

# *Integrated Report 2026*

学情 | GAKUJO  
統合報告書 2026



*Purpose*

# つくるのは、未来の選択肢

これからを担う若い世代が、自分自身がどうなりたいか描ける。

ありたい姿、なりたい像を実現するために、リアルな情報にアクセスできる。

これからの未来を担う人々が、自分の可能性を信じ、

何度でも挑戦できる社会はきっと明るい。

自身の存在意義を感じられる人々が、社会をより良くするための活動を通して、

イノベーションを興し、地球に、隣人に、やさしい社会を創っていく。

学情はこれまでも、「まだ世の中にない」サービスを展開し、

「働く」「キャリア」の新しいスタンダードを創ってきた。

新しい発想と、確かな情報で、働く人と日本を、豊かに。元気に。

# Contents

1 パーパス

2 目次

## 第1章 価値創造のロードマップ

4 働き手に寄り添う、学情との出会い

5 トップメッセージ



8 価値創造プロセス

9 マテリアリティ

11 価値創造を支える資本

12 学情が生み出す社会的価値・経済的価値

### 統合報告書2026のポイント

1 これからを担う若い世代にとって、当社との出会いは生活の中で身近にあることを冒頭のイラストで表現しています。

2 社長、財務担当役員、社外取締役のメッセージや、中期経営計画における具体的な成長戦略等、様々な角度から当社の価値創造を説明しています。

3 当社の商品・サービスが働き手・企業から信頼されている理由を従業員の声を取り上げることで紐解いています。

## 第2章 価値創造の推進力

14 学情のビジネスモデル

15 採用成果を追求する学情のDNA

16 第二創業期、成長の軌跡

17 働き手・企業目線に立ち続ける従業員

19 働き手・企業から信頼される商品・サービス

## 第3章 価値創造へのアクション

23 財務担当役員メッセージ



25 雇用を取り巻く外部環境

26 中期経営計画

## 第4章 価値創造の基盤

32 価値創造を支える人的資本

35 サステナビリティ経営

36 価値創造を支えるガバナンス

41 リスクマネジメント・コンプライアンス

43 社外取締役メッセージ



45 社会への取り組み

46 環境への取り組み

## 第5章 データセクション

48 財務・非財務ハイライト

49 財務データ

50 非財務データ

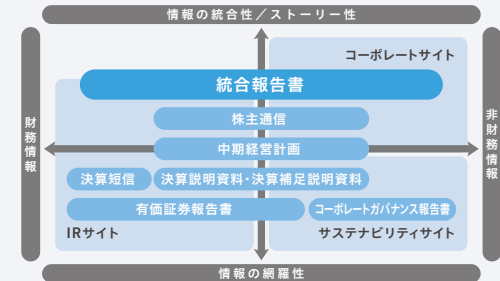
51 会社情報・株式情報

### ■ 編集方針及び本統合報告書におけるポイント

株式会社学情(以下、当社)は、本統合報告書を通じて、当社の事業活動や成長戦略、並びに価値創造のストーリーについて、株主・投資家の皆様をはじめとする幅広いステークホルダーの皆様にご理解いただくことを目指しています。

本報告書では特に、当社の事業・サービスが、社会生活において身近なテーマである「働く」という分野において、多様な選択肢を提供することで社会的価値を創出している点をお伝えしています。また、その価値創造を支える当社の従業員は、日々、求職者と求人企業の双方と向き合い、それぞれに寄り添いながら事業活動に取り組んでいます。そうした従業員の声をお届けすることで、当社の事業への理解をより一層深めていただきたいと思います。今後も統合報告書を、当社の企業価値を分かりやすくお伝えするコミュニケーションツールとして、内容の充実と進化に継続的に取り組んでまいります。なお、より詳細な情報につきましては、当社Webサイトにも掲載していますので、併せてご覧ください。

### ■ 情報開示の体系図



- 対象組織 株式会社学情
- 発行時期 2026年5月
- 対象期間 2024年11月1日～2025年10月31日  
(一部、それ以前からの取り組みや直近の活動も含みます)

### ■ 参照ガイドライン

- IFRS財団 国際統合報告フレームワーク
- 経済産業省 価値協創ガイドンス

### ■ 将来の見通しに関する注意事項

本報告書の業績見通しは、当社が現時点で入手可能な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、実際の業績は見通しと異なる可能性があります。その要因の主なものとしては、主要市場の経済環境及び競争環境、為替・金利相場、法規制の変動等がありますが、これらに限定されるものではありません。

# Part 1 Value Creation Roadmap

第1章 価値創造のロードマップ



# 働き手に寄り添う、学情との出会い

新卒の『キャリアスタート』、10代～20代の『キャリアチェンジ』、20代後半～30代の『キャリアアップ』、  
 当社はそれぞれのライフステージ・キャリアステージに応じた転職・就職を価値あるサービスの提供を通じて強かに支援します。



## 当社との出会い・関わり

### キャリアスタート

● 大学1～3年生

● 大学3～4年生

就職について考え始める。インターンシップに取り組む

就職活動(ファーストキャリア)

- Webメディア 「Re就活キャンパス」
- イベント 「Career Design Forum」「就職博」
- エージェント 「Re就活キャンパスエージェント」

### キャリアチェンジ

● 卒業～20代

新しい職場に挑戦(セカンドキャリア)

- Webメディア 「Re就活」「Re就活ユース」
- イベント 「転職博」
- エージェント 「Re就活エージェント」

### キャリアアップ

● 20代後半～30代

キャリアの次の一手を考える

- Webメディア 「Re就活30」「Re就活テック」
- イベント 「大転職博」
- エージェント 「Re就活30エージェント」

# トップメッセージ



代表取締役社長  
**中井 大志**  
Taishi Nakai

パーパスを基軸に、決断と挑戦のスピードをさらに高め、若い世代の期待の半歩先を行く価値創造を通じて、成長を加速させていきます。

## — パーパス浸透による期待以上の変化

当社は2020年以降を第二創業期と位置付け、企業価値の向上を加速させるべく、様々な取り組みを進めてきました。私は以前から、改めて当社の存在意義や目指す社会の姿を見つめ直す必要があると考えていました。そこで、代表取締役社長に就任した2022年に、経営の方向性を従業員と分かりやすく共有し、日々の判断や行動の拠り所となるものとして、パーパスを策定しました。

「つくるのは、未来の選択肢」というパーパスには、多様化が進む時代において、画一的な価値観にとらわれることなく、一人ひとりが自分らしい選択をできる社会をつくりたいという想いを込めています。正解が1つではない時代だからこそ、当社は多様な選択肢を新たに生み出し、示していくことが使命だと考えました。このパーパスを軸に、従業員一人ひとりが日々の意思決定や行動をとるようになり、現場での判断スピードや挑戦の質が大きく向上していることを実感しています。

私がパーパスの策定において最も大切にしたいのが、「これまで私

たちが社会に対してやってきたことを、言葉として明確にすること」でした。そのためには、経営者として従業員一人ひとりの声を丁寧に聴き、拾い上げる必要があると考えました。その中で「未来の選択肢」という言葉も、若い方々から「これでいきたい」という声があって決定しました。ですから、このような過程を経てパーパスを発表したときには全従業員が大いに納得・共感したと思います。

そして2023年に新たな中期経営計画を発表し、続く2024年にパーパスの実現とステークホルダーとの共通価値の創出に向けて9つのマテリアリティを特定しました(なお、2025年にマテリアリティを再整理 [▶ p.9 参照](#))。パーパスとマテリアリティを明確にしたことで、従業員は「会社がどこへ向かい、自分はその中で何を担うのか」を具体的にイメージできるようになりました。これが当社の成長を加速させた大きな要因であると考えています。加えて、従業員が自らのキャリアを主体的に考え行動する、キャリアオーナーシップの醸成にもつながっていると感じており、私が期待していた以上に皆が変わってきていると思います。

このパーパス浸透の効果は、採用面にも表れています。当社が規模

トップメッセージ

を拡大していく上で、ここからどんな方に仲間に加わっていただくかは非常に重要です。今の20代の若者は企業のパーパスをよく勉強して質問してきます。その結果として、当社のパーパスに共感して入社される方が全体の8〜9割を占めており、価値観を共有した人材が集まることで、組織の一体感と実行力はさらに高まると思います。

—— 成長を支える人的資本投資

当社の持続的成長を支えているのは、間違いなく「人」です。マテリアリティでも“人(従業員)”を成長の源泉と位置付けています。従業員一人ひとりが、自身に期待されている役割や求められる姿



勢を正しく理解し、マテリアリティへの取り組みを自分ごととして捉え、日々の業務を通じて当社の社会的価値及び経済的価値の拡大に貢献していくことを期待しています。そのため、民間企業平均の約2.2倍にあたる教育研修費を投じる等、人的資本への投資は最重要テーマとしています。ここで当社ならではのユニークな研修内容を紹介したいと思います。2026年3月に、有名ミュージカルで主演を務めた方を講師に招き、リーダークラスを対象に研修を実施しました(▶ p.34 参照)。この研修を実施した理由ですが、部下だけでなく、上司や社外にもメッセージを発信する組織の中心的存在であるリーダーたちが表現力や伝える力を磨くことは、組織全体の実行力と経営力そのものを高めると考えたからです。研修にはコストがかかりますが、リーダーが成長し企業価値を高められるのであれば、十分に投資する価値があると考えます。事実、当社にはこうした投資を成果につなげられる優秀な人材が揃っています。今後も様々な立場の従業員が、「今年は何を学び、どう成長するか」を主体的に考えやすくなるよう、時代や事業環境の変化を踏まえながら、毎年新たな切り口の人材育成策を考えていきたいと思っています。

—— 「Re 就活」ブランドの進化が生み出す成長の好循環

第二創業期がスタートしてからの5年間で大幅な業績拡大を実現した背景には、当社がターゲットとする若い世代の特性を深く理解し、その変化に適応し続けてきたことがあります。若い世代は、価値観や情報収集のスタイルを日々アップデートし、新しい変化をいち早く受容する特徴があります。そうした世代に対して、転職・就職に関する情報やサービスを適切に届けるためには、当社のビジネスモデルやサービス、そして私たち自身が「変化の半歩先」

に行く存在であることが不可欠です。新サービスの開発をはじめ、あらゆる取り組みにおいて迅速な意思決定と実行を重視し、試行錯誤を恐れず、様々なチャレンジを積み重ねた結果、採用マーケットや若い働き手の価値観が日々変化する環境の中でも、当社のサービスは学生・求職者と企業の双方から高く支持され、成長スピードを加速させることができました。

その象徴的な成果がRe 就活シリーズの進化です(▶ p.29 参照)。「Re 就活」というブランドは、Webメディアにとどまらず、TikTokやYouTubeといったデジタルチャネルも含めて、若い世代を中心に広く浸透しています。メディアサービスの名称を「Re 就活」に統合したことで、ブランド認知と価値を一層強化すると同時に、学生から30代の求職者まで、それぞれの立場で「自分たちのためのRe 就活がある」と受け止めてもらえるようになってきていると感じています。

「Re 就活30」は、以前から挑戦したいと考えてきたサービスです。30代向けの転職支援ですが、20代支援の延長線上にあるものと捉えています。実際にRe 就活30の会員の中には、20代の頃に「Re 就活」を利用していた方も多く、20代でキャリアチェンジを実現し、30代でキャリアアップを希望する求職者を応援するサービスになっています。

「Re 就活テック」は、専門性の高い職種においてキャリアの連続性を意識した支援を行う点が特徴です。

そして「Re 就活ユース」は、高卒・第二新卒層の再挑戦を支援したいという想いからローンチしたサービスです。高校生は就職活動時に「1人1社応募」が原則である等、ルールや制約が多く、企業のリアルな情報に触れる機会が限られています。そのため、構造的なミスマッチが起こりやすく、就業後3年以内の離職率も大卒者より高い傾向にあります。高校卒業後、18歳で社会に出たからこそ気づ

トップメッセージ

けたこと、学べたこと、経験できたことがあります。そうした「働く経験」を強みに、次の「働く」を「Re就活ユース」を通じて見つけてほしいと願っています。

新卒向けサービスを「Re就活キャンパス」にリニューアルした狙いは、「Re就活」ブランドの資産を最大限に活かし、事業成長をさらに加速させることにあります。単なる名称変更にとどまらず、サイト構成についても、学年に依存するのではなく、就職活動準備の進捗や関心に応じて情報を提供できる設計へと刷新しました（▶ p.30 参照）。その結果、「2027年卒」を対象としたRe就活キャンパスでのインターンシップ応募数は、前年対比137.1%と大きく伸長しています。加えて、1年生・2年生といった低年次の登録数も大幅に増加しており、早い段階から学生と企業が接点を持つプラットフォームへと進化していると考えています。

20代・30代だけでなく、新卒の「キャリアスタート」の段階から支援するメディアを提供できることが、Re就活シリーズならではの競合優位性であり、こうしたブランドの広がりとう一貫性を今後さらに加速させるつもりです。Re就活シリーズの利用促進が中長期的な企業価値の向上に寄与していくと考えています。

Re就活の会員数は、当社の重要なKPIです。人材業界は、会員が増えるほど応募数が増え、媒体としての効果が高まり、より多くの優良企業から求人が集まります。その結果、質の高い求職者も集まる好循環が生まれます。この循環を維持し強化するために、常にアクティブな新規会員を増やし続けることが重要だと考えています。2026年10月期に会員を280万人とすることを目標としていましたが、1年前倒しで達成しています。目先の利益確保のために広告宣伝を控える他社もある中で、当社は積極的な広告宣伝を継続したこと、スピード感を持って機能向上を図ったことも要因ですが、根本的には、「やりがいを実感したい」「自身の能力やスキルを

活かしたい」「希望するキャリアの実現に前進する経験を得たい」といった想いを持って転職に挑戦する20代のニーズを「Re就活」が的確に捉えられていることがあると思います。

— 経営者として変化を学び、失敗を未来につなげる

私は、日常的に若い世代のトレンドに触れることを意識しています。そのためテレビのエンターテインメント番組やNetflix、YouTubeを含めて、幅広く情報収集しています。そこから得られる気づきは、転職・就職情報の発信にも活かされています。例えば、最近YouTubeでよく見ている番組では新たな動画をこまめに定期配信し、1本の長さがだいたい12分前後です。配信の頻度が途切れないほど皆が見てくれますし、今の若い方はあまり長い動画は見たくない。よく考えると12分という長さは本当に絶妙だと思いました。20分は長いし、5分はちょっと短い。ということで、当社の就活チャンネルで流す動画の長さを見直すようにしました。常に私たちの常識を疑い続け、時代の変化を敏感に捉えていくことを強く意識して、幅広く色々なことをするようにしています。

また、私は「失敗」という言葉をあまり使いません。無形商材のビジネスにおいては、時代やメンバーが変われば、過去にうまくいかなかった企画が再び価値を生むこともあります。「Career Design Forum」の復活は、その象徴的な例です。挑戦を止めず、学び続ける姿勢こそが、持続的成長の源泉だと考えています。

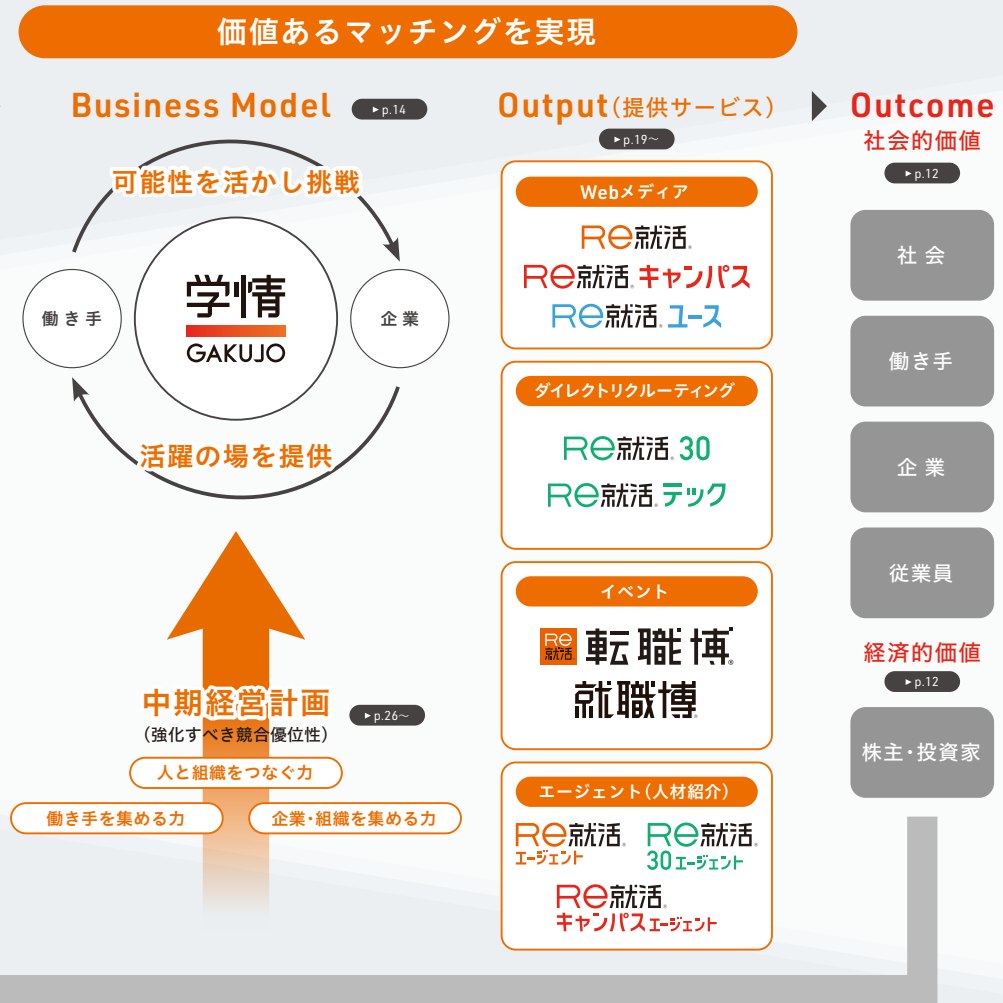
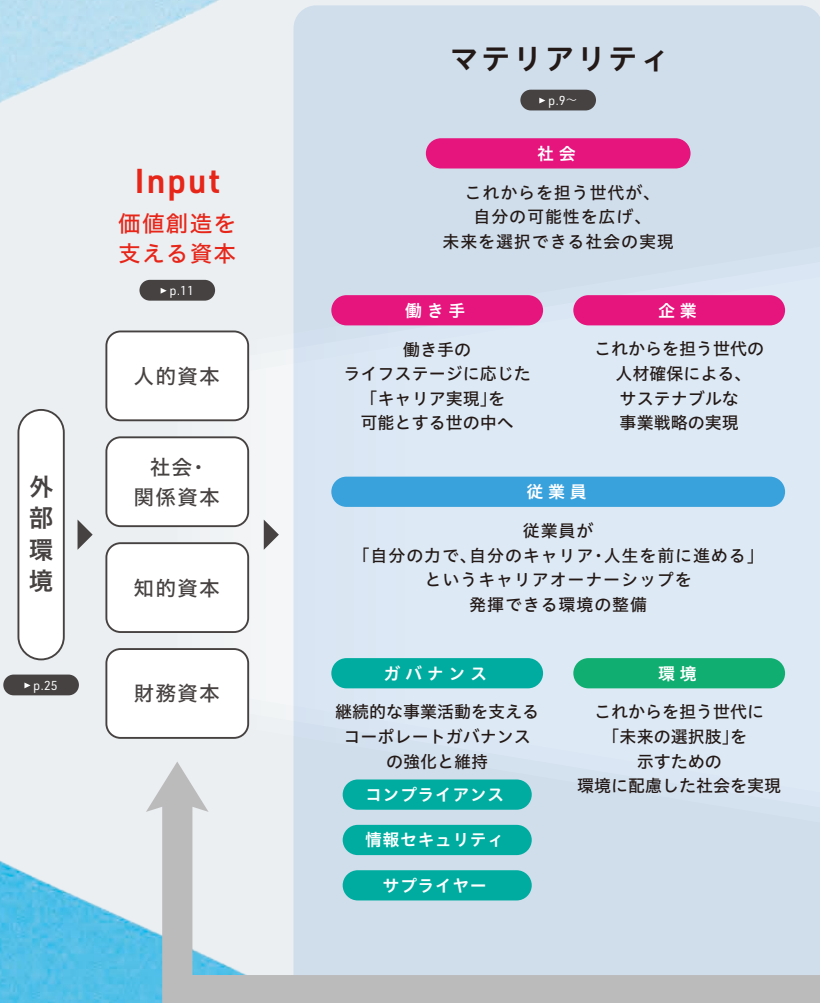
— 戦略の正しさに自信を持って成長への挑戦を続ける

日頃より当社を支えてくださっているステークホルダーの皆様には、心より感謝申し上げます。今後も経営者としての私の軸は変

わりません。転職・新卒市場では、若手人材の減少が続く一方で、人材の流動性はさらに高まり、企業の採用難はますます深刻化すると考えています。こうした環境変化の中で、私たちの使命は、適切な労働力の供給を通じて、求職者と企業の価値あるマッチングを実現し、社会に貢献していくことです。これからもより質の高いサービス提供に努めていきます。そのために基幹Webメディアへの戦略的投資、人的投資等を積極的に続け、企業価値の向上に取り組んでまいります。ここまでRe就活シリーズは予定通りの成長を見せています。加えて、生成AIの導入による生産性の向上や人的資本への投資を通じた従業員の成長、そしてそれが組織の進化につながり、現場の対応力やスピードも確実に上がってきているという手応えも感じています。人の成長には「時間と愛情と努力」が必要です。その歩みを大切にしながら、これからも挑戦を続けていきます。私は今、さらなる成長にかなりの手応えを感じています。ぜひ皆様にも期待していただきたいと思います。



# 価値創造プロセス



PURPOSE つくるのは、未来の選択肢

## マテリアリティ

# マテリアリティへの取り組みを推進し、これからの担う世代が、自分の可能性を広げ、未来を選択できる社会を実現

当社は、パーパスである「つくるのは、未来の選択肢」の実現と、ステークホルダーとの共通価値の創出に向けて、2024年に9つのマテリアリティを特定しました。これらの重点領域に取り組むことで、社会的価値と経済的価値の双方を高めてまいります。

私たちは、働き手と企業を社会の一員と捉え、社会を特に重要なステークホルダーと認識しています。2025年10月期には、新卒向けの

の「キャリアスタート」、第二新卒を中心とした10代～20代向けの「キャリアチェンジ」、そして20代～30代向けの「キャリアアップ」という、キャリアステージに応じた多様な選択肢を提供する体制を構築しました。

今後も当社は、ビジネスを通じて、これからの担う世代や企業、そして社会全体の未来に貢献してまいります。

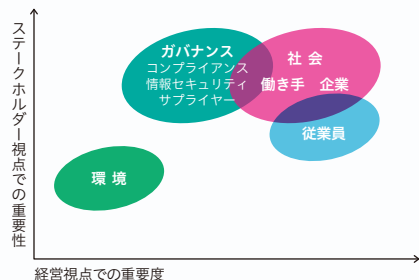
### パーパス

つくるのは、未来の選択肢



これからの担う世代、企業、ひいては社会の未来に貢献

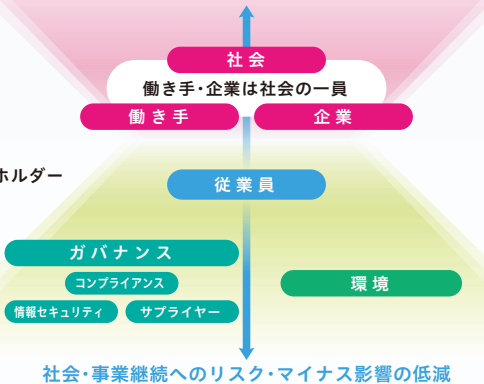
## マテリアリティ領域



当社の価値創造の源泉は“人”です。

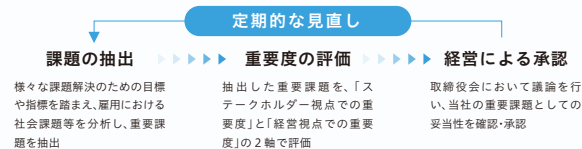
人への働きかけを起点とし、「パーパスの実現・ステークホルダーとの共通価値の創出」と「社会・事業継続へのリスク・マイナス影響の低減」を目指しています。

パーパスの実現・ステークホルダーとの共通価値の創出



社会・事業継続へのリスク・マイナス影響の低減

## マテリアリティ特定プロセス



## 2026年10月期に、マテリアリティを再整理

当社は、機関投資家をはじめとする社外ステークホルダーの皆様からのご意見を踏まえ、マテリアリティの位置付けを再検討しました。また、各マテリアリティについて「目指す姿」を改めて定義するとともに、その実現に向けた取り組みを、より分かりやすくご理解いただけるよう再整理しています。

※ マテリアリティの詳細は次のページをご覧ください。

### 整理のポイント

- 1 マテリアリティの位置付けをより明確化
- 2 各マテリアリティについて、目指す姿を定義
- 3 各マテリアリティについて、実現に向けた取り組みを小項目として再整理

## マテリアリティ

領域		目指す姿	具体的な取り組み	実績 (2025年10月期)	関連するSDGs
社会		これからの担う世代が、 自分の可能性を広げ、 未来を選択できる社会の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>働き手と企業の価値あるマッチングを通じて、雇用を創出します</li> <li>情報格差をなくし、職業観を涵養できる、機会を創出します</li> <li>「キャリアチェンジ」「キャリアアップ」による、適切な人材シフトを促すことができる、選択肢を創出します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高 <b>110.1</b> 億円</li> <li>「Re就活」売上高 <b>32.4</b> 億円</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>「キャリアスタート」「キャリアチェンジ」「キャリアアップ」を支援し、働き手に多様な選択肢を提案します</li> <li>働き手が望む情報を、伝わりやすい・理解しやすい手法で提供し、ミスマッチの起こりにくい転職・就職に貢献します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Re就活シリーズ 平均掲載求人数(月間) <b>30,770</b>件</li> <li>「JobTube」制作件数 <b>595</b>件</li> <li>「就活チャンネル」制作件数 <b>322</b>件</li> </ul>	
企業		これからの担う世代の 人材確保による、 サステナブルな事業戦略の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業成長・継続に必要な人材の確保のための価値あるマッチングを創出します</li> <li>企業のリアルを発信する機会、求職者との対話の機会を提供し、能力フィットだけではなく、カルチャーフィットする人材との出会いを創出します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Re就活シリーズ登録会員数(延べ) <b>340</b>万人超</li> <li>イベント来場者数 <b>60,216</b>人</li> </ul>	
従業員		従業員が「自分の力で、 自分のキャリア・人生を前に進める」 というキャリアオーナーシップを 発揮できる環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>適正な抜擢と、経験・専門性に応じた多様な選択肢の提示により、希望するキャリアの実現を支援します</li> <li>多様な研修・育成プログラムの充実を通じて人的資本への投資を強化し、従業員満足度と生産性の向上を図ります</li> <li>挑戦と成果を評価・報酬に反映して高い視座で業務に取り組む姿勢を支援します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エンゲージメントサーベイで「会社のパーパスにより、自分の仕事は社会に役立つものであると感じている」 <b>95.4%</b></li> <li>女性比率 <b>44.0%</b></li> <li>女性管理職比率 <b>10.2%</b></li> <li>女性管理職候補比率 <b>40.4%</b></li> <li>男性育休取得率 <b>100%</b></li> <li>研修実施回数 <b>36</b>回</li> </ul>	
ガバナンス	コンプライアンス	継続的な事業活動を支える コーポレートガバナンスの 強化と維持	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンプライアンスガイドラインをはじめ、行動指針、各種規程の遵守を徹底するとともに、公正で高い倫理観を持った行動を継続できるように制度・体制を整備します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンプライアンス研修の回数 <b>2</b>回</li> <li>内部通報数 <b>4</b>件</li> </ul>	
	情報セキュリティ		<ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報の保護への取り組みを継続強化すると共に、「AI利用に関する基本方針」を遵守し、AIを適切かつ安全に利活用します</li> <li>情報セキュリティの確保に取り組み、継続的かつ安定的にサービスを提供すると共に、リスクマネジメントに努めます</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報関連インシデント数 <b>3</b>件</li> <li>情報セキュリティ関連研修 <b>2</b>回</li> </ul>	
	サプライヤー		<ul style="list-style-type: none"> <li>オープンでフェアなサプライヤー取引を通じて、お客様に持続的に価値を提供できる体制を構築します</li> <li>コンプライアンスや環境・人権尊重等に対する取り組みも含めて総合的に評価し、パートナーを決定します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年間新規サプライヤー登録数 <b>314</b>件</li> </ul>	
環境		これからの担う世代に 「未来の選択肢」を示すための 環境に配慮した社会を実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境負荷の低減へ向けて、事業活動における温室効果ガス排出量の低減に取り組みます</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Scope1 温室効果ガス排出量 該当なし</li> <li>Scope2 温室効果ガス排出量 <b>136.6</b>t-CO<sub>2</sub></li> <li>Scope3 温室効果ガス排出量 <b>272.2</b>t-CO<sub>2</sub></li> </ul>	

# 価値創造を支える資本 (2025年10月期)



## 人的資本 | 働き手と企業、社会の未来への貢献を志す多様な人材と組織

パーパス「つくるのは、未来の選択肢」を実現するためには、従業員がパーパスに共鳴し、キャリアオーナーシップを持ち、自立的にキャリアを形成できることが不可欠です。当社は、多様な人材と働き方を尊重し、推進する制度整備を進めています。

### 人的資本強化の取り組み

- 人事制度を見直し、従業員の自立的成長と戦略的人材活用を促進する環境を整備
- 階層別研修やDX研修、拠点間交流プログラム等、多様な研修・育成プログラムを充実
- エンゲージメントサーベイを導入し、人材育成の効果検証や改善点の把握に活用

従業員

407人

転職を経験している従業員

223人

顧客接点を持つ従業員

246人



## 知的資本 | 人材サービスの事業開発・運営力

働き手と企業双方の利用拡大を図るとともに、社会のトレンドを的確に捉えたサービス提供や、最新テクノロジーの活用を通して「価値あるマッチング」の実現を一層強化していくことが重要だと考えています。

### 知的資本強化の取り組み

- Re就活を中心としたRe就活シリーズの体系的構築を進め、10代～30代の幅広い層に対応したサービスラインを拡充
- Re就活シリーズを中心とした一体的なサービス提供により、Web・イベント・エージェントの各領域で相乗効果を発揮
- 生成AIの全社導入、マーケティング・営業・カスタマーサクセスの高度化と効率化を推進

イベント実施回数(年間)転職博・就職博等

135回

新サービスのローンチ/リニューアル

- 新サービス RE就活 30 RE就活 ユース
- リニューアル RE就活 キャンパス

20代の働き方研究所・就活チャンネル等のコンテンツ



## 社会・関係資本 | 働き手と企業との豊富な接点、長期にわたり築いてきた信頼関係

働き手と企業の「価値あるマッチング」を支援するサービスを提供する当社にとって、働き手と企業の双方からの信頼が持続可能な成長には不可欠だと認識しています。

### 社会・関係資本強化の取り組み

- Re就活シリーズにブランドを統一、Re就活シリーズ全体としてプロモーションを実施し、登録会員数を拡大
- Re就活シリーズ全体としてテレビCMをはじめとする広告宣伝を展開し、取引企業を拡大

Re就活シリーズ会員数(延べ)

340万人超

Re就活シリーズ 平均掲載求人数(月間)

30,770件

官公庁からの受託実績  
教育機関との連携



## 財務資本 | 事業成長を推進できる強固な財務基盤、キャッシュフロー創出力

生産年齢人口の減少・人手不足による環境変化に対応し、事業を成長させるために、強固な財務基盤とキャッシュフロー創出力が重要だと考えています。

### 財務資本強化の取り組み

- 新規事業開発、人材育成等の成長投資を最優先とし、内部留保を確保
- 株主の皆様への利益還元は配当性向40～50%を維持
- 市場環境等を勘案して機動的に自己株式取得を実施

現預金・有価証券

11,817百万円

営業キャッシュフローの3カ年平均

1,936百万円

# 学情が生み出す社会的価値・経済的価値

## 社会

- 新たな雇用の創出
- 適切な人材シフトを通じたイノベーション
- ミスマッチによる機会損失の解消

## 働き手

- リアルな情報にアクセスし「ありたい姿」「なりたい姿」を描ける
- 多様な選択肢に触れ可能性をひらく
- 自身の能力・適性を活かして活躍できる

## 企業

- 活躍できる人材との出会い
- 柔軟な発想が可能な若い世代の採用を通じて成長ドライバーとなる事業開発を推進
- 事業成長に必要な人材の確保

## 従業員

- 挑戦・抜擢を通じた能力開発
- 自身の能力・適性を活かして活躍できる

## 株主・投資家

- 業績拡大により、持続的に還元額を増額
- 自己株取得を機動的に実施し、総還元性向の向上を図る

Voices Supporting Our Value Creation  
価値創造を支える現場の声

人事ご担当者様から「久しぶりに若い従業員が入社し、社内に活気が生まれた」とのお言葉をいただき、自身の仕事が企業に前向きな変化をもたらしていることを実感しました。  
(フィールドセールス部)

内定はゴールではなく、キャリアのスタートです。求職者が納得した意思決定のもとで新たな一歩を踏み出せる環境を創れたとき、自身の仕事が社会に還元されていると実感します。  
(エージェント事業部)

リーダーシップ研修や部署横断型プロジェクトを通じて、自ら考え行動する姿勢や、関わる全ての業務を自発事として捉える意識が醸成されたと感じています。  
(コーポレート本部)

自分のキャリア選択の軸が定まらず、不安を抱えていた方から「あなただったから転職できた」「自信を持ってキャリアチェンジの道を選択できた」と仰っていただきました。  
(エージェント事業部)

採用力や資金力に差がある中で、公的事業を通じて、採用が難しい中小企業を幅広く支援し、国全体の人材採用課題の解決に貢献できていると感じています。  
(パブリックサービス事業部)

キャリアガイダンスに参加した学生から、「講座に参加したことで就活に前向きな声を受け、学生一人ひとりの“未来の選択肢”を広げられている実感が湧きました。  
(キャリアサポート部)

従業員6人の地元企業様の採用支援を担当し、Re就活を通じて若手3人の採用を実現しました。事業の継続と成長に貢献できたことを強く実感しています。  
(フィールドセールス本部)

クライアントのオーダー以上の人材をご紹介することができ、「事業拡大の勝負を仕掛けることができました」とのお声をいただきました。  
(エージェント事業部)

DX研修を通じた専門知識の習得や生成AIの導入をきっかけに、業務効率化を常に意識するようになりました。システムの自動化を進めることで、生産性向上に繋がっています。  
(コーポレート本部)

企業様の新卒採用向けサイトの取材で、当社経由で採用され、早期に活躍・昇進された従業員の方をご紹介いただきました。人の人生やキャリアに確かな影響を与えられていることを改めて実感しました。  
(フィールドセールス部)

未経験ながら業務改善や社内システムの導入・運用に取り組んでいます。年次や経験分野に関わらず挑戦を後押しする風土は、当社ならではのと感じています。  
(コーポレート本部)

合同企業セミナーに初出される企業様と事前に打ち合わせを重ね、多くの面談機会と入社実績を創出しました。その結果、「ここまで一緒に考えてくれてありがとう」と感謝のお言葉をいただきました。  
(フィールドセールス部)

法改正への対応を制度理解から社内運用まで一貫して担い、従業員が安心して働ける環境づくりを支えています。常に、業務の先にある従業員や組織への影響を意識して行動しています。  
(コーポレート本部)

合同企業セミナーで求職者への声かけを行い、企業との接点づくりに尽力しました。直接の担当ではない企業様からも評価をいただき、会場全体の雰囲気づくりに貢献できたと感じています。  
(パブリックサービス事業部)

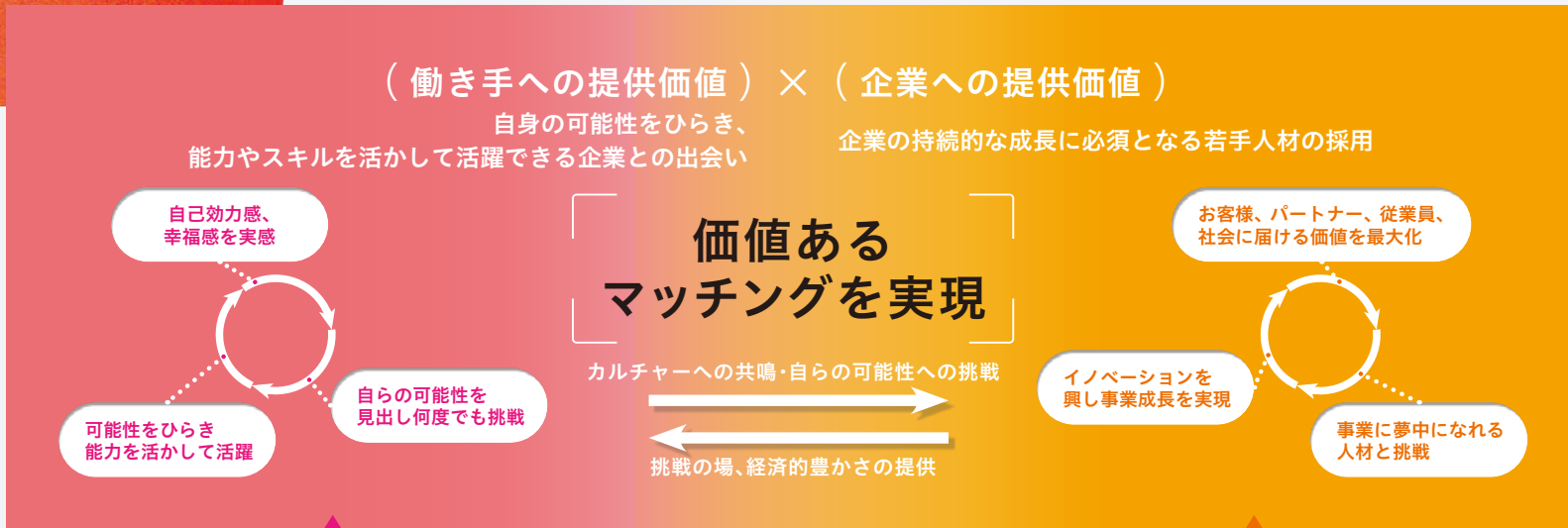


# Part 2 Drivers of Value Creation

第2章 価値創造の推進力

# 学情のビジネスモデル

学情の  
ビジネスモデル  
価値を生み出すための  
フローの体系図



登録者の転職・就職活動の活性化

**価値を創造するサービス**

- 対象がセグメント化され、キャリアステージに応じた情報を受け取れるWebメディア
- 企業と直接面談し、対話を通じて情報収集ができる合同企業セミナー
- キャリアカウンセリングを通じて、新たな選択肢の提案を受けられるエージェントサービス
- ダイレクトリクルーティングサービスによりスカウトメールや個別ヘッドハンティングメール等によるマッチングを生み出すメディア

## 学情 GAKUJO

**価値を創造する社内システム**

- 一人の営業担当が、ワンストップで新卒採用・第二新卒採用・キャリア採用を支援できる営業体制
- カスタマーサクセス担当が、営業担当と連携して、採用成功を伴走支援
- インサイドセールス担当が初期の企業コンタクトから、企業の採用ニーズの深耕までを行い、営業担当へ連携

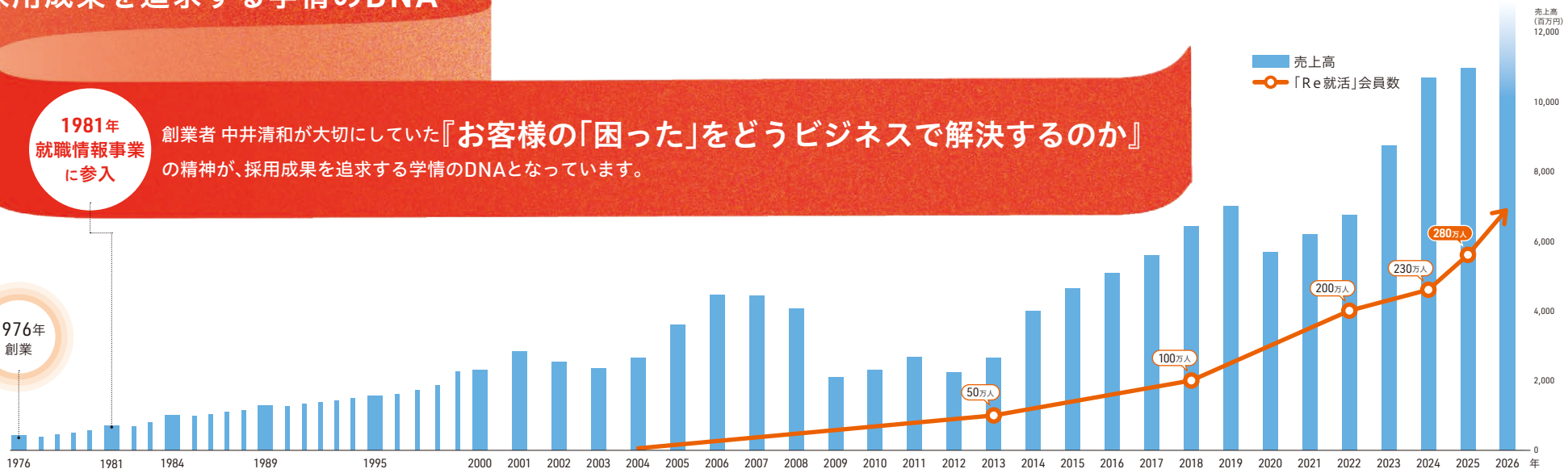
新しい世代の求職者に響く  
豊富な求人

# 採用成果を追求する学情のDNA

1981年  
就職情報事業  
に参加

創業者 中井清和が大切にしていた『お客様の「困った」をどうビジネスで解決するのか』の精神が、採用成果を追求する学情のDNAとなっています。

1976年  
創業



## 創業期 1976-1989

“業界初”を創り出す学情の始まり  
お客様の「困った」をビジネスで  
解消する

## 成長期 1990-2005

日本で初めてインターネット就職情報サイトを配信開始  
業界初の「20代専門」転職サイトを配信開始

## 拡大期 2006-2019

東証一部上場、「日本経済団体連合会」入会  
「Re就活」「あさがくナビ」(現Re就活キャンパス)のフルリニューアルを実施  
Webメディアを事業の柱に

## 第二創業期 2020~

変化に対応する組織づくりで成長を加速

商品サービスの進化

- 1981 学生就職情報センター設立  
「学生就職ガイド」  
(就職情報誌)刊行
- 1984 日本初の合同企業セミナー  
「就職博」初開催

- 1995 日本初のインターネット就職情報サイト  
「G-WAVE」(現Re就活キャンパス)配信開始
- 2004 業界初の「20代専門」転職サイト  
「Re就活」配信開始

- 2017 「Re就活」フルリニューアル
- 2018 「Re就活」テレビCM放映開始
- 2019 「あさがくナビ」(旧G-WAVE、現Re就活キャンパス)が日本最大級の  
ダイレクトリクルーティングサイトに

**基幹Webメディア  
Re就活シリーズの進化を軸に、  
20以上の新サービスをローンチ**

詳細は次のページへ

その他

- 1976 大阪市北区にて創業  
翌年株式会社実鷹企画  
(現当社)設立

- 2000 「株式会社学情」に社名変更
- 2002 JASDAQ上場
- 2005 東京証券取引所第二部上場

- 2006 東京証券取引所第一部上場
- 2011 「日本経済団体連合会」へ入会
- 2013 「朝日新聞社・朝日学生新聞社」と資本業務提携

- 2022 中井大志 代表取締役社長 就任  
創業者・中井清和 代表取締役会長 就任  
東京都千代田区へ本店所在地を移動(現:東京都中央区)  
東証再編に伴い「東証プライム市場」に上場

Value Creation Roadmap

Drivers of Value Creation

Actions toward Greater Value Creation

Foundation of Value Creation

Data Section

## 創業時のDNAを大切にしつつ、「変革・挑戦」を加速 2020年以降、基幹Webメディア Re就活シリーズの進化を軸に、 20以上の新サービスをローンチ

2020年以降、新型コロナウイルスの感染拡大に伴うリアルイベントの中止等一時的な影響は受けたものの、アフターコロナを見据えた「変革・挑戦」を進め、コロナ禍の逆風下でも、高成長を実現しました。

### 2020年～2025年 主な取り組み

2022年にパーパス「つくるのは、未来の選択肢」を策定、2024年に9つのマテリアリティを特定

基幹Webメディア「Re就活」を軸に、  
Re就活シリーズを強化

積極的な新製品の開発  
(大小合わせて20以上のサービスをローンチ)

顧客サービスの進化

#### Re就活シリーズ

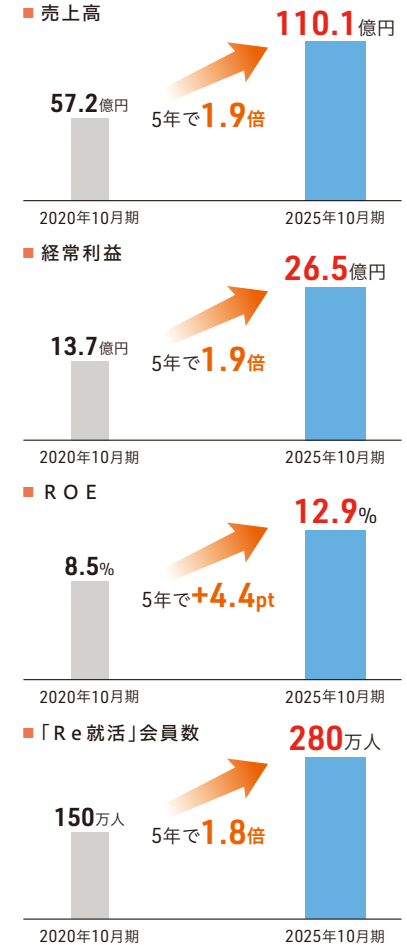
「Re就活」20代向け転職サイト7年連続No.1獲得  
「Re就活テック」配信開始  
「Re就活30」配信開始  
「Re就活ユース」配信開始  
「あさがくナビ」を「Re就活キャンパス」に  
ブランドリニューアル

「就活サポートmeeting」開催開始  
「JobTube」サービス提供開始  
「Web就職博」シリーズ配信開始  
「20代の働き方研究所powered by  
Re就活」配信開始 等

営業プロセスのDX化、生成AIの全社導入、積極的な人的資本投資

Re就活を軸に、  
10代～30代までの  
転職・就職を支援へ

時代の流れに応じて、価値観や情報収集の方法は変わっていきます。ビジネスを通じて、新しい世代と常に接点を持ち続けることが、10代～30代までの転職・就職を支援する当社の強みだと考えています。

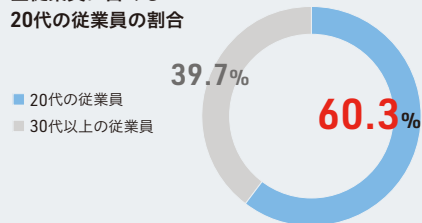


# 働き手・企業目線に立ち続ける従業員

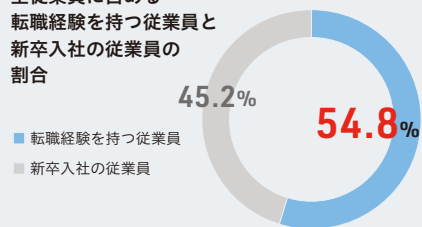
10代～30代の転職・就職を支援する企業として、当社にとって、転職・就職に関する最新の傾向や、若年層の価値観・仕事観、さらに働き手や企業が抱える課題を的確に把握することは必要不可欠です。当社の特徴の1つは、20代の従業員の割合が高いことに加え、転職経験を持つ従業員と新卒入社 of 従業員がバ

ランス良く在籍し、活躍していることです。こうした人材構成により、転職・就職に関する若年層のリアルな視点を事業に反映することが可能となっています。さらに、当社は様々な取り組みを通じて、常に働き手と企業双方の目線に立ち続けることを重視しています。

全従業員に占める  
20代の従業員の割合



全従業員に占める  
転職経験を持つ従業員と  
新卒入社の従業員の割合



## 転職・就職に関する調査・分析を行い、その結果を積極的に発信

当社は、転職・就職に関する最新の動向や、働き手・企業が抱える課題を継続的に調査・分析し、自社運営メディア「20代の働き方研究所」や「人事の図書館」に加え、国内大手のプレスリリース配信サービス「PR TIMES」等外部メディアを通じて、その結果を積極的に発信しています。さらに、当社サービスの利用者層と親和性の高いYouTubeでは、公式チャンネル「就活チャンネル」を運営するほか、2025年10月期にはビジネス映像メディア「PIVOT」への出稿を行う等、動画コンテンツによる情報発信を強化しました。こうした取り組みを通じて、働き手と企業双方に有益な情報を届け、より良いマッチングの実現を目指しています。

プレスリリースの  
記事出稿数  
(2025年10月期)

年間 **114**件

PIVOTへの出稿



## キャリアアドバイザーが、求職者の期待や悩みをヒアリング

当社には、求職者のキャリア形成をサポートするキャリアアドバイザー(以下、CA)が多数在籍しています。CAは、1人当たり年間300人程度の求職者と面談する機会があり、転職活動に対する期待や悩み等を丁寧にヒアリングしています。2025年10月期は、約3万件の面談を行いました。

CAと求職者の面談件数 年間約 **3**万件  
(2025年10月期)

### 「Re就活エージェント」ならではの企業との出会いを

大切にしているのは、求職者一人ひとりの可能性を引き出し、納得感のある提案を行うことです。自分の強みや適性が分からず悩んでいる求職者に対しては、表面的な言葉だけを受け取るのではなく、現在置かれている環境や抱えている悩み、これまでどのような場面でやりがいを感じてきたのかを、情景を思い描きながら丁寧に対話を重ねています。そうした対話を通じて、本質的な強みや価値観を深く理解し、改めて言語化することを意識しています。



エージェント事業部 チームリーダー

また企業についても、条件や仕事内容といったホームページ上の情報にとどまらず、採用に至る背景や価値観、社風、将来的なキャリアパスまで踏み込んで理解した上で、どのような人材が活躍できるのかを企業とともに考え、マッチングを行っています。今後も、求職者と企業の双方にとって、より良い出会いを創出していきたいと考えています。

## 転職博や就職博等のイベントを通じて、 学生・求職者、企業と直接対話

当社は、日本で初めて「転職博」や「就職博」等の合同企業セミナーを開催しました。これらのイベントでは、学生や求職者と企業が直接出会う場を提供するだけでなく、当社従業員が両者と対話し、リアルな悩みや課題を共有できる貴重な機会となっています。2025年10月期は、延べ1,367人の従業員がイベントに参加しました。

イベント開催数 (2025年10月期)	イベント来場者数 (2025年10月期)	当社従業員参加者数 (2025年10月期)
年間計 <b>135回</b>	年間延べ <b>60,216人</b>	年間延べ <b>1,367人</b>



### 理想の働き方を叶える別の可能性への気づきを与える

学生・求職者からは、「たまたま話を聞いた企業が、意外にも自分に合っていた」という声をよく聞きます。こうした偶発的な出会いを通じて視野を広げる機会を提供できる点に、イベントの大きな価値を感じています。本人の価値観を尊重しながら、先入観によって見過ごされがちな別の可能性があることを伝えるよう心がけています。

フィールドセールス本部 主任

### イベント後のフォロー、入社後の定着まで意識して企業と伴走

イベントにおいて重要なのは、出会いの数そのものではなく、その後の関係づくりです。求職者との接点を一度きりで終わらせるのではなく、応募から選考、内定、入社後の定着までを一連のプロセスとして捉え、企業と伴走することを大切にしています。そのため、「どのタイミングで、どのような情報やコミュニケーションが必要か」を常に考え、提案するよう努めています。

フィールドセールス本部 係長



## 学生向けに、大学でのキャリアガイダンスや 模擬面接を実施

当社は、大学のキャリアセンターと協力し、学生向けのキャリアガイダンスや模擬面接を行っています。キャリアガイダンスでは、当社従業員が講師となり、就活の流れや自己分析の方法等について、学生に直接レクチャーしています。2025年10月期は、延べ1,152人の従業員が講師となり、キャリアガイダンスを行いました。

大学での  
キャリアガイダンスの講師数 年間延べ **1,152人**  
(2025年10月期)



### 学生の迷い・不安に寄り添い、まず一步を踏み出す後押しを



キャリアサポート部 係長

就職活動の早期化・長期化が進む中で、情報や支援サービスの選択肢は年々増えています。一方で、その多さが「どのように行動すれば良いのか分からない」という迷いを生み、行動に踏み出せずにいる学生も増えていると感じています。

そうした不安に寄り添い、まずは一步を踏み出すきっかけをつくるのが、キャリアガイダンスの重要な役割です。将来を左右するファーストキャリアだからこそ、より多くの仕事や企業を知った上で選択することが大切だと考えています。

視野を広げることの重要性を伝えた結果、その後に学生から「Re就活キャンパスや就職博で自分に合った企業に出会えた」という声をいただく瞬間に、大きなやりがいを感じます。最も学生に近い立場で関われる存在として、自身の就職活動での経験や当時感じた後悔も活かしながら、これからも学生の背中を押し続けていきたいと考えています。

## 働き手・企業から信頼される商品・サービス

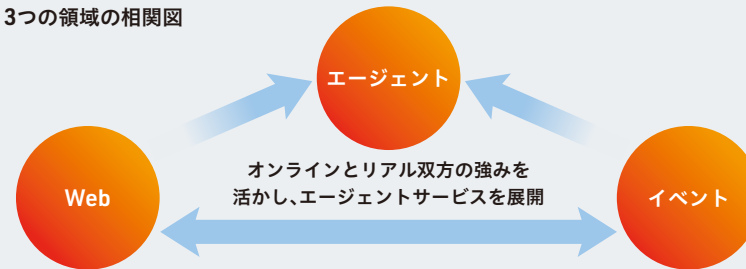
当社は、パーパス「つくるのは、未来の選択肢」のもと、10代～30代の学生・社会人の転職・就職を支援するサービスを提供しています。オンラインとリアル双方の強みを活かし、働き手が必要とする情報にアクセスしやすい環境と、企業との多様な出会いの機会を整備してきました。2025年10月期には、就職(キャリアの起点)である「キャリア

スタート」、未経験領域への挑戦を後押しする「キャリアチェンジ」、業務経験を通じて専門性を高め、昇進またはより良い待遇の実現につなげる「キャリアアップ」という、ライフステージ・キャリアステージに応じた支援体制が整いました。今後も、働き手と企業の双方にとって価値あるマッチングを提供し続けます。

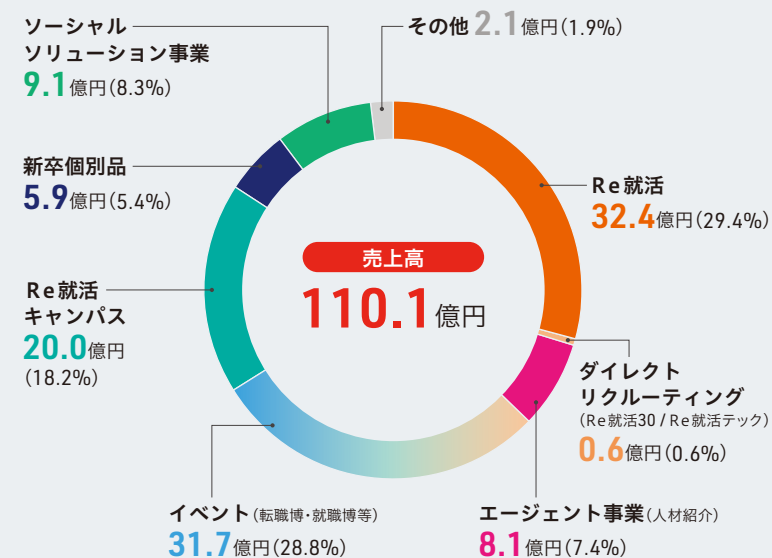
### 商品・サービス一覧

	キャリアスタート	キャリアチェンジ	キャリアアップ
Web	RE就活. キャンパス	RE就活. ユース RE就活. ユース	RE就活. 30 RE就活. テック
イベント	就職博	RE就活 転職博	RE就活 大転職博
エージェント	RE就活. キャンパスエージェント	RE就活. エージェント	RE就活. 30 エージェント
	新卒採用領域	キャリア採用領域	

### 3つの領域の相関図



### 事業別売上高構成比 (2025年10月期)



## 収益モデル

当社の収益モデルは、サービス提供時に対価を受領する「サービス利用時課金型」と、成果に応じて対価を受領する「成功報酬型」の2類型に大別されます。

	サービス利用時課金型		成功報酬型
領域	Web	イベント	Web / エージェント
特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>求人企業は当社Webメディア上に求人広告を掲載</li> <li>収益は、求人広告の掲載(サービス利用)開始時点で発生</li> <li>掲載期間中の採用人数にかかわらず、契約プラン及び掲載期間に応じた掲載料を求人企業から受領</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社が開催する「転職博」や「就職博」等の各種イベントに、求人企業が出展・参加</li> <li>収益は、出展企業より受領する参加料(ブース出展料)として、イベント利用時に発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webサービスでは、当社Webメディアの登録会員に対し、求人企業がヘッドハンティングやスカウトメールを個別に配信し、直接アプローチによる採用活動を実施。成功報酬は成約人数×報酬単価により決定</li> <li>エージェントサービスでは、当社キャリアアドバイザーが専門的な知見をもとに最適な候補者を選定し、求人企業へ紹介。収益は、採用候補者の入社時に成功報酬として求人企業から受領</li> </ul> <p>※ Webサービスでは、参画料[基本利用料]と成功報酬の組み合わせにより構成</p>
収益モデル	<p>求人企業は「求人広告掲載」を行い、Webメディアを通じて「求職者」に「エントリー情報」を伝えます。求職者は「閲覧・エントリー」し、「会員登録(無料)」を行います。Webメディアは「広告掲載料」を請求し、学情 GAKUJO が「運営」を行います。求職者は「会員登録プロモーション」を受け、学情 GAKUJO に参加します。</p>	<p>求人企業は「ブース参加面談」を行い、イベント(直接面談)に参加します。求職者は「面談・エントリー」し、「参加(無料)」を行います。イベント(直接面談)は「イベント参加料」を請求し、学情 GAKUJO が「運営」を行います。求職者は「来場促進プロモーション」を受け、学情 GAKUJO に参加します。</p>	<p>求人企業は「①求人依頼」を行い、学情 GAKUJO に依頼します。学情 GAKUJO は「②キャリアアドバイザーの面談・選考」を行い、求職者に「③候補人材の紹介」を行います。求職者は「④面談・採用」を受け、学情 GAKUJO に参加します。学情 GAKUJO は「⑤成功報酬」を請求し、求人企業から受領します。</p> <p>※ エージェントサービスの収益モデル</p>
該当サービス	<p>RE就活、RE就活 U-3、RE就活 キャンパス</p>	<p>RE就活 転職博、RE就活 大転職博、就職博</p>	<p>RE就活 30、RE就活 テック、RE就活 エージェント、RE就活 30 エージェント、RE就活 キャンパス エージェント</p>

※ Webでは求人広告に加えてスカウトメールの発信も取り扱っている

### サービス利用時課金型と成功報酬型の比較

#### サービス利用時課金型

- 掲載・出稿時に課金となるため、成果(採用数)に左右されない
- 求職者のエントリー(検索・応募・ブース来訪)を待つ
- 広い母集団形成に効果的
- 料金が明確で予算が立てやすく、大規模採用と相性が良い

#### 成功報酬型

- 入社時に課金となるため、成果に連動する
- 求職者へ個別アプローチ(ヘッドハンティング/スカウト/エージェント紹介)
- ターゲットを絞り、精度の高いアプローチが可能
- 初期費用を抑えられ、成功時のみ費用が発生する

働き手・企業から信頼される商品・サービス

当社は、中期経営計画でキャリア採用市場を最重要成長領域と位置付け、その成長ドライバーとして基幹Webメディア「Re就活」の強化・進化に集中投資する経営戦略を推進しています。「Re就活」は、20代が選ぶ20代向け転職サイトと

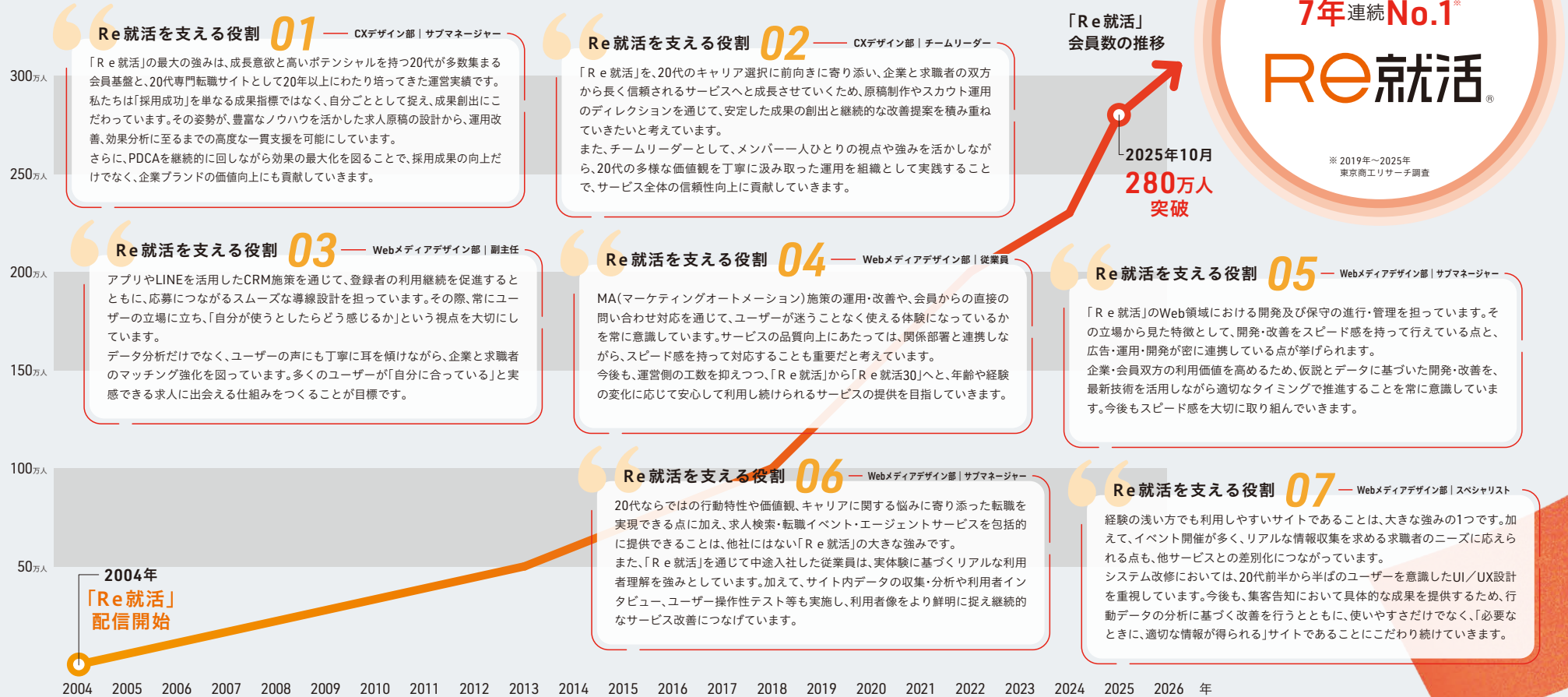
して、7年連続でNo.1を獲得しています。

ここでは、Re就活に携わる従業員からのコメントを通じて、なぜRe就活が20代の求職者に選ばれ続けているのか、その強さの源泉を紐解きます。

20代が選ぶ  
20代向け転職サイト  
**7年連続No.1\***

**RE就活®**

\* 2019年～2025年  
東京商工リサーチ調査



「Re就活を支える役割 01」 — CXデザイン部 | サブマネージャー

「Re就活」の最大の強みは、成長意欲が高いポテンシャルを持つ20代が多数集まる会員基盤と、20代専門転職サイトとして20年以上にわたり培ってきた運営実績です。私たちは「採用成功」を単なる成果指標ではなく、自分ごととして捉え、成果創出にこだわっています。その姿勢が、豊富なノウハウを活かした求人原稿の設計から、運用改善、効果分析に至るまでの高度な一貫支援を可能にしています。さらに、PDCAを継続的に回しながら効果の最大化を図ることで、採用成果の向上だけでなく、企業ブランドの価値向上にも貢献していきます。

「Re就活を支える役割 02」 — CXデザイン部 | チームリーダー

「Re就活」を、20代のキャリア選択に前向きに寄り添い、企業と求職者の双方から長く信頼されるサービスへと成長させていくため、原稿制作やスカウト運用のディレクションを通じて、安定した成果の創出と継続的な改善提案を積み重ねていきたいと考えています。また、チームリーダーとして、メンバー一人ひとりの視点や強みを活かしながら、20代の多様な価値観を丁寧に汲み取った運用を組織として実践することで、サービス全体の信頼性向上に貢献していきます。

「Re就活」  
会員数の推移

2025年10月  
**280万人突破**

「Re就活を支える役割 03」 — Webメディアデザイン部 | 副主任

アプリやLINEを活用したCRM施策を通じて、登録者の利用継続を促進するとともに、応募につながるスムーズな導線設計を担っています。その際、常にユーザーの立場に立ち、「自分が使うとしたらどう感じるか」という視点を大切にしています。データ分析だけでなく、ユーザーの声にも丁寧に耳を傾けながら、企業と求職者のマッチング強化を図っています。多くのユーザーが「自分に合っている」と実感できる求人に出会える仕組みをつくるのが目標です。

「Re就活を支える役割 04」 — Webメディアデザイン部 | 従業員

MA(マーケティングオートメーション)施策の運用・改善や、会員からの直接の問い合わせ対応を通じて、ユーザーが迷うことなく使える体験になっているかを常に意識しています。サービスの品質向上にあたっては、関係部署と連携しながら、スピード感を持って対応することも重要だと考えています。今後も、運営側の工数を抑えつつ、「Re就活」から「Re就活30」へと、年齢や経験の変化に応じて安心して利用し続けられるサービスの提供を目指していきます。

「Re就活を支える役割 05」 — Webメディアデザイン部 | サブマネージャー

「Re就活」のWeb領域における開発及び保守の進行・管理を担っています。その立場から見た特徴として、開発・改善をスピード感を持って行っている点と、広告・運用・開発が密に連携している点が挙げられます。企業・会員双方の利用価値を高めるため、仮説とデータに基づいた開発・改善を、最新技術を活用しながら適切なタイミングで推進することを常に意識しています。今後もスピード感を大切に取り組んでいきます。

「Re就活を支える役割 06」 — Webメディアデザイン部 | サブマネージャー

20代ならではの行動特性や価値観、キャリアに関する悩みに寄り添った転職を実現できる点に加え、求人検索・転職イベント・エージェントサービスを包括的に提供できることは、他社にはない「Re就活」の大きな強みです。また、「Re就活」を通じて中途入社した従業員は、実体験に基づくリアルな利用者理解を強みとしています。加えて、サイト内データの収集・分析や利用者インタビュー、ユーザー操作性テスト等も実施し、利用者像をより鮮明に捉え継続的なサービス改善につなげています。

「Re就活を支える役割 07」 — Webメディアデザイン部 | スペシャリスト

経験の浅い方でも利用しやすいサイトであることは、大きな強みの1つです。加えて、イベント開催が多く、リアルな情報収集を求める求職者のニーズに応えられる点も、他サービスとの差別化につながっています。システム改修においては、20代前半から半ばのユーザーを意識したUI/UX設計を重視しています。今後も、集客告知において具体的な成果を提供するため、行動データの分析に基づく改善を行うとともに、使いやすさだけでなく、「必要ときに、適切な情報が得られる」サイトであることにこだわり続けていきます。

2004年  
「Re就活」  
配信開始

# Part 3 *Actions toward Greater Value Creation*

第3章 価値創造へのアクション



Value Creation Roadmap

Drivers of Value Creation

Actions toward Greater Value Creation

Foundation of Value Creation

Data Section

## 成長投資を着実に実行し、中期経営計画最終年度の飛躍へ 労働生産性を高め、持続的な成長を実現していきます

### 中計2年目の実績と最終年度への展望

中期経営計画(以下、中計)の2年目となる2025年10月期は、中核メディアであるRe就活の伸長を背景に、売上高は前期比2.7%増の110.1億円となりました。一方、経常利益は、新サービスのローンチに伴うプロモーションや、将来成長に向けたシステム開発投資及び人的資本投資を積極的に実施したことにより、同13.1%減の26.5億円となりました。

2025年は、米国の相互関税導入に伴う景気減速懸念等を背景に、新卒採用領域を中心として企業の採用予算執行が一時的に低下しました。同業他社の中には、広告宣伝費を抑制し短期的な利益確保を優先する動きも見られましたが、当社はRe就活を中心としたメディア力を維持・強化することが中長期的な企業価値向上につながると判断し、当初計画通り成長投資を継続しました。その結果、経常利益は前期を下回ったものの、メディアの競争力は着実に高まっていると考えています。

積極的な投資の影響もあり、2025年10月期のROEは12.9%と、中計最終年度の目標である15%を一時的に下回りました。ただし、この水準は当社が把握している資本コストを十分に上回る水準であると認識しています。当社は、ROEの短期的な上下に一喜一憂するのではなく、安定的に利益を創出することで、資本コストを上回るROEを継続的に維持・向上させていくことを重視しています。

中計の最終年度である2026年10月期は、売上高133億円(前期比20.7%増)、経常利益34.5億円(同30.0%増)を計画しており、期初に掲げた中計

目標の達成に向けて取り組んでいます。ROEについても、収益性の改善等を通じて15%以上の水準への回復を見込んでいます。2026年10月期は、これまで実行してきた成長投資の刈り取りの期と位置付けており、飛躍的な成長を目指します。

### 成長投資と株主還元とのバランスを重視する財務・資本戦略

本中計では、成長投資を強化するとともに利益還元とのバランスを重視し、両者の充実を図っています。成長投資に関しては、キャリア採用市場で年率30%の売上成長を実現することを目的に、広告宣伝投資、マーケティング投資、システム開発投資、新規事業開発投資を継続しています。2024年10月期及び2025年10月期には、基幹Webメディアのさらなる成長強化に向けたプロモーションや、Re就活30、Re就活コースのリリース、Re就活キャンパス(旧あさがくナビ)のリニューアル等、Re就活シリーズを中心とした転職・就職支援サービスへの投資に加え、顧客管理・経理等の基幹システムの強化や生成AIの全社導入といったシステム開発投資にも取り組んできました。これらの取り組みは、概ね期初計画通りに進捗しています。

一方、システム開発投資及び新事業開発投資においては、従来のあらかじめ完成形を定めて一度に大きな投資を行うウォーターフォール型開発から、小さく始め、実装と検証を重ねながら継続的に改善・高度化していくアジャイル型開発へと、方針を見直しています。

取締役

乾 真一郎

Shinichiro Inui

財務担当役員メッセージ

当初の中計では、前半を比較的大きな開発投資を行う「投資フェーズ」、最終年度である2026年10月期を「回収フェーズ」と位置付けていました。しかしながら、当社が注力するシステム開発投資、特に生成AIをはじめとするテクノロジーの分野では、技術進化のスピードが極めて速く、わずか数ヵ月単位でも実用性や最適解が大きく変化しています。このような環境下で、大規模なシステムを一気に構築し、5年、10年と減価償却しながら使い続ける投資手法は、柔軟性を欠き、結果としてリスクを高める可能性があるかと判断しました。

この投資方針の見直しにより、2024年10月期～2025年10月期における累計投資額は、期初計画を下回る水準となっていますが、これは成長投資を控えているのではなく、実態としては、開発の質と柔軟性を高めるための前向きな変化であると考えています。

加えて近年は、当初中計で想定していなかったサイバーセキュリティリスクへの対応も重要な投資テーマとなっています。当社は個人情報や事業の基盤と位置付け、プライバシーマーク取得以来、継続的に情報管理体制を強化してきました。現在は、侵入防止にとどまらず、万一の事態を想定したBCPの見直しや対応訓練、バンダーとの連携強化等、事業継続性を重



視したセキュリティ投資にも取り組んでおり、これらについても既存の投資枠の中で着実に対応を進めています。

株主還元方針も変更はありません。配当性向40～50%を維持しつつ、自己株式の取得も機動的に実施しています。2025年10月期は期末配当を前期より2円増配し、1株当たりの年間配当金は67円としました。加えて、前期に引き続き自己株式の取得も行い、2025年10月期の総還元性向は75.7%となりました。2026年10月期の1株当たりの年間配当金は75円とし、6期連続の増配を予定しています。

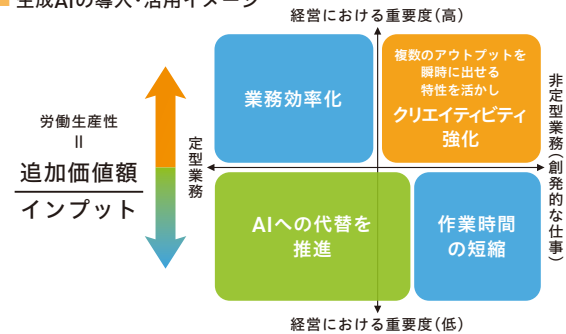
人的資本投資と生成AI活用による生産性向上

当社の価値創造の源泉は従業員であるとの考えのもと、人的成長への投資にも積極的に取り組んでいます。人的成長投資は計画通り着実に実行しており、教育研修費については民間企業平均の約2.2倍の水準を維持しています。こうした取り組みを通じて、事業拡大に応じた人員の確保を進める一方で、従業員一人ひとりの労働生産性を向上させることを重視しています。

労働生産性の向上を目指す取り組みの1つとして、2025年2月からMicrosoft 365 Copilot<sup>※1,2</sup>(以下、Copilot)を導入し、生成AIの全社的な活用を本格化させています。加えて、この2ヵ年で従業員向けのDX研修を強化したことで、全従業員のDX推進に対する意識も高まっています。これにより、Copilot導入から9ヵ月間で、累計約12,000時間を付加価値創出に充てられる状態となり、営業領域では間接業務の効率化を通じて、顧客接点の拡大や商談の質の向上につながっています。エージェントや制作の現場においても、情報整理や原稿作成等で生成AIを活用することで、効率と品質の両立が進んでいます。こうしたCopilotの導入に加え、Udemyを活用した教育施策や各種ツールの活用、業務自動化、社内向けアプリ開発等、労働生産性の向上につながる取り組みを複合的に進めています。

※1 Microsoft, Microsoft 365は、米国Microsoft Corporationの米国及びその他の国における登録商標、または商標です。  
 ※2 Microsoft 365 Copilotは、Microsoft Corporationが提供するサービスの名称です。

■ 生成AIの導入・活用イメージ



生成AIの利用にあたっては、権利侵害やハルシネーションといったリスクを踏まえ、AI利用の基本方針を定め、最終的には人が確認する運用を徹底しています。今後も人的資本への投資と生成AI活用を組み合わせ、労働生産性の向上を図り、持続的な成長を実現していきます。

投資家との対話を通じた企業価値向上

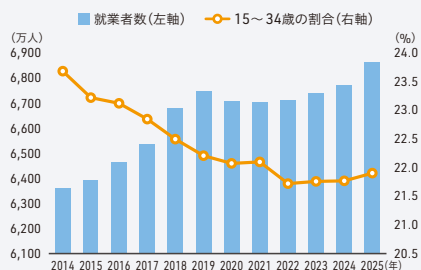
当社は、業績を継続的に伸ばし、持続的な企業価値向上を実現するためには、株主・投資家との対話が極めて重要であると考えています。投資家との対話を通じて寄せられた意見や評価は、IR・SR活動を通じて整理し、定期的に取締役会へ共有しています。取締役会では、これらの声を踏まえ、当社の成長戦略や資本政策の方向性について議論を行い、必要に応じて当該年度の施策及び次期中期経営計画に反映しています。近年、採用市場を取り巻く環境の変化や人材流動性の高まりにより、事業環境は急速に変化しています。当社はこのような事業環境に対応するため、投資のタイミング及び手法を機動的に見直し、資本効率の向上に努めています。今後も成長投資と利益還元のパランスを重視し、株主の皆様との対話を深め、企業価値向上のために努力を続けてまいります。

# 雇用を取り巻く外部環境

雇用を取り巻く環境ですが、企業の将来を担う若手人材の不足感は一層強まっています。その結果、近年の新卒採用活動は早期化・長期化の様相を見せ、企業間の獲得競争が激化しています。こうした背景から大手著名企業でも採用計画の中心をキャリア採用(経験者採用)へと切り替える動きが出始めています。

## 企業の将来を担う若手人材の獲得競争はますます激化

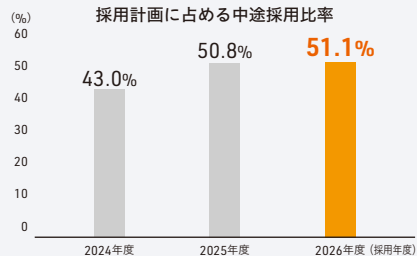
2025年(平均)の全国就業者数は、女性やシニア層の就労が広がったこと等により、6,828万人と過去最多を更新しています。一方、就業者に占める15~34歳の割合は22.0%と過去との比較で低い水準が続いており、企業の将来を担う若手人材の不足が指摘されます。



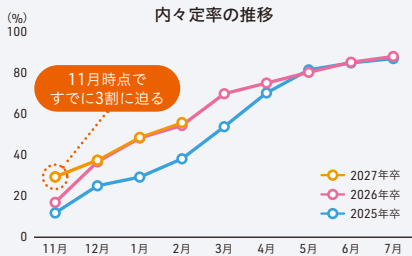
※総務省「労働力調査(詳細集計)」を基に作成  
※15~34歳の割合の算出にあたり、在学中の人数は除く



## キャリア採用(経験者採用)の強化や、新卒獲得のための早期選考が加速



※日本経済新聞社の調査を基に作成



※学情「2025~2027年卒内々定率調査」より

さらに今後を見通しても、生産年齢人口の減少に伴う人手不足の深刻化や、企業が取り組むDX化、生成AIの活用が業務構造に変化をもたらすことが予測されます。これらは採用の難易度を一層高め、適正なマッチングが困難になるリスクをはらんでおり、当社への期待はますます高まっていくものと考えています。

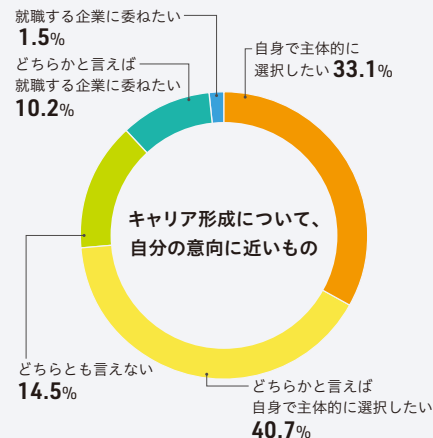
## 若い世代のキャリア形成に対する意識の高まり

総務省の調査<sup>※1</sup>では、25~34歳の23%が転職を希望しており、若い世代を中心に「キャリア形成のための転職」は一般化しつつあります。企業がキャリア採用を強化する一方、働き手自身も自らの意思でキャリアを設計したいと考えるようになり、人材の流動性は今後さらに高まると予想されます。

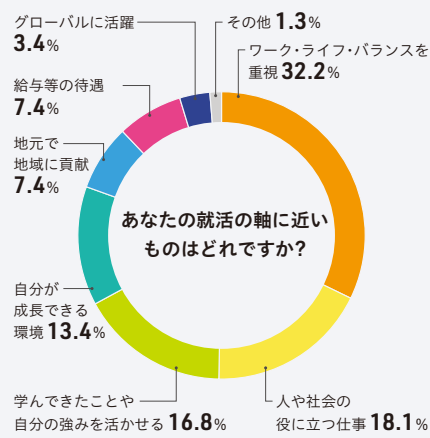
当社の「2027年卒学生の就職意識調査」でも、キャリ

ア形成について「主体的に選択したい」「どちらかと言えば主体的に選択したい」が73.8%を占めました。若い世代を中心に、自らの意思で働き方や人生を選びたいという意識が広がるとともに、仕事だけでなく、自分の時間を大切にワーク・ライフ・バランスを重視する価値観も着実に定着しています。

※1 総務省「令和6年労働力調査年報」より



※学情「2027年卒学生の就職意識調査」より

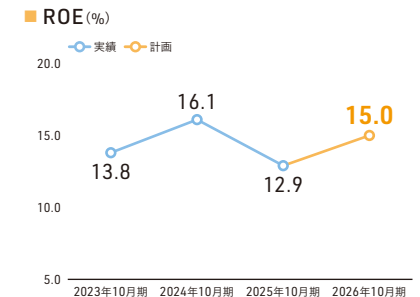
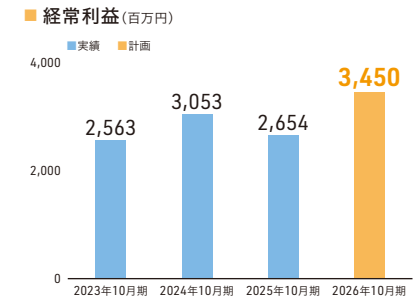
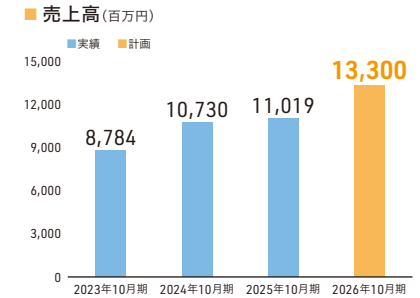
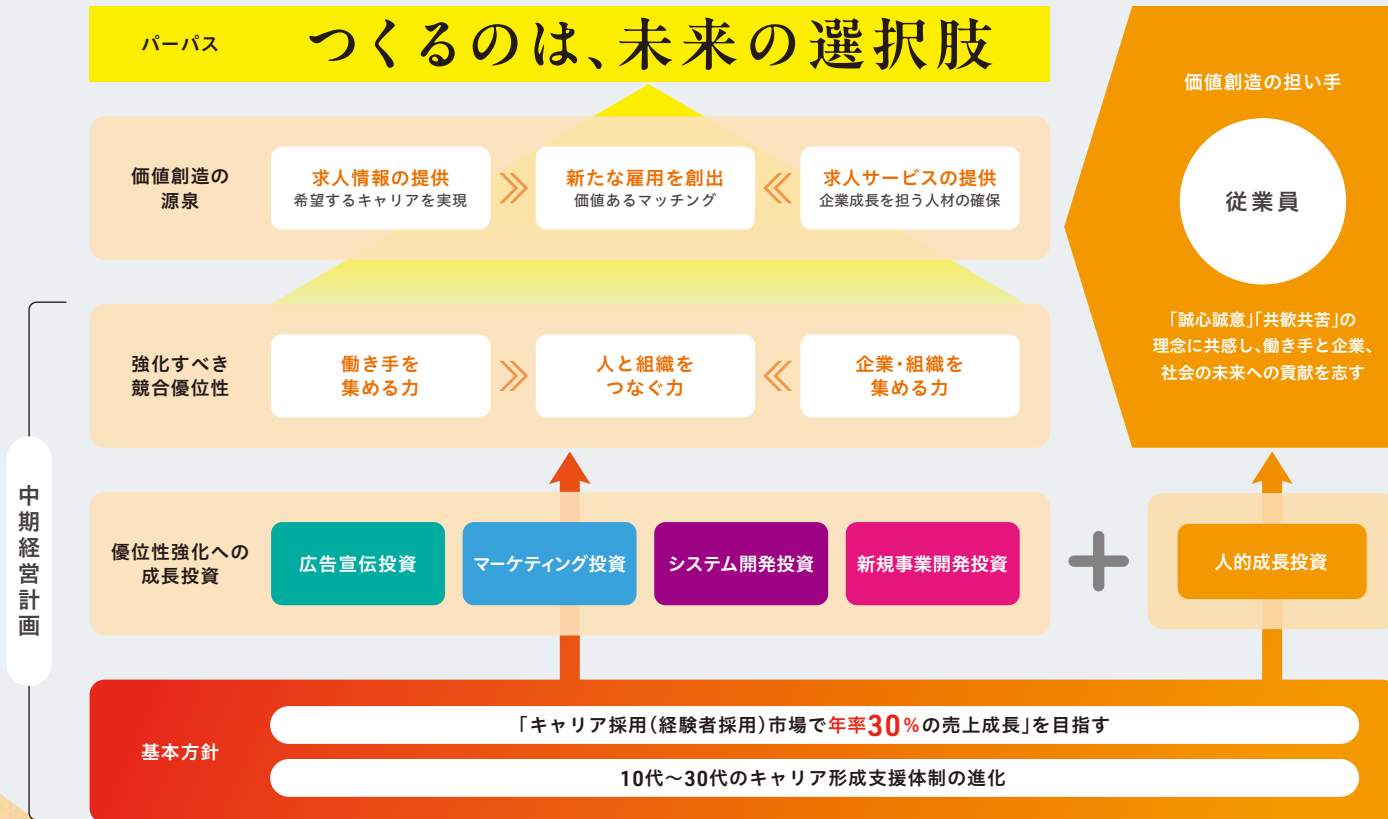


※学情「2027年卒学生の就職意識調査」より

# 中期経営計画 (2024年10月期～2026年10月期)

当社は、労働市場環境や働き手の価値観の変容を的確に捉え、これからの担う世代に「未来の選択肢」を届けています。本中期経営計画では、10代～30代のキャリア形成の支援体制を進化させることで、キャリア採用(経験者採用)市場で年率30%の売上成長を目指しています。

## 中期経営計画の全体像



中期経営計画

Value Creation Roadmap

Drivers of Value Creation

Actions toward Greater Value Creation

Foundation of Value Creation

Data Section

中期経営計画 — 戦略的成長投資及び人的成長投資 —

基本方針に基づく重点施策

キャリア採用(経験者採用)  
領域で年率30%の売上成長



1

「20代通年採用」支援のプラットフォームである基幹Webメディアのさらなる成長強化

2

テクノロジーを駆使したリアルの追求

- 2020年以降投入の新サービスの飛躍
- 新規事業への積極的チャレンジの継続

3

ブランド力とシェア拡大の実現

- 首都圏市場への集中的な資源投下による体制強化
- テクノロジーを活用したマーケティング戦略

成長投資の概要

[ 戦略的成長投資 ]



- ① 毎期の費用で実施
- ② 右図の事業継続投資、事業拡大/事業開発投資枠

人的成長投資

[ これまでの取り組み状況と主な成果 ]

①は計画通りに実行、②については成果を上げつつ投資金額を抑制

求職者向け、及び販売促進のプロモーション強化  
→ Re 就活の会員登録者は計画を上回って伸長 (▶ p.28 参照)

マーケティングと営業プロセスを分業した上で連携を強化  
→ 生産性、専門性の向上と顧客接点の拡大を実現

● 基幹システムをアップグレード  
→ 顧客管理システム・財務会計システム  
● 生成AIの全社導入

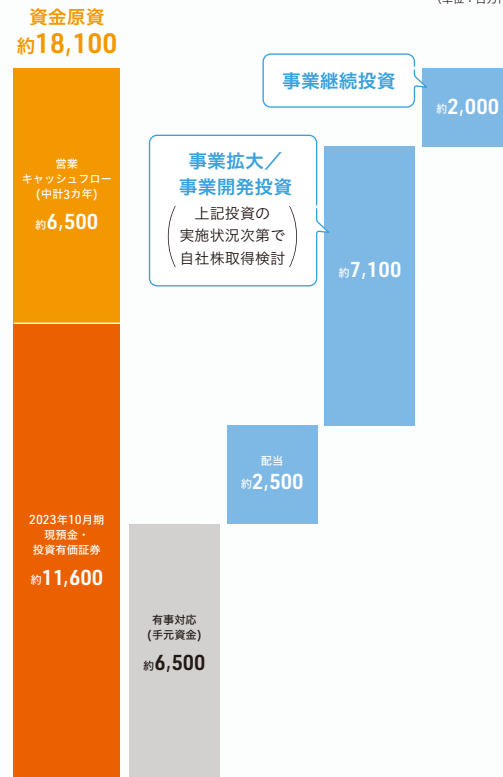
- 2024年10月 Re就活30 ローンチ
- 2024年11月 Re就活テック リニューアル
- 2025年 3月 Re就活キャンパス リニューアル
- 2025年 5月 Re就活コース ローンチ

外部環境の急速な変化を鑑み  
アジャイル型  
開発に移行

研修・育成プログラムを拡充、教育研修費は民間企業平均の約2.2倍

キャッシュアロケーションのイメージ

(単位: 百万円)



## キャリア採用領域

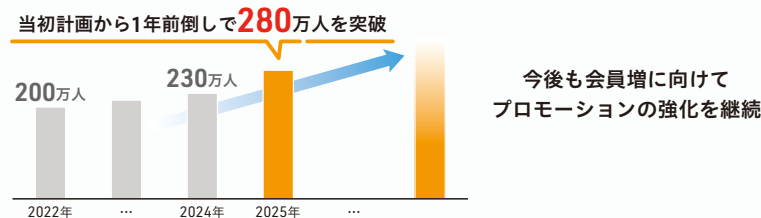
年率30%の売上成長の実現に向け、当社はRe就活シリーズを核とした10代～30代の転職・就職支援体制を一層強化しています。キャリア採用領域においては、「既存サービスの高度化」「新サービスの創出」「プロモーション強化」を継続的に進めることで、基幹WebメディアであるRe就活の登録会員を着実に拡大します。企業が若手人材の獲得に苦慮する中、当社は“Re就活シリーズ”を事業の中心に据えつつ、イベント・エージェント等の周辺サービスとの総合力を活かすことで、採用市場における競争優位性を一層強固なものとしていきます。こうした取り組みを通じ、企業価値のさらなる向上を目指します。



Re就活シリーズ全体でプロモーションを強化した結果、Re就活の登録会員数は目標を1年前倒して280万人を突破しました。会員基盤の拡大は、Re就活における求人掲載企業の増加に寄与するだけでなく、転職博等の来場者数の増加、さらにRe就活エージェントにおける面談数の増加へと波及します。

これら“Re就活シリーズを中心としたサービス群”の相乗効果により、キャリア採用領域全体の収益機会が拡大し、当社のキャリア採用サービスの売上成長を力強く後押ししています。

### Re就活会員数の推移

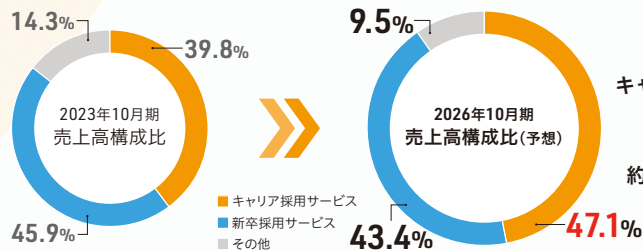
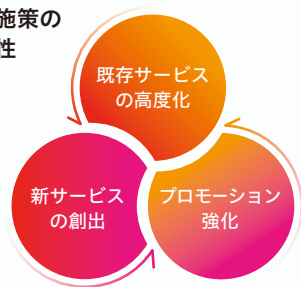


### 基本方針

キャリア採用(経験者採用)領域で、  
年率**30%**の売上成長を目指す

Re就活が成長ドライバー

### 重点施策の方向性



キャリア採用サービスの売上高構成比は、  
2026年10月期で約**5割**に達する見込み

※キャリア採用サービス売上高は、「Re就活」「Re就活30」「Re就活テック」「Re就活エージェント(人材紹介)」「イベント(転職博等)」と、今後開発する新規事業(経験者採用領域)等の売上高を指します。

### キャリア採用サービスの売上高(前期比)

	2024年10月期	2025年10月期	2026年10月期(予想)
Re就活	134.1%	128.4%	128.0%
ダイレクトリクルーティング (Re就活30、Re就活テック)	—※	55.4%	177.2%
エージェント	121.2%	105.3%	128.6%
イベント(転職博等)	121.8%	99.9%	114.9%

※「Re就活テック」は、2023年5月よりサービス提供を開始しているため、「ダイレクトリクルーティング」の前期比は記載していません。

2024年10月期～2025年10月期の施策

**施策1 Re就活シリーズの構築によるサービスラインの拡充**

Re就活を中心としたRe就活シリーズの体系的構築を進め、Re就活テックのリニューアルやRe就活30、Re就活ユースの開発を通じて、10代～30代の幅広い層に対応したサービスラインを拡充しました。これらの取り組みにより、若手人材の多様なキャリアニーズに応える基盤を整備し、シリーズ全体の価値向上を図りました。

■ 新たなRe就活シリーズの体系



**施策2 周辺サービスとの連動によるシナジーの最大化**

転職博やRe就活エージェントとの連携を強化し、イベント来場者数や面談数の増加につなげています。Re就活シリーズを中心とした一体的なサービス提供により、Web・イベント・エージェントの各領域で相乗効果を生み出し、キャリア採用領域全体の収益拡大を実現してきました。

**施策3 生成AI活用を含むDX推進による生産性向上と価値提供力の強化**

生成AIの全社導入をはじめとしたDXを推進し、マーケティング・営業・カスタマーサクセスの高度化と効率化を推進しています。データ活用の精度を高めることで、若手人材と企業の最適マッチングを加速し、Re就活シリーズの価値向上と持続的な成長の基盤確立につなげています。

3年連続で板垣李光人さんをイメージキャラクターとして起用

- 2025年11月24日から新テレビCMが全国でオンエア。また、ビジネス映像メディア「PIVOT」への出稿を継続する等、ブランド認知度向上に向けた施策を継続します。
- 「Re就活30」は、ハイクラス求人やキャリアアップを志向する転職ニーズに対応するサービスへと高度化をはかっていきます。

## 新卒採用領域

当社は、2025年に就活サイト「あさがくナビ」を「Re 就活キャンパス」へとブランドリニューアルし、新卒領域のサービス構造を抜本的に転換しました。従来の“学年別”モデルから、学生一人ひとりの“就職活動準備の進捗度”に応じて情報を届ける“通年採用型サービス”へ移行したことで、大学1～3年生まで幅広い層の登録が加速。会員数・インターン応募数ともに前年を大きく上回り、特に大学3年生の月次登録は120～140%台で推移する等、ブランド転換の効果が顕在化しています。学生側の行動変化として、就職活動の早期化・長期化、オンライン/リアル双方の情報収集の常態化、タイムパフォーマンスを重視した活動準備が進んでいます。当社はこれに対応し、生成AIによるES(エントリーシート)作成支援「スマートESアシスタント」や、動画で企業理解を深める「JobTube」、YouTube公式「就活チャンネル」等、デジタルコンテンツを拡充。早期からの情報と学習機会を提供することで、学生のキャリア形成を多面的に支えています。

一方、企業側では通年採用化と「能力・スキル重視」へのシフトが進み、早期・確実な母集団形成の重要性が増えています。当社が強みとする大型リアルイベント「Career Design Forum」やインターンシップ系イベントは、全国で高い集客力を示し、学生との直接対話を重視する企業から高い評価を獲得しています。オンライン(Re 就活キャンパス)とリアルイベントの相乗効果により、学生・企業双方の行動データを蓄積し、より精緻なマッチングと採用支援を実現しています。今後は、新卒向け「Re 就活キャンパス」をスタートとして、20代向け転職サイト「Re 就活」、30代向けハイキャリア領域「Re 就活30」、エンジニア経験者向け「Re 就活テック」との連携をさらに強化し、学生期から社会人初期・成長期までを一貫して支援するキャリアエコシステムを構築します。これにより、求職者生涯価値(LTV)の最大化、企業の長期的な採用課題の解決、社会全体の人材循環の高度化に寄与する事業モデルへと進化させます。

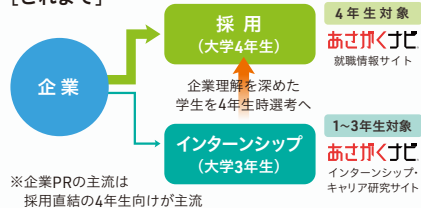
### 2024年10月期～2025年10月期の施策

施策

## Re 就活キャンパスの リニューアル

2025年3月に「あさがくナビ」を「Re 就活キャンパス」としてリニューアル。就職活動準備の早期化に対応し、大学1～4年生に一貫してサービス提供できる体制へ。

【これまで】

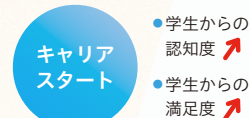


【早期化により】



## 今後の継続的な取り組み

【新卒採用領域】



【キャリア採用領域】



Web

## RE就活 キャンパス

メディア間の相互連携を強化し、「企業理解の促進」「価値あるマッチングの提供」を創造する。

動画

## JobTube

学生のタイパ(タイムパフォーマンス)意識の高まりを背景に、動画を活用して企業情報を伝える。業界に先駆けて動画情報メディア JobTubeシリーズを展開。

イベント

キャリアデザインフォーラム / インターンシップ&キャリア

## Career Design Forum

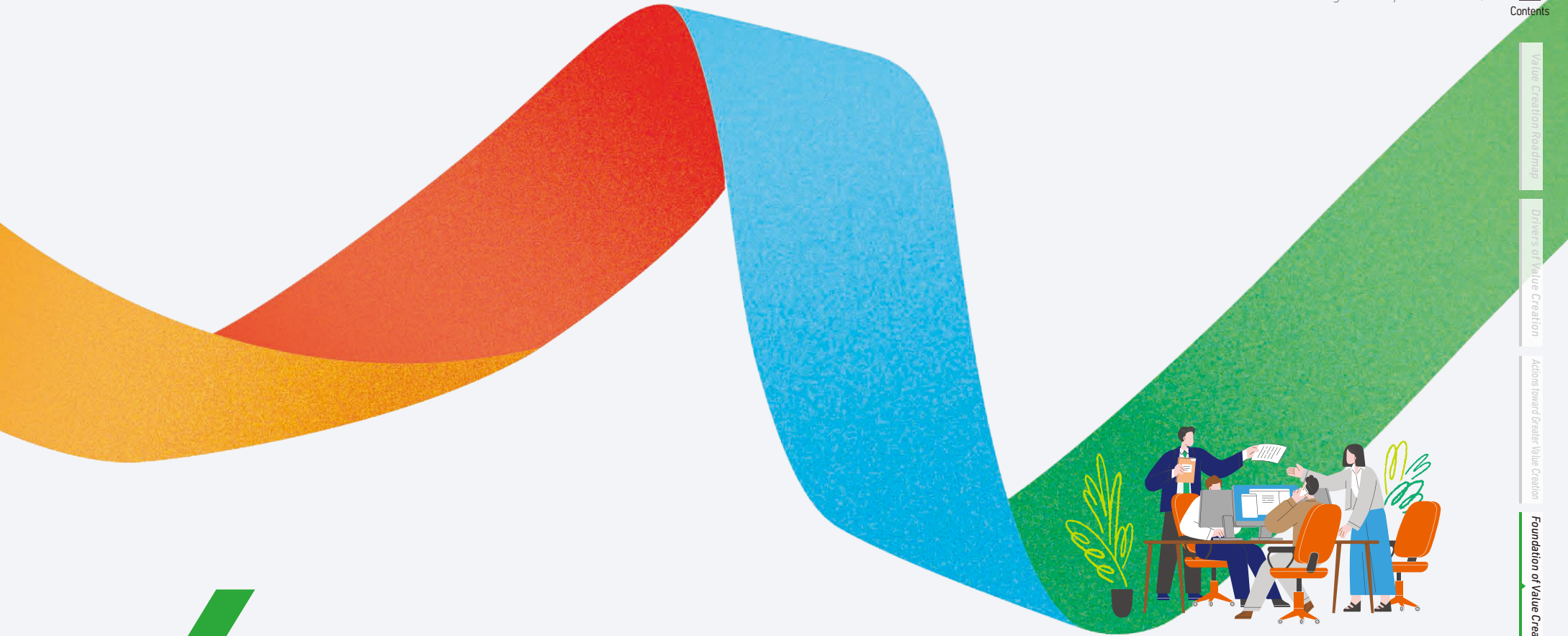
テキスト情報だけでは伝わりにくい企業のリアルな情報・雰囲気、企業担当者と直接面談し、実際に感じることで企業理解を深める。学年が切り変わる3～5月に最大級のイベントを開催。



エージェント

## RE就活 キャンパス エージェント

キャリアアドバイザーとの面談を通して、深い自己分析を促し、新しい業種・職種へのチャレンジも増加。就職活動の幅も広がり、企業理解・職種理解の促進にもつながる。



Part **4** *Foundation of Value Creation*

第4章 価値創造の基盤

- Value Creation Roadmap
- Drivers of Value Creation
- Actions toward Greater Value Creation
- Foundation of Value Creation**
- Data Section

# 価値創造を支える人的資本

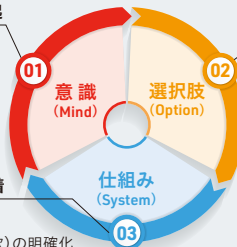
当社の価値創造の源泉は“人”です。「人材育成に関する基本方針」のもと、従業員一人ひとりが自立的に学ぶ環境を整えることで個人と組織の成長を両立させ、企業の持続的成長につなげています。

🔗「人材育成に関する基本方針」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。 <https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/humancapital/>

## キャリアオーナーシップの醸成を起点とした個の成長サイクル

### 従業員の内発的動機づけ・挑戦意欲の喚起

- 自律型人材の育成方針
- 階層別研修による役割認識の深化
- 新グレード(役割)定義による期待役割の明確化



### 主体的なキャリア選択と経験の幅出しを支援

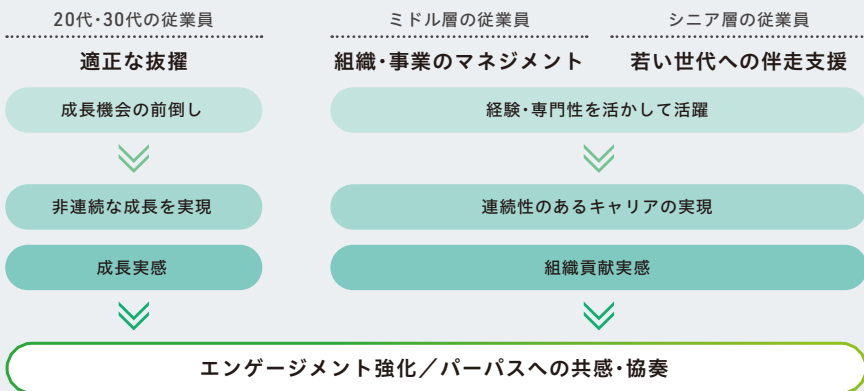
- マネジメント/エキスパートコースの複線型キャリア
- 異動希望申請制度
- 公募型プロジェクトによる挑戦機会の提供

### 挑戦が報われる正当評価で学びの行動が定着

- 実力主義の評価制度
- 評価ポイント(変化対応力・継続的な学習意欲)の明確化
- 1on1・内省機会による成長支援

## ■ 人材育成の体系図 ～20代・30代の非連続な成長、40代以上の連続性のあるキャリア実現～

### “適正な抜擢”と本人の経験や専門性を活かせるポジションへのアサイン



## 人的資本投資



当社では、人的資本への投資を強化しています。具体的には、階層別研修やDX研修、拠点間交流プログラム等、研修・育成プログラムの充実を図ることで、従業員満足度が向上し生産性の向上につながっています。2025年10月期の教育研修費は、民間企業平均の約2.2倍となりました。

教育研修費 (2025年10月期)

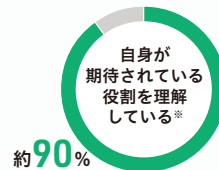
民間企業平均の約 **2.2倍**

※厚生労働省 令和6年度「能力開発基本調査」より算出

## 高い従業員満足度を継続

当社では、エンゲージメントサーベイを導入し、人材育成施策の効果検証や改善点の把握に活用しています。今後も、サービス提供を担う従業員一人ひとりが「キャリアは自分の力で切り拓くことができる」と実感できる環境を整えるため、研修・育成プログラムやキャリア形成支援のさらなる拡充に取り組んでまいります。

### ■ エンゲージメントサーベイ結果の一例



Q. 会社は研修制度や福利厚生等を充実させ、従業員の能力やスキルを高めることに積極的に投資していると思いませんか

前期比 **5.9pt改善\***

Q. 自身の能力やスキル、経験は、社内外問わず活躍できる水準だと思いませんか

前期比 **0.5pt改善\***

※ 該当の項目に「そう思う」「ややそう思う」「普通」と回答した割合

価値創造を支える人的資本

当社は、人的資本を企業成長の根幹と位置付け、従業員一人ひとりがその能力及び個性を最大限に発揮し、自律的にキャリアを形成できる環境の整備に注力しています。生成AI等のテクノロジーの進展、並びに社会構造の変化が加速する中、世界経済フォーラムの「The Future of Jobs Report 2025」によれば、現在保有しているスキルの約39%が、今後5年間で変化すると予測されています。このような急速な変化に対応

人事制度改定の目的

- 従業員が習得すべきスキルや求められるスタンスを明確に示すことで、各自が成長を実感しやすい環境を整備すること
- 各従業員の適性及び希望を考慮し、マネジメントやエキスパート等、多様なキャリアパスの実現を促進すること
- 等級(グレード)ごとに定義された期待役割に基づき、メリハリのある公正な評価を実現すること
- スペシャリスト及びエキスパート人材の採用において、競争優位性を確保すること
- 将来の柔軟な人員配置や戦略的人材育成を円滑に実施できる体制を整備すること

新人事制度の方針

新人事制度では、生成AI等のテクノロジーを活用した生産性向上の促進、創造的思考力、レジリエンス、リーダーシップ等、今後重要性が増す能力やスキルを重視し、変化への適応力と継続的な学習意欲を有する人材

を評価する仕組みを導入しています。より実力主義を志向し、「成果を上げた者が正当に評価される制度」とすることで、従業員の成長と挑戦を強力に後押しします。

評価ポイント



今後重要性が増す能力やスキルを重視

- 生成AI等のテクノロジーを活用した生産性向上の促進
- 創造的思考力
- レジリエンス
- リーダーシップ 等

するため、リスキリングや能力開発の重要性が一層高まっており、日本の企業の約85%が従業員のスキル再構築を優先事項として位置付けています。当社においても、こうした潮流を踏まえ、人事制度の改定を実施しました。

教育・育成プログラム及び各種研修を拡充

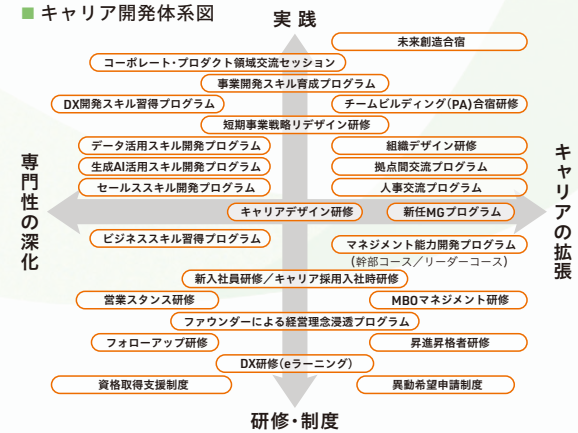
「企業の成長」と「個人の成長」の両立を目的に、主体的に考え行動できる自律型人材の育成を推進するための人材育成プログラムを実施しています。あわせて、従業員一人ひとりが自身のキャリアのオーナーであるという「キャリアオーナーシップ」の醸成を図り、仕事を通じて「成長実感」や「組織貢献実感」を得られるよう、教育・育成プログラム及び各種研修を提供しています。

詳しい情報は、[https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/career\\_development/](https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/career_development/)

2025年10月期に拡充した教育・育成プログラム及び研修

- チームビルディング(PA)合宿研修
- 未来創造合宿
- 公募型のDX研修
- 公募型プロジェクト 等

▶ p.34 参照



## 多様な視点で意思決定を豊かに：管理職登用の取り組み

管理職の多様性は、イノベーションの推進や、求職者・企業から支持されるサービス提供力の強化に不可欠であり、経営における重要指標だと捉えています。多様な視点による議論を通じて意思決定の質を高めるため、女性やキャリア採用入社者等、多様な人材を重要ポジションに登用するとともに、将来の人材登用

を見据えた能力開発を積極的に行っています。

一方で、当社は能力や成果に応じた“適正な抜擢”を基本方針としており、女性管理職比率等の個別の数値目標の開示は行っていません。人材の多様性に関する各種指標は経営レベルでモニタリングを行い、適切なタイミングでの抜擢を推進しています。

女性比率	従業員：44.0%	管理職候補：40.4%	管理職：10.2%
キャリア採用比率	従業員：54.8%	管理職候補：38.2%	管理職：22.0%

(2025年10月期)

## 働きやすさと自己実現を両立する新しい職場環境の提案

当社では、ライフステージ・キャリアステージに応じた、一人ひとりが自身に合った働き方を主体的に選択

できるよう、個々の状況に応じたきめ細かな対応を行っています。

目的	主な取り組み
従業員の心身の健康生活の満足度向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>残業時間の削減</li> <li>メンタルヘルスへの取り組み (必要に応じて産業医との面談を実施)</li> <li>ウォーキングイベントの定期開催による運動習慣の醸成</li> </ul>
柔軟で働きやすい職場環境の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレワークの推進</li> <li>半日単位で取得可能へ有給休暇取得制度の改定</li> </ul>
感性やセンスを育む多様な体験の提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>旅行やレジャー、映画等の割引サービスの提供</li> </ul>
従業員同士のコミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>サークル活動助成制度の導入</li> </ul>

男性従業員の育児休業取得率	
	100%
	(2025年10月期)

男女間の賃金差異	
全従業員	： 63.1%
正社員	： 61.4%
パート・有期雇用者	： 86.2%
	(2025年10月期)

※「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」の規程に基づき算出



## リーダー層の育成を目的とした体験型の演劇研修を実施

2026年3月、元・劇団四季主演俳優を講師に迎え、チームリーダー層を対象とした体験型の演劇研修を実施しました。

双方向の対話を重視する演劇的アプローチを通じて、表現力やコミュニケーション力の強化に加え、メンバーの主体性を引き出す関わり方、予測不能な状況への対応力、さらには当社のパーパスを自身の言葉で語る力の向上を図りました。

参加者からは「後輩指導のポイントを言語化でき、再現性を持って現場で活かせる」「立場を問わず即実践できる内容だった」等の声が寄せられています。参加者の満足度は100%となり、同じ立場の従業員に薦めたいかを問うおすすめ度も平均8.83点(10点満点)と高い評価を得ました。

今後も、体験と理論を融合した実践的な研修等を通じて、会社の存在意義を自身の言葉で語れるリーダー層の育成を進めていきます。



## 階層別の共通認識・共通言語の醸成を目的とした合宿型の野外研修を実施



2025年10月期から、マネジメント層における共通認識・共通言語の醸成やリーダーシップの確立を目的に、合宿型の野外研修を実施しました。

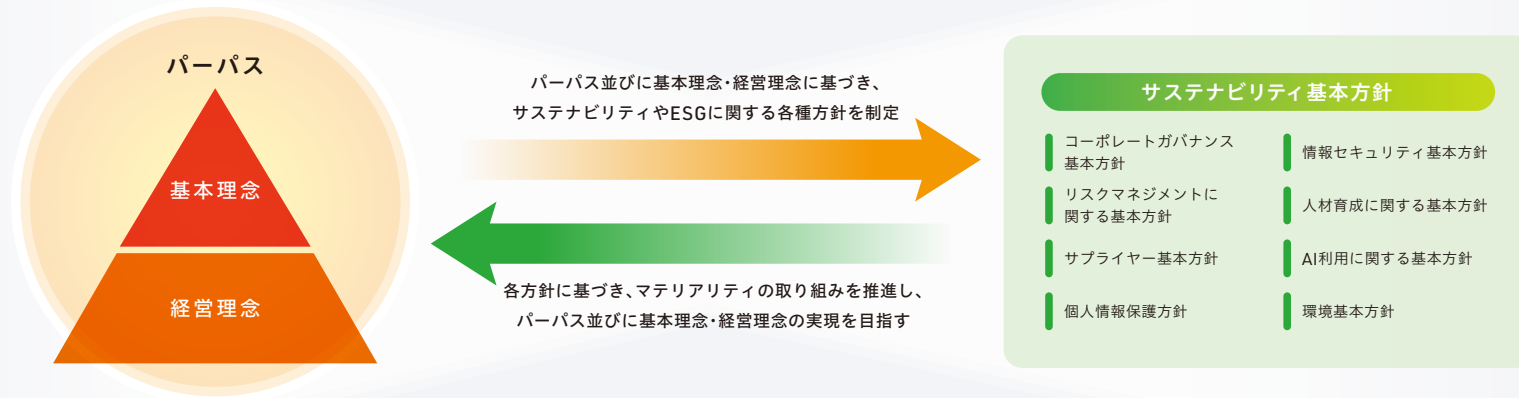
チームリーダーやマネージャー等階層ごとに求められる役割と研修目的を整理し、「現場指導力・組織管理力・経営視点」が段階的に身に付くよう、階層別にプログラムを設計しています。

参加者からは、自身の考え方や意識の変化を通じた成長を実感する声が多く寄せられました。また、参加者の満足度はいずれの階層でも90%を超え、おすすめ度も平均8点台(10点満点)と高い評価を得ています。

今後も、合宿×体験型の研修をはじめ、座学中心では得にくい「気づき・腹落ち・実行意欲」を引き出す教育・育成プログラム及び各種研修の拡充を進めていきます。

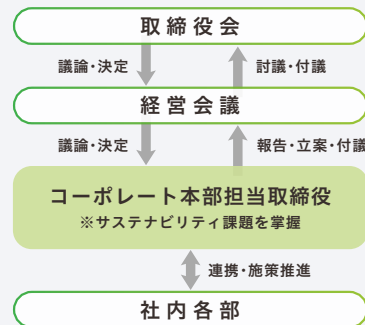
# サステナビリティ経営

これからを担う世代に「未来の選択肢」を示すためには、持続可能な社会の実現が不可欠であると考えています。当社は、パーパス並びに基本理念・経営理念に基づき、サステナビリティやESGに関する各種方針を制定し、これらに関する様々な課題に真摯に取り組んでいます。こうした取り組みを通じて、これからを担う世代が、自分の可能性を広げ、未来を主体的に選択できる社会の実現を目指します。



## 推進体制

サステナビリティに関する課題については、コーポレート本部担当取締役が統括し、経営会議において方針を企画・立案した上で、取締役会に報告・付議する体制としています。経営会議及び取締役会で決定した事項は、コーポレート本部担当取締役を中心に取りまとめ、社内各部門と連携しながら推進しています。また、ステークホルダーとの対話を通じて、当社に期待される役割を的確に把握するとともに、理念・方針に基づく協業を進めることで、企業の持続的な成長と中長期的な企業価値向上を目指します。



## コーポレート本部担当取締役メッセージ

### サステナビリティ経営を推進するにあたって

コーポレート本部担当取締役として、サステナビリティ経営を理念にとどめることなく、経営や日々の業務に確実に実装していくことが自身の役割であると考えています。当社が目指す「全ての人が生き生きと働ける社会」を実現するためには、コーポレートガバナンスを有効に機能させ、コンプライアンスや情報セキュリティの確保、フェアな事業運営を着実に執行していくことが不可欠です。

取締役会・経営会議で決定した方針や施策を社内に浸透させるにあたっては、文書による発信だけに頼ら

ず、四半期ごとの全従業員向けカンファレンスに加え、定期的に時間を設けて全従業員に向けて自らの言葉で直接伝えることを意識しています。背景や意義を丁寧に共有することで、理解と共感の醸成につなげたいと考えています。

パーパスに比べて、マテリアリティの浸透については、まだ途上にあるとの認識のもと、今後も継続的な発信を通じて、組織への定着を図ってまいります。

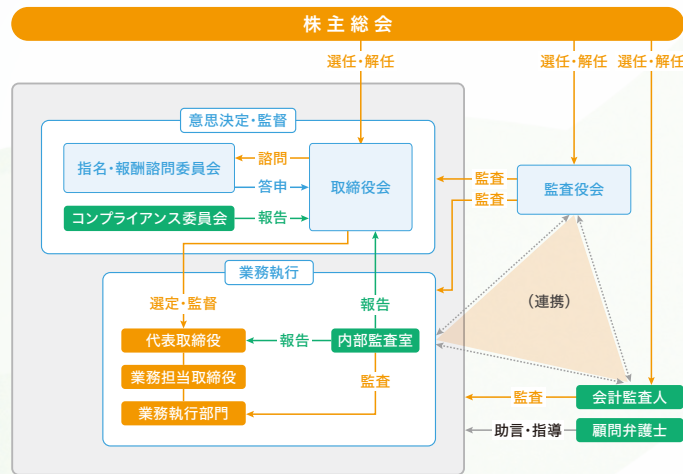
取締役 乾真一朗

# 価値創造を支えるガバナンス

当社のコーポレートガバナンスに関する基本的な考え方は、会社創業以来掲げている「基本理念」並びに「経営理念」を基本としています。

この理念のもと、当社はコーポレートガバナンスについて、会社の意思決定機関である取締役会の活性化、並びに経営陣に対する監視と不正を防止する仕組みが企業統治であるとの考えを基本としており、コーポレートガバナンスの機能を充実させるため、経営環境の変化に迅速かつ確に対応できる組織体制の確立を重要な経営課題の1つとして位置付けています。また、株主をはじめとする幅広いステークホルダーに対して的確かつ適切に情報開示を行うとともに、より効率的かつ健全で透明性の高い経営体制の構築・整備に取り組んでいます。

## ■ コーポレートガバナンスの体系図



## 基本理念

私達は仕事を通して社会のお役に立つ企業づくりをめざします。

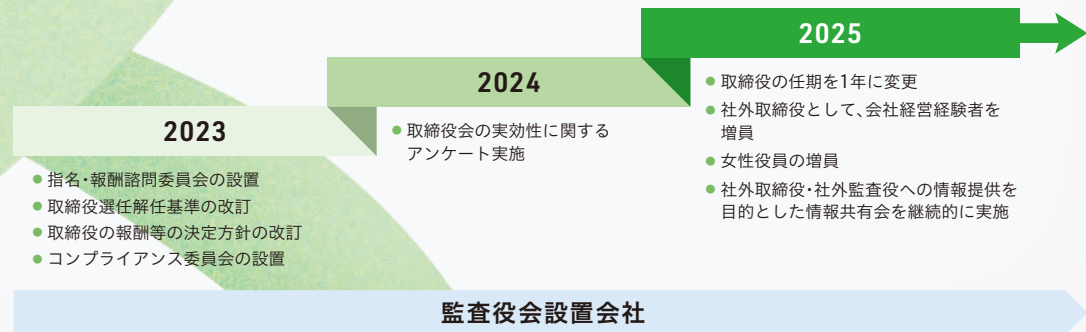
## 経営理念

明日の栄光を信じ熱い心で情報業界のパイオニアをめざして

- 高い見識を持ち正々堂々と営業致します。
- チャレンジ精神を持ちつづけ失敗を恐れません。
- 時代のニーズにあった商品を企画開発し提案致します。
- 良い商品とともに良い社員を誠心誠意お届けします。
- お客様との共歓共苦が願いです。

## コーポレートガバナンスの変遷

当社は、ガバナンスが効果的に機能する仕組みを構築するだけでなく、その継続的な強化に取り組むことで、リスクマネジメントの強化、収益性の向上、財務基盤の強化を実現し、最終的にはサステナビリティの実現につながると考えています。



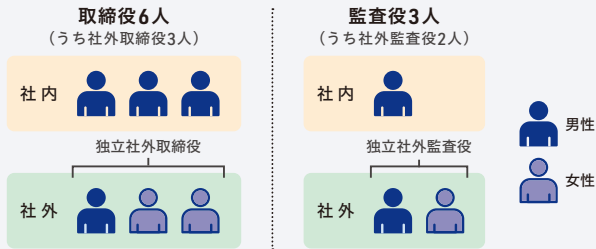
## 監査役会設置会社

## 取締役会・監査役会の構成等

取締役会は、取締役6人（うち社外取締役3人）、監査役3人（うち社外監査役2人）で構成されています。毎月1回開催される定時取締役会に加え、必要に応じて臨時取締役

会を開催し、法令、定款及び諸規定に基づく取締役会決議事項の審議を行うとともに、業務執行状況等の報告を受け、取締役の職務執行状況の監督を行っています。

### 取締役会のメンバー（2026年1月末時点）



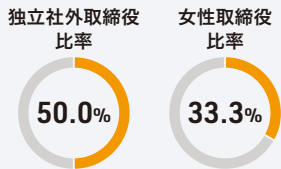
### 2025年10月期の状況

取締役会開催回数 **14回**  
出席率 **100%**

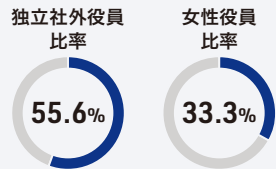
#### 主な議題

- 月次業績報告
- 中期経営計画
- 株主還元方針
- サステナビリティ関連項目
- 資本コストを意識した経営指標
- IR、SR活動による投資家からの意見・質問
- 内部監査報告
- 予算承認決議
- 決算承認決議
- 各種方針に係る決議事項

### 取締役の構成（2026年1月末時点）



### 取締役会の構成（2026年1月末時点）



監査役会は、監査役3人で構成されています。取締役会をはじめとする重要な会議に出席する等、経営に対する監視機能を果たしています。常勤監査役は、取締役会及び経営会議、週間業務報告会議、月間業務報告会議に常時出席し、適宜意見を表明するとともに、内部監査担当者と密に連携することで、監査の実効性を高めています。

### 2025年10月期の状況

監査役会開催回数 **14回**  
出席率 **100%**

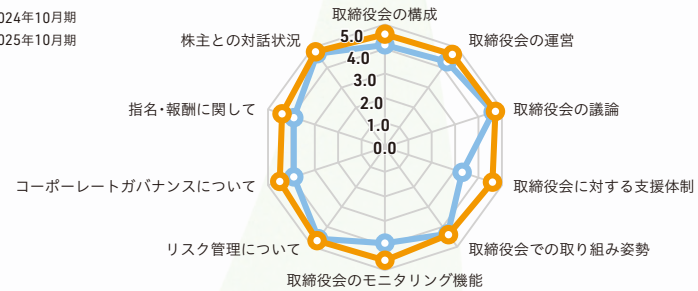
## 取締役会の実効性に関する評価

取締役会全体の実効性については、運営方法や議題の内容、各取締役の発言頻度等を評定項目とし、2024年10月期より当社独自に作成したアンケートを実施するとともに、その結果を踏まえた各取締役へのヒアリングを通じて評価しています。具体的には、10項目（全18問）について、5段階評価（最高5、最低1）を行い、取締役会の実効性向上に継続的に取り組んでいます。

アンケート結果を総合的に分析した結果、当社の取

締役会は全般的に高い実効性が確保されていると評価しました。個別項目では、「社外取締役への情報提供」に関する評価が4.6点（前期比+1.3）となり、前期から大きく改善しています。これは、前期の評価結果を踏まえ、2025年10月期より、社外取締役・社外監査役を対象に、各部門の事業内容や課題を説明する情報共有会を新たに実施する等、情報共有の充実を図ったことが評価向上につながったものと認識しています。

● 2024年10月期  
● 2025年10月期



### アンケート結果を踏まえたこれまでのアクション

- 2025年1月開催の株主総会において、改選により、女性取締役2人、女性監査役1人の体制となり、多様性の向上を図る
- 運営面では、事務局体制の強化に加え、取締役会日程を調整することで、各種資料の事前共有に十分な時間を確保
- 社外取締役・社外監査役を対象に、各部門の事業内容や課題を説明する情報共有会を継続的に実施

### さらなる実効性向上のため課題

- 取締役会に向けた事前資料の提供時期の早期化

価値創造を支えるガバナンス

各種委員会について

取締役の選任解任及び報酬等に関する決定プロセスの客観性及び透明性を確保し、コーポレートガバナンスの実効性向上を図るため、取締役会の諮問機関として指名・報酬諮問委員会を設置しています。本委員会は、委員長を含む委員の過半数を独立社外取締役で構成しています。2025年10月期は4回開催し、各回とも全ての委員が出席しました。取締役候補の選定及び取締役の個

人別報酬に関する事項について検討を行いました。  
また、取締役会の直下にコンプライアンス委員会を設置し、法令及び定款や各種規則、取引に関する契約・約款等の遵守を徹底するとともに、当社に対する社会的信頼を確保することを目的に、役職員が社会的規範としての倫理を遵守する体制の構築を進めています。

役員報酬の決定プロセス

取締役報酬は、株主総会で決議された報酬総額内で、経済情勢、従業員給与とのバランス等を考慮して、指名・報酬諮問委員会での審議の後、独立社外取締役・独立社外監査役を含む取締役会において審議の上、決定しています。具体的には、業務執行取締役の報酬は、金銭

報酬としての基本報酬(月例の固定報酬と年1回の役員賞与)及び非金銭報酬としての株式報酬により構成し、監督機能を担う社外取締役については、その職務に鑑み、当社と規模の近い会社の報酬水準を勘案し、基本報酬のみを支払うこととしています。

取締役の選任解任方針とプロセス

選任については、取締役選任解任基準内規に基づき、取締役会全体の知識・経験・能力のバランスや多様性等について検討し、適任と考える候補者を指名・報酬諮問委員会で審議の後、その答申を受けて独立社外取締役

を含む取締役会において審議の上決議し、株主総会議案として提出しています。個々の選任解任・指名の理由については、重要性を踏まえ、適時適切に開示しています。

2025年10月期の状況

指名・報酬諮問委員会

開催回数 **4回**

出席率 **100%**

主な議題

- 取締役候補の選定
- 取締役報酬の内容

役員の構成について

中期経営計画では、「キャリア採用(経験者採用)市場で、年率30%の売上成長を目指すこと」を経営の方向性として掲げ、「働き手を集める力」「企業・組織を集める力」「人と組織をつなぐ力」を強化すべき競争優位性と位置付けています。これらの競争優位性を高めるための重点課題を着実に遂行し、適切な監督を行うために、当社の取締役会は、必要な知識・経験・能力を全体としてバランス良く備えるとともに、多様性と適正規模を両立させた構成とすることが重要であると考えています。

■ スキルマトリックス

役員	属性		構成状況		専門性・業務経験								士業や業務関連性の高い資格	
	独立性	ジェンダー ●男性 ○女性	取締役会 ●議長 ○構成員	指名・報酬諮問委員会 ●委員長 ○委員	共通項目			当社独自項目						
					企業経営	財務・会計	法務・リスク管理・個人情報保護	人材開発・組織開発	人材ビジネス	営業・マーケティング	新規事業開発・イノベーション	テクノロジー・DX	ESG・サステナビリティ	
取締役	中井 清和 代表取締役会長	●	●	(互選による)	●	●	●	●	●	●	●			
	中井 大志 代表取締役社長	●	●	(互選による)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	乾 真一郎 取締役	●	●	○		●	●	●	●		●	●	●	
	社内 章 社外取締役	●	●	○	○	●	●						●	公認会計士
	笹川 祐子 社外取締役	●	○	○	○	●		●	●	●	●		●	
	和田 裕美 社外取締役	●	○	○		●			●	●	●		●	
監査役	村越 誓一 常勤監査役	●	○			●	●		●			●	●	
	前 義信 社外監査役	●	○	○			●	●						税理士
	小林 聖子 社外監査役	●	○	○				●					●	弁護士

※ 上記は、各人の有する全てのスキル・経験・能力・その他の知見や素養を表しているものではありません。 ※ 各項目の「経験」とは、該当する業務や役割に、原則として通算3年以上従事していたものを指します。

## 役員に必要な「専門性・業務経験」として選定した理由

共通項目	企業経営	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客やユーザー、投資家、従業員等様々なステークホルダーの利害を調整し、当社の企業価値の継続的な成長を推進するためには、経営トップもしくは収益責任を負う経営職階での業務遂行経験を有することが重要だと考えています。特に社外取締役には、他社での経営経験を有する者が含まれていることが有用だと考えています。</li> </ul>
	財務・会計	<ul style="list-style-type: none"> <li>正確な財務状況の把握はもちろんのこと、持続的な企業成長を実現する成長投資、利益還元、市場との対話を推進・実現していくためには、財務・会計に関する深い知見・経験が必要だと考えています。特に社外取締役には、財務・会計の状況を適切に監督できる者が含まれていることが有用だと考えています。</li> </ul>
	法務・リスク管理・個人情報保護	<ul style="list-style-type: none"> <li>法律及びコンプライアンスを踏まえたリスクマネジメントが、持続的な企業成長には不可欠です。法務・リスク管理における知識・業務執行経験及び監督経験を持つ取締役が必要だと考えています。また、当社は個人情報を扱うビジネスであるため、個人情報保護に関する確かな知識・経験が不可欠だと考えています。</li> </ul>
	人材開発・組織開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社の最大の資産は人だと定義しています。競合優位性を強化するためには、従業員の挑戦と継続的な能力開発・スキルアップが不可欠です。中期経営計画では、2026年10月期までに従業員数500人体制を構築することを計画しており、リソースマネジメントや能力開発、エンゲージメント強化に関する知識や経験が有用だと考えています。</li> </ul>
当社独自項目	人材ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> <li>10代～30代の「キャリアスタート」「キャリアチェンジ」「キャリアアップ」を支援し、求職者や学生と企業のマッチングを実現していくためには、求職者や学生の仕事観、転職・就職観や顧客動向に関する知見、人材ビジネスにおいて経営や事業運営に当たった経験が有用だと考えています。</li> </ul>
	営業・マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>10代～30代の「キャリアスタート」「キャリアチェンジ」「キャリアアップ」を支援するプラットフォームとして社会に貢献し、持続的な企業成長を図っていくためには、求職者・企業双方の利用数を拡大し、価値あるマッチングを実現することが不可欠です。適切に経営資源を配分し、利用ユーザー数・利用顧客数を拡大していくためには、営業やマーケティングに関する専門的な知識・見解が有用だと考えています。</li> </ul>
	新規事業開発・イノベーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネス環境やトレンドの変化が速く激しい時代において、変化を的確に捉え新たなソリューションを提案・提供することは不可欠です。迅速かつ効果的に、ソリューションを提供するため、顧客動向に関する深い知見を持ち、新たなビジネスの開発を主導する経験やスキルが必要だと考えています。</li> </ul>
	テクノロジー・DX	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webメディアを基幹プロダクトとする当社は、テクノロジーの最新動向に関する知識と、テクノロジーを活用してビジネスを開発する知見・スキルが必要です。また、業務のDX化により人的創造性が高い業務に注力することを、競合優位性を強化するための重点課題の1つとして位置付けており、DXやAI活用を通して、顧客や社内の課題を解決する企画力、マネジメント力が有用だと考えています。</li> </ul>
	ESG・サステナビリティ	<ul style="list-style-type: none"> <li>これからを担う世代に「未来の選択肢」を示すためには、持続可能な社会の実現が不可欠です。雇用を創出し、事業活動を通して社会に貢献する経営を持続的に進めていくためには、気候変動対応・環境保全にも真摯に取り組むことや、健全な成長のため、公正な経営システムづくりを継続して実践することが必要だと考えています。</li> </ul>

役員一覧



**中井 清和** Kiyokazu Nakai  
代表取締役会長

取締役就任： 1977年  
所有株式数： 30,100株



**中井 大志** Taishi Nakai  
代表取締役社長

取締役就任： 2018年  
所有株式数： 446,900株



**乾 真一郎** Shinichiro Inui  
取締役

取締役就任： 2023年  
所有株式数： 53,500株



**村越 誓一** Seiichi Murakoshi  
常勤監査役

監査役就任： 2018年  
所有株式数： 38,200株



**前 義信** Yoshinobu Mac  
社外監査役

監査役就任： 2017年  
所有株式数： 1,400株



**辻内 章** Akira Tsujiuchi  
社外取締役

取締役就任： 2020年  
所有株式数： 1,100株



**笹川 祐子** Yuko Sasagawa  
社外取締役

取締役就任： 2022年  
所有株式数： 2,100株



**和田 裕美** Hiromi Wada  
社外取締役

取締役就任： 2025年  
所有株式数： 0株



**小林 聖子** Seiko Kobayashi  
社外監査役

監査役就任： 2025年  
所有株式数： 0株

※ 所有株式数は2025年10月末時点

# リスクマネジメント・コンプライアンス

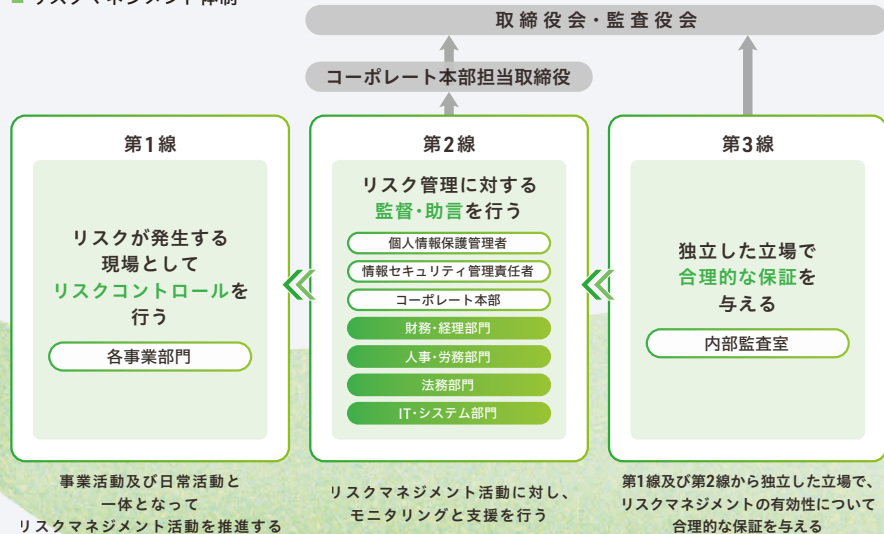
## リスクマネジメント

### 基本方針とマネジメント体制

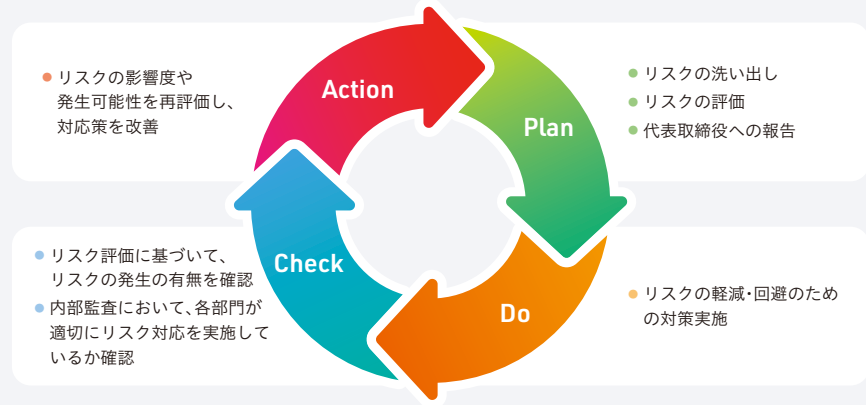
当社は、「つくるのは、未来の選択肢」をパーパスに、求職者・学生の転職・就職を支援するサービスを提供しています。これからの担う世代に豊かな選択肢を示すためには、事業の継続並びに持続的な企業価値向上が不可欠だと考え、リスクマネジメントを通じて適切な組織運営を行っています。この考えのもと、事業の継続・企業価値の向上を妨げるリスクを特定し、適切な対策を講じることで、「リスクの低減」「リスクが発現した

場合の迅速かつ的確な対応」が可能になります。適正なリスク管理が、顧客企業や求職者・学生、取引先をはじめとするステークホルダーの皆様の信頼にもつながるものと考えています。「現場こそがリスクマネジメントの主体」の考えに基づき、リスクマネジメントの強化を行っています。リスクマネジメント体制及びリスク把握・分析のプロセスの考え方は下記及び右記の通りとなります。

### ■ リスクマネジメント体制



### ■ PDCAサイクル



### 事業等のリスク

当社の事業展開におけるリスク要因として、重要な影響を及ぼす可能性があると考えられる主な事項を特定しました。それらに対し、機動的に対応できるよう

対応策の立案・実施・評価及び改善を継続的に行っています。

- 特に重要な影響を及ぼす可能性がある事項
- 景気の変動と雇用情勢
  - 個人情報の保護
  - パンデミック
  - 大規模自然災害、外部攻撃等によるシステム障害
  - 成長投資・新規事業開発

- 重要なリスク
- 人口構造の変化・多様な働き方の進化
  - 業績の季節的変動
  - 法的規制等
  - 公的案件の受託

「事業等のリスク」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。 <https://company.gakujo.ne.jp/ir/management/risk/>


## 個人情報保護について

当社は新卒採用、キャリア採用（経験者採用）、人材紹介等の事業をはじめ、事業全般において個人情報をお預かりし、登録者に対して最高の情報とサービスを提供させていただくことを目的としています。そのため、

個人情報保護に関し、高度な倫理観と企業行動を目指し、「個人情報保護方針」を定め、当社全従業員がこれを遵守いたします。

🔗 「個人情報について」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。<https://company.gakujo.ne.jp/privacy/>

### ■ 個人情報保護に関する取り組み

取り組み	具体的な内容
プライバシーマークの更新	当社は就職メディア運営企業において「プライバシーマーク」の認定第1号であり、制度創設の1998年から2年ごとに実施される厳格な審査を経て、業界最多13回の更新を続けています。今後も厳しい審査基準をクリアし続けられるよう、個人情報の保持・管理に全社を挙げて取り組んでいます。 
社内諸規程の整備	日本産業規格「JIS Q 15001」に準拠した個人情報保護マネジメントシステムに基づく社内諸規程の策定・実行・改善を行っています。
研修の実施	年に1回、個人情報保護及びIT統制に関する研修を全従業員対象に実施しています。併せて新規入社者に対しては入社タイミングで同趣旨の研修を実施しています。
全従業員に向けた情報発信	個人情報保護やセキュリティに関する取り組みやトピックスを全従業員向けに発信しています。また他社で発生した、個人情報やセキュリティに関するインシデントが報道された際には、「何が問題なのか」「どう防ぐのか」を解説し、全従業員の個人情報保護・セキュリティに関する危機意識を高めています。

Pick Up

## 「AI利用に関する基本方針」を新たに策定

これからの担う世代に豊かな選択肢を示し、持続的な事業成長と企業価値の向上を実現するため、AI（人工知能）の活用を推進しています。また、AIの利活用は今後の大きな可能性と共に、リスクを伴うことも認識

すべきだと考えます。当社はAIを適切かつ安全に活用することが、お客様、そして社会からの信頼を得るために不可欠であると認識し、これを実現するために「AI利用に関する基本方針」を定め、遵守します。

🔗 「AI利用に関する基本方針」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。[https://company.gakujo.ne.jp/ai\\_guidelines/](https://company.gakujo.ne.jp/ai_guidelines/)

## 情報セキュリティ基本方針

これからの担う世代に豊かな選択肢を示す事業を持続的に提供するためには、お客様及び自らの情報資産をあらゆる脅威から守り、そのために必要な情報セキュリティの確保に取り組み、継続的かつ安定的に

サービスを提供することが企業の社会的責任であると認識し、これを実現するために「情報セキュリティ基本方針」を定め、遵守します。

🔗 「情報セキュリティ基本方針」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。<https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/security/>

## コンプライアンス

これからの担う世代に豊かな選択肢を示す事業を持続的に提供するためには、社会からの要請や期待に応え、誠実に事業活動を行い、法令遵守等の社会的責務を遂行していくことが重要であると考えています。また、企業が継続・発展していくためには、役員・従業員が法令遵守の精神のもと、公正で高い倫理観を持って行動することが必要不可欠であると認識し、制度

及び体制の整備をしています。

当社では社会的責任を果たすため、コンプライアンスガイドラインを定め、役員・従業員に対する教育及び啓発を行うとともに、行動指針や各種規程の遵守徹底に努めています。一人ひとりが高い見識と倫理観を備え、良識にかなった行動をとることで、コンプライアンスの強化と維持に取り組んでいます。

🔗 「コンプライアンスガイドライン」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。<https://company.gakujo.ne.jp/compliance/>

🔗 「反社会的勢力排除に関する基本方針」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。<https://company.gakujo.ne.jp/antisocial/>

## 内部通報窓口の設置

役員・従業員から倫理上問題のある行為、法令違反等に該当するおそれのある行為、当社の社内規程違反等、コンプライアンス上問題のある行為（その恐れのある行為を含む）に関する通報・相談を受け付けるため、「内部通報窓口」を設置しています。内部通報窓口では、匿名での通報も受け付けています。

また、通報の受付から調査、是正措置の実施及び再発防止策の策定までが適切に行われているかについて、取締役会が指名した取締役を委員長とするコンプライアンス委員会が定期的に運営状況をモニタリングし、取締役会に報告しています。

内部通報に関する取り組み

- 責任者の多様性を確保（男女 各1人）
- 弁護士によるハラスメント研修を階層別実施

内部通報件数

- 2024年10月期：相談 1件
- 2025年10月期：通報 4件

## 社外取締役メッセージ



# 進化を続ける学情のガバナンス体制

2026年1月の株主総会を経て、  
 新たな経営体制がスタートしました。  
 3人の社外取締役それぞれの立場から、  
 当社のガバナンス体制や、持続的な企業価値向上を  
 実現するために重要と考える点等について、  
 メッセージをいただきました。

## さらなる事業規模の拡大には、取締役体制と役割分担の強化が重要 独立社外取締役 辻内 章

— 辻内様は長年にわたり当社の監査・経営を支えてこられました。成長加速の局面にある学情において、改めて社外取締役が果たすべき役割をどのようにお考えでしょうか？

社外取締役には、自らの知見を活かして取締役会の議論に参画し、経営を監督することで企業価値向上に貢献することが求められています。そのため、事業内容やガバナンス体制、経営者の考えを十分に理解した上で、様々な経営判断が適切になされているかどうかを判断することが重要だと考えています。

当社は成長途上にあり、営業力の強化や業績拡大に注力しがちですが、不正がひとたび発生すれば、信用は瞬時に失われ、取り返しのつかない事態を招きかねません。そうした認識のもと、私は社外取締役本来の役割であるガバナンスの強化を常に

意識し、これからも職務にあたってまいります。

— 近年、当社はガバナンス体制の強化に取り組んできました。これまでの当社の取り組みや、現状の取締役会の運営や監督機能について、どのように評価されていますか？

ここ数年、当社経営陣のガバナンスに対する意識は着実に高まり、取締役会の実効性向上に向けた取り組みが段階的に進展していると評価しています。2026年4月時点では、社外取締役が取締役の半数を占めており、また取締役6人のうち女性の社外取締役が2人となる等、ダイバーシティへの配慮も進んでいます。

事業規模の面から、なお改善の余地はあるものの、経営陣に

はガバナンスを一層強化していこうとする意識が強いと認識しています。

— 最後に、学情が今後も持続的な企業価値向上を実現していくために、どのような点が重要だとお考えでしょうか？

現在の学情は、社長の強いリーダーシップのもとで着実に業績を伸ばしています。一方で、事業規模の拡大に伴い、社長をサポートする取締役体制の強化が重要になると考えています。現状では、執行を担う取締役は3人体制ですが、将来的には営業全体を統括する取締役の配置に加え、コーポレート部門においても、企画・システム・財務・人事・総務等の機能ごとに適切な役割分担を行い、経営基盤を一層強化していく必要があると認識しています。



価値あるマッチングを実現するため、サービス品質の向上が重要 独立社外取締役 笹川 祐子



— 人材業界において長年事業経営に携わってこられた笹川様から見て、当社ならではの「学情らしさ」をどのようにお感じでしょうか？

私が感じる「学情らしさ」は、創業以来50年にわたり築いてきた堅実な基盤を大切にしながら、常に新しい挑戦を続けてきた企業文化にあります。当社は、長い歴史を持ちながらも時代の変化を的確に捉え、若い世代のキャリア支援において先駆的な取り組みを続けてきました。

就職や転職という人生の重要な局面において、単なる情報提供にとどまらず、未来の選択肢を示し、可能性を広げようとする姿勢こそが当社の本質です。人の人生に向き合う事業だからこそ、誠実さと挑戦心を併せ持ち続けている点に、当社ならではの価値があります。積み重ねてきた信頼と挑戦の精神、その両立に学情らしさがあると感じています。

— 笹川様は、他の上場企業でも社外取締役を務めていらっしゃると思いますが、投資家とのコミュニケーションという観点から、学情の取り組みをどのように評価されていますか？

当社は、投資家とのコミュニケーションを非常に重視している企業だと感じています。決算説明会やIR資料においては、若手キャリア市場の構造変化や事業の成長戦略について、分かりやすく丁寧に伝えようとする姿勢が一貫して見られます。企業価値を高めていくためには、業績のみならず、企業が社会にどのような価値を提供しているのかを長期的な視点で共有していくことが重要です。

当社が掲げる「つくるのは、未来の選択肢」というパーパスは、社会的意義と事業の成長性の双方を示すものだと評価しています。今後も価値創造のストーリーを丁寧に発信し続けることで、投資家との信頼関係がさらに深まり、持続的な企業価値

向上につながっていくものと考えています。

— 最後に、学情が今後も持続的な企業価値向上を実現していくために、どのような点が重要だとお考えでしょうか？

企業価値向上には、若い世代に最も信頼されるキャリア支援企業であり続けることが重要です。採用サービスは単なるマッチングではなく、人生の選択を支える仕事であり、学生や若手社会人が安心して相談できる存在であることが、信頼やブランド価値の基盤になります。今後は、デジタル技術の進化を取り込み、求職者と企業双方にとって価値あるマッチングを実現するサービスの質を高めていくことが重要です。

「選ばれる人・企業」であり続けることが、学情の価値創造の基盤 独立社外取締役 和田 裕美

— 和田様は社外取締役に就任されて1年が経ちました。この1年、社外取締役としてどのような点に注力されたのでしょうか？

長く、営業に携わってきた自身の経験から、「人を中心に据えた企業成長」の実現に注力してきました。当社は人材に関わる事業を展開している企業だからこそ、企業成長を実現する上で、「働く人がどのように感じているか」という視点を特に大切にすべきだと考えています。

取締役会では、事業戦略や数値目標に加え、従業員が成長できる環境が整っているか、現場のモチベーションが維持・向上しているかといった観点にも目を向けながら議論に参加してきました。企業が持続的に成長していくためには、人が育ち続ける環境

を築くことが不可欠です。こうした視点から意見を述べることで、社外取締役としての重要な役割の1つだと考えています。

— この1年間、当社の取締役会にご参加いただく中で、率直にどのようなご感想をお持ちになりましたか？

当社の取締役会は、率直かつ建設的な議論が真摯に行われる場であると感じています。重要な議題については事前の情報共有が丁寧になされ、社外取締役からの質問に対して的確な説明が行われており、十分な理解を前提に議論へ参加できる体制が整っています。また、取締役会は形式的な承認にとどまらず、経営陣と社外取締役が活発に意見を交わしています。

企業の成長スピードを見据えつつ、リスク管理も徹底されてい

る取締役会は、経営を支える重要な機能を果たしており、今後さらなる経営基盤の強化につながると考えています。

— 最後に、学情が今後も持続的な企業価値向上を実現していくために、どのような点が重要だとお考えでしょうか？

企業価値の持続的向上には、社会から選ばれ続ける企業であることが重要です。従業員一人ひとりが企業の顔となり、お客様と深い信頼を築き、「選ばれる人・企業」であり続けることが、当社の価値創造の基盤だと考えています。社外取締役として、短期的な成果にとらわれず、長期的な社会価値の視点から企業の方向性に助言していきたいと思えます。



# 社会への取り組み

## 人権

これからを担う世代に豊かな選択肢を示すためには、人権の尊重は極めて重要な要素であると認識しています。当社は人権の尊重について、当社の姿勢や取り組みを表明した「人権に関する基本方針」を定めています。

🔗 「人権に関する基本方針」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。  
<https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/humanrights/>

## サプライヤー

オープンでフェアな事業活動を推進し、取引先とのパートナーシップに基づき、全ての取引先と公正でコンプライアンスに則った取引、人権を尊重した取引を

徹底することで、お取引先とともに成長を続ける企業を目指しています。

🔗 「サプライヤー基本方針」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。  
[https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/supplier\\_management/](https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/supplier_management/)

### サプライチェーンマネジメントに関する取り組み

当社は、求職者・学生と企業の双方に価値(本質的な成果や効果)をご提供するため、企業の採用活動の体験、10代~30代の方の可能性をひらく転職・就職活動の体験がどんなものであるべきかをデザインしていくことが求められています。それを実際に形にしていく過程ではパートナー企業様との協業が欠かせません。

当社は、新規サプライヤーと取引する際に、リスク回避を目的として各種審査を実施し、契約を締結します。その際、当社の購買の考え方をご理解いただいた上で、サプライヤー基本方針の遵守への同意をお願いしています。また取引契約期間中に、本方針に沿わない行動をとられていることが発覚した場合は、改善対応を要望し、是正指導を行っています。

## 地域社会貢献

若い世代に「未来の選択肢」を届けることを目的に求職者・学生の転職・就職を支援する当社のビジネスは、ステークホルダーとの共通価値の創造の上に成り立つものだと考えています。自然災害等、ステークホルダーに影響を及ぼす有事が発生した際は、災害による被害に遭われた被災者の支援、被災地の復旧・復興に役立てていただくため、適切なフローに沿った寄付等を

行っています。また、教育機関との連携を通じて、高校生を対象とした職場見学プログラムを実施する等、次世代育成に向けた地域貢献活動に取り組んでいます。事業理解や仕事体験の機会を提供することで、若年層の将来選択を支援し、地域社会の持続的な発展に貢献しています。

Pick Up

### 次世代を担う高校生に向けた職場見学プログラムを実施

2025年10月期において、次世代を担う高校生を対象とした職場見学プログラムを実施しました。2025年7月9日(水)及び10日(木)には、千葉県立磯辺高等学校の生徒10人(1日目:4人、2日目:6人)を受け入れ、当社の事業内容や「働くこと」の意義について理解を深めていただく機会を提供しました。

本プログラムでは、業界や企業の役割に関する説明に加え、リクルーティングアドバイザーの業務を体験いただくコンテンツを用意し、実際の業務に触れることで仕事への理解を深めていただきました。当社は今後も、教育機関との連携を通じて地域の若年層が将来を主体的に考えるきっかけを提供するとともに、地域社会の発展に貢献してまいります。

#### ■ 職場見学プログラム当日の様子



# 環境への取り組み

## 基本方針及び推進体制

当社は、「つくるのは、未来の選択枝」をパーパスに掲げ、10代～30代の転職・就職を支援するサービスを提供しています。これからを担う世代に対して豊かな選択枝を示し続けるためには、持続可能な社会の実現が

不可欠との認識のもと、環境基本方針を定め、環境負荷の軽減に向けた取り組みを推進しています。また、これらの取り組みについては、サステナビリティ推進体制と同様の体制のもとで推進しています。

「環境基本方針」の詳細は、当社Webサイトをご覧ください。  
<https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/environment/>

● サステナビリティ推進体制 ▶ p.35 参照

## リスク管理及び戦略

当社の温室効果ガス排出量は下記の通りです。事業の性格上、当社の財政状態や将来キャッシュフローに重大な影響を及ぼすほどの規模には達していないと判断していますが、今後も環境負荷軽減の取り組みを継続していきます。また、当社はCDP(カーボン・

ディスクロージャー・プロジェクト)への参加を通じて環境データを開示し、評価を受けています。

2024年10月期からは、Scope3のカテゴリー1についても一部(PC等の機器購入分)の算定を始めています。

### ■ 温室効果ガス排出量 (単位:t-CO<sub>2</sub>)

	Scope1	Scope2	Scope3
2022年10月期	—	126.949	144.250
2023年10月期	—	96.769	138.704
2024年10月期	—	136.919	249.789
2025年10月期	—	136.623	272.206

※ Scope3について、2023年10月期以前と、2024年10月期以降で、算出範囲が異なります。

## 具体的な取り組み

### 環境に配慮したビルへの入居

2024年3月に名古屋支社、4月に本社、そして2025年12月に京都支社を拡張移転しましたが、環境に配慮したエネルギー高効率ビルであることを判断基準の1つとし、GINZA SIX、広小路クロスタワー、日本生命四条

ビルへの入居を決めました。省エネ空間を創出するビルへの入居で、低炭素社会の実現に積極的に貢献していきます。

### GINZA SIX(本社)

ビル全体のエネルギー効率を向上させるための様々な取り組みが行われており、「社会・環境貢献緑地評価システム(SEGES)」から、『緑の創出により社会・環境に貢献する開発事業(都市開発版 SEGES)』として認定されています。この評価は、都市の緑地化を通じて社会と環境に貢献するビルであることを証明しています。



### 広小路クロスタワー(名古屋支社)

建築物の環境性能を評価する日本独自のシステムCASBEE(建築環境総合性能評価システム)において、最高ランクであるSランク認証を取得しています。また、ビルで使用される電力のうち25%はCO<sub>2</sub>フリー電気を使用しており、地球環境への負荷を軽減する取り組みを行っています。



### 日本生命四条ビル(京都支社)

高効率のLED照明を全館に使用し、建築物省エネ性能表示制度(BELS)で4つ星を獲得する予定です。主要設備は屋上に配置され、洪水による浸水リスクにも備えています。さらに、バリアフリー対応として、エレベーターには非接触ボタンが採用されています。



### 電子化によるペーパーレス化推進

電子契約システムや、クラウドワークフローシステムの導入に伴う見積書や契約書、稟議書、有給休暇申請等の各種書類の電子化定着等から、2025年10月期の紙

の使用枚数は前期から133,655枚(9.4%)削減されました。当社の試算では、この1年で杉の本約11本分、約159kgのCO<sub>2</sub>削減につながっています。

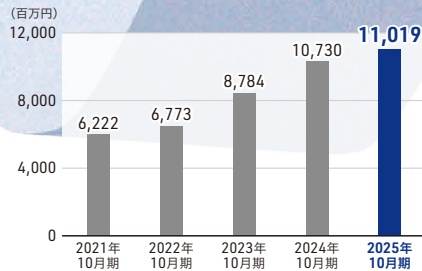
Part **5** *Data Section*  
第5章 データセクション



# 財務・非財務ハイライト

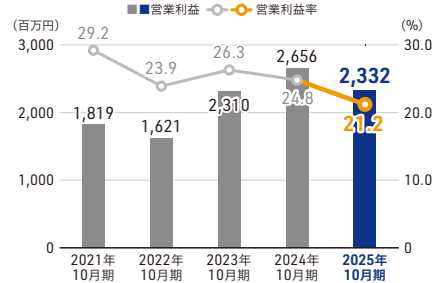
※2022年10月期より、会計基準の変更を行い、新会計基準(収益認識)を適用しています。

## 売上高



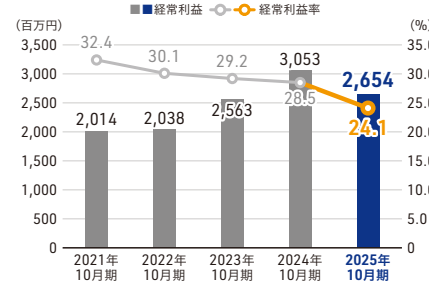
働き手の「転職意向」の高まりと、企業の「キャリア採用(経験者採用)ニーズ」の拡大を的確に捉えRe就活を中心に売上成長を実現してきましたが、2025年10月期は米国の関税政策による一時的な景気不透明感の影響で、売上高は当初計画を下回って前期比102.7%で伸長しました。2026年10月期は133億円を計画しています。

## 営業利益/営業利益率



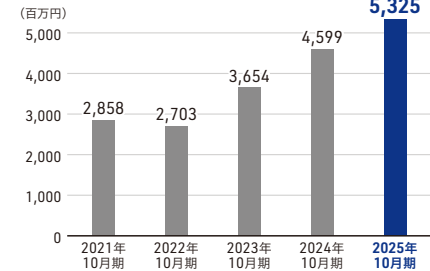
2025年10月期は、売上高の伸長が計画を下回ったものの、求職者向けプロモーション強化や教育研修の拡充、生成AIの活用等、戦略的成長投資や人的成長投資を継続したため、営業利益は前期比87.8%となりました。2026年10月期は32.5億円を計画しています。

## 経常利益/経常利益率



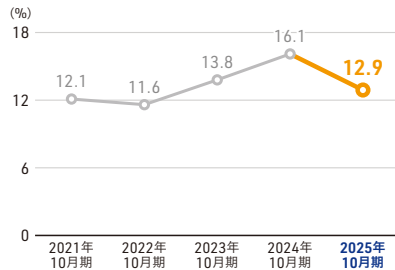
2025年10月期は、戦略的成長投資や人的成長投資を継続し、経常利益は前期比86.9%となりました。2026年10月期は34.5億円を計画しており、期初に掲げた中期経営計画の目標を達成できる見通しです。

## Webメディア売上高



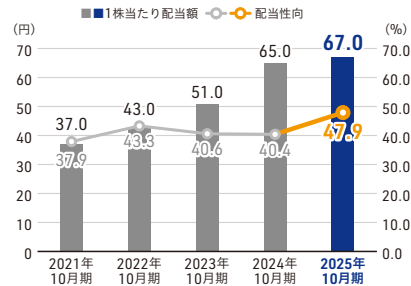
利益率の高いWebメディア(Re就活・Re就活キャンパス等)が、売上高に占める割合は年々上昇しています。今後も、進化したRe就活シリーズを中心に、Webメディアの成長を強化する方針です。

## ROE



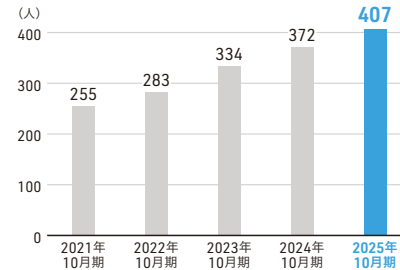
原則、期末業績による資本コストを把握し、それを上回る利益を上げつつ、持続的な株主価値向上に努めています。2025年10月のROEは12.9%となり、中期経営計画の目標(2026年10月期15.0%)を一時的に下回りました。2026年10月期は、15%以上の水準へ回復を見込んでいます。

## 1株当たり配当額/配当性向



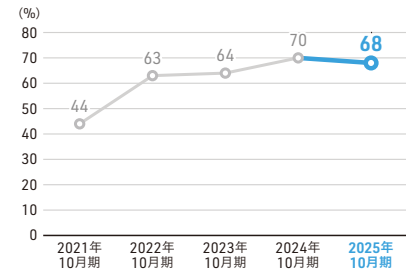
配当性向は40~50%を維持し、安定的な配当を実施しています。業績拡大により、配当額を増額するべく取り組んでいます。2025年10月期は、期末配当を前期より2円増配し、1株当たり67円の配当を実施しました。

## 従業員数



人材採用が順調に推移しています。引き続き専門人材の採用を含めた人員拡大を進めていきます。人的投資による生産性・人的創造性向上を図り、人員拡大ベースを上回る売上成長を目指します。

## 中途採用比率



多様な視点で議論するために、様々な経験を持つ人材の採用を強化しています。「Re就活」「転職博」を活用したキャリア採用が好調に推移しています。自社採用を通じて、「20代のセカンドキャリア」の実現を応援しています。

# 財務データ

決算期(10月)		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
経営成績(千円)	売上高	5,105,362	5,620,031	6,448,000	7,028,375	5,720,004	6,222,074	6,773,423	8,784,768	10,730,691	11,019,177
	売上総利益	3,371,978	3,574,548	4,254,992	4,720,690	3,770,648	4,194,963	4,506,272	5,867,954	7,124,120	7,183,766
	販売費及び一般管理費	1,984,050	2,172,835	2,797,903	2,782,692	2,582,237	2,375,885	2,884,543	3,557,467	4,467,492	4,850,804
	営業利益	1,387,927	1,401,712	1,457,089	1,937,997	1,188,411	1,819,077	1,621,729	2,310,487	2,656,628	2,332,961
	経常利益	1,496,497	1,522,177	1,590,159	2,032,698	1,372,019	2,014,857	2,038,569	2,563,063	3,053,781	2,654,020
	EBITDA	1,474,544	1,500,824	1,567,319	2,053,440	1,317,768	1,953,314	1,748,980	2,457,913	2,863,732	2,623,967
財務状況(千円)	総資産額	10,331,972	10,894,450	11,372,254	12,187,616	11,967,714	13,434,435	13,810,919	15,605,815	16,739,761	17,106,248
	純資産額	9,298,753	9,822,783	10,144,014	10,827,390	10,961,302	11,913,096	12,232,470	13,265,283	14,477,952	14,879,411
	自己資本	9,280,075	9,783,007	10,113,278	10,796,654	10,930,566	11,878,161	12,201,734	13,247,203	14,459,872	14,861,331
キャッシュ・フローの状況(千円)	営業活動によるキャッシュ・フロー	1,189,307	836,778	1,240,104	1,389,347	706,447	1,687,912	1,486,992	2,277,250	1,633,788	1,898,587
	投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,264,169	△394,252	591,181	△338,760	△27,719	△398,210	△1,424,793	△675,343	177,713	368,451
	財務活動によるキャッシュ・フロー	△619,861	△733,267	△695,047	△816,427	△752,338	△684,929	△793,087	△682,457	△1,264,982	△1,511,172
	フリー・キャッシュ・フロー	△74,862	442,526	1,831,285	1,050,587	678,728	1,289,702	62,199	1,601,907	1,811,501	2,267,038
1株当たり情報(円)	1株当たり純資産額	614.52	657.57	685.22	743.57	763.35	839.69	876.29	948.81	1,056.55	1,107.33
	1株当たり配当額(うち1株当たり中間配当額)	28.0(14.0)	32.0(16.0)	34.0(17.0)	37.0(18.0)	30.0(15.0)	37.0(16.0)	43.0(18.0)	51.0(24.0)	65.0(26.0)	67.0(33.0)
	1株当たり当期純利益	68.56	81.24	75.77	95.81	64.29	97.64	99.35	125.74	160.77	139.97
	配当性向(%)	40.8	39.4	44.9	38.6	46.7	37.9	43.3	40.6	40.4	47.9
経営指標(%)	売上総利益率	66.0	63.6	66.0	67.2	65.9	67.4	66.5	66.8	66.4	65.2
	営業利益率	27.2	24.9	22.6	27.6	20.8	29.2	23.9	26.3	24.8	21.2
	経常利益率	29.3	27.1	24.7	28.9	24.0	32.4	30.1	29.2	28.5	24.1
	株主資本利益率(ROE)	11.5	12.8	11.3	13.4	8.5	12.1	11.6	13.8	16.1	12.9
	自己資本比率	89.8	89.8	88.9	88.6	91.3	88.4	88.3	84.9	86.4	86.9

※EBITDA = 営業利益+減価償却費

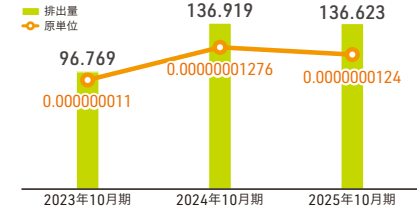
# 非財務データ

決算期(10月)		2021	2022	2023	2024	2025
ガバナンス	役員数(取締役・監査役)(人)	9	9	9	9	10
	男性	8	8	8	8	7
	女性	1	1	1	1	3
	社外	5	5	5	5	6
	役員比率(取締役・監査役)(%)	88.9	88.9	88.9	88.9	70.0
	女性	11.1	11.1	11.1	11.1	30.0
	社外	55.6	55.6	55.6	55.6	60.0
社会	従業員数(正社員)(人)	249	276	324	351	392
	男性(比率)	159(63.9%)	168(60.9%)	185(57.1%)	190(54.1%)	216(55.1%)
	女性(比率)	90(36.1%)	108(39.1%)	139(42.9%)	161(45.9%)	176(44.9%)
	新卒採用人数(人)	25	29	38	24	27
	男性(比率)	14(56.0%)	14(48.3%)	16(42.1%)	8(33.3%)	13(48.1%)
	女性(比率)	11(44.0%)	15(51.7%)	22(57.9%)	16(66.7%)	14(51.9%)
キャリア採用人数(人)	55	42	66	57	57	
男性(比率)	32(58.2%)	24(57.1%)	32(48.5%)	24(42.1%)	27(47.4%)	
女性(比率)	23(41.8%)	18(42.9%)	34(51.5%)	33(57.9%)	30(52.6%)	
中途採用比率(%)	44	63	64	70	68	
平均年齢	32歳5ヵ月	31歳5ヵ月	30歳8ヵ月	31歳6ヵ月	30歳10ヵ月	
平均勤続年数	全体 8年4ヵ月	7年5ヵ月	6年6ヵ月	6年6ヵ月	6年7ヵ月	
平均年間給与(円)	5,199,726	5,372,259	5,426,606	5,586,469	5,915,259	
管理職に占める女性比率(%)	7.7	7.7	7.6	8.6	10.2	

## 環境

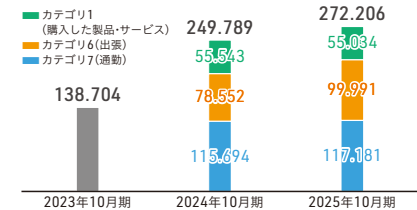
### ■ 温室効果ガス排出量 (t-CO<sub>2</sub>)

#### Scope1 + Scope2



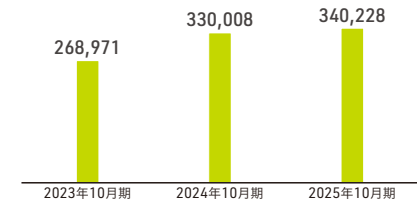
※Scope2はマーケット基準に基づき算定 ※Scope1は使用なし  
※原単位は売上高1円当たりの排出量です

#### Scope3



※2023年10月期以前と、2024年10月期以降で、算出範囲が異なります。

### ■ 電気使用量 (kWh)



# 会社情報・株式情報 (2025年10月31日現在)

## 会社概要

商号	株式会社学情		
本社所在地	東京都中央区銀座6-10-1 GINZA SIX9階		
代表者	代表取締役会長 中井清和		
	代表取締役社長 中井大志		
設立	1977(昭和52)年11月		
資本金	15億円		
事業内容	就職情報事業		
従業員数	407人		
事業所	本社	〒104-0061 東京都中央区銀座6-10-1 GINZA SIX9階	
	大阪本社	〒530-0001 大阪市北区梅田2-5-10 学情梅田コンパス	
	名古屋支社	〒460-0003 名古屋市中区錦2-20-15 広小路クロスタワー12階	
	京都支社	〒600-8007 京都市下京区四条通東洞院東入立売西町60 日本生命四条ビル5階	
	福岡支社	〒812-0011 福岡市博多区博多駅前2-1-1 福岡朝日ビル8階	
ホームページ	<a href="https://company.gakujo.ne.jp">https://company.gakujo.ne.jp</a>		

## 加盟団体

一般社団法人 日本経済団体連合会	日本就職情報出版懇話会
公益社団法人 全国求人情報協会	公益財団法人 森林文化協会
一般社団法人 日本人材紹介事業協会	

## 外部評価

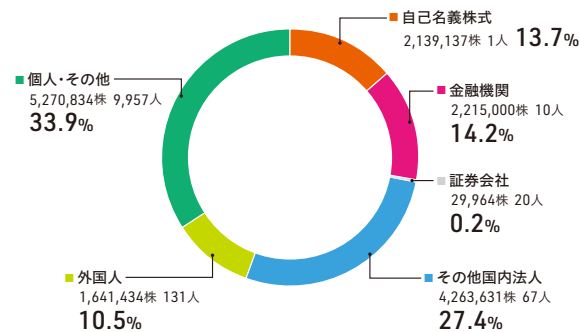


## 株式の基本情報

発行可能株式総数	50,240,000株
発行済株式総数	15,560,000株
株主総数	10,186人
上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場
株式公開日	2002年5月31日 (JASDAQ証券取引所)
証券コード	2301
1単元の株式数	100株
事業年度	毎年11月1日から翌年10月31日まで
定時株主総会	毎年1月開催

## 株主構成比

※パーセンテージは所有株式数の割合  
小数点以下第2位を四捨五入



## IRに関する活動状況

国内機関投資家とのミーティング・電話会議：84回  
海外機関投資家とのミーティング・電話会議：28回  
決算説明会：2回

- 詳細はIRサイトへ
- IRメール配信のご登録はこちらから

<https://company.gakujo.ne.jp/ir/>  
<https://www.magicalir.net/2301/mail/index.php>



見やすいユニバーサルデザイン  
フォントを採用しています。