



GAKUJO INTEGRATED REPORT

学情 | GAKUJO 統合報告書 2025



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

パーパス	01
目次、編集方針	02
■ [第1章] Who we are 学情とは…	
学情の存在意義	
学情の誕生	04
学情の歩み	05
学情の現在	06
学情の生み出す価値	
学情のビジネスモデル	07
学情の商品・サービスの進化	08
商品・サービスの紹介	09
At a Glance	10
学情の現場	
働き手を集める現場	11
働き手と企業をつなぐ現場	12
企業を集める現場	14
■ [第2章] Value creation 学情の価値創造	
マテリアリティ	16
価値創造プロセス	18
価値創造を支える資本	19
社長メッセージ	20
財務担当役員メッセージ	24

■ [第3章] Strategy 価値創造実現へのアクション	
雇用を取り巻く外部環境	27
中期経営計画	
中期経営計画の全体像	28
具体的成長戦略～成長実現への道筋～	29
サステナビリティ経営	30
■ [第4章] ESG management 価値創造の基盤	
価値創造を支える人的資本	32
人事責任者メッセージ	33
社外取締役座談会	35
価値創造を支えるガバナンス	38
社会への取り組み	44
環境への取り組み	45
■ [第5章] Data section データセクション	
財務・非財務ハイライト	47
財務データ	48
非財務データ	49
会社情報・株式情報	50

■編集方針

株式会社学情（以下、当社）は、2024年に初めて統合報告書を発行し、当社の事業活動や成長戦略、価値創造ストーリーを株主・投資家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ました。

2回目となる本統合報告書では、当社が何者なのか、社会にどのような価値を提供しているのか、どのような人がどのような想いをもって働いているのか、などの“学情らしさ”を分かりやすく、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ました。今後も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本報告書を進化させていきます。より詳細な情報をWebサイトに掲載していますので、併せてご覧ください。

■対象組織 株式会社学情

■発行時期 2025年5月

■対象期間 2023年11月1日～2024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）

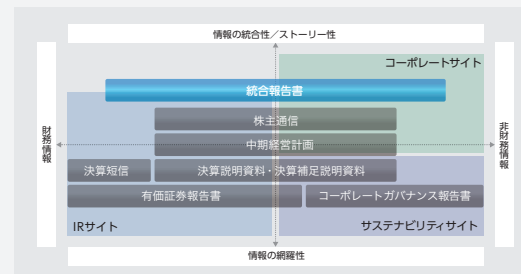
■参照ガイドライン

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

■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。

■情報開示の体系図





Who we are

[第1章] 学情とは…

学情の存在意義

学情の誕生	04
学情の歩み	05
学情の現在	06

学情の生み出す価値

学情のビジネスモデル	07
学情の商品・サービスの進化	08
商品・サービスの紹介	09
At a Glance	10

学情の現場

働き手を集める現場	11
働き手と企業をつなぐ現場	12
企業を集める現場	14

学情の存在意義

● 学情の誕生

1976年
創業1981年
就職情報事業に参入

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。

「求職者と企業が本当に求めていることは何か？」を考え抜く
姿勢・価値観が数多くの業界初を生み出してきました

学情はどのように誕生したのか。 「今」そして「これから」どのような価値を社会に提供していくのか

お客様の「困った」をどうビジネスで解決するのか

お客様の「困った」を解決するために、真面目に、誠実に、そして他人のまねをしない、困難と思われることでもあきらめない姿勢で「まだ世の中にない革新的なサービス」をつくり上げることを徹底的に追求することにしました。その結果として、日本で初めての合同企業セミナー「就職博」が誕生しました。

代表取締役会長 中井 清和

「日本で初めての合同企業セミナー」就職博の誕生

合同企業セミナー「就職博」を1984年に初開催しました。「就職博」は、学生と企業が直接会うイベントのスタイルを、日本で初めて就職・採用活動において取り入れたものです。以降、日本の新卒採用のスタンダードとなりました。「採用するために、まずは学生に会いたい」という企業の声や、当時本社があった大阪において「学生からの応募がない」という地元企業の声に応える形で、「会う」という成果を追求したことが、就職博の始まりです。

「日本で初めてのインターネット就職情報サービス」 Re 就活キャンパス (旧あさがくナビ) の誕生

「Re 就活キャンパス (旧あさがくナビ)」の前身となる日本初のインターネット就職情報サイト「G-WAVE」の配信を1995年にスタートしました。日本でもパソコンが本格的に普及し、同時にインターネットの利用も広がり始めたタイミングでWebメディア事業を始め、Webメディアで転職・就職の情報収集・情報発信をするスタイルを確立しました。



● 学情の歩み

創業期 1976-1989

成長期 1990-2005

拡大期 2006-2019

第二創業期 2020 -

「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

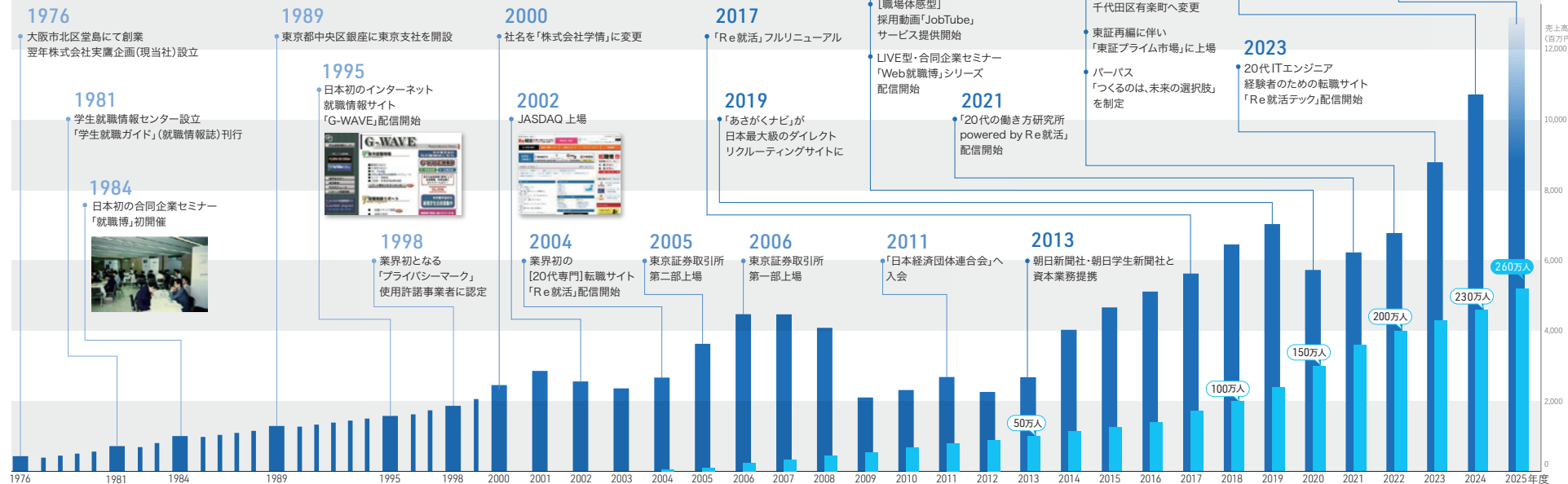
1995年に、日本で初めてインターネット就職情報サイトを
配信。2004年には「Re就活」をローンチ

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」のフルリニューアルを実施。Webメディアを事業の柱に

変化に合わせた組織をつくり、成長を加速。
2020年以降、20以上の新サービスをローンチ

これからの担う世代と、企業、社会の未来のために。
世の中にないサービスを生み出し、新しいスタンダードを創ってきました。

■ 売上高
■ 「Re就活」会員数



● 学情の現在

PURPOSE つくるのは、未来の選択肢

■ なぜ、学生の就職/20代の転職を支援するのか

労働力不足の深刻化が将来的に見込まれる中、若い働き手の重要性はより高まっていくと考えられます。働き手が、能力やスキルを活かして活躍できる企業と早い段階で出会い、自身の可能性を切り拓くことが働き手と企業を最大限に成長させ、双方の豊かさにつながると考えています。

労働力不足	2023年	189万人
	2035年	384万人(推計)

(出所) パーソル総合研究所・中央大学

■ なぜ、キャリアの起点の支援に特化するのか

キャリアの起点(就職や20代での転職)で、体験したこと、習得したスキルが、次のキャリアの選択肢をつくるはずです。“VUCAの時代”と呼ばれる現在は、働き手も主体的にキャリアを形成していくことが求められていると言えます。自分で「選ぶ」ことが必要になったからこそ、「選択のオプション」の充実を図ることが必要になっています。「これでいいや」ではなく、「これがいい」と選択できるように、働き手が力を発揮できる環境でキャリアをスタートすることを支援していきます。

[2020年～ 第二創業期]

創業時のDNAを大切にしつつ、
「変革・挑戦」を加速

2020～2024年度

売上高 1.8 倍 経常利益 2.2 倍

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など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。

■ 2020～2024年度 主な取り組み

- 基幹Webメディア「Re就活」「Re就活キャンパス」のさらなる強化
- 積極的な新商品の開発
(大小合わせて20以上の新サービスをローンチ)
- 営業プロセスのDX化、積極的な人的投資

さらなる
進化へ

2025年10月以降、
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。

学情の生み出す価値

学情がこだわり続けているのは本質的な成果や効果を働き手・企業・社会へ提供すること。価値を生み出す仕組み（ビジネスモデル）、手段（商品・サービス）を紐解いていく。

● 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



● 学情の商品・サービスの進化

「Re就活」を軸に、
10代～30代の転職・就職支援体制を拡充へ

サービス利用者（求職者・学生）の未来につながる選択肢を届ける創業来のこだわりを原動力に、次々と新たなサービスを生み出してきました。対象をセグメント化しサービス利用者にマッチする情報を届ける姿勢が、「また利用したい」との信頼につながっていると考えます。

2024年10月末に「Re就活30」を新たにローンチし、Re就活シリーズは、就職、初めての転職、キャリアアップなど、ライフステージ・キャリアステージに応じて、多様な選択肢をご提案する体制が整いました。そして今後もサービス内容・ラインナップを進化させ、10代～30代の転職・就職を支援してまいります。

加えて、クライアント側にも「Re就活30」の登場により、これまでご支援できなかった「キャリア採用」の領域でも価値をお届けすることができています。

これからも双方に「本質的な成果」を届けることにこだわり、経済価値の拡大につなげていきます。

■ 新たなRe就活シリーズの体系



● 商品・サービスの紹介

キャリア採用

Webメディア

RE就活

- ・日本最大級の20代専門転職サイト
- ・20代が活躍できる約10,000件の求人を常時掲載
- 課金モデル：求人広告を掲載した際に広告掲載料が発生
- 対象：20代 ※会員の9割以上が20代

ダイレクトリクルーティング

RE就活 30

- ・登録求職者に企業がヘッドハンティングを送付
- ・100万円以上の年収アップを実現する求人も多数掲載
- 課金モデル：ヘッドハンティングした人材の入社でフィーが発生
- 対象：20代後半～30代前半 ※会員の9割が28歳～35歳

ダイレクトリクルーティング

RE就活 テック

- ・登録求職者に企業がヘッドハンティングを送付
- ・100万円以上の年収アップを実現する求人も多数掲載
- 課金モデル：ヘッドハンティングした人材の入社でフィーが発生
- 対象：ITエンジニア経験者

エージェント(人材紹介)

RE就活 エージェント RE就活 30 エージェント

- ・キャリアカウンセリングを実施
- ・3,000件を超える求人情報からマッチする企業をご紹介
- 課金モデル：紹介した人材の入社でフィーが発生(成功報酬型)

Webメディア

RE就活 キャンパス

- ・日本最大級のスカウト型就職サイト
- ・2025年3月より、通年採用型サービスにリニューアル
- 課金モデル：求人広告を掲載した際に広告掲載料が発生
- 対象：全学年(短期大学1・2年生、大学1～4年生、修士1・2年生)

エージェント(人材紹介)

RE就活 キャンパスエージェント

- ・キャリアカウンセリングを実施
- ・3,000件を超える求人情報からマッチする企業をご紹介
- 課金モデル：紹介した人材の入社でフィーが発生(成功報酬型)
- 対象：大学4年生

新卒採用

キャリア・新卒採用

イベント

転職博 就職博

- ・日本初の求職者と企業のマッチングを実現する合同企業セミナー
- ・求職者と企業が直接出会う機会を提供
- 課金モデル：ブース出展に際し、出展料が発生

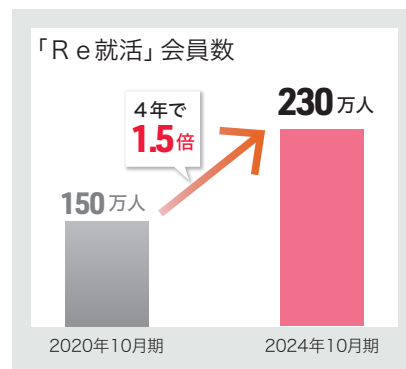
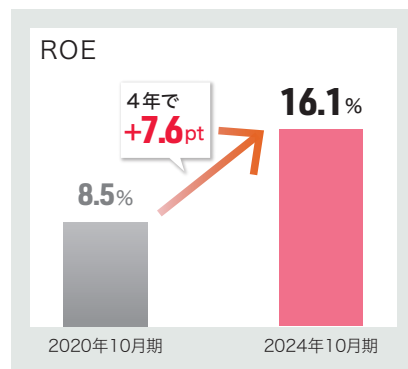
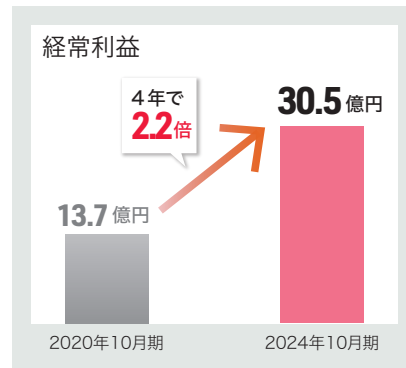
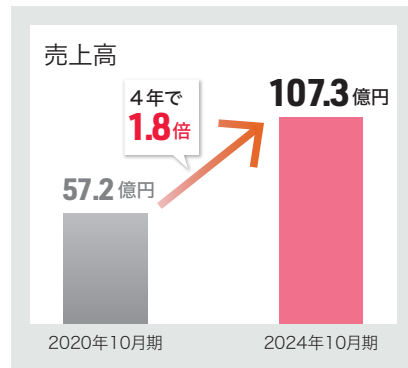
ソーシャルソリューション

- ・転職・就職情報の提供、採用支援を通して培ったノウハウを活かして公的事業でも、社会に貢献
- ・インターンシップの支援や、デジタル人材のマッチング促進を実施し、雇用対策や地方創生など、ソーシャルソリューションを通じて社会に貢献

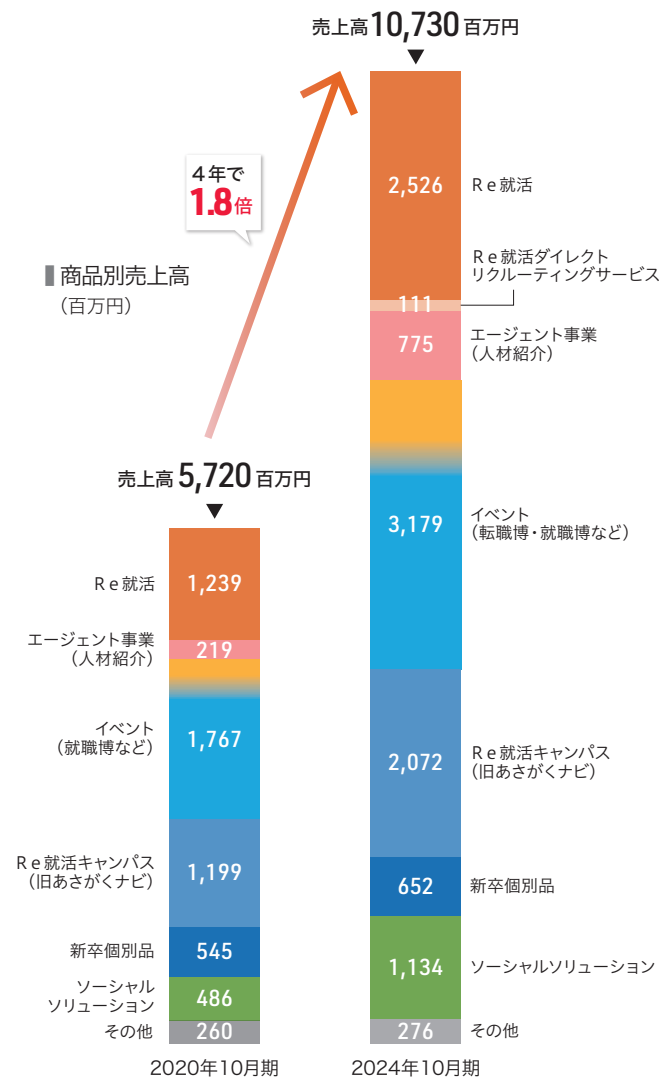
その他

● At a Glance

第二創業期、成長の軌跡



※2025年1月に260万人を突破しています



Webメディア



Re就活 会員数 **260万人**

Re就活 キャンパス 会員数 **60万人**

学情の現場

学情では、どんな人がそれぞれの現場でどんな想いをもって働いているのか

● 働き手を集める現場



学情のサービスは、主に3つの役割で支えられています。現場に携わっている4名の社員に、それぞれの立場から、業務の内容やこだわり、目標などを語ってもらいました。



働き手を集める

入社以降の経歴について

社会人2年目で第二新卒としての転職を決断し、2017年に「Re就活」を利用して当社に入社しました。Webメディアデザイン部で、「Re就活」のサイト運用、求職者の集客プロモーション、UI・UX改善などに携わりました。現在はWebメディアデザイン部サブマネージャーとして、部署運営・メンバー育成にも従事しています。

業務に従事する上で拘っていること、大切にしていること

担当してきた「Re就活」については、自身の転職体験を活かし「自分ごと」として物事を見るよう常に意識しています。一方で、主観に頼りすぎないようにも留意しています。求職者・学生が置かれている状況や価値観は人それぞれ。時代の変化も相まって企業選びや働き方に対する考え方は年々多様化しています。定期的にアンケートや意識調査を行っている他、実際に当社サービスを利用している方々へのインタビューやユーザー行動調査（操作性テスト）なども実施し、利用者像をよりリアルに、より鮮明にイメージできるようにしています。

これから学情で成し遂げたいこと

当社では、若手・ベテランを問わず、事業成長のために必要なことを自ら考え推し進める力が問われます。任される予算の大きさ、スピード感、責任の重大さに未だ慣れませんが、プレッシャーも楽しみながら試行錯誤しています。これからも設定した目標の実現に向け、求職者・



Webメディアデザイン部 渡邊サブマネージャー

学生への意識調査、データ分析、顧客支援部門との意見交換などを経て、アイデア精査を丁寧に進め、当社ならではの提供価値を高め、若い世代への意義あるキャリア支援につなげたいと考えています。

当社のサービスは、Re就活シリーズに統合され、はじめての就活、転職、その先のキャリアアップなど、ライフステージに応じて多様な選択肢を提示できるサービスへと進化します。今まで以上に様々なキャリアの選択肢を知り、多様な価値観をサービス運営に活かすことが求められます。そのためにも、利用者と近い世代の社員や、転職・就職体験をして当社に入社した社員が、いち早く事業推進の中核に関われるような体制構築、環境整備を行いたいと考えています。

また、私に限らず当社社員の多くは自社サービスを通じて当社に入社しており、同年代のキャリア選択の力になりたいと考えている人ばかりです。そうした「共感」がサービスの随所に体现されていることが、これまでも、そしてこれからも当社の強みになると考えています。

● 働き手と企業をつなぐ現場



働き手と企業をつなぐ ①

入社以降の経歴について

2015年に新卒で入社しました。まず企業の採用課題の解決に向けた提案営業を経験。その後他部署を経て、コロナ禍のもとで求職者一人ひとりをサポートしたいという想いから国家資格のキャリアコンサルタントを取得。それを契機にエージェンツ事業部に配属され、キャリアアドバイザー（以下、CA）、チームリーダーを経験し、現在はサブマネージャーとして同部における教育及びマネジメントに携わっています。

業務に従事する上で拘っていること、大切にしていること

社員数が増えても「ブランドの想い」や「支援の質」をメンバー全員が体現できるようにサポートしていくことです。当事業部は、人数が急

増しており、求職者や企業に直接関わる社員も増えました。私が担当する初期教育では、誰が求職者や企業と面談・商談をしても、「Re就活エージェンツ」を同じ品質でサービス提供できるようにすることがミッションです。特にCAを担うメンバーは、一人当たり年間300名程度の求職者を支援する機会があり、各人の支援のあり方が「Re就活」のブランドイメージに与える影響は非常に大きいと感じています。

求職者と企業、双方に価値のあるマッチングを生み出すために

20代の求職者は、どうしても目先の条件・社風・仕事内容・企業名などで判断することも多く、「どのような働き方につながるのか」「数年後にどのようなキャリアが待っているのか」まで考えることの重要性になかなか気付かないものです。ですから、目先の条件ではなく、未来を見据えたキャリアプランをイメージし、その実現に向けて求職者及び企業と一緒に考えています。「Re就活エージェンツ」の面談では、求職者の経歴やその選択の背景に丁寧に寄り添いながら、その方が30代以降にどのような生活、キャリアを築きたいのかと一緒に探り、そのために必要な「仕事」を提案するプロセスを重視し求職者が納得のいく、最適な未来の選択肢を見つけていきます。

これから学情で成し遂げたいこと

CA自身の人間的な成長を促すことで、彼らが「Re就活エージェンツ」で提供できるキャリアの選択肢の幅をより増やしていきたいです。CAは、アドバイスをする立場として、自分のキャリアや将来に関心と責任

を持ち、自身でキャリアを築いていく意識を持つことが大切です。若い年齢から将来を考えることが必要な時代だからこそ、CAには教育を通じて、自己研鑽の重要性を実感してもらうとともに人間的成長の機会を提供し、求職者の前で自信を持ってキャリアプランの提案ができるよう育成していきたいと考えています。

ここ数年、20代前半の一度目の転職活動の際に「Re就活エージェンツ」をご利用いただいた求職者の方が、20代後半の次のステージに進む際に、再度ご相談に来ていただくケースがみられるようになりました。「Re就活エージェンツ」が、第二新卒の転職だけでなく、20代～30代のキャリア形成に不可欠な存在となれるよう、今以上に求人ラインナップを充実させるとともに、時代に即したキャリア選択の知識をCAが身に付けていくなど、両輪で深化させ、より多くの価値あるマッチングを生み出していきたいと考えています。



エージェンツ事業部 山崎サブマネージャー



働き手と企業をつなぐ ②

入社以降の経歴について

2014年に「Re就活」から入社しました。法人営業で当社のキャリアをスタートし、その後、企業の採用代行業務、求人広告制作業務を経て、2022年にCXデザイン部（顧客支援部門）を新設してMGに就任。現在は、メディアビジネス本部のゼネラルマネージャーとして、CXデザイン部・Webメディアデザイン部（BtoCマーケティング、Webメディア商品の開発・改修）・イベントビジネスデザイン部（合同企業セミナー事業の運営）を管轄、当社基幹商品の価値向上を主に担当しています。

業務に従事する上で拘っていること、大切にしていること

10代～30代のキャリア支援を主な事業とする当社においては、トレンドが大きく移り変わり、過去の成功パターンが通用しなくなることが多々あります。常に求職者世代の価値観をキャッチアップしていくことが必要であり、多様な価値観をもつ社員を採用してその意見を吸い上げることを重視しています。ベテラン社員の豊富な知見はもとより、若い世代の社員の気づきも、BtoCのマーケティング戦略や求人広告の制作・運用において大いに役立ちます。常に前例を疑いつつ、等しく社員の意見に耳を傾けることで、より良いプロダクト開発ができると考えています。

求職者と企業、双方に価値のあるマッチングを生み出すために

求職者の価値観、企業の採用活動が年々変化しています。マスを対象にした調査やインタビュー、各種広告施策の分析などで、10代～30

代の求職者はどのような意識を持っているかを明らかにしています。求職者の転職意向を分析することに加えて、顧客支援部門の情報（企業の採用現場の課題やニーズ）を組み合わせ、より良いプロダクトの開発・運営を通じてマッチングを図っています。

これから学情で成し遂げたいこと

10代～30代のキャリア形成において、当社の商品・サービスの地位が揺るぎないものになることを目指してまいります。ブランドリニューアルでRe就活シリーズとして統合されたことにより、学生や求職者は転職活動や就職活動の際に「Re就活」を想起しやすくなり、年代や状況に適したサービスを利用しやすくなった他、サービス間連携も深化しています。キャリア形成を長期的なスパンで考えていく上でそれぞれのサービスをどのように活用すれば良いのか情報を発信し、会員数の増加・利用率の向上を図ることができています。基幹となるWeb商品が発達・発展していくことで、エージェントサービスやイベントの利用者も増やすことができており、好循環のサイクルを描いています。一方で、これからの時代を担う求職者が自分らしいキャリアを描き、力を十分に発揮して社会に貢献できることが望ましいですが、残念ながら就職先とのミスマッチは絶えません。2025年5月にローンチした「Re就活ユース」は、高卒の第二新卒者をターゲットとしています。高卒者の就業3年以内離職率は大学卒者よりも高いです。就職活動における1社限定応募制の慣例が、複数の企業を比較して就職できないことによるミスマッチを引き起こしているとの仮説を立て、次の就職先は納得のいく企業を



メディアビジネス本部 柴山ゼネラルマネージャー

見つけてほしいと願い、サービスを始動させました。このように、その時代の課題をクリティカルに解決できるようなプロダクトをつくり、支持を集めていくことで、より良い社会につながっていくのではと考えています。

● 企業を集める現場



企業を集める



フィールドセールス本部第1部 安野マネージャー

入社以降の経歴について

2011年に新卒で入社。企画営業部に配属され、東京・大阪で企業へのコンサルティング営業を経験しました。営業の傍ら、リクルーターとして自社の採用業務にも従事したことで、「採用担当者」の喜びや悩みを体感する経験を積みました。その後、管理部門を経て、現在は営業部署のマネージャーとして担当企業を持ちながら15名の部員をマネジメントしています。

業務に従事する上で拘っていること、大切にしていること

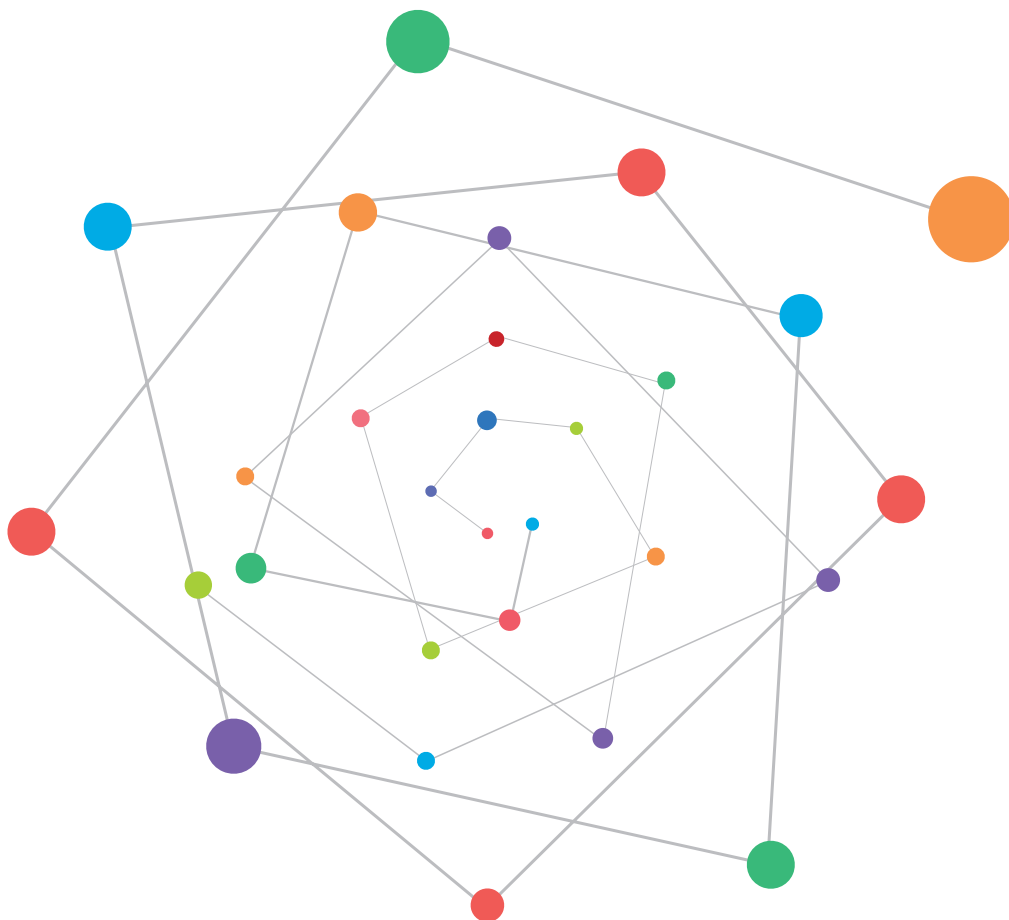
クライアントそれぞれが抱える採用に関する課題や、信頼してご発注いただいたご予算に対して、しっかりと価値を提供できているかにこだ

わっています。採用ターゲット選定などの戦略立案支援から、採用広報企画の提案、主要KPIの分析をもとにした採用成果の検証までを一貫して支援し、採用の成功を共に追求しています。また商談では、クライアントの本質的な課題を解決するためのヒアリングを大切にし、クライアントも気付いていない課題を発見できるよう頻繁な連絡はもちろんのこと、レスポンスのスピードやディテールを徹底し、日ごろから相談しやすい関係性の構築にも力を入れています。想定した結果を提供できていない場合も、クライアントと真摯に向き合い、改善に向けて良い方向に物事を進めることを大切にしています。当社や自分の売り上げのために仕事をするのではなく、クライアントの採用成果に結びつく最善の提案を心がけています。

これから学情で成し遂げたいこと

私自身も企業を担当し、採用コンサルティングを担うことが、部員の育成、部員が担当する案件へのアドバイスにも活かしています。若い世代の採用は、毎年トレンドが大きく変わります。特に「Z世代」が転職・就職マーケットの中心となってからの変化はめざましく、毎年、採用戦略や採用広報のコミュニケーションをアップデートしていくことが必要です。自ら採用市場と相對することで得られる知見を活かして、部員が担当するクライアントの採用成功にも貢献していきたいと考えています。そして部員とともに、10代～30代の方々の様々な未来の選択肢に対して、その夢や希望を叶えられるように、一つでも多くのきっかけとなる求人や、価値を提供できる媒体づくりを実践していきます。安心して媒体

を使ってもらえるような運営に取り組んでいくことで、企業や10代～30代の求職者にとって無くてはならない、価値のある存在になることを目指していきたいと思っています。



Value creation

[第2章] 学情の価値創造

マテリアリティ	16
価値創造プロセス	18
価値創造を支える資本	19
社長メッセージ	20
財務担当役員メッセージ	24

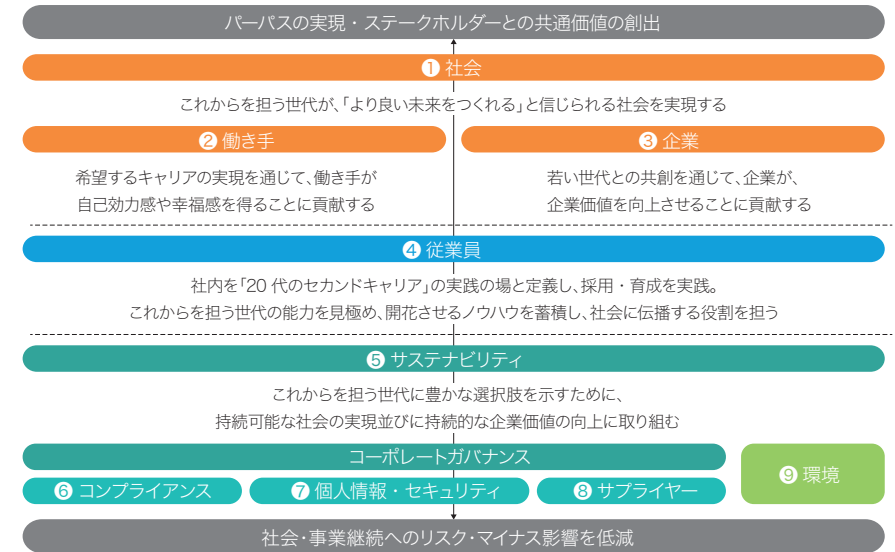
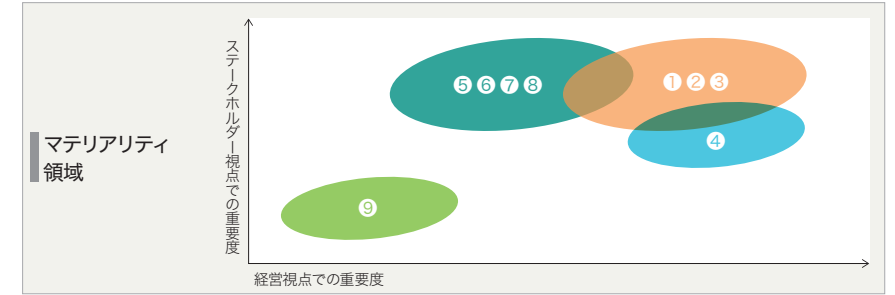
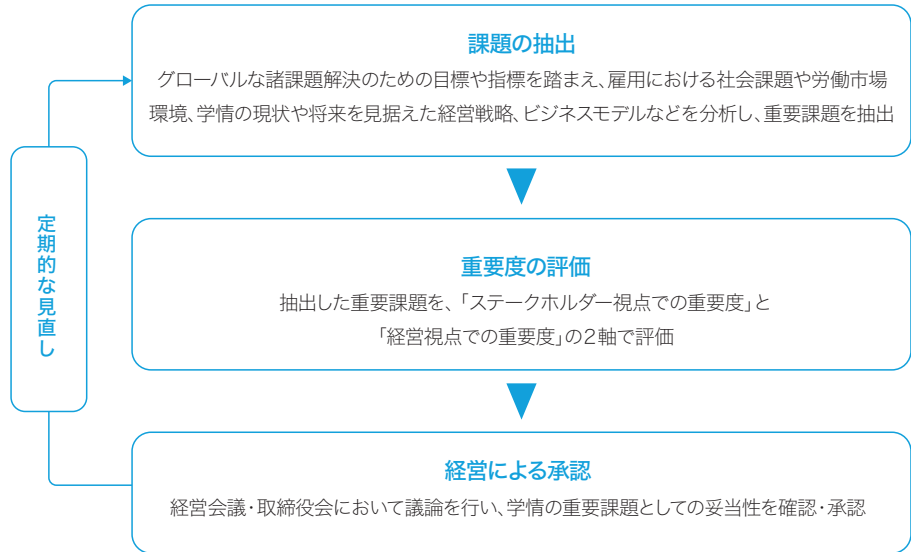
マテリアリティ

社会、働き手、企業を中心に、9つのマテリアリティを特定

当社は、パーパス「つくるのは、未来の選択肢」を実現するとともに、ステークホルダーとの共通価値を創出するため、2024年に9つのマテリアリティを新たに特定しました。

我々は、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おります。2025年10月期は、働き手が「希望するキャリアを実現」できるように、10代～30代までの転職・就職を一貫して支援する体制を構築します。今後も学情のビジネスを通じて、これからの担う世代に豊かな選択肢を示し、「より良い未来をつくれる」と信じられる社会を実現していきます。

■ マテリアリティ特定プロセス



マテリアリティ

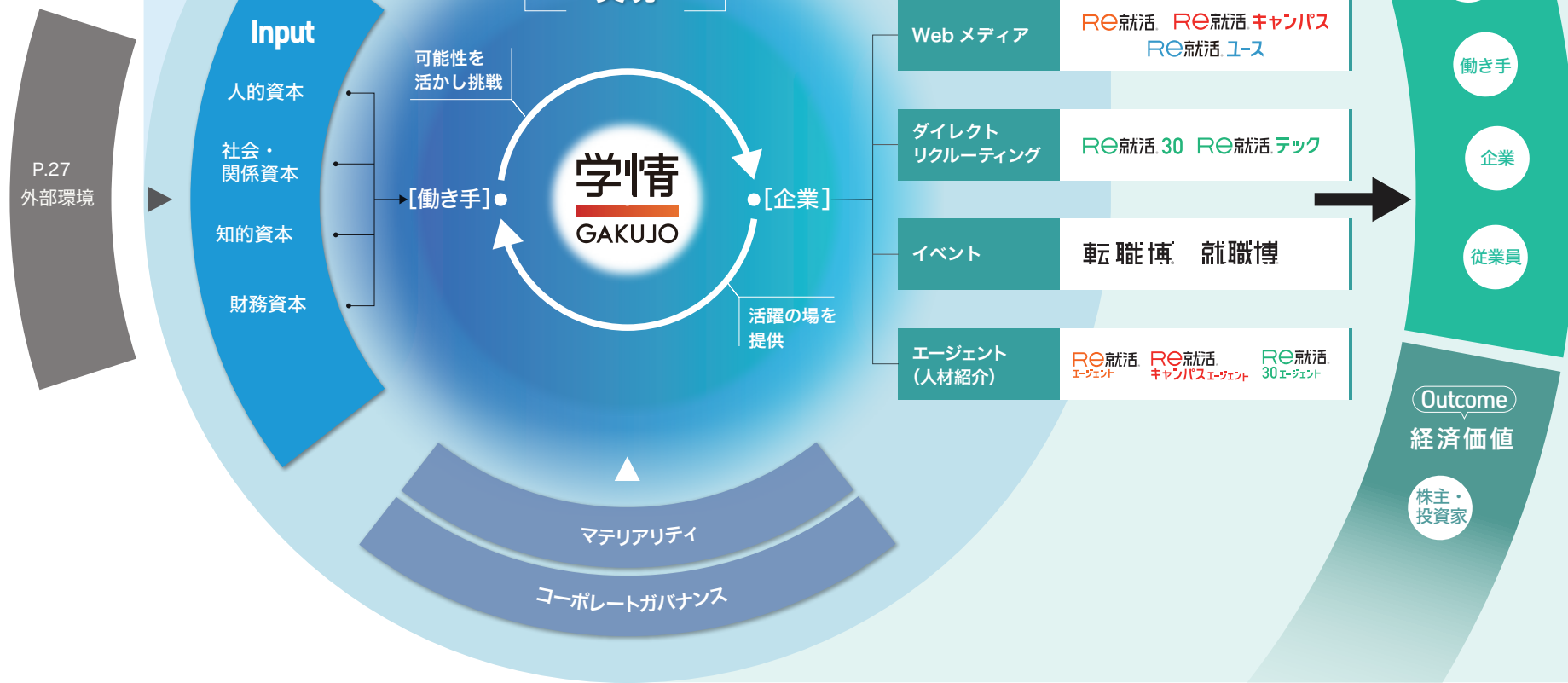
■ マテリアリティ(重点課題)

		マテリアリティ	2024年10月期実績	関連する SDGs
① 社会		これからを担う世代が「より良い未来をつくれる」と信じられる社会を実現する	■売上高： 10,730 百万円 ■「Re就活」売上高： 2,526 百万円	   
		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		  
		ミスマッチによる機会損失を解消します		
② 働き手		希望するキャリアの実現を通じて、働き手が自己効力感や幸福感を得ることに貢献する	■エンゲージメントサーベイ 自身が期待されている役割を理解している：90%	  
③ 企業		若い世代との共創を通じて、企業が、企業価値を向上させることに貢献する		  
		事業継続・成長に必要な人材の確保を実現します		
		企業のリアルが伝わる求人情報を提供し、働き手のキャリア意識の醸成に貢献します		
④ 従業員		社内を「20代のセカンドキャリア」の実践の場と定義し、採用・育成を実践。 これからを担う世代の能力を見極め、開花させるノウハウを蓄積し、社会に伝播する役割を担う	■Scope2 GHG 排出量(t-CO ₂):136.919	  
		適正な抜擢を通じて、従業員の希望するキャリアの実現を支援します		   
		「何度でも挑戦できる社会」の実現という志を共有する従業員と、社会貢献と収益拡大の両立を実現します		  
		挑戦を応援する企業カルチャーを活かして、働き手・企業に新たなソリューションを提案します		
⑤ サステナビリティ		これからを担う世代に豊かな選択肢を示すために、持続可能な社会の実現並びに持続的な企業価値の向上に取り組む	■汚職に関する重大な処分件数：0 件 ■腐敗等に関連した罰金の件数：0 件	   
コーポレートガバナンス		●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します		  
⑥ コンプライアンス		●個人情報の保護への取り組みを継続強化します		  
⑦ 個人情報・セキュリティ		●情報資産をあらゆる脅威から守る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します		  
⑧ サプライヤー		●サプライヤーとの共創を通じて、お客様に持続的に価値を提供できる体制を構築します		
		●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		
⑨ 環境		●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だと認識し、環境負荷の低減に取り組みます		 

価値創造プロセス

学情は、「つくるのは、未来の選択肢」をパーパスに、働き手に1つでも多くの選択肢を示すことで、これから担う世代と、企業、延いては社会の未来に貢献してまいります。

Business Model



価値創造を支える資本

Input		
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	▶従業員数	372 人
	▶20代の従業員数	229 人
	▶転職を経験している従業員数	191 人
	▶ワンストップ営業に従事する従業員数	133 人
	▶顧客接点を持つ従業員数	313 人
当社の成長の源泉は「人材」です。パーパス「つくるのは、未来の選択肢」に共鳴し、働き手と企業、社会の未来への貢献を志す従業員一人ひとりが、可能性をひらき、自律的にキャリアを形成できることが不可欠です。		
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	▶20代ビジネスパーソン・学生ベース	320万人超
	▶取引企業・顧客接点	1 万社超
	▶官公庁からの受託実績	
	▶教育機関との連携	
	▶マッチング実績	
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。		
知的資本 人材サービスの事業開発・運営力	▶新規事業コンテストの参加数(累計)	250 人
	▶事業開発を経験したことがある社員数	80 人
	▶20代の働き方研究所・就活チャンネル等のコンテンツ	
働き手と企業双方の利用を増やすとともに、社会のトレンドを捉えたサービス提供や、最新テクノロジーを活用したサービス提供を通して「価値あるマッチング」の実現を強化することが重要だと考えています。		
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	▶現預金・有価証券	11,835 百万円
	▶営業キャッシュフローの3ヵ年平均	1,799 百万円
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。		

Outcome	
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」「なりたい像」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
	▶自分の能力・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

社長メッセージ



2020年10月期から
4期で約2倍の成長を実現
10代～30代の転職・就職を
支援する体制を構築し、
さらなる成長へ

代表取締役社長

中井 大志

Taishi Nakai

2020年10月以降、Webメディアサービスの成長を強化する戦略をとり、サービス開発の加速・組織体制の強化を進めてきました。2022年にパーパスを策定し、2023年には新たな中期経営計画（以下、中計）を発表、続く2024年にマテリアリティを特定しました。前回の統合報告書作成から1年が経った現在、旗印を立て、目指す姿に向けて様々な取り組みを実施することが、着実に企業価値の向上につながっていることを実感しています。

第二創業期に入り、成長速度が上がっている手応えがあります。実際、業績面をみると、2020年からの4年間で売上高は1.8倍、経常利益は2.2倍と高成長を遂げています（At a Glanceを参照 ⇒ P.10）。当社がターゲットとする若い世代は、変化をいち早く受容し、取り入れていくという特徴があります。価値観や情報収集スタイルを日々アップデートしている世代へ、転職・就職情報・サービスを適切に届けるためには、我々のビジネス、そして我々自身が変化の半歩先に行く必要があります。意思決定、及び実行のスピードを大切に、いろいろなチャレンジをしてきました。その結果、採用マーケット、そして若い働き手の価値観が日々変化する環境において、当社のサービスが働き手と企業から支持され、成長速度を加速させることができていると評価しています。

そして2025年、当社は「キャリアの起点」の支援をより充実させるため、Re就活を軸に、10代～30代の転職・就職をより強力に、一貫してサポートする体制を構築しました。最初の転職・就職は、社会人としての基礎を形成し、今後のキャリアのベースになると言っても過言ではありません。「新しい職場に挑戦すること」「今の職場で新しい仕事に挑戦し続けること」も、どちらも大きなチャレンジです。「チャレンジしたい」という希望を、「実現できる」という自信を、若い世代が仕事を通して掴めるように、20代を中心とした若い世代の「キャリアの起点」を支援していきます。

社長メッセージ

パーパスが根付く組織文化

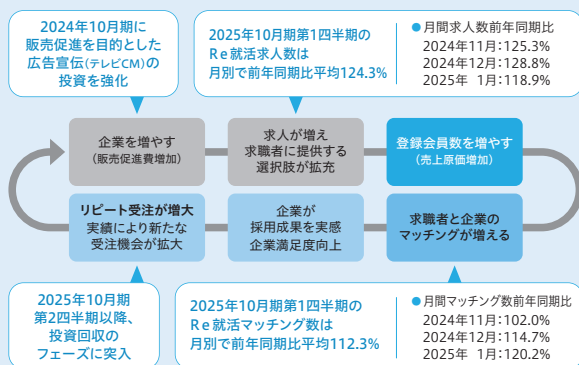
パーパス「つくるのは、未来の選択肢」は、社員の声をもとに、私たちがこれまで大切にしてきた価値観、これから大切にしていきたい想いを言語化するかたちで策定しました。その成り立ちからすれば当然のことかもしれませんが、パーパスが社員に深く浸透し、組織に根付いていることを実感しています。パーパスに共感し当社の選考に参加した求職者・学生から、「これだけ全社員にパーパスが浸透している企業ははじめてです。」と言っていた機会が多いです。

求職者・学生、企業は、「自分のキャリアに自信と責任を持っている」コンサルタントに、転職・就職や採用の相談をしたいはずです。従業員が自身でキャリアを切り拓いているという実感を持つことが、求職者・学生と企業の価値あるマッチングを実現する上で何よりも強い武器となります。最終的には当社の業績、企業価値の向上にもつながっていくでしょう。従業員にパーパスが根付いているというのは、この一連の流れの出発点であると私は考えています。従業員がパーパスを大切に、「仕事の目的」を日々実感しながら行動し、求職者・学生や企業へ提供する価値を生み出していく。「仕事の目的」を達成し、他者に貢献していくことを通じて、従業員が「挑戦したい」という希望や、「実現できる」という自信を掴み、キャリアオーナーシップが醸成される。従業員の仕事やキャリアの満足度の向上が、求職者・学生、企業への提供サービスの向上、最終的に当社の企業価値向上につながるのです。パーパスの深い浸透により、従業員エンゲージメントが、求職者・学生、企業に提供する価値を高め、企業価値向上につながっていくという好循環がますます強固になるのではと期待しています。

2024年10月期は、当初計画を上回るペースで着地、Webメディアが成長をけん引

2023年に発表した中計は、前中計の目標を1年前倒しで達成したことを受け、より挑戦的な内容で新たに策定したのですが、初年度の2024年10月期は売上、利益ともに当初計画を上回るペースで着地しました。「Re就活」を中心とするWebメディアサービスがけん引役です。どんなタイミングでも情報を発信、収集できることから、ユーザーやクライアントの利便性が高く、かつ利益率も高いWebメディアは、当社ビジネスのまさに「心臓部」です。2004年に、可能性のある若い人材が挑戦の機会を得られないという社会課題を解決するために立ち上げた「Re就活」の会員数は、2025年1月に260万人を突破し、この1年間で30万人増加しました。現在、競合他社の転職サイト、エージェントサービスの多くは、新規会員登録を集めるのに苦労しています。競争が激化する採用マーケットにおいても、当社は広告宣伝投資を強化し、しっ

■ ネットワーク効果の好循環サイクル



かりとサービスを運用することで、新規会員の登録は順調です。2026年10月期には280万人を目指します。

「Re就活」の会員数が増えれば、「Re就活エージェント」における面談数や「転職博」の来場者を増やすことにもつながります。同じく、「Re就活キャンパス(旧あさがくナビ)」の会員数が増えれば、「就職博インターンシップ・キャリア編」や「就職博」の来場者の増加につながりますので、Webメディアの成長に引き続き投資を集中していきます。

2025年10月期からは10代～30代の転職・就職を支援する体制へ

当社は、2025年10月期以降も高い成長を続けるため、10代～30代の転職・就職支援を強化します。そのため、「Re就活ブランド」をリニューアルし、「Re就活」を軸に10代～30代のキャリアステージに応じてご利用いただけるサービスにアップデートしました。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が一層強化されることで、企業に提案できる選択肢が充実します。企業の経営戦略や人事戦略を踏まえた採用対象を提案し、「Re就活シリーズ」の中から採用ターゲットに即したソリューションを提供するなど、企業の採用戦略に応じて最適なサービスを提案・提供することで、中計の基本方針として掲げる「キャリア採用(経験者採用)市場で年率30%の売上成長」を実現します。

採用市場が大きく変化しようとする中、ワンストップ営業はさらなる競争優位へ

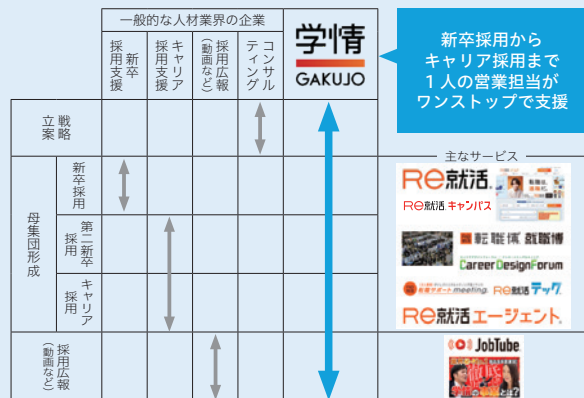
「キャリア採用(経験者採用)市場で年率30%の売上成長」を目指す背景には、採用市場が大きく変化していることが挙げられます。新卒採用の難易度が上昇する中、企業は優秀な若い働き手を迎えるにあたって、新卒学生に必ずしもこだわる必要がないと気づき始めたのです。

その結果、若手人材の採用において新卒採用の人数を減らし、第二新卒や既卒採用を組み合わせる「20代通年採用」の動きが増えつつあ

社長メッセージ

ります。このような動きが本格化するのに先だって新たなツール（商品・サービス）を整備しました。ただ、ツールを整備するだけでは、企業のニーズに応えることはできません。それには、新卒とキャリア採用の双方を熟知し、柔軟に対応・提案できる営業体制も求められるのです。同業他社では新卒採用サービスとキャリア採用サービスで担当者が分かれていることが一般的ですが、当社は以前から新卒採用とキャリア採用をワンストップで支援できる体制を整えています。一人で新卒とキャリア採用双方のノウハウ、知識を蓄積するには相当の努力と時間を要しますから、他社が対応することは難しいのではないのでしょうか。新卒学生も、第二新卒も即戦力となるキャリア人材も、様々な属性の求職者を対象に人員確保を図る現在の採用マーケットにおいて、当社の競争優位性が今後増していくものと確信しています。

■ 他社との競争優位性を高める学情の営業体制と提供サービス



スピード感を求めつつ、現場の状況把握に努める

今回の体制を構築する過程で、新サービスとしてはITエンジニアの転職を支援する「Re就活テック」を2023年に、30代の転職を支援する「Re就活30」を2024年10月にローンチし、また旧「あさがくナビ」を2025年3月に「Re就活キャンパス」としてブランドリニューアルしました。そして5月には、高卒・第二新卒の転職を支援する「Re就活ユース」をローンチしましたが、経営トップとして私が意識したのは、現場がキャッチアップするスピードです。冒頭に述べたように、確かにスピード感をもった経営は重要ですが、新しい取り組みを矢継ぎ早に打ち出すと、現場では結局消化不良となり、メディアの成長は鈍化するのです。ですから、組織の成長スピードに加え、各メディアの状況、そして世の中の流れも掴みながら、新しいメディアのローンチ時期を定めることを心がけています。

そして、サービスを拡充するにあたって明確にしたいのは、「20代を日本で一番応援する人材会社である」という当社のスタンスは変えないということです。仕事において、20代でどのような体験をするかは、その後のキャリアの基礎となり非常に重要です。一方、社会人としての経験はまだ多くなく、限られた情報で、「次の一手」を決める必要があります。今の自身の「選択」が、将来の新たな「選択肢」をつくり、人生やキャリアの充実につながっていく。そんな「選択」に向き合う20代を応援する人材会社があっても良いと思います。そして、「20代を応援する」ことを軸に据え、「Re就活」「Re就活キャンパス」と「Re就活ユース」「Re就活30」「Re就活テック」というブランドがあります。

日本の採用市場のさらなる課題解決に向け、10代～30代の転職・就職支援を強化

「Re就活30」については、以前からチャレンジしたいと思っていたサービスです。「Re就活30」は、30代の転職を支援するサービスですが、20代の支援と地続きだと考えています。「Re就活30」は、2025年3月に会員数が計画の約3倍の10,000人を突破しました（当初計画では2025年3月末3,000人予定）。会員の中には20代で既に「Re就活」を利用しているユーザーも多く、20代のうちに「Re就活」をご利用いただいた方が30代になった時の次のステップを用意できたと考えています。また、主な登録層は27～35歳となっており、20代後半の求職者のキャリアアップ支援にもなっていると考えています。20代の第二新卒向けが中心の「Re就活」に比べて、キャリア層をターゲットとしていることから想定年収が高いなど待遇が良い求人情報が掲載されており、30代だけでなく、新たなキャリアを築きたい20代後半の転職希望者の満足度向上にもつながっています。

サービス開始にあたって、社内でも「レッドオーシャンにチャレンジするのはどうか」という意見はありました。ただ、私は、レッドオーシャンだからこそチャレンジすべきと考えました。レッドオーシャンということは、人材業界でそこに一番ビジネスチャンスがあるということです。そこを避けながら成長してきた企業を私は見たことがありません。確かにその市場のシェアを10%獲得しようとするのはかなり大変です。まず、1～2%のシェアを取るだけでも当社の売上高には大きなインパクトがあります。そういった意味でチャレンジをするデメリットよりメリットの方が大きいと考えます。また、きちんとサービスコンセプトを設定し、求職者と企業に喜ばれるサービスを提供すれば、一定のシェアを獲得できると確信しています。

リニューアルした「Re就活キャンパス」は、「Re就活」とのシームレスな連携を図ることを目的にブランドリニューアルしました。そして、サー

社長メッセージ

ビス名の変更と同時に、通年採用型のサービスにリニューアルしました。これまで卒年ごとに分かれていたサービスを1つに統合し、大学1年生から4年生まで、全学年対象の通年採用型サービスとして生まれ変わりました。これまでも大学1、2年生でも登録自体は可能でしたが、大学3年生、4年生向けの情報が中心で、適切な情報を収集できるような状況にはなかったと思います。今回、全学年が対象であることを明確にし、学年ではなく、「就職活動準備の進捗度」に応じた情報をお届けすることで、学生からさらに支持されるサービスを目指します。

そして、「Re就活ユース」は、高卒・第二新卒の転職を支援するものになります。高卒・第二新卒の転職は、以前から注視していました。高校生の就職活動でなかなか難しいのが、一人一社しか受けられないという慣例です。限られた情報で就職先を決める必要に迫られていることを背景に、ミスマッチが生じ、3年間で約4割の人が離職しています。これは大卒より多い割合です。多くの働き手が活躍の場を得られない現状は、社会で解決する必要があると前から思っていました。また、大学生のようにキャリア教育が充実していないという背景もあると思います。優秀な高卒者の方が多いものの、経済的理由やミスマッチによって自信を失い、社会参画から遠ざかってしまう状況が発生するとすれば、これは日本にとっても大きな問題だと思うのです。若い世代の「今」の選択肢は、本人の「未来」の選択肢を増やすことにつながるため、若い世代の選択肢を増やすことが不可欠です。そして、当社は20年前に「Re就活」をローンチし、どの会社よりも第二新卒の転職支援のノウハウがあります。当社が高卒の第二新卒支援に乗り出せば、これからの高校生の転職、そして日本の転職は大きく変わる。我々はそういう想いでこのサービスを立ち上げました。「Re就活」も初めはその意義を提唱することからスタートし、採用マーケットが徐々に追いついてきました。「Re就活ユース」の成長にも期待していただきたいと思います。

企業成長を支える人的資本への投資強化も継続

これからも成長を続けるため、人的資本への投資を強化し続けます。研修については、一人当たりの研修費も民間企業平均の2.3倍をかけて行っています。まず採用マーケット、そして働き手の仕事観、企業の採用戦略の変化を捉え、求職者や企業の真のニーズに応じていくために大切な役割を果たすのが、「顧客接点」を担う従業員です。当社では、従業員のキャリアオーナーシップを醸成し、従業員一人ひとりの希望するキャリアの実現を支援することを重視しています。転職希望者や学生のキャリアを支援する従業員が、「キャリアは自分の力で切り拓くことができる」と実感できていることが大切だと考えています。キャリアの自律をサポートするための仕組み・制度や「挑戦」の機会を設けることを大切にしています。

従業員をはじめとするステークホルダーが不安な時こそ
鼓舞し語り掛けるのが経営トップ

最後に私が考える経営トップのあるべき姿について述べたいと思います。従業員をはじめとするステークホルダーが不安な時こそ、誰よりも頭をひねって戦略を練り、自分の想いを発信し続けることが必要だと考えます。

コロナ禍では特に、オンラインで全社員をつなぎ、最低月1回は私自身の言葉でメッセージを伝えることを意識してきました。また、対話という意味で印象に残っているのは、緊急事態宣言により中止を余儀なくされた、リアルでの合同企業セミナーを、緊急事態宣言解除後、我々はどこよりも早く再開したことです。なぜ再開したのか。都内のハローワークが、職を探す多くの人でほぼ満員になっている映像がテレビで流れてきたのです。我々はこういう世の中が大変な時にこそ門戸を開けて求職者の支援をすることが使命だと感じたからです。再開する際にも、



当社の使命や再開の意義を全社員にきちんと伝えました。「本当に学生が来てくれるのか?」「トラブルなく開催することができるか?」など不安を感じる社員もいたと思いますが、いざイベントを開催してみると、多くの学生が「久しぶりに人と会えた」「就職活動の情報を得て、スタートラインに立つことができた」と言い、中には涙を流して喜んでくれる学生もいました。学生が生き生きと企業の担当者と話す様子を見て我々の判断は間違っていなかったと、従業員とともに実感でき、喜び合ったことがとても印象に残っています。

私は「伝える」ことの大切さを実感しています。これからも、投資家やその他のステークホルダーの皆様と対話に努め、我々の想いを共有し、共感していただけるように努めてまいります。

財務担当役員メッセージ



取締役

乾 真一郎

Shinichiro Inui

既存事業の拡大と新サービスの開発の両軸で 中期経営計画達成を目指す 労働生産性を向上し、さらに競争力を進化させていく

中期経営計画1年目の振り返り

中期経営計画（以下、中計）の1年目となる2024年10月期は、売上高が前期比22.2%増の107.3億円、経常利益は同19.1%増の30.5億円で着地し、当初計画を上回るペースで業績拡大を実現しました。

特に、「Re就活」の売上高は同34.1%増と大幅に伸長しました。「Re就活」は、我々が成長強化を掲げるキャリア採用サービスの中核となる商品ですが、登録会員数は2024年2月に230万人を、2025年1月には260万人を突破し、その後も順調に増加しています。会員数を順調に伸ばすことができ、「Re就活」におけるマッチング数（応募数）や求人数も前期比2桁成長を実現しています。「Re就活」が成長を牽引する形で、キャリア採用サービスの売上高は同33.0%増となり、中計期間中の目標であるキャリア採用サービスの売上高で年率30%成長も達成しました。

企業や働き手との接点拡大を図ったマーケティング投資や広告宣伝投資の成果が想定より早く表れていることが、業績拡大につながったと評価しています。

中計を策定して以降取り組んでいる、営業活動に関する分業化の強化や社内システム投資の強化も奏功していると手応えを感じています。

2025年10月期計画

2025年10月期は売上高が前期比14.6%増の123億円、経常利益が

同4.8%増の32億円を計画しています。前期に引き続き、「Re就活」などのWebメディアサービスが業績拡大を牽引すると考えています。キャリア採用サービス市場そのものの市場規模が拡大している中で、「Re就活」はまだまだ伸びしろがあると思っています。「Re就活」の成長を加速させるためにも、今期サービスを提供する年代を拡げます。10代～30代の転職・就職を支援する体制を構築する初年度と位置づけ、成長投資に引き続き注力します。具体的には、「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（2025年3月）し、新サービスとして「Re就活30」（2024年10月）や「Re就活ユース」（2025年5月）をローンチしました。新サイト及び新サービスを早期に軌道に乗せ、来期以降の業績貢献を目指していきます。

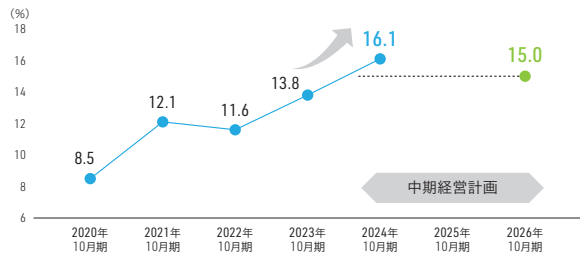
資本コストを超えるROEを追求

中計では、最終年度にあたる2026年10月期にROE15%を目指していますが、2024年10月期のROEは16.1%となり、目標を上回る結果となりました。

機関投資家からの関心が高い資本コストは、当社での自社計算に加え、外部機関の意見も参考にして算出した上で、資本コストを上回るROEを達成し続けることを経営目標としています。2024年10月期は15%を上回る成果を達成しましたが、これを維持し続けることが重要であり、当期・来期も目標達成に向けて取り組んでいきます。

財務担当役員メッセージ

■ ROEの推移



成長投資と利益還元をバランスを重視

ROE目標を達成し続ける観点からも、中計に示した財務・資本戦略の基本的な方向性に変化はありません。すなわち、今後も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きます。しっかりと計画を立てた上で、四半期ベースで業績を見ながら、様々な開発や投資について、実行のタイミングや金額の増減などの検討は適宜行っています。取締役会にしっかり情報を提供しながら議論して、経営判断をしていく。計画通りに進めることは大切ではありますが、我々のビジネスは流れが早く、変化が激しいビジネスです。それに合わせて対応していくことも同じく大事なことと考えます。

現時点で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きます。同時に、付加価値を創造するのは従業員であることから、人員拡大と併せて人的成長への対応も図ってまいります。2025年10月期以降は、Re就活を軸に10代～30代の転職・就職を支援する体制を構築していくため、既存サービスのリニューアルや新サービスのローンチに関わる投資に加えて、サービスを運営する・改善する人材への投資もより重要になると考えています。

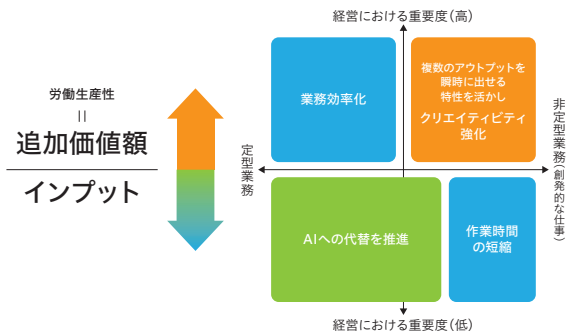
株主還元方針も変更はありません。配当性向40～50%を維持しつつ、自己株式の取得も機動的に実施しています。

なお、2024年10月期は、利益成長を踏まえて期末配当を当初計画より13円増配し、1株当たりの年間配当金は65円としました。加えて、自己株式の取得も行い、2024年10月期の総還元性向は63.7%となりました。2025年10月期の1株当たりの年間配当金は67円とし、5期連続の増配を予定しています。

労働生産性の向上を図り、システム開発投資やDX投資、人的投資に注力

業績拡大を図った成長投資だけでなく、労働生産性の向上を図り、システム開発投資、DX投資にも注力しています。労働生産性の向上は、インプットの削減とアウトプット（付加価値額）の拡大の両面から実現できると考えています。労働生産性の向上を図った直近の取り組みとして、2024年11月に販売管理システムの入替えを実施しました。社内の各種システムを連携させ、データを蓄積・活用することで、業務効率

■ 生成AIの導入・活用イメージ



化だけでなく、どのタイミングでどの商品が売れるのかといった業績の予測が可能になり、事業を多面的に分析できるようになりました。また、2025年2月にMicrosoftが提供するAIアシスタント「Microsoft 365 Copilot」を全社的に導入しました。生成AIを活用することで、議事録作成などの業務効率が向上し、コア業務や創造的な業務に注力できる環境が整備されています。

システム投資、DX投資に注力する一方、データやAIを活用するために従業員のITスキル向上が必要不可欠と考えており、その実現に向けた人的投資にも力を注いでいます。全従業員を対象にしたDX研修や好事例の共有などを通じ、自分の手元にある課題をDXという視点を加えて解決する組織を目指していきます。

株主との対話を重視、企業価値向上を図る

企業価値の向上を図っていく上で、株主・投資家との対話が極めて重要だと考えており、積極的な情報発信にも取り組んでいます。これまでは主に求職者や人材サービス市場にいる方々とのコミュニケーションに注力してきましたが、それだけでは見えない課題もあります。その点、特に機関投資家の皆様との対話は、広い視点から企業を評価していた中で貴重なご意見をいただける場となっています。私たちはそのご意見を通じて学び、改善を重ねることで、企業価値の向上につながっていると実感しています。

最近では、機関投資家と定期的なコミュニケーションを取る機会が増えています。いただいたご意見を社内で検討し、実施すべきものは迅速に実行しています。そして今回の対話の場で報告し、さらに新たなご意見を伺うというPDCAサイクルがしっかりと機能し始めています。今後も、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。



Strategy

[第3章] 価値創造実現へのアクション

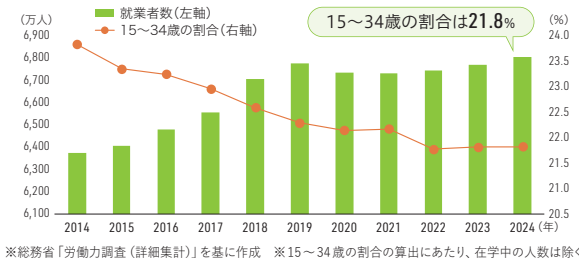
雇用を取り巻く外部環境	27
中期経営計画	
中期経営計画の全体像	28
具体的成長戦略～成長実現への道筋～	29
サステナビリティ経営	30

雇用を取り巻く外部環境

雇用を取り巻く環境は人手不足などを背景に大きく変化しています。近年、全国就業者数は増加傾向にあるものの、若手人材の不足が顕著であり、採用市場ではキャリア採用（経験者採用）強化や新卒入社者の確保のための早期選考が加速する傾向がみられます。また将来的には、生産年齢人口減少に伴う人手不足の深刻化や、DX化やAI活用の進展によりビジネス環境の変化が見込まれます。環境の変化は、採用難易度の極度な上昇により適正なマッチングが実現できなくなるリスクもはらむものの、環境の変化を先読みし、第二新卒のための転職サイトなどを業界に先駆けて生み出してきた当社にとってはチャンスであると考えています。企業がキャリア採用を強化し、働き手のキャリアの自立への関心が強まれば、人材の流動性が高まり、当社に求められる役割はますます大きくなると考えています。今後も現場に立脚し、働き手と企業の声をよく聞くことで、事業の成長を目指していきます。

企業の将来を担う若手人材は不足の傾向、企業間の獲得競争激化

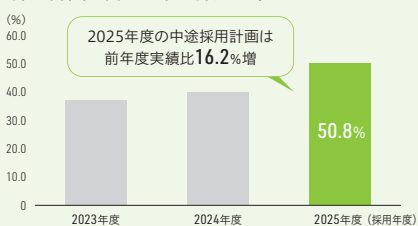
2024年（平均）の全国就業者数は、女性やシニア層の就労が広がったことなどにより、6,781万人と過去最多となりました。一方、就業者に占める15～34歳の割合は過去と比較して低い水準が続いており、企業の将来を担う若手人材は不足の傾向がみられます。



※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

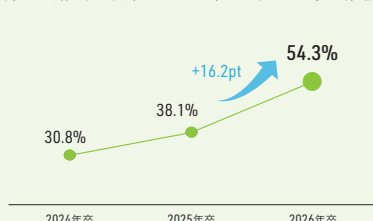
キャリア採用（経験者採用）強化や新卒学生確保のための早期選考が加速。 新卒一括採用から通年採用へ

採用計画に占める中途採用比率



※日本経済新聞社の調査を基に作成

採用広報解禁前(2月下旬時点)での内々定率の推移



※学情「2024～2026年卒 内々定調査」より

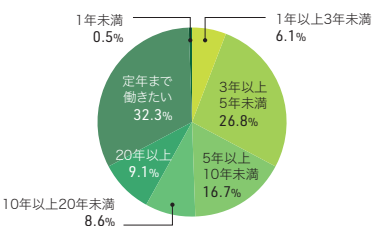
働き手は環境変化に伴い価値観が変容

若い世代を中心に転職意向が高まる

25～34歳の5人に1人は転職を希望[※]。転職を通じてキャリアを形成することが当たり前になるのであれば、吸収力があり、柔軟な発想で物事に向き合える若いうちに転職を経験しておきたいと考える働き手が増加の傾向です。学生の3人に1人は、新卒で入社した企業で働きたい期間は「5年未満」と回答しています。

※総務省「令和3年 労働力調査年報」より

新卒で入社した企業で何年働きたいですか？



※学情「2025年卒学生の就職意識調査」より

働き手が企業に求めるものは世代によって異なる

働き手が企業に求めるものは、世代や社会的背景によって変化します。Z世代は、若いうちから経験を積み自己成長を図ること、自分らしく働くこと、社会貢献や自身の価値提供を重視する世代で、情報収集力

が高く、企業発信の情報だけでなく、SNSや口コミなどよりリアルな情報を活用して自分に合った職場を選ぶとする傾向も顕著です。当社が実施した「2026年卒学生の就職意識調査」では、就職活動においてミスマッチを防ぐために重視したい項目として、働き方、福利厚生、会社の雰囲気・カルチャーが上位にきています。

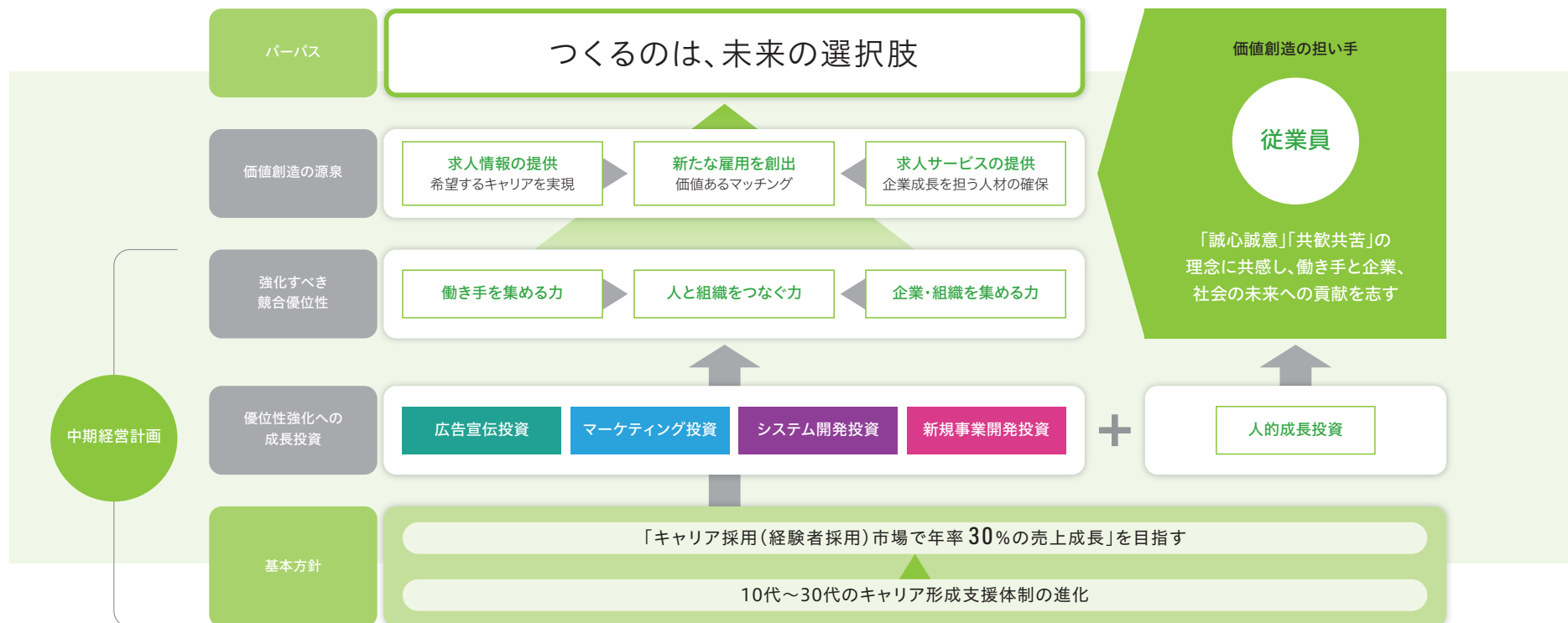
目的	主な取り組み
就職活動においてミスマッチを防ぐために重視したい項目 (複数回答可)	働き方(休日休暇・労働時間) 70.0%
	福利厚生 52.7%
	会社の雰囲気・カルチャー 51.4%

※学情「2026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)

学情は、労働市場環境の変化や働き手の価値観の変容を踏まえ、これからを担う世代に「未来の選択肢」を届けています。中期経営計画の始動から1年が経過し、10代～30代のキャリア形成の支援体制を進化させることにより、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きます。

● 中期経営計画の全体像



● 具体的成長戦略 ～成長実現への道筋～

「Re就活」を中心に据え、 積極的な新サービスの開発を通じてキャリア採用領域での成長強化を目指す

中期経営計画の基本戦略

当社は、2025年10月期より10代～30代（新卒採用から高卒の第二新卒、30代のキャリア層まで）に対象を拡げ、転職や就職を支援できる体制を構築しました。この体制の進化は、キャリア採用領域での成長強化を加速するための重要な施策です。提供サービスの拡充を通じて、価値を提供する求職者・学生、企業を増やすこと、顧客エンゲージメントを高めることの両軸で、売上成長を図ってまいります。

具体的戦略～成長投資～

現中期経営計画の策定にあたり、改めて強化すべき競合優位性を「働き手を集める力」「人と組織をつなぐ力」「企業・組織を集める力」と定め、その強化を通じて成長を実現します。そのために様々な成長投資（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）を行います。同時に、付加価値を創造するのは従業員であることから、人員拡大と併せて人的資本投資の充実も図ってまいります。

広告宣伝投資を継続し、取引企業を拡大、掲載求件数の増加を図ります。また、広告出稿におけるAI・データ活用を強化し、「Re就活」や「Re就活エージェント」など、Re就活シリーズを利用する

求職者のさらなる増加を目指します。2026年10月期にはRe就活シリーズの会員数は280万人を計画しています。

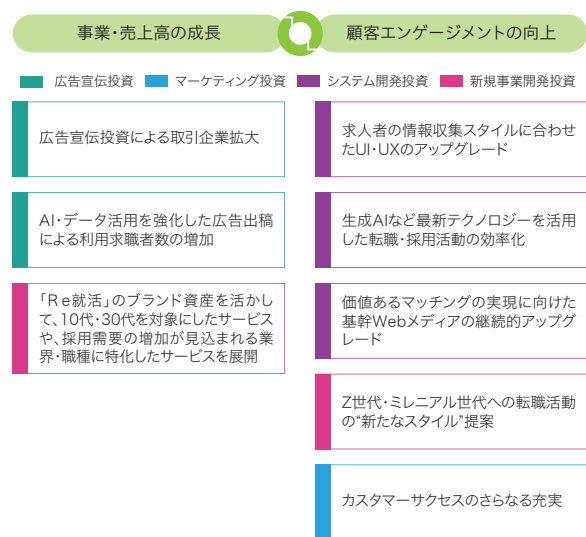
マーケティング投資により、営業プロセスの分業とデータ連携を強化し、顧客の採用成功を支援することでRe就活シリーズの利用企業数を拡大させます。

システム開発投資を引き続き積極的に実施していきます。成長の柱である基幹Webメディアでマッチング精度を高め、働き手と企業の出会いを“効率化”することや、生成AIなど最新テクノロジーを活用してサービスを提供することが、付加価値の向上に資すると考えており、積極的にチャレンジしていきたいと考えています。

新規事業開発投資を通じて、20代に特化する「Re就活」のブランド資産を活かして、10代・30代を対象にしたサービスや、採用需要の増加が見込まれる業界・職種に特化したサービスを展開します。既に「Re就活ユース」「Re就活30」「Re就活テック」をローンチしていますが、今後も人材需要が拡大する領域でのマッチングを通じて、社会課題の解決と収益の拡大の両立を目指します。

また、人的資本投資の充実としては、研修・教育プログラムの拡充や、人的創造性の高い業務に注力できるようDX化の推進などへの取り組みを継続します。併せて、事業規模の拡大や事業数の増加を見据え、幹部候補の抜擢・育成を推進していきます。

■ 成長投資に期待される効果



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す。

当社では、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。サステナビリティに関する様々な課題に真摯に取り組むことで、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の実現を目指します。

パーパス | つくるのは、未来の選択肢

基本理念

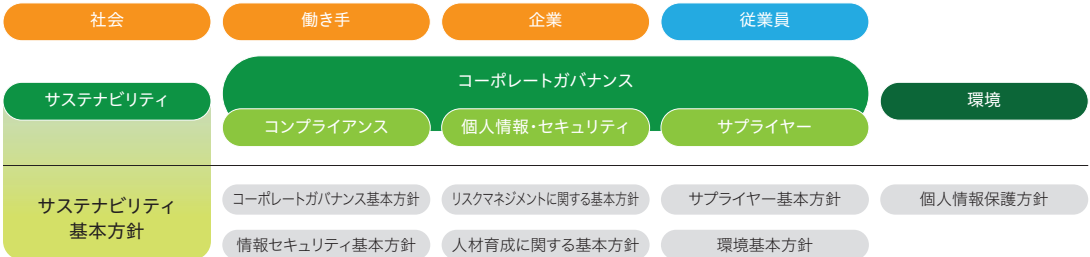
私達は仕事を通して
社会のお役に立つ企業づくりを
めざします。

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つ失敗を恐れません。
- 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。

マテリアリティ ▶ P.16

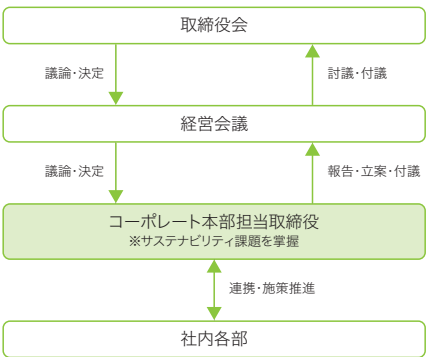


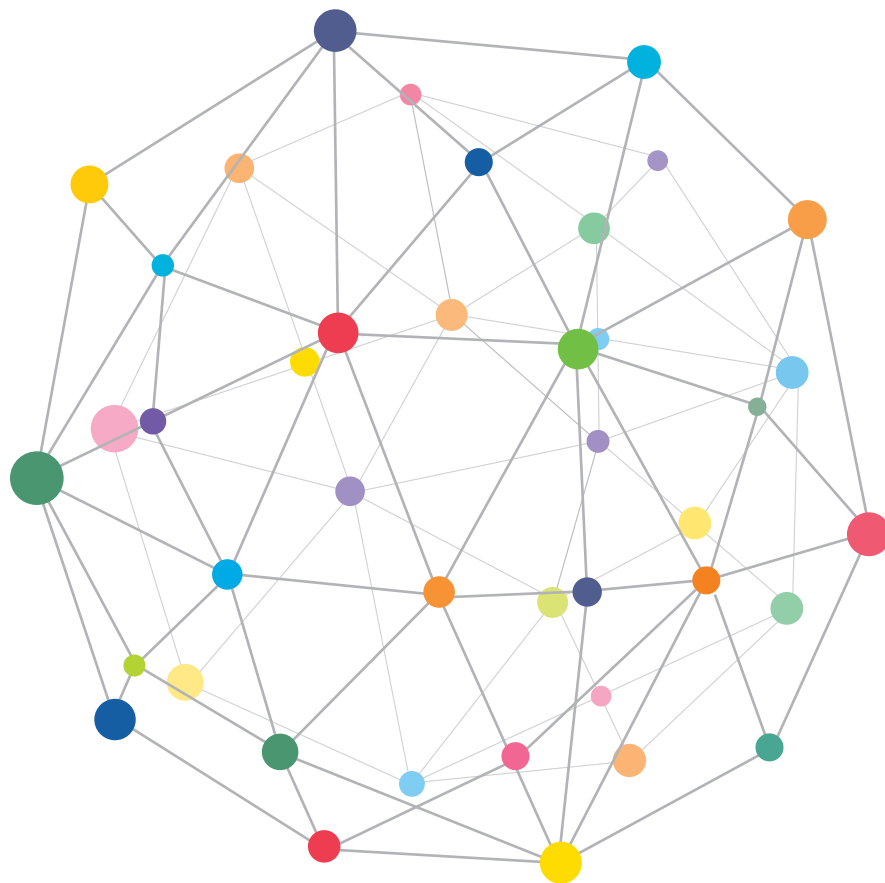
中期経営計画

事業活動(価値の提供)

【推進体制】

サステナビリティに関する課題は、コーポレート本部担当取締役が掌握し、経営会議において方針を企画・立案の上、取締役会に報告・付議される体制をとっています。経営会議並びに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並びにコーポレート本部担当執行役員が中心に取りまとめ、社内の各部門と連携し推進しています。また、ステークホルダーとの対話を通じて、当社に期待されている役割を理解するとともに、適切な協業を推進し、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。





ESG management

[第4章] 価値創造の基盤

価値創造を支える人的資本	32
人事責任者メッセージ	33
社外取締役座談会	35
価値創造を支えるガバナンス	38
社会への取り組み	44
環境への取り組み	45

価値創造を支える人的資本

当社の価値創造の源泉は“人”であり、「人材育成に関する基本方針」のもと、企業の成長と個人の成長の両立を目指しています。

人材育成に関する基本方針 <https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/humancapital/>

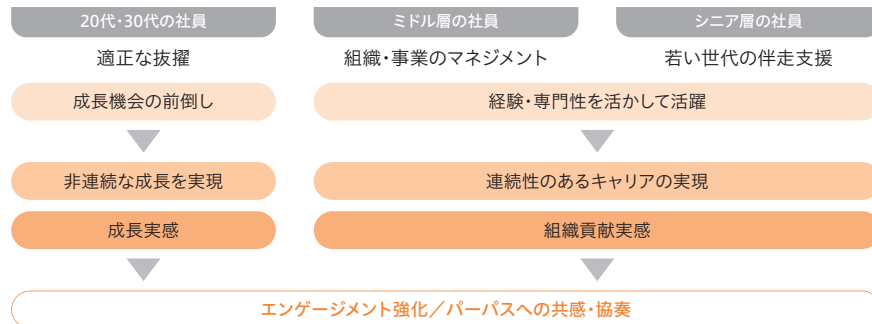
20代・30代の非連続な成長、40代以上における連続性のあるキャリアを実現

“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を基本としています。

20代・30代の社員は、成長機会の前倒しを通じて“非連続な成長”を、40代以上の社員は、経験・専門性を活かした活躍を通して、“連続性のあるキャリア”を実現。

四半期ごとの1on1での「内省」を通じて、「成長」や「組織貢献」を実感できる環境を整備し、「エンゲージメント」や「パーパスへの共感・協奏」を強化していきます。

■ 人材育成の体系図



人的資本に関する取り組み 1

人的資本投資を強化

社員一人当たりの研修費 民間企業平均の約2.3倍

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など、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。一人当たり研修費（2024年10月期）は、民間企業平均の約2.3倍となりました。

人的資本に関する取り組み 2

AI活用・DX化推進による付加価値の創出

DX研修 全社員が受講

当社では、社内の生産性と顧客体験の向上を目指し、AI活用やDX化を積極的に推進しています。全社員を対象に経済産業省が策定した「DXリテラシー標準」に基づく研修プログラムを導入し、DX推進の背景や必要性を学び、実践に落とし込むスキルを習得する機会を提供しました。これにより、社員のデジタルスキル向上を図るとともに、DX推進の基盤を社内全体に浸透させています。DXリテラシーを高め「これまでの当たり前を疑う習慣」をもつことで、日常業務の効率化に加え、「課題を設定する習慣」「学ぶ習慣」「学びを共有する習慣」の醸成にもつながっています。

人的資本に関する取り組み 3

現場と経営の相互フィードバック

アイデアコンテストでの提案 72名の社員から94件

顧客接点を持つ社員が、自身のアイデアを発信し提案できる機会を設けています。2024年10月期に開催した社内イベント「アイデアコンテスト」では、様々な年代の72名におよぶ社員から94件の提案が寄せられました。経営会議とインキュベーション室で1件1件審査し、全ての提案アイデアへのフィードバックを実施しました。現場からアイデアを募る。経営がフィードバックし、どのような議論を経て実施の成否を判断したのかを開示する。一連のプロセスを通じて、従業員の経営参画意識の醸成を図っています。

人事責任者メッセージ

キャリアオーナーシップで 個人と組織の成長を実現

当社では、社員一人ひとりが「自分の力で、自分の人生・キャリアを前に進める」というキャリアオーナーシップを発揮できる環境づくりを重視しています。社員の成長を促しながら、事業の拡大や変革を遂げることで、個人と組織の成長を同時に実現しています。ここでは、キャリアオーナーシップの実現に向けた具体的な取り組みをご紹介します。



コーポレート本部
HRデザイン部
高橋マネージャー

自分の力で、キャリアを前に進めている実感が重要

社員が「目標を設定する」「目標達成に向けて取り組む」「取り組みの成果を振り返る」「振り返り内容をもとに、新たな目標を立てる」、その好循環を回すことで「自分の力で、自分の人生・キャリアを前に進めることができる」という実感を持ってもらうことを重視しています。適切な目標設定と、自身の目標を「達成できた」という体験を通じて、「自らキャリアを形成している」という自信を得られるよう、MBO（目標管理制度）で管理職が社員自身が適切な目標を設定できるようサポートしています。四半期ごとの1on1（社員と管理職の面談）で、目標の進捗度や達成のために必要な能力開発・取り組み内容、さらには「当社で働く目的」や「キャリアの意向」についてもコミュニケーションを図っています。描きたいキャリアを明確化していくなかで生まれた具体的な希望は、「異動希望申請制度」や「資格取

得支援制度」などで支援しています。

また、「挑戦の機会」も積極的に提供しています。当社では事業拡大・組織拡大に伴い、社員が新たな役割に挑戦できるポジションが次々と生まれています。社員がポジションを高め、成長機会を得ることが、組織全体の発展につながっています。「Re就活テック」や「Re就活30」「Re就活ユース」などの新サービスを次々と打ち出していることや組織の拡大に伴い、2024年10月期は、53名がリーダーとして新たな役割を担いました。新規事業の立ち上げやプロジェクトのリーダーとしての経験は、社員が「アイデアを形にする」「収支に責任を持つ」といった経験を得る機会となり、さらなる成長意欲を醸成しています。リーダーやマネジメントへの登用は、成長機会の前倒しとなるケースもあるため、機会を最大限活かしてもらうためのサポート体制も整えています。昇進時研修や階層別研修を提供し、

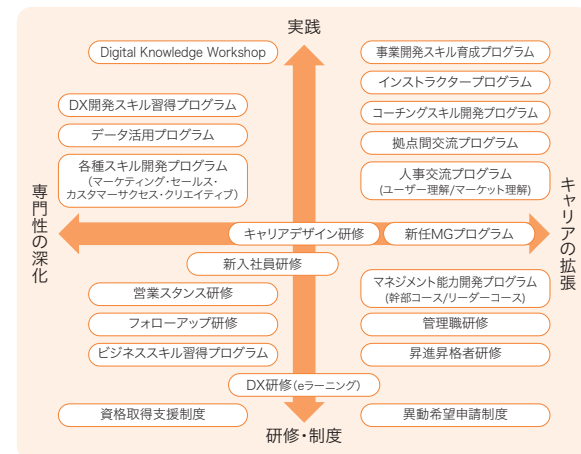
必要なスキルとマインドセットを習得する支援を行っています。昇進や昇格の際には、社長が対象社員に直接メッセージを伝える場を設け、期待される役割を共有することで、社員の責任感と意欲を高めています。

社員の自発的に学びたいという意欲を引き出す

当社では、人材育成に関して「専門性の深化」と「キャリアの拡張」をともに重視し、様々なキャリア開発の体系を築いていますが、人が最も成長できるのは「自発的に学びたい」と思えるテーマに出会え

■ キャリア開発体系図

※ 詳しい情報は、https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/career_development/



た時だと思えます。そのため、社員の「課題設定力」を養う仕組みづくりに注力しています。提供サービスや業務プロセスの目指す姿を定め、目指す姿と現状のギャップから課題を特定する。課題解決のためのアクションプランを策定する。その思考の繰り返しの中で、自身の強化すべき専門性や、習得すべきスキルが見えてくるはずで、課題起点で自身の仕事や取り組み等を設定する中で生まれた「学びたい」という意欲に、様々なプログラムで応えていきます。

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。多様な視点で議論し、意思決定のプロセスを豊かにするため、女性やキャリア採用入社者など多様な人材を重要ポジションに登用する他、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、能力や成果に応じた“適正な抜擢”を基本とする当社は、女性管理職比率などの個別の数値目標の開示は行っておりません。人材の多様性に関する指標は経営レベルでモニタリングを継続し、適切なタイミングでの抜擢を推進してまいります。

※参考：2024年10月期 【女性比率】従業員：45.9％・管理職候補：39.8％・管理職：8.6％
【キャリア採用比率】従業員：46.8％・管理職候補：37.8％・管理職：22.4％

働きやすさと楽しさを両立する新しい職場環境の提案

当社では、キャリアステージやライフステージに応じて、自身に

合った働き方を主体的に選択できる環境を整えるため、個々の状況に応じたきめ細かな対応を実施しています。

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	● 残業時間の削減 ● メンタルヘルスの取り組み（必要に応じて産業医との面談を実施） ● 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
柔軟で働きやすい 職場環境の実現	● テレワークの推進 ● 半日単位で取得可能な「有給休暇取得制度」の導入
感性やセンスを育む 多様な体験の提供	● 旅行やレジャー、映画などの割引サービスの提供
従業員同士の コミュニケーション	● サークル活動助成制度の導入

Pick
up

エンゲージメント強化を推進

当社は、学生・20代社会人の「キャリアの起点」を支援する従業員が「キャリアオーナーシップ」を持てるように、教育研修・キャリア形成支援を通じて、エンゲージメント強化に取り組んでいます。

エンゲージメントサーベイの実施

2024年10月に実施したエンゲージメントサーベイの結果、90%の従業員が自身が期待されている役割を理解していると回答しました。これを踏まえ、当社では、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、教育研修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。



※該当の項目に「そう思う」「ややそう思う」と回答した割合

全社員が一堂に会するカンファレンス開催

2024年10月に、全社員が一堂に会するカンファレンスを実施しました。

このような社長・取締役と従業員の直接対話の場を拡充してまいります。



Pick
up

GINZA SIXに本社を移転、「未来の選択肢」を届ける新たな拠点

当社は2024年4月に本社を「GINZA SIX」（中央区銀座）へ移転しました。新本社では、通常デスクの他、対面での活発な議論を促す「コラボレーションエリア」、オンラインでの商談時に利用する「Web商談エリア」を設けています。用途に応じてオフィススペースを選択して使用できるようにし、生産性・パフォーマンスの向上、コミュニケーションの活性化を図ります。より豊かで創造的なワークスタイルを実現していきます。

コラボレーションスペース割合 38.3%



社外取締役座談会

進化する 学情のガバナンス体制

2025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。今回、新たに就任された2名の社外取締役も含めて、当社のガバナンスに関する評価や今後当社に期待されることなどについて議論していただきました。



社外取締役
宮田 喜好

社外取締役
笹川 祐子

社外取締役
和田 裕美

社外取締役
辻内 章

Q 宮田様と和田様は新しく社外取締役に就任されましたが、「ご自身が培ってきた経験や知識をどう活かしていきたいのか」について教えてください。また、学情に対しては「どのようなイメージ」をお持ちでしょうか。

宮田 私は長年記者として取材活動に従事し、現在は朝日新聞社で管理や人事を担当する常務執行役員を務めています。これらの経験を活かし、取締役会では人材戦略や、採用活動に関する実務的な知見を共有し、助言を行うとともに、他の取締役の方々から学ぶ姿勢も大切にしていきたいです。また、管理や人事を担当する常務執行役員として、多くの企業の人事責任者と対話の機会を持ち、人材戦略や採用戦略についてディスカッションしてきた経験を活かし、人的投資や採用における企業の関心や課題感を経営にフィードバックしていきたいと考えています。企業の現場に寄り添った視点を提供し、持続可能な成長に貢献してまいります。

学情に対するイメージですが、会社を訪れるたびに、明るく元気で勢いのある会社だと感じます。大阪からスタートし、現在GINZA SIXにオフィスを構えるその姿勢は、働く方々の活気や雰囲気にも表れており、非常に前向きな印象を受けます。特に、経営陣が築いてきた基盤がこのエネルギーな社風に大きく影響していると感じています。

和田 私は自身の営業経験を活かし、業績拡大のための営業戦略について意見を述べていきます。大転職博などの現場に足を運び、企業ブースの視察や転職希望者との対話を通じて、現場のニーズを肌で感じてきました。終身雇用が当たり前ではなくなりつつあることや、新卒で入社後早期に次のキャリアを選択する人も増えている市場環境

ですので、学情は非常にチャンスに溢れていると感じています。市場の成熟や採用難の状況においても、企業が抱える課題を解決しながら、学情が提供する価値をさらに広げていけるポテンシャルがあると確信しています。そのポテンシャルを最大化するためにも、お客様の満足度を高めていくことが大切です。お客様の満足度をさらに高めていくために、サービス提供のあり方や、社員教育のあり方についても提言していきたいと思います。

学情は、現場の活気や意思決定のスピード感が大変印象的です。若い経営陣のリーダーシップのもと、全社的に「さあ行こう、さあやろう」と迅速に動ける柔軟性と勢いを感じます。こうした社風により、働きやすく仕事に集中できる環境が構築されており、社員が「仕事の楽しさ、やりがい」を伝えることで、多くの人々を幸せにできる企業であると期待しています。

学情は、現場の活気や意思決定のスピード感が大変印象的です。若い経営陣のリーダーシップのもと、全社的に「さあ行こう、さあやろう」と迅速に動ける柔軟性と勢いを感じます。こうした社風により、働きやすく仕事に集中できる環境が構築されており、社員が「仕事の楽しさ、やりがい」を伝えることで、多くの人々を幸せにできる企業であると期待しています。

Q 社内様と笹川様は再任となりますが、学情のガバナンスに対する評価や課題についてお聞かせください。

取締役会における活発な議論

辻内 以前は取締役会で議論される内容が、月次の業績報告や会社法・定款で定められた事項に限定される傾向があったように感じていました。しかし最近では、環境問題やダイバーシティ、資本コストといった多様なテーマが議題として取り上げられるようになり、取締役会での議論がより多面的になってきたと実感しています。今後はこれらの議論がさらに深まることを期待します。これにより、経営課題を幅広い視点から捉え、より質の高い意思決定を行える体制が整いつつあると感じています。こうした取り組みを継続することで、持続可能な成長と企業価値の向上を目指す経営基盤が一層強化さ

■ 取締役会での主な議題

- 月次計算書類報告
- 中期経営計画
- 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

■ 指名・報酬諮問委員会での主な議題

- 取締役候補の選定
- 取締役報酬の内容

れることを期待しています。

取締役会の実効性評価、監督、モニタリング機能

笹川 各取締役が独立した立場から積極的に意見を述べ、意思決定の妥当性を多角的に検討する体制が確立されていると考えています。特に新任取締役の方々も加わり、初回から活発な議論が展開されている点を評価しています。さらに実効性を高めるには、経営陣との対話を深め、短期的な利益だけでなく長期的な視点を重視した

■ 取締役会の実効性評価に関するアンケートによる抽出項目(2024年10月期)

取締役会の 構成面	・ 社内取締役の人員増の必要性 ・ 社内取締役と社外取締役の人数が同じである等、監督機能面での強化の必要性 ・ 取締役の多様性の向上
運営面	・ 議事内容と資料の早期共有の徹底
議論や取り 組み姿勢	・ 以前にもまして活発化している ・ 全員発言が多く、自身も発言しやすい

■ アンケート結果を踏まえたアクション

- 2025年1月開催・株主総会において、
 - ・ 社外取締役を1名増員することにより、社外取締役が過半数を占める体制へ
 - ・ 改選により、女性取締役2名・女性監査役1名の体制となり多様性の向上へ
- 運営面では、事務局の体制強化と、一部取締役会日程を調整し、各種資料共有への時間的余裕を創出

質の高い議論を積み重ねることが求められると感じています。

辻内 取締役会の実効性評価に関しては、2024年からアンケート方式が導入され、具体的な意見を収集・反映できる仕組みが整った点を大きな進歩と捉えています。私も評価アンケートを通じて意見を提示し、改善に向けた取り組みを見守っています。

指名・報酬諮問委員会での議論内容や設置後の変化

笹川 2023年6月の指名・報酬諮問委員会設置後、取締役の任期や期間について議論を重ね、提言を行いました。その結果、学情では従来2年としていた取締役の任期を1年に変更し、ガバナンスの強化、経営の透明性と機動力の向上を図る決定を行いました。この変更により、取締役会の役割や責任がより明確化され、社外取締役の視点からもより緊張感を持った意思決定が進んでいると感じています。

辻内 選任・解任基準については従来の基準をベースに微調整を行いました。学情独自の視点をより反映させる余地があると認識しています。役員報酬の決定プロセスを含め、今後、さらに活発な議論を通じてガバナンスが強化されることを期待します。

社外取締役の拡充や多様性の必要性

辻内 2025年1月の株主総会を経て、女性社外取締役が1名増員され、社外取締役は計4名となりました。今回の増員で、取締役会の女性比率は30%となり、学情の社外取締役の拡充に向けた積極的な姿勢は高く評価しています。女性役員の増加は重要と認識して

おり、女性の意見を積極的に取り入れる必要性を感じています。

笹川 新たに女性役員が増え、多様なバックグラウンドを持つ社外取締役が集まることで、学情の企業文化がよりオープンになり、イノベーションが生まれやすい環境が整うことを期待しています。取締役会では、多様性が企業成長に与える影響を意識しつつ議論に貢献していきます。各取締役の豊富な知見や経験を活かし、多様な視点を融合させることで、さらなる成長に向けた新たな価値を創出したいと考えています。

Q 最後に、皆様から「社外取締役が果たすべき役割」と「経営陣、第二創業期に期待すべきこと」についてお聞かせください。

社外取締役が果たすべき役割

笹川 私は社外取締役として、「経営の監督」と「助言」の両面が重要であると認識しています。企業の持続的成長を支えるためには、経営の健全性を確保する監督機能が不可欠です。そのため、取締役会の一員として、経営の意思決定が適切に行われているかを客観的な視点で見極め、ガバナンスの強化に貢献することが求められていると考えています。

辻内 私は特に「社内取締役に対する適切なけん制機能」の重要性を感じています。社外取締役として、経営の透明性と健全性を高めるために、多角的な視点で議論を進め、建設的かつ批判的な意見を積極的に提言することに努めています。

宮田 私は社外の立場から、社内では気づきにくい視点を活かし

て、企業の課題や改善点を適切に提言することが重要だと考えています。また、社内外の声が経営陣に正しく届いているかどうかを確認し、必要に応じてその橋渡し役を果たすことも求められると感じています。

和田 皆様のご意見と同じように、第三者的な視点から経営が円滑に進んでいるかを確認し、適切な助言を行うことが重要だと認識しています。特に、自身が培ってきた経験や知識を活かした助言が必要だと感じています。私の場合は、自身の経験を活かし、数字だけでなく現場の声やお客様の意見に耳を傾けることを重視しています。

経営陣、第二創業期に期待すべきこと

和田 学情には大きな可能性があり、私はその未来に大いに期待しています。目指すべきは、現在の売上だけにとどまらず、10年後、20年後、さらには50年後にわたり、日本社会に大きな影響を与える企業であり続けることです。学情の取り組みが、企業の存続を支え、ひいては国全体を支えるような存在になれると信じています。そのような使命感を持ち、歴史を変えるような仕事をしたいと期待しています。私もその挑戦を全力で応援したいと思います。

宮田 日本の雇用環境は大きく変化していますが、日本型のメンバーシップ雇用や終身雇用の価値も見直されるべきだと感じています。学情が単に転職をサポートするだけでなく、「働くこと」に寄り添い、選んだ道での努力を後押しする姿勢は非常に素晴らしいと考えます。これからの雇用のあり方が不透明な中で、「学情に任せれば安心」と思われるようなリーディングカンパニーとして、転職・就職

支援を通じて社会に貢献してほしいと期待しています。私もその実現に少しでも貢献したいと思っています。

辻内 今後の規模拡大に伴い、様々な事案が発生することが予想されます。その対応力を高めるため、現在3名の社内取締役に加え、経営層をさらに充実させることも課題となってくるかもしれません。また、将来的なM&Aの可能性を見据えると、管理部門への負荷が増大することも想定されるため、組織体制の強化を念頭に置いていただきたいと思います。これらの課題に対処することで、持続的な成長を支える経営基盤を構築することを期待しています。

笹川 現経営陣、特に社長には深い信頼を寄せています。創業約50年の歴史の中で培われた建設的な経営姿勢と戦略的な意思決定により、会社は着実に成長を遂げてきたと評価しています。特にコロナ禍において、社長が講じた施策が的確であり、その成果が近年具体的に現れています。年商100億円を達成した今、ここで満足せず、さらなる成長を目指して、社員と会社を次のステップへ導いていただきたいと思います。

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おります「基本理念」並びに「経営理念」を基本としております。

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的確に対応できる組織体制の確立を重要な経営課題のひと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の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。

基本理念

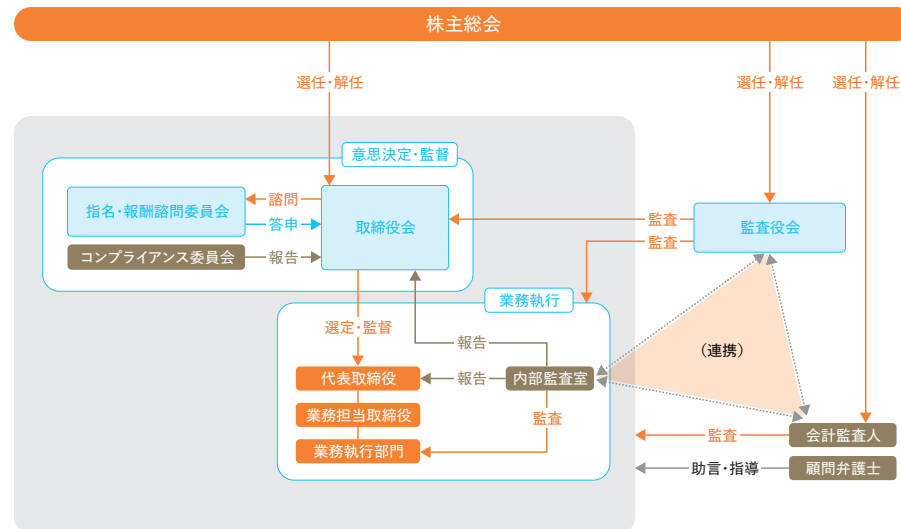
私達は仕事を通して
社会のお役に立つ企業づくりをめざします。

経営理念

明日の栄光を信じ
熱い心で情報業界のバ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。

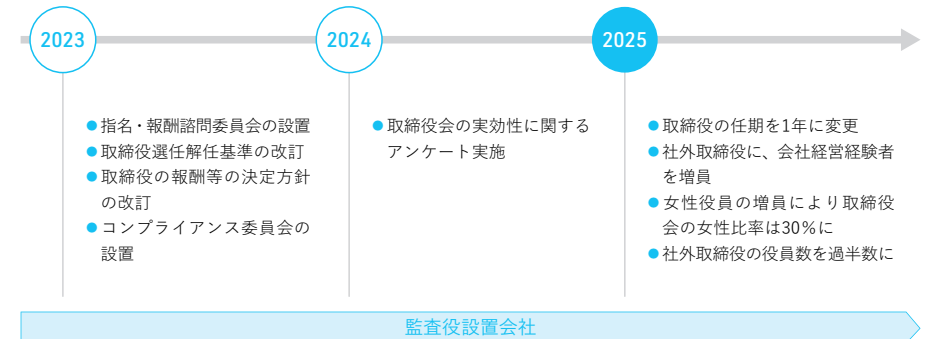
■ コーポレートガバナンスの体系図



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、継続的な強化を図ることによって、リスクマネジメントの強化、収益性の向上、財務体質の強化、そして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。

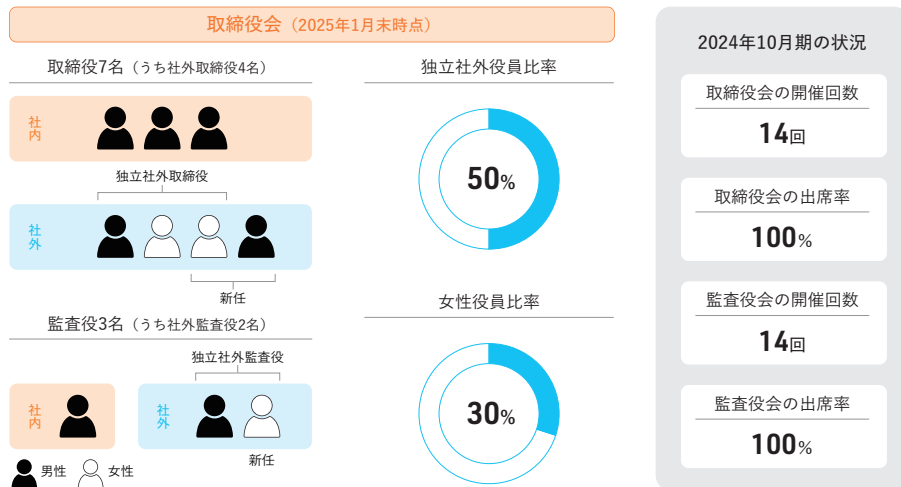
■ コーポレートガバナンスの変遷



取締役会・監査役会の構成等

取締役会は、取締役7名（うち社外取締役4名）、監査役3名（うち社外監査役2名）で構成。毎月1回の定時取締役会や必要に応じて開催される臨時取締役会により、各種法令、定款、諸規程等において規定される取締役会決議事項の審議に臨む他、業務執行状況等の報告を受けて、他の取締役の職務執行状況の監督を行っております。

▶取締役会の実効性評価、主な議論内容は社外取締役座談会（P.36）でご紹介



監査役会は、監査役3名で構成。取締役会の他重要な会議に出席するなど、経営に対する監視機能を持っております。監査役（常勤）は、常に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出席し、適宜意見の表明を行うとともに、内部監査担当者と密に連携し、監査の実効性を高めています。

各種委員会について

取締役の選解任並びに報酬等について、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体制の一層の強化を図るため、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おり、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。2024年度は4回開催し、各回全ての委員が出席。取締役の任期に関する事項、取締役の個人別報酬等の決定方針に関する事項を審議しました。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、取引に関わる契約・約款等その他当社に対する社会的な信頼を確保するために、当社の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図っています。

▶指名・報酬諮問委員会での主な議論内容は社外取締役座談会（P.36）でご紹介

役員報酬の決定について

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、決定しております。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た上で、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。個々の選解任・指名の理由については、その都度、適宜開示しています。

役員一覧

(所有株式数は2024年10月31日現在)



中井 清和 Kiyokazu Nakai

代表取締役会長

生年月日：1948年9月13日生
 取締役就任：1977年
 所有株式数：26,100株



中井 大志 Taishi Nakai

代表取締役社長

生年月日：1978年8月15日生
 取締役就任：2018年
 所有株式数：439,800株



乾 真一郎 Shinichiro Inui

取締役

生年月日：1973年8月11日生
 取締役就任：2023年
 所有株式数：51,000株



辻内 章 Akira Tsujiuchi

社外取締役

生年月日：1954年5月24日生
 取締役就任：2020年
 所有株式数：1,000株



笹川 祐子 Yuko Sasagawa

社外取締役

生年月日：1962年7月22日生
 取締役就任：2022年
 所有株式数：1,200株



宮田 喜好 Kiyoshi Miyata

社外取締役

生年月日：1969年10月15日生
 取締役就任：2025年
 所有株式数：0株



和田 裕美 Hiromi Wada

社外取締役

生年月日：1967年2月16日生
 取締役就任：2025年
 所有株式数：0株



村越 誓一 Seiichi Murakoshi

常勤監査役

生年月日：1961年7月20日生
 監査役就任：2018年
 所有株式数：37,900株



前 義信 Yoshinobu Mae

社外監査役

生年月日：1949年3月29日生
 監査役就任：2017年
 所有株式数：1,300株



小林 聖子 Seiko Kobayashi

社外監査役

生年月日：1983年2月15日生
 監査役就任：2025年
 所有株式数：0株

価値創造を支えるガバナンス

第4章 ● ESG management

■ スキルマトリクス

※1 下記は、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。
 ※2 各項目の「経験」とは、該当する業務や役職に、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			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			当社独自の項目							
							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 真一朗	取締役		●	○		●	●	●	●	●		●	●	●		
	辻内 章	社外取締役	●	●	○	○		●	●			●			●	公認会計士	
	笹川 祐子	社外取締役	●	○	○	○	●			●	●	●	●		●		
	宮田 喜好	社外取締役		●	○				●	●					●		
監査役	和田 裕美	社外取締役	●	○	○		●			●	●	●	●		●		
	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	

役員に必要な「専門性・業務経験」として選定した理由

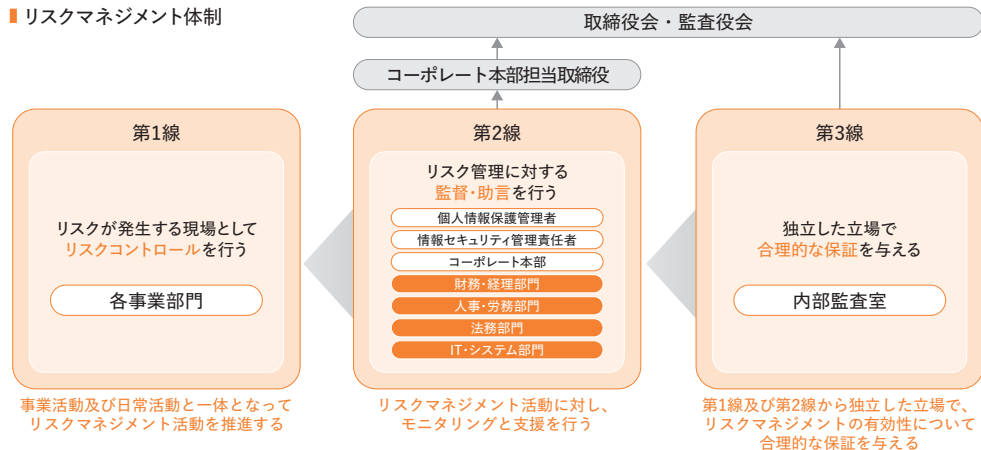
共通項目	企業経営	顧客やユーザー、投資家、従業員など様々なステークホルダーの利害を調整し、当社の企業価値の継続的な成長を推進するためには、経営トップもしくは収益責任を負う経営職階での業務遂行経験を有することが重要だと考えております。特に社外取締役には、他社での経営経験を有する者が含まれていることが有用だと考えています。
	財務・会計	正確な財務状況の把握はもちろんのこと、持続的な企業成長を実現する成長投資、利益還元、市場との対話を推進・実現していくためには、財務・会計に関する深い知見・経験が必要だと考えています。特に社外取締役には、財務・会計の状況を適切に監督できる者が含まれていることが有用だと考えています。
	法務・リスク管理・個人情報保護	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。
	人材開発・組織開発	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。今後の人員拡大に向けて、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。
当社独自の項目	人材ビジネス	「10代から30代のセカンドキャリア」「学生のファーストキャリア」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。
	営業・マーケティング	10代から30代のキャリア形成の支援を通して社会に貢献し、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。
	新規事業開発・イノベーション	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。
	テクノロジー・DX	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の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。
	ESG・サステナビリティ	これから担う世代に「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。

リスクマネジメント

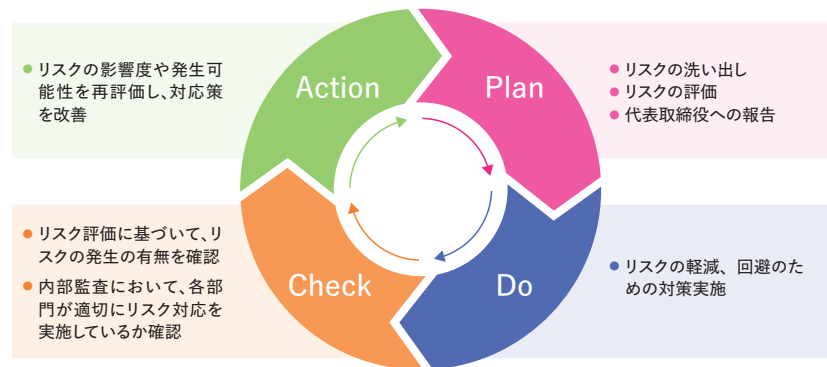
基本方針とマネジメント体制

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おります。また、「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です。

■ 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おります。

特に重要な影響を及ぼす可能性のある事項	● 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、ネットワーク障害 ● 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

●「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/>

価値創造を支えるガバナンス

第4章 ● ESG management

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）、人材紹介などの事業をはじめ、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することを目的にしています。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まいります。 
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社員対象に実施。併せて中途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。
全社員に向けた情報発信	個人情報保護・セキュリティに関する取り組みやトピックスを全社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、全社員の個人情報保護・セキュリティに関する危機意識を高めています。

情報セキュリティ基本方針

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。これからを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

これからを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っていくこと、法令遵守など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。当社は、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い、コンプライアンスガイドラインをはじめ、行動指針、各種規程の遵守徹底に努めています。一人ひとりが、高い見識並びに倫理観を持ち、良識にかなった行動をとり、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/>

コンプライアンス体制

当社は、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ち行動することが必要不可欠であると認識し、制度・体制を整備しています。

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恐れのある行為、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を適切に行うため、取締役会が指名した取締役を委員長とし、コンプライアンス委員会が通報に対応する仕組みを整備、運用し、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
（男性1人 → 男女1人ずつ）
- 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

2023年度	2024年度
通報 1件	相談 1件

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。本方針に則り、事業活動を展開していくとともに、ステークホルダーの皆様と人権の尊重に取り組み、人権が尊重される社会の実現に貢献してまいります。

●「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/

サプライチェーンマネジメントに関する取り組み

求職者・学生と企業の双方に価値（本質的な成果や効果）を提供するため、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活動・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。自然災害など、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なども行っています。

Pick up 能登半島地震からの復興に向けた支援

昨年に引き続き、令和6年能登半島地震における義援金500万円を拠出しました。また、当社のビジネスである「転職・就職支援」を通じた被災地の復旧・復興支援にも取り組んでいます。

また、能登半島地震の復興支援イベントとして、石川県で「就活サポートmeeting/転職サポートmeeting」を8月30日（金）・31日（土）に開催しました。本イベントは、被災地の皆様に一日も早く安心して過ごせる日々が戻ることを願い、「転職・就職情報」の提供を通じて、被災地の復旧・復興をサポートすることを目的に開催したものです。イベントの収益の一部は、石川県に寄付を行いました。

Pick up 「T.E.A.M. 大丸有」へ参画

当社は、東京都が立ち上げた「T.E.A.M. 大丸有」に参画しています。

このような外部のプロジェクトにも積極的に参加し、社外の方と交流する機会を従業員へ提供しています。

T.E.A.M. 大丸有

T.E.A.M. 大丸有（だいまるゆう）とは、「大手町・丸の内・有楽町」のエリアで、多様な人々の対話や交流が生まれる魅力あるエリアの形成を目指すために設立された官民連携のプロジェクトや取り組みの総称です。詳細は、専用ホームページをご覧ください。

<https://www.seisakukikaku.metro.tokyo.lg.jp/cross-efforts/daimaryuu>

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、未来の選択肢」をパーパスに、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豊かな選択肢を示すためには、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るとともに、環境負荷軽減の取り組みを推進していきます。

また、推進体制としては、サステナビリティ推進体制と同様の体制をとっています。

●環境基本方針 <https://company.gakujo.ne.jp/sustainability/environment/>

●サステナビリティ推進体制 P.30

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。

■ 温室効果ガス排出量（単位：t-CO₂）

	Scope1	Scope2	Scope3
2022年10月期	—	126.949	144.250
2023年10月期	—	96.769	46.486
2024年10月期	—	136.919	78.552

※2024年10月期は、本社をはじめとする複数拠点において、オフィス拡張移転を行いましたので、電気使用量が増加したことにより、温室効果ガス排出量が増加しています。

具体的な取り組み

環境に配慮したビルへの入居

2024年10月期に本社・名古屋支社を拡張移転する際、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により、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CO₂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。



オフィス設計・オフィス生活での環境配慮

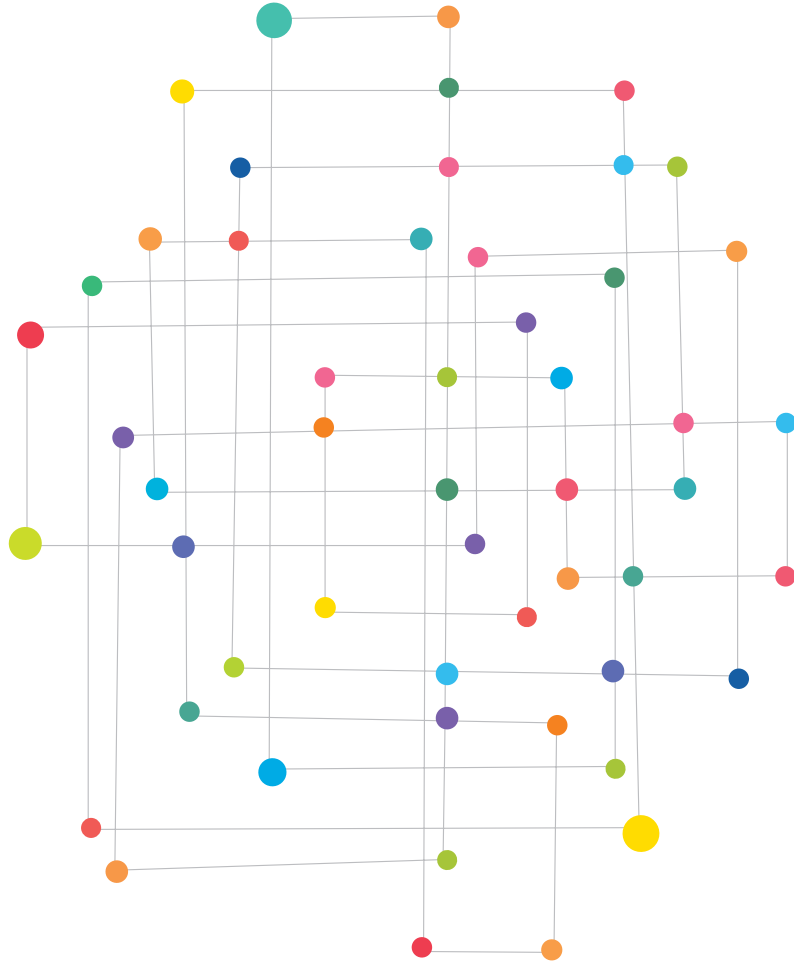
家具や社内端末を可能な限り統一し、廃棄物削減に取り組んでいます。従業員数が最も多



い本社では、再利用品の家具を活用し、環境に配慮したオフィスづくりを推進。自社ビルでのLED活用も実施しています。また、冷房の設定温度に配慮し、オフィスカジュアルも推進。毎週水曜日の定時退社推奨など、残業時間の削減を通して、働き方改革とオフィスにおけるCO₂削減の両立を図っています。

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を導入し、見積書や契約書、稟議書、有給休暇申請などの各種書類の電子化を実施しています。また、「就職博」「転職博」などのイベントで来場者に配布する冊子もデジタル化を実施。これにより、紙の使用量削減を通じて、当社の試算では、合わせて杉の木で約365本分、5,100kg超のCO₂削減につながっています。



Data section

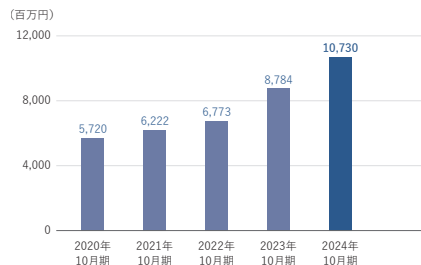
[第5章]データセクション

財務・非財務ハイライト	47
財務データ	48
非財務データ	49
会社情報・株式情報	50

財務・非財務ハイライト

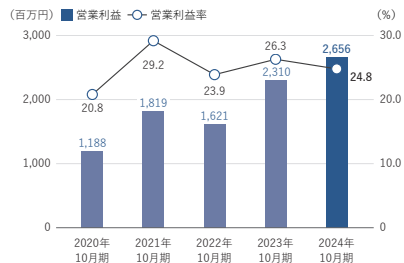
※ 2022年10月期より、会計基準の変更を行い、新会計基準（収益認識）を適用しています。

売上高



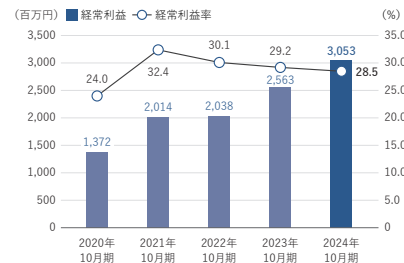
働き手の「転職意向」の高まりと、企業の「キャリア採用（経験者採用）ニーズ」の拡大を的確に捉え、全主要商品で売上成長を実現。売上高は前期比122.2%で伸長しました。2025年10月期は123億円を計画しています。

営業利益／営業利益率



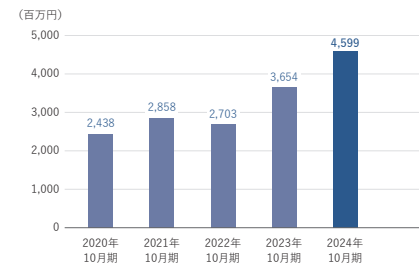
Re就活中心に売上高が大きく伸び、広告宣伝投資・マーケティング投資などの成長投資を実施しながら利益成長も実現。営業利益は前期比115.0%で伸長しました。2025年10月期は30億円を計画しています。

経常利益／経常利益率



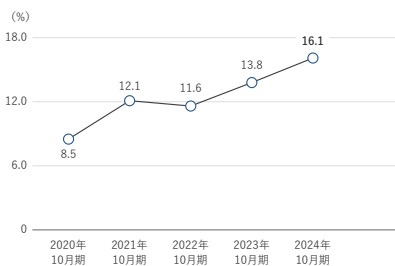
売上高、営業利益の成長により経常利益も高成長を実現。経常利益は前期比119.1%で伸長しました。中期経営計画期間中も、成長投資を実施しながら、経常利益成長も実現していく計画です。

Webメディア売上高



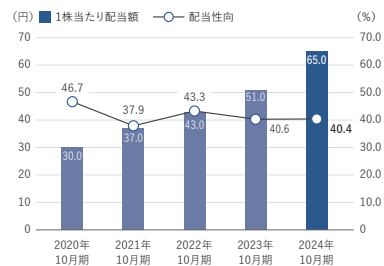
利益率の高いWebメディア（Re就活・Re就活キャンパスなど）が、売上高に占める割合は年々上昇しています。中期経営計画期間中も、「Re就活」シリーズを中心に、Webメディアの成長を強化する方針です。

ROE



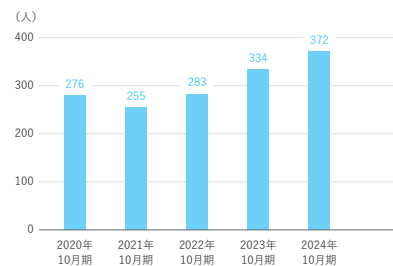
原則、期末業績による資本コストを把握し、それを上回る利益を上げつつ、持続的な株主価値向上に努めています。ROEは2024年10月期に16.1%となり、中期経営計画の目標（2026年10月期15.0%）を上回りました。

1株当たり配当額／配当性向



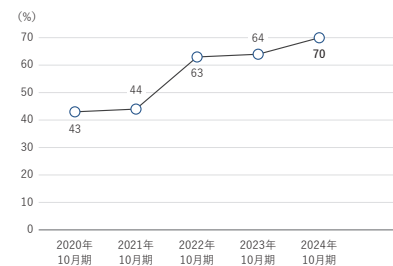
配当性向は40～50%を維持し、安定的な配当を実施。業績拡大により、配当額を増額するべく取り組んでいます。2024年10月期は、期末配当を当初計画より13円増配し、1株当たり65円の配当を実施しました。

従業員数（正社員・契約社員）



人材採用が順調に推移。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、人員拡大ペ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。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。

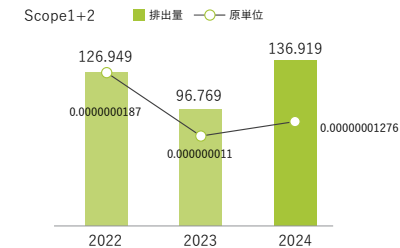
決算期（10月）		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
経営成績（千円）	売上高	4,660,558	5,105,362	5,620,031	6,448,000	7,028,375	5,720,004	6,222,074	6,773,423	8,784,768	10,730,691
	売上総利益	2,742,228	3,371,978	3,574,548	4,254,992	4,720,690	3,770,648	4,194,963	4,506,272	5,867,954	7,124,120
	販売費及び一般管理費	1,823,746	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
	営業利益	918,481	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
	経常利益	1,047,279	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
	EBITDA	988,395	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
財務状況（千円）	総資産額	9,904,995	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
	純資産額	8,901,126	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
	自己資本	8,882,448	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
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	907,017	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
	投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,828,070	△1,264,169	△394,252	591,181	△338,760	△27,719	△398,210	△1,424,793	△675,343	177,713
	財務活動によるキャッシュ・フロー	1,527,276	△619,861	△733,267	△695,047	△816,427	△752,338	△684,929	△793,087	△682,457	△1,264,982
	フリー・キャッシュ・フロー	△921,053	△74,862	442,526	1,831,285	1,050,587	678,728	1,289,702	62,199	1,601,907	1,811,501
1株当たり情報（円）	1株当たり純資産額	581.01	614.52	657.57	685.22	743.57	763.35	839.69	876.29	948.81	1,056.55
	1株当たり配当額（うち1株当たり中間配当額）	24.0（12.0）	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）
	1株当たり当期純利益	50.93	68.56	81.24	75.77	95.81	64.29	97.64	99.35	125.74	160.77
	配当性向（%）	47.1	40.8	39.4	44.9	38.6	46.7	37.9	43.3	40.6	40.4
経営指標（%）	売上総利益率	58.8	66.0	63.6	66.0	67.2	65.9	67.4	66.5	66.8	66.4
	営業利益率	19.7	27.2	24.9	22.6	27.6	20.8	29.2	23.9	26.3	24.8
	経常利益率	22.5	29.3	27.1	24.7	28.9	24.0	32.4	30.1	29.2	28.5
	株主資本利益率（ROE）	9.6	11.5	12.8	11.3	13.4	8.5	12.1	11.6	13.8	16.1
	自己資本比率	89.7	89.8	89.8	88.9	88.6	91.3	88.4	88.3	84.9	86.4

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費

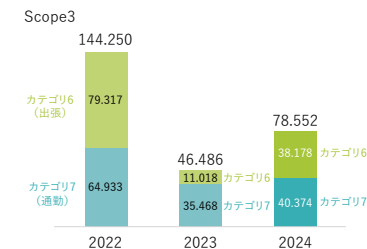
非財務データ

決算期（10月）			2020	2021	2022	2023	2024
ガバナンス	役員数（取締役・監査役）（人）	男性	8	9	9	9	9
		女性	8	8	8	8	8
		女性	0	1	1	1	1
		社外	4	5	5	5	5
	役員比率（取締役・監査役）（%）	男性	100.0	88.9	88.9	88.9	88.9
		女性	0.0	11.1	11.1	11.1	11.1
		女性	0.0	11.1	11.1	11.1	11.1
		社外	50.0	55.6	55.6	55.6	55.6
社会	従業員数（正社員）（人）		266	249	276	324	351
		男性（比率）	169 (63.5%)	159 (63.9%)	168 (60.9%)	185 (57.1%)	190 (54.1%)
		女性（比率）	97 (36.5%)	90 (36.1%)	108 (39.1%)	139 (42.9%)	161 (45.9%)
		女性（比率）	97 (36.5%)	90 (36.1%)	108 (39.1%)	139 (42.9%)	161 (45.9%)
	新卒採用人数（人）		30	25	29	38	24
		男性（比率）	15 (50.0%)	14 (56.0%)	14 (48.3%)	16 (42.1%)	8 (33.3%)
		女性（比率）	15 (50.0%)	11 (44.0%)	15 (51.7%)	22 (57.9%)	16 (66.7%)
		女性（比率）	15 (50.0%)	11 (44.0%)	15 (51.7%)	22 (57.9%)	16 (66.7%)
	キャリア採用人数（人）		28	55	42	66	57
		男性（比率）	15 (53.6%)	32 (58.2%)	24 (57.1%)	32 (48.5%)	24 (42.1%)
		女性（比率）	13 (46.4%)	23 (41.8%)	18 (42.9%)	34 (51.5%)	33 (57.9%)
		女性（比率）	13 (46.4%)	23 (41.8%)	18 (42.9%)	34 (51.5%)	33 (57.9%)
	中途採用比率（%）		43	44	63	64	70
	平均年齢		31歳6ヵ月	32歳5ヵ月	31歳5ヵ月	30歳8ヵ月	31歳6ヵ月
	平均勤続年数	全体	7年3ヵ月	8年4ヵ月	7年5ヵ月	6年6ヵ月	6年6ヵ月
	平均年間給与（円）		4,912,887	5,199,726	5,372,259	5,426,606	5,586,469
	管理職に占める女性比率（%）		6.7	7.7	7.7	7.6	8.6

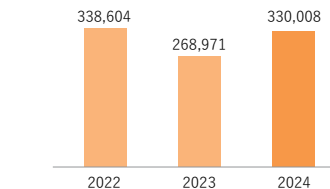
環境

温室効果ガス排出量（t-CO₂）

※Scope2はマーケット基準と同様 ※Scope1は使用なし
※排出原単位は売上1円当たりの排出量です



電気使用量（kWh）



※2024年10月期は、オフィス拡張移転を行いましたので、電気使用量が増加しています。

会社情報・株式情報 (2024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	372 人 (正社員・契約社員)
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 〒600-8008 京都市下京区四条通烏丸東入長刀鉾町8 京都三井ビルディング 3 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 https://company.gakujo.ne.jp

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



プライバシーマーク



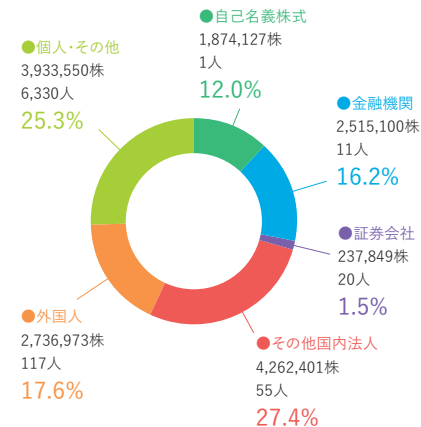
優良募集情報等提供事業者

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	6,534 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

(2024 年 10 月 31 日現在)

※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：90 回
海外機関投資家とのミーティング・電話会議：17 回
決算説明会：2 回

- 詳細は IR サイトへ <https://company.gakujo.ne.jp/ir/>
- IR メール配信のご登録はこちらから <https://www.magicalir.net/2301/mail/index.php>