



●Zenken

そこにはない未来を創る

●Zenken

2023年6月期 第1四半期決算説明資料

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 第1四半期決算の概要

02 中期成長戦略の状況

Appendix

01

第1四半期決算の概要



● 2023年6月期第1四半期 連結決算ハイライト

売上高： 1,773百万円 営業利益：209百万円 営業利益率： 11.8%

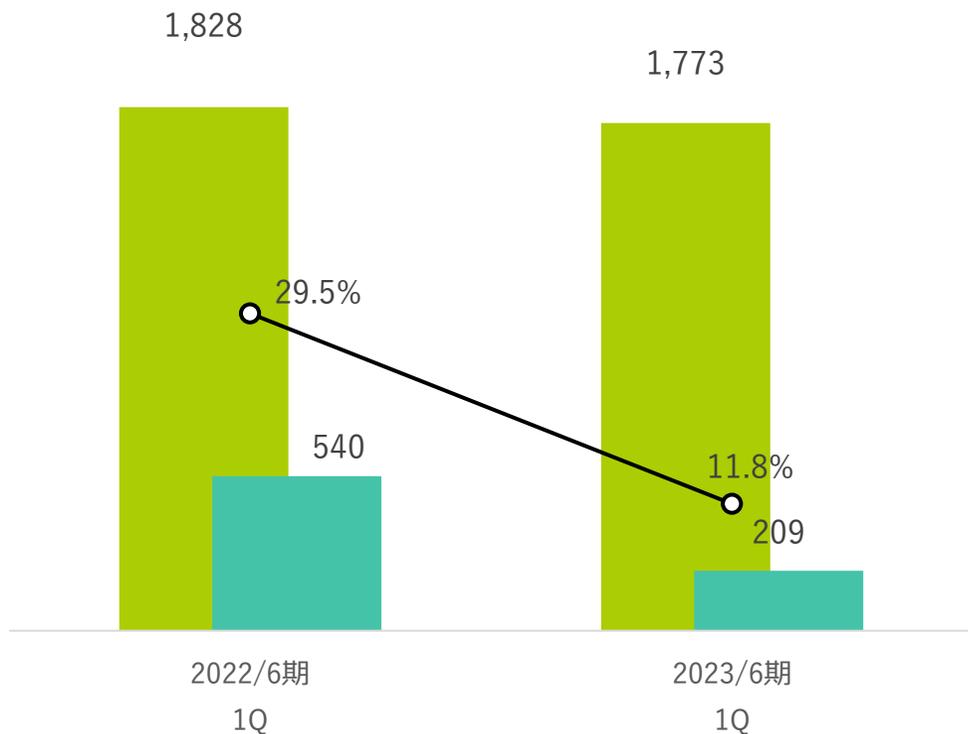
前年同期比較

(百万円)

■ 売上高

■ 営業利益

○ 営業利益率



【前年同期比】

- 売上高：▲55百万円 (▲3.0%)
- 営業利益：▲330百万円 (▲61.2%)
- 営業利益率：▲17.7%

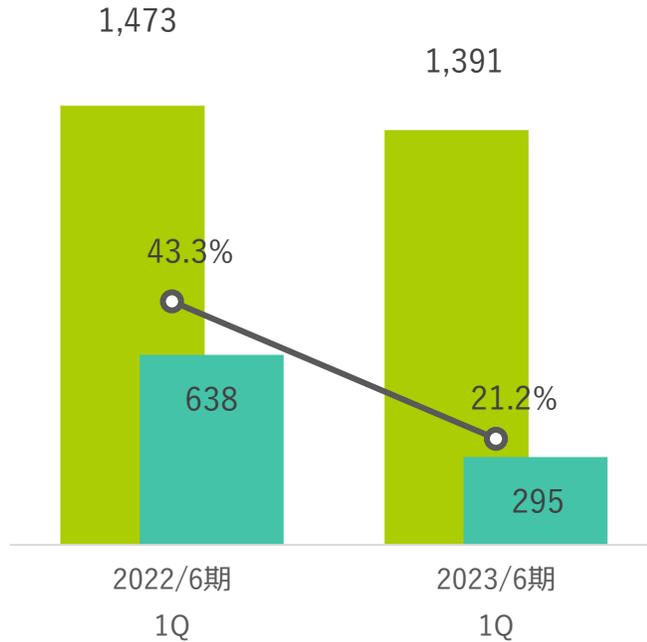
● 2023年6月期第1四半期 連結決算ハイライト（セグメント別） 【前年同期比】

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売上減少による減収
減益は、減収に加えコンテンツマーケティング事業の外注費や人件費の増加、AI事業等の研究開発費増加が主な要因

ITセグメントの推移

(百万円)

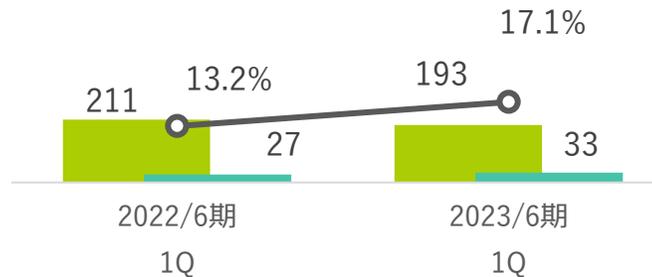
■ 売上高 ■ 営業利益 ● 営業利益率



語学セグメントの推移

(百万円)

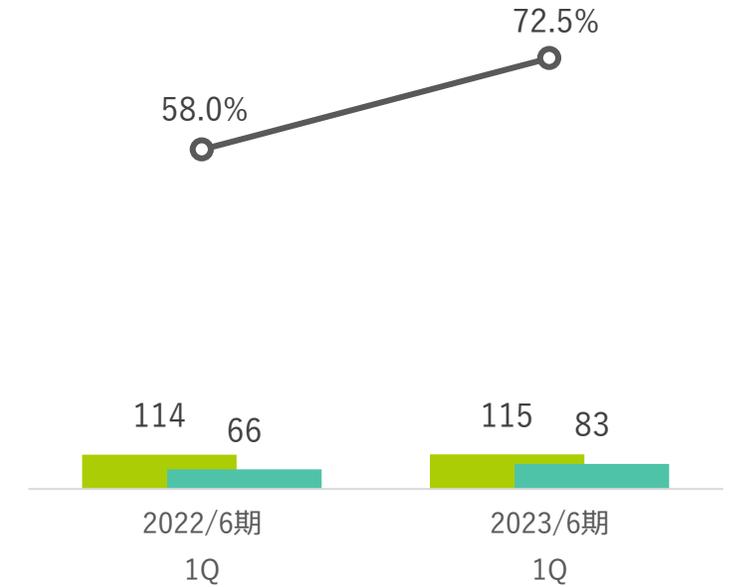
■ 売上高 ■ 営業利益 ● 営業利益率



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



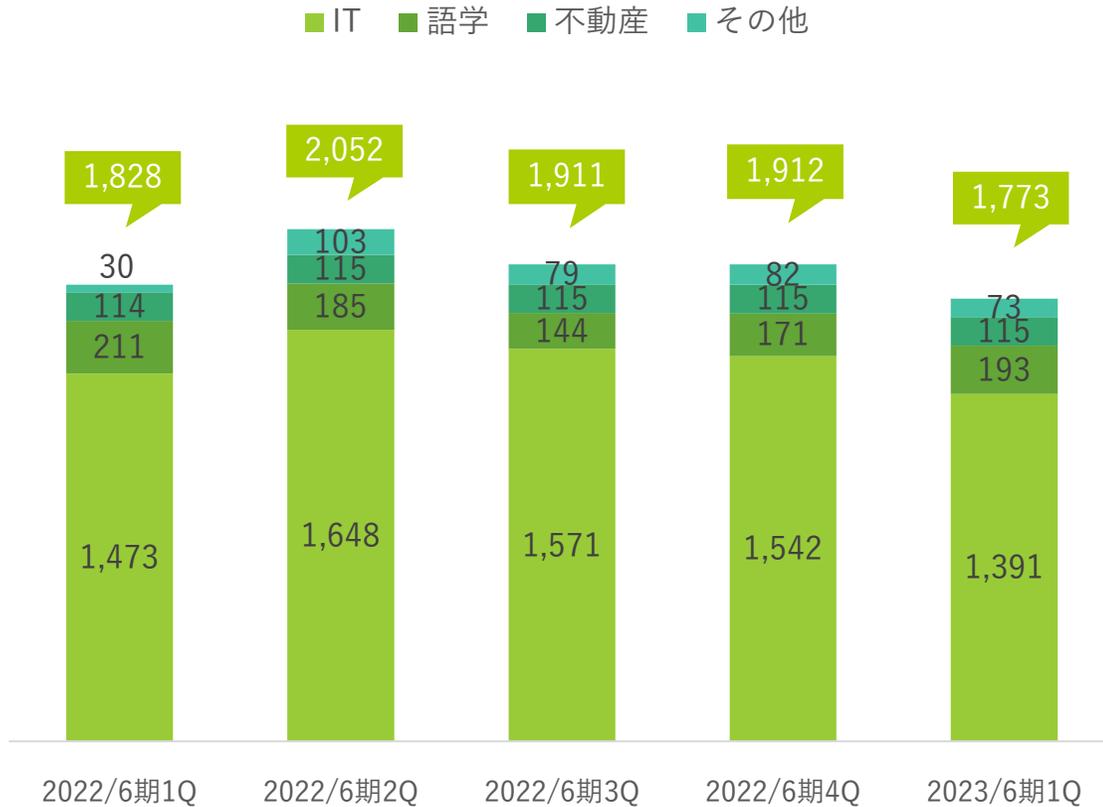
● 四半期別業績推移

【前四半期比】

売上高：▲139百万円（▲7.3%）、営業利益：▲229百万円（+52.3%）、営業利益率：▲11.2%（▲48.6%）

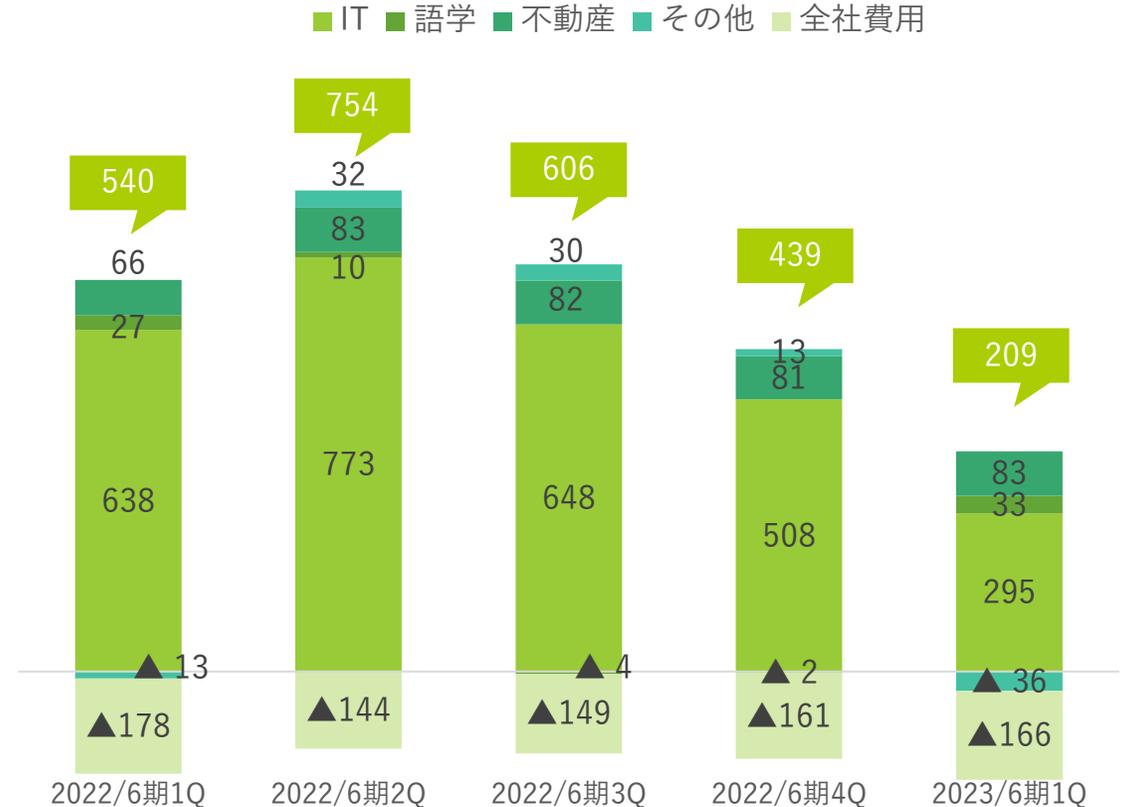
四半期別売上高推移

(百万円)



四半期別営業利益推移

(百万円)



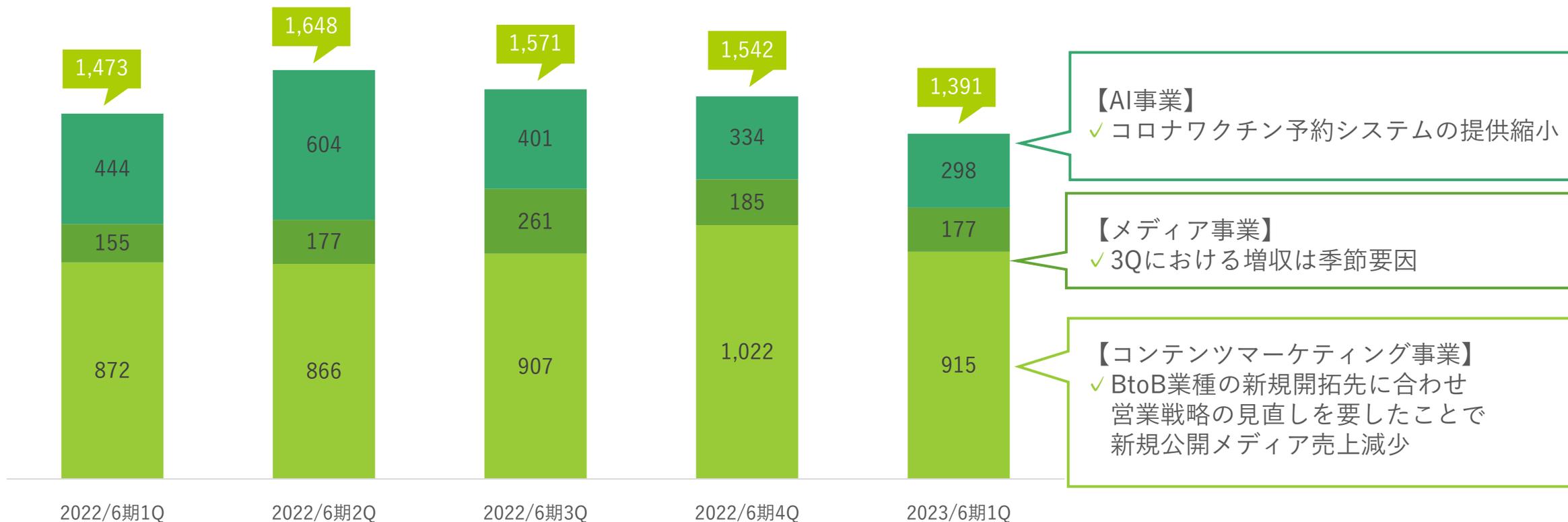
● 収益の分解情報 ～ITセグメント事業別

コンテンツマーケティング事業は引き続きBtoB業種へ注力するも、新規公開メディアの売上減少により前四半期比にて減収

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



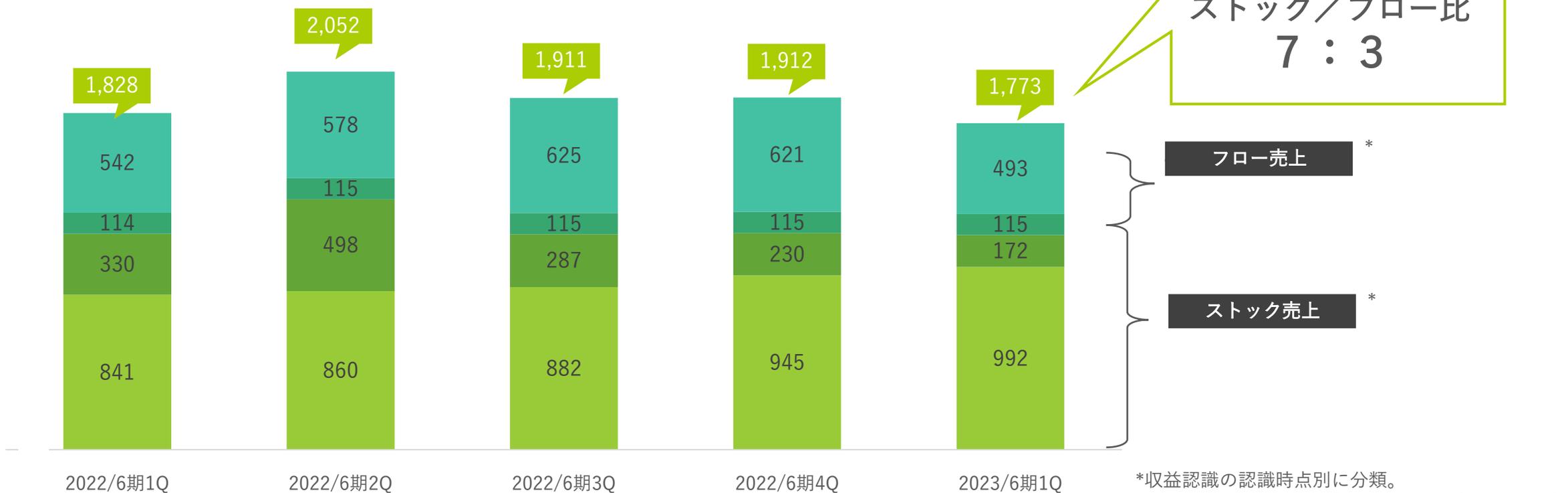
● 収益の分解情報 ～ストック／フロー別

ストック／フローの比はおよそ7：3で推移

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（ワクチン） ■ 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 *

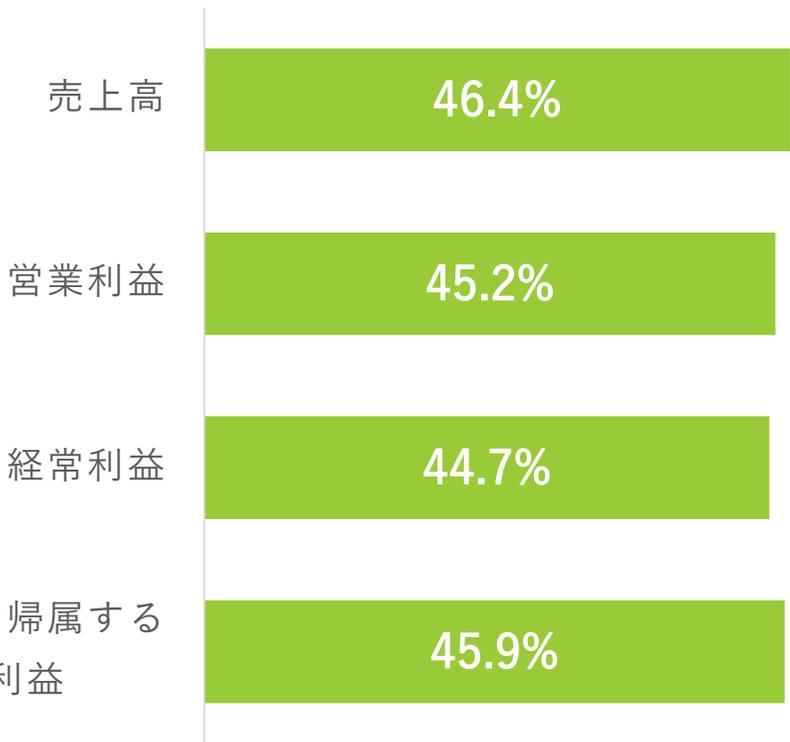
ストック売上 *

*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

業績予想に対する進捗率

2022年8月開示の2023年6月期第2四半期累計の業績予想に対し、売上高・利益ともに概ね予想通りの進捗

第1四半期実績



2023年6月期第2四半期（累計）
業績予想

3,825	百万円
463	百万円
474	百万円
330	百万円

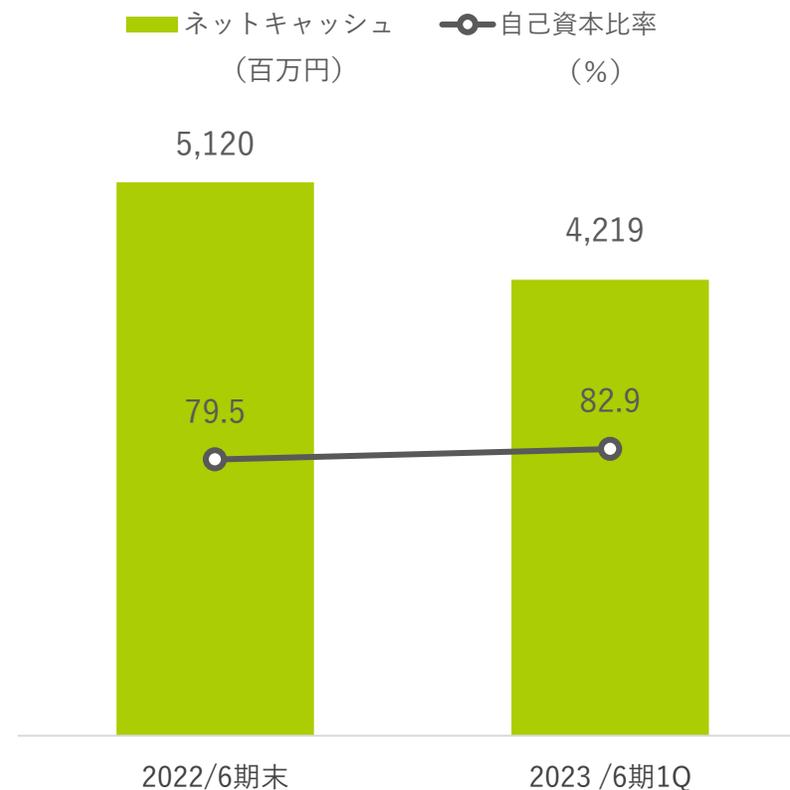
● バランスシートの状況

(百万円)	2022/6期末	2023/6期1Q末	前期末比増減額
流動資産	6,802	5,899	▲902
現預金	6,071	5,108	▲963
売掛債権	434	438	3
その他	296	353	56
固定資産※	8,485	8,622	136
建物	1,334	1,422	88
土地	6,019	6,019	—
その他	1,131	1,179	47
総資産	15,288	14,521	▲766
負債	3,140	2,483	▲657
前受金	592	501	▲91
借入金	951	888	▲62
未払金	438	403	▲35
未払法人税等	656	76	▲580
その他	501	613	112
純資産	12,147	12,038	▲108
負債純資産合計	15,288	14,521	▲766

※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



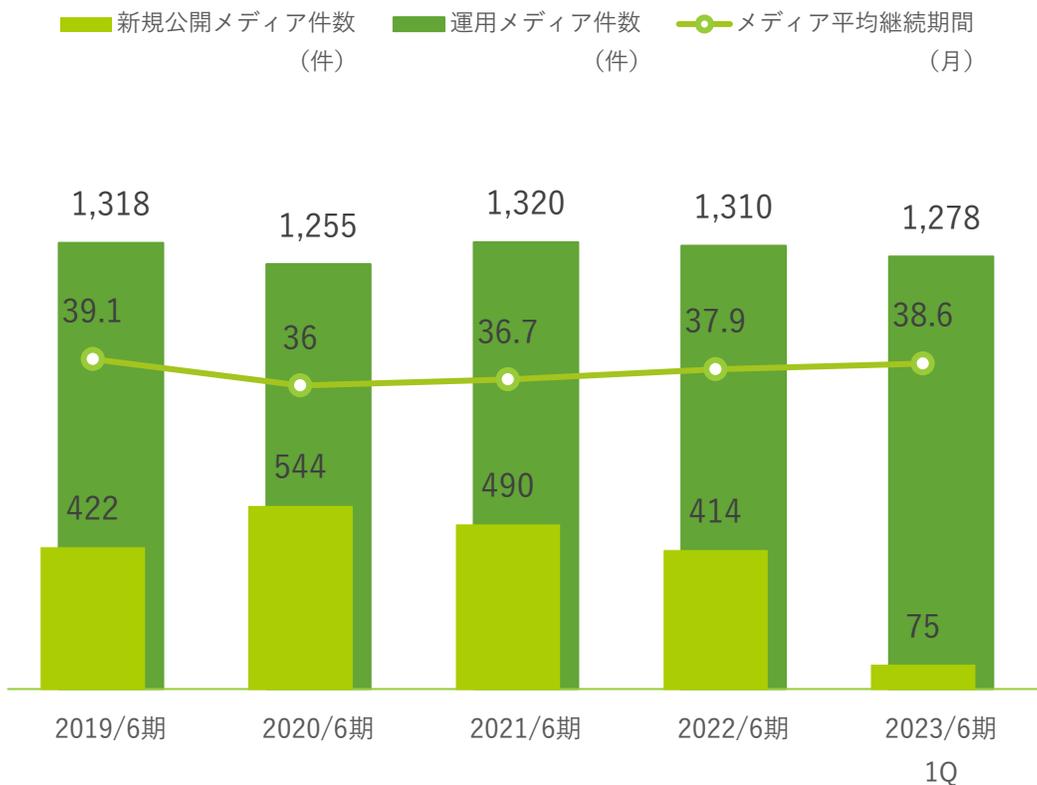
● 主な指標①

新規公開メディア数は75件（前四半期比▲47件）、運用メディア数は1,278件（前四半期末比▲32件）

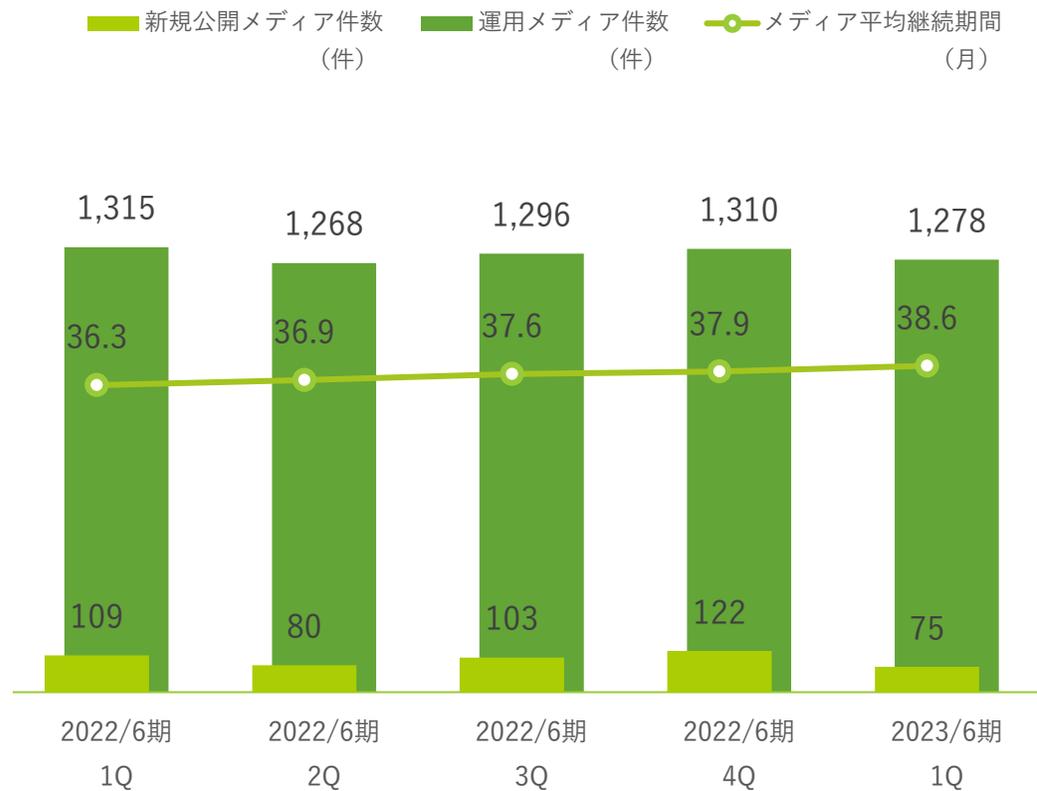
BtoB業種の新規開拓先に合わせ営業戦略の見直しを要したことが主な要因

メディア平均継続期間は、36カ月を超える水準

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



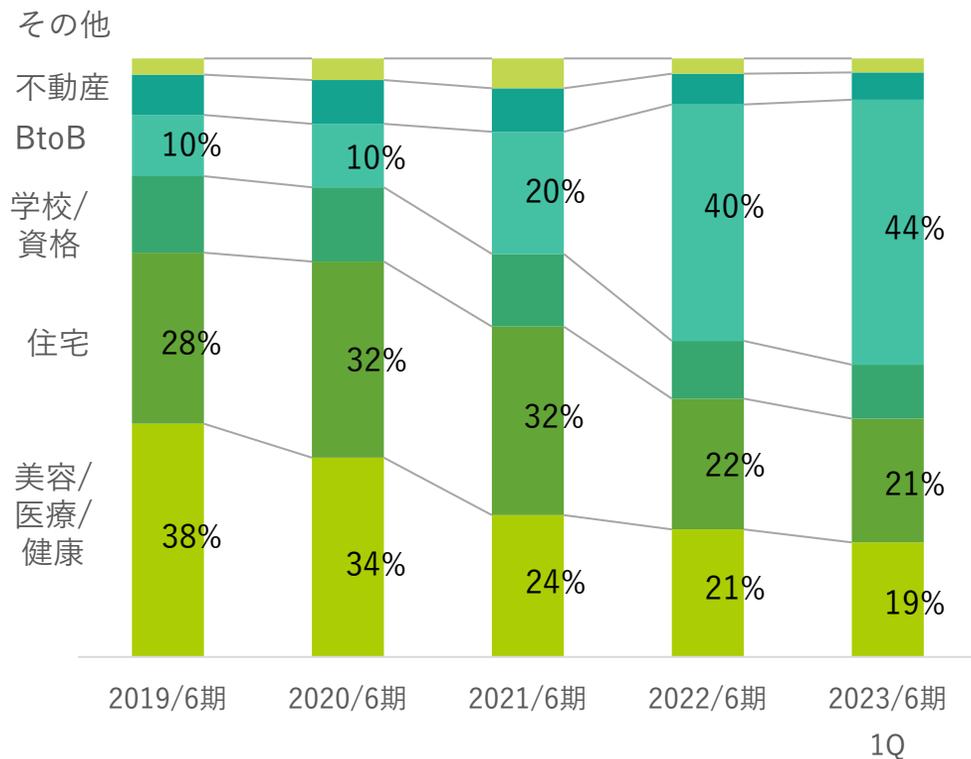
※メディア平均継続期間 = 延べ継続期間 ÷ 期末時点の運用メディア数

● 主な指標②

WEBによる集客へのニーズ好調なBtoB業種に引き続き戦力集中

取引先数はほぼ横ばい（前四半期比▲1.7%）

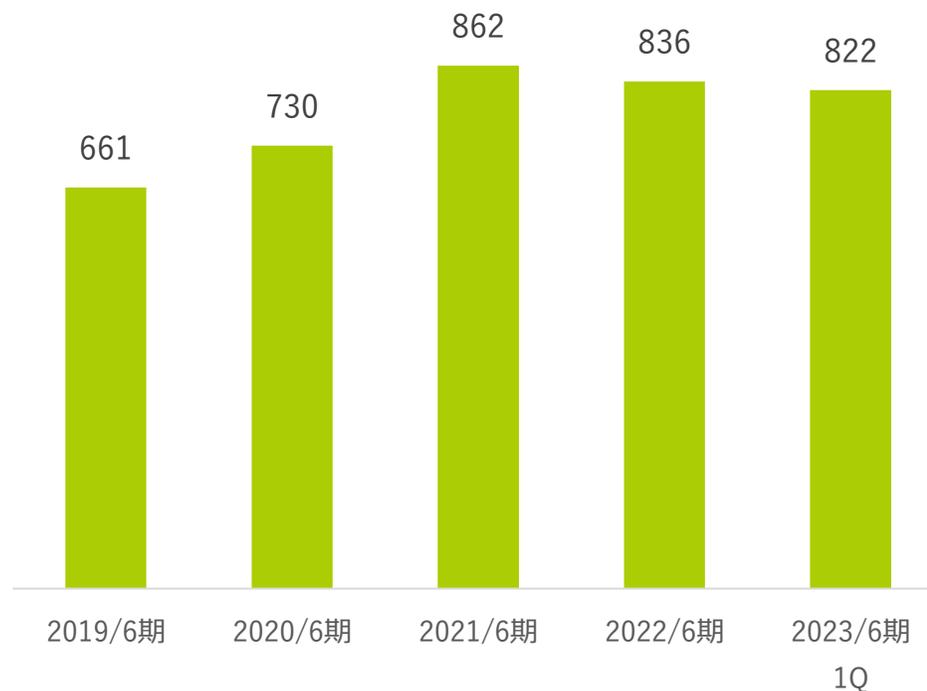
メディア業種別内訳の推移



※ 上位10業種の推移

取引先数の推移

(件)



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

人事労務課

•Zenken

02

中期成長戦略の状況

2023年6月期第1四半期の状況

中期成長戦略

2023年6月期第1四半期の状況

01

コンテンツマーケティング事業の更なる拡大

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

- 顧客数は、1Qにおける新規開拓が伸びていない為、顧客数はほぼ横ばい
- BtoB業種のメディア数比率の上昇にともない、メディア平均単価が上昇
- 運用専門チームが対応し、メディア平均継続期間は伸長



02

海外人材事業の拡大

- 海外IT人材事業は、インドの新卒採用が盛況。人材登録者数は+386名で11,778名となり、内定人員は+35名で累計237名に。
- 海外IT人材事業において、2022年10月、プラットフォーム「Yaaay」リリース。マッチング機会拡大へ
- 海外介護人材事業はインドネシア人材の介護・日本語の教育プログラムを進行。



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



Appendix

- 2023年6月期第1四半期決算サマリー
- 財務ハイライト
- 会社概要
- 事業の概要
- 事業環境
- 主力事業の特徴
- 主力事業の強み
- 中期成長戦略
- 見通しに関する注意事項

2023年6月期第1四半期決算サマリー

(百万円)		2022/6期 1Q	2022/6期 2Q	2022/6期 3Q	2022/6期 4Q	2023/6期 1Q	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	1,473	1,648	1,571	1,542	1,391	▲81	▲5.5	▲151	▲9.8
	セグメント利益	638	773	648	508	295	▲342	▲53.7	▲213	▲41.9
語学	売上高	211	185	144	171	193	▲17	▲8.4	21	12.4
	セグメント利益	27	10	▲4	▲2	33	5	18.5	35	—
不動産	売上高	114	115	115	115	115	1	1.1	▲0	▲0.0
	セグメント利益	66	83	82	81	83	17	26.3	2	2.6
その他	売上高	30	103	79	82	73	42	140.4	▲8	▲10.9
	セグメント利益	▲13	32	30	13	▲36	▲22	—	▲49	—
小計	売上高	1,828	2,052	1,911	1,912	1,773	▲55	▲3.0	▲139	▲7.3
	セグメント利益	718	899	756	601	375	▲342	▲47.7	▲225	▲37.5
	全社費用	▲178	▲144	▲149	▲161	▲166	12	—	▲4	—
	営業利益	540	754	606	439	209	▲330	▲61.2	▲229	▲52.3
	経常利益	543	760	603	441	212	▲330	▲60.9	▲229	▲51.9
	親会社株主に帰属する当期純利益	368	503	398	313	127	▲241	▲65.4	▲185	▲59.3
	営業利益率 (%)	29.5	36.8	31.7	23.0	11.8	▲17.7	▲60.0	▲11.2	▲48.6

財務ハイライト

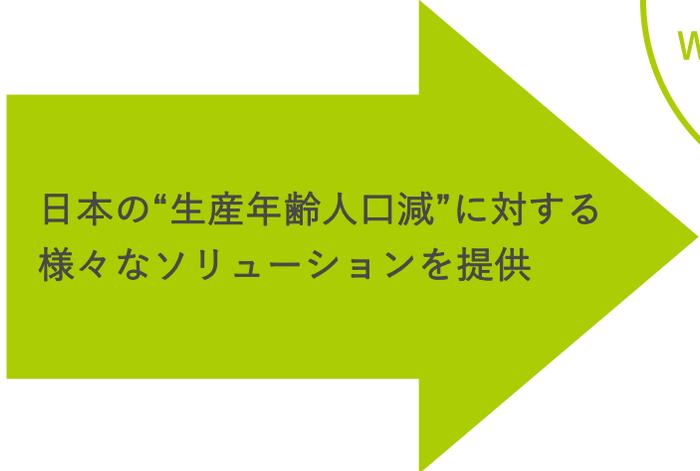
決算年月		2019年6月	2020年6月	2021年6月	2022年6月	2023年6月 1 Q
売上高	(百万円)	6,410	5,827	6,216	7,705	1,773
経常利益	(百万円)	639	754	1,320	2,349	212
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	1,012	377	956	1,584	127
資本金	(百万円)	56	56	429	432	433
発行済株式総数	(株)	112,100	11,210,000	11,852,400	11,982,700	12,026,000
純資産額	(百万円)	8,633	8,982	10,679	12,147	12,038
総資産額	(百万円)	11,326	11,570	13,506	15,288	14,521
1株当たり純資産額	(円)	770.17	801.29	901.02	1,013.73	1,001.07
1株当たり当期純利益	(円)	90.33	33.65	85.14	133.40	10.63
自己資本比率	(%)	76.2	77.6	79.1	79.5	82.9
自己資本利益率	(%)	12.5	4.3	9.7	13.9	4.2
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	5,108
従業員数（他、平均臨時雇用人数）	(人)	442 (163)	443 (145)	443 (97)	468 (86)	492 (89)

(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

● 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	433百万円		
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）
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	492名(2022/9末 他、臨時雇用者数89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

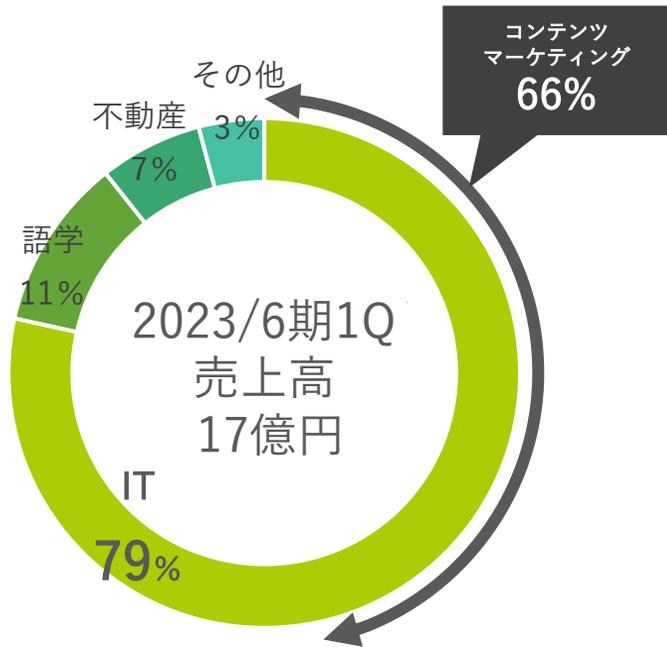
事業の概要①

「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

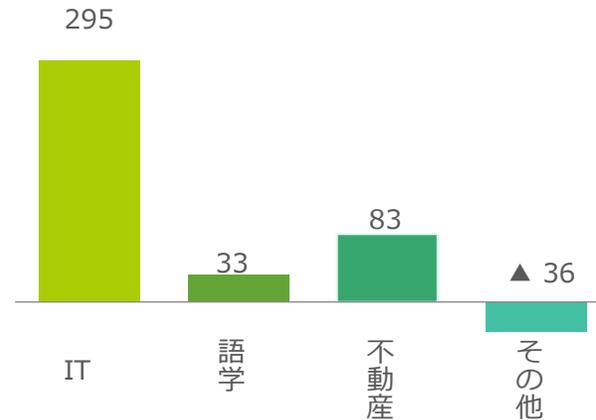
創業事業である生涯教育文化事業は語学領域に特化。不動産セグメントでは自社保有の新宿オフィスビルで賃貸サービスを提供

売上構成 (2023/6期1Q)



セグメント別利益 (2023/6期1Q)

(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

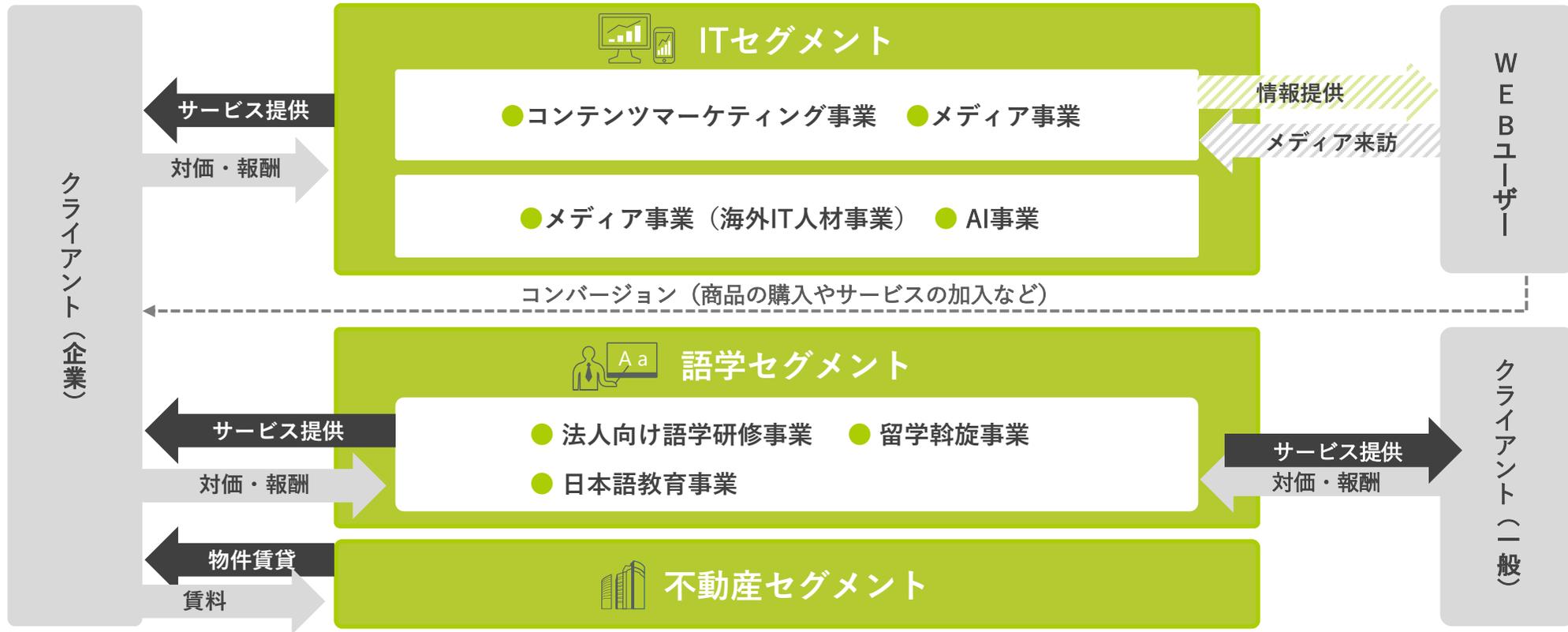
● 事業の概要② ビジネスフロー

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



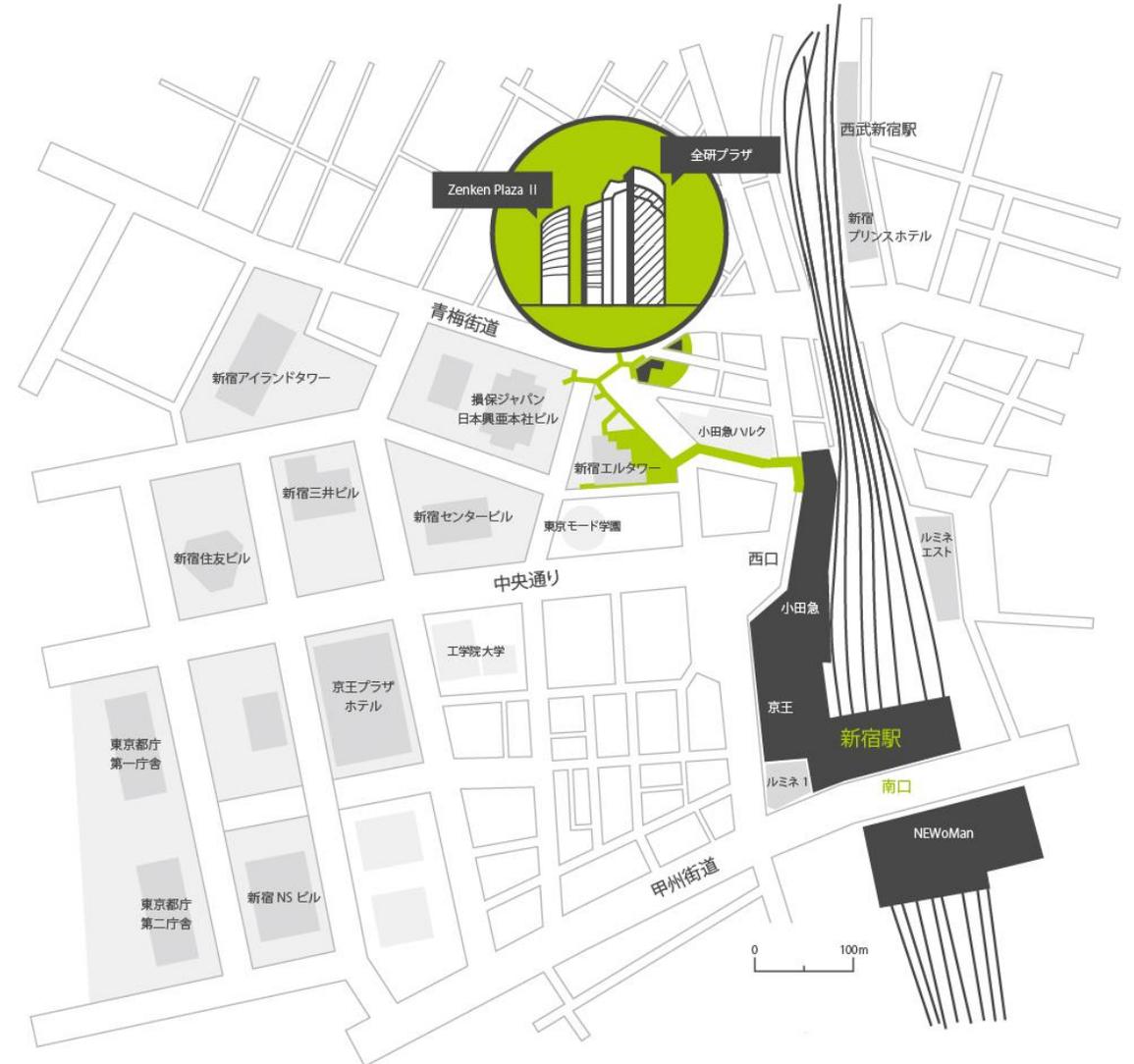
● 事業の概要⑤ 不動産セグメントにおける事業展開

「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%**

※2022年9月末時点



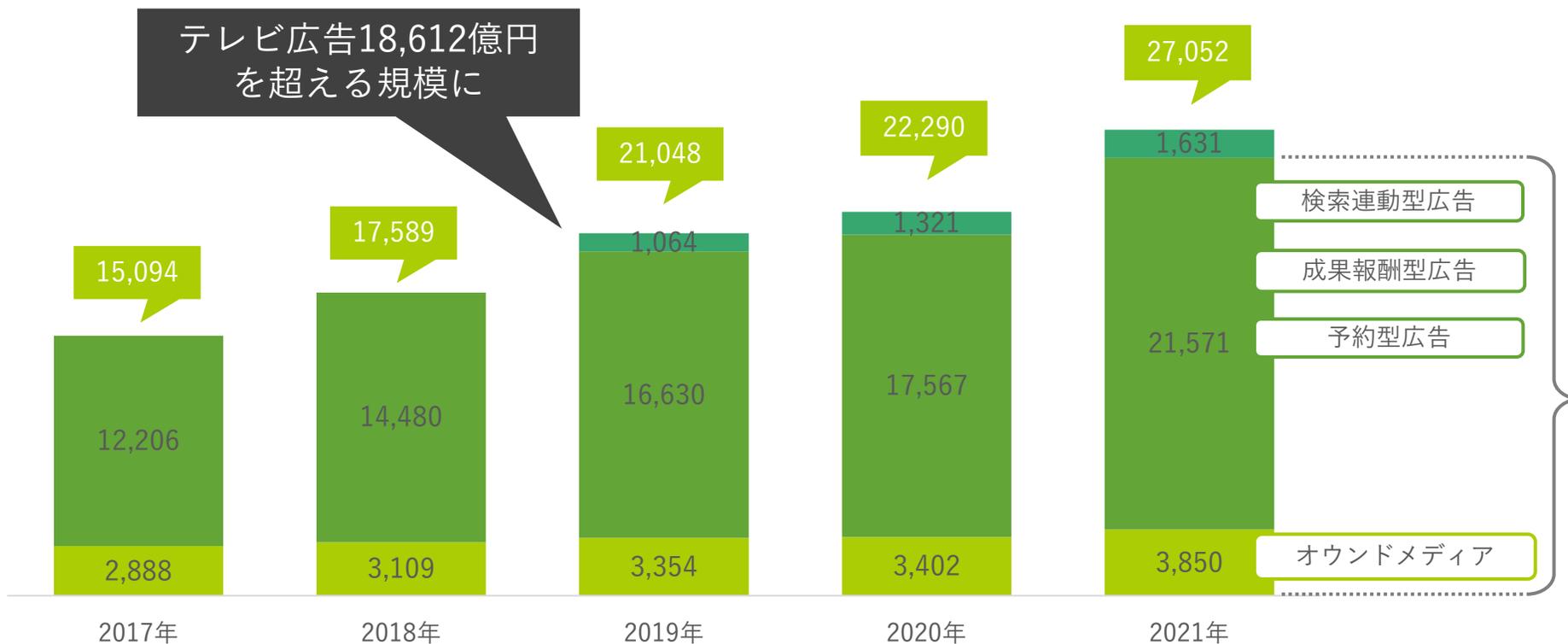
事業環境① ITセグメント

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

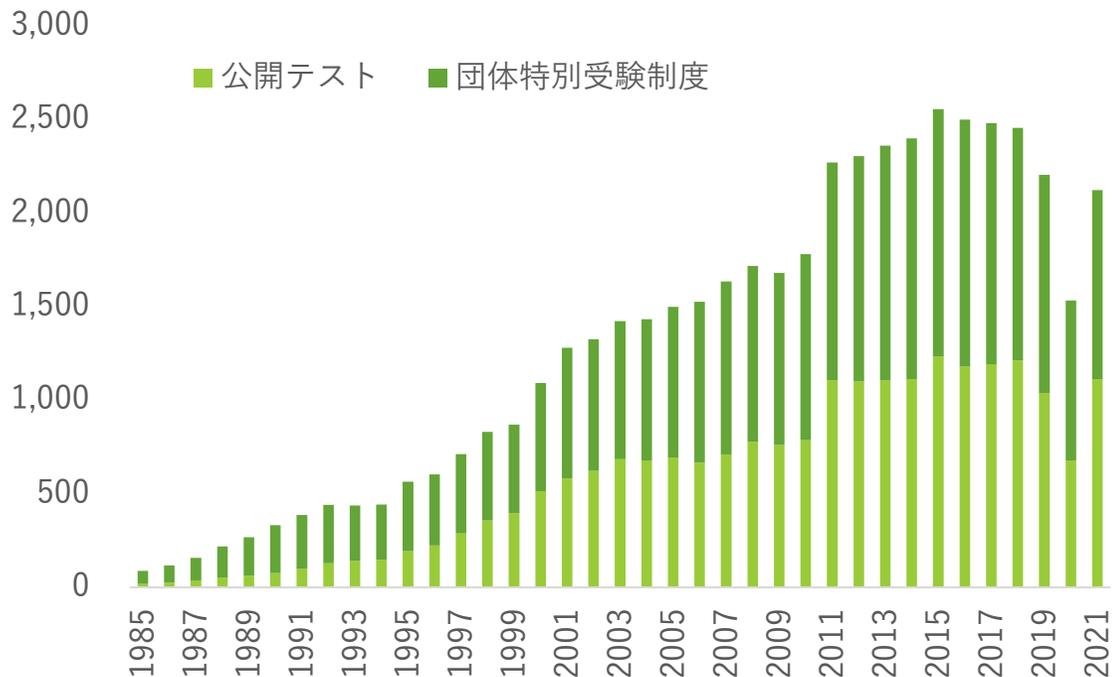
(出所) 電通「日本の広告費」2016年～2021年

● 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	27,900円
新宿・御苑	19,600円
四谷・市ヶ谷	17,686円
高田馬場・早稲田	16,800円
大久保・歌舞伎町	20,906円

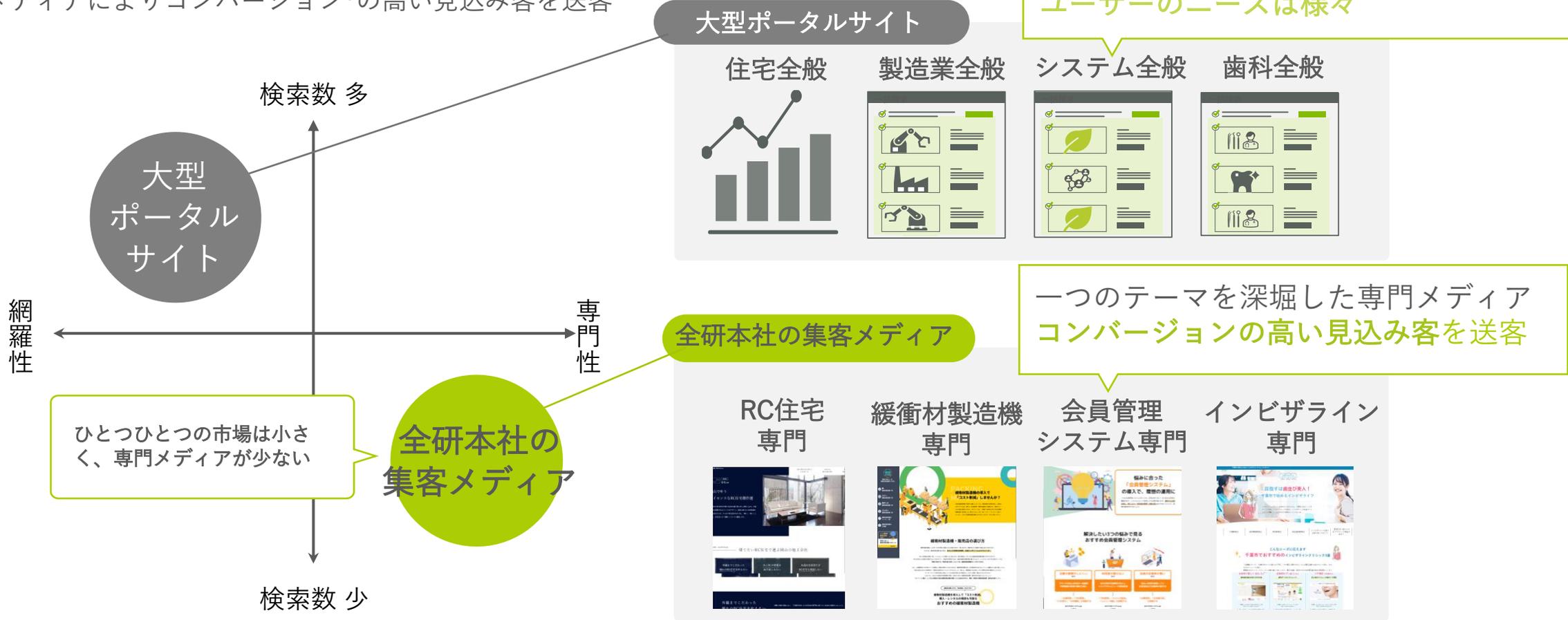
※当社調べ (2022年10月)

● 主力事業の特徴① 専門性の高い集客メディア

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

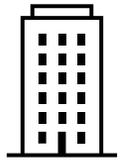
クライアント商材の特長と合致するニーズを持つユーザーをマッチングさせる集客メディアを制作

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

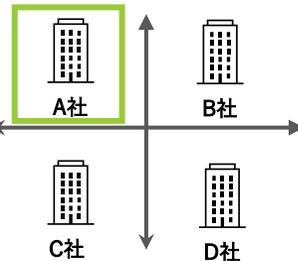
市場調査
(競合分析)



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

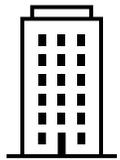
ポジショニングを基に
専門メディアを制作

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

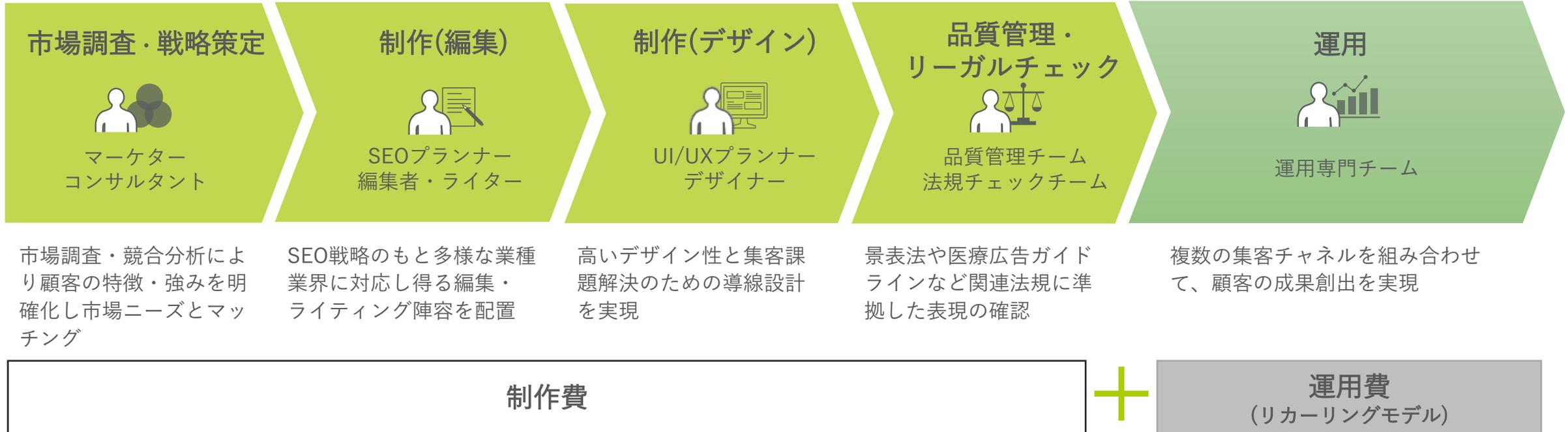


掲載されている会社は多いけれど、
何が得意かがわからず、
どこを選べばいいかわからない・・・

● 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（1,278件；2023年6月期1Q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
(2023/6期1Q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 千葉市
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

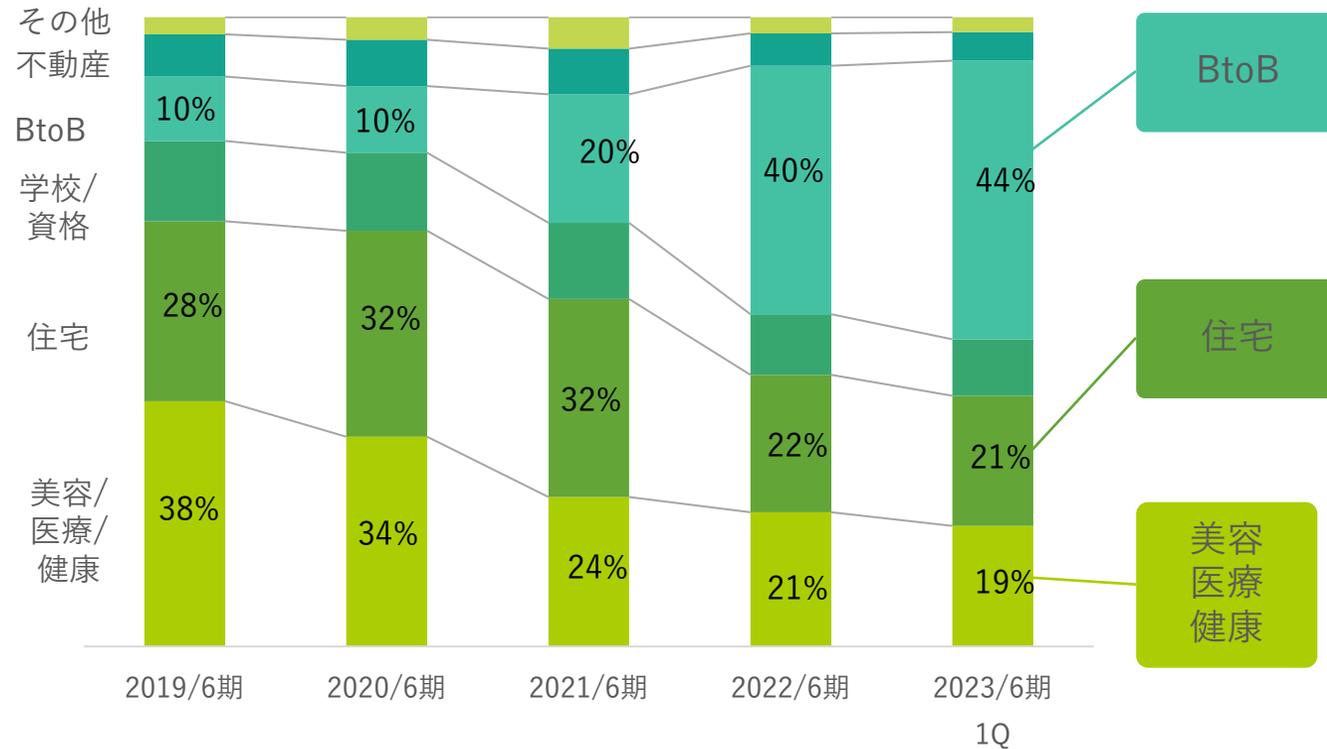
etc...

● 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

メディア業種別内訳の推移



※ 上位10業種の推移

市況の変化に合わせてターゲティング見直し

- コロナ拡大で展示会等中止に追い込まれていたBtoB業種にWEBマーケティングを提案・市場を開拓
- 現在もWEBを利用した集客への需要が好調なBtoB業種へ、引き続き戦力集中し比率増加
- コロナ禍で住み替え・リフォームのニーズが高まり一時は戦力を投下
- その後、ウッドショックの発生・長期化によりターゲティングをBtoBへシフト
- コロナ拡大で美容等のニーズ低下によりターゲティングを見直し

● 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

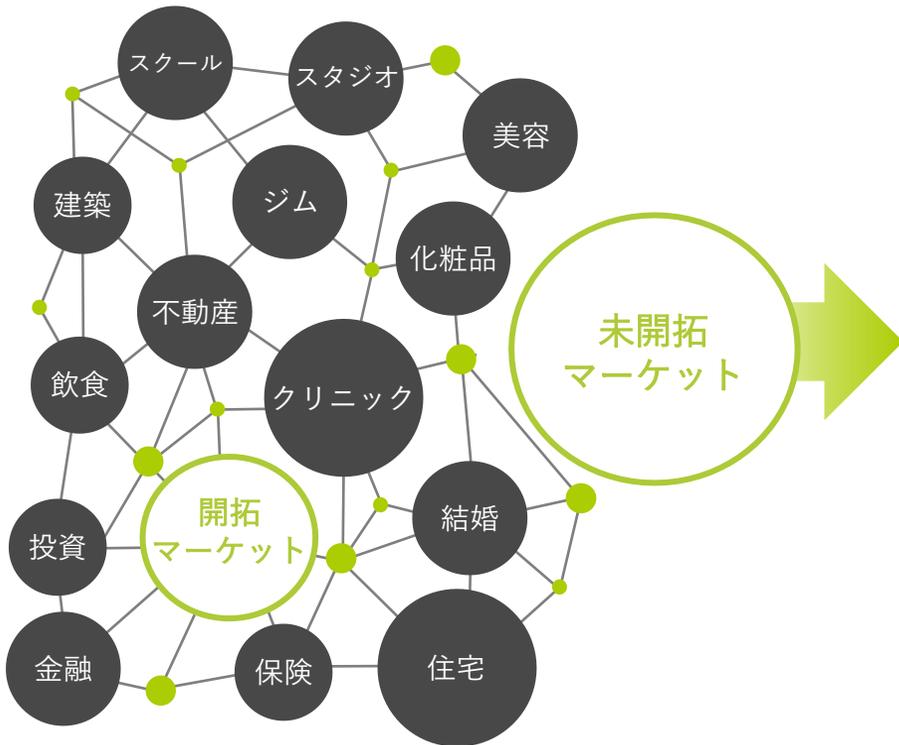
成長戦略 ①コンテンツマーケティング事業の更なる拡大（詳細）

BtoB市場の開拓に注力しつつ、

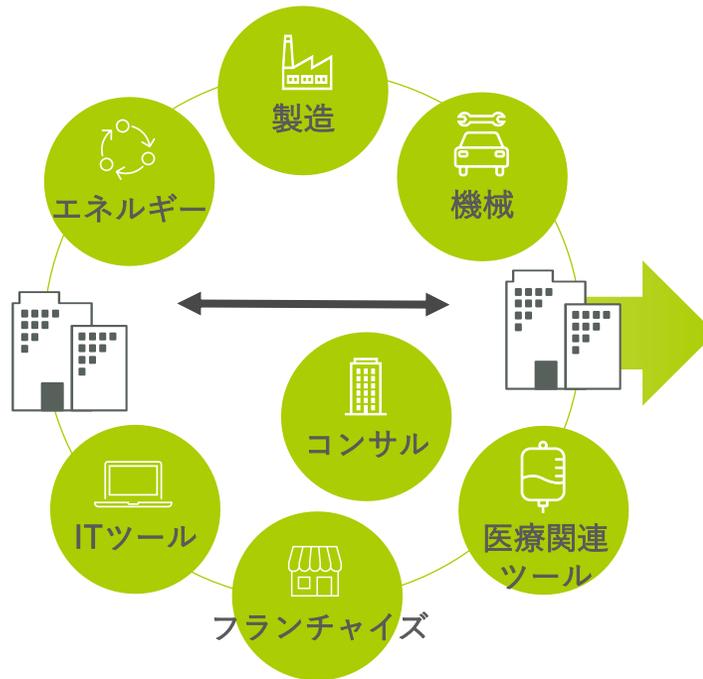
顧客数の拡大 × メディア単価の向上 × メディア継続期間の長期化 を実現

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

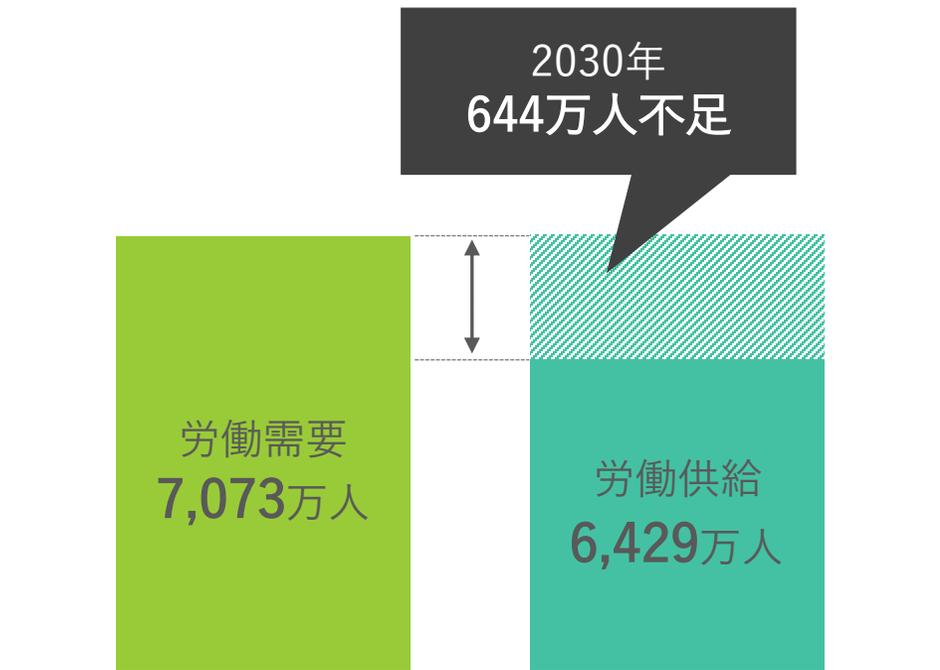
● BtoB市場の顧客獲得により望める効果

- ✓ 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

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)

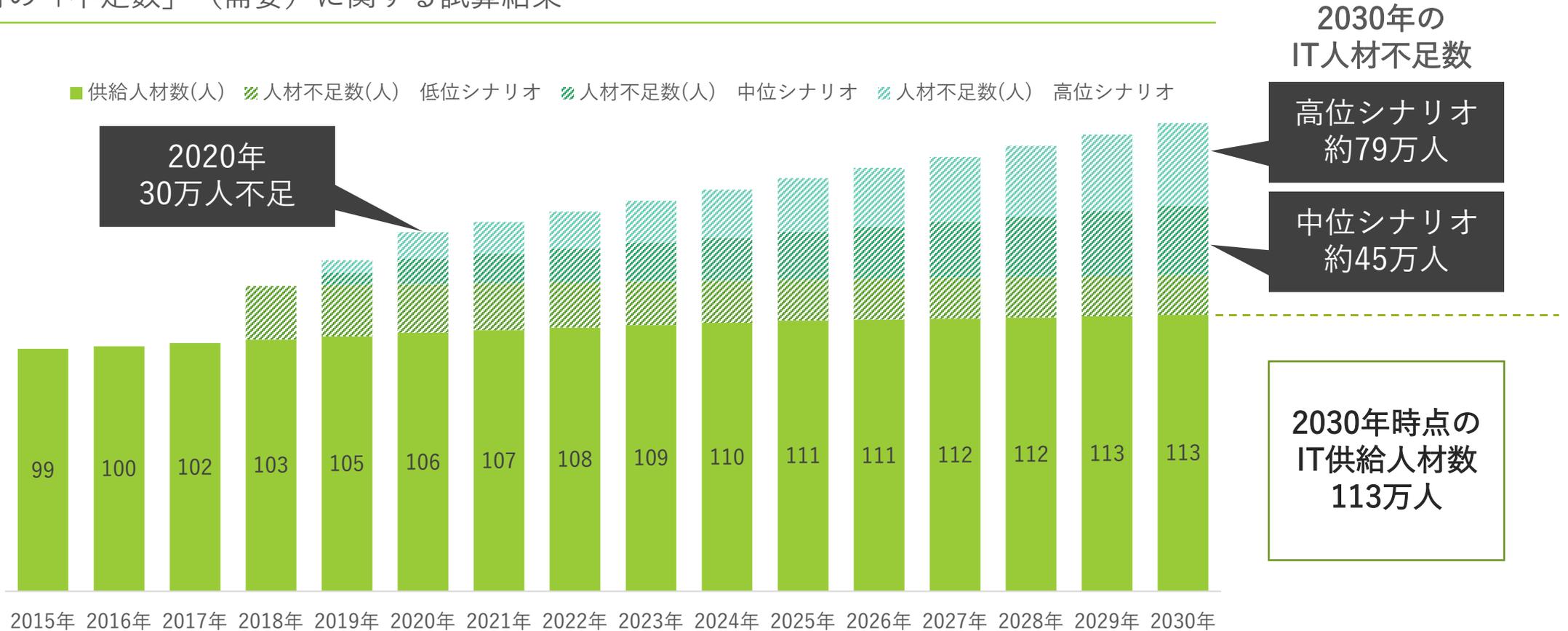
成長戦略 ②海外人材事業の拡大 ～海外IT人材①

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

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
 インドIT都市ベンガールの上位大学と提携し、ジャパンキャリアセンターを大学内にオープン
 日本の企業へIT人材の紹介を行い、取引実績を積み上げ

海外IT人材 供給サイド



インド ベンガールのIT人材

	提携大学	人材登録者数
2022年6月期 1Q末時点累計	34校	11,778人
前四半期比	± 0校	+ 386人

そこにはない未来を創る

Zenken

ジャパンキャリアセンター



海外IT人材 需要サイド



IT人材不足の 日本企業

取引実績企業	内定人員
131社	237人
+ 19校	+ 35人

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

当社の海外IT人材事業の強み



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>
導入で成長加速へ

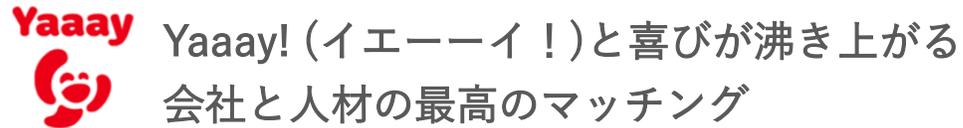


成長戦略 ②海外人材事業の拡大 ～海外IT人材④

2022年10月、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



● 特徴

- 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



- ※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

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

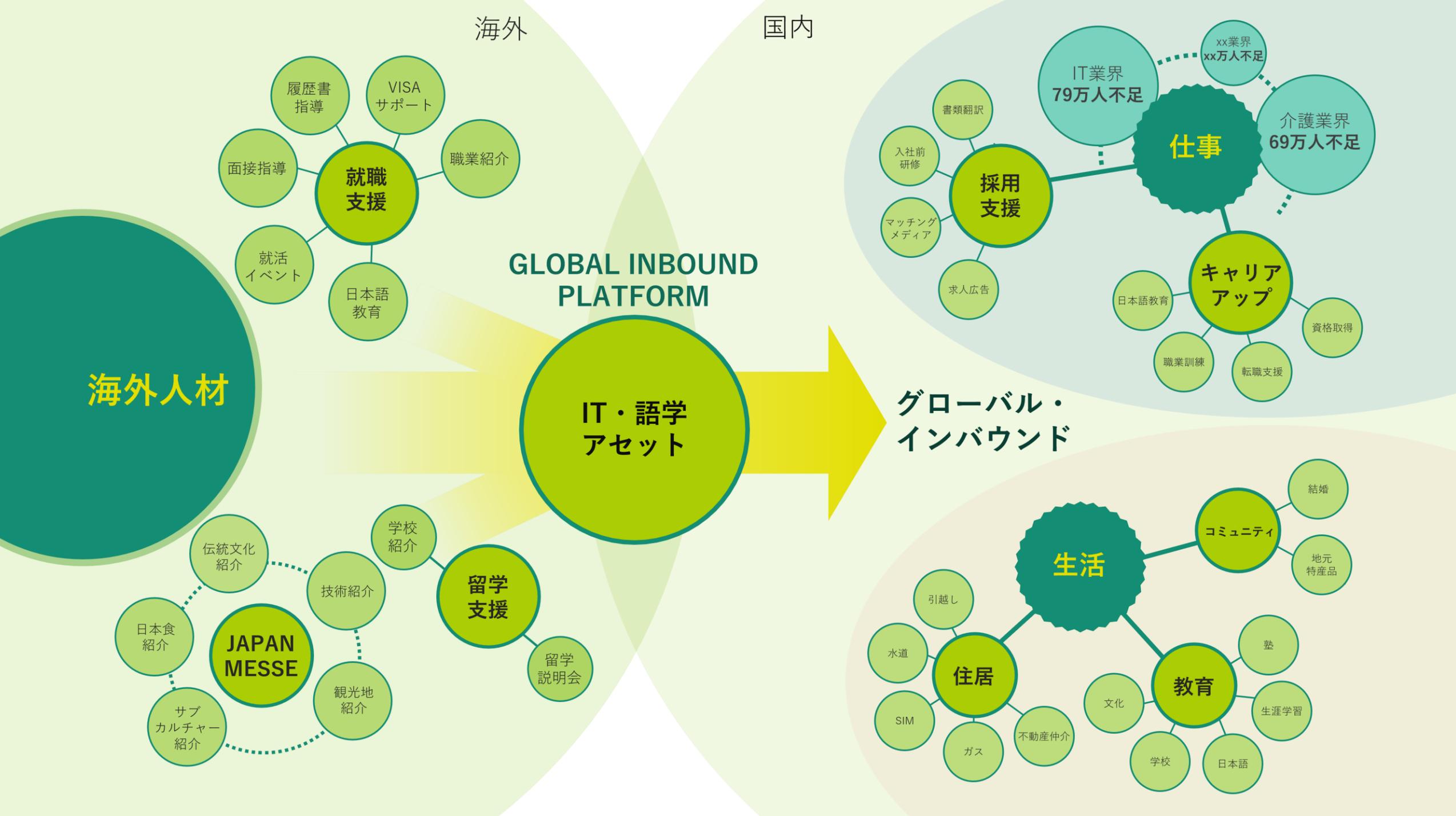
**M&Aした介護施設を
全研ケアが運営**



 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



● 見直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直し、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/>