

2022年12月期 第2四半期 決算説明

2022年8月

KIYOラーニング株式会社

東証グロース：7353

- ・ **2022年12月期 第2四半期 決算説明**
- ・ **事業別KPI、トピック**
- ・ **2022年12月期 業績予想の修正及び今後の対策について**

- ・ **補足資料：今後の事業方針について（再掲）**

2022年12月期 第2四半期決算説明

- **売上高（第2四半期累計）は前年同期比30.3%増**
売上高12.5億円（前年同期比+2.9億円）、高成長が継続
- **広告宣伝費の積極投下により、コスト増加**
第1四半期のテレビCM積極投下により、営業損益は前年同期比△3.3億円
- **売上高（第2四半期単体）では前年同期比26.2%増**
Q2単体では売上高6.6億円、前年同期から伸びているものの、目標水準には届かず
- **スタディング事業の現金ベース売上高がQ2で伸び悩み**
スタディングの現金ベース売上高は、前年同期比23.1%増の13.5億円
新規有料会員数は、前年同期比36.5%増の15,883人
- **法人向け教育事業は高成長を継続**
法人向け教育事業の売上高は、前年同期比54.8%増の1.0億円
AirCourse契約企業数は、前期末比+129社増

2022年12月期 第2四半期（累計）

売上は、前年同期比+30.3%増加の12.5億円

営業損益は、Q1のテレビCM積極投下により、前年同期比3.3億円減の△4.0億円

(百万円)

項目	2021年12月期2Q (実績)	2022年12月期2Q (実績)	2022年12月期 (業績予想) ※	前年同期比	進捗率
売上高	961	1,252	3,200	+30.3%	39.1%
スタディング事業	896	1,151	2,945	+28.5%	39.1%
法人向け教育事業	65	101	255	+54.8%	39.6%
売上原価	162	199	475	+23.0%	42.0%
売上総利益	799	1,053	2,725	+31.8%	38.6%
販売費及び一般管理費	871	1,455	2,575	+67.1%	56.5%
営業損益	-71	-402	150	-	-
経常損益	-72	-405	150	-	-
当期純損益	-61	-440	149	-	-

※2022年8月12日付けにて、業績予想の修正を行っております。詳細は「第2四半期業績予想と実績値との差異および通期業績予想の修正に関するお知らせ」をご参照ください。

事業別売上高 第2四半期（累計）

スタディング事業の売上は、前年同期比+28.5%増と伸長

法人向け教育事業の売上は、前年同期比+54.8%増と大きく伸長

(百万円)

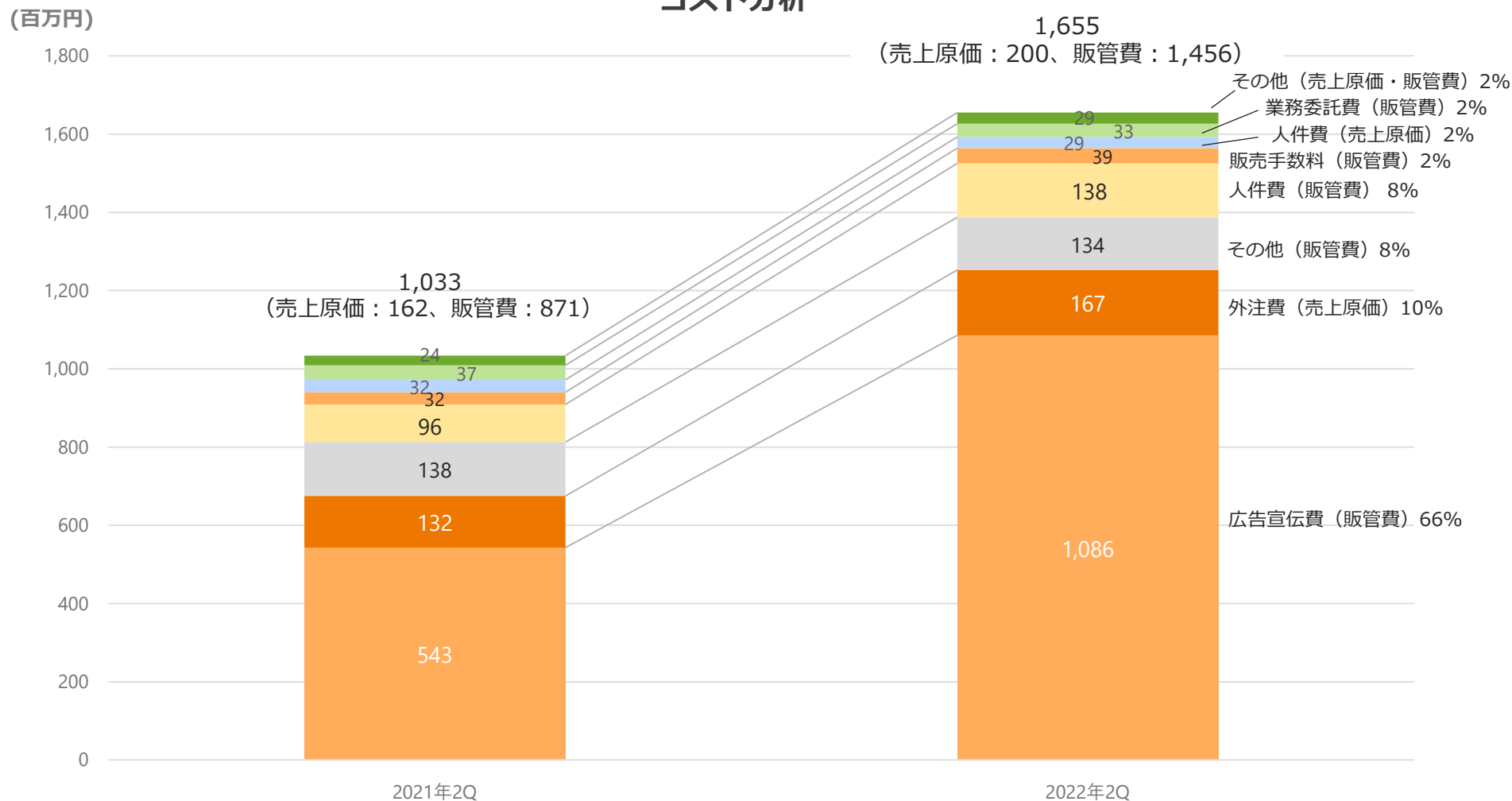
項目	2021年12月期2Q (実績)	2022年12月期2Q (実績)	2022年12月期 (業績予想) ※	前年同期比	進捗率
売上高	961	1,252	3,200	+30.3%	39.1%
スタディング事業	896	1,151	2,945	+28.5%	39.1%
法人向け教育事業	65	101	255	+54.8%	39.6%

※2022年8月12日付けにて、業績予想の修正を行っております。詳細は「第2四半期業績予想と実績値との差異および通期業績予想の修正に関するお知らせ」
をご参照ください。

コスト構造（2022年12月期 2Q累計）

合格者ナンバーワンに向けたテレビCM含む広告宣伝費と、優秀な人材の確保に積極投資

コスト分析



※ 2022年6月末社員数（パート含む）は61人（前期末比+16名）

第2四半期（4-6月）業績

2Q（4-6月）の売上は、前年同期比+26%増の6.6億円

2Q（4-6月）での営業利益は0.6億円と黒字化

スタディング事業では、現金ベース売上高の伸びが当初想定を下回り、広告費の追加をしたもののリカバリできず

法人事業の売上+60%増と順調に推移

(百万円)

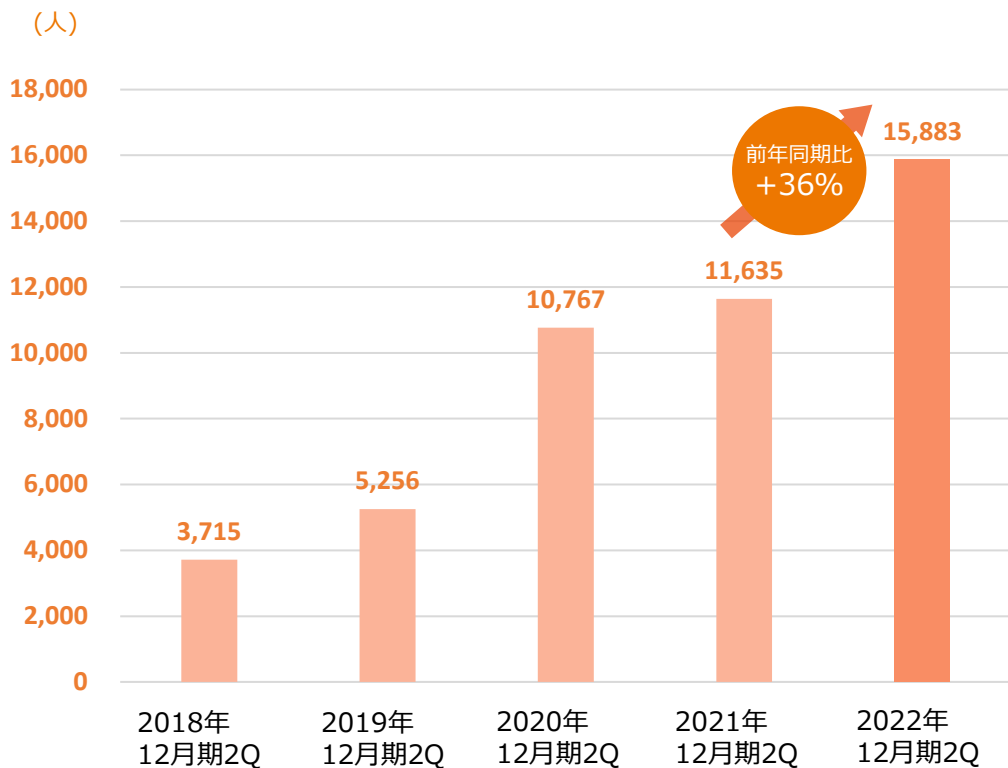
項目	2021年12月期2Q (4-6月実績)	2022年12月期2Q (4-6月実績)	前年同期比
売上高	526	664	+26.2%
スタディング事業	492	610	+23.9%
法人向け教育事業	33	53	+60.9%
売上原価	90	101	+12.4%
売上総利益	435	562	+29.1%
販売費及び一般管理費	440	499	+13.4%
営業損益	-4	62	-
経常損益	-5	61	-

事業別KPI、トピック

スタディング事業：KPI（4-6月比較）

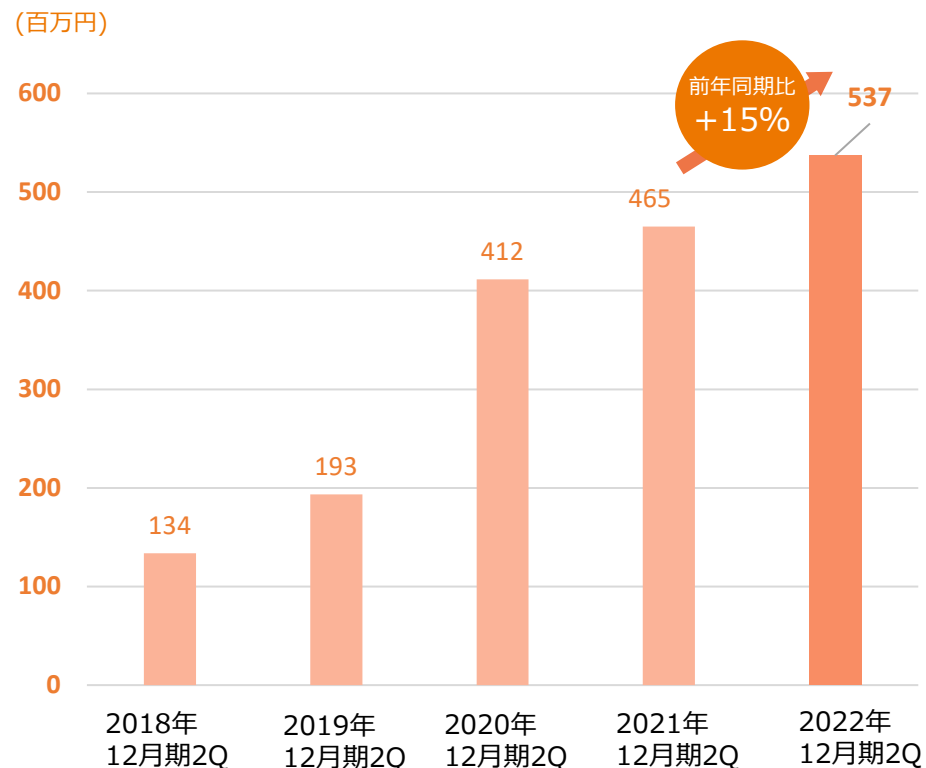
新規有料会員数は前年同期比+36.5%増と大きく増加、法人経由のスタディング受注も寄与
現金ベース売上高は、前年同期比+15.5%増となったが、目標水準を下回った

新規有料会員数



※法人経由含む

現金ベース売上高



※法人経由含む

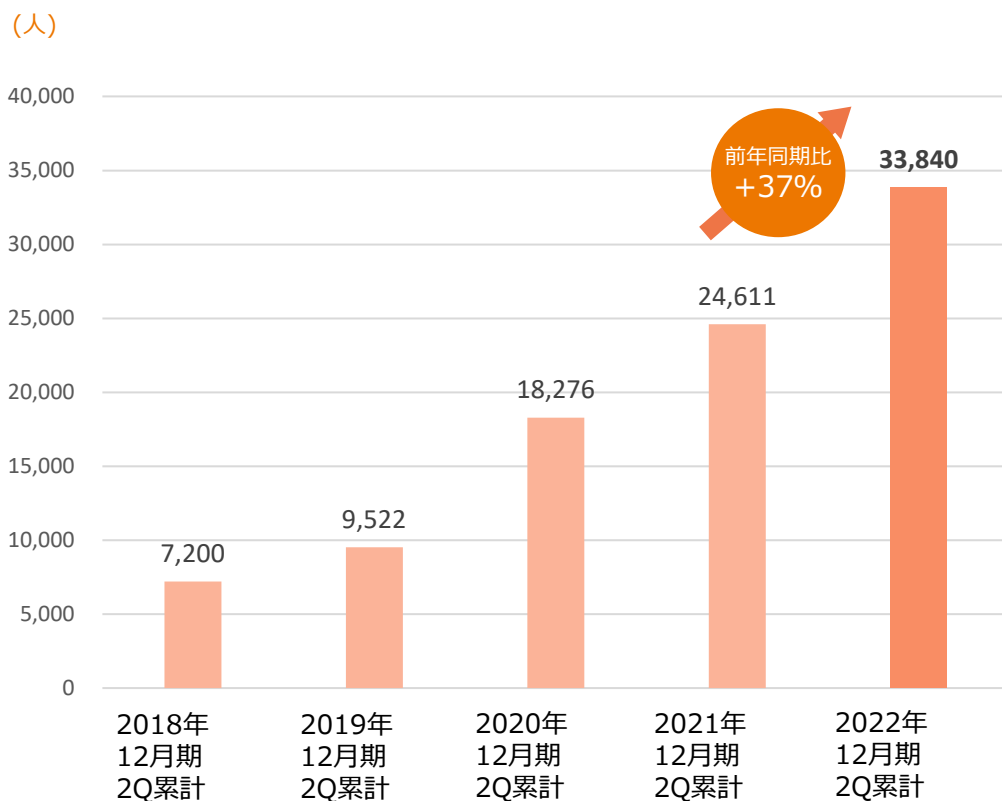
※1：新規有料会員数は、その期において新規に獲得した有料会員（ユニーク）の数

※2：現金ベース売上高は、その期における受注金額（売上高はコースの受講期間に渡って期間按分して計上）

スタディング事業：KPI（1-6月累計比較）

新規有料会員数は前年同期比+37%増と大きく増加、法人経由のスタディング受注も寄与
現金ベース売上高は前年同期比+23%増であるが、Q2が目標水準を下回った結果伸びが減速

新規有料会員数

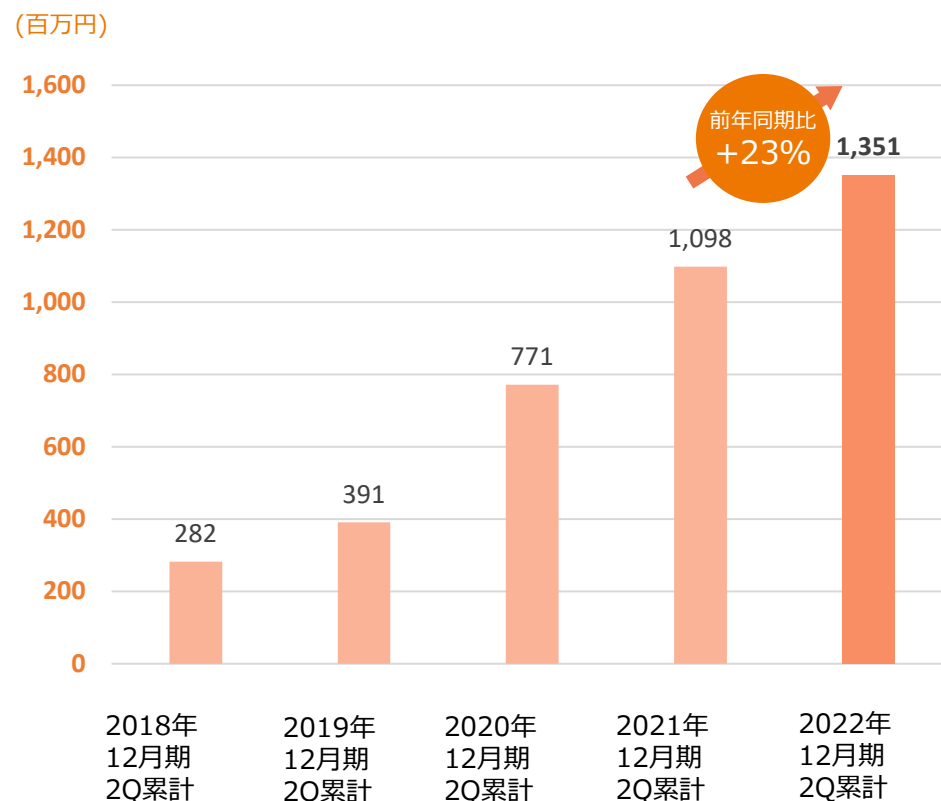


※法人経由含む

※1：新規有料会員数は、その期において新規に獲得した有料会員（ユニーク）の数

※2：現金ベース売上高は、その期における受注金額（売上高はコースの受講期間に渡って期間按分して計上）

現金ベース売上高

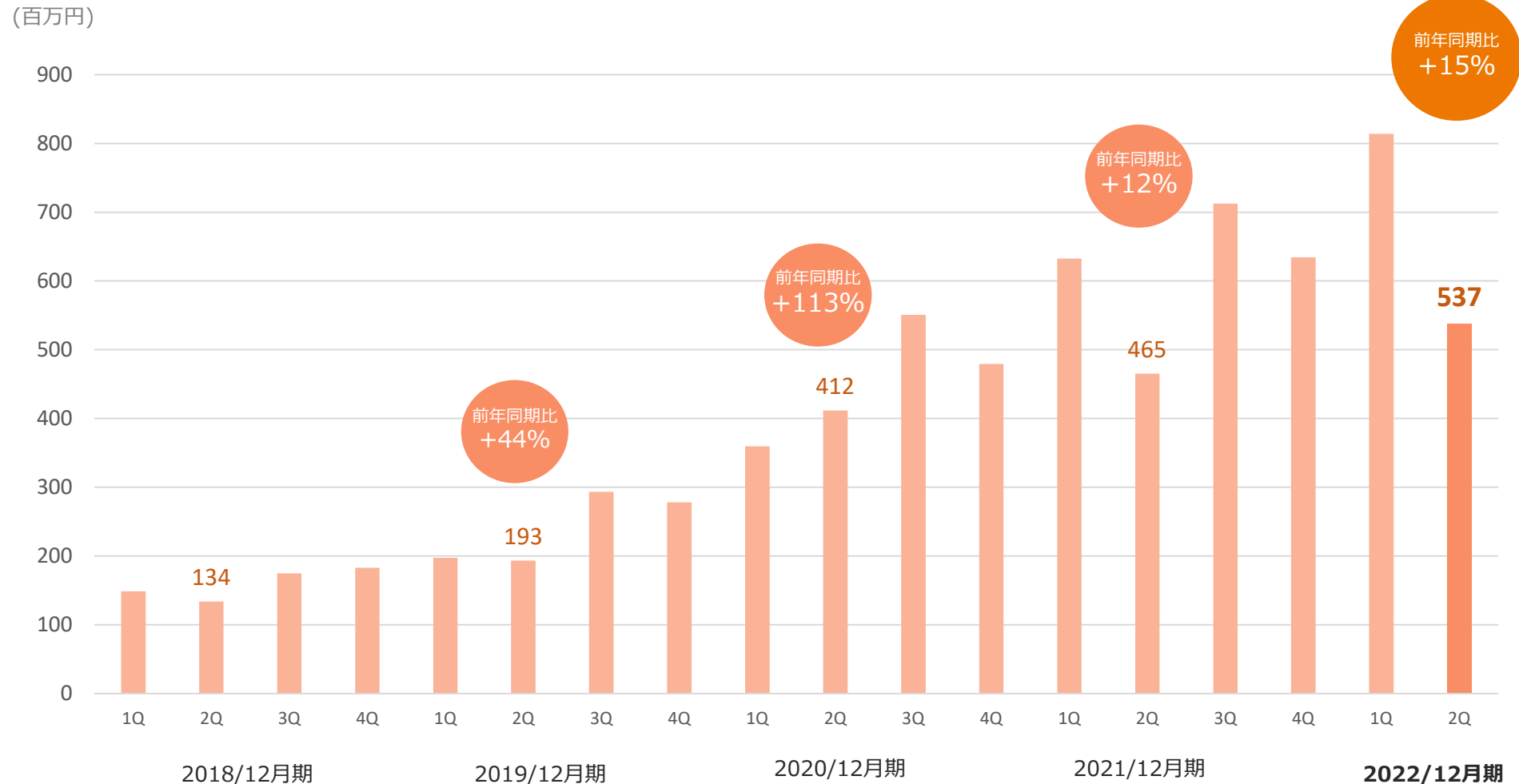


※法人経由含む

スタディング事業：現金ベース売上高の四半期推移

第2四半期（4-6月）の現金ベース売上は 前年同期比+15%増 5.3億円

2Qは通常、年間で最も現金ベースが少ない四半期だが、それを考慮しても目標水準を下回ってしまった



※1：%表記は各決算の四半期毎の現金ベース売上高を比較した際の伸び率（法人経由含む）

スタディング事業：売上・利益の四半期別傾向

売上・利益について、例年では下記のような四半期別の傾向

コースが購入されたタイミングで、現金ベース売上を計上

現金ベース売上は、購入されたコースの受講期限まで毎月均等に発生ベース売上として按分されるため、年度の後半になるにつれて当期に計上される発生ベース売上の割合が小さくなる

当第2四半期では、寄与率が過年度よりも低い傾向となった（詳細は後述）

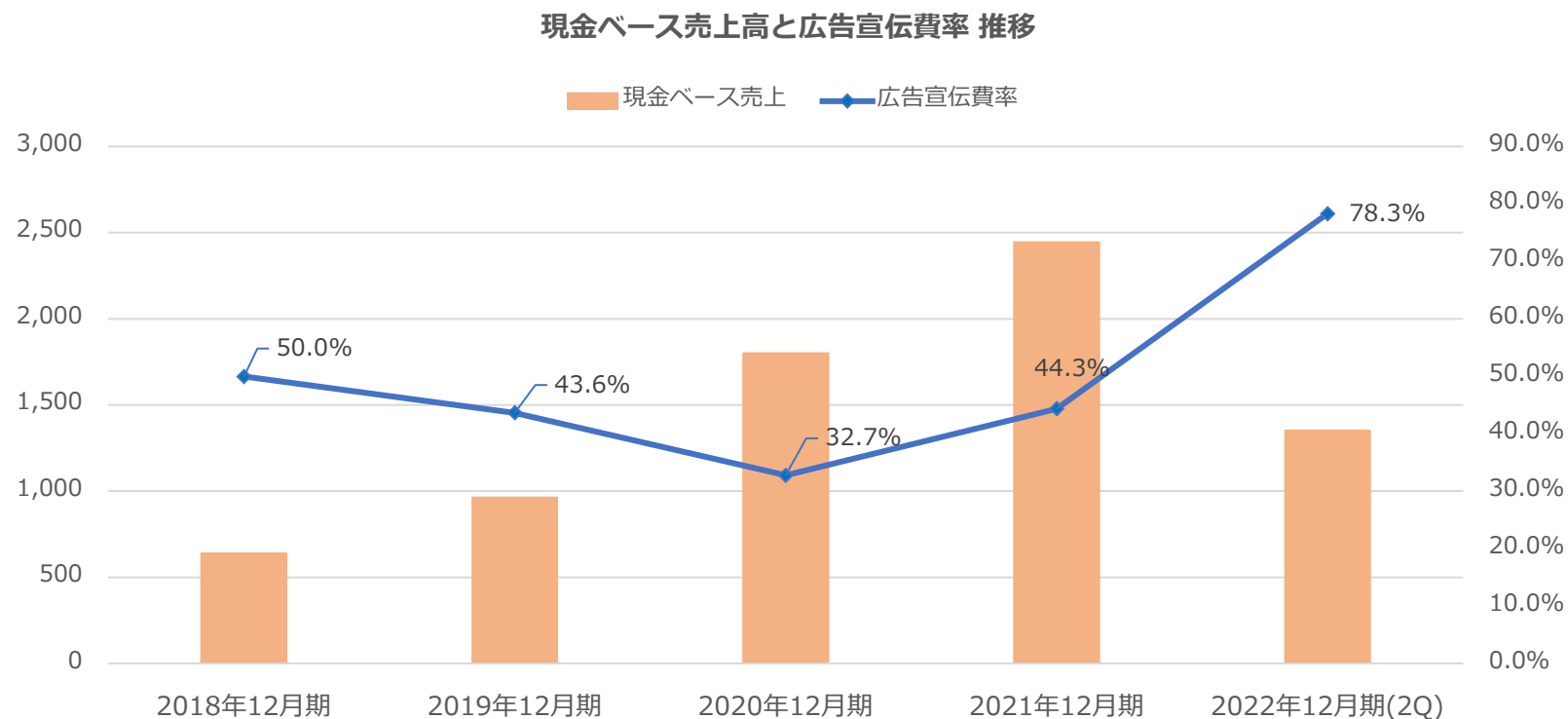
	第1四半期（1-3月）	第2四半期（4-6月）	第3四半期（7-9月）	第4四半期（10-12月）
当社講座の傾向	資格取得を目指し学習を始める人が多い	試験日が少ない	難関資格の試験日が最も多い	試験日がやや多い
現金ベース売上	年初の売上が高く、その後は、やや低い傾向	難関資格の試験直前のため、やや低い傾向	試験直後に、翌年試験に向けた講座の新規購入および更新版コースの購入が増加	翌年試験に向けた講座の購入需要が多い
発生ベース売上	現金ベース売上が長期に按分されるため発生ベース売上の寄与は少ない傾向	現金ベース売上は減少傾向だが、案分された発生ベース売上が積み上がる傾向	主要講座の受講期限が集中し案分処理された発生ベース売上の当期寄与が増大	現金ベース売上の大半は翌期に案分されるため発生ベース売上の当期寄与は小さくなる
利益の傾向	×	△	◎	○
当期の現金ベース売上（四半期）が当期発生ベース売上（通期）に計上される割合（寄与率） ※過年度の平均的なレンジ	75～85%	70～80%	40～50%	15～25%

※上記は過年度の平均的なレンジであり今後も同じ傾向になるとは限りません。

スタディング事業：広告宣伝費率

広告宣伝費率※は1Qに積極投資したテレビCM含め、広告宣伝費率は上昇
テレビCM効果により当社サービスの認知度が上昇

(百万円)



※広告宣伝費率 = スタディング事業にかかる広告宣伝費 ÷ 現金ベース売上

※1Qの同比率は92.1%

スタディング事業：講座ラインナップの拡充

1級建築士に続き、4月に「2級建築士講座」も開講
難関資格～簡単な資格までピラミッド構造を拡充

🏠 ビジネス・経営

- ▶ 中小企業診断士
- ▶ 技術士
- ▶ 販売士
- ▶ 危険物取扱者
- ▶ メンタルヘルス・マネジメント®検定

💻 IT

- ▶ ITパスポート
- ▶ 基本情報技術者
- ▶ 応用情報技術者

⚖️ 法律

- ▶ 司法試験・予備試験
- ▶ 司法書士
- ▶ 行政書士
- ▶ 社会保険労務士
- ▶ 弁理士
- ▶ ビジネス実務法務検定試験®
- ▶ 知的財産管理技能検定®
- ▶ 個人情報保護士

🏥 医療

- ▶ 看護師国家試験
- ▶ 登録販売者

📊 会計・金融

- ▶ 税理士
- ▶ 簿記
- ▶ FP
- ▶ 外務員（証券外務員）
- ▶ 貸金業務取扱主任者

👤 ビジネススキル

- ▶ コンサルタント養成講座

🏠 不動産

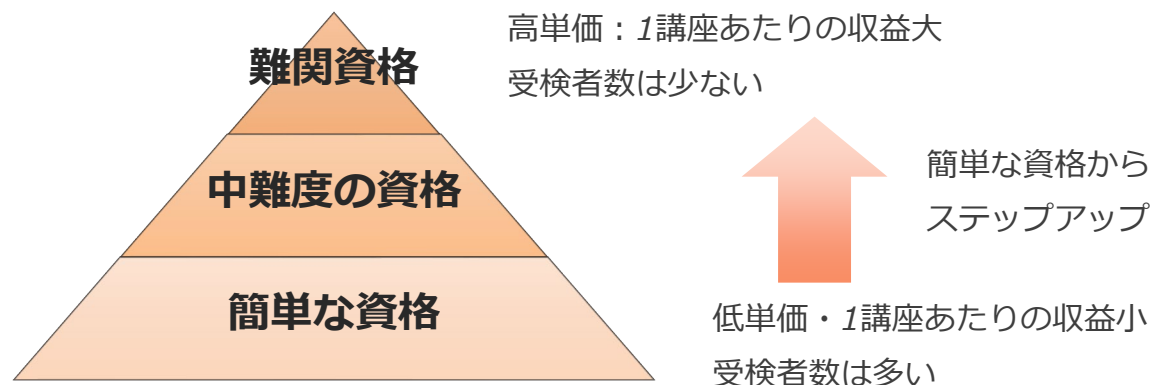
- ▶ 宅建士（宅地建物取引士）
- ▶ 建築士
- ▶ マンション管理士／管理業務主任者
- ▶ 賃貸不動産経営管理士

👤 公務員

- ▶ 公務員

🗣️ 語学

- ▶ TOEIC® TEST 対策



スタディング事業：AI問題復習をリリース 特許第7112694号

AI（機械学習）を使い、受講者一人ひとりにとって「最適なタイミング」で復習問題を毎日、自動的に出題する機能。29講座で同時展開。

AI学習関連で、4件目の特許取得※

AI問題復習

AI問題復習は、個人別に最適なタイミングで復習問題を出題する画期的な機能です。これにより、効率的に実力をアップすることができます。

AIモード
AIが最適なタイミングで出題

カスタムモード
手で復習する問題を指定

本日の復習問題数
残り 4 問

進捗0% 完了0問

AIモードについて | AI問題復習レポート | AI問題復習設定 | 明日以降の復習を行う

出題一覧

問題復習を開始する

問題復習

AI問題復習は、個人別に最適なタイミングで復習問題を出題する画期的な機能です。これにより、効率的に実力をアップすることができます。

AIモード

カスタムモード

お疲れ様でした！

本日の復習問題をすべて終了しました。
明日以降に復習予定の問題を本日で学習したい場合は、
下記設定を行ってください。

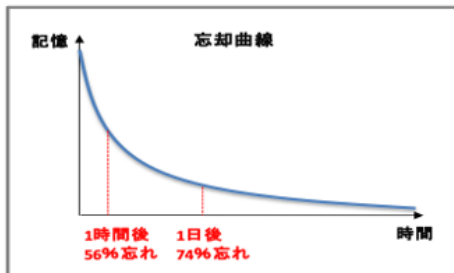
■問題毎に、個人の理解度に合わせて次の復習日をAIが自動設定

不正解だった問題や正解したものの難しいと感じた問題は理解度が低いため、より短い間隔で出題をします。

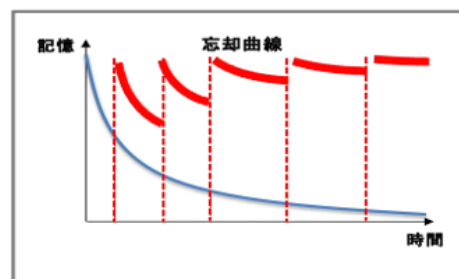
逆に、簡単な問題の出題間隔は長くします。

受講者にとって簡単な問題には時間を使わずに、間違った問題や難しい問題に、より時間を使うようにすることで、短い時間で効率的に実力を高めることができます。

人間は時間が経つと忘れる



復習を繰り返すことで記憶が定着



※AI問題復習の仕組みは、2022年8月に特許取得（特許 第7112694号）当社としてAI学習関連での4つ目の特許取得となりました。

スタディング事業：AI活用の強化（再掲）

AIと蓄積された受講者データを活用し、受講者ごとに学習を個別最適化する機能を拡張
従来の画一的な学びよりも、効率的な学習が可能に

AI実カスコア（特許第7021758号）※

膨大な学習履歴データのAIが分析し、現在の試験得点予測をAIを使って予測
強み弱みが瞬時にわかり、効果的な学習が可能に



AI検索

学習中の質問に対し、最適なコンテンツを提案
利用すればするほど受講者に役立つ検索に進化

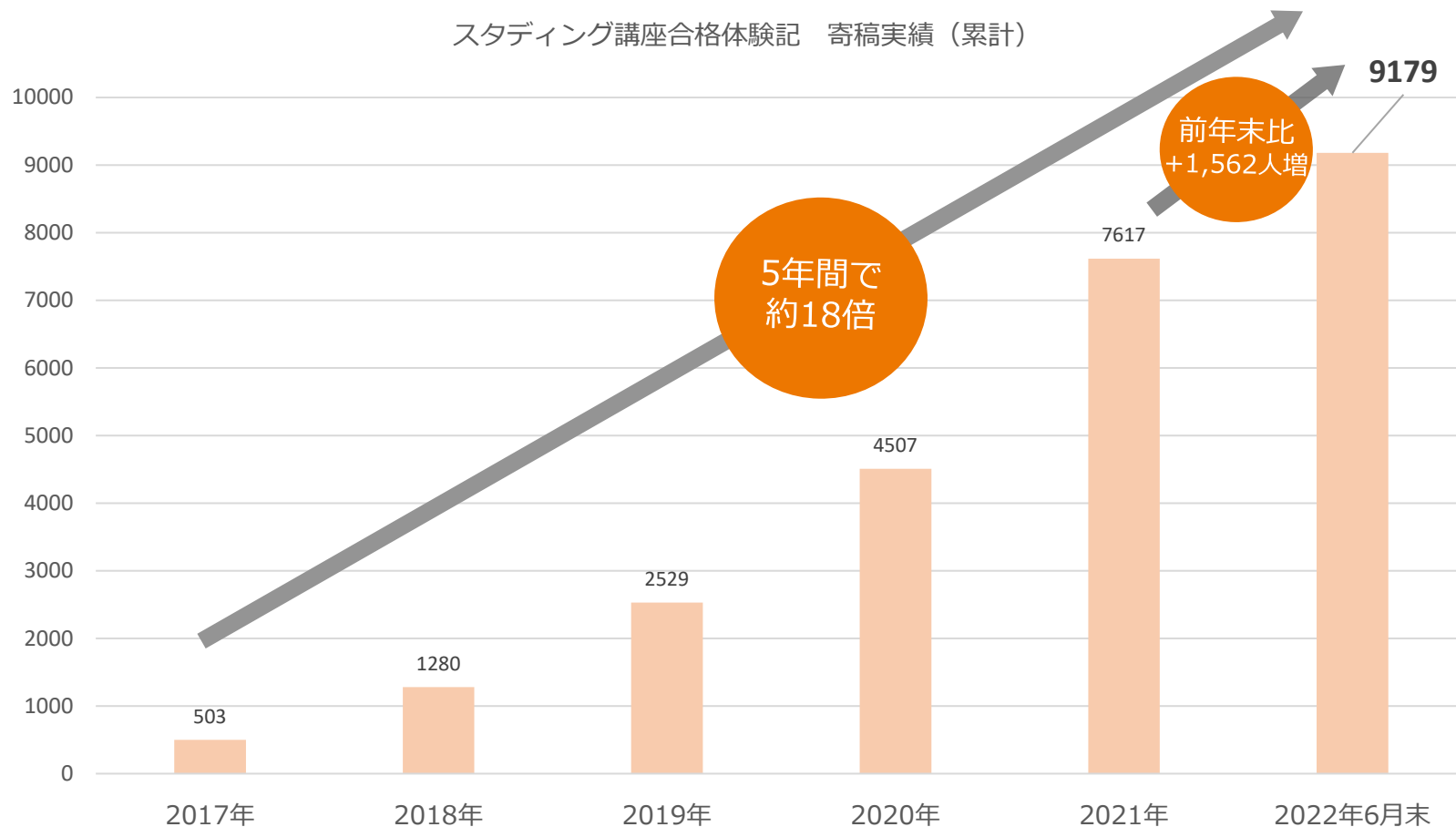


AI実カスコアは、下記の講座に導入済みで、順次拡張予定。
中小企業診断士
宅建士
社会保険労務士
ITパスポート

※AI実カスコアの仕組みは、2022年2月に特許取得（特許 第7021758号）特許取得となりました。

スタディング事業：「合格者の声」件数推移

2021年末に比べ、2022年6月末で合格者の声（累計）が+1562件増と大幅増加 ※
合格実績が増えることにより、安心感、知名度の向上につながり、さらなる受講者増、
合格者増の好循環となる



※各資格試験の結果発表後にアンケートを行い合格者を確認。その中から、合格者の声を寄稿して頂いた方を当社ホームページ上で掲載しており、上記の数は、当社ホームページ上で掲載された合格者の声の件数。

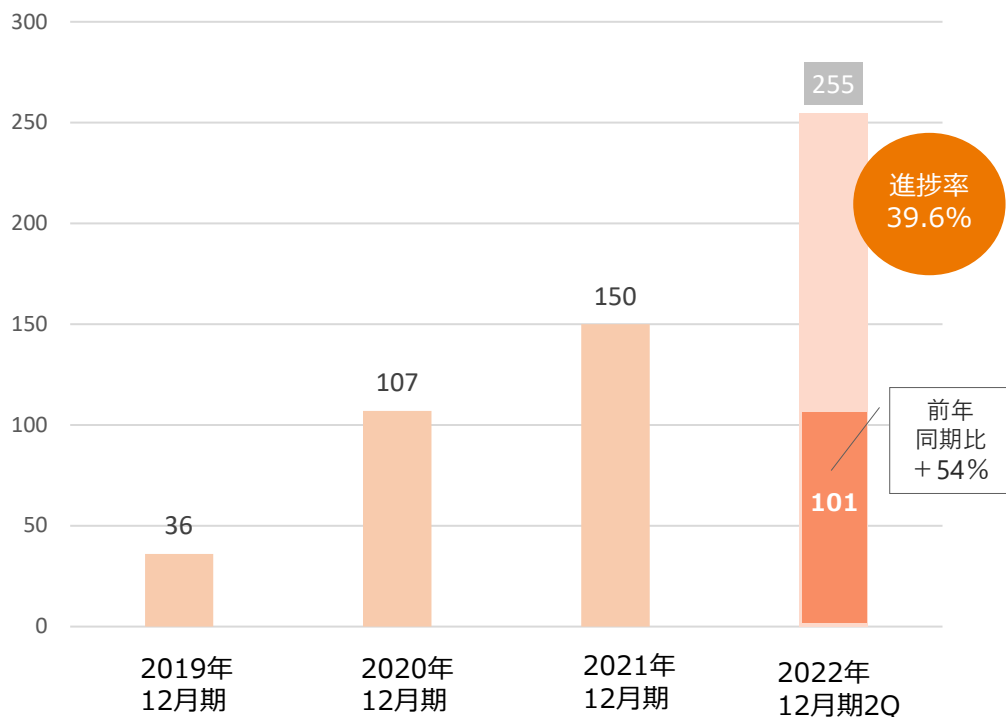
法人向け教育事業：KPI

法人向け教育事業の売上（前年同期比+54.8%）、AirCoruse契約企業数（前期末比+129社増）と大きく伸長

AirCourseの2022年12月期2Qの平均解約率※は1.51%と改善、継続率の高いストックビジネスとなっている

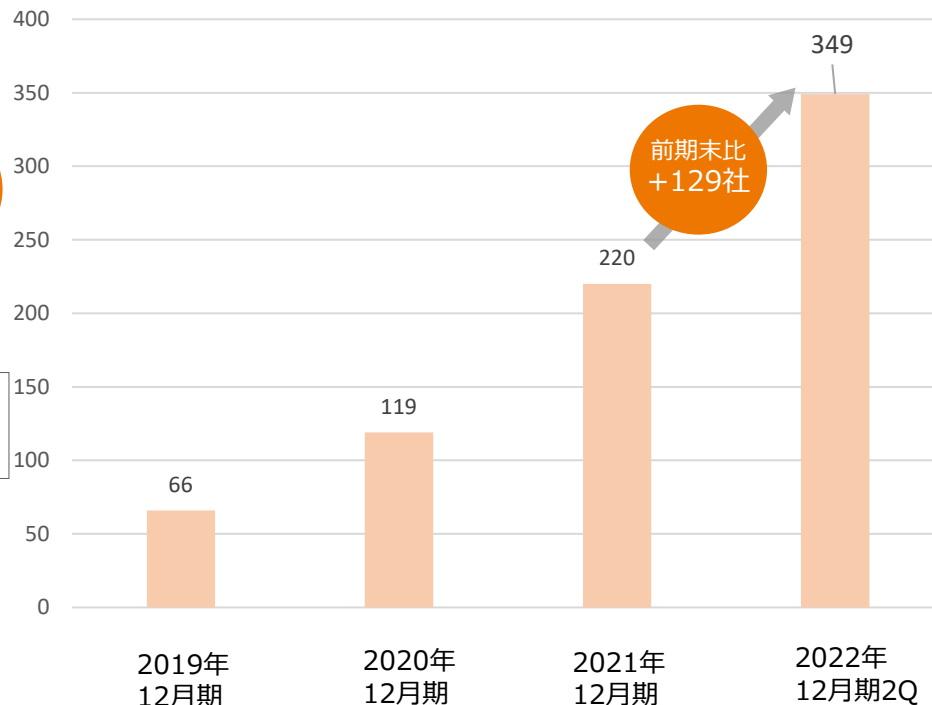
法人向け教育事業売上

(百万円)



AirCourse契約企業数

(社数)



※平均解約率とは、AirCoruseの月次ストック売上（月次売上からスポット売上を引いたもの）について、解約に伴い前月から当月に減少した割合（＝月次解約率）を計算し、その値を年間で平均した数値

法人向け教育事業：大規模顧客増で急成長フェーズに移行

大企業からの受注や、導入後の利用拡大が増加。業界も多岐にわたる成功事例による社員教育ノウハウが蓄積され、事例による販促効果も高まる

AirCourse導入企業様の一例



eラーニングのフル活用が一ひとりの成長を促進する

株式会社ネオキャリア 様



ムーブメントにまで発展した社内検定試験制度により、受注単価15.2%アップを実現

株式会社SHIFT 様



eラーニングで「中途入社者へのオンボーディング」「資格試験対策」「福利厚生」をすべてカバー

株式会社ニチケアパレス 様



育成に関する情報をeラーニングで一元管理し、運営工数を大幅削減！

株式会社ぐるなび 様



組織拡大と教育体制強化を両立させる！

株式会社 MS-Japan 様



AirCourse導入により研修業務の50%の時間削減を実現

リノべる株式会社 様



幅広いテーマのeラーニングコンテンツを活用し、全社員のキャリア形成を促進

株式会社セリオ 様



受講者と講師の双方にとってwin-winの教育環境をeラーニングで構築

フジ産業株式会社 様



PC1人1台の環境でなくとも、AirCourseを活用して全従業員に教育機会を提供

株式会社フレスタ 様



全国からの依頼増加に対し、研修の動画コンテンツ化・eラーニング配信により機会損失を解消

株式会社ヒューマン・キャピタル・コンサルティング 様

法人向け教育事業：大企業向けシステム機能の強化

AirCourseで大企業のニーズに対応した各種機能をリリース

学習パス（5月リリース）

複数のコースを組み合わせて体系的なカリキュラム作成が可能に

「標準学習パス」も提供開始

AirCourse API（6月リリース）

AirCourseと外部のシステムを連携が可能に
ユーザ情報の更新の自動化・工数削減

今後もプラットフォーム化を進める

学習パスを用いた場合（例）ビジネスマナー教育

1つの学習パスを割り当てるだけで工数が削減！



管理者

学習パス「ビジネスマナー研修」

eラーニングコース

挨拶と身だしなみ

敬語の基本

来客対応の基本

⋮

職場での電話対応

学習パスを1つだけ割り当てる



受講者

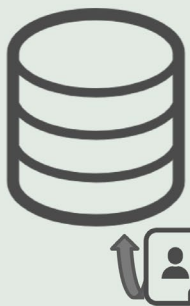
コースをどの順番に受講すればよいのかすぐに分かる！

体系的な教育プログラムを構築できる！

コースを探す手間がなくなった！

API連携の図

自社システム

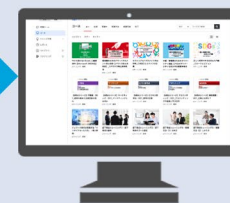


ユーザー情報を更新

API呼び出し

AirCourse

AirCourse API



UI/UXリニューアル（1月リリース）

より直感的に使いやすい、管理画面、受講画面に

IPアドレス制限、ログインパスワード強化（5月リリース）

より強固なセキュリティを実現

法人向け教育事業：標準コースの大幅拡充

コース数は2021年12月末の405コースから2022年7月末で552コース(+147コース)に大幅拡充

ITスキル、ハラスメント、MBAシリーズ、メンタルヘルスや改正個人情報保護法、インサイダー教育コースなどコンテンツを積極的に拡充

新入社員から管理職まで
充実した階層別研修

幅広い用途で使える
テーマ別研修

管理職

コーチング、部下育成など

中堅社員

リーダーシップ、プロジェクトマネジメントなど

若手社員

ロジカルシンキング、社外コミュニケーションなど

新入社員

ビジネスマナー（敬語、電話応対、名刺交換）など



ITスキル



コンプライアンス



ハラスメント



AirCourse MBA



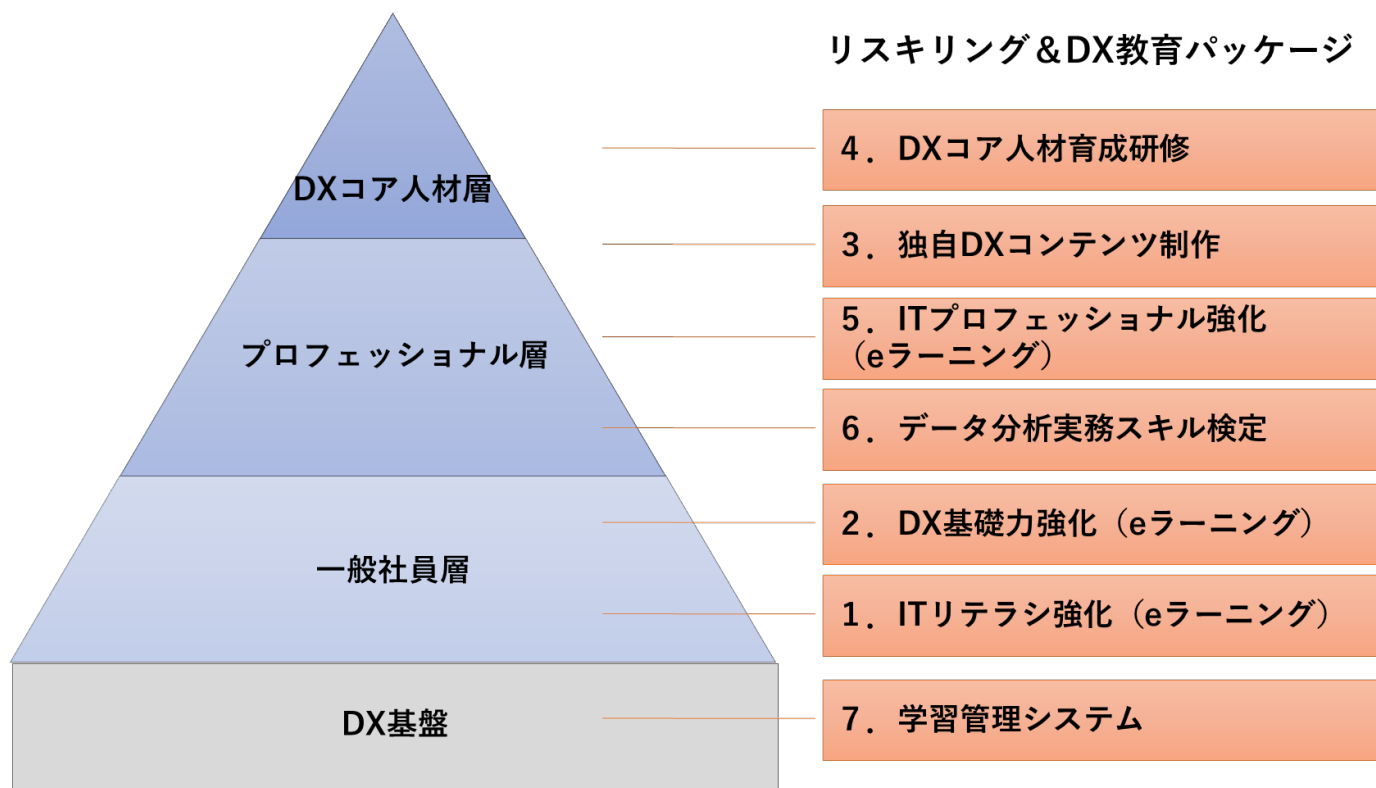
営業



人事・労務

「リスキリング & DX教育パッケージ」の提供開始※（再掲）

- ・ 2022年1月に資本・業務提携をした、データミックス社との協業 第一弾
- ・ eラーニングコンテンツ、DX人材育成研修、スキル検定、学習管理システム（LMS）、独自DXコンテンツ制作サービス等を提供・ DXを推進する企業が体系的に社員のリスキリングをすることが可能に



※2022年3月より提供開始

2022年12月期 業績予想の修正及び 今後の対策について

2022年12月期 業績予想の修正

第2四半期累計期間の業績予想と実績値の差異（2022年1月1日～2022年6月30日）

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益	1株当たり 四半期純利益（円）
前回発表予想（A） （2022年2月14日公表）	1,333	△314	△316	△268	△39.79
実績値（B）	1,252	△402	△405	△440	△65.26
増減額（B－A）	△80	△87	△88	△171	－
増減率（％）	△6.1	－	－	－	－
前期第2四半期実績 （2021年12月期第2四半期）	961	△71	△72	△61	△9.30

※四半期純利益において、修正割合が64.1%となったため修正

通期個別業績予想の修正（2022年1月1日～2022年12月31日）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益（円）
前回発表予想（A） （2022年2月14日公表）	3,200	150	150	149	22.11
今回修正予想（B）	2,820	△255	△255	△291	△43.21
増減額（B－A）	△380	△405	△406	△440	－
増減率（％）	△11.9	－	－	－	－
（ご参考）前期実績 （2021年12月期）	2,262	148	148	124	18.62

2022年12月期 業績予想（通期）の修正の主な修正点

業績予想（通期）の主な修正点

- ・ 売上高の減少 $\triangle 3.8$ 億円
- ・ 営業損益の悪化 $\triangle 4.0$ 億円
- ・ 売上高の対前年同期比 +5.5億円（+24%）

（百万円）

項目	2022年12月期 （業績予想）	2022年12月期 （業績予想の修正）	増減額	増減率
売上高	3,200	2,820	-380	-11.9%
スタディング事業	2,945	2,565	-380	-12.9%
法人向け教育事業	255	255	0	0.0%
売上原価	475	444	-30	-6.4%
売上総利益	2,725	2,375	-350	-12.8%
販売費及び一般管理費	2,575	2,631	55	2.2%
営業損益	150	-255	-405	-
経常損益	150	-255	-406	-
当期純損益	149	-291	-440	-

2022年12月期 業績予想の修正の主な要因

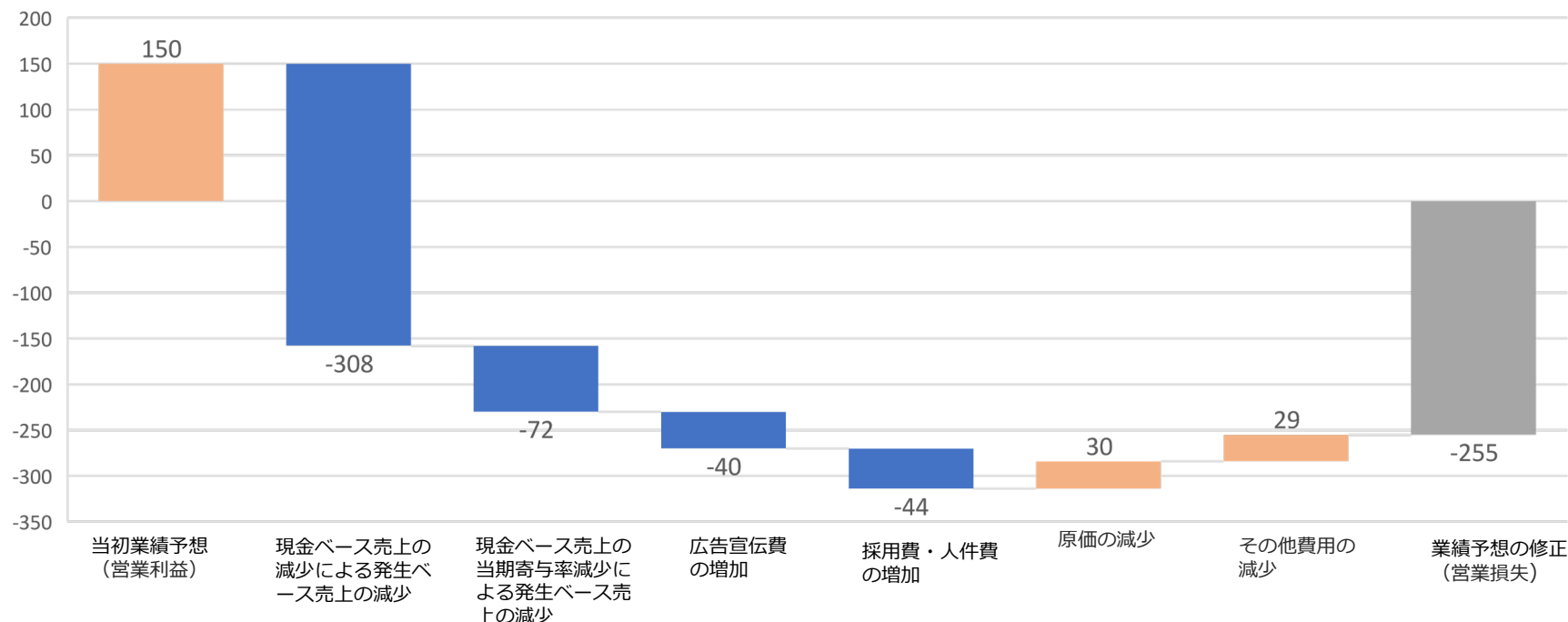
業績予想（営業利益）修正の主な要因として、マイナス要因としては「現金ベース売上の減少による発生ベース売上の減少（△3.0億円）」「現金ベース売上の当期寄与率減少による発生ベース売上の減少（△0.7億円）」「広告宣伝費の増加（△0.4億円）」「採用費・人件費の増加（△0.4億円）」がある

プラス要因としては「原価の減少、その他の費用の減少（+0.6億円）」がある

【営業利益に対する増減要因】

(百万円)

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計



業績予想の修正の要因分析①

現金ベース売上減少による発生ベース売上減少（影響額△3.0億円）

以下の2つの要因により、発生ベース売上の予想が減少する見込み。

1. 第2四半期の現金ベース売上減少

- 第2四半期に、一部の講座で無料登録者が伸び悩み、結果的に現金ベース売上が前年同期比15.5%増に留まった。
- 広告費を積み増すことで現金ベース売上を増加させようとしたが、想定したペースに届かなかった。

2. 下期の現金ベース売上の見込みの減少

- 短期的なWebマーケティングの強化策の実施により、足元では現金ベース売上のペースは回復傾向。
- ただし、効果が出るまで時間のかかる施策もあり、想定していたペースに戻すまでには時間がかかる想定。そのため、特に下期の前半においては現金ベース売上が当初見込みよりも減少する想定。
- 現金ベース売上が、当期の発生ベース売上に計上される割合（寄与率）は、年の後半になるにつれ低くなる。特に第4四半期は、過年度の傾向から寄与率は15~25%と予測しており、第4四半期に現金ベース売上が増えても当期にはあまり寄与しないため、発生ベースの増加があまり見込めない想定。

業績予想の修正の要因分析②

現金ベース売上の当期寄与率減による発生ベース売上減少（影響額△0.7億円）

- 第2四半期において、現金ベース売上が当期の発生ベース売上に計上される割合（寄与率）が想定よりも少なくなったため、発生ベース売上が減少した。
- また、下期においても、同様の傾向が続くと予想されたため、年間の発生ベース売上の押し下げ要因となる。
- その主な理由としては、売れたコースの受講期間が想定よりも長かったため。
 - コースが売れた際（現金ベース売上が計上）には、そのコースの受講期限まで毎月均等に発生ベース売上が計上される。そのため、受講期限が来年になるコースの場合には、現金ベース売上のうち、一部が当期の発生ベース売上、残りが来期の発生ベース売上になる。
 - 現状、当初の想定よりも、受講期間が長いコースが売れており、当面はこの傾向が続くと想定して、今期に計上される発生ベース売上の割合（寄与率）を当初の想定より下げた結果、当期の発生ベース売上見込が減少。

業績予想の修正の要因分析③

広告宣伝費の増加（影響額 △0.4億円）

- 第2四半期において、現金ベース売上の減少を補うために、短期的に広告費を増加した。
- 単に広告費を増加するよりも、Webページや広告の改善などの施策をした方が効果が出るということが判明したため下期は広告費総額は当初予算の水準に据え置く方針。

採用費・人件費の増加（影響額 △0.4億円）

- これまでの採用については、ほぼ計画通りのペースで採用ができています。
- 一方、マーケティングやプロダクト開発において、より経験値の高いハイクラス人材を採用することで、販売力、商品力を強化し、来期以降の高成長を実現していく方針。そのための採用費・人件費を積み増し。

原価、一部費用の減少（影響額 0.6億円）

- コンテンツ開発・運営などで効率化を図り、コスト低減ができる予定。

今後の対策①

マーケティング強化による売上の増加

- 今回、売上成長ペースが落ちた主原因は、無料登録（講座のお試しの数）が伸び悩んだためである。
一方、無料登録さえしていただければ、その後は順調に販売ができているため、無料登録数を増加させることがポイントになる。
- そのため、Web広告や集客対策などのマーケティング施策を強化し、無料登録者数を増やすことで、売上を増加させる方針。
- マーケティング経験値が高いメンバーを複数採用し、広告代理店とも連動した、強力なマーケティング体制を構築する。



今後の対策②

プロダクト強化により「合格しやすさ」を追求、合格者数No1を目指す

- プロダクトを強化し、一層「学びやすく、わかりやすく、続けやすい」サービスにすることで、合格者数No1を目指す。
- AIを活用した学習の個別最適化をさらに進め、その人の理解度に合わせた効率的な学習ができるようにする。
- 学習Q&Aサービス（質問回答サービス）の対応講座を増やし、わからない箇所があってもつまづかないようにする。
- 勉強仲間機能等により、勉強するモチベーションを高めて継続できるようにする。
- 学習コンテンツやカリキュラムを見直し、試験に効率よく合格できるようにする。

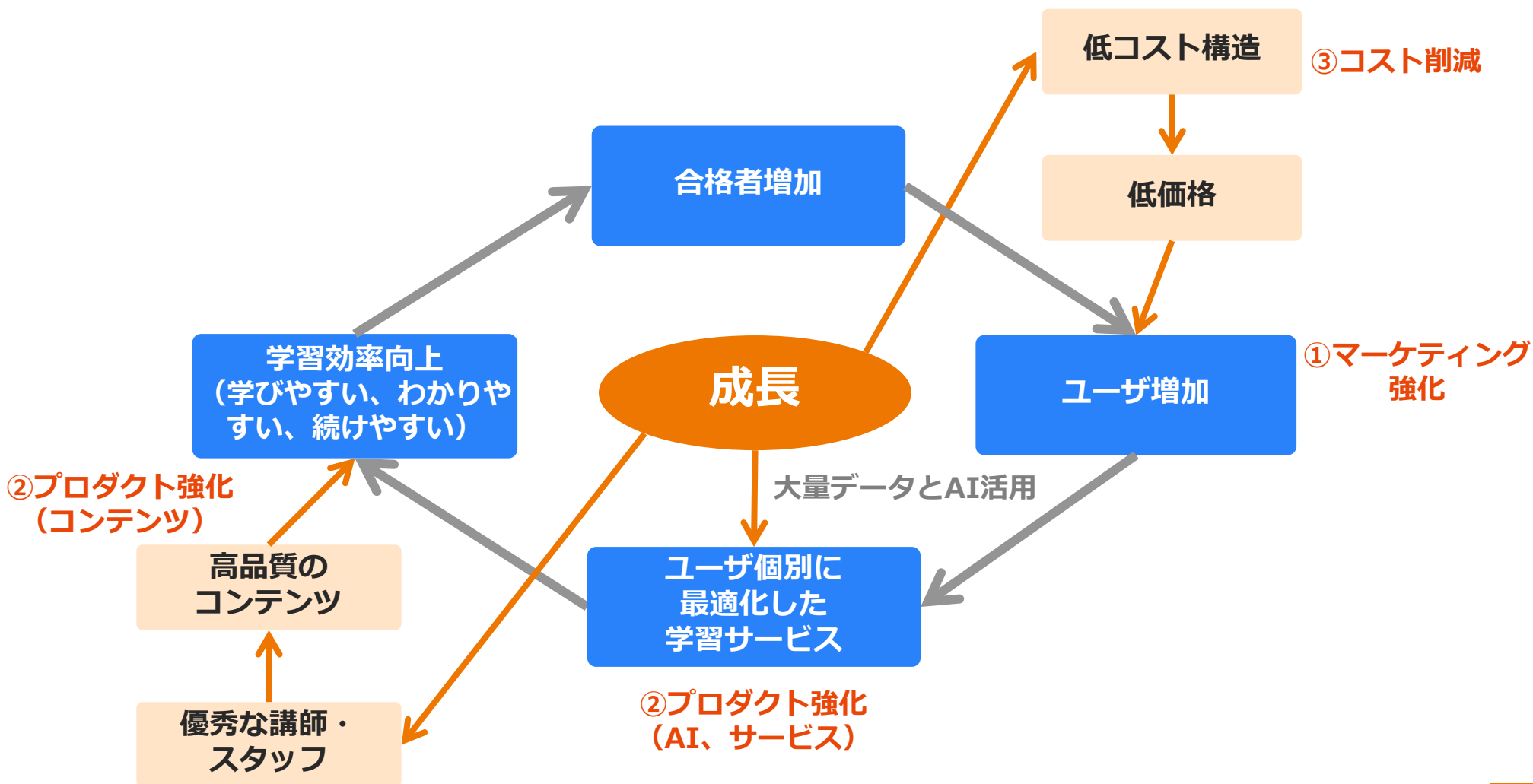
今後の対策③

講座開発・運営業務を見直しコスト削減する

- 当社では講座の開発、改訂、販売、運営などは、自社開発のシステムを活用して事業運営している。こういった開発、改訂、販売、運営等の業務を見直し、無駄な作業を減らしたり作業を効率化することで、より一層コスト削減する。
- 上記のような定常的にかかるコストを削減することで、利益を増やす。

今後の対策まとめ「成長サイクル」

3つの対策「①マーケティング強化」「②プロダクト強化」「③コスト削減」を行うことで、成長サイクル（好循環）を回し、売上、利益を増やす。



中期経営計画2023への影響について

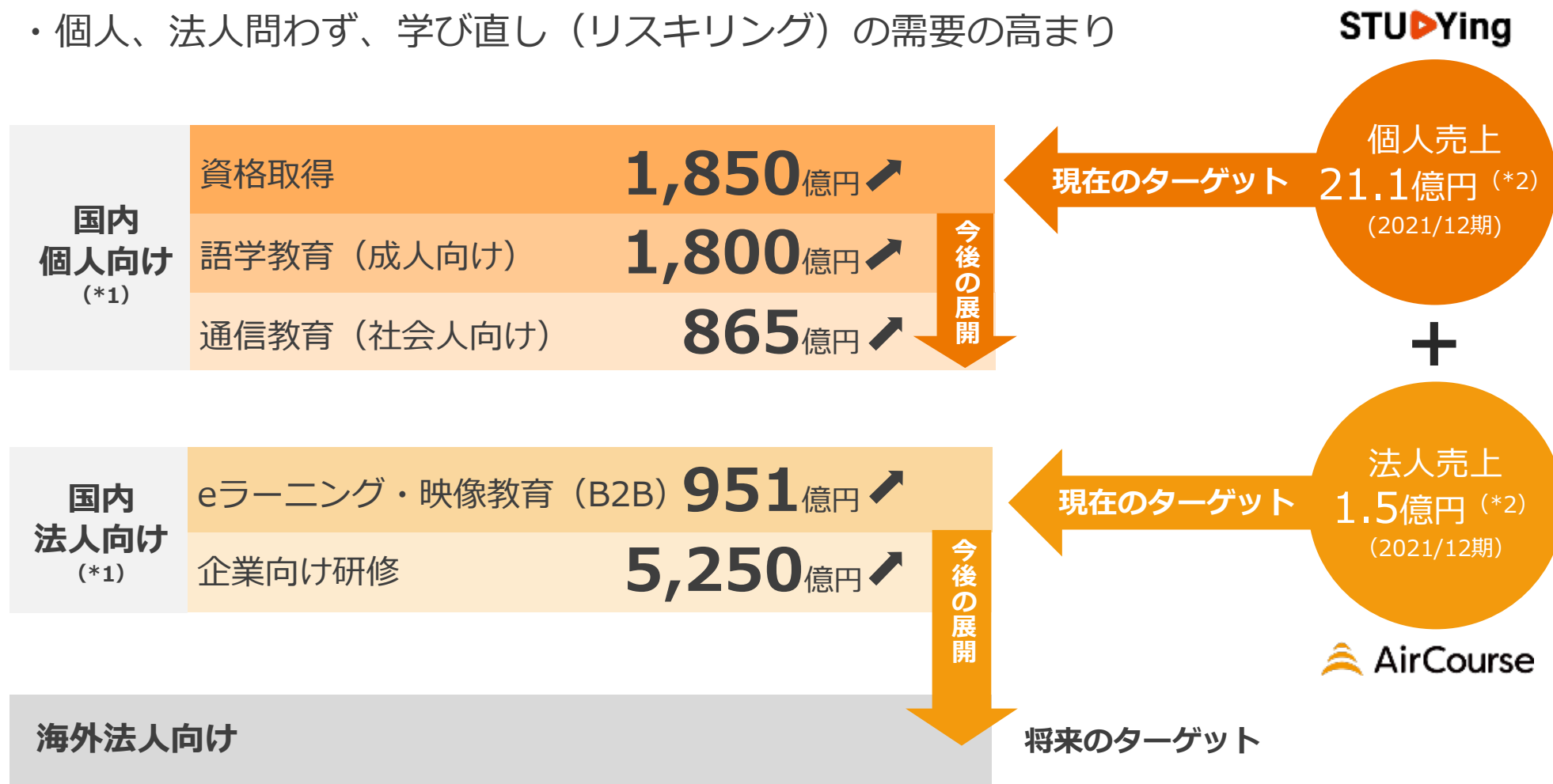
当社では、中期経営計画2023を2021年2月12日に策定し公表、2022年2月14日に更新したものを公表しております。

中期経営計画2023に含まれる、2023年12月期の業績予想につきましては、現時点において変更はございませんが、前述の各種対策による2022年12月期第3四半期以降の業績の回復状況、および今後の市場環境等を見極める必要があることから、必要に応じ適宜見直しを行っていく方針です。

補足資料： 今後の事業方針について（再掲）

市場ポテンシャルと事業展開の方向性

- 個人向け資格取得市場は、コロナ渦で減少した2020年度に比べ、回復基調へ
- 法人向け市場では、研修のオンライン化が定着。eラーニング・映像教育市場でもオンライン及びリモートで実施できることから需要が急拡大
- 個人、法人問わず、学び直し（リスキリング）の需要の高まり



※1: 矢野経済研究所「教育産業白書 2021年度版」より 数字は2021年度の予測値

※2: 百万円以下四捨五入した値

学習のデジタルトランスフォーメーションが一層加速

1. リスキング・学び直し

全ての人が生涯にわたって学び続ける時代に

2. 学習のデジタルシフトが加速

オンライン学習が一般化し、デジタルを活用して学習する時代へ

3. データが価値を持つ時代に

従来の「カンと経験」での指導から、「蓄積されたデータ」を活用したコンテンツ、サービスに移行

4. AIを活用した「学習の個別最適化」「見える化」が進む

従来の「画一的学習」から、データとAIを活かして、ユーザ個別の学びを提供することで学習効率が向上

5. 人材の採用と育成が、企業の最優先事項に

DX時代において、優秀な人材を育成できるかが経営戦略の重要事項になりつつある

→当社にとって大きなチャンスが訪れている

中期経営計画2023の更新の目的と主旨

目的

- ターゲット市場においてNo1になるための成長投資や戦略実行を行うため

背景

- 学習のDX、オンラインシフトを背景に、市場機会は大きくなっている
- オンライン学習市場が急拡大しており、よりプロダクト、サービス強化のための投資が重要に
- 市場内ではマーケティング面での競争が激しくなっている

中期計画の更新の主旨

- 成長性を重視し、最短でNo1になれるように投資を積み増し
- マーケティング面での競争に勝ち抜くため、マーケティングコストを機動的に増加できるようにする
- プロダクト、サービス強化のための投資を増やす
- 投資増のため2022年の段階利益の予想は当初目標よりも減少
- 競合環境など状況の変化に臨機応変に対応できるようにするため、2023年の目標はレンジで表示
- リスキリング需要の取り込みのため、提携も含めたスピードを重視した取り組み

長期ビジョンの実現に向けた当中計期間での取り組み方針

当中期経営計画においては、既存事業（スタディング事業、法人教育事業）の成長を最重要目標と位置づけ

- 既存事業の成長余地が大きいいため、既存事業に投資することで成長し、市場リーダーになることを最優先

上記を行いつつ、新規事業展開に必要な、組織能力、経営資源を獲得していく

- 既存の組織能力（学習システム、AI・データ活用、コンテンツ開発、マーケティング・販売、ローコストオペレーション）を強化
- さらに、事業マネジメントの仕組みやノウハウを獲得

新規事業の探索については、当中期経営計画期間から開始

- 新規事業を探索し、有望な事業機会がある場合、展開の準備を行う
- 事業の内容によって、自社による展開（オーガニック成長）、事業提携、資本提携（出資）、M&A等の方法を検討する
- 本格的な新規事業展開は、次期中期経営計画（2024年～2026年）以降になる想定だが、機会の内容・状況によって当中期経営計画期間に着手する可能性もある

当中期経営計画期間では配当よりも成長投資を優先する方針

- 投資により高い成長率がキープできる間は、配当よりも成長投資をすることで企業価値を高める方針

ご留意事項

本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。

これらの将来展望に関する表明の中には、さまざまなリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。

当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

本資料における将来展望に関する表明は、現時点において利用可能な情報に基づいて当社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。

※ビジネス実務法務検定試験は東京商工会議所の登録商標です。

※メンタルヘルス・マネジメント®は大阪商工会議所の登録商標です。

※知的財産管理技能検定は一般財団法人知的財産研究教育財団の登録商標です。

※TOEIC is a registered trademark of ETS.

This product is not endorsed or approved by ETS.