



事業計画及び 成長可能性に関する事項

2026年9月30日

Zenken株式会社

[東証グロース:7371]

Contents

- 01 会社概要
- 02 マーケティングセグメント
- 03 海外人材セグメント
- 04 不動産セグメント
- 05 中期経営計画『Road to 250』
- 06 2026年6月期決算の状況
- 07 2027年6月期の見通し
- 08 配当方針
- 09 認識するリスク及び対応策
- Appendix

01 会社概要

会社概要

沿革

事業セグメント

ビジネスフロー

“そこにはない未来を創る”

国内外の社会課題に挑み、
マーケティングと海外人材を通じて
持続可能な未来の創造に貢献します。

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）
本社所在地 〒106-0041 東京都港区麻布台1-3-1 麻布台ヒルズ 森JPタワー

資本金 439百万円（2026年6月末時点）
上場市場 東京証券取引所グロース市場（7371）
連結従業員数 450名（2026年6月末時点）
連結子会社 全研ケア株式会社（出資比率100%）

祖業は教育事業、時流に応じて業態を変化

現在はWEBマーケティング事業を主軸に、成長性の高い海外人材事業に注力

1975

創業

語学教室展開・学習教材の出版など
生涯教育文化事業を開始



2005

WEBマーケティング事業開始

IT事業のノウハウを活かし、
集客メディア型の
WEBマーケティング事業を開始



2000

IT事業開始

インターネットを利用した
パソコン教育ビジネスで IT事業を開始



2021

東証マザーズ
(現グロース市場)上場



2018

海外人材事業開始

“IT×語学教育”のシナジーを活かし、
海外IT人材事業を開始

2024

海外宿泊人材事業開始



2022

海外介護人材事業開始



2025

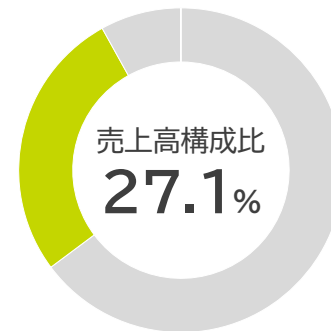
創業50周年

50年の歩みを礎に、
次なる成長フェーズへ

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

成長事業 海外人材セグメント

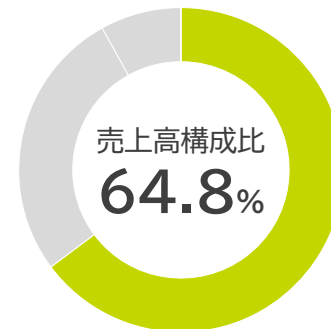
- 人材事業では、主に海外エンジニア人材事業、特定技能人材(介護・宿泊等)事業として、海外人材の紹介・定着支援を行う
- 教育事業では主に、法人向け語学研修事業、留学斡旋事業、日本語教育事業を行う



売上高
1,578百万円
セグメント利益
137百万円

主力事業 マーケティングセグメント

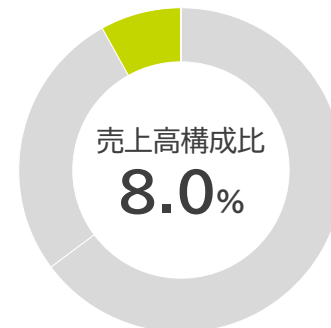
- ニッチ市場に特化した「専門性の高い集客メディア」の制作・運営やセールス支援を行う
- 人的資本マーケティングによる、現職社員の口コミサイト「VOiCE」の運営や、「職業ブランディングメディア」の制作・運営、「エンゲージメンター」による組織づくりの支援を行う



売上高
3,768百万円
セグメント利益
979百万円

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

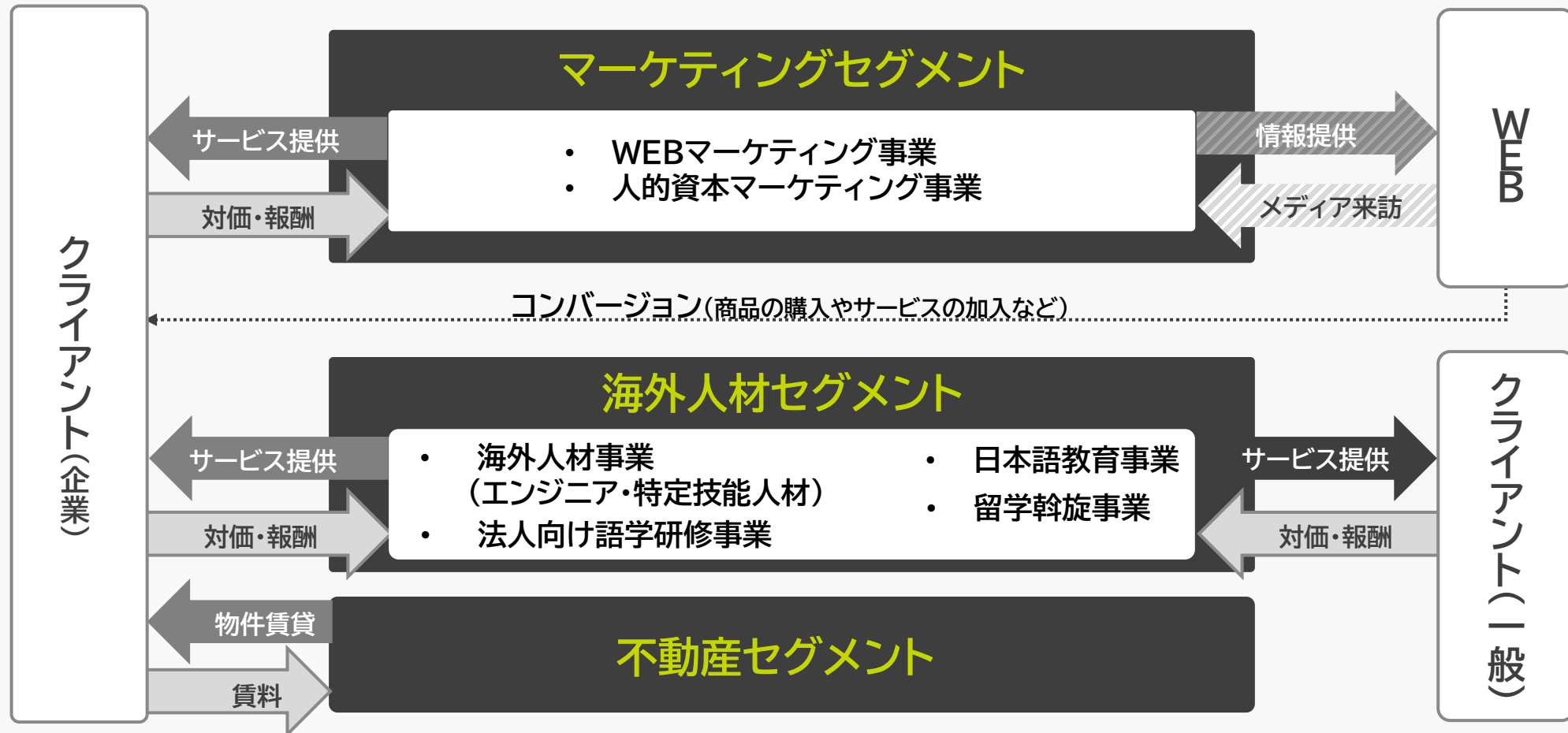


売上高
467百万円
セグメント利益
321百万円

マーケティングセグメントは、主に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



マーケティング セグメント

主な事業の内容

環境認識

市場環境・競争力の源泉・成長戦略

収益構造

新規事業領域

主な指標等

多様な業種・業界へ、“グローバルニッチトップ”の実現に向けたサービスを提案

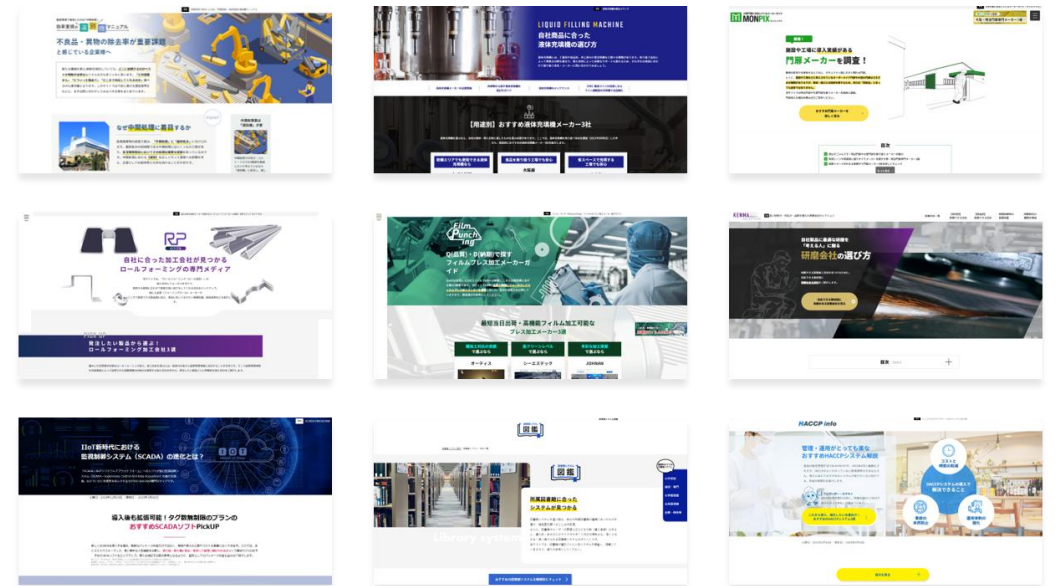
「専門性の高い集客メディア」を軸に、クライアントの集客支援をサポート

累計8,600以上のメディアを制作・運用してきた実績あり

顧客課題と強みの明確化で
競争の少ない市場でのNo.1を築く

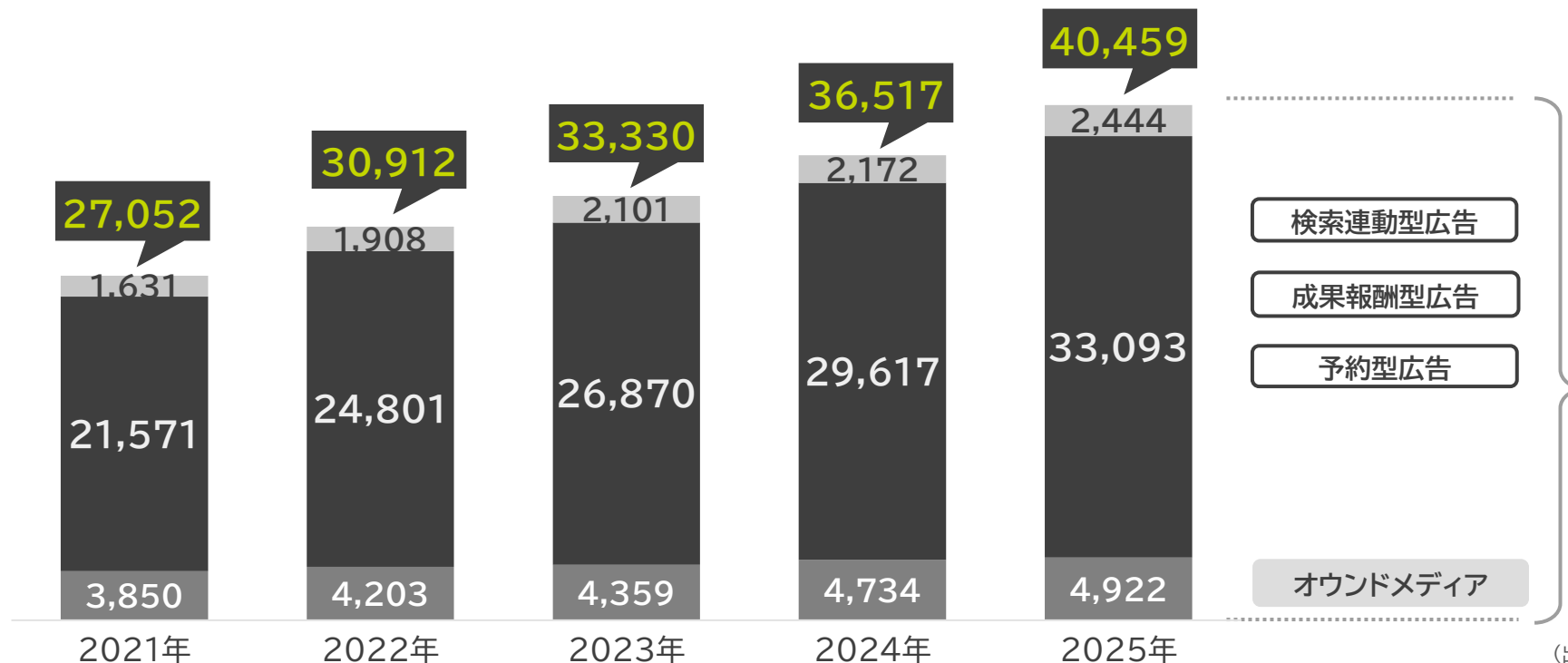


「専門性の高い集客メディア」の事例



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
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」2021年～2025年

「専門メディア事業」から、ニッチトップマーケティングによる「競争優位構築支援」へ進化 複数の顧客接点でトータルコンサルティングを実現していく

市場環境の変化

情報探索環境の変化により
コンテンツの差別化が重要に



検索結果のAI回答化により、
従来型の検索流入モデルは
難易度が上昇



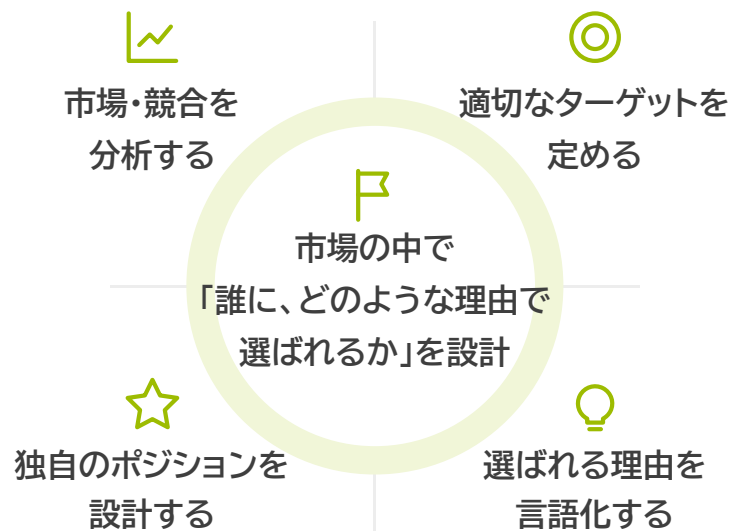
生成AIの普及により、
一般的なコンテンツは
差別化しにくい環境へ



単一のコンテンツだけでなく、
複数の顧客接点で
一貫したポジショニングを
設計することが重要

他社にない独自のポジション

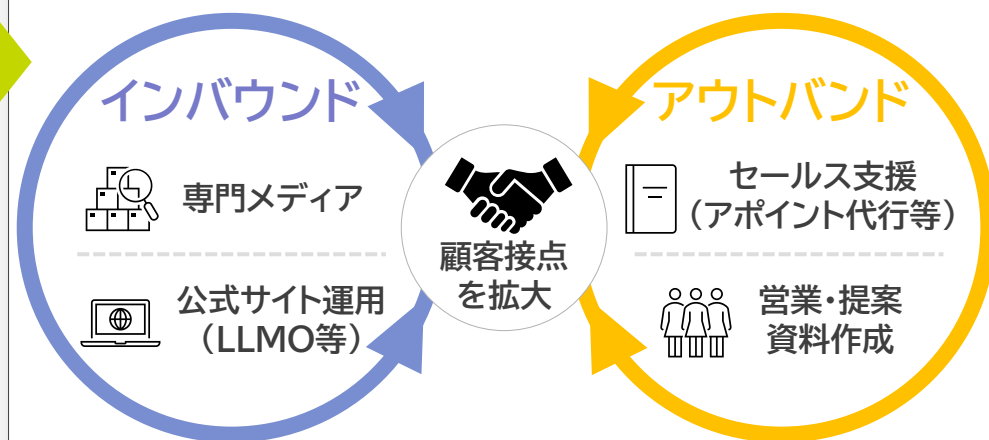
約20年にわたり培った
ポジショニング設計力



ノウハウの蓄積により、
ニッチ市場での勝ち筋を見極めてきた実績

トータルコンサルティングの実現

インバウンドとアウトバウンドを一体化した
トータルコンサルティングを実現



トータルコンサルティングにより得られた
一次情報を蓄積・循環(活用)していくことで、
クライアントの競争優位性を
より強固なものに構築していく

Zenkenが所有・運営することにより、制作費＋運用費を主な収益源とするビジネスモデル
メディアを起点に顧客接点の拡大によるトータルコンサルティングの強化で収益基盤の強化を進める

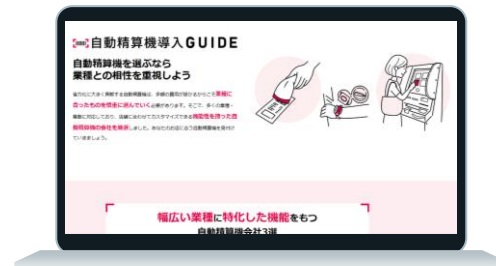
ターゲット

強みはあるものの、勝てる市場の
定義・発信・集客に課題を抱える企業



トータルコンサルティング

専門性の高い集客メディア

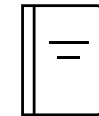


制作費 + 運用費

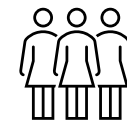
+



公式サイト運用
(LLMO等)



セールス支援
(アポイント代行等)



営業・提案
資料作成

+ α の収益

周辺支援による収益機会の拡大

VOiCEを起点に顧客接点を拡大

「採用・定着・活躍」を一気通貫で支援していく

市場環境(顧客課題)と事業機会

構造的な労働力減少・採用競争の激化・定着促進



企業の抱える幅広い課題を解決して、
人的資本価値を向上させる循環を提供

圧倒的な顧客数を確保



継続率の高いサービスの提供



顧客ニーズに連動した多様な商品

VOiCEを起点にしたクロスセル戦略

Zenkenにしかないサービス「VOiCE」が起点
顧客接点を拡大し、一気通貫で支援していく



組織の魅力・課題を抽出

社員のリアルな声から組織課題を抽出し、
企業の魅力を発信



改善・変革



エンゲージメンター

VOiCEで捉えた課題に向き合い、従業員の
定着・活躍を実現する組織づくりを支援



発信・採用



職業
ブランディング

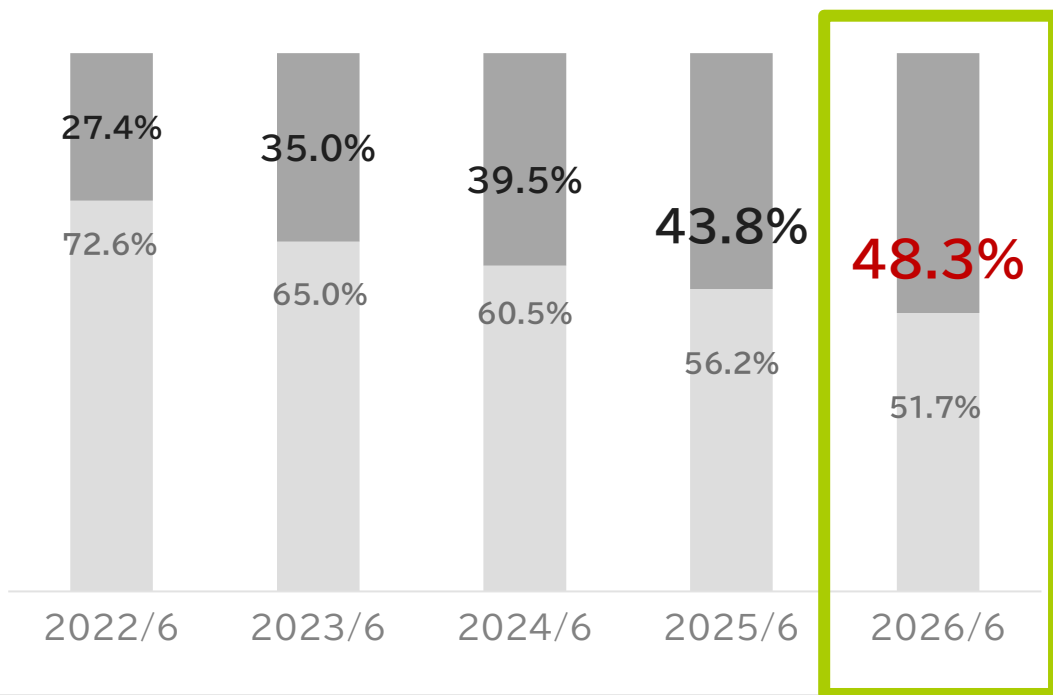
その会社らしさ、仕事の魅力を言語化して発信

AIの台頭による市場環境の変化、競争激化のBtoCから、トータルコンサルティングで長期伴走可能なBtoB領域に注力

戦略的なシフト転換により、BtoBメディアの割合は48.3%まで上昇、メディア平均継続期間も伸長

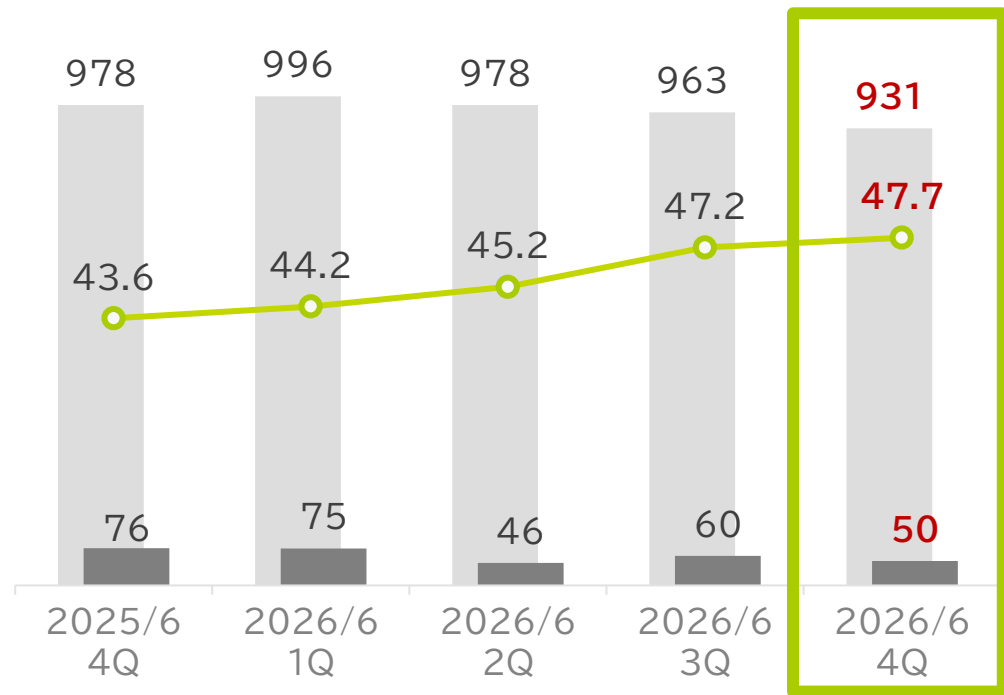
メディア種別の推移

■ BtoC ■ BtoB



四半期推移

■ 運用メディア件数 (件) ■ 新規メディア件数 (件) ● メディア平均継続期間 (月)



戦略的コンテンツマーケティングでは、AIの台頭など、メディア環境の変化を受けるも、
トータルコンサルティング機能の強化が順調に推移

新たな収益源として強化中の人的資本マーケティング分野においては、人事課題の重心が人材
の「定着・活躍支援」へとシフトしている

		2026/6 実績	2026/6 目標	振り返り
戦略的 コンテンツ マーケティング / セールス支援	トータルコンサルティング 提供企業数	792 社	880 社	AI検索普及等を受け新規受注が伸び悩む一方で、 トータルコンサルの幅拡大が奏功。全体解約率は 過去最低水準を記録し顧客の質的向上を実現
	L 海外マーケティング 提供企業数	21 社	25 社	立ち上げ期につき案件化に時間を要し目標 未達。引き続き開拓を継続
	1顧客あたり年間平均 売上高	383 万円	340 万円	WEB媒体掲載からセールス支援へ価値転換が進展 既存顧客の深耕とコンサルチーム強化により、 年間売上目標も達成
人的資本 マーケティング	職業ブランディング メディア運用数	108 件	150 件	期中に営業戦略を見直し他商材の獲得を優 先したことによる未達
	VOiCE 掲載企業数	253 社	290 社	未達も、顧客基盤の拡大に向けた足場の構 築に概ね成功
	エンゲージメント 実施企業数	13 社	10 社	年間での伴走型や、大型案件の受注実績を 作ることに成功

海外人材 セグメント

市場環境

事業内容

ビジネスモデル

競争優位性と成長戦略

重点KPI等

日本の生産年齢人口の減少が進む中、海外人材の受入・定着なしには社会基盤の維持は困難

人口動態調査結果

日本人の人口は42年ぶりに
1億2千万人を下回り、
1億1,973万人まで減少

自然増減数

約92万人減少

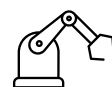
外国人の増減数

約35万人増加

出所:「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(令和8年1月1日現在)」

エンジニア人材

AIの発展等により省力化が進むも
労働人口減少を背景に
成長を担う技術系人材は不足



AI・ロボット等
利活用人材

約340万人不足



大卒・院卒の理系人材

約120万人不足

出所:2040年の就業構造推計(改訂版)について

介護人材(特定技能人材)

少子高齢化による要介護者の増加
介護職員不足は深刻な社会課題



介護職人の必要数
272万人に対して

約57万人不足※1



特定技能制度の
受入れ見込み数

80.5万人に設定※2

出所

※1:第9期介護保険事業計画に基づく介護職員の必要数について

※2:令和8年1月23日閣議決定

海外人材(エンジニア、介護・宿泊等)の紹介、定着支援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

人材事業

海外エンジニア人材



- インド・ベンガルールの工科系大学50校以上との提携
- エンジニア人材の紹介と日本語教育等による定着支援を実施

特定技能人材



- インド政府系機関、インドネシアの人材送出機関と提携
- 介護・宿泊・外食等の特定技能人材の紹介と定着支援を実施。
- フラグシップ施設として自社でも介護施設を運営

教育事業

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 45+

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

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

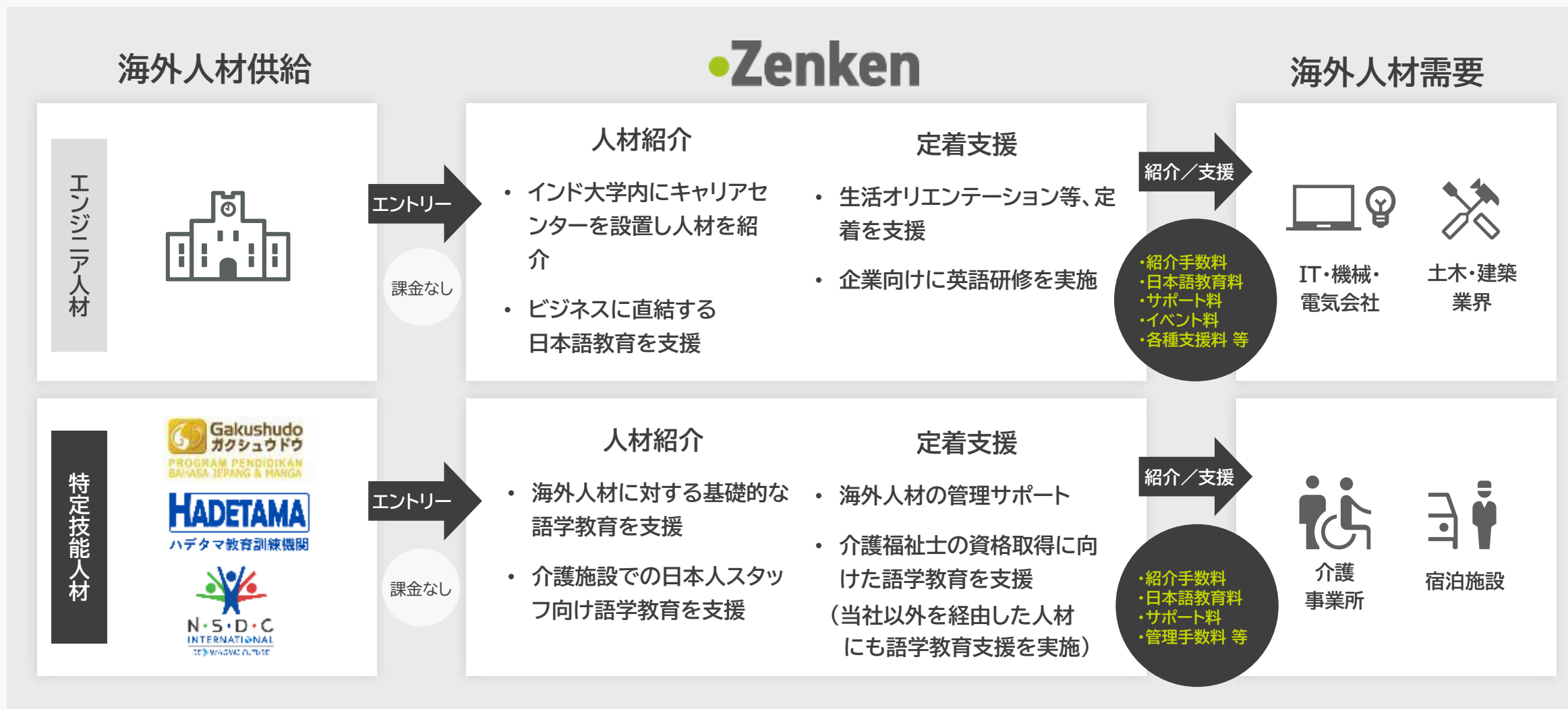
日本語教育

- 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

人材紹介料(フロー型収入)に加えて、紹介後の定着支援
(日本語レベルを引き上げるフォローアップ研修、管理手数料 / サポート料)のストック型収入を獲得



構造的に不足するエンジニア人材に対し、外部ネットワーク強化にも取り組みながら成長を加速

競争優位性

インド理系人材の供給基盤と
紹介から定着まで一気通貫で支援できる体制

人材供給基盤

インド・ベンガルール
工科系大学50校以上
との提携

マッチング基盤

日本就労を希望する、
理系学生を毎年約5千人確保
ニーズに応じた紹介が可能

教育・定着基盤

祖業の教育で培った
日本語教育、受入支援、
オンボーディング等が可能



戦略

外部ネットワーク等も活用して
企業開拓を加速

既存顧客の
深耕・新規開拓

提携銀行
との連携・拡大



銀行連携においては、アライアンス担当者を
設置し、深耕強化を図ると同時に
提携銀行の拡大に努める

安定した供給基盤のもと外部ネットワークを活用した販路拡大と分野の拡大により成長を加速

競争優位性

分野拡大可能な供給基盤と
紹介から定着まで一気通貫で支援できる体制

人材供給基盤

インド政府系機関
インドネシアの人材送出機関
との提携で分野の拡大も可能

教育・定着基盤

祖業の教育力を活かし、
日本語教育、定着支援、
資格取得サポートなどを実施

フラグシップ機能

自社で介護施設を運営し、
海外人材を雇用。受け入れ側
の課題を実体験で理解



戦略

外部ネットワーク等も活用して開拓を加速

既存顧客の
深耕・新規開拓

地方自治体
との連携・拡大

•Zenken

提携銀行
との連携・拡大

介護・宿泊等に
続く分野の拡大

一部未達項目はあるものの、全体的に堅調に推移し着実な成長を遂げた

		2026/6 実績	2026/6 目標	振り返り
エンジニア 人材	紹介人数※1(単年)	149人	170人	企業規模が比較的小さい企業からの 引き合いが増えた結果想定よりも減少
	紹介企業数(累積)	169社	170社	概ね想定通り着地
特定技能 人材	介護 紹介人数※1(単年)	173人	170人	既存顧客の深耕によるリピート受注、 大型受注により目標達成
	宿泊・外食業等 紹介人数※1(単年)	27人	20人	グラフィックHDとの資本業務提携により、 紹介人数が積み上がった
	支援人数※2(期末時点)	131人	200人	申請期間の長期化に伴う入国遅れによる 翌期ズレ

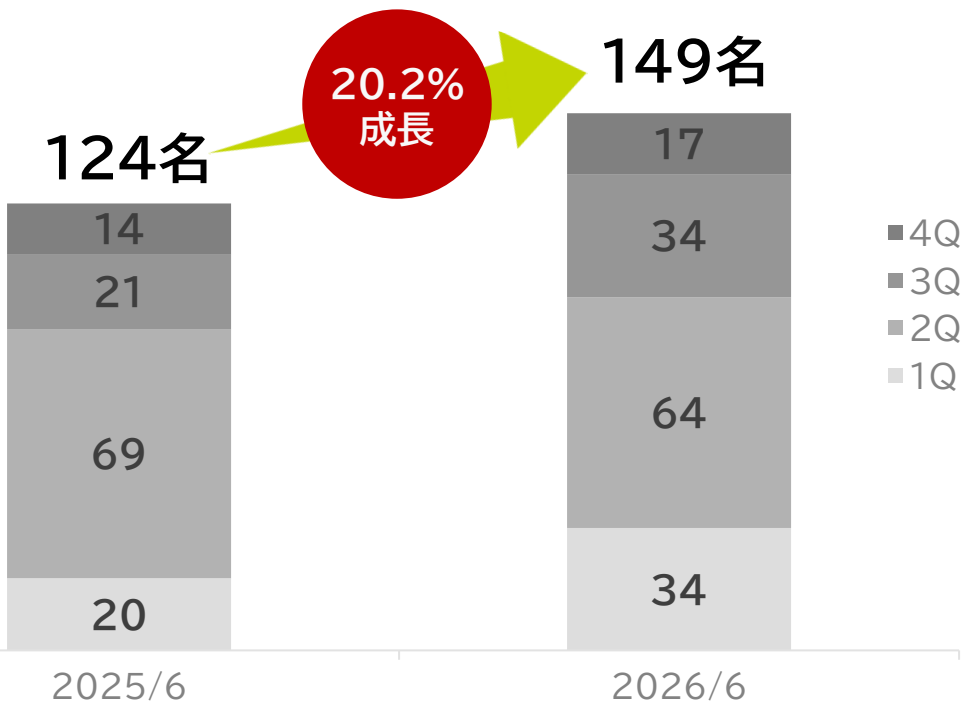
※1紹介人数は、内定者から内定承諾書を受領している人数
※2支援人数は、登録支援機関として支援している人数

エンジニア人材の紹介人数は前期比25名増加の20.2%成長

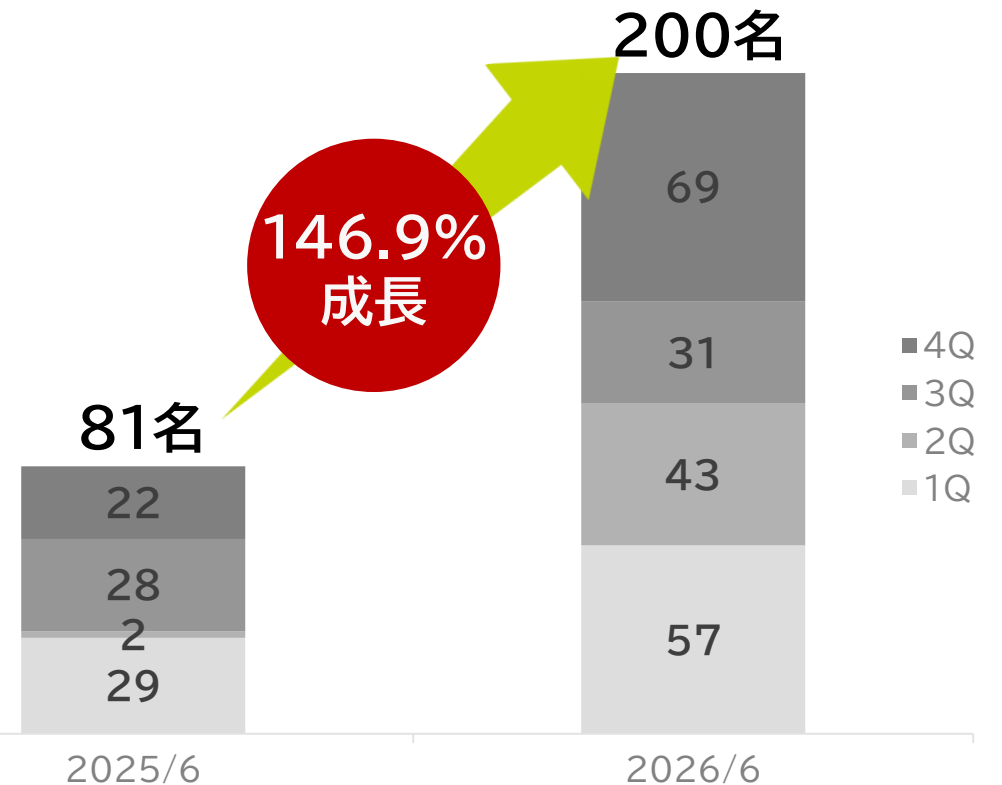
特定技能人材の紹介人数は介護・宿泊等合わせて、前期比119名増加の146.9%成長

約1年後の入社に向けた入国待ちは186名で、支援人数の増加に寄与する

エンジニア人材の紹介人数



特定技能人材の紹介人数



04 不動産 セグメント

事業内容

新宿駅西口5分圏内の好立地に賃貸用不動産を2棟保有

全研プラザは一棟貸し、Zenken Plaza IIはフロア貸しで100%稼働

当該事業の拡大は考えておらず、アセットとして成長投資で活用していく方針



中期経営計画 『Road to 250』

(2025年8月14日、公表時点の内容)

エグゼクティブサマリ

数値目標

事業戦略

資本戦略・配当方針・M&A戦略

キャピタルアロケーション

サステナビリティの取り組み

01

事業構造の転換

- ・ エンジニアリング、介護/宿泊等の領域を最重要ターゲットに定め、海外人材セグメントの成長スピードを加速(同セグメントの売上高構成比は、2025年6月期から2030年6月期にかけて、25%から43%へ)
- ・ マーケティングセグメントはWEB検索縮減リスクを見据え、既存のメディア制作/運用で培ったノウハウや顧客基盤を活かし、セールス支援や組織エンゲージメント向上支援を強化

02

株主還元とM&A戦略の同時強化

- ・ 2026年6月期より、原則として減配は行わず配当の維持もしくは増配を実施する「累進配当」を基本方針とする(DOE※2.5% / 配当性向50%のいずれか高い方を配当基準に適用)
- ・ 本中計期間では累計100億円程度のM&A投資枠を設定。投資方針に基づくM&A戦略で、事業構造の転換をさらに加速

03

プライム市場上場を見据えた時価総額250億円の達成

- ・ 2030年6月期の定量目標は、連結売上高: 130億円、営業利益: 30億円、配当金/株: 80円、ROE: 13%以上(M&A効果を除く)
- ・ 上記目標の達成に加え、M&Aによる追加収益の獲得、財務レバレッジによる資本コストの低減を通じた企業価値向上で、時価総額: 250億円超(2030年6月期)を経営目標とし、プライム市場上場を目指す

※ DOE(Dividend On Equity ratio):連結株主資本配当率

※ 時価総額の目標数値は今後の経営方針の指針を示すものであり、具体的な前提条件に基づくものではありません。

※ 「M&A投資枠」は、p.45の「M&A投資枠」の説明をご参照ください。

海外人材セグメントを柱とする利益成長と株主還元強化により、ROE13%以上を目指す
100億円のM&A投資枠の活用も行い、時価総額250億円を達成へ

	2025/6 実績	2030/6 目標	
売上高	55.3 億円	130 億円	- 海外人材セグメントの売上高構成比は25%⇒43%に上昇 - M&A効果は含まず(以下、M&A投資枠まで同じ)
営業利益	3.8 億円	30 億円	収益性が高い海外人材セグメントの大幅増収とシェアードサービス分野の生産性改善で、営業利益率23%へ
当期純利益	3.4 億円	20 億円	法定実効税率30.62%を前提
1株当たり純利益	28 円	165 円	現在の発行済株式数1,215万株を前提
配当金/株	13 円	80 円	配当性向50%(従来40%)に依拠
ROE	2.8 %	13%以上	大幅増益と株主資本の抑制で、株主資本コスト(CAPM等から8~10%と推定)超過へ
D/Eレシオ	0.05 倍	0.6 倍	保有不動産の信用力を梃子に、100億円程度の追加借入を想定
M&A投資枠	—	100 億円	原則として、のれん償却後で1株当たり純利益にプラス寄与が見込める戦略案件を厳選
時価総額	80 億円	250 億円	オーガニック成長+M&A効果で時価総額250億円を目指す

※ 時価総額の実績数値は2025年6月末時点、目標数値は今後の経営方針の指針を示すものであり、具体的な前提条件に基づくものではありません。

※ 「M&A投資枠」は、p.45の「M&A投資枠」の説明をご参照ください。

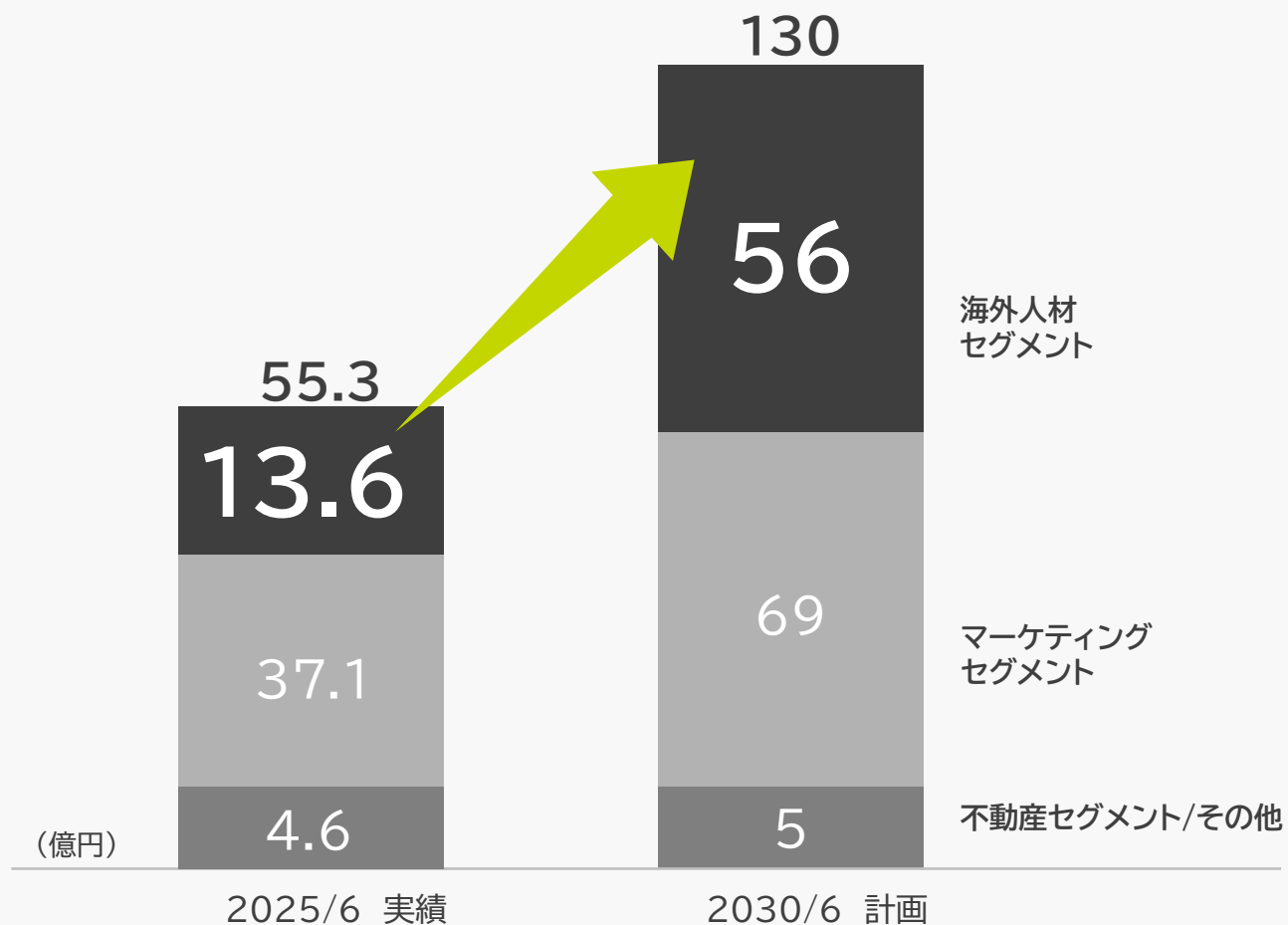
※ 進捗状況はP53をご参照ください。

海外人材セグメントの成長を加速

中計最終年度において、海外人材セグメントの売上高構成比43%を目指す

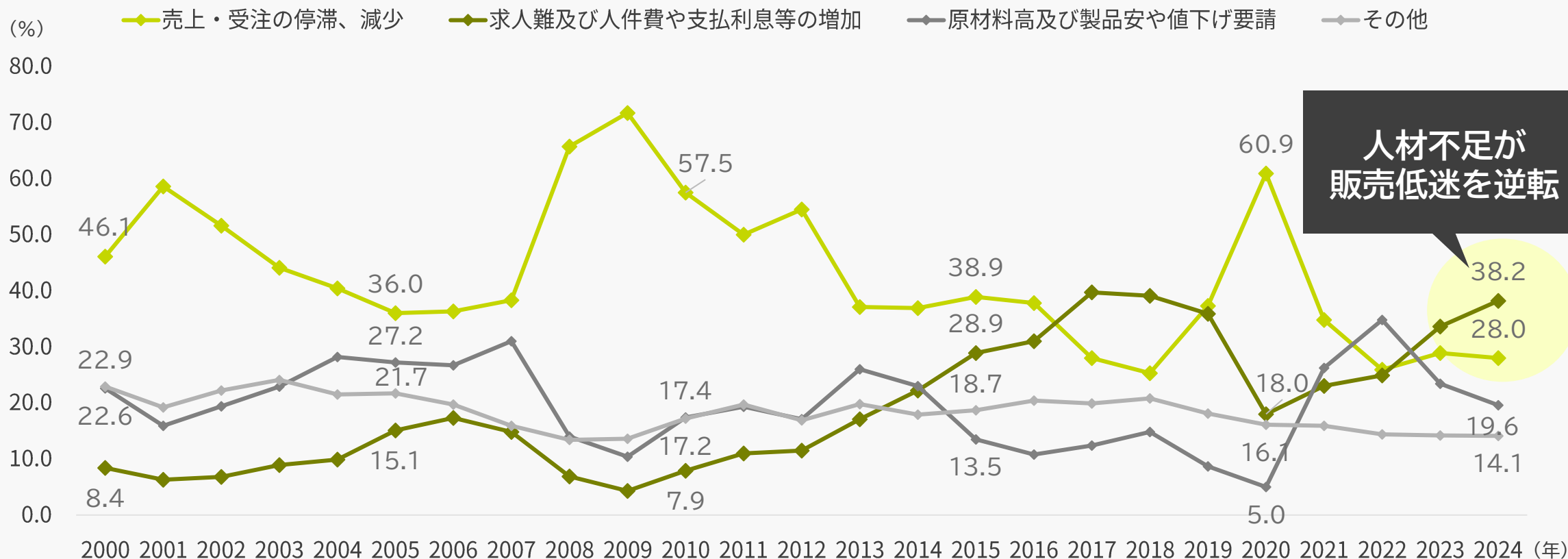
海外人材セグメント比率

25% » 43%



中小企業が抱える経営課題は、「求人難等」と「売上・受注の停滞、減少」が2大テーマ

経営上の問題点の推移(全業種)



注)各年、10月～12月時点における回答
出所)日本政策金融公庫「全国中小企業動向調査(中小企業編)」を基に作成

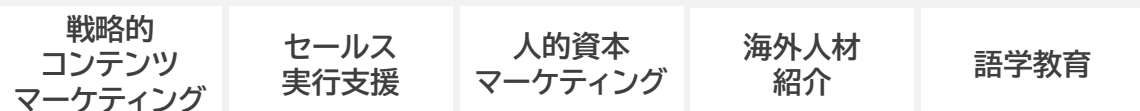
顧客課題に向き合った結果、マーケティングと人材の2つが収益の柱に
在留外国人の雇用・定着支援を通じて社会課題の解決を引き続き目指す

Zenkenのビジネスモデルと強み

顧客企業が抱える 経営課題

- ・ 人材不足(エンジニアリング、介護 / 宿泊)
- ・ 採用 / 定着難(新卒、中途)
- ・ 販売低迷(集客、営業、追客、クロージング)

•Zenken



← マーケティング → ← 海外人材 →

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| ・ デジタルコンテンツ制作・運営知見 | ・ 語学教育コンテンツ / 基盤 |
| ・ 顧客ターゲティング戦略ノウハウ | ・ 海外人材アクセス / 政府ネットワーク |
| ・ 顧客課題の発見力 / 営業力 | ・ ワークエンゲージメント支援力 |

差別化の源泉となる事業基盤

社会 / 顧客への提供価値

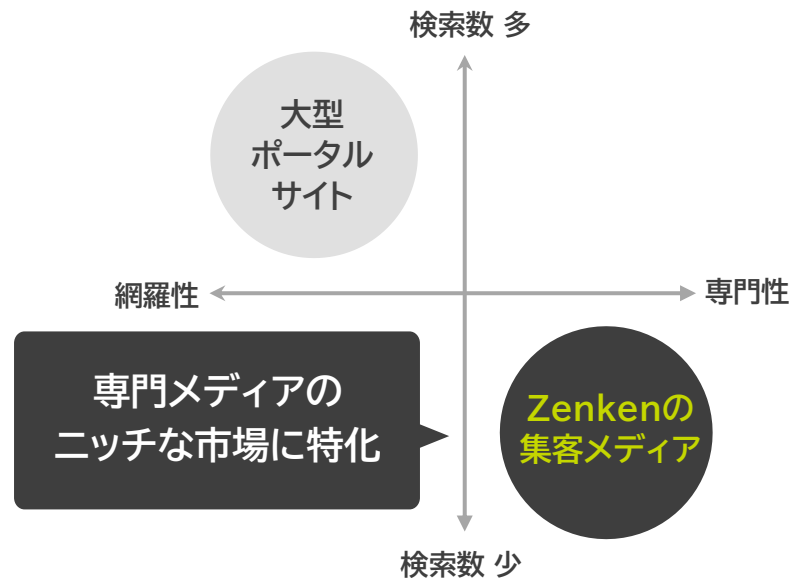
- ・ 日本経済/企業の販売促進と外需獲得
(グローバルニッチトップ企業の海外進出 / 英語人材創出)
- ・ ニッチトップ / 地方企業の経営支援
(顧客獲得、ブランディング)
- ・ 介護従事者を始めとするエッセンシャルワーカー確保による社会インフラ保全
- ・ 海外専門人材の獲得
- ・ 日本企業のワークエンゲージメント向上と定着支援
- ・ 在留外国人増加による国内消費の増進
- ・ インバウンド消費の増進

社会 課題

少子高齢化・在留外国人の同化政策
内需縮小・円安 / コスト高

ニッチ市場に特化したWEBメディアによる集客力をベースに、
セールス支援等、コンテンツを深化・拡大へ

当社メディアの独自性



WEBマーケティング事業を取り巻く環境変化



WEBメディアだけではなく、動画やSNSを用いたマーケティング手法の多様化



AI検索/AI検索エンジンの普及により、新たなアルゴリズムへの対応が必須化



従来のWEBマーケティングだけでは伸び悩みのリスク



WEBマーケティングによる集客支援に加えて、
顧客企業の営業活動にまつわるトータルコンサルティングを強化へ

従来のWEBマーケティングによる集客支援に加え、 トータルコンサルティングで顧客成果の最大化を目指す

2030年
目指す姿

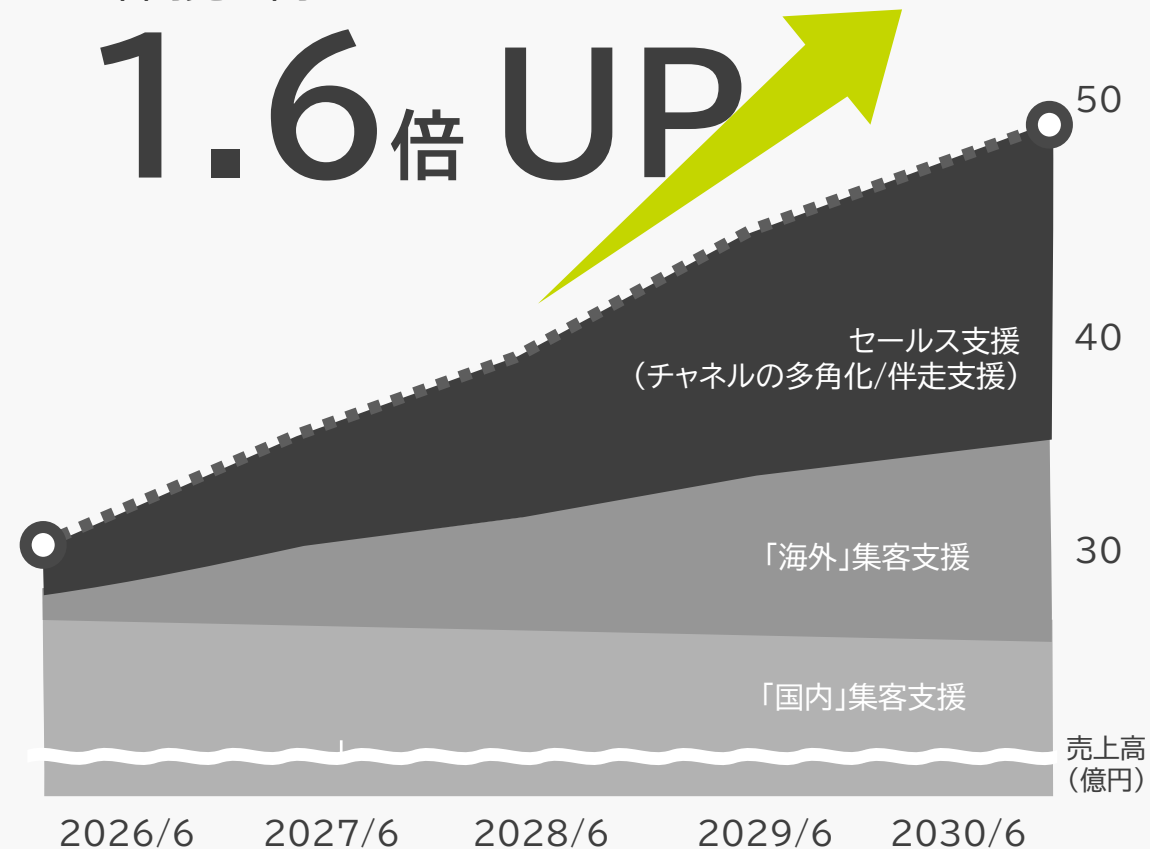
- ・ クライアントの「売上」の最大化
- ・ 専門メディアによる集客支援から、
トータルコンサルティングへ

“ニッチトップマーケティング”というコアコンピタンスを段階的多角的に
拡張し、成長していきます。クライアントへの支援を深化・拡大することで、顧客成
果の最大化、および顧客満足度の更なる向上に繋がります。



年間売上高

1.6倍 UP



企業の人材関連予算の配分は、これまでの採用活動中心から転じて、
エンゲージメント向上を通じた定着率の改善へ

採用市場 / 人的資本投資の潮流



当社提供ソリューション

環境認識

- 採用費高騰も相まって、採用活動に偏った人材戦略の見直しが加速
- 現職社員の定着、エンゲージメント向上に向けた人的資本投資が活性化

企業の人的資本投資 / 予算配分のイメージ

As is



To be



企業に共感した求職者へのアプローチにより採用単価を抑制

**職業
ブランディング**

ビル管理 採用 採用単価	警備 採用 採用単価	建築業 採用 採用単価
120万円→30万円	14万円→1万円	100万円→40万円

- 現職社員の口コミを掲載。活躍の言語化を通して社員の定着 / 活躍促進をサポート
- 加えて口コミを通じて、潜在層や応募後検討層へのアプローチを支援

New !

エンゲージメンター

- 内定者向けイベント / ワークショップの実施による、内定辞退の抑制(採用歩留まりの改善)支援
- 入社後のオンボーディング(定着)も含む一貫したコンサルティングを提供

海外メディアと人的資本関連メディアの顧客企業数 / 運用数をベンチマーク

		2026/6 目標	2030/6 目標
戦略的 コンテンツ マーケティング / セールス支援	トータルコンサルティング 提供企業数(期末時点)	880 社	970 社
	└ 海外マーケティング 提供企業数(期末時点)	25 社	360 社
	1顧客あたり年間平均 売上高(期末時点)	340万円	490万円
人的資本 マーケティング	職業ブランディング メディア運用数(期末時点)	150 件	400 件
	VOiCE 掲載企業数 (期末時点)	290 社	650 社
	エンゲージメント 実施企業数(累積)	10 社	130 社

※ 進捗状況はP15をご参照ください。

日本の人口減少が進む中、海外人材の受入・定着なしには ソーシャルキャピタル(社会基盤)の維持は困難

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

2025年の7,310万人に対し、2050年は
5,540万人まで減少する見通し(※1)

約**1,700万人**減少

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(2025)「令和7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

アジアの大学や政府系機関とのネットワークを活かし、
エンジニア人材は土木・建築業界、特定技能人材は介護から宿泊へとフォーカス領域を拡大

海外人材とのコネクション



人材に課題を抱える企業/業界

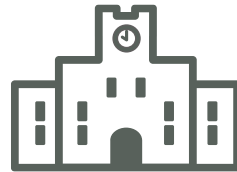
エンジニア人材



インドベンガルールの

51の提携大学

(2025年6月末時点)



IT・機械・電気エンジニア
人材不足の日本企業
(2018年より紹介開始)



技術者不足の土木・建築業界
(2025年より紹介開始)

特定技能人材



インドネシア人材送出機関との
独占契約



インド政府系機関との提携



人材不足の介護事業所
(2022年より紹介開始)

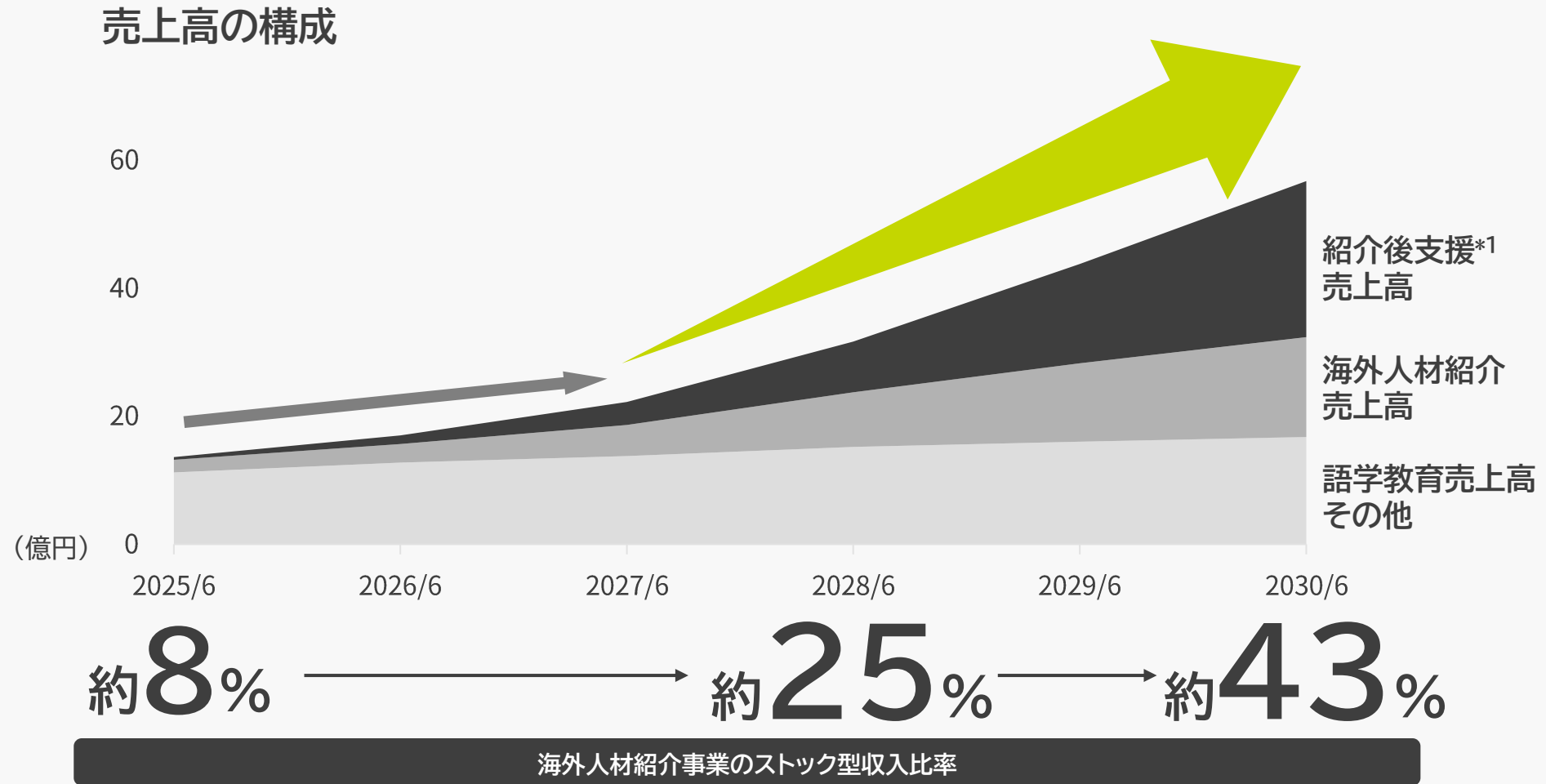


人材不足の宿泊施設
(2024年より紹介開始)

人材紹介料(フロー型収入)に加えて、紹介後の定着支援
(日本語レベルを引き上げるフォローアップ研修、管理手数料 / サポート料)のストック型収入を獲得



本中計期間後半にかけて、ストック型収入である紹介後支援売上高の積み上がりが加速



*1: 紹介人材に対する、入社/入所後に必要な基礎的日本語教育、生活オリエンテーション、定期カウンセリング、介護福祉士試験対策講座の実施など

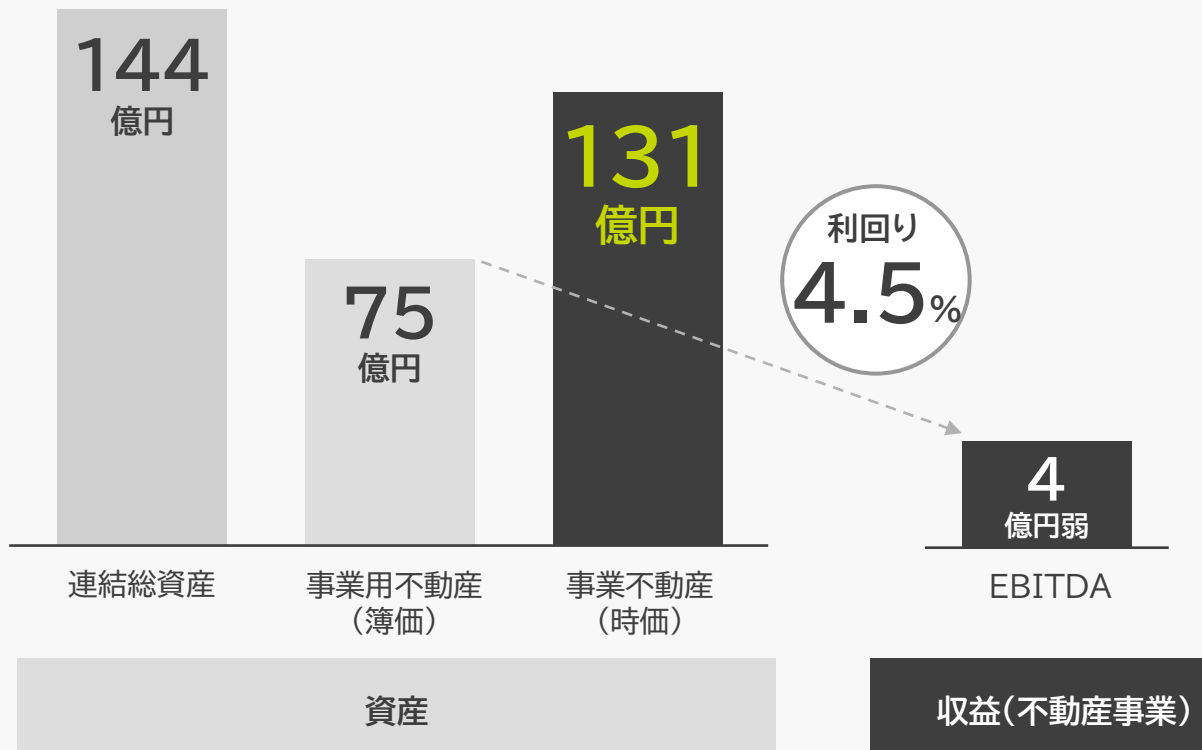
海外人材紹介数を飛躍的に高める

		2026/6 目標	2030/6 目標
エンジニア 人材	紹介人数(単年)	170人	500人
	紹介企業数(累積)	170社	600社
特定技能 人材	介護 紹介人数(単年)	170人	1,600人
	宿泊 紹介人数(単年)	20人	600人
	支援人数(期末時点)	200人	4,200人

※ 進捗状況はP22をご参照ください。

不動産の信用力を梃子とした財務レバレッジ拡大で、
資本効率の向上を目指す

不動産事業の位置づけ



戦略方向性

- 不動産事業は資本集約度が高く、資本効率への貢献度は必ずしも大きくない
- M&A等、投資実行のタイミングの前にキャッシュ化しても、現在の利回り以上のリターンを安全資産から得ることは困難なうえ、適正市場価値での売却時期も見極めが必要
- 保有不動産の価値に依拠した財務レバレッジの拡大によるM&A等の成長投資を加速することで、効率の向上を段階的に目指す

主力事業であるマーケティングに加え、本中計期間においては、
介護/宿泊向け特定技能人材をはじめとした、海外人材紹介が利益成長をけん引

連結営業利益の増減要因

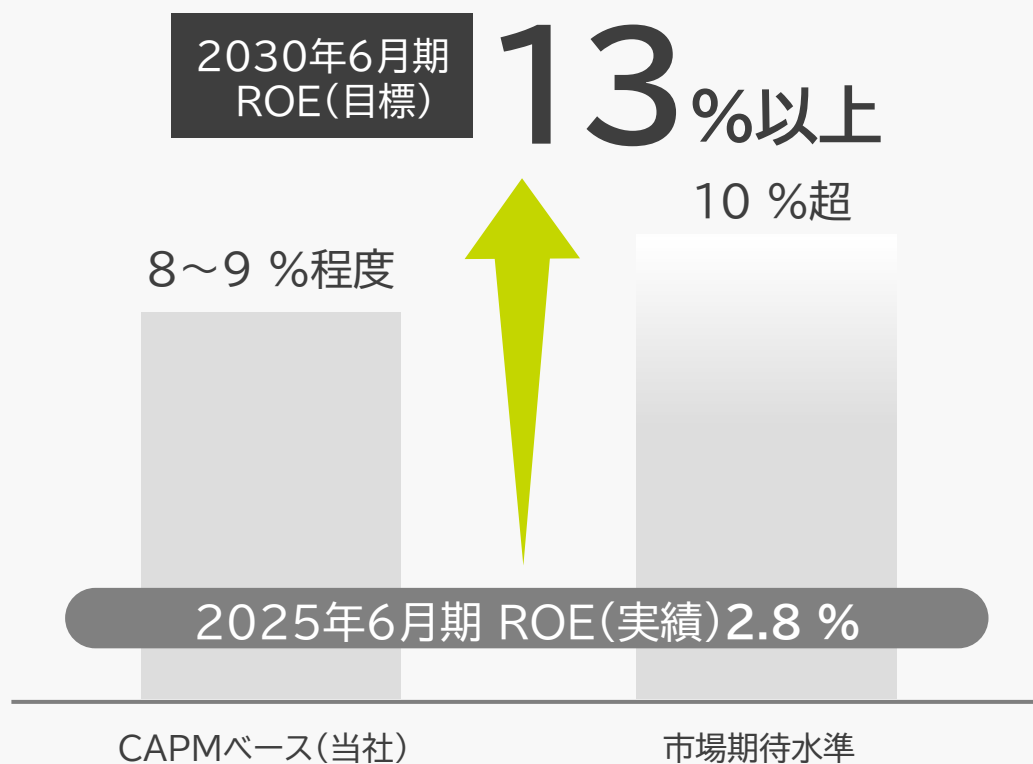


足元ROE(2.8%)は株主資本コストの認識(8~10%)を下回る。

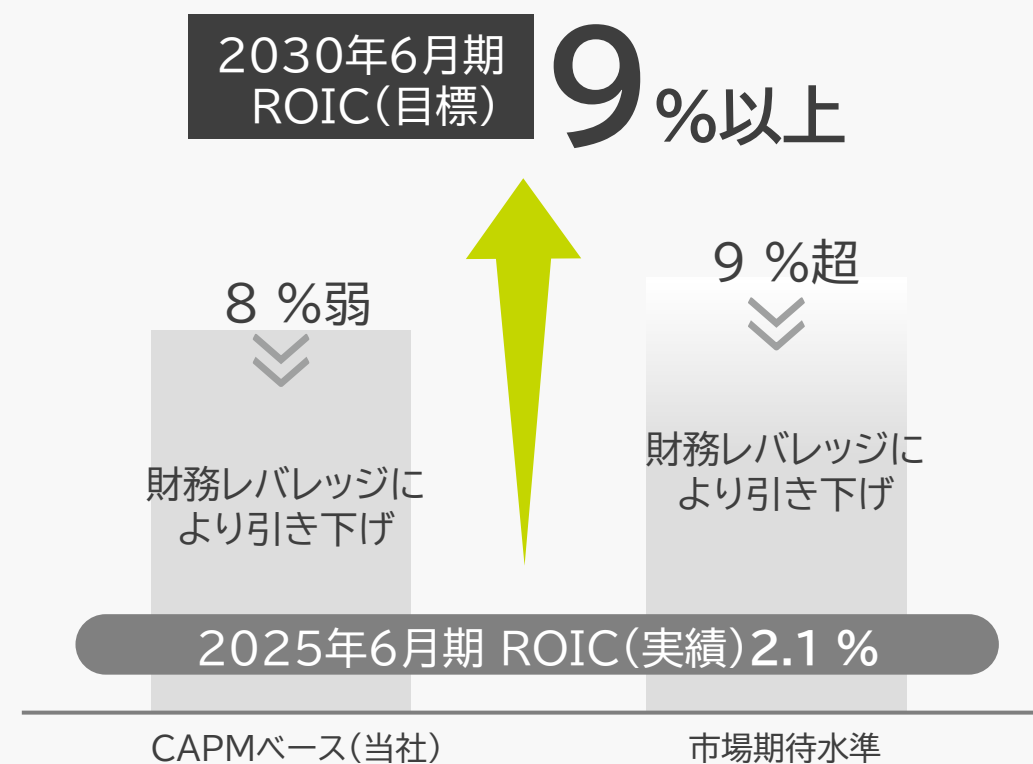
本中計最終年度においては市場期待水準を上回るROE13%以上を目指す

WACCは、M&A資金の借入(財務レバレッジの活用)により引き下げを想定

株主資本コスト

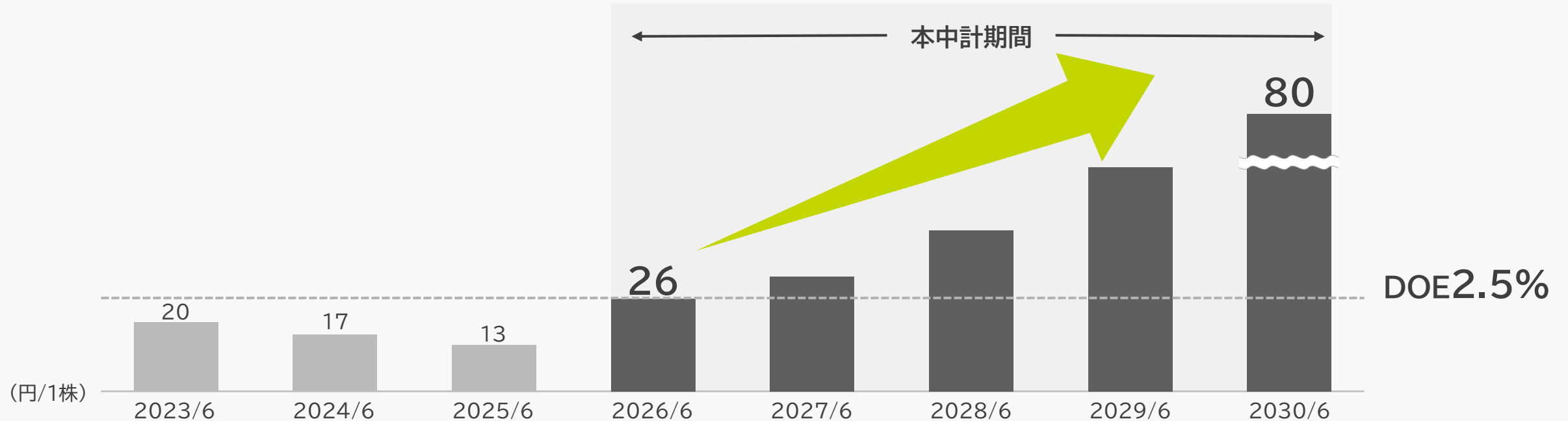


WACC(加重平均資本コスト)



本中計期間にて「累進配当」へ移行

配当性向(50%)に加え、新たにDOE(2.5%)を採用



年間配当性向40%程度を基準として、剰余金の配当を行うことを基本方針とする

- 原則として減配は行わず配当の維持もしくは増配を実施する「累進配当」を基本方針とする
- 配当の安定性と利益還元の双方を重視し、DOE2.5%と連結配当性向50%のいずれか高い方を基準として配当を実施

(注) 1. DOE(連結株主資本配当率)は、当事業年度における年間配当総額を、連結株主資本で除して算出し、%表示しております。
 2. 業績に大きな影響を与える特別利益や特別損失が発生した場合には、配当金の安定性を考慮して、特別利益・特別損失の影響を除外して配当金額を定めることがあります。
 3. 企業買収等により連結株主資本の金額に大きな影響がある場合は、配当方針の趣旨を継続しながら基準について見直すことがあります。

100億円のM&A投資枠 + 財務レバレッジの適正化 両輪で企業価値の向上を目指す

M&A投資枠

- 海外人材セグメントは今後数年が成長加速フェーズ、マーケティングセグメントは外部環境の変化が加速。M&A戦略を含め、スピード感をもって対応
- 財務レバレッジの拡大(優良な事業用不動産の信用力を活用した借入金の増加)を原資に、本中計期間の5か年で計100億円のM&A投資枠を設定
- 成長加速に向けたM&A投資枠の設定は、株主還元強化と両立

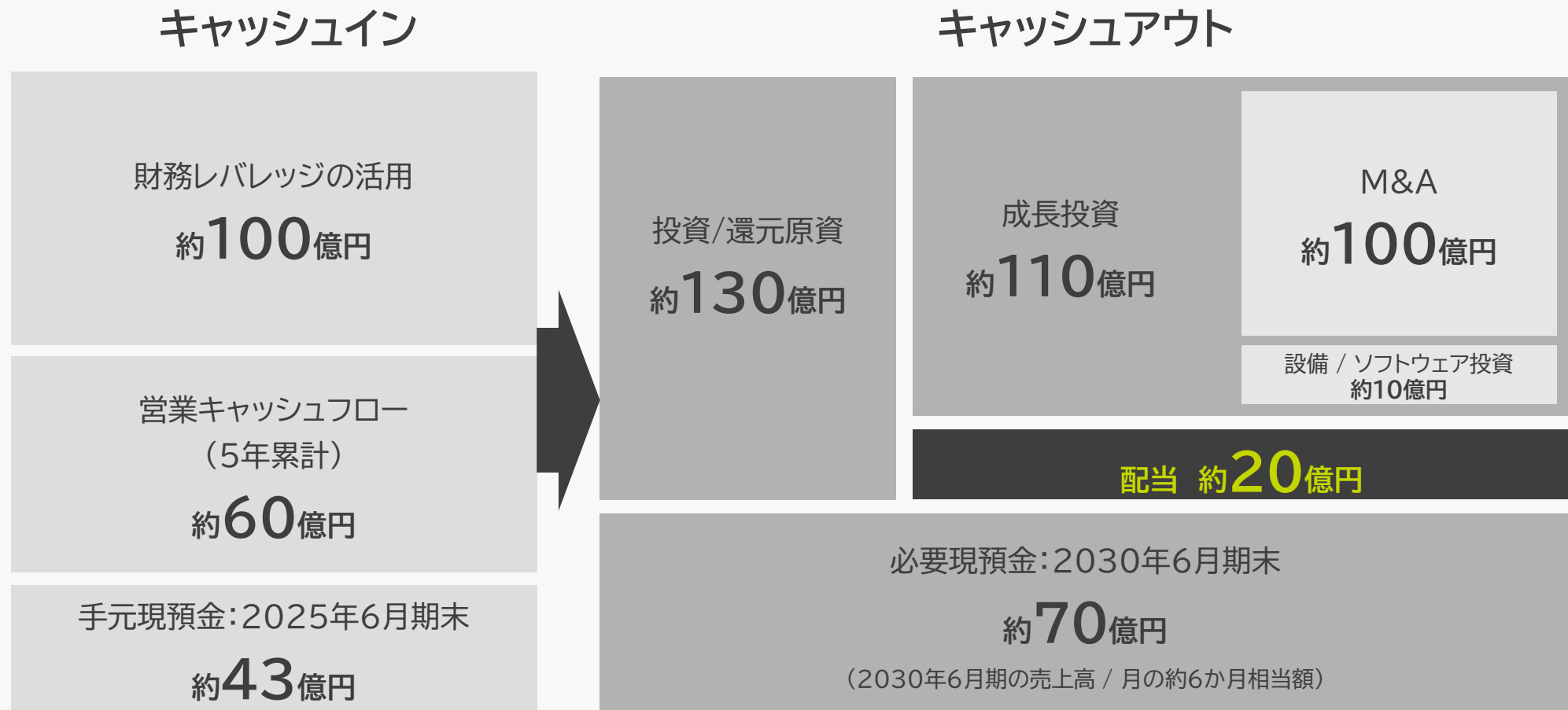
投資基準

- 原則として、のれん償却後ベースでEPSにプラス寄与が見込まれる案件を精査
- その他、NPV>0、取得株式価値のマルチプル水準、シナジー効果の多寡等を総合的に考慮して、当社株主価値の向上に資する案件を選別

重点領域

- 特定技能人材関連事業の成長加速やクロスセルが期待できる領域
- 海外エンジニア人材関連事業の成長加速や新規ソリューションへの貢献が見込まれる領域
- マーケティング事業における外部環境変化への対応や新規ソリューション開発に資することが期待される領域
- 人的資本関連ソリューションの成長加速やシナジー効果が期待できる領域

M&A投資枠100億円をすべて活用した場合のキャピタルアロケーション (本中計期間におけるシミュレーションに基づく想定値)



キーテーマは、社内外の人的資本の増進



事業活動を通じた 社会課題の解決

少子高齢化による生産年齢人口の減少に対応するために、当社グループはこれまで培ってきた「マーケティング」と「海外人材」の強みを活かして、グローバル・インバウンド（日本国内における国際化）に向けた事業を展開しております。



人材の多様性の尊重と 働きがいの向上

社会課題の解決を目指す上で、その原動力となるものは「人」であるとの考えのもと、多様な人材を受入れ、尊重し合い、一人ひとりの成長を促すことが可能となる人材戦略の実行や社内環境の整備に取り組んでおります。



健全かつ透明性の高い 経営の実現

社会課題の解決と企業価値の向上を両立するために、経営の健全性及び透明性の確保に取り組んでおります。

2026年6月期 決算の状況

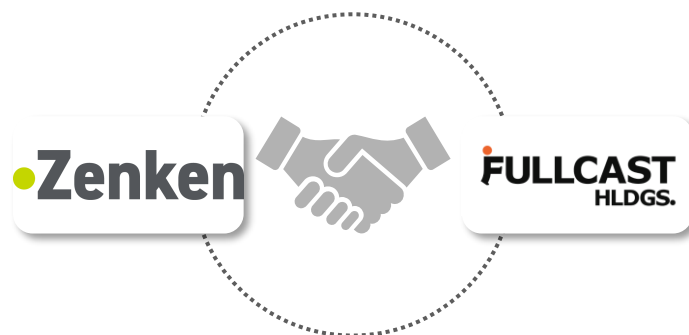
決算ハイライト

中期経営計画数値目標の進捗

中期経営計画達成に向けた積極的な提携を実施

販売ネットワークの強化

フルキャストHD との資本業務提携



同社がもつ**12万6千社以上**
の顧客基盤を活用した
販路拡大を目指す

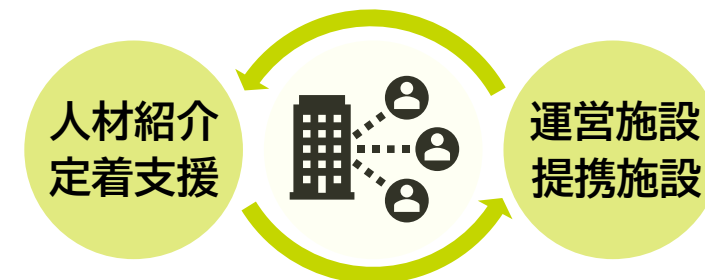
地方銀行との 業務提携は**4行**まで拡大



地方銀行の顧客基盤を活用した
販路拡大を目指す

資本投下を伴う事業規模の底上げ

グラフィックHDへの 4億円の出資と資本業務提携



同社が**運営する施設**や
提携する宿泊施設への
人材紹介と定着支援数の増加を目指す

※ グラフィックHDへの4億円の出資はP53の「M&A投資枠」に
含めて記載しております。

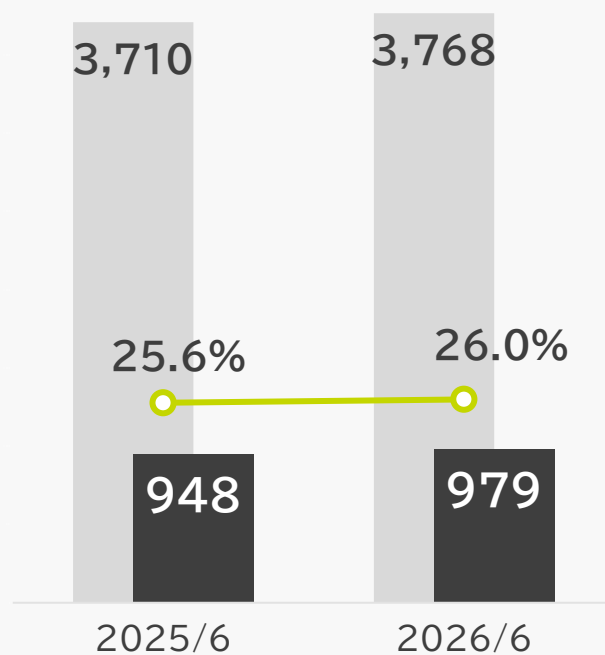
売上高は、海外人材セグメントの成長が牽引し**278百万円の増収**
営業利益は、海外人材セグメントの成長や本社移転費用の解消もあり**299百万円の増益**
AI利活用等による人件費の抑制や効率的な販促活動により、利益面が想定を超える着地となった

(百万円)	2025/6 実績	2026/6 実績	前期比		2026/6 業績予想	業績予想 達成率(%)
			増減額	増減率(%)		
売上高	5,536	5,815	278	5.0	5,800	100.3
営業利益	386	685	299	77.5	500	137.1
経常利益	400	732	332	83.0	490	149.5
当期純利益	342	532	190	55.7	350	152.2

マーケティングセグメントは、採用力の強化や従業員エンゲージメントの向上を支援する、
人的資本マーケティング分野への参入と強化を進めたことにより**増収・増益を達成**
海外人材セグメントは海外人材の紹介人数等が着実に増加したことで**増収・増益を達成**

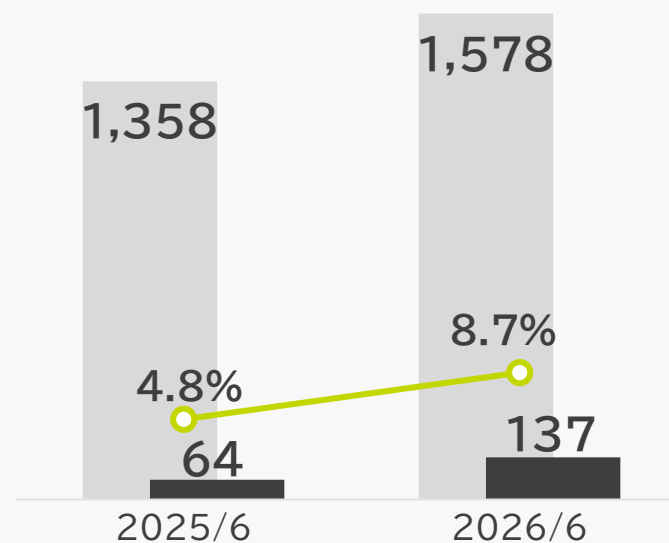
マーケティングセグメント

売上高 セグメント利益 利益率



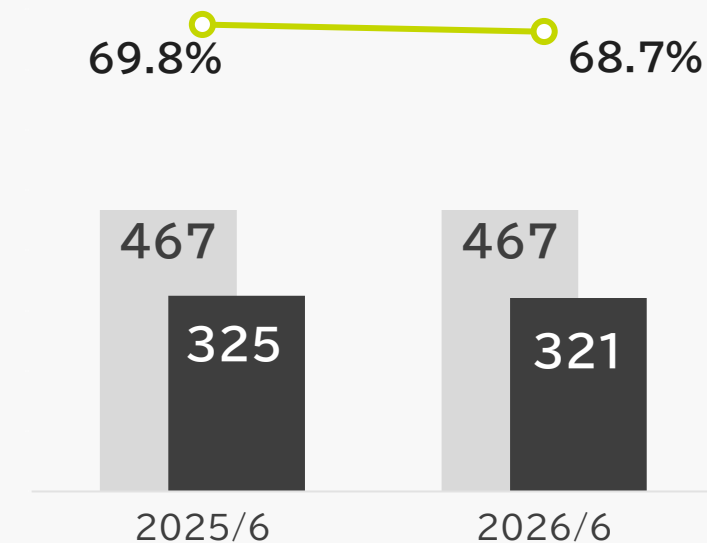
海外人材セグメント

売上高 セグメント利益 利益率

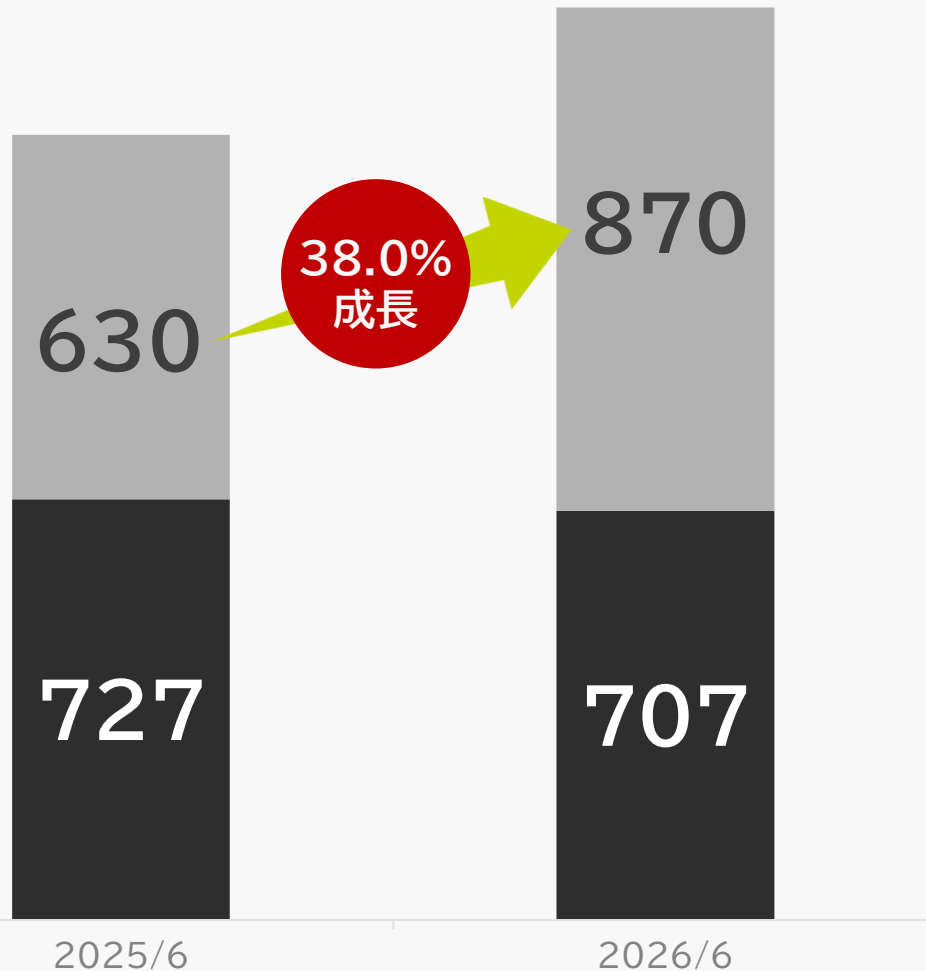


不動産セグメント

売上高 セグメント利益 利益率



海外人材セグメントは人材事業が成長を牽引し、前期比**219百万円の増収**



(百万円)

人材事業

エンジニア・介護等の海外人材紹介と定着支援

海外人材の紹介等が順調に推移した結果、
人材事業の売上高は前年同期比**239百万円の増収**

エンジニア人材:新卒向け採用イベントを**56回**(前年同期比**+8回**)
実施し、**149人**(前年同期比**+25人**)が内定

介護・宿泊人材:**86人**(前年同期比**+52人**)が入社

教育事業

法人向け語学研修、留学斡旋、日本語学校の運営等

法人向け語学研修事業等における受注の伸び悩み等により、
教育事業の売上高は前年同期比**20百万円の減収**
収益性の改善を進める

中期経営計画初年度の2026/6期は前期に比べていずれの項目も順調に進展

海外人材セグメントを柱とする利益成長と株主還元の強化、M&Aの推進により、時価総額250億円の達成を目指す

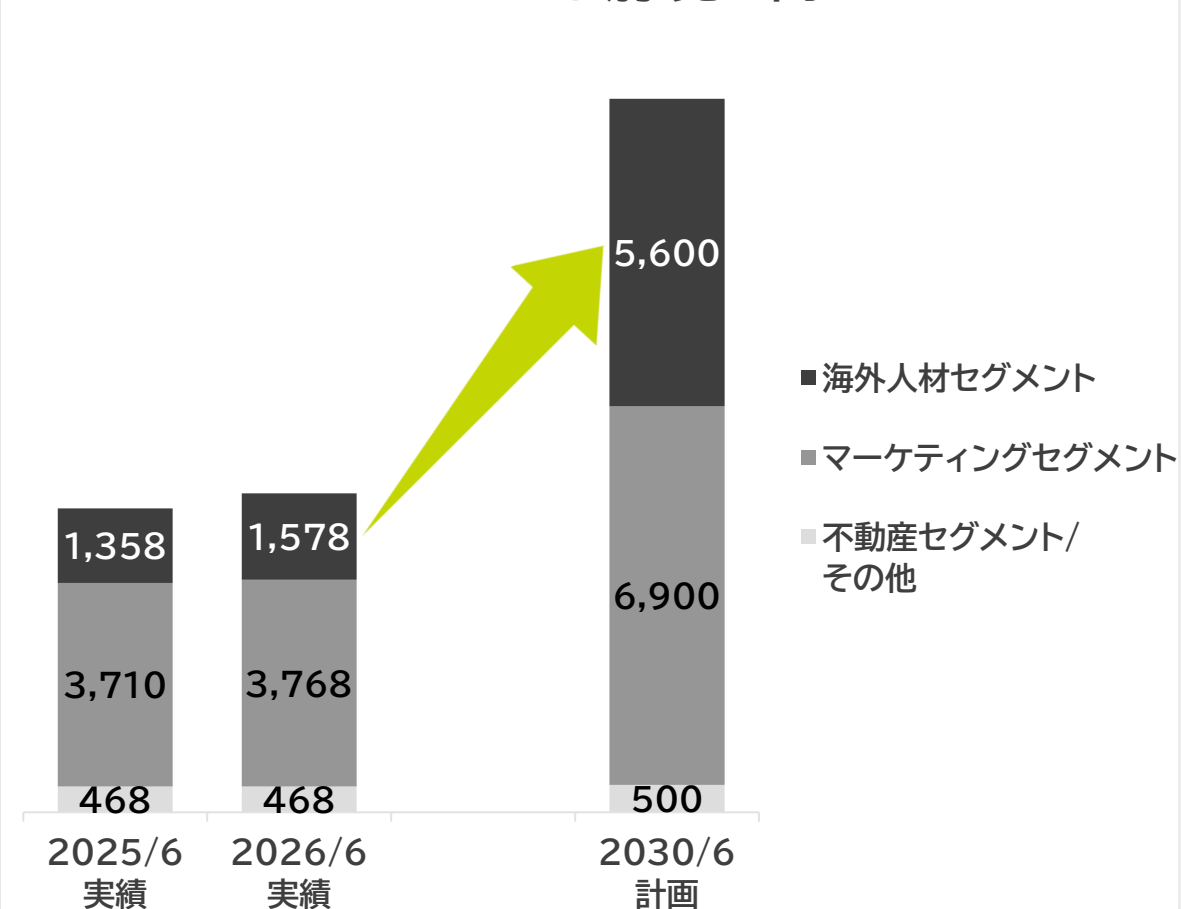
	2025/6 実績	2026/6 実績	2030/6 目標
売上高	55.3 億円	58.1 億円	130 億円
営業利益	3.8 億円	6.8 億円	30 億円
当期純利益	3.4 億円	5.3 億円	20 億円
1株当たり当期純利益	28 円	43 円	165 円
配当金／株	13 円	27 円	80 円
ROE	2.8 %	4.2 %	13.0 %以上
D/Eレシオ	0.05 倍	0.03 倍	0.6 倍
M&A投資枠	-	4 億円	100 億円
時価総額	80 億円	87 億円	250 億円

※ 時価総額の実績数値は各年度末時点。目標数値は今後の経営方針の指針を示すものであり、具体的な前提条件に基づくものではありません。

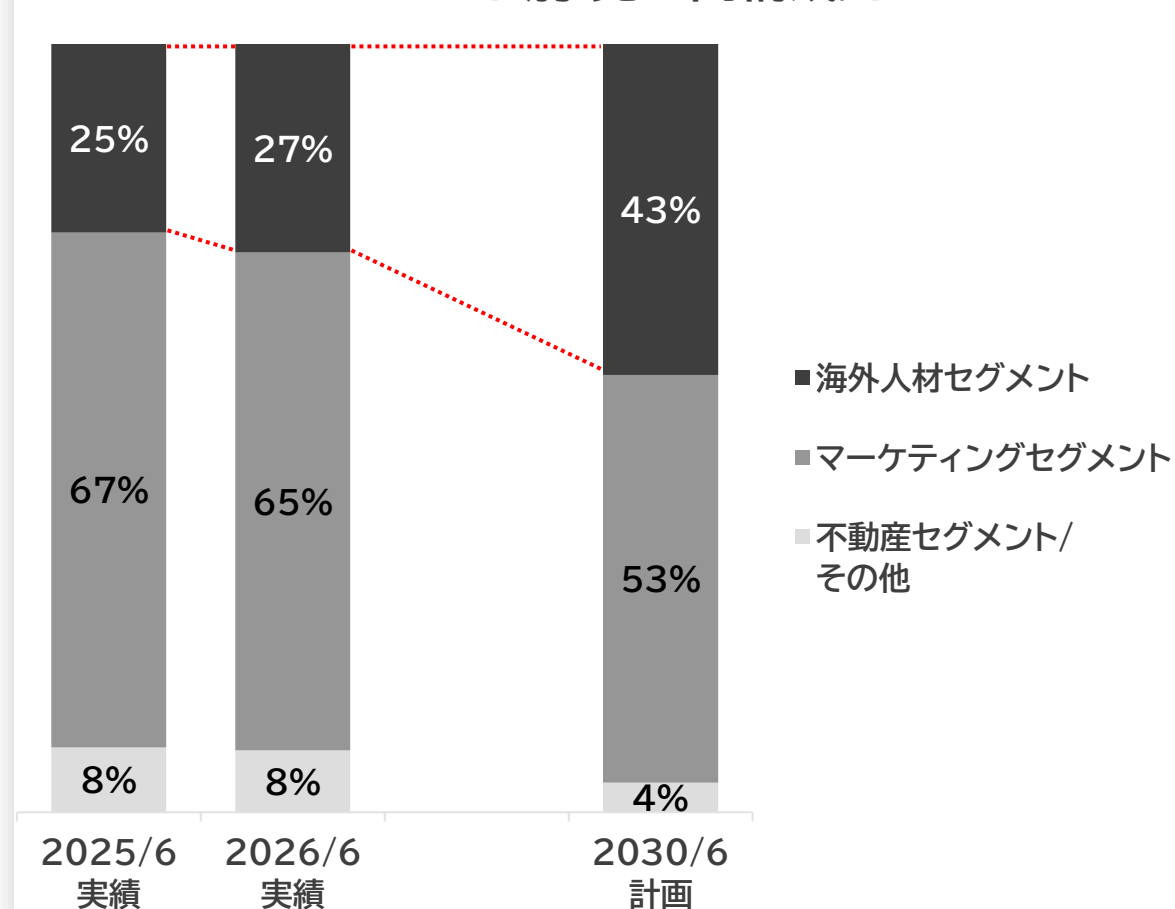
※ 「M&A投資枠」にはP49記載の部分出資も含む。M&A投資枠と投資方針についてはP45をご参照ください。

海外人材セグメントの成長スピードを加速、紹介人数の積み上げによるストック収益の拡大により、中期経営計画最終年度に売上高構成比43%を目指す

セグメント別 売上高



セグメント別 売上高構成比

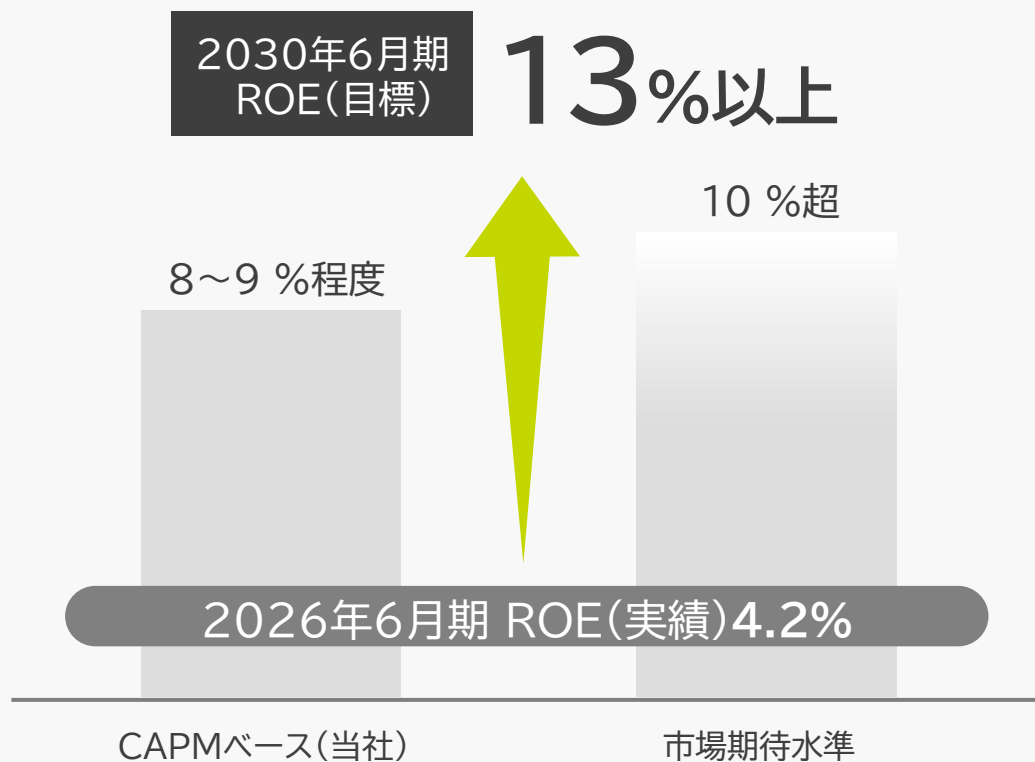


足元ROE(4.2%)は株主資本コストの認識(8~10%)を下回る。

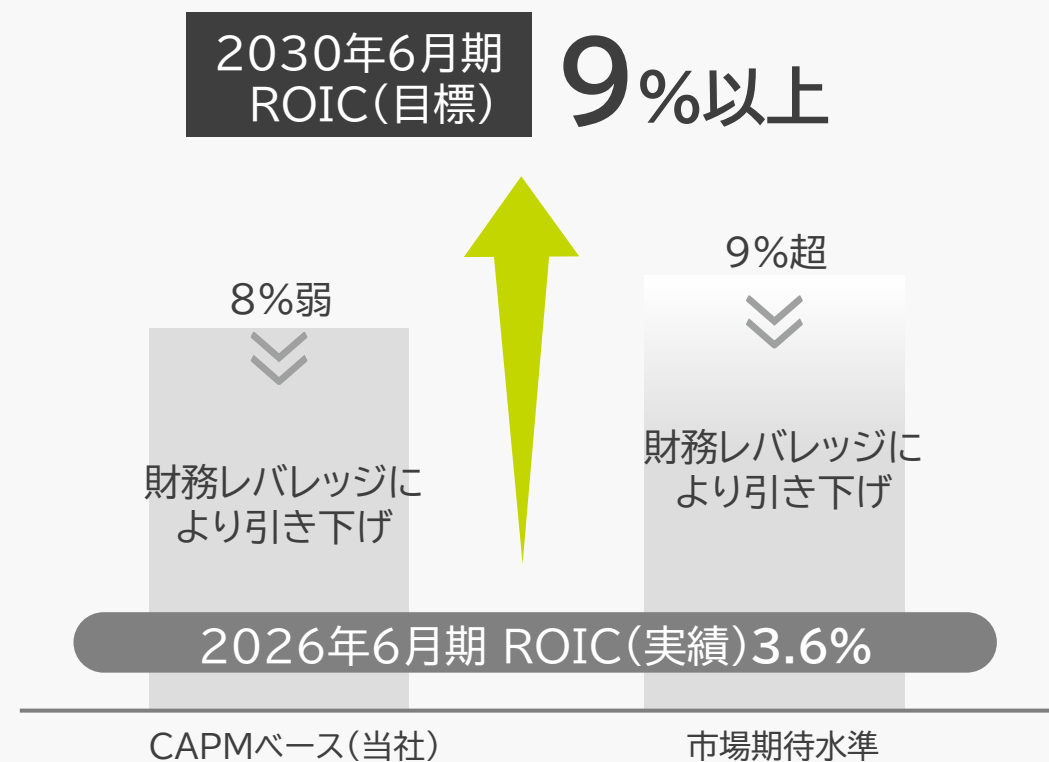
本中計最終年度においては市場期待水準を上回るROE13%以上を目指す

WACCは、M&A資金の借入(財務レバレッジの活用)により引き下げを想定

株主資本コスト



WACC(加重平均資本コスト)





2027年6月期 見通し

見通し

重点KPI

売上高は前期比16.9%増の6,800百万円、営業利益は前期比12.3%増の770百万円の見通し
受注・計上タイミングの波はありながらも、マーケティングセグメントの新たな提供価値の強化、
海外人材セグメントの更なる成長で、増収・増益を見込む

(百万円)	2026/6 実績	2027/6 予想	予想比	
			増減額	増減率(%)
売上高	5,815	6,800	984	16.9
営業利益	685	770	84	12.3
経常利益	732	770	37	5.1
当期純利益	532	560	27	5.1

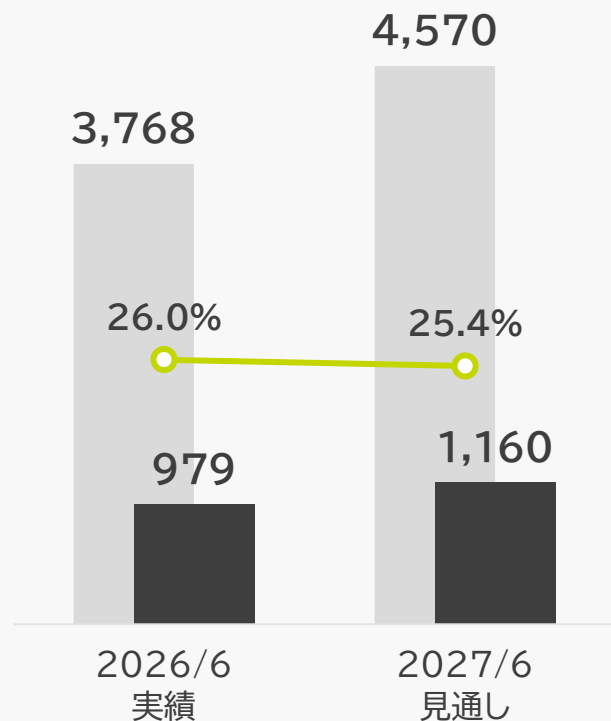
マーケティングセグメントは、トータルコンサルティング機能の強化や、第三の柱として成長中の人的資本マーケティング分野の強化により**増収・増益の見通し**

海外人材セグメントは海外人材の紹介人数等の増加により**増収・増益の見通し**

不動産セグメントは賃料の値上げを随時実施

マーケティングセグメント

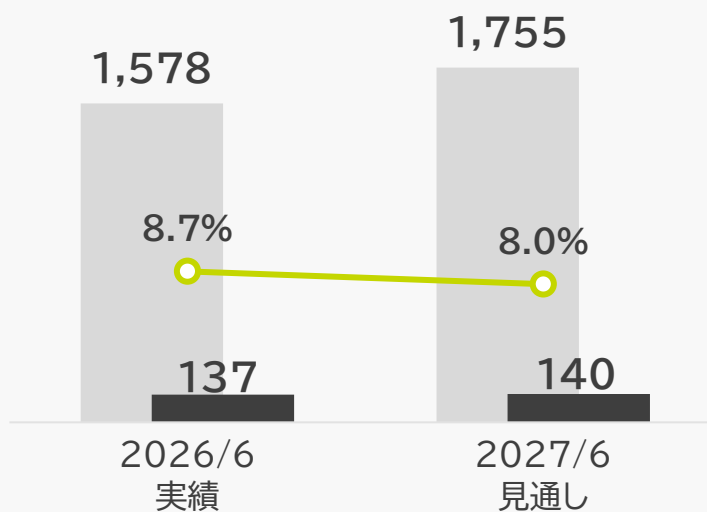
売上高 セグメント利益 利益率



(百万円)

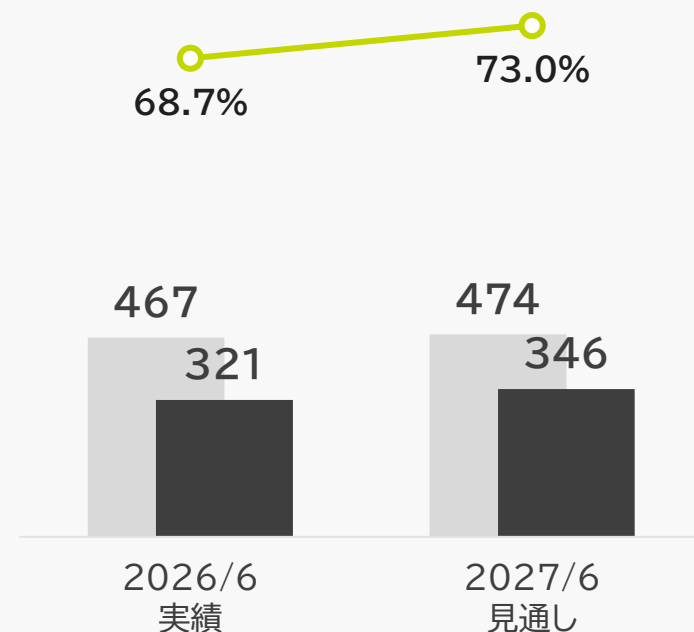
海外人材セグメント

売上高 セグメント利益 利益率



不動産セグメント

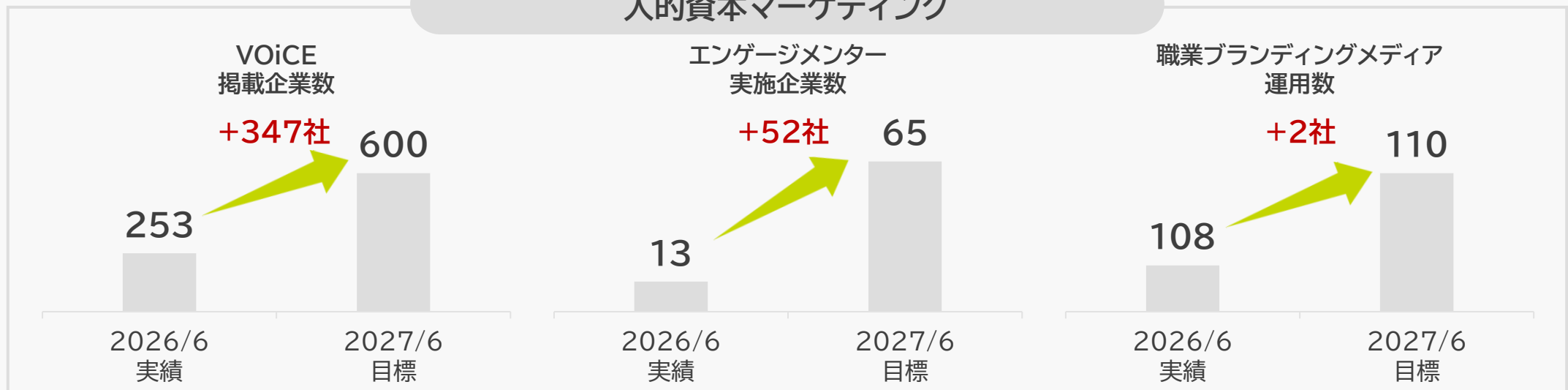
売上高 セグメント利益 利益率

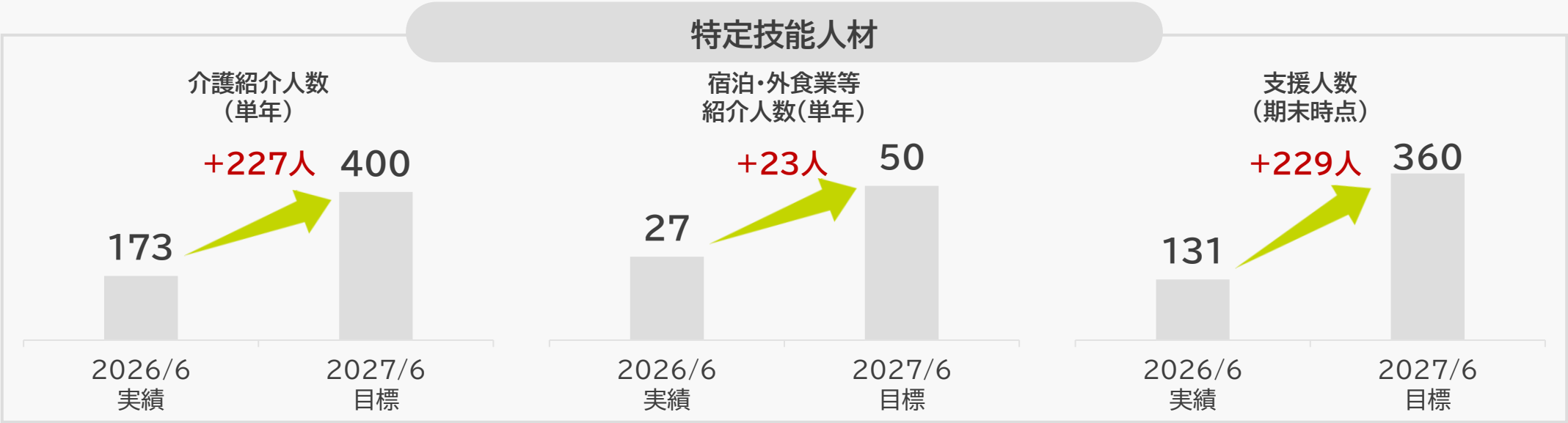
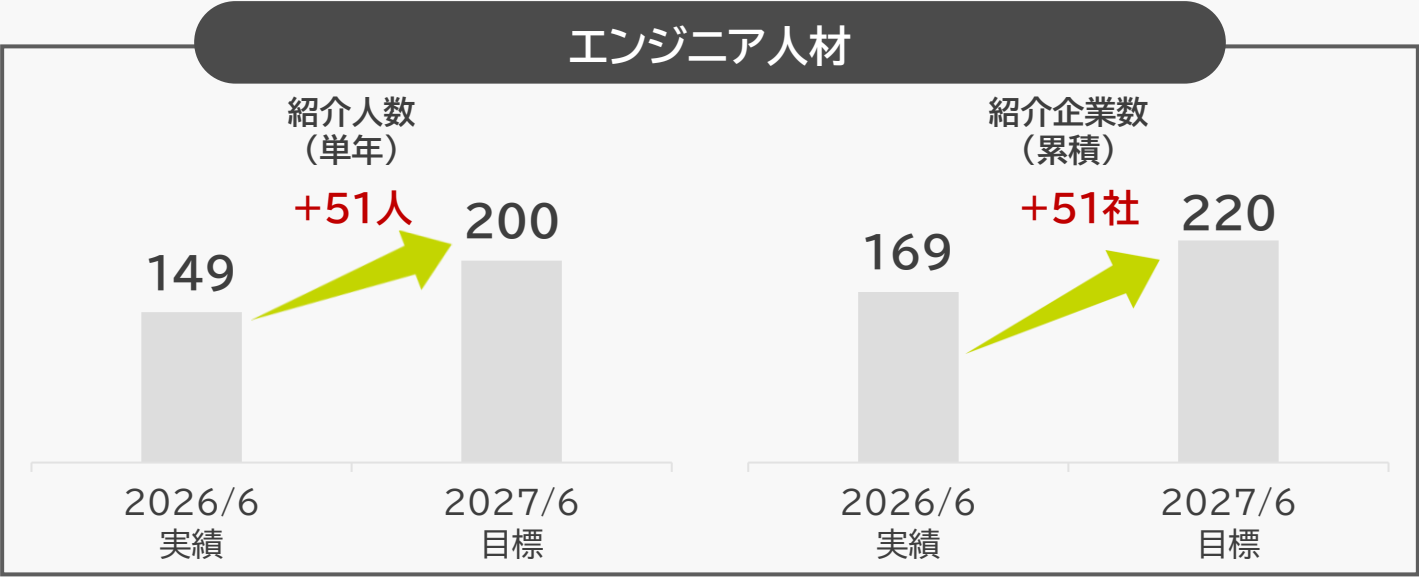


戦略的コンテンツマーケティング / セールス支援



人的資本マーケティング

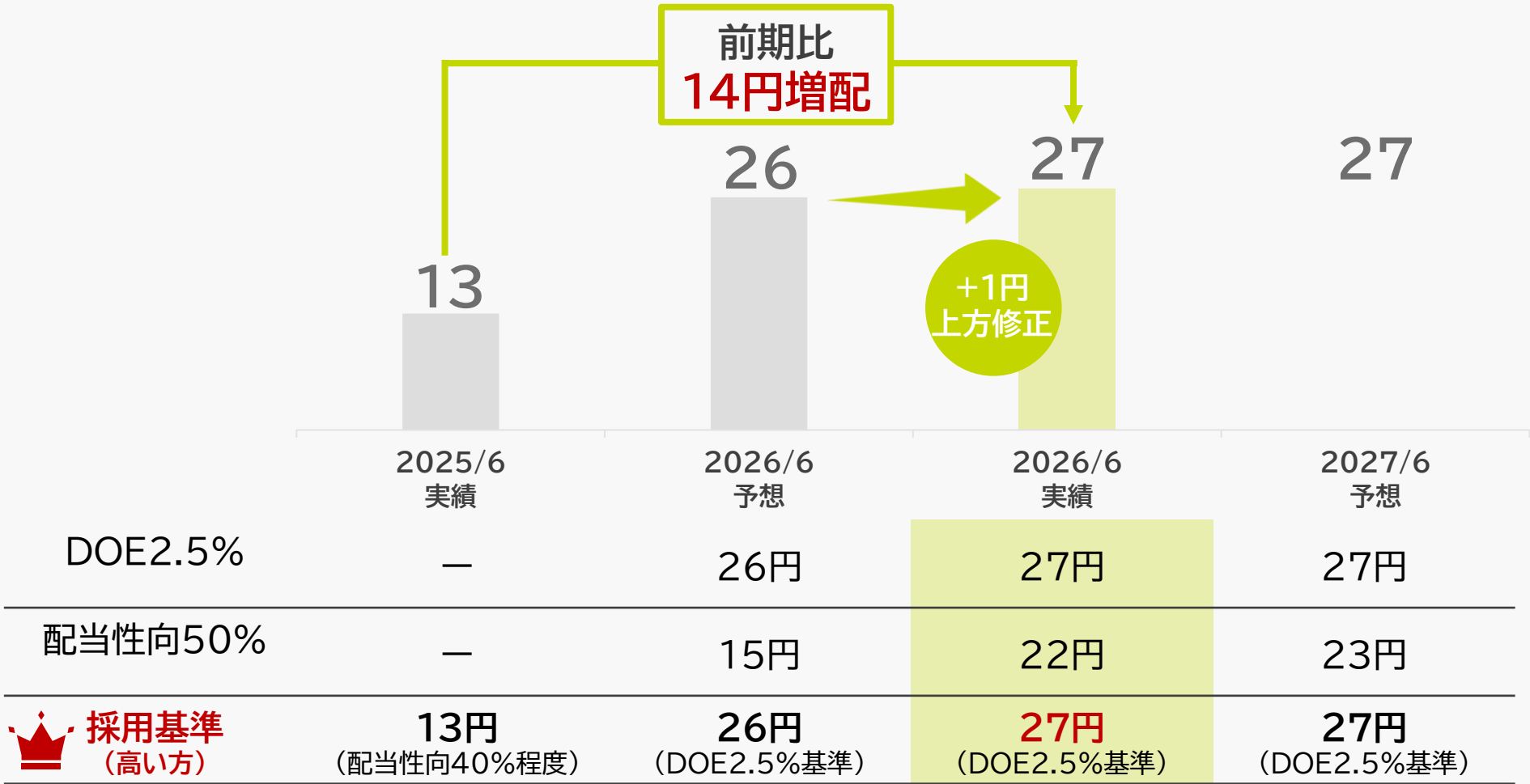




※紹介人数は、内定者から内定承諾書を受領している人数、支援人数は、登録支援機関として支援している人数

08 配当方針

累進配当を基本方針に、DOE2.5%と配当性向50%のいずれか高い方を基準
業績が想定を上回って着地した結果、株主資本が増加
配当予想から**27円へ上方修正(前期から14円の大幅増配)**



認識するリスク 及び対応策

本書提出日において、当社における成長の実現や事業計画の遂行に特に重要な影響を与える可能性があると認識する、主要なリスク及び対応策は、以下の通りです。

特に重要なリスク項目	リスクの説明	リスクへの対策
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。採用活動が計画どおりに進まず、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。	・人事部において、人材戦略を構築・推進 ・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6割超を占めており、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。	・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

決算年月		2022/6	2023/6	2024/6	2025/6	2026/6
売上高	(百万円)	7,705	7,058	5,627	5,536	5,815
経常利益	(百万円)	2,349	884	390	400	732
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	1,584	426	243	342	532
資本金	(百万円)	432	437	438	439	439
発行済株式総数	(株)	11,982,700	12,227,200	12,292,800	12,328,100	12,348,100
純資産額	(百万円)	12,147	12,354	12,233	12,370	12,752
総資産額	(百万円)	15,288	14,370	14,287	14,492	15,315
1株当たり純資産額	(円)	1,013.73	1,010.43	1,009.11	1,017.50	1,047.18
1株当たり当期純利益	(円)	133.40	35.49	20.07	28.19	43.79
自己資本比率	(%)	79.5	86.0	85.6	85.4	83.3
自己資本利益率	(%)	13.9	3.5	2.0	2.8	4.2
営業キャッシュ・フロー	(百万円)	2,080	▲539	682	606	▲408
投資キャッシュ・フロー	(百万円)	▲12	▲1,099	▲522	282	▲120
財務キャッシュ・フロー	(百万円)	▲186	▲491	▲496	▲186	▲297
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	6,071	3,941	3,605	4,307	3,481
従業員数(他、平均臨時雇用人数)	(人)	468(86)	467(81)	475(75)	466(61)	450(53)

(単位:百万円)	2025/6 期末	2026/6 期末	対前期末比	主な増減要因等
流動資産	5,104	5,649	545	● 新規取引先との取引開始に伴う 売掛金及び契約資産の増加
固定資産	9,388	9,666	278	● 新規投資先への出資に伴う投資有価証券の増加
資産合計	14,492	15,315	823	
流動負債	1,241	1,800	558	● 新規取引先との取引開始に伴う未払金の増加
固定負債	879	762	▲116	● 長期借入金の約定弁済
負債合計	2,121	2,563	441	
純資産合計	12,370	12,752	381	● 利益剰余金の増加
負債純資産合計	14,492	15,315	823	
自己資本比率	85.4%	83.3%	—	

(単位:百万円)	2025/6	2026/6	2026/6 主な内訳
営業キャッシュ・フロー	606	▲408	● 税金等調整前当期純利益 732 ● 未払金の増加額 595 ● 売上債権の増加額 ▲1,694
投資キャッシュ・フロー	282	▲120	● 貸付金の回収による収入 795 ● 投資有価証券の取得による支出 ▲400 ● 貸付けによる支出 ▲500
財務キャッシュ・フロー	▲186	▲297	● 長期借入金の返済による支出 ▲134 ● 配当金の支払額 ▲157
現金及び現金同等物の期末残高	4,307	3,481	

7月	ディスカ場(YouTube対談) 	2月	2026/6 2Q決算説明会(Live配信)
8月	資産運用EXPO(東京・展示会出展)		個人投資家説明会(大阪)
	個人投資家説明会(オンライン配信)		投資戦略フェアEXPO2026(東京・対談)
9月	1UP投資部屋(YouTube対談) 	3月	FISCO 企業調査レポート、バリュエーションレポート 
	個人投資家説明会(東京)		投資家ぽんちよ(YouTube銘柄紹介) 
	ラジオNIKKEI(この企業に注目! 相場の福の神)	4月	個人投資家説明会(東京)
	日経・東証IRフェア2025(東京・展示会出展)		個人投資家説明会(東京)
10月	Yahoo!ファイナンス(企業IRインタビュー) 	5月	2026/6 3Q決算説明会(Live配信) 
	株主手帳(10月号)		個人投資家説明会(大阪)
11月	2026/6 1Q決算説明会(Live配信)		個人投資家説明会(福岡)
1月	資産運用EXPO(東京・展示会出展)	6月	ラジオNIKKEI「マーケット・テラス」
		8月	日経・東証IRフェア2026(東京・展示会出展)

- 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、2027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/>