



2024年10月15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 取締役 上級執行役員  
SVP of Corporate 山田 浩輝  
(TEL. 03-6777-7083)

### ロード・ショーでよくいただいた事業計画に関する質問と回答

日頃より、当社に関心をお寄せいただきありがとうございます。2024年8月20日から2024年8月30日までのロード・ショー期間に投資家様よりいただいた主なご質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェアディスクロージャーを目的とし、開示するものです。

回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

以 上

**Q1. 来期（2025年9月期）業績は黒字転換するのでしょうか。**

A1. 当社は来期（2025年9月期）業績に「戦略的な成長投資」として、ノンデスクワーカー向け転職プラットフォーム『Zキャリア』の認知拡大を目的としたマス広告の実施を計画しております。また、そのマス広告の効果最大化、ならびに中長期的な利益成長に向けて、①マス広告による登録者増加の受け皿となる組織体制の強化ならびに配置転換、②成約率向上を目的としたダイレトリクルーティング機能の強化を計画していることから、来期（2025年9月期）業績においては赤字が継続することを見込んでおります。特に①の影響に伴い、一時的に生産性が落ちる可能性もあることから、赤字幅が2025年9月期の上期（第1及び第2四半期）に偏重することが考えられます。

なお、「戦略的な成長投資」を実施する理由は、①ノンデスク領域の人材不足は今後益々深刻化すること、②『Zキャリア』における求人企業側の採用需要はすでに十分確保されていること、③現時点において直接的な競合他社が存在しないこと、から当該領域において早期に「正社員になるならZキャリア」と第一想起される独自のポジションを確立することで、中長期的な成長ポテンシャルの最大化を図るためです。

当社はマス広告の費用をかけずに安定的な成長をするよりも、マス広告を実施することにより、スピード感のある成長を実現することで、ノンデスク領域の市場約6,500億円（※1）における圧倒的なポジションを早期に確立し、持続性の高い成長を実現したいと考えております。

なお、来期（2025年9月期）業績予想は、2024年11月13日の2024年9月期決算発表・決算説明にて公表いたします。

※1：年間転職者数（約209万人）に対して、国税庁「令和4年分民間給与実態統計調査結果」における年収400万円未満比率（約52.0%）及びZキャリアの平均採用単価（約60万円）を乗じて算出

**Q2. 来期（2025年9月期）業績はマス広告を除けば黒字転換するのでしょうか。**

A2. 当社の来期（2025年9月期）業績は、マス広告の費用を除けば黒字転換する見通しを立てております。

一方で、Q1への回答で述べた通り、マス広告の効果の受け皿となる組織体制の強化ならびに配置転換の影響に伴い、一時的に生産性が落ちる可能性があることから、2025年9月期の上期（第1及び第2四半期）はマス広告の費用を除いた場合でも赤字が見込まれます。一方で下期（第3及び第4四半期）は黒字転換すると考えられ、通期ではマス広告の費用を除いた形での黒字予想となっております。

**Q3. マス広告による投資効果が発生する時期はいつでしょうか。**

A3. マス広告による投資効果は、早ければ2025年9月期の下期（第3及び第4四半期）から業績に寄与し始め、本格的には2026年9月期以降から投資回収期になると見込んでおります。

なお、来期（2025年9月期）業績および、中期的な目標には、マス広告による業績貢献は一切織り込んでおりません。マス広告の実施およびその効果に関わらず、中期的な目標としている「売上高100億円」、「営業利益率20%」を実現できると考えておりますが、Q1への回答で述べた通り、ノンデスク領域における中長期での市場ポジショニングの確立と持続的な成長を実現するために必要な投資と考えております。

一方で、マス広告の実施により会員登録数が順調に増加した場合、売上高の増加に加え、従来の求職者集客の広告・宣伝費抑制にも繋がることから、赤字幅が減少する可能性がございます。

**Q4. 経営方針として2026年9月期以降も投資を継続するのでしょうか。**

A4. 2026年9月期以降のマス広告への「戦略的な成長投資」は、現時点において確定した事実はなく、2025年9月期に限定した一過性の施策と位置付けております。「マス広告の規律」として、投下した広告費を上回る明確な売上高・利益成長への効果が得られる場合には、2026年9月期以降の投資継続を検討して参ります。