



●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

2023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
 - 04 中期成長戦略
 - 05 トピックス
 - 06 認識するリスク及び対応策
- Appendix



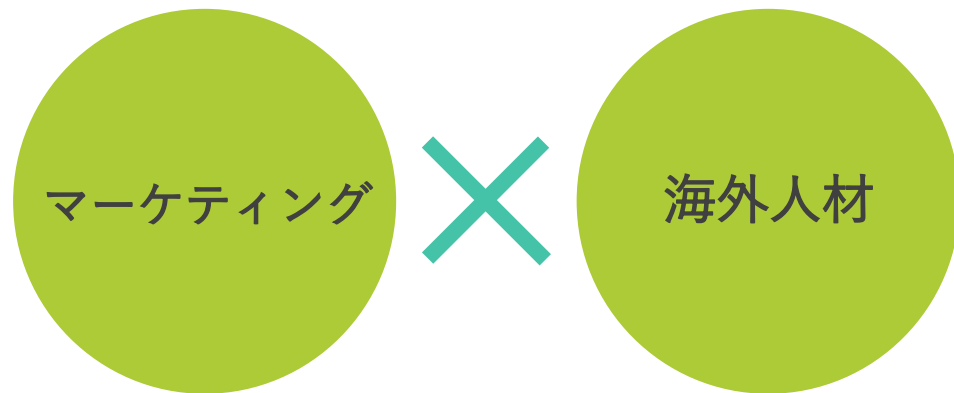
01 会社概要

- 会社概要
- ビジョン
- 事業の変遷
- 事業セグメント
- 事業の概要
- 業績の概要
- 業績の推移

● 会社概要

● Zenken

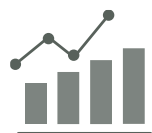
マーケティングと海外人材に係る
様々なソリューションを通じて
社会課題の解決に貢献することを目指しています



会社名	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)
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	437百万円
上場市場	東京証券取引所グロース市場(7371)
従業員数	467名(2023年6月末他、臨時雇用者数81名)
事業内容	コンテンツマーケティング事業、メディア事業 法人向け語学研修、留学斡旋、日本語教育事業 不動産賃貸事業
連結子会社	全研ケア株式会社(出資比率100%)
役員構成	取締役6名、常勤監査役1名、監査役2名

「そこにはない未来を創る」

日本の“生産年齢人口減”に対する様々なソリューションを提供しています。



WEBマーケティング
による集客支援



グローバル人材育成
のための語学教育



人材不足企業の
採用支援

● 事業の変遷

- 1975年に教育学習事業会社として創業し、時流に合わせて業態を変化させ、2021年に上場を果たす
- 現在は主力であるコンテンツマーケティング事業を軸として、成長が見込まれる海外人材事業に注力中

1975

語学教室展開・
学習教材の出版など
生涯教育文化事業から
スタート

教育学習
事業会社として創業

2000

「IT」×「語学」の
融合から SEO を軸と
した IT 事業に注力

IT事業スタート

2005

【主力事業】

集客メディアを手掛ける
コンテンツマーケティング
事業を開始

海外IT人材事業
スタート

2018

「IT」×「語学」を
発展させ、
海外IT人材事業に着手

2021

東証マザーズ
上場

2022

海外介護人材事業
を開始

※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

事業セグメント

■ IT、語学、不動産の3セグメントで事業を展開し、様々なソリューションを提供

IT セグメント

主力事業

- ニッチな市場における専門性の高い集客メディアを制作・運用するコンテンツマーケティング事業

マーケティングコンサルタント

クライアントに最適な市場の
ポジショニングをコンサル

SEOプランナー

検索アルゴリズムを熟知し
SEO戦略を立案

ライター

多様な業種・業界に対応する
ライティングスキル



編集者

ユーザーの態度変容を促す
専門的な編集業務

リーガルチェック

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



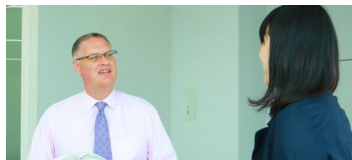
成長事業

- 海外IT人材の紹介・教育事業



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



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」を運営

● 事業の概要① ITセグメントにおける事業展開

- 多様な業種・業界へWEBマーケティング戦略を提案、自社で専門性の高い集客メディアを制作・運用し、集客支援を実施
- 成長事業として、ITの分野における海外人材の紹介、定着サポートを行う事業も手掛けている

コンテンツマーケティング事業

- ニッチな市場におけるWEBの集客メディア制作を手掛けるコンテンツマーケティング

RC住宅 専門 緩衝材製造機 専門 インビザライン 専門



ニッチトップの
メディア制作・運用
No.1を目指す

メディア事業

- 自社でWEB集客メディアや採用メディアポータルを運営



コンテンツ制作の
クオリティを追求

メディア事業(海外IT人材事業)

- 日本の生産年齢人口の減少を見据えて、海外IT人材の紹介事業を実施

ジャパン 採用プラットフォーム
キャリアセンター 「Yaaay」



祖業の教育を活かして
海外人材の日本への
受入・定着をサポート

● 事業の概要② 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し、現在は、法人向け語学研修、海外留学斡旋、日本語学校の運営などを実施
- ITセグメントにおける海外人材事業と、語学教育や大学開拓ノウハウ等においてシナジー効果を発揮

法人向け語学研修

- TOEIC対策講座やビジネス英語講座などを中心とした企業向け講師派遣
- 中学高校向けマンツーマンのオンライン英会話講座を提供

Language 45th Anniversary

Language Speak
オンライン英会話 リンゲージスピーク

Language Speak for School
オンライン英会話 リンゲージスピーク for School

創業時から培った
語学教育ノウハウを
活かして事業を実施

海外留学斡旋

- 海外高校、大学への留学斡旋
- アメリカ大学奨学金プログラムのアジア総代理店を担う



グローバルスタディ海外留学センター
Global Study

中学留学高校留学専門
AISE国際交流センター
Academic Intercultural Student Exchange

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

日本語教育

- 文部科学省の認可を受けて新宿に日本語学校を開校・運営



リンゲージ日本語学校
Language Japanese Language School

外国人の日本語・文化教育
に貢献し、海外人材事業
とシナジー効果を発揮

● 事業の概要③ 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

不動産賃貸事業



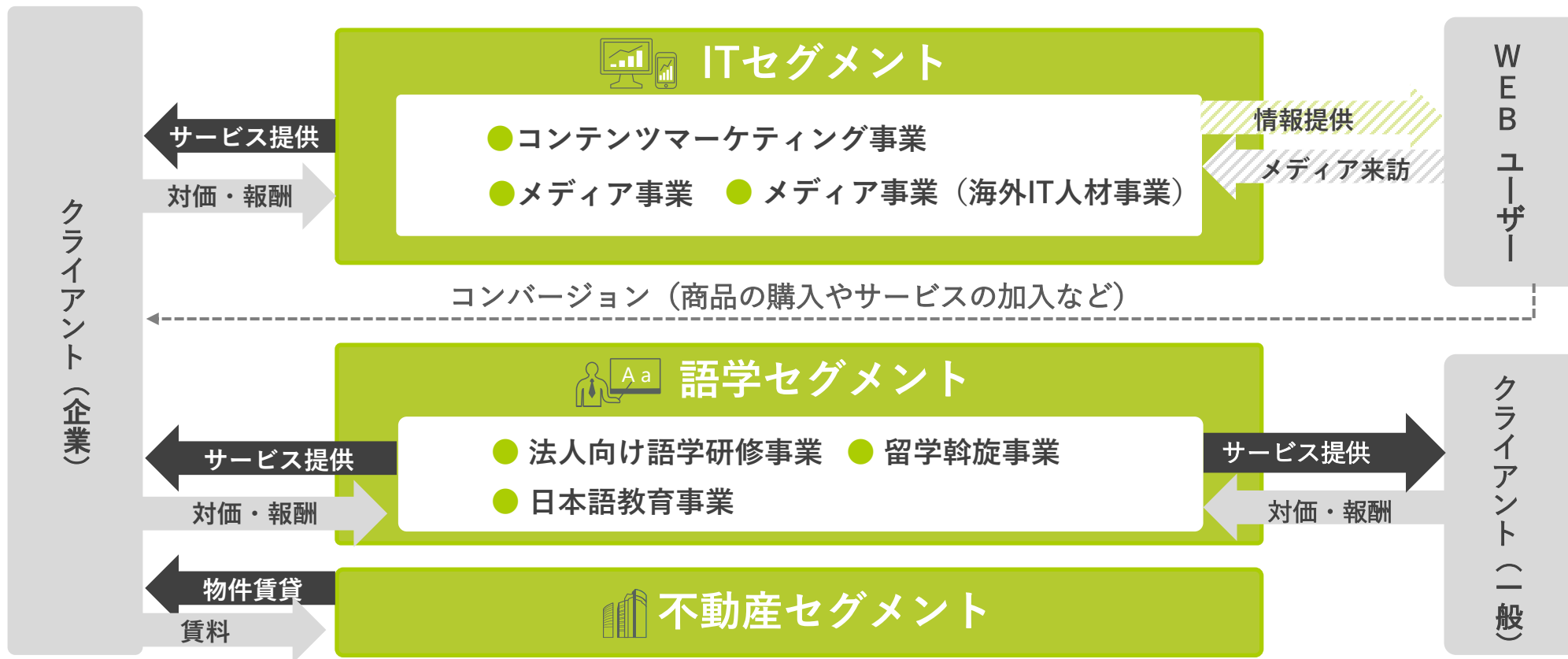
- 「全研プラザ」
1階～10階の計764坪を一棟貸出
➡稼働率100%
- 「Zenken Plaza II」
1フロア約50坪、10フロア貸出可能 計474坪
➡稼働率100%

※2023年8月末時点



● 事業の概要④ 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

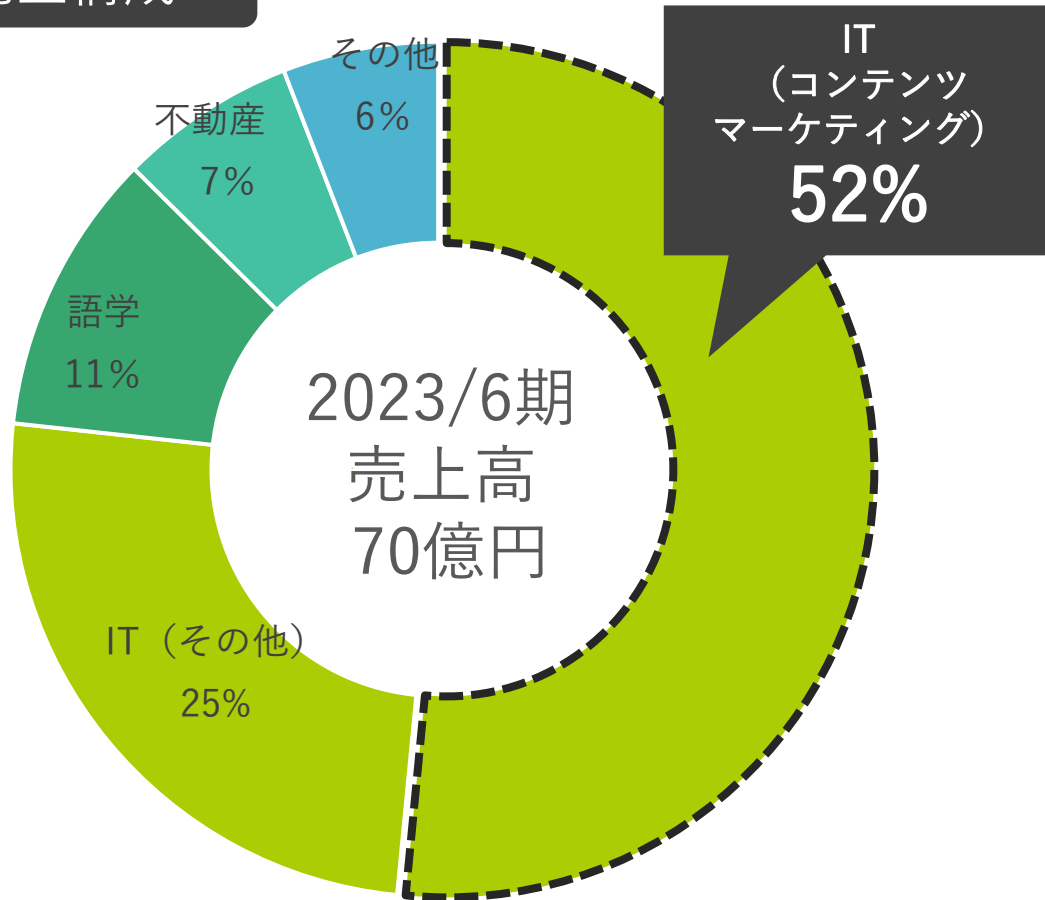


業績の概要① 事業ポートフォリオ構成

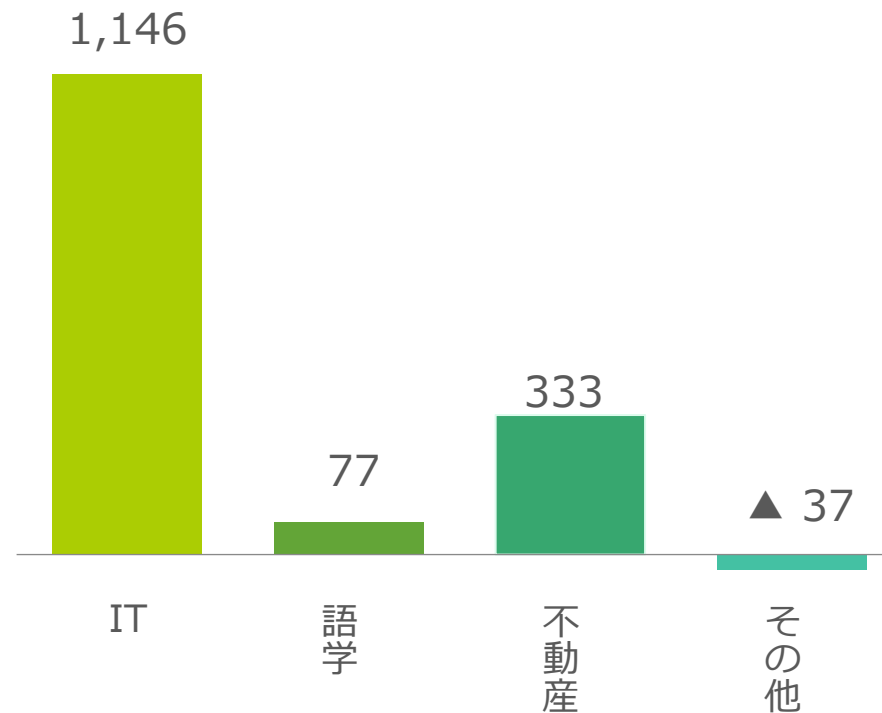
■売上構成は、ITセグメントが77%、コンテンツマーケティング事業が全体の52%を占める

■セグメント別利益においては、ITセグメントが75%を占める

売上構成



セグメント別利益



業績の概要② 2023年6月期決算の概要

■ 2023年6月期は、減収減益にて着地

■ AI事業を営む連結子会社であったサイシードで手掛けていた新型コロナウイルスワクチン接種専用予約管理システムの売上減少が影響

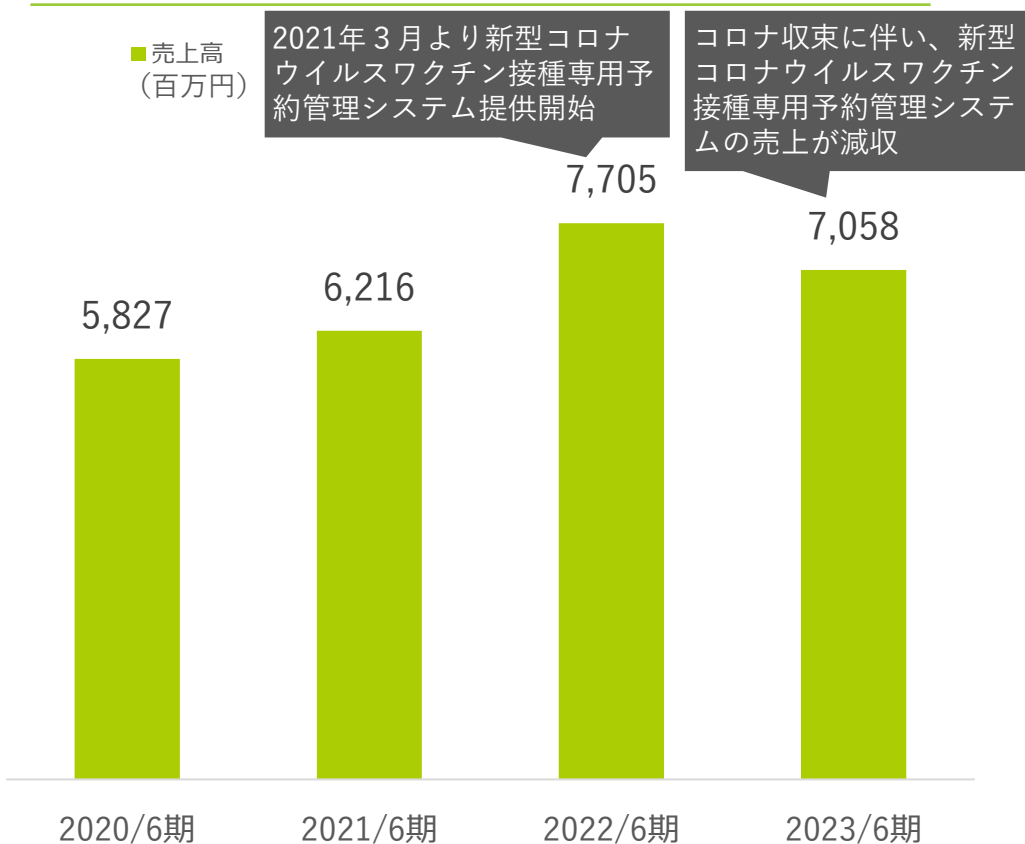
■ 減益は、減収に加え、コンテンツマーケティング事業の外注費（+280百万円）や人件費（+253百万円）等の増加が主な要因

	実績	前期比	要因
売上高	7,058百万円	▲8.4%	・新型コロナウイルスワクチン接種専用予約管理システムの売上減少 ・サイシードの全株式を譲渡したことに伴い、4Qにて連結範囲から除外
営業利益	856百万円	▲63.4%	・外注費の増加（有料広告費増） ・人件費の増加
営業利益率	12.1%	▲18.2pt	・上記要因にて利益率悪化

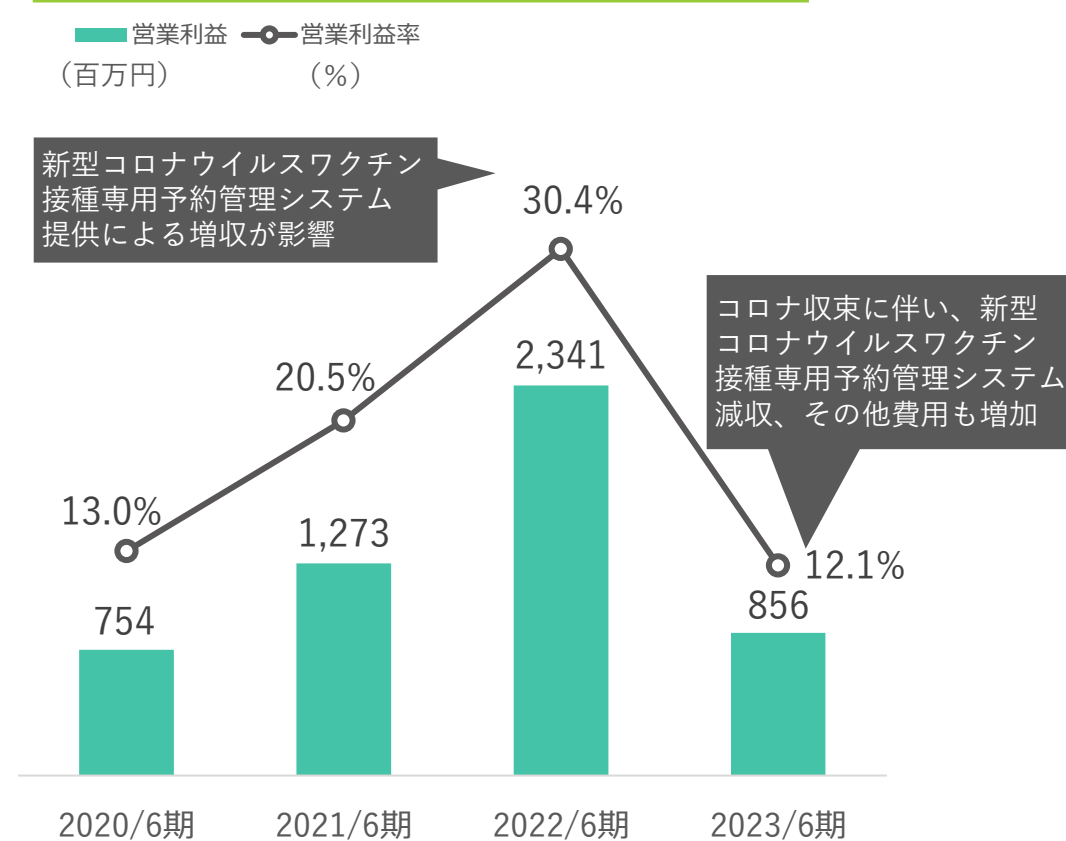
業績の推移① 売上高・営業利益・営業利益率の推移

- 主力のITセグメントは、新型コロナウイルスワクチン接種専用予約管理システムの売上減少（▲860百万円）により減収
- 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（+280百万円）や人件費（+253百万円）等の増加が主な要因

売上高の推移



営業利益・営業利益率の推移

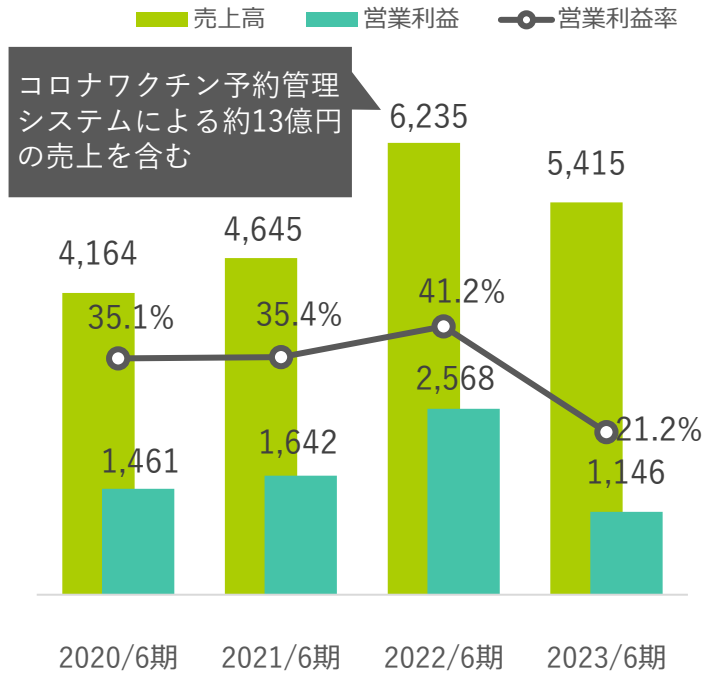


業績の推移② セグメント別売上高・営業利益・営業利益率の推移

■ 各セグメントの推移は以下のとおり

ITセグメントの推移

(百万円)

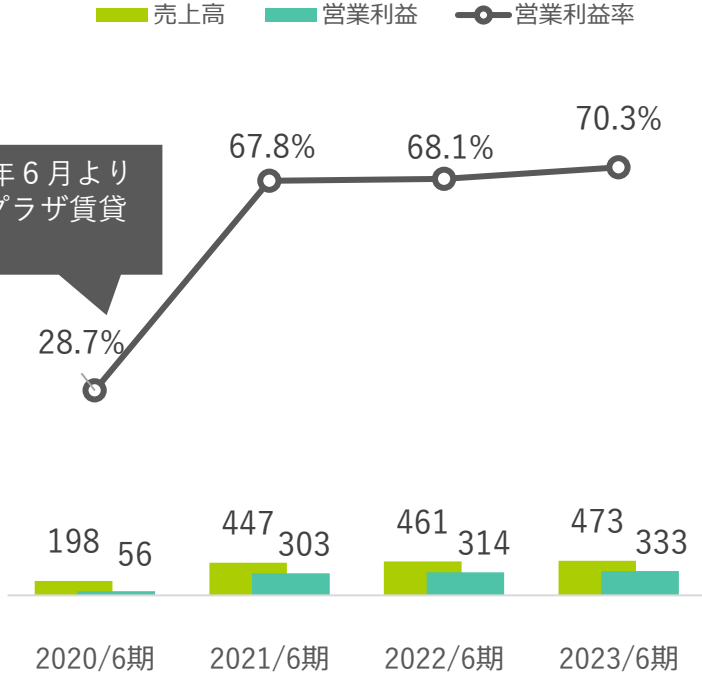


コロナワクチン予約管理システムによる約13億円の売上を含む

事業構造改革により黒字転換

不動産セグメントの推移

(百万円)



2020年6月より全研プラザ賃貸開始

2023/6期当初見通しとの差分

- 2022/8月に開示した2023/6期当初見通し(売上高6,307百万円、営業利益1,373百万円、営業利益率21.8%)に対し、2023/6期はいずれの項目も下振れにて着地。
- コロナ収束に伴い、新型コロナウイルスワクチン接種専用予約管理システムが減収となったことが主な要因。
- また、コンテンツマーケティング事業の外注費・人件費等のコストが増加したことも利益を押し下げた。

- 2022/8月に開示した2023/6期当初見通し(売上高779百万円、営業利益131百万円、営業利益率16.8%)に対し、2023/6期はいずれの項目も下振れにて着地。
- 前期比で増収増益となるも、当初想定していた見通まで好調に受注が推移しなかったもの。

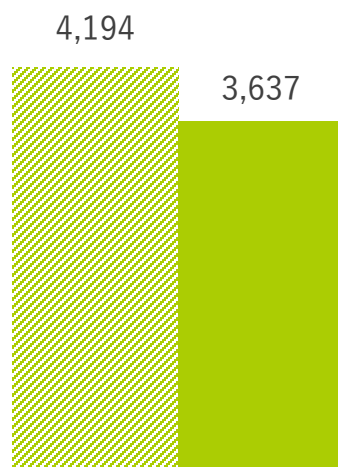
- 2022/8月に開示した2023/6期当初見通し(売上高464百万円、営業利益306百万円、営業利益率66.0%)に対し、2023/6期はいずれの項目も上振れにて着地。
- 賃貸用不動産の稼働率が100%で推移し、堅調に推移。

業績の推移③ ITセグメントの事業別の売上高（見通し比）

■ 2022年8月に開示済みの2023年6月期見通しに対する着地は以下のとおり

コンテンツマーケティング事業

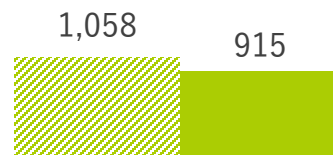
(百万円)



2023/6期 2023/6期
見通し 実績

メディア事業

(百万円)

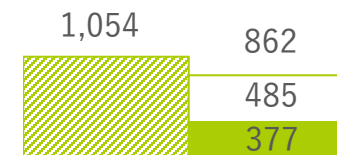


2023/6期 2023/6期
見通し 実績

AI事業

(百万円)

■ 新型コロナウイルス接種専用予約
管理システムの売上高



2023/6期 2023/6期
見通し 実績

2023/6期
当初見通し
との差分

• 新型コロナウイルスの感染症の感染拡大を受け、展示会等で集客を行っていたBtoBの業種に注力するも、夏場において受注が思わしくなかった影響が大きく、秋以降、一定の回復が見られたものの、解約等の影響もあり、当初想定まで売上が届かなかったもの。

• 海外IT人材事業を中心に推進し、業績は概ね当初見通し通りに推移。

• AI事業を主として手掛けていたサイシードの全株式を譲渡したことにより、4Qより連結除外した影響。
• チャットボット事業等の不振も影響。

● 業績の推移④ 2023年6月期売上高・営業利益の業績予想比

- 2022年8月に開示した通期業績予想に対し、売上高・営業利益の達成率はいずれも下回る
- 2023年5月に通期業績修正予想を開示。修正済みの予想に対しては、若干の上振れで着地

当初業績
予想に対
する進捗

	通期業績予想 (2022年8月12日開示)	2023年6月期 実績	当初業績予想比 (達成率)
売上高	8,048百万円	7,058百万円	87.6%
営業利益	1,227百万円	856百万円	69.7%

以下の理由にて、2023年5月23日に通期業績予想の修正を実施

- ①コンテンツマーケティング事業における予算対比での業績下振れ影響
- ②株式会社サイシードの全株式の譲渡に伴い、4Qより連結除外した影響

業績修正
予想に対
する進捗

	業績修正予想 (2023年5月23日開示)	2023年6月期 実績	業績修正予想比 (達成率)
売上高	6,870百万円	7,058百万円	102.7%
営業利益	810百万円	856百万円	105.8%



02 事業環境・主力事業の特徴・強み

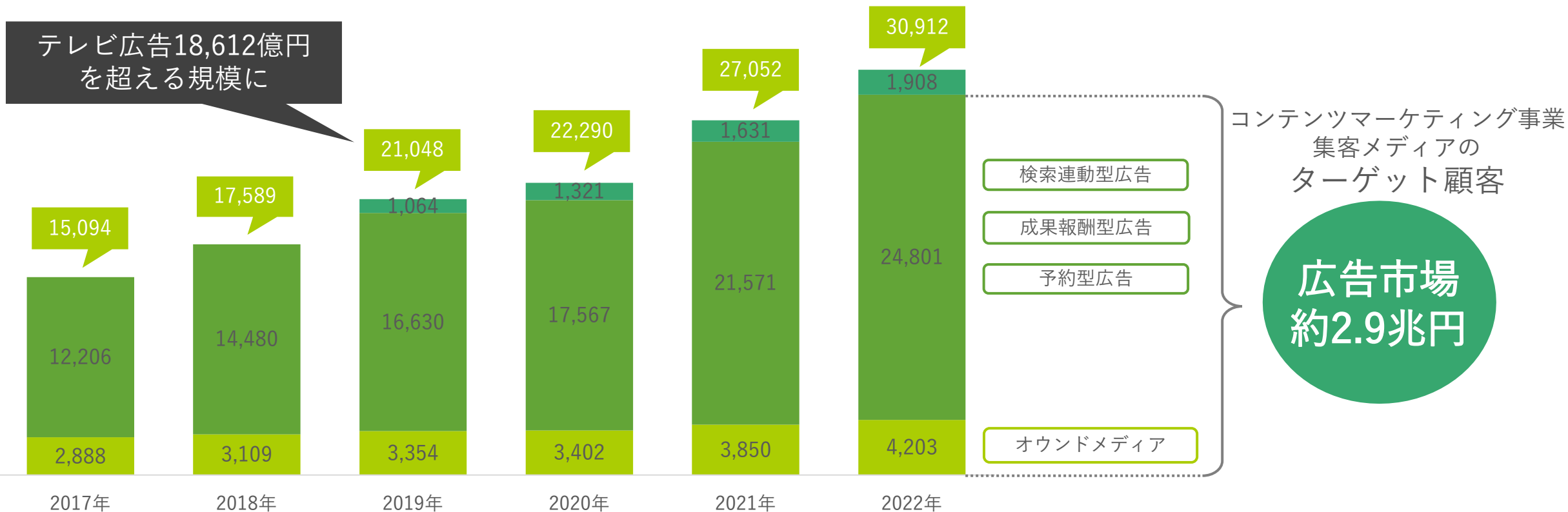
- 事業環境
- 主力事業の特徴
- 主力事業の強み
- 主な指標

● 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。2022年にはインターネット広告費は総広告費の4割を超え、今後も成長が見込まれる
- コンテンツマーケティング事業における集客メディアのターゲットとなりうる広告市場は足元約2.9兆円の規模まで拡大
- 未開拓領域は数多くあり、顧客の細かいニーズを取り込むことで着実に成長を遂げることを目指す

インターネット広告市場の推移

(億円) (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



(出所) 電通「日本の広告費」2017年～2022年

事業環境② 語学セグメント・不動産セグメント

- 政府の後押しによる、リスキング機運の高まりや、留学生増加方針は語学セグメントにおける事業推進の追い風
- 「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

リスキング機運の高まり

2023年6月16日に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針2023」において、「リ・スキリングによる能力向上支援」が重点施策の一つとして盛り込まれる



英会話も含めて学び直しに対する意欲向上へ

(出所) 内閣府HPより抜粋

留学生増加に向けた政府後押し

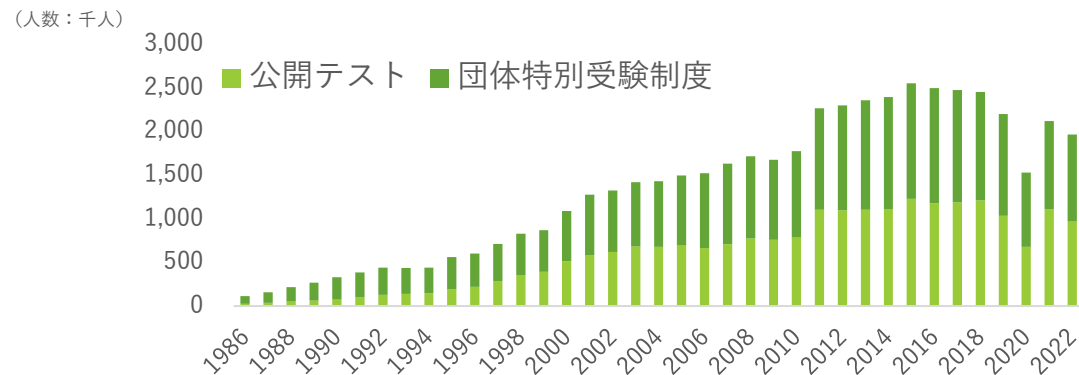
第6回教育未来創造会議にて、政府が取り纏めた第2次提言「未来を創造する若者の留学促進イニシアティブ」(略称「J-MIRAI」)の中で、2033年までに日本人の海外留学生を50万人(コロナ前22.2万人)に増やすなどの施策が盛り込まれる



日本人の海外留学が更に活性化見込

(出所) 内閣官房HPより抜粋

TOEIC Listening & Reading Test 受験者数の推移



(出所) (財)国際ビジネスコミュニケーション協会

不動産セグメント - 近隣の不動産市況

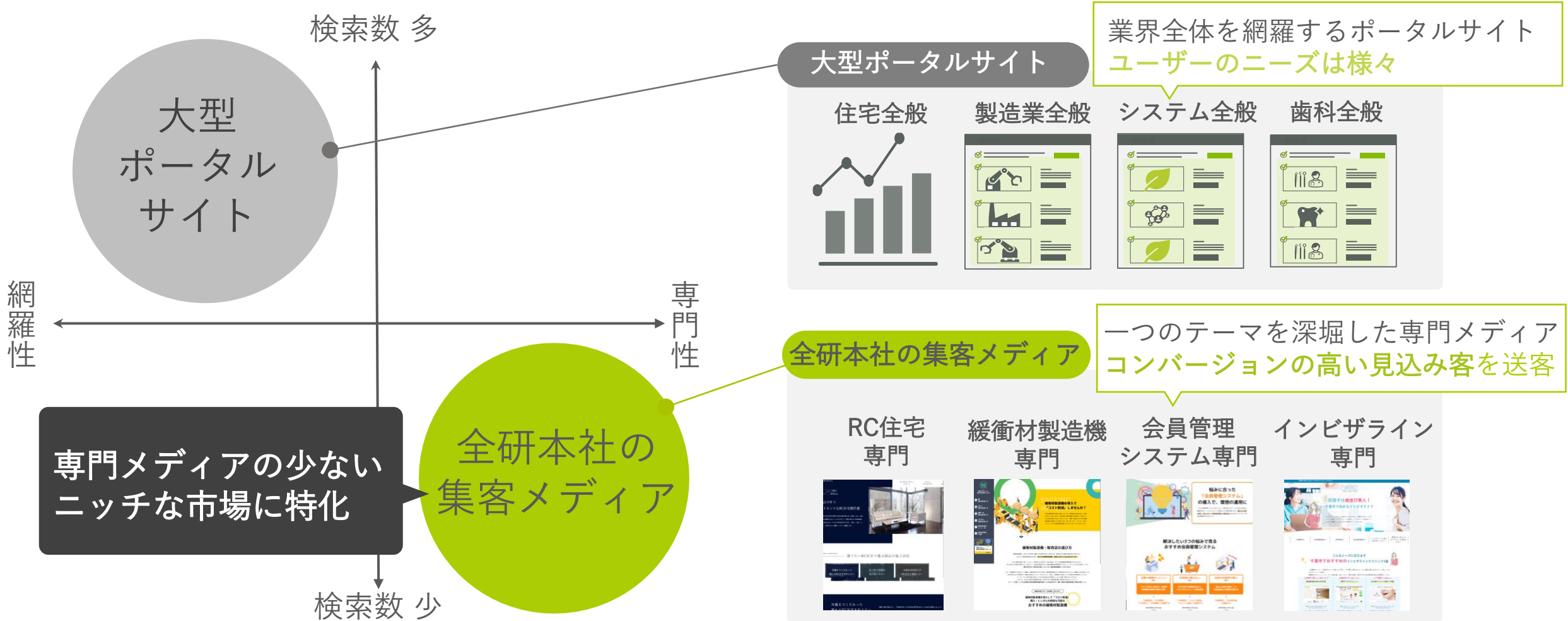


エリア	賃料 (坪単価)
西新宿	30,400円
新宿・御苑	24,600円
四谷・市ヶ谷	17,029円
高田馬場・早稲田	17,800円
大久保・歌舞伎町	19,296円

※当社調べ (2023年8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
- ニッチな市場で専門性の高いメディアを制作し、コンバージョン*の高い見込み客を送客することで大型ポータルサイトと差別化



*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

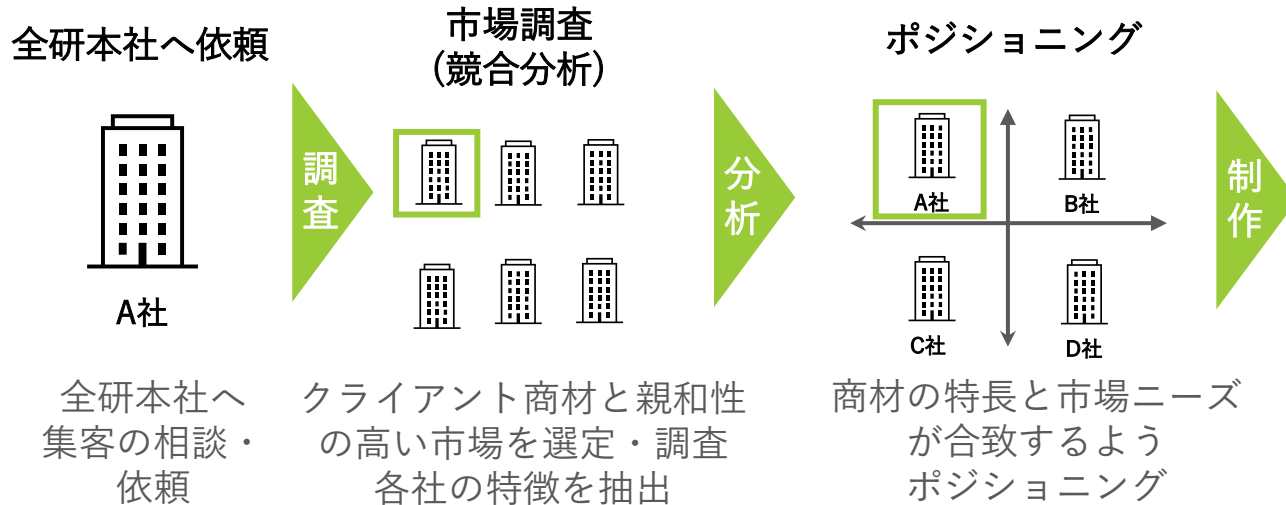
■ 徹底した競合分析により、クライアントの特長や強みを明確化

■ 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

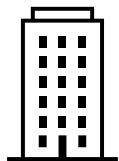
全研本社・専門メディア

大型ポータルサイト

企業



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

ユーザー



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



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…

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

ポータルサイトに掲載



閲覧

網羅性を重視
掲載順は広告費や申込順による

● 主力事業の強み① バリューチェーンと収益モデル

■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

専門性の高い集客メディアを制作するための、一気通貫のバリューチェーンを構築

市場調査・
戦略策定



マーケター
コンサルタント

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

制作(編集)



SEOプランナー
編集者・ライター

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

制作
(デザイン)



UI/UXプランナー
デザイナー

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

品質管理・
リーガルチェック



品質管理チーム
法規チェックチーム

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

運用



運用専門チーム

複数の集客チャネルを組み合わせて、顧客の成果創出を実現

制作費



月額運用費
(リカーリングモデル)

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

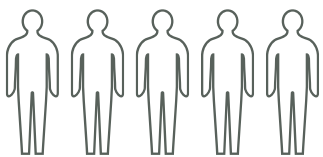
● 主力事業の強み② コンテンツ制作力

- 大量のライターをフル活用し、年間280件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（取り扱い業種は約100業界）

制作・運用 人員数

専門性の高いメディアを制作、運用

合計**1,471**名



内部ディレクター

175名



外部ライター

1,296名

(2023年6月末時点)

ニッチな市場に特化した
専門性の高いメディアを
多数展開を可能に

これまで

8,000メディア

以上を制作

● 主力事業の強み③ 集客メディアの構成

事例 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、
成約可能性の高い見込み客を送客可能

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。

緩衝材製造機の導入で「コスト削減」しませんか？

緩衝材製造機・販売店の選び方

緩衝材製造機は、2万円〜70万円と金額に大きな差があり、個人向けか、業者向けかで価格と性能に違いがあります。そのため、緩衝材製造機を選ぶ時は、**あなたの事業形態・用途から考えてみるのがおススメ!**

個人向け (個人の方・個人商店) ... 業者向け (法人の方・個人商店) ...

知識ページ等、
 記事を多数掲載

TOPICS 緩衝材の豆知識

- 緩衝材は種類ある？
- 緩衝材の選び方
- 緩衝材の活用事例

クライアントの
 広告を掲示

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]

CHECK >

複数社の深掘情報を並列掲載

<p>軽量梱包向け</p> <p>NUEVOPAK X-FILLX-FILL MM スタンドタイプ</p> <p>持ち運びがOK！手動で手軽に生産 卓上・床置きどちらも可</p> <p>1mm</p>	<p>軽量梱包向け</p> <p>エア緩衝材製造機 Air-5</p> <p>最大10分で製造可能！ 環境配慮型バイオフィルムを採用</p> <p>フィルム 3mm</p>	<p>電子部品・精密機器向け</p> <p>バッグライト-BAGRITE (ウレタン・袋タイプ)</p> <p>軽くて緩衝力の高い包装材料 自動圧力センサー搭載</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

● 主力事業の強み④ ニッチな市場に特化（「キャククル」掲載メディア一覧）

■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

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

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

医療

電子薬歴
健康管理システム
リハビリ管理システム

製造

微細加工
フィルム プレス加工
エッチング加工

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

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

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

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

害虫・害獣駆除

鳩駆除 大阪
シロアリ駆除 広島

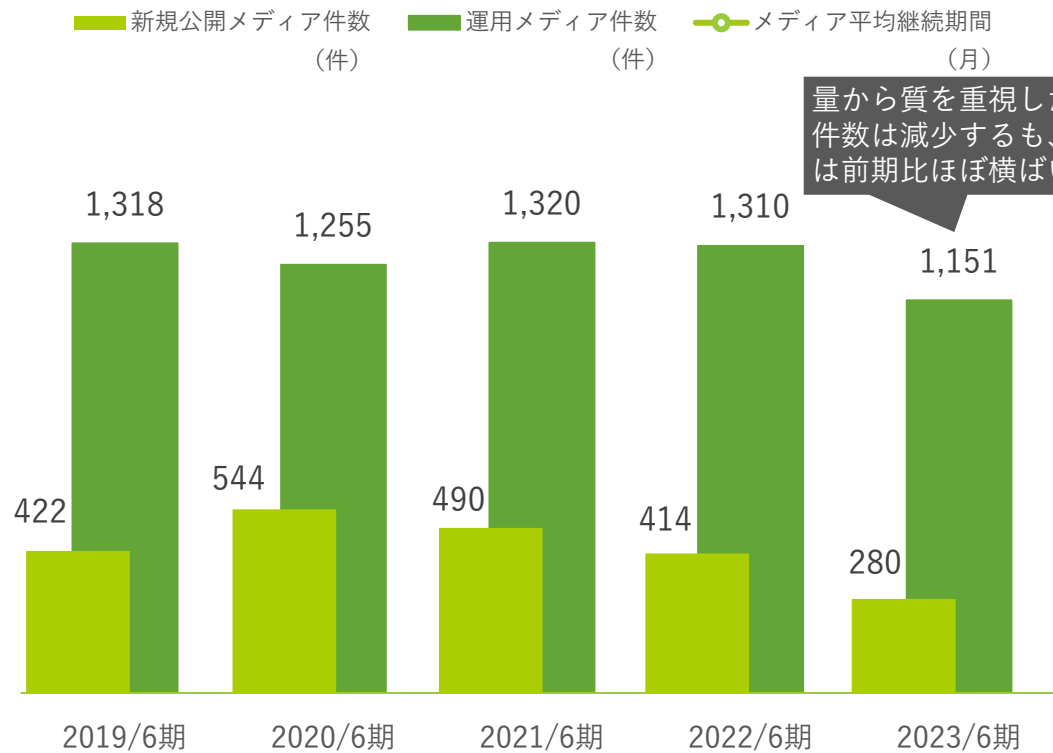
etc...



● 主な指標①

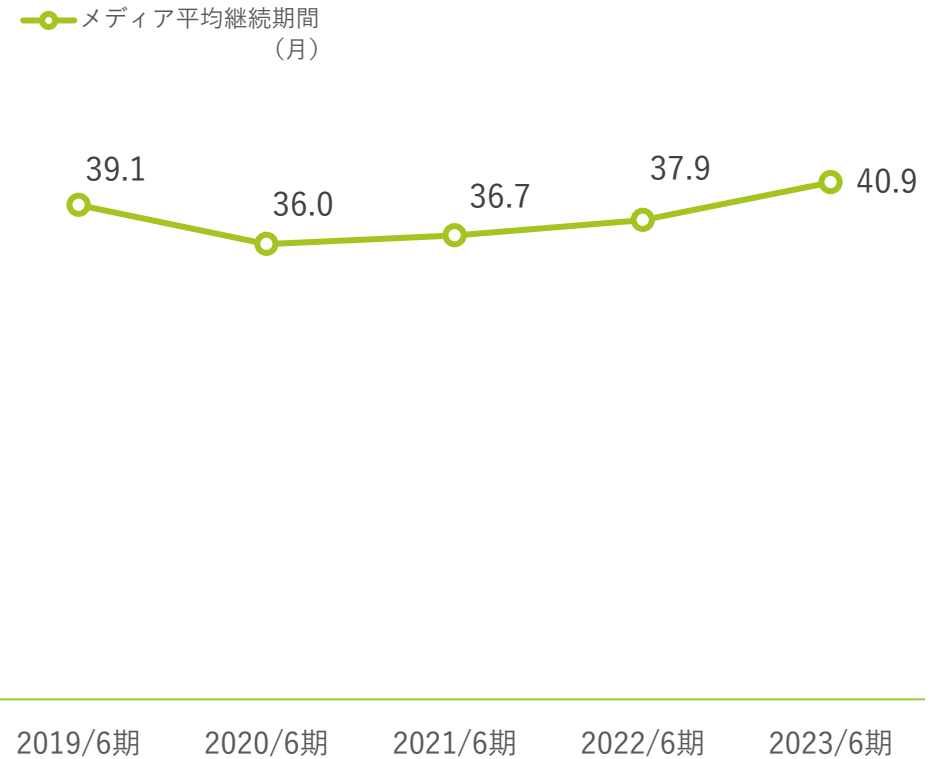
■ 運用メディア件数は減少するも、単価の高いBtoBの業種へのアプローチを強化しており、売上高は前期比ほぼ横ばいで推移

[年度推移] メディア件数および平均継続期間



量から質を重視した結果、件数は減少するも、売上高は前期比ほぼ横ばいで推移

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

2023/6期当初見通しとの差分

- 2022/8月に開示した2023/6期当初見通し(新規公開メディア数579件、運用メディア数1,486件)に対し、2023/6期はいずれも下振れで着地。
- 量から質を重視し、小型メディアの制作・運用から、専門性が高く、単価の高い中型・大型メディアの制作・運用に注力したことが影響。
- この結果、件数自体は減少するも、売上高は前期比ほぼ横ばいで着地。

2023/6期当初見通しとの差分

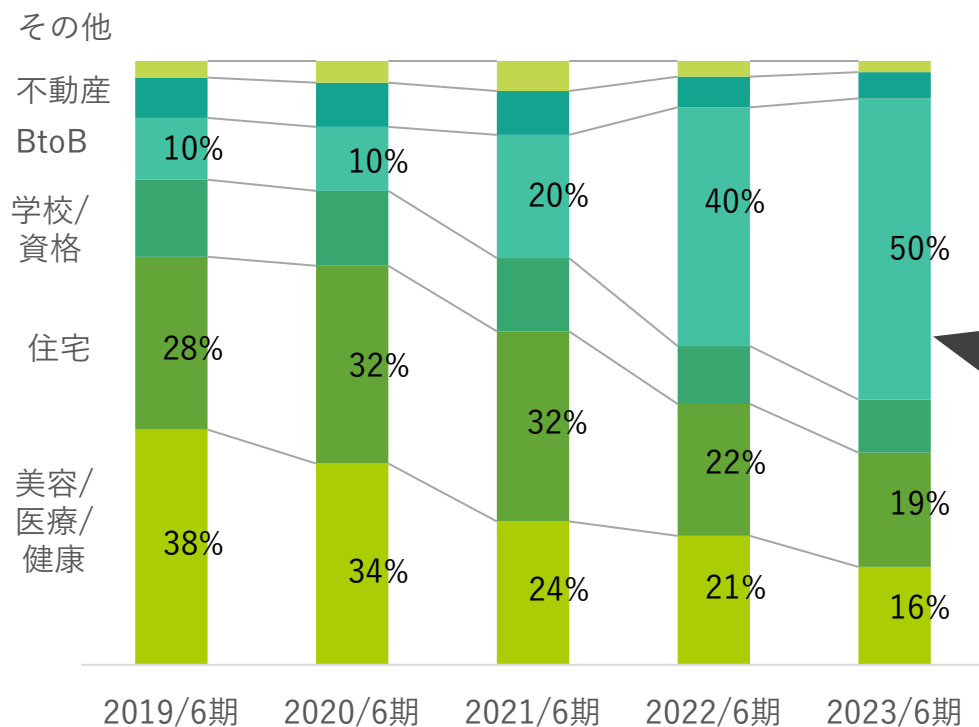
- 2022/8月に開示した2023/6期当初見通し(メディア平均継続期間38.0カ月)に対し、継続期間は伸長。
- メディア平均継続期間は運用専門チームの取り組みおよび新規公開メディア件数の減少にともない、伸長したものの。

● 主な指標②

■単価が高く、WEBによる集客へのニーズが旺盛なBtoBの業種に引き続き戦力集中

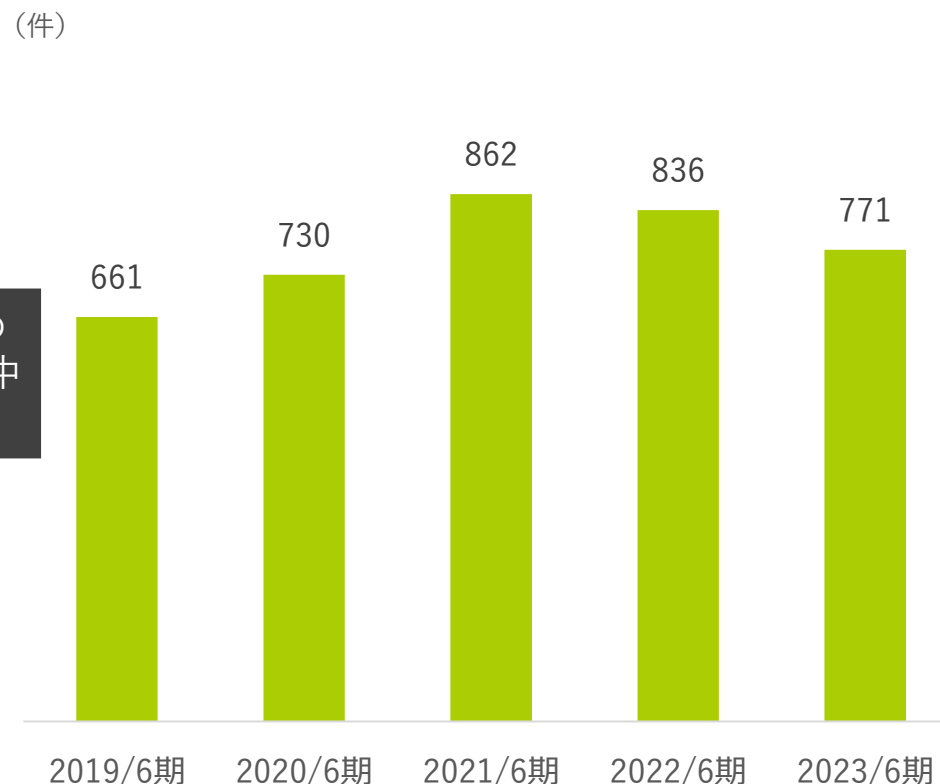
■取引先数は減少（前期比▲8%）するも、量から質への営業戦略への転換を行った結果、売上高は前期比ほぼ横ばいで推移

主要メディアの業種別内訳の推移



好調なBtoBの業種へ戦力集中し比率増加

取引先数の推移



※ 上位10業種の推移



03 業績見通し

- 2024年6月期決算の見通し
- セグメント別の見通し
- 主力事業の指標

● 2024年6月期決算の見通し①

■ 売上高は前期比▲658百万円の減収、営業利益も前期比▲136百万円の減益を見込む

■ 2023年6月期に連結子会社であったサイシードの全株式を譲渡したことに伴い、同社で手掛けていた新型コロナウイルスワクチン接種専用予約管理システムの売上減少や、成長投資によるコスト増加見通しが主な要因

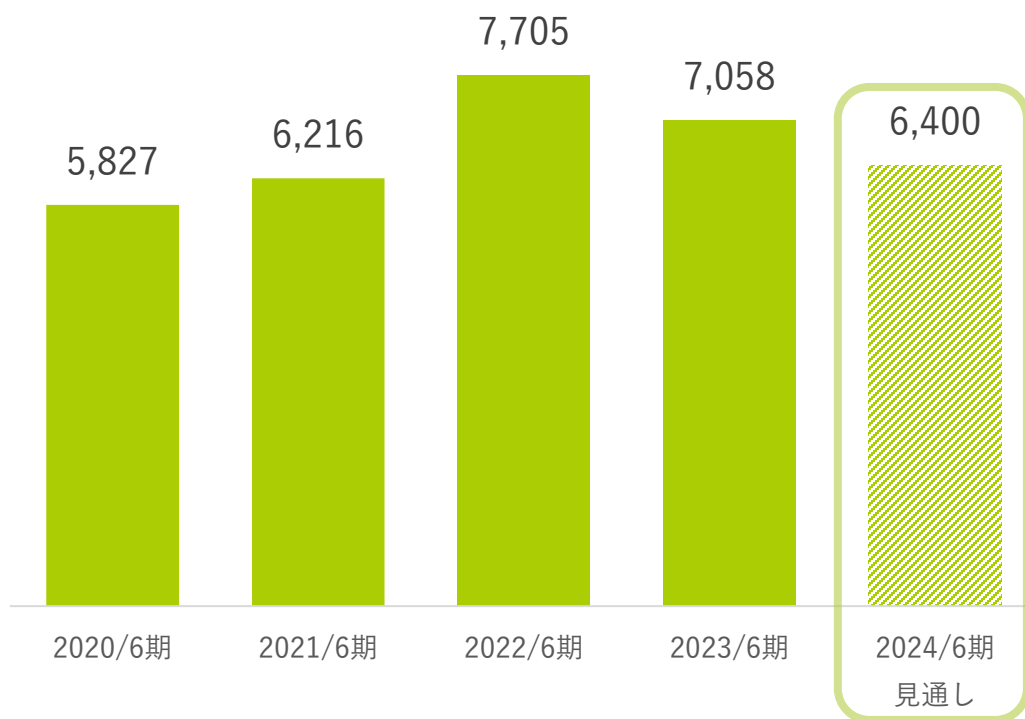
	実績	前期比	要因
売上高	6,400百万円	▲9.3%	・サイシードの全株式の譲渡に伴い、同社で手掛けていた新型コロナウイルスワクチン接種専用予約管理システムの売上減少
営業利益	720百万円	▲16.0%	・成長事業の先行投資の継続によるコスト増加を見込む
営業利益率	11.2%	▲0.9pt	・成長事業の先行投資により、利益率は若干マイナス見通し

2024年6月期決算の見通し②

- サイシードの全株式を譲渡したことに伴い、減収減益の見込み
- コンテンツマーケティング事業及び海外人材事業の人的資本への投資を継続し、営業利益率は横ばい

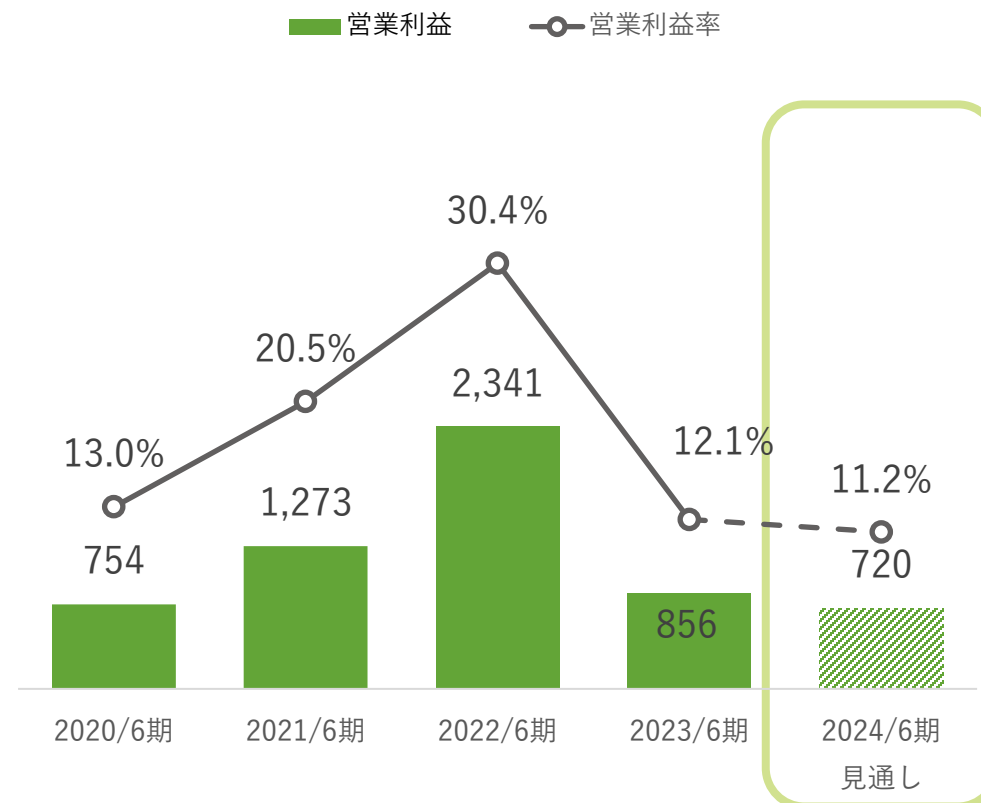
売上高の推移

(百万円)



営業利益・営業利益率の推移

(百万円)

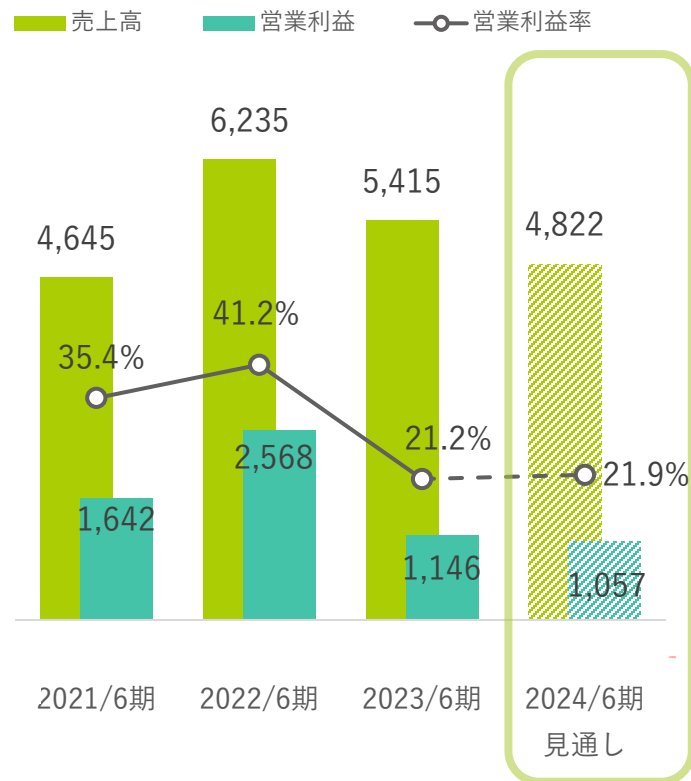


● セグメント別の見通し

- ITセグメントはサイシードの全株式を譲渡したことに伴い、減収減益の見込み
- 語学セグメントは縮小均衡
- 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

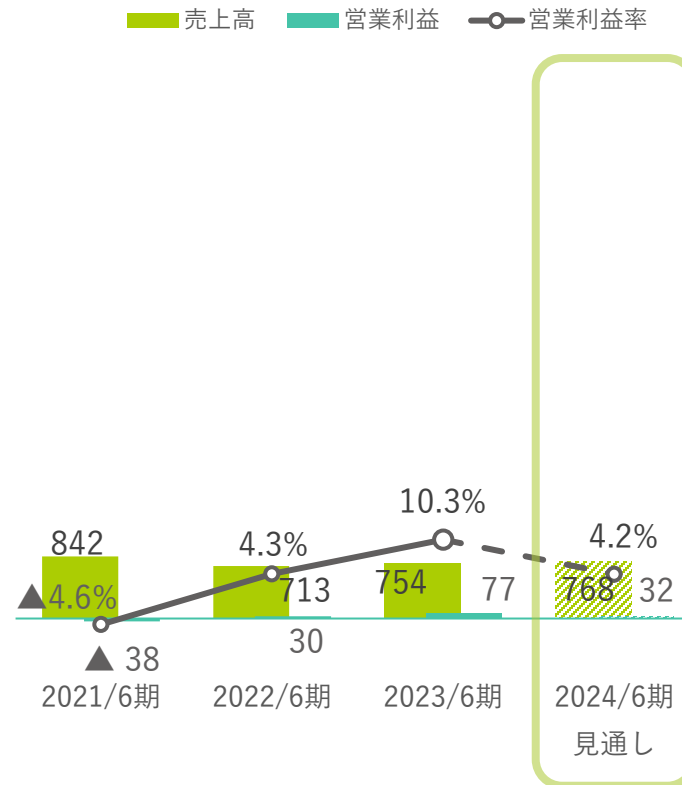
ITセグメントの推移

(百万円)



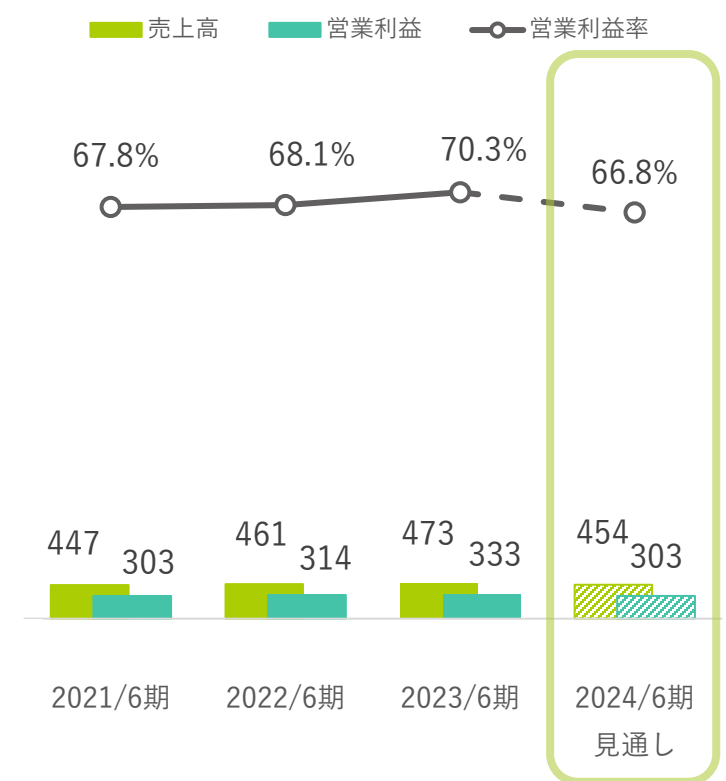
語学セグメントの推移

(百万円)



不動産セグメントの推移

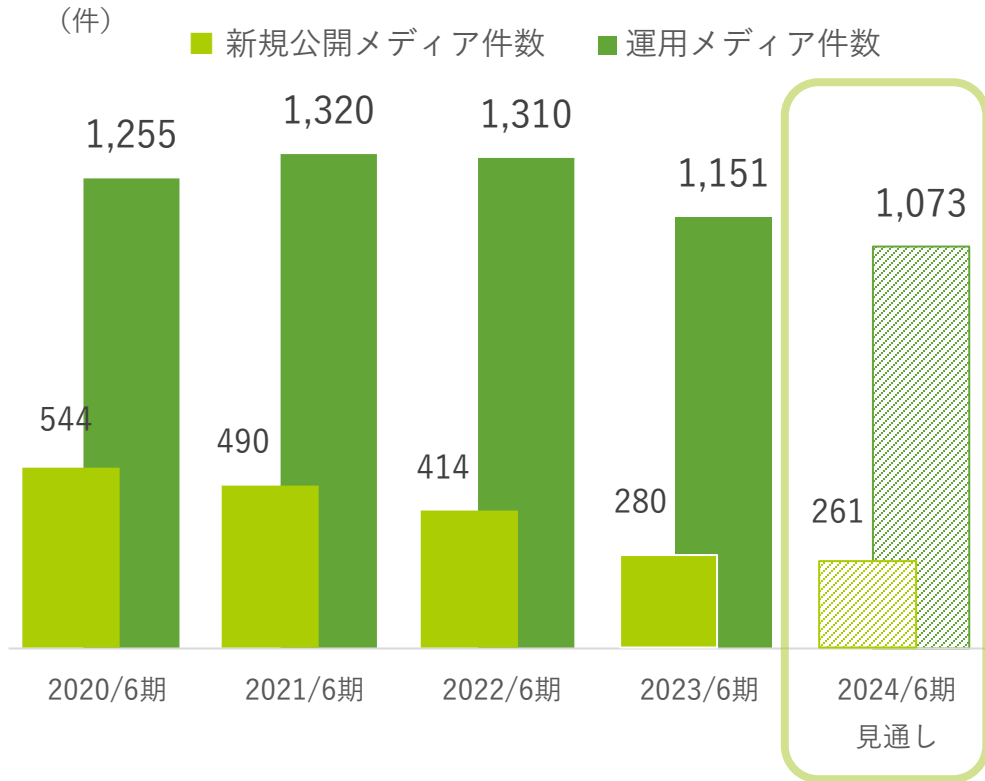
(百万円)



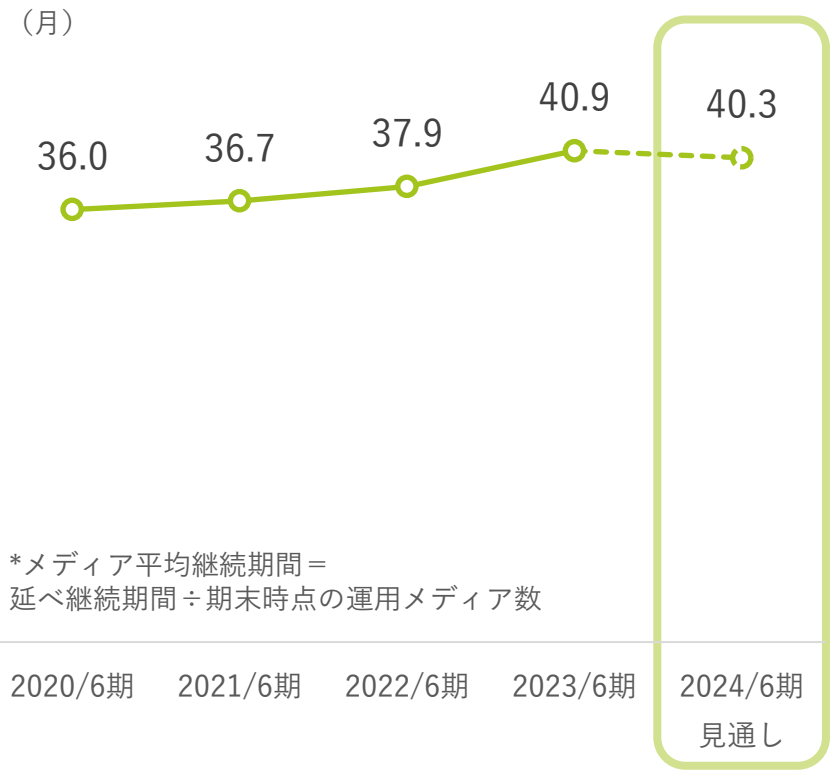
● 主力事業の指標

- 小型メディアからBtoBの業種を中心とする中型以上のメディアの制作に注力するため、新規公開・運用メディア件数は減少見込み
- メディア平均継続期間は、40カ月を超える水準の維持を図る

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

- 2023年6月期の振り返り
- 中期成長戦略
- 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
 - ② 海外人材事業の拡大

2023年6月期の振り返り

中期成長戦略

2023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

メディア単価の向上
×
顧客数の拡大
×
メディア継続期間の長期化

- メディア単価の高いBtoBの業種の取引先開拓に注力した結果、顧客数は前期比で減少するも、平均単価が上昇し、売上は横ばいで堅調に推移
- メディア平均継続期間は運用専門チームの取り組みおよび新規公開メディア件数の減少にともない、伸長



02

海外人材事業の拡大

- 海外IT人材事業は、新卒採用市場の人材登録者数が前期比+4,514名で15,906名、内定人員は+77名で累計279名
- 中途採用（即戦力）市場の人材マッチング機会拡大のため、2022年10月にプラットフォーム「Yaaay」をリリースし、60カ国以上の国籍の人材が集まるプラットフォームに
- 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
- インド政府機関と人材紹介に関する業務提携契約を締結



● 中期成長戦略

※前回開示（2022年9月28日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」）にて掲げております中期成長戦略に変更はありませんが、サイド売却による影響から、定量目標の起点を2024年6月期からとしております。

■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（サイド売却による影響から、当該数値目標は改めて2024年6月期からの目標とする）

● 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

※前回開示（2023年9月28日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」から、「運用メディア当たり単価の向上」に掲げておりました「1顧客あたりのメディア数拡大」について、量より質を重視した営業戦略に転換したため、「1メディア当たりの単価の拡大」と変更しました。

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

■メディア単価の向上 × 顧客数の拡大 × メディア継続期間の長期化 を実現することで、さらなる成長を遂げる

特に注力

運用メディア
当たり単価の向上

×

契約顧客数の拡大

×

運用メディア
継続期間の長期化

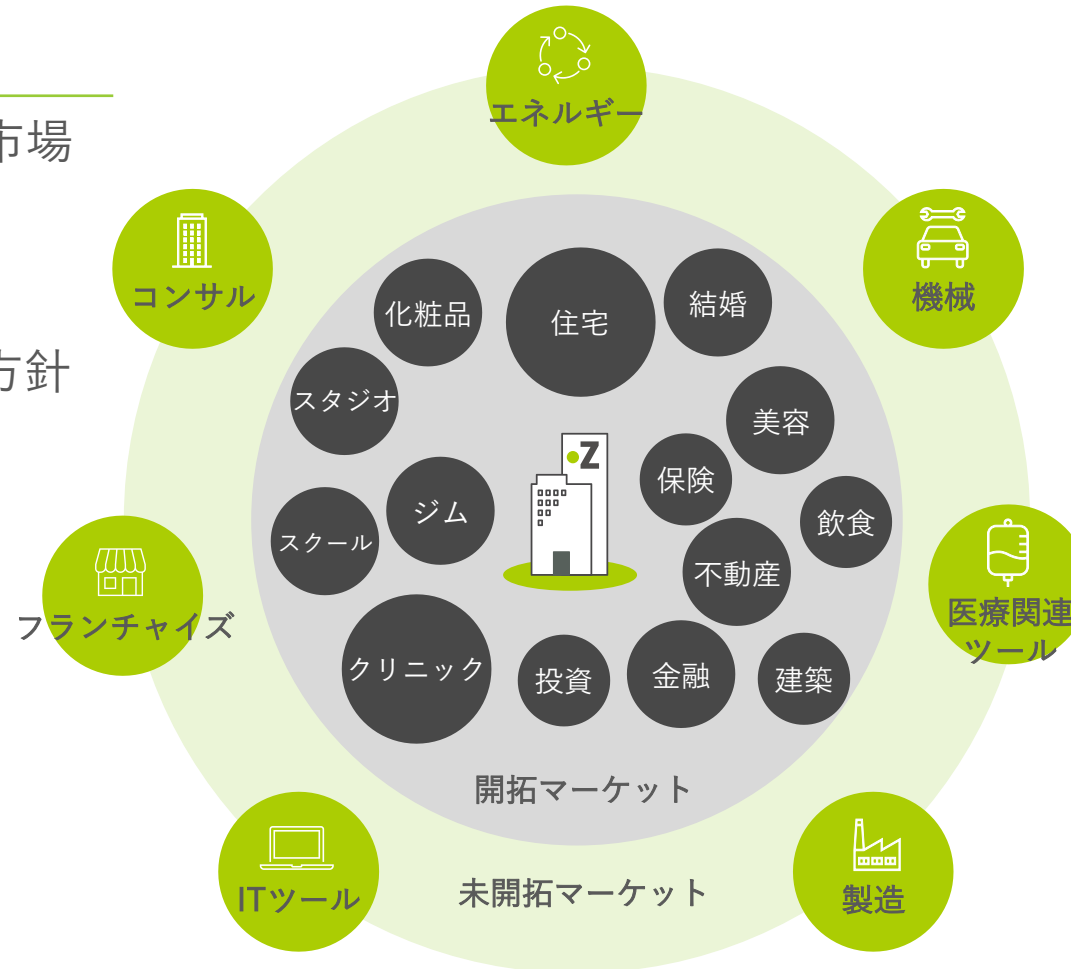
- 1メディア当たりの単価の拡大
- 高い集客効果のあるメディアの制作による高い販売単価の維持
- 業種の拡大による新規市場開拓
- 高い集客効果のあるメディアの運用
- 著作権（当社保有）による解約抑制効果

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（電機・機械等）業種の開拓に注力しつつ、メディア単価の向上 × 顧客数の拡大 × 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
- BtoB業種は未開拓のマーケットが多く、新規市場を取り込む方針



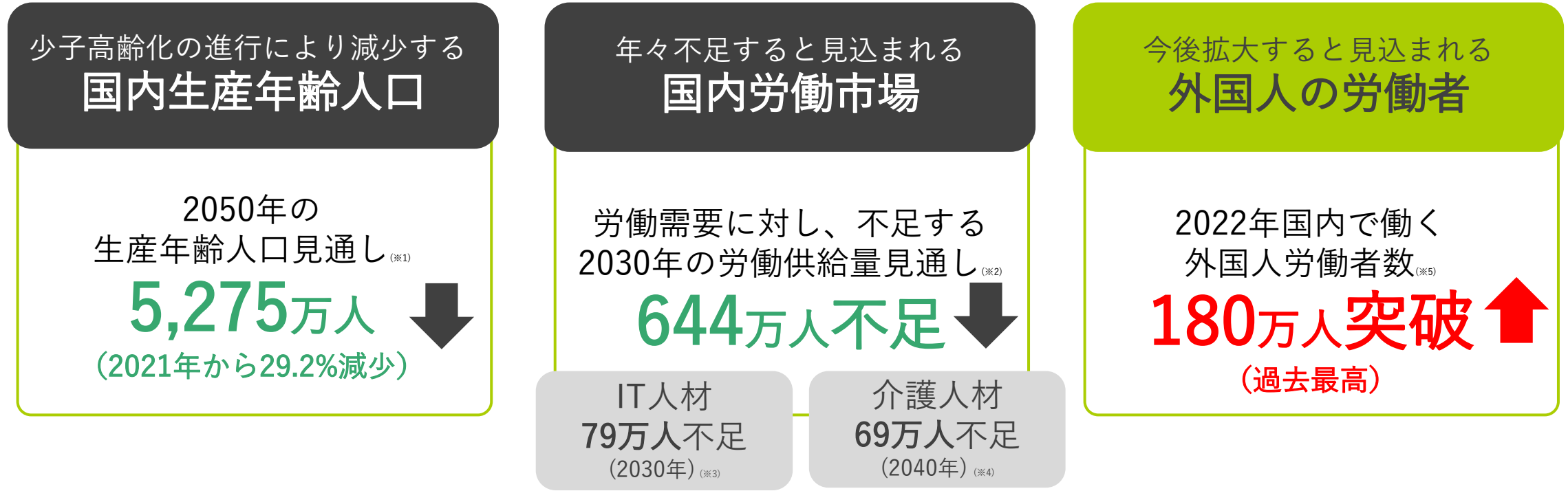
特にBtoB業種へ注力

- BtoB業種の特徴
 - ・ 製造業・非製造業問わず幅広い市場
- BtoB業種の顧客獲得により見込める効果
 - ✓ 高専門性・中型以上メディア数拡大 → メディア単価向上へ
 - ✓ 蓄積した事例・実績を活用 → 顧客数の増加へ
 - ✓ 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（背景）

■ 少子高齢化の進行により、国内生産年齢人口は減少し、労働供給量の不足はさらに深刻化する見通し

日本の労働市場における海外人材の活用は急務

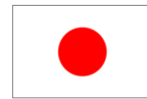


当社が海外人材の日本への受入・定着を支援することで

労働力不足という社会課題の解消を目指します

成長戦略 ②海外人材事業の拡大（海外IT人材事業～なぜインドに注力するのか）

- 日本のIT人材は2030年には最大で79万人に達する。日本と比較して、インドはICT教育を受けた大卒者数が多く、人材の層が厚い
- 当社はベンガルールの上位校等をターゲットに、豊富な人材を取り込んで人材不足に悩みを抱える日本企業に紹介する




日本の場合

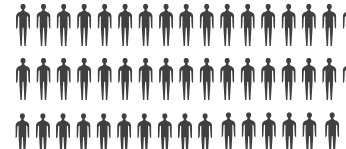


インドの場合

ICT教育を受けた
大卒者数

3.2^(※1)万人 

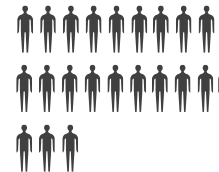
日本の
約16倍

53.7^(※2)万人 

エンジニアの数
(※3)

136万人 

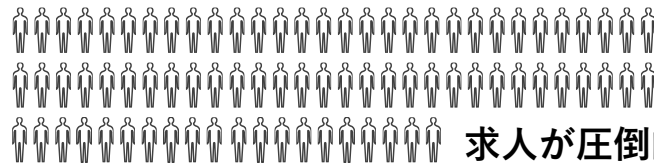
日本の
約1.6倍

226万人 

2030年に
不足するIT人材
(※4)

最大 79万人不足見通し

真逆の
状況

 求人が圧倒的に足りない状況

重視するスキル

ITスキル+日本語

日本企業はITスキルだけでなく日本語スキルも重視
当社は祖業で培った教育ノウハウを活かして
海外人材に教育を施し、定着も含めてサポート

成長戦略 ②海外人材事業の拡大（海外IT人材事業の戦略）

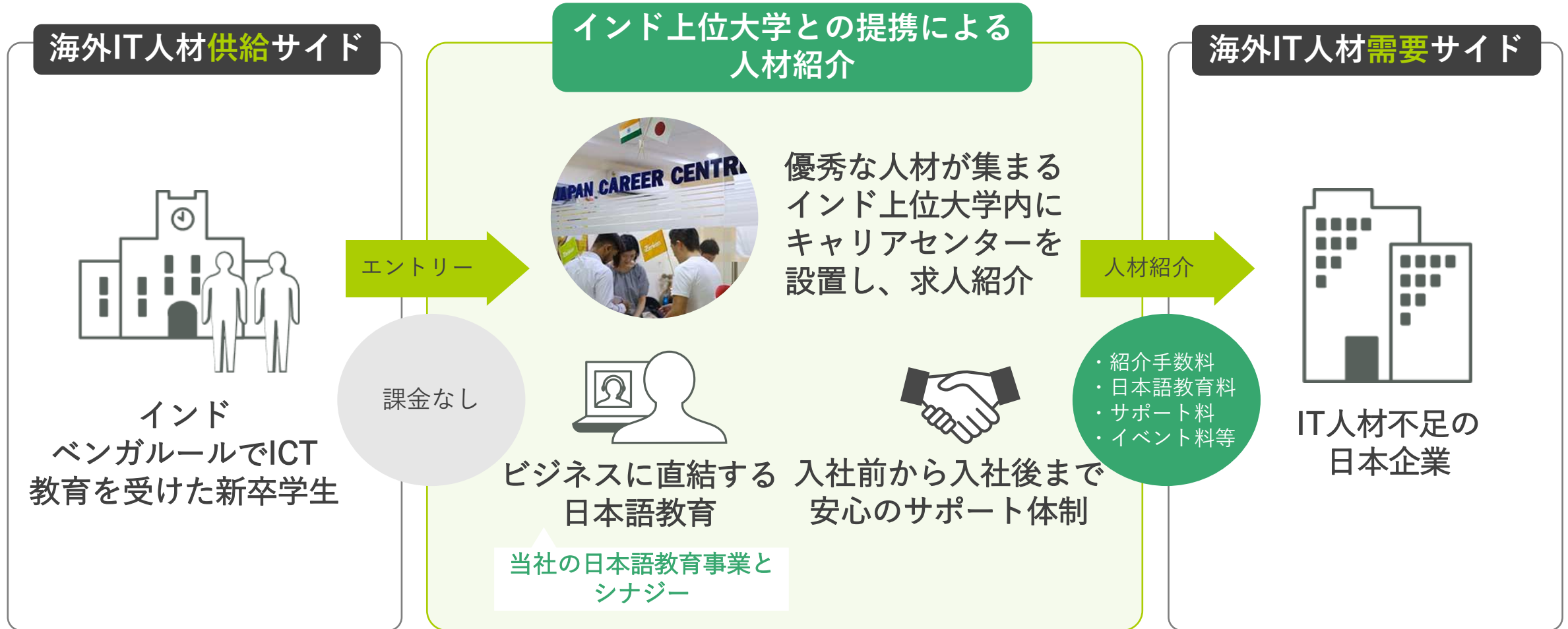
■海外IT人材事業においては、新卒（人材紹介+語学教育）と中途（ダイレクトリクルーティング）で異なる戦略を取っている



※前回開示（2023年9月28日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」から、新卒採用と中途採用で戦略が異なる点を明確化して記載しております。

成長戦略 ②海外人材事業の拡大（海外IT人材の新卒採用）

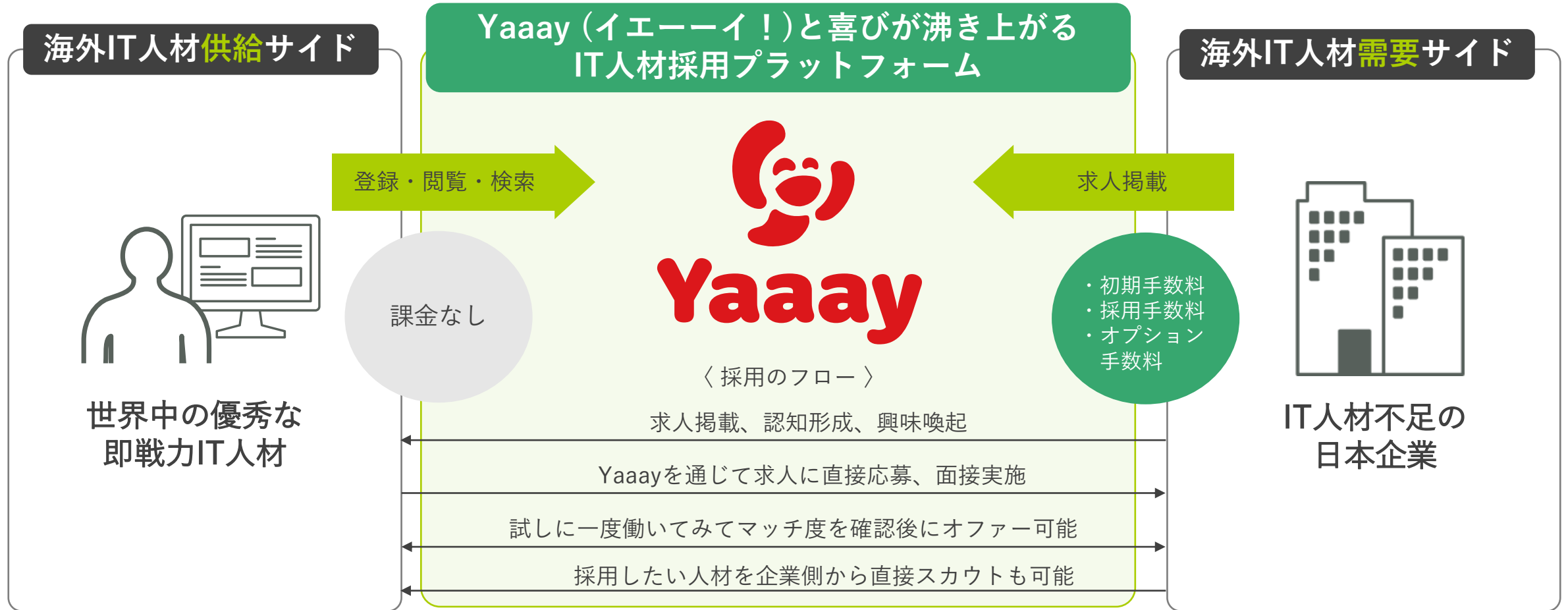
- 海外IT人材の供給サイドと需要サイドをマッチングさせるため、2018年に事業開始
- 新卒採用においては、インド上位大学との提携による人材紹介のサービスを提供



※前回開示（2023年9月28日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」から、Yaaayの収益モデルについて、初期費用、月額手数料を頂くモデルから、月額手数料は無料で提供し、採用手数料を頂戴する収益モデルに変更しております。

成長戦略 ②海外人材事業の拡大（海外IT人材の中途採用）

- 中途採用においては、オンラインの採用マッチングプラットフォームを通じた採用支援サービスを提供
- インドのみならず、世界中の優秀な即戦力IT人材が登録し、新たな人材プラットフォームとして急成長



成長戦略 ②海外人材事業の拡大（海外IT人材事業の現在までの主な実績）

■新卒採用と中途採用で異なる戦略を取り、取引実績を着実に積み上げ中

新卒採用（ジャパンキャリアセンター）領域の実績

提携大学

39校

前期末比+5校

人材登録者数

約1.5万人

前期末比+0.4万人

取引実績企業

171社

前期末比+59社

内定人員

279人

前期末比+77人

(2023年6月末時点)

中途採用（Yaaay）領域の実績

Yaaay登録人数

2.2万人

Yaaay登録国籍

92カ国

求人掲載企業数(稼働中)

51社

内定人員

7人

2022年10月にサービス開始してから急成長中

(2023年8月末時点)

成長戦略 ②海外人材事業の拡大（海外介護人材の戦略）

- 日本の介護人材不足に対し、海外介護人材の紹介と定着サポートを推進
- 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当社の語学教育のノウハウを活用

人材紹介 + 語学教育含めた定着サポートを一気通貫で行うビジネスモデル

海外介護人材供給サイド

海外介護人材需要サイド



Zenken



人材紹介 + 語学教育

エントリー

人材紹介

課金なし

介護施設に海外人材が入る前のサポート

介護施設に海外人材が入った後のサポート

- ・ 紹介手数料
- ・ 日本語教育料
- ・ サポート料
- ・ 管理手数料等

- ・ 人材紹介
- ・ 海外人材に対する基礎的な語学教育を支援
- ・ 介護施設の日本人スタッフ向けの語学教育支援

- ・ 海外人材の管理サポート
- ・ 海外人材に対する介護福祉士資格取得に向けた体系的な語学教育を実施
- ・ 介護施設の日本人スタッフ向けの語学教育支援

当社の日本語教育事業とシナジー



日本の介護施設
介護事業所
(自社でも運営)



インドネシアや
インドの学生

成長戦略 ②海外人材事業の拡大（海外介護人材における強み）

■ 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

■ 2022年7月に譲受した介護施設を、海外介護人材活用のロールモデルとすることを旨し、他の介護業者の海外人材受入不安の解消へ

強み① 人材送出機関との独占契約締結



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
ための伴走型の教育支援



[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 海外人材の活用ノウハウを蓄積



M&Aで得た埼玉の介護施設を
全研ケアが運営

海外介護人材の働く
施設運営のノウハウを蓄積

- 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
新たな顧客開拓へ

● 成長戦略 ②海外人材事業の拡大（インド政府系機関との協働）

- 2023年7月、半官半民のインド国家技能開発公社の子会社、NSDCインターナショナル（NSDCI）と業務提携契約を締結
- 第1段階として、2025年までに120人のインド人材の雇用を日本国内で創出することを目指す



インド政府系機関との提携プロセス

NSDCIが設立した全寮制の日本語研修センターで数カ月間、日本語などの授業を受講

介護分野の特定技能試験と特定技能取得に必要な日本語能力試験を受験

合格した学生を日本の介護施設などに紹介
採用面接を実施

内定後も当社が日本語教育をサポートし、
高い日本語力を養った上で、長く日本で働いてもらうことを可能に



05 トピックス

- 商号変更について
- 報告セグメントの変更について
- 変更後の事業セグメント
- セグメント変更後の事業の概要
- 2024年6月期決算見通し
(セグメント変更前後の比較)

● 商号変更について

- 2023年10月1日付けで、商号変更を実施する旨公表
- 今後、より一層の認知度の向上を進めることで、祖業の教育事業で培った実績やノウハウを活かしながら、グローバルで共通するブランドとして「Zenken」を活用し、更なる事業拡大を図っていく方針

マーケティングと
海外人材で
そこにはない未来を創る

● Zenken

全研本社は、Zenkenへ。

Zenken 株式会社 (証券コード: 7371) 本社所在地: 〒160-8361 東京都新宿区西新宿 6-18-1 住友不動産新宿セントラルパークタワー 電話番号: 03-3349-0451

● 報告セグメントの変更について

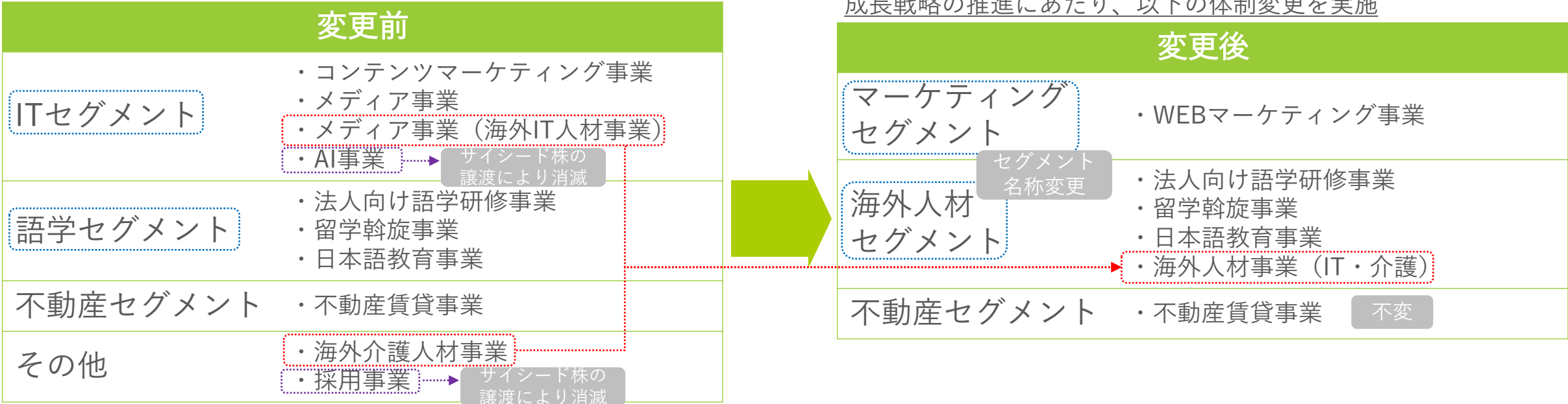
- 当社は、2024年6月期第1四半期連結会計期間より、報告セグメントを変更することを決議
- 今後は中期成長戦略として掲げているマーケティングと海外人材を軸として事業を推進

セグメント変更の理由

- 当社グループは中期成長戦略に「コンテンツマーケティング事業の更なる拡大」と「海外人材事業の拡大」を掲げております。今後、成長戦略を推進するにあたり、2024年6月期より、注力分野を軸としたマネジメント体制に変更します。また、これに伴い、マネジメントアプローチの観点から報告セグメントを変更いたします。
- 今後は、「マーケティング」と「海外人材」の2軸に一層注力し、更なる成長を目指してまいります。

セグメント変更の概要





成長戦略の推進にあたり、以下の体制変更を実施



● 変更後の事業セグメント

■ マーケティング、海外人材、不動産の3セグメントで事業を展開し、様々なソリューションを提供

■ 主に集客メディア制作を手掛けるWEBマーケティング事業を主力事業、海外人材の紹介事業を成長事業と位置付けている

成長事業	海外人材セグメント	<ul style="list-style-type: none"> ● IT・介護の海外人材の紹介・教育事業 ● 法人向け語学研修事業 ● 留学斡旋事業 ● 日本語教育事業  
主力事業	マーケティングセグメント	<ul style="list-style-type: none"> ● 主にニッチな市場の集客メディア制作を手掛けるWEBマーケティング事業  <p>マーケティングコンサルタント クライアントに最適な市場のポジショニングをコンサル</p> <p>SEOプランナー 検索アルゴリズムを熟知しSEO戦略を立案</p> <p>ライター 多様な業種・業界に対応するライティングスキル</p> <p>編集者 ユーザーの態度変容を促す専門的な編集業務</p> <p>リーガルチェック 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</p> 
安定基盤	不動産セグメント	<ul style="list-style-type: none"> ● 当社所有オフィス用ビル「全研プラザ」及び「Zenken Plaza II」を運営

● セグメント変更後の事業の概要① マーケティングセグメントにおける事業展開

- 多様な業種・業界へWEBマーケティング戦略を提案、自社で専門性の高い集客メディアを制作・運用し、集客支援を実施
- これまで累計8,000メディアを制作・運用してきた実績を基に、ニッチトップのメディア制作No.1を目指す

主力事業 WEBマーケティング事業

● ニッチな市場における専門性の高い集客メディアを制作・運用するWEBマーケティング

<集客メディアの事例>



ニッチトップのメディア制作・運用No.1を目指す

● セグメント変更後の事業の概要② 海外人材セグメントにおける事業展開

- ITと介護の分野における海外人材の紹介、定着サポートを行う事業を成長事業として注力中
- 1975年の創業時から教育事業を中心に事業展開し、法人向け語学研修、海外留学斡旋、日本語学校の運営なども実施

成長事業として注力 **海外人材事業**

● 日本の生産年齢人口の減少を見据えて、ITと介護の分野で海外人材の紹介事業を実施



海外IT人材紹介に係るインド上位大学との提携



海外IT人材採用プラットフォーム「Yaaay」



海外介護人材紹介、介護施設の運営

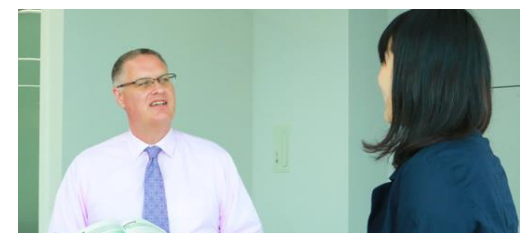
法人向け語学研修

- TOEIC対策講座やビジネス英語講座などを中心とした企業向け講師派遣
- 中学高校向けマンツーマンのオンライン英会話講座を提供



海外留学斡旋

- 海外高校、大学への留学斡旋
- アメリカ大学奨学金プログラムのアジア総代理店を担う



日本語教育

- 文部科学省の認可を受けて新宿に日本語学校を開校・運営



2024年6月期決算見通し（セグメント変更前後の比較）

(百万円)	2024/6期 見通し (セグメント変更前)
売上高	6,400
IT	4,822
語学	768
不動産	454
その他	356
営業利益	720
IT	1,057
語学	32
不動産	303
その他	5
全社費用	▲677
経常利益	730
親会社株主に帰属する当期純利益	500
営業利益率	11.2%



(百万円)	2024/6期 見通し (セグメント変更後)
売上高	6,400
マーケティング	4,346
海外人材	1,600
不動産	454
営業利益	720
マーケティング	1,124
海外人材	▲30
不動産	303
全社費用	▲677
経常利益	730
親会社株主に帰属する当期純利益	500
営業利益率	11.2%

- ・旧ITセグメントから海外IT人材事業等を付替
- ・旧その他事業から海外介護人材事業を付替



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

認識するリスク及び対応策

■特に重要なリスクとして以下2点を特定し、対応策を遂行中

※前回開示の2022年9月28日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」にて掲げております認識するリスク及び対応策から、「特に重要なリスク」のみを記載する形に変更しました。前回掲げておりました「コンテンツマーケティング事業の運営体制について」のリスクは、従来と比較してリスク度合いが少なくなっていることから、「特に重要なリスク項目」より削除しております。

特に重要なリスク項目	リスクの説明	リスクへの対応策
優秀な人材の採用と育成に係るリスク	当社グループの成長を支えるのは働く従業員であり、今後も当社グループが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は最重要課題の一つです。採用活動が計画とおりに進まず、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多大な影響を及ぼす可能性があります。	<ul style="list-style-type: none">・人材戦略の強化・市場動向を見据えた採用計画の立案・研修、教育機会の充実
特定事業への高い依存度について	当社グループは、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させております。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多大な影響を及ぼす可能性があります。	<ul style="list-style-type: none">・事業領域の拡大を通じた収益源の多様化（海外人材事業等）

※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		2019年6月	2020年6月	2021年6月	2022年6月	2023年6月
売上高	(百万円)	6,410	5,827	6,216	7,705	7,058
経常利益	(百万円)	639	754	1,320	2,349	884
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	1,012	377	956	1,584	426
資本金	(百万円)	56	56	429	432	437
発行済株式総数	(株)	112,100	11,210,000	11,852,400	11,982,700	12,227,200
純資産額	(百万円)	8,633	8,982	10,679	12,147	12,354
総資産額	(百万円)	11,326	11,570	13,506	15,288	14,370
1株当たり純資産額	(円)	770.17	801.29	901.02	1,013.73	1,010.43
1株当たり当期純利益	(円)	90.33	33.65	85.14	133.40	35.49
自己資本比率	(%)	76.2	77.6	79.1	79.5	86.0
自己資本利益率	(%)	12.5	4.3	9.7	13.9	3.5
営業キャッシュ・フロー	(百万円)	857	702	1,510	2,080	▲539
投資キャッシュ・フロー	(百万円)	510	▲450	▲50	▲12	▲1,099
財務キャッシュ・フロー	(百万円)	▲2,750	▲147	496	▲186	▲491
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	3,941
従業員数（他、平均臨時雇用人数）	(人)	442 (163)	443 (145)	443 (97)	468 (86)	467 (81)

(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、2019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、2024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/>