

|| 企業調査レポート ||

ハウテレビジョン

7064 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年5月30日(月)

執筆：客員アナリスト

水田雅展

FISCO Ltd. Analyst **Masanobu Mizuta**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 新卒サービス「外資就活ドットコム」と中途サービス「Liiga」を展開	01
2. ハイクラスに特化した独自のポジショニング	01
3. 会員数が積み上がる独自のユーザーストック型プラットフォーム	01
4. 2022年1月期は増収効果と戦略的先行投資一巡で黒字転換	01
5. 2023年1月期は主力事業が高成長を維持して大幅増収増益予想	02
6. キャリアアップ支援市場や知見共有市場への展開も目指す	02
7. 事業ドメイン拡大戦略などで中長期成長ポテンシャルは大きい	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	04
1. サービス概要	04
2. 特徴・強み	07
3. 主要 KPI	10
4. 新サービス	12
5. リスク要因・収益特性	12
■ 業績動向	12
1. 2022年1月期の業績（非連結）概要	12
2. サービス別動向	14
3. 財務の状況	16
■ 今後の見通し	18
● 2023年1月期の業績（非連結）予想概要	18
■ 成長戦略	19
1. 中期経営計画	19
2. シェア拡大を推進、キャリアアップ支援市場や知見共有市場への展開も目指す	20
3. 中長期的な成長ポテンシャルは大きい	20
■ 株主還元策	21

■ 要約

経営理念は「全人類の能力を全面開花させ、世界を変える」

ハウテレビジョン<7064>は、経営理念に「全人類の能力を全面開花させ、世界を変える」を掲げ、大学生の就活や若手社会人のキャリアアップを支援するキャリアプラットフォーム事業を展開している。

1. 新卒サービス「外資就活ドットコム」と中途サービス「Liiga」を展開

キャリアプラットフォーム事業として、新卒サービス（新卒学生向けリクルーティング・プラットフォーム「外資就活ドットコム」）及び中途サービス（若手社会人向けリクルーティング・プラットフォーム「Liiga（リーガ）」）を展開している。企業から広告収入などを得る BtoB モデルが主力だが、中長期的には会員から受講料などを得る BtoC モデルや CtoC モデルの新サービスを順次立ち上げて事業化・収益化を図る方針だ。

2. ハイクラスに特化した独自のポジショニング

会員は、グローバルプロフェッショナルを目指す若手ハイクラス層（新卒サービス「外資就活ドットコム」では挑戦志向の高い難関大学生、中途サービス「Liiga」ではキャリアアップ志向の高い若手社会人）を主たるターゲットとしている。募集企業は、コンサルティングファームや大手金融機関など入社難易度が高いと目されている外資系企業や国内大手企業を厳選している。ハイクラスに特化した独自のポジショニングを特徴・強みとして、一般的な就活・転職・人材紹介サービス企業との違いを明確にしている。

3. 会員数が積み上がる独自のユーザーストック型プラットフォーム

独自の集客エンジンとユーザー滞留の仕組みにより、グローバルプロフェッショナルがアクティブな状態で蓄積されていく独自のユーザーストック型プラットフォームである。新卒サービス「外資就活ドットコム」と中途サービス「Liiga」がキャリアプラットフォームとして連動しているため、新卒サービス「外資就活ドットコム」の会員（大学生）は就職活動を終えて卒業・就職すると一旦退会するが、退会した後もさらなるキャリアアップを目指して中途サービス「Liiga」の会員（社会人）に移行して継続利用することが多い。したがって中途サービス「Liiga」の会員数が累積的に積み上がっていく好循環のプラットフォームである。

4. 2022年1月期は増収効果と戦略的先行投資一巡で黒字転換

2022年1月期の業績（非連結）は、売上高が2021年1月期比31.8%増の1,144百万円、営業利益が46百万円の黒字（2021年1月期は215百万円の損失）、経常利益が44百万円の黒字（同218百万円の損失）、当期純利益が79百万円の黒字（同235百万円の損失）だった。売上面では新卒サービス「外資就活ドットコム」及び中途サービス「Liiga」とも大幅伸長して高成長を達成した。利益面では増収効果に加えて、2021年1月期に実施した戦略的先行投資（採用増加による採用費や人件費の増加、外注費の増加、その他一時費用の増加）が一巡したことも寄与して黒字転換した。成長に向けた戦略的先行投資としての人員の採用増は2021年1月期におおむね計画どおり完了している。

要約

5. 2023年1月期は主力事業が高成長を維持して大幅増収増益予想

2023年1月期の業績（非連結）予想は、売上高が2022年1月期比48.6%増の1,700百万円、営業利益が542.4%増の300百万円、経常利益が527.3%増の280百万円、当期純利益が183.4%増の225百万円としている。大幅増収増益で営業利益率の大幅上昇を目指す。売上面は、新卒サービス「外資就活ドットコム」が45.1%増収、中途サービス「Liiga」が61.3%増収と、いずれも高成長を見込んでいる。利益面は、人的資本の獲得、積極的なマーケティング展開、DX投資などで費用が増加するが、増収効果やコストコントロール効果で吸収する見込みだ。なお重点施策として、戦略的マーケティング展開によって顧客層の大幅な拡大を目指す方針だ。

6. キャリアアップ支援市場や知見共有市場への展開も目指す

新たな中期経営計画（2023年1月期～2026年1月期）では、目標値に最終年度2026年1月期の売上高6,000百万円、営業利益1,500百万円を掲げている。取引企業数の拡大、多様な顧客ニーズに対応した新サービスの開発・提供、企業と会員間の高品質なマッチングの維持によって、キャリアプラットフォーム事業（新卒及び中途領域）の事業成長を加速する方針だ。さらに、事業拡大余地の大きいキャリアプラットフォーム事業の新卒・中途採用市場で有意なシェアを拡大したうえで、中長期的にはキャリアアップ支援市場及び知見共有市場への展開を目指す方針としている。

7. 事業ドメイン拡大戦略などで中長期成長ポテンシャルは大きい

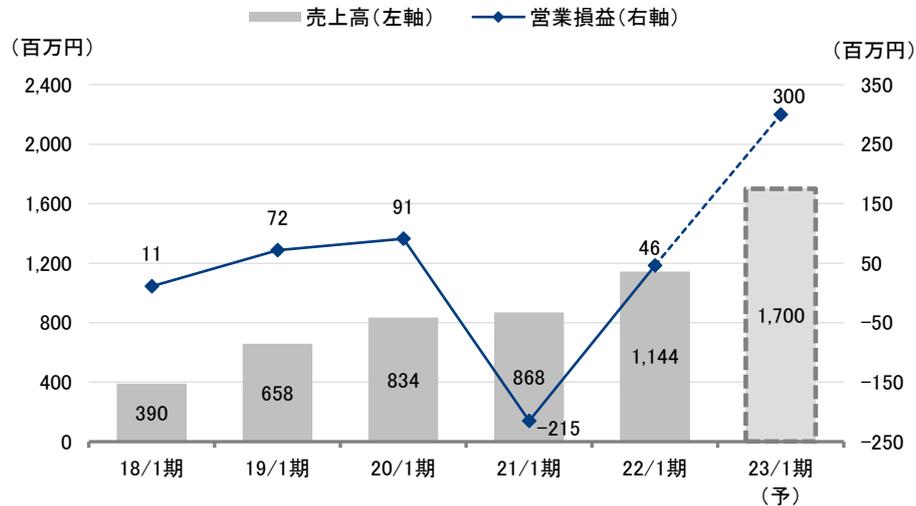
同社は2021年1月期に戦略的先行投資を実行したため一時的に赤字転落したが、2022年1月期から戦略的先行投資も寄与して収益拡大フェーズに入ったと考えられる。ハイクラス人材を求めるハイクラス企業の採用意欲は景気悪化局面でも強く市場環境は良好だ。独自性が強く高付加価値なリクルーティング・メディアとしてのポジションを確立して取引企業数や会員数は増加基調である。弊社では、キャリアプラットフォーム事業における同社の市場シェア拡大余地は大きく、さらに事業ドメイン拡大戦略などによって中長期的に成長ポテンシャルは大きいと評価している。

Key Points

- ・ハイクラスに特化したキャリアプラットフォーム事業で独自のポジショニング
- ・2022年1月期は増収効果や戦略的先行投資一巡で黒字転換
- ・2023年1月期は主力事業が高成長を維持して大幅増収増益予想
- ・事業ドメイン拡大戦略などで中長期成長ポテンシャルは大きい

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

ハイクオリティなキャリア支援のプラットフォーマー

1. 会社概要

同社は、ミッションステートメント(経営理念)に「全人類の能力を全面開花させ、世界を変える」を掲げ、大学生の就活や若手社会人のキャリアアップを支援するキャリアプラットフォーム事業を展開している。グローバルプロフェッショナルを抱えるハイクオリティなキャリアプラットフォームを特徴としている。

2022年1月期末時点で、本社所在地は東京都港区赤坂、資産合計は786百万円、資本金は230百万円、自己資本比率は48.8%、発行済株式数は1,299,800株(自己株式3,839株含む)である。なお2018年12月に資本業務提携したエン・ジャパン<4849>が第3位株主(自己株式除く発行済株式総数に対する所有割合7.72%)となっている。

会社概要

2. 沿革

2010年2月に(株)ハウテレビジョンを設立、2010年4月に新卒学生向けリクルーティング・プラットフォーム「外資就活ドットコム」をリリース、2016年2月に若手社会人のキャリアアップ支援サービスとして若手社会人向けリクルーティング・プラットフォーム「Liiga(リーガ)」をリリースした。2021年8月には「Liiga」ユーザー向けの新サービスとしてスキルシェアリングプラットフォーム「Liiga Marché(リーガ・マルシェ)」をリリースした。

株式関係では2019年4月に東京証券取引所(以下、東証)マザーズに新規上場し、2022年4月に東証の株式市場再編に伴ってグロース市場に移行した。

沿革

年月	項目
2010年 2月	キャリアプラットフォーム運営事業を目的として東京都練馬区貫井に(株)ハウテレビジョンを設立
2010年 4月	リクルーティング・プラットフォーム「外資就活ドットコム」をリリース
2011年12月	東京都港区六本木に本社移転
2012年 8月	東京都渋谷区渋谷二丁目に本社移転
2014年 1月	東京都渋谷区渋谷三丁目に本社移転
2014年 2月	スマートフォンアプリ「外資就活ドットコム」リリース
2016年 2月	若手社会人のキャリアアップ支援サービス「Liiga」をリリース
2018年12月	エン・ジャパン(株)と資本業務提携
2019年 4月	東京証券取引所マザーズ市場に株式上場
2020年 6月	東京都港区赤坂に本社移転(現 本社)
2021年 8月	「Liiga」ユーザー向け新サービス「Liiga Marché」を開始
2022年 4月	東京証券取引所グロース市場に移行

出所:会社資料よりフィスコ作成

■ 事業概要

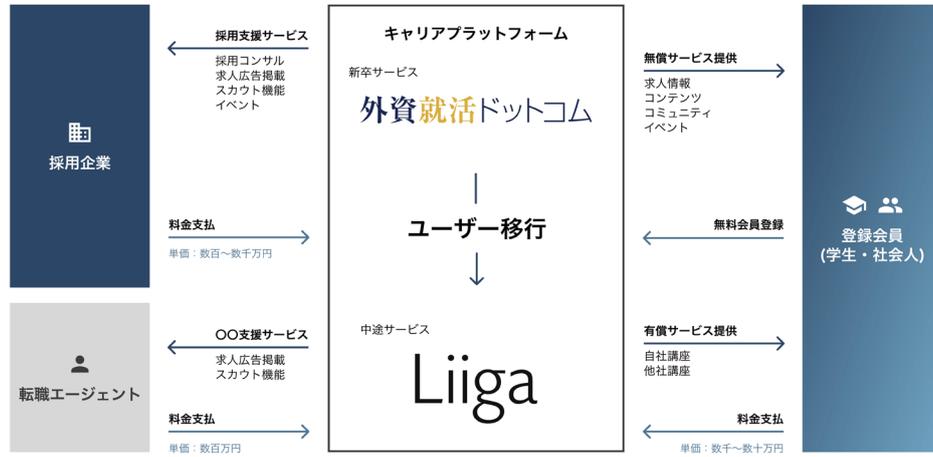
キャリアプラットフォーム事業を展開

1. サービス概要

キャリアプラットフォーム事業として、新卒サービス(新卒学生向けリクルーティング・プラットフォーム「外資就活ドットコム」)及び中途サービス(若手社会人向けリクルーティング・プラットフォーム「Liiga」)を展開している。現状は企業から広告収入などを得るBtoBモデルが主力だが、後述するように、中長期的には会員から受講料などを得るBtoCモデルやCtoCモデルの新サービスを順次立ち上げて事業化・収益化を図る方針だ。

事業概要

ビジネスモデル



(1) 新卒サービス「外資就活ドットコム」

新卒サービス「外資就活ドットコム」は、新卒学生（会員）向けに就活サービスを提供するリクルーティング・プラットフォームである。主に国内外の難関大学に所属してグローバルプロフェッショナルを目指す学生の利用を想定し、無差別に多数の求人情報を掲載するのではなく、入社難易度が高いと目されている外資系企業や国内大手企業（募集企業）を厳選して募集情報を掲載している。会員は無料で登録してサービスを受けることができる。

なお新卒サービス「外資就活ドットコム」の登録会員数は、就職活動を終えた学生が退会するため第1四半期（2月～4月）に一旦減少するが、その後はクチコミ・SNS等で新規登録者が積み上がり、第4四半期（11月～1月）に向けて増加する構造となっている。

収益は、募集情報の掲載や会員へのアプローチ権限付与などによって、募集企業から得られる広告掲載料や成約課金手数料などである。人材紹介サービスによる成功報酬ではなく、広告収入を柱としていることが特徴だ。

(2) 中途サービス「Liiga」

中途サービス「Liiga」は、若手社会人向けにキャリア開発サービスを提供するリクルーティング・プラットフォームである。「世界で通用する人材を育み未来を創る」をコンセプトに、コンテンツ（コラム、ケーススタディ、業界研究など）を通じて、会員である若手社会人のスキルアップやキャリア観構築をサポートする。同時に、会員のキャリアの可能性を広げるサービスとして転職サービスの機能も備えている。優秀な人材を採用したい募集企業にとっては、若手ハイクラス層にアプローチできるメリットがある。

なお中途サービス「Liiga」の登録会員数は、卒業・就職に伴って新卒サービス「外資就活ドットコム」を一旦退会した若手社会人が、さらなるキャリアアップを目指して「Liiga」の会員に移行して継続利用することが多いため、累積的に積み上がっていく構造となっている。

事業概要

2021年8月には「Liiga」ユーザー向けの新サービス「Liiga Marché」の提供を開始した。「Liiga」に集まったユーザー同士で知恵を提供し合い、能力開花を可能にするスキルシェアリングプラットフォームである。コンサルティングファーム、金融機関、テクノロジー企業等で、コンサルタント・エンジニア・マーケティング・人事・金融専門職・CXOといった職種で活躍してきた第一線のプロフェッショナルが集い、ユーザーは自らの課題に合ったサービスを購入することで、プロから直接メンタリングを受けることができる。

収益は、ダイレクト・リクルーティング（募集企業が「Liiga」を利用して会員を採用）によって募集企業から得られるシステム基本利用料及び転職成功報酬、転職エージェント（人材エージェントが「Liiga」を利用して会員を自身の顧客企業に紹介）によって人材エージェントから得られる転職成功報酬などがある。

(3) サービス別売上高

2022年1月期のサービス別売上高は、新卒サービス「外資就活ドットコム」が896百万円（売上高構成比78.3%）、中途サービス「Liiga」が248百万円（同21.7%）だった。いずれも拡大基調で、特に中途サービス「Liiga」が会員数の積み上げに伴って大幅伸長している。今後は会員数拡大に注力するとともに、スキルシェアリングプラットフォーム「Liiga Marché」のようなBtoCモデルやCtoCモデルのマネタイズを検討する。なお、その他広告（DSPサービスなど）からは撤退している。

サービス別売上高

（単位：百万円、%）

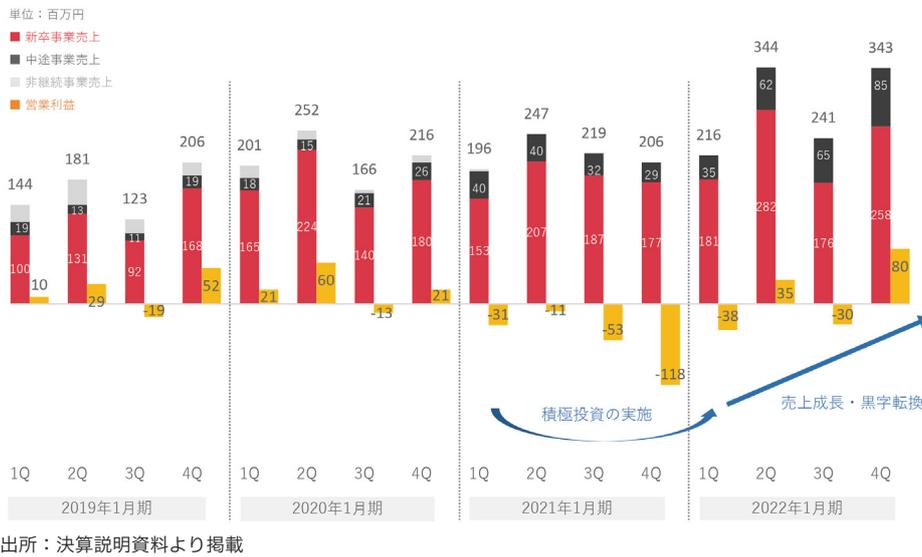
	20/1期	21/1期	22/1期
売上高合計	834	868	1,144
外資就活ドットコム	644	724	896
（構成比）	77.2	83.4	78.3
Liiga	53	142	248
（構成比）	6.4	16.4	21.7
その他広告売上	136	2	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

また季節要因として、募集企業の採用活動や学生の就職活動の開始時期などによって、売上高は四半期ごとに変動する可能性がある。従来は第2四半期（5月～7月）と第4四半期（11月～1月）の構成比が高く、第1四半期（2月～4月）と第3四半期（8月～10月）の構成比が低いという季節要因があったが、2021年1月期は企業の採用活動早期化や新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響などで従来と異なる構成比となった。2022年1月期は従来に近い構成比となった。

事業概要

四半期別売上高・営業利益の推移



ハイクラス学生・若手社会人とハイクラス企業に特化

2. 特徴・強み

(1) ハイクラスに特化した独自のポジショニング

会員は、グローバルプロフェSSIONナルを目指す若手ハイクラス層（新卒サービス「外資就活ドットコム」では挑戦志向の高い難関大学生、中途サービス「Liga」ではキャリアアップ志向の高い若手社会人）を主たるターゲットとしている。募集企業は、コンサルティングファームや大手金融機関など入社難易度が高いと目されている外資系企業や国内大手企業を厳選している。ハイクラスに特化した独自のポジショニングを特徴・強みとして、一般的な就活・転職・人材紹介サービス企業との違いを明確にしている。

事業概要

サービスのポジショニング



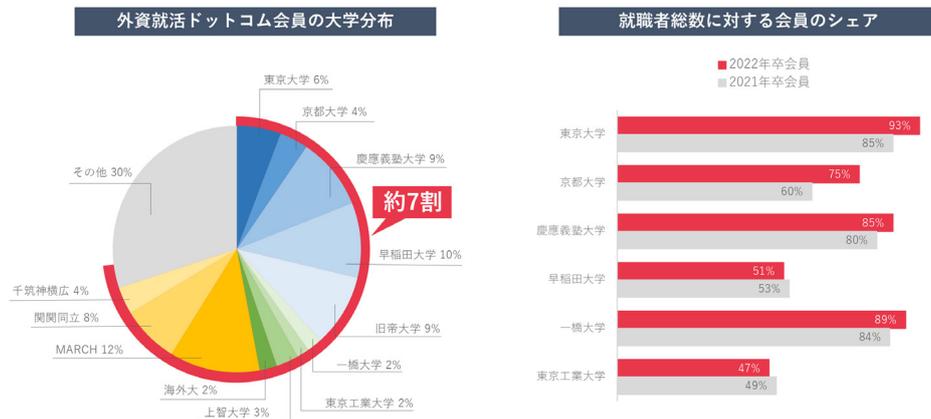
出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

(2) 会員属性

新卒サービス「外資就活ドットコム」会員の大学分布（2021年4月末時点）を見ると、東京大学など難関大学が約7割を占めている。また各大学の就職者総数に対する「外資就活ドットコム」会員数のシェアは、東京大学では2022年卒会員ベースで9割超（同社予想値）となった。

新卒サービス「外資就活ドットコム」の会員属性

会員数を拡大しながら難関大生の高いシェアを維持



※出所：ハウテレビジョン、2021年4月末時点

※出典：ハウテレビジョン、2021年4月末時点、2022年卒会員は当社予想値
分子は外資就活の卒年別・大学別会員数、分母は各大学最近発表の就職者数に基づく当社推定値

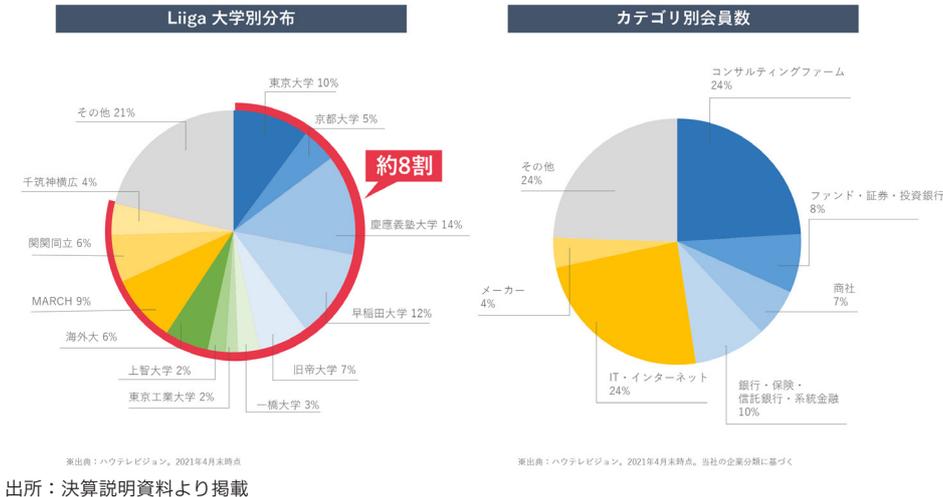
出所：決算説明資料より掲載

中途サービス「Liiga」会員の出身大学別分布（2021年4月末時点）を見ると、新卒サービス「外資就活ドットコム」会員の大学分布と同様に、東京大学など難関大学が約8割を占めている。募集企業はコンサルティングファーム、大手金融機関、IT系企業など、入社難易度が高いと目されている外資系企業や国内大手企業を中心である。

事業概要

中途サービス「Liiga」の会員属性

グローバルプロフェッショナルを志向する若手社会人に高いシェア



会員数が積み上がる独自のユーザーストック型プラットフォーム

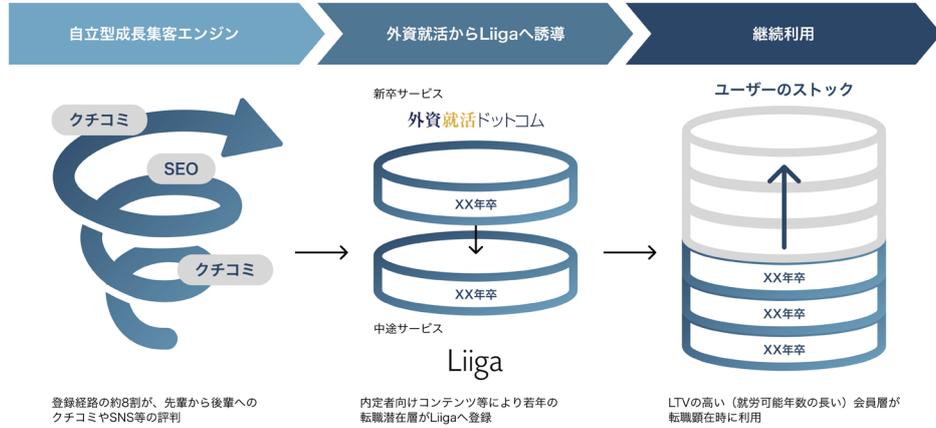
(3) 独自のユーザーストック型プラットフォーム

独自の集客エンジンとユーザー滞留の仕組みにより、グローバルプロフェッショナルがアクティブな状態で蓄積されていく独自のユーザーストック型プラットフォームである。新卒サービス「外資就活ドットコム」と中途サービス「Liiga」がキャリアプラットフォームとして連動しているため、新卒サービス「外資就活ドットコム」の会員（大学生）は就職活動を終えて卒業・就職すると一旦退会するが、退会した後もさらなるキャリアアップを目指して中途サービス「Liiga」の会員（社会人）に移行して継続利用することが多い。したがって中途サービス「Liiga」の会員数が累積的に積み上がっていく好循環のプラットフォームである。新卒サービス「外資就活ドットコム」登録会員出身以外に対する認知度も向上し、中途サービス「Liiga」登録会員数は急速に増加している。

なお集客（会員募集）面では、各大学での先輩から後輩への助言や、友人同士のクチコミ・SNSなどをきっかけに登録する学生・若手社会人が大半を占めている。このため広告宣伝費を低く抑えられることも特徴・強みである。

事業概要

会員獲得における独自のプラットフォーム

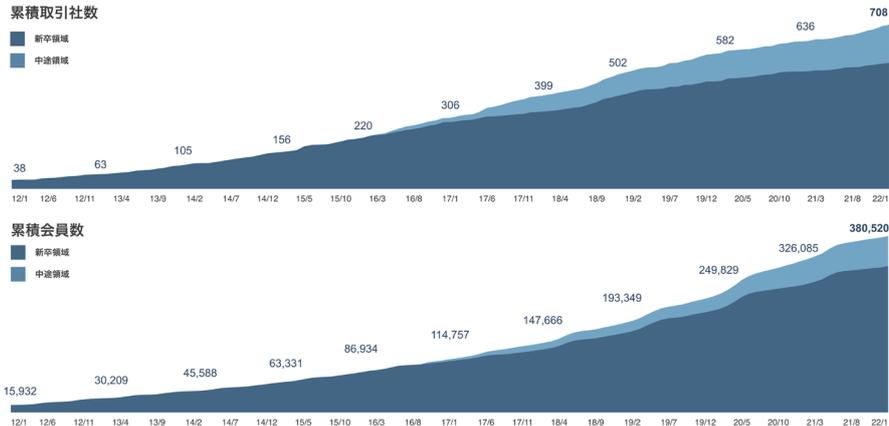


※上記は例示のみを目的としています
出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

3. 主要 KPI

キャリアプラットフォーム（新卒サービス「外資就活ドットコム」と中途サービス「Liiga」の合計）の累積取引社数と累積会員数の推移（2012年1月～2022年1月）は以下のとおりである。2022年1月時点で累積取引社数は708社、累積会員数は380,520人となった。

キャリアプラットフォーム事業の累積取引社数と累積会員数



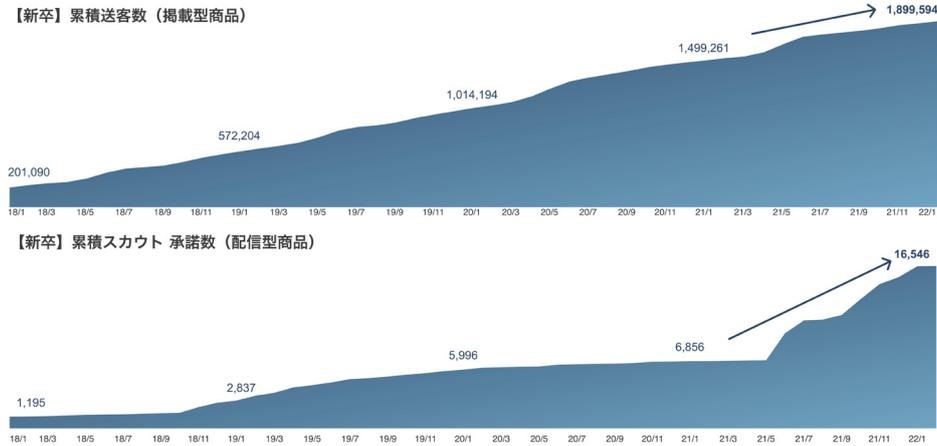
出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

新卒サービス「外資就活ドットコム」の累積送客数（掲載型商品）と累積スカウト承諾数（配信型商品）の推移（2018年1月～2022年1月）の推移は以下のとおりである。2022年1月時点で累積送客数は1,899,594人、累積スカウト承諾数は16,546人となった。ピンポイントで選りすぐりの候補者にのみアプローチしたい企業需要に対して、2021年10月にリリースした「理系スカウト」をはじめとするダイレクト・リクルーティング・サービスも寄与して、スカウト承諾数が急増している。

ハウテレビジョン | 2022年5月30日(月)
7064 東証グロース市場 | https://howtelevision.co.jp/ir/

事業概要

新卒サービスの累積送客数と累積スカウト承諾数

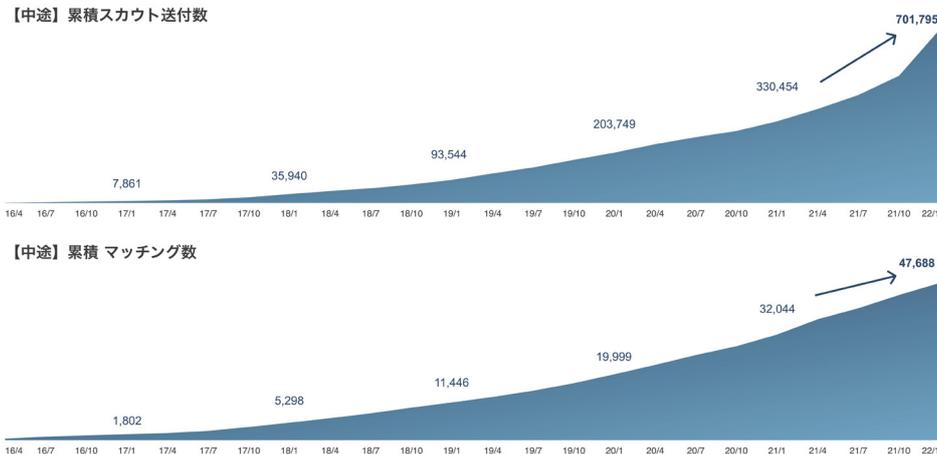


*出典：ハウテレビジョン。プラットフォームとしての実力をより適切に示す指標として、2018年1月以降の累積数値で表示
累積送客数：新卒サービスにおける掲載型採用広告商品の効果を示す。広告クリック数のみでスカウト理由での応募数は含まない
累積スカウト承諾数：新卒サービスにおける配信型採用広告商品の効果を示す。企業送付スカウトを承諾した会員数

出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

中途サービス「Liga」の累積スカウト送付数と累積マッチング数の推移（2016年4月～2022年1月）は以下のとおりである。2022年1月時点で累積スカウト数は701,795回、累積マッチング数は47,688回となった。会員及び採用企業・転職エージェントによる利用拡大でスカウト送付数が増加し、その結果としてマッチング数も順調に増加している。

中途サービスの累積スカウト送付数と累積マッチング数



*出典：ハウテレビジョン。プラットフォームとしての実力をより適切に示す指標として、2016年のサービス開始以降の累積で表示
累積スカウト送付数：中途サービス上で企業及び転職エージェントから会員へ送付されたスカウト本数を示す
累積マッチング数：中途サービス上で企業及び転職エージェントから送付されたスカウトを会員が承諾した回数と、会員が掲載されている求人情報に自己応募した回数の合計数を示す

出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

4. 新サービス

ビジネスドメインの拡大や収益源の多様化に向けて、BtoC サービスとしての会員向け有料講座サービス、CtoC サービスとしての知見共有プラットフォーム「Mond (β版)」、スキルシェアリングプラットフォーム「Liiga Marché」などの新サービスを順次立ち上げている。当面は会員数の拡大やサービスの機能拡充（スカウト機能強化など）に注力しながら、新サービスのマネタイズを検討する方針だ。

独自のポジショニングを確立して競合リスク軽減

5. リスク要因・収益特性

人材ビジネス関連市場では一般的に、景気変動による雇用情勢の変化、競合、法的規制などが収益に影響を与えるリスク要因となる。

優秀な人材に対する企業の採用意欲が高いため、人材ビジネス関連は派遣や請負も含めると市場規模が大きい。ただし就活・転職・人材紹介サービス関連に限定しても競合企業が多い。

こうした事業環境に対して、同社は前述のように、ターゲット層をハイクラス学生・若手社会人とハイクラス企業に特化することで、独自性が強く高付加価値なリクルーティング・メディアとしてのポジショニングを確立し、一般的な就活・転職・人材紹介サービス企業との違いを明確にしている。ハイクラス人材を求めるハイクラス企業の採用意欲は景気悪化場面でも強く、ハイクラス分野のため競合が少ないという優位性がある。また収益の柱が人材紹介に伴う成功報酬ではなく、広告収入であることも特徴としている。

業績動向

2022年1月期は大幅増収と戦略的先行投資が一巡し、黒字転換

1. 2022年1月期の業績（非連結）概要

2022年1月期の業績（非連結）は、売上高が2021年1月期比31.8%増の1,144百万円、営業利益が46百万円の黒字（2021年1月期は215百万円の損失）、経常利益が44百万円の黒字（同218百万円の損失）、当期純利益が79百万円の黒字（同235百万円の損失）だった。

業績動向

2022年1月期の業績(非連結)概要

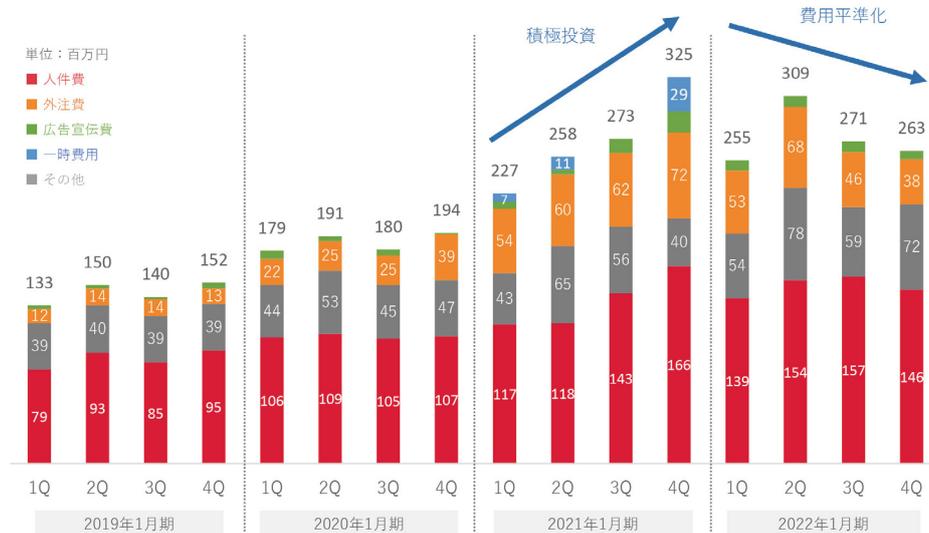
(単位:百万円、%)

	20/1期	21/1期	22/1期	増減率
売上高	834	868	1,144	31.8
(外資就活ドットコム)	644	724	896	23.8
(Liiga)	53	142	248	74.6
(その他広告売上)	136	2	-	-
費用(原価+販管費)	743	1,083	1,097	1.3
営業損益	91	-215	46	-
経常損益	81	-218	44	-
当期純損益	46	-235	79	-

出所:決算説明資料よりフィスコ作成

売上面では新卒サービス「外資就活ドットコム」及び中途サービス「Liiga」とも大幅伸長して高成長を達成した。利益面では増収効果に加えて、2021年1月期に実施した戦略的先行投資(採用増加による採用費や人件費の増加、外注費の増加、その他一時費用の増加)が一巡したことも寄与して黒字転換した。成長に向けた戦略的先行投資としての人員の採用増は2021年1月期におおむね計画どおり完了し、2022年1月期はおおむね計画水準の60人前後で推移している。

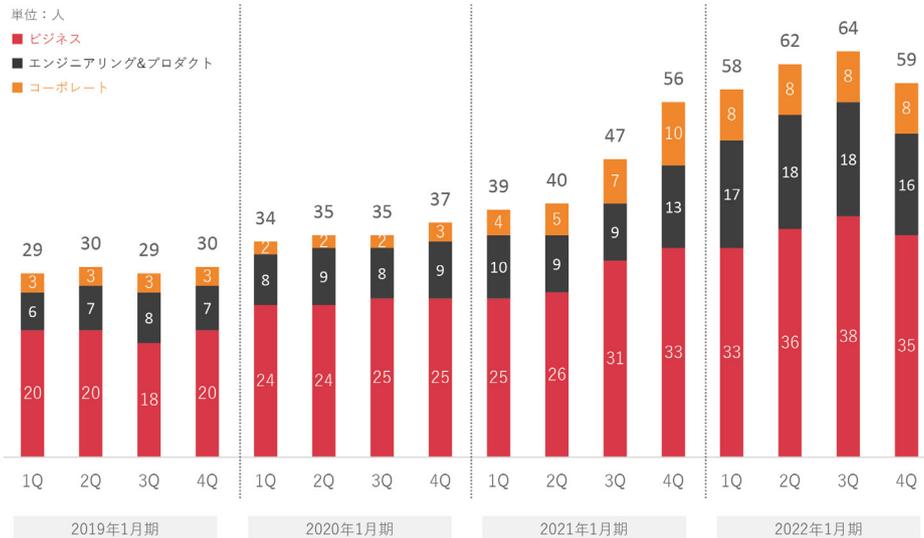
四半期別の費用の推移



出所:決算説明資料より掲載

業績動向

四半期別の従業員数の推移



※従業員数には正社員及び契約社員を含み、派遣社員・業務委託・アルバイトは含まない。

出所：決算説明資料より掲載

なお期初計画（売上高 1,301 百万円、営業利益 10 百万円、経常利益 7 百万円、当期純利益 2 百万円）に対しては、コロナ禍に伴って新卒サービス「外資就活ドットコム」のオフラインイベントを単価の低いオンラインイベントにシフトした影響や、受注の一部の売上計上時期が 2023 年 1 月期にズレ込んだ影響などで売上高は期初計画を下回ったが、戦略的先行投資の一巡、利益率の高いオンラインイベントへのシフト、コストコントロールなどの効果で各利益は期初計画を大幅に上回って着地した。

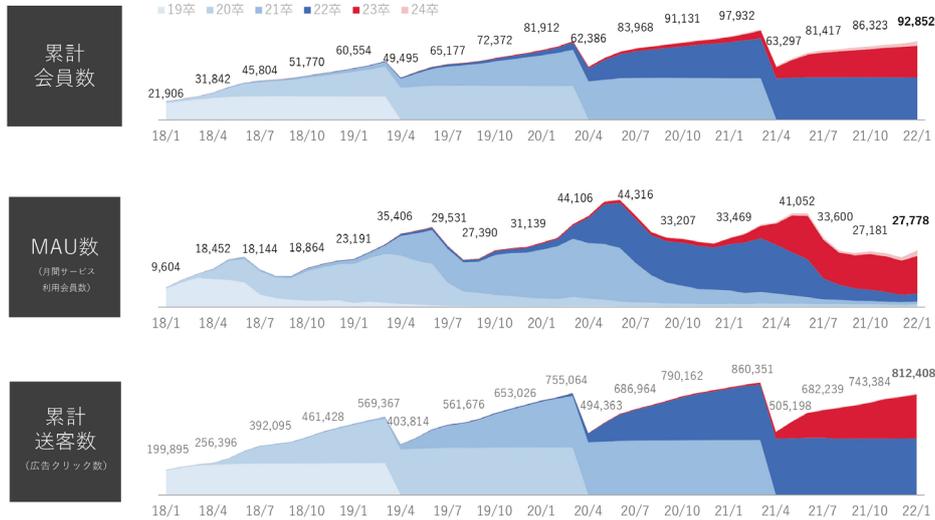
2. サービス別動向

新卒サービス「外資就活ドットコム」の売上高は 23.8% 増の 896 百万円、中途サービス「Liiga」の売上高は 74.6% 増の 248 百万円だった。クチコミ・SNS による知名度向上に加えて、ジョブ型（専門職）採用需要を見据えた先端 IT 職への事業ドメイン拡大、新規 CtoC サービスとしての知見共有プラットフォーム立ち上げなども寄与して大幅伸長した。

なお新卒サービス「外資就活ドットコム」の複数卒年会員数は累計 92,852 人（2021 年 1 月期比 5,080 人減）、累計送客数は 812,408 人（同 47,943 人減）、MAU（Monthly Active User：月間サービス利用会員数）数は 27,778 人（同 5,691 人減）で、中途サービス「Liiga」の登録会員数は 65,823 人（同 10,195 人増）、第 4 四半期の MAU 数は 7,381 人（同 769 人減）、マッチング数は 4,575 人（同 1,002 人増）となった。

業績動向

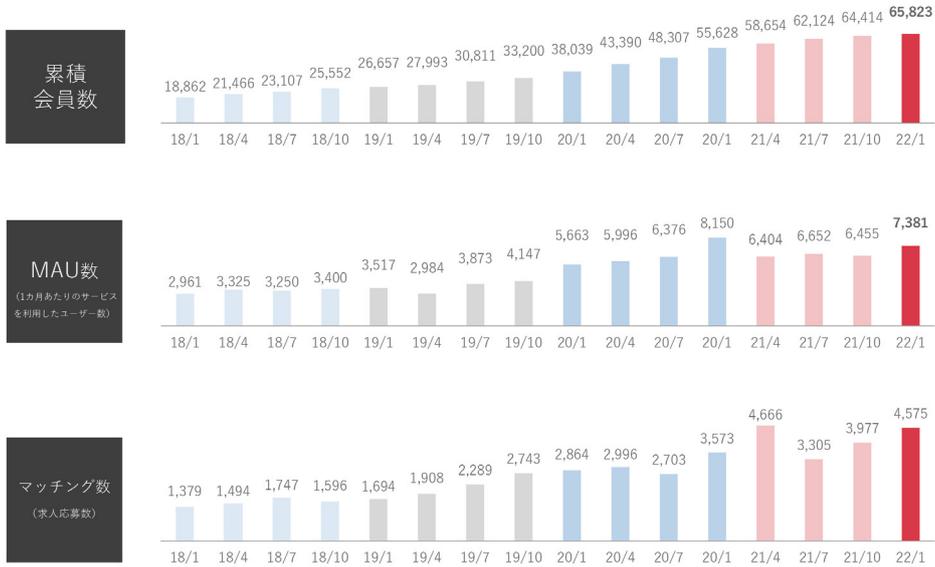
新卒サービス「外資就活ドットコム」のKPI



※累計会員数：複数卒年会員の累計数
 ※MAU：対象月にログイン後のページのセッションが1以上カウントされた会員数。会員の卒年判定は各月末時点
 ※累計送客数：広告クリック数のみでスカウト経由での応募数は含まない

出所：決算説明資料より掲載

中途サービス「Liiga」のKPI



※累積会員数及びMAU数の計測には外資就活ドットコムアカウントからの内定者移行アカウント等を含む

出所：決算説明資料より掲載

3. 財務の状況

財務面で見ると、2022年1月期末の資産合計は2021年1月期末比58百万円増加して786百万円、負債合計は30百万円減少して399百万円、純資産合計は88百万円増加して386百万円となった。資産では売掛金が61百万円増加、負債では未払消費税等が58百万円発生したが、未払金が37百万円減少、長期借入金が71百万円減少した。純資産では当期純利益計上に伴って利益剰余金が79百万円増加した。この結果、自己資本比率は8.2ポイント上昇して48.8%となった。また営業活動によるキャッシュ・フローは130百万円の収入となった。現在は成長過程のため期によって大きな変動も見られるが、特に大きな課題とは言えないだろう。

なお、今後の資本政策の柔軟性及び機動性の確保を目的として、会社法第447条第1項の規定に基づいて、資本金の額249,137,840円を199,137,840円減少して50,000,000円（効力発生日2022年4月27日）とした。純資産の部における勘定科目間の振替処理であり、本件による発行済株式総数及び純資産額に変更はない。

ハウテレビジョン | 2022年5月30日(月)
7064 東証グロース市場 | <https://howtelevision.co.jp/ir/>

業績動向

主要財務指標

(単位：百万円)

項目	20/1 期	21/1 期	22/1 期
売上高	834	868	1,144
売上原価	189	259	391
売上総利益	645	609	752
売上総利益率 (%)	77.3	70.2	65.8
販管費	554	824	705
販管費率 (%)	66.4	94.9	61.7
営業損益	91	-215	46
営業利益率 (%)	10.9	-	4.1
営業外収益	0	0	0
営業外費用	9	3	2
経常損益	81	-218	44
経常利益率 (%)	9.8	-	3.9
特別利益	-	0	-
特別損失	-	23	-
税引前当期純損益	81	-241	44
法人税等合計	35	-5	-34
当期純損益	46	-235	79
当期純利益率 (%)	5.5	-	6.9
資産合計	637	728	786
（流動資産）	443	418	453
（固定資産）	194	309	333
負債合計	147	429	399
（流動負債）	145	339	380
（固定負債）	2	90	18
純資産合計	490	298	386
（株主資本）	490	295	383
（資本金）	205	226	230
自己株式除く期末発行済株式総数 (株)	1,267,900	1,291,331	1,295,961
1株当たり当期純利益 (円)	38.38	-183.88	61.37
1株当たり純資産額 (円)	386.73	228.93	296.12
1株当たり配当額 (円)	0	0	0
自己資本比率 (%)	76.9	40.6	48.8
自己資本当期純利益率 (%)	14.5	-	23.4
営業活動によるキャッシュ・フロー	100	-178	130
投資活動によるキャッシュ・フロー	-142	-173	-69
財務活動によるキャッシュ・フロー	248	275	-62
現金及び現金同等物の期末残高	386	311	309

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023年1月期は高成長維持して大幅増収増益予想

● 2023年1月期の業績（非連結）予想概要

2023年1月期の業績（非連結）予想は、売上高が2022年1月期比48.6%増の1,700百万円、営業利益が542.4%増の300百万円、経常利益が527.3%増の280百万円、当期純利益が183.4%増の225百万円としている。大幅増収増益で営業利益率の大幅上昇を目指す。売上面は、新卒サービス「外資就活ドットコム」で45.1%増収、中途サービス「Liiga」で61.3%増収と、いずれも高成長を見込んでいる。利益面は、事業成長を支える人的資本の獲得、顧客の認知拡大に向けた積極的なマーケティング展開、生産性向上に向けたDX投資などで費用が増加するが、増収効果やコストコントロール効果で吸収する見込みだ。

2023年1期の業績（非連結）予想概要

(単位：百万円、%)

	21/1 期実績	22/1 期実績	23/1 期予想	増減率
売上高	868	1,144	1,700	48.6
(外資就活ドットコム)	724	896	1,300	45.1
(Liiga)	142	248	400	61.3
その他広告売上	2	-	-	-
費用（原価+販管費）	1,083	1,097	1,400	27.5
営業損益	-215	46	300	542.4
経常損益	-218	44	280	527.3
当期純損益	-235	79	225	183.4

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

費用計画

(単位：百万円)

	21/1 期		22/1 期		23/1 期	
	実績	増減額	実績	増減額	計画	増減額
原価・販売費合計	1,083	340	1,097	14	1,400	303
人件費	543	141	596	53	700	104
外注費	248	150	205	-43	250	45
本社費用	111	21	104	-7	125	21
減価償却費	60	55	75	15	80	5
広告宣伝費	37	17	34	-3	50	16
その他	84	-44	83	-1	195	112

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

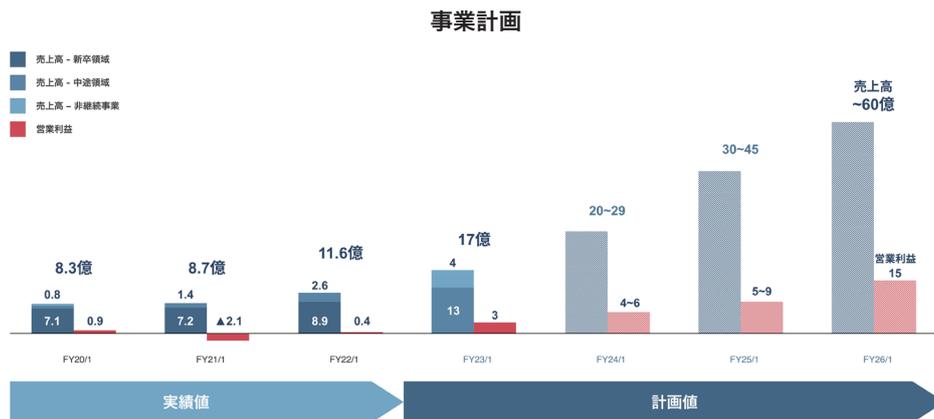
重点施策として、戦略的マーケティング展開によって顧客層の大幅な拡大を目指す方針だ。2022年2月には日系企業に限定したオンラインイベントを初めて開催した。総合商社、政府系金融、総合ITベンダー、大手デベロッパ、スーパーゼネコン、消費財メーカー等の日系トップ企業のほか、メガベンチャーなどの企業群が参加した。

成長戦略

2022年1月期から拡大フェーズ

1. 中期経営計画

事業環境の変化や戦略的先行投資の実施（2021年1月期）を考慮して、新たな中期経営計画（2023年1月期～2026年1月期）を策定した。目標値には最終年度2026年1月期の売上高6,000百万円、営業利益1,500百万円を掲げている。取引企業数の拡大、多様な顧客ニーズに対応した新サービスの開発・提供（新卒サービスにおけるスカウト商品の拡充など）、企業と会員間の高品質なマッチングの維持（就職活動の時期に応じて変遷する会員の関心・志向に応じた適切な求人情報の提供など）によって、キャリアプラットフォーム事業（新卒及び中途領域）の事業成長を加速させる方針だ。



*出典：ハウテレビジョン、2022年4月20日現在。FY23/1予想は2022年3月9日発表の決算短信に基づく
 FY24/1～25/1計画値策定においては、キャリアプラットフォームの事業成長率に対して強気/弱気の各仮定に基づき、売上高及び営業利益を上限/下限の範囲で表示している
 キャリアプラットフォーム事業として新卒・中途サービスの統合を推進しているため、サービス別の計画値は開示していない。新規事業及びM&Aによる外部成長等の効果については含んでいない

出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

旧・中期経営計画策定時からの状況変化

	旧・中期経営計画（2020年3月）	事業計画（2022年4月～）
市場環境	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍以前 ・原則出社 ・対面での採用活動中心 	<ul style="list-style-type: none"> ・ウィズコロナ時代 ・リモートワークの定着 ・採用活動のオンラインシフト
採用企業	<ul style="list-style-type: none"> ・日系大手は総合職採用中心 ・金融・コンサルの人気 	<ul style="list-style-type: none"> ・日系大手のジョブ型採用へのシフト加速 ・DX化のため従来のコンサルに加え高度IT人材に対する需給逼迫
同社事業	<ul style="list-style-type: none"> ・オフラインイベント（非継続事業へ） ・大学近隣の就活カフェ運営（非継続事業へ） 	<ul style="list-style-type: none"> ・オンラインイベントへ移行 ・配信型商品の好成長 ・採用オンライン化を受け、キャリアプラットフォーム事業の再加速
計画背景	<ul style="list-style-type: none"> ・マザーズ上場1年目 ・成長投資のための戦略的投資 ・計画赤字のため売上高を重視 ・利益ベースでバリュエーションが困難なため短期のサービスKPI（会員数・DAU・送客）に重点 ・中途サービスの黒字転換を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ・全社・中途サービスともに黒字転換 ・事業収益性・費用対効果及び株価収益倍率の観点より、営業利益を重視 ・収益KPI（取引社数等）の拡大に重点 ・新卒+中途サービスの統合を推進 ・プラットフォーム価値最大化の観点から、累積指標を重視

出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

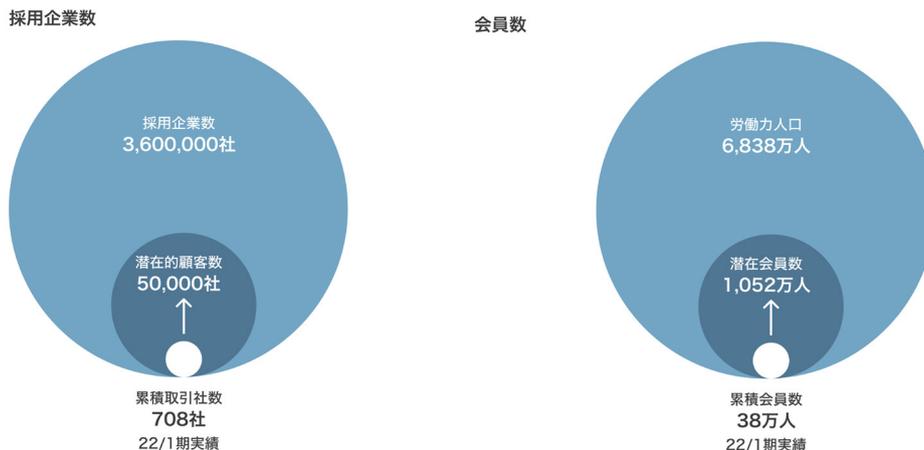
成長戦略

2. シェア拡大を推進、キャリアアップ支援市場や知見共有市場への展開も目指す

市場環境として、ビジネス職・エンジニア職ともに、新卒市場での優秀人材獲得がメンバーシップ型では困難となり、外資系企業にとどまらず、国内大手企業においてもジョブ型採用への移行が加速している。また社会・産業のDX化やデジタルシフトに伴って、企業のIT人材に対する量的・質的需要が一段と高まっている。一方で、同社の登録会員であるハイクラス学生層にとっても、コンサルティングファームや大手金融機関に加えて、先端IT企業のエンジニア職が就職先の新たな選択肢として浮上している。同社は創業以来、プロフェッショナル職志向のユーザー層を集客しており、企業の新たなジョブ型人材採用需要の増加に対して、ビジネス職・エンジニア職ともに最高水準の人材を送客できることを強みとしている。

このような市場環境を背景として、事業拡大余地の大きいキャリアプラットフォーム事業の新卒・中途採用市場(推定規模7,000億円)で有意なシェアを拡大したうえで、中長期的にはキャリアアップ支援市場(推定規模9,000億円)及び知見共有市場(推定規模2.7兆円)への展開も目指す方針としている。

キャリアプラットフォーム事業の採用企業数、会員数



出典：ハウテレビジョン、2022年1月末時点、キャリアプラットフォーム（新卒サービス及び中途サービスの合計）で表示
 キャリアプラットフォーム事業において新卒・中途サービスの統合を推進しており、進行期からはプラットフォーム全体としての数値を重視している
 採用企業数：採用に関して、他社媒体を含め求人掲載等を実施していることが確認されている企業数
 潜在的顧客数：会員が最終的に入社した企業の総数。当社で取扱いのない企業への就職に際しては、他社媒体への流出等の逸失機会が発生していると推測
 累積取引社数：当社と取引のあった企業数の累計
 労働力人口：総務省「労働力調査（基本集計）」、2022年3月29日時点
 潜在会員数：国研行「令和2年度民間給与実態統計調査」第21表より給与総額及び税額年収600万円超の給与所得者を合計、2021年9月時点
 累積会員数：キャリアプラットフォーム事業（新卒サービス及び中途サービス）の累積会員数

出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

3. 中長期的な成長ポテンシャルは大きい

同社は2021年1月期に戦略的先行投資を実行したため一時的に赤字転落したが、2022年1月期から戦略的先行投資も寄与して収益拡大フェーズに入ったと考えられる。ハイクラス人材を求めるハイクラス企業の採用意欲は景気悪化局面でも強く市場環境は良好だ。独自性が強く高付加価値なリクルーティング・メディアとしてのポジショニングを確立して取引企業数や会員数は増加基調である。弊社では、キャリアプラットフォーム事業における同社の市場シェア拡大余地は大きく、さらに事業ドメイン拡大戦略によって中長期的に成長ポテンシャルは大きいと評価している。

■ 株主還元策

株主に対する利益還元については重要な経営課題の1つとして認識しているが、現在は成長段階にあり、より一層の内部留保の充実を図り、収益基盤の安定化・多様化や新規の投資に充当することにより、さらなる事業拡大を図ることが株主に対する最大の利益還元につながると考えている。

将来的には、その時点における経営成績及び財務状態を勘案しつつ、株主に対して利益還元を実施していく方針だが、現時点において配当実施の可能性及び実施時期等については未定としている。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp