



私たちは、変わる。

CHANGE PROMOTER.

JAIC 人と組織のチェンジ・プロモーター
ジェイック

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ジェイック（東証グロース：7073）

2022年4月

JAIC

会社概要P3

カレッジ事業についてP8

- ・事業領域とビジネスモデル
- ・顧客が抱える課題と当社の強み
- ・課題
- ・マーケットの未来と成長戦略
- ・売上計画とKPI

企業向け教育研修事業についてP46

- ・事業領域とビジネスモデル
- ・顧客が抱える課題と当社の強み
- ・課題
- ・マーケットの未来と成長戦略
- ・売上計画とKPI

リスク情報P62

全社成長イメージP64

会社概要



社名	株式会社ジェイック			
代表者	代表取締役 佐藤 剛志			
設立年月日	1991年3月			
本社所在地	東京都千代田区神田神保町一丁目101番 神保町101ビル7階			
資本金	2億5,869万円（2022年1月末現在）			
株主構成	株式会社エンスー	500,000株（55.3%）		
	佐藤 剛志	114,500株（12.6%）	、他	
役員構成	代表取締役	佐藤 剛志	取締役(社外)	大谷 美一
	常務取締役	近藤 浩充	常勤監査役(社外)	古江 嘉之
	取締役	古庄 拓	非常勤監査役(社外)	近藤 直
	取締役	東宮 美樹	非常勤監査役(社外)	神林 尚
	取締役	谷中 拓生		
	取締役	知見寺 直樹		
事業内容	カレッジ事業（教育研修、採用支援）			
売上規模	2,593,430千円（2022年1月期）			
従業員数	218人（パート・アルバイト等除く）（2022年1月末現在）			
拠点	東京本社、東北支店、横浜支店、名古屋支店、大阪支店、広島支店、九州支店、熊本オフィス、海外現地法人（上海）（※2022年1月末現在）			
総資産	2,118,644千円（2022年1月末現在）			

ミッション

企業のホームドクター、人材のメンターとなり、人と組織の限りない可能性に貢献し続ける。

ビジョン

「学ぶ楽しさ」「働く幸せ」「成長する喜び」に満ちあふれた社会を実現する。

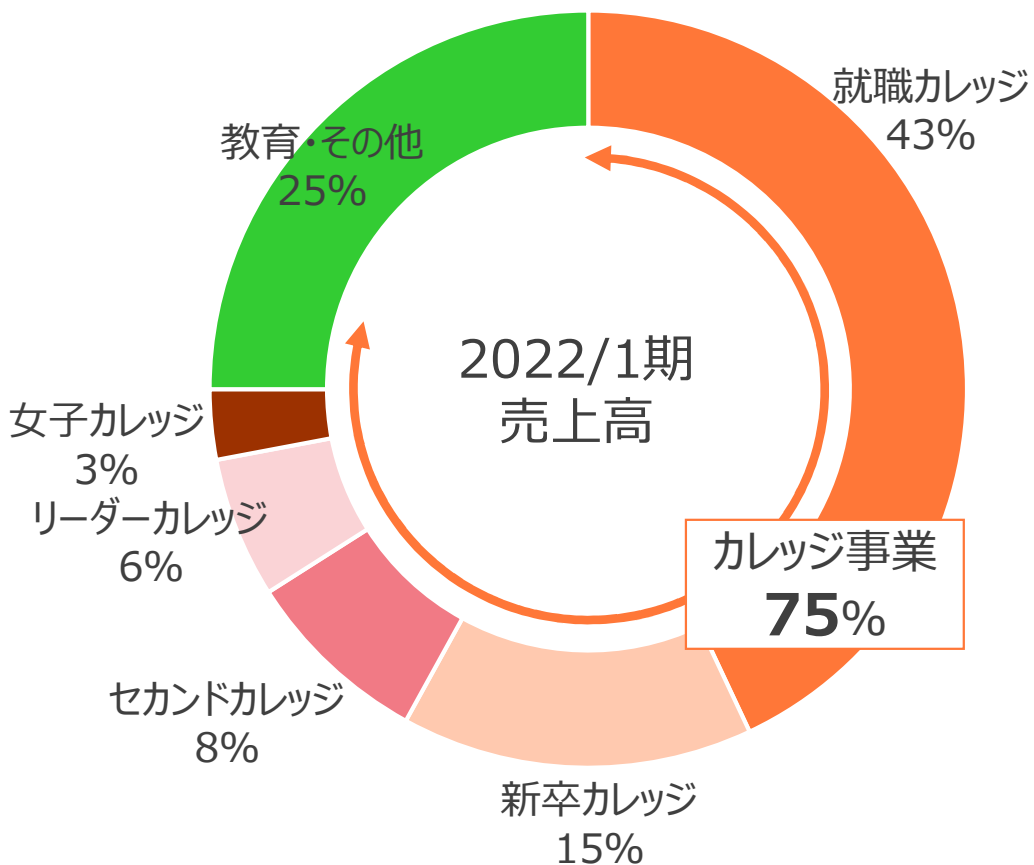
CHANGE
人と組織のチェンジ・プロモーター
PROMOTER.

**就職ポテンシャル層*を対象に、
採用と教育を融合させた人材育成紹介会社**

*就職ポテンシャル層：就職が一筋縄ではいかない求職者
フリーター・第二新卒・大学中退者、就活苦戦の大学4年生・留年生・留学生等

- 若手人材に研修を実施したのち企業に紹介する、教育融合型人材紹介サービス「カレッジ事業」を展開
- 対象は就職に苦戦しがちな「就職ポテンシャル層」に絞り込み
- その他、教育研修事業として企業向けのパッケージ研修や講師派遣、セミナーなどを開催

売上構成：サービス別



教育融合型人材紹介サービス カレッジ事業

対象者等

第二新卒層の支援

就職カレッジ®

20代就職苦戦フリーター、第二新卒層

女子カレッジ®

上記の内、女性限定

セカンドカレッジ®

大学中退者

新卒支援

新卒カレッジ®

内定苦戦、部活動や公務員志望等で就活に出遅れた大学4年生

採用後支援

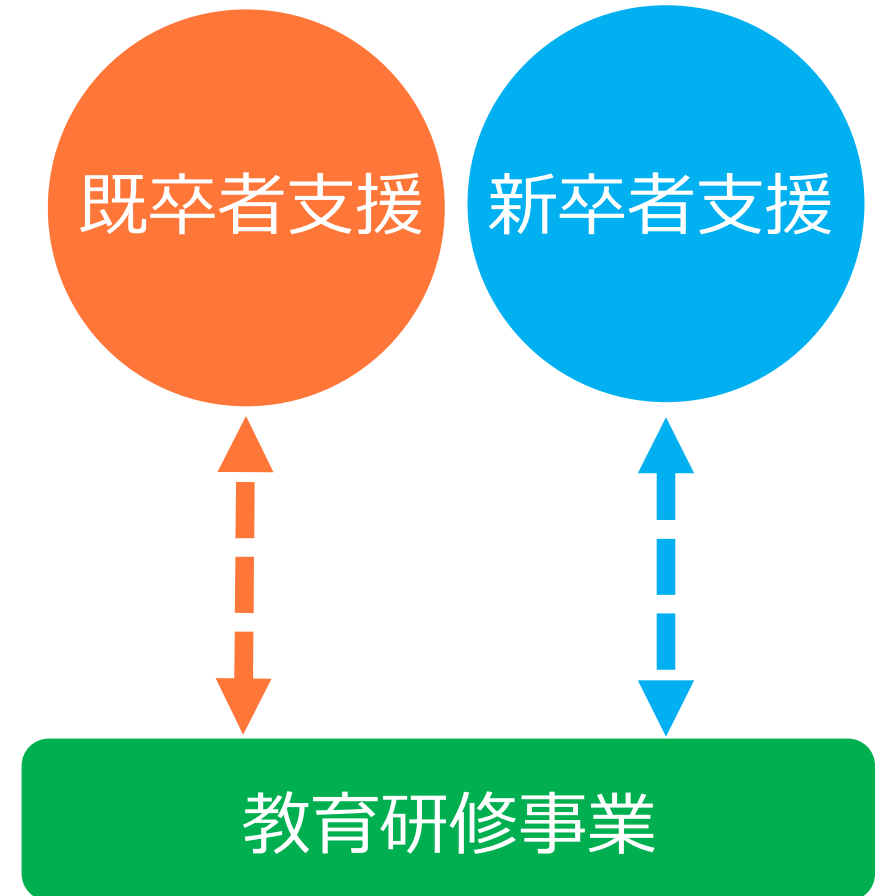
リーダーカレッジ*

採用される求職者の上司となる若手リーダーや次期リーダー層
*「エースカレッジ」(定着・活躍支援等)を含む

企業向け 教育研修事業・ その他

- ①中堅中小企業向けパッケージ研修
- ②若手層向け研修講師派遣
- ③当社で開催するオープンセミナー
- ④ジエイックマイツ（上海）

- 教育研修事業は、カレッジ事業の根底を支え、カレッジ事業を成長させていくうえでの基盤としての価値が大きい
- 当社は、今後もカレッジ事業（既卒者支援・新卒者支援）をメインに成長を図る



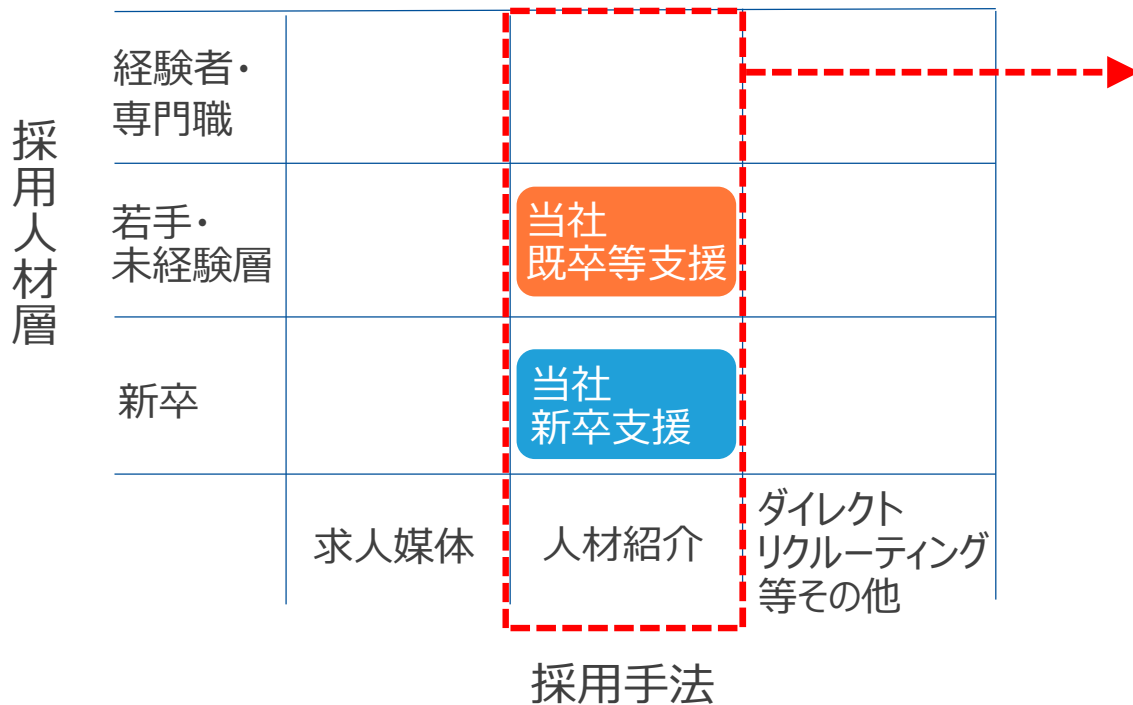
1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

事業領域とビジネスモデル

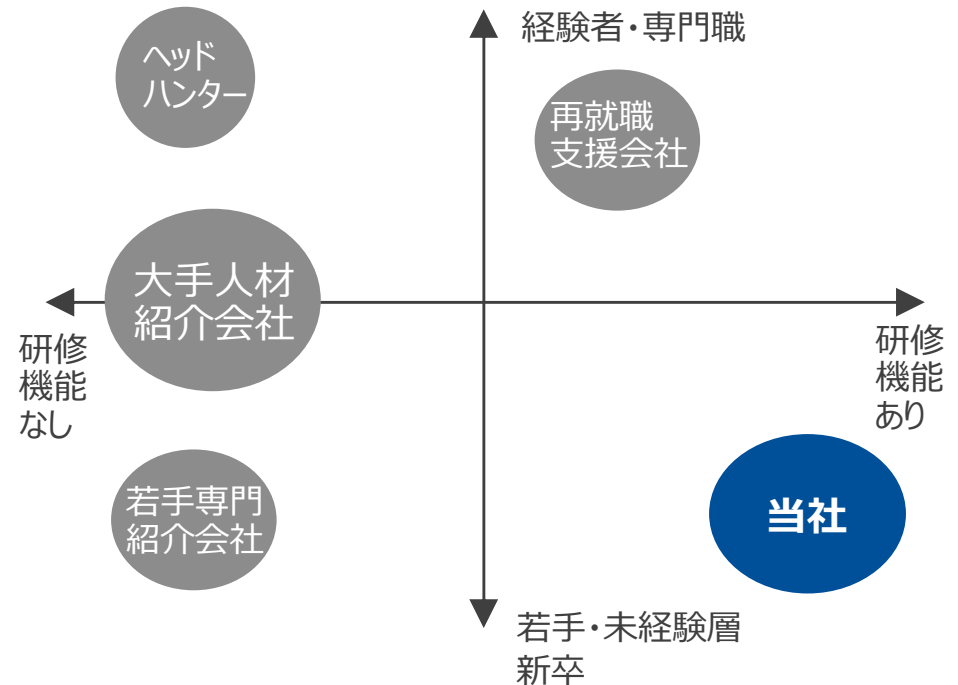
JAIC

- 若年層（フリーター等既卒者・中退者・未内定学生等＝就職ポテンシャル層）の人材紹介に特化
- 企業に紹介する前に、人材に対して研修を実施。研修機能を有していることが当社の大きな特徴

採用支援市場における
カレッジ事業の事業領域



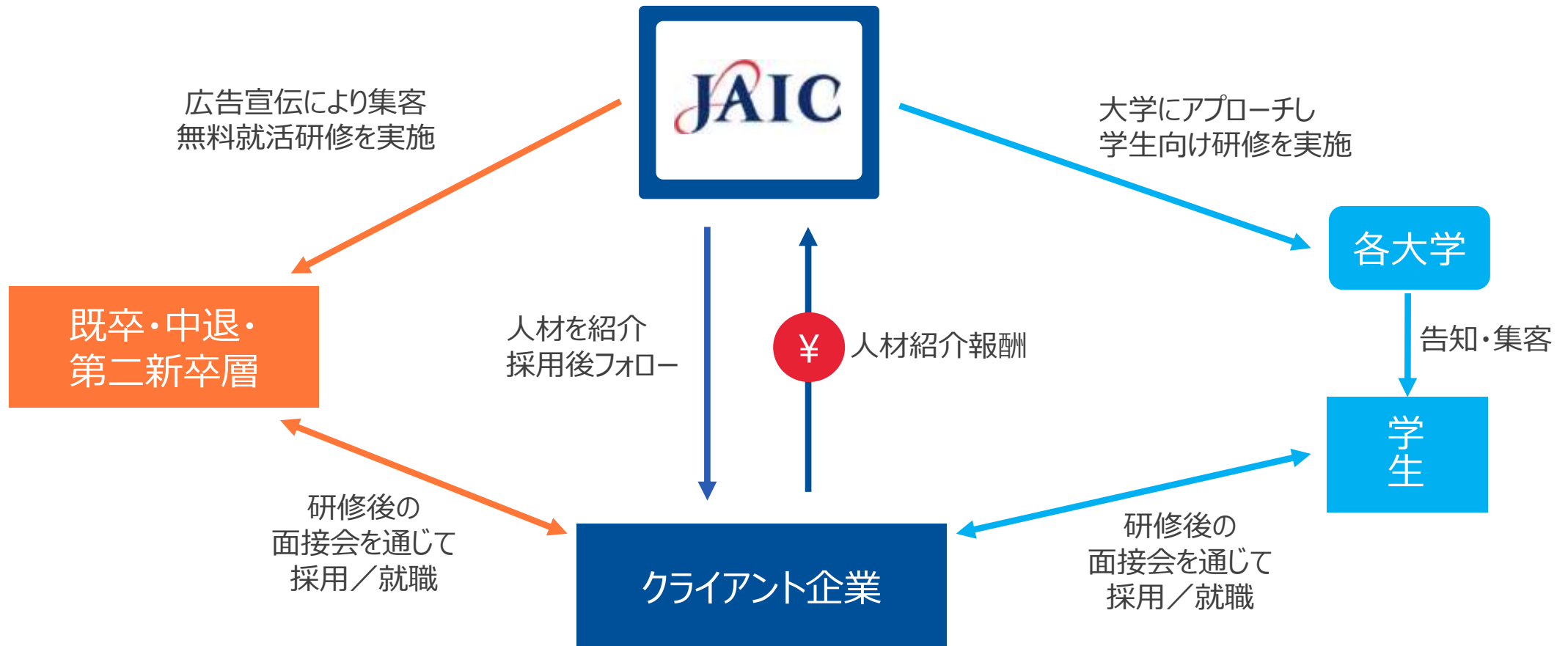
人材紹介業界における
ポジショニング



- 既卒者等も新卒者も、企業に紹介する前に研修を実施し、面接会を通じて企業に紹介
- 既卒者は広告宣伝により集客。新卒者は、大学にアプローチして、大学からの告知により集客
- 企業は、採用成功時に報酬を支払う成功報酬型

既卒者等の支援

新卒者の支援



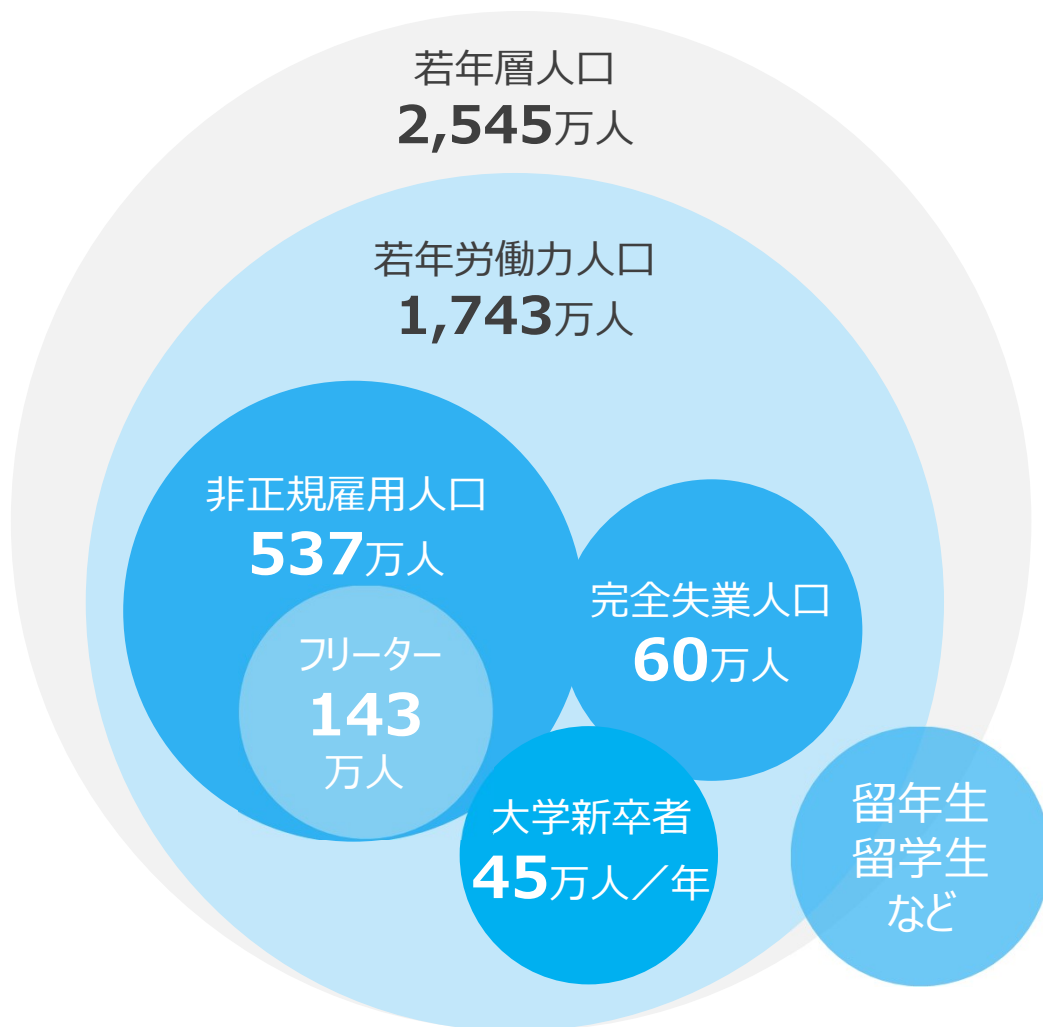
- 新卒者は、大学を通じて集客するので広告宣伝費がかからない。収益効率面での非常に大きな利点
- 研修期間は、通常、既卒者等が5日間で、新卒者は1日。既卒者等は中途採用扱いとなり、入社後に新入社員研修等を受けられない。そこで当社が5日間にわたってビジネスマナー等も指導

	既卒者等の支援	新卒者の支援
収益モデル	採用時に報酬が発生する成功報酬型（求職者は費用負担なし）	
人材の集客方法	広告宣伝（Webマーケティング）	面接会を共催する大学から、学生に告知（一部、広告宣伝により集客して行う面接会もあり） ※広告宣伝費がかからないことが大きな利点
企業の集客方法	Webマーケティング、FAX販促等	
企業の特徴	社員数100名以下の企業が多い 業種は、製造業、卸売業、建設、IT等	社員数100～300名の企業も多い 業種は、製造業、卸売業、建設、IT等
研修の期間	5日間の無料研修	1日の無料研修

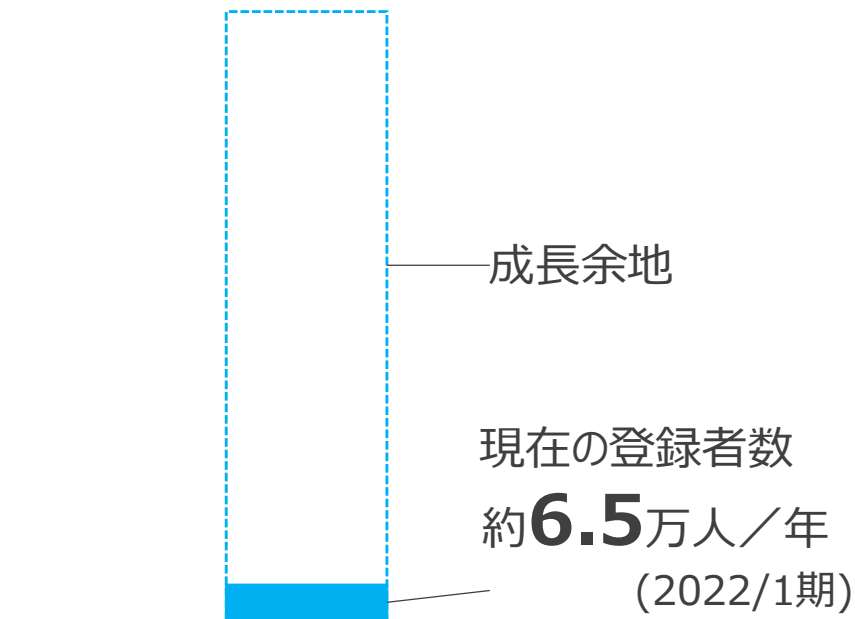
- 研修を行い、面接会を通じて企業に紹介
- 接触から研修・面接会参加まで円滑に進むことと、出口としてのマッチングが重要なビジネスポイント



- 既卒者等支援におけるターゲットは、フリーター・中退者・早期離職者・留年学生等、約150万人
- 新卒者支援におけるターゲットは、年間約45万人におよぶ、就職を希望する大学4年生
- 潜在市場規模は、若年層の非正規雇用人口と完全失業人口の合計約600万人



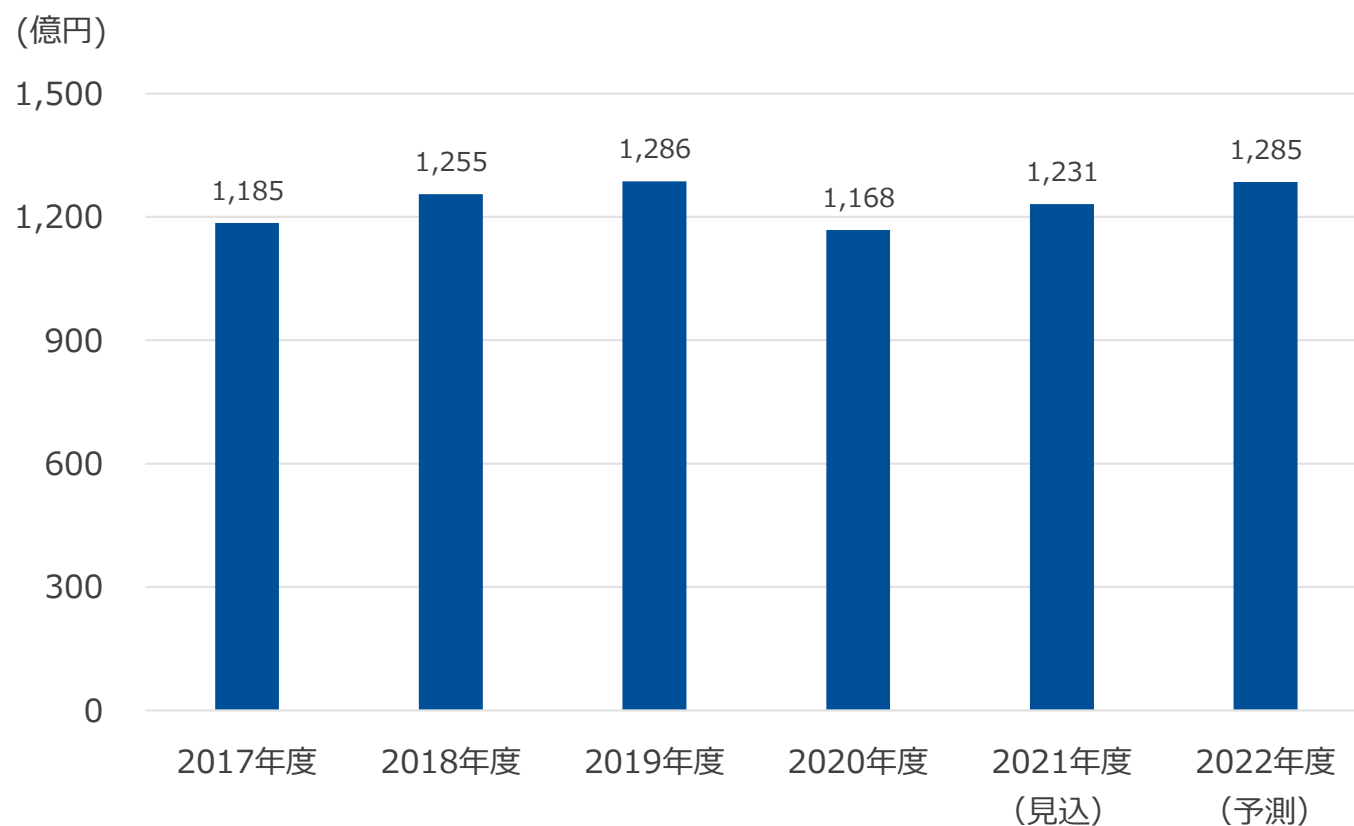
当社のターゲット市場 約**150**万人
 「就職ポテンシャル層」
 (フリーター143万人 + 留年生、留学生など)
 (なお、潜在市場規模は約600万人)



若年層 = 15~34歳と定義
 (出所) 総務省「労働力調査平成30年平均結果」

- 新卒採用支援サービス市場は、約1,200億円
- 新型コロナウイルス感染症によるマイナスの影響を受けたが、2021年度以降は回復基調になる見込
- 当社が提供する新卒紹介サービスは、中小企業等の需要拡大によるプラス成長が見込まれている

新卒採用支援サービス市場規模推移・予測



(出所) 矢野経済研究所「2021年度版 新卒採用支援市場の現状と展望」をもとに当社で加工

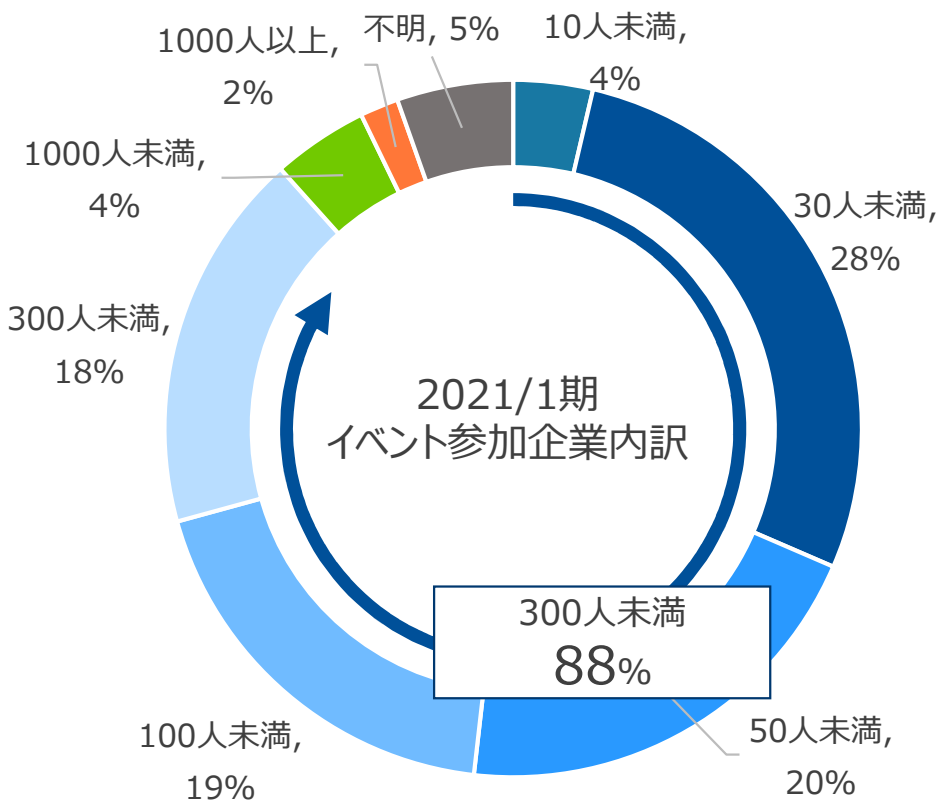
1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

顧客が抱える課題と当社の強み

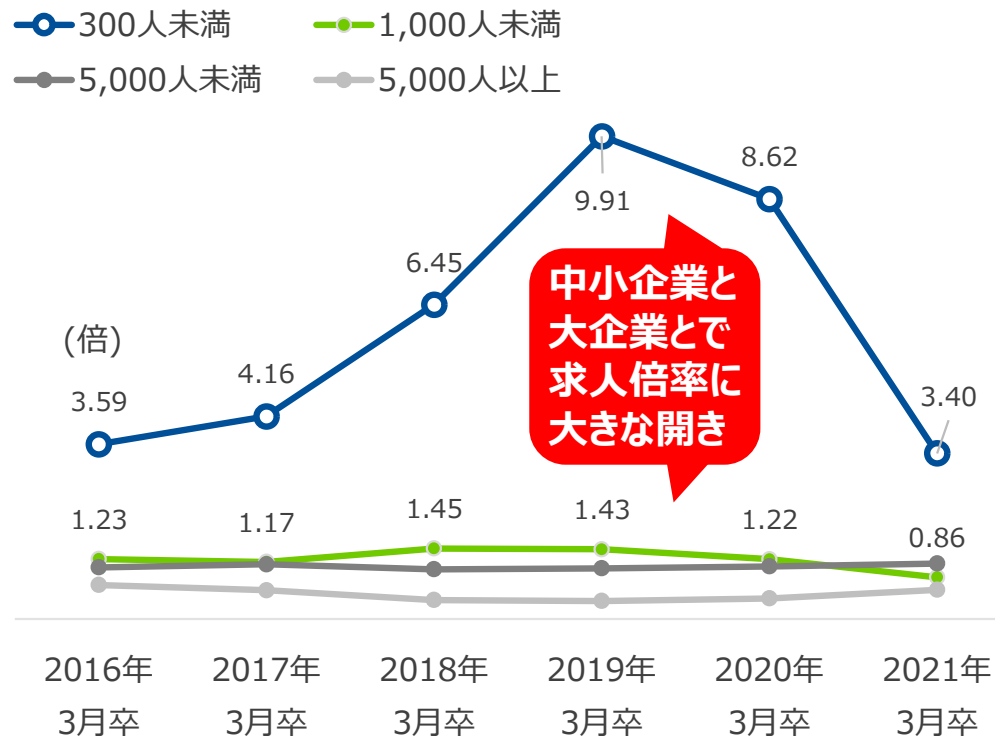
JAIC

- 当社が求職者を紹介する企業の88%は、社員300人未満の中小企業
- 300人未満の中小企業の大卒求人倍率は、3~9倍。大企業の求人倍率と大きな開き
- 中小企業は、人を採りたくても、容易には採れない

紹介先企業の社員規模



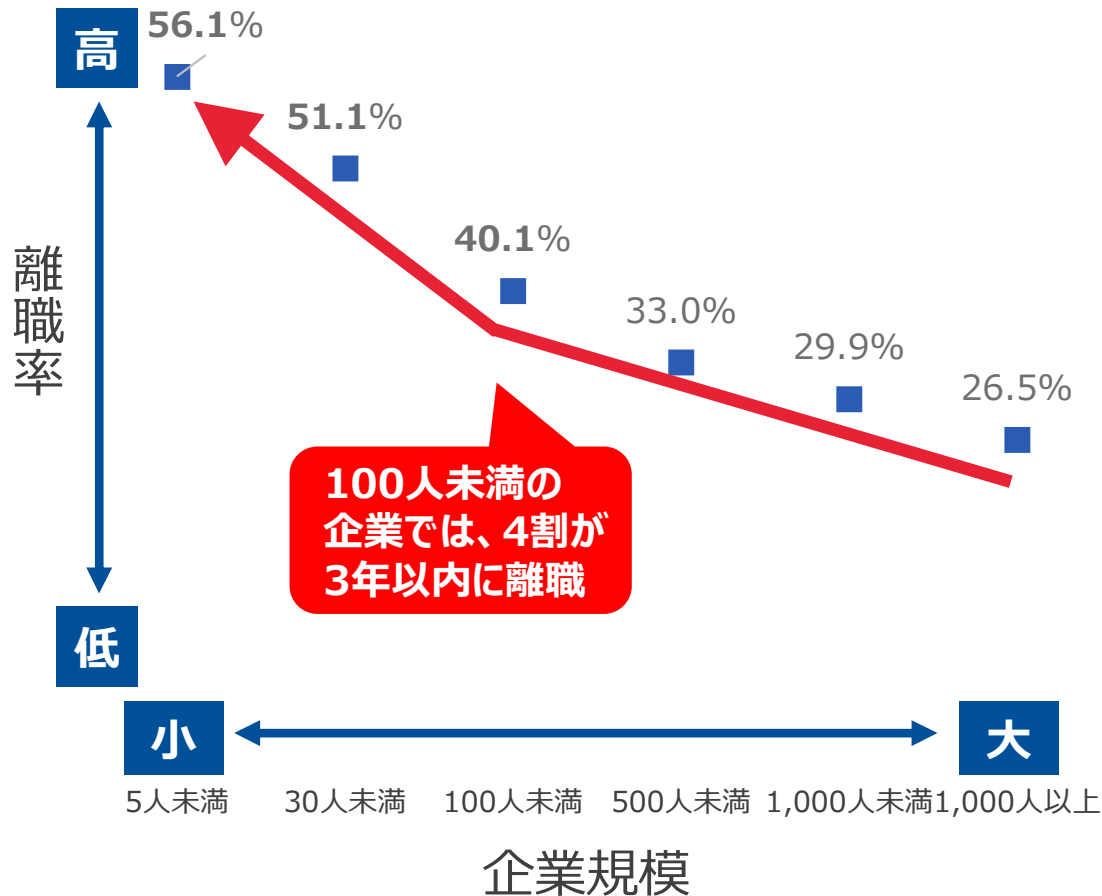
社員規模別大卒求人倍率



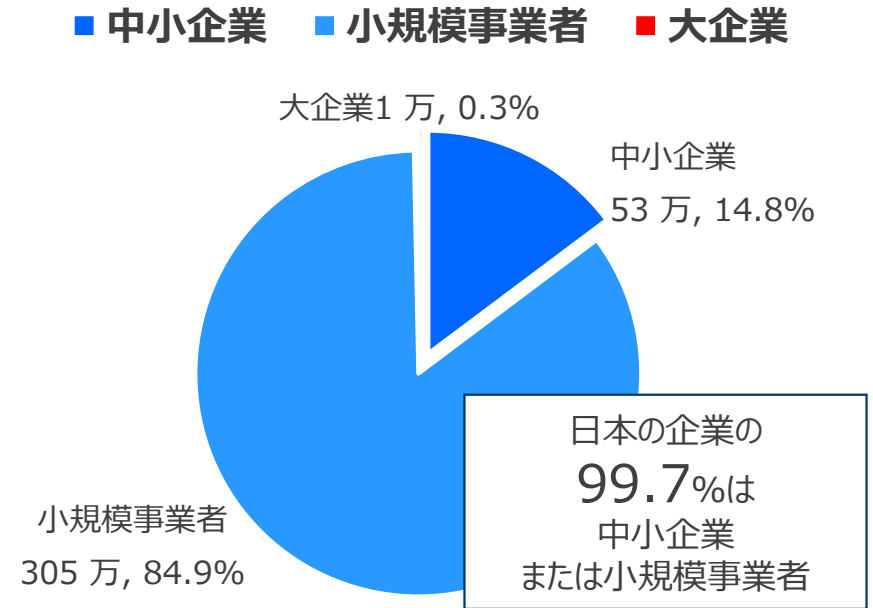
(出所) リクルートワークス研究所「ワークス大卒求人倍率調査 (2021年卒)」(2020年8月)

- 採用できても、規模が小さい会社ほど離職率が高く、100人未満の企業では4割以上が3年以内に離職
- 日本の企業の99.7%は従業員数300名以下の中小企業。中小企業が日本経済を支えている
- これらの企業の採用と定着を支援する当社の事業は、日本経済を下支えするものであるといえる

大卒就職者の企業規模別3年以内離職率



規模別にみる企業の数と割合



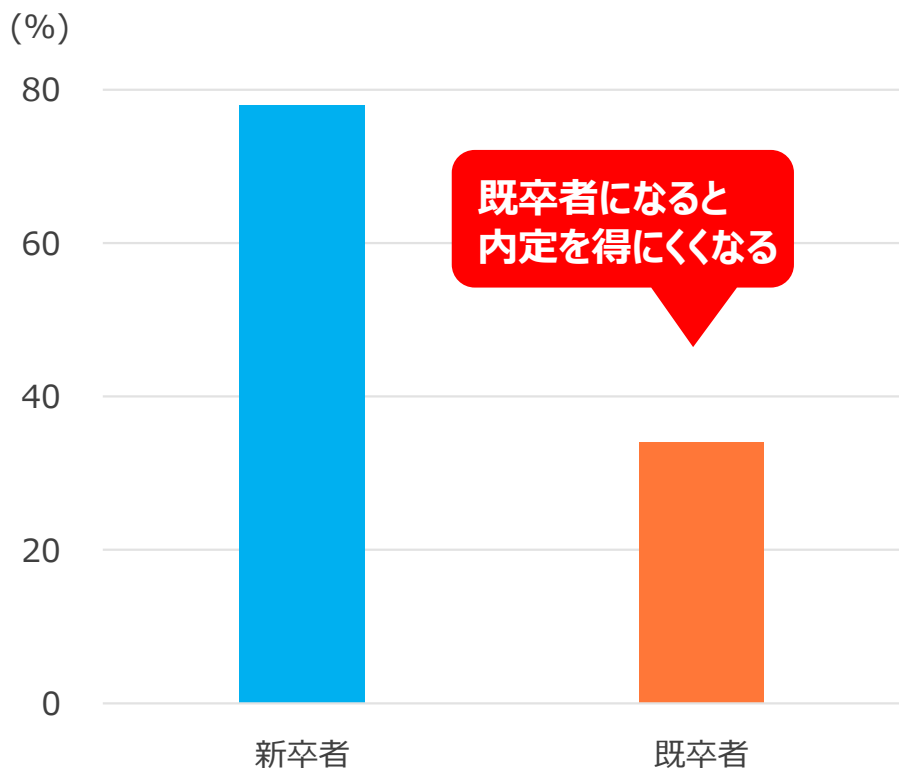
※中小企業、小規模企業の定義は業種により異なるが、従業員数では、中小企業が概ね従業員300人以下、小規模企業が概ね20人以下。

(出所) 厚生労働省「新規学卒就職者の離職状況(平成29年3月卒業者の状況)」

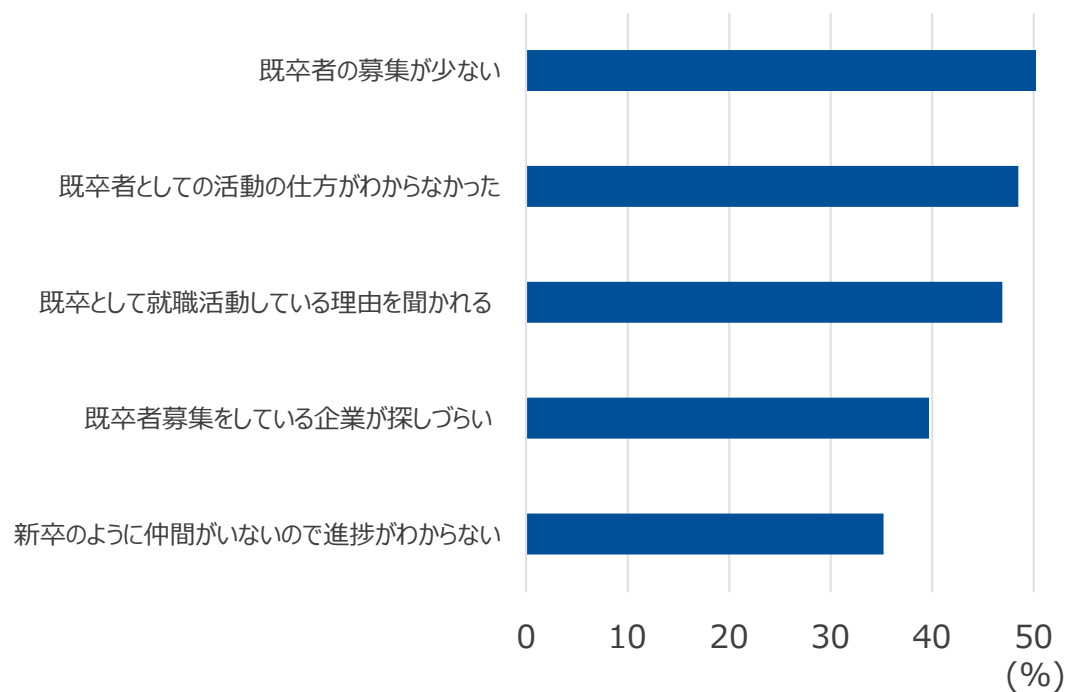
(出所) 中小企業庁「平成28年経済センサス-活動調査」

- 既卒者は、新卒者に比べて内定率が低い
- 既卒者の就職活動で大変なことは、「募集が少ない」「やり方がわからない」等

既卒者の内定取得率



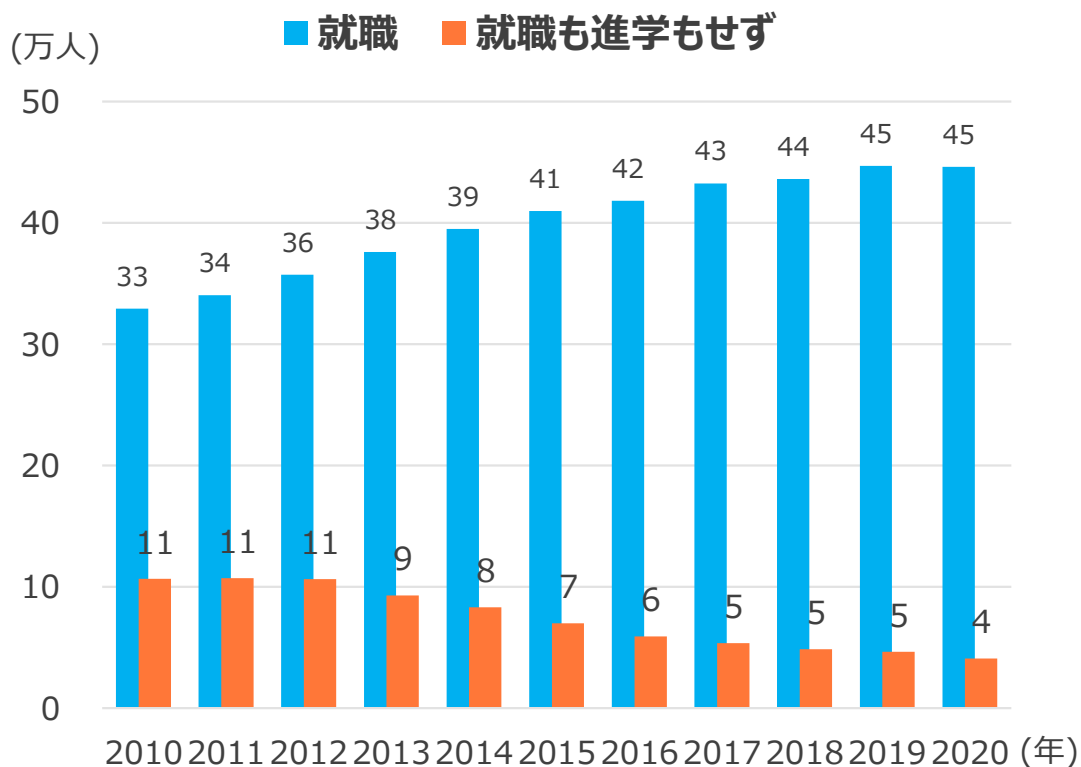
卒業後の就職活動において大変だと思うこと 上位5位の内容 (複数回答可)



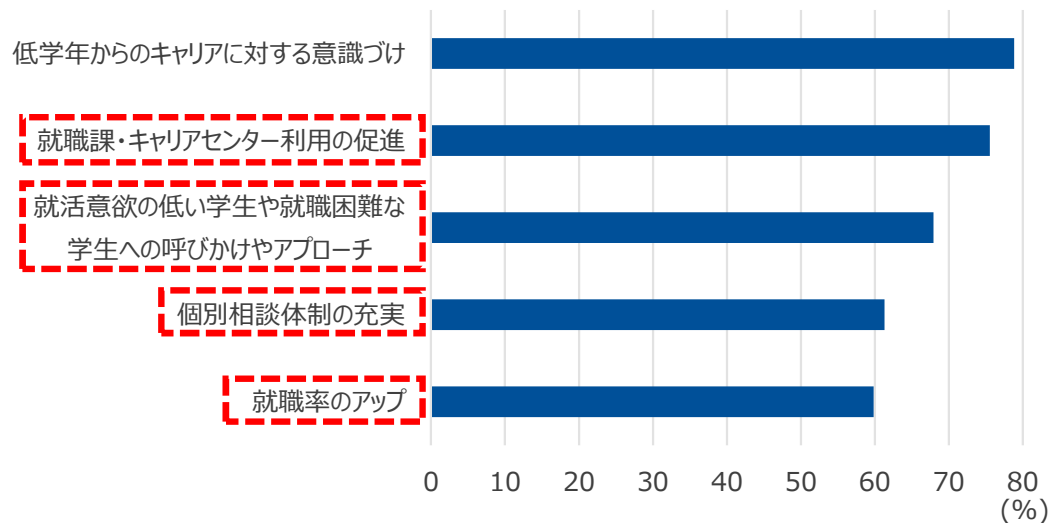
(出所) マイナビ 2020年度既卒者の就職活動に関する調査 新卒者：8月末時点 既卒者：9月調査結果

- 毎年40万人以上の大卒者が就職する一方で、卒業後、就職も進学もしない学生が約4～5万人存在
- 未内定の学生に対し、大学の就職課（キャリアセンター）は支援に努めている
- しかし、学生の就職活動の早期化等にともない、就職課（キャリアセンター）の業務負荷は増加傾向

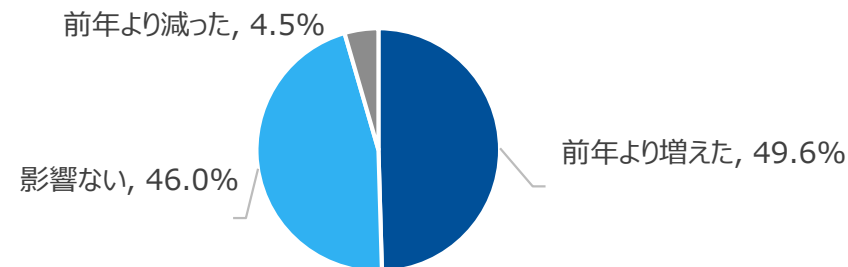
大卒者の卒業後の状況



キャリアセンターでの重点課題



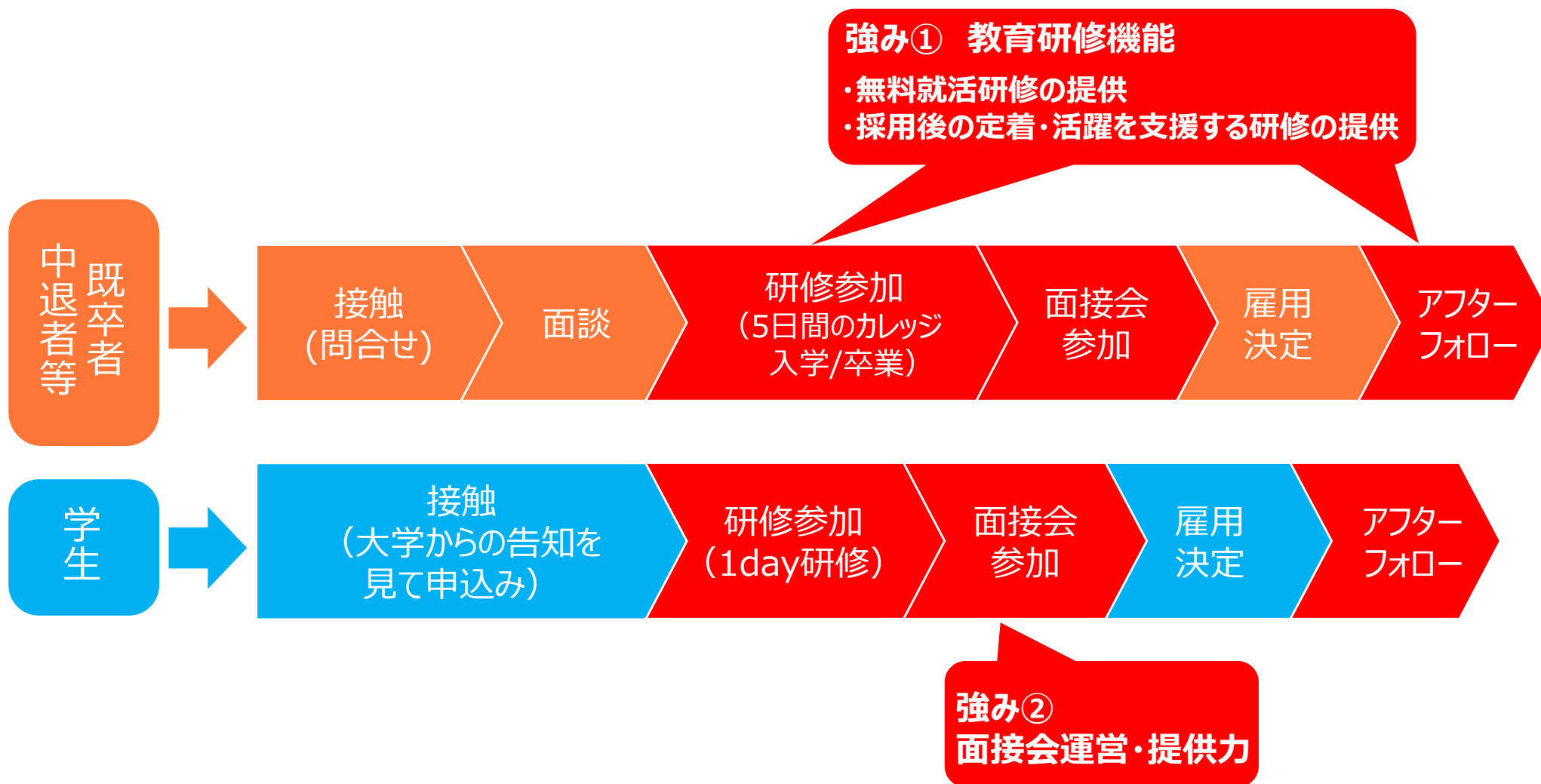
キャリアセンターの業務負荷



(出所) 2020年 学校基本調査より当社作成「進学も就職もせず」には「一時的な仕事に就いた者」を含む

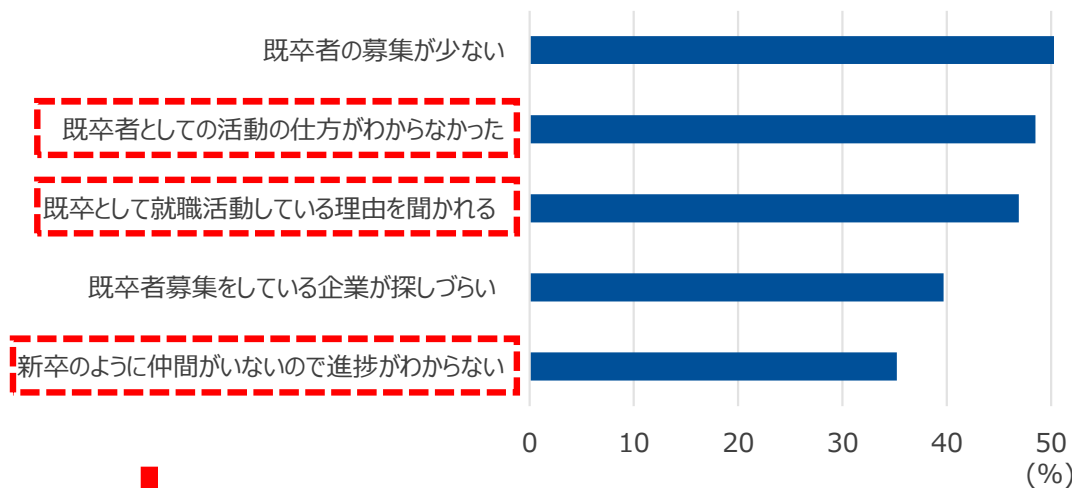
(出所) 労働政策研究・研修機構「就職課・キャリアセンターに対する調査結果」(2014年、回答数459校) 株式会社マイナビ「キャリア・就職支援への取り組み調査」(2021年、同425大学+176キャンパス)

● 教育研修機能と、面接会の運営・提供力が当社の大きな強み



- 就職を希望する既卒者等は、無料で就職ノウハウやビジネスマナー等の習得が可能
- 同じ境遇の仲間がいることで一体感が生まれ、「皆で就職する」機運が高まることも特徴
- 社会人としての基礎スキルを学ぶことは、採用企業における初期教育負担の軽減にもつながる

卒業後の就職活動において大変だと思うこと（再掲）



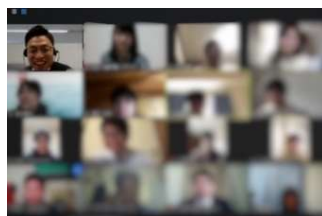
同じ境遇の仲間とともに就職を目指す



約150ページに及ぶ
オリジナル研修テキスト

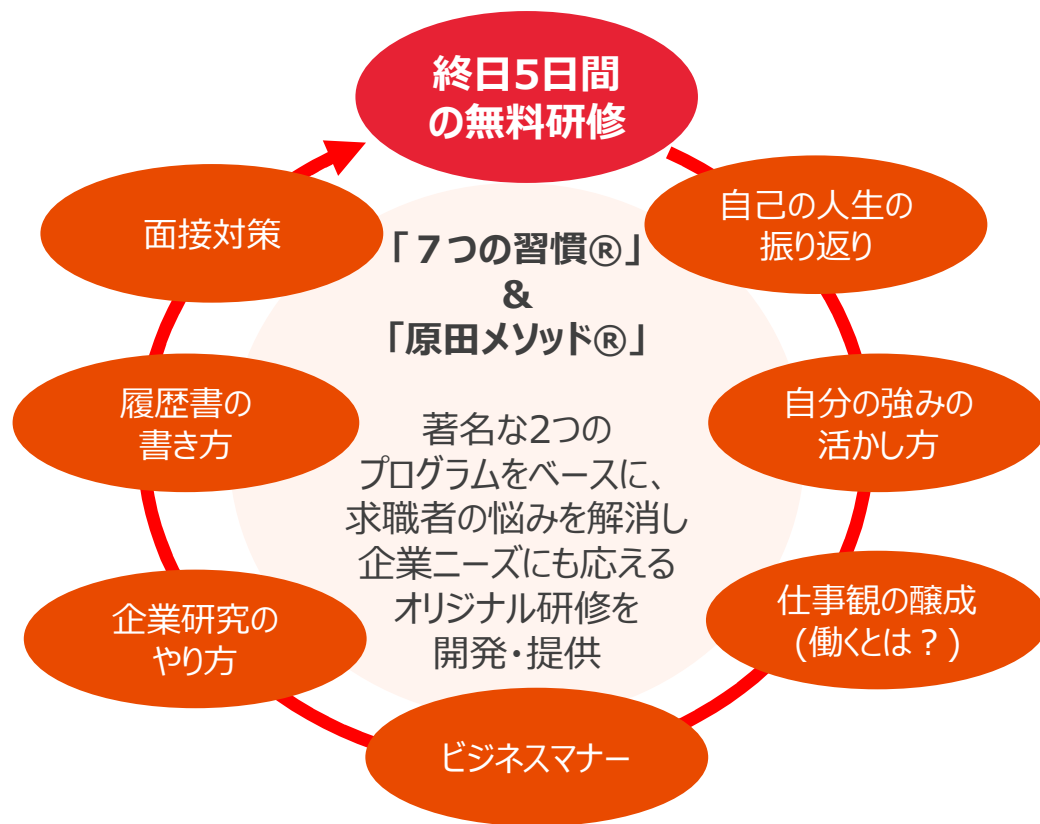


現在はオンラインで
研修を実施



仲間と一緒に
成長できる環境

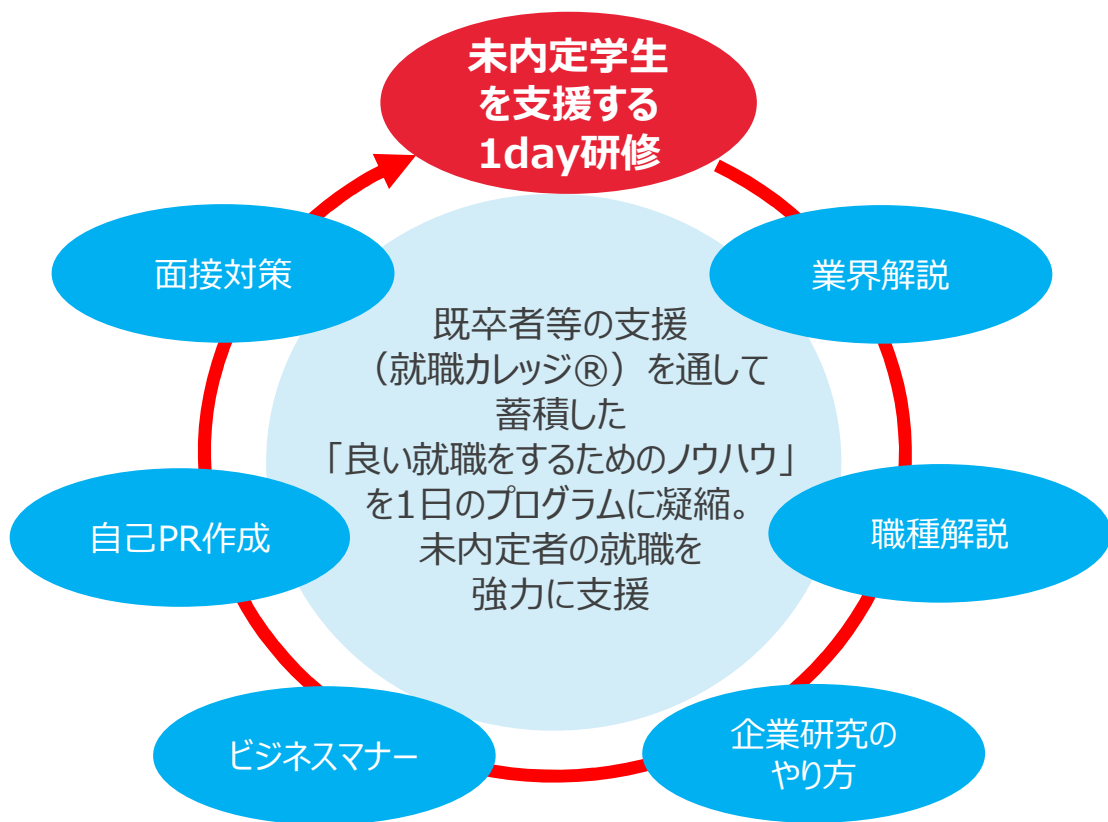
研修メニュー（既卒者向け研修）



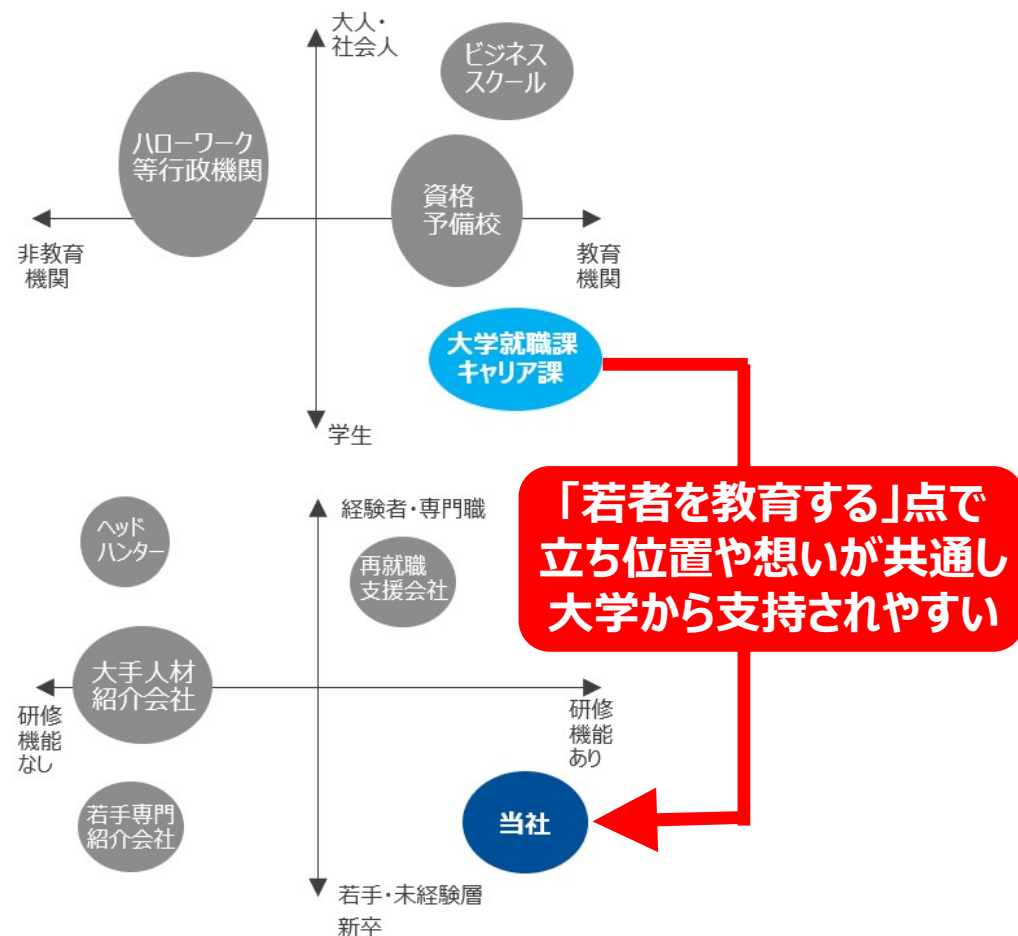
カレッジ生との絆や信頼関係を構築

- 新卒者支援では、既卒者等支援で蓄積したノウハウを、1日のプログラムに凝縮して未内定学生に提供
- 「第二就職課」として、大学とともに未内定学生を支援
- 教育研修機能を有する当社は、大学から支持されやすい。これが大きな差別化要素

研修メニュー（新卒者向け研修）

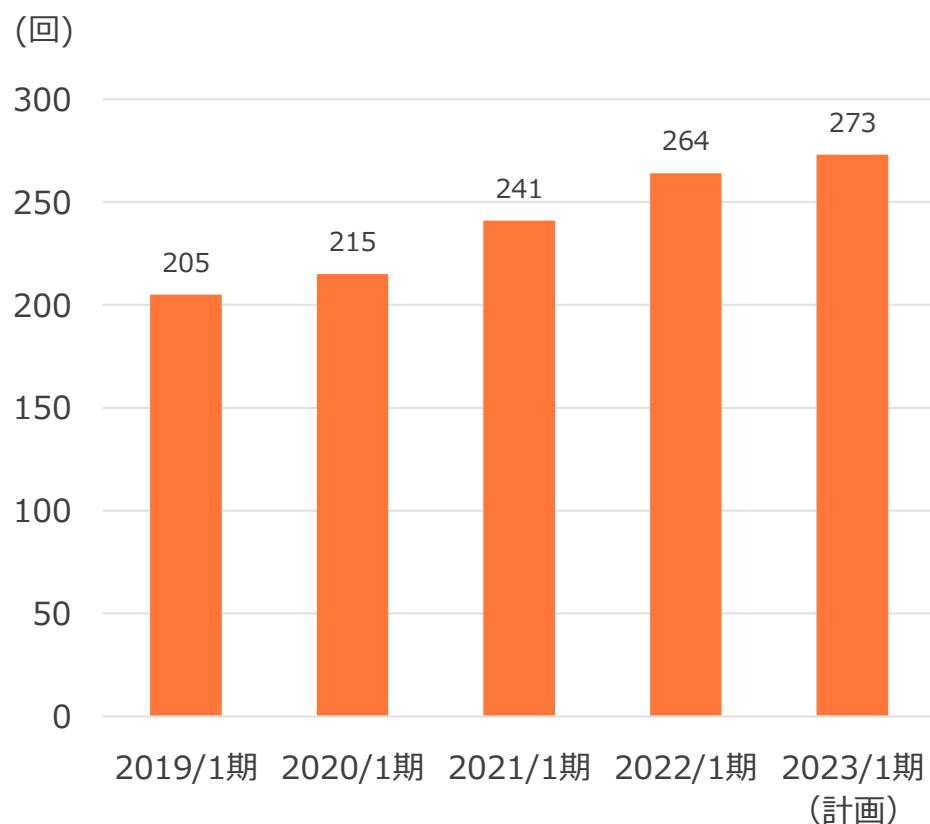


当社と大学のポジショニング

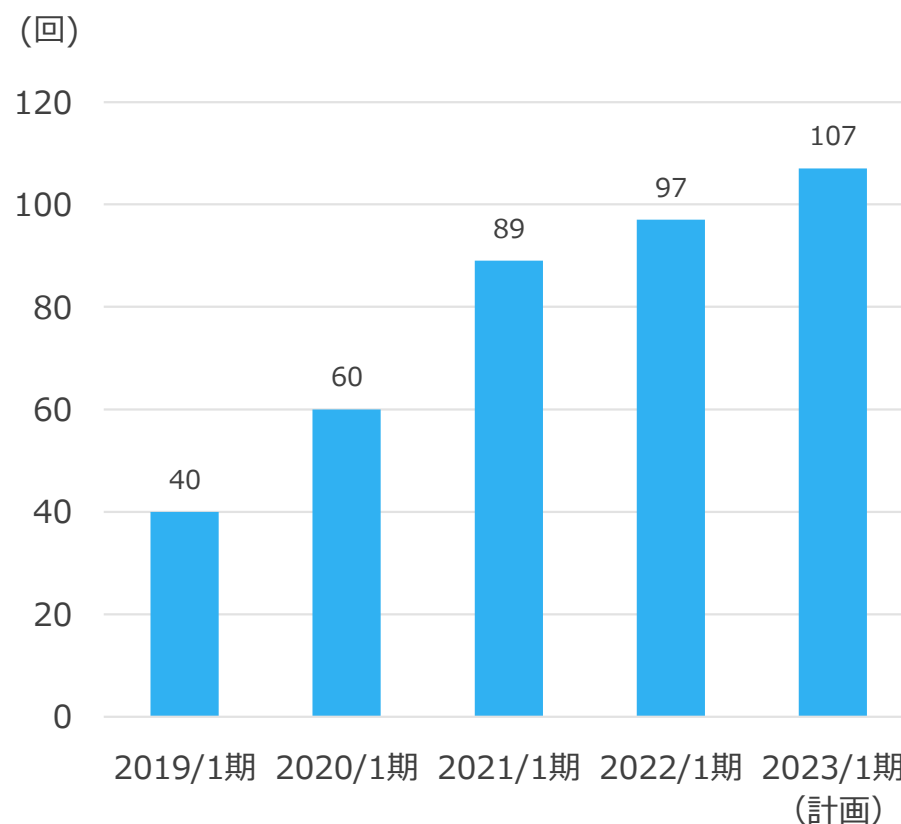


- 既卒者等向けの面接会は年間250回以上、新卒者向けの面接会は年間約100回開催
- 若手を採用したい企業に、複数の求職者（新卒者）と確実に会える場を提供
- 就職を希望する既卒者等および新卒者にとっても、多くの企業と出会える価値ある機会

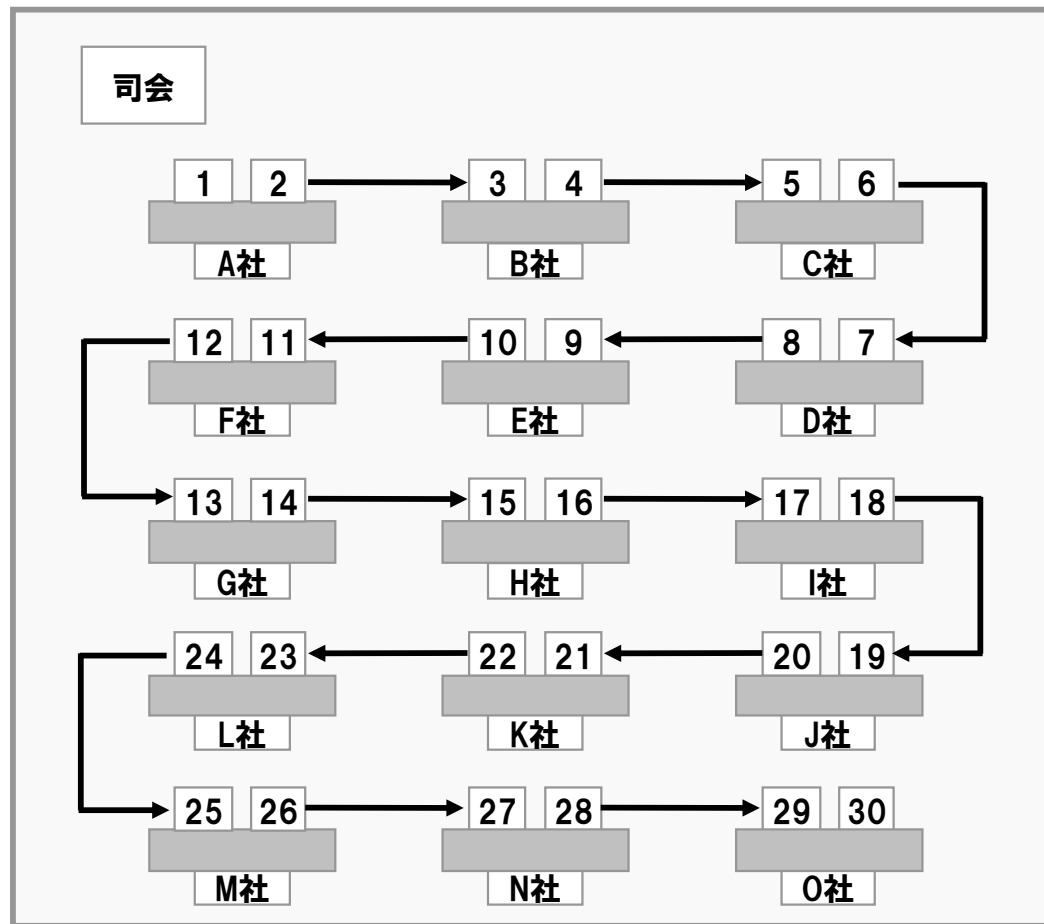
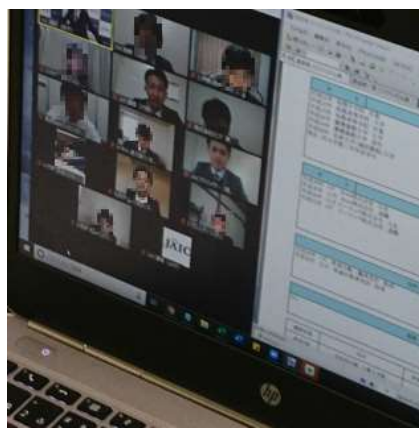
既卒者等向け面接会開催数の推移



新卒者向け面接会開催数の推移



- 面接会では、求職者（学生）と企業が総当たりで面接
- 2020年4月より、Web会議ツール「Zoom」を活用したオンライン面接会に移行
- オンライン面接会の実績やノウハウが、ノウハウを持たない大学や企業から支持されている



1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

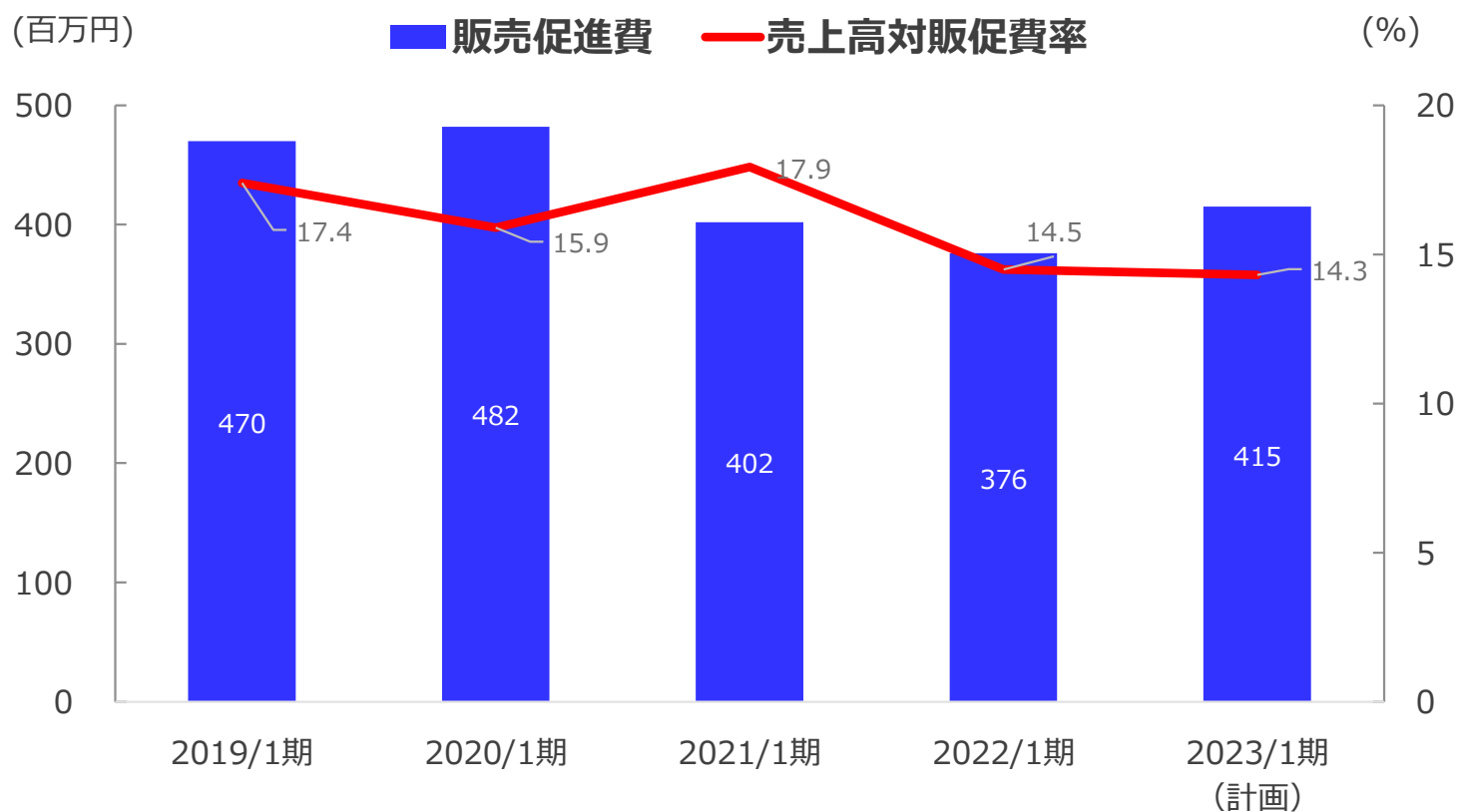
課題
JAIC

- 既卒者等支援の課題は人材集客効率の低下
- 新卒者支援の課題は、収益の季節変動が大きいこと

	既卒者等の支援	新卒者の支援
課題	人材集客効率の低下 (販売促進費の高騰)	収益の季節変動が大きい (秋以降の学生支援がメインのため、収益も秋以降に偏る)

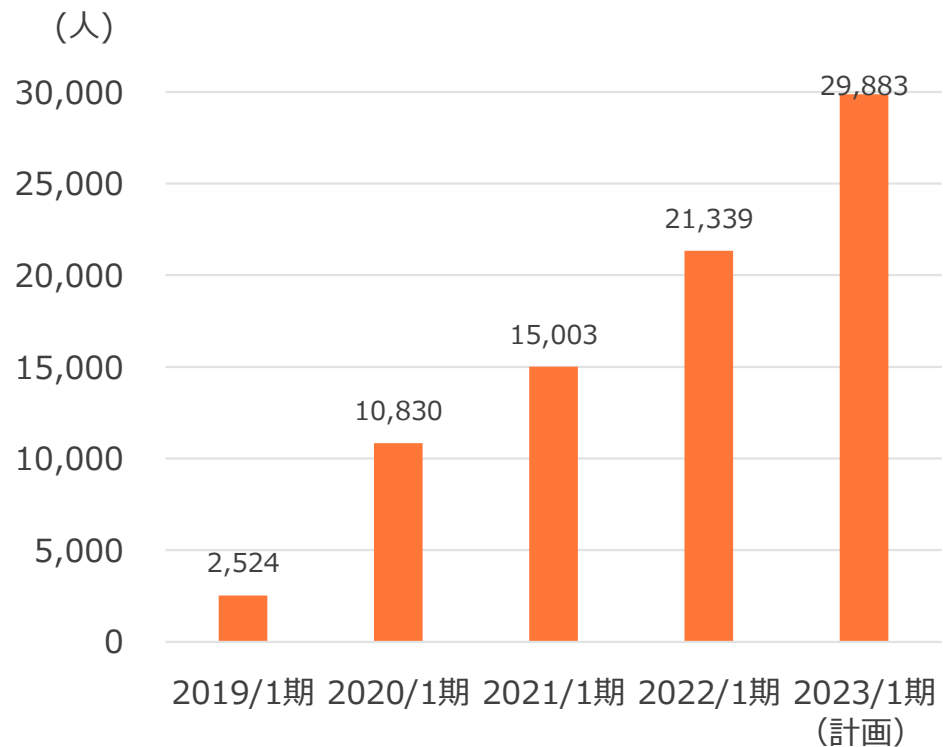
- 既卒者等支援においては、求職者を集めるための販売促進費が膨らみ、人材集客効率が低下していることが課題

販売促進費・売上高対販促費率の推移

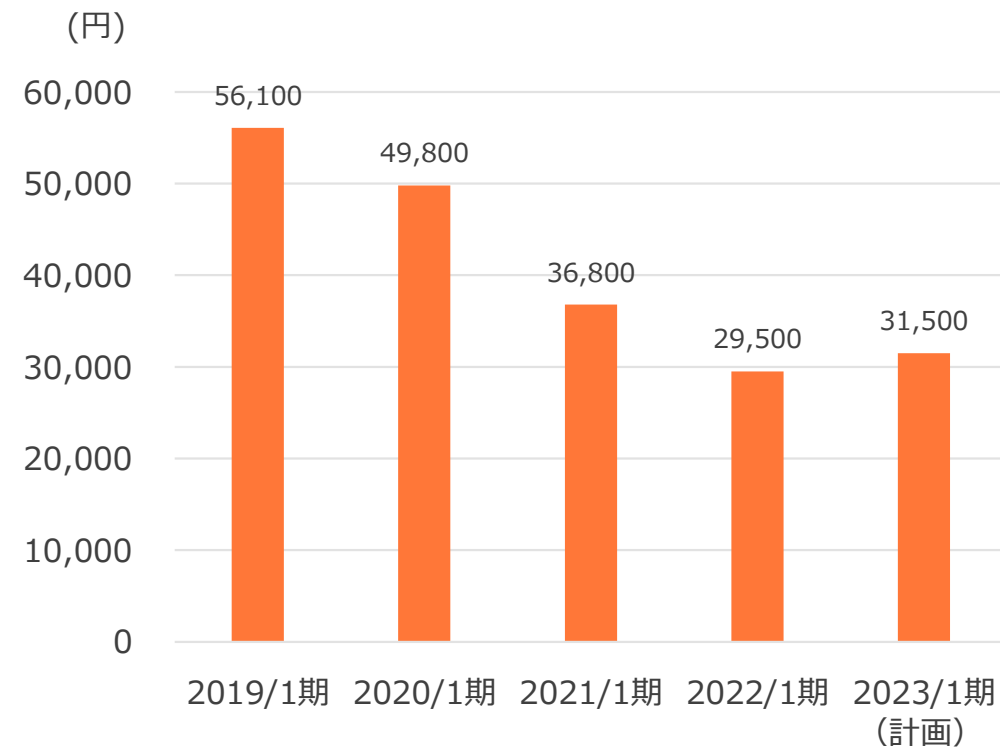


- 対策として、コストのかからないSEO（検索エンジン最適化）に引き続き注力
- また、顧客対応を強化するための熊本オフィスの開設など、歩留まりの改善にも努める
- 両施策の効果が想定を上回り、昨年12月の開示数値（以下、前回開示数値）より上振れている

SEOからの登録数

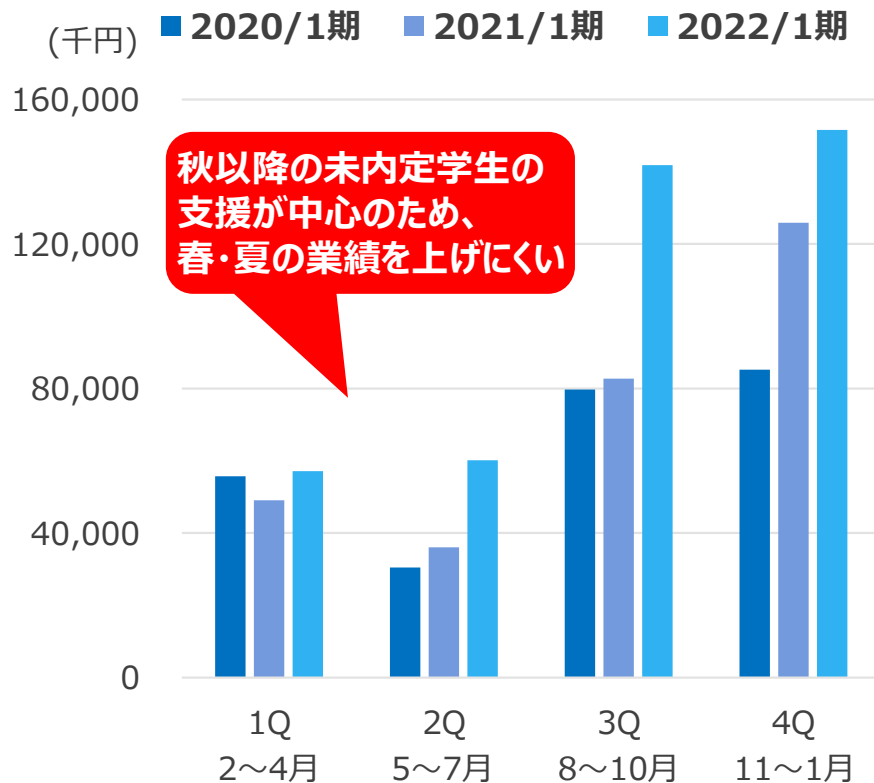


就職相談に乗る求職者1人あたりの販売促進費



- 秋以降の未内定学生支援（後期支援）が中心のため、上半期（春・夏）の業績を上げにくい
- 対応策としては、秋以降だけでなく、春・夏にも4年生向けの面接会等を実施すること、3年生にキャリア教育を行うなど、対象学年を広げること

新卒者支援の売上



新卒者支援 課題への対応策

- ・ 秋以降だけでなく、春・夏においても4年生向けの面接会を実施
- ・ 3年生のキャリア支援等、支援対象や内容の拡大

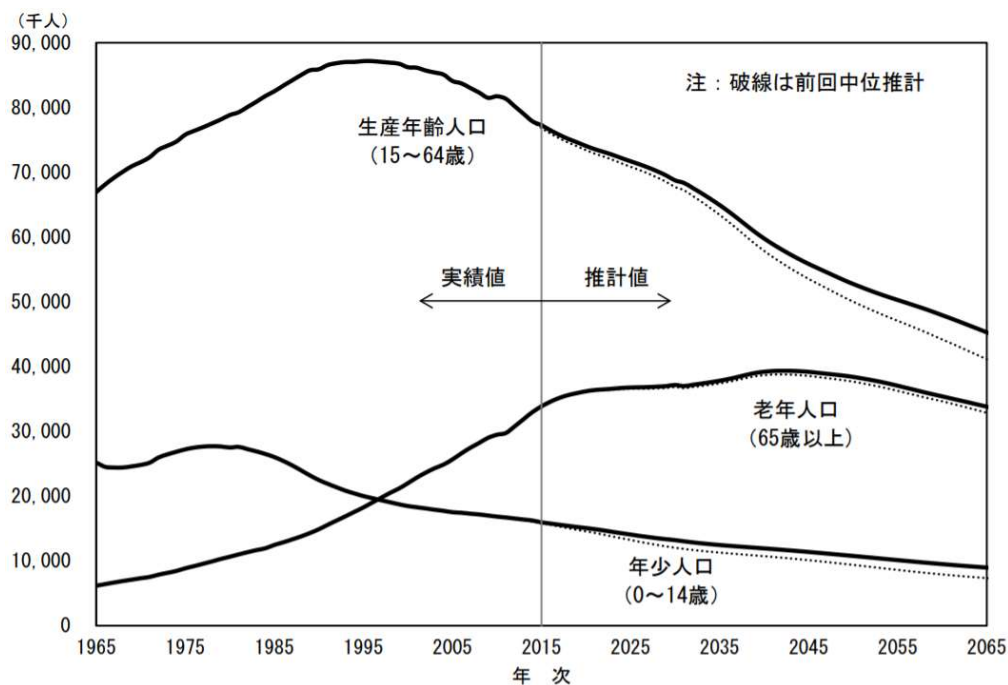
1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

マーケットの未来と成長戦略

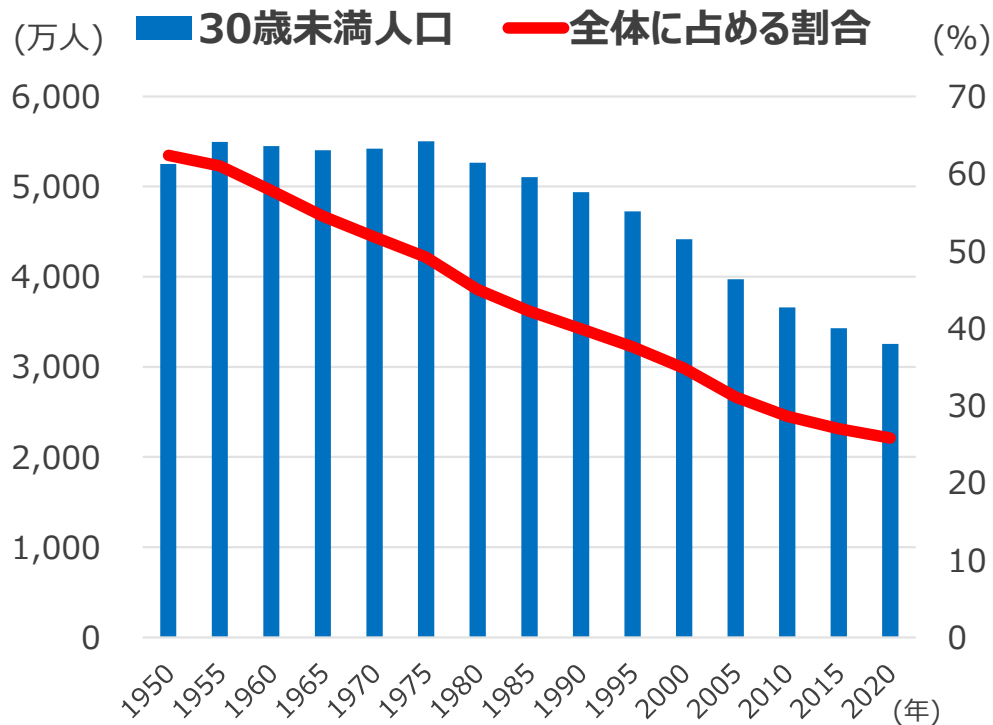
JAIC

- 今後、生産年齢人口は減少していく
- 30歳未満人口も減少傾向にある
- 企業の採用ニーズ、特に中小企業の採用ニーズは高まることが予想される

年齢3区分別人口の推移



30歳未満人口の推移



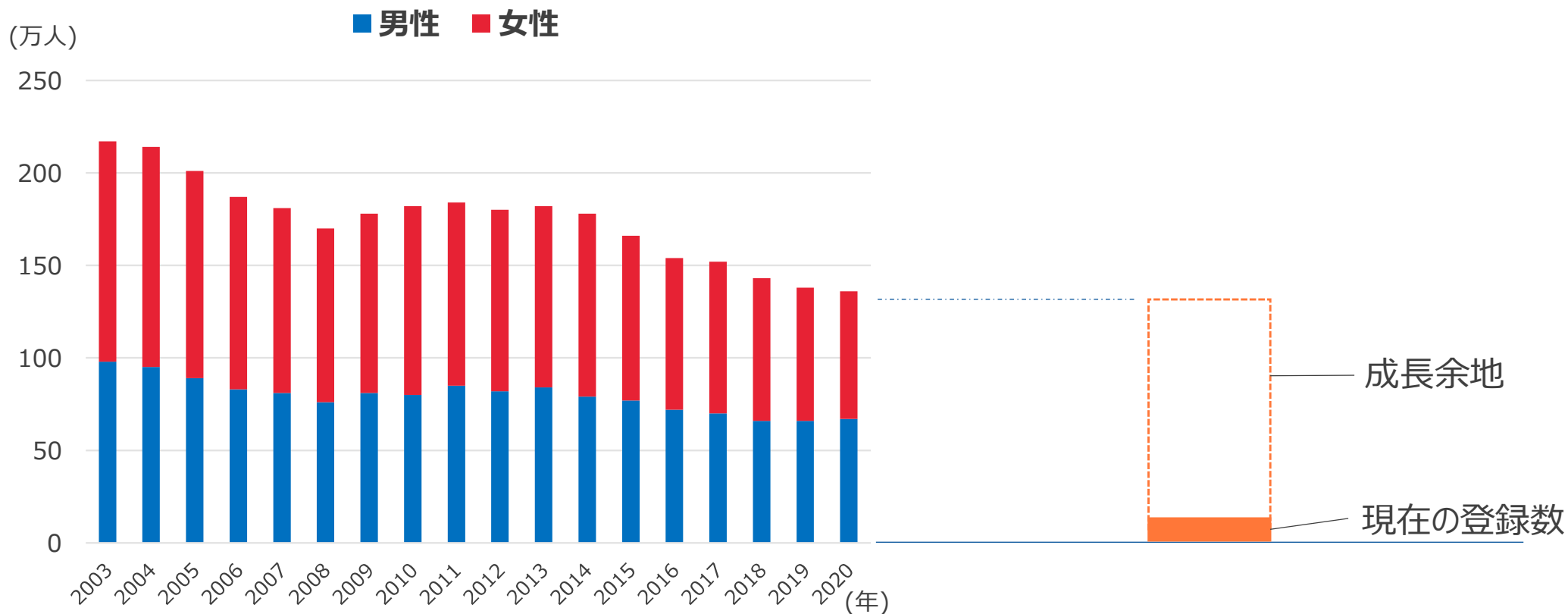
(出所) 総務省「国勢調査」人口推計 (各年10月1日現在)

(注) 1970年以前の数値には沖縄県は含まれない。

(出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(2017年推計)

- 当社のターゲットである既卒者等（フリーター）の人口も、減少傾向にある
- もっとも、当社への登録数は現在、年間約6.5万人であり、成長余地は依然として大きい
- また、新型コロナウイルスの影響により、直近では増加しているものと推測される

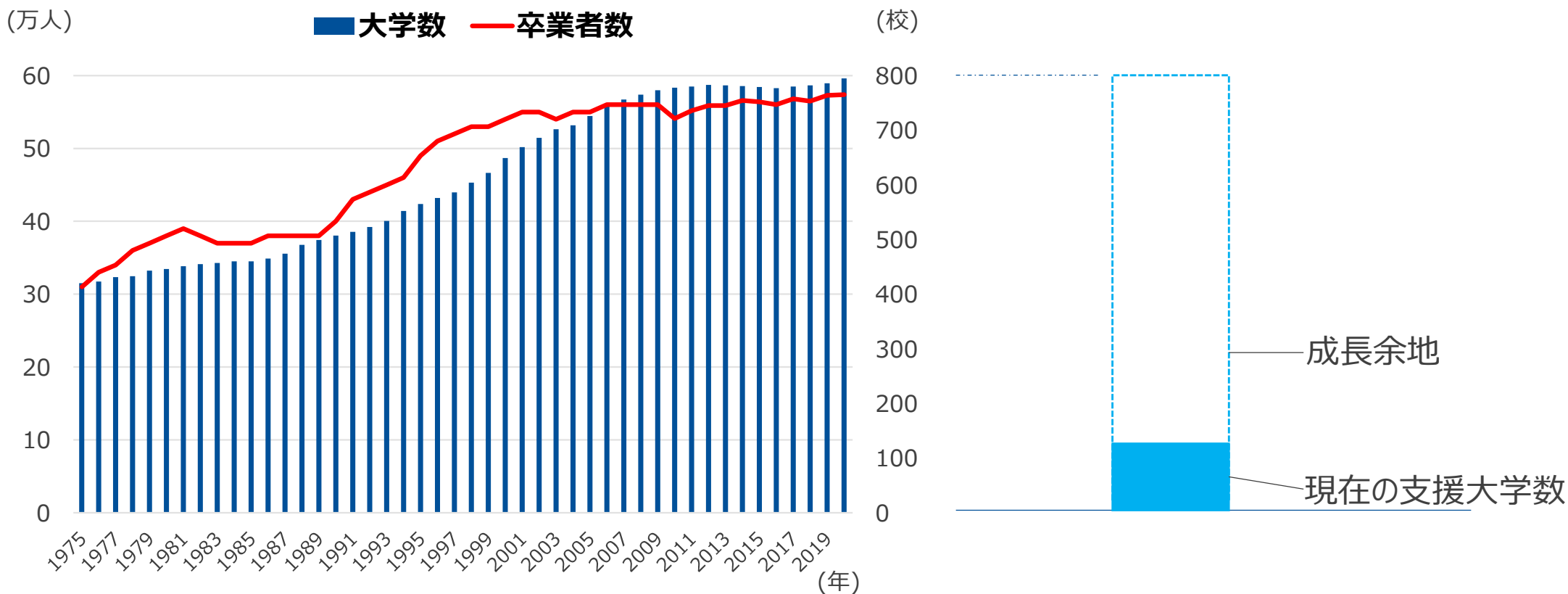
フリーター人口の推移



(出所) 総務省「労働力調査」

- 大学および大卒生の数は、長く増加傾向にあったが、近年は横ばい
- 当社の現在の支援大学数は122校。全国795校（2020年）の約15%に過ぎず、伸びしろは大きい

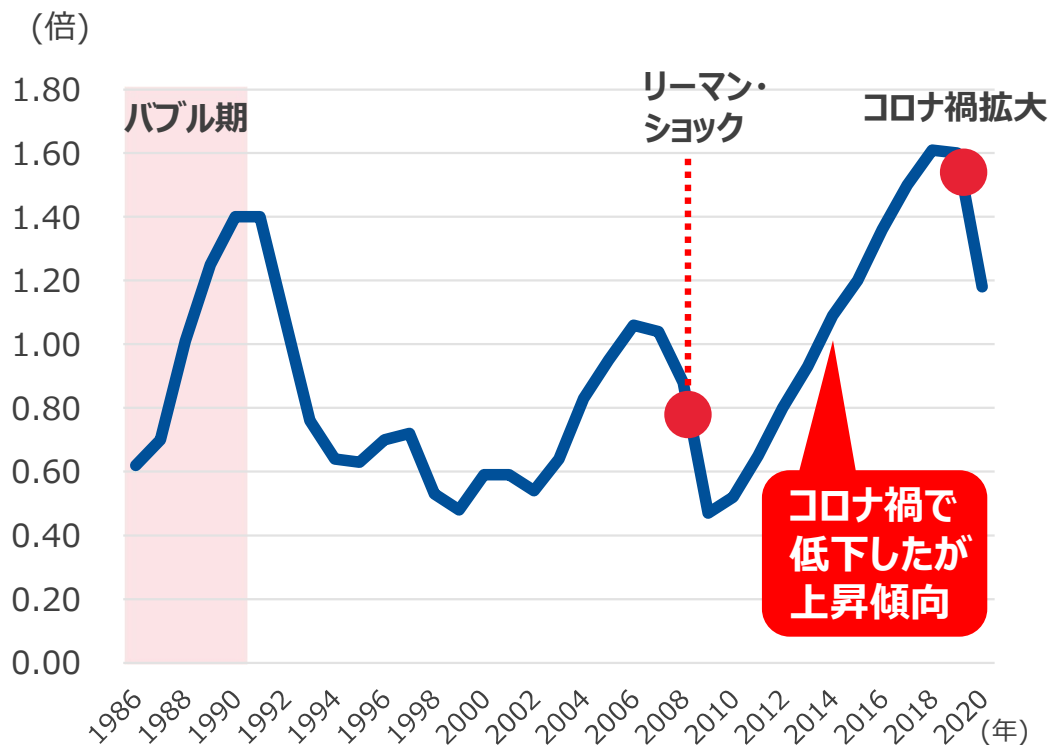
大学数および大学卒業生数の推移



(出所) 文部科学省「学校基本調査」

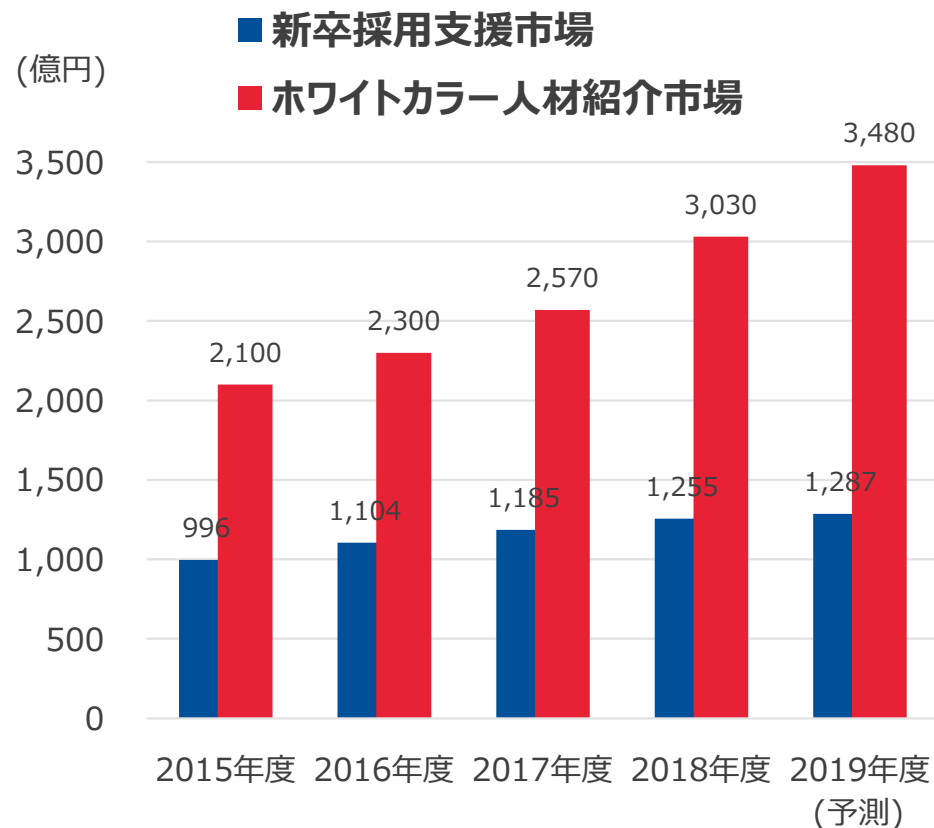
- 有効求人倍率は、2020年は下がったものの、上昇傾向を続けている
- 採用支援市場は順調に拡大。特に、ホワイトカラー人材の紹介ニーズは高い

有効求人倍率



(出所) 厚生労働省「一般職業紹介状況 (職業安定業務統計)」

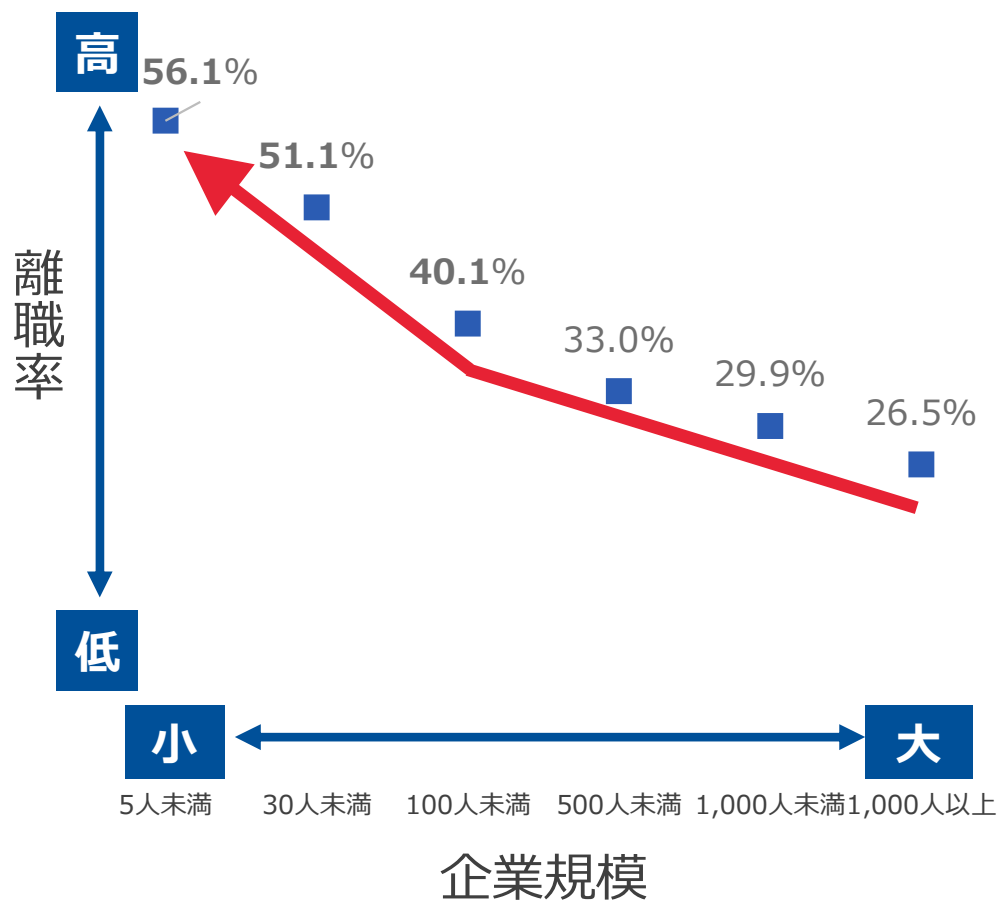
市場規模推移



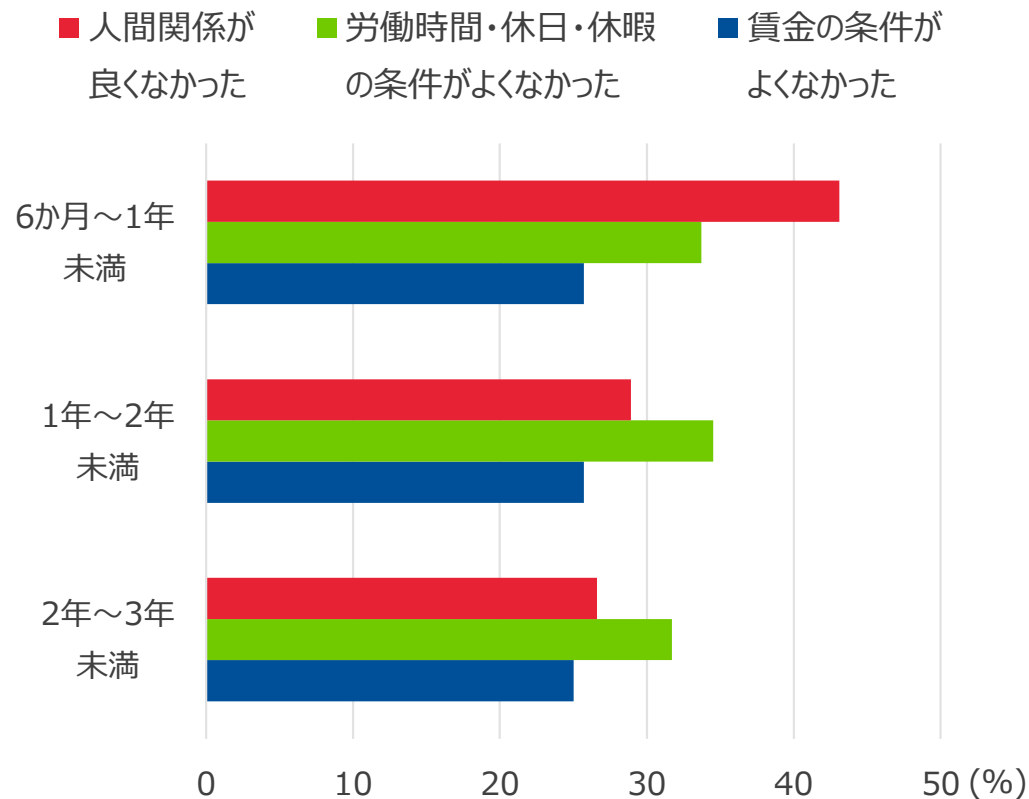
(出所) 矢野経済研究所推計

- 先述のとおり、中小企業は、人が採れないうえに、採れても定着せず辞めてしまう
- 離職理由の上位は、「人間関係が良くない」「労働時間や賃金などの条件が良くない」

大卒就職者の企業規模別3年以内離職率（再掲）



初めて勤務した会社をやめた主な理由

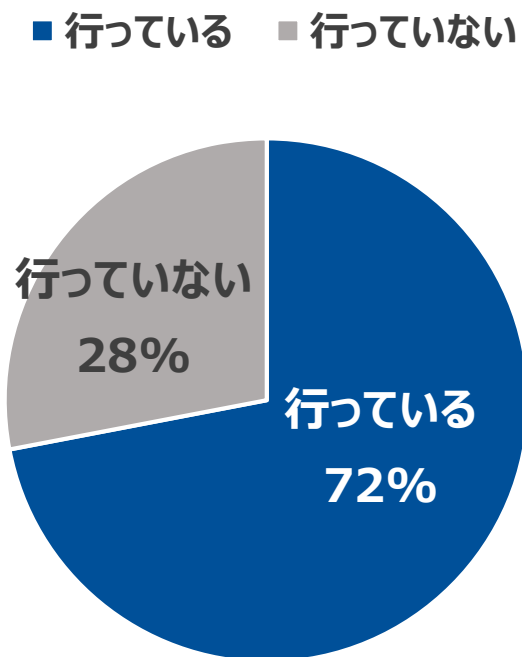


(出所) 厚生労働省「平成30年若年者雇用実態調査の概況」
(回答数19,889人のうち離職経験者)

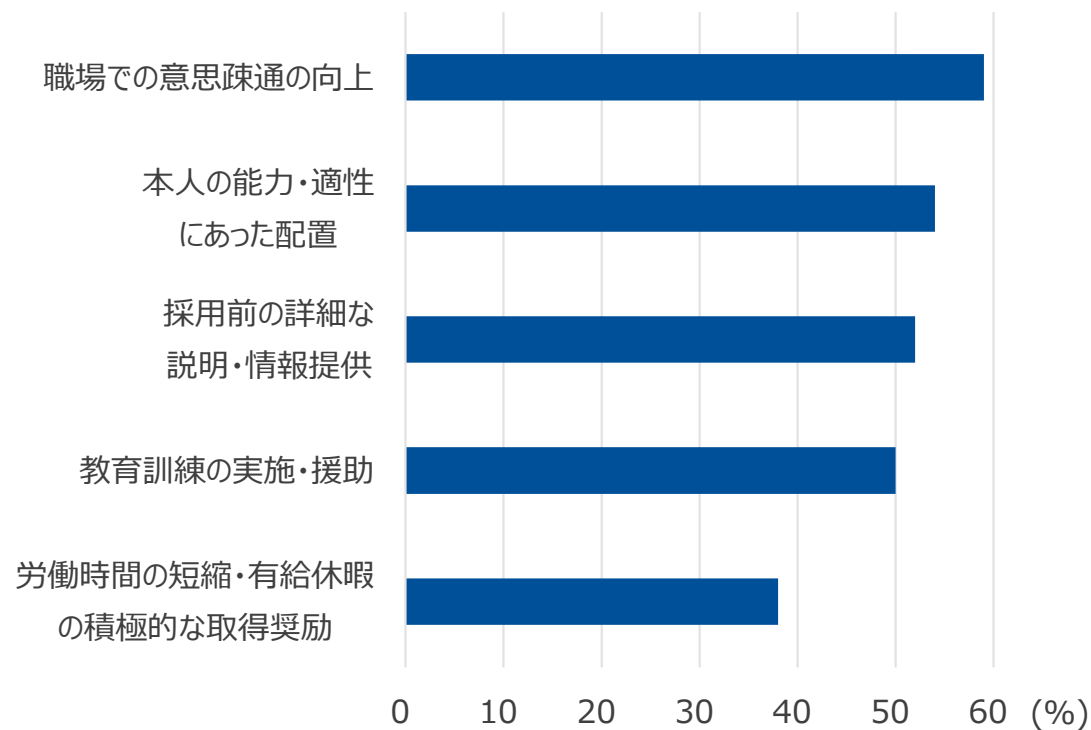
(出所) 厚生労働省「新規学卒就職者の離職状況（平成29年3月卒業者の状況）」

- 若年正社員の「定着のための対策を行っている」事業所は72%
- 対策の内容としてもっとも多いのは「職場での意思疎通の向上」
- 「職場でのコミュニケーション」「上司・部下の意思疎通」を促進する取り組みは今後活発になるものと予想

若手正社員の定着のための対策を行っている事業所の割合

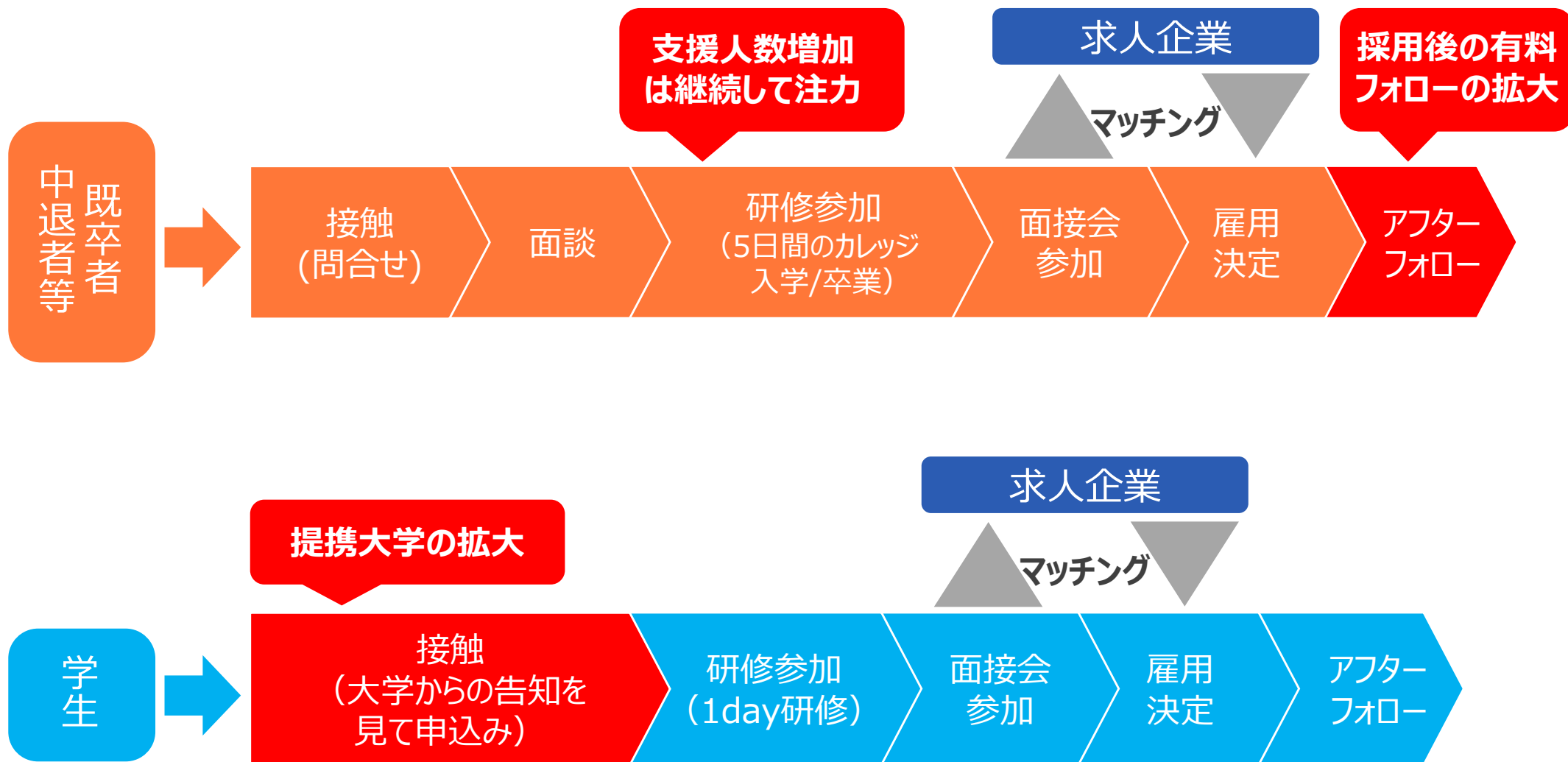


若手正社員の定着のために取り組んでいる内容



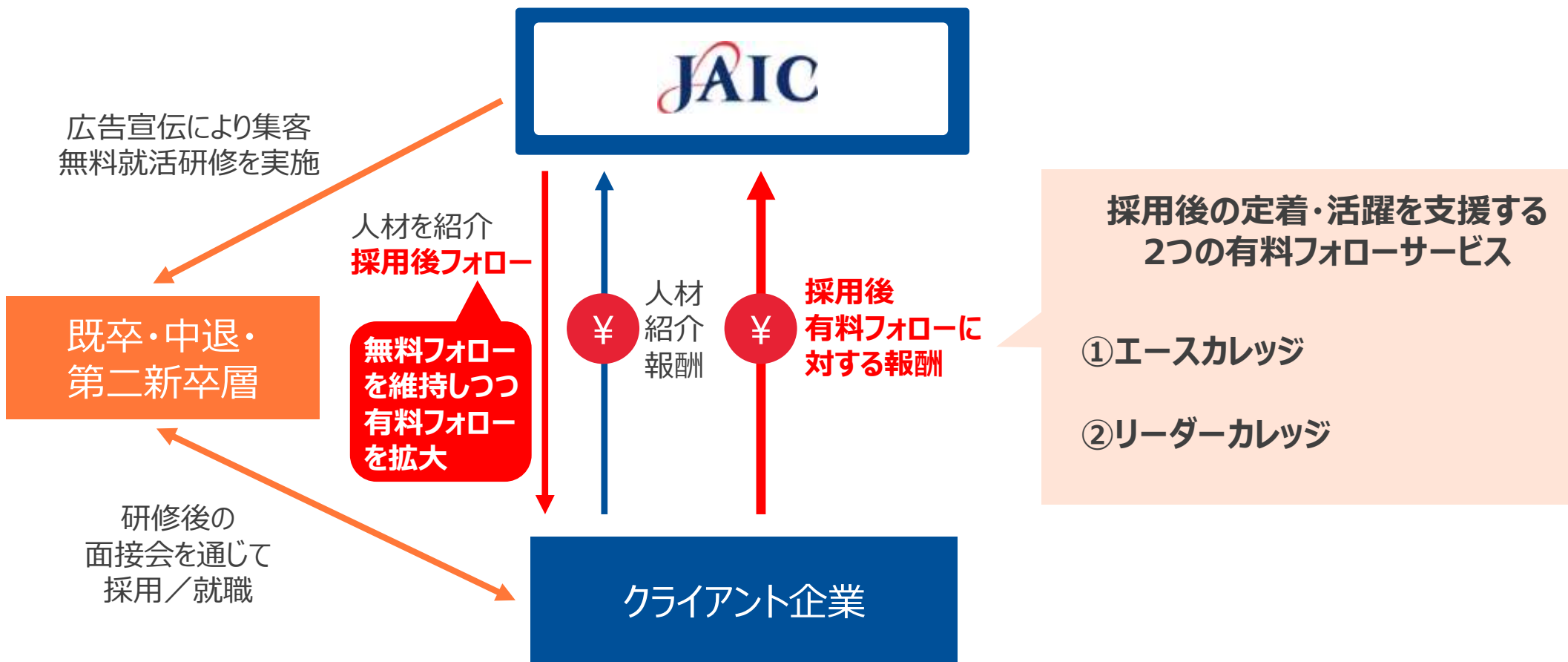
(出所) 厚生労働省「平成30年若年者雇用実態調査の概況」 回答数9,455事業所

- 以上のようなマーケットの未来を踏まえ、既卒者等支援においては、支援人数を増やしつつ、定着・活躍支援サービス（採用後の有料フォロー）の拡大、新卒者支援においては、提携大学の拡大を、今後の成長戦略と位置付ける



- 採用後有料フォローサービスとして、現在も注力中の①エースカレッジ ②リーダーカレッジをさらに伸ばしていく
- 今後も、定着・活躍を支援する新たなサービスを開発していく

既卒者等の支援



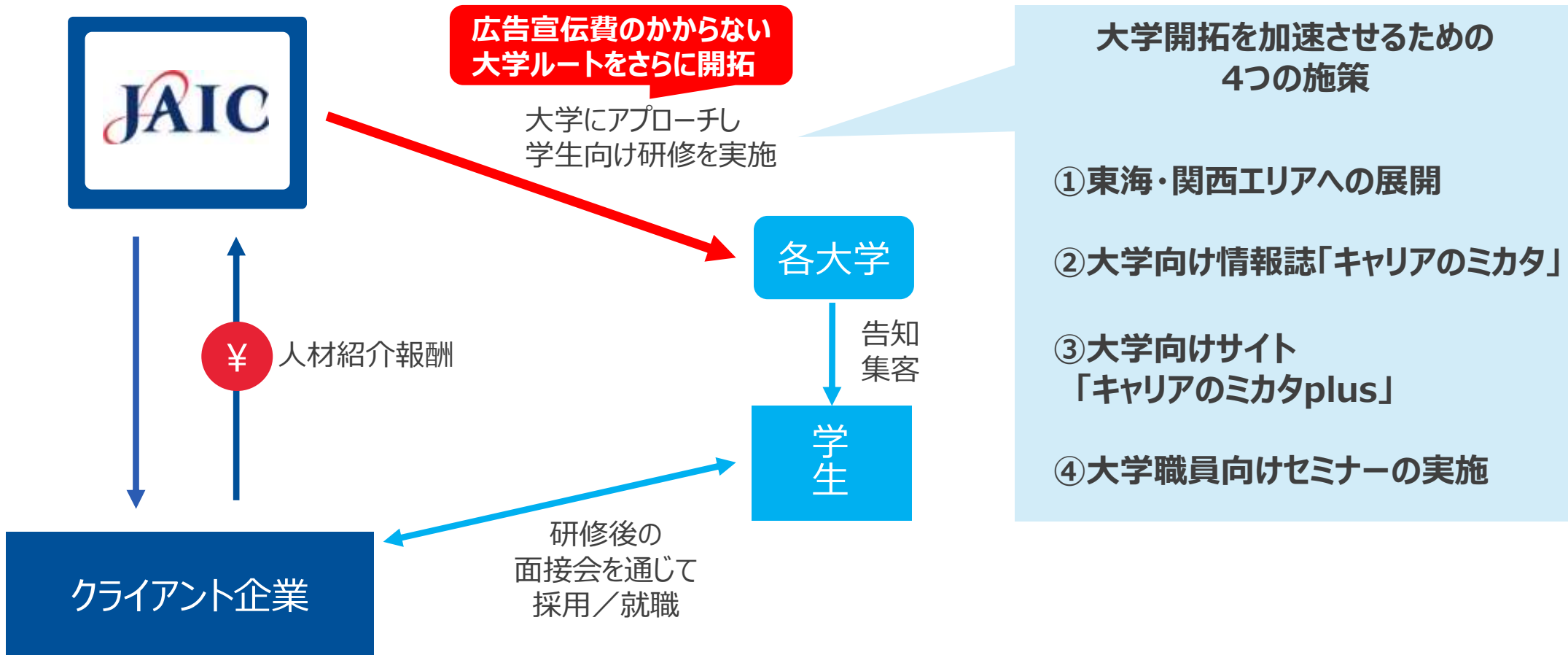
- これまでも、教育研修機能の強みを活かしたアフターフォロー研修（活躍支援研修）を無料で提供
- 今後は、より手厚いフォローとなる2つの有料研修（エースカレッジ、リーダーカレッジ）の提案を強化
- これらも7つの習慣®と原田メソッド®がベース。研修と職場実践を繰り返すことで行動変容を促すのが特徴

	従来の無料アフターフォロー (今後も継続)	現在も注力しており、今後さらに拡大していく 2つの有料アフターフォロー	
	活躍支援研修 入社1年後までの 従来の無料アフターフォロー	エースカレッジ 入社1年以降の本人を応援する 有料フォローサービス	リーダーカレッジ 入社した本人の上司を育成する 管理職向けの有料フォローサービス
対象	当社サービスを通じて就職した、 入社1年以内の社員	入社1～4年目程度の若手社員	おもに管理職（リーダー）層 およびその候補者
研修の狙い	定着と活躍	自立して成果を出せる 社員への成長	リーダーとしての ヒューマンスキルの向上
日数	採用決定後入社前、入社1か月後、 3～6か月後、6～12か月後 (計4回)	月1回×6か月 (計6回)	月1回×12か月 (計12回)
態様	オンライン	リアルおよびオンライン	リアルおよびオンライン



- 新卒者支援においては、大学の開拓強化を成長戦略と位置付ける
- 具体的な施策としては、東海および関西エリアへの展開、および各種の認知度向上施策等

新卒者の支援



- 支援大学数の増加にともない、東海および関西エリアの大学も増加。2023/1期はさらに伸ばす計画
- 情報誌・Webサイト・セミナーなど複合的な施策により認知度向上と関係強化を図る

①東海・関西エリアへの展開

②大学向け情報誌「キャリアのミカタ」



- ・2020年4月より毎月発行している4ページ程度の無料冊子
- ・全国約650大学に、毎月郵送
- ・学生調査やインタビュー、大学の取り組みなど、学生支援の参考となる内容を掲載

③大学向け情報サイト「キャリアのミカタplus」



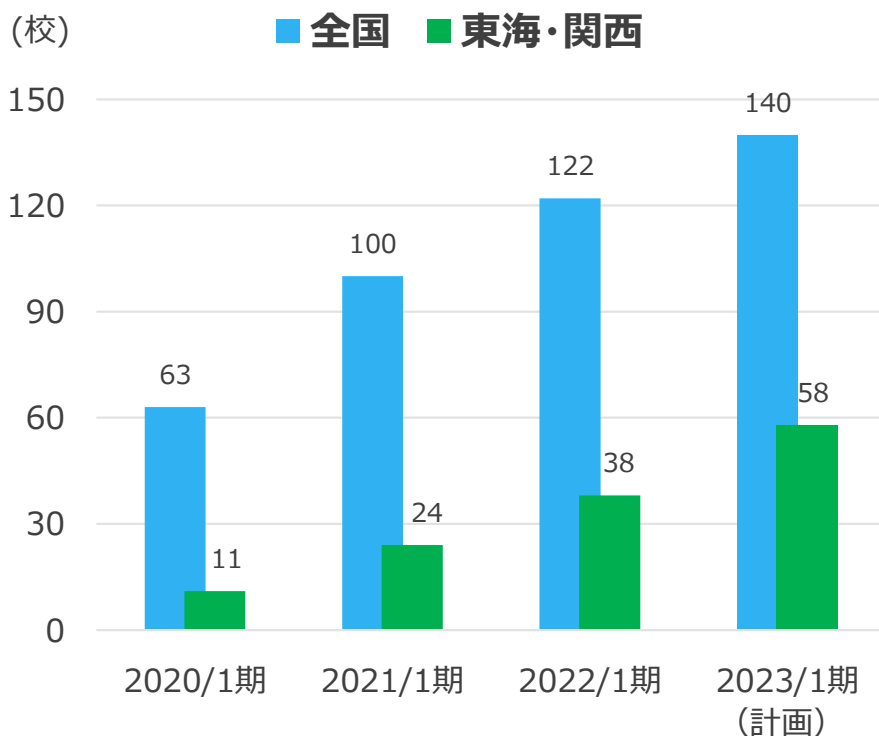
- ・2021年5月にリリースした、大学職員向けの情報サイト
- ・会員限定のコンテンツなどを掲載し、大学職員の集客および関係強化を図る

④大学職員向けセミナー



- ・大学職員向けに、セミナーの形で有用な情報を提供
- ・大学関係者や企業の方をゲストに招くこともある
- ・2020年度、2021年度ともに10回開催。ここから関係が始まることも多いので、積極的に開催していく

支援大学数

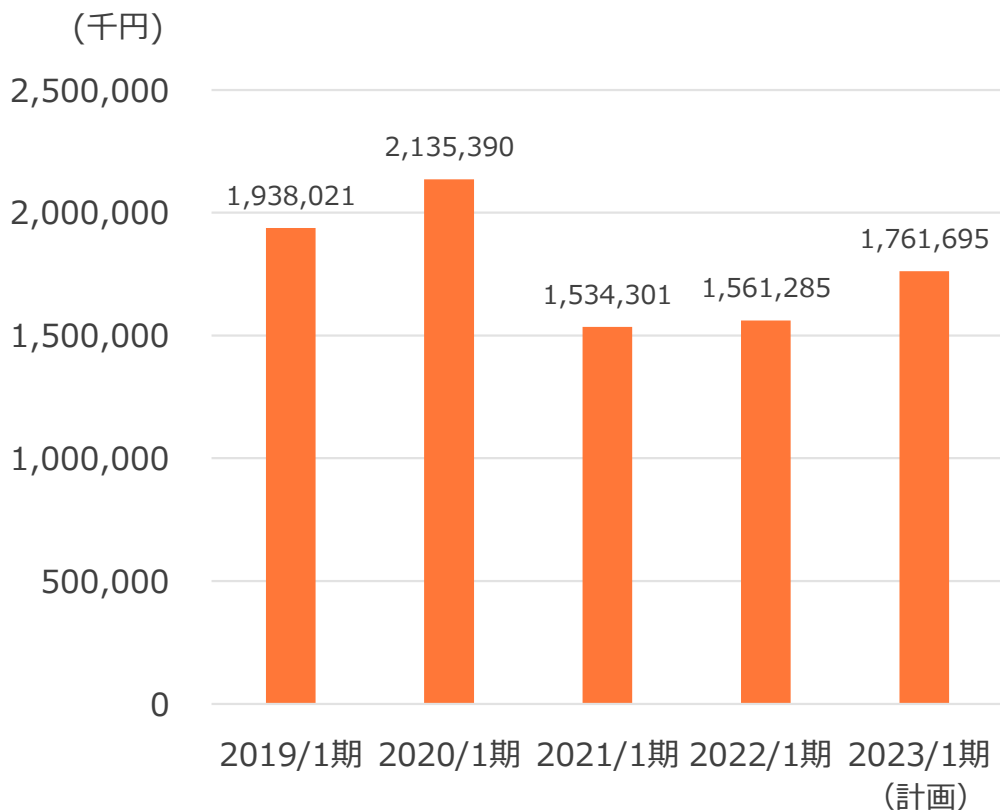


1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

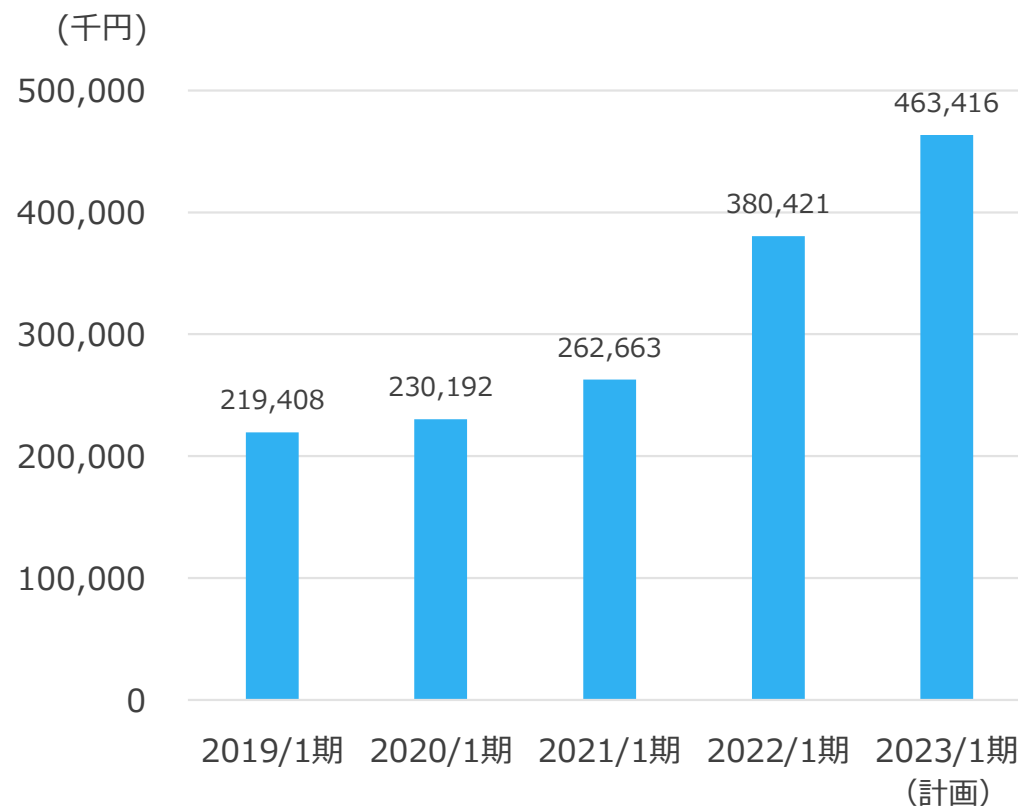
売上計画とKPI
JAIC

- 既卒者等支援サービスの売上は、前期は1,561,285千円の実績、当期は1,761,695千円の計画。
前期3Qの求人の回復が想定より遅れたため、前回開示数値より下振れている
- 新卒者支援サービスの売上は、前期は380,421千円の実績、当期は463,416千円の計画

既卒者支援の売上推移



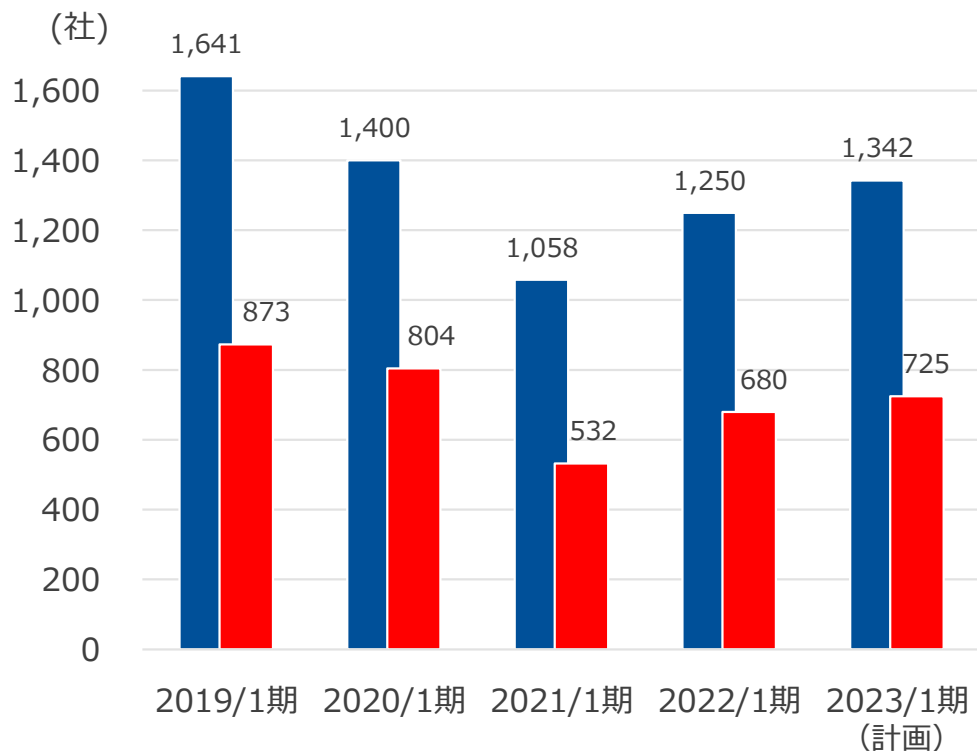
新卒者支援の売上推移



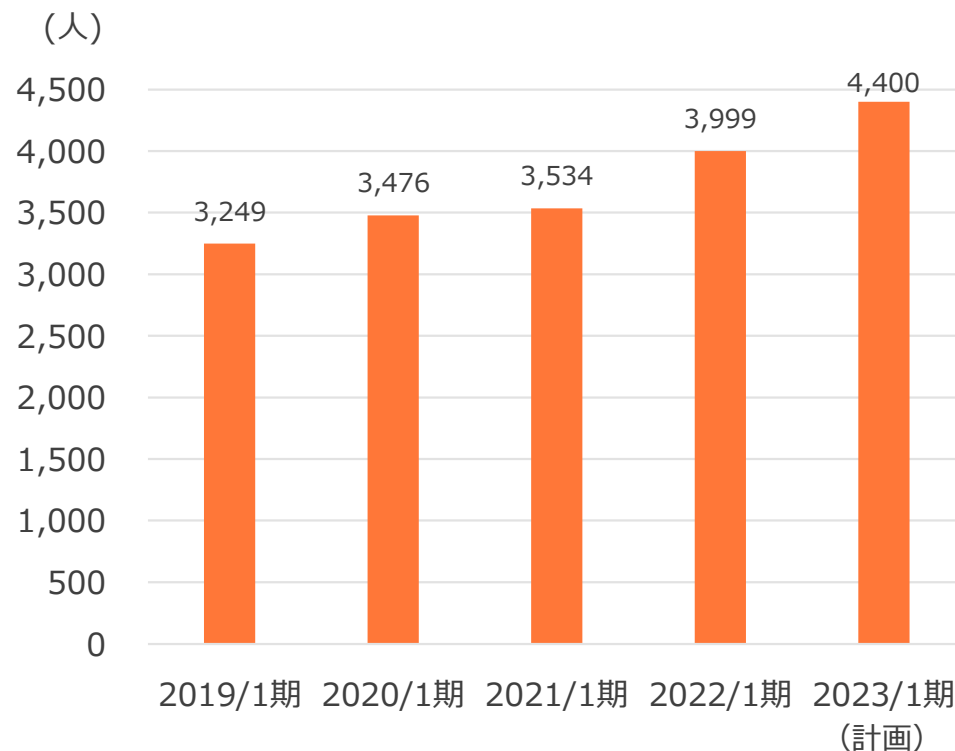
- 既卒者等支援において重要な指標は、集団面接会参加企業数、採用企業数、研修参加者数
- コロナ禍で集団面接会参加企業数が落ち込んだが、最近ではコロナ禍以前の水準まで回復
- 昨年12月の本資料では、「研修修了者数」としていたが、「研修参加者数」に変更したので人数は増加

集団面接会参加企業数（ユニーク）
と採用企業数の推移

■ 集面参加企業数 ■ 採用企業数

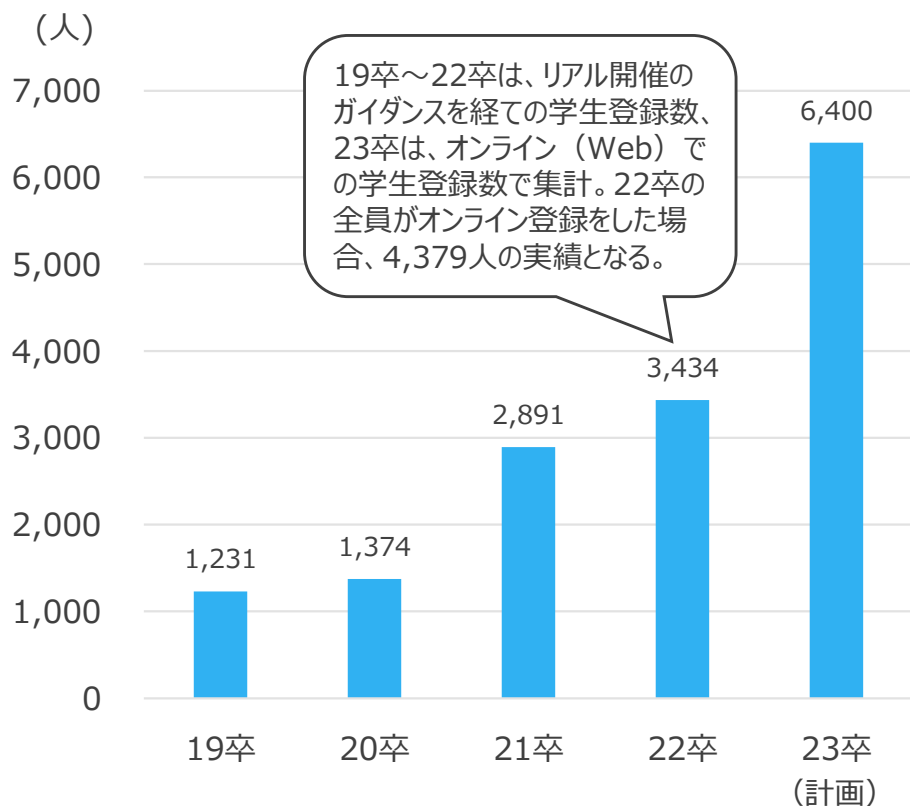


カレッジ（既卒者等向け就活研修）
研修参加者数

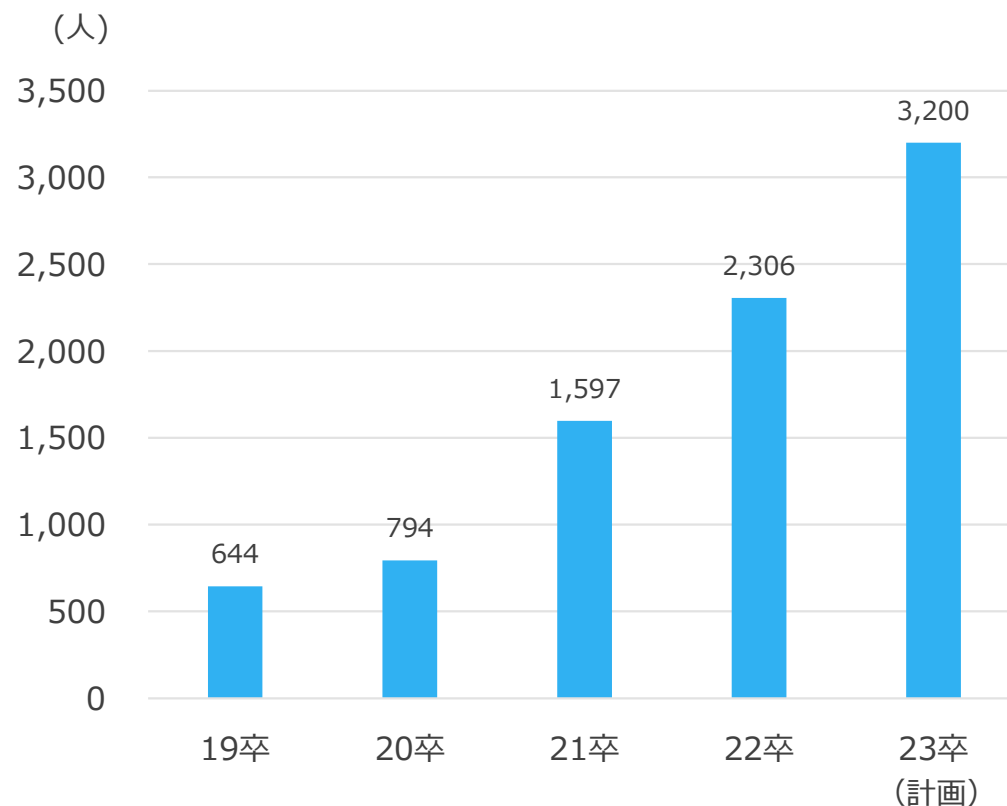


- 新卒者支援における重要な指標は、登録学生数と面接をセットする学生数
- 登録学生数の22卒実績は、下半期の販売促進効果が想定を下回ったため、前回開示数値より下振れている。23卒は、すべてオンラインでの登録となりハードルが下がるため、大幅増の数字を見込んでいる

登録学生数



面接をセットする学生数 (ユニーク)



1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

事業領域とビジネスモデル

JAIC

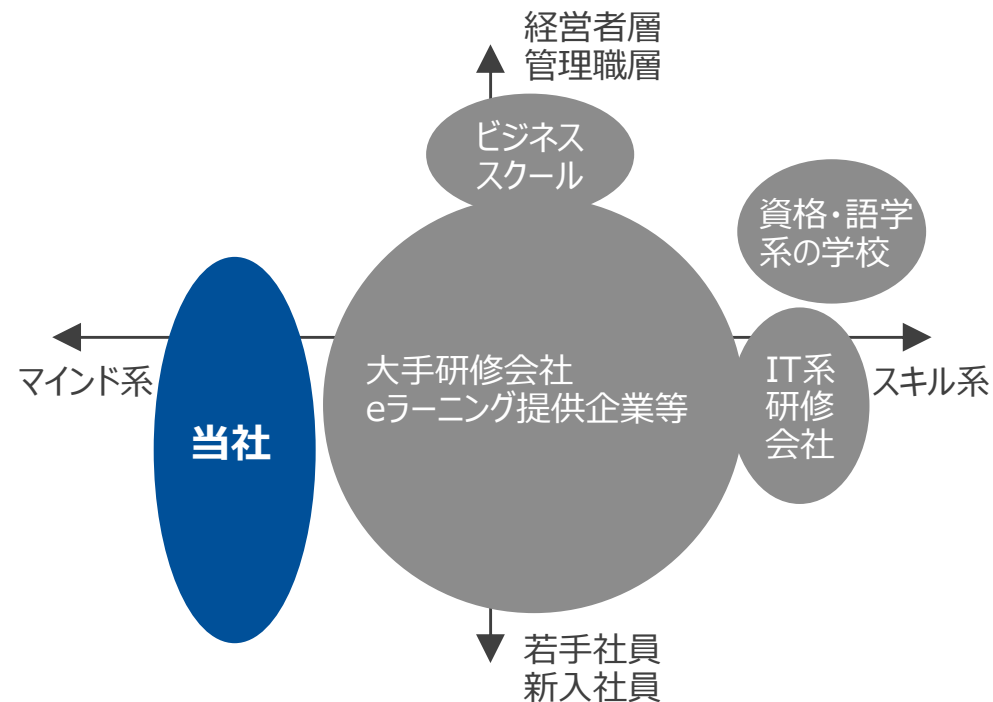
- 対象は、若手社員～中堅社員がメイン
- 受講者に積極的な参加を求める研修が中心で、マインド面の教育により行動変容を促すのが特徴

教育研修市場における 当社事業の事業領域

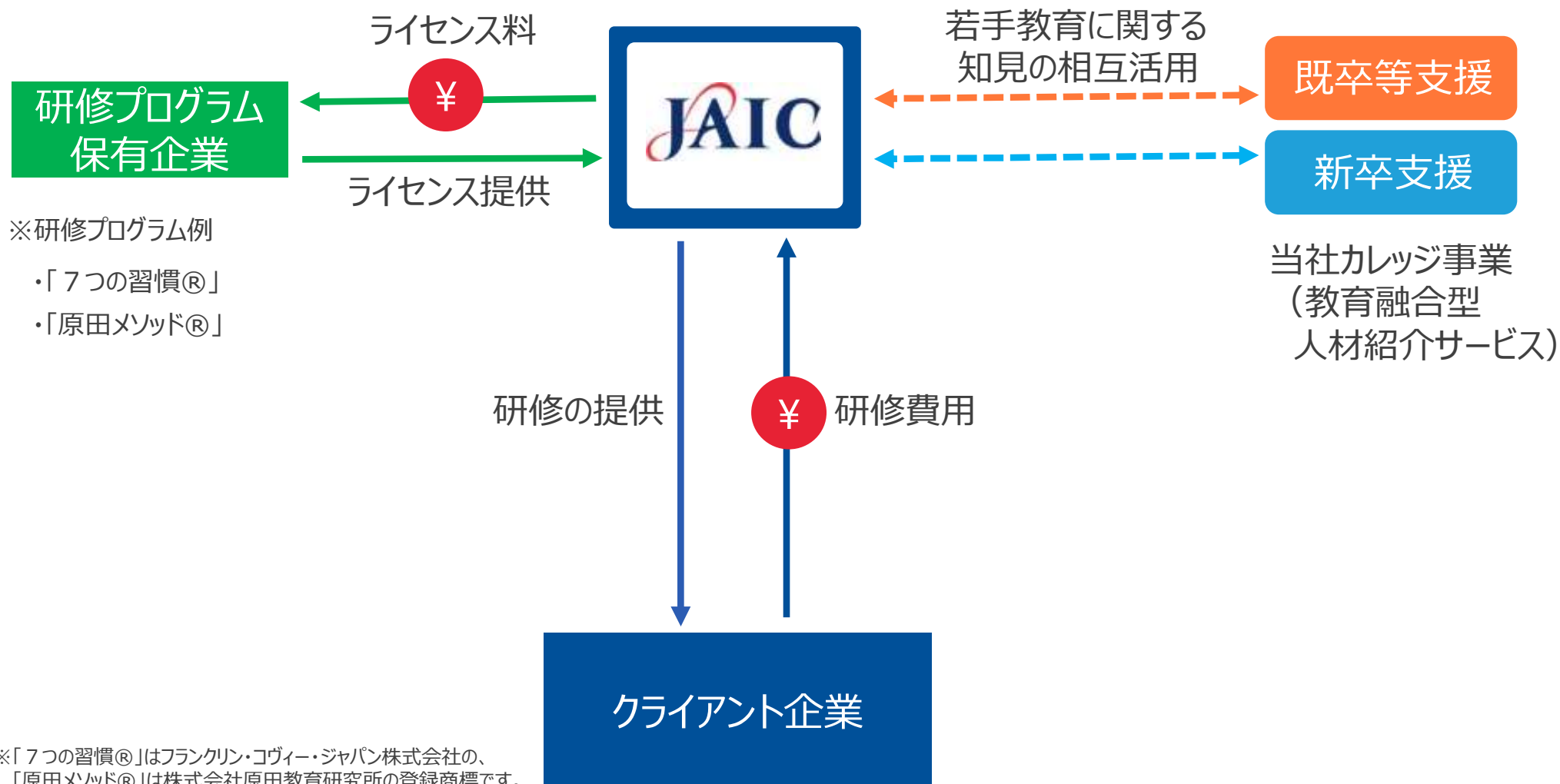
対象層	経営者層			
	管理職層 30才～			
	中堅社員 26～34才			当社教育 研修事業
	若手社員 新入社員 20代前半			
	eラーニング	聴講型の セミナー中心	参加型の 研修中心	

教育態様

教育研修業界における ポジショニング



- 「7つの習慣®」「原田メソッド®」のライセンス提供を受け、研修プログラムを開発
- 研修プログラムの開発には、カレッジ事業で得られた豊富な知見を活用
- 教育研修事業で得られた知見を、カレッジ事業にも活用。相互活用を行う



※「7つの習慣®」はフランクリン・コヴィー・ジャパン株式会社の、「原田メソッド®」は株式会社原田教育研究所の登録商標です。

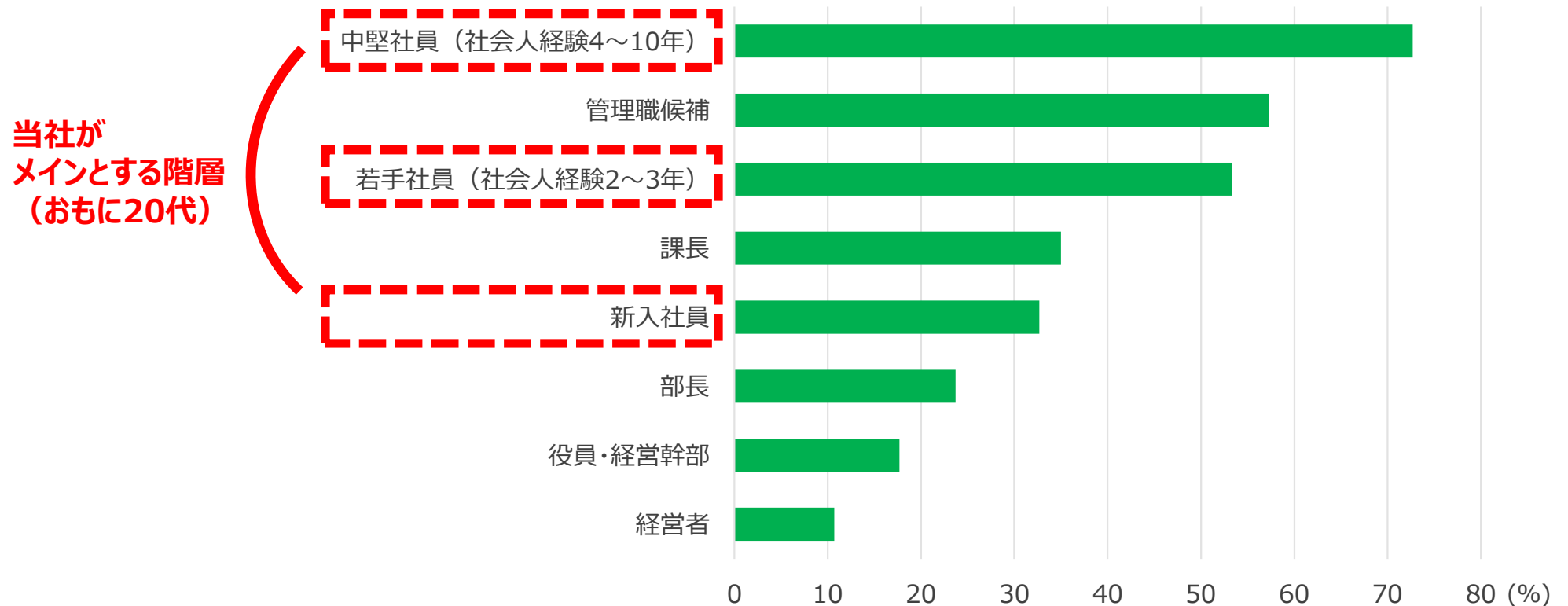
1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

顧客が抱える課題と当社の強み

JAIC

- 企業が「今後重点的に育成したい」階層は、「中堅社員」「管理職候補」「若手社員」の順
- 総じて、管理職層よりも、20代～30歳過ぎぐらいの社員に育成の必要性を感じている

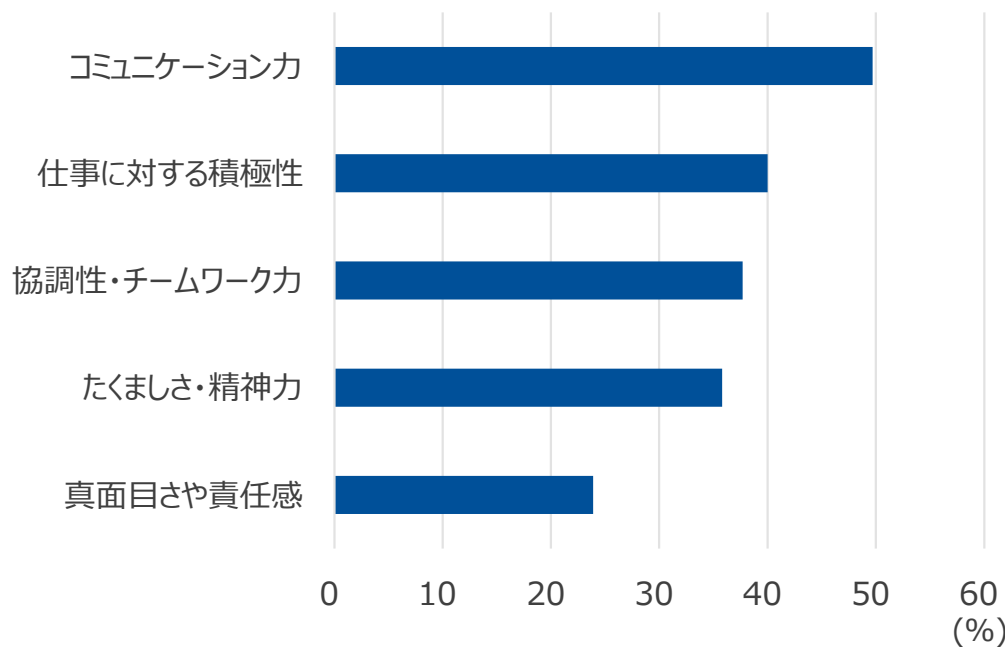
企業が今後重点的に育成したい階層



(出所) 東京商工会議所「従業員研修の実施状況に関するアンケート結果」(2019年、回答数300社)

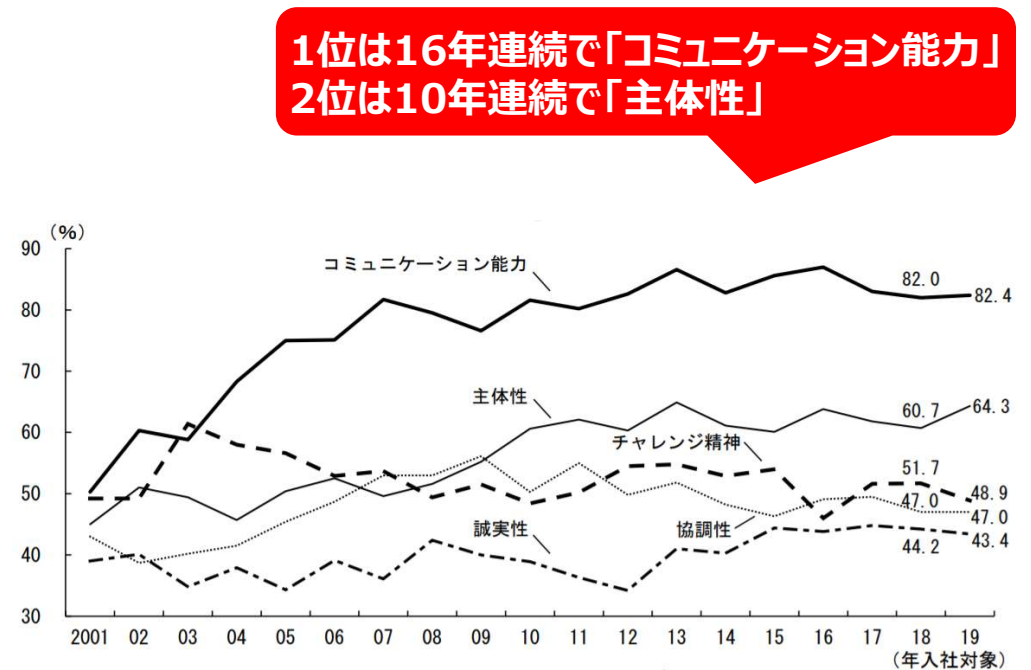
- 企業が「若手が活躍するために必要」と考える能力は、「コミュニケーション力」「積極性」等
- 新卒採用の際に重視する要素も「コミュニケーション能力」と「主体性」。これらの要素は、若手社員が活躍するうえで非常に重要な要素であると推察される

企業内で若手が活躍するために必要な能力
(管理職が回答、3つまで選択)



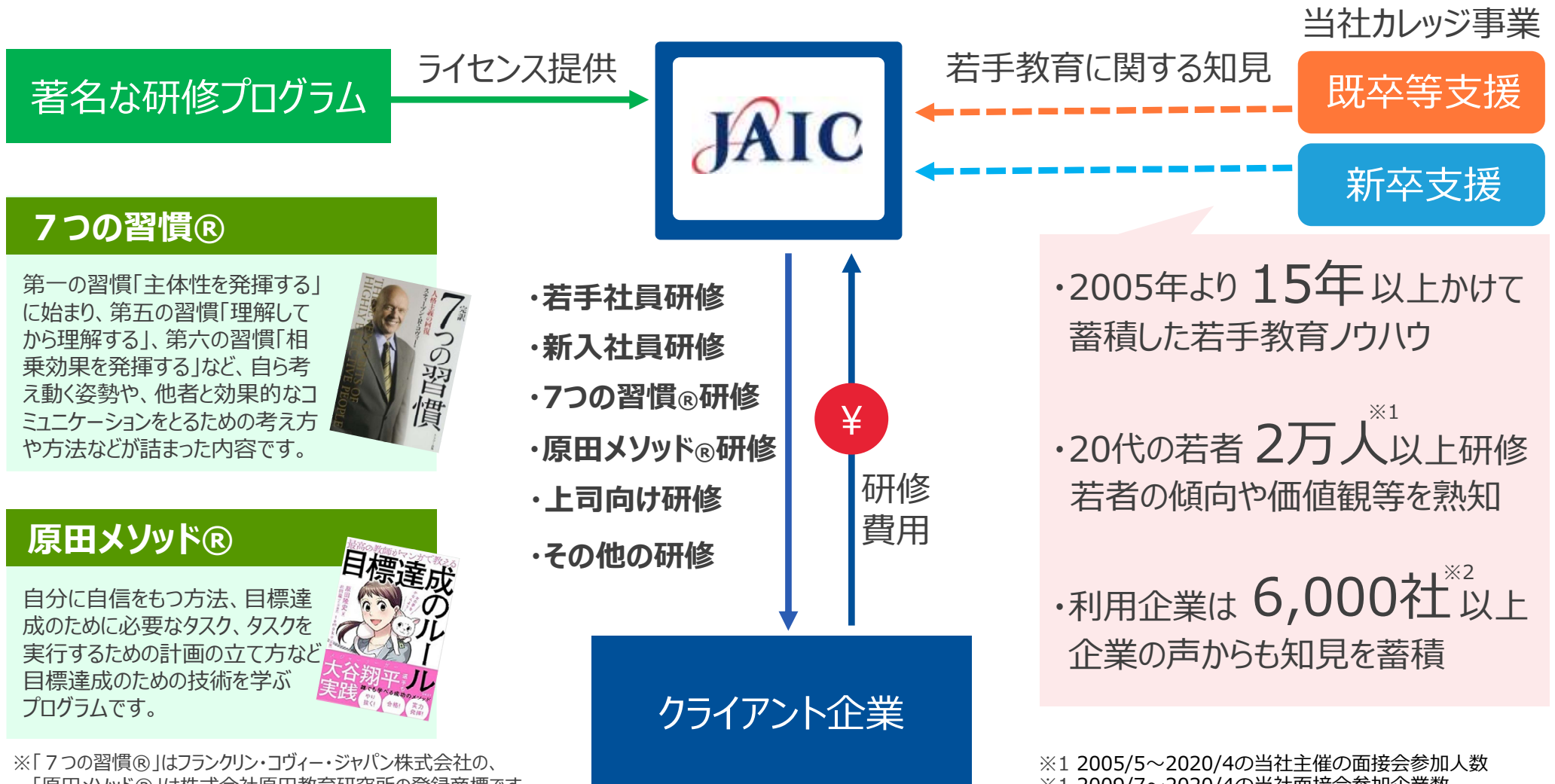
(出所) 一般財団法人企業活力研究所「企業活動の将来を担う若手社員の能力開発・能力発揮のあり方に関する調査研究報告書」(2014年、管理職300人が回答)

「新卒採用の選考時に重視する要素」
の上位5項目の推移



(出所) 経団連「2018年度 新卒採用に関するアンケート調査結果」 回答数1,376社

- コミュニケーションの取り方や主体性について学べる世界的ベストセラー書籍『7つの習慣』の内容、および目標達成のための技術として大企業も導入する「原田メソッド®」の内容を、研修プログラムに反映
- 15年以上、若者の就職支援および入社後フォローを行ってきた当社は、若手教育に精通



※「7つの習慣®」はフランクリン・コヴィー・ジャパン株式会社の、「原田メソッド®」は株式会社原田教育研究所の登録商標です。

※1 2005/5～2020/4の当社主催の面接会参加人数
 ※2 2009/7～2020/4の当社面接会参加企業数

1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

課題
JAIC

- 「7つの習慣®」「原田メソッド®」および新入社員研修「仕事の基礎の基礎」などの人気コンテンツを有するものの、それに次ぐ教育コンテンツを開発できていない

人気コンテンツを
新たに開発できていないことが課題

- ・7つの習慣®研修
- ・原田メソッド®研修
- ・新入社員研修「仕事の基礎の基礎」
- ・上司向け研修
- ・若手社員研修
- ・その他の研修



教育研修事業 課題への対応策

定番となりうる教育コンテンツの開発

「7つの習慣®」「原田メソッド®」「新入社員研修」に並ぶ教育コンテンツを開発する

(例)

- ・2～3年目向け研修
- ・女性向け研修
- ・ミドル社員向け研修
- ・上司向け研修
- ・内定者研修
- ・幹部向け研修

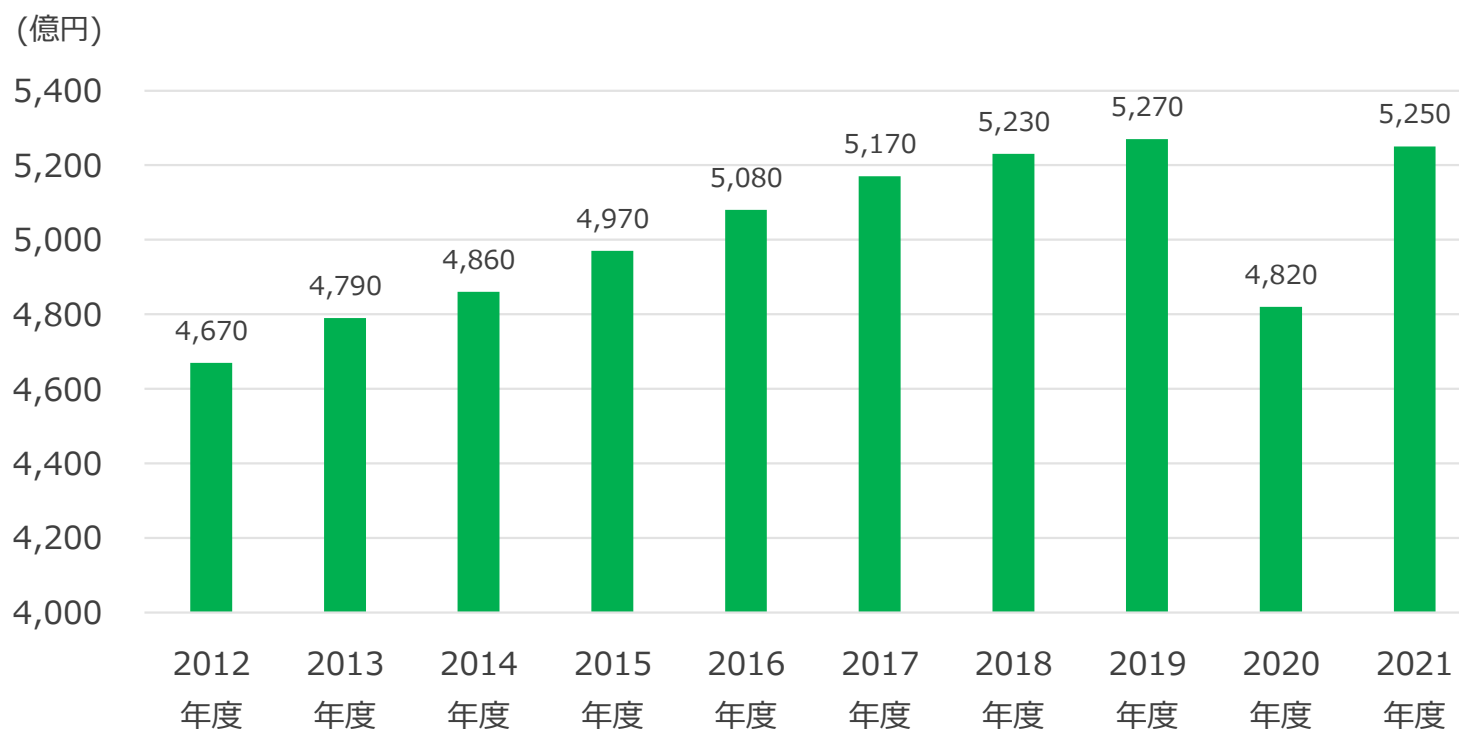
1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

マーケットの未来と成長戦略

JAIC

- 教育研修市場は、5,000億円の規模で、ほぼ横ばいで推移
- 新型コロナウイルス感染症の影響を受けた2020年度は落ち込んだが、2021年度は回復

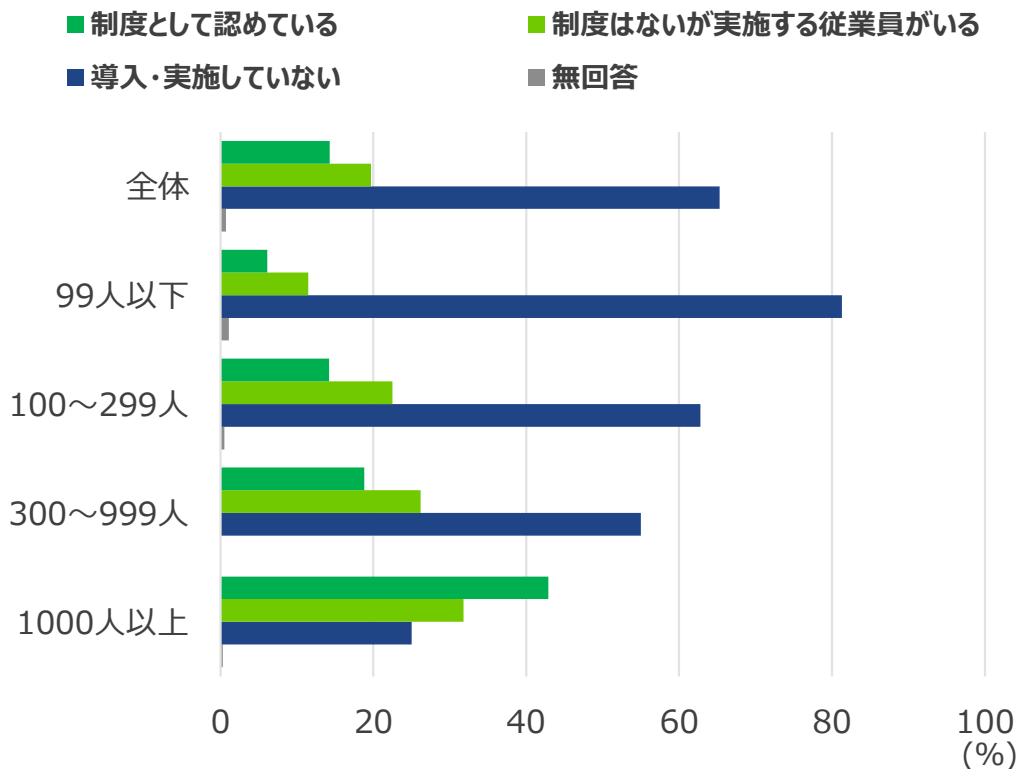
企業向け研修サービス市場規模推移・予測



矢野経済研究所調査、2021年9月9日発表
発表時点において、2021年数字は予測

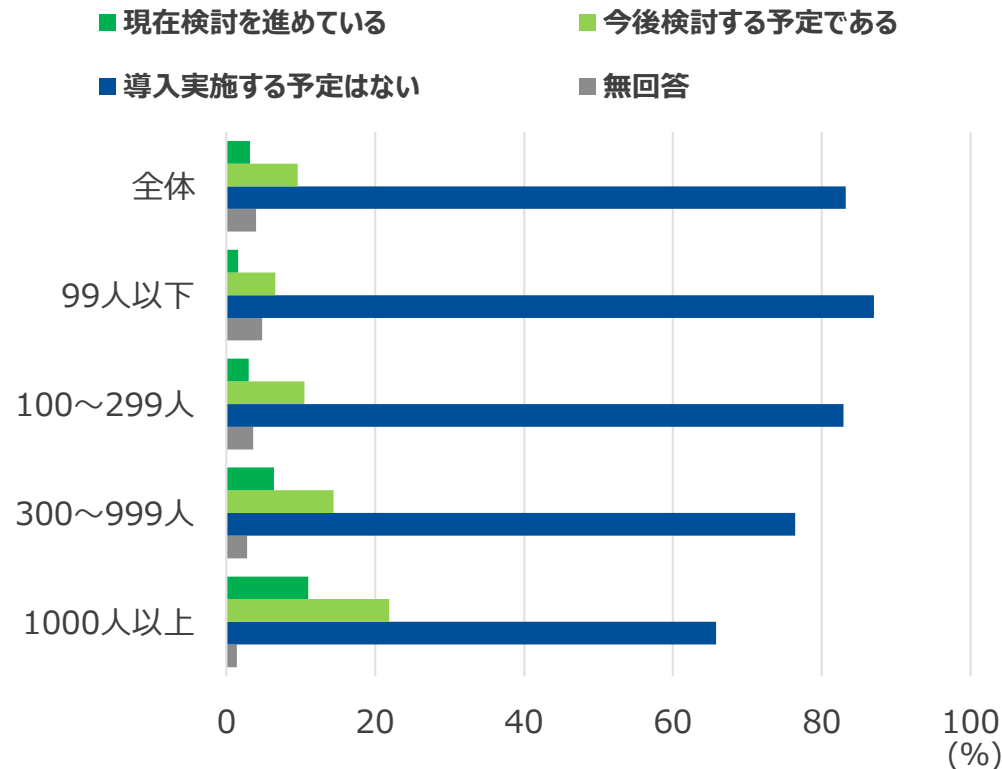
- 社員数1,000人以上の企業では7割以上が在宅勤務を導入しているが、300人未満の企業では、一定数の企業は導入しているものの、その割合は4割以下
- 未導入企業の導入予定も少ないことから、現状から急激に変化する可能性は低いものと予想

在宅勤務の導入・実施状況



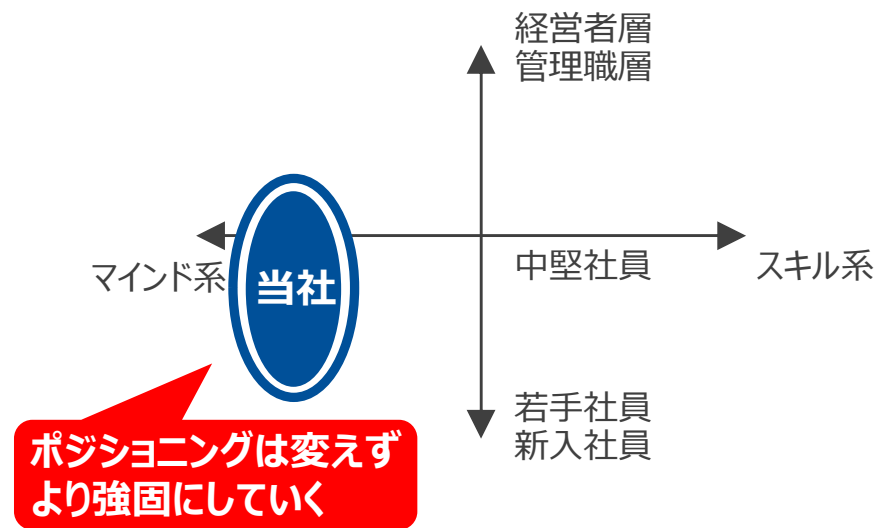
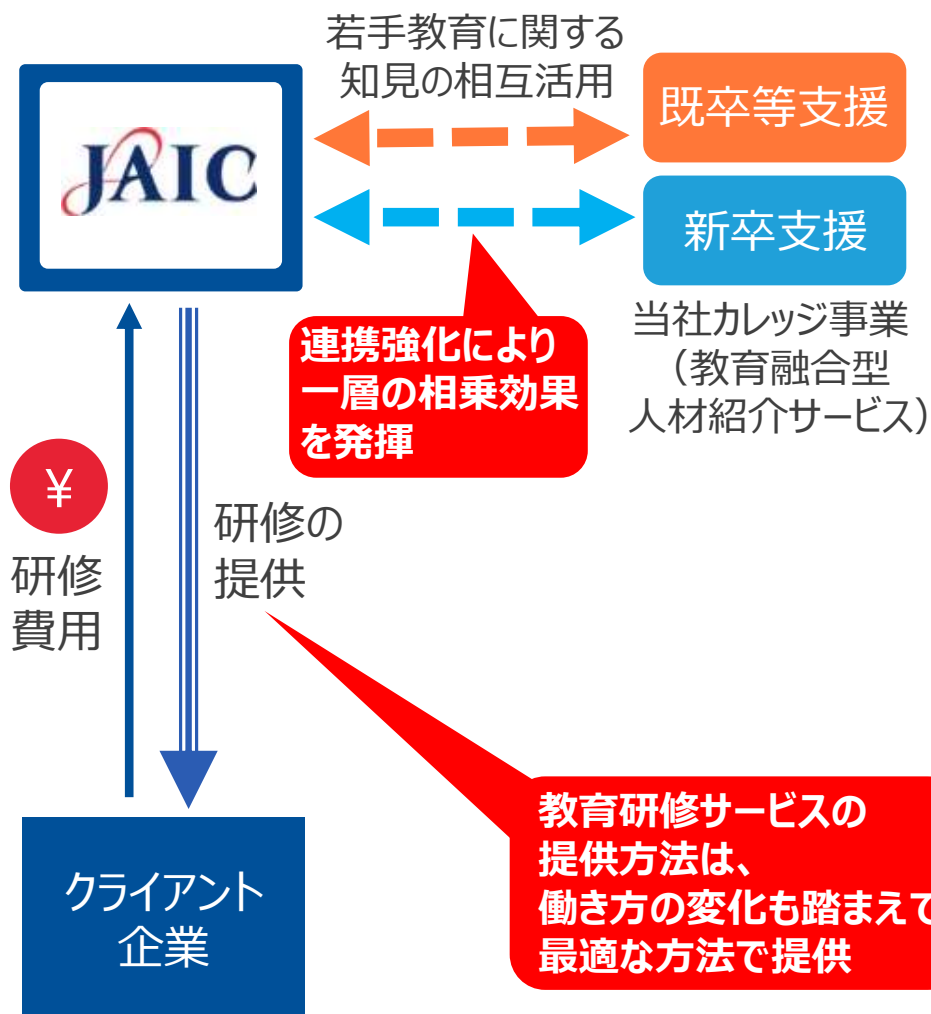
三菱UFJリサーチ&コンサルティング「テレワークの労務管理等に関する実態調査 (速報版)」2020年11月16日発表、回答社数3,778社

未導入企業における今後の意向



※上記の「未導入企業」には、在宅勤務だけでなく、サテライトオフィス、モバイルワーク等も未導入の企業を含む

- 以上のようなマーケットの未来を踏まえ、企業向け教育研修事業では、引き続きカレッジ事業の基盤としての価値に重きをおきつつ、①カレッジ事業との連携強化による一層の相乗効果の発揮、②働き方の変化等のニーズに合わせた、新しいサービス提供方法の開発、といった点に力をいれていく



経営者層			
管理職層			
中堅社員	当社教育研修事業		
若手社員 新入社員			
	eラーニング	聴講型のセミナー中心	参加型の研修中心

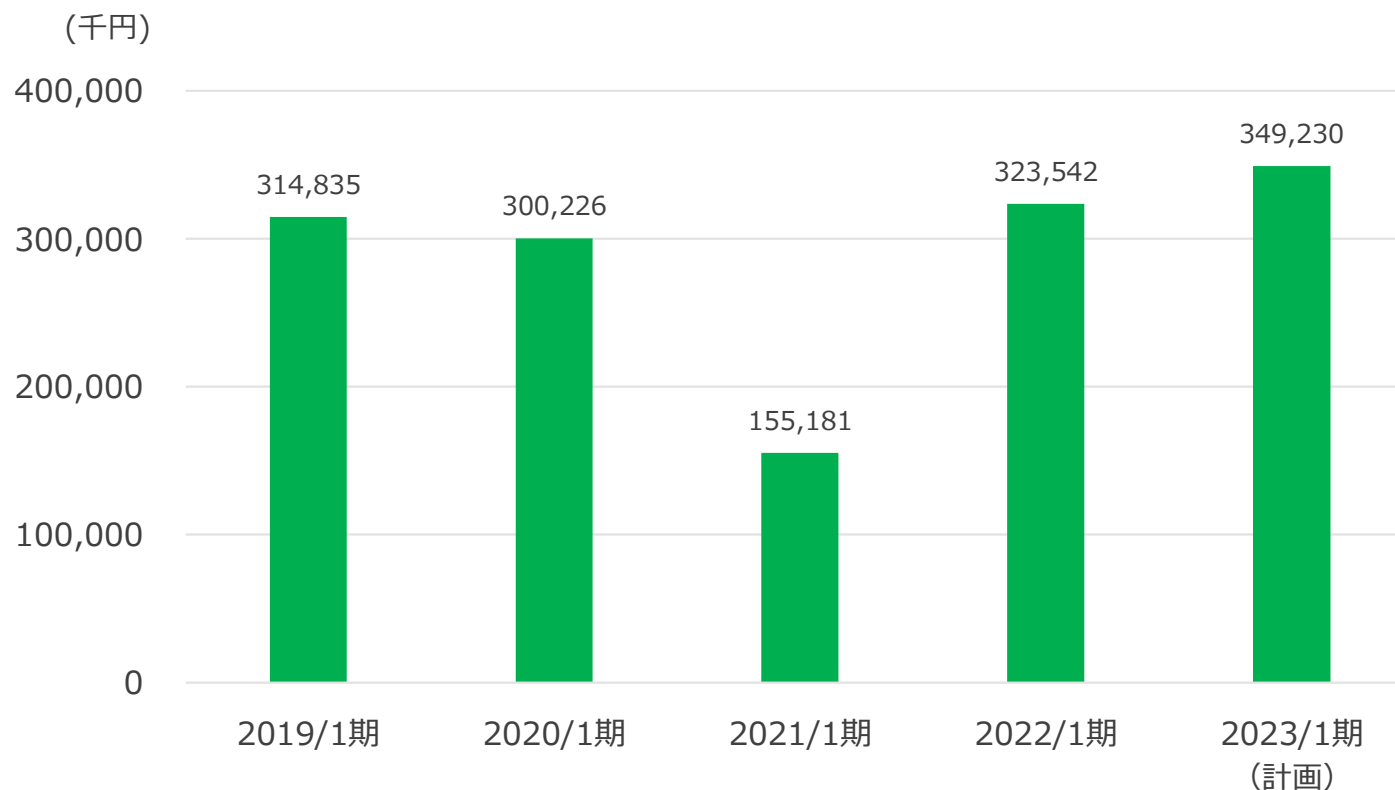
教育研修サービスの提供方法は、働き方の変化も踏まえて最適な方法で提供

1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

売上計画とKPI
JAIC

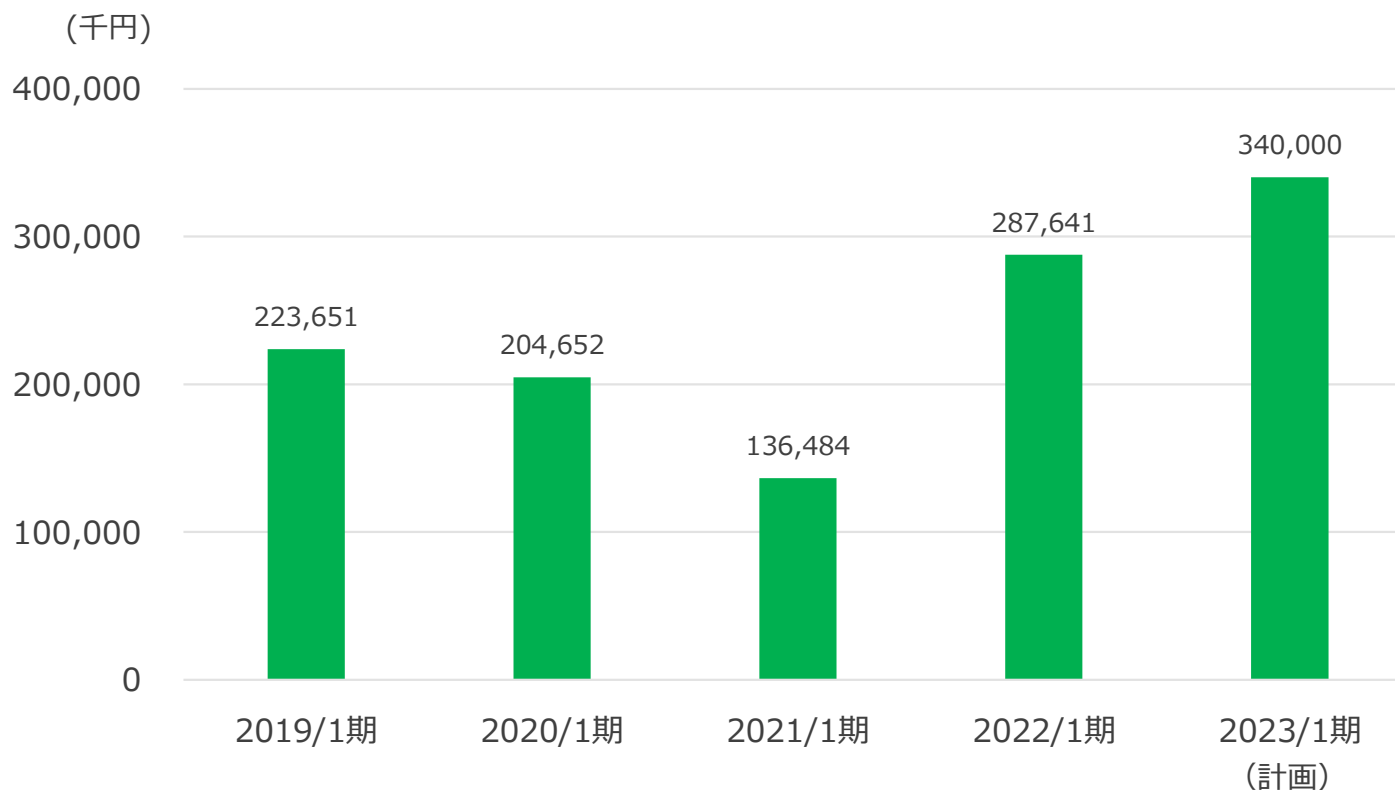
- 教育研修事業の売上は、前期は323,542千円の実績、当期は349,230千円の計画
- 当期計画が、前回開示数値よりも下振れている理由は、①前回開示時よりも堅く数字を見直したこと、②見込んでいた新規ライセンス商材の契約締結が延期したことの2点

教育研修サービス売上推移



- 企業向け教育研修事業のKPIは、代理店による受注を除く受注金額。2021/1期はコロナ禍の影響を受けて大きく落ち込んだが、2022/1期は回復し、過去最高の受注金額を記録
- 計算方法を見直して代理店受注分を除いたので、前回開示数値より下振れている

教育研修サービス受注金額（代理店による受注除く）



1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

リスク情報
JAIC

- 有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載する内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しています。その他のリスクに関しては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

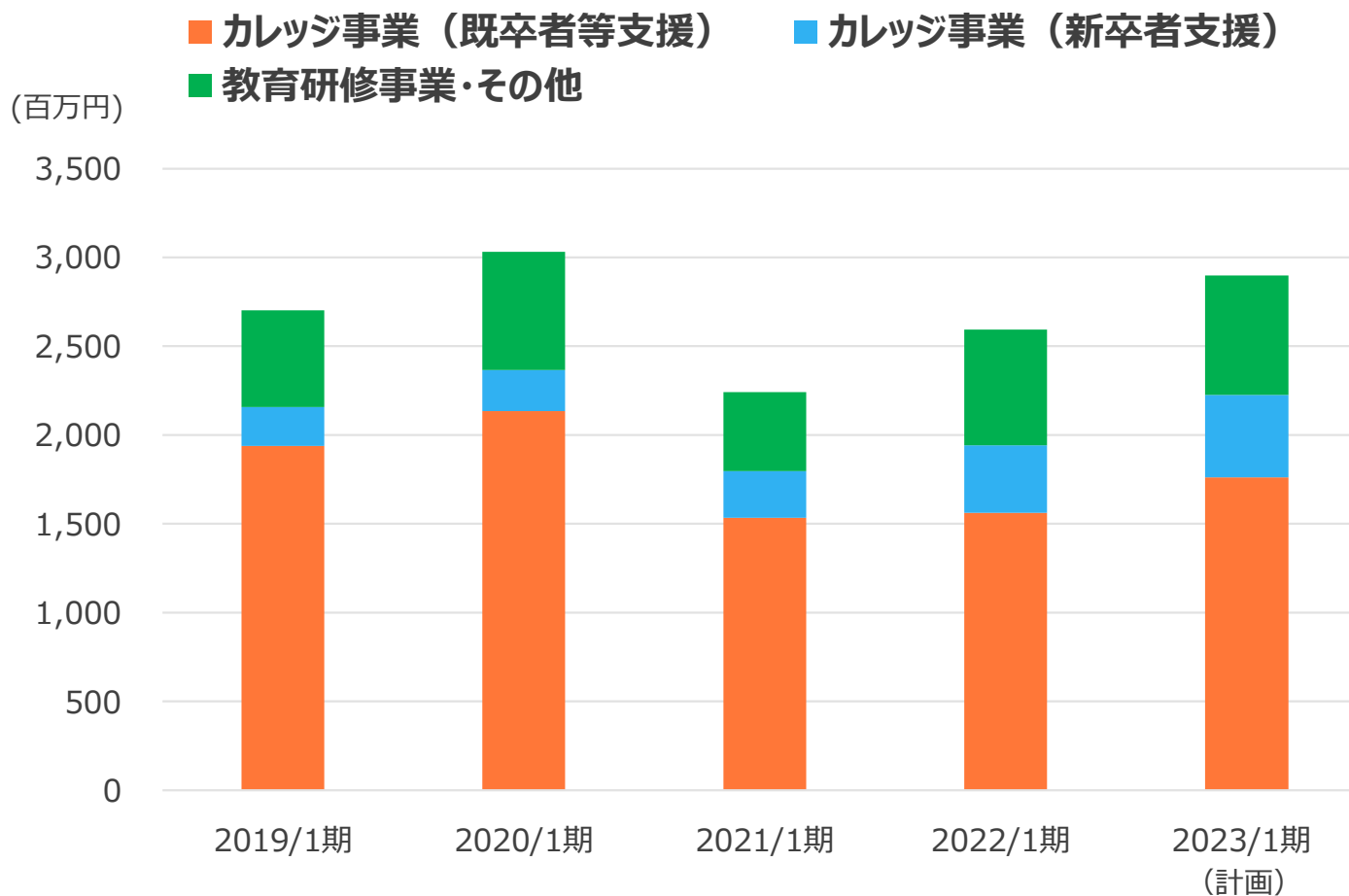
主要なリスク	リスクの内容	重要性	発生確率	対応策
人材サービス業界の動向について	市場環境の悪化等による企業の採用意欲の減退、競合企業の参入等により、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	特に重要	高い	採用ニーズが比較的安定している新卒者の採用支援の拡大、特定業種等に偏らない顧客開拓等
求職者の集客について	今後における国内総人口及び主たる顧客である若年層の継続的な減少、雇用情勢の変化、競合激化、集客施策の不振等により十分な求職者の集客が困難となった場合、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	特に重要	高い	最新のマーケティング手法の研究と実践、SNS等を活用した認知度向上、大学との共催イベントを通じての学生集客・学生認知の強化等
求人企業の確保について	当社グループは新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けましたが、右記の対応策が功を奏し、一定程度の求人企業の確保ができております。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の今後の状況や景気動向の変動等により求人企業の確保が難しくなった場合、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	特に重要	低い	営業管理の強化、営業ノウハウの横展開、営業パーソンの中途採用、見込客獲得のためのマーケティングやインサイドセールス機能の強化、生産性を高めるためのウェブ商談の推進等
人材の確保・育成について	雇用環境の変化や人材獲得競争の激化等により、人材確保が困難となった場合、または社内人材の社外流出が生じた場合、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	特に重要	低い	エージェントの活用等による継続的な人材採用活動、および定期的な研修や面談、評価制度の見直し等、社員の定着を図る取り組みの実施

1. カレッジ事業（教育融合型人材紹介サービス）
2. 企業向け教育研修事業

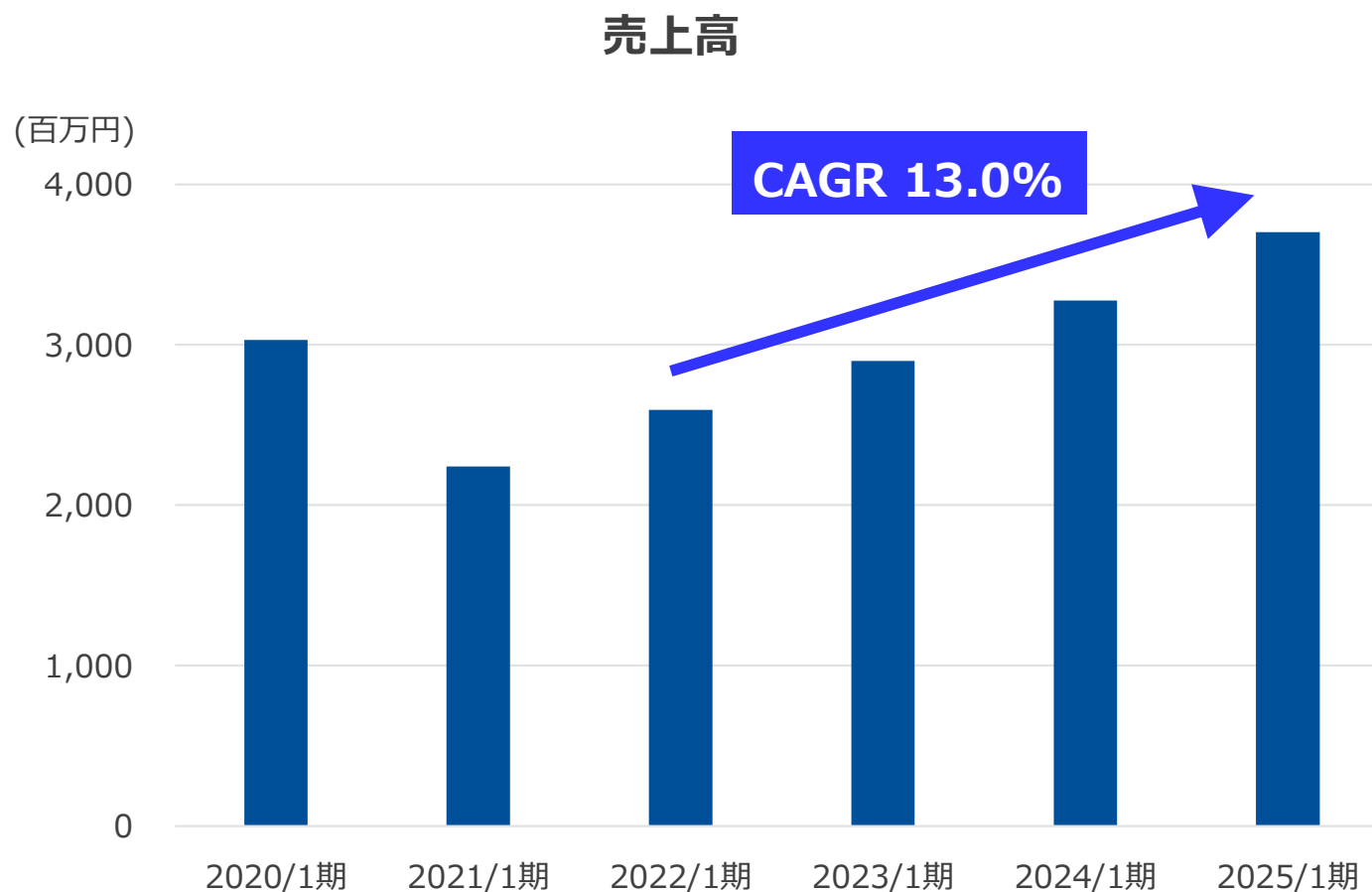
全社の成長イメージと利益計画

JAIC

- カレッジ事業（既卒者支援）の前期3Qの求人の回復が想定より遅れたこと、および前回開示時よりも堅く数字を見直したこと等により、前回開示数値より下振れている
- 前期、当期とも、前回開示数値と比べて約1億円下振れているが、全体としては回復傾向

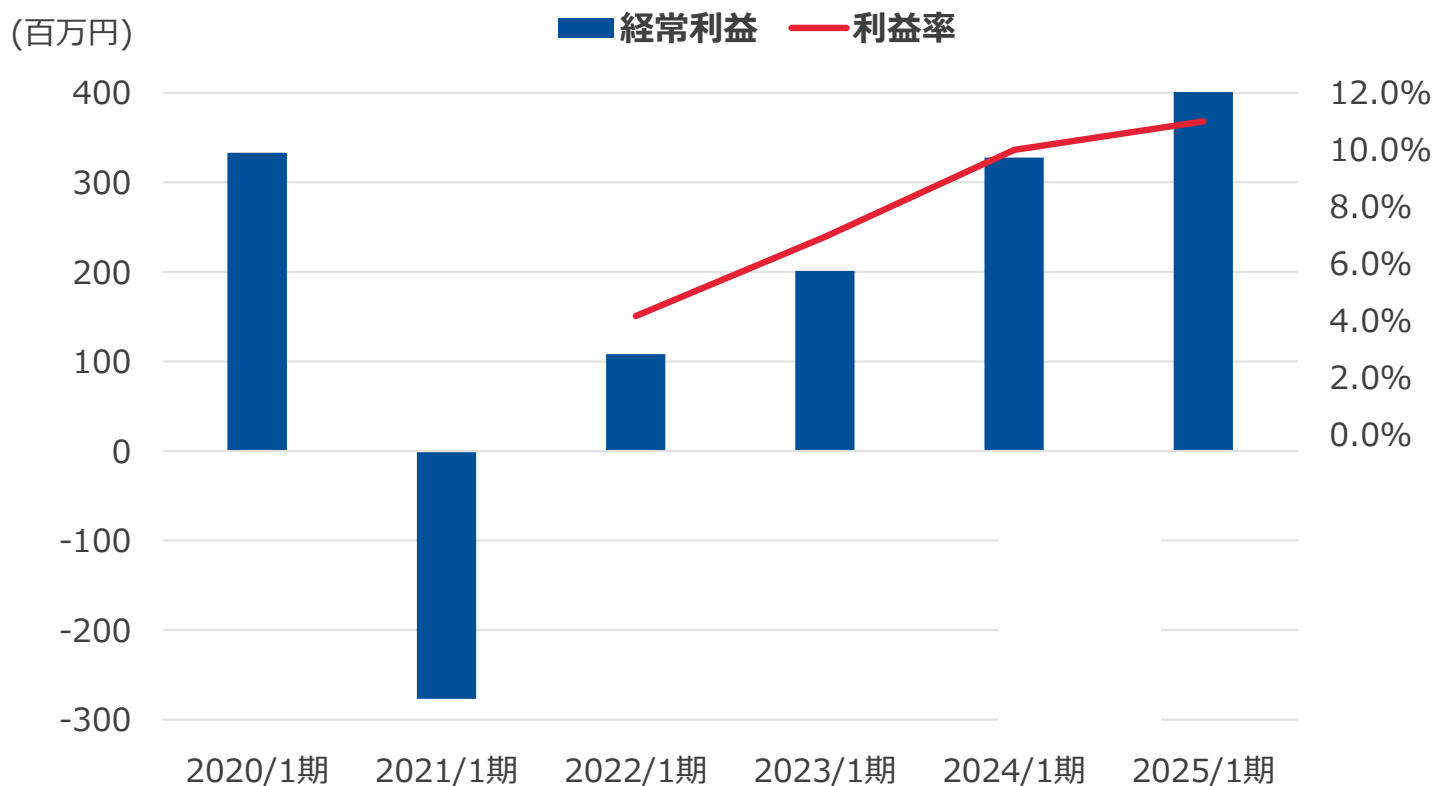


- 売上高は、前期実績が2,593百万円、当期計画が2,898百万円。当期以降の数値が前回開示数値より下振れている理由は、CAGRを13.0%と想定するところ、前期の売上高が業績予想を下回ったため



- 経常利益は、前期実績が108百万円、当期計画は201百万円。当期以降の数値が前回開示数値より下振れている理由は、利益率を昨年12月の開示時よりも堅く見込んだため

経常利益・同利益率



- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 現在、世界的な脅威となっております新型コロナウイルス (COVID-19) につきましても、今後の状況次第では、本資料の記述とは異なる結果を招き得る可能性がございます。