

# ビジョナル株式会社 2025年7月期第2四半期決算発表

2025年3月13日

(司会) 本日は、お忙しい中、ビジョナル株式会社 2025年7月期第2四半期決算説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。

本日は Zoom ウェビナーにて開催しておりますので、参加者の皆様のカメラ及びマイクは自動的にオフにさせていただきます。

なお、本日の決算発表資料は弊社ホームページに掲載しております。

説明会を始めます前に、皆様にお断り申し上げます。

これから行う説明におきまして、現時点の予想に基づく将来の見通しを述べる場合がございます。それらはすべてリスク、ならびに不確実性を伴っておりますので、実際の結果が見通しと異なる場合があることを予めご了承ください。

また、本説明会では、無断での録音及び録画、参加 URL 等の外部転送は固くお断りしております。

これより、代表取締役社長 南 壮一郎、及び取締役 CFO 末藤 梨紗子より、本日 15 時 30 分に開示いたしました 2025 年 7 月期 第 2 四半期 決算発表の内容についてご説明いたします。

それでは、説明を開始いたします。

(末藤) 末藤でございます。本日はお忙しい中、お時間を頂戴し、ありがとうございます。

本日は私より、FY2025/7 第 2 四半期決算 (2Q) の概況についてご説明したのちに、弊社代表取締役南より、2025 年 1 月末よりプロモーションを開始いたしました「社内版ビズリーチ by HRMOS」という新しいサービスについてご紹介いたします。

当社の戦略上重要なマイルストーンと位置付けておりますので、サービス概要の今一度のご案内、なぜ当社グループならではのサービスなのか含めて、ご説明をさせていただきたく存じます。どうぞよろしくお願いいたします。

(スライド 2)

当 2Q のハイライトは、売上高については、計画の範囲内ではあるものの上限で進捗していること、営業利益についても成長投資を計画通り実行し、適切な利益水準で着地しておりますので、業績の総括としては好調に推移しております。

まずは連結業績についてです。

2Q 累計売上高は 369.3 億円 (+17.5% YoY)、2Q は 182.3 億円 (+18.6% YoY) です。通期連結業績見通しに対する進捗率は 48.3% (前年通期実績に対する前年同期進捗率は 47.5%) です。

2Q 累計営業利益は 102.2 億円 (+4.4% YoY、営業利益率 27.7%)、2Q は 47.7 億円 (△1.3% YoY、営業利益率 26.2%) です。2Q の営業利益が前年比マイナス成長になっているのは、前年同期に能登半島地震等によりマーケティング活動を抑制した結果、営業利益水準が計画より高く出たため、その対比での影響により当 2Q はマイナス成長となっております。当 2Q は適切な成長投資を実行することができている結果、利益水準も計画通りとなっておりますことをご報告いたします。通期連結業績見通しに対する進捗率は 53.4% (前年通期実績に対する前年同期進捗率は 54.9%) です。

BizReach については、後ほど触れますが、企業様のプロフェッショナル人材に対する採用ニーズ、求職者の皆様の活動状況それぞれの動向が好調に推移しており、2Q は高い成長率となりました。通期業績見通しに対して、インラインでの着地を見通しております。

HRMOS についても、順調に各サービスが伸長しており、通期業績見通しに対して、売上高も営業損失も、計画通りの進捗となっております。

また、今期は、中長期的な企業価値向上に向けた事業投資や、人的資本投資を行うことを計画に織り込んでいく旨、ご説明をさせていただいておりますが、計画通り、採用については 2Q 累計で約 150 名の増員、適切な報酬水準への引き上げや、オフィスの再編・集約も今期を通して段階的に進めておりますことをご報告いたします。

スライド 3 については、順調な連結業績推移を示しております。

スライド 4 では、一言だけ。Incubation セグメントにおいて、2023 年 12 月に譲渡をいたしました株式会社ビズヒントの影響により、四半期の売上高成長率はマイナス成長が続いておりましたが、当 2Q においては、増収に転じました。Incubation セグメントの営業損失は、通期見通し 15 億円程度という計画の範囲内で投資を実行しており、計画通りの進捗となっております。

スライド 5 は、業績見通しに対する実績の進捗率を示しております。

先ほどご説明させていただきました通りですが、通期業績見通しに対して計画通りの進捗となっておりますので、売上高、利益含めて、業績見通しに変更はございません。

では、個別の事業について、より具体的にご説明いたします。まずは BizReach です。

スライド 8 は BizReach の売上高です。

2Q 累計は+16.8% YoY の 321.2 億円となりました。計画の範囲内ではございますが、上限で進捗しており、事業のモーメンタムは良いです。

ページ右側のグラフをご覧ください。直近 4 四半期の売上高成長率を並べておりますが、3 四半期連続 16% 程度で推移しておりました YoY 成長率が、2Q では 17.7%となりました。

今期は、売上高の計上タイミングを予想することが従来よりも難しくなっており、結果として各四半期の YoY 成長率に上下があることを想定しております。2Q については、おおよそ 14%から 16%程度の YoY 成長率で着地することを見通しておりました。毎月凸凹した成長率で、当該レンジの範囲内で推移していた中で、1 月実績

に一部売上高が寄った可能性もあり、結果的に売上高が大きく伸長し、2Qの成長率は想定していたレンジ以上の成長率で着地をいたしました。

企業様のプロフェッショナル人材への採用ニーズの拡大、特に日系企業様を中心としてダイレクトリクルーティングの活用が進んでいること、求職者の皆様の動向も好調に推移しておりますので、BizReachは順調に拡大を続けておりますが、一方で、前期見られたような賃上げ及びその期待に伴う一時的な求職者の皆様の動きの鈍化等、採用支援市場の季節性から売上高が最大となる3Qの市場動向にまだ変動の余地があるため、通期業績見通しに変更はございませんし、通期業績見通しに対してインラインでの着地を現時点においては見通しております。

スライド9はBizReachの主要KPIです。

「社長の本気篇」シリーズのブランド投資をはじめとして、各種マーケティング施策の結果、各指標は計画通りに推移しております。

スライド10は、BizReachの管理部門経費配賦前営業利益のスライドです。

通期目標である営業利益率40%に対して、2Q累計で41.2%となり、計画通り進捗しております。当社は、規律を保ちながら成長投資を実行することが大切であるとの考えのもと、今期についても営業利益率40%程度で着地するよう、投資を適切にコントロールして参ります。

スライド11、12は年に一度、通期のタイミングでアップデートをいたしますスライドでございます。当四半期においては特にアップデートはございません。

続きまして、HRMOSでございます。

スライド14は、HRMOSの一気通貫型の人的資本データプラットフォームを示しております。

先ほど冒頭にご案内をさせていただきました通り、2025年1月末に当社ならではのサービスであります「社内版ビズリーチ by HRMOS」のプロモーションを開始しております。

ビズリーチという名称がついておりますが、当該サービスに伴う売上高や投資につきましては、HRMOSに計上されております。人財活用に寄与するサービスでございますので、人財活用システム「HRMOS タレントマネジメント」と一体的に管理しており、よって開示しております SaaS KPI にも含まれます。

スライド15は、HRMOSの売上高を示しております。

2Q累計売上高は23.8億円、+36.6% YoYとなりました。2Qは12.2億円、+34.4% YoYです。

各サービスは成長しており、通期業績見通しに対して順調に推移しております。

「社内版ビズリーチ by HRMOS」の業績影響についてですが、当該サービスは商談・受注リードタイムが長い  
ため、売上高としては業績見通しに織り込み済みではございますが、今期への影響は軽微です。

なお、お客様からのお問合せは多くございますので、下期の顧客商談等を踏まえて来期以降の業績影響については今後精査をして参ります。

ご参考までに、ローンチ時の目標としては、3年後に本サービス導入企業様数 1,000 社、HRMOS 関連売上高 30 億円を目指しております。

続きましてスライド 16 の HRMOS の管理部門経費配賦前営業損失についてです。

HRMOS は、1Q に続きまして 2Q の損失も前年対比大幅に縮小し、2Q 累計は 1.2 億円、2Q は 0.4 億円の損失となりました。1Q 及び 2Q は、「社内版ビズリーチ by HRMOS」の戦略的な投資が限定的であったため、HRMOS の現時点での収益性の実力値を示しており、黒字化できる状況にあることをお示しできているのではないかと存じます。

なお、下期には「社内版ビズリーチ by HRMOS」のプロモーション投資を戦略的に大きく行うため、通期での営業損失は前年同水準を見通しており、よって、通期業績見通しに対する 2Q 時点の進捗は計画通りです。

スライド 17 は HRMOS の主要 KPI です。

各 KPI は順調に推移しておりますことをご報告いたします。

以上が決算の概況のご説明でございました。

続きまして、これより、弊社代表取締役南より、当社新サービスでございます「社内版ビズリーチ by HRMOS」をご紹介します。では南さん、よろしくお願いいたします。

(南) 皆様こんにちは。お忙しい中ご参加いただきまして誠にありがとうございます。

2025 年 1 月末に「社内版ビズリーチ by HRMOS」という新しいサービスのリリースがございました。皆様も目にされる機会があったかもしれませんが、ありがたいことに特にメディアを中心に様々な反響をいただきました。本日、決算発表の場で記者会見当日の内容も含めて皆様に共有することが自分の役割として正しいと考え、この機会を設けさせていただきました。

(スライド 19)

早速ですが、「社内版ビズリーチ」について、少しお話させてください。本資料ですが、実は上場以来あまり変わっておりません。これから開発します、いつ頃開発が終わります、というような話をこの 3 年間して参りました。資料にもある通り、BizReach と繋げていく人的資本データプラットフォーム、社内外の労働市場を繋げていくことを上場以来目指してきました。

今回、この「社内版ビズリーチ」をリリースすることによって、2つのプラットフォームを有機的に繋げていく、そして一気通貫型で人的資本経営ができるような体制を目指すということを改めて発表させていただきました。

このエコシステムを作っていく上でどのようなことをこれまでしてきたのか、そしてどのようなことをしていきたいのか、時系列的にお話させてください。

(スライド 20)

まず、ここまで BizReach というプラットフォームを作っていく上で様々な壁を乗り越えてきました。

(スライド 21)

小売業界における E コマース革命同様に、採用支援市場において我々が創造したダイレクトリクルーティングという仕組みを、より多くの求職者の皆様にご利用いただいた結果、数年前に大きな壁に直面しました。

(スライド 22)

当初は、中途採用に慣れた企業のお客様と、転職経験がある求職者の方々のマッチングプラットフォームでしたので、比較的マッチング効率が良かったのですが、これは素晴らしいことでもあるのですが、より多くの企業様、そしてより多くの求職者様にサービスをご利用いただくことによってプラットフォームが大きくなり、結果的にマッチング効率が少し下がってきていました。

(スライド 23)

BizReach のプラットフォームでは、個人のレジュメと企業の求人内容のマッチングが我々の採用決定につながり、究極、我々のビジネスモデルの根幹となっています。プラットフォームに登録される求職者の方が増えるにつれて何が起きたかということ、初めて転職される、これまでレジュメを書いたことがない方々が我々のサービスをご利用くださるようになったが故に、内容が必ずしも充実していないレジュメが増えていきました。要は採用しようとする企業から見ると探しづらくなる。これは逆もしかりで、中途採用市場が拡大していくにつれ、高い専門性、より深い経験、スキル、知識を持つ求職者を企業が探し始めたが故に、人事部を中心として求人票の作成が難しくなり、必然的にマッチング効率が下がったということが、今から 5~6 年前に起き始めた現象でございます。

我々はこの間にチャンスを見出し、この 4~5 年の間、どうしたらデータを活用したテクノロジーでマッチングを効率化できるかということに取り組んできました。

(スライド 24)

過去の決算でもお話させていただきましたが、生成 AI の技術にかなりのリソースを投資して、この生成 AI を活用したツールというものを数年前から BizReach のプラットフォーム上に搭載し始めました。

我々が BizReach のプラットフォーム上のデータを活用した形、そして我々の AI チームが作り上げる機能を総じて「BizReach AI」と呼んでおりますが、求職者の皆様は、我々のプラットフォームのデータを学習させた生成 AI を活用し、レジュメの自動生成ができるようになりました。

(スライド 25)

これを導入したところ、スカウト受信数が 40%増加する結果が得られました。

(スライド 26)

同時に、求人企業様も同じように、生成 AI を使って求人票の自動生成ができるようになりました。

(スライド 27)

結果、かなり生産性が上がり、マッチングも高度化していきました。

(スライド 28)

また、こちら昨年度の通期決算資料に掲載した内容で、直近 1 年間の国内に限定した話となりますが、日本でも有数の生成 AI の特許を保有している会社になりました。

これがまず前提条件になります。BizReach のプラットフォームの生産性を上げるために、生成 AI 技術に投資をして大きな成果をあげることができました。

(スライド 29)

これは様々なメディアで成功事例の 1 つとして取り上げられておりますので、まずここから話をスタートさせてください。

(スライド 30)

「社内版ビズリーチ」を作っていく上で、外部環境の変化は大きな影響がありました。

これは皆様の会社、もしくは周りの会社、投資している会社でも同じことが起こっているため、「大転職時代」と書いておりますが、若い世代を中心に転職というものが当たり前になっているというのが大きな進化、変化だと思っております。

(スライド 31)

企業もやはりそれに同調する形で変化、進化されています。人はどんどん退職していくものである。つまり、退職するのであれば、優秀な人材をキャリア採用で補充しなければならないということで、昨年から BizReach で「社長の本気篇」という TVCM シリーズを展開しております。

各社の社長様、トップの方々に我々の TVCM に出演していただけないかということをお打診し、社長の皆様の本気のメッセージをテレビを通じて伝え、実際にキャリア採用に役立てていく。

ここに並んでおられるような企業様に出演いただけたのは、それだけ各社の大きな課題になっているからだと私自身も感じております。

(スライド 32)

ただし、社内を見ていくと、もちろん各社様、努力はされていると思いますが、実際は年々、特に若い世代を中心に退職者が増えております。

(スライド 33)

それと同時に、企業で働く社員の方々に聞いてみると、「現在勤めている企業では自分が希望するキャリアをなかなか実現できていない。」というような回答がみられております。

(スライド 34)

これは色々な見方がありますが、私自身が言い続けてきたことで、実際 2025 年になって顕在化していることですが、今までは企業が人を選んできた時代でした。「この人を入社させたい。この人を採用したい。」しかしながら、労働市場の流動化がどんどん進み、競争環境が非常に明確になってくると、もはや企業が働く人を選ばれるというようなマーケットになってきているのではないかと感じます。

企業が従業員と向き合って、「なぜ自分の会社内で働いていくのか。こういう事業をやっているから一緒に働こう。」というような姿勢が年々強くなってきているのではないかと感じております。

(スライド 35)

結果的には、この考え方の背景にある非常に根深い問題ではありますが、一言のキーワードで言うと、「人材流出」という言葉で表現できるのではないかと考えております。

(スライド 36)

ご自身の会社、もしくはご自身が採用活動する企業の1人だと思って聞いてみてください。

皆様もそうだと思いますが、社外の人材を採用する際、企業もしくはリクルーティングの責任者、もしくは事業長は、「どのような人材がどのようなポジションで必要なのか」ということを徹底的に要素分解し、言語化する。そして、やりがいのあるポジションを用意し、スカウト、またはヘッドハンターの方を通じて求職者に会う。そして、情熱を持って、「このポジションがなぜあなたにとってやりがいがあり、素晴らしいのか。このようなキャリアの開発チャンスがある。」という形で社外の人材に対して徹底的に口説いているとっております。

(スライド 37)

ただ、それを社内に置き換えるといかがでしょうか。

自分のチームに対して同じような熱量で、同じような動機を促すような言葉で彼らの働きを促しているでしょうか。

考えてみてください。

これは自分自身にも当てはまるので、皆様ができている、できていないではなく、手を胸に当てて考えていただくと、どうしても社内、身内の社員に対しては、社外のリクルーティングほど想いを持って、熱量を持って接することができていないのではないのでしょうか。

(スライド 38)

我々としては、これを「人材流出」の大きな課題の1つとして感じており、社外の人材に選ばれるためにスカウトを送り、言葉をかけていくことと同じように社内の社員に選ばれるための「社内スカウト」活動が必要だと仮説を作りました。

(スライド 39)

この「社内スカウト」という言葉、少し誤解を生み出すと思いますので、説明させてください。

十数年前にダイレクトリクルーティングという言葉を作り出した時にも同じように説明をさせていただきました。

「社内スカウト」と言うと、「社内の社員に対してスカウトメールを送る」というように思われるのですが、もちろんそれは一部となりますが、きちんとまず社内における人材データと社内ポジションを的確かつリアルタイムに可視化する、という行為が一番重要になっていくと思います。

ほとんどの経営者は、今この瞬間、リアルタイムでどういうスキル、経験、知識を持った社員が会社で働いているのか、そしてリアルタイムに、彼らが、彼女らが、従事しているジョブディスクリプションを可視化できておりません。

1 番目に、これを可視化することが重要である。そして、そのようなデータベースができた暁には、この 2 番目の社内公募であったり、社内のポジションと社員が出会えるような機会を活性化する。

そして、データベースができた暁には、3 番目に、社内のポジション・社内の求人から主体的、能動的にスカウトが飛ぶような仕組みを総じて「社内スカウト」活動と定義づけております。

(スライド 40)

すでにこの「社内スカウト」活動は、先進的な企業様で制度として進み始めております。

主に「社内公募」や「社内転職」、もしくは「社内ダイレクトリクルーティング」というような言葉で、これはインターネットで検索いただくと、日本を代表するような会社様で、制度として進んでおります。

(スライド 41)

我々は、人材流出という課題から逆算し、対策として作られているこのような施策をサポートするために、「社内版ビズリーチ by HRMOS」という新サービスを世に送り出すことにいたしました。

(スライド 42)

背景にある課題や世の中の流れ、そのような状況からどのようなサービスが生まれたのか。

先程、なぜ BizReach の進化についてお話したかという、BizReach の進化を支えた機能や 16 年間にわたるプラットフォームに蓄積したデータがこの「社内版ビズリーチ」を構築する上で、サービスとしてリリースする上で、非常に大きな役割を担っているが故に説明させていただきました。

(スライド 43)

我々としては、生成 AI 技術を、今後の成長、進化の一丁目一番地としていきたいということ、数年前から皆様にもお伝えしてきております。

もちろん、我々は LLM (Large Language Models) を作る会社ではございませんが、世界中の最先端の LLM に先ほど申し上げた BizReach の 16 年間のデータを安全な環境で学習させて活用しております。

そこから生まれる、先ほどのレジュメ自動生成や求人自動生成、これらの機能を社外（社外人材採用を行う BizReach）から社内（社内人材登用を行う HRMOS）に移して作り出したのが、この「社内版ビズリーチ」の大きな特徴となっています。

これまで数多くの企業で、自社の社員の職務経歴書のデータベースを作ろうとした試みはたくさんございます。

社員の皆様になるべく簡単に自身のレジュメを書き出せるようなシステムを自社内で作り、そのレジュメに対して検索できるような試みはたくさん行われております。

多くのお客様にお話する中で、なぜその試みが試みで終わったのか。

ほとんどの社員は「面倒くさい」「それをやる意味は何か」という反応を示す。

もっと言うと、せっかく書いた情報が1年で陳腐化し、使い物にならなくなる。継続して書き続けていくことや、継続してデータベースにリアルタイムにアップデートされていくものを作るのは難しい。人間に頼る限り、インセンティブ設計も含めて、データベースを作ることは容易ではありませんでした。

我々が今回、この「社内版ビズリーチ」で実現したこと、ブレイクスルーがいくつかあります。

まずは、先ほど申し上げた BizReach のデータを学習した生成 AI によるレジュメと求人自動生成機能です。

この機能を社内に転用し、社内レジュメ、社内ポジション、実質 BizReach と同じことをやっているわけなので、これは社内版にしていますが、自動生成機能として、我々が BizReach に独自で保有するデータによって、よりマッチングしやすいものがアウトプットとなりますが、どのデータを使うのか、そしていかに社員が手を動かさずにレジュメとポジションを書き出せるのか、ということに着目しました。

そして、大きなブレイクスルーだったのは、皆様の会社でもやっていると思いますが、半期の目標設定と評価という、多くの会社では当たり前のようにはやっておられ、社内システム上で貯められていることがほとんどであるその情報を、「社内版ビズリーチ」に繋げることによって、リプレイスではなく、繋げることのみで、我々の「社内版ビズリーチ」の生成 AI 機能により、自動的にレジュメとジョブディスクリプションがデータベース化されていく。経験、スキル、知識、そして、全従業員分のジョブディスクリプションが自動的に生成されてデータベース化される。

とんでもないイノベーションなのですよ。

直近、十数社自分で営業しましたが、全員興味を持っていただけ。プラグインするだけです。リプレイスではありません。そして、当然ながら、このマッチングは我々 BizReach が最も得意とすることなので、データベースの検索性であったり、もっと言うと、例えば、私が新しいプロジェクトを始める際に、「こういう人を探したい。」という、それがジョブディスクリプションに自動生成され、自動生成されたジョブディスクリプションに対して誰が1番マッチ度が高いのか、ということ社内レジュメの中から recommends します。何%マッチ、という形です。

仮に「この上から2番目の南さんっていう方が非常にいいな。」と。「しかしながら、南さんはここの部門のキーパーソンだからなかなか動かせないな。」と。であるならば、検索に対して、「南さんみたいな人を探して。」と書くと、社内の南さんと似たようなスキル、経験、知識に合わせて、社内から人材を recommends します。

(スライド 44)

我々としては、人の手をできるだけ介さず、社員を動かす。そして、半期ごとに皆様、自分の給与のことなので、目標設定と評価に関しては真剣に書くのですよね。真剣に書いた言葉から、全従業員の職務経歴書を生成し、データベース化し、そして目標設定と評価データからその人がやっているジョブディスクリプションも抽出し、データベース化する。

そして、お互いが recommends されながら、社内公募であったり、ポジションからのスカウトであったり、社内スカウト活動がしやすいようなプラットフォームを生み出しました。

(スライド 45)

先行導入いただいたキリングroup様、まさにここに書いてありますように、仕事やポジションをいかに可視化するか。ここをセンターピンとして置き、その最適配置をどう実現していくのか。そして何よりもキリングroup様で働き続けるための納得感ですね。社員にポジションを見える化する。そしてポジションから社員を見える化する。こういった対等な立場を、働く人と企業が実現することによって、働き続けたい会社、そして企業が選ばれるように前向きに成長していきたいというようなご発言をいただきました。

(スライド 46)

数年前からお話しているように、我々は社内と社外の労働市場を1つのデータプラットフォームで繋いでいくことを目指しております。先ほど申し上げた BizReach の進化、そして社内の労働市場を支える HRMOS を中心とした「社内版ビズリーチ」の進化。

そして最終的に目指したい姿。これから挑んでいきたいことは、先ほどの社内から社員をレコメンドする、そこに加えて、同時に BizReach から社外の人材も同じ検索要件でレコメンドできるような繋ぎ込みを行っていきたいと考えています。

このような人を探したいけれども、まずは社内でどのような人がマッチングするのかを見ながら、同時並行で社外であればどのような人材が採用できるのか。

先ほどの「南さんみたいな人は社内に他にいないのか。」と検索をかけた際に、社内からもレコメンドされ、南さんと似たような方々が社外の BizReach のデータベースからもレコメンドされていく。

このようなデータを活用した人材戦略、スピードとマッチングのクオリティを徹底的に目指した、我々しかできない採用・活用のマッチングプラットフォームを通して、株式会社ビズリーチとして、大きく、更に深く日本の労働市場を変革させていきたいと思えます。

(スライド 47)

最後になりますが、私たちの想いと目指したい姿をこの3つのスライドに記載させていただきました。少し時間がかかりますが、想いを込めて1文字1文字刻み込みましたので、読ませてください。

大転職時代の到来。あらゆる企業で人材流出が経営課題に。

「転職」が「キャリア形成のためのポジティブな選択肢」となった昨今、かつてないほどに転職市場は活性化。誰もがより良いステージを求め、社内と社外を天秤にかけ続ける時代です。

人材獲得競争は激しさを増し、企業はこれまで以上に社外採用に注力。即戦力人材のもとには、魅力的なスカウトが次々と舞い込んでいます。その流れを受け、企業内では社内人材の流出が加速、多くの企業で深刻な経営課題に。もはやこれまでのように社内の部署間で人材の囲い込みをしている場合ではなく、優秀な人材の流出をいかに防ぎ、社内で活用できるかが、これからの経営の鍵といえるでしょう。今や企業が働く人を選ぶのではなく、企業が働く人に選ばれる側に。

だからこそ今、社外人材の採用だけでなく、社内人材にしっかりと目を向け、丁寧に寄り添い、「社員が働き続けたい」会社となるための経営の意識改革、人事環境の整備が緊急の課題なのです。

(スライド 48)

人材流出という新たな課題に、「社内スカウト」で歯止めを。

多くの企業が社外人材に目を向け、その志向やスキル・経験に合わせた魅力的な条件やポジションを積極的に提示する等、社外スカウト活動に力を入れています。

一方で、すべての企業が社員に対して同じように手厚く寄り添っているかと言えば、そうではないと言わざるを得ません。

社内に目を向ければ、想像以上のスキルやモチベーションを持った人材が眠っているし、同時に、社員の目に触れていない魅力的な社内ポジションがあるのも事実。

多くの企業がその可視化に取り組んでいるものの、企業や社員が本当に知りたいデータとして可視化・活用しきれていないのが現状です。

このままでは社員を活用するどころか人材流出は加速する一方。これを防ぐためには、早急に、社内に眠る「人材データと社内ポジションの的確かつリアルタイムな可視化」と「社内公募等、ポジションと出会う機会の活発化」、更に「社内ポジションからの直接的勧誘」等、多岐にわたる「社内スカウト」活動に積極的に取り組むことが大切です。

社員のキャリア形成機会を提供し続けること。それが結果的に、人材流出の防止と企業価値向上につながるのです。

(スライド 49)

「社内スカウト」で人材流出を防ぐ、BizReach ならではのサービスが登場。

人材流出という課題に「社内スカウト」活動で歯止めをかけるために、BizReach だからこそ実現可能な新サービスが誕生しました。それが「社内版ビズリーチ」。その特徴は3つ。

16年間にわたり日本の転職市場を支え続けた BizReach だけが持つ転職市場のデータと、特許数 No.1 を誇る AI 技術を活用することで、そのまま社外でも通用する「①市場基準の社内レジュメや社内ポジション要件を、AI により面倒な手作業なしで自動生成」。

BizReach が持つ人材マッチングのノウハウやシステムを駆使することで「②企業と社員の双方が求める『社内人材と社内ポジションのデータベース』の構築・維持を容易に実現」し、「③社内公募や、社内でのダイレクトリクルーティングを活性化し、これまでになかった社内マッチングを実現」。

まさに BizReach ならではの高精度なスカウト活動を、社内でも実施できるのです。

社員に魅力的な選択肢と可能性を提供し、働き続けたい会社をつくる。

人材流出を防止し、社員が生き生きと働ける環境とより人間味のある働き方を企業内で実現する画期的なサービス。

それが「社内版ビズリーチ」です。

この1ヶ月半、数多くの企業様からお問い合わせをいただき、デモを通じてびっくりされる顔がとても印象的でした。

ぜひ皆様の会社でもお使いになっていただきたいと思います。日本の全てのプロフェッショナル、そして全てのジョブディスクリプション、それは社会の労働市場もそうですし、各社内におけるレジュメと、ジョブディスクリプションを1つのデータベース、1つのエコシステム、データプラットフォームにおいて管理し、最適なマッチングを通じて日本の新しい働き方を支えていきたいと思っています。

少し長くなりましたが、私の方から1ヶ月前にプレゼンさせていただいた「社内版ビズリーチ」の内容を皆様にお届けさせていただきました。

どうもありがとうございます。

(司会) 以上で2025年7月期第2四半期決算説明会を終了いたします。本日はご参加いただき誠にありがとうございました。

#### 【免責事項】

本資料は、ビジョナル株式会社（以下「当社」といいます）の企業情報等の提供のために作成されたものであり、国内外を問わず、当社の発行する株式その他有価証券の勧誘を構成するものではありません。

本資料には、当社の計画や戦略、業績の見通し等、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述には、別段の記載がない限り本資料の発表日現在における当社が入手可能な情報並びに当社の計画及び見込みに基づいた当社の想定、将来の見通し及び推測が含まれますが、これらが達成される保証はありません。経済状況の変化、当社サービスのユーザー様の嗜好及びニーズの変化、他社との競合、法規制の変化環境、その他の様々な要因により、将来の予測・見通しに関する記述は実際の業績と大幅に異なる場合があります。したがって、これらの将来に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。また、独立した公認会計士又は監査法人による監査又はレビューを受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご了承ください。当社は、適用ある法令又は証券取引所の規則により要求される場合を除き、本資料に含まれるいかなる情報についても、今後生じる事象に基づき更新又は改訂する義務を負うものではありません。

本資料には、当社が事業を行っている市場に関する情報を含む、外部の情報源に由来し又はそれに基づく情報が記述されています。これらの記述は、本資料に引用されている外部の情報源から得られた統計その他の情報に基づいており、それらの情報については当社は独自に検証を行っておらず、その正確性又は完全性を保証することはできません。