

個人投資家向け会社説明会 ミーティングメモ

株式会社アトラエ (6194)

開催日：2025 年 9 月 13 日(土)

場 所：大和コンファレンスホール（東京都千代田区）

説明者：代表取締役 CEO 新居 佳英 氏

1. 会社概要

- ・ 2003 年創業、今年 22 期目を迎える People Tech Company です。People Tech とは、「テクノロジーによって人の可能性を広げる事業を創造していく」という想いを込めて作った造語で、世の中に生きがいや働きがいを増やしていくミッションをもった事業領域のことです。2016 年に東証マザーズに上場、2018 年 6 月にプライム市場に市場変更しています。
- ・ 当社が目指すのは、世界中の人々を魅了する会社をつくることです。このビジョンには、全ての社員が誇りを持てる組織と事業の創造にこだわり、関わる人々がファンとして応援したくなるような魅力ある会社であり続けたいという想いが込められています。そして日本を代表するグローバルカンパニーとして、世界中の人々から必要とされる存在を目指しています。
- ・ 「会社とは、関わる全ての人々が幸せになるための仕組み」だと考えています。「関わる全ての人々」とは、社員、お客さま、株主、パートナー、そして社会そのものを指し、その会社が存在することによって、みんなが幸せになることが一番の目的です。
- ・ 経営していく上で大切にしているのは、「社員の幸せ」「ユーザーの幸せ」「株主の幸せ」「社会への貢献」の四方よしです。優秀な社員がいきいきと働くことで価値のあるサービスを創造し、それによってユーザーや企業の方々が価値を感じ、健全な売上を提供いただく。それを適切にコントロールして利益を出すことで、株主の皆さまに還元します。多くの投資を集めた結果、さらなる事業投資や雇用拡大、納税等で社会貢献していきます。この繰り返しによって、また社員が誇りをもって頑張ります。「世界中の人々を魅了する会社」を実現するためには、このサイクルを回しながら、社員がさらに増えて、ユーザーも増えて、世界中の人たちに使っていただく。世界中の株主が応援していただいて、日本だけではなく世界中の社会と関わるような会社になっていくこと、これが将来的なビジョンのイメージです。

2. 事業について

- ・ 当社の主力サービスである、Green（グリーン）と Wevox（ウィボックス）について説明します。

【Green】

- ・ 成功報酬型求人メディアの Green は、転職希望者と採用企業の最適なマッチングをテク

大和インベスター・リレーションズ(株)（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

ノロジーによって提供するサービスです。約 19 年運営しており、人材の流動化を促進し、最適配置の実現に挑戦しています。

- ・ 世の中の求人メディアは「広告型」が主流ですが、当社は人を採用できた場合のみお支払いいただくビジネスモデルを業界で初めて作りました。職種ごとに設定された一律の固定料金システムにより、非常に安価に採用できる仕組みとなっています。
- ・ ダイレクトリクルーティングを可能とするプラットフォーム型サービスにより、ベンチャー企業や地方の会社であっても、優秀な人材を採用できる可能性が十分にあります。
- ・ テクノロジーによって人と企業の最適なマッチングを実現する例として、旅行代理店のマーケットをモデルに説明します。30 年前は、旅行代理店で航空券のチケットを取ったり、ホテルやツアーオプションを予約したりしていましたが、今はほとんどの方がインターネットの旅行サイトで予約されています。当社は、まさにそれに近いモデルを人材紹介というマーケットで行いました。
- ・ **Green** は 19 年間展開しているため、とてつもない量の独自データを持っています。このデータを解析することによって、人が間に入るよりも高精度で最適なマッチングを実現できます。また、テクノロジーを利用することでオフィスのスペースや社員数が格段に少なく、人材紹介会社と比べて圧倒的なコスト競争力を有しています。類似のビジネスモデルもありますが、データの蓄積等を鑑みても、他社がわれわれの領域に追いつくことは非常に難しいと考えています。その結果、当社は IT 系人材に強みを持つサービスとして展開していますが、昨今はさまざまな業界でデジタル化が進み、非常に多くの企業にご利用いただいています。
- ・ 昨今、**Green** にも AI を搭載し始めています。AI が間に入ることによって、さまざまな機能を提供し、より滑らかで効率的なマッチングの実現に挑戦しています。
- ・ 日本の人材紹介市場は 4,000 億円以上あります。当社はこの市場をテクノロジーによってリプレースしたいと考えていますが、当社の占有率は 2%程度なので、まだまだシェアを伸ばすことができます。人によるサービスがテクノロジーに置き換わっていく流れは不可逆なので、今後もマーケットのシェア拡大に挑戦していきます。

【QUOL】

- ・ 現在開発しているのが、AI キャリアエージェントの QUOL（クオル）です。新しいサービスとして展開していますが、やっていることは **Green** と変わりません。「人と組織をいかに AI で最適なマッチングを実現するか」に対し、さらに人智を超えたサービスを提供するために挑戦しています。
- ・ たった 10 分の対話で、高精度・高次元の人材アセスメントが可能です。AI キャリアエージェントとやりとりをすることで、自分のキャリアの分析や今後の可能性、最適な求人を提案してくれます。AI が人智を超えていくことは間違いありません。必ず世の中のスタンダードになると思います。人材と企業のマッチングを長年研究している当社が、AI を使った新しいサービスを手掛けるところがポイントです。

-
- QUOL の特徴は、「人智を超えた高い付加価値」の実現です。また、転職者の年収の 30%～35%をフィーとした「収益性の高いビジネスモデル」です。そして、19 年間の Green の運営で構築した「優良な顧客基盤」をそのまま活用できます。Green×QUOL で人と企業の最適なマッチングを実現し、マーケットシェアの獲得を目指していきます。将来的に Green と QUOL が同じサービスになる、もしくは QUOL が Green に搭載されるなど、非常に大きな可能性があると思っています。

【Wevox】

- Wevox はパルスサーベイと機械学習を用いた組織力向上プラットフォームで、働きがいのある組織を増やすために支援するサービスです。組織のコンディションや社員の意欲、生産性を高めたり改善したりできます。
- 一つ目のポイントは、エンゲージメントの可視化です。エンゲージメントとは、モチベーションやロイヤリティに近いもので、従業員がその仕事に対して自律的・能動的・意欲的に働いている度合いを定量化して見えるようにするサービスです。二つ目は、テクノロジーの活用によって、組織の課題や社員の意欲が下がっている理由が明確に分かります。三つ目は、SaaS モデルによる低価格の実現で、一人あたり月額 300 円～600 円で利用できます。
- Wevox は組織力を高めるためのサービスです。組織力とは、従業員の心理状態や特性、相性、組織カルチャー等の要素から構成される組織のビジョンや戦略を実現する力のことです。経営陣だけ、人事だけが使うのではなく、現場のチーム、社員、マネージャーの方々が使います。お互いに役割分担をしながら、どうやったら組織力を高められるかを対話したり、議論したり、確認したりできます。
- チームごと、年代ごと、職種ごとに分析できますが、組織の課題はどこにあるのか、強みがどこにあるのかを簡単に見ることができます。人間ドックのように、どこがいいのか悪いのかを全て可視化して、課題が見えるようになります。パッと見てもどこが悪いのかよく分からない場合は、AI に質問すればすぐに分析して要約してくれます。
- メンバーサポート解析機能により、個人のパフォーマンス向上を促し、離職の未然防止をサポートします。本人も気づいていない段階から予測できるモデルを使っているため、人事としてはエンゲージメントが下がっている社員を早めにサポート・異動させ、優秀な人材の流出を防ぐことができます。
- おかげさまで、6 年間で約 4,000 社の企業・組織に導入いただいています。毎月、何万人もの方々がアンケートに回答されるため、膨大なデータが蓄積しています。これらを解析して予測モデルを使っているため、データが参入障壁となっています。他社が同じサービスを作ったとしても、このデータがない限り、当社と同じような分析はできません。
- 営業面では、三井住友フィナンシャルグループ（以下、三井住友 FG）との合弁会社、SMBC Wevox 株式会社を通して、東名阪 100 以上の営業所の方々が Wevox を提案して

くださっています。彼らは全国 5 万社の顧客基盤を持っているので、人や組織の問題に悩む経営陣に積極的に提案しており、一番の営業チャネルとなっています。当社は支社がなく、営業マンも多くありませんが、北海道から九州まで、幅広い企業に Wevox を導入できています。

- ・ 認知向上施策として、タクシーのサイネージへの動画広告の出稿など、さまざまな広告戦略を展開しています。
- ・ 潜在的な市場規模は、国内で年間 2,400 億円～4,800 億円程度と考えています。当社はリーディングサービスとして、この市場を速く、多く取っていくことに挑戦しています。

3. 業績予想の修正及び株主還元

- ・ 2025 年 9 月期の通期業績予想については、下方修正を行っています。Green 自体は AI を搭載して進化していますが、競争環境の激化と Green の付加価値を高めきれていない点があり、プロダクト自体の伸びが鈍化している状況です。一方で、Wevox は 30% 以上のスピードで堅調に伸びていますが、Green の売上収益率が高いことによって、インパクトはかなり大きくなっています。
- ・ 営業利益も 21 億円から 18 億円に下方修正しています。ただし、通期売上高 77 億円、営業利益 18 億円で、Green が鈍化しているとはいえ高い収益性を実現しています。
- ・ Wevox も Green も収益力は非常に高いサービスです。グロース銘柄ですので、これからも売上利益を出して株価を上げていくことがベースにはなりますが、それと同時に、豊富な資金力・収益力を生かして株主還元もしっかりと回していきたいと思っています。
- ・ 株主還元としては、自己株式の取得及び消却と、配当の実現です。この二つを実施していくことで、株主の皆さまにはしっかりとした年間の配当と株式の利回り、また会社の成長による株価向上のメリットの両方を提供していきます。
- ・ 今期以降の成長戦略です。Green と QUOL については、AI を使ってより付加価値の高い、差別化したサービスへ進化させることが重要になっています。いったん広告宣伝費を少し抑えて、まずは AI を使った価値の高いプロダクトへ進化させることを第一に考えています。ただし、来期中には必ずジャンプします。そのタイミングまでにプロダクトを磨き上げていくことが一番大事だと思います。一方、Wevox は順調に伸びているので、来期は今期以上のスピードで成長させる自信を持っています。
- ・ 資本政策については、配当や自社株買い、消却、会社の成長による株価の向上によって株主還元をしっかりと行っていきます。
- ・ ROE/ROIC の目標は 20%以上を掲げています。プライム市場の全産業の平均 ROE は 9.26%しかなく、非製造業でも 10%弱しかないため、20%は非常に高い目標ですが、当社の収益力を考えれば十分可能なラインだと思っています。
- ・ 今後の方針として、今期から個人の投資家様向けの説明会や対話の機会を設けています。より多くの投資家の方々にファンとなっただき、長期にわたって応援していただ

る会社でありたいと考えています。

4. 2025 年 9 月期第 3 四半期実績

- ・ 売上高は 56.43 億円、営業利益は 13.39 億円となり、当初の業績予想には若干届かない可能性が高いです。その一方で、第 3 四半期の利益率は過去最高で、非常に高い収益を出しています。Green が少し伸び悩んでいるところが一番影響していますが、Wevox の売上高は 31.4%増加し、前年対比でも高い成長率を実現しています。
- ・ 株主還元はしっかりと行い、自社株買いと配当を併せた総還元性向は 166.9%を見込んでいます。積極的に株主還元をしていく方針の表れとしてご認識ください。
- ・ 営業利益率は 31.4%まで高まっていますが、これは Green の広告宣伝費を抑えてプロダクトの開発・改善のほうにリソースを割いているため、利益が出やすい期になっています。プロダクトの価値が高まったら、一気に広告投下をして売上を伸ばしていくタイミングが来ると思いますが、今は利益率が非常に高い状態を維持しています。
- ・ 2025 年の第 3 四半期の売上高と営業利益は過去最高となっています。本質的な成長はこれからだと思っているので、AI 技術の進化を徹底的に取り入れ、「人と企業の最適なマッチングをテクノロジーで実現する」という理想に近づけていきたいと考えています。また、Wevox は世の中の企業・経営者がニーズとして強く持っている「人が辞めてしまう」「人を採用できない」「人がいきいきと働かない」という課題を解決するサービスです。さらにその価値を高めながら、より多くの企業に使っていただくことで働きがいのある社会の創造に挑戦していきます。

5. 質疑応答

Q1. 御社の社名「アトラエ」の由来について、ビジョンやフィロソフィーとの関連も含めて教えてください。

A1. アトラエには、「魅了する」「惹きつける」という意味があります。世界中の人々を魅了する会社をつくりたいという思いから、世界共通言語であるエスペラント語（*atraer*）から社名を取っています。

Q2. 創業から現在に至るまでに、事業の方向性や企業文化に影響を与えたターニングポイントがあればお聞かせください。

A2. 創業からつくりたかった会社や事業のイメージは大きく変わっていませんが、22 年間事業をやっている中で、リーマンショックもコロナも経験しています。そのたびに業績が下がり、非常に難しいタイミングが来ましたが、さまざまな壁を乗り越えるたびに組織やカルチャーが飛躍的に強くなっている実感を持っています。また、それを一緒に乗り越えてきた仲間が存在が、現在のアトラエの最も大きな武器になっています。

Q3. People Tech とはどういう意味か教えてください。

A3. 日本は、生きがい・働きがいに関する調査において、先進国の中で最下位です。日本はいきいきと働いていない、働きがいを持っていない国 No.1 というレッテルを貼られています。これだけ勤勉な国にもかかわらず、ホワイトカラーの生産性が先進国で一番低いと言われている理由は、働きがいがない、もしくは意欲がないからだと思っています。日本全体が働きがいの改革をしなければいけない局面にきています。「HR テック」という言葉がよくありますが、当社がやりたいのは人事とか労務ではなく、人の可能性を拡げて、いきいきとするような社会をつくっていくことです。HR テックでは少し誤解を招きやすいため、われわれの本質的な思いを伝えるために作ったのが「People Tech」という言葉です。

Q4. 上智大学理工学部を卒業後、インテリジェンス社に入社し、その後起業された経緯を教えてください。

A4. インテリジェンス社は、当時 100 名ほどの無名のベンチャー企業でした。私が就職した 1998 年はまだインターネットがほとんどなかったので、リクルートブックという分厚い冊子からハガキを切り取って就職活動していました。いきいきと熱量を持って、スポーツチームのようにワクワクしながら仕事をしたいと思いましたが、どうやら世の中の会社はそういう感じではないようだということに気づきました。就職というものに失望しかけて、もう就職活動をやめようかと思っていたのです。

いろいろ考えていたときに、ないのだったら自分でつくればいいじゃないかと思い、大学 3 年生の時に起業を志すようになりました。ただ、当時は資本金が 1,000 万円ないと株式会社もつくれず、本屋に行っても、飲食業の開店の仕方とかジャック・ウェルチや松下幸之助の本しかなく、どうやって起業するかもよく分からない。そんな時代でしたので、どこかで修行をしてから自分が理想とする会社をつくろうと思い、経営者の近くで 1 年目から登板させていただける会社を探し回った結果、インテリジェンス社に出会いました。最終面接で、当時 USEN の社長だった宇野元忠氏に「私は 1、2 年で起業すると思いますが、必ず給与の何倍もの成果を出すので雇ってください」と言ったら、面白い奴だということで雇っていただきました。そんな経緯ですので、起業する際もご理解を頂いていました。

Q5. 新居社長は、今後も創業者兼 CEO としてアトラエの経営にコミットされると考えてよいでしょうか。

A5. 私は 35%以上の株を持つ大株主なので、当然ながらこの会社の経営と未来について責任を持っています。まだまだ元気で意欲を持っている人間だと自負しておりますので、この力をしっかりと社会価値に変えてまいります。

Q6. 御社が競合として意識されている企業はどこでしょうか。また、競合他社と比較した際の御社の競争優位性についてご説明ください。

A6. 特別に意識している企業はございません。社会において本当に価値があるプロダクトを作っていけるかというところが唯一、非常に難しい課題だと思っています。

当社の課題は、「人と組織をどうやって最適にマッチングしていけるのか」「どうやったら世の中の多くが働きがいのある組織に変わっていくのか」の2点を、テクノロジーを使って実現するために戦っています。そこを目指して戦っている会社は他にはないと思います。だからこそ「People Tech Company」という造語で自分たちを表現しています。

Q7. いつまでに株を購入したら配当の対象になりますか。

A7. 9月26日（金）までに購入していただければ配当対象となります。

Q8. 成功報酬型求人メディア **Green** について、他社サービスと比較した際の差別化ポイントとユーザー・企業双方からの評価についてお聞かせください。

A8. 企業から見たメリットは、人を採用しない限りはお金がかからないことです。求人広告の場合、先に広告を出すと採用できなくてもお金がかかってしまうので、掛け捨てになるリスクがあります。一方で、当社のサービスは採用したら支払いが発生するため、企業にとって非常に大きなメリットがあります。

ユーザーの方々は、人材紹介会社に行っても「本当に自分にとっていい情報を全て教えてくれているのか」という部分で難しいケースもあります。当社のサービスは、自分で積極的に情報を見て、探して、調べることができます。人のバイアスがかからずに、多くの企業の情報をしっかりと認識できることが強みだと思っています。

一番重要なのは、この両者をどうやって最適にマッチングするかということに、あらゆるテクノロジーを用いながら進化させていることです。われわれの理想にはまだ届いていませんが、AI という技術ができたことによって、近い将来、人智を超えるような効率的・合理的なマッチングができるようになります。これができれば、より差別化して、強みとして生きてくると思っています。

Q9. **Green** のアクティブユーザー数が減少傾向にある背景と今後の改善施策、成長見通しについてご説明ください。また、KPIの一部が目標未達となっている中で、今後の成長余地についてはどのように捉えていますか。

A9. 今、広告宣伝費を少し抑えています。その理由はマッチングやユーザーに対する付加価値において、競争力が若干衰えているからです。その結果、**Green** が伸び悩んでいるため、今すべきことはマッチングの付加価値を高めることだろうということで、1年半ほど積極的にリソースを投下しています。広告マーケットの競争率は高くなっており、広告の費用対効果は非常に悪い状態です。この状態かつ、マッチングの部分をもっと良

くしていかなければいけない段階で広告の投下合戦に入ってしまうと、収益力が一気に悪化していきます。したがって、現在は最も適正で効率的な広告のみに抑えながら運営をしつつ、時間を頂きながらプロダクトとしての価値を上げることにリソースを割いている状況です。

今はユーザー数、ターゲット数が短期的に下がっていますが、それはあくまでも広告宣伝費を抑制している結果です。しっかりと広告宣伝費を投下すれば、ターゲットユーザー数は一気に復活すると考えています。今は、プロダクトを磨き、マッチングのテクノロジーをしっかりと作り込み、より価値が高いものにしていくことが最優先で、これから長期的に伸ばすためには重要なポイントだと思っています。

Q10. 御社のサービスは外国人人材にも対応していますか。

A10. **Green** につきましては、日本語ができる方が対象です。日本語で検索して日本の会社に面接に行くことができれば、国籍を問わず使っていただけます。

一方、**Wevox** につきましては既に海外の会社でも利用されています。これは海外で営業しているということではなく、現地法人が使い始めて親会社に導入されたり、**SMBC** グループのように全世界で 10 万人に使われたりしています。9 言語で利用でき、グローバル対応もしっかりと進めています。

Q11. **QUOL** の売上貢献は、来期のどのくらいのタイミングでしょうか。

A11. 売上として返ってくるのは 4~5 月以降だと思いますが、大きな粗利益率のサービスとなるため、この下半期にしっかりと収益貢献できるスピード感で開発していきたいと思っています。

Q12. テクノロジー、AI の先端技術習得が肝となりますが、どのように技術を習得しているのでしょうか。工夫している点を教えてください。

A12. 特別な工夫はしておらず、日本を代表するトップレベルの人材がそろっていることが一番の強みです。当社の AI を司っているメンバーは、東京大学大学院の博士課程を出た数学の博士のような人や、海外の大学院で博士号を取得した方、国立理系大学院生が何人もいて、日夜、AI やテクノロジー、ビッグデータを使ってどうやって人と企業をマッチングできるのか、どうやったら働きがいのある企業をつくり出せるのかを考えながらプロダクトに生かしています。

Q13. 組織力向上プラットフォーム **Wevox** について、売上成長率 30%達成見込みの背景をご教示ください。また、今後も同程度の成長率を期待できるのでしょうか。

A13. **Wevox** は当社のリーディングサービスとして、他に類を見ないプロダクトだと思っています。また、合弁会社の **SMBC Wevox** 株式会社が全国に営業していただけるという

非常に強い武器を持っています。三井住友 FG の行員の方々は年々 Wevox の提案に慣れてきているので、受注が効率的に、いいスピードで上がっています。来期も今期以上に成長させることは十分可能だと思っています。

Q14. Wevox のユーザー回答データが急進している要因と今後の拡大可能性について、定量的な目標があればお聞かせください。

A14. Wevox は年率 30%以上のスピードで成長し、回答データも比例して伸びています。回答データが伸びれば伸びるほど分かることが増え、分析結果の精度も高まります。これが参入障壁となり、他社が真似をしても、データを持っていない分スタートが遅れて差が縮まらないところがポイントです。結果的に飛躍的に差を広げていって、リーディングサービスとしてシェアが取れると思っています。

以上