



2026年3月期 第2四半期

## 決算説明資料

株式会社ビースタイルホールディングス  
2025年11月26日

[東証グロース：302A]



# INDEX

目次

1. 2026年3月期 第2四半期 業績概要

2. 2026年3月期 通期業績予想と重要施策の進捗状況

3. 中長期成長戦略

Appendix



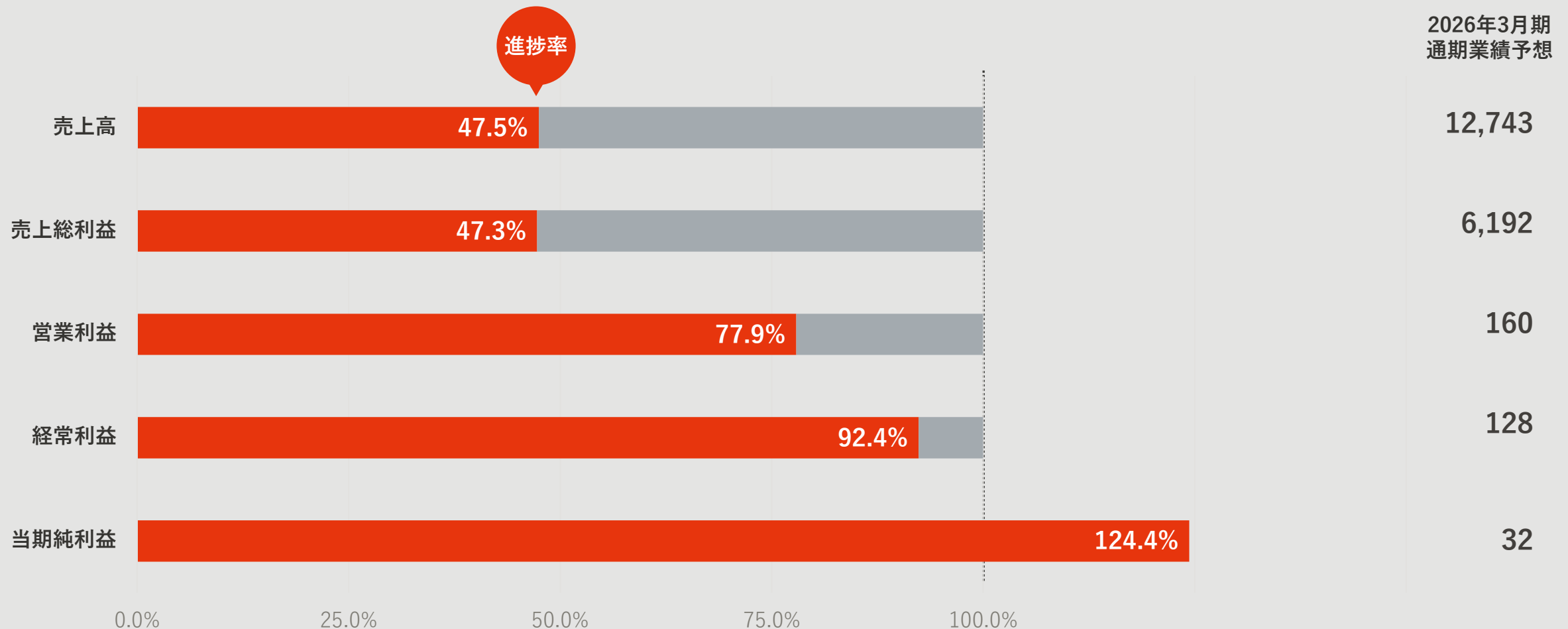
# 01

## 2026年3月期 第2四半期 業績概要

| 売上高      | 売上総利益・売上総利益率 |        |
|----------|--------------|--------|
| 6,048百万円 | 2,927百万円     | 48.4%  |
| 前年同期比    | 前年同期比        | 前年同期比  |
| +6.9%    | +19.7%       | +5.2pt |

- 派遣・紹介事業における派遣労働者の減少により人材派遣売上が減少するも、しゅふJOBを展開するメディア事業及びDX事業の拡大により売上高は前年同期比+6.9%伸長
- 事業KPIとして掲げる売上総利益はメディア事業の拡大が寄与し、前年同期比+19.7%伸長

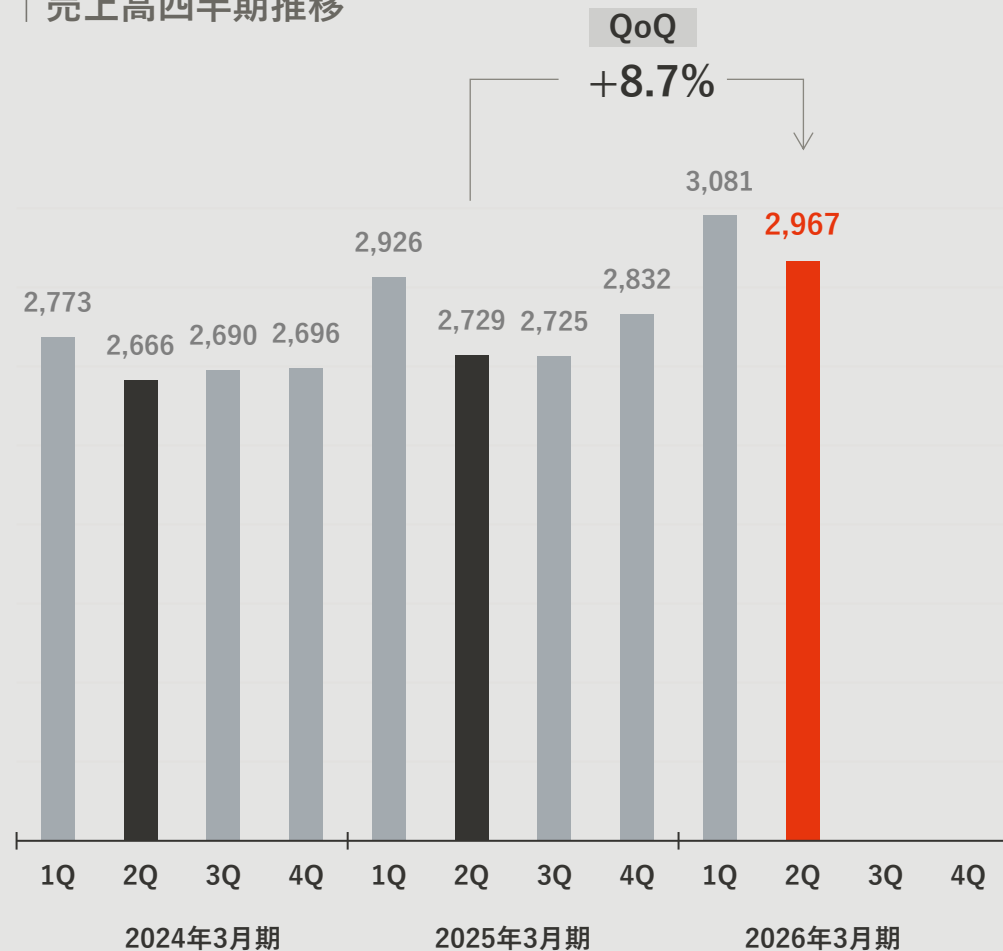
- 2Q時点で営業利益以下の進捗率が計画値を上回って推移
- 後ろ倒しされた費用の発生やメディア事業における積極的な広告投資を継続実施予定のため、現時点で通期業績予想は据え置き、今後の事業進捗に応じて見直しを検討



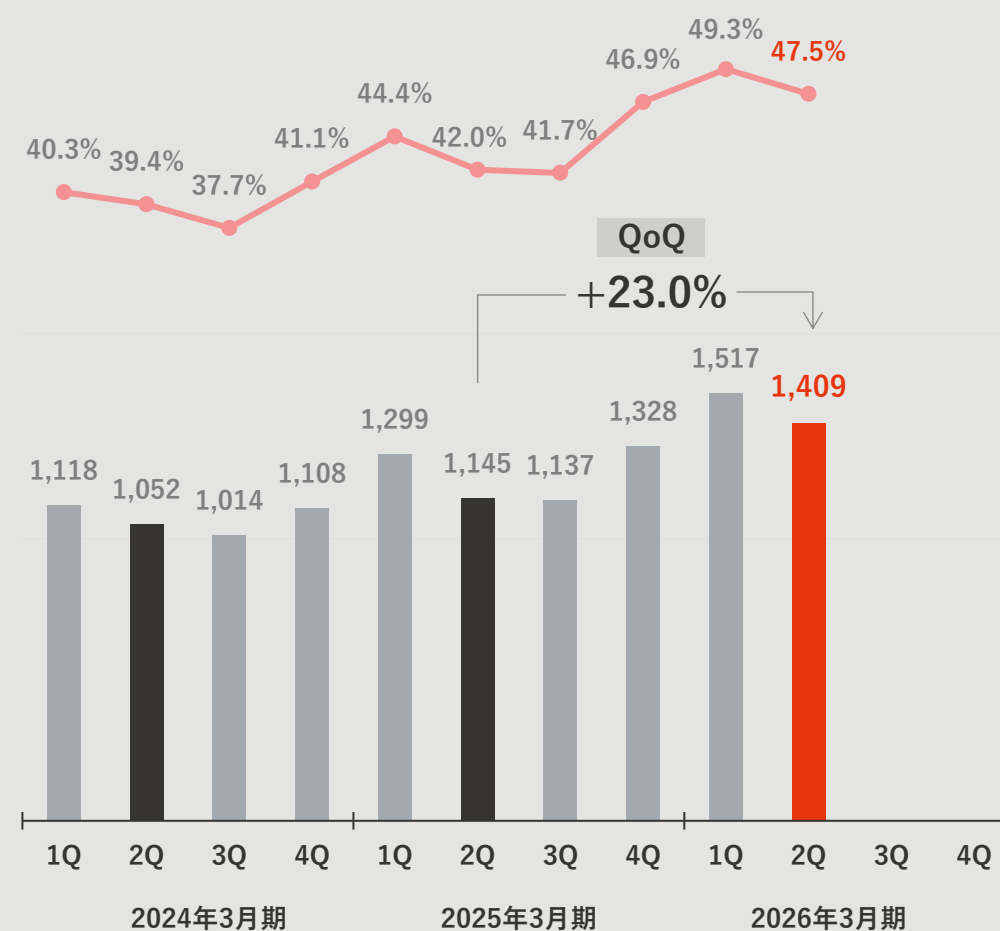
## 売上高と売上総利益の四半期推移

- 2Q会計期間で売上高は前年同期比+8.7%向上、売上総利益も前年同期比+23.0%向上
- メディア事業の拡大により売上総利益率は47.5%と前年同期比で増加

売上高四半期推移



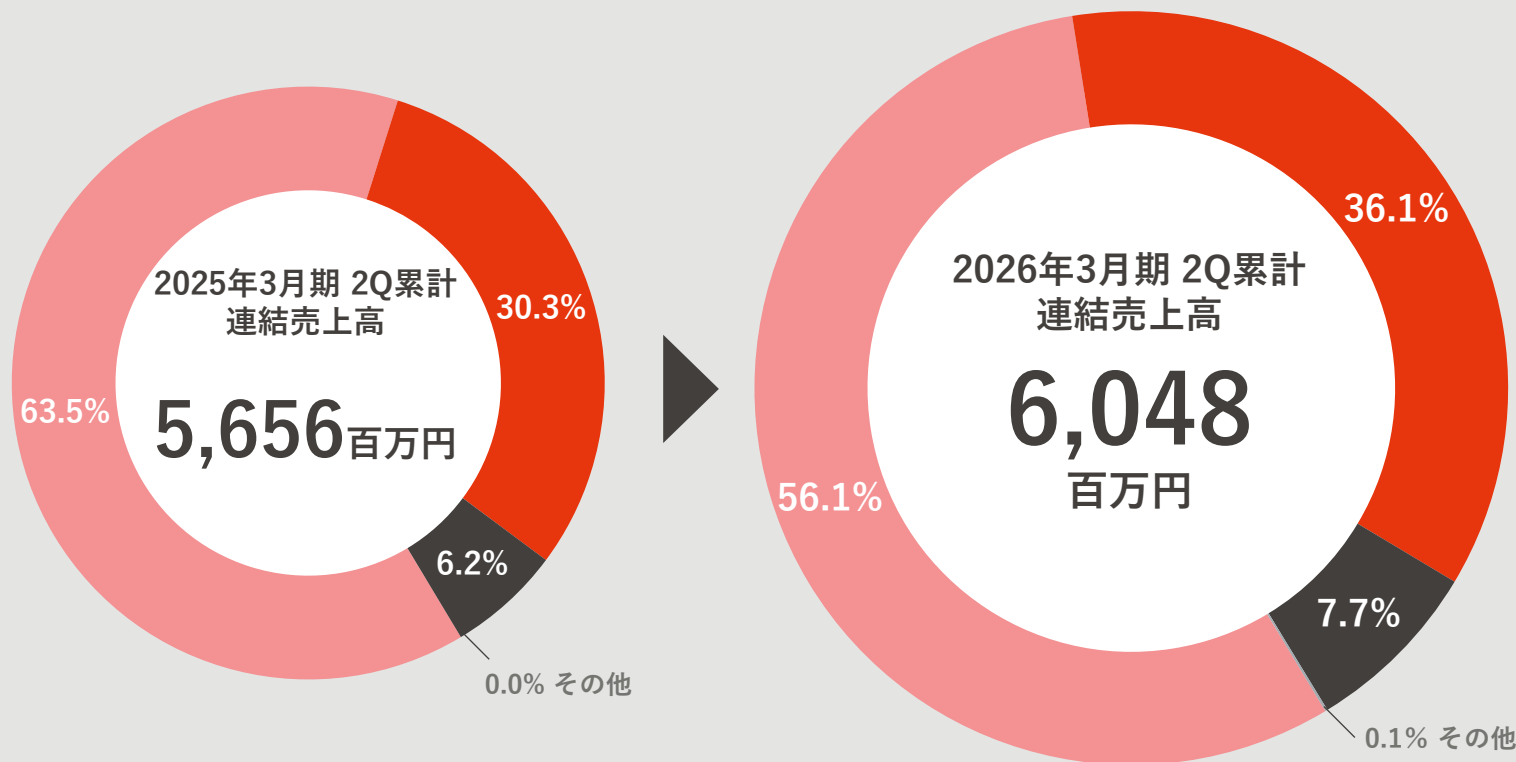
売上総利益・売上総利益率四半期推移



- 前年同期比で売上高は+6.9%増、売上総利益は+19.7%伸長し482百万円増加
- メディア事業の売上高増加による販売促進費、募集広告費等の増加+227百万円、人員増による人件費の増加+98百万円及び値上げ等に伴いシステム利用料の増加+30百万円等により販管費が+477百万円増加

| (単位：百万円)            | 2025年3月期 2Q累計 |        | 2026年3月期 2Q累計 |        | 前年同期比 |        |
|---------------------|---------------|--------|---------------|--------|-------|--------|
|                     | 実績            | 売上高構成比 | 実績            | 売上高構成比 | 増減額   | 増減率    |
| 売上高                 | 5,656         | 100.0% | 6,048         | 100.0% | +392  | +6.9%  |
| 売上原価                | 3,211         | 56.8%  | 3,121         | 51.6%  | ▲90   | ▲2.8%  |
| 売上総利益               | 2,444         | 43.2%  | 2,927         | 48.4%  | +482  | +19.7% |
| 販管費及び一般管理費          | 2,325         | 41.1%  | 2,802         | 46.3%  | +477  | +20.5% |
| 営業利益                | 119           | 2.1%   | 124           | 2.1%   | +5    | +4.6%  |
| 経常利益                | 118           | 2.1%   | 118           | 2.0%   | ▲0    | ▲0.1%  |
| 税金等調整前<br>当期純利益     | 118           | 2.1%   | 96            | 1.6%   | ▲21   | ▲18.2% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 80            | 1.4%   | 39            | 0.7%   | ▲40   | ▲50.6% |

- 前年同期比でメディア事業の割合が+5.8pt増加、第2の収益柱として順調に成長



派遣・紹介事業

3,391 百万円

前年同期比  
▲5.5%

メディア事業

2,185 百万円

前年同期比  
+27.6%

DX事業

465 百万円

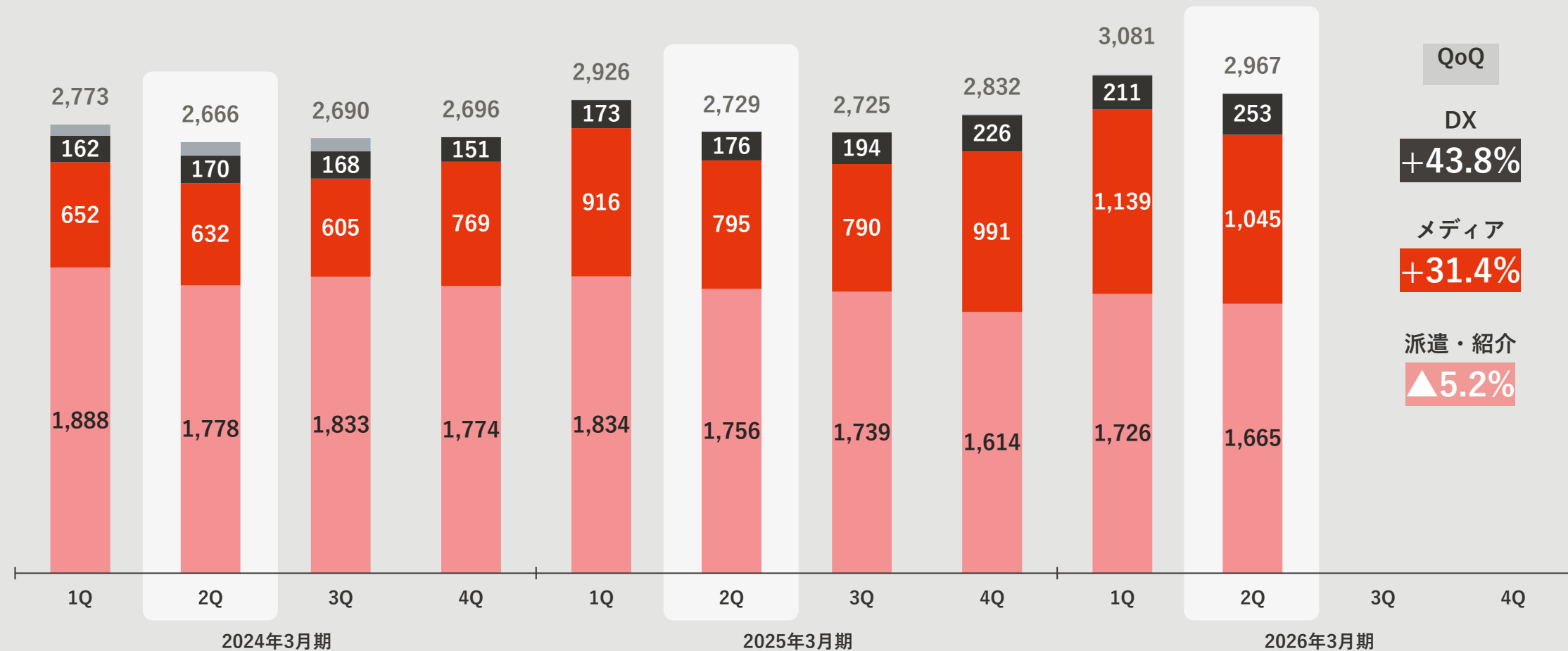
前年同期比  
+32.9%

※ 各事業の売上高は、セグメント間の内部売上高を除く売上高

- 会計期間別では、メディア事業が約3割増加、DX事業が4割強増加、派遣・紹介事業は微減

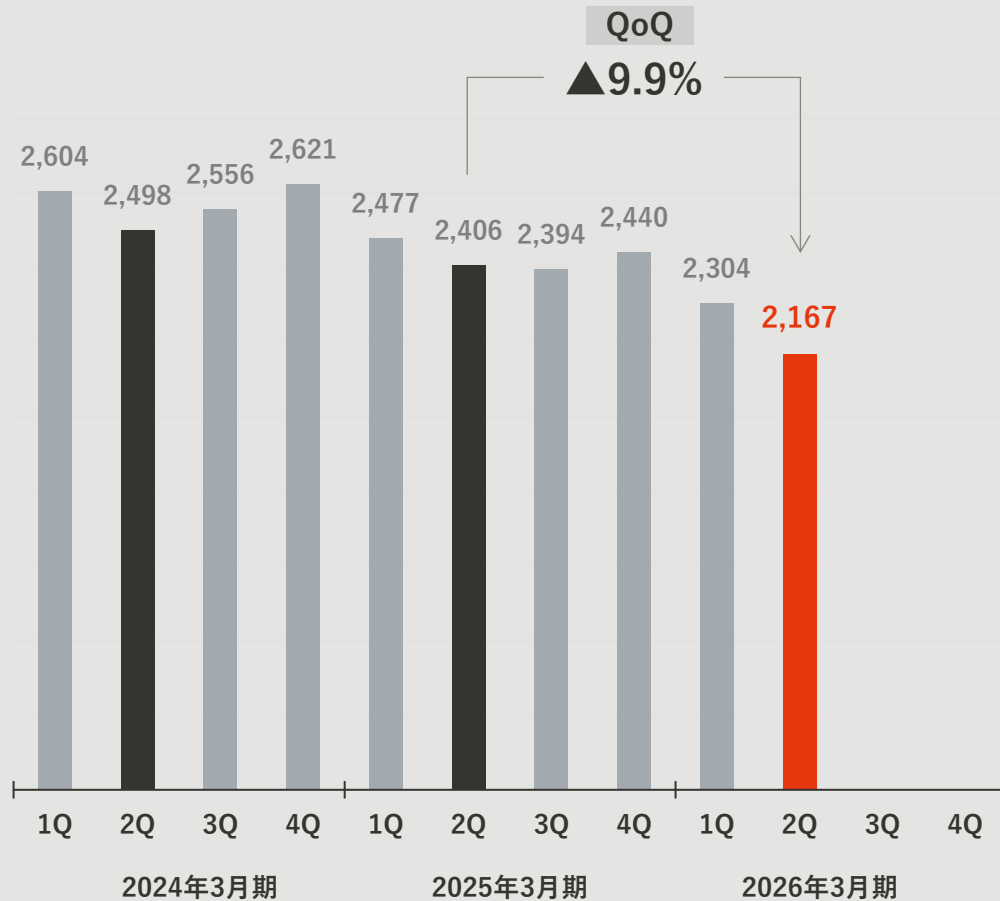
売上高四半期推移 (単位: 百万円)

■ 派遣・紹介 ■ メディア ■ DX ■ その他

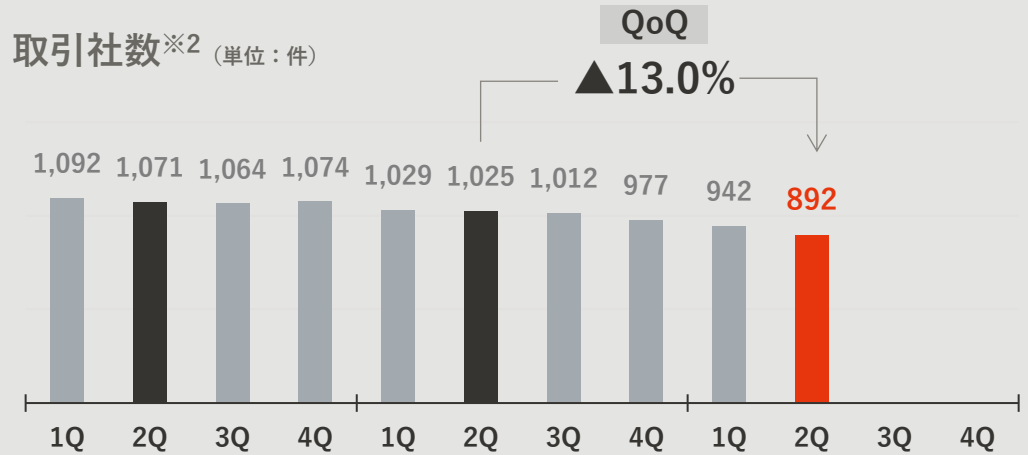


- 稼働人数と社数が減少するも、1社あたりの取引金額は増加

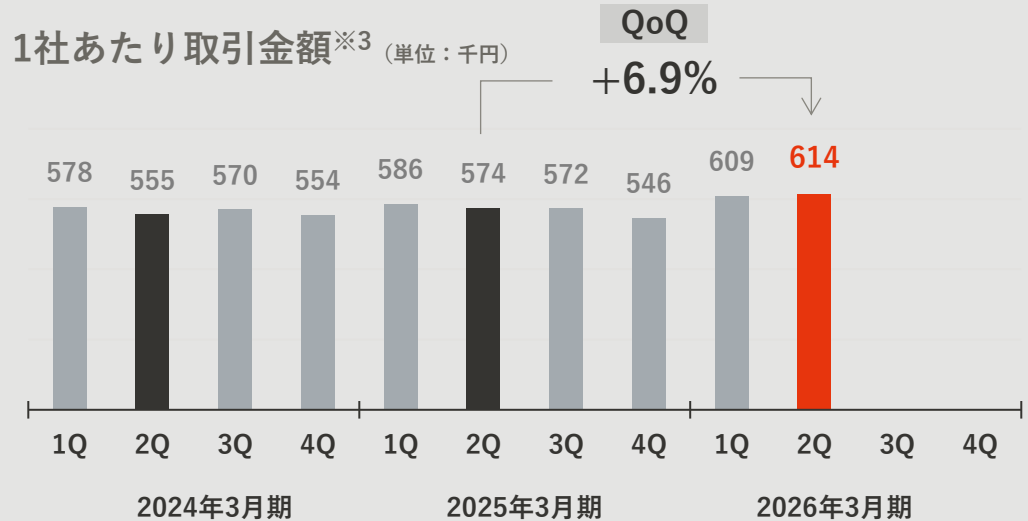
派遣就業者数※1（単位：千件）



取引社数※2（単位：件）



1社あたり取引金額※3（単位：千円）



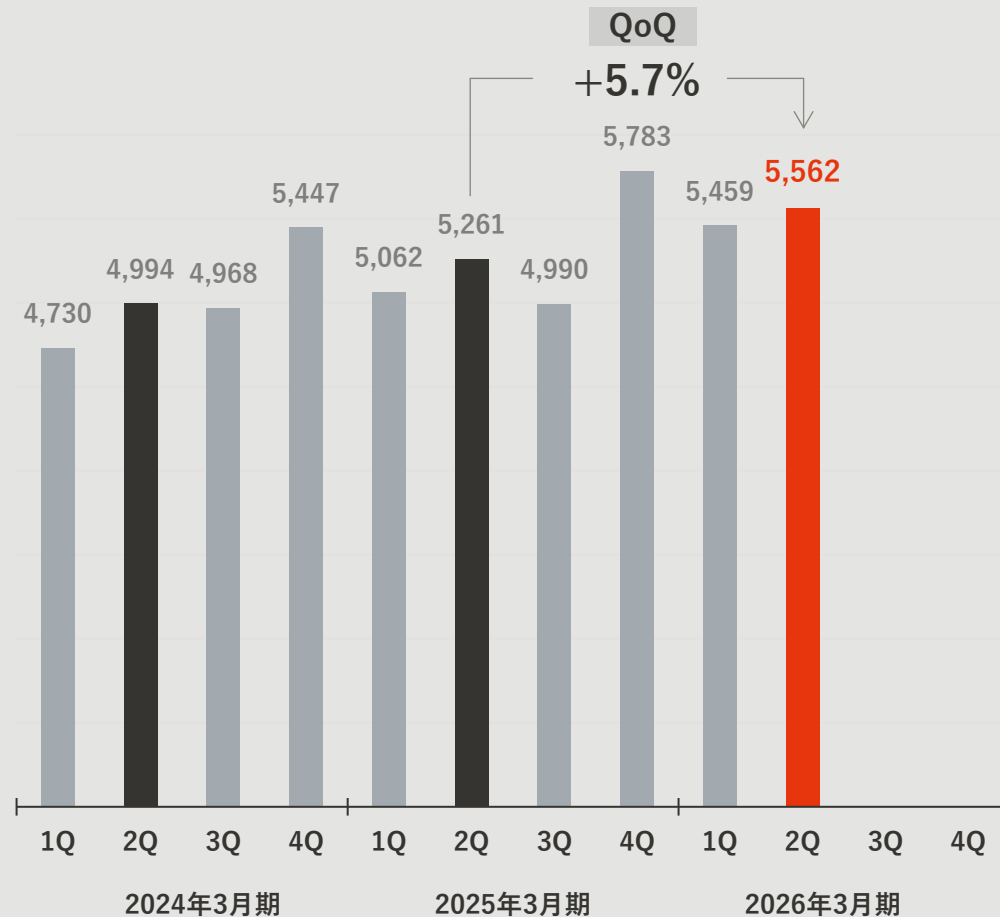
※1 四半期末時点の派遣稼働人数

※2 四半期末時点の取引社数

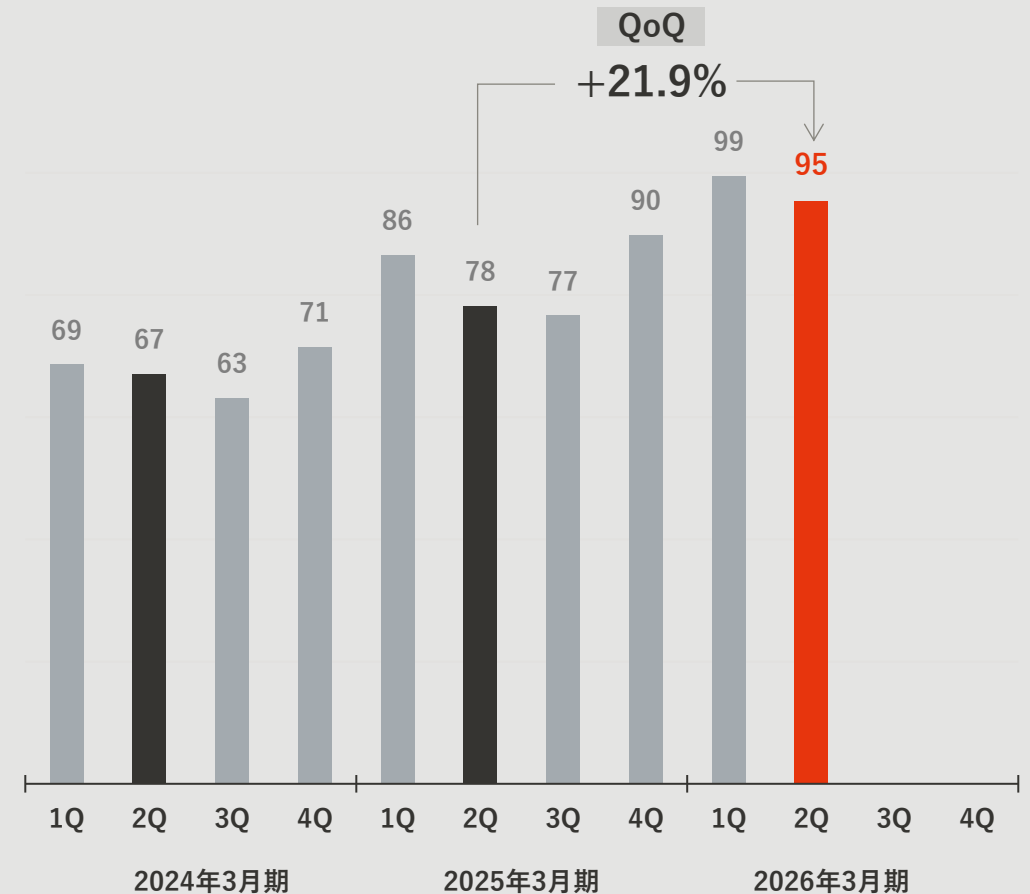
※3 四半期の売上高を3ヵ月で除した1ヵ月平均売上高を月間取引社数の3ヵ月平均で除した金額

- メディア事業売上の構成要素となる掲載社数と1社あたり取引金額を見ると、掲載社数は前年同期比+5.7%、1社あたり取引金額は前年同期比+21.9%と増加

掲載社数※（単位：件）



1社あたり取引金額※（単位：千円）

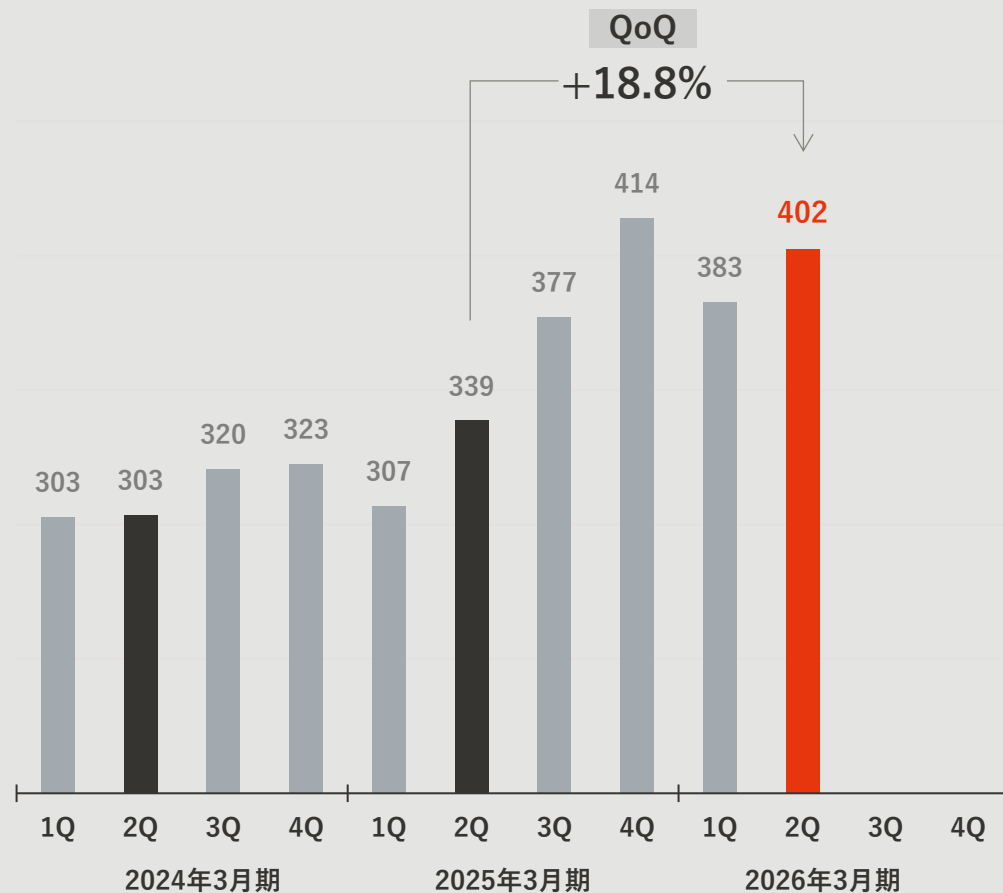


※1 四半期末時点の掲載社数

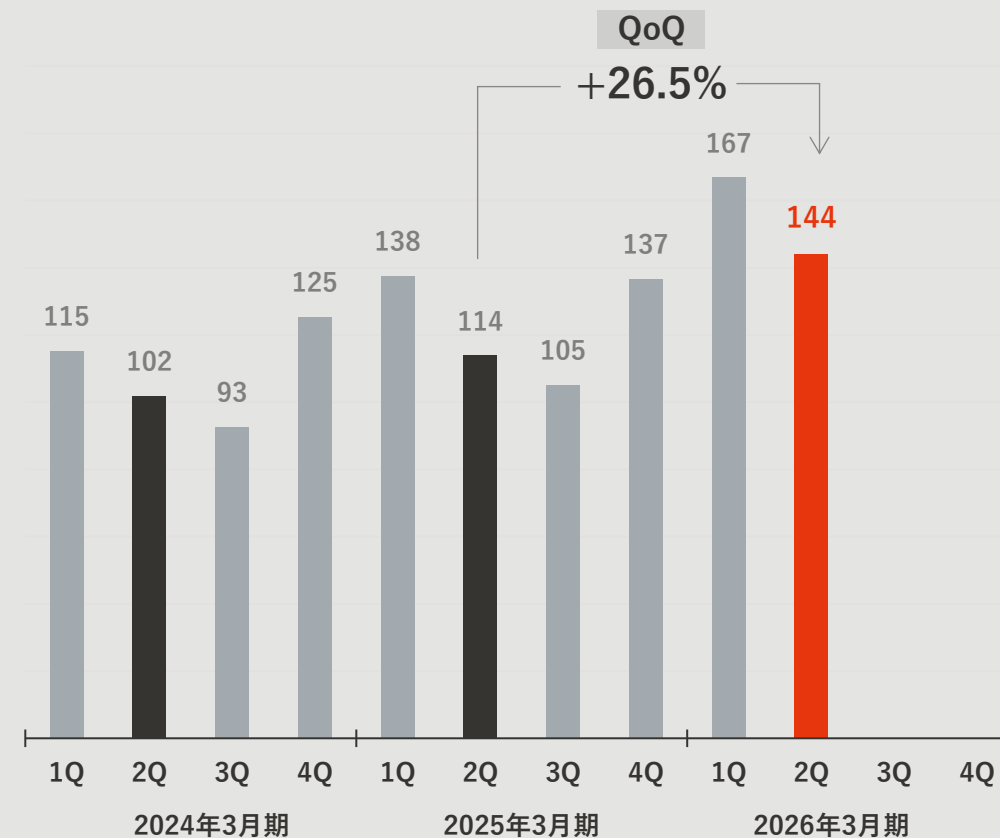
※2 四半期の売上高を3ヵ月で除した1か月平均売上高を月間取引社数の3ヵ月平均で除した金額

- 積極的な営業活動により求人掲載件数は前年同期比+18.8%と増加する一方、CM等による認知拡大施策により応募件数がそれを上回る+26.5%増加し、「しゅふ層」と求人企業を結ぶ求人メディアとして着実に成長してきている

求人掲載件数※1（単位：千件）



応募件数※2（単位：千件）

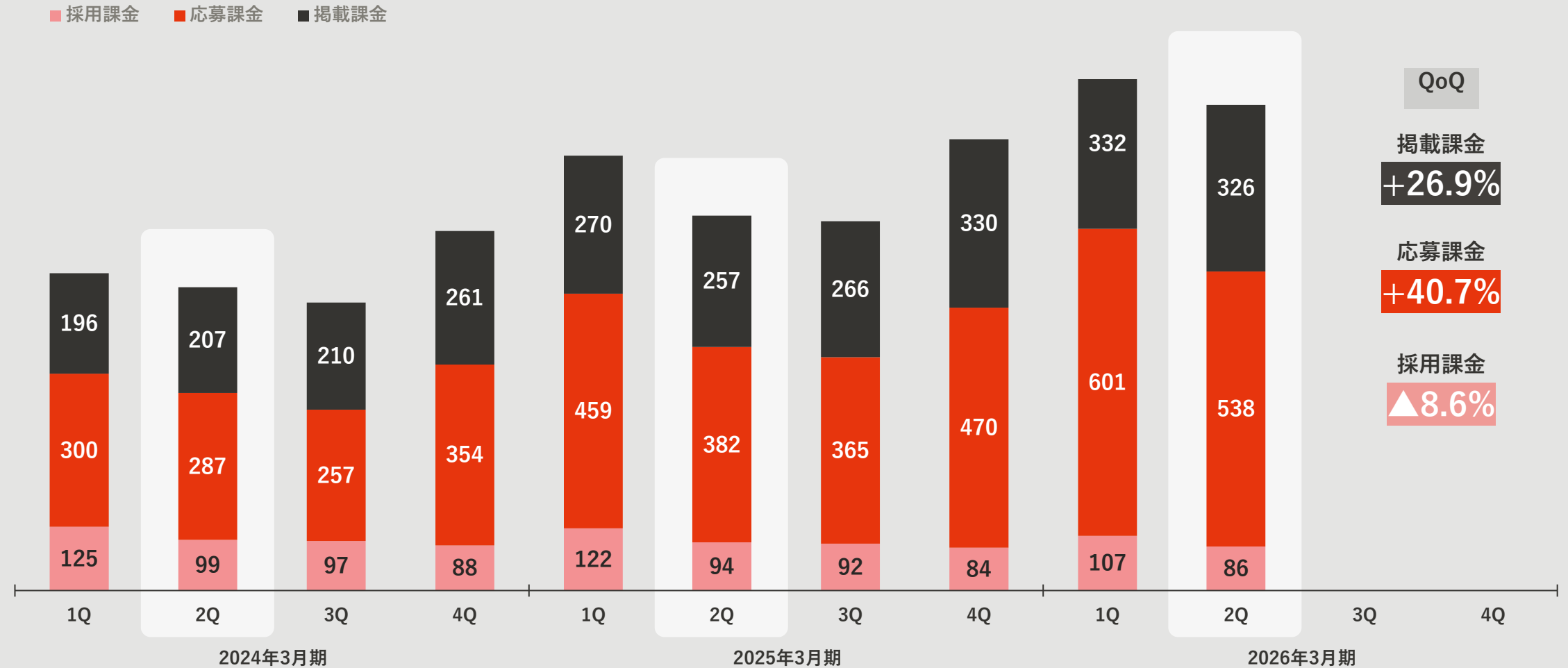


※1 四半期末時点の求人掲載件数

※2 四半期末時点の応募件数

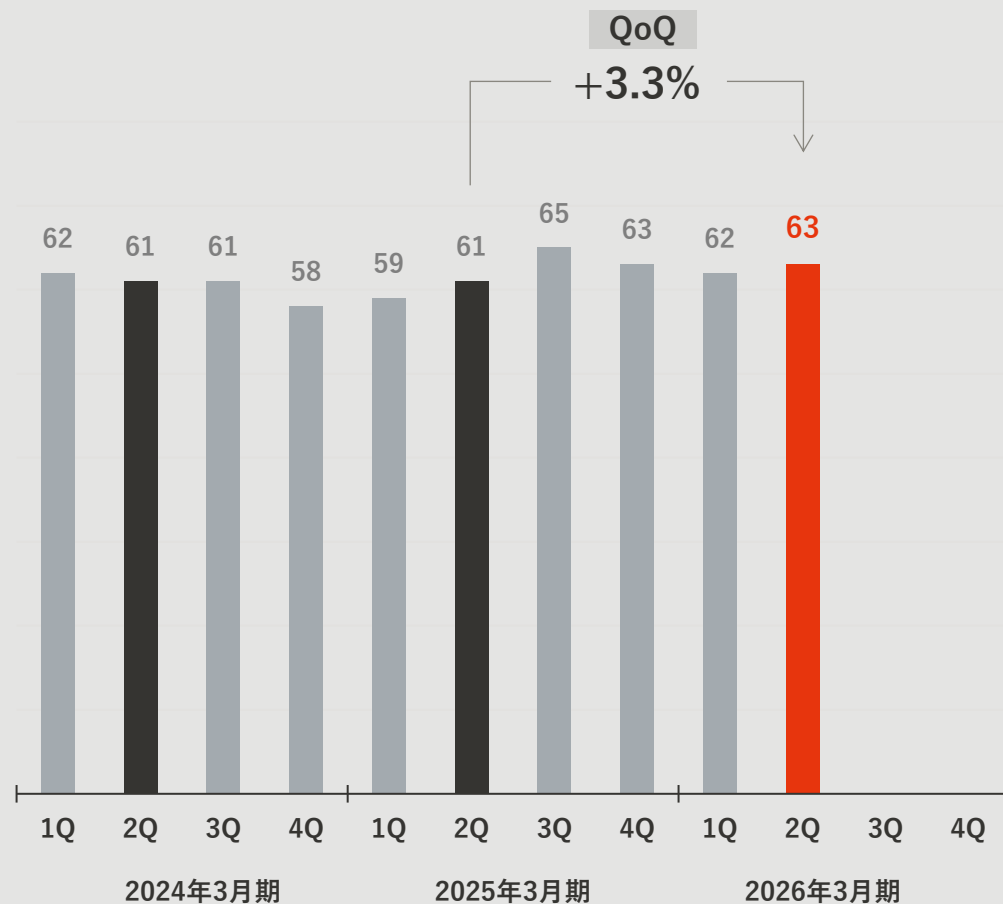
- 応募課金モデルが拡大し全体を押し上げ

課金モデル別推移（単位：百万円）

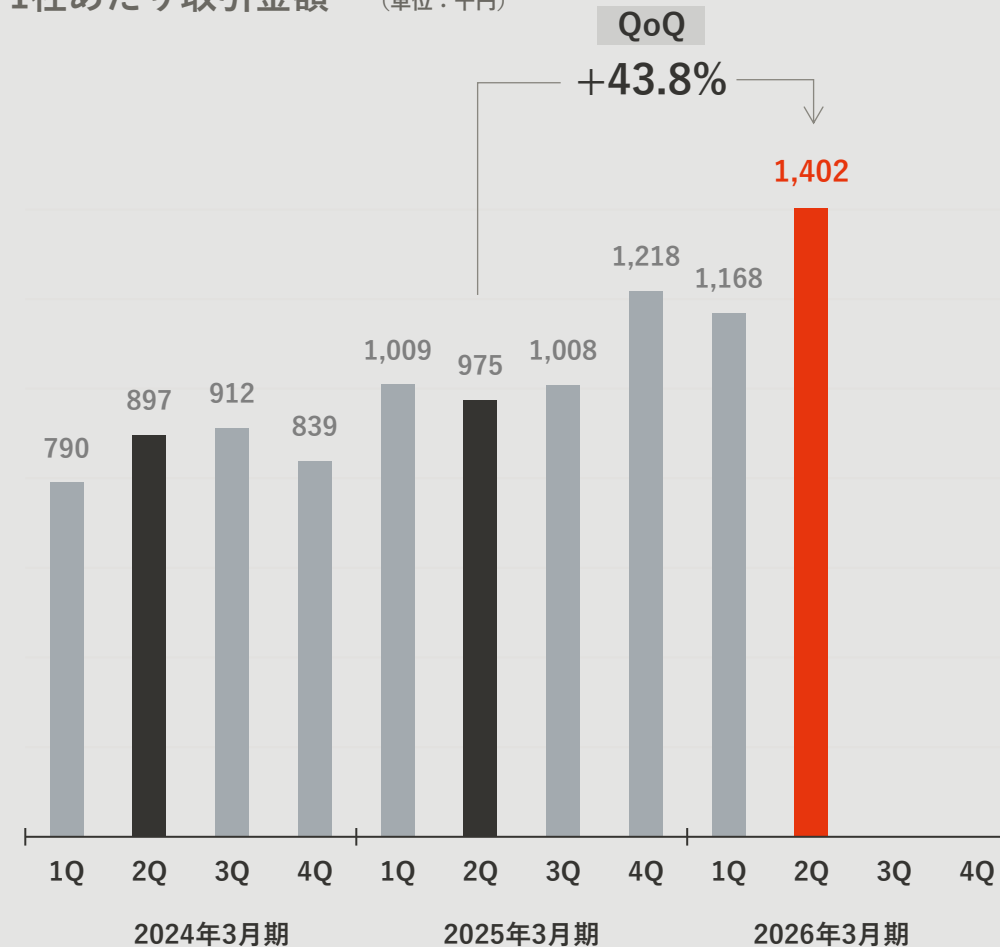


- 取引社数は前年同期比微増も、大手企業向けの大型一括案件の獲得により1社あたりの取引金額が大幅拡大

取引社数※1 (単位：社)



1社あたり取引金額※2 (単位：千円)



※1 四半期末時点の取引社数

※2 四半期の売上高を3ヵ月で除した1か月平均売上高を月間取引社数の3ヵ月平均で除した金額

## 02

### 2026年3月期 通期業績予想と重要施策の進捗状況

- ・ 派遣・紹介事業における組織基盤強化および収益構造の改善や、メディア事業における求人数増加施策の実施により売上高は+13.6%伸長、売上総利益は+26.1%伸長の見込み
- ・ 2030年以降のグロース市場上場維持基準（時価総額100億円以上）を充足すべく、2026年3月期は投資先行の年と位置づけ、前期比▲163百万円の減益となる見込み

| (単位：百万円)            | 2025年3月期 | 2026年3月期 | 前期比    |        |
|---------------------|----------|----------|--------|--------|
|                     | 実績       | 予想       | 増減額    | 増減率    |
| 売上高                 | 11,214   | 12,743   | +1,529 | +13.6% |
| 売上総利益               | 4,910    | 6,192    | +1,281 | +26.1% |
| 営業利益                | 323      | 160      | ▲163   | ▲50.5% |
| 経常利益                | 325      | 128      | ▲197   | ▲60.6% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 191      | 32       | ▲159   | ▲83.3% |

- 主力の派遣事業を立て直すべく各施策を遂行
- 幹部クラス人材の登用と配置を実施しており、2026年3月期以降の寄与を見込む

派遣・紹介事業

営業力強化 × 収益構造改善 × システム刷新

派遣事業

1. 営業力の強化

- 幹部クラス人材の登用による組織改革
- 営業企画部の新設による早期戦力化と営業力強化
- サーベイ等を活用したエンゲージメント向上と退職率低減

2. 収益構造改善

- 高収益商材の求人獲得
- 定期的な料金改定の実施
- 派遣稼働終了時の無期雇用転換を促し継続契約率を向上

3. システム刷新

- 既存の基幹システム刷新によるマッチング効率化

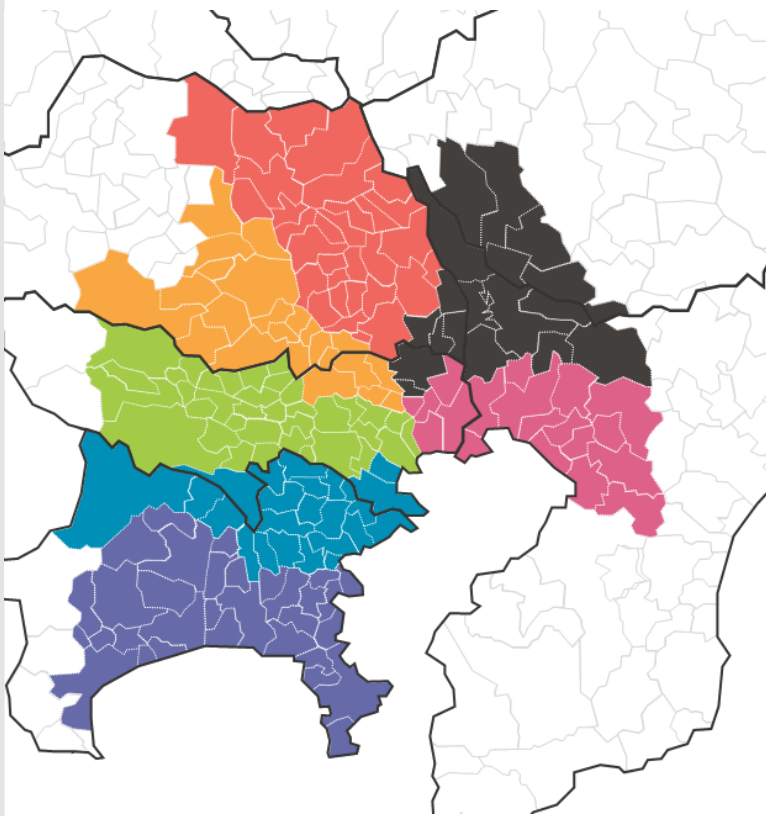
紹介事業

- 人気職種（管理本部系・営業等の顧客接点系）拡充等による就業決定数の拡大
- プロセスの見直しを含む体制強化による内定承諾数の拡大
- ITツールを活用した求職者とのコミュニケーション強化による紹介決定率の改善

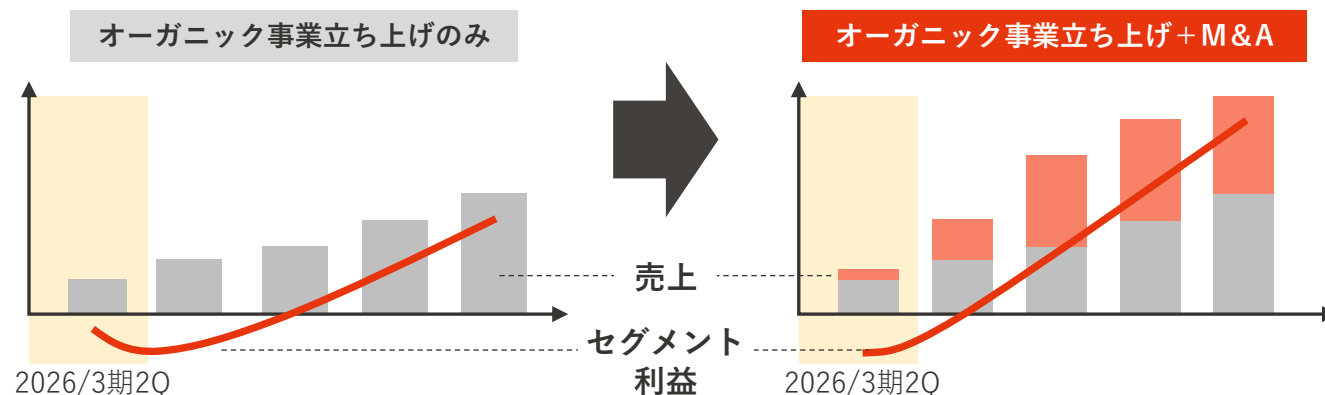
| 重要施策（大項目） |                                       | 成長戦略（中項目）                  | 進捗                                                                                                                                      |
|-----------|---------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 派遣事業      | 1.営業力の強化                              | 幹部クラス人材の登用による組織改革          | ▲ 2025年4月より組織改正を実施し、幹部クラス人材を部長として配置してきたものの、それによる組織改革・営業力強化には至っていない                                                                      |
|           |                                       | 営業企画部の新設による早期戦力化と営業力強化     | × 若手営業担当者に対して、上長・先輩社員によるメンタリング体制を強化し、営業力強化のためツール開発・営業同行強化等を実施中も、現時点での営業力の回復には至っていない<br>2025年4月入社新卒については、10月から戦力化                        |
|           |                                       | サーベイ等を活用したエンゲージメント向上と退職率低減 | ○ 毎月のサーベイ結果をもとに都度面談を実施し負の解消を実施し、退職率は前年同期比で減少                                                                                            |
|           | 2.収益構造改善                              | 高収益商材の求人獲得                 | ▲ 高時給ハイスکیل派遣のスマートキャリア商材の求人数及び決定数、フルタイム商材の求人数は伸長した一方、フルタイム決定率が伸び悩んだため、稼働数伸長には繋がらず                                                       |
|           |                                       | 定期的な料金改定の実施                | ○ 労働関連諸法改正や、物価高騰・経費増大、大幅な最低賃金上昇に伴う賃上げや社会保険適用者の拡大・雇用保険料率の増加などを踏まえた料金改定を1年単位実施                                                            |
|           |                                       | 派遣稼働終了時の無期雇用転換を促し継続契約率を向上  | ○ 2025年3月期末に無期雇用転換基準を変更し、無期雇用人数は徐々に増加中                                                                                                  |
|           | 3.システム刷新                              | 既存の基幹システム刷新によるマッチング効率化     | × スマートキャリアのリブランディングを優先するためペンディング                                                                                                        |
| 紹介事業      | 人気職種（管理本部系・営業等の顧客接点系）拡充等による就業決定数の拡大   |                            | ▲ ターゲットを絞ったことで対象求職者のプロセス進捗率が向上したが期初計画の想定までは届かず、計画の見直しを実施中                                                                               |
|           | プロセスの見直しを含む体制強化による内定承諾数の拡大            |                            | × プロセス毎でのKPI管理が不徹底であったため、候補者スカウト及び内定承諾獲得において早期での修正ができず、結果として不十分な成果となった<br>現在は担当組織の組替等を行い、全体プロセスの中で課題のある箇所を把握し早期改善する体制が構築され、下期でのキャッチアップ中 |
|           | ITツールを活用した求職者とのコミュニケーション強化による紹介決定率の改善 |                            | ○ ITツール活用による求職者との密なコミュニケーションフローが確立                                                                                                      |

- 新規事業として2026年3月期より開始した看護・介護分野での派遣・紹介事業展開において、事業成長スピードを速めるため、オーガニックでの立ち上げに加え、M&Aも推進。自社での事業立ち上げとM&Aを適宜組み合わせ、事業成長を加速していく

### エリア別の市場開拓イメージ

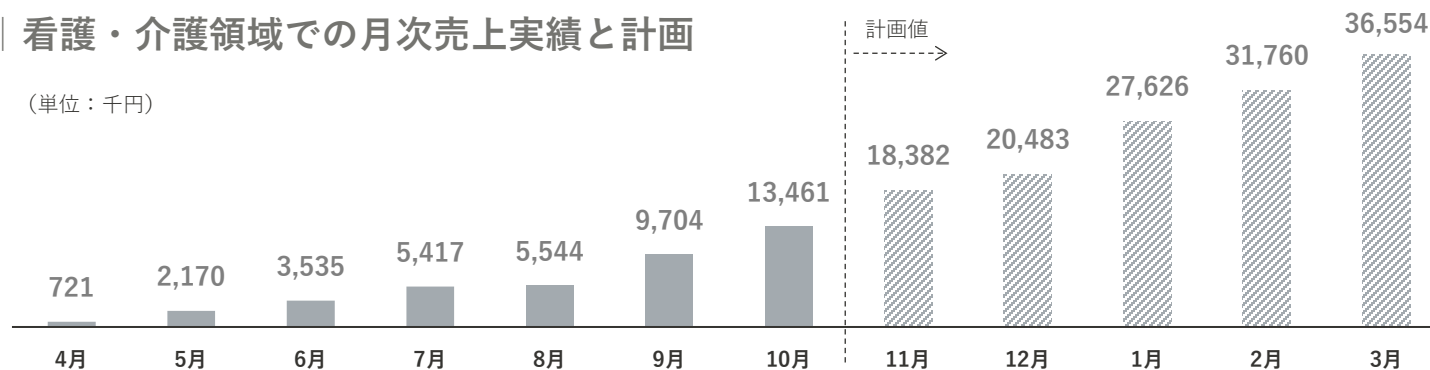


### オーガニックでの事業立ち上げとM&Aのハイブリッドによる事業成長加速イメージ



### 看護・介護領域での月次売上実績と計画

(単位：千円)



- メディア事業は、求人数・掲載企業数を拡大、基盤システム刷新による継続的な成長と生産性向上
- DX事業は営業・マーケティング体制の強化により、エンドユーザー比率拡大・一括案件※1獲得比率を拡大することによる取引単価の拡大、採用力向上/離職率低減/ビジネスパートナー活用に寄与

### メディア事業

## 売上獲得施策 × システム刷新

### 1. 売上獲得施策

- 応募数拡大以外での売上獲得に向けた掲載課金やオプション販売の強化
- 代理店販売の強化
- 事務等の人気職種の求人拡充、人気求人以外の訴求方法変更
- パート・アルバイト、派遣等の人気雇用形態の求人拡充、時短正社員、契約社員のマッチング精度向上

### 2. システム刷新

- 応募数の拡大
- 顧客の新しいニーズを満たすサービス機能を追加
- 機能追加のスピード・保守コストの低減

### DX事業

## 営業・マーケ強化 × 収益性改善

### 1. 営業体制強化

- 人材の新規採用強化/提案数増加、受注率の向上

### 2. マーケティング強化

- デジタルマーケティングとコンテンツマーケティングの強化による提案数の拡大

### 3. 収益性改善

- 一括案件の積極獲得によるビジネスパートナー活用推進  
エンジニアの稼働率向上売上総利益拡大

| 重要施策（大項目） | 成長戦略（中項目）   |                                                | 進捗                                                                                 |
|-----------|-------------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| メディア事業    | 1.売上獲得施策    | 応募数拡大以外での売上獲得に向けた掲載課金やオプション販売の強化               | ○ CM放映に伴う販売キャンペーン施策の展開や社内生産性向上に伴う営業活動の量・質の向上により伸長                                  |
|           |             | 代理店販売の強化                                       | ○ CM放映に伴う販売キャンペーン施策の展開や認知度向上に伴う代理店からの需要の高まりにより伸長                                   |
|           |             | 事務等の人気職種の求人拡充、人気求人以外の訴求方法変更                    | ○ 求人掲載数が順調に伸長                                                                      |
|           |             | パート・アルバイト、派遣等の人気雇用形態の求人拡充、時短正社員、契約社員のマッチング精度向上 | × システム刷新と合わせて具体的な施策を検討予定                                                           |
|           | 2.システム刷新    | 応募数の拡大                                         | ▲ システム刷新で、応募を拡大できる実現すべき機能の抽出・優先順位は完了<br>具体的な設計・開発に向け、パートナー選定し、2025年12月末発注/年明けキックオフ |
|           |             | 顧客の新しいニーズを満たすサービス機能を追加                         |                                                                                    |
|           |             | 機能追加のスピード・保守コストの低減                             |                                                                                    |
| DX事業      | 1.営業体制強化    | 人材の新規採用強化/提案数増加、受注率の向上                         | ○ toB営業の経験者採用活動継続中<br>営業提案数は増加し、稼働可能な体制に合わせて引き合い増加中                                |
|           | 2.マーケティング強化 | デジタルマーケティングとコンテンツマーケティングの強化による提案数の拡大           | ▲ toBマーケティング手法を再構築中                                                                |
|           | 3.収益性改善     | 一括案件の積極獲得によるビジネスパートナー活用推進                      | ○ 獲得した一括案件では積極的にビジネスパートナーを活用し、社員のリソース不足を補填                                         |
|           |             | エンジニアの稼働率向上売上総利益拡大                             | ○ 新規顧客への提案を中心に利益率の水準を引き上げを実施<br>稼働率は2025年4月以降順調に向上し、2Qでは80%程度で安定稼働中                |

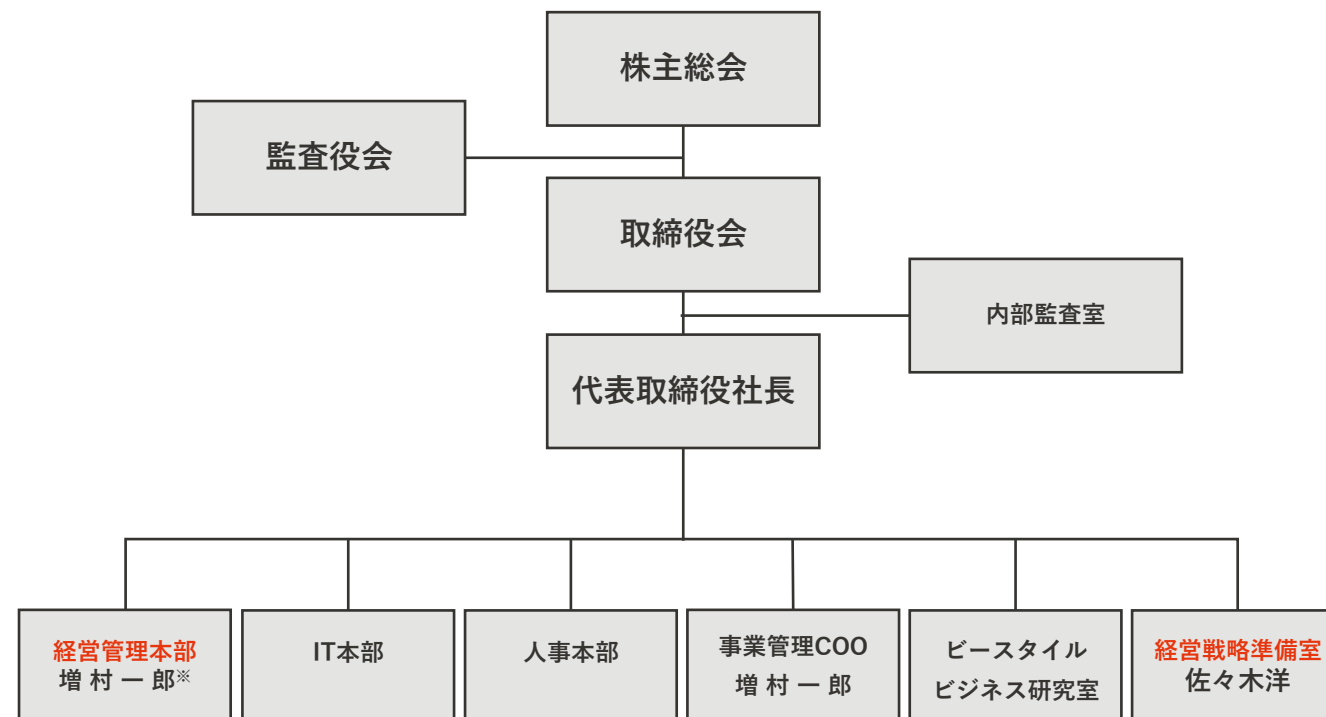
- ・ 派遣・人材関連業界でのマネジメント・M&A経験豊富な経営戦略担当執行役員のジョインにより、経営と事業の戦略と管理をM&Aを含め強化する。
- ・ 前任CFOの退任に伴い取締役会長増村が兼務している経営管理本部長職について、実務的にCFO業務を代行する経営管理本部長代理が就任、より業績管理・経理財務マネジメント体制の強化を実施

2025年11月20日プレスリリース

### 組織図

2025年12月1日付予定

## 株式会社ビースタイル ホールディングス



※ 経営管理本部長代理を新たに設置



株式会社ビースタイル  
ホールディングス

執行役員

佐々木 洋

1998年にテンプスタッフ株式会社（現パーソルテンプスタッフ）に入社以降、営業、マッチング、営業企画、事業企画、マーケティングなどの部門においてマネジメントを担当。以降、株式会社イー・スタッフィング、株式会社アヴァンティスタッフにて執行役員・取締役として企画・業務・IT・マッチング領域などを管掌。その後2025年10月より株式会社ビースタイルホールディングス執行役員に就任

1998.6 テンプスタッフ株式会社  
（現：パーソルテンプスタッフ）入社

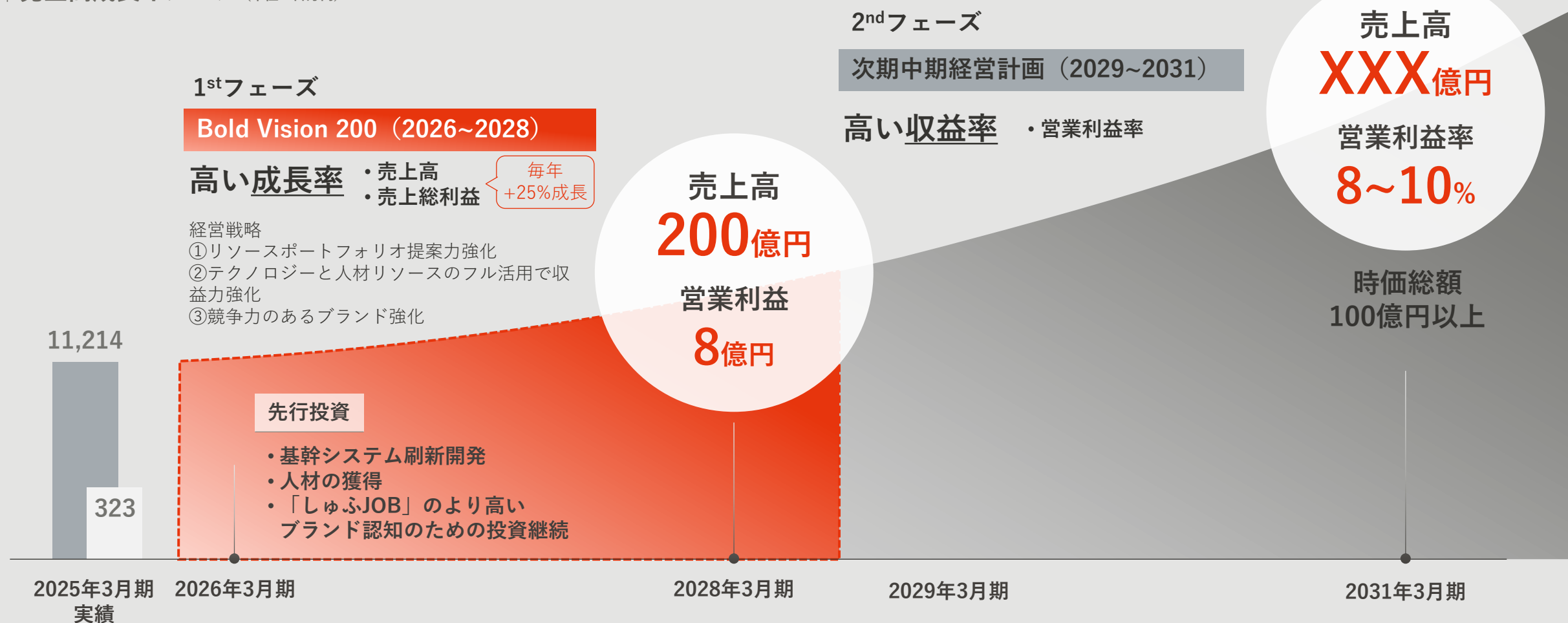
2025.10 株式会社ビースタイルホールディングス 入社

03

## 中長期成長戦略

- ・ 時価総額100億円に必要な規模である2028年3月期 売上200億円を目標に、営業力、商品力を強化する。
- ・ 2029年3月期以降は、収益率の向上に一気に舵を切る経営を行い、プライム市場を見据えた収益を目指す

売上高成長イメージ (単位：百万円)



- 応募課金が売上の半分以上を占める為、応募拡大が極めて重要な指標である。
- 応募が増えることで、顧客に配分される応募比率も高まり、顧客満足度も向上し継続率も向上する。
- 認知度の向上と、顧客数・求人数増加による応募率向上で、応募獲得単価が下がり収益率が向上する。



ビースタイルメディア@中小企業庁の100億宣言に記載、2029年には100億計画を目指していきます。

- 次世代システム開発で『しゅふ』ならではの転職ニーズ軸の仕事探しをより強化
- スキル潜在層の掘り起こし、家事代行や介護等の適正マッチング職種の強化等、他媒体に存在しない機能強化
- 160万の壁等の制度改革がもたらす、より良い企業と求人に転職するニーズを、ダイレクトリクルーティング機能で強化

2029年度 売上高100億円を達成するためのキー

AI

100万人超データ

スキル潜在層  
マッチング

ライフスタイル  
マッチング

ダイレクト  
リクルー  
ティング  
機能

次世代プラットフォーム開発

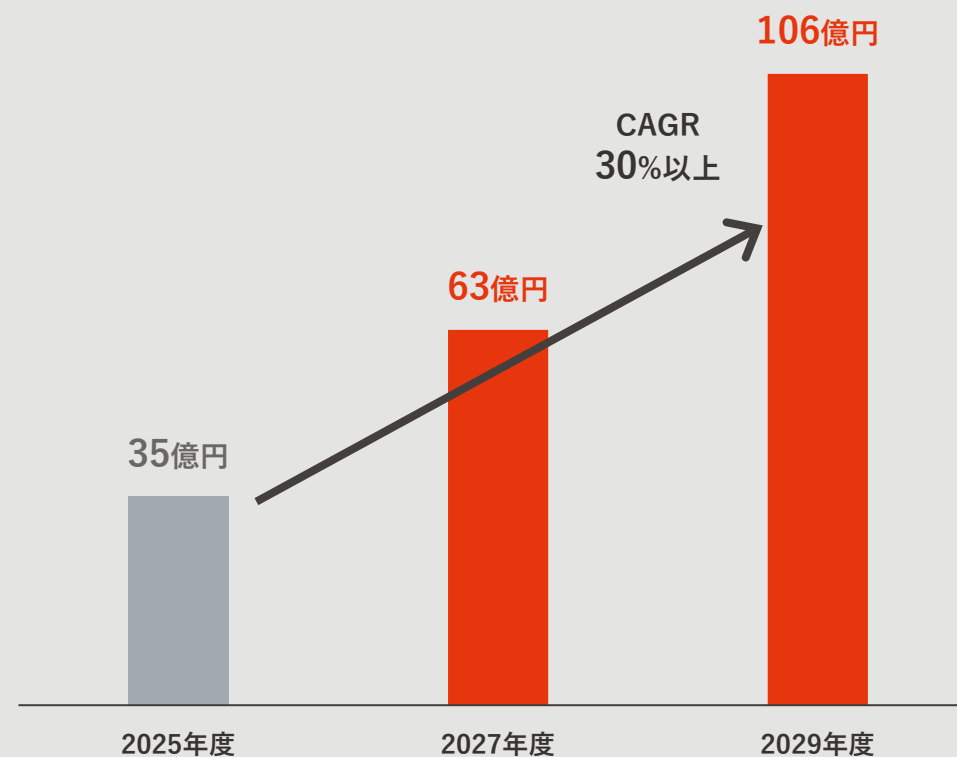
API  
連携強化

スキマ副業  
マッチング

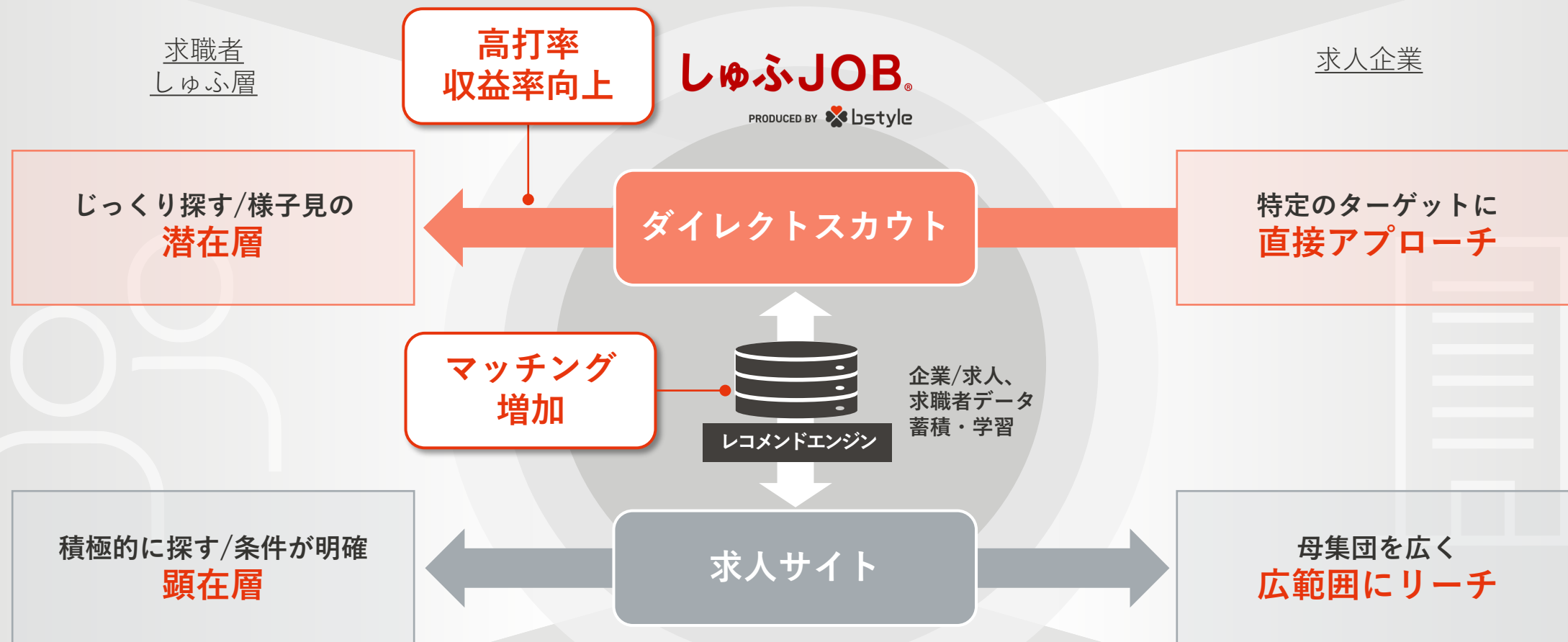
性格適正  
マッチング

他媒体には無い機能で「しゅふ」からの  
認知と支持の両方を高め、全国区の応募数を拡大

売上高100億円に向けた実現目標



- ダイレクトスカウト機能の搭載により応募数増加
- レコメンドエンジン刷新によりマッチング機会が拡大し、応募数増加

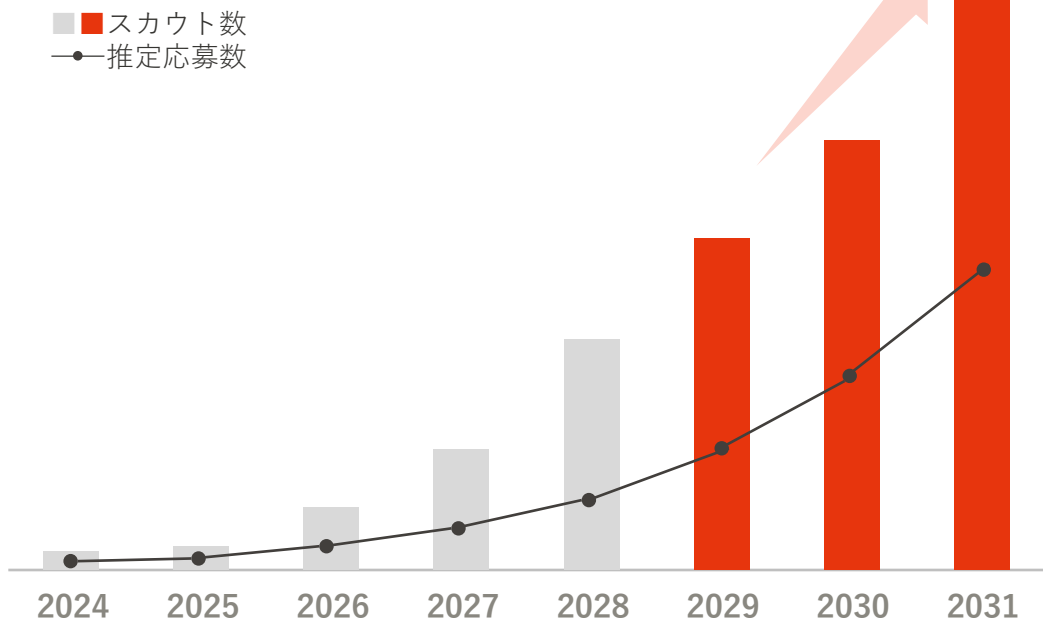


- ダイレクトスカウト機能搭載による新規収益の獲得と収益モデルの多様化
- レコメンドエンジンの刷新と求人検索機能の拡張によりマッチング機会拡大

### ダイレクトスカウト導入による効果

導入後の応募増加を見込む

| スカウト・応募数推移

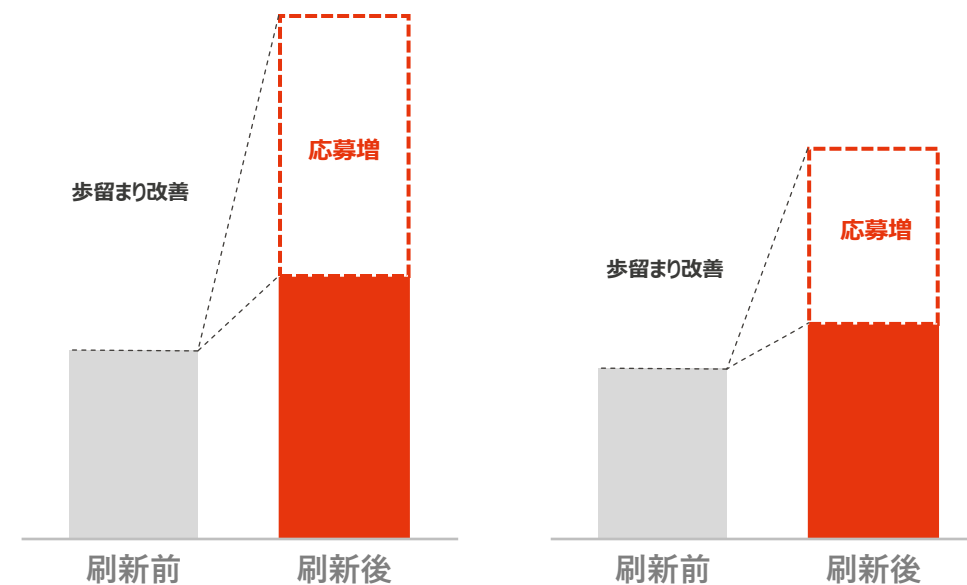


### レコメンドエンジン刷新による効果

歩留まりが改善し年間応募増加

| レコメンドエンジン刷新

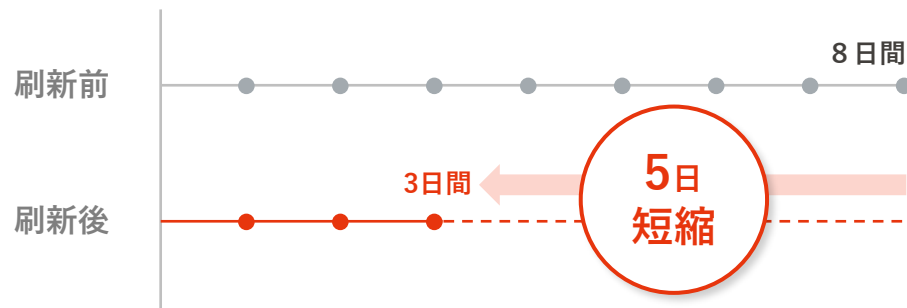
| 求人検索機能の拡張



- ・ 掲載までのリードタイム短縮による掲載活動の効率化による掲載期間増による売上増
- ・ 社内業務の生産性向上

### 掲載活動の効率化

① 掲載までのリードタイムを5日間短縮（年間売上:3,600万）



② 企業側で購入を完結できる導線に改善（年間売上:2,400万）

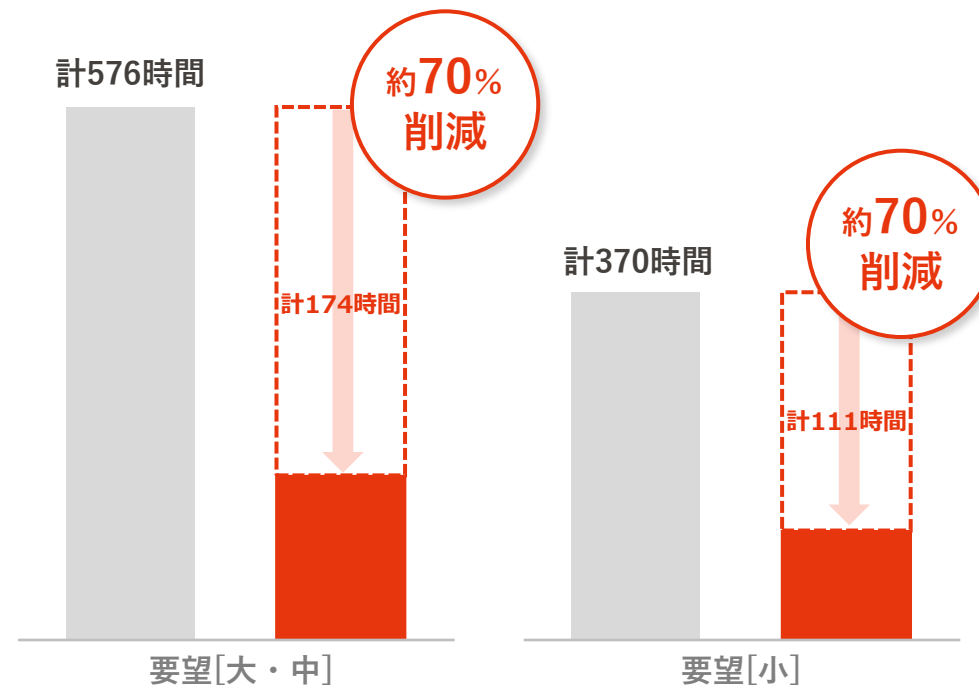
| オプション購入



### 生産性向上

非生産性業務を大幅に削減（年間コスト:約5,000万削減）

| 月間所有時間



- 引き続き認知拡大を目指し広告投資を実施していく
- 認知の累積により2026年以降は伸びが大きくなり、2028年3月期にはROAS約2倍を目指す

### 認知獲得を目的とした広告投資計画（単位：百万円）

■ TV広告 ■ デジタル広告

### 広告投資による認知広告純増応募数

認知広告  
純増応募数

認知広告純増応募数  
売上換算

ROAS※

|          |                                                                                                                        |          |             |        |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------|--------|
| 2025年3月期 | <div><div></div><div></div></div> 193                                                                                  | 24,515件  | 173,608千円   | 86.8%  |
| 2026年3月期 | <div><div></div><div></div><div></div></div> 335<br><div><div></div><div></div></div> 224<br><div>2Q進捗<br/>69.2%</div> | 47,218件  | 352,078千円   | 102.1% |
| 2027年3月期 | <div><div></div><div></div></div> 540                                                                                  | 102,580件 | 844,694千円   | 152.2% |
| 2028年3月期 | <div><div></div><div></div></div> 864                                                                                  | 205,804件 | 1,738,102千円 | 195.9% |

2028年3月期広告費用

2028年3月期広告費用対効果  
約2倍を目指す

## 中計 3 か年の戦略テーマ



売上高200億円に近づける強い意志を、荒波に例えて、戦略テーマとしてデザインをしました。

## 今期（2026年3月期）の戦略テーマ



# COMMIT

AIが働く時代において、人にしか出来ない価値が求められる時代に突入します。  
個々が強い意志をもって、顧客のニーズに応え成果を創ることに【COMMIT】することが、価値を生み、組織競争力を創る時代です。

## ■主要KPI

|                      | 2025年3月期<br>実績 | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 派遣求人獲得数              | 5,877件         | 6,575件         | 7,308件         | 8,033件         |
| 派遣就業決定数              | 2,006件         | 2,150件         | 2,401件         | 2,640件         |
| 派遣1稼働当たり日商<br>※1     | 11,039円        | 11,422円        | 12,707円        | 13,469円        |
| 時短正社員紹介<br>月当たり内定承諾数 | 5件             | 10件            | 13件            | 16件            |

※1 派遣1稼働当たり日商 = 月次売上高 ÷ 月間稼働予定日数 ÷ 月間稼働人数

### KPIを増加/改善する取り組み

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 短期 | <b>派遣求人獲得数</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>テクノロジーを活用し、顧客接点の質・量をマネジメント</li> <li>一人当たりの営業生産性を向上 20求人→23求人（月平均1人当たり）</li> </ul> <b>派遣就業決定数</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>コーディネーターマネジメントの強化 9.7決定→12.4決定（月平均1人当たり）</li> <li>既存システムを刷新し、データベースマッチングの質/スピード強化</li> </ul> <b>派遣1稼働当たり日商</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>高収益商材の求人獲得比率を上昇（51.2%→58.0%）</li> <li>戦略的な価格設定</li> <li>派遣稼働終了時における無期雇用転換率向上</li> </ul> <b>時短正社員紹介月当たり内定承諾数</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>管理本部系職種および営業等の顧客接点系職種に絞る（75.7%→90.0%）</li> <li>内定承諾までのプロセス改善を、テクノロジーを活用し強化</li> </ul> |
|    | <b>長期</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>派遣・紹介ともにドメインを明確に、ブランドを定め自社集客を強化</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## ■P/L販売管理費構成比率

|            | 2025年3月期<br>実績 | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高        | 100.0%         | 100.0%         | 100.0%         | 100.0%         |
| 販売費及び一般管理費 | 14.3%          | 16.0%          | 15.2%          | 13.2%          |
| うち人件費      | 9.2%           | 10.7%          | 10.2%          | 8.8%           |
| うち募集広告費    | 1.0%           | 1.2%           | 1.2%           | 1.1%           |
| うち減価償却費    | 0.6%           | 0.6%           | 0.6%           | 0.4%           |
| セグメント利益    | 5.2%           | 4.5%           | 4.9%           | 6.5%           |

### P/Lを改善する取り組み

|    |                                                                                                                                                                                    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 短期 | <ul style="list-style-type: none"> <li>求人を獲得し、稼働数を拡大、売上を拡大することに特化</li> <li>販売管理費の大半が人件費であるため、売上を上げる為のDX化を優先し取り組み、労働生産性を向上させ人件費率低下</li> <li>データベースからの人材決定率を向上させ、募集広告比率低下</li> </ul> |
| 長期 | <ul style="list-style-type: none"> <li>システム刷新を進め、データベースマッチングの強化により人選プロセスを強化し、就業決定数を増やすことで人件費率低下</li> </ul>                                                                         |

## ■主要KPI

|                  | 2025年3月期<br>実績 | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 応募数              | 493,131件       | 615,516件       | 791,245件       | 974,667件       |
| 月平均請求社数          | 3,947社         | 5,188社         | 6,243社         | 7,478社         |
| 月平均1社当たり<br>請求単価 | 74,606円        | 75,199円        | 85,099円        | 91,523円        |

### KPIを増加/改善する取り組み

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 短期 | <b>応募数・請求社数・1社当たり請求単価</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>TV/ネット/PR等の投資で認知度向上</li> <li>全国に求人を持つ企業の求人を獲得し、政令指定都市から随時、CMエリアをテストし拡大</li> <li>営業/代理店支援、人員増と共に、テクノロジーも活用し販売強化</li> <li>オプション販売を強化し、1社あたりの取引金額を拡大</li> <li>日本の女性の4人に1人が働く、医療介護福祉業界の応募数を、新しいCMで認知と共に増加させる</li> <li>求職者に人気がある時短正社員案件を強化し、1社あたりの取引金額を拡大</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                      |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>システム刷新</b>開始中、3ヶ年の最終年度にローンチ予定 <ul style="list-style-type: none"> <li>システム刷新の狙い <div> <div>応募増加</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>CM等のブランド認知だけに頼らない応募増加施策の幅拡大による、計画の実現性を高める</li> </ul> </div> <div> <div>新市場開発</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>160万の壁が引きあがることに合わせ、副業ニーズが拡大に伴う応募増加</li> <li>しゅふの潜在人材層にフォーカスしたマッチング強化による応募増加</li> <li>正社員/時短正社員採用に合わせた応募増加</li> </ul> </div> <div> <div>生産性向上</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>機能追加・保守スピード、コストダウン</li> </ul> </div> </li></ul> </li> </ul> |

## ■P/L販売管理費構成比率

|            | 2025年3月期<br>実績 | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高        | 100.0%         | 100.0%         | 100.0%         | 100.0%         |
| 販売費及び一般管理費 | 67.3%          | 68.9%          | 68.4%          | 69.9%          |
| うち人件費      | 7.8%           | 7.8%           | 6.8%           | 6.1%           |
| うち募集広告費    | 31.4%          | 30.8%          | 30.7%          | 29.9%          |
| うち減価償却費    | 1.5%           | 0.9%           | 0.6%           | 1.9%           |
| セグメント利益    | 32.5%          | 31.1%          | 31.6%          | 30.1%          |

### P/Lを改善する取り組み

|    |                                                                                                                                                                      |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 短期 | <ul style="list-style-type: none"> <li>1人当たりの営業生産性向上による人件費率の低下</li> <li>定期的な料金改定実施による投資効率向上</li> </ul>                                                               |
| 長期 | <ul style="list-style-type: none"> <li>求人数および認知率の拡大による応募効率向上により募集広告比率を低下させ、応募数を拡大</li> <li>正社員採用強化による投資対売上総利益額の向上</li> <li>システム刷新開発の、スケジュール・投資コスト面での計画内進捗</li> </ul> |

## ■主要KPI

|             | 2025年3月期<br>実績 | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 月平均外販稼働人数   | 48.0人          | 52.2人          | 60.3人          | 79.5人          |
| 月平均外販稼働率    | 73.0%          | 73.9%          | 80.2%          | 90.2%          |
| 月平均外販稼働単価   | 772,233円       | 820,684円       | 880,733円       | 961,341円       |
| 月平均一括案件※1比率 | 12.4%          | 26.9%          | 37.5%          | 47.5%          |

※1一括案件＝プロジェクトマネジメントを行う案件

### KPIを増加/改善する取り組み

短期

- ・営業とマーケティング体制については1Qおよび2QにてPoCを実施し、その結果をもとに再度中期計画の2年目・3年目を引き直し
- ・エンドユーザー向け提案数の増加、提案率の向上
- ・BPA事業における一括案件比率上昇による顧客単価・外販稼働率の上昇

長期

- ・強力な営業セクションの構築
- ・DX推進ブランド企業としての認知度を高め、リード獲得数を向上

## ■P/L販売管理費構成比率

|            | 2025年3月期<br>実績 | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高        | 100.0%         | 100.0%         | 100.0%         | 100.0%         |
| 売上総利益      | 20.4%          | 19.5%          | 21.7%          | 30.0%          |
| 販売費及び一般管理費 | 11.5%          | 14.0%          | 14.5%          | 13.1%          |
| うち人件費      | 7.4%           | 6.9%           | 7.4%           | 6.6%           |
| うち採用・調達費   | 0.8%           | 1.2%           | 1.3%           | 1.1%           |
| うち減価償却費    | 0.0%           | 0.0%           | 0.0%           | 0.0%           |
| セグメント利益    | 9.0%           | 5.5%           | 7.2%           | 16.8%          |

### P/Lを改善する取り組み

短期

- ・営業1人当たりの売上総利益額の向上
- ・エンジニア1人当たりの売上総利益額※2（160,467円→314,750円）（月平均）

長期

- ・まずは短期的な取組みに集中

※2エンジニア1人当たりの売上総利益額＝BPA事業の売上総利益額÷BPAエンジニア人数

## ■対連結売上高ホールディングス販売管理費比率

|                            | 2025年3月期<br>実績 | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 連結売上高                      | 100%           | 100%           | 100%           | 100%           |
| ホールディングス<br>販売費及び<br>一般管理費 | 11.5%          | 13.4%          | 13.7%          | 14.0%          |

## ■ホールディングス内販売管理費構成比率

|           | 2025年3月期<br>実績 | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|-----------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 経営管理本部    | 23.9%          | 23.3%          | 18.7%          | 14.7%          |
| 人事本部      | 29.1%          | 27.8%          | 27.8%          | 23.6%          |
| IT本部      | 41.5%          | 42.5%          | 37.3%          | 33.6%          |
| ビジネス開発研究室 | 5.4%           | 6.4%           | 16.1%          | 28.1%          |

## 主要部署の取り組み

### <人事本部>

- ・新卒・中途共に、安定的な採用を実現するオペレーションを確立
- ・採用に寄与する人事制度改革を優先的に実施する
- ・業績連動型賞与を、取締役まで含め、全グループに導入する
- ・個人投資家向けにブランディング&IR戦略を実施  
プレスリリース/キャラバン継続的に実施する

### <IT本部>

- ・しゅふJOB及び、派遣事業基幹システム刷新によるPJT進行
- ・各事業を勝たせる為の、理想の実現力強化
- ・AI時代におけるエンジニアとしてのキャリアステップと、キャリア開発
- ・基盤開発を進め、グループの経営資源や、各種活動データを軸とした中央活動支援基盤を創る

## 販管费率増加の理由

- ・ビジネス開発研究室のみ、5.4%→28.1%と拡大する。
- ・ビジネス開発研究室は、新規事業と、各事業を強化する開発を行う組織機能である為、各年度の子会社のQ業績を確認してから投資実行を行うことで、年度の業績を死守する為、販売管理費が拡大する計画にしている。
- ・2028年3月期までは、投資優先で、売上、売上総利益拡大と新規事業への投資を優先する。
- ・2029年3月期以降は、収益性を優先し、税引き後利益を優先する。
- ・2030年3月期には、プライム市場へ上場できる業績と時価総額を狙う。

### パケットタレント事業

| (単位：百万円)       | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高            | 17             | 67             | 108            |
| 販売費及び<br>一般管理費 | 12             | 16             | 18             |
| セグメント<br>利益    | ▲5             | 10             | 25             |

#### 取り組み内容

パケットタレント事業は、小型BPO事業としてBPO事業部に集約、1稼働による利益が少ない為、案件獲得方法に工夫が必要、アイデアを適宜実施し安定的な成長を創り出していく。

### メディカル領域事業

| (単位：百万円)       | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高            | 95             | 231            | 441            |
| 販売費及び<br>一般管理費 | 18             | 36             | 59             |
| セグメント<br>利益    | 0              | 2              | 10             |

#### 取り組み内容

介護士・看護師の派遣/紹介からスタート登録者の拡大と逆提案からスタートし、確実な成長につなげていく。  
しゅふJOBの顧客資源・採用力が高まるにつれてより高い成長で拡大していく

### BPO事業

| (単位：百万円)       | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高            | 35             | 199            | 439            |
| 販売費及び<br>一般管理費 | 29             | 37             | 44             |
| セグメント<br>利益    | ▲21            | 11             | 71             |

#### 取り組み内容

##### BPO事業をスタート

- ・RPO（採用代行）サービスを開発
- ・大手BPO事業会社、人材会社、自治体等々から受注し、サービス提供開始

##### ・BPO事業に取り組む狙い

- ・各社のサービス利用による売上利益の最大化、人材/DX事業とBPOは相性が良い。
- ・各社の経営資源である人材を活用、高齢者や、お子さんの多いシングルマザー等も積極活用
- ・顧客のオペレーションを長期で運用する為、LTVが長期化しやすい

|                 | 2026年3月期<br>計画 | 2027年3月期<br>計画 | 2028年3月期<br>計画 |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| 1株当たり当期純利益（EPS） | 22.1円          | 141.0円         | 376.9円         |
| 1株当たり純資産額（BPS）  | 888.5円         | 1,029.5円       | 1,406.4円       |
| 自己資本比率          | 30.9%          | 30.6%          | 33.0%          |
| 自己資本当期純利益率（ROE） | 2.5%           | 14.7%          | 30.9%          |

※株式数は2025年3月末時点の1,449,600株で計算

## 労働力の供給

しゅふの  
更なる活躍支援

派遣・紹介事業

① しゅふJOBの事業領域拡大を中心とした成長

メディア事業

## 労働需要の低減

新たな  
代替え労働力  
の提供

労働生産性と  
従業員の働きやすさ  
の追求

新規事業

② 複数事業のテスト

DX事業

③ エンジニア、  
ソリューションの強化

短期～中期的に業績を牽引

中期～長期的な事業拡大を目指す

- しゅふJOBの認知度をさらに高めると共に、強化エリアを一都三県から順次全国へ拡大。機能強化や、アプリ開発強化で更なる応募増を狙う
- 女性が長く、大人数活躍する業界に注力して、直販営業、代理店支援、集客強化を行っていく

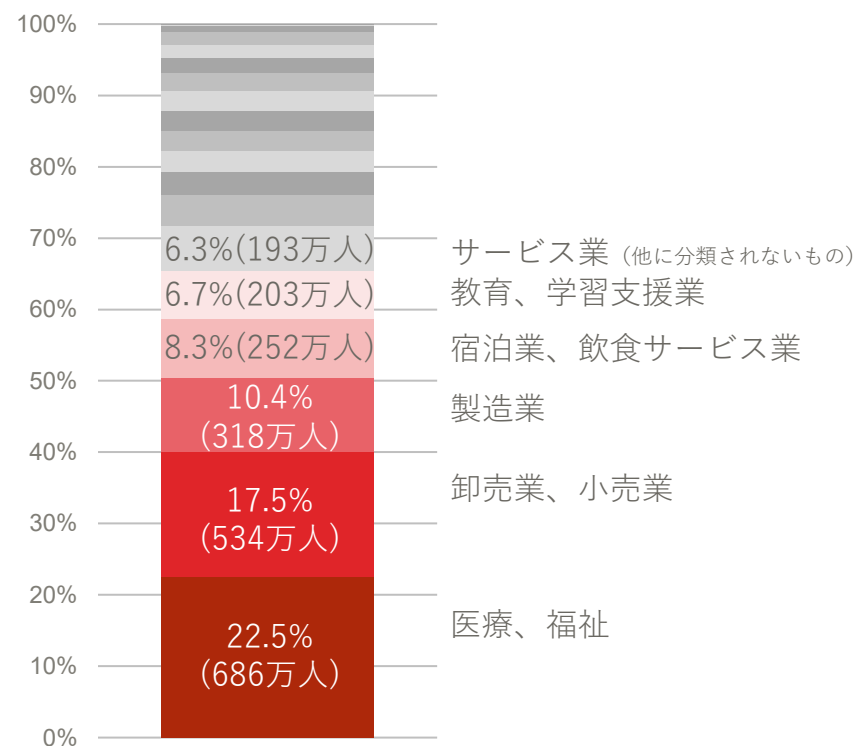
## メディア事業

しゅふJOB®

PRODUCED BY  bstyle

- 認知度アップのための投資拡大
- 労働需要の逼迫している**業種・職種**への注力
  - 飲食・外食、宿泊、介護等
- 一都三県以外の**エリア**の強化
  - 関西をはじめ、地方も強化
- 規律ある**広告投資**
  - 利益成長を重視し、ROIをコントロール
- 新機能及びアプリ開発強化

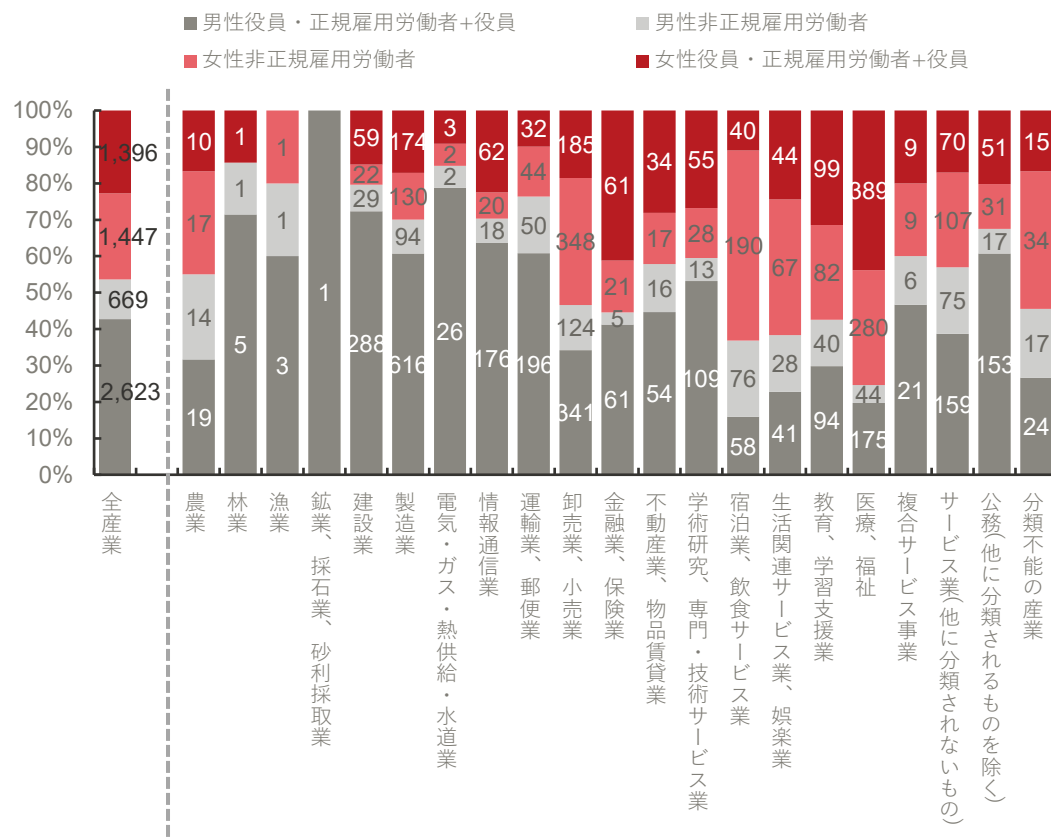
## 産業別女性就業者数（2024年1~3月）



※ 総務省統計局「労働力調査」

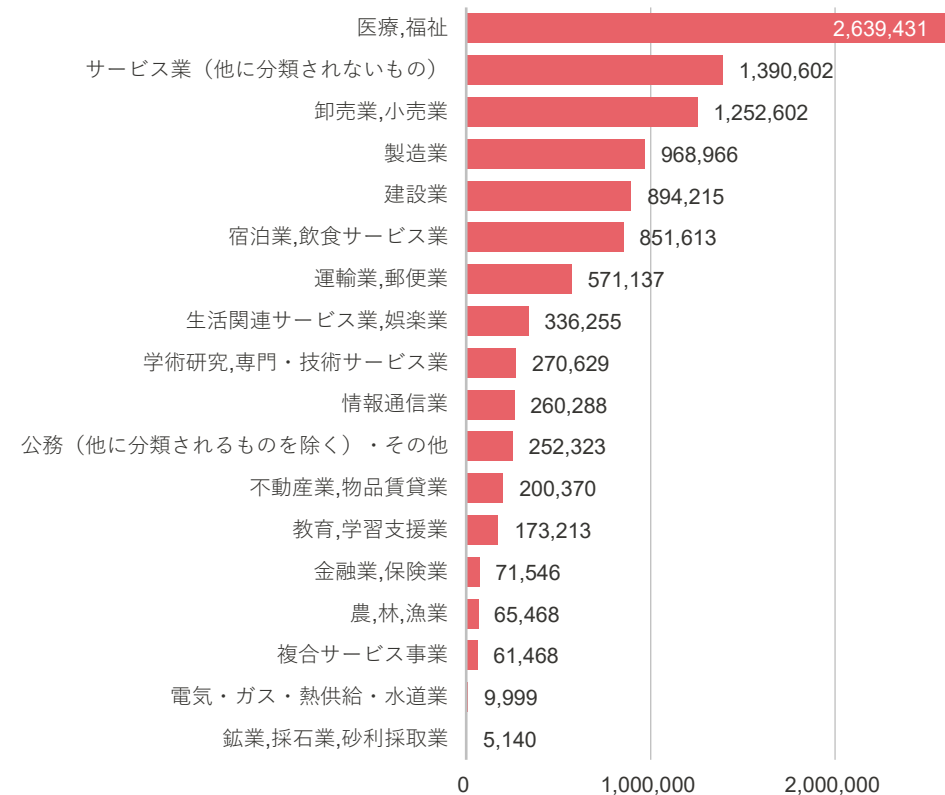
- 医療、福祉業界をはじめとした、女性雇用者数・新規求人数の多い領域に注力

産業別雇用者数・割合（2024年7～9月）（単位：万人）



※ 総務省統計局「労働力調査」

産業別新規求人数（2023年4月～2024年3月）（単位：人）



※ 厚生労働省「一般職業紹介状況」（職業安定業務統計）

- ・ しゅふJOBが得意とする業種・職種について派遣への送客を強化し、顧客数・稼働数を拡大していく
- ・ スマートキャリアのリブランディングにより、新たなコンセプトで顧客と働き手をエンゲージしていく

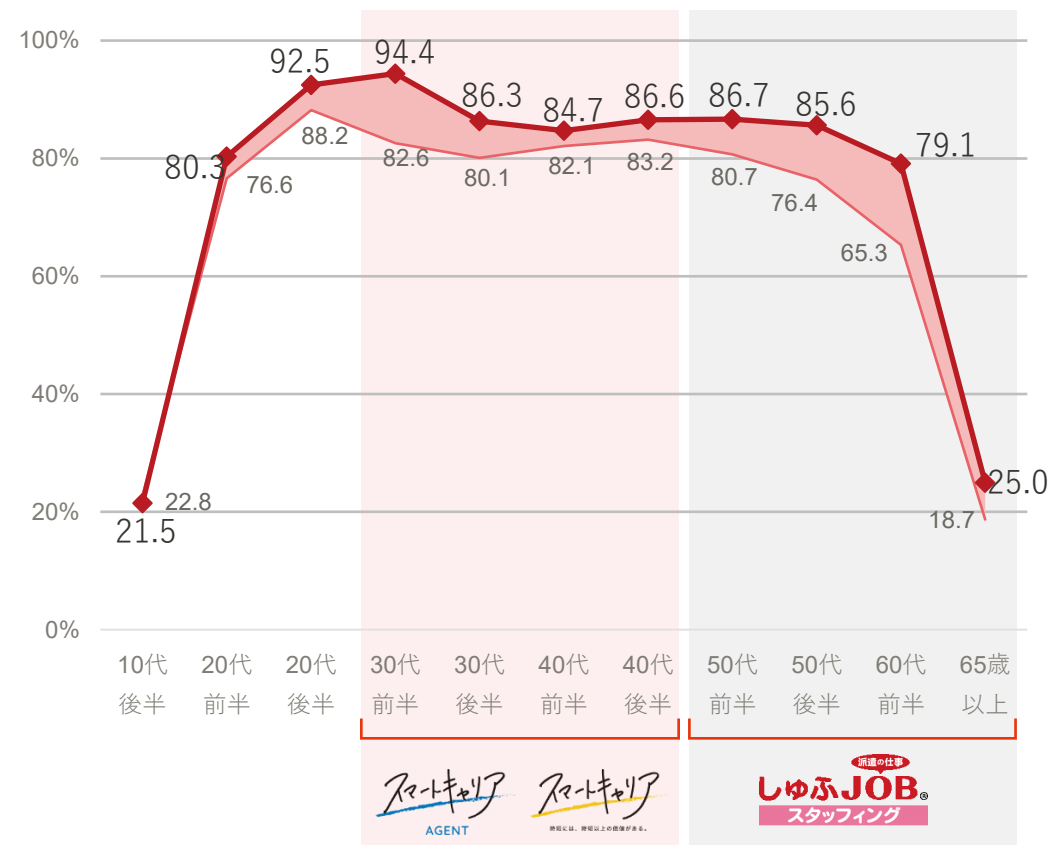
## 派遣・紹介事業

派遣の仕事  
**しゅふJOB®**  
スタッフィング

スマートキャリア  
AGENT

- しゅふJOBで採用することが得意な業種・職種について派遣・紹介事業への送客・クロスセルを強化する。
- 「スマートキャリア」のリブランディングで30～40代の女性中心の派遣・紹介等を強化する。
  - ・ これまでの「働きやすさ」重視に加え、「働きがい」のあるスマート企業の派遣・紹介求人を強化
  - ・ 「働きやすさ」を働く時間・日数・場所だけでなく、企業のDXへの取り組み等による業務効率化・従業員の働きやすさへと拡大定義し、さらに給与水準や人事制度等による「働きがい」も重視し、魅力的な顧客や求人を増やしていく。

労働力率：女性 — 2023年(実績) — 2040年(予測)



※ 総務省統計局「労働力調査」、独立行政法人労働政策研究・研修機構「年齢階級別労働力率」「2023年度版 労働力需給の推計—労働力需給モデルによるシミュレーション—」（成長率ベースライン・労働参加漸進シナリオ）

- ・ 新規事業等の統括的な組織としてビースタイルビジネス開発研究室を設立
- ・ 副業・外国人・社会福祉領域・生成AI技術のリスキリングで新規事業化を目的としたテストを実施中

2024年4月設立

## ビースタイルビジネス開発研究室

### 副業人材

- パーソナル・アシスタントサービス「パケットタレント」

事務やクリエイティブ業務に対して、ハイスکیل副業人材と「月10時間～」等の短時間の業務請負契約が可能なサービスを開発。現在モニター数十社にトライアルを実施し、サービス改善を実施中

### 外国人人材

- 介護業界向け人材紹介事業

2040年には、1,000万人近い外国人労働者が働くと見込まれる日本において、最も人材が必要となる介護職からスタート。ASEAN全般の送り出し機関からの人材紹介事業からスタートし、先々はプラットフォーム事業にまで発展できるように取り組みを行う。

### 社会福祉領域人材

- 介護業界向け事業

しゅふJOBで採用できる未経験の介護希望者から登録して派遣、先々は資格等の教育も行い、派遣や紹介サービスまで発展できるような取り組みを行う。

### 生成AI技術まで拡大

- DXエンジニアのリスキリング

現DXエンジニアに生成AIの技術をリスキリングし、AIを中心としたソリューション、プロジェクトマネジメント、開発、テスト、レポートのレギュラーワークを開発中。エンドユーザー中心に営業力強化予定

- ・ 業務自動化支援サービスと、IT人材を提供するITエンジニア人材調達支援サービスにより、**企業のDX化に貢献**する
- ・ DX推進による労働需要の低減と、業務効率改善による従業員の働きやすさの向上を、**ソリューション強化**により実現する

## BPA（業務自動化）ソリューションサービス

業務自動化に関するサービスを一通貫で提供  
(主に準委任契約・派遣契約)



バリューテクノロジーズ

- ・ **75名※1**の**プロパーエンジニア**人材が在籍
- ・ 業務自動化を上流～下流まで**ワンストップ**で支援
- ・ 小規模開発、保守運用等スポット支援が可能

## ITエンジニア人材調達支援サービス

業務委託もしくは人材派遣の形態でIT人材を提供  
(主に準委任契約・派遣契約)



バリューテクノロジーズ

- ・ **即戦力となる30-50代エンジニア**が84.4%※2
- ・ **スピーディーな調達**（人材サーチ着手まで 約1営業日）
- ・ **高い継続率**（同一現場での半年以上継続率 82.9%※3）

| BPA（業務自動化）ソリューションサービスの支援内容：業務自動化の上流から下流まで一通貫で支援が可能



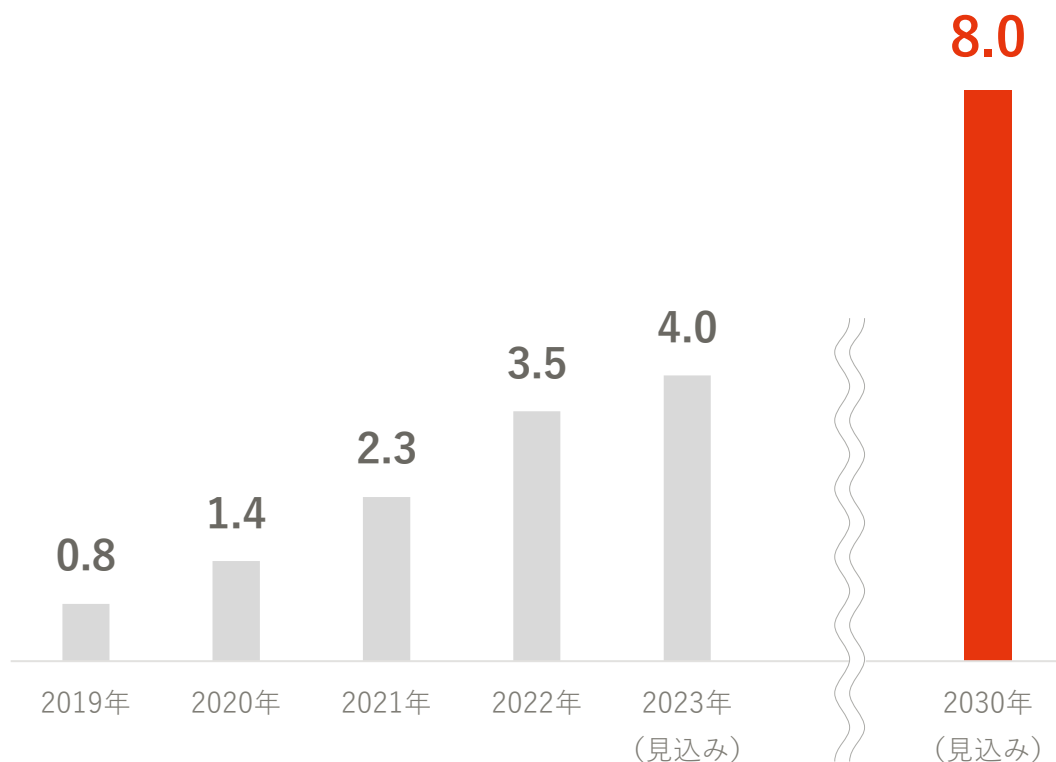
※1 2025年3月末時点

※2 2025年3月末時点における当社に登録されている登録型派遣ITエンジニアの年齢比率

※3 2022年4月以降に就業を開始している登録型IT派遣エンジニアの内、2025年3月末時点で半年以上継続している人の割合

- DX市場における市場規模は2030年に8兆円を超える見込み
- DX化に向けて具体的な取組みができていない企業が多く、ビジネスチャンスが多い

## | DX関連ビジネスにおける市場規模推移（単位：兆円）



## | DXへの取組み状況（シングルアンサー N=612）

| 項目                                            | 回答率   |
|-----------------------------------------------|-------|
| 既に取り組みを開始しており、具体的な施策を実行している                   | 40.4% |
| 取り組みを開始しているが、検討や実証実験段階である                     | 32.8% |
| 時期は未定であるが取り組む計画がある                            | 9.3%  |
| 今後3年以内に取り組みを開始する計画がある（実証実験や具体的な施策検討までは行っていない） | 9.0%  |
| 今後取り組む予定であるが、具体的な計画はない                        | 8.5%  |

全体の**59.6%**でDX化ニーズがあると見込まれる

# Appendix

|           |                                                                                                                                                                                    |  |         |                                                                                  |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 会 社 名     | 株式会社ビースタイルホールディングス                                                                                                                                                                 |  | 資 本 金   | 309百万円 ※2025年3月末時点                                                               |
| 設 立       | 2020年2月14日<br>※2002年7月5日ビースタイルグループ創業                                                                                                                                               |  | 所 在 地   | 東京都新宿区西新宿6-18-1<br>住友不動産新宿セントラルパークタワー 32F                                        |
| 従 業 員     | 380名（パート含む） ※2025年3月末時点                                                                                                                                                            |  | 事 業 内 容 | 傘下グループ会社の経営管理、及びそれに付帯する業務<br>子会社にて、派遣・紹介事業、メディア事業、DX事業、<br>その他事業を運営              |
| 共 同 創 業 者 | 代表取締役社長 三原 邦彦<br>取締役会長 増村 一郎                                                                                                                                                       |  | 子 会 社   | 株式会社ビースタイルスマートキャリア<br>株式会社ビースタイルメディア<br>株式会社ビースタイルバリューテクノロジーズ<br>株式会社ビースタイルチャレンジ |
| 役 員       | 代表取締役社長（最高経営責任者） 三原 邦彦<br>取締役会長（最高執行責任者） 増村 一郎<br>社外取締役 七村 守<br>社外取締役 藤井 佐和子<br>監査役 橋本 邦宏<br>社外監査役 鴫崎 俊也<br>社外監査役 福士 貴紀<br>常務執行役員 小牟田 斉美<br>執行役員 田中 啓祐<br>執行役員 石橋 聖文<br>執行役員 佐々木 洋 |  | 加 盟 団 体 | 一般社団法人日本人材派遣協会<br>（当社取締役会長の増村が協会理事に就任）<br>外国人雇用協議会                               |

株式会社ビースタイルホールディングス  
(当社)

経営指導等

労働者派遣

(請求時給×就業時間×稼働人数)①派遣料金

人材紹介

(想定年収×手数料率)②人材紹介手数料

求人広告掲載

③掲載料・応募料・採用料

採用課金型：採用課金単価×採用数  
応募課金型：応募課金単価×応募数  
掲載課金型：掲載料×掲載期間×掲載数

業務受託・人材派遣

④業務受託料、派遣料金等

稼働売上：稼働売上単価×稼働人数  
業務委託：請求時給×就業時間  
派遣：請求時給×就業時間

障がい者雇用特例子会社

派遣・紹介事業

株式会社ビースタイル  
スマートキャリア

派遣登録・雇用

転職支援

メディア事業

株式会社ビースタイル  
メディア

求人情報提供

求人応募

DX事業

株式会社ビースタイル  
バリューテクノロジーズ

派遣登録・雇用

その他の事業

株式会社ビースタイルチャレンジ

クライアント  
(企業など)

個人

当社グループ

## 「年収の壁」について

- 「年収の壁」として、税金・社会保障・配偶者手当等に関わるものが存在
- しゅふ層96.7%が「収入を増やしたい」過半数が転職・副業に前向きで、労働余力時間は20時間/月

### 「年収の壁」とは

|             |                          | パートタイム<br>労働者本人への影響                     | 配偶者もしくは<br>世帯における影響                               | 手取り<br>への影響  |
|-------------|--------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------|
| 税金に関わる壁     | 100万円の壁                  | 住民税の発生                                  |                                                   | 影響なし         |
|             | 103万円の壁                  |                                         | 所得税の発生                                            | 手取りは逆転しない    |
|             | 150万円の壁                  |                                         | 配偶者控除（38万円）が適用できなくなる<br>→代わりに配偶者特別控除が適用になる        | 世帯の手取りは逆転しない |
|             | 201万円の壁                  |                                         | 配偶者特別控除が満額（38万円）適用できなくなり、以降、パートタイム労働者の収入によって徐々に減額 | 世帯の手取りは逆転しない |
| 社会保障に関わる壁   | 106万円の壁                  | 勤務先によって社会保険加入対象に。健康保険・厚生年金保険の保険料の支払いが発生 |                                                   | 手取りに影響あり     |
|             | 130万円の壁                  | 国民年金・国民健康保険の保険料の支払いが発生                  |                                                   | 手取りに影響あり     |
| 配偶者手当等に関わる壁 | 主に103万円<br>or<br>130万円の壁 |                                         | パートタイムで働く本人の収入により、配偶者が配偶者手当等の支給対象外となる             | 世帯の手取りに影響あり  |

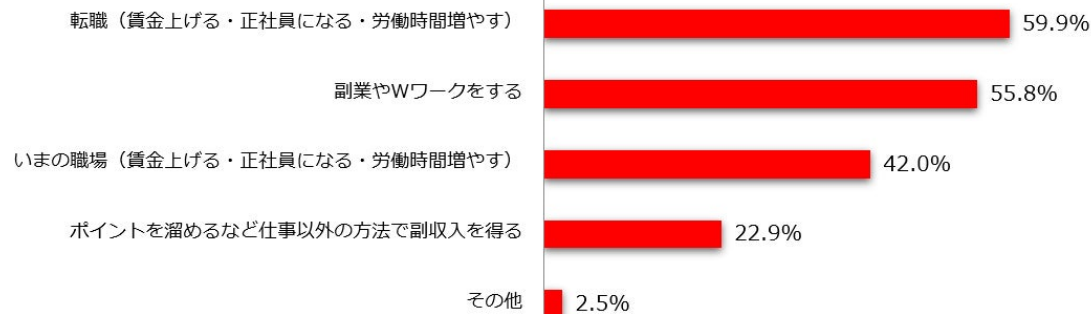
※ 2024年11月22日時点の制度状況

「配偶者手当等」は、法令等によるものではなく、企業独自の制度であり要件は様々  
厚生労働省「『年収の壁について知ろう』あなたにベストな働き方とは？」

### 過半数が転職・副業に前向き

もし、いまあなたがパートで働いているとしたら、収入を増やすために  
どんな方法が有効だと思いますか。当てはまるだけ教えてください。（複数回答）

※「転職」「いまの職場」関連の選択肢をひとまとめにした場合



### 労働余力時間

家庭との両立を前提に、今の働き方に加えてあとどれくらい働けるか？

⇒約 **20時間** /月（5.5時間/週）

※有効回答者数：773名 調査実施日：2025年1月27日（月）～2025年2月9日（日）まで  
ちょうど良い時間（20.9時間）から限界時間（26.4時間）を引いて算出した「限界余白時間（5.5時間）を月換算した数値

調査対象者：ピースタイル スマートキャリア登録者/求人サイト『しゅふ』O B』登録者  
調査対象者のうち、家周りの仕事について「同居家族はいるが主に自分が担当」または  
「同居家族と自分で概ね平等に担当」のいずれかを選択した人のみを抽出して集計  
しゅふ』O B 総研「両立と収入増」  
Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved.

貸借対照表（単位：百万円）

| 資産の部          | 2024年3月期 | 2025年3月期 | 2026年3月期<br>第2四半期 |
|---------------|----------|----------|-------------------|
| 流動資産          | 3,130    | 3,674    | 3,549             |
| 現金及び預金        | 1,908    | 2,400    | 2,218             |
| 売掛金           | 1,113    | 1,160    | 1,199             |
| その他流動資産       | 108      | 113      | 130               |
| 固定資産          | 587      | 475      | 494               |
| 有形固定資産        | 222      | 198      | 186               |
| 無形固定資産        | 277      | 208      | 235               |
| 投資その他資産       | 87       | 69       | 72                |
| 資産合計          | 3,717    | 4,150    | 4,043             |
| 負債の部          |          |          |                   |
| 流動負債          | 1,474    | 1,457    | 1,387             |
| 固定負債          | 1,621    | 1,429    | 1,352             |
| 負債合計          | 3,096    | 2,887    | 2,740             |
| 純資産の部         |          |          |                   |
| 株主資本          | 617      | 1,259    | 1,299             |
| 資本金           | 86       | 309      | 309               |
| 資本剰余金         | 12       | 235      | 235               |
| 利益剰余金         | 518      | 714      | 754               |
| その他の包括利益累計額合計 | 3        | 4        | 4                 |
| 新株予約権         | 1        | -        | -                 |
| 純資産合計         | 621      | 1,263    | 1,303             |
| 負債・純資産合計      | 3,717    | 4,150    | 4,043             |

※1 組織再編のためフィールドワーク支援事業を展開する  
株式会社ビースタイルギグワークスの全株式を2023年12月22日付で譲渡済み  
※2 グループ管理費等

損益計算書（単位：百万円）

|              | 2024年3月期 | 2025年3月期 | 2026年3月期<br>第2四半期 |
|--------------|----------|----------|-------------------|
| 売上高          | 10,826   | 11,214   | 6,048             |
| 派遣・紹介事業      | 7,275    | 6,945    | 3,391             |
| メディア事業       | 2,659    | 3,494    | 2,185             |
| DX事業         | 653      | 771      | 465               |
| フィールドワーク事業※1 | 237      | -        | -                 |
| その他の事業       | 0        | 3        | 6                 |
| 売上総利益        | 4,293    | 4,910    | 2,927             |
| 営業利益         | 276      | 323      | 124               |
| 派遣・紹介事業      | 518      | 365      | 173               |
| メディア事業       | 849      | 1,144    | 692               |
| DX事業         | 6        | 75       | 32                |
| フィールドワーク事業※1 | 23       | -        | -                 |
| その他の事業       | 11       | 25       | 14                |
| 調整額※2        | ▲1,134   | ▲1,287   | ▲788              |
| 経常利益         | 247      | 325      | 118               |
| 当期純利益        | 344      | 195      | 39                |

キャッシュフロー計算書（単位：百万円）

|                     | 2024年3月期 | 2025年3月期 | 2026年3月期<br>第2四半期 |
|---------------------|----------|----------|-------------------|
| 営業活動によるキャッシュ<br>フロー | 492      | 289      | ▲28               |
| 投資活動によるキャッシュ<br>フロー | 144      | ▲49      | ▲80               |
| 財務活動によるキャッシュ<br>フロー | ▲115     | 242      | ▲77               |
| 現金及び現金同等物の増減額       | 521      | 482      | ▲186              |
| 現金及び現金同等物の期首残高      | 1,241    | 1,763    | 2,245             |
| 現金及び現金同等物の期末残高      | 1,763    | 2,245    | 2,059             |

- メディア事業の掲載社数は順調に拡大し、1社あたり取引金額も121%成長
- 派遣事業は2Qまでの求人獲得数や求人決定率の低下により、派遣就業者数が6.9%減少

| 事業      | KPI         | 2024年3月期 | 2025年3月期   |
|---------|-------------|----------|------------|
| 派遣・紹介事業 | 派遣就業者数※1    | 2,621人   | 2,440人     |
|         | 取引社数※2      | 1,074社   | 977社       |
|         | 1社あたり取引金額※3 | 567,942円 | 573,414円   |
| メディア事業  | 掲載社数※4      | 5,447社   | 5,783社     |
|         | 1社あたり取引金額※3 | 68,307円  | 83,270円    |
| DX事業    | 取引社数※2      | 56社      | 61社        |
|         | 1社あたり取引金額※3 | 971,498円 | 1,145,006円 |

※1 期末時点の派遣稼働人数

※2 期末時点の取引社数

※3 年間の売上高を12ヶ月で除した1ヶ月平均売上高を月間取引社数の12ヶ月平均で除した金額

※4 期末時点の掲載社数

# 会社・事業概要



世界を変えるソーシャルカンパニー

- 当社は派遣・紹介事業を祖業とし、求人メディアを運営するメディア事業とDX事業で構成

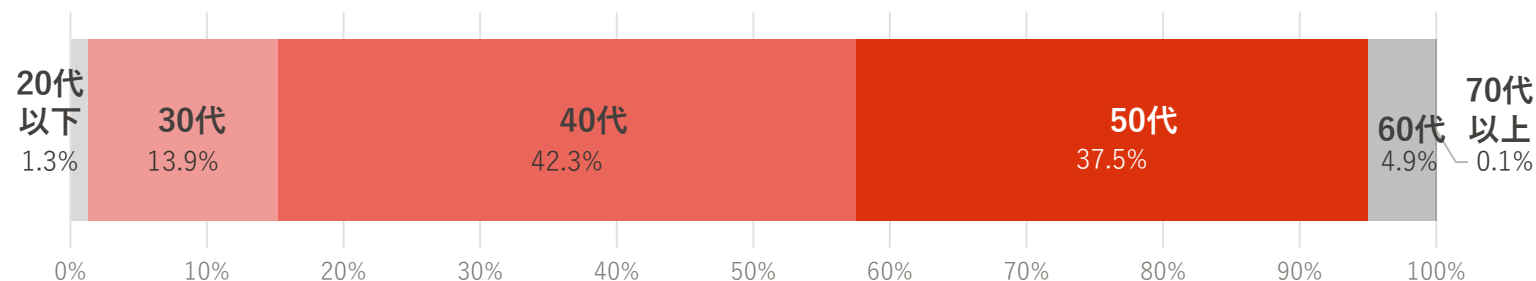


- 主力事業である長期派遣、メディア共に、しゅふ層である30～50歳代の女性がスタッフ・登録会員の大宗を占めています

派遣・紹介事業：長期派遣スタッフの属性（2025年3月末）

長期派遣スタッフの年齢構成（男女計）

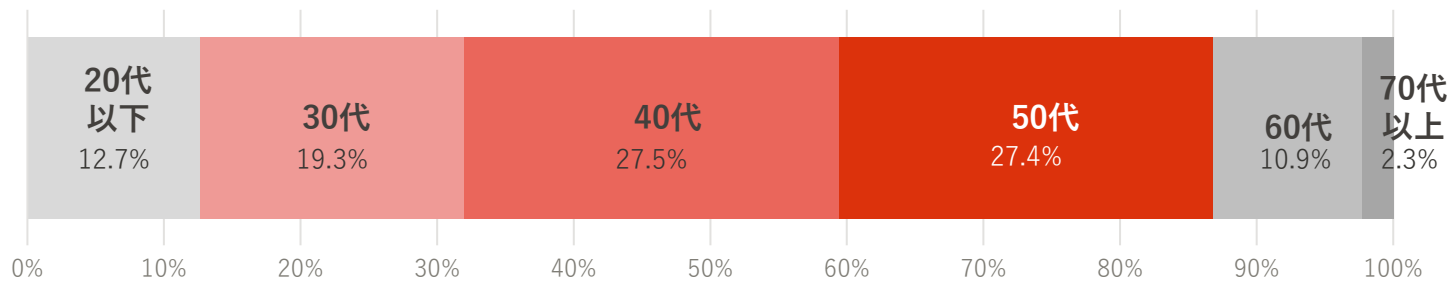
女性比率 **97.8%**



メディア事業：登録会員※1の属性※2（2025年3月末）

登録会員の年齢構成（男女計）

女性比率 **87.9%**



※1 「しゅふJOB」に登録もしくは仮登録しているユーザーの合計数

※2 性別・年齢の登録のある登録会員のみを対象として集計

- 「家庭の都合で、働き方に条件面の制約がある人」と同様の”課題”を抱えているすべての人たちが、サービスの対象になると考えています

性別や未婚既婚区分の区別は、致しません。



自分を「しゅふ」だと捉えるかどうか（自認）は、その人次第のため、「しゅふ」を定義することはしません。



その方の”働く課題”にフォーカスして、解決できるサービスを追求していきます。



補足

「家庭の都合で、働き方に条件面の制約がある人」

- 例1 育児と両立させるため、日数・時間を抑えて、扶養枠内で働きたい
- 例2 看護が必要な家族がいるため、短時間で働きたい
- 例3 介護をしながら働くため、スキマ時間でできる仕事がしたい

「家庭の都合で、働き方に条件面の制約がある人」と同様の”課題”を抱えている人たち

- 例1 スキルアップのため、在宅でできる短時間の副業をしていきたい
- 例2 趣味の時間を確保するため、短時間で働きたい
- 例3 自身の病気療養のため、日数・時間を抑えて働きたい

- 企業の成長エンジンとなる「ハイスキル人材」活用を最適化
- 従来の採用市場では機会を得にくかったハイスキル人材に対し、その専門性を活かしながらキャリアとライフの両立を可能にする就業機会を創出。企業と個人の双方にとって価値あるマッチングを実現

求職者

ハイスキル人材 × キャリア継続

- **高い専門性**を持ちながらも、ライフステージの変化などによりフルタイム勤務が難しい
- 時間や場所の制約があっても、**キャリアの維持・向上**を目指せる働き方を求める
- 家庭か仕事か、というトレードオフに悩むことなく、能力を発揮し続けたい



CASE① 育児/介護と両立する元管理職・専門職

週3日・時短勤務でマーケティング戦略を担当  
限られた時間でも、経験・スキルを活かしたキャリアを継続することに成功

**キャリア継続**：制約があってもキャリアを諦めない働き方を実現

**多様な働き方**：時短やリモート等、柔軟な就業形態

**スキル活用**：専門性を活かせる、やりがい

マッチング

求人企業

企業成長を加速する、新たな人材獲得戦略

従来の採用手法では出会えなかった**ハイスキル人材**がキャリアを継続するために必要とする柔軟な働き方を受け入れることで、企業は優秀な人材を獲得し、競争優位性を高めることが可能



CASE① 専門人材確保による売上向上

フルタイム市場では見つからなかった専門家を確保し、  
受託案件増加に対するキャパシティの拡大が売上増に貢献

**新たな人材プール**：フルタイム市場では出会えない  
ハイスキル層へアクセス

**即戦力確保**

**コスト効率**

**組織の柔軟性**

：専門人材を迅速に獲得  
：必要なスキルを必要な分だけ活用  
：環境変化への対応力強化

しゅふJOBがもたらす価値

- ・ しゅふ層の採用に特化した求人媒体。パート・アルバイトを中心に、しゅふが働きやすい多様な求人を提供
- ・ 35歳以上の女性の求人媒体認知度6位、女性・社会人経験豊富な層に対しての採用に強み

### 働く意欲のあるしゅふ層

#### 豊富な人材アクセス

##### しゅふ層の特徴と就業ニーズ

**高い潜在能力：**これまで培ったスキルや経験を活かしたい

**時間的制約：**「扶養内」「子供のお迎えまで」など、限られた時間での就業を希望

**多様な志向：**「家庭との両立」「社会との繋がり」「キャリア再開」など

**求める環境：**しゅふへの理解がある職場、柔軟なシフト対応

#### マッチング

### 働き手不足に悩む企業

#### ニーズに合わせた3つの課金モデル

| プラン  | ニーズ例 | 利用企業例            | 提供価値               |
|------|------|------------------|--------------------|
| 掲載課金 | 大量募集 | 飲食、<br>小売チェーン    | 広範なリーチで<br>大量採用を支援 |
| 応募課金 | 応募報酬 | 中小企業、<br>医療/介護   | 価格を抑えた<br>採用が可能    |
| 採用課金 | 成功報酬 | 中小企業・<br>スタートアップ | 無駄払い抑制             |

**仕事探し**：ライフスタイルに合った仕事発見  
**豊富な仕事量**：全国30万件以上  
**心理的ハードル軽減**：しゅふ歓迎案件しかない

しゅふJOBがもたらす価値

**人材確保**：35歳以上×しゅふ層の高い認知度  
**コスト最適化**：採用戦略に合わせた柔軟なプラン  
**ニーズ**：女性・社会人経験者が採用したい

- RPAから、最新の生成AIまで幅広い技術に対応できるDX推進コンサルティング&エンジニアリング
- コンサルティング会社、Sierが活用しやすい適正な価格、プロパーエンジニア80名体制

## 企業の課題



### CASE① 定型業務の効率化と人手不足解消

データ入力、書類作成等の繰り返し作業に多くの工数が発生。ミスも頻発。

## 当社介入による解決

- 技術力と実績：**
- RPAから最新の生成AIまで幅広い技術に対応
  - 累計2,275件超の豊富なDX推進支援実績（2024年10月時点）
- 伴走型支援体制：**
- 課題抽出から計画策定、開発、運用保守、内製化までワンストップでサポート
  - 企業の状況に合わせた最適なソリューションを提供

当社  
DX支援  
サービスの  
強み

導入効果：勤怠管理等の作業時間大幅削減、ヒューマンエラー防止による品質向上、報告書作成～システム登録までの完全自動化

## DX支援サービスがもたらす価値

**生産性向上：**抜本的な業務効率化を実現  
**コスト削減：**人件費、作業ミスに伴うコストを削減

**付加価値創出：**社員をより創造的な業務へシフト  
**競争力強化：**DXによる事業変革を支援

### 1. しゅふ層への特化

- 「しゅふ」採用に特化したパイオニア
- 他社が真似できない差別化されたポジショニング

### 2. 求職者の集客力

- しゅふのニーズに合わせた検索機能とUI
- 高いブランド認知度

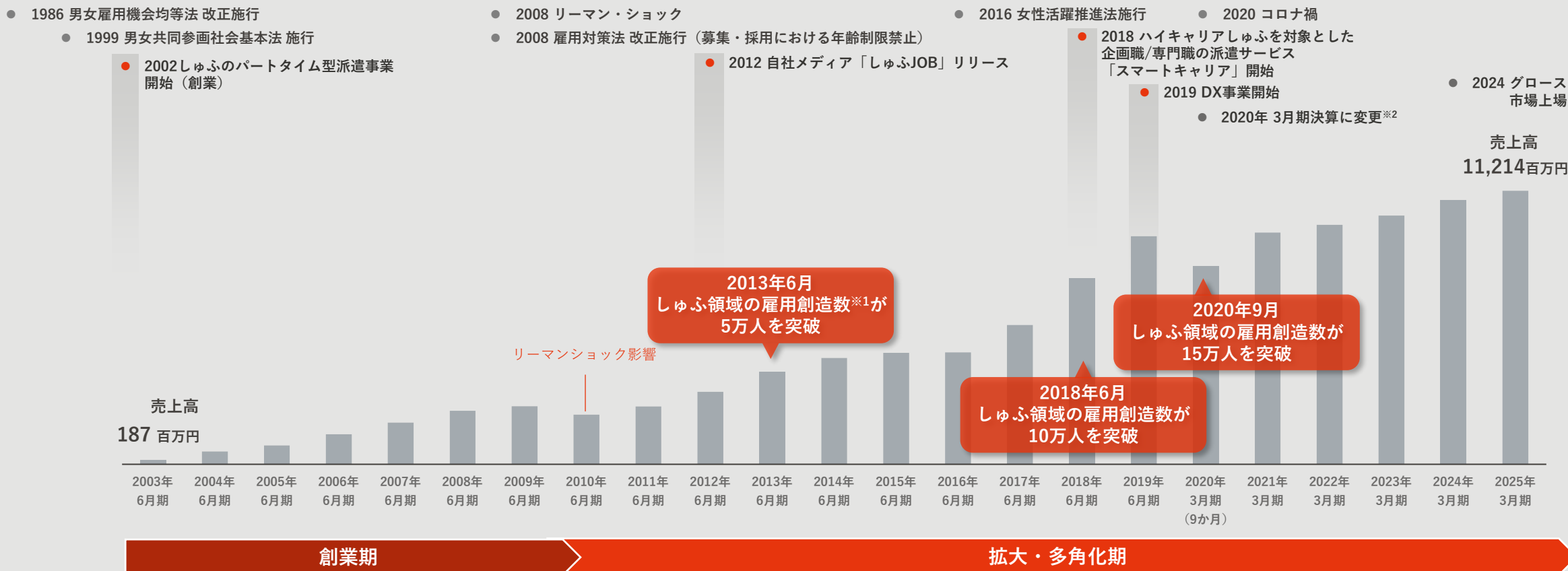
### 3. 求人企業の課題解決

- 即戦力人材に「しゅふ」という新たな働き手を提供
- 企業の採用課題を解決する求人のスマート化
- 長年にわたる顧客からの支持により築かれた顧客基盤

## 1. しゅふ層への特化

## 「しゅふ」採用に特化したパイオニア

- 2002年の創業より、女性の雇用拡大の必要性を予見し事業を開始
- 以降20年以上に渡り「しゅふ」領域の雇用を創造してきた



少子高齢化を背景とした働き手不足、  
女性の雇用拡大の必要性を予見し事業開始

自社メディアや広報強化による事業拡大、  
女性のキャリアの多様化・高度化に合わせた事業多角化

※1 しゅふ領域の雇用創造数：人材派遣事業の派遣稼働者数、人材紹介事業の採用者数、求人サイト事業の採用者数の事業開始時からの累計

※2 当社は、2020年2月に株式会社ピーススタイル（現 株式会社ピーススタイルスマートキャリア）を株式移転完全子会社、当社を分割承継会社として設立された持株会社であります。

また、株式会社ピーススタイル（現 株式会社ピーススタイルスマートキャリア）の決算期を2020年より3月期決算に変更しております

## 1. しゅふ層への特化

### 「しゅふ」採用に特化したパイオニア②

- しゅふが仕事探しで重視するポイントは、勤務地・勤務時間・日数などのライフスタイルとの合致
- 当社はしゅふのニーズに合わせた求人案件を多く保有し、登録会員数を伸ばしている

仕事探しで重視しているポイントランキング※1

|     |               |     |
|-----|---------------|-----|
| 1位  | 勤務地           | 84% |
| 2位  | 勤務時間          | 65% |
| 3位  | 勤務日数          | 47% |
| 4位  | 職種            | 41% |
| 5位  | 給与            | 28% |
| 6位  | しゅふが働きやすい環境か？ | 26% |
| 7位  | 交通費は支給されるか？   | 17% |
| 8位  | 平均年齢or活躍中の年齢  | 14% |
| 9位  | 扶養枠内で働けるか？    | 13% |
| 10位 | 未経験OKか？       | 11% |
| 11位 | 職場の雰囲気 ※写真等   | 7%  |
| 12位 | ブランクOKか？      | 7%  |

しゅふの仕事探しにおいて  
職種・給与の優先順位は低く  
ライフスタイルに合わせた  
働きやすさが  
重視されている

当社保有求人の特徴

派遣・紹介事業における  
時短求人比率※2 **82%**

メディア事業における  
時短求人比率※3 **75%**

しゅふJOB  
登録会員数

**123万人**

「しゅふJOB」に登録もしくは  
仮登録しているユーザーの合計数



※1 しゅふJOB登録者へのアンケート調査。集計期間：2022年1月24日～2022年1月26日

※2 2025年3月時点で求人企業に依頼を受けた求人のうち、週35h未満の求人の比率

※3 2024年9月時点の求人のうち、雇用形態が「パート」かつ扶養枠内での勤務調整が可能な求人の比率

## 1. しゅふ層への特化

### 他社が真似できない差別化されたポジショニング

- 同業HR系企業は、全体のサービスの中にしゅふに適した求人・媒体を有することもあるが、「しゅふ」に特化しコアコンピタンスにすることはデメリットが多い

#### 他社が「しゅふ」に特化することのデメリット



#### 独自ポジションの形成

当社は他社がやらない  
「しゅふ」への特化を徹底し、  
求人数・登録会員数を拡大

同業界で  
**独自のポジション**を  
確立している

- しゅふが重視するポイントに沿った検索機能で、効率的な仕事探しをサポート

豊富なタグから、  
希望条件に合った求人を探しやすい

自宅周辺で通いたいニーズが  
強いため、通勤時間で検索

子どもの保育園、  
塾等のお迎えを意識して、  
終了時間で検索

**カンタン検索**

通勤時間  駅から

勤務日数

☐ 週1~2日 ☐ 週2~3日 ☐ 週3~4日  
☐ 月6~10日 ☐ 月11日~

職種

☐ 一般事務・アシスタント (326) ☐ 経理 (136) ☐ 人事労務 (46)  
☐ 受付 (6) ☐ 英文事務 (5) ☐ テレマーケティング (12)  
☐ 営業・ラウンダー (47) ☐ データ入力 (0) ☐ WEB系 (31)

▲派遣のお仕事サイトのUI

株式会社パソナ

＼大手案件が充実！／20代～40代活躍中☆オフィスワークの登録派遣なら  
『パソナ』一部在宅OKの案件も！サポート体制◎手厚い待遇・福利厚生  
☆WEB登録・面談OK



勤務地・駅 東京都新宿区☆勤務地多数あり☆  
新宿駅 / 新宿御苑前駅 / 新宿三丁目駅

勤務時間 10:00～15:00 / 09:00～13:00 / 09:00～17:00  
10:00～18:00

週勤務日数 週4～5日

給与・報酬 時給1,600～1,900円

職務経歴書不要 扶養枠調整歓迎 一部在宅OK 家庭や子供の用事でお休み調整可 未経験歓迎 扶養を超えて損なく働く

残業なし プラックOK 残業少なめ 交通費支給 駅チカ・駅ナカ（徒歩5分以内） しゅふ活躍中 服装自由

40代の多い職場 シングルマザー・ファザー活躍応援 子連れ面接OK WEB面接（オンライン面接）OK 上場企業・有名企業

中小アットホーム 30代の多い職場 50代の多い職場 産休・育休制度利用実績あり お弁当持参OK 休憩スペースあり

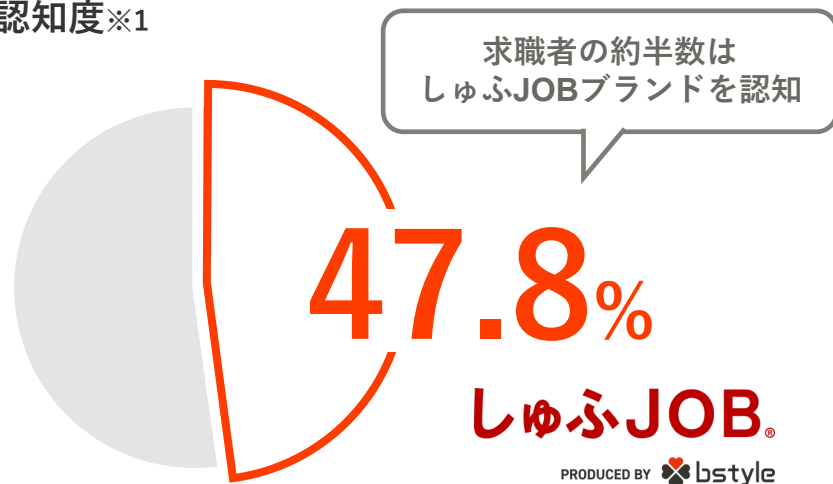
完全禁煙 定期的な換気 手指消毒剤設置 従業員／来店客の検温実施 定期的な洗浄・消毒

★ お気に入り

▲しゅふJOBメディアのUI

- 求職者の半数近くがしゅふJOBを認知
- CM指名検索スコアランキングでは人材業界で唯一100位以内にランクインするなど、着実にブランドイメージが拡大している

## | しゅふJOBの認知度※1



## | 求人サービス認知度ランキング※2

**6位**

## | 2024年上半期 CM指名検索スコアランキング※3

**61位** / 12,000  
ブランド以上

## | しゅふJOBの受賞歴



2013年 第2回 日本HRチャレンジ大賞  
人材サービス優秀賞（採用部門）



2020年 第3回 日本サービス大賞  
厚生労働大臣賞



※1 しゅふJOBの認知度

調査期間：2024年6月

調査企画：ノバセル株式会社 調査協力：株式会社クロス・マーケティング

調査対象：子どもと同居かつ育児の負担がある、求職中または求職する可能性のある30-59歳の女性  
助成想起※3 指名検索スコア：CM放映前後の数分間に増加した指名検索数をCMの放映量で割り算出されるスコア  
出所：ノバセル株式会社「2024年上半期 CM指名検索スコアランキング」

※2 求人サービス認知度ランキング

調査期間：2024年6月

調査企画：ノバセル株式会社

調査協力：株式会社クロス・マーケティング

純粹想起「『パート・アルバイト探しのための求人サービス』と聞いて、思い浮かぶものを3つまで教えてください」  
との質問に対して回答されたサービス名ランキング

調査対象：子どもと同居かつ育児の負担がある、求職中または求職する可能性のある30-59歳の女性

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved.

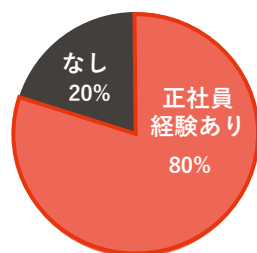
### 3. 求人企業の課題解決 即戦力人材に「しゅふ」という新しい働き手を提供

- 求人媒体の【しゅふJOB】で転職する層は、約8割が正社員経験があり、アルバイト/パート層の中でも豊富な経験やスキルを持ち、離職率が他の雇用属性に比べて低い。
- 派遣・紹介サービスブランドである【スマートキャリア】は、過去年収500万円以上が約4割を占める。

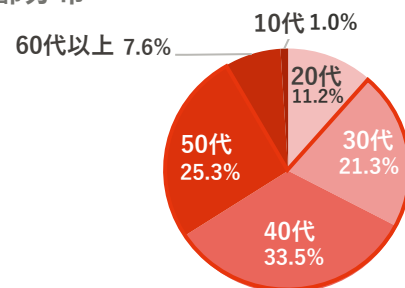
#### しゅふの人物像 **豊富な経験・スキルを保有**

##### 求人媒体【しゅふJOB】

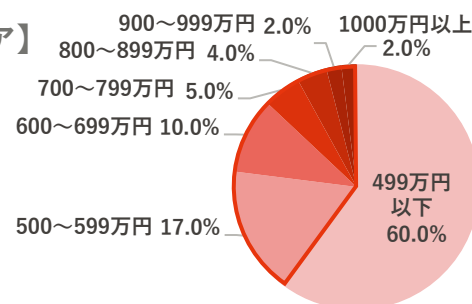
##### | 正社員経験の有無※1



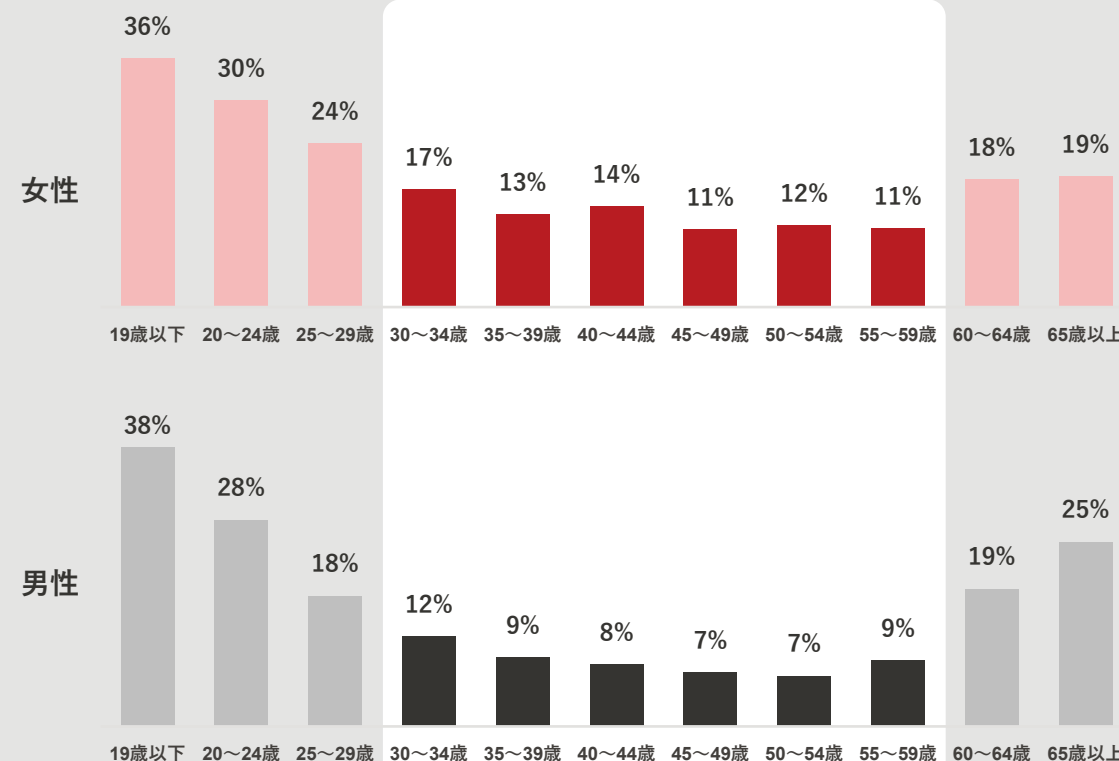
##### | 年齢分布※1



##### 派遣・紹介の【スマートキャリア】 の過去年収※2



#### 年代別の離職率



#### しゅふ層は離職率が低い

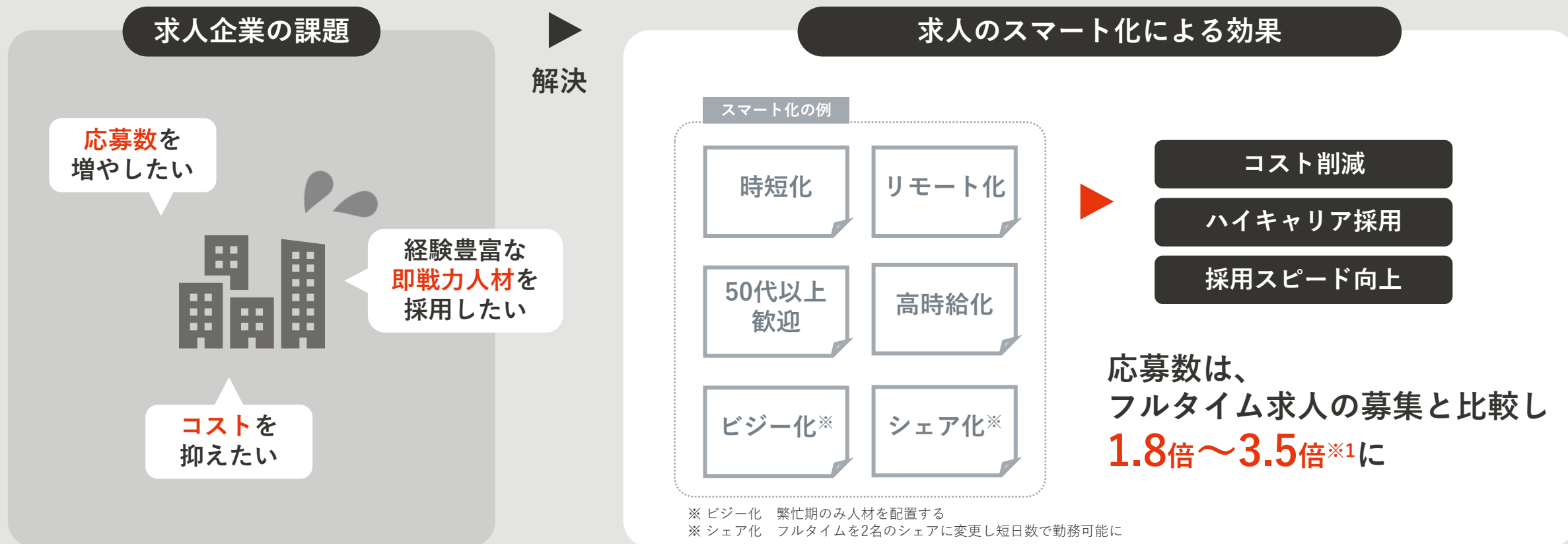
※1 しゅふJOB登録者へのアンケート調査。集計期間：2022年1月24日～2022年1月26日 ※2 2024年9月末時点

※3 厚生労働省「雇用動向調査」。「離職率＝2023年離職者数÷2023年6月末常用労働者数」

常用労働者とは、期間を定めずに雇われている者または1か月以上の期間を定めて雇われている者

### 3. 求人企業の課題解決 企業の採用課題を解決する求人のスマート化

- ・ 中小企業を中心とした「コスト」「ハイキャリア」「採用スピード」という採用課題が存在
- ・ フルタイムから、時短化、リモート化等、求人をスマート化することにより応募数を拡大し、採用の成功率を上げる



### 3. 求人企業の課題解決

長年にわたる顧客からの支持により築かれた顧客基盤（導入企業の一部）

- 成長中の企業を中心に、会社規模数名～数万名までの多くの企業に導入

## グループ全体導入企業 延べ49,343社

#### 派遣・紹介事業

株式会社ビースタイルスマートキャリア

導入企業 **9,100社** 突破



#### メディア事業

株式会社ビースタイルメディア

導入企業 **40,000社** 突破



## ディスクレーマー

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれます。これらは当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。

当該記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包しています。その結果、将来の実際の業績や財務状況は、当該記述によって明示的または暗黙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。

当該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、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を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。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものでもありません。

