



2023年12月期第2四半期 決算説明資料

アルー株式会社

証券コード：7043 2023年8月10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。

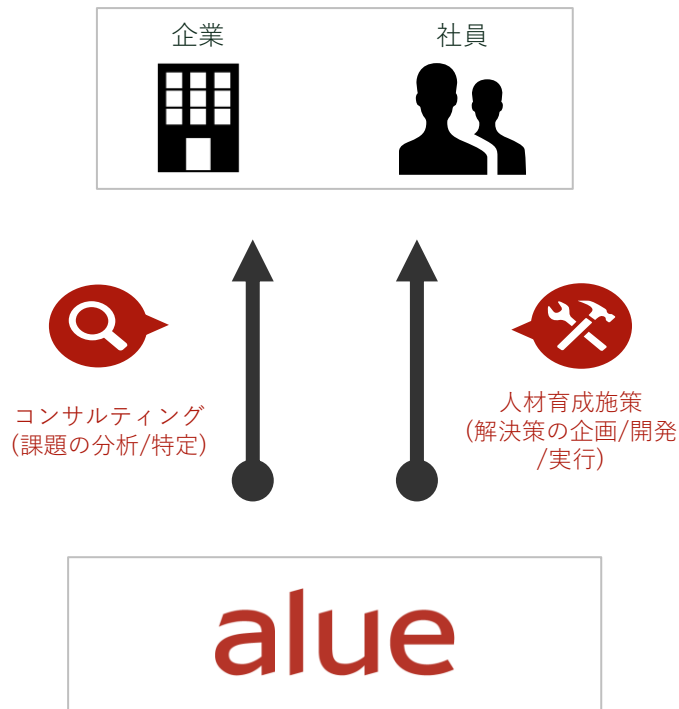
1. 会社概要
2. 連結業績報告
3. 2023年度事業戦略と3か年計画
4. 事業別サマリー

# 会社概要

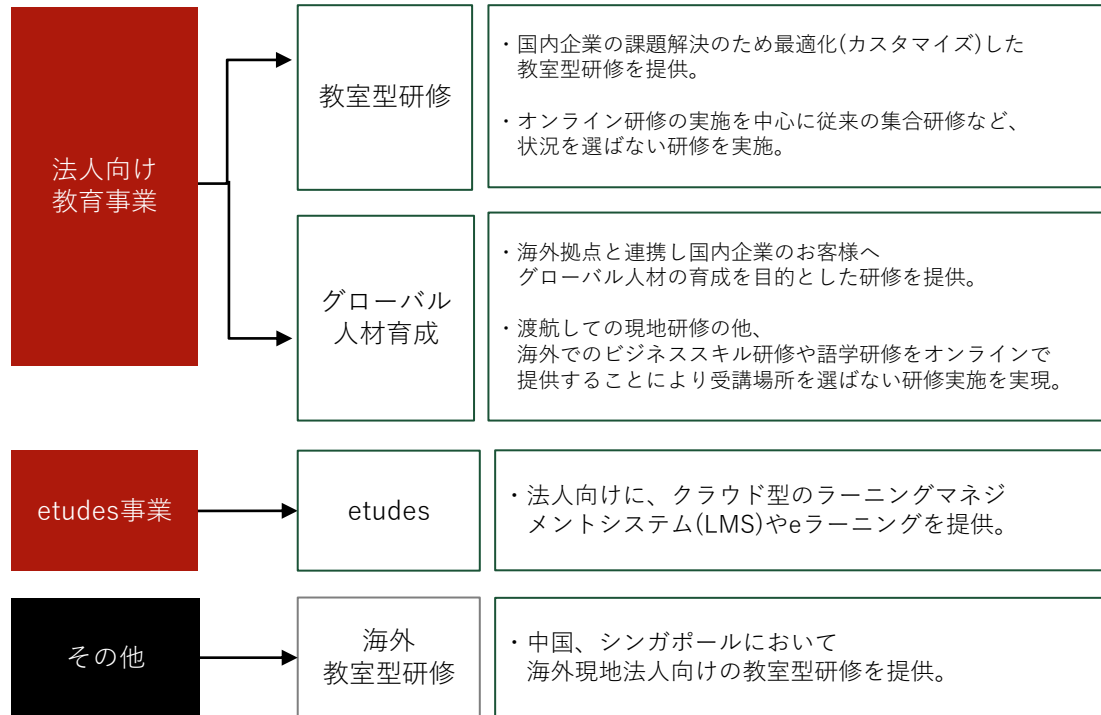


会社名	アルー株式会社
本店所在地	東京都千代田区九段北一丁目13番5号
設立	2003年
従業員	単体：165名* / 連結：202名* (2023年6月30日時点)*正社員のみ
資本金	365百万円(2023年6月30日時点)
事業内容	人材育成事業
役員構成	代表取締役社長 落合 文四郎 取締役 執行役員 池田 祐輔 常勤監査役(社外) 荒幡 義光 取締役 執行役員 稲村 大悟 監査役(社外) 富永 治 取締役 (社外) 西立野 竜史 監査役(社外) 和田 健吾
支社・関連会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関西支社</li> <li>・ 名古屋支社 (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. ALUE TRAINING CENTER, INC.</li> <li>・ インド Alue India Private Limited (非連結子会社)</li> <li>・ インドネシア PT.ALUE INDONESIA</li> </ul>

## ビジネスモデル



## 提供サービス

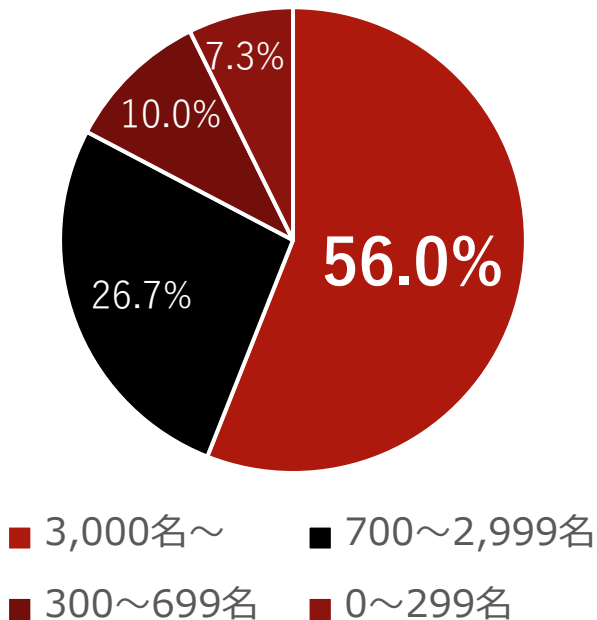


様々な業種の、特に従業員3,000名以上の**大企業**から安定的に**受注**

【業種別】

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・鋁業	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%

【従業員規模別】



【主要取引先】

- 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
- ・
- ・
- ・

# 連結業績報告





## ◆ 連結業績

- ・ 23.2Qの売上高は、対前年同四半期比+12.4%の1,477百万円となり、過去最高を実現。
- ・ 営業利益は、営業・マーケティング人件費・採用費への積極投資により対前年同四半期比86百万円減少。
- ・ 予算進捗は、売上高・利益ともに通期予想に対して例年よりビハインド。

要因は、新規開拓社数が想定よりも下回ったことによるものであるが、新規社数の開拓ペースは速まってきており、22.2Qで36社であったところ23.2Qでは44社と22.2%増。なお、23.2Q時点で受注済みの新規開拓社数は68社。

下期に向けて新規獲得ペースはさらに速まる想定であることに加え既存取引の拡大により通期予想の実現を目指す。

## ◆ 事業業績

- ・ 法人向け教育事業

新規開拓はビハインド。既存顧客リピートは順調であり、顧客あたり売上高は前年を上回り、23.2Q売上高は+8.4%の成長。

- ・ etudes事業

ASP売上が順調に積み上がり、前年同月比ではMRR + 31.6%、利用企業数 + 39.5%となった。

## ◆ トピックス

- ・ 中計実現に向けた投資は、次世代etudes開発、人員採用など計画通り進捗中。

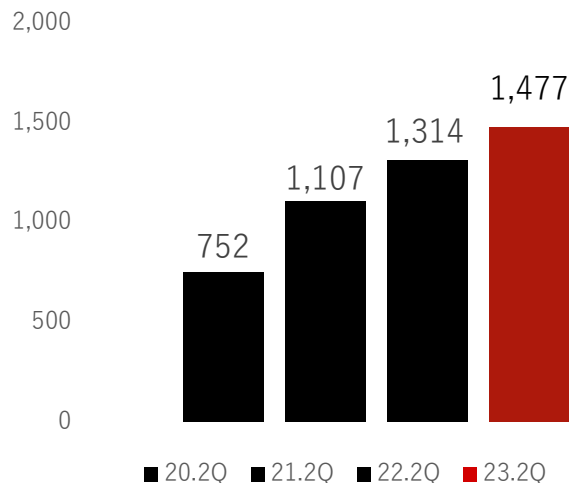
# 四半期 連結業績比較

- 23.2Qは12.4%の売上成長、**過去最高の売上高を実現した。**
- 営業利益は、営業・マーケティング人件費・採用費への積極投資により対前年同四半期比86百万円の減少。

## 20.2Q～23.2Q 業績推移

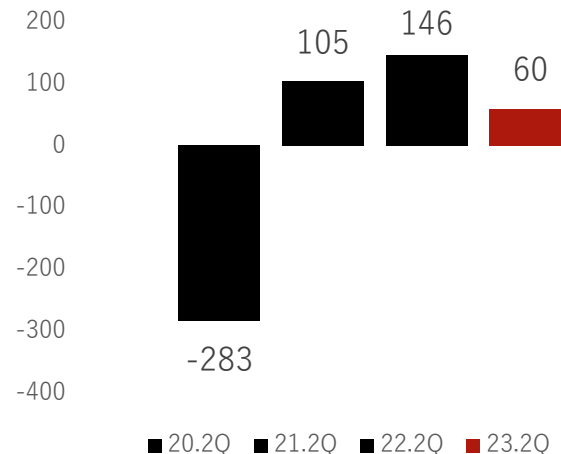
(単位：百万円)

20.2Q～23.2Q 売上高推移



(単位：百万円)

20.2Q～23.2Q 営業利益推移

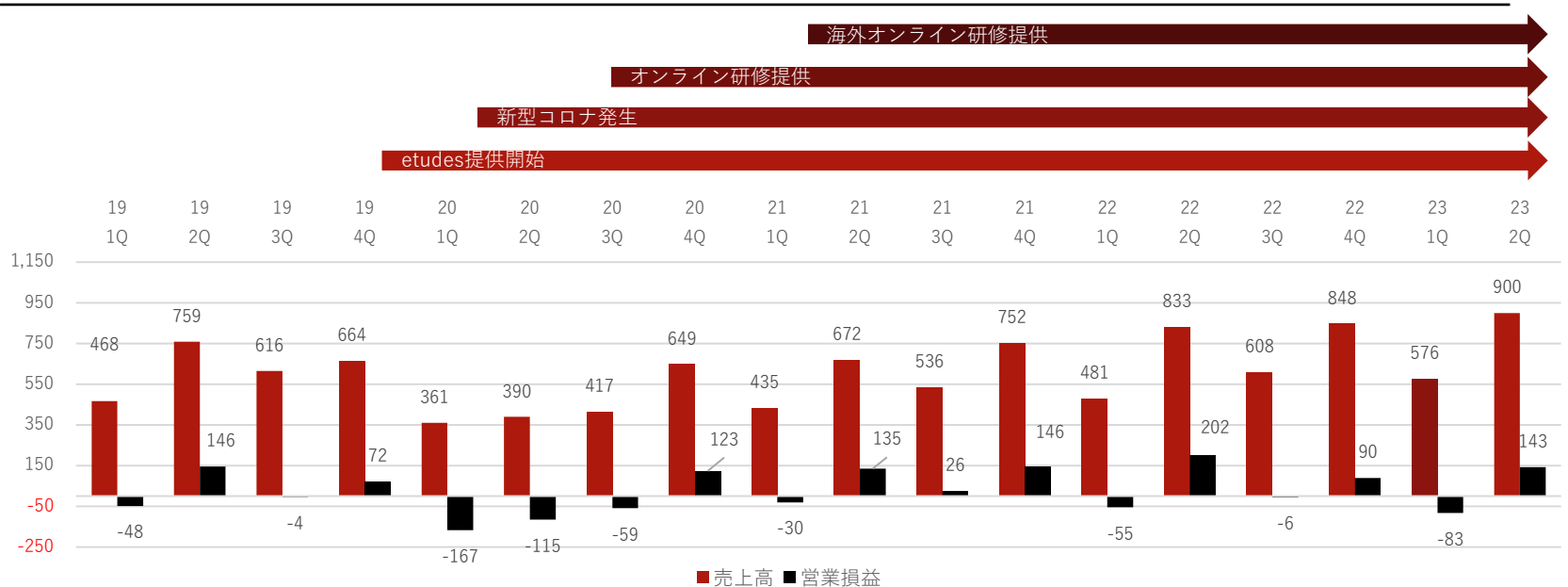


# 四半期毎業績推移

- 売上高は、季節性はあるが、増収基調を維持。
- 営業利益は、23.1Qとの比較で+227百万円の143百万円となった。  
 営業・マーケティング人件費・採用費の増加により対前年同四半期では減益。

(単位：百万円)

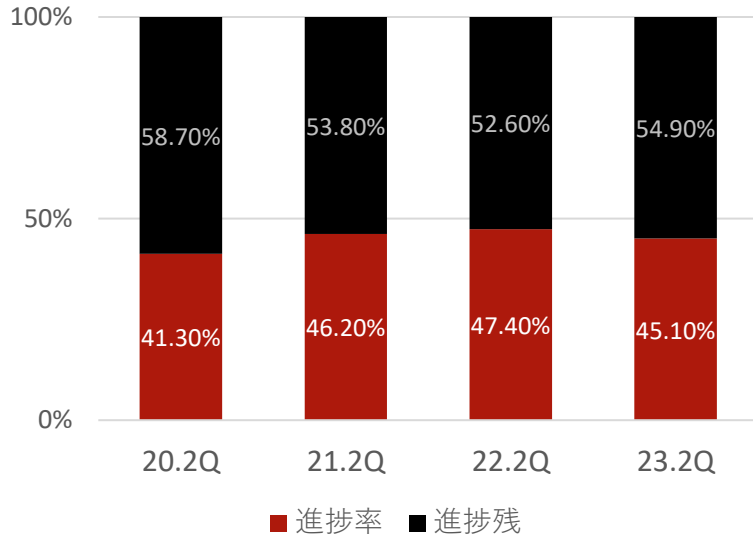
## 四半期毎売上高・営業損益推移



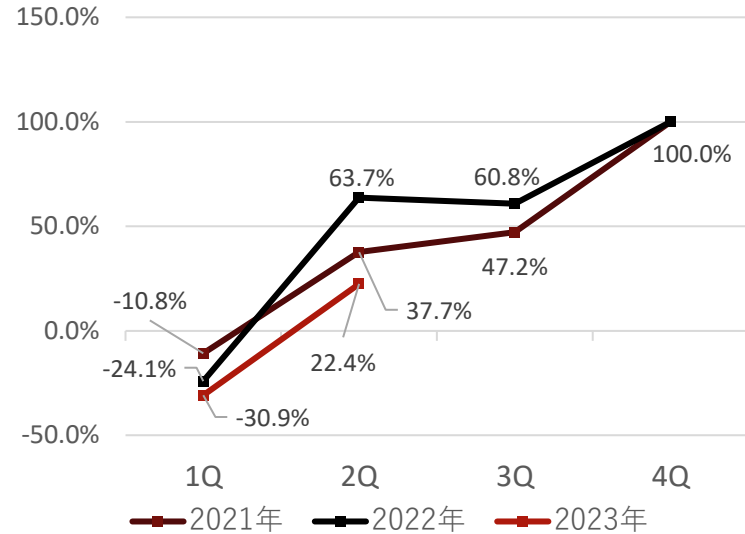
# 年度別連結業績進捗比較

- 売上高については、通期に対する進捗はおよそ例年通りではあるもののややビハインド。
- 営業利益については、新規開拓の遅れにより例年より進捗率は低い。

2Q売上高の年度毎予算進捗



四半期毎累計営業利益予算進捗



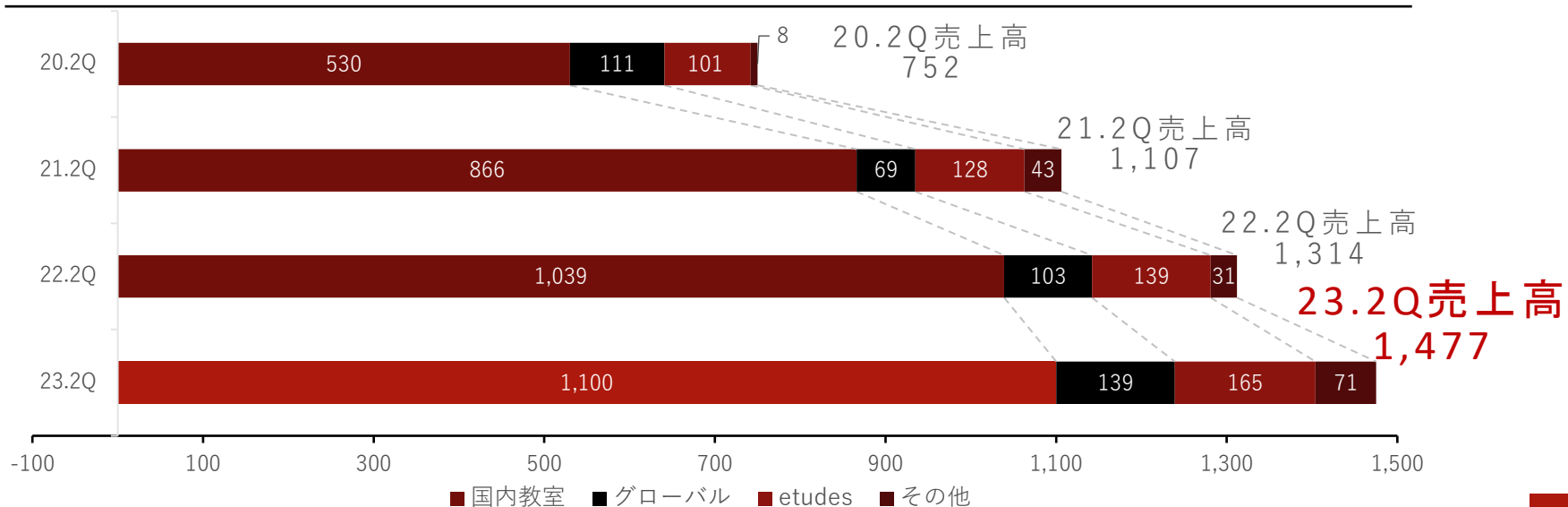
※ 売上高、営業利益ともに20-22年は2Q実績÷通期実績、23年は2Q実績÷通期計画

# 四半期 サービス別売上高比較

- 法人向けは、国内教室は想定より成長率が低いものの、**グローバル**は大型案件の納品により**大きく伸長**。
- etudes事業は、**ASP売上が堅調**。
- その他（中国・シンガポール子会社）は、22年上海ロックダウンの影響から回復することにより伸長。

## サービス別売上高推移

(単位：百万円)

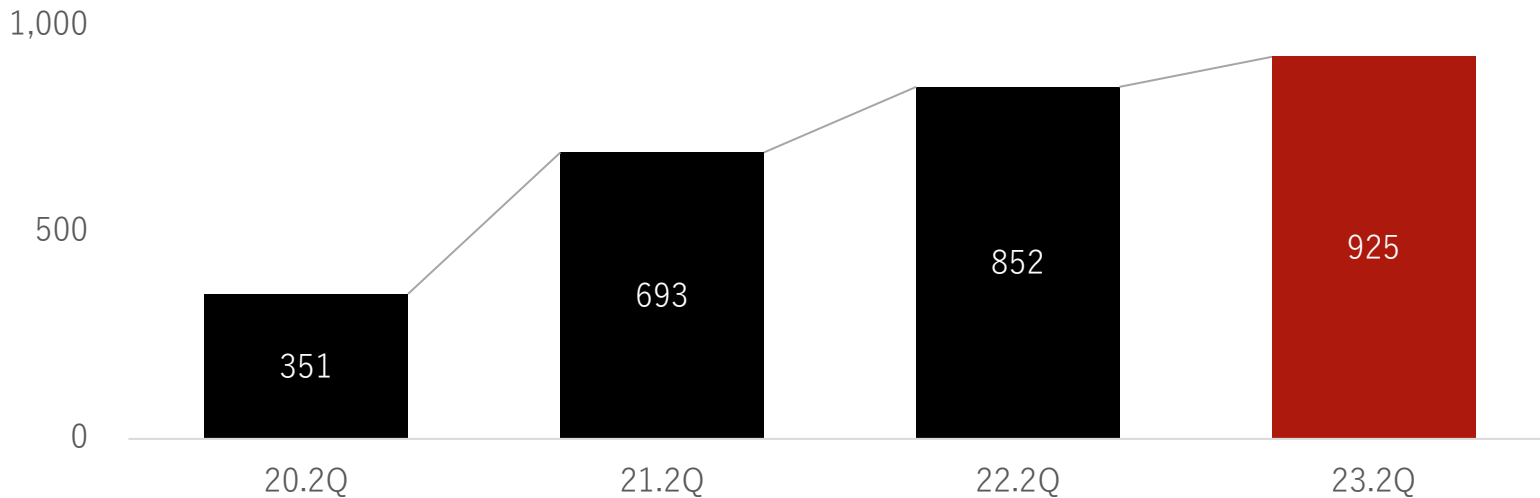


# 四半期 売上総利益比較

- 売上高同様、売上総利益についても、堅調に成長し、過去最高となった。

## 売上総利益推移

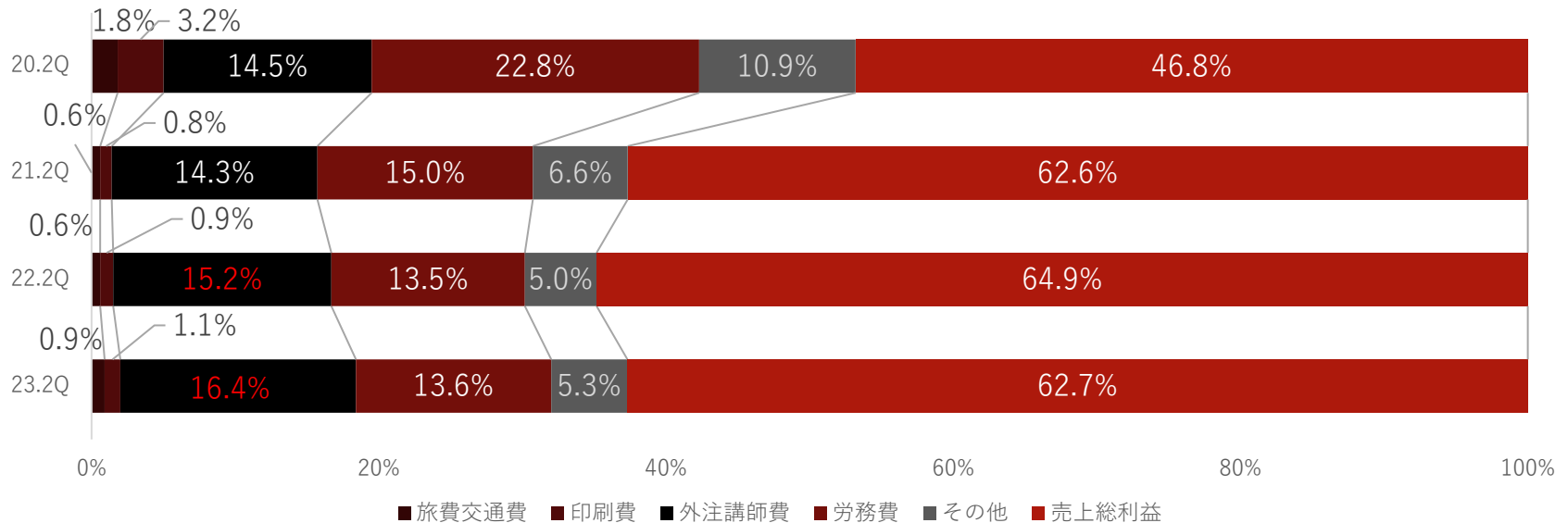
(単位：百万円)



# 四半期 売上総利益率比較

- 研修のオンライン比率に変化はなく、引き続き高い売上総利益率を維持。
- 社内リソース不足を補うため、講師の外注率を高めたことにより、外注講師費率は1.2ポイントの増加。下期は外注率を低く抑える計画。

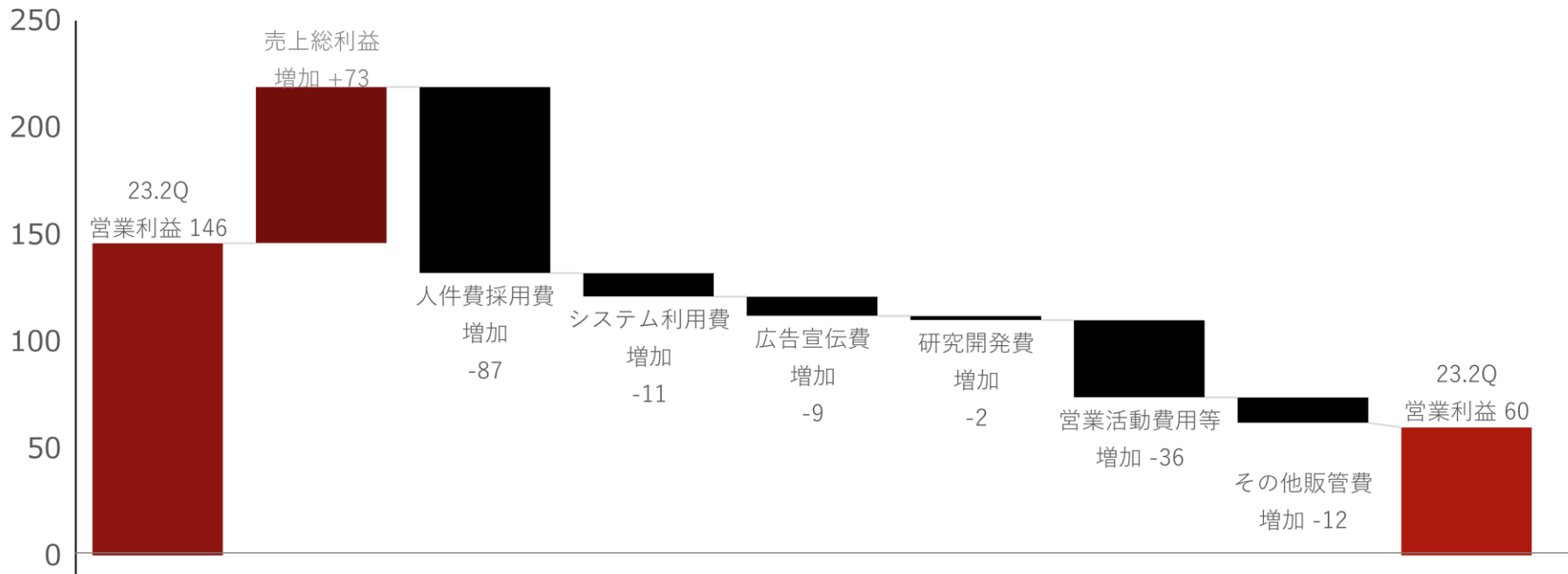
売上総利益率比較



# 四半期 営業利益増減分析

- 対前年同四半期比では、売上総利益73百万円の増加に対して、販管費の人件費・採用費が87百万円増加。
- また広告宣伝費、営業活動費用の増加により営業利益は対前年同四半期比で減少。

(単位：百万円)



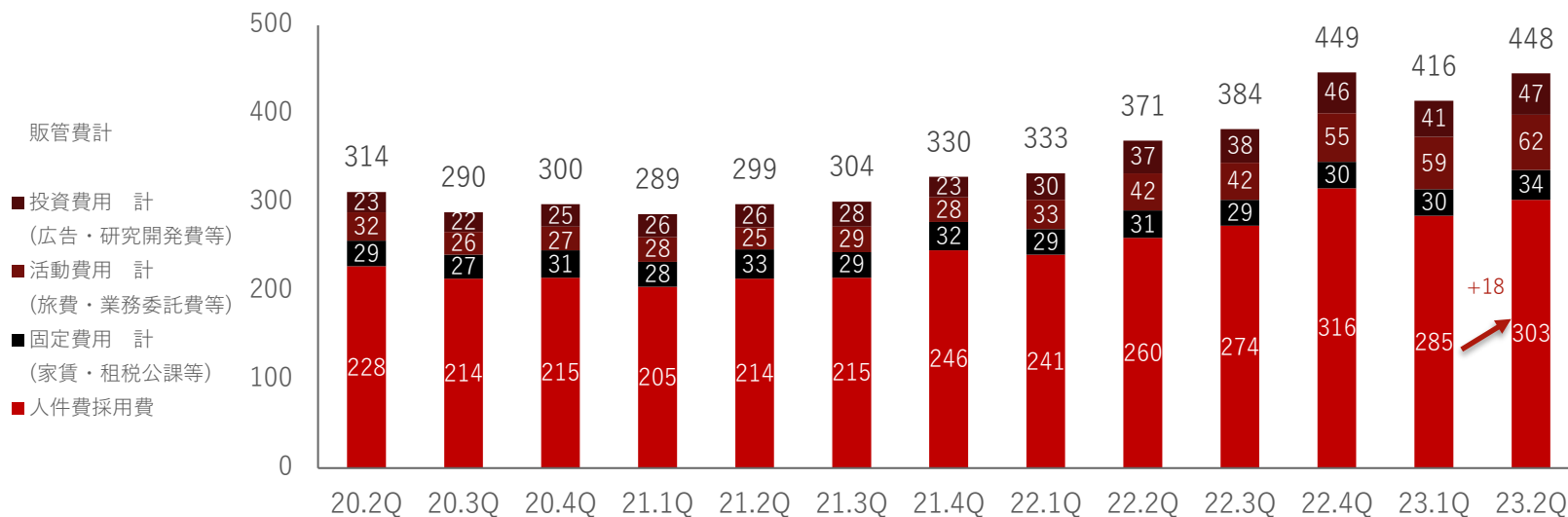


# 会計期間別販管費推移

- 投資による人員増加を続けており、23.1Qと比較して販管費総額31百万円の増加のうち、18百万円が人件費採用費の増加。

## 販売費及び一般管理費推移

(単位：百万円)



# P/Lサマリー

(単位：百万円)

		22.2Q	23.2Q	前期比
売上高		1,314	1,477	12.4%
	法人向け	1,143	1,240	8.4%
	etudes	139	165	18.6%
	その他	31	71	128.3%
売上原価		461	551	19.4%
	原価率	35.1%	37.3%	2.2
売上総利益		852	925	8.6%
	粗利率	64.9%	62.7%	-2.2
販売費及び一般管理費		705	865	22.6%
	販管費率	53.7%	58.6%	4.9
営業利益		146	60	-58.8%
	営業利益率	11.2%	4.1%	-7.1
経常利益		151	61	-59.5%
	経常利益率	11.5%	4.1%	-7.4
親会社株主に帰属する当期純利益		100	40	-59.8%
	当期純利益率	7.7%	2.7%	-4.9

# B/Sサマリー

(単位：百万円)	22.通期	23.2Q	増減
流動資産	1,650	1,573	-77
現金及び預金	1,096	1,190	94
固定資産	205	198	-7
資産合計	1,855	1,771	-84
流動負債	436	391	-44
固定負債	216	135	-81
負債合計	652	526	-125
株主資本	1,167	1,194	27
資本金	365	365	0
資本剰余金	345	346	0
利益剰余金	476	499	22
自己株式	-19	-15	3
純資産合計	1,203	1,244	40
負債・純資産合計	1,855	1,771	-84

# 連結業績予想及び配当金

- 通期連結業績予想に対する進捗は、売上高・利益ともに例年よりビハインド。要因は、新規開拓社数が想定よりも下回ったことによるものであるが、下期に向けて新規獲得ペースは速まる想定であることに加え既存取引の拡大を見込み、**通期連結業績予想及び配当予定額に変更はない。**

(単位：百万円)	22.通期 (実績)	23.通期 (予想)	前期比	23.2Q (実績)	進捗率
売上高	2,772	3,277	18.2%	1,477	45.1%
営業利益	230	270	17.0%	60	22.4%
営業利益率	8.3%	8.2%	-0.1	4.1%	-4.1
経常利益	227	263	15.6%	61	23.3%
経常利益率	8.2%	8.0%	-0.2	4.1%	-3.9
親会社株主に帰属する当期純利益	166	174	4.3%	40	23.3%
1株当たり当期純利益	65.89	68.71	4.3%	15.99	23.3%
1株当たり配当金(予定)	7.00	7.00	—	—	0.0%

# 予算進捗比較表

- 23.2Qの売上高予算進捗については、四半期ごとの計画からは1,544百万円のところ1,477百万円と4.4%のビハインド。

下期に向けて新規獲得活動のペースを速め通期予想の達成を目指す。

(単位：百万円)		22.通期 当初予想	22.通期 修正額	22.通期 修正後予想	22.1Q 累計実績	22.2Q 累計実績	22.3Q 累計実績	22.4Q 累計実績	22.通期 実績
売上高		2,655	75	2,730	481	1,314	1,923	2,772	2,772
営業利益		190	40	230	-55	146	140	230	230
営業利益率(%)		7.2%	—	8.4%	-11.5%	11.2%	7.3%	8.3%	8.3%
当初予想進捗率(%)	売上高	—	—	—	18.1%	49.5%	72.4%	104.4%	104.4%
	営業利益	—	—	—	-29.2%	77.3%	73.8%	121.5%	121.5%
修正予想進捗率(%)	売上高	—	—	—	—	—	70.5%	101.5%	101.5%
	営業利益	—	—	—	—	—	61.0%	100.3%	100.3%

					23.1Q 累計実績	23.2Q 累計実績	23.2Q 累計実績 (前回予測)	23.3Q 累計予測	23.4Q 累計予測	23.通期 予想
売上高		—	—	—	576	1,477	1,544	2,270	3,277	3,277
対前年増減率(%)		—	—	—	19.8%	12.4%	17.5%	18.1%	18.2%	18.2%
営業利益		—	—	—	-83	60	—	—	—	270
営業利益率(%)		—	—	—	-14.5%	4.1%	—	—	—	8.2%
当初予想進捗率(%)	売上高	—	—	—	17.6%	45.1%	47.1%	69.3%	100.0%	100.0%
	営業利益	—	—	—	-30.9%	22.4%	—	—	—	100.0%

# 2023年度事業戦略と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、マーケティング人員を拡充。売上拡大のスピード向上を図る。</li> <li>・組織力の強化を担う部門や納品を担う部門の人員を拡充し、さらなる業務効率化を進める。</li> </ul>	<p>● 23.通期投資額 110百万円</p> <p>■ 新規採用による増加人件費・採用費</p>
<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>・前期から継続。新規リード獲得の最大化を目的にマーケティング・販売促進を強化。</li> </ul>	<p>● 23.通期投資額 51百万円</p> <p>■ 販売促進費・システム利用費</p>

## 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>・前期から継続。新規リード獲得の最大化を目的にマーケティング・販売促進を強化。</li> </ul>	<p>● 23.通期投資額 57百万円</p> <p>■ 販売促進費・広告宣伝費増額</p>
<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>	<p>● 23.通期投資額 88百万円</p> <p>■ 開発人件費等</p>

# 1. 新規顧客獲得強化

## ● 営業・マーケティング人員強化

継続して営業・マーケティング人員を強化中。

23.2Qでは、新卒4名を含む計**15名**が入社。

**インサイドセールス**へ**4名増員**したほか、**カスタマーサクセス**を担当する部門への増員も実施し体制を強化。



インサイドセールス強化

## ● マーケティングツール導入・販促強化

マーケティングツール導入・販促強化への投資では、

**インサイドセールスの強化を継続**。

また、HRカンファレンスへの出展など新規顧客獲得への取り組みを実施し

23.2Qでは**17百万円弱**を投下。

投資を継続しつつ今後はマーケティング活動の効率化を図っていく。



## 2. etudes事業投資・eラーニング投資

### ●マーケティングツール導入・販促強化

etudesにおいても法人向け同様に

17百万円弱を投下しマーケティング活動を強化。

LMSやeラーニングと相性の良いWeb広告を中心に展開し、新規獲得を図る先行投資を継続。

### ●次世代etudes開発・etudes新規機能開発

次世代etudes開発は、

DX/オンボーディング向け機能の拡充や、  
受講ユーザページのアップデートを目的とした

フェイズ2の開発を継続中。

23.2Qは11百万円をソフトウェア仮勘定へ計上し、  
ソフトウェア仮勘定残高は24百万円となっている。



## ■ 「2023年度新入社員レポート」 発行

- 08年より毎年発行している

「新入社員レポート」をリリース。

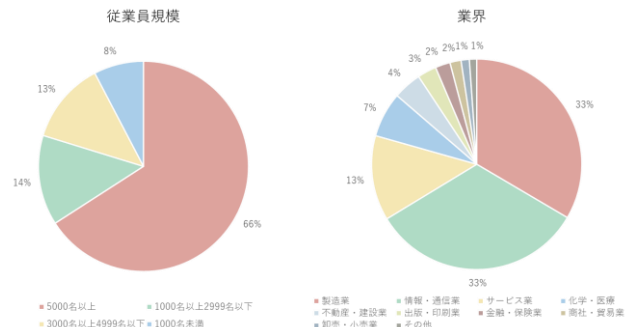
「入社前意識調査」と「導入研修報告」をもとに、

「Z世代の仕事観」と「Z世代の特徴」を分析し  
レポート。



## ● 『自己成長力支援サービス』 2022年度 年間レポート発行

- 『自己成長力支援サービス』を利用した  
新入社員とOJTトレーナーの設問・回答を  
22年6月～翌3月の期間で分析し  
年間レポートを発行。  
企業の新入社員育成施策の検討を後押し。



# その他現在進行中の取り組み

## ● 管理職・経営職向け研修の強化

- 7月に**管理職・経営職向け研修の強化**を目的として、  
経営職向け研修の営業から研修開発、  
納品までを一気通貫で**担当する専門部門を設置**。

管理職・経営職向けのコンテンツをリリースし、  
**専門性の高いニーズに確実に応えていける**  
体制構築を実施。



## ■ 一部教育委員会協力のもと「etudes」利用のトライアル開始

- 東京学芸大学が連携している  
一部教育委員会による協力のもと、  
継続的で個別最適化された  
教員の学びを支援を目的に  
「etudes」利用の**トライアル開始**。



## ● 行動変容にこだわる職場学習支援システム『compath』リリース

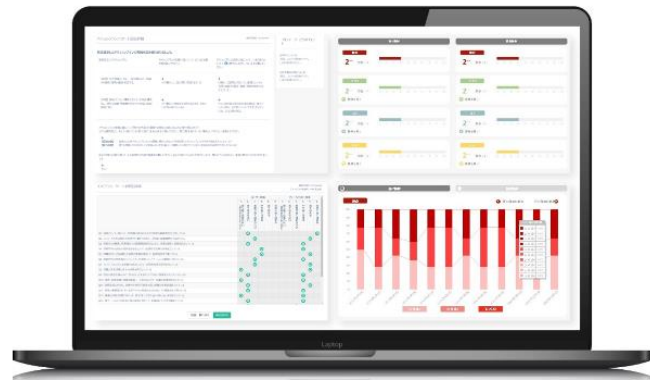
### ■ アンケートサーベイをもとに

社員の主体性に基づく継続的な成長を後押しすることを目的とした、  
行動変容にこだわる職場学習支援システム『compath』  
を7月にリリース。

 **compath**

### ■ 実践支援ツール「アクションプラン ノート」と 行動測定ツール「コンピテンシー スナップ」という 2つのメニューからなっており、

『compath』の利用を通じて蓄積されたデータは、  
当社が集計し報告書として取りまとめられ、  
顧客の育成施策のPDCAサイクル実行をサポート。



# 事業別サマリー



# 法人向け教育事業 サマリー

- 23.2Q売上高は対前年同期比3.6%成長、**新人研修領域**で想定より新規開拓が進まず。  
下期は中堅・管理職領域の成長を見込む。

## 19.通期～23.通期法人向け教育事業 サマリー

(単位：百万円)	19.通期実績 (19.01-19.12)	20.通期実績 (20.01-20.12)	21.通期実績 (21.01-21.12)	22.1Q実績 (22.01-22.03)	22.2Q実績 (22.04-22.06)	22.3Q実績 (22.07-22.09)	22.4Q実績 (22.10-22.12)	22.通期実績 (22.01-22.12)	23.1Q実績 (23.01-23.03)	23.2Q実績 (23.04-23.06)	23.通期予測 (23.01-23.12)
売上高	2,339	1,527	2,030	391	752	465	724	2,333	460	779	2,700
売上成長率	—	-34.7%	33.0%	9.7%	29.8%	3.0%	12.7%	14.9%	17.7%	3.6%	15.7%
売上総利益	1,313	896	1,352	233	532	287	470	1,524	264	522	1,808
売上総利益率	56.2%	58.7%	66.6%	59.7%	70.8%	61.8%	65.0%	65.4%	57.5%	67.1%	67.0%
販売費及び 一般管理費	613	620	568	147	168	165	187	668	167	173	769
営業利益	699	275	783	85	364	121	283	856	97	349	1,039
営業利益率	29.9%	18.0%	38.6%	21.9%	48.5%	26.2%	39.2%	36.7%	21.1%	44.8%	38.5%
共通費配賦後 営業利益	206	-153	360	-28	234	-4	128	331	-40	194	397
共通費配賦後 営業利益率	8.8%	-10.1%	17.7%	-7.3%	31.2%	-0.9%	17.8%	14.2%	-8.8%	25.0%	14.7%

※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（20.通期eラーニングに関する注記）

※個人向けALUGOを含む

# 法人向け教育事業KPI①

- 22.2Qと比較し、顧客あたり売上高は4.6百万円→4.9百万円と順調に伸びている。

## 19.通期～23.通期法人向け教育事業KPI

	19.通期実績 (19.01-19.12)	20.通期実績 (20.01-20.12)	21.通期実績 (21.01-21.12)	22.2Q実績 (22.01-22.06)	22.通期実績 (22.01-22.12)	23.2Q実績 (23.01-23.06)	23.通期予測 (23.01-23.12)
売上高(百万円)	2,339	1,527	2,030	1,143	2,333	1,240	2,700
顧客数(社)	336	301	313	247	329	251	400
顧客あたり売上高 (千円)	6,961	5,074	6,488	4,629	7,092	4,940	6,750
期初人員数(人)	94	84	89	87	87	96	96
一人あたり売上高 (千円)	24,883	18,182	22,819	13,143	26,819	12,917	28,126

※売上高に個人向けALUGOを含む

※年間10万円未満のお客様を含む

# 法人向け教育事業KPI②

- 既存顧客の売上単価が4.9百万円から5.5百万円と**13.4%増加**し**既存先の売上高成長**を実現。
- **新規開拓社数は22.2Q34社→23.2Q44社（22.2%増）**。  
なお、23.2Q時点で受注済みの**新規開拓社数は68社**。
- 引き続きマーケティング投資を継続する。

## 19.通期～23.通期法人向け教育事業 取引属性別計画値

	19.通期実績 (19.01-19.12)	20.通期実績 (20.01-20.12)	21.通期実績 (21.01-21.12)	22.2Q実績 (22.01-22.06)	22.通期実績 (22.01-22.12)	23.2Q実績 (23.01-23.06)	23.通期予測 (23.01-23.12)
<b>既存</b>							
売上高(百万円)	2,051	1,320	1,732	1,040	2,084	1,157	2,316
社数(社)	250	232	224	211	257	207	280
単価(千円)	8,204	5,689	7,733	4,930	8,112	5,592	8,271
<b>新規</b>							
売上高(百万円)	256	192	292	101	245	81	384
社数(社)	86	69	89	36	72	44	120
単価(千円)	2,984	2,784	3,285	2,829	3,403	1,862	3,200
<b>全体</b>							
売上高(百万円)	2,307	1,512	2,024	1,142	2,330	1,239	2,700
社数(社)	336	301	313	247	329	251	400
単価(千円)	6,868	5,023	6,468	4,624	7,082	4,939	6,750

※個人向けALUGOを除く

※年間10万円未満のお客様を除く



- その他売上が減少するも、ASP売上が積み上げ、売上高成長率33.1%と順調に推移。通期予測実現に向けて販促施策をゆるめず継続。

## 19.通期～23.通期etudes事業 サマリー

(単位：百万円)

	19.通期実績 (19.01-19.12)	20.通期実績 (20.01-20.12)	21.通期実績 (21.01-21.12)	22.1Q実績 (22.01-22.03)	22.2Q実績 (22.04-22.06)	22.通期実績 (22.01-22.12)	23.1Q実績 (23.01-23.03)	23.2Q実績 (23.04-23.06)	23.通期予測 (23.01-23.12)
売上高	45	217	263	74	65	307	78	86	410
売上成長率	—	374.9%	21.2%	26.3%	-5.7%	16.6%	5.8%	33.1%	33.6%
ASP	28	144	156	47	43	206	60	61	306
eラーニング	0	6	46	9	10	42	10	17	60
その他	17	66	60	16	11	58	7	7	44
営業利益	3	16	41	17	10	69	6	1	61
営業利益率	6.6%	7.6%	15.6%	23.5%	15.5%	22.7%	8.4%	1.7%	15.0%
共通費配賦 後営業利益	-7	-18	-24	-4	-13	-47	-29	-35	-70
共通費配賦 後営業利益 率	—	—	—	—	—	—	—	—	—

※1：ASP売上の内、保守運用に関わる数値をその他へ組換え（20.通期ASPに関する注記）

※2：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（20.通期eラーニングに関する注記）

	22.2Q	23.2Q	対前年同期増減率
ARR(百万円)	172	233	34.9%
MRR(6月時点)(千円)	15,998	21,050	31.6%
利用企業数(6月時点)(社)	129	180	39.5%
ARPU(円)	124,019	116,945	-5.7%
解約率	0.9%	0.6%	-0.3
eラーニング売上(千円)	10,258	17,203	67.7%

※ARR：Annual Recurring Revenueの略で、MRRの直近3か月平均に12を乗じた数値

※MRR：Monthly Recurring Revenueの略で、ASP月額利用額の合計額からスポット契約の金額を除いた数値

※利用企業数：対象時点でスポット契約を除くetudesを利用している企業数

※ARPU：Average Revenue Per Userの略で、対象時点でのMRRを利用企業数で除した数値

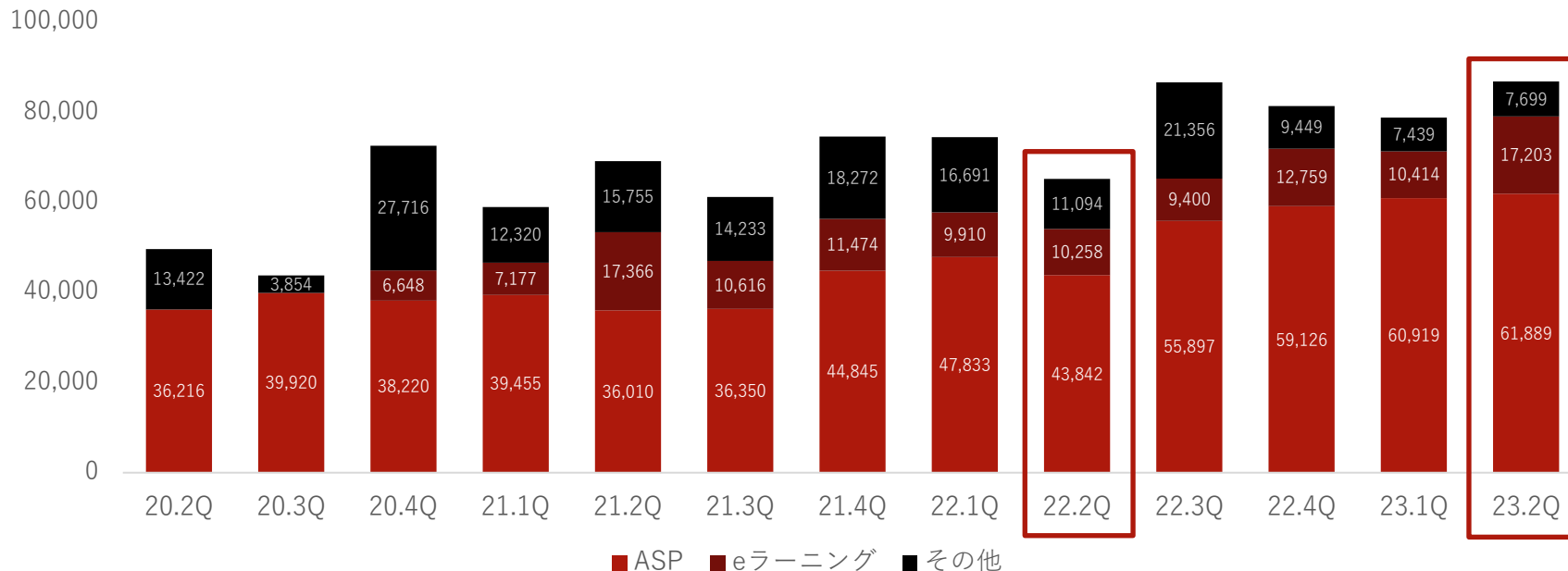
※解約率は、MRR解約率（金額ベース）の直近6か月平均

# etudes事業KPI① 売上高の推移

- ストック性の高いASP売上高の積み上がりが順調に推移。  
前年同四半期43百万円に対し**当期は61百万円と堅調。**

## 20.2Q～23.2Q etudes事業 売上高推移

(単位：千円)



# etudes事業KPI② MRR/ARPUの推移

- 6月MRRは前年同月比31.6%成長。
- 取引単価および利用企業数は、計画に対し想定の範囲で推移。

	1月度	2月度	3月度	4月度	5月度	6月度	7月度	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度
<b>MRR</b>												
2022年(千円)	15,553	16,515	14,899	13,981	13,205	15,998	17,038	16,673	19,832	19,510	19,906	18,536
2023年(千円)	19,230	20,571	18,508	17,295	19,916	21,050	—	—	—	—	—	※ 32,785
対前年同月増減率	23.6%	24.6%	24.2%	23.7%	50.8%	<b>31.6%</b>	—	—	—	—	—	76.9%
<b>利用企業数</b>												
2022年(社)	115	120	124	127	128	129	133	139	144	144	150	152
2023年(社)	156	159	165	160	170	180	—	—	—	—	—	※ 248
対前年同月増減率	35.7%	32.5%	33.1%	26.0%	32.8%	39.5%	—	—	—	—	—	63.2%
<b>ARPU(取引単価)</b>												
2022年(千円)	135	137	120	110	103	124	128	119	137	135	132	121
2023年(千円)	123	129	112	108	117	116	—	—	—	—	—	※ 132
対前年同月増減率	-8.9%	-6.0%	-6.6%	-1.8%	13.6%	-5.7%	—	—	—	—	—	8.4%

※2023年12月度は計画値

※当社のASP契約は月間の利用度合いに応じた課金体系であり、月単位で売上に変動が発生する

# 2023年度 中期経営計画

- 「①新規顧客獲得強化」「②etudesへの投資」を行い  
24年売上高成長率20.0%超、連結営業利益率は25年20.0%を目指す。

(単位：百万円)

## 2023年度 中期経営計画

	22.通期 (実績)	23.通期 (予想)	増減比	24.通期 (計画)	増減比	25.通期 (計画)	増減比
連結売上高	2,772	3,277	18.2%	4,046	23.5%	5,106	26.2%
法人向け教育事業	2,333	2,700	15.7%	3,201	18.6%	3,855	20.4%
etudes事業	307	410	33.6%	660	60.7%	1,036	57.0%
その他	131	166	26.4%	185	11.4%	215	16.2%
連結営業利益	230	270	17.0%	556	106.2%	1,022	83.6%
連結営業利益率	8.3%	8.2%	-0.1	13.8%	5.5	20.0%	6.3

# 新規顧客獲得に関する費用と利益

- 営業人員やバックオフィス人員等の人件費や共通費の増加もあるものの、**新規顧客獲得目的費用増加により前年に比べ連結営業利益額が縮小。**
  - 一方で中計達成のために新規顧客の獲得拡大は必要であり将来の成長のため**投資は継続予定。**
- (単位：千円)

項目		22.2Q	23.2Q	前期差	前期比	
連結売上高		1,314,458	1,477,162	162,704	12.4%	
連結営業利益		146,942	60,476	-86,466	-58.8%	
連結営業利益率(%)		11.2%	4.1%	-7.1	—	
新規顧客獲得目的費用	法人向け教育	マーケティング関連費用	24,716	31,779	7,062	28.6%
		関連部門人件費	49,397	60,777	11,379	23.0%
		法人向け教育小計	74,114	92,557	18,442	24.9%
	etudes	マーケティング関連費用	12,628	29,253	16,624	131.6%
		関連部門人件費	0	9,240	9,240	—
		etudes小計	12,628	38,493	25,864	204.8%
	新規顧客獲得目的費用計		86,743	131,050	44,306	51.1%
新規顧客獲得目的費用控除後_連結営業利益		233,686	191,527	-42,159	-18.0%	
新規顧客獲得目的費用控除後_連結営業利益率(%)		17.8%	13.0%	-4.8	—	

# 法人向け教育事業 マーケティング投資の戦略・目標

- 現在当社のリピート率は75～80%であり、LTV(\*1)は14,000千円程度と見積もっている。
- 新規開拓社数が計画よりビハインドであったため、上半期実績のCAC(\*2)は2,100千円となった。
- CAC回収期間は12か月を切る水準であり、このまま投資を続行する。
- 今後は、新規社数の増加を優先しながらもマーケティング能率を高め、CACをさらに低下させることで収益性の改善も想定している。

項目	2023年上半期実績	2023年計画
リピート率 (*3)	—	75%～80%
(a) 初年度取引額 (年額)	3,400千円(*4)	3,400千円
(b) 粗利率	63.5%	67.0%
(c)=(a) × (b)	2,160千円	2,280千円
(d) CAC	2,100千円	1,500千円～1,800千円
(e)=(d) ÷ (c) CAC回収期間 (月)	12か月	9か月～10か月

(\*1) 新規顧客単価(初年度売上) × 粗利率 + リピート率 × 既存顧客単価 / (1 - リピート率) × 粗利率

(\*2) マーケティング関連部門費用総額 / 新規開拓社数

(\*3) 当年既存取引先社数 / 前年取引先社数

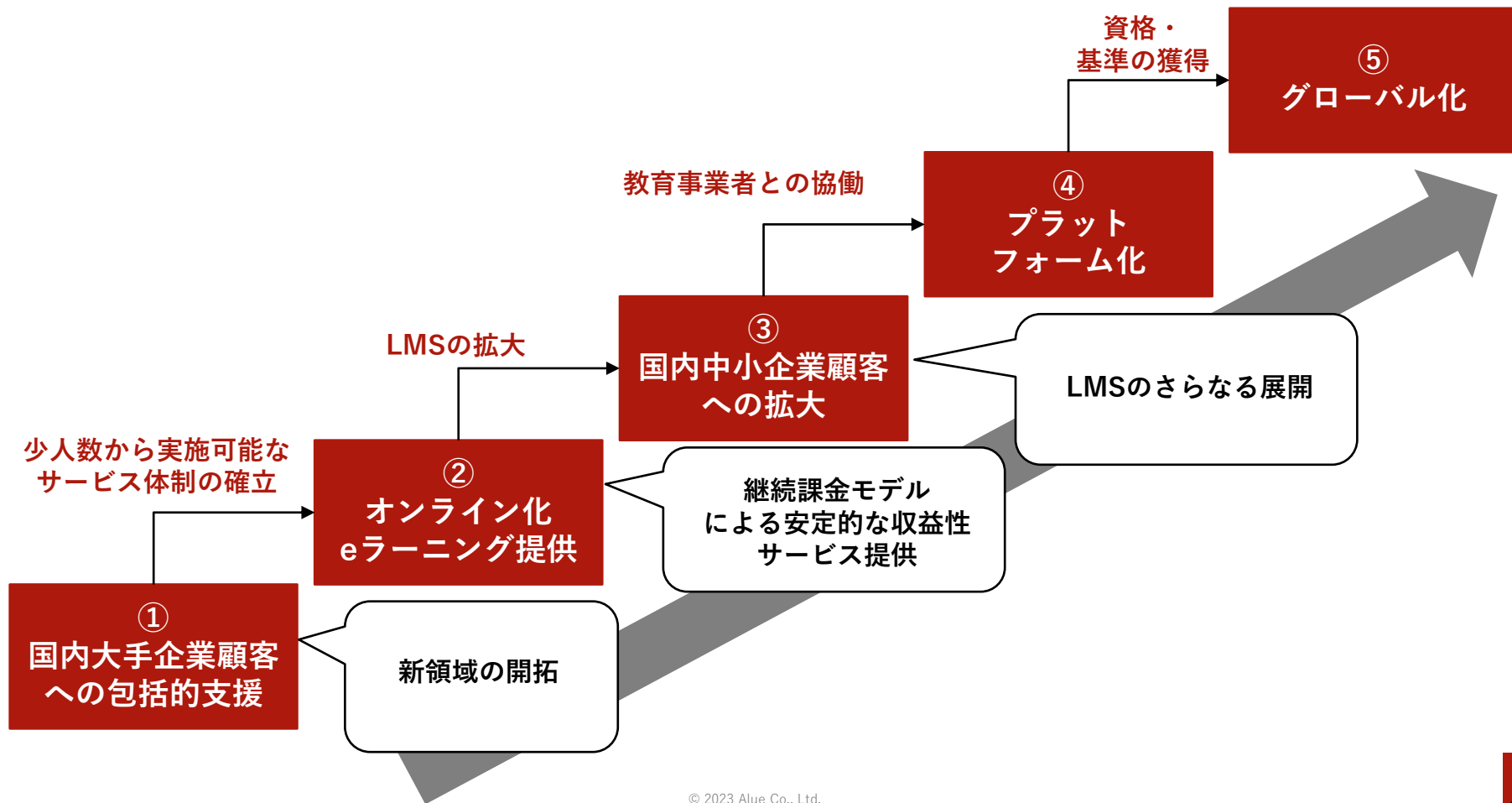
(\*4) 年間想定金額

- 現在のフェーズは、LTVを保守的に5百万程度と見積り、CACは1,400千円～1,600千円でありLTVを十分に下回っている状態。現在はCAC回収期間が12か月を上回っているため「投資先行期」。
- CAC回収期間が12か月を切る状態を「投資回収バランス期」とし、マーケティング能率を高めることにより2024年上期中に「投資回収バランス期」への移行を目指す。
- 「投資回収バランス期」においては、単年度の利益を増加させながら売上拡大投資を続けることができるため、より大規模な施策が展開できる。

項目	投資先行期（現状）	投資回収バランス期（目標）
(a) ARPU（月）	約120,000円	120,000円
(b) ASP売上粗利率	45.0%～58.0%	70.0%
(c)=(a)×(b)	54,000円～70,000円	84,000円
(d) CAC	1,400千円～1,600千円	1,000千円
(e)=(d)÷(c) CAC回収期間（月）	20～30か月	<12か月

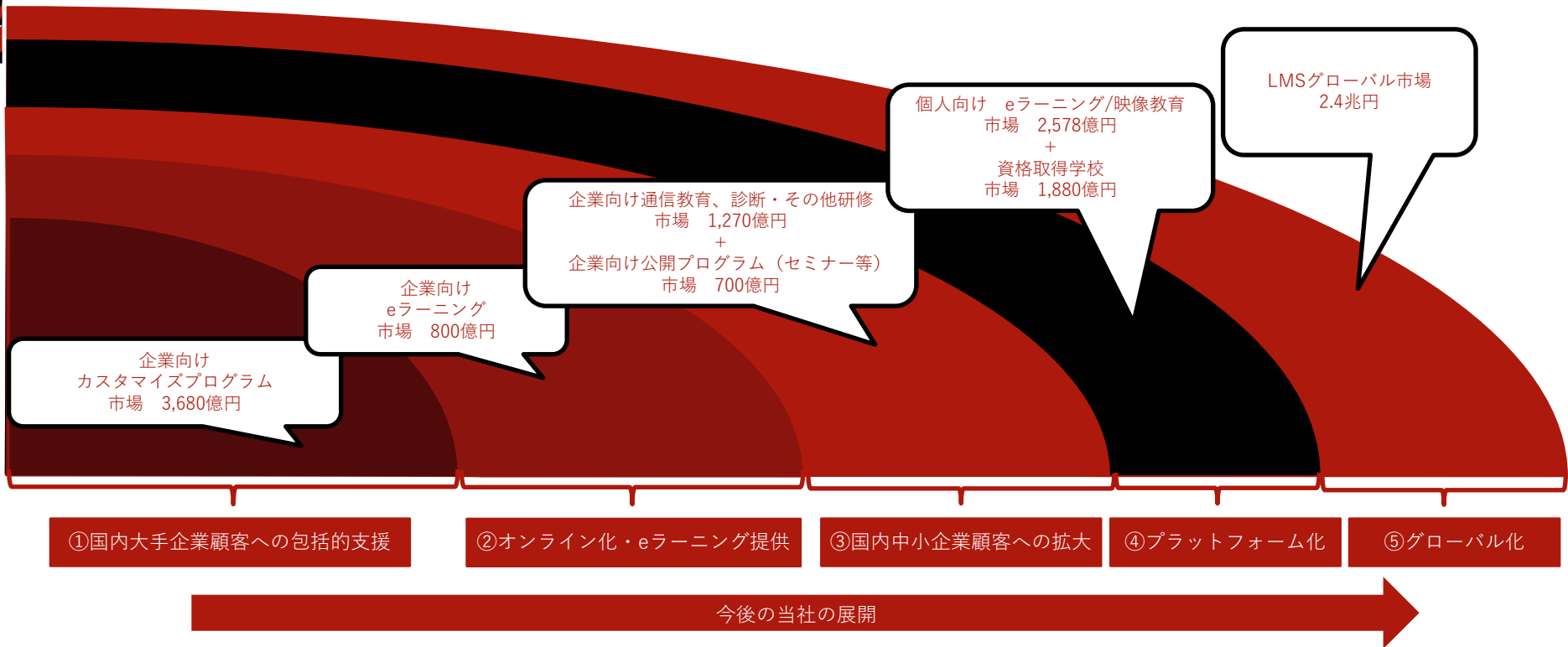


# 新しい提供価値による今後(中長期)の展開



# 今後(中長期)の展開と市場規模

今後の展開と当社を取り巻くサービス市場規模2022年（予測）



\*矢野経済研究所調べより当社作成

注1. 企業向け市場は一部カスタマイズプログラムと重複。  
相殺後企業向総額5,320億円（重複額1,130億円）

人の可能性を信じている。  
可能性とは何か。人はどう成長するのか。  
可能性の本質を広く深く追究して  
あらゆる人の可能性を切り拓きたい。

その人に、その組織に、寄り添って  
最適な価値を提供する。  
育成したその先も見据えながら。

私たちは挑戦を続けていく。  
ルーにしかつけない教育のかたちで  
未来につながる選択肢を増やすために。

**all the possibilities make your story unique**