

|| 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 >>>](#)

2025年4月9日(水)

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. 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	01
2. 2025年1月期は小幅営業減益だが EBITDA 増益、売上面が高成長	01
3. 2026年1月期は戦略投資や一時的費用の影響で減益だが、売上の高成長を継続	01
4. 新卒サービスの顧客単価向上や新規事業の収益化を推進	02
5. 独自の高収益ビジネスモデルと中長期成長ポテンシャルを評価	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	06
3. サービス別売上高と主要 KPI	08
4. リスク要因と課題・対策	11
■ 業績動向	12
1. 2025年1月期連結業績の概要	12
2. サービス別の動向	13
3. 財務の状況	13
■ 今後の見通し	14
1. 2026年1月期連結業績予想の概要	14
2. 重点施策	16
■ 成長戦略	16
1. 基本戦略	16
2. 株主還元策	18
3. アナリストの視点	18

■ 要約

2026年1月期は減益予想だが、2027年1月期は再成長期待

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、ハイクオリティな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. 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

新卒学生向けリクルーティング・プラットフォームの外資就活ドットコム、若手社会人向けリクルーティング・プラットフォームの外資就活ネクスト（従来の Liiga を 2025 年 4 月にリブランディング）を主力として、エンジニア採用代行サービス（RPO = Recruitment Process Outsourcing、以下 RPO サービス）や新型質問箱サービスの mond（モンド）なども展開している。会員は挑戦志向の高い難関大学生やキャリアアップ志向の高い若手社会人など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で、顧客となる募集企業は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である。ハイクラスに特化したキャリアプラットフォーム事業という独自のポジショニングを特徴・強みとしている。

2. 2025年1月期は小幅営業減益だが EBITDA 増益、売上面が高成長

2025年1月期の連結業績（当期から連結決算に移行）は売上高が2,166百万円、営業利益が402百万円、経常利益が400百万円、親会社株主帰属当期純利益が243百万円だった。2024年1月期の非連結業績との比較で売上高は17.6%増収、営業利益は1.1%減益、経常利益は1.2%減益、親会社株主帰属当期純利益は19.1%減益だった。計画を下回ったものの、売上高は新卒サービスが高成長を継続して過去最高だった。また適切なコストコントロールにより費用も計画を下回ったため、営業利益は小幅減益にとどまった。EBITDA（営業利益+減価償却費+株式報酬費用）は計画（483百万円）を上回り、前期比7.7%増の546百万円だった。

3. 2026年1月期は戦略投資や一時的費用の影響で減益だが、売上の高成長を継続

2026年1月期の連結業績予想は売上高が2025年1月期比26.9%増の2,750百万円、営業利益が同87.6%減の50百万円、経常利益が同89.0%減の44百万円、親会社株主帰属当期純利益が同88.9%減の27百万円、EBITDAが同51.1%減の267百万円としている。成長に向けた戦略投資（既存事業の成長、紹介事業の立ち上げ、mondの本格展開など）に加え、本社移転（2026年1月予定）に関連する一時的費用も影響して費用（原価+販管費）が大幅に増加するため減益だが、売上面は新卒サービスがけん引して高成長を継続する見込みだ。重点施策として、新卒サービスにおける新商品・新企画投入によるアップセル、中途サービスにおけるリブランディングを含めたプロダクト改革などを推進する。なお新規事業として新卒・中途サービスの紹介事業を立ち上げる。キャリア領域以外ではmondのプロダクト開発・成長を加速させ、非日本語圏への本格的なサービス展開の準備を進める。

要約

4. 新卒サービスの顧客単価向上や新規事業の収益化を推進

同社は成長に向けた基本戦略として、BtoB 領域のキャリアプラットフォーム事業は「成長性×収益性」の観点から魅力的な事業フェーズにあるため、グループシナジーを活かして高成長を目指す。具体的には新卒サービスにおける顧客単価向上と顧客数増加、中途サービスにおける採用決定数の増加による収益性改善、RPO サービスにおけるグループシナジーの活用を推進するほか、2026年1月期には新規事業として新卒・中途紹介事業を立ち上げる。さらに中長期的な成長に向けて事業ポートフォリオの多様化に取り組み、新型質問箱サービスmondの早期の事業化・収益化に向けてプロダクト開発を加速させる。さらにM&A・アライアンスも積極活用する方針だ。

5. 独自の高収益ビジネスモデルと中長期成長ポテンシャルを評価

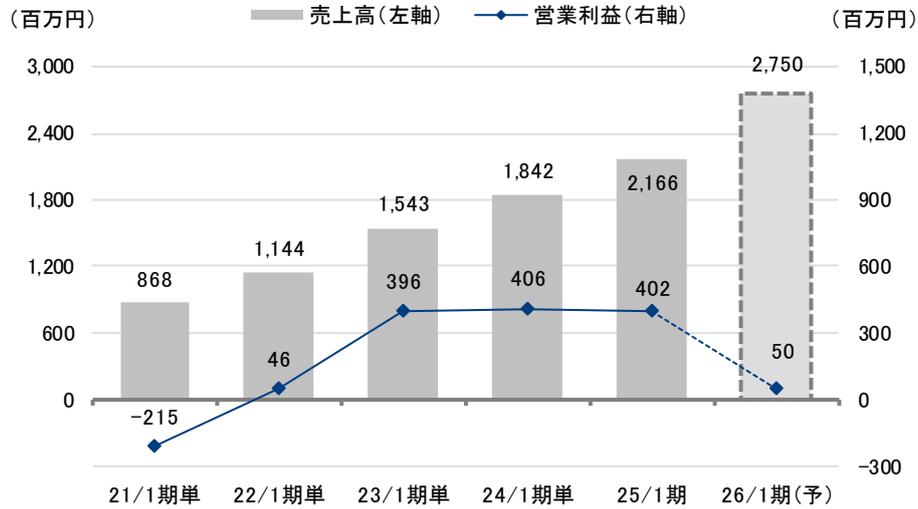
同社は高付加価値なリクルーティング・メディアとして独自のポジショニングを確立し、顧客数や会員数が増加基調である。会員は若手ハイクラス層で顧客企業は外資系企業や国内大手企業を主たるターゲットとしていること、フロー型の新卒サービス領域からストック型の中途サービス領域へと継続利用される好循環のユーザーストック型プラットフォームであることなどが特徴・強みであり、市場開拓余地も大きい。こうした独自の高収益ビジネスモデルや中長期成長ポテンシャルを弊社では評価している。したがって、2026年1月期の事業基盤強化に向けた戦略投資の成果により、2027年1月期は再成長に向かうことが期待できると弊社では考えている。

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
- ・2025年1月期は小幅営業減益だがEBITDA増益、売上面が高成長
- ・2026年1月期は戦略投資や一時的費用の影響で減益だが、売上の高成長を継続
- ・新卒サービスの顧客単価向上や新規事業の収益化を推進
- ・独自の高収益ビジネスモデルと中長期成長ポテンシャルを評価

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

経営理念は「全人類の能力を全面開花させ、世界を変える」

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、ハイクオリティな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。2025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2,354百万円、株主資本は1,314百万円、自己資本比率は55.8%、発行済株式数は1,362,355株（自己株式1,914株を含む）、従業員数は82名となっている。なお2026年1月に本社を東京都港区六本木へ移転予定である。

グループは同社、2024年4月に連結子会社化した（株）ログリオ、及び2025年2月に設立した連結子会社mond, Inc.（米国デラウェア州）で構成されている。連結子会社Liiga（株）（2024年2月設立）が運営するLiiga（現 外資就活ネクスト）事業については、同社が2025年1月に吸収分割の方法により承継した。また2023年8月に、幼児教育支援事業を展開する（株）Palettが発行した新株予約権（第1回J-KISS型新株予約権）を取得している。

会社概要

2. 沿革

2010年2月にハウテレビジョンとして設立、2010年4月に新卒学生向けリクルーティング・プラットフォームの外資就活ドットコムをリリース、2016年2月に若手社会人向けキャリアアップ支援サービスの Liiga をリリースした。その後、2019年4月に東京証券取引所（以下、東証）マザーズ市場に新規上場、2022年4月に東証の市場区分見直しに伴ってグロース市場へ移行した。

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」をリリース
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
2022年 8月	経済メディア「Strainer」を運用する（株）ストレイナーと業務提携
2023年 8月	幼児教育支援事業を展開する（株）Palett の新株予約権を取得
2024年 2月	簡易新設分割により子会社 Liiga（株）を設立して「Liiga」事業を承継
2024年 4月	エンジニア採用代行サービスを展開する（株）ログリオの全株式を取得して子会社化

出所：会社資料よりフィスコ作成

事業概要

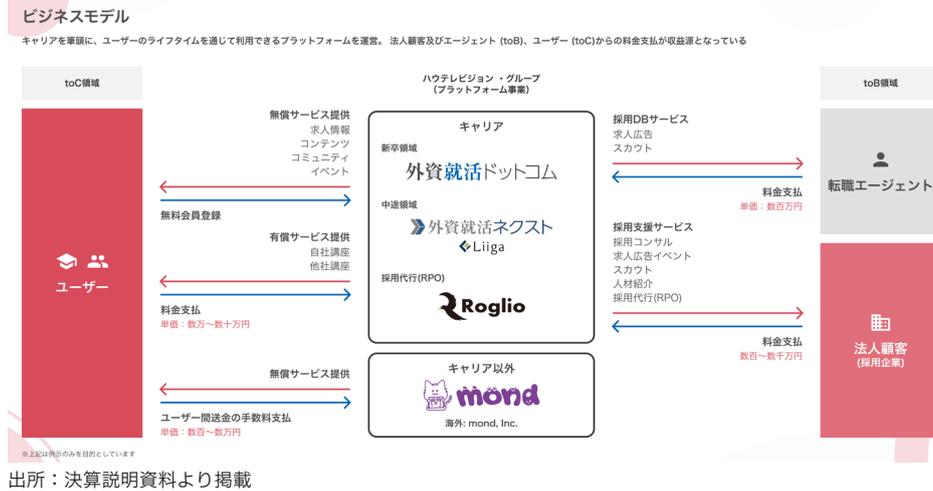
ハイクラス向けキャリアプラットフォーム事業を展開

1. サービス概要

キャリアプラットフォーム事業は、新卒学生向けリクルーティング・プラットフォームの外資就活ドットコム、若手社会人向けリクルーティング・プラットフォームの外資就活ネクストを主力として、エンジニア採用代行の RPO サービスや新型質問箱サービスの mond なども展開している。

事業概要

ビジネスモデル



(1) 新卒サービスの外資就活ドットコム

新卒サービスの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SSIONAL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。近年のIT人材採用ニーズの高まりに対応し、2025年2月にはエンジニア志望学生向けに、AIを活用してより良いガクチカや開発経験のPR作成を支援するAI ESビルダーの提供を開始した。

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。なお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。

(2) 中途サービスの外資就活ネクスト

中途サービスの外資就活ネクストは、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。従来のLiigaを2025年4月にリブランディングした。「次に進むキャリアを探せる・見つける・相談できる」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。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。

事業概要

収益は、ダイレクト・リクルーティング（募集企業が外資就活ネクスト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外資就活ネクストを利用して会員を自身の顧客企業に紹介）から得られる転職成功報酬などである。なお外資就活ネクストの登録会員数は、外資就活ドットコムを卒業・就職に伴って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外資就活ネクスト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。また2026年1月期には、リブランディングを含めたプロダクト改革、新卒サービスとの基盤統合等により、さらなる進化を推進する。

(3) RPO サービス

エンジニア採用代行のRPOサービスは、2024年4月に連結子会社化したログリオが展開している。ログリオはエンジニア採用代行領域において高い専門性及び高い品質のサービスを提供し、LAPRAS(株)が主催する「LAPRAS SCOUT AWARD 2022」でRPO賞を受賞している。

(4) 新サービスの開発・事業化

現状は募集企業から広告掲載料や転職成功報酬などを得るBtoBモデルが主力だが、ビジネスドメインの拡大や収益源の多様化に向けて、新卒・中途のキャリアプラットフォーム領域における紹介事業（2026年1月期に立ち上げ予定）のほか、BtoCサービスとしての会員向け有料講座サービス、CtoCサービスとしての新型質問箱サービスmondなど、新サービスの開発・事業化を推進している。

新型質問箱サービスmondは、フォロワーや知り合いから気軽に匿名質問や画像付メッセージ等を届けることができるコミュニケーションサービスである。小説家・学者・エンジニアといった専門家、クリエイターも利用しているため、多くの識者に向けて「教えて!」を求めることもできる。独自のAI技術により、傷つくようなメッセージは届かないという特徴もある。2024年5月には人気VTuberであるラプラス・ダークネスが公式アンバサダーに就任した。また2025年2月にはmondのグローバル展開を目的として米国にmond, Inc.を設立。なお現時点ではマネタイズを検討している段階のため、当面の事業計画では費用が先行する見込みとなっている。

ハイクラス特化で好循環型プラットフォームを構築

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ッショナルを目指す若手ハイクラス層（新卒サービスの外資就活ドットコムでは挑戦志向の高い難関大学生、中途サービスの外資就活ネクスト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。顧客とな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である。ハイクラスに特化したキャリアプラットフォーム事業という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

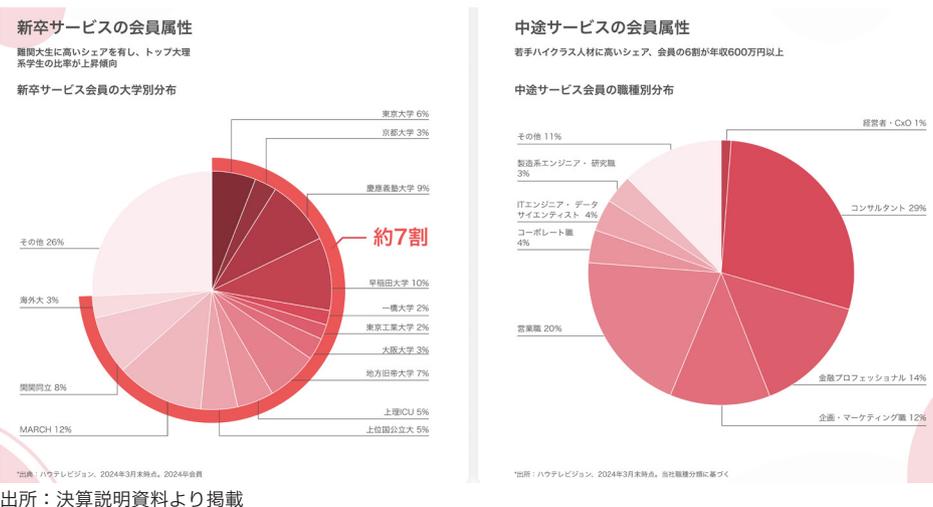
サービスのポジショニング



(2) 会員属性

2024年3月末時点で、新卒サービス会員の大学別分布は東京大学などの難関大学が約7割を占めており、上位大学の理系学生の構成比が上昇傾向となっている。中途サービス会員の職種別分布はコンサルタント、金融プロフェッショナル、企画・マーケティング職、営業職で約7割を占めている。製造系エンジニアやITエンジニアなど理系職の構成比はそれぞれ10%未満にとどまっているが、コンサルタントや営業職などにはセールスエンジニアと呼ばれる職種も含まれているため、実質的な理系職の構成比はこの数値よりも高いと推定される。中途サービス会員の年収別分布では年収600万円以上が約6割を占めており、ハイクラスユーザー向けサービスであることが窺える。

新卒サービス・中途サービス会員属性



事業概要

(3) 好循環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、フロー型の新卒サービスからストック型の中途サービスへと、アクティブな形で蓄積・継続利用される好循環のユーザーストック型プラットフォームが強みである。新卒サービスの外資就活ドットコムと中途サービスの外資就活ネクストが連動しているため、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外資就活ネクストの会員(社会人)に移行して継続利用することが多い。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、外資就活ネクスト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、大学の先輩から後輩への助言や友人同士のSNS等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ため広告宣伝費・販促費を低く抑えられる。広告宣伝費・販促費の対売上高比率は2022年1月期が4.7%、2023年1月期が5.8%、2024年1月期が5.9%、2025年1月期が5.8%だった。

取引先数・会員数とも増加基調、顧客単価向上も増収に寄与

3. サービス別売上高と主要 KPI

(1) サービス別売上高

サービス別売上高の過去6期(2020年1月期~2025年1月期)の推移は以下のとおりである。2025年1月期は新卒サービスが1,769百万円(売上高構成比81.8%)、中途サービスが295百万円(同13.6%)、RPOサービスが100百万円(同4.6%)となった。主力の新卒サービスが増収基調である。新卒サービスにおける商品分類別売上構成比は広告掲載型・イベント型商品が約6割、スカウト配信型商品が約4割で、スカウト機能の利用が拡大しているため配信型商品の構成比が上昇基調となっている。また、毎年の価格改定やクロスセル(配信型商品の追加購入など)による単価向上効果も増収に寄与している。

サービス別売上高の推移

(単位:百万円、%)

	20/1期	21/1期	22/1期	23/1期	24/1期	25/1期
売上高合計	834	868	1,144	1,543	1,842	2,166
新卒サービス	644	724	897	1,242	1,536	1,772
(構成比)	77.2	83.4	78.4	80.5	83.4	81.8
中途サービス	53	142	247	301	306	295
(構成比)	6.4	16.4	21.6	19.5	16.6	13.6
RPOサービス	-	-	-	-	-	100
(構成比)	-	-	-	-	-	4.6
その他	136	2	0	0	0	0

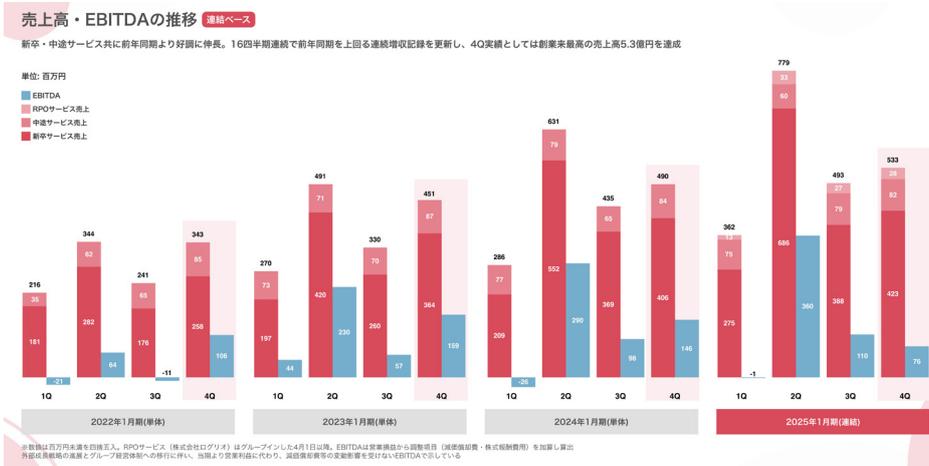
注: 2019年4月新規上場

出所: 決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

事業概要

なお売上高の季節要因として、募集企業の採用活動や学生の就職活動の開始時期によって四半期ごとに変動する傾向があり、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）の構成比が低くなる。また配信型商品の場合、募集企業と期間及び利用回数を定めて契約した時点で受注が確定するが、募集企業が配信を利用した時点での収益計上となるため、募集企業の利用時期（早い時期に利用して消化する、年度末に追い込みで利用するなど）によって同社の収益計上時期が変動する可能性がある。募集企業が契約期限内に契約回数を全て利用しなかった場合は、契約期限が終了した時点で残りの回数分の収益を一括計上する。

四半期別売上高・EBITDAの推移



出所：決算説明資料より掲載

(2) 主要 KPI

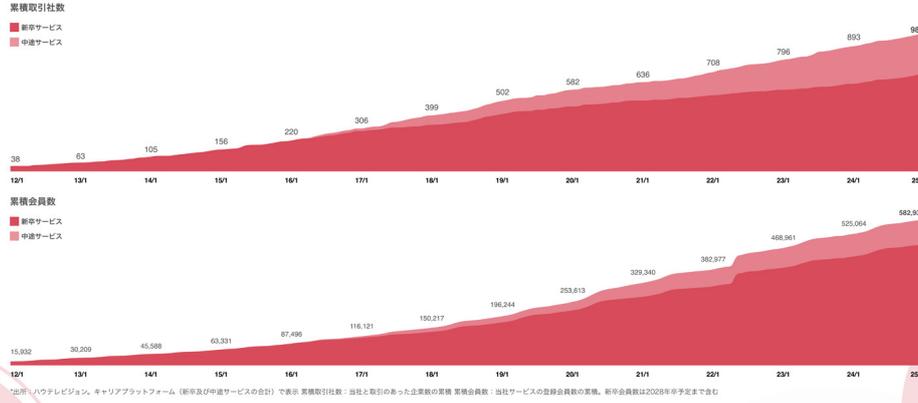
2025年1月期末時点の主要 KPI は以下のとおりである。キャリアプラットフォーム事業（新卒サービス外資就活ドットコムと中途サービス外資就活ネクスト）合計の累積取引社数は 981 社、累積会員数は 582,931 人となった。同社独自のユーザーストック型プラットフォームにより会員数が増加基調であり、これに伴って若手ハイクラス層の優秀な人材を求める取引社数も増加基調となっている。

事業概要

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

事業概況：キャリアプラットフォーム

取引社数・会員数共に着実に伸長。累積会員数は58万人に達する



出所：決算説明資料より掲載

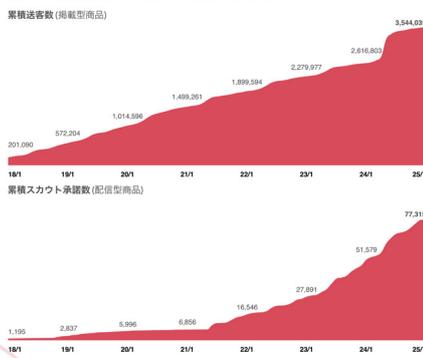
新卒サービスの累積送客数(掲載型商品:広告クリック数をカウント)は3,544,035人、累積スカウト承諾数(配信型商品:企業送付スカウトを承諾した会員数)は77,315人となった。ピンポイントで選りすぐりの候補者にのみアプローチしたい企業需要に対して、2021年10月にリリースした理系スカウトを始めとするダイレクト・リクルーティング・サービスが好調に推移し、スカウト承諾数が急増している。

中途サービスの職務履歴書の累積更新回数(サービス上で職務履歴書を200文字以上更新した会員の累積数)は159,676回、累積マッチング数(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、掲載されている求人情報に会員が自己応募した回数の合計)は118,629回となった。利用エージェント数の増加に伴ってマッチング数も増加基調である。なおマッチング後の決定率向上のため、2025年1月期は履歴書累積更新回数の向上に注力し、アクティブ会員数(率)の増加を実現した。

キャリアプラットフォーム・中途サービスの職務履歴書累積更新回数と累積マッチング数

事業概況：キャリアプラットフォーム

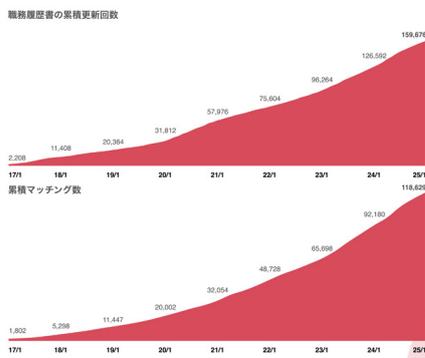
新卒サービス
採用メディアとしての高品質な提供(採用効果の向上)が評価上昇を牽引している。また2021年のリニューアル以降、スカウト機能(配信型採用広告)の利用が拡大、新卒求上の約3割を占めるに至っている



出所：決算説明資料より掲載

中途サービス

2024年1月期には、利用エージェント数が増加しマッチング数が拡大。マッチング後の決定率向上のため、2025年1月期は履歴書累積更新回数の向上に注力し、アクティブ会員数(率)の増加を実現



出所：決算説明資料より掲載

事業概要

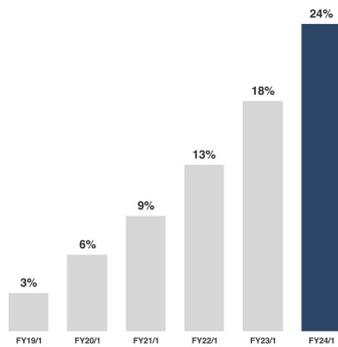
平均単価は上昇基調となっている。新卒サービスにおける取引額 1,000 万円以上の企業の構成比は大手優良企業との取引が順調に拡大して 2024 年 1 月期に 24% まで上昇した。また 2024 年 1 月期の中途サービスにおける平均採用決定年齢は 28.5 歳、平均採用決定年収は 786 万円となった。

新卒サービスの取引額 1,000 万円以上企業割合、中途サービスの平均採用決定年数・年齢

事業概況：キャリアプラットフォーム事業

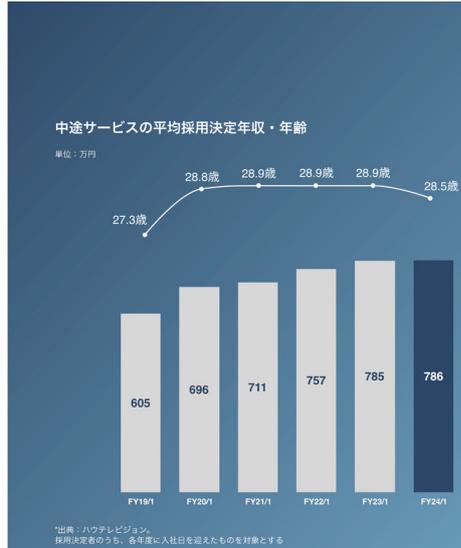
取引社数のみならず単価も順調に上昇。新卒サービスでは年間の取引額1,000万円以上の企業が増加基調にある

新卒サービスの取引額1,000万円以上企業割合



出典：ハウテレビジョン。
各年度における有料取引社数を分母とする

出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載



出典：ハウテレビジョン。
採用決定者のうち、各年度に入社を返したものを対象とする

4. リスク要因と課題・対策

人材ビジネス関連市場（人材派遣・紹介サービス、就活・転職サービス、製造請負など）では一般的に、景気変動による雇用情勢の変化、競合激化、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市場規模が大きいだけでなく成長市場として期待されている。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、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、フロー型の新卒サービスからストック型の中途サービスへと継続利用される好循環のユーザーストック型プラットフォームであり、一般的な人材サービス企業との比較で広告宣伝費・販促費の額が圧倒的に小さいことも強みとなっている。こうした競合優位性や収益特性により高収益率を実現している。

業績動向

2025年1月期は小幅営業減益だが EBITDA 増益、売上面は高成長を継続

1. 2025年1月期連結業績の概要

2025年1月期の連結業績（当期から連結決算に移行）は売上高が2,166百万円、営業利益が402百万円、経常利益が400百万円、親会社株主帰属当期純利益が243百万円だった。2024年1月期の非連結業績との比較で売上高は17.6%増収、営業利益は1.1%減益、経常利益は1.2%減益、親会社株主帰属当期純利益は19.1%減益だった。計画（2024年3月6日付の期初公表値、売上高2,390百万円、営業利益450百万円、経常利益446百万円、親会社株主帰属当期純利益303百万円）を下回ったものの、売上高は高成長を継続して過去最高だった。また適切なコストコントロールにより費用も計画を下回ったため、営業利益は小幅減益にとどまった。EBITDA（営業利益+減価償却費+株式報酬費用）は計画（483百万円）を上回り、前期比7.7%増の546百万円だった。費用（原価+販管費）は同329百万円（23.0%）増加し、費用比率は3.5ポイント上昇して81.4%となった。主に業容拡大や人員増（前期末比15名増加の81名）に伴って人件費が同146百万円（20.5%）増加、外注費が同68百万円（26.0%）増加、通信費が同47百万円（37.6%）増加、減価償却費が同33百万円（36.7%）増加した。広告宣伝費・販促費は同15.7%増の125百万円で、対売上高比率は0.1ポイント低下して5.8%となった。

2025年1月期連結業績の概要

（単位：百万円、%）

	24/1期		25/1期		前期比		計画	計画比		
	非連結実績		連結実績		増減額	増減率		達成額	達成率	
	金額	売上比	金額	売上比						
売上高	1,842	100	2,166	100	324	17.6	2,390	-223	-9.3	
費用（原価+販管費）	1,435	77.9	1,764	81.4	329	23	1,940	-175	-9	
営業利益	406	22.1	402	18.6	-4	-1.1	450	-48	-10.6	
経常利益	404	22	400	18.5	-4	-1.2	446	-46	-10.3	
親会社株主帰属当期純利益	300	16.3	243	11.2	-57	-19.1	303	-60	-19.7	
EBITDA	507	27.5	546	25.2	39	7.7	483	63	13	
売上高内訳										
新卒サービス	1,536	83.4	1,772	81.8	236	15.4	2,084	-312	-15	
中途サービス	306	16.6	295	13.6	-11	-3.6	306	-11	-3.6	
RPO サービス	-	-	100	4.6	100	-	-	-	-	
営業利益内訳										
新卒サービス	904	58.9	1,124	63.4	220	24.3	1,395	-271	-19.4	
中途サービス	133	43.5	146	49.5	13	9.8	157	-11	-7	
RPO サービス	-	-	28	29	29	-	-	-	-	
コーポレート及び新規事業	-630	-	-886	-	-256	-	-1,102	216	-	

注1：25/1期より連結決算に移行のため24/1期の非連結業績との比較

注2：計画は2024年3月6日付の期初公表値

注3：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用

注4：各サービスの営業利益の売上比は各売上高に対する営業利益率

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

2. サービス別の動向

サービス別売上高は新卒サービスが前期比 15.4% 増の 1,772 百万円、中途サービスが同 3.6% 減の 295 百万円、RPO サービスが 100 百万円（2024 年 4 月にログリオを連結子会社化したため 2024 年 1 月期はなし）で、サービス別営業利益は新卒サービスが同 24.3% 増の 1,124 百万円、中途サービスが同 9.8% 増の 146 百万円、RPO サービスが 29 百万円、コーポレート及び新規事業が 886 百万円の損失（2024 年 1 月期は 630 百万円の損失）だった。費用増加でコーポレート及び新規事業の損失が拡大したものの、新卒サービスは高成長を継続した。取引社数、会員数が順調に増加したことに加え、顧客単価上昇に向けた価格改定やクロスセルへの取り組みを強化したことも寄与した。特に収益性の高い配信型商品が大幅に伸長した。

2025 年 1 月期末時点の主要 KPI として、新卒サービスと中途サービスの合計の累積取引社数は 2024 年 1 月期末比 88 社(9.9%)増加して 981 社、累積会員数は同 57,867 人(11.0%)増加して 582,931 人となった。新卒サービスの累積送客数（掲載型商品）は同 927,232 人（35.4%）増加して 3,544,035 人、累積スカウト承諾数（配信型商品）は同 25,736 人（49.9%）増加して 77,315 人となった。2021 年に実施したダイレクト・リクルーティング・サービスのリニューアル効果により、スカウト機能（配信型採用広告）の利用拡大が進み、スカウト承諾数が大幅に伸長した。中途サービスの職務履歴書の累積更新回数は同 33,084 回（26.1%）増加して 159,676 回、累積マッチング数は同 26,449 回（28.7%）増加して 118,629 回となった。ハイクラス人材を求める採用企業・転職エージェントが大幅に増加し、マッチング数も増加基調である。

3. 財務の状況

財務面で見ると、2025 年 1 月期末の資産合計は 2024 年 1 月期末（非連結ベース）との比較で 444 百万円増加して 2,354 百万円、負債合計は同 175 百万円増加して 1,040 百万円、純資産合計は同 269 百万円増加して 1,314 百万円となった。資産では主に現金及び預金が同 174 百万円増加、売掛金が同 103 百万円増加、のれんが同 155 百万円増加した。負債では主に流動負債のその他が同 202 百万円増加した。長短借入金合計は同 35 百万円増加して 615 百万円となった。純資産では資本剰余金が同 85 百万円増加、利益剰余金が同 243 百万円増加した。この結果、自己資本比率は 1.1 ポイント上昇して 55.8% となった。M&A も含めた事業活動拡大に向けて有利子負債残高が増加したが、現在は成長過程にあるため大きな課題とは言えず、自己資本比率が上昇したことを勘案すれば財務の健全性が維持されていると弊社では考えている。

業績動向

貸借対照表及びキャッシュ・フロー計算書（簡易版）

（単位：百万円、%）

	21/1 期末	22/1 期末	23/1 期末	24/1 期末	25/1 期末	増減
資産合計	728	786	1,107	1,910	2,354	444
（流動資産）	418	453	799	1,559	1,842	283
（固定資産）	309	333	307	350	511	161
負債合計	429	399	367	865	1,040	175
（流動負債）	339	380	359	449	634	184
（固定負債）	90	18	8	415	406	-8
純資産合計	298	386	740	1,044	1,314	269
（株主資本）	295	383	739	1,044	1,314	269
自己資本比率	41	49	67	55	56	1pp

	21/1 期	22/1 期	23/1 期	24/1 期	25/1 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	-178	130	468	420	421
投資活動によるキャッシュ・フロー	-173	-69	-69	-131	-261
財務活動によるキャッシュ・フロー	275	-62	-76	504	15
現金及び現金同等物の期末残高	311	309	632	1,424	1,599

注：25/1 期より連結決算へ移行
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

戦略投資や一時的費用の影響で減益だが、売上面は高成長を継続

1. 2026年1月期連結業績予想の概要

2026年1月期の連結業績予想は売上高が2025年1月期比26.9%増の2,750百万円、営業利益が同87.6%減の50百万円、経常利益が同89.0%減の44百万円、親会社株主帰属当期純利益が同88.9%減の27百万円、EBITDAが同51.1%減の267百万円としている。成長に向けた戦略投資（既存事業の成長、紹介事業の立ち上げ、mondの本格展開など）に加え、本社移転（2026年1月予定）に関連する一時的費用も影響して費用（原価+販管費）が大幅に増加するため減益だが、売上面は新卒サービスがけん引して高成長を継続する見込みだ。

ハウテレビジョン | 2025年4月9日(水)
7064 東証グロース市場 | <https://howtelevision.co.jp/ir/>

今後の見通し

2026年1月期連結業績予想の概要

(単位：百万円、%)

	25/1期		26/1期			
	実績		予想		前期比	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率
売上高	2,166	100	2,750	100	583	26.9
費用(原価+販管費)	1,765	81.4	2,700	98.2	935	53
営業利益	402	18.6	50	1.8	-352	-87.6
経常利益	400	18.5	44	1.6	-356	-89
親会社株主帰属当期純利益	243	11.2	27	1	-216	-88.9
EBITDA	546	25.2	267	9.7	-279	-51.1
売上高内訳						
新卒サービス	1,769	81.8	2,276	82.8	504	28.4
中途サービス	295	13.6	307	11.2	12	4.1
RPO サービス	100	4.6	142	5.2	42	42
mond	3	0.1	12	0.4	9	-
新規事業	-	-	12	0.4	12	-
営業利益内訳						
新卒サービス	1,124	63.4	1,485	65.2	361	32.1
中途サービス	146	49.5	145	47.2	-1	-0.7
RPO サービス	29	29	31	21.8	2	6.9
mond	-256	-	-299	-	-43	-
新規事業	-3	-	-26	-	-23	-
コーポレート	-629	-	-1,286	-	-657	-

注1：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用

注2：mond 及び新規事業の区分を開示

注3：各サービスの営業利益の売上比は各売上高に対する営業利益率

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

売上高の内訳は新卒サービスが2025年1月期比28.4%増の2,276百万円、中途サービスが同4.1%増の307百万円、RPO サービスが同42.0%増の142百万円、mondが12百万円(2025年1月期は3百万円)、新規事業(新卒・中途紹介事業)が12百万円としている。新卒サービスにおける取引社数や会員数の順調な増加、顧客単価向上などの効果を見込んでいる。費用(原価+販管費)は同53.0%増の2,700百万円の計画としている。内訳は人件費が同456百万円(53.2%)増加、外注費が同215百万円(65.2%)増加、本社費用が同66百万円(50.0%)増加、広告宣伝費・販促費が同90百万円(72.0%)増加、通信費が同45百万円(26.3%)増加、減価償却費が同60百万円(48.8%)増加する計画で、このうち本社移転に関連する一時的費用として合計150百万円(新旧オフィスの地代家賃の重複発生、固定資産の加速償却と新規取得など)を見込んでいる。なお2026年1月期末時点の従業員数の想定は95名程度(2025年1月期末は81名)としている。

2. 重点施策

重点施策として、新卒サービスにおける新商品・新企画投入によるアップセル、課題解決型サービスによる顧客深耕と受注拡大、中途サービスにおけるリブランディングを含めたプロダクト改革、新卒サービスとの基盤統合等による成功報酬型の拡大を推進する。なお新規事業として新卒・中途サービスの紹介事業を立ち上げる。人員増などの戦略投資で人件費が増加するが、紹介事業の収益（成功報酬）は売上計上時期（原則として入社時）が遅行するため、当面は費用負担が先行する。キャリア領域以外では mond のプロダクト開発・成長を加速させ、国内首位の質問箱サービスとしての地位を確固たるものにするとともに、非日本語圏への本格的なサービス展開の準備を進める。2025年2月には米国に mond, Inc. を設立した。当面は専門人材の獲得、回答者獲得マーケティング、海外拠点立ち上げ等の費用負担が先行する。さらに M&A・アライアンス戦略として、成長性と利益率を重視しながら、既存事業との補完性に優れた案件を精査して実行する。

■ 成長戦略

新卒サービスの顧客単価向上、新規事業の収益化を推進

1. 基本戦略

同社は成長に向けた基本戦略として、BtoB 領域のキャリアプラットフォーム事業は「成長性×収益性」の観点から魅力的な事業フェーズにあるため、グループシナジーを活かして高成長を目指す。具体的には新卒サービスにおける顧客単価向上と顧客数増加、中途サービスにおける採用決定数の増加による収益性改善、RPO サービスにおけるグループシナジーの活用を推進するほか、2026年1月期には新規事業として新卒・中途紹介事業を立ち上げる。さらに中長期的な成長に向けて事業ポートフォリオの多様化に取り組む方針としている。具体的には新規事業領域の新型質問箱サービス mond について、早期の事業化・収益化に向けてプロダクト開発を加速させる。さらに M&A・アライアンスも積極活用する方針だ。

成長戦略

ハウテレビジョンの事業戦略

ハウテレビジョンの事業戦略

キャリアプラットフォーム事業は、成長性 x 収益性の観点から魅力的な事業フェーズにある。一方で、中長期的な成長のため、事業ポートフォリオの多様化に取り組んでいる。新規事業領域ではmondの開発を進める。加えて、外部成長機会の創出にも積極的に取り組む



出所：決算説明資料より掲載

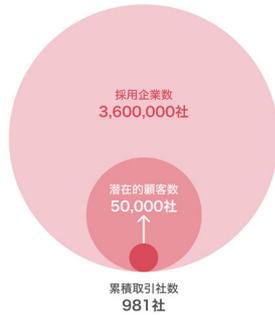
キャリアプラットフォーム事業を取り巻く市場環境としては、ビジネス職・エンジニア職ともに新卒市場での優秀人材獲得がメンバーシップ型では困難となり、外資系企業にとどまらず国内大手企業においてもジョブ型採用への移行が加速している。また、社会・産業のDXに伴って企業のIT人材に対する量的・質的需要が一段と高まっている。そして同社資料によると、キャリアプラットフォーム事業の成長余地として、顧客開拓では採用企業数360万社のうち潜在的顧客数は5万社で同社の累積取引社数(2025年1月期末時点)は981社、会員獲得では労働力人口6,905万人のうち潜在会員数は1,107万人で同社の累積会員数(同)は約58万人であり、同社にとって市場開拓余地は大きい。

キャリアプラットフォーム事業：成長余地

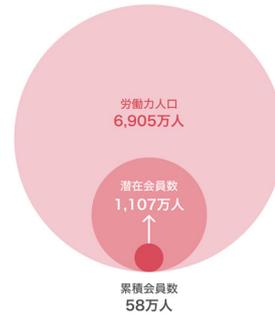
キャリアプラットフォーム事業：成長余地

採用支援サービス市場において、企業数・会員数ともに大幅な事業拡大余地あり

採用企業数



会員数



出典：ハウテレビジョン。2025年1月期末時点。キャリアプラットフォーム（新卒及び中途サービスの合計）で表示・採用企業数：採用に際して、他社提供を含め求人掲載等を受託している企業数・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開拓に際しては、他社提供への開拓等の進捗機会が発生していることを留意。累積取引社数：当社と取引のあった企業数の累計。

出典：ハウテレビジョン。2025年1月期末時点。キャリアプラットフォーム（新卒及び中途サービスの合計）で表示・労働力人口：総務省「労働力調査（基本集計）」。2024年3月25日時点。潜在会員数：同社が「令和4年度 民間企業労働力調査」第2次より年間総額600万円以上の給与所得者を合計、2023年9月時点。累積会員数：キャリアプラットフォーム事業（新卒及び中途サービス）の累積会員数。

出所：決算説明資料より掲載

成長戦略

なお、M&A・アライアンスの対象領域・候補先企業は、キャリア領域では同社の顧客企業群に対してクロスセルが可能なサービス（人事・採用関連サービスなど）を保有している企業、ライフスタイルを含む能力開花領域では同社のキャリアプラットフォーム事業の顧客もしくは将来的に顧客となりうる層に対してオンラインサービスを通じて能力開花の機会（未就学児～高校生の習いごと・語学学習、社会人向けビジネススクール、ハイクラス人材の恋愛・結婚など）を提供している企業、テクノロジー領域では同社のプロダクトの拡張につながるような技術的知見及び先進技術を活用したプロダクト（マッチング精度の高度化、生成系 AI の活用など）を保有している企業としている。

M&A の投資ガイドラインについては、対象企業・事業は候補先選定基準に適合する企業及び事業、業績面は原則として EBITDA 黒字企業（想定されるシナジーの大きさによっては EBITDA 赤字も許容）、金額は EV/EBITDA 倍率 10 倍以下が目安（EBITDA 赤字の場合は投資額 5 億円が上限）、原資は原則として現金及び預金と金融機関からの借入（金額の多寡によっては資本スキームも検討）としている。各事業年度における件数・金額目標は定めず、案件に応じて柔軟に検討する。この選定基準・ガイドラインに基づいて、2023 年 8 月に幼児教育支援事業を展開する Palett が発行した新株予約権（第 1 回 J-KISS 型新株予約権）を取得、2024 年 4 月に RPO サービスのログリオを子会社化した。

2. 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・多様化や新規投資に充当することでさらなる事業拡大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する方針だが、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。

3. アナリストの視点

同社は高付加価値なリクルーティング・メディアとして独自のポジショニングを確立し、顧客数や会員数が増加基調である。会員は若手ハイクラス層で顧客企業は外資系企業や国内大手企業を主たるターゲットとしていること、フロー型の新卒サービス領域からストック型の中途サービス領域へと継続利用される好循環のユーザーズストック型プラットフォームであること、一般的な人材サービス企業との比較で広告宣伝費・販促費の額が圧倒的に小さいことなどが特徴・強みであり、市場開拓余地も大きい。こうした独自の高収益ビジネスモデルや中長期成長ポテンシャルを弊社では評価している。したがって、2026 年 1 月期の事業基盤強化に向けた戦略投資の成果により、2027 年 1 月期は再成長に向かうことが期待できると弊社では考えている。

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