

第32回 福証IRフェア オンライン資料

2022年11月30日

 メディア総研株式会社

(東証グロース、福証Q-Board：9242)

目次

1. 会社概要	P 3
2. ビジネスモデル	P 7
3. 高専について	P12
4. 成長戦略	P18
5. 2022年7月期業績	P27
6. 中期経営計画	P37

1. 会社概要

Mission

社是

不可能を可能に

経営理念

イノベーションとイノベーション人材で世界をフラットにする。

我々は「就職活動が景気動向や企業の採用環境に依存しない社会を作る」という命題の実現のために、高専生を中心とした理工系学生の就職活動支援に注力しております。

会社概要

商号	メディア総研株式会社
事業内容	就職関連事業の企画・運営・実施等
本社所在地	福岡県福岡市中央区大名二丁目8番1号(肥後天神宝ビル6階)
代表者	田中浩二(代表取締役社長)
設立日	1993年3月9日
売上高	776百万円(2022年7月期)
資本金	236百万円
従業員数	35名(2022年7月31日時点)

特徴

女性が活躍している会社

- 女性従業員**18名**(従業員比率**51.4%**)
- えるぼし「認定段階3」取得



経営陣

代表取締役社長 田中 浩二



1993年3月に福岡県福岡市において、進学情報誌の発行、印刷物の企画制作等を目的としてメディア総研株式会社を設立。2006年10月より「理工系業界研究セミナー」、2009年3月より「高専生のための合同会社説明会」をスタートし、現在の当社イベントの仕組みを構築する。

取締役副社長（システム部・企画制作部担当） 野本 正生



2006年11月に福岡県福岡市において、WEB制作、WEBコンサル等を目的として株式会社マグネッツを設立。就職活動イベントという一見アナログな事業領域にWEBやITを融合する可能性に共感し、2019年6月に当社と合併を行う。
システム部担当取締役として、当社のWEBやITを用いた戦略の中心的存在となり、事業を進める。

取締役（管理部担当） 谷口 陽子

取締役（営業部担当） 新潟 真也

社外取締役 吉行 亮二

常勤監査役 門司 明子
(税理士)

社外監査役 吉居 大希
(公認会計士)

社外監査役 榎本 美穂
(弁護士)



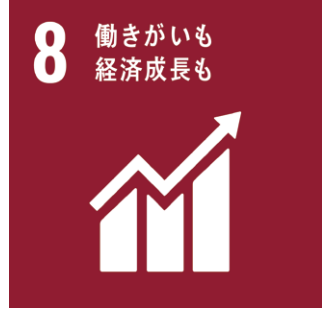


特徴

- 年齢構成 **30～60歳台**
- 女性役員 **3名 (37.5%)**

沿革

年月	沿革	
1993年 3月	福岡県福岡市中央区大名において進学情報誌の発行、印刷物の企画制作等を目的としてメディア総研株式会社設立	「ヒューマン ネットワーク」 構築期
2005年 3月	東京支店を東京都港区芝浦に開設	
2006年 10月	就職活動イベントとして関東地区において当社主催「理工系業界研究セミナー」を開催	
2009年 3月	就職活動イベントとして当社主催「高専生のための合同会社説明会」を開催	
2009年 6月	企画制作として「就活生のための22ヶ月手帳（現大学別就活手帳）」を出版	
2014年 12月	企画制作として「高専生のための合同会社説明会公式ガイドブック」を発行	
2017年 9月	東京事業所を現在の東京都千代田区有楽町へ移転	
2019年 6月	WEB制作に関する事業基盤の拡充を目的として株式会社マグネッツを吸収合併	
2020年 1月	本社を現在の福岡市中央区大名へ移転	
2020年 7月	企画制作としてWEBマガジン「月刊高専」を開始	
2021年 9月	東証マザーズ（現 東証グロース）、福証Q-Boardに株式上場	
2021年 10月	高専生向けナビサイト「高専プラス」就職情報リリース	
2021年 12月	高専学内向け「キャリアサポートシステム」リリース	
2022年 4月	高専生向けナビサイト「高専プラス」進学情報リリース	
2022年 10月	転職情報サイト「転職スイッチ」リリース	
2022年 10月	大阪事業所を大阪市西区立売堀に開設	

SDGsの取り組みについて

目標	内容
 <p>4 質の高い教育をみんなに</p>	<p>当社は、高等専門学校から大学・大学院に編入・進学する学生に対して、当社の運営する「高専プラス」に大学・学科・研究室等の各種進学情報を掲載することにより、各学生に合った進路選択が行える機会を提供し、編入・進学後の質の高い教育や研究環境を享受してもらいたいと考えております。</p>
  <p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p> <p>8 働きがいも経済成長も</p>	<p>当社が、安定的な成長をするためには、社員1人ひとりが能力を発揮することが重要であると考えております。特に当社は、女性従業員比率が高いため、産前産後休業・育児休業からの復帰を後押しするための「短時間正社員制度」を設けております。</p> <p>また、社員の働きがいやワークライフバランスを支援する「セルディー制度」を設け、「自己啓発」「健康増進」「余暇充実」の支出に関する補助を行うなど、今後も環境整備を行って参ります。</p>
  <p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p> <p>10 人や国の不平等をなくそう</p>	<p>当社は、「不可能を可能に」という社是と「イノベーションとイノベーション人材で世界をフラットにする。」という経営理念を掲げ、今後の技術革新を担う理工系学生を中心とする求職者に対して、「就職活動が景気動向や企業の採用環境に依存しない社会を作る」という命題実現のため、就職活動イベントや各種サービスの実施に取り組んでおります。</p> <p>また、当社の運営するWEBマガジン「月刊高専」は、高専教員の方々を中心に研究内容を一般の方でも判り易い文章で発信することで、技術革新を支援していきたいと考えております。</p>

2. ビジネスモデル

当社事業の特徴

1. **高専生を中心とした理工系学生**の
就職活動支援に特化
(高専生を対象とした就活イベントTOPシェア)
2. **理工系教員とのヒューマンネットワーク**を基盤とし
DX (IT、WEB)を融合した事業を展開

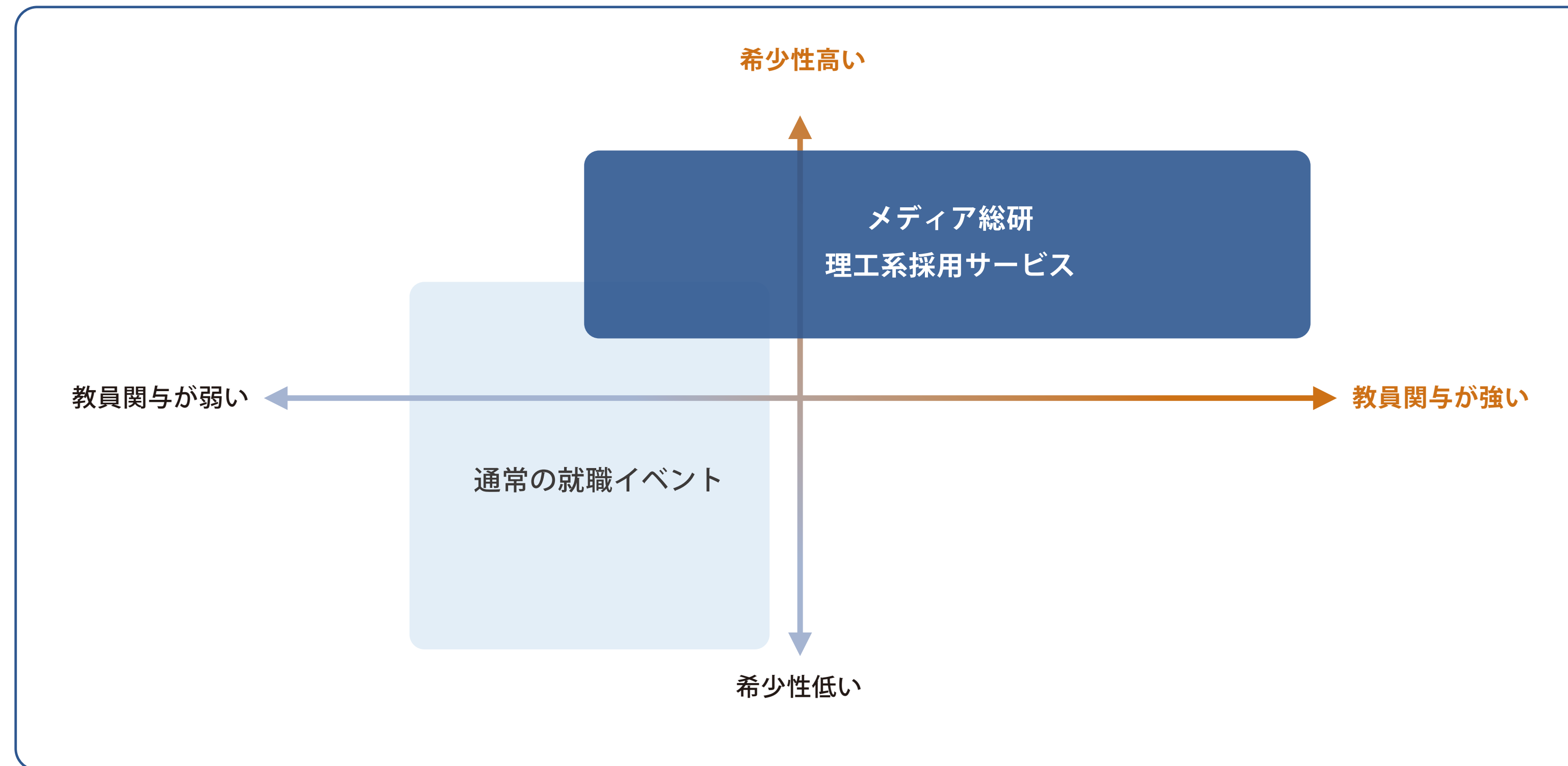
当社の事業

当社は、高専生を中心とした理工系学生に対して就職支援活動を行っており、主にイベントを通じて参加企業や学校より収益を得ていることから、「学生イベント事業」の単一セグメントとしており、そのサービス内容から「就職活動イベント」「企画制作」の区分を設けています。



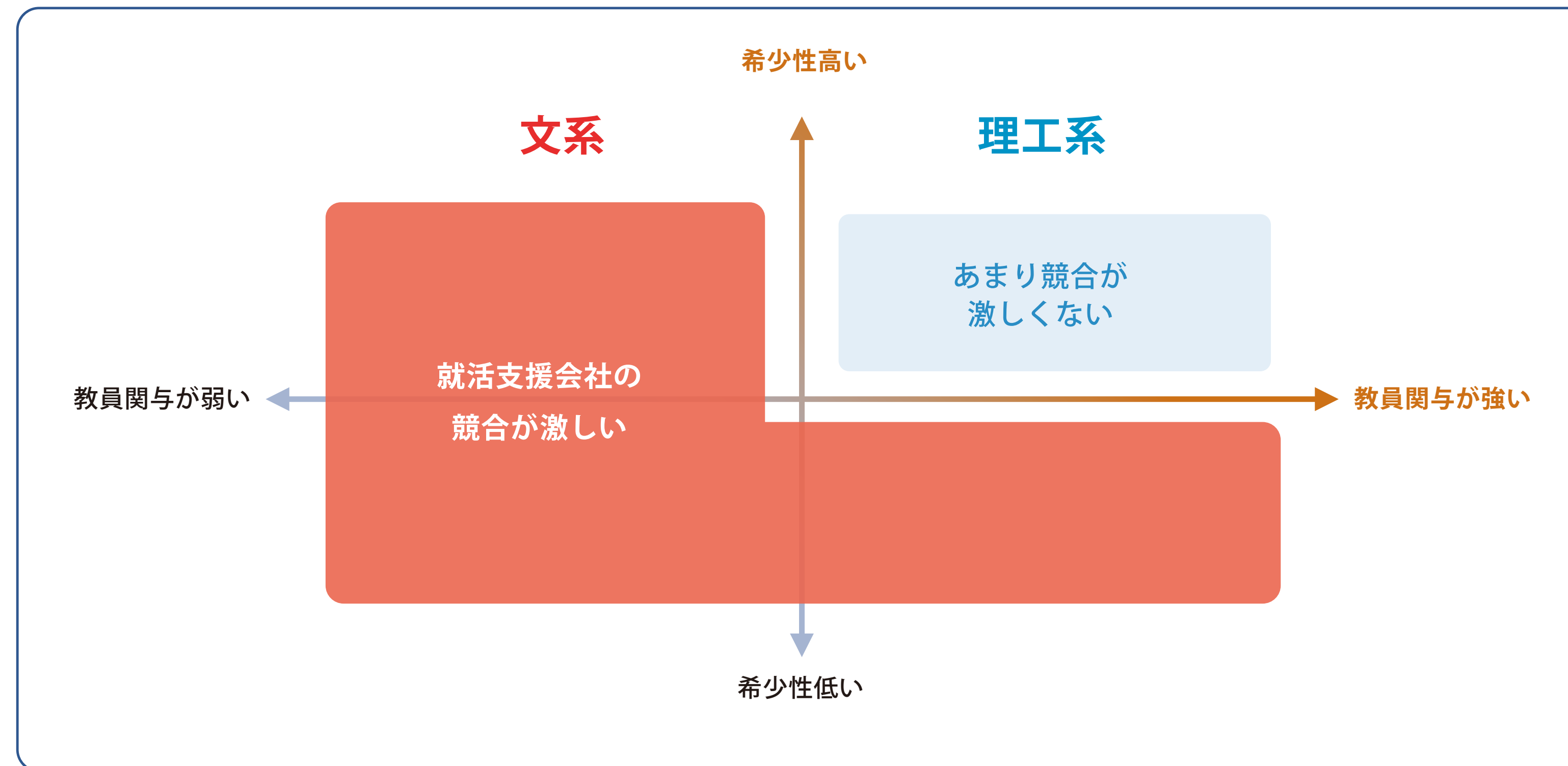
当社の理工系採用サービス①

- 希少性の高い高専生または国立大学の理工系学生は就職に対する教員の関与が強いため、個人の意思で自由に参加できる通常の就職イベントにはあまり参加しない傾向にあります。
- 当社イベントについては、当社と教員とのヒューマンネットワークから多くの理工系学生が参加する傾向にあります。



当社の理工系採用サービス②

- 当社は、あまり競争が激しくない希少性の高い理工系学生を中心とした就職市場をターゲットとしています。



3. 高専について

高専（高等専門学校）とは

独立行政法人国立高等専門学校機構（以下、「高専機構」）は、社会が必要とする技術者を養成するため、中学校の卒業生を受け入れ、5年間一貫の技術者教育を行う高等教育機関として、現在、51校55キャンパスの国立高等専門学校を設置しています。

また、現在公立3校、私立3校の、計57校の高専が設置されています。

なお、2023年4月には、私立「神山まるごと高等専門学校」が新たに開学します。

高等専門学校は、優秀な技術者を卒業生として送り出し、50年以上にわたって、ものづくり大国である日本を支えてきた実績があります。

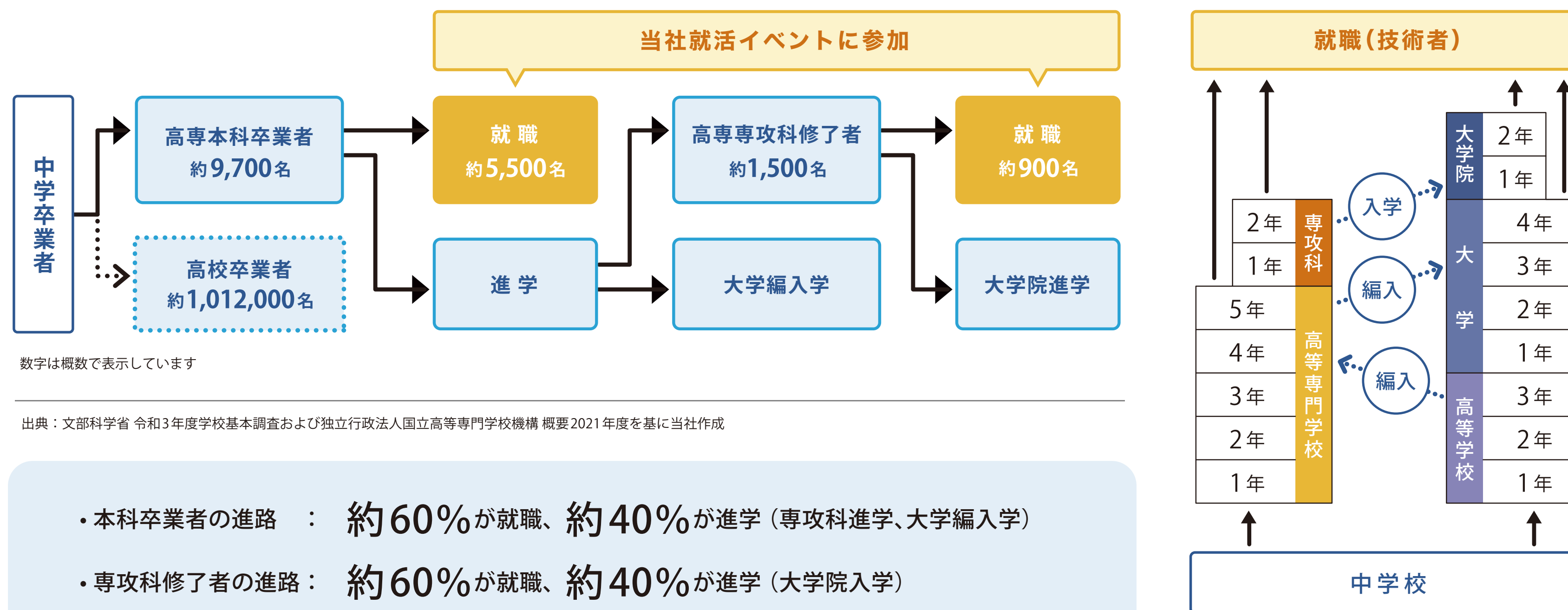
高専で学べる専門科目

- 01 機械系学科 材料系学科
- 02 電気・電子系学科
- 03 情報系学科
- 04 化学・生物系学科
- 05 建設系学科
- 06 建築系学科
- 07 商船系学科
- 08 社会的ニーズに対応した分野の学科



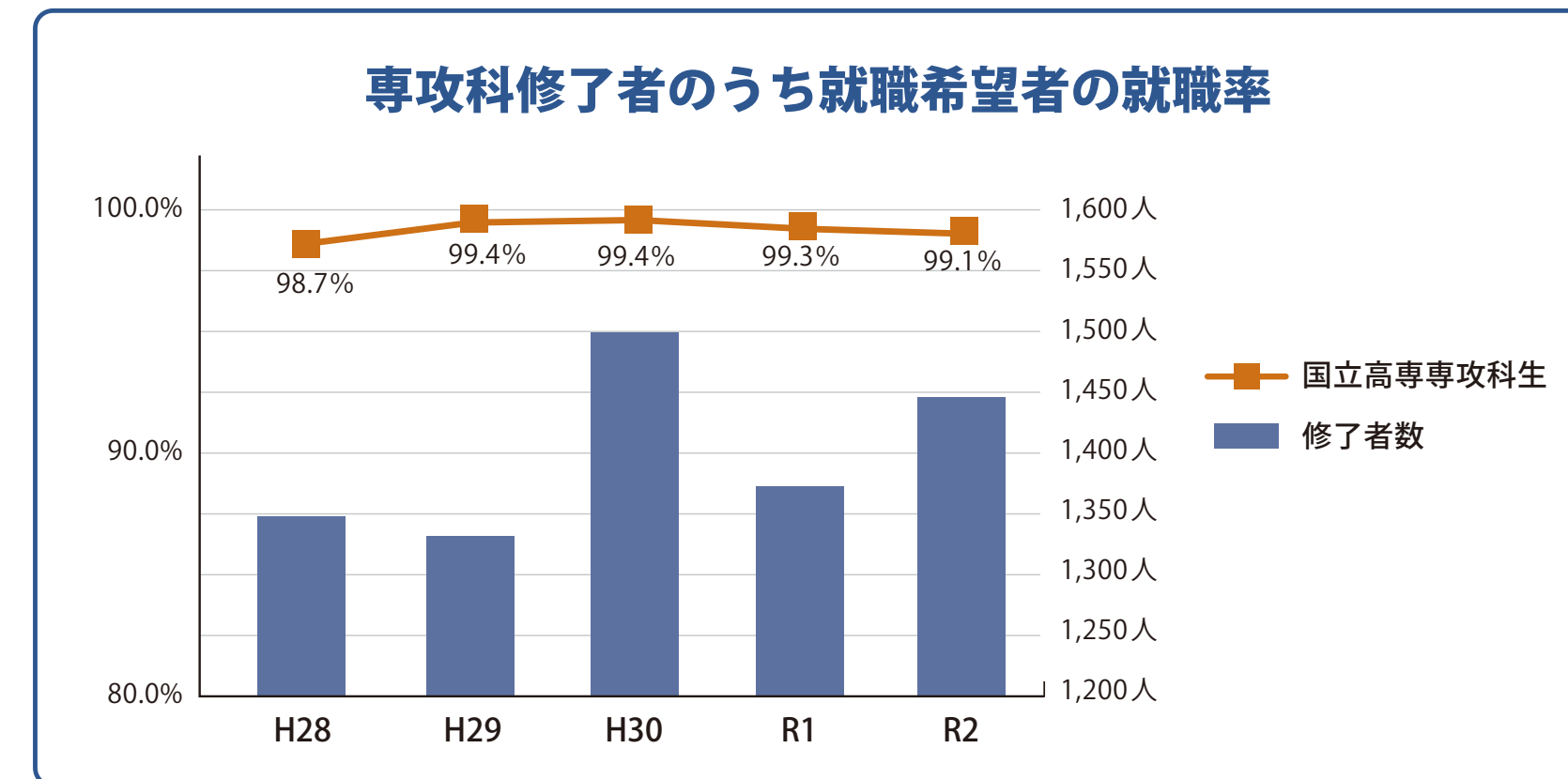
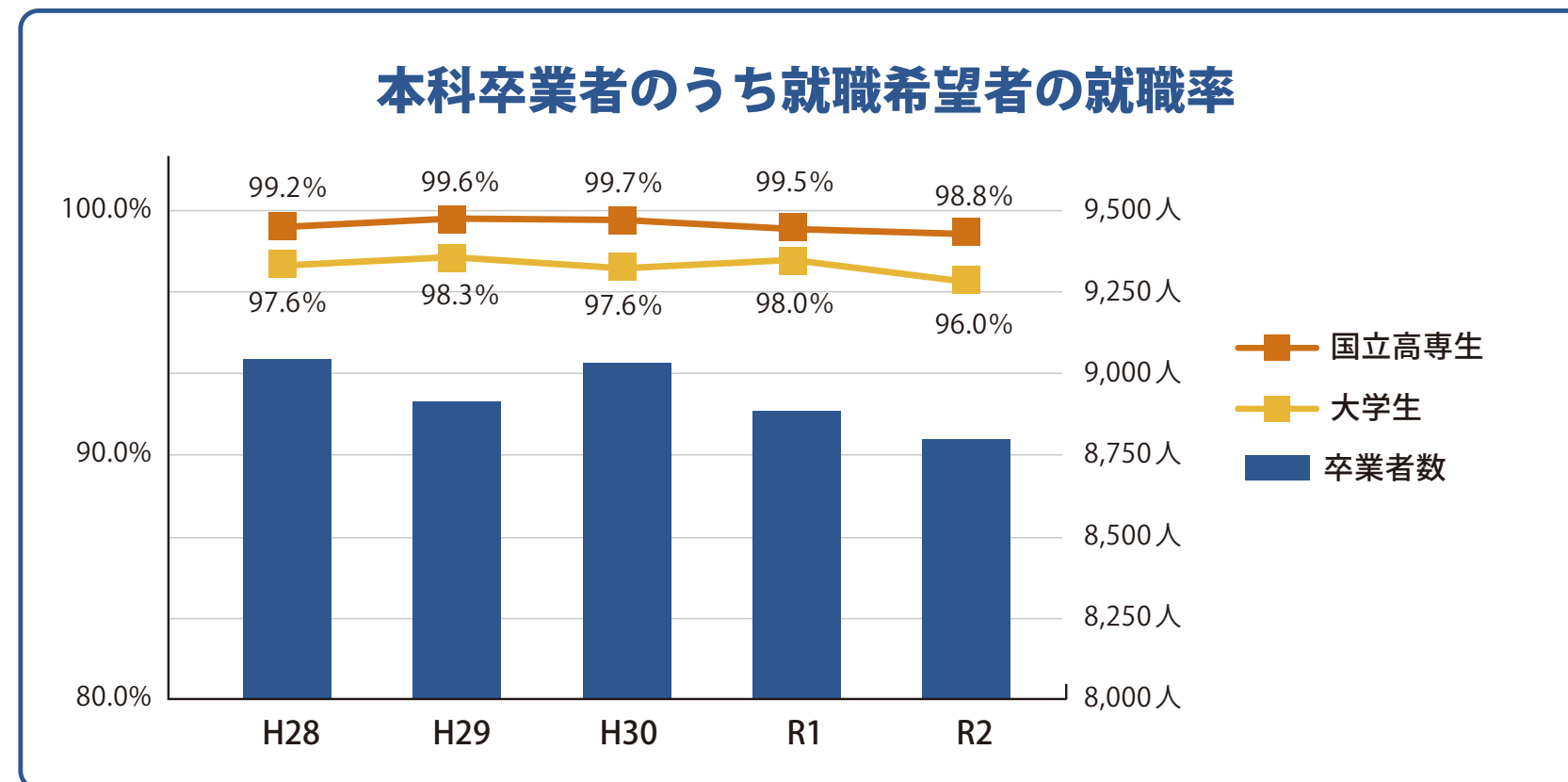
高専生の進路

- 高等専門学校では、5年制の教育機関を本科と呼び、就職せずに専門的知識・技術を更に高める教育課程として専攻科が設置されています。本科卒業後は大学編入学（主に3年次編入学）、専攻科修了後は大学院へ進学するキャリアパスも用意されています。



高専生採用ニーズの高さ

- 高等専門学校（本科・専攻科）の卒業・修了者数は、ここ数年、一定の水準で推移しており、その就職率は大学卒業者を上回りほぼ100%となっており、就職先は、大部分が大手メーカーなどの優良企業となっています。



出典：独立行政法人国立高等専門学校機構 概要 (2021年度)

- 全国の高等専門学校はホームページ等で就職状況を公表しており、以下に示すように、本科生で約30～35倍、専攻科生に至っては、約50～90倍の求人倍率となっています。

	2022年3月卒	
	本科生	専攻科生
舞鶴工業高等専門学校	35.5倍	93.3倍
久留米工業高等専門学校	31.0倍	54.3倍

出典：舞鶴工業高等専門学校、久留米工業高等専門学校ホームページ

- 新型コロナウイルス感染症等の影響を加味しても、主力のサービス領域である就職活動イベントにおいて、旺盛な高専生採用ニーズは続くものと考えています。

高専生を採用している優良顧客

2022年7月期取引社数

顧客数

1,231社

FUJIFILM

Panasonic

LIXIL

AsahiKASEI

AGC

DENSO
Crafting the Core

SUNTORY

OMRON

SONY

JR
JR東海

TEIJIN

FUJITSU

TOSHIBA

idemitsu

NTT

関西電力
power with heart

大阪ガス
Daigas
Group

TOKYO GAS

TORAY
Innovation by Chemistry

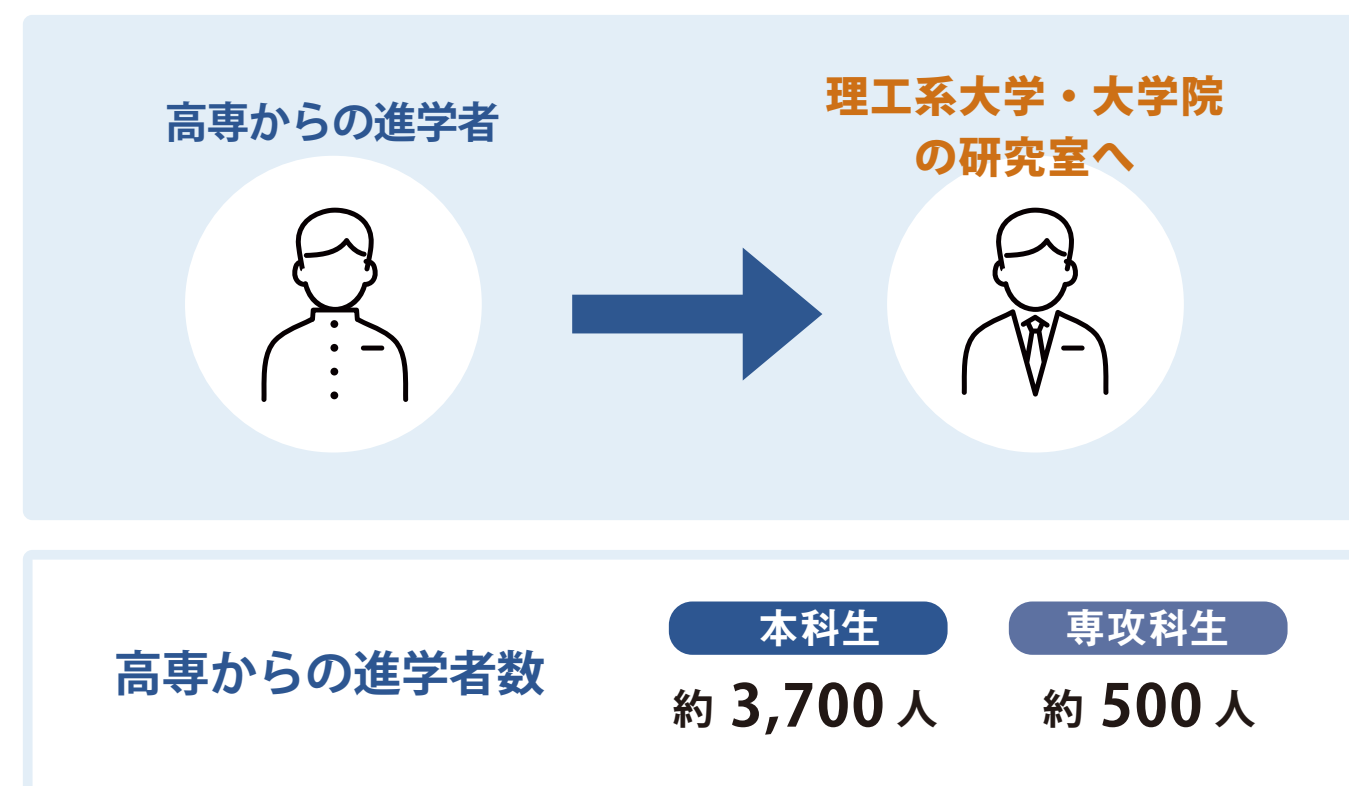
SoftBank

東急建設
TOKYU CONSTRUCTION

お口の恋人
LOTTE

大学及び大学院研究室の高専生獲得ニーズ

- 近年、大学及び大学院の研究室では、優秀な学生の獲得競争が行われており、高等専門学校から国立大学・大学院への編入学、入学が待ち望まれています。
- 当社の既存領域である高等専門学校及び高専生の囲い込みの延長線上に、高専生が進学する国立大学を中心とする理工系大学の研究室があり、今後、当社の領域になると考えています。



有名国立大学も高専生の獲得に動いています。

高専生対象

メディア総研(株)主催

オンライン開催 学科専攻不問

進学・インターンシップセミナー 北海道大学編

日時 ▶ 2022年6月15日(水) 16:30～17:30

主な大学への編入学状況

大学名	人数(人)	大学名	人数(人)
	R2		R2
豊橋技術科学大学	310	山梨大学	21
長岡技術科学大学	284	宇都宮大学	20
九州大学	68	広島大学	20
九州工業大学	64	茨城大学	19
東京農工大学	63	千葉工業大学	18
千葉大学	51	東京大学	17
筑波大学	50	横浜国立大学	17
岡山大学	49	東京都立大学	17
大阪大学	44	秋田大学	16
信州大学	43	和歌山大学	16
京都工芸繊維大学	35	愛媛大学	16
熊本大学	33	神戸大学	15
金沢大学	32	香川大学	15
北海道大学	31	大阪府立大学	14
東京工業大学	30	岩手大学	13
新潟大学	30	静岡大学	12
岐阜大学	30	東京海洋大学	12
名古屋大学	30	北見工業大学	11
三重大学	30	名古屋工業大学	11
東北大学	29	徳島大学	11
群馬大学	29	佐賀大学	11
電気通信大学	28	山形大学	9
福井大学	24	奈良女子大学	9
室蘭工業大学	21	富山大学	9
鹿児島大学	21	京都大学	8

主な大学院への進学状況

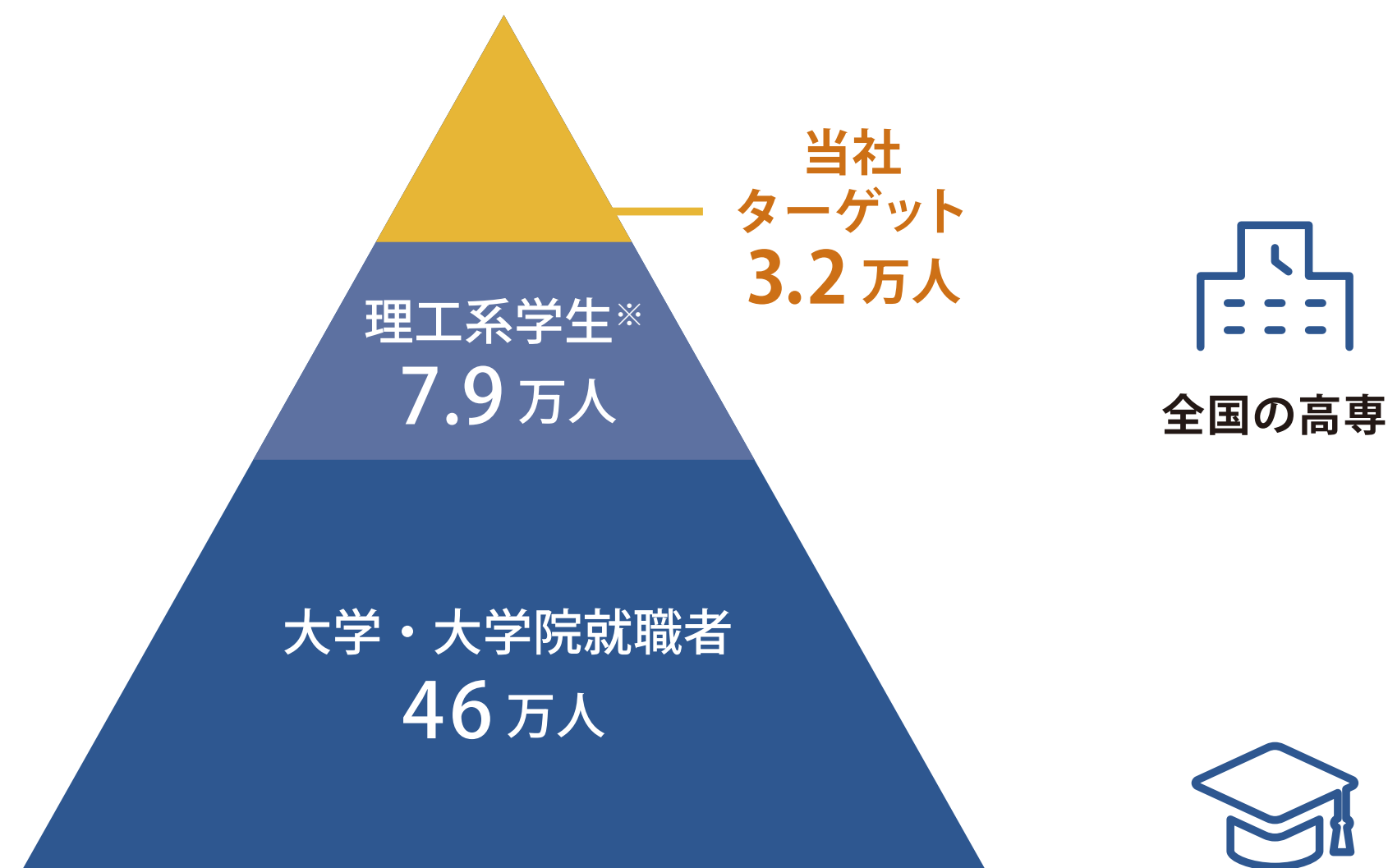
大学院名	人数(人)
	R2
東京工業大学大学院	43
九州大学大学院	43
奈良先端科学技術大学院大学	39
東北大学大学院	38
北海道大学大学院	26
筑波大学大学院	26
北陸先端科学技術大学院大学	21
長岡技術科学大学大学院	19
東京大学大学院	16
九州工業大学大学院	15
豊橋技術科学大学大学院	15
電気通信大学大学院	10
大阪大学大学院	8
広島大学大学院	8
熊本大学大学院	8
名古屋大学大学院	7
横浜国立大学大学院	6
金沢大学大学院	5
早稲田大学大学院	5
茨城大学大学院	4
京都大学大学院	4
神戸大学大学院	4
総合研究大学院大学	4
東京都立大学大学院	4
山口大学大学院	3

出典：独立行政法人国立高等専門学校機構概要 2021年度

4. 成長戦略

希少性の高い高専を中心とする理工系人材

当社がターゲットとする高専生 及び
 国立大学を中心とする理工系大学生の数 年間**32,000人**



※ 当社は、主に企業が求める「機械・電気電子・情報」を専攻している以下の学生を理工系学生と定義しています。
 機械工学、電気通信工学、土木建築工学、応用化学、応用理学、原子力工学、鉱山学、金属工学、繊維工学、船舶工学、航空工学、経営工学、工芸学、数学物理他

高専生の就職・進学者数

出典：文部科学省令和3年度学校基本調査及び独立行政法人
 国立高等専門学校機構概要2021年度を基に当社作成

	就職者数	進学者数
高専生（本科）	高専生の 約5,500人	約3,700人
高専生（専攻科）	約6割が就職 約900人	約500人

理工系大学生の就職者数

出典：文部科学省学校基本調査（令和3年度）

	国立大学	公立大学	私立大学
大学生	約9,000人	約3,000人	約39,000人
大学院生	約17,000人	約2,000人	約9,000人

当社のシェア

当社がターゲットとする高専生 及び
国立大学を中心とする理工系大学生の数 年間**32,000人**

当社イベント参加者数

高専生（本科・専攻科合計）	約4,000人
理工系大学生・大学院生	約1,000人
合計	約5,000人

現在5,000人 / 32,000人 ≒ 約15%の
理工系学生にリーチできています。



今後は、残りの**85%**を開拓していきます。

理工系学生の範囲

当社は、主に企業が求める「機械・電気電子・情報」を専攻している以下の学生を理工系学生と定義しています。

・機械工学、電気通信工学、土木建築工学、応用化学、応用理学、原子力工学、鉱山学、金属工学、繊維工学、船舶工学、航空工学、経営工学、工芸学、数学物理他

成長戦略

1. 高専生向けサービスの安定化
2. 高専ビジネスを大学につなげる
3. 理工系大学イベントの拡大
4. 転職市場への参入

DX（IT・WEB）の活用

1. 高専生向けサービスの安定化（更なる収益化と参入障壁を高める）

① 高専プラス（2021年10月稼働開始）

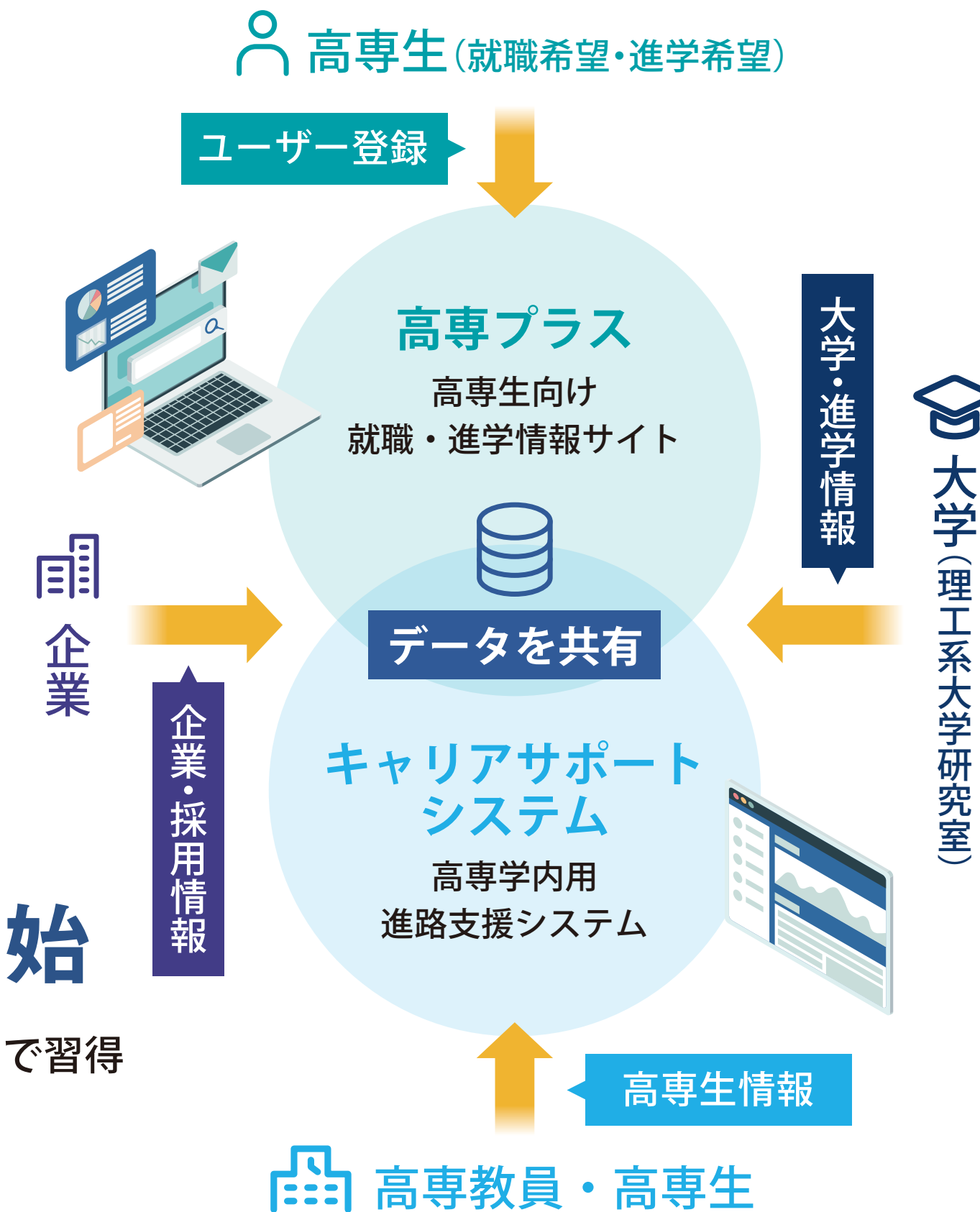
- 高専生向けの情報ナビサイト
- 就職情報だけでなく、大学進学者向けの進学情報を掲載することにより、すべての高専生に活用してもらえる
- 企業は、年間を通して就職情報の掲載が可能となる

② キャリアサポートシステム（2021年12月稼働開始）

- 高専13校で導入されていた就職システムを、当社が開発したシステムで提供を開始
- 2022年7月31日現在16校17キャンパスで導入済

③ 高専プラス有給インターン(仮称)の開始

- 高専プラス内に有給インターン情報の掲載を開始することにより、高専で習得した知識と技術を就職・進学前に実際の業務として経験する機会の創出
- 2023年7月期3Q以降に開始予定



2. 高専ビジネスを大学につなげる (理工系大学教員、研究室とのヒューマンネットワークの拡大)

1 月刊高専の活用

- 高専教員だけでなく高専教員とつながりのある、大学教員・研究室を取材しヒューマンネットワークを拡大する

2022年7月31日現在192記事掲載

2022年7月のPV数42,519



2 高専プラス(進学情報)の活用

- 大学や大学院からの高専生に対する編入・進学ニーズが高いため、高専プラスで進学情報を掲載することにより、大学研究室とのヒューマンネットワークを拡大する



3. 理工系大学イベントの拡大

① 理工系サイト(仮称)の開始

高専プラスの大学生版

2024年7月期以降に開始予定

② 理工系大学イベントの拡充

理工系女子大学生に特化した

「全国リケジョ交流会」の開催



4. 転職市場への参入（背景）

新規学卒就職者の3年以内離職率

中 学	55.0%
高 校	36.9%
短大など	41.4%
大 学	31.2%

出典：厚生労働省「新規学卒就職者の離職状況を公表します」（令和3年10月22日）

高 専

1. これまでの数多くの職員へのヒアリングによると、高専卒業者についても3年以内離職率は大学卒就職者と同等の約3割と認識
2. 高専出身者の転職活動の特徴として、高専時代の指導教員へ相談するケースが多い事を認識

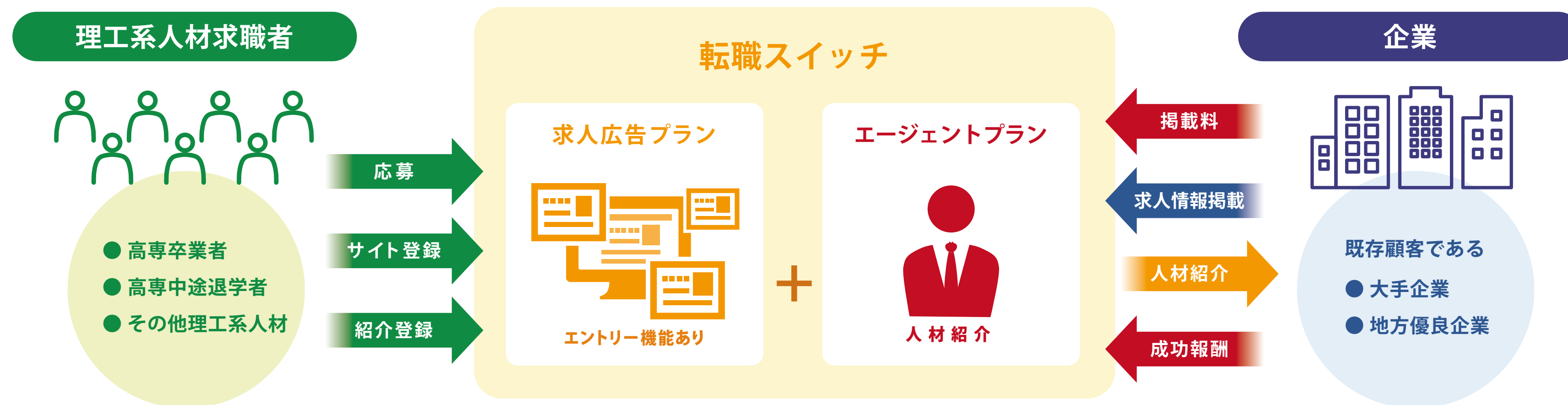
国内の慢性的な理工系人材不足



高専卒業者を中心とした
理工系人材に特化した転職サービス

4. 転職市場への参入

- 高専卒業者の転職活動の特徴として高専教員へ相談するケースが多いため、当社の特色である高専教員とのヒューマンネットワークを活用し、高専卒業求職者の「転職スイッチ」への登録者数を増加させます。
- 毎年一定数存在する高専中途退学者に対しても、当社の特色を生かして登録者数を増加させます。
- 高専関係者以外のその他理工系人材に対しては、webマーケティングを当社リソースにより安価で展開し、登録者数増加をはかります。
- 「転職スイッチ」に中途採用サイトとエージェント機能を持たせることで、人的先行投資を抑えます。
- サービス開始時は、当社既存顧客である高専人材を高評価する大手企業と地方優良企業を中心にラインナップします。



5. 2022年7月期業績

2022年7月期 決算サマリー

前年同期比

「高専プラス」リリース等により、高専生向け就職活動イベントが売上高を牽引

- 売上高 776百万円（前年同期比 +15.6%）
- 営業利益 182百万円（前年同期比 + 2.2%）
- 営業利益率 23.5%（前年同期比 Δ 3.0pt）

安全性指標は、高い数値を維持

- 自己資本比率 87.4%（前年同期比 + 6.4pt）
- 流動比率 718.3%（前年同期比 + 272.5pt）

業績予想比

業績予想値に対して売上高はマイナスとなるも各利益の段階においてはプラスとなった

- 売上高 業績予想比 Δ 7.7%
- 営業利益 業績予想比 +11.3%
- 営業利益率 業績予想比 + 4.0pt

損益計算書（前年同期比）

単位：百万円

	2021年7月期	2022年7月期	前年同期比（%）
売上高	671	776	+15.6%
売上原価	137	172	+25.0%
売上総利益	533	603	+13.1%
販売管理費	355	421	+18.6%
営業利益	178	182	+2.2%
営業利益率	26.6%	23.5%	△3.0pt
経常利益	187	184	△1.3%
当期純利益	137	131	△4.4%

※ 前年度は、新型コロナウイルス感染症の影響から大部分のイベントが「オンライン形式」で開催されましたが、今年度は、一部のイベントが「対面形式」で開催されたため、売上原価が25.0%増加しております。

貸借対照表（前年同期比）

（単位：百万円）

	2021年 7月期	2022年 7月期	増減額	前年比 (%)
流動資産	605	1,094	489	80.9
当座資産	578	1,070	491	84.9
固定資産	107	110	2	2.0
有形固定資産	29	24	△4	△16.8
無形固定資産	26	48	22	82.3
投資その他資産	51	36	△14	△28.9
資産合計	713	1,204	491	68.9
流動負債	135	152	16	12.3
固定負債	—	—	—	—
負債合計	135	152	16	12.3
資本金	64	236	171	265.2
資本剰余金	14	186	171	1,157.9
利益剰余金	497	628	131	26.4
純資産合計	577	1,052	475	82.3
負債及び純資産合計	713	1,204	491	68.9

ポイント

- 自己資本比率：

87.4%（前年同期比 + 6.4pt）

- 流動比率：

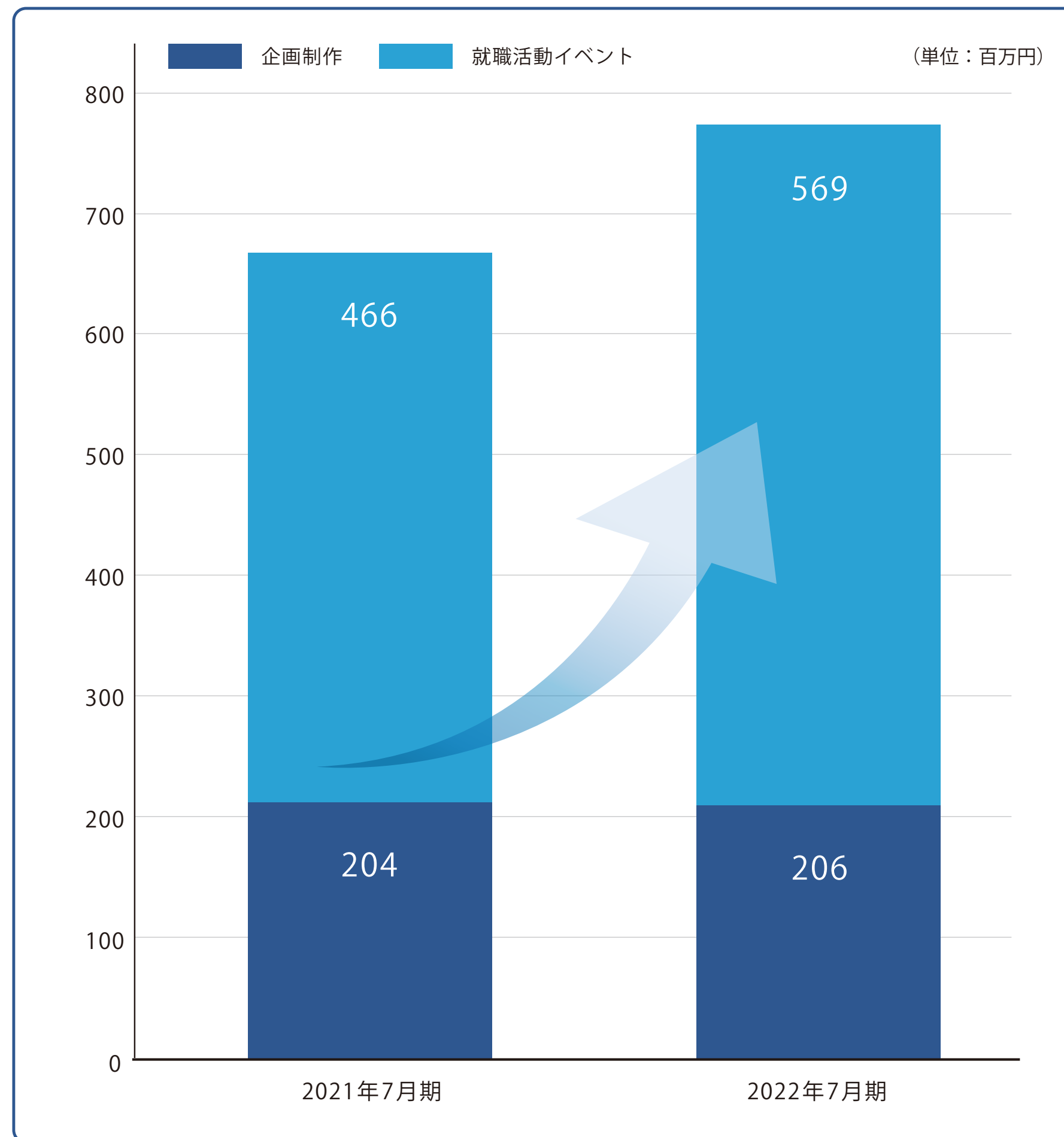
718.3%（前年同期比 + 272.5pt）

（当座比率）：

702.3%（前年同期比 + 276.0pt）

※安全性指標は、高い数値を維持

サービス別売上高（前年同期比）



就職活動イベント

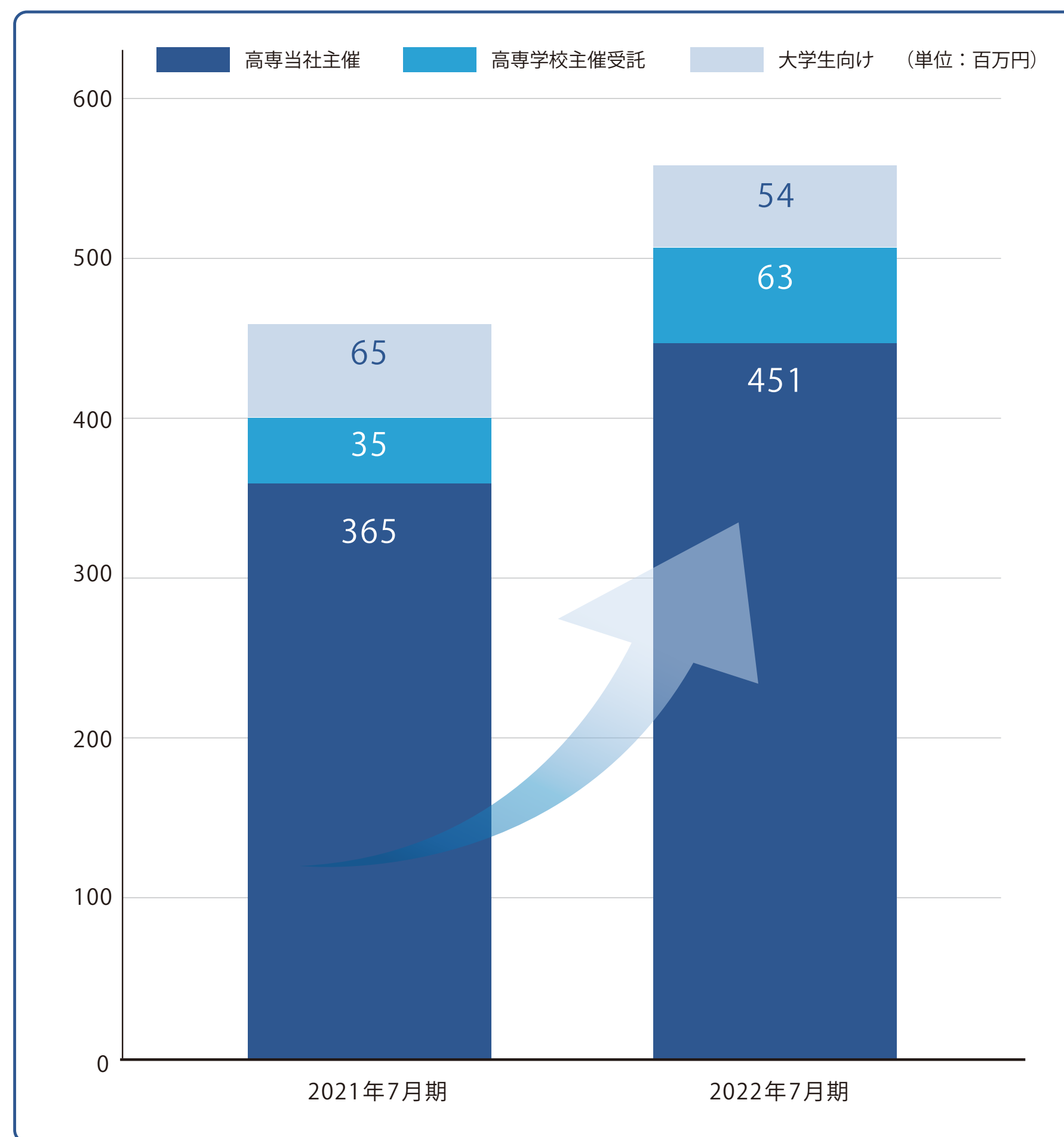
前年比 + 102百万円

企画制作

前年比 + 2百万円

「高専プラス」リリース等により高専生向け就職活動イベントサービスが前年比+114百万円となった

就職活動イベント売上高（前年同期比）



高専生向け就職活動イベント<当社主催型> ／高専プラス

前年比 + 86 百万円

「高専プラス」リリースが寄与

高専生向け就職活動イベント<学校主催受託型>

前年比 + 27 百万円

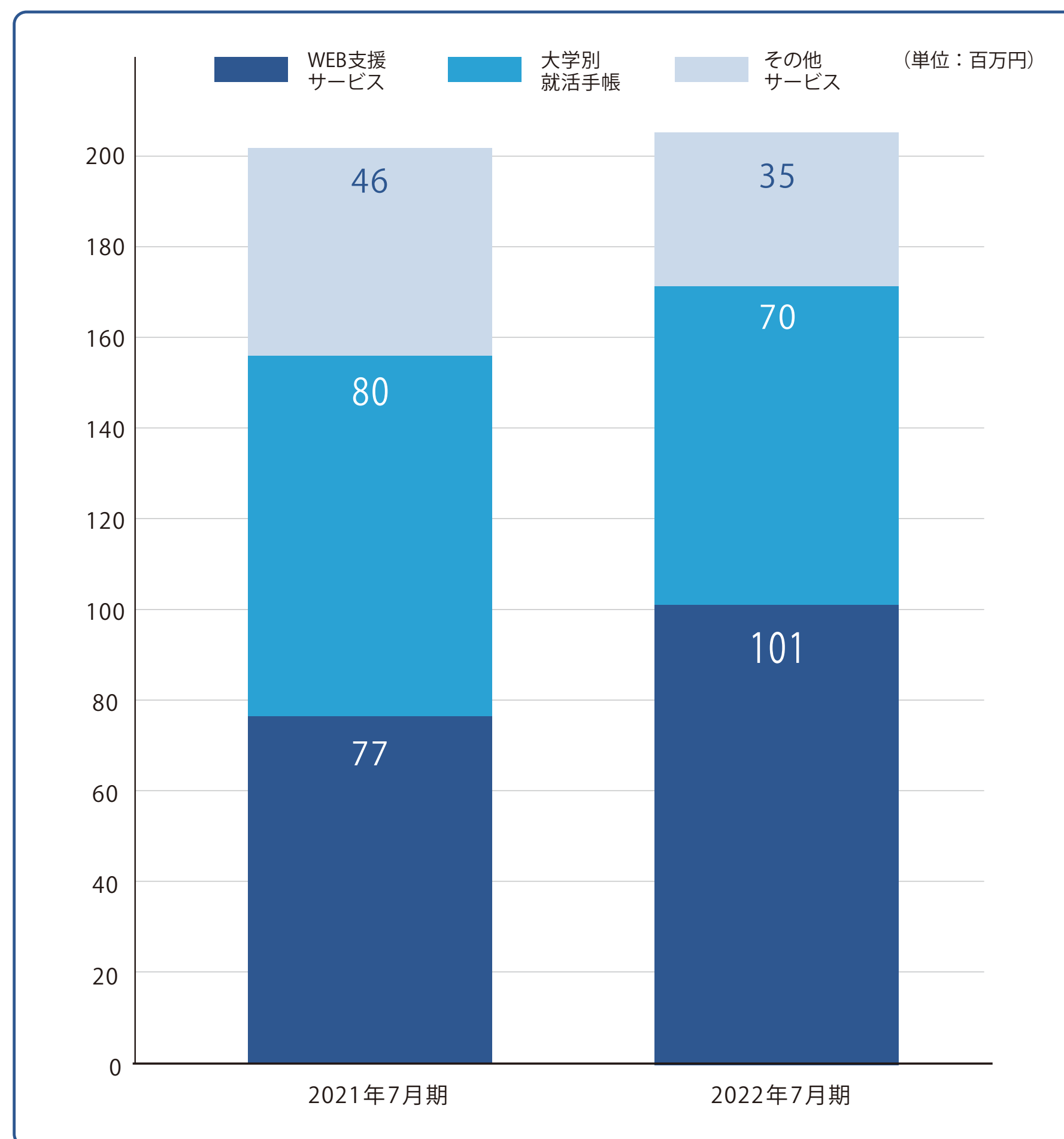
1. オミクロン株急拡大までの学内受託案件を「対面型開催」できたことによる1校当たりの受注額増加
2. 高専機構主催「KOSEN EXPO」初受託

大学生向け

前年比 △ 11 百万円

新型コロナウイルス感染症の影響で「理工系業界研究セミナー」をツアーを活用した対面型開催からオンライン開催に変更したことによる受注減少

企画制作売上高（前年同期比）



WEB支援サービス

前年比 **+ 23百万円**

WEB制作、WEBマーケティング案件増加

大学別就活手帳

前年比 **△ 10百万円**

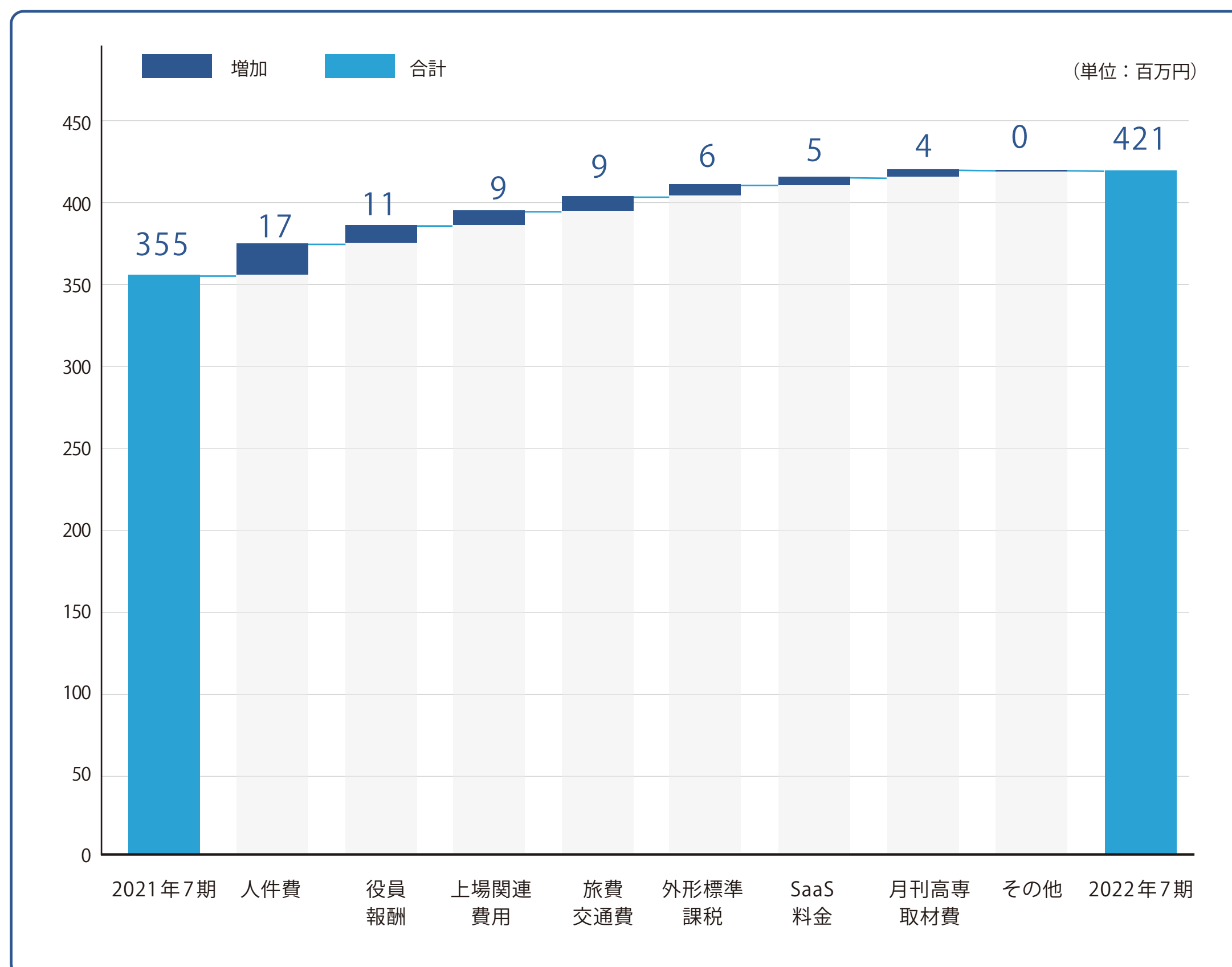
秋納品を中心に受注校数減少

その他サービス

前年比 **△ 11百万円**

「高専プラス」リリースにより、紙媒体の「高専ガイドブック」及び「高専インターンシップガイドブック」の広告収入減少

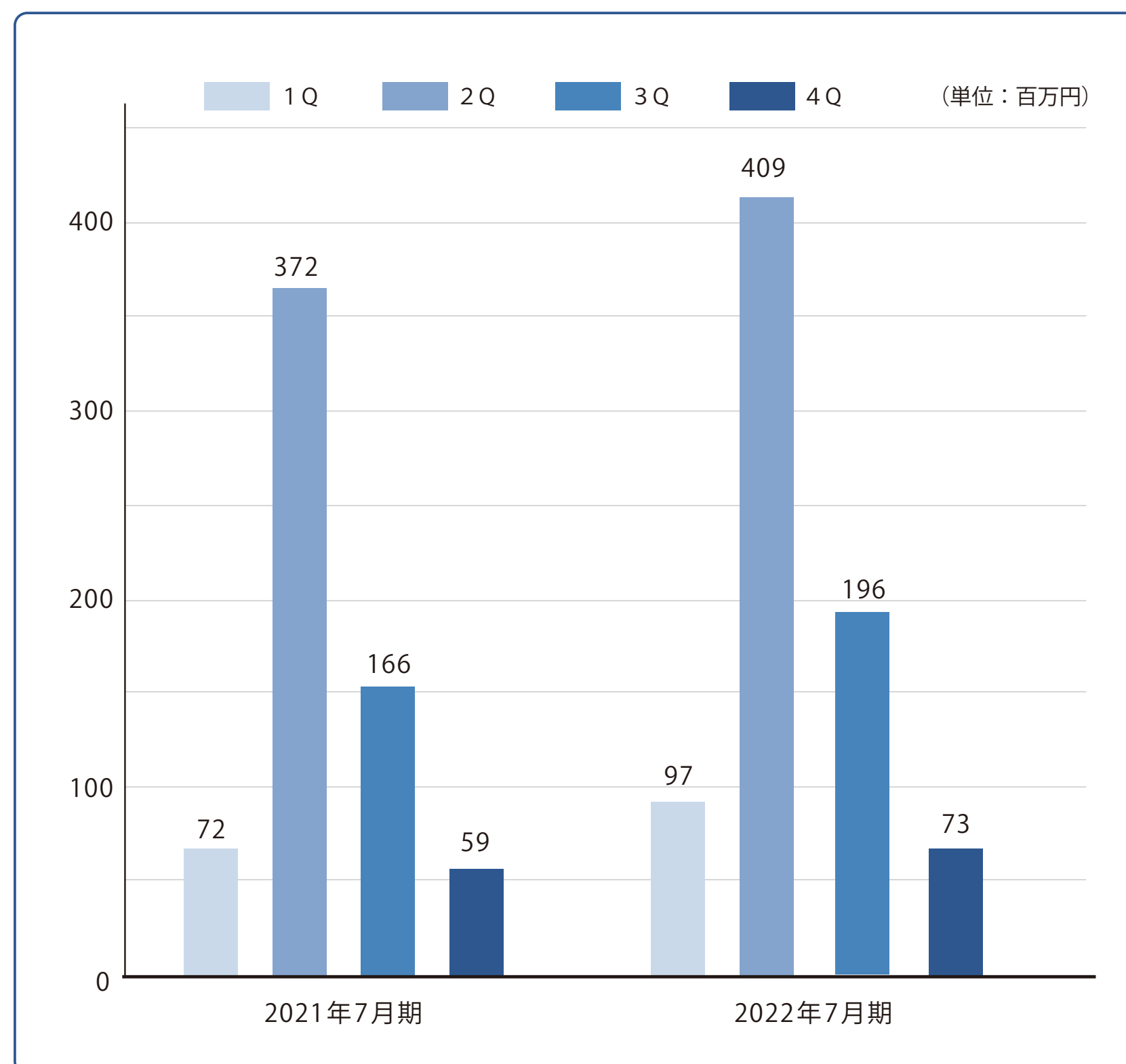
販売費及び一般管理費（前年同期比）



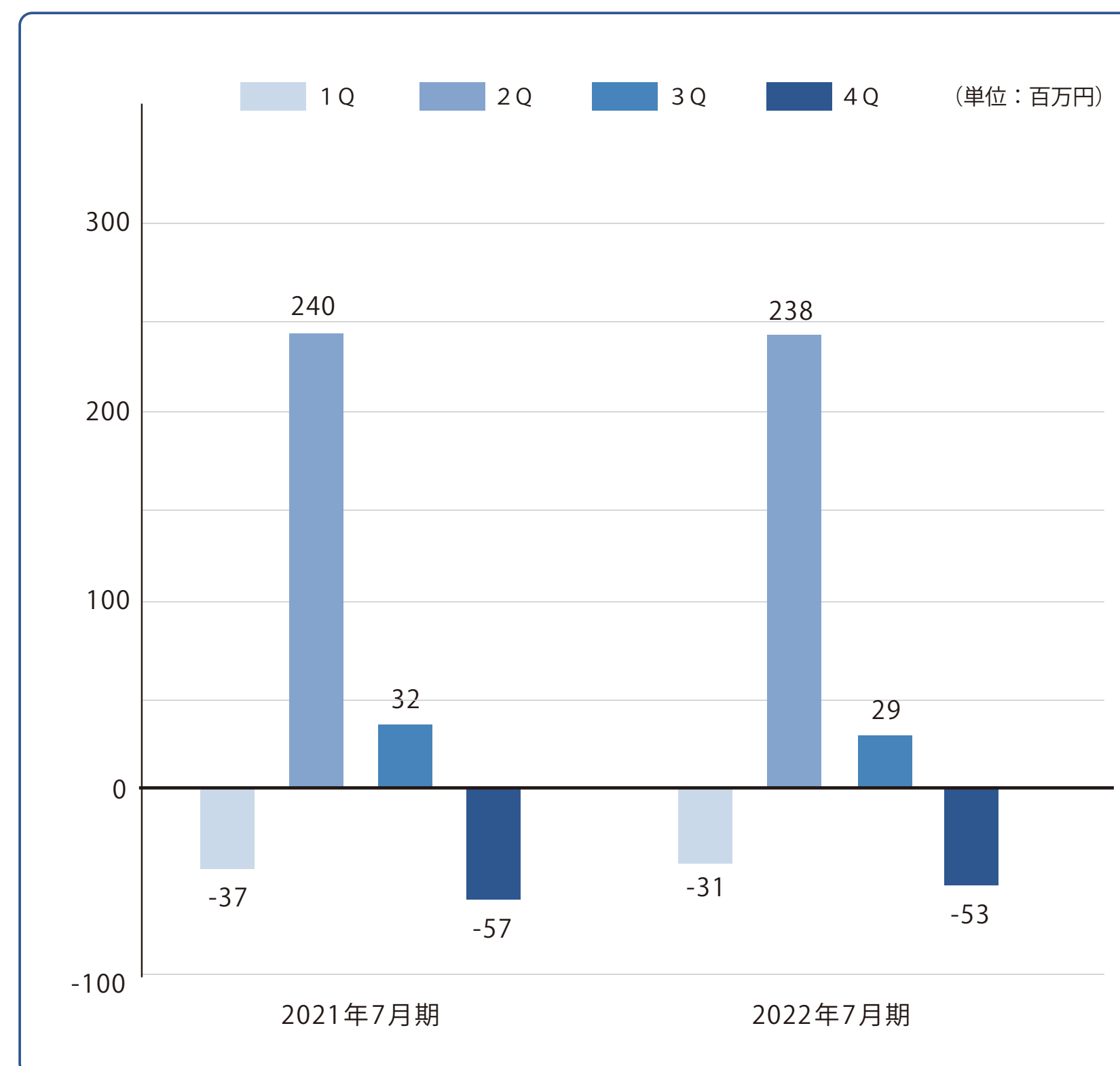
- 人件費の増加 前年比 +17百万円
- 役員報酬の増加 前年比 +11百万円
 - 兼務取締役の専任化 +3百万円
 - 報酬増加 +8百万円
- 上場に伴う費用の増加 前年比 + 9百万円
- 旅費交通費の増加 前年比 + 9百万円
 - 新型コロナに関する移動規制の緩和
- 外形標準課税の増加 前年比 + 6百万円
- SaaS料金の増加 前年比 + 5百万円
- 月刊高専取材費の増加 前年比 + 4百万円
 - 月刊高専今期掲載数192記事増加
(2022年7月31日現在)
- その他の増加 前年比 + 0百万円

各四半期の売上高・営業利益の推移

売上高



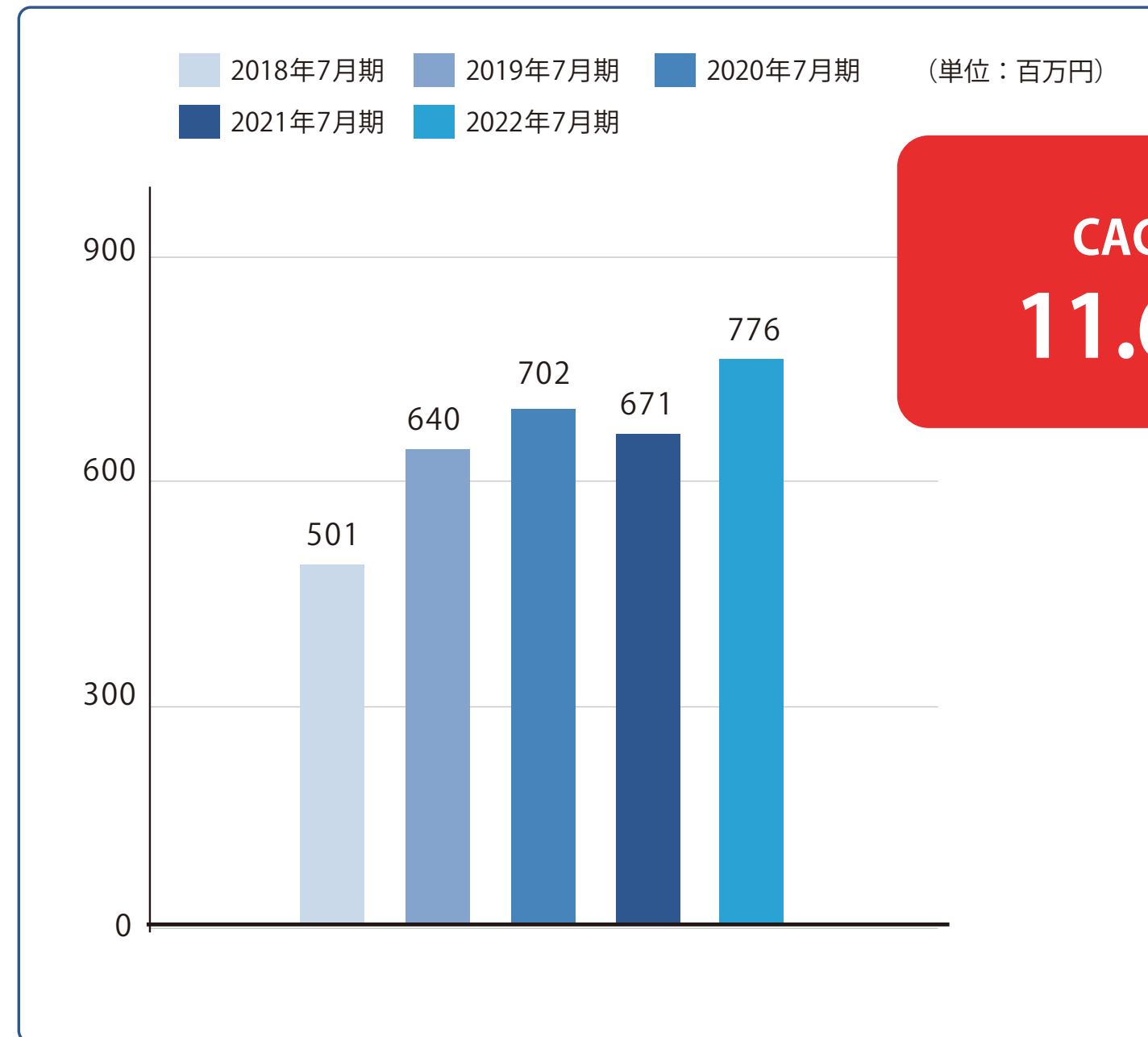
営業利益



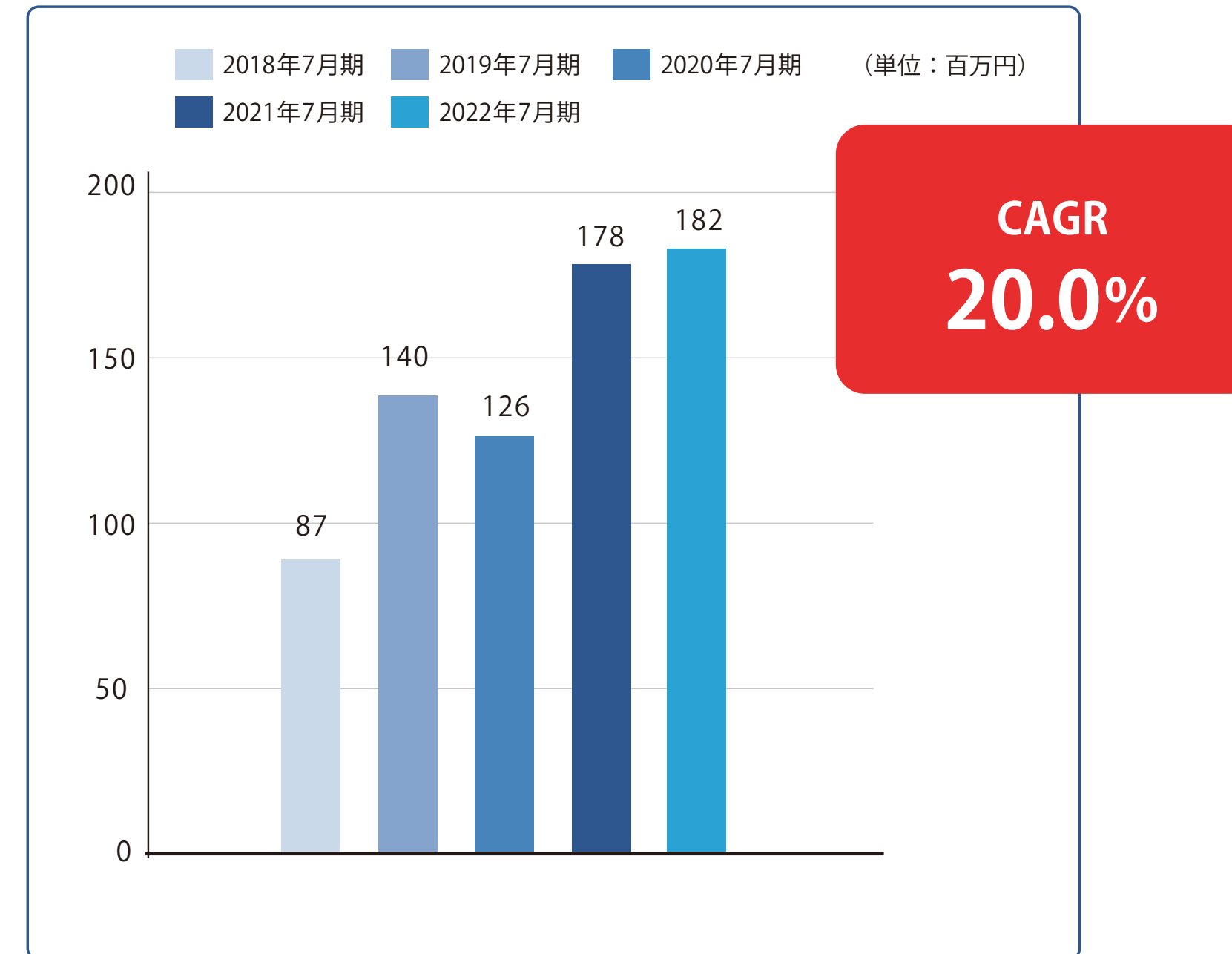
当社は、主たる事業である就職活動イベントの開催日が第2、第3四半期会計期間に集中する傾向があります

年平均成長率 (CAGR)

売上高



営業利益



6. 中期経営計画

計画数値

中期経営計画（主要数値）（単位：百万円）					
	2022年 7月期	2023年 7月期（計画）	2024年 7月期（計画）	2025年 7月期（計画）	
売上高	776	994	1,206	1,472	
（就職活動イベント）	569	782	983	1,237	
（企画制作）	206	211	222	234	
売上原価	172	270	304	344	
売上総利益	603	724	901	1,128	
販売費及び一般管理費	421	520	625	737	
営業利益	182	203	276	390	
経常利益	184	205	278	392	
当期純利益	131	142	193	273	
サービス別売上高（単位：百万円）					
就職活動 イベント	高専生向け就職活動イベント<当社主催型><高専プラス>	451	524	560	585
	高専生向け就職活動イベント<学校主催受託型>	63	82	82	82
	大学生向け就職活動イベント	54	76	91	106
	転職サービス	—	100	250	464
企画制作	大学別就活手帳	70	69	69	69
	WEB支援サービス・その他サービス	136	141	152	164

オンライン形式で計画しているイベント以外は、**対面形式イベントを前提**に策定した見直し

計画数値の前提条件

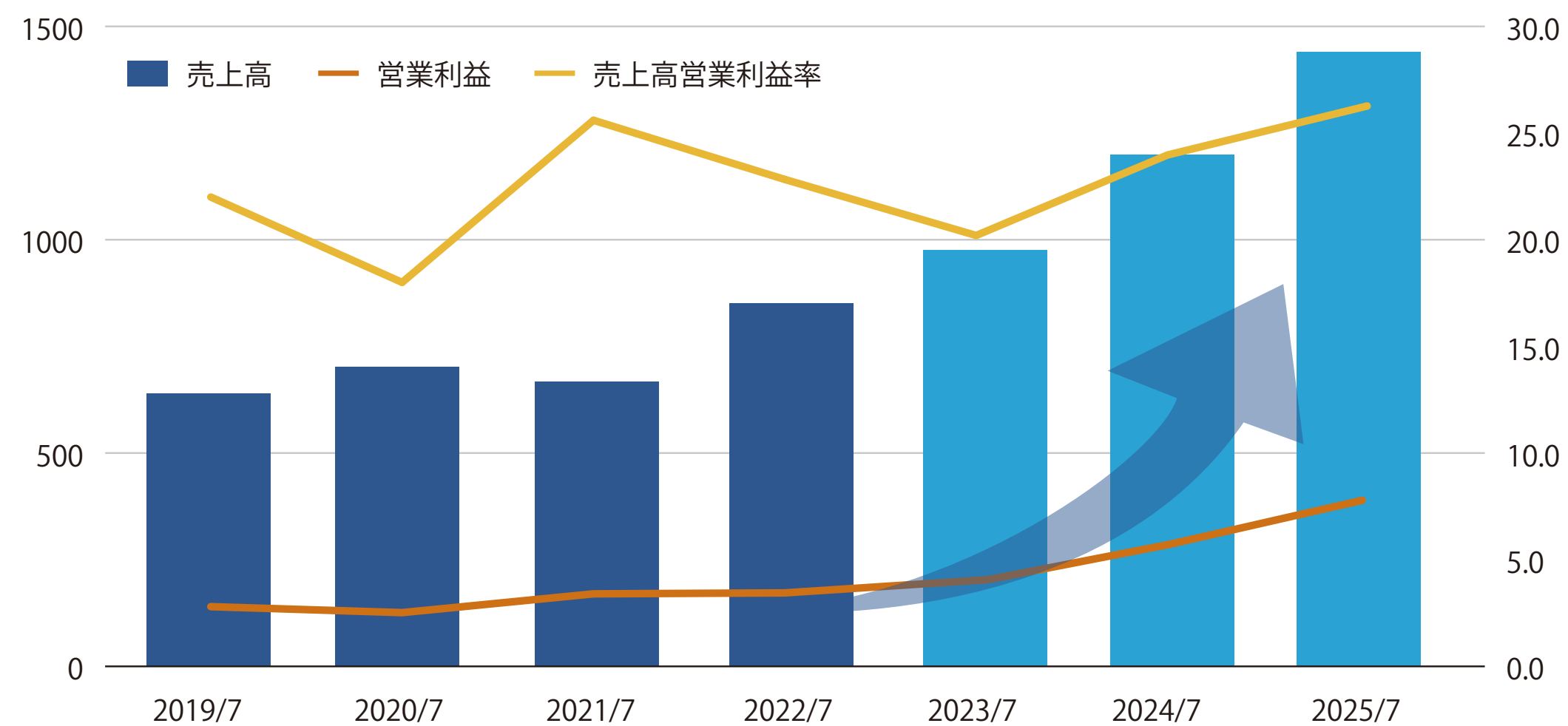
当社は、対面形式、オンライン形式でのイベント開催を柔軟に実施することが可能ですが、中期経営計画数値につきましては、当初よりオンライン形式で計画しているイベント以外につきましては、すべて対面形式イベントを前提に策定しております。

	2023年7月期	2024年7月期	2025年7月期
全体	・大阪事業所設置による営業エリアの拡大	—	—
就職活動イベント 高専生向け	・高専プラス登録者増加 ・高専プラス就職情報掲載数増加 ・高専プラスにアルバイト情報の掲載開始 ・イベント単価アップ	・高専プラス登録者増加 ・高専プラス就職情報掲載数増加 ・高専プラスアルバイト情報掲載数増加	・高専プラス登録者増加 ・高専プラス就職情報掲載数増加 ・高専プラスアルバイト情報掲載数増加
就職活動イベント 大学生向け	・高専プラス登録者増加 ・進学セミナー数増加 ・月刊高専取材数増加 ・新イベント開催	・高専プラス登録者増加 ・進学セミナー数増加 ・月刊高専取材数増加 ・理工系大学生向け情報サイト開始	・高専プラス登録者増加 ・進学セミナー数増加 ・月刊高専取材数増加 ・理工系大学生向け情報サイト登録者数の増加
転職サービス	・転職サービスの開始	・登録者の増加 ・成約数の増加 ・サイト掲載数の増加	・登録者の増加 ・成約数の増加 ・サイト掲載数の増加
企画制作	・就職活動に関する企画制作案件の受託数増加	・就職活動に関する企画制作案件の受託数増加	・就職活動に関する企画制作案件の受託数増加

KPI (重視する経営指標：売上高及び営業利益率)

売上高・営業利益率の推移 (単位：百万円)							
	2019 / 7	2020 / 7	2021 / 7	2022 / 7	2023 / 7 (計画)	2024 / 7 (計画)	2025 / 7 (計画)
売上高	640	702	671	776	994	1,206	1,472
営業利益	140	126	178	182	203	276	390
売上高営業利益率	22.0%	18.0%	26.6%	23.5%	20.4%	23.0%	26.5%

(単位：百万円、%)



KPIの考え方

- ・高専生の就職活動イベントに関するリーディングカンパニーとして、当該市場及び付随する市場を拡大することにより、高い成長性を継続します。
- ・付加価値の高い就職活動イベントの実施や構造的なコスト低減の仕組みを構築していますが、当社は、イベント開催方式により収益モデルが変化するため、売上高及び売上高営業利益率 (目標値20%以上) をKPIとし、安定的な成長を目指しております。

今後3年間のCAGR (年平均成長率)

売上高: **+23.8%** 営業利益: **+29.0%**

※経営指標等の進捗状況については、年度ごとに算出しており、決算短信及びそれらの補足説明資料において定期的に関示を行う予定です。

本資料の取り扱いについて

本資料には、今後の見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの記述は、現在、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されたものであり、将来の結果や業績を保証するものではありません。

当該見通しに関する記述と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズおよび嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後の様々な要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

本資料は2022年10月を目途に各種KPIの計画数値や実績数値、経営戦略の進捗を更新する予定です。

