



事業計画及び 成長可能性に関する事項

2025年2月27日

クックビズ株式会社（東証グロース 6558）

目次

1. ビジネスモデル
2. 市場環境
3. 強みと特徴（競争力の源泉）
4. 2024年11月期ビジネスハイライト
5. 成長戦略
6. リスク情報
7. Appendix

目次

1. **ビジネスモデル**
2. 市場環境
3. 強みと特徴（競争力の源泉）
4. 2024年11月期ビジネスハイライト
5. 成長戦略
6. リスク情報
7. Appendix

Mission・Vision

Mission

「食」は「人」

なぜ食産業に人が必要なのか。

それは人手不足を補うためでも、機械化できないからでもありません。

「人」によって料理やサービスの価値が高まり、感動が生まれ、経済的価値に繋がります。

私たちは事業の原点である「食」は「人」に立ち返ります。

Vision

Empower the Food People

食に関わる一人ひとりの情熱と誇りが、新しい食の文化を生み出します。
料理を作る人、届ける人、すべての人の創意工夫が重なり合い、食の空間が輝く。
その連鎖が、持続可能な食の未来を切り拓いていきます。

ビジネスモデル
会社概要



| | |
|------|--|
| 社名 | クックビズ株式会社 |
| 設立 | 2007年12月10日 |
| 代表者 | 代表取締役社長 藪ノ 賢次 |
| 所在地 | 大阪府大阪市北区芝田二丁目7番18号 |
| 従業員数 | (連結) 161名 (単体) 141名 (パート・アルバイト及び嘱託社員を除く) |
| 事業内容 | 食分野に特化した各事業を展開 ・ HR事業 ・ DX事業 ・ 投資事業 |
| 関係会社 | きゅういち株式会社、ワールドインワーカー株式会社 |

ビジネスモデル
沿革



- 2007 ● 12月 設立。飲食特化の人材紹介事業を開始
- 2008 ● 3月 飲食特化の求人サイト「cookbiz」を開始
- 2012 ● 7月 飲食特化の求人広告事業を開始
- 12月 東京オフィスを開設
- 2014 ● 4月 名古屋オフィスを開設
- 2017 ● 11月 東京証券取引所マザーズ市場
(現在はグロース市場に移行)へ上場
- 2019 ● 4月 スカウトサービス「ダイレクトプラス」
(現「ダイレクトオファー」)を開始
- 2022 ● 10月 株式取得によりきゅういち株式会社を
完全子会社化
- 2023 ● 3月 特定技能外国人材の人材紹介事業を譲受
- 7月 主に飲食事業者向けアルバイト業務管理
SaaSプロダクトCAST事業を譲受

食産業が直面する課題



働き手不足

2030年における
サービス業界の人不足は約400万人

出典：パーソル総合研究所「労働市場の未来推計 2030」



後継者不足

2025年における中小企業経営者の
約6割以上が70歳以上

出典：中小企業庁中小企業・小規模事業者におけるM&Aの現状と課題より

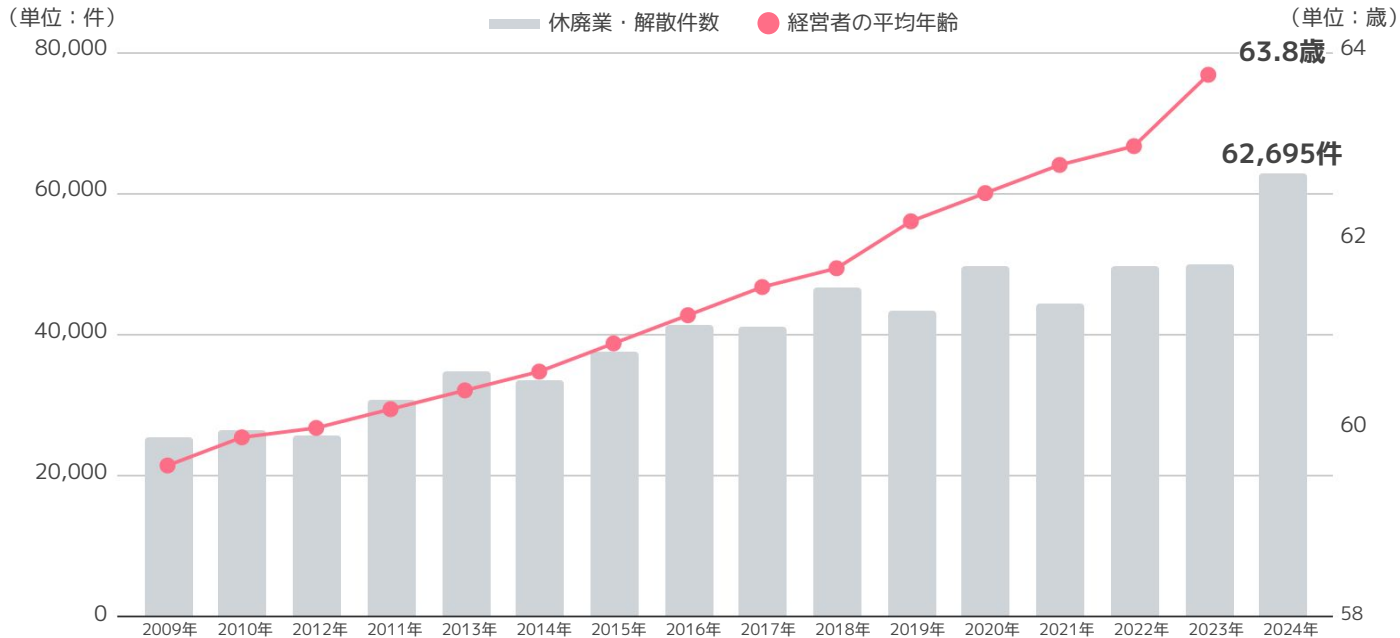
働き手不足に対し、当社が取組む解決策

HR・DX領域でのサービス展開により、安定的な人材供給と省人化による生産性向上で働き手不足の課題を解決。



中小企業の後継者不足問題

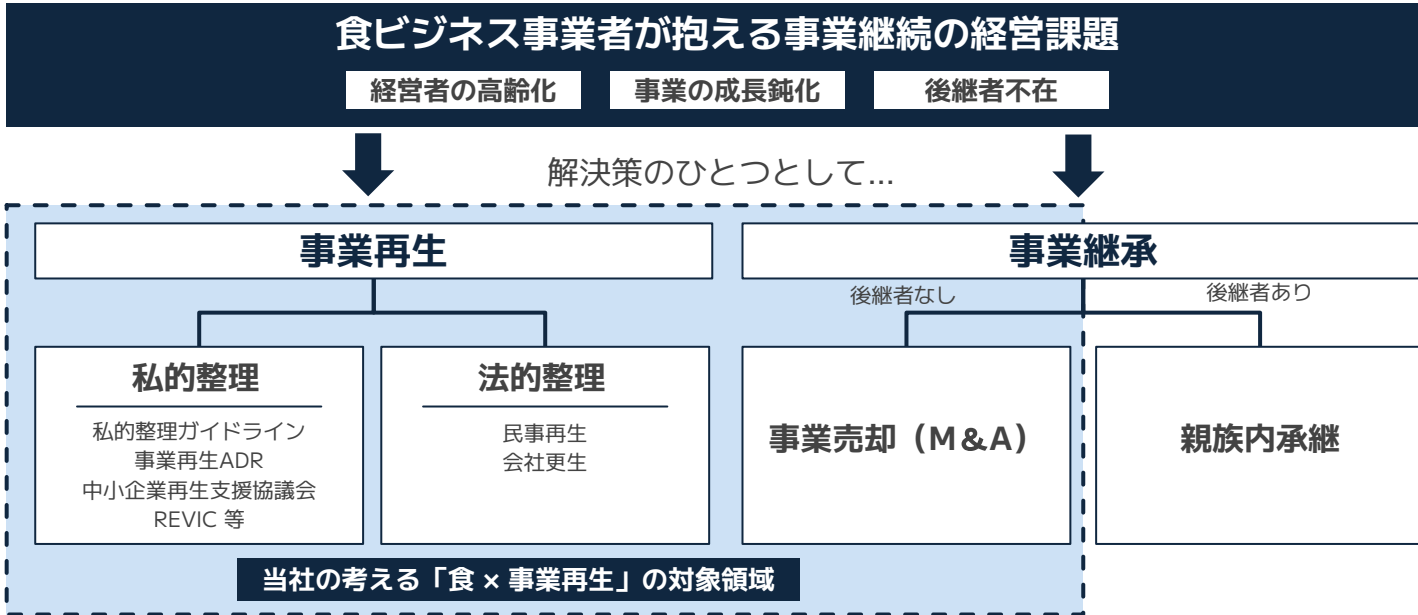
- 中小企業の休廃業は増加の一途をたどり、経営者の高齢化も深刻な問題。
- 中小型M&Aの譲渡側の目的は、従業員の雇用の維持・後継者不足。



出典：中小企業庁「中小企業白書 2023年版」休廃業・解散件数と経営者平均年齢の推移
 (株)東京商工リサーチ「2023年「休廃業・解散企業」動向調査」、「全国社長の年齢調査(2023年12月31日時点)」

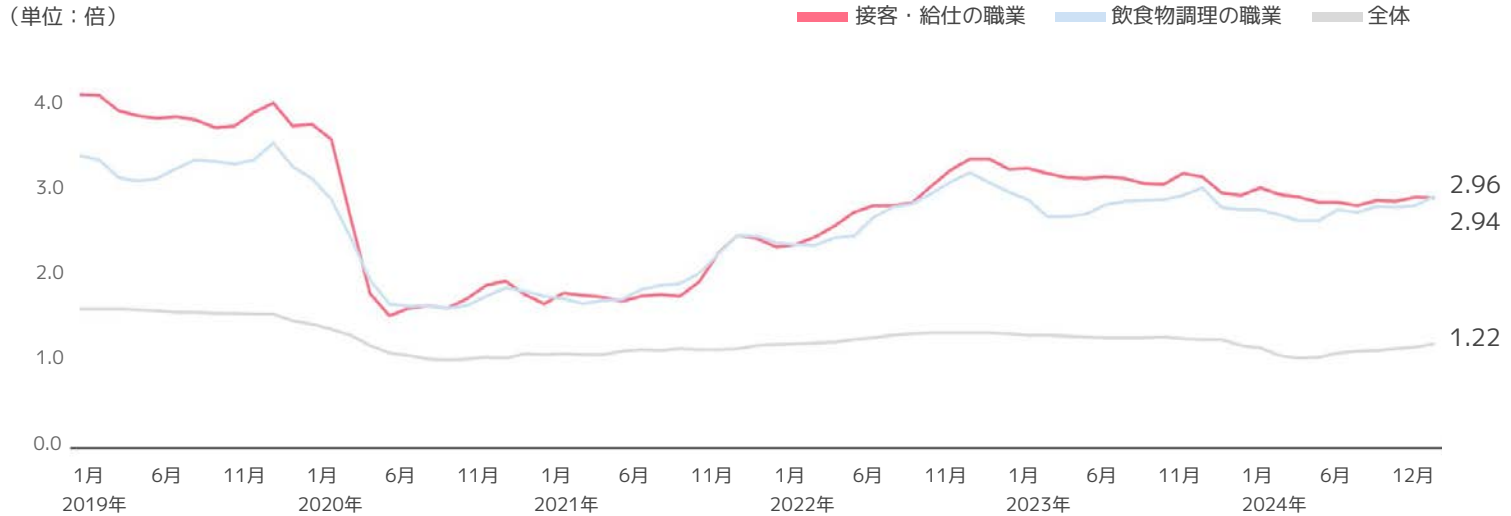
後継者不足に対し、当社が取組む解決策

付加価値の高い事業や商品を有する企業の事業及び経営の再構築を行い、企業価値を最大化。



市場の環境 ～有効求人倍率～

全業種においては、ほぼ変動はないものの、飲食業界における求人ニーズは高水準で推移。2021年10月以降は特に求人ニーズの高まりを見せている。



※出典：厚生労働省「一般職業紹介状況（職業安定業務統計）」

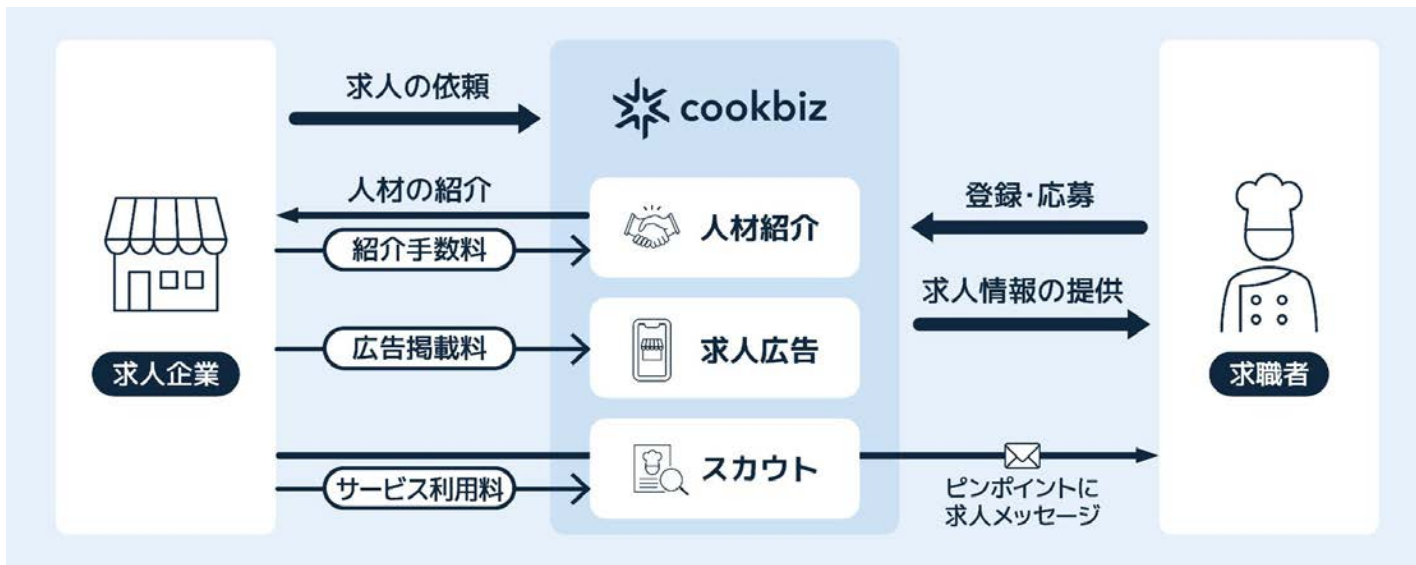
目次

1. ビジネスモデル
- 2. 事業内容**
3. 市場環境
4. 強みと特徴（競争力の源泉）
5. 2024年11月期ビジネスハイライト
6. 成長戦略
7. リスク情報
8. Appendix

事業内容

HRサービス

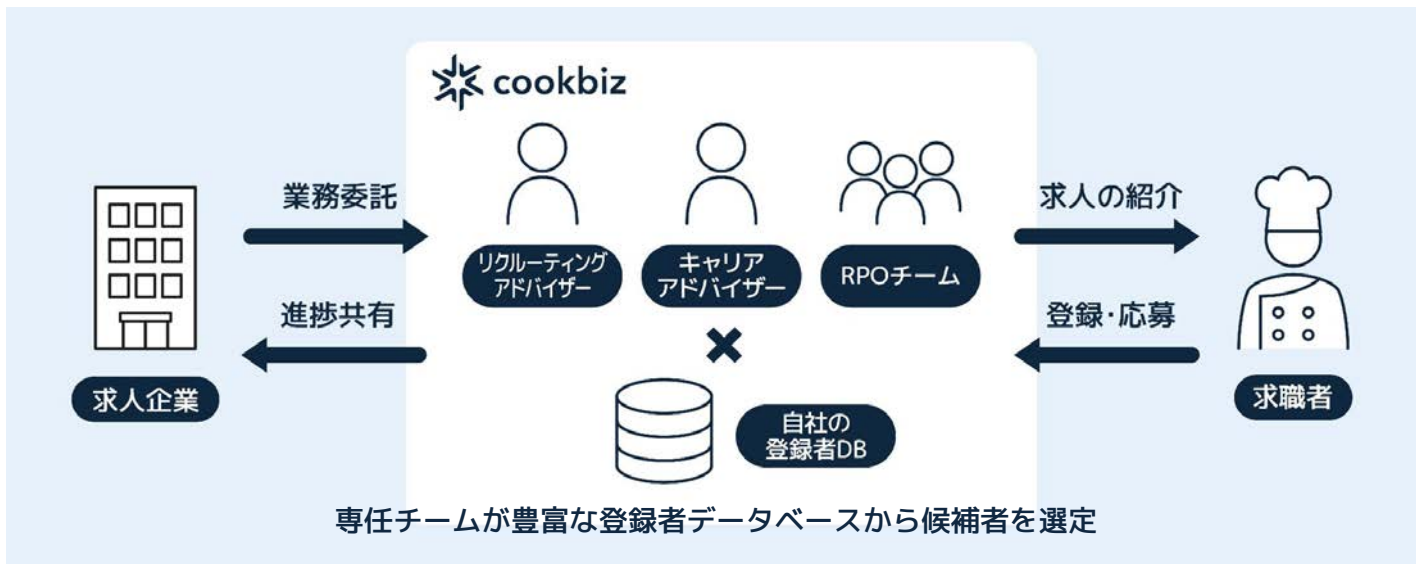
人材紹介・求人広告・スカウトサービスを提供。業界最大級の求人数を誇り、約30万人の求職登録者とのマッチングを実現。



採用総合パッケージ

人材紹介・求人広告・スカウト・RPO・教育研修・採用ブランディング等、当社のあらゆるサービスを組み合わせ、企業の人員不足や組織構造課題を総合的に解決。

企業の事業戦略や年間採用計画に合わせた総合支援サービス



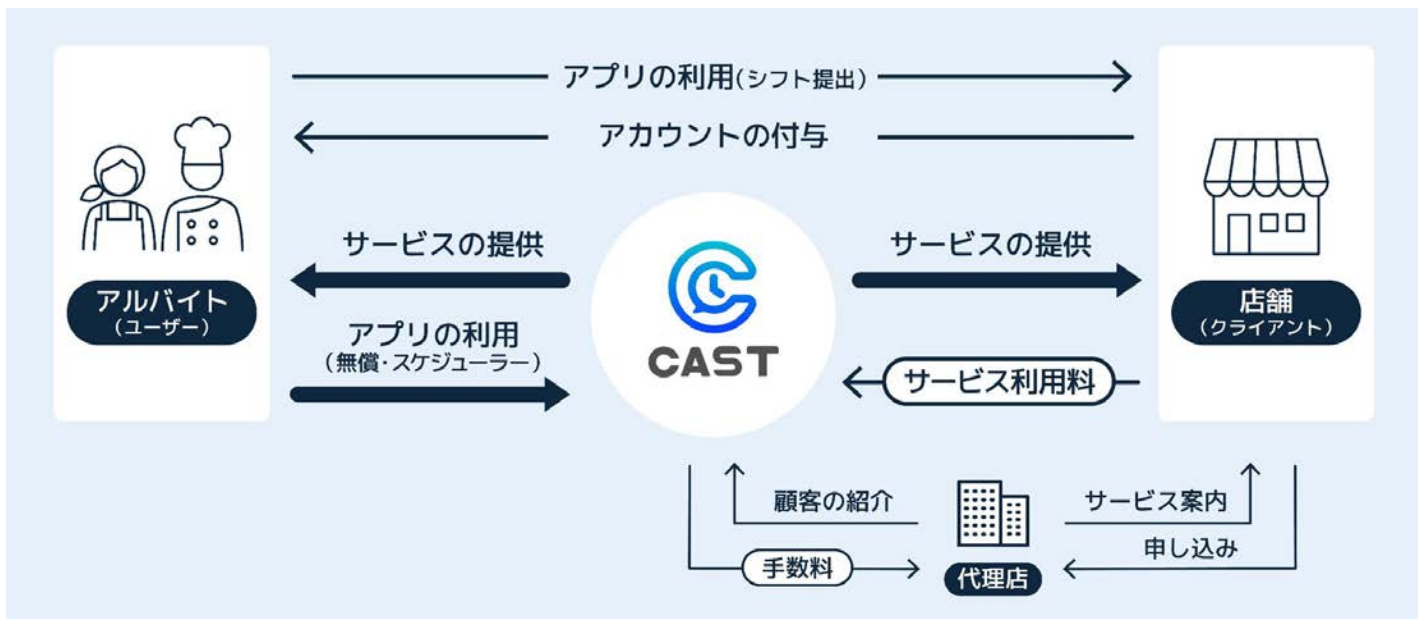
特定技能外国人材の人材紹介・登録支援

主に飲食・介護事業者に特化した特定技能外国人材の人材紹介と登録支援業務。紹介時の紹介手数料だけでなく、その後の登録支援業務による月額報酬（支援委託料）を受け取り、特定技能外国人の就労をサポート。



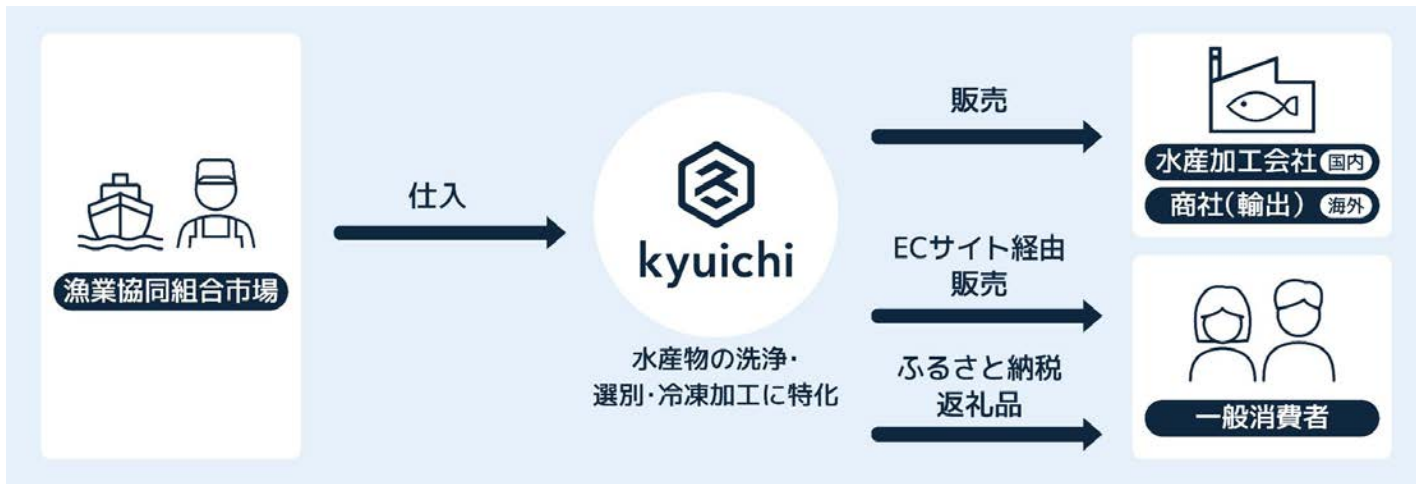
シフト管理・勤怠管理・給与管理サービス

主に飲食事業者向けのシフト管理・勤怠管理・給与管理SaaSプロダクト。費用は、店舗の登録ユーザー数に応じた月額・従量課金型。個人ユーザーは無償で利用可能。



投資事業（きゅういち株式会社）

- 北海道 内浦湾（通称：噴火湾）を中心とした13の買参権を保有しホタテ・ホッケ・サバ等の冷凍加工業を展開。
- 水産物の洗浄・選別・冷凍加工に特化。
 - 直接漁協から鮮度が高い状態で仕入れたのち、真水ではなく海水を引き込み殺菌処理する独自の加工プロセスによって、高品質な商品を国内外へ供給。

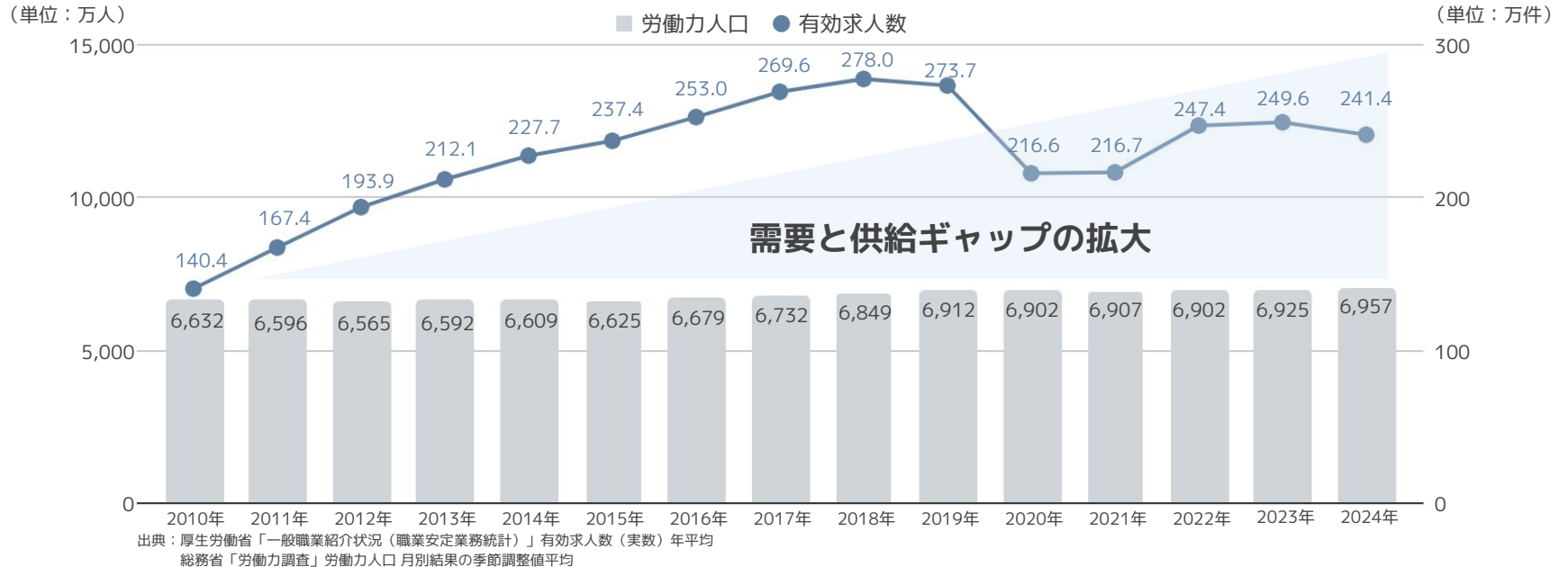


目次

1. ビジネスモデル
2. 事業内容
- 3. 市場環境**
4. 強みと特徴（競争力の源泉）
5. 2024年11月期ビジネスハイライト
6. 成長戦略
7. リスク情報
8. Appendix

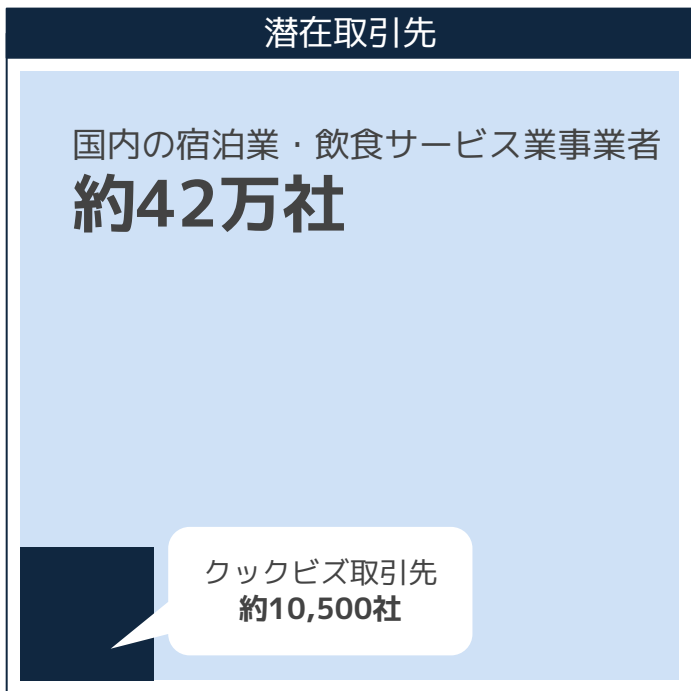
有効求人数と労働力の推移

- 2010年以降の有効求人数の増加に対し、労働力人口はほぼ横ばい。
- 一時的にコロナ禍で雇用の需給バランスが逆転したものの、経済活動の再開にともない慢性的な人材不足が再度継続する見込み。

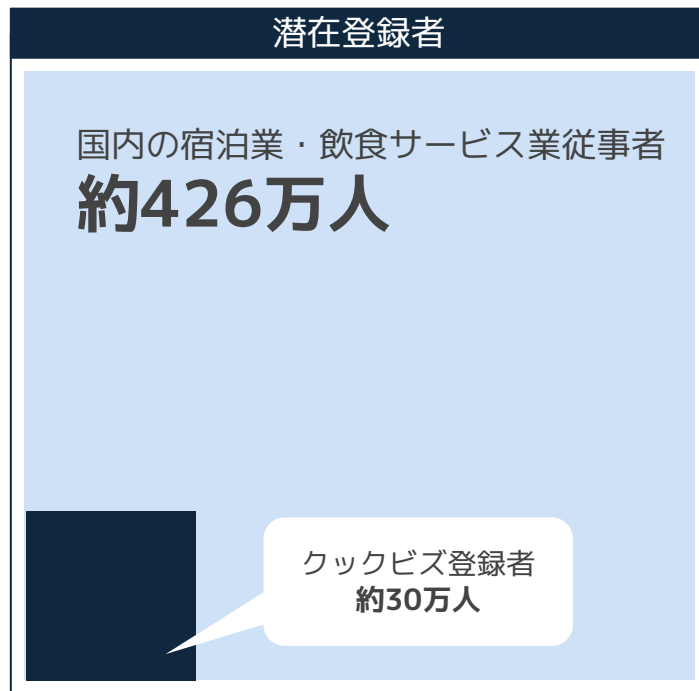


国内市場だけでも潤沢な成長余力

国内の飲食関連業において、今後当社の取引先や求職登録者になりうる宿泊業・飲食サービス事業者や従事者は潤沢に存在している。



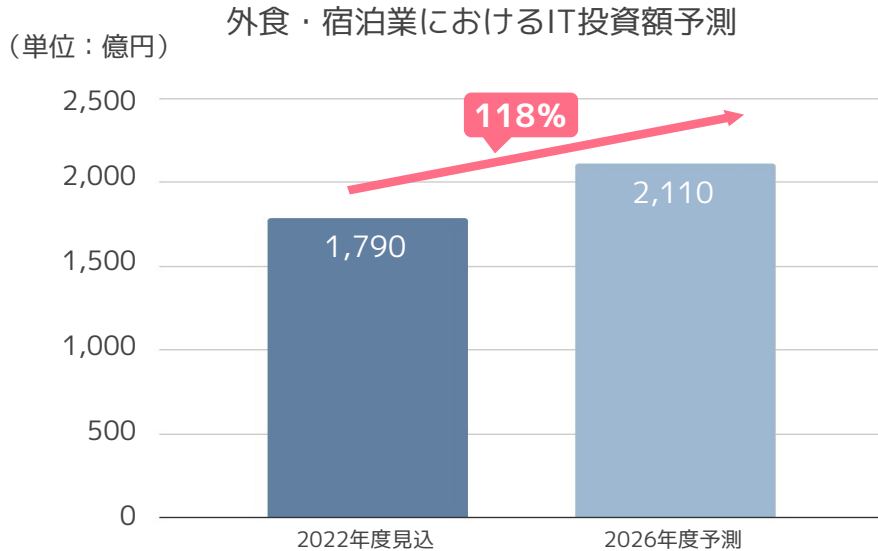
出典：「中小企業実態基本調査」令和5年確報（令和4年度決算実績）



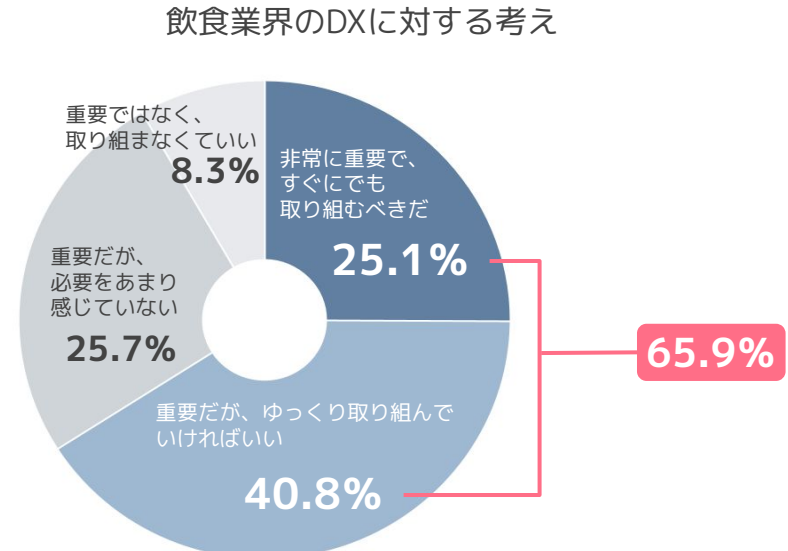
出典：総務省統計局「労働力調査（基本集計）」2024年（令和6年）度結果

飲食業界のDXに対する投資

収益性の改善や現場の人材不足に対応するため、労働生産性の向上や省人化に資するDX投資は今後も増加すると推計される。



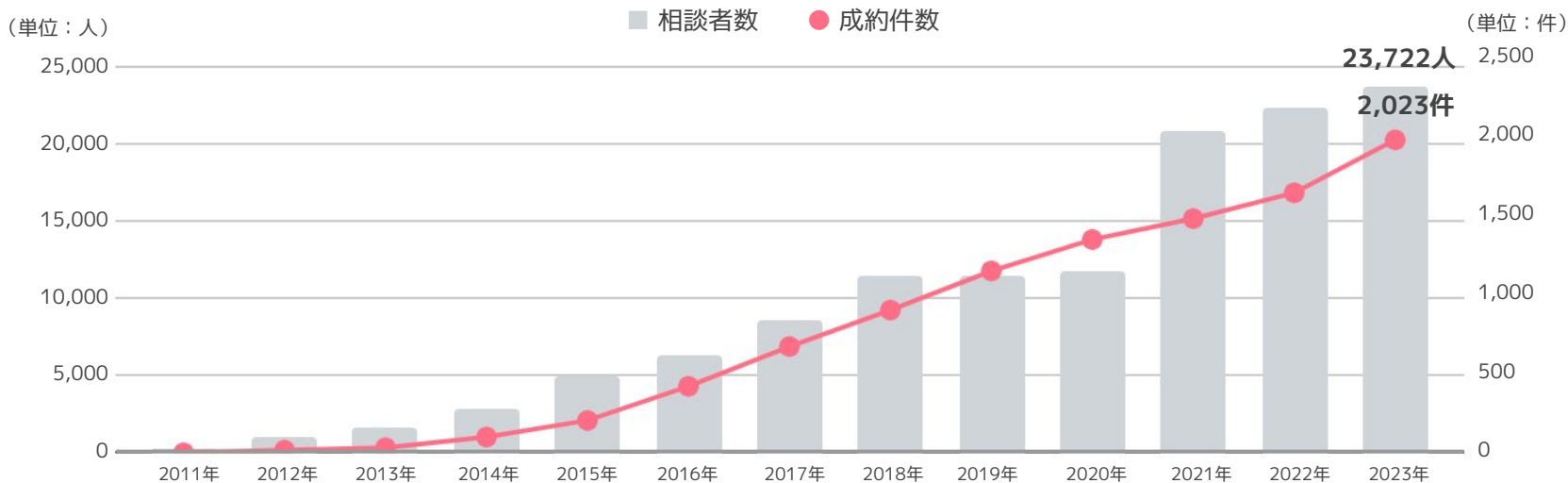
出典：富士キメラ総研「業種別IT投資/デジタルソリューション市場 2022年版」



出典：レストランテック協会・ファンくる共同「レストランテックに関する意識調査」
 アンケート対象者：全国20～50代の飲食店勤務の男女511名
 「飲食業界のDXに対する考え」の質問にて「あてはまるものはない・わからない」回答は除外の上、集計

中小企業における事業承継の状況

全国の事業承継・引継ぎ支援センターにおける2023年度の事業承継に関する相談者数は2万3722人（前年度比106%）で過去最高。第三者承継（M&A）の成約件数についても2,023件（同120%）と同じく過去最高を記録。

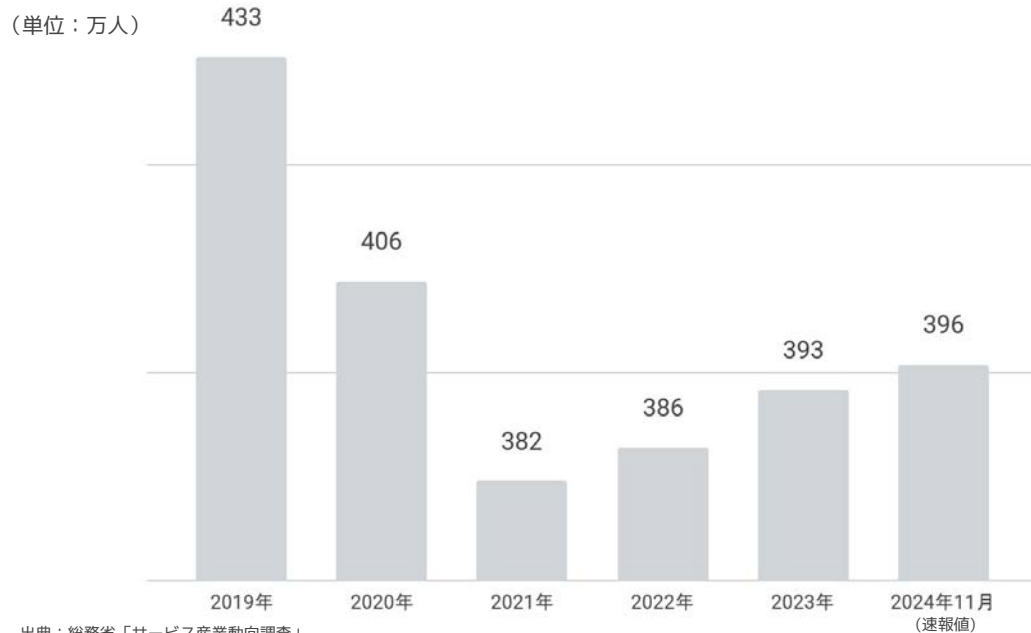


出典：独立行政法人中小企業基盤整備機構（中小機構）

コロナ禍後の飲食従事者の状況

労働力はコロナ前の水準には完全には戻らず。正社員人材・アルバイト・パートともに不足が継続していると推定。

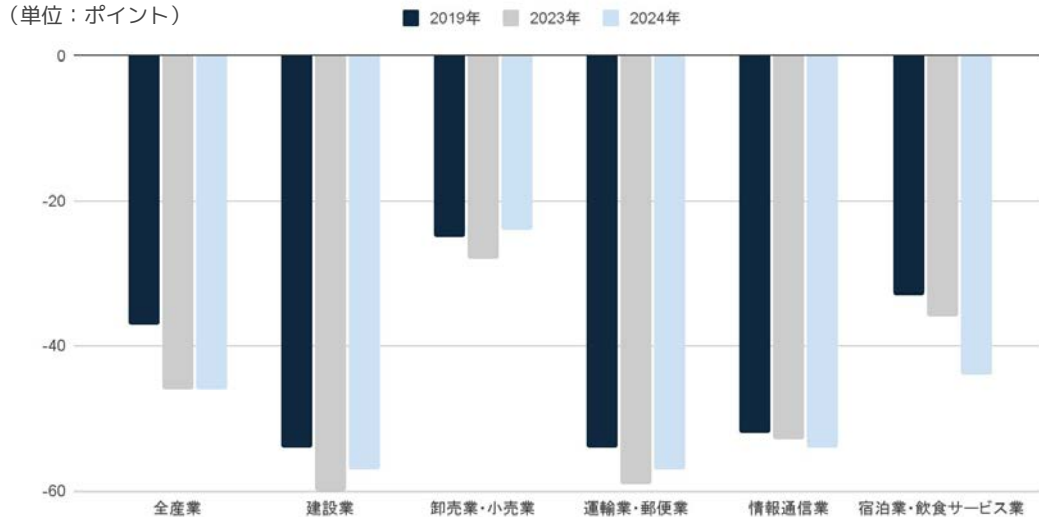
飲食店従事者数の推移



ブルーカラー人材の人手不足の状況

全産業と比較してもブルーカラー領域は常に人手不足の状況であり、今後は各種ブルーカラーの領域の中で人材の取り合いが熾烈になることが想定される。

各業種における人材不足状況



出典：厚生労働省「労働経済動向調査」を元に当社作成

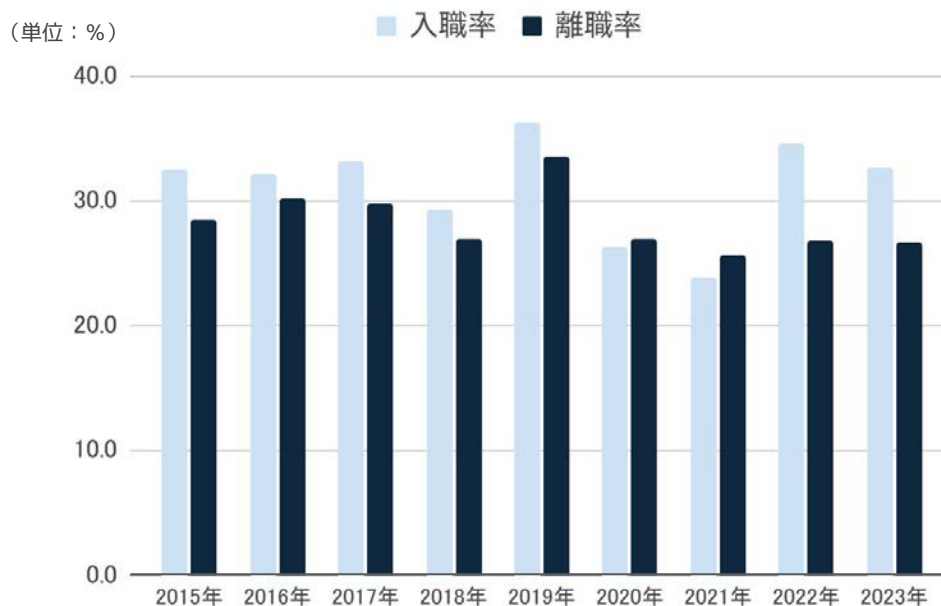
業界別給与水準

一方、宿泊業・飲食サービス業の平均賃金は低く、他業種と比較しても数十万円程度、劣後した状態。業界の魅力UPは急務。



求職者の動向変化

コロナ禍後、「宿泊業・飲食サービス業」の入職率は離職率を上回る。給与面での改善余地が大きく、業界の魅力度が上がれば、さらなる入職を見込めると当社は想定。飲食特化のサービスの強みを活かし、食産業の従事者・事業者に選ばれる企業となることを目指す。



出典：厚生労働省 雇用動向調査より当社作成

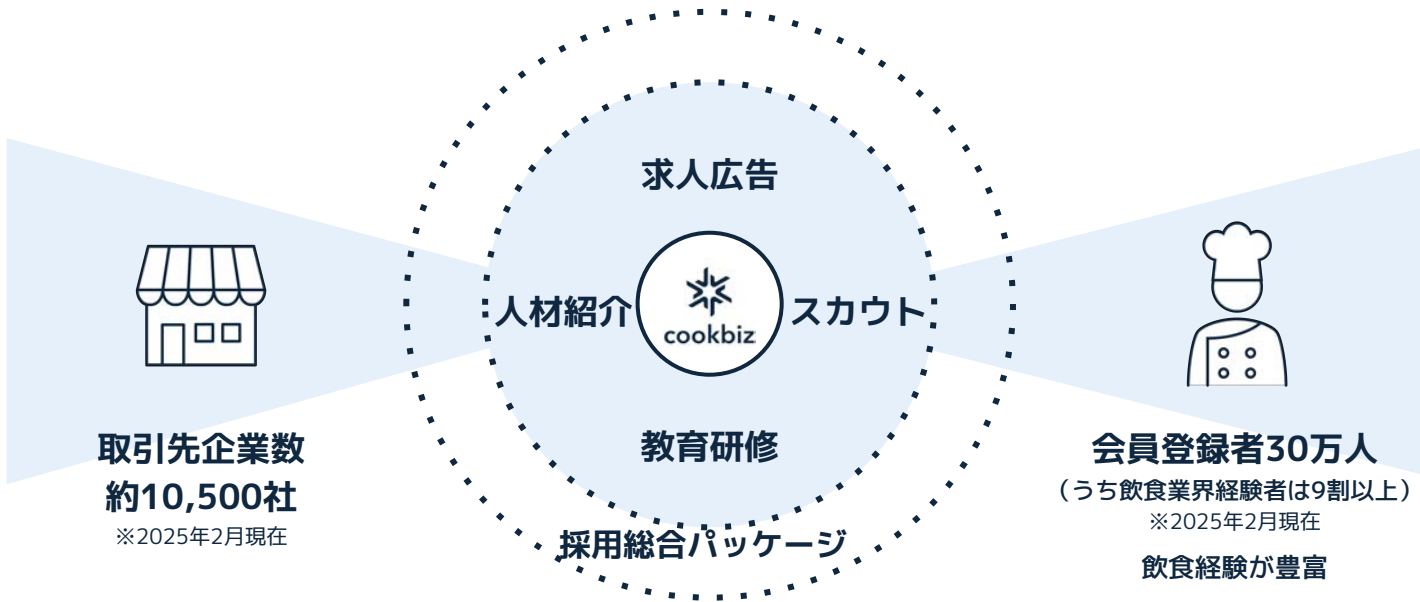
目次

1. ビジネスモデル
2. 事業内容
3. 市場環境
- 4. 強みと特徴（競争力の源泉）**
5. 2024年11月期ビジネスハイライト
6. 成長戦略
7. リスク情報
8. Appendix

強みと特徴（競争力の源泉）

飲食業界における正社員の転職領域に特化

- 特化型サービスとして人材紹介・求人広告・スカウトサービス等を一環して提供。
- 多数の取引先企業と飲食経験登録者によるマッチングを実現。

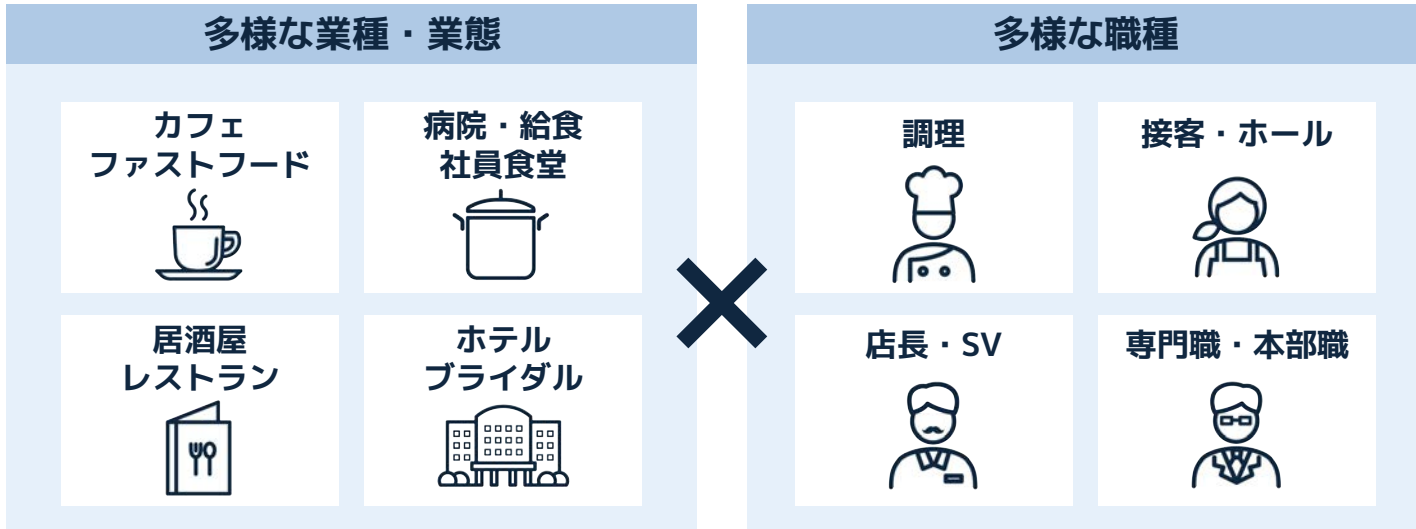


強みと特徴（競争力の源泉）

取引先企業の幅広い業種・業態と多様な職種の求人に対応

取引先企業の業種・業態は多岐にわたり、多様な職種の求人依頼に対し、国内最大級の飲食業界経験者を有するデータベースからマッチングを実現。

- 取引企業のうち、売上占有率の高い企業群はほぼ無くロングテールの顧客分布。
- 飲食業界でのキャリアアップを考える様々な職種、業種・業態の飲食経験者が利用。



強みと特徴（競争力の源泉）

総合型と特化型の違い

- 幅広い業種・職種を取扱う総合型と比較し、特化型は特定の業種・分野に特化しているため総合型では探せない案件も多数取り扱う。
- 当社では飲食業界に精通したキャリアアドバイザーや営業が多数在籍。

総合型

- 幅広い業種の案件を取り揃えているため潜在ターゲットにリーチが届く
- マーケティング力による求職者からの認知度が高く、集客力に強み



企業への提供価値

- 大手・中堅企業など知名度の高い求人が充実
- キャリアアドバイザーが幅広い業界知識を持つ
- 多くの求人から新たな分野への挑戦も可能



求職者への提供価値

特化型





- 応募者は飲食業界従事者が多く、選考スピードの早期化が可能
- 飲食業界を志望する即戦力人材を採用できる

- 大手～中小まで幅広い飲食企業から経験に合った仕事を探せる
- 業界の専門知識をもつキャリアアドバイザーの手厚いサポートがある
- 知名度だけではなく、実際の業務内容を重視した仕事選びが可能

強みと特徴（競争力の源泉）

潜在顧客45万社に向けた当社のサービス展開

- 顧客規模や採用予算に応じたサービスラインナップを展開。
- サイトリニューアル後は小規模店舗に向けたサービスラインナップを強化。

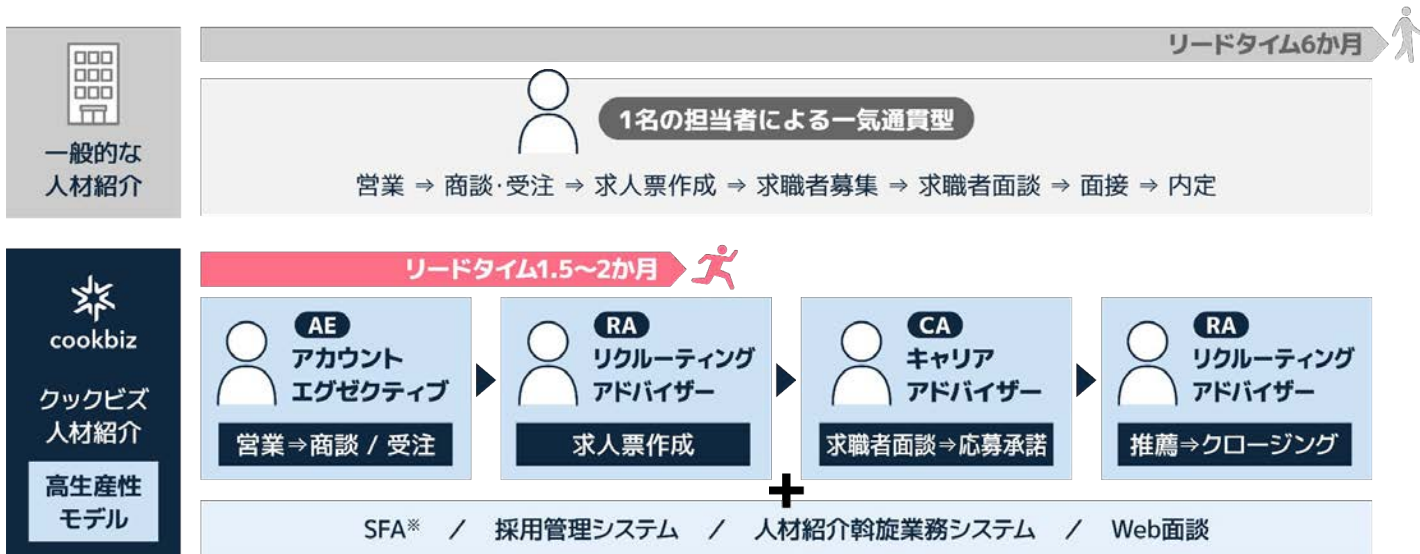
| 顧客規模 | | 対象企業数（※） | 主な採用手法 | 当社サービス | 当社プライシング |
|---|----------|----------|-----------------------------|--------------|----------------|
|  本部採用 20店舗以上 | エンタープライズ | 1万社 | 人材採用 求人広告 スカウト RPO | 採用総合パッケージ | 2,500万円／契約 |
| | | | | cookbiz 人材紹介 | 90万円／1名 |
|  複数店舗展開 11-20店舗 | SMB | | 求人広告 スカウト | cookbiz 求人広告 | 30～50万円／60日 |
| | | | | ダイレクトオファー | 24万円～／4W利用 |
|  個店舗展開 1-10店舗 | SMB | 45万社 | 少額求人媒体 ハローワーク リファラル | cookbiz 求人広告 | FY25以降 展開予定 |
| | | | | CAST | |

※出典：経済センサス「従業員規模別企業数」

強みと特徴（競争力の源泉）

クックビズ独自の分業体制による高い生産性

業務フローは分業体制を敷いており、さらに各工程をDX化することで高生産モデルを構築。特に人材紹介においては面談決定から内定承諾までのリードタイムが1.5～2か月と短く、一般的な人材紹介会社と大きく差をつけている。



※Sales Force Automationの略で、営業支援のための各種ツール・システムを指す。営業担当の商談開始から受注までの進捗の可視化や活動管理を行う。

強みと特徴（競争力の源泉）

競争優位性（業界特化型における競合他社比較）

- 離職率の高い飲食業界において、人材紹介や求人広告等の求人サービスの提供のみならず、採用業務のRPOや研修サービス、当社主催の合同企業説明会までサービスを拡充。
- 業界特化型の中ではトップクラスのサービスカバレッジとシェアを確立。

| 比較項目 | | 当社 | A社 | B社 | C社 | D社 |
|--------|---------|----------|------|----------|-------|-------|
| 求人数 | | 約3万件 | 約3万件 | 約6万件 | 約5万件 | 約3万件 |
| 登録者数 | | 約30万人 | 非公表 | 約5万人 | 非公表 | 約30万人 |
| 提供サービス | 人材紹介 | ○ | ○ | ○ | ○ | × |
| | 求人広告 | ○ | × | ○ | ○ | ○ |
| | スカウト | ○ | × | ○ | ○ | ○ |
| | 研修 | ○ | × | × | × | × |
| | RPO | ○ | × | × | × | × |
| | 合同企業説明会 | ○（東京・大阪） | × | ○（東京・大阪） | × | × |
| 対応エリア | | 国内・海外 | 関東 | 国内・海外 | 関東・関西 | 国内 |

出典：当社調べ（2025年2月現在）

目次

1. ビジネスモデル
2. 事業内容
3. 市場環境
4. 強みと特徴（競争力の源泉）
5. **2024年11月期ビジネスハイライト**
6. 成長戦略
7. リスク情報
8. Appendix

2024年11月期 事業方針

好調な外部環境を追い風に事業の再成長を図り、コロナ禍以降に展開した領域ごとの成長を推進。

業績成長の実現のための主要施策

積極的
人員採用
による成長機会
拡大



求人サイト
リニューアル
による顧客価値
最大化



CAST事業への
投資による
DX事業推進



M&A推進による
グループ強化



きゅういちEC
/ 飲食店向け
販路拡大



2024年11月期 重点施策について

2024年11月期は、cookbizサービスの更なる成長に向けた積極的な投資に加え、前期グループ入りした各事業の取組みも加速させ、グループの非連続な成長を目指す。

| | | |
|------|------------|---|
| HR | cookbiz | 求人サイトリニューアル後の業績最大化に向けた体制整備及び組織・業務改革を急ぐ。課題は残るが、一部KPIは良化。 |
| | ワールドインワーカー | 中期的な持続的成長に向けた組織体制構築をめざす。クックビズからの出向者も増員し、組織体制強化と事業推進を図る。 |
| DX | CAST | 事業譲受後のPMIは順調に進捗中。営業・エンジニアポジションを増強し、プロダクトアップデートを一部実施。 |
| 事業再生 | きゅういち | 中国以外のホタテの販路開拓に取り組む。ECサイトや飲食店向けのマーケティングを強化。 |
| その他 | FC本部事業 | 事業の選択と集中を進める上で2024年5月31日に同事業を廃止。 |

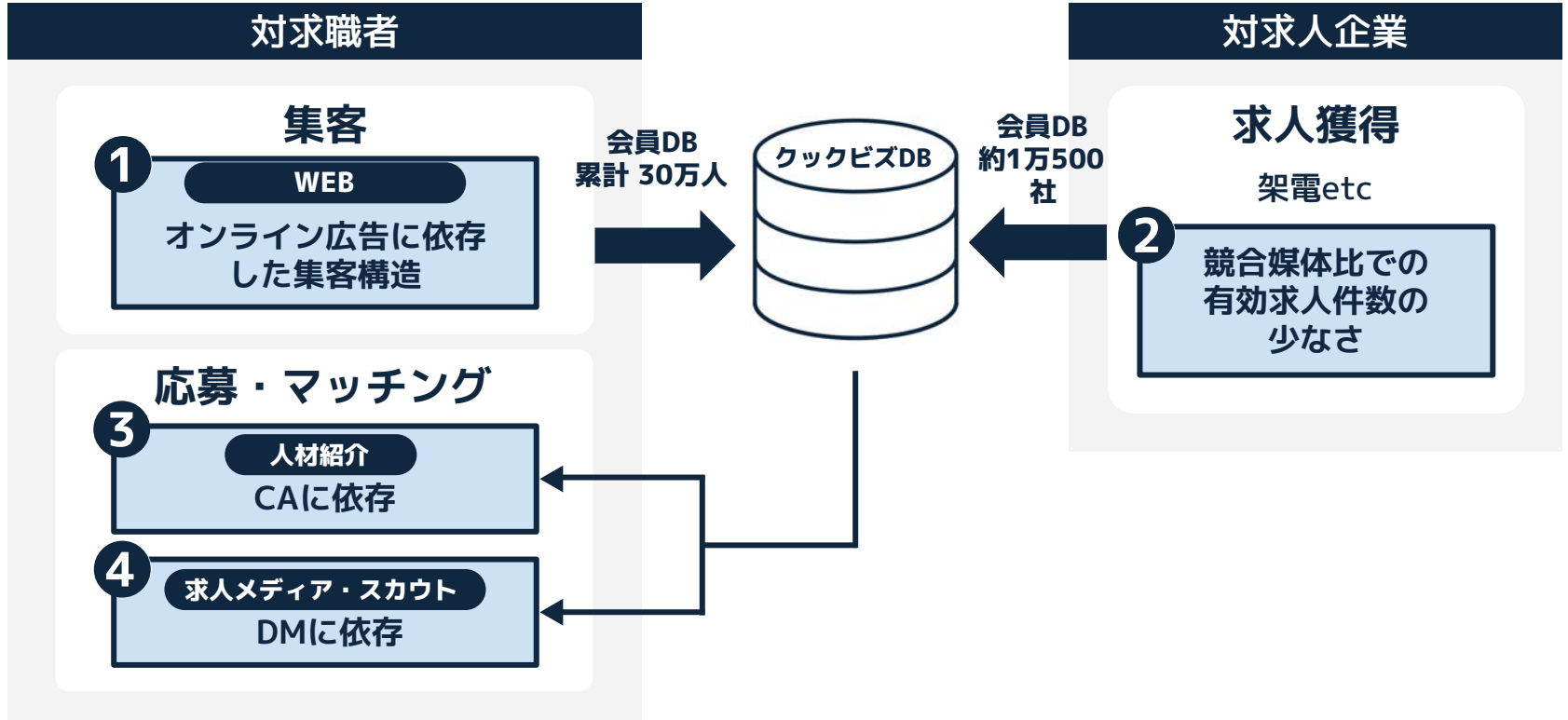
2024年11月期 重点施策について（子会社きゅういち）

きゅういち株式会社単体でもCAGR20%成長を実現できる体制の構築を目指す。

| | |
|-----------------------------------|---|
| <p>生産能力の増強</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ 繁忙閑散期のバランスを考慮の上、技能実習生及び特定技能外国人を増員し、生産ラインを増強 ・ トンネルフリーザーを新設入替し、生産効率の向上を図る ・ ホタテ選別機を導入し品質の向上を図る |
| <p>設備投資の検討及び実行</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ トンネルフリーザーを新設入替し、生産効率の向上を図る ・ 業務車両（ウイングトラックやフォークリフト）を追加導入し、物流機能強化 ・ ホタテ選別機を導入し品質の向上を図る |
| <p>魚種別の採算管理徹底及び仕入れ強化</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ 魚種別採算管理を実施の上、工場稼働率の向上及び継続的な経費節減による安定的なキャッシュフローの創出を実現 |
| <p>中国禁輸長期化を見据えた販路拡大</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ ホタテの中国向け輸出分の売上減少を補うべくECサイト及びふるさと納税、飲食店向けの販売により国内販路拡大を実現 ・ 東南アジアへの輸出について検討を開始 |
| <p>EC販路拡大に向けたマーケティング強化</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ ECサイトの収益基盤整備のためのマーケティング投資を実施。一般消費者への認知拡大や購買促進を図り大手ECモール（楽天）で出店を開始 |
| <p>経営管理体制の強化</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ クックビズからの出向社員や役員登用による経営管理体制及びガバナンス強化 ・ 予算策定（生産計画、販売計画）及び月次での業績モニタリングの実施による経営課題の早期キャッチアップと対策実施 |

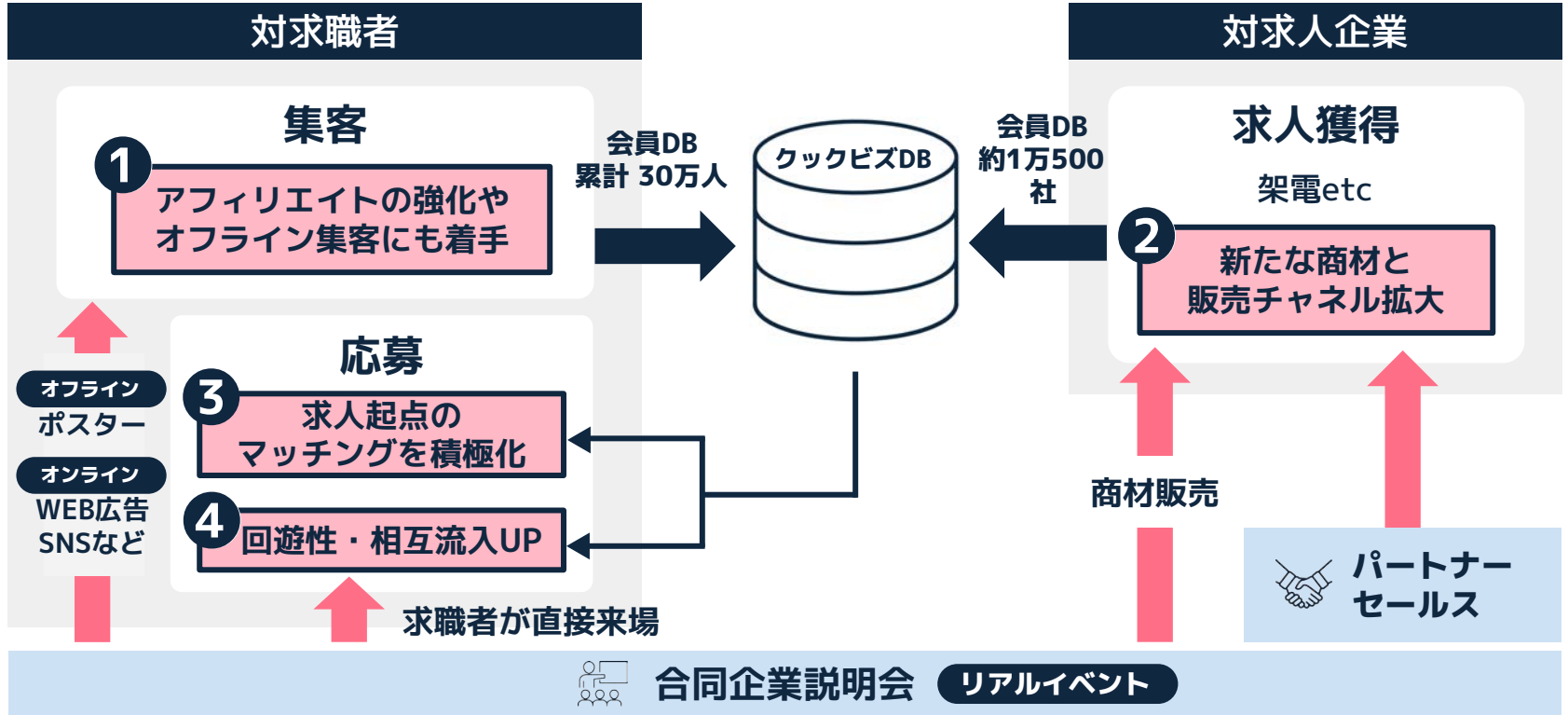
構造・課題全体像

2024年4月のリニューアル以前のHR事業における構造上の課題



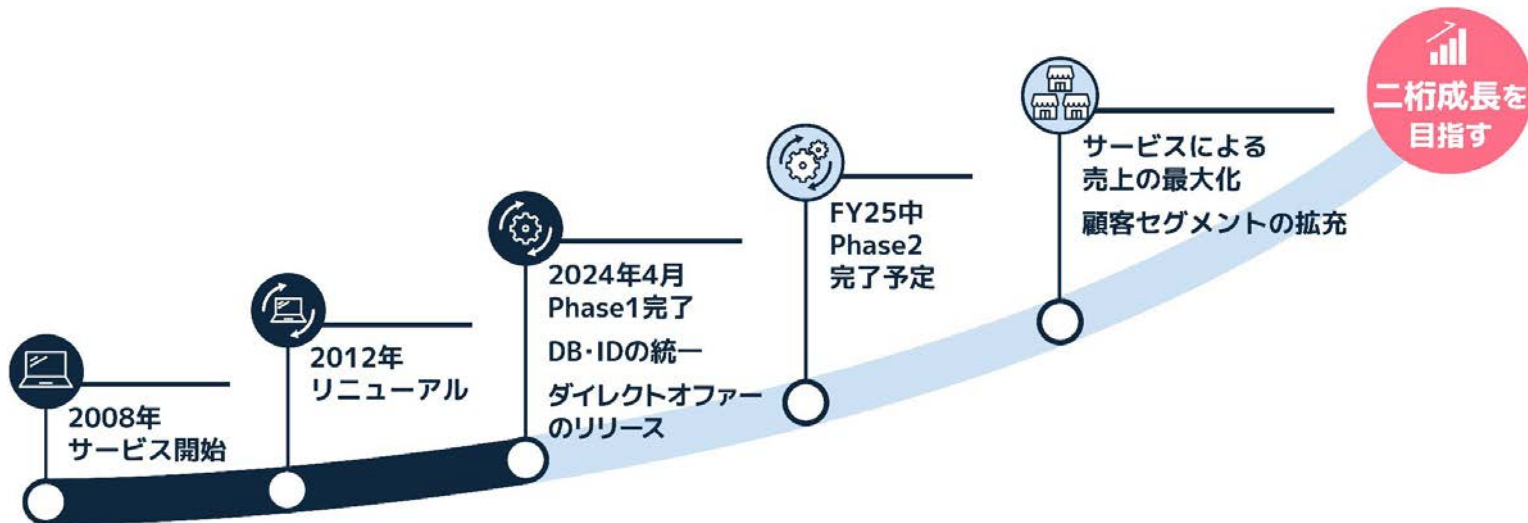
構造・課題全体像

2024年4月のリニューアル以降の課題に対する打ち手



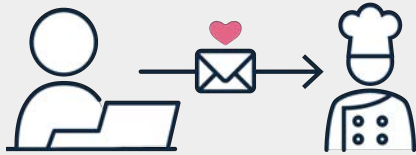
リニューアルの狙い

- 従来の強みである営業力だけではなく、サービス力によるHR事業の持続的な成長の実現に向けて、自社サービスの開発を強化。
- 4月に完了したリニューアルはPhase1（今後の開発のための土台作り）。
- Phase2においては人材紹介の基幹システムのリニューアルの他、サービス間の連携を強化。クックビズのサービス横断の強みをより活かせるシステム構造へ。



ダイレクトオファーリニューアル概要

従来のスカウトサービスにおける採用担当者の負担解消のため、自動配信モデルへリニューアル。



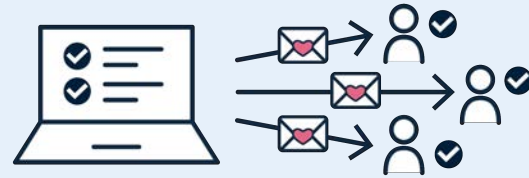
オファーメールの「**手動配信**」

専任オペレーターによる**採用サポート**

オファーメール通数が多いほど
採用担当者は高負荷に



ダイレクトオファー



オファーメールの「**自動配信**」

専任オペレーター支援は**初期設定中心**

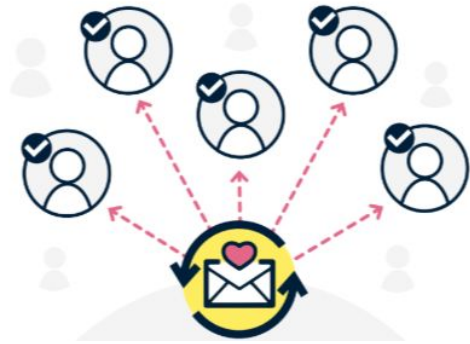
送信条件に応じて自動配信のため
多くのオファーを送っても負担は変わらず

2024年11月期 ビジネスハイライト

初の合同説明会を実施

クックビズ 就職&転職フェア2024 を開催し、初の試みにも挑戦。

既存会員へのmail配信



出展企業の求人訴求とセットで
事前登録へ誘導

WEB広告(リスティングetc)

各種交通広告



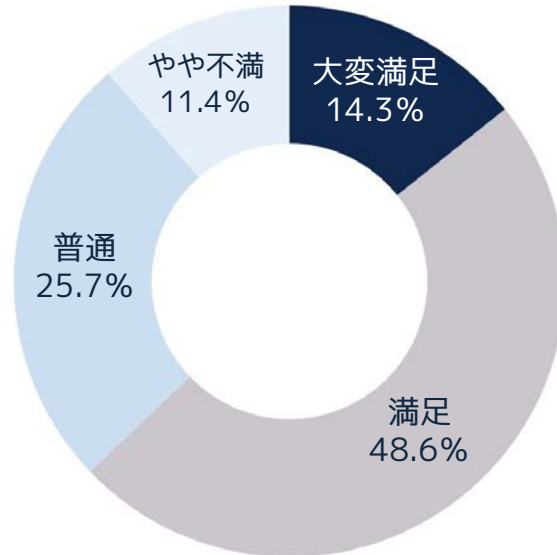
初の合同説明会を実施

企業アンケート結果

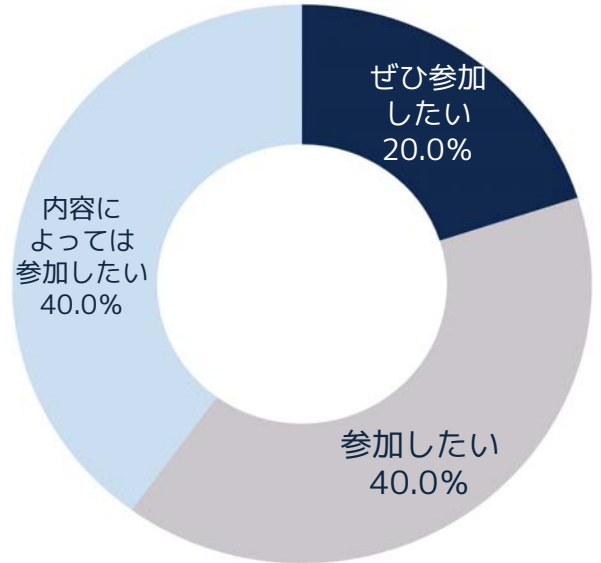
ブース着席人数

平均
18.7 人

イベント全体の
満足度



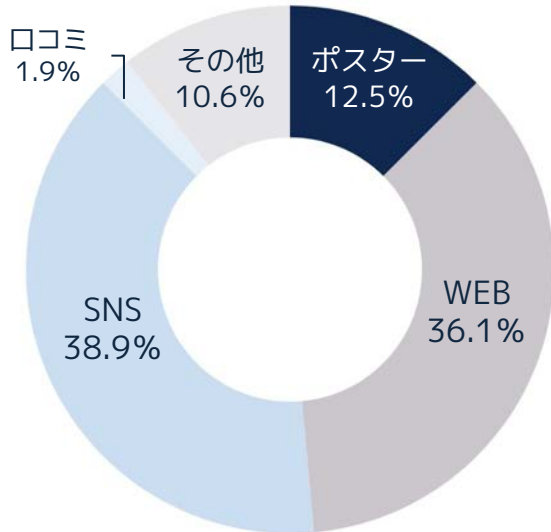
今後の参加意思



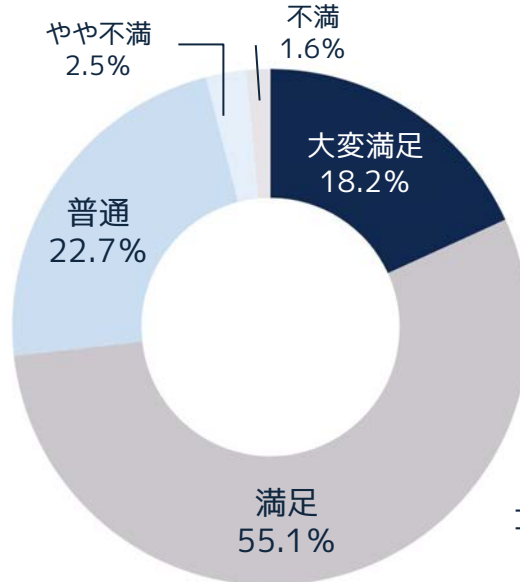
初の合同説明会を実施

来場者アンケート結果

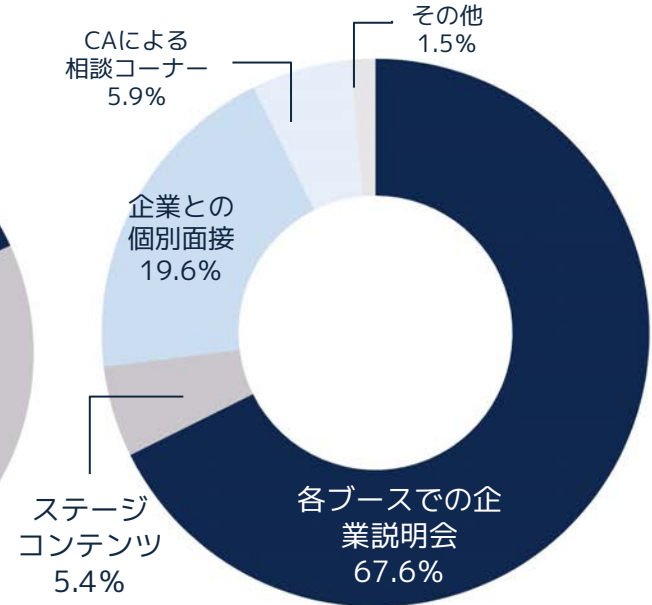
イベント開催を
何で知ったか



イベント全体の
満足度

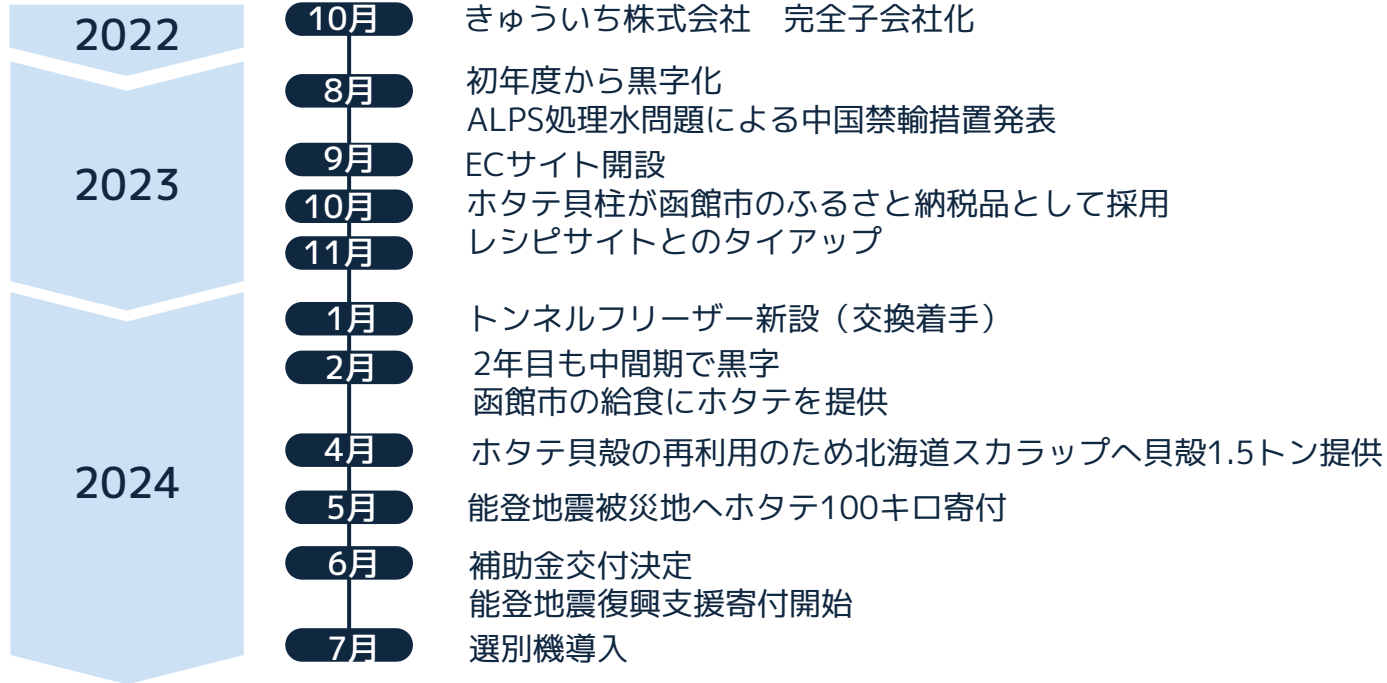


最も役に立った
プログラム



きゅういちグループジョイン後の変遷

- グループジョインから丸2年が経過。
- 2023年8月以降の外部環境の大きな変化に適応し、再成長を目指す。



前期業績予想との差異要因について

2024年11月期においては、7月と12月に2度の通期業績予想の修正を実施（7月：きゅういち好調による売上高上方修正・利益据置き／12月：HR事業要因による売上高・利益下方修正）。

| (単位：百万円) ※単位未満切捨 | 2023年11月期 実績 | 2024年11月期 業績予想 ※期初予想 | 業績予想修正 ※2024年 7月12日 | 業績予想修正 ※2023年 12月12日 | 2024年11月期 実績 |
|---------------------|-----------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|-----------------|
| 売上高 | 2,665 | 3,350 | 3,500 | 3,276 | 3,276 |
| - HR事業 | 1,907 | 2,500 | 2,400 | 2,063 | 2,063 |
| -事業再生・成長支援 | 757 | 850 | 1,100 | 1,213 | 1,213 |
| 営業利益 | 290 | 351 | 351 | 91 | 93 |
| - HR事業 | 213 | 282 | 241 | ▲1 | 1 |
| -事業再生・成長支援 | 76 | 68 | 110 | 93 | 91 |
| 経常利益 | 287 | 343 | 343 | 80 | 83 |
| 当期純利益 | 267 | 363 | 390 | 3 | 2 |

目次

1. ビジネスモデル
2. 事業内容
3. 市場環境
4. 強みと特徴（競争力の源泉）
5. 2024年11月期ビジネスハイライト
- 6. 成長戦略**
7. リスク情報
8. Appendix

2025年11月期 業績予想

- 成長率は一旦緩やかになるものの、持続可能かつ安定的な経営基盤の構築を目指す。
 - HR事業は、特需一巡後の環境下での持続的成長を目指す。育成体制整備は引き続き行いつつ、外部環境の変化への対応として商品性の改定などを行い、再度二桁成長を実現できる基盤構築を図る。
 - 子会社きゅういちは、FY24の好調を鑑み着実な成長を維持の見込み。

| (単位：百万円) | 24年11月期 実績 | 25年11月期 予想 | 増減額 | YoY |
|------------|---------------|---------------|-----|---------------|
| 売上高 | 3,276 | 3,500 | 223 | 6.8% |
| - HR事業 | 2,063 | 2,200 | 136 | 6.6% |
| -事業再生・成長支援 | 1,213 | 1,300 | 86 | 7.1% |
| 営業利益 | 93 | 175 | 81 | 87.3% |
| - HR事業 | 1 | 100 | 98 | -% |
| -事業再生・成長支援 | 91 | 75 | ▲16 | ▲18.0% |
| 経常利益 | 83 | 130 | 46 | 56.3% |
| 当期純利益 | 2 | 112 | 109 | -% |

2025年11月期 重点施策について

2025年11月期は、安定的な事業成長を目指すとともに、組織も新設し、次年度以降の飛躍に向けた足固めを進める。

| | | |
|------|------------|--|
| HR事業 | cookbiz | <ul style="list-style-type: none"> ・ 持続可能な成長のため営業やコンサルタントの社内教育体制の整備 ・ ダイレクトオファターのグロースや合同企業説明会の複数回の実施 ・ 販売パートナーの拡大による売上拡大（詳細は56頁を参照） |
| | ワールドインワーカー | <ul style="list-style-type: none"> ・ 25年4月から新卒受入を拡大し、組織体制強化と事業推進を図る |
| 新規事業 | CAST | <ul style="list-style-type: none"> ・ 継続したアップデート（勤怠管理・本部管理） ・ 顧客獲得のための広告運用の開始 ・ CASTとシナジーの高い新規事業の開発 |
| 投資事業 | きゅういち | <ul style="list-style-type: none"> ・ 設備投資は進捗し効率化による収益性の向上と安定的な経営基構築 ・ ECサイトや飲食店向けのマーケティング強化 |
| その他 | 事業投資部（新設） | <ul style="list-style-type: none"> ・ M&A加速のための部署新設。 ・ 事業ポートフォリオ強化および成長機会の拡大を推進 |

2025年11月期 重点施策について（子会社きゅういち）

好調に推移した2024年11月期の事業規模を維持しながら設備投資後の効率化を図る。

生産能力の増強

- ・繁忙閑散期のバランスを考慮の上、生産ラインを増強
- ・トンネルフリーザー入替後の生産効率の向上を図る
- ・選別機導入後、商品ラインアップが多様化。一層の生産効率の向上と市場競争力強化を図る

EC販路拡大に向けたマーケティング強化

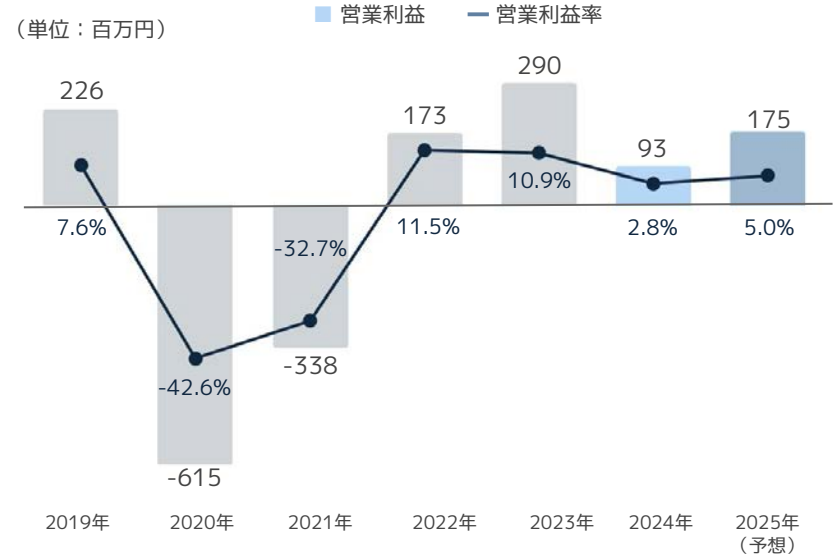
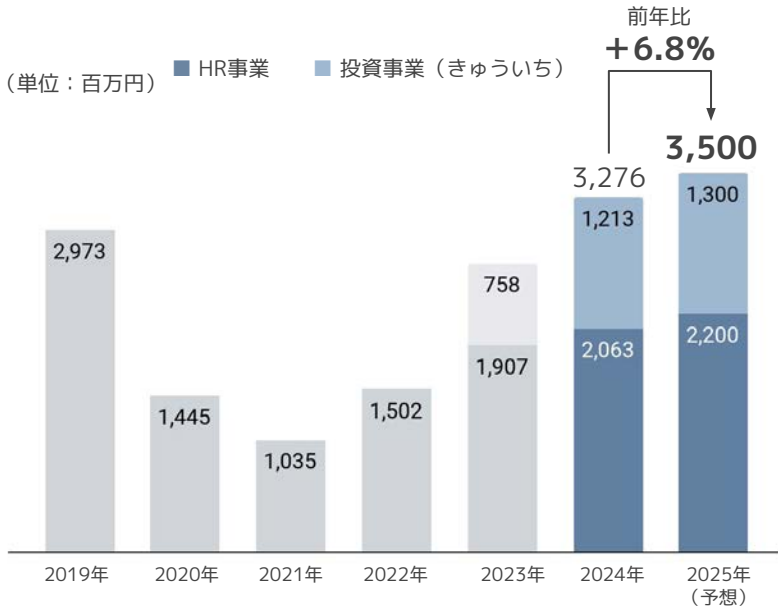
- ・継続的な大手ECサイトへの追加出店検討
- ・収益基盤整備を狙いとしたマーケティング投資による一般消費者への認知拡大及び購買促進

経営管理体制の強化

- ・クックビズからの出向社員や役員登用による経営管理体制及びガバナンス強化
- ・品質管理担当の採用による管理体制強化、一層の品質基準の向上及び安定品質の維持を図る

2025年11月期 業績予想（連結）

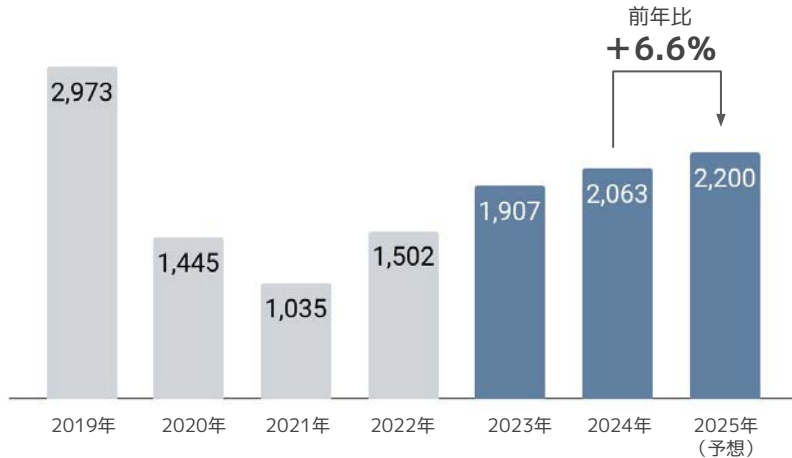
- 売上高は、両事業ともに6～7%程度の成長を見込む。
- 営業利益においては、効率的なコストコントロールに努め増益を目指す。



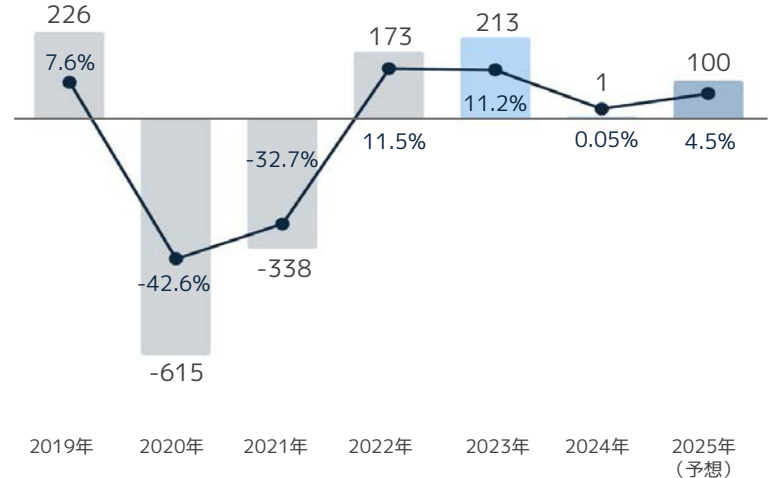
2025年11月期 業績予想 (HR事業・単体)

- 売上高は、生産性の回復を背景に増収基調へ。
 - 育成体制整備は引き続き強化課題。
 - FY24に採用した人員の育成に注力し、FY25の採用は抑制傾向の見込み。
- 営業利益は、売上の拡大及びコストコントロールによる収益化を目指す。

(単位：百万円)

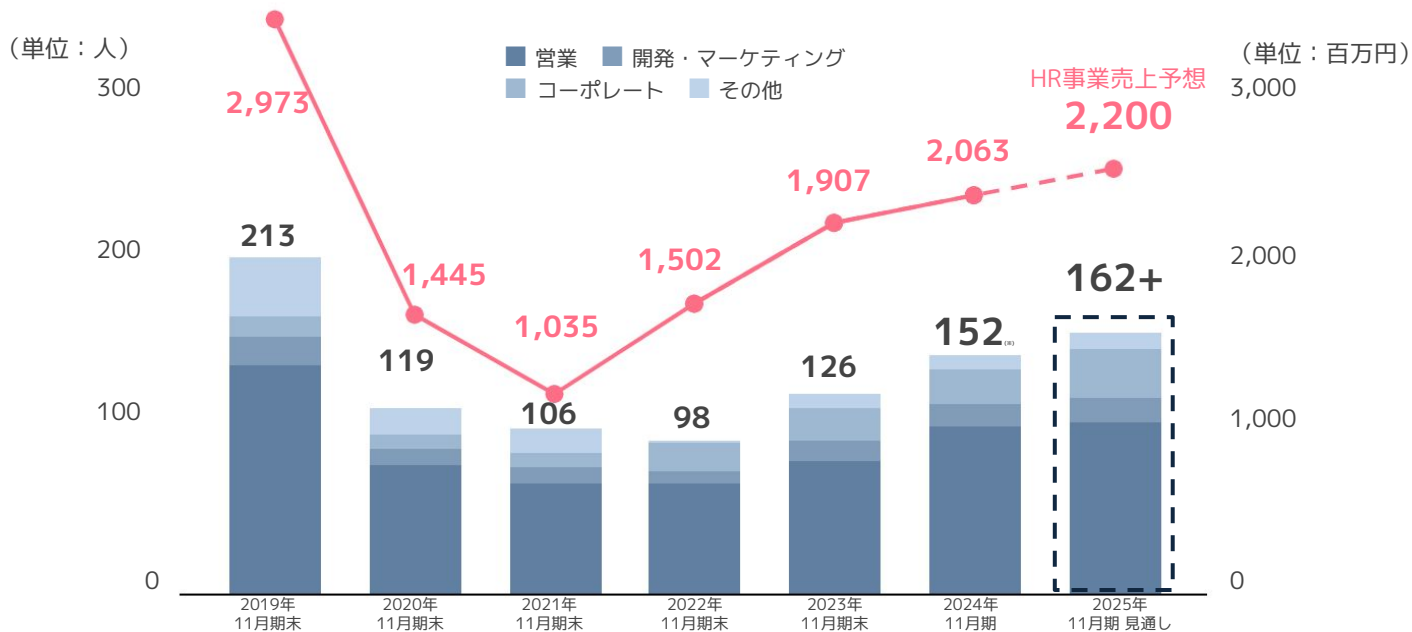


(単位：百万円)



2025年11月期 従業員推移見通し（HR事業・単体）

- 既存社員及び2024年度中途入社者の生産性回復による売上拡大を目指す。
- 2024年11月期の30名超の採用に対し、2025年11月期は10名強程度の採用を見込む。



※ 従業員：正社員（パート・アルバイト・嘱託社員は除く。）「その他」は、「開発・マーケティング」「コーポレート」を除くバックオフィス部門。
 ※ 連結子会社ワールドインワーカー株式会社の正社員は上記グラフに含んでおりません。

CF推移について

- HR事業のシステムリニューアルときゅういちの設備投資が進捗し、FCFを創出する。
- 2025年11月期より事業投資部を新設し、創出したFCFを活用して投資から収益化のサイクルを構築。



2025年11月期成長戦略（HR事業）

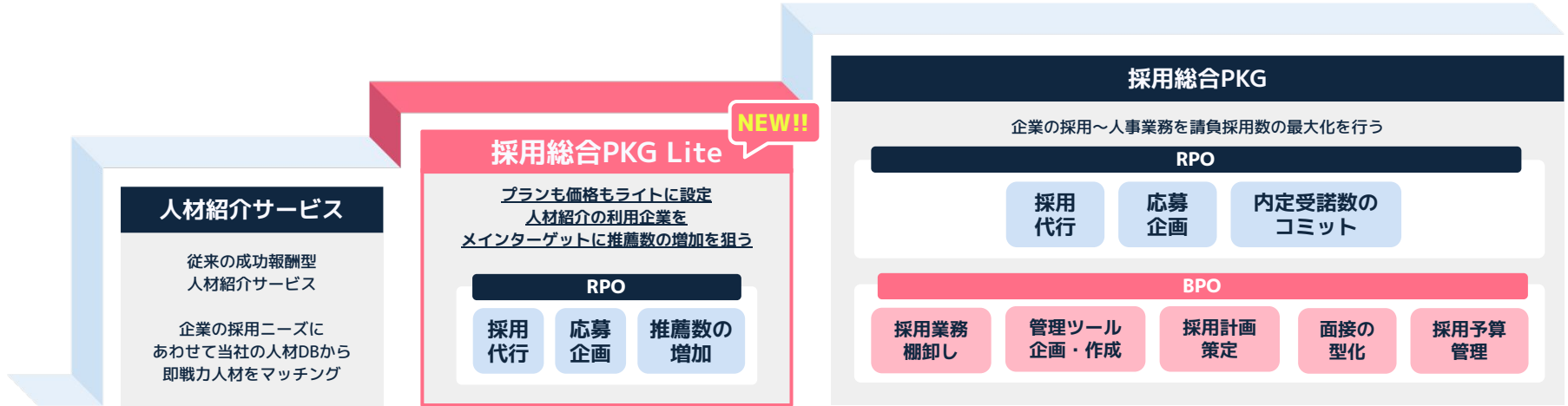
- 営業やコンサルタントの社内教育体制を整備。CS、IS専門部署の設置。
- WEBに閉じない集客チャネル開拓や、販売パートナーの拡大による売上拡大を図る。



※CS：カスタマーサクセス IS：インサイドセールス

2025年11月期成長戦略（HR事業）

- 採用総合PKGは販売開始から2年が経過し、今期より人材紹介と採用総合PKGの中間サービスである Liteを導入。顧客の規模やニーズに応じた提案が可能に。
- Liteの売上については、人材紹介に計上される見込み。



「人」を起点に食産業の可能性を広げる事業展開

祖業であるHR事業の持続的成長とともに、新規事業としてHR事業の拡張に資する領域や、食ビジネスの経営効率化を実現するDX領域に重点投資。加えて、食分野の発展に寄与する企業への投資を軸とし、事業統合や資源の最適化を実現するロールアップ型のM&A戦略を推進し、食ビジネスの持続可能性の向上を目指す。

1



HR事業

不足する食分野への人材流入を促進し最適なマッチングによって個人のキャリア開発と企業の成長を実現

2



新規事業 (HR・DX)

HR領域の蓋然性を高める新規事業創出や、デジタル技術の活用による食ビジネスの経営効率化を推進

3



投資事業 (食品加工・外国人材)

食分野発展に寄与する企業への投資を軸とし、事業統合や資源の最適化を図るロールアップ戦略により、事業規模の拡大と効率化を推進し、食ビジネスの持続可能性を高める

3つの事業領域別戦略の関係性・シナジー

- HR事業：成長ペースを適切に調整。サービス品質や顧客満足を追求、人材採用・育成を強化。
- 新規事業：HR事業の蓋然性を高める周辺領域への事業拡張や、新たな事業の創造。
- 投資事業：食品加工や外国人材領域のロールアップ戦略を軸に、多角的M&Aでの非連続的成長を実現。持続的な事業価値の向上を目指す。

① HR事業

HR事業の持続的成長

 **110%** ↑

② 新規事業

新サービスによる
周辺領域への拡張

CAST

more..

more..

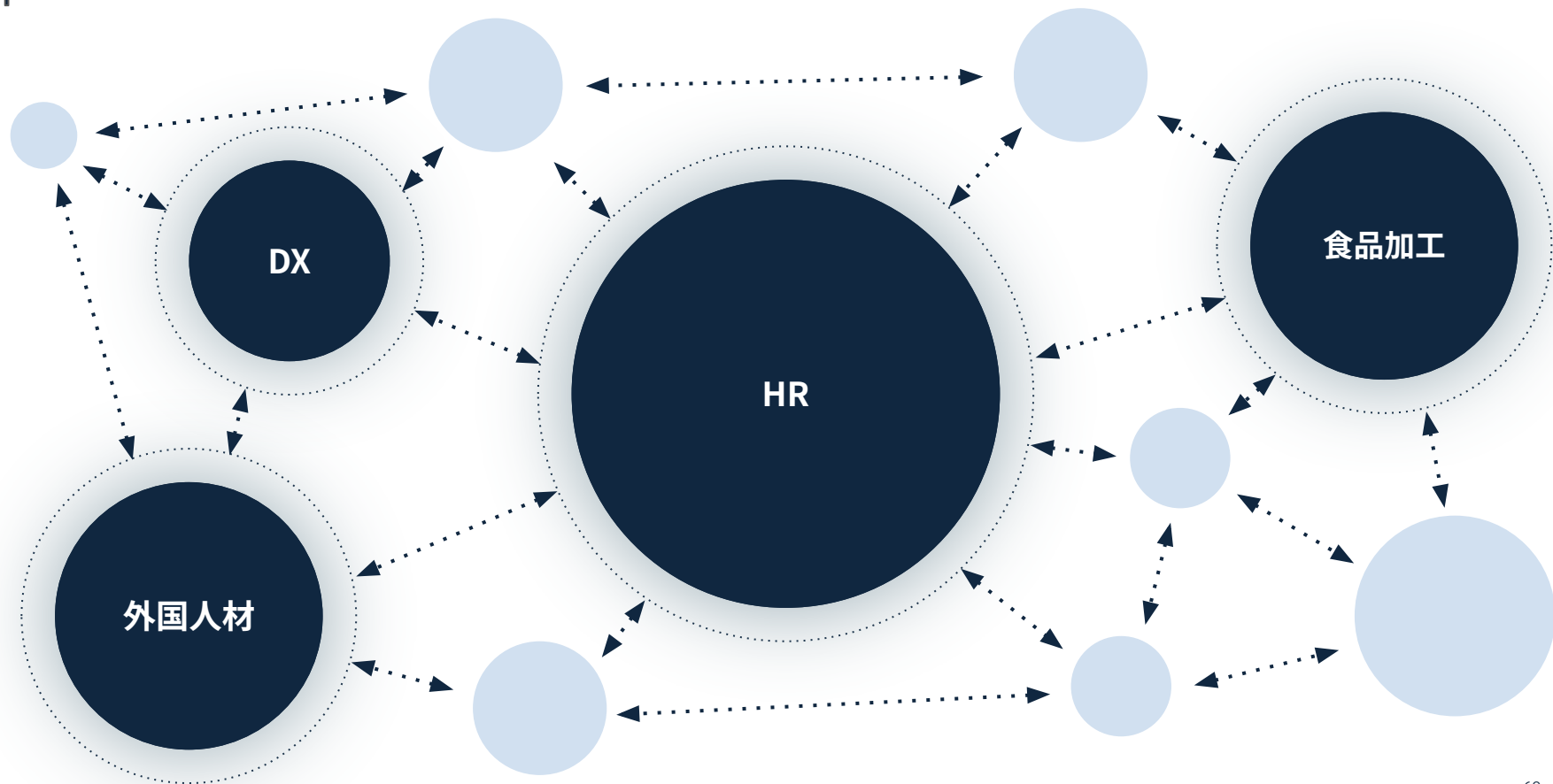
③ 投資事業

M&Aによる事業展開

食品加工・外国人材領域の
ロールアップ

事業投資部やパートナーセールス部を新設し、M&Aやアライアンスを加速

食産業の持続可能性を広げる事業展開



企業価値向上のための重要指標

- HR事業においては以下を主要KPIと定め、各サービスの改善を目指す。
- 主要サービスの成長の前提として56頁に記載の戦略の遂行により中長期的には、再び二桁成長の蓋然性を高める。

人材紹介サービス

紹介人数 × 紹介単価

紹介人数：
30万人の既存登録者という強みを活かした、自社データベースの掘り起こしのほか、新たな新規求職登録者の獲得施策を実施し、紹介人数の確保を行う

紹介単価：
経済活動の活発化にともない、人材採用ニーズは高騰し、コロナ禍以前と比較しても高水準で推移

求人広告サービス

有料掲載社数 × 成約単価

有料掲載社数：
社内における営業組織の再編とアライアンスパートナーを増やし、トスアップによる更なる商談数の増加を狙う

成約単価：
2024年11月期のリニューアル後、スカウトサービスとのセット販売を強化。単価下落を許容しつつも社数増を図る

スカウトサービス

利用社数 × 成約単価

利用社数：
採用担当者の工数（スカウト送信等）がかかるスカウトから自動配信モデルへリニューアルを実施。掲載期間変更等の影響で社数は減少傾向

成約単価：
2024年11月期より工数負担が少ない新サービスへ移行し、スカウト送信数が増加し、成約単価も上昇

主要サービスの各種KPIの見立て

- 2024年11月期の業績動向を鑑み、2025年11月期は6～7%程度の成長を見込み、2026年度以降は再び二桁成長を目指す。
- 採用総合PKGは今後は個別記載は省略予定。

| | コロナ前 | | コロナ禍 | | 直近 | | 中期ターゲット | |
|-----------|----------------------------|--------------|----------------------------|--------------|--------------------|-----------------|-------------------------|-----------------------------------|
| | 四半期平均 (2019年1Q～2020年1Q) | | 四半期平均 (2020年3Q～2021年4Q) | | 四半期実績 (2024年4Q) | | 四半期売上 (2027年～2028年頃) | |
| 人材紹介サービス | 紹介人数 531人 | 紹介単価 88万円 | 紹介人数 169人 | 紹介単価 83万円 | 紹介人数 280人 | 紹介単価 102万円 | 売上 450百万円 | 年間売上 (2027年～2028年頃) 売上 18億円 |
| 求人広告サービス | 有料掲載社数 1,047社 | 成約単価 21万円 | 有料掲載社数 245社 | 成約単価 26万円 | 有料掲載社数 350社 | 成約単価 25万円 | 売上 100百万円 | 年間売上 (2027年～2028年頃) 売上 4億円 |
| スカウトサービス | 利用社数 897社 | 成約単価 8万円 | 利用社数 577社 | 成約単価 11万円 | 利用社数 518社 | 成約単価 17万円 | 売上 200百万円 | 年間売上 (2027年～2028年頃) 売上 8億円 |
| 採用総合パッケージ | — | — | — | — | 利用社数 13社 | 契約単価 2,500万円 | 売上 27百万円 | — |

主要サービスの各種KPIの見立て（変更点）

- 2024年11月期時点においてHR事業の成長率を見直し、中期ターゲットKPIを下方修正。
- 外部環境変化要因としてアフターコロナの人流回復に伴う飲食店の人材需要増の特需が、当初想定よりも早期に一巡し、同事業の売上高が中期ターゲットを下回る見込み。
- 内部環境変化要因として 採用育成とサービスサイトリニューアル対応によって生産性が一時的に低下。一部良化しているKPIはあるもののサービス・商品設計の課題も残る。

前回開示（2024年2月開示）

| | 四半期売上 (2026年~2027年頃) | 年間売上 (2026年~2027年頃) |
|-----------|--|------------------------|
| 人材紹介サービス | 紹介人数 475人 紹介単価 100万円 売上 475百万円 | 売上 19億円 |
| 求人広告サービス | 有料掲載社数 750社 成約単価 30万円 売上 225百万円 | 売上 9億円 |
| スカウトサービス | 利用社数 1,875社 成約単価 12万円 売上 225百万円 | 売上 9億円 |
| 採用総合パッケージ | 利用社数 35社 契約単価 2,300万円 売上 200百万円 | 売上 8億円 |



今回開示（2025年2月開示）

| | 四半期売上 (2027年~2028年頃) | 年間売上 (2027年~2028年頃) |
|-----------|--|------------------------|
| 人材紹介サービス | 紹介人数 <u>450人</u> 紹介単価 <u>100万円</u> 売上 <u>450百万円</u> | 売上 <u>18億円</u> |
| 求人広告サービス | 有料掲載社数 <u>500社</u> 成約単価 <u>20万円</u> 売上 <u>100百万円</u> | 売上 <u>4億円</u> |
| スカウトサービス | 利用社数 <u>1,000社</u> 成約単価 <u>20万円</u> 売上 <u>200百万円</u> | 売上 <u>8億円</u> |
| 採用総合パッケージ | - | - |

人的資本経営への取組み

福利厚生の実施や従業員の多様な働き方をサポートし、今後も継続的な人的資本への取組み強化を推進。

（福利厚生）国内最高水準の持株奨励制度

従業員の経営参画意識向上と中長期的な財産形成支援のため、国内最高水準の**奨励金付与率120%**の持株奨励金制度を実施。**持株会加入率は67.1%（※1）**と、東京証券取引所公表の36.97%（※2）を大きく上回る。

（働き方）柔軟な勤務の実現

従来のオフィスに加え、在宅勤務・シェアオフィス等での勤務を柔軟に行えるよう環境を整備。フレックスタイム制を導入し勤務時間・勤務場所の柔軟性を拡充し、多様な個が活躍出来る場を整理。

（働き方）副業解禁

社外での業務に挑戦することを支援するため、**副業許可基準を明確化**。2022年12月から解禁。業務を通じた能力向上・新たな視点の獲得・人脈形成・キャリア自律性向上などを促進。

（採用）飲食業界経験者の営業員登用

当社営業社員として元飲食店従事者を積極的に登用し営業研修等のオンボーディングによる能力開発を促進。当社ビジョン・ミッションへの共感が高く、飲食店課題の解決に向けた即戦力へと育成。

※1 出典：当社2024年11月末時点実績

※2 出典：東京証券取引所「2022年度従業員持株会状況調査結果の概要について（2024年1月発表）」

人的資本経営への取組み

コーポレートサイトにサステナビリティページを公開。マテリアリティの他、関連する取組みを紹介。

| ESG | マテリアリティ(重要課題) / 取組み目標 | 関連する SDGs |
|-----------|--|-----------|
| 環境 E | 気候変動対策 脱炭素社会の推進 ・オフィスや工場のエネルギー使用状況の把握 ・カーボンプライシングの導入など、温室効果ガス排出削減に向けた施策の検討 | |
| | 環境への配慮 ・事業活動を通じて環境負荷の低減を目指し、持続可能な食産業の実現に貢献すること。 | |
| 社会 S | 人材不足への対応 HR事業を通じた食分野への人材流入促進 ・DX 事業によるテック/ロジックとデータによる業務効率化飲食店の人が働きやすい環境を整備する。 ・外国入労働者の流入促進 ・飲食人の心理的安全性を高める職場環境を構築するサポート | |
| | 食ビジネスの持続可能性/地方創生 ・事業再生・承継による付加価値の高い事業のサポート。 ・環境保全活動への積極的な取組みと省資源・省エネルギーの推進。 ・地域資源の活用、雇用創出などの地域活性化 | |
| | DE&Iの推進 HR事業を通じての食ビジネスにおける DE&Iの推進 自社企業文化としての DE&Iの推進 ・職場における平等な機会の提供、多様性のある人材の育成と活用。 | |
| 企業統治 G | ガバナンスと透明性 ・信頼的な経営と高い透明性。ステークホルダーとの対話と協力。 | |

Society 社会

● 人権に関する基本的な考え方

当社は「食」は「人」をミッションに、Empower the Food People をビジョンに掲げ、食ビジネスに関わる全ての人が自分らしい成功に向けて歩むことができる社会の実現を目指しています。この使命を達成する過程で、私たちは人権方針に基づき、すべての人の人権を尊重し、保護することを最優先事項としています。



<https://corp.cookbiz.co.jp/sustainability>

目次

1. ビジネスモデル
2. 事業内容
3. 市場環境
4. 強みと特徴（競争力の源泉）
5. 2024年11月期ビジネスハイライト
6. 成長戦略
7. **リスク情報**
8. Appendix

リスク情報

認識するリスクとリスク対応策

| 項目 | 主要なリスク | 顕在化の可能性 | 時期 | 影響度 | リスク対応策 |
|-------------------|---|---------|-----|-----|--|
| 感染症蔓延 | COVID-19は収束に向かうものの、今後同様の感染症拡大に伴う当社グループ従業員、協業者の感染等による事業の中断及び遅延等により当社グループの財務状況及び業績に影響を及ぼす可能性 | 低 | 中長期 | 中 | ・飲食店向けHR事業に業績が依存しない経営基盤を構築するため、新規事業の創出及び成長に注力することで、事業活動や収益性の維持を図る |
| システム障害 | 自然災害、人為災害、テロ、戦争等に伴うシステム障害の発生によりサービス提供が困難になる可能性 | 中 | 中長期 | 大 | ・サーバー等を外部ベンダーに依拠し、システム構築リスクを低減。外部ベンダーでのシステム障害発生時も事業継続が可能なバックアッププランを策定し対応 |
| 競合他社の状況 | 競合参入に加えて、昨今ブルーカラー領域での人材獲得競争が激化。当社事業領域における求職者や飲食事業者からの相談や申込の減少し、サービス継続が困難になる可能性 | 中 | 中長期 | 中 | ・当社サービスの認知度の向上やサービスの差別化を図り、顧客に必要とされるポジショニングを確立 |
| 求職者の集客 | 当社サービスを利用する求職者の獲得が想定を下回り依頼主である飲食事業者からのニーズに応えられず、当社の財務状況及び業績に影響を及ぼす可能性 | 中 | 中長期 | 中 | ・当社の求人サービスを利用いただける価値を提供し続けていくように対応 ・インターネット上の集客ノウハウの蓄積 |
| 検索エンジン | インターネット検索におけるアルゴリズム変更による検索結果の表示順位の変更や、新たな検索エンジンの主流化により当社の集客に影響を及ぼす可能性 | 低 | 不明 | 中 | ・SEO対策等の必要な対策を実施 ・インターネットを介さない集客チャネルの開拓 |
| 求人企業と求職者の適正なマッチング | 求職者に適した求人企業の候補抽出等のシステム化サポート・効率化により、適正なマッチング及び精度向上を図るものの、マッチング精度の低下による人材紹介にかかる成約率の大幅な低下、早期退職の著しい増加、その他トラブルの発生により、収益性低下や信頼性が低下する可能性 | 中 | 中長期 | 中 | ・求人企業には、採用の背景、求めるスキル、経験を十分にヒアリングすることで、紹介後ならびに入社後のギャップの最小化を図る ・求職者には、本人のキャリアプランに沿った求人の紹介を行うことで、当社の介入価値を発現させ、入社後もしっかりとサポートを行うことで、マッチングの精度を上げる |

その他のリスク情報については、有価証券報告書「第一部【企業情報】第2【事業の状況】3【事業等のリスク】」をご参照ください。

リスク情報

認識するリスクとリスク対応策

| 項目 | 主要なリスク | 顕在化の可能性 | 時期 | 影響度 | リスク対応策 |
|------------------------------|--|---------|-----|-----|--|
| 個人情報保護 | 事業運営上、求職登録者にかかる多数の個人情報、利用目的を明示し承諾を得た上で取得し、当該範囲でのみ利用しているが、何らかの理由により個人情報等の漏洩や不正使用等の事態が発生した場合、当社及び事業サービスに対する信頼性の著しい低下、顧客からの損害賠償請求等が生じ、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性 | 中 | 中長期 | 大 | <ul style="list-style-type: none"> ・個人情報の適正な取扱い及び安全管理推進のため、「個人情報保護規程」を策定、従業員への教育及び適正な業務運営の徹底 ・プライバシーマークの認定取得等の情報管理体制の強化 ・損害保険への加入、経済的損失に備えるリスクヘッジ対応 |
| 資源環境の変化/ 国際的な漁獲制限 | 異常気象や天候不順、水産資源の枯渇化、漁獲状況等による影響の他、国際的な漁獲制限が行われた場合、連結子会社きゅういち株式会社において、原料である魚介類等が不足し、市場価格ならびに需給バランスが崩壊することで、原料価格の上昇及び調達が困難になる可能性 | 中 | 中長期 | 大 | <ul style="list-style-type: none"> ・新たな仕入先の開拓・拡大や取扱品目の拡張 ・長期保存可能な冷凍加工技術・設備の導入 |
| 魚介類の消費変動 | 我が国における魚食文化の後退による魚離れ、人口減少による生鮮魚介類購入額減少の加速等の傾向が持続、または急激な変化が発生した場合、連結子会社きゅういち株式会社の業績に影響を与える可能性 | 小 | 中長期 | 中 | <ul style="list-style-type: none"> ・従来の卸販売経路に加え、新たな販路・卸先の開拓・拡張 ・取扱品目の拡張 |
| 東京電力福島第一原子力発電所のALPS処理水問題について | 2023年8月の東京電力のALPS処理水の海洋放出に起因した中国による日本海産物輸入の全面的停止措置が今後も長期化した場合、連結子会社きゅういち株式会社における売上減少により当社グループの業績に影響を与える可能性 | 小 | 中長期 | 中 | <ul style="list-style-type: none"> ・係る影響を最小限にとどめるため、2023年9月に国内一般消費者向けECサイトをリリース ・HR事業顧客である飲食店向けの新規販路拡大による収益性の維持及び拡大 |

目次

1. ビジネスモデル
2. 事業内容
3. 市場環境
4. 強みと特徴（競争力の源泉）
5. 2024年11月期ビジネスハイライト
6. 成長戦略
7. リスク情報
8. Appendix

Mission、Visionと同時にCultureを制定

新たに行動指針としてのカルチャーとして制定しました。下記5つの行動指針（カルチャー）を社内で共通の価値観とし業務に取り組んでまいります。



Fail small, Learn Big 小さく失敗する

失敗を恐れずに挑戦しよう。小さな失敗から大きな学びを得ることで、成長の機会を広げる。失敗を通じて迅速に学び、次の挑戦に活かすことで、常に進化し続ける組織を作り出そう。

Blame the system 人を責めず、仕組みを疑え

問題が発生したときは、人を責めるのではなく、仕組みに目を向けよう。改善すべき点を見つけ、より良い仕組みの構築で、個々の力を引き出し、組織全体の効率と成果を向上させる。

Get and Pass ボールを拾い、早く回そう

積極的に仕事を拾いにいこう。チーム全体で協力し、スピーディーかつ円滑な業務遂行を心がけることで、仕事の流れを途切れさせず、成果を最大化する。

Not agree but Commit 決まったことにコミットする

全員が同意することが難しい場面でも、決定された方針には全力でコミットしよう。一致団結して取り組むことで、目標達成に向けたエネルギーを最大限に発揮し、強い組織になる。

Eager to Learn 色々なことに興味を持つ

常に好奇心を持ち、幅広い分野に興味を持つことで、新たな知識やスキルを身につけよう。多様な視点を取り入れることで、創造力を高め、変化に柔軟に対応できる強い組織を目指す。

APPENDIX

業績推移

| 単位：百万円（単位未満切捨） | 2022年度 | | | | 2023年度 | | | | 2024年度 | | | |
|----------------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 売上高 | 322 | 408 | 395 | 374 | 571 | 725 | 694 | 673 | 899 | 809 | 860 | 708 |
| 売上原価 | 3 | 4 | 4 | 4 | 160 | 191 | 200 | 117 | 290 | 236 | 299 | 207 |
| 売上総利益 | 319 | 404 | 390 | 370 | 410 | 533 | 493 | 555 | 608 | 573 | 560 | 500 |
| 売上総利益率 | 98.9% | 98.9% | 98.8% | 98.8% | 71.9% | 73.6% | 71.1% | 82.5% | 67.7% | 70.8% | 65.1% | 70.7% |
| 販売費及び一般管理費 | 321 | 325 | 309 | 354 | 368 | 415 | 465 | 454 | 512 | 551 | 559 | 525 |
| 営業利益 | ▲2 | 78 | 80 | 16 | 42 | 118 | 28 | 100 | 96 | 21 | 1 | ▲25 |
| 営業利益率 | ▲0.8% | 19.3% | 20.5% | 4.3% | 7.4% | 16.3% | 4.1% | 15.0% | 10.7% | 2.7% | 0.1% | ▲3.6% |
| 営業外収益 | - | - | - | - | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 営業外費用 | - | - | - | - | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 6 |
| 経常利益 | ▲4 | 79 | 78 | 14 | 44 | 118 | 26 | 98 | 93 | 19 | ▲1 | ▲28 |
| 経常利益率 | ▲1.4% | 19.5% | 19.9% | 3.9% | 7.7% | 16.3% | 3.8% | 14.7% | 10.4% | 2.4% | ▲0.1% | ▲4.0% |
| 特別利益 | - | - | - | - | - | - | - | 2 | - | - | 1 | 96 |
| 特別損失 | - | - | - | - | 0 | 0 | - | 0 | 0 | 0 | 5 | 99 |
| 税引前四半期純利益 | ▲4 | 79 | 78 | 14 | 43 | 118 | 26 | 101 | 93 | 18 | ▲4 | ▲32 |
| 法人税等 | 1 | ▲3 | ▲5 | 15 | 17 | 1 | 7 | ▲3 | 27 | 2 | 22 | 19 |
| 四半期純利益 | ▲5 | 83 | 84 | 0 | 26 | 116 | 18 | 104 | 65 | 16 | ▲26 | ▲52 |

サービス別KPI

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-------|-------|-------|
| 人材紹介 | 売上高（百万円） | 161 | 229 | 180 | 178 | 177 | 328 | 272 | 309 | 286 | 346 | 287 | 285 |
| | 紹介単価（千円） | 897 | 869 | 947 | 983 | 989 | 965 | 975 | 995 | 1,048 | 1,026 | 1,048 | 1,021 |
| | 紹介人数（人） | 180 | 264 | 191 | 182 | 178 | 340 | 280 | 311 | 273 | 338 | 274 | 280 |
| 求人広告 | 売上高（百万円） | 85 | 87 | 84 | 83 | 88 | 101 | 95 | 120 | 97 | 101 | 68 | 89 |
| | 成約単価（千円） | 333 | 302 | 345 | 366 | 389 | 314 | 358 | 324 | 336 | 302 | 237 | 255 |
| | 掲載社数（社） | 256 | 289 | 248 | 226 | 229 | 321 | 267 | 371 | 289 | 335 | 288 | 350 |
| スカウト | 売上高（百万円） | 87 | 101 | 102 | 110 | 93 | 88 | 93 | 92 | 105 | 59 | 93 | 89 |
| | 成約単価（千円） | 119 | 127 | 120 | 125 | 120 | 120 | 122 | 116 | 118 | 153 | 181 | 172 |
| | 利用社数（社） | 732 | 800 | 848 | 882 | 781 | 736 | 760 | 801 | 887 | 388 | 512 | 518 |

2024年11月期 通期損益計算書（連結）

| 単位：百万円 | 2023年11月期 | 2024年11月期 | 増減額 | 増減率 |
|------------|-----------|-----------|------|--------|
| 売上高 | 2,665 | 3,276 | 611 | 23.0% |
| 売上原価 | 670 | 1,033 | 363 | 54.3% |
| 売上総利益 | 1,994 | 2,242 | 248 | 12.5% |
| 販売費及び一般管理費 | 1,703 | 2,149 | 446 | 26.2% |
| 人件費 | 837 | 1,073 | 236 | 28.3% |
| 広告宣伝費 | 334 | 375 | 41 | 12.6% |
| 営業利益 | 290 | 93 | ▲196 | ▲67.8% |
| 営業利益率 | 10.9% | 2.8% | - | - |
| 経常利益 | 287 | 83 | ▲203 | ▲71.1% |
| 税引前利益 | 289 | 75 | ▲213 | ▲74.0% |
| 法人税等 | 22 | 72 | 50 | 227.3% |
| 当期純利益 | 267 | 2 | ▲264 | ▲99.0% |

2024年11月期 通期貸借対照表（連結）

| 単位：百万円 | 2023年11月期 | 2024年11月期 | 増減額 | 増減率 |
|----------|-----------|-----------|------|--------|
| 流動資産 | 2,786 | 2,788 | 2 | 0.1% |
| 現預金等 | 2,118 | 2,237 | 118 | 5.6% |
| 売掛金 | 196 | 188 | ▲7 | ▲4.0% |
| 固定資産 | 654 | 968 | 313 | 47.9% |
| 敷金及び保証金 | 27 | 67 | 40 | 151.3% |
| 資産合計 | 3,441 | 3,757 | 316 | 9.2% |
| 流動負債 | 981 | 994 | 12 | 1.3% |
| 短期借入金 | 392 | 225 | ▲167 | ▲42.7% |
| 未払費用 | 78 | 120 | 42 | 54.4% |
| 固定負債 | 932 | 1,269 | 336 | 36.1% |
| 純資産 | 1,526 | 1,493 | ▲33 | ▲2.2% |
| 繰越利益剰余金 | ▲26 | ▲70 | ▲43 | 166.1% |
| 負債・純資産合計 | 3,441 | 3,757 | 316 | 9.2% |

経営陣のご紹介



代表取締役社長
藪ノ 賢次 Kenji Yabuno

2004年に大阪府立大学 工学部卒業後、起業。
2007年12月にクックビズを設立、代表取締役
に就任。



社外取締役
吉崎 浩一郎 Koichiro Yoshizaki

三菱信託銀行、日本AT&Tを経て、2009年グロース
・イニシアティブを設立、代表取締役に就任。
2016年2月より当社取締役に就任。



社外取締役
嶋内 秀之 Hideyuki Shimauchi

オリックスを経て2009年株式会社アントレプ
レナーファクトリーを設立、代表取締役に就
任。2013年12月より当社監査役、2024年2
月より当社取締役に就任。



常勤監査役
遠藤 隆史 Takashi Endo

2014年、当社入社。2018年、当社内部監査室
室長 就任。2021年2月より当社監査役に就任。



監査役
福本 洋一 Yoichi Fukumoto

2003年、弁護士登録（大阪弁護士会）2014年
弁護士法人第一法律事務所 パートナーに就任。
2017年2月より当社監査役に就任。



監査役
山田 琴江 Kotoe Yamada

監査法人トーマツを経て2019年 ブリッジコンサル
ティンググループ株式会社 監査役・2022年同
社取締役監査等委員 就任。2024年2月より当社
監査役に就任。

会社概要

| | |
|-------|---|
| 社名 | クックビズ株式会社 |
| 設立 | 2007年12月10日 |
| 資本金 | 762,273千円 |
| 代表者 | 代表取締役社長 藪ノ 賢次 |
| 本社所在地 | 大阪府大阪市北区芝田二丁目7番18号 LUCID SQUARE UMEDA 8階 |
| 従業員数 | (連結) 161名 (単体) 141名 (パート・アルバイト及び嘱託社員を除く) |
| 事業内容 | 食分野に特化した各事業を展開 ・ HR事業 ・ DX事業 ・ 事業再生・承継事業 |
| 関係会社 | きゅういち株式会社、ワールドインワーカー株式会社 |

※2024年11月末時点

IRお問合せ窓口について

IRお問合せ

▼IRに関するお問合せ用フォームはこちら

<https://corp.cookbiz.co.jp/ir/contact/>

▼よくあるご質問はこちら

<https://corp.cookbiz.co.jp/ir/faq/>

IRニュース

▼IRニュース配信登録（URL）はこちら

<https://corp.cookbiz.co.jp/ir/mail-magazine/>

▼IR動画はこちら

<https://corp.cookbiz.co.jp/ir/movies/>

▼IRニュース配信登録（QRコード）はこちら

