



2026年3月期 第1四半期決算説明資料

2025.8.12

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

- ARRは15億円を突破。営業利益率は16%超。
- 売上、利益ともに当初目標を達成
- ARPAは327千円、YoY111%と引き続き年率10%以上の上昇を実現
- ブランディング・人材投資とクロスセル戦略を強化

2026年3月期 第1四半期業績等

ARR

15.1億円 (2025年6月時点)

サブスクリプション売上高比率

92% (3か月累計実績)
※2025年4月-2025年6月

売上高 / 前期比成長率

4.0億円 (3か月累計実績)
※2025年4月-2025年6月

課金利用社数

363 (2025年6月時点)

売上高総利益率

87% (3か月累計実績)
※2025年4月-2025年6月

ARPA：1社当たりの月額売上高

327千円/月
(2025年6月時点)

営業利益率

16% (3か月累計実績)
※2025年4月-2025年6月

月次解約率

0.6% (2025年6月時点)

ビジネスハイライト

日本の時価総額TOP50社の
うち40%が既存顧客に

Myシリーズクロスセルが拡大

国内初のタレントアクイジション
カンファレンスを実施

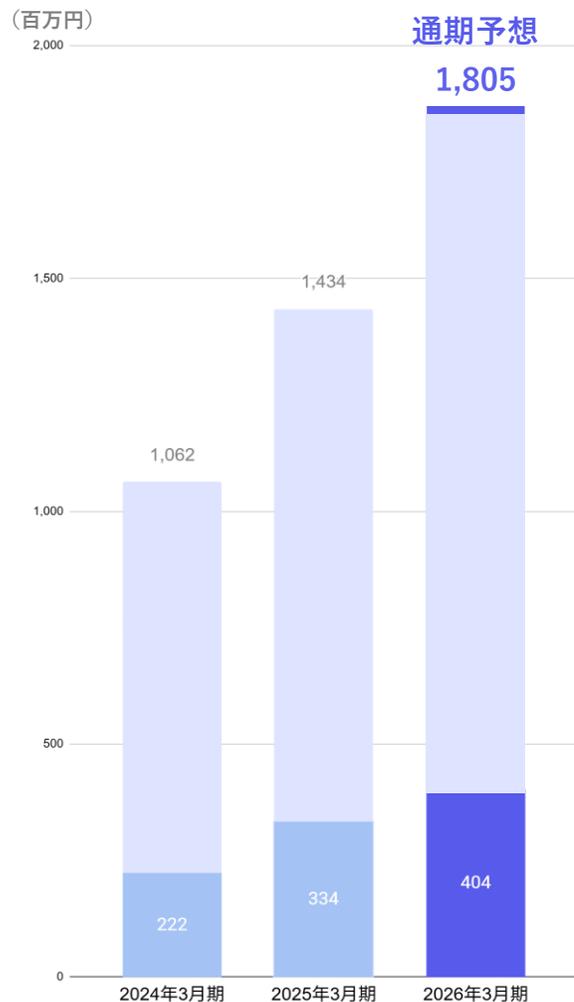
大手企業350社超が参加

人的投資は順調に進捗

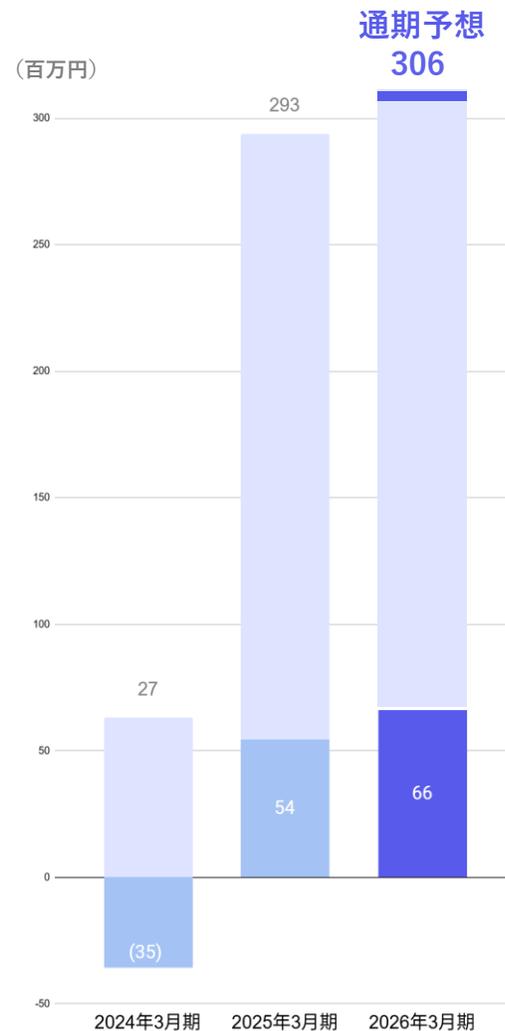
AI機能は第6弾機能までリリース

財務ハイライト：四半期別売上高および営業利益推移

売上高



営業利益



- ✓ 第1四半期の売上高は404百万円と四半期売上高の**過去最高を更新**
- ✓ ガイダンス予算に対する進捗率も22%と、当初目標を達成
- ✓ 第1四半期の営業利益は66百万円、通期業績予想に対しても22%と高い進捗率

INDEX

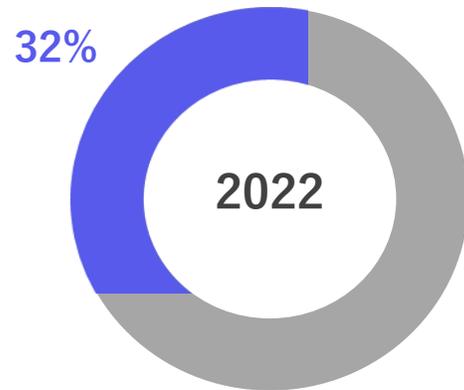
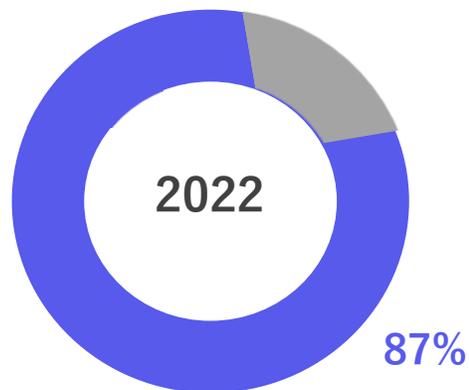
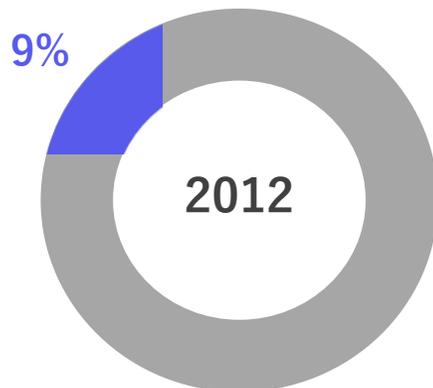
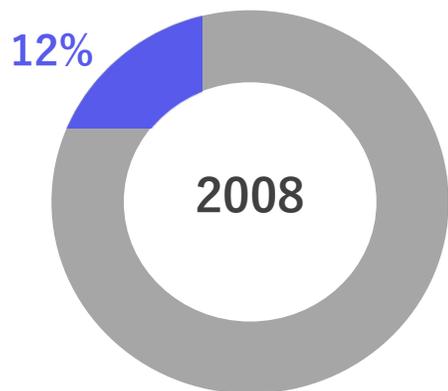
- 01 事業内容
- 02 2026年3月期 第1四半期 業績ハイライト
- 03 2026年3月期 第1四半期 ビジネスハイライト
- 04 2026年3月期目標と事業活動
- 05 会社概要
- 06 競合優位性
- 07 市場ポテンシャルと戦略方針

クラウドの到来により変わった営業の在り方

企業の営業活動は、クラウドの登場によりここ10年でマーケティングに変革



日米のCRM普及率



~2008

狩猟型営業（展示会や名簿リスト）

基本的に売り込んでいくタイプの営業手法であり、持続可能性が薄く、情報量が多い昨今において競合に勝てない



2012~

農耕型営業（マーケティング）

営業顧客データを資産と残し、顧客との関係性を育てていき、十分に意向が高まったタイミングで収穫する手法。



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

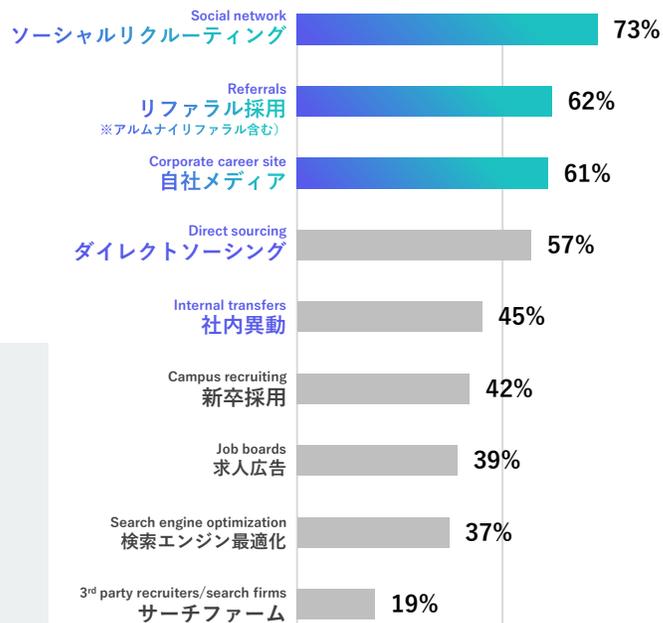


米国企業の採用に関する投資拡大順位（2013）

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.



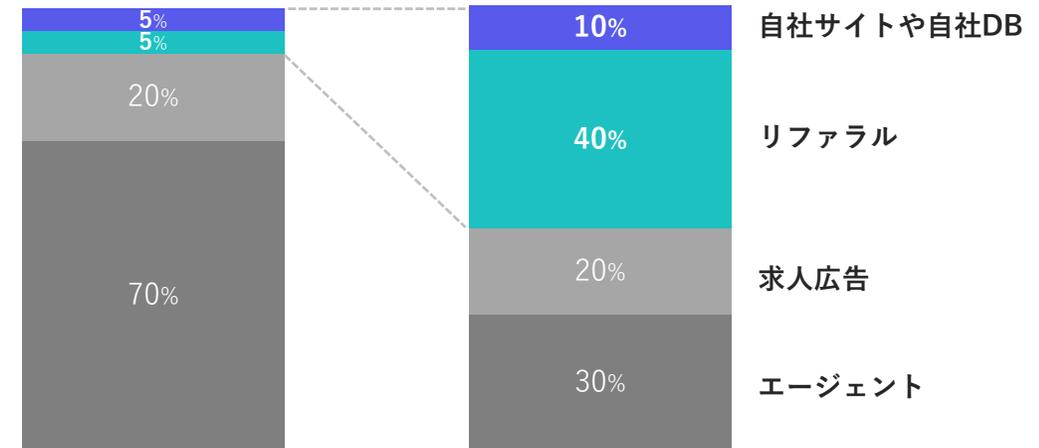
出典：Jobvite "Social Recruiting Survey Results 2013"

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



- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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。

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180万円



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5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

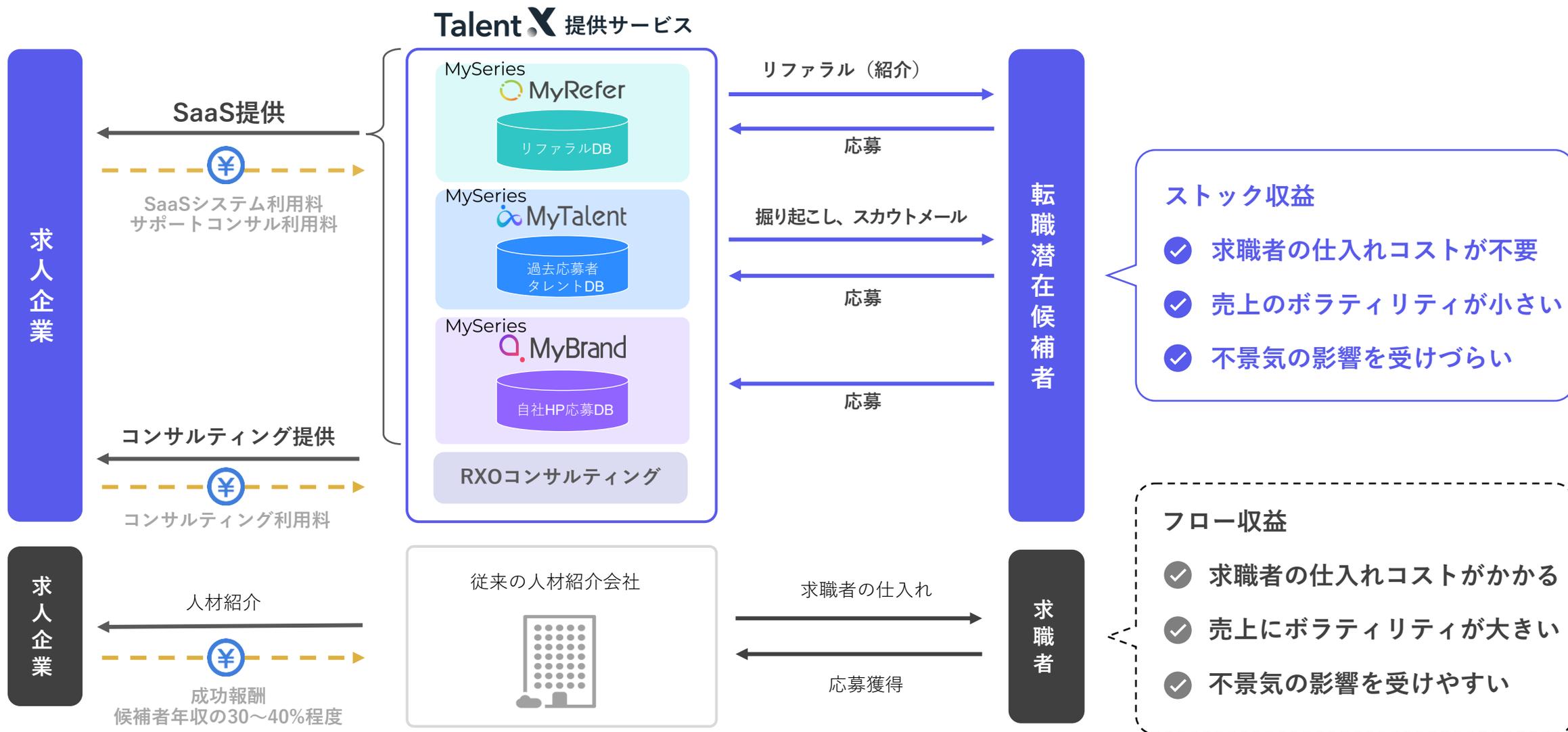
Myシリーズは、採用活動を自前で行えるタレント獲得プラットフォーム。

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

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



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



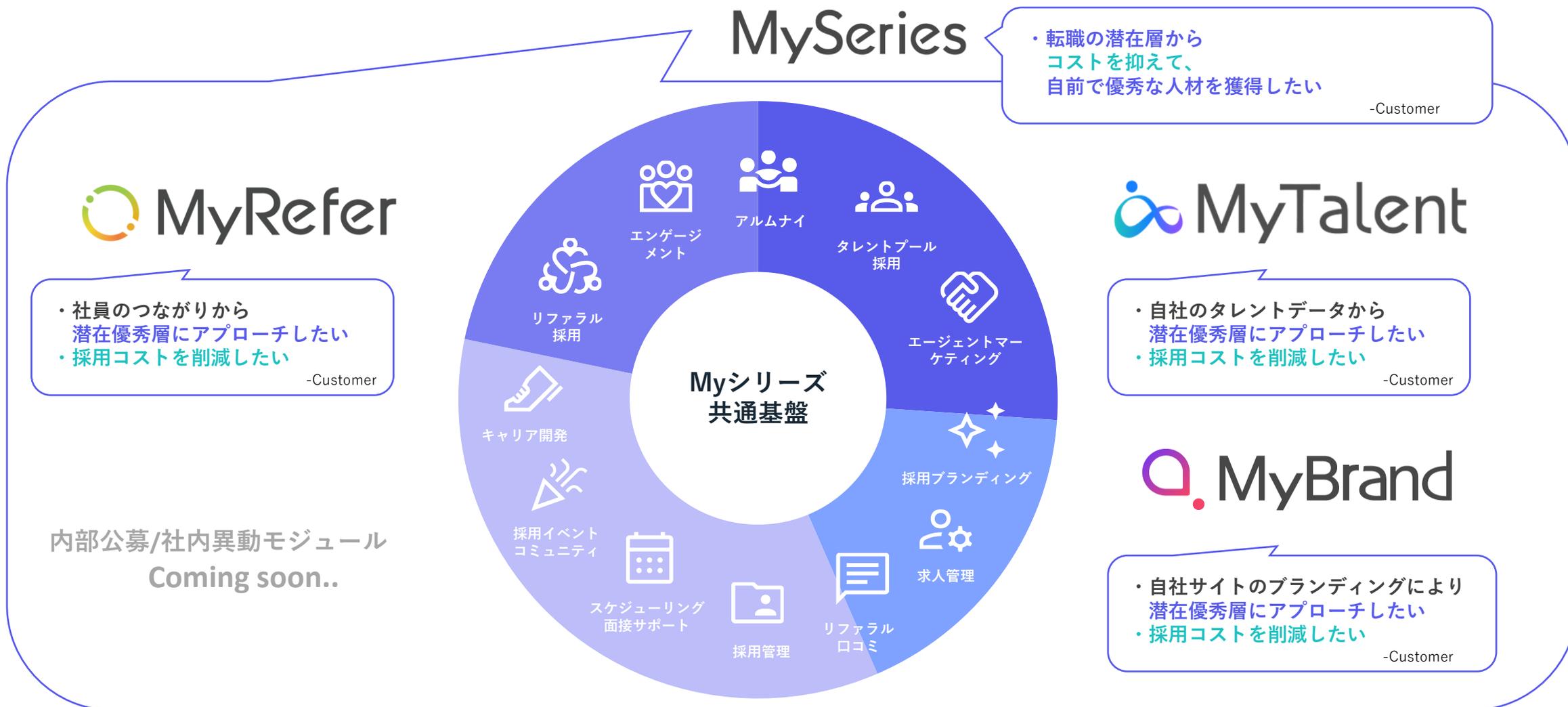
サービス・コンサル・その他



1. 東証プライム市場、2025年6月30日時点

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。

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

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。

INDEX

- 01 事業内容
- 02 2026年3月期 第1四半期 業績ハイライト
- 03 2026年3月期 第1四半期 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 第1四半期 業績ハイライト サマリ

2026年3月期
第1四半期業績

足元の進捗

- ・ 第1四半期売上高**404**百万円、設立より**28四半期連続**で**最高売上**を更新
- ・ 売上高総利益は**350**百万円と、**過去最高**を更新
- ・ 自己資本比率はSaaSとして**高水準の45%**に

未来に
向けての投資

- ・ 事業成長につながる**人的資本・採用・ブランドへの投資**を増加
- ・ 販管費投資額は**284**百万円と、前四半期と比べて35百万円増
- ・ 将来に向けての**新規事業も開始、プラットフォーム開発**を進行
- ・ HRTechプラットフォームを加速する**アライアンス・M&A**にも着手

業績ハイライト -2026年3月期 第1四半期 損益計算書

1Qは人的資本やブランドマーケティング等への先行投資を実施しつつも、
第1四半期の営業利益率は16%、当初目標を達成

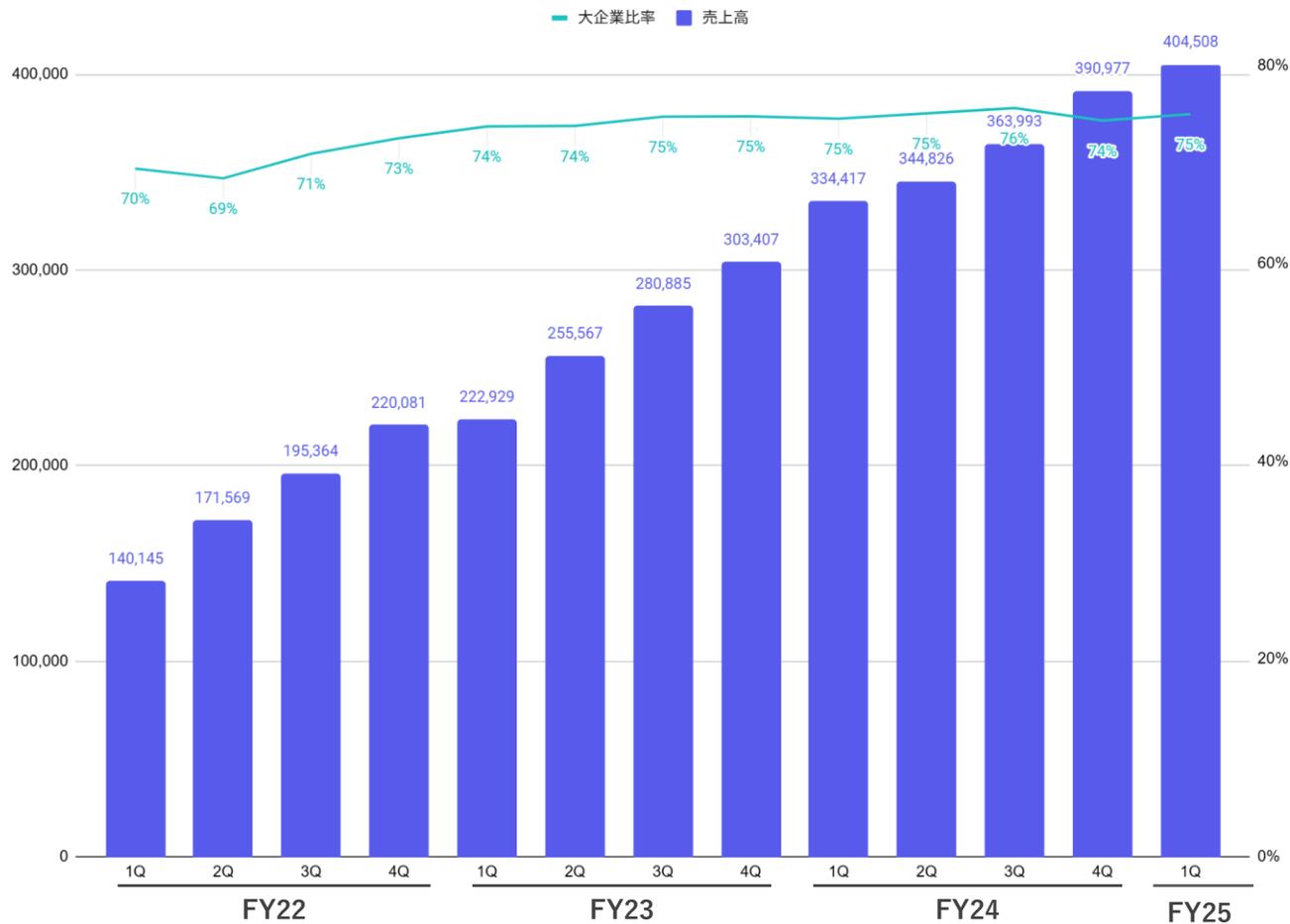
	2025年3月期 (通期)		2026年3月期 第1四半期		2026年3月期 (通期)	
	実績	対売上高	実績	対売上高	業績予想	進捗率
単位：千円						
売上高	1,434,211	100%	404,508	100%	1,805,655	22%
売上総利益	1,196,245	83%	350,777	87%	1,568,368	22%
販管費	902,386	63%	284,493	70%	1,261,759	23%
営業利益	293,858	20%	66,284	16%	306,609	22%
経常利益	276,146	19%	66,410	16%	306,609	22%
当期純利益	366,717	26%	50,579	13%	222,828	23%

- ✓ 当初目標に対して売上高は達成、**営業利益は超過達成**
- ✓ 売上高は予定通り進捗する中、**想定超の収益性を確保。**

業績ハイライト_売上高と大手企業比率推移

市場機会を捉え、売上は堅調に成長。

法人設立28四半期連続増収を続けており、サステイナブルな成長を継続

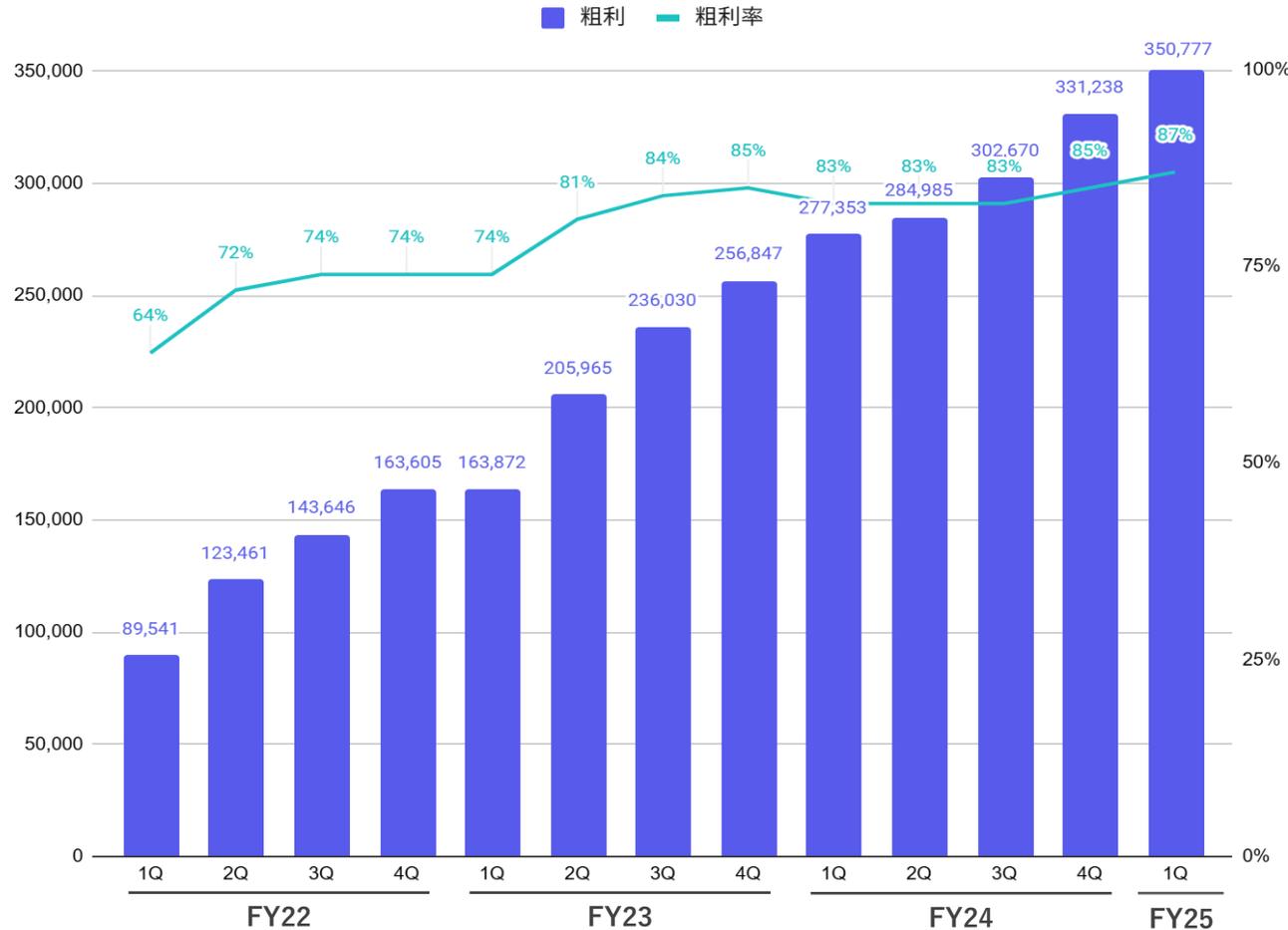


- ✓ 売上高の90%以上がサブスクリプションであり、右肩上がりの成長を継続
- ✓ 大手企業の売上高比率は75%と、HR課題に対してソリューションがフィット

業績ハイライト_売上高総利益の推移

売上高総利益率は過去最高の87%。

サブスクリプションモデルの優位性を活かし、持続可能な成長を実現



- ✓ Myシリーズのシナジー効果×サブスクリプションモデルにより、売上高総利益は順調に成長
- ✓ マルチプロダクトを効率よく開発する体制を整備していることで開発生産性が向上
- ✓ 一部、今後の新規開発の資産計上も寄与

業績ハイライト -2026年3月期 第1四半期 販管費の内訳

1Qは人的資本やブランドマーケティング等への先行投資を予定通り実施完了
営業・ブランド強化を通じ、今後の事業成長の基盤作りが進捗

(単位：千円)	2026年3月期 第1四半期	2025年3月期 第4四半期	増減 QoQ	増減率
人件費	190,340	158,490	+ 31,850	+ 20%
採用研修費	30,221	16,976	+ 13,245	+ 78%
広告宣伝・販促費	13,640	12,900	+ 740	+ 6%
業務委託費	12,394	19,005	▲ 6,611	▲ 35%
その他	37,897	41,550	▲ 3,653	▲ 9%
販管費合計	284,492	248,921	+ 35,571	+ 14%

✓ 営業人員を中心とした
人的資本への投資を強化

✓ 採用マーケティング領域における
「パイオニアとしてのポジション
確立」に向けた投資も実施

業績ハイライト -2026年3月期 第1四半期 貸借対照表

順調な売上・利益の進捗により、現預金は加速的に増加
M&Aを含めた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)	2026年3月期 第1四半期	2025年3月期 期末	増減	増減率
流動資産	1,334,064	993,983	+ 340,081	+ 34%
（現金及び預金）	1,253,795	901,710	+ 352,085	+ 39%
固定資産	177,353	168,646	+ 8,707	+ 5%
資産合計	1,511,418	1,162,629	+ 348,789	+ 30%
流動負債	775,202	652,807	+ 122,395	+ 19%
固定負債	47,354	47,972	▲ 618	▲1%
負債合計	822,556	700,779	+ 121,777	+ 17%
（有利子負債）	4,326	4,944	▲ 618	▲13%
純資産合計	688,861	461,850	+ 227,011	+ 49%

✓ 現金及び預金は、12.5億円（前四半期比+3.5億円）へと増加。

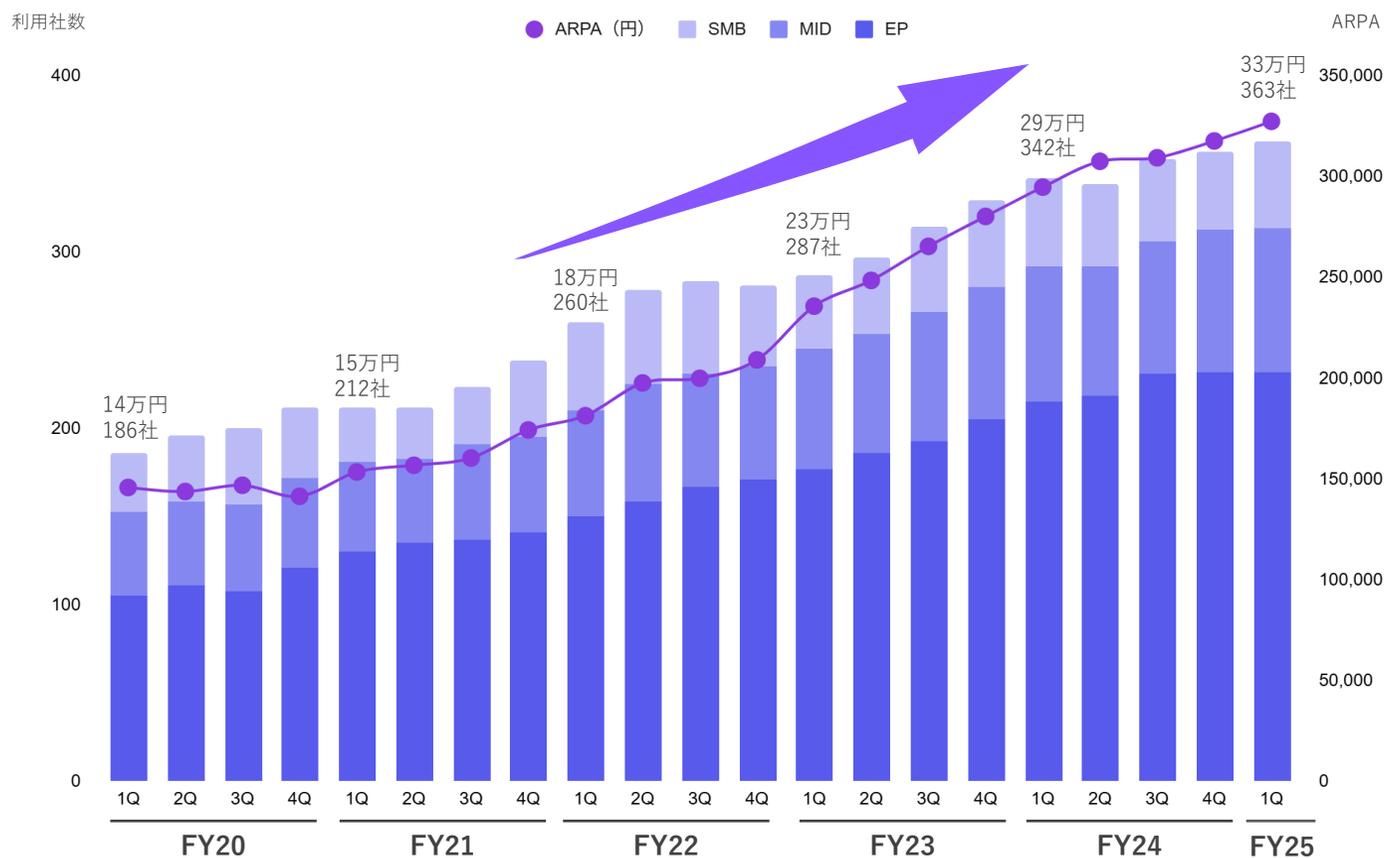
✓ 有利子負債は圧縮され、**自己資本比率は45%に**

✓ 投資フェーズを見据えた資本構成を維持しつつ、今後の成長機会に対応可能な体制を構築

Myシリーズ利用社数とARPA推移

導入社数に加え、顧客単価（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**363社**と
順調に増加

✓ MyシリーズのARPAは**33万円**と
過去最高を更新

INDEX

- 01 事業内容
- 02 2026年3月期 第1四半期 業績ハイライト
- 03 2026年3月期 第1四半期 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

TalentX

2026年3月期 第1四半期 ビジネスハイライト

FY25前半はブランディング、クロスセル戦略、人材投資、AI開発を実行

① タレント・アクイジションのブランディング加速

米国をベンチマークとする独自のビジネスモデルを活かした、
思想・プロダクトの浸透

→メディアへの露出、自社大型カンファレンスを実施

② クロスセル戦略の実行

受注効率が高いクロスセルを戦略的に推進

→Myシリーズの複数利用率が上昇

③FY25後半以降の事業成長の基盤となる人材投資の実行

営業人員を中心とした人的資本やAI・プロダクト開発への投資を強化

→想定通りの採用進捗。今後の事業成長基盤を確立。

✓ **日本初**の「タレントアクイジションカンファレンス」を開催

✓ クロスセルが着実に進展し、
複数利用率が過去最高を更新

✓ 人的資本投資を強化、
計画通りに人員採用・育成は進捗

✓ **AI・オートメーション**・
プラットフォーム開発により
イノベーションを推進

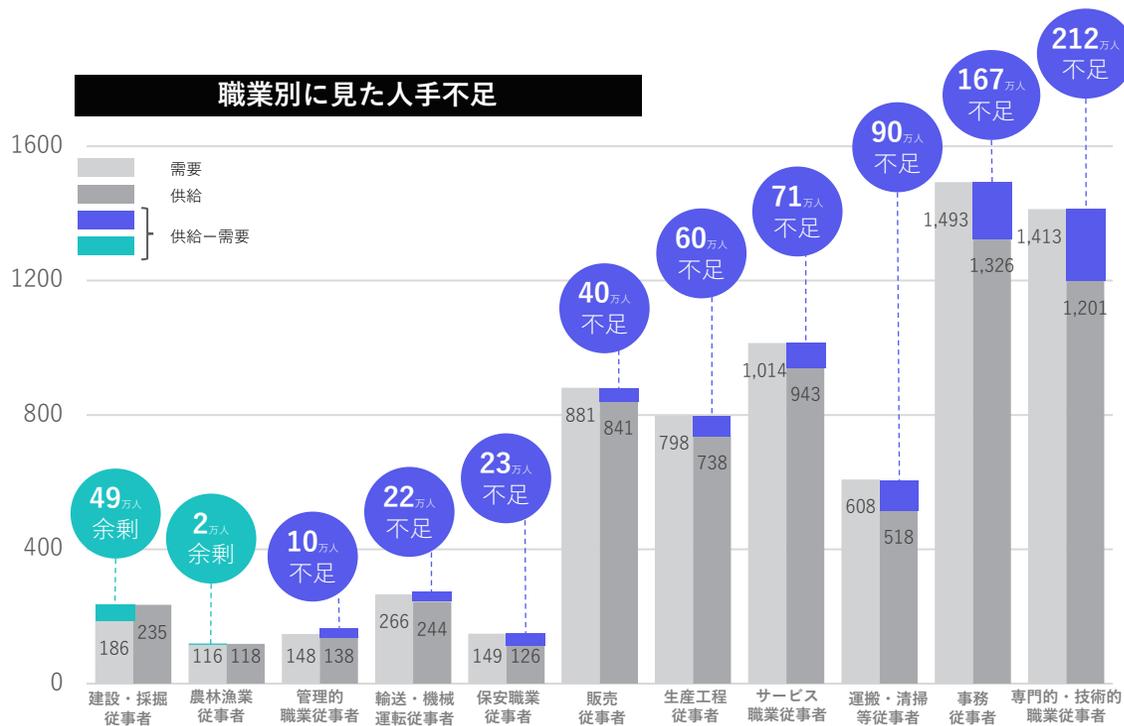
2030年、644万人の労働力が不足する日本 | 採用概念のアップデートが必須に

日本の労働人口減少は加速するなかで、採用活動の概念そのもののアップデートが急務

2030年には、644万人の労働人口が不足すると予測

採用の**抜本的なアップデート**が必要な時代へ

職業別に見た人手不足



引用：パナソニック総合研究所/中央大学「労働市場の未来推計 2030」

	これまで	これから
1 採用目的	業務遂行上、必要な“人手”の確保	事業成長に貢献できる“人材”の獲得
2 経営連動	人事部門主導で経営とは分離	経営と人事部門が一体となり推進
3 採用スタイル	新卒一括採用 + 欠員補充型 キャリア採用	経営、事業目標から 人材を逆算した採用
4 目標	採用の量	採用の質
5 採用基準	一律基準で選考	経営戦略に紐づく 必要人材像を明確化
6 採用手法	求人広告、人材紹介	オウンドメディア、タレントプール、 リファラル、アルムナイ等

採用を、欠員補充から「経営戦略に直結した活動」に変革する必要性

TalentXは、グローバルの潮流を踏まえ、「募集活動」から「人材獲得活動」への転換を牽引する

欠員補充をベースとした、募集活動から、マーケティングに則る「人材獲得活動」に

米国における「タレントアクイジション」は2010年代から広がり、今や一つの職種としてスタンダードに

これまでの日本 リクルーティング（募集）

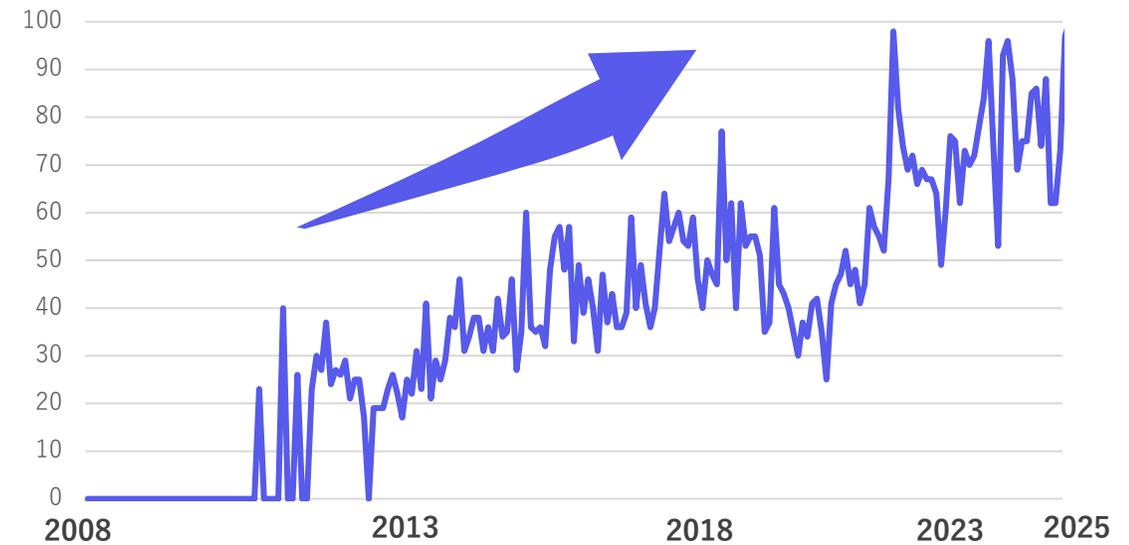
欠員補充など、
社内の募集職種を埋める短期的な活動

欧米 タレントアクイジション（獲得）

自社のビジネスを前進させる人材を
中長期に渡って獲得する活動



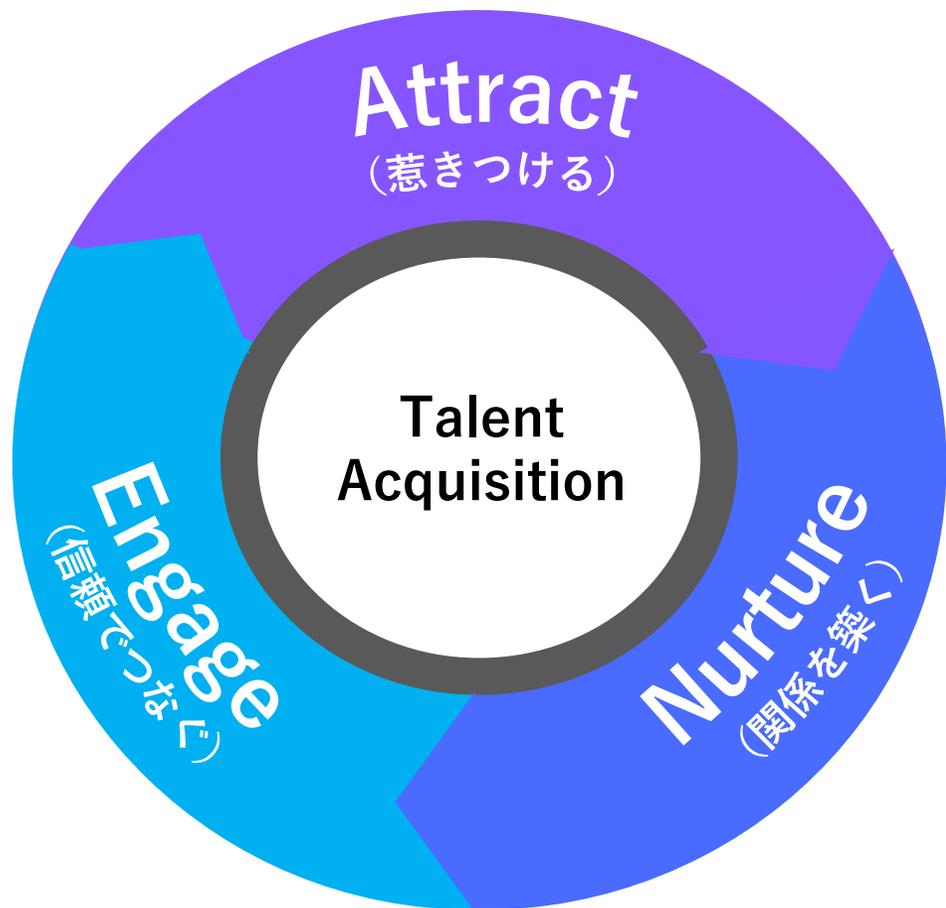
米国における「タレントアクイジション」 Google検索頻度



出典：Google Trends 米国内「talent acquisition」検索頻度 2008年～2025年

思想とプロダクトが一体となった日本流人材獲得モデルを定義（Attract → Nurture → Engage）

“採用は、マーケティングになる。”という考え方のもと、
プロダクトのみでなく思想とフレームワークを定義し、マーケティング施策を展開



候補者を第一に考える時代の到来

タレント・アクイジションとは、
大量の応募を集めてふるいにかけるのではなく、
一人ひとりの候補者に合わせた“価値ある体験”を設計することです。

DXの進展と人的資本経営の流れの中で、企業は今、単に人を「採る」のではなく、
出会い方・育て方・つながり方そのものを再定義しようとしています。

マーケティングが、営業や販売の在り方を変えてきたように。
TalentXの「Myシリーズ」は、日本の採用に「マーケティングの力」を実装し、
企業が自らの資産と信頼で、優秀な人材と出会える未来をつくります。

Attract	オウンドメディア、SNS等
Nurture	タレントプール
Engage	リファラル、アルムナイ等

 MyBrand

 MyTalent

 MyRefer

ビジネスハイライトTOPIX① タレント・アクイジションのブランディング加速

タレントアクイジションの認知度が大幅向上（各種メディア露出+350社参加イベントで関心喚起）

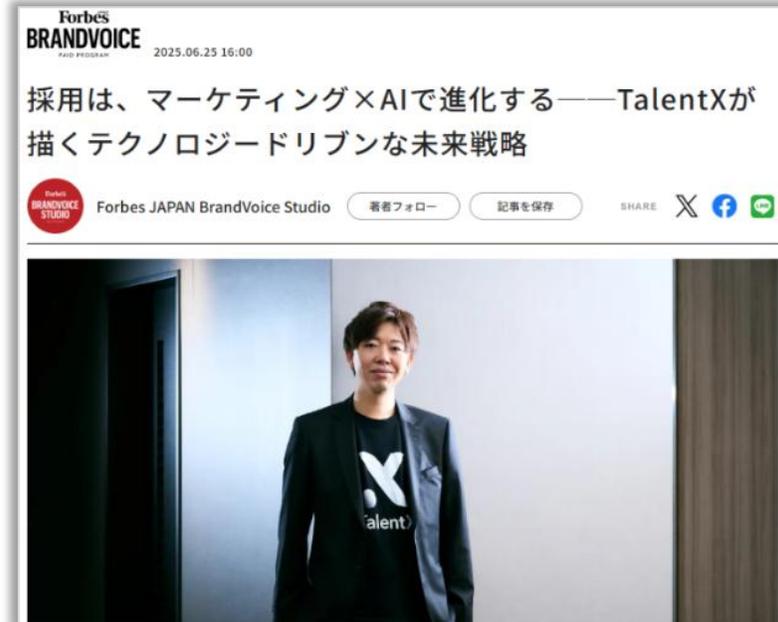
AI×採用マーケティングのプラットフォームとしてNewsPicks出演



日本初のタレントアクイジションカンファレンス開催



BtoB SaaS×HRTechカンパニーとしてForbesトップインタビュー掲載



Promoted by TalentX / text by Michi Sugawara / photographs by Masahiro Miki / edited by Akio Takashiro
Forbes JAPAN BrandVoice 2025年06月25日掲載記事より転載

- ✓ NewsPicks、Forbesといった著名メディアにて採用マーケティングのブランディングを実施
- ✓ 「タレントアクイジション」をテーマに日本発の大型イベントを開催

ビジネスハイライトTOPIX① タレント・アクイジションのブランディング加速

日本初のタレントアクイジションカンファレンスを開催し、広告宣伝費0円で高いROIを実現

イベント概要

Talent Acquisition Conference 2025

採用の歴史は「求人」から「獲得」へ

開催日程：2025年7月28日（月）15:00～19:30

開催形式：オフライン / オンライン

会場：ベルサール御成門タワー

【Attract】オウンドメディア、SNS等

オウンドメディアを活用したタレントネットワーク戦略
三井住友海上火災保険株式会社 様

【Nurture】タレントプール

候補者データを活用したナーチャリング戦略
株式会社ニチイ学館 様

【Engage】リファラル、アルムナイ等

社員が自発的に動くリファラル採用の仕掛け
積水ハウス株式会社 様

イベント成果

- ✓ 計350社、約400名の大手企業人事責任者・担当者様が参加
- ✓ 思想のみでなく、弊社サービスへの興味も加速
 - 43%はMyTalentへの関心が深まり、聞いてみたい
 - 32.7%はMyReferへの関心が深まり、聞いてみたい
 - 30.5%はMyBrandへの関心が深まり、聞いてみたい
- ✓ タレントアクイジションフレームワークに沿って、大手企業の採用マーケティング事例をリアル配信



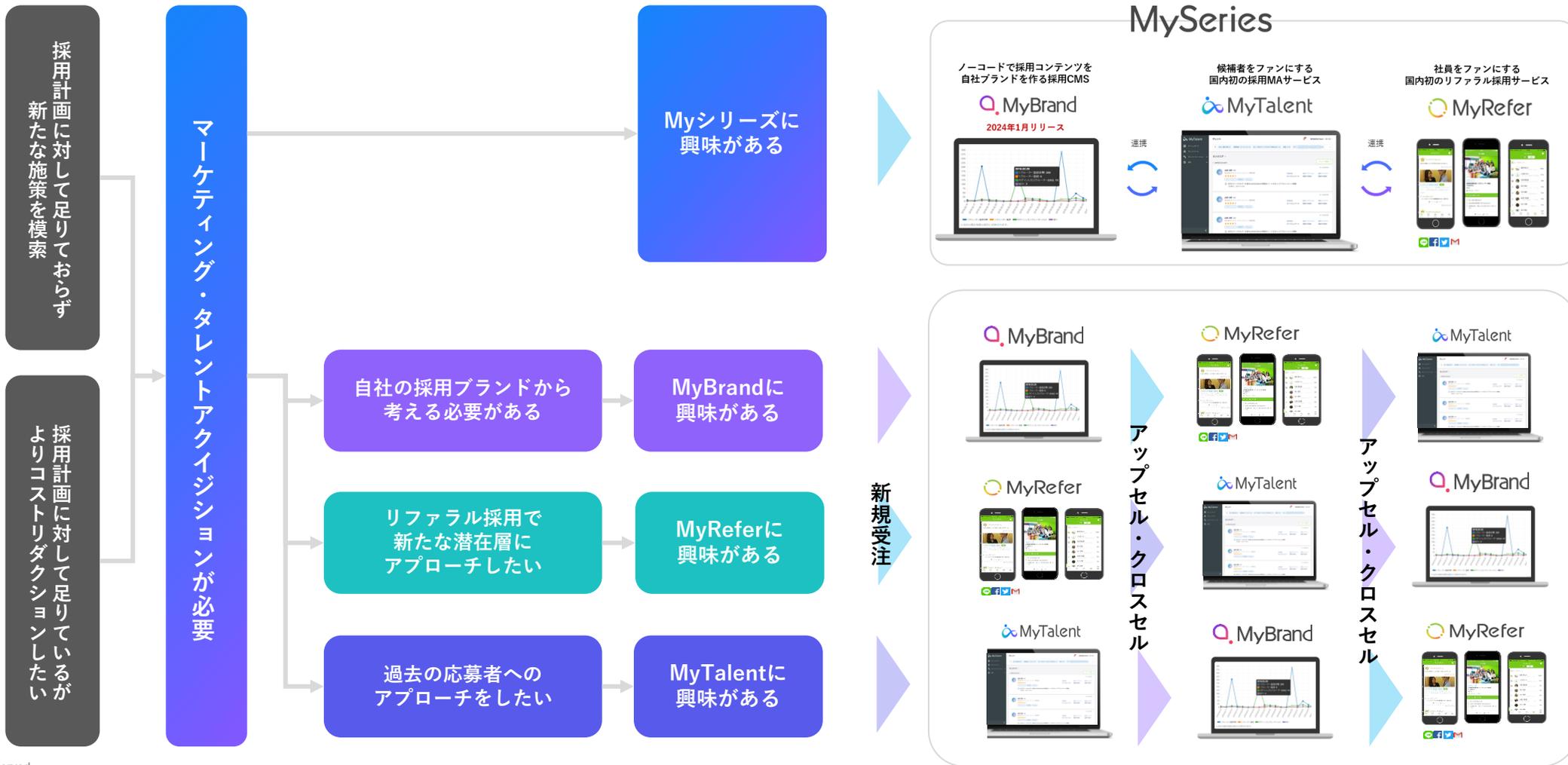
イベント参加者の声

- タレントアクイジションの可能性と必要性が理解できた
- 日本の社会に人事が良い影響を与えられることやもっとすべきことがたくさんあることを知り明日からのモチベーションにも繋がった
- 他社様の事例を伺い、リファラル採用・TAいずれにしても経営からのトップダウンが必要であるということを再認識できた

ビジネスハイライトTOPIX① タレント・アクイジションのブランディング加速

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)

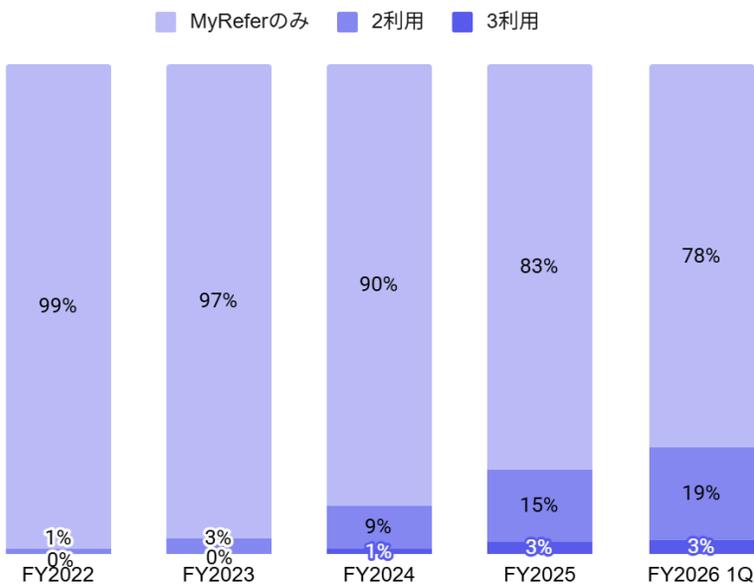


ビジネスハイライトTOPIX②_Myシリーズ複数利用率が過去最高を更新

Myシリーズのクロスセルが過去最高を更新、2Q以降は更に強化

MyRefer既存顧客のクロスセル推移

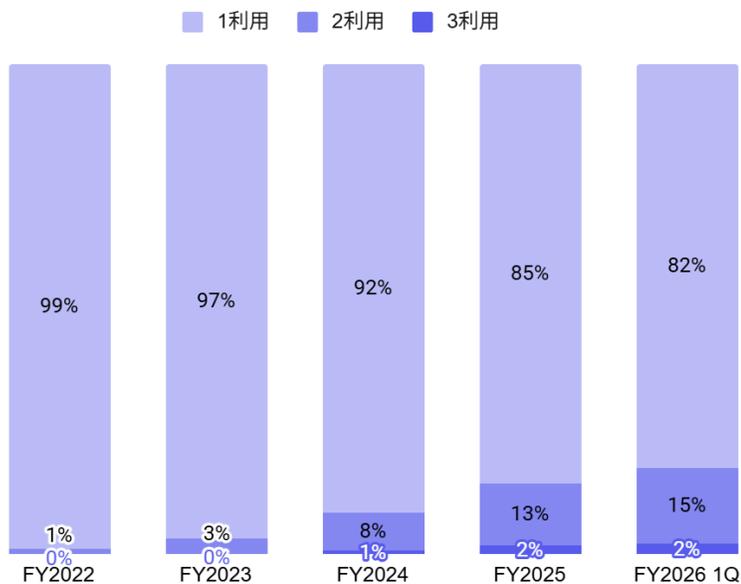
※従来の開示基準



指標基準を変更

Myシリーズ既存顧客のクロスセル推移

※今後の開示基準



✓ Myシリーズ既存顧客でのクロスセルは着実に進展し、
複数利用率が過去最高を更新

✓ 「Talent Acquisition Conference」を契機にさらに深耕を進め、既存顧客売上の最大化と持続的成長を実現

※従来はMyRefer起点でしたが、現在はMyシリーズ全プロダクトからの新規受注が可能となり、指標基準を「Myシリーズ全体」へ拡大。

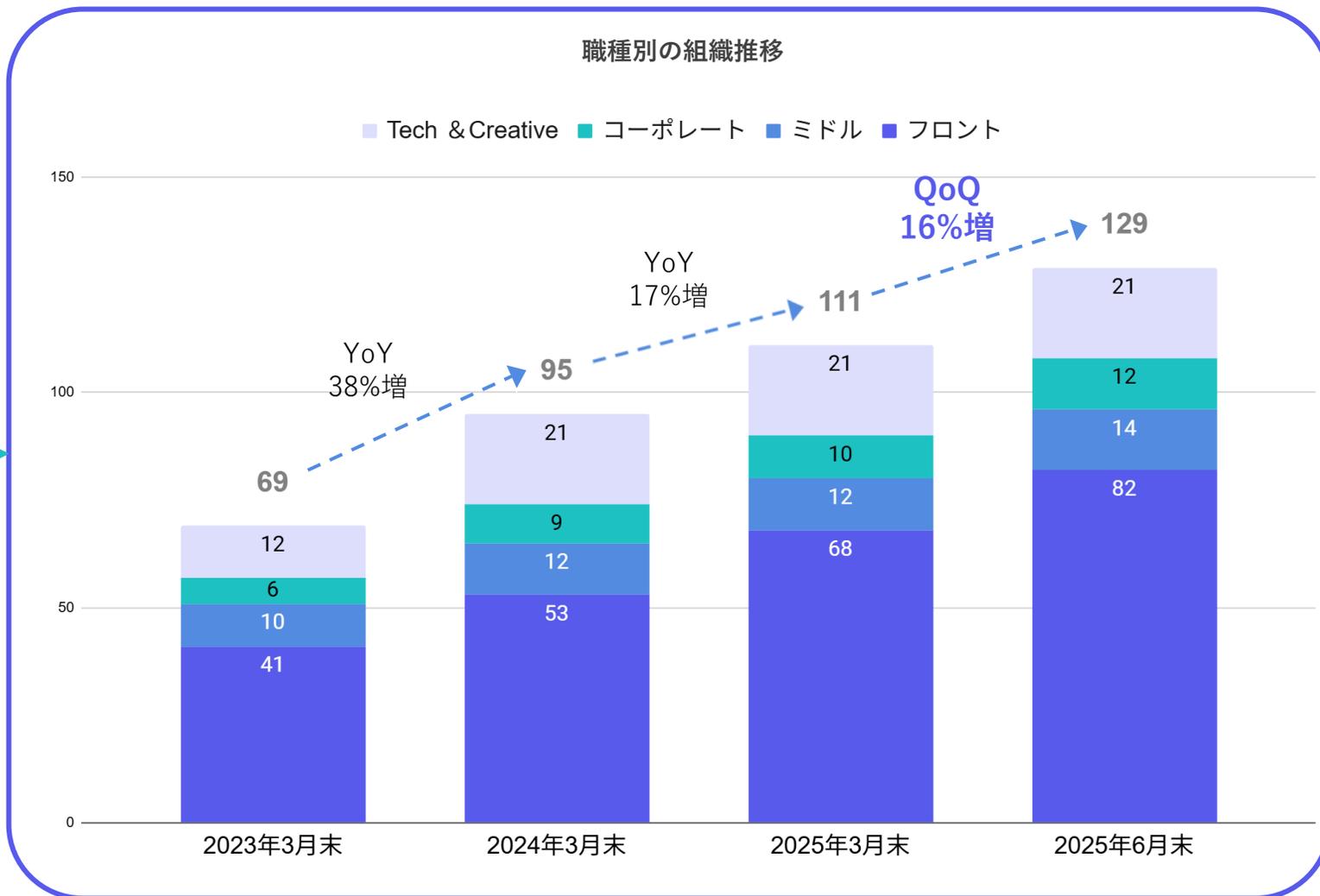
人的資本投資を強化、計画通りに人員採用は進捗

足元の事業に直結する
キャリア採用
(ジョブ型採用)

- ✓ 売上成長と収益性のバランスを維持し、各部門で計画通りの人員増強を実施。

未来の文化に直結する
新卒採用
(総合職採用)

- ✓ 足元のキャリア採用のみでなく、未来の文化に直結する新卒採用も進捗
(FY25卒は10名強の新卒社員が入社。
FY26も10名強の新卒採用が決定)



ビジネスハイライトTOPIX③_プロダクト開発の推進

AI・オートメーション・プラットフォーム開発によりイノベーションを推進

「第10回HRテクノロジー大賞」にて、「Myシリーズ」が採用サービス部門優秀賞を受賞

プロダクト評価



<受賞理由>

第4回「MyRefer」、第9回「MyTalent」に続き、通算3回目の受賞。今回は「Myシリーズ」全体のシナジー効果が高く評価され、採用にマーケティング視点を取り入れた包括的アプローチが企業の採用力向上と業務効率化に寄与する点が認められました。

✓ コンパウンドSaaSとして、Myシリーズ全体で生み出せるシナジー効果で高いプロダクト評価を獲得

✓ 複数モジュール利用における価値向上に直結し、商談化率・クロスセル推進の基盤に

プロダクト開発



「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年度より社内AI研究機関を設立。
今期もプロダクト価値にヒットする機能をリリース

MyRefer



リクルーターのネットワークを可視化する機能

MyTalent



候補者に合った求人をRecommendする機能

✓ 2024年度より社内AI研究機関を設立。
プロダクト価値に直結する
2つのAI機能をリリース

✓ MyReferのRecommend機能は
期初にリリースし、53%の企業が活用
うち88% (125社) の人脈数を可視化

INDEX

- 01 事業内容
- 02 2026年3月期 第1四半期 業績ハイライト
- 03 2026年3月期 第1四半期 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

TalentX

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

単位：千円	2025年3月期 通期		2026年3月期 通期		
	実績	対売上高	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% 粗利率87%
営業利益率17%
- ✓ 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。

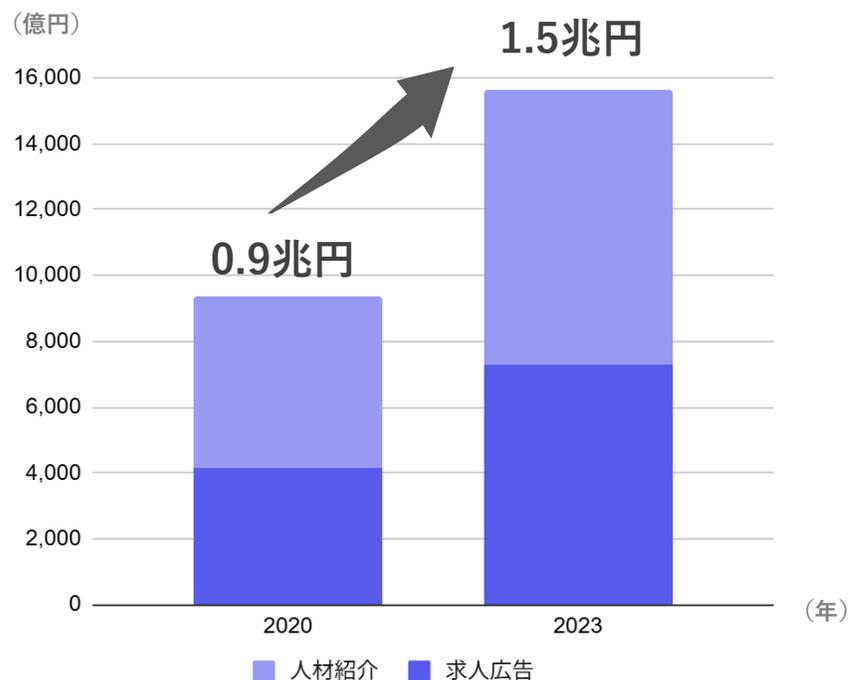
既存の人材サービスでは満たされない企業の中途採用計画

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

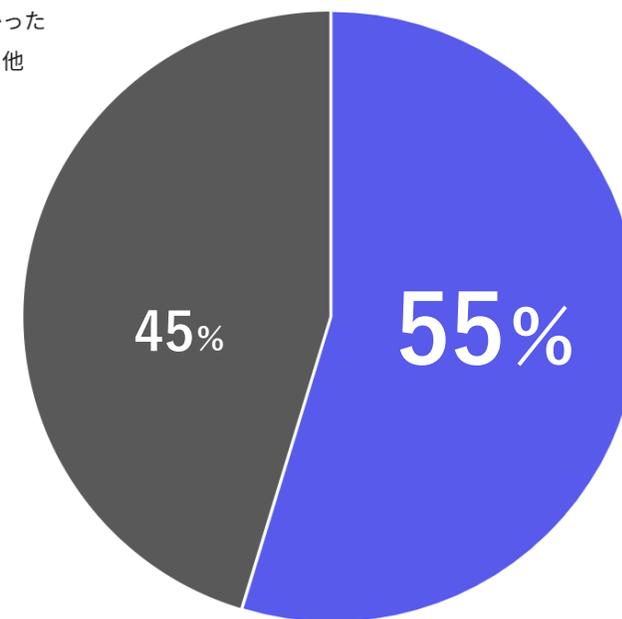
中途採用計画が未充足の企業が半数以上

採用市場規模 (CAGR+20%)



2024年度 中途採用充足状況 (n=4,113)

- 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

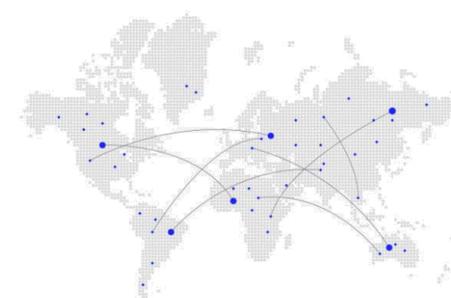
既存の仲介採用市場をリプレイスし、更に転職潜在層への市場まで拡大



世界の採用マーケティング市場

2024年

約17兆円※2



出典：※1 厚生労働省「職業紹介事業報告書 令和5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 2025年」

出典：※2 Recruitment Marketing - Global Strategic Business Report, 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144円（2025年6月30日時点）

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

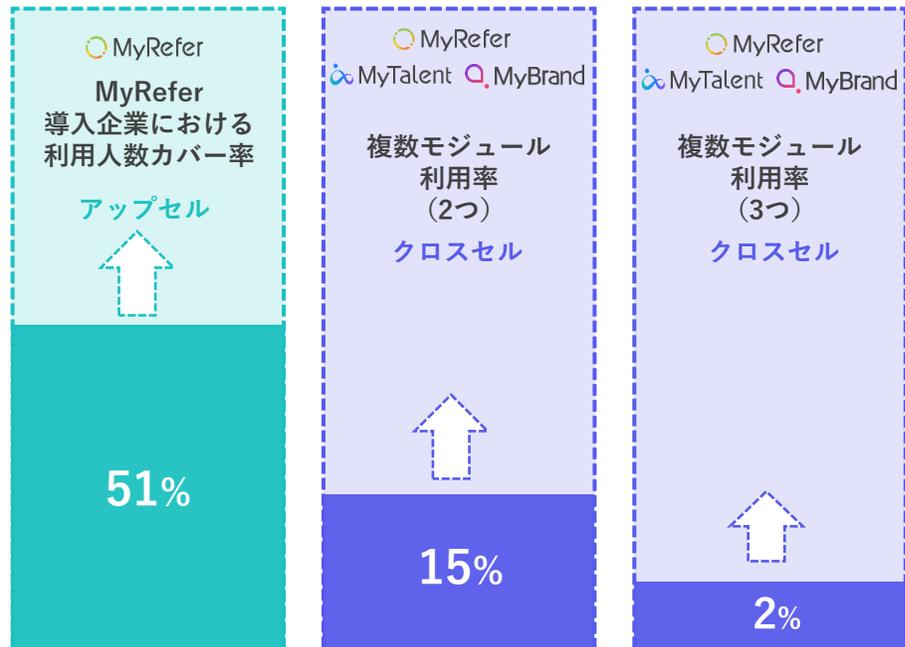
1. 新規顧客開拓

📢 新規開拓に95%の余白が存在



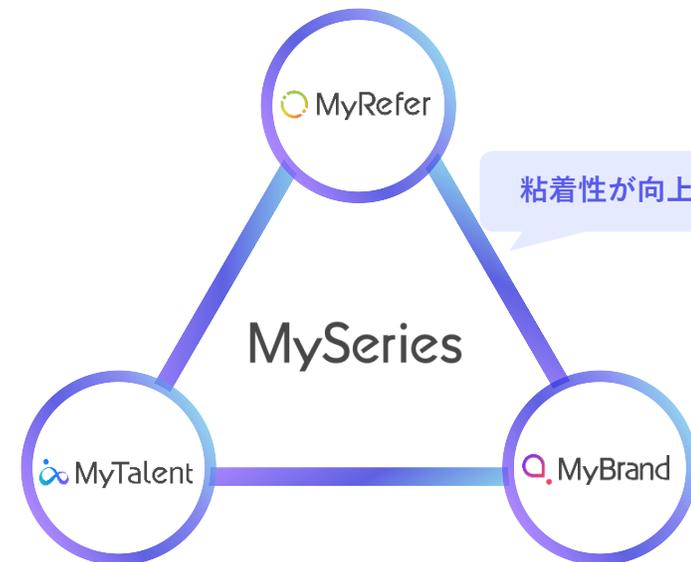
2. 既存顧客のクロスセル

👉 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

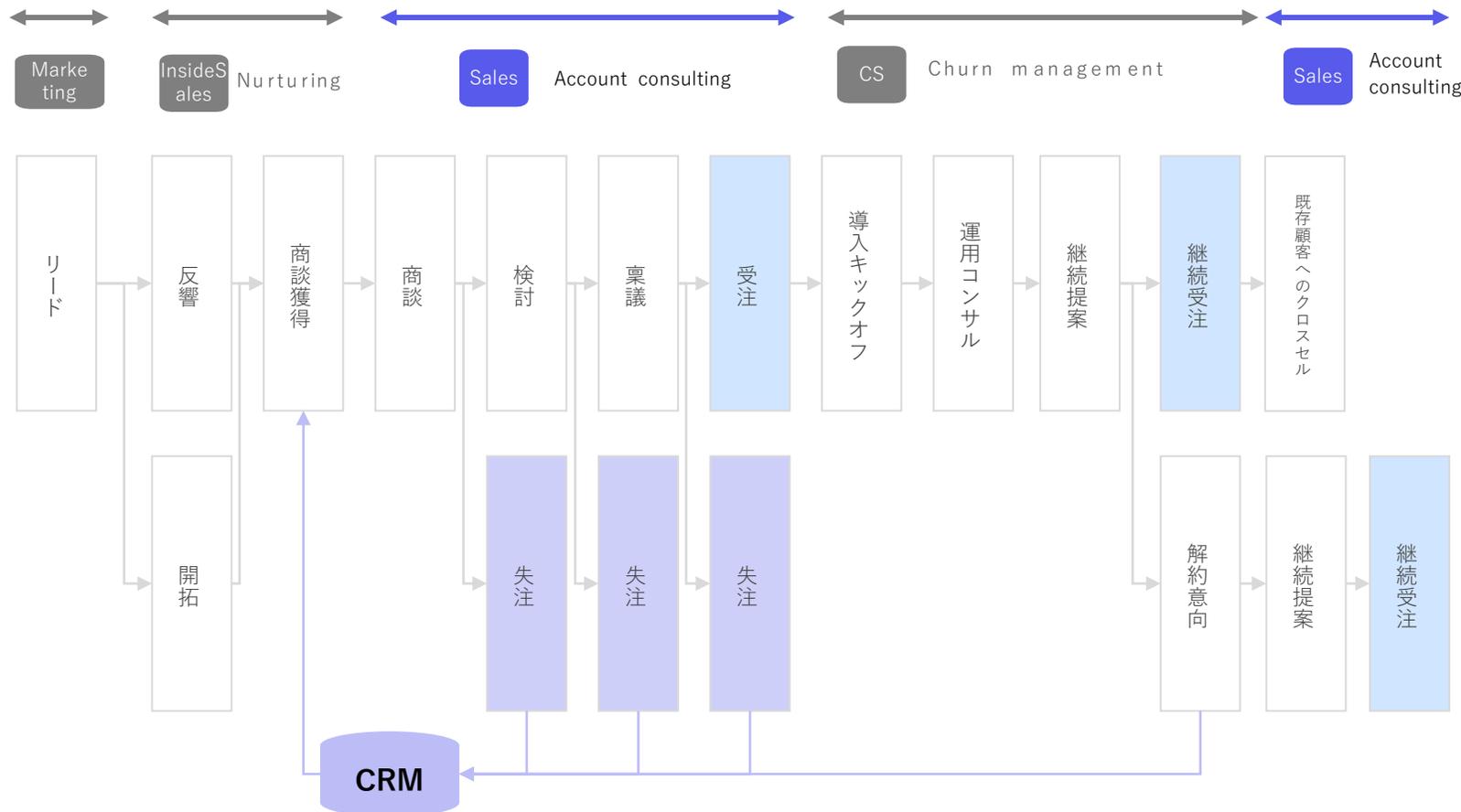
♥️ 複数プロダクトが
つながることでチェーンが低下



※各数値は2025年6月末時点のもの
※今回から複数モジュール利用率はMyシリーズ起点の数値に変更（前回基準との比較は30ページ参照）

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し、イネーブルメントを推進

▼ 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

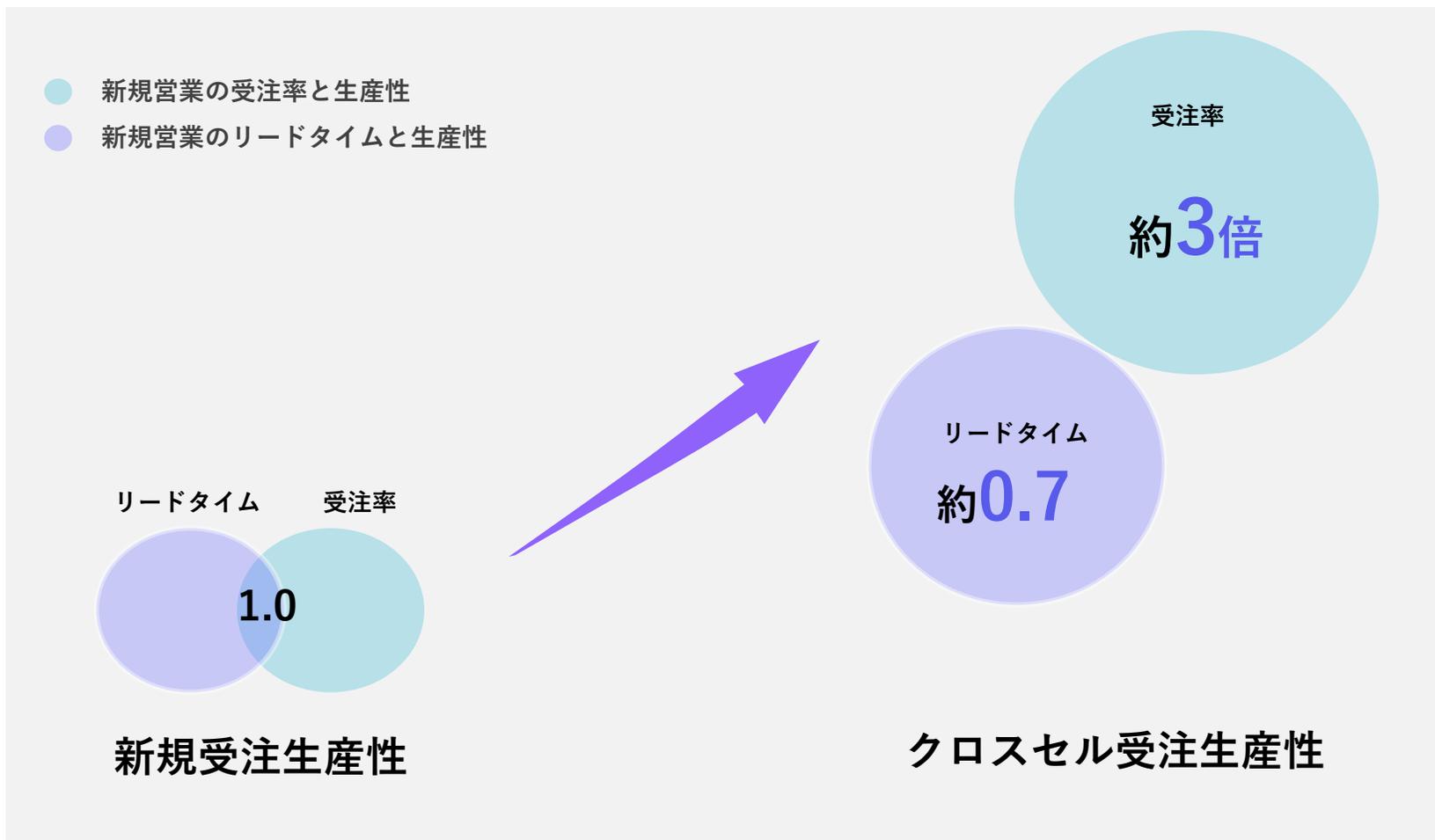
- ・MyRefer、MyTalentなどプロダクト毎にヘルススコアを定義、解約リスク顧客を事前に特定
- ・業界毎に顧客の成功事例を蓄積、ユーザー会を実施
- ・定例会議で解約リスクを特定し、事前の提案を実施

※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には人件費も含んでいる。

クロスセルと営業生産性の向上

コンパウンドSaaSによるクロスセル導線の強化で、生産性が向上
今年度はこの成長ドライバーとして戦略的に加速



クロスセル受注は通常の新規受注と比較し、
リードタイムは約0.7、受注率は約3倍

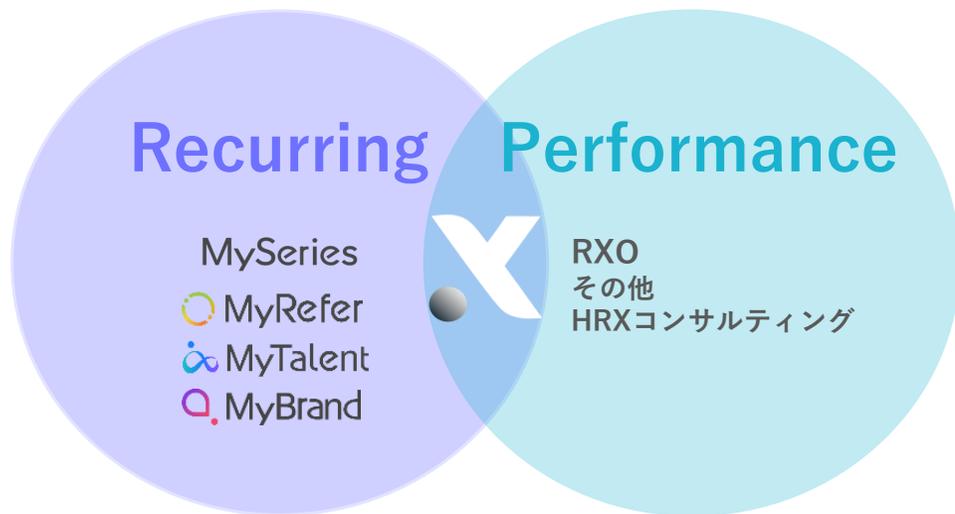
受注率は2023年4月～6月末における新規商談実績から算出。リードタイムは従業員1,000名以上の大手企業向けを比較。

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

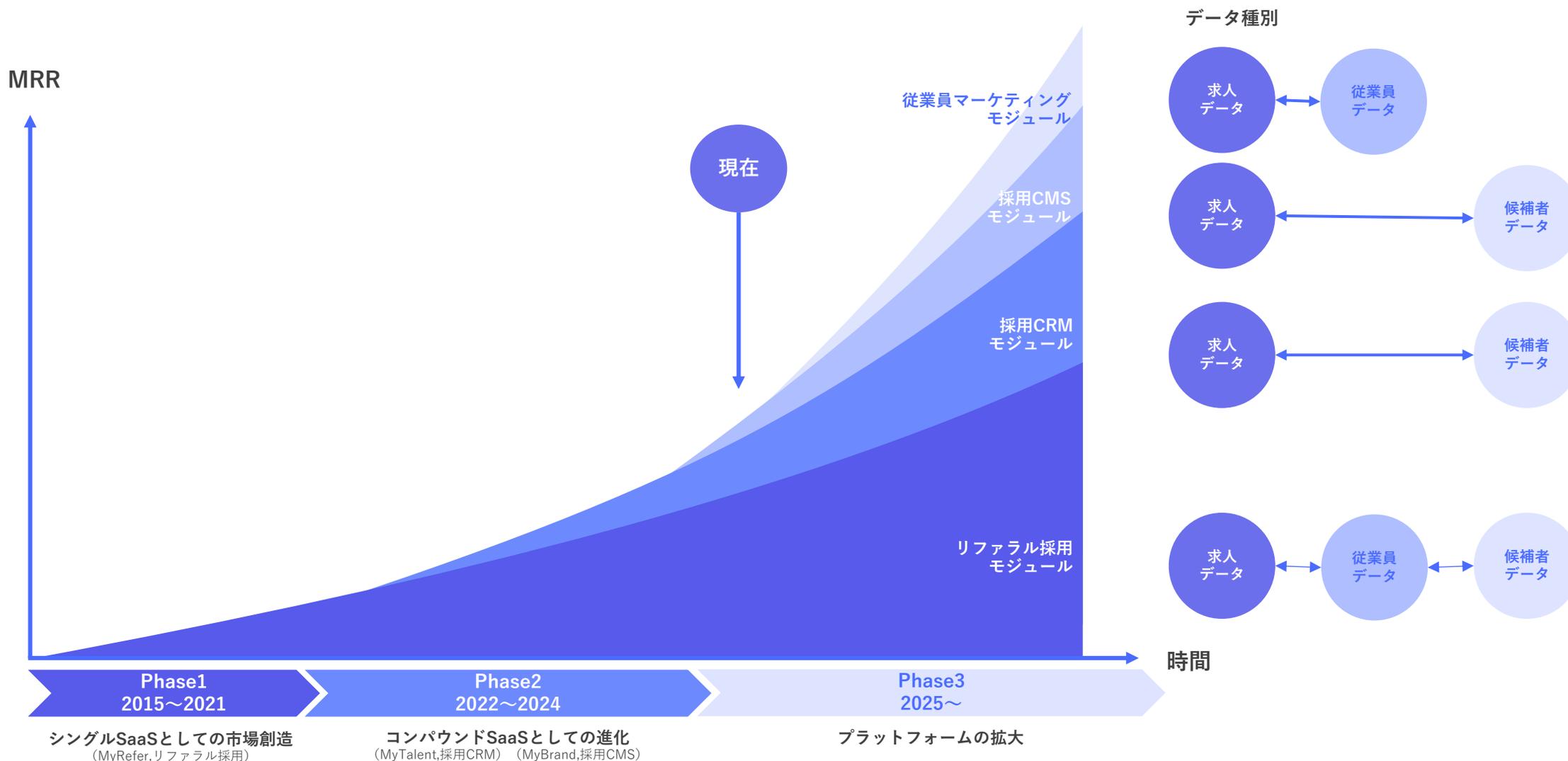
従来通りの
RPO・BPO

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



その他戦略 | 「1社完結型のSaaS」から脱却し、エコシステム型のプラットフォームへと進化

外部パートナーやサービスとの共創を推進し、市場と事業成長を後押しする

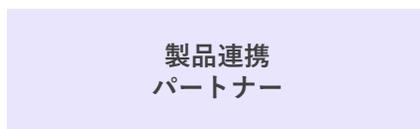
HRTech市場及び、TalentXの事業成長を加速する

新規受注を増やす

解約率（チャーン）を減らす

始動

着手中



パートナー連携

Integration戦略

MyTalent MyRefer MyBrand

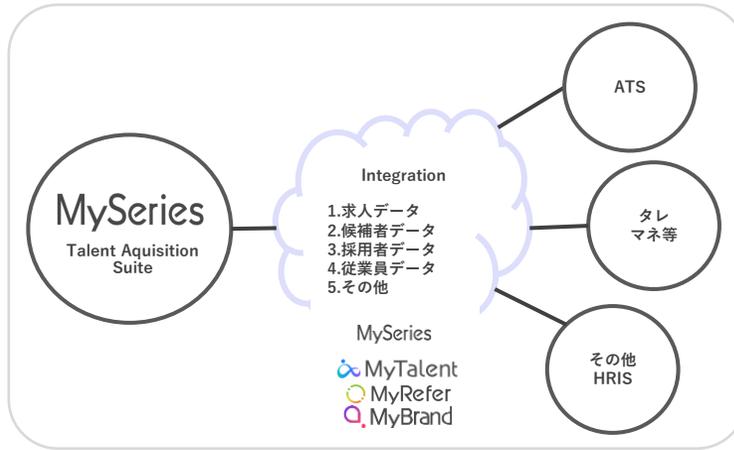
Talent X

MyRefer MyTalent MyBrand

パートナー制度を始動

- HR GameChanger Partnership Program -

既に29社が参画
Myシリーズ利用企業は時価総額TOP50企業の40%に到達



✓ 新規顧客の開拓

約4,000社のエンタープライズ企業

約5,000社のプレエンタープライズ企業

✓ 既存顧客の深耕

約400社

その他戦略 | 独自のポジションと「プラットフォームの優位性」を活かしたM&A

Myシリーズプラットフォーム+ロールアップM&Aモデルを組み合わせることで、SaaSとしての連続成長に加え、非連続性を実現する体制を整備

機会

Myシリーズ プラットフォーム

当社はコンパウンドSaaSとしての共通基盤やソフトウェア開発力、大手企業との取引実績、豊富な人材データ、ブランド力、組織的なセールス体制といった、成長の土台となるアセットを有している。



ロールアップ M&Aモデル

M&A市場には多くの買収機会が存在し、PMI（統合プロセス）を通じた利益拡大余地も大きい。

単体ではオーガニック成長が見込みづらく、プロダクトと組織ケイパビリティの不一致が生じていることもある。また、M&Aの活発化により適切な買収価格の見極めも難易度が増している。

TalentX M&Aモデル

MyRefer-MyTalent-MyBrandといった企業の採用力を強くするプラットフォームと、変革意欲の高い大手企業の顧客アセットを保有。

これらを実現してきたブランドやセールス組織を活用し、事業間のクロスセルも含め、再現性のあるオーガニック成長を実現できる。

従来のHRサービスに加え、HRTechなど周辺領域に多くの買収機会がある。

M&Aにより、開発リソースや事業開発期間をかけることなく、事業領域を拡大、事業人材も獲得。

クロスセル機会やオーガニック成長を実現するブランド・セールス組織により、適切な買収価格を設計可能。

制約要因

事業を連続的に立ち上げる上で、社内の開発体制や人材リソースがボトルネックとなる可能性がある。

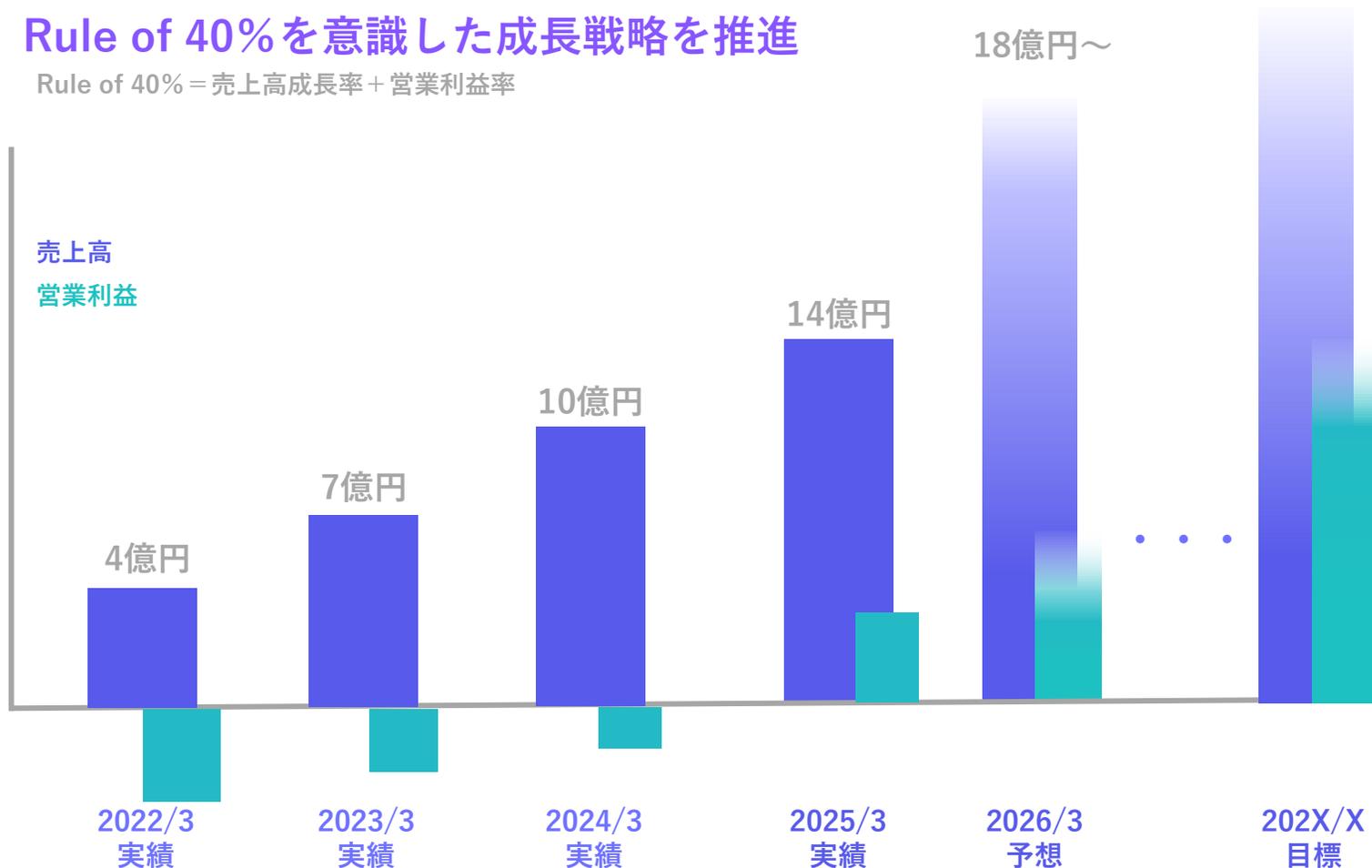
- ✓ 独自成長を可能とするプラットフォームを核に、ロールアップM&Aモデルを組み合わせ、互いの強みを活かし弱点を補完
- ✓ 企業の採用力を向上させるブランドポジション、クロスセル機会と大手顧客基盤を活用し、論点を解消しつつ、成長の再現性を高める構造
- ✓ TalentXは上記M&Aを実行可能な企業であることを事業成果で証明していく

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

INDEX

- 01 事業内容
- 02 2026年3月期 第1四半期 業績ハイライト
- 03 2026年3月期 第1四半期 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

TalentX

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 : 代表取締役 鈴木 貴史
- 資本金 : 8億6,750万4,198円 (資本準備金含む)
- 従業員数 : 127名 (2025年6月30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

Our Vision

未来のインフラを創出し、HRの歴史を塗り替える

Our Purpose

人と組織のポテンシャルを解放する社会の創造

History

【業界歴史】

- 1960 企業の採用を支援する有料の職業紹介（エージェント）が誕生
- 1990 インターネット上の外部求人メディアが誕生
- 2010 求職者データベースへのダイレクトスカウトサービスが誕生

【沿革】

- 2015 従業員をエージェント化する”リファラル採用”を提唱し、国内初のリファラル採用サービス”MyRefer”をリリース
- 2018 従業員のみでなく、卒業社員もエージェントにするMyRefer Alumniをリリース
- 2022 応募データを資産として蓄積し、自社の求職者データベースから採用する国内初の採用MAサービス”MyTalent”をリリース
- 2024 自社採用メディアをノーコードで制作する国内初の採用ブランディングサービス”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 Myシリーズ : 「第10回HRテクノロジー大賞」採用サービス部門 優秀賞

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

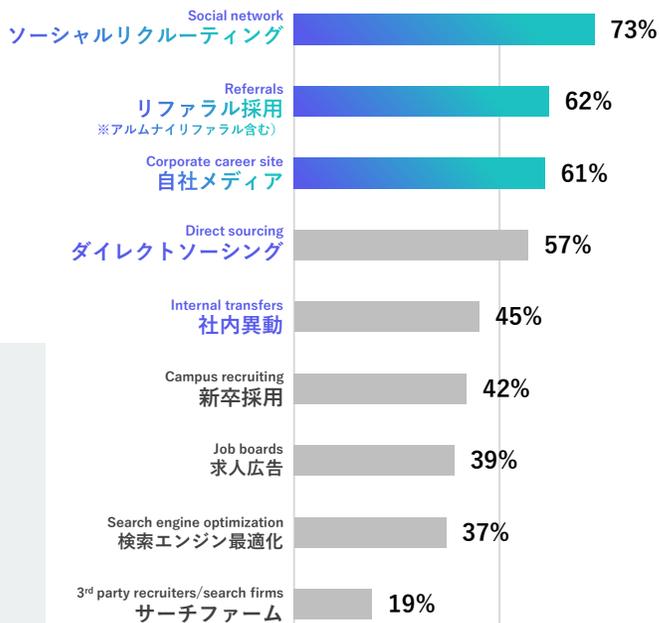


米国企業の採用に関する投資拡大順位（2013）

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.



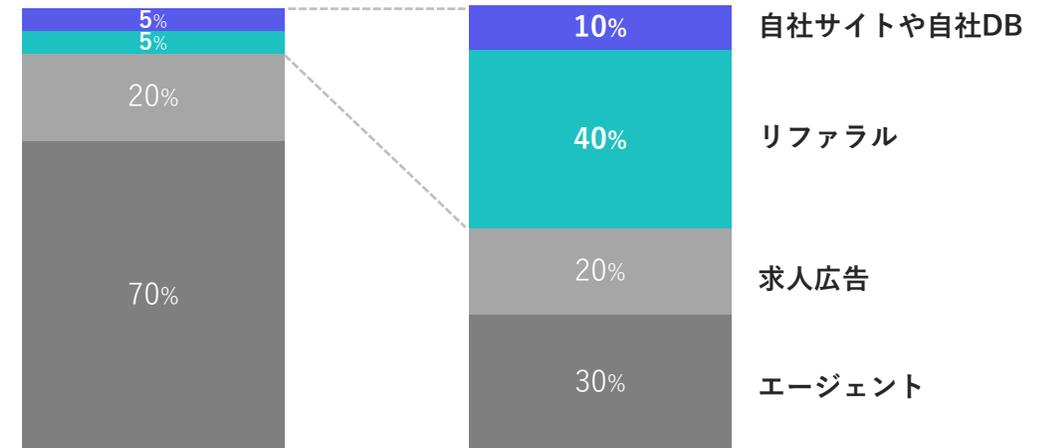
出典：Jobvite “Social Recruiting Survey Results 2013”

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

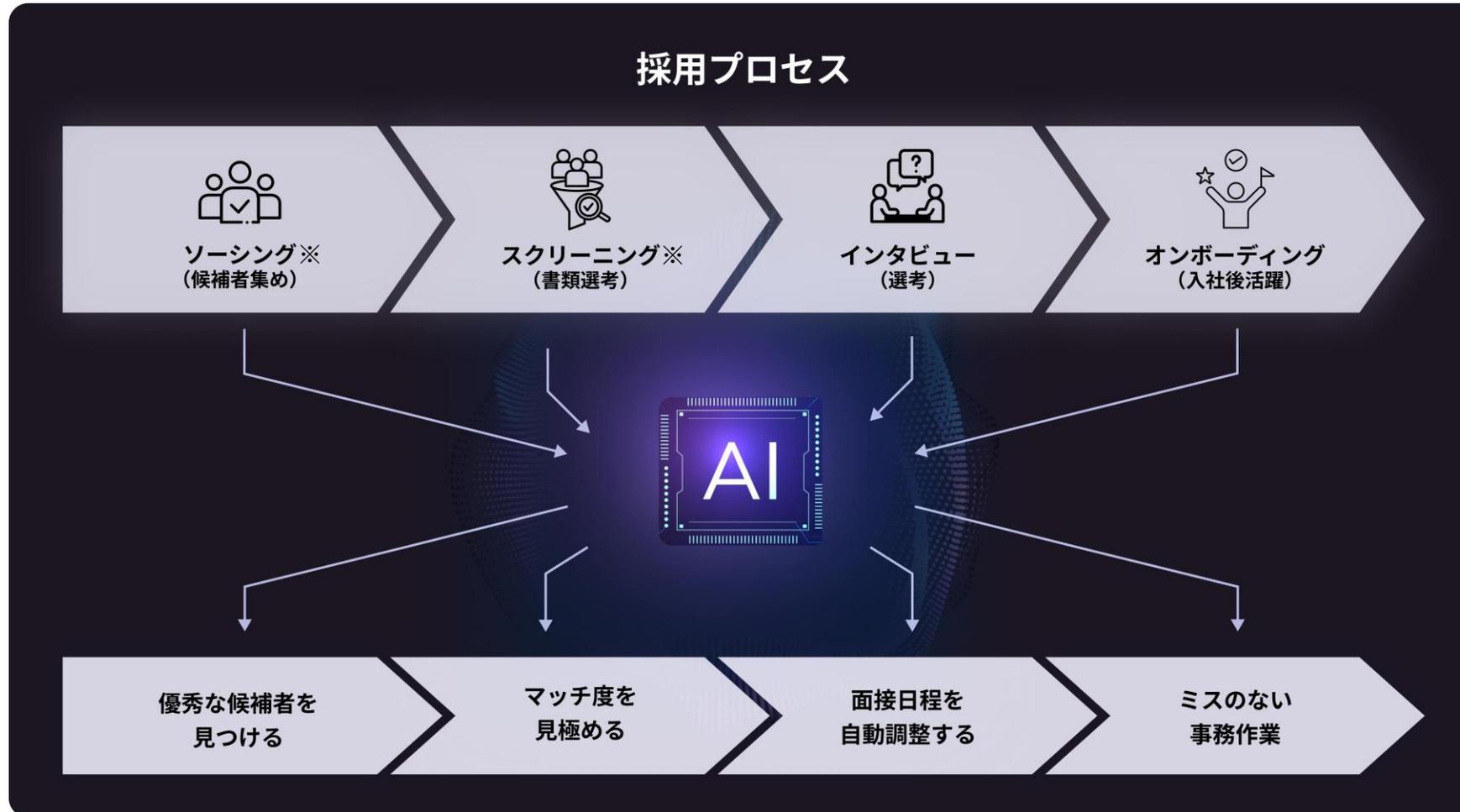


- ・採用コストが高い
- ・専門人材が採れない
- ・他社とバッティング
- ・一過性
- ・専門人材が採れる
- ・競合とバッティングしない
- ・採用コストを抑えられる
- ・持続可能性が高い

※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シングに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%

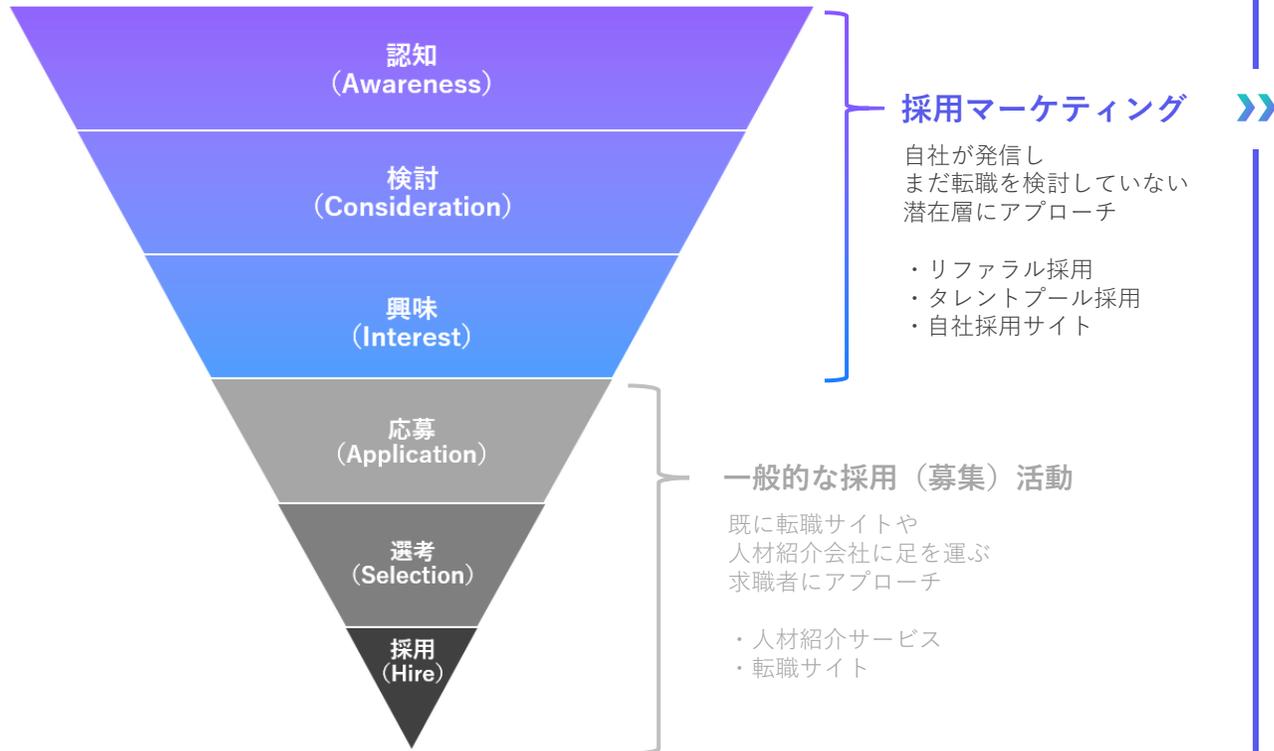
出展：The 2024 Global Guide to AI in Hiring
米国、英国、オーストラリアの労働者と人事担当者4,000人以上に調査

※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
- 2025年 Myシリーズ：「第10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

MyBrand 採用ブランディング



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

MyRefer リファラル/社内活性化



シームレスな
接続

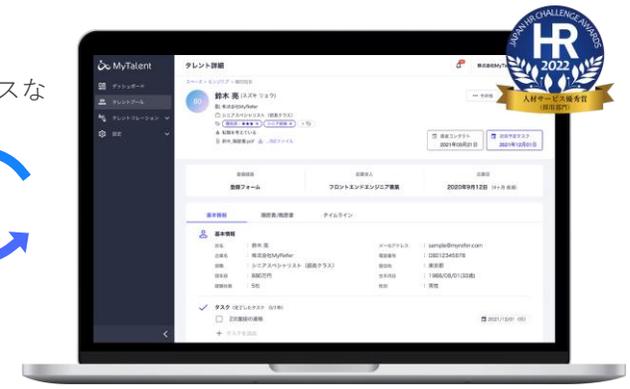


利用従業員数 **100万** 名突破 /
社員をアンバサダーに。

「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

MyTalent マーケティングオートメーション



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。

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。

INDEX

- 01 事業内容
- 02 2026年3月期 第1四半期 業績ハイライト
- 03 2026年3月期 第1四半期 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

TalentX

事業の特徴と強み

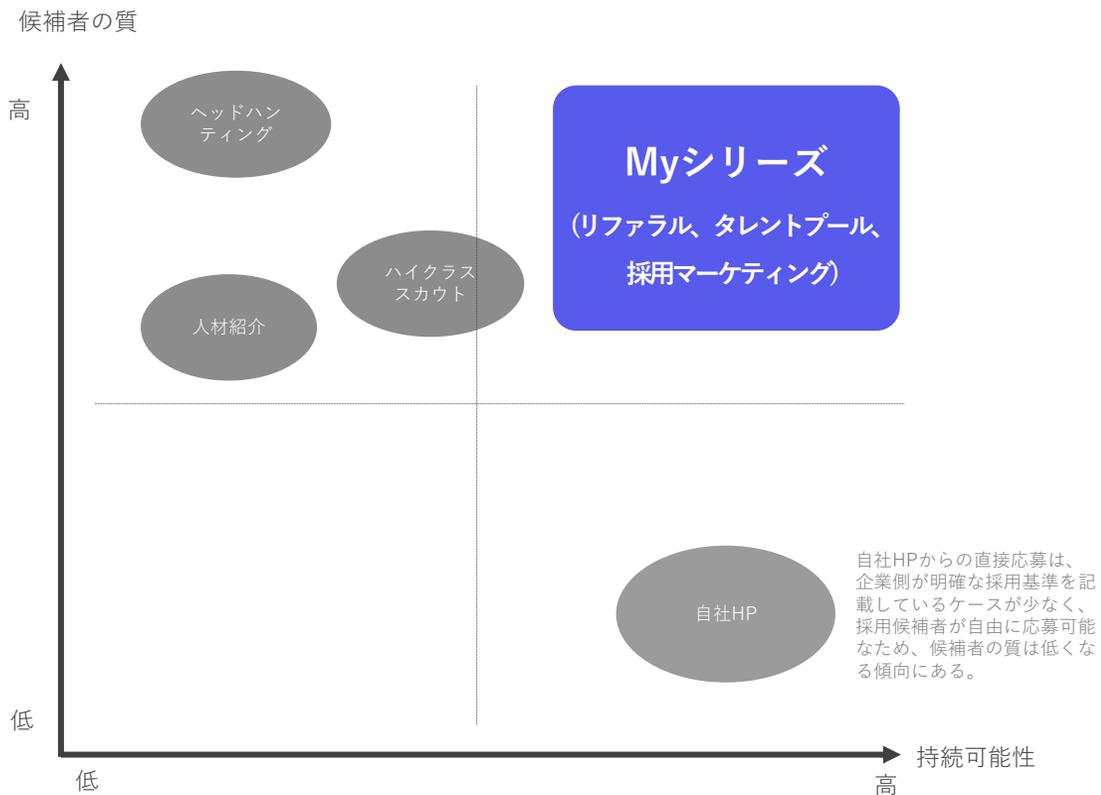
- 1 「採用×SaaS」の独自ポジショニングで安定と成長を両立
- 2 大手企業の顧客を中心とした強固な収益基盤
- 3 大手企業への再現性のあるアップクロスセル余地
- 4 プラットフォーム戦略によるネットワーク効果

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

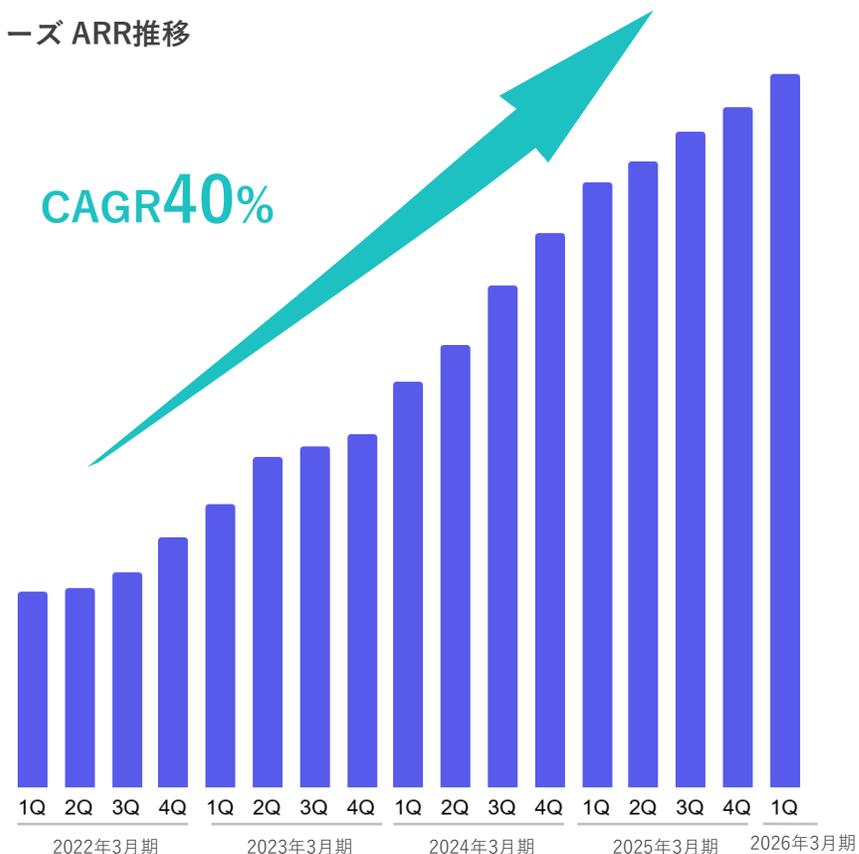
※持続可能性：過去にかけた採用活動におけるコストやリソースが、将来的な採用活動にどれだけ持続的に貢献できるかを指す概念。



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

CAGR40%

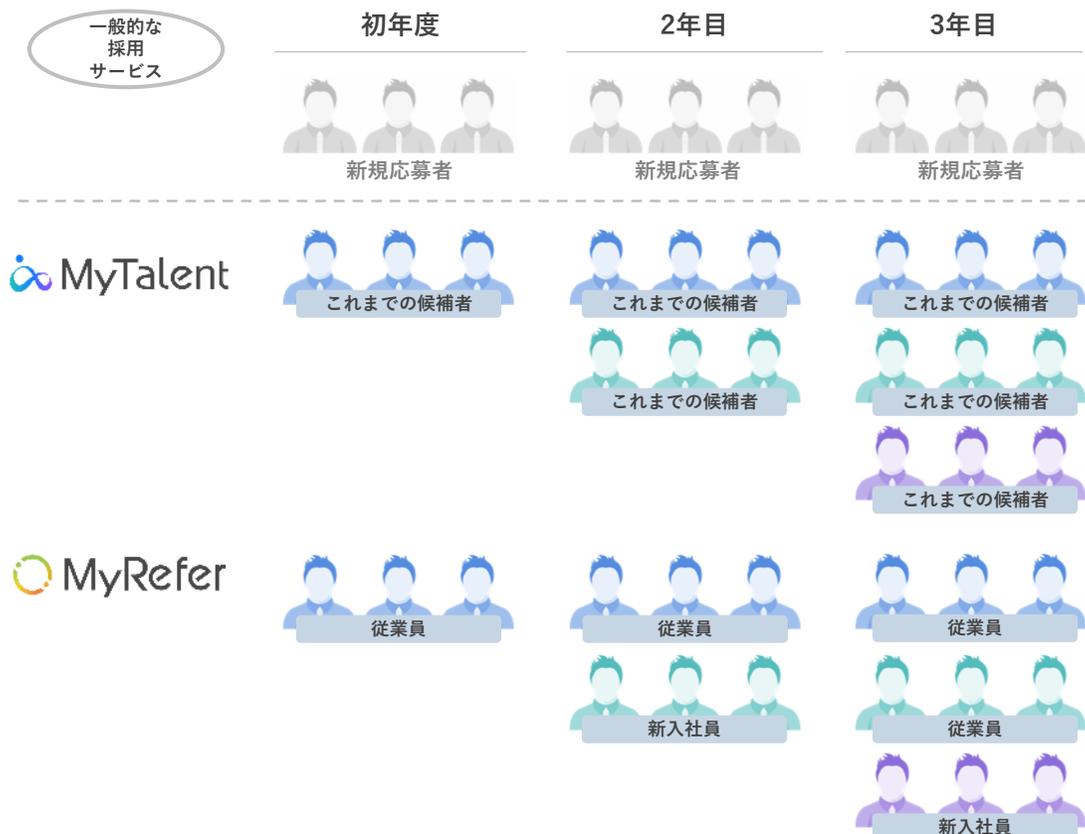


※ARR (Annual Recurring Revenue) は、期末MRRを12倍して算出
※プロダクトARRと付随するプロフェッショナルサポートも含む

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

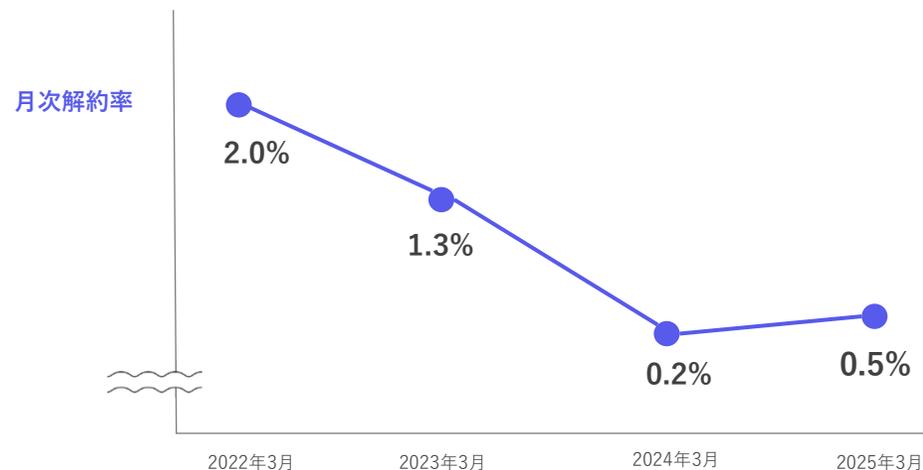
経年利用で価値が増え続けるサービスモデル



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



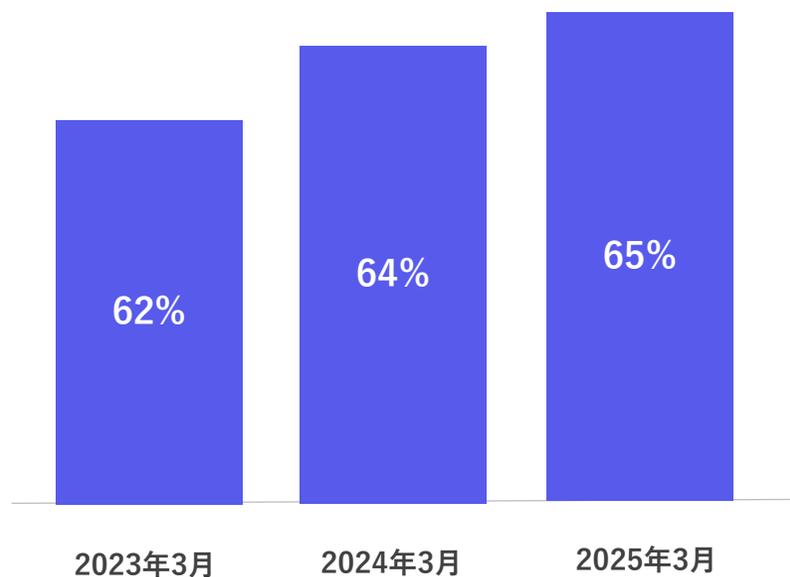
月次解約率：Myシリーズをご利用いただいているお客様におけるNet Revenue Churn Rateの12か月平均。

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

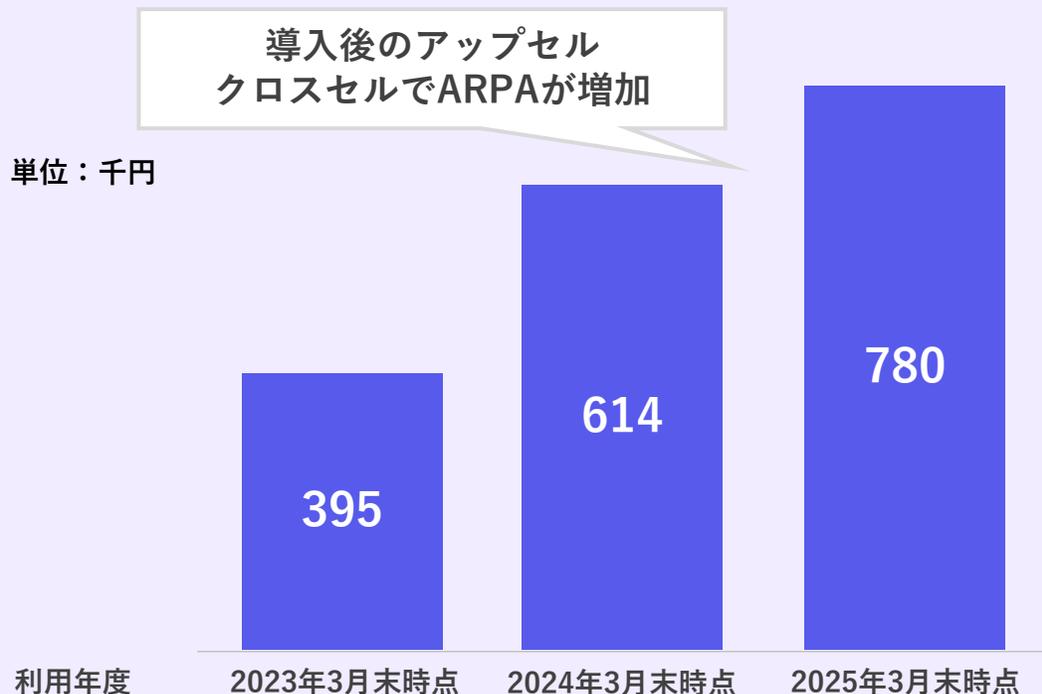
ARPA

33万円/月 YoY111%

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

※2025年6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

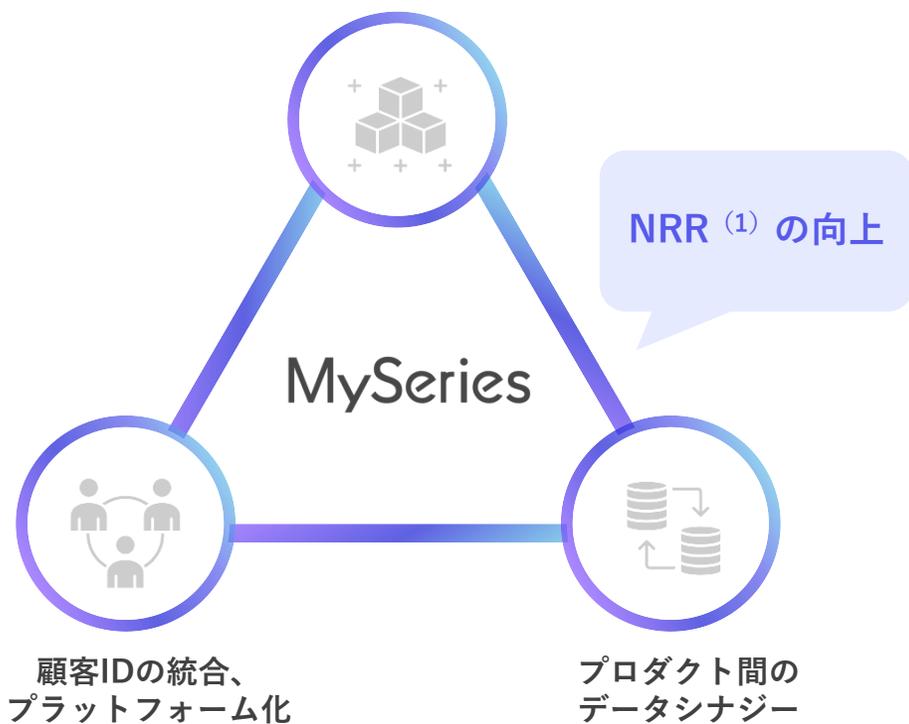


※2025年3月末時点で大手企業の中で複数モジュール導入いただいている企業におけるARPA平均値推移

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**

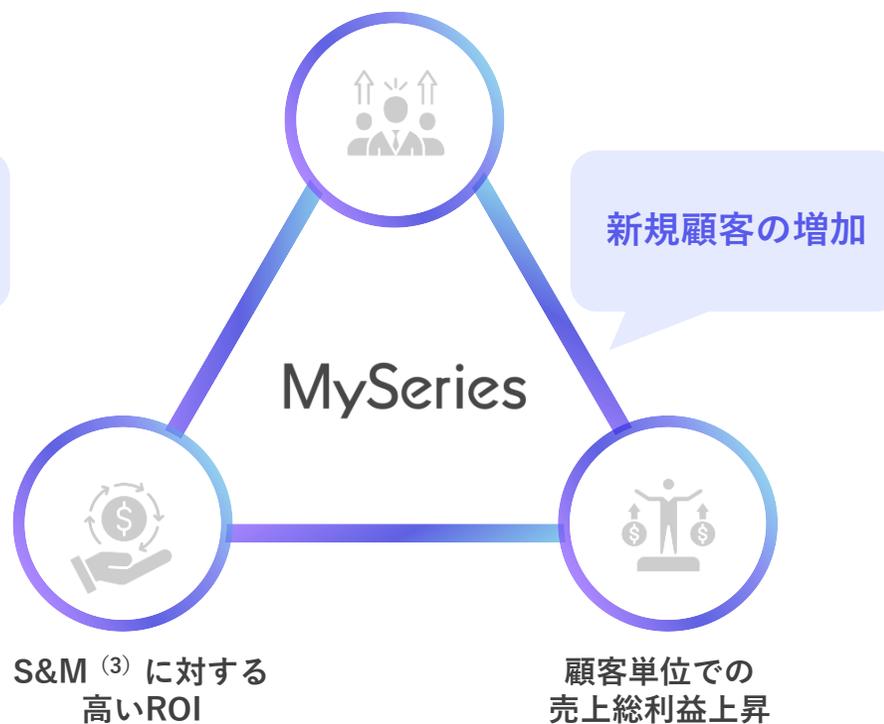
相互補完的で密接に関連する
プロダクト



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.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

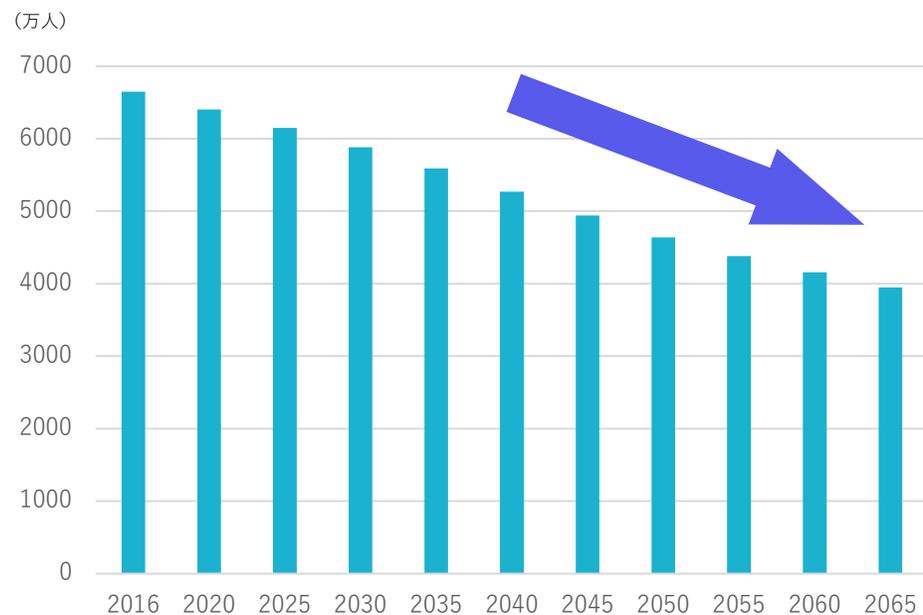
- 01 事業内容
- 02 2026年3月期 第1四半期 業績ハイライト
- 03 2026年3月期 第1四半期 ビジネスハイライト
- 04 2026年3月期目標と事業活動
- 05 会社概要
- 06 競合優位性
- 07 市場ポテンシャルと戦略方針

TalentX

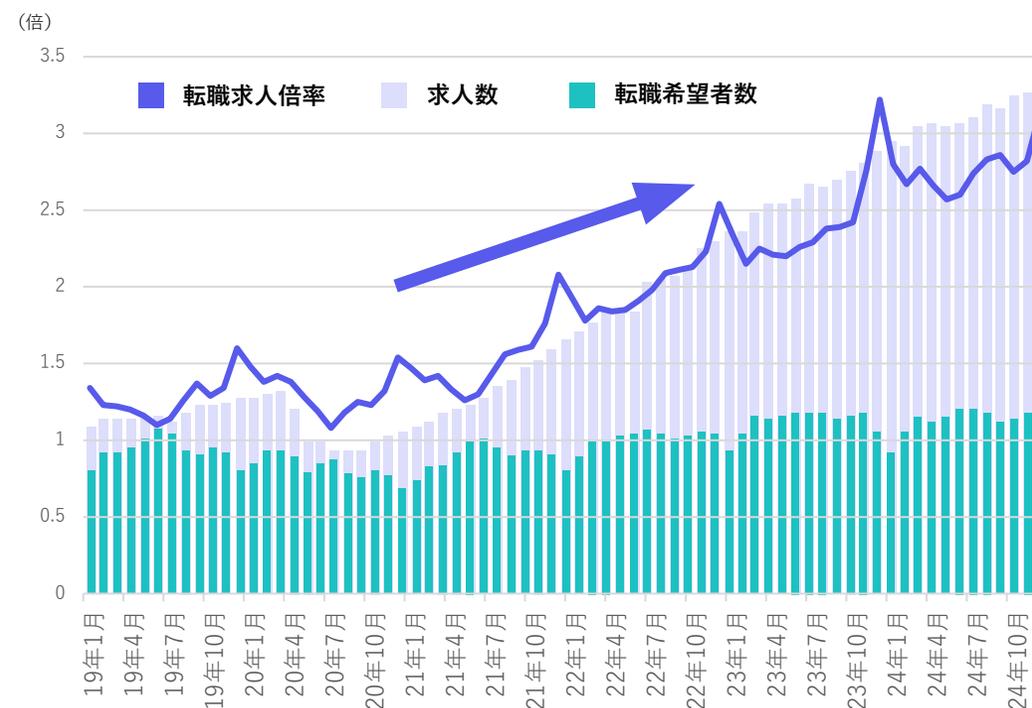
法人を取り巻く採用市場_減少する労働人口と増加する企業の採用ニーズ

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%

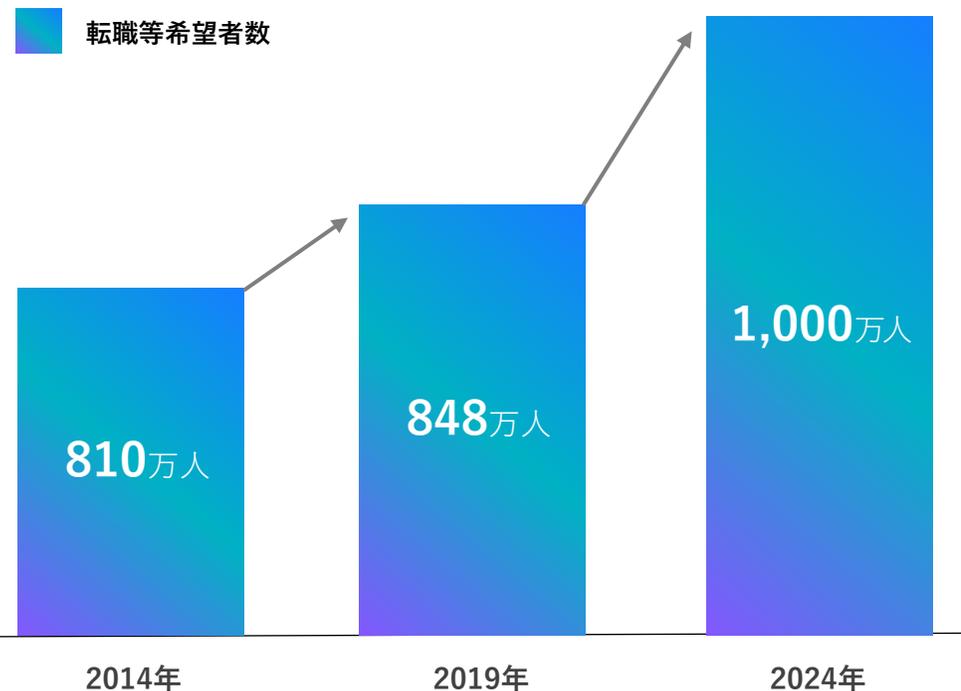
新たな機会を求めている
転職希望者が1,000万人を突破



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



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

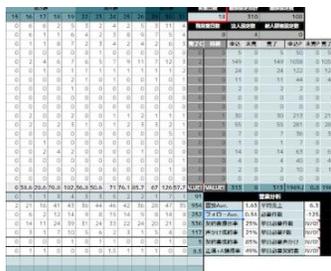
※3 TAM (Total Addressable Market) : 事業が獲得できる可能性のある全体の市場規模。求人広告と人材紹介業を合わせた採用市場規模全体。

※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

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

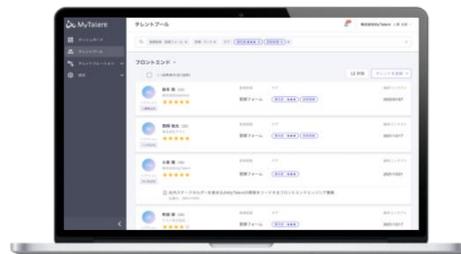


- ・ 自社の見込み顧客にマーケティング
- ・ Webで情報の一元管理
- ・ 営業プロセスの効率化・自動化

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

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.



INDEX

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

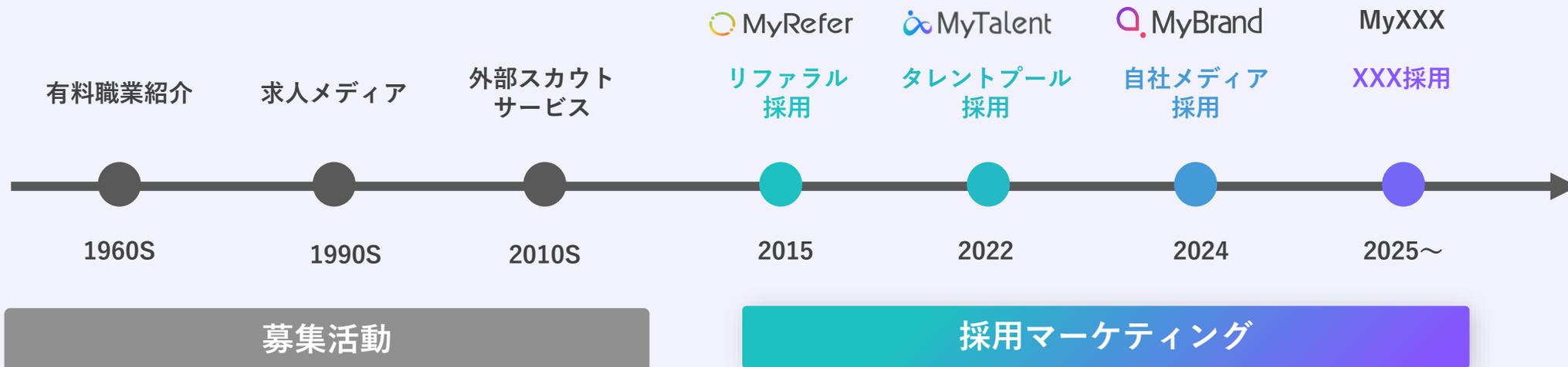
当社は、「採用マーケティング」という新たな概念を提唱し、従来の採用手法とは異なる市場価値を創出してまいりました。株式上場を通じて得られる信用力と知名度は、この先進的なアプローチを広く普及させるための重要な基盤となると考えております。

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



※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

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。



Teamplay / 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思っています。



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。

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整備

コンパウンド開発会議

マトリックスの組織運営



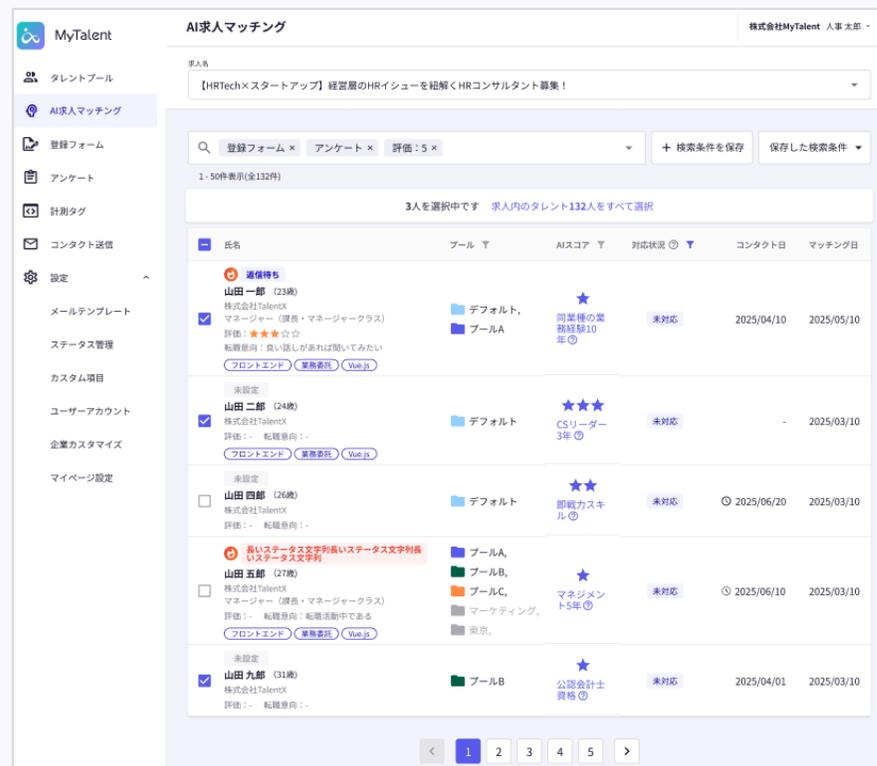
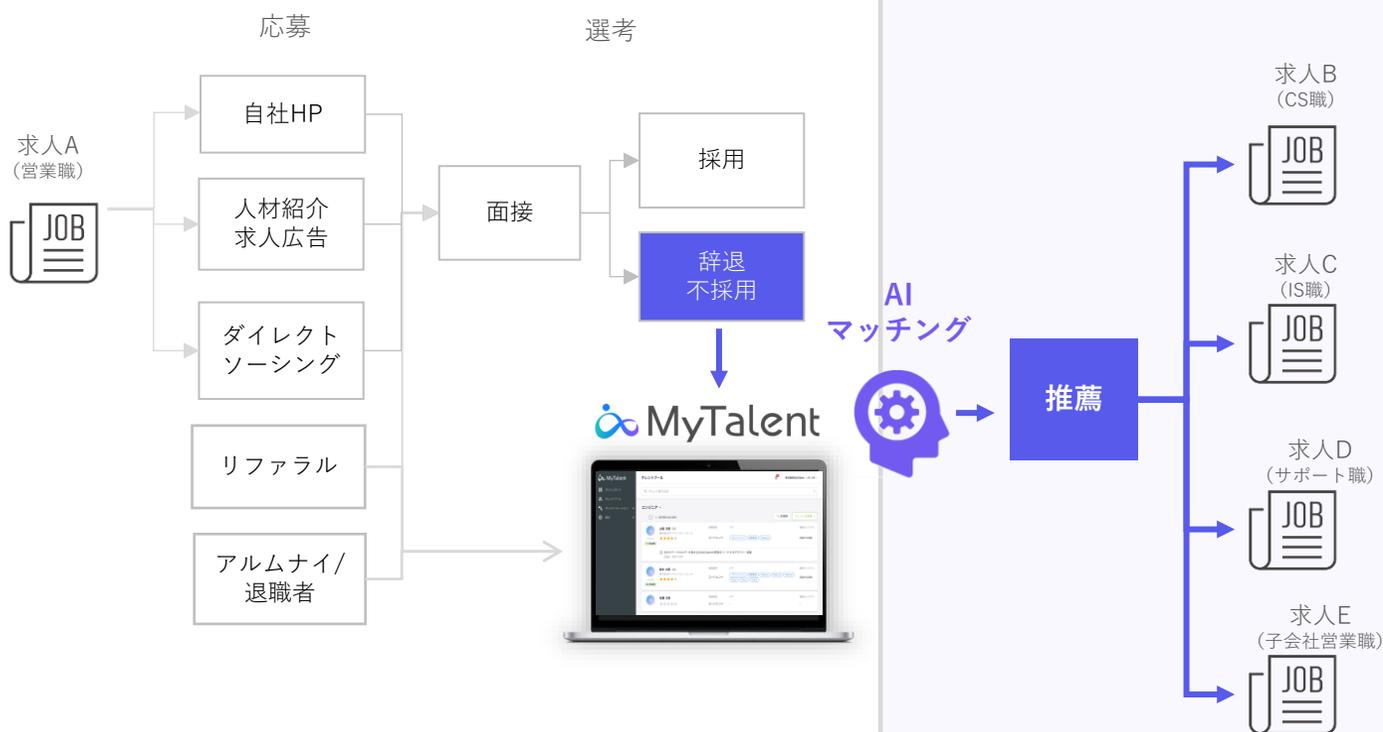
構成比率：正社員80% 業務委託20%

新機能_AI×HRテクノロジーの強化とプロダクト価値向上

1つの職種や会社で選考・不採用となった候補者だとしても、MyTalent AIが他の職種・グループ会社の求人を探してサジェスト採用活動の『勿体ない』を減らし、AIが利用企業の採用をマーケティングに転換します。

選考プロセスで生じる機会損失を減らす

MyTalent AIが応募者情報を資産に変え、他のポジションをサジェスト



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して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報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

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。