

事業計画及び成長可能性に関する事項の開示

2022年5月20日

東証グロース（7049）



1. ビジネスモデル

2. 経営戦略

3. 事業計画

4. 投資戦略・財務戦略

5. リスク情報

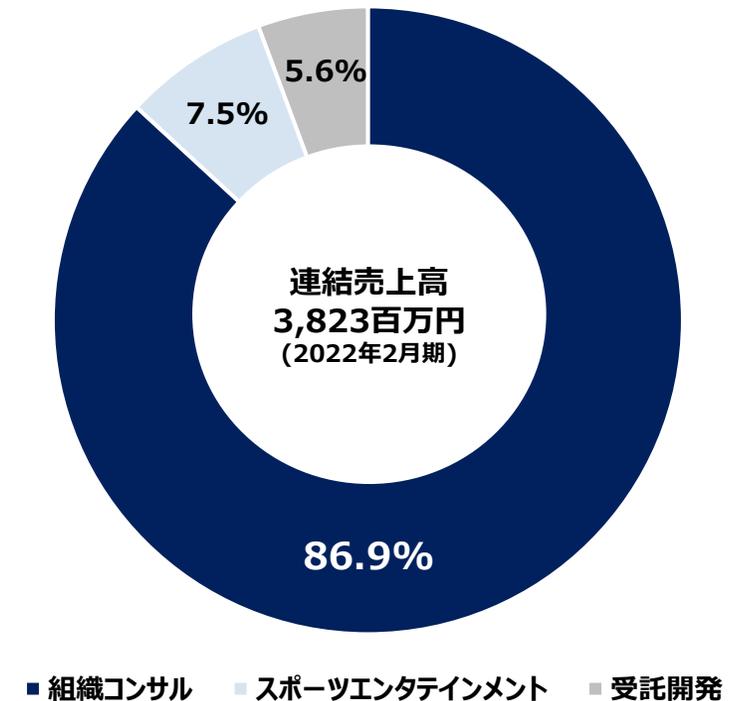
1. ビジネスモデル 識学グループ 概要

- 独自の組織運営メソッド「識学」を用いた「組織コンサルティング事業」を収益の軸として、事業展開を行う

事業別の内容

事業	内容
組織コンサルティング事業	<ul style="list-style-type: none">➢ 独自理論の「識学」を用いた組織運営に関するコンサルティングの提供➢ 組織運営の継続的な運用支援を行うプラットフォームサービスの提供
スポーツエンタテインメント事業	<ul style="list-style-type: none">➢ プロバスケットボールチーム「福島ファイヤーボンズ」の運営
受託開発事業	<ul style="list-style-type: none">➢ SaaS に関する開発業務の受託/識学クラウドの開発・保守
ハンズオン支援事業	<ul style="list-style-type: none">➢ 主な収益源は投資先のEXIT（IPO/M&A等）によるキャピタルゲインを収益源とする「組織改善支援」×「金融・ファイナンス支援」という独自性を持ったファンド
VCファンド事業	<ul style="list-style-type: none">➢ 「組織力」や「成長する組織への転換」に着目した投資を行い、投資先企業への「識学」導入による組織改善によって成長を支援するベンチャーキャピタル

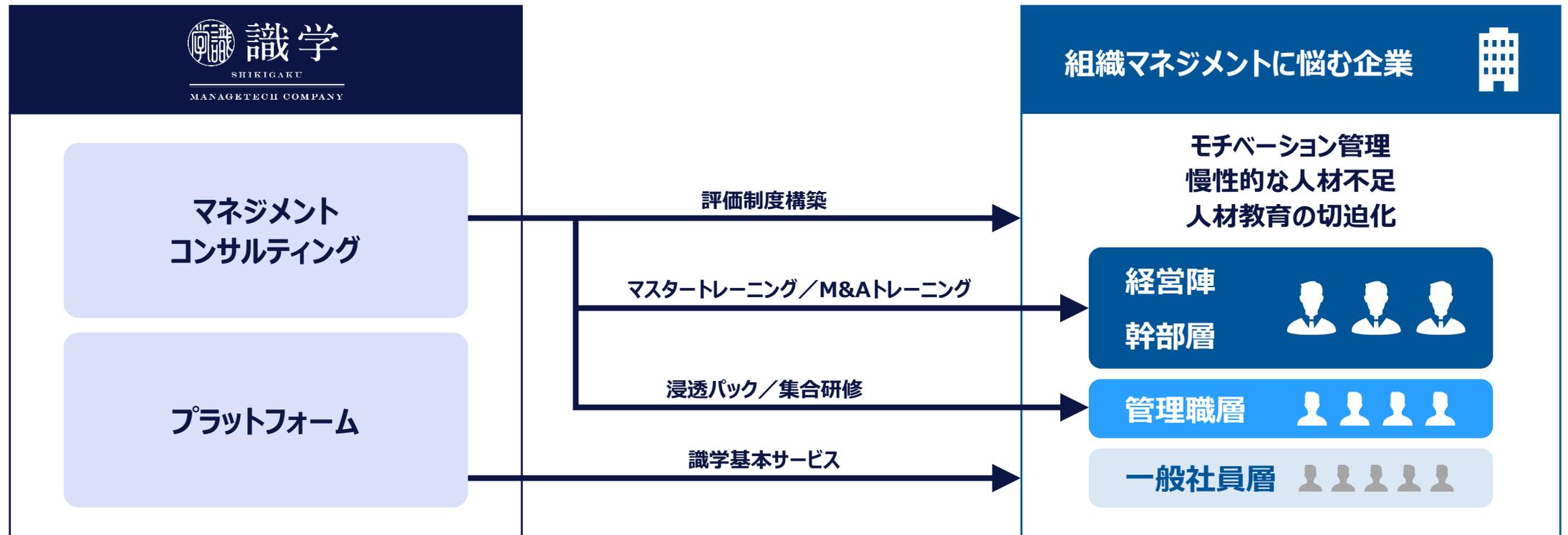
事業別売上高構成比



1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-サービス内容①

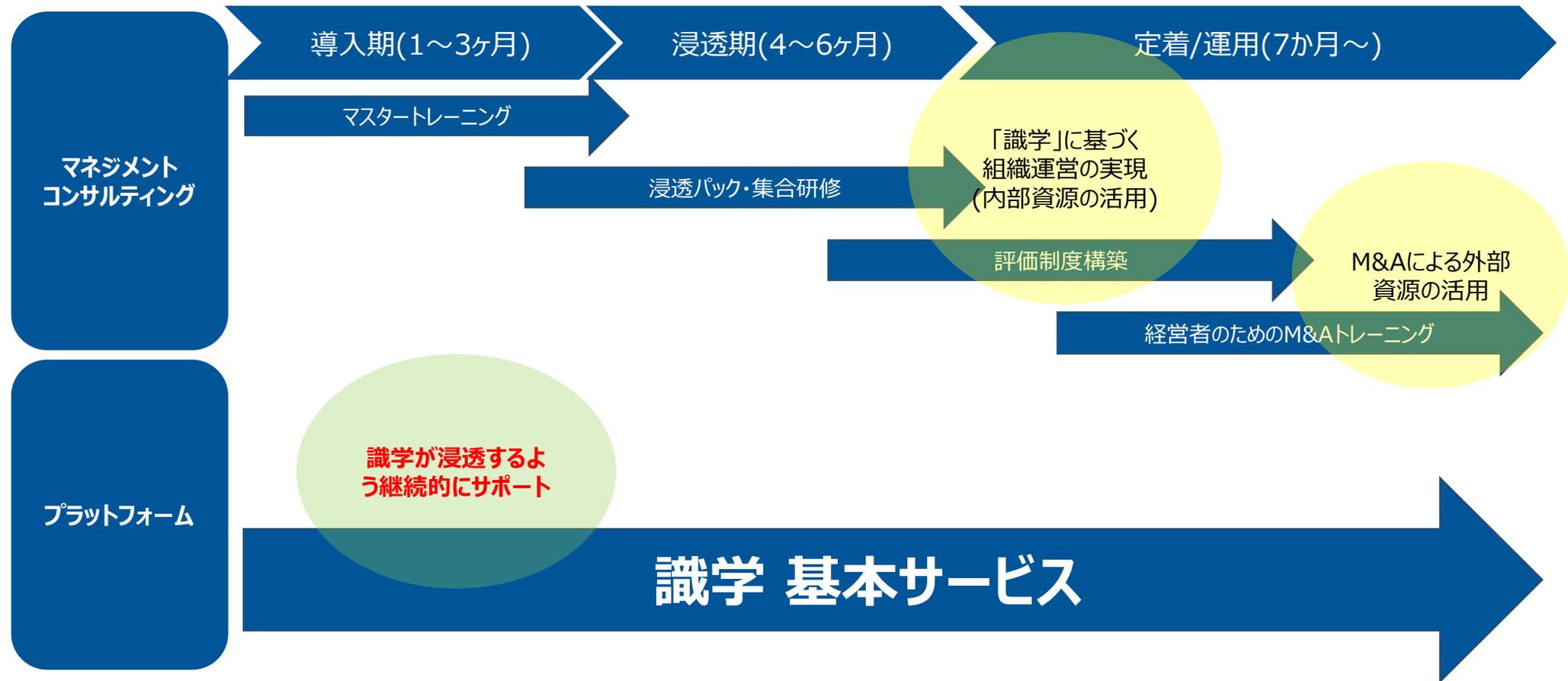
- 「マネジメントコンサルティング」は、**役務提供を行う講師数の増加**に応じて収益が増加するモデルである
- 月額ストック型の「プラットフォームサービス」は、**契約社数の増加**に応じて収益が増加するモデルである



1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-サービス内容②

- 導入期から定着・継続運用までの当社の提供するサービスの利用イメージは以下のとおり
- マネジメントコンサルティングにより、経営陣・幹部層へ「識学」に基づく組織運営をトレーニングし導入する
- 識学基本サービスにより、「識学」に基づく組織運営が運用できる状態になるまで、継続的に運用サポートを行う



1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-サービス内容③

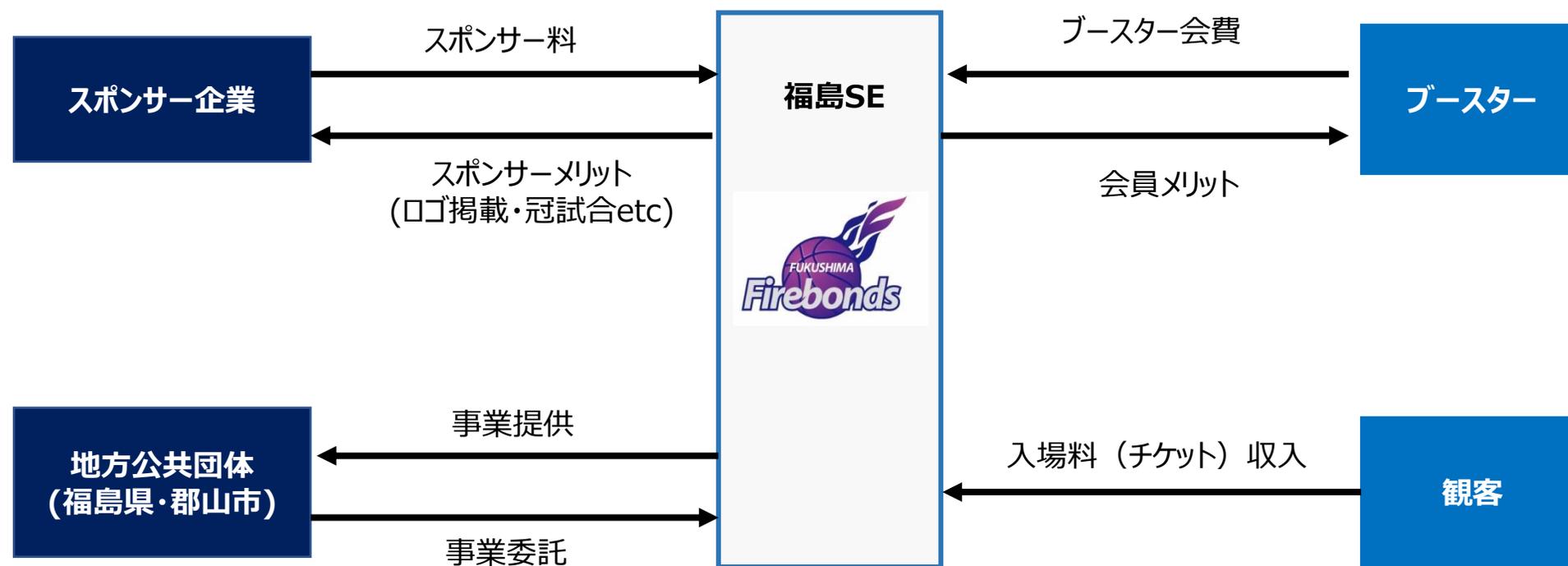
- マネジメントコンサルティングとプラットフォームの具体的なサービス内容と価格帯は以下のとおり

サービス区分	サービス詳細	収益構造	価格
マネジメントコンサル	マスタートレーニング(経営者向け) ・面談形式の識学におけるベストトレーニング	役務提供型	150万円～ (12.5万/1回～)
	浸透パック ・動画学習集合研修でマスタートレーニングの理論を学習		180万円～ (25万/1回～)
	評価制度構築 評価制度構築のコンサルティングを実施		200万円～ (最大4ヵ月間)
	経営者のためのM&Aトレーニング ・経営者を対象にしたマンツーマンのトレーニング		120万円～ (12回コースの場合)
プラットフォーム	識学 基本サービス マネジメントコンサルのアウトプットフォローや識学クラウド機能、定期勉強会を含めた総合パッケージ。識学導入にあたり必須となるサービス	月額課金型	1社あたりの課金 月額20万円～

1. ビジネスモデル

スポーツエンタテインメント事業-ビジネスモデル/収益構造

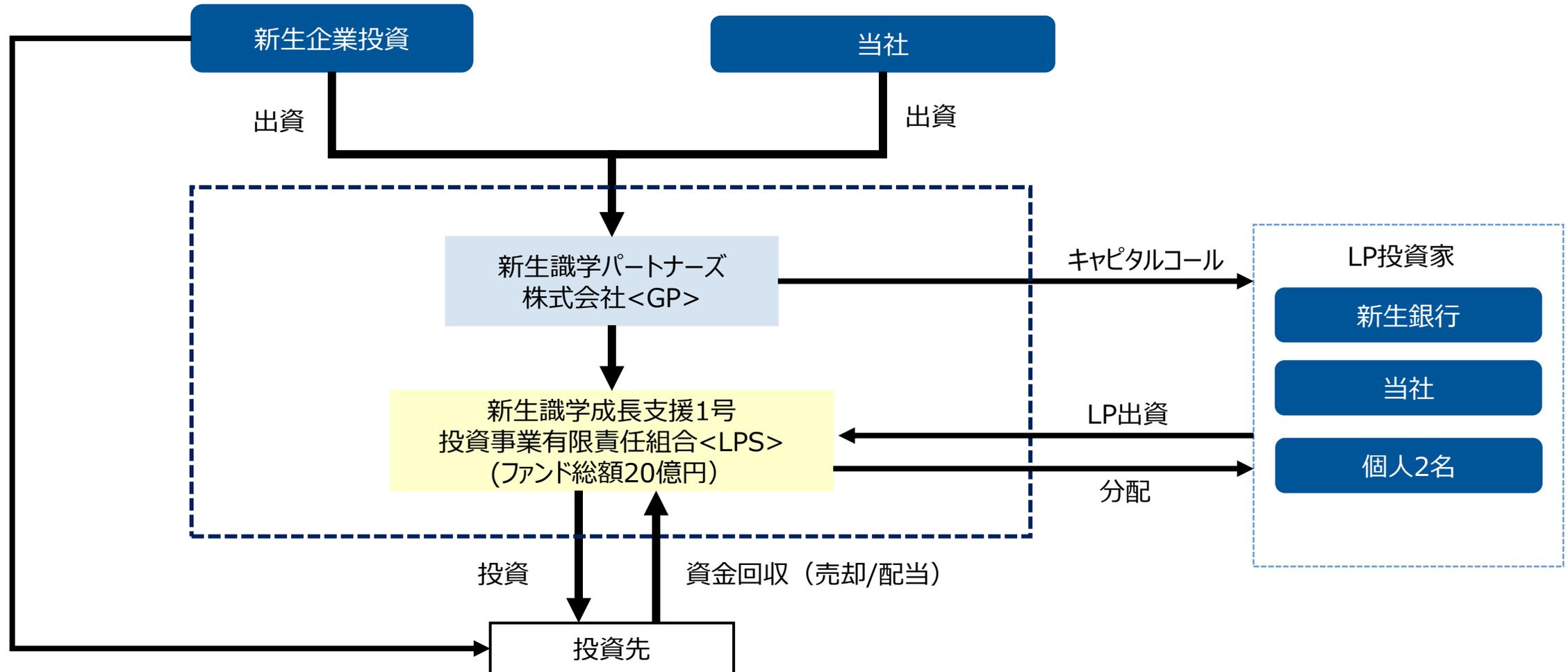
- スポーツエンタテインメント事業の主な収益は「**スポンサー収入**」「**入場料収入**」「**行政からの受託収入**」で構成される
- 地方公共団体からの受託収入は、企業版ふるさと納税を活用した受託事業となっている



1. ビジネスモデル

ハンズオン支援ファンド事業-ビジネスモデル/収益構造

- 主な収益源は投資先のEXIT（IPO/M&A等）によるキャピタルゲインを収益源とする
- “組織改善支援”×“金融・ファイナンス支援”という独自性をもつ共同ファンドを新生企業投資と組成
- 金融系のPEファンドと共同ファンドを組成することで、金融・ファイナンス観点での経営支援も提供できるファンド



1. ビジネスモデル

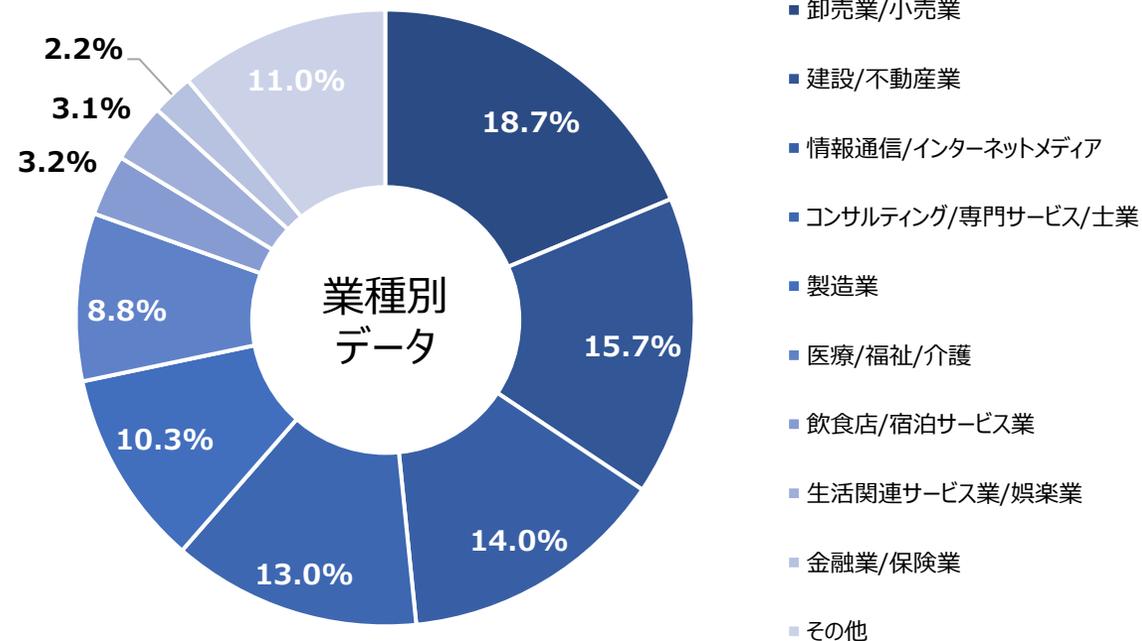
当社グループの外部環境と強みの整理

外部環境		蓄積したアセット	
市場認識	市場規模： 359万社 （当社シェア0.08%）	ノウハウ	<ul style="list-style-type: none"> 「識学」という独自メソッド <ul style="list-style-type: none"> 組織ならどこでも適用可能な汎用性 「識学」をもとにした書籍の販売が好調（リーダーの仮面32万部の販売）
当社の市場の捉え方	<ul style="list-style-type: none"> どの企業においても組織運営に対する課題を持っている。 顧客層：中小企業～大企業すべての企業 労働人口の減少に伴い生産性向上を目指している企業が多い 	顧客基盤 顧客獲得効率	<ul style="list-style-type: none"> 2,800社を超える顧客基盤。 <ul style="list-style-type: none"> 顧客基盤に対しての追加サービス提供を行うことで、新規事業展開が容易 インバウンド中心の顧客獲得ルート <ul style="list-style-type: none"> 毎月2,000件を超える問い合わせ件数 獲得効率400%超の高い顧客獲得効率
需要の状況	<p>需要環境はポジティブ、かつ、さらに拡大できると想定</p> <ul style="list-style-type: none"> 問合せ件数は28,000件/年 大企業の受注の発生（従来からの変化） 顧客層は中小～中堅企業がメインだが、大企業では部署導入を前提に受注が獲得可能 	採用力 再現性	<ul style="list-style-type: none"> 每期20名講師を増加を実現する採用力 平均80日で講師育成をする体制
当社の基本方針	<ul style="list-style-type: none"> 大企業の受注という当社を取り巻く環境の変化（チャンス）に対して、投資を行い、顧客獲得効率という強みを生かしながらさらなるシェア拡大 シェア拡大に必要な人員の採用を従来以上に積極的に採用 		

1. ビジネスモデル 市場規模と成長ポテンシャル

- 開示時点における当社の主な顧客層は中規模企業となっている
- 当社の現状の顧客単価に基づく国内市場における成長ポテンシャル **1兆1,000億円**※1と推定
- 業種への偏りは少なく、どの業種でも実践可能であることの証明

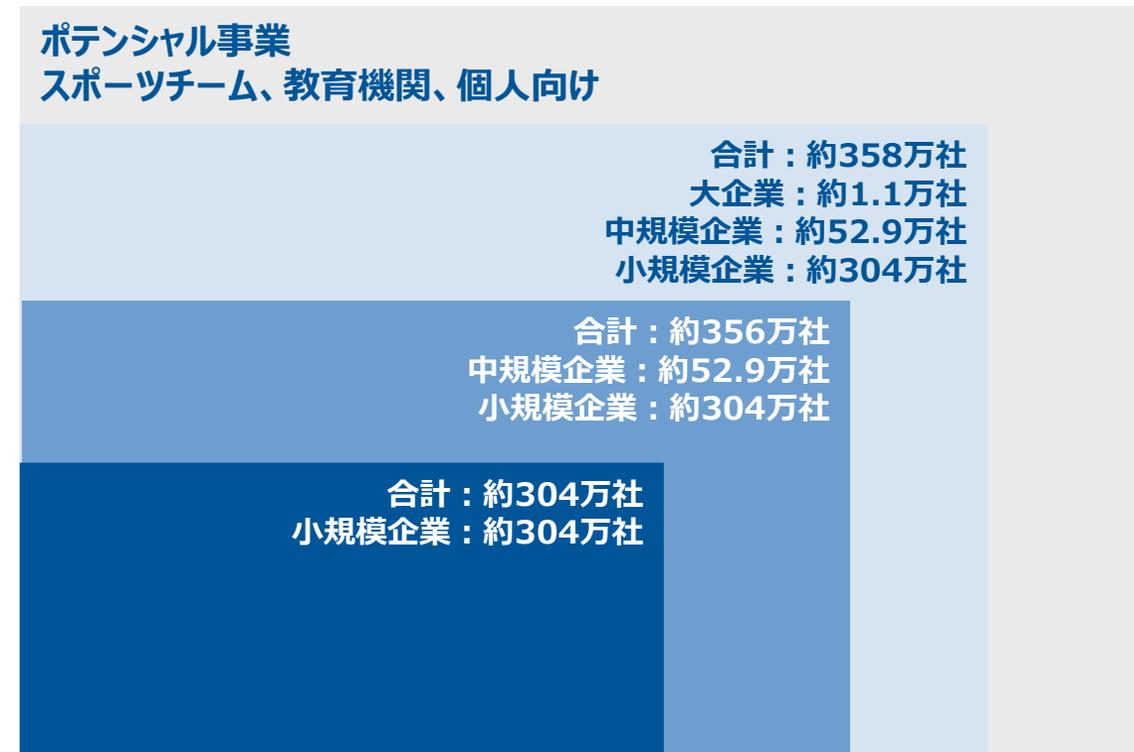
■ 契約企業の業種別割合



■ 日本の企業数と当社シェア

当社の累計契約社数は2,873社と日本の企業数358万社に対してシェアは0.08%と今後の開拓余地が大きい

ポテンシャル事業 スポーツチーム、教育機関、個人向け

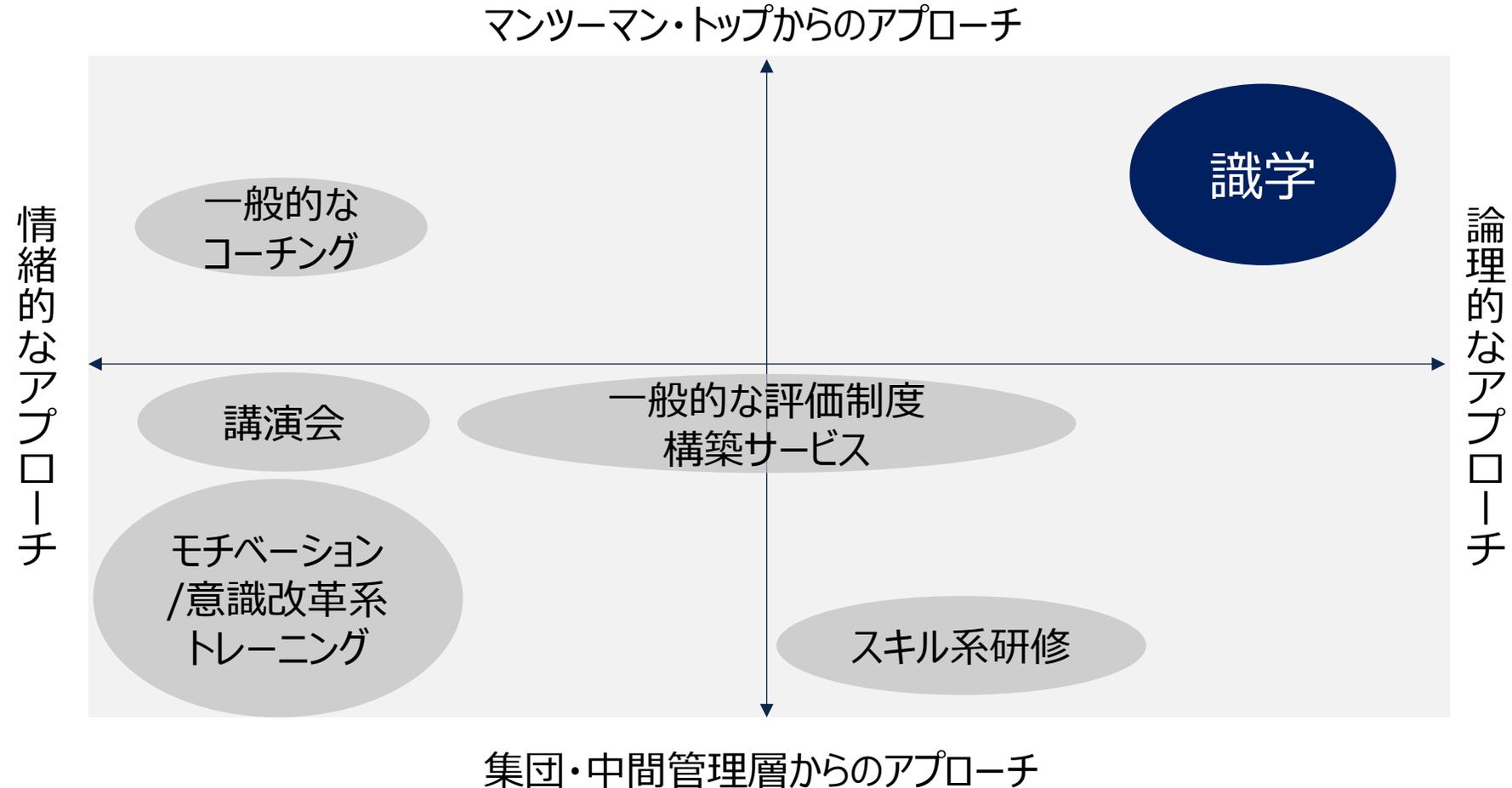


※1: 中規模企業×顧客あたりの受注単価 (2022年2月期の1案件あたりの平均受注単価200万円を利用)
(出展)中小企業庁「中小企業白書」2019年版

1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-独自のポジショニング

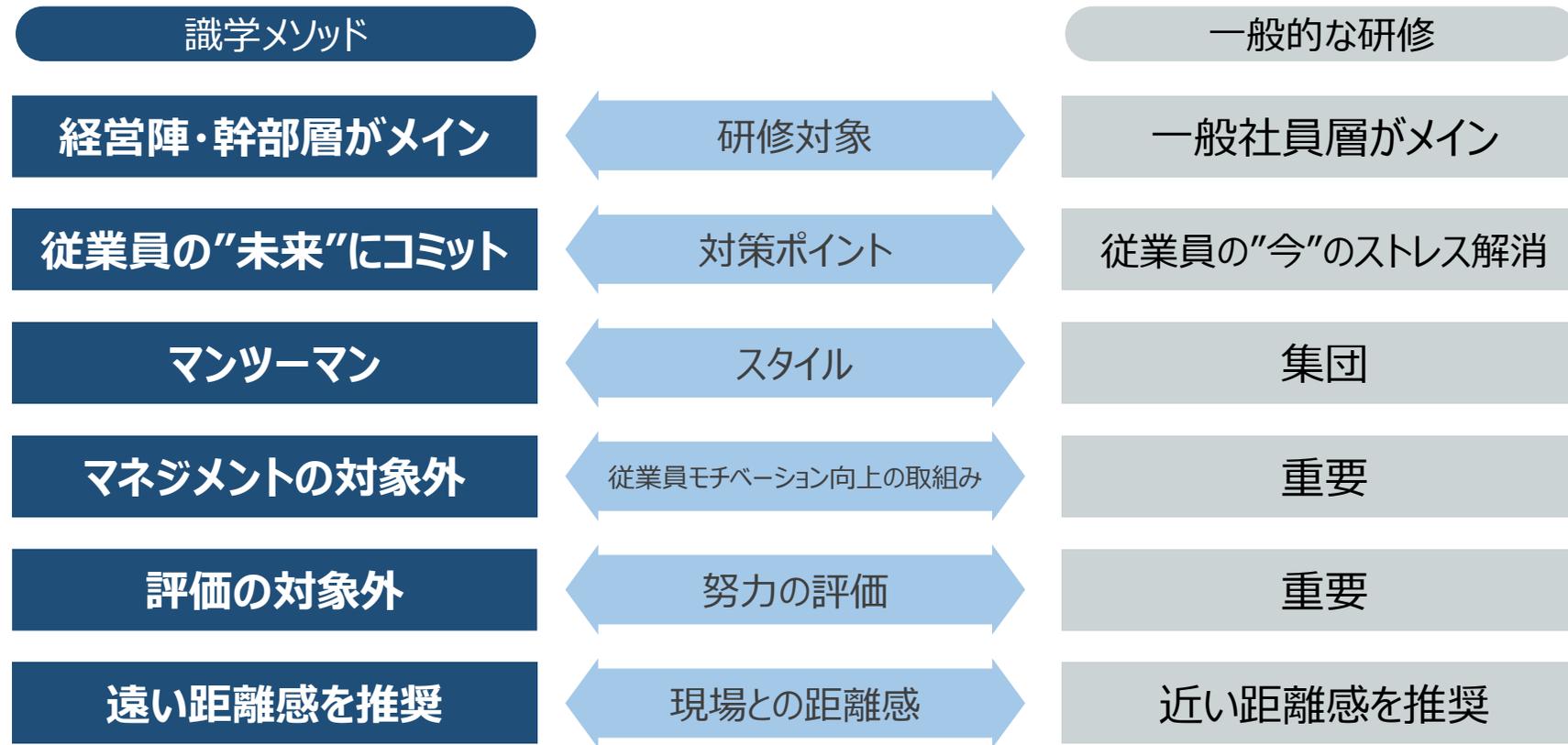
- 経営トップ層へのアプローチ、論理性、マンツーマントレーニングの3点の特徴を有する
- 組織運営に関するコンサルティングを行うプレイヤーは多数存在するものの、当社のポジショニングは差別化されている



1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-識学と一般的な研修ビジネスとの比較

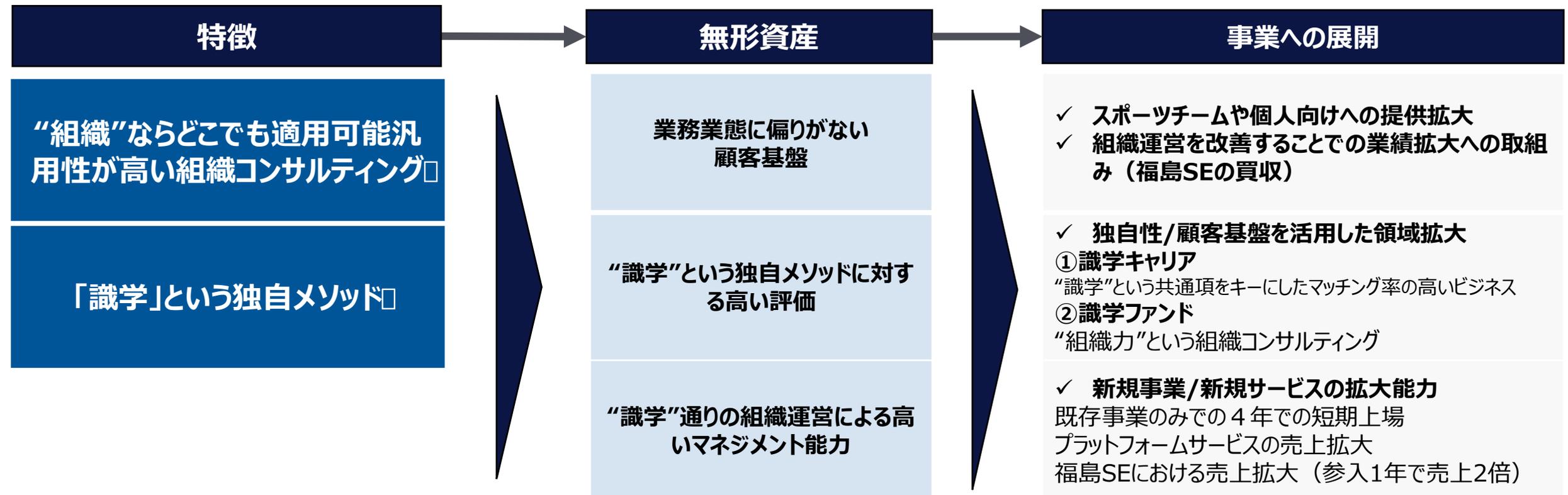
- 識学メソッドを活かした組織運営は、一般的な研修が推奨する組織運営とは対極に位置
- 焦点は、未来へのコミットか、今のストレス緩和か、の違い



1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-競争優位性(汎用性・独自性)

- 「識学」という独自メソッド
- 論理的なメソッドであるため**“組織”であればどんな事業においても適用可能**。その結果、業種業態に偏りがない顧客基盤を保有
- 積極的な事業展開及び「識学」によるマネジメント成果と実績、高い新規事業開発力、事業拡張能力を有する

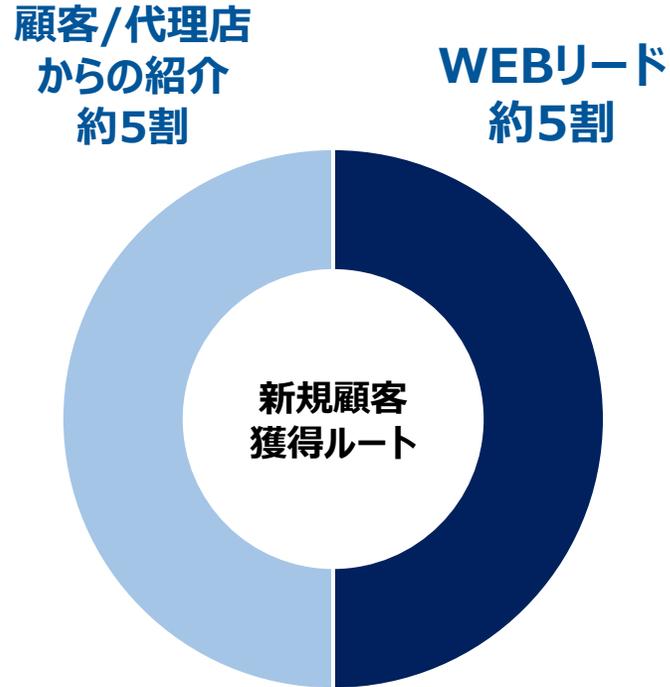


1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-顧客獲得ルートと獲得効率

- 顧客獲得ルートは紹介とWEBリードの割合の**50%ずつ**であり、「識学」の**満足度が高く、かつ、知名度が向上している**ことが言える
- 獲得費用に比例して獲得単価が伸びており、投資対効果が高いことが言える

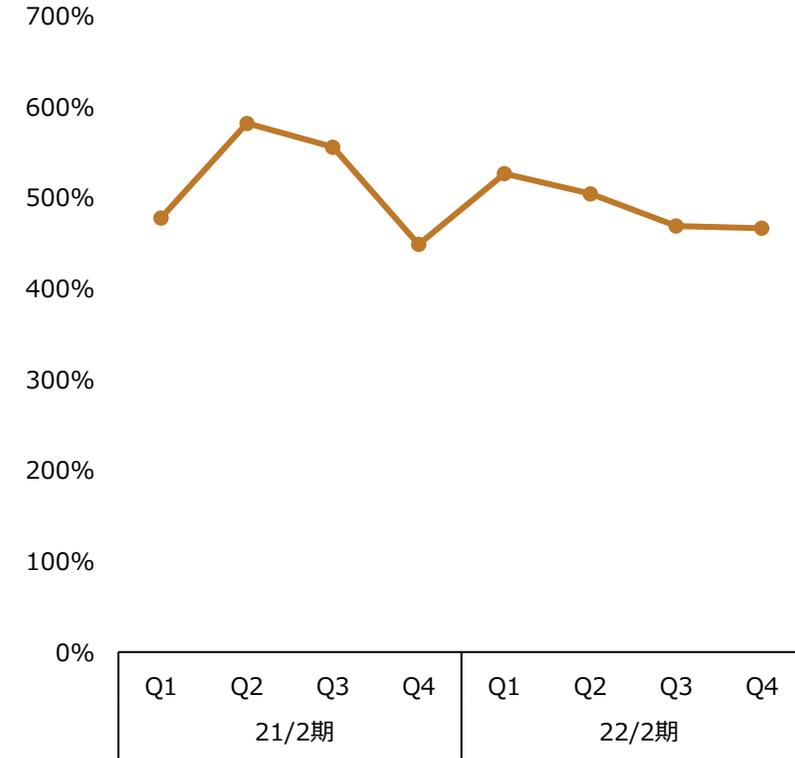
顧客獲得ルート実績



顧客獲得費用と獲得単価※1



獲得効率※2



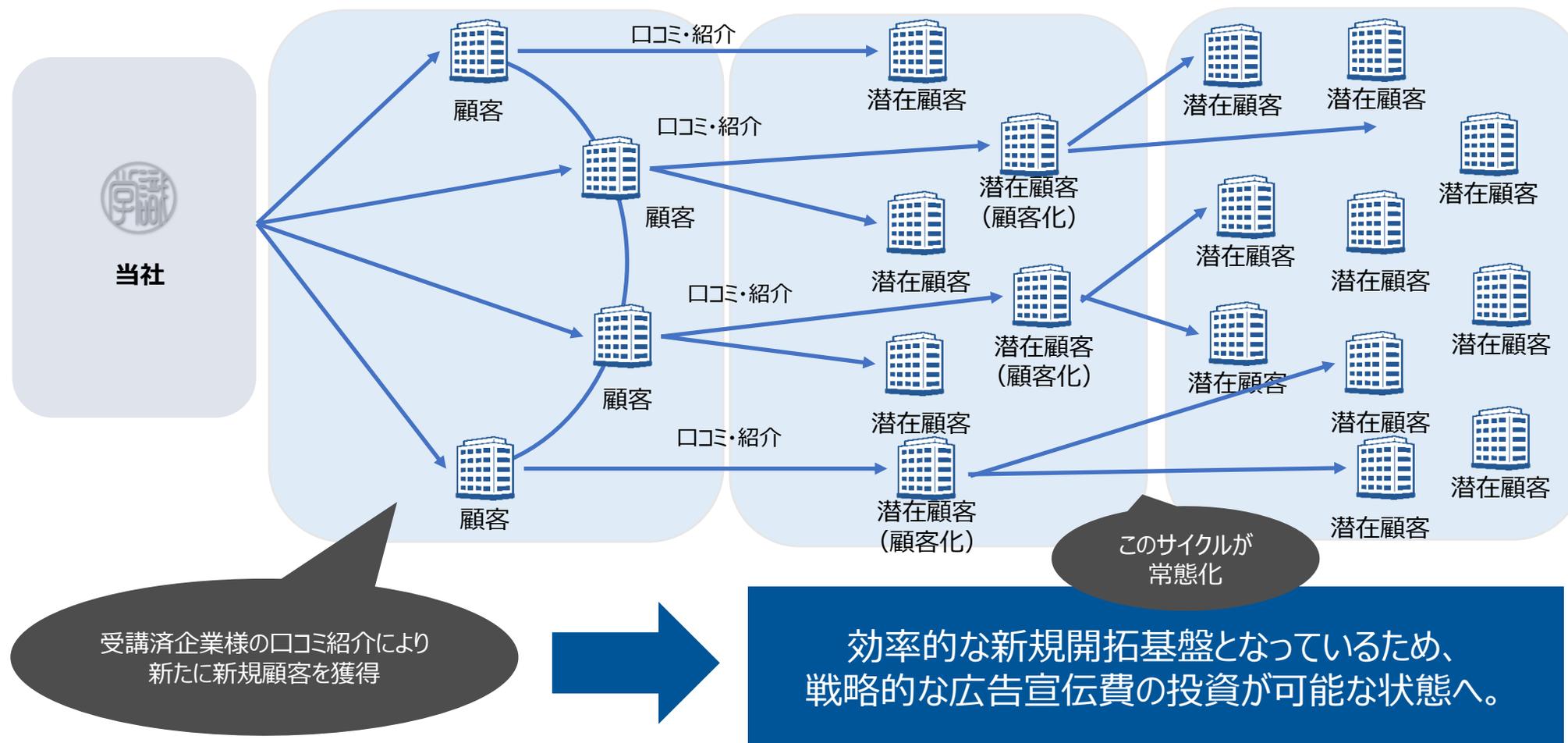
※1 獲得単価 = 顧客獲得費用(広告宣伝費 + 紹介代理店手数料) ÷ (新規契約社数 + リピート受注案件数)

※2 獲得効率 = 受注単価 ÷ 獲得単価

1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-契約社数がストックのように積み上がるモデル

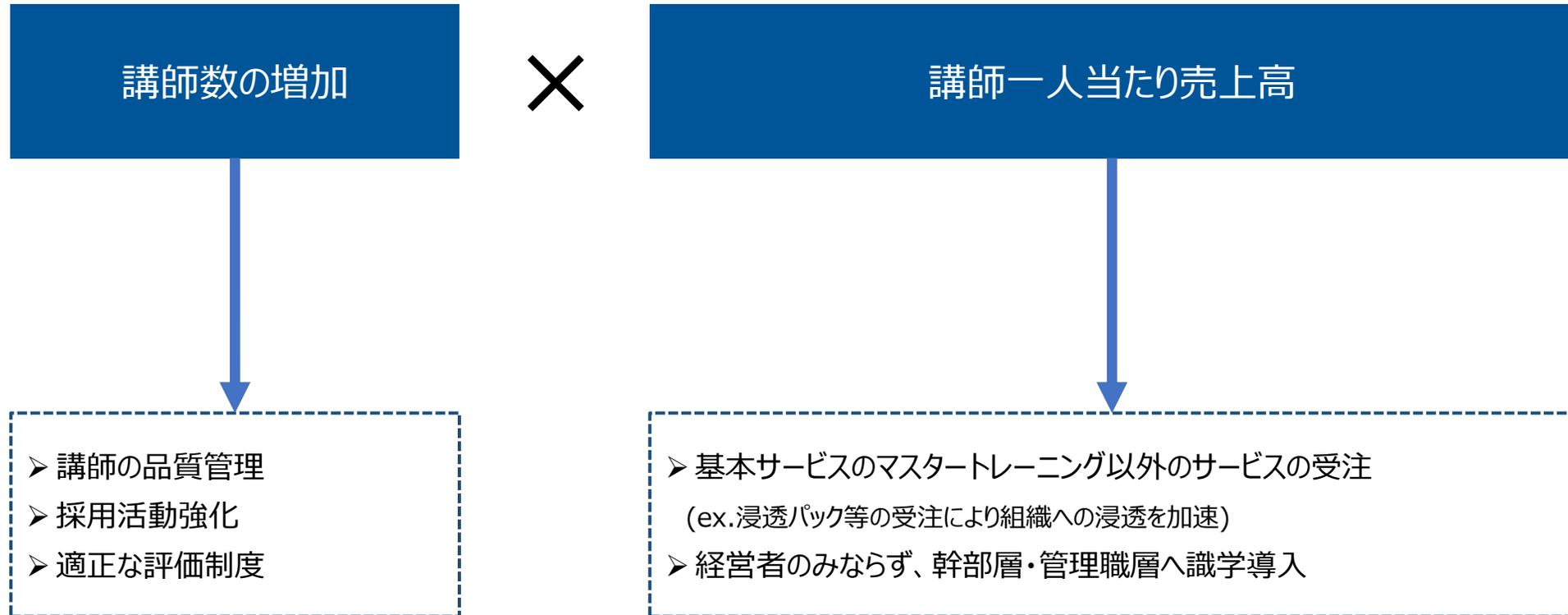
- マネジメントコンサルティングサービス契約企業様からの口コミでの紹介が中心
- 識学受講済企業が増えれば、より安定的な顧客拡大が見込める状態（フローとストックの間に位置する半ストック型）



1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-売上高の継続的成長のための戦略

- **最重要KPI : 「講師数」と「講師一人当たり売上高」**
- 「識学」メソッドは汎用性が高く、当社の品質管理体制により、一定基準以上の品質を保有した講師育成が可能
- 講師数の増加と講師一人当たり売上高の上昇により、更なる売上増加を目指すことが可能



1. ビジネスモデル

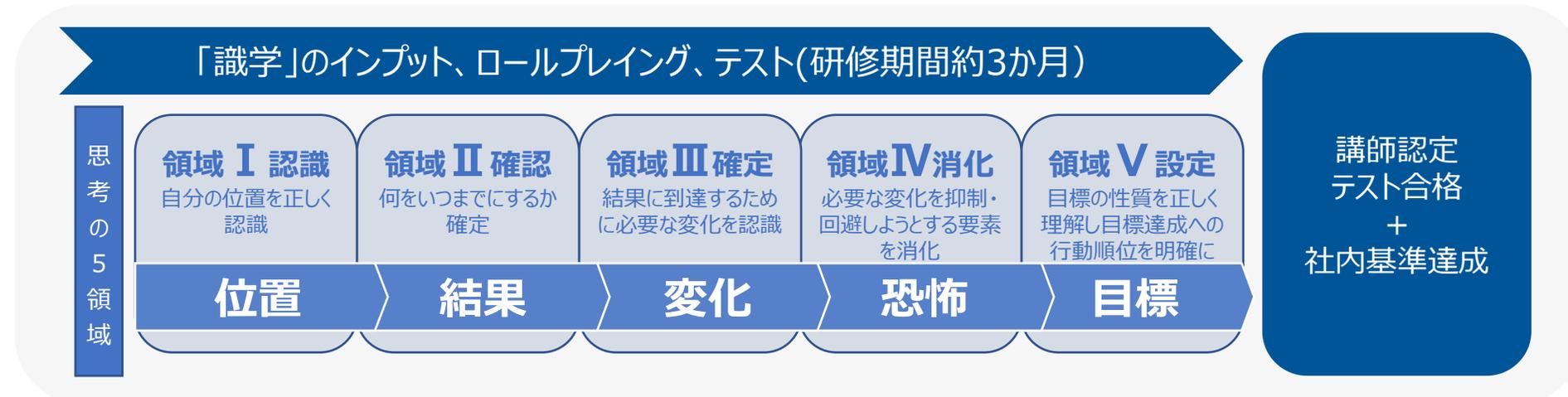
組織コンサルティング事業-一定基準以上の講師を育成できるコンテンツ力

- 論理的かつ汎用性が高い「識学メソッド」と講師育成体制により

講師個人の能力に依存せず、一定基準以上の品質を保有した講師育成が可能



■ トレーニングカリキュラム



1. ビジネスモデル

組織コンサルティング事業-一定基準以上の講師を育成できるコンテンツ力

- 当社講師への応募者数は、積極的な採用活動により過去最高
- サービス品質を保つため、識学クラウドを活用した応募者のサーベイ・講師候補の採用基準を高く設定し厳選して採用を実施
- 入社後に講師になるまでの期間は2か月～3か月と当社の規模増加に関わらず講師を量産できる育成体制

求人応募数 **4,678件**

(2021年2月期実績 **2,162件**)

内定率 **1.2%**

(2021年2月期実績 **1.6%**)

入社後から準講師になるまでの期間 **69.6日**

(2021年2月期実績 **77.8日**)

一般講師へ昇格するまでの期間※1 **97.8日**

※1 2022年2月期第2四半期より昇格基準を変更しております。

2. 経営戦略 事業の方向性

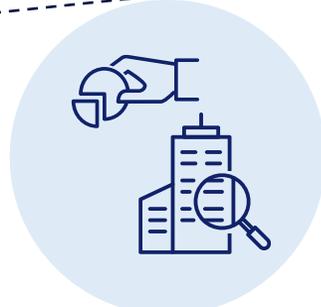
- “有用性証明”という方向性での事業運営方針を継続
- 中長期で目指す姿：「識学」という**“独自のマーケット”**を確立する。
- そのためにも日本中の経営者・労働者、中小企業～大企業まで「識学」というものが正しく認知されている状態にする



過去（創業～IPO）

ベンチャーを中心に、
経営者間の口コミ紹介で
「識学」を広める

- IPOで社会的信用度を高める
- ベンチャー企業間での紹介による受注獲得を通じて「識学」を広める



現在（IPO～現在）

「識学」の有用性の証明を
行うため事業を多角化

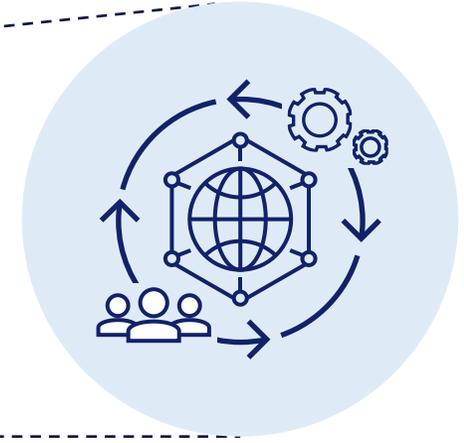
- 福島スポーツエンタテインメントの買収
- VCファンドの組成
- ハンズオン支援ファンドの組成



中長期

「識学」の考えに基づく働き方が
スタンダードにすることによる
日本の働き方の変革

- 大企業間での口コミによる受注
- すべての企業規模へ導入が促進



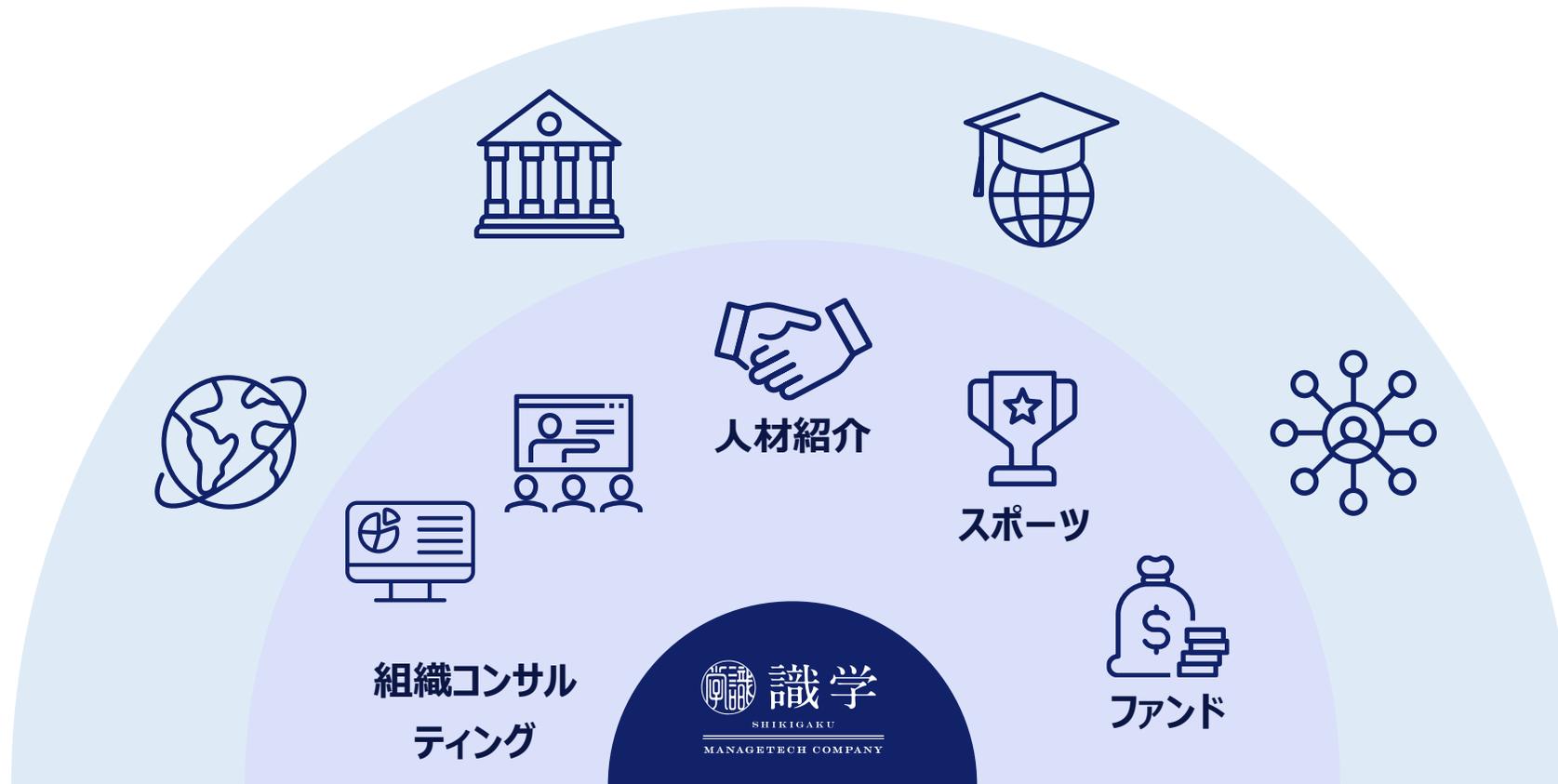
長期

「識学」という“独自マーケット”を構築
“識学”経済圏の構築による
高い参入障壁の構築

- コンサルティングという市場ではなく「識学」というコンテンツに紐づくビジネスを独自マーケットにて展開

2. 経営戦略 長期的な戦略イメージ

- 長期的なイメージは、「識学」に基づくサービスが“行政・地方公共団体・教育機関・海外企業”まで広がり
- 人々の持つ可能性を最大化するという経営理念が達成しているイメージ



2. 経営戦略 経営方針・成長戦略

- **2023年2月期～2025年2月期は基盤構築時期と位置づけ、一定の利益を出しつつも、投資を積極的に実施する方針**

1 | **広告宣伝費の大規模投資で、中長期で継続的な売上成長を実現する**
(前中期経営計画比+11.9億円の積極投資)

2 | **講師の前倒し採用による体制強化※1**
(前中期経営計画比+6.5億円)

3 | **既存事業の成長に注力※2**
※受託開発事業の撤退、新たな大規模の新規事業・M&Aの実施は予定せず

※1 前回開示時点では、2024/2期時点で講師100名体制を目標としておりましたが、積極投資を行い、2024/2期時点で講師140名体制まで強化を進める予定です。

※2 前回開示時点では、「事業領域の拡大」を戦略として掲げておりましたが、2023/2期～2025/2期の間は、「既存事業への注力」を行うため方針転換しております。

2. 経営戦略 事業セグメントごとの戦略

事業セグメント	方針	戦略
組織コンサルティング	重点	<ul style="list-style-type: none"> 講師の前倒し採用により2023年2月期で120名体制、2025年2月期には160名体制 プラットフォームサービスの解約率低減 講師一人当たり売上高400万円の維持 識学キャリア事業（人材紹介・採用コンサル・採用代行・識学転職）のさらなる売上拡大 大企業の獲得・認知度UPにむけた広告宣伝費の大規模投資
ハンズオン支援ファンド VCファンド	重点	<ul style="list-style-type: none"> 識学VCファンド(1号)：投資先のIPO支援 識学VCファンド(2号)：ソーシング&投資 + 投資先のIPO支援 ハンズオン支援：ソーシング&投資先の体制改善
スポーツエンタテインメント	重点	<ul style="list-style-type: none"> スポンサー収入のさらなる拡大（獲得社数の増加／単価up） 行政とのつながりを活用した受託事業のさらなる成長 チームへの投資を行いながら25/2期に通期営業利益の黒字化を目指す 新B1リーグ制度に向けたボンズアリーナの建設を実現するための行政との連携
受託開発	撤退	<ul style="list-style-type: none"> 受託開発は完全撤退を行う 受託開発セグメントのリソースは組織コンサルティング事業の拡大に必要なシステム開発へ投下する

3. 事業計画 前中期経営計画初年度（2022年2月期）の計画と実績

- 中期経営計画の初年度は概ね計画通りであるものの、今後さらに成長するために投資すべきポイントが明確に

項目	22年2月期 (計画)	22年2月期 (実績)	判定	今後の成長に向けた課題	次年度以降の取組み
売上高	37.8億円	38.2億円	◎		
営業利益	4億円	3.59億円	△	<ul style="list-style-type: none"> 準講師の営業力に対する育成 基本サービスの解約率低減 	<ul style="list-style-type: none"> 一定以上の営業力を有した準講師の育成体制確立 解約率の低減
親会社株主に帰属する当期純利益	1.53億円	2.24億円	◎		
講師数	75人~85人	73人	△	<ul style="list-style-type: none"> 講師候補の入社時期が下半期になると、期末講師数が想定より増えないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 期末講師数の確保のため、講師候補の入社が上半期中となるよう積極的に採用を進める
講師候補	8人	8人	○		
講師一人当たり売上高	400万円/月	381万円/月	△	<ul style="list-style-type: none"> 準講師の営業力に対する育成 	<ul style="list-style-type: none"> 一定以上の営業力を有した準講師の育成体制確立
トピックス	<ul style="list-style-type: none"> Webリードから大企業※1獲得 「リーダーの仮面」の32万部の販売 		◎	<ul style="list-style-type: none"> 大企業の開拓、大企業間の口コミの発生 	<ul style="list-style-type: none"> 大企業向けマーケティング 大企業向け営業部署

※1 従業員500名以上の企業

3. 事業計画 各セグメントごとの進捗状況①

事業セグメント	戦略	進捗状況
組織 コンサルティング	<ul style="list-style-type: none"> 講師100名体制に向け、継続して20名～25名の講師増加 プラットフォームサービス売上・契約社数のさらなる拡大 講師一人当たり売上高400万円の維持 識学キャリアのさらなる売上拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 講師は19名増加し概ね計画通りに進捗 計画を超える月額ストック1.2億円／契約社数500社超まで進捗 平均381万円と概ね計画通りに進捗 キャリア年間売上：約1億円（YoY+341%）まで拡大 キャリア人員：6名→15名まで拡大
スポーツ エンタテインメント	<ul style="list-style-type: none"> スポンサー収入の増収（獲得社数の増加／単価up） <ul style="list-style-type: none"> 営業管理体制のさらなる強化による行動量の最大化 スポンサーメニュー増加による単価上昇 行政とのつながりを活用した収益源のさらなる成長 <ul style="list-style-type: none"> 企業版ふるさと納税・新たな収入源のさらなる拡大 チーム強化による早期のB1昇格 	<ul style="list-style-type: none"> スポンサー売上：前期比1.5倍の成長 →スポンサー社数も前期比1.4倍まで拡大 行政との受託事業の売上：前期比1.5倍成長（収入源として確立） B1昇格のためのプレーオフ進出するも、昇格は逃す（チーム創設初） リーグ順位は6位→3位、勝率は46.6%→65.4%と成績向上中

3. 事業計画 各セグメントごとの進捗状況②

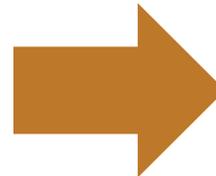
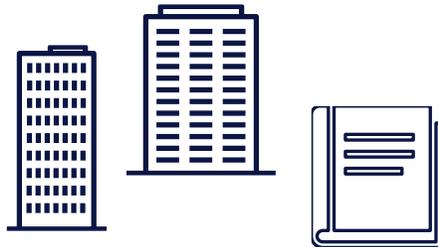
事業セグメント	戦略	進捗状況
ハンズオン 支援ファンド	<ul style="list-style-type: none"> ハンズオン支援ファンドの組成／組成に伴う資金の調達 	<ul style="list-style-type: none"> 必要な資金調達10億円は完了 2022年3月に1号案件（富士油圧精機）への投資完了 識学講師を取締役として派遣し投資先支援のフェーズまで進捗
VCファンド	<ul style="list-style-type: none"> 1号ファンドの組成資金について、早期の投資実行完了の状態を目指す 2号ファンド組成に向けた検討を開始 	<ul style="list-style-type: none"> 1号ファンドは8案件投資実行完了、投資先支援のフェーズまで進捗 2号ファンドを組成し、ソーシング&投資実行フェーズ →6案件投資実行完了まで進捗
受託開発	<ul style="list-style-type: none"> 新規事業“入社体感DX”のマネタイズ 安定的な受託開発案件の受注 	<ul style="list-style-type: none"> “プレゼントーク”という名称で販売し数件の受注を獲得（新規事業） 粗利率が低く、グループの粗利率低下要因となるため、受託開発事業は撤退を決定（既存事業） 本業の組織コンサルティング事業へエンジニアリソースを移行中

3. 事業計画 計画修正の背景

- 以下を背景に中期経営計画を見直し
- 広告宣伝費と講師採用に対して戦略的に大規模に投資を行い、基盤構築の3年間とする方針へ転換

1 前中計で想定していなかった マーケットの変化によるチャンス

- 大企業の獲得
- 書籍「リーダーの仮面」の32万部の販売



2 チャンスに対して投資が不足し 成長機会を失う可能性

- 高い顧客獲得効率を維持
獲得可能なマーケット余地に対して投資が
出来ていない可能性
※成長チャンスを逃している



3. 事業計画 前中期経営計画からの前提条件の変化

- 前中期経営計画で想定していなかった2点の結果に基づき、さらなる成長のチャンスが到来していると判断
- チャンスを生かすために、マーケティングコストへのさらなる投資による顧客開拓と必要な人員の採用に踏み切ることを決定

	前中期経営計画の前提の変化	中期経営計画の修正により実施すること
大企業向け マーケティング	<ul style="list-style-type: none">当期の施策<ul style="list-style-type: none">✓ オウンドメディアや書籍とのタイアップセミナー✓ Webマーケティングのさらなる強化結果<ul style="list-style-type: none">✓ 当初想定していなかった大企業の受注 (外資系SaaS企業、東証プライム企業の部署導入)	<ul style="list-style-type: none">前中期経営計画で想定していなかった施策<ul style="list-style-type: none">✓ 大企業獲得のための再現性のあるマーケティング活動のためのさらなる投資想定している効果<ul style="list-style-type: none">✓ 大企業のリード数の増加✓ 大企業の導入比率の増加
想定以上の 認知度UP	<ul style="list-style-type: none">当期の施策<ul style="list-style-type: none">✓ 書籍の執筆・出版 「リーダーの仮面」「優しい社長が会社を潰す」結果<ul style="list-style-type: none">✓ 「リーダーの仮面」の32万部の販売実績✓ 想定以上に認知度が高まったことを認識	<ul style="list-style-type: none">前中期経営計画で想定していなかった施策<ul style="list-style-type: none">✓ 経営者層に特化していた認知度施策から、非管理職層までより幅を広げたマーケティング活動へ投資を行う想定している効果<ul style="list-style-type: none">✓ 「識学」による働き方がより良いものであるという認知度獲得✓ 「識学」に対する誤解によるネガティブ評価を取り除く

3. 事業計画 業績/KPI目標

- 2023年2月期～2025年2月期を投資時期と位置づけ、一定の利益を出しつつ投資を積極的に実施する方針
- 中長期での成長に必要な大規模な投資を行いつつ、営業利益を拡大する方針へ転換

	2022年2月期 (実績)	2023年2月期 (計画)	2024年2月期 (計画)	2025年2月期 (計画)
売上高	3,823	4,962	6,300	8,300
YoY (%)	52.6%	30.0%	27.4%	31.8%
営業費用	3,463	4,561	5,899	7,399
(人件費)	(1,598)	(2,027)	(2,470)	(3,082)
(広告宣伝費)	(395)	(800)	(1,500)	(1,500)
(その他)	(1,470)	(1,734)	(1,929)	(2,817)
営業利益	359	400	400	900
営業利益率 (%)	9.4%	8.1%	6.4%	10.9%
経常利益	346	382	396	900
当期純利益	224	204	238	560
EPS (円)	29.0	24.9	29.1	68.3
ROE (%)	13.8%	9.3%	9.8%	19.9%
講師数	73名	120名	140名	160名
講師一人当たり売上高	381万円	310万円～400万円	380万円～410万円/月	

3. 事業計画 前中期経営計画との差異

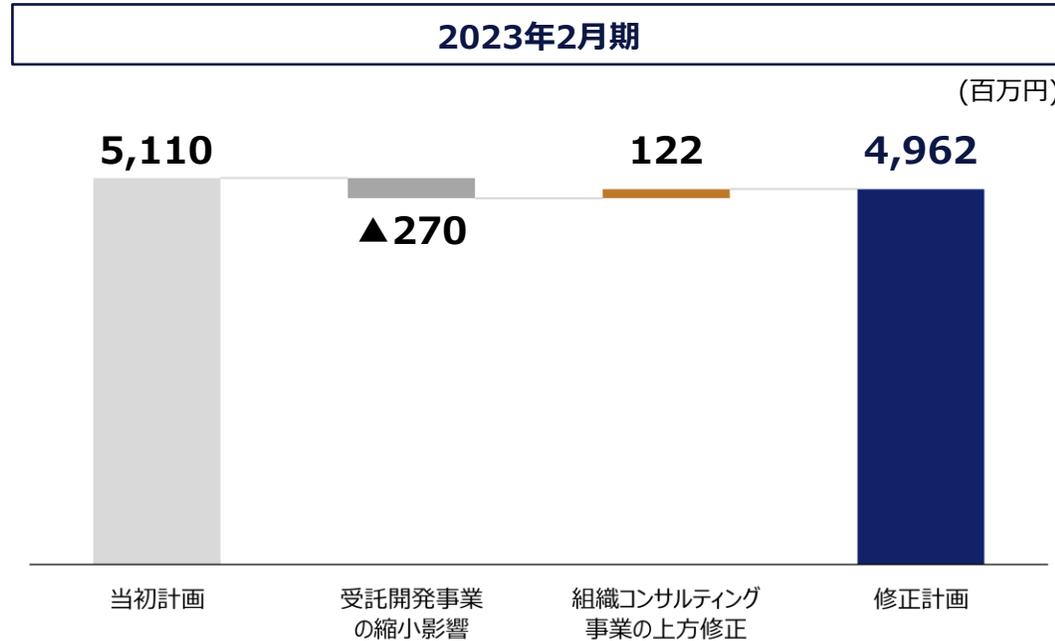
- 売上高：受託開発事業以外は上方修正
- コスト：人件費・広告宣伝費への大幅投資によるコスト増

(百万円)

	2023年2月期 (修正前)	2023年2月期 (修正後)	2023年2月期 (増減)	2024年2月期 (修正前)	2024年2月期 (修正後)	2024年2月期 (増減)	修正内容
売上高	5,110	4,962	▲148	6,300	6,300	-	下記参照
(受託開発以外)	4,826	4,948	+122	5,985	6,300	315	プラットフォームサービス売上の上方修正
(受託開発売上)	284	14	▲270	315	-	▲315	受託開発の撤退による減収
YoY(%)	33.6%	29.8%	▲3.8pt	23.3%	27.4%	-	
営業費用	4,129	4,561	+432	4,799	5,899	+1,159	
(人件費)	(1,784)	(2,027)	+243	(2,062)	(2,470)	+408	講師の前倒し採用によるコスト増
(広告宣伝費)	(500)	(800)	+300	(606)	(1,500)	+894	大企業の獲得、認知度UP等に対するマーケティングコスト増加
(その他)	(1,844)	(1,734)	▲110	(2,071)	(1,929)	▲142	SOの再設計に伴う株式報酬費用の計上時期の見直しによるコスト減
営業利益	980	400	▲580	1,560	400	▲1,159	
営業利益率(%)	19.2%	8.1%	▲11.1pt	24.8%	6.4%	▲18.4pt	
経常利益	972	382	▲589	1,527	396	▲1,130	
当期純利益	645	204	▲441	1,049	238	▲811	営業利益の修正に連動して減少
講師数	100名	120名	+20名	120名	140名	+20名	

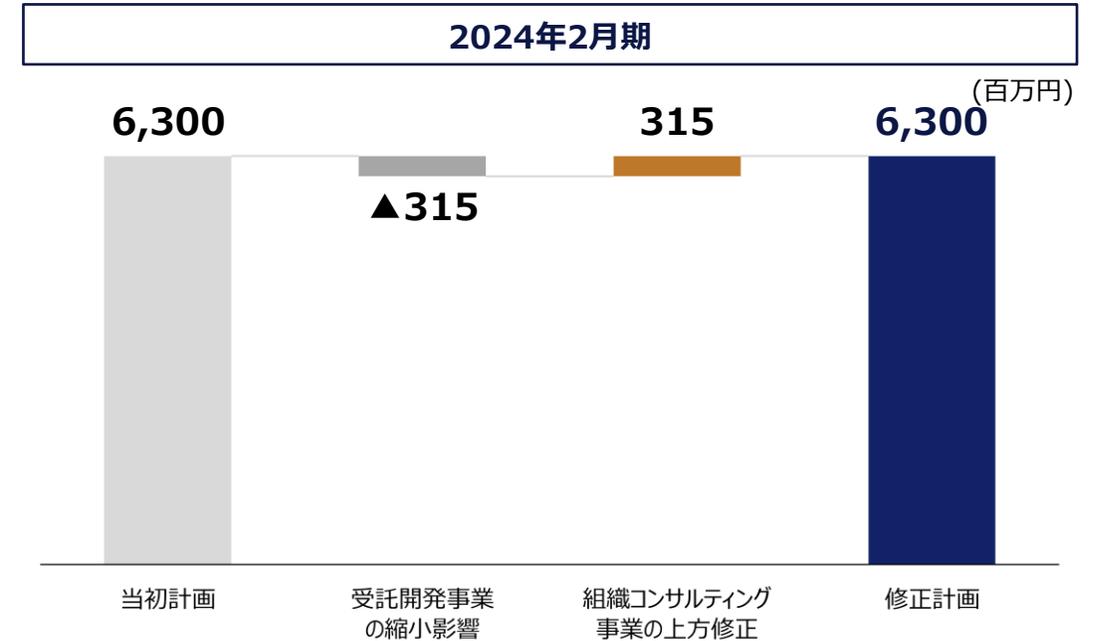
3. 事業計画 前中期経営計画からの修正点（売上高の修正内容）

- 受託開発事業以外は上方修正
- 受託開発事業は撤退による売上減を反映



< 2023年2月期の修正内容 >

- 受託開発撤退による売上▲270百万円
- 組織コンサルティング事業の上方修正
2022年2月期でプラットフォームサービス売上の計画に対する上振れを反映

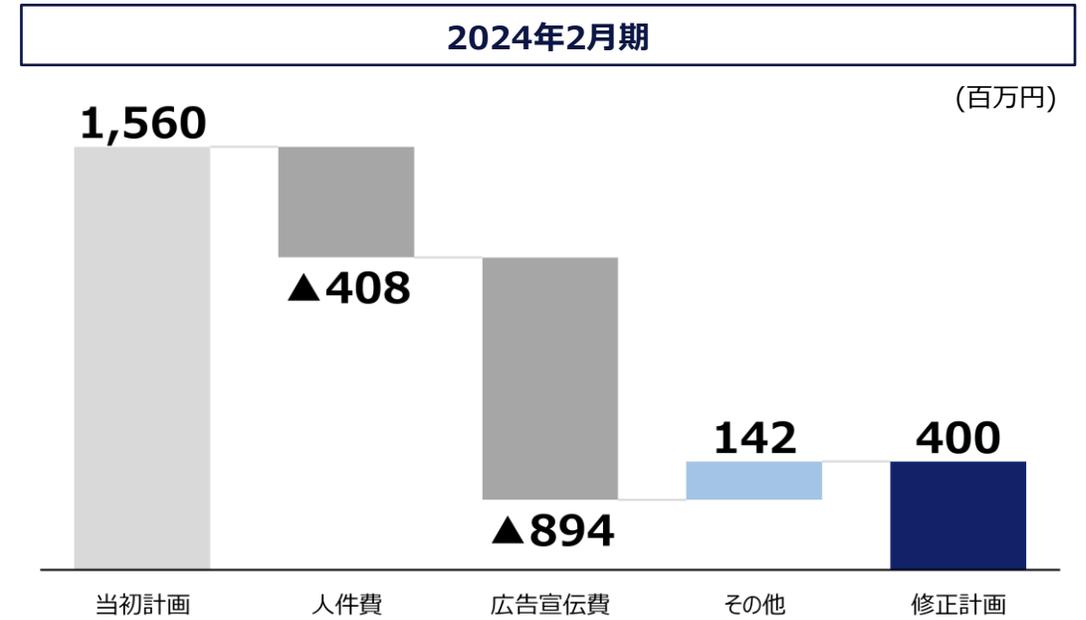
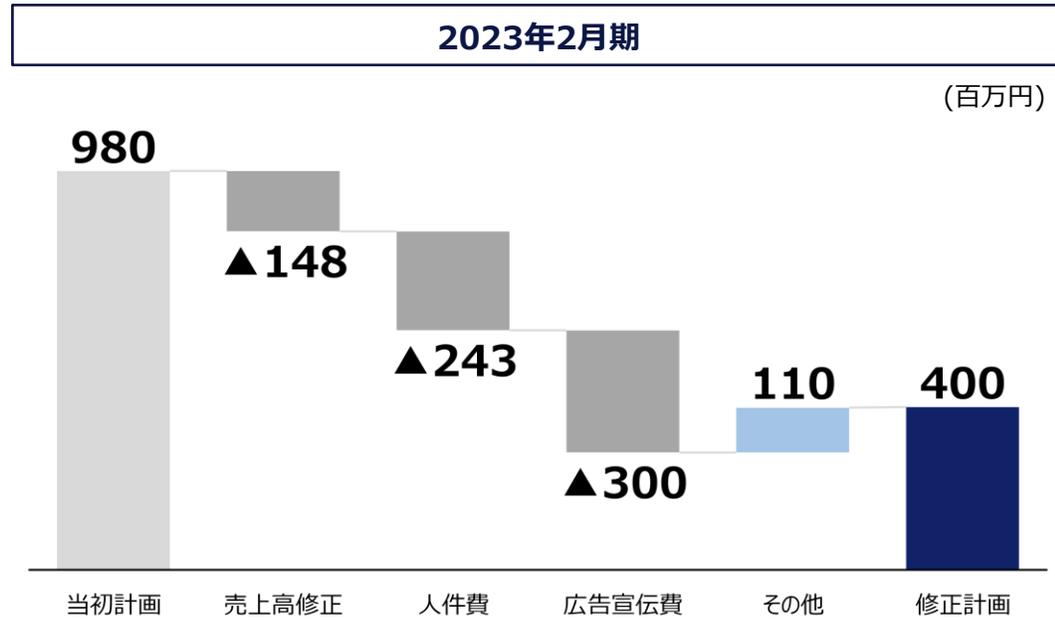


< 2024年2月期の修正内容 >

- 受託開発撤退による売上▲315百万円
- 組織コンサルティング事業の上方修正315百万円
2022年2月期でプラットフォームサービス売上の計画に対する上振れを反映

※ 先行投資による売上増収効果は24年2期までは織り込まずに算定

3. 事業計画 前中期経営計画からの修正点（営業利益の修正内容）



< 2023年2月期の修正内容 >

- 広告宣伝費
 - 大企業向けマーケティングコスト
 - 識学転職/認知度UP/海外展開等のマーケティングコストの増加
- 人件費・採用費
講師純増50名による人件費・採用成功報酬増
- その他
 - SOの再設計に伴う株式報酬費用の計上時期の見直しによるコスト減

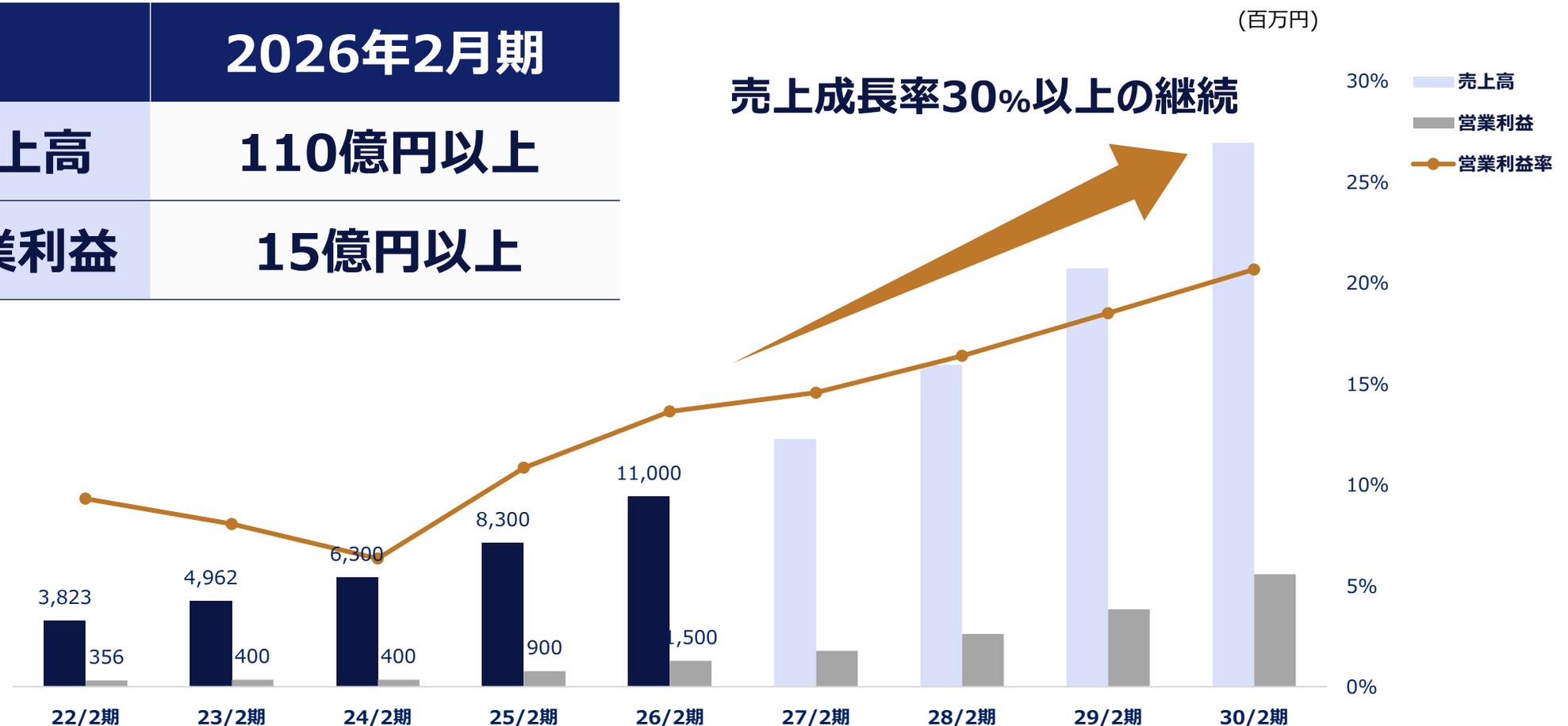
< 2024年2月期の修正内容 >

- 広告宣伝費
 - 大企業向けマーケティングコスト
 - 認知度UP/識学転職/海外展開等のマーケティングコストの増加
- 人件費・採用費
2023年2月期にて当初計画比での講師増の影響による人件費増加を織り込み
- その他
 - SOの再設計に伴う株式報酬費用の計上時期の見直しによるコスト減

3. 事業計画 目指すべき経営指標

- 売上高成長率を最も重視すべき経営指標として設定
- 売上高成長率30%以上の継続を目指すべき経営指標とし、2026年2月期で「売上110億円、営業利益15億円」の達成を目指す

	2026年2月期
売上高	110億円以上
営業利益	15億円以上



3. 事業計画

組織コンサルティング事業-事業計画の前提条件（売上高）

前中期経営計画からの変更点

● 組織コンサルティング事業

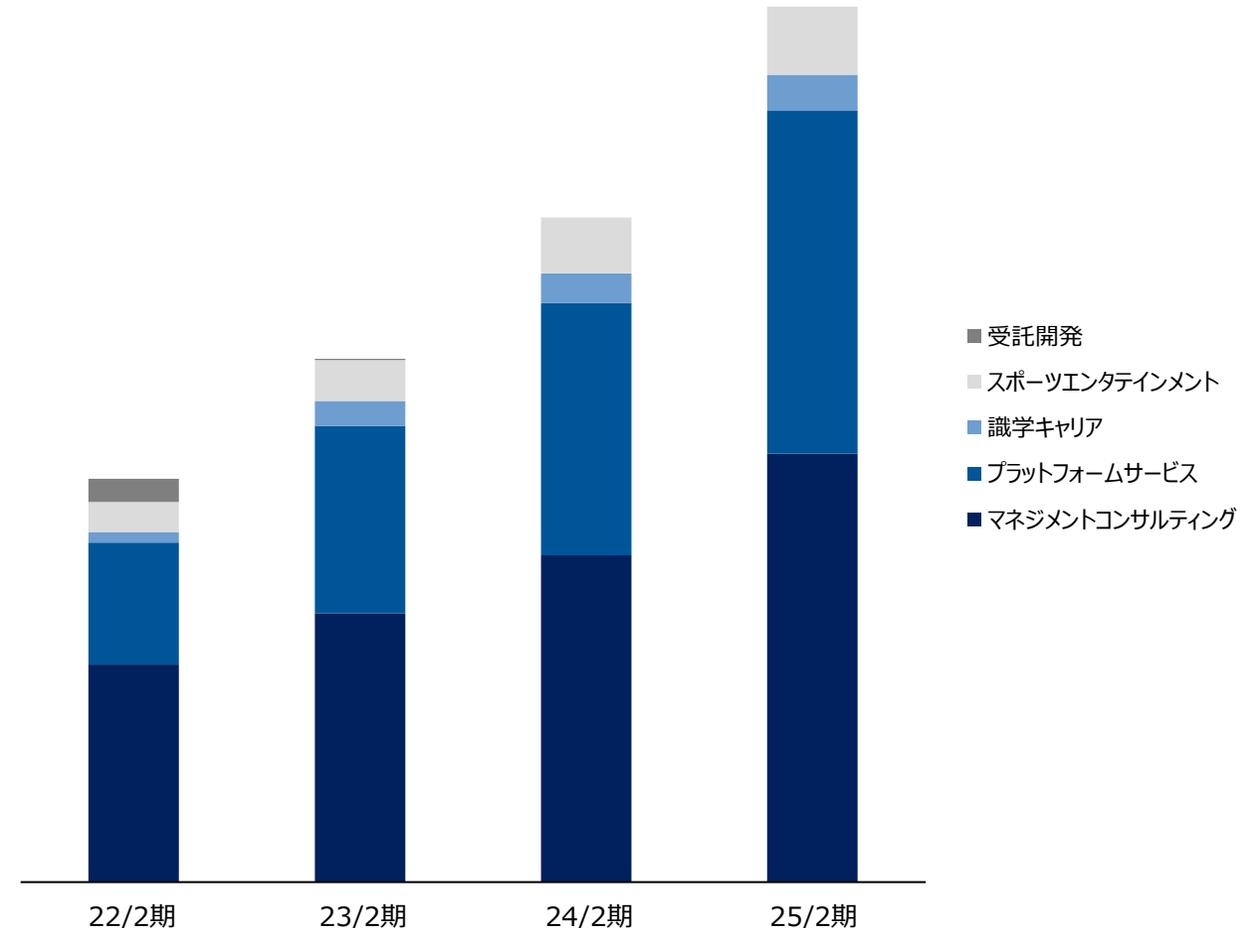
- 先行投資による売上高のアップサイドは未反映
- 前計画からの講師人数の増加による売上高増加を反映
(各年度すべて前計画対比+20名の講師数で算定)
- 講師一人当たり売上高は**310万円/月~400万円/月**のレンジで算定
(講師数増による一時的な生産性のダウンサイドリスクを反映)

● 受託開発事業

- 2023年2月期：受託開発売上を期中で撤退
- 2024年2月期以降：受託開発事業から完全撤退のため売上ゼロに

● VCファンド/ハンズオン支援ファンド事業

- EXIT時期を合理的に見込めないため、計画へは未反映
※EXITが発生した場合には売上高のアップサイドとなる

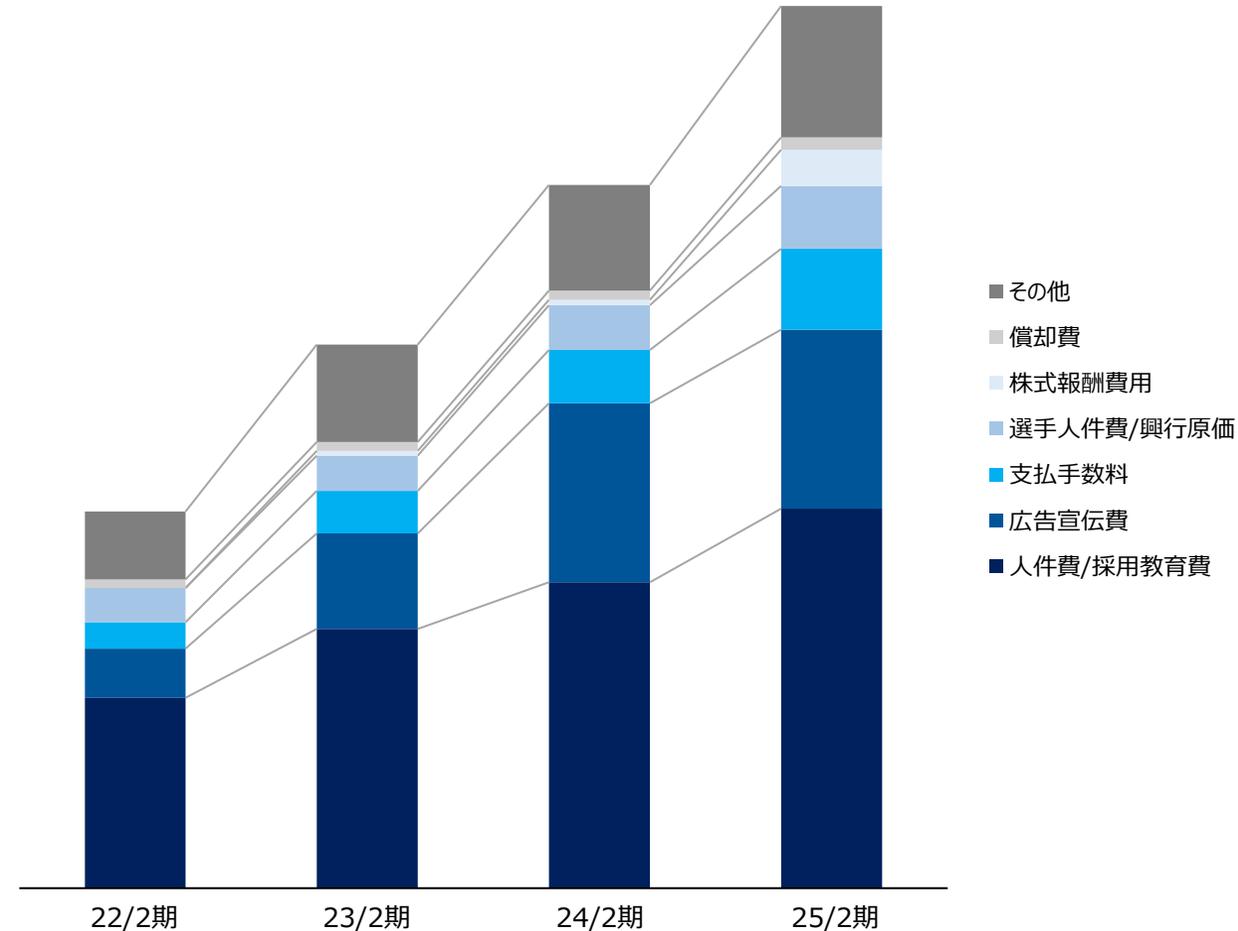


3. 事業計画

組織コンサルティング事業-事業計画の前提条件（コスト）

前中期経営計画からの変更点

- 人件費／採用教育費**
 - 営業兼講師：2023年2月期は純増50名、それ以降は每期20名増
- 広告宣伝費**
 - 2023年2月期：8億円を想定
 - 2024年2月期～2025年2月期：15億円を想定
 - ※每期大規模に投資をしつつ利益額を増やす方針
- 株式報酬費用**
 - 2023年2月期～2024年2月期：業績拡大に対してコミットするための役員向け株式報酬型ストックオプション費用を見込む
 - 2025年2月期：従業員向け信託型ストックオプションの行使条件達成による費用を織り込み（信託型ストックオプションの再設計を行い、当初中計よりも費用発生時期を2年後ろ倒しで想定）



4. 投資戦略・財務戦略

投資戦略

- ・ 中期経営計画において主要な事業投資分野への投資方針は以下のとおり

－ 事業投資の方針

投資領域	内容	投資方針	KPI
人材投資	<p>講師採用を以下の通り実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 23/2期：純増50名 ・ 24/2期～25/2期：純増20名 	<ul style="list-style-type: none"> ① 計画した利益の達成ができる範囲内で投資をコントロール ② 営業利益予算を超える場合には、超過した金額相当については、中長期の成長に必要な分野へ投資を実行する 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 講師・講師候補の人数
マーケティング投資	<p>以下の分野への投資を想定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 大規模なオンライン・オフライン広告 ・ 大学との共同研究 ・ 大企業獲得のためのマーケティング ・ SNS/Youtubeを活用した認知度UPのためのマーケティング ・ 「識学転職」に関する求職者向けマーケティング ・ 海外展開に向けた調査費用 	<ul style="list-style-type: none"> ① 計画した利益の達成ができる範囲内で投資をコントロール ② 営業利益予算を超える場合には、超過した金額相当については、中長期の成長に必要な分野へ投資を実行する ③ 広告宣伝費については、顧客獲得効率が社内基準を下回らない範囲において投資を実行する（①②の遵守を前提） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客獲得効率 （受注単価と受注獲得単価の割合）

4. 投資戦略・財務戦略

財務戦略

- 基本的には営業キャッシュ・フローとデットファイナンスによる調達で資金を確保する方針

投資原資の調達方針

営業キャッシュ・フロー

利益成長による営業キャッシュ・フローの創出

有利子負債

目標とするD/Eレシオの基準を満たすかどうか、資本コストより割安な金利で調達可能かという基準で検討を実施
上記基準を満たす場合において、投資に応じて有利子負債による調達を実施

エクイティによる調達

株価水準やマーケット環境、財務状況等を総合的に判断のうえ、投資実行によるEPSの向上を前提に資本調達も選択肢として検討

資本配分の方針

投資領域	重点投資	期待リターン
組織コンサルティング事業	<ul style="list-style-type: none"> 講師の採用・育成 広告宣伝費への投資 	<ul style="list-style-type: none"> 経営の柱として盤石なキャッシュの創出
ハンズオン支援ファンド事業	<ul style="list-style-type: none"> 講師の役員派遣によるハンズオン支援のためのマジョリティ投資 	<ul style="list-style-type: none"> EXITによるレバレッジの効いた利益の創出
スポーツエンタテインメント事業	<ul style="list-style-type: none"> 営業人員の採用 行政との連携強化のための人員採用 チーム運営費への投資 	<ul style="list-style-type: none"> スポンサー収入の増加 企業版ふるさと納税の受託事業の拡大 B1リーグ昇格による知名度向上
VCファンド投資	<ul style="list-style-type: none"> 「組織力」の強化による成長が見込まれる企業への投資 	<ul style="list-style-type: none"> EXITによるレバレッジの効いた利益の創出
株主還元	<ul style="list-style-type: none"> 中期経営計画期間中は無配。事業成長の投資にキャッシュを活用 中期経営計画の当期純利益を超える場合には、必要運転資金や自己株式取得・特別配当・事業投資への再投資 	

5. リスク情報

業務遂行上の重要なリスクと対応方針

以下は、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です。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください

リスク	内容	発生可能性	影響	対応方針
講師人材の確保に係るリスク	当社が求めるスキルや知識、経験をもってサービスを行うことができる講師を確保できないリスク	小	大	現在組織運営そのものを識学に基づいて行い、役割と権限の明確化により権限内であらゆることに挑戦できる環境と、成果が報酬に反映される明確な評価制度を構築し、優秀な人材が更なる成長感を求めて入社する環境を整えることで、人材確保のリスクに対応しております。
講師人材の育成に係るリスク	講師の育成が想定通りに進行しない場合、講師の退職が想定以上に発生し採用が困難となったたり、業績が当初想定通りに進捗しないリスク	小	大	入社から講師認定の獲得までの期間は講師育成の期間とし、マニュアル・FAQ・動画確認・OJT・ロールプレイング等の手段を用いて、その学びの時間に集中させる仕組みを構築する事で一定以上の品質の講師の育成を行っております。 講師認定後もお客様への品質調査や社内の品質管理担当部署からのテスト等によって、継続的に講師としての品質の維持・向上につながるための取組みを行っております。
知的財産権の管理に係るリスク	「識学」に関するノウハウの流出する、「識学」に基づく組織運営の模倣による競争優位性の低下	小	大	可能な範囲において商標権等の権利を取得することにより知的財産権の流出リスクに伴う対応を行っております。 無形のノウハウ等については知的財産権の権利を主張することが困難である事を想定し、当社の事業拡大を早期に達成し、組織運営におけるポジショニングを確固たるものとする事によって模倣されることによる競争優位性の低下を図ってまいります。
投資事業及びM&A等に係るリスク	当社グループ（当社の実施するM&A及びVCファンド事業、ハンズオン支援事業での投資を含む）からの投資先について、事業展開が計画通りに進まないことに伴う収益性の低下や時価の下落等に伴い、資産価値が低下した場合は、減損損失の発生や売却等での売却損により、当社グループの事業展開、財政状態及び経営成績に影響を与える可能性があります。	中	大	対象企業について事前に可能な限り詳細な審査を行い、十分にリスクを検討した上で、M&Aや投資等を進めてまいります。

将来見通しに関する注意事項

- 本資料に含まれている将来の見通しに関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報を基にした判断及び仮定に基づいて作成されたものであり、その正確性を保証するものではありません。また、本資料には独立した公認会計士または監査法人による監査を受けていない財務数値が含まれています。
- 実際の業績は、これらの判断及び仮定に含まれる様々な不確定要素、リスク要因の変更や経済環境の変動などにより、見通しと大きく異なる可能性がありますことをご了承ください。
- なお、当資料のアップデートは今後1年に1回を行うものとし、毎年4月頃を目途として開示を行う予定です。

- お問い合わせ
ir@shikigaku.com