

# 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

---

アルー株式会社

証券コード：7043 2022年3月30日

- このプレゼンテーション資料は当社ウェブサイトに掲載しています。
- <https://www.alue.co.jp/ir/>

本資料は、当社の有価証券の売買の勧誘を目的として作成されたものではありません。  
本資料には、将来予測に関する記述があり、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報、成長余力及び財務指標並びに予測数値が含まれておりますが、当社の本資料公表時点における、判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものであり、将来の業績や実績は、既知又は未知のリスク、不確実性その他の要因により、表示又は示唆するものから大きく乖離する可能性や将来変更される可能性があります。

本資料には、独立した公認会計士又は監査法人による監査およびレビューを受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれています。

本資料の進捗状況を含む最新の内容については、2023年3月に開示することを予定しております。

本資料には、当社の事業環境に関する分析や、一般的な経済動向に関する統計情報及び調査結果、外部情報に由来する他社の情報が含まれています。また、当社による事業又は財務に関する数値及び指標は、算定方法や基準時点の違いその他の理由により、他社公表の資料と比較して対照性が無い可能性があります。

会社名	アルー株式会社																
本店所在地	東京都千代田区九段北一丁目13番5号																
設立	2003年																
従業員	単体：114名* / 連結：160名*（2021年12月31日時点） <small>*正社員のみ</small>																
資本金	365百万円（2021年12月31日時点）																
事業内容	人材育成データ・機械学習技術等を活用した、社会人向け教育サービスの提供																
役員構成	<table border="0"> <tr> <td>代表取締役社長</td> <td>落合 文四郎</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>取締役 執行役員</td> <td>池田 祐輔</td> <td>常勤監査役（社外）</td> <td>荒幡 義光</td> </tr> <tr> <td>取締役 執行役員</td> <td>稲村 大悟</td> <td>監査役（社外）</td> <td>富永 治</td> </tr> <tr> <td>取締役（社外）</td> <td>西立野 竜史</td> <td>監査役（社外）</td> <td>和田 健吾</td> </tr> </table>	代表取締役社長	落合 文四郎			取締役 執行役員	池田 祐輔	常勤監査役（社外）	荒幡 義光	取締役 執行役員	稲村 大悟	監査役（社外）	富永 治	取締役（社外）	西立野 竜史	監査役（社外）	和田 健吾
代表取締役社長	落合 文四郎																
取締役 執行役員	池田 祐輔	常勤監査役（社外）	荒幡 義光														
取締役 執行役員	稲村 大悟	監査役（社外）	富永 治														
取締役（社外）	西立野 竜史	監査役（社外）	和田 健吾														
支社・関連会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西支社</li> <li>・名古屋支社</li> <li>(連結子会社)</li> <li>・中国 艾陆企业管理咨询(上海)有限公司</li> <li>・シンガポール ALUE SINGAPORE PTE. LTD.</li> <li>・フィリピン ALUE PHILIPPINES INC.</li> <li>ALUE TRAINING CENTER, INC.</li> <li>・インド Alue India Private Limited</li> <li>(非連結子会社)</li> <li>・インドネシア PT.ALUE INDONESIA</li> </ul>																

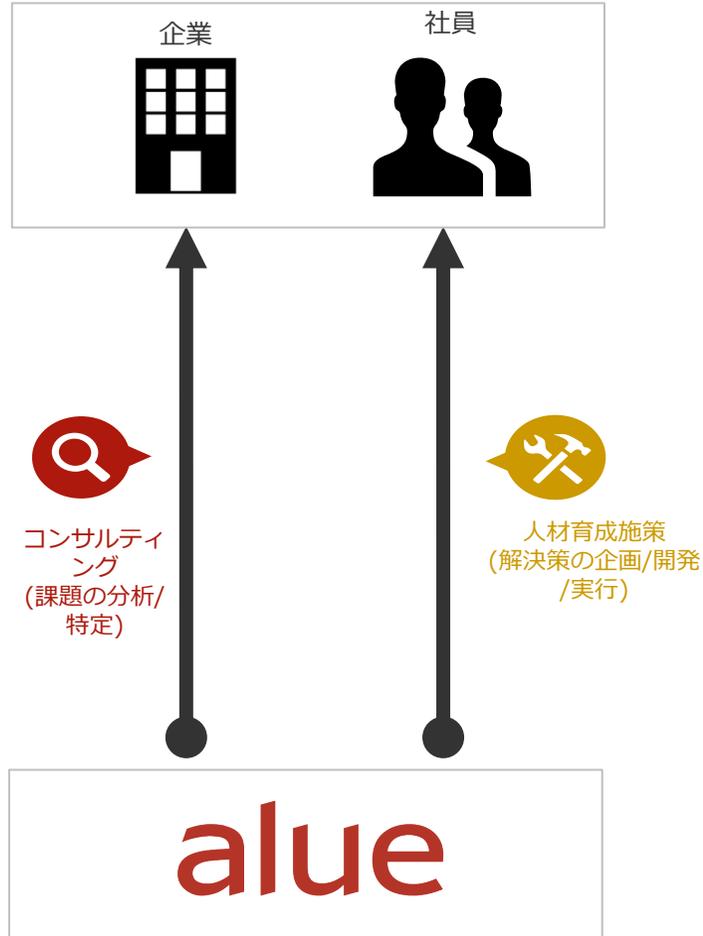
2003年10月	株式会社エデュ・ファクトリー(現 アルー株式会社)を文京区本郷に設立
2006年4月	アルー株式会社に社名変更
2008年3月	プライバシーマーク取得 (認定番号:第10861604(01)号)
2009年11月	本社を新宿区市谷本村町に移転
2010年7月	大阪市北区に関西支社を開設
2010年7月	中国上海に艾陸企業管理諮詢(上海)有限公司を設立(現・連結子会社)
2011年10月	シンガポールにALUE SINGAPORE PTE. LTD.を設立(現・連結子会社)
2011年11月	インドにAlue India Private Limitedを設立(現・連結子会社)
2011年12月	インドネシアにPT.ALUE INDONESIAを設立(現・非連結子会社)
2012年1月	観光庁長官登録旅行業第1930号取得
2012年9月	フィリピンにALUE PHILIPPINES INC.設立(現・連結子会社)
2013年2月	英会話モバイルマンツーマントレーニング「ALUGO」サービス開始
2014年1月	名古屋市中村区に名古屋支社を開設
2016年4月	個人向け「ALUGO」サービス開始
2016年5月	本社を千代田区九段北に移転
2017年4月	フィリピンにALUE PHILIPPINE HOLDINGS INC.(現 ALUE TRAINING CENTER, INC.)設立(現・連結子会社)
2018年12月	東京証券取引所マザーズ市場に上場
2019年8月	etudes事業譲受

夢が溢れる世界のために、  
人のあらゆる可能性を切り拓きます

**- all the possibilities -**

<p><u>落合 文四郎（代表取締役社長）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>東京大学大学院理学系研究科卒業</li> <li>ポストンコンサルティンググループを経て、2003年10月に当社設立。代表取締役社長に就任</li> </ul>	<p><u>池田 祐輔（取締役執行役員）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>慶應義塾大学卒業</li> <li>A.T.カーニーを経て、2003年10月に当社設立。取締役に就任 各事業部長などを歴任し2020年より社長室長</li> </ul>
<p><u>稲村 大悟（取締役執行役員）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>早稲田大学卒業</li> <li>朝日監査法人（現有限責任あずさ監査法人）を経て、2006年8月に当社参画 2016年10月より取締役に就任、コーポレート管掌コーポレート部長</li> </ul>	<p><u>西立野 竜史（社外取締役）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>東京大学大学院工学部建築学科卒</li> <li>ポストンコンサルティンググループ、 ベインキャピタル、東京理科大学特任教授など を経て、2017年7月に当社社外取締役に就任</li> </ul>
<p><u>荒幡 義光（社外常勤監査役）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>みずほ銀行、新電元工業を経て、2017年にニッポンレンタカーサービス 代表取締役社長に就任</li> <li>2022年3月より当社社外監査役に就任</li> </ul>	<p><u>富永 治（社外監査役）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>東京大学卒業、一橋大学大学院国際企業戦略研究課修了</li> <li>あずさ監査法人、GCA を経て、2010年に 公認会計士富永治事務所を設立</li> <li>2017年7月に当社社外監査役に就任</li> </ul>
<p><u>和田 健吾（社外監査役）</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>東京大学卒業</li> <li>あずさ監査法人、GCAを経て2015年に エイ・アイ・パートナーズ 設立代表取締役に就任</li> <li>2017年7月に当社社外監査役に就任</li> </ul>	

## ビジネスモデル



## 提供サービス

法人向け 教育事業	教室型研修	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内企業の課題解決のため最適化(カスタマイズ)した教室型研修を提供。</li> <li>オンライン研修の実施を中心に従来の集合研修など、状況を選ばない研修を実施。</li> </ul>
	グローバル 人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外拠点と連携し国内企業のお客様へグローバル人材の育成を目的とした研修を提供。</li> <li>渡航しての現地研修の他、海外でのビジネススキル研修や語学研修をオンラインで提供することにより受講場所を選ばない研修実施を実現。</li> </ul>
etudes事業	etudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>法人向けに、クラウド型のラーニングマネジメントシステム(LMS)やeラーニングを提供。</li> </ul>
その他	海外 教室型研修	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国、シンガポールにおいて海外現地法人向けの教室型研修を提供。</li> </ul>

alue

当社を取り巻く環境（法人向け教育事業）

---

- 国内の企業向け研修市場は、企業の積極的な新卒採用を背景とした新人研修が牽引し**堅調に成長**。
- 2020年度は、新型コロナウイルスの影響を受け一時的に大きく落ち込んだものの、**コロナ禍に対応した研修サービスへの移行が加速**し、2021年度の市場規模は以前の水準まで回復見込。

## 企業向け研修サービスの市場規模



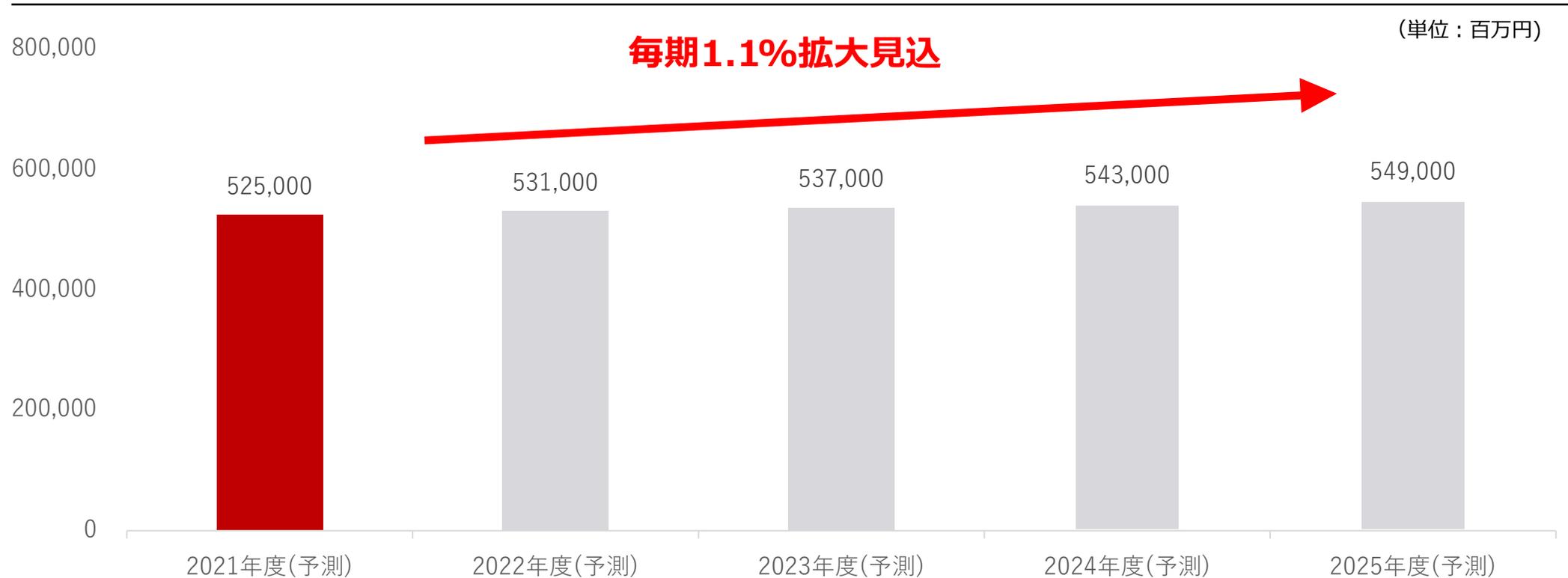
\*矢野経済研究所調べより抜粋

注1. 提供事業者売上高ベース

注2. 2020年度は見込値、2021年度は予測値

- 2021年以降の国内企業向け研修サービスの市場規模は、引き続き成長していくものと予測。
- ジョブ型雇用の増加によるキャリア自律にも注目が集まっており、市場規模は**引き続き拡大見込**。

## 企業向け研修サービスの市場規模予測



\*矢野経済研究所調べより抜粋

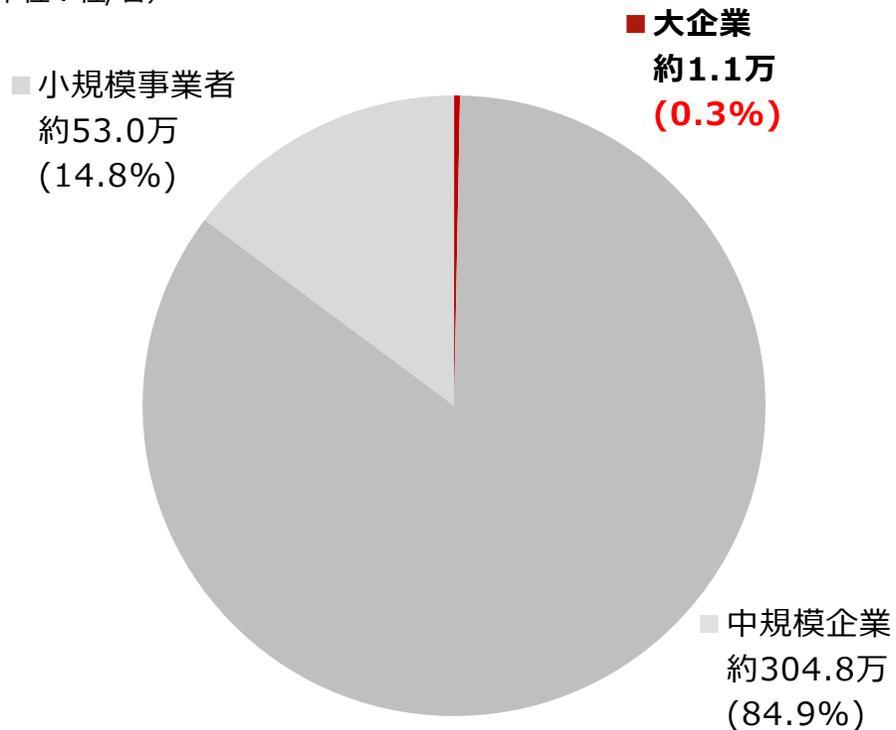
注1. 提供事業者売上高ベース

注2. 2020年度は見込値、2021年度は予測値

- 当社の主なサービスは、大企業向けに提供する人材育成。
- 大企業が全企業数にしめる割合は0.3%であるが、**全従業員のうち大企業に所属する従業員は全体の30%を超えている。**

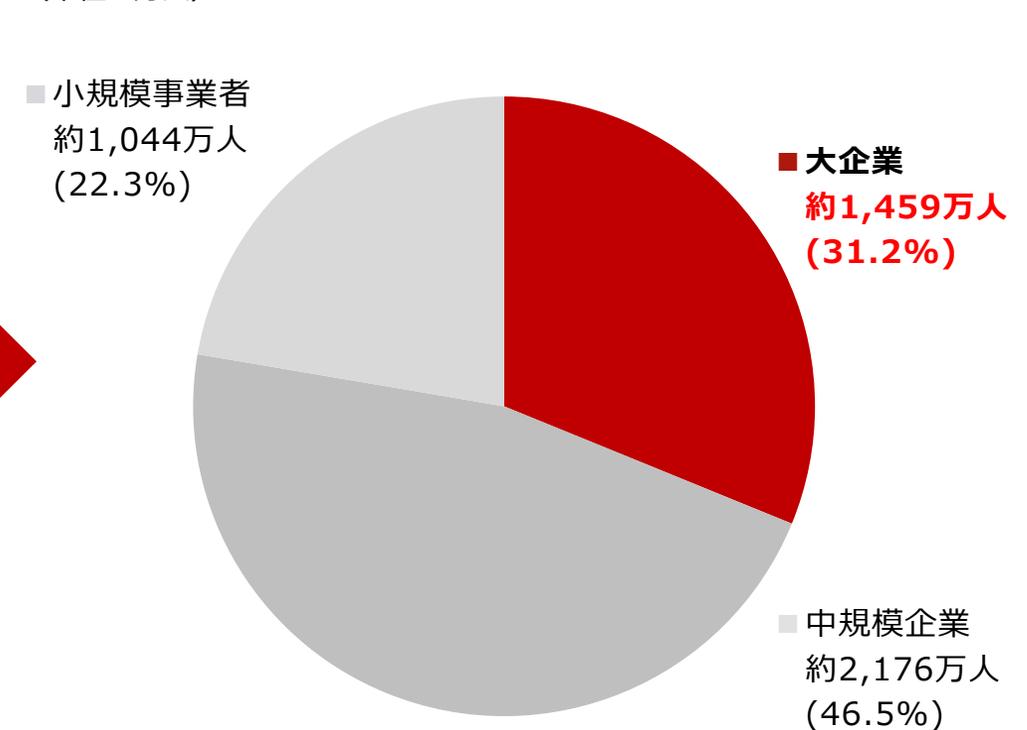
企業規模別企業数(2016年)\*

(単位: 社/者)



企業規模別従業員数(2016年)\*

(単位: 万人)



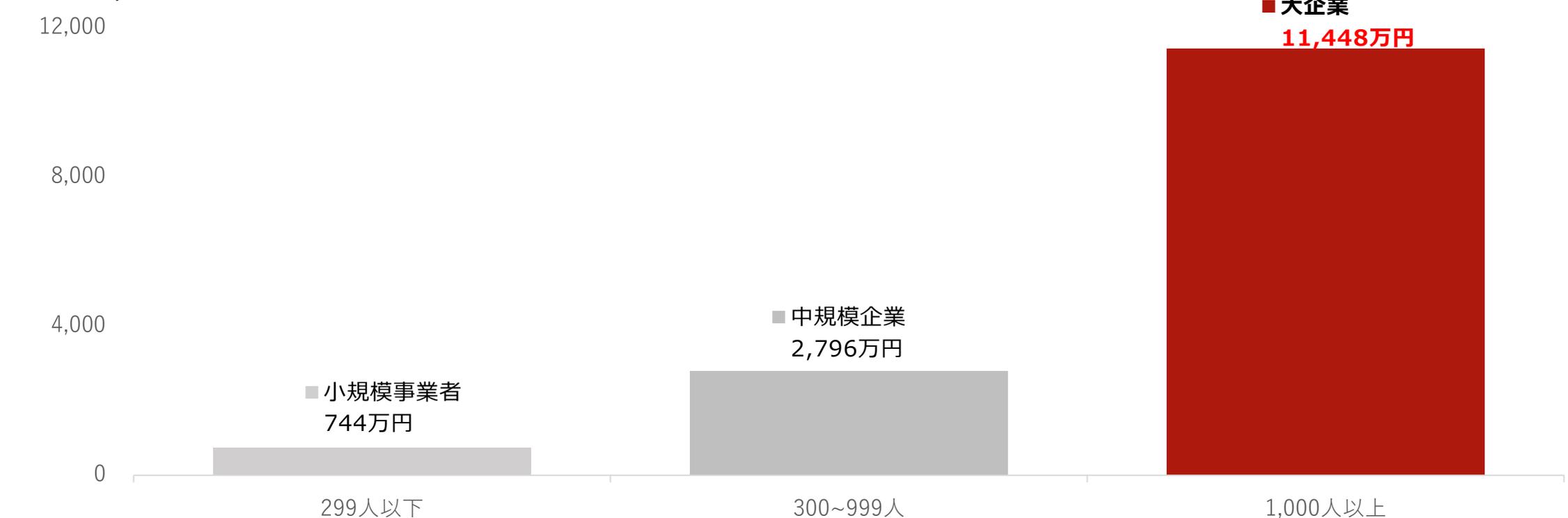
\*2020年版中小企業白書より

- 大企業では、従業員が多いため教育研修費用の総額も大きく、1研修あたりの規模も大規模に。
- 顧客単価も、従業員規模に応じて大きくなる傾向。

### 規模別平均教育研修費用総額

(1社あたり)

(単位：万円)



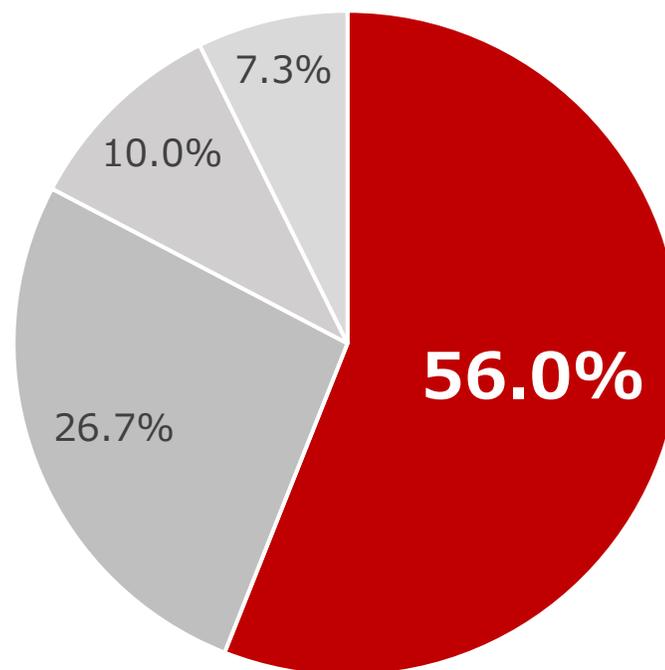
様々な業種の、特に3,000人以上の**大企業**から安定的に**受注**

【業種別】

【従業員規模別】

【主要取引先】

業種	割合
情報・通信業	18.6%
サービス業	17.2%
金融・保険業	10.6%
製造業	9.3%
機械・鉄鋼・鋳業	8.5%
商社・貿易業	7.5%
不動産・建設建築業	7.2%
化学・医療	4.7%
卸売・小売業	3.5%
電気・ガス・水道	3.2%
官学・環境テクノロジー	2.5%
貸金業	2.4%
メディア業	1.5%
運輸業・倉庫	1.5%
出版・印刷業	0.6%
その他	1.2%



■ 3,000名～ ■ 700～2,999名  
 ■ 300～699名 ■ 0～299名

- 伊藤忠商事株式会社
- 大阪ガス株式会社
- KDDI株式会社
- JFEスチール株式会社
- 株式会社島津製作所
- 第一生命保険株式会社
- 帝人株式会社
- 東急建設株式会社
- 東京海上日動火災保険株式会社
- 日清食品ホールディングス株式会社
- 株式会社みずほフィナンシャルグループ
- 株式会社三菱UFJ銀行
- 森永製菓株式会社
- 株式会社リクルートホールディングス
- ・
- ・
- ・
- ・

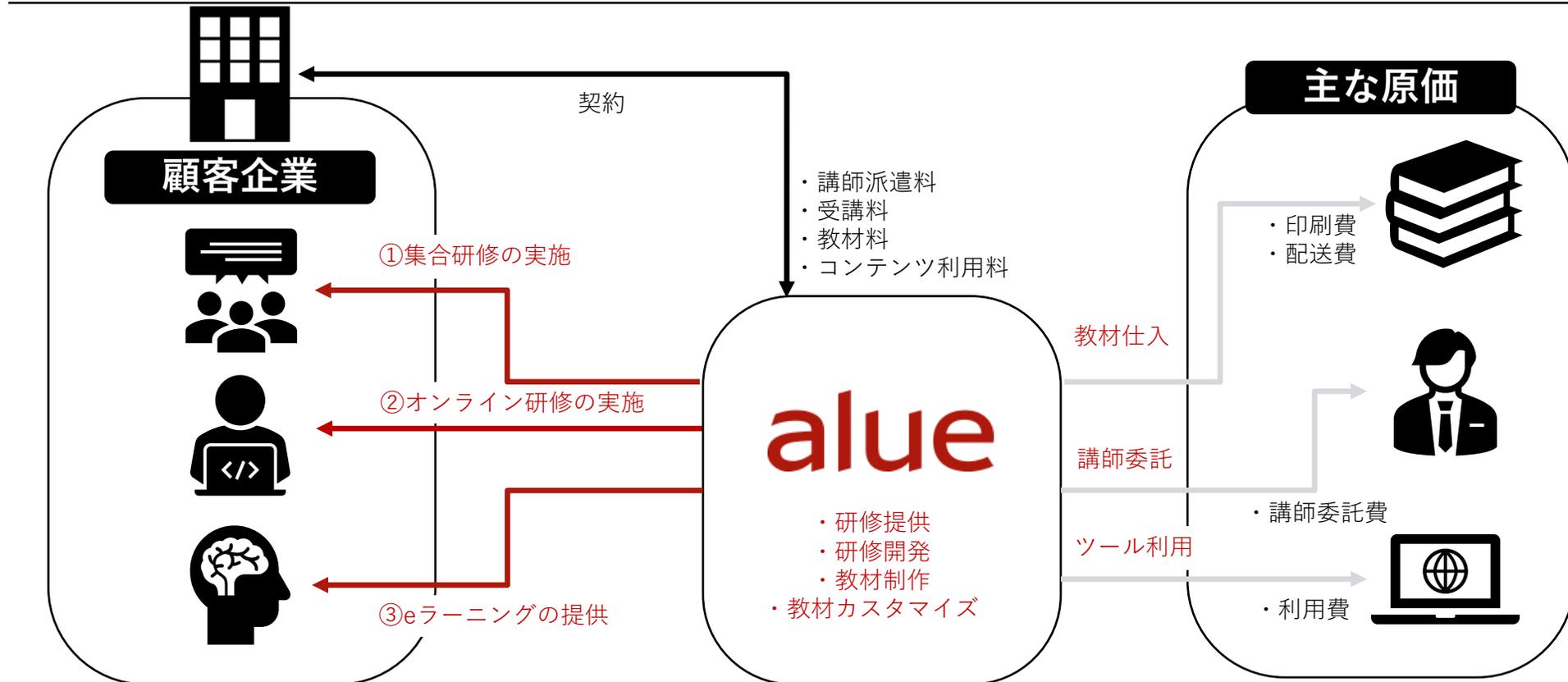
alue

ビジネスモデル（法人向け教育事業）

---

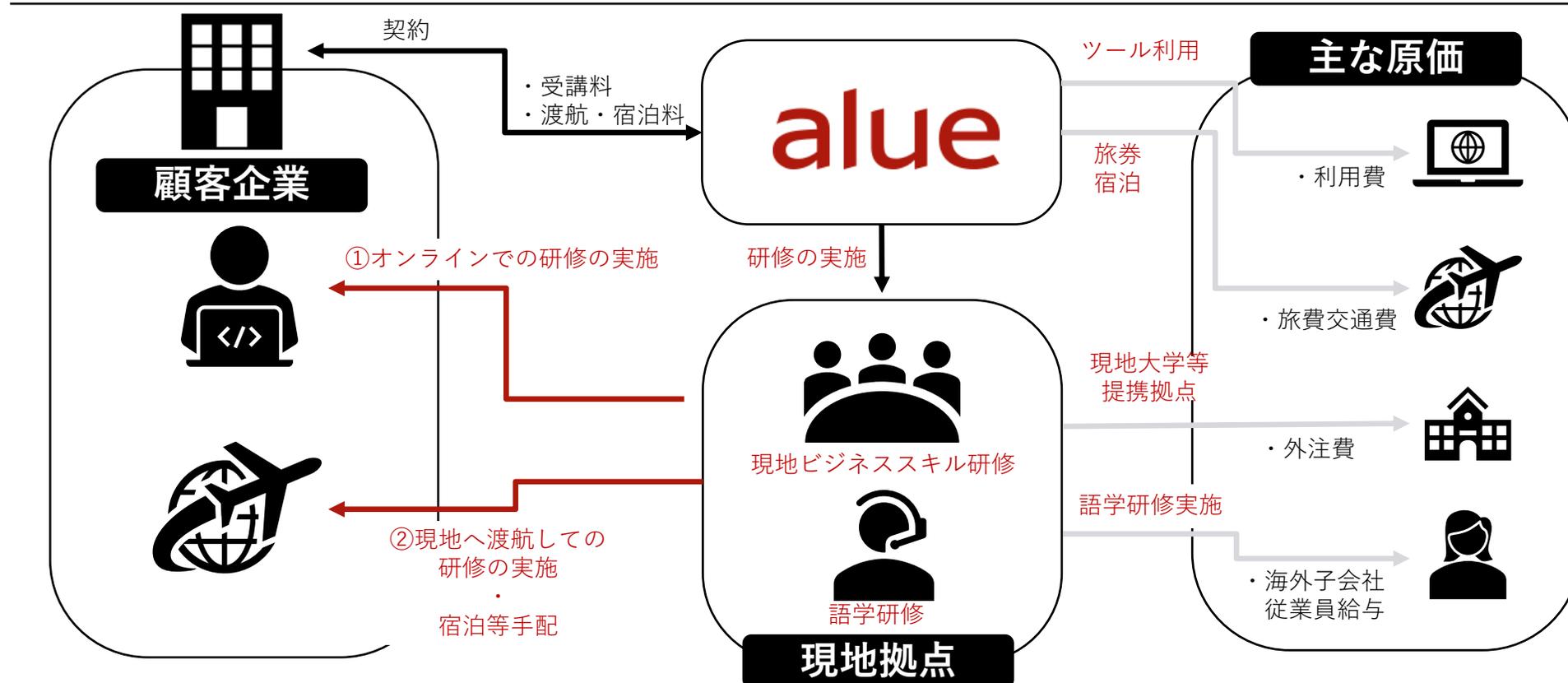
- 大企業向けのサービスである、教室型研修や海外教室型研修は、顧客企業へ様々な形で**研修を提供**することで、**講師料や教材・コンテンツの利用料**を**売上**として受け取るビジネスモデル。
- 主に発生する原価は外部委託する講師への報酬や教材印刷費等。

教室型研修・海外教室型研修 ビジネスモデル

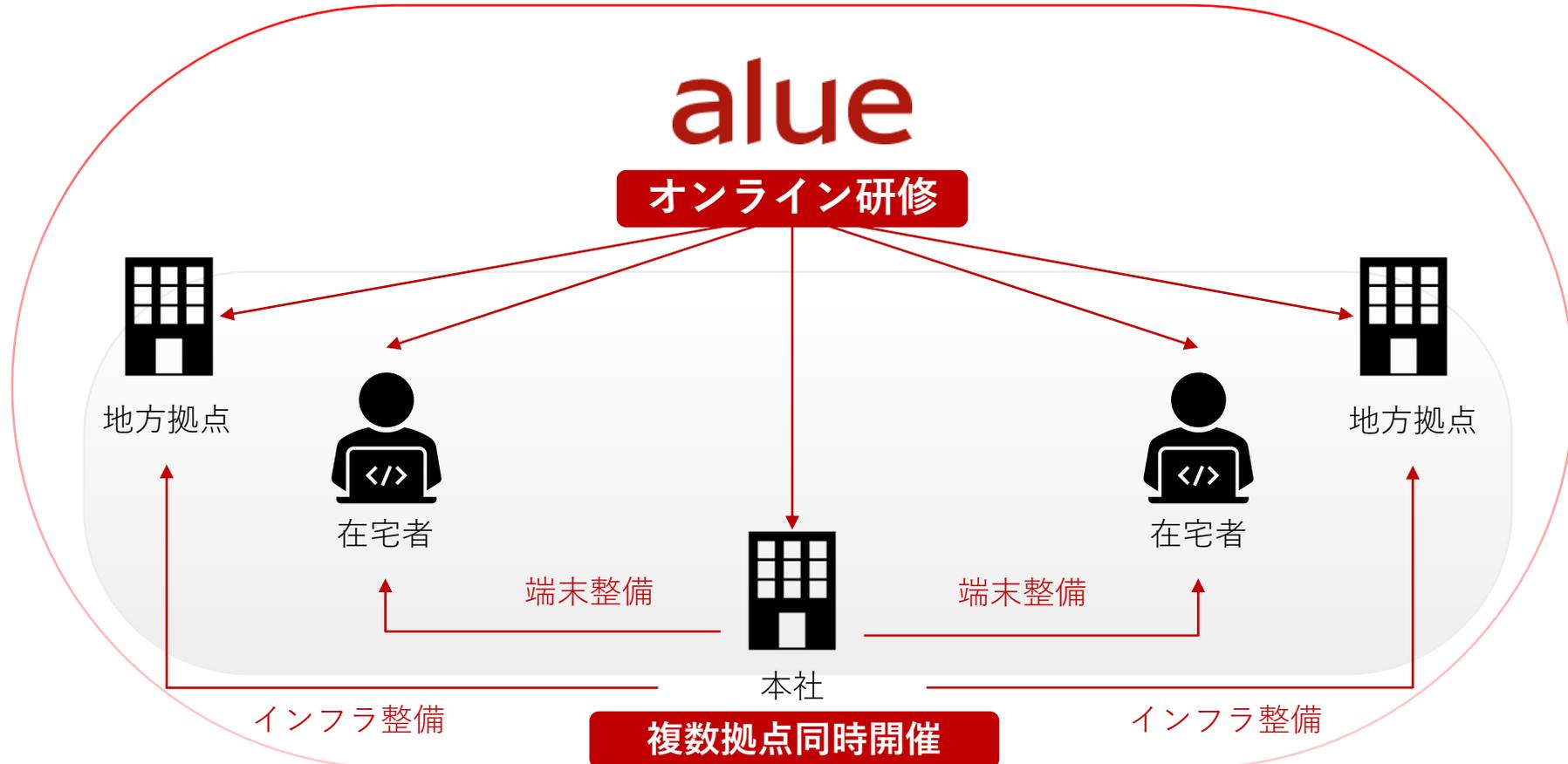


- グローバル人材育成も大企業向けに提供するサービス。
- 日本の顧客に海外でのビジネススキル研修や語学研修を実施。
- 当社海外拠点へ渡航、またはオンラインにて総合的に提供。
- 旅行業免許も取得しており、現地での安全なサポートが可能。

グローバル人材育成ビジネスモデル



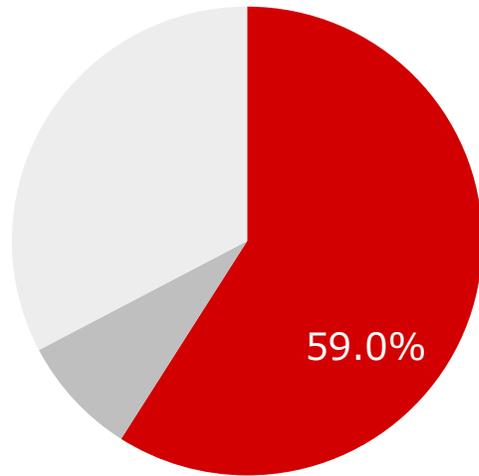
- 当社の大手企業顧客は、インターネット環境や情報通信端末などを整備できる体力があり、人材教育にも大きく投資を行う企業が多い。
- 大手企業顧客は拠点を各地に持つため、場所や定員の制約を受けず提供できるオンライン研修は導入企業にとって大きな利点がある。



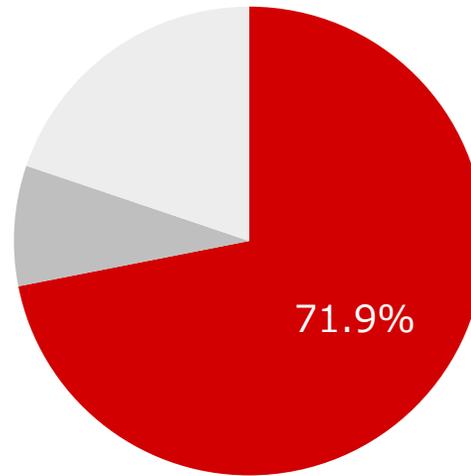
- 昨今のテレワーク推進の流れは、**大企業ほど浸透し拡大傾向。**
- 当社の「オンライン研修×大企業」の取組みによって**大きな追い風**となっており、**今後もオンライン研修の導入は進むもの**と予測。

企業規模別テレワーク導入率(2021年1月)\*

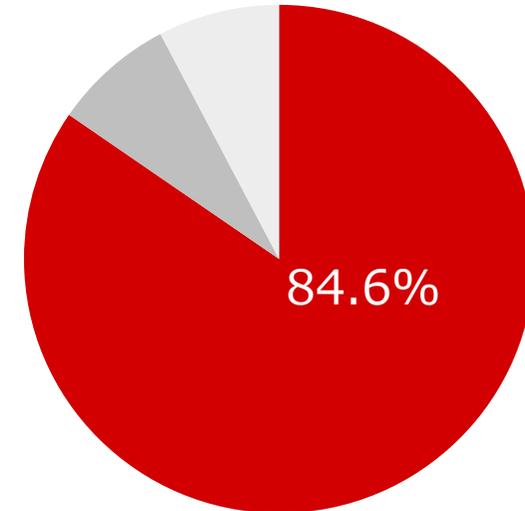
従業員数 30-99人



従業員数 100-299人



従業員数 300人以上



■ 導入している  
■ 今後予定あり  
■ 導入予定なし

\*2021年09月3日 産業労働局雇用就業部労働環境課発表資料

- オンライン研修は従来の集合形式での研修や現地渡航形式での研修に比べ、
- **印刷費・会場費・旅費等の原価を削減し**提供できるため**利益率の向上**が見込める。
- 実績でも連結粗利率は19.通期の54.8%から**21.通期の62.7%**と**7.9ポイント向上**。

集合形式とオンライン形式の原価構成比較

	 外注費	 教材印刷費	 配送費	 会場費	 旅費	 ツール利用料
集合形式	○	○	○	△	○	×
オンライン	○	×	×	×	×	○

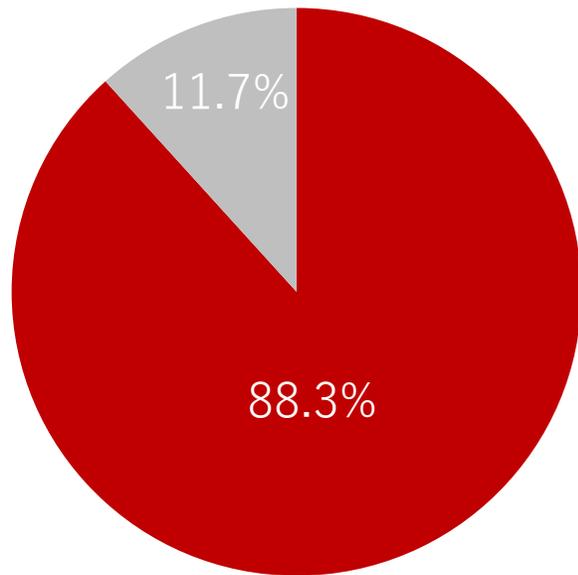
○・・・必要

△・・・場合によって必要

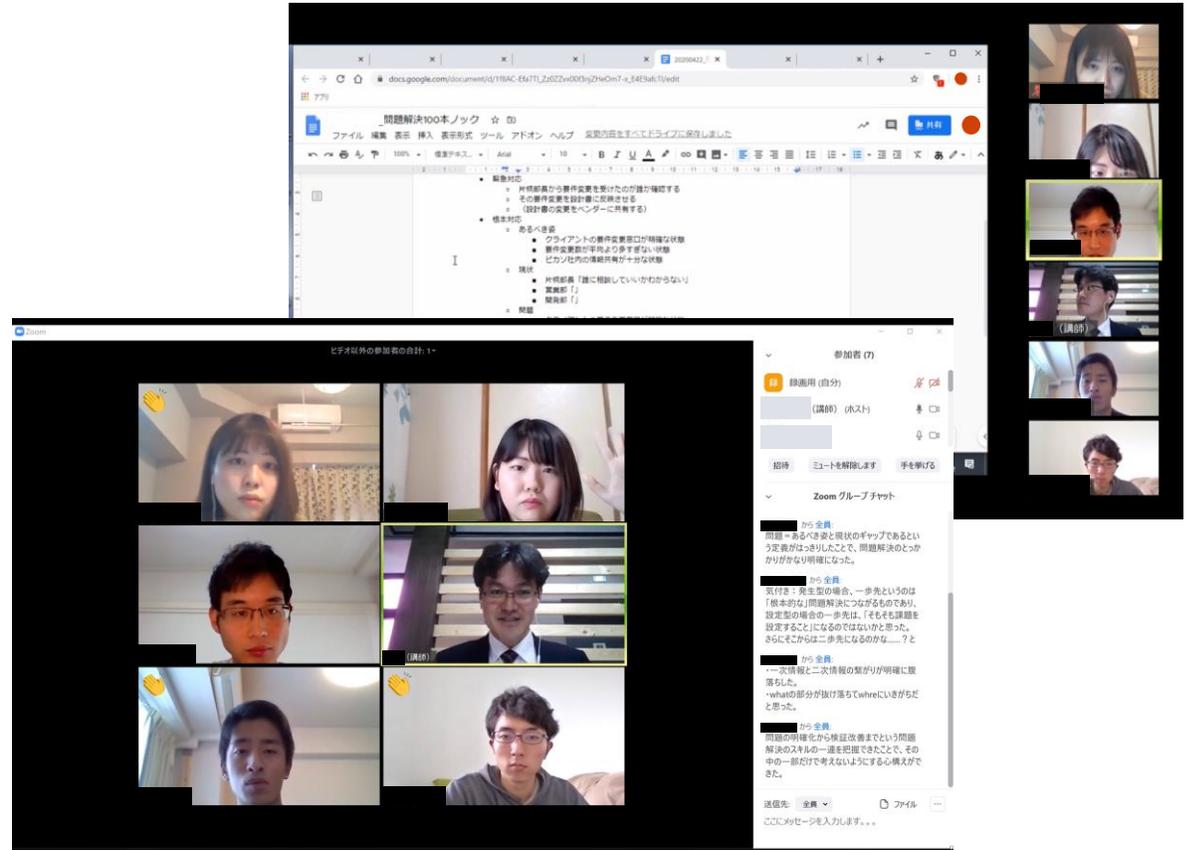
×・・・不要

- 21.通期に実施した**オンライン研修**は教室型研修全体の**88.3%**。
- 緊急事態宣言が解除されていた期間でも研修のオンライン化が着実に進行。

## 21.通期オンライン研修クラス比率



■ オンライン ■ 集合その他



### ①大企業を顧客基盤とするメリット

- ・顧客である大企業は財務基盤が安定しており、人材育成への投資は継続。
- ・顧客が中小企業をメインとする競合他社と比べオンライン研修への移行に積極的。
- ・大企業は拠点・従業員が多く場所を選ばず同時開催できるオンライン研修は利点大きい。

### ②当社にとってのオンライン研修のメリット

- ・集合形式では必要であった印刷費・会場費・旅費などがオンラインでは不要。
- ・持続的に高利益率のサービスを提供できるようになるため、利益体質をより強化。

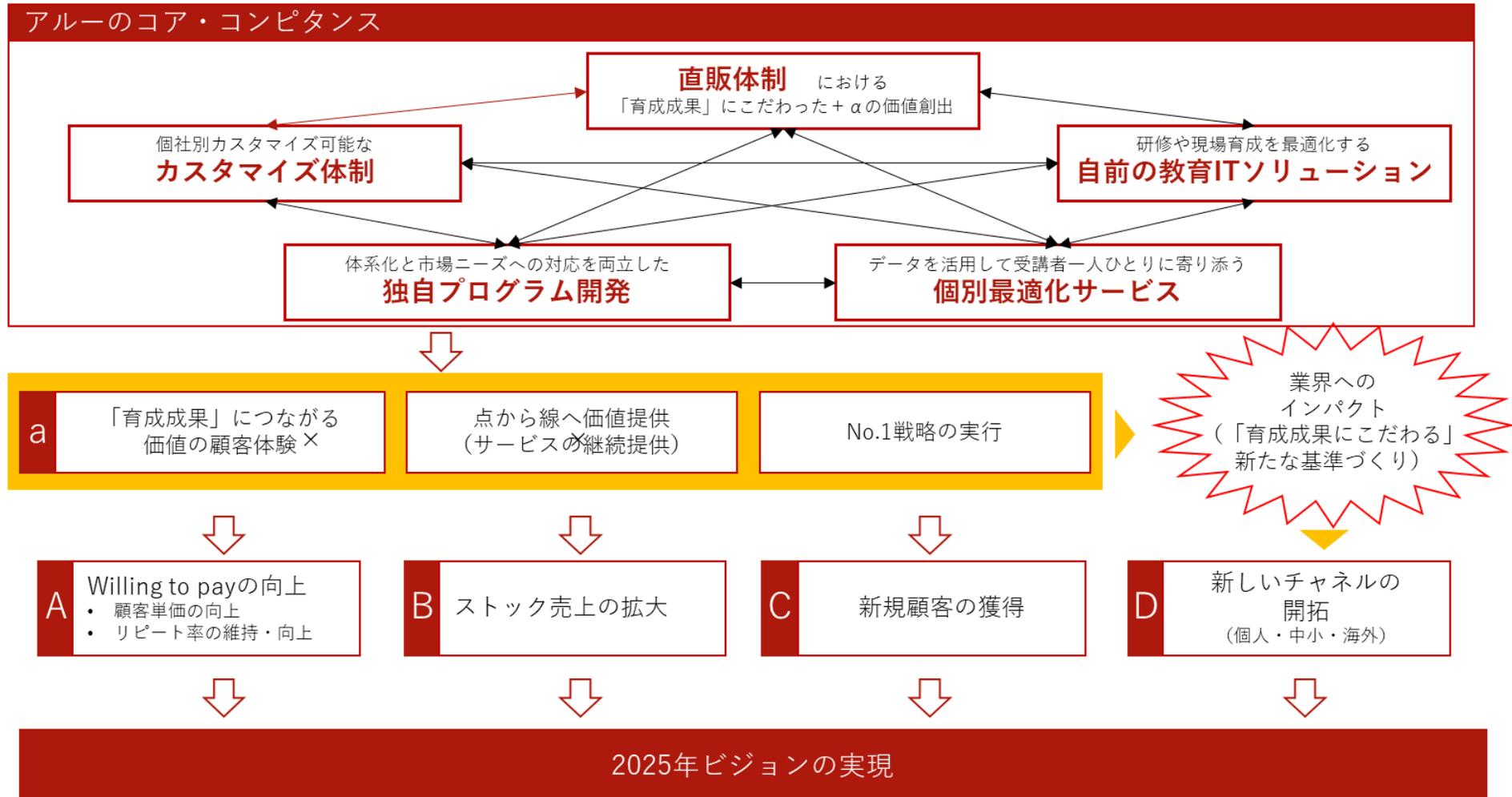
### ③管理職やグローバルなど様々なアプローチが可能

- ・業務が多忙な中堅・管理職層にもオンライン研修は実施のハードルが低く拡販を狙いやすい。
- ・海外とのオンライン研修の実施などを通し渡航不要で低コストなグローバル研修も提案可能。

- 当社サービスの競合優位性は、**階層教育×体系化されたコンテンツ×カスタマイズ×ブレンドラーニング**。パッケージコンテンツを販売する企業や、コンテンツの量や講師の数に注力している企業に対して、大企業向けマーケットで優位に立つ。

	alue	A社	B社	C社	D社
新人向け研修	◎	○	○	×	○
管理職向け研修	○	×	○	○	◎
経営層向け研修	△	×	◎	◎	△
講師ラインアップ (講師人数)	○	○	◎	△	○
講師のファシリテーション力	◎	×	○	◎	◎
コンテンツの量	○	◎	×	△	△
コンテンツの体系化	◎	×	×	○	○
カスタマイズ	◎	△	×	×	×
反転学習・ブレンドラーニング	◎	○	×	○	×

「研修」から「育成」に価値をシフトし、**教育研修業界の新たなスタンダード**を作り出す。



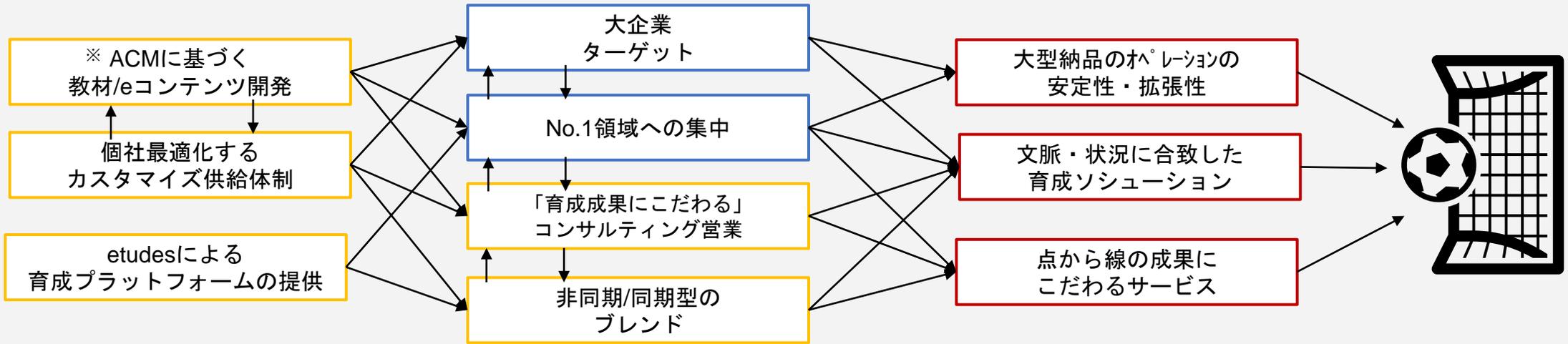
コンセプト：  
育成成果にこだわる

SP(Strategic Positioning)  
ポジショニングによる競争優位

OC(Organizational Capability)  
組織能力による競争優位  
★コア・コンピタンスに対応

顧客価値と競争優位を生み出す要素

顧客価値



蓄積する資産

教材/コンテンツ  
資産の蓄積

育成データ  
資産の蓄積

顧客資産の蓄積

講師資産の蓄積

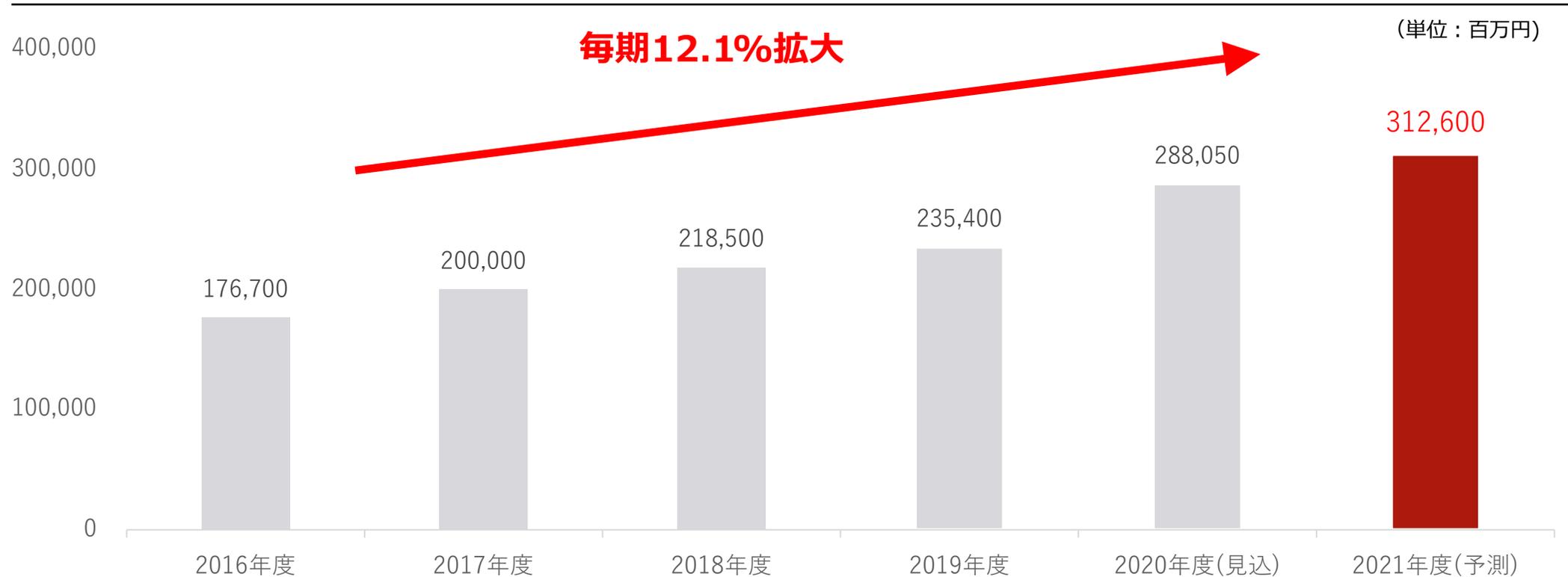
alue

当社を取り巻く環境（études事業）

---

- 国内のeラーニング市場は成長市場。
- 每期拡大を継続しており、今後も引き続き規模は大きくなると予測されている。

eラーニング市場規模推移(法人・個人向け総合)



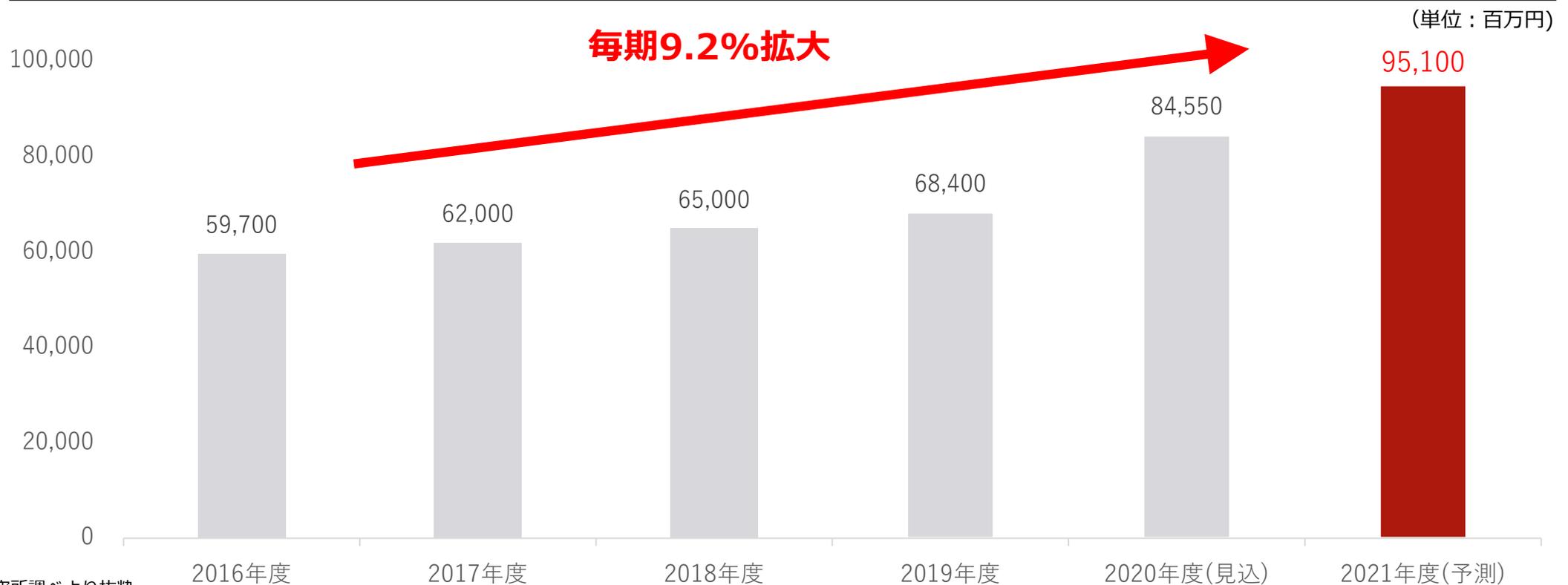
\*矢野経済研究所調べより抜粋

注1. 提供事業者売上高ベース

注2. 2020年度は見込値、2021年度は予測値

- 当社の属する法人向けの市場である**法人向けのeラーニング市場も継続成長**。
- 2020年の市場規模は前年度比23.6%増の845.5億円。
- 2021年度以降は、**テレワークの浸透にともない成長が加速するもの**と予測。

eラーニング市場規模推移(法人向け市場)



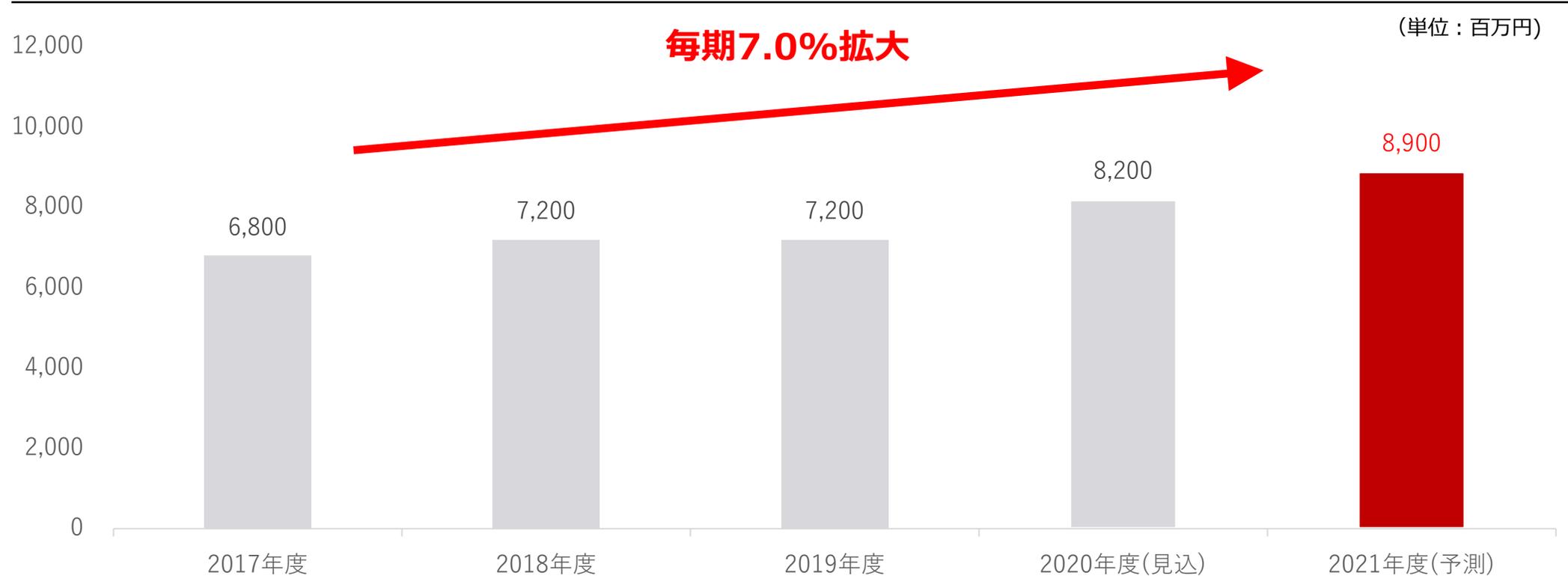
\*矢野経済研究所調べより抜粋

注1. 提供事業者売上高ベース

注2. 2020年度は見込値、2021年度は予測値

- 国内のLMS市場はコロナ禍による研修のオンライン化の影響もあり大きく成長。
- 長期的なeラーニングの活用を見据えて実施環境を整え始める企業が増加。  
今後も引き続き規模は大きくなると予測。

LMS市場規模推移(法人・個人向け総合)



\*矢野経済研究所調べより抜粋

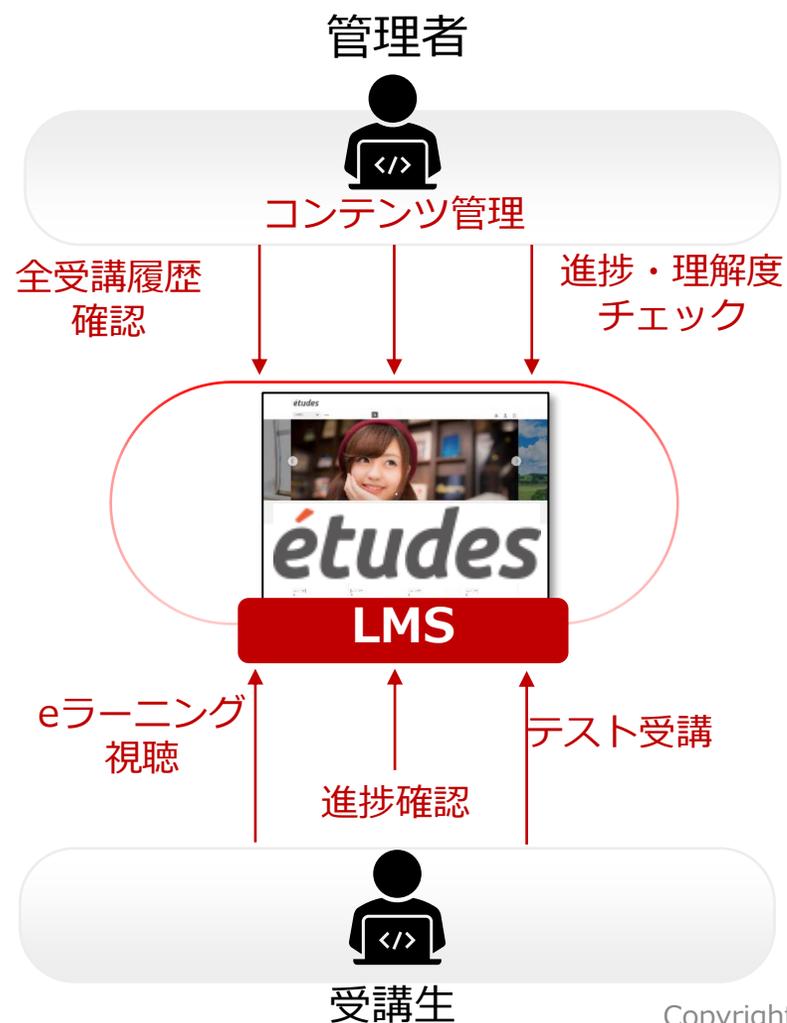
注1. 2020年度は見込値、2021年度は予測値

alue

ビジネスモデル (etudes事業)

---

## etudesサービスイメージ



## etudesとは

当社のラーニングマネジメントシステム

### 【受講生】

- ・ eラーニングコンテンツ視聴
- ・ テスト受講
- ・ 進捗度の確認

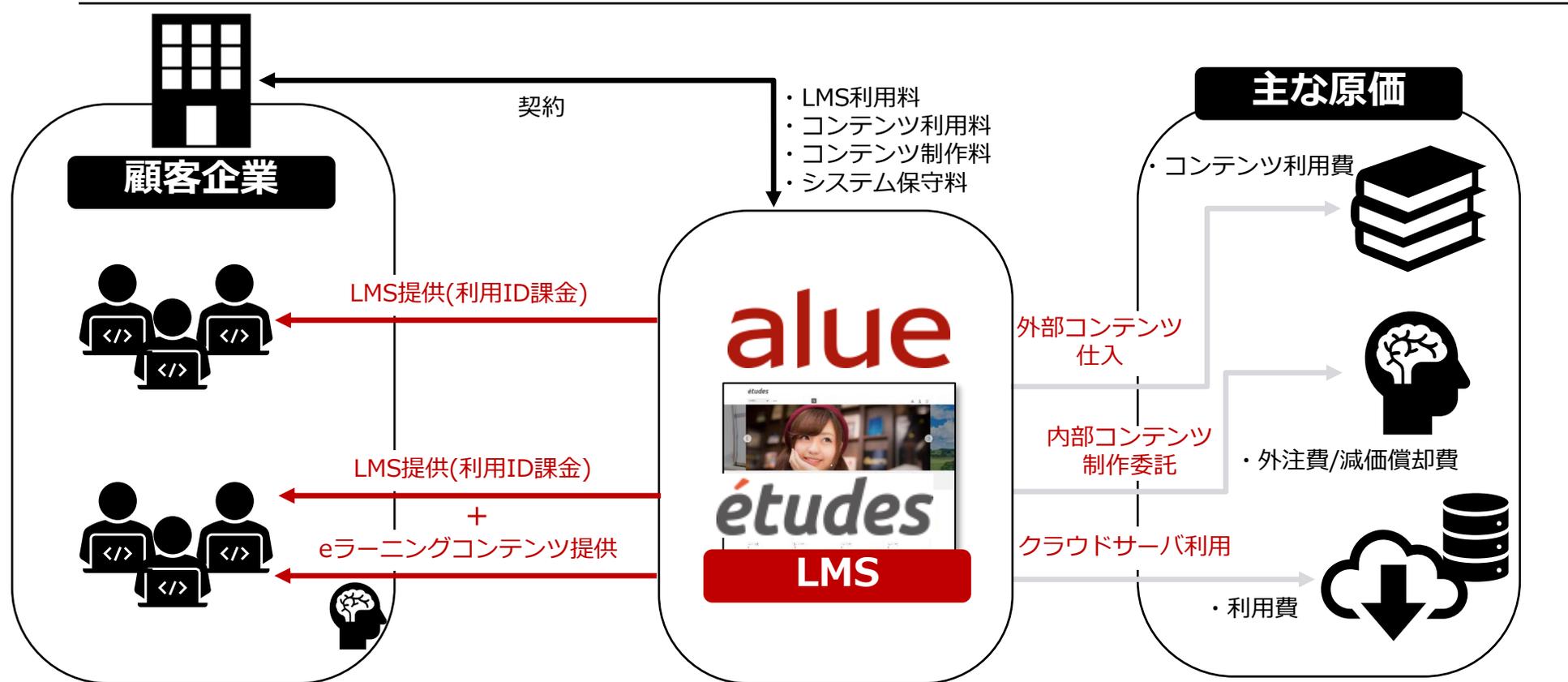
### 【管理者】

- ・ 受講生の**学習の一括管理・確認**

幅広く対応が可能な  
総合的なプラットフォームサービス

- etudesサービスは、**従量課金**モデル。
- LMSの利用者数IDやコンテンツ利用に応じて、収益が上がる**継続型ストックビジネス**。
- コンテンツのカスタマイズの際は制作費用を収益としてスポット的に加算。

etudes ビジネスモデル



- 大企業向けeラーニング市場では、①コンテンツが階層教育と接続しているか  
②システムの企業内教育における管理機能が充実しているかが重要になる。
- etudesは大企業向けにサービス提供することを重視。コンテンツ、システム面で優位性を持つ。

	alue	A社 (中小向け)	B社 (eラーニング 専業)	C社 (個人向けからの 参入ベンダー)	D社 (LMS専業)
コンテンツの量	○	○	◎	◎	×
階層別教育としての コンテンツの量	◎	△	△	×	×
コンテンツの質	◎	△	◎	△	×
LMS管理機能の 充実度	◎	◎	×	△	◎
LMSのUI	◎	△	◎	◎	◎
LMSに搭載可能な 教材の種類※	◎	◎	×	△	◎

alue

## 2022年12月期事業戦略と3か年計画

---

### 1. 新規顧客獲得強化

<p>営業・マーケティング 人員強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業組織拡充とともに、機能分化を進め、効率化と戦力化スピードを向上させる。</li> <li>・これにより売上成長率向上と1人あたり売上の向上を目指す。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 22.通期投資額 18名 100百万円</li> <li>■ 新規採用による増加人件費・採用費</li> </ul>
<p>マーケティングツール 導入・販促強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規リード獲得を強化し、新規開拓量を増やす。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 22.通期投資額 37百万円</li> <li>■ 販売促進費・システム利用費</li> </ul>

### 2. etudes事業投資・eラーニング投資

<p>販促強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規リード獲得を強化し、新規開拓量を増やす。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 22.通期投資額 15百万円</li> <li>■ 販売促進費・広告宣伝費増額</li> </ul>
<p>etudes新規機能開発 次世代etudes開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・eラーニングプラットフォームの機能開発、性能強化を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 22.通期投資額 84百万円</li> <li>■ 開発人件費等</li> </ul>
<p>eラーニングコンテンツ 開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・階層教育に適した体系的コンテンツ群を開発し、既存顧客へのクロスセルを促進する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 22.通期投資額 10百万円 (無形固定資産)</li> <li>■ 開発外注費</li> </ul>

- 2022年12月期連結業績予測は、前述の3か年の目標を達成するための投資を積極的に行うため以下の通り。

(単位：百万円)

	19.通期 (実績)	20.通期 (実績)	21.通期 (実績)	前期比	22.通期 (予測)	成長率
売上高	2,509	1,819	2,396	31.7%	2,655	10.8%
営業利益	165	-218	278	—	190	-31.7%
営業利益率	6.6%	-12.0%	11.6%	—	7.2%	-4.5
経常利益	160	-216	280	—	180	-35.8%
経常利益率	6.4%	-11.9%	11.7%	—	6.8%	-4.9
親会社株主に帰属する当期純利益	115	-191	183	—	115	-37.3%
1株当たり当期純利益 (円)	45.68	-75.94	72.59	—	45.46	-37.4%
1株当たり配当金(予定) (円)	7.00	0.00	7.00	—	7.00	0.0%

- ①新規顧客獲得強化、②etudes・eラーニングへの投資を行い、  
**24.通期売上成長率20%超**、**連結営業利益は2025年以降20%**を目指す。
- 上記の投資のため、22.通期は増収減益計画。

## 22.通期～24.通期 中期経営計画値

(単位：百万円)

	19.通期 (実績)	20.通期 (実績)	21.通期 (実績)	22.通期 (公表予測)	増減比	23.通期 (計画)	増減比	24.通期 (計画)	増減比
連結売上高	2,509	1,819	2,396	2,655	10.8%	3,184	20.0%	3,894	22.3%
法人向け事業	2,339	1,527	2,030	2,217	9.2%	2,611	17.8%	3,145	20.4%
etudes事業	45	217	263	316	20.0%	439	38.7%	613	39.6%
その他	125	74	101	121	19.5%	134	10.5%	136	1.5%
連結営業利益	165	-218	278	190	-31.7%	345	81.8%	658	90.6%
連結営業利益率	6.6%	-12.0%	11.6%	7.2%		10.8%		16.9%	

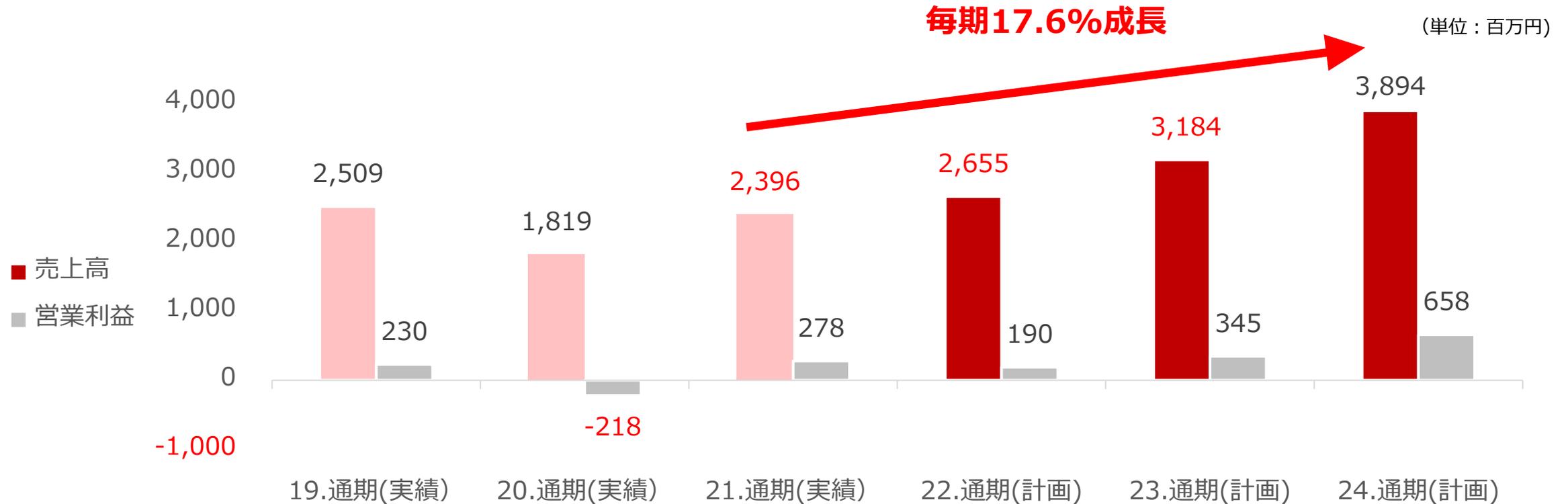
※法人向け=教室・グローバル

※その他=海外子会社

※eラーニングの売上及び原価は法人向けからetudesに組換え

- 21.通期はコロナ対応からのリカバリーが成功し大きく**増収増益を実現**。
- 22.通期は、**オンライン化**やeラーニングのさらなる拡大によって、**将来の「売上成長率の向上」を優先し、積極的な投資を行う**。

### 22.通期～24.通期売上高・営業利益計画



- 法人向け教育事業は、営業・マーケティング投資で新規顧客開拓を強化し、  
売上成長率20%、営業利益率18%を目指す。

### 22.通期～24.通期法人向け教育事業中期経営計画値

(単位：百万円)

	19.通期 (実績)	20.通期 (実績)	21.通期 (実績)	22.通期 (計画)	23.通期 (計画)	24.通期 (計画)
売上高	2,339	1,527	2,030	2,217	2,611	3,145
売上成長率	—	-34.7%	33.0%	9.2%	17.8%	20.4%
売上総利益	1,313	896	1,352	1,494	1,734	2,100
売上総利益率	56.2%	58.7%	66.6%	67.4%	66.4%	66.8%
販売費及び一般管理費	613	620	568	699	873	921
営業利益	699	275	783	794	861	1,179
営業利益率	29.9%	18.0%	38.6%	35.8%	33.0%	37.5%
共通費配賦後営業利益	206	-153	360	231	327	586
共通費配賦後営業利益率	8.8%	-10.1%	17.7%	10.4%	12.6%	18.6%

※eラーニングの売上及び原価は法人向けからetudesに組換え

※個人向けALUGOを含む

- 売上成長率向上を重視し、新規顧客獲得関連投資（重点投資項目①）により、取引社数の拡大、一人あたり売上の向上を実現する。

## 22.通期～24.通期法人向け教育事業KPI

	19.通期 (実績)	20.通期 (実績)	21.通期 (実績)	22.通期 (計画)	23.通期 (計画)	24.通期 (計画)
売上高(百万円)	2,339	1,527	2,030	2,217	2,611	3,145
顧客数(社)	336	301	314	340	390	460
顧客あたり売上(千円)	6,868	5,023	6,448	6,522	6,696	6,837
期初人員数(人)	94	84	89	95	113	127
一人あたり売上(千円)	24,883	18,182	22,819	23,343	23,112	24,765

※売上高に個人向けALUGOを含む  
 ※顧客あたり売上に個人向けALUGOは含まず  
 ※年間10万円未満のお客様を除く

- 法人向け教育事業全体の顧客単価は、コロナ禍の影響を受け一時的に低下したものの順調に回復。
- 今後は営業人員へ積極的に投資を行い、新規取引社数を拡大し成長を図っていく。

### 22.通期～24.通期法人向け教育事業 取引属性別計画値

	19.通期 (実績)	20.通期 (実績)	21.通期 (実績)	22.通期 (計画)	23.通期 (計画)	24.通期 (計画)
<b>既存</b>						
売上高(百万円)	2,051	1,320	1,732	1,917	2,251	2,695
社数(社)	250	232	225	240	270	310
単価(千円)	8,204	5,689	7,698	7,989	8,339	8,694
<b>新規</b>						
売上高(百万円)	256	192	292	300	360	450
社数(社)	86	69	89	100	120	150
単価(千円)	2,984	2,784	3,285	3,000	3,000	3,000
<b>全体</b>						
売上高(百万円)	2,307	1,512	2,024	2,217	2,611	3,145
社数(社)	336	301	314	340	390	460
単価(千円)	6,868	5,023	6,448	6,522	6,696	6,837

※個人向けALUGOを除く  
 ※年間10万円未満のお客様を除く

- ASP売上は、eラーニングのコンテンツ力を加え、他社と差別化。
- 自社コンテンツの掲載可能な「LMS×階層別eラーニングコンテンツ」で、社内育成体系に合った育成が可能。その強みを活かし大企業顧客の開拓を推進する。
- eラーニング開発積極化（※制作費用、プラットフォーム改修費用）のため、利益貢献は23年以降。

## 22.通期～24.通期etudes事業中期経営計画値

(単位：百万円)

	19.通期 (実績)	20.通期 (実績)	21.通期 (実績)	22.通期 (計画)	23.通期 (計画)	24.通期 (計画)
売上高	45	217	263	316	439	613
売上成長率	—	374.9%	21.2%	20.0%	38.7%	39.6%
ASP	28	142	156	196	280	399
eラーニング	0	6	46	66	104	159
その他	17	68	60	54	54	54
営業利益	3	16	41	93	132	206
営業利益率	6.6%	7.6%	15.6%	29.7%	30.2%	33.6%
共通費配賦後営業利益	-7	-18	-24	1	53	106
共通費配賦後営業利益率	—	—	—	0.6%	12.1%	17.4%

- 22.12期以降、積極的な営業・プロモーション施策により取引社数増加を計画。
- 上記により小規模な取引先も増えるが、大規模顧客開拓及び  
**カスタマーサクセス強化**（顧客が自社コンテンツを制作し社内育成に活用することによる利用度向上）  
 によって、平均単価は現状の水準が続くと想定。

### 22.通期～24.通期etudes事業 ASP計画値

	19.12月 (単月実績)	20.12月 (単月実績)	21.12月 (単月実績)	22.12月 (単月計画)	23.12月 (単月計画)	24.12月 (単月計画)
ASP売上高(千円)	6,393	12,274	15,138	19,173	27,336	38,975
取引社数(社)	57	78	111	147	210	300
平均取引額(千円)	112	157	136	130	130	130

- eラーニングは、サービスリリースから継続して**拡大ペースは順調**。コンテンツを充実させ、教育研修顧客向けに研修に付帯させて提案していくことで、取引社数増加を狙う。
- 加えて、月額課金サービス（受け放題）やeラーニングパッケージ販売により売上高向上を図る。

### 22.通期～24.通期etudes事業 eラーニングの取引社数と単価計画値

	19.通期 (実績)	20.通期 (実績)	21.通期 (実績)	22.通期 (計画)	23.通期 (計画)	24.通期 (計画)
売上高(千円)	0	6,648	46,634	66,000	104,868	159,588
うち大企業向け売上高(千円)	0	6,648	46,634	60,000	74,868	92,087
取引社数(社)	0	39	160	180	220	260
平均取引額(千円)	0	170	291	333	340	354

- 当社のeラーニングの強みは、企業内教育の根幹をなす「階層教育」に必要なコンテンツを網羅的・体系的に提供できること。
- eラーニングと研修を合わせて提供するブレンドラーニングを積極的に販売していく。

### 3 | 目的、成果物、成功基準を明文化する



目的

成果物

成功基準



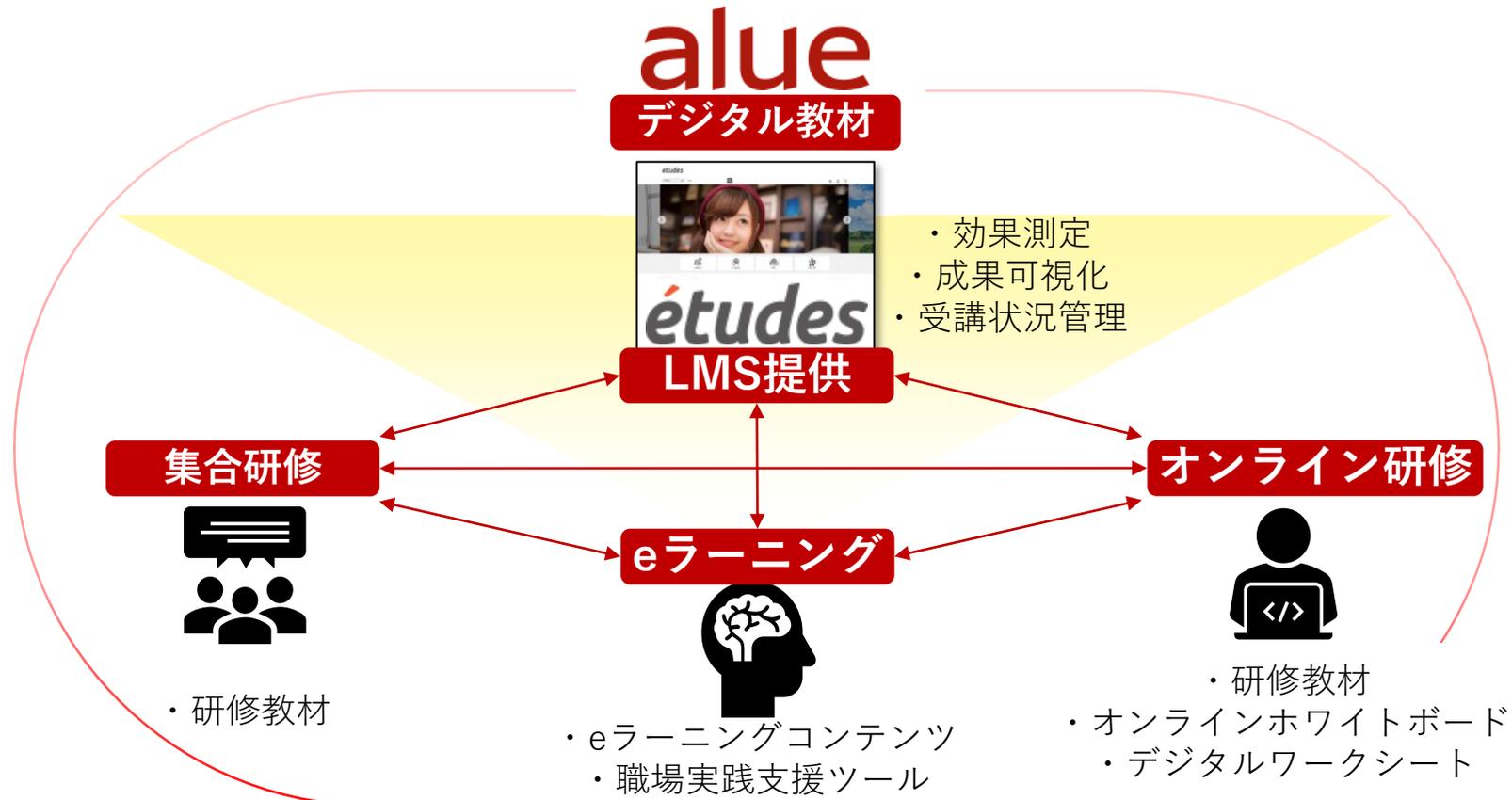
ここまで使ってきた

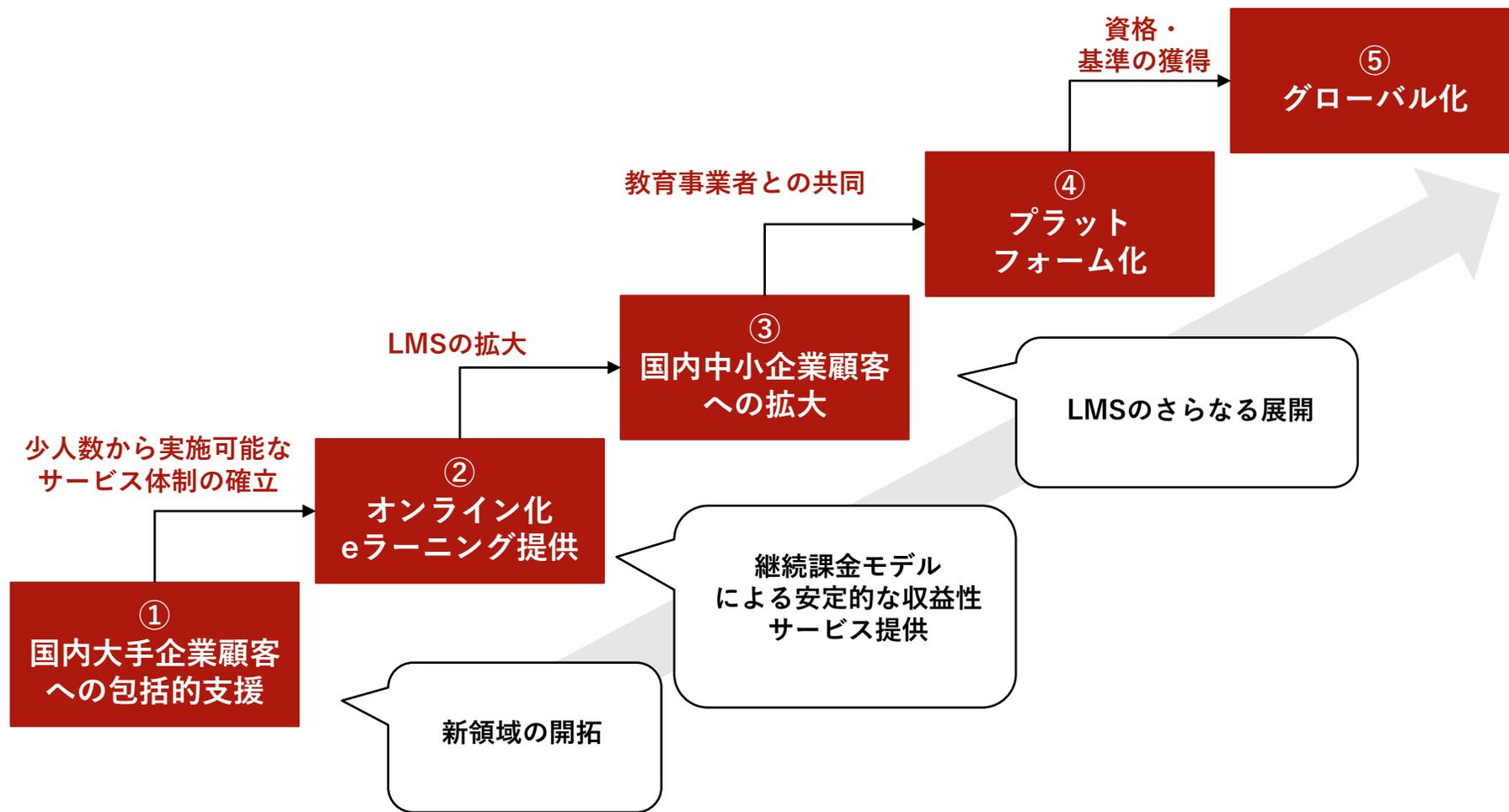
コンテンツNo.	講座名	講座概要	学習時間 (目安)	形式	タイプ別
<b>■アルーコンピテンシーマップ 役割別</b>					
ACM-1-11	学生が社会人への意識転換	社会人として求められる心構えと行動を学びます。(学生を軸とした)	約80分	動画・演習	6
ACM-1-12	自己改善サイクル	経験学習サイクルをベースに、自分自身をより良い方向に成長させる方法を学びます。	約90分	動画・演習	6
ACM-1-K1	相手の期待に応える	仕事の現場は、相手の期待に応えていくことで成ります。相手の期待をどの程度に応える、応えないのかを判断する能力を身に付けます。	約100分	動画・演習	7
<b>■アルーコンピテンシーマップ テーマ別</b>					
ACM-T001	自分の強みを生かす	仕事に活かせる強みを生かすための基本的な思考方法を学びます。	約160分	動画・演習	7
ACM-T002	ビジネスナー	社会人として基本的・汎用的なスキルを学びます。	約55分	動画・演習	9
ACM-T003	ビジネス文書	ビジネス文書を書く上で必要なスキルを学びます。	約105分	動画・演習	9
ACM-T004	仕事の進め方	「相手の期待に応える」「自分の「得意・得意」「得意」「得意」を仕事に活かすためのスキルを学びます。	約195-285分	演習	12
ACM-T005	OJTトレーナーの役割	OJTトレーナーの役割の「指導・相談」「部下の成長」「自己改善」のスキルを学びます。	約130分	動画・演習	11
ACM-T006	OJT研修	相手の期待に応えるためのスキルを学ぶためのスキルを学びます。ロール設定、進捗管理、実行を学びます。	約180分	動画・演習	11
ACM-T007	OJTトレーナー向け 関係構築スキル	OJTトレーナーの期待に応えるためのスキルを学びます。関係構築のスキルを学びます。	約120分	動画・演習	7
ACM-T008	OJTトレーナー向け マネジメント	OJTトレーナーの期待に応えるためのスキルを学びます。マネジメントのスキルを学びます。	約120分	動画・演習	11
<b>■アルーコンピテンシーマップ テーマ別</b>					
ACM-T042	アルーコンピテンシーマップ 目的	仕事で求められるスキルを身に付けるためのスキルを学びます。	約135分	動画・演習	11
ACM-T043	アルーコンピテンシーマップ 目的	仕事で求められるスキルを身に付けるためのスキルを学びます。	約135分	動画・演習	11
ACM-T044	アルーコンピテンシーマップ 目的	仕事で求められるスキルを身に付けるためのスキルを学びます。	約135分	動画・演習	11
ACM-T045	アルーコンピテンシーマップ 目的	仕事で求められるスキルを身に付けるためのスキルを学びます。	約135分	動画・演習	11
ACM-T046	アルーコンピテンシーマップ 目的	仕事で求められるスキルを身に付けるためのスキルを学びます。	約135分	動画・演習	11
ACM-T047	アルーコンピテンシーマップ 目的	仕事で求められるスキルを身に付けるためのスキルを学びます。	約135分	動画・演習	11
<b>■グローバル</b>					
AG-001	Japanese Workplace Culture	日本企業で働くための文化やマナーについて学びます。	約80分	動画・演習	5
AG-002	Communication with Japanese	日本人とコミュニケーションするためのスキルを学びます。	約80分	動画・演習	5
AG-003	異文化コミュニケーション	異文化コミュニケーションの重要性を理解し、適切な対応方法を学びます。	約80分	動画・演習	5
AG-004	Japanese Business Manners	日本企業で働くためのマナーやビジネスエチケットを学びます。	約85分	動画・演習	5
AG-005	外国人部下マネジメント	外国人部下を効果的にマネジメントするためのスキルを学びます。	約90分	動画・演習	5
<b>■コンプライアンス・個人情報保護</b>					
PR-001	コンプライアンス	企業におけるコンプライアンスの重要性と実践方法を学びます。	約40分	動画	1
PR-002	個人情報保護	個人情報の取り扱いに関する法律と実践方法を学びます。	約40分	動画	1
<b>■Microsoft Office</b>					
AP-015	Microsoft Excel 初級編	Excelの基本的な操作と数式の入力方法を学びます。	約40分	動画	1
AP-016	Microsoft Excel 中級編	Excelの応用的な操作と数式の入力方法を学びます。	約60分	動画	1
AP-017	Microsoft Word 初級編	Wordの基本的な操作と文書の作成方法を学びます。	約60分	動画	1
AP-018	Microsoft Power Point 初級編	Power Pointの基本的な操作とプレゼンテーションの作成方法を学びます。	約60分	動画	1
<b>■学習内容の定着化支援</b>					
AS-003	学びの振り返り	学習した内容を振り返り、定着させるためのスキルを学びます。	約180分	演習	12
AS-004	問題解決力	問題解決のためのスキルを学びます。	約180分	演習	12

演習型コンテンツが充実

階層別に網羅的・体系的に提供

- オンライン研修導入企業増加の流れに乗り、  
 大企業顧客基盤を活かした事業展開をすることで競合優位性を発揮し、  
 etudesを中心にeラーニング等へ積極投資しストック収益の割合を拡大していく。





成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える  
可能性があるとして認識する主要なリスク及び対応策

---

成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスク

項目	主要なリスクについて	顕在化する可能性	時期	影響度	当社の対応策
事業環境	当社グループは、大手企業を主要顧客とし、法人を対象とした人材育成事業を提供しております。今後、22年～24年の期間において若年労働人口及び新卒採用動向の変化により新卒採用数が減少した場合、当資料記載の計画内容に大きく影響を及ぼす可能性があります。	小	長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 新入社員向け研修に留まらず、中堅社員、管理職、経営層など幅広い階層別のテーマを拡充することで、新入社員向け研修だけに依存しないサービス体制の構築に努めております。</li> <li>② 新入社員向け研修は新人導入研修として4～5月に集中して実施される傾向がありますが、事前事後のサポート及びeラーニングの提供を促進し、導入研修のみに留まらない人材育成を提供しております。</li> </ul>
競合について	今後、当社の競争優位性として認識しております顧客との関係構築を通じたニーズに合わせたカスタマイズ力や、アセスメント等を通じた現場での育成成果の定着支援が他者に対する優位性が維持できなくなった場合、当資料記載の計画内容に大きく影響を及ぼす可能性があります。	小	中期	中	<p>当社の強みである、顧客ごとの個別最適化を継続して強化していきながら、オンライン研修やオンラインでの教材提供、eラーニングを総合的に組み合わせた「オールデジタル教材」の提供拡大を通じ競合優位性を維持してまいります。</p>

以上は、成長の実現や事業計画の遂行において重要な影響を与える可能性があるとして当社が認識している主要なリスクです。その他のリスク情報につきましては、有価証券報告書「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」をご参照ください。



育成の成果にこだわる、を次のスタンダードへ。  
さらに、個別最適化学習を加速させる。  
すべては、人のあらゆる可能性を切り拓くために。

alue