



2024年3月期 通期 決算説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

2024年5月14日

株式会社i-plug (東証グロース：4177)



INDEX

1. 2024年3月期 通期実績
2. 戦略の振り返り
3. 中長期戦略と業績予想
4. 会社概要
5. 参考資料

INDEX

1. 2024年3月期 通期実績

2. 戦略の振り返り

3. 中長期戦略と業績予想

4. 会社概要

5. 参考資料

2024年3月期 通期決算ハイライト

決算概要

売上高 46.0億円（前期比+23.0%）

営業利益 1.3億円（前期は営業損失△4.1億円）

ご参考

受注高 47.6億円（前期比+20.9%）

（内訳）早期定額型 35.7億円（前期比+23.9%）

対業績予想

売上高 予想 50.8億円 → 実績 46.0億円 達成率 90.5%

営業利益 予想 0.7億円 → 実績 1.3億円 達成率 176.6%

ご参考

受注高 予想 53.5億円 → 実績 47.6億円 達成率 89.0%

Topics

OfferBox

早期定額型の受注増により前期比で売上増加。各種KPIも順調に進捗。

PaceBox

当初想定したマッチングを創出できず業績低迷。2024年6月をもってサービス終了を決定。

その他

2023年3月期にM&Aを実施した事業において、減損損失を計上。当期純損失となった。

特別損失の計上について

2024年3月期決算（連結・個別）において、下記の特別損失を計上。

今後、資本効率の改善を進めるとともに、グループ全体での中長期的なシナジーを実現していく。

特別損失の内容

今後の方針

1

plugin lab事業及びキャリア大学事業ののれん及び固定資産の減損損失
（金額）連結決算：△87百万円 個別決算：△87百万円

▶ 店舗数の削減等で収益改善を図る
OfferBoxとの連携強化を図る

2

株式会社マキシマイズにおけるのれんの減損損失、関係会社株式評価損
（金額）連結決算：△113百万円 個別決算：△170百万円

▶ 改めて食品業界に特化
OfferBoxとの連携強化を図る

3

株式会社paceboxの預け金に対する貸倒引当金、関係会社株式評価損
（金額）個別決算：△920百万円

▶ 7月に株式会社paceboxを吸収合併予定
中途事業は事業開発から再チャレンジ

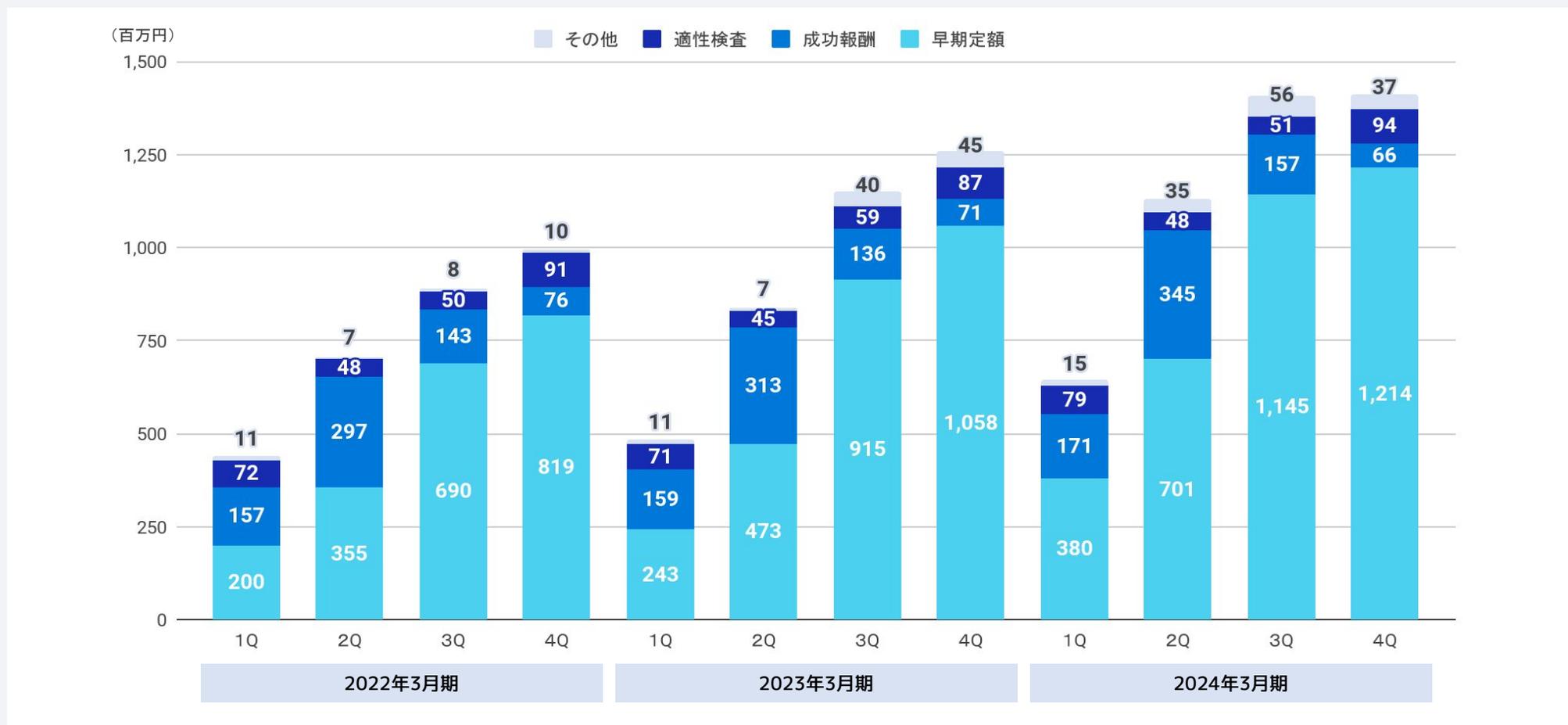
業績ハイライト

連結売上高は前期比+23.0%の伸びとなり、通期営業黒字を回復。ただし減損損失を計上したことで当期純損失となった。
i-plugin単体では売上・利益ともに拡大。前年度の人的投資等によりコストは増加したが、OfferBoxの売上増が寄与。
PaceBoxは2024年6月をもってサービス終了。定着保証の返金等により、売上高は3Qから減少し17百万円となった。

| (百万円) | | 売上高 | 営業利益 | 経常利益 | 当期利益 |
|----------------|---------------|--------|---------|------|------|
| 2023年3月期 通期 | 連結 | 3,741 | △411 | △397 | △492 |
| | (内訳) i-plugin | 3,420 | 105 | | |
| | (内訳) pacebox | 9 | △560 | | |
| 2024年3月期 通期 | 連結 | 4,602 | 139 | 137 | △193 |
| | (内訳) i-plugin | 4,249 | 498 | | |
| | (内訳) pacebox | 17 | △462 | | |
| 前期比 | 連結 | +23.0% | — | — | — |
| | (内訳) i-plugin | +24.2% | +372.3% | | |
| | (内訳) pacebox | +87.8% | — | | |

サービス別売上高 四半期推移（会計期間）

早期定額型は受注増加により前期比で売上増。OfferBoxのサービス特性から売上高は下期偏重型となる。
成功報酬型は求人紹介サービス「OfferBoxPLUS」経由の決定人数が増加したこともあり、通期では売上増となった。

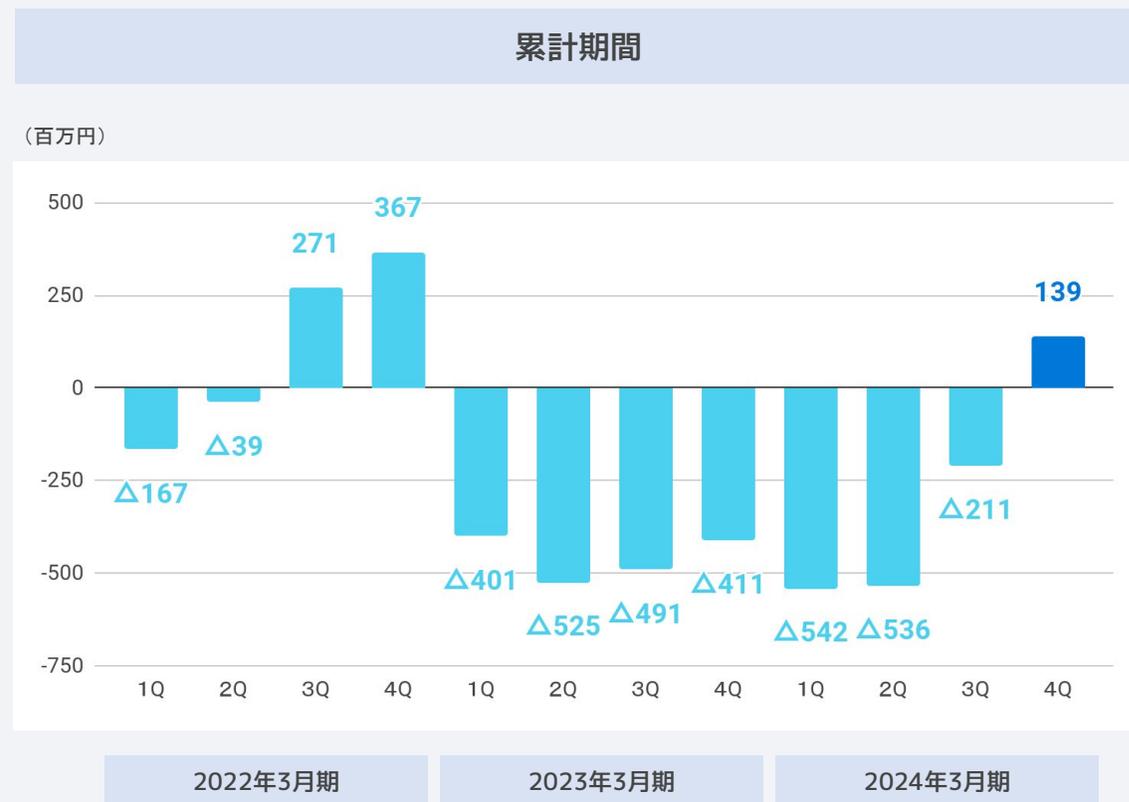
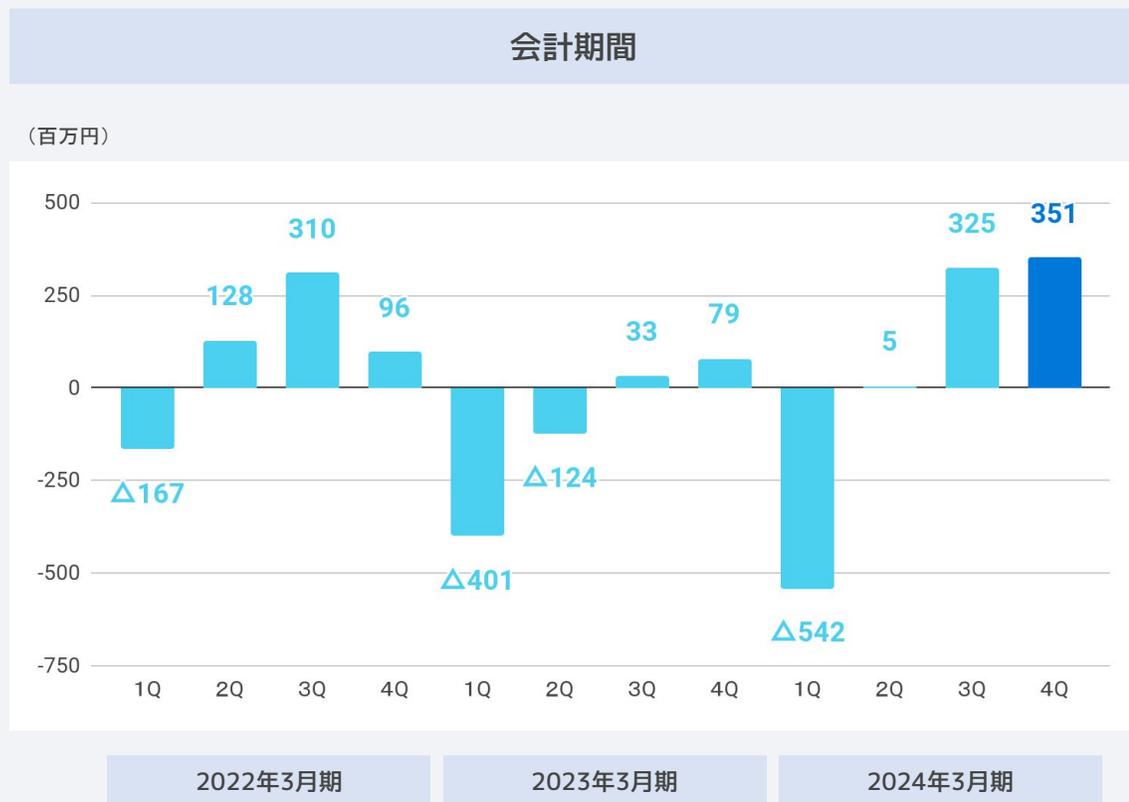


営業損益 四半期推移

4Q会計期間では前年同期比で大幅改善となる黒字を確保。

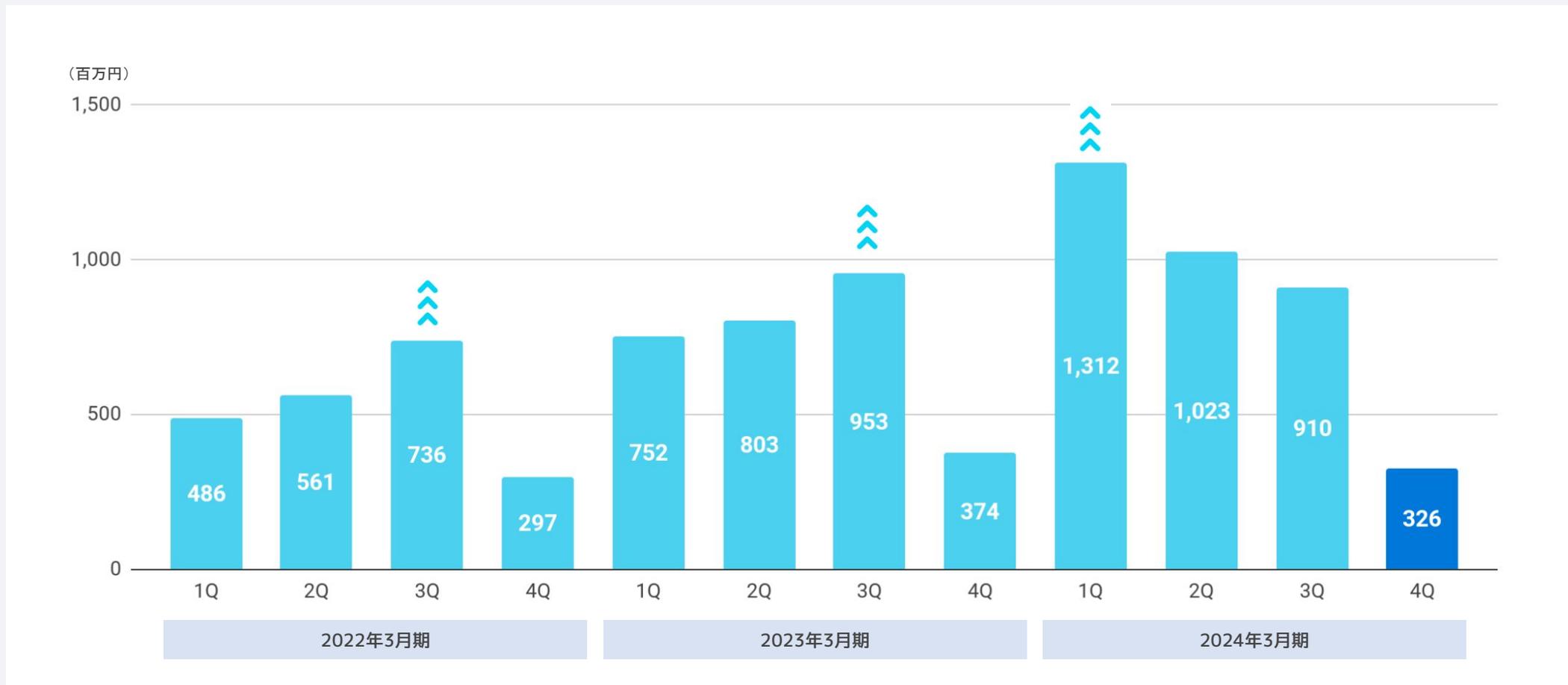
前年度の人的投資等によりコスト増も、OfferBoxの売上増や、サービス終了決定後のPaceBoxへの投資減が寄与した。

売上高の季節性等により年度後半に営業利益が増加する傾向にあり、3Q累計期間では赤字だったが、通期累計は黒字で着地。



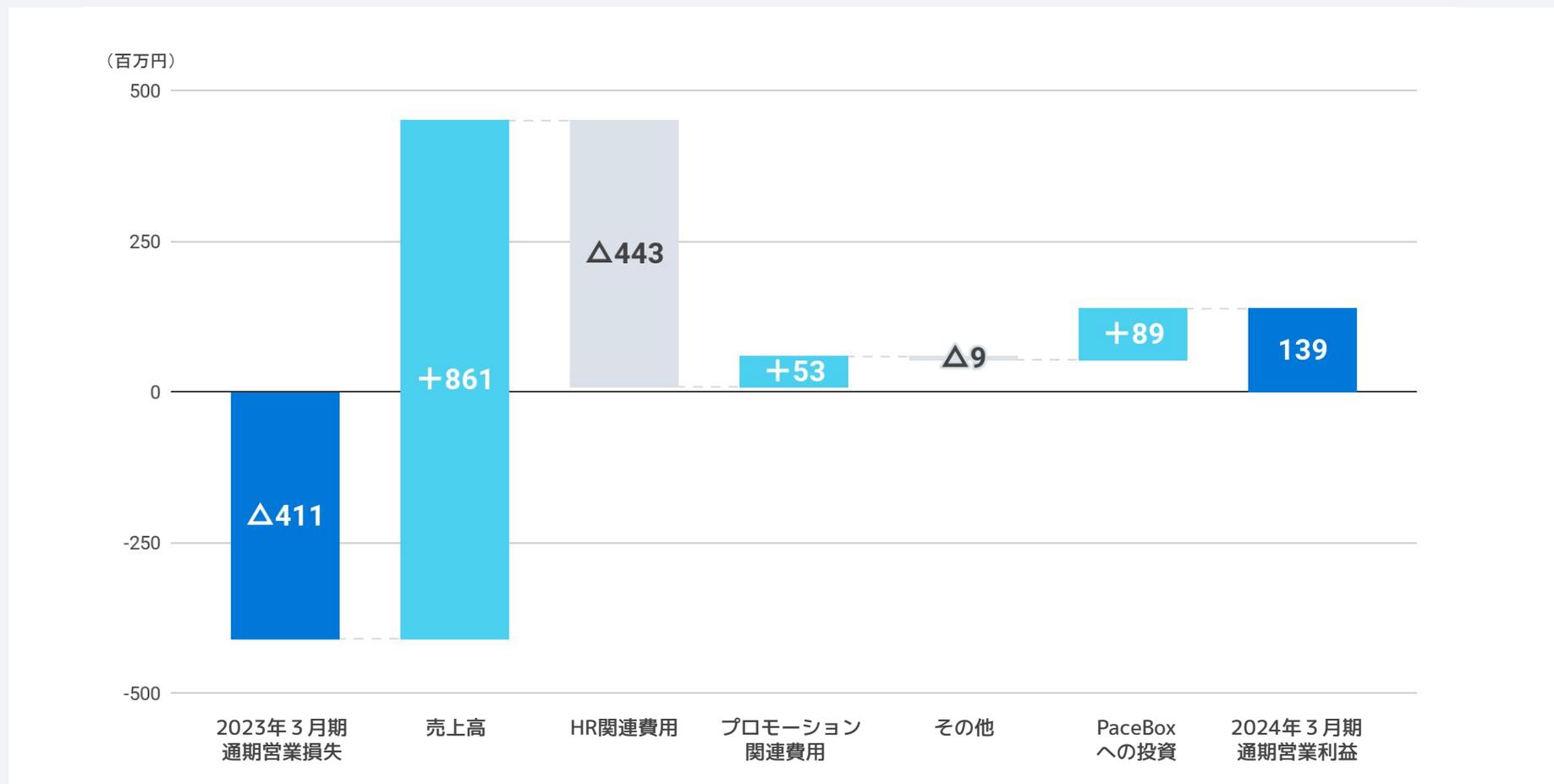
受注高（早期定額型） 四半期推移（会計期間）

OfferBoxのうち早期定額型の4Q受注高は前年比で減少した。前年度利用企業への提案を前倒しで実施したことも影響して、従来1Qから3Qにかけて増加していた受注が、当期は1Qにピークがくる結果となった。この傾向は2025年3月期も続くとしている。



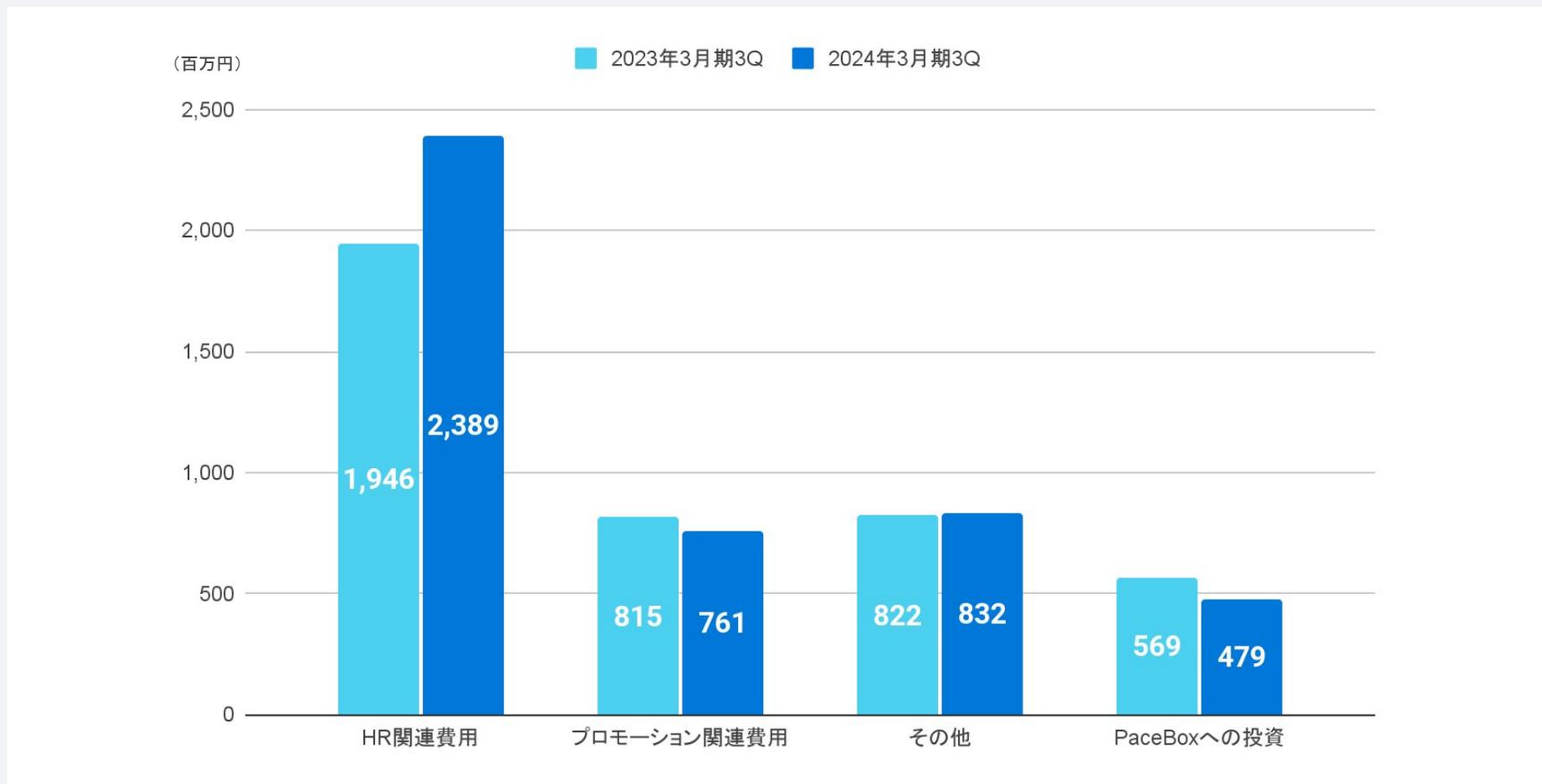
営業損益 前期対比推移

前年度に実施した人的投資の影響でHR関連費用が増加するも、売上増が寄与して通期では営業黒字となった。



種類別コスト（連結） 前期対比

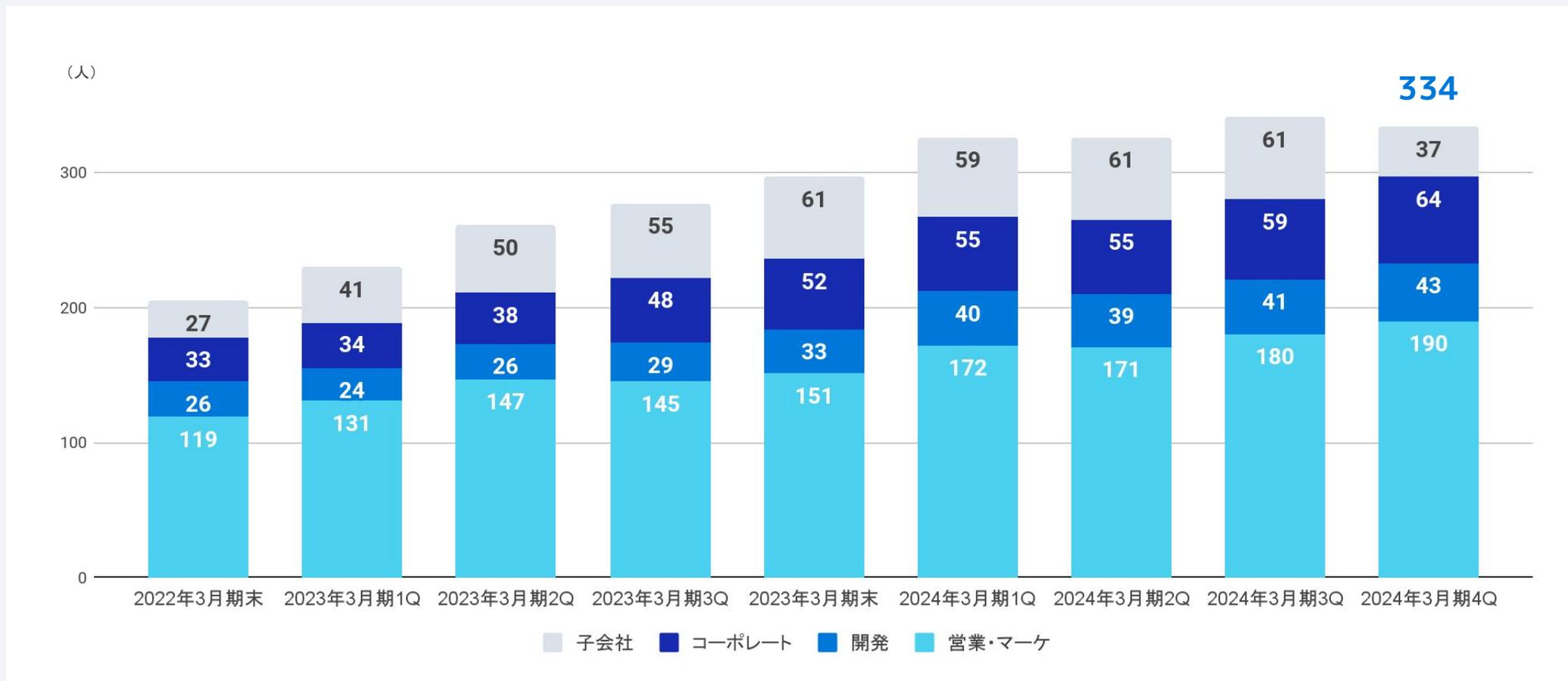
前年度の人的投資によりHR関連費用は増加した。前年は4Qにマーケティングコストをかけて登録人数を伸ばしたが、当期は抑制。PaceBoxへの投資は、2月にサービス終了を決定したこともあり前期比で減少した。



従業員数（連結） 四半期推移

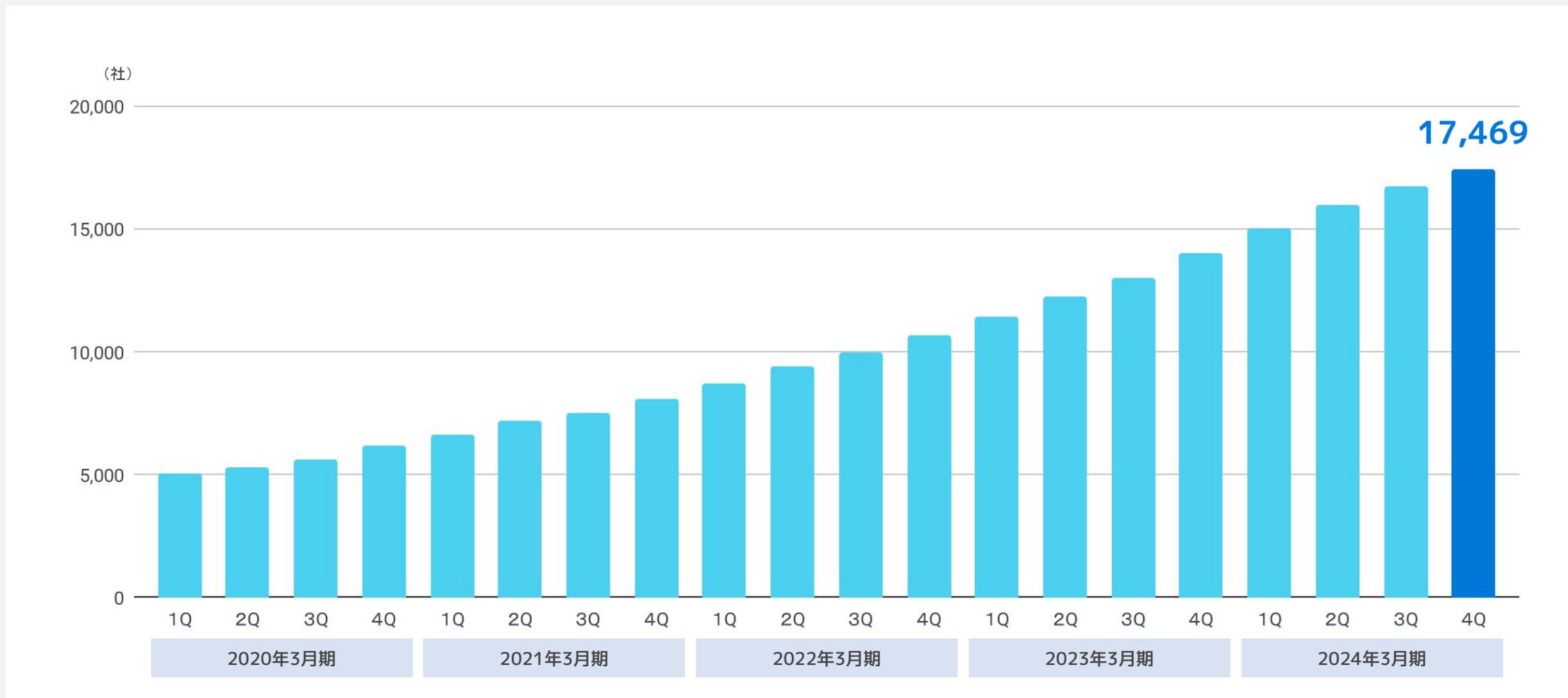
2024年3月期末時点の連結従業員数は前期末から37名増加、3Q末から7名減少し334名となった。

PaceBoxのサービス終了にともなう配置転換やi-plugからの出向解除、離職等により子会社の従業員数が減少した。



各種KPI①：企業登録数（累積）

企業登録数は順調に増加し続け、2024年3月期末時点で17,469社（前年同期比+24.6%）の登録を実現。



各種KPI②：学生登録数（累積）

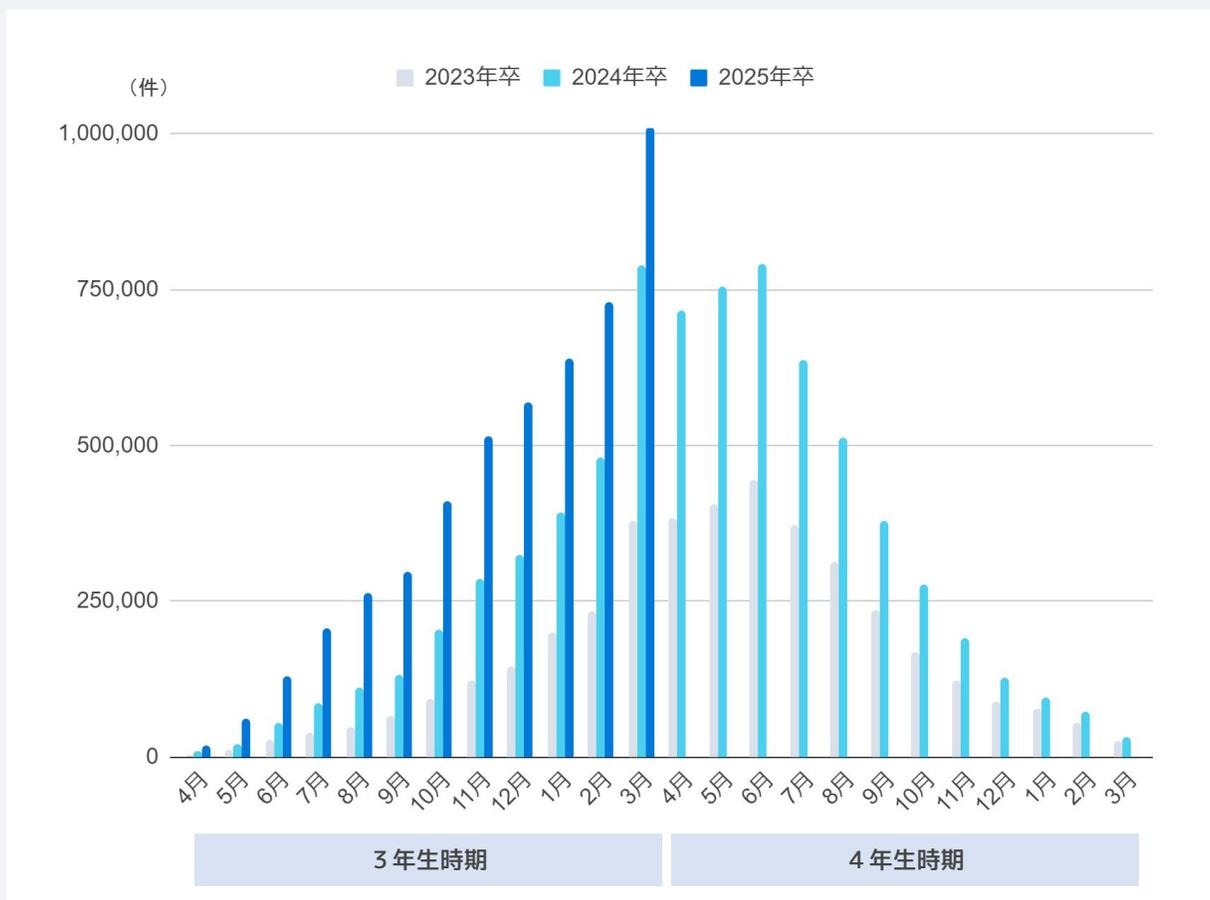
2024年3月期末時点では、2024年卒246,751人（前年同期比+13.4%）、2025年卒182,512人（前年同期比△4.8%）となった。前年下期にマーケティングコストをかけて登録人数を伸ばした反動もあり、2025年卒の学生登録数は前年を下回っているものの、最終的な決定につながる指標は順調に推移している。



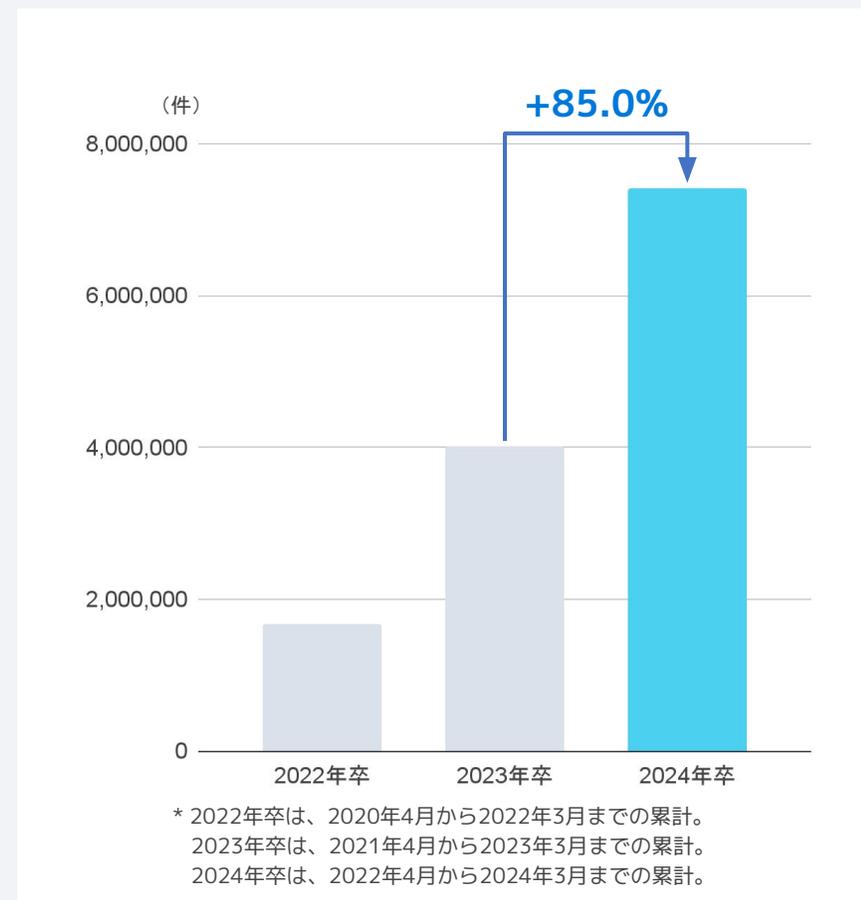
各種KPI③：オファー送信数（単月推移・累積）

登録企業数の増加と採用意欲の高まりによりオファー送信数は大幅増加（2024年卒は前期比+85.0%）。

オファー送信数（単月推移）



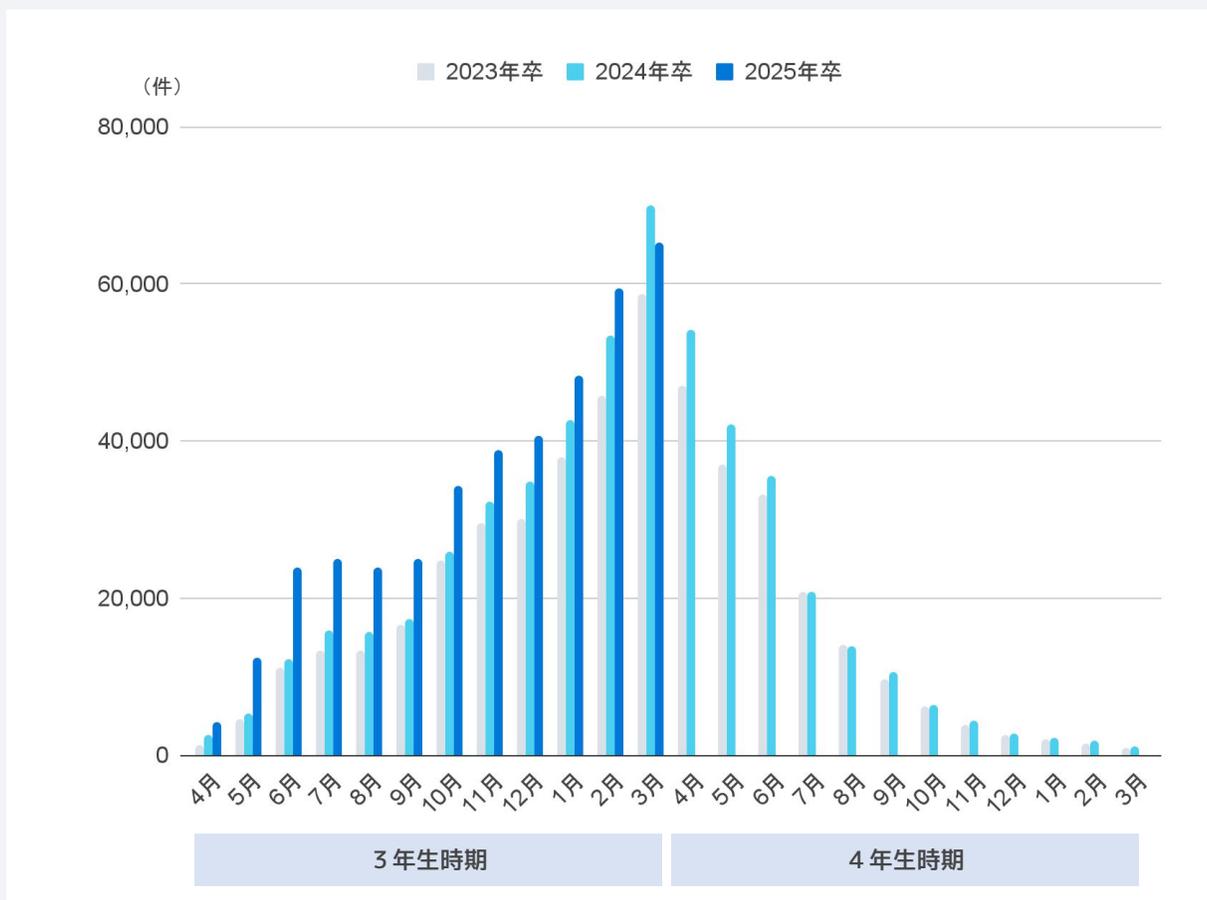
オファー送信数（累積）



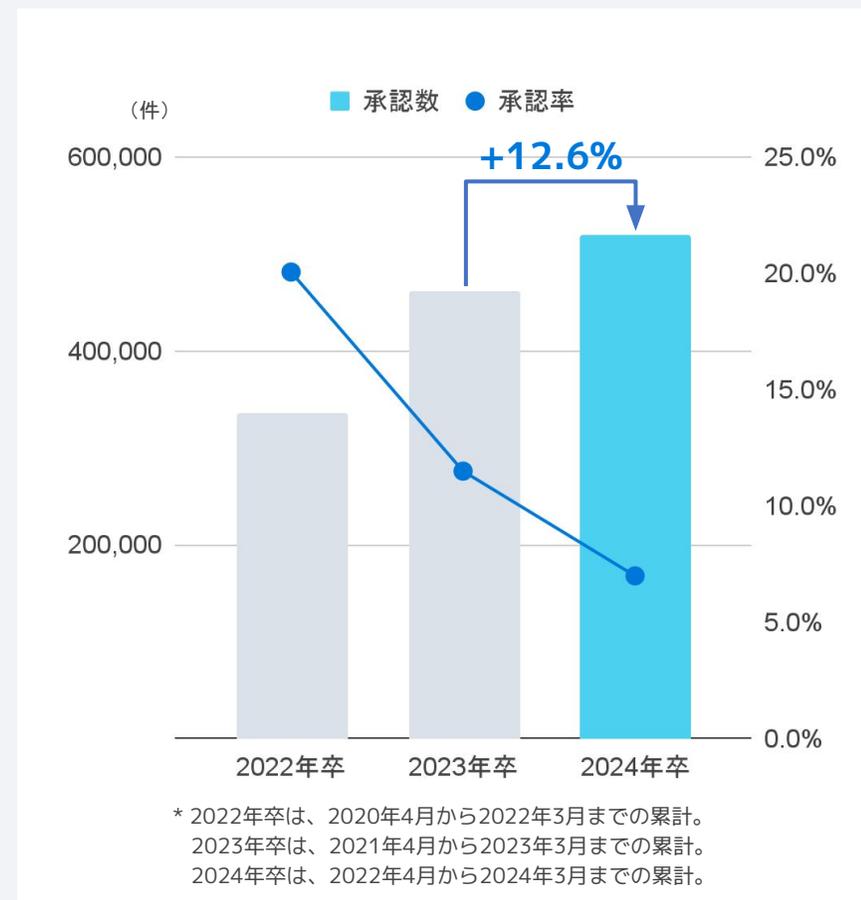
各種KPI④：オファー承認数（単月推移・累積）

企業のオファー送信数の増加に応じて、オファー承認数は増加（2024年卒は前期比+12.6%）。ただし、オファー送信数著増の影響でオファー承認率は低下している。

オファー承認数（単月推移）



オファー承認数（累積）及び承認率



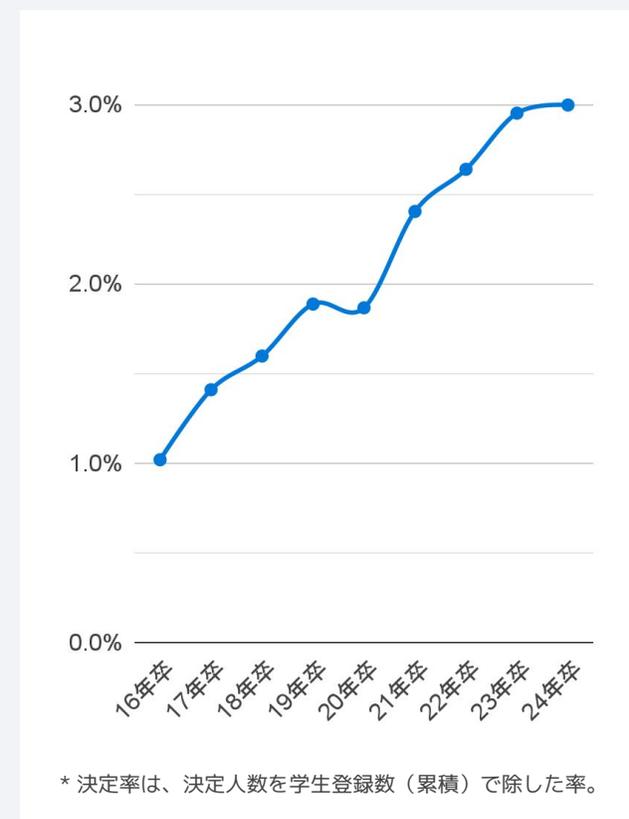
各種KPI⑤：OfferBox決定人数（四半期毎の累積）

2024年卒の4Q末時点における決定人数は7,394名（前期比+15.1%）となった。
OfferBoxを通じて就職が決定する学生数は引き続き伸長。学生登録からの決定率も伸びている。

決定人数の推移

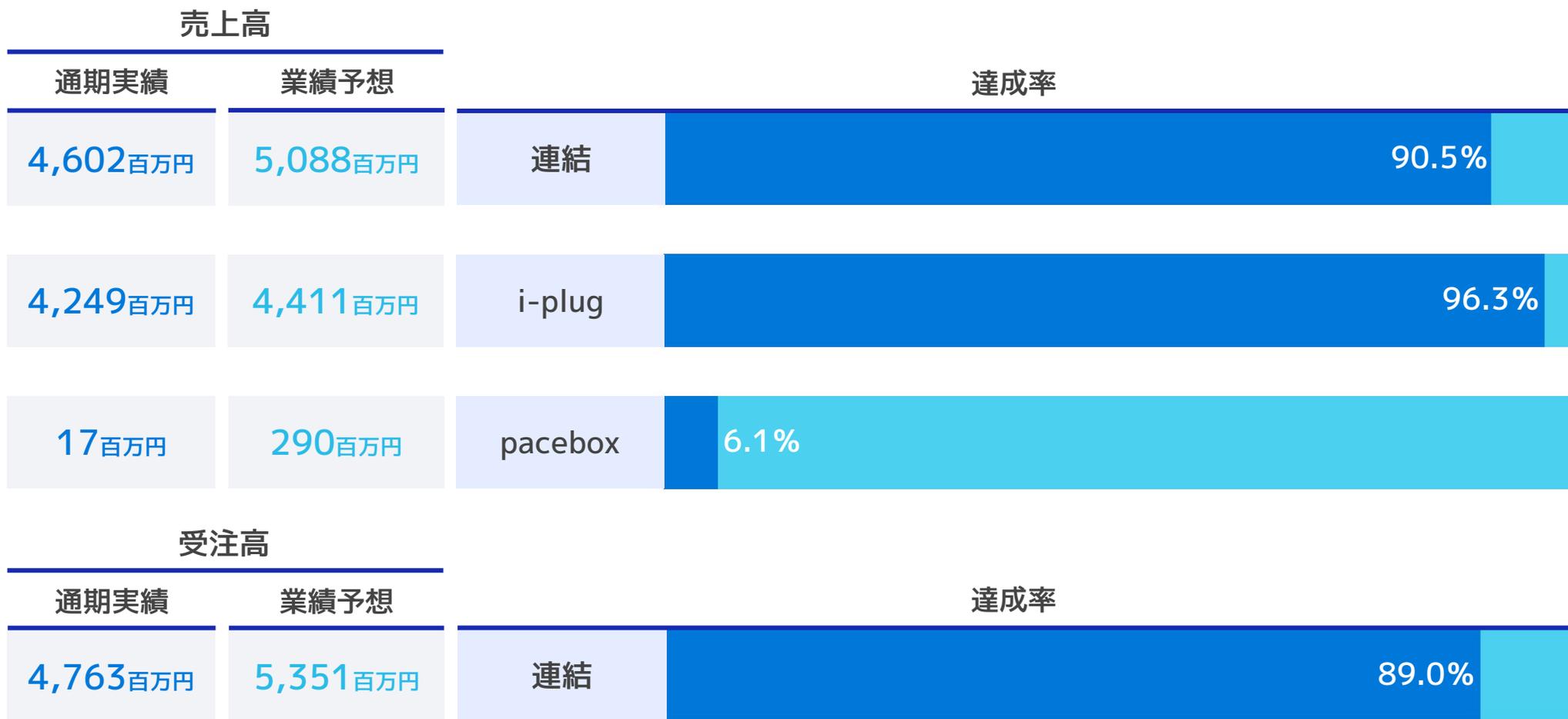


学生登録からの決定率



2024年3月期 業績予想に対する達成率

売上高は、OfferBoxは前期比で伸長したものの業績予想に対しては未達。PaceBoxは引き続き苦戦し、連結売上高も未達となった。なお、営業利益は達成率176.6%、経常利益は達成率186.0%、親会社株主に帰属する当期純利益は特別損失の影響で未達となった。



INDEX

1. 2024年3月期 通期実績
2. 戦略の振り返り
3. 中長期戦略と業績予想
4. 会社概要
5. 参考資料

中期経営計画ローリングプラン2023 基本戦略の振り返り

2024年3月期における基本戦略の振り返りは以下のとおり。

| 基本戦略 | 進捗 | 進捗に対する見解 |
|---|---|--|
| 新卒のミスマッチ解消に向けた OfferBoxのさらなる成長 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 目標には届いていないが堅調に成長 <ul style="list-style-type: none"> ・ 売上高成長率 前期比 +23.0% ・ 決定人数 7,394人（前期比 +15.1%） ・ 早期定額型受注成長率 +23.9% ・ 提供価値拡大に向けた兆しを発見 <ul style="list-style-type: none"> ・ OfferBoxPLUSの立ち上げ | <ul style="list-style-type: none"> ・ 主力事業のOfferBoxは堅調に成長しているが、まだ伸びしろがあるため、投資を強化することで成長を継続 ・ 新卒領域での価値提供範囲を広げることで着実に成長 |
| “HRtechxPeople Analytics” 領域における新規事業投資の加速 | <ul style="list-style-type: none"> ・ PaceBoxの立ち上げに苦戦 ・ eF-1Gを運営するイー・ファルコンは成長に向けた体制を整備 | <ul style="list-style-type: none"> ・ PaceBoxはサービス終了を決定、中途領域はゼロベースでの検討が必要 ・ イー・ファルコンは体制構築が終わり、既存領域・新領域に向けた戦略をスタート |
| エコシステム構築に向けた 規律あるM&Aの実行 | <ul style="list-style-type: none"> ・ M&A 2件実行 ・ 2023年3月期に譲受された2事業（plugin lab、マキシマイズ）は当初計画未達となり、のれんの減損処理を実施 ・ グループシナジー発揮には課題あり | <ul style="list-style-type: none"> ・ ソーシング体制の強化やM&A戦略の見直しが必要 ・ PMIの実行体制の強化 |

中期経営計画ローリングプラン2023 定量目標の振り返り

新卒事業においては、売上高は計画未達となったが、前期比では成長し、利益計画は達成した。

中途事業及びその他事業においては計画との乖離が生じ、全体的な見直しが必要となり、中期経営計画の取り下げを行った。

| (億円) | | 2023年 3月期 | 2024年3月期 | | | | 2025年 3月期 | 2026年 3月期 |
|------|------|--------------|----------|------|--------|---------|--------------|--------------|
| | | 実績 | 計画 | 実績 | 計画比 | 前期比 | 計画 | 計画 |
| 連結 | 売上高 | 37.4 | 50.8 | 46.0 | △9.5% | +23.0% | 74.8 | 104.8 |
| | 営業利益 | △4.1 | 0.7 | 1.3 | +76.6% | — | 8.5 | 17.8 |
| 新卒事業 | 売上高 | 34.2 | 44.1 | 42.4 | △3.7% | +24.2% | 60.2 | 83.7 |
| | 営業利益 | 1.0 | 3.1 | 4.9 | +61.0% | +372.3% | 5.0 | 11.2 |
| 中途事業 | 売上高 | 0.1 | 2.9 | 0.1 | △93.9% | +87.8% | 9.4 | 13.9 |
| | 営業利益 | △5.6 | △2.9 | △4.6 | — | — | 1.7 | 3.8 |

2024年3月期 戦略の振り返り（新卒事業）

| 事業戦略の方針 | 施策 | 判定 | 振り返り |
|------------------------|---|----|--|
| 企業と学生相互の魅力をさらに引き出す機能改善 | 現在の機能をベースに継続的に改善を進める。 ・UXの改善 ・プロフィール内容の改善 等 | ○ | <ul style="list-style-type: none"> ・製販一体となりプロダクトをアップデート ・採用、就活の負担を軽減する機能の改善、開発を推進（スマホアプリリニューアル、学生検索改善、オファー種類選択など） |
| 企業と学生の出会いの機会を増加させる機能強化 | 学生と企業の出会いの場面の量と質の両面で高める。 ・イベント機能の実装 ・新卒紹介事業の展開 ・就活カフェの運営 ・就活イベントの企画運営 等 | △ | <ul style="list-style-type: none"> ・ OfferBoxイベント機能を改善 ・ 新卒紹介（OfferBoxPLUS）を通じた決定人数は順調に伸長 ・ 学生登録数は鈍化傾向 ・ plugin lab運営はコロナ後の集客に苦戦 ・ 就活イベントではマキシマイズとのシナジー発揮に至らず |
| データ活用によるマッチング効率のさらなる向上 | 膨大な蓄積データを活用し、登録学生とオファーを最適配分し効率を向上する。 ・アルゴリズムの継続的改善 ・オファー送信を適切に分散させる諸施策の企画 等 | △ | <ul style="list-style-type: none"> ・アルゴリズムの継続的改善を実施 ・オファー送信数の増加が想定を超え、マッチング効率は改善に至らず |

2024年3月期 戦略の振り返り（適性検査事業）

| 事業戦略の方針 | 施策 | 判定 | 振り返り |
|--|---|----|---|
| 機能開発と営業マーケティング機能の更なる強化を推進するとともに、蓄積したデータを活用した新商材の開発、販売を狙う | <p>デジタルマーケティングの強化 保有している豊富な実績や知見を顧客の課題解決となるコンテンツとして活かし、デジタルマーケティングによって課題を抱える顧客に効果的に届ける。</p> | △ | <ul style="list-style-type: none"> これまで実施してきたマーケティング施策の検証が一通り完了し、効果が期待できる施策や課題箇所が明らかとなった |
| | <p>OfferBoxの顧客資産を活用した顧客開拓 グループ間連携をより強化し、OfferBoxのクライアント1万社に対して戦略的なアプローチを実施する。</p> | ○ | <ul style="list-style-type: none"> グループ間でのナレッジの共有や営業担当レベルでの連携を強化 紹介件数は質、量ともに前年を上回り、新規受注増につながった |
| | <p>顧客への提供価値向上のためのプロダクト開発 強みである測定範囲の広さをさらに強化し、多様化、複雑化する顧客の課題ごとにサービスを活用できるよう進化させる。</p> | △ | <ul style="list-style-type: none"> 内定辞退や従業員の早期離職を防止するためのソリューションをリリース 人材開発・組織開発でのパーソナリティデータの利活用を促進するソリューション開発を継続 |

2024年3月期 戦略の振り返り（中途事業）

| 事業戦略の方針 | 施策 | 判定 | 振り返り |
|---------------------|---|----|---|
| プラットフォーム確立のために投資を実行 | 企業側の求人案件と求職者の母集団の間のミスマッチ解消のため、求人案件と求職者を絞り込みリソースを集中する。 | × | <ul style="list-style-type: none"> ・初期費用の有料化により、安定収入の確保を図りつつアクティブな企業にリソースを集中させ、オファー送信数の増加は実現したが、決定効率の改善ができなかった ・ピンポイントでのマッチングを目指し人材紹介事業を開始したが、ミスマッチ解消には至らなかった |
| | 求職者の流入元を拡充する。 | × | <ul style="list-style-type: none"> ・複数の流入元を利用することでターゲットに合う求職者の増加とアクティブ化を図ったが、改善には至らなかった |

PaceBoxを通じた決定は徐々に始まっていたが、垂直立ち上げの投資に見合うリターン創出は困難と判断
→2024年6月でのサービスを終了を決定、4月より事業開発フェーズから再チャレンジ

2024年3月期 戦略の振り返り（M&A・財務）

| 方針 | 判定 | 振り返り |
|---|----|--|
| Vision2030を前提に全方位で案件を収集 規律ある投資を継続的かつ戦略的に実行 | — | ・新たなグループイン（M&A）がないため、判定なし |
| 既存事業の収益性と投資金額を分離して管理をすることにより収益と投資のバランスを管理し、経営の健全性を維持する。 | ○ | ・売上高はやや未達となったものの、適正なコスト管理により営業利益目標を達成 |
| 新規事業開発に関しては開発手法を見直し投資リスクを抑制する。 | ○ | ・インターンシッププラットフォームALUMOはマネタイズに至らずサービス終了となったが、フィジビリティスタディを慎重に実施し、投資リスクを最小限に抑えた |
| 成長戦略を中核とするが資本に対する収益性への意識を高めて進めていく。 | — | ・2023年3月期に実施したM&Aにおいて、当初計画していた収益確保が困難であると判断し、のれんの減損損失を計上したため、判定なし |

INDEX

1. 2024年3月期 通期実績
2. 戦略の振り返り
3. **中長期戦略と業績予想**
4. 会社概要
5. 参考資料

今後の中長期戦略の考え方

2024年2月に中期経営計画を取り下げ、中長期的な事業戦略の見直しを行った。

1

規律をもった投資による 既存領域の着実な成長

伸びしろが大きくある既存領域へ規律をもった投資を継続する。主力事業のOfferBoxを継続的に成長させていくとともに、価値提供範囲を広げることで既存領域で着実な成長を実現する。

2

新卒領域以外での事業開発 と利益成長の両立

長期の継続的成長に向けて、新卒領域以外での事業開発への挑戦を継続。
価値やモデルの探索から再挑戦し、まずは価値確立を目指す。
規律をもった投資を行うことで一定の利益額及び利益率の伸びを確保し、事業開発と利益成長を両立させる。

中長期的な事業戦略の全体方針

中長期的な事業戦略の実現に向けたマイルストーンを2030年度に設定。
不確実性の高い市場環境に対応するため、2024年度からの7カ年を、さらに前後半の2つのステップに分けて取り組む。

| | 前3カ年：2024年度～2026年度 | 後4カ年：2027年度～2030年度 |
|-------|--|----------------------------------|
| 位置付け | 挑戦期 | 飛躍期 |
| 戦略テーマ | OfferBoxの進化と価値提供範囲の拡大 と 新卒以外領域での事業開発 | 新卒領域の更なる進化 と 「第2の柱」による成長加速 |
| ゴール | 新卒領域の継続的成長 新卒以外領域での価値確立 | 新卒領域+「第2の柱」による収益拡大 |

1 規律をもった投資による既存領域の着実な成長



2020年3月期から2024年3月期の既存領域*の年平均成長率は29.6%と高い成長性を実現してきた。

更なる成長を目指して、2023年3月期から新領域（主に中途領域）に大規模な投資を行ったが、現サービス（PaceBox）から撤退という結果となってしまった。

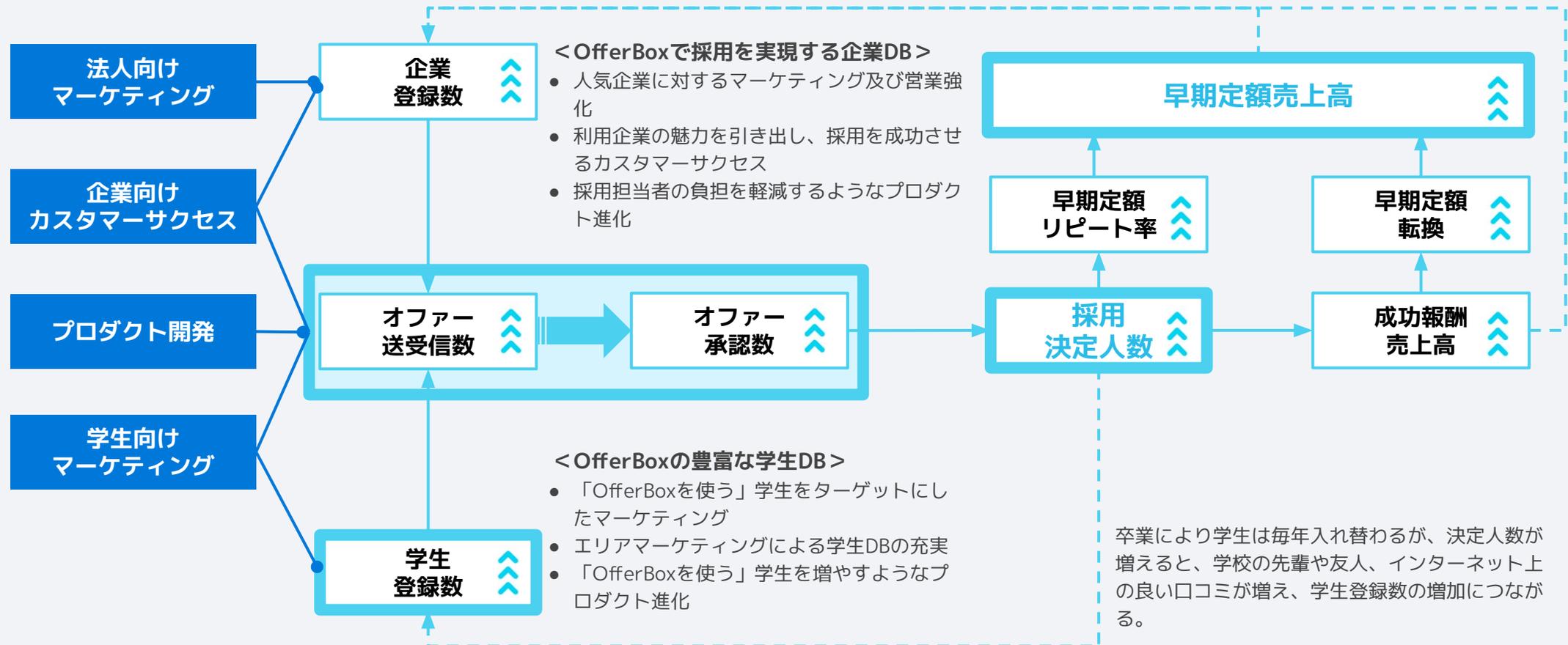
既存領域の主力であるOfferBoxについては、マーケット占有率を踏まえると伸びしろが大きくある。加えて、紹介型のOfferBoxPLUSなど価値提供範囲を拡大することで更なる成長余地があると考えている。

成長ドライバーに対して適切な規模での投資を行うことで、今後も年率20%台の着実な成長を見込んでいる。

*既存領域とは、2020年3月期時点で事業を行っていたOfferBox事業や適性検査事業等をいう。

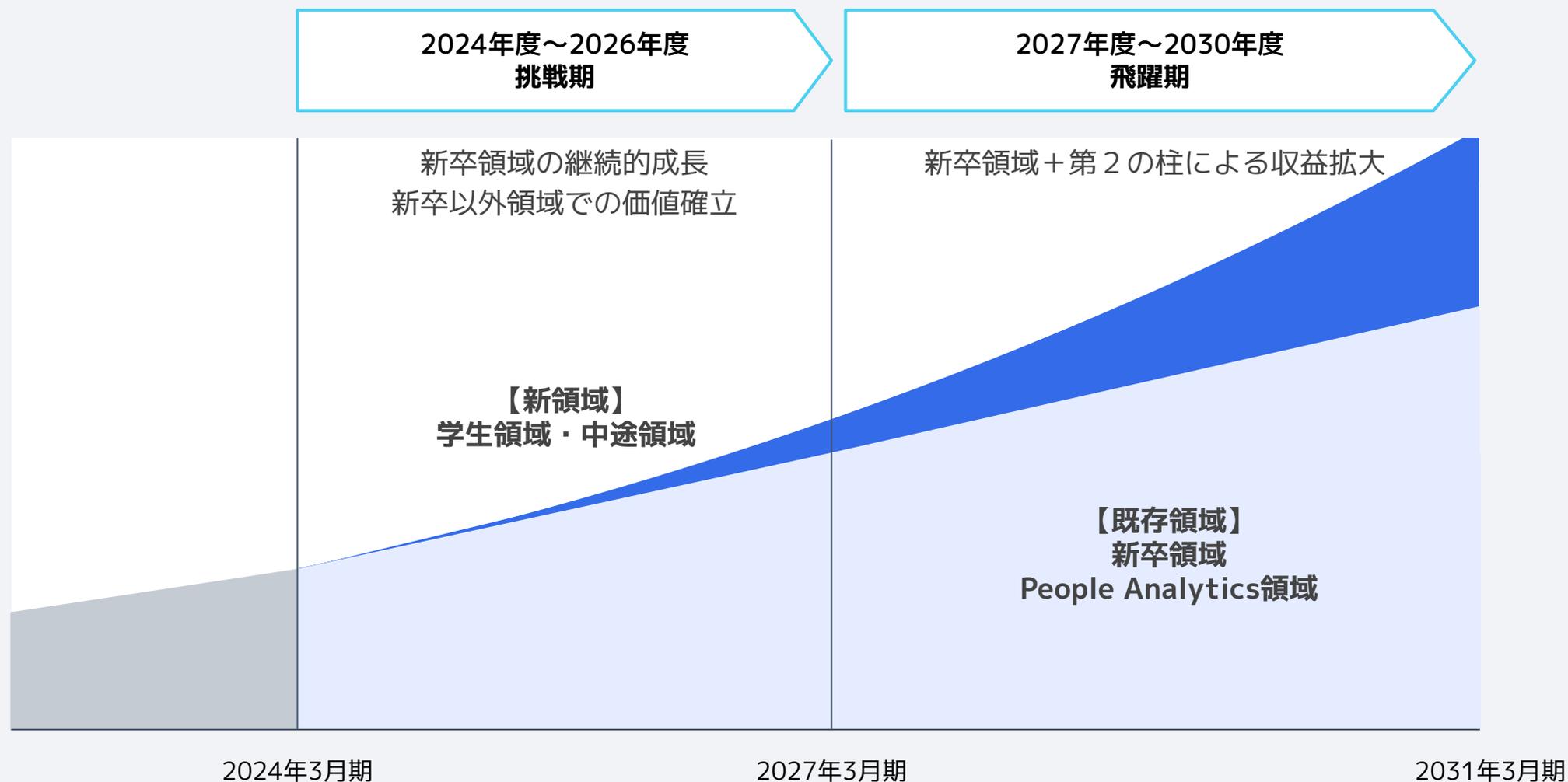
1-1 OfferBoxの成長ドライバー

連結売上高の約70%を占める早期定額型のストック顧客の増加、アップセルが成長の鍵となる。そのためには決定人数の最大化が必要不可欠となるためプロダクト開発、マーケティング、カスタマーサクセスへの投資を強化し、KPIを向上させる。

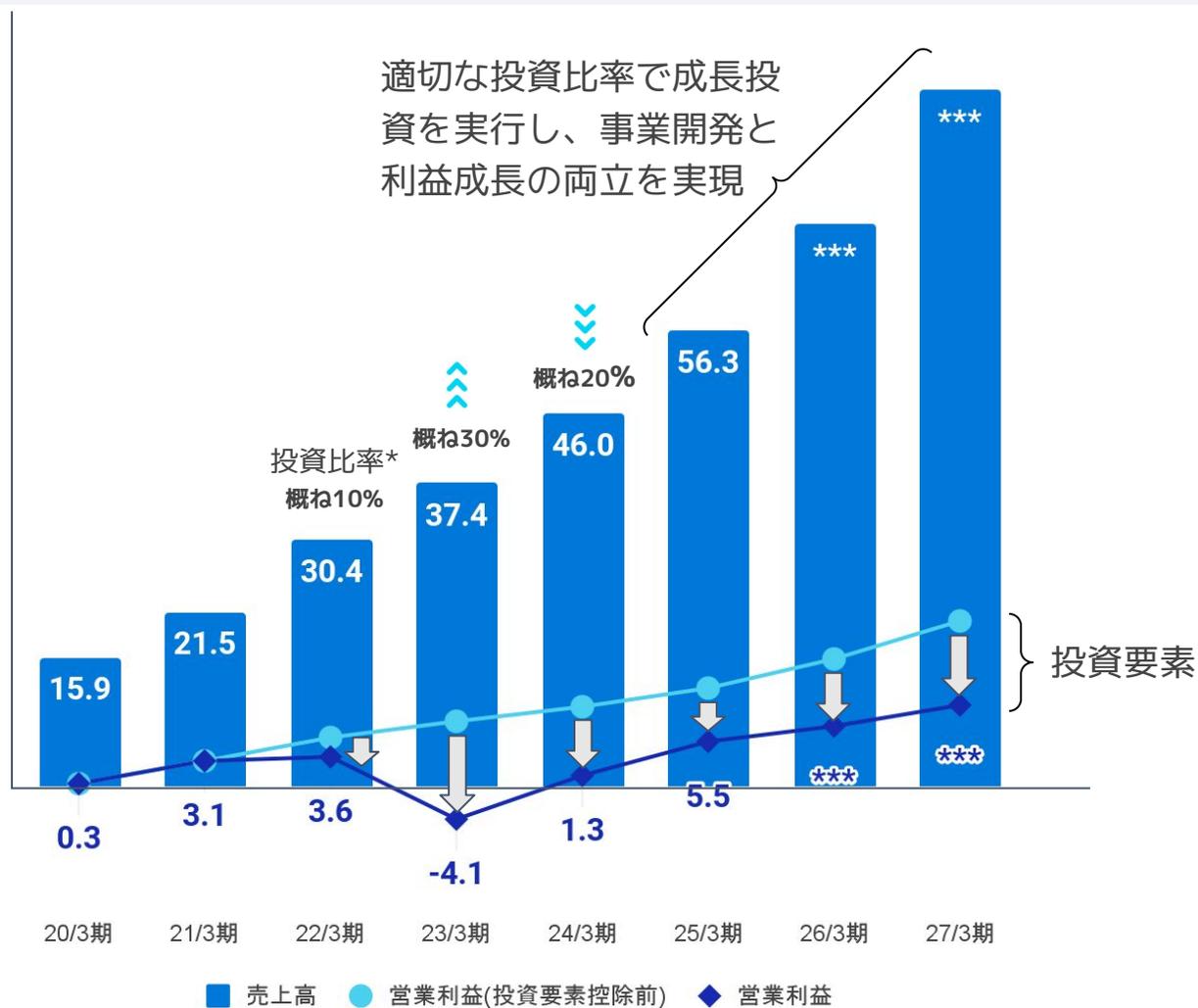


2 新卒領域以外での事業開発と利益成長の両立

長期的な持続的成長に向けて、既存事業の成長に加えて、第2の収益の柱となり得る事業の開発を進めていく。



2-1 投資規律徹底による利益確保



上場後、2022年3月期から新領域への投資を開始した。

2023年3月期には、i-plugグループの成長を加速させるため、主に中途領域に大規模な投資を実行した。

しかし、2022年8月にリリースしたオファー型転職サービス「PaceBox」は、当初想定したマッチングを創出できず、2024年2月に撤退を判断した。

結果として、2023年3月期の投資比率は概ね30%と、i-plugグループとして過大な投資であったと反省せざるを得ない。

一方で、売上高と投資要素を除いた営業利益は、着実に成長している。この利益を原資に、今後の成長のための投資を適切な規模で実行することで、事業開発と利益成長の両立を実現していく。

*投資比率=投資要素÷売上高で算出

2025年3月期 業績予想

市場環境の変化や新規事業の進捗に応じた適切な開示を行うため、2025年3月期より業績見通しを単年度ごとに公表する方法に変更。具体的な数値計画は策定しないものの、中長期的な業績・数値計画の方向性は公表する。
 なお、例年通り、売上高の季節性から、2025年3月期の第1四半期及び第2四半期は営業損失となる見込み。

| (百万円) | 2024年3月期 (実績) | 2025年3月期 (計画) | 前期比 |
|---------------------|------------------|------------------|---------|
| 売上高 | 4,602 | 5,640 | +22.5% |
| 営業利益 | 139 | 550 | +294.3% |
| 営業利益率 | 3.0% | 9.8% | — |
| 経常利益 | 137 | 548 | +298.0% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | △193 | 406 | — |

2025年3月期～2027年3月期における 業績・数値計画の方向性

【売上高】

- ・新卒領域においてはプロダクト進化と提供価値拡大により、年率20%台の成長持続を目指す。
- ・「第2の柱」の探索は規模が見込める中途領域を中心に行うが、現時点では業績予想に織り込まない。
- ・その他の領域の事業も、業績予想には保守的に織り込んでいく。

【営業利益】

- ・「第2の柱」確立に向けた投資を行いながら利益を確保することを大前提とする。
- ・2025年3月期は、新領域開拓の投資適正化により確実に利益を創出する。
- ・2026年3月期以降は、売上成長に応じた適正な利益成長として、営業利益額年率30%程度の増加を目指す。

INDEX

1. 2024年3月期 通期実績
2. 戦略の振り返り
3. 中長期戦略と業績予想
4. **会社概要**
5. 参考資料

会社概要

| | | | |
|------|---|---|--|
| 会社名 | 株式会社i-plug | | |
| 所在地 | 大阪府大阪市淀川区西中島5-11-8 セントアネックスビル3階 | | |
| 拠点 | 東京オフィス（東京都品川区）、名古屋オフィス（愛知県名古屋市中区） | | |
| 設立 | 2012年4月18日 | | |
| 資本金 | 664百万円（2024年3月末時点） | | |
| 事業内容 | 新卒オファー型就活サービス「OfferBox」の開発・運営等 | | |
| 役員 | 代表取締役CEO 中野 智哉 取締役COO 直木 英訓 取締役CFO 阪田 貴郁 取締役 田中 伸明 社外取締役 田中 邦裕 社外取締役 麻田 祐司 | 常勤監査役 赤木 孝一 社外監査役 中澤 未生子 社外監査役 廣瀬 好伸 執行役員CHRO 土泉 智一 執行役員CTO 小川 伸一郎 執行役員CSO 山田 雅人 | |
| 従業員数 | （単体）297名 （連結）334名（2024年3月末時点） | | |
| 関係会社 | 株式会社イー・ファルコン、株式会社pacebox、株式会社マキシマイズ | | |

新卒オファー型就活サービス「OfferBox」

「OfferBox」は、企業が採用したい学生に直接アプローチできる新卒ダイレクトリクルーティングサービス。



特徴

24万人以上の就活生が登録*

豊富な学生プロフィール情報

業界初のオファー送受信数制限

行動データを用いた機械学習

企業からアプローチする仕組み

適性検査結果含む多様な検索軸

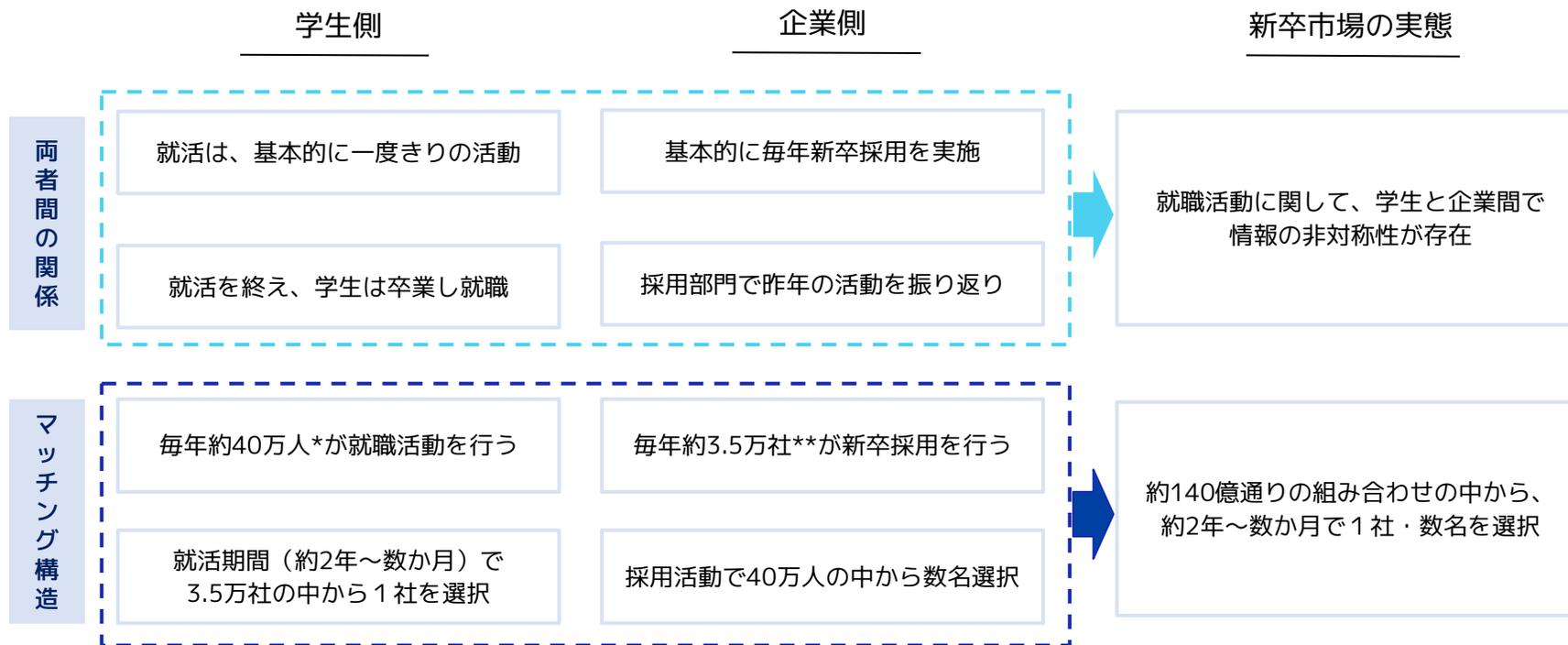
決定に導くナレッジと支援体制

成功報酬型×低価格

* 2024年卒学生登録人数（2024年3月末時点）

新卒採用市場における課題

現在の新卒採用市場は、企業と学生との間に情報の非対称性が存在している。
また、約140億通りの組み合わせがある中で、短期間で就職先を決定しなければならない状況にある。

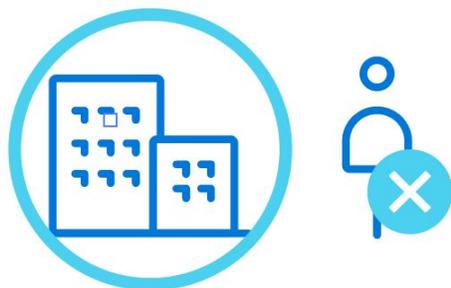


* 株式会社リクルート「第40回 ワークス大卒求人倍率調査（2024年卒）」における民間企業就職希望者数より

** マイナビ及びリクナビへの掲載企業数から当社にて推計

エントリー型就職活動における課題

就職ナビ（マイナビやリクナビ）などを用いた「エントリー型」の就職活動は、企業にとっては大量に学生からの応募を集めることができるというメリットがあるが、学生の認知を起点としているため課題も生じてきている。



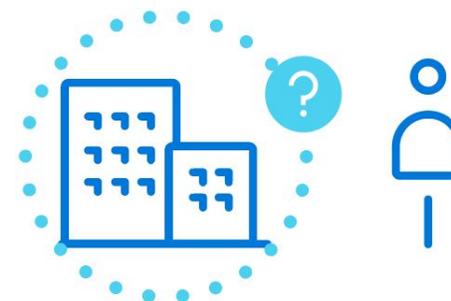
業界イメージや先入観から応募がない

金融×情報 食品×機電
大手×ベンチャー志向 など



人口が少なく出会いにくい

エンジニア データサイエンティスト
資格取得者 など

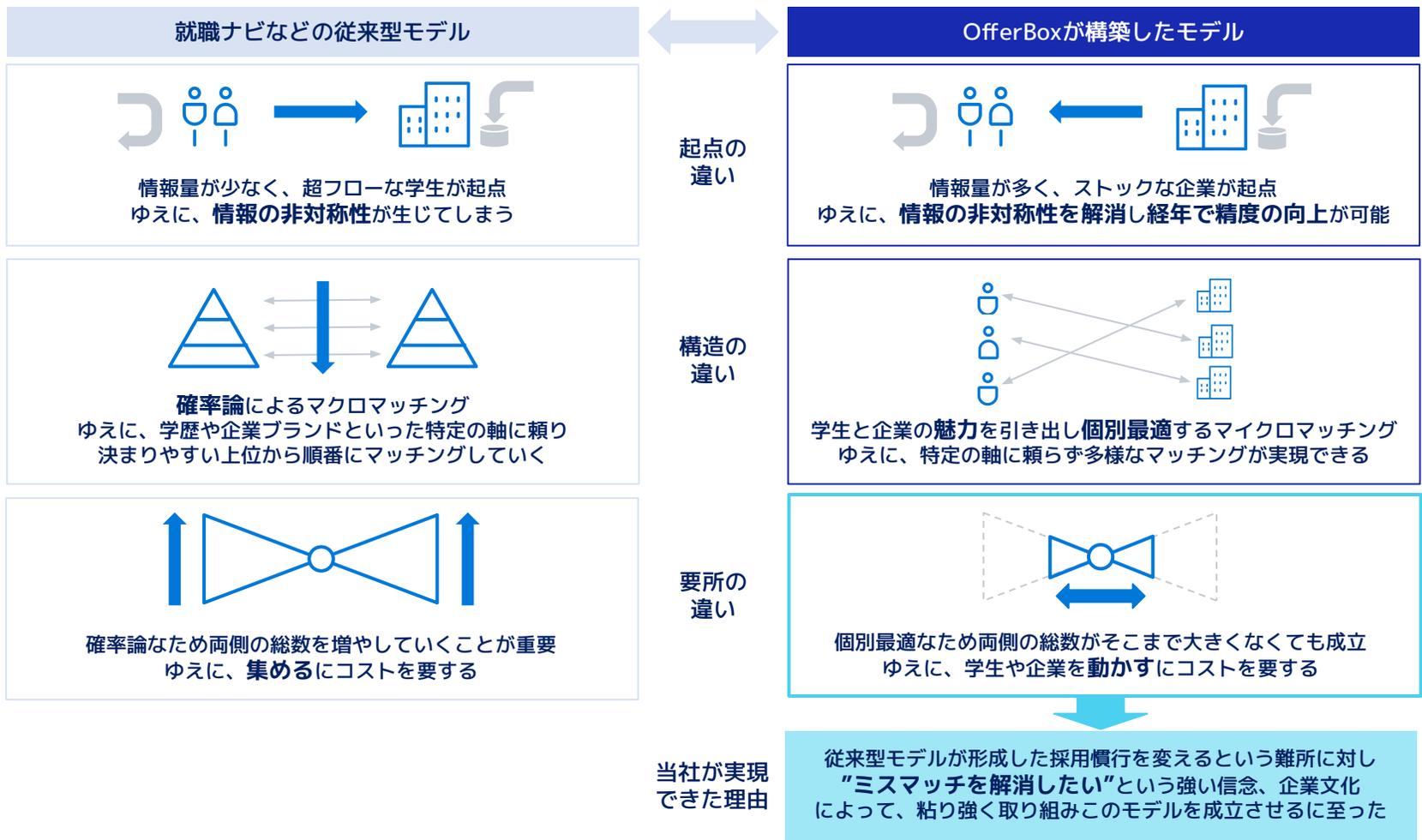


知名度がなく認知されない

ベンチャー企業 中小企業
BtoB企業 地方企業 など

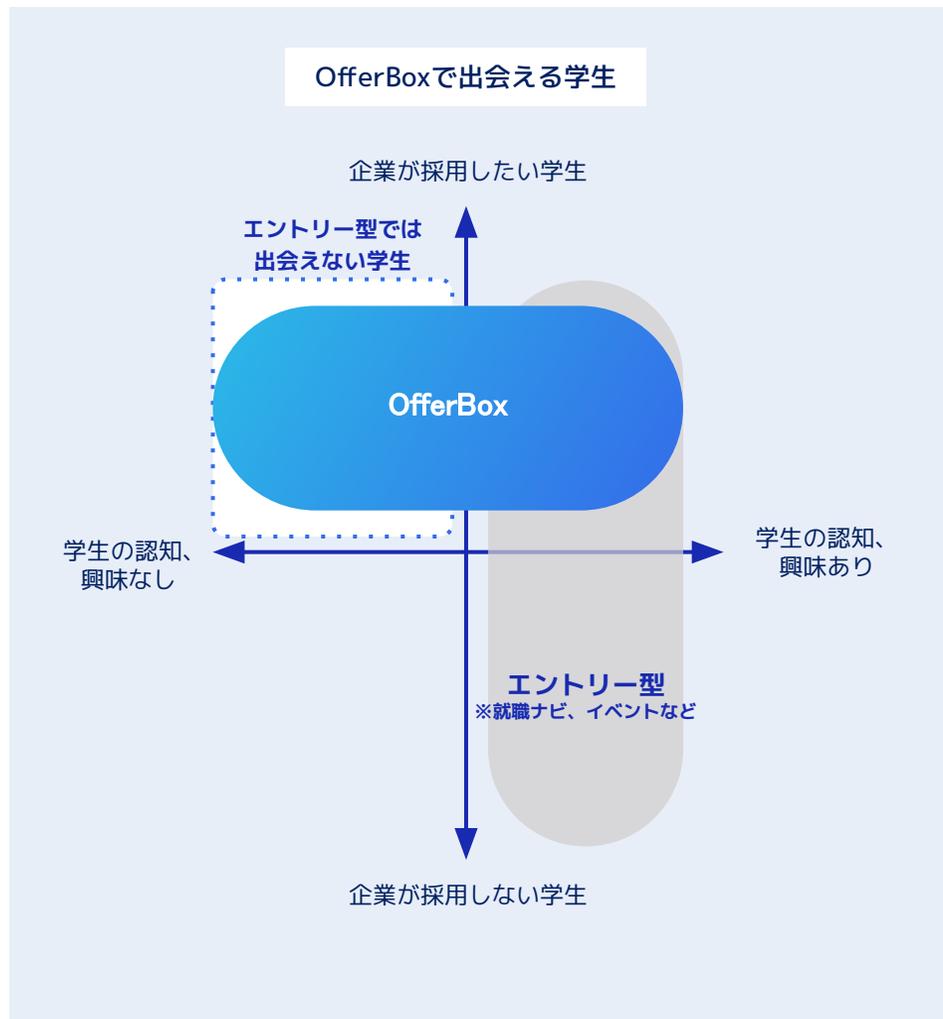
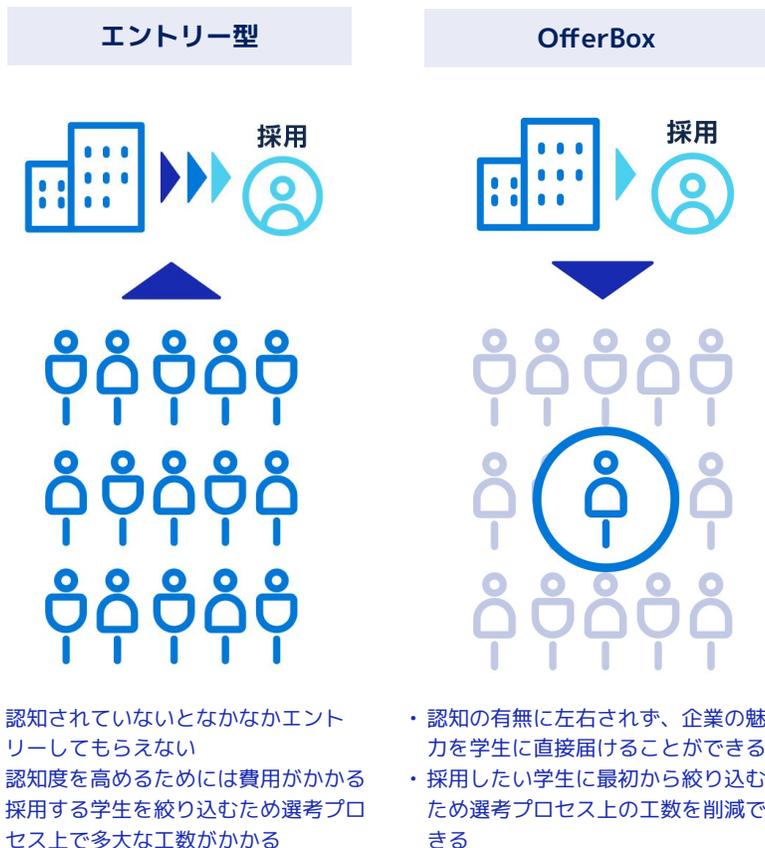
OfferBoxが構築したモデル

従来型モデルでは解決しきれない情報の非対称性の問題を、OfferBoxは企業起点にすることで解消に成功。特定の軸に頼った確率論でのマッチングではなく、学生と企業の魅力を引き出す個別最適なマッチングを実現。



エントリー型では出会えない学生を採用できる

OfferBoxでは、就職ナビなど従来の採用手法では出会えなかった学生に企業の魅力を直接届け、採用することができる。最初からターゲットを絞り込むため、選考プロセスにかかる費用や工数を削減することにもつながる。



プラットフォームとしての競争優位性

登録学生数・登録企業数を順調に伸ばし、新卒ダイレクトリクルーティングサービス市場では確固たる地位を確立している。
本気度の高いオファーが流通する仕組みと、より低リスクで利用できるサービス価格により、プラットフォームの成長を続けている。



OfferBoxのサービス構成

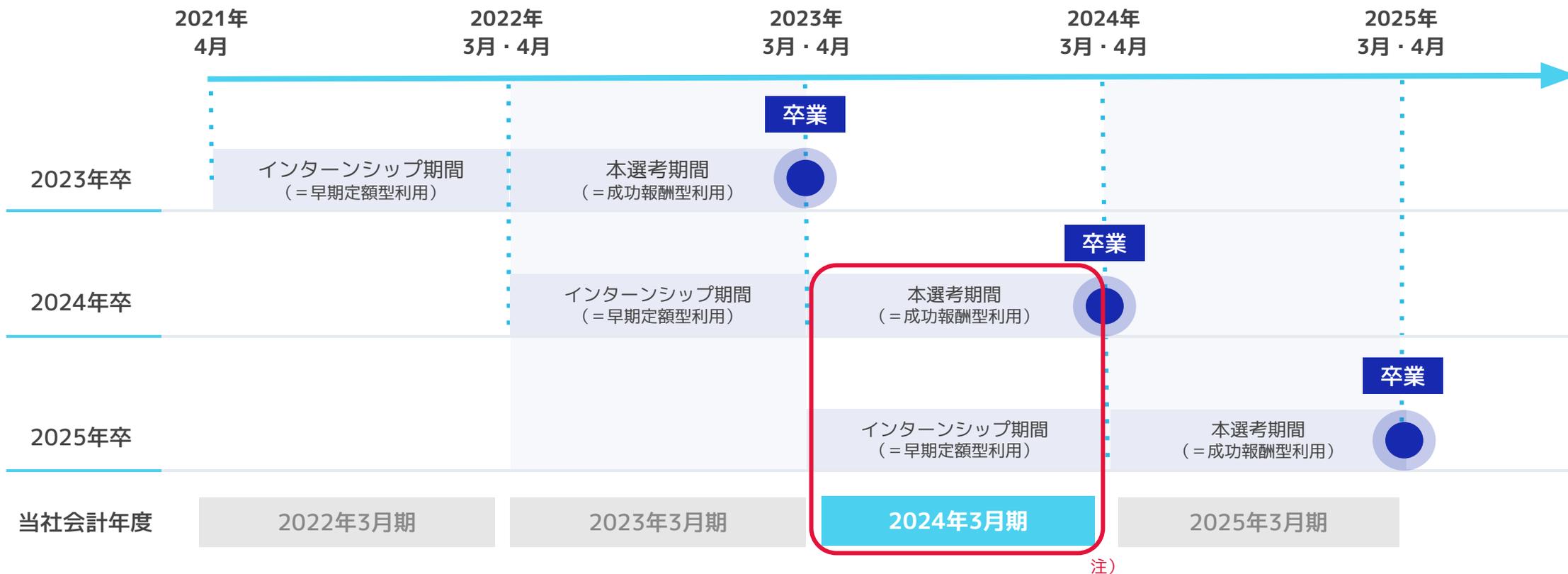
各社の採用戦略（採用人数、活動時期、採用課題）に合わせて2つのプランから選択することができる。



| | 早期定額型の特徴 | 成功報酬型の特徴 |
|----------------|---|---|
| 利用料 | 利用料あり（採用予定人数による） 例：3名採用予定の場合 75万円 | 利用料なし |
| 成功報酬 | 採用予定人数を超えて採用した場合 1名採用につき 38万円 | 1名採用につき 38万円 |
| 内定辞退による成功報酬額返金 | 1名辞退につき 38万円 <u>※利用料の返金はありません。</u> | 1名辞退につき 38万円 |
| 導入企業の目的 | インターンシップや早期面談など、学生の就活開始初期段階から積極的にアプローチしたい | 就職活動が本格化する3月以降に集中的にアプローチしたい 第2クールの母集団形成や、内定辞退分の欠員補充したい |

就職活動スケジュールと会計年度

インターンシップ期間からの利用は早期定額型がメインとなり、本選考期間からの利用は成功報酬型の利用となる。
当社においては、1会計年度において、2つの卒業年度及び活動期間が対象となる。



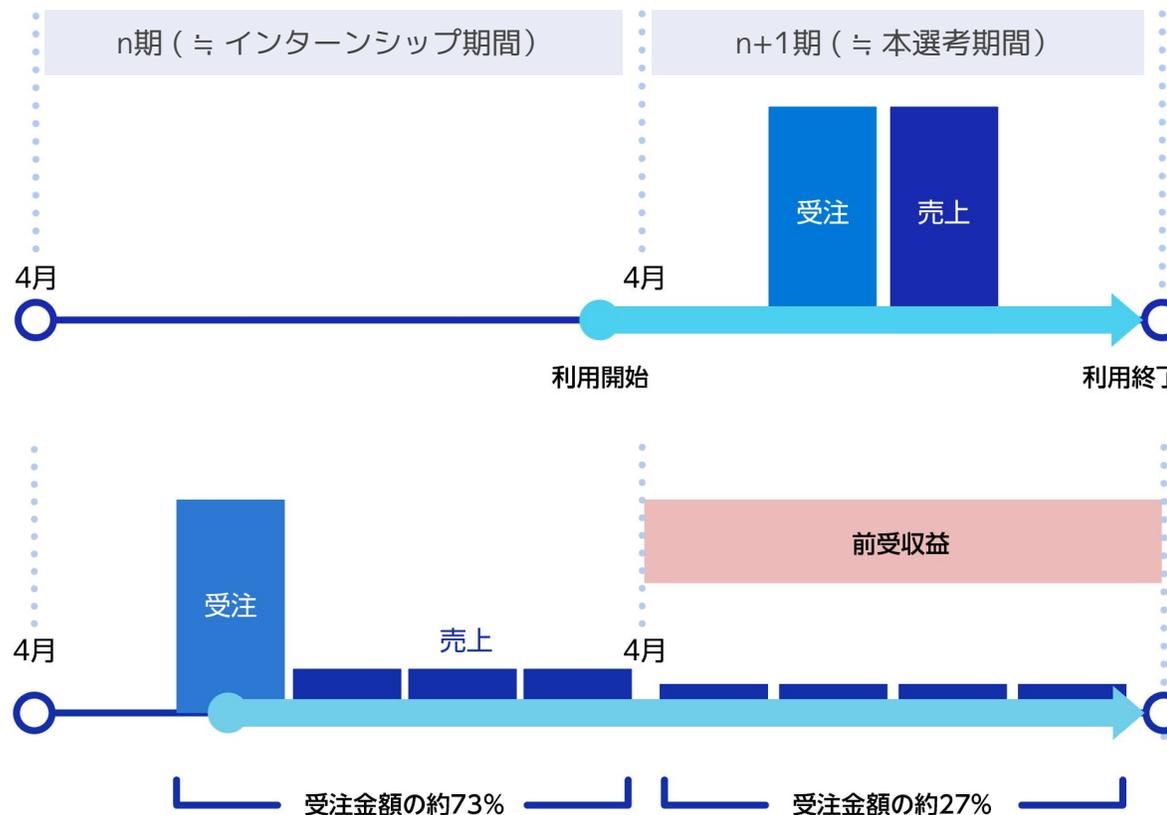
注) 例えば、2024年3月期においては、2024年卒業予定者の本選考期間（成功報酬型の利用）と、2025年卒業予定者のインターンシップ期間（早期定額型の利用）の2プランが収益合算されます。

OfferBoxの収益構造

成功報酬型は内定確定時に受注=売上計上となるのに対して、早期定額型は役務提供期間にわたって受注高を毎月按分して売上計上する。そのため、受注高の一部は前受収益となり、翌期に売上計上される。

| | |
|--------------|---|
| 成功報酬型の 場合 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 4年制大学の就活生が3年生の3月より利用可能 ・ 内定確定時に受注=売上が計上される |
|--------------|---|

| | |
|--------------|--|
| 早期定額型の 場合 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 4年制大学の就活生が3年生の4月より利用可能 ・ 前払いで受注した金額の約27%が翌期の前受収益となる |
|--------------|--|



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

注2) 2023年卒を対象とする早期定額型から販売プランの内訳価格を変更したため、受注高のうち当期の売上となる割合を変更しております。

適性検査「eF-1G」

「eF-1G」は、株式会社イー・ファルコンが提供する適性検査。個人のポテンシャルや特性を細かい粒度で測定できるだけでなく、組織の特徴を可視化でき、採用・配属・育成・登用などHCM（Human Capital Management）の全過程を一気通貫で支援可能なツール。

エフワンジー
適性検査
eF-1G



- 測定領域の広さと精度の高さ
- 顧客ごとのカスタマイズ
- 多様な目的やシーンに対応

採用だけじゃない。
ひとりひとりと向き合える適性検査。

新卒採用・中途採用での利活用

- 採用基準作り・候補者の意向上げ・内定者フォロー
- 母集団や選考通過者の傾向値分析
- 採用活動のボトルネック分析

オンボーディング・マネジメントでの利活用

- 初期配属検討・オンボーディングの質向上
- チームの関係性の質向上
- 個人のキャリア開発・マネジメントの支援

人材開発・組織開発での利活用

- 組織の特性や構成の可視化・人材ポートフォリオ
- 必要な人材タイプの要件定義・発掘・育成・登用
- 活躍予測モデルの構築

eF-1Gの課金モデル

企業アカウント利用料、受検料、オプションサービス料の三段構成。

導入社数の増加により企業アカウント利用料が積み重なり、新卒採用や中途採用、社員受検など用途が広がることでARPUが増加。

| | | |
|-------------|---|--------------------------|
| 企業アカウント利用料* | 年間基本料金 | 年間 117,600円 |
| 受検料（性格＋能力） | 性格診断＋能力テスト | 受検1人あたり 3,000円 |
| 受検料（性格） | 性格診断 | 受検1人あたり 2,000円 |
| 受検料（能力） | 能力テスト | 受検1人あたり 1,000円 |
| オプションサービス料 | 結果レポートのカスタマイズ、データ分析、フォローアップ コンテンツなどは別途費用発生 | |

* 企業アカウント利用料の中で、標準的なレポート5種（メインシート、面接シート、配属シート、フィードバックシート、ワークシート）の出力及び取得データを用いた傾向値分析や人材マップの作成が可能。

パーソナリティデータ利活用の可能性

絶えず変化する“人”を理解し、向き合う必要性が高まる時代において、パーソナリティデータの活用機会は増加すると考えられる。eF-1Gはあえて設問数を多く保つことで、データ分析に欠かせない測定領域の広さと診断精度の高さを実現。

人事データ分析に欠かせないデータ

オペレーショナルデータ

- 採用、配置、育成、評価、報酬といったようないわゆる人材マネジメントのオペレーションを実行するために必要となるデータ
- 静的データなためこれだけの情報では予測などのデータ分析をするには不足する部分もある

パーソナリティデータ

- 従業員の性格特性や能力特性を示すデータであり、センチメントデータ以上に人材に関する分析を行う上で欠かせない基礎的データ
- 従来のクロス分析軸に加えることで従業員の多様性を捉えることができる
- 機能や部門間でのデータ引き継ぎの問題あり

センチメントデータ

- 従業員のモチベーションや組織風土など変化や課題を抽出するために活用されるデータ
- 他の人事データを組み合わせることで様々な洞察を可能にするが、従業員一人ひとりの変化を検知するには匿名式から記名式に転換する必要がある

アクティビティデータ

- 勤怠情報やカレンダー、メール、チャットなどの従業員が日々の業務の中でどのような活動をしているかをログとして残すデータ
- センシングデータと呼ばれる従業員の生体活動を検知するようなシステムも登場。プライバシーの問題が懸念されている

人と向き合う必要性の高まり

採用競争のさらなる過熱化

- 候補者の見極めやアトラクト、内定者フォローがより重要になってきている
- 入社後の定着、早期離職防止のための配置の検討やオンボーディング施策の強化など入社後の取り組み強化に力点が移動

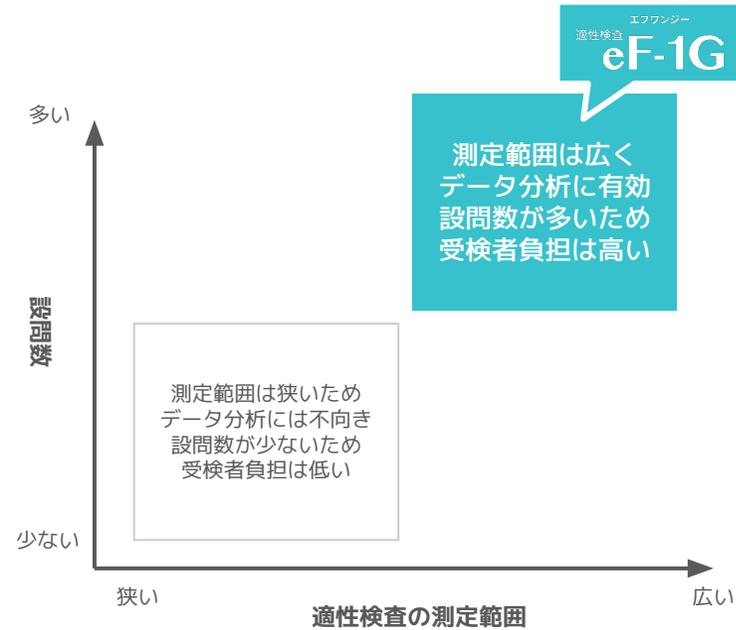
働き方、価値観の多様化

- 技術、人口動態・社会の同時変化により、個人と企業との関係性がますます変化してきている。
- 変化に応じた個々人の戦略的アップスキリングやリススキリングも不可欠になってきている。

人的資本経営への対応

- 企業価値につなげる具体的施策の実行と説明責任を果たすことが投資家はじめステイクホルダーから強く求められている
- 取り組みを疎かにすることは採用力の減退、離職の加速を招くことにもなる

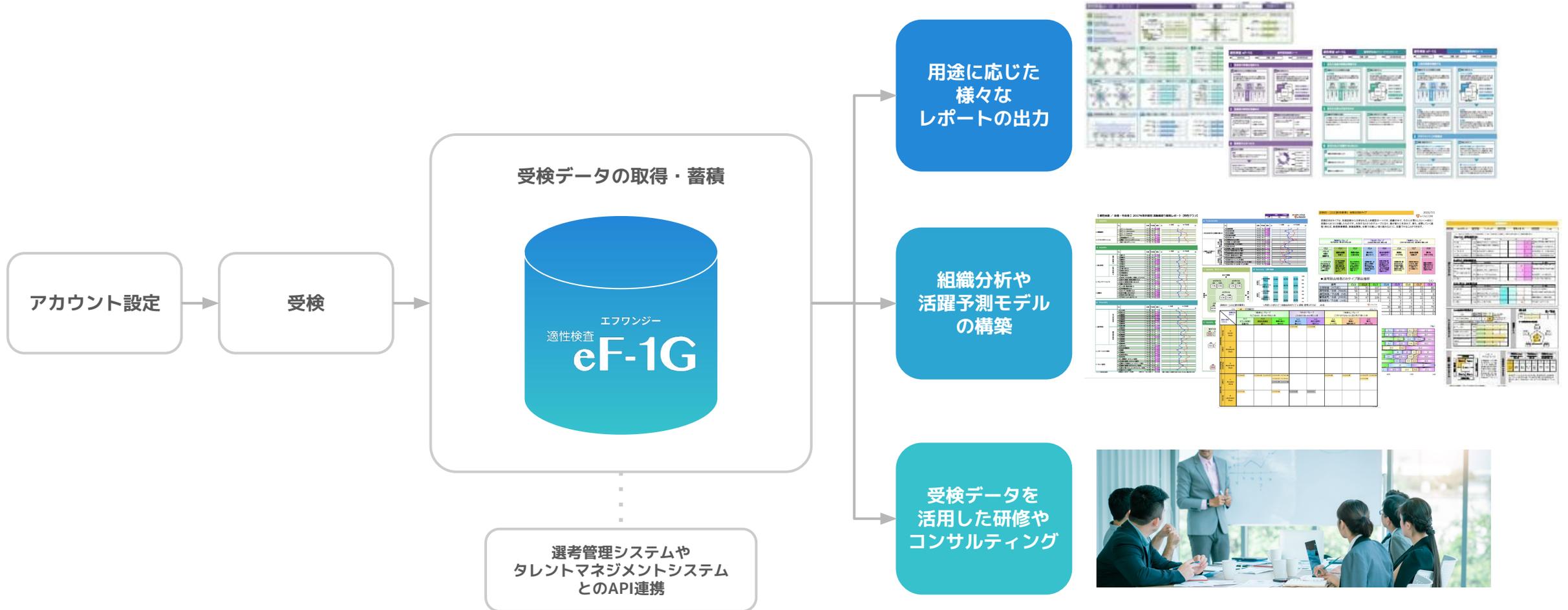
データ分析に必要な測定領域の広さ



出典：一般社団法人ピープルアナリティクス&HRテクノロジー協会 著/
北崎 茂 編著「ピープルアナリティクスの教科書」より抜粋

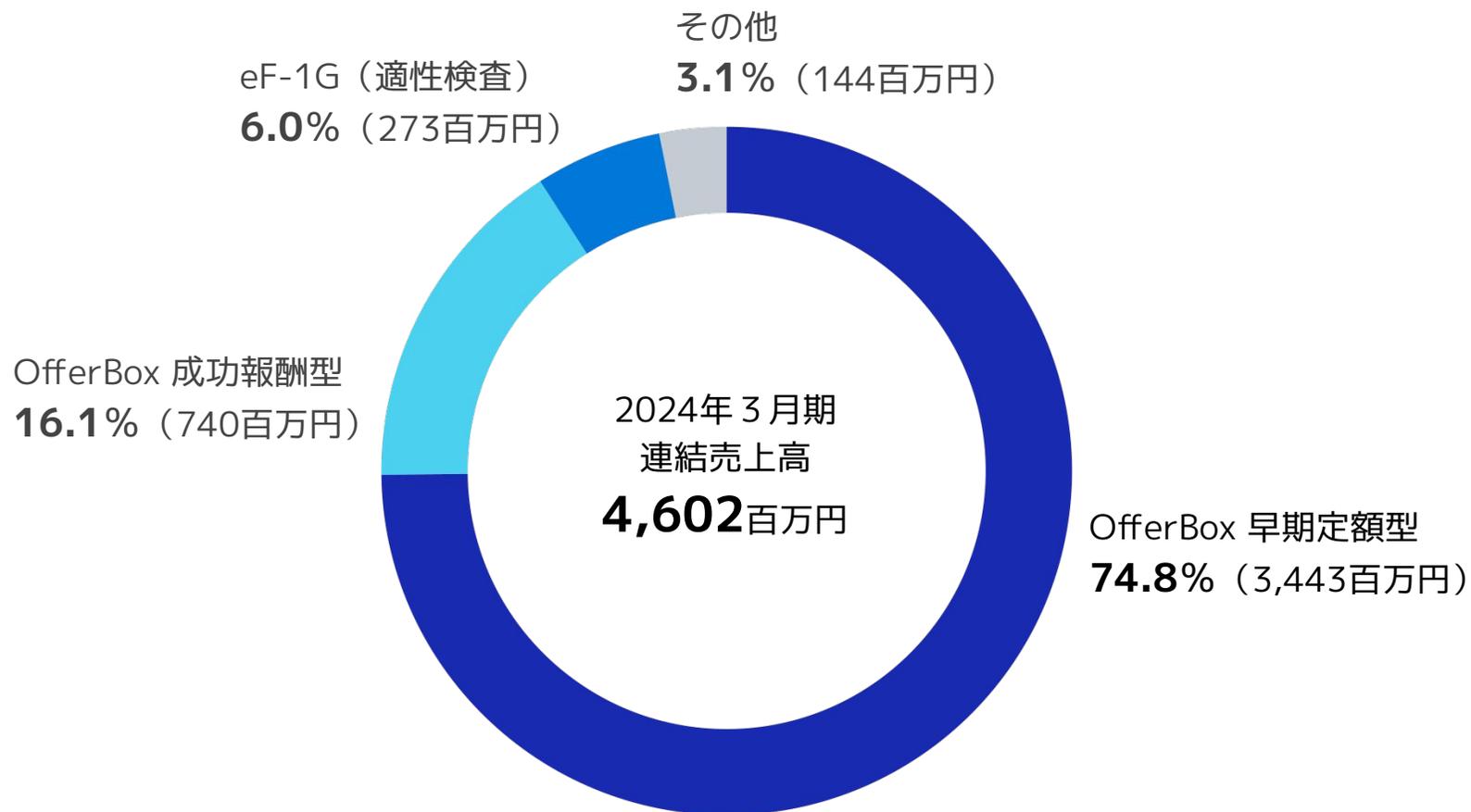
サービス利用イメージ

アカウント設定からレポートの出力や分析といった受検データの利活用に至るまで、営業やカスタマーサクセスが伴走し支援。選考管理システムやタレントマネジメントシステムともAPIによるデータ連携を積極的に行い顧客の利便性を向上。



売上構成比

現在、OfferBox早期定額型の売上高が、連結売上高全体の70%超となっている。
成功報酬型と合わせるとOfferBoxで全体の90%超を占めており、持続的な成長のため「第2の柱」となる事業開発に取り組んでいる。

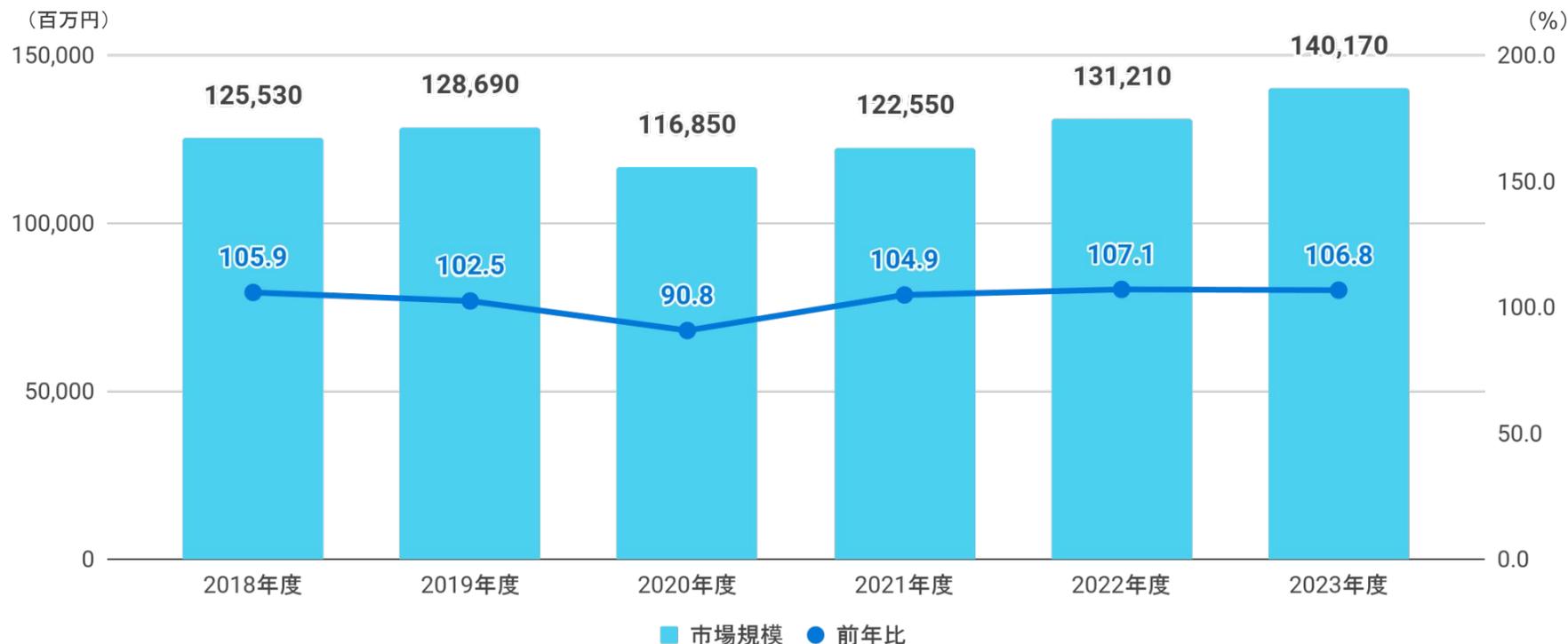


INDEX

1. 2024年3月期 通期実績
2. 戦略の振り返り
3. 中長期戦略と業績予想
4. 会社概要
5. 参考資料

新卒採用支援サービスの市場規模

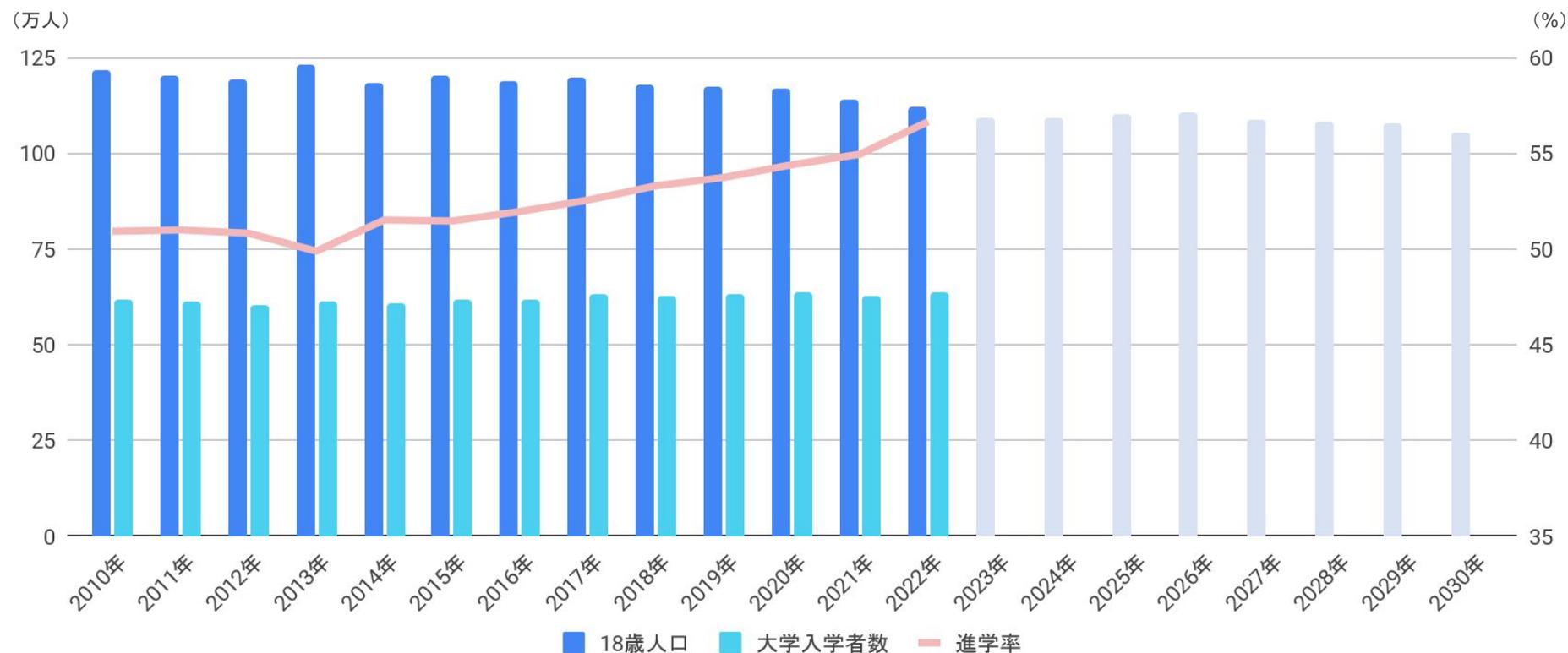
2023年度の新卒採用支援サービス市場規模は、前年度比6.8%増の1,401億円と予測されている。企業の新卒採用意欲の高まりを背景に、今後も市場規模は拡大すると推測される。当社グループが事業を展開するダイレクトリクルーティングサービス市場も、高い成長率を維持している。



出典) 矢野経済研究所 新卒採用支援サービス市場に関する調査を実施 (2023年)

18歳人口の推移と大学進学者数

18歳人口は減少傾向にあるが、大学進学者数は進学率の上昇にともない横ばいで推移。
 今後も大学進学率は上昇すると予測されており、当面は新卒採用のターゲット人口が急激に減少することはないと考えられる。



出典) 文部科学省 第137回中央教育審議会 (2023年9月25日) 配付資料「18歳人口と高等教育機関への進学率等の推移」

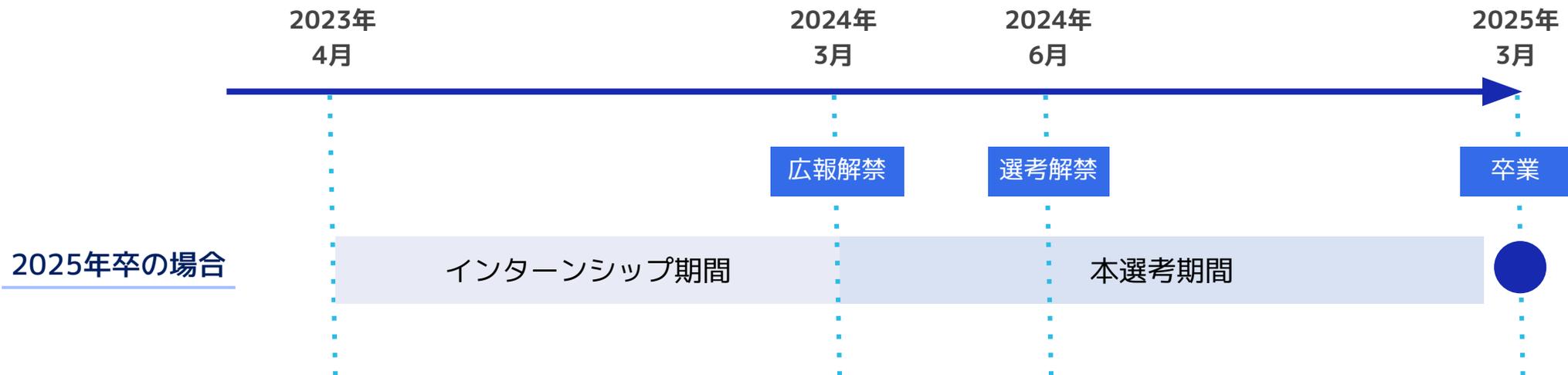
新卒ダイレクトリクルーティングサービス市場における競合の状況

新卒向けダイレクトリクルーティングサービス市場の拡大にともない、競合サービスは増加傾向にある。各社、連携サービスや顧客ターゲット等に特色を出し、差別化を図っている。

| |  | 他社サービス |
|--------|--|---|
| 連携サービス | <ul style="list-style-type: none"> ・ 運用支援 ・ 人材紹介 (OfferBoxPLUS) ・ 適性検査 (eF-1G) ・ イベント、セミナー (Tsunagaru就活) ・ 会員制ラウンジ (plugin lab) | <ul style="list-style-type: none"> ・ 運用支援 ・ 人材紹介 ・ 適性検査 ・ イベント、セミナー ・ 就活メディア ・ 採用管理システム ・ インターン募集 ・ キャリア記録ツール 等 |
| 登録企業 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 業種、企業規模に制限なし | <ul style="list-style-type: none"> ・ 業種、企業規模の制限なしが多い ・ 独自の選定基準を設定しているサービスあり |
| 登録学生 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 大学、学部には制限なし | <ul style="list-style-type: none"> ・ 大学、学部の制限なしが多い ・ 理系学生や留学生に特化したサービスあり |
| 提供期間 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 早期定額型：3年生4月～卒業 ・ 成功報酬型：3年生3月～卒業 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 定額型だと早期から利用できる場合が多い ・ 大学1～2年生にアプローチできるサービスもあり |
| 提供価格 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 早期定額型 3名採用予定の場合 75万円 ・ 成功報酬型 1名採用につき 38万円 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 定額型：1名あたり20～30万円 ・ 成功報酬型：1名あたり30～50万円 ・ ほかに年額型、月額型、初期費用+月額型 等 ・ オファー送信可能数に応じた価格設定もあり |

就職活動スケジュール

政府の指針では、大学3年生の3月に広報解禁、4年生の6月に選考解禁という標準的なスケジュールを示している。しかしながら、実態としては選考開始は大学3年生の3月がピークとなっている。また、2025年卒から「採用直結型インターンシップ」も解禁され、就職活動は全体的に早期化しているといえる。

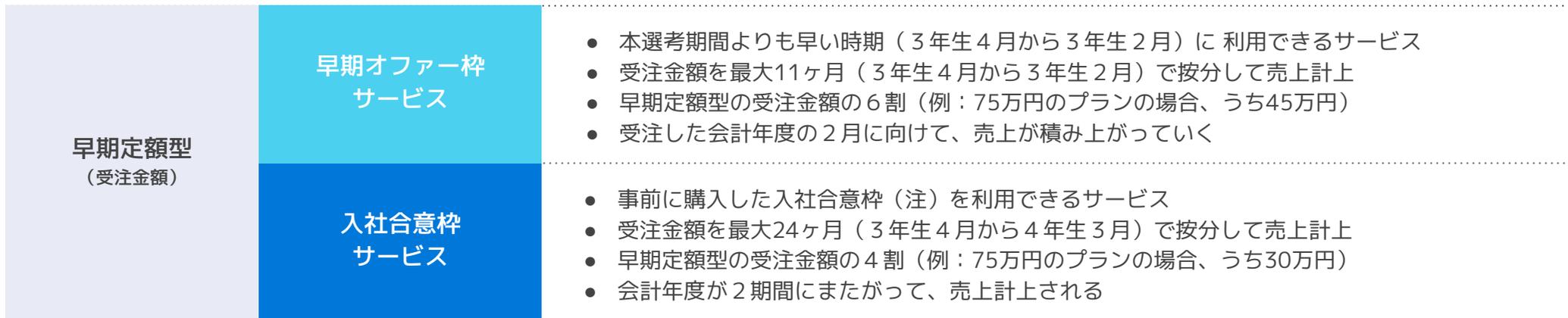


「採用直結型インターンシップ」とは

「企業がインターンシップで得た学生の情報を、一定の条件を満たすことで採用選考に利用できる」という方針。具体的には、インターンシップが4つに分類され、その中で「汎用型能力・専門活用型」または「高度専門型」の条件を満たした場合に、学生の個人情報を採用選考に利用できるようになった。これにより、事実上すべての企業が早期に採用活動を始められるようになった。

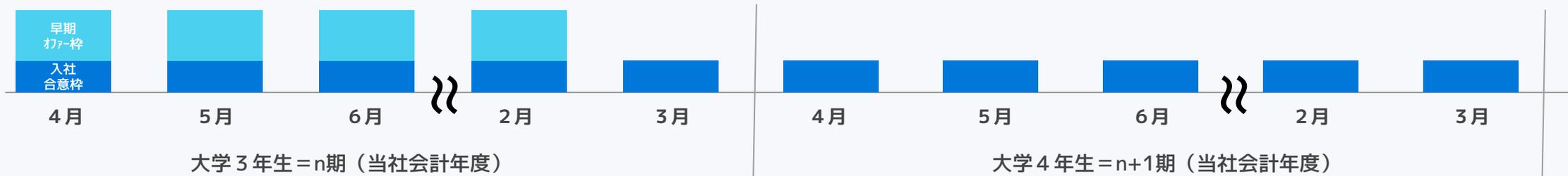
早期定額型の収益認識について

早期定額型は、2つのサービスから構成されている。（早期オファー枠サービスと入社会意枠サービス）
それぞれの役務提供期間に合わせて、受注高を月次按分して売上計上している。



注）当該枠内であれば、採用決定に至った場合であっても、成功報酬が発生しません。（入社会意枠3名分の場合、3名目の採用決定までは成功報酬がかかりません。）

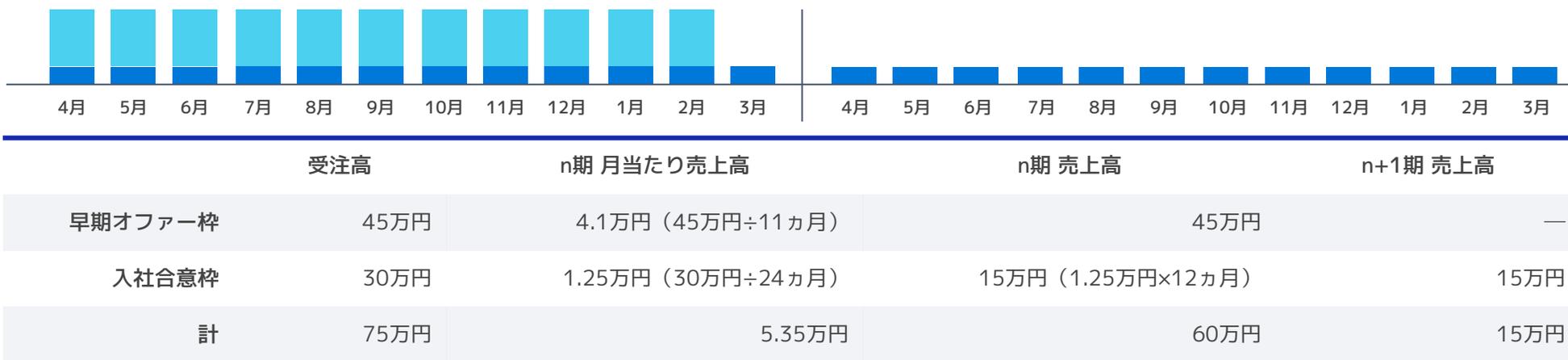
例）大学3年生の4月に早期定額型を受注した場合



早期定額型の売上計上例

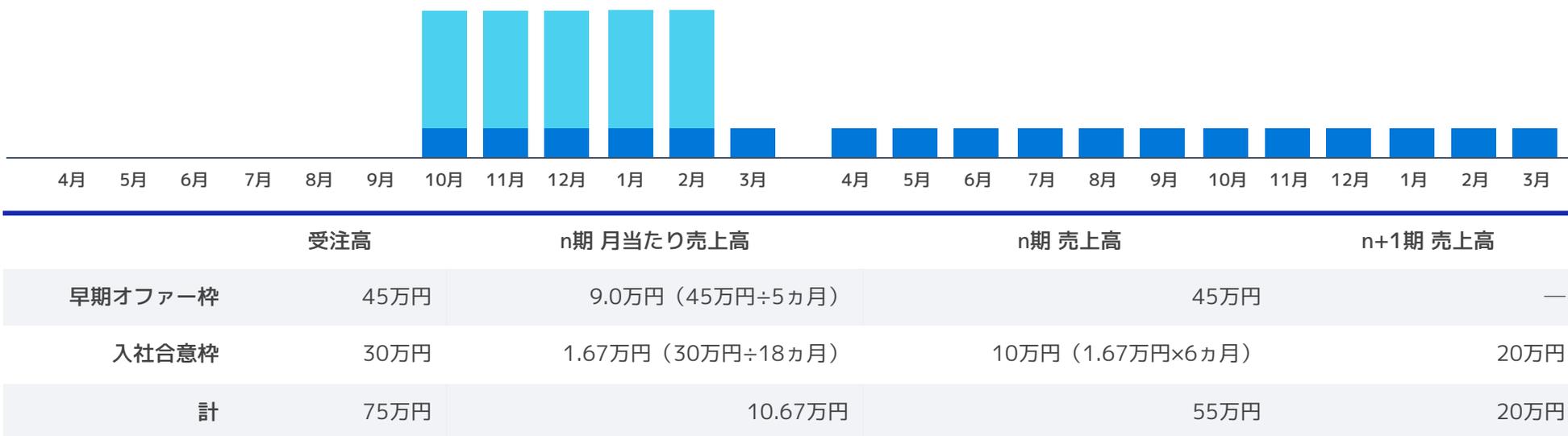
例①

75万円プラン
4月受注の場合



例②

75万円プラン
10月受注の場合

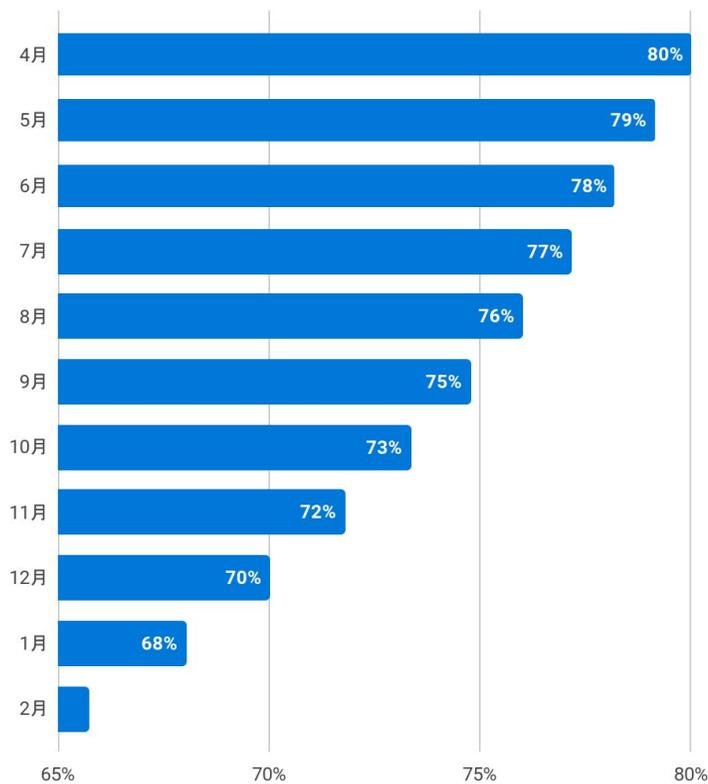


早期定額型の売上貢献度

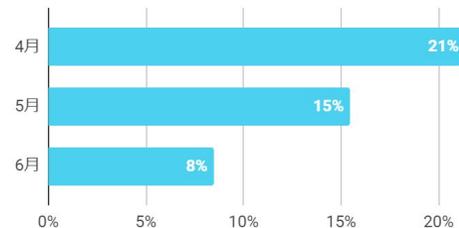
縦軸は受注月で、売上貢献度は、その月に受注した金額のうち、対象期間に売上計上される割合を示す。

(例) 4月受注した早期定額型は、通期で受注高の80%が売上計上される。

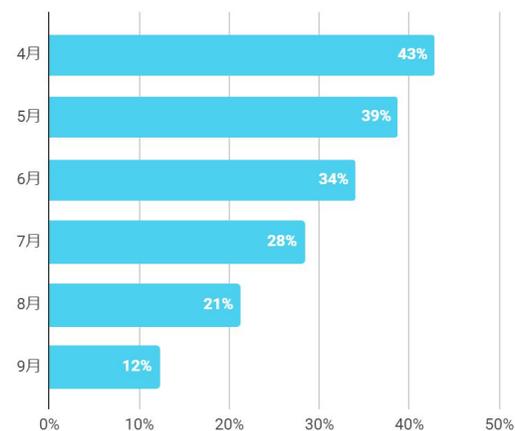
4 Qにおける売上貢献度



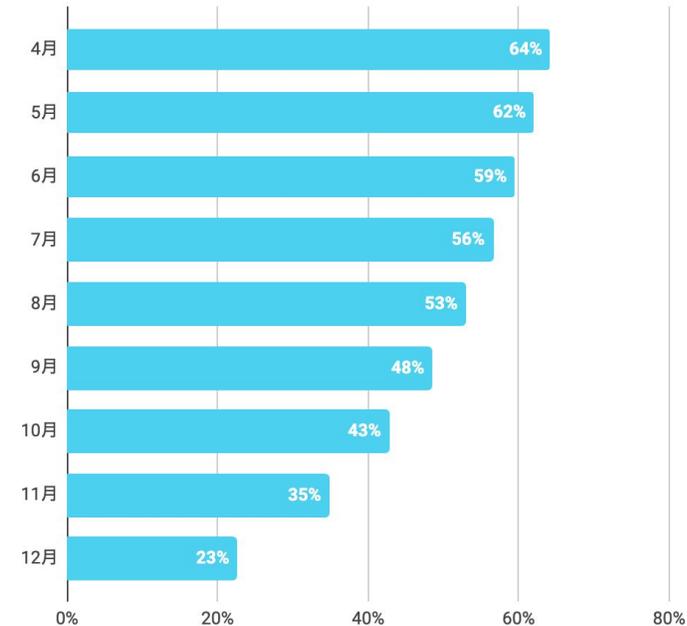
1 Qにおける売上貢献度



2 Qにおける売上貢献度



3 Qにおける売上貢献度



*各売上貢献度は、早期定額型3名プラン（75万円）で計算している。

認識するリスク及びリスク対応策

当社グループの事業特性上、特筆すべき事項のみ記載している。

| | | 顕在化の 可能性/時期 |
|--------------|-----|---|
| システムトラブルについて | リスク | 大規模なプログラム不良や自然災害、事故、不正アクセス、その他システム障害やネットワークの切断等予測不能なトラブルが発生した場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。 |
| | 対策 | 当社グループのサービスは、インターネットを介して提供されている。安定的なサービス運営を行うために、サーバー設備の増強、セキュリティの強化、システム管理体制の構築等により、システム障害に対する万全の備えを実施している。 |
| 個人情報の保護について | リスク | 不正アクセスや当社グループ関係者の故意又は過失によりユーザーの個人情報が流出する等の問題が発生した場合には、信頼の著しい低下、賠償金支払い等により、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。 |
| | 対策 | 当社グループは、法令及び各種ガイドラインに基づき、個人情報保護規程を制定し、個人情報取扱フローを明確化している。また、同規程に基づき、定期的に役職員への教育を実施するとともに、プライバシーマークを取得し、個人情報の保護に積極的に取り組んでいる。このような社内管理体制を強化することに加え、セキュリティを高める仕組みの導入を行っていく。 |
| 人材の確保について | リスク | 優秀な人材採用及び育成の施策が適時適切に遂行されなかった場合、または役職員等の予期せぬ退職があった場合、経常的な業務運営等に支障が生じ、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。 |
| | 対策 | 優秀な人材の採用及び育成を行うと共に、内部管理体制及び業務執行体制の充実を図っていく。 |
| 新規事業について | リスク | 主力サービスの「OfferBox」への依存度が高い状態にあり、新たな収益基盤を築くべく新規事業開発に投資しているが、計画通りに進捗せず、当初期待した収益が得られない場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。 |
| | 対策 | 今後当社グループが安定的に成長していくためには、新たな事業を創出し、収益化させることが重要だと認識している。新規事業への取り組みは綿密な市場調査・分析を行い、経営会議や取締役会での十分な審議を経て投資の実行可否判断を行うと共に、予実管理や定期的報告等を行っている。 |

注) その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

IR情報の配信

IRメール

①URLから登録

<https://www.magicalir.net/4177/mail/index.php>

.....

②QRコードから登録



コーポレートサイト

本サイトでも最新情報を更新しています。

<https://i-plug.co.jp/ir/>

免責事項

本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。

これらの将来展望に関する表明の中には、さまざまなリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。

当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

なお、「事業計画及び成長可能性に関する事項」は、本決算発表と併せて毎年5月に開示する予定です。

