



事業計画及び成長可能性に関する事項

2025.6.30

TalentX

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
資本金 : 95,132千円 (資本準備金含む)
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 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

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



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317千円 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 YoY135%

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

317千円/月 YoY113%
(2025年3月時点)

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

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				
	実績	対売上高	実績	対売上高	前期比	当初予算	達成率
単位：千円							
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%

- ✓ 当初予算の達成率は
売上高**102%**、営業利益**126%**
- ✓ 前期比約**35%**の売上高成長
- ✓ 経営重要指標である
Rule of 40 (40%ルール※) は
約**55%**を達成
- ✓ 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。

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40%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5月31日時点。

INDEX

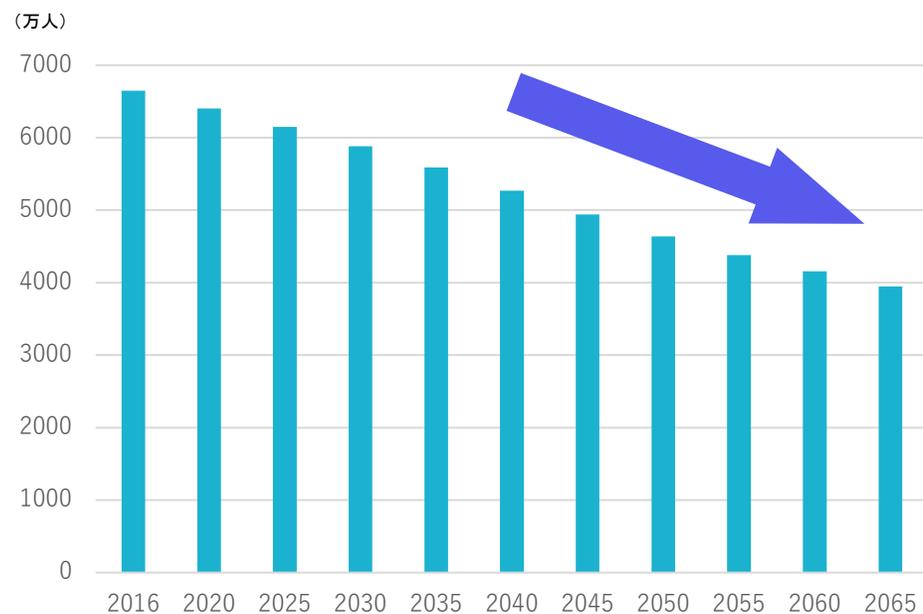
- 01 事業概要
- 02 ビジネスモデルと優位性
- 03 市場環境とポテンシャル
- 04 成長戦略
- 05 Appendix

TalentX

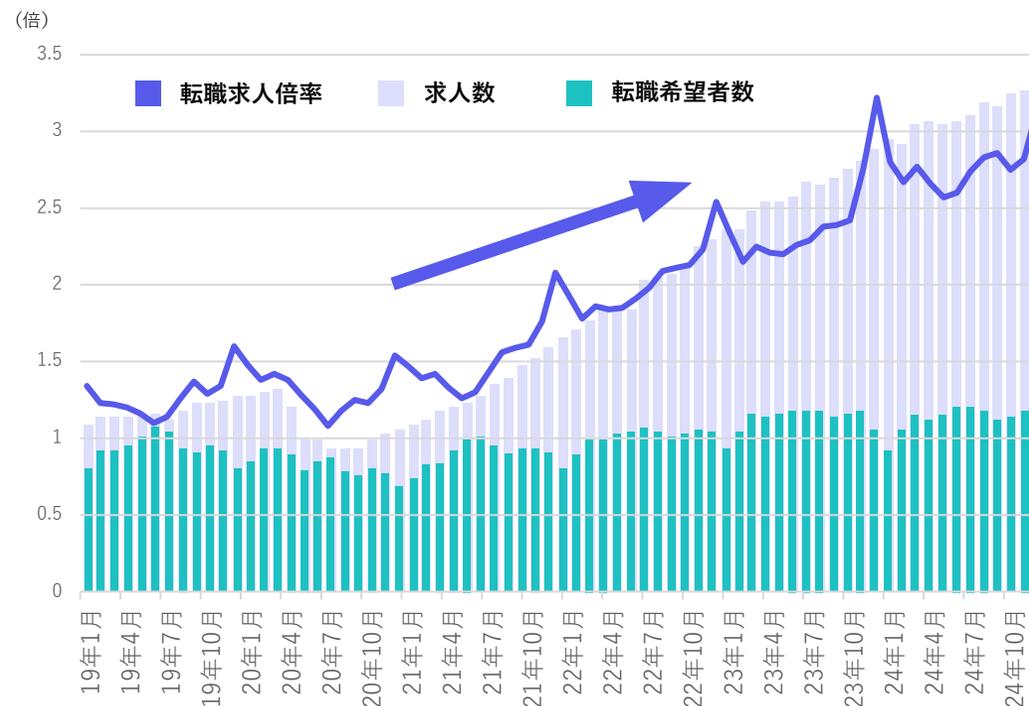
法人を取り巻く採用市場_減少する労働人口と増加する企業の採用ニーズ

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)



労働人口の減少に反し、**求人数は増加の一途**



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」)

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%

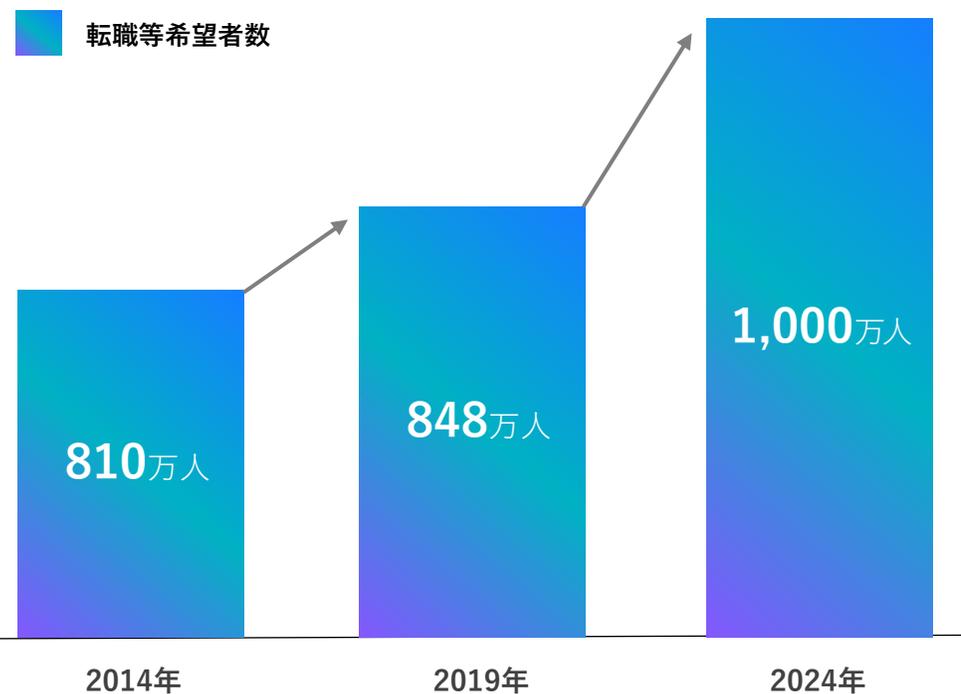
新たな機会を求めている
転職希望者が1,000万人を突破



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



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

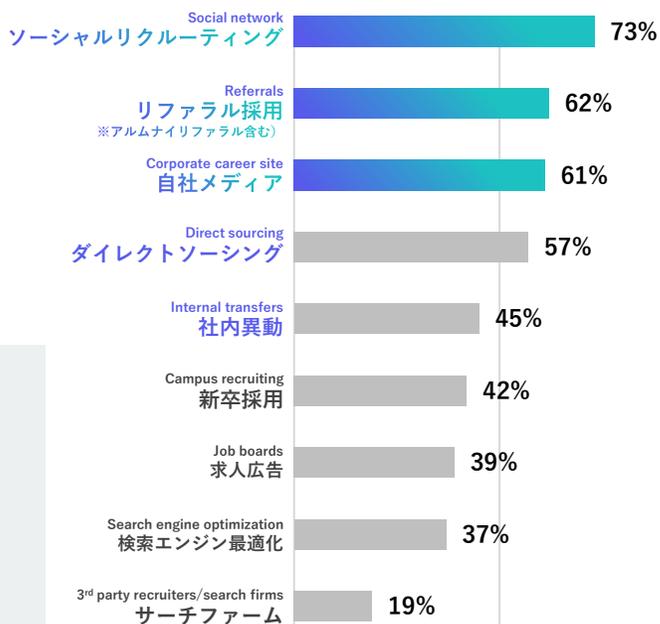


米国企業の採用に関する投資拡大順位（2013）

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.



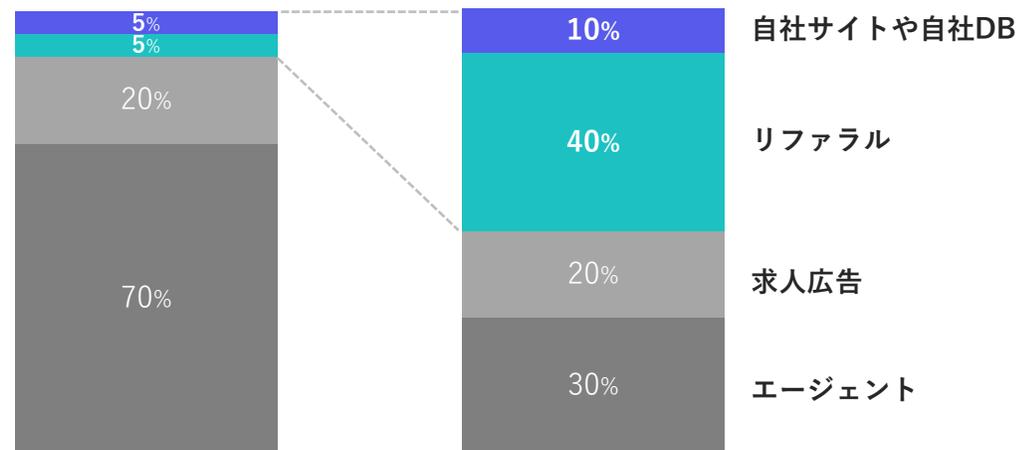
出典：Jobvite "Social Recruiting Survey Results 2013"

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



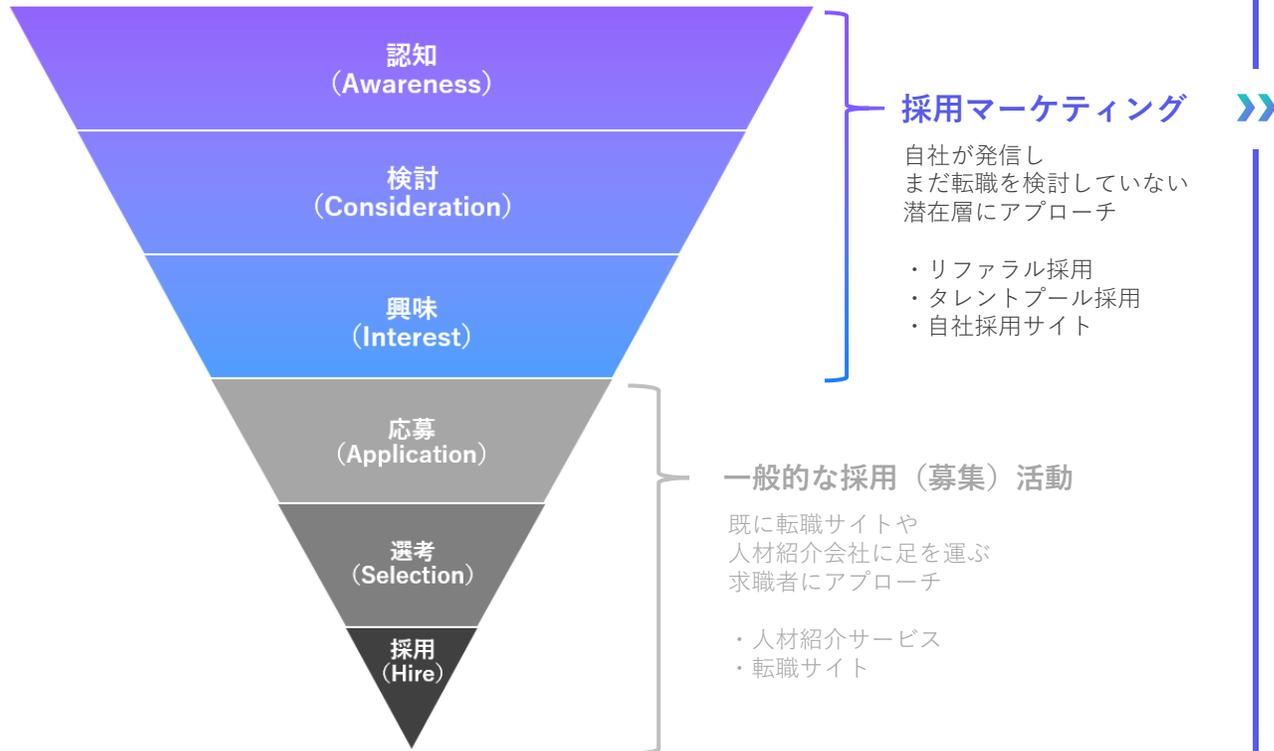
- ・採用コストが高い
- ・専門人材が採れない
- ・他社とバッティング
- ・一過性
- ・専門人材が採れる
- ・競合とバッティングしない
- ・採用コストを抑えられる
- ・持続可能性が高い

※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。

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、
競争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

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

Myシリーズ：リファラル採用モジュール（2015年10月～）



社員をアンバサダーに。

最も簡単にリファラル採用を導入し、活性化させるSaaS

『社員の人脈を活用して効率よく優秀な人材を獲得したい』
という成長企業に対して、課題を解決するサービスです。

利用従業員数100万名突破

利用社員数	無制限プラン	～10,000名	～5,000名	～3,000名	～1,000名	～500名
クラウド料金						
サポート料金						

従業員数毎にサブスクリプションで提供



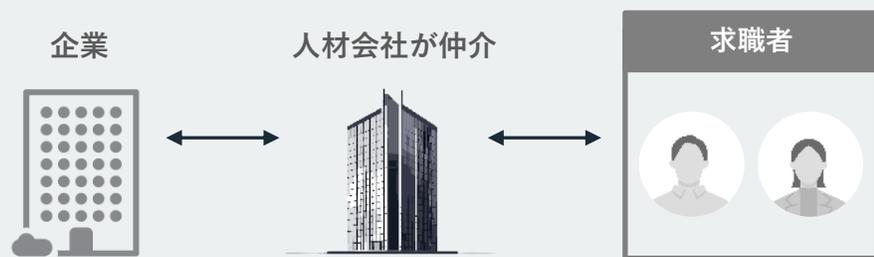
経済産業省後援「第4回HRテクノロジー大賞」採用サービス部門賞 優秀賞（2019年）
日本の人事部「HRアワード2019」入賞（2019年）
BOXIL SaaS AWARD 2019 エンタープライズ賞（2019年）



人材紹介エージェントをリプレイスするリファラル採用ツール MyRefer

外部の人材紹介会社の仲介による採用活動ではなく、
従業員をリクルーター化し、ネットワークによる採用活動を促進するリファラル採用サービス

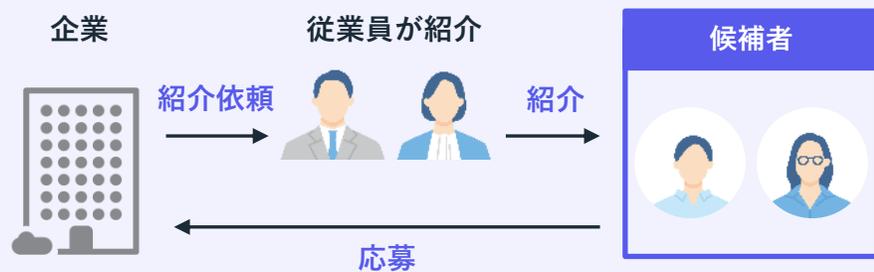
外部人材紹介エージェント採用



外部エージェントを利用すると

- コストが高い
- 早期離職などのミスマッチが多い
- 人材が集まらない

MyRefer



従業員をエージェント化することで

- 採用コストが安くなる
- マッチングの精度が高い
- 潜在層から新たな応募を創出

MyRefer

①従業員向けアプリ



②従業員向けマーケティングを自動化する人事SaaS



Myシリーズ：採用MAモジュール（2022年2月～）



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 SaaS

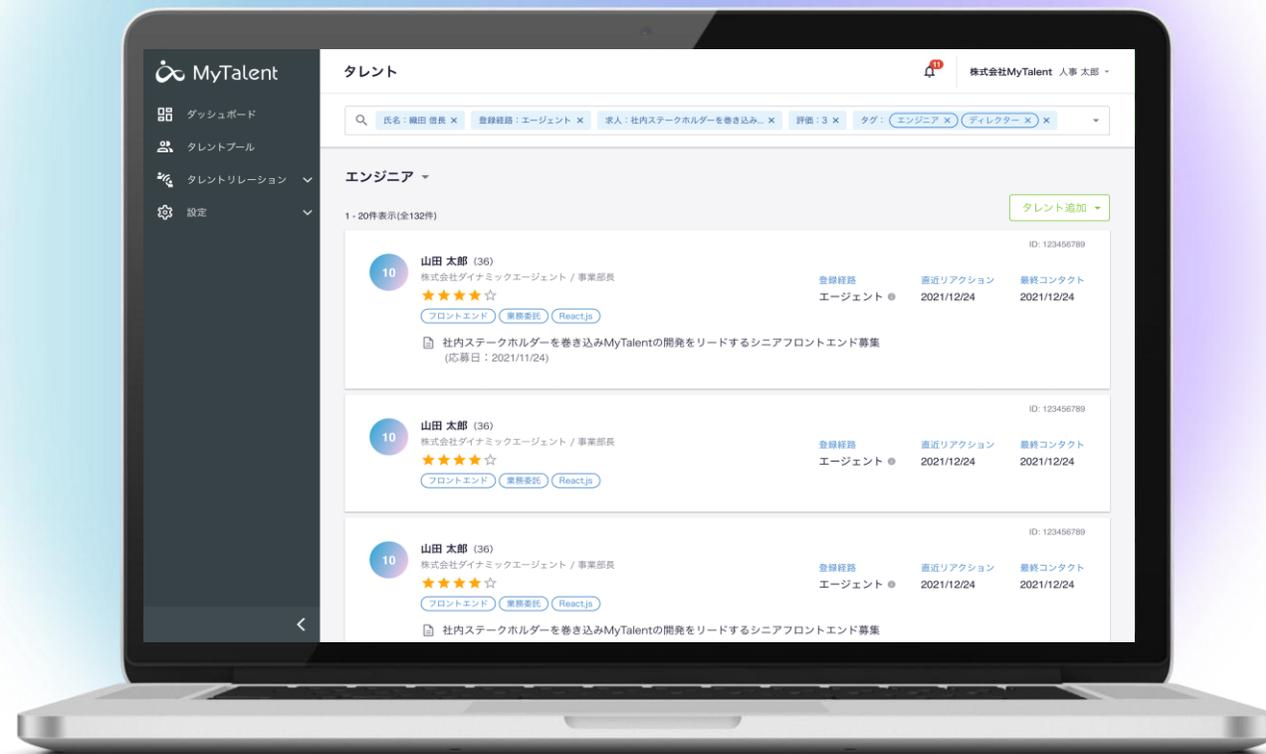
『候補者データをタレントプールをして、持続的に優秀な人材を獲得したい』という成長企業に対して、課題を解決するサービスです。

タレント登録数17万件突破

候補者登録数	無制限プラン	～10,000名	～5,000名	～3,000名	～1,000名	～300名
クラウド料金	候補者数毎にサブスクリプションで提供					
サポート料金						



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）（2022年）
経済産業省後援「第9回HRテクノロジー大賞」採用サービス部門賞 優秀賞（2024年）



外部スカウトデータをリプレイスする採用MAツール“MyTalent”

転職市場に出てこない潜在層に対して、
AIにより半自動でナーチャリング、転職意向が高まるタイミングで負けずに採用につなげるサービス

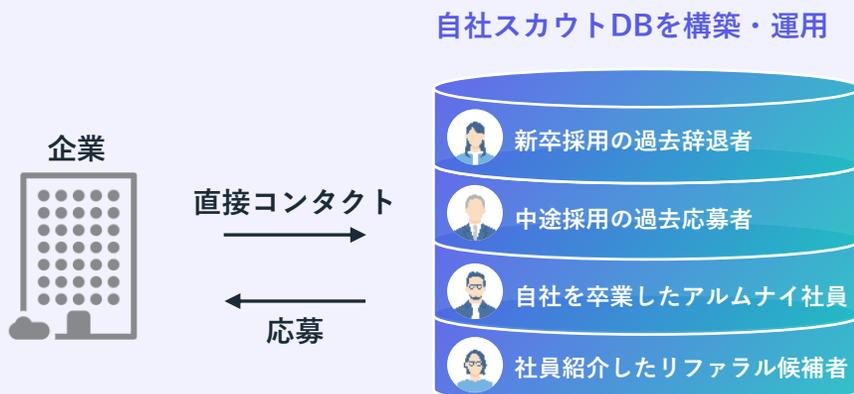
外部スカウトサービス採用



外部スカウトサービスを利用すると

- 採用競争が多く返信率が低い
- バッティング負けする

MyTalent



自社のスカウトデータベースに配信することで

- 返信率が向上する
- 競争とバッティング負けしない
- 潜在層から新たな応募を創出

MyTalent

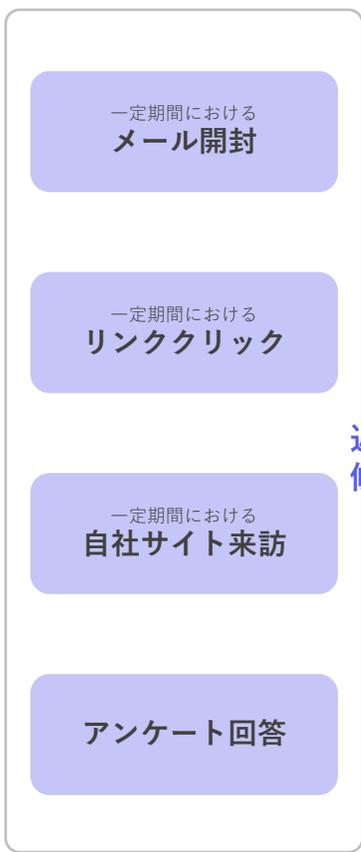
候補者向けマーケティングを
自動化する人事SaaS



Myシリーズ “MyTalent”の特徴

タレントプールの応募者の行動履歴から、AIが応募意欲が高い候補者を特定
適切なアプローチタイミングで、競合と戦わない採用を実現

応募者の行動履歴



返信率の高い
候補者を特定

MyTalent (自社の応募者データをスカウトデータベースに)

独自のAIで最新のタレント行動を分析し、応募確率が高いと判定されたタレントです。HOT期間中にコンタクトをお送りしましょう。

再ナーチャリング対象

スコア **437**

山田 太郎 (35歳)
株式会社TalentX
評価: ★★★★★ 転職意向: 転職活動中である

コンタクト済 2次面接辞退

登録日: 2023/11/29 | 応募日: 2024/12/24 | コンタクト日: 2025/01/07 | 直近リアクション日: 1ヶ月以内

コンタクト送付済み

スコア **86**

鈴木 正志 (36歳)
株式会社サンプル
評価: ★★★★★ 転職意向: 転職を考えている

バックエンドエンジニア 内定辞退

登録日: 2024/03/25 | 応募日: 2024/07/18 | コンタクト日: 2024/07/18 | 直近リアクション日: 3ヶ月以内

未設定

スコア **108**

佐藤 杏奈 (32歳)
評価: ★★★☆☆ 転職意向: 良い話があれば聞いてみたい

登録日: 2024/09/05 | 応募日: - | コンタクト日: 2024/09/10 | 直近リアクション日: 3ヶ月以内

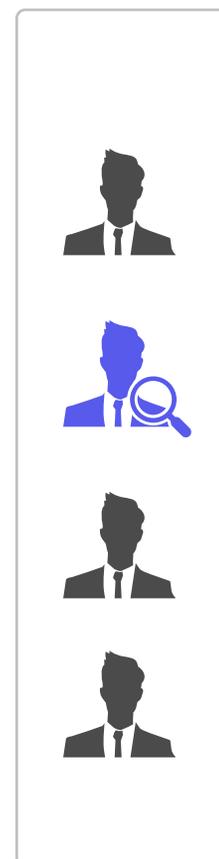
人材データベース
を提供

採用担当者



スカウト
メール

候補者



※MyTalentによる行動履歴の収集範囲はご利用企業の採用サイトや関連ページ、MyTalent経由で送付されたメールに限定されており、また事前に応募者個人より許諾を得ております。

Myシリーズ：採用CMSモジュール（2024年1月～）

MyBrand

生きた採用コンテンツを。

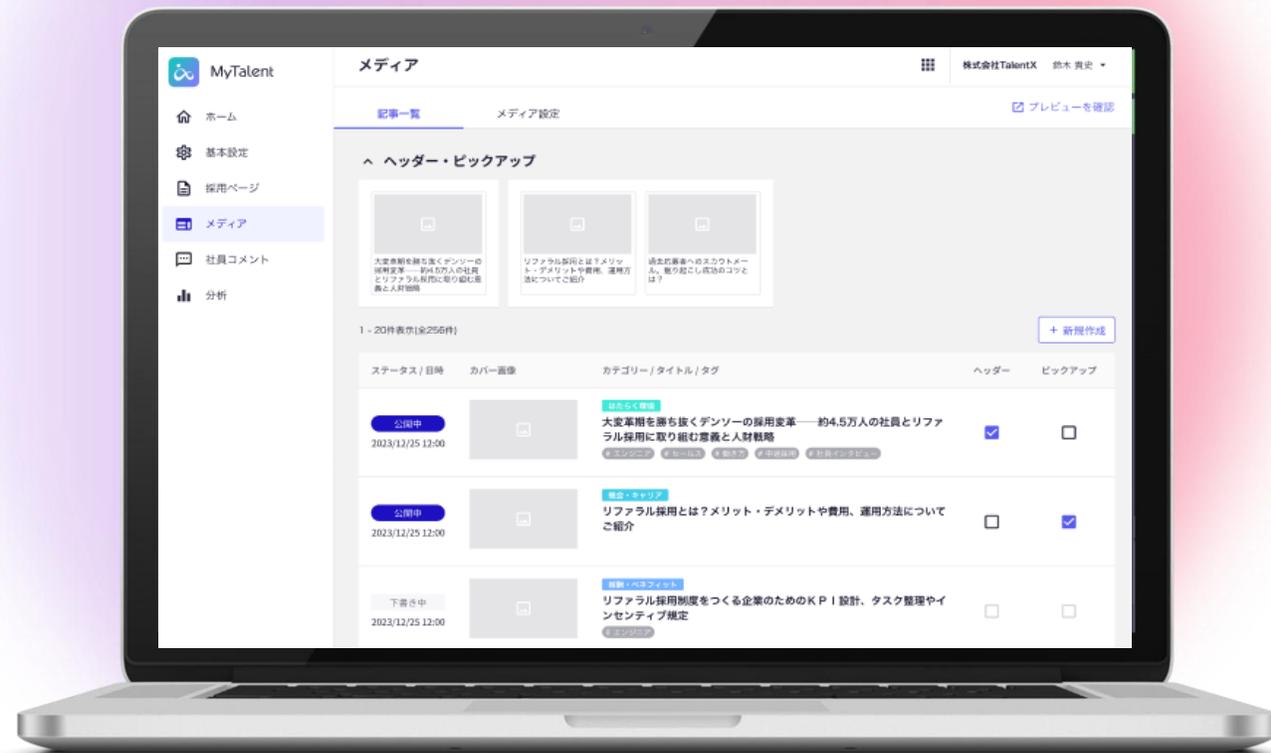
ノーコードでオリジナルの採用コンテンツを作成する 採用ブランディングSaaS

『採用サイトやメディアから、オーガニックで効率よく人材を獲得したい』
という成長企業に対して、課題を解決するサービスです。

2024年1月新規リリース

利用機能、サポート範囲に応じてサブスクリプションで提供

New !



外部求人メディアをリプレイスする採用CMSツール “MyBrand”

ノーコードで自社の採用サイト、オウンドメディアを作成

その後の検索エンジン最適化、従業員紹介、採用マーケティングと採用までを一気通貫で支援

外部ナビ採用



外部求人メディアを利用すると

- 競合と横並びになり、応募が分散
- 広告では魅力が伝わらない
- 他社と併願となるため、バッティング負け

MyBrand



自社採用オウンドメディアを作成すると

- 検索エンジン最適化で独自集客
- 従業員のストーリーを通じたリアルな魅力
- 自社のファンをつくり、他社と戦わない

 MyBrand

ノーコードで
メディアを制作するSaaS



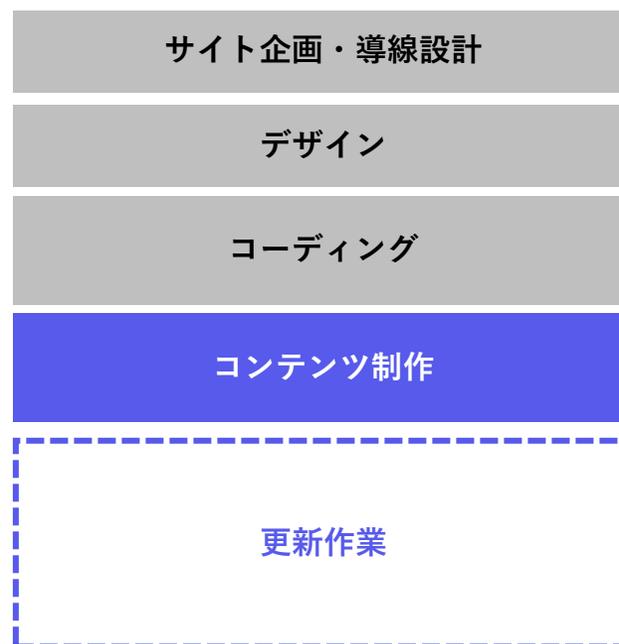
Myシリーズ “MyBrand” の特徴

外部依存した採用メディア制作を自前で制作、かつ更新も可能
自社メディアプラットフォームを持つことで、採用全体の資産として活用

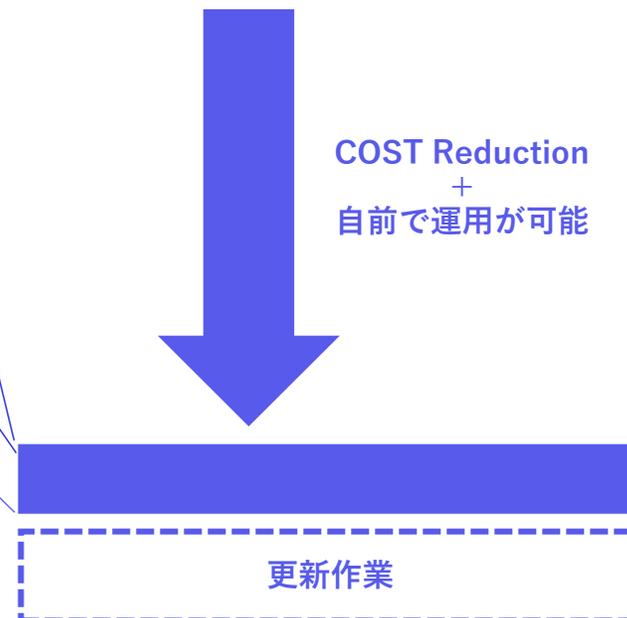
自社採用メディアの運営における課題

- ・ 制作会社に外注しているため、更新の手間がかかる
- ・ SEO対応など自社採用メディアを運営する知見がない
- ・ 採用ブランディングに関するノウハウがない

これまで
(制作会社に依頼する場合)



これから
(MyBrandを導入した場合)



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

 MyRefer

 MyTalent  MyBrand

 MyRefer  MyTalent  MyBrand



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。

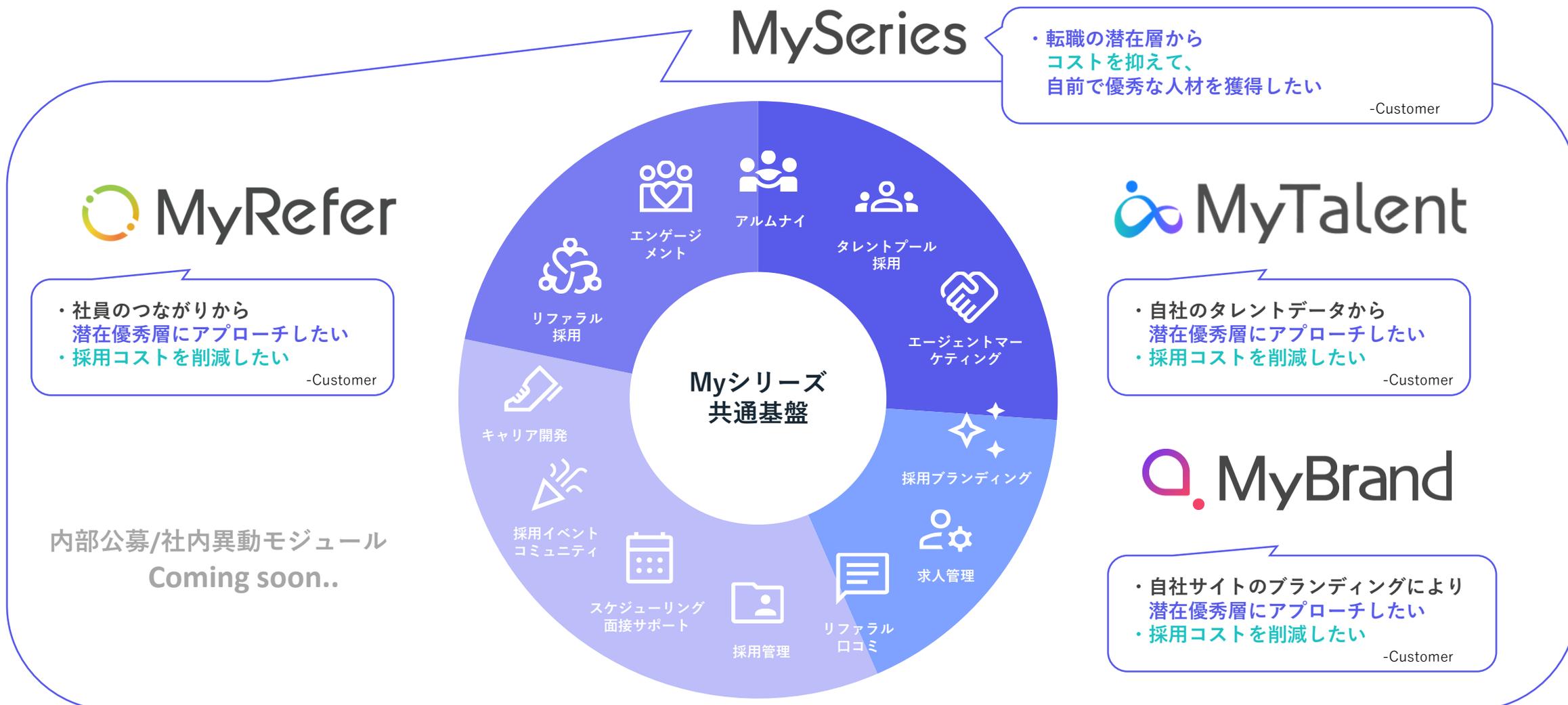
過去候補者（新卒・中途）やリファラル、アルムナイなどのつながりを活用しながら循環型のキャリアネットワークを促進する「MSタレントネットワーク」を立上げデータドリブンな採用活動を実現しています。MSタレントネットワーク経由の**採用数は、全体採用数の2割から3割に引き上げ、最終的に5割の達成**を目指します。

ジョブ型人材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。

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

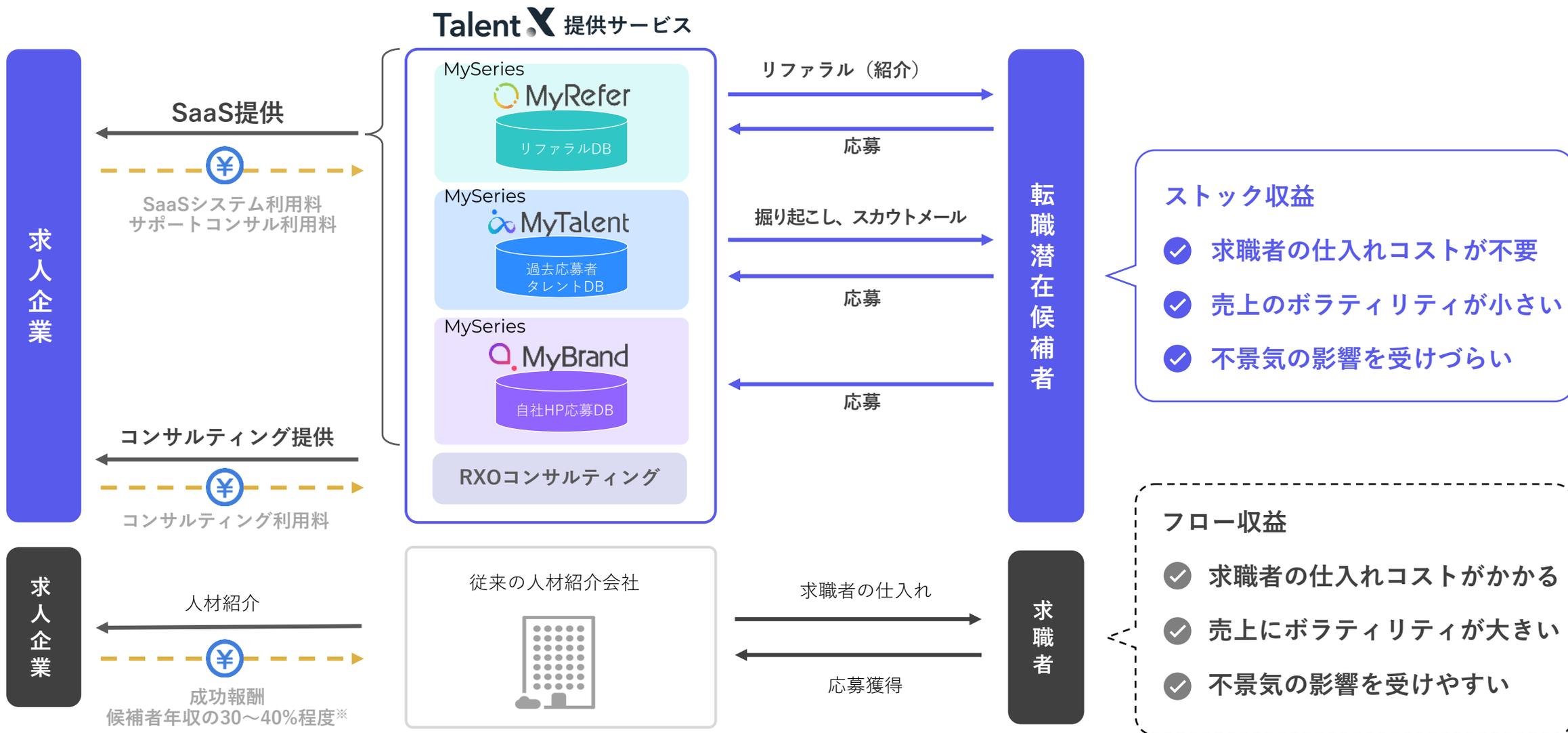
“企業の自社採用力を強化する” 採用CRMプラットフォームとして拡張性の高い事業モデルを構築



※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

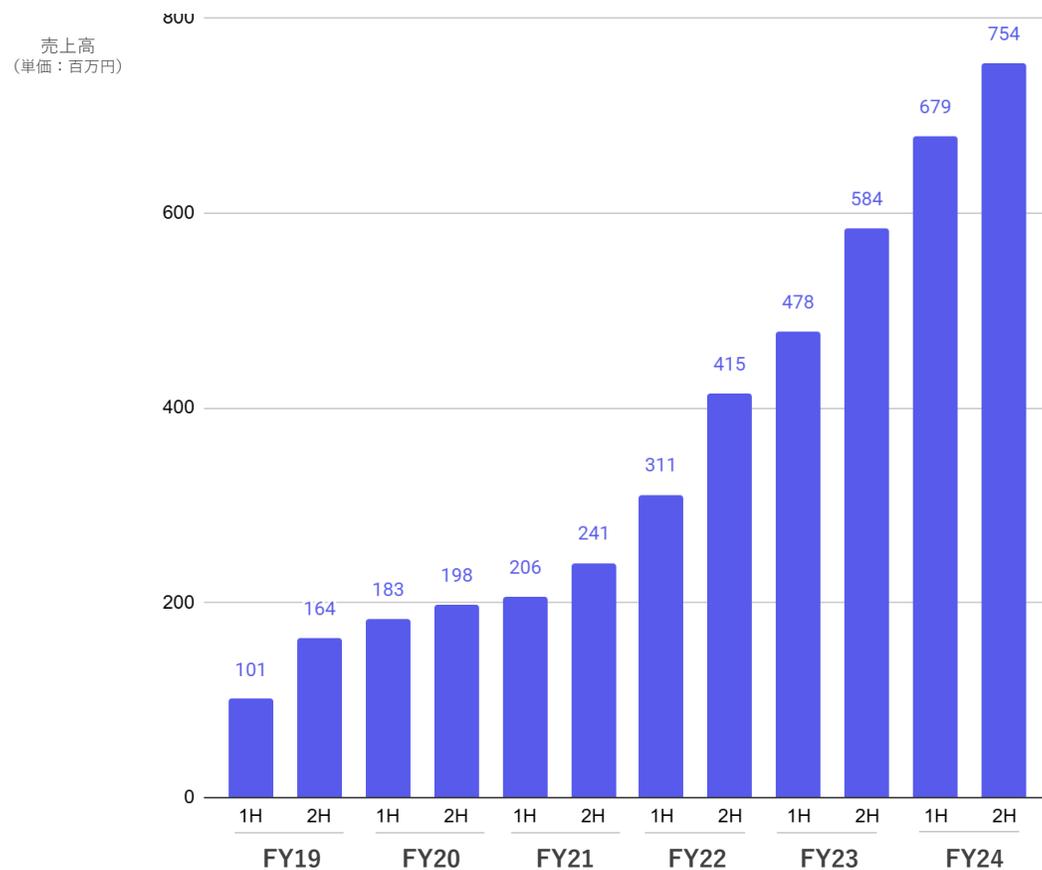


財務ハイライト：売上高

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。

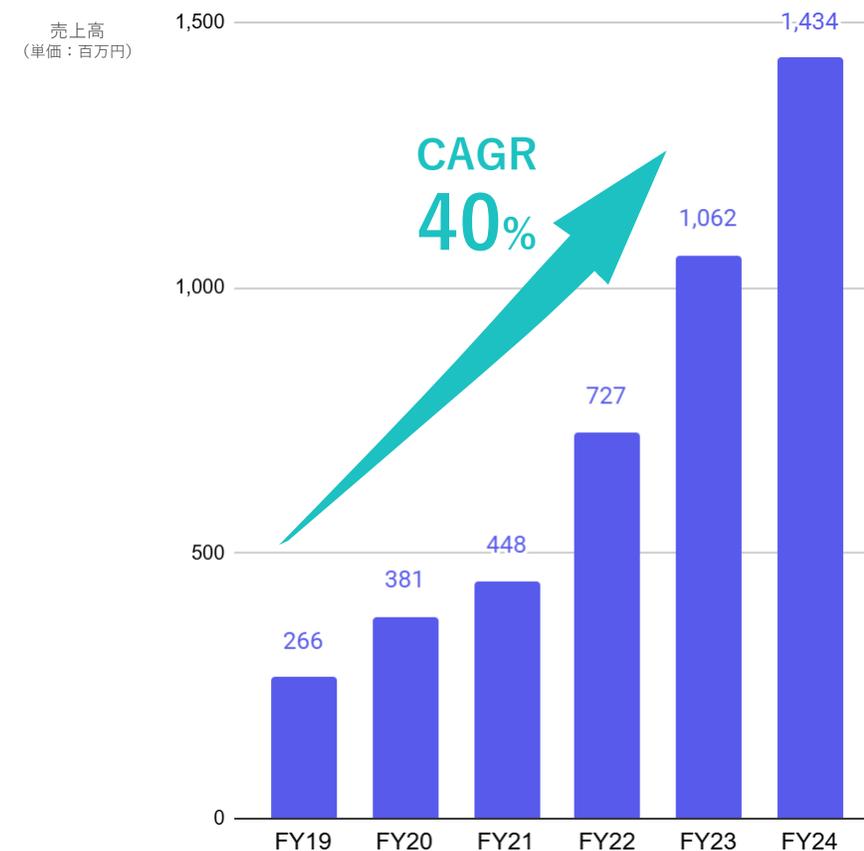
半期別売上の推移

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

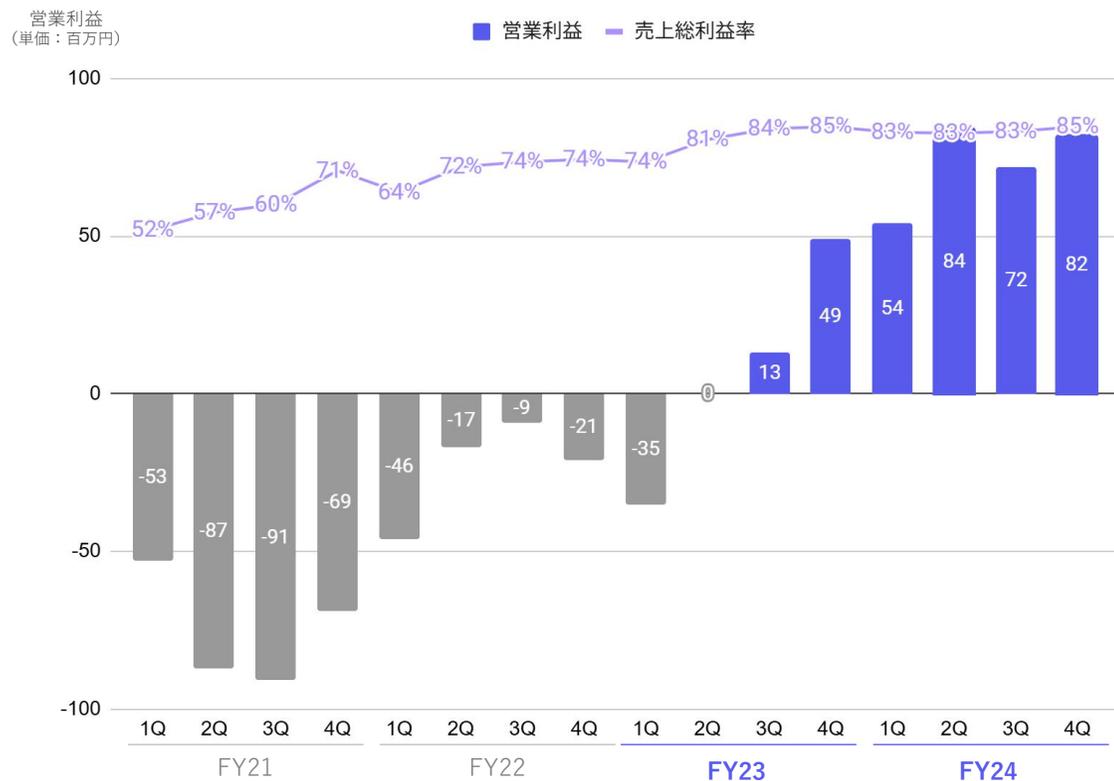
コロナ時期を通して**CAGR40%**と**再現性を持って成長**



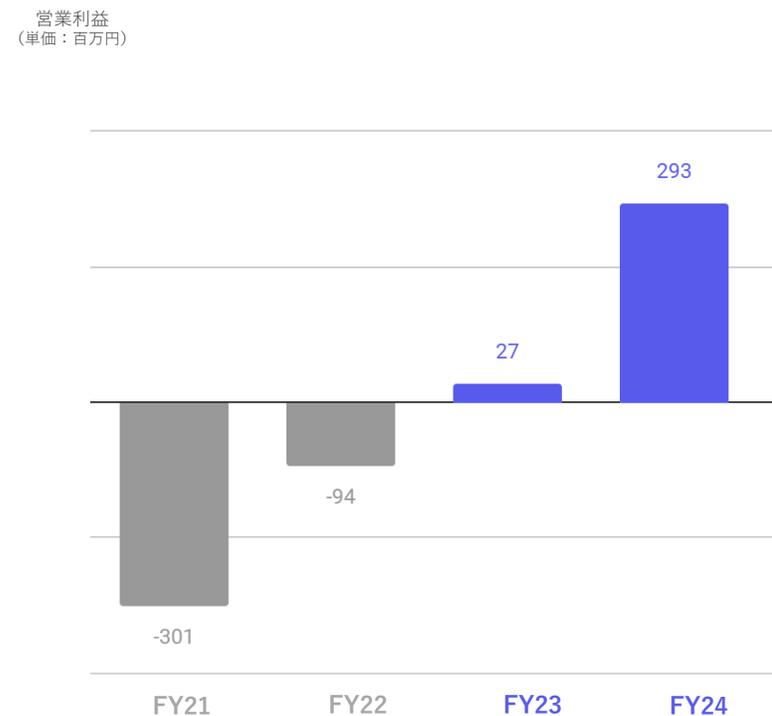
財務ハイライト：売上総利益率と営業利益

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 事業概要
- 02 **ビジネスモデルと優位性**
- 03 市場環境とポテンシャル
- 04 成長戦略
- 05 Appendix

TalentX

事業の特徴と強み

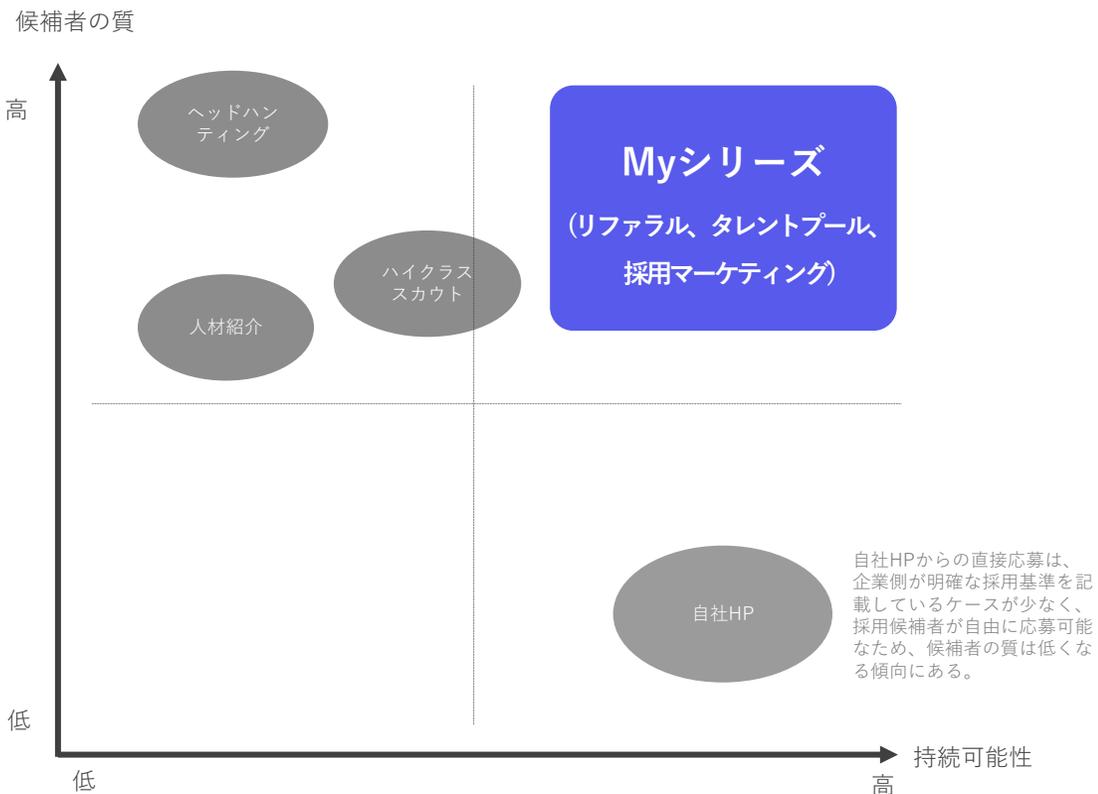
- 1 「採用×SaaS」の独自ポジショニングで安定と成長を両立
- 2 大手企業の顧客を中心とした強固な収益基盤
- 3 大手企業への再現性のあるアップクロスセル余地
- 4 マーケティング投資に依存せず成長する独自のブランドポジション
- 5 プラットフォーム戦略によるネットワーク効果

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

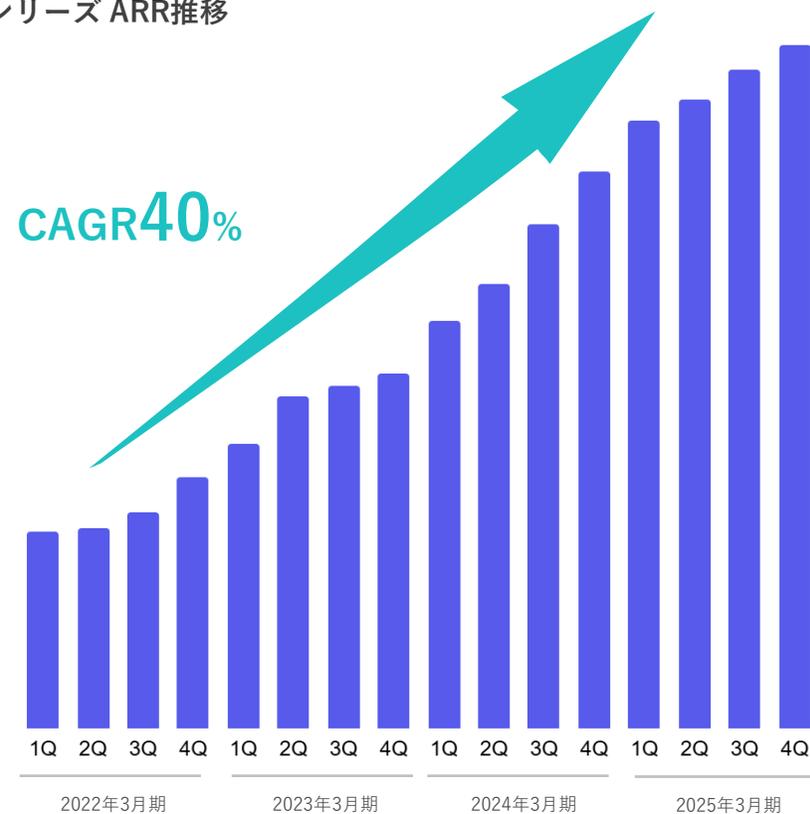
採用候補者の質が高く、持続可能性に富むポジショニング

※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

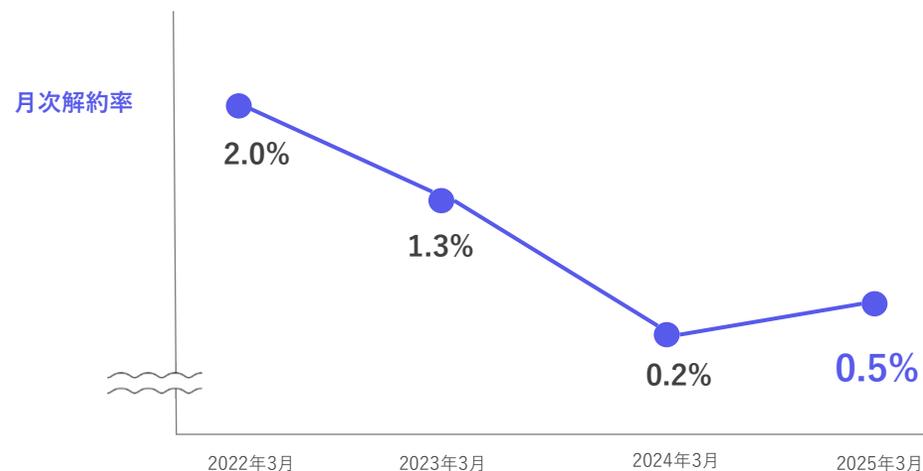
経年利用で価値が増え続けるサービスモデル



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

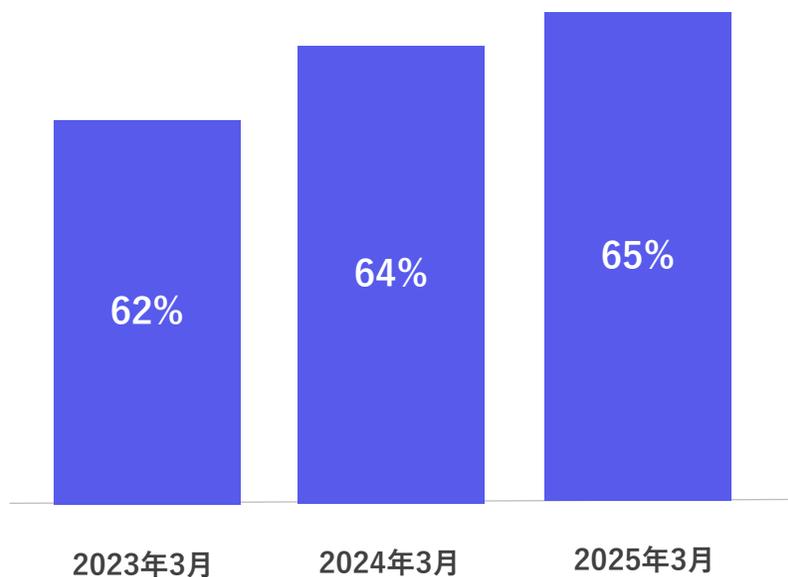


月次解約率：Myシリーズをご利用いただいているお客様におけるNet Revenue Churn Rateの12か月平均。

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UIUX / 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

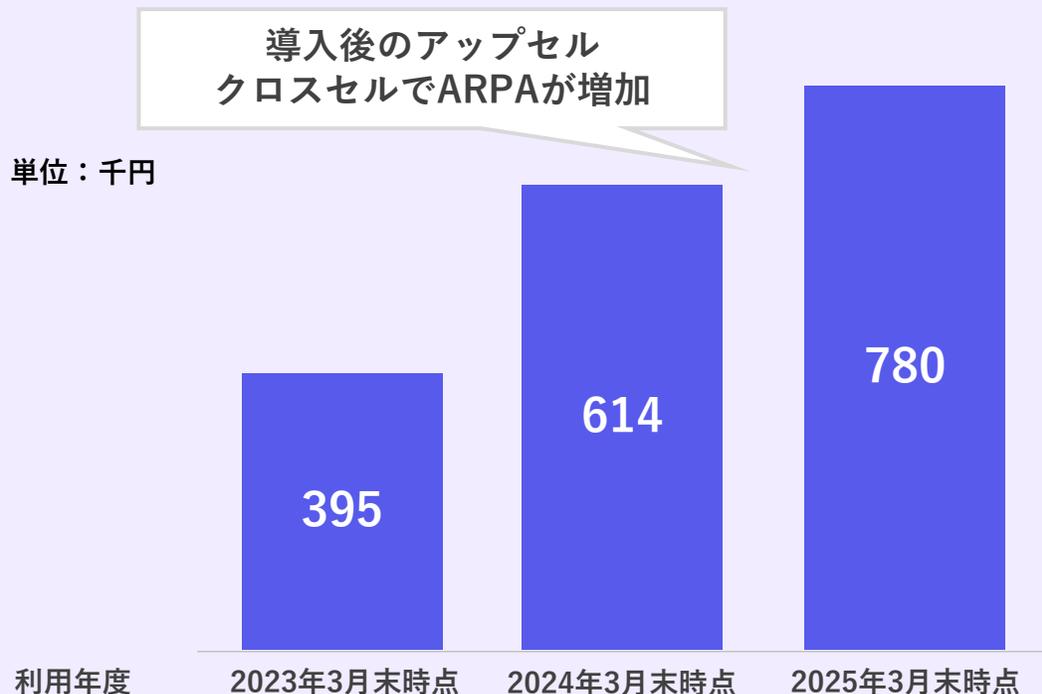
ARPA

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



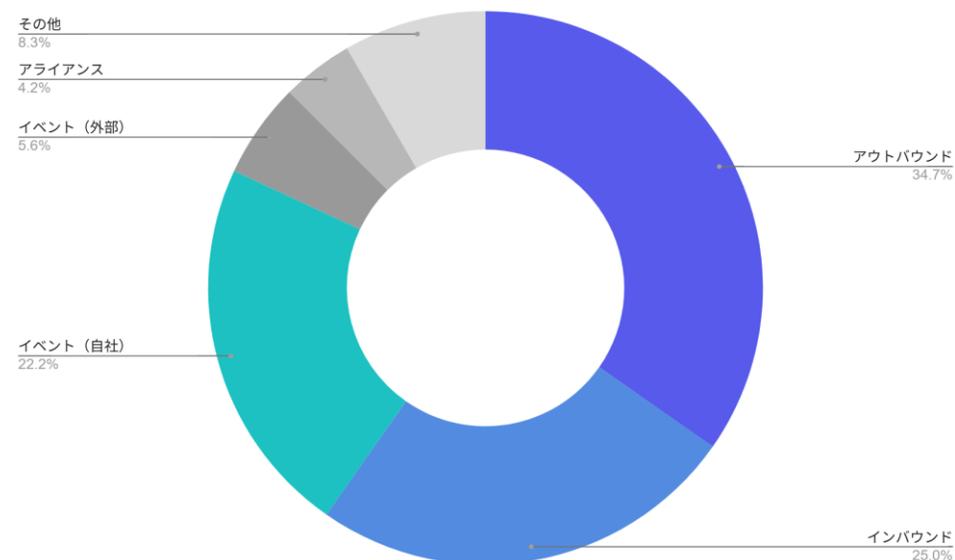
※2025年3月末時点で大手企業の中で複数モジュール導入いただいている企業におけるARPA平均値推移

4.マーケティング投資に依存せず成長する独自のブランドポジション

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

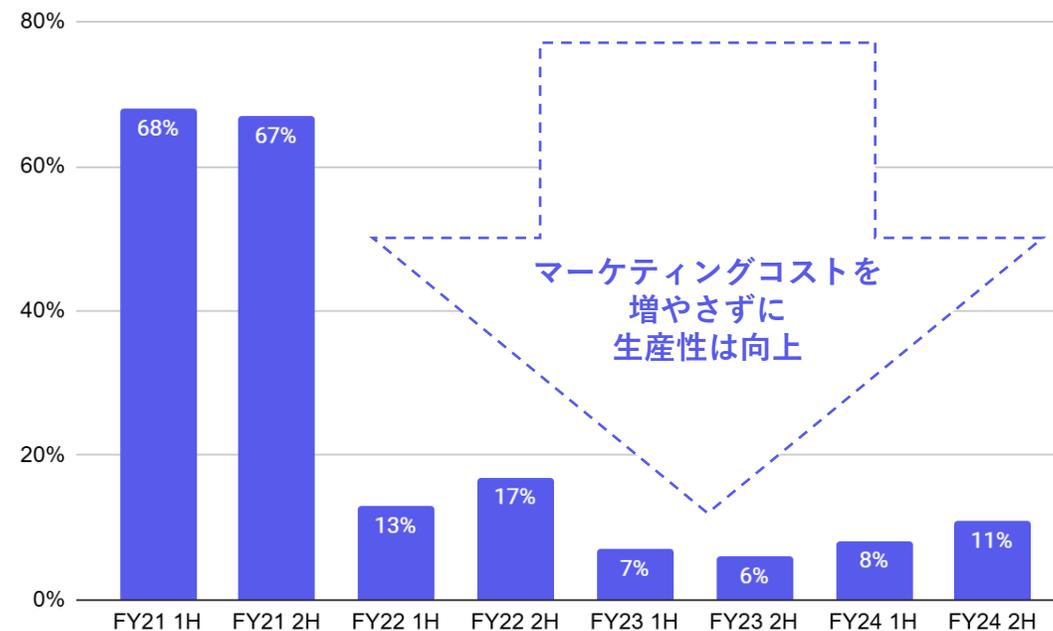
新規受注件数におけるチャネル内訳

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

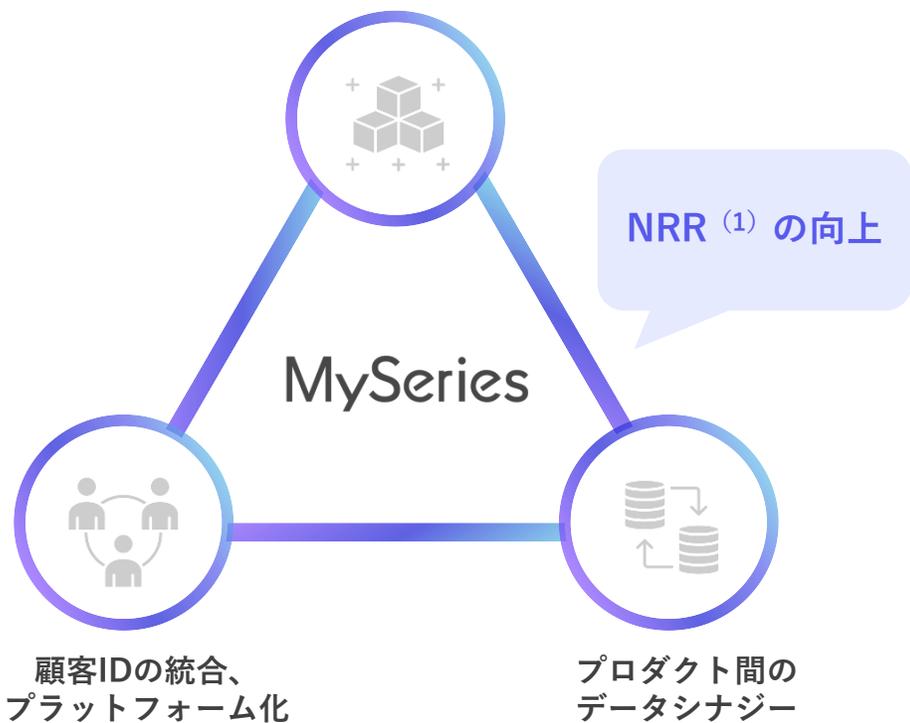


※ROIとは「Return On Investment」の略で、投じた費用に対して、どれだけの利益を上げられたかを示す指標

5. 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**

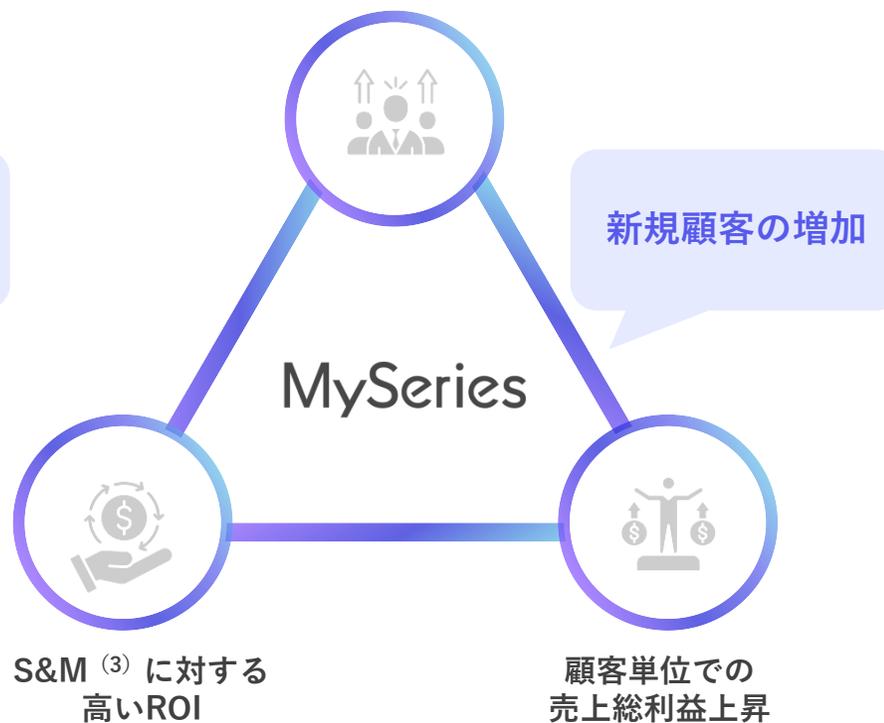
相互補完的で密接に関連する
プロダクト



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.ACV (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 事業概要
- 02 ビジネスモデルと優位性
- 03 市場環境とポテンシャル
- 04 成長戦略
- 05 Appendix

TalentX

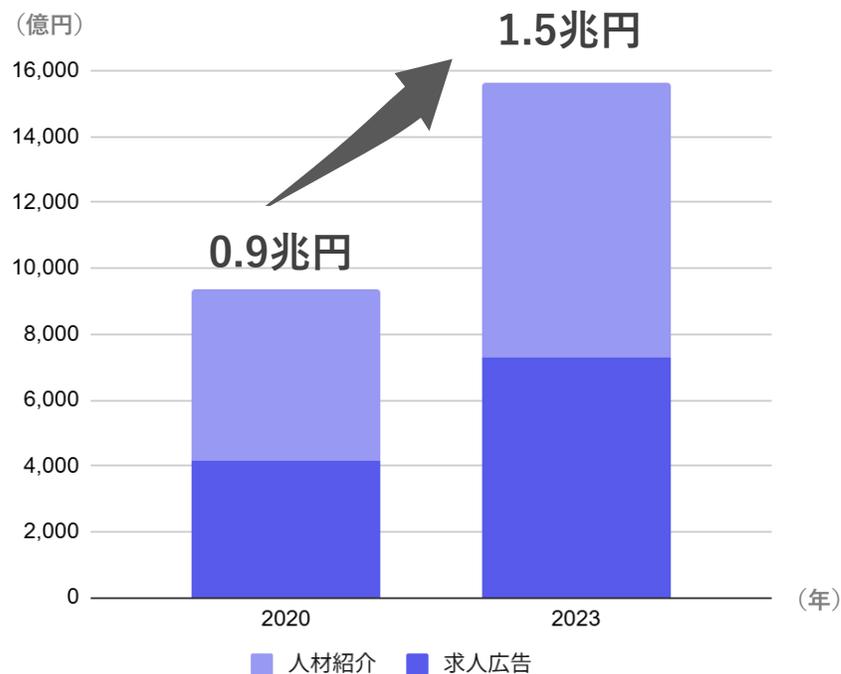
既存の人材サービスでは満たされない企業の中途採用計画

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

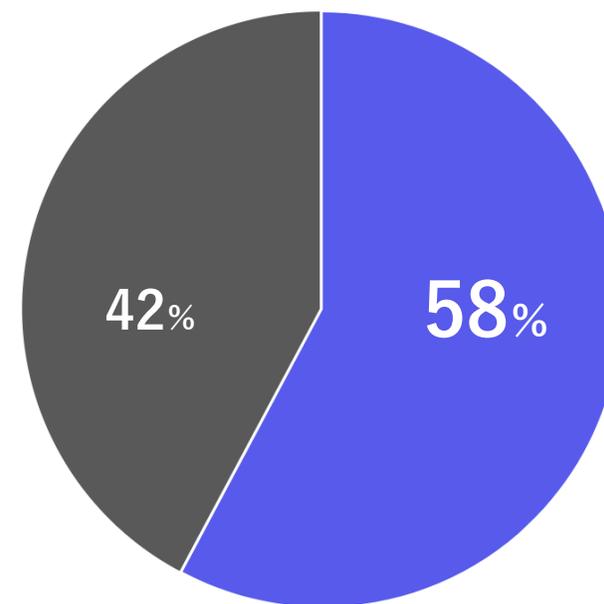
中途採用計画が未充足の企業が半数以上

採用市場規模 (CAGR+20%)



2024年度上半期 中途採用充足状況 (n=3,518)

- 確保できなかった
- 確保できた・他



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」

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）」

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

	人材紹介	求人メディア	TalentX
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」

TalentXがリプレイスする既存市場と創出する新市場

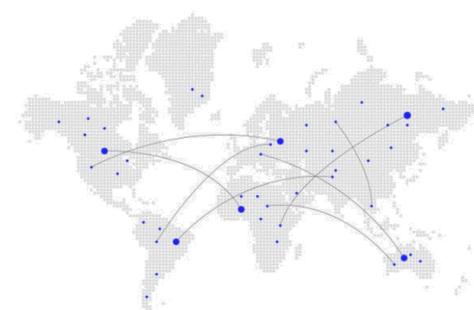
既存の仲介採用市場をリプレイスし、更に転職潜在層への市場まで拡大



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）

TalentXが築く競争優位性と参入障壁

創業期から新市場を創造し、
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

新規参入

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

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。

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。

INDEX

- 01 事業概要
- 02 ビジネスモデルと優位性
- 03 市場環境とポテンシャル
- 04 成長戦略
- 05 Appendix

TalentX

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

Go Enterprise



顧客数の拡大

- ・セールス&マーケティング強化
- ・大手企業への採用マーケティングの啓蒙
- ・Myシリーズのモジュール追加



顧客単価の上昇

- ・利用領域拡大に向けたアップセル
- ・大手企業の提案強化
- ・Myシリーズクロスセルの加速



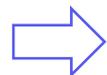
解約率の低下

- ・カスタマーサクセス強化
- ・大手企業の深耕
- ・Myシリーズのモジュール追加

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



2. 既存顧客のクロスセル

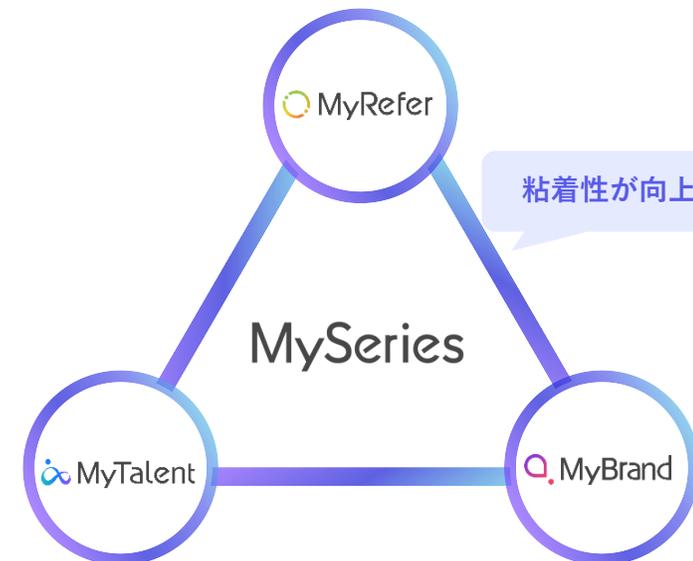
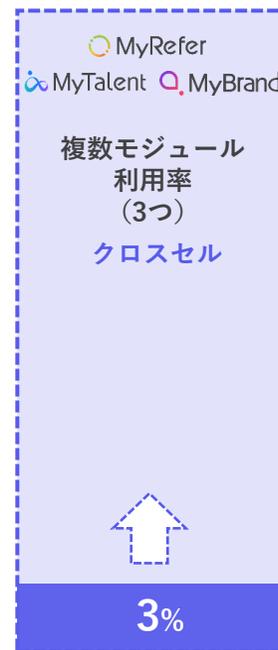
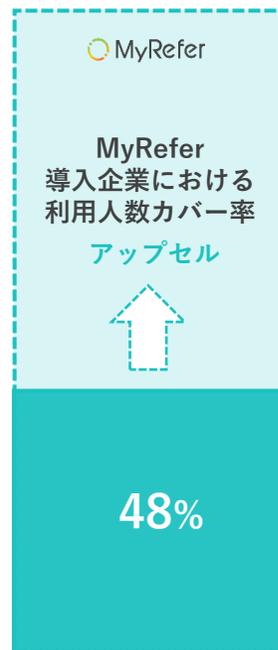


3. シナジー効果の発揮

新規開拓に95%の余白が存在

既存顧客に多数のキャッシュポイントが存在

複数プロダクトが
つながることでチェーンが低下

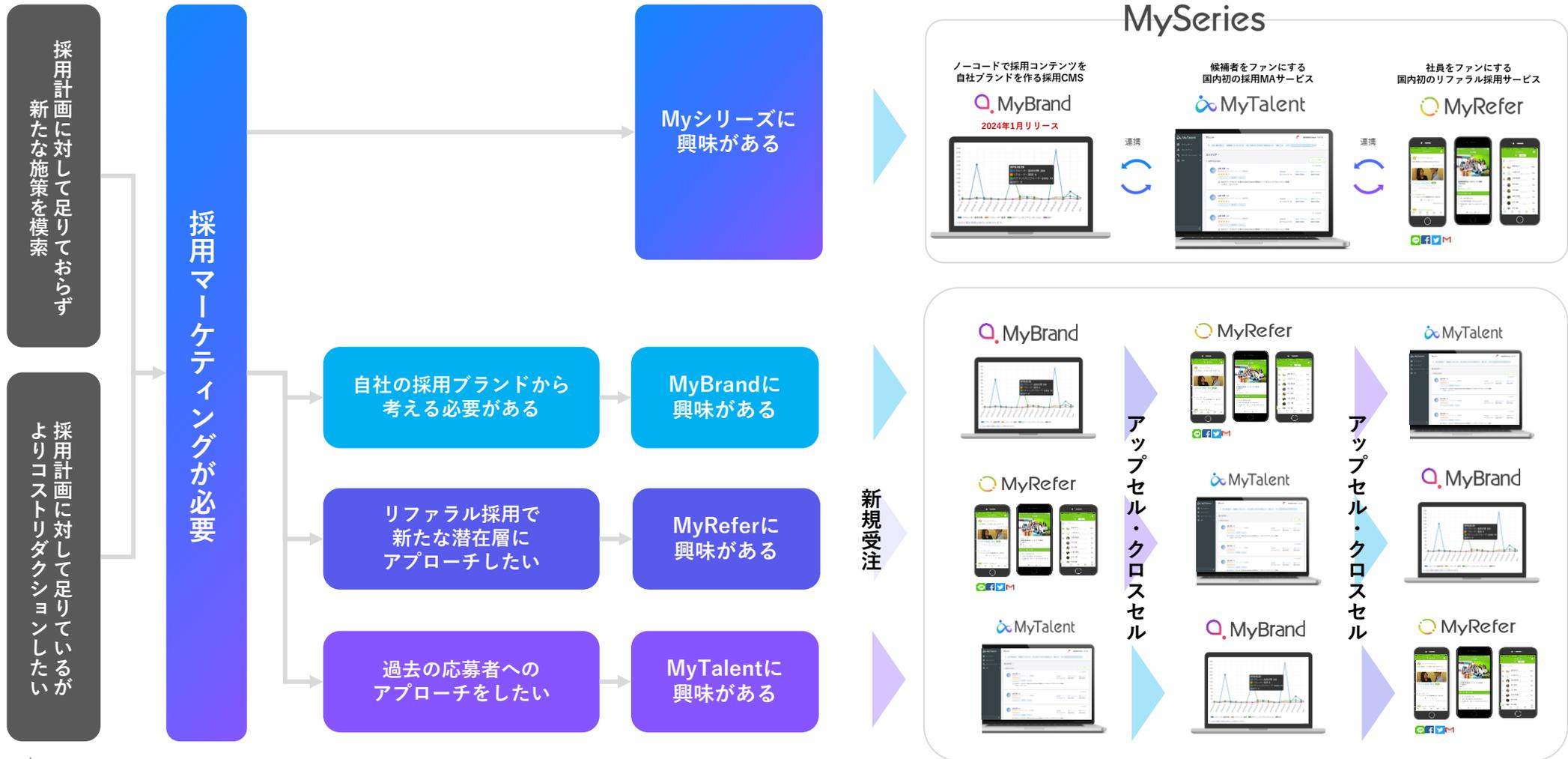


※各数値は2025年3月末時点のもの

プラットフォーム内でのセールス & CSシナジーが加速されるMyシリーズのポジショニング

リファラル採用への興味からブランディング促進、ブランディングへの興味からタレントプール促進など、全てのモジュールが『新規販売の入口』であり『クロスセルの起点』にもなるため、高い営業生産性を実現

優秀な人材を採用したい(1.5兆円市場)

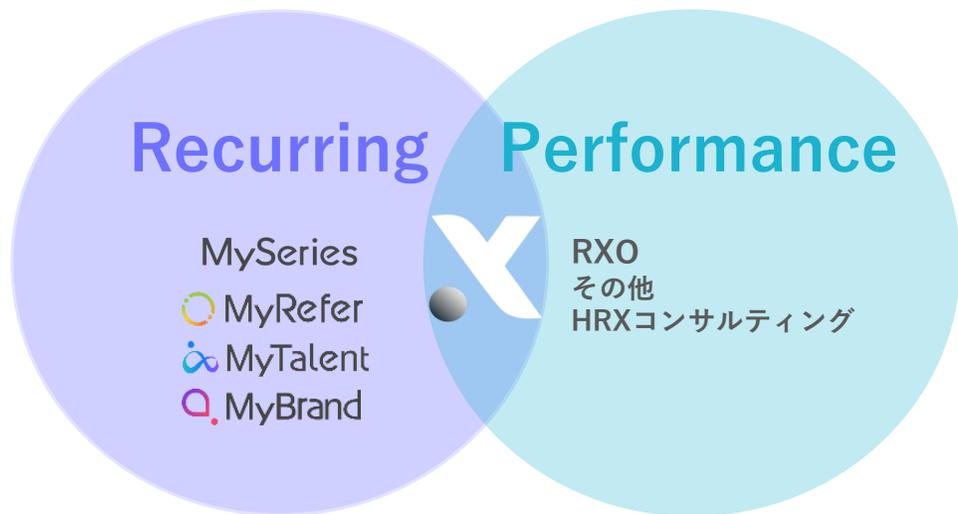


売上成長を実現する中長期戦略（強みと弱みを補完するビジネスフォーメーションで急成長を実現）

リカーリング（サブスク）とパフォーマンス（コンサルティング、成果報酬）をMIXし、それぞれの強み弱みを補完する独自のポジショニングで急成長を目指す

強みと弱みを補完するフォーメーション

新規顧客開拓と既存顧客深耕のイメージ



リカーリング収益であり安定的。シェア拡大にコストがかかる一方、業務に入り込むため、リプレースされづらい

安定性は少ないものの成果報酬MIXモデルであり、急速にシェアを拡大できる可能性がある

※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）当社が展開するコンサルティングサービス/※HRX（Human Resource Transformation）人事変革を指す



利益成長を実現するための戦略

AI技術への積極的な投資を通じて、プロダクト価値および組織価値の向上を図り、利益成長の加速を目指す

AI×TalentX

2024年度より社内AI研究機関を設立



プロダクト 価値向上

Myシリーズでの
AI×採用マーケティング機能の
段階的リリース

組織の 生産性向上

生成AIを用いた
各種業務生産性の向上

「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。

利益成長を実現するための戦略（プロダクトと組織へのAI実装を通じて更なる利益創出）

MyシリーズのプロダクトへのAI実装に加え、付随する人的サポートをAIで自動化し、当社営業人員の生産性を向上させることで、利益成長を促進

プロダクトのAI機能強化による利益率の向上



MyRefer
広報活動の自動化、リファラルネットワークのサジェスト機能をリリース

MyTalent
AIによる応募意欲の高い候補者の特定、スカウト自動化機能をリリース

生成AIによる社内オペレーション業務の自動化



生成AIの活用による、採用マーケティングサポート業務の記事制作効率化は完了。

次は生成AIを活用した社内のオンボーディングプロセス⁽¹⁾の効率化を目指す

1.オンボーディングプロセス：企業が新たに採用した人材を職場に配置し、組織の一員として定着させ、戦力化させるまでの一連の受け入れプロセスのこと

Level 3

生産性の更なる向上

特定環境における
完全自動化
条件付き自動化

202X年3月期
CS一人当たり保有ストック売上の更なる向上

Level 2
現在

生産性
50%向上

一部業務の
自動化

2025年3月期
CS一人当たり保有ストック売上：約1.5倍⁽²⁾

Level 1

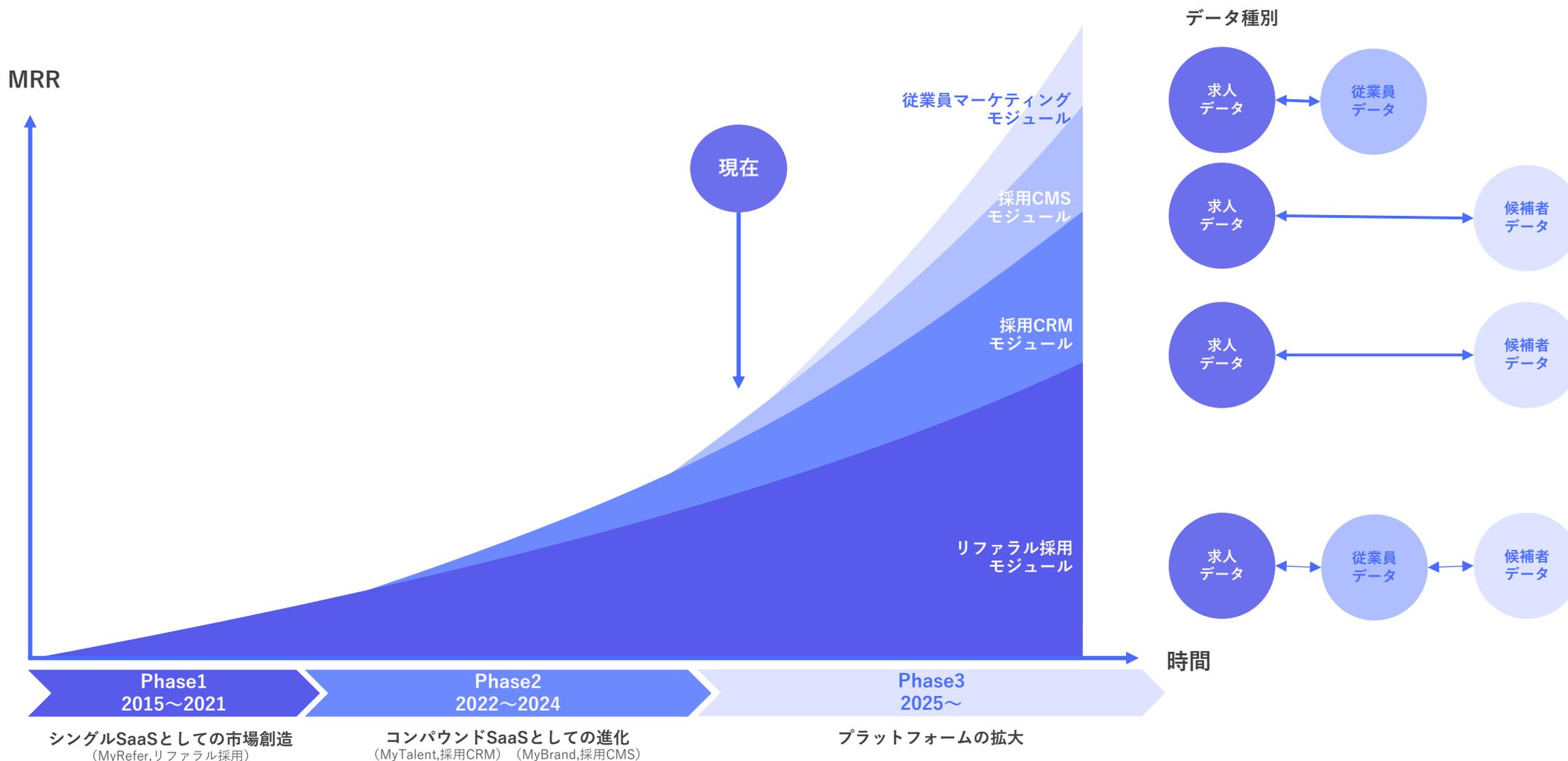
従来通りの
RPO・BPO

2023年3月期1Q
CS一人当たり保有ストック売上：1.0

2.2023年3月期第1四半期末を1.0とした際における2025年3月期末におけるCS一人当たりのストック売上高比率

今後のプロダクト戦略 | 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



今後のプロダクト戦略 | 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

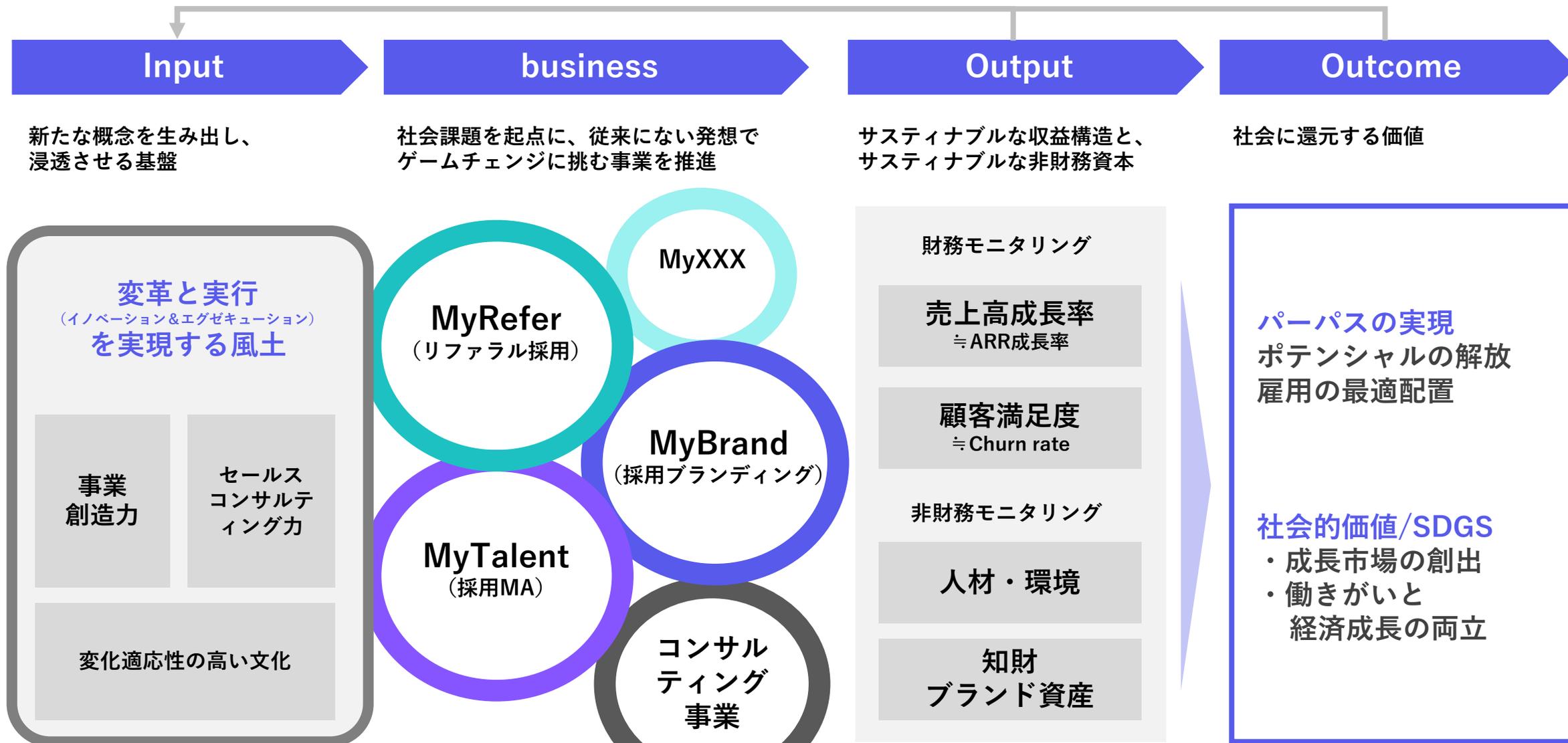
大手向け採用DXプラットフォームの強みを生かし、AIと自社開発・連携やM&Aで採用DX エコシステムを構築

新規開発 AI開発 協業・システム連携  クロスセル SaaS利用料等



組織と人的資本戦略 | 事業戦略と連動した人材戦略

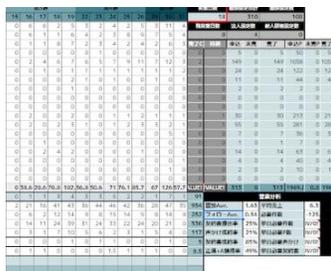
パーパス：人と組織のポテンシャルを解放する社会の創造
ビジョン：未来のインフラを創出し、HRの歴史を塗り替える



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

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

CRM

現在の営業活動

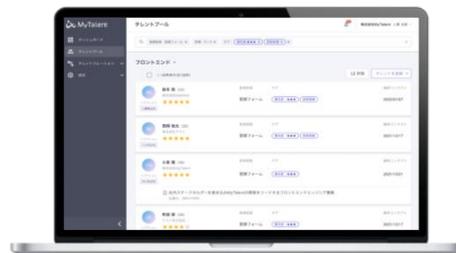


- ・ 自社の見込み顧客にマーケティング
- ・ Webで情報の一元管理
- ・ 営業プロセスの効率化・自動化

未来の採用活動

MySeries

MyRefer MyTalent MyBrand



TalentX

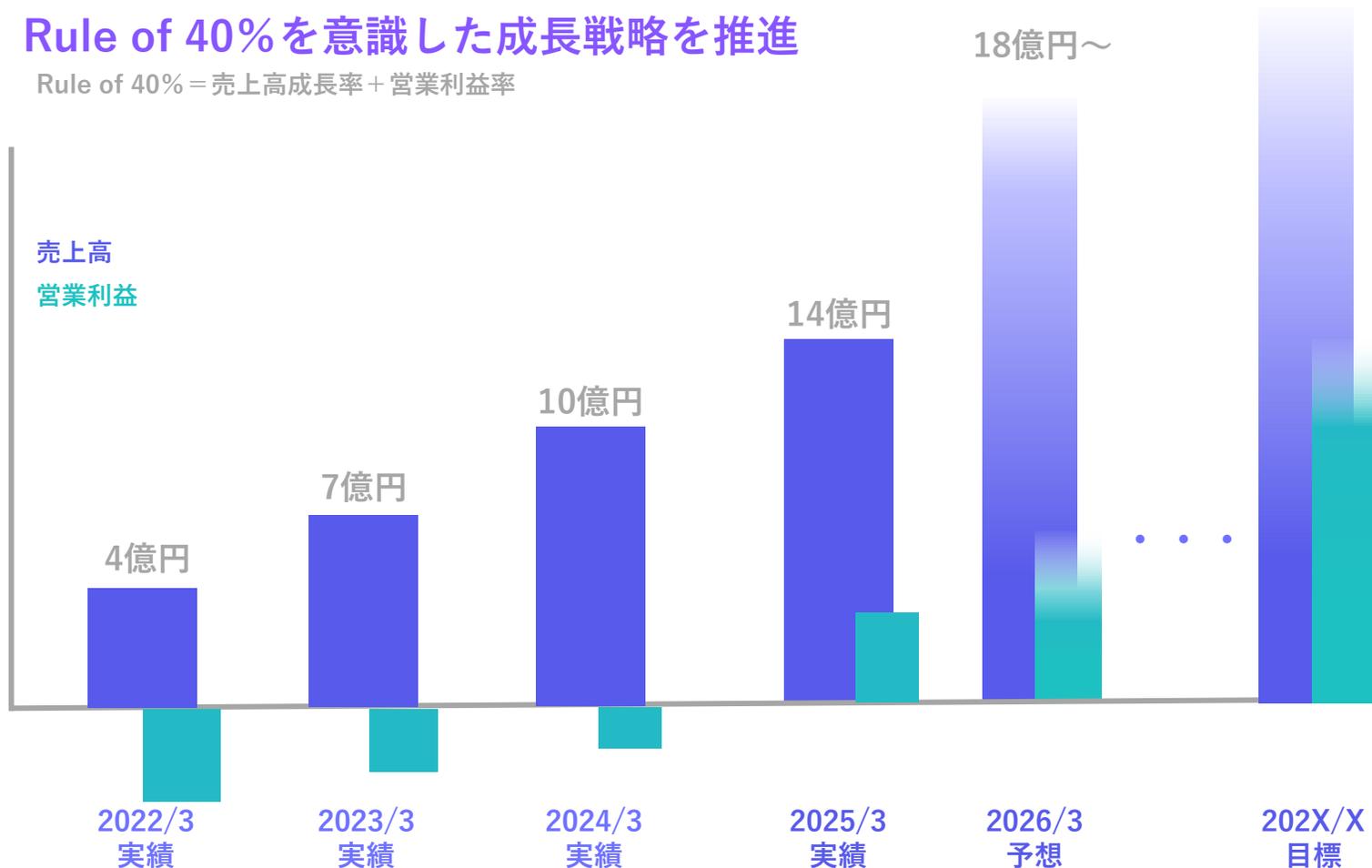
- ・ 自社の候補者にマーケティング
- ・ 持続可能な採用活動
- ・ 候補者情報を資産として一元管理

Rule of 40 を基軸とした中期成長戦略

IPOをスタート地点とし、継続的な事業成長に全力でコミット
売上高成長率と利益率の両立による持続的な株式価値向上を目指す

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



サステイナブルな事業成長

- ・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%、Rule of 40%は約55%と過去最高水準達成

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。

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

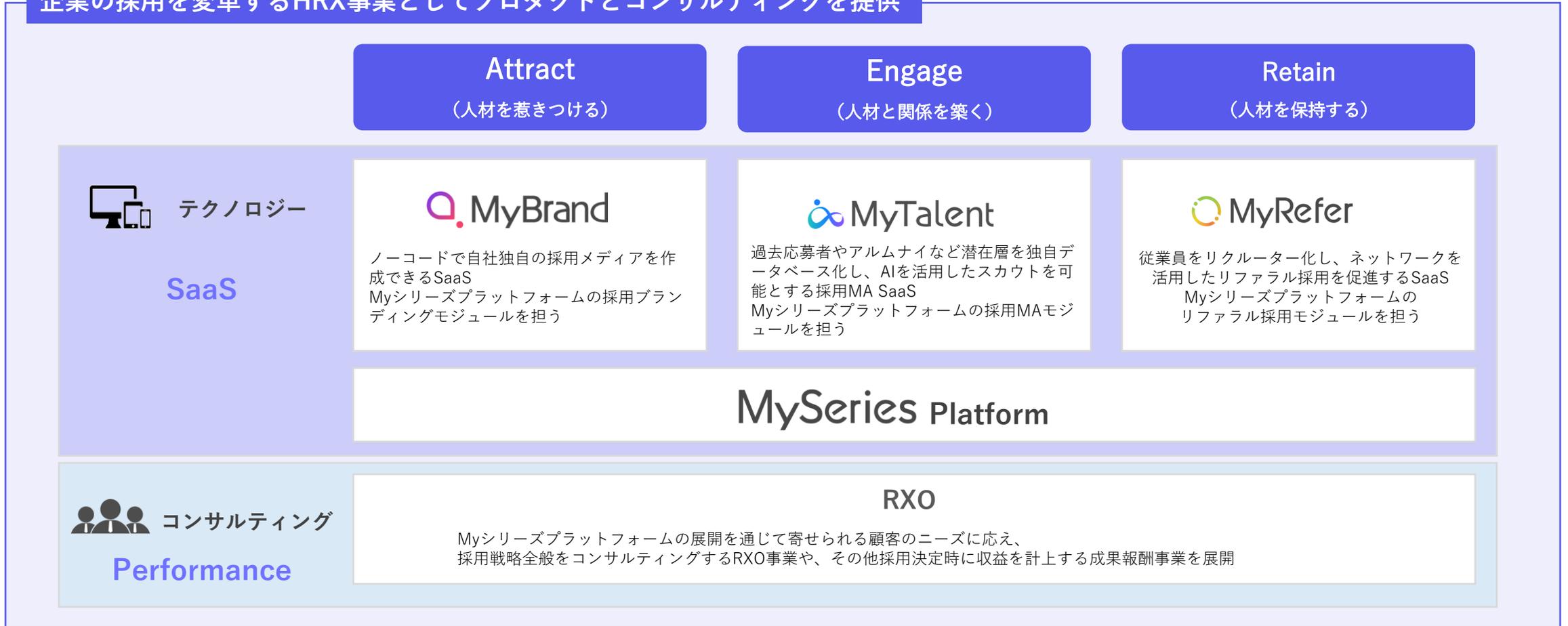
INDEX

- 01 事業概要
- 02 ビジネスモデルと優位性
- 03 市場環境とポテンシャル
- 04 成長戦略
- 05 Appendix

TalentX

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



※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

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：社員がリクレ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-change the work.



10 Leadership Principle

全員をリーダーと定義し、個人と組織のポテンシャルを発揮する10個の行動指針



UserFirst / 顧客価値の創造

リーダーは顧客から信頼を獲得して関係性を維持することに全力を尽くします。



Bold mistake / 果敢な失敗をしよう

リーダーは失敗の先の学びを得るために、恐れずチャレンジと失敗をします。



Be Columbus / コロンブスの卵であらう

リーダーは『初』を生み出します。"世の中初"コロンブスの卵のように。



Be Ownership / オーナーシップを持つ

リーダーは自分の業務のみにフォーカスせず、全社にオーナーシップを持ちます。



Gale / スピードで勝とう

リーダーは誰よりも疾く、スマートであり続けます。



Professionalism / プロフェッショナルであれ

リーダーはいついかなるときも自らのミッションに誰よりもコミットします。



Respect everyone / 誰にもリスペクトを

リーダーは誰よりも多様性を持ち、年齢、業績、経歴を問わず皆をリスペクトします。



Essential thinking / 物事の本質を追求しよう

リーダーは何事にも本質を追求し、クリティカルに物事を考えます。



Teampplay / 仲間を信じその力を活かそう

リーダーは仲間とのつながりが価値あるものだと信じています。



Enjoy Working / はたらくを楽しもう

リーダーは全員「はたらくを楽しむ」スタンスを持っています。

マネジメントメンバー（HRTech、エンタープライズ領域に強いマネジメント陣が在籍）



代表取締役社長CEO
鈴木 貴史 | Takafumi Suzuki

1988年 和歌山県生まれ。インフラを生み出す起業家を志し、
2012年 インテリジェンス入社。
2015年 当時最年少にて企業内ベンチャーとしてMyReferを創業。
2018年 株式会社TalentXを設立、代表取締役社長就任。
2022年「MyTalent」、2024年「MyBrand」を展開。
2025年東証グロース市場へ上場。
著書：「戦わない採用 | リファラル採用のすべて」



取締役 セールス&マーケティング本部長
細田 亮佑 | Ryosuke Hosoda

1988年長崎県生まれ。
インテリジェンス入社後、大手企業の採用支援・マーケティングに従事。
HRTech新規事業のマーケティング責任者を務める。
2018年 TalentX創業時に取締役として参画。
MyRefer事業の営業・マーケティング部門を統括。
2023年 取締役タレントアクイジション本部長として
全社のセールス&マーケティングを統括。



執行役員 CTO テクノロジー&クリエイティブ本部長
藪下 直哉 | Naoya Yabushita

1985年生まれ。
2011年 NEC入社後、インフラ・Web開発に従事。
2018年 パーソルキャリアを経てTalentX参画。
TechLeadとして開発を担当。
2023年 執行役員 CTOに就任、AI開発と技術基盤強化を推進。

執行役員 経営管理本部長 公認会計士
酒井 一弘 | Kazuhiro Sakai

1979年生まれ。
2002年 あずさ監査法人入社後、監査・M&A支援に従事。
アントレックス、TWIN PLANETで取締役・CFOを歴任。
2023年 TalentX入社、2023年に執行役員 管理本部長に就任。

専門役員社長室長
太田 将善 | Masayoshi Ota

1981年生まれ。
ジャフコにてVC・バイアウト投資に6年間従事。
その後KPMGでValuation業務、ユーザーベースでM&A・予算設計を担当。
2021年 TalentX入社、2023年経営企画室長 兼 社長室長に就任。

執行役員 戦略人事室長 CHRO
中村 侑太郎 | Yutaro Nakamura

1989年生まれ。大手人材企業にて全社新卒採用を担当。
2016年 サーキュレーション入社後、
採用責任者・大手製造業向け営業マネージャーを歴任。
2022年 TalentX入社、2023年CHROとして人事戦略を統括。

執行役員
近藤 歩 | Ayumu Kondo

1996年生まれ。
2018年 パーソルキャリア入社。IT領域の人材紹介に従事。
2019年 TalentX入社、セールス、CSからMyTalentの事業責任者を経て、
2025年執行役員就任。

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

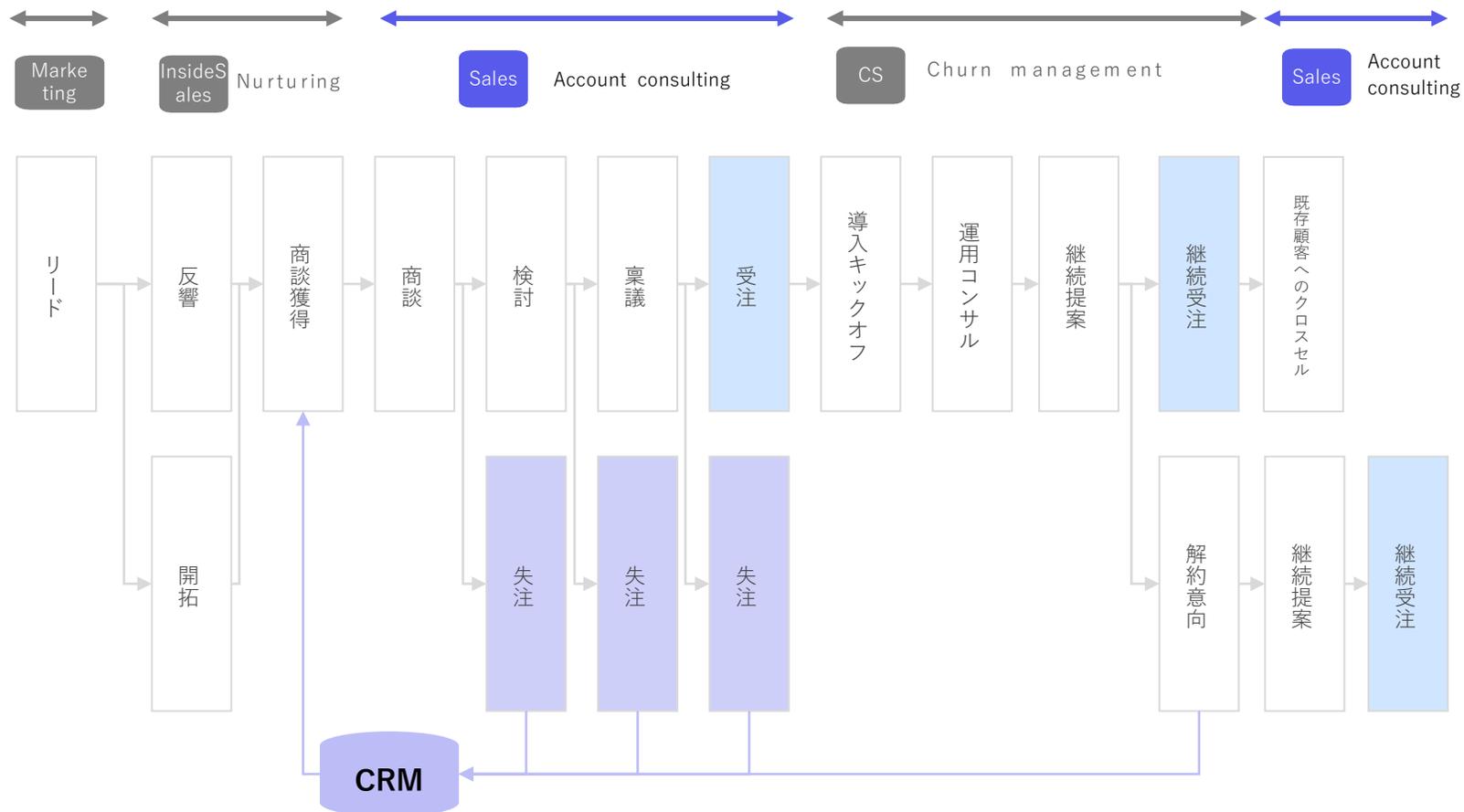
マトリックスの組織運営



構成比率：正社員80% 業務委託20%

組織としてのサステナビリティ

組織としての再現性を持ち、スケールできる仕組みを構築
 インサイドセールス、Sales、CSが相互に連携し、シナジーを促進する体制を整備



InsideSales→Sales→CSと社内のキャリア開発
 サイクルを確立し、採用・育成の再現性を維持

- ✓ LTVは**5,000万円**
- ✓ LTV/CACは**27倍~**

▼ BDRの再現性

- ・エンタープライズBDRに求められるスキルレベルを可視化、イネーブルメントプログラムを推進

▼ Salesの再現性

- ・顧客のステージをCRMで可視化し、BDRやCSと連携をしながら効率よく顧客開拓を実施
- ・規模、業界毎に組織を分割し専門性の高い提案を推進

▼ CSの再現性

- ・MyRefer、MyTalentなどプロダクト毎にヘルススコアを定義、解約リスク顧客を事前に特定
- ・業界毎に顧客の成功事例を蓄積、ユーザー会を実施
- ・定例会議で解約リスクを特定し、事前の提案を実施

※LTV（顧客生涯価値）：顧客1社から得られる累計粗利額を示す指標で、ARPA（1社あたりの月額売上高）に粗利率を掛け、解約率で除して算出。

※LTV/CAC：営業・マーケティング活動に対する投資効率を示す指標で、LTVを新規顧客獲得コスト（CAC）で除して算出。CACには人件費も含まれている。

顧客アセットの余白と成長余地—新規開拓の注カゾーン

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

※顧客数は、当社CRM上の登録企業アカウント数を参照

▼ 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

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	当社では、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	当社では、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いません。	低	大	特定時期なし

※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。

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。
- 次回の「事業計画及び成長可能性資料に関する事項」については、2026年6月頃を目処として開示する予定です。