

BRIDGE REPORT



佐々木 満秀 社長

株式会社ジンジブ(142A)

夢は、18才から始まる。

ジンジブ

企業情報

市場	東証グロース市場
業種	サービス業
代表取締役社長	佐々木 満秀
所在地	大阪府大阪市中央区南本町 2-6-12 サンマリオンタワー14階
決算月	3月
HP	https://jinjib.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数(期末)		時価総額	ROE(実)	売買単位
840 円	2,905,200 株		2,440 百万円	31.8%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
0.00 円	-	103.00 円	8.2 倍	198.70 円	4.2 倍

*株価は 6/2 終値。2026 年 3 月期決算短信より。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
24 年 3 月	2,082	272	253	141	65.23	0.00
25 年 3 月	2,400	62	58	-184	-63.69	0.00
26 年 3 月	2,687	166	165	182	62.81	0.00
27 年 3 月(予)	3,212	311	306	299	103.00	0.00

* 単位: 百万円。予想は会社側予想。

株式会社ジンジブの 2026 年 3 月期決算概要、中期経営計画、佐々木社長へのインタビューなどをお伝えします。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
- [2. 新中期経営計画](#)
- [3. 2026 年 3 月期決算概要](#)
- [4. 2027 年 3 月期業績予想](#)
- [5. 佐々木社長に聞く](#)
- [6. 今後の注目点](#)

[＜参考:コーポレート・ガバナンスについて＞](#)

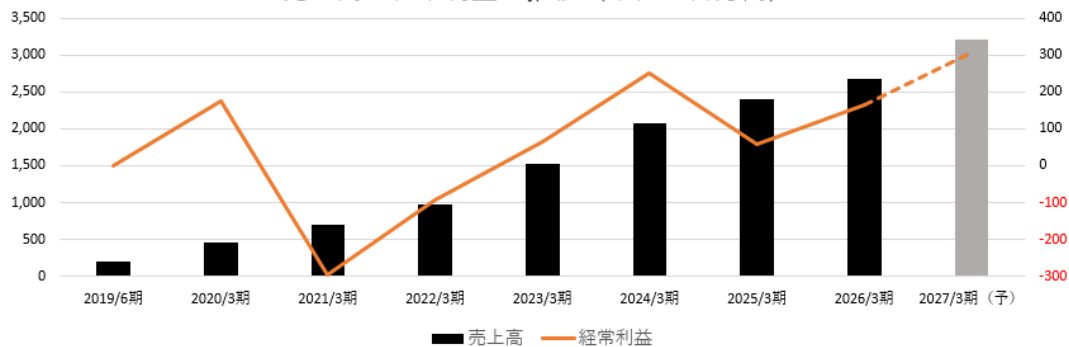
今回のポイント

- 26 年 3 月期は増収、大幅増益で利益は期初予想を大きく上回った。売上高は前期比 120%増の 26 億 87 百万円。企業側の旺盛な求人意欲を背景に、イベントを 74 回開催。オプション商材も成長を牽引した。営業利益は同 165.4%増の 1 億 66 百万円。増収に伴い売上総利益も同 13.3%増加。受注増による金融機関への支払手数料、効率化推進を目的とした業務委託費など販管費の増加(同 8.5%増)を吸収し、大幅な増益となった。
- 2026 年 4 月、進路情報事業に参入した。ジンジブの強みである高卒就職支援に加え、「進学」領域へ参入することで、高校生の進路選択を就職・進学の両面から支援する。進路情報事業における高校および大学・専門学校との強固なリレーションと企業・高校ネットワークとを相互に補完し合い、より強固な事業基盤の確立を図る。
- 2029 年 3 月期を最終年度とする 3 か年の新中期経営計画を策定した。進路情報事業とのシナジー発現、高校ネットワークの拡充、顧客基盤の更なる強化、全社生産性の劇的改善などに取り組む。採用媒体から進路支援インフラへと進化し、「ストック収益化による持続成長」を推進。29 年 3 月期「売上高 56 億 4 百万円、営業利益 7 億 50 百万円、営業利益率 13.4%」達成を目指す。
- 2027 年 3 月期も、売上高は前期比 19.5%増の 32 億 12 百万円、営業利益は同 87.5%増の 3 億 11 百万円と大幅な増収増益を予想。新中計の 4 つの成長戦略に取り組んでいく。
- 佐々木 満秀社長に、進路情報事業算入の意図、新中期経営計画の重要ポイント、株主・投資家へのメッセージを伺った。「当社のビジネスモデルの根底にあるのは、『若者にさまざまなチャンスを提供し、明るい未来、夢と希望があふれる世界の実現を目指す』というものです。こうした考えを応援していただける方、共感いただける方にぜひとも株主になっていただきたいと思います」「これからは、『高校 3 年生の 1 年間』ではなく、『高校生の LTV』という長期的な顧客価値を顕在化させ、これを取り込んでまいります。こうした長期の視点で当社を応援していただきたいと思います」とのことだ。
- ジンジブキャリア統合によって参入した進路情報事業は、60 年近い実績を有しているものの、競合も多く、同事業単独では独自の付加価値を提供するのは難しく、強力な優位性があるとは言い難い。これまでも売上高は 10 億円前後で推移し、同社では今後も同事業単体では大きく成長することを見込んではいない。ただし、ジンジブの高卒就活支援と組み合わせると、チエルコミュニケーションブリッジが進路情報事業で培ってきた高校および大学・専門学校との強固なリレーションを活用して、高校ネットワークの強化が可能になるほか、ジンジブは「就活支援」と「進学支援」という両面で、高校、高校生、高校の先生を強力にサポートすることができるようになるなど、更に優位性を強化できると同社は考えている。
- 新たな中期経営計画では、進学支援と就職支援の統合・シナジー効果発現を最優先とするため、ジンジブ事業単体の売上成長は前回中計での想定よりもやや抑えた数値に再設定した。同時に、従業員数増員を抑制しつつ人員生産性を向上させ利益体質の強化を実現し、29 年 3 月期は 26 年 3 月期比較で 2 倍以上の利益率を確保する計画だ。新中計の 5 つの成長戦略の進捗に注目していきたい。

1. 会社概要

深刻化する若手人材不足という日本社会の社会課題解決に貢献すべく、高校生に特化した新卒採用支援事業、高卒社会人の教育・転職支援サービス事業及びDX人材の育成・研修サービス等教育事業を展開している。進路情報事業にも参入し、「就職」「進学」両面で高校生の将来を支援するニッチ市場へ特化したほぼ唯一の企業であり、全国の高校との強いネットワークが競争優位性の源泉である。

売上高・経常利益の推移（単位：百万円）



【1-1 上場までの沿革】

佐々木満秀氏（現株式会社ジンジブ 代表取締役社長）は、高校卒業後、個人事業としての運送業や、優れた営業実績を残した求人広告会社での就業などを経て、1998 年、携帯電話業界に特化したプロモーション会社、株式会社ピーアンドエフを創業した。「倒産しない会社を作りたい」というモチベーションの下、同社を財務的に超優良企業に育て上げ、金銭面でも十分な余裕を得た状態に経営を続けてきたが、佐々木氏自身は猛烈に働き詰めの時期に体調を壊してしまう。これをきっかけに、これからの人生をどうすべきかを見つめ直した結果、幸いにも体調が回復した 2013 年、「お金だけが幸せではない。社会に対して残りの人生を使おう」と決意する。

どの領域で社会に貢献するべきかを考えた佐々木氏において最も関心の高かったのが日本の少子高齢化・人口減少問題であった。自身も高卒である佐々木氏は、自分の高校卒業時から 30 年近くたっているにもかかわらず、「1 人 1 社の応募」「学校斡旋による就活」「情報はハローワークの求人票のみ」といった閉鎖的な就活環境が一切変わっていないことを知り、愕然とする。そこで、高校生の可能性を花開かせ希望が持てる社会を創ることこそが少子高齢化・人口減少問題解決の一助となると考え、その変革に挑戦することを決意。2015 年、高校生のための新卒求人サイト「ジョブドラフト Navi」を立ち上げ、高校生のための新卒採用支援事業をスタートさせた。これまでにない独自サービスの提供により求人企業及び高校双方の需要を着実に取り入れ収益が拡大。2024 年 3 月、東証グロース市場に上場した。

【1-2 パーパス】

以下のパーパス、ビジョンの下、高校生と中小企業の出逢いを創出することで、将来に不安の大きい若者や中小企業にとって夢や希望を与えていくことを目指している。また、就職活動支援にとどまらず、これから生きる人の夢を増やすという視点で、新規事業も拡大していく考えた。

パーパス	これから生きる人の夢を増やす 私たちは、若者をはじめとするこれから生きていく人々にさまざまなチャンスを提供します。そして、それらの人々の可能性の芽をつぶさない社会づくりのために存在しています。頑張る人が評価され、仕事や人生に夢が持てる世界の実現を目指します。
ビジョン	若者に希望を与える No.1 企業 高卒新卒でのファーストキャリアから始まるご縁を大切に、仕事はもちろんのこと、結婚、すまい、お金のことなど、人生のすべてのシーンに寄り添い希望を与えるパートナーになっていきます。

BRIDGE REPORT



(同社資料より)

また、社員の人間力向上のために、行動規範として、笑顔・自主的な行動力・素直・正直・誠実など25の項目からなる「人間力25」を掲げている。

01	笑顔	素敵な笑顔で対応すること。それによって得られるのは「笑顔」
02	自主的な行動力	自ら主体的に行動すること。それによって得られるのは「リーダーシップ力」
03	素直	素直に受け止めること。それによって得られるのは「成長」
04	正直	正直に伝えること。それによって得られるのは「信用」
05	誠実	誠実に対応すること。それによって得られるのは「信用」

(同社 HP より一部抜粋)

【1-3 事業環境】

高卒求人市場の現状は以下の通りである。

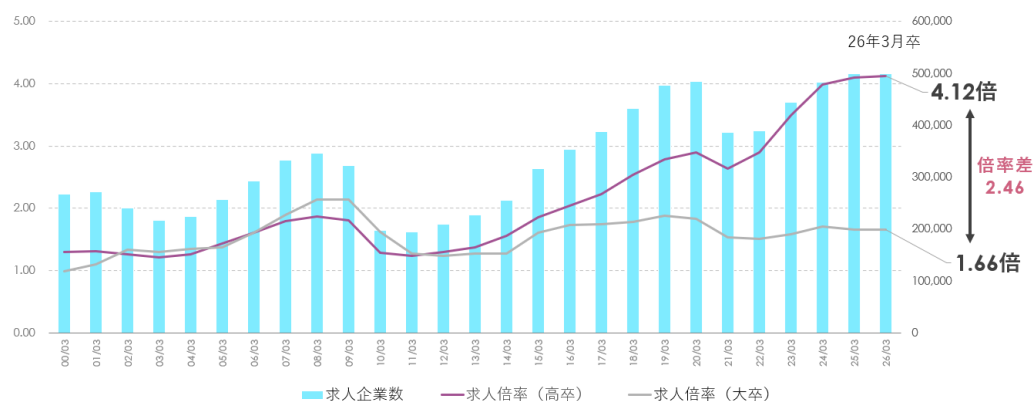
① 高卒求人市場概要

高卒の求人倍率は2011年以降上昇傾向が続いている。26年3月の求人倍率は4.12倍と、大卒求人倍率1.66倍を大きく上回っている。高卒就活市場の採用支援ニーズは着実に拡大している。

高校生の採用ニーズ

※は、18才から始まる。
ジンジブ

2011年以降、高卒の求人倍率は上昇傾向が続いている



※データ出典：厚生労働省「高校・中学新卒者のハローワーク求人に係る求人・求職・就職内定状況」(3月末現在)

(同社資料より)

BRIDGE REPORT

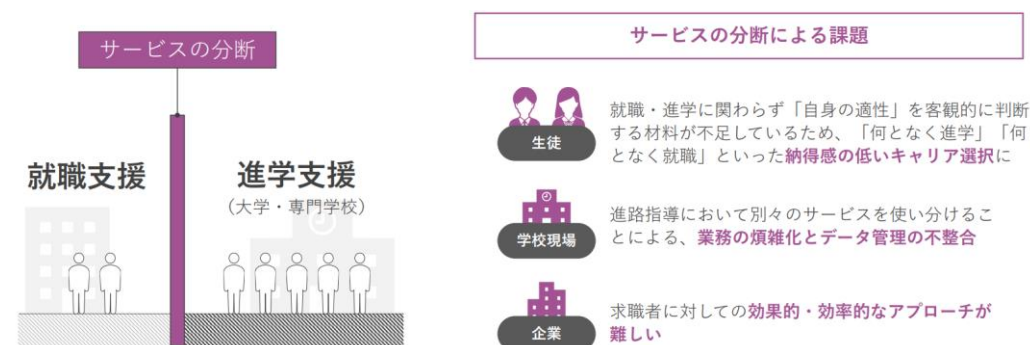


②「就職」と「進学」の分断

高校現場の進路指導は「就職」と「進学」で支援サービスが分断されていることが一般的である。そのため、生徒は就職・進学に関わらず「自身の適性」を客観的に判断する材料が不足しており、「何となく進学」「何となく就職」といった納得感の低いキャリア選択を迫られることとなる。

9 割の大学が授業に取り入れ、大卒では現在では一般的となっているキャリア教育についても、多くの高校で計画はされているものの、大学進学や就職など、卒業後の進路選択に関する指導に偏る傾向があり、社会の事を学ぶキャリア教育になっていないほか、高卒の場合はインターンの機会も少なく、社会に出た後の自身の姿を想像できる環境は不十分である。3 年内の離職率が高卒は 37.9%と、大卒の 33.8%を上回っているのも、こうしたことが一因と考えられる。

このように、生徒が本来得るべき情報を網羅的に得ることが難しい点が大きな課題である。



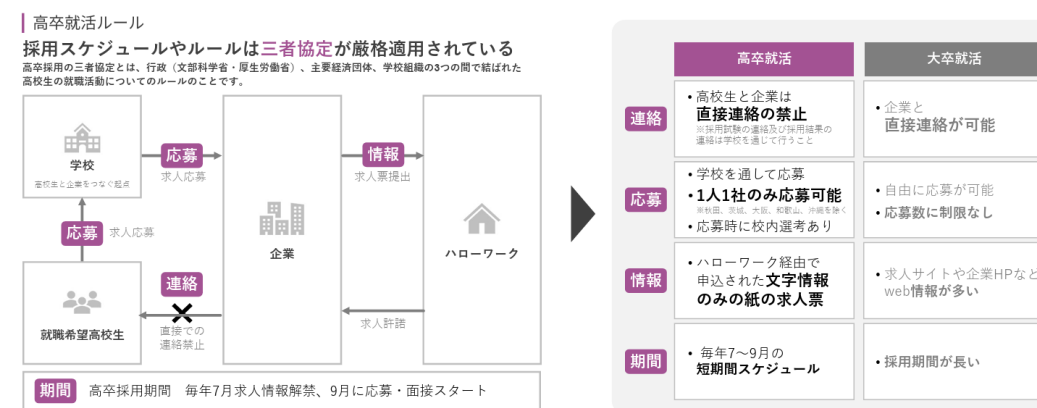
(同社資料より)

③就職活動の制度・仕組に課題

高卒と大卒、両者の就職活動に関する制度や仕組みは大きく異なり、高卒は大卒と比較し、制約が多いのが現状である。

例えば、大卒の就活ルールは、厚生労働省等が定めてはいるものの、厳格に守られているわけではないのに対し、高卒においては、「応募時の学校内選考を経た 1 人 1 社制(生徒 1 人は 1 社にしか応募できない)」「7 月～9 月の短期間で厳密なスケジュール」「ハローワークへ申し込みする文字情報のみの求人票が主な情報源」「企業への直接連絡の禁止」といった、各都道府県の行政(文部科学省・厚生労働省)、主要経済団体、学校組織の 3 者間で結ばれた高校生の就職活動についてのルール「三者協定」(厚生労働省各都道府県労働局発布の採用活動ガイドライン)が厳格に守られ続けている。

就活時期に関しても、大卒では早い学生では大学 1 年生からインターンを開始するのに対し、高卒の就活の場合は、高校 3 年生の 7 月から本格化するため、余裕をもって自身の将来を決めることが難しい。



(同社資料より)

④高卒採用における企業の課題

上記のような仕組み・制度のため、一般的な中途採用や大卒採用と異なり、高卒採用においては、企業は高校に対して自社で行動を起こす必要がある。ひとつひとつの行動の質や量が採用効果に影響するが、単に求人票を取得して学校に渡すだけでは成果につなげることは難しく、採用ノウハウや高校情報の収集、情報を生かした活動が必要となる。

BRIDGE REPORT



また、高卒採用において企業が高校生に接触して直接自社を PR する手段は限られており、高校生に伝えたい情報が伝わりにくい、他社との明確な差別化が困難といった課題も存在するため、採用効果を上げるための有効な行動が必要不可欠である。

⑤社会課題解決の必要性

上記のような高卒就活の仕組み・制度のため、職業体験の不足、乏しい応募先企業の選択肢、就業後のキャリア形成機会の不足などから、高卒が自身の職業人生に希望を持ち、18 歳という若さの可能性を十分に発揮するのは難しい環境である。

一方で、人口減少に伴い、労働力確保が一段と困難になることが予想されているなか、高卒人材の活躍は労働人口問題の解決の一助となると考えられている。内閣総理大臣の諮問組織である規制改革推進会議が 2025 年 5 月にまとめた答申では、「高卒就職者向けの求人情報の一般公開」や「就職活動開始時期の 1~2 カ月の前倒し」等を検討することを盛り込んでおり、求職者と企業のミスマッチ解消、より良いキャリアの実現に向け、生徒が十分な情報を得て、企業研究などに割く時間を増やして就職先を主体的に判断できる環境を整備する必要性を訴えている。

⑥市場規模と今後

現在の市場規模は、大卒が約 46 万人に対し、高卒は約 20 万人と半分以下のニッチな市場であるが、同社では、高校生の進路選択が進学に偏重しており様々な進路の選択肢が平等に取り扱われていないこと、その中で就職を選択しても三者協定が厳格適用されることがニッチである要因と考えている。

現在の高卒就活市場規模は約 1,530 億円、就職者数 1 人当たりでは約 33 万円。同社では、今後高卒採用支援がより効率化・活性化し、現在の高卒採用支援の 1 人当たり市場規模約 33 万円と大卒同等となった場合、高卒就活支援市場規模は 680 億円程度に拡大すると見ている。

また、超大企業を含め多数のプレーヤーが存在する大卒就活市場が「レッドオーシャン」であるのに対し、ニッチで制約が多い高卒就活市場は参入障壁が高く「ブルーオーシャン」であると考えている。

【1-4 事業内容】

前述した現状の下で深刻化する若手人材不足という日本社会の社会課題解決に貢献すべく、高校生に特化した新卒採用支援事業、高卒社会人の教育・転職支援サービス事業及び人材の育成・研修サービス等教育事業、高校生のための進路情報事業を展開している。

(1)事業領域

高卒人材採用支援事業の単一セグメント。「採用支援サービス」「企画制作サービス」「代行支援サービス」「教育支援サービス」「その他サービス」を展開。採用分野だけに限らない研修や採用、定着診断などのサービスを提供している。27 年 3 月期より新たに「進路情報事業」に参入した(【3-4 トピックス】:(1)株式会社ジンジブキャリアの株式取得により進路情報事業へ参入を参照)。



(2026 年 3 月期同社決算説明資料より)

①採用支援サービス

企業の高校新卒採用をサポートするサービス。主なサービスは、「ジョブドラフト Navi」「おしごとフェア/ジョブドラフト Fes/先生 Fes」「ジョブドラフト Survey」。

◎高校生の就職を支援する就職求人サイト「ジョブドラフト Navi」

文字情報のみである「求人票」に記載されている情報だけでなく、高校生が知りたい会社の雰囲気や 1 日の仕事の流れ、先輩社員インタビューなどを写真や動画を用いて紹介する、高校生向け求人情報メディア。

高校生は、スマートフォンやパソコンなどからいつでも情報にアクセスでき、求人企業の特徴や職種、就業地域など自分が大切にしたい軸で、全国の求人情報を調べることが可能である。簡単な質問に答えるだけでできる適職診断を使って自分に向いている職業を見つけることも可能。

掲載社数は 2026 年 3 月末で 2,509 社。これに対し、ハローワーク経由で高卒求人(24/3 卒生)を申し込んだ事業所数実績は 87,555 ヶ所(23 年 7 月時点)であり、掲載企業拡大の余地は極めて大きい。

企業は、従来の高校訪問や求人票発送とした採用活動に加え、「ジョブドラフト Navi」上で高校生に直接自社求人の魅力をアピールすることができる。「ジョブドラフト Navi」の掲載企業の内、サポートプランでの掲載企業においては、同社のカスタマーサポート部門による顧客フォローアップを行い、採用アクションの進捗確認を目的とした定期ミーティングの開催、時期別アクション、高校・高校生への対応方法などの高校新卒採用ノウハウの提供、高校別の就職関連情報の提供、企業求人票の添削アドバイス、高校教員を招いたカンファレンスセミナーの開催等を通じて、高校新卒採用の可能性を高めるためのサービスを提供している。



高校生の就職を支援する
ジョブドラフト Navi

主なサポート

- ジョブドラフト Navi への求人情報の掲載
- ジョブドラフト Navi 上での採用管理・PV など KPI 確認
- その他採用に向けたカスタマーサポート

価格プラン

プラン	特徴	料金
フリープラン	まずは掲載を試みたい企業様向けの無料掲載プラン ・ジョブドラフト Navi 掲載 ※掲載できる卒業生数や掲載が限定。	無料
ライトプラン	すでにツールが整っている企業向け ・ジョブドラフト Navi 掲載 ・ジョブドラフト Navi マイページ ※会社の基本情報・募集要項だけでなく、会社の強みやポイントなどを記載。	有料
スタンダードプラン	1 から高卒採用を始める企業向け ・ジョブドラフト Navi 掲載 ・ジョブドラフト Navi マイページ ・その他サポート ※求人票作成アドバイス、学校情報の提供、カスタマーサポートなど	有料

高校新卒専門求人サイト

求人票だけでは「読み取れない」「わからない」会社の雰囲気や企業の魅力を、写真、動画や先輩からのメッセージなどから研究することができるサイト

(同社資料より)

◎高校に届く紙の求人票をデジタル化するシステム「ジョブドラフト Teacher」

「ジョブドラフト Navi」と連携して利用可能。「ジョブドラフト Teacher」上で高校教員のアカウントと生徒の個人アカウントを紐づけ、高校に届く紙ベースの求人票をスキャンしデジタル保存することで、高校教員はマイページから、生徒は「ジョブドラフト Navi」から、高校に届いた求人情報を閲覧・検索することができる。高校教員にとっては進路指導の作業の減少に繋がるだけでなく、生徒にいち早く会社の求人情報を見せることができる。生徒にとっては自身の興味関心をもとに企業の検索が可能になり、いつでもどこでも情報収集ができるため、保護者へもスムーズに相談することが可能になる。同社にとっては、対象となる高校数を更に拡大するための有用なツールである。

◎高校生のための職業体験・就職イベント運営「おしごとフェア/ジョブドラフト Fes/先生 Fes」

企業が採用活動として行っている 1 校 1 校への高校訪問や求人票発送は、リソース負担も大きく、リソースを確保できない企業にとって不利な状況が生まれる。「おしごとフェア」「ジョブドラフト Fes」「先生 Fes」に参画することで、企業の規模に関係なく、1 回のイベントで多くの高校生・高校教員に対して自社求人の魅力を直接アピールすることが可能である。出展企業から参画料を受領しイベント運営を行っている。

BRIDGE REPORT



おしごとフェア	高校生のための大規模職業体験イベント。求人情報解禁前の 5 月・6 月に開催する。企業ブースでの仕事体験を通じた仕事理解・社会理解の促進、7 月からの就職活動へのモチベーションの向上につなげる。高校生は高校教員の引率での参加が多く、企業にとっては高校教員との関係性構築が可能。
ジョブドラフト Fes	高校生と企業が直接交流できる高校生向け合同企業説明会。求人情報解禁後の 7 月・9 月に開催。求人票だけでは得られない会社の雰囲気、働く人や情報を知ることができるため、業界・企業理解や就職活動へのモチベーションの向上、就職希望先の企業の発見、進路指導教員の負担軽減、就職活動における高校生の自己選択意識の醸成などを支援する。
先生 Fes	高校教員と企業が直接交流できる職業体験イベント。2 月に開催。高校生に対する進路指導の精度向上のため、進路指導を行う高校教員が、実際の仕事体験を通じて職業理解を深めるイベント。



(同社資料より)

◎入社後のミスマッチ防止をサポートする「ジョブドラフト Survey」

受検者の特性を明らかにする適性検査アプリと、面接を体系的に進めるためのマニュアルを企業向けに提供している。適性検査では、性格特性と仕事における優先軸を見える化することで、個々の企業の採用人物像に沿った人材の見極めを可能にする。面接マニュアルを提供することで、面接官によってバラバラになりがちな面接内容を体系化し、より適切な人材見極めが可能になる。

②企画制作サービス

企業の高校新卒採用における求人ナビ原稿作成、DTP 制作(採用パンフレット制作・イベントブース装飾制作)、Web 制作(企業紹介動画制作・採用ホームページ制作)を行い、「ジョブドラフト Navi」掲載企業の魅力に関する訴求力を強化することで、企業の採用活動をサポートしている。

◎パンフレット制作

「ジョブドラフト Navi」の掲載内容を基に、高校新卒採用専門のパンフレットの制作を行っている。求人票発送に同封する、高校訪問時の説明資料として活用することで、自社求人の魅力をよりわかりやすくアピールすることが可能になる。

◎企業紹介動画制作

アニメーションや、撮影映像を元にした動画の制作を行っている。求人票や「ジョブドラフト Navi」だけでは伝わらない自社求人の魅力を動画にまとめ、自社のホームページや SNS にアップロードすること、及び高校訪問時に高校教員に視聴してもらうことで、自社求人の魅力をよりわかりやすくアピールすることが可能。

③代行支援サービス

企業は従来、進路指導を担当する高校教員から自社求人を高校生に紹介してもらうために、高校を訪問して進路指導を担当する高校教員に自社求人の紹介をしたり、自社求人の求人票を高校へ発送したりしている。同社では、企業の高校新卒採用における活動の代行を行い、「ジョブドラフト Navi」掲載企業の採用活動の効率化・企業負担の軽減をサポートしている。高卒採用の支援にとどまらず、中小企業の人事にまつわる業務をサポートするサービス「人事部パック」の提供も開始した。

◎高校訪問代行サービス

企業人事担当者に代わって、訪問高校リストの作成から実際の高校訪問までを代行し、企業の魅力アピールを行っている。リソースが不足していても、より多くの高校に直接自社求人アピールし高校教員との関係を持つことが可能になる。

◎求人票発送代行サービス

企業人事担当者に代わって、発送リストの作成から実際の求人票発送までを代行している。企業内にリソースがなくとも、より多くの高校に求人票を発送し自社求人アピールすることが可能になる。

◎人事部パック

「採用戦略策定」「教育」「定着」「評価」「福利厚生」など、中小企業の「人的資本経営」を支える人事にまつわる業務のサポートをするサービスとして「人事部パック」を提供してきたが、差別化を図り競争優位性を強化するには、「定着・育成・組織改善」に集中してサポートするビジネスモデルへと進化させる必要があると判断し、退職予兆の把握と組織改善伴走に特化したサービスへと大幅にリニューアルした。株式会社リーディングマークが提供する「ミキワメ AI」と連携することで、定期的な性格診断やサーベイにより社員一人ひとりのコンディションを可視化し、離職の兆候を早期に察知することができる。この離職予兆検知とジンジブによる組織改善伴走支援・教育・研修プログラムを組み合わせることで、中小企業に「データで兆候を捉え、実行で組織を変える」新しい人的資本経営の形を提供する。

◎その他

採用活動の効率化・企業負担の軽減の側面から、応募受付窓口代行サービス、「ジョブドラフト Fes」用ブースの当日運営代行サービス、採用活動としての TikTok 運用代行サービスを行っている。

④教育研修サービス

定着支援や専門スキル獲得を支援するため、高校生及び高卒社会人に向けた教育研修プログラムを提供している。サービス導入希望の企業又は一部の高校から委託費を受領している。

◎高校向けキャリア教育支援「ジョブドラフト Career」

高校1年～3年生向けに、自己肯定感の醸成、自己理解・社会理解・仕事理解を育むキャリア教育コンテンツを提供している。進学や就職だけに捉われず、将来を見据えた目的意識を持った進路選択を実現してもらうために、将来や自分の興味関心を自ら主体的に考え気付く「きっかけ」を創り出す。高校から委託を受けて、体系的なキャリア教育の提供や個別相談等の就職サポート等、総合的に支援している。原則、年間5コマ(講師1名)かつ「ジョブドラフト Fes」に高校教員引率で卒業学年度生が参加する場合は無料で提供している。同社にとっては、対象となる高校数を更に拡大するための有用なツールである。

◎企業向け新人育成定着支援研修「ルーキーズクラブ」

高校新卒に特化した、企業向け新人育成集合研修+定着支援プログラム。受講者の社会人マインドやスキルの成長を促し、離職防止、定着を支援することで企業との関係を強化すること、社外同期のつながりを通じた安心できる場づくりを目的としている。高校新卒が陥りやすい躓きポイントを時期に応じて押さえたアウトプット中心型の集合研修を1年間行うとともに、チームに1名のファシリテーターが付き研修期間中サポートを行う。企業は、受講者の現在のメンタルサーベイや、ファシリテーターが吸い上げた今の状況や、強み・弱みに関するレポートを通じて、離職率の高い1年目において人事担当者や上司の感覚だけに頼らない状況把握が可能である。

③社会人向けデジタルマーケティング人材育成研修「DMU」

「DMU」(Digital Marketing Unit)は、オンライン完結型の「デジタルマーケティング研修プログラム」。未経験からでもマーケティングに関する専門スキルを身に着けることができる。

そのほか、高卒第二新卒・既卒生の就職・転職を支援する「ジョブドラフト Next」の提供も行っている。若手人材不足に悩む企業においては、高校新卒や大学新卒以外の1つの採用ルートとなり、若手人材不足の解消を実現することが可能となる。

⑤進路情報事業

高校生を対象とする大学・短期大学・専門学校の進路相談会の企画・運営、高校生を対象とする進学情報誌の企画・制作・出版、専門学校・大学・短期大学・企業などの高校代理店等を手掛ける。ジンジブの強みである高卒就職支援に加え、大多数の高校生の進路である「進学」領域へ参入することで、高校生の進路選択を就職・進学の両面から支援する体制を構築する。

高校現場において分断されていた「就職」と「進学」の支援を統合し、全ての高校生が主体的に将来を考えるきっかけを創り、多様な進路選択をサポートする「総合キャリアプラットフォーム」の構築を目指す。

(2)顧客企業・学校

顧客企業の業種は多岐にわたる。企業規模では、8割程度が構造的な人手不足の中、高卒人材への需要が高い中小企業である。ただ、25年3月期にはソフトバンク株式会社および一部の代理店が運営するソフトバンクショップおよびワイモバイルショップのクルーについて、2026年3月卒の高卒採用の支援を開始。その後も大企業への広がりも見え始めている。

新規法人開拓にはウェブ広告などの資料請求に加え、全国の都市銀行・地方銀行・信用金庫や、中小企業を顧客に持つ金融機関以外の企業とのアライアンスにも注力している。

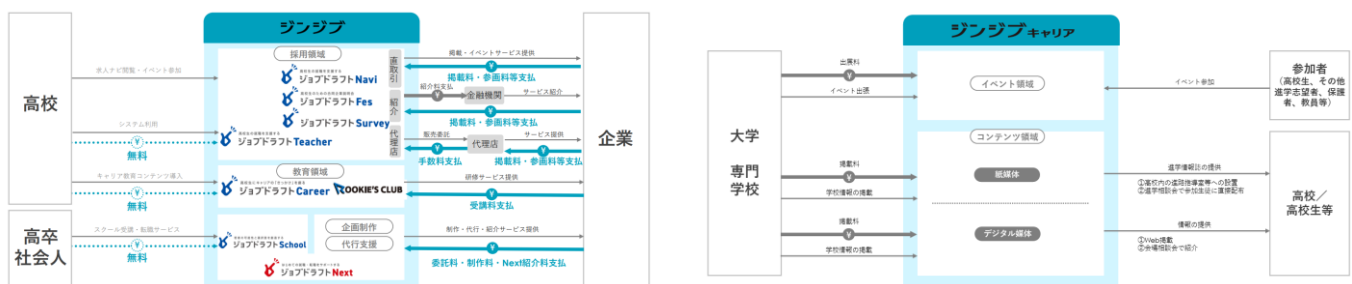
同社サービスを利用する企業のリピート率は約 6 割で、大半の企業が継続的に高卒人材採用において同社サービスを利用している。

学校は、サービス利用に関する意思決定の自由度が高い私立高校が多数ではあるが、高校向けキャリア教育支援「ジョブドラフト Career」が東京都のプログラムに選定されるなど、公立高校への実績も積み上がっている。学校提案のスタッフ増強などで、全国的な横展開を進めていく考えだ。

学校向けサービスは無料であることに加え、サービス内容の拡充が評価されている。2026 年 3 月期の「ジョブドラフト Teacher」導入校数は 1,220 校、「ジョブドラフト Career」の導入校数は 804 校。

(3) 収益モデル

就活支援では高校、高卒社会人に対しては基本無料でサービスを提供。「ジョブドラフト Navi」への掲載料、「ジョブドラフト Fes」への参画料、各種素材の制作料などを企業から収受している（高校生及び高卒社会人に向けた教育研修プログラムに関しては、一部の高校から委託費を受領している）。27 年 3 月期からスタートしたジンジブキャリアが手掛ける「進路情報事業」においては、高校に対しては基本無料でサービス提供し、大学・専門学校から収益を収受している。



(同社資料より)

【1-5 特長・強み・競争優位性】

(1)高卒就職というニッチ市場へ特化したほぼ唯一の企業

高卒の就活支援を行っている企業は、上場企業では同社のみ。非上場では、1社が全国規模で展開しているが、求人数は150～200社程度と、2,000社を上回る同社とは規模が圧倒的に異なる。他にはエリア限定で事業を行っている企業が複数存在するものの、高卒就職というニッチ市場に特化した、突出したリーディングカンパニーとしてのポジショニングを確立している。

こうしたポジショニング構築を可能にしたのは、企業・学校双方への手厚いサービス提供であるが、満足度の高いサービスを両者に継続的に提供するのは、決して容易ではない。同社の場合、創業時に掲げたパーパス・ビジョン実現に向けいち早く、かつ愚直に各種施策に取り組んできたことが、独自のポジショニング構築に結びついているといえるだろう。

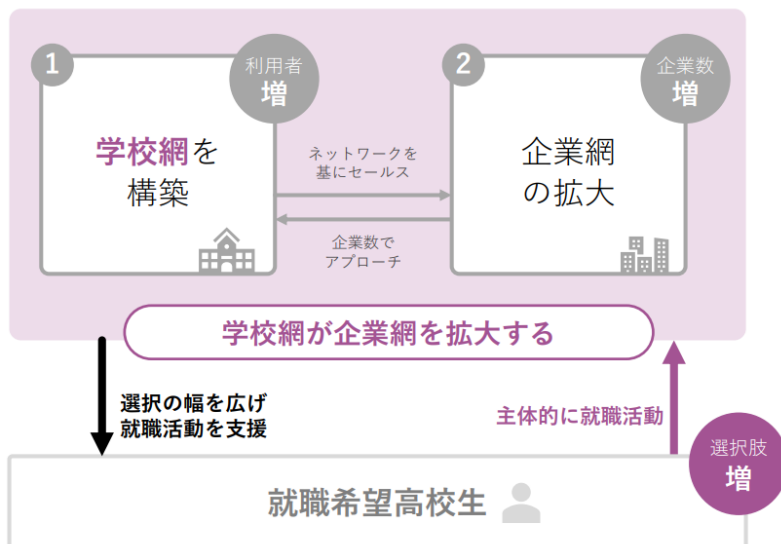
(2)同社最大の資産:全国の高校との強いネットワーク

高卒就職市場と大卒就職市場の決定的な違いは、学校の存在である。高校生の就職活動には高校が必ず関与するため、採用検討企業が就職希望高校生へ自社の魅力を訴求するには高校との共同歩調が不可欠となる。

BRIDGE REPORT



同社では、利用企業拡大のためには、高校ネットワークの構築が最も重要と考えており、「ジョブドラフト Career」や「ジョブドラフト Teacher」を無料で提供している。2025 年 3 月期には全国 5,098 校の 4 割強にあたる 2,664 校の高校と接触の機会を持つ。導入校が増えることで連携企業数も増え、就職を希望する高校生の選択肢拡大やさらなる学校網拡充に繋がるため、高校ネットワークこそが同社最大の資産であり、競争優位性の源泉である。今後も各教育委員会との関係構築なども含めた様々な施策を展開し、さらなるネットワーク強化を図る。その意味で、進路情報事業を展開し 60 年近く高校との接点を持ってきたジンジブキャリアの統合は極めて大きな意味を持つものである。



(同社資料より)

(3)「人を介したサービス促進」による学校への最適なアプローチ

同社では学校網拡大に向け、「ジョブドラフト Teacher」「ジョブドラフト Career」といった高校に特化したサービスを展開しているが、それにとどまらず、学校現場に精通した 100 名規模の同社スタッフが実際に高校へ足を運ぶことで、導入から活用・浸透までサポートを行っている。同業他社では営業担当がプロダクトを販売し、導入後のサポート体制は限定的であり、「人を介したサービス促進」が、高校ネットワークを更に深化させ、関係性の強化に繋がっている。

(4)採用支援サービスと企画制作サービスの相乗効果

求人企業には、自社の魅力を高校生に訴求する方法への知見が乏しいケースも多い。そういった企業に対して、「ジョブドラフト Navi」掲載や「ジョブドラフト Fes」参画といった採用支援サービスだけでなく、採用パンフレット・イベントブース装飾・企業紹介動画制作・採用ホームページなどの提供とともに、希望がある場合はカスタマーサクセス機能を通じて、幅広く高卒就活生に訴求するノウハウを提供している。その結果、採用活動に手応えがあれば、採用支援サービスのビジネス機会拡大にも連携する好循環システムを構築している。

2. 新中期経営計画

2029 年 3 月期を最終年度とする 3 カ年の新中期経営計画を策定した。

(1) 市場分析

「1. 会社概要【1-3 事業環境】」で述べたように、現在の高卒就活市場は、大卒の半分以下のニッチな市場ではあるが、今後高卒採用支援がより効率化・活性化し、現在の大卒採用支援の 1 人当たり市場規模約 33 万円と同等となった場合、高卒就活支援市場規模は約 680 億円に拡大すると見ている。

また、超大企業を含め多数のプレーヤーが存在する大卒求人広告市場が「レッドオーシャン」であるのに対し、ニッチで制約が多い高卒求人広告市場は参入障壁が高く「ブルーオーシャン」であり、大卒求人広告市場とは対極に位置し、黎明期から成長期に向かう有望なマーケットであると同社では考えている。

(2) 前回の成長戦略振り返り

2025 年 3 月期に明確になった課題解決も含め、「①紹介獲得数の向上」「②営業効率の向上」「③全社生産性の向上」「④付加価値の向上」「⑤学校への普及促進」という、5 つの成長戦略を推進した。

概ね順調に進捗させることができた。「⑤学校への普及促進: 同社最大の資産である学校網の拡大」については、ジョブドラフト Teacher、ジョブドラフト Career とともに導入校数は大幅に拡大。ジンジブキャリアとの統合により、進学を窓口にした就職支援への算入によって更なる学校網の拡大を目指す。

一方、「④付加価値の向上」については、人事部パック期末稼働社数の実績が目標を大きく下回った。HR 全方向(採用・教育・定着・評価)での営業が顧客には魅力的に映らなかったため、差別化を図るべく「定着」をメインに据えて再度拡大を図る。

	25/3実績	26/3実績	26/3目標
戦略① 紹介獲得数の向上	- 金融機関等の紹介による新規商談の月間平均数は大幅増 - 法人営業の幹部層を部署責任者として配置し、担当部署の人員を増強	金融機関等紹介による新規商談の月間平均数 275件	389件 400件
戦略② 営業効率の向上	- Web商談の活用により新規の商談数(月間平均)は増加 - 獲得リードを精査し受注率が低いと見込まれるリードを整理したため計画数には未達も、金融機関紹介の増加により成長を維持	新規商談の月間平均数 662件	772件 958件
戦略③ 全社生産性の向上	- 期末従業員数が203名計画に対して実績176名 - AI/業務委託の活用を通じて、生産性向上を実現	従業員1人あたり売上高 12,905千円	13,507千円 13,882千円
戦略④ 付加価値の向上	- HR全方向(採用・教育・定着・評価)での営業が刺さらず不振 「定着」をメインに据えたりブランディングで巻き返しを図る	人事部パック期末稼働社数 46社	50社 201社
戦略⑤ 学校への普及促進	- 学校網は順調に拡大 - ジンジブキャリアとの統合により、進学を窓口にした就職支援の入り込み等によって更なる学校網の拡大を目指す	ジョブドラフトTeacher導入校数 801校 ジョブドラフトCareer導入校数 692校	1,220校 804校

(同社資料より)

(3) 新たな成長戦略

参入障壁が高く、今後の成長が見込まれる「ブルーオーシャン」の高卒求人広告市場において、自社の競争優位性をベースに、市場環境及び現状の課題を認識し、4 つの成長戦略により課題解決と収益及び企業価値拡大を図る考えだ。

市場環境・現状の課題	成長戦略
データ基盤ビジネスの展開速度が加速しており、先行者メリットを維持するための対策が急務	戦略 01 リアル×テクノロジーによる学校シェアの向上
LTVが高3の4月～3月と非常に短く、毎年対象者が入れ替わる	戦略 02 生涯LTVの長期化(生涯ジンジブID構想)
2026年3月期、「人事部パック」については目標に対して大幅な未達	戦略 03 ストック収益の最大化と強固な受注基盤の構築
採用人員の増加に伴う教育コストの増大と、それに伴う利益率の停滞	戦略 04 全社生産性の劇的改善(筋肉質な組織への転換)

(同社資料より)

BRIDGE REPORT



成長戦略①:リアル×テクノロジーによる学校シェアの向上

「会社概要:【1-5 特長・強み・競争優位性】」で触れたように、同社では学校網拡大に向け、「ジョブドラフト Teacher」「ジョブドラフト Career」といった高校に特化したサービスを展開しているが、それにとどまらず、学校現場に精通した 100 名規模の同社スタッフが実際に高校へ足を運ぶことで、導入から活用・浸透までサポートを行っている。この競争優位性を強みに、競合の追従を許さない学校現場での圧倒的なシェアの獲得を目指す。

リアルにおいてはイベント開催数の大幅な増大を、テクノロジーにおいては「ジョブドラフト Teacher」の大幅なアップデートを行い、単なる「教員向けの求人票管理システム」から脱却し、就職だけでなく進学も含め、先生・生徒・保護者・企業・進学先(大学/専門)をシームレスに繋ぐ「総合進路指導情報プラットフォーム」へ進化させる。

Real



Technology

「人の介在」による場の提供

- ・システムだけでは解決できない「企業と生徒の直接的な出会い」や「キャリア教育の伴走」を強化
- ・学校との強固な信頼関係をベースに、合同企業説明会等のイベント開催を全国規模で拡大



「便利なシステム」から「プラットフォーム」へ

- ・「ジョブドラフトTeacher」に大幅なアップデートを行い、単なる「教員向けの求人票管理システム」から脱却
- ・就職だけでなく進学も含め、先生・生徒・保護者・企業・進学先(大学/専門)をシームレスに繋ぐ「総合進路指導情報プラットフォーム」へ



(同社資料より)

成長戦略②:生涯 LTV の長期化(生涯ジンジブ ID 構想)

ジンジブの就活支援事業とジンジブキャリアの展開する進路情報事業との統合と独自のデータ基盤構築により、18 歳以降のキャリア(転職・ライフイベント等)にも継続して伴走する体制を築いていく。これまでの「高校 3 年生の 1 年間」という短い顧客接点から脱却し、長期的な LTV とグループシナジーを創出する。

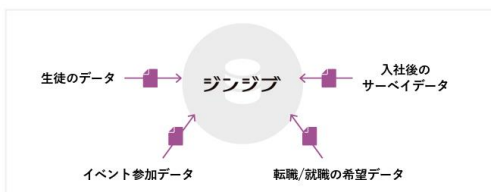
現状 LTVは「高3の1年間」のみで毎年ターゲットが入れ替わる



目指す姿 18歳以降のキャリアにも伴走し、LTVを長期化する

「ジンジブIDプラットフォーム」を構築

就職と進学を統合した合同イベントの開催や、若年層のデータを一元管理する「ジンジブIDプラットフォーム」を構築し、高校卒業後も生涯にわたって寄り添うパートナーとしてのLTV(顧客生涯価値)長期化を実現する。



就職と進学の統合的サポート

2026年4月に開始した新会社「株式会社ジンジブキャリア」との連携を強化。「就職・進学の合同開催イベント」を開催し、進路に迷う高校生に幅広い選択肢を提示しつつ、圧倒的な集客力を実現する。今後は、留学支援や障がい者支援等への進出にもらむ。

ジンジブキャリア

【事業内容】
大学・短大・専門学校向けの学生募集サポートや、各高校の進路状況に合わせた「進路ガイダンス」の企画・運営など

【想定されるシナジー効果】
・キャリアイベントとの共同開催
・人員の効率的な配置



(同社資料より)

成長戦略③:ストック収益の最大化と強固な受注基盤の構築

顧客基盤の更なる強化に向け、リード獲得ルートの多角化と組織再編に着手する。金融機関ルートにおいては、従来の地方銀行に加え、未開拓の信用金庫の開拓を進め、受注率の高い「紹介案件」の比率を大幅に高める。金融機関ルートとは別に強力な営業網を持つ大型代理店ルートを拡大するほか、提案標準化のための営業企画部署やマーケティングオペレーションチームを新設し、営業組織を最適化した。

「人事部パック」についてはリブランディングを実行した。企業の最も強いニーズである「定着支援」へ同サービスの価値を再定義し、サブスクリプション収益による安定的な利益基盤を構築する。

BRIDGE REPORT



リード獲得ルートの多角化と組織再編

- 強力な営業網を持つ大型代理店ルートを拡大
- 従来の地方銀行に加え、未開拓の信用金庫の開拓を進め、受注率の高い「紹介案件」の比率を大幅に高める
- 営業企画部署（提案標準化）やマーケティングチームを新設し、営業組織を最適化

金融機関等の紹介による新規商談の月間平均数（件）



(同社資料より)

「人事部パック」のリブランディングと販売強化

- 2026年4月、リーディングマーク社の適性検査・組織改善サービス「ミキワメ」との連携を発表
- サーベイスシステムを用いたデータ駆動型の「定着支援・組織改善伴走サービス」へと進化させ、中小企業に「データで兆候を捉え、実行で組織を変える」新しい人的資本経営の形を提供する



成長戦略④: 全社生産性の劇的改善(筋肉質な組織への転換)

人員増に依存する従来の労働集約型モデルから脱却し、「人がやるべき高付加価値な業務」と「システムや外部に任せる業務」を明確に切り分け、AI や Salesforce の活用と戦略的な BPO の導入により、生産性と利益率を劇的に向上させる。「離職率の低減」「1人あたり営業利益の極大化」により筋肉質な組織への転換を図る。

1人あたり売上高は26年3月期の13,507千円から2029年3月期には20,776千円へ、1人あたり営業利益は26年3月期の834千円から2029年3月期には2,780千円へと拡大させる。CAGRはそれぞれ、+15.4%、+49.4%(CAGRはインベストメントブリッジが計算)。収益性も急速に向上する。

生産性向上に向けた主な施策

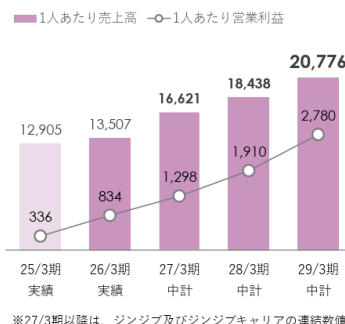
- 01 Salesforceを中心とした全社システム体系の刷新
- 02 AI導入および既存システムの入替による業務の自動化を推進
- 03 戦略的な業務委託の活用（テレパなど）
- 04 現地で稼働する委託ワーカーを活用し、機動力高くエリアを拡大

「離職率の低減」「1人あたり営業利益の極大化」により
筋肉質な組織へ



(同社資料より)

1人あたり売上高/営業利益の計画



(4)投資計画

2027年3月期は、今後の飛躍的な利益成長に向けた「投資と創造の1年」と位置づけ、主として既存事業で創出する利益を次なる成長の柱へと積極的に投資する。必要に応じて資金調達も実施する。

具体的には、「リアル×テクノロジーによる学校シェアの向上」に約2.1億円、「強固な受注基盤・マーケティングの確立」に約1.4億円、「全社生産性の向上」に約0.8億円。このほか、直近3年間を見据えた中期的投資として「教育関連事業」を主軸としたM&A及びCVC投資に積極的に挑戦し、非連続の高成長を実現する。

リアル×テクノロジーによる学校シェアの向上

投資規模 約2.1億円

- 「ジョブドラフトTeacher」ソフトウェア開発プラットフォーム化による不可逆的なインフラの構築
- イベント設営の拡充
学校網を更に強固にするためのリアルイベントの増加

強固な受注基盤・マーケティングの確立

投資規模 約1.4億円

- 各種広告宣伝
人事部パックのリブランディング等に伴う商談数確保
- 見込顧客の紹介促進
金融機関や大型代理店との紹介手数料条件の見直し
- 高校生起業プロジェクトの発足
高校生インターンの一環として、高校生がやりたいことを実現するためのプロジェクトを新たに発足

全社生産性の向上

投資規模 約0.8億円

- 全社システム体系の刷新（Salesforce等）
再現性のある営業活動の確立
- AI導入および既存システムの入替
業務自動化による全社生産性の向上
- 戦略的業務委託（BPO）
地方営業展開や商談数確保、社内オペレーションへの高い専門性の取込

(同社資料より)

BRIDGE REPORT



(5)数値目標

	25/3 期	26/3 期	27/3 期	28/3 期	29/3 期	CAGR
売上高	2,400	2,687	4,187	4,826	5,604	+27.8%
ジンジブ事業	2,400	2,687	3,162	3,750	4,474	+18.5%
ジンジブキャリア事業	-	-	1,025	1,076	1,130	+5.0%
営業利益	62	166	327	500	750	+65.3%
営業利益率	2.6%	6.2%	7.8%	10.4%	13.4%	-

* 単位: 百万円。27/3 期以降は計画。CAGR は 26/3 期から 29/3 期までの CAGR。全社売上高については同社資料より、それ以外はインベストメントブリッジが計算。

(参考: 前回中計での開示数値)

	25/3 期	26/3 期	27/3 期	28/3 期	CAGR
売上高	2,400	2,818	3,591	4,813	+26.1%
営業利益	62	85	430	1,060	+157.6%
営業利益率	2.6%	2.9%	12.5%	22.0%	-

* 単位: 百万円。26/3 期以降は計画。CAGR は 25/3 期から 28/3 期までの CAGR。インベストメントブリッジが計算。

ジンジブキャリア統合により、採用媒体から進路支援インフラへと進化し、「ストック収益化による持続成長」を推進する。

29 年 3 月期「売上高 56 億 4 百万円、営業利益 7 億 50 百万円、営業利益率 13.4%」を目標とする。

※M&A 等の外部成長は織り込んでいない。また、各期の創出キャッシュフローの範囲内で成長に向けた投資資金は充足するため、銀行借入を除いた新たな資金調達は想定していない。

進学支援と就職支援の統合・シナジー効果発現を最優先とするため、ジンジブ事業単体の売上成長は前回計画よりもやや抑えた数値に再設定した。同時に、従業員数増員を抑制しつつ人員生産性を向上させ利益体質の強化を実現し、26 年 3 月期比で 2 倍以上の利益率を確保する。

ジンジブキャリア事業については、のれんを加味したうえで営業黒字を計画している一方、ジンジブキャリアとの統合を優先しジンジブ事業の売上成長をやや抑えていることにより、27/3 期、28/3 期の営業利益は前期開示した中期経営計画を下回る見込みである。

(主な KPI)

	26/3 期	27/3 期	28/3 期	29/3 期	CAGR
ジョブドラフト Navi 掲載社数(社)	2,509	3,300	4,700	6,600	+38.0%
有料	1,026	1,200	1,550	1,950	+23.9%
フリー	1,483	2,100	3,150	4,650	+46.4%
ジンジブ単体のイベント開催数(回)	74	100	130	150	+26.6%
新規商談の月間平均数(件)	772	838	880	941	+6.8%
人事部バック期末稼働社数(社)	50	115	196	269	+75.2%
従業員数(名)	176	190	198	206	+5.4%
業務委託費(百万円)	153	178	183	193	+8.1%
広告宣伝費(百万円)	158	333	382	489	+45.7%
ジョブドラフト Teacher 導入校数(校)	1,220	-	-	3,000	+35.0%
ジョブドラフト Career 導入校数(校)	804	-	-	2,000	+35.5%

※CAGR はインベストメントブリッジが計算。

ジョブドラフト Navi では、大企業等との新たな採用支援契約とともに、企業顧客を多く抱える企業との紹介契約締結によるリード増加を狙う。有料失注企業へのフリープラン提案を通じて、Navi の価値向上を図る。

イベントについては、ジンジブ事業(就活支援)、ジンジブキャリア事業(進学支援)の統合を通じて、リアルイベントの開催数増加を狙うとともに、費用効率の向上を実現する。

リード別受注率を基に受注率の低いリード商談を整理するため商談数の増加は緩やかとなるが、一方で、営業効率及びそれに伴う受注率の向上を狙う。業務委託のリソースも活用し、見込企業リストのナーチャリングを強化する。

BRIDGE REPORT



新卒採用数を 20 名に抑制、従業員数は前年比 110%程度とする。合わせて、既存従業員の給与水準を 10%程度向上させる。別途、ジンジブキャリアは計画期間中毎期 59 名の予測。

社員採用を抑制する一方、外部業務委託を増加させてその業務を吸収する。業務委託費用を増加させることで、事業拡大に必要な経費をコントロールできる体制を確立する。

広告宣伝は積極的に展開する。生産性向上によって圧縮したコストを攻めの投資へ振り分ける。人事部パックの Web 広告を開始するほか、高校生起業プロジェクト等、高校生向け施策もスタートさせる。

3. 2026 年 3 月期決算概要

【3-1 業績概要】

	25/3 期	構成比	26/3 期	構成比	前期比	期初予想比
売上収益	2,400	100.0%	2,687	100.0%	+12.0%	-4.6%
売上総利益	2,046	85.3%	2,318	86.3%	+13.3%	-
販管費	1,984	82.7%	2,152	80.1%	+8.5%	-
営業利益	62	2.6%	166	6.2%	+165.4%	+95.3%
経常利益	58	2.5%	165	6.2%	+181.5%	+109.0%
当期純利益	-184	-	182	6.8%	-	+95.3%

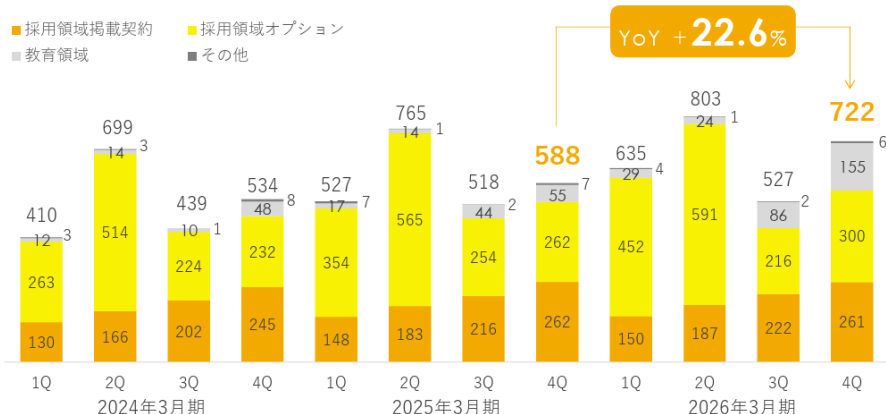
* 単位: 百万円

増収、大幅増益で利益は期初予想を大きく上回る

売上高は前期比 12.0%増の 26 億 87 百万円。2026 年 3 月卒業予定の高卒求人倍率が 3.94 倍と非常に高い水準で推移するなど、企業側の旺盛な求人意欲を背景に、「ジョブドラフト Fes」などジンジブ単体のイベントを 74 回開催。オプション商材も成長を牽引した。

営業利益は同 165.4%増の 1 億 66 百万円。増収に伴い売上総利益は同 13.3%増加。利益率の高い商材が好調で、粗利率も同 1.0 ポイント上昇。受注増による金融機関への支払手数料、効率化推進を目的とした業務委託費など販管費の増加(同 8.5%増)を吸収し、大幅な増益となった。各段階利益は期初予想を大きく上回った。

売上高明細の四半期推移



(同社資料より)

【3-2 KPI の推移】

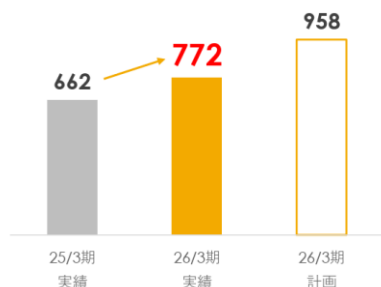
リード別受注率を基に、相手方が決済権限者以外であったなどの受注率の低いリード商談を整理したほか、アウトバウンドリード（テレアポ）も見直し、商談の質向上を図ったため計画は未達も、金融機関紹介による新規商談の増加により、全体的な商談数は前年を上回った。

金融機関紹介については担当部署の人員を増強したほか、支店だけでなく本部への提案を強化することで、個別の深耕を進めた結果、ほぼ計画通りで、前期比 41.4%増と大幅に伸長させた。

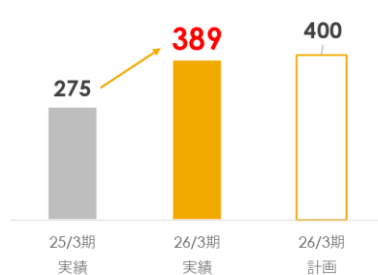
BRIDGE REPORT



新規商談の月間平均数推移 (件)



金融機関等紹介による新規商談の月間平均数推移 (件)



(同社資料より)

【3-3 財務状態とキャッシュ・フロー】

◎主要BS

	25 年 3 月末	26 年 3 月末	増減		25 年 3 月末	26 年 3 月末	増減
流動資産	1,843	1,899	+55	流動負債	1,339	1,426	+86
現預金	1,593	1,684	+90	短期借入金	187	184	-2
売上債権	112	169	+56	契約負債	918	929	+11
前払費用	124	44	-80	固定負債	361	299	-61
固定資産	247	403	+156	長期借入金	327	237	-89
有形固定資産	83	175	+92	負債合計	1,700	1,725	+24
無形固定資産	38	28	-9	純資産	389	577	+187
投資その他の資産	125	199	+74	利益剰余金合計	-246	-64	+182
資産合計	2,090	2,302	+212	負債純資産合計	2,090	2,302	+212

* 単位: 百万円

現預金、有形固定資産の増加などで資産合計は前期末比 2 億 12 百万円増加の 23 億 2 百万円。負債合計は同 24 百万円増加の 17 億 25 百万円。利益剰余金の増加等で純資産は同 1 億 87 百万円増加の 5 億 77 百万円。自己資本比率は前期末から 6.3 ポイント上昇し 24.9%となった。

◎キャッシュ・フロー

	25/3 期	26/3 期	増減
営業 CF	-128	301	+430
投資 CF	-72	-121	-49
フリーCF	-200	180	+381
財務 CF	240	-89	-330
現金同等物残高	1,593	1,684	+90

* 単位: 百万円

税引前当期純利益の増加等で営業 CF、フリーCF は大きく改善。
キャッシュポジションは前期末同水準。

【3-4 トピックス】

(1)株式会社ジンジブキャリアの株式取得により進路情報事業へ参入

2026 年 4 月、チエルコミュニケーションブリッジ株式会社から進路情報事業を担う「株式会社ジンジブキャリア」の全株式を取得した。

(チエルコミュニケーションブリッジ株式会社概要)

1967 年 7 月設立。高校生を対象とする大学・短期大学・専門学校の進路相談会の企画・運営、高校生を対象とする進学情報誌の企画・制作・出版、専門学校・大学・短期大学・企業などの高校代理店等をからなる進路情報事業で長年の実績を有する。進路情報事業の 2025 年 3 月期実績は売上高 10 億 89 百万円、営業利益 66 百万円。

BRIDGE REPORT

**(株式取得の概要)**

チエルコミュニケーションブリッジは、進路情報事業を会社分割(新設分割)させて「株式会社ジンジブキャリア」を新設。株式会社ジンジブが株式会社ジンジブキャリアの全株式を取得した。取得価額は 2 億 90 百万円。

(株式取得の背景、理由)

株式取得を通じてジンジブキャリアを新たなパートナーとして迎えることにより、ジンジブの強みである高卒就職支援に加え、大多数の高校生の進路である「進学」領域へ参入することで、高校生の進路選択を就職・進学の両面から支援する体制を構築する。チエルコミュニケーションブリッジがこれまで進路情報事業で培ってきた高校および大学・専門学校との強固なリレーションとジンジブの持つ企業・高校ネットワークとを相互に補完し合い、高卒採用・進学市場全体の非効率性を抜本的に解決する、より強固な事業基盤が確立できると判断した。

(今後の展開)

高校現場において分断されていた「就職」と「進学」の支援を統合し、全ての高校生が主体的に将来を考えるきっかけを創り、多様な進路選択をサポートする「総合キャリアプラットフォーム」の構築を目指す。

株式会社ジンジブは 26 年 3 月期、進学イベント/ガイダンスを 60 名規模のメンバーで年間約 1,700 回開催した。今後は相互の学校網を掛け合わせ、学校網の拡充・競合優位性の強化を実現する。

(2) 人事支援サービス「人事部パック」をブラッシュアップ**① サービスを大幅リニューアルし「定着・育成・組織改善」へ特化**

2026 年 4 月、中小企業向け人事支援サービス「人事部パック」を、退職予兆の把握と組織改善伴走に特化したサービスへと大幅にリニューアルした。

(リニューアルの背景)

人手不足倒産が過去最多で推移するなか、新人 1 人の早期離職は約 580 万円の損失を招く深刻な経営課題である。ジンジブの調査では、退職した若手エース社員の 69.3%が「本音を伝えていた」、94%が「会社の対応があれば思いとどまった」と回答している。一方経営者・マネージャーの 57.3%は「予兆に気づきながら対策できなかった」と答えており、「気づき」と「打ち手」のギャップが離職を招く構造が浮き彫りになっている。

ジンジブでは「採用戦略策定」「教育」「定着」「評価」「福利厚生」など、中小企業の「人的資本経営」を支える人事にまつわる業務をサポートするサービスとして「人事部パック」を提供してきたが、差別化を図り競争優位性を強化するには、「定着・育成・組織改善」に集中してサポートするビジネスモデルへと進化させる必要があると判断した。

(新生・人事部パックの特長)

株式会社リーディングマークが提供する「ミキワメ AI」と連携することで、定期的な性格診断やサーベイにより社員一人ひとりのコンディションを可視化し、離職の兆候を早期に察知することができる。この離職予兆検知とジンジブによる組織改善伴走支援・教育・研修プログラムを組み合わせることで、中小企業に「データで兆候を捉え、実行で組織を変える」新しい人的資本経営の形を提供する。

② 中小企業の人材育成支援を強化

2026 年 5 月、株式会社 Schoo と業務提携し、「人事部パック」の定着支援プラン契約企業に対して、Schoo 社の法人向けオンライン動画研修サービス「Schoo for Business」の提供を開始した。

(提携の概要)

契約企業はジンジブの伴走支援に加え、最新の AI 学習、ビジネススキル、マネジメント等、Schoo 社の 9,000 本以上の学習コンテンツを活用することができる。組織・個人の状態データに基づく推奨研修の提案により、研修効果の可視化と改善も支援する。

(今後の取り組み)

今回の提携により、ジンジブの伴走支援と Schoo 社の学習プラットフォームを掛け合わせることで、中小企業における人材育成の実行性を高め、継続的な組織づくりを支援する。

(3)高校生向けおしごと体験イベント「おしごとフェア 2026」を全国 19 会場で開催

高校生向けおしごと体験イベント「おしごとフェア」に参加した高校生は、企業ブースでの仕事説明に加え、実際のおしごと体験（着付け／電気配線／左官／お札を数える 等）を通じて、リアルな仕事像を体感することができる。また、就職情報アプリ「ジョブドラフト Navi」で興味を持った企業のインターンシップやオープンカンパニーへの参加希望を提出することができるほか、先生の管理システム「ジョブドラフト Teacher」と連動し、参加後の体験機会へ確実につなげる仕組みを構築している。

2026 年は従来大阪・福岡・仙台・東京・名古屋等に加え、山口県で初めて開催。卒業年度の高校生を中心に、参加無料で広く受け入れを行っている。

4. 2027 年 3 月期業績予想

【業績予想】

	26/3 期	構成比	27/3 期(予)	構成比	前期比
売上収益	2,687	100.0%	3,212	100.0%	+19.5%
営業利益	166	6.2%	311	9.7%	+87.5%
経常利益	165	6.2%	306	9.5%	+84.9%
当期純利益	182	6.8%	299	9.3%	+64.1%

* 単位: 百万円。予想は会社側予想。

大幅な増収増益を予想

売上高は前期比 19.5%増の 32 億 12 百万円、営業利益は同 87.5%増の 3 億 11 百万円の予想。

新中計の成長戦略「①リアル×テクノロジーによる学校シェアの向上」「②生涯 LTV の長期化(生涯ジジブ ID 構想)」「③ストック収益の最大化と強固な受注基盤の構築」「④全社生産性の劇的改善(筋肉質な組織への転換)」に取り組んでいく。

5. 佐々木社長に聞く

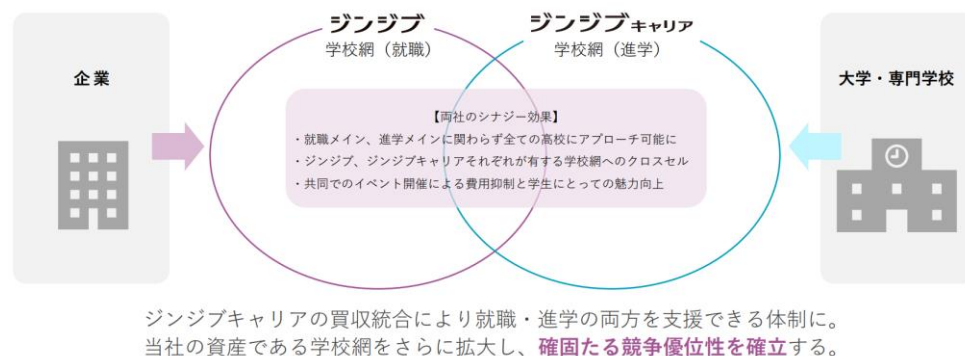
佐々木 満秀社長に、進路情報事業算入の意図、新中期経営計画の重要なポイント、株主・投資家へのメッセージを伺った。

Q:チエルコミュニケーションブリッジ株式会社が営む進路情報事業を担う「株式会社ジンジブキャリア」の全株式を取得し進路情報事業に参入しました。その意図と今後の展開についてお話しください。

ジンジブは高卒就活支援において、リーディングカンパニーとして圧倒的な優位性を有しています。一方、チエルコミュニケーションブリッジの進路情報事業、進学支援は、60 年近い実績を有しているものの、競合も多く、同事業単独では独自の付加価値を提供するのは難しく、強力な優位性があるとは言い難いものです。これまでも売上高は 10 億円前後で推移し、今後も同事業単体で大きく成長することは見込んでいません。

ただし、ジンジブの高卒就活支援と組み合わせると、大きなシナジー効果の発現が可能です。

当社は、現在の競争優位性を今後も更に強化していくためには、財産である高校ネットワークの全国展開を一層進めていく必要があるのですが、今回の統合によりチエルコミュニケーションブリッジが進路情報事業で培ってきた高校および大学・専門学校との強固なリレーションを活用して、高校ネットワークの強化が可能になります。また、当社は「就活支援」と「進学支援」という両面で、高校、高校生を強力にサポートすることができるようになるほか、進路情報事業の中心である進学のためのイベントと当社の「ジョブドラフト Fes」を共同で開催することによって、当社グループは更に競争優位性を強化できると考えています。



(同社資料より)

Q:続いて新中期経営計画について伺います。成長戦略①「リアル×テクノロジーによる学校シェアの向上」で、就職だけでなく進学も含め、先生・生徒・保護者・企業・進学先(大学/専門)をシームレスに繋ぐ「総合進路指導情報プラットフォーム」への進化を挙げておられます。これについてご説明ください。

当社では高校及び高校の先生のために「ジョブドラフト Teacher」を提供しています。これは、高校に届く紙の求人票をデジタル化するシステムで、先生にとっては進路指導の作業の減少に繋がるだけでなく、生徒にいち早く会社の求人情報を見せることができるものです。これを、進路情報事業に参入したことを機に大幅にアップデートし、単なる「教員向けの求人票管理システム」から脱却し、就職だけでなく進学も含め、先生・生徒・保護者・企業・進学先(大学/専門)をシームレスに繋ぐ「総合進路指導情報プラットフォーム」へ進化させます。現在開発中で、来年春ごろのリリースを計画しています。

Q:続いて、成長戦略②「生涯 LTV の長期化(生涯ジンジブ ID 構想)」についてもご説明ください。

これまでの当社と高校生の接点は、就活が本格化する「高校 3 年生の 1 年間」という大変短いものでした。しかし、こちらにおいても、進路情報事業に参入したことを機に、先程申し上げた「総合進路指導情報プラットフォーム」内に、高校生に関する独自のデータ基盤となる高校生の生涯ジンジブ ID を構築して、高校卒業以降の結婚、住宅取得、出産、転職など様々なライフイベントにも伴走することでお客様である高校生の LTV を長期化することを目指していきます。

Q:成長戦略③「ストック収益の最大化と強固な受注基盤の構築」において、「強力な営業網を持つ大型代理店ルートを拡大」を挙げていますが、金融機関以外どんな業種・業態なのでしょう。

BRIDGE REPORT



全国規模で企業ネットワークを構築している企業様、同じく全国で中小企業向けに製品やサービスを提供している企業様などです。複数社で既に実績も上がっており、さらに開拓を進めます。

金融機関ルートにおいては、従来の地方銀行に加え、未開拓の信用金庫の開拓を進めます。

Q: 同じく、成長戦略③では、「人事部パックのリブランディング」を挙げておられます。

人事アウトソーシング・マーケットは拡大していることから、中小企業の「人的資本経営」を支える人事にまつわる業務をサポートする「人事部パック」を立ち上げました。サポート領域を「採用戦略策定」「教育」「定着」「評価」「福利厚生」など、幅広く設定して需要を取り込もうとしましたが、競合も多く、差別化が難しいため顧客獲得に苦戦しました。競合状況を調査してみると、「採用」「教育」にフォーカスしている企業が多く、中小企業にとっては「採用」も重要ですが、苦労して採用した社員が退職しないように取り組むことも重要ですので、領域を「定着支援」に絞り込んで再スタートすることとしました。株式会社リーディングマークが提供する「ミキワメAI」と連携して離職の兆候を早期に察知することに加え、当社による組織改善伴走支援・教育・研修プログラムを組み合わせることで、中小企業に「データで兆候を捉え、実行で組織を変える」新しい人的資本経営の形を提供いたします。

Q: 成長戦略④「全社生産性の劇的改善(筋肉質な組織への転換)」では、人員増に依存する従来の労働集約型モデルから脱却し、「人がやるべき高付加価値な業務」と「システムや外部に任せる業務」を明確に切り分けることとしています。

生産性と利益率を劇的に向上させるために、この中計期間中、採用は抑え目とし、AI や Salesforce の活用とテレアポなど戦略的なBPOの導入を図ります。ただ、一方で、当社では学校現場に精通した100名規模のスタッフが実際に高校へ足を運ぶことで、導入から活用・浸透までサポートを行っており、こうした「人を介したサービス促進」は高校ネットワークを更に深化させ、関係性の強化に繋がる大きな強みです。また、金融機関を始めとした有力な紹介ルート開拓も「人」が重要な要素です。抑制的な採用計画を推進し社員一人当たりの生産性を高めながらも、こうした領域では「人」を増員して対応していく考えです。

Q: ありがとうございました。それでは最後に株主・投資家へのメッセージをお願いいたします。

当社のビジネスモデルの根底にあるのは、パーパス(企業の社会的存在意義)にあるように、「若者にさまざまなチャンスを提供し、明るい未来、夢と希望があふれる世界の実現を目指す」というものです。こうした考えを応援していただける方、共感いただける方にぜひとも株主になっていただきたいと思います。

高卒就活市場や進路情報事業のマーケットサイズに疑問を持っておられる方もおいでかと思いますが、我々は長期の視点で非常に大きなマーケットの広がりを見据えています。

先ほどお話ししましたように、これまでの当社と高校生の接点は、就活が本格化する「高校3年生の1年間」という大変短いものでした。ところが、進路情報事業に参入したことを機に、ジンジブの就活支援事業とジンジブキャリアの展開する進路情報事業との統合と独自のデータ基盤構築により、高校生が卒業後の20代、30代、40代、50代と人生を歩む中でも継続して伴走してサービスを提供することができると考えています。「高校3年生の1年間」ではなく、「高校生のLTV」という長期的な顧客価値を顕在化させ、これを取り込んでまいります。こうした長期の視点で当社を応援していただきたいと思います。

6. 今後の注目点

ジンジブキャリア統合によって参入した進路情報事業は、60年近い実績を有しているものの、競合も多く、同事業単独では独自の付加価値を提供するのは難しく、強力な優位性があると言い難い。これまでも売上高は10億円前後で推移し、同社では今後も同事業単体では大きく成長することを見込んではいない。ただし、ジンジブの高卒就活支援と組み合わせると、チエルコミュニケーションブリッジが進路情報事業で培ってきた高校および大学・専門学校との強固なリレーションを活用して、高校ネットワークの強化が可能になるほか、ジンジブは「就活支援」と「進学支援」という両面で、高校、高校生、高校の先生を強力にサポートすることができるようになるなど、更に優位性を強化できると同社は考えている。

新たな中期経営計画では、進学支援と就職支援の統合・シナジー効果発現を最優先とするため、ジンジブ事業単体の売上成長は前回中計での想定よりもやや抑えた数値に再設定した。同時に、従業員数増員を抑制しつつ人員生産性を向上させ利益体質の強化を実現し、29年3月期は26年3月期比較で2倍以上の利益率を確保する計画だ。新中計の5つの成長戦略の進捗に注目していきたい。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査役設置会社
取締役	6名、うち社外取締役2名(うち独立役員2名)
監査等委員	3名、うち社外取締役3名(うち独立役員3名)

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2025 年 6 月 27 日

<基本的な考え方>

当社は、経営環境が変化する中において、持続的な成長及び長期的な企業価値の向上を目指し、株主をはじめとする全てのステークホルダーからの信頼を得るため、コーポレート・ガバナンスの強化を重要な課題として認識し、その充実に取り組んでおります。

<コーポレート・ガバナンス・コードの各原則を実施しない理由>

当社は、コーポレート・ガバナンス・コードの基本原則をすべて実施しております。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.