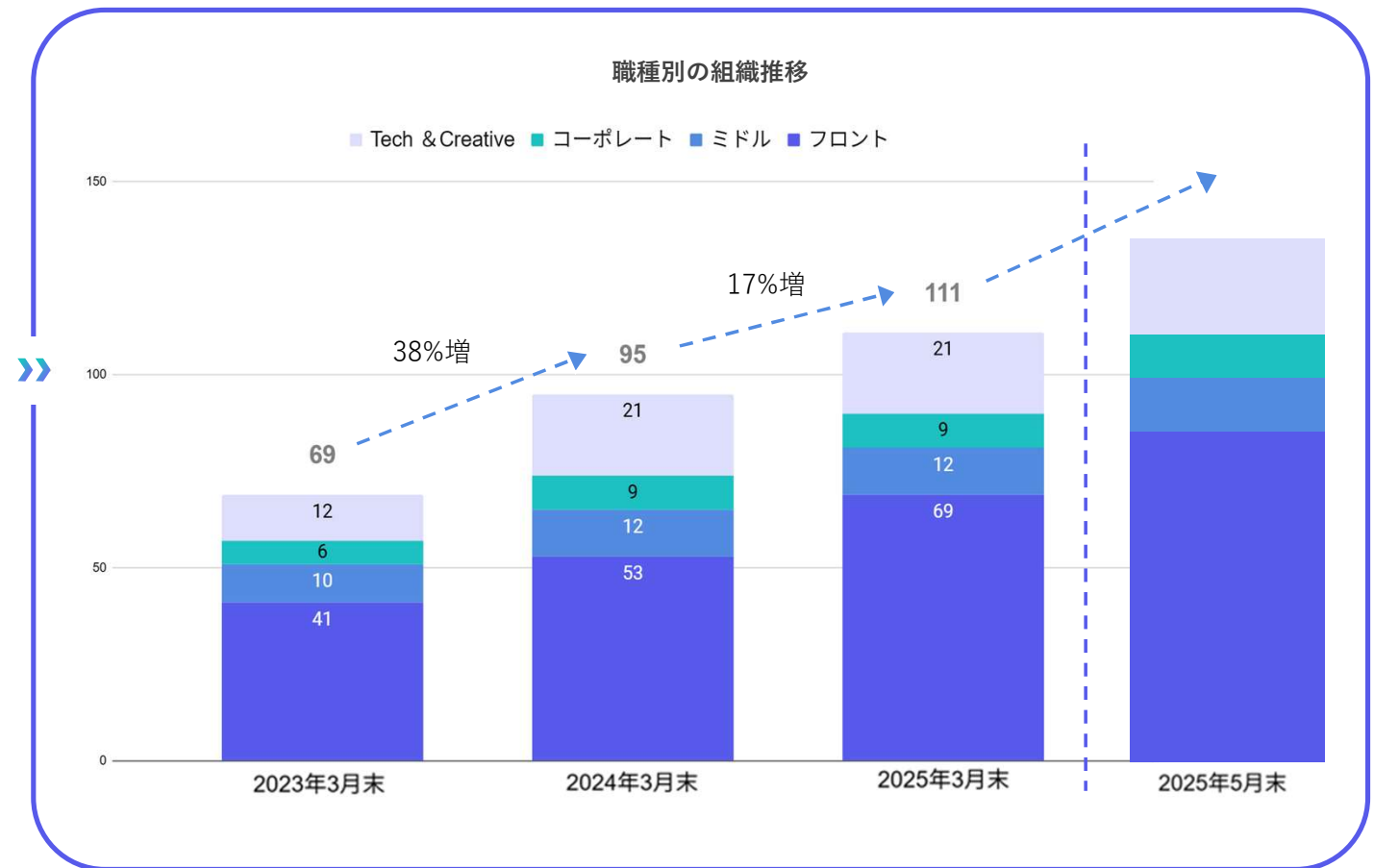
(単位：百万円)



- ✓ 営業人員を中心とした**人的資本**や**プロダクト開発**への投資を強化
- ✓ 売上成長による利益創出とのバランスを考慮した**再現性ある投資配分**を計画
- ✓ 自社がMyシリーズを活用するモデル企業となることで、採用コストの最適化と採用力の可視化を推進
- ✓ IPOによる信頼性向上を活かし、採用マーケティング領域におけるトップブランドとしてのポジションを確立

人的資本投資と組織の状況

売上高成長と収益性のバランスを取りながら、各部門の人員増強を実施
特に新規セールスポジションの採用を強化することで、将来を見据えた事業成長を加速させる



顧客アセットの余白と成長余地—新規開拓の注力ゾーン

2020年からのエンタープライズ顧客進行により顧客アセットの土台を構築
営業人員を増加させ、メガエンタープライズの開拓に加え、更に市場を広げる

従業員数	顧客数	コンタクト リスト保有率	占有率 ≒導入率	
10,000名以上	300	90%	20%	メガエンタープライズ 継続
5,000-9,999	430	80%	10%	
3,000-4,999	730	80%	5%	エンタープライズ スケール
1,000-2,999	3,400	80%	3%	
500-1,000	5,300	50%	1%	プレエンタープライズ (将来的なエンタープライズ) スケール

- ▼ **メガエンタープライズ**
- ・コンタクトリスト保有率は80%超
 - ・50%を超える顧客との接点
 - ・高い導入率から、同業顧客事例を活かしアカウントを攻略する

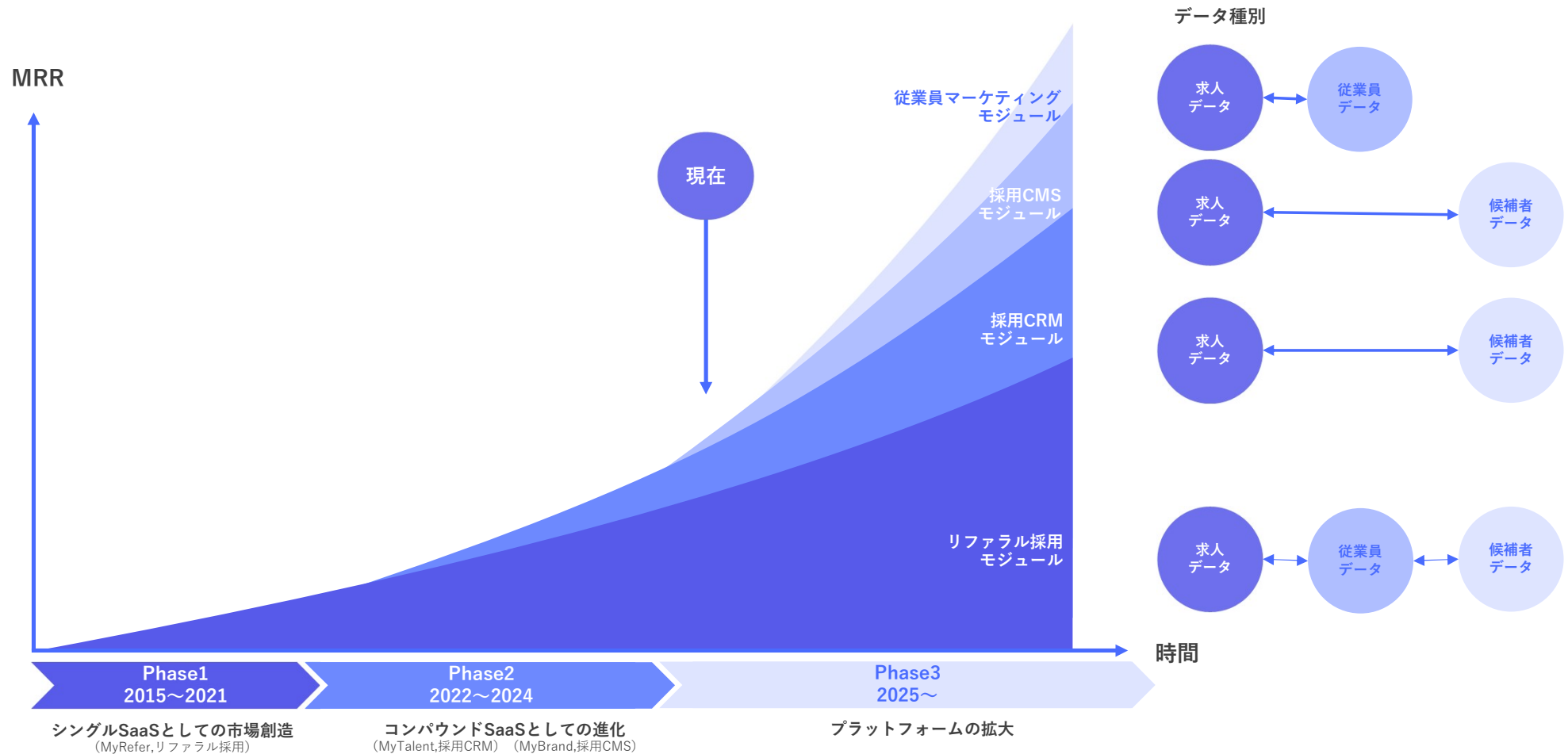
- ▼ **エンタープライズ**
- ・コンタクトリスト保有率は80%近い一方占有率は5%程度と余白が多い
 - ・セールスメンバーを増強し開拓を推進

- ▼ **将来的なエンタープライズ**
- ・採用マーケティングのトップランナーとしてブランド、市場認知向上に向けた戦略的なブランディングやマーケティング投資を実施

※顧客数は、当社CRM上の登録企業アカウント数を参照

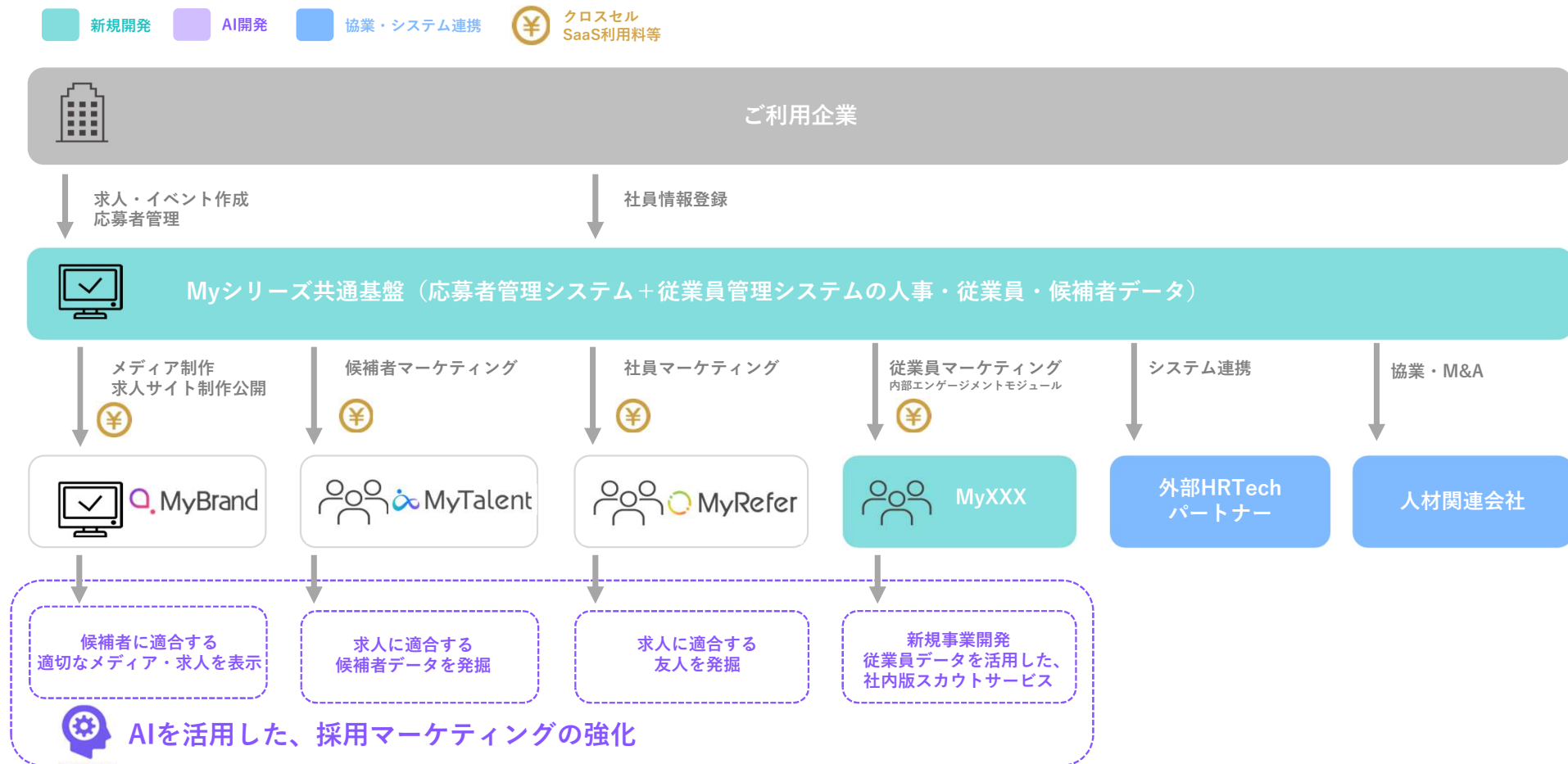
今後のプロダクト展開 | コンパウンドSaaSとしてのプラットフォーム進化

人事、従業員、候補者データを起点にシナジーの効く新規事業を再現性を持ってリリース



今後のプロダクト展開 | プラットフォームの強みを生かし、長期的に採用DXエコシステムを構築

大手向け採用DXプラットフォームの強みを生かし、AIと自社開発・連携で採用マーケティングエコシステムを構築

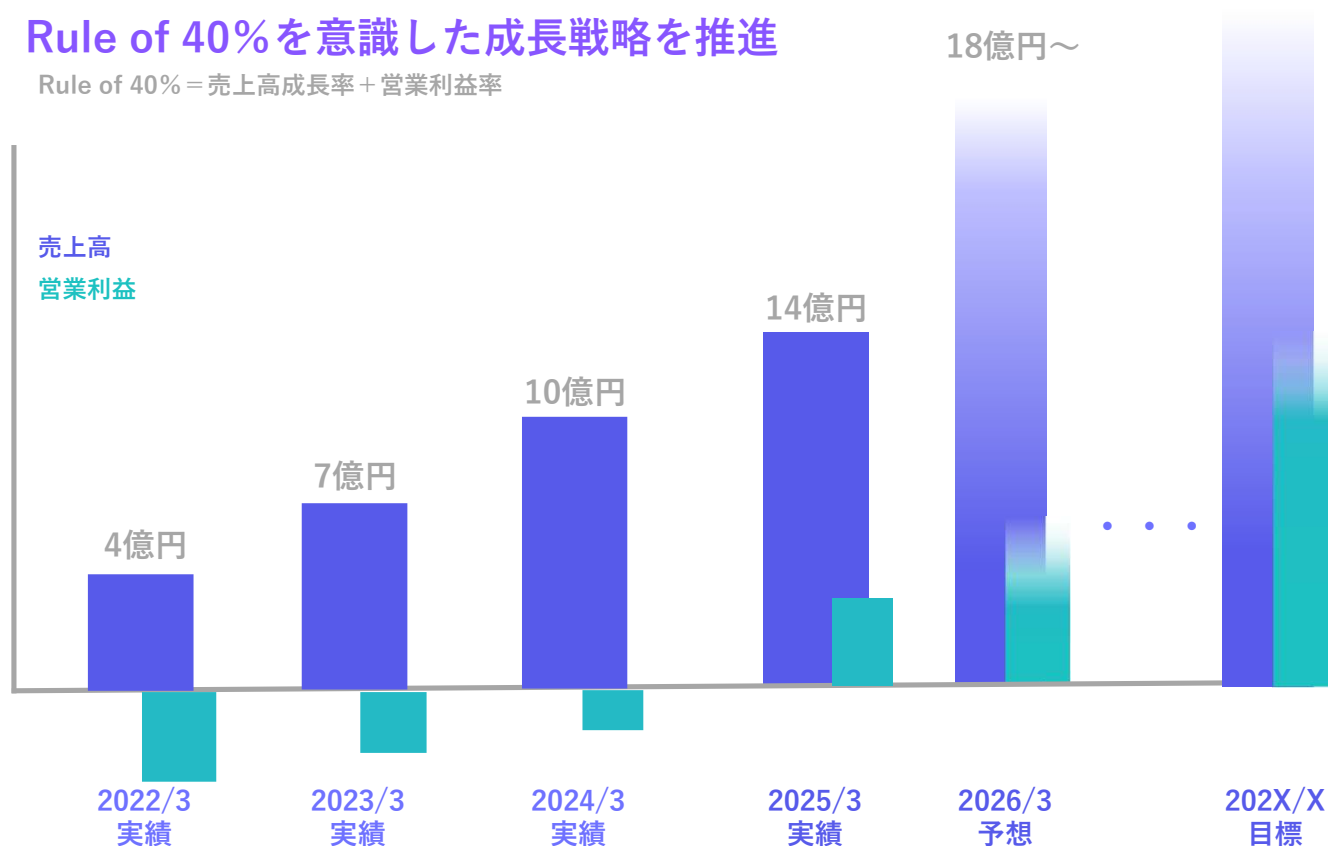


Rule of 40 を基軸とした中期成長戦略

粗利率80%以上の成長SaaSではあるものの、営業利益は既に黒字化。
売上高成長率と営業利益率の双方を意識した成長を目指す

Rule of 40%を意識した成長戦略を推進

Rule of 40% = 売上高成長率 + 営業利益率



● サステナブルな事業成長

- ・売上の90%以上がストック収益
- ・粗利率は80%以上を維持
- ・2024年3月期より通期営業利益は黒字
- ・2025年3月期は営業利益率20%

● プラットフォーム戦略の推進

- ・競合に対する参入障壁を構築する戦略推進
- ・プラットフォーム上に接続する新規事業、M&Aによる非連続成長を目指す

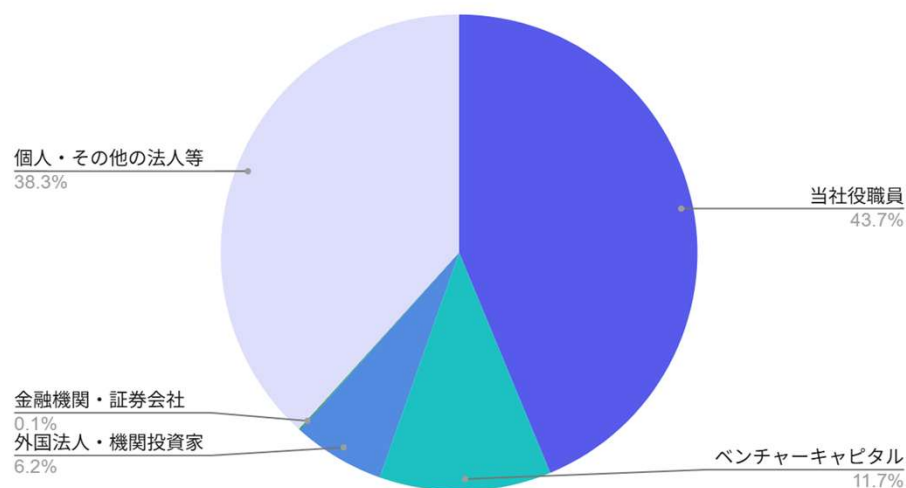
※SaaS40%ルールは、売上高成長率と利益率の合計が40%以上であることを理想とする指標。このルールは、SaaS企業の健全な成長と収益性のバランスを測るために用いられます。

上場後の株主構成

ベンチャーキャピタルの保有比率は、株価上昇に伴うロックアップ解除を経て、5%程度に低下。
オーバーハング懸念（上場後の売り圧力）は緩和に向かい、中長期視点の株主構成へと移行が進みつつある

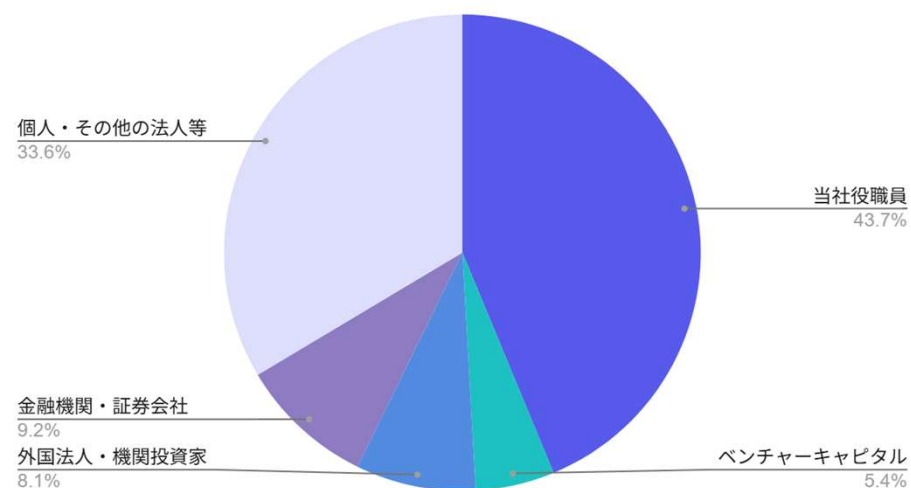
上場前

IPO時点



2025年3月末段階

2025年3月末時点



INDEX

- 01 事業内容
- 02 2025年3月期 通期業績
- 03 2025年3月期 ビジネスハイライト
- 04 2026年3月期目標と事業活動
- 05 会社概要
- 06 競合優位性
- 07 市場ポテンシャルと戦略方針



AI・テクノロジーで市場をゲームチェンジするHRTechカンパニー

Company

会社名 : 株式会社TalentX

代表者 : 鈴木 貴史

従業員数 : 109名 (2025年3月31日時点)

設立年月 : 2018年5月 (創業 2015年)

所在地 : 東京都新宿区神楽坂4-8 神楽坂プラザビルG階

事業内容 : 採用DXプラットフォームMyシリーズの企画開発運営

役員 :

取締役	細田 亮佑
社外取締役	北川 貞光
常勤監査役	工藤 郁哉
非常勤監査役	小久保 崇 (弁護士)
非常勤監査役	田中 博文 (公認会計士)

Purpose

人と組織のポテンシャルを解放する社会の創造

Vision

未来のインフラを創出し、HRの歴史を塗り替える



代表取締役社長 CEO

鈴木 貴史 (Suzuki Takafumi) 1988年生まれ 36歳

2012年、(株) インテリジェンス (現パーソルキャリア (株)) 入社

- 大手クライアントのキャリア採用を支援
- 既存の採用、転職のマッチングに非対称性を感じる

2015年、MyReferを創業

- 2015年、当時最年少にて企業内ベンチャーとしてMyReferを創業
- 人と人とのつながりをいかした「リファラル採用」を提唱し、サービス開発

2018年、株式会社TalentX (旧社名 (株) MyRefer) を設立

- リスクマネーを投資し、事業成長を加速するため、大企業からのMBOを実施

2022年にMyTalent、2024年にMyBrandをリリース

- HRの歴史を塗り替えるため採用マーケティングプラットフォーム“Myシリーズ”を始動
- 採用MA SaaS “MyTalent”、採用ブランディングSaaS “MyBrand”をリリース

Awards History

- 2019 MyRefer : 経済産業省後援「第4回HR テクノロジー大賞」採用サービス部門賞 優秀賞
- 2019 MyRefer : 日本の人事部「HRアワード2019」入賞
- 2022 MyTalent : 厚生労働省後援「第11回日本HRチャレンジ大賞」人材サービス優秀賞 (採用部門)
- 2024 MyTalent : 経済産業省後援「第9回HRテクノロジー大賞」採用サービス部門 優秀賞
- 2025 フィナンシャル・タイムズ社「High-Growth Companies Asia-Pacific 2025」受賞
- 2025 デロイト トーマツ グループ「テクノロジー企業成長率ランキング「Technology Fast 50 2024」」受賞

TalentXの事業概要

大手企業・成長企業を中心に、高コストかつ非効率な外部採用をリプレイスするSaaSを開発
企業の人材獲得をDX化し、効率を上げるためのソリューションを提供

従来の企業の一般的な人材獲得手段
(一過性のフロー型ビジネス)

人材獲得を外部のサービスに依存



AIにより
採用をDX化



TalentXのソリューション
(持続可能性の高いストック型ビジネス)

人材獲得手法をDX化し、自社完結



採用にもマーケティングの時代が到来

TalentXは、海外で進化した採用マーケティングの潮流を日本に導入し、
日本企業の人材獲得力を根本から強化する採用DXプラットフォームを提供

米国では2013年から採用マーケティングが浸透

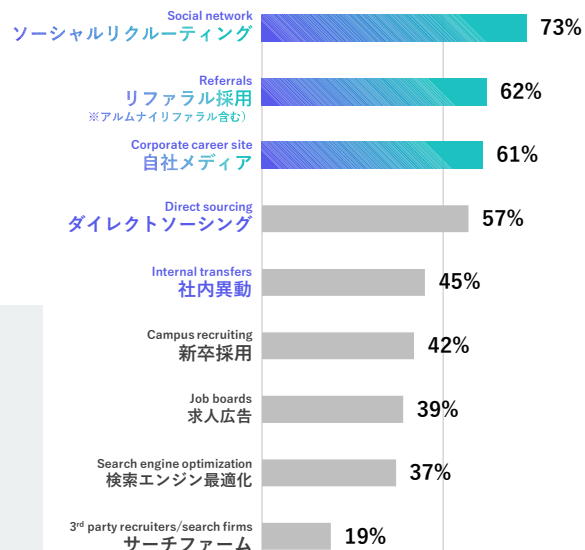


米国企業の採用に関する投資拡大順位（2013）

Q:
do you plan to increase
your investment in any of these
candidate recruiting sources
in 2013 compared to 2012?

Recruiting is marketing.

Recruiters live in a
multichannel world and
work multiple candidate
touch points from
their own career sites
to social networks
and beyond.



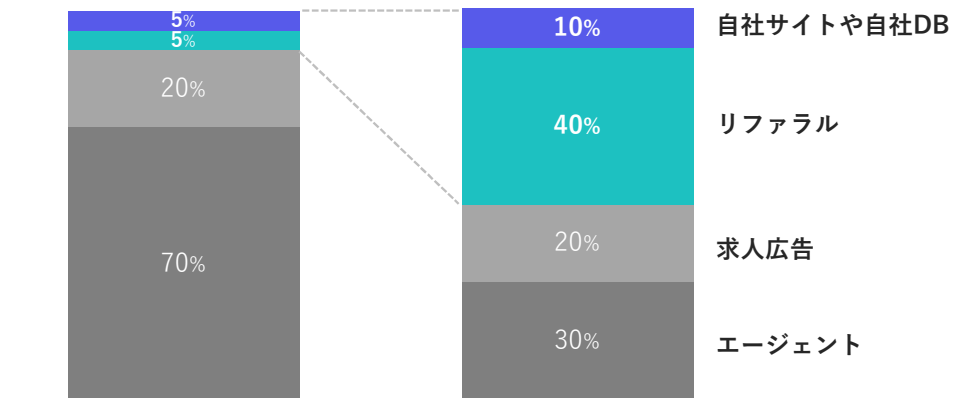
出典：Jobvite "Social Recruiting Survey Results 2013"

日系企業の代表的な採用手法を変革するTalentX



日系大手企業の
採用内訳

TalentXが目指す
採用マーケティングを
取り入れた世界観

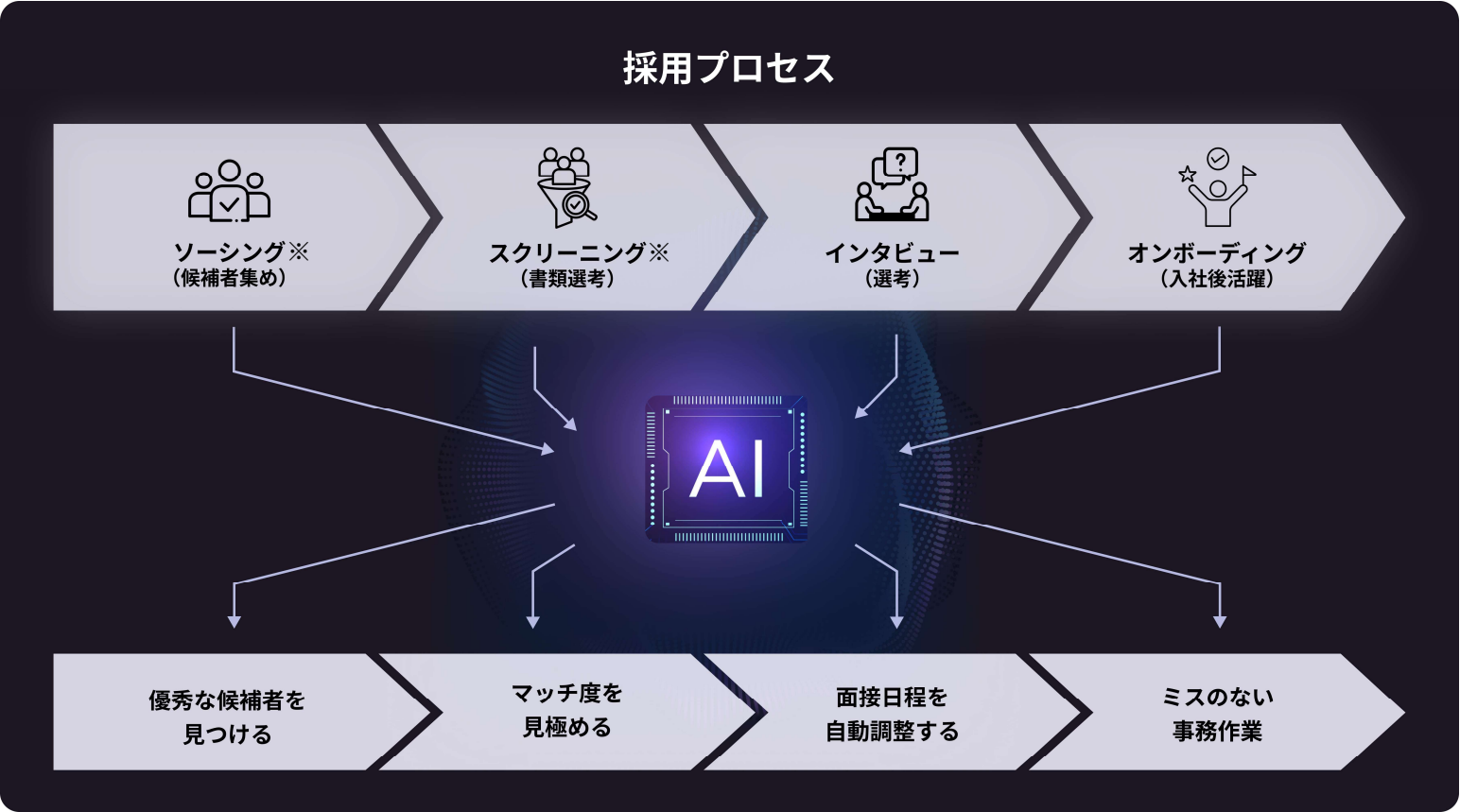


- ・採用コストが高い
- ・専門人材が採れない
- ・他社とバッティング
- ・一過性
- ・専門人材が採れる
- ・競合とバッティングしない
- ・採用コストを抑えられる
- ・持続可能性が高い

※当社調べ。弊社イベントに参加いただいたお客様へのヒアリングを基に作成。

海外で浸透する採用プロセスにおけるAI・自動化

グローバルでは、採用活動にAIや自動化を取り入れることが広まりつつあり、日本でも今後同様の流れがくることを想定し、プロダクトのコアバリューにAI・自動化技術を実装



グローバル調査
(採用×AIの普及)

人事担当者のなかで
候補者のソージングに
AIを信頼している割合

73%

今後1年以内に
何らかの形でAIを使用する
予定がある割合

70%

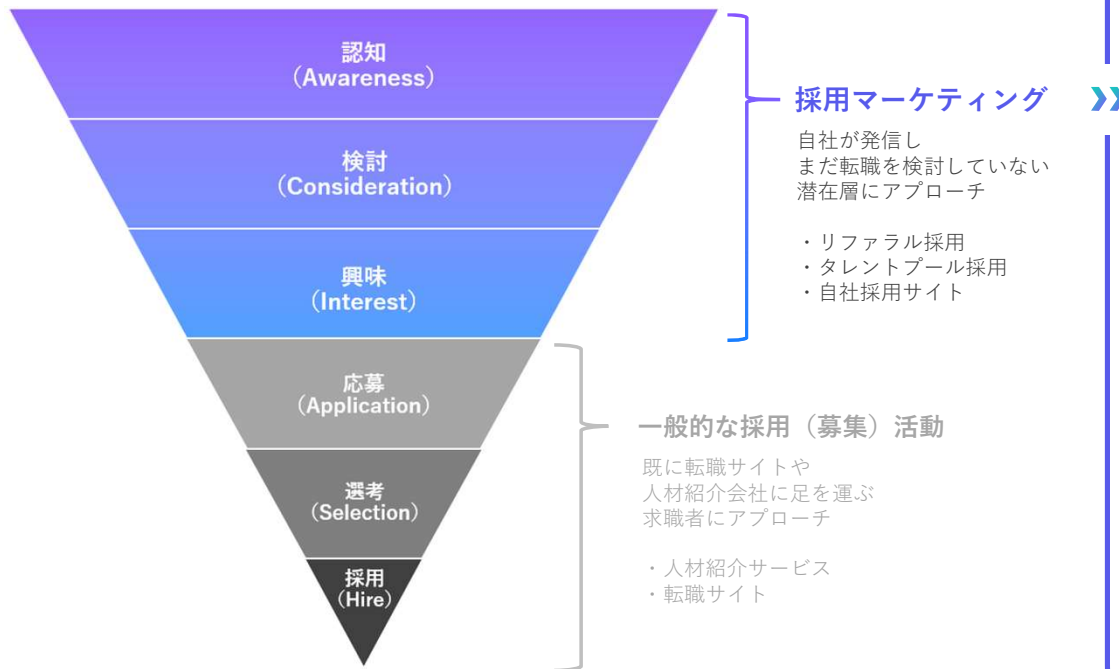
出展：The 2024 Global Guide to AI in Hiring
米国、英国、オーストラリアの
労働者と人事担当者4,000人以上に調査

※Myシリーズにおいて一部AI・自動化を実装済み。

AI・テクノロジーを駆使して労働人口減少時代の新たな採用スタンダードを創る

転職活動を実施していない『潜在層』にアプローチするテクノロジーを提供
数々のHRテクノロジー賞を受賞

AI・Technology



企業の潜在候補者をAI・テクノロジーで発掘し、
競合と戦わない採用に導くソリューションを提供
外部サービスに依存しない自社のビッグデータを活かし採用力を強化



テクノロジー受賞歴

- 2019年 MyRefer：経済産業省後援「第4回HRテクノロジー大賞」採用サービス部門賞 優秀賞
- 2019年 MyRefer：日本の人事部「HRアワード2019」入賞
- 2019年 MyRefer：BOXIL SaaS AWARD 2019 エンタープライズ賞
- 2022年 MyTalent：厚生労働省後援「第11回日本HRチャレンジ大賞」人材サービス優秀賞（採用部門）
- 2024年 MyTalent：経済産業省後援「第9回HRテクノロジー大賞」採用サービス部門 優秀賞

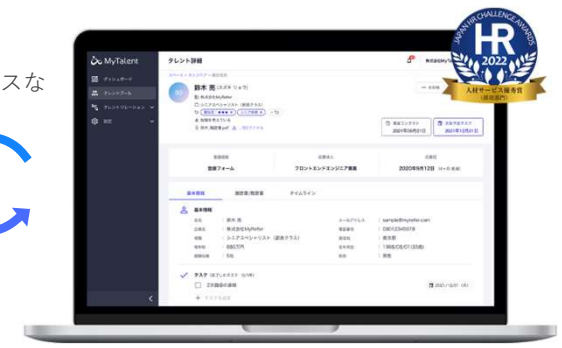
Myシリーズ概要



シームレスな
接続



シームレスな
接続



2024年1月～新サービス/
生きた採用コンテンツを。

ノーコードでオリジナルの
採用メディアを作成する
採用ブランディングサービス

企業と潜在候補者を結びつけ、
採用につなげる自社採用メディアを構築

利用従業員数 **100万** 名突破 /
社員をアンバサダーに。

「おすすめしたい」を加速する、
国内初のリファラル採用サービス

企業と従業員と候補者を結びつけ、
採用とエンゲージメント向上を支援

タレント登録数 **17万** 件突破 /
候補者をファンに。

「候補者リストを資産に変える」
国内初の採用MAサービス

潜在求職者のタレントプール構築から、
アプローチ、仕組化までを一気通貫で実現

※タレントとは、企業が採用可能性が高いと判断した候補者を指す

※ MyReferおよびMyTalentの「国内初」という表現は、自社調査に基づくものです。

※ MyReferに関する「利用従業員数100万名」、MyTalentに関する「タレント登録数17万件」はいずれも自社集計データ。

顧客の声 | Myシリーズ

大手企業・成長企業に広がる、採用・エンゲージメントの新たなスタンダード



富士通株式会社

従業員数：連結 124,000人
(2024年3月末現在)



三井住友海上

三井住友海上 火災保険株式会社

従業員数：12,143名（単体）20,393名
(連結) (2024年3月時点)



株式会社日立製作所

従業員数：28,672名
(2023年3月末時点)

従来の採用手法では、必要な即戦力人材にリーチできない課題があったため、転職潜在層へのアプローチを目的にMyReferを導入しました。

2018年からリファラル採用を本格導入し、**累計450名以上の採用を創出**しました。

初年度約20名だった採用数は年々増加し、2022年度は90名超、2023年度は160名超の実績を残しました。

特に、**リファラル採用者の内定承諾率は90%以上**と高く**入社後の定着率やエンゲージメント指数の向上**にも貢献しています。今後も、さらなる採用力向上を目指し、転職潜在層へのアプローチを強化していきます。

キャリア採用の拡大と転職潜在層へのアプローチ強化を目的に、Myシリーズを導入しました。

約9割近く依存していたエージェント採用からの脱却を計り、採用マーケティングを強化。キャリア採用数は2022年度の約100名から、**24年度では約250名見込みと2倍以上に拡大しています。**

過去候補者（新卒・中途）やリファラル、アルムナイなどのつながりを活用しながら循環型のキャリアネットワークを促進する「MSタレントネットワーク」を立上げデータドリブンな採用活動を実現しています。MSタレントネットワーク経由の**採用数は、全体採用数の2割から**

3割に引き上げ、最終的に5割の達成を目指します。

ジョブ型人財マネジメントの推進と即戦力人材の獲得を目的に経験者採用を強化しており、転職潜在層へのアプローチ手段として**リファラル（MyRefer）、タレントプール（MyTalent）、採用ブランディング(MyBrand)の導入**に踏み切りました。

アルムナイ（退職者）や過去内定者のキャリア登録を活用することで、中長期的なタレントプールの形成を目指しています。**導入後、約半年で500名以上が登録し**、アルムナイやキャリア登録者への個別アプローチや情報提供を強化しており、採用成果が目に見える形で出ています。加えて、リファラル採用で活用中の**MyReferとの連携により、採用マーケティングの精度が向上し**、より効果的な人材獲得が可能となりました。

INDEX

- 01 事業内容
- 02 2025年3月期 通期業績
- 03 2025年3月期 ビジネスハイライト
- 04 2026年3月期目標と事業活動
- 05 会社概要
- 06 競合優位性**
- 07 市場ポテンシャルと戦略方針

事業の特徴と強み

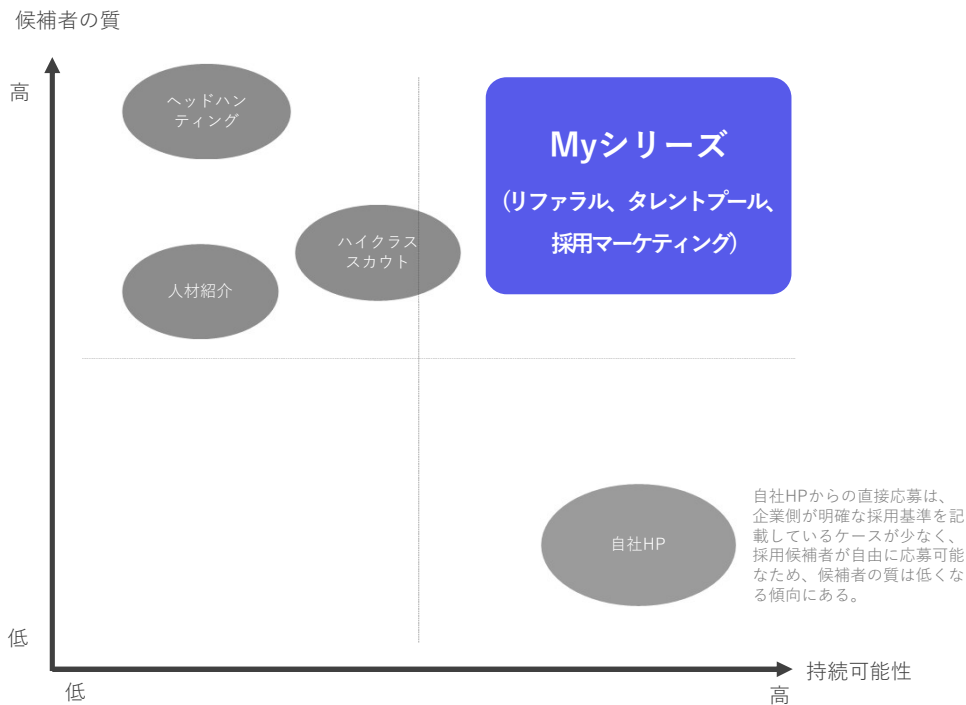
- 1 「採用×SaaS」の独自ポジショニングで安定と成長を両立
- 2 大手企業の顧客を中心とした強固な収益基盤
- 3 大手企業への再現性のあるアップクロスセル余地
- 4 プラットフォーム戦略によるネットワーク効果

1. 「採用×SaaS」の独自ポジショニングで安定と成長を両立

売上のボラティリティが激しい人材採用市場で**再現性のあるグロースを実現**

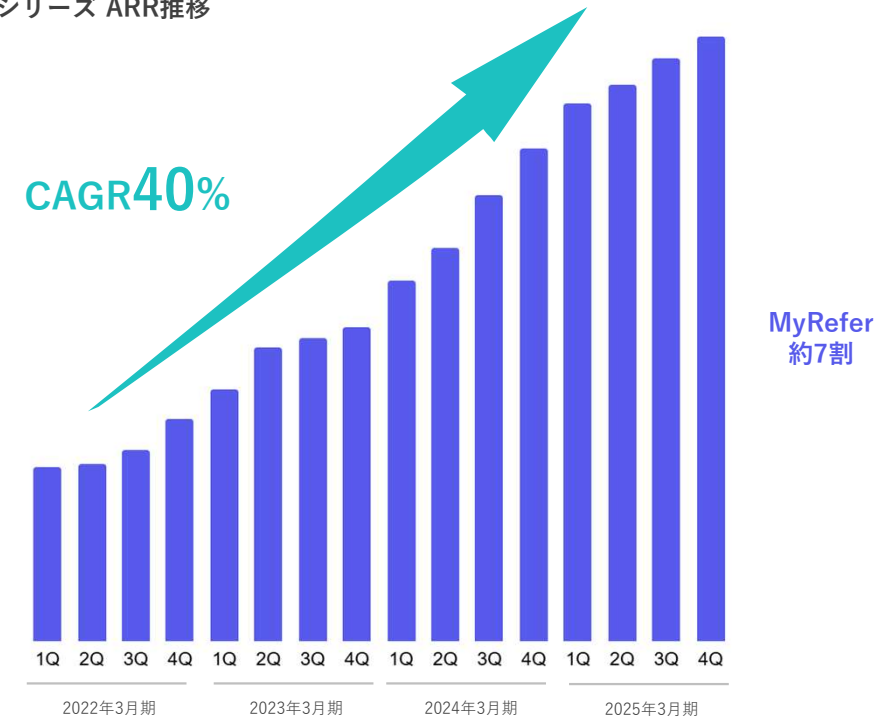
採用候補者の質が高く、持続可能性に富むポジショニング

※持続可能性：過去にかけた採用活動におけるコストやリソースが、将来的な採用活動にどれだけ持続的に貢献できるかを指す概念。



リカーリング収益のみで再現性のある成長

■ Myシリーズ ARR推移



※ARR (Annual Recurring Revenue) は、期末MRRを12倍して算出
※プロダクトARRと付随するプロフェッショナルサポートも含む

1. 「採用×SaaS」の独自ポジショニングで安定と成長を両立

利用すればするほど価値が上がるビジネスモデルだからこそ、採用領域ながらも低い解約率を実現

経年利用で価値が増え続けるサービスモデル

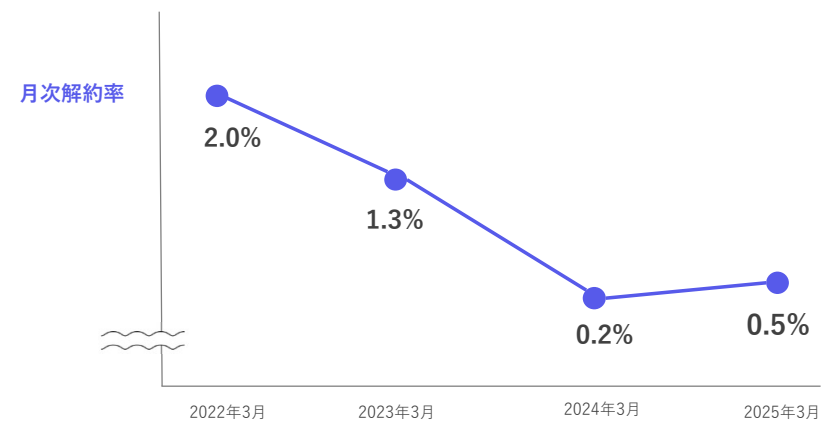


採用サービスながらも低い解約率

一般的な採用サービス

一般的な採用サービスは短期的な利用で終了（解約）する単発受注型ビジネス

持続可能なストックビジネスにより低い解約率を実現



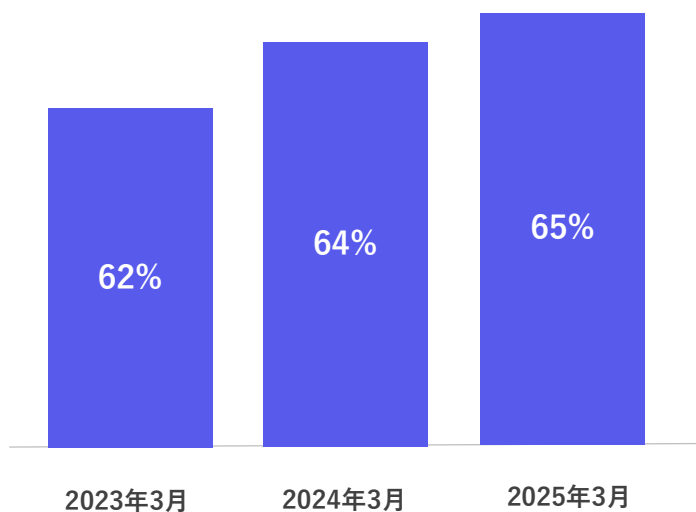
月次解約率：Myシリーズをご利用いただいているお客様におけるNet Revenue Churn Rateの12か月平均。

2. 大手企業の顧客を中心とした強固な収益基盤

Myシリーズ利用企業の65%が大手企業

創業期より大手企業向けにプロダクト開発を進めてきた結果、強固な参入障壁を築けている

Myシリーズの大手企業利用割合※



※Myシリーズを利用する企業における、従業員数1,000名以上の大手企業が占める比率

大手企業に支持される理由

事業開発	創業期から大手企業をユーザーとして取り込み
営業戦略	業界毎にセンターピンを決め、事例を水平展開
組織	ソリューション型の営業組織を設計
プロダクト	大手企業の要望を満たす柔軟かつ堅牢なシステム

・ カスタマイズ可能な機能

・ 優れたUI/UX / システム統合

・ 強固なセキュリティ

・ 柔軟なサポート

・ エージェントより安価



※インタビュー記事やマーケティングセミナーにて導入事例として公表させていただいた企業様より一部抜粋

3. 大手企業への再現性のあるアップクロスセル余地

大手企業へのARPAは導入以降、年々増加
MyReferのアップセル、Myシリーズのクロスセルと多くのキャッシュポイントが存在

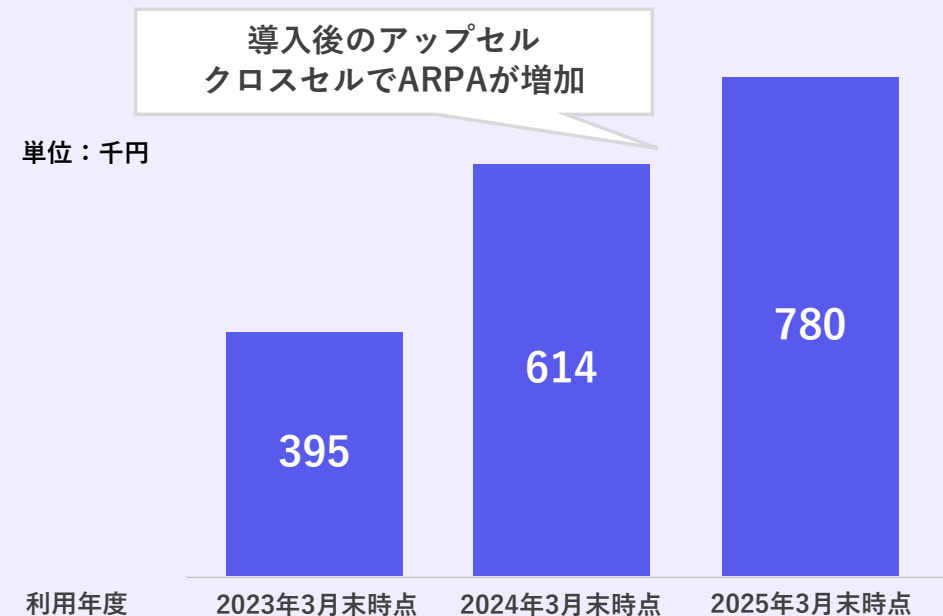
ARPA

32万円/月 YoY113%

$$\text{ARPA (月)} = \frac{\text{当月末のMRR}}{\text{当月末の利用企業数}}$$

※2025年3月末時点

アップクロスセル実施している大手企業のARPA推移

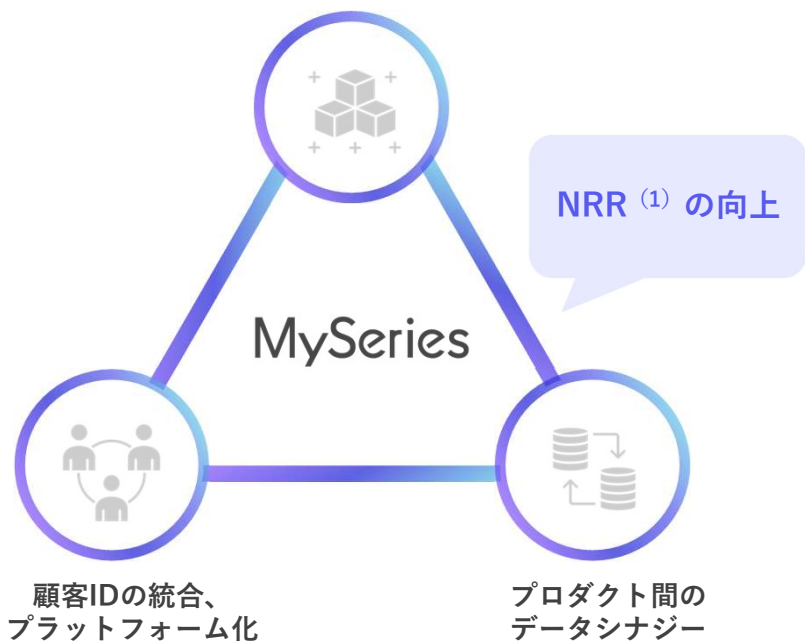


※2025年3月末時点で大手企業の中で複数モジュール導入いただいている企業におけるARPA平均値推移

4. ネットワーク効果によるMyシリーズのプラットフォーム価値向上

共通のニーズと市場にアドレスするSaaSで構築されたプラットフォームであり、
営業窓口が同一のため、**新規顧客獲得と既存顧客深耕に複利成長をもたらす**

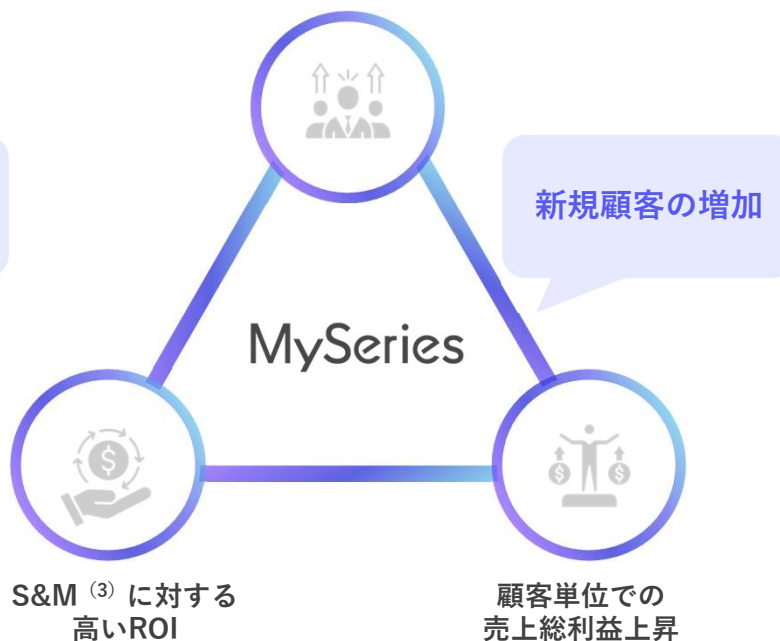
相互補完的で密接に関連する
プロダクト



MyRefer単体での事業運営時と比較して、ACV ⁽²⁾ が約1.6倍へ成長

※MyRefer、MyTalent共通利用顧客における2022年3月期及び2025年3月期の売上高より比較

営業生産性の向上



MyRefer単体での事業運営時と比較して、ROASが約2.5倍へ成長

※2022年3月期及び2025年3月期における新規営業及びマーケティングコストに対する新規受注金額より算出し比較

プロダクトの共通ニーズ

効率よく自前で
人材を獲得したい

プロダクトの共通市場

採用市場
(1.5兆円)

1.NRR (Net Revenue Retention) : 売上継続率。既存顧客からの収入の増減を確認する指標。
2.AC (Annual Contract Value) : 顧客が支払う年間契約金額。
3.S&M (Sales & Marketing) : 営業及びマーケティングに関する費用全般。

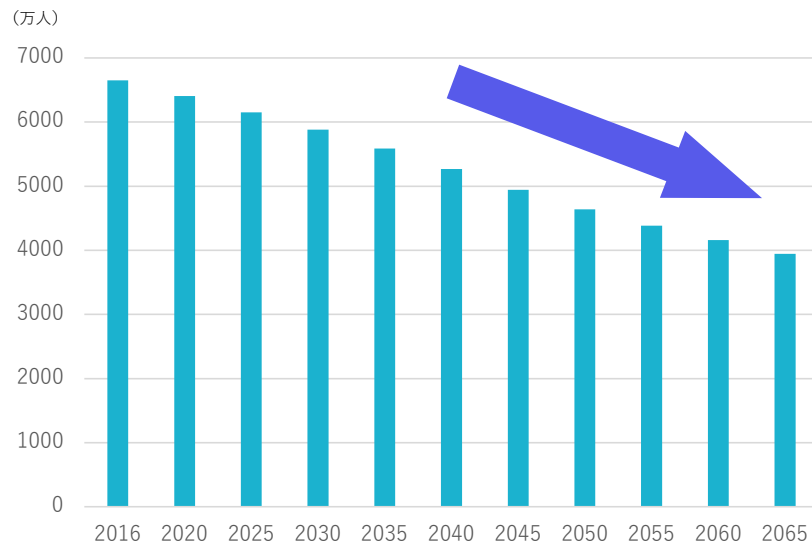
INDEX

- 01 事業内容
- 02 2025年3月期 通期業績
- 03 2025年3月期 ビジネスハイライト
- 04 2026年3月期目標と事業活動
- 05 会社概要
- 06 競合優位性
- 07 市場ポテンシャルと戦略方針

法人を取り巻く採用市場_減少する労働人口と増加する企業の採用ニーズ

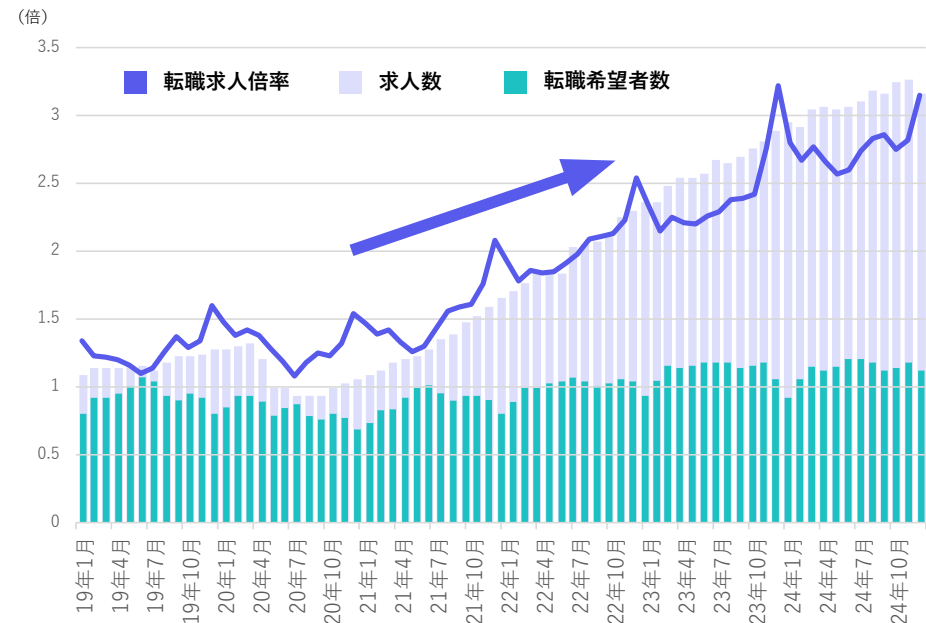
労働人口の減少が大きな社会課題であるなか、**企業の人材採用ニーズは増加の一途**をたどっている

ほぼ全ての職業にて人手不足
(特に**専門・技術人材**の労働人口の不足が顕著)



出典：みずほ総合研究所株式会社（現 みずほリサーチ＆テクノロジーズ株式会社）作成（総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」）

労働人口の減少に反し、求人数は増加の一途



出典：パーソルキャリア株式会社「転職求人倍率レポート（2024年12月）」

個人を取り巻く転職市場_増える転職潜在人口とTalentXの参入機会

既存の採用サービスではリーチしきれない**潜在層を含め転職等希望数が過去最高の1,000万人を突破**

労働力人口6,967万人のうち、
1年間で転職をする層はわずか5%

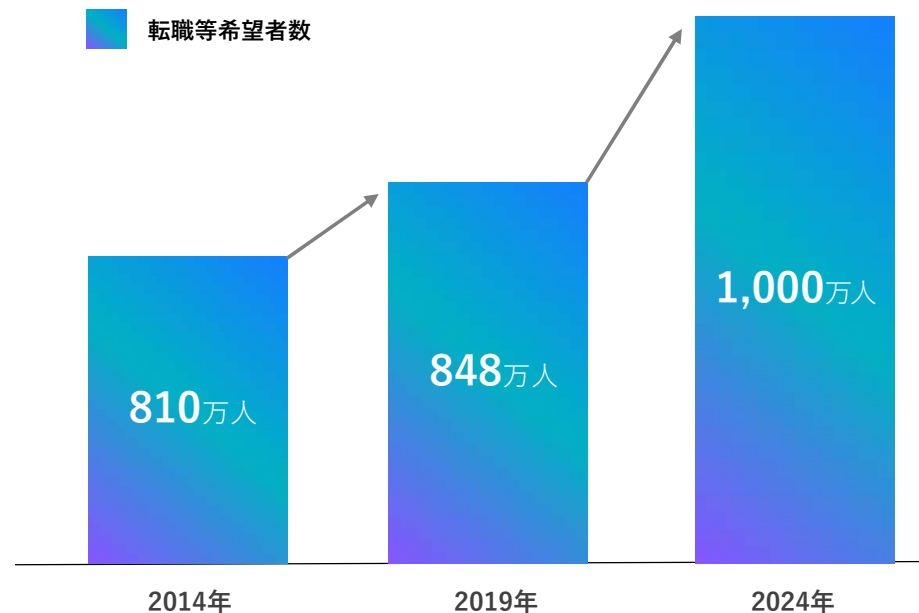
新たな機会を求めている
転職希望者が1,000万人を突破



95%

新しい採用手法

リファラル（友人・知人ネットワーク）、アルムナイ（出戻り）、ブログ・メディアなどの新しい採用手法



出典：総務省統計局「労働力調査2024年」 ※「転職者」とは、就業者のうち前職のある者で、過去1年間に離職を経験した者

TalentXがリプレイスする既存市場と創出する新市場

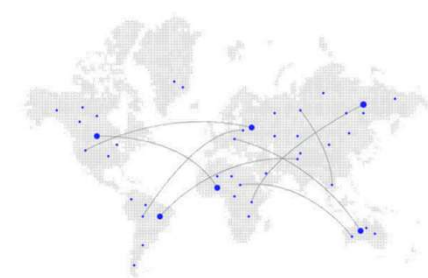
既存の仲介採用市場をリプレイスし、更に転職潜在層への市場まで拡大



世界の採用マーケティング市場

2022年

約15兆円※2



出典：※1 厚生労働省「職業紹介事業報告書 令和4年度版」、全国求人情報協会「求人情報提供サービス市場規模調査結果 2024年」

出典：※2 Fortune Business Insights Online Recruitment Technology Market Size, Share & COVID-19 Impact Analysis, 市場規模は日本円に換算しております。1米ドル当たり約148円（2025年5月12日時点）

未来の構想とTalentXシナリオ

エンタープライズ市場で面を拡大し、採用市場全体をリプレイス



※1 コアターゲットの定義=日本国内の中途採用において人材紹介、または媒体を出稿している企業

※2 ACV (Annual Contract Value) : 顧客1社あたりの年間契約額

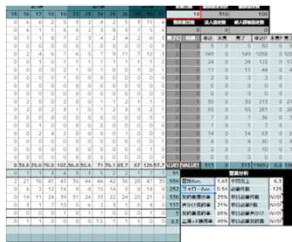
※3 TAM (Total Addressable Market) : 事業が獲得できる可能性のある全体の市場規模。求人広告と人材紹介業を合わせた採用市場規模全体。

※4 SAM (Service Available Market) : 事業が獲得しうる最大の市場規模。当社CRMで管理している日本国内の従業員数1,000名以上の企業3,738社のうち、Myシリーズがコアターゲットとしている企業数（中途採用において人材紹介または媒体を活用している企業）を算出。コアターゲット企業数を従業員数1,000～2,999名、3,000名以上に分類し、Myシリーズ（MyRefer、MyTalent、MyBrand）の新規獲得時の月額利用料を積算。これを1年間分（12か月分）に換算して推計。

企業の自社採用力を強化する、HR業界のインフラを目指す

CRMが営業活動に変革をもたらした歴史を、採用領域に持ち込むTalentXの事業戦略

かつての営業活動



- ・ 外部の広告に依存
- ・ 紙 / エクセルで管理
- ・ 数々のリスト、デスクで眠る名刺

CRM

現在の営業活動



- ・ 自社の見込み顧客にマーケティング
- ・ Webで情報の一元管理
- ・ 営業プロセスの効率化・自動化

現在の採用活動

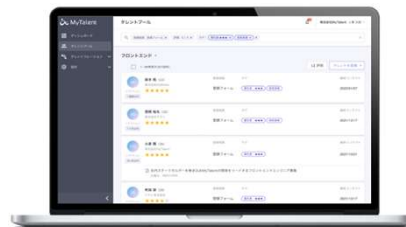


- ・ 外部の人材紹介に依存
- ・ 一過性の採用活動
- ・ 応募者データを破棄

未来の採用活動

MySeries

MyRefer MyTalent MyBrand



TalentX

- ・ 自社の候補者にマーケティング
- ・ 持続可能な採用活動
- ・ 候補者情報を資産として一元管理

令和を代表する会社を創る。

TalentXは、「企業の採用力向上」をテーマにした人材テクノロジー企業です。

日本の採用市場は、1970年代の人材紹介、2000年代の求人メディア、2010年代のスカウト採用と進化してきました。
しかし、これらの手法はいずれも外部のデータベースに依存しており、企業自体の採用力を高めるものではありませんでした。

少子高齢化が進む中、企業は待つだけではなく、自らタレントを惹きつける力を持たなければならない。
採用競争力こそが、企業の成長を左右する時代に突入しています。

TalentXは、企業が自社の採用力を高めるためのプラットフォームを提供しています。

MyRefer：社員がリクルーターになるリファラル採用

MyBrand：自社メディアで企業の魅力を発信する採用ブランディング

MyTalent：応募者データを資産化する採用マーケティング

私たちが目指すのは、AI・ITを駆使した採用版セールスフォースです。
営業の世界がCRMによって変革されたように、TalentXは採用CRMを日本に創出し、HRの歴史を塗り替えます。

採用市場にまだ存在しない“新しい当たり前”を創造し、令和を代表する企業へ。
TalentXの挑戦は、ここからさらに加速していきます。

Founder & CEO 鈴木 貴史

Statement

TalentX
Game-Changing the Work



Appendix

TalentX

IPOの目的

ブランド認知の向上と事業開発・人材開発への投資を通じ、持続可能な成長を実現します。

① 採用マーケティングのブランド・市場認知の向上

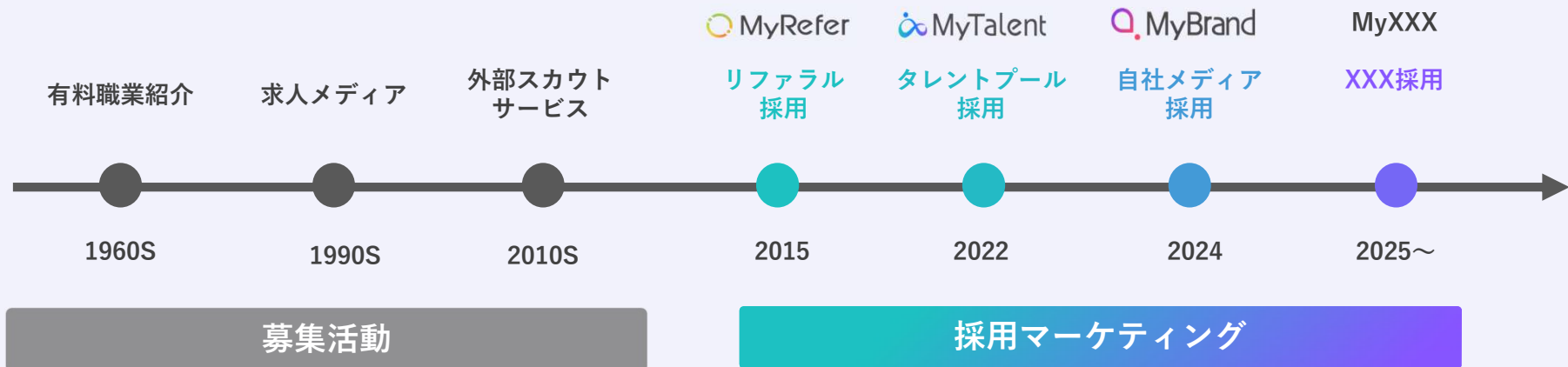
当社は、「採用マーケティング」という新たな概念を提唱し、従来の採用手法とは異なる市場価値を創出してまいりました。株式上場を通じて得られる信用力と知名度は、この先進的なアプローチを広く普及させるための重要な基盤となると考えております。

② 新規事業への成長投資

株式上場による資金調達を活用し、採用DXプラットフォーム「Myシリーズ」を基盤とする新規事業開発を推進します。この投資により、持続可能で再現性のある市場価値の創出を目指し、事業領域をさらに拡大します。

③ 優秀な人材（タレント）の確保

当社自らが「採用マーケティング」を実践し、優秀な人材を確保することは、成長戦略の中核を成すテーマです。株式上場による認知度と信頼性の向上は、人材獲得を促進し、当社の競争力を支える基盤をさらに強固にするものと考えております。



ビジネスモデル

企業の採用を変革するHRX事業としてプロダクトとコンサルティングを提供

Attract
(人材を惹きつける)

Engage
(人材と関係を築く)

Retain
(人材を保持する)



テクノロジー

SaaS

MyBrand

ノーコードで自社独自の採用メディアを作成できるSaaS
Myシリーズプラットフォームの採用プランディングモジュールを担う

MyTalent

過去応募者やアルムナイなど潜在層を独自データベース化し、AIを活用したスカウトを可能とする採用MA SaaS
Myシリーズプラットフォームの採用MAモジュールを担う

MyRefer

従業員をリクルーター化し、ネットワークを活用したリファラル採用を促進するSaaS
Myシリーズプラットフォームのリファラル採用モジュールを担う

MySeries Platform



コンサルティング

Performance

RXO

Myシリーズプラットフォームの展開を通じて寄せられる顧客のニーズに応え、採用戦略全般をコンサルティングするRXO事業や、その他採用決定時に収益を計上する成果報酬事業を展開

※リカーリング売上は、Myシリーズのシステム利用料やサポート利用料などの定期収益
※パフォーマンス売上は、コンサルティングや成果報酬などの収益
※RXO (Recruitment Transformation Outsourcing)
部分的な採用オペレーション業務の代行 (RPO) にとどまらず、人事採用部門のパートナーとして戦略・戦術の変革(X)を実現するTalentX独自のコンサルティングサービス
※HRX (Human Resource Transformation) 人事変革を指す

コンパウンドSaaS 開発を推進する新規事業・プロダクト開発力の優位性

プロダクト単位でチームが分かれており、マトリックス組織を構築。
コンパウンドプラットフォームの開発（全体最適）と、新規事業のグロース（部分最適）の双方を推進する体制を実現

コンパウンド開発会議

マトリックスの組織運営



構成比率：正社員80% 業務委託20%

リスク情報

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」と認識する主要なリスク及び対応策は、以下の通りです。

項目	リスクの内容	可能性	影響度	時期
人材の確保	当社は、今後更なる業務拡大に対応するため、優秀な人材を確保し、継続して育成・定着させることが重要な課題であると考えております。このため採用活動を強化するほか、入社後の研修等の充実を図るなど、各種施策を推進しております。 しかしながら、当社が求める人材を十分に確保できず、また社内における人材育成が計画通りに進まない場合、適正な人員配置が困難となり、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。	中	中	特定時期 なし
情報管理体制	当社は、提供するサービスに関連して顧客企業の機密情報や個人情報を取り扱っております。当社では、個人情報の取り扱いの重要性を十分に認識しており、「個人情報の保護に関する法律」や「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン」の要求事項の遵守に努めております。これらの情報資産を保護するため、プライバシーマークを取得しているほか、個人情報保護方針、情報セキュリティに関する方針を定め、この方針に従って各種規程、マニュアルを制定し、法令の遵守を徹底する体制の整備及び社内教育を実施し、情報資産を適切に管理、保護しております。 しかしながら、このような対策にもかかわらず重要な情報資産が外部に漏洩した場合には、当社の社会的信用の失墜、損害賠償請求の発生等により、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。	中	大	特定時期 なし
新規事業への投資	当社は、事業規模の拡大と収益源の多様化を実現するため、新規事業を開発するための取り組みを積極的に進めていく方針であります。 新規事業が安定して収益を生み出すまでには、一定期間、研究開発等への投資を要することが想定され、全社の利益率を低下させる可能性があるため、新規事業への投資については市場動向を十分に観察・分析し、事業計画等を慎重に検討した上で実行判断をするほか、既存事業の収益とのバランスを勘案しながら、許容できるリスクについて判断しております。 しかしながら、将来の事業環境の変化等により、新規事業が当初の計画どおりに推移せず、投資に対して十分な回収を行うことができなかった場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	特定時期 なし
システムトラブル	当社のサービスはインターネット経由で提供されており、サービス基盤は社内外のネットワークやシステムに依存しております。このため当社では、安定的なサービス提供のため、情報セキュリティの強化を行うなどのシステム管理体制を強化しております。 しかしながら、自然災害や事故等により、電力供給の停止等の予測不可能な様々な要因により、ネットワークやシステムが停止した場合には、サービスを提供することが不可能となる場合があります。またアクセスの一時的な増加による負荷増大で当社システムが停止する場合や大規模なプログラム障害でサービス提供に支障が出る場合があります。さらに、外部からの不正な手段によるコンピュータ内への侵入等の犯罪や当社担当者の過誤等によって、当社のシステムに重大な影響が出る場合があります。これらの場合、当社のサービスへの信用度が著しく低下し、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	低	大	特定時期 なし
法的規制	当社は、「不正アクセス行為の禁止等に関する法律」、「電子署名及び認証業務に関する法律」、「個人情報の保護に関する法律」、「不正競争防止法」、「下請法」、「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」、「電気通信事業法」、「職業安定法」等の法的規制を受けております。これらのうち、当社が事業を展開するに当たり大きく影響を受ける法律は、「個人情報の保護に関する法律」、「職業安定法」であります。当社は、「個人情報の保護に関する法律」をはじめとする主要法令等の遵守を徹底する体制の整備及び社内教育を実施し、関連諸法令等の遵守を図っております。 当社プロダクト「Myシリーズ」を提供すること自体は顧客へのシステムの提供であり、有料職業紹介事業の許認可を要するものではありませんが、「Myシリーズ」に付随するサービス等については有料職業紹介事業許可に基づき行っているものがあります。この点、「Myシリーズ」に付随するサービス等から生じる売上高の全体に占める割合は現状僅少であり、本サービス等を実施する場合は職業安定法をはじめとする関連諸法令等を適切に遵守しております。 また、「Myシリーズ」を利用される顧客に対しては、利用の仕方やリファラル制度設計上、職業安定法等の規制に抵触しないよう留意する必要があるため、当社から適切に注意喚起等を行っております。 しかしながら、このような対策にもかかわらず、新たな法令の制定や既存法令における規制強化等がなされ、当社の事業が制約を受ける場合、もしくは万が一法令等遵守体制が機能しなかった場合、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。 なお、当社では、職業安定法に基づく有料職業紹介事業の許可を得て、サービスを提供しておりますが、現時点で当該許可の継続に問題となるような事象は発生しておりません。	低	大	特定時期 なし

※その他のリスクは有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

財務ハイライト・KPI

損益計算書

(単位：千円)	FY2023/3	FY2024/3	FY2025/3
売上高	727,159	1,062,787	1,434,211
売上高成長率	62%	46%	35%
売上総利益	520,253	862,713	1,196,245
売上総利益率	72%	81%	83%
営業利益	△ 94,526	27,214	293,858
営業利益率	-	3%	20%
経常利益	△95,464	26,635	276,146
経常利益率	-	3%	19%
当期純利益	△ 93,744	26,960	366,717
当期純利益率	-	3%	26%

貸借対照表

(単位：千円)	FY2023/3	FY2024/3	FY2025/3
資産合計	517,123	630,517	1,162,629
流動資産	395,913	533,265	993,983
固定資産	121,210	97,251	168,646
負債合計	483,451	569,885	700,779
流動負債	400,525	498,673	652,807
固定負債	82,926	71,212	47,972
純資産合計	33,671	60,632	461,850
自己資本比率（%）	7%	10%	40%

キャッシュフロー計算書

(単位：千円)	FY2023/3	FY2024/3	FY2025/3
営業CF	62,596	148,108	434,739
投資CF	△ 10,080	△ 7,853	△ 535
FCF	52,516	140,255	434,204
財務CF	△ 27,984	△ 20,578	2,702
現金及び現金同等物の増減額	24,532	119,677	436,517
現金及び現金同等物の期末残高	345,515	465,192	901,710

主要なKPI

	FY2023/3	FY2024/3	FY2025/3
ARR（百万円）	795	1,205	1,420
課金利用社数	281	330	357
ARPA（円）	209,163	280,368	317,822

2025年3月期における当社売上高の94%がサブスクリプション売上高であるため、経営上の目標の達成状況を判断するための指標として、ARR、課金利用社数、ARPAを重要な経営指標と捉えております。
これらの指標につきましては、今後も継続的に向上させるよう努めて参ります。

- ①ARR（年間経常収益）
サブスクリプション型ビジネスの安定的な収益を示す指標、MRR（月間経常収益）を12倍して算出。
ARR＝課金利用社数×ARPA×12か月。
- ②課金利用社数
Myシリーズを利用する企業数で、ARRや収益成長の基盤。
- ③ARPA（1社あたりの月額売上高）
単価向上やクロスセル・アップセル戦略の成果を測る指標。

本資料に係るご留意事項

- 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、必ずしも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、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果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。
- 本資料は、弊社が信頼できると判断した情報に基づいて作成されておりますが、弊社は、それらの情報が正確、完全かつ妥当であることを前提としており、これらの情報の正確性、完全性及び妥当性に関し保証するものではありません。
- 本資料の著作権は弊社に帰属し、本資料は、日本国内及びその他の国の著作権法及び著作権の条約の規定によって保護されます。また、弊社は、弊社の事前の承諾なく、本資料の全部又は一部を複製し、又は、第三者のために使用し、開示し、引用し、若しくはその他の方法で言及することを禁止いたします。
- 本資料は、情報提供を唯一の目的として作成されたものですので、金融証券取引法第37条及び金融商品取引業等に関する内閣府令第72条で規定されている広告等には該当いたしません（金融庁「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」（平成19年7月31日公表）のP234、No53ご参照）。
- 本資料に関するご質問やご不明点がございましたら、弊社担当までお問合せください。