

A large wall-mounted display consisting of a 3x3 grid of white panels. The central panel features the Zenken logo, which consists of a green dot followed by the word "Zenken" in a bold, dark blue sans-serif font.

●Zenken

そこにはない未来を創る

The Zenken logo, featuring a green dot followed by the word "Zenken" in a bold, dark blue sans-serif font.

●Zenken

個人投資家向けオンライン会社説明会資料

全研本社株式会社（Zenken Corporation） 東証マザーズ（証券コード：7371）



目次

01

会社概要

02

主力事業と強み

03

業績・トピックス

04

中期成長戦略

APPENDIX

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

人事労務部

●Zenken

01

会社概要

● 会社概要

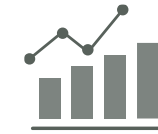
社 名	全研本社株式会社（英語名：Zenken Corporation）		
代 表 者	代表取締役社長 林 順之亮		
設 立	1978年7月（創業1975年）		
本 社 所 在 地	〒160-8361 東京都新宿区西新宿六丁目18番 1 号 住友不動産新宿セントラルパークタワー		
資 本 金	429百万円		
役 員 構 成	代表取締役社長 取締役 取締役 取締役 取締役	林 順之亮 鷲谷 将樹 松島 征吾 上奥 由和 松尾 陽二	取締役（社外） 常勤監査役 監査役（社外） 監査役（社外） 増渕 勇一郎 保科 衛 前川 健嗣 佐藤 孝幸
事 業 内 容	【ITセグメント】 コンテンツマーケティング事業、メディア事業、AI事業 【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】		
連 結 子 会 社	株式会社サイシード（IT、その他・出資比率100%） ダイレクトイングリッシュ・ジャパン株式会社（語学・出資比率100%）※		
従 業 員 数	435名(2021/12末 他、臨時雇用者数89名)		

※ ダイレクトイングリッシュ・ジャパン株式会社は2021年12月31日に全研本社に吸収合併されました。

「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



WEBマーケティング
による集客支援



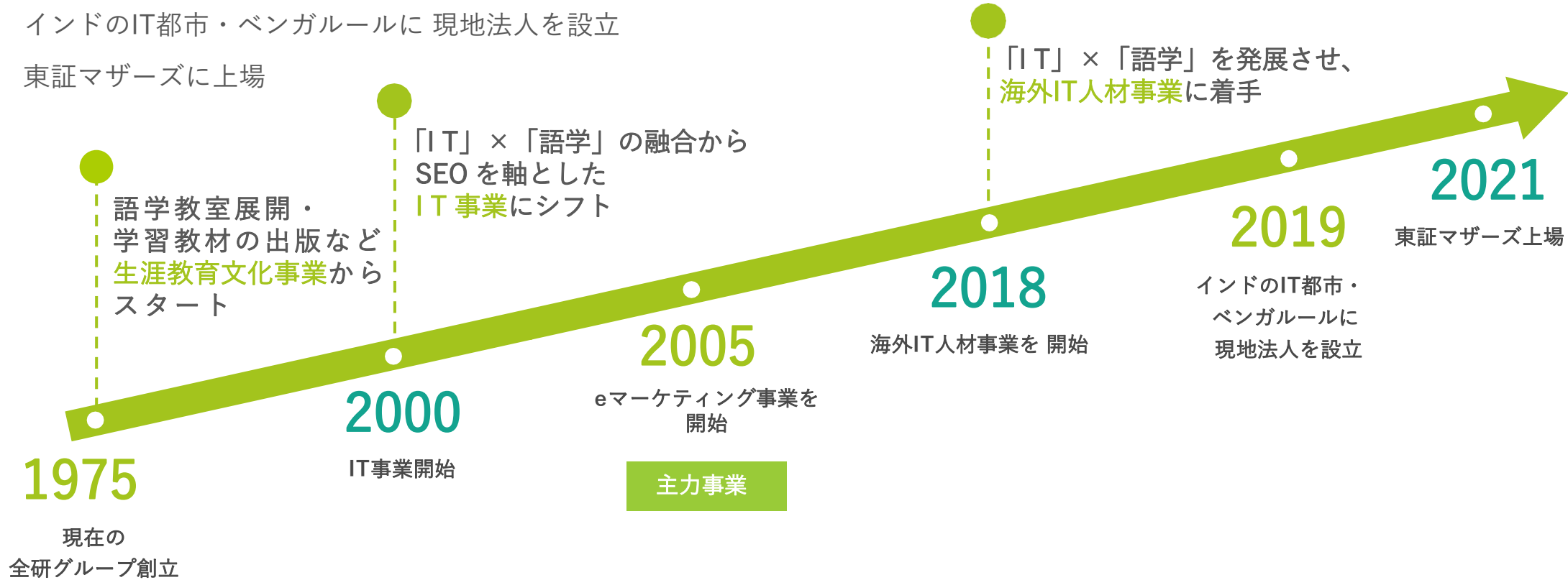
IT人材不足企業の
採用支援



グローバル人材育成
のための語学教育

沿革

- 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



*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

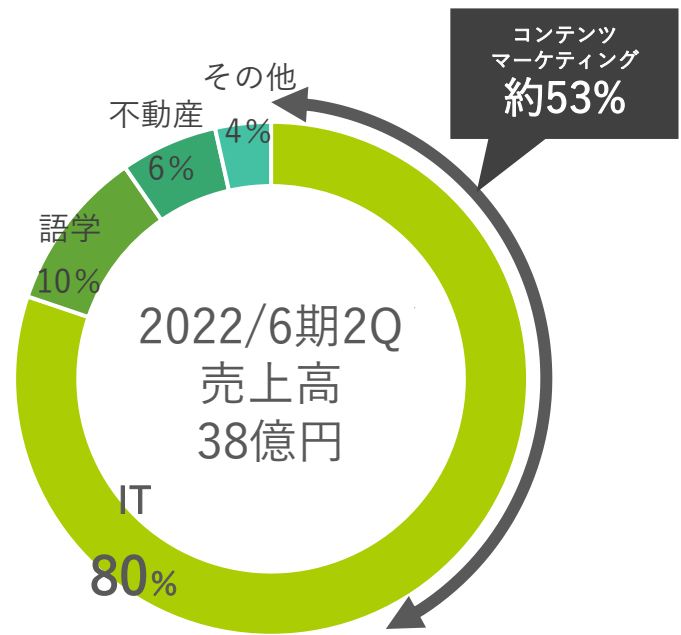
● 事業内容

「IT」「語学」「不動産」の3セグメント構成

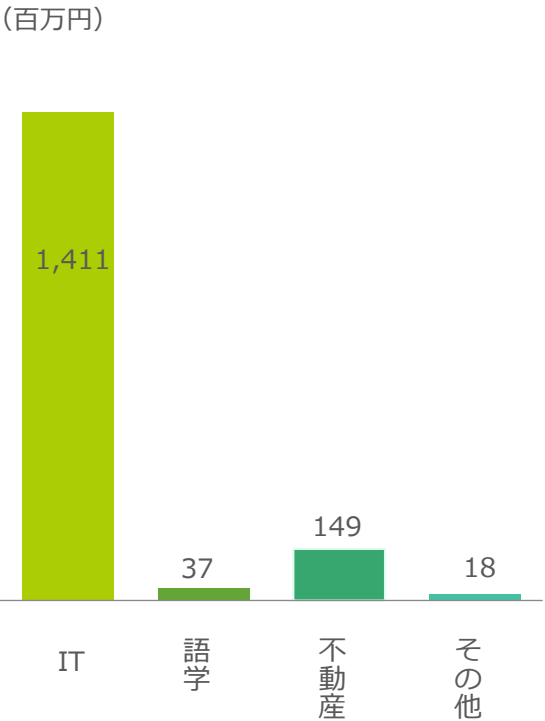
主力のITでは、コンテンツマーケティングとしてクライアント支援のための集客メディア（ポータルメディア等）を提供
コンテンツ制作費及び運用費を主な収益とするリカーリング型ビジネスモデルを展開

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



セグメント別利益 (2022/6期2Q)



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

● 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「全研プラザ」及び「Zenken Plaza II」の賃貸

● ビジネスフロー

ITセグメントの主力のコンテンツマーケティング事業では、集客メディア（ポータルメディア等）のコンサルティング、制作・編集・運用までワンストップで提供し、クライアントの特徴や強みをWEBユーザーに訴求。クライアントから制作費と月額運用費を得るビジネスモデル

語学セグメントは法人向けと個人向けの事業を同時展開。いずれも授業料・教材費等を売上とするビジネスモデル

不動産セグメントは当社所有オフィス用ビル「全研プラザ」及び「Zenken Plaza II」の賃貸収入を中心とするビジネスモデル

● Zenken





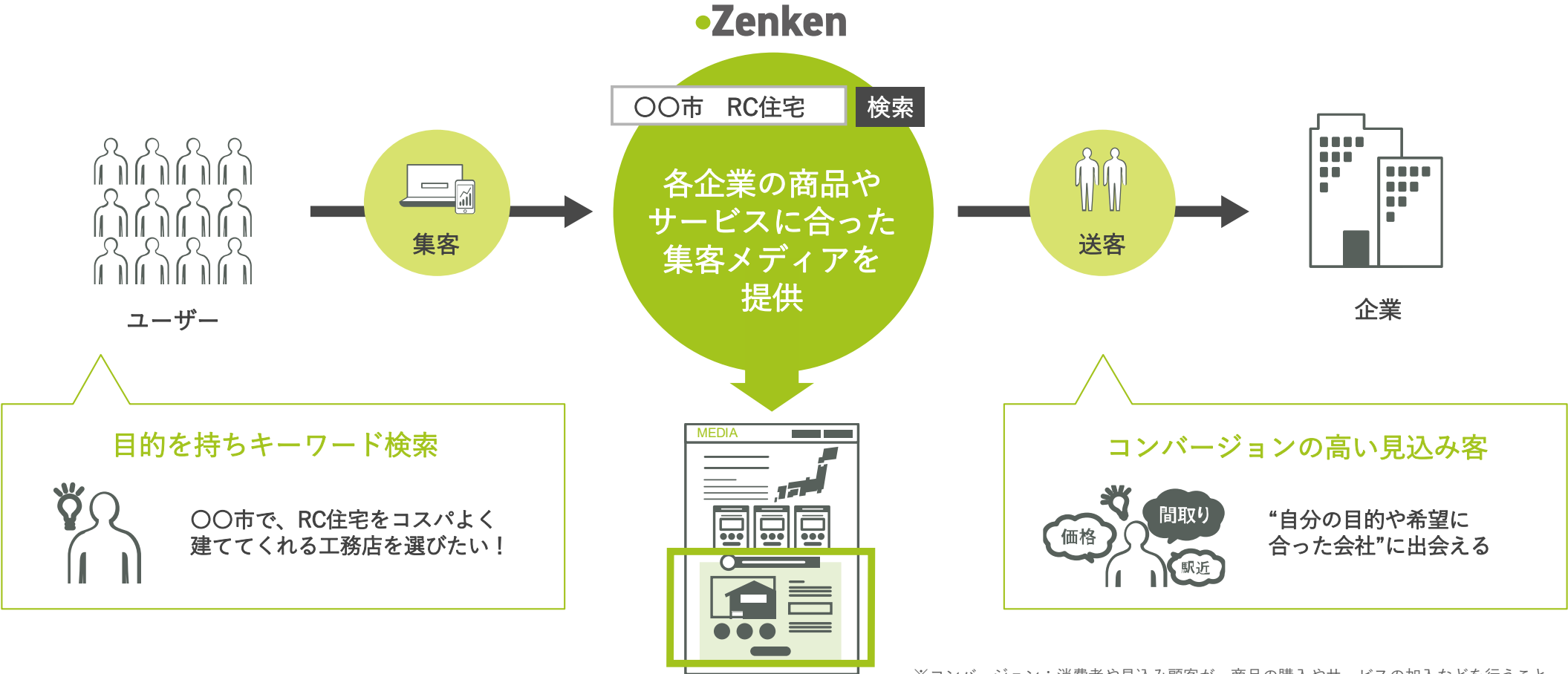
02

主力事業と強み

● ITセグメント①

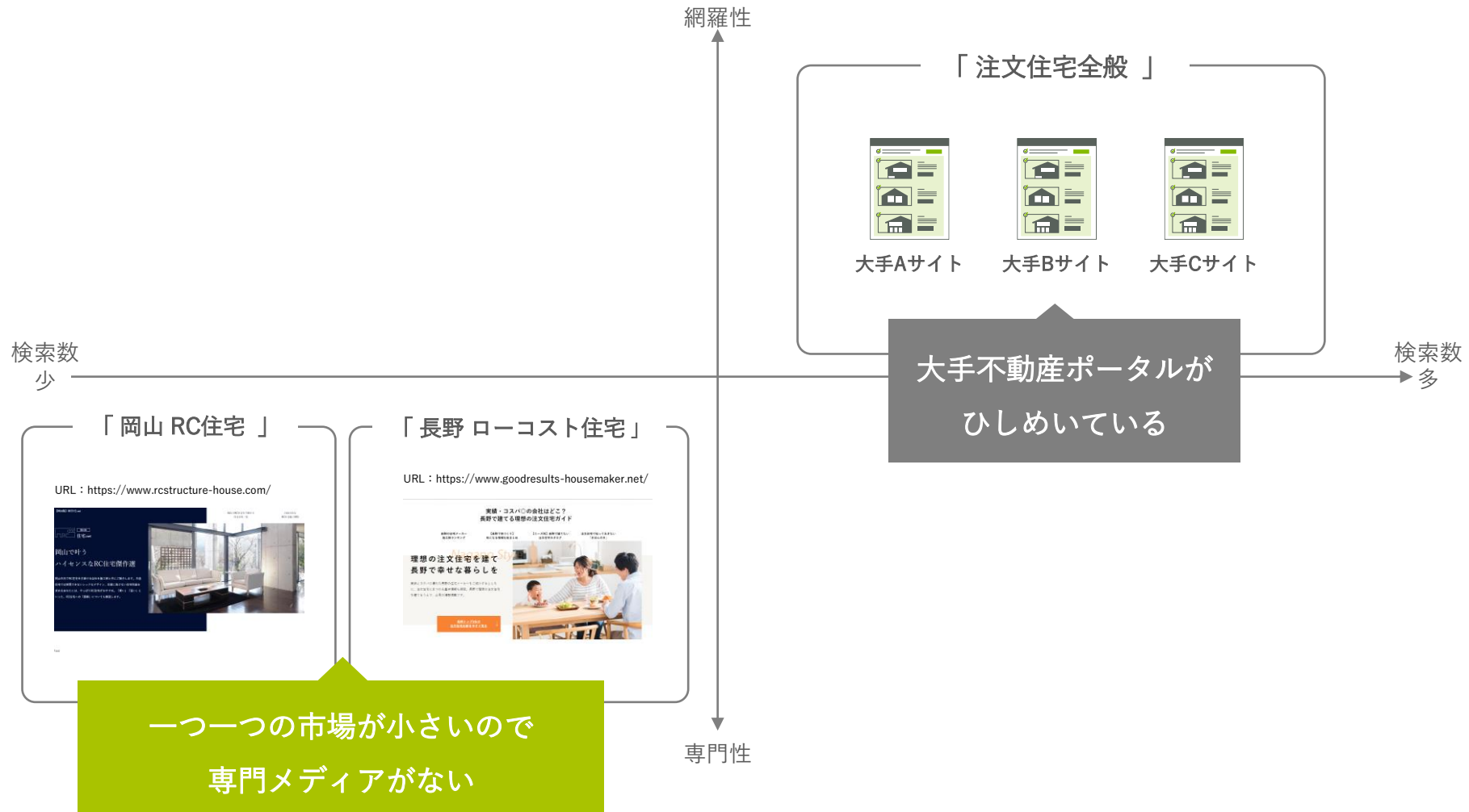
コンテンツマーケティング事業では、クライアントの特徴や強みを明らかにするWEBの集客メディアを制作・運用し、目的が明確な「意欲ある」ユーザーに訴求

この「意欲のある」ユーザーとは、コンバージョン※の可能性の高い見込客であり、この当該見込客の送客向上に向けて、コンサルティング・制作・編集・運用までをワンストップで提供



※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

● 業界ポジショニング（例：不動産市場）



エリアに特化したニッチKWなど、狭域マーケットにおいて、専門メディアを確立する

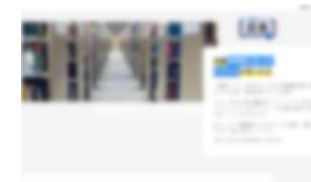
● 集客メディア 事例

注文住宅



more...

BtoB



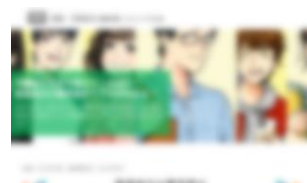
more...

歯科・インプラント



more...

学校/資格



more...

● ITセグメント②

専門的な業界知識を有したコンサルタントから、関連法規順守のため顧問弁護士指導のもとリーガルチェック体制を構築し、高品質のサービス提供体制を構築

集客メディア（ポータルメディア等）の運用メディアは、個人に訴求するBtoCビジネスの業種が主体
特に、美容/医療/健康関連、住宅関連、学校/資格関連といった個人の関心が高い3業種が主な10業種の約6割を占める

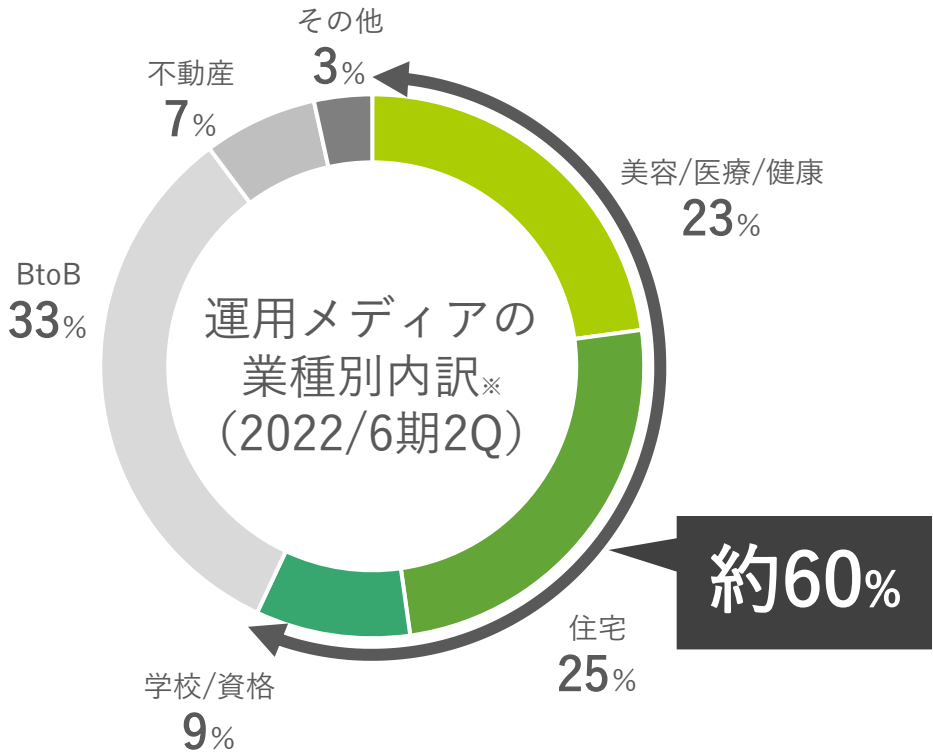
プロ人材を揃えるバリューチェーンを構築



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

個人の関心が高い3業種が約6割



※ 主要な10業種

● ITセグメント③

集客メディアは、1,100名超の外部ライター及び社内制作人員約140名の計1,200名超のライターで対応

ライターの対応可能な業種は、現在120業界以上。いずれも一定水準以上の求められる専門性に耐えうる知識レベルを保有

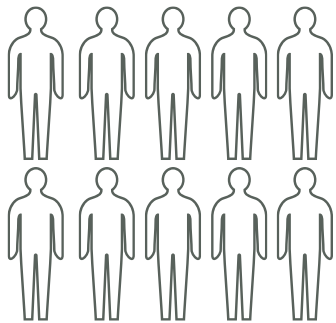
ライター人員



外部ライター**1,139**名登録
(2022/6期2Q)



内部制作人員
約**140**名



合計
1,200名超の
ライター陣容

ライターの対応業種

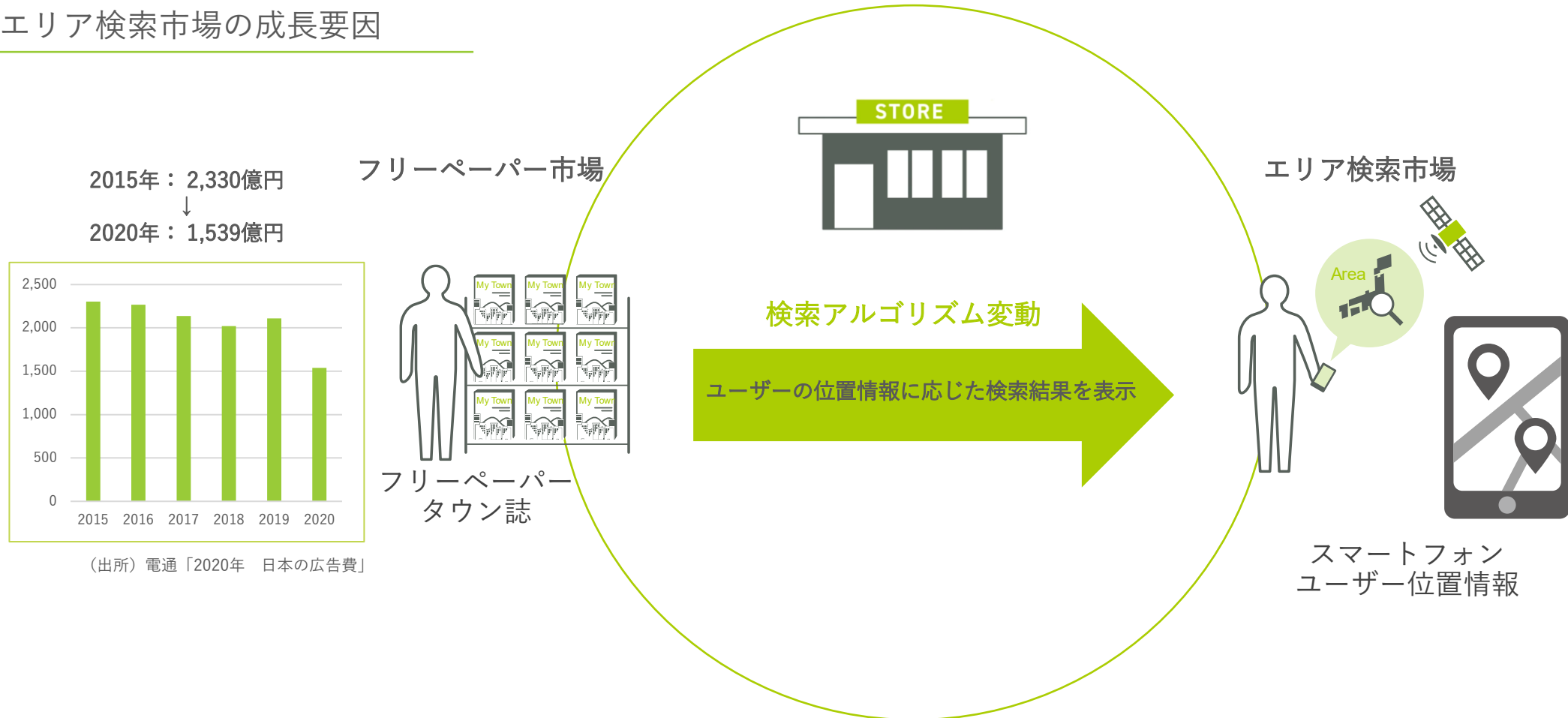


● ITセグメント④

2015年に導入された検索アルゴリズムにおいて、ユーザーの位置情報に応じて検索結果が表示

これによりエリア検索市場が誕生し、全国のエリア市場はフリーペーパーからスマートフォン市場に切り替わって急成長中

エリア検索市場の成長要因



03

業績・トピックス

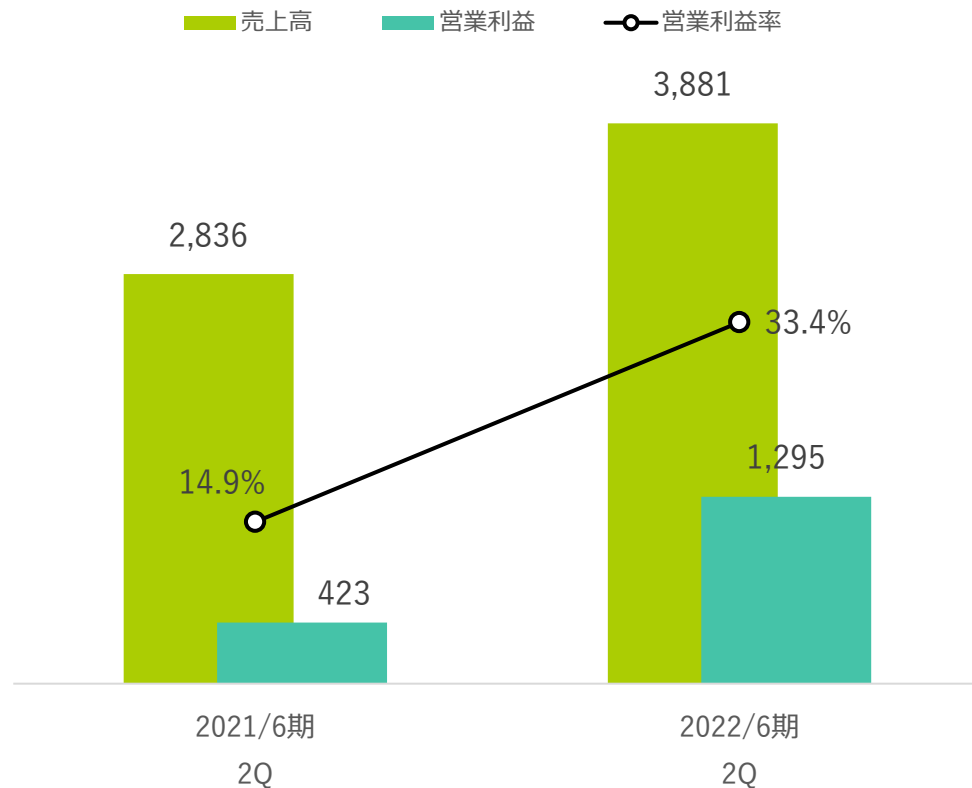
Zenken

● 2022年6月期第2四半期 連結決算ハイライト

売上高： 3,881百万円 営業利益： 1,295百万円 営業利益率：33.4%

前年同期比較

(百万円)



【前年同期比】

- 売上高： +1,045百万円 (+36.9%)
- 営業利益： +871百万円 (+205.7%)
- 営業利益率： +18.4%

年換算で過去連結最高益

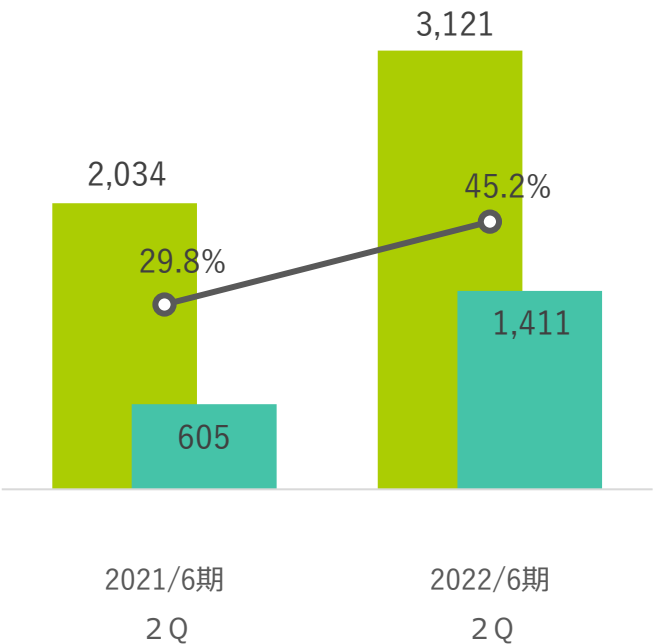
● 2022年6月期第2四半期 連結決算ハイライト（セグメント別）【前年同期比】

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提供により増収
語学セグメントは、運営体制見直しによる黒字転換

ITセグメントの推移

(百万円)

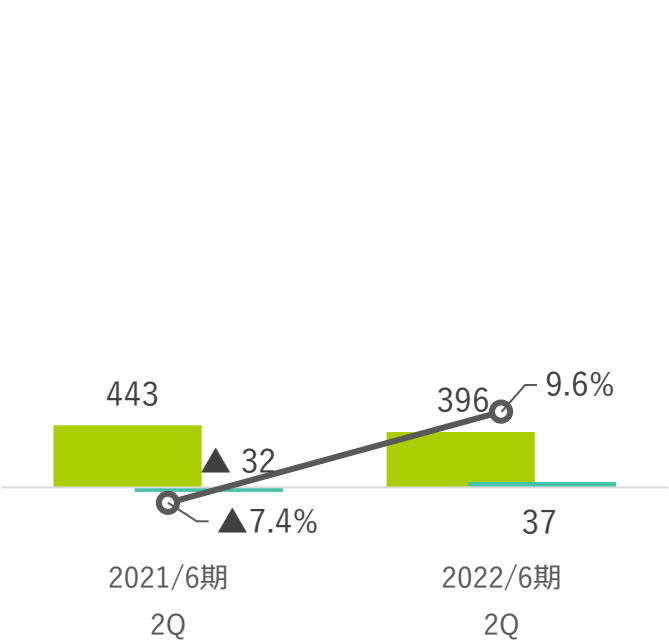
■ 売上高 ■ 営業利益 ● 営業利益率



語学セグメントの推移

(百万円)

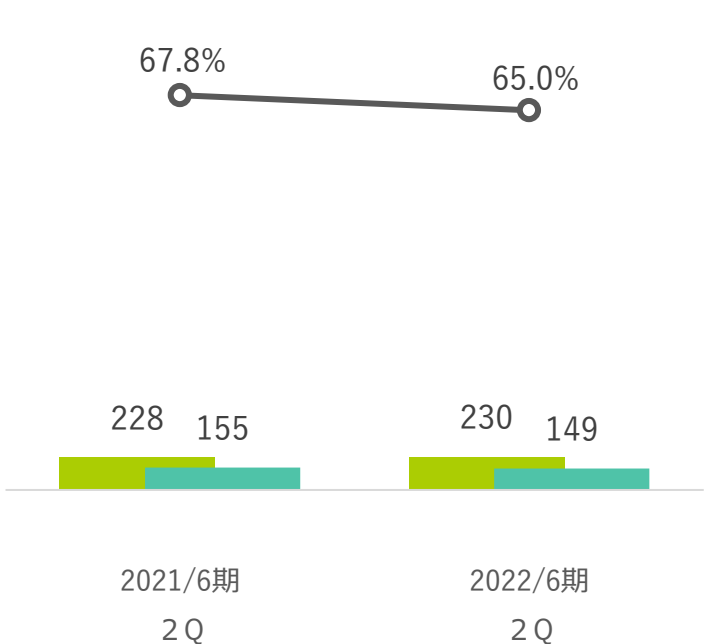
■ 売上高 ■ 営業利益 ● 営業利益率



不動産セグメントの推移

(百万円)

■ 売上高 ■ 営業利益 ● 営業利益率



● バランスシートの状況

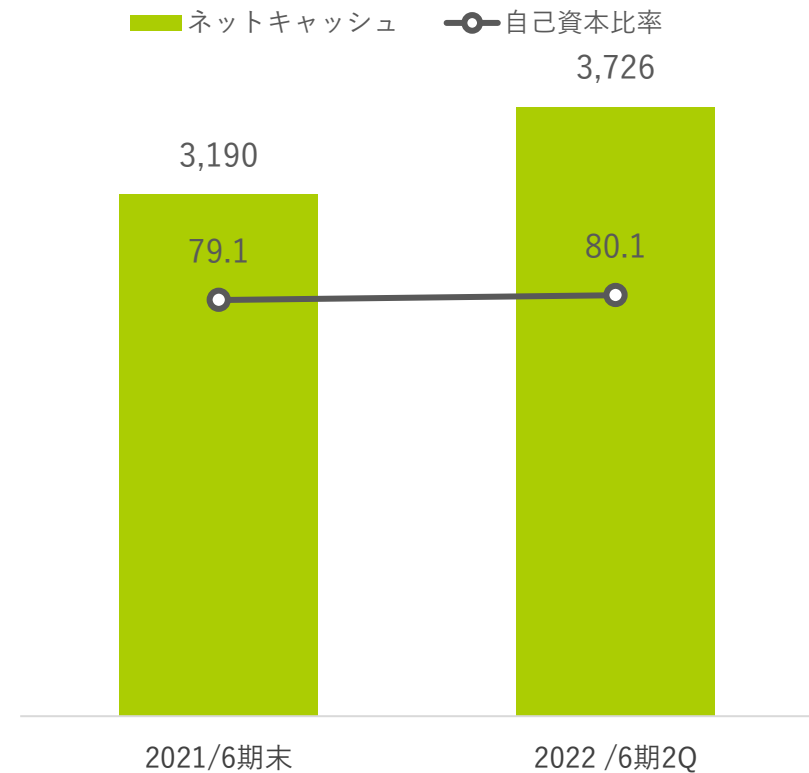
(百万円)	2021/ 6 期末	2022/6期 2 Q末	前期末比増減額
流動資産	4,934	5,743	809
現預金	4,189	4,651	461
売掛債権	403	737	333
その他	340	354	14
固定資産※	8,572	8,522	▲49
建物	1,401	1,369	▲32
土地	6,019	6,019	—
その他	1,151	1,133	▲17
総資産	13,506	14,266	759
負債	2,827	2,838	10
前受金	651	552	▲99
借入金	999	925	▲74
その他	1,175	1,360	184
純資産	10,679	11,428	748
負債純資産合計	13,506	14,266	759

※賃貸等不動産関係の時価情報

(百万円)	2021/ 6 期末
固定資産簿価	7,767
固定資産時価	12,145
含み益	+4,378

ネットキャッシュと自己資本比率の推移

(百万円)



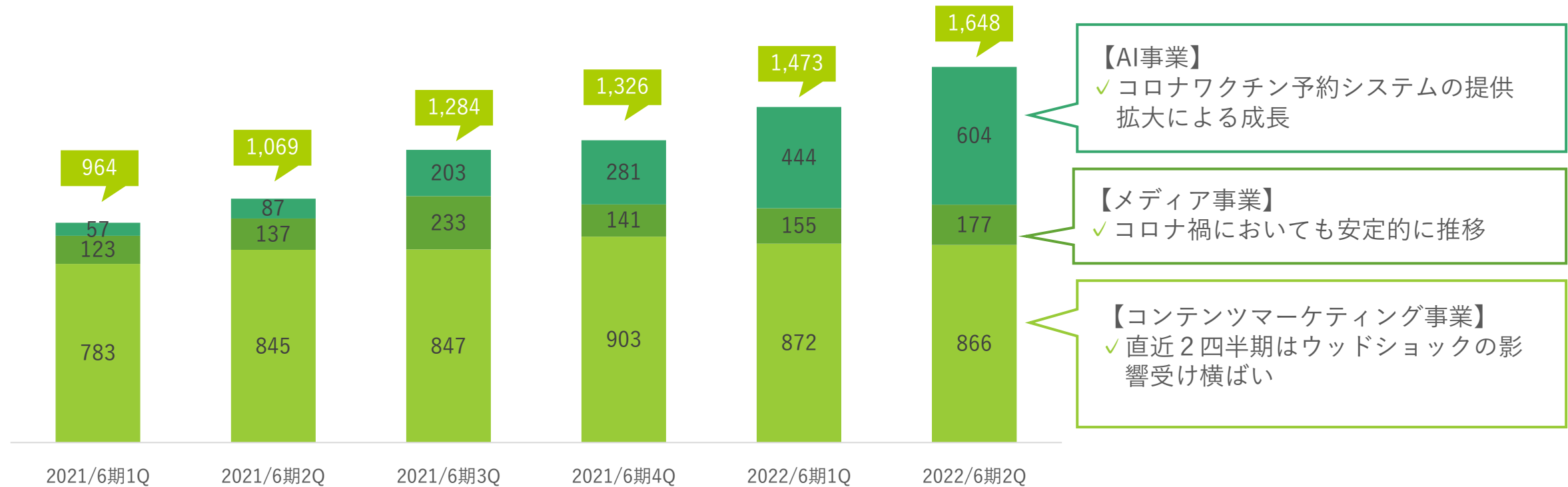
● 収益の分解情報 ～ITセグメント事業別

コンテンツマーケティング事業の売上高はウッドショックの影響を受け横ばい
AI事業はコロナワクチン予約システムの提供により増収で推移

ITセグメント 事業別 売上高

(百万円)

■ コンテンツマーケティング ■ メディア ■ AI



● 収益の分解情報 ～ストック／フロー別

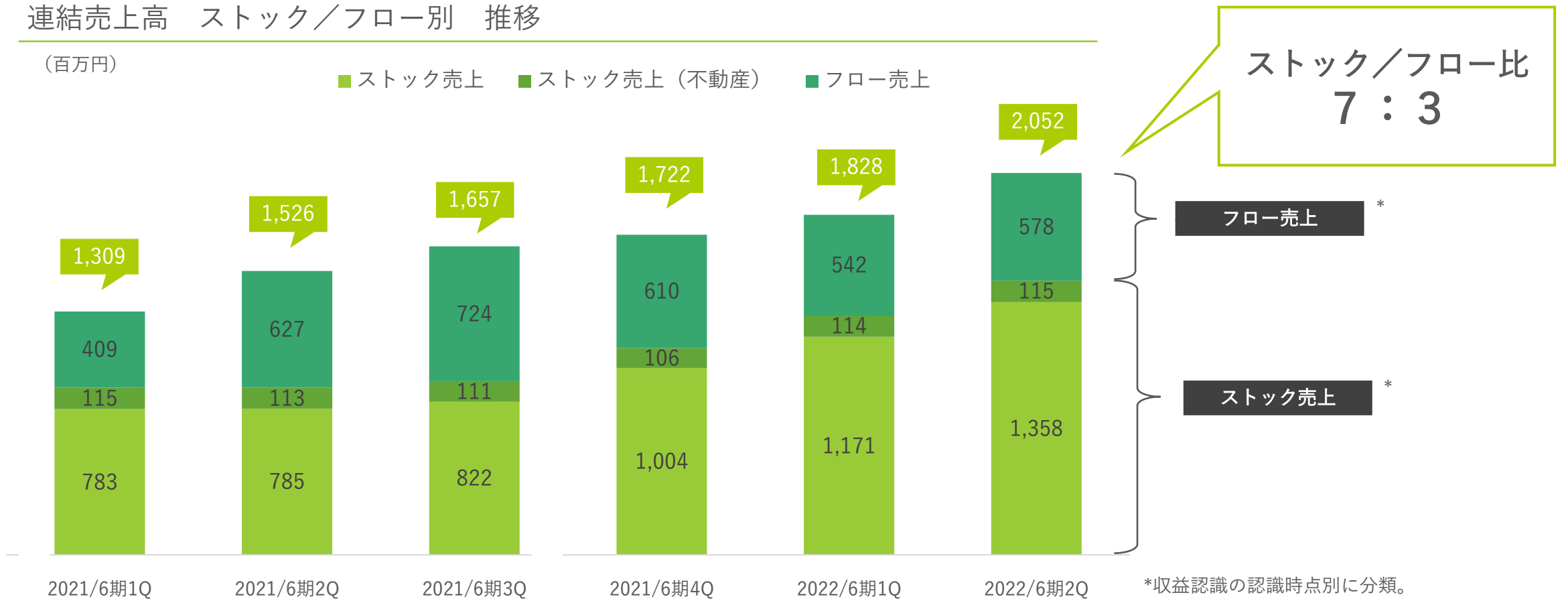
ストック売上が順調に伸長

2022年6月期第2四半期においてストック／フローの比は7：3

連結売上高 ストック／フロー別 推移

(百万円)

■ ストック売上 ■ ストック売上（不動産） ■ フロー売上

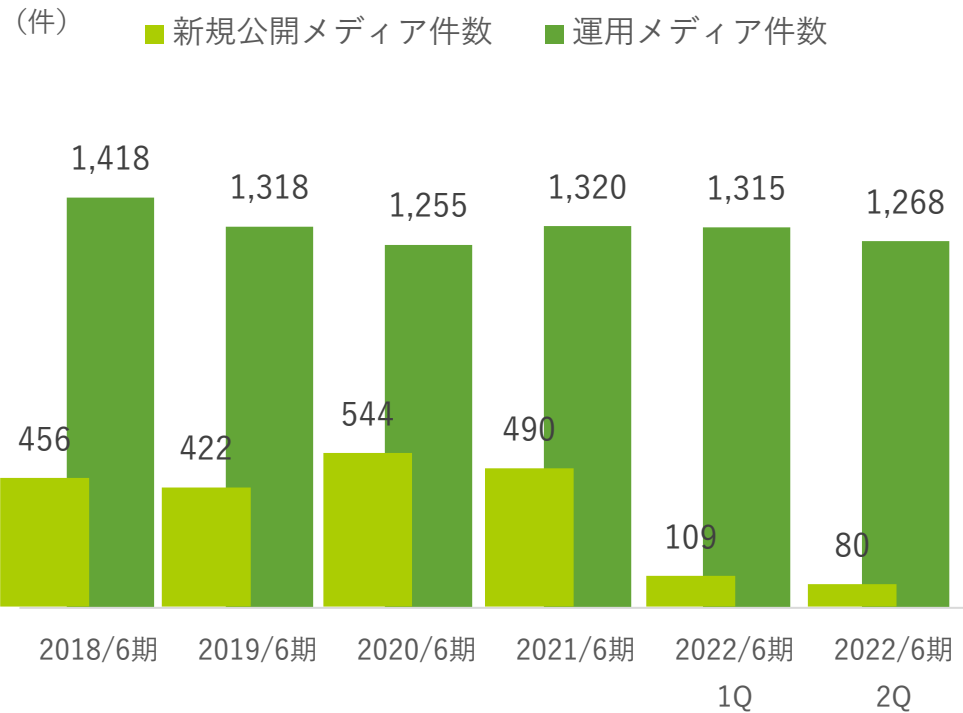


*収益認識の認識時点別に分類。
ストック売上：一定の期間にわたり計上される売上
フロー売上：一時点で計上される売上

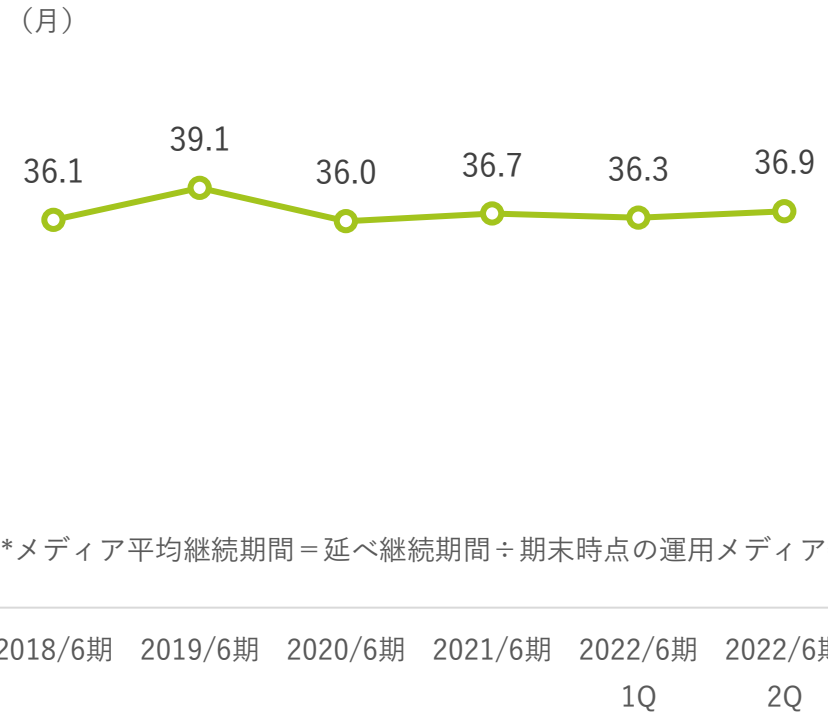
● 主な指標①

メディアサイズが大きくなったことから、新規公開メディア数が80となり、運用メディア数も前四半期末比で微減
メディア平均継続期間は、36カ月を超える水準で推移

新規公開メディア、運用メディア件数の推移



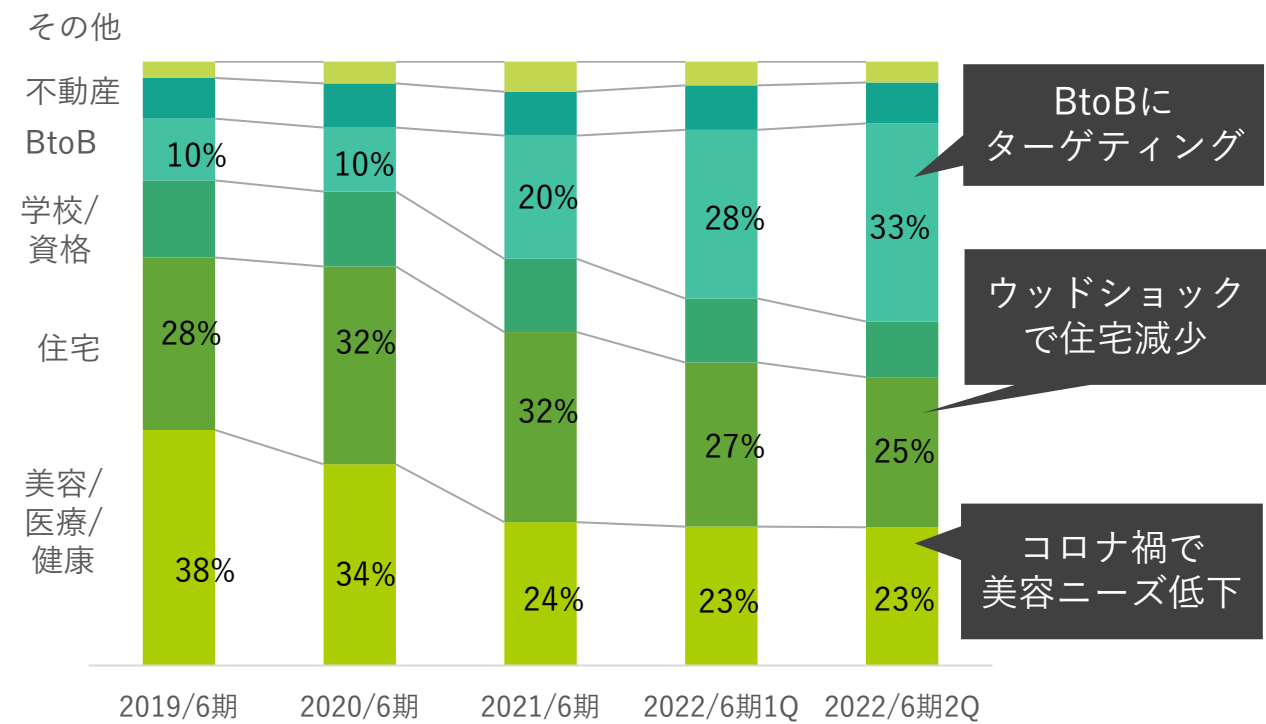
メディア平均継続期間*



主な指標②

展示会などリアルイベントの中止からオンライン集客のニーズが生まれているBtoB業種など、ニーズに合わせて業種をターゲティング
 地方取引先の減少はウッドショックの影響

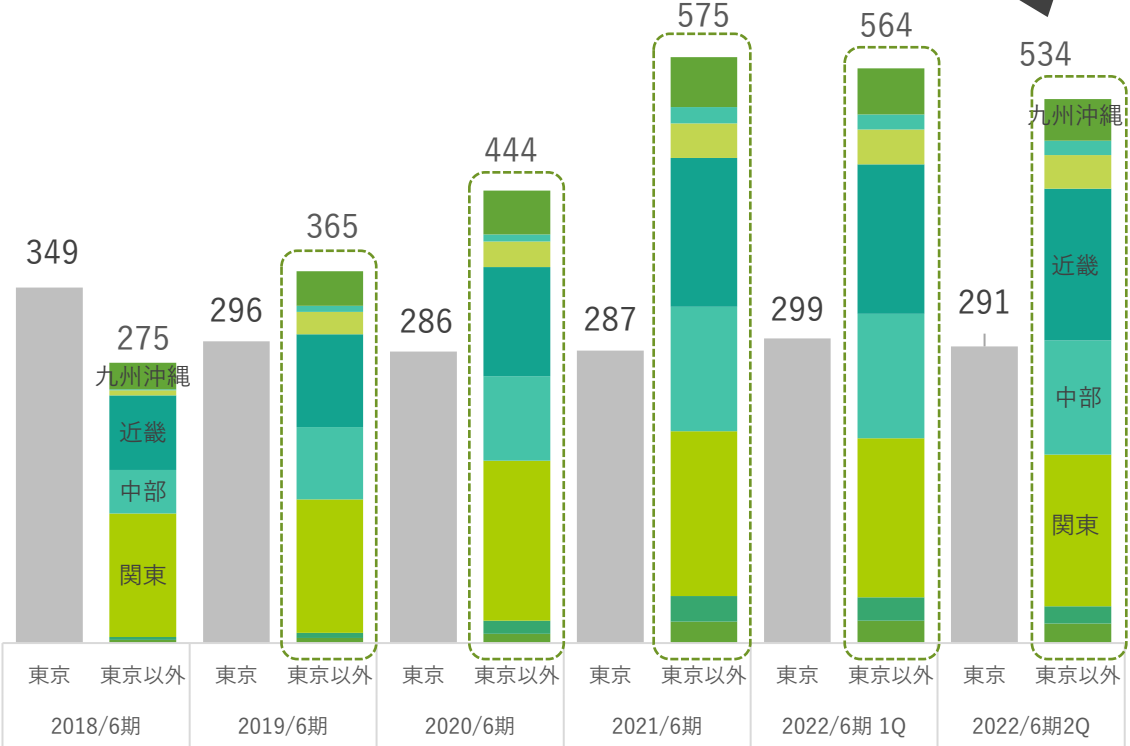
メディア業種別内訳の推移



※ 上位10業種の推移

地域別取引先内訳

※「関東」は東京を除く (件)



ウッドショック
 主に地方取引先に影響

トピックス

① コロナワクチン予約システムの提供拡大

- ✓ 子会社のサイードが開発、2021年3月より提供開始
- ✓ 200以上の自治体が採用し、接種の円滑な運営に貢献
- ✓ 100以上の団体から職域接種の申込
- ✓ 上期で8億円の売上を計上



▲予約システムイメージ



▲予約システムの情報ページ

② 新市場にてグロース市場を選択

- ✓ 2022年4月 マザーズからグロース市場へ



③ コーポレートサイト「優良サイト」に選出

- ✓ 日興アイ・アール株式会社が毎年開催する「全上場企業ホームページ充実度ランキング」
- ✓ 2021年度は3,888社が対象
- ✓ 2021年度 新興市場カテゴリーにおいて「優良サイト」に選出



A photograph of three men in an office setting. One man in a green shirt is pointing at a laptop screen, while two other men, one in a grey shirt and one in a blue shirt with glasses, look on. The image is dimmed to serve as a background for the text.

04

中期成長戦略

中期展望と課題

01 コンテンツマーケティング事業の更なる拡大

02 語学事業の黒字化

03 海外IT人材事業の拡大

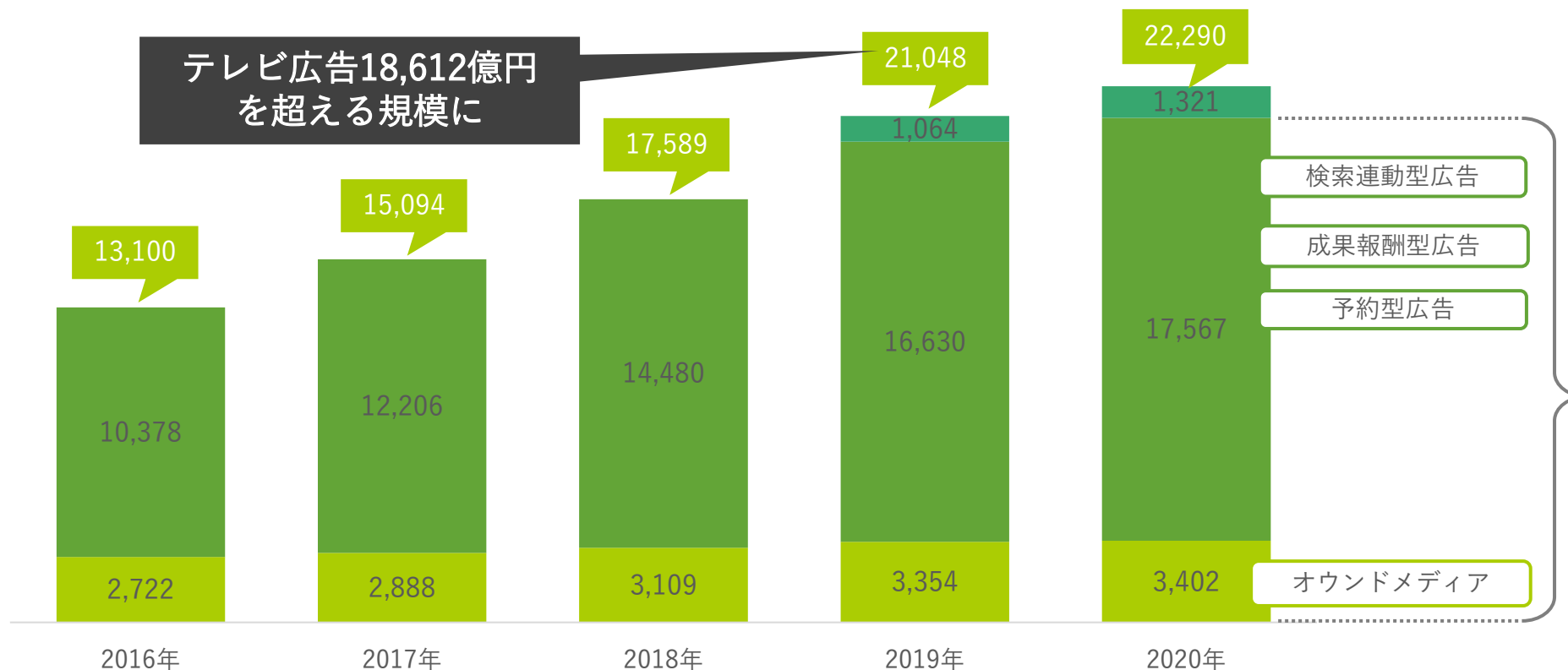
● 国内インターネット広告市場

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2020年に約2兆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2兆円

(出所) 電通 2016年～2020年「日本の広告費」

01 コンテンツマーケティング事業の成長 ①全体像

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
- 首都圏以外の地方への営業展開
- インバウンド型営業の強化



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



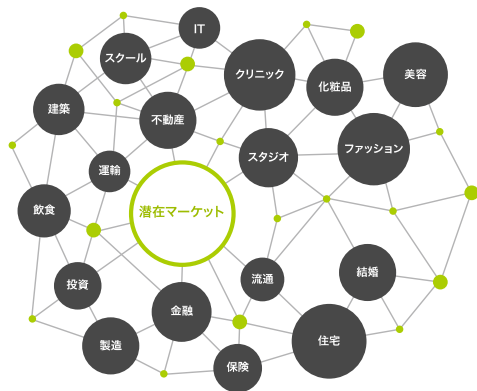
運用メディア
継続期間の長期化

- 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

01 コンテンツマーケティング事業の成長 ②契約顧客数の拡大

当社の特徴・強みを活かしながら、さらに市場拡大を推進。顧客数の拡大を実現し、さらなる成長を実現

業種の拡大による新規市場開拓



- リアルイベントの中止からオンライン集客のニーズが生まれたBtoB企業をはじめ、取り扱い業種をさらに拡大し、新規市場を開拓

首都圏以外の地方への営業展開



- オンライン商談により、首都圏以外の全国地方エリアへ積極営業し、新規顧客を開拓

インバウンド型営業の強化



- インバウンドメディア「キャククル」の運用強化
(「業種名×集客」キーワードでの検索上位表示によるセッション数、PV数の増加)

01 コンテンツマーケティング事業の成長 ③ インバウンドマーケティングメディア

2019年、店舗集客情報に特化したインバウンドマーケティング・メディア「キャククル」サービスをスタート。業種やサービスごとに、集客方法やマーケティング理論を凝縮した集客支援サービス。毎月100件以上の集客相談

様々な「業種×集客」キーワードで上位表示。店舗集客に課題を持つ経営者・店舗オーナーのリード獲得を実現



- 業界別の集客手法やマーケティングに関わる記事を随時更新

不動産web集客

注文住宅集客

商社集客

専門商社マーケティング

SaaS広告

製造業集客

BtoB広告

生産財広告

オープンルーム集客

製造業広告

不動産差別化

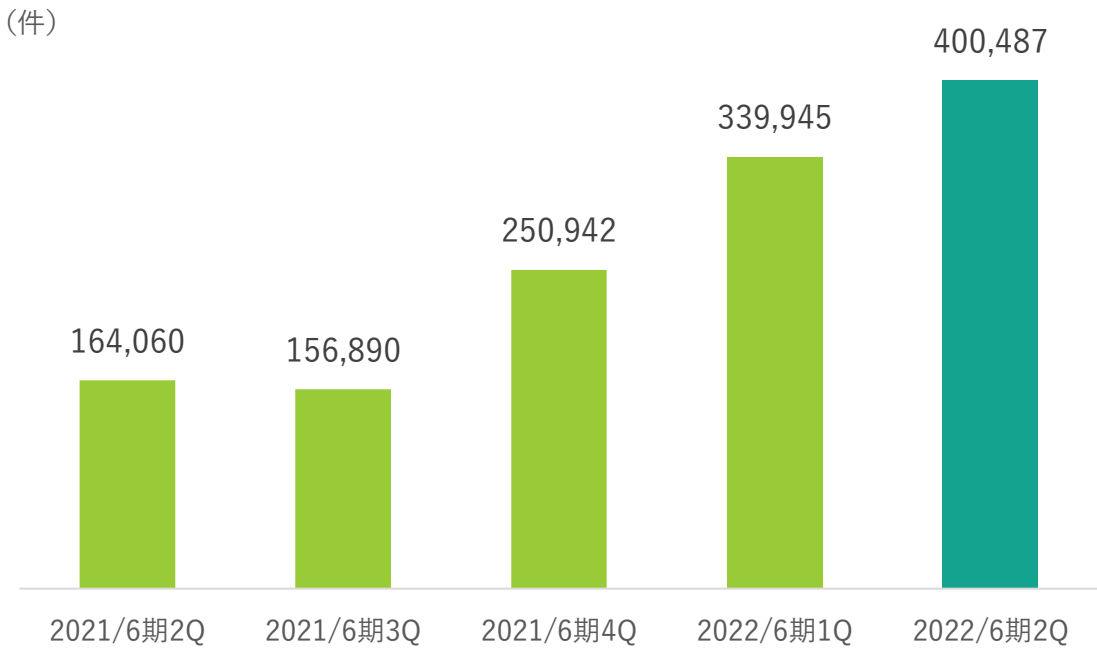
印刷会社販促

注文住宅の営業戦略
新たな価値観分析に基づくマ

掲載製造業の掲載担当104名から調査！
約7割が情報収集段階で
本命導入商品を決める。

BtoBデジタルマーケティング
建設業の営業戦略
新たに取り入れるべき集客手法とは？

セッション数推移



02 語学事業の黒字化：縮小均衡しオンライン化対応

コストのかかる対面型を縮小し、オンライン化を推進

学校向け英語教育は教育指導要綱の変更に伴う需要拡大への対応を加速

インバウンド人材向け日本語教育はより長期的な海外人材事業拡大戦略に向けての要諦と位置づけ、ノウハウ蓄積に注力

法人向け語学研修／英会話スクール



- 対面中心からオンライン化

- ✓ コスト引き下げを行い収益化を推進
- ✓ 赤字であった、英会話スクール事業を譲渡

学校向け語学教育



- 中学・高校オンライン授業化

- ✓ ニーズを捉え注力
- ✓ 英語早期学習ニーズや英語4技能重視化に対応

日本語学校



- オンライン化
+ インバウンド人材対応

- ✓ コスト引き下げを行い注力

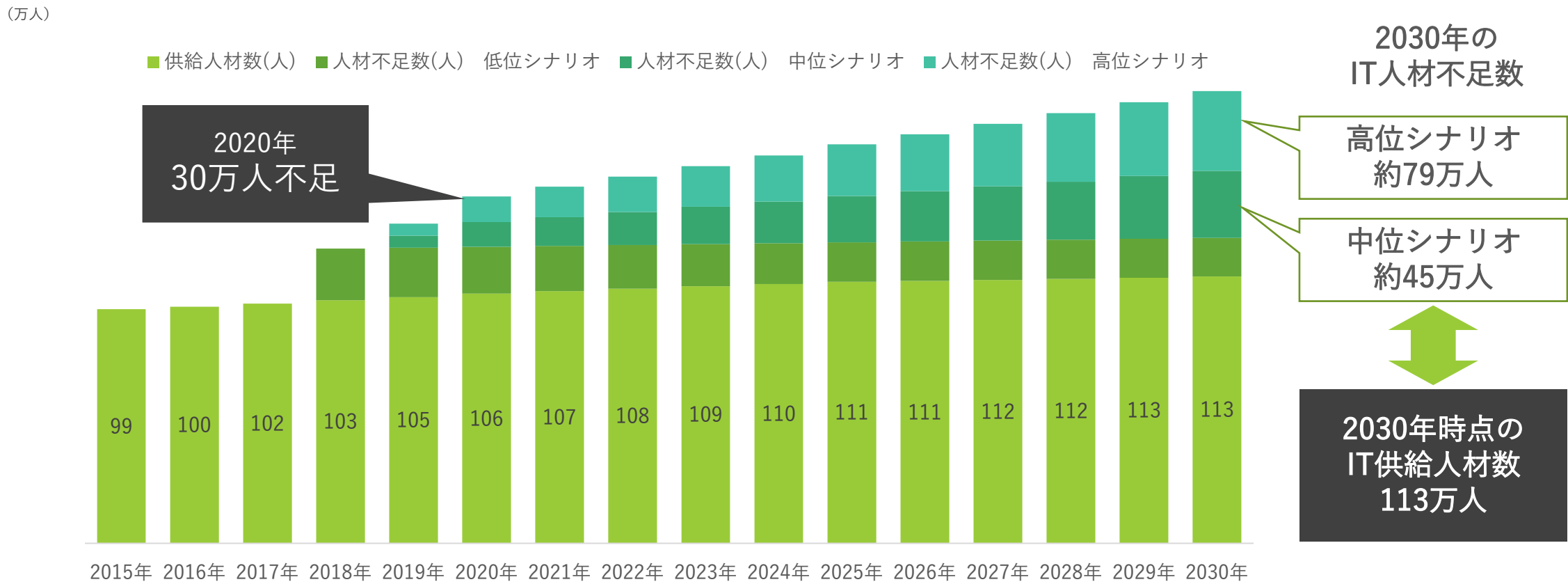


海外人材事業拡大への要諦
としての役割も担う

03 海外IT人材事業の拡大 ① IT人材需給による海外IT人材ニーズの拡大

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



(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

03 海外IT人材事業の拡大 ② 海外IT人材 供給サイドと需要サイドのマッチング

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

2022/6期にインターネット上に、海外のIT人材と日本企業がマッチングすることのできるプラットフォームの開発に着手予定

●Zenken

プラットフォーム

海外IT人材
供給サイド



インド
ベンガルールのIT人材

提携大学
29校
(2022/6期2Q)

人材登録者数
約**10,302**人
(2022/6期2Q)



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

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
87社
(2022/6期2Q)

内定人員
181人
(2022/6期2Q)

人材選定、日本語教育、退職リスク対策など、一貫してサポート

● 中期成長戦略イメージ

- ITと人材を軸とした中長期成長曲線イメージ

- ✓ 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IT人材事業を中心に成長戦略を描く

「そこにはない未来を創る」





●Zenken

質疑応答

そこにはない未来を創る

●Zenken

● 見通しに関する注意事項

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

【お問い合わせ先】

全研本社株式会社 IR窓口
ir@zenken.co.jp
<https://www.zenken.co.jp/>