



2026年3月期 第2四半期 決算説明資料

2025年11月14日

イシン株式会社 東証グロース：143A

目次 CONTENTS

01 | 過年度の連結財務諸表の訂正について

02 | 2026年3月期 第2四半期 決算概要

03 | Appendix

過年度の決算訂正による営業外収益及び費用の計上について

経緯

- ・2026年3月期第2四半期の決算業務の過程において、当社連結子会社である Ishin Global Fund I L.P.（以下「IGF LP」）が出資する投資先組合が保有する投資有価証券の会計処理に誤りがあることが判明
- ・事実関係及び原因を調査した結果、一部投資銘柄において減損処理の漏れがあることを確認、過年度の一部会計処理を訂正する必要があると判断
- ・IGF LPの経理業務は外部委託先を利用していたものの、会計基準・実務指針に対する当社の理解と、外部委託先との連携が不十分であったことが要因と認識

訂正内容・影響

- ・過年度の会計処理に係る誤りを是正するため、2023年3月期～2026年3月期第1四半期の連結財務諸表を訂正
- ・本件はIGF LPにおける会計処理の誤りに起因するもので、事業に影響を与えるものではない
- ・売上高及び営業利益に与える影響はなく、当社の当期純利益には当社持分の約2%のみの計上となるため影響は軽微（各期いずれも1百万円未満の訂正。詳細は次頁参照）
- ・なお、当期の業績予想及び2027年3月期以降の計画については、2025年5月に公表した中期経営計画から変更無し

再発防止策

- ・本件を受け、決算・財務報告プロセスにおける投資有価証券の評価に関する経理業務の内部統制の整備及び運用を図り、財務報告の信頼性を確保する方針
- ・現状想定している具体的な再発防止策は以下のとおり
 - ①継続的な専門的研修等による、組合への出資に対して適用される会計基準及び実務指針に対する理解の深堀
 - ②外部委託先と連携すべき事項の項目追加改訂
 - ③外部委託先が実施した作業の内容及び結果についての検証チェックリストの項目追加改訂

過年度業績への影響額

	(百万円)	訂正前 (A)	訂正後 (B)	影響額 (B-A)	増減率 (%)
2023年3月期	売上高	1,148	1,148	-	-
	営業利益	95	95	-	-
	経常利益	111	94	△16	△14.5%
	当期純利益	83	83	△0.3	△0.4%
2024年3月期	売上高	1,280	1,280	-	-
	営業利益	200	200	-	-
	経常利益	188	190	1	1.0%
	当期純利益	126	126	0	0.0%
2025年3月期	売上高	1,393	1,393	-	-
	営業利益	245	245	-	-
	経常利益	232	211	△21	△9.1%
	当期純利益	177	177	△0.4	△0.2%

(※) 本資料では損益計算書への影響額のみを表示しております。

詳細内容及び訂正数値については、2025年11月14日公表の「過年度有価証券報告書等の訂正報告書の提出及び過年度決算短信等の訂正に関するお知らせ」をご参照ください。

02 | 2026年3月期 第2四半期 決算概要

第2四半期の売上高は増収、過去最高値を更新
調整後EBITDA^(※)は成長投資を実施しつつも、業績予想を上回り着地
下期も成長投資を計画しており、通期業績予想は変更なし

売上高

698 百万円

前期比

+9.6%

(+61 百万円)

予想比

+0.5%

(+3 百万円)

第2四半期の売上高は過去最高値を更新
公民共創事業が売上成長をけん引
業績予想に対しては、計画通り進捗

調整後
EBITDA

72 百万円

前期比

△21.1%

(△19 百万円)

予想比

+126.0%

(+40 百万円)

前年同期比では減少、中期計画に基づく成長投資の影響
業績予想に対しては、計画を上回り着地
費用計上のタイミングが後ろ倒しとなった影響

(※) 調整後EBITDA＝営業損益＋減価償却費＋のれん償却費＋M&A関連の一時費用＋株式報酬費用

その他のトピック

- ・ 2025年4月に子会社化した「株式会社レプセル」のPMIは計画通りに進捗。第2四半期より業績取り込み
- ・ 2025年8月の取締役会にて、自治体とスタートアップの共創を強みとする「株式会社OK Junction」の株式取得を決定
イシンが保有する自治体・スタートアップとのネットワークを活かし、事業価値の最大化を目指す

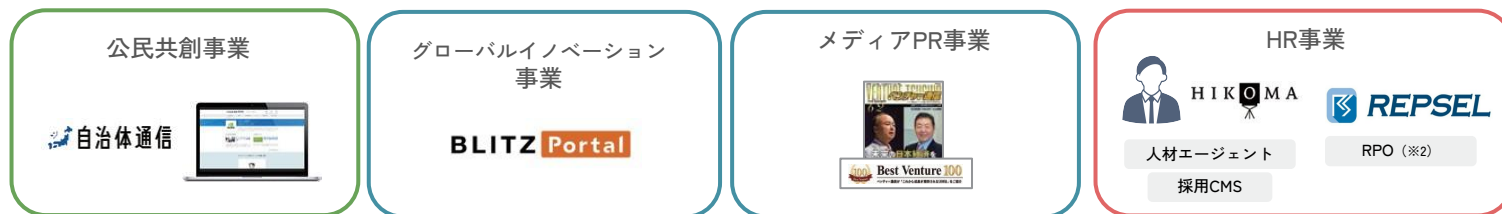
2026年3月期より、HR事業セグメントを新設。第2四半期より子会社のレプセルを取り込み

- 事業シナジーをふまえてメディアPR事業で管轄していたHIKOMA CLOUD（採用CMS^(※1)）をHR事業に移管
- 次頁以降に記載している過去の事業年度の数値は、移管後の区分に組み替えて記載
- 子会社化した株式会社レプセルの業績は、第2四半期よりHR事業セグメントにて取り込み

変更前



変更後



(※1) CMS : Contents Management System（コンテンツマネジメントシステム）の略称。

(※2) RPO : Recruitment Process Outsourcing（採用業務のアウトソーシング）の略称。

売上高は過去最高を更新。調整後EBITDAは成長投資の影響により減少

- 売上高は698百万（前年同期比+9.6%）と過去最高を更新。公民共創事業が前年同期比+18.6%と成長をけん引
HR事業は、人材エージェント及び株式会社レプセルの業績寄与により伸長。成長セグメントとしての立ち上がりは順調に進捗
- 調整後EBITDAは前年同期比△21.1%で着地。HR事業の立ち上げに伴う人件費や業務委託費などが増加した影響
- 経常利益は、前期に発生した持分法投資利益の影響により前年同期を下回った

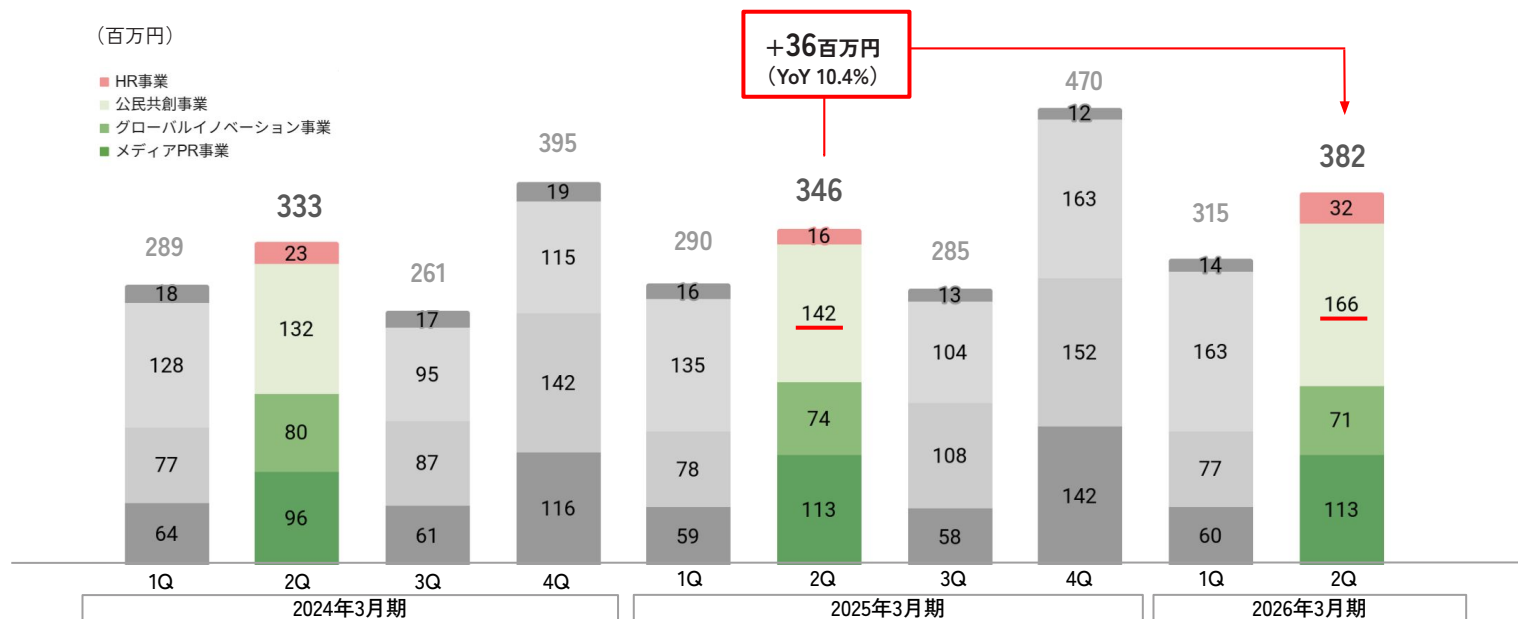
(百万円)	2025年3月期 2Q 累計	2026年3月期 2Q 累計	前期比	前期比 増減額
売上高	637	698	9.6%	61
公民共創事業	277	329	18.6%	51
グローバルイノベーション事業	152	148	△2.8%	△4
メディアPR事業(※1)	172	173	0.6%	1
HR事業(※1)	33	46	37.2%	12
売上総利益	496	538	8.4%	41
売上総利益率	78.0%	77.2%	-	-
販売費及び一般管理費	409	494	20.7%	84
営業利益	87	44	△49.1%	△42
営業利益率	13.7%	6.4%	-	-
調整後EBITDA (※2)	91	72	△21.1%	△19
調整後EBITDA マージン	14.4%	10.4%	-	-
経常利益	81	29	△64.1%	△52
当期純利益	73	34	△52.9%	△38

(※1) 2026年3月期より「HIKOMA CLOUD」はメディアPR事業からHR事業へ移管しております。前年同期の数値は、移管後の区分に組み替えて記載しております。

(※2) 調整後EBITDA＝営業損益＋減価償却費＋のれん償却費＋M&A関連の一時費用＋株式報酬費用

第2四半期は+10.4%と伸長し過去最高売上を達成、公民共創事業が成長をけん引

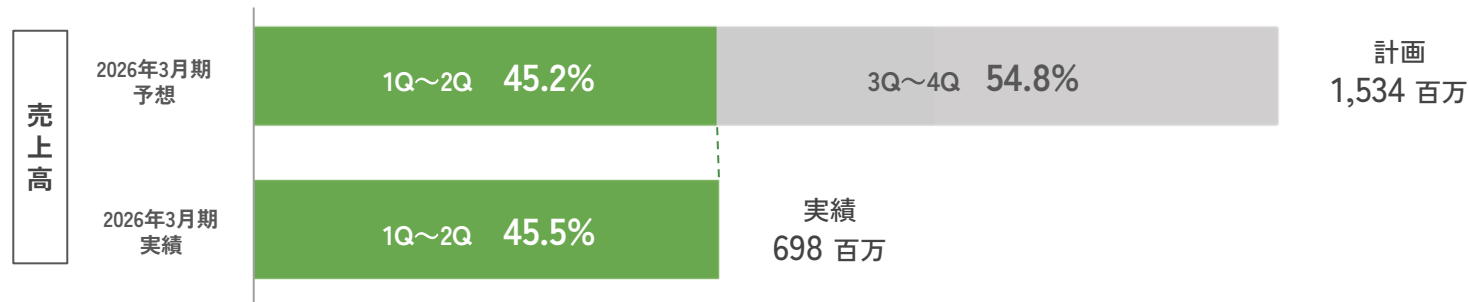
- 公民共創事業は、166百万（前年同期比+16.9%）と2Qにおける過去最高売上を達成。BtoG（※1）プラットフォーム及び主要ソリューション（※2）が好調に推移
- HR事業は、2QからHR事業セグメントに取り込んだ株式会社レプセルの業績寄与により伸長
- グローバルイノベーション事業は「BLITZ Portal」の新規受注ペースが想定を下回った影響により、前年同期を下回った



（※1） BtoG：Business to Governmentの略称。 （※2） テレマーケティング、ウェビナー、営業BPOサービスの総称。

（※3） 2026年3月期より「HIKOMA CLOUD」はメディアPR事業からHR事業へ移管しております。に伴い、過去の事業年度の数値は移管後の区分に組み替えて記載しております。

業績予想に対し、計画通り進捗



セグメント

コア3事業 (※)

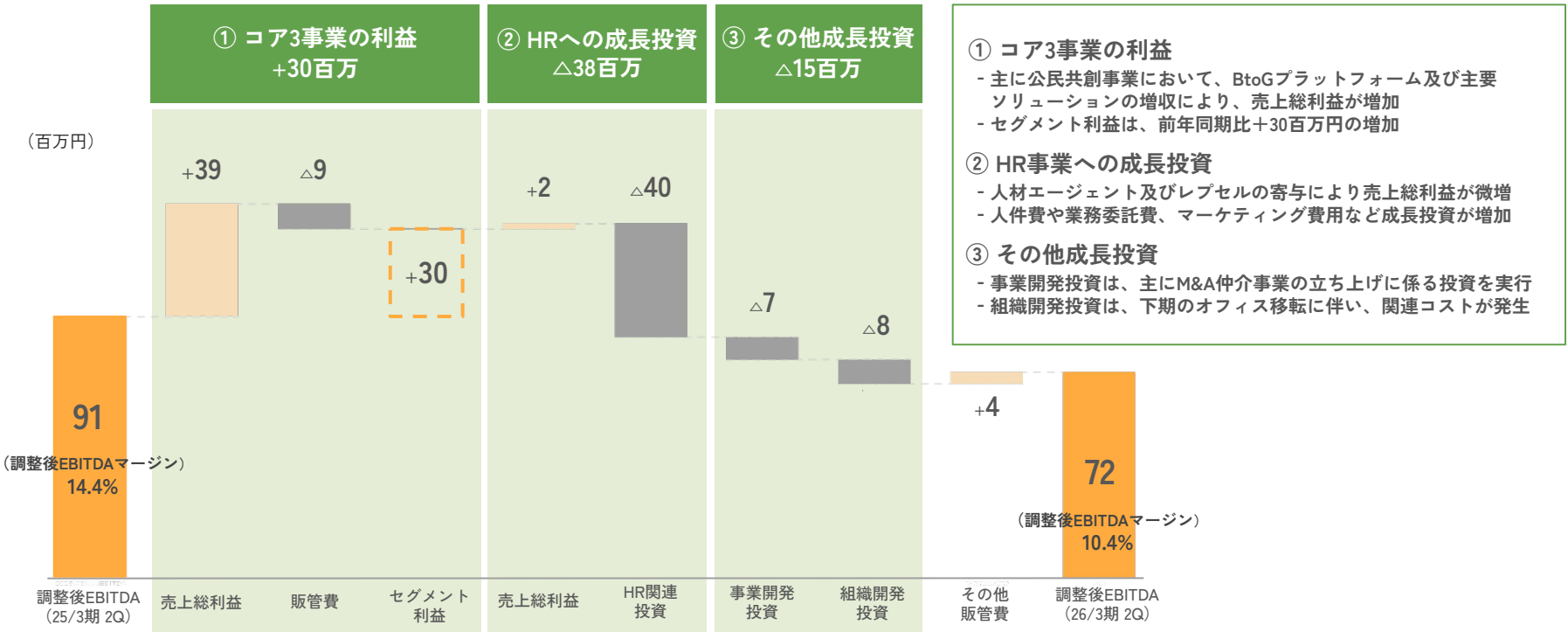
HR事業

トピックス

- 公民共創事業は、自治体向け営業プロセスを代行・支援する営業BPOサービスを本格開始。BtoGプラットフォームや、ウェビナーなどのマーケティング支援だけでなく、支援領域を拡張することで更なる事業成長を目指す
- グローバルイノベーション事業は、「BLITZ Portal」の新規受注ペースが想定を下回り推移。下期にかけて、大型研修などのソリューションの納品を予定
- メディアPR事業は、成長企業の経営者を対象とした大型カンファレンスを9月に開催
- 人材エージェントは、『自治体通信』のメディア認知を活かし、求職者獲得を推進。下期以降も積極的な人員採用や、マーケティングに係る成長投資を計画
- 2025年4月に子会社化した株式会社レブセルは、営業・商品面で連携を強化

(※) 公民共創事業・グローバルイノベーション事業・メディアPR事業の総称。

コア3事業の利益は増加
HR事業などへの成長投資により、調整後EBITDAは減少

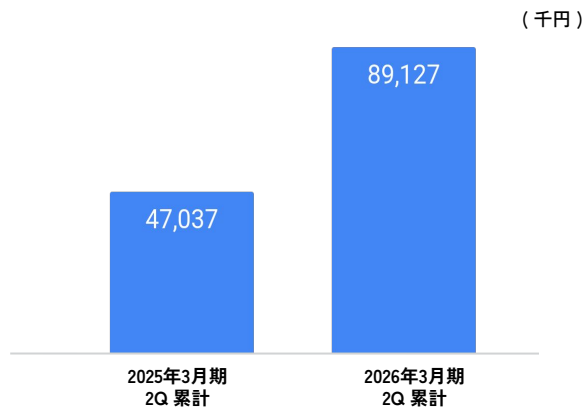


公民共創事業の重要KPIは堅調に推移

- 主要ソリューションは、テレマーケティング、ウェビナー、営業BPOサービスの各受注が好調に進捗し、前年同期を上回った
- BtoGプラットフォームのMRR（※1）及び契約数は、堅調に積みあがった

主要ソリューション

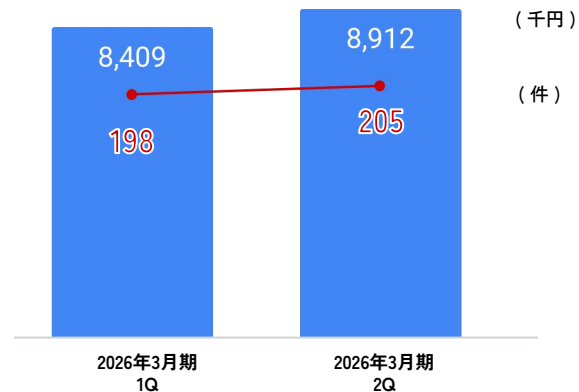
売上高（※2）



（※2）当該期間における主要ソリューション（テレマーケティング、ウェビナー、営業BPO）の売上高を記載しております。

BtoGプラットフォーム

MRR・契約数



（※1）MRR：Monthly Recurring Revenue（月次経常収益）の略称。

（※3）高単価の個別カスタマイズプランを除くスタンダードプラン・ライトプラン及びOnline記事掲載プランを対象とし、期末時点のMRRを記載しております。契約数は同対象プランにおける期末時点の取引先数を記載しております。

HR事業は着実に進捗。『自治体通信』のメディア認知を活かし、求職者獲得を推進 今後も体制強化と成長に向けた投資を継続

人材エージェントサービスの立ち上がりは好調

- ・人材エージェントの立ち上がりは順調で、求職者獲得や面談数も好調に推移
- ・重要指標であるキャリアコンサルタントの採用活動も計画通り進捗
- ・『自治体通信』のメディア認知を活かしたマーケティング施策が奏功し、地方公務員の集客も着実に拡大

株式会社レプセルのPMIは計画通り

- ・既存事業からのパスアップが発生、グループ内連携も活発化
- ・RPO（採用アウトソーシング）サービスは、採用支援体制の整備を進め、基盤強化を推進
- ・業績は計画通りに推移しており、PMIも概ね想定通り進捗

引き続き、人材採用及びマーケティング活動への継続的な投資を予定

- ・下期も積極的な人材採用やマーケティング活動への先行投資を予定
- ・中長期的には、公務員・民間双方の人材流動性を高めるサービスモデルの確立を目指す

成長ベンチャー企業とのネットワークを活かし、新規受託案件^(※)の獲得は引き続き堅調 受託案件の最大化を図るとともに、早期に案件成約を目指す

メディアPR事業と連携し、成長ベンチャー企業を中心とした新規受託案件の獲得は堅調に進捗

- ・ 成長ベンチャー経営者とのネットワークを活かし、譲渡希望企業の獲得は堅調に進捗
- ・ 更に連携を強化し、案件獲得の最大化を図る

マーケティング施策も開始、引き続き増員なども含めた積極投資を検討

- ・ イグジット経験者との対談セミナーなど、マーケティング施策も開始
- ・ 外部パートナー連携やコンサルタントの増員を検討

ベンチャーM&Aの領域でのポジションの確立を目指す

- ・ 創業来培ってきた成長ベンチャー企業とのネットワークと、メディア運営ノウハウを活かし、中長期的に独自ポジションの確立を目指す

(※) 譲渡を希望している企業と、M&Aに関するアドバイザー契約の締結することを案件の受託と定義

自治体向けイベントの企画・運営を強みとする「株式会社OK Junction」の全株式を取得 イシンがもつ自治体・スタートアップとのネットワークを活かし、地域発のイノベーション創出を目指す



本件の概要

対象会社	株式会社OK Junction
スキーム	全株式取得による子会社化
株式取得実行日	2025年10月1日 ※2025年10月より連結業績へ取り込み予定

想定されるシナジー

- ・自治体向けイベントの企画・運営及びスタートアップ支援を強みとするOK Junctionのノウハウと、公民共創事業で培った自治体ならびにグローバルイノベーション事業におけるスタートアップとのネットワークの連携
- ・自治体とスタートアップの共創促進、既存事業との連携強化による、ソリューション提供の実現
- ・中期成長戦略で掲げる自治体向け事業の拡大の推進

売上は二桁成長の増収を計画

中長期の企業価値最大化に向けて戦略投資を予定。オフィス移転もあり一時的な減益を見込む

- 2026年3月期も引き続き増収を計画。営業利益は一時的に減少を見込む。中長期の成長を実現するため戦略投資を計画

（中期経営計画についてはP25以降を参照）

- 当期純利益は、営業利益の減少に伴い減益の計画

（百万円）		2025年3月期 実績	2026年3月期 計画	前期比 増減額	前期比
売上高		1,393	1,534	141	10.1%
営業利益		245	30	△215	△87.8%
（営業利益率）		17.6%	2.0%	-	-%
	（ファンド関連）	4	-	△4	-%
	（その他）	16	0	△16	△97.9%
営業外収益		20	0	△20	△98.3%
	（ファンド関連）	51	24	△27	△53.3%
	（その他）	2	0	△2	△88.2%
営業外費用		54	24	△29	△55.0%
経常利益		211	5	△205	△97.2%
非支配株主損益調整前利益		122	△16	△139	-%
非支配株主に帰属する純損失		△54	△30	23	△43.9%
親会社株主に帰属する当期純利益		177	13	△163	△92.1%

売上は前期比+10.1%の成長を計画。
公民共創事業が引き続き事業成長をけん引しながら、HR事業においても初年度より一定の立ち上がりを想定。
グローバルインベーション事業及びメディアPR事業は、蓋然性を重視。

HR事業への初期投資をはじめ、オフィス移転や新規事業への先行投資を計画。営業人員の採用やM&Aに伴う費用などのコストが先行する構造。これらは中長期的な成長領域の育成に向けた戦略的支出と位置づけており、営業利益及び営業利益率は一時的に減少する計画。

ファンドの為替差損益及びイグジットの影響については、不確実性の観点から計画には見込まず。

ファンド関連の損益のうち、IGF（LP）に関する損益は約2%のみを計上。

（※1）25年3月期は、Ishin Global Fund Iにおいて、為替差損益及びイグジットによる営業外損益が発生しましたが、26年3月期においては、不確実性の観点から計画には見込んでおりません。

（※2）Ishin Global Fund I L.P.の当期純利益への影響は、当社の持分比率に相当する約2%のみを計上します。

（※3）セグメント別の業績予想につきましては、新しく立ち上げたHR事業に加え、新たなM&Aや新規事業も取り組む予定であり、今回は非開示とさせて頂いております。

（※4）25年3月期実績及び前期比は、過年度修正に伴う訂正後の数値を反映しています。

03 | Appendix

社是

事業家創発

事業家が生まれる創発的企業文化

ビジョン

世界的視野を持った
事業家たちが差別化された事業を通じて
社会の進化に貢献する

会社概要

- | 設立 2005年4月1日（創業 1999年）
- | 従業員 103名（連結/2025年9月末時点）（※）
- | 資本金 165百万円（2025年9月末時点）
- | 本社 東京都新宿区新宿 6-28-7 新宿イーストコート7F
- | 拠点・グループ会社
 - 西日本オフィス（大阪）
 - 高知オフィス
 - Ishin USA, Inc.（サンフランシスコ）
 - Ishin Global Fund I Limited
 - 株式会社レブセル
 - 株式会社OK Junction
 - GMOベンチャー通信スタートアップ
支援株式会社

沿革

- 1999年 ○ ベンチャー業界メディア『フロンティア（現ベンチャー通信）』を創刊
- 2005年 ○ 東京都渋谷区神南にて株式会社幕末を設立
- 成長が期待されるベンチャー企業向けの有料会員制サービス
「ベストベンチャー100」の提供を開始
- 2014年 ○ イシン株式会社に商号変更
- 自治体の“経営力”を上げる情報メディア『自治体通信』を創刊
- 2015年 ○ アメリカ現地法人Ishin USA, Inc.を設立
- Ishin Global Fund I Limitedを設立
- 2019年 ○ 採用オウンドメディア制作サービス「HIKOMA CLOUD」の提供を開始
- 企業の自治体向けのテレマーケティングサービスの提供を開始
- 2020年 ○ 自治体と民間企業の情報流通プラットフォーム「RABAN」の提供を開始
- 2021年 ○ イノベーション情報ポータル「BLITZ Portal」の提供を開始
- 2022年 ○ 「BtoGプラットフォーム」の提供を開始
- 2023年 ○ 高知県香南市に高知オフィスを開設
- 2024年 ○ 東京証券取引所グロース市場に株式を上場
- HR 事業（人材紹介事業）を開始
- 2025年 ○ 株式会社レブセルの株式を取得（子会社化）
- M&A仲介事業を開始
- 株式会社OK Junctionの株式を取得（子会社化）

（※）従業員数は就業人員（当社グループから当社グループ外への出向者を除き、当社グループ外から当社グループへの出向者を含む。）
及び、臨時雇用者数（パートタイマーを含む。最近 1 年間の平均人員）の合計値を記載しております。



代表取締役会長
明石 智義

1999年、慶應義塾大学在学中に『ベンチャー通信』を創刊。2005年に株式会社幕末（現イシン株式会社）を設立し、代表取締役社長に就任。2011年に代表取締役会長に就任（現任）。



代表取締役社長
西中 大史

2011年に三井住友銀行入行。2015年にIshin USA, Inc.入社。2017年にイシン株式会社に転籍入社。スタンフォード大学客員研究員、取締役を経て、2025年に代表取締役社長に就任（現任）。



取締役
吉川 慶

2005年に日本オラル株式会社入社。2007年に株式会社リクルート入社。2018年にイシン株式会社入社。事業部長、執行役員兼管理本部長を経て、2025年取締役に就任（現任）。

社外取締役 監査等委員



田中 真衣

2005年にあずさ監査法人（現有限責任あずさ監査法人）入所。2023年に公認会計士田中真衣事務所を設立し、代表就任（現任）。2023年にイシン株式会社 社外取締役、2024年に常勤監査役を経て、2025年社外取締役兼監査等委員に就任（現任）。



郭 翔愛

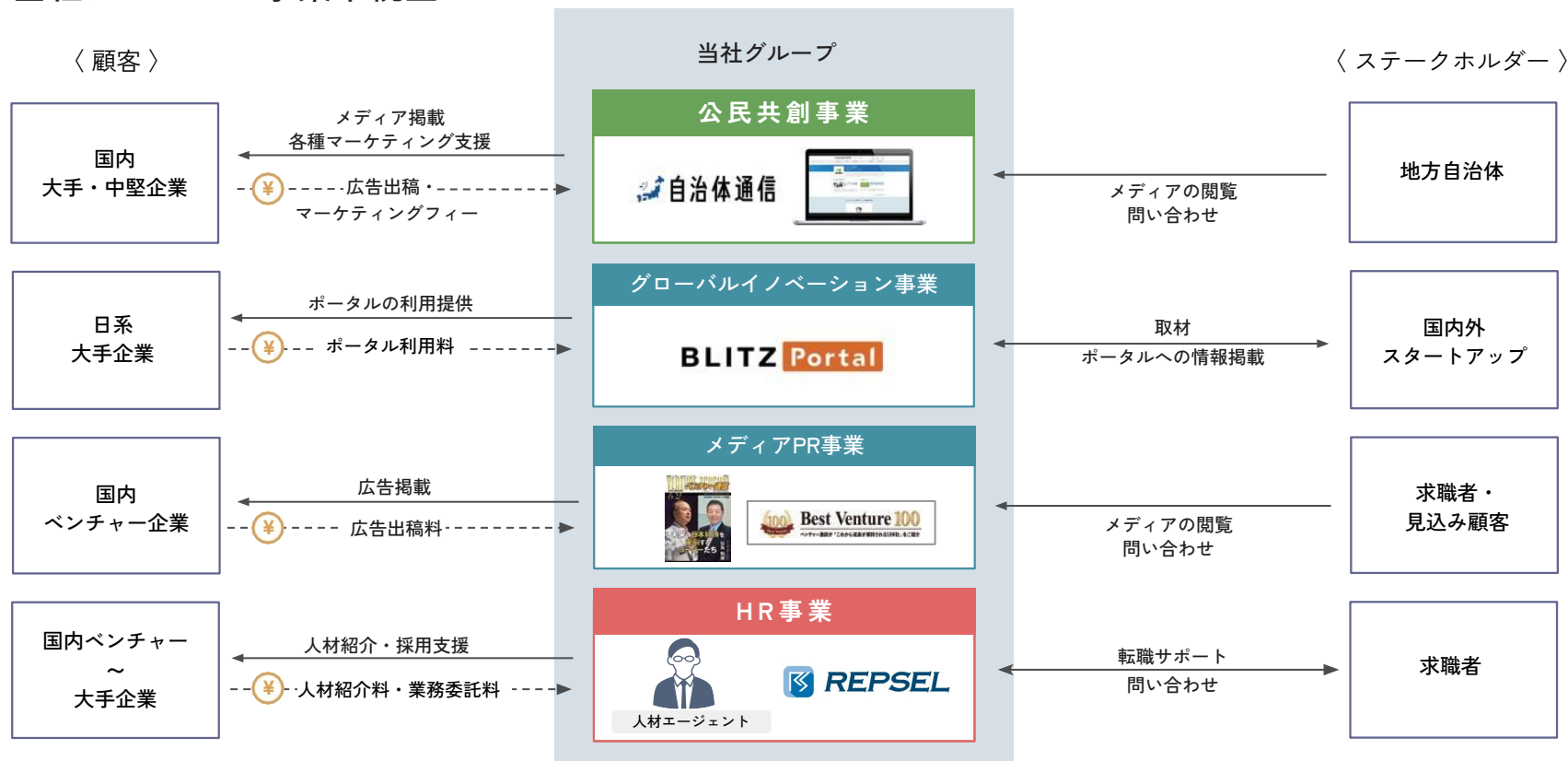
2002年に三井物産株式会社入社。2020年に合同会社Tasukiを設立し代表社員就任（現任）。2024年にイシン株式会社 社外取締役を経て、2025年社外取締役兼監査等委員に就任（現任）。



岩城 英史

2007年に株式会社ジャフコ入社。2012年にビーンズ株式会社を設立し、代表就任（現任）。また、2017年にBlue Partners株式会社を設立し、代表就任（現任）。2025年にイシン株式会社 社外取締役兼監査等委員に就任（現任）。

当社グループの事業系統図



- ・自治体への営業稼働が非効率だ
- ・自治体を開拓したいが、どうすればよいかわからない
- ・自治体に対してPRする手段があまりない



自治体へサービスを提供する民間企業

メディア掲載
各種マーケティング支援広告出稿
マーケティングフィー

公民共創事業

自治体通信



- ・地域課題を解決したいが方法がわからない
- ・近隣自治体がどんなサービスを導入しているか知りたい
- ・有益な民間サービスを効率よく探すのが困難

問い合わせ・
資料のダウンロード

自治体関係者

自治体通信
(メディア)

- ・自治体向け無料情報誌として2014年に創刊
- ・全国約1,780か所の自治体に無料送付
- ・企業と自治体のインタビューをセットにした記事広告掲載費が主な収益

各種BtoGソリューション
(ソリューション)

- ・自治体向けのウェビナー開催や、企業の自治体に対する架電業務を代行
- ・企業のソリューションのPRや自治体職員のリードを提供
- ・テレマーケティングについては、架電内容や架電量に応じた費用が主な収益 (SPOT売上)
ウェビナーはスポンサー費用が主な収益 (SPOT売上)

BtoGプラットフォーム
(プラットフォーム)

- ・企業の自治体向けのWebマーケティングを支援
- ・商品カタログを掲載し自治体職員のリード獲得やプレスリリースの配信が可能
- ・プラットフォームの月額利用費が主な収益 (STOCK売上)

- ・今後伸びる市場や技術トレンドが分からない
- ・出資やM&Aを検討しているが、良いスタートアップを自分たちだけで探すのは限界がある
- ・英語の情報のため、工数がかかる

- ・日本マーケットへの進出を考えているが、良いパートナーがない（海外スタートアップ）
- ・会社や自社の技術を日本企業に知ってほしい（海外スタートアップ）
- ・日本の大手企業と資本/業務提携をしたい（国内外スタートアップ）



日系大手企業

（新規事業開発・R&D（※）・経営企画担当者など）

ポータル利用提供

ポータル利用料

グローバルイノベーション事業

BLITZ Portal

取材・
ポータルへの情報掲載



国内外のスタートアップ

TECHBLITZ （メディア）



TECHBLITZ

- ・米国シリコンバレー発のテックメディア
- ・国内外のスタートアップ関係者を取材し独自コンテンツや分析レポートを多数掲載
- ・マネタイズはしておらず、メディアは無料で閲覧可能

イノベーション研修及其他 （ソリューション）



NEW JAPAN SUMMIT
2023・TOKYO



- ・スタンフォード大学やUCバークレー大学の教授と連携したグローバルイノベーション研修や、オープンイノベーションに特化した大型イベントの開催
- ・研修に係る費用や、イベントスポンサー費用が主な収益（SPOT売上）

BLITZ Portal （プラットフォーム）



BLITZ Portal

- ・成長産業に特化した情報ポータルサイト
- ・約370万社（2025年3月時点）の国内外の企業データベース、注目企業や業界トレンドレポートを多数掲載
- ・ポータルの月額利用費が主な収益（STOCK売上）

（※）R&D：Research and Developmentの略称。

- ・自社の魅力が言語化できていない
- ・理念やビジョンが社内に浸透していない
- ・自社の魅力を外部に発信したい



成長ベンチャー企業経営者



広告出稿料

メディアPR事業



- ・想いやビジョンに共感する企業で働きたい
(求職者)
- ・自社のビジョンや方向性が分からなくなった
(従業員)



求職者・従業員

サイト閲覧・
問い合わせベンチャー通信及び各種メディア
(メディア)

- ・『ベンチャー通信』等の各種メディアを通じた企業のブランディングを支援
- ・経営者インタビューを中心とした記事広告モデル
- ・雑誌掲載費（SPOT売上）と、Onlineメディアへの継続的な掲載費用（STOCK売上）が主な収益

大型カンファレンス
(ソリューション)

- ・独自のネットワークを活かし成長企業経営者を集めた大型のカンファレンスを開催
- ・参加者へのプレゼン機会、参加者リードや経営者とのマッチング機会の提供
- ・スポンサー協賛が主な収益（SPOT売上）

- ・自社のターゲットに合う人材と出会えない
- ・人事部門の人員が不足している
- ・採用サイトがなく、魅力をうまく発信できていない



国内ベンチャー企業～大手企業

人材紹介・採用支援



人材紹介料・業務委託料

HR事業



人材エージェント

- ・自分にどんな仕事に向いているのか分からない
- ・成長できる環境に移りたいが、どんな選択肢があるのか分からない
- ・自分のキャリアを活かせる企業が見つからない

転職サポート

問い合わせ



求職者

人材エージェント・RPO
(ソリューション)

人材エージェント

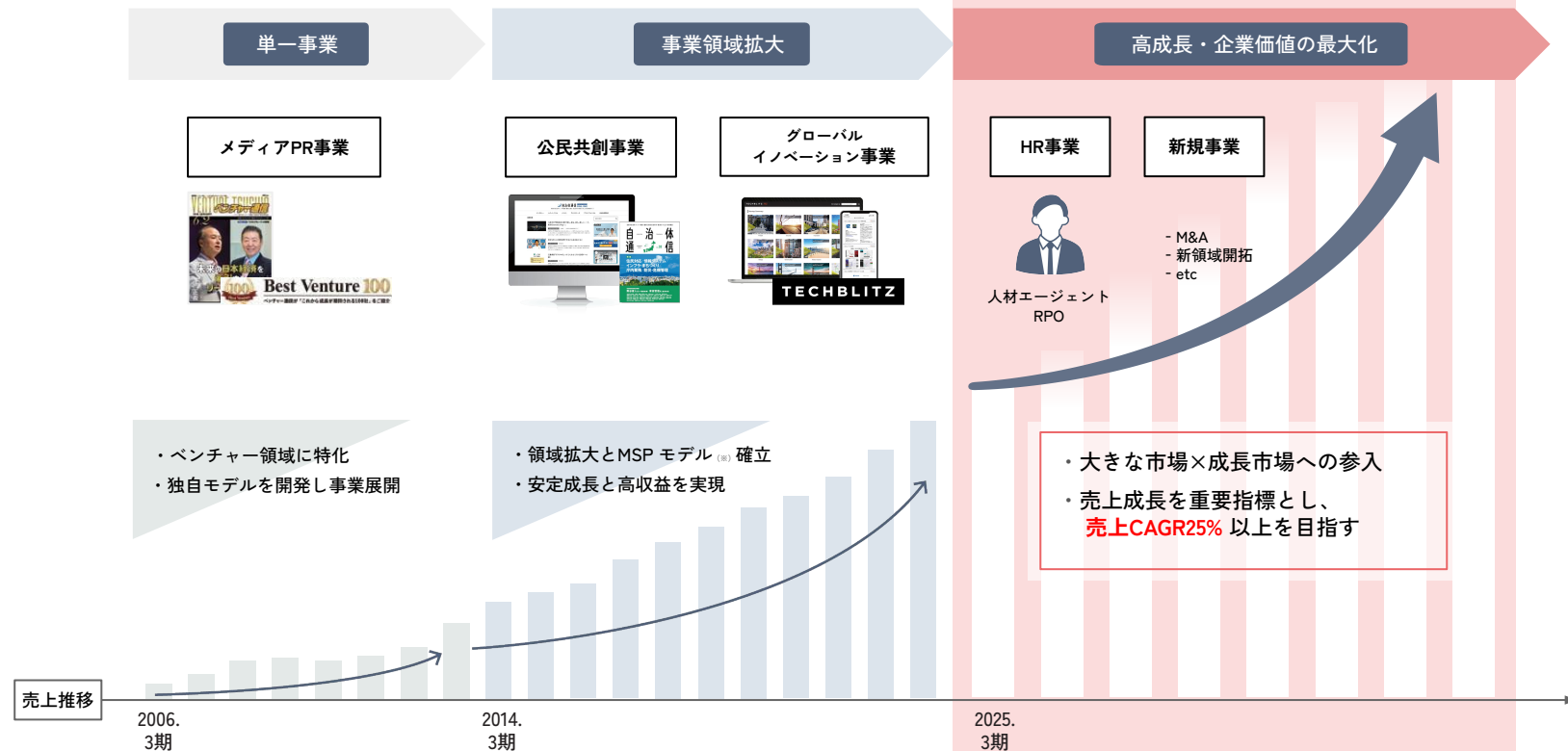
HIKOMA CLOUD
(プラットフォーム)

HIKOMA

- ・当社メディアで培った顧客ネットワークと認知基盤を活かし、人材紹介と採用アウトソーシングを展開
- ・ベンチャー企業から大手企業までを対象に、若手人材や公務員経験者の紹介から、採用戦略の策定、実務代行、採用マーケティングまでを一貫して支援
- ・転職時の成果報酬（SPOT売上）と、RPOにおける月額業務委託費用（STOCK売上）が主な収益

- ・採用ページ制作に特化したCMSを提供し、採用オウンドメディア運営を支援
- ・サイト改善や求人広告の運用もサポート
- ・CMSの月額利用費が主な収益（STOCK売上）

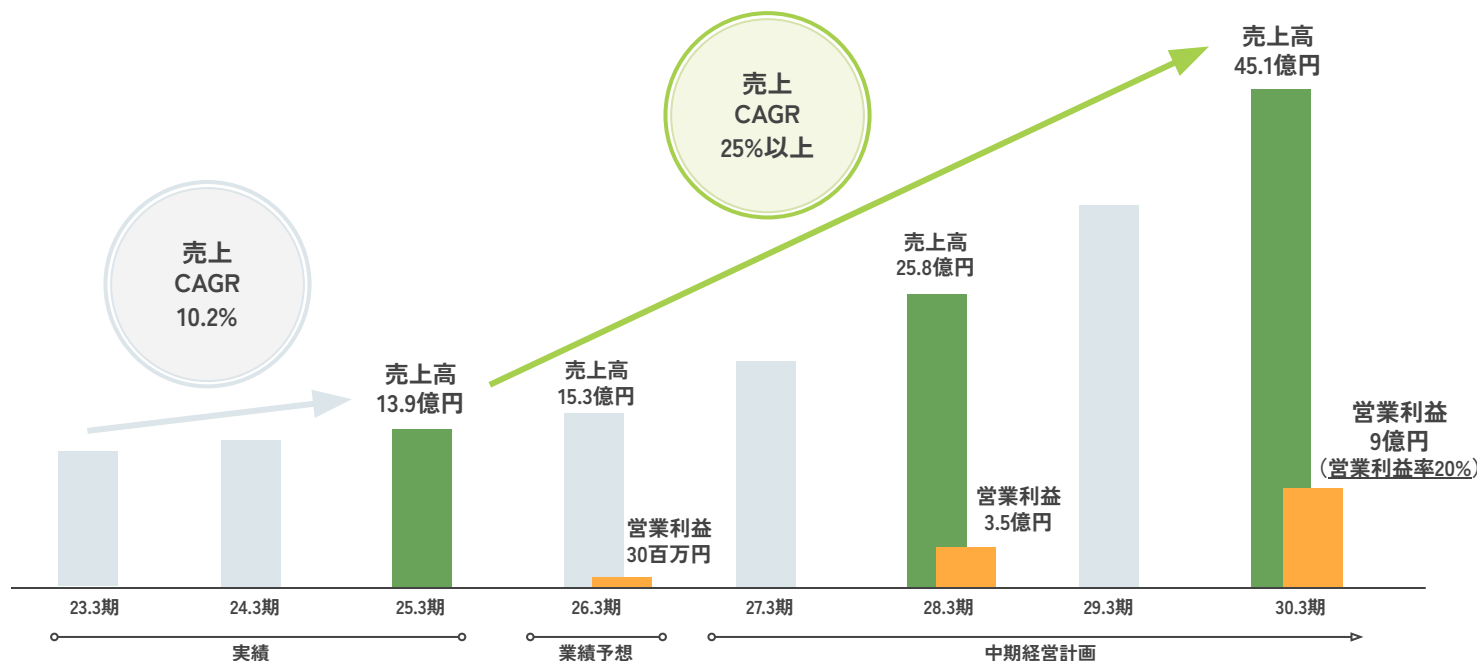
売上成長を重要指標と設定 売上CAGR25%以上の成長と企業価値の最大化を目指す



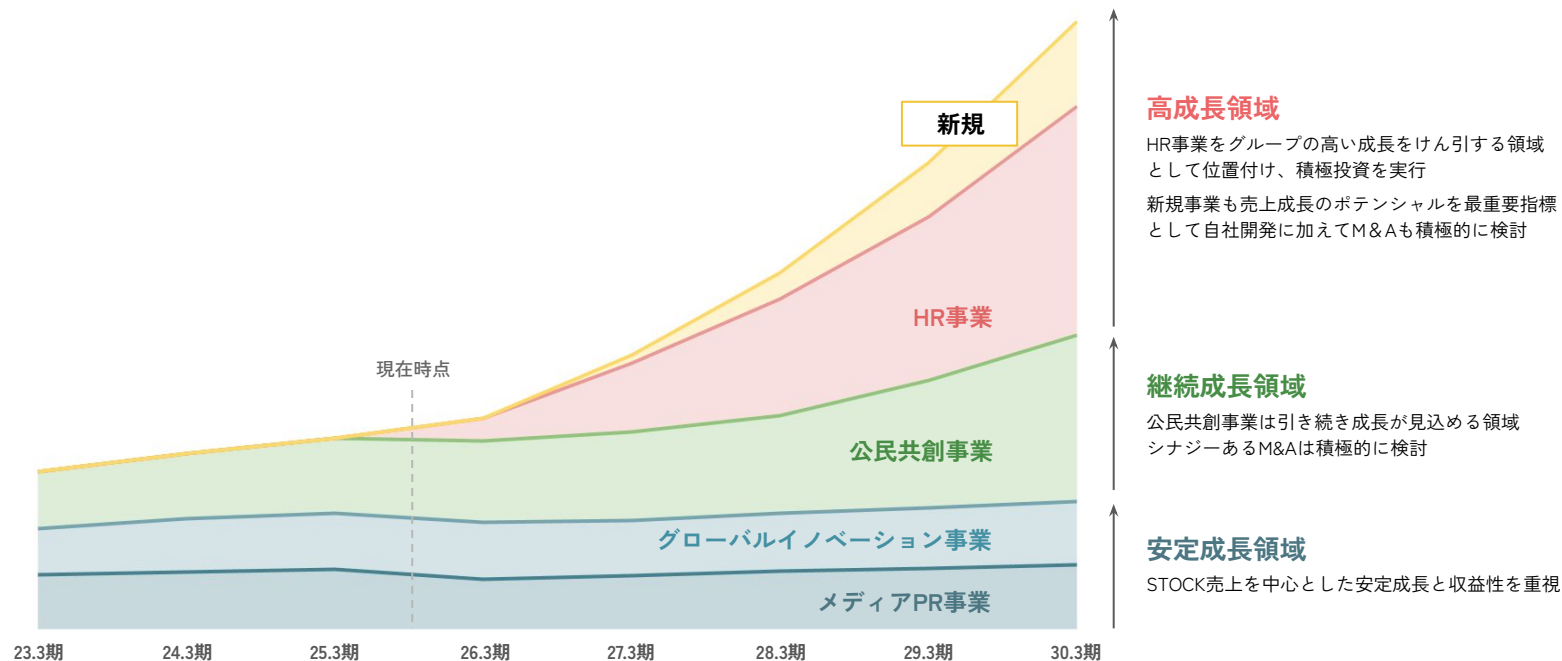
(※) 当社が展開しているサービス区分（メディア・ソリューション・プラットフォーム）の頭文字

2030年3月期に売上高45億円、営業利益9億円（営業利益率20%）を目指す
そのために、2026年3月期以降の5年間で売上CAGR25%以上を計画

- 売上成長率を重要指標とし、積極的かつ規律ある成長投資を実行していく
- 2030年3月期では営業利益率20%を目指す



公民共創事業の継続成長に加え、HR及び新規事業を通じて売上成長の最大化を図る
自社での事業開発にとどまらず、M&Aも積極的に実行し事業拡大を目指す



2030年の利益最大化に向けて、戦略的な投資を計画 HR事業への投資を中心に積極的かつ規律ある投資を実行予定

主な投資項目^(※1)



HR事業への積極投資

- ・人材採用費及び人件費
- ・マーケティング関連費用



M&Aを含む事業開発投資

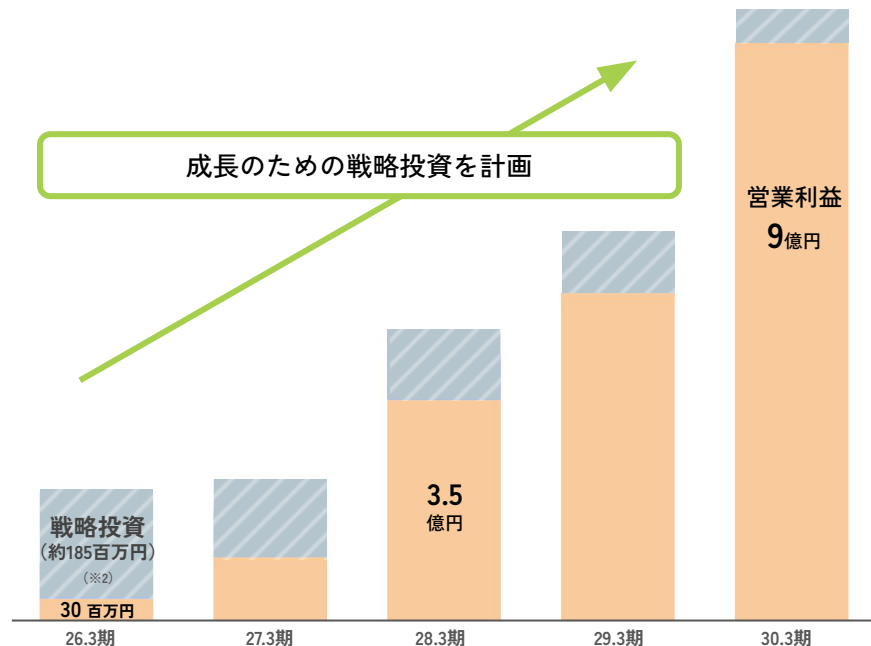
- ・M&A含む新規の事業開発費用
生成AI関連事業の立ち上げ検証費用等
- ・既存事業での新商品開発費用



オフィス移転を含む組織開発投資

- ・オフィス移転費用
- ・組織活性化／社員のキャリア開発費用

成長のための戦略投資を計画



(※1)投資原資については自己資金を前提としながらも、必要に応じて金融機関からの借入れなど柔軟に検討。

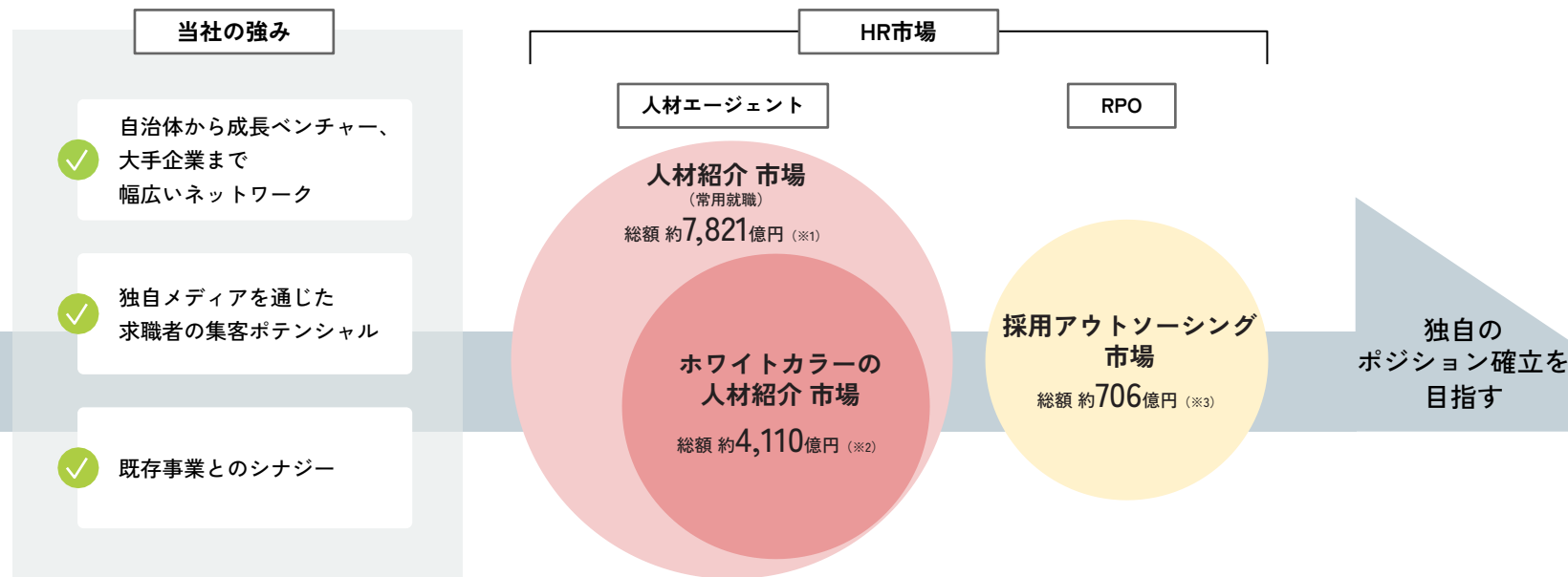
(※2)投資対効果や事業の状況をふまえ判断を行うため、金額は増減する可能性があります。

また、27年3月期以降も継続的な投資を予定しておりますが、事業の状況に応じて増減する可能性があるため、未記載としております。

業績目標	戦略	具体的な施策	組織／文化
<p>〈 2028年3月期 〉</p> <p>売上高 : 25.8億円</p> <p>営業利益 : 3.5億円</p> <p>〈 2030年3月期 〉</p> <p>売上高 : 45.1億円</p> <p>営業利益 : 9億円 (営業利益率 20%)</p>	<p>1 HR事業の高い成長を実現するためのリソース投下</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 当社のネットワークを活かした人材エージェント事業を立ち上げ - 積極的な増員やマーケティング費用を中心に大胆かつ規律ある成長投資を実行 	<p>グループ全体の組織開発に注力</p> <ul style="list-style-type: none"> - 研修・育成制度の充実 - オフィス移転含む働く環境の整備 - 理念・文化浸透
	<p>2 公民共創でのBtoGソリューションの支援領域の拡張による売上最大化</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 従来のBtoGマーケティング支援だけでなく、戦略立案・市場調査、営業BPOなど民間企業の自治体開拓を一気通貫で支援 - メディアPR・グローバルイノベーションは、主力サービスの継続的な改善による安定成長と収益性の向上を企図 	
	<p>3 M&A含む新規事業の開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 現預金を活用し、幅広いスコープで積極的にM&Aを実行 - 生成AI、M&A仲介、自治体DXを重要テーマとして検討を開始 	

HRという大きな市場に当社の強みを活かして参入、独自ポジションの確立を目指す

- 当社ならではの強みを活かして市場参入。短期的には売上成長を優先
- 中長期的に独自ポジションを確立し、収益性の最大化を図る

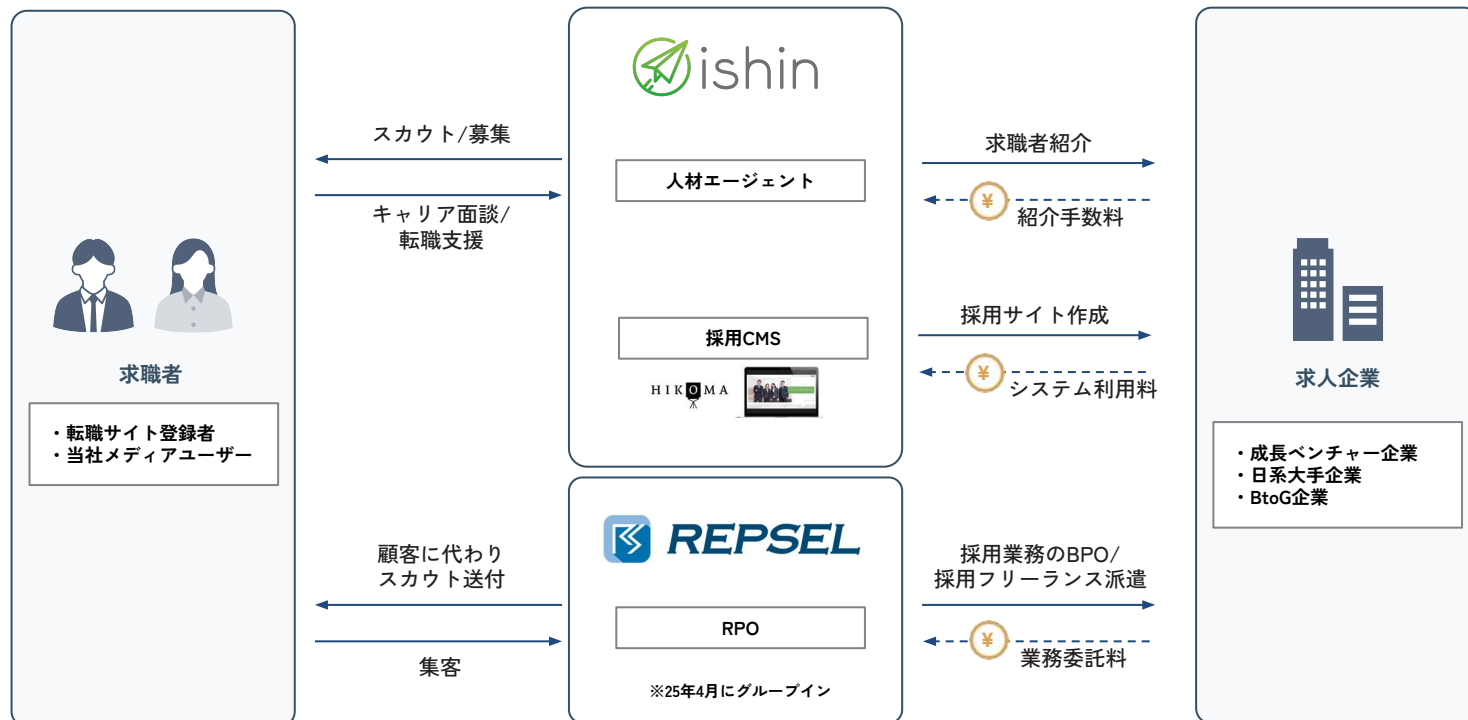


(※1) 当社HR事業のうち人材エージェントサービスは、成長ベンチャー企業及びEtoG企業を対象とした常用雇用の人材紹介サービスを主軸に展開しており、人材紹介市場においては、常用就職に係る手数料収入（総額 約7,821億円）を対象としております（出所：厚生労働省「令和5年度職業紹介事業報告書」）。

(※2) 同エージェントサービスは、当社サービスの特性上、ホワイトカラー職種（事務系、営業系、管理系、IT系等）を想定しており、「ホワイトカラーの人材紹介市場」（総額 約4,110億円）を主たる対象市場として記載しております（出所：株式会社矢野経済研究所「人材ビジネス市場に関する調査（2024年）」）。

(※3) 当社HR事業のうちRPO（採用アウトソーシング）サービスは、採用業務の外部委託支援を提供しており、「採用アウトソーシング市場」（市場規模 約706億円）を対象市場としております（出所：株式会社矢野経済研究所「人材ビジネス市場に関する調査（2024年）」）。

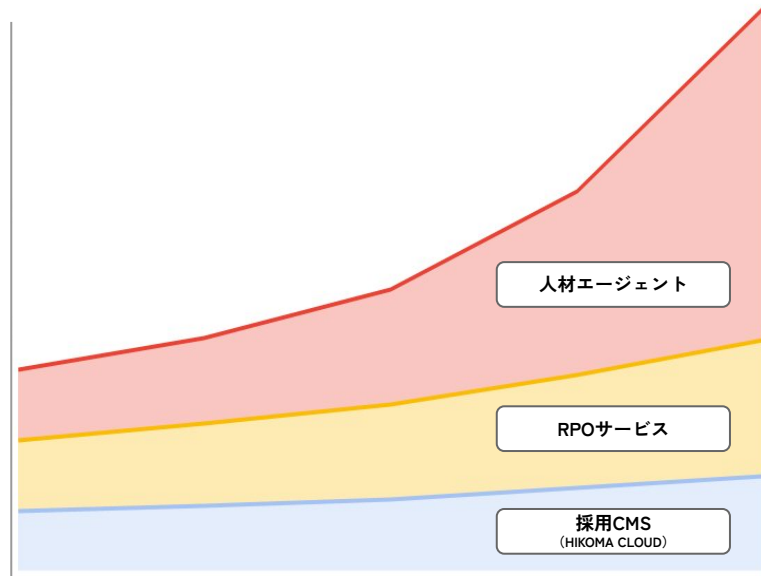
HR事業では採用に課題を抱える企業に対して、人材紹介を中心に幅広いサービスを提供
25年4月にグループインしたレプセル社を通じて、RPO（採用BPO）もスタート



HR事業の中でも、人材エージェントを成長の柱と位置づけ高い成長を目指す

売上成長イメージ

(※)



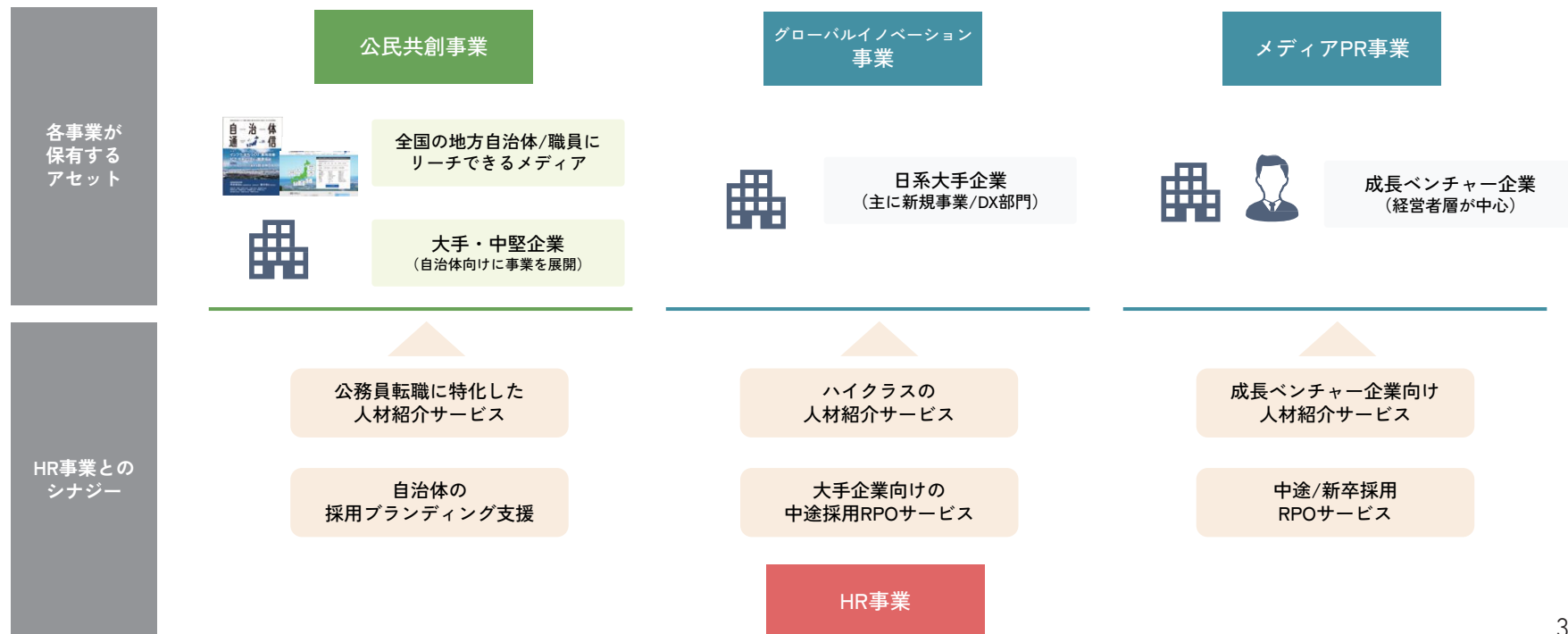
(現在時点)

(※) 上記はあくまでもイメージであり、実際の売上構成比や成長率とは異なります。

サービスごとの位置づけと戦略

対象サービス	位置づけと戦略
人材エージェント	<ul style="list-style-type: none"> - 事業全体の成長を牽引する事業の位置づけ - 積極的な増員、マーケティング施策を行い、事業を垂直立ち上げ - 中長期では独自ポジションの確立を目指す
RPO	<ul style="list-style-type: none"> - STOCK収益が中心。継続的な新規顧客開拓を通じて安定収益の獲得を図る - 既存の大手企業だけでなく、成長ベンチャー企業向けのサービス開発も検討
採用CMS (HIKOMA CLOUD)	<ul style="list-style-type: none"> - 上記顧客に対してクロスセルを図る - STOCK収益を堅実に積み上げていく

各事業が保有するアセットを活用して、HR事業の売上成長を加速させる

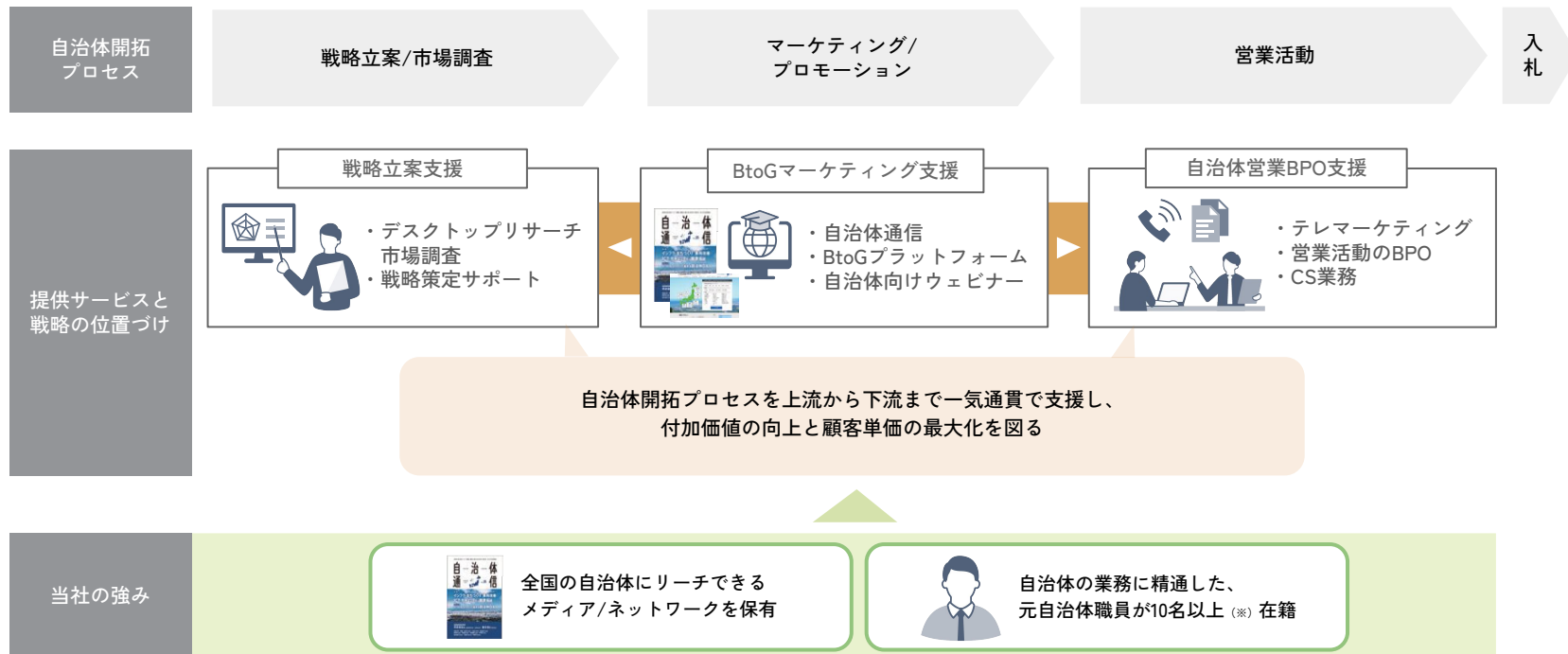


成長ドライバーである人材エージェント事業のKPI

- 事業の立ち上げフェーズでもあり、まずは採用決定数の最大化を図る
- 既存事業とも連携し、求人票及び求職者の獲得を行う



民間企業の自治体向け（BtoG）マーケティング支援だけでなく、 支援領域を拡張していくことにより、公民共創事業の更なる成長を企図する



（※）25年3月末時点の在籍人数を記載。

支援領域を広げた顧客事例



大手SNS会社様のケース

【課題】

- 国から自治体への補助金に関する情報を知りたい
- 自治体のトレンドに沿った効果的なプロモーションを行いたい

戦略立案/市場調査



- 元自治体職員を中心とした専門チームによるデスクトップリサーチの実施・調査レポート作成
- メディアを通じて得た独自ネットワークを活用した一次情報の取得



マーケティング/プロモーション

- 自治体のトレンドに沿った記事を制作し全国の自治体へPR
- 記事コンテンツに加え、自社セミナーやイベント情報をWEB上で継続的にPR

営業活動



大手IT企業様のケース

【課題】

- 自治体に自社サービスの認知を更にあげたい
- 営業リソースが不足しており自治体に対して十分なアプローチができていない

戦略立案/ 市場調査

マーケティング/プロモーション



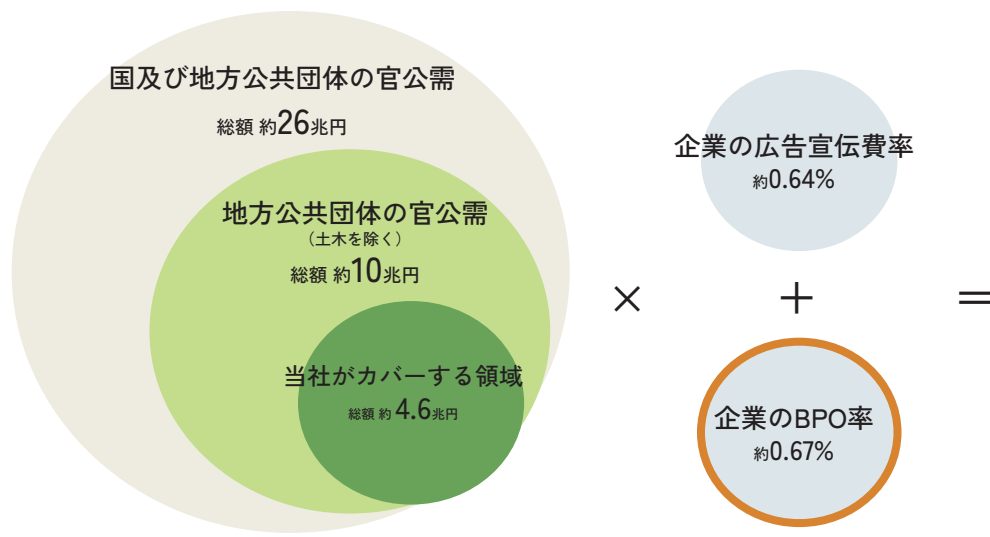
- メディア掲載を通じた自治体への認知向上
- 『BtoGプラットフォーム』にてWEB上で継続的なPRに加え、自治体職員のリード獲得を支援



営業活動

- テレマーケティングで自治体職員のリードを獲得
- 自治体営業に特化したインサイドセールスチームを組成し、見込み顧客へのアプローチと、初期商談を実施

BtoGにおける広告宣伝市場だけでなく、BPO市場への拡大を目指す



公共セクターに関するDX関連市場 (※1)
(国及び地方公共団体の官公需を対象としたマーケティング及びBPO市場)

約3,300億円 (BtoGマーケティング市場 [約1,600億円]
+ BtoG特化のBPO市場 [約1,700億円])

今後のターゲット市場 (※2)
(地方公共団体の土木を除く官公需を対象としたマーケティング及びBPO市場)

約1,310億円 (BtoGマーケティング市場 [約640億円]
+ BtoG特化のBPO市場 [約670億円])

現在のターゲット市場 (※3)
(当社がカバーしている地方公共団体の官公需を対象としたマーケティング及びBPO市場)

約600億円

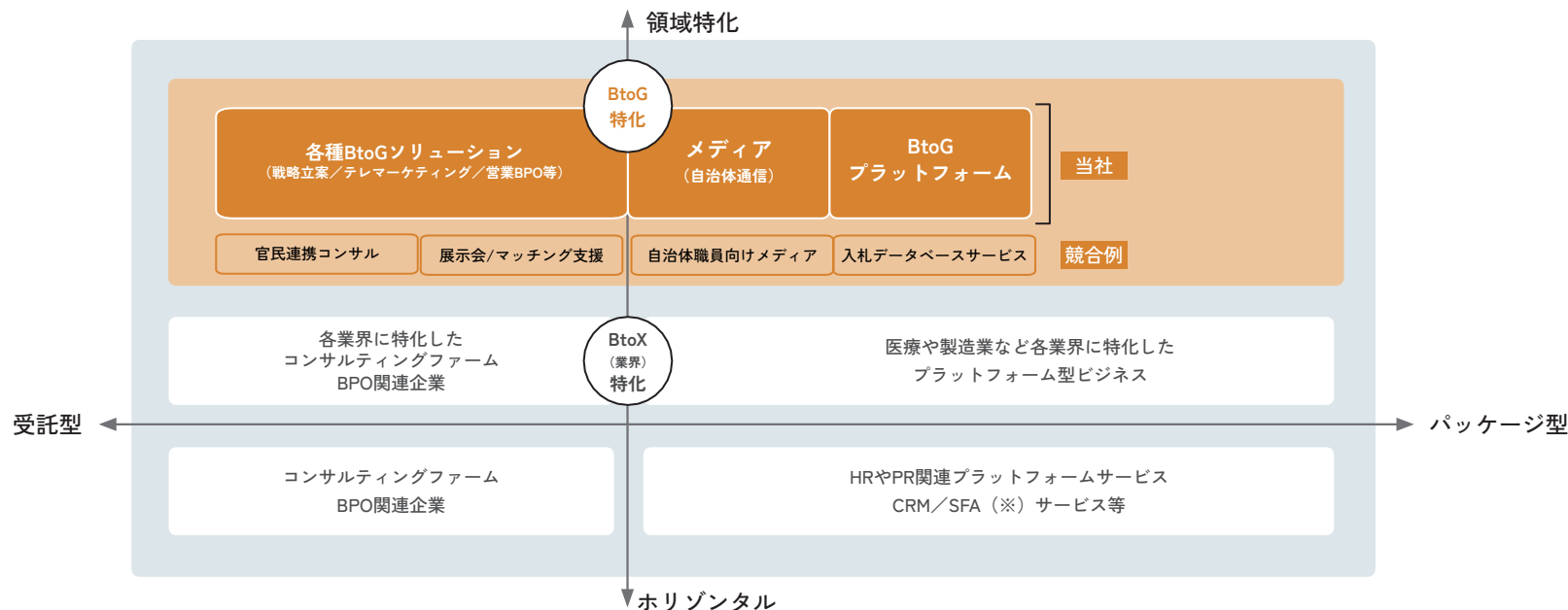
(※1) 将来は地方自治体だけでなく、国（省庁、独立行政法人、国立大学法人等）を対象とする事業展開の可能性があると考えております。また、当社サービスは、企業のマーケティング・販促及び営業活動の代替となるソリューション展開していることから、広告宣伝（BtoGマーケティング市場）及びBPO市場（BtoG特化のBPO市場）に係る市場に拡大できると考えております。そのため、国及び地方自治体の官公需の総額に対して、当社が算出した広告宣伝費率及びBPO率を乗じて算出しております。国（省庁、独立行政法人、国立大学法人等）及び地方公共団体の官公需約26兆円（出所：中小企業庁「官公需法に基づく「令和5年度国等の契約の基本方針」の概要等について」）に対して、全産業に占める広告宣伝費率0.64%（出所：経産省「2022年企業活動基本調査確報～2021年度実績～」データより、各業種の売上高における広告宣伝費率を算出）、全産業の売上高に占めるBPO市場の割合0.67%（出所：経産省「2022年企業活動基本調査確報～2021年度実績～」における全産業の売上高の合計に対して、株式会社矢野経済研究所「BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）市場に関する調査（2022年度）」の市場規模の割合を元に算出）を、それぞれ乗じて算出しております。

(※2) 主に支援しているのが地方自治体の中でも土木を除く業種において、マーケティング・販促及びBPO支援の領域であり、地方公共団体の土木を除く官公需約10兆円（出所：中小企業庁「令和3年度地方公共団体による中小企業者の受注機会の増大のための措置状況等調査結果」）に対して、上記（※1）に記載している広告宣伝費率及びBPO率を乗じて算出。

(※3) 今後のターゲットで試算した数値に対して、現在当社が支援している業種に限られており、当社がカバーしているカテゴリの割合（45.8%）を乗じて算出。（株式会社うるる「入札リサーチセンターの入札動向マンスリーレポート（2022年9月～2023年8月）」の公示案件を対象に当社にて算出）

公民共創事業の市場ポジショニング

- 巨大な営業・マーケティング支援市場において、当社はBtoG領域特化型のサービスを展開
- 早期に市場に参入し、BtoGプラットフォームを中心にメディア及び各種ソリューションを展開
- BtoGプラットフォームのシェア拡大及びソリューションの継続的な開発により、事業成長を目指す



(※) CRM : Customer Relationship Managementの略称
SFA : Sales Force Automationの略称

BtoGプラットフォームサービスでのSTOCK売上の積み上げと 主要ソリューションでの売上成長の最大化を目指す

- BtoGプラットフォームは、契約数とMRRをKPIとして設定し、継続的な成長と収益性の向上を目指す
- ソリューションについては、今回から主要ソリューションの売上高を重要KPIとして設定
これらのサービスを成長ドライバーとして事業の更なる拡大を図る

対象サービス	位置づけ	KPI
BtoGプラットフォーム（※）	STOCK売上の積み上げによる 収益性の向上	① MRR ② 契約数
（主要ソリューション） ・テレマーケティング ・ウェビナー ・営業BPO	支援実績の積み上げによる 売上成長の最大化	① 売上高

（※）今後の安定的な収益基盤の構築を目的とし、個性性の高い高単価カスタマイズプランを除き、スタンダード・ライトプラン及びOnline記事掲載に係るプランを対象に変更。

サービス改善・ソリューションの開発による継続的な成長を目指す

〈グローバルイノベーション事業の市場規模〉

- ・短期的には、「BLITZ Portal」の掲載データを拡充しながら、独自のコンテンツや、海外の市場調査レポートサービスでの市場のシェア拡大を目指す
- ・中長期的にはソリューションを含めたサービスラインナップを増やすことで、広範な企業戦略立案に関する市場へのリーチ拡大を狙う

企業の戦略立案に関する市場 約**3,800**億円（※1）

（情報サービス業のうち「データベースサービス」と「各種調査」の市場規模）

今後のターゲット市場

（情報サービス業のうち「データベースサービス」の市場規模）

約**1,500**億円（※2）

現在ターゲット市場

（売上100億円以上の企業）

約**350**億円（※3）

（※1）成長産業に特化した情報ポータルサイト「BLITZ Portal」を主軸に展開しておりますが、将来的に掲載データの拡大や、顧客の要望に対応した調査サービスの展開が可能と考えており、「情報サービス業」のうち「データベースサービス」と「各種調査」の市場規模（出所：経済産業省「特定サービス産業動向統計調査2022年」）を対象としております。

（※2）「BLITZ Portal」が主にデータベースサービスであることから、「情報サービス業」のうち「データベースサービス」の市場規模（出所：経済産業省「特定サービス産業動向統計調査2022年」）を対象としております。

（※3）当社の顧客ターゲットである国内の売上100億円以上の企業数約1.4万社（中小企業庁「成長志向の中小企業の創出を目指す政策の検討成果と今後の方向性2023年」）と、主力サービス「BLITZ Portal」の顧客単価約250万円（2023年3月実績）を乗じて算出しております。

〈メディアPR事業の市場規模〉

- ・短期的には、『ベンチャー通信』や「ベストベンチャー100」等の業界特化メディアのブランド力や、成長企業経営者との独自のネットワークを活かし、新興産業における採用ブランディング市場のシェアの拡大を目指す
- ・中長期的にはソリューションを含めたサービスラインナップを増やすことで、新興産業市場へのリーチ拡大を狙う

新興産業における人材採用市場 約**2,900**億円（※4）

（IT系企業に係る採用市場）

今後のターゲット市場

（IT系企業に係る採用ブランディング市場）

約**200**億円（※5）

現在ターゲット市場

約**50**億円（※6）

（※4）同事業の主な顧客が、中小企業から上場前の成長企業が対象であり、特に情報通信に係る顧客が中心であるため、「経済センサス-活動調査」（令和3年）、経済産業省「2021年企業活動基本調査速報-2020年度実績-」より推定した従業員数が10名以上の情報通信業の企業数約37,500社に対して、「中途採用状況調査2021年版」（株式会社マイナビ）に基づき推計した非上場企業の採用平均予算約775万円を乗じて算出しております。

（※5）上記で算出した、従業員数10名以上の情報通信業の企業に対して、同事業が主に企業の採用ブランディング支援を行っていることから、「中途採用状況調査2021年版」（株式会社マイナビ）に基づき推計した、非上場企業の採用ブランディングに係る平均予算の約53万円を乗じて算出しております。

（※6）特許庁「スタートアップが直面する知的財産の課題に関する調査研究報告書（令和3年度）」の未上場のベンチャー企業数約790社に対して、メディアPR事業の顧客単価約64万円（2023年3月期の実績）を乗じて算出しております。

安定収益事業として、主力サービスの継続改善によるシェア拡大と高収益の維持を目指す
HR事業との連携も強化し、顧客アセットを起点とした事業シナジーを生み出す



M&Aを通じて、成長領域のHR事業を中心に非連続の成長を実現する

M&A方針

(優先度)	事業領域	対象	目的／スコープ
高	HR事業	<ul style="list-style-type: none">・ 人材紹介事業・ HRサービス周辺事業	HR事業の垂直立ち上げ。 顧客属性が既存事業と近い、または 既存アセットとシナジーが見込める企業が対象。
	公民共創事業	<ul style="list-style-type: none">・ 自治体向け事業	『自治体通信』の認知度を活かした自治体向け支援 事業を検討。 今後成長が見込まれる市場に依拠した事業が対象。
	公民共創事業 グローバルイノベーション事業 メディアPR事業	<ul style="list-style-type: none">・ 同業または周辺事業	既存事業のシェア拡大。 類似サービスを提供する企業、または 既存顧客に対してクロスセル可能な企業が対象
低			

新たな領域開発にも注力。目下3つの重要テーマを設定し検証を開始

生成AI

生成AIサービス立ち上げ検討

市場の機会

- ・国内の生成AI関連市場は今後とも急拡大が見込まれている^(※1)
- ・当社が展開する事業に関連する市場においても同様と認識

検証内容

- ・各事業で保有する顧客のニーズの調査
- ・M&A含む外部連携も選択肢とし、ニーズに適したサービスを開発

M&A仲介

25年6月より
事業立ち上げ

自社ネットワークを活かした M&A仲介事業の検討

市場の機会

- ・国内のM&Aは成長トレンドにある^(※2)
- ・上場維持基準の見直しもあり、譲渡/譲受それぞれのニーズは更に高まっていくと認識

検証内容

- ・自社の経営者ネットワークを通じた譲渡/譲受ニーズの調査
- ・譲渡ニーズを継続して発掘し続ける仕組みづくり
(M&Aをテーマとした経営者コミュニティなど)

自治体向け事業

自治体DX関連の事業検討

市場の機会

- ・自治体DX領域市場は2030年までCAGR 14.5%の成長が見込まれる^(※3)
- ・自治体職員の減少に伴い、効率的な行政運営が求められる

検証内容

- ・自治体とのネットワークを活かした市場調査
- ・顧客ネットワークを通じたM&A含む外部との連携機会の検証

(※1) 国内の生成AI関連市場は、2026年度には1兆7,397億円まで拡大する見通し（2023年度比：12.3倍）とされており、一定の成長余地があると認識しております（出所：株式会社富士キメラ総研「2025 生成AI/LLMで飛躍するAI市場総調査」）。

(※2) 日本企業間におけるM&Aは、2011年以後の約10年で3倍ほどの水準まで急拡大しており、今後も堅調に推移するものと認識しております（出所：株式会社大和総研「日本企業による M&A の動向（2023 年版）」）。

(※3) 出所：富士キメラ総研「2023 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」。

【免責事項】

- ・本資料は情報提供のみを目的として作成しており、当社の有価証券の販売の勧誘や購入に勧誘を目的としたものではありません。
- ・本資料には、将来の見通しに関する記述は、本資料の作成時点において当社が入手可能な情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知及び未知のリスク、不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、予測とは大きく異なる可能性があります。
- ・これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業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、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適性を検証しておらず、保証していません。

お問合せ先

コーポレート統括本部 IR担当

ir_contact@ishin1853.co.jp

IR情報：<https://ishin1853.co.jp/ir/>