

|| 企業調査レポート ||

ハウテレビジョン

7064 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年4月7日 (火)

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. 2026年1月期の業績概要	01
2. 2027年1月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	01
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 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KPI	07
4. 市場環境及び同社の競合優位性	09
■ 業績動向	10
1. 2026年1月期の業績概要	10
2. サービス別の動向	11
3. 財務の状況	12
■ 今後の見通し	13
■ 成長戦略	15
1. 基本戦略	15
2. 弊社の視点	16
■ 株主還元策及びサステナビリティ経営	17
1. 株主還元策	17
2. サステナビリティ経営	17

■ 要約

2026年1月期の各利益は減益となるも、予想比では大幅に上振れ

ハウテレビジョン<7064>は、ハイクオリティな人材を目指す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各種プラットフォーム事業を展開している。ターゲットは、グローバルプロフェッショナルを目指す難関大学生や、キャリアアップ志向の強い若手社会人といった「ハイクラス層」に特化している。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。

1. 2026年1月期の業績概要

2026年1月期の連結業績は、売上高が前期比18.1%増の2,558百万円、営業利益が同37.5%減の251百万円、経常利益が同37.9%減の248百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同60.3%減の96百万円、EBITDA (営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用) が同20.2%減の435百万円となった。売上高は、主力の新卒サービスを中心に高成長を継続して過去最高を更新した。利益面は、業容拡大に伴う人件費等の増加に加え、本社移転コストとして旧オフィスの固定資産加速償却を実施したことや、新旧オフィスの賃料二重払いが発生した影響により減益となった。ただし、期初予想に対しては各利益とも大幅に上振れて着地した。業務効率化によって人員の増加数が予想を下回ったほか、本社移転において居抜き退去が実現し、原状回復費が想定より低く抑えられたことで、費用全体が予想を大幅に下回ったためである。

2. 2027年1月期の業績見通し

2027年1月期の連結業績予想は、売上高が前期比21.2%増の3,100百万円、営業利益が同80.1%減の50百万円、経常利益が同84.7%減の38百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同72.0%減の27百万円、EBITDAが同2.7%増の447百万円としている。売上高は、各サービスが高成長を継続して過去最高となる見込みである。利益面は、成長に向けた戦略投資に加え、新リース会計の早期適用に伴う減価償却費の増加により営業減益を予想している。その一方で、EBITDAは増益を確保する見通しである。同社は期初に保守的な予想を公表する傾向が強く、大幅な増収効果や適切なコストコントロールによって、前期同様の上振れ余地があると弊社では考えている。

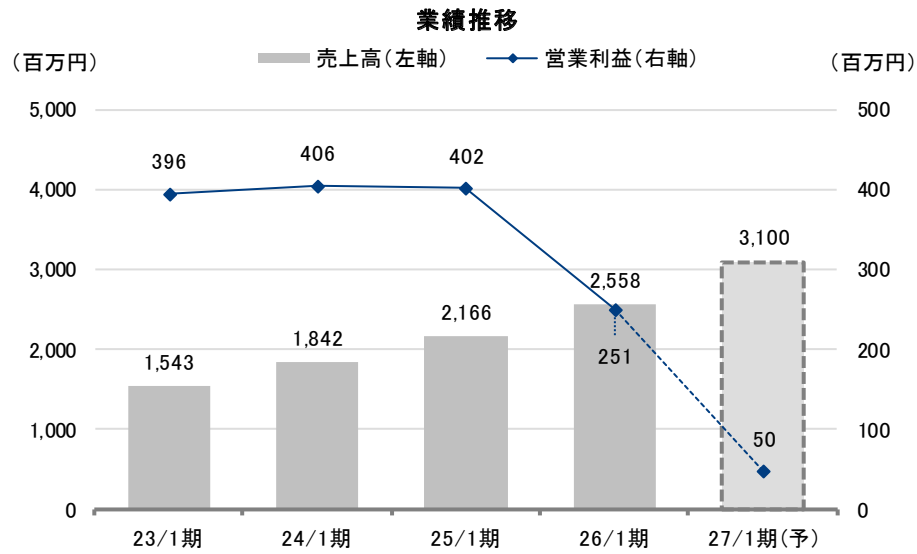
3. 成長戦略

同社は成長に向けた基本戦略として、グループシナジーを生かした高成長を目指している。たとえば、新卒サービスは利益率を維持しながら売上高を成長させるため、顧客層・顧客数の拡大、顧客単価の向上、スカウト利用の拡大を推進する。中途サービスは新卒サービスとの会員基盤を一体化し、採用決定数増加によって売上高の拡大及び利益率の向上を図る。また、中長期的な成長に向け、新規事業である新卒・中途紹介事業の拡大・収益化に加え、BtoCモデルやCtoCモデルの新サービス開発・事業化により事業ポートフォリオの多様化に取り組むほか、M&A・アライアンスも積極活用する方針である。

要約

Key Points

- ・ 2026年1月期は増収、費用増により減益。新卒サービスが高成長を継続
- ・ 2027年1月期は営業減益を見込むも、EBITDAは増益を予想
- ・ LIFEプラットフォーム事業を核にM&Aによる事業多角化と成長を加速



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

■ 会社概要

ハイクオリティな人材を目指す大学生の就活や若手社会人を支援

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、ハイクオリティな人材を目指す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各種プラットフォーム事業を展開している。ガバナンス体制については、2025年4月23日付で監査等委員会設置会社へ移行したほか、2026年2月には東京都港区六本木への本社移転を完了した。

2026年1月期末時点の総資産は2,701百万円、純資産は1,430百万円、自己資本比率は52.3%、従業員数は78人である。グループは同社を中心に、2024年2月に設立したLiiga(株)、同年4月に連結子会社化した(株)ログリオ、2025年2月に米国デラウェア州で設立したmond,Inc.で構成される。なお、Liiga(株)が運営していた「Liiga(現「外資就活ネクスト」)」は、2025年1月に同社が吸収分割によって承継した。

2. 沿革

2010年2月に同社を設立し、同年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」の運営を開始した。2016年2月には、若手社会人向けキャリアアップ支援サービス「Liiga」をリリースした。株式市場においては、2019年4月に東京証券取引所(以下、東証)マザーズ市場へ新規上場を果たした。その後、2022年4月の市場区分見直しに伴ってグロース市場へ移行し、2026年2月には東証スタンダード市場へ市場変更した。

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(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
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
2019年 4月	東京証券取引所マザーズ市場に株式上場
2022年 4月	東京証券取引所グロース市場に移行
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
2025年 1月	吸収分割によりLiiga(株)の中途採用プラットフォーム事業を同社に承継
2025年 2月	mond, Inc.を設立
2025年 4月	監査等委員会設置会社へ移行
2026年 2月	東京証券取引所スタンダード市場へ市場区分変更

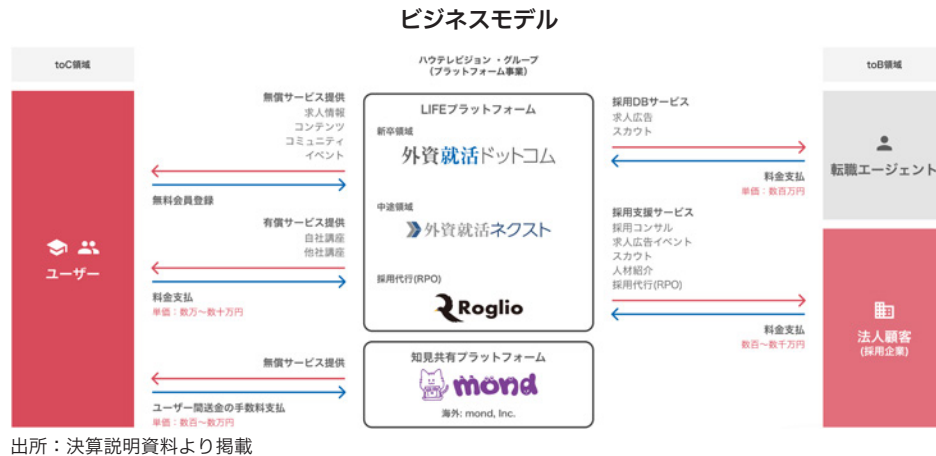
出所：有価証券報告書、IRニュースよりフィスコ作成

事業概要

「外資就活ドットコム」「mond」など各種プラットフォーム事業を展開

1. サービス概要

同社は、提供するサービス区分を「LIFEプラットフォーム事業」「知見共有プラットフォーム事業」の2つとしている。LIFEプラットフォーム事業には、新卒学生向けの(新卒サービス)「外資就活ドットコム」、中途採用向けの(中途サービス)「外資就活ネクスト」、エンジニア採用代行のRPOサービスが含まれる。また、知見共有プラットフォーム事業として、匿名Q&Aプラットフォームの「mond」を展開している。



(1) 外資就活ドットコム

「外資就活ドットコム」は、新卒学生向けに就職支援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在籍し、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ている。これに対し、入社難易度が高いとされる外資系企業や国内大手企業を厳選して募集情報を掲載している。

付随して、機能強化に向けてAIツールの導入も推進しており、2025年2月には“ガクチカ(学生時代に力を入れたこと)”や開発経験のPR作成を支援する「AI ES ビルダー」を、2026年1月には選考プロセスの統合管理やスケジュールの自動生成機能を搭載した「就活コパイロット」をそれぞれリリースし、学生の利便性向上を図っている。

さらに、プラットフォーム運営に加え、「外資就活ドットコム」の会員基盤と連携した新卒紹介サービス「外資就活エージェント」を展開している。これは高い専門性を持つ学生と企業を直接マッチングするサービスで、従来のビジネス職に加え、2025年10月からはエンジニア職へも対象を拡大している。

事業概要

収益モデルは、募集企業からの広告掲載料や会員へのアプローチ権限付与に伴う成約課金手数料などが主柱となっている。一般的な人材紹介サービスのような成功報酬型だけでなく、広告収入を収益の柱としている点が同社の特色である。なお、登録会員数については、就職活動を終えた学生が卒業時に退会するため第1四半期(2月～4月)に一時的に減少するものの、その後は次年度の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) 外資就活ネクスト

「外資就活ネクスト」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人材を対象としたキャリア開発リクルーティング・プラットフォームである。従来の「Liga」を2025年4月にリブランディングしたものであり、豊富なコラムやケーススタディ、業界研究といったコンテンツを通じたスキルアップ支援のほか、トップ企業や厳選されたエージェントから直接メッセージが届くスカウト機能、特別求人掲載するジョブサーチ機能などを備えている。募集企業にとっては、採用難易度の高い若手ハイクラス層に直接アプローチできる点が利点となっている。

収益モデルは、募集企業が直接採用を行う「ダイレクト・リクルーティング」によるシステム基本利用料及び転職成功報酬、さらには転職エージェントによる会員紹介に伴う成功報酬などで構成される。

なお、「外資就活ネクスト」の登録会員については、「外資就活ドットコム」を卒業・就職に伴い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同サービスへ移行し、継続利用するケースが多い。このように会員数が累積的に積み上がるストック型の構造となっている。現在は新卒サービスとの基盤統合などを進めており、プラットフォームとしてのさらなる進化を図っている。

(3) RPOサービス

RPOサービスは、ログリオが展開している。ログリオはITエンジニア採用に特化した専門性を強みとしており、採用コンサルティングとしての役割も担っている。サービス品質は外部からも評価されており、2022年12月にはエンジニア採用における優れた実績を持つ企業を表彰する「LAPRAS SCOUT AWARD 2022」にてRPO賞を受賞した。また2026年2月には、企業の採用成功に寄与したパートナーに贈られる「転職ドラフトAWARD (RPO部門)」を受賞している。現在は同社との連携により、グループの顧客基盤を生かしたクロスセルの強化や営業体制の最適化を通じて、さらなる事業拡大を推進している。

事業概要

(4) mondサービス

同社は、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モデルを主力としているが、ビジネスドメインの拡大及び収益源の多様化に向けて、BtoCモデルやCtoCモデルの新サービス開発・事業化を推進している。

匿名Q&Aプラットフォーム「mond」は、匿名の質問やメッセージを通じて、クリエイターや専門家、並びにそのフォロワーが双方向でやり取りできるコミュニケーションサービスである。独自のAI技術により誹謗中傷等の有害なメッセージを排除する機能を備えており、2021年8月のサービス開始以降、漫画家や研究者、Vtuberなど多岐にわたるクリエイターと、そのファン層をつなぐ独自のコミュニティを形成してきた。匿名性を生かした本音の対話を促進することで、単なる発信型のSNSを超えた「問いと対話」を軸としたプラットフォームとしての成長を目指している。2025年2月には米国法人mond, Inc.を設立し、グローバル展開を本格始動した。

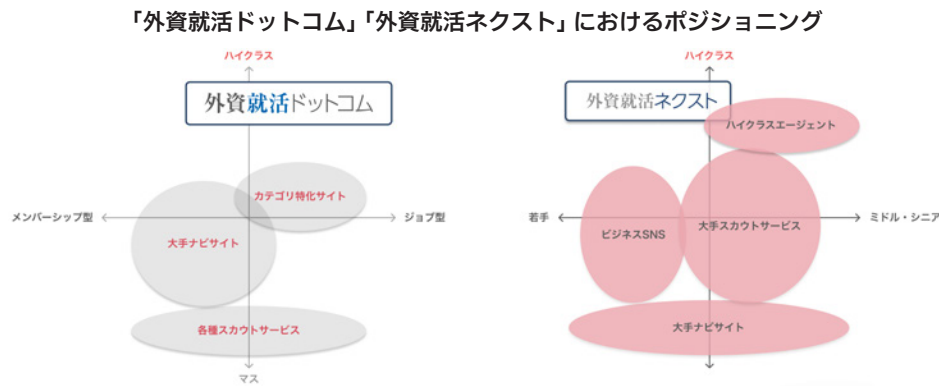
「mond」の利用者数は国内外で加速度的に増加しており、月間アクティブユーザー数(MAU)は2025年1月の500万人から、同年11月には1,500万人を超えた。同年10月には累計質問投稿件数も500万件に上っている。生成AIを活用した自動翻訳機能の導入など、利便性向上施策が功を奏し、海外からのアクセスも急増している。収益面では、広告宣伝費等の先行投資が続く段階にあるものの、サブスクリプション型の月額課金収入が拡大基調にあり、次なる収益の柱としての期待が高まっている。

ハイクラスに特化し、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

同社の会員層は、挑戦志向の高い難関大学生やキャリアアップ志向の強い若手社会人を中心としており、「ハイクラス層」を主たるターゲットに定めている。顧客となる募集企業は、外資系企業や国内大手企業のうち、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る企業である。ハイクラス層に特化した独自のポジショニングを強みとして、大規模な求人ナビサイトやポテンシャル採用を中心とした一般的な就職・転職支援サービスとの差別化を明確にしている。



事業概要

(2) 会員属性

2025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、京都大学などの国立大学、及び早慶をはじめとする難関私立大学が約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にある。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、営業で約7割を占める。ITエンジニア等の理系職の構成比は数値上10%程度にとどまるが、コンサルタントや営業職にはセールスエンジニア等も含まれるため、実質的な理系職の比率はこれより高いと推定される。また、中途会員の約6割が年収600万円以上であり、ハイクラスユーザー向けサービスであることが裏付けられている。

なお、同社の調査機関である外資就活総合研究所が実施した「2028年卒就活人気企業ランキング(2026年2月)」によると、1位のペイカレント<6532>をはじめ、上位10社のうち7社をコンサルティング業界が占めた。ほかにも(株)三井住友銀行(5位)や三菱商事<8058>(7位)などの日系大手企業がランクインしており、利用学生の多くが入社難易度の高い企業を志向していることを示している。

(3) 好循環のユーザーストック型プラットフォーム

同社の強みは、独自の集客エンジンにより、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会員が蓄積・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」にある。新卒向けの「外資就活ドットコム」と中途向けの「外資就活ネクスト」が連動しており、卒業・就職に伴い退会した会員が、キャリアアップを目指して「外資就活ネクスト」へ移行する仕組みが構築されている。近年は「外資就活ドットコム」出身者以外への認知度も向上し、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%、2026年1月期が8.8%となった。2026年1月期は「mond」関連の広告宣伝費増加により全体として比率が上昇し、今後も積極的にマーケティング施策を実行して比率が上昇する可能性があるものの、一般的な人材サービス企業との比較では依然として広告宣伝費・販促費の額が圧倒的に小さいことが特長である。

取引先数・会員数とも増加基調。顧客単価も向上し、増収に寄与

3. サービス別売上高とKPI

(1) サービス別売上高と季節要因

2026年1月期の連結売上高は2,558百万円となった。内訳は、新卒サービスが2,080百万円(売上構成比81.3%)、中途サービスが349百万円(同13.6%)、RPOサービスが96百万円(同3.8%)、mondサービスが33百万円(同1.3%)である。

ハウテレビジョン | 2026年4月7日 (火)

7064 東証スタンダード市場 | <https://howtelevision.co.jp/ir/>

事業概要

主力の新卒サービスは増収基調で、2026年1月期の売上高は2021年1月期の726百万円に対して2.9倍の規模に成長した。新卒サービスの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割である。取引社数及び会員数の増加、採用メディアとしての高品質な価値提供（採用効果の実現）やクロスセル（配信型商品の追加購入など）による取引単価上昇に加え、スカウト機能の利用拡大も寄与している。また新卒サービスにおいては年間取引額1,000万円以上の企業の割合が継続的に上昇しており、2026年1月期は前期比6ポイント上昇して36%となった。

中途サービスの売上高は停滞する時期があったものの、2025年4月に実施したリブランディング効果により、2026年1月期は2021年1月期の142百万円に対して2.5倍の規模に成長した。また2026年1月期中途サービスにおける平均採用決定年収は前期比10.8%増加して921万円、平均年齢は同1.4歳上昇して29.9歳となった。中途サービスでは転職決定年収の上昇に伴って成功報酬単価が上昇基調である。現在、RPOサービスとmondサービスは先行投資段階である。

同社の業績には季節要因があり、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、全体としては第2四半期（5月～7月）及び第4四半期（11月～1月）の構成比が高く、第1四半期（2月～4月）及び第3四半期（8月～10月）の構成比が低くなる。ただし、第1四半期の構成比は従来に比べて年々高くなっており、これは募集企業の採用活動や学生の就職活動の開始時期が前倒し傾向になっていることが影響していると考えられる。

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。

サービス別売上高の推移

（単位：百万円）

	21/1期	22/1期	23/1期	24/1期	25/1期	26/1期
売上高合計	868	1,144	1,543	1,842	2,167	2,558
新卒サービス	726	897	1,242	1,536	1,769	2,080
中途サービス	142	247	301	306	295	349
RPOサービス	-	-	-	-	100	96
mondサービス	-	-	-	-	3	33
新卒サービスの年間取引額 1,000万円以上企業割合	9%	13%	18%	24%	30%	36%
中途サービスの平均採用決定年収	711万円	757万円	785万円	786万円	831万円	921万円
中途サービスの平均採用決定年齢	28.9歳	28.9歳	28.9歳	28.5歳	28.5歳	29.9歳

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業概要

(2) KPI

2026年1月期末時点のKPIとして、LIFEプラットフォーム事業合計の累積取引社数は1,088社（前期末は981社）、累積会員数は705,475人（同582,931人）に上った。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にあり、これに伴いハイクラス人材を求める取引社数も着実に増加している。

新卒サービスの累積送客数^{※1}は前期比9.6%増の3,883,980人、累積スカウト承諾数^{※2}は同48.4%増の114,728人となった。特定の候補者へ直接的なアプローチを求める企業ニーズに応え、2021年10月に提供を開始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の効果により、スカウト承諾数が急増している。

※1 サービス上での掲載型採用広告商品の効果を示す。広告クリック数をカウントした数値でスカウト経由の応募数は含まない。

※2 サービス上での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。

中途サービスの累積マッチング数^{※1}は前期比20.2%増の142,633回となった。「スマート面談」機能の導入や、優良企業等による良質なスカウト送付の増加により、成功報酬売上の先行指標となるマッチング数も増加基調にある。「mond」の累積MAU^{※2}は同3.9倍の136,935,400に上り、コンテンツの拡充及び認知度向上により、国内外で急成長している。

※1 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で、成功報酬売上の先行指標となる。

※2 月間アクティブユーザー数の累積で「mond」普及の趨勢を示す。

4. 市場環境及び同社の競合優位性

人材ビジネス関連市場（人材派遣・紹介、就職・転職支援等）においては、一般的に景気変動に伴う雇用情勢の変化、競合激化、及び法的規制などが収益に影響を与えるリスク要因となる。一方で、優秀な人材に対する企業の採用意欲は根強く、市場規模の大きさに加え、成長市場としての期待も高い。ただし、就職・転職支援領域に限定しても競合企業は多く、差別化が不可欠な環境にある。

こうした事業環境に対し、同社はターゲットをハイクラス層（学生・若手社会人）及びハイクラス企業に特化することで、独自性の強い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いる。ハイクラス人材に対する採用ニーズは景気後退局面においても堅調であり、同分野に特化した競合が少ない点は大きな優位性となっている。

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会員が移行する「ユーザーストック型プラットフォーム」を構築しており、一般的な人材サービス企業と比較して広告宣伝費及び販促費を圧倒的に低く抑えられる点も強みである。こうした競合優位性や独自の収益特性により、高い収益率を実現している。

業績動向

2026年1月期は増収、費用増により減益。 新卒サービスが高成長を継続

1. 2026年1月期の業績概要

2026年1月期の連結業績は売上高が前期比18.1%増の2,558百万円、営業利益が同37.5%減の251百万円、経常利益が同37.9%減の248百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同60.3%減の96百万円、EBITDA (営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用) が同20.2%減の435百万円となった。

売上高は、主力の新卒サービスを中心に高成長を継続し、過去最高を更新した。利益面については、業容拡大に伴う人件費・外注費・減価償却費の増加に加え、本社移転に関連する一時的なコストが発生した影響で、前期比では減益となった。具体的には、旧オフィスの固定資産加速償却 (2025年2月~2026年1月) の実施や、新旧オフィスの賃料重複 (2025年10月~2026年3月) が重荷となった。費用 (売上原価及び販管費の合計) は前期比30.7%増の2,307百万円、対売上高費用比率は同8.8ポイント上昇して90.2%となった。主な内訳は、人件費が22.6%増、外注費が33.0%増、本社費用が40.9%増、通信費が26.3%増、減価償却費が26.8%増であった。また、広告宣伝費及び販促費は同80.8%増の226百万円に上り、売上比率は3.0ポイント上昇して8.8%となった。これは主に「mond」関連の積極的なマーケティング投資によるものである。

ただし期初予想 (売上高2,750百万円、営業利益50百万円、経常利益44百万円、親会社株主に帰属する当期純利益27百万円、EBITDA267百万円) との比較では、売上高こそ期ズレの影響等により192百万円下回ったものの、利益面は軒並み大幅な上振れで着地した。営業利益は201百万円、経常利益は204百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は69百万円、EBITDAは168百万円と、いずれも予想を大きく上回った。この要因として、業務効率化の進展により人員増が予想を下回ったこと、本社移転が居抜き退去となったことで原状回復費用が想定を大幅に下回ったことが挙げられる。さらに、全社的なコストコントロールの徹底が奏功し、総費用は予想を393百万円下回る結果となった。

ハウテレビジョン | 2026年4月7日 (火)
 7064 東証スタンダード市場 | <https://howtelevision.co.jp/ir/>

業績動向

2026年1月期連結業績の概要

(単位：百万円)

	25/1期		26/1期			前期比		計画比	
	実績	売上比	計画	実績	売上比	増減額	増減率	達成額	達成率
売上高	2,167	100.0%	2,750	2,558	100.0%	391	18.1%	-192	93.0%
新卒サービス	1,769	81.6%	2,276	2,080	81.3%	311	17.6%	-196	91.4%
中途サービス	295	13.6%	307	349	13.6%	54	18.3%	42	113.7%
RPOサービス	100	4.6%	142	96	3.8%	-4	-4.0%	-46	67.6%
mondサービス	3	0.1%	12	33	1.3%	30	-	21	274.0%
費用(原価+販管費)	1,764	81.4%	2,700	2,307	90.2%	542	30.7%	-393	85.4%
営業利益	402	18.6%	50	251	9.8%	-151	-37.5%	201	502.8%
新卒サービス	1,124	63.5%	1,485	1,382	66.4%	258	23.0%	-103	93.1%
中途サービス	145	49.2%	145	167	47.9%	22	15.2%	22	115.2%
RPOサービス	28	28.0%	31	18	18.8%	-10	-38.0%	-13	57.0%
mondサービス	-256	-	-299	-364	-	-108	-	-65	-
コーポレート	-629	-	-1,286	-952	-	-323	-	334	-
経常利益	400	18.5%	44	248	9.7%	-152	-37.9%	204	564.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	243	11.2%	27	96	3.8%	-147	-60.3%	70	357.7%
EBITDA	545	25.2%	267	435	17.0%	-110	-20.2%	168	163.1%

注1：計画は2025年3月12日付の期初公表値

注2：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用

注3：各実績数値については、表記上の都合により単位未満を四捨五入。なお、増減率等の比率算出には千円単位の数値を使用

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

2. サービス別の動向

サービス別の売上高は新卒サービスが同17.6%増の2,080百万円、中途サービスが同18.3%増の349百万円、RPOサービスが同4.0%減の96百万円、mondサービスが33百万円(前期は3百万円)、営業利益は新卒サービスが同23.0%増の1,382百万円、中途サービスが同15.2%増の167百万円、RPOサービスが同38.0%減の18百万円、mondサービスが364百万円の損失(前期は256百万円の損失)、コーポレートが952百万円の損失(前期は629百万円の損失)となった。

新卒サービスは高成長を継続した。取引社数、会員数、累積送客数、累積スカウト承諾数が順調に増加し、利益面では収益性の高いスカウト機能(配信型採用広告)の利用拡大に伴う顧客単価上昇も寄与した。中途サービスはリブランディング効果も寄与してマッチング数が増加し、売上高・営業利益とも順調に拡大した。RPOサービスは営業体制が未整備のため伸び悩んだが、同社との連携強化による営業体制再構築などの施策を推進している。mondサービスは先行投資段階のため損失を計上したが、サービス普及の趨勢を示す累積MAU(月間アクティブユーザー数)が加速度的に増加している。

業績動向

3. 財務の状況

財務面で見ると、2026年1月期末の資産合計は前期比346百万円増加して2,701百万円、負債合計は同230百万円増加して1,270百万円、純資産合計は同116百万円増加して1,430百万円となった。資産では主に現金及び預金が80百万円減少、のれんが84百万円減少、建物が64百万円減少した一方で、売掛金が23百万円増加、建設仮勘定が364百万円増加、敷金が103百万円増加した。負債では主に未払金が410百万円増加した。長短借入金合計は同217百万円減少して398百万円となった。純資産合計では利益剰余金が96百万円増加した。この結果、自己資本比率は同3.5ポイント低下して52.3%となった。自己資本比率が低下したが、現在は成長過程にあるため大きな課題とは言えず、キャッシュ・フローの状況を含めて財務の健全性が維持されていると弊社では考えている。

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)

	22/1期末	23/1期末	24/1期末	25/1期末	26/1期末	増減
資産合計	786	1,107	1,910	2,354	2,701	346
流動資産	453	799	1,559	1,842	1,833	-9
固定資産	333	307	350	511	868	356
負債合計	399	367	865	1,040	1,270	230
流動負債	380	359	449	634	1,044	410
固定負債	18	8	415	406	226	-180
純資産合計	386	740	1,044	1,314	1,430	116
株主資本	383	739	1,044	1,314	1,410	96
自己資本比率	48.8%	66.7%	54.7%	55.8%	52.3%	-3.5pp

	22/1期	23/1期	24/1期	25/1期	26/1期
営業活動によるキャッシュ・フロー	130	468	420	421	344
投資活動によるキャッシュ・フロー	-69	-69	-131	-261	-210
財務活動によるキャッシュ・フロー	-62	-76	504	15	-217
現金及び現金同等物の期末残高	309	632	1,424	1,599	1,519

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

2027年1月期は営業減益を見込むも、EBITDAは増益を予想

2027年1月期の連結業績予想は売上高が前期比21.2%増の3,100百万円、営業利益が同80.1%減の50百万円、経常利益が同84.7%減の38百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同72.0%減の27百万円、EBITDAが同2.7%増の447百万円としている。売上高は各サービスが高成長を継続し、過去最高を更新する見通しだ。利益面では、成長に向けた戦略投資(LIFEプラットフォームの会員及び顧客基盤拡大や「mond」の本格展開に伴うマーケティング投資、新オフィスへの拡張移転に伴う固定費増加など)により、営業利益は大幅な減益を見込んでいる。

特に、新リース会計の早期適用に伴い、家賃相当額等が減価償却費として計上される影響(新オフィスの家賃相当額約1.6億円、固定資産償却費約0.7億円を想定)が大きく、これが営業利益を押し下げる要因となっている。しかし、営業利益に減価償却費等を加えたEBITDAベースでは、実質的な増益(同2.7%増)を維持する計画である。

費用計画の内訳は、人件費が前期比18.3%増の1,243百万円、外注費が同48.1%増の650百万円、本社費用が新オフィスの家賃を減価償却費として処理するため同45.2%減の102百万円、広告宣伝費及び販促費が同59.3%増の360百万円、通信費が同28.7%増の278百万円、減価償却費が同135.9%増の368百万円、その他が同48.5%増の49百万円としている。なお、2027年1月期末時点の従業員数は、前期末の78名に対し80~90名程度を想定している。

2027年1月期連結業績予想の概要

(単位：百万円)

	26/1期		27/1期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	2,558	100.0%	3,100	100.0%	542	21.2%
新卒サービス	2,080	81.3%	2,296	74.1%	216	10.4%
中途サービス	349	13.6%	435	14.0%	86	24.6%
RPOサービス	96	3.8%	116	3.7%	19	20.8%
mondサービス	33	1.3%	254	8.2%	221	-
費用(原価+販管費)	2,307	90.2%	3,050	98.4%	743	32.2%
営業利益	251	9.8%	50	1.6%	-201	-80.1%
新卒サービス	1,382	66.4%	1,545	67.3%	163	11.8%
中途サービス	167	47.9%	167	38.4%	-	-
RPOサービス	18	18.8%	20	17.2%	2	12.0%
mondサービス	-364	-	-399	-	-35	-
コーポレート	-952	-	-1,283	-	-332	-
経常利益	248	9.7%	38	1.2%	-210	-84.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	96	3.8%	27	0.9%	-69	-72.0%
EBITDA	435	17.0%	447	14.4%	12	2.7%

注1：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 株式報酬費用

注2：実績数値については、表記上の都合により単位未満を四捨五入。なお、増減率等の比率算出には千円単位の数値を使用

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

ハウテレビジョン | 2026年4月7日(火)
7064 東証スタンダード市場 | <https://howtelevision.co.jp/ir/>

今後の見通し

サービス別の売上高は新卒サービスが同10.4%増の2,296百万円、中途サービスが同24.6%増の435百万円、RPOサービスが同20.8%増の116百万円、mondサービスが254百万円(前期は33百万円)、営業利益は新卒サービスが同11.8%増の1,545百万円、中途サービスが同横ばいの167百万円、RPOサービスが同12.0%増の20百万円、mondサービスが399百万円の損失(同364百万円の損失)、コーポレートが1,283百万円の損失(同952百万円の損失)の予想としている。

重点施策として、新卒サービスでは得意分野に注力した商品・企画投入による高付加価値化を推進し、顧客深耕による受注額増加、及び新卒紹介事業の拡大を図る。中途サービスでは「外資就活ドットコム」との基盤統合による会員数増加や決定単価上昇を生かして収益拡大を図る。RPOサービスは営業体制を再構築し、高品質な採用コンサルティングサービスのキャパシティ拡大を目指す。mondサービスについては収益化の推進とともに、英語圏への本格展開に着手する。また、成長性と利益率を重視し、既存事業との補完性に優れたM&A案件を精査して実行する。

費用面では、LIFEプラットフォーム事業において人的資本投資や新卒と中途をつなぐ領域での新サービス開発投資を実行する一方、知見共有プラットフォーム事業では「mond」の成長加速に向けた高度専門人材の獲得、回答者獲得マーケティング、海外拠点立ち上げへの投資を積極的に展開する。併せて全社ベースでAI活用による生産性向上投資を推進する方針だ。

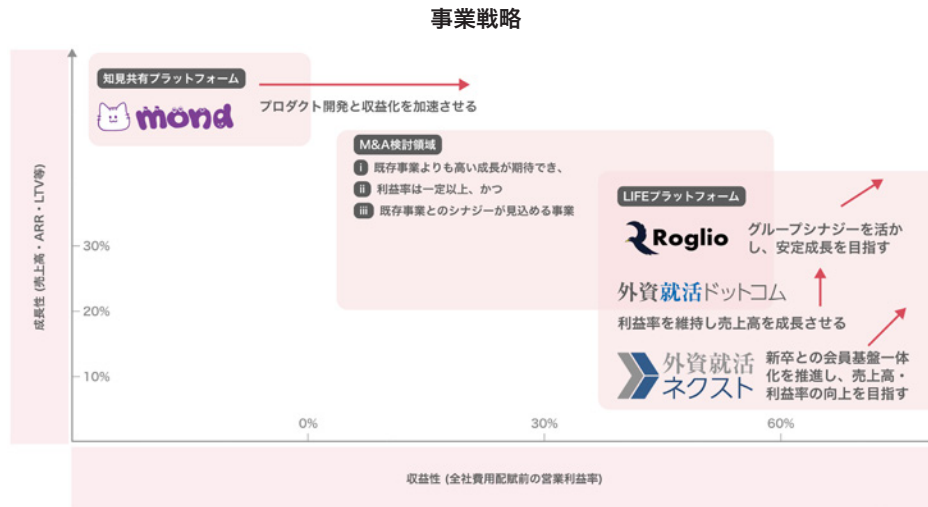
期初予想は保守的である傾向が強く、大幅な増収効果や適切なコストコントロールにより、前期と同様に予想を上回る着地の余地があるものと弊社では考えている。

■ 成長戦略

LIFEプラットフォーム事業を核に M&Aによる事業多角化と成長を加速

1. 基本戦略

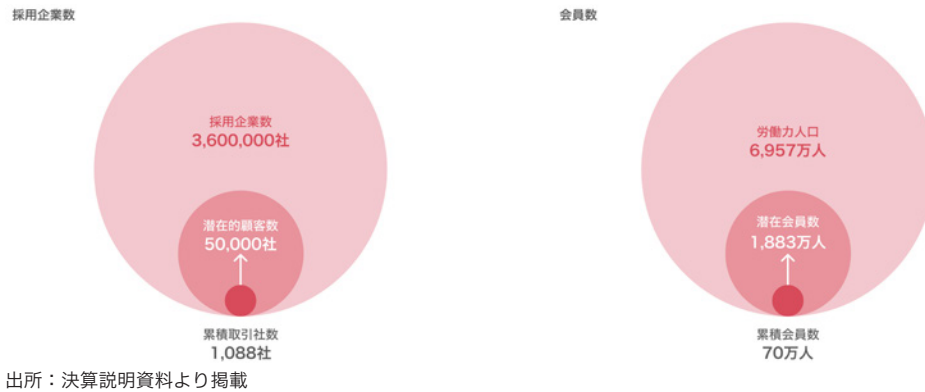
同社は成長に向けた基本戦略として、BtoB領域のLIFEプラットフォーム事業は「成長率×収益性」の観点から収益化フェーズにあるため、グループシナジーを生かして高成長を目指している。具体的には、新卒サービスにおいて利益率を維持しながら売上高を成長させるため、顧客層・顧客数の拡大、顧客単価の向上、スカウト利用の拡大を推進する。中途サービスは新卒サービスとの会員基盤を一体化し、採用決定数の増加によって売上高の拡大及び利益率の向上を図る。RPOサービスについてもグループシナジーを生かして安定成長を目指す。また中長期的な成長に向け、新規事業である新卒・中途紹介事業の拡大・収益化に加え、BtoC及びCtoCモデルの新サービス開発・育成により事業ポートフォリオの多様化に取り組んでいる。具体的には、知見共有プラットフォーム事業の核となる「mond」についてプロダクト開発と収益化を加速させるほか、M&Aやアライアンスも積極的に活用する方針である。



LIFEプラットフォーム事業を取り巻く市場環境は、ビジネス職・エンジニア職ともに、従来のメンバーシップ型採用では優秀な人材獲得が困難となっている。そのため、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だけでなく、社会・産業のDXに伴い、企業のIT人材に対する量的・質的な需要が一段と高まっている。同社資料によるとLIFE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な顧客数は5万社、会員獲得では労働力人口6,957万人のうち潜在会員数は1,883万人となっている。これに対し同社の累積取引社数は1,088社(約2%)、累積会員数は約70万人(約4%) (いずれも2026年1月期末時点)にとどまっており、同社にとって市場開拓のポテンシャルは大きい。

成長戦略

LIFEプラットフォームにおける成長余地



M&Aやアライアンスの対象領域は、既存顧客に対してクロスセルが可能なキャリア領域（人事・採用関連サービス等）に加え、顧客もしくは将来的に顧客となり得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を提供するライフスタイルを含む能力開花領域としている。能力開花領域には、未就学児から高校生の習いごと、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・結婚の支援などが含まれる。さらに、プロダクトの拡張につながる技術的知見を有する「テクノロジー領域」についても、マッチング精度の高度化や生成AIの活用といったプロダクトを保有する企業を対象としている。

M&Aの投資ガイドラインについては、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）を対象とし、金額はEV/EBITDA倍率10倍以下を目安（EBITDA赤字の場合は投資額5億円が上限）としている。原資は原則として現金及び預金と金融機関から借入とする（金額の多寡によっては資本スキームも検討）。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。近年では、この選定基準・ガイドラインに基づいて、2024年4月にはRPOサービスのログリオを子会社化した。

2. 弊社の視点

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、中長期的に市場開拓余地も大きいことが示されている。こうした独自の高付加価値ビジネスモデルを弊社では高く評価している。2027年1月期は先行投資による費用増加が利益を押し下げる要因となるが、事業基盤強化に向けた戦略投資の成果により再成長に向かうことが期待され、その中長期成長に注目したいと弊社では考えている。

■ 株主還元策及びサステナビリティ経営

株主還元は、 経営成績及び財務状態を勘案しつつ将来的に実施する方針

1. 株主還元策

同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題の1つとして認識しているが、現在は成長段階にあることから内部留保の充実を優先している。当面は資金を収益基盤の安定化・多様化や新規投資に充当することで、さらなる事業拡大を推進す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、経営成績及び財務状態を勘案しつつ利益還元を実施する方針だが、現時点における配当実施の可能性及び時期については未定としている。

2. サステナビリティ経営

ミッションに「全人類の能力を全面開花させ、世界を変える。」を掲げ、事業を通じて持続可能な社会の実現に貢献する方針としている。この方針に基づいて企業の持続的な成長と中長期的な企業価値を創出するためのガバナンス体制を構築しているほか、人材の多様性の確保と育成、従業員エンゲージメント、労働慣行及び従業員の健康と安全といった人的資本経営を強化している。また、オンラインサービス提供が中心であることから環境負荷が小さく、温室効果ガスの排出抑制にも寄与するなど、環境に配慮した経営を実践することで社会課題の解決に貢献している。

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・表示したものです。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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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、配布等することは強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