



事業戦略・AI活用 説明資料

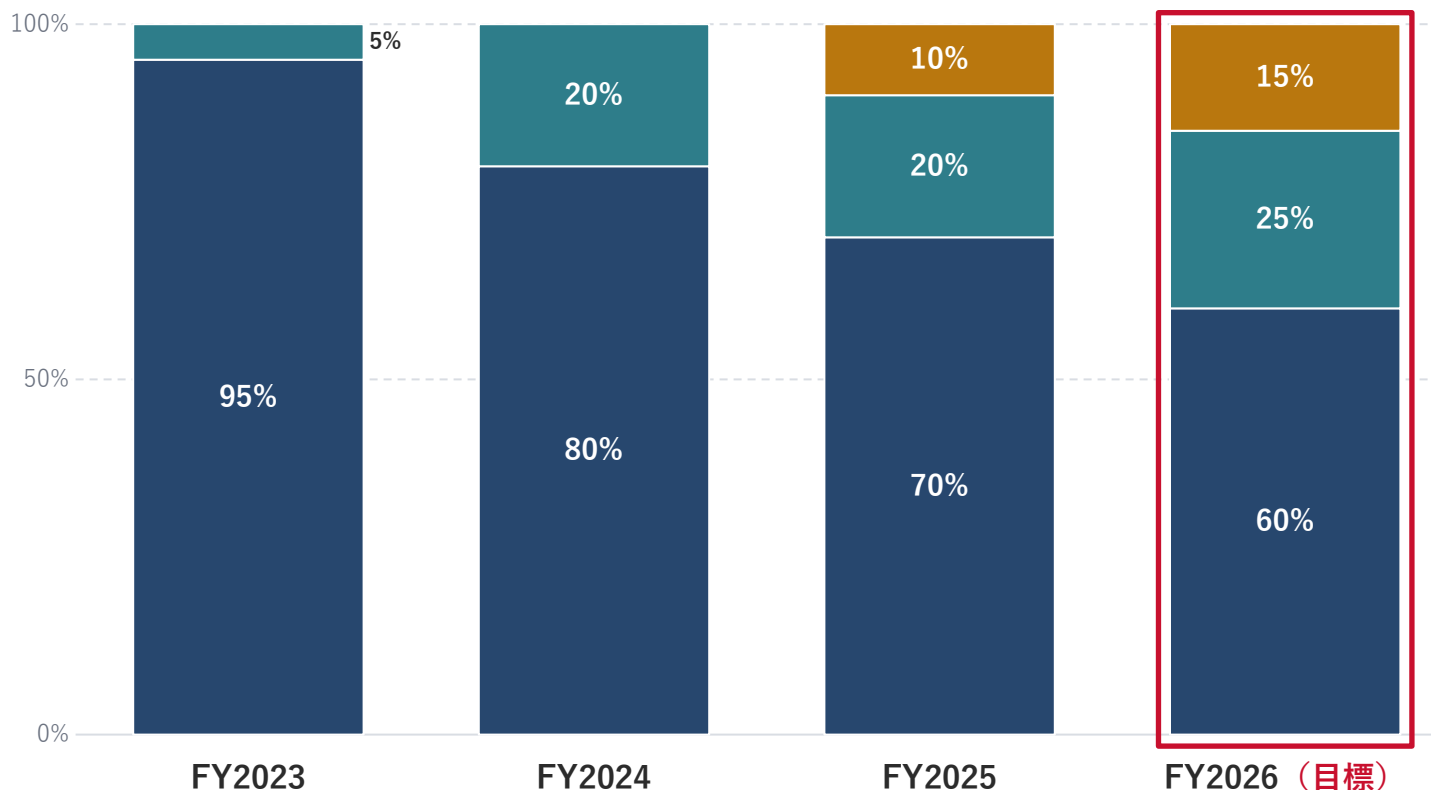
JOB PALETTE

2026年7月

1. 事業概況

既卒・第二新卒特化のレッドオーシャン化を見据え、事業を多角化 人材紹介依存 9.5割 → 6割 へ

人材紹介比率 9.5割 → 6割 へ



事業セグメント

- 人材紹介事業：既卒・第二新卒特化
→ FY2026は各特化サービスへ拡大
- 採用コンサルティング事業：RA・RPO
- コンサルティング事業：FY2025より開始

市場環境の変化（既卒・第二新卒特化）

～2023
ブルーオーシャン

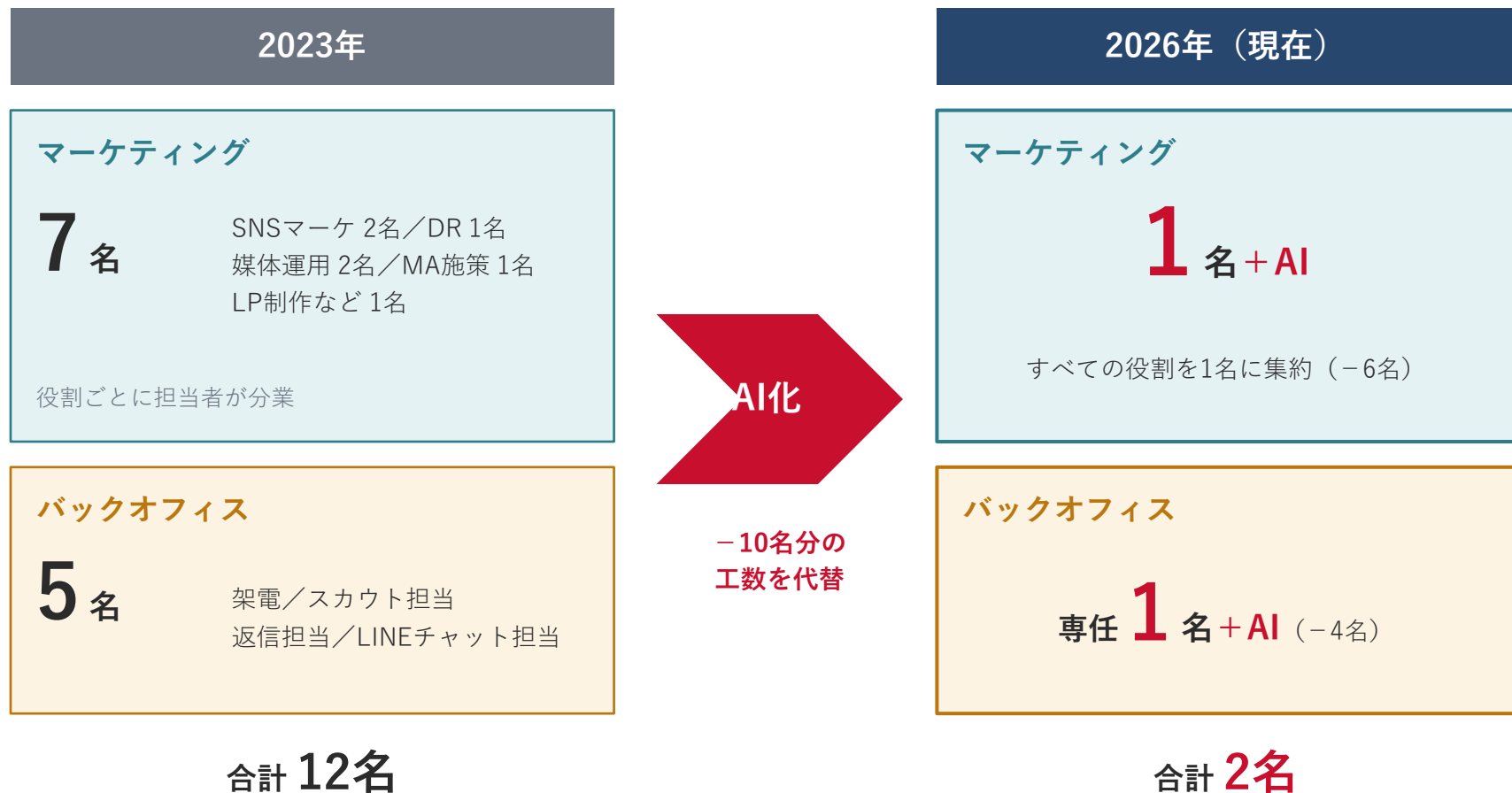


2年で
レッドオーシャン

新規の紹介事業所が軒並み参入し、競争が激化
→ 各特化サービス展開と事業多角化で先手を打つ

2. AI変革の進捗

AI実務適用が進み、マーケ7名・バックオフィス5名の業務を 計2名体制へ集約（－10名分／▲83%）



目指す姿 (Target Image)

営業・CAへ集中 (Focus on Sales/CA)

人的リソースは、営業とキャリアアドバイザーの実力強化へ再配分

少数精鋭・実力本位 (Small Elite, Performance-based)

強い営業 × 強いマーケの精鋭部隊として深く伴走する支援を提供

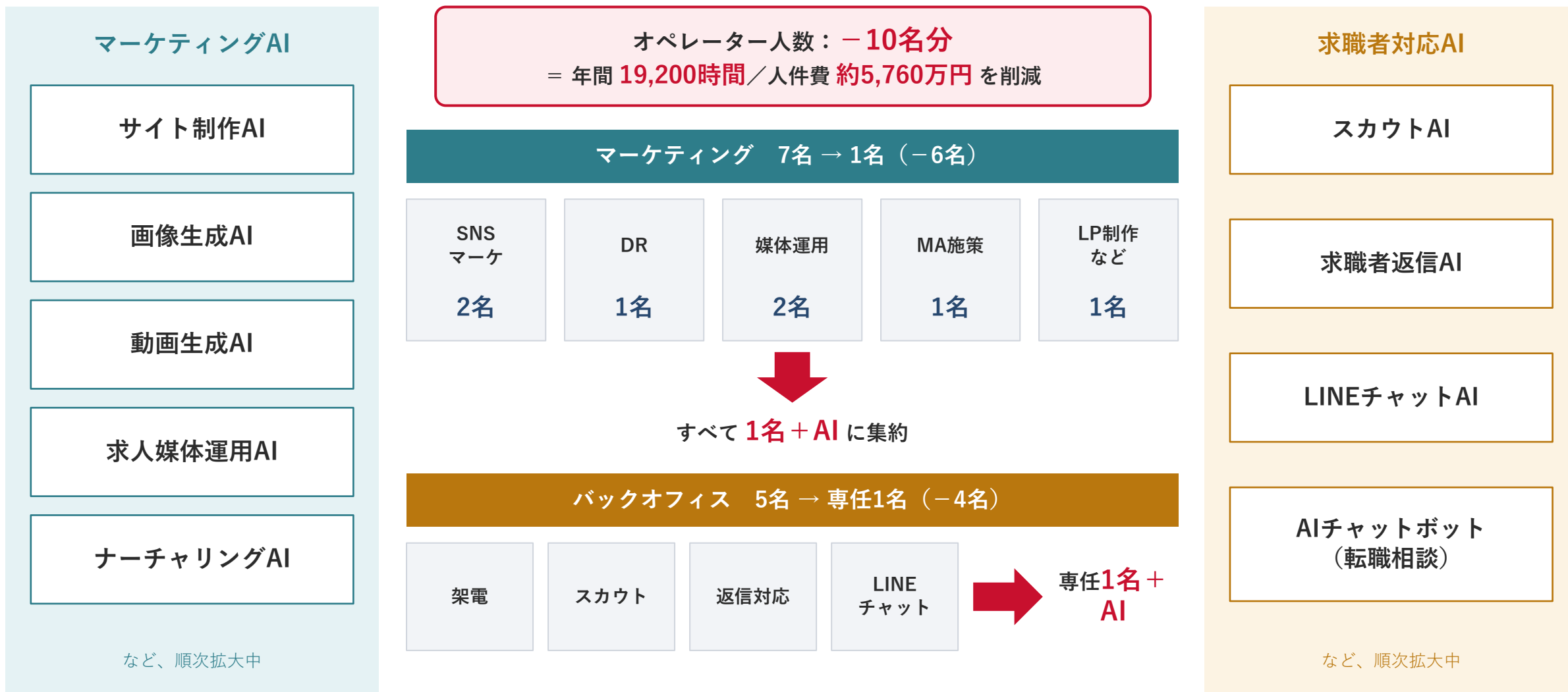
AIでさらなる効率化 (Further Efficiency with AI)

AI活用ノウハウを磨き、特化型転職サービスの創出へ展開

削減工数 年間 19,200時間 = 人件費換算 年間 約5,760万円 を削減

※1名＝160時間/月（8h×20日）×12か月、人件費3,000円/hで算出

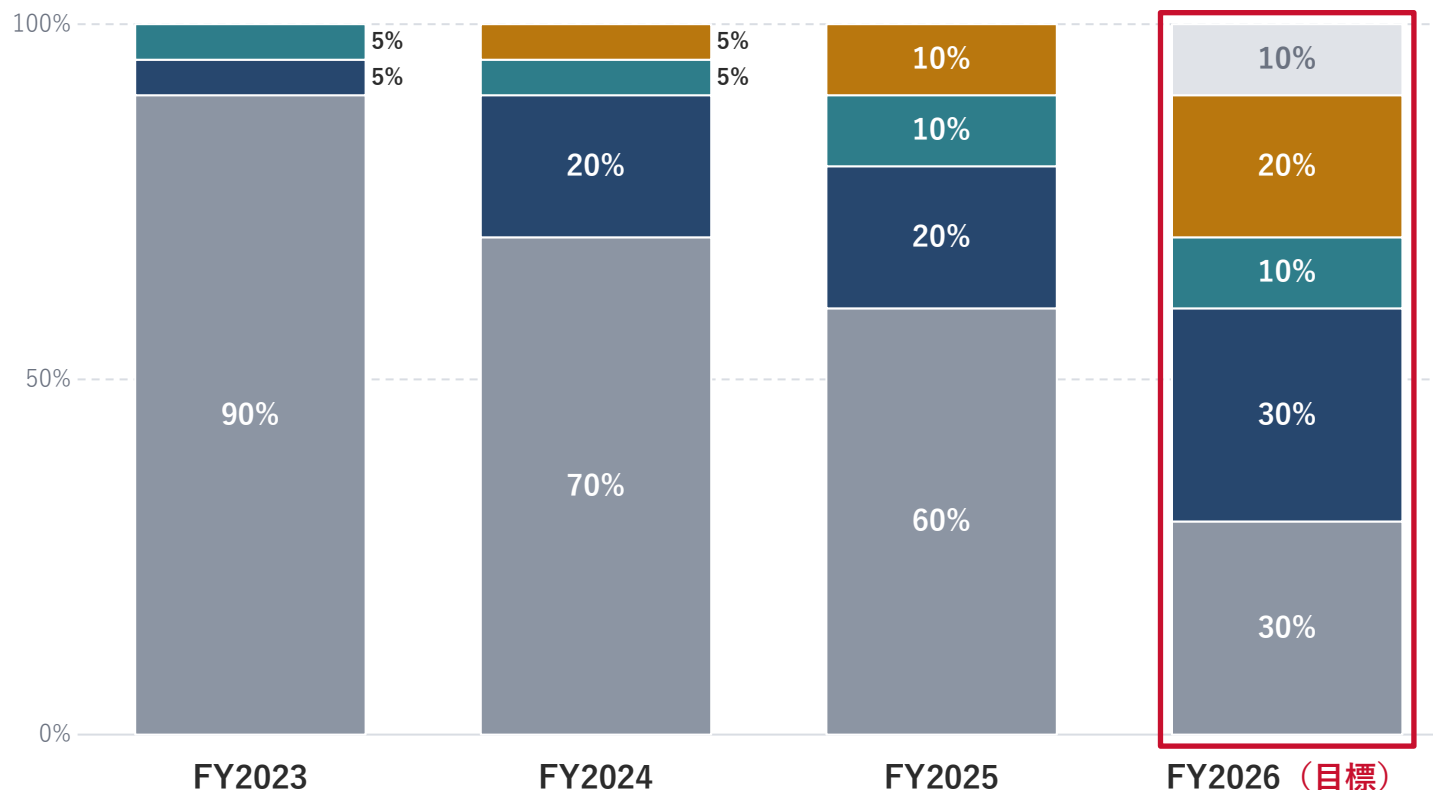
各業務領域でAI実務適用が進み、人的工数を割いていた作業を自動化



3. 集客戦略

求人媒体依存（9割 → 3割）から脱却し、流入チャネルを多様化 2028年にはオーガニック流入5割を目指す

求人媒体比率 9割 → 3割 へ



チャネル定義

- 求人媒体：Indeed・求人ボックス
- スカウト媒体：スカウト送信による直接接点
- リファラル：紹介・口コミ経由
- ペイド：コーポレート・サービスサイト・SNS経由

2028年までの目標

コーポレート・サービスサイト経由の
オーガニック流入 **5割** へ

ネガティブ訴求に頼らない「**正攻法の集客**」を高速で実行 **ゼロベースドブランディング × リファラルナーチャリング**

人材紹介業界の現状

- × 大手エージェントへのネガティブキャンペーン
- × 紹介会社同士のネガティブキャンペーン
- × SNS広告での誇大広告
(フルリモート訴求・「未経験事務 月収30万円」など実態と乖離した集客)
- × エージェントを否定する訴求で集客し、
エージェントへ送客するサービス

適切な職業紹介事業の運営にはマイナスにしかない



JOBPALETTEの正攻法

ゼロベースド
ブランディング

×

リファラル
ナーチャリング

業界特化型の転職サービス

ライフイベントに紐づいた転職サービス

所属CAの個性を生かした転職サービス

高速で立ち上げ・運営 → 2028年 オーガニック流入 5割 へ

正攻法が全国の事業所へ広がれば、紹介事業はより健全なものに

求職者 | 安心して転職活動ができる

採用企業 | 健全な採用活動を運営できる

4. 今後の展開

内製化で磨いたAIノウハウを外販・コンサルへ高速展開 2026年の情勢を踏まえ、SaaS化 → FDE化 へ方針転換

