

A modern office interior with a large glass wall on the left displaying the Zenken logo. The floor is highly reflective, showing the ceiling lights and the office furniture. In the background, there is a glass-walled room with a colorful mural and a large potted plant.

●Zenken

そこにはない未来を創る

●Zenken

2022年6月期 決算補足説明資料

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 会社概要
- 02 主力事業の概要
(コンテンツマーケティング事業)
- 03 2022年6月期決算の概要
- 04 2023年6月期決算の見通し
- 05 中期成長戦略

Appendix

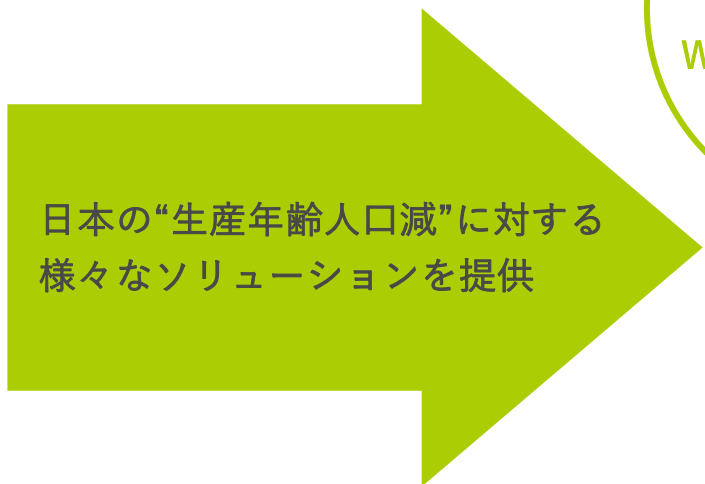


01 会社概要

● 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	432百万円		
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%） 全研ケア株式会社（その他・出資比率100%）		
従業員数	468名(2022/6末 他、臨時雇用者数86名)		

「そこにはない未来を創る」

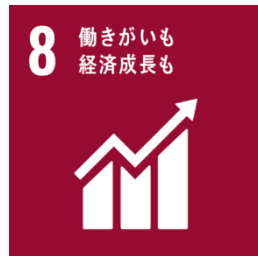


SDGsへの取り組み

グローバルに事業を展開する全研本社では、2015年に国連サミットで採択された、「2030年までに世界の持続可能な社会・環境を目指す国際目標“SDGs”（持続可能な開発目標）」の達成に向け、課題解決につながる取り組みをおこなっています

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

✓ 海外IT人材事業の推進



当社の取り組みをメディアにも取り上げていただきました！

2022/4/1以降 メディア掲載実績

- 2022/4/1 雑誌；月刊人材ビジネス
- 2022/4/15 新聞；日本経済新聞電子版
- 2022/4/15 Web；時事ドットコム等
- 2022/4/25 Web；TabisLand
- 2022/4/25 雑誌；東経情報
- 2022/4/27 新聞；日経産業新聞
- 2022/5/1 雑誌；月刊人材ビジネス
- 2022/5/27 新聞；物流ニッポン
- 2022/7/18 新聞；金融経済新聞
- 2022/7/25 新聞；物流ウィークリー

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
- 2022年 全研ケア株式会社を設立
海外介護人材事業をスタート



*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

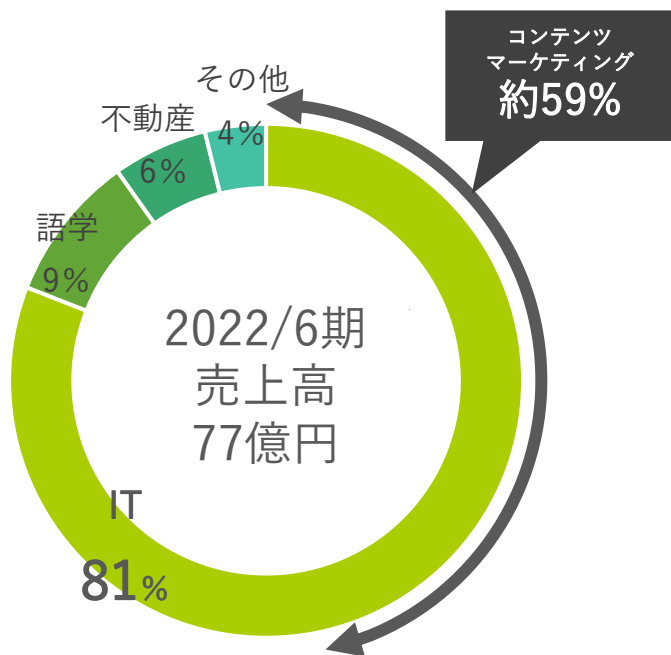
事業の概要

「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

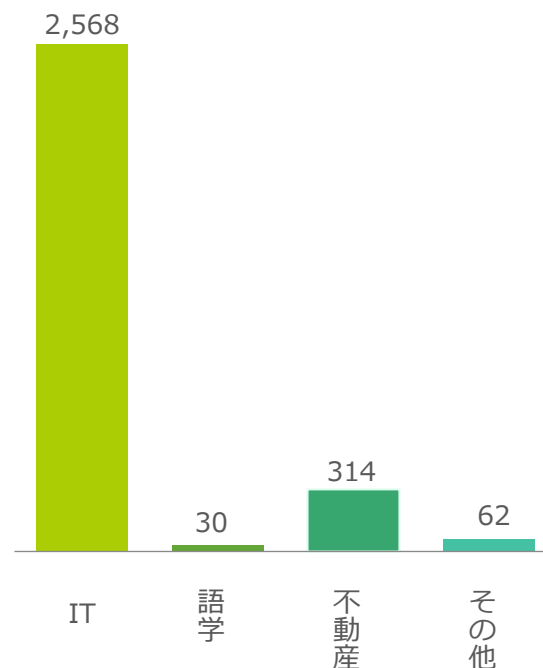
創業事業である生涯教育文化事業は語学領域に特化。不動産セグメントでは自社保有の新宿オフィスビルで賃貸サービスを提供

売上構成 (2022/6期)



セグメント別利益 (2022/6期)

(百万円)



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
- ✓コロナワクチン予約システムを開発・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2棟の賃貸

● 事業の概要



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（海外IT人材事業）
- メディア事業
- AI事業



語学セグメント

- 法人向け語学研修
- 海外留学斡旋
- 日本語教育



不動産セグメント

- オフィス用ビル賃貸

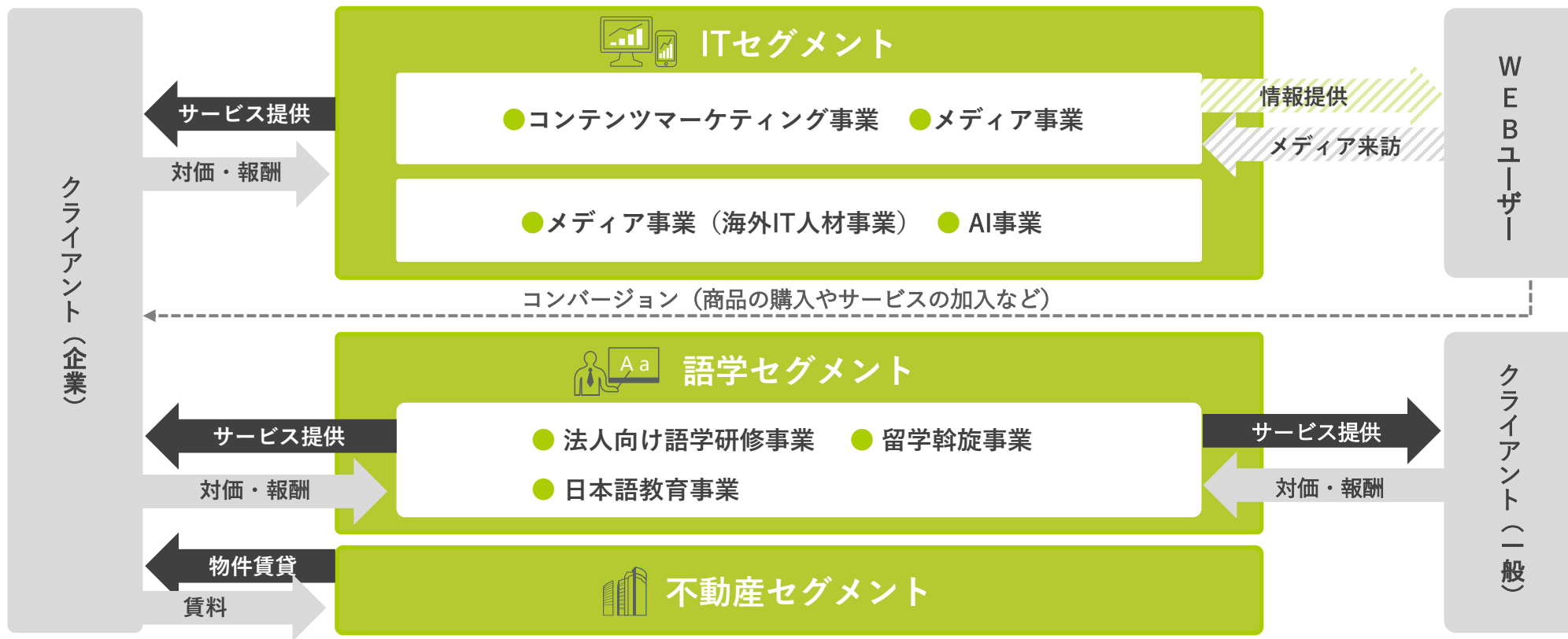
● ビジネスフロー

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





02 主力事業の概要 (コンテンツマーケティング事業)

● 主力事業の概要

主力のコンテンツマーケティング事業では、
目的を持ちキーワード検索するユーザーに訴求するWEBの集客メディアを制作・運用
専門メディアによりコンバージョンの高い見込み客を送客



※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

● 集客メディアの特長

徹底した競合分析により、クライアントの特長や強みを明確化

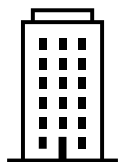
クライアント商材の特長と合致するニーズを持つユーザーをマッチングさせる集客メディアを制作

企業

ユーザー

全研本社・専門メディア

全研本社へ依頼



A社

全研本社へ
集客の相談・依頼

調査

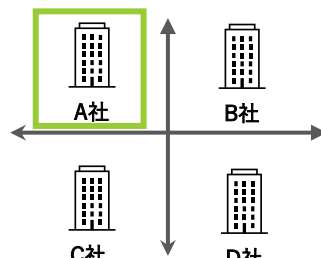
市場調査
(競合分析)



クライアント商材と親和性の高い
市場を選定・調査
各社の特徴を抽出

分析

ポジショニング



商材の特長と市場ニーズが
合致するよう
ポジショニング

制作

集客メディア
制作/運用



A社

ポジショニングを基に
専門メディアを制作

閲覧

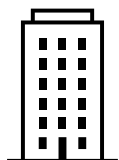


各社の特徴が一目で分かる！

ウチにぴったりな
会社はここかな

大型ポータルサイト

ポータルサイト
運営会社へ問い合わせ



A社

広告掲載の依頼

ポータルサイトに
掲載



閲覧



掲載されている会社は多いけれど、
何が得意かがわからず、
どこを選べばいいかわからない・・・

網羅性を重視
掲載順は広告費や申込順による

● 集客メディアのバリューチェーンと収益モデル

専門性の高い集客メディアを制作するために、一気通貫のバリューチェーンを構築
制作・運用は、社内制作人員約160名および約1,100名の外部ライターの計1,200名超の対応

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

バリューチェーン



市場調査・競合分析により顧客の特徴・強みを明確化し市場ニーズとマッチング

SEO戦略のもと多様な業種・業界に対応し得る編集・ライティング陣容を配置

高いデザイン性と集客課題解決のための導線設計を実現

景表法や医療広告ガイドラインなど関連法規に準拠した表現の確認

複数の集客チャネルを組み合わせ、顧客の成果創出を実現



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

制作・運用 人員数

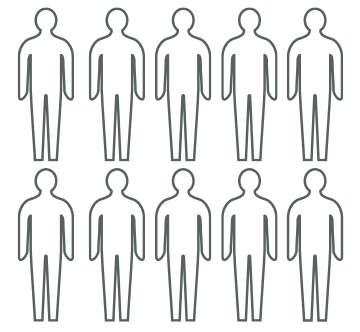
内部ディレクター人数
約**160**名



合計
1,200名超の
制作/運用人員



外部ライター**1,119**名登録
(2022/6期末)



● 集客メディア展開事例（構成）

事例① 緩衝材製造機専門
 検索結果にメーカーの公式サイトが並ぶなか、全研の専門メディアが露出。

各社の特徴が一目で分かり、
コンバージョン率の高い見込み客を送客

緩衝材製造機 🔍

<https://www.sukitaku.com/> ▼
緩衝材製造機メーカー特集！
 緩衝材製造機メーカー13社を調査！
 レンタルにも対応可能な…

<https://www.xxx-a.com/> ▼
A社 公式サイト
 緩衝材製造機A社のサイトです。

<https://www.xxx-b.com/> ▼
B社 公式サイト
 緩衝材製造機B社のサイトです。

知識ページ等、記事を多数掲載
 TOPICS 緩衝材の豆知識

クライアントは『PR』に明示
 SDGs志向の梱包資材とは？
 環境に優しい緩衝材製造機に注目 [PR]

複数社の深掘情報を掲載

軽量梱包向け	軽量梱包向け	電子部品・精密機器向け
NUEVOPAK X-FILLX-FILL MM スタンドタイプ	エア緩衝材製造機 Air-5	バグライトBAGRITE (ウレタン・袋タイプ)
持ち運びもOK！手動で手軽に生産 ※上・決壊きどちらもOK	最大10分で製品可能！ 環境配慮型バイオフィルムを採用	軽圧で耐衝撃力の高い包装材料 自動圧力センサー搭載
厚み 1mm	フィルム 3mm	
特徴・用途 軽量物などの取組め 用。標準的な取組め場 合を想定	特徴・用途 嵩高に優しいフィルムを 採用。特に、狭くの高 さに対応	特徴・用途 製品のサイズや形状、重 さに応じた最適な保護 が可能

事例② 会員管理システム



事例③ RC住宅 岡山



事例④ インビザライン姫路



● 集客メディア展開事例（ユーザー導線）

事例⑤ 番外編
「Webディレクターになるには」

親和性の高いユーザーや態度変容したユーザーを自社採用サイトに送付

- Webディレクター なるには 🔍
- Webディレクター 未経験 30代 🔍
- Webディレクター 編集者 🔍
- Webディレクター 需要 🔍
- Webディレクター やりがい 🔍
- Webディレクター 種類 🔍




● 主力事業の市場領域

市場規模が小さく、情報が不足している市場において専門性の高いメディアを多数展開（1,310件；2022年6月期末時点）

機械	医療	エネルギー	フランチャイズ	注文住宅
 <p>工作機械オーバーホール 専門メディア</p>	 <p>電子薬歴 専門メディア</p>	 <p>水処理ソリューション 専門メディア</p>	 <p>ゴルフ フランチャイズ 専門メディア</p>	 <p>注文住宅 苫小牧 専門メディア</p>
 <p>3Dマシンビジョン 専門メディア</p>	 <p>健康管理システム 専門メディア</p>	 <p>排気装置 専門メディア</p>	 <p>フランチャイズ本部構築 専門メディア</p>	 <p>デザイン住宅 栃木 専門メディア</p>
 <p>振動試験機 専門メディア</p>	 <p>リハビリ管理システム 専門メディア</p>	 <p>産業廃棄物処理施設 専門メディア</p>	 <p>放課後等デイサービス フランチャイズ 専門メディア</p>	 <p>省エネ住宅 函館 専門メディア</p>
製造	ITツール	コンサル	歯科	害虫・害獣駆除
 <p>微細加工 専門メディア</p>	 <p>施工管理システム 専門メディア</p>	 <p>SDGsビジネス 専門メディア</p>	 <p>マウスピース矯正 愛知 専門メディア</p>	 <p>鳩駆除 大阪 専門メディア</p>
 <p>フィルム プレス加工 専門メディア</p>	 <p>土木積算システム 専門メディア</p>	 <p>デューデリジェンス 専門メディア</p>	 <p>インビザライン 千葉県 専門メディア</p>	 <p>シロアリ駆除 広島 専門メディア</p>
 <p>エッチング加工 専門メディア</p>	 <p>柔道整復師 レセコン 専門メディア</p>	 <p>新規事業コンサル 専門メディア</p>	 <p>矯正歯科 栃木 専門メディア</p>	

etc...

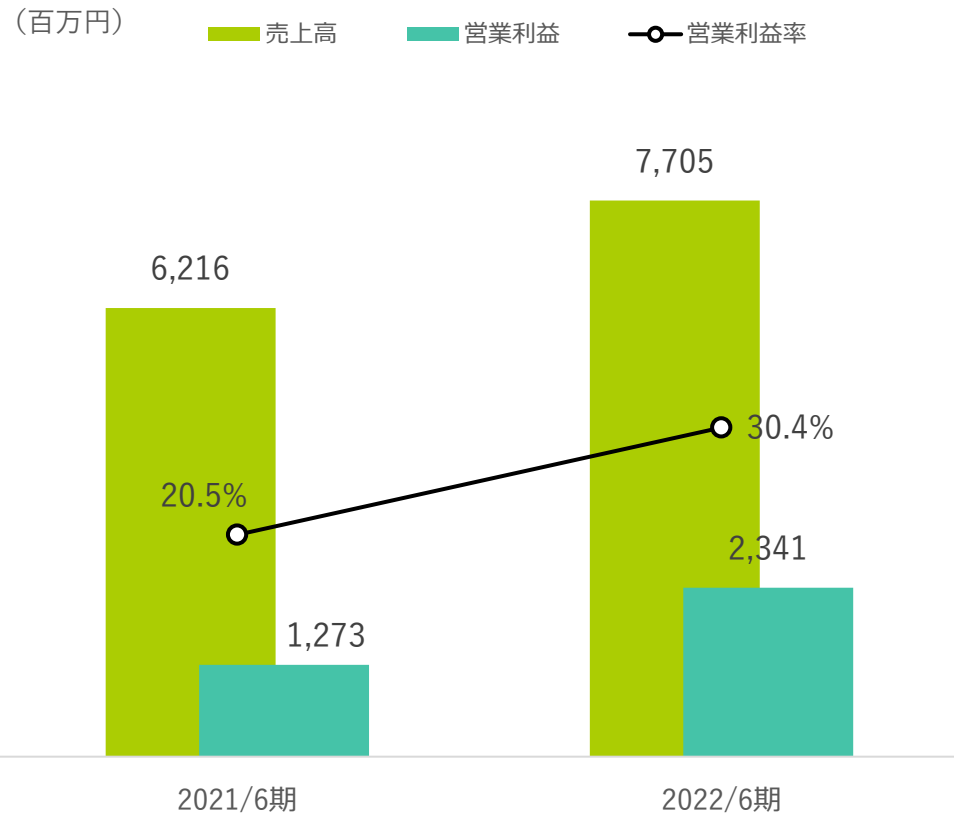


03 2022年6月期決算の概要

● 2022年6月期 連結決算ハイライト

売上高： 7,705百万円 営業利益： 2,341百万円 営業利益率： 30.4%

前期比較



【前期比】

- 売上高： +1,489百万円 (+24.0%)
- 営業利益： +1,067百万円 (+83.8%)
- 営業利益率： +9.9%

過去連結最高益

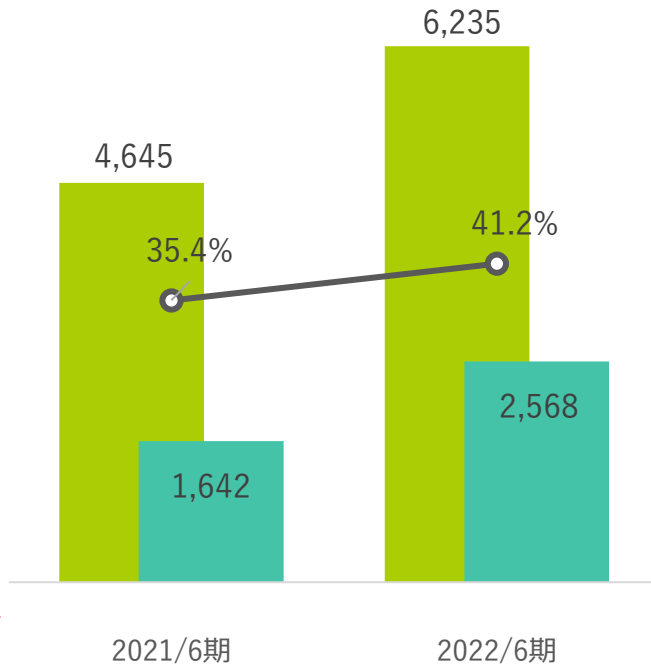
● 2022年6月期 連結決算ハイライト（セグメント別）【前期比】

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
 語学セグメントの減収は主にスクール事業譲渡に起因。営業利益は黒字転換

ITセグメントの推移

(百万円)

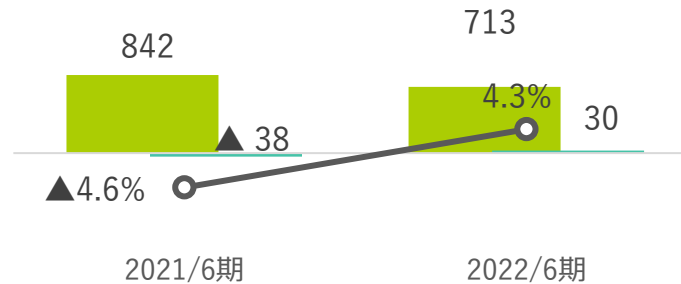
■ 売上高 ■ 営業利益 ● 営業利益率



語学セグメントの推移

(百万円)

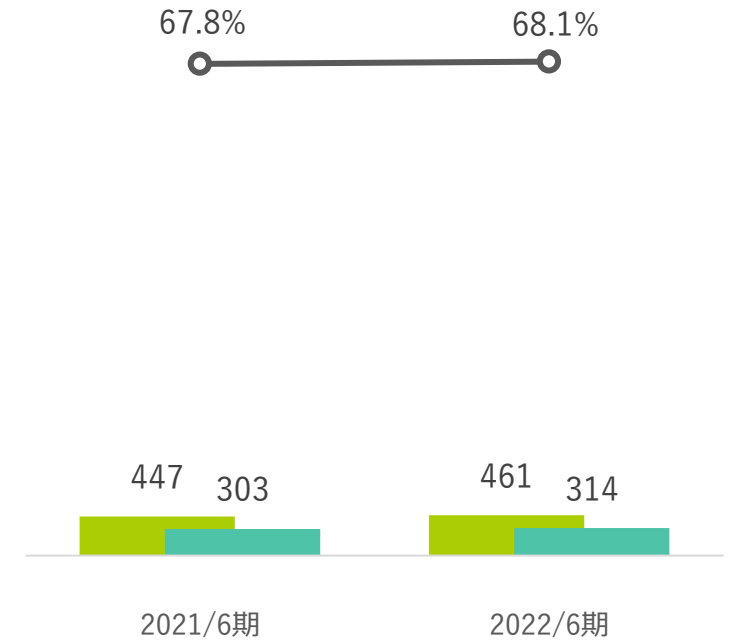
■ 売上高 ■ 営業利益 ● 営業利益率



不動産セグメントの推移

(百万円)

■ 売上高 ■ 営業利益 ● 営業利益率



● 四半期別業績推移

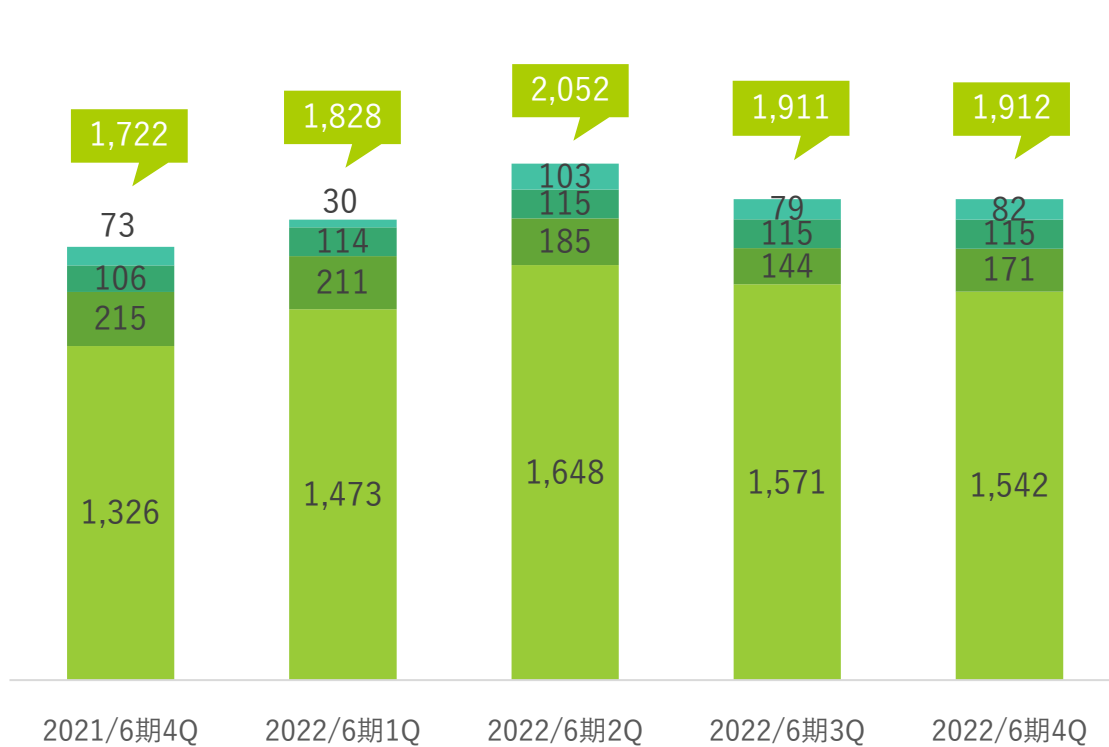
【前四半期比】

売上高：+1百万円（+0.1%）、営業利益：▲167百万円（▲27.6%）、営業利益率：▲8.8%

四半期別売上高推移

(百万円)

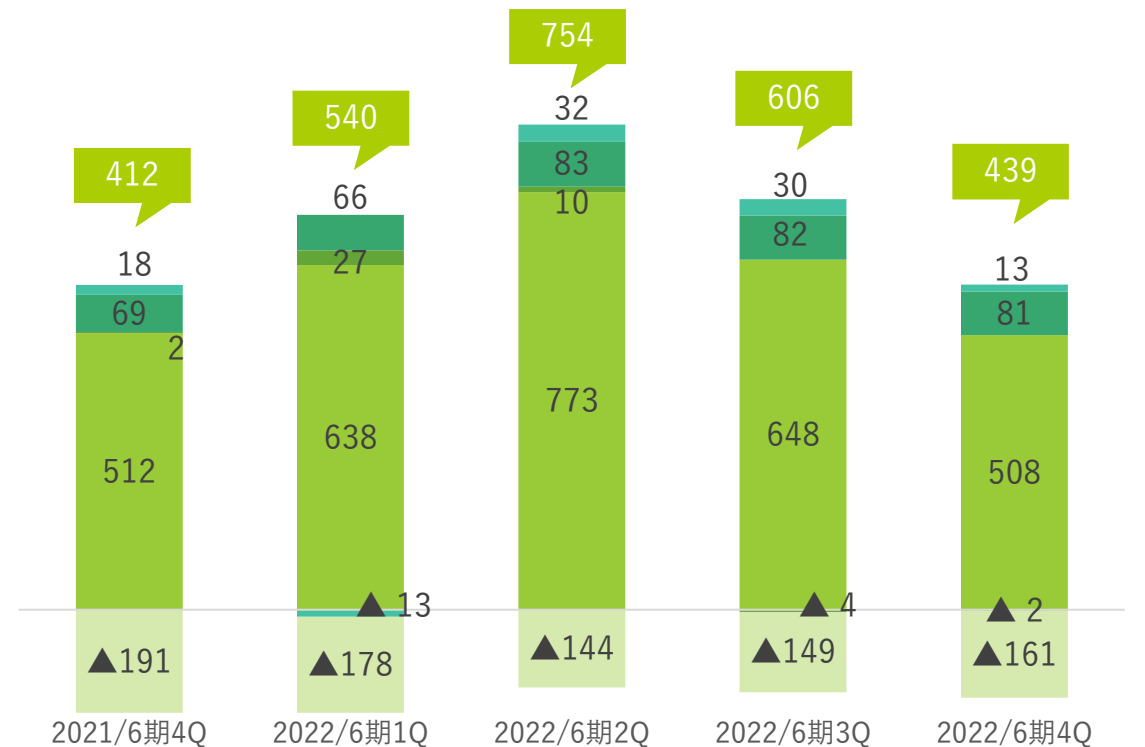
■ IT ■ 語学 ■ 不動産 ■ その他



四半期別営業利益推移

(百万円)

■ IT ■ 語学 ■ 不動産 ■ その他 ■ 全社費用



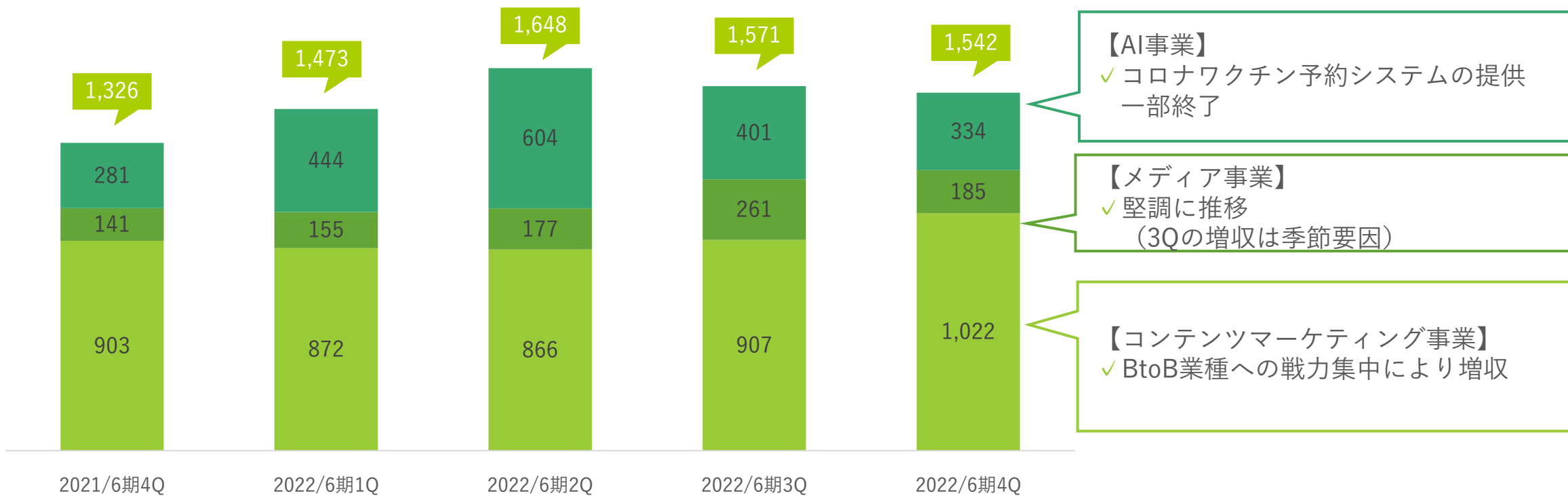
● 収益の分解情報 ～ITセグメント事業別

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

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

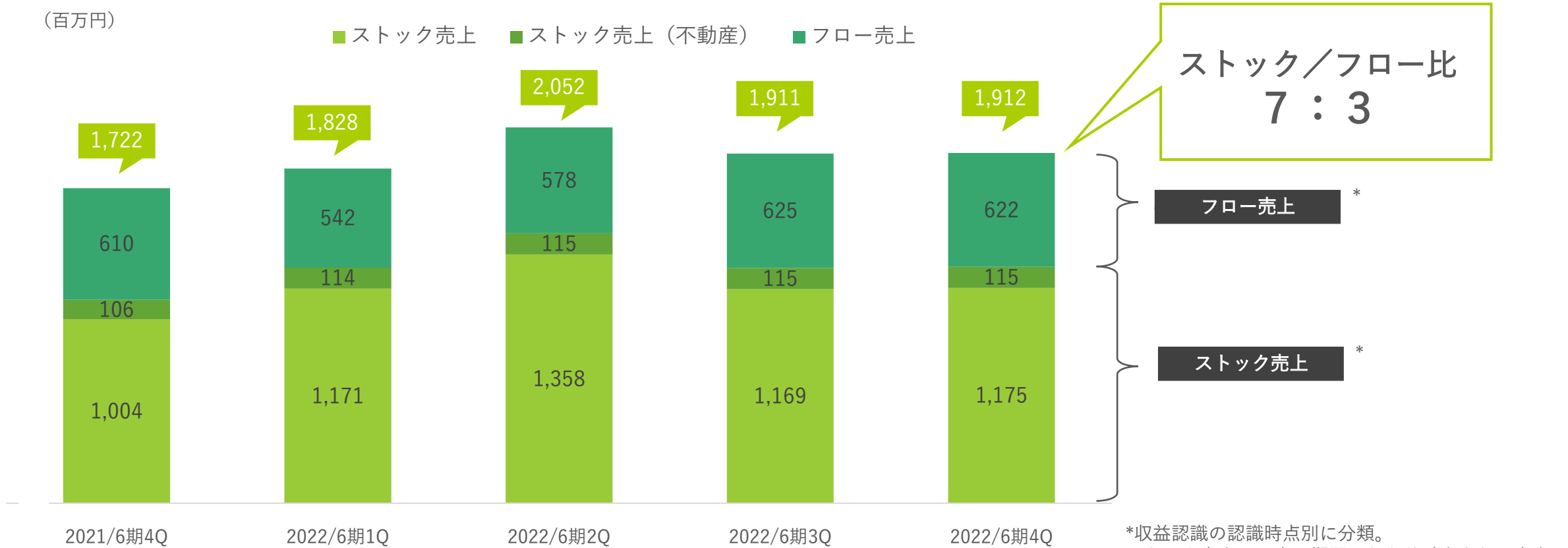
ストック／フローの比はおよそ7：3で推移

コロナワクチン予約システムの提供一部終了に伴い、第2四半期から第3四半期にかけて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 *

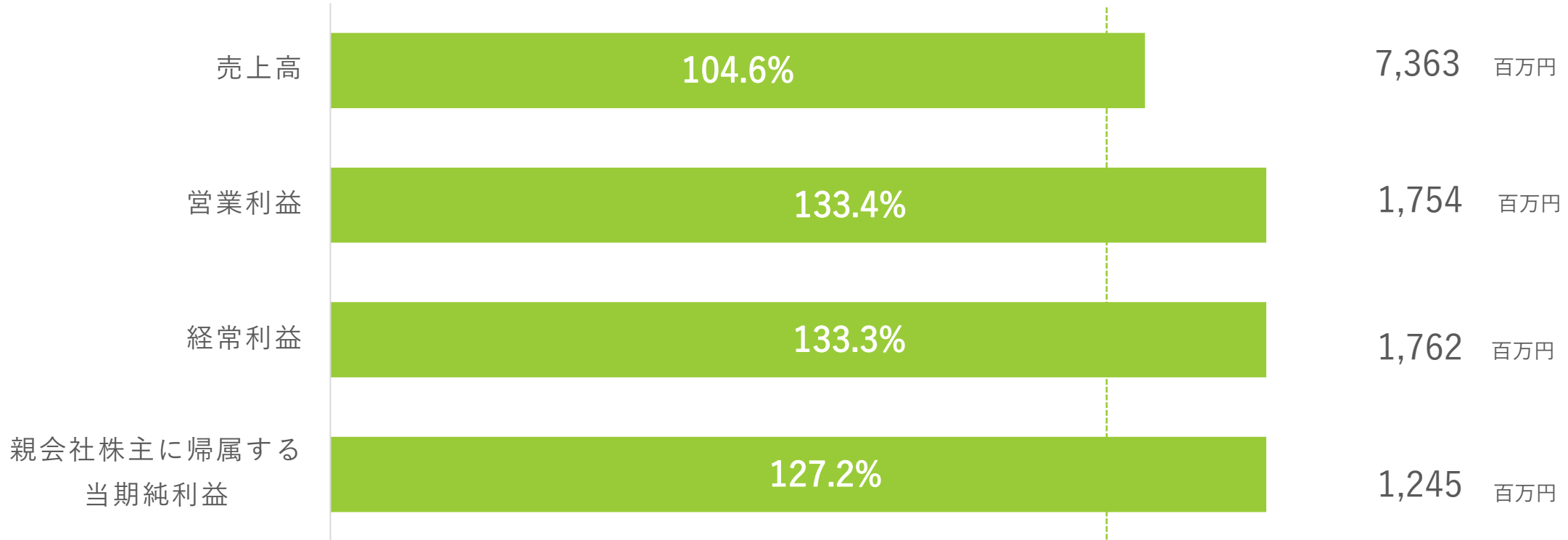
*収益認識の認識時点別に分類。
 ストック売上：一定の期間にわたり計上される売上
 フロー売上：一時点で計上される売上

● 2022年6月期業績予想と実績の比較

2021年11月開示の業績予想に対し、売上高・利益ともに実績が上回る
営業利益等は、コロナワクチン予約システムの提供期間の延伸・接種者の増加が影響し予想を上振れ

2022年6月期実績

通期業績予想



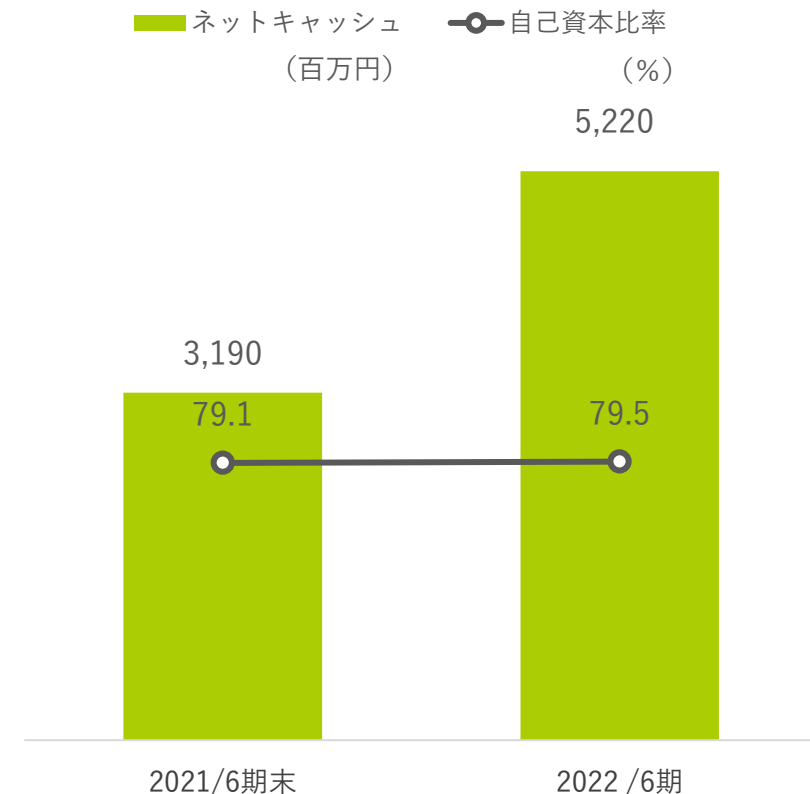
● バランスシート状況

(百万円)	2021/6 期末	2022/6 期末	前期末比増減額
流動資産	4,934	6,802	1,868
現預金	4,189	6,071	1,882
売掛債権	403	434	30
その他	340	296	▲44
固定資産※	8,572	8,485	▲86
建物	1,401	1,334	▲67
土地	6,019	6,019	—
その他	1,151	1,131	▲19
総資産	13,506	15,288	1,781
負債	2,827	3,140	313
前受金	651	592	▲58
借入金	999	951	▲48
未払金	328	438	109
未払法人税等	313	656	343
その他	847	501	▲346
純資産	10,679	12,147	1,467
負債純資産合計	13,506	15,288	1,781

※賃貸等不動産関係の時価情報

(百万円)	2022/6 期末
固定資産簿価	7,712
固定資産時価	12,967
含み益	+5,254

ネットキャッシュと自己資本比率の推移

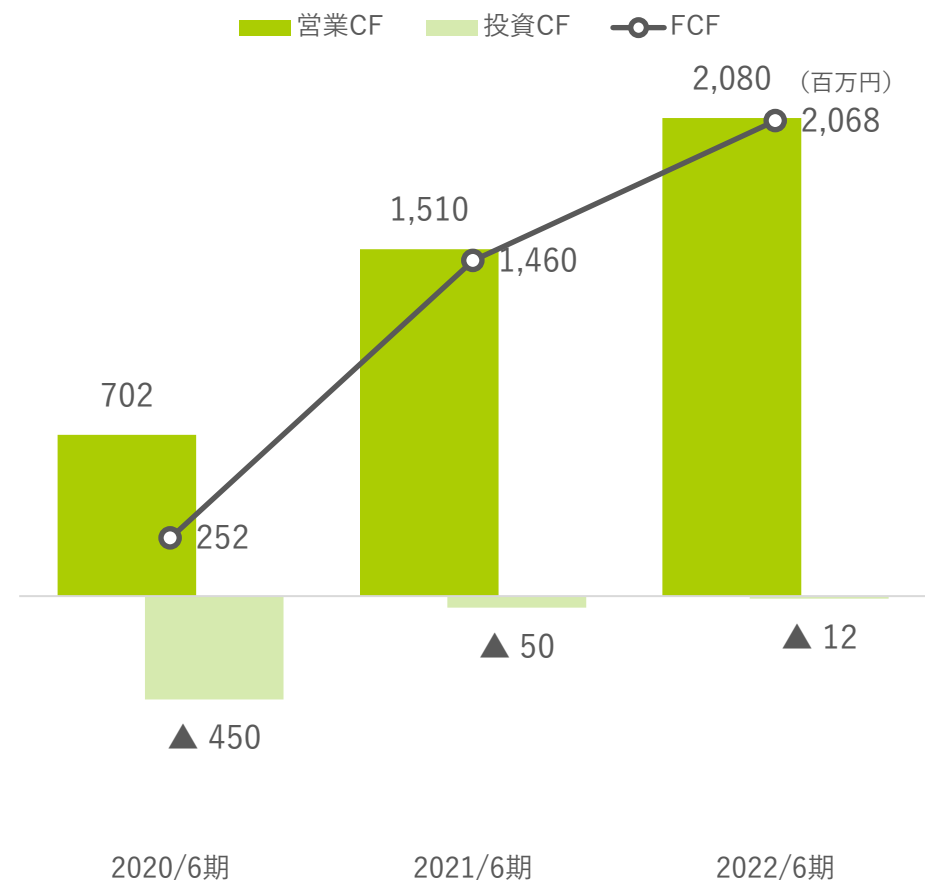


● キャッシュフローの状況

営業CFが570百万円増加し、2,080百万円の資金獲得
 増加要因として、主に税金等調整前当期純利益の増加（前期比+1,054百万円）、また減少要因として、法人税等の支払額の増加（前期比▲257百万円）によるもの

(百万円)	2020/6期	2021/6期	2022/6期	前期比増減額
営業CF	702	1,510	2,080	570
税金等調整前当期純利益	638	1,287	2,342	1,054
減価償却費	139	131	122	▲9
前受金の増減額（▲は減少）	▲31	291	▲60	▲352
法人税等の支払額	▲2	▲187	▲445	▲257
その他	▲40	▲12	122	134
投資CF	▲450	▲50	▲12	38
財務CF	▲147	496	▲186	▲682
現金及び現金同等物期末残高	2,233	4,189	6,071	1,882
FCF	252	1,460	2,068	608

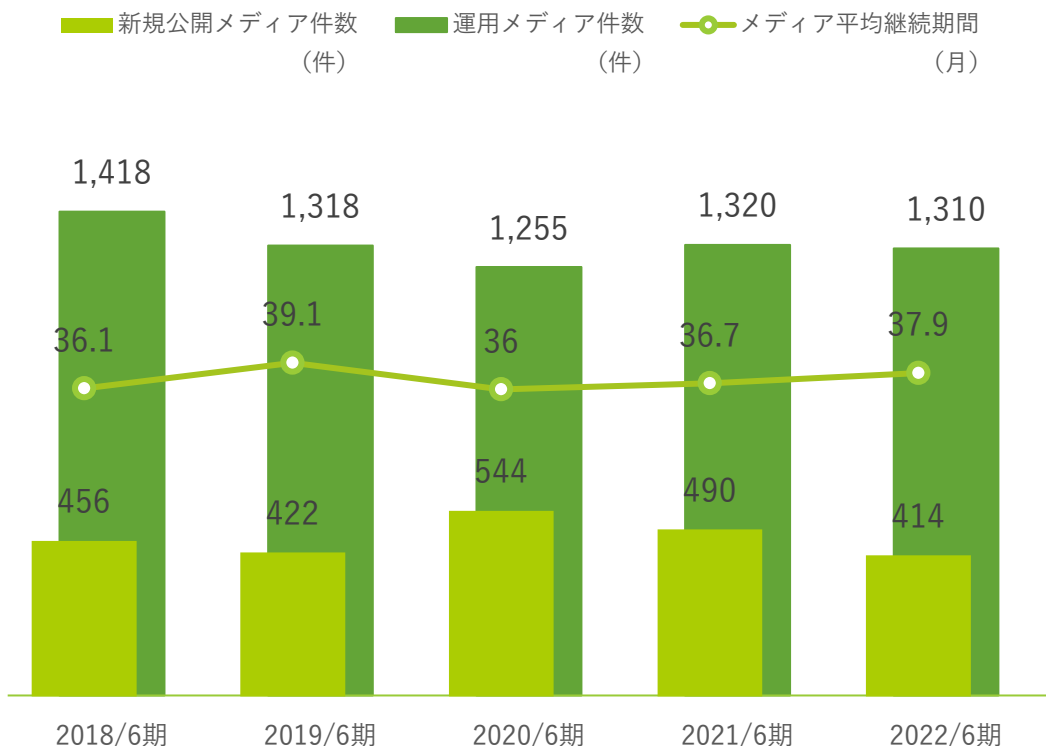
* FCF=営業CF+投資CF



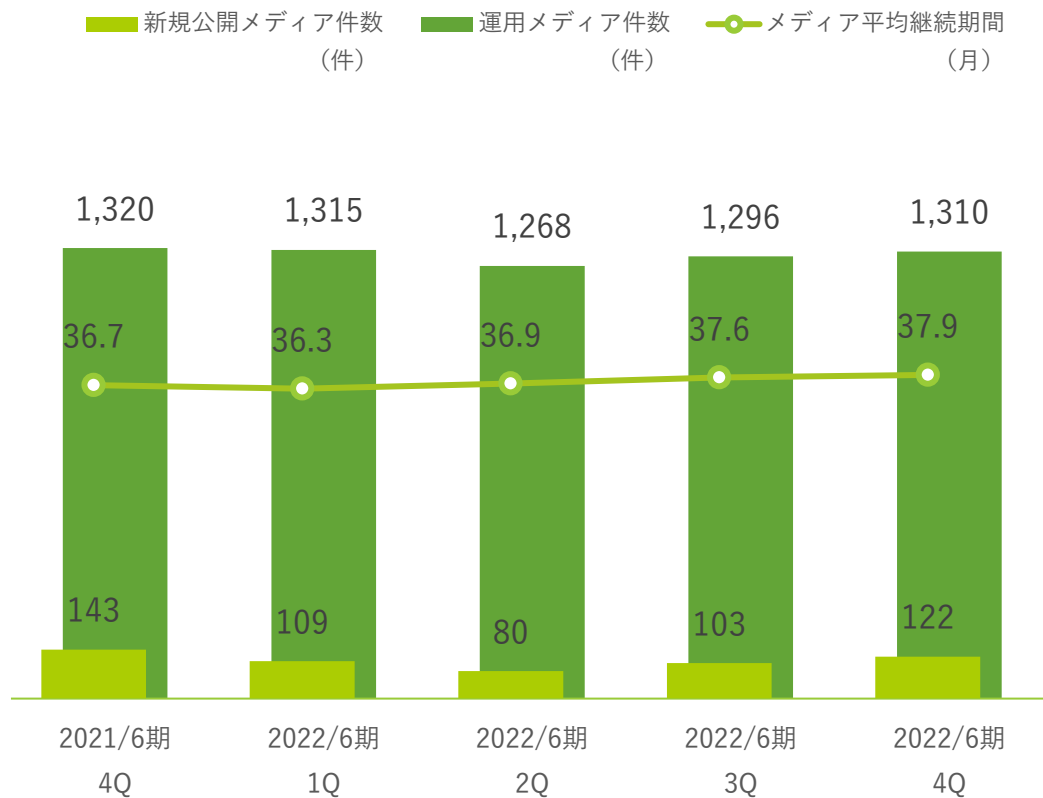
● 主な指標①

メディア制作費単価平均は上昇した一方、メディア数は未達（2021年8月の通期見通しに対し、新規公開メディア件数は70.8%、運用メディア件数は85.1%の進捗）。メディア平均継続期間は、2022年6月期は見通しを上回り37.9ヶ月と伸長

[年度推移] メディア件数および平均継続期間



[四半期推移] メディア件数および平均継続期間



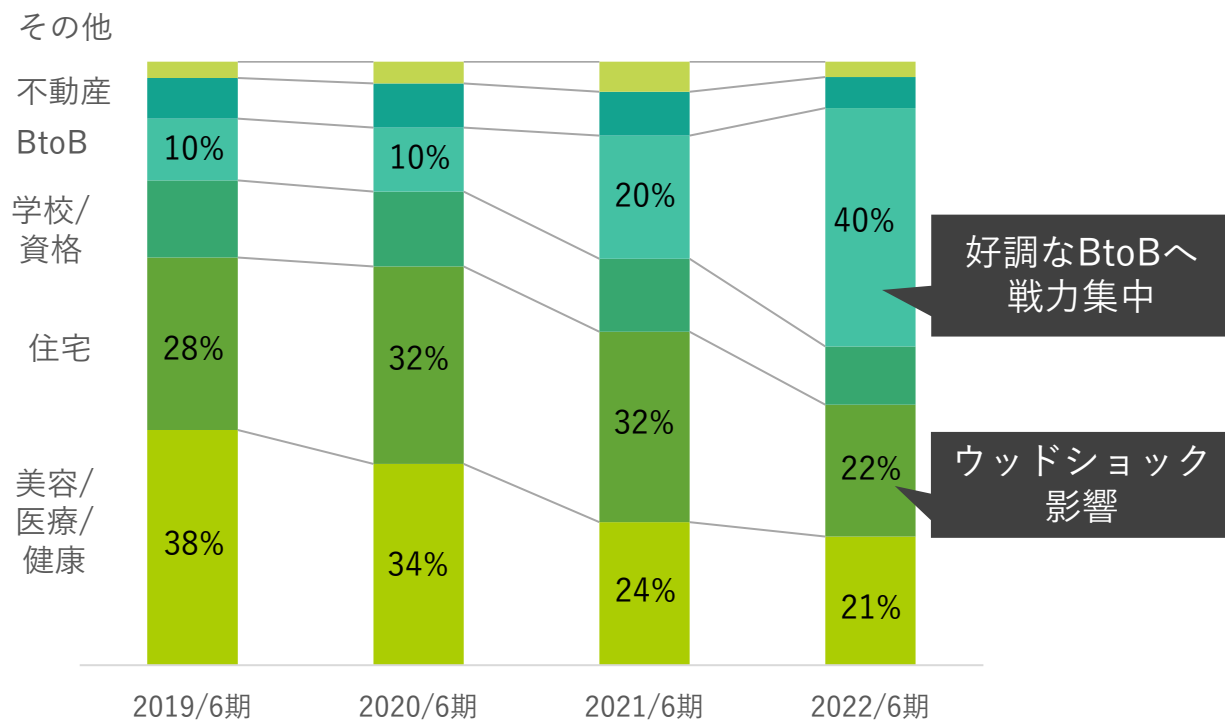
※メディア平均継続期間 = 延べ継続期間 ÷ 期末時点の運用メディア数

● 主な指標②

WEB集客ニーズに合わせ戦力集中の結果、BtoB業種のメディア増加

地方取引先の減少は、ウッドショックの影響により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



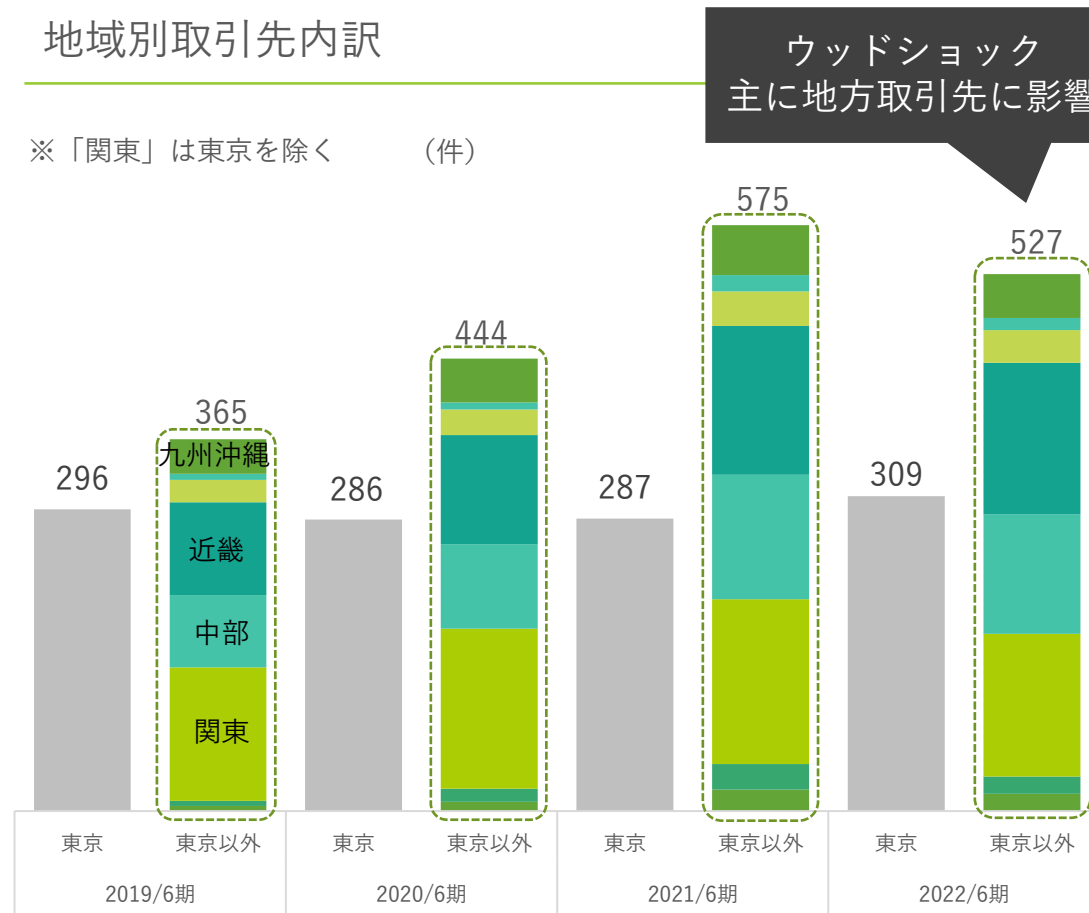
※ 上位10業種の推移

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

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
- ✓ 2022年6月期累計で13億円の売上を計上

② 介護事業を開始

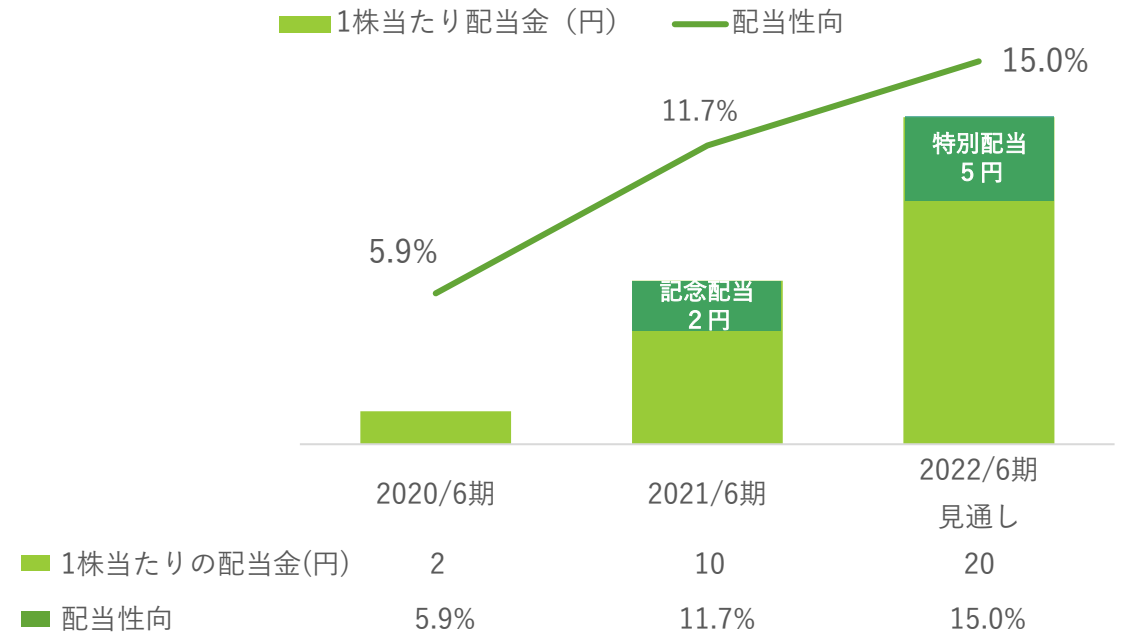
- ✓ 2022年3月 事業譲受契約を締結
- ✓ 2022年4月 新会社「全研ケア株式会社」を設立
- ✓ 2022年7月 介護事業開始



海外人材活用のフラグシップモデルへ

③ 配当予想の修正（増配・特別配当）を決議

- ✓ 2022年6月期の連結業績につき、売上高及び各利益ともに過去最高額を達成する見込みであったことから、配当予想を修正
- ✓ 1株当たり15円の普通配当に加え、5円の特別配当を予定





04 2023年6月期決算の見通し

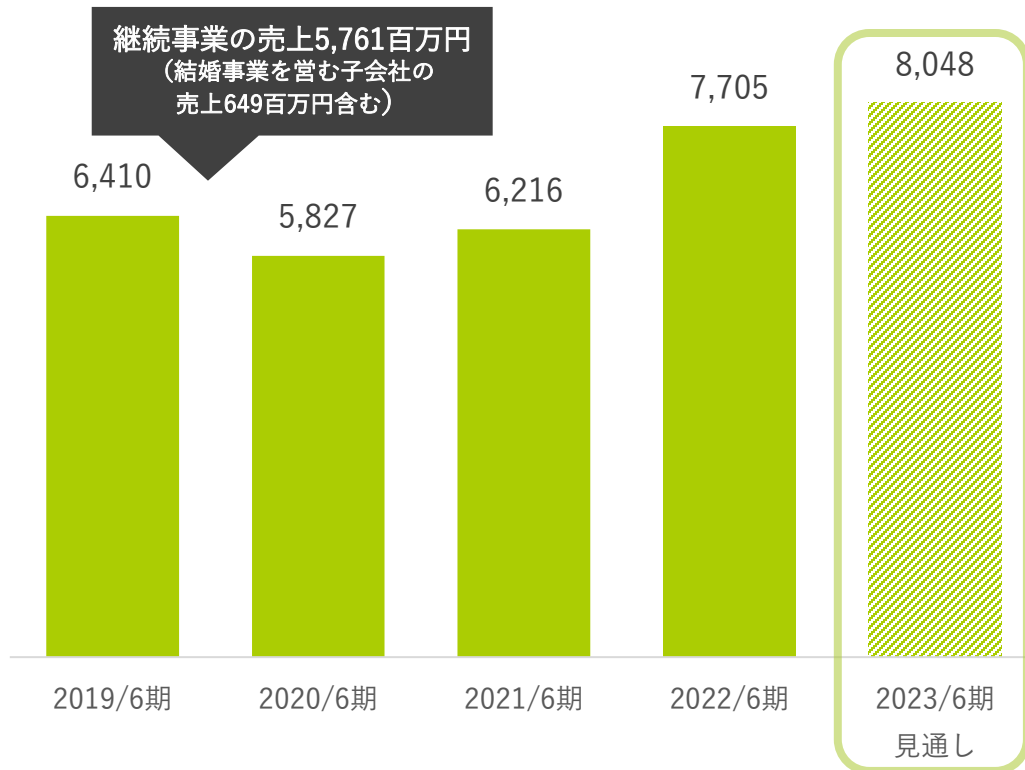
2023/6期業績の見通し

主力のITセグメントを中心に売上高は2023/6期においても成長

営業利益率は、コロナワクチン予約システムの提供縮小に伴い、以前の水準に一旦戻る見込み

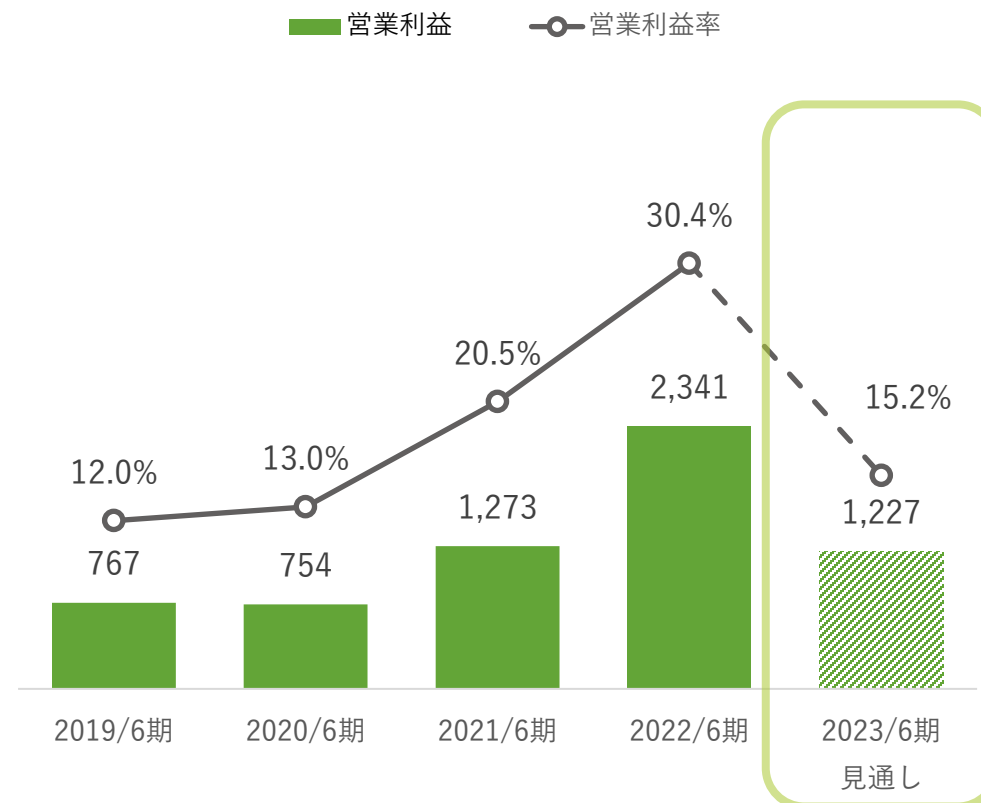
売上高の推移

(百万円)



営業利益・営業利益率の推移

(百万円)

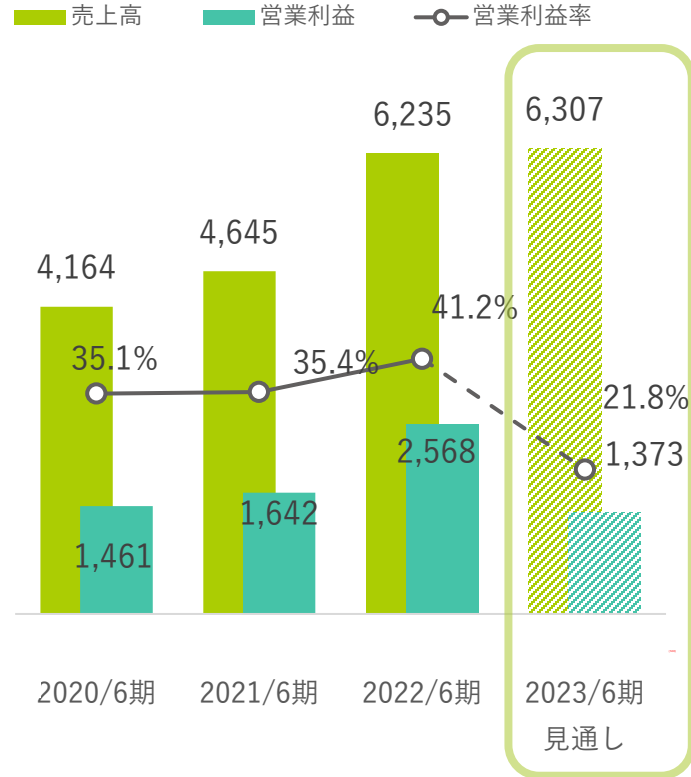


● セグメント別の見通し

主力のITセグメントはコンテンツマーケティング事業の業績拡大を見込む一方、ワクチン予約システムの提供縮小の見込み
 海外IT人材事業等の広告宣伝費・研究開発費等の費用増加予定も踏まえ、増収減益を見込む
 語学セグメントは縮小均衡を図る。不動産セグメントは安定的に高水準の利益を計上見込み

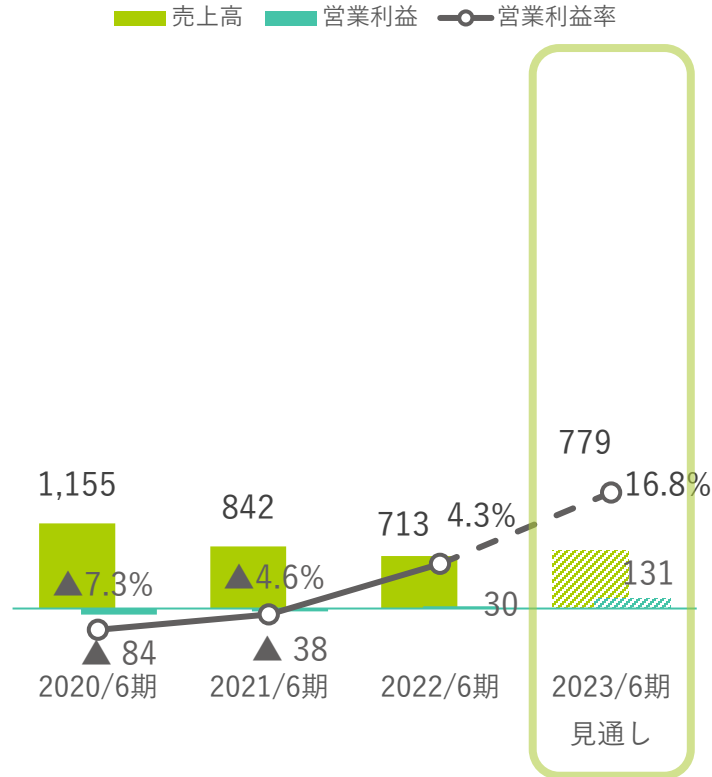
ITセグメントの推移

(百万円)



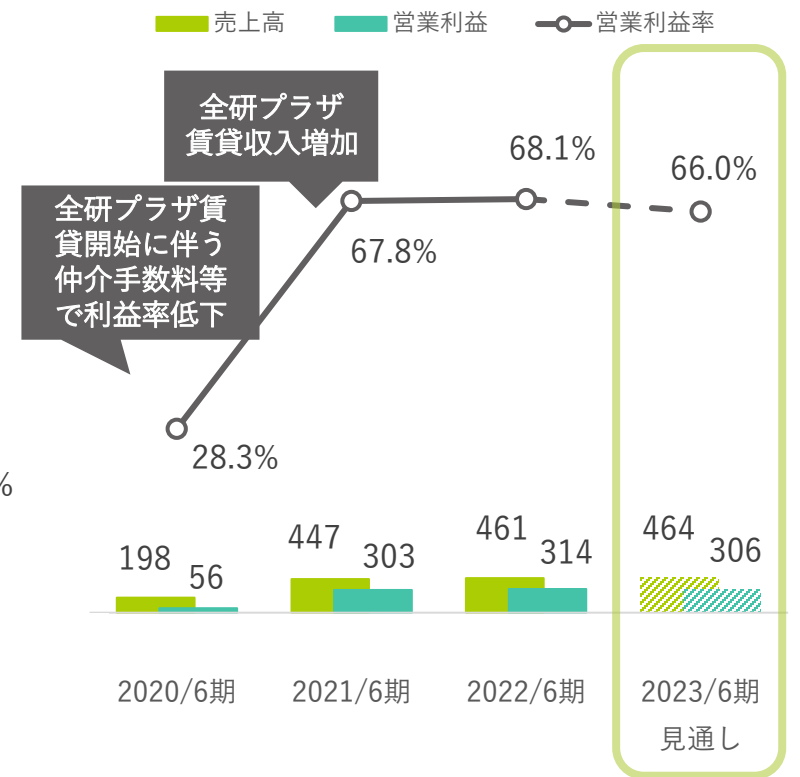
語学セグメントの推移

(百万円)



不動産セグメントの推移

(百万円)



● ITセグメント事業別の見通し

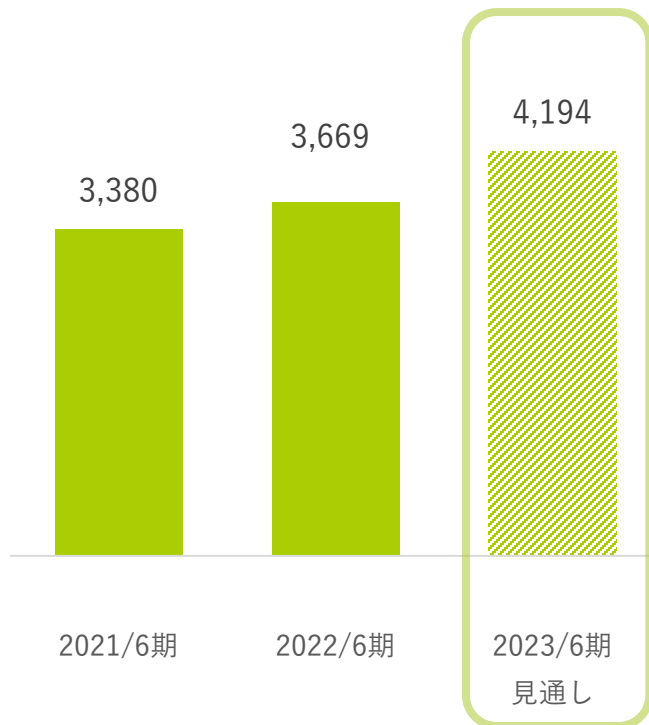
コンテンツマーケティング事業は業種の拡大やメディア単価の向上を図ることで増収の見込み

メディア事業は入国緩和による海外IT人材事業の業績向上による増収見込み

AI事業は新型コロナウイルスワクチン予約システムの提供縮小により減収の見込み

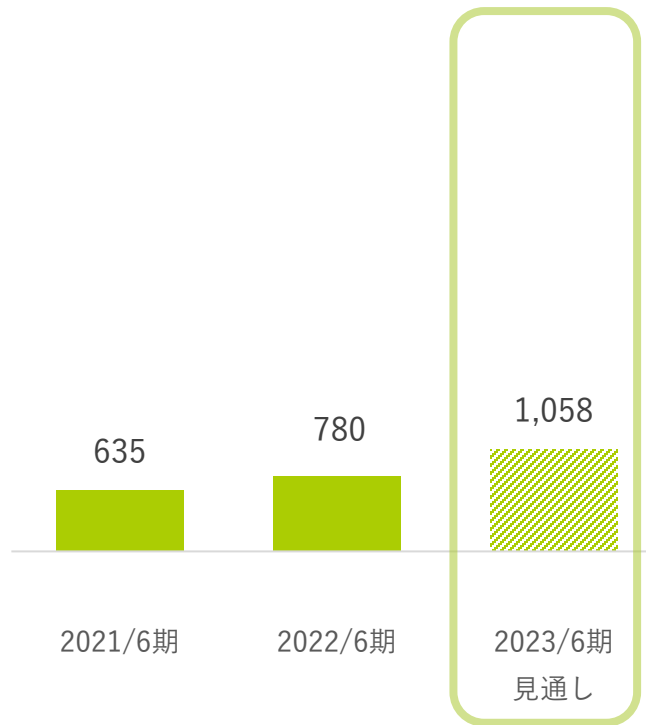
コンテンツマーケティング事業の推移

(百万円)



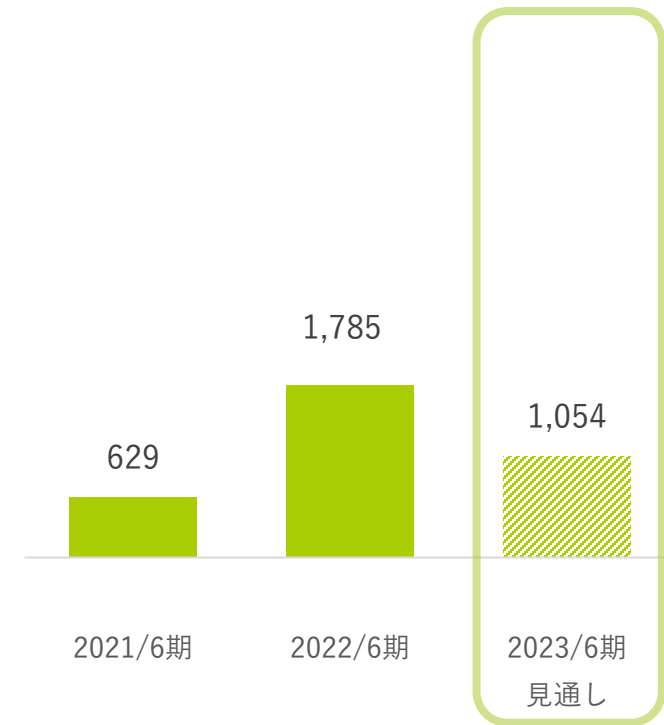
メディア事業の推移

(百万円)



AI事業の推移

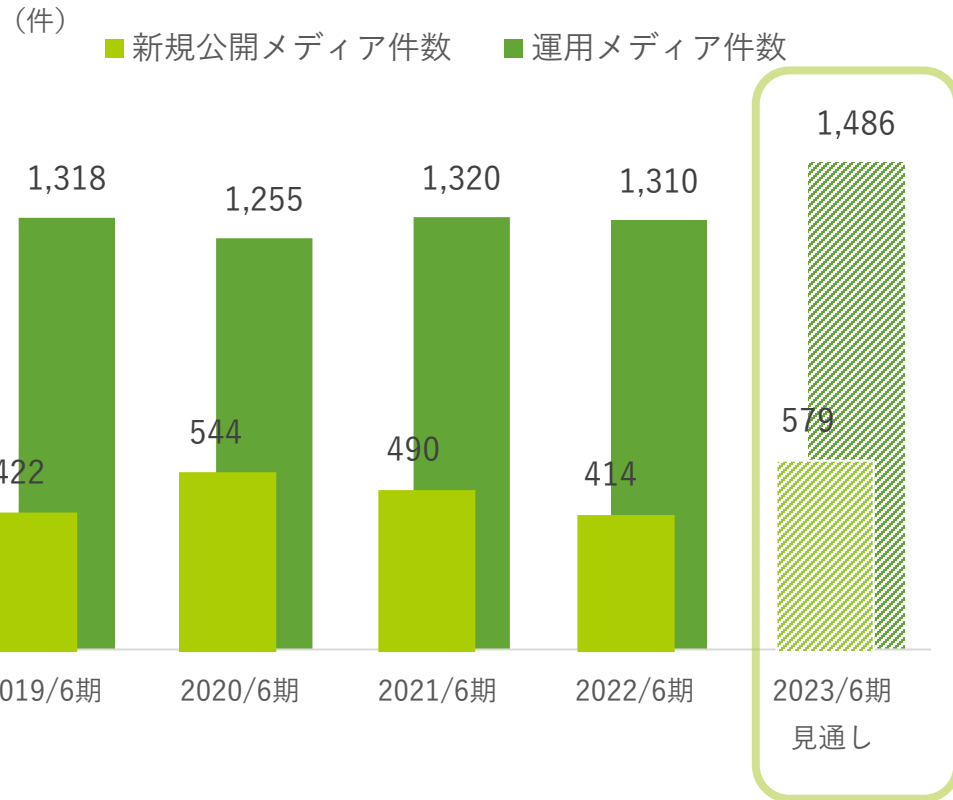
(百万円)



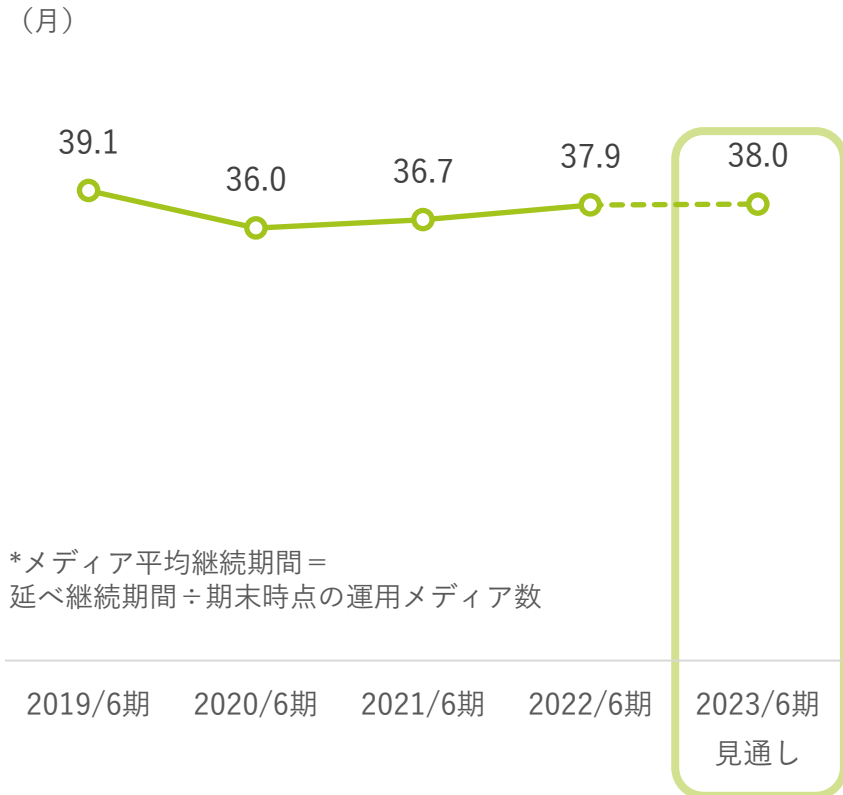
● 新規公開メディア、運用メディア件数とメディア平均継続期間の見通し

ニーズが好調な市況を見極めながら随時ターゲティングを見直すことでメディア件数を成長させる見込み
 メディア平均継続期間は、36カ月を超える水準維持を図る

新規公開メディア、運用メディア件数の見通し



メディア平均継続期間*の見通し



2023/6期決算見通し

売上高は前期比3.4億円の増収、営業利益は前期比11.1億円の減益を見込む

(百万円)	2020/6期	2021/6期	2022/6期	2023/6期 見通し	前期比	
					増減額	増減率 (%)
売上高	5,827	6,216	7,705	8,048	343	4.5
IT	4,164	4,645	6,235	6,307	71	1.2
語学	1,155	842	713	779	65	9.2
不動産	198	447	461	464	3	0.8
その他	309	280	295	497	201	68.3
営業利益	754	1,273	2,341	1,227	▲1,113	▲47.6
IT	1,461	1,642	2,568	1,373	▲1,194	▲46.5
語学	▲84	▲38	30	131	100	325.6
不動産	56	303	314	306	▲7	▲2.4
その他	45	65	62	13	▲49	▲78.7
全社費用	▲724	▲698	▲634	▲597	37	—
経常利益	754	1,320	2,349	1,262	▲1,087	▲46.3
親会社株主に帰属する当期純利益	377	956	1,584	874	▲709	▲44.8
営業利益率	13.0%	20.5%	30.4%	15.2%	▲15.2	▲50.0
新規公開メディア件数	544	490	414	579	165	39.9
運用メディア件数	1,255	1,320	1,310	1,486	176	13.4



06 中期成長戦略

● 2022年6月期の振り返り

中期展望と課題

2022年6月期の状況

01

コンテンツマーケティング 事業の更なる拡大

- ウッドショック影響による顧客数の減少
- メディア単価の上昇
- 運用メディア平均継続期間の伸長



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

02

語学事業の黒字化

- 英会話スクール事業の譲渡
- 黒字化を達成



03

海外IT人材事業の拡大

- 人材登録者数は11,000人を突破
- 2022年3月水際対策緩和により内定人員の入国再開



● 中期成長戦略

✓ 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人材事業を中心に成長戦略を描き企業価値を向上させていく

1 コンテンツマーケティング事業の更なる拡大

2 海外人材事業の拡大

中期（3年間）における数値目標

● 連結売上高 : CAGR 15~20%を目標とする

● 連結営業利益率 : 3年間平均 20%を目標値とする

成長戦略 ①コンテンツマーケティング事業の更なる拡大（概要）

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

×

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

×

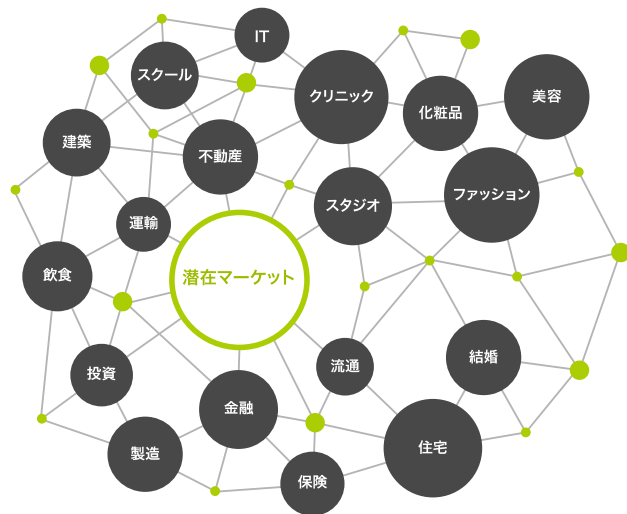
運用メディア
継続期間の長期化

- 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

成長戦略 ①コンテンツマーケティング事業の更なる拡大（詳細）

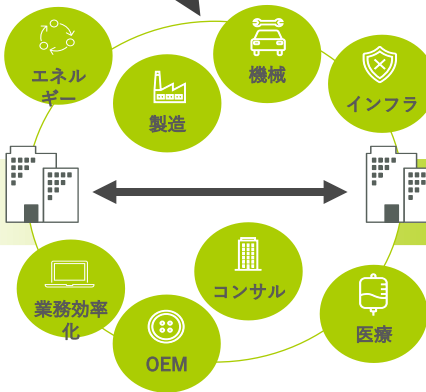
BtoB市場の開拓に注力しつつ、

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



- 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

特にBtoB市場の開拓に注力

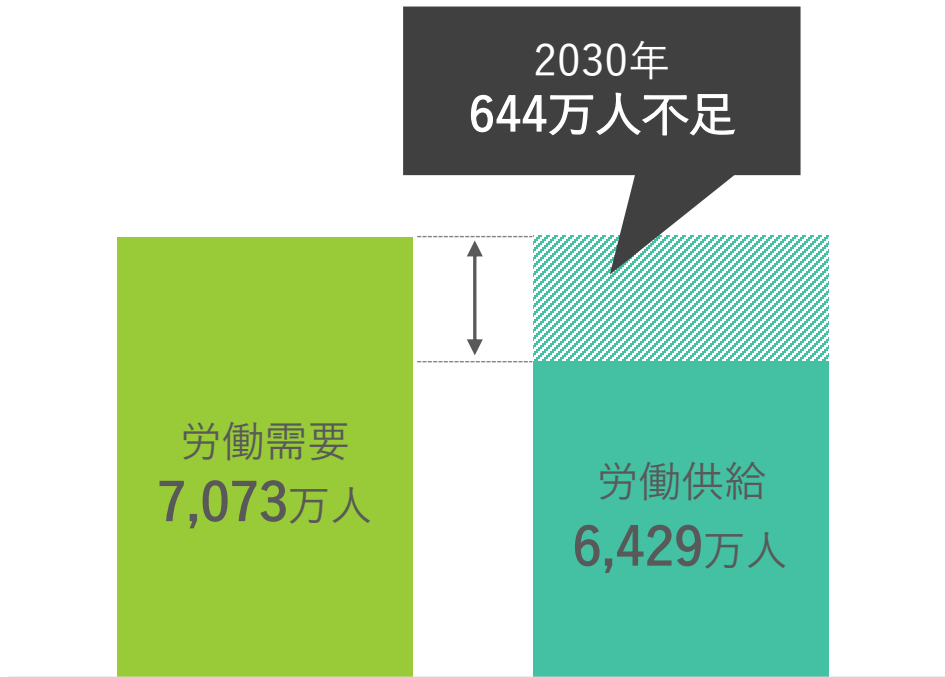


- ✓ 前期蓄積した事例・実績を活用しさらに市場を開拓、顧客数の増加へ
- ✓ 専門性の高さや中型以上のメディア数拡大によるメディア単価のさらなる向上へ
- ✓ 代替されにくいメディアとして継続期間をさらに伸長

● 成長戦略 ② 海外人材事業の拡大 ～市場背景

日本では少子高齢化が進み生産年齢人口は減少傾向。これに伴い日本における働く人手不足は年々深刻化
当事業では海外人材の日本への受入・定着を支援することで労働力不足という社会課題の解消を図る

労働市場の未来推計



作図参照：パーソル総合研究所「労働市場の未来推計2030」

海外人材事業の目的

生産年齢人口の減少による
労働力減少の解消

海外人材の日本への受入・定着
(職業紹介、日本語・文化教育、生活支援等)

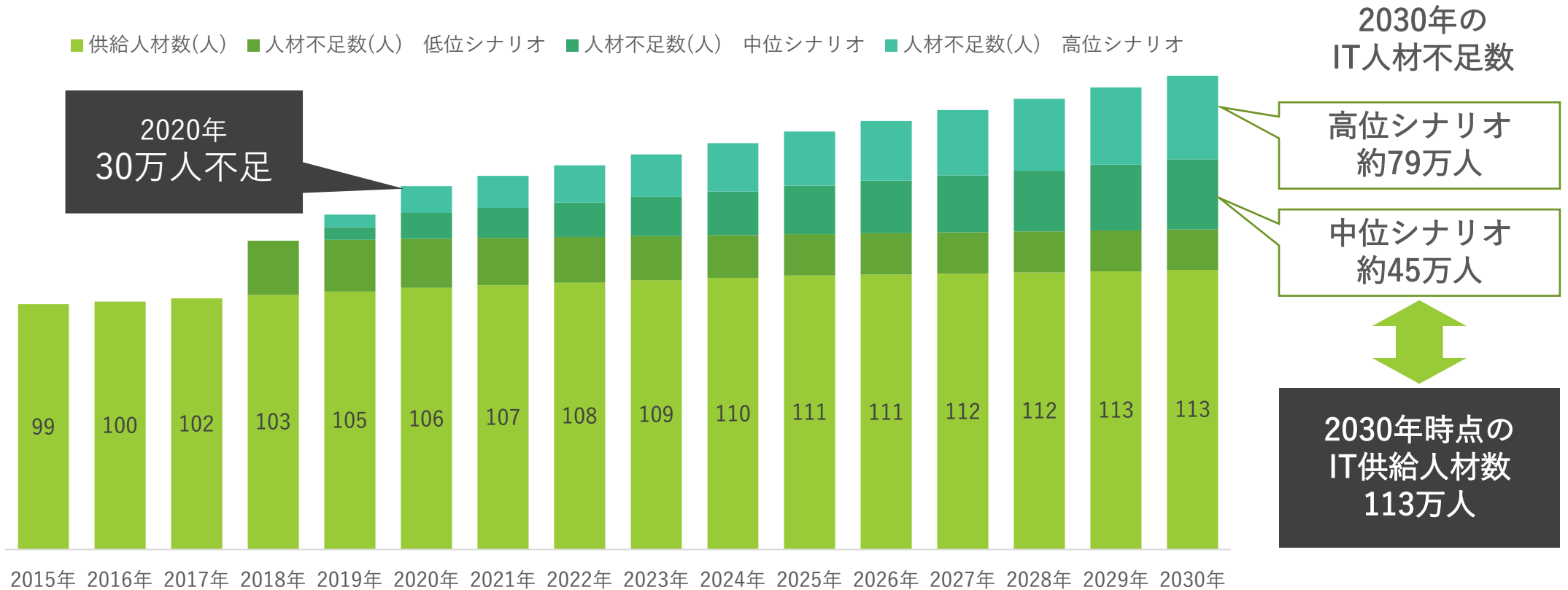
成長戦略 ②海外人材事業の拡大 ～海外IT人材①

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

成長戦略 ②海外人材事業の拡大 ～海外IT人材②

日本のIT人材は2030年には最大で79万人に達する

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



成長戦略 ②海外人材事業の拡大 ～海外IT人材③

数多くの上位大学との連携による優秀な人材、日本語教育、定着サポートを強みとして事業展開
今期プラットフォーム公開によりさらなる成長を図る



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



プラットフォーム
<マッチングメディア>

- ✓ (日) 企業紹介
- ✓ (日) 求人票掲載
- ✓ (印) エントリー

翻訳、日本語教育など
+ α のサービスも予定

近日公開

成長戦略 ②海外人材事業の拡大 ～海外介護人材①

少子高齢化が進む中、ますます介護人材の不足が顕著に
語学力やコミュニケーション力が求められる介護分野において当社の語学教育のノウハウを活用
海外介護人材の受入と定着サポートを推進

参入の背景

✓ 介護人材の不足が顕著

2025年に32万人、2040年には69万人*が不足

*出典) 厚生労働省「介護人材確保に向けた取り組み」

✓ 高いレベルの語学・

コミュニケーション力が必要

当社の日本語教育事業とシナジーがある

事業の概要



成長戦略 ②海外人材事業の拡大 ～海外介護人材②

2022年7月 埼玉県久喜市の介護施設を譲受

インドネシアの送出機関（日本語教育及び介護研修）と独占契約を締結

介護施設は、海外介護人材活用のフラグシップ施設とし、他の介護業者の海外人材受入不安の解消へ

人材送出機関との独占契約締結



 **Gakushudo**
ガクシュウドウ
PROGRAM PENDIDIKAN
BAHASA JEPANG & MANGA

日本語教育/特定技能試験
対策/説明会や面接のコー
ディネートセミナー等

 SMK DARMAWAN
your future is our priority

介護教育・介護実習
介護における日本語教育



受入不安を解消するフラグシップ施設へ

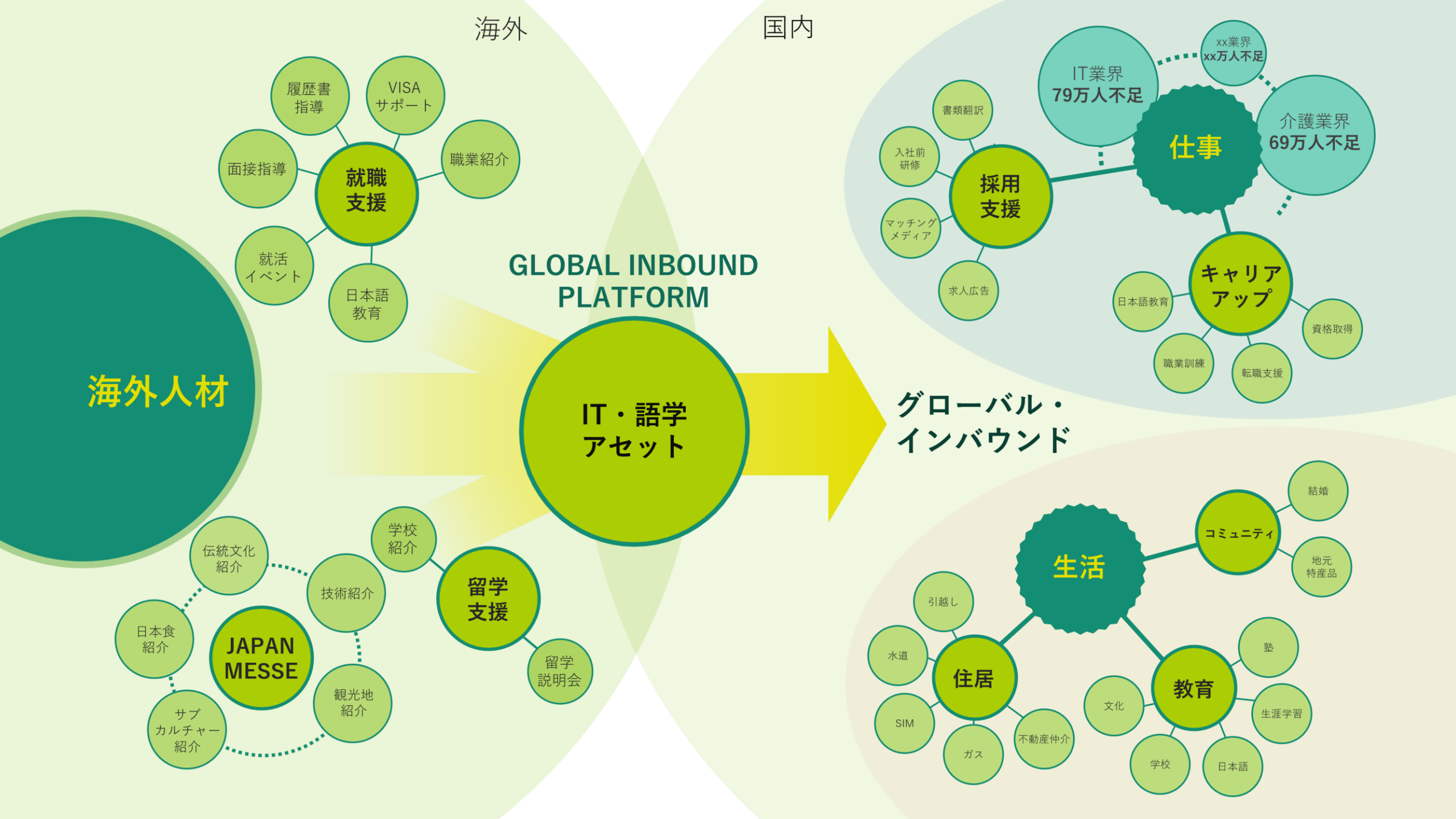
**M&Aした介護施設を
全研ケアが運営**



 A社  B社  C社  D社

**海外人材活用の成功モデル
顧客開拓へ**

- 日本語によるコミュニケーション
- 異文化への理解
- 十分な介護技能





Appendix

2022年6月期決算サマリー

(百万円)		2021/6期 4 Q	2022/6期 1 Q	2022/6期 2 Q	2022/6期 3 Q	2022/6期 4 Q	前期比		前四半期期比	
							増減額	増減率 (%)	増減額	増減率 (%)
IT	売上高	1,326	1,473	1,648	1,571	1,542	216	16.3	▲28	▲1.8
	セグメント利益	512	638	773	648	508	▲3	▲0.8	▲139	▲21.5
語学	売上高	215	211	185	144	171	▲43	20.2	27	18.7
	セグメント利益	2	27	10	▲4	▲2	▲5	—	2	—
不動産	売上高	106	114	115	115	115	8	8.0	0	0.0
	セグメント利益	69	66	83	82	81	11	17.2	▲1	▲1.6
その他	売上高	73	30	103	79	82	8	11.7	2	3.4
	セグメント利益	18	▲13	32	30	13	▲5	▲29.4	▲17	▲56.6
小計	売上高	1,722	1,828	2,052	1,911	1,912	190	11.0	1	0.1
	セグメント利益	604	718	899	756	601	▲2	▲0.5	▲155	▲20.5
	全社費用	▲191	▲178	▲144	▲149	▲161	30	—	▲11	—
	営業利益	412	540	754	606	439	27	6.6	▲167	▲27.6
	経常利益	430	543	760	603	441	11	2.7	▲162	▲26.8
	親会社株主に帰属する当期純利益	350	368	503	398	313	▲36	▲10.4	▲84	▲21.3
	営業利益率 (%)	23.9	29.5	36.8	31.7	23.0	▲0.9	▲3.9	▲8.8	▲27.6

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
売上高	(百万円)	5,458	6,410	5,827	6,216	7,705
経常利益	(百万円)	290	639	754	1,320	2,349
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	653	1,012	377	956	1,584
資本金	(百万円)	56	56	56	429	432
発行済株式総数	(株)	112,100	112,100	11,210,000	11,852,400	11,982,700
純資産額	(百万円)	7,554	8,633	8,982	10,679	12,147
総資産額	(百万円)	12,976	11,326	11,570	13,506	15,288
1株当たり純資産額	(円)	673.87	770.17	801.29	901.02	1,013.73
1株当たり当期純利益	(円)	58.28	90.33	33.65	85.14	133.40
自己資本比率	(%)	58.2	76.2	77.6	79.1	79.5
自己資本利益率	(%)	8.8	12.5	4.3	9.7	13.9
営業キャッシュ・フロー	(百万円)	—	857	702	1,510	2,080
投資キャッシュ・フロー	(百万円)	—	510	▲450	▲50	▲12
財務キャッシュ・フロー	(百万円)	—	▲2,750	▲147	496	▲186
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	—	2,128	2,233	4,189	6,071
従業員数 (他、平均臨時雇用人数)	(人)	440 (172)	442 (163)	443 (145)	443 (97)	468 (86)

(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

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 ● 海外介護人材活用のフラグシップ施設運営を目的とした全研ケア株式会社を設立
- 2022年 7月 ● 海外介護人材事業を開始

● 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、法人向け語学研修、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



法人向け
語学研修

海外留学斡旋

日本語教育



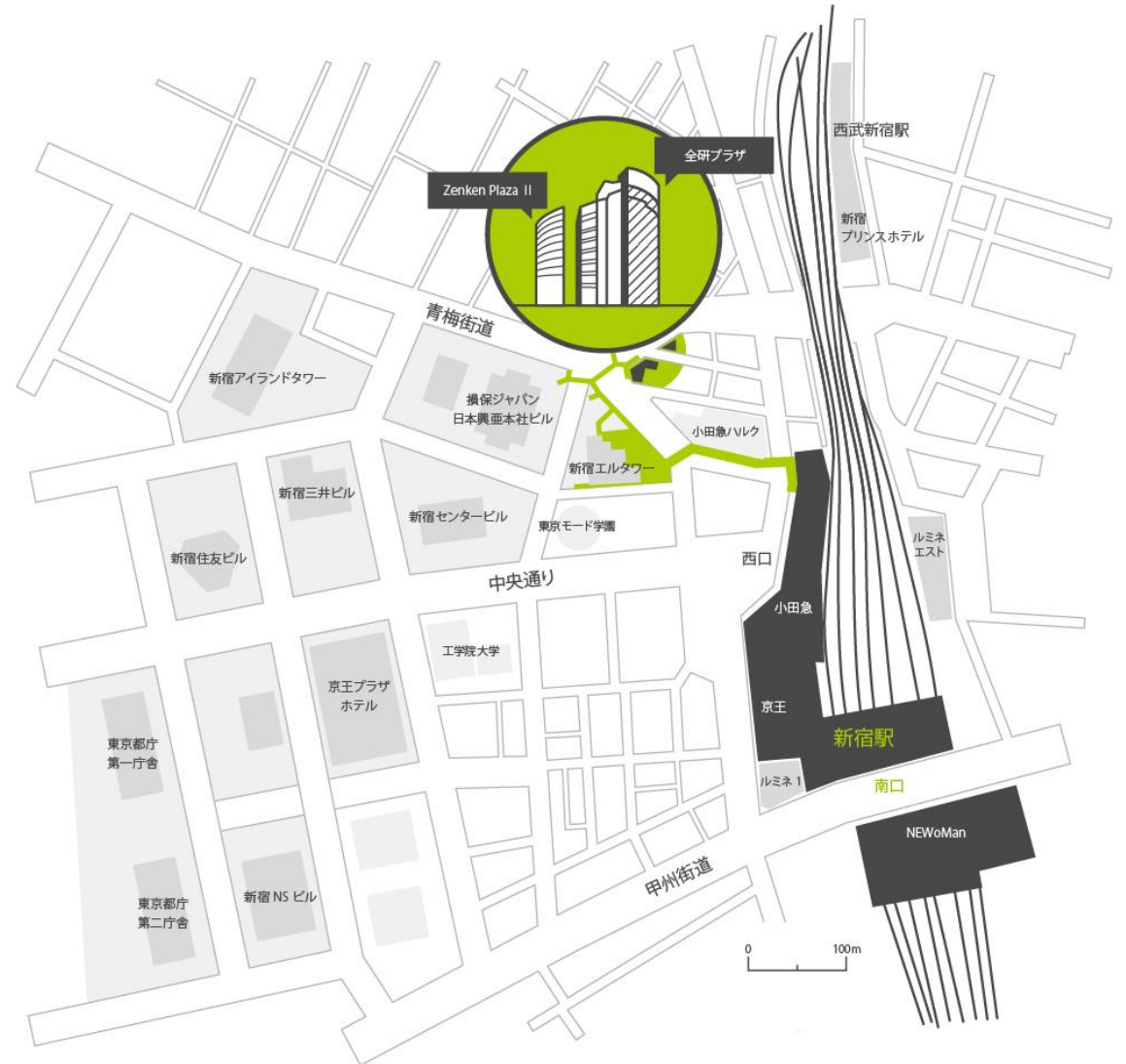
● 不動産セグメント概要

「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7月時点



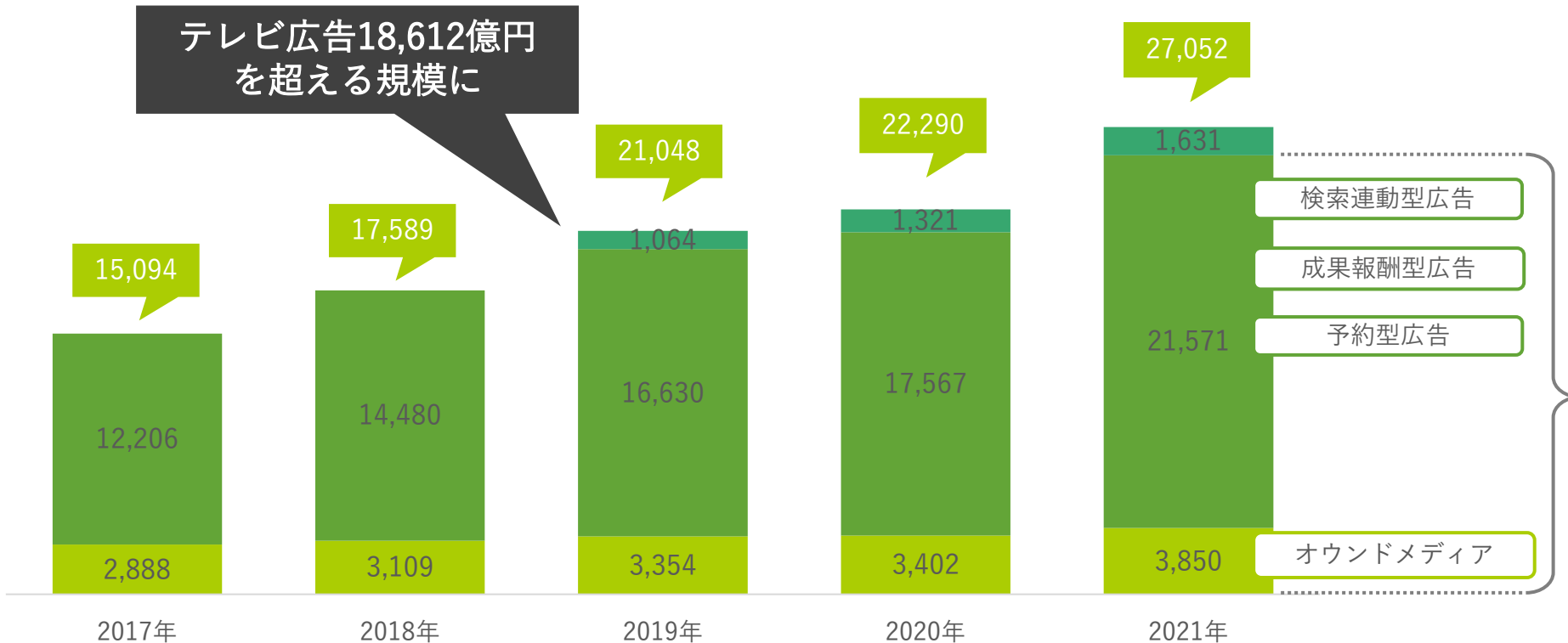
● 事業環境 (ITセグメント)

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

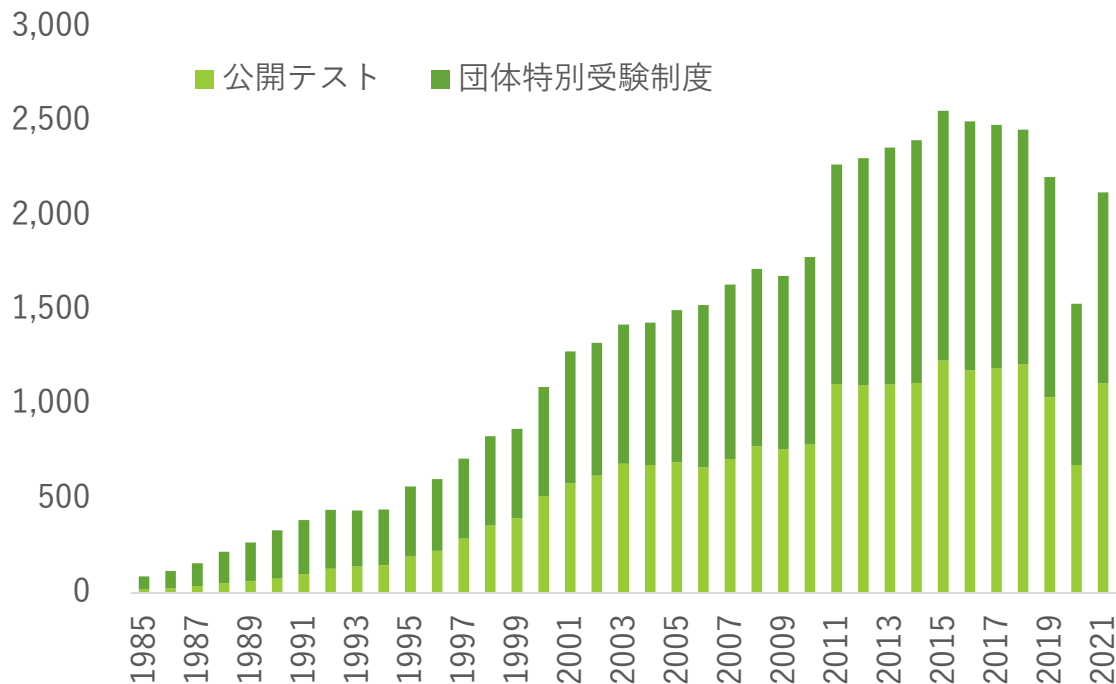
(出所) 電通 2016年～2021年「日本の広告費」

● 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、2020年はコロナの影響で減少したが2021年復調傾向に
 「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	24,616円
新宿・御苑	21,500円
四谷・市ヶ谷	16,658円
高田馬場・早稲田	13,300円
大久保・歌舞伎町	19,332円

※当社調べ (2022年7月)

● 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/>