

A modern office interior with a large glass wall on the left featuring the Zenken logo. To the right, there is a glass-walled room with colorful abstract art on its wall and a large potted plant in the foreground. The floor is highly reflective white tile.

●Zenken

そこにはない未来を創る

●Zenken

2022年6月期 第3四半期決算補足資料

全研本社株式会社 (Zenken Corporation) 東証グロース (証券コード: 7371)



## 目次

**01** 第3四半期決算の概要

**02** トピックス

**APPENDIX**

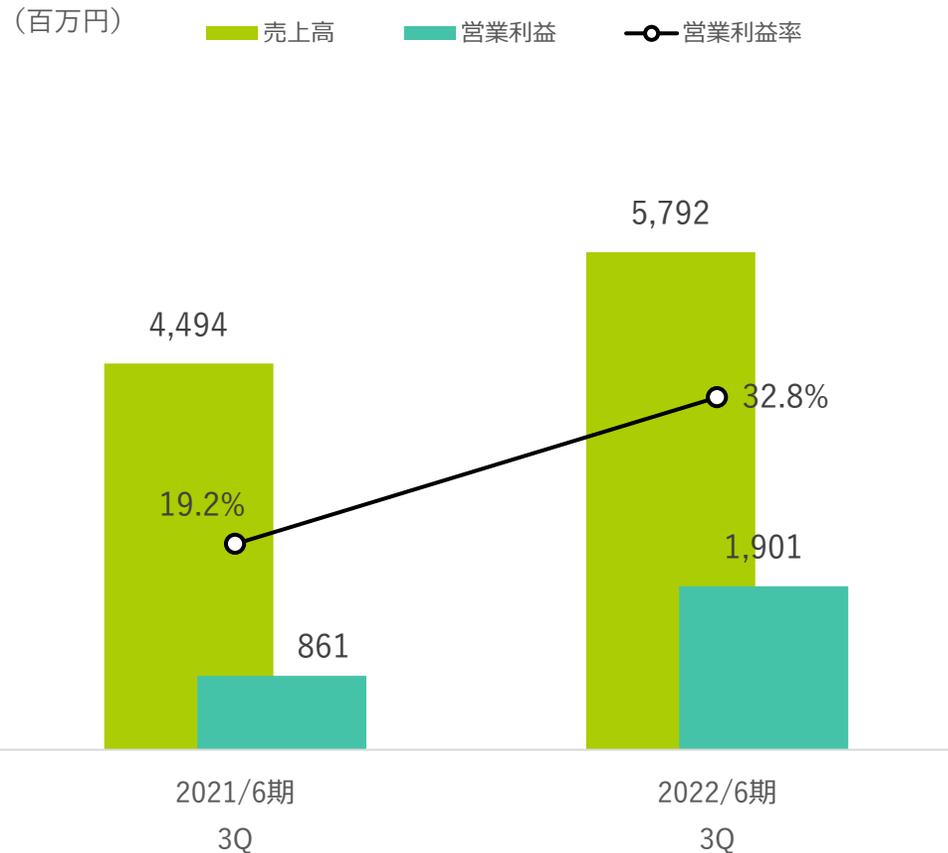


# 01 第3四半期決算の概要

# ● 2022年6月期第3四半期 連結決算ハイライト

売上高： 5,792百万円 営業利益： 1,901百万円 営業利益率： 32.8%

## 前年同期比較



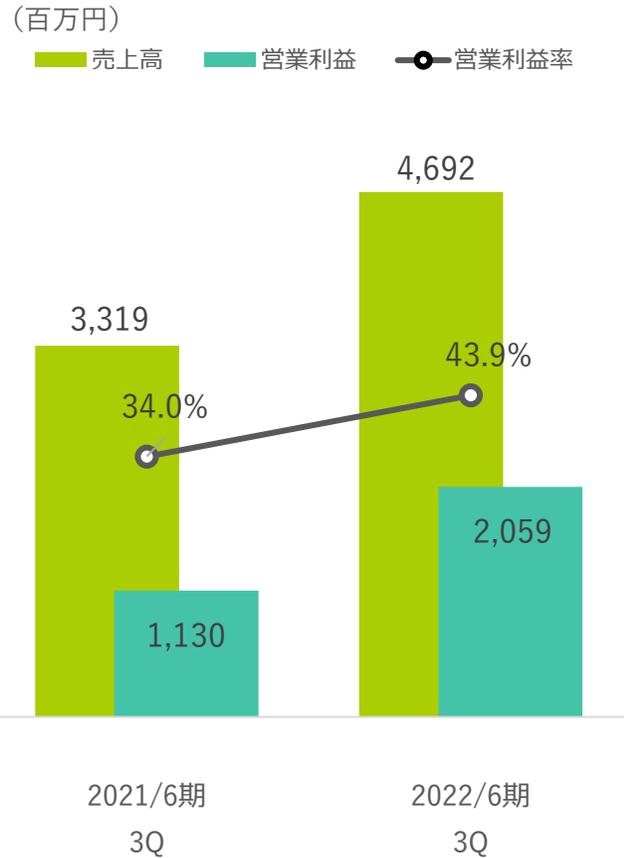
## 【前年同期比】

- 売上高： +1,298百万円 (+28.9%)
- 営業利益： +1,039百万円 (+120.7%)
- 営業利益率： +13.7%

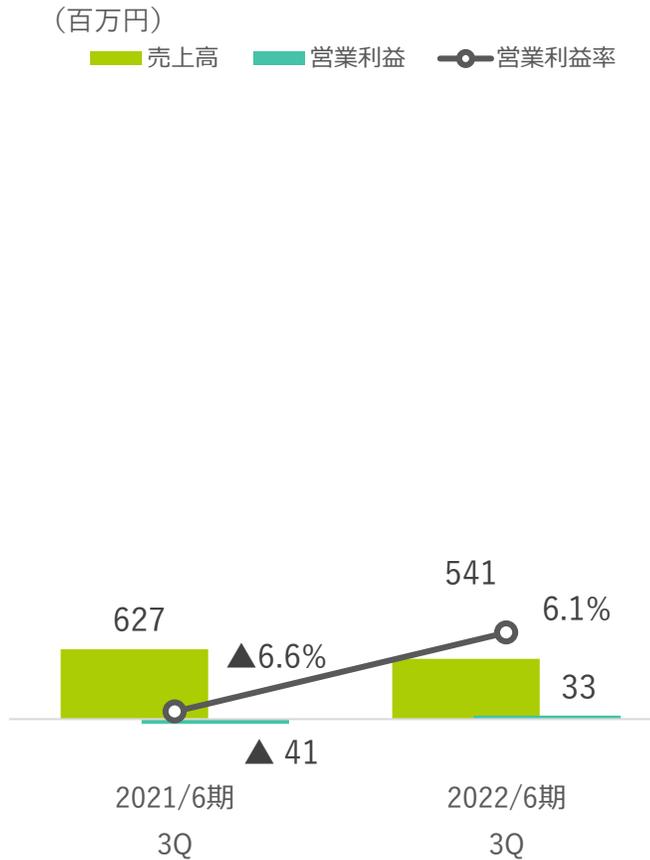
# 2022年6月期第3四半期 連結決算ハイライト（セグメント別）【前年同期比】

主力のITセグメントは、主にコロナワクチン予約システムの提供により増収  
 語学セグメントは、運営体制見直しによる黒字転換 減収はスクール事業譲渡に起因

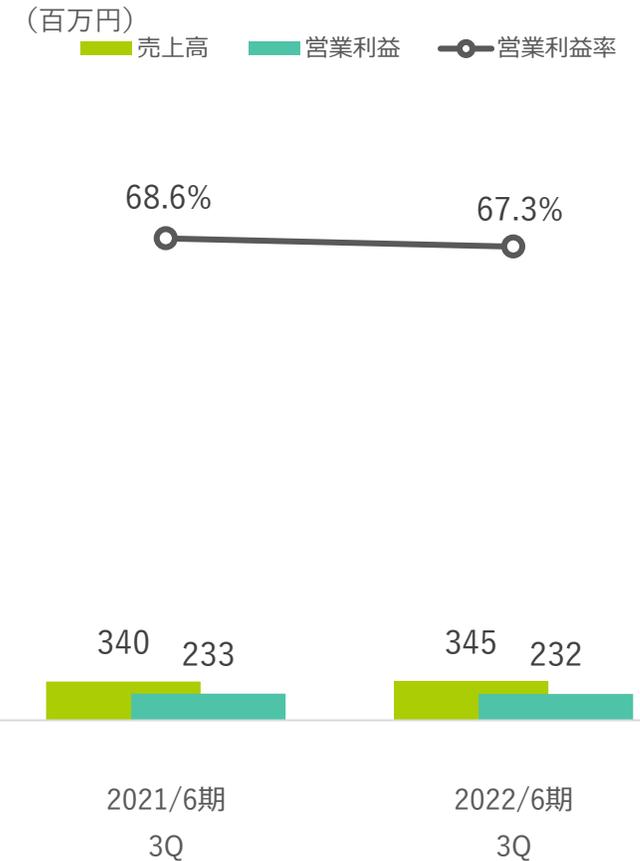
## ITセグメントの推移



## 語学セグメントの推移



## 不動産セグメントの推移



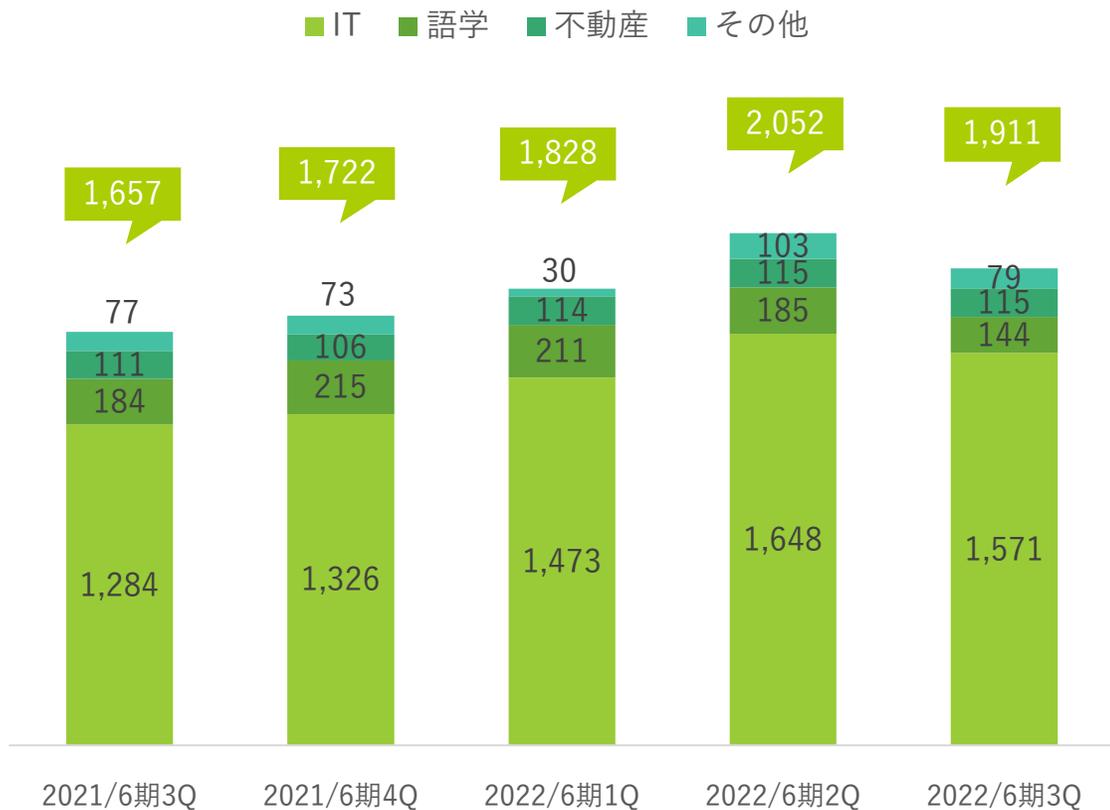
# ● 四半期別業績推移

【前四半期比】

売上高：▲141百万円（▲6.9%）、営業利益：▲148百万円（▲19.6%）、営業利益率：▲5.0%

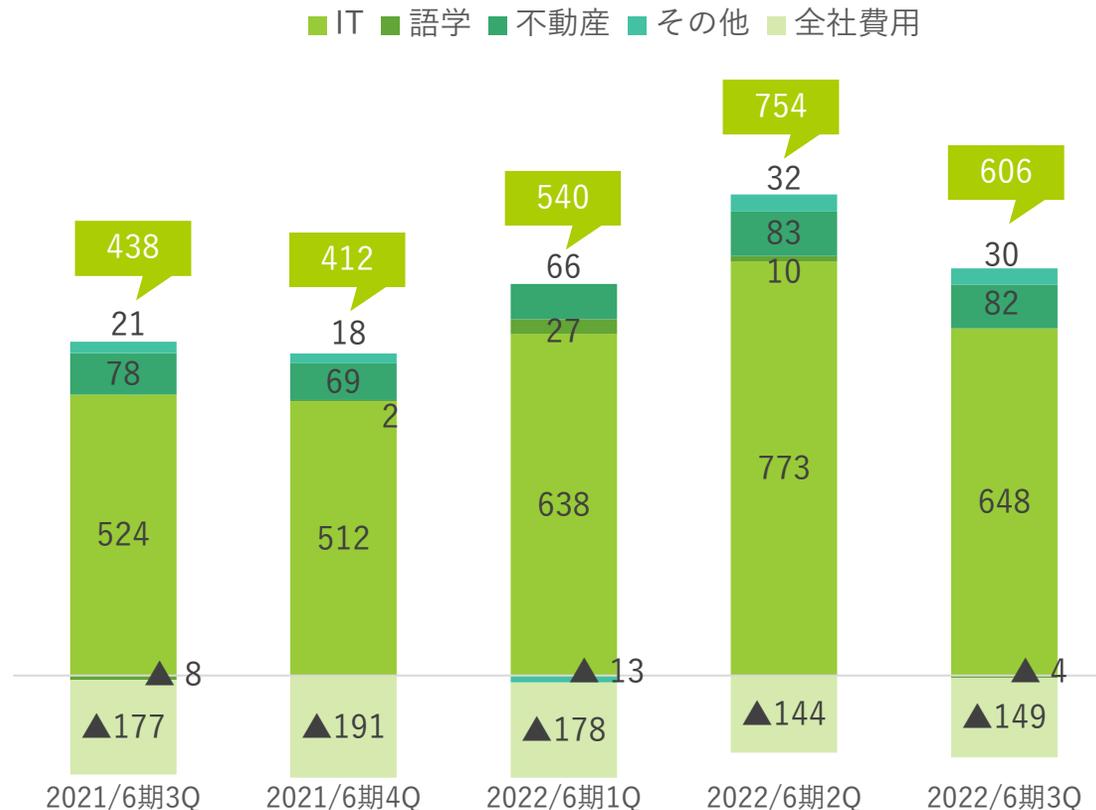
## 四半期別売上高推移

(百万円)



## 四半期別営業利益推移

(百万円)



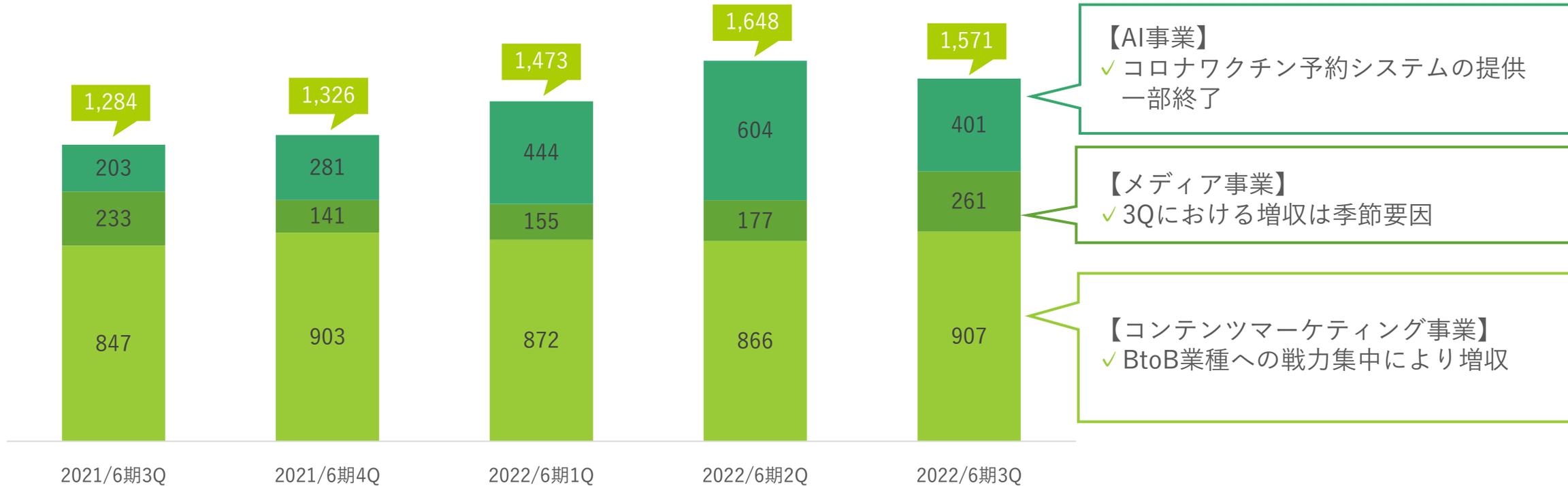
# ● 収益の分解情報 ～ITセグメント事業別

コンテンツマーケティング事業の売上高は注力するターゲット業種をシフトし増収  
メディア事業はコロナ禍でも安定して推移しているが、第3四半期における増収は季節要因

## ITセグメント 事業別 売上高

(百万円)

■ コンテンツマーケティング ■ メディア ■ AI



# ● 収益の分解情報 ～ストック／フロー別

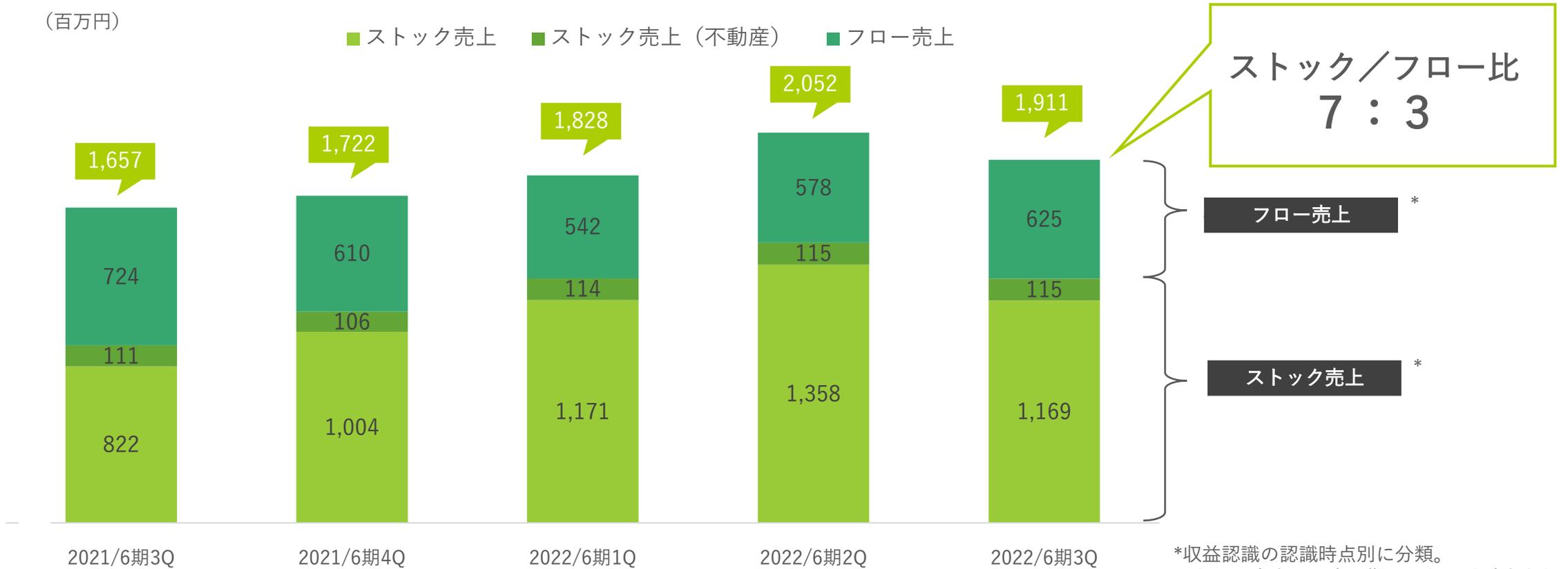
ストック／フローの比はおよそ7：3で推移

コロナワクチン予約システムの提供一部終了に伴い、直前四半期比でストック売上がやや減少

## 連結売上高 ストック／フロー別 推移

(百万円)

■ ストック売上 ■ ストック売上（不動産） ■ フロー売上



ストック／フロー比  
7：3

フロー売上 \*

ストック売上 \*

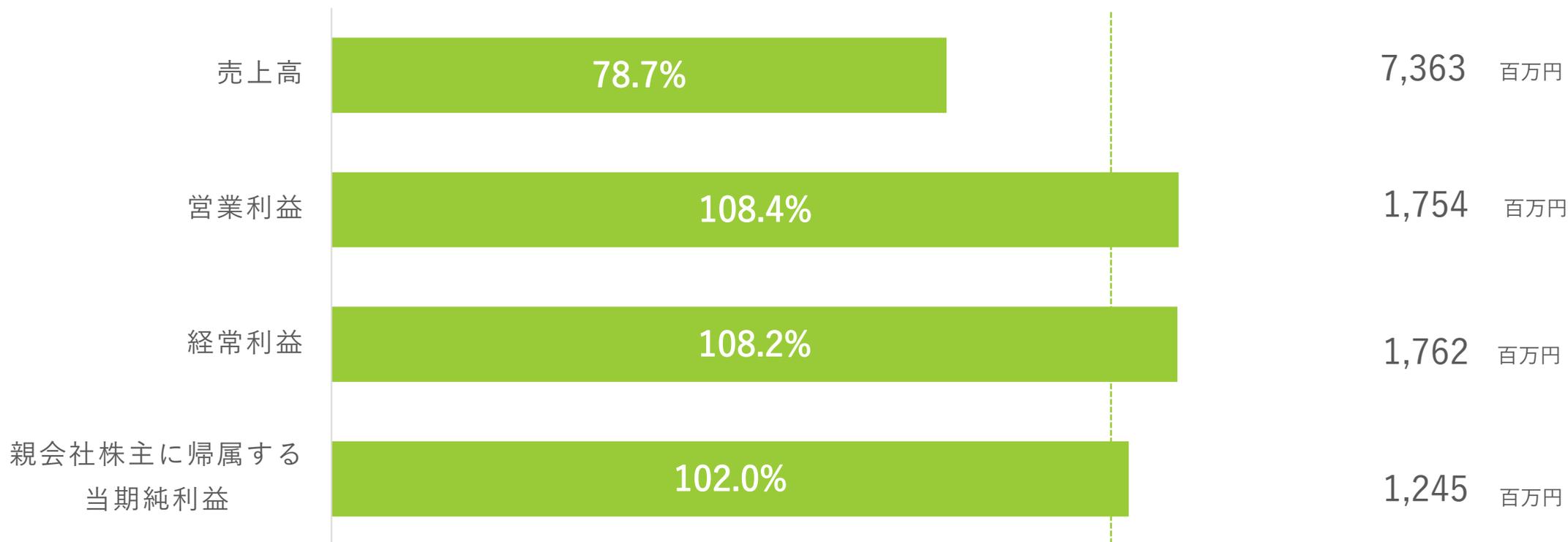
\*収益認識の認識時点別に分類。  
 ストック売上：一定の期間にわたり計上される売上  
 フロー売上：一時点で計上される売上

# ● 2022年6月期業績予想に対する進捗率

2021年11月開示の業績予想に対し、売上高は3/4以上の進捗  
営業利益等の進捗には、コロナワクチン予約システムの提供団体数の増加による増収増益が影響

## 第3四半期実績

## 通期業績予想



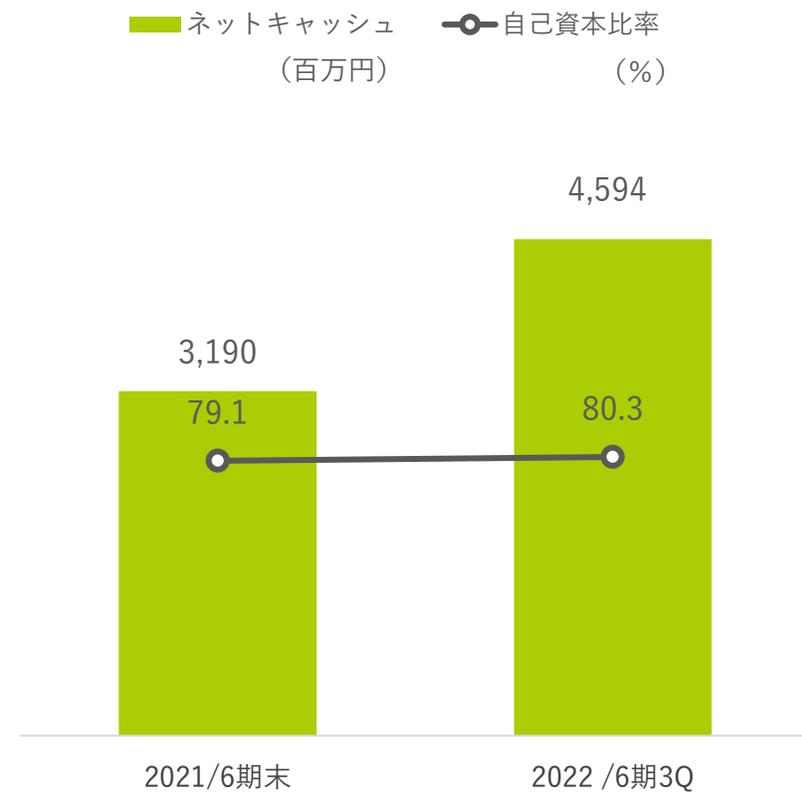
# ● バランスシート of 状況

(百万円)	2021/6 期末	2022/6期3Q末	前期末比増減額
<b>流動資産</b>	4,934	6,232	1,298
現預金	4,189	5,482	1,292
売掛債権	403	438	34
その他	340	312	▲28
<b>固定資産※</b>	8,572	8,503	▲68
建物	1,401	1,351	▲49
土地	6,019	6,019	—
その他	1,151	1,132	▲18
<b>総資産</b>	13,506	14,736	1,229
<b>負債</b>	2,827	2,907	80
前受金	651	609	▲41
借入金	999	888	▲111
その他	1,175	1,409	233
<b>純資産</b>	10,679	11,828	1,149
<b>負債純資産合計</b>	13,506	14,736	1,229

※賃貸等不動産関係の時価情報

(百万円)	2021/6 期末
固定資産簿価	7,767
固定資産時価	12,145
<b>含み益</b>	<b>+4,378</b>

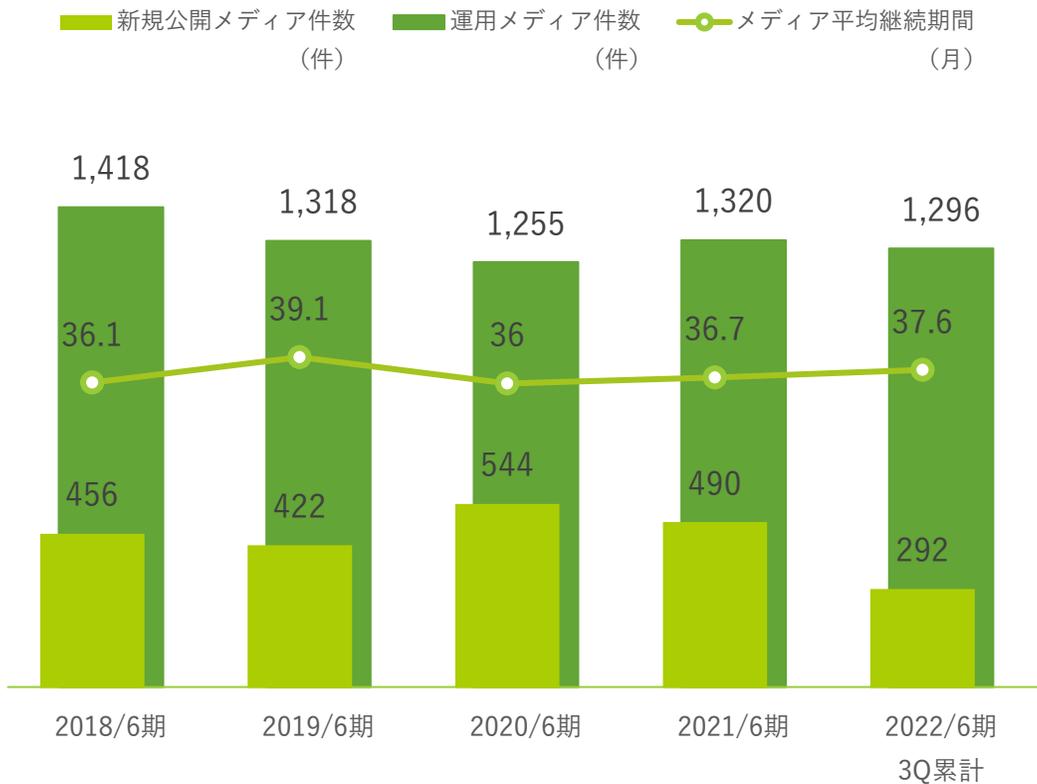
## ネットキャッシュと自己資本比率の推移



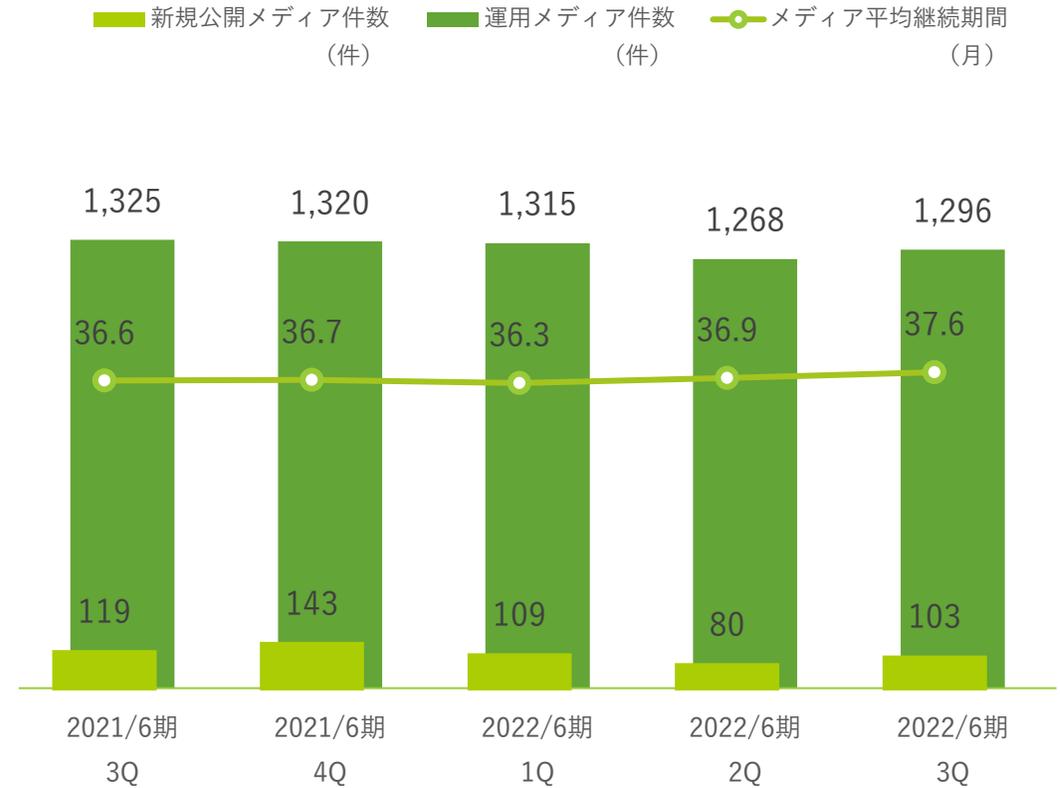
# ● 主な指標①

新規公開メディア数は103（前四半期比+23件）となり、運用メディア数は1,296（前四半期末比+28件）で推移  
 メディア平均継続期間は、36カ月を超える水準で推移しており、第3四半期は37.6ヶ月とやや伸長

メディア件数および平均継続期間 年度推移



メディア件数および平均継続期間 四半期推移



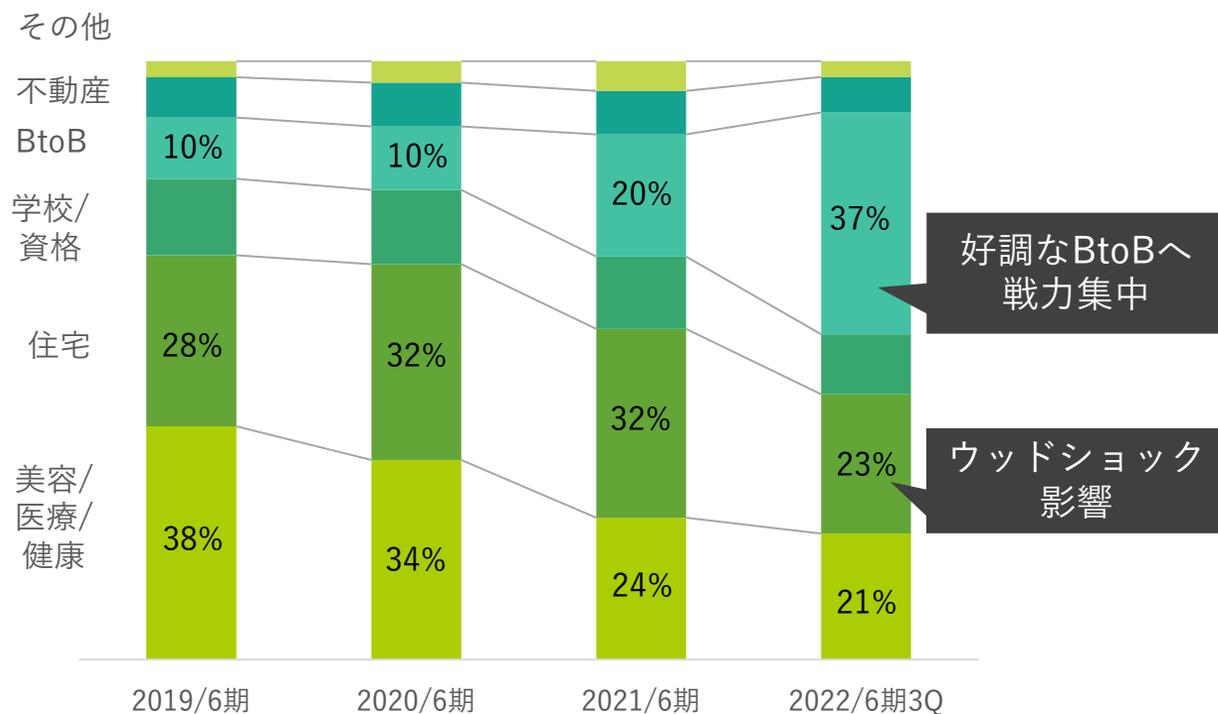
※メディア平均継続期間 = 延べ継続期間 ÷ 期末時点の運用メディア数

## ● 主な指標②

ニーズに合わせたターゲティングが奏功し、BtoB業種のシェア伸ばす

地方取引先の減少はウッドショックの影響を受け住宅関連業種が減少したことが要因

### メディア業種別内訳の推移



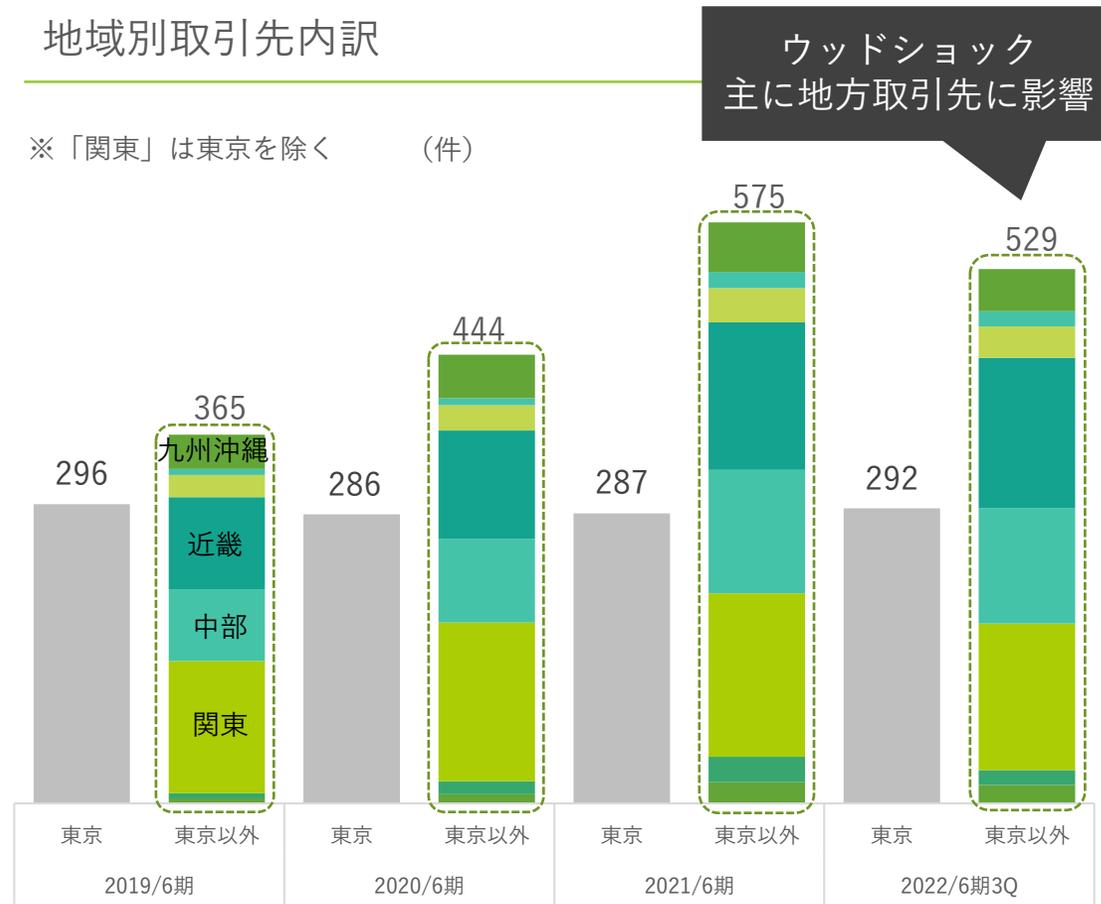
※ 上位10業種の推移

好調なBtoBへ  
戦力集中

ウッドショック  
影響

### 地域別取引先内訳

※「関東」は東京を除く (件)



ウッドショック  
主に地方取引先に影響

全研本社株式会社

eマーケティング事業本部

HRビジネスパートナー事業部

コミュニケーションプログラム事業部

PRマーケティング事業部

パブリシティ/バージョン事業部

ダイバーシティ事業部

CMS事業部

人事出資課

•Zenken

02

トピックス

# トピックス

## ① コロナワクチン予約システムの提供

- ✓ 子会社のサイシードが開発、2021年3月より提供開始
- ✓ 200以上の自治体が採用し、接種の円滑な運営に貢献
- ✓ 100以上の団体から職域接種の申込
- ✓ 第3四半期累計で11億円の売上を計上



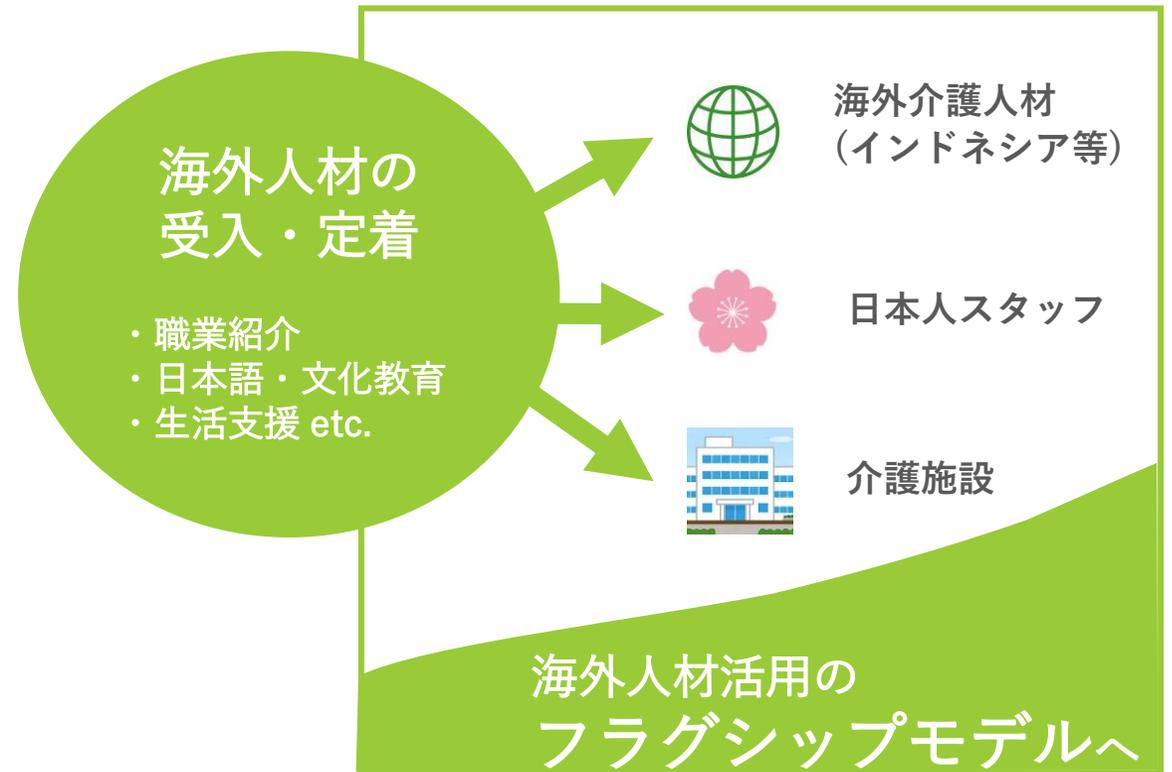
▲予約システムイメージ



▲予約システムの情報ページ

## ② 介護事業譲受け契約を締結

- ✓ 2022年3月 事業譲受契約を締結
- ✓ 2022年4月 新会社「全研ケア株式会社」を設立
- ✓ 2022年7月（予定） 介護事業開始



# Appendix

Zenken

# ● 会社概要

社名	全研本社株式会社（英語名：Zenken Corporation）		
代表者	代表取締役社長 林 順之亮		
設立	1978年7月（創業1975年）		
本社所在地	〒160-8361 東京都新宿区西新宿六丁目18番1号 住友不動産新宿セントラルパークタワー		
資本金	430百万円		
役員構成	代表取締役社長 取締役 取締役 取締役 取締役	林 順之亮 鷺谷 将樹 松島 征吾 上奥 由和 松尾 陽二	取締役（社外） 常勤監査役 監査役（社外） 監査役（社外） 増渕 勇一郎 保科 衛 前川 健嗣 佐藤 孝幸
事業内容	<p>【ITセグメント】 コンテンツマーケティング事業、メディア事業、AI事業</p> <p>【語学セグメント】 法人向け語学研修事業、留学斡旋事業、日本語教育事業</p> <p>【不動産セグメント】</p>		
連結子会社	株式会社サイシード（IT、その他・出資比率100%）		
従業員数	436名(2022/3末 他、臨時雇用者数85名)		

# 2022年6月期第3四半期決算サマリー

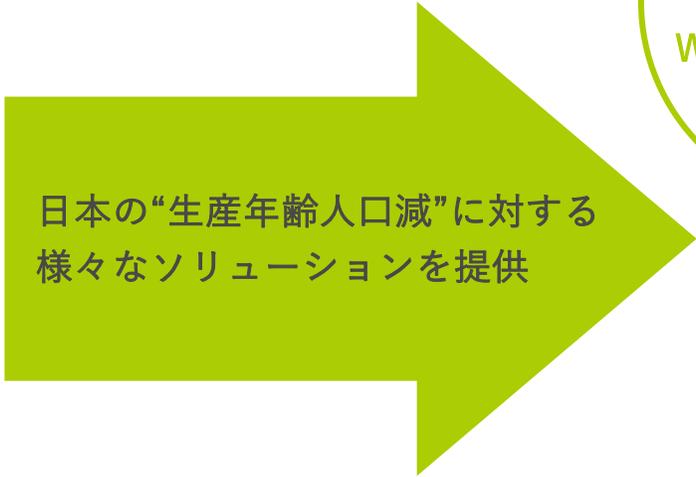
(百万円)		2021/6期 3Q	2021/6期 4Q	2022/6期 1Q	2022/6期 2Q	2022/6期 3Q	前年同期比		前四半期期比	
							増減額	増減率 (%)	増減額	増減率 (%)
IT	売上高	1,284	1,326	1,473	1,648	1,571	286	22.3	▲77	▲4.7
	セグメント利益	524	512	638	773	648	124	23.7	▲125	▲16.2
語学	売上高	184	215	211	185	144	▲39	▲21.4	▲40	▲22.0
	セグメント利益	▲8	2	27	10	▲4	3	—	▲14	—
不動産	売上高	111	106	114	115	115	3	3.5	0	0
	セグメント利益	78	69	66	83	82	4	5.7	▲0	▲0
その他	売上高	77	73	30	103	79	1	2.4	▲23	▲23.0
	セグメント利益	21	18	▲13	32	30	9	42.5	▲2	▲7.2
小計	売上高	1,657	1,722	1,828	2,052	1,911	253	15.3	▲141	▲6.9
	セグメント利益	615	604	718	899	756	141	23.0	▲142	▲15.9
	全社費用	▲177	▲191	▲178	▲144	▲149	27	—	▲5	—
	営業利益	438	412	540	754	606	168	38.5	▲148	▲19.6
	経常利益	450	430	543	760	603	153	34.0	▲157	▲20.6
	親会社株主に帰属する当期純利益	318	350	368	503	398	79	25.0	▲105	▲20.9
	営業利益率 (%)	26.4	23.9	29.5	36.8	31.7	5.3	20.2	▲5.0	▲13.7

# 財務ハイライト

決算年月 (*単体決算)		2018年6月*	2019年6月	2020年6月	2021年6月	2022年6月 3 Q
売上高	(千円)	5,458,565	6,410,990	5,827,437	6,216,577	5,792,947
経常利益	(千円)	290,386	639,834	754,598	1,320,014	1,907,987
親会社株主に帰属する当期純利益	(千円)	653,334	1,012,630	377,223	956,803	1,270,682
資本金	(千円)	56,050	56,050	56,050	429,540	430,107
発行済株式総数	(株)	112,100	112,100	11,210,000	11,852,400	11,879,400
純資産額	(千円)	7,554,093	8,633,649	8,982,478	10,679,327	11,828,638
総資産額	(千円)	12,976,486	11,326,625	11,570,092	13,506,420	14,736,232
1株当たり純資産額	(円)	673.87	770.17	801.29	901.02	995.73
1株当たり当期純利益	(円)	58.28	90.33	33.65	85.14	107.04
自己資本比率	(%)	58.2	76.2	77.6	79.1	80.3
自己資本利益率	(%)	8.8	12.5	4.3	9.7	14.9
営業キャッシュ・フロー	(千円)	—	857,036	702,639	1,510,472	—
投資キャッシュ・フロー	(千円)	—	510,764	▲450,129	▲50,362	—
財務キャッシュ・フロー	(千円)	—	▲2,750,031	▲147,438	496,128	—
現金及び現金同等物の期末残高	(千円)	—	2,128,220	2,233,291	4,189,529	5,482,282
従業員数 (他、平均臨時雇用人数)	(人)	440 (172)	442 (163)	443 (145)	443 (97)	436 (85)

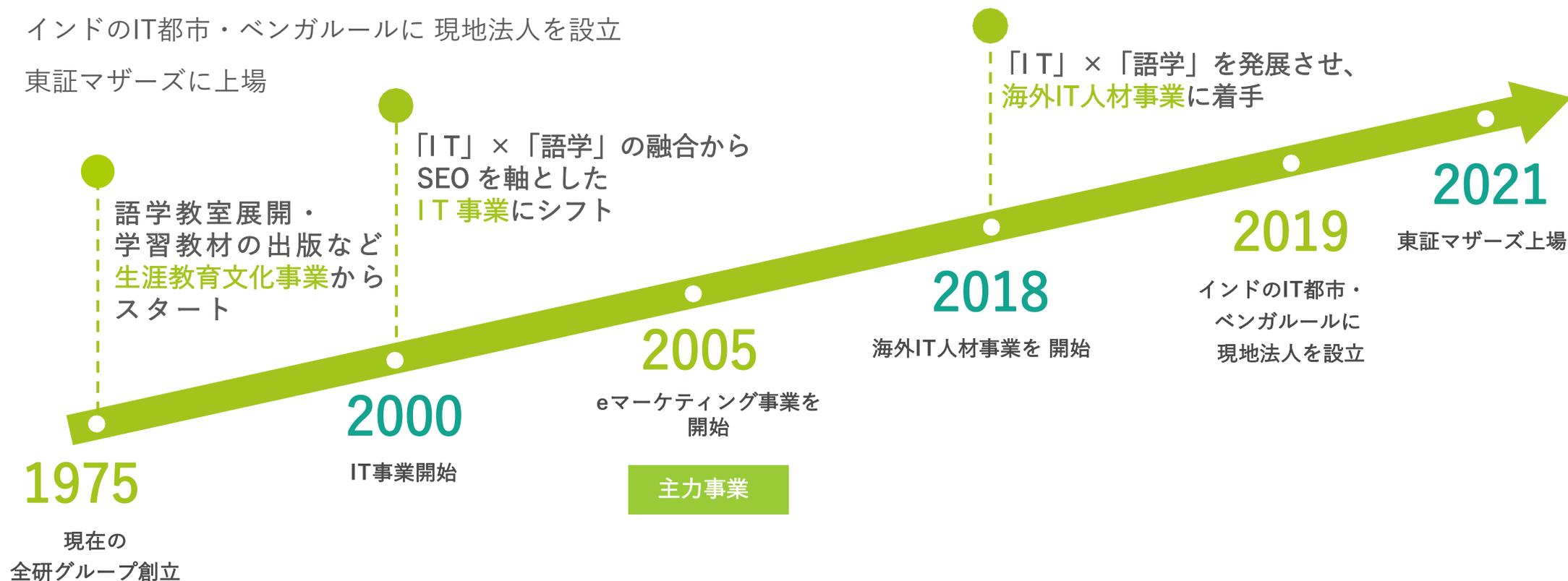
(注)2020年5月23日付けで普通株式1株につき普通株式100株の割合で株式分割を実施  
上記では、2018年6月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定した場合の1株当たり指標の推移を記載

# 「そこにはない未来を創る」



## 事業の変遷

- 1975年 創業は語学領域に特化した生涯教育文化事業（語学教室や学習教材出版）
- 2000年 インターネット社会の到来とともにIT事業に本格進出
- 2005年 集客メディア（ポータルメディア等）によるeマーケティング事業をスタートし、SEO\*を軸としたIT事業にシフト
- 2018年 「IT」×「語学」を発展させ、海外IT人材事業をスタート  
ネットを基盤プラットフォームとして各種事業を展開するビジネスモデルを推進
- 2019年 インドのIT都市・ベンガルールに 現地法人を設立
- 2021年 東証マザーズに上場



\*SEO (search engine optimization) : 検索エンジンの検索結果ページで、ホームページが表示される順位を上げる手法

# 沿革

- 1978年 7月 ● 学習教材の出版を目的としたワールド出版株式会社を設立
- 1983年 12月 ● 全国教育研究所株式会社に商号変更
- 1988年 12月 ● ワールドミネル株式会社を吸収合併するとともに全研本社株式会社に商号変更
- 2000年 1月 ● IT事業（インターネットの融合型学習塾創才学院（現 Z-NET SCHOOL）を開設）を開始
- 2006年 3月 ● eマーケティング事業を開始（メディア事業の立ち上げ）
- 2007年 5月 ● 語学事業を分社化し、ゼンケンキャリアセンター株式会社を設立
- 2009年 12月 ● ゼンケンキャリアセンター株式会社を、リンゲージ株式会社に商号変更
- 2015年 4月 ● 「Zenken Plaza II」が竣工し、不動産事業を開始
- 2016年 5月 ● 有料職業紹介を目的とした株式会社サイシードを買収
- 2016年 6月 ● リンゲージ株式会社を吸収合併
- 2017年 4月 ● 株式会社サイシードが、AI事業を開始
- 2017年 10月 ● リンゲージ日本語学校を開校
- 2018年 1月 ● 海外IT人材事業を開始
- 2019年 6月 ● インドIT都市ベンガルールにZENKEN INDIA LLPを設立
- 2020年 2月 ● 本社を東京都新宿区西新宿六丁目に移転
- 2021年 6月 ● 東京証券取引所マザーズ上場
- 2021年 10月 ● 英会話スクール事業を譲渡
- 2021年 12月 ● ダイレクトイングリッシュ・ジャパン株式会社を吸収合併
- 2022年 4月 ● 有料老人ホーム運営等を目的とした全研ケア株式会社を設立

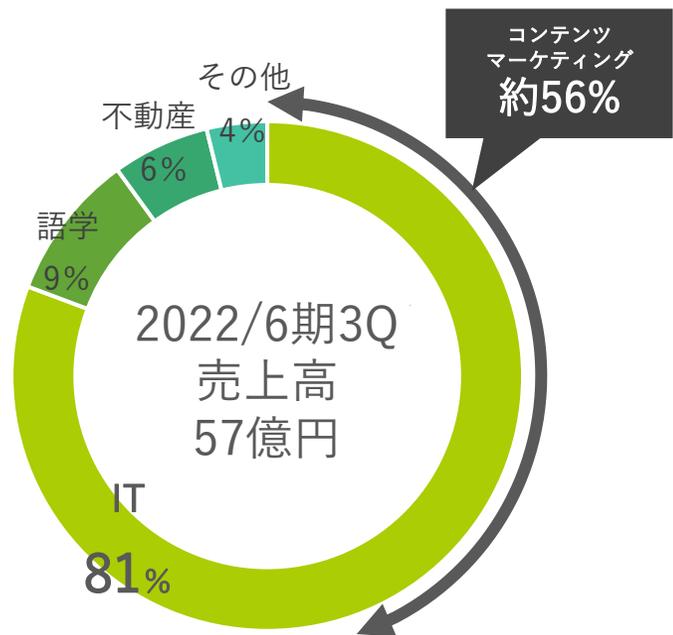
# 事業の概要

「IT」「語学」「不動産」の3セグメント構成

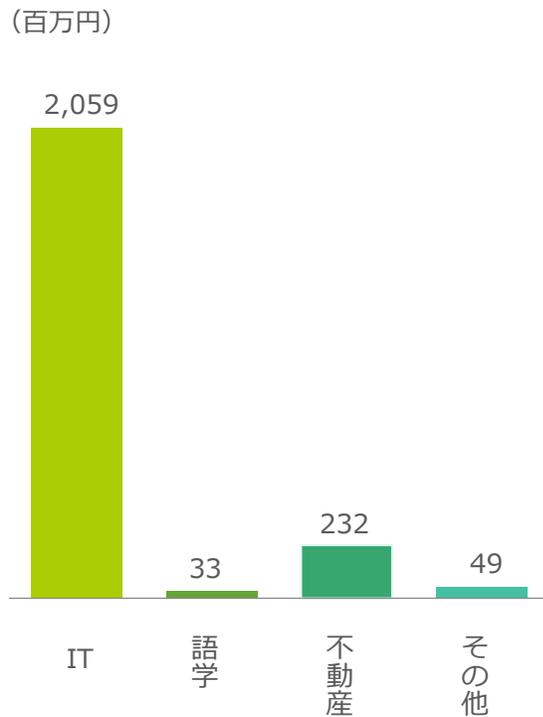
主力のITでは、コンテンツマーケティングとしてクライアント支援のための集客メディア（ポータルメディア等）を提供  
コンテンツ制作費及び運用費を主な収益とするリカーリング型ビジネスモデルを展開

創業事業である生涯教育文化事業は語学領域に特化。不動産セグメントでは自社保有の新宿オフィスビルで賃貸サービスを提供

## 売上構成



## セグメント別利益 (2022/6期3Q)



## 事業概要

### ●ITセグメント

- ✓キーワード選定や競合分析など多角的なWEBマーケティングコンサルティングから、メディア制作、公開後の運用までワンストップ提供
- ✓情報発信WEBメディアの運営、海外IT人材の紹介
- ✓チャットボットなどのクライアントに合わせたAIサービスの開発・提供

### ●語学セグメント

- ✓主な事業コンテンツは「法人向け語学研修」「留学斡旋」「日本語教育」

### ●不動産セグメント

- ✓当社所有オフィス用ビル「全研プラザ」及び「Zenken Plaza II」の賃貸

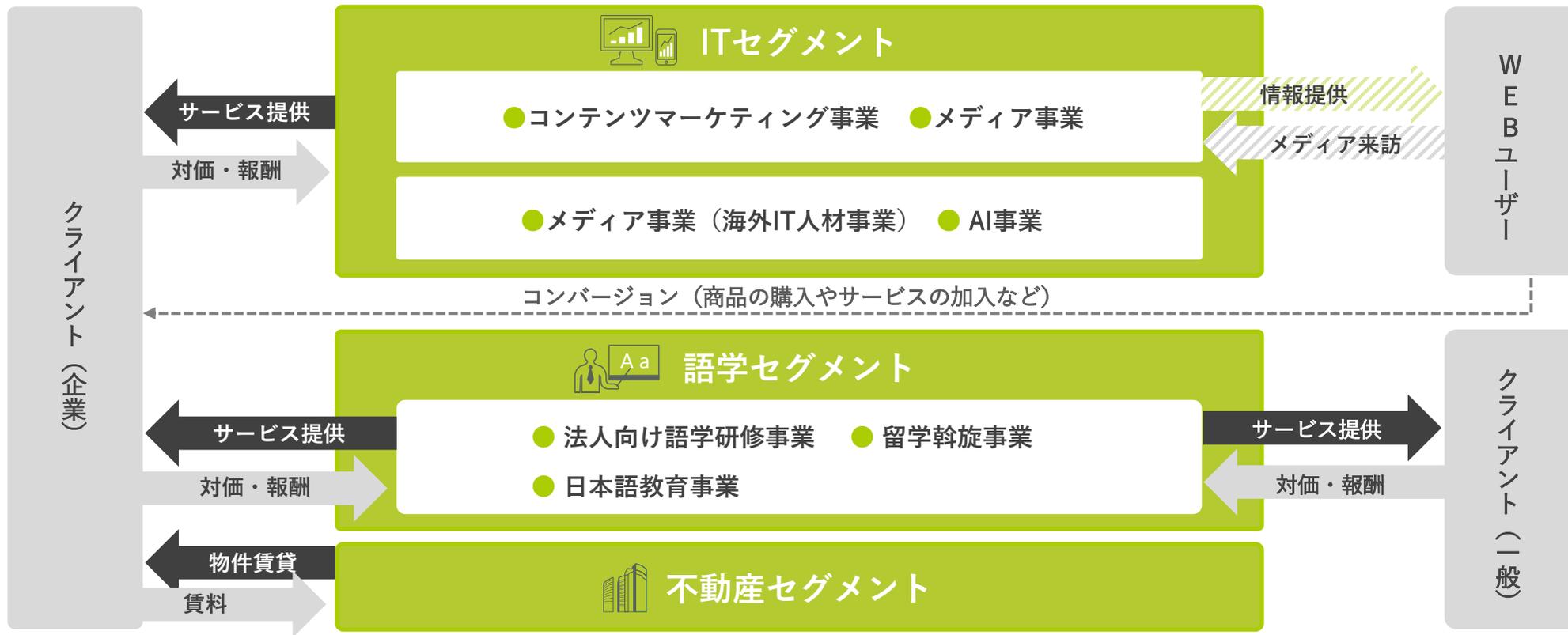
# ● ビジネスフロー

ITセグメントの主力のコンテンツマーケティング事業では、集客メディア（ポータルメディア等）のコンサルティング、制作・編集・運用までワンストップで提供し、クライアントの特徴や強みをWEBユーザーに訴求。クライアントから制作費と月額運用費を得るビジネスモデル

語学セグメントは法人向けと個人向けの事業を同時展開。いずれも授業料・教材費等を売上とするビジネスモデル

不動産セグメントは当社所有オフィス用ビル「全研プラザ」及び「Zenken Plaza II」の賃貸収入を中心とするビジネスモデル

## ● Zenken



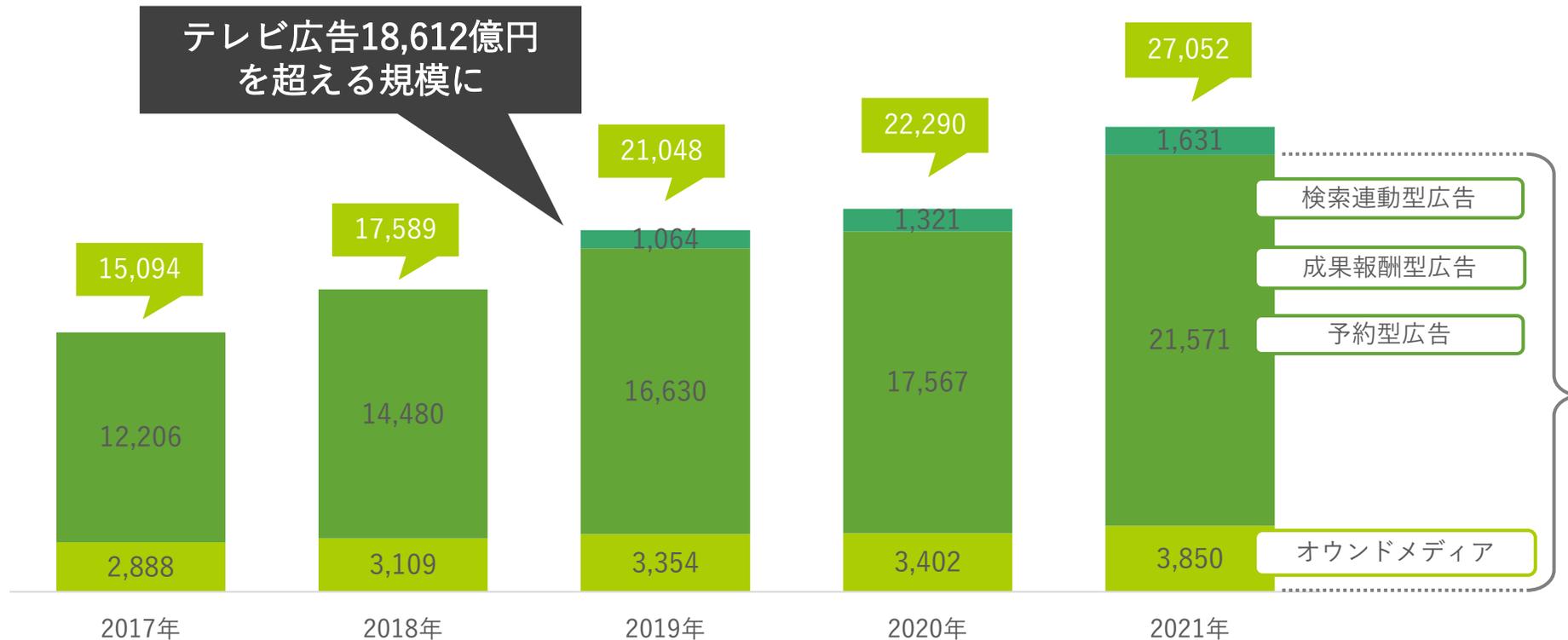
# ● 事業環境 (ITセグメント)

日本のインターネット広告市場は急拡大。2019年にはテレビ広告を上回る2兆円越の規模に  
総広告費に占めるインターネット広告費の比率は3割を占め、今後とも成長市場であると判断

特にインターネット広告媒体費や広告制作費の市場は2021年に約2.5兆円規模に及び当社コンテンツマーケティング  
事業のターゲット顧客の潜在市場と捉える

## インターネット広告市場の推移

(億円) ■ インターネット広告制作費 ■ インターネット広告媒体費 ■ 物販系ECプラットフォーム広告費



コンテンツマーケティング事業  
集客メディアの  
ターゲット顧客

広告市場  
約2.5兆円

(出所) 電通 2016年～2021年「日本の広告費」

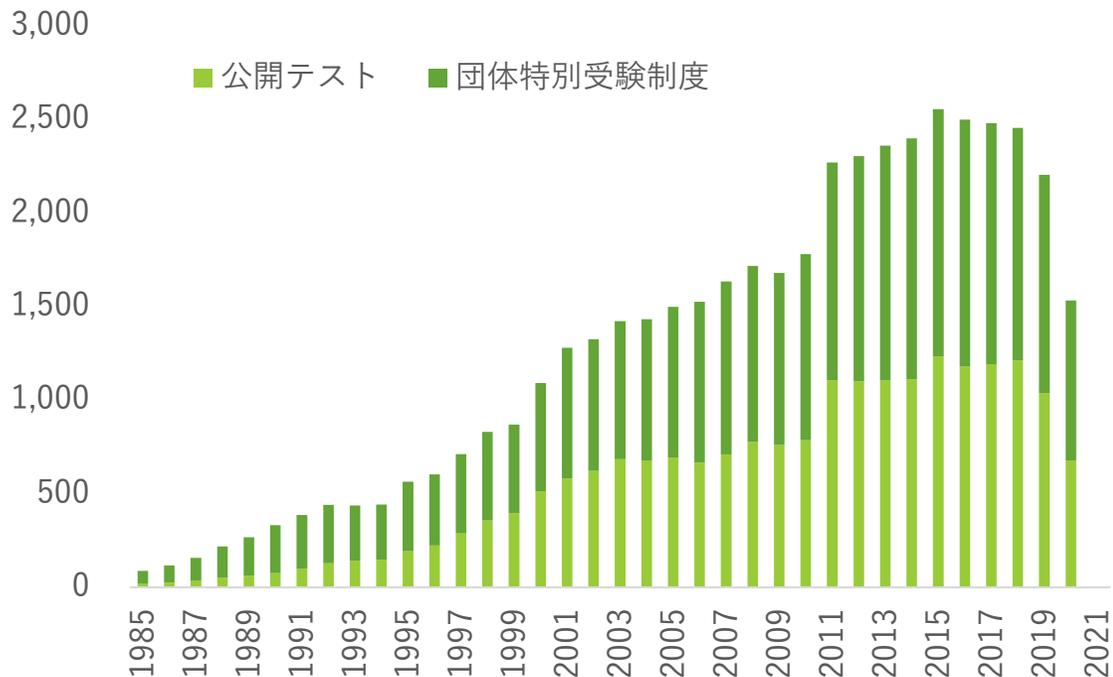
# ● 事業環境（語学セグメント・不動産セグメント）

語学試験の受験者は高い水準で推移していたが、2020年はコロナの影響で減少

「全研プラザ」「Zenken Plaza II」は西新宿エリアに所在し安定的な収益獲得に貢献

## TOEIC Listening & Reading Test 受験者数の推移

(人数：千人)



(出所) (財) 国際ビジネスコミュニケーション協会

## 近隣の不動産市況



エリア	賃料 (坪単価)
西新宿	24,172円
新宿・御苑	27,500円
四谷・市ヶ谷	15,232円
高田馬場・早稲田	15,800円
大久保・歌舞伎町	19,457円

※当社調べ (2022年4月)

# ● ITセグメント概要

2兆円を超えるインターネット広告において、多様な業種・業界へWEBマーケティング戦略を提案し、力強い集客支援を展開  
 およびメディア運営、SEOコンサルティングから、AI（人工知能）技術の開発まで顧客の課題に合わせたソリューション提案

- 様々なITソリューションを通じて社会課題を事業によって解決するという意図のもと展開しています

コンテンツ  
マーケティング事業



メディア事業  
(海外IT人材事業)



メディア事業



AI事業



# ● 語学セグメント概要

1975年の創業時から、教育事業を中心に事業展開。現在は、企業・公的機関への講師派遣・オンラインレッスンの提供、中学・高校・大学でのオンライン授業、海外留学斡旋から日本語学校の運営などを実施

- 海外留学斡旋事業の大学開拓ノウハウは海外人材事業へ寄与
- 日本語学校は海外人材の日本語教育・文化教育に貢献



講師派遣  
クラスレッスン・  
オンライン  
レッスン

中学・高校向け  
オンライン授業

海外留学斡旋

日本語学校・  
日本語研修



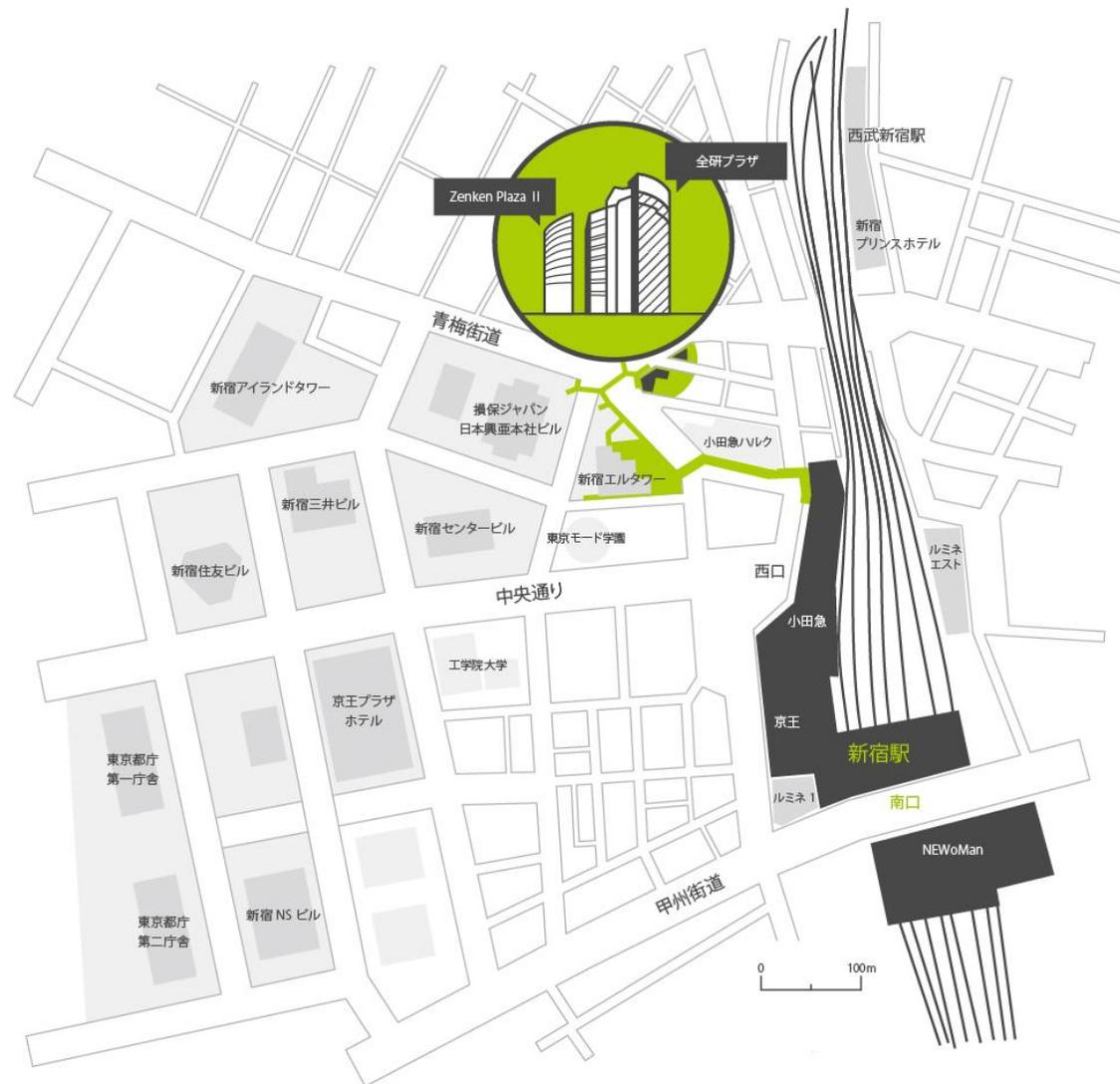
# ● 不動産セグメント概要

「新宿駅徒歩5分」という超好立地に保有する自社ビル2棟を貸し出し、安定収益を確保



- 「全研プラザ」  
1階～10階の計764坪を一棟貸出  
⇒ **稼働率100%**
- 「Zenken Plaza II」  
1フロア約50坪、10フロア貸出可能 計474坪  
⇒ **稼働率100%**

※稼働率は2022年4月時点

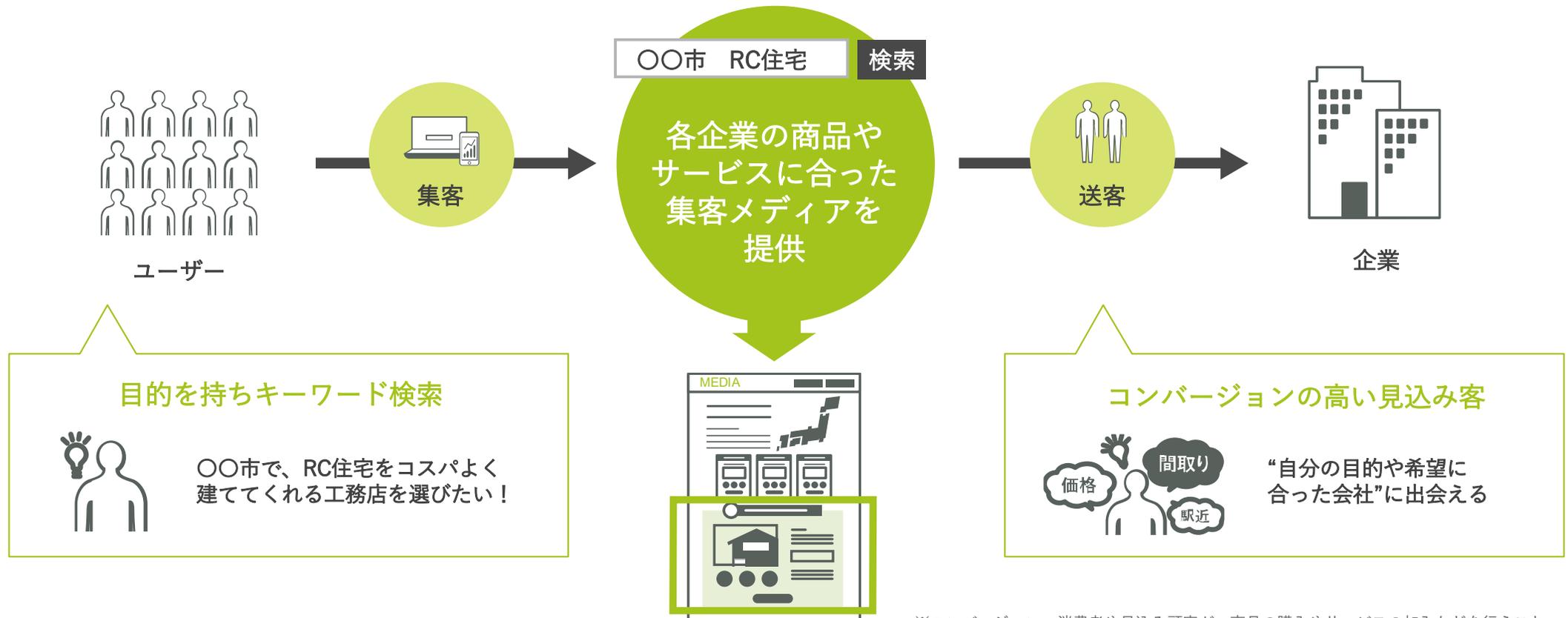


# ● 主力事業の概要

コンテンツマーケティング事業では、クライアントの特徴や強みを明らかにするWEBの集客メディアを制作・運用し、目的が明確な「意欲ある」ユーザーに訴求

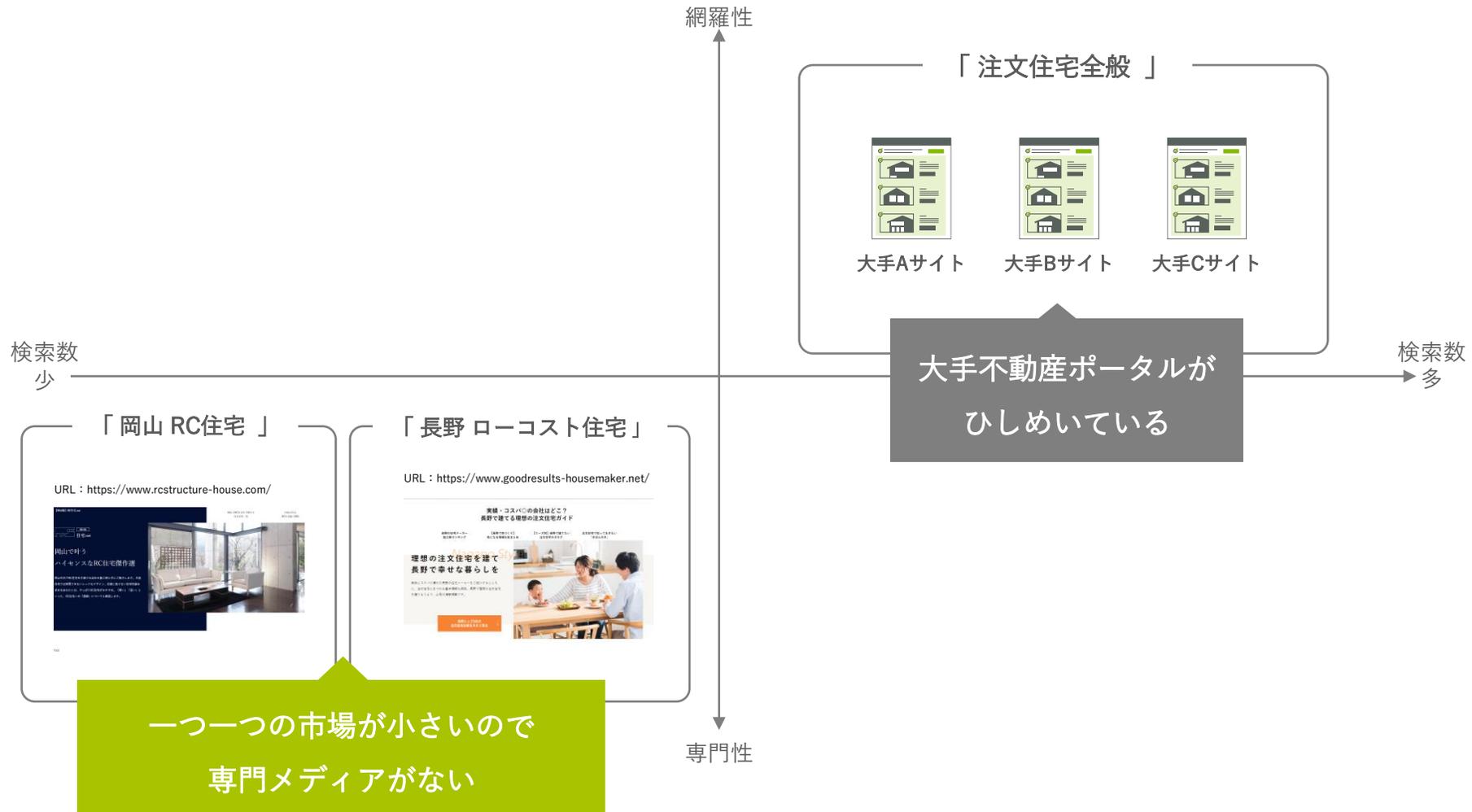
この「意欲のある」ユーザーとは、コンバージョン※の可能性の高い見込客であり、この当該見込客の送客向上に向けて、コンサルティング・制作・編集・運用までをワンストップで提供

## ●Zenken



※コンバージョン：消費者や見込み顧客が、商品の購入やサービスの加入などを行うこと

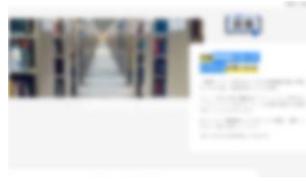
# ● 集客メディアの業界ポジショニング（例：不動産市場）



エリアに特化したニッチKWなど、狭域マーケットにおいて、専門メディアを確立する

# ● 集客メディアの事例

BtoB



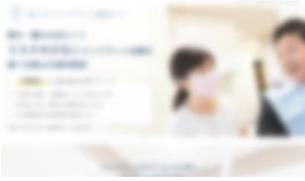
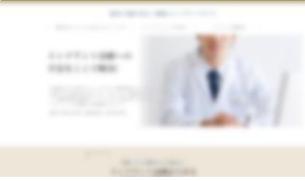
more...

注文住宅



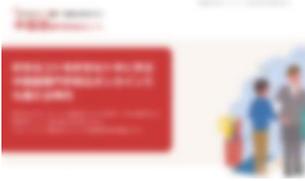
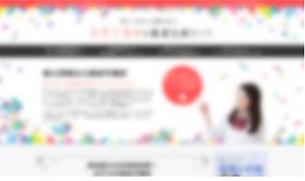
more...

歯科・インプラント



more...

学校/資格



more...

# ● 主力事業の特徴と強み①

専門的な業界知識を有したコンサルタントから、関連法規順守のため顧問弁護士指導のもとリーガルチェック体制を構築し、高品質のサービス提供体制を構築

集客メディア（ポータルメディア等）の運用メディアは、個人に訴求するBtoCビジネスの業種が主体  
特に、美容/医療/健康関連、住宅関連、学校/資格関連といった個人の関心が高い3業種が主な10業種の約5割を占める

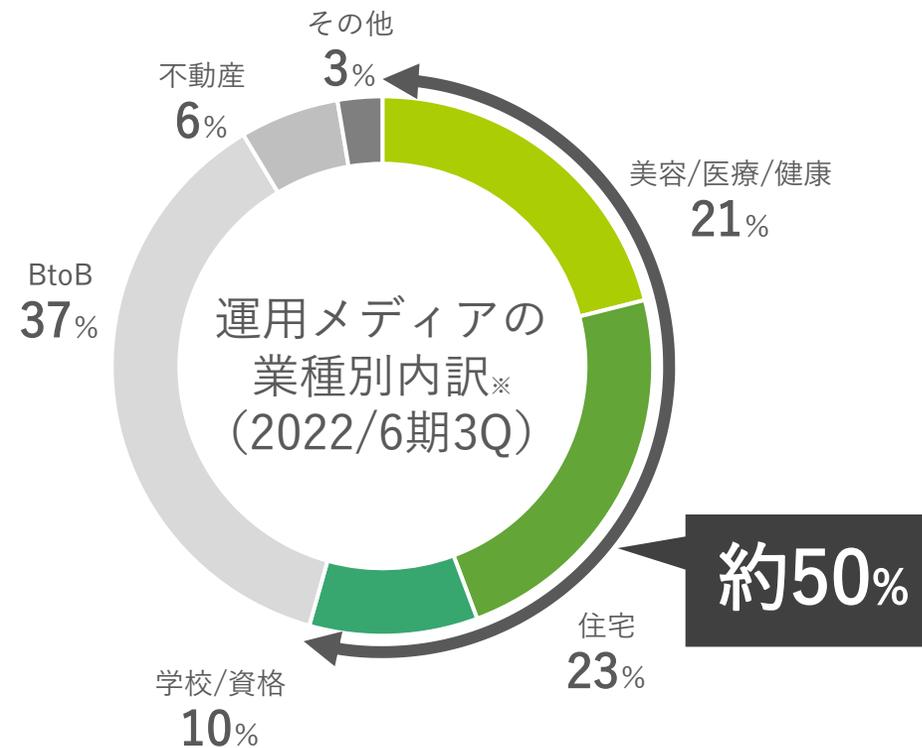
## プロ人材を揃えるバリューチェーンを構築



### 収益性の高いビジネスモデル

- 集客メディアの所有権は当社が保有
- 第三者による記事広告型メディア
- 制作費+運用費の収益

## 個人の関心が高い3業種が約5割



※ 主要な10業種

## ● 主力事業の特徴と強み②

集客メディアは、1,100名超の外部ライター及び社内制作人員約140名の計1,200名超のライターで対応

ライターの対応可能な業種は、現在100業界以上。いずれも一定水準以上の求められる専門性に耐えうる知識レベルを保有

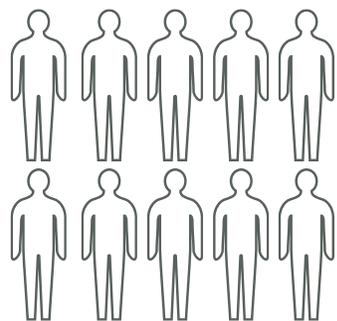
### ライター人員



外部ライター**1,174**名登録  
(2022/6期3Q)



内部制作人員  
約**140**名



合計  
**1,200**名超の  
ライター陣容

### ライターの対応業種

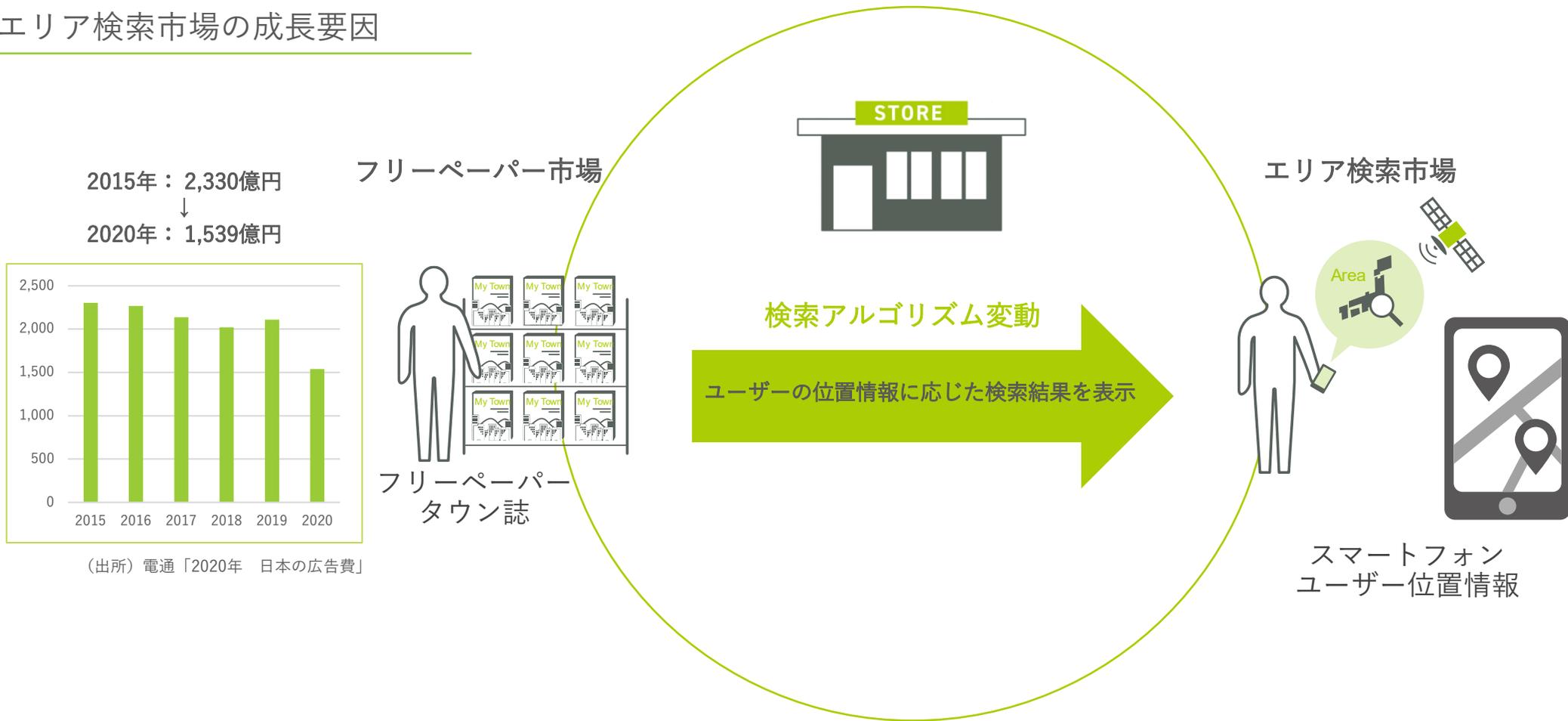


# ● 主力事業の特徴と強み③

2015年に導入された検索アルゴリズムにおいて、ユーザーの位置情報に応じて検索結果が表示

これによりエリア検索市場が誕生し、全国のエリア市場はフリーペーパーからスマートフォン市場に切り替わって急成長中

## エリア検索市場の成長要因



中期展望と課題

- 01 コンテンツマーケティング事業の更なる拡大
- 02 語学事業の黒字化
- 03 海外IT人材事業の拡大

# 01 コンテンツマーケティング事業の成長 ①全体像

当社の特徴・強みを活かしながら、さらに市場拡大を推進

顧客数の拡大 × メディア単価の向上 × メディア継続期間の長期化 を実現し、さらなる成長を実現

契約顧客数の拡大

- 業種の拡大による新規市場開拓
- 首都圏以外の地方への営業展開
- インバウンド型営業の強化



運用メディア  
当たり単価の向上

- 1顧客当たりのメディア数の拡大
- 高い集客効果のあるメディアの制作による高い販売単価の維持



運用メディア  
継続期間の長期化

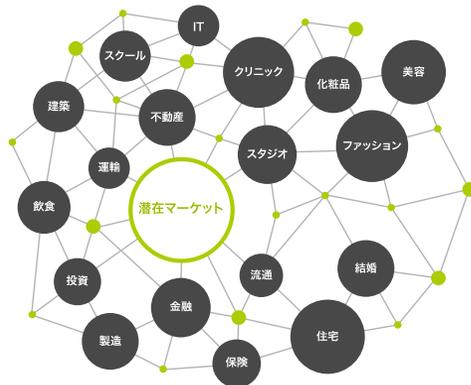
- 高い集客効果のあるメディアの運用
- 著作権（当社所有）による解約抑制効果

# 01 コンテンツマーケティング事業の成長 ②契約顧客数の拡大

当社の特徴・強みを活かしながら、さらに市場拡大を推進。顧客数の拡大を実現し、さらなる成長を実現

## 業種の拡大による新規市場開拓

- **ニッチ市場に注力**  
(メディア制作する企業が少ない市場)



- リアルイベントの中止からオンライン集客のニーズが生まれたBtoB企業をはじめ、取り扱い業種をさらに拡大し、新規市場を開拓

## 首都圏以外の地方への営業展開

- **セグメント市場に積極展開**  
(特定のエリアに区切って展開する市場)



- オンライン商談により、首都圏以外の全国地方エリアへ積極営業し、新規顧客を開拓

## インバウンド型営業の強化



- インバウンドメディア「キャククル」の運用強化  
(「業種名×集客」キーワードでの検索上位表示によるセッション数、PV数の増加)

# 01 コンテンツマーケティング事業の成長 ③ インバウンドマーケティングメディア

2019年、店舗集客情報に特化したインバウンドマーケティング・メディア「キャククル」サービスをスタート。業種やサービスごとに、集客方法やマーケティング理論を凝縮した集客支援サービス。毎月100件以上の集客相談

様々な「業種×集客」キーワードで上位表示。店舗集客に課題を持つ経営者・店舗オーナーのリード獲得を実現



- 業界別の集客手法やマーケティングに関わる記事を随時更新

システム開発会社 集客・売上アップにつながる営業・マーケティングのポイント

食品工場 の マッチングサイト を活用した集客を解説

建設業 の 営業戦略 新たに切り入れるべき集客手法とは？

不動産web集客

SaaS広告

製造業集客

生産財広告

オープンルーム集客

オフィスソリューション集客

注文住宅集客

商社集客

専門商社マーケティング

BtoB広告

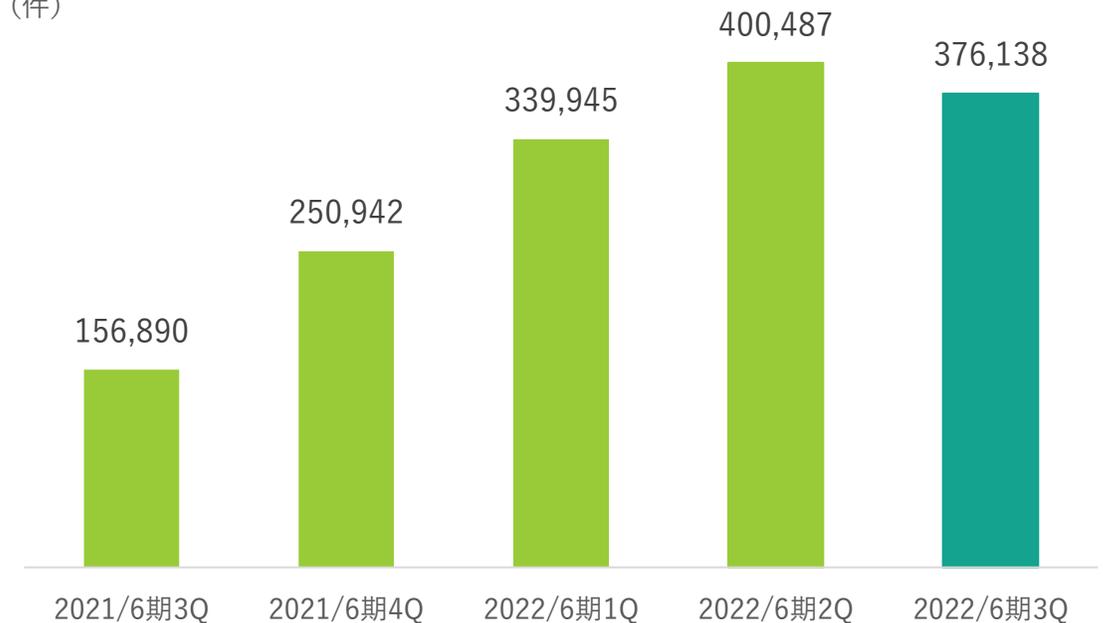
製造業広告

不動産差別化

印刷会社販促

## セッション数推移

(件)



## 02 語学事業の黒字化：縮小均衡しオンライン化対応

コストのかかる対面型を縮小し、オンライン化を推進

学校向け英語教育は教育指導要綱の変更に伴う需要拡大への対応を加速

インバウンド人材向け日本語教育はより長期的な海外人材事業拡大戦略に向けての要諦と位置づけ、ノウハウ蓄積に注力

### 法人向け語学研修／英会話スクール



- 対面中心からオンライン化
  - ✓ コスト引き下げを行い収益化を推進
  - ✓ 赤字であった、英会話スクール事業を譲渡

### 学校向け語学教育



- 中学・高校オンライン授業化
  - ✓ ニーズを捉え注力
  - ✓ 英語早期学習ニーズや英語4技能重視化に対応

### 日本語学校



- オンライン化 + インバウンド人材対応
  - ✓ コスト引き下げを行い注力



海外人材事業拡大への要諦  
としての役割も担う

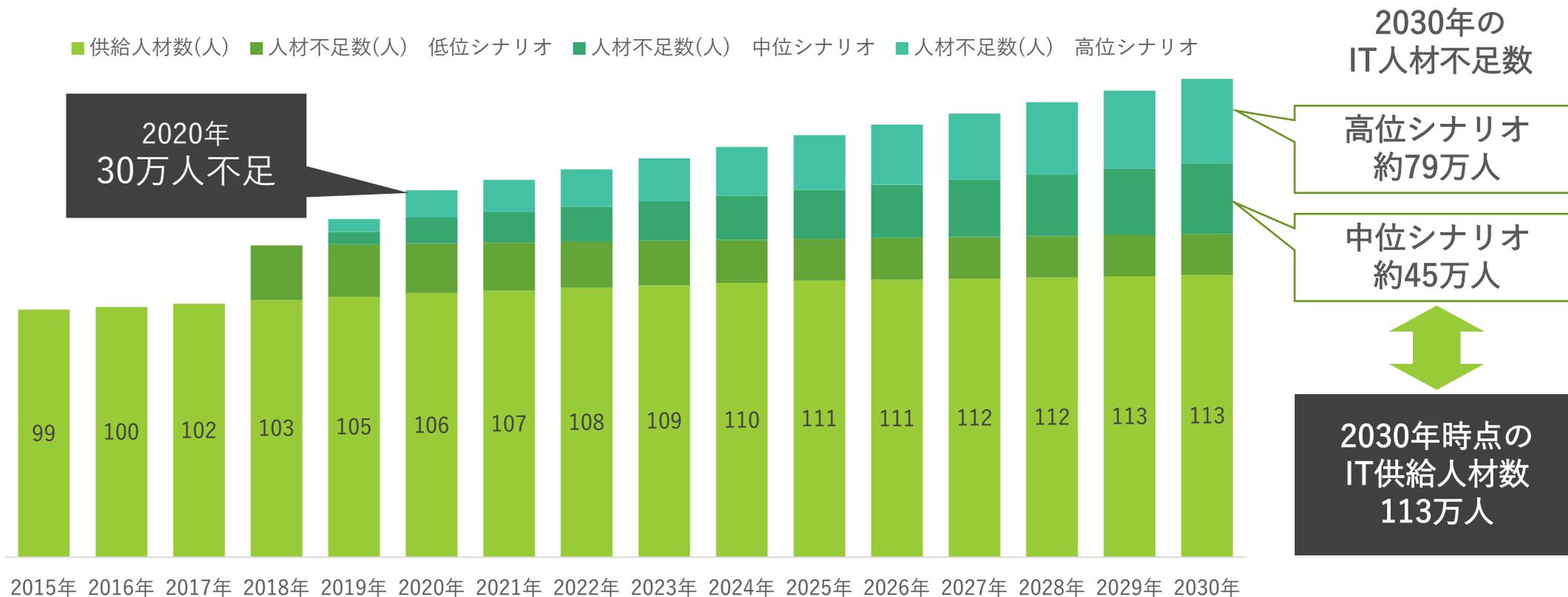
# 03 海外IT人材事業の拡大 ① IT人材需給による海外IT人材ニーズの拡大

経産省によると、2020年時点で30万人のIT人材が不足。IT業界では人出不足が慢性化

IT人材の不足は、2030年には最大で79万人、中位シナリオでも45万人とも予想され、海外のIT人材の活用余地は大きい

## IT人材の「不足数」(需要)に関する試算結果

(万人)



(出所) 経済産業省「IT人材需給に関する調査」(2019年3月)より抜粋

# 03 海外IT人材事業の拡大 ② 海外IT人材 供給サイドと需要サイドのマッチング

海外IT人材の供給サイドと需要サイドのマッチングのプラットフォームビジネスとして、2018年事業開始

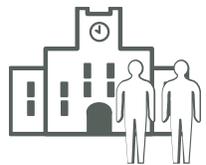
2022/6期よりインターネット上に、海外のIT人材と日本企業がマッチングすることのできるプラットフォームの開発に着手

## ●Zenken

### プラットフォーム

海外IT人材  
供給サイド

海外IT人材  
需要サイド



インド  
ベンガルールのIT人材

提携大学  
**30**校  
(2022/6期3Q)

人材登録者数  
約**10,407**人  
(2022/6期3Q)



優秀な人材が集まる  
上位大学との連携



ビジネスに直結する  
日本語教育



入社前から入社後の  
サポートで安心

IT人材不足の  
日本企業

取引実績企業  
**98**社  
(2022/6期3Q)

内定人員  
**197**人  
(2022/6期3Q)

人材選定、日本語教育、退職リスク対策など、一貫してサポート

# ● 中期成長戦略イメージ

- ITと人材を軸とした中長期成長曲線イメージ

- ✓ 主力事業であるコンテンツマーケティング事業と成長事業である海外IT人材事業を中心に成長戦略を描く

「そこにはない未来を創る」



## ● 見通しに関する注意事項

- ✓ 本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、当社以外に関する情報は公開情報等から引用したものであり、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- ✓ また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。
- ✓ 当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

### 【お問い合わせ先】

全研本社株式会社 IR窓口  
ir@zenken.co.jp  
<https://www.zenken.co.jp/>