

2025年11月11日

各 位

会 社 名 株式会社ROXX
代表者名 代表取締役社長 中嶋 汰朗
(コード：241A、グロース市場)
問合せ先 執行役員CAO 高瀬 年樹
(TEL. 03-6777-7070)

(開示事項の追加) 「2025年9月期通期 決算説明資料」に関する追加のお知らせ

2025年11月11日15:30に公表しました「2025年9月期通期 決算説明資料」について一部のOSによってはグラフ等の数値表記が正しく表示されないといった事象が発生しております。

内容に修正はございませんが、当該資料を改めてお知らせいたします。

以 上

2025年9月期 通期 決算説明資料

2025年11月11日

株式会社ROXX（証券コード：241A）

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の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、必ずしも既知および未知のリスクや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、将来予想に関する記述によって明示的または黙示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。
- 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、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切性を検証しておらず、保証していません。

1

業績ハイライト

2

2025年9月期 第4四半期 業績

3

2025年9月期 通期 業績

4

2026年9月期 通期 業績予想

5

今後の成長戦略

6

事業内容

7

APPENDIX



代表取締役社長

中嶋 汰朗

起業前：TheRollingStones、Led Zeppelin、Aerosmith、Guns N'Roses、MotleyCrueなど70~80年代のハードロックに憧れ、ハードロックバンドでデビューを目指していたが挫折

2013年：青山学院大学在学中にROXXを創業

2015年：青山学院大学を中退



執行役員Chief Financial Officer

吉本 ジョージ

2013年：三菱UFJ銀行に入社 

2017年：ラザード・フレールに入社 LAZARD

2020年：飲食店向けSaaSを創業（上場会社に二段階Exit）

2023年：ROXXにChief Financial Officerとして入社

業績ハイライト

2025年9月期 第4四半期業績

売上高は前年同期比17.5%の増加、同売上高総利益は17.6%の増加。営業利益は生産性改善に加えて求職者集客が好調に推移し、21百万円の着地。ガイダンス通り、第3四半期に続き「第4四半期も黒字化」を実現

- ・ 売上高：1,237百万円（前年同期比：+17.5%）
- ・ 営業利益：21百万円（前年同期比：▲49.0%）
- ・ 当期純利益：1,821百万円

2025年9月期 通期業績

売上高は、上期は生産性が一時的に落ち込むも、下期はV字回復を遂げ、前年度比で通期は29.8%の成長。上期は「マス広告」の影響があり、営業利益は赤字となったものの、下期は黒字化を実現。当期純利益もback check事業の譲渡に伴い、約10.5億円の黒字で着地

- ・ 売上高：4,513百万円（前年度比：+29.8%、業績予想達成率：99.8%）
- ・ 営業利益：(721)百万円（業績予想達成率：102.7%）
- ・ 当期純利益：1,051百万円（業績予想達成率：90.9%）

2026年9月期 通期業績予想

売上高は、前年度比28.9%⁽¹⁾の増加、営業利益と当期純利益は通期での黒字化の達成を目指す

- ・ 売上高：5,000百万円（前年度比：+28.9%）
- ・ 営業利益：45百万円
- ・ 当期純利益：1百万円

今後の 成長戦略

- ・ ノンデスク領域という巨大な市場において、既存事業を通じて、圧倒的なポジションを確立し、シェアを拡大することを目指す
- ・ また、back check事業の譲渡で得た資金を活用し、新規事業の立ち上げやM&Aを積極的に推進することで、さらなる成長の加速を図る

注記：

(1) 2025年9月期の売上高/2024年9月期の売上高よりback check事業の売上高を差し引いた売上高

2025年9月期
第4四半期業績

(百万円)	2024年9月期 第4四半期	2025年9月期 第4四半期	前年同期比	コメント
売上高	1,053	1,237	17.5%	<ul style="list-style-type: none"> 売上高は、パフォーマンス収入が前年同期比+33.9%と堅調に推移する一方で、リカーリング収入がback check事業の譲渡や送客サービスの支援内容の変更に伴い減少。 営業利益は、Zキャリアの生産性および集客力改善により、第3四半期に続き第4四半期も「黒字」を実現。 前年同期は集客費用を抑制することで黒字化していたが、今期については十分な集客投資を行った上での黒字化を実現。 当期純利益は、back check事業の譲渡に伴う譲渡益により、大幅な黒字にて着地
前年同期比増減率	73.8%			
売上原価	163	191	16.8%	
売上原価率	15.6%	15.5%		
売上総利益	889	1,046	17.6%	
売上総利益率	84.4%	84.5%		
販売費及び一般管理費	847	1,024	20.9%	
販売費及び一般管理費率	80.5%	82.8%		
営業利益	41	21	(49.0)%	
営業利益率	4.0%	1.7%		
経常利益	16	1		
税引前当期純利益	16	1,909		
当期純利益	16	1,821		

注記：

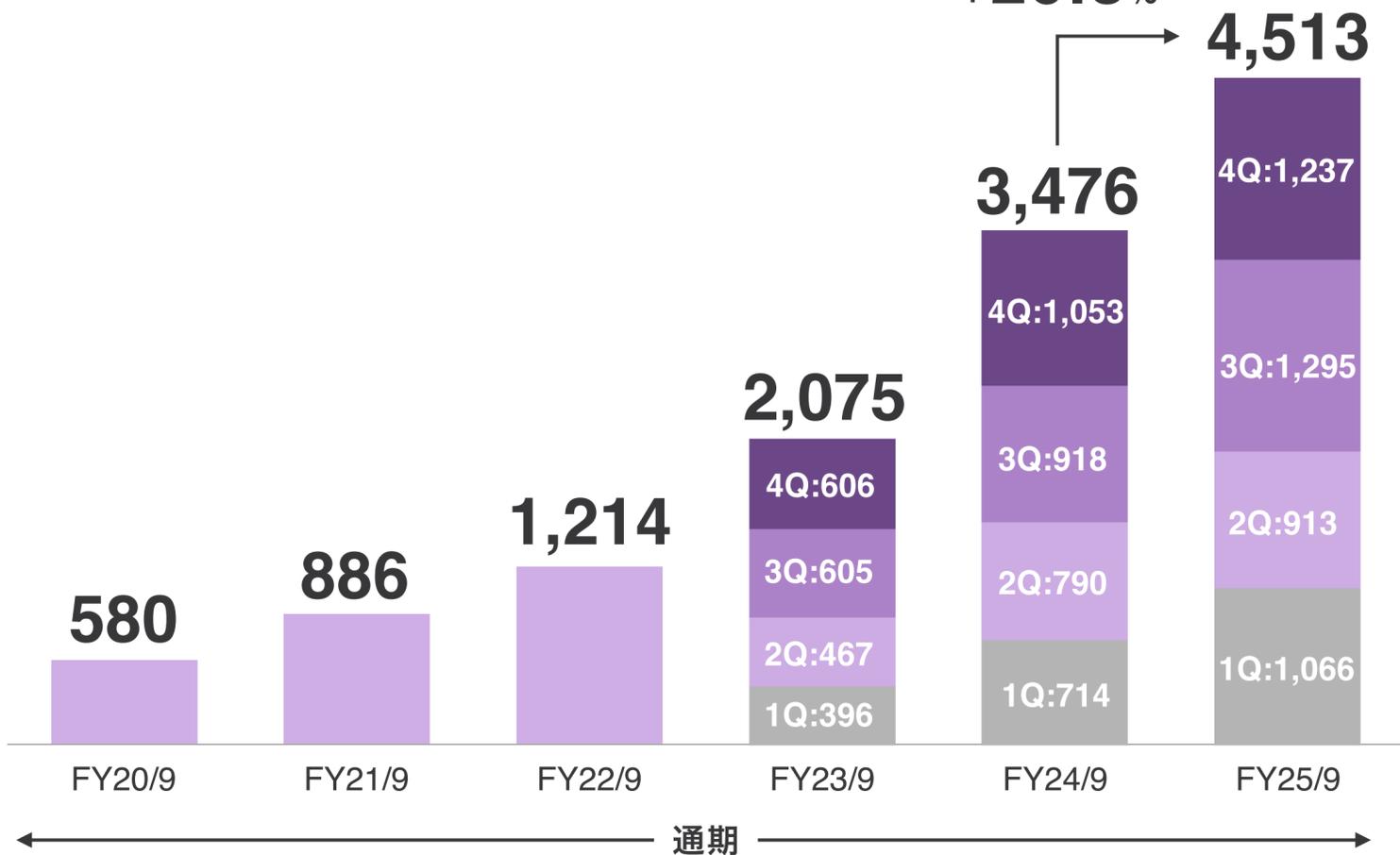
(1) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

人材紹介の生産性改善施策の進捗に伴い、上期は落ち込んだものの、下期はV字回復を遂げ、前年度比で通期は29.8%の成長

売上高の推移⁽¹⁾

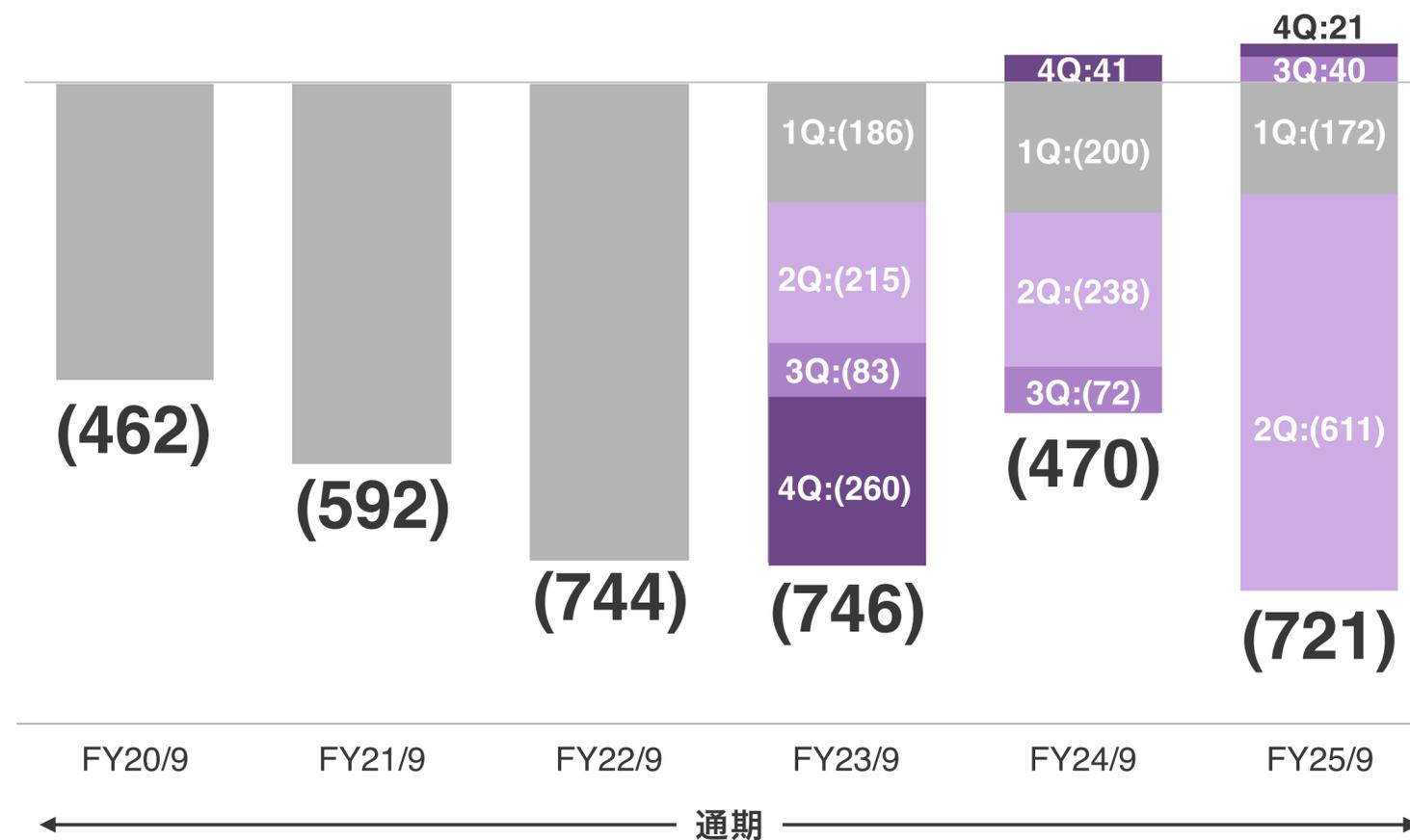
(百万円)

前年度比
+29.8%



営業利益の推移⁽¹⁾

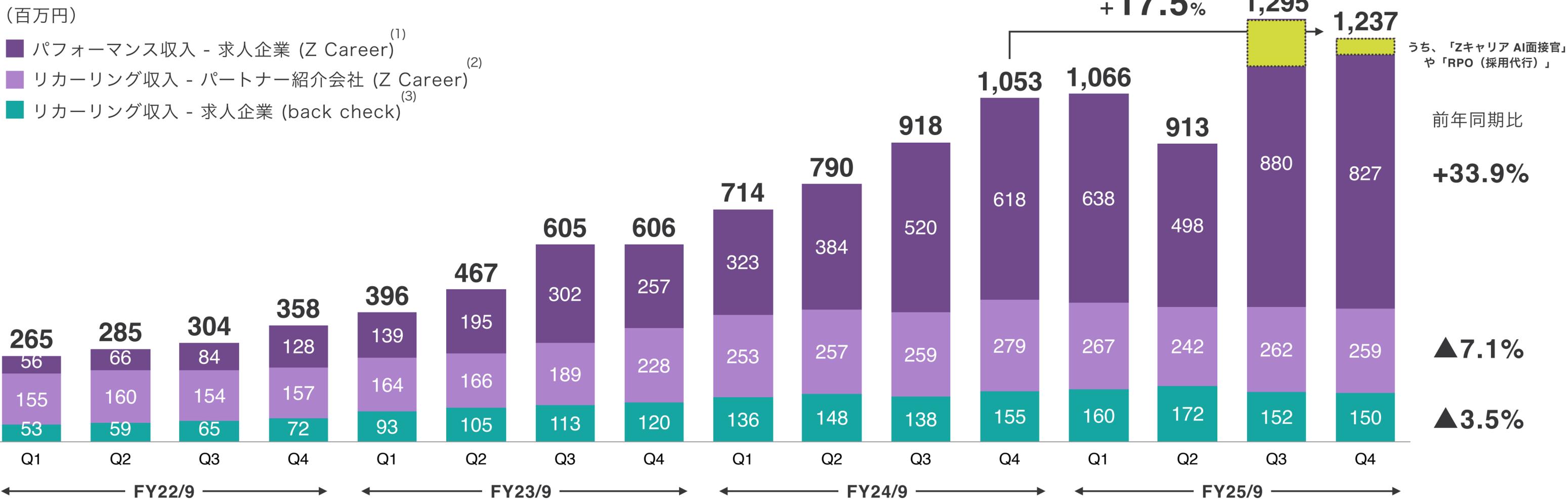
(百万円)



注記：
(1) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

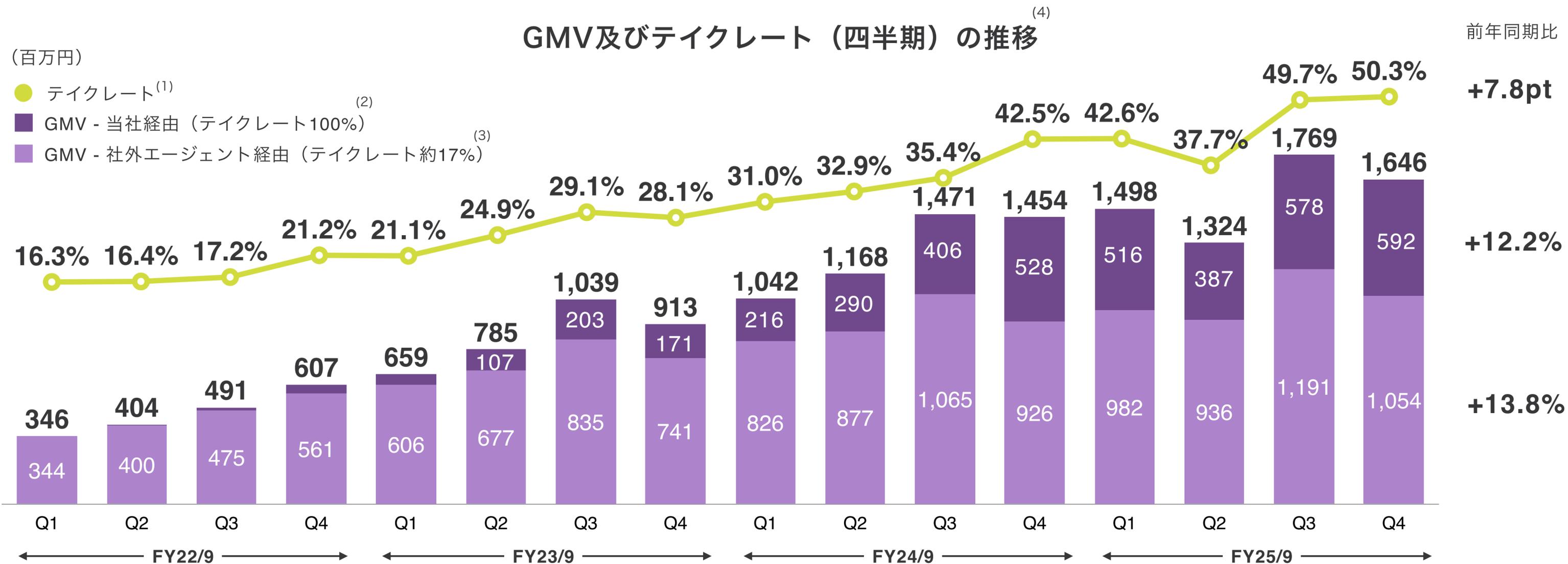
パフォーマンス収入は前年同期比+33.9%の増加。一方、リカーリング収入は back check事業の譲渡や求人連携の見直しに伴い一時的に減少

売上高（四半期）の推移⁽⁴⁾



注記：
 (1) 求人企業が支払う採用成果報酬（ROXX所属エージェントのみ）、採用事務手数料とその他手数料（Z Career）
 (2) パートナー紹介会社が支払うプラットフォーム利用料（Z Career）
 (3) 求人企業が支払うプラットフォーム利用料（back check）
 (4) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

GMVは、当社経由のGMVが牽引し、前年同期比+13.2%
テイクレートは当社経由の成約比率上昇に伴い、高い水準を維持



注記：

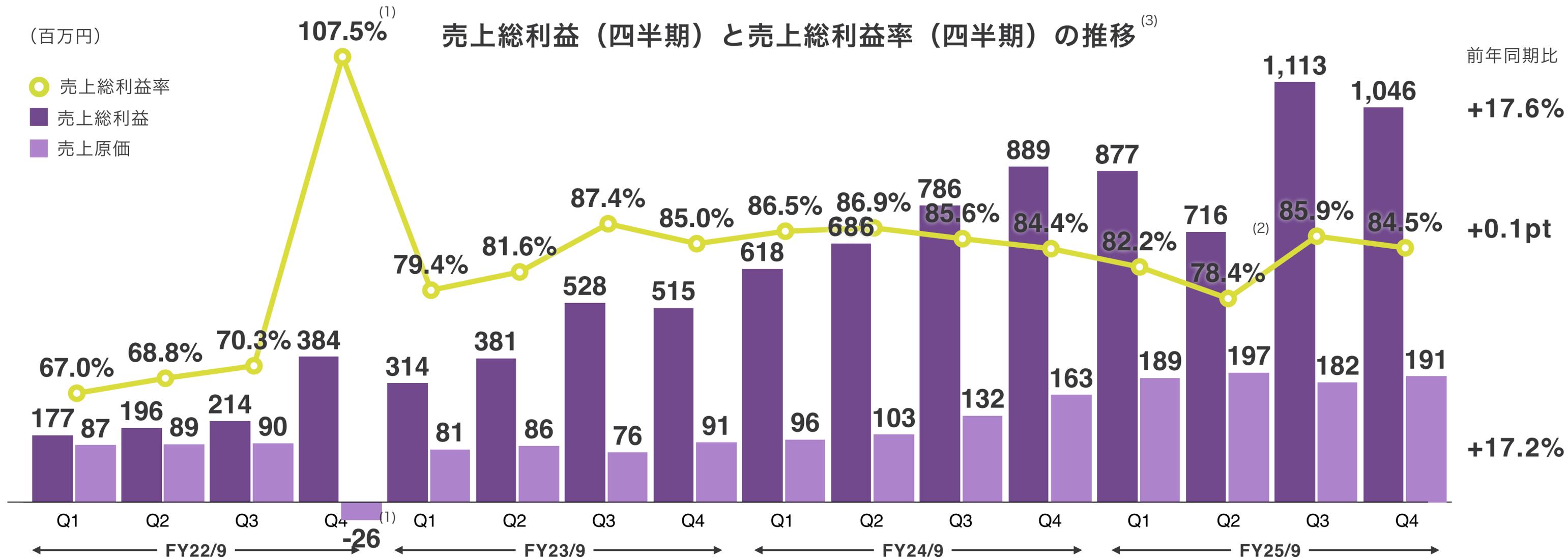
(1)Zキャリアにおけるパフォーマンス収入/GMV(Gross Merchandise Value)

(2)Zキャリアのプラットフォームで発生した当社経由 (ROXX所属エージェント及びダイレクトリクルーティング) による採用成果報酬と採用事務手数料の総額

(3)Zキャリアのプラットフォームで発生したパートナー紹介会社経由の採用成果報酬と採用事務手数料の総額

(4)財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

売上総利益率は、前期比で▲2.6ptと若干悪化も、
前年同期比ではほぼ同水準と、ガイダンス通り約85%水準を達成



注記：

(1) 計上方針の変更に伴い、1~4Qの広告宣伝費を一括で売上原価から販売費及び一般管理費への振替を実施

(2) 主要取引先との関係性強化を目的としてRPO（Recruitment Process Outsourcing、採用代行）を開始。当該取引に係る人件費が売上原価に計上

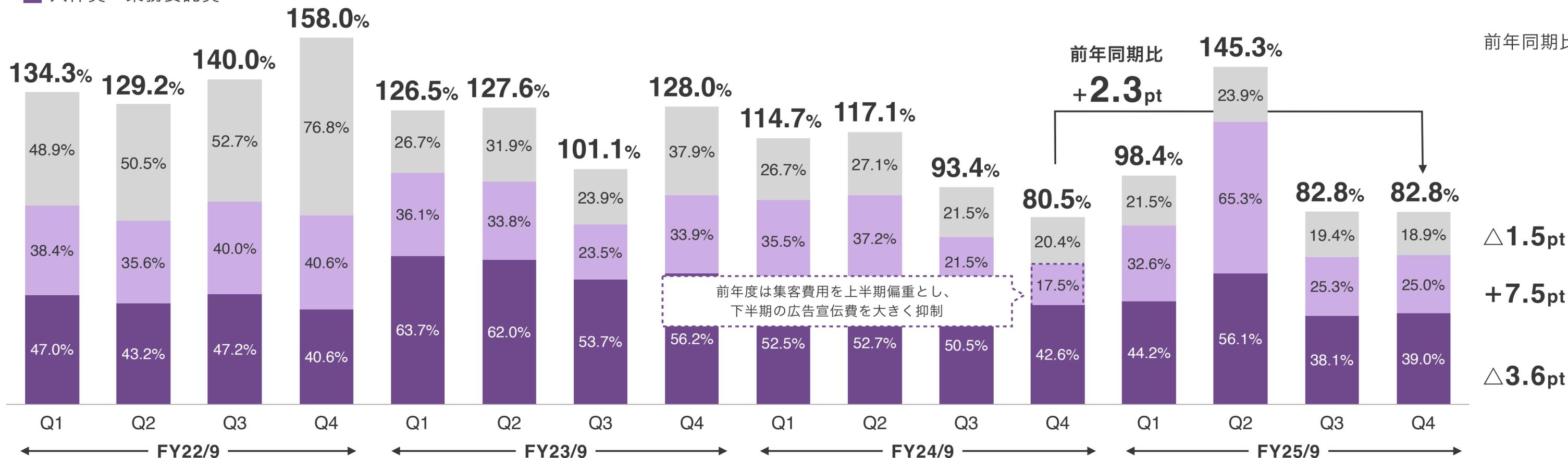
(3) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

売上高成長に加え、費用の適正化により上期比で大きく改善。
 広告宣伝費の売上高転換率も改善し、集客数増加もコスト・コントロールが可能に

(売上高比率)

- その他
- 広告宣伝費
- 人件費・業務委託費

販売費及び一般管理費（四半期）および売上高比の推移⁽¹⁾



注記：
 (1) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

2025年9月期
通期業績

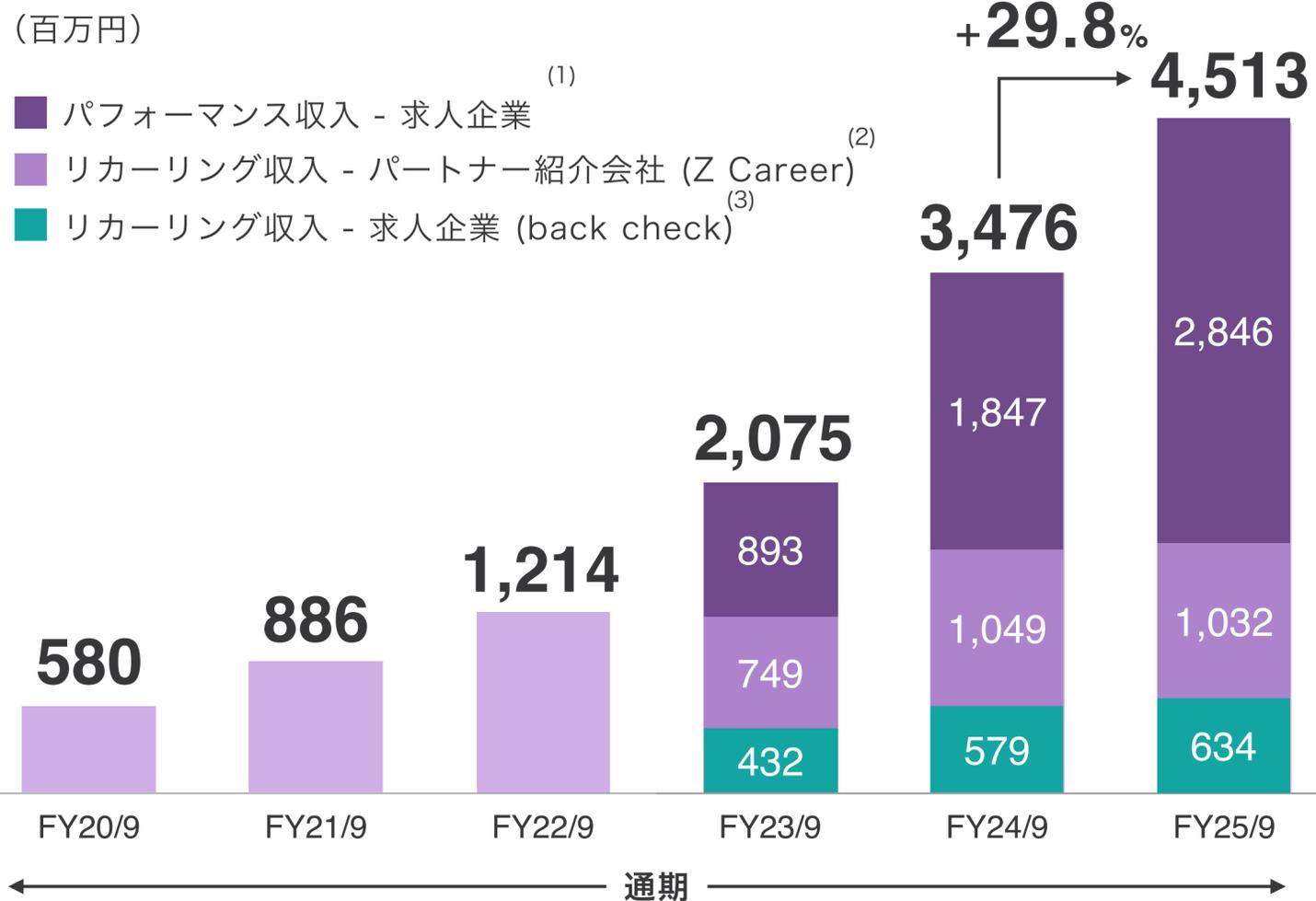
(百万円)	2024年9月期 通期	2025年9月期 通期	前年度比	業績予想 (2025年8月開示)	業績予想 達成率
売上高	3,476	4,513	+29.8%	4,520	99.8%
前年度比増減率	67.5%	29.8%	▲37.7pt	30.0%	-
売上原価	496	760	+53.2%	-	-
売上原価率	14.3%	16.8%	+2.5pt	-	-
売上総利益	2,980	3,752	+25.9%	-	-
売上総利益率	85.7%	83.2%	▲2.5pt	-	-
販売費及び一般管理費	3,450	4,474	+29.7%	-	-
販売費及び一般管理費率	99.2%	99.2%	▲0.0pt	-	-
営業利益	(470)	(721)	+53.4%	(742)	102.7%
営業利益率	(13.5)%	(16.0)%	+2.5pt	(16.4)%	-
経常利益	(497)	(767)		(792)	103.1%
税引前当期純利益	(497)	1,141		1,156	98.7%
当期純利益	(499)	1,051		1,156	90.9%

注記：

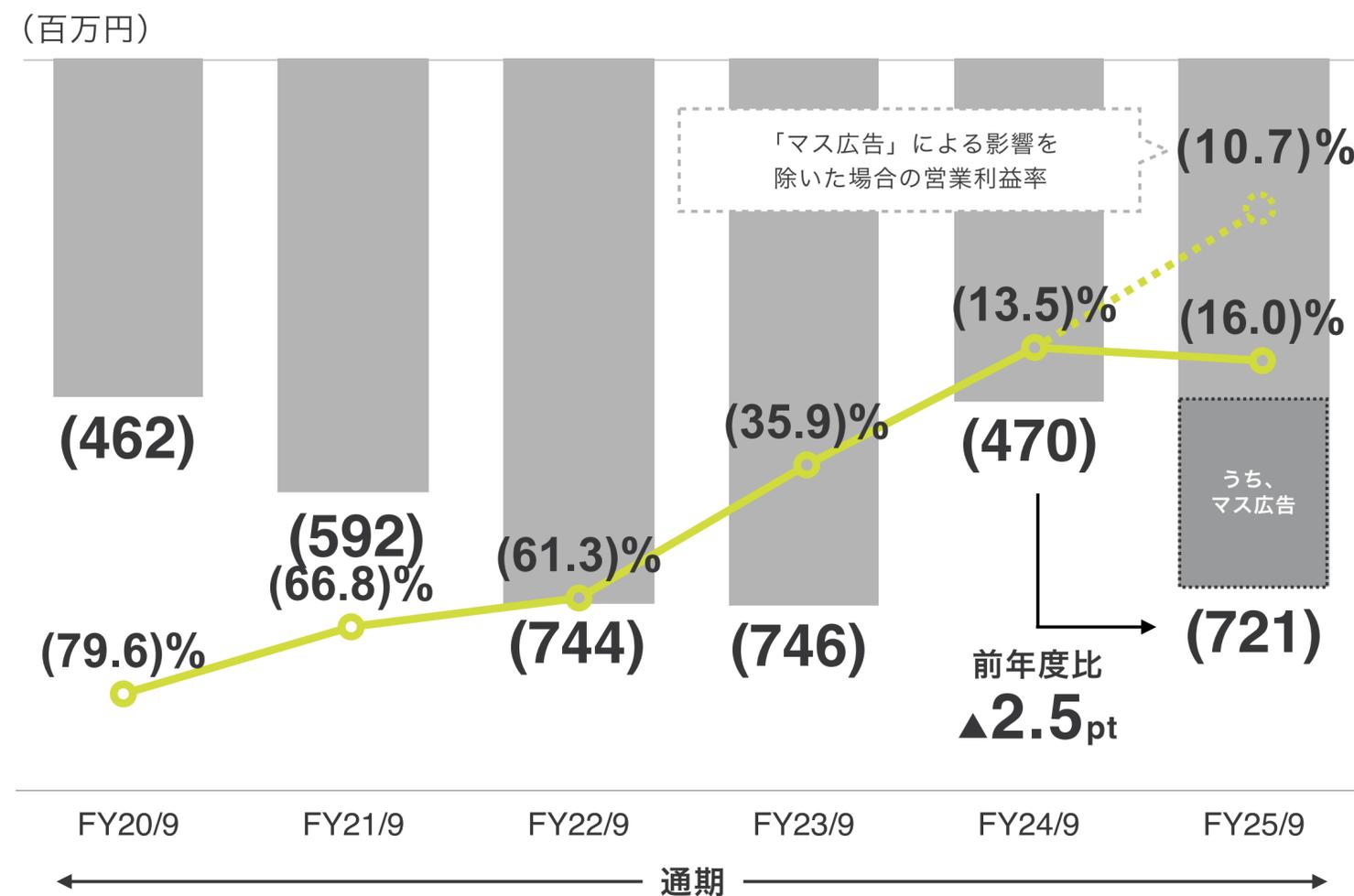
(1) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

パフォーマンス収入が牽引し、売上高は前年度比+29.8%を達成、営業利益は「マス広告」の影響により悪化も、当該費用を除くと営業利益率は+2.9ptの改善

売上高の推移⁽⁴⁾



営業利益及び営業利益率の推移⁽⁴⁾



注記：

(1) 求人企業が採用を行なった際に支払う採用成果報酬（ROXX所属エージェントのみ）と採用事務手数料

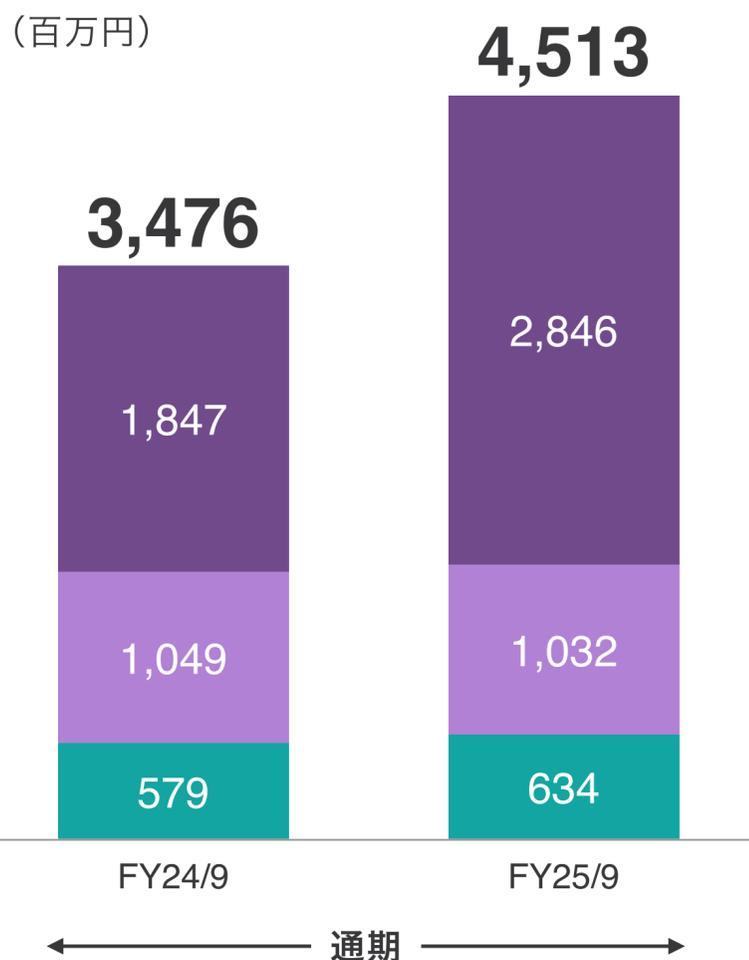
(2) パートナー紹介会社が支払うプラットフォーム利用料（Z Career）

(3) 求人企業が支払うプラットフォーム利用料（back check）

(4) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

パフォーマンス収入は前年度比+54.1%、リカーリング収入は+2.3%と微増
 パートナー紹介会社向けは送客サービスの支援内容の変更に伴い▲1.7%と微減

売上高（通期）の推移⁽⁴⁾



売上高（通期）の主な変動要因⁽⁴⁾

セグメント	FY24/9	FY25/9	前年度比	主要な変動要因と今後の方針
パフォーマンス収入 ⁽¹⁾ - 求人企業 (Z Career)	1,847	2,846	+54.1%	<ul style="list-style-type: none"> ROXX所属エージェントの生産性が下期で改善した影響で、GMVとテイクレイトが大きく上昇 生産性の改善に伴い、再び新規採用による成長が実現できる状態になったことから来期は採用を積極化
リカーリング収入 ⁽²⁾ - パートナー紹介会社 (Z Career)	1,049	1,032	▲1.7%	<ul style="list-style-type: none"> 送客サービスの集客単価上昇における収益性の悪化に伴い、顧客販売を一時的に停止した影響 収益性が高く、拡大可能なアライアンス（求人ボックスなど）送客サービス中心に刷新し巻き返しを図る
リカーリング収入 ⁽³⁾ - 求人企業 (back check)	579	634	+9.5%	<ul style="list-style-type: none"> エンタープライズ企業の導入拡大に伴う、ARPU及び顧客数の微増 エン株式会社への事業の譲渡が完了し、成長性と収益性が見込めるZキャリア事業へとリソース集中

注記：

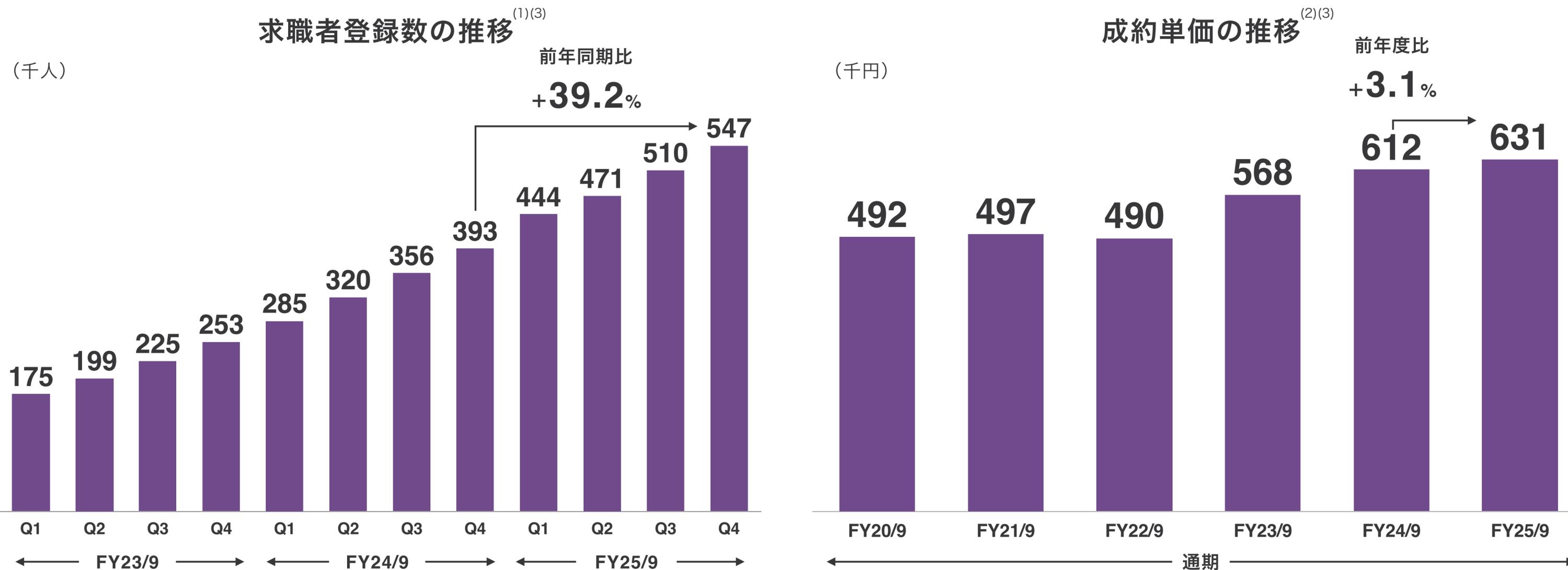
(1) 求人企業が採用を行なった際に支払う採用成果報酬（ROXX所属エージェントのみ）と採用事務手数料

(2) パートナー紹介会社が支払うプラットフォーム利用料（Z Career）

(3) 求人企業が支払うプラットフォーム利用料（back check）

(4) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

求職者登録数は、前年同期比で順調に拡大
 良好な市場環境を背景に、成約単価も上昇傾向

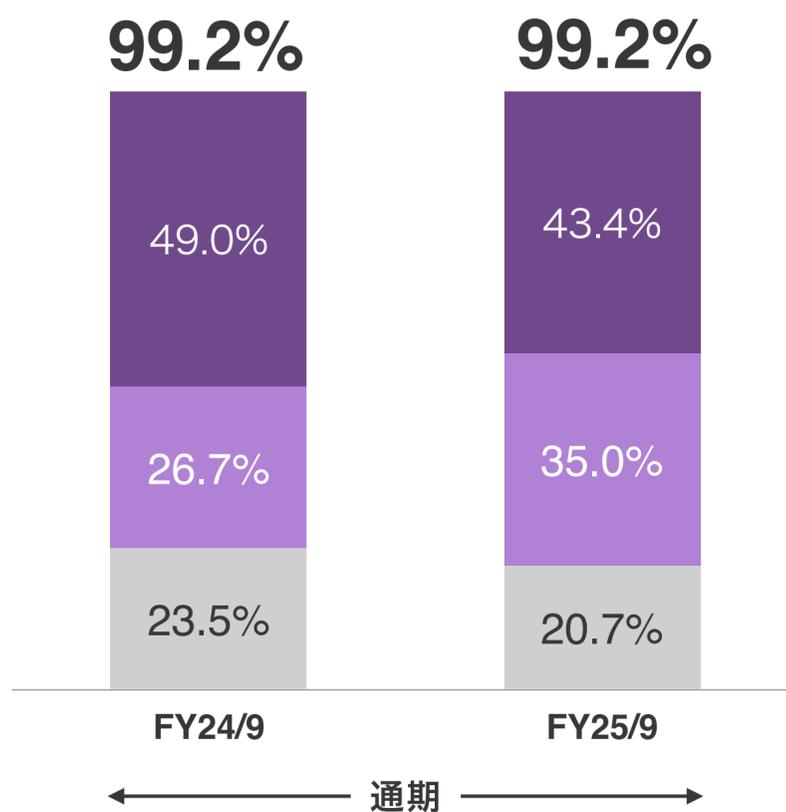


注記：
 (1) Zキャリアのプラットフォームにおける累計の求職者登録数(パートナー紹介会社が登録した求職者を含む)
 (2) 成約あたりの採用成果報酬と採用事務手数料
 (3) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

認知度の拡大を目的とした、広告宣伝費への戦略的な投資を実施
 人件費・業務委託費及びその他は、生産性改善が功奏し、対売上高比率は減少

販売費及び
 一般管理費（通期）の推移⁽¹⁾

(対売上高比率)



販売費及び
 一般管理費（通期）の主な変動要因⁽¹⁾

セグメント	FY24/9	FY25/9	前年度比	主な変動要因と今後の方針
人件費・業務委託費	1,704	1,959	+15.0%	<ul style="list-style-type: none"> 1人当たりの生産性向上により、売上高成長率に対して、人件費の増加の抑制に成功 今後の対売上高比率は、40%程度となる見通し
広告宣伝費	928	1,580	+70.2%	<ul style="list-style-type: none"> 上期にブランド認知拡大を目的として、「マス広告」を実施したことによる意図的な大幅増 集客パフォーマンスは大きく改善しており、来期は対売上高比率は30%程度を想定。規律を重視した投資を想定
その他	817	934	+14.3%	<ul style="list-style-type: none"> 人員拡大に伴うサテライトオフィスの利用により、前年比+15.6%と地代家賃が一定増加したものの、コスト最適化の推進に成功 今後は、対売上高比率20%程度でとなる見通し

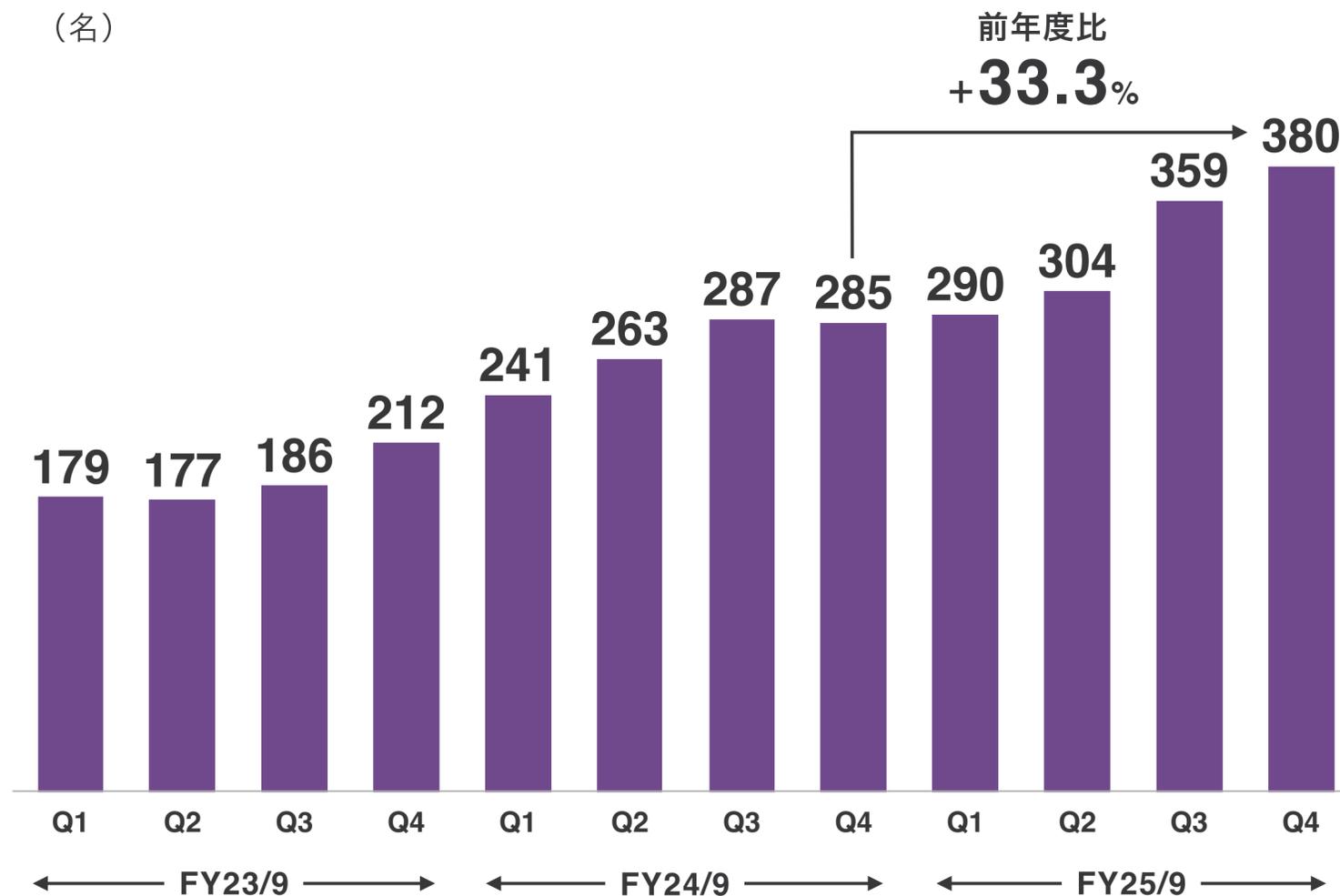
注記：

(1) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

今後は人材紹介の生産性が改善していることも踏まえ、中途採用を再開
 新卒採用は中・長期の成長に不可欠であり、中途・新卒を組み合わせながら組織拡大

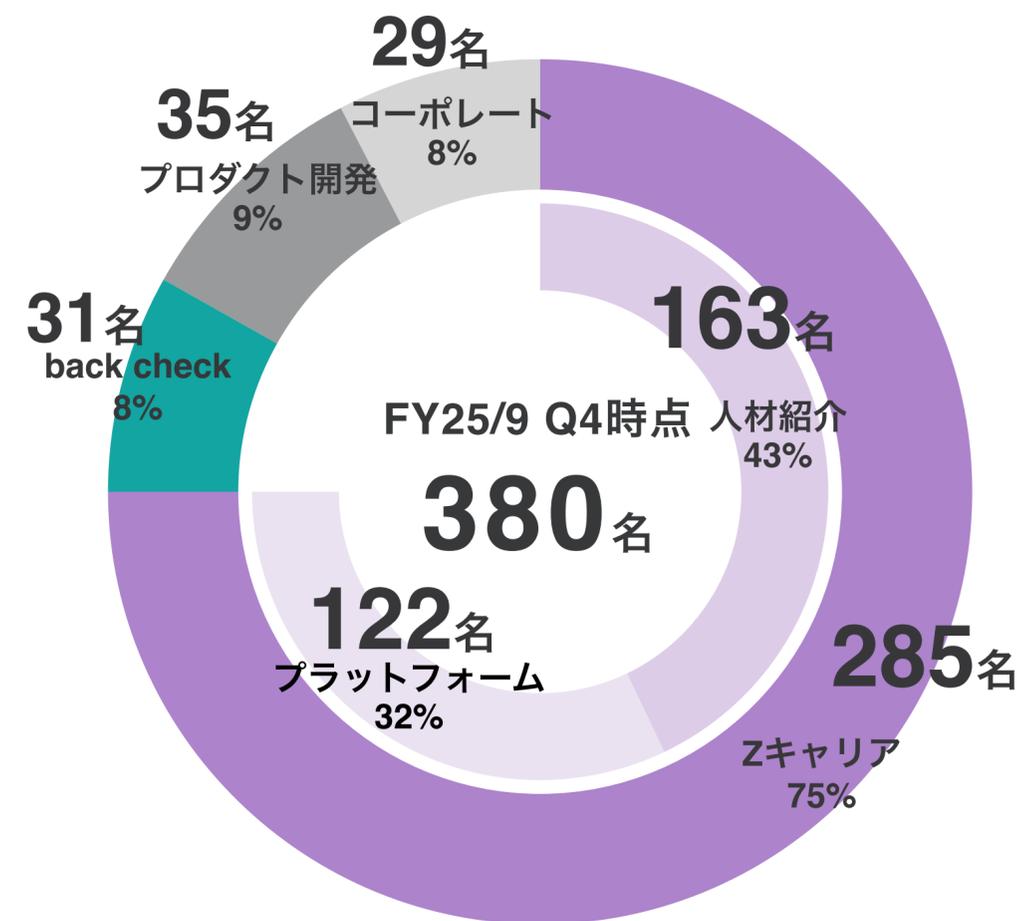
従業員数の推移⁽¹⁾

(名)



従業員数の構成比率

Zキャリア back check プロダクト開発 コーポレート



注記：
 (1) 臨時雇用者数を除く

期初の目的

期末の結果

マーケティング 集客力の強化

マス広告やSNS集客における
施策に対する評価

- ・ マス広告による認知度拡大を通じて、求職者が「正社員の仕事探し」と聞いた際に、「Zキャリア」を思い浮かべていただく第一想起を獲得することで、中・長期の競争優位性を築くこと

- ・ 投資予算では期待していた効果は充分には得られず中途半端な投資額となったことが最大の反省点
- ・ SNSをはじめとした集客チャネルの開発をマス広告と同時に積極化した結果、集客量の拡大はもちろん単価の改善にも成功
- ・ 来期はマス広告による認知度拡大は実施せず、SNSをメインとしたチャネル拡大を継続

オペレーション 成約力の強化

配置転換及び組織体制の強化に伴う
業務に対する評価

- ・ マス広告の開始に合わせ、転職者の流入が短期的に上がると見据え、人材紹介事業部の業務を分業制に移行
- ・ 一連の転職支援のプロセスを求職者との面談前後で区切り、面談を増やすチーム、成約数を増やすチームに分けて運営することで、効率面、品質面ともに向上を目指す

- ・ 上期は当初想定していた以上に生産性に影響があり、一時的に低下
- ・ 下期では生産性低下は底打ち、反転し、変更前の水準を上回る生産性にまで回復
- ・ 先行投資期間を必要とするキャリア・アドバイザーの採用も再び再開できる基盤が整った

市場環境・他 経営資源の集中と選択

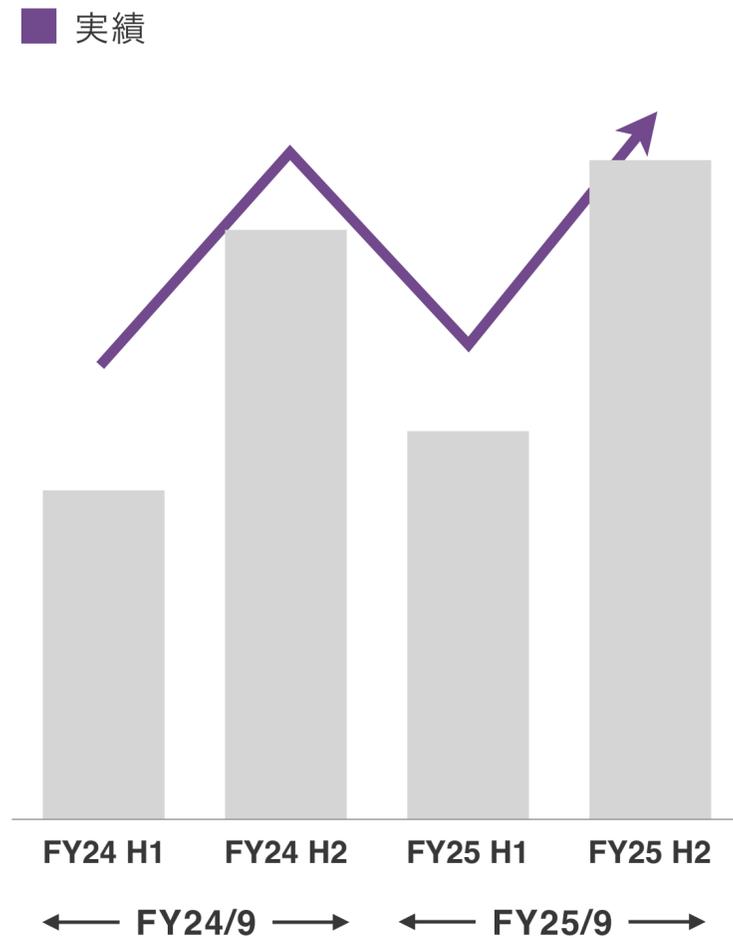
事業領域の
市場動向の評価

- ・ 労働人口が減少、ノンデスク領域における求人企業の採用需要は依然旺盛にも関わらず、目立った競合他社の参入は見られない
- ・ 採用選考における選考開始からの内定獲得率のトレンドも特段の変化なく、経営資源をZキャリアに集中

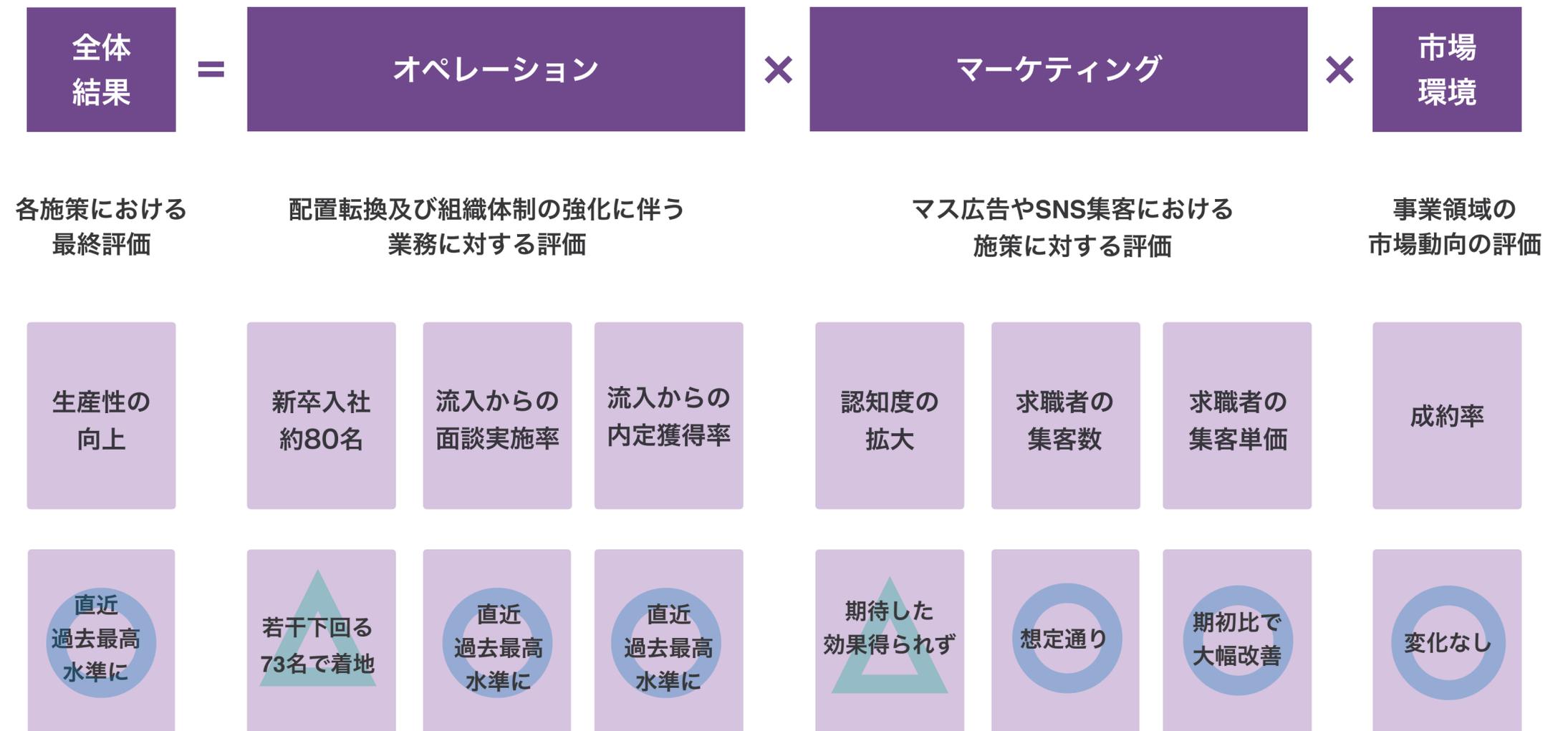
- ・ Zキャリアとback checkの事業シナジーは極めて限定的であり、経営資源の分散から事業の譲渡を実行
- ・ ホワイトカラー業務のAI化とともに、ノンデスク領域への注目も更に加速する可能性等、今後もより高い成長性と安定した収益性が見込まれるZキャリア事業に経営資源を集中投下し、さらなる事業成長を目指す

上期に想定以上の生産性低下があったものの、第3四半期、第4四半期と下期に改善が進んだことで前年下期の生産性を上回り、過去最高水準に到達

生産性の推移⁽¹⁾



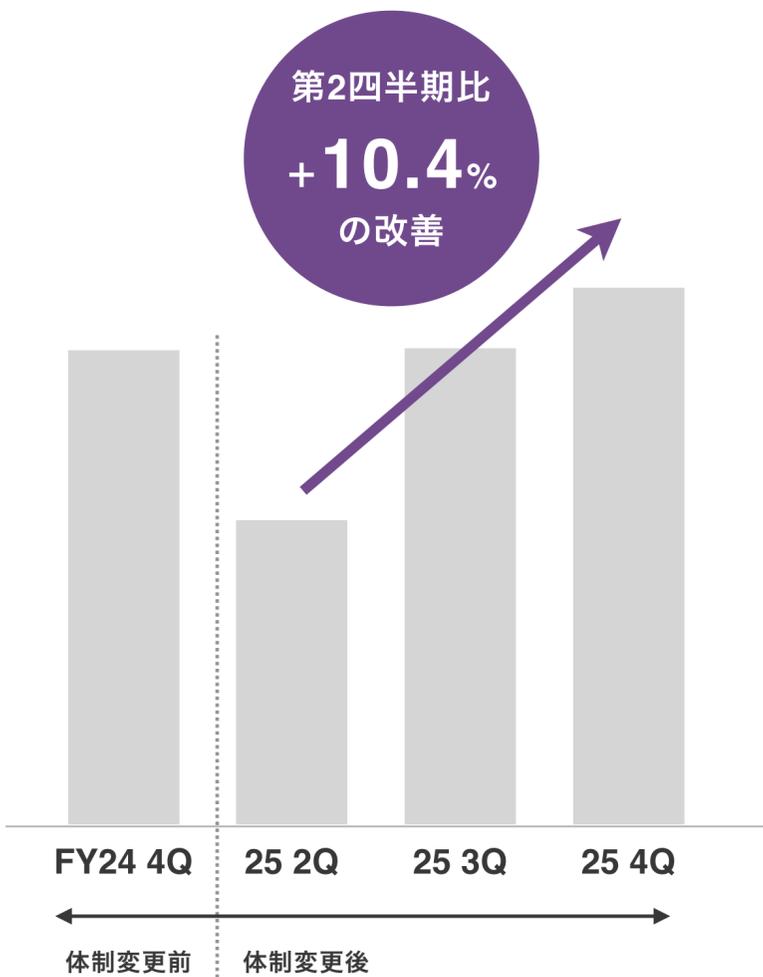
生産性の改善理由



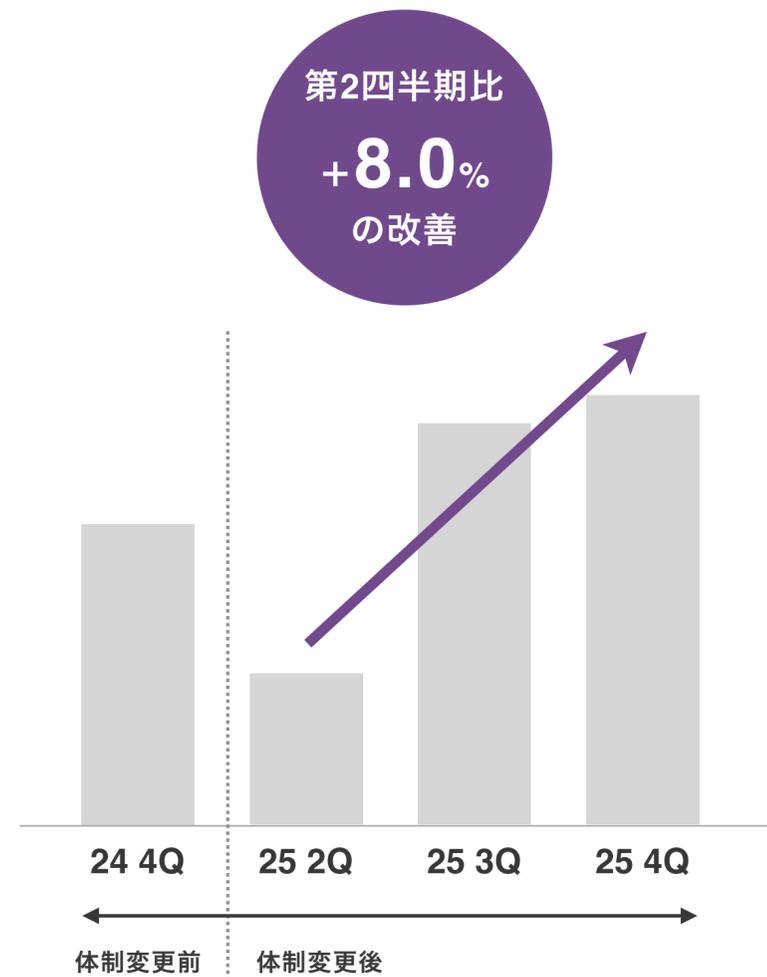
注記：
 (1)生産性は人材紹介事業部およびインサイドセールス部の社内送客チームの各半期末の人員数により算出

マーケティング改善による集客属性の最適化、SNS等の集客チャネル開発に加え、オペレーション改善が功を奏し、生産性は過去最高水準に大幅改善

流入からの
面談実施率⁽¹⁾



流入からの
内定獲得率⁽²⁾



各指標ごとにおけるサマリー

流入からの 面談実施率	直近 過去最高 水準に	<ul style="list-style-type: none"> 面談期待値が高い属性の集客数の増加に成功 登録サイト上の面談誘導体験の向上施策に加え、AI活用したトーク改善により、面談実施率が大幅改善
流入からの 内定獲得率	直近 過去最高 水準に	<ul style="list-style-type: none"> 求職者属性ごとの面談方法のパターン化に加え、ロールプレイングによる面談の質改善が進んだことにより、面談後の歩留まりも過去最高水準に到達 AIを活用した業務工数削減の現場浸透施策も開始予定

注記：
 (1)人材紹介事業部の面談実施数/対象流入数（実施日起算）
 (2)人材紹介事業部の内定承諾数/対象流入数（実施日起算）

2026年9月期
通期業績予想

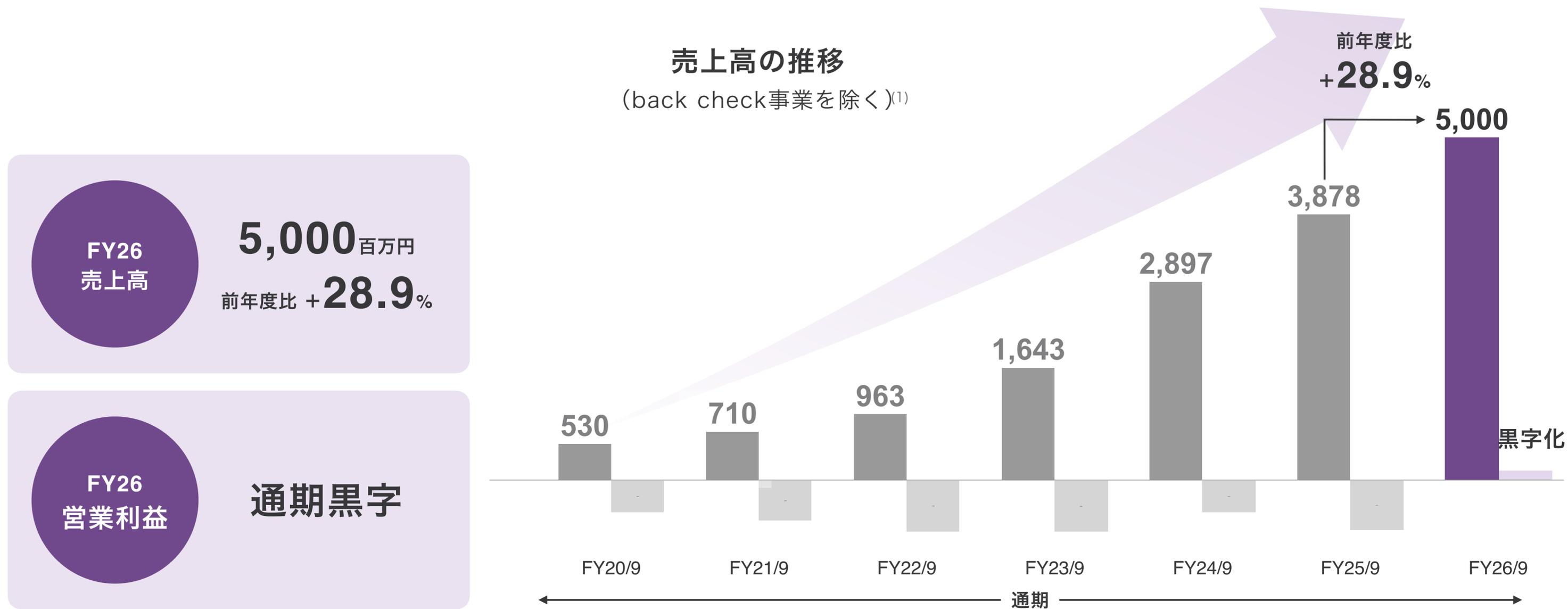
経営資源をZキャリア事業に一本化、採用投資を再び開始し、通期での黒字化を目指す
 加えて、売上高も単体の成長ペースを維持しつつ、前年度比28.9%増を目指す

(百万円)	2025年9月期 通期	2025年9月期 通期 (back check事業を除く)	2026年9月期 業績予想	前年度比	前年度比 (back check事業を除く)
売上高	4,513	3,878	5,000	10.8%	28.9%
前年度比増減率	29.8%				
営業利益	(721)	-	45		
営業利益率	(16.0)%	-	0.9%		
経常利益	(767)	-	1		
税引前当期純利益	1,141	-	1		
当期純利益	1,051	-	1		

注記：

(1) 財務数値は切り捨て、KPIは四捨五入

FY26の業績見通しは、売上高5,000百万円、営業利益黒字
back check事業を除いた売上高成長率は+28.9%を目指す

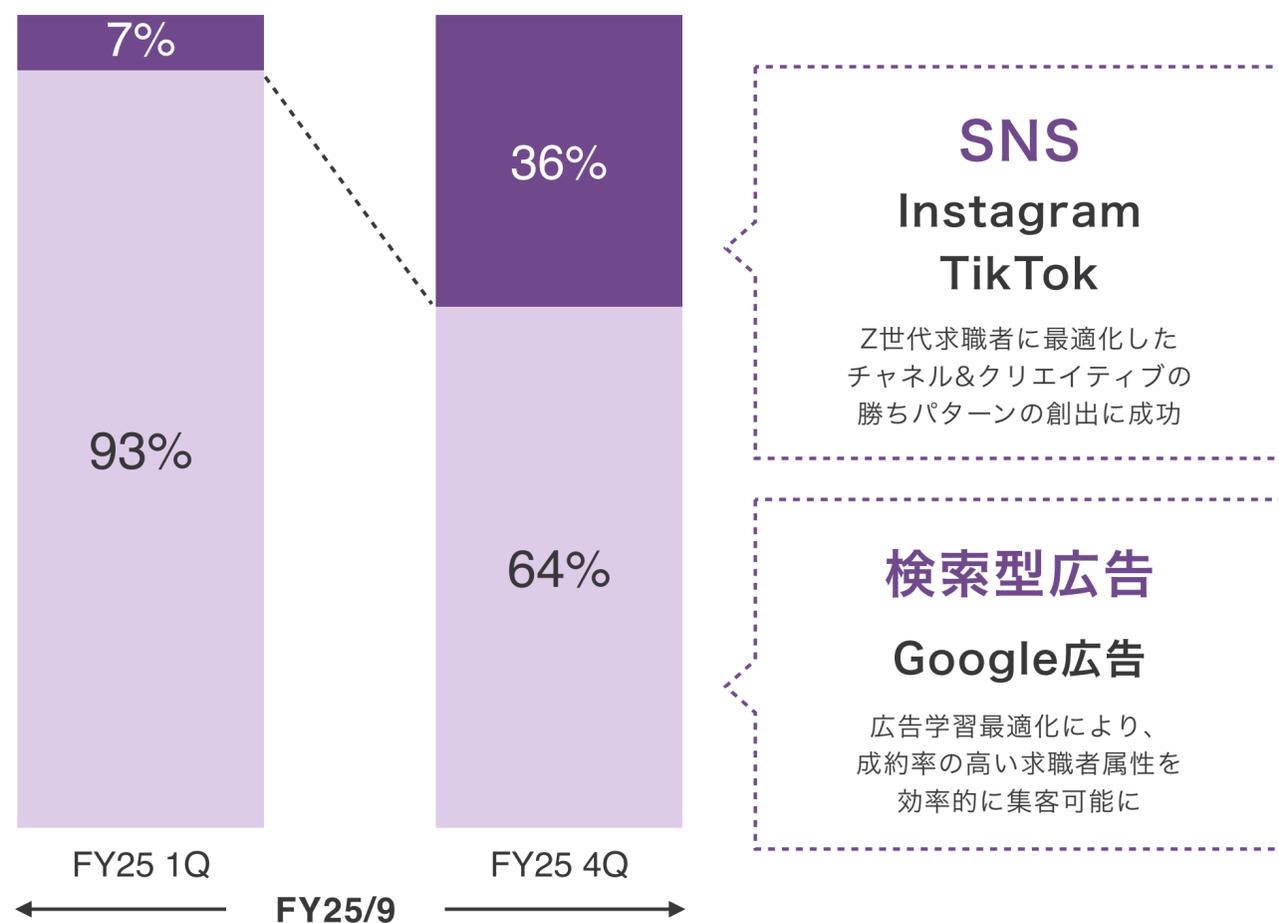


注記：

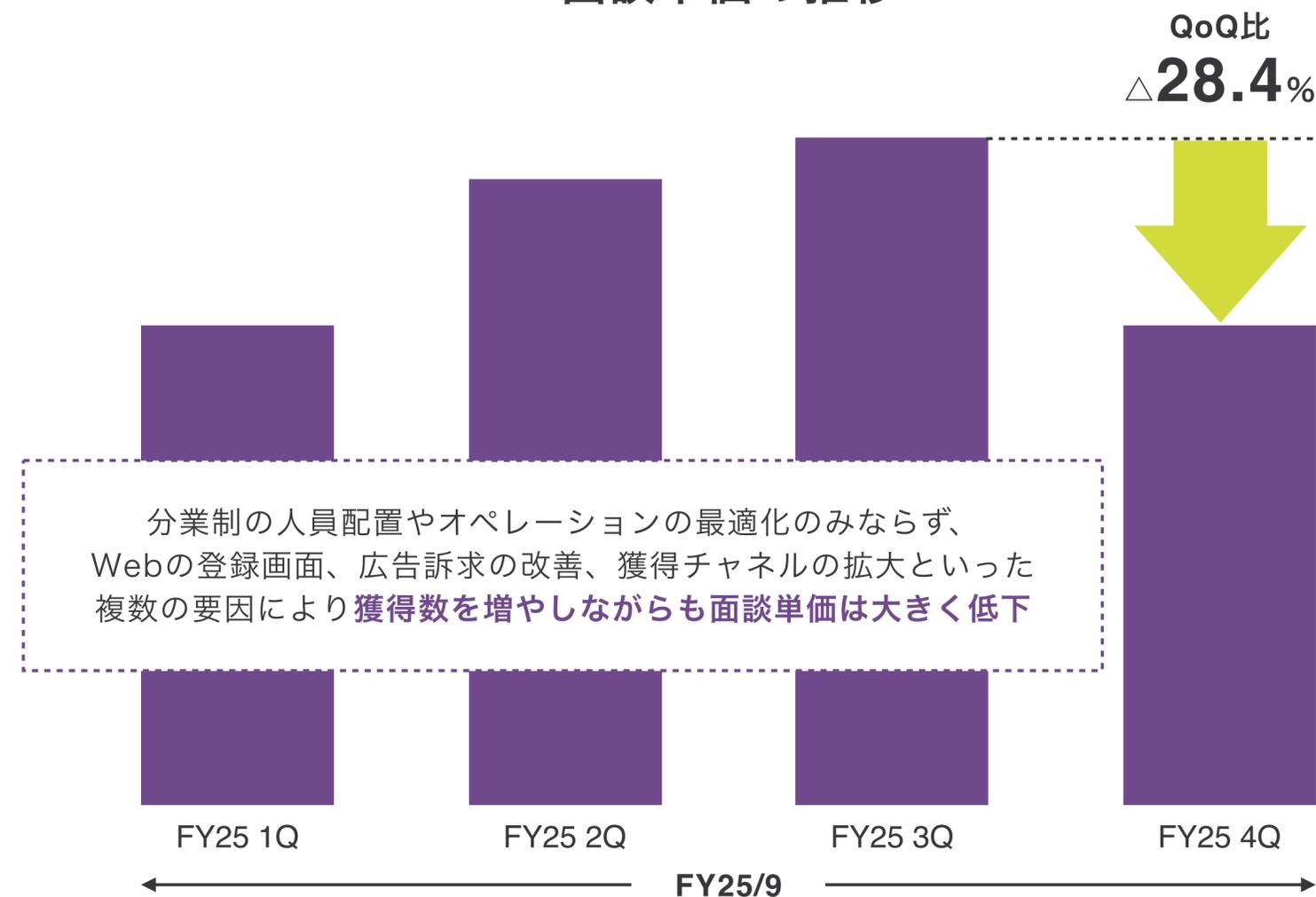
(1)FY25/9までは売上高のみ全体の売上高からback check事業の売上高を差し引いた売上高

オペレーション改善と合わせて集客チャンネルの多様化を推進、固定媒体への依存度も減少しつつ、集客あたりの面談単価の最適化により持続可能な集客力を確保

集客チャンネルの推移



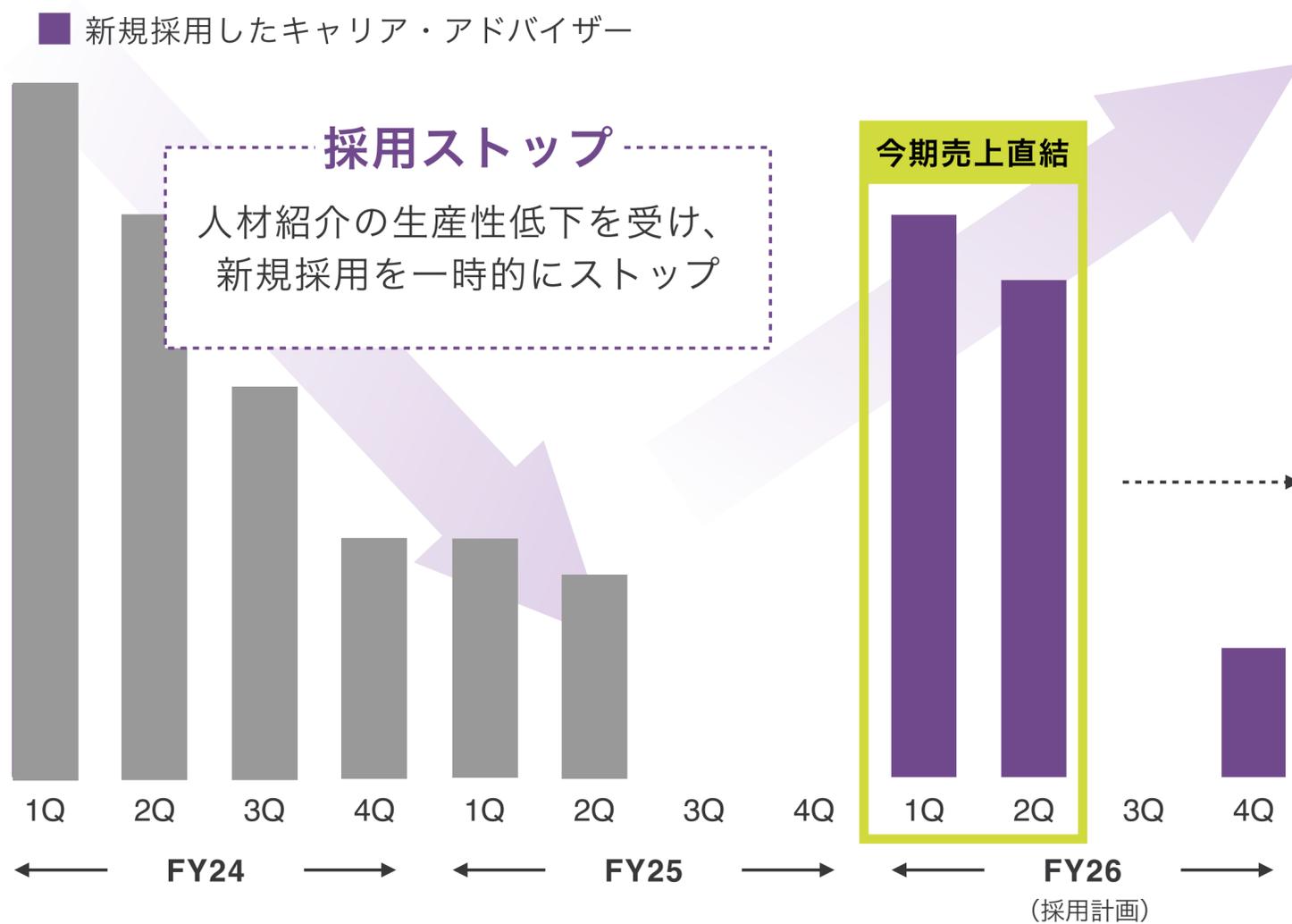
面談単価の推移⁽¹⁾



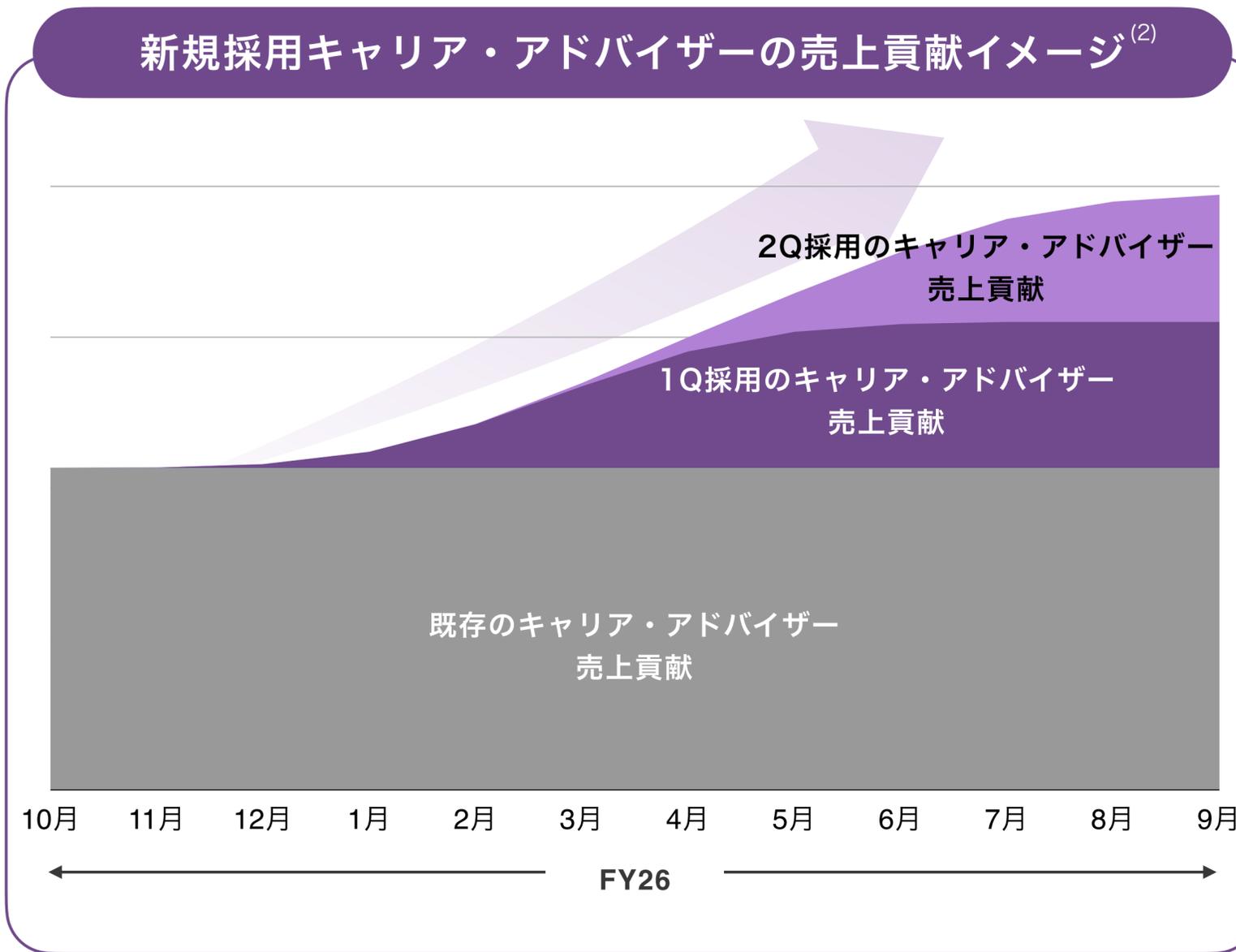
注記：
(1) 認知拡大を目的とした間接的な宣伝広告費（マス広告等）は含まず

生産性改善の基盤が整い、今後高い成長を持続可能なものにすべく、
キャリア・アドバイザーの採用、ハイ・パフォーマーを早期に目指せる育成へ投資

キャリア・アドバイザーの新規採用⁽¹⁾



新規採用キャリア・アドバイザーの売上貢献イメージ⁽²⁾



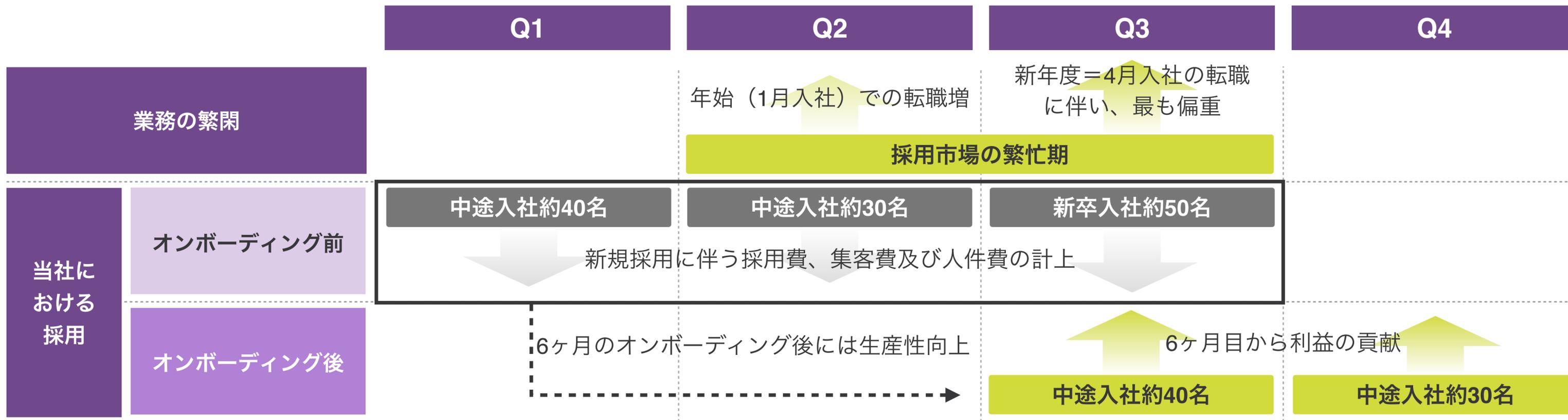
注記：

(1) 人材紹介事業部およびインサイドセールス部の社内送客チームの新規採用人員数（除く、新卒採用）

(2) 季節性及び生産性の向上を除く

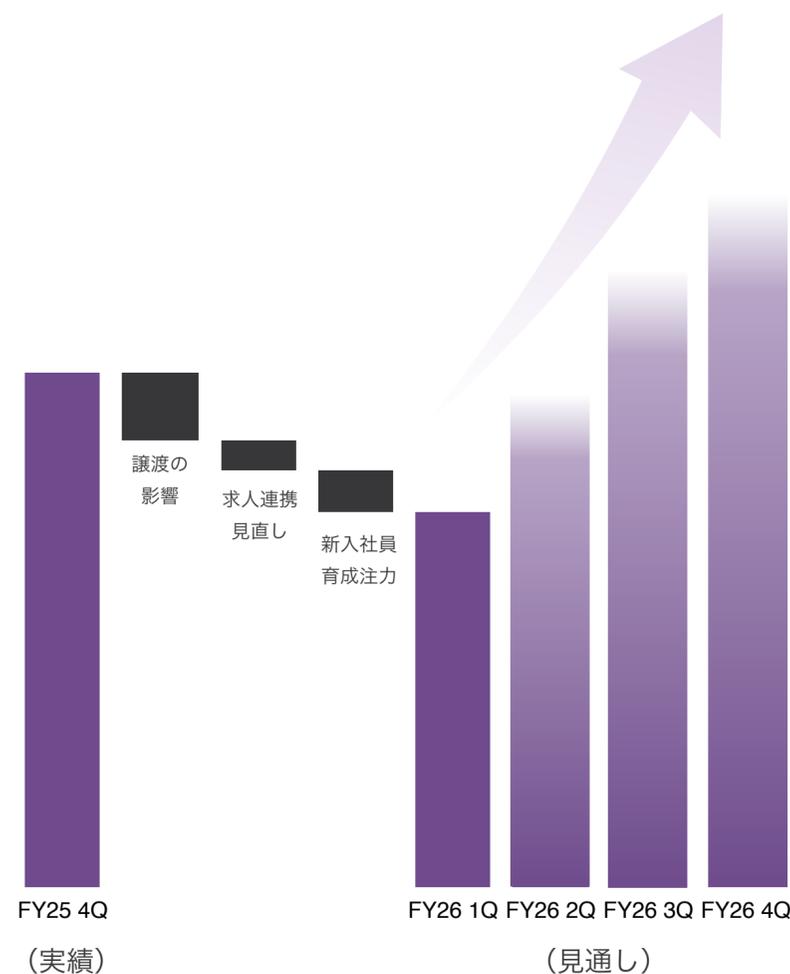
上期に中途採用を集中的に実施し、下期の業績向上を狙う
採用と育成投資に伴い上期に赤字偏重、下期での投資回収による通期黒字を計画

想定される四半期毎のトピック



通期黒字化を目指すため、その戦略遂行に伴う影響は、上期において一定発生するものの、利益体質に変えていく準備期間として位置づけて推進

売上高のイメージ



増減の理由と今後の方針

back check事業の譲渡	<ul style="list-style-type: none"> エン株式会社への事業の譲渡に伴い、四半期で約151百万円減少 	<ul style="list-style-type: none"> 成長性と収益性が見込めるZキャリア事業へとリソースを集中 譲渡に伴う収益をM&A等に有効活用
求人連携の見直し	<ul style="list-style-type: none"> 収益性に課題のあったパーソルキャリア株式会社との求人連携を解消したことに伴う、一時的なパートナー紹介会社への売上高減少が発生 	<ul style="list-style-type: none"> 収益性を担保できるアライアンスは継続的にソーシングしつつも、パフォーマンス収入であるパートナー紹介会社あたりのGMV向上に注力
新入社員の採用と育成、オンボーディングの実行	<ul style="list-style-type: none"> FY24まではキャリア・アドバイザーを大量採用していたため、FY24の第4四半期とFY25の第1四半期の売上がほぼ同じ高さだったところをFY25は採用を停止 	<ul style="list-style-type: none"> FY26の第1四半期に経営資源に採用と育成に当て、足元の集客及びオペレーションの改善による効果を寄与できる仕組みを構築して、利益創出ができる体制を構築

今後の成長戦略

売上高成長率は30%水準を継続的に創出し、 新規事業及びM&Aで売上高100億円の早期化も同時に目指す

長期方針

長期方針

フリーキャッシュ・フローの最大化

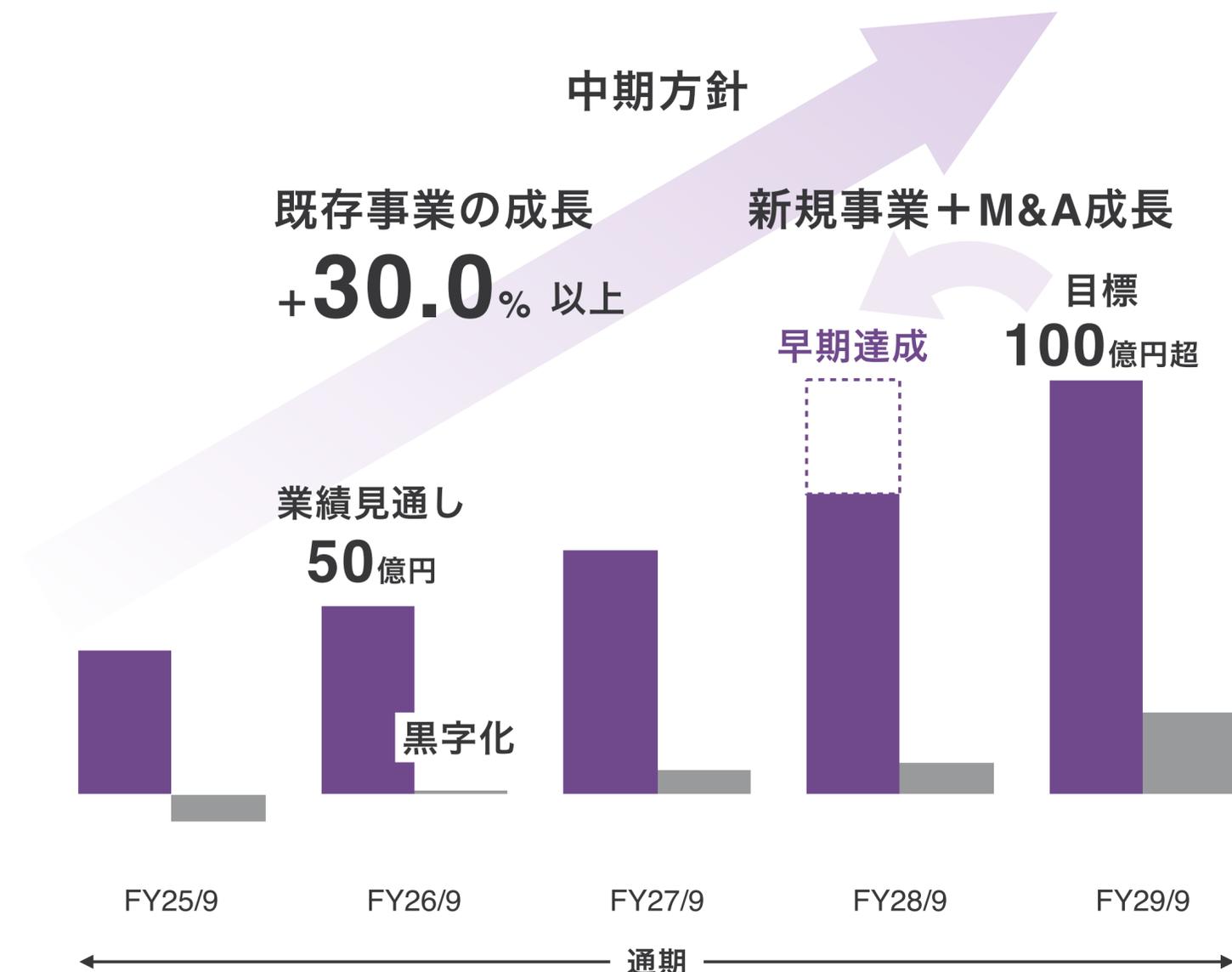
中期方針

高い成長性と安定した収益性の継続

成長戦略
(資金使途)

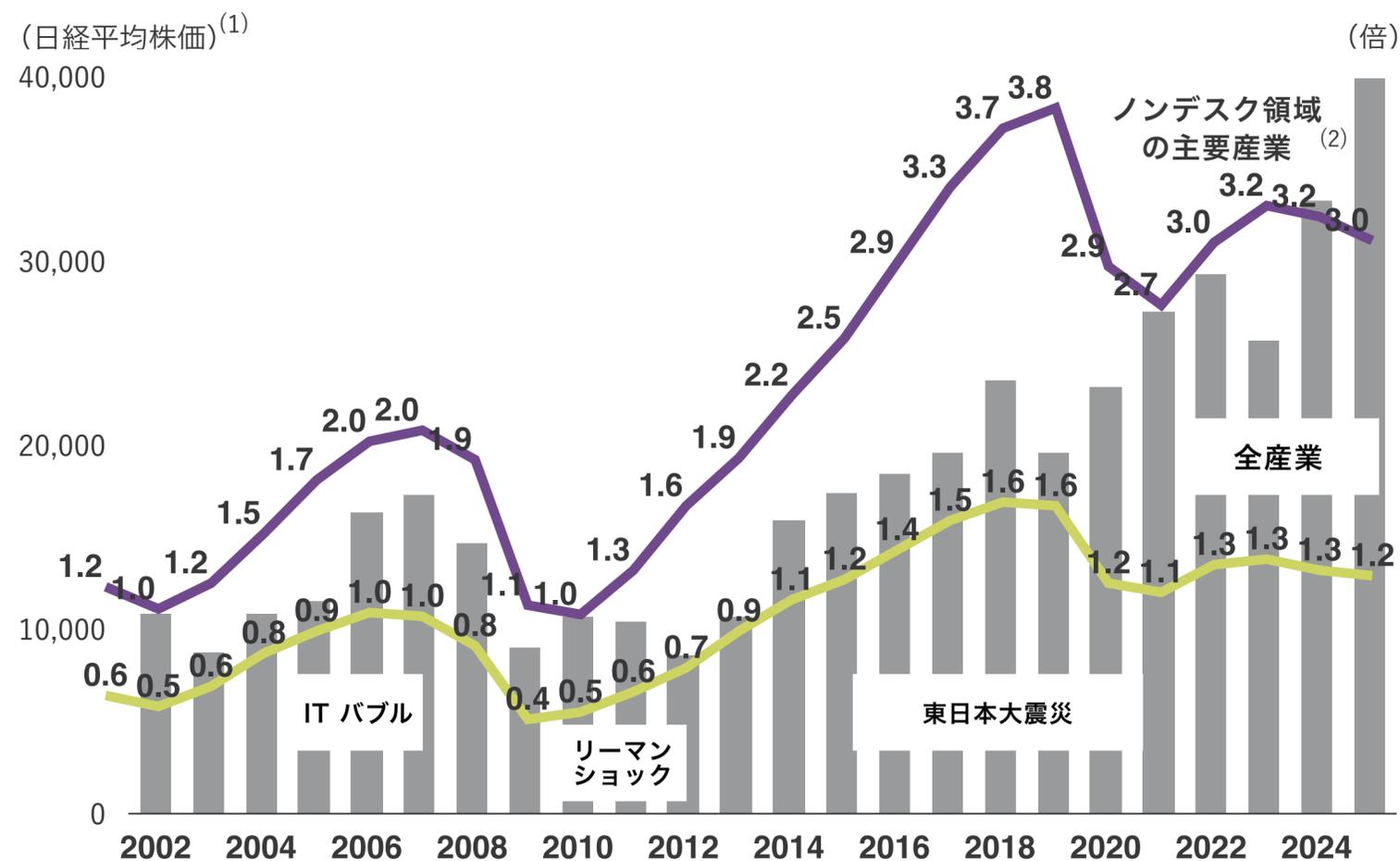
- 既存事業** ノンデスク領域の巨大市場において、圧倒的なポジションを確立させ、シェア拡大を継続可能な状態にする
- 新規事業** ノンデスク領域における求職者の身の回りの生活をテーマにし、課題解決するプロダクトを展開する
- M&A** 売上高100億円の前倒し実現に向けて、既存事業の強化・新領域へ参入に向けて、積極的なM&Aを実行する

中期方針

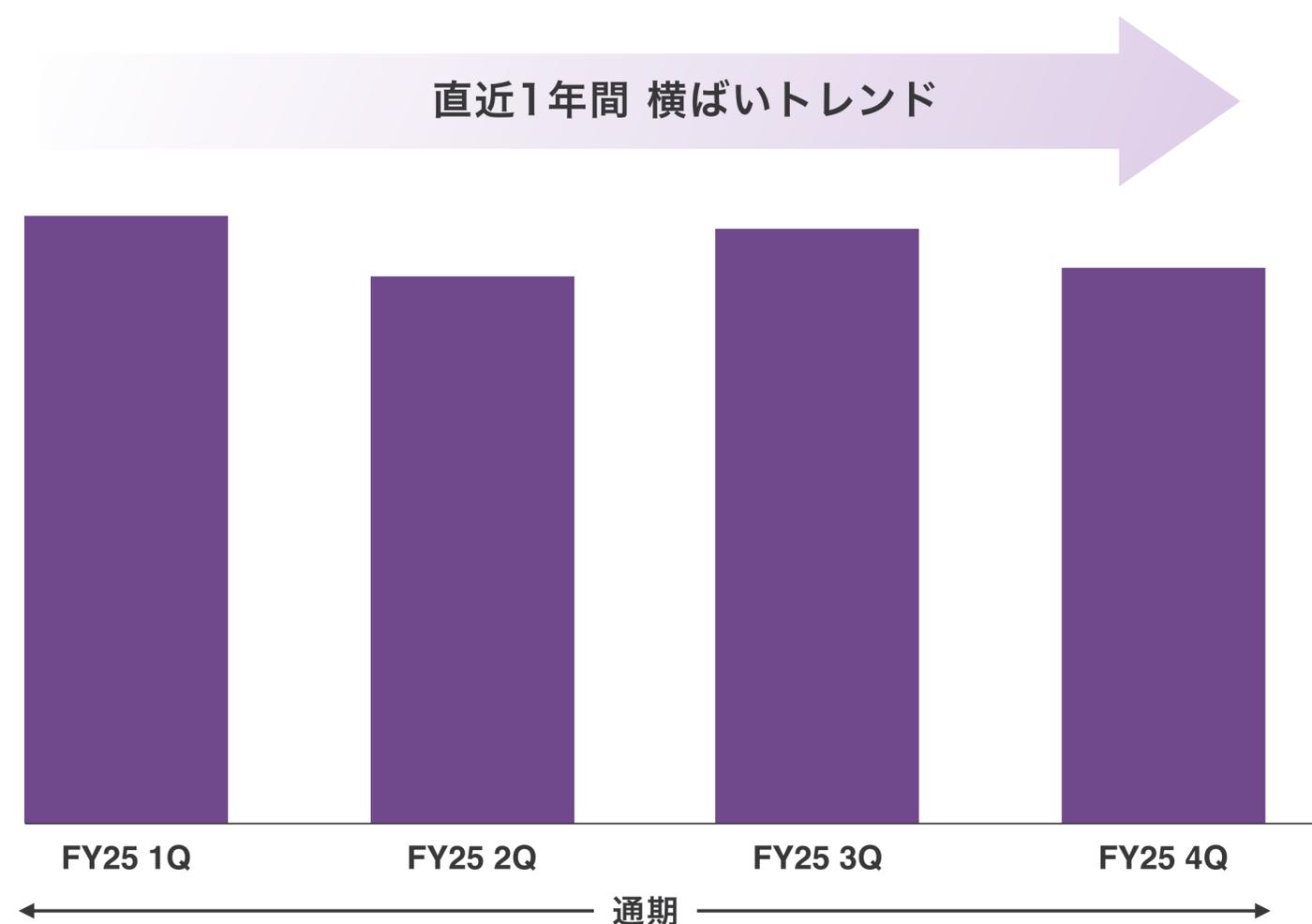


ノンデスク領域における求人企業の採用需要は、引き続き高い水準にて推移 推薦からの内定獲得率のトレンドも引き続き大きな変化はなく市場環境は良好

有効求人倍率による求人企業の動向



推薦からの内定獲得率

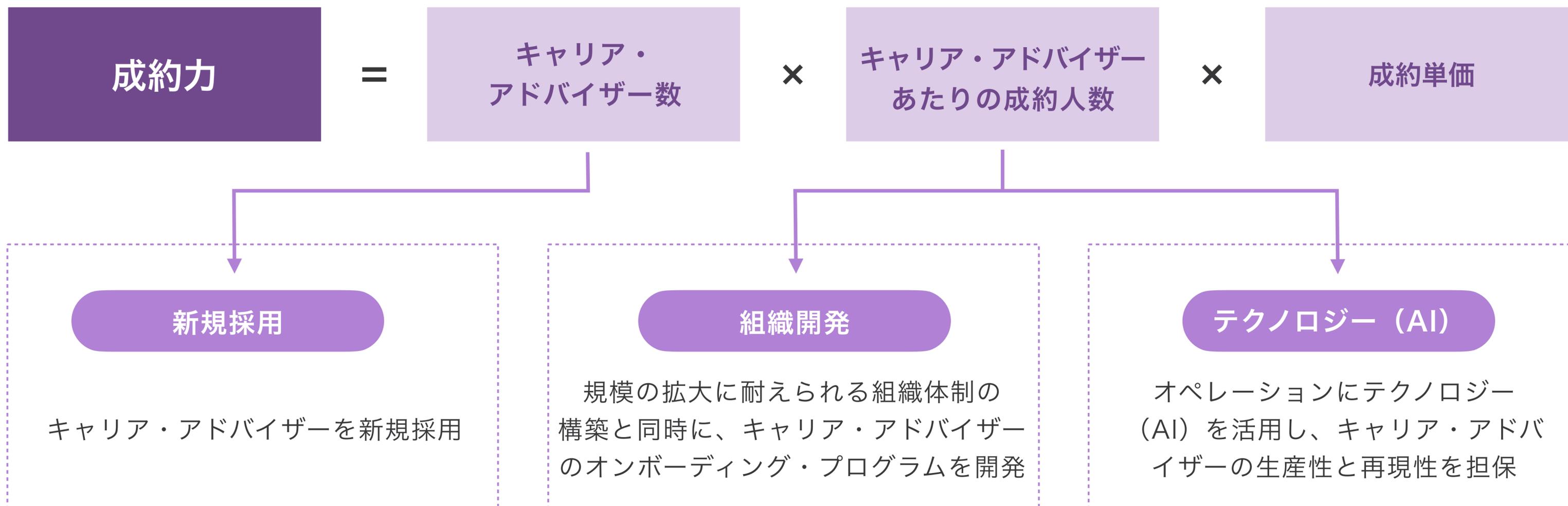


出典：厚生労働省「一般職業紹介状況（職業安定業務統計）」より推計

注記：
 (1) 日経平均株価は、各年の年初始値を利用
 (2) ノンデスク領域の主要職業は2025年定義におけるサービス職業従事者、保安職業従事者、農林漁業従事者、輸送・機械運転従事者のうち「自動車運転従事者」、建設・採掘従事者

生産性の高い人材を継続的に確保および輩出できる仕組みを構築し、
キャリア・アドバイザーの人員拡大とともに成約力が拡大し続ける仕組み構築を目指す

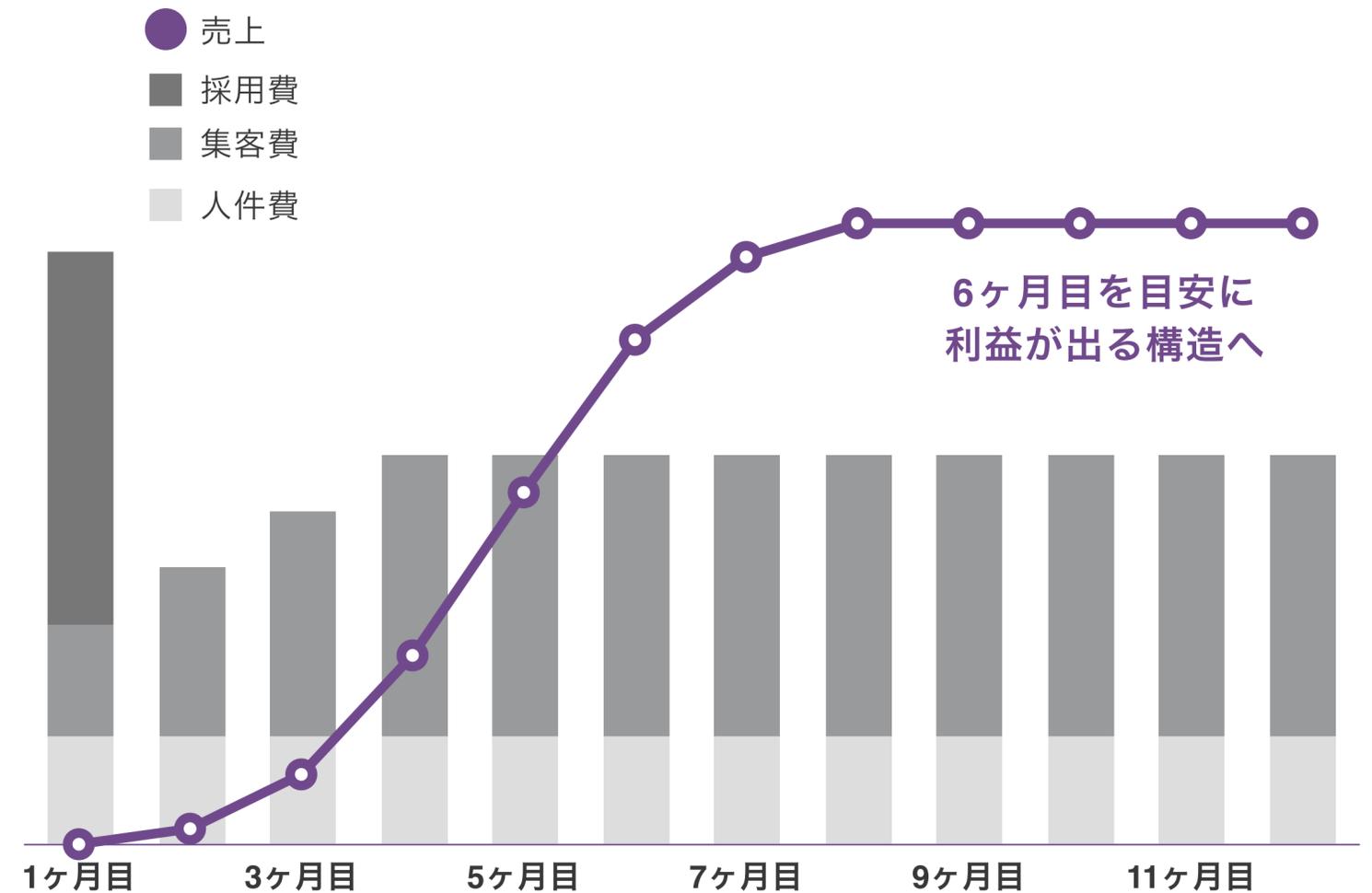
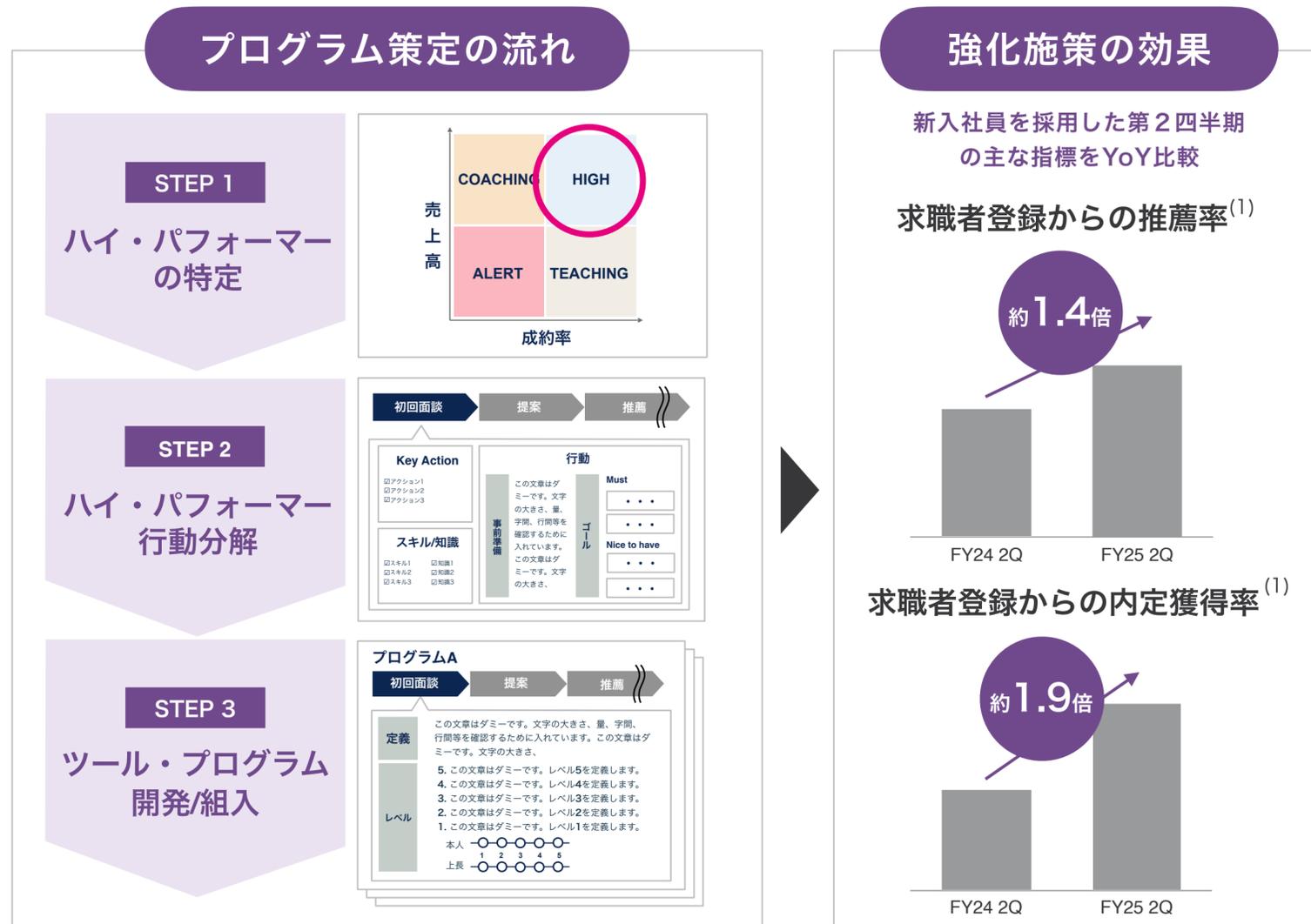
売上高を構成する主要なKPI



オンボーディング・プログラム強化により、キャリア・アドバイザーを早期にユニット・エコノミクスが合う水準へと引き上げ

オンボーディング・プログラムの強化

キャリア・アドバイザーの生産性イメージ



注記：
(1)2024年4月～6月入社と2025年4月～6月入社における新入社員の入社後3ヶ月間のパフォーマンスを集計

キャリア・アドバイザーの業務分解を進め、ハイパフォーマーが当たり前にやっていることをAI活用により実現、そのデータを活用し、更なる生産性向上を目指す

求職者のマーケティングファネル



生成AIの活用事例

自動架電

Before	After	Change
すべての架電をオペレーターが対応	通電した架電のみをオペレーターに転送	過去登録者からの面談実施数 ⁽¹⁾
		約1.8倍

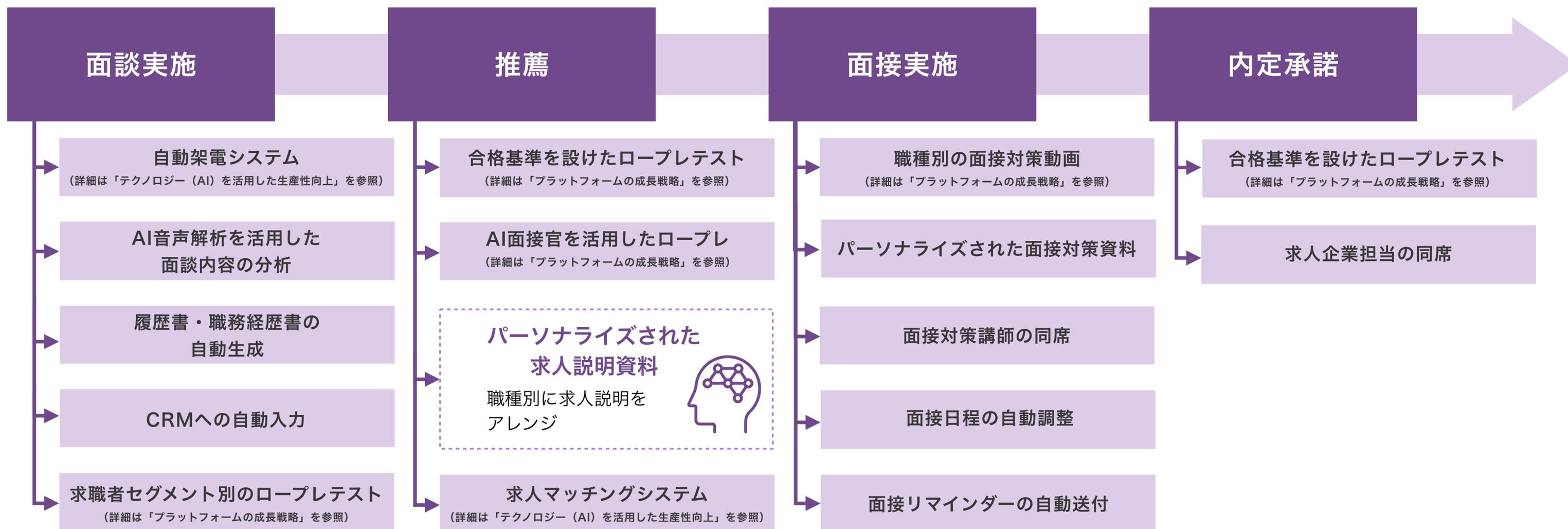
求人マッチング

Before	After	Change
キャリア・アドバイザーが属人的に提案	プラットフォームのデータに基づき提案	求職者登録からの推薦率 ⁽²⁾
		約1.7倍

注記：
(1) 初回登録から2ヶ月以上経過した過去登録求職者からの面談実施数を導入前／導入後にて比較
(2) 人材紹介事業部における新入社員の平均推薦率を導入前／導入後にて比較

参入障壁を高める、オペレーション改善に加え、テクノロジー（AI）の活用により、特定の個人に依存せずに成果を出しつづけられる仕組みを構築

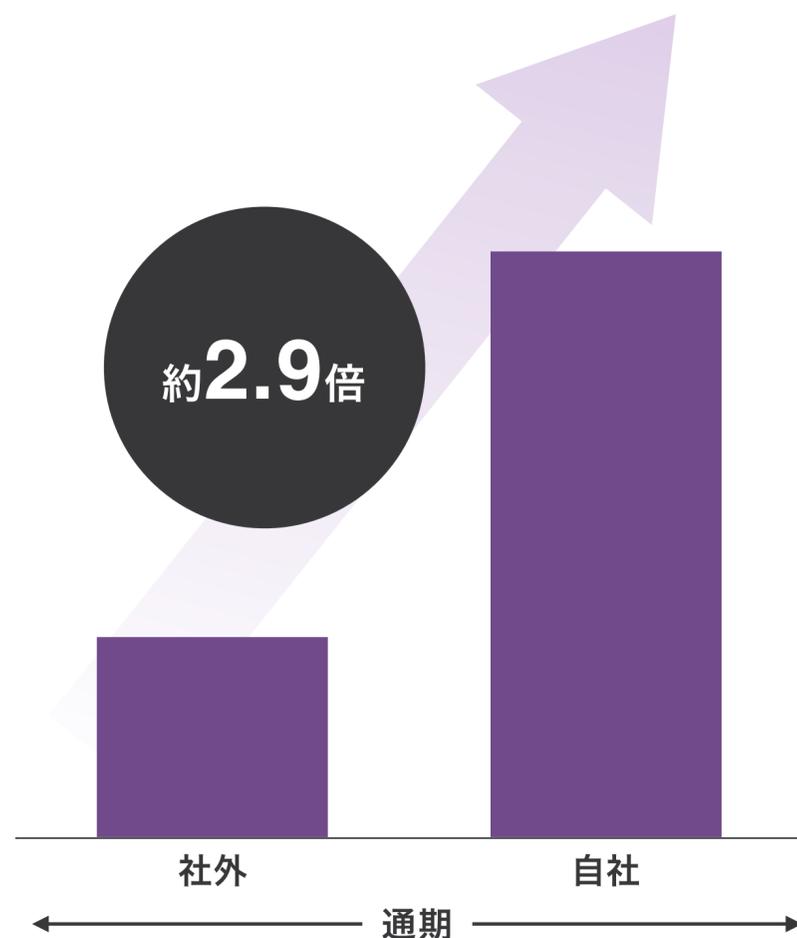
求職者業務フローにおけるオペレーションの概要



キャリア・アドバイザーの育成ノウハウをプラットフォームにも本格的に展開開始 パートナー紹介会社のキャリア・アドバイザーあたりGMVも引き上げる戦略を実行

キャリア・アドバイザー
あたりのGMV

プラットフォームで提供するソリューションの一覧



	Problem	Solution
注力ポイント CA育成	内定決定が出ない 	専任コンサルタントが内定決定に向けて伴走 キャリアアドバイザー BootCamp by zcareer platform 10月1日より開講
求職者集客	求職者が集まらない 	運用負担ゼロで安定した集客が可能 求人ボックス (業務提携先) agent connect 送客NEXT 採用ブランドページ (提供サービス)
求人情報	紹介先が見つからない 	広い業界・職種に対応した求人ラインナップ 人材企業 (業務提携先) 地方銀行

BootCampのイメージ

週のスケジュールイメージ

時間	月	火	水	木	金
10:00	チームMTG (朝会)				
11:00	朝電	ロープレ	朝電	ロープレ	朝電
12:00	90日プログラム	朝電	求職者面談	朝電	求職者面談
13:00	休憩				
14:00	合同研修	1on1	合同研修	1on1	90日プログラム
15:00	求職者面談	求職者面談	求人説明会	求職者面談	FOLLOW UP
16:00	朝電	求職者面談	朝電	求職者面談	朝電
17:00	求職者面談	朝電	求職者面談	朝電	求職者面談
18:00					

月のカリキュラムイメージ

フェーズ	1st	2nd	3rd
基礎形成	企業と求職者の価値創造のための意識啓蒙を確立	最新の「気づき」を迅速へ転換し出陣的な作業と業務を促進	自身のKPI設定と行動・数字の管理によりセルフマネジメントを強化
CA業務フローの把握と理解を促し、求人紹介での提案力を強化	研修・承認・業務のクローギングスキルを構築	得意求人情報からクローギングまでを構築	
DCAPの実践と情報連携による積極的なサポート	運営振り返りと課題設定と解決の両輪をフォロー	成功・失敗を言葉化し共有できる人材へ	

「Zキャリア AI面接官」の提供を本格化、求職者の面接体験と採用企業双方の選考プロセスのコスト最適化も推進、採用人数が多い求人企業を中心に導入開始

Zキャリア AI面接官の活用実績

選考期間短縮⁽¹⁾

面接までのリードタイム

5.1日
短縮

辞退率減少⁽¹⁾

一次面接辞退率

12.8%
減少



TAISEI

For a Lively World

新卒採用



サカイ引越センター

アルバイト採用



注記：

(1)Zキャリア AI面接官利用企業より算出（2024年10月～2025年9月）

既存領域のロールアップや新規領域のクロスセルを目的とし、 投資規律を持ちながら、新規事業・M&Aを積極化

新規事業・M&Aにおけるターゲット領域

M&Aにおける投資規律

ロールアップ戦略

対象市場

- ・ 新卒採用支援
- ・ 若年、シニア、外国人層の採用支援

対象事業

- ・ 新卒紹介
- ・ ダイレクトリクルーティング
- ・ 中途人材紹介

シナジー

- ・ 新たな集客チャンネルの獲得
- ・ 新たなセグメントへの参入
- ・ 成約件数増加によるシェア拡大



事業面の要件

ターゲット領域において、⁽¹⁾ 事業がProduct Market Fit していること

経済面の要件

のれん償却後利益として、
プラスであること

注記：

(1) サービスが特定の市場で受け入れられ、顧客の課題を効果的に解決している状態

事業内容

ノンデスクワーカーの正社員転職を中心に、 低所得層の所得向上を目指す転職プラットフォーム



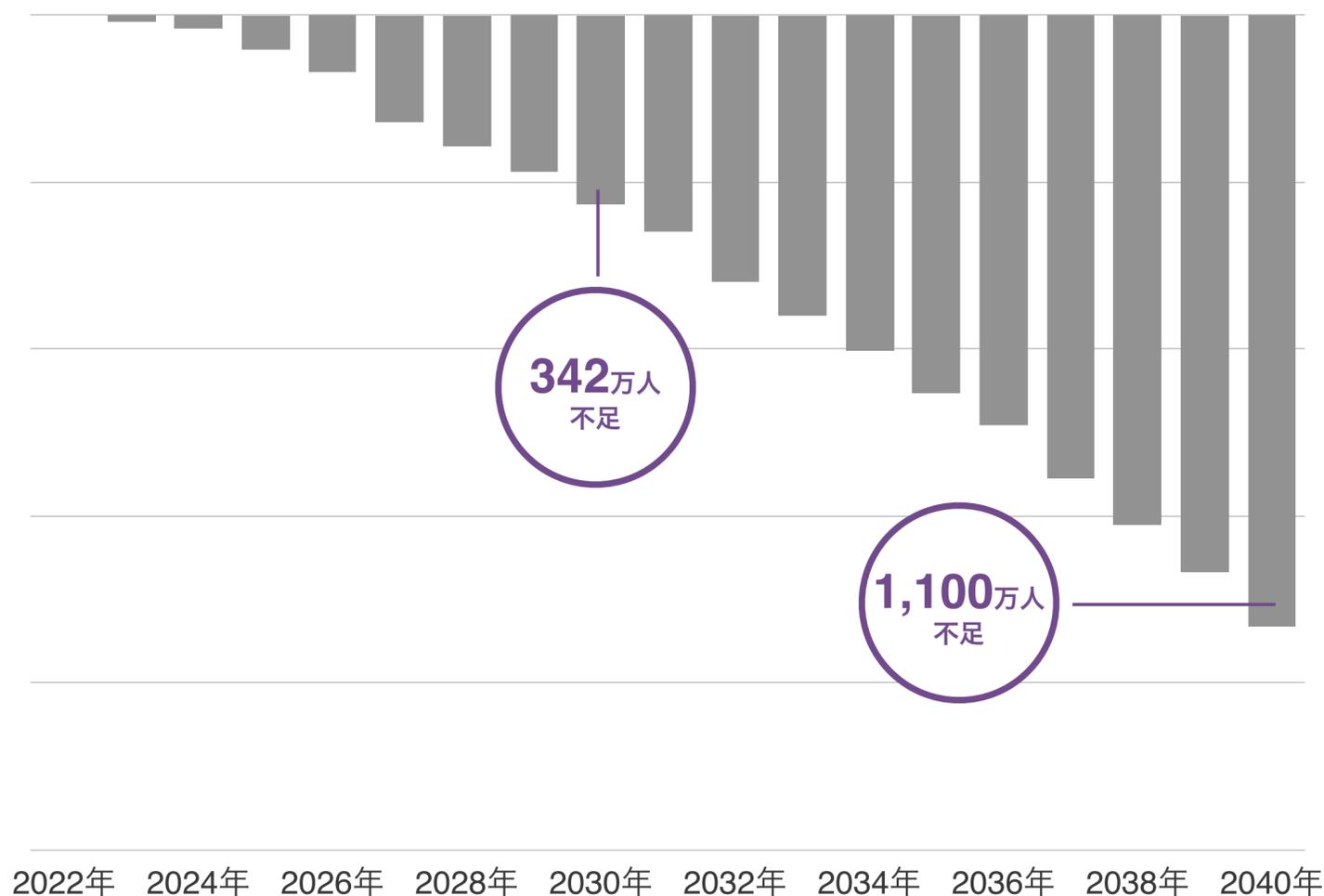
- ・ 低所得による生活苦
- ・ 充実した正社員化支援の不在
- ・ 正社員就業に関する情報不足

労働市場の課題を解決することで、日本全体の所得向上へ寄与する

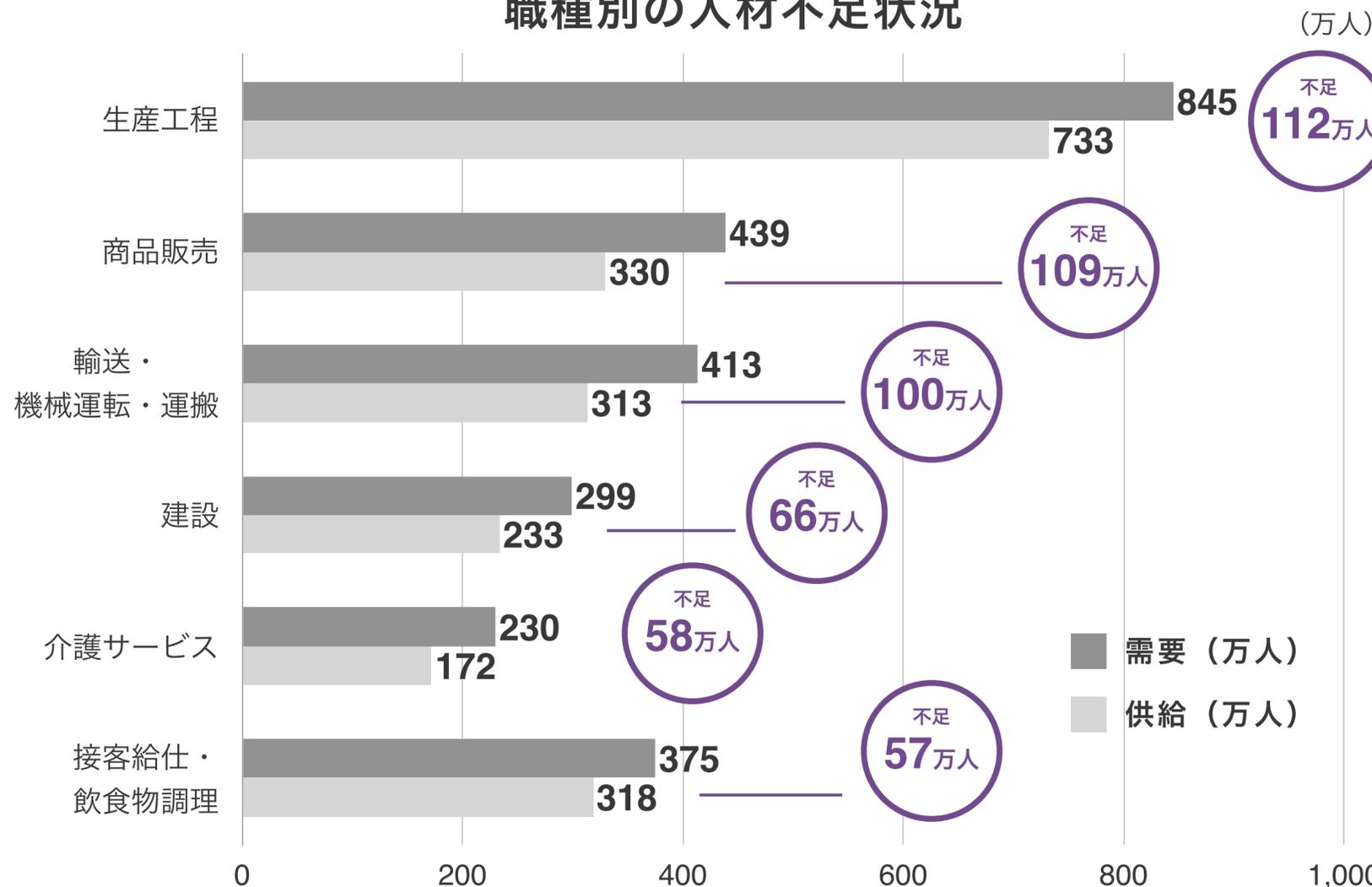
- ・ 労働人口の減少
- ・ DX化困難なノンデスク業務
- ・ 採用プロセスの非効率性

労働人口の減少に伴い、慢性的な人材不足が社会課題に 2040年には「ノンデスク領域」の労働力が大きく不足する

労働需給シミュレーション⁽¹⁾



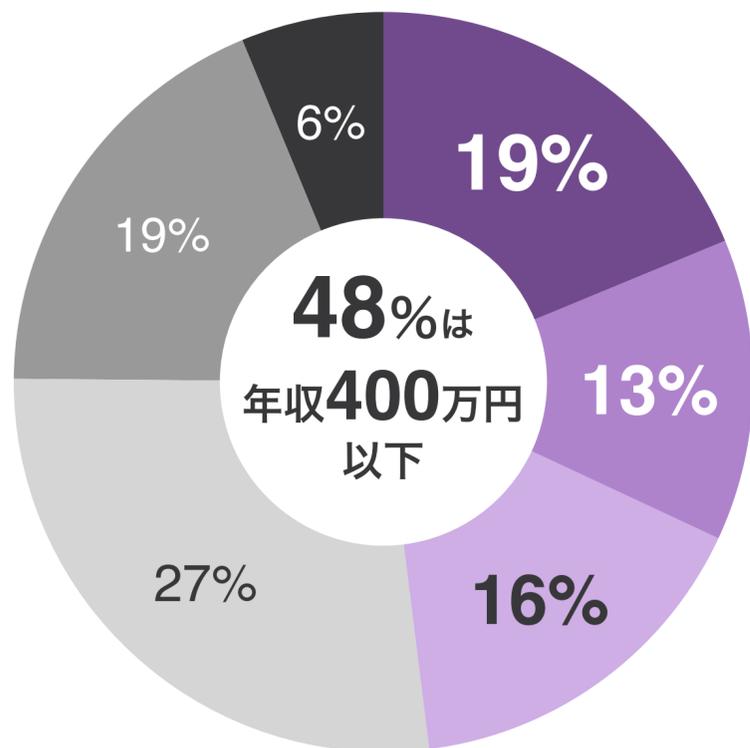
職種別の人材不足状況⁽¹⁾



出典：
(1) リクルートワークス研究所「未来予測 2040」

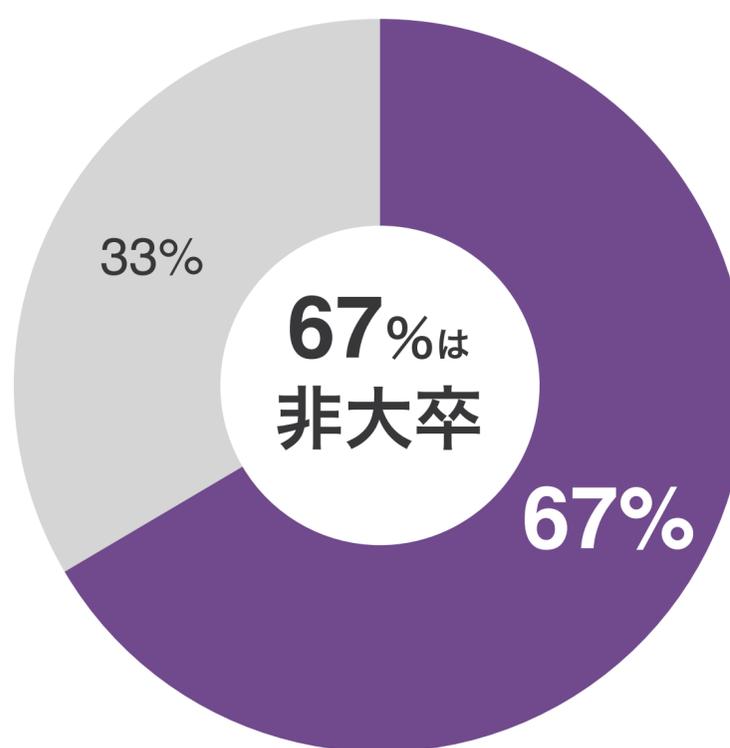
給与所得者の48% (=2,467万人)⁽³⁾ が年収400万円以下
 即戦力人材ではないことから、従来の人材サービスのターゲット外に

年収別の給与所得者⁽¹⁾



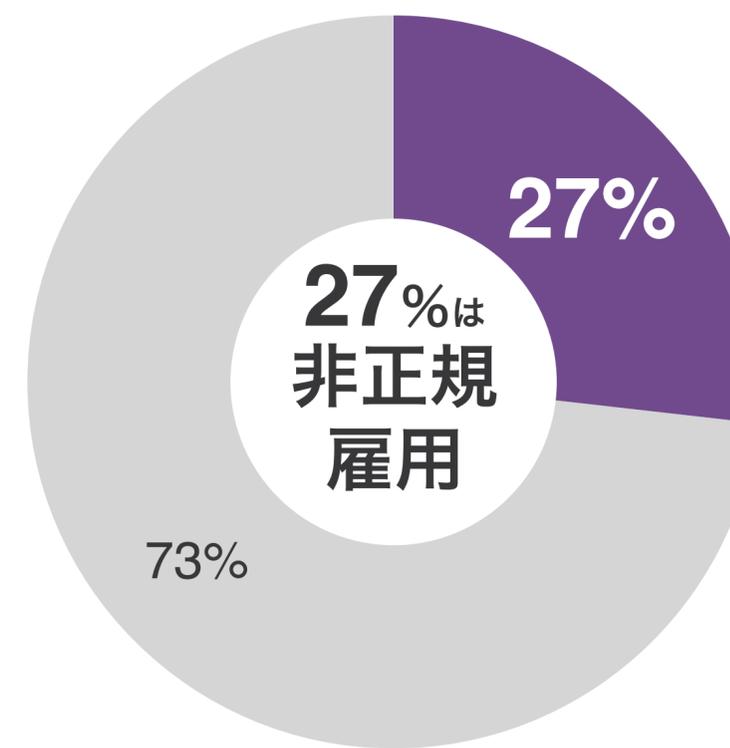
● 200万円以下 ● 300万円以下 ● 400万円以下
 ● 600万円以下 ● 1000万円以下 ● 1000万円以上

学歴別の労働人口⁽²⁾



● 非大卒 ● 大・院卒

雇用形態別の労働人口⁽³⁾



● 非正規 ● 正規

出典:

(1) 国税庁「令和6年分 民間給与実態統計調査」

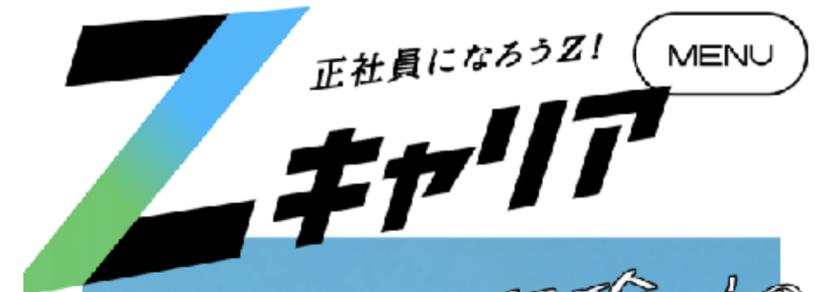
(2) 総務省「令和6年 労働力調査年報」

(3) 国税庁「令和6年分 民間給与実態統計調査」



ノンデスクワーカー向け 転職プラットフォーム

※UIはイメージです

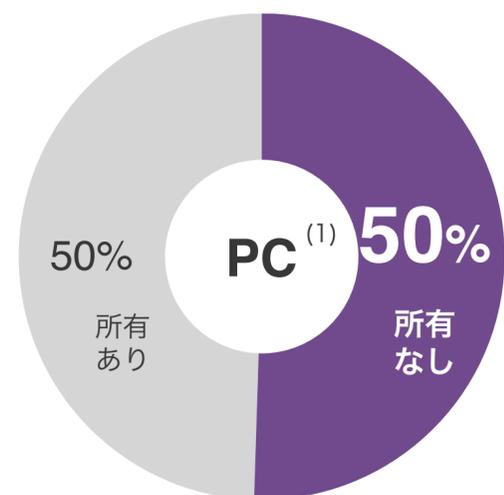
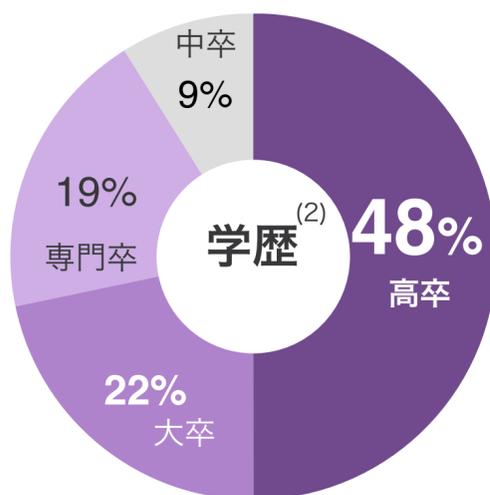
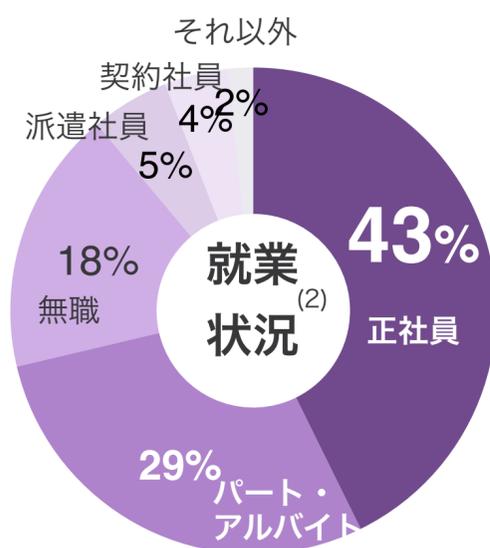
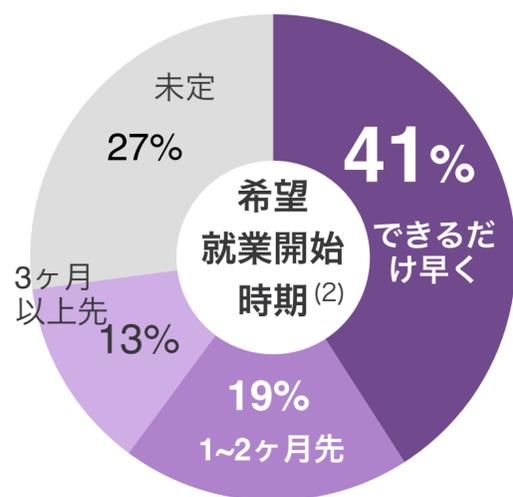
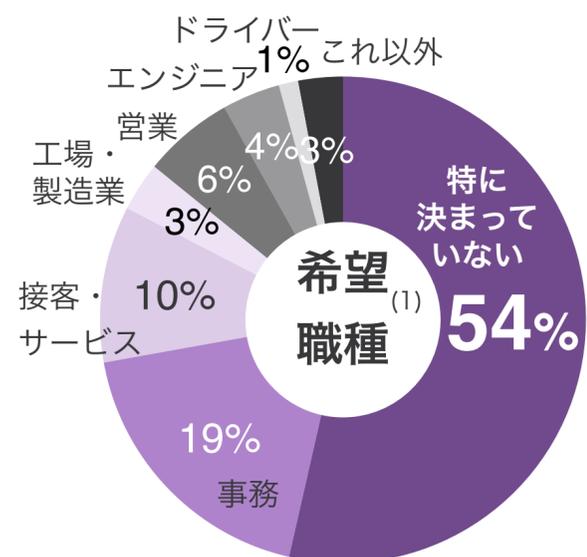


**Zキャリアなら
学歴や経験がなくても
あなたにあった
正社員の仕事が見つかる。**

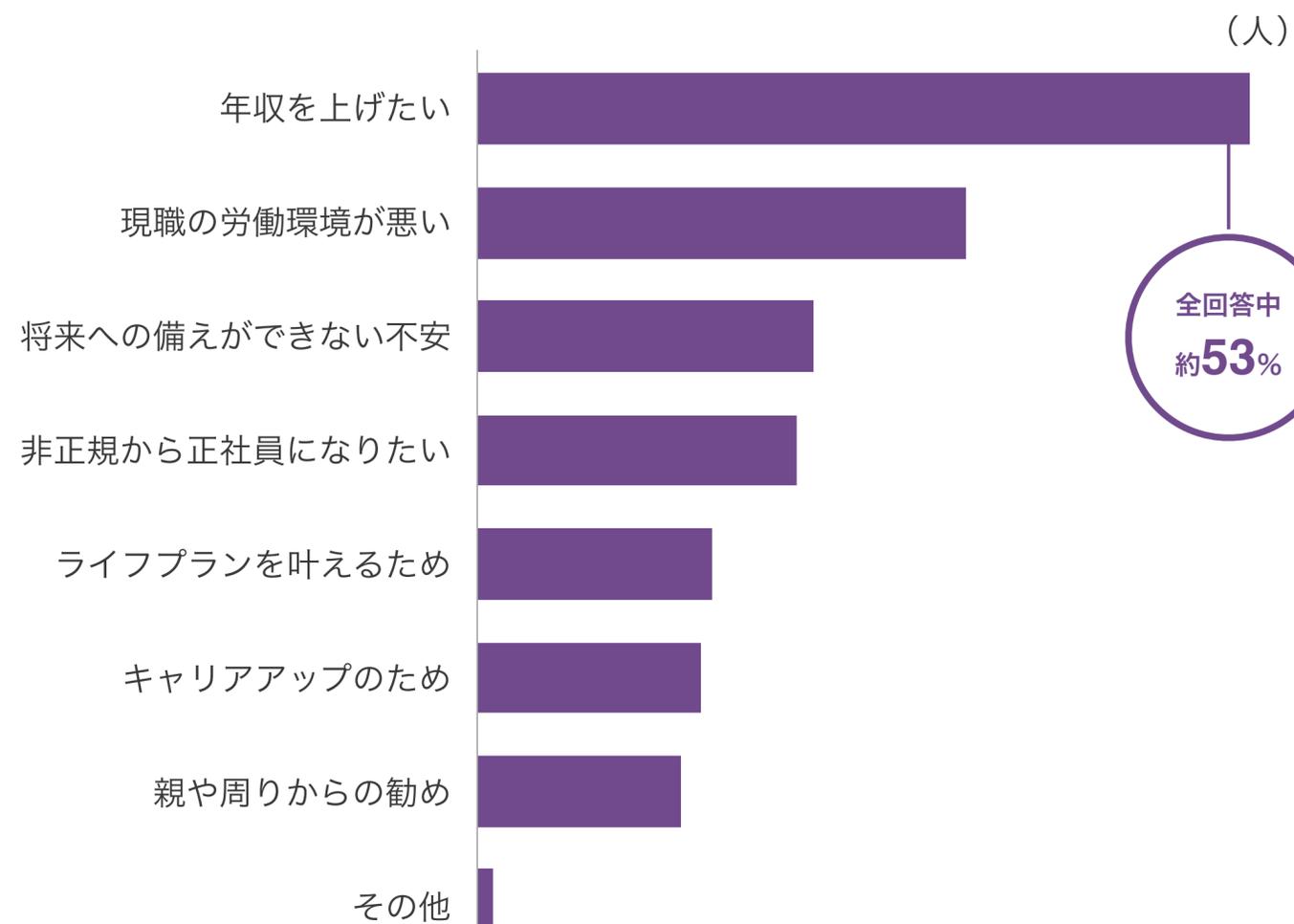
ノンデスクワーカー向け転職プラットフォーム パートナー紹介会社も活用することで多数の転職者の支援が可能



求職者は年収200万円台の非大卒や非正規雇用で、 「正社員になりたい」と転職活動している属性がメインターゲット



転職希望理由⁽¹⁾



注記：
 (1) Zキャリア登録者のうち660名のアンケート回答（2024年9月~2025年9月）
 (2) Zキャリア登録者のうち1111,049名のデータ（2024年9月~2025年9月）

知らない業界や職種を自分で選択する難易度が高い 履歴書や面接などハードルが高いと感じている

どんな仕事を選べば よいかわからない



- 具体的にやりたいことがない
- 仕事の中身よりも休日や残業時間などのライフスタイル重視
- 知らない業界・業務に慎重

書類選考や面接が うまく進められない



- 求人情報を読んでもイメージできない
- PCがなく履歴書、職務経歴書を作れない
- 面接を受けたことがない

時間もお金も なく余裕がない



- 休みが合わず、面接が組めない
- 交通費等を捻出できない
- 日々の生活で手がいっぱい

求職者の流入から成約までの流れ

広告

テレビや動画配信サービスへの広告を通じ、「正社員になるならZキャリア」の認知拡大



検索



「未経験」
「正社員」などの検索

SNS

「Instagram」
「TikTok」などの視聴

アライアンス



当社ターゲットが多く利用
するサービスとの連携

面談申込

求職者とLINEや電話で
転職支援

AI スカウト



「やりたくないこと」を選ぶ
だけで企業からスカウトが届く

求人検索



希望条件をもとに求人を検索

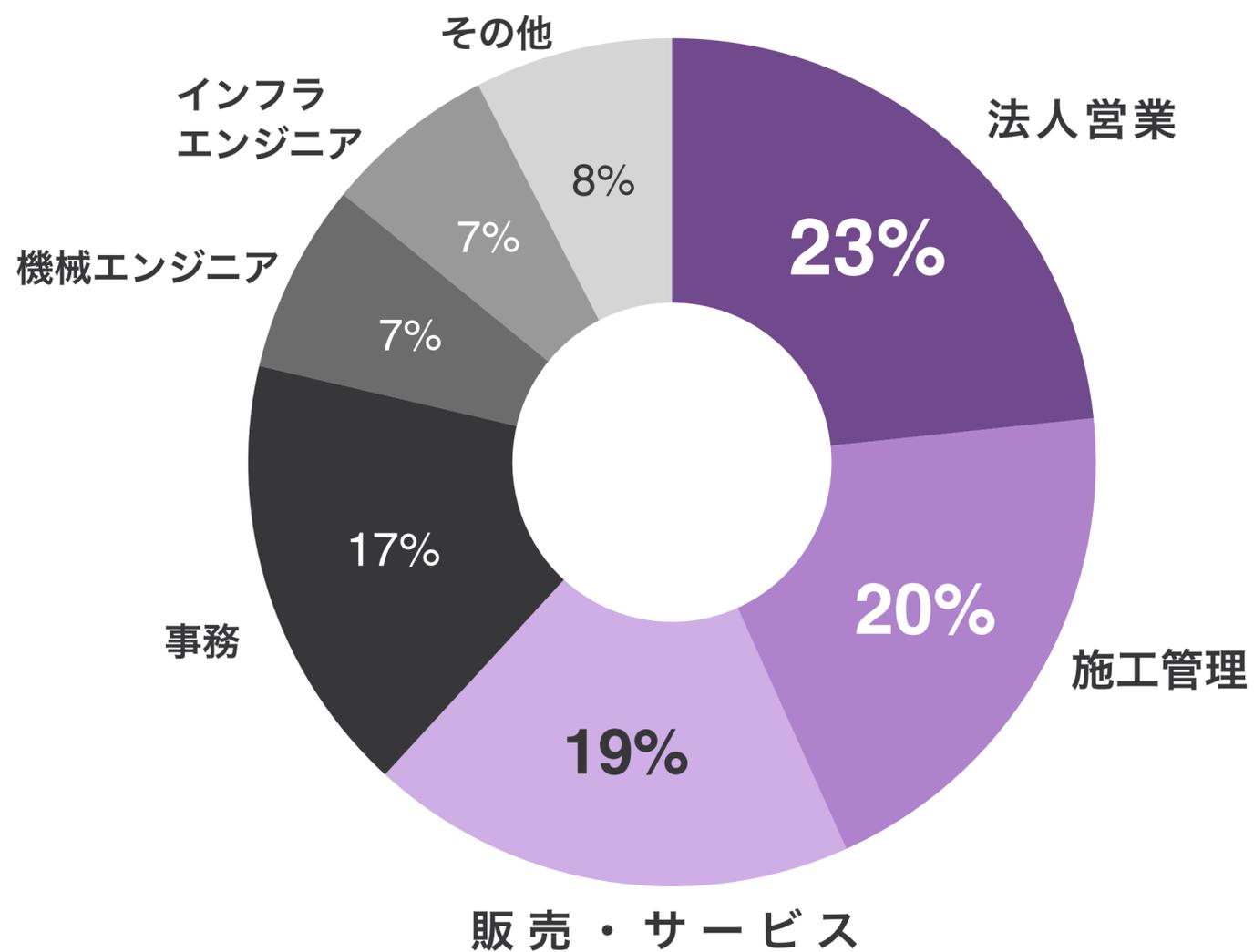
応募・内定・入社



- 求人企業に求職者を紹介
- 面接回数は1~2回
- 応募から内定までのリードタイムは約2週間
- 求職者入社月に採用成果報酬と採用事務手数料を求人企業に請求

成約先の職種は「施工管理」「販売・サービス」「事務」と多種多様 今後のキャリアの軸となる専門性が身につく業界が人気

職種別の成約割合⁽¹⁾

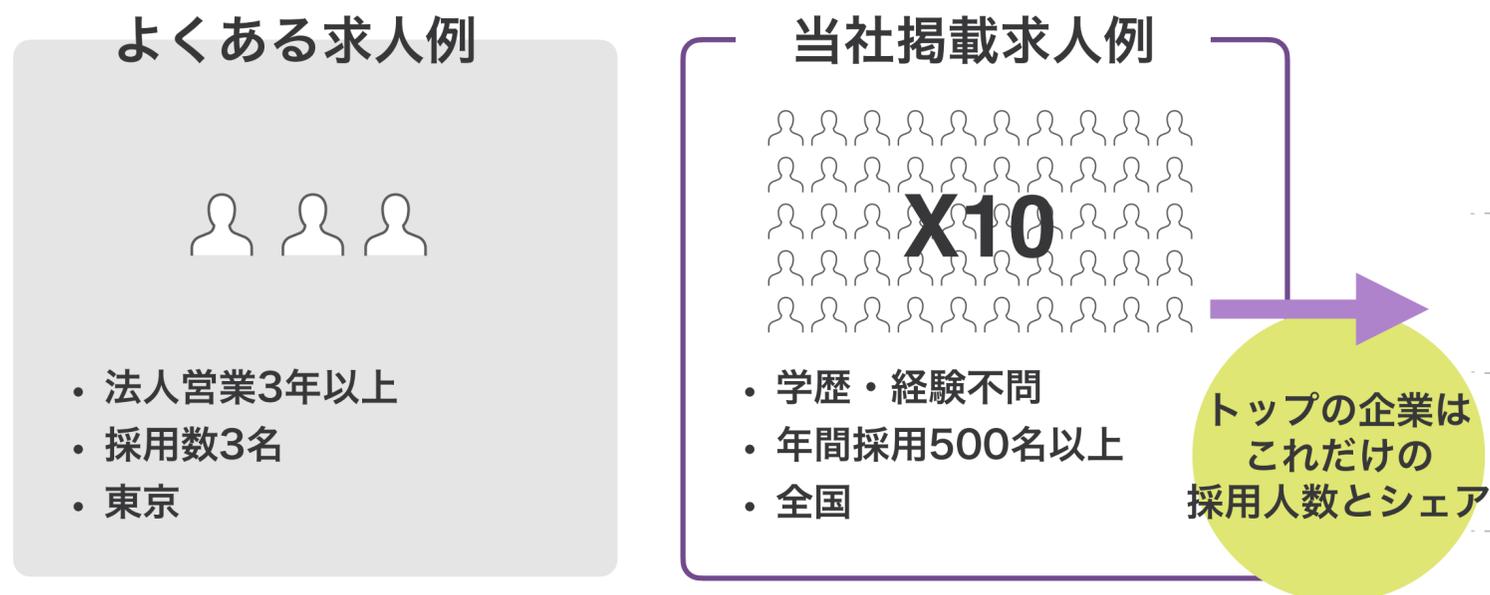


主要な職種

施工管理	販売・サービス	事務
法人営業	インフラエンジニア	機械エンジニア

注記：
(1) Zキャリアのプラットフォームの集計データ（2024年10月~2025年9月）

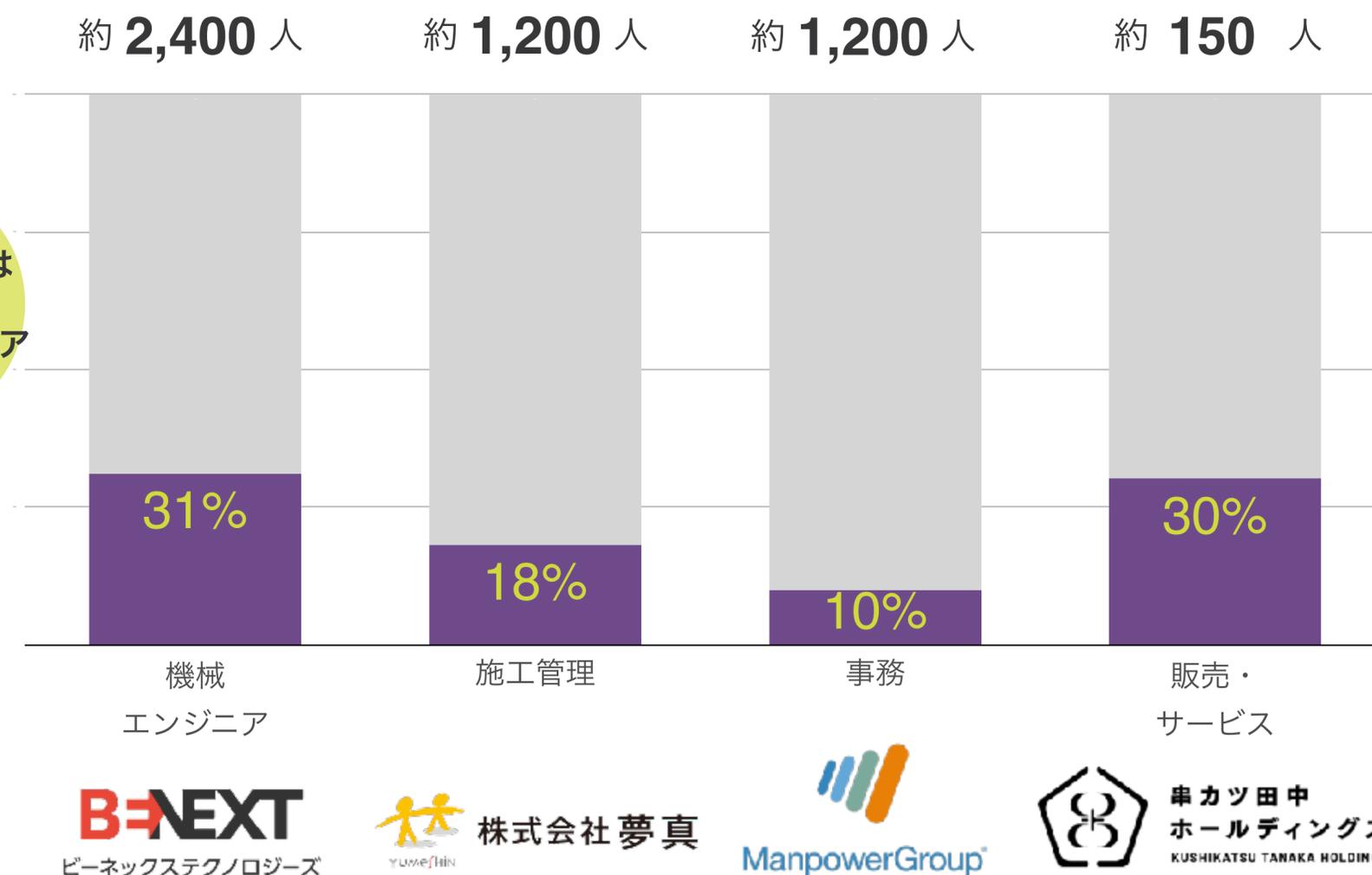
ターゲットとする求人は数百~数千名/年と大規模採用のため、一般的なホワイトカラー求人ほどの求人数を必要としない



だから

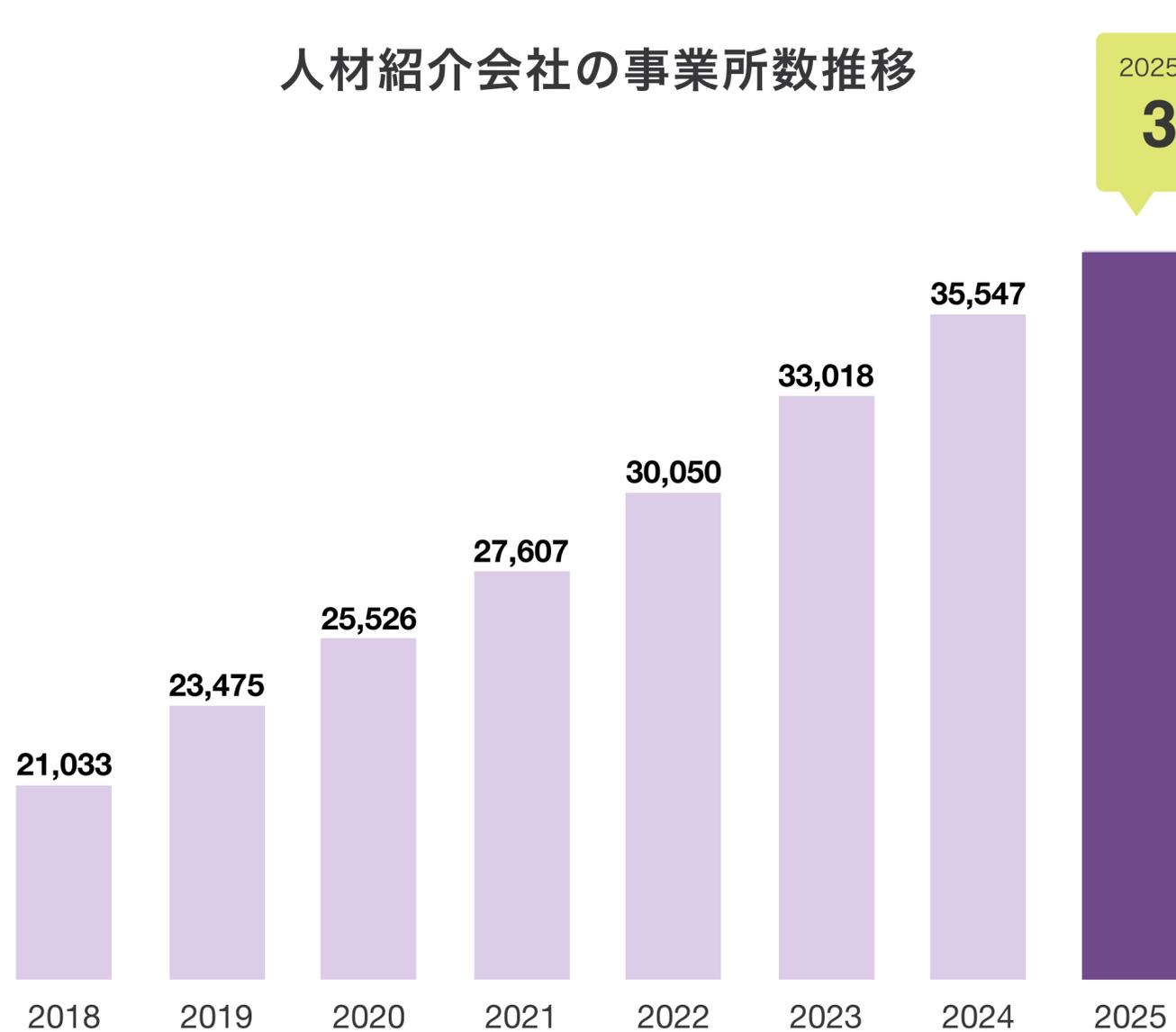
1. 膨大な求人企業数は不要
2. 社内と社外のエージェントが競合しない

主要な求人企業における採用人数とシェア



人材紹介会社の許認可数は3万件超 大半は小規模のため 大企業の求人確保や集客に課題を抱えている

人材紹介会社の事業所数推移



2025年10月1日時点⁽¹⁾
37,504社

増加しているのは、開業間もない
小規模（1~5名）の会社

こうした人材紹介会社の課題

1. 人材紹介業のノウハウがない
2. 大企業の求人を保有していない
3. 求職者の集客が困難

ソリューション

1. 戦略立案の支援
2. 求人データベースの提供
3. 求職者の送客



出典：
(1) 厚生労働省「人材サービス総合サイト」（都道府県：全国、区分：有料職業紹介事業、無料職業紹介事業）

正社員化により大幅な所得向上を実現 金額は小さくても生活は大きく変わる水準

Zキャリアのユーザーによる
平均所得⁽¹⁾の上昇

代表的なユーザーの一例

約**276**万円

約**314**万円

21歳 男性 高校中退

※高卒認定取得

学歴の壁を乗り越え、正社員として自信を持って働く転職

経済的な事情で高校を中退後、家族を養うために接客や引っ越しのアルバイトを続けていたが、よりよい会社で正社員として働きたいと転職活動を開始。

その過程で学歴の壁のジレンマに苦しみながらも、アドバイザーと共に対策を行うことで、大手警備会社に内定。

正社員として経済的な安定を得たことで、自信を持って新たなキャリアを歩み始めた。



転職前

年収約**240**万円
アルバイト

引越しスタッフ

ゆずれない条件

とりあえず
たくさん稼げる仕事

学歴と
生活のジレンマ



転職後

年収約**300**万円
正社員

警備職

家族の生活を支える収入

転職ハイライト

大手正社員としての
安定と自信

注記：

(1) 現年収が判明している、かつZキャリア経由で転職決定した求職者518名の平均年収を集計（2024年10月~2025年9月）

APPENDIX

会社概要

会社名	株式会社ROXX（証券コード：241A） 
所在地	東京都新宿区新宿 6-27-30 新宿イーストサイドスクエア 8階
代表者	代表取締役社長 中嶋 汰朗
設立年月日	2013年11月1日
決算月	9月
従業員数	380名（2025年9月末現在）
事業内容	「Zキャリア」サービス ・ノンデスクワーカー向け転職プラットフォーム 「back check」サービス ・オンライン完結型リファレンス/コンプライアンス チェックサービス





代表取締役 CEO
Chief Executive Officer

中嶋 汰朗

Taro Nakajima

2013年、青山学院大学在学中に株式会社ROXXを創業。2015年、中退。起業前はTheRollingStones、Led Zeppelin、Aerosmith、Guns N'Roses、MotleyCruie など70~80年代のハードロックに憧れ、ハードロックバンドでデビューを目指していたが挫折。



上級執行役員 COO
Senior Vice President of Business

植木 大介

Daisuke Ueki

2014年、新卒で株式会社キャリアデザインセンターに入社し、法人営業に従事。2016年、1人目の中途採用メンバーとして株式会社ROXXに入社。



上級執行役員
Senior Vice President of Corporate

西村 宏登

Hiroto Nishimura

2011年、新卒でグリー株式会社に入社し、IRを担当。2014年、株式会社マネーフォワードに入社。マーケティングや経営企画、新規事業開発に取り組む。その後、アクセント株式会社を経て、創業期のM&Aアドバイザー企業にて社長室を統括。2020年、株式会社ROXXに入社。

経営陣

執行役員 CTO

Vice President & Chief Technology Officer

松本 宏太

Kota Matsumoto

2013年、新卒で株式会社オルトプラスにてサーバサイドエンジニアとして運用やベトナム子会社立ち上げを担当。日本帰国後は2つのゲーム立ち上げを経験。その後、シード企業を対象とした、技術・資金の投資支援事業の技術担当を経て、2017年、株式会社ROXXに入社。

執行役員 CFO

Vice President & Chief Financial Officer

吉本 ジョージ

George Yoshimoto

在学中に公認会計士（米国モンタナ州）試験に合格。2013年、新卒で株式会社三菱UFJ銀行に入行。2017年から米系投資銀行のラザード・フレールに所属。スパイスコード株式会社を共同創業し、株式会社関通（9326）への二段階イグジットを経て、2023年、株式会社ROXXに入社。

執行役員 VPoNB

Vice President of New Business

大輪 一史

Kazuhito Owa

2015年、新卒でパーソルキャリア株式会社に入社し、人材紹介事業に従事。2017年、株式会社エス・エム・エスに入社し、介護経営支援事業の担当を経て、2021年に株式会社ROXXに入社。

執行役員 CAO

Vice President & Chief Administrative Officer

高瀬 年樹

Toshiki Takase

2005年、株式会社サードウェーブに入社し、経理業務に従事。その後、株式会社ウィルゲートやVISITS Technologies株式会社におけるコーポレート業務のマネジメント職を経て、2023年に株式会社ROXXに入社。

執行役員 VPoCC

Vice President of Corporate Consulting

藤峰 俊

Shun Fujimine

2012年、株式会社リクルートジョブズに入社し、法人営業に従事。その後、複数の大手人材会社にてエンタープライズセールス、人材業界のスタートアップにてカスタマーサクセスの立ち上げを経て、2021年に株式会社ROXXに入社。

執行役員 VPoE

Vice President of Engineering

城倉 和孝

Kazutaka Jokura

未経験で独立系Slerに入社、多岐にわたる企業システムの受託開発に従事。ワークフローシステムX-pointを開発。2007年、株式会社エイトレッドを設立し、CTOに就任。2011年から合同会社DMM.comのCTOとしてエンジニア組織の拡大に取り組む。2020年から株式会社デジタルハーツホールディングス、株式会社AGEST等のCTOを歴任し、2024年に株式会社ROXXに入社。



社外取締役
Outside Director

福留 大士

Hiroshi Fukudome

新卒でアンダーセンコンサルティング株式会社（現：アクセンチュア株式会社）に入社。政府官公庁グループに所属し、人や組織の変革、IT戦略立案などに従事。2003年に株式会社チェンジホールディングスを設立し、代表取締役に就任。各種事業を立ち上げ、2018年に東証一部上場を果たす。



社外取締役
Outside Director

杉山 全功

Masanori Sugiyama

在学中に株式会社リョーマに参画。2004年株式会社ザッパラスの代表取締役に就任。2006年に東証マザーズに上場し、2009年に東証1部上場を果たす。同社退任後、2011年に株式会社enishの代表取締役に就任。2013年、自身二度目となる東証1部への上場を果たす。



アドバイザー
Advisor

永見 世央

Yo Nagami

新卒でみずほ証券株式会社に入社。2006年から米系投資ファンドのカーライル・グループに所属。米国ペンシルバニア大学ウォートン校にてMBAを修了後、株式会社ディー・エヌ・エーを経て、2014年にラクスル株式会社取締役CFOとして参画。2023年、代表取締役社長CEOに就任。

常勤監査役
Full-time Auditor

蒲谷 剛史

Tsuyoshi Kabaya

元EY新日本有限責任監査法人
シニアパートナー



監査役
Part-time Auditor

雨宮 美季

Miki Amemiya

AZX Professionals Group
パートナー弁護士



監査役
Part-time Auditor

大村 茂

Shigeru Omura

元太陽有限責任監査法人
パートナー

人材紹介の市場構造として低年収x正社員は競合不在 顧客、条件や単価も既存市場とは大きく異なる



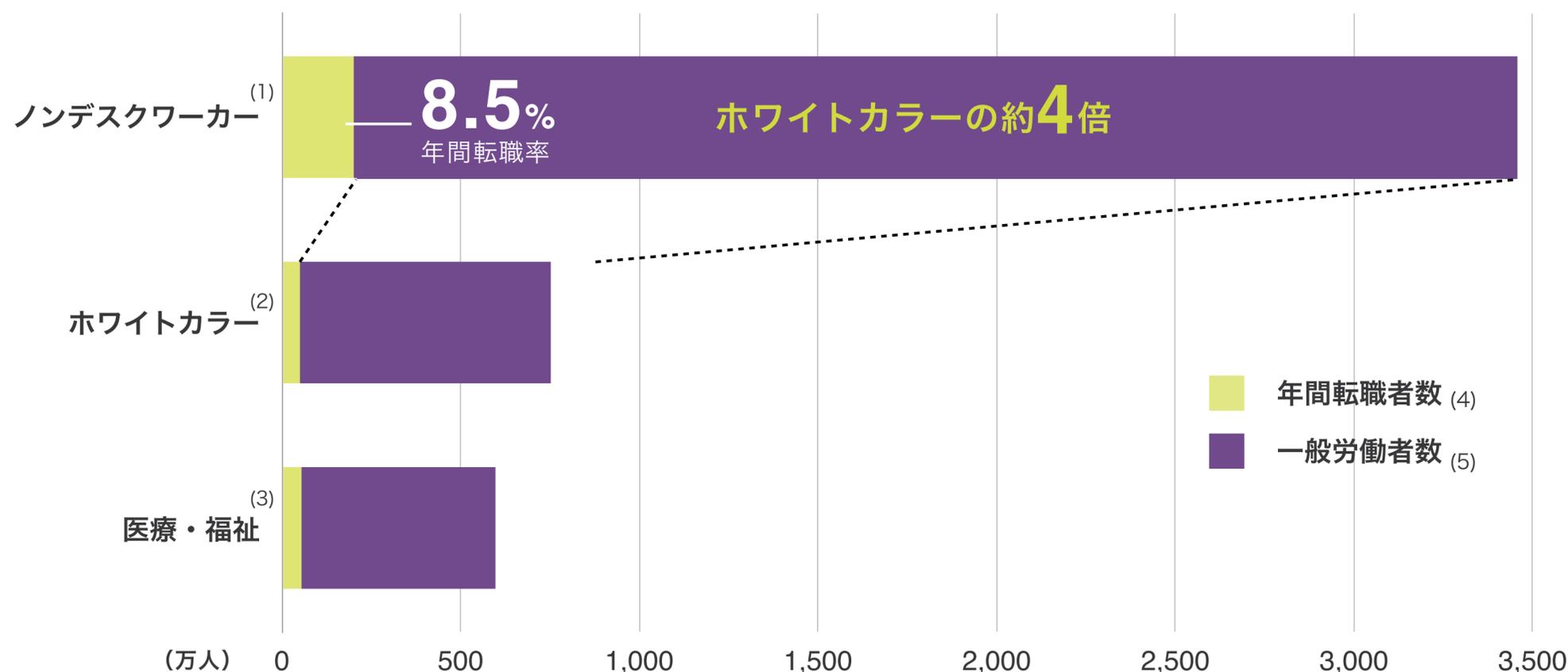
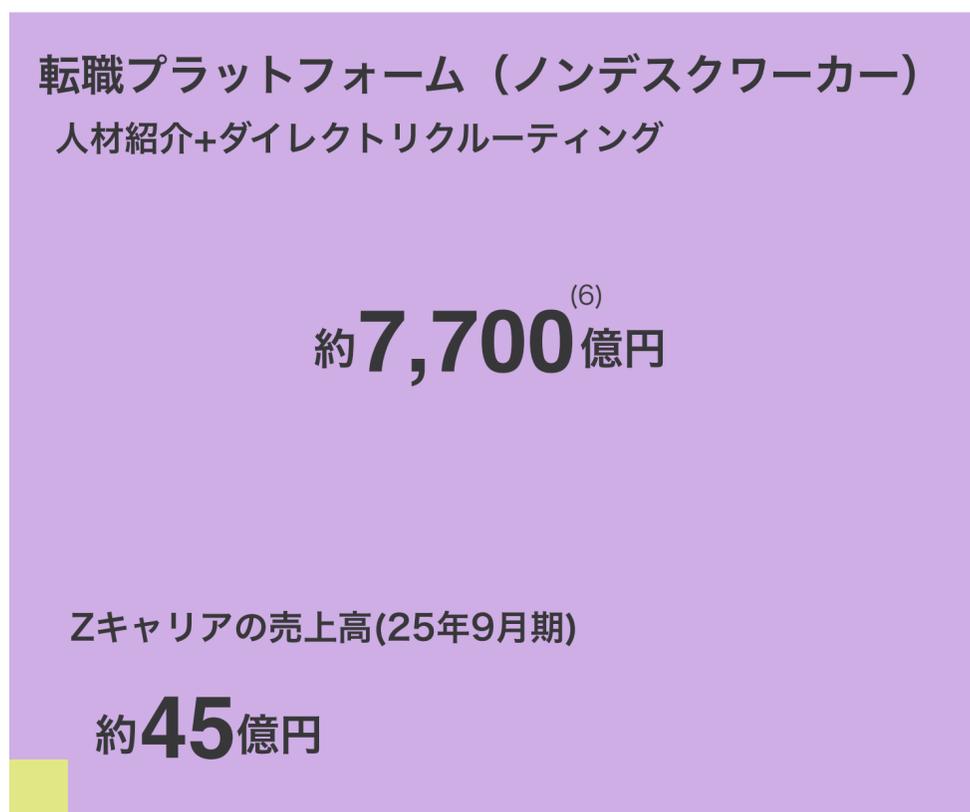
出典：国税庁「令和2年分 民間給与実態統計調査（給与所得者数）」

注記：

(1) Zキャリアにおける成約単価のFY25/9 実績

ノンデスク領域は労働者数がホワイトカラーの約4倍 約7,700億円の市場でシェアNo.1を目指す

セグメント別の年間転職率と市場拡大のポテンシャル



出典：厚生労働省「令和6年雇用動向調査」

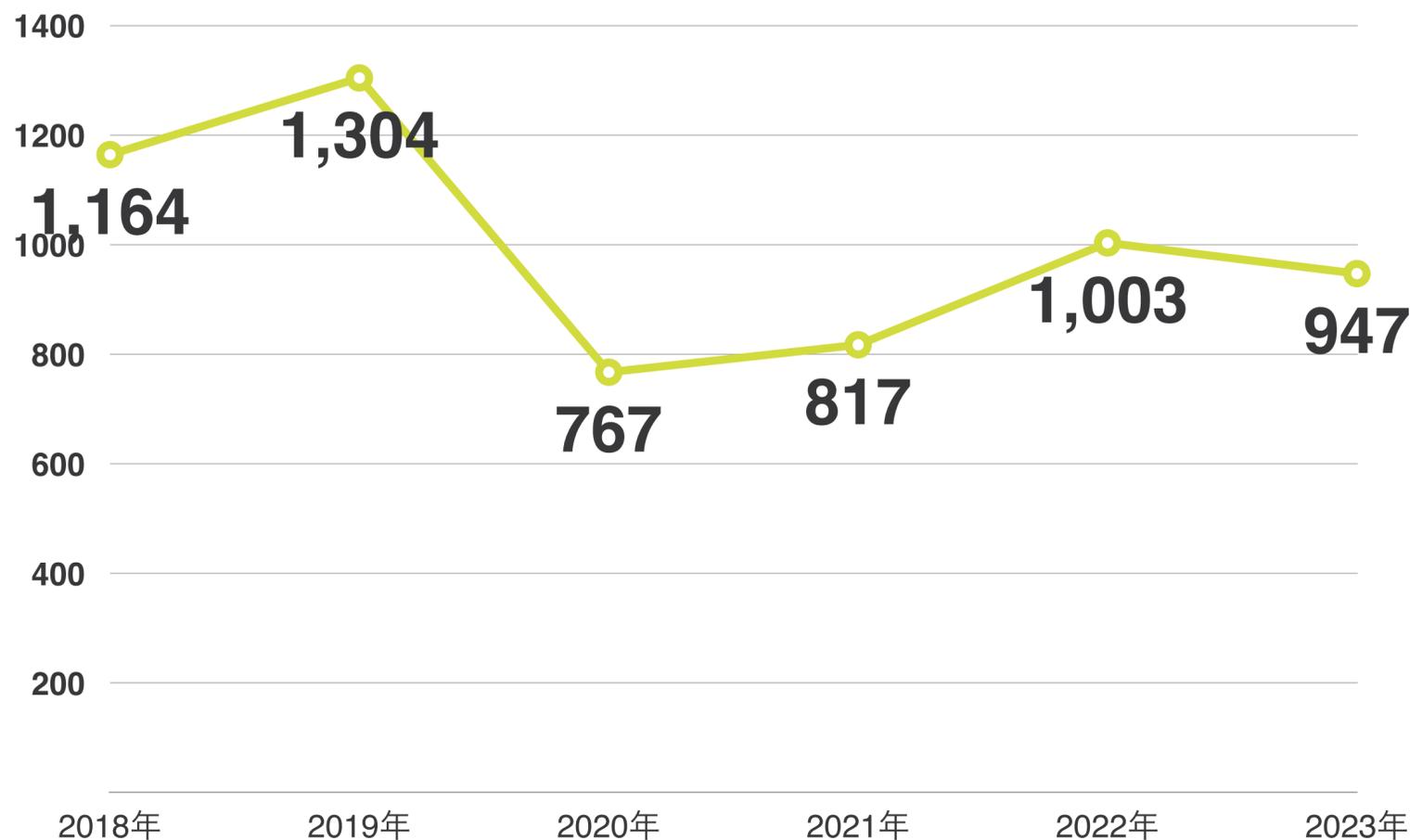
注記：

- (1) 情報通信業、金融業、保険業、不動産業、物品賃貸業、学術研究、専門・技術サービス業、教育、学習支援業、医療、福祉以外
- (2) 情報通信業、金融業、保険業、不動産業、物品賃貸業、学術研究、専門・技術サービス業、教育、学習支援業
- (3) 医療、福祉
- (4) パートタイム労働者を除いた一般労働者への転職
- (5) 常用労働者のうちパートタイム労働者を除いた労働者
- (6) ノンデスクワーカー年間転職者数（約255万人）に対して、国税庁「令和6年分民間給与実態統計調査結果」における年収400万円以下比率（約48.0%）及びZキャリアの平均成約単価（約63万円）を乗じて算出

労働人口の減少及び求人広告の市場環境が大きく変動した結果 企業の求人広告予算が成果報酬型に流入し、Zキャリアの市場が拡大

正社員募集の求人広告掲載件数⁽¹⁾

(万件)

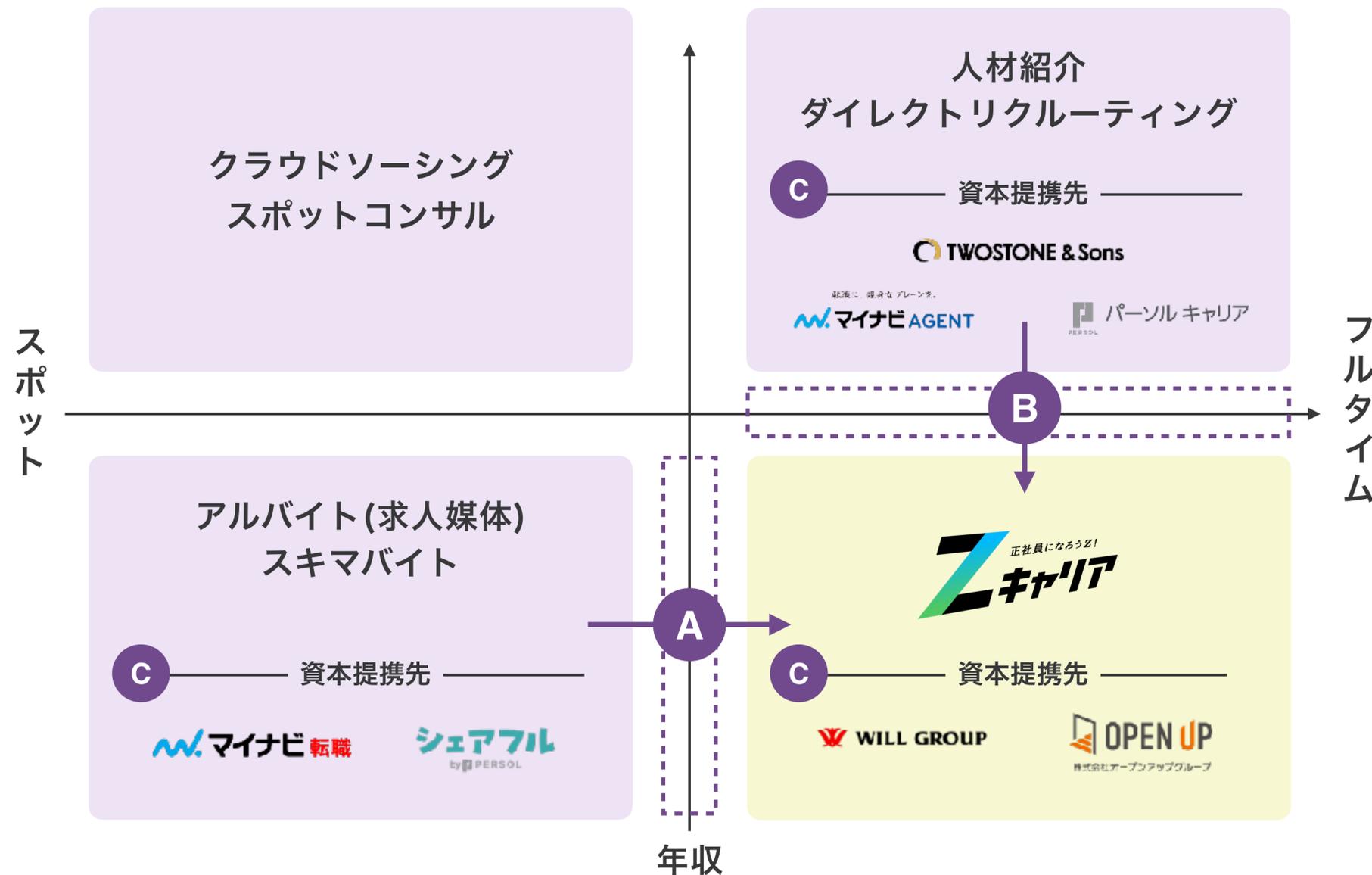


求人広告からZキャリアへの移行

- 1 労働人口の減少に加え、
主要求人広告媒体の集客減少
- 2 求人広告経由の
応募数・採用数が減少
- 3 成果報酬型のZキャリアへ
予算投下する求人企業の増加

出典：
(1) 公益社団法人 全国求人情報協会「求人広告掲載件数等集計結果」より雇用形態が正社員の週平均掲載件数（1ヶ月を4週間と仮定）を年ごとに集計

Zキャリアはノンデスク領域の正社員に特化 競合不在で独自のポジションを構築



A アルバイト領域からの参入障壁

- ・採用ニーズが正社員中心の業界と非正規中心の業界は異なっている ex) 建築 営業 エンジニア 警備 ドライバー等
- ・成約には一定の求職者支援が必要となることから大きく組織構造を変える必要が生じる

B ハイクラス領域からの参入障壁

- ・サービス、ブランド、オペレーションいずれもハイクラス領域と大きく異なるため既存サービスが資産にならない
- ・求職者、求人企業どちらも明確なニーズや募集条件ある中で成立している条件マッチングの横展開ができない

C 資本・業務提携による協力関係

- ・大手人材会社であるパーソルキャリア、マイナビやTWOSTONE&Sonsとの資本提携を実施
- ・当社の主要顧客であるオープンアップグループ、ウィルグループとの資本提携

ハイクラス領域の転職とノンデスク領域の転職では前提条件が異なり、あらゆる点に大きな違いがある

ハイクラス領域 ⁽¹⁾

ノンデスク領域 ⁽¹⁾

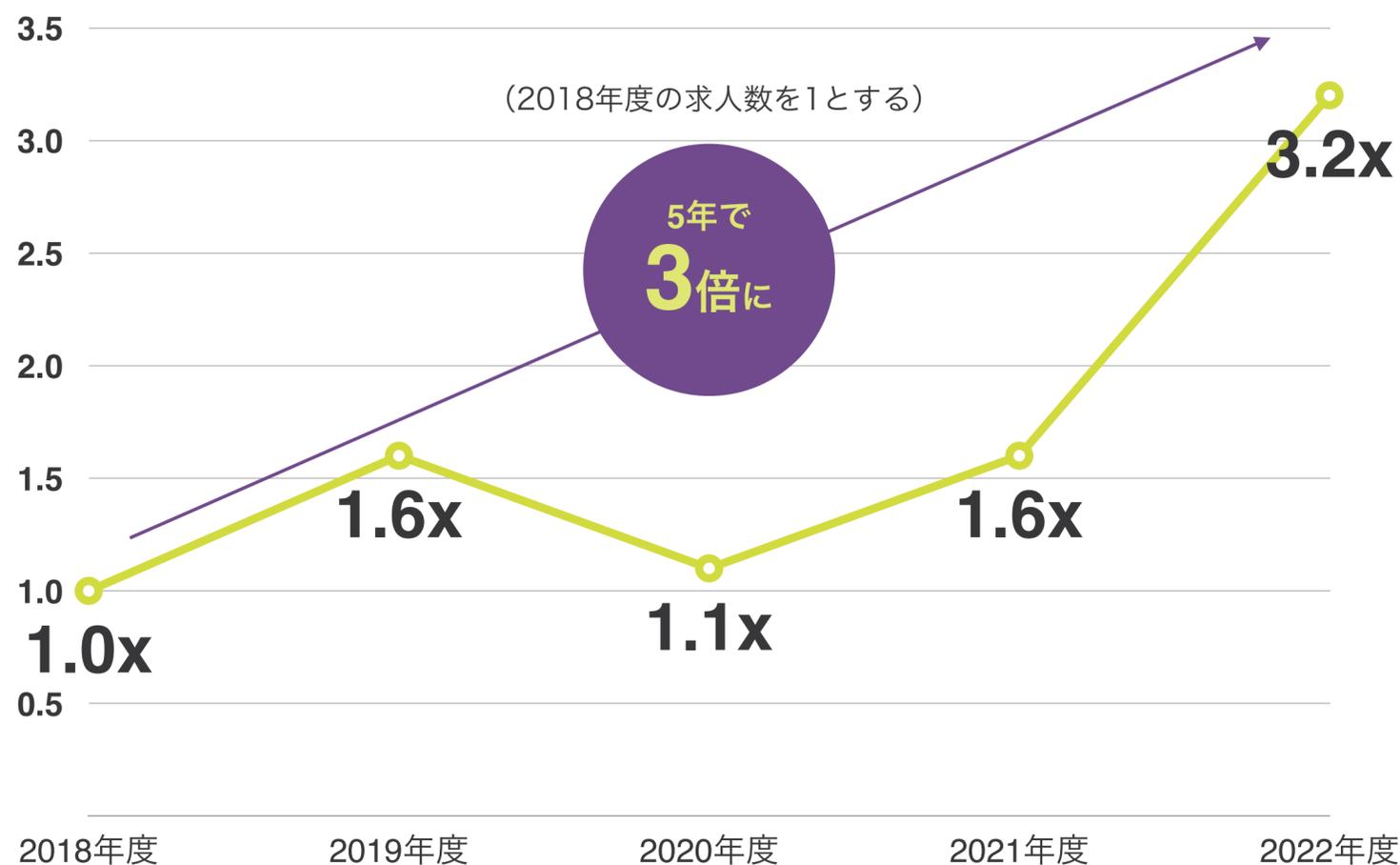
現在の職種 業界を軸に転職先を探す	スタンス	現在の仕事を続けたくない
より良い条件や就労/成長環境にいきたい	動機	現状の生活や職場環境から抜け出したい
スカウトやエージェントの複数利用	転職サービス利用	エージェントを知らない/単一利用
複数の転職先候補から条件で選ぶ	転職の選択肢	早く決まった企業に決める
2~3回+適性検査やリファレンスチェック	1社あたり面接回数	1~2回
3~4ヶ月	転職活動期間 (平均)	1ヶ月

注記：

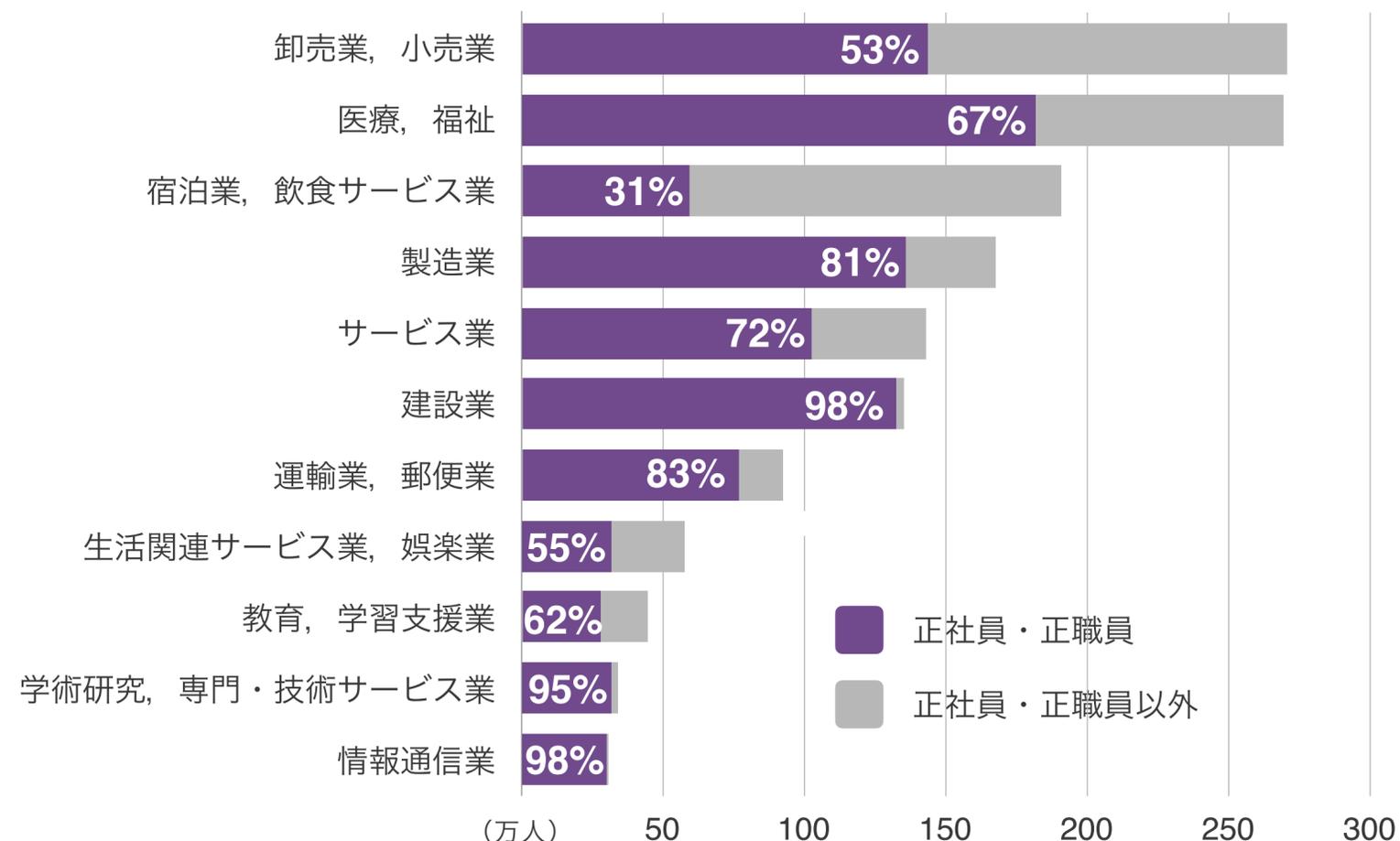
(1) 弊社調べ

多くの業界で非正規雇用では担えない業務が存在 未充足求人数は非正規雇用よりも多い

未経験正社員求人推移⁽¹⁾



産業別の未充足求人数（正規雇用・非正規雇用）⁽²⁾



出典：

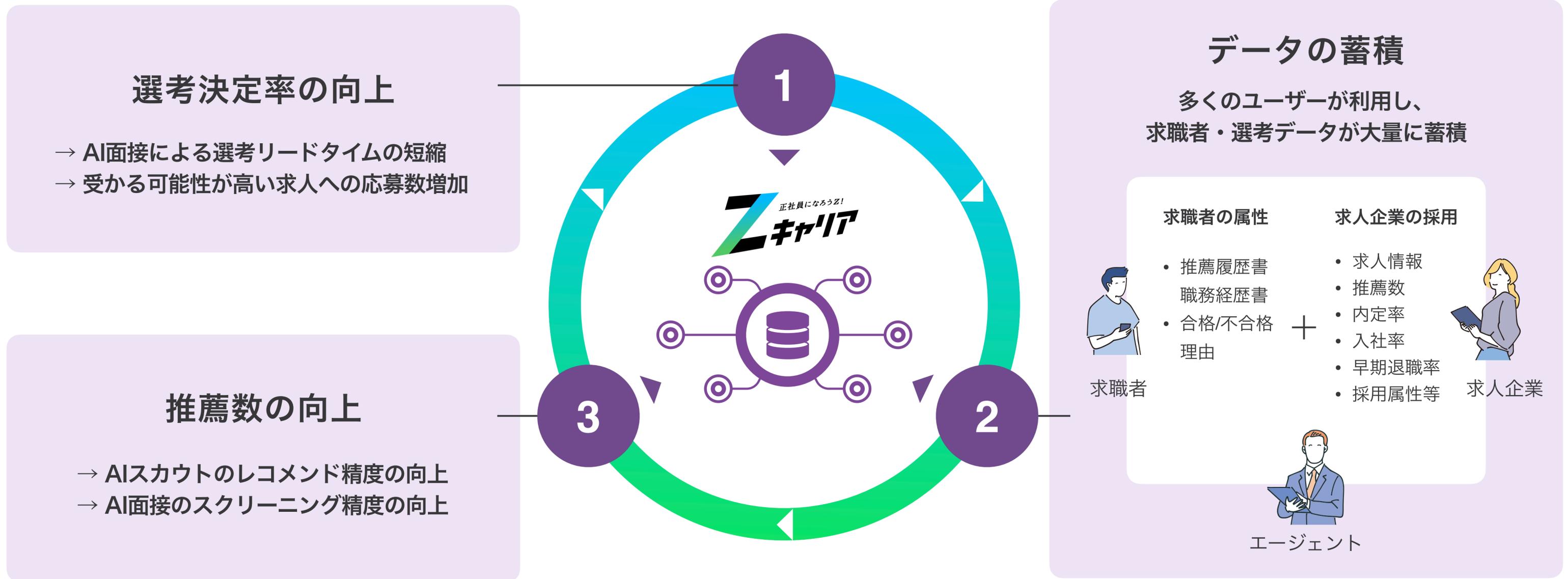
(1) リクルートによるプレスリリース「未経験求人が2018年度比で3.2倍に増加。2022年度で急増 新たな業界・職種へチャレンジできる機会が増加」

(2) 厚生労働省「令和6年分 雇用動向調査」、「令和6年賃金構造基本統計調査」

AIを活用した2つのプロダクトが採用プロセスを大幅に効率化 収益性の改善、収益源の増加に期待



プラットフォームのデータ活用 x 生成AIで、 求職者、エージェント及び求人企業にスムーズな選考体験を提供



ノンデスクワーカーの生活水準の底上げは、 結婚や子育てに結びつく社会的なインパクトの大きいビジネスである

ESG（環境・社会・ガバナンス）

社会的インパクト

Environment
環境課題への取り組み

- ・ 気候変動対策
- ・ 温室効果ガスの排出量の削減
- ・ 産業廃棄物や公害の撤廃

Society
社会課題への取り組み

- ・ 労働条件の適正化
- ・ 機会均等の遵守
- ・ 従業員の多様性の促進

Governance
企業統治への取り組み

- ・ 企業倫理の遵守
- ・ コンプライアンスの遵守
- ・ コーポレートガバナンスの整備



背景と目的

- ・ 少子高齢化やサービス産業化の進展により、構造的なミスマッチが発生
- ・ 構造的なミスマッチを解消することで、自分らしく働きながら、日本の平均所得が上昇し、新しい生き方を創造

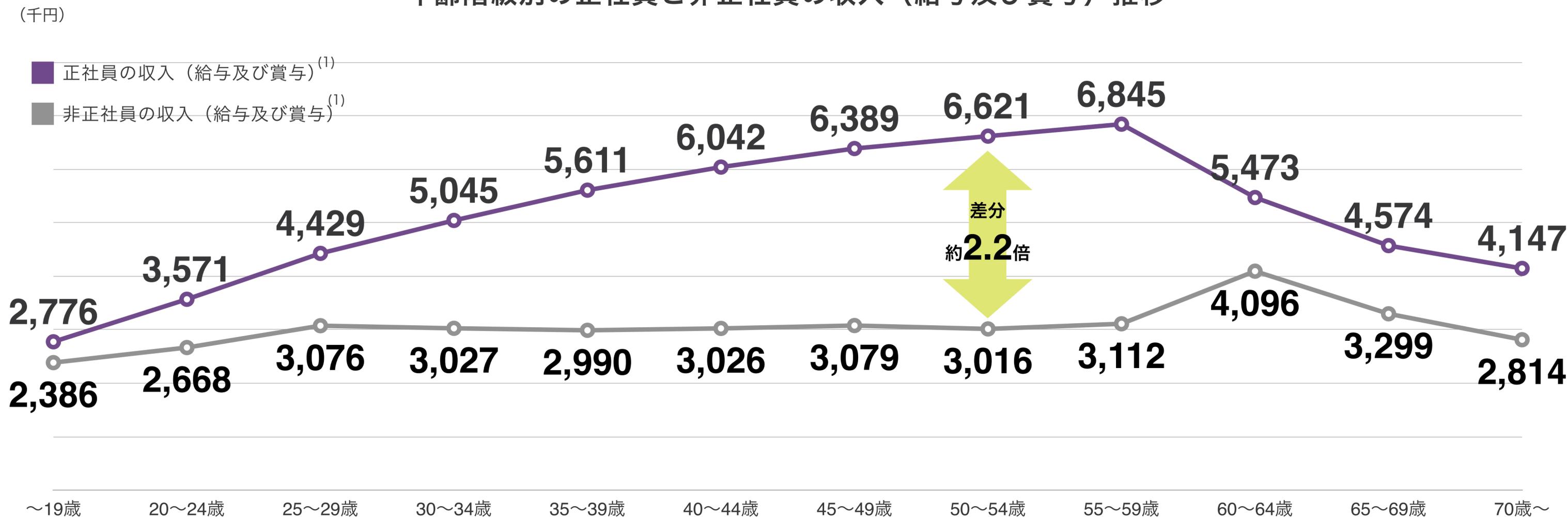


社会的インパクト

- ・ ノンデスクワーカーの就職支援
- ・ ノンデスクワーカーの就職支援を通じて、日本の平均所得が上昇し、結婚や子育て等自分がやりたいことにチャレンジできる社会の創造

正社員と非正社員では年齢とともに収入格差は拡大 将来を考えて正社員を希望

年齢階級別の正社員と非正社員の収入（給与及び賞与）推移



出典：

(1) 厚生労働省「令和6年賃金構造基本統計調査」（年齢階級別きまって支給する現金給与額、所定内給与額及び年間賞与その他特別給与額）