



2023年6月16日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 P O P E R  
代 表 者 名 代 表 取 締 役 栗 原 慎 吾  
(コード：5134 東証グロース)  
問 合 せ 先 取 締 役 C F O 姚 志 鵬  
(TEL. 03-6265-0951)

## 2023年10月期 第2四半期決算説明会 スクリプト

当社は、2023年6月15日、オンラインツールを用いたライブ配信にて、投資家・アナリスト向けに2023年10月期第2四半期決算説明会を開催いたしました。投資家の皆様にタイムリーに情報を開示するべく、スクリプトを公開いたします。なお、本資料の記載内容は、第2四半期決算説明会での発言内容をそのまま書き起こしたのではなく、ご理解いただきやすいように一部加筆修正を行っております。あらかじめご了承ください。

### 【2023年10月期 第2四半期決算 ご参考資料】

▼▼第2四半期決算短信はこちらからご確認いただけます▼▼

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/5134/tdnet/2299248/00.pdf>

▼▼第2四半期決算説明資料はこちらからご確認いただけます▼▼

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/5134/tdnet/2299633/00.pdf>

### 概要

---

【企業名】	株式会社 P O P E R
【証券コード】	5134 (東京証券取引所グロース市場)
【イベント名】	2023年10月期 第2四半期決算説明会<機関投資家及びアナリスト向け>
【決算期】	2023年10月期 (第9期)
【開催日時】	2023年6月15日 (木) 16:00~16:40
【登壇者】	2名
	代表取締役 栗原 慎吾
	取締役CFO 姚 志鵬

## 2023年10月期 2Q 業績ハイライト

- 2023年10月期2Qまでの業績は、売上高及び利益共に前年同四半期比で増収・増益となり、概ね計画どおりに推移

(百万円)	2022年10月期 2Q※	2023年10月期 2Q	前年同四半期比
売上高	305	407	+33.2%
売上総利益	216	300	+38.7%
売上総利益率	70.8%	73.7%	+3.0pt
販管費	245	277	+13.0%
営業利益/損失(△)	△29	22	黒転
営業利益率	△9.5%	5.6%	+15.1pt
経常利益/損失(△)	△31	18	黒転
当期純利益/損失(△)	△31	13	黒転

※2022年10月期2Qの数値については、監査法人による監査を実施していません。

2

それでは、2023年10月期第2四半期決算の業績の説明をさせていただきます。

2023年10月期第2四半期までの業績は、ご覧のとおり、株式上場により一定のご評価をいただき、また、当社「Comiru」の認知度も向上したことにより、売上高及び利益ともに前年同四半期比で増収・増益となり、計画どおりに推移しております。

## 2023年10月期2Q KPIサマリー

有料契約企業数 (社) ※1

1,212

ARPU (円/社/月) ※2

49,781

ARR (億円) ※3

7.24

顧客の解約率 (%) ※4

0.5

課金生徒ID数 ※5

308,000 超

課金生徒ID単価 (円/月) ※6

196

※1 2023年4月末時点の「Comiru」サービス有料課金企業数です。

※2 2023年4月末時点の「MRR」を有料契約企業数で除して算出しております。

「MRR」は、対象月の月末時点における顧客契約プランの月額利用料の合計額（一時収益は含みません）です。

※3 2023年4月末時点の「MRR」を12倍して算出しております。

※4 2023年10月期2Qまでの「月中に解約した有料契約企業数÷前月末時点での有料契約企業数」の対象期間の平均となります

※5 2023年4月末時点の「Comiru」サービス有料課金ID数

3 ※6 2023年4月末時点の「MRR」を「課金生徒ID数」で除して算出しております。

各種KPIのサマリーは、こちらのスライドのとおりです。

「有料契約企業数」は、1,212社、ARPUは49,781円、ARRは7.24億円、顧客の解約率は0.5%、課金生徒ID数は308,000超、課金生徒ID単価は196円となりました。

それぞれKPIの推移については、後ほど別のスライドにて詳細をご説明いたします。

## 2023年10月期 2Q 施策の振り返り

### ■ 上期の業績及び事業の進捗共に堅調に推移

		施策内容	評価※
顧客基盤の 拡大	塾	中小塾を中心に、既存顧客の紹介や経営セミナー開催等効果的なマーケティング活動により、順調に新規顧客を獲得	○
		「ComiruPRO+基幹システム開発」の戦略が当初見通しを上回る状況で、商談数の増加に繋がったものの、直近では保護者コミュニケーション機能のみ利用する低単価の大手塾の解約が一部で発生	△
	習い事	プログラミング教室や音楽教室を中心に、活用事例の共有や業界特化したセミナー開催等により、順調に拡大	○
	学校	FCEエデュケーション様との提携により、中長期拡大への布石を打った。地方自治体の教育委員会から「教職員の働き方改革」に関する調査案件も受注	○
ARPUの 向上	-	大手、中堅塾への値引きの減少や、「ComiruAir」、「ComiruPRO」の提案及び導入が活発化されたことにより、ID当たりの単価を上昇	○

※評価の記号は実績に対する当社の見解を表します。各記号は、以下の通り、対業績予想及び成長率における結果を表します。  
 4 ◎：想定以上の結果であること ○：想定どおりないし良化していること △：想定を下回っていること ×：想定を大きく下回っていること

この上期を振り返りますと、業績進捗、事業進捗ともに概ね順調な半年間であり、当社の評価としても1点を除いて「○」と表示しました。

まず「○」について上から順にご説明させていただきます。

一番上の「○」では、中小の学習塾を中心に、新規顧客が増加し、3番目の「○」では習い事の分野においても新規顧客が増加いたしました。習い事の教室の内訳としては、プログラミング教室や音楽教室を中心に増加しております。また、学校領域では、2023年1月に、FCEエデュケーション様と業務提携し、関東地方の県教育委員会様より「教職員の働き方改革」に関する調査を受託し、「Comiru」を含むICTツールの導入による教職員の働き方改革の可能性を模索しております。

次に、一番下の「○」であるARPUの向上については、既存顧客におけるグループ内での利用が拡大し、また、「ComiruAir」、「ComiruPRO」の提案と導入が活発化したことにより、ID単価を上昇させることができました。

続いて、「△」を表示している点については、現在、取組みを強化している大手学習塾向けの「ComiruPRO」と基幹システムの有償開発をセットにした販売戦略が、当初想定していた見通しを大きく上回る引き合いをいただいておりますが、有償開発のために各学習塾の上流工程にも踏み込むこととなりますので、1案件のリードタイムが長引いております。そのため、多くの商談は行っているものの、この第2四半期決算の段階においては、課金開始に至っていないのが実情です。次のスライド以降で具体的な取り組みをご説明いたします。

事業全体としては順調に進捗している一方で、この第2四半期では、保護者コミュニケーション機能のみを利用する創業初期からお付き合いのある大手学習塾2社の解約が発生しました。

業績への影響としては、ID単価が低かったこともあり、前のスライドでお示しした一部のKPIへの影響はありましたが、収益や利益への影響は限定的であると認識しております。

この2社の解約理由としては、より機能を絞った低価格の競合他社様のサービスを利用するためであると伺っております。

他社に乗り換えられた理由としては、当社の構造的な問題というよりサービスの品質の問題であると考えております。こちらのお客様は、創業初期のお客様であり、「Comiru」機能も少なかったことから単機能のみの利用で、かなりディスカウントしたID単価であり、かつ契約条件としてもアップセルの余地がなかったことから、当社から新機能の活用などの積極的な提案を行うのではなく、現状維持をするようなサポートに終始してしまったことが上げられます。このようなサービス品質の中で、お客様に不満を蓄積させて、低価格のサービスが入る余地を生み出してしまったものと理解しております。

こういった大手塾のお客様は、創業初期段階のお客様ということで例外的であるとは認識しておりますが、今回の反省を活かして、より多くの機能をご活用いただけるようなカスタマーサクセスの体制を構築しており、同様の事態にならないようにいたします。

2社の解約に関しましては、正直に当社の過信に基づいたものであり、ステークホルダーの皆様にもご心配させる結果となりましたこと、大変申し訳ございませんでした。

## 大手塾向け施策の振り返り

- 当期首から「ComiruPRO」の導入と基幹システムの有償開発をセットにした提案により、「Comiru」の販売を加速させる戦略を推進し、既存顧客の基幹システム案件を含め12社と商談中

The diagram compares the challenges of large tutoring centers with the advantages of the POPER company. On the left, under the heading '現状の大手塾の悩み' (Current Large Tutoring Center's Pain), three boxes list: '要件定義できない (しきれない)' (Cannot define requirements (overflowing)), 'システムが時代やテクノロジーの進化に追いつかず、続けられない' (System cannot keep up with the evolution of technology and times, making it unsustainable), and '初期構築及び運用コストが高い' (High initial construction and operation costs). On the right, under the heading 'POPER社なら' (If POPER Company), three boxes list: '「Comiru」事業で培った塾事業への深い理解と専門人材の育成' (Deep understanding of the tutoring business and cultivation of specialized talent through the 'Comiru' business), '「Comiru」事業を通じて常に最新のテクノロジーに対応' (Always responding to the latest technology through the 'Comiru' business), and '「Comiru」の利用を前提に設計するため、必要な不足分だけ開発のため圧倒的にリーズナブル' (Designed with 'Comiru' usage as a premise, so development is only for the necessary deficit, making it overwhelmingly reasonable).

※ 当社調べ

**「基幹システムもセットで任せたい」という  
大手ニーズに対応することで「Comiru」の販売も加速**

5

ここからは、主に収益への影響が大きい大手学習塾向けの施策について、詳細に説明いたします。

当期首から、「ComiruPRO」の導入と基幹システムの有償開発をセットで提案し、「Comiru」の販売を加速させる戦略を実行してまいりましたが、大手学習塾から予想を上回る反響をいただいております。既存顧客の基幹システム案件を含め、現在12社と商談しており、既に北海道の大手学習塾1社から受注しまして、7月より課金開始する予定です。なお、大手学習塾の商談数自体は過去最高の状況となっております。

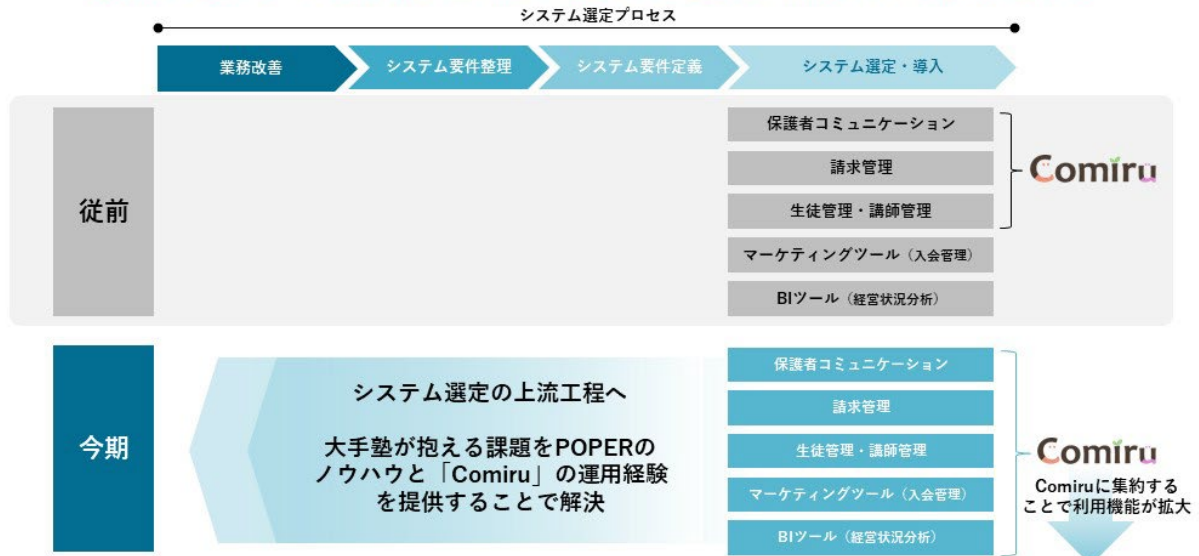
予想を上回る反響を得られているのは、基幹システムに問題を抱えていない大手学習塾はほとんどいないといっても過言ではないほどの状況であるからです。このような状況になっている構造的な要因として、教室現場の方々は、現場の業務フローをシステムに翻訳することができず、システムを開発する開発会社は現場を知りませんので、要件定義がそもそも間違っただけを策定してきたということがあります。その間違いを継ぎ足しで機能拡張してきたのが、現行の大手学習塾の基幹システムであり、この問題を解決することができるのは、現場を熟知し、かつ、それらをシステムに翻訳するノウハウの蓄積がある会社だけとなります。

そこで、当社が業界のパイオニアとして、昨年11月の株式上場を機に知名度も上がり、大手学習塾にとっての長年の課題を解決できるパートナーになり得るのでないかと当社に期待をいただいた結果、過去最高の商談数となりました。



## 大手塾向け施策の強化

- システム提供だけでなく、大手塾が抱える課題の改善提案や要件整理等を積極的に実施したことにより、「Comiru」への期待値がさらに高まっている。営業リードタイムが長くなるものの、中長期では顧客単価が向上するとともに、解約リスクの低減が図れる



上記施策により、大手塾からの引き合いは当初見通しを上回る状況であり、複数の案件が現在進行中（既に北海道の大手塾から受注頂いており、7月から課金開始予定）

6

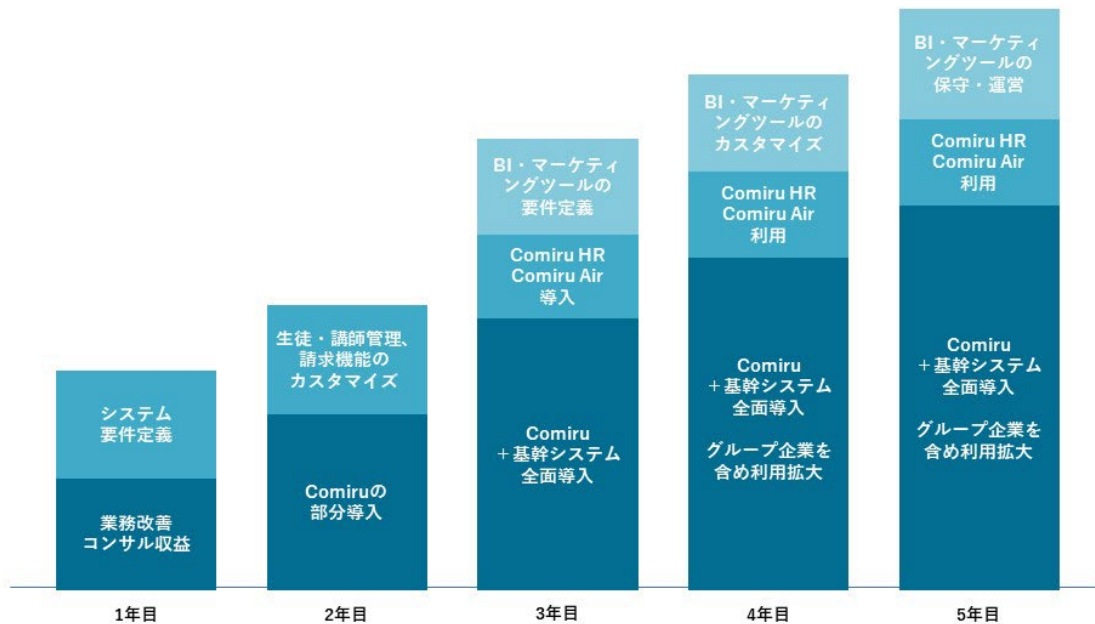
一方で、商談数は過去最高を記録しているものの1件あたりのリードタイムが伸びております。この理由については、こちらのスライドに記載のとおり、これまではスライド右側の「システム選定・導入」に際して、お声掛けをいただくことが多く、所謂ツールベンダーの1社として見られておりましたが、今期からは前のスライドでご説明のとおり、単に「Comiru」というツールを提供するに留まらず、基幹システム全体の切替のために、上流工程である業務フローの把握、業務改善（BPR）のコンサルティングやアーキテクチャ設計、要件定義に対する相談が増加しております。

また、基幹システムとセットで導入したいと強いニーズがあがったこと、経営状況の分析用BIツールや入会管理等のマーケティングツール等も含め、様々なニーズの機能も現在開発をしております。

その結果、営業リードタイムが長くなったものの、上流工程へのサービス提供や、システム利用機能の拡大等により、顧客当たりの単価が上昇し、より深く顧客のシステムに関わることとなりますので、解約リスクも低減される見通しであります。

## 大手塾向け施策のサービス提供イメージ

- 複数年にわたって、様々なサービスで継続的に収益を獲得し、LTVの向上にも貢献



7

先ほどご説明した大手学習塾への「ComiruPRO」と有償開発をセットにした販売戦略のサービス提供イメージは、こちらのスライドのとおりです。

同一顧客に対して、業務改善のコンサル、システム要件定義から始まり、「Comiru」の導入や基幹系システムのカスタマイズと続き、「ComiruAir」、「ComiruHR」の導入及びBI・マーケティングツール等のサービスをフェーズ毎に提供することで、複数年にわたって、安定的な収益を確保していきます。収益イメージとしては、案件規模や顧客のニーズに応じた価格としており、フロー収益が数千万円～数億円を見込んでおり、同時にストック収益も上げられるようになり、大きなインパクトを有しております。

カスタム開発をすることによって、売上総利益率の低下の懸念もあるかもしれませんが、当初予定していた採用活動のみで、現在の開発エンジニアやPMのリソースで対応することが可能であり、新たな人件費の増加などによる利益率の低下とはなっておりません。もちろん、今後も全体の収益率や案件規模などの状況を勘案しながら、採用活動を始め、必要に応じて先行投資をしてまいります。



## 各種KPI指標の推移①

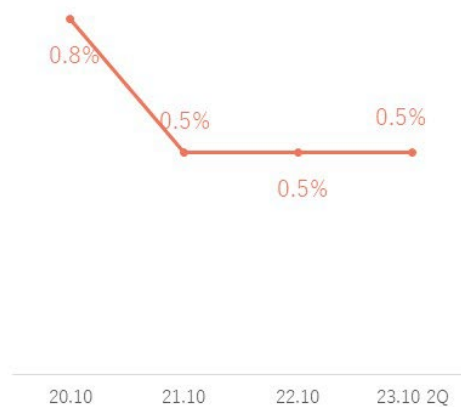
- 契約社数は前年同四半期比およそ15%増加し、顧客の解約率も引き続き低水準を維持

### 有料契約企業数

(単位：社)



### 顧客の解約率推移



8

続いて、各KPI指標の推移について、ご説明させていただきます。

契約社数は、1,212社となり、昨年同四半期比14.8%の増加となりました。2023年10月第1四半期と比べましても、約90社超の増加となりました。

顧客の解約率についても、社数ベースでは引き続き0.5%と低水準を維持しています。

## 顧客分類別の進捗状況

- 大手塾へのアプローチを戦略的に進め、期末に向けて成長率をさらに高める

顧客分類	「Comiru」サービスの市場占有率		備考
	22.10	23.102Q	
<b>大手塾</b> 5,000人以上 (約200社)	12社	10社	5.0% 保護者コミュニケーション機能のみを利用する低単価の大手塾2社の解約が発生 - 「ComiruPRO」の導入と基幹システムの有償開発をセットにしたサービスを強化
<b>中堅塾</b> 300~5,000人 (約1,000社)	66社	74社	7.4% 「ComiruPRO」を中心に顧客への提案を強化することで、リード数及び契約数共に増加
<b>個人塾</b> 300人未満 (約31,000社)	1,028社	1,083社	3.5% 既存顧客の紹介や経営セミナーの実施等効果的なマーケティング施策による継続的なシェア拡大
<b>その他習い事</b>	12社	45社	- プログラミング教室、音楽教室等を中心に、順調に拡大

※ 当社は、生徒数規模によって大手塾、中堅塾、個人塾を分類しております。  
 ※ 各分類の分母となる想定対象社数は、全国私塾情報センター「学習塾白書2020」、経済産業省「2019年経済情勢調査結果報告書 学習塾編」より当社推定

9

顧客の規模ごとの導入社数としては、大手学習塾では、前期末より2社減少しております。この2社は先ほどのご説明のとおり、創業当初にご契約いただいた単機能のみを利用されていた学習塾です。

大手学習塾に対しては、引き続き「ComiruPRO」の導入と基幹システムの有償開発をセットにした販売戦略で、期末に向けて成長率を高めてまいります。

中堅学習塾は、前期末より8社増加しております。

中堅学習塾では、フルスクラッチで基幹システムを開発する投資余力がないことから、特にカスタム開発しなくとも基幹システムとして利用することができる「ComiruPro」を求められることが多く、足元のリード数及び契約数共に増加しています。

個人塾は、前期末より55社増加しております。

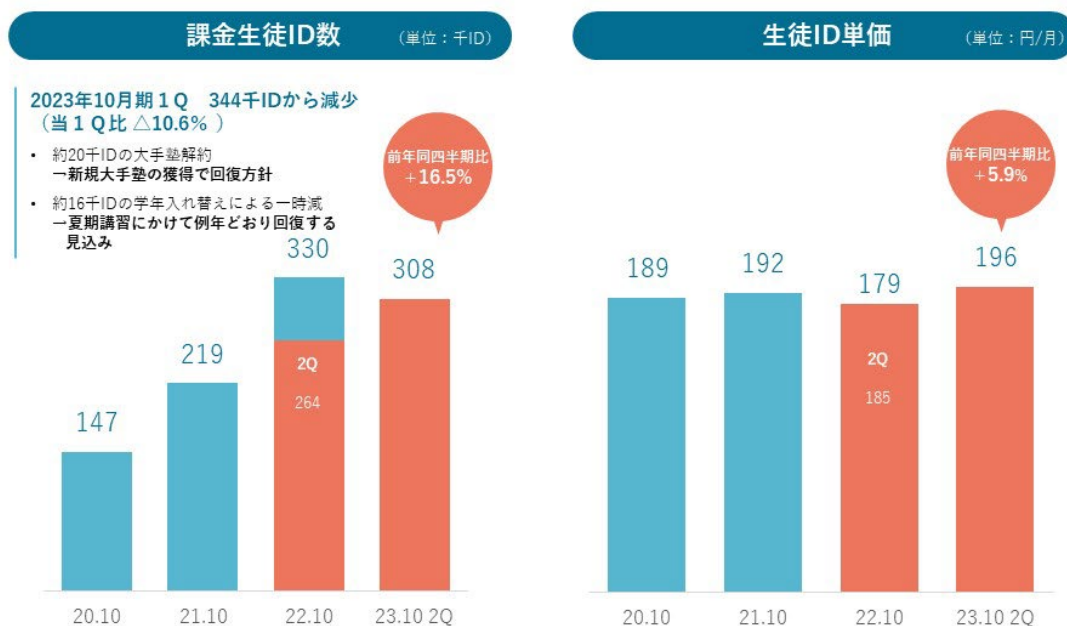
個人塾に対しては、既存顧客の紹介や経営セミナーの実施等で継続的にシェアを拡大しておりますので、引き続き、オンライン/オフライン双方でタッチポイント増やし、見込み顧客を拡大してまいります。

習い事分野においては、保護者とのコミュニケーションを図る点で学習塾との互換性も高く、プログラミング教室や音楽教室等を中心に、順調に拡大している状況です。引き続き、習い事業界へもオンライン/オフライン双方でタッチポイントを増やし見込み顧客を拡大してまいります。

なお、中長期で目指している市場シェアに変更はなく、5~10年以内に各分類で25%の市場シェアを獲得すべく、現状の戦略を大きく変えることなく達成できる見込みです。

## 各種KPI指標の推移②

- 課金生徒ID数及び生徒ID単価は前年同四半期比で増加。一方で、課金生徒ID数は、大手塾の解約や新年度の学年入れ替えにより1Qから一時減少



10

課金生徒ID数と生徒のID単価ともに昨年同四半期比で増加しております。

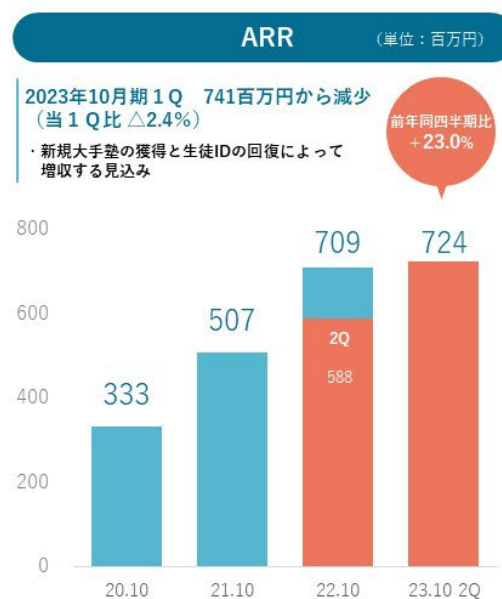
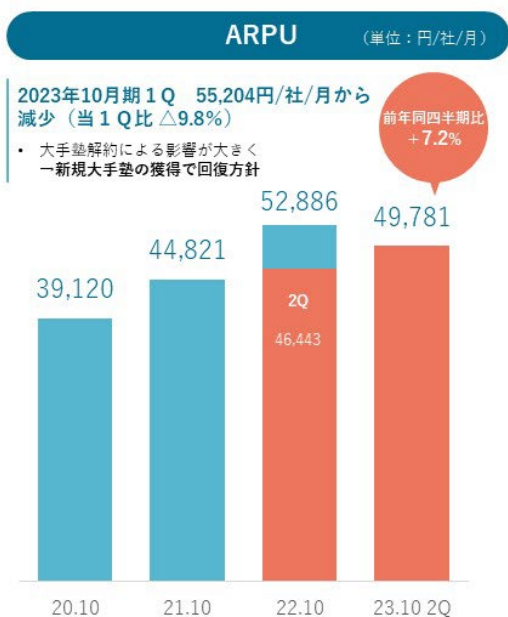
課金生徒ID数は、第1四半期から36千IDが減少しておりますが、そのうち約16千IDは、学年入れ替えによる一時的な減少ですので、夏期講習にかけて例年どおり回復する見込みです。

残りの20千IDは、大手学習塾2社の解約による影響であり、今後新規大手学習塾の獲得によりリカバーしてまいります。

生徒ID単価については、既存顧客の利用拡大と「ComiruAIR」等の関連サービスのクロスセル等により上昇しました。

### 各種KPI指標の推移③

- ARPU及びARRは前年同四半期比で増収となった一方で、大手塾の解約の影響により1Qから一時的に減少し、新規顧客の獲得と生徒IDの回復により今後再び増収する見込み

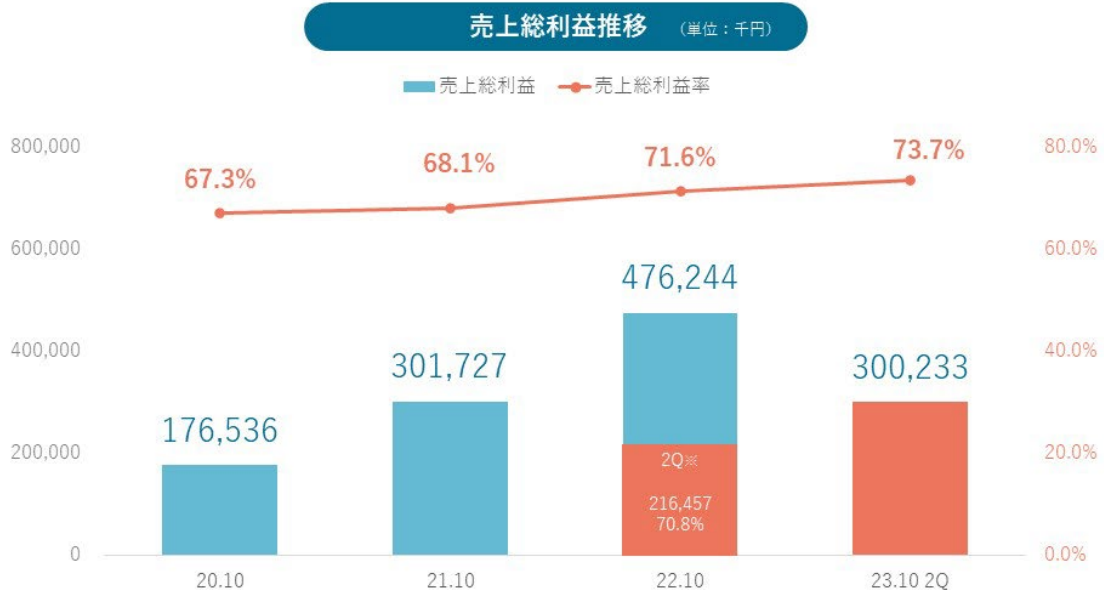


11

ARPU及びARRともに前年同四半期に比べ、増収となった一方で、大手学習塾の解約の影響で第1四半期から一時的に減少しましたが、今後第4四半期にかけて新規顧客の獲得と生徒ID数が回復し、ARPUやARRの成長は伸長することを見込んでおります。

## 売上総利益率の推移

- 売上高の成長とともに開発の効率化等により収益改善を実現



12

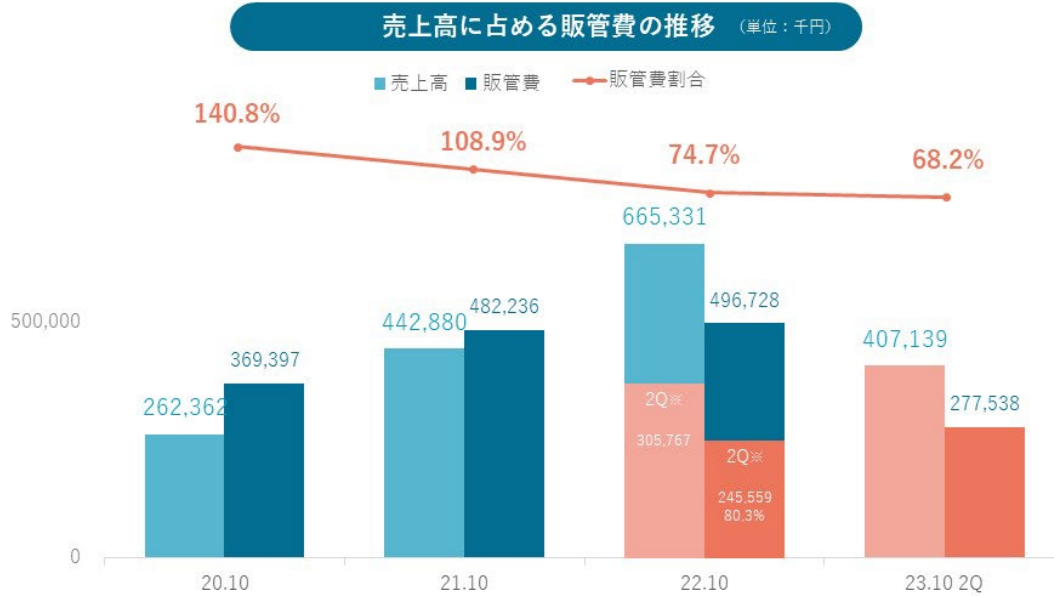
※2022年10月期2Qの数値については、監査法人による監査を実施していません。

売上総利益率については、売上が堅調に推移したことと、開発業務をモジュール化する等の効率化やテスト業務の一部を自動化する等の継続的な改善活動により、73%超まで改善しております。



## 売上高販管費率の推移

- 事業拡大に伴い、人員増強等により販管費が前年同四半期より増加したものの、売上高が堅調に推移していることから販管費率がさらに改善

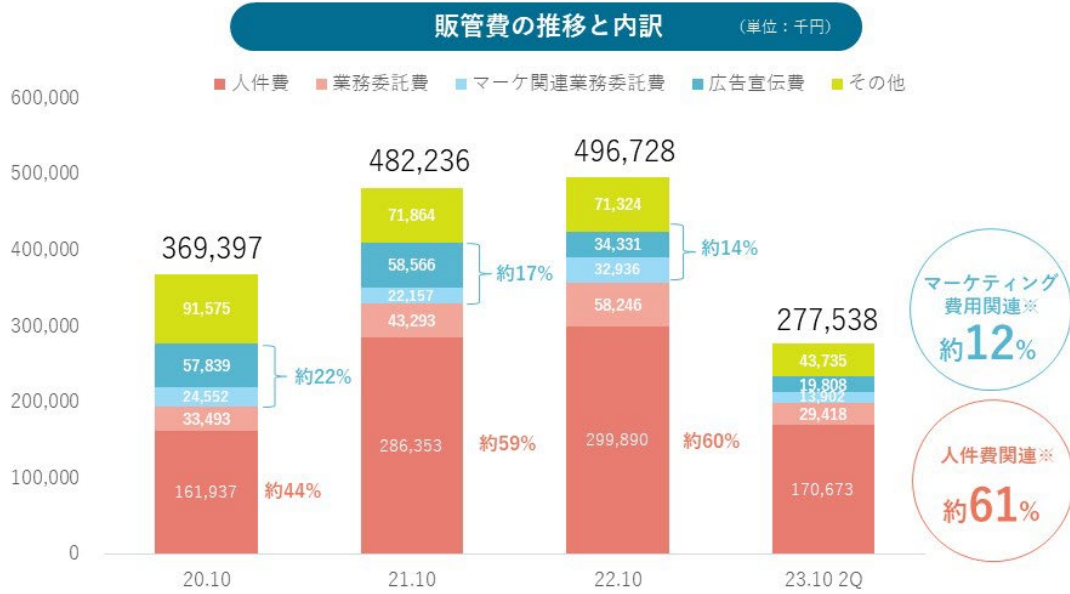


13

販管費率についても、事業規模の拡大に伴う人員の増加に留まっていますので、68%まで低下しました。

## 販管費内訳の推移

- 各費用共に、大幅な増加はなく、前期同様の水準と割合で推移



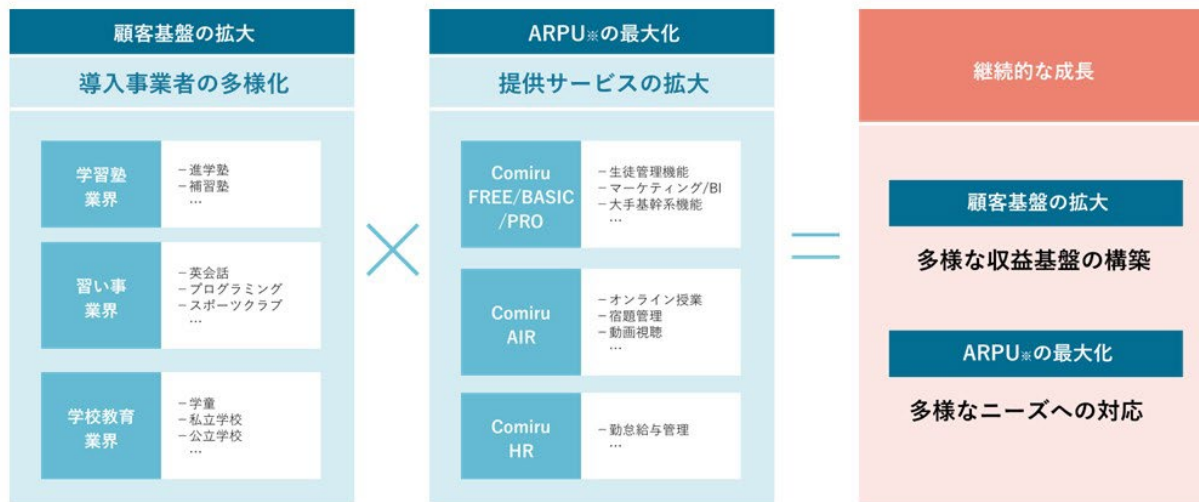
※「人件費関連」とは、「役員報酬」及び「従業員給料及び手当」を合算した数値です。

14

販管費の内訳としては、大幅な増加はなく、今後期末に向けての大きな投資は予定しておりませんので、概ね前期と同様の水準で推移すると見込んでおります。

## 2023年10月期 3Q以後の施策予定

- 3Q以後も大手塾の獲得を中心に、顧客基盤の拡大と単価向上の両面で推進し、当社にしかできないプロダクト価値を構築する



※「ARPU」は、「Average Revenue Per User」の略称で、四半期末（期末）の「MRR」を有料契約企業数で除して算出しております。  
「MRR」とは、「Monthly Recurring Revenue」の略称で、対象月の月末時点における顧客契約プランの月額利用料の合計額（一時収益は含みません）です。

15

2023年10月期第3四半期以後も戦略の転換は行わず、大手学習塾を中心に、顧客基盤の拡大と単価向上の両面で推進していきます。

目先の取り組みとしては、繰り返しになりますが、顧客基盤拡大では習い事領域への伸張をめざし、単価向上では「ComiruPRO」の導入と基幹システムの有償開発をセットにした販売戦略となります。

新たな取組として、顧客基盤拡大と単価向上の双方に資する施策として、学習塾の集客から入会までの管理業務のプロセスを改善すべく、社内外で施策を練っております。

具体的には、主に大手学習塾では、新規入塾の資料請求と体験授業の問い合わせに対して、自社のコールセンターや現場の教室長が電話で折り返しているケースが多くなります。このときに、希望する教室の空き状況を確認した後に、電話で折り返すこととなりますので、タイムラグが発生し、入れ違いによる失注やタイムロスが発生します。保護者からしても電話がかかってくることを嫌う傾向が高まっていることもあり、集客から入会のこれまでの管理プロセスですと、学習塾にとって重要な指標である「問い合わせから生徒入会の契約率」が下がるという課題があります。

このような課題を改善または解決できる施策を練っておりますので、具体的な内容が固まり次第ご案内したいと考えております。

## 2023年10月期 通期業績目標・進捗率

- 2Qまでの進捗は約45%ではあるものの、計画通りの推移であり、大手塾などの重要顧客の開拓と浸透を戦略的に推進し、期末に向けて成長率を更に高める

(百万円)	2023年10月期 2Q (実績)	2023年10月期 (業績予想)	進捗率
売上高	407	903	45.1%
売上総利益	300	683	43.9%
売上総利益率	73.7%	75.7%	—
販管費	277	611	45.4%
営業利益	22	72	31.5%
営業利益率	5.6%	8.0%	—
経常利益	18	61	30.8%
当期純利益	13	56	23.9%

16

今期通期の目標に対して、上期は45%の進捗であるものの、計画どおり推移しております。下期においては、第3四半期に展示会への出展費用や人員増加等によって、利益が減少する見込みですが、第4四半期にかけて、大手学習塾などの重要顧客の獲得を含め、業績達成に向けて注力してまいります。

以 上

### 【スクリプトに関する注意事項】

本スクリプトにおける将来の見通しに関する記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。本スクリプトは、情報提供のみを目的として作成しております。また、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

### ▼▼お問い合わせ先▼▼

会社名 : 株式会社 P O P E R  
 部署名 : 経営管理グループ I R 担当  
 お問い合わせフォーム : <https://popper.co/contact>