

## 株式会社学情

# 2023年10月期・第3四半期 決算補足説明資料

(インタビュー形式での資料となります)

## (2) 商品ごとのトピックス

2023年9月22日

東証プライム上場：証券コード2301

Q. 今後もWebに注力ということですが、「Re就活」「あさがくナビ」の状況はいかがでしょうか？

A. 「Re就活」「あさがくナビ」の累計売上高は、前年同期比149.7%と好調です。「Re就活」は同156.1%、「あさがくナビ」は同143.6%と、特に「Re就活」の売上が伸びています。

Webメディアは売上もさることながら、新規会員登録・応募も好調です。「Re就活」の新規会員登録数は、2022年11月以降、毎月前年を上回っています。新規会員登録数の増加に連動し、応募数も伸びており、2023年8月の応募数は、前年同月比130.2%で伸長しました。売り手市場の環境下で新規会員登録数・応募数を増やすことができているのは、ユーザーからの支持の表れです。

「Re就活」「あさがくナビ」のユーザーである、ミレニアル世代・Z世代の情報収集スタイルの変化を見極めながら、新サービスの開発や機能のアップグレードを行っていることが、ユーザーからの支持に繋がっていると評価しています。ユーザーからの支持を活かして、20代求職者・学生と企業のマッチングを実現し、さらに売上の増大を図っていきたくと考えています。

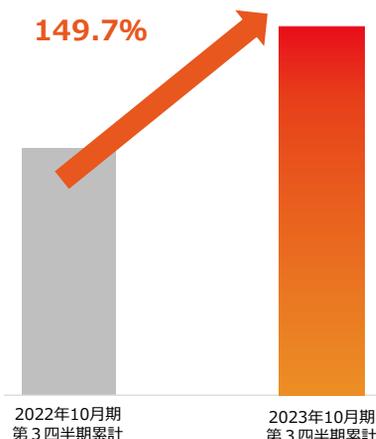
20代経験者採用(中途採用)市場・新卒採用市場の主役となっている「Z世代」は、デジタルネイティブな世代と言われており、直感で希望に近いものを選択し、欲しい情報にたどり着きたいと考える世代です。また「タイパ(タイムパフォーマンス)」を重視し、効率的な情報収集を望んでいます。Z世代の情報収集スタイルを踏まえると、自身にマッチする企業からスカウトを受けられることができる「ダイレクトリクルーティング」のニーズは今後さらに拡大していくと考えています。「Re就活」は、1通1通送付することができる「ヘッドハンティング」機能を搭載している他、「あさがくナビ」もスカウトメールのアップグレードを実施し、スカウト機能を強化しています。スカウト機能の充実を図り、さらにシェアを拡大していきたいと考えています。

また、「Z世代」はテキストより動画での情報収集を好む傾向です。「Re就活」「あさがくナビ」では、「動画」のニーズを早くから捉え、動画で企業のリアル(雰囲気や社員の声)を知れるコンテンツを拡充させてきました。新卒採用サービスを展開し、今後のマーケットの中心となる世代と早い時点で接点を持つ当社は、ユーザー起点のサービス開発ができるという強みがあり、経験者採用(中途採用)マーケットにおいても優位性を発揮できると考えています。

「Re就活」は、2022年12月に会員登録数が200万名を突破している他、「あさがくナビ」は「オリコン顧客満足度(R)調査 学生満足度2年連続No.1※」となっていますので、今後の展開にご期待いただければと思います。

※2022年～2023年 オリコン顧客満足度(R)調査 逆求人型就活サービス 就活支援コンテンツ 第1位

## RE就活 あさがくナビ 第3四半期累計売上高



## ■ Re就活・あさがくナビともに ダイレクトリクルーティングの機能を強化

### RE就活.

#### スカウトメールの上位機能「ヘッドハンティング」



「ヘッドハンティング」はスカウトメールの上位機能。通常のスカウトメールとは一線を画したデザインと露出度で、高い開封率とターゲットからの応募を促します。1通1通求職者が登録しているWeb履歴書の内容をもとに注目したポイントを記載したメールを送付することで、自社にマッチする人材の応募を最大化します。

## あさがくナビ

### 学生が個性にあったキャラクターを登録する「アバター」が16種⇒32種に倍増



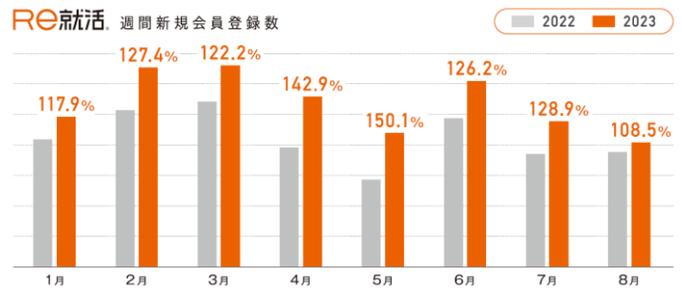
「アバター」機能は、学生が自身の個性に合致するキャラクターを登録できる機能で、「個性に合致する企業からスカウトを受け取ることを」目的としています。学生が個性を表現する「アバター」が16種から32種に倍増し、学生はより自身の個性にあったアバターを選択できます。企業はより自社の社風にマッチするアバター(学生)にダイレクトスカウトを送付することが可能になり、マッチング精度がさらに向上します。

Q. 「Re就活」の好調はこのまま第4四半期、2024年10月期も維持できますか？

A. 「Re就活」の引き合いは右肩上がりです。特に、2024年卒の選考状況・内定承諾状況を受け、“20代通年採用”を実施する企業が増加の傾向です。“20代通年採用”を実施する動きは、大手企業・準大手企業にも拡大しています。当社は、2004年に「Re就活」の前身となる第二新卒のための転職サイトのサービス提供を開始して以降、“20代通年採用”を提唱・実践してきました。20代の転職領域で圧倒的な優位性を築いていますので、今後も成長を加速できると考えています。

また、転職を通じてキャリアを形成するという機運が高まり、人材の流動性が高まっていることも、「Re就活」がユーザー・企業双方から求められる要因となっています。20代で転職をする人が増えていることを受け、企業の経験者採用(中途採用)も増加の傾向です。

「Re就活」は、2022年12月に会員登録数が200万名を突破しました。2022年11月以降、新規会員登録数は毎月、前年同月を上回っています。登録会員が増えると、企業とのマッチングが増加し、企業は採用を成功させることができます。企業満足度を高めるために、2022年11月にCXデザイン部を新設し、カスタマーサクセス領域の大幅強化も行いました。採用成功により、リピート受注が増加するなど、既に効果が表れています。



「Re就活」は、ニーズの拡大を受けて、テレビCMやSNSなどの広告宣伝投資も強化しています。それにより会員数が増える、会員数の増加によりマッチング数が増えるという好循環をさらに強固なものにしていきたいと考えています。

Q. 「Re就活」の競合はなぜ現れないのでしょうか？

A. 2004年から“20代通年採用”を提唱し、市場を創ってきました。“20代通年採用”のマーケットで圧倒的なシェアを持っているので、新規参入しにくい環境になっていると分析しています。また、総合転職サイトを運営している同業他社は、若手にターゲットを絞ったサービスを展開しにくいという事情もあるかもしれません。

20代専門の転職サイトの分野で成功するためには、新卒採用領域で学生と接点を持つことが不可欠です。新卒での就職を「ファーストキャリア」という言葉で表現する人が増え、転職を通じてキャリアを形成したいと考える働き手も増加の傾向です。20代で転職を経験する働き手が増加し、より若いうちに「はじめての転職」を経験し、「セカンドキャリア」に移行する人が増えていくと想定されます。就職と転職の期間が短くなればなるほど、転職領域のプレイヤーにとっても、新卒採用領域で学生と接点を持っているかが、より重要になります。当社は、「あさがくナビ」「就職博」などを通じて学生との接点を持っているので、「ファーストキャリア」と「セカンドキャリア」のシームレスな連携をより強化していきたいと考えています。

## Q.「あさがくナビ」の状況はいかがですか？

A.「あさがくナビ」は、就職活動スケジュールの影響を受けるので、四半期別にみると季節要因が出やすいサービスですが、ほぼ計画値通りに着地できる見通しです。8月には、「オリコン顧客満足度(R)調査 学生満足度2年連続No.1※」となり、引き合いが増加しています。

2025年卒から、三省合意によりインターンシップに関するルールが変更になりました。一定の条件下でインターンシップと採用の連携が可能になった他、「オープン・カンパニー」というカテゴリが新設され、企業セミナーやグループワークなど数時間～数日開催のプログラムも実施可能になっています。学生・企業ともにインターンシップ期間の活動が活発になり、インターンシップ関連ニーズが拡大。早期化の傾向がさらに強くなっています。

新卒採用の早期化により、「あさがくナビインターンシップ版」の売上高が伸びています。新卒採用は、早期化とともに学生優位の傾向が強くなっており、企業にとっては採用難易度が上昇しています。

インターンシップから実質的に開始される新卒採用だけでは、採用目標数の充足が難しく、「Re就活」を活用し“20代通年採用”を実施する企業が増加の傾向です。当社は、新卒採用だけでなく、20代の経験者採用(中途採用)を含めた“20代通年採用”の支援が可能のため、若手採用における当社のシェア・求められる役割は、ますます大きくなっています。

※2022年～2023年 オリコン顧客満足度(R)調査 逆求人型就活サービス 就活支援コンテンツ 第1位



## Q.イベントの状況はいかがでしょうか？

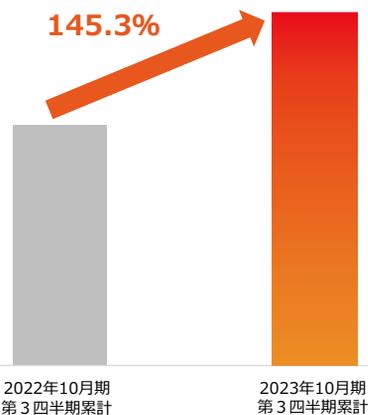
A.リアルなニーズを的確に捉えることができています。コロナ禍でWebセミナーやWeb面接が増えた反動で、リアルで直接コミュニケーションを図るニーズが拡大しています。売上高は前年同期比145.3%、出展ブース数は前年同期比112.9%で伸ばすことができました。

一方、イベントの開催数は戦略的に増やしていません。開催回数を増やさずに売上高を伸ばす戦略をとっており、開催数は微減しているものの、ブース数は増加しています。さらに、売上高はブース数の伸び率を上回る成長となりました。イベントは効率化を図っており、利益率の高い、2日間・3日間開催を増やしています。

イベントは特に、経験者採用(中途採用)のニーズが拡大しています。「転職博」のブース数は、前年同期比136.9%で伸びました。経験者採用(中途採用)のニーズが拡大していることを受け、「転職博」の開催を増やす計画です。

また少人数制のダイレクトリクルーティング型イベント「就活サポートmeeting」の第3四半期累計売上高は、前年同期比135.1%で伸びています。開催数は減らすものの完売を増やし、動員増を図り、出展企業に満足いただき追加発注をいただくという循環を作れていると評価しています。

### 第3四半期累計売上高



就活サポートmeeting/転職サポートmeeting

Q. エージェント(人材紹介)ビジネスが伸びているという話を聞きます。20代を対象としている貴社の状況はどうですか？

A. エージェント(人材紹介)も順調です。売上高は前年同期比181.8%で伸長。需要拡大を見据えて、キャリアアドバイザーの増員を図っていたことが奏功し、売上高を伸ばすことができています。

「Re就活エージェント」を利用し転職を希望する求職者は、「Re就活」経由でエージェントサービスに登録をします。そのため、「Re就活」の新規会員登録数が伸びていることが、「Re就活エージェント」の成長にもダイレクトに結びついています

Q. エージェント利用企業は、業種などの特徴はありますか？

A. 幅広い業種・職種に対応しています。特に、求職者・企業双方から需要が高いのは、「ITやDX」の領域です。ITやDXなど、スキルが身につく業種・職種へのキャリアチェンジを希望する求職者が多い傾向です。また企業も、DX推進やAI活用に伴い、デジタルネイティブである20代の採用需要が拡大しています。求職者のニーズと合致する求人を紹介することができるように、ITやDXに携わる求人を多く扱っていることもあり、デジタル領域で専門スキルを習得できる職種への「キャリアチェンジ」転職を多数支援しています

また、実務経験がある人材を採用したいというニーズに対応するため、「施工管理エージェント」のサービス提供を開始しました。20代に特化しているという強みを活かして特に需要の高い分野に特化したサービスも展開しています。

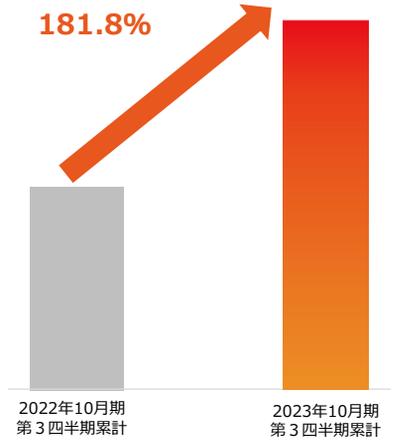
Q. 「Re就活テック」は順調ですか？

A. 売上高、受注高ともに順調に推移しています。今期の計画値を上回るように進行していますので、ご期待いただければと思います。「Re就活テック」は、ダイレクトリクルーティングサイト(Webメディア)と、エージェント(人材紹介)の2つのビジネスモデルを持っていますが、いずれも当初計画値通りに進行しています。必要に応じて、メンバーの増員も行い、来期以降も見据えた動きができていると評価しています。

Q. 「Re就活テック」が成長すると、「Re就活」や「Re就活エージェント」など、既存のサービスと需要を奪い合うことが懸念されますが、実際のところはいかがでしょうか？

A. 「Re就活テック」は、ITエンジニア経験者の採用に特化したサービスです。特化型サービスのため、他のサービスと一部重なる部分はあるものの、重複はしません。「Re就活」や「Re就活エージェント」ではカバーできない、今まで対応できなかったニーズに対応することができ、売上高を底上げすることができています。

## 第3四半期累計売上高



Re就活テック

## 株式会社学情 IRチーム

TEL : 03-3593-1500 MAIL: ir@gakujo.ne.jp

URL: <https://company.gakujo.ne.jp/>