



●Zenken

そこにはない未来を創る

●Zenken

事業計画及び成長可能性に関する事項

2022年9月 全研本社株式会社 (Zenken Corporation)



目次

- 01 会社概要
- 02 事業環境・当社の強み・特徴
- 03 業績見通しと中期成長戦略
- 04 中期成長戦略
- 05 認識するリスク及び対応策

Appendix



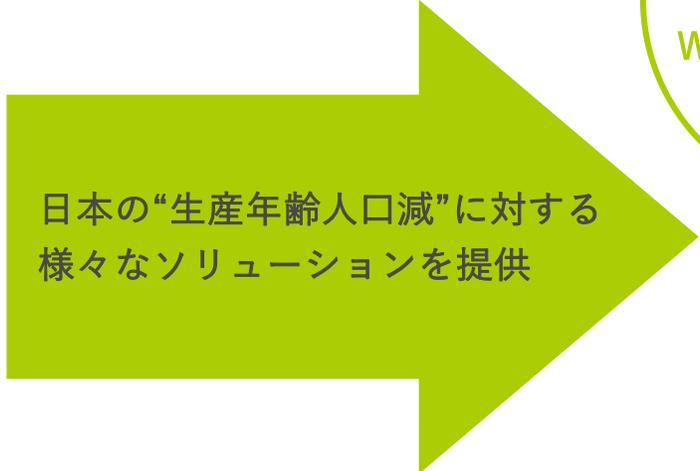
01 会社概要

- 会社概要
- 事業の概要
- 業績の推移

● 会社概要①

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	林 順之亮 鷺谷 将樹 松島 征吾 上奥 由和	取締役（社外） 常勤監査役 監査役（社外） 監査役（社外）
増淵 勇一郎 上原 浩一 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	<p>株式会社サイシード（IT、その他・出資比率100%）</p> <p>全研ケア株式会社（その他・出資比率100%）</p>		
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」



会社概要③ 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

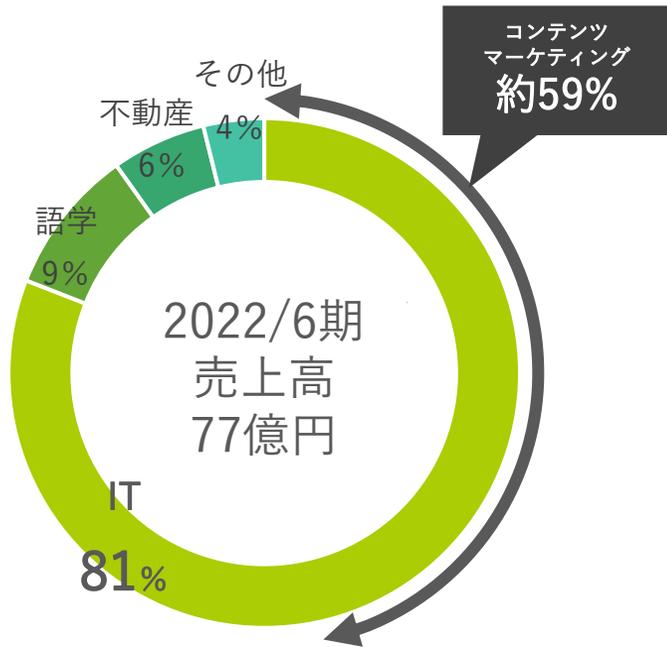
事業の概要①

「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

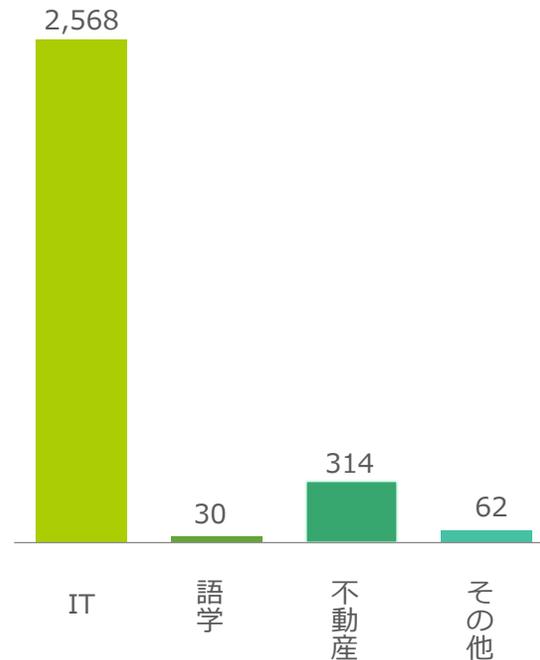
創業事業である生涯教育文化事業は語学領域に特化。不動産セグメントでは自社保有の新宿オフィスビルで賃貸サービスを提供

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

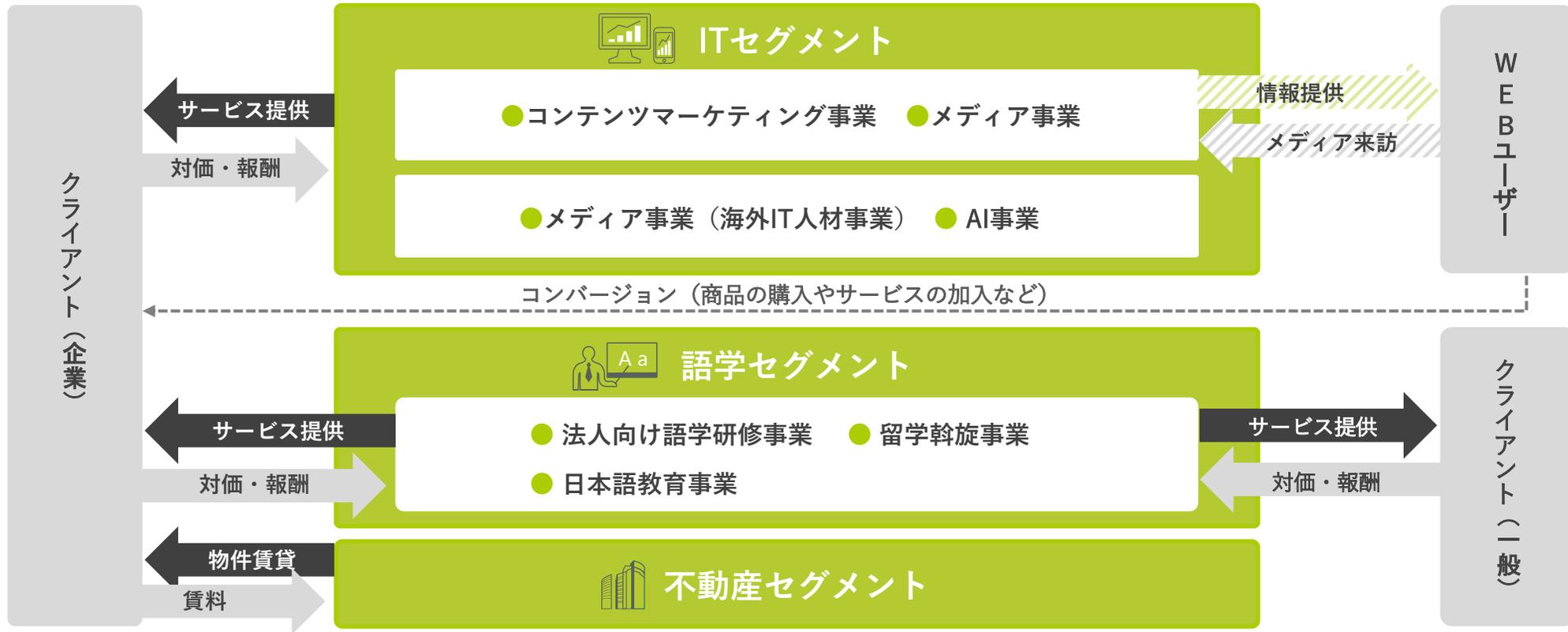
● 事業の概要② ビジネスフロー

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



● 事業の概要③ ITセグメントにおける事業展開

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



● 事業の概要④ 語学セグメントにおける事業展開

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



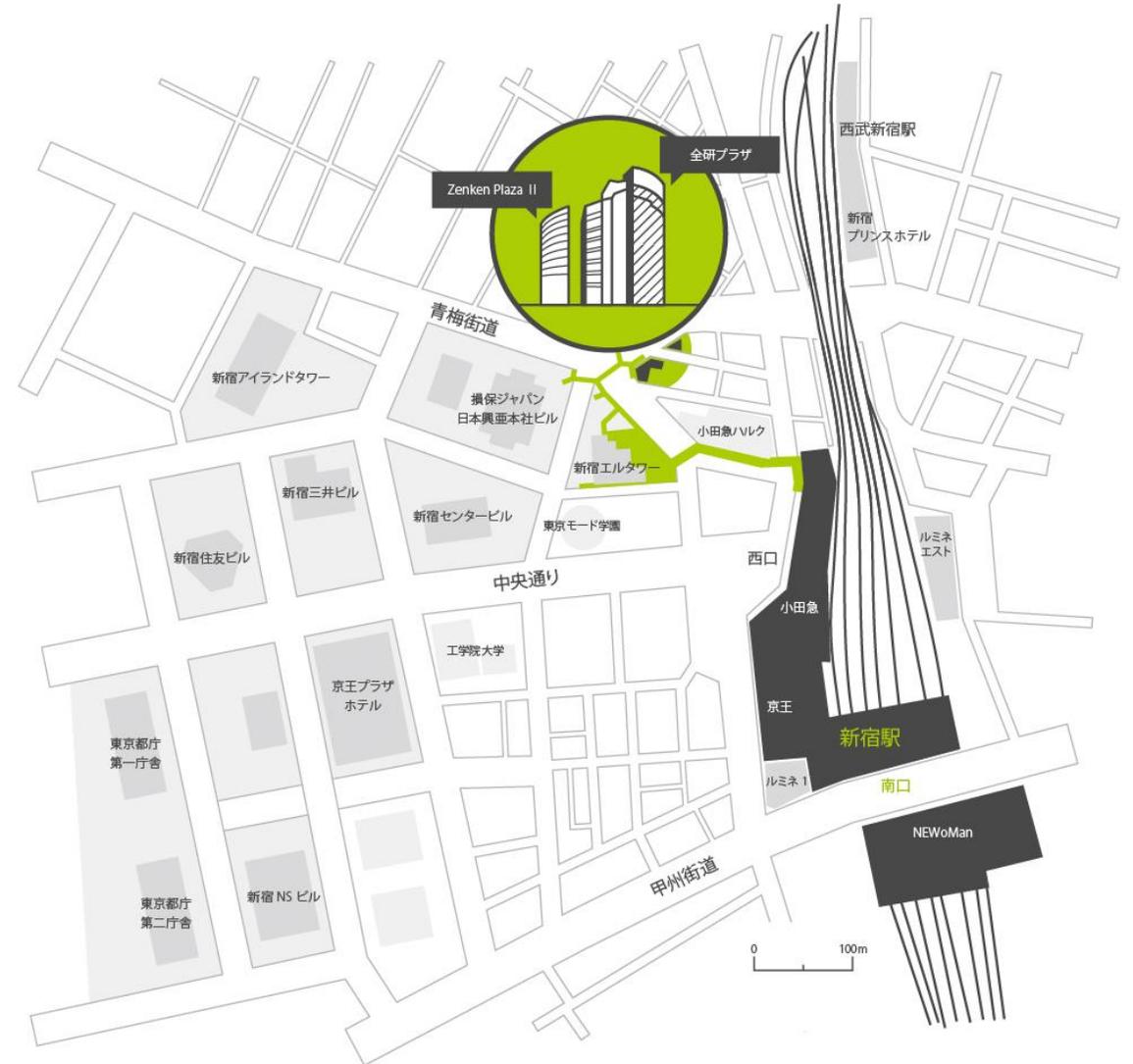
● 事業の概要⑤ 不動産セグメントにおける事業展開

「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9月時点



業績の推移① 2022年6月期決算の概要

2022年6月期は増収増益（前期比）にて着地

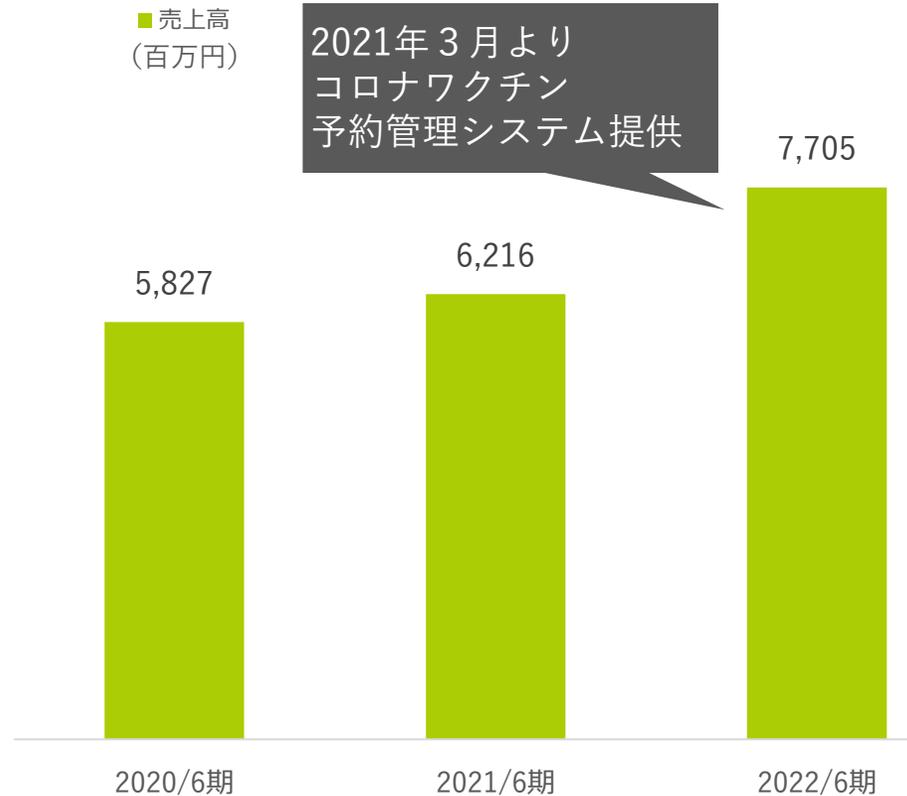
(百万円)	2021/6期	2022/6期 実績	前期比		2022/6期 直近予想 (2021/11/12)	直近予想比 増減額
			増減額	増減率 (%)		
売上高	6,216	7,705	1,489	24.0	7,363	342
IT	4,645	6,235	1,589	34.2	5,852	382
語学	842	713	▲129	▲15.4	764	▲51
不動産	447	461	13	3.0	459	1
その他	280	295	15	5.4	285	9
営業利益	1,273	2,341	1,067	83.8	1,754	586
IT	1,642	2,568	925	56.4	2,057	511
語学	▲38	30	69	—	47	▲16
不動産	303	314	10	3.5	295	18
その他	65	62	▲2	▲4.4	56	6
全社費用	▲698	▲634	64	—	▲702	67
経常利益	1,320	2,349	1,029	78.0	1,762	586
親会社株主に帰属する当期純利益	956	1,584	627	65.6	1,245	338
営業利益率	20.5%	30.4%	9.9	48.3	23.8%	6.6%
新規公開メディア件数	490	414	▲76	▲15.5	585	▲171
運用メディア件数	1,320	1,310	▲10	▲0.8	1,540	▲230

● 業績の推移② 売上高・営業利益・営業利益率の推移

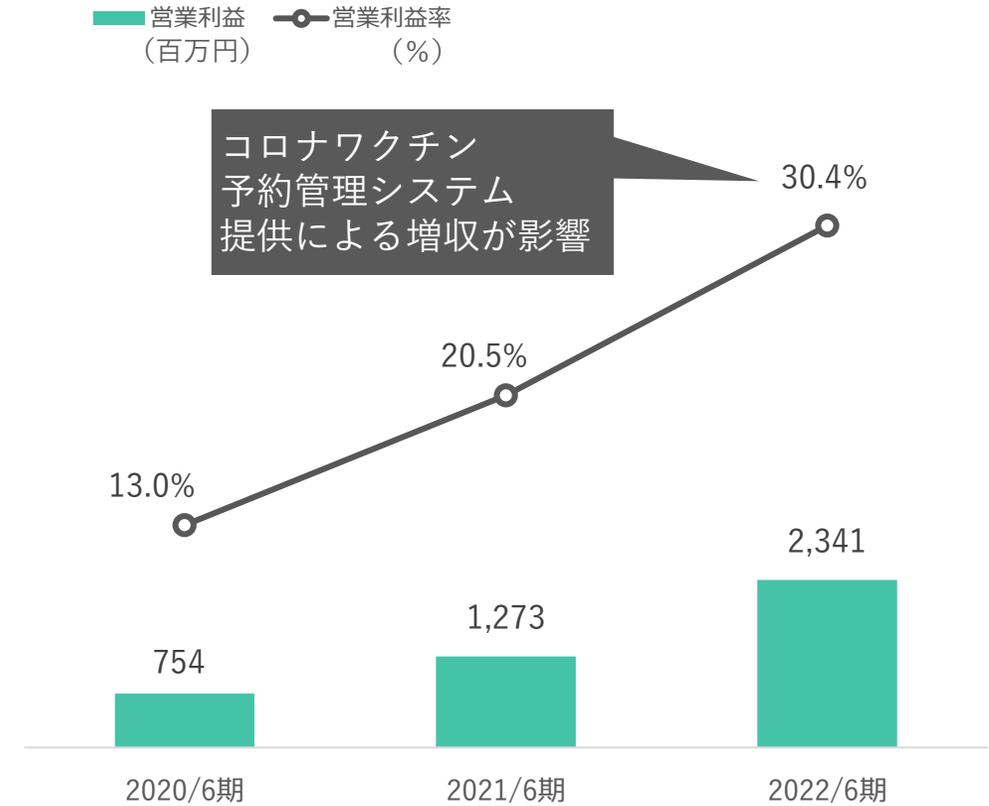
2022年6月期連結決算において過去連結最高益を達成

2022年6月期の増収増益の主な要因はコロナワクチン予約管理システムの提供

売上高の推移



営業利益・営業利益率の推移



業績の推移③ セグメント別売上高・営業利益・営業利益率の推移

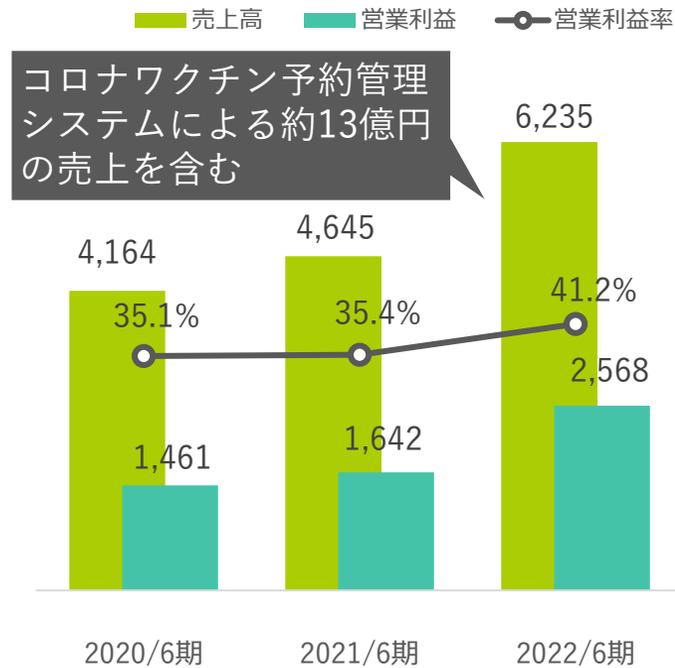
ITセグメントは、主力のコンテンツマーケティング事業の堅調な成長に加え、AI事業のコロナワクチン予約管理システムの提供が2021年第4四半期より2022年6月期にかけ収益貢献した

語学セグメントは英会話スクール事業の譲渡や事業構造改革により黒字転換

不動産セグメントは2020年6月より全研プラザの賃貸を開始し、安定的に高水準の利益を計上

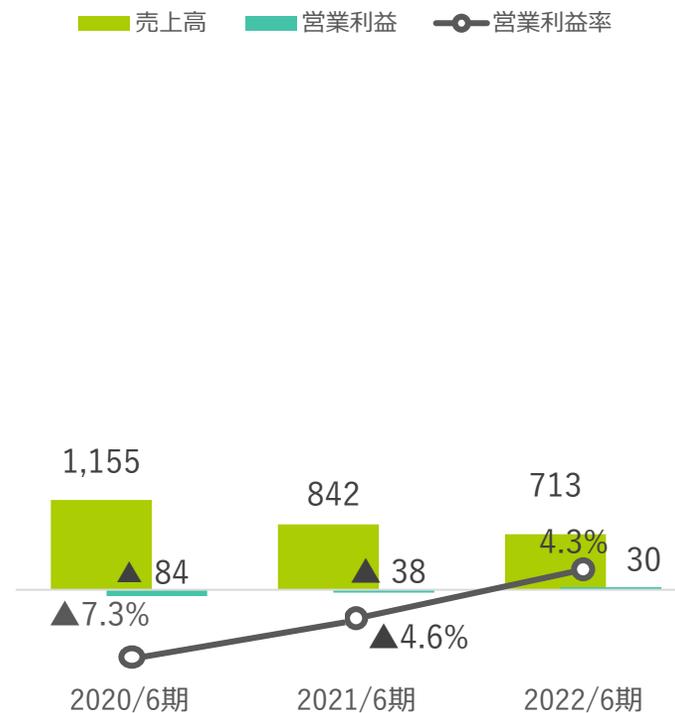
ITセグメントの推移

(百万円)



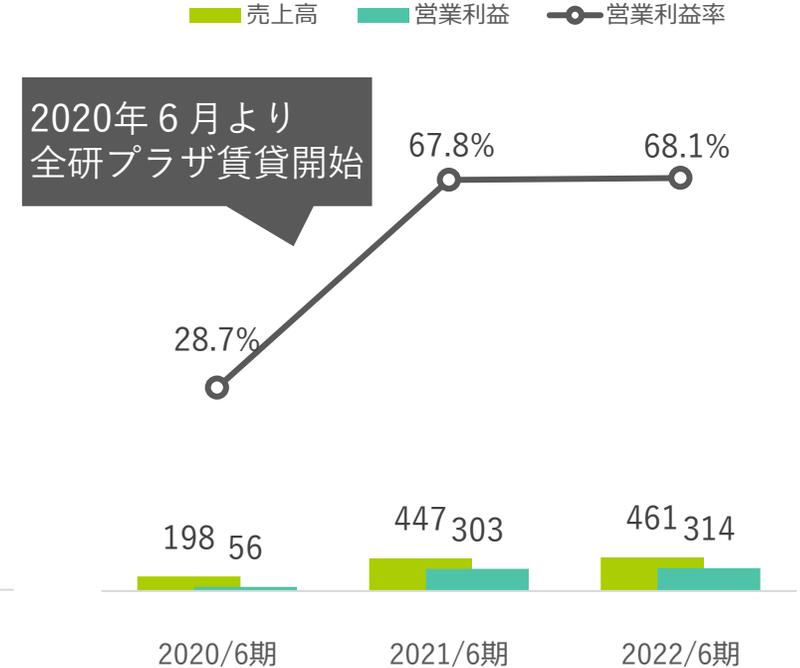
語学セグメントの推移

(百万円)



不動産セグメントの推移

(百万円)

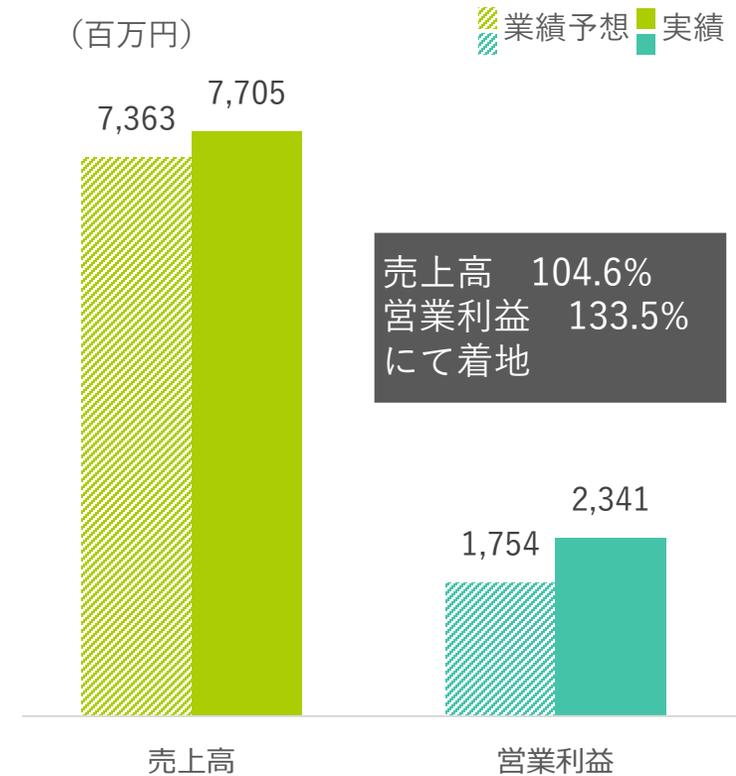


● 業績の推移④ 2022年6月期売上高・営業利益の業績予想比

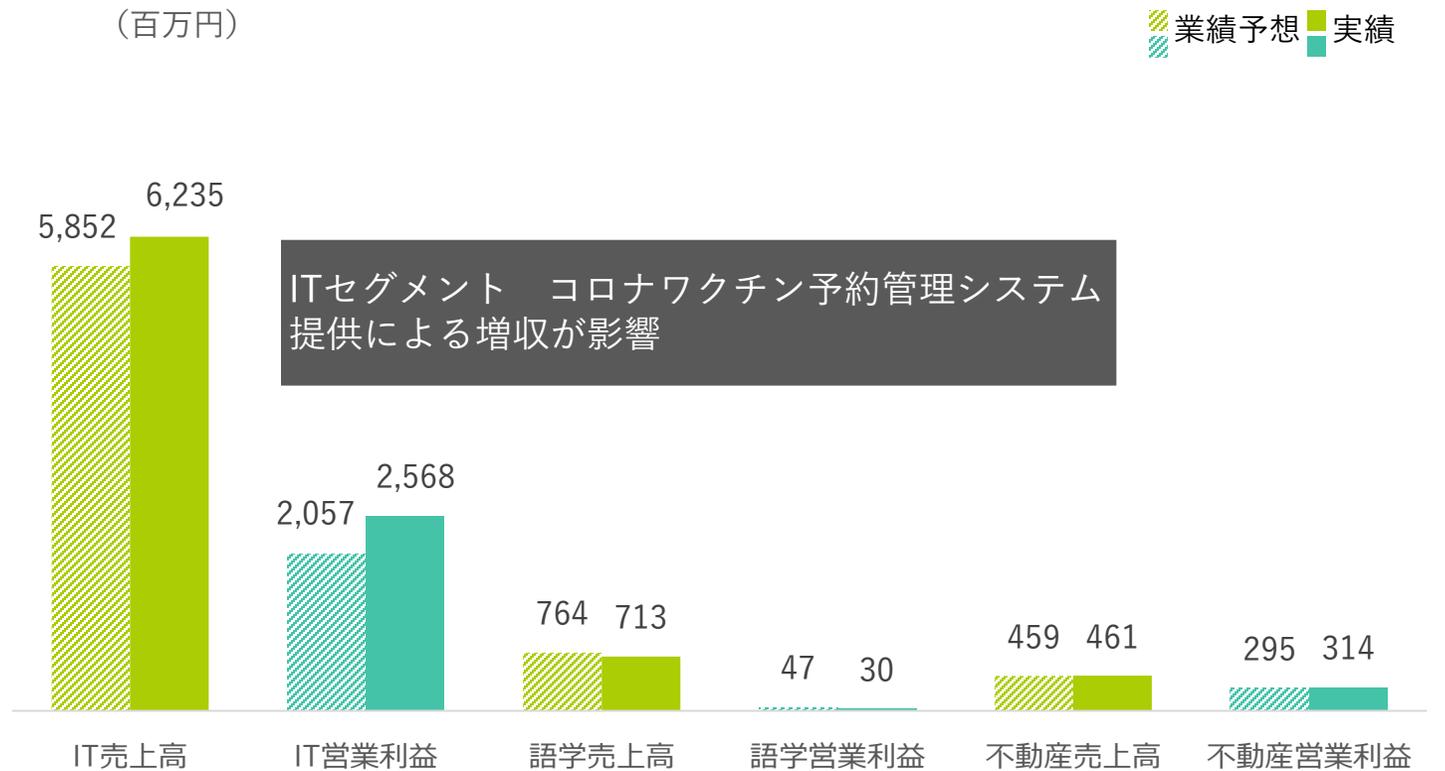
2021年11月開示の業績予想に対し、連結売上高・利益ともに実績が上回る

ITセグメントにおける、コロナワクチン予約システムの提供期間の延伸・接種者の増加が実績の上振れに影響

売上高・営業利益 業績予想比



2022年6月期セグメント別売上高・営業利益 業績予想比





02 事業環境・主力事業の特徴・強み

- 事業環境
- 主力事業の特徴
- 主力事業の強み

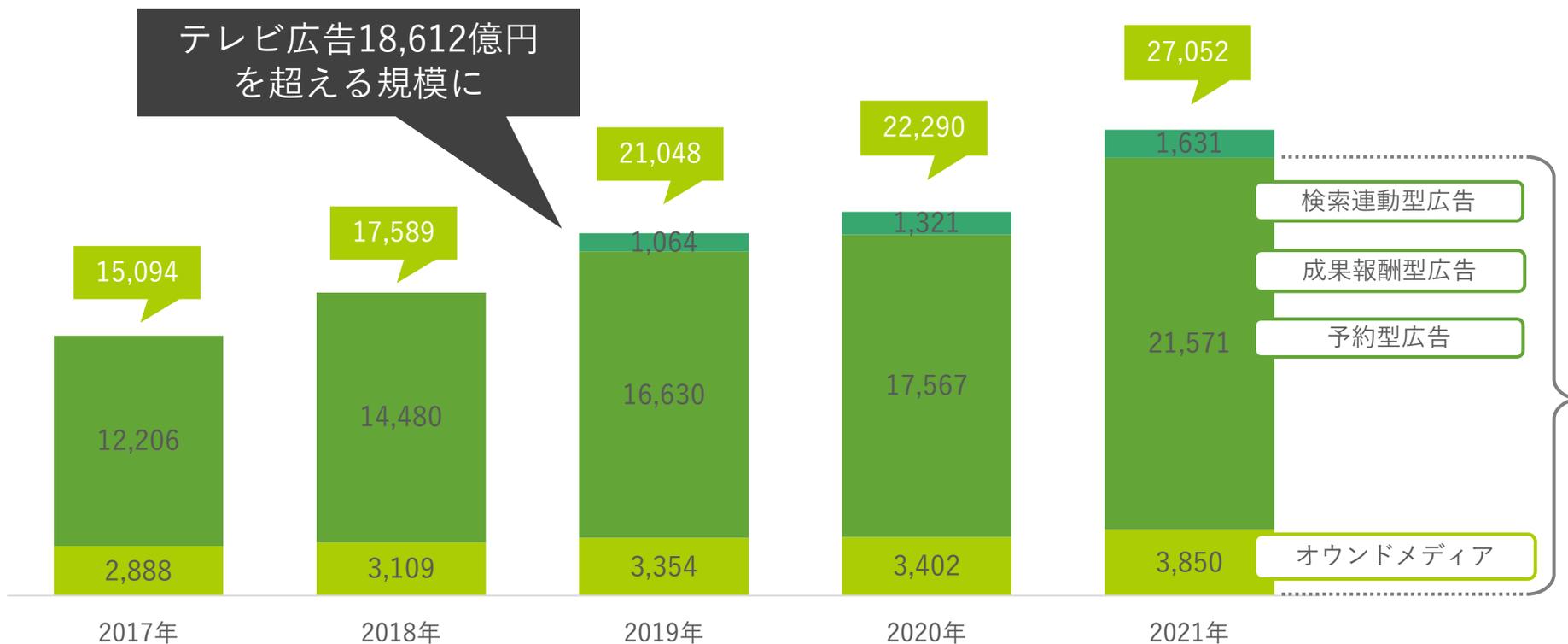
事業環境① ITセグメント

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

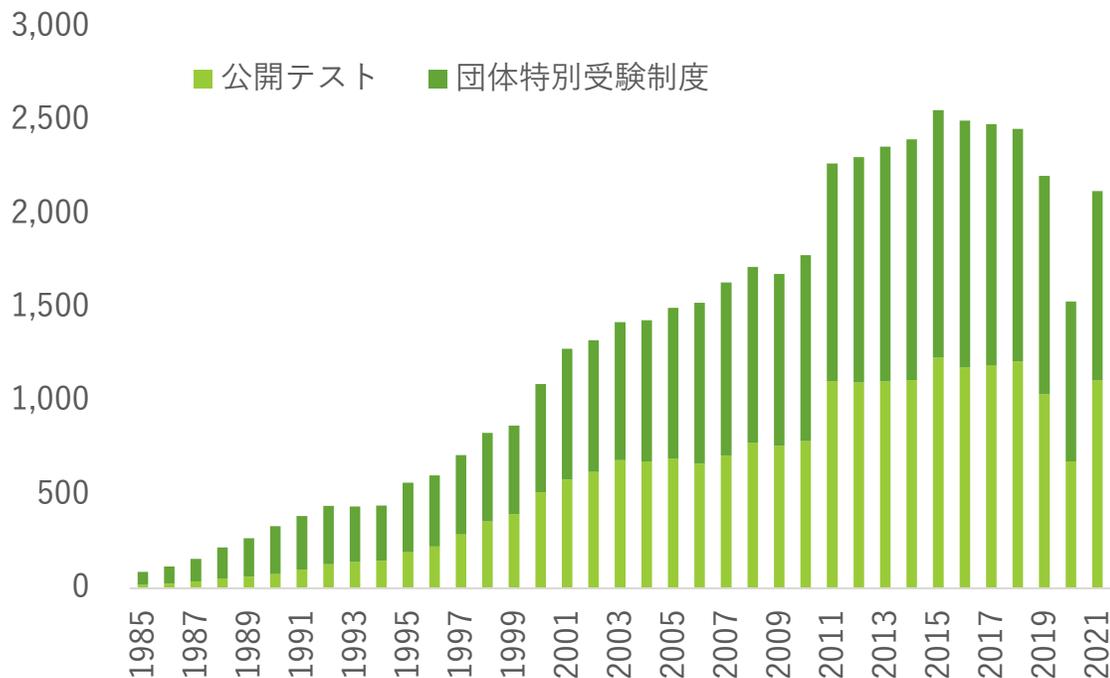
(出所) 電通 2016年～2021年「日本の広告費」

● 事業環境② 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」は新宿西口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



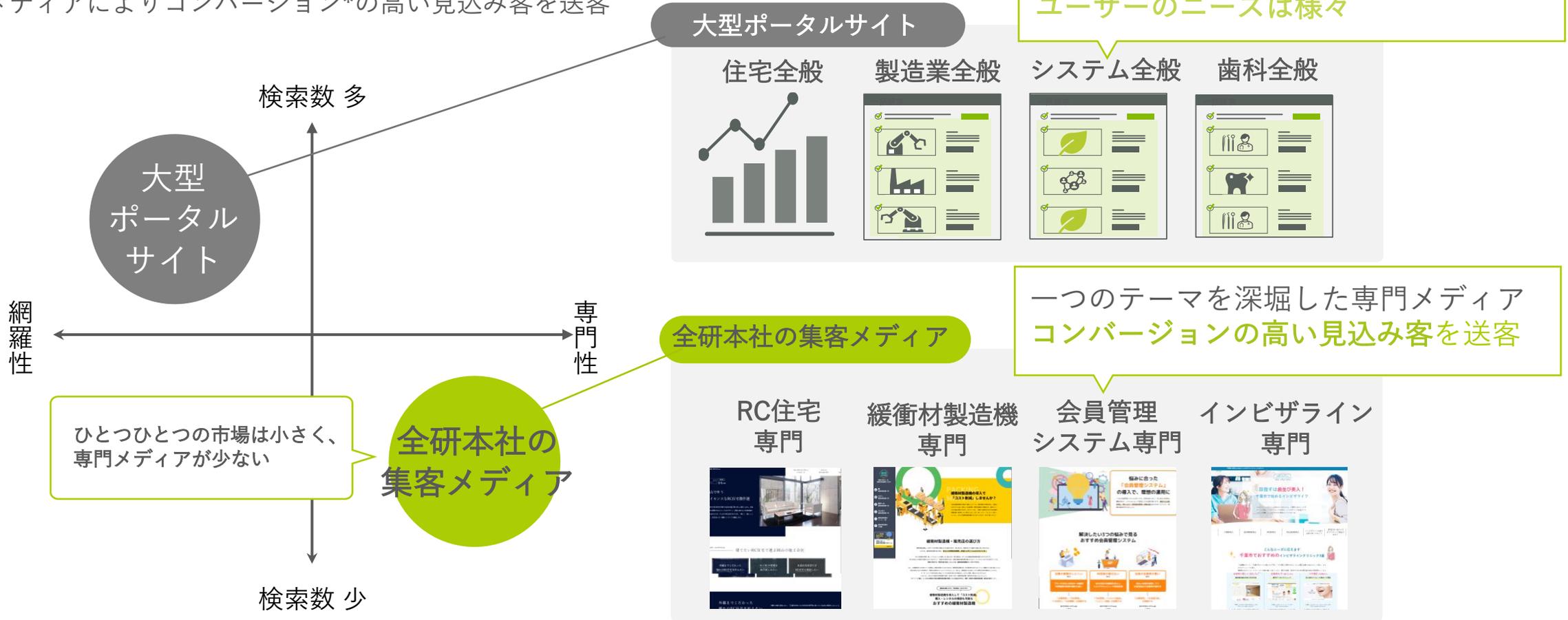
エリア	賃料 (坪単価)
西新宿	27,400円
新宿・御苑	21,300円
四谷・市ヶ谷	17,389円
高田馬場・早稲田	13,300円
大久保・歌舞伎町	19,630円

※当社調べ (2022年9月)

● 主力事業の特徴① 専門性の高い集客メディア

※前回開示（2021年9月29日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」）から主力事業の特徴に変更ありませんが、投資家の皆様に分かりやすい説明となるよう資料を修正しています

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

● 主力事業の特徴② クライアント商材とユーザーのマッチング

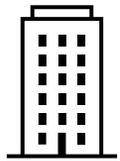
徹底した競合分析により、クライアントの特長や強みを明確化

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

全研本社・専門メディア
大型ポータルサイト

企業

全研本社へ依頼



A社

全研本社へ
集客の相談・依頼

調査

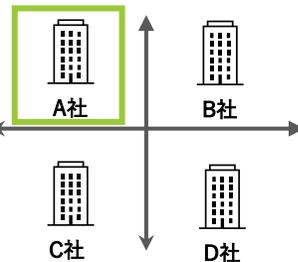
市場調査
(競合分析)



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

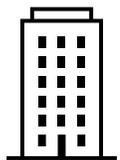
ポジショニングを基に
専門メディアを制作

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

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



A社

網羅性を重視
掲載順は広告費や申込順による

閲覧

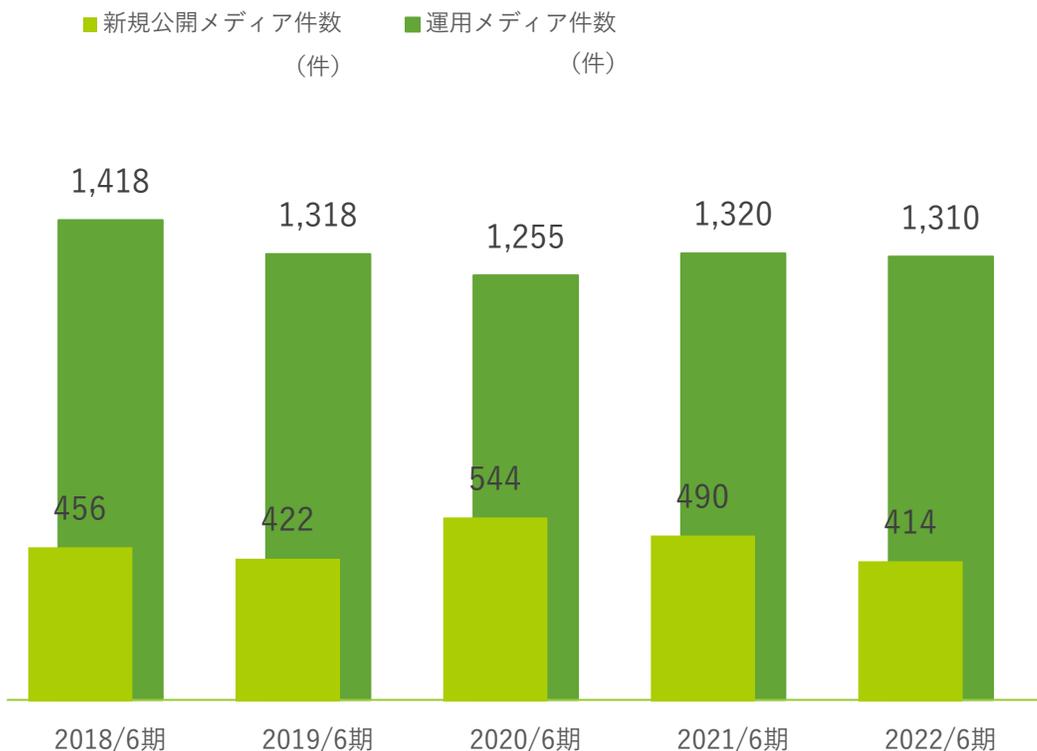


掲載されている会社は多いけれど、
何が得意かがわからず、
どこを選べばいいかわからない・・・

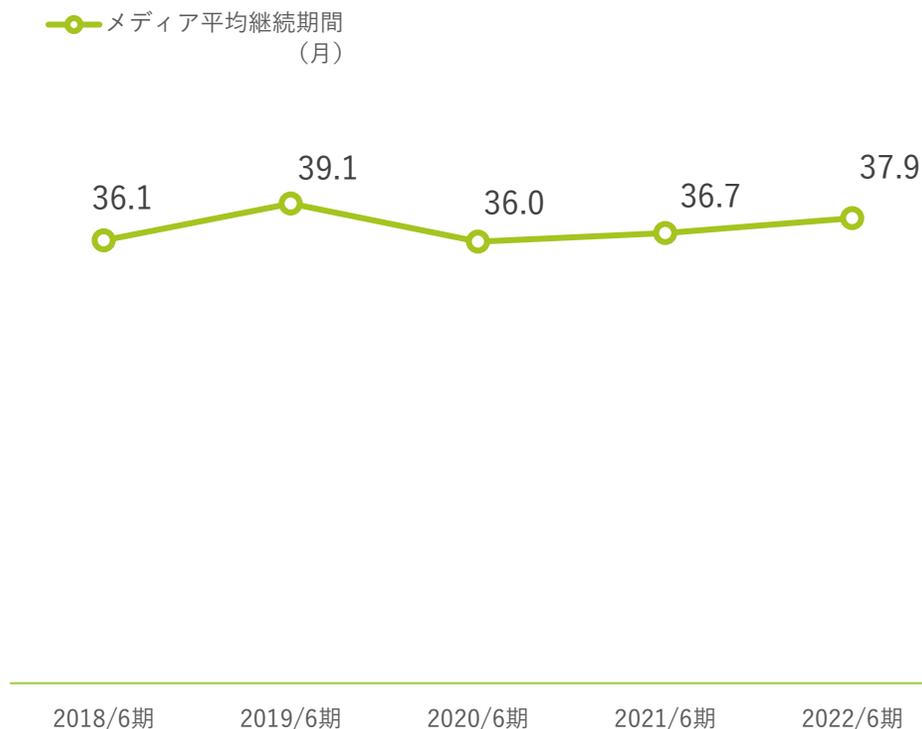
● 主力事業の特徴③ 主な指標

新規公開メディア件数は年間400件以上、運用メディア件数は1,300件超で推移
メディア平均継続期間は、36カ月上回る水準で推移

新規公開メディア件数及び運用メディア数の推移



メディア平均継続期間の推移

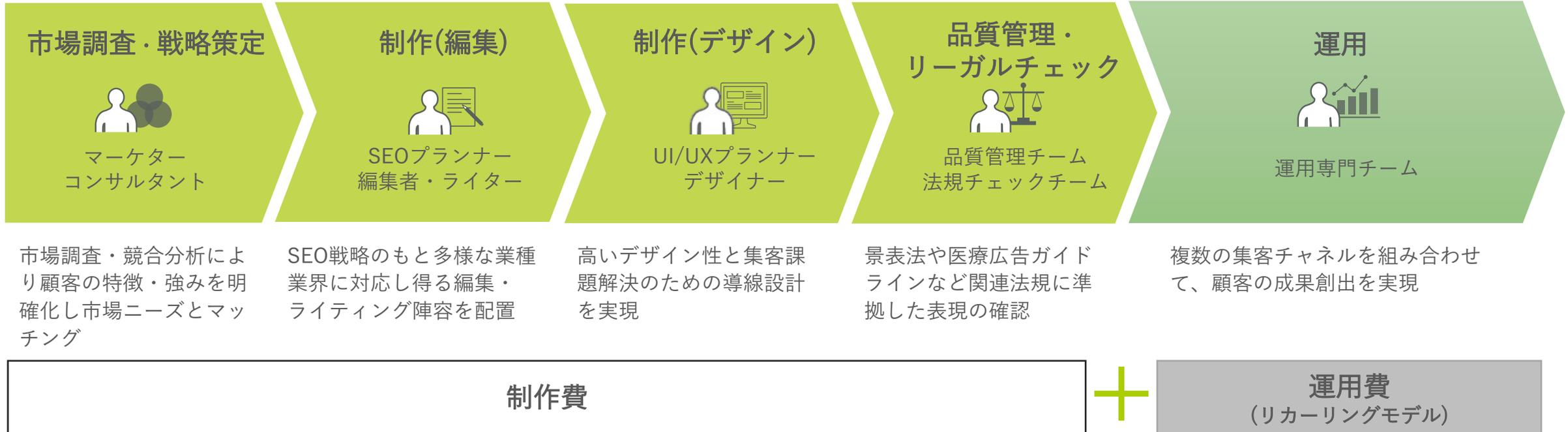


※メディア平均継続期間 = 延べ継続期間 ÷ 期末時点の運用メディア数

● 主力事業の強み① 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
クライアントから制作費と月額運用費を得る収益性の高いビジネスモデル

バリューチェーンと収益モデル



**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

● 主力事業の強み② コンテンツ制作力

大量のライターをフル活用し、年間400件以上の集客メディアを新規公開

細分化した市場に着目し、情報が不足している多種多様な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）

制作・運用 人員数

専門メディアキーワード事例（一部抜粋）

内部ディレクター
約160名



WRITER STATION
ライターステーション

外部ライター1,119名
(2022/6期末)

合計
1,200名超の
制作/運用人員

多種多様かつ専門性の高い
メディアを制作・運用

エネルギー

水処理ソリューション
排気装置
産業廃棄物処理施設

機械

工作機械オーバーホール
3Dマシンビジョン
振動試験機

製造

微細加工
フィルム プレス加工
エッチング加工

ITツール

施工管理システム
土木積算システム
柔道整復師 レセコン

医療関連ツール

電子薬歴
健康管理システム
リハビリ管理システム

歯科

マウスピース矯正 愛知
インビザライン 千葉県
矯正歯科 栃木

コンサル

SDGsビジネス
デューデリジェンス
新規事業コンサル

フランチャイズ

ゴルフ フランチャイズ
フランチャイズ本部構築
放課後等デイサービス
フランチャイズ

注文住宅

注文住宅 苫小牧
デザイン住宅 栃木
省エネ住宅 函館

etc...

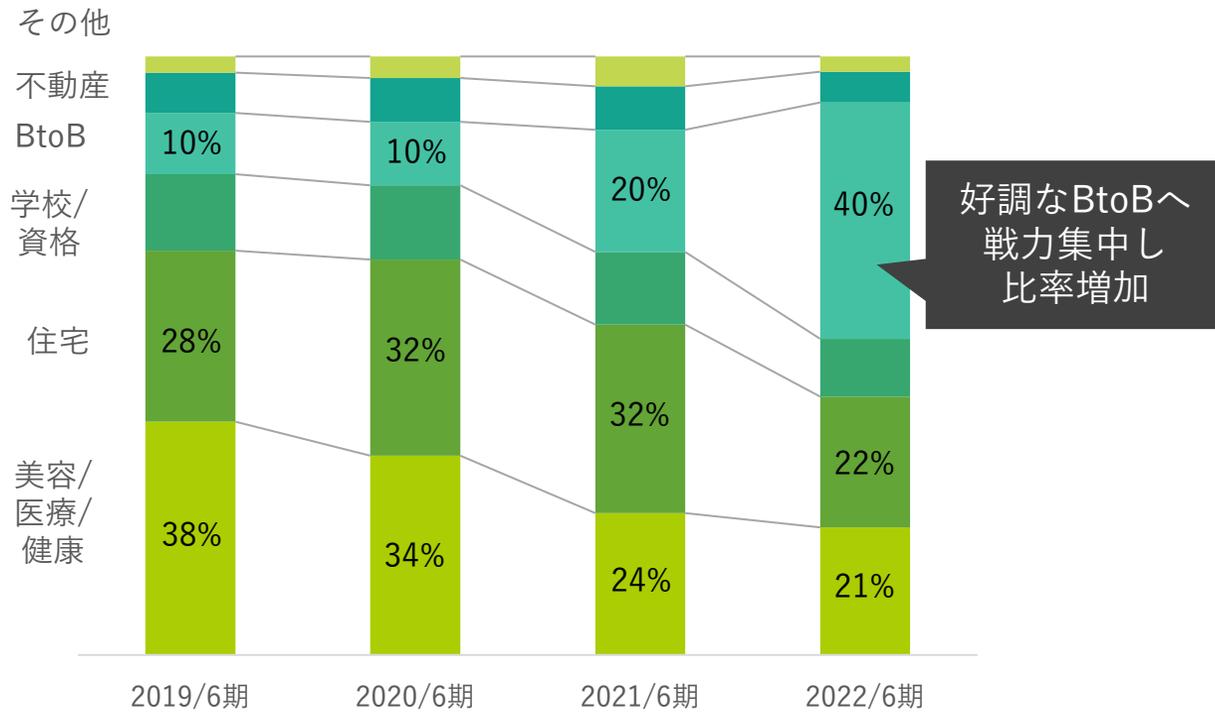
● 主力事業の強み③ 機動的なターゲティング

市場ニーズを見極め、概ね3カ月毎に機動的に見直しを実施

新規顧客の開拓の他、既存顧客へのアップセルも推進

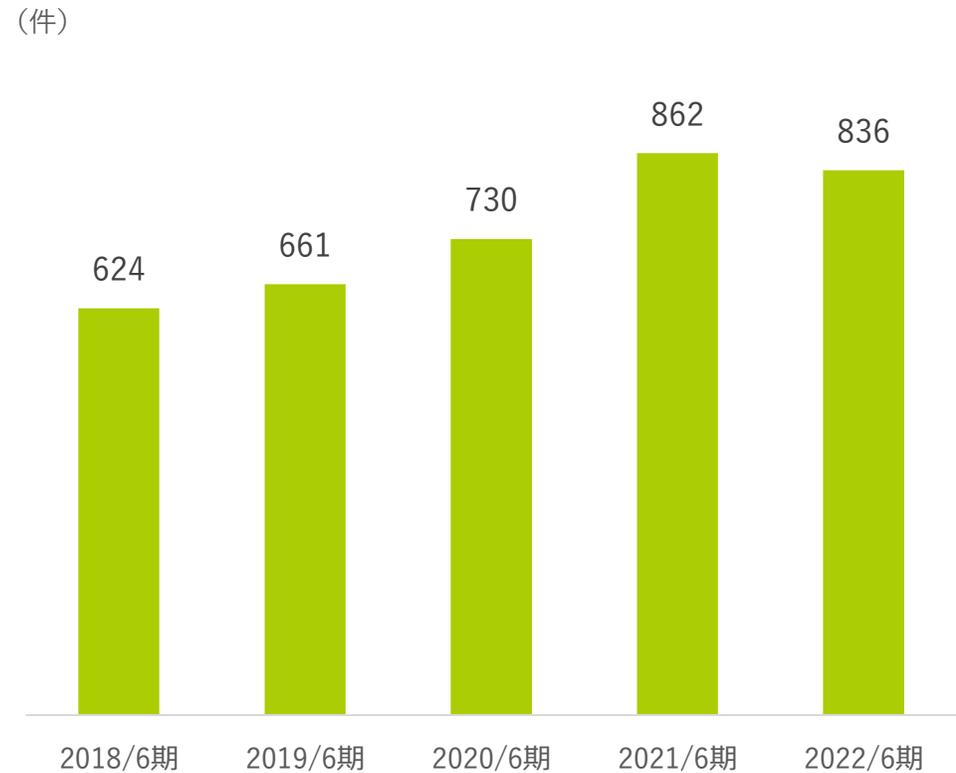
※前回開示（2021年9月29日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」）において、検索ニーズ対応力としてエリア検索市場の拡大についてご説明の上、指標として取引先数を「東京/東京以外」と区別し表示しておりました。しかし、オンライン営業の定着により地域によらない営業活動が可能となった現在、当事業の強みはエリアに関わらない機動的なターゲティングにあると考えます。指標についても今後は取引先数合計を継続開示予定です。

メディア業種別内訳の推移



※ 上位10業種の推移

取引先数の推移





03 業績見通し

- 2023年6月期決算見通し

2023年6月期決算見通し① サマリー

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

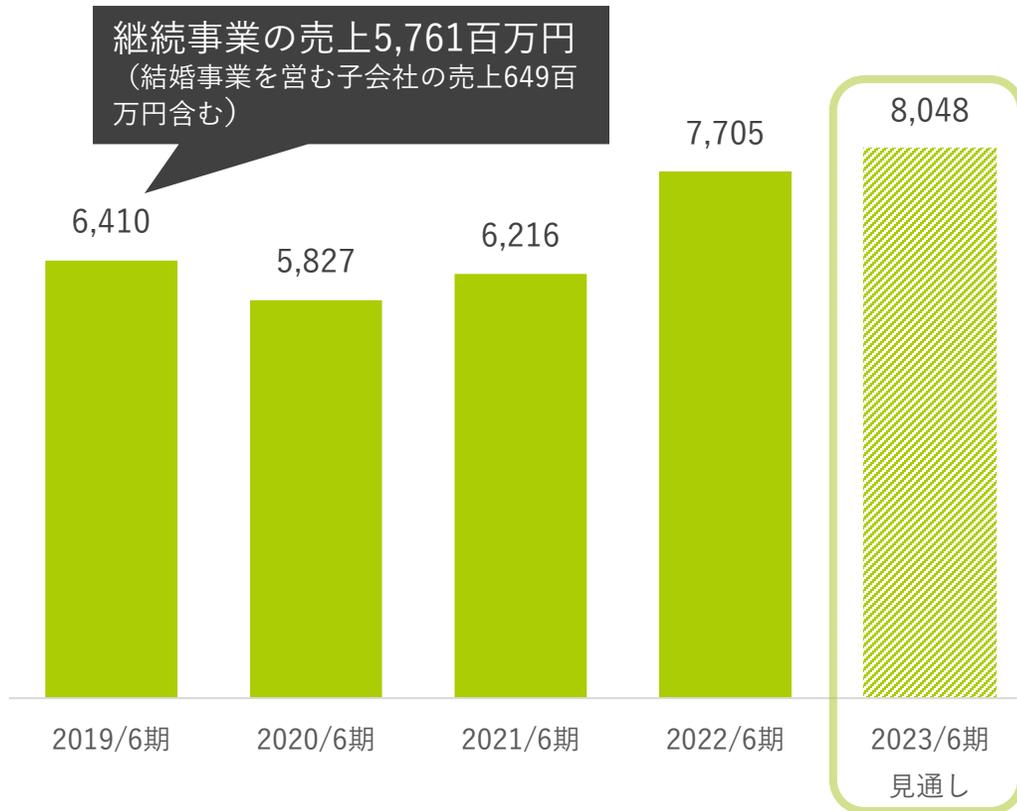
● 2023年6月期決算見通し② 売上高・営業利益・営業利益率

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等に伴い、以前の水準に一旦戻る見込み

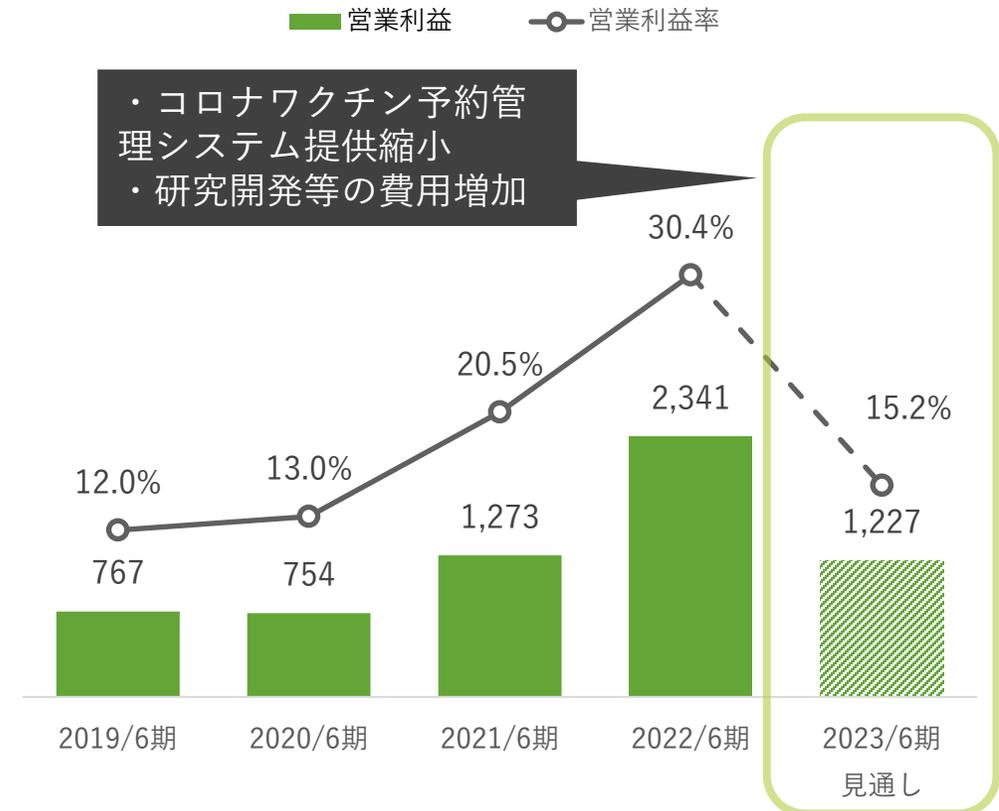
売上高の推移

(百万円)



営業利益・営業利益率の推移

(百万円)

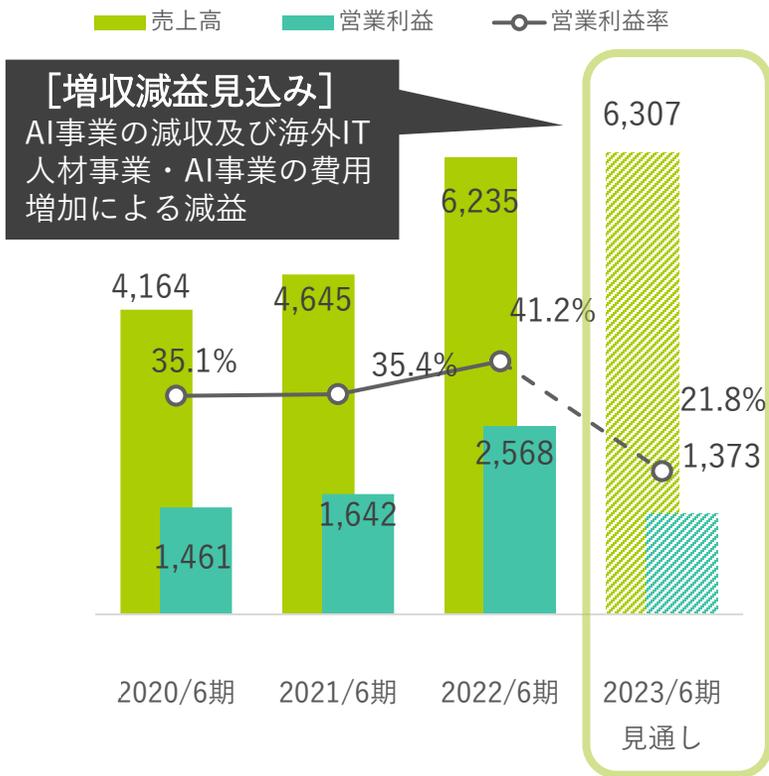


2023年6月期決算見通し③ セグメント別売上高・営業利益・営業利益率

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

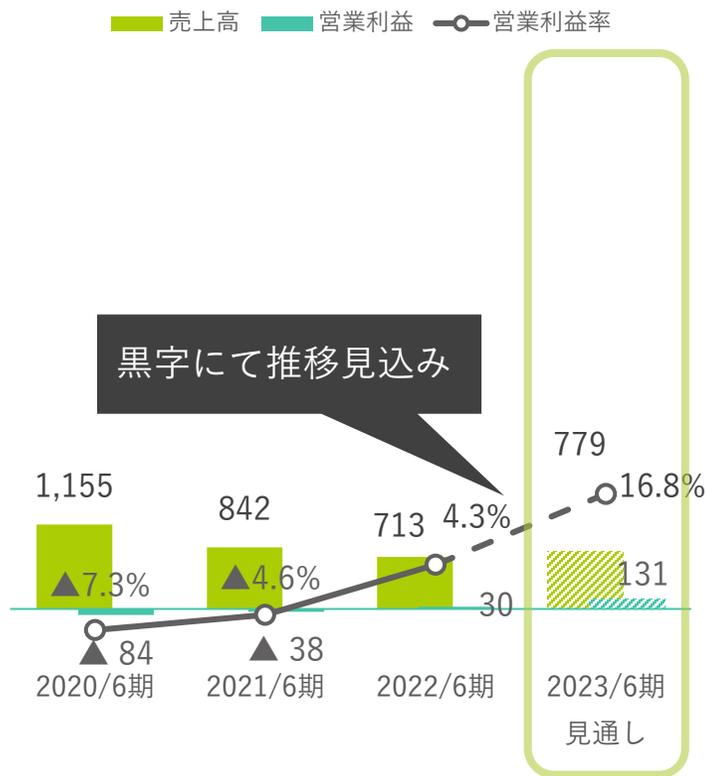
ITセグメントの推移

(百万円)



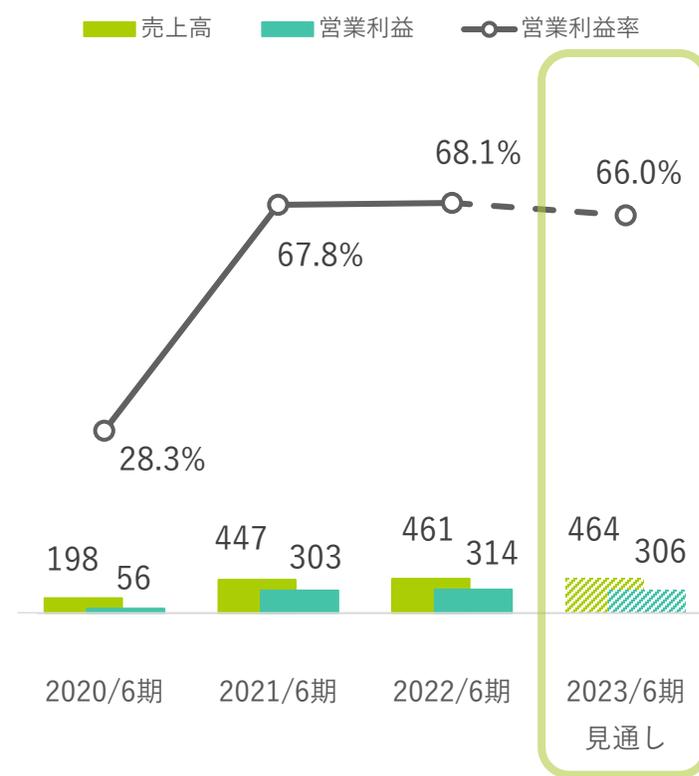
語学セグメントの推移

(百万円)



不動産セグメントの推移

(百万円)



● 2023年6月期決算見通し④ ITセグメント事業別売上高

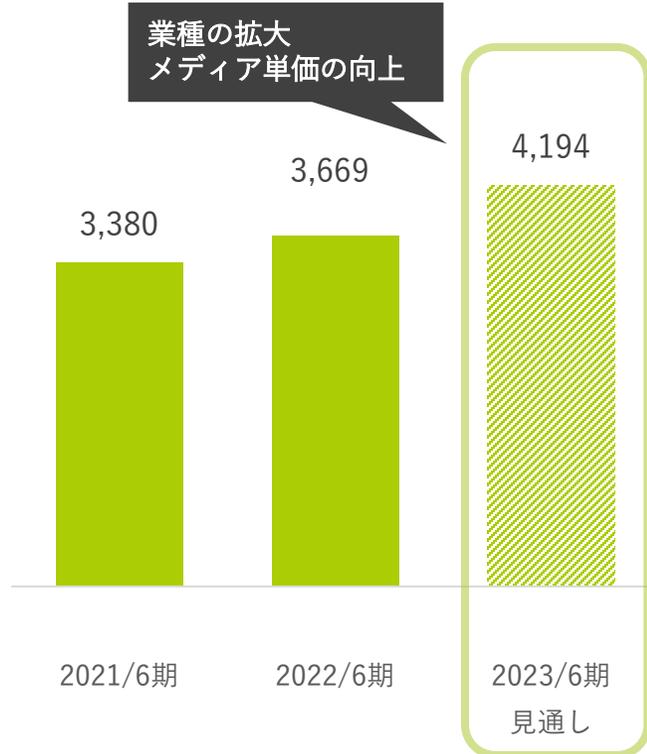
コンテンツマーケティング事業は業種の拡大やメディア単価の向上を図ることで増収の見込み

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

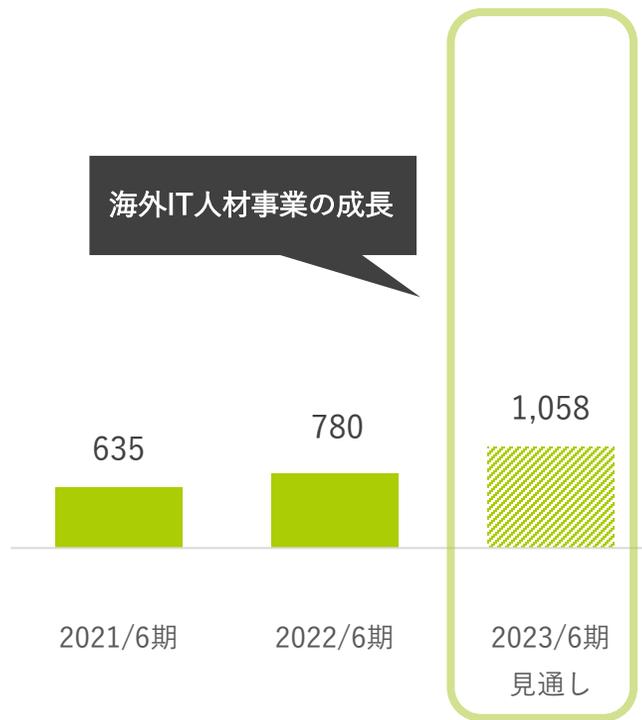
コンテンツマーケティング事業の推移

(百万円)



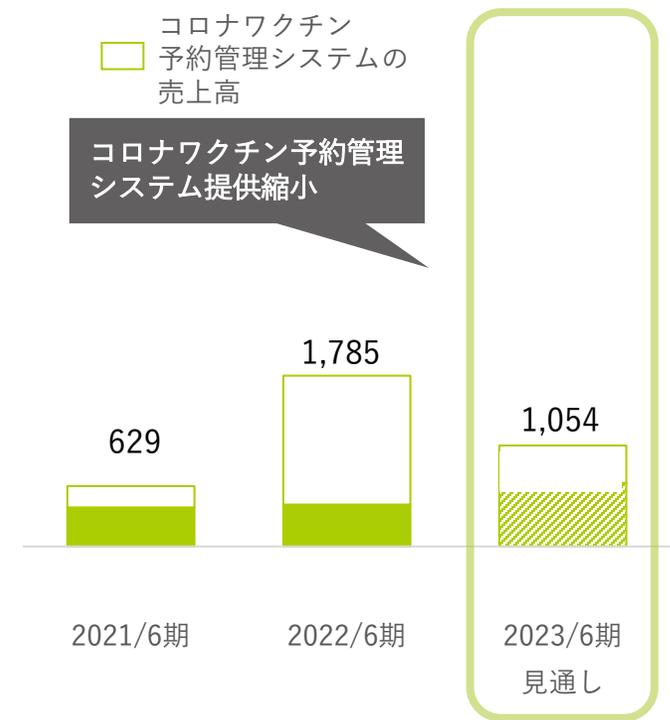
メディア事業の推移

(百万円)



AI事業の推移

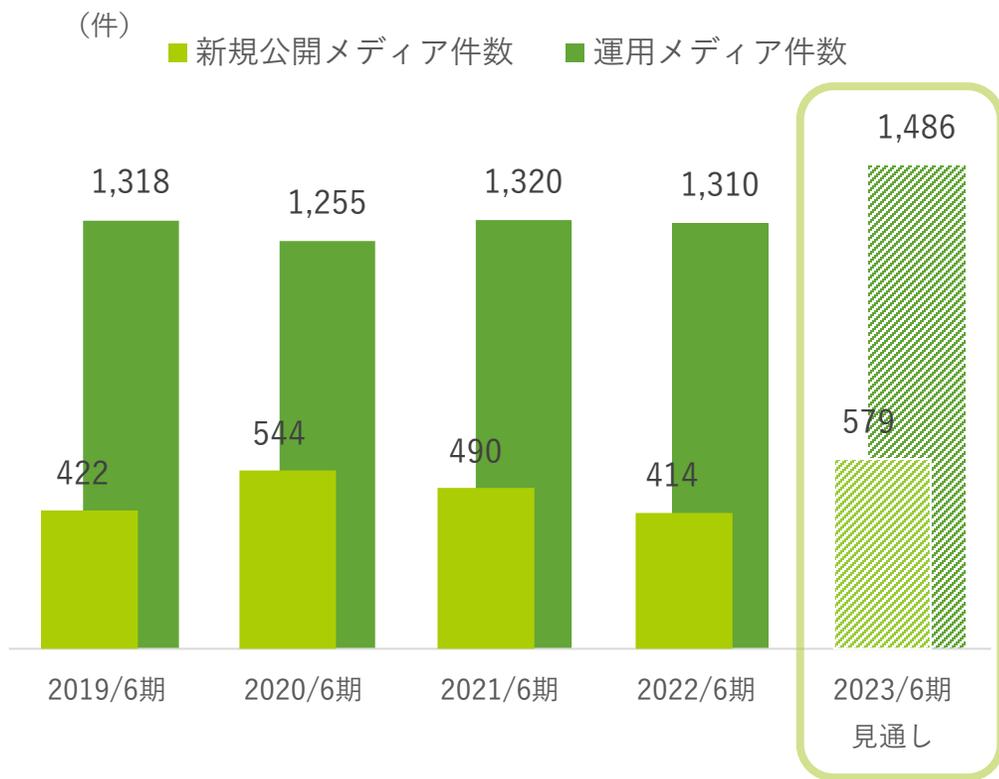
(百万円)



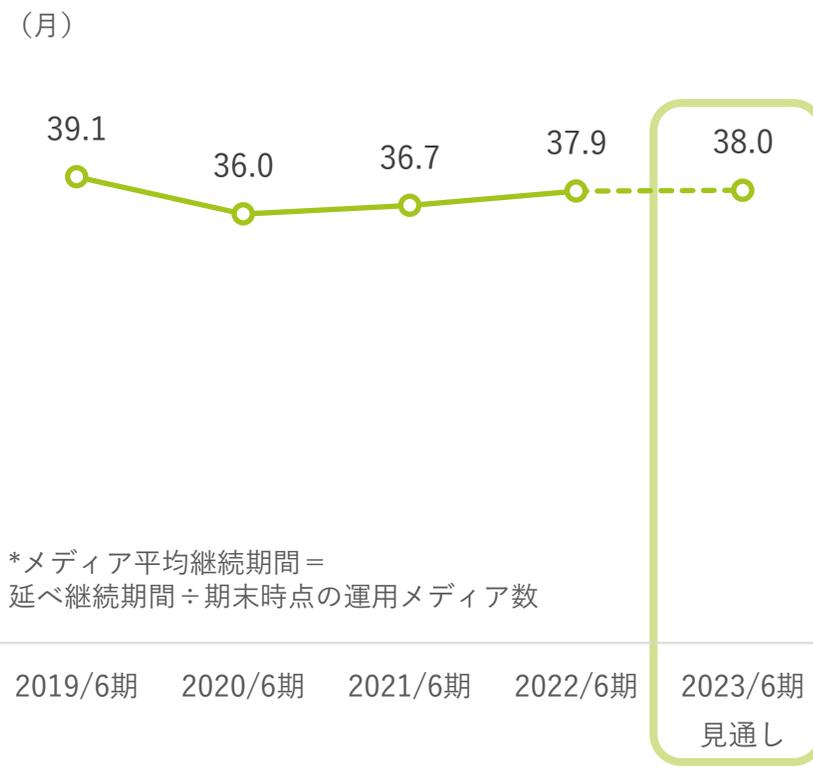
● 2023年6月期決算見通し⑤ 主力事業の指標

ニーズを見極めながら新規顧客の開拓等に注力する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





04 中期成長戦略

- 中期成長戦略の概要
- コンテンツマーケティング事業の更なる拡大
- 海外人材事業の拡大

● 中期成長戦略の概要① 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



● 中期成長戦略の概要② 中期成長戦略と数値目標

- ✓ 主力事業であるコンテンツマーケティング事業と成長市場と見込む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

※前回開示（2021年9月29日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」）における戦略のひとつであった「語学事業の黒字化」は、達成したためこの度は除いております。一方、海外介護人材事業への参入を表明しており、ITと介護の分野の両方を踏まえ「海外人材事業の拡大」を2つ目の戦略としております。海外介護人材事業の詳細については、P.41をご参照ください。

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

● コンテンツマーケティング事業の更なる拡大① 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

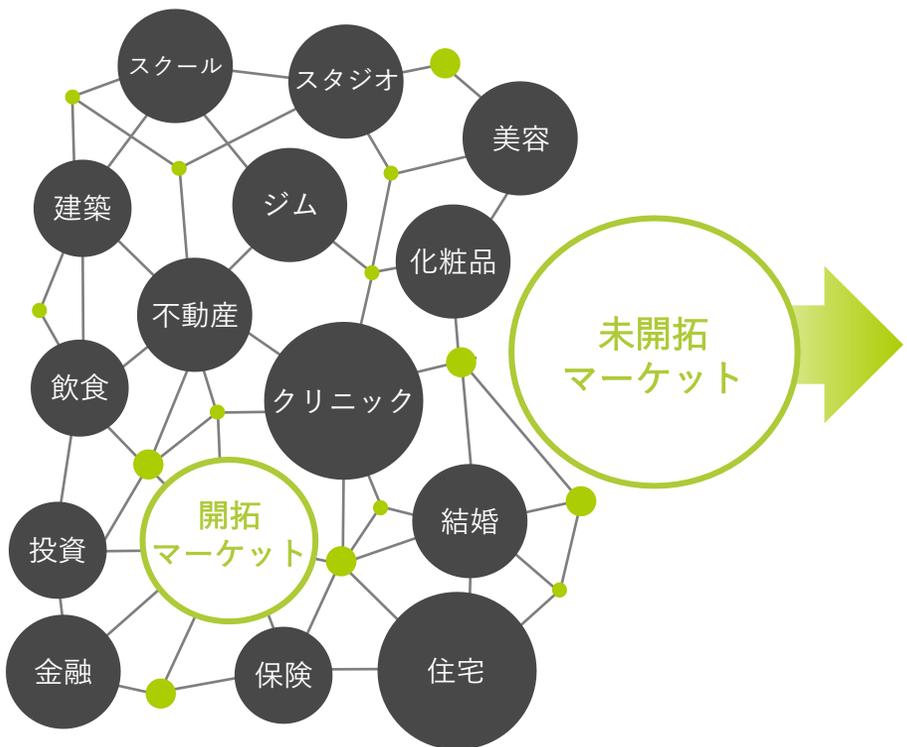
コンテンツマーケティング事業の更なる拡大② 詳細

※前回開示（2021年9月29日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」）より、前期実績を踏まえコンテンツマーケティング事業の成長戦略詳細を見直し、WEBによる集客ニーズが高まっているBtoB市場の開拓が成長の要であると判断し、記載内容も変更しております。

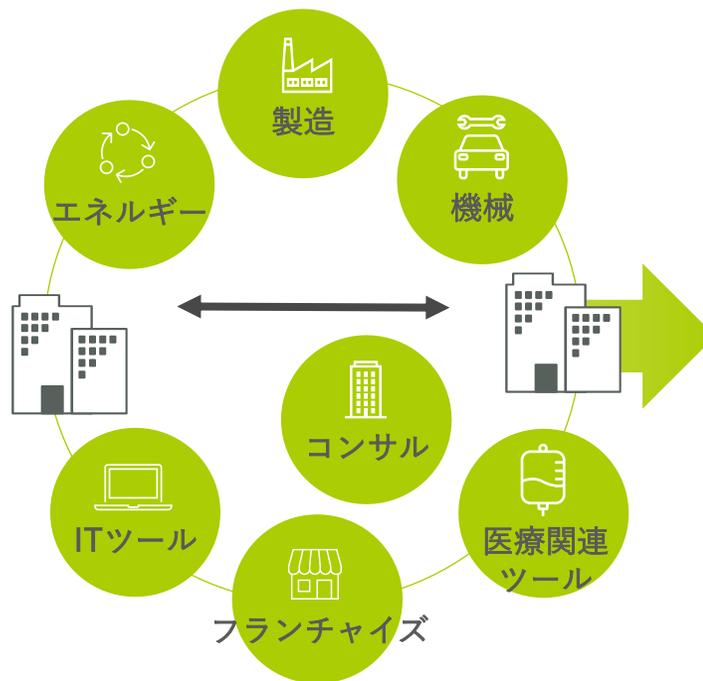
特にBtoB市場の開拓に注力することで、顧客数の拡大 × メディア単価の向上 × メディア継続期間の長期化 を実現

新規市場の開拓

- ニーズが好調な検索市場を開拓
- 新たに未開拓マーケットに進出



特にBtoB市場への事業展開を推進



● BtoB市場の特徴

- ・WEBマーケティングによる集客ニーズが顕在化
- ・製造業・非製造業問わず非常に幅広い市場

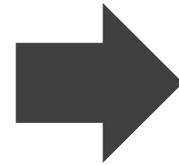
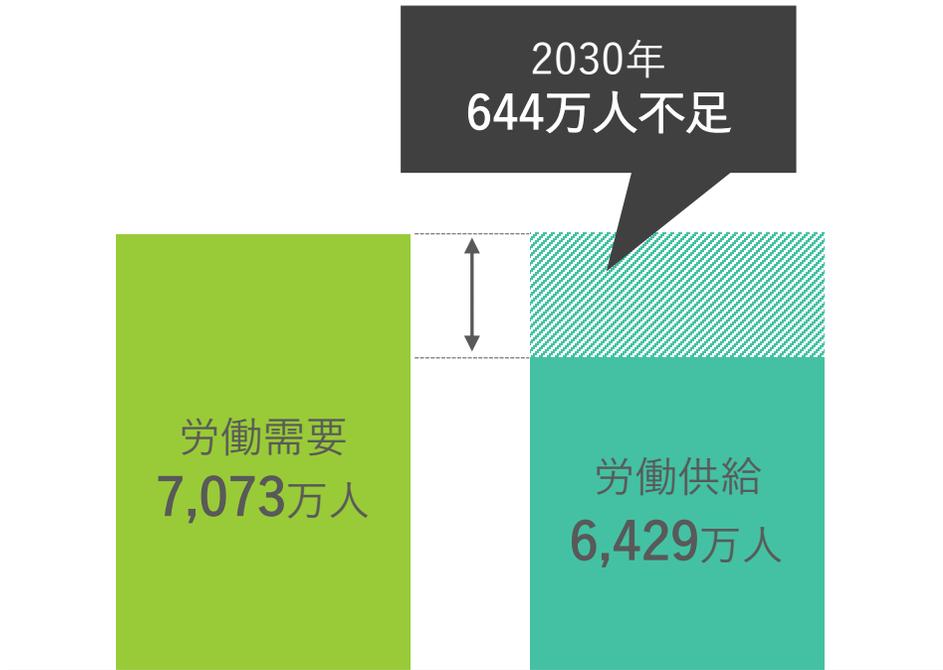
● BtoB市場の顧客獲得により望める効果

- ✓ 蓄積した事例・実績を活用
→ 顧客数の増加へ
- ✓ 高専門性・中型以上メディア数拡大
→ メディア単価向上へ
- ✓ 代替されにくいメディアの増加
→ 将来的な継続期間の伸長へ

● 海外人材事業の拡大① 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



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)

作図参照：パーソル総合研究所「労働市場の未来推計2030」

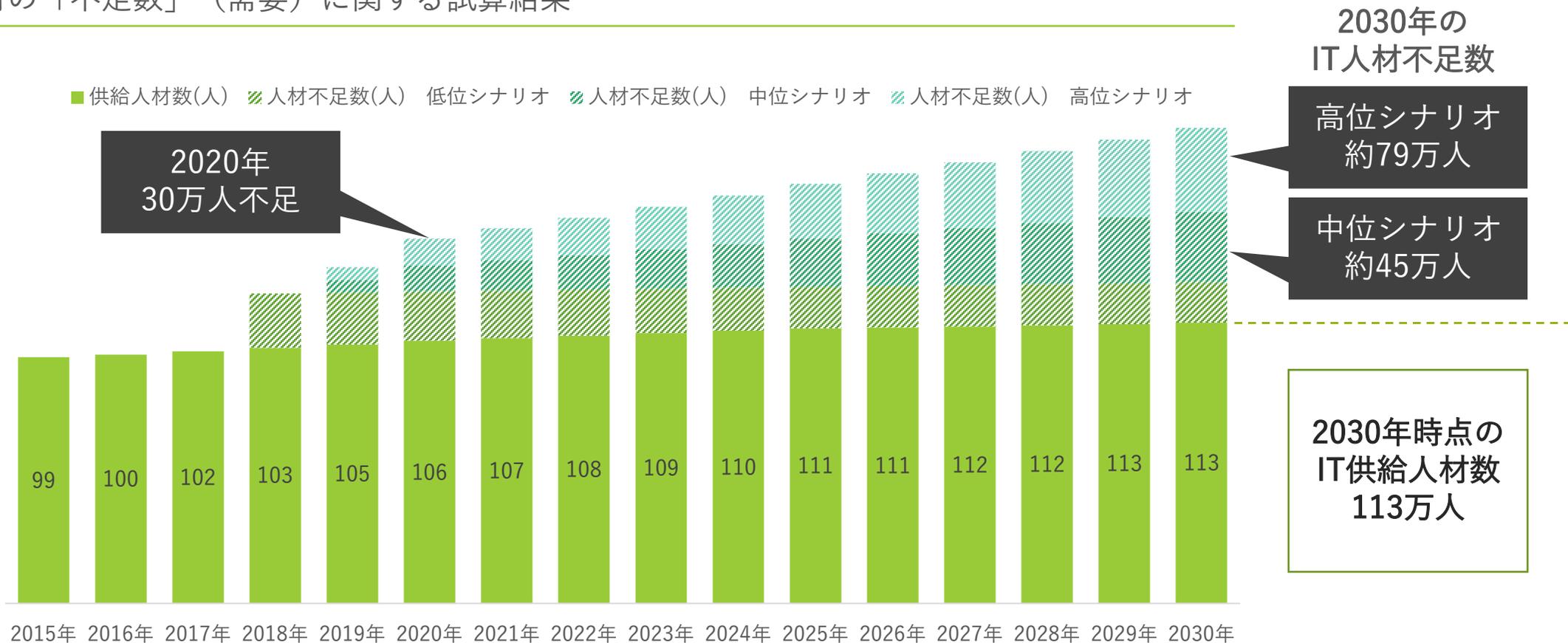
海外人材事業の拡大② 市場背景 (IT人材)

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

● 海外人材事業の拡大③ 海外IT人材事業の概要

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



海外人材事業の拡大④ 海外IT人材事業の特徴

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
日本企業への受入と定着のサポートをおこない、紹介料や日本語講座料を収益とする

※2022年9月に新プラットフォームをリリースしております（サービス案内ページ<https://pr.yaaay.jp/lp1/>）。当プラットフォームサービスは、海外IT人材と日本企業とのマッチング機会拡大を図るものであり、当事業の成長加速の原動力となるものであります。そのため、成長戦略としてP.40に記載を追加いたしました。

当社の強み



優秀な人材が集まる上位大学との連携

IT都市ベンガールの上位大学34校と提携
(2022年6月末現在)



ビジネスに直結する日本語教育



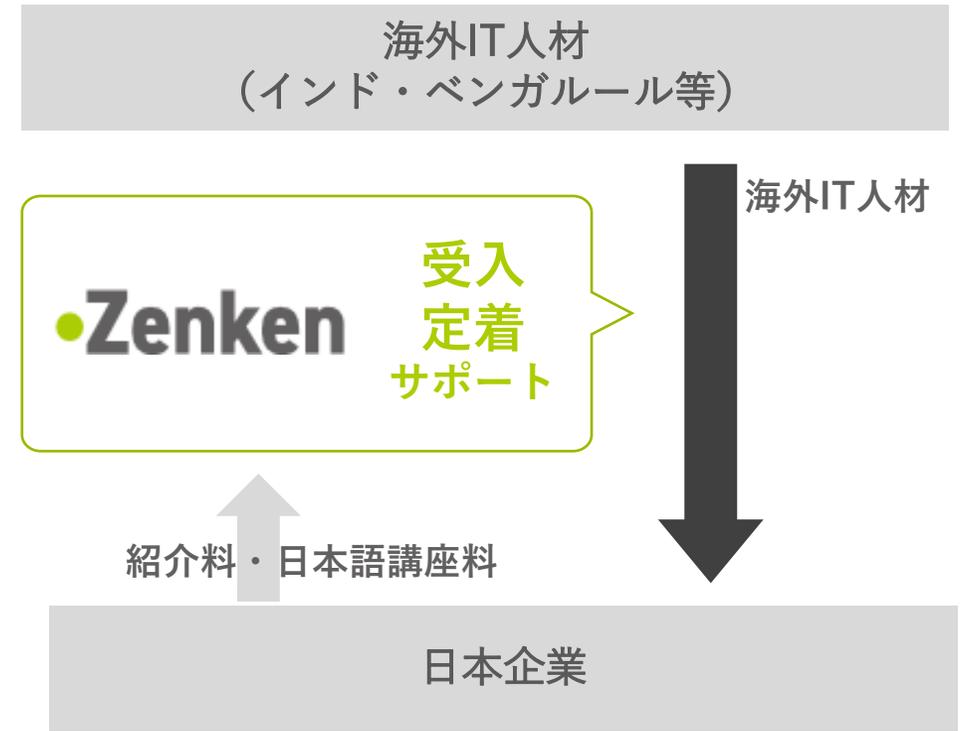
全研本社が運営する
日本語学校の
実践的カリキュラムによる
サポート



入社前から入社後までサポート

内定後の日本語教育や入社後のサポートを実施
日本語や社会常識など教えるeラーニングも提供

海外IT人材事業の収益モデル



海外人材事業の拡大⑤ 海外IT人材事業の成長戦略

2023年6月期、IT人材リクルーティングのプラットフォームを公開 マッチング機会拡大により成長加速を図る

新サービスの概要

- ロゴ及びコンセプト



Yaaay! と喜びが沸き上がる
会社と人材の最高のマッチング

- 特徴 ~ダイレクトリクルーティング×クラウドソーシング

- ①料金固定で海外のITエンジニアを採用し放題
- ②トライアルワークを通じてミスマッチ（短期離職）のリスクを最大限回避できる

- 採用までのステップ

- ①人材が英字求人情報に直接エントリー
- ②レジュメ確認のうえ選考
- ③トライアルワークでスキルや人柄を確認
- ④本採用



新サービスの収益モデルと成長戦略

- 収益モデル

掲載企業

初期費用
月額掲載料

● Zenken

- ※紹介料、採用手数料は無し
- ※採用人数は無制限
- ※日本語教育等のオプションサービス有り

- 成長戦略

[キャンペーン実施]

正式な有料リリースに先駆け、期間限定にて「無料掲載キャンペーン」を実施
→掲載企業の大幅増加へ

[数値目標〈5年間〉]

- 掲載企業数： 1,000社
- 掲載求人数： 3,000件
- 採用決定人数： 約5万人
(2030年に不足すると言われるIT人材45万人の10%相当)

海外人材事業の拡大⑥ 市場背景（介護人材）と海外介護人材事業

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

※当社グループは2022年3月開示「新会社設立及び事業譲受並びに新たな事業の開始に関するお知らせ」の通り、海外介護人材事業開始の為、2022年7月より介護事業に参入しております。これを受け成長戦略のひとつとして記載内容を追加いたしました。

参入の背景（市場背景）

✓ 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」

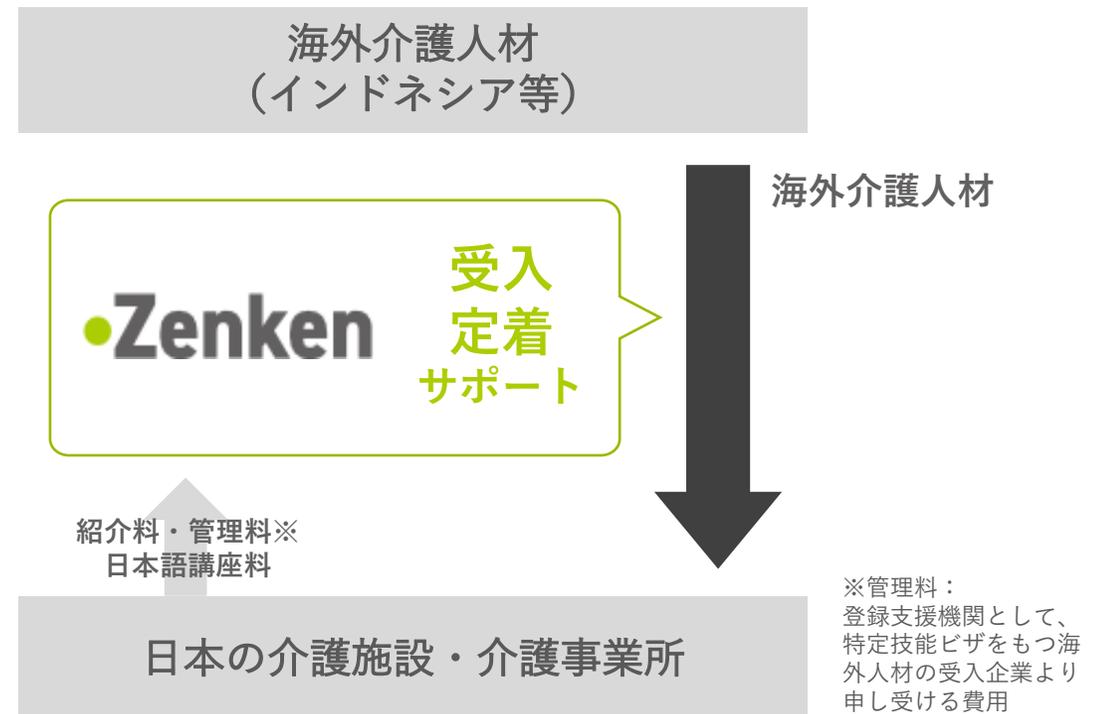
✓ 高いレベルの語学・

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



事業の概要と収益モデル



海外人材事業の拡大⑦ 海外介護人材事業の強みと成長戦略

インドネシアにて日本語教育と介護研修を受けた海外介護人材を日本の介護施設・事業所へ

2022年7月 譲受した埼玉県久喜市の介護施設はフラグシップ施設として活用

当社の強み

- 強み① 人材送出機関との独占契約締結 (インドネシア)



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



介護教育・介護実習 介護における日本語教育

- 強み② 日本における受入・定着支援

ZENKEN NIHONGO 介護



[定着支援]
海外人材が介護福祉士を目指すための教育支援



[受入支援]
日本人スタッフ向けに異文化理解や「やさしい日本語」教育を推進

- 強み③ 海外介護人材が働く施設の運営

M&Aした介護施設を全研ケアが運営



海外介護人材事業の成長戦略

- 日本企業の受入不安を解消し、顧客開拓へ

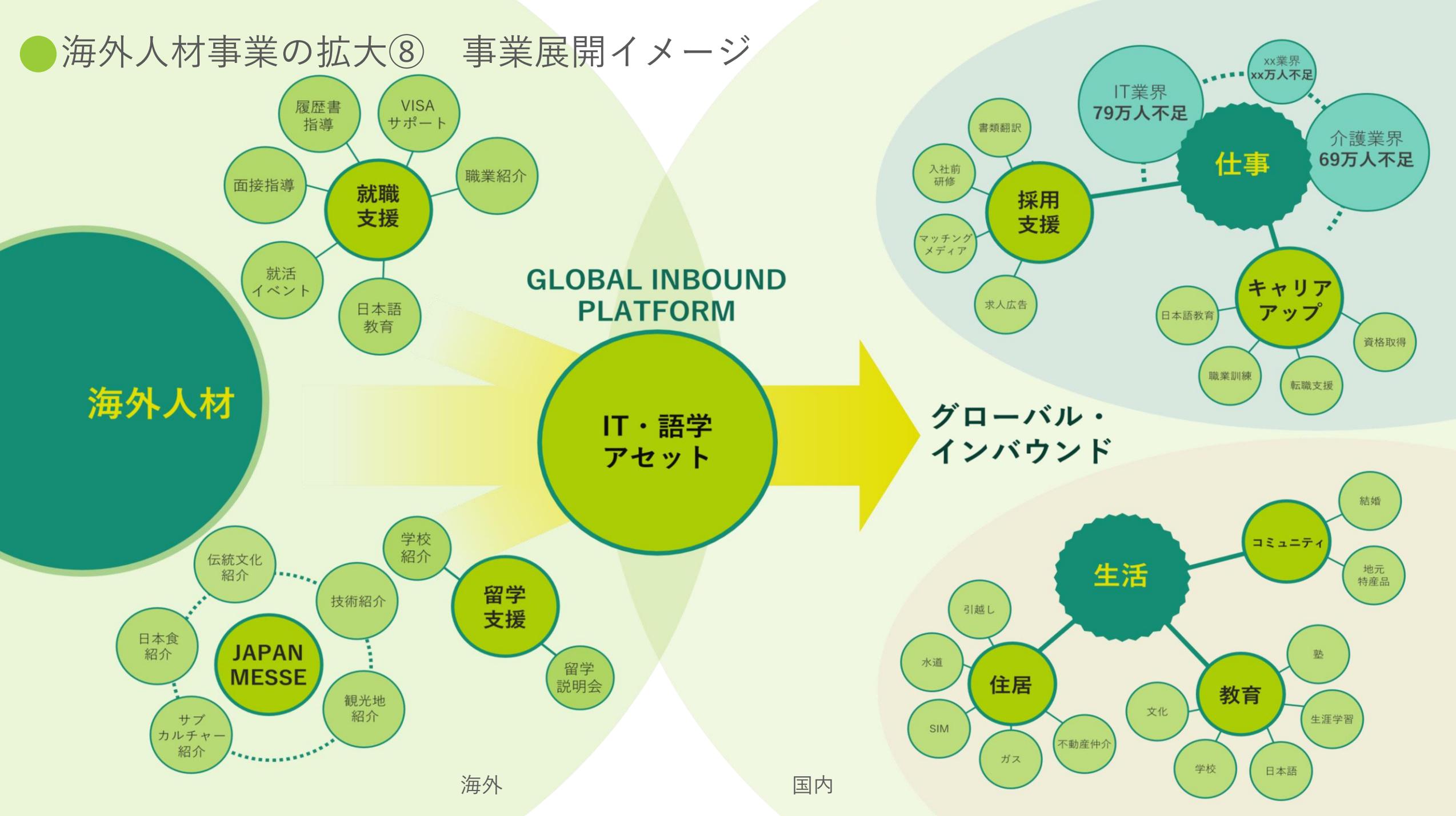
フラグシップ施設運営によるソリューション提案

- 日本語コミュニケーション
- 異文化への理解
- 十分な介護技能



海外人材活用の成功モデル
顧客開拓へ

● 海外人材事業の拡大⑧ 事業展開イメージ





06 認識するリスク及び対応策

認識するリスク及び対応策

リスク	内容	対応策
優秀な人材の採用・育成・確保に係るリスク	今後も事業を拡大していく上で、必要な人材の継続的な確保と育成が重要。そのため、採用活動が計画通りに進まず、また幹部人材及び予想を上回る人材の社外流出があった場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性あり	積極的な採用活動と早期の育成に努める
コンテンツマーケティング事業の運営体制について	当社グループの主力事業であるコンテンツマーケティング事業は、検索エンジンを活用したマーケティング活動を支援 頻繁に行われる表示順位判定基準（アルゴリズム）の変更に迅速に対応することが必要 そのため、今後も「Google」等が実施する検索エンジンのシステム変更に対応することができるとは保証はできず、その対応が適切に実施されなかった場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性あり	当該事業の運営体制として、システム変更への対応について特定の技術者に依存しない体制を構築するため、業務のマニュアル化の推進等、経験の少ない人材でも早期に運営できる体制を整備しております。併せて、多数の運用メディアを保有することで、変更の影響の分散を図り、かつA/Bテスト等により迅速な対応が可能な体制を構築
特定事業への高い依存度について	主力事業であるコンテンツマーケティング事業がITセグメントの売上高の約6割を占めており、当該事業に経営資源を集中。そのため、事業環境の変化等により当該事業が縮小し、その変化への対応が適切でない場合、当社グループ業績に影響を及ぼす可能性あり	今後は新たな柱となる事業（海外人材事業等）を育成し、収益力の分散を図ることを計画

※これらのリスクが顕在化する可能性の程度や時期等につきましては、合理的に予見することが困難であるため記載しておりません。
 ※その他詳細については有価証券報告書「第一部 企業情報 第2事業の状況 2事業等のリスク」に記載



Appendix

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

● 本資料の取扱いについて

- ✓ 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。
- ✓ 当資料のアップデートは、2023年9月頃を目途としておこなう予定です。

【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/>