



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

2024年9月

Zenken株式会社
(Zenken Corporation)

東証グロース (証券コード: 7371)



INDEX 目次

1. 会社概要
2. 事業環境・当社の強み・特徴
3. 業績見通し
4. 中期成長戦略
5. トピックス
6. 認識するリスク及び対応策

Appendix



01 会社概要

- 会社概要
- パーパス
- 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

● 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

マーケティング



海外人材

会社名	Zenken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	438百万円
上場市場	東京証券取引所グロース市場(7371)
従業員数	475名(2024年6月末他、臨時雇用者数75名)
連結子会社	全研ケア株式会社(出資比率100%)

「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



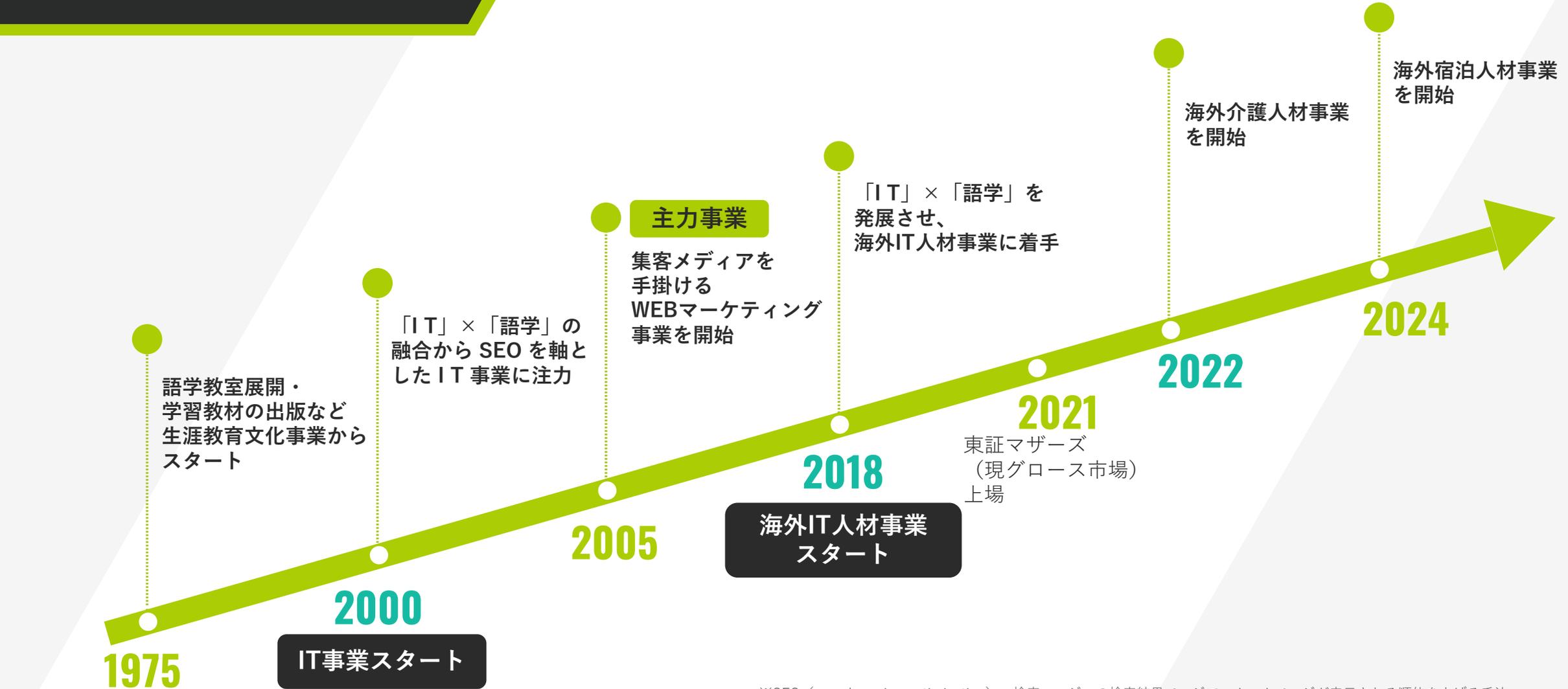
グローバル人材育成
のための語学教育



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WEB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



※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

教育学習
事業会社として創業

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
- 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、不動産事業を安定基盤と位置付けている

成長事業

海外人材セグメント

- 海外人材事業（IT・介護・宿泊）
- 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

- 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

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



安定基盤

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

※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

そこのない未来を創る

Zenken

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
- 累計8,000以上のメディアを制作・運用してきた実績あり

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・運用を目指す

事業の概要②

海外人材セグメント における事業展開

- 海外人材（IT・介護・宿泊）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・介護・宿泊の分野で海外人材の紹介事業を実施

海外IT人材（新卒）紹介に係るインド上位大学との提携



海外IT人材（新卒・中途）採用のプラットフォームを開発・運営



海外介護人材紹介、介護施設の運営



海外宿泊人材の紹介



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



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」の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%**



※2024年6月末時点

事業の概要④ ビジネスフロー

- マーケティングセグメントは、集客メディアの制作・運用までワンストップで提供し、クライアントから制作費と運用費を得るビジネスモデル
- 海外人材セグメントは、人材紹介料や語学教育の授業料等を得るビジネスモデル
- 不動産セグメントは、当社所有オフィス用ビルの賃貸収入を得るビジネスモデル



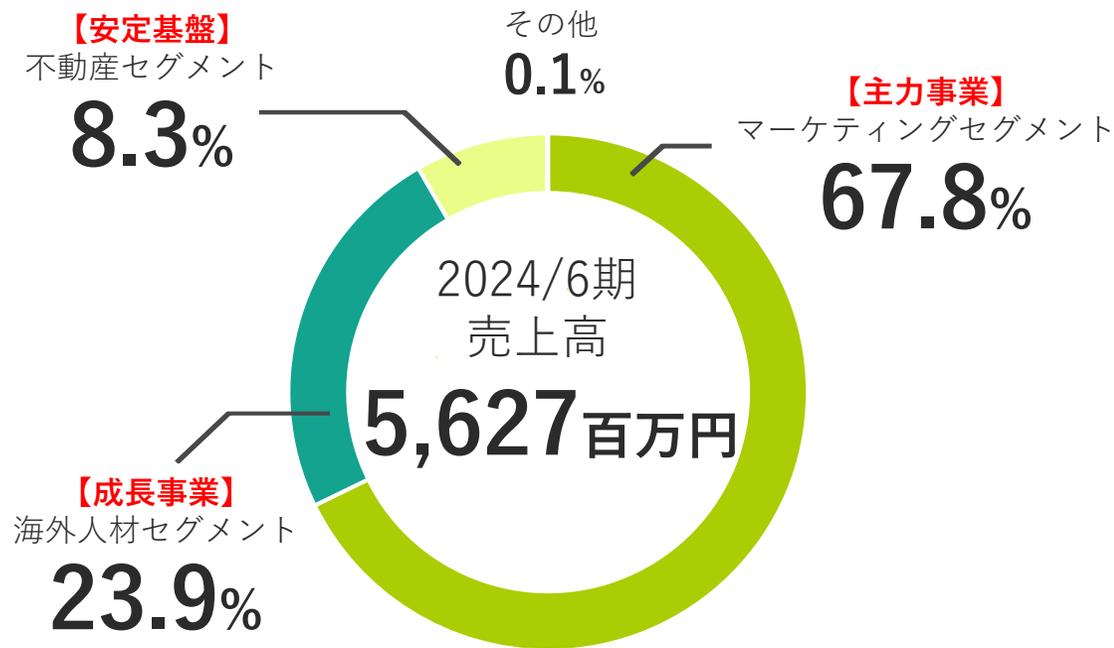
※2024年6月期第1四半期連結会計期間より、報告セグメントを変更

そこのない未来を創る

業績の概要① 事業ポートフォリオ構成

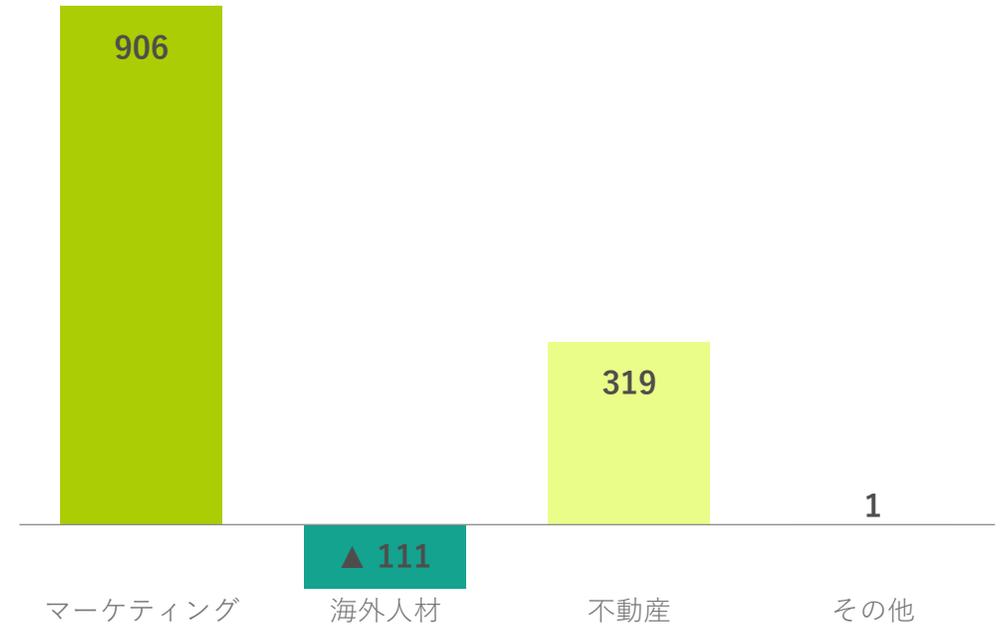
- 売上構成はマーケティングセグメントが全体の67%を占める
- セグメント別利益においてもマーケティングセグメントが全体の81%を占める

売上構成



セグメント別利益

(百万円)



※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

- 2024年6月期は減収減益にて着地
- 減収は、サイシードの連結除外とWEBマーケティング事業の受注減が主な要因
- 減益は、減収に加えて、WEBマーケティング事業における人件費等のコスト増加が影響しており、外注費を含めたコスト削減を実行中

売上高

実績

5,627 百万円

前期比

▲20.3%

主な要因

- サイシードの全株式を2023年5月に譲渡し、連結除外した影響
- WEBマーケティング事業における受注の落ち込み
- WEBマーケティング事業における人件費等の増加
- 海外人材事業の先行投資を継続中
- 先行投資を賄うだけの売上高を獲得できず、利益率は悪化

営業利益

349 百万円

▲59.2%

営業利益率

6.2%

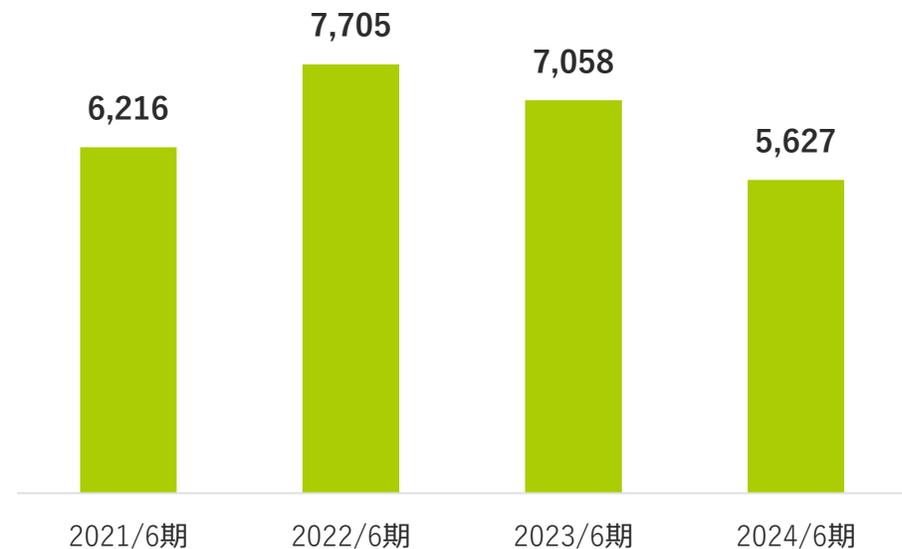
▲5.9 pt

- 2022年6月期は2021年3月より子会社サイシードにて、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提供を開始したことにより、前期比増収増益
- 2023年6月期はコロナ収束に伴い、前期比減収減益。またその他費用も増加
- 2024年6月期は2023年5月にサイシードの全株式を譲渡し連結除外した影響や、WEBマーケティング事業の受注落ち込み等により前期比減収減益

売上高の推移

(百万円)

■ 売上高

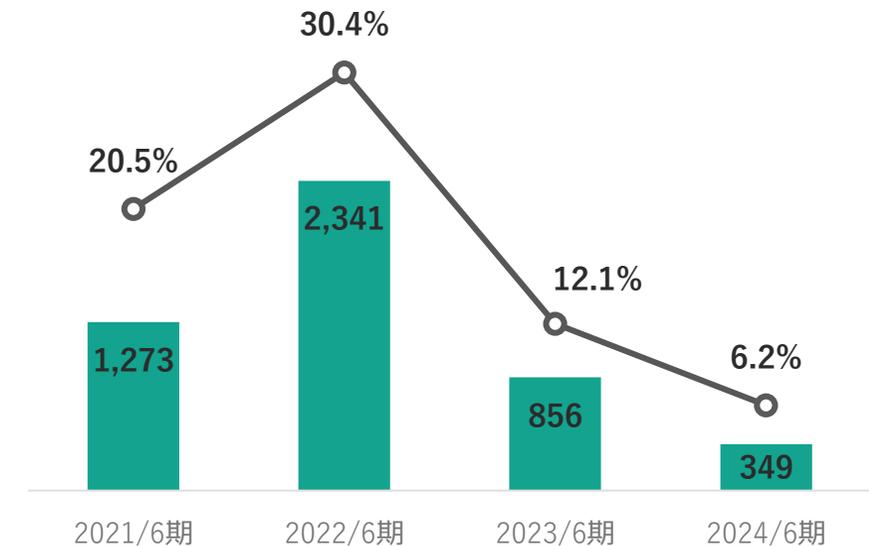


営業利益・営業利益率の推移

(百万円)

(%)

■ 営業利益 ○ 営業利益率



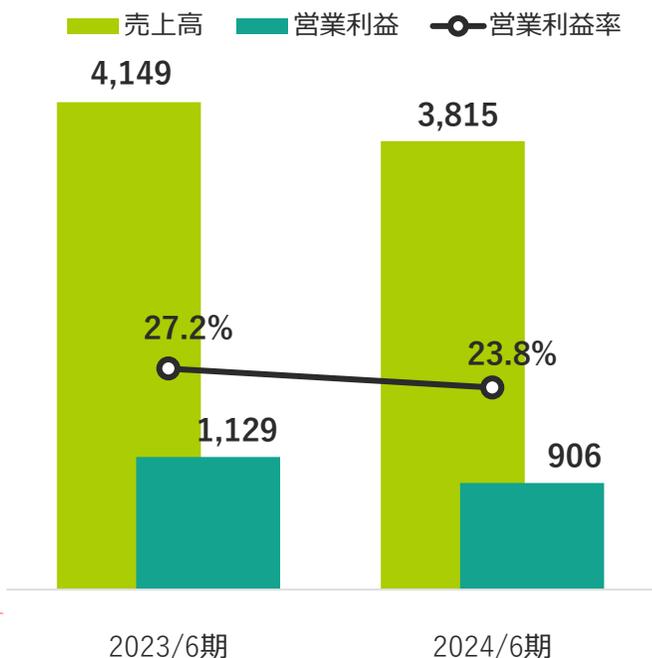
業績の推移②

売上高、営業利益・営業利益率 (セグメント別) 【前期比】

- 主力のマーケティングセグメントは、受注の落ち込みで減収。減益は、減収に加えて人件費 (+62百万円) 等のコストの増加が主な要因
- 成長事業として投資している海外人材セグメントは、販売機会創出に向けた販売活動推進中
- 不動産セグメントは、賃貸物件の稼働率に変動なく、安定して業績推移

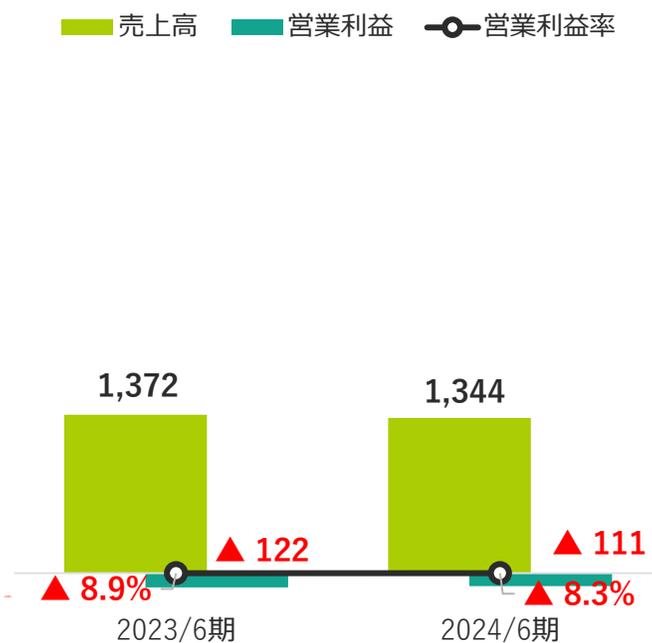
マーケティングセグメント

(百万円)



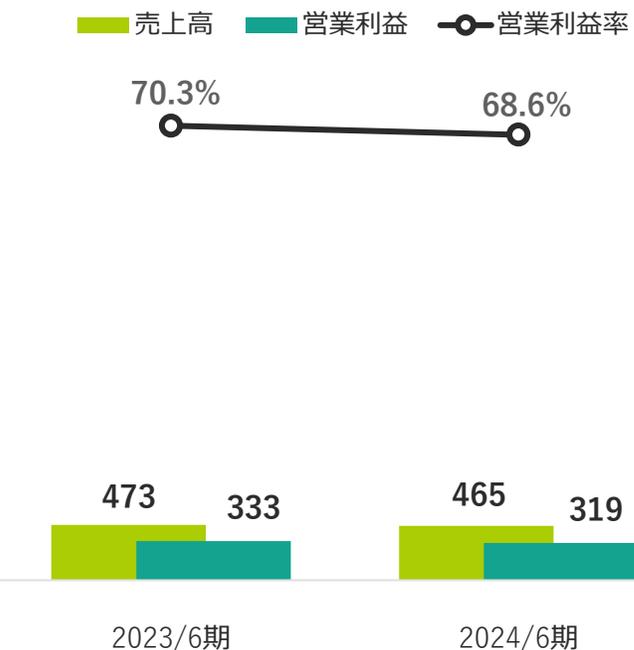
海外人材セグメント

(百万円)



不動産セグメント

(百万円)



※2024年6月期連結会計期間よりセグメント変更を実施したため、セグメント変更後の数値に組み替えた比較を行っております。

業績の推移③

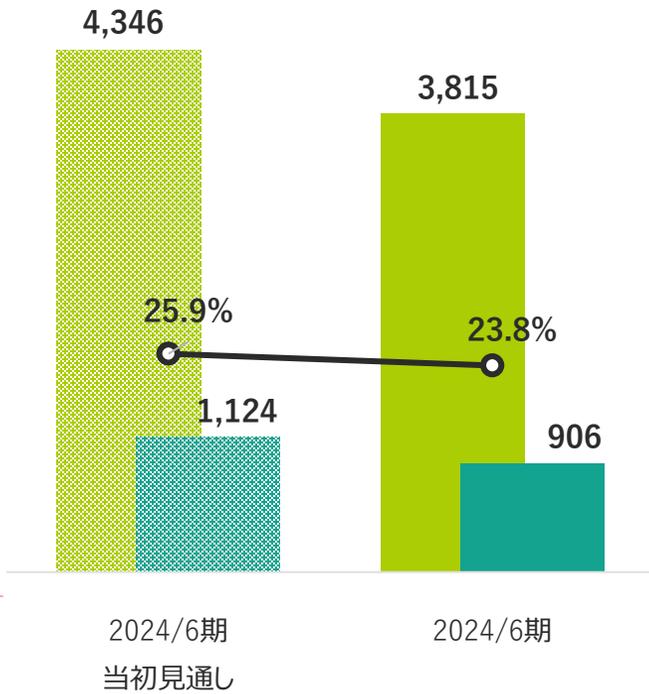
売上高、営業利益・営業利益率 (セグメント別) 【当初見通し比】

- マーケティングセグメントは、当初見通しに対し、いずれの項目も下振れにて着地。減益は公開メディア数の減少や解約による運用メディア数の減少が主な要因。また、人件費等のコストが増加したことにより利益を押し下げた。
- 海外人材セグメントは、当初見通しに対し、いずれの項目も下振れにて着地。当初想定していた受注に届かなかったことが主な要因
- 不動産セグメントは、当初見通しに対し、いずれの項目も上振れにて着地。賃貸物件の稼働率は100%で推移し、安定収益を確保

マーケティングセグメント

(百万円)

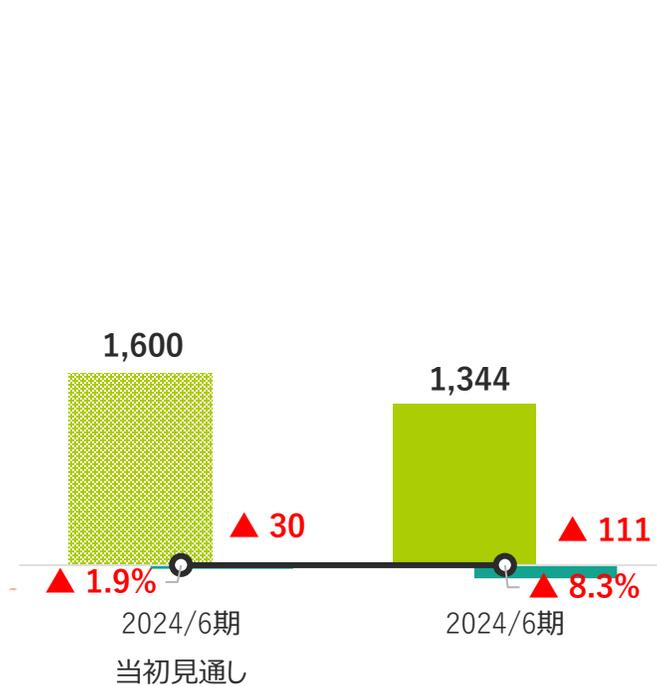
■ 売上高 ■ 営業利益 ○ 営業利益率



海外人材セグメント

(百万円)

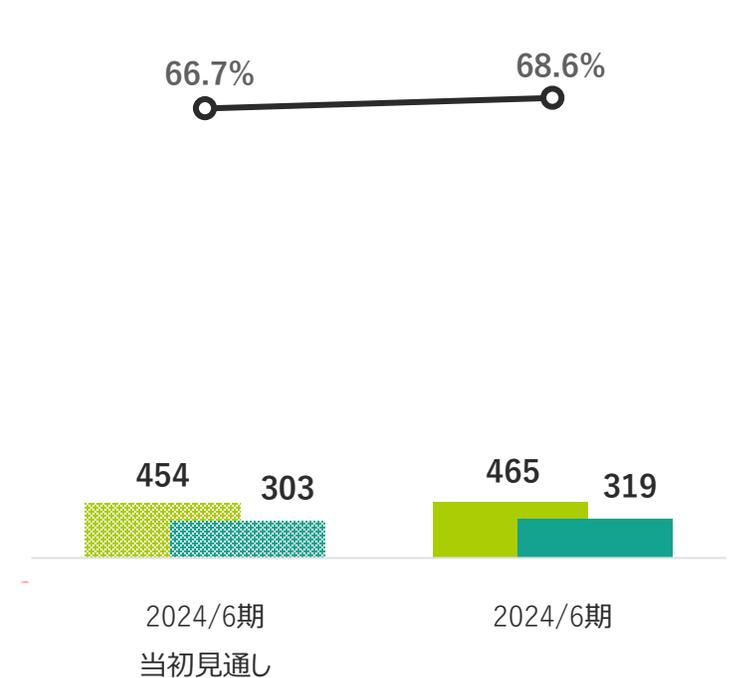
■ 売上高 ■ 営業利益 ○ 営業利益率



不動産セグメント

(百万円)

■ 売上高 ■ 営業利益 ○ 営業利益率



※2024年6月期連結会計期間よりセグメント変更を実施したため、セグメント変更後の数値に組み替えた比較を行っております。

業績の推移④ 2024年6月期業績予想比

- 2023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11月に業績予想の修正を開示。売上高は未達であるものの、概ね予想通り

当初業績
予想に対
する進捗

売上高

通期業績予想
(2023年8月10日開示)

6,400百万円

2024年6月期
実績

5,627百万円

当初業績予想比
(達成率)

87.9%

営業利益

720百万円

349百万円

48.4%

以下の理由にて、2023年11月14日に通
期業績予想修正を実施

- ①WEB マーケティング事業における
予想対比での業績下振れ影響
- ②海外人材事業における予想対比で
の業績下振れ影響

業績予想
修正に対
する進捗

売上高

業績予想修正
(2023年11月14日開示)

5,756百万円

2024年6月期
実績

5,627百万円

業績予想修正比
(達成率)

97.8%

営業利益

292百万円

349百万円

119.8%



02 事業環境・主力事業の特徴・強み

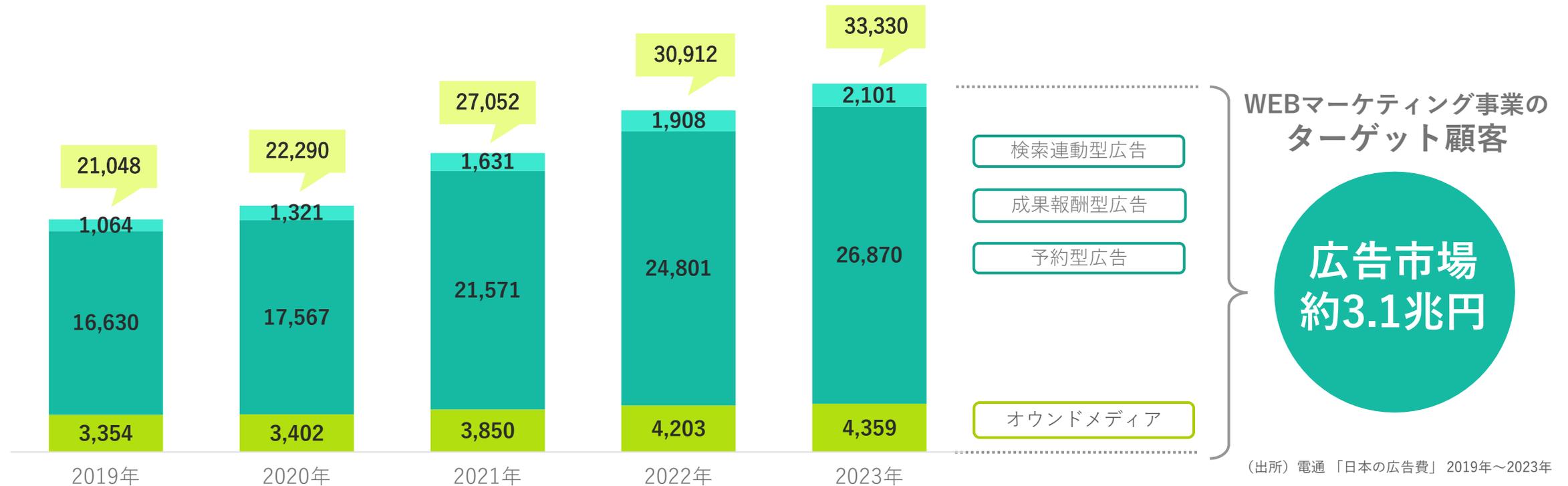
- 事業の環境
- 主力事業の特徴
- 主力事業の強み
- 主な指標

事業の環境① マーケティングセグメント

- 日本のインターネット広告市場は社会のデジタル化を背景に堅調に伸長し過去最高を更新。日本の総広告費全体の45.5%を占める。
- WEBマーケティング事業のターゲットとなりうる広告市場は足元約3.3兆円の規模まで拡大
- 未開拓領域は数多くあり、BtoBを中心に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

■ 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



事業の環境② 海外人材セグメント 【人材事業】

- 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。今後も拡大が見込まれる国内で働く外国人労働者数は過去最高の200万人を突破
- IT人材はビッグデータ解析、AI、ロボット、VR・AR、IoTなど、IT市場規模は膨らむ一方で、2030年には最大で79万人の不足が予想される
- 介護人材は少子高齢化の進行に伴い、2040年には要介護認定者数が988万人^(※6)になると推測される中、69万人の介護人材が不足すると予想される

日本の労働市場における海外人材の活用は急務

少子高齢化の進行により減少
国内生産年齢人口

2050年の
生産年齢人口見通し^(※1)

5,540万人不足

年々不足すると見込まれる
国内労働市場

労働需要に対し、不足する
2030年の労働供給量見通し^(※2)

644万人不足

IT人材
79万人不足
(2030年)^(※3)

介護人材
69万人不足
(2040年)^(※4)

今後拡大すると見込まれる
外国人の労働者

2023年国内で働く
外国人労働者数^(※5)

200万人突破
(過去最高)

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

※1 内閣府（2023）「令和5年版高齢社会白書」より抜粋
※2 パーソル総合研究所「労働市場の未来推計2030」より抜粋
※3 経済産業省「IT人材需給に関する調査」（2019年3月）より抜粋
※4 厚生労働省「介護人材確保に向けた取り組み」より抜粋
※5 厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況まとめ（令和5年10月末現在）」より抜粋
※6 日本総研「介護分野及福祉機器産業の将来像とロードマップ策定等に関する調査」

- 政府の後押しによる、リスキング機運の高まりや、留学生増加方針は教育事業における事業推進の追い風

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

TOEIC Listening & Reading Test 受験者数の推移

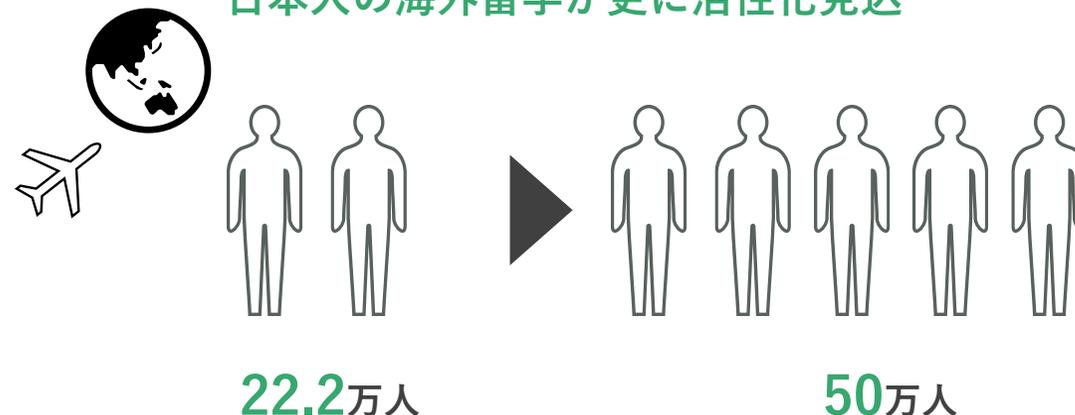


(出所) (財) 国際ビジネスコミュニケーション協会

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

不動産セグメント

- 「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



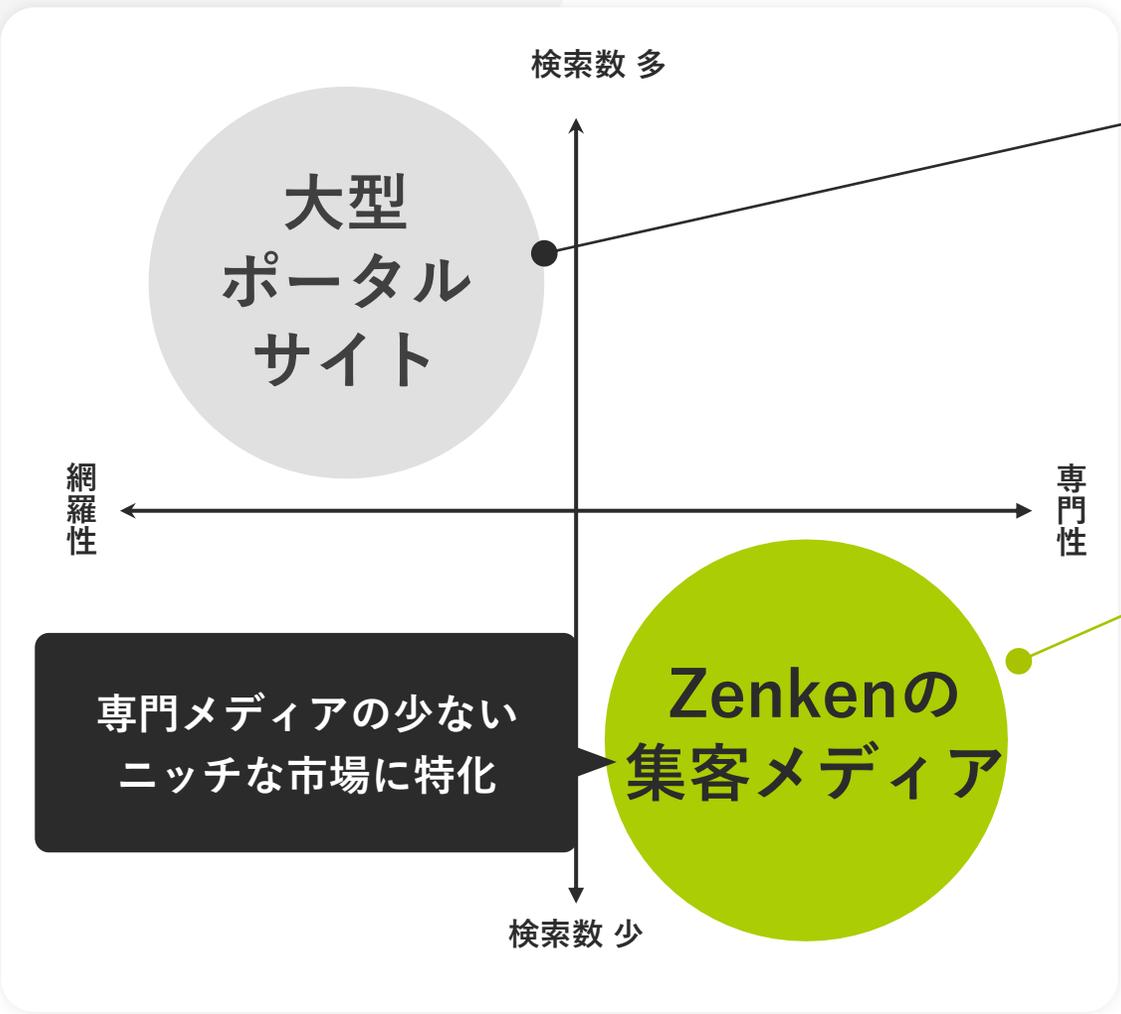
エリア	賃料 (坪単価)
西新宿	27,307円
新宿・御苑	26,448円
四谷・市ヶ谷	16,185円
高田馬場・早稲田	16,500円
大久保・歌舞伎町	21,298円

※当社調べ (2024年9月時点)



主力事業の特徴① 専門性の高い集客メディア

- 主力のWEB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



大型ポータルサイト

業界全体を網羅するポータルサイト
ユーザーのニーズは様々

住宅全般	製造業全般	システム全般	歯科全般

Zenkenの集客メディア

一つのテーマを深掘した専門メディア
コンバージョンの高い見込み客を送客

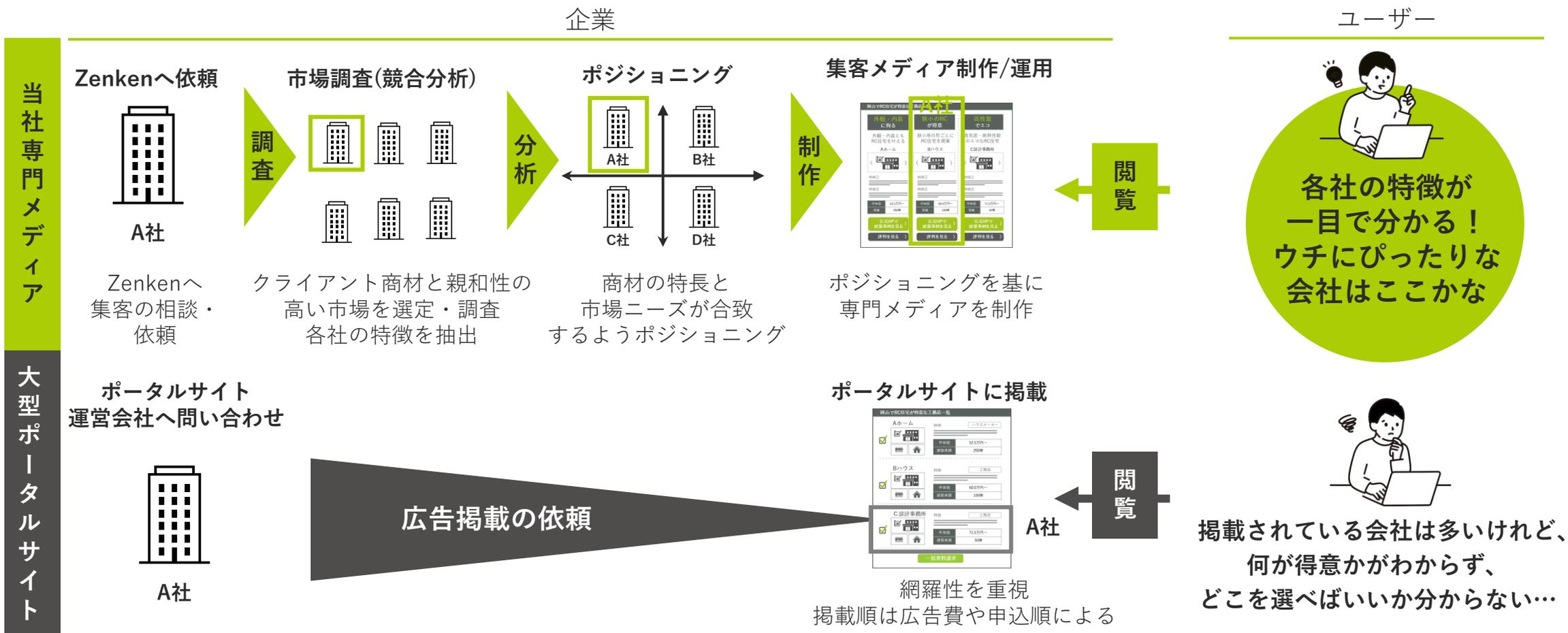
RC住宅 専門	緩衝材製造機 専門	会員管理 システム専門	インビザライン 専門

*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



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

複数の集客チャンネルを組み合わせ、顧客の成果創出を実現

制作費

+

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

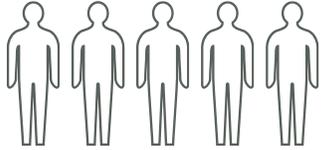
主力事業の強み② コンテンツ制作力

- 大量のライターをフル活用し、2024年6月期は年間245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80業界）

制作・運用 人員数 (2024年6月末時点)

専門性の高いメディアを制作、運用

合計**1,469**名



内部ディレクター

155名



外部ライター

1,314名

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、当社の専門メディアが露出。

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。

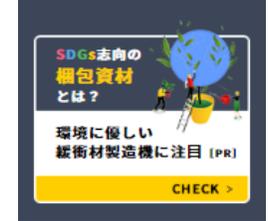
<https://www.xxx-b.com/>

B社 公式サイト

緩衝材製造機B社のサイトです。

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

クライアントの 広告を掲示



緩衝材製造機・販売店の選び方

緩衝材製造機は、2万円〜7万円と金額に大きな開きがあり、個人向けが、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、**あなたの事業規模・用途から選ぶ必要があります。**

月に100個程度の「緩（フィルム）」しか必要ない個人の方・個人商店は、2万〜3万の緩衝材製造機の購入がおすすめです。月に200個以上の業務を消費する場合は「緩衝材製造機」ではなく、レンタルがおすすめです。

また、大規模倉庫での生産ラインを整備した総合業者とする場合は、緩衝材製造機以外にも作業車をおけるオプション機能なども取り揃えて会社を選んだほうが強制的で、稼働の柔軟性も高くなります。他にも、他業種では対応しづらい特殊な形状の緩衝材を必要とする場合は、オーダーメイドで対応可能な対応していただける業者が選ばれることが望ましいです。このように、あなたの事業の規模や用途、目的から最適な緩衝材製造機・販売店を選ぶようにしましょう。当サイトでは購入・レンタルも可能な緩衝材製造機を豊富に集めた中から、用途・用途別で緩衝材製造機・販売店を紹介しています。

緩衝材は購入せずに「当社製」がおすすり！

緩衝材製造機を導入して「コスト削減」購入・レンタルの相談も可能なおすすめの緩衝材製造機

本誌で取り扱っている緩衝材製造機の目的をはじめ、会社の特長や資料の掲載、保証・対応のサービスも、レンタルできる会社にも異なる場合があります。なお、**レンタルには専任スタッフがおりますので、詳細はお問合わせください。**

PICK UP

- 様々な商品がある
- 特殊な形状の緩衝材を
- 大規模倉庫の生産効

知識ページ等、 記事を多数掲載



複数社の深堀情報を並列掲載



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

医療

電子薬歴
健康管理システム
リハビリ管理システム

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

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

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

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

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

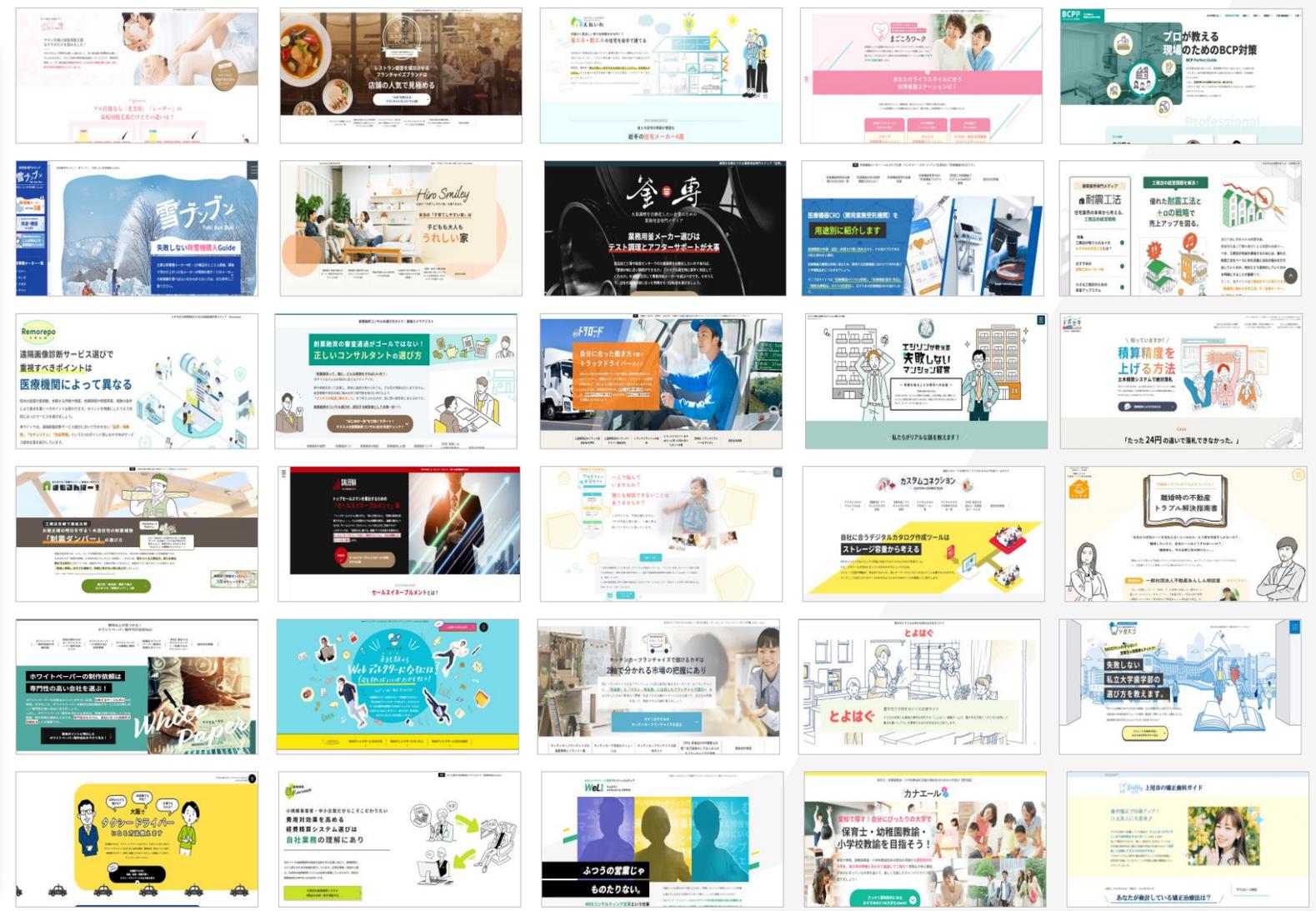
歯科

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

害虫・害獣駆除

鳩駆除 大阪
シロアリ駆除 広島

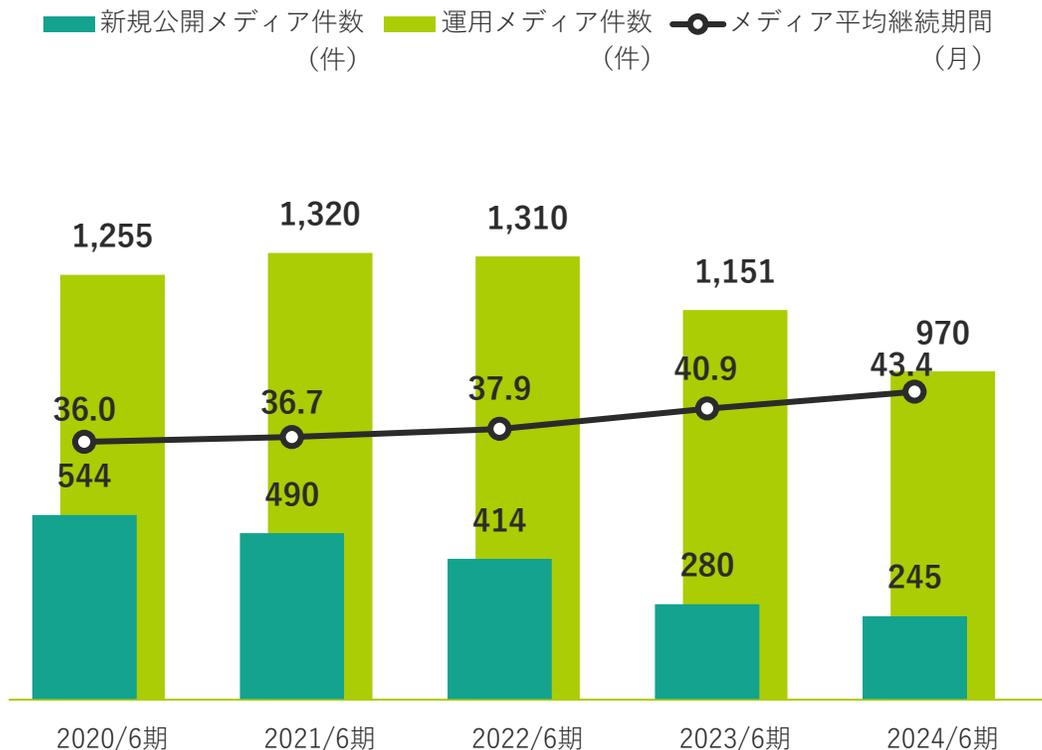
etc...



主な指標①

- 2023/9月に開示した2024/6期当初見通し（新規公開メディア数261件、運用メディア数1,073件、メディア平均継続期間40.3カ月）に対し、2024/6期は新規公開メディア数245件、運用メディア数970件、メディア平均継続期間43.4カ月となった。
- 受注の伸び悩みや一定程度の解約が生じていることが影響。

[年度推移]メディア件数および平均継続期間



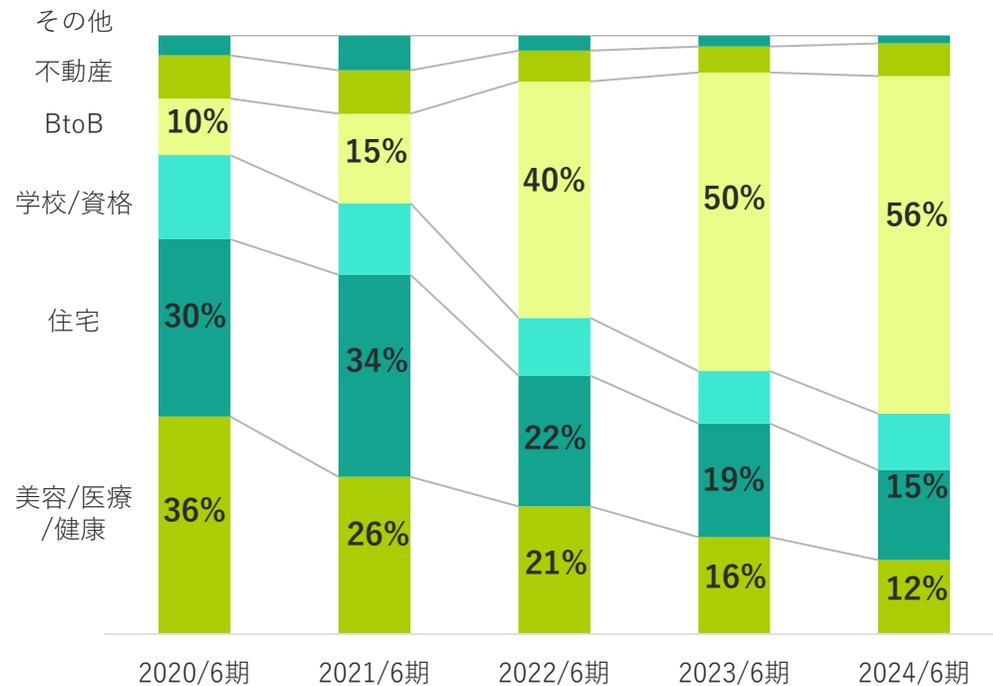
*メディア平均継続期間 = 延べ継続期間 ÷ 期末時点の運用メディア数

そこにはない未来を創る

主な指標②

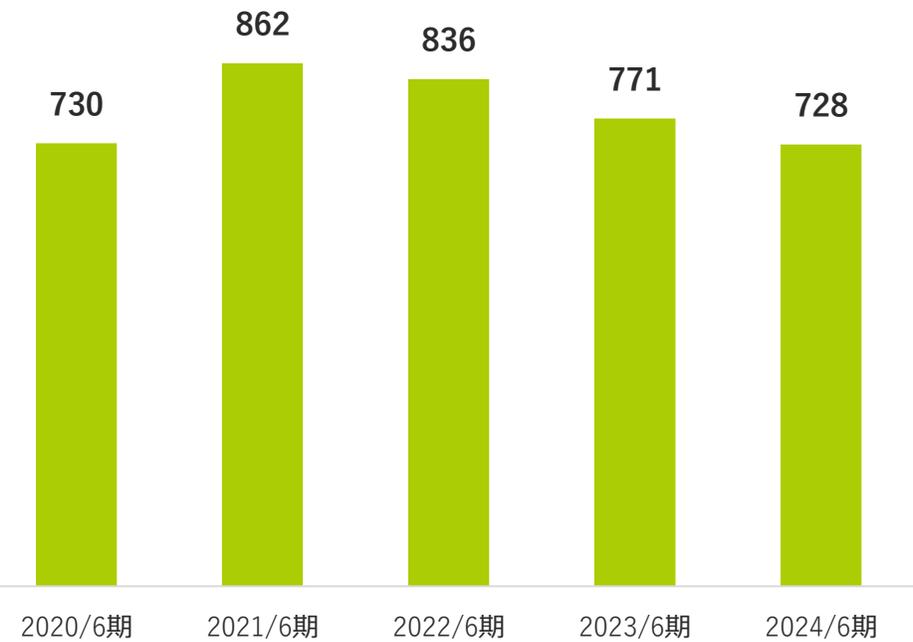
- 単価が高く、WEBによる集客へのニーズが旺盛なBtoB業種に引き続き注力
- 量から質を重視した戦略により、1メディア当たりの単価向上に向け取り組み中

主要メディアの業種別内訳の推移



取引先数の推移

(件)





03 2025年6月期の見通し

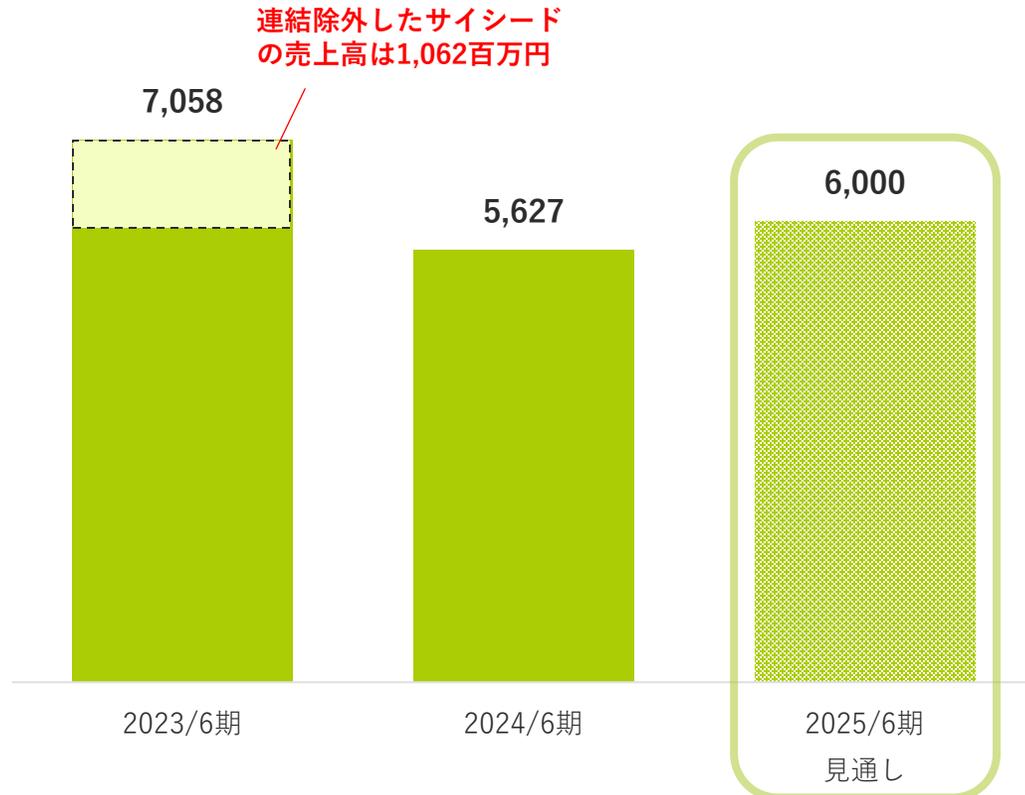
- 2025年6月期の見通し概要
- セグメント別の見通し
- 主力事業の見通し

2025年6月期の見通し 概要

- 売上高はマーケティングセグメントのWEBマーケティング事業の受注獲得、海外人材セグメントの海外IT人材を中心に事業拡大を図ることで前期比327百万円の増収を見込む
- 営業利益は増収の他、コスト削減を着実に進めることで増益と利益率の改善を見込む

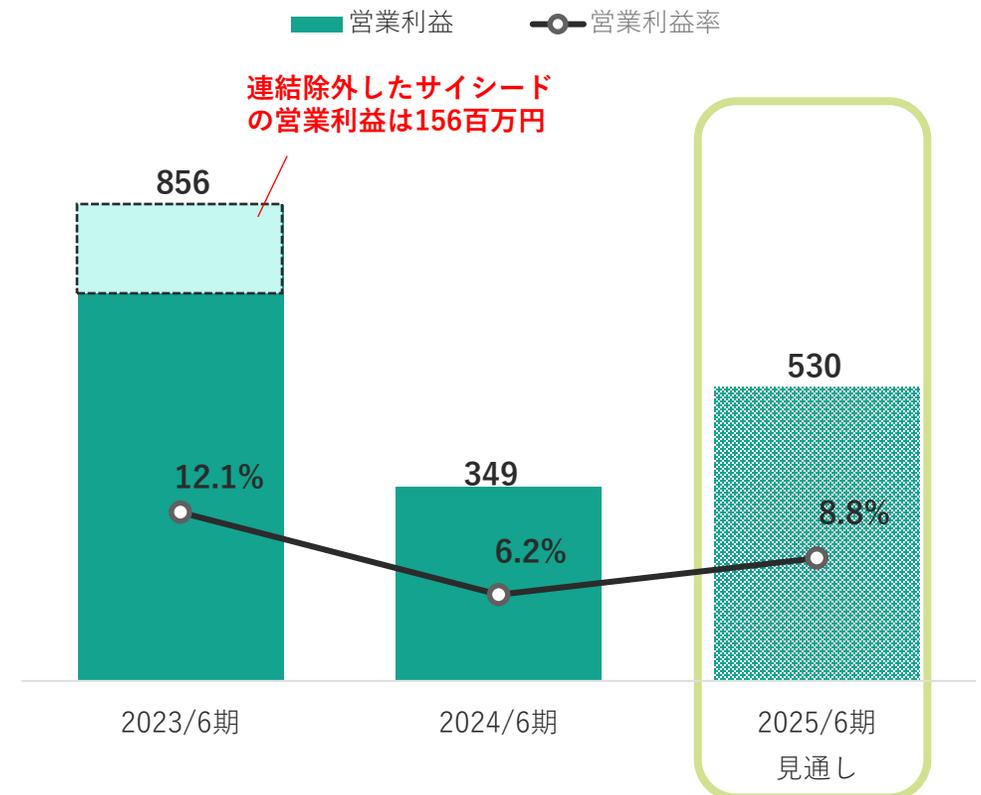
売上高の推移

(百万円)



営業利益・営業利益率の推移

(百万円)

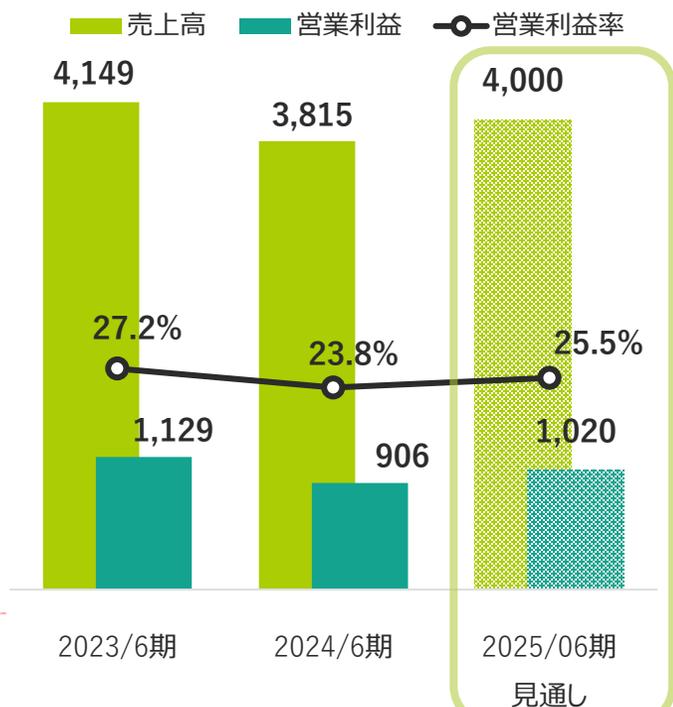


セグメント別の見通し

- 全てのセグメントで増収増益を見込む
- マーケティングセグメントはBtoB業種の受注獲得、コスト削減により増収増益を見込む
- 海外人材セグメントは海外IT人材を中心に事業拡大を図ることで増収増益を見込む
- 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

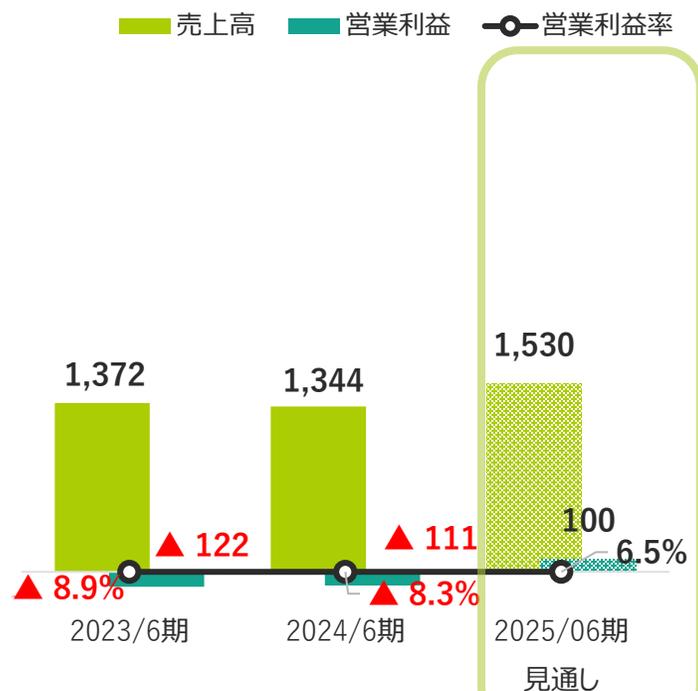
マーケティングセグメント

(百万円)



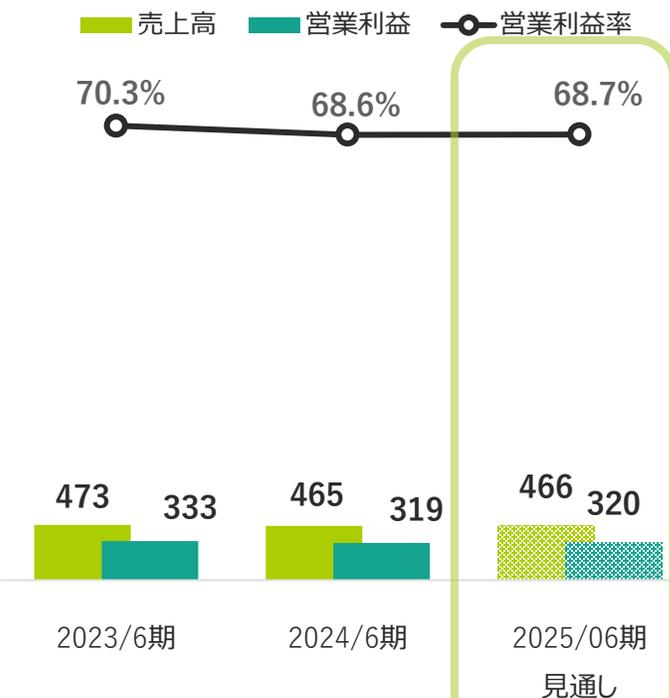
海外人材セグメント

(百万円)



不動産セグメント

(百万円)



※2024年6月期連結会計期間よりセグメント変更を実施したため、セグメント変更後の数値に組み替えた比較を行っております。

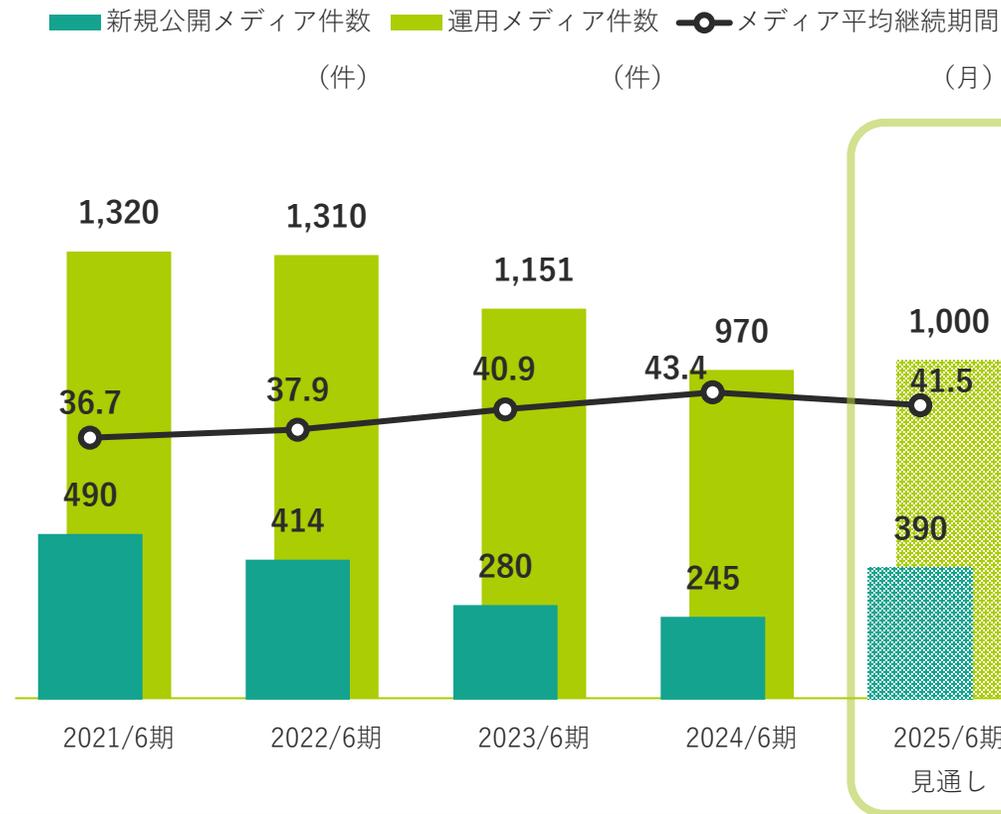
そこのない未来を創る

Zenken

主力事業の見通し

- 新規公開メディア数は、営業人員の育成、組織的な営業体制の構築に優先的に取り組むことでメディア受注と公開件数の増加を見込む
- 運用メディア件数はアップセル・クロスセルの解約防止策を強化することで増加を見込む
- メディア平均継続期間は新規公開メディア件数の増加に伴い減少するものの、40.0カ月を超える水準を維持する

[年度推移]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

そこのない未来を創る



04 中期成長戦略

- 2024年6月期の振り返り
- 中期成長戦略の見直しについて
- 成長戦略

中期成長戦略

01

WEB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

02

海外人材事業の拡大

2024年6月期の総括

- メディア単価の高いBtoB業種の取引先開拓に注力しており、着実にBtoB業種の取り込みは進捗中
- 一方、受注の伸び悩みで顧客数は前期比で減少
- メディア平均継続期間は新規公開メディア件数の減少にともない伸長



- 海外IT人材事業は、新卒採用と中途採用で異なる戦略を取り、特に新卒採用において取引実績が積み上がっている状況
- 通期で新卒採用を中心に累計77人（前年同期比+32人）の海外IT人材が日本企業へ入社
- 海外介護人材事業は、2023年7月に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した影響で2024年6月期時点で累計34名の内定が出ている



中期成長戦略の見直し について

- 主力事業であるWEB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ことを中期成長戦略として掲げている
- 戦略自体の変更はないが、**今般の業績下方修正に伴い、中期（3年間）における数値目標が達成困難の見通しとなったため、数値目標は取り下げ実施**

01 WEBマーケティング事業の更なる拡大



02 海外人材事業の拡大



成長戦略は変更せず

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

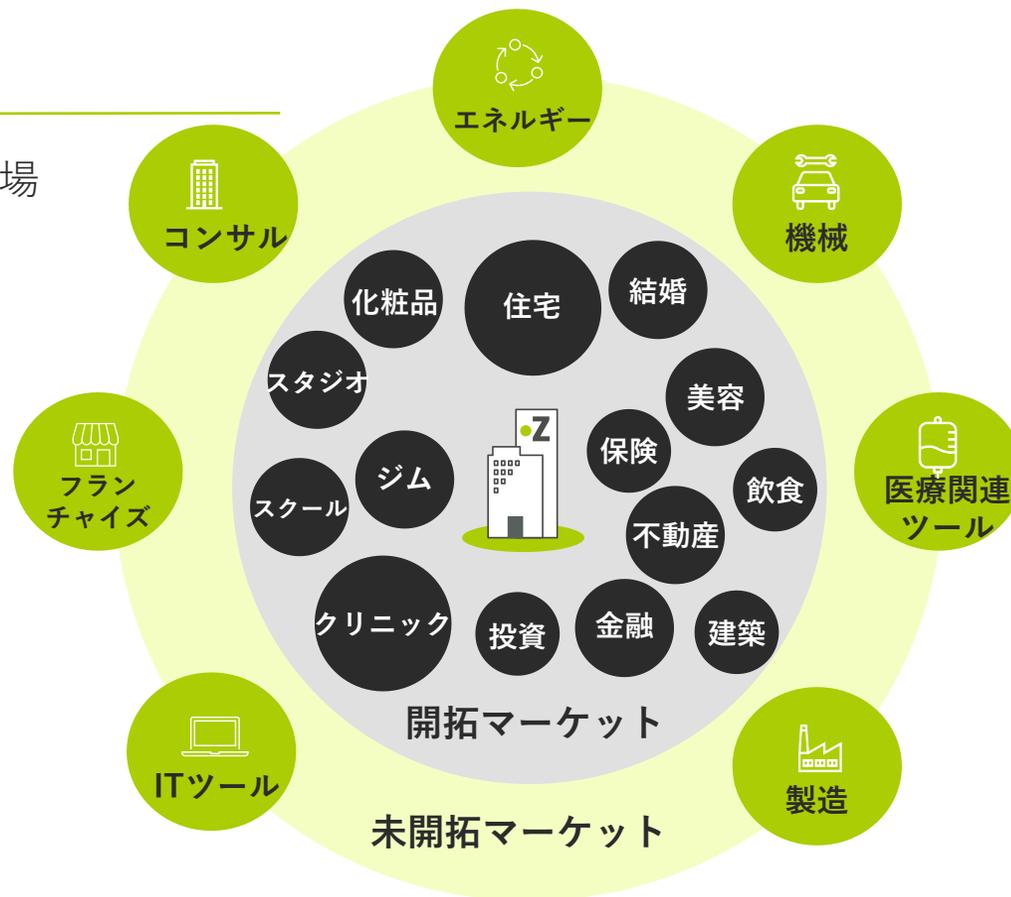
2023年11月14日に公表した、業績予想修正に伴い、中期（3年間）における数値目標が達成困難の見通しとなったため、数値目標は取り下げ実施

WEB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



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

WEB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

- 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

×

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
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（当社保有）による解約抑制効果

- 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。今後も拡大が見込まれる国内で働く外国人労働者数は過去最高の200万人を突破
- IT人材はビッグデータ解析、AI、ロボット、VR・AR、IoTなど、IT市場規模は膨らむ一方で、2030年には最大で79万人の不足が予想される
- 介護人材は少子高齢化の進行に伴い、2040年には要介護認定者数が988万人^(※6)になると推測される中、69万人の介護人材が不足すると予想される

日本の労働市場における海外人材の活用は急務

少子高齢化の進行により減少

国内生産年齢人口

2050年の
生産年齢人口見通し^(※1)

5,540万人不足

年々不足すると見込まれる

国内労働市場

労働需要に対し、不足する
2030年の労働供給量見通し^(※2)

644万人不足

IT人材
79万人不足
(2030年)^(※3)

介護人材
69万人不足
(2040年)^(※4)

今後拡大すると見込まれる

外国人の労働者

2023年国内で働く
外国人労働者数^(※5)

200万人突破
(過去最高)

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

※1 内閣府(2023)「令和5年版高齢社会白書」より抜粋

※2 パーソル総合研究所「労働市場の未来推計2030」より抜粋

※3 経済産業省「IT人材需給に関する調査」(2019年3月)より抜粋

※4 厚生労働省「介護人材確保に向けた取り組み」より抜粋

※5 厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況まとめ(令和5年10月末現在)」より抜粋

※6 日本総研「介護分野及福祉機器産業の将来像とロードマップ策定等に関する調査」

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

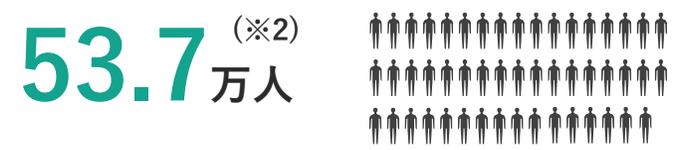
🇯🇵 日本の場合

🇮🇳 インドの場合

ICT教育を受けた
大卒者数



日本の
約16倍



エンジニアの数
(※3)



日本の
約1.6倍

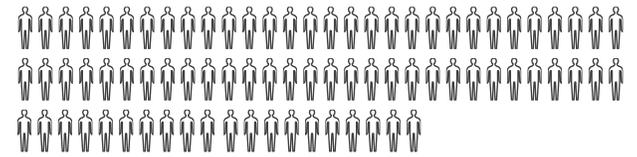


2030年に
不足するIT人材
(※4)

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

※1 e-Stat(日本の統計が閲覧できる政府統計ポータルサイト)学校基本調より抜粋
 ※2 厚労省、インド教育省発表の All India Survey on Higher Education (AISHE) 2020-2021より抜粋
 ※3 Itmedia <https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2212/13/news106.html>より抜粋
 ※4 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

(海外IT人材事業の戦略)

- 中途採用については日本企業側がITスキルに加え日本語能力も重視する傾向が強く日本語能力の高い人材しか採用に至っていない。そのため、今後は新卒採用により注力する。新卒採用ではIT企業だけでなく、機電系企業にもターゲットを広げ営業活動をより一層強化していく
- 内定者に対する語学教育と入社後の語学教育等のポートを体系的に提供することで定着支援を図る

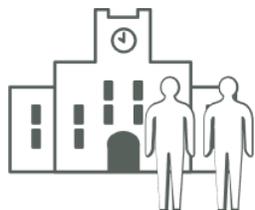
特に注力

海外IT人材供給サイド

海外IT人材需要サイド

新卒

人材紹介 & 語学教育



インド・ベンガルールでICT教育を受けたIT人材

エントリー



ジャパンキャリアセンター

人材紹介・語学教育



IT人材不足の日本企業

中途

ダイレクトリクルーティング



即戦力となる世界各国のIT人材

エントリー



オンラインマッチングプラットフォーム

求人掲載

直接応募

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

海外IT人材供給サイド



インド ベンガルール
でICT教育を受けた
新卒学生

エントリー

課金なし

インド上位大学との提携による人材紹介



優秀な人材が集まる
インド上位大学内に
キャリアセンターを
設置し、求人紹介



ビジネスに直結する
日本語教育



入社前から入社後まで
安心のサポート体制

人材紹介

- ・ 紹介手数料
- ・ 日本語教育料
- ・ サポート料
- ・ イベント料等

海外IT人材需要サイド



IT人材不足の
日本企業

当社の日本語教育事業と
シナジー

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、特に注力する新卒採用を中心に取引実績を着実に積み上げ中
- 2024年6月期は新卒採用を中心に累計77人（前年同期比+32人）の日本企業への入社が実現

新卒採用（ジャパンキャリアセンター）領域の実績（累計）

(2024年6月末時点)

提携大学

49校

前期末比+10校

人材登録者数

約**2.1**万人

前期末比+0.6人

取引実績企業

197社

前期末比+26社

内定人員

381人

前期末比+102人

中途採用（Yaaay）領域の実績

(2024年6月末時点)

Yaaay登録人数

4.3万人

前期末比+2.1万人

Yaaay登録国籍

131カ国

前期末比+39カ国

求人掲載企業数(稼働中)

42社

前期末比▲9社

内定人員

15人

前期末比+8人

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
- 当社の語学教育のノウハウを活用
- M&Aで得た埼玉県介護施設を自社でも運営

海外介護人材供給サイド

海外介護人材需要サイド

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

エントリー

人材紹介

課金なし

Zenken

人材紹介 + 語学教育



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



日本の介護施設
介護事業所
(自社でも運営)



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

N.S.D.C
INTERNATIONAL
RE-IMAGINE FUTURE

SMK DARMAWAN
your future is our priority

インドネシアや
インドの学生

- 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の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

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とし、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

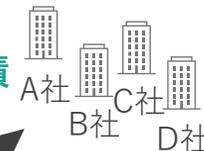
海外人材の活用ノウハウを蓄積



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

- 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
- 海外介護人材事業においては、4Q時点で累計34人の内定承諾を得ている



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

- 麻布台ヒルズ森 J P タワー（東京都港区）へ本社を移転予定

- 2024年12月に住友不動産新宿セントラルパークタワー（東京都新宿区）から麻布台ヒルズ森 J P タワー（東京都港区）へ本社を移転予定
- 本社移転に際してはテレワークの柔軟な働き方を拡充すると共に、オフィス環境がワンフロアになることでオフィスワーク時のコミュニケーションを強化し、社内の多様な価値観を持つ人々が積極的に交流することで、更なるシナジーの追求やイノベーションの創出に拍車をかける
- 職場環境を整備することで持続可能な成長と企業価値の向上を目指す

業績へのインパクト

- 2025年6月期は本社移転により、142百万円（二重家賃+81百万円、旧本社の償却費+61百万円）の費用増加を見込む
- 2026年6月期以降は、年間で96百万円の家賃負担軽減（新本社と旧本社との家賃差額）に繋がる





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

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">人材戦略統括本部を新設し、人材戦略を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、主力のマーケティングセグメントが全体の売上高の約7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 3事業等のリスク」に記載



Appendix

財務ハイライト

決算年月		2020年6月	2021年6月	2022年6月	2023年6月	2024年6月
売上高	(百万円)	5,827	6,216	7,705	7,058	5,627
経常利益	(百万円)	754	1,320	2,349	884	390
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	377	956	1,584	426	243
資本金	(百万円)	56	429	432	437	438
発行済株式総数	(株)	11,210,000	11,852,400	11,982,700	12,227,200	12,292,800
純資産額	(百万円)	8,982	10,679	12,147	12,354	12,233
総資産額	(百万円)	11,570	13,506	15,288	14,370	14,287
1株当たり純資産額	(円)	801.29	901.02	1,013.73	1,010.43	1,009.11
1株当たり当期純利益	(円)	33.65	85.14	133.40	35.49	20.07
自己資本比率	(%)	77.6	79.1	79.5	86.0	85.6
自己資本利益率	(%)	4.3	9.7	13.9	3.5	1.9
営業キャッシュ・フロー	(百万円)	702	1,510	2,080	▲539	682
投資キャッシュ・フロー	(百万円)	▲450	▲50	▲12	▲1,099	▲522
財務キャッシュ・フロー	(百万円)	▲147	496	▲186	▲491	▲496
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	2,233	4,189	6,071	3,941	3,605
従業員数 (他、平均臨時雇用人数)	(人)	443 (145)	443 (97)	468 (86)	467 (81)	475 (75)

2024年6月期 決算サマリー

(百万円)		2023/6期	2024/6期	前期比	
				増減額	増減率 (%)
マーケティングセグメント	売上高	4,149	3,815	▲334	▲8.1
	セグメント利益	1,129	906	▲223	▲19.7
海外人材セグメント	売上高	1,372	1,344	▲28	▲2.1
	セグメント利益	▲122	▲111	10	—
不動産セグメント	売上高	473	465	▲8	▲1.7
	セグメント利益	333	319	▲13	▲4.1
その他	売上高	1,061	1	▲1,060	▲99.9
	セグメント利益	179	1	▲177	▲98.9
小計	売上高	7,058	5,627	▲1,431	▲20.3
	セグメント利益	1,519	1,116	▲403	▲26.5
	全社費用	▲663	▲766	▲104	—
営業利益		856	349	▲506	▲59.2
経常利益		884	390	▲493	▲55.8
親会社株主に帰属する当期純利益		426	243	▲183	▲43.0
営業利益率 (%)		12.1	6.2	▲5.9	▲48.8

2025年6月期見通し

(百万円)		2023/6期	2024/6期	2025/6期 見通し	前期比	
					増減額	増減率 (%)
マーケティングセグメント	売上高	4,149	3,815	4,000	184	4.8
	セグメント利益	1,129	906	1,020	113	12.5
海外人材セグメント	売上高	1,372	1,344	1,530	185	13.8
	セグメント利益	▲122	▲111	100	211	-
不動産セグメント	売上高	473	465	466	0	0.1
	セグメント利益	333	319	320	0	0.2
その他	売上高	1,061	4	4	-	-
	セグメント利益	179	1	2	0	0.2
小計	売上高	7,058	5,627	6,000	372	6.6
	セグメント利益	1,519	1,116	1,442	325	29.1
	全社費用	▲663	▲766	▲912	▲144	18.9
営業利益		856	349	530	180	51.6
経常利益		884	390	560	169	43.3
親会社株主に帰属する当期純利益		426	243	380	136	56.0
営業利益率 (%)		12.1	6.2	8.8%	2.6	42.1

※2024年6月期第1四半期連結会計期間よりセグメント変更を実施したため、セグメント変更後の数値に組み替えた比較を行っております。

そこのない未来を創る

見通しに関する注意事項

- 本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、当社以外に関する情報は公開情報等から引用したものであり、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。
- 当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。
- 当資料のアップデートは、2025年9月頃を目途として行う予定です。

【お問い合わせ先】

Zenken株式会社 IR窓口
ir@zenken.co.jp
<https://www.zenken.co.jp/>