



2023年12月期通期 決算説明資料

アルー株式会社

証券コード：7043 2024年2月9日

免責事項

- 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。

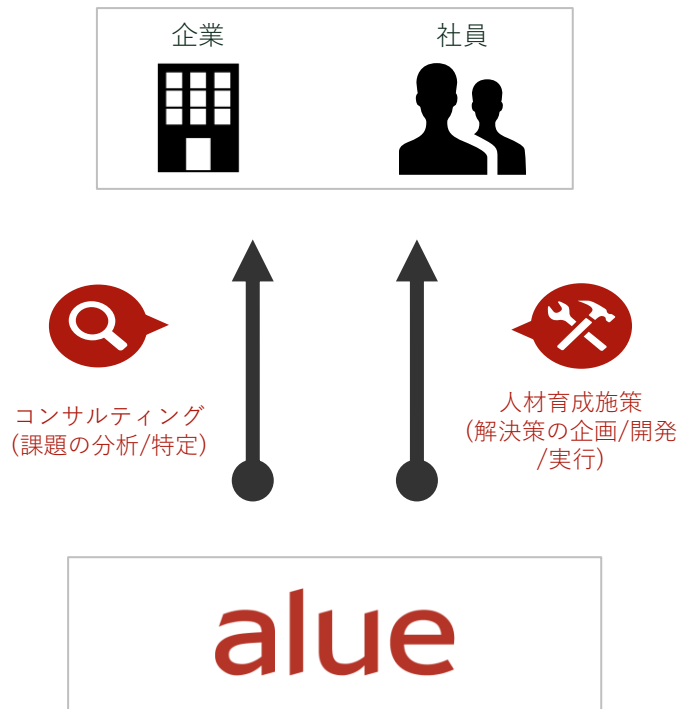
1. 会社概要
2. 連結業績報告
3. 2023年度事業戦略
4. 事業別サマリー
5. 2024年12月期連結業績予想ならびに重点投資項目
6. 2024年度事業戦略と3か年計画

会社概要

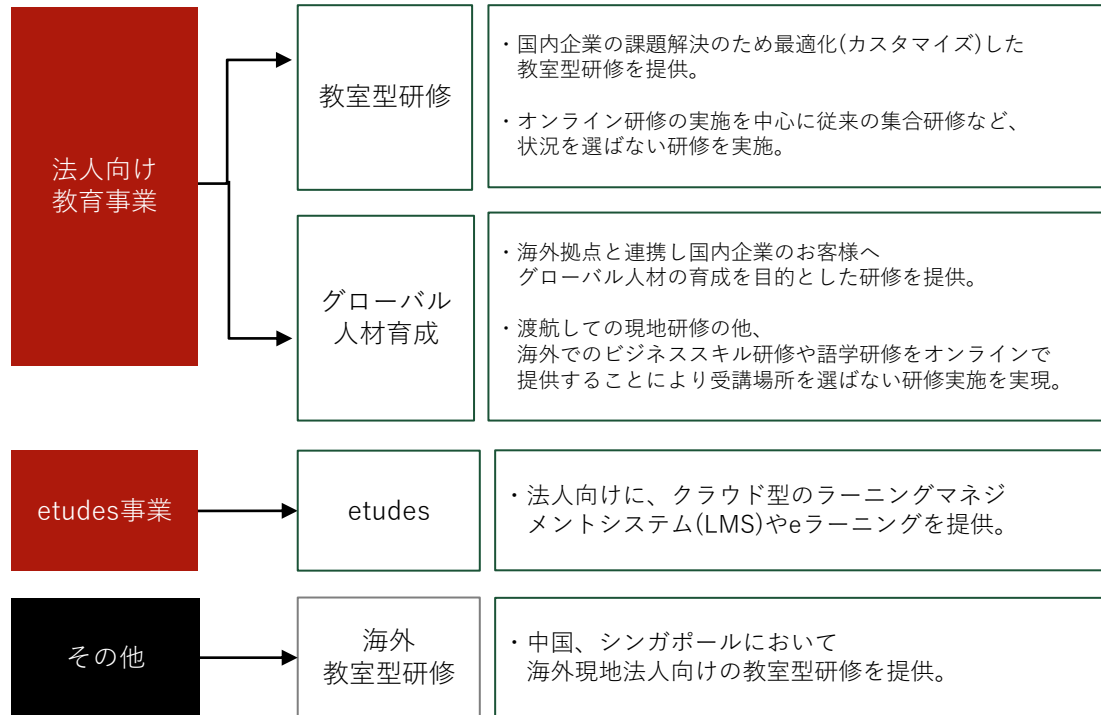


会社名	アルー株式会社
本店所在地	東京都千代田区九段北一丁目13番5号
設立	2003年
従業員	単体：158名* / 連結：194名* (2023年12月31日時点)*正社員のみ
資本金	365百万円(2023年12月31日時点)
事業内容	人材育成事業
役員構成	代表取締役社長 落合 文四郎 取締役 執行役員 池田 祐輔 常勤監査役(社外) 荒幡 義光 取締役 執行役員 稲村 大悟 監査役(社外) 富永 治 取締役 (社外) 西立野 竜史 監査役(社外) 和田 健吾
支社・関連会社	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関西支社 ・ 名古屋支社 (連結子会社) ・ 中国 艾陆企业管理咨询(上海)有限公司 ・ シンガポール ALUE SINGAPORE PTE. LTD. ・ フィリピン ALUE PHILIPPINES INC. ALUE TRAINING CENTER, INC. ・ インド Alue India Private Limited (非連結子会社) ・ インドネシア PT.ALUE INDONESIA

ビジネスモデル



提供サービス

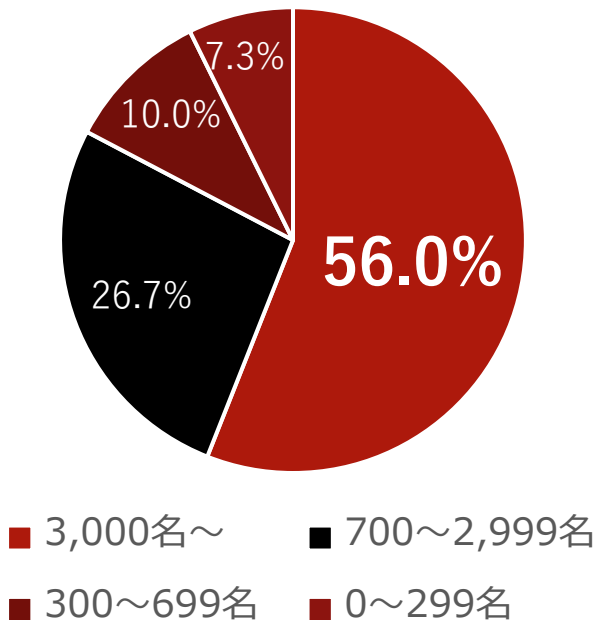


様々な業種の、特に従業員3,000名以上の**大企業**から安定的に**受注**

【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年通期の売上高は、対前年同期比+9.3%の3,028百万円となり、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期比145百万円減の85百万円で着地。

◆ 事業業績

- ・ 法人向け教育事業

新規開拓社数は計画に届かなかったものの22.通期72社→23.通期92社（27.8%増）で着地。
既存顧客リピートは順調であり、23年通期では、売上高は6.7%の成長。

- ・ etudes事業

ASP売上が順調に積み上がり、前年同月比で利用企業数が+51.3%となった。
一方で試用顧客の増加によりARPUが18.7%低下し、MRRは前年同月比では+23.1%となった。

◆ トピックス

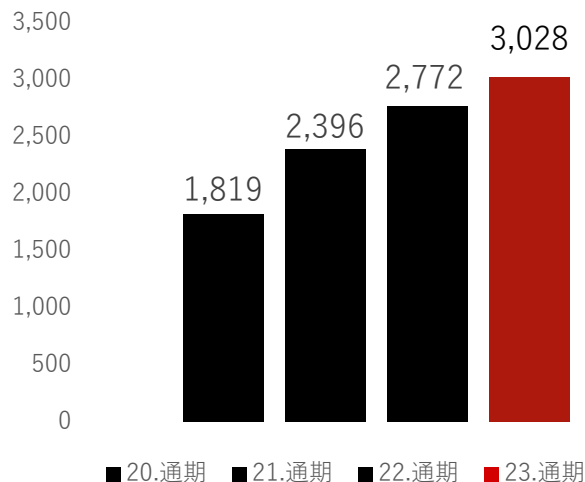
中計実現に向けた投資は、次世代etudes開発、人員採用など計画通り進捗中。

- 23年通期業績は9.3%の売上成長、**過去最高の売上高**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**により対前年同期比145百万円の**減少**。

20.通期～23.通期 業績推移

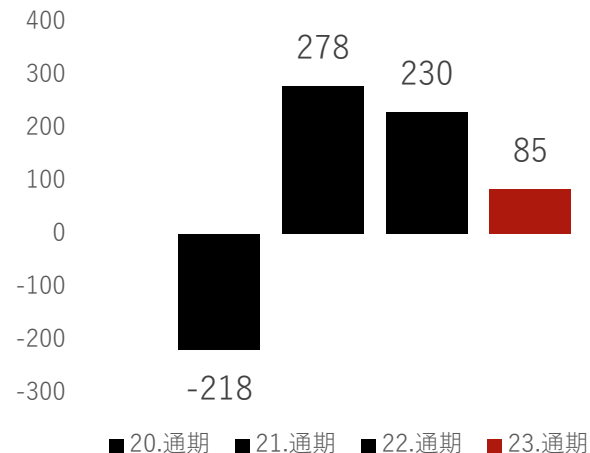
(単位：百万円)

20.通期～23.通期 売上高推移



(単位：百万円)

20.通期～23.通期 営業利益推移

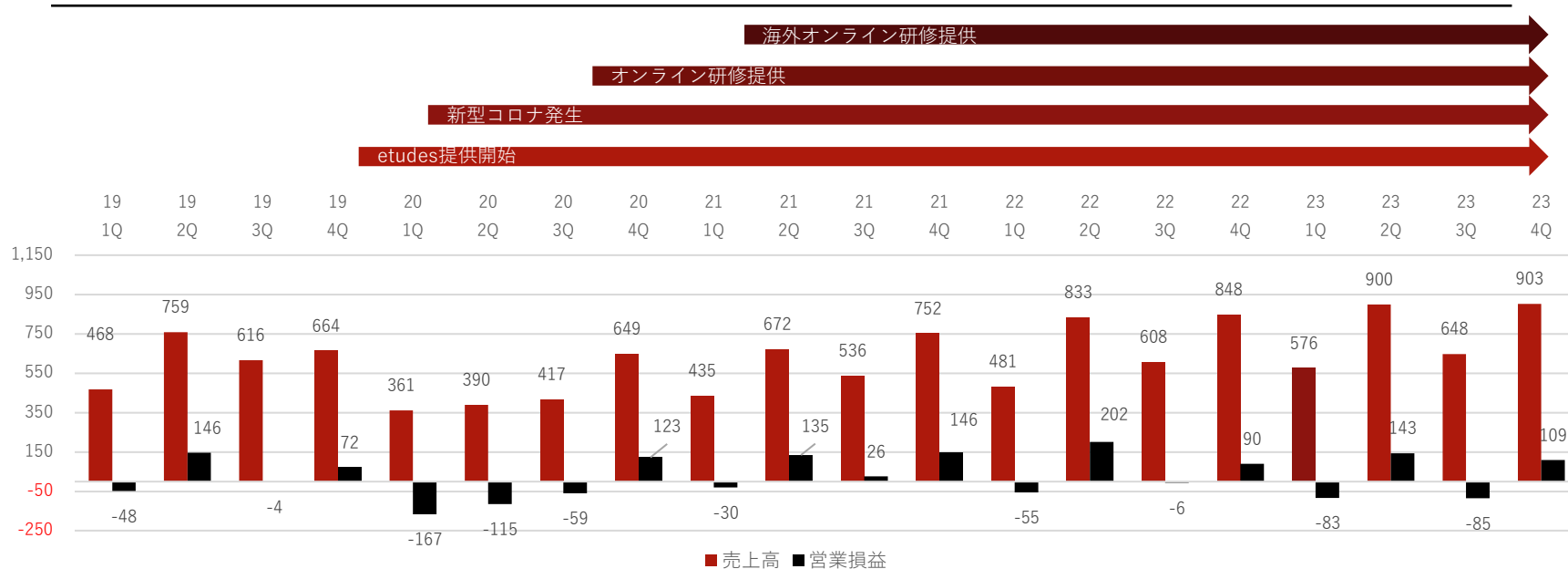


四半期毎業績推移

- 売上高は、季節性はあるものの**増収基調を維持**。
- 4Q会計期間の営業利益は、109百万円で着地。

四半期毎売上高・営業損益推移

(単位：百万円)

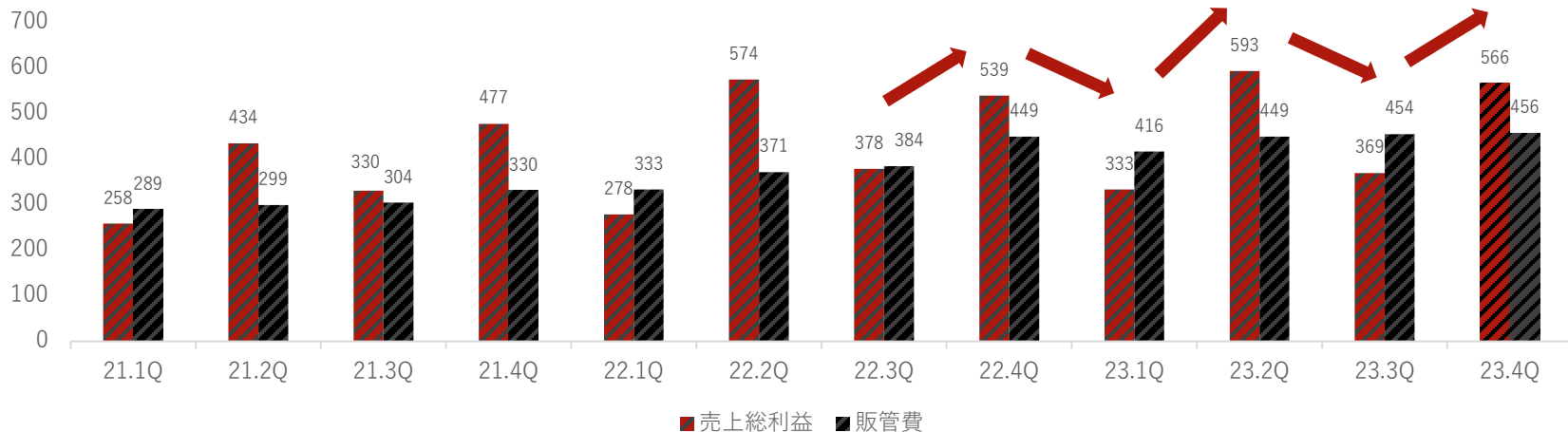


売上総利益と販管費

- 販管費は人員拡大、投資拡大により増加傾向にあるが、**固定的な支出が中心**であり、四半期での**変動は少ない**。
- 一方で、**売上高および売上総利益**は、春・秋の研修繁忙期の影響を大きく受け、**23.2Q・23.4Qで大きく利益計上**する構造。

(単位：百万円)

21.1Q～23.4Q 売上総利益と販管費

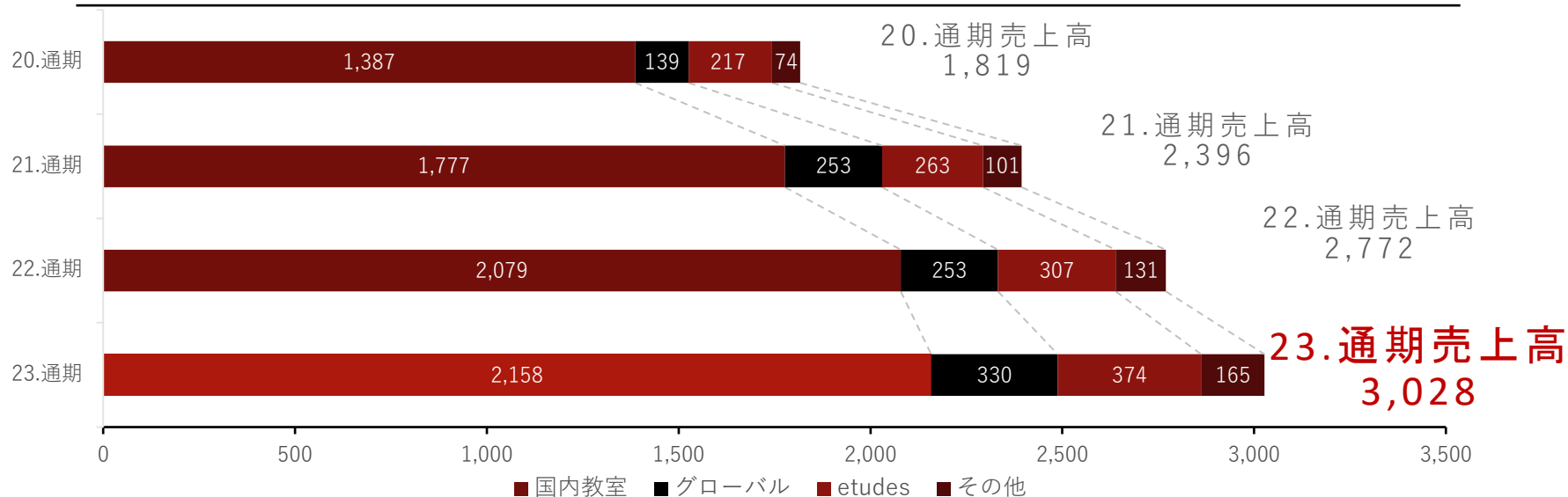


四半期 サービス別売上高比較

- 法人向けは国内教室が想定よりやや低い成長率なものの、**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売上に加え、**大型のeラーニング案件が牽引**。
- 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影響からの回復により伸長。

サービス別売上高推移

(単位：百万円)

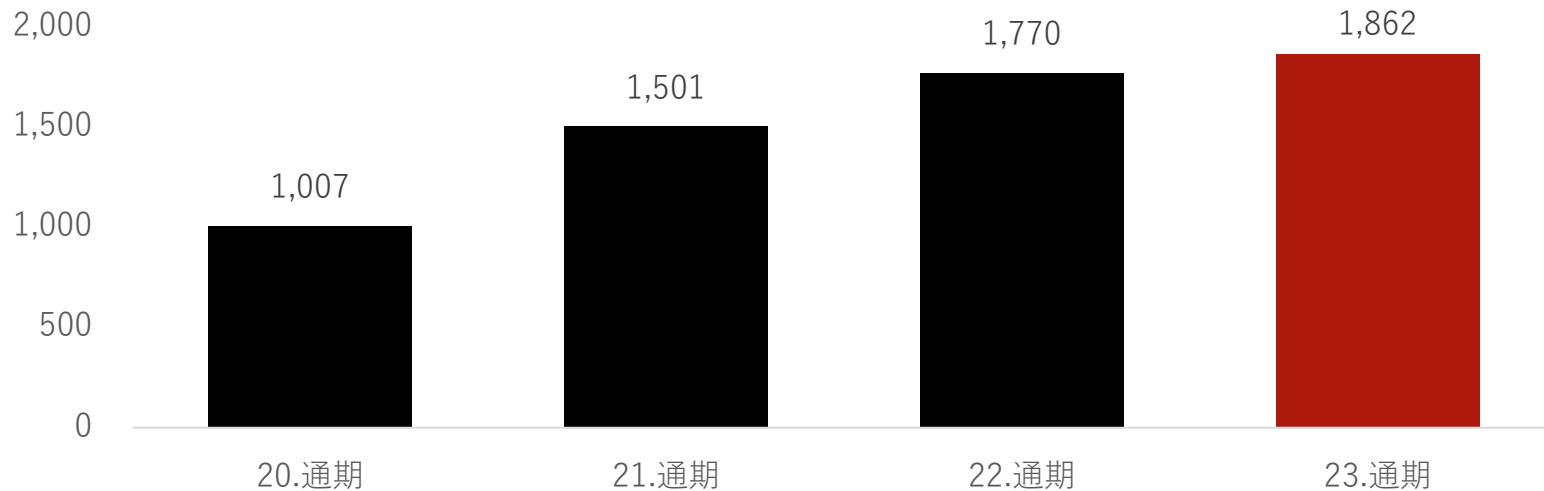


四半期 売上総利益比較

- 売上高同様に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

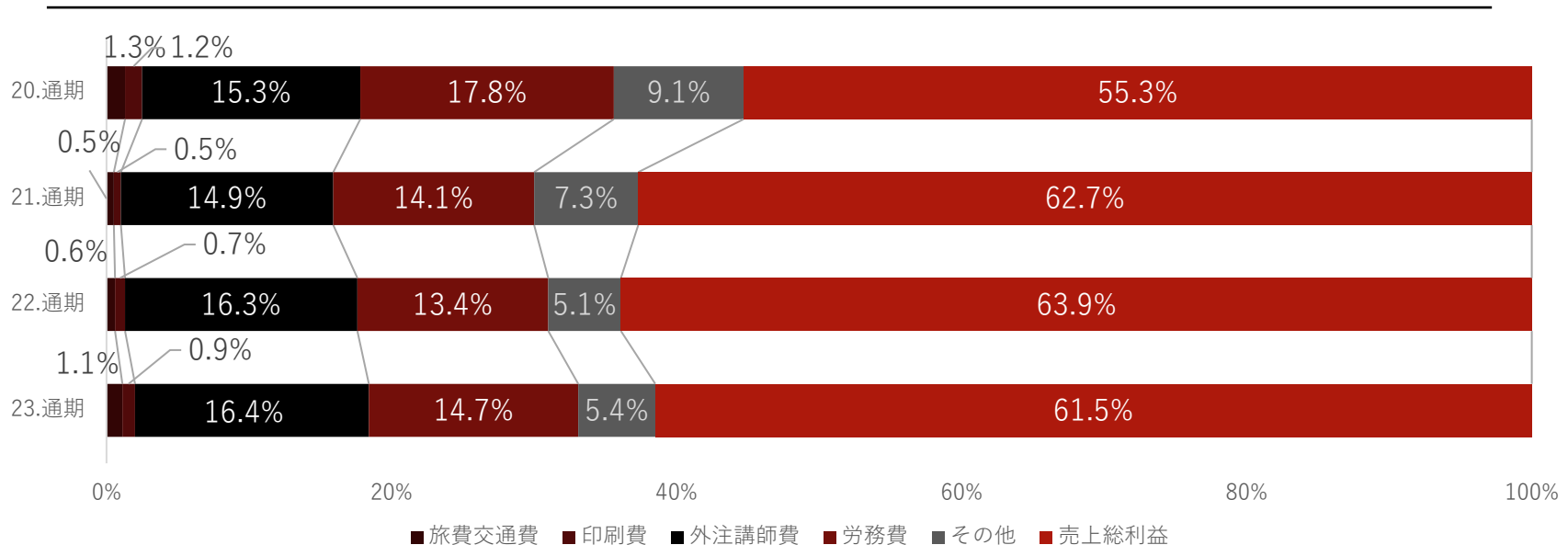
(単位：百万円)



四半期 売上総利益率比較（累計）

- 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。
- 労務費は固定的であり、想定より **売上高が下回ったこと** で **労務費率が高くなり**、1.3ポイントの増加。
- その他、海外派遣型の研修が再開され、旅費交通費の割合が0.5ポイント増加。

売上総利益率比較



四半期 営業利益増減分析（累計）

- 対前年同期比で、売上総利益91百万円の増加に対し、**積極投資**により**人件費・採用費**が100百万円**増加**。
- 広告宣伝費、営業活動費用等の増加により**営業利益は減益**。

（単位：百万円）

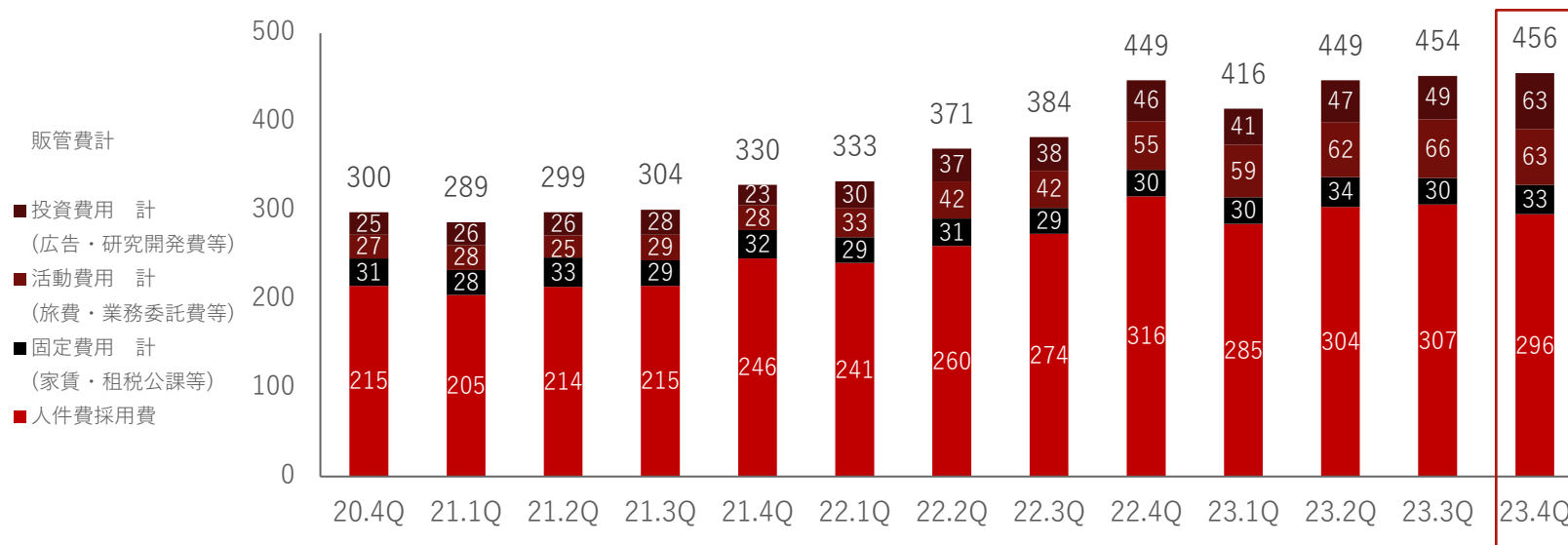


会計期間別販管費推移

- 投資は継続しているが、23年4Qは**販管費総額**では前年同期比・前四半期比ともに**微増**にとどまる。
- 投資費用の増加は、**M&A関連支出**であり、業容拡大に向けた投資という位置づけ。

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.通期	23.通期	前期比
売上高		2,772	3,028	9.3%
	法人向け	2,333	2,488	6.7%
	etudes	307	374	21.8%
	その他	131	165	25.9%
売上原価		1,001	1,166	16.5%
	原価率	36.1%	38.5%	2.4
売上総利益		1,770	1,862	5.2%
	粗利率	63.9%	61.5%	-2.4
販売費および一般管理費		1,540	1,777	15.4%
	販管費率	55.6%	58.7%	3.1
営業利益		230	85	-63.2%
	営業比率	8.3%	2.8%	-5.5
経常利益		227	84	-62.7%
	経常利益率	8.2%	2.8%	-5.4
親会社株主に帰属する当期純利益		166	56	-65.9%
	親会社株主に帰属する 当期純利益率	6.0%	1.9%	-4.1

B/Sサマリー

(単位：百万円)	22.通期	23.通期	増減
流動資産	1,650	1,526	-123
現金及び預金	1,096	986	-109
固定資産	205	195	-9
資産合計	1,855	1,722	-133
流動負債	436	409	-26
固定負債	216	54	-161
負債合計	652	464	-188
株主資本	1,167	1,210	43
資本金	365	365	0
資本剰余金	345	346	0
利益剰余金	476	515	39
自己株式	-19	-15	3
純資産合計	1,203	1,258	55
負債・純資産合計	1,855	1,722	-133

C/Fサマリー

(単位：百万円)

	22.通期	23.通期	増減
I 営業活動によるキャッシュ・フロー			
税金等調整前当期純利益	227	84	-143
減価償却費	39	35	-3
売上債権の増減額	-92	38	131
仕入債務の増減額	18	-14	-33
その他	-16	6	23
法人税等の支払額等	-86	-18	67
営業活動によるキャッシュ・フロー	90	133	43
II 投資活動によるキャッシュ・フロー			
有形固定資産の取得による支出	0	0	0
無形固定資産の取得による支出	-45	-49	-4
その他	-2	-2	0
投資活動によるキャッシュ・フロー	-48	-52	-4
III 財務活動によるキャッシュ・フロー			
借入金の返済による支出	-269	-183	86
その他	-16	-17	-1
財務活動によるキャッシュ・フロー	-286	-201	84
IV 現金及び現金同等物に係る換算差額	9	8	-1
V 現金及び現金同等物の増減額	-234	-112	122
VI 現金及び現金同等物の期首残高	1,285	1,051	-234
VII 現金及び現金同等物の期末残高	1,051	939	-112

2023年度事業戦略



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"> ・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。 ・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。 	<ul style="list-style-type: none"> ●23.通期投資額 110百万円 ■新規採用による増加人件費・採用費 	<ul style="list-style-type: none"> ■販管費中の人件費・採用費は前年同期に比べ100百万円増加。営業担当人員も拡充。
<p>マーケティング ツール 導入 販促強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<ul style="list-style-type: none"> ●23.通期投資額 51百万円 ■販売促進費 システム利用費 	<ul style="list-style-type: none"> ■マーケティング関連の投資は年間で62百万円と計画より積極投資を実施。

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"> ・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。 	<ul style="list-style-type: none"> ●23.通期投資額 57百万円 ■販売促進費 広告宣伝費増額 	<ul style="list-style-type: none"> ■etudes関連のマーケティング活動も年間で60百万円と積極的に投下。
<p>etudes 新規機能開発 次世代 etudes開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<ul style="list-style-type: none"> ●23.通期投資額 88百万円 ■開発人件費等 	<ul style="list-style-type: none"> ■次世代etudesの開発も順調に進みソフトウェア残高は期首→期末で約28百万円増加。

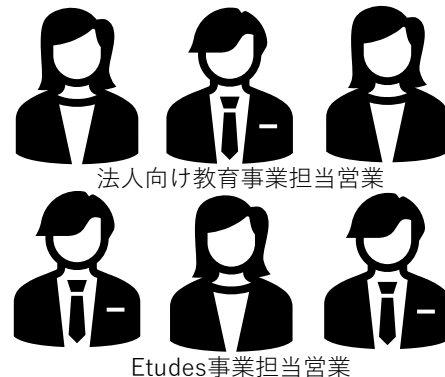
1. 新規顧客獲得強化

● 営業・マーケティング人員強化

単体の23.通期末の人員数は**158名**。

営業人員は法人向け教育、etudesでそれぞれ前期末の人員数から3名ずつ増加。

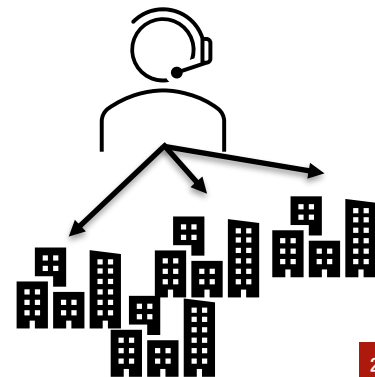
今後の営業活動での活躍を期待。



● 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、23年は年間をかけて**インサイドセールス強化に注力**。

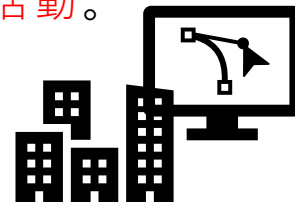
新規顧客獲得数は92社と前年の72社から20社増加したものの、目標としていた120社には未達。



2. etudes事業投資・eラーニング投資

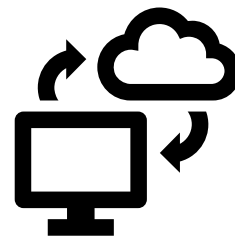
●マーケティングツール導入・販促強化

etudesにおいては23年1年間で60百万円をマーケティング活動に投下。
中心となるのは、法人向けと同様にLMSやeラーニングの営業活動。
利用企業数は23.4Q（23年12月時点）で230社と
前年同期の152社から+78社と大幅増を達成。



●次世代etudes開発・etudes新規機能開発

次世代etudes開発は、
ソフトウェア勘定残高が22末より約28百万円増化し64百万円。
提携先等への導入も進む中、今後もマイクロサービス化を進め
顧客ニーズに合った機能提供を目指す。



その他現在進行中の取り組み

■ 「高卒向け新人導入研修プログラム」

- 大卒の新入社員とは年齢をはじめ様々な異なる特性をもっている「高卒の新入社員向け」プログラム。
高卒の新人の特性を踏まえた導入研修が可能。

● 研究開発職向け研修プログラム

- 研究開発職が会社で働く社員として必要な「顧客視点×自社視点」を身につけることを目的にサービス提供。
自分の興味関心のあるテーマだけでなく、自社が利益を創出し続けるために、顧客の期待に応え、利益を創出していくことを目的に実施。

■ ALUGO GYM

- 10年以上の実績がある「ALUGO」シリーズの新プログラム。
担任コーチ制と柔軟なレッスンスケジュールによって継続的にスピーキング力を鍛え、大人の学び直しが可能。



● 福利厚生大手のリロクラブと業務提携

- 「etudes」と体系化された e ラーニングコンテンツを福利厚生アウトソーシングサービスのトップカンパニーである株式会社リロクラブ運営する「福利厚生倶楽部」へ「Relo かんたんラーニング(LMS)」提供。
企業規模にかかわらず体系化された教育を受けられる環境をリロクラブとともに整備。



当社は、2024年1月31日に、企業内人材育成プログラム提供を主業とする株式会社エナジースイッチの発行株式の全部を2024年4月1日付で取得する株式譲渡契約を締結しました。

◆ 経緯

新事業領域を探索する活動の一環として、積極的にM&Aの機会を窺っていましたが、そうした活動の結果、本契約を締結するに至りました。

◆ 目的

エナジースイッチ社の持つ顧客基盤に、当社サービスの提供を行うことによる販路拡大を通し、より事業の成長を促進していけるものと考えております。また、エナジースイッチ社は「ダイバーシティ&インクルージョン」に特に強みと知見を有することから、当社の顧客にこれらの強みを活かしたコンテンツの提供を行うことによる相乗効果にも大きな期待を寄せております。そのため、本株式取得により既存事業である法人向け人材育成事業との相互連携の実施によるシナジー効果によって当社のさらなる発展を実現できるものと判断いたしました。

◆ 今後について

エナジースイッチ社は、大企業取引先を中心に顧客基盤を持ちますが、顧客のニーズに寄り合いカスタマイズされたコンテンツを提供しています。こうしたサービスの提供姿勢や人材育成業界に対する思いや価値観などを一緒に共有しながら、共に成長できることを期待しております。そして、こうした機会は当社のコアコンピタンスの強化につながり、事業成長の実現を図る取組として、今後も積極的に進めてまいりたいと思います。

◆ M&Aの位置づけ

従前より、全社戦略として「**継続的な新領域開発活動・M&Aによる成長の実現**」ということを掲げており、M&Aは、コア・コンピタンスの強化、あるいは戦略ストーリーの強化と、事業成長の実現を図る重要な手段として位置付けております。また、当社では、理念や志なども**M&Aの重要な要素**として考えております。志を一にしながら、一緒に事業成長を目指す仲間を見つけるという視点を持ちながら、**全社戦略の要のひとつ**として、位置付けております。

◆ M&Aの取組状況

2022年12月期から、M&Aにかかる探索活動を行ってきましたが、エナジースイッチ社とのご縁をきっかけに、M&A業務の体制を強化しております。特にM&Aに関わる人員を増やし、組織的な活動に変えていくことで、意思決定や判断の迅速化を目指すとともに、より有効な検討機会の増加を目指しております。なお、統一された基準で抽出しているわけではありませんが、**M&A案件の検討社数**は、2022年12月期に対し、2023年12月期は**約1.5倍**程度に増加しております。

◆ 今後の方針

当社のミッションやビジョンの実現のための重要な施策として、**新領域開発部を中心に活動を強化し、積極的に取り組む**方針であります。

事業別サマリー



法人向け教育事業 サマリー

- 23年通期では、管理職案件の増加およびグローバル大型案件の納品が寄与し、売上高は6.7%の成長となった。

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.通期実績 (22.01-22.12)	23.1Q実績 (23.01-23.03)	23.2Q実績 (23.04-23.06)	23.3Q実績 (23.07-23.09)	23.4Q実績 (23.10-23.12)	23.通期実績 (23.01-23.12)
売上高	2,339	1,527	2,030	2,333	460	779	516	732	2,488
売上成長率	—	-34.7%	33.0%	14.9%	17.7%	3.6%	11.0%	1.1%	6.7%
売上総利益	1,313	896	1,352	1,524	264	523	297	503	1,588
売上総利益率	56.2%	58.7%	66.6%	65.4%	57.5%	67.1%	57.6%	68.8%	63.8%
販売費及び 一般管理費	613	620	568	668	167	174	181	172	696
営業利益	699	275	783	856	97	349	115	330	892
営業利益率	29.9%	18.0%	38.6%	36.7%	21.1%	44.8%	22.4%	45.2%	35.9%
共通費配賦後 営業利益	206	-153	360	331	-40	194	-24	178	307
共通費配賦後 営業利益率	8.8%	-10.1%	17.7%	14.2%	-8.8%	25.0%	-4.8%	24.3%	12.4%

※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

- 顧客数は329社→347社と増加、顧客あたり売上高も前年を上回り着地。

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.通期実績 (22.01-22.12)	23.通期実績 (23.01-23.12)	23.通期予測 (23.01-23.12)
売上高(百万円)	2,339	1,527	2,030	2,333	2,488	2,470
顧客数(社)	336	301	313	329	347	—
顧客あたり売上高 (千円)	6,961	5,074	6,488	7,092	7,172	—
期初人員数(人)	94	84	89	87	96	96
一人あたり売上高 (千円)	24,883	18,182	22,819	26,819	25,924	25,729

※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8.1百万円から8.9百万円と**9.8%増加**し既存先の売上高成長を実現。
- 新規開拓社数は22.通期72社→23.通期92社で着地。当初計画の120社には届かなかったが、社数ベースで**27.8%の増加**を実現。
- 新規開拓の単価が22.通期3.4百万円から23.通期2.3百万円と低下しているが、10百万円以上の**新規大型顧客の開拓が23年には少ない**ことによるもの。

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.通期実績 (22.01-22.12)	23.4Q実績 (23.01-23.12)	23.通期当初予測 (23.01-23.12)
既存						
売上高(百万円)	2,051	1,320	1,732	2,084	2,271	2,316
社数(社)	250	232	224	257	255	280
単価(千円)	8,204	5,689	7,733	8,112	8,906	8,271
新規						
売上高(百万円)	256	192	292	245	214	384
社数(社)	86	69	89	72	92	120
単価(千円)	2,984	2,784	3,285	3,403	2,331	3,200
全体						
売上高(百万円)	2,307	1,512	2,024	2,330	2,485	2,700
社数(社)	336	301	313	329	347	400
単価(千円)	6,868	5,023	6,468	7,082	7,162	6,750

※23.通期予測は当初予測 ※個人向けALUGOを除く ※年間10万円未満のお客様を除く

- ASP売上が堅調に積み上がり、事業全体では**通期で21.8%の成長**。
- 一過性の「その他売上」が減少するも、eラーニングの成長でカバー。

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.通期実績 (22.01-22.12)	23.1Q実績 (23.01-23.03)	23.2Q実績 (23.04-23.06)	23.3Q実績 (23.07-23.09)	23.4Q実績 (23.10-23.12)	23.通期実績 (23.01-23.12)
売上高	45	217	263	307	78	86	92	116	374
売上成長率	—	374.9%	21.2%	16.6%	5.8%	33.1%	6.6%	43.6%	21.8%
ASP	28	144	156	206	60	61	70	73	267
eラーニング	0	6	46	42	10	17	13	39	80
その他	17	66	60	58	7	7	7	4	27
営業利益	3	16	41	69	6	1	-5	22	25
営業利益率	6.6%	7.6%	15.6%	22.7%	8.4%	1.7%	-5.8%	19.4%	6.8%
共通費配賦後 営業利益	-7	-18	-24	-47	-29	-35	-43	-17	-125
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）

	22.4Q	23.4Q	対前年同期増減率
ARR(百万円)	231	290	25.5%
MRR(12月時点)(千円)	18,536	22,810	23.1%
利用企業数(12月時点)(社)	152	230	51.3%
ARPU(12月時点)(円)	121,947	99,176	-18.7%
解約率	0.0%	0.2%	0.1
eラーニング売上(千円)	12,759	39,144	206.8%

※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

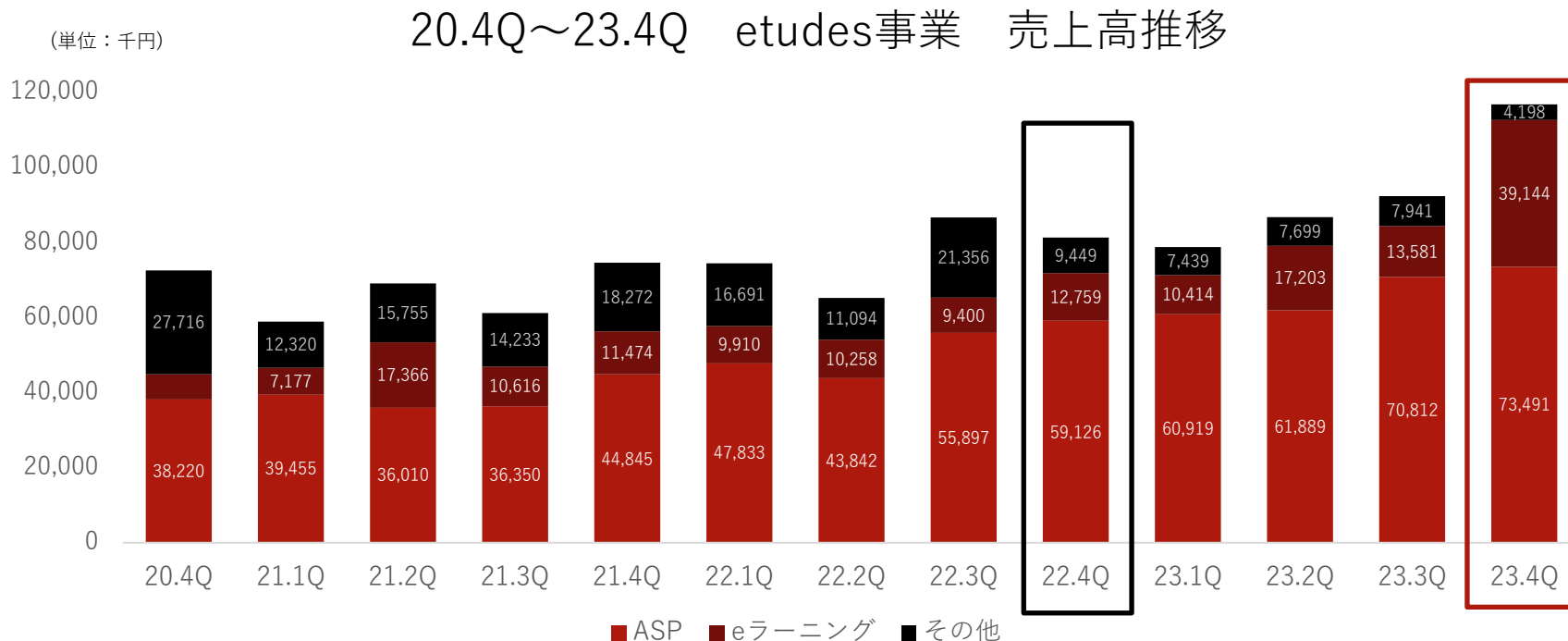
※利用企業数：対象時点でスポット契約を除くetudesを利用している企業数

※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

- ASP売上は堅調に積みあがっている。
- 大型案件によりeラーニング売上が大きく増加。



etudes事業KPI② MRR/ARPUの推移

- 12月MRRは前年同月比**23.1%成長**。
- 取引単価が想定を下回るものの、12月利用企業数は対前年同月比で**51.3%増**と順調。

	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
MRR												
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	23,168	22,499	22,989	25,886	24,029	22,810
対前年同月増減率	23.6%	24.6%	24.2%	23.7%	50.8%	31.6%	36.0%	34.9%	15.9%	32.7%	20.7%	23.1%
利用企業数												
2022年(社)	115	120	124	127	128	129	133	139	144	144	150	152
2023年(社)	156	159	165	160	170	180	187	196	199	219	224	230
対前年同月増減率	35.7%	32.5%	33.1%	26.0%	32.8%	39.5%	40.6%	41.0%	38.2%	52.1%	49.3%	51.3%
ARPU(取引単価)												
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	123	114	115	118	107	99
対前年同月増減率	-8.9%	-6.0%	-6.6%	-1.8%	13.6%	-5.7%	-3.3%	-4.3%	-16.1%	-12.8%	-19.2%	-18.7%

※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

2024年12月期 連結業績予想ならびに重点投資項目



法人向け教育事業

新規獲得強化

- ・引き続き、**営業、マーケティング人員を拡充**し、売上拡大のスピード向上を図る。
- ・効果の高いマーケティング施策に集中し、**効率を高める**とともに、営業支援機能を充実感させ、**単価の向上**に取り組む。

etudes

販売強化

- ・引き続き、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**。
- ・リクラブとの提携など、販売拡大、サービス強化につながる**パートナー開拓活動も積極推進**。

etudes新規機能開発 次世代etudes開発

- ・eラーニングのプラットフォーム戦略を進めるべく、引き続き**etudesの性能強化**を行う。

連結業績予想及び配当金

- 24年**通期の売上高**は、前年同期比**9.9%増の3,330百万円**を見込む。
当初計画より**売上進捗が一年遅れ**となる一方、**納品体制の強化を先行**。24年営業利益率は3.9%と低水準。
- 後述するCAC回収期間が12か月を切るようになれば、トップラインを伸ばせるため**25年以降利益率は回復**する想定。
- 配当については、積極投資による売上高成長を優先させ、**1株当たり7円**を維持。
なお**株式会社エナジースイッチ**の株式取得による子会社化の影響は現在精査中のため**本予想には含まない**。

(単位：百万円)		23.通期 (実績)	24.通期 (予想)	前期比
売上高		3,028	3,330	9.9%
営業利益		85	130	52.9%
	営業利益率	2.8%	3.9%	1.1
経常利益		84	125	47.3%
	経常利益率	2.8%	3.8%	1.0
親会社株主に帰属する当期純利益		56	90	58.3%
1株当たり当期純利益		22.40	35.47	58.3%
1株当たり配当金(予定)		7.00	7.00	—

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1,400万円程度と見積もっている。
- 23年通期実績のCACは2,211千円となったが、初年度取引額が想定を下回ったことで、CAC回収期間は18か月となった。
- 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	23.通期	24年予想
リピート率 (*3)	78.0%	78.0%
(a) 初年度取引額 (年間想定)	2,332千円(*4)	2,300千円
(b) 粗利率	63.8%	63.7%
(c)=(a) × (b)	1,488千円	1,466千円
(d) CAC	2,211千円	1,365千円
(e)=(d) ÷ (c) × 12 CAC回収期間 (月)	18か月	11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

- 23年4Qの実績をもとに、ARPUの想定を見直し、マーケティング計画を修正。
- 現在のフェーズではLTVは保守的に5百万程度と見積っているが、これはCAC1,000千円を十分に上回っている状態。しかし、CAC回収期間がまだ12か月を上回っているため「投資先行期」と位置づけている。
- 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てフェーズの移行を目指す。
- 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、2024年中には次フェーズへの移行を目指す。

項目	23.3Q時点	23.4Q (現状)	次フェーズへの目標値 (目標)	
(a) ARPU (月)	約120,000円	約100,000円	100,000円	
(b) ASP売上粗利率	45%~58%	50.0%~55.0%	70.0%	
(c)=(a) × (b)	54,000円~70,000円	50,000円~55,000円	70,000円	
(d) CAC	1,400千円~1,600千円	約1,000千円	800千円	
(e)=(d) ÷ (c)	CAC回収期間 (月)	20~30か月	18~20か月	<12か月

2024年度事業戦略と3か年計画



2024年度中期経営計画①

①新規顧客獲得強化

②etudesへの投資

を行い26年連結売上高成長率20%超を目指す。

なお株式会社エナジースイッチの株式取得による子会社化の影響は現在精査中のため本中期経営計画には含まない。

2024年度 中期経営計画

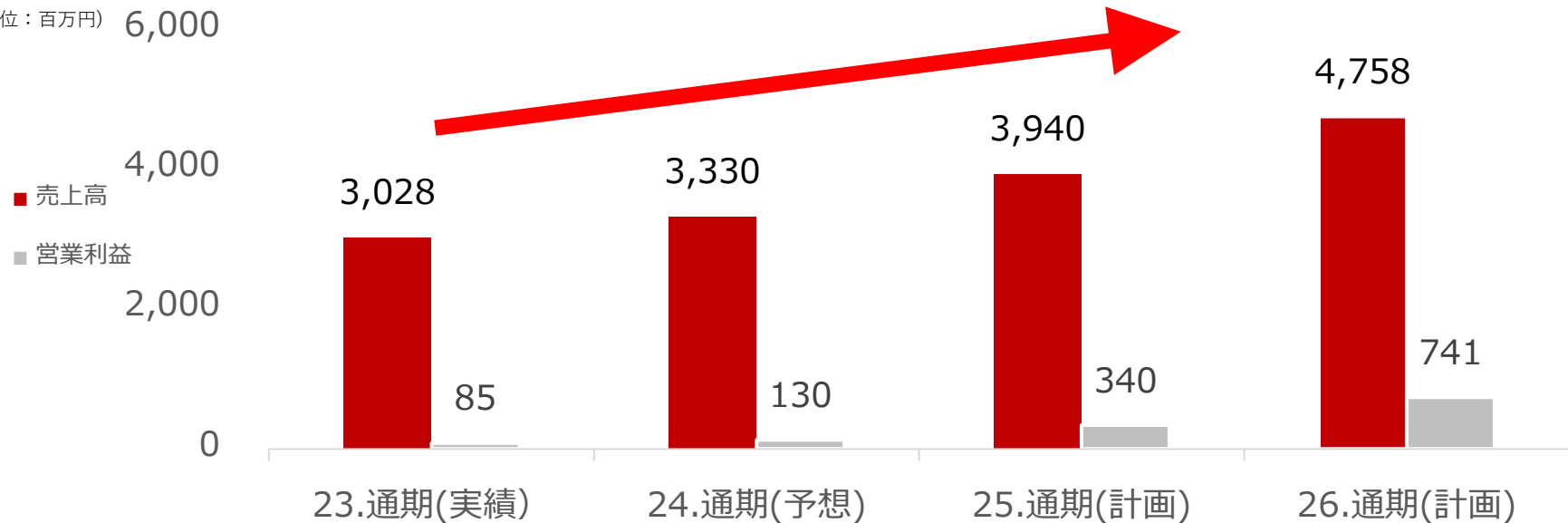
(単位：百万円)	23.通期 (実績)	24.通期 (予想)	増減比	25.通期 (計画)	増減比	26.通期 (計画)	増減比
連結売上高	3,028	3,330	10.0%	3,940	18.3%	4,758	20.8%
法人向け教育事業	2,488	2,617	5.2%	2,989	14.2%	3,481	16.5%
etudes事業	374	513	37.1%	751	46.3%	1,057	40.7%
その他	165	198	20.2%	200	0.6%	220	10.0%
連結営業利益	85	130	52.9%	340	162.0%	741	117.7%
連結営業利益率	2.8%	3.9%	1.1	8.6%	4.7	15.6%	6.9

2024年度中期経営計画②

- 法人向け教育事業について、納品体制の強化が先行したため24年の営業利益率はまだ低い。後述のようにCAC回収期間が12か月を切るようになれば、トップラインが戻り結果的に25年以降利益水準は回復する想定。
- etudes事業については、24年は利益より売上拡大を優先するため連結営業利益貢献は25年以降となる見込み。

売上高・営業利益 中期経営計画

(単位：百万円) 6,000



2024年度中期経営計画③

- 23年の結果を受け、**中期経営計画**の実現を**一年後ろ倒し**し新たな中期経営計画を策定

		(単位：百万円)		23年	成長	24年	成長	25年	成長	26年	成長
2023年度中期経営計画	連結売上高	3,277	18.2%	4,046	23.5%	5,106	26.2%	—	—	—	—
	法人向け教育事業	2,700	15.7%	3,201	18.6%	3,855	20.4%	—	—	—	—
	etudes事業	410	33.6%	660	60.7%	1,036	57.0%	—	—	—	—
	その他	166	26.4%	185	11.4%	215	16.2%	—	—	—	—
	連結営業利益	270	17.0%	556	106.2%	1,022	83.6%	—	—	—	—
	連結営業利益率	8.2%	-0.1	13.8%	5.5	20.0%	6.3	—	—	—	—
2024年度中期経営計画	連結売上高	3,028	9.3%	3,330	9.9%	3,940	18.3%	4,758	20.8%	—	—
	法人向け教育事業	2,488	6.7%	2,617	5.2%	2,989	14.2%	3,481	16.5%	—	—
	etudes事業	374	21.8%	513	37.1%	751	46.3%	1,057	40.7%	—	—
	その他	165	25.9%	198	20.2%	200	0.6%	220	10.0%	—	—
	連結営業利益	85	-63.2%	130	52.9%	340	162.0%	741	117.7%	—	—
	連結営業利益率	2.8%	-5.5	3.9%	1.1	8.6%	4.7	15.6%	6.9	—	—
差異	連結売上高	-248	-8.9	-716	-13.6	-1,165	-7.8	—	—	—	—
	法人向け教育事業	-211	-9.1	-584	-13.4	-866	-6.2	—	—	—	—
	etudes事業	-36	-11.7	-146	-23.6	-284	-10.7	—	—	—	—
	その他	0	-0.5	13	8.8	-15	-15.6	—	—	—	—
	連結営業利益	-184	-80.2	-426	-53.3	-681	78.5	—	—	—	—
	連結営業利益率	-5.4	—	-9.9	—	-11.4	—	—	—	—	—

売上高

法人向け 教育事業

23年12月期の新規顧客売上が計画を下回る結果となった。
新規開拓の取り組み、単価向上の取り組みには一定の時間を要すると想定し、
中計を一年遅らせ、**26年に売上成長率20%を実現**させる。

etudes事業

直近の実績から、**顧客単価を見直し**。
ASP売上の**新規顧客開拓ペースは落とさず**、
26年12月期において**1,000百万円規模の事業**を目指す。

営業利益

当初計画より売上進捗が一年遅れとなる一方で、
納品体制の強化を先行したため24年の営業利益率はまだ低い。

**CAC回収期間が12か月を切るようになれば、
トップラインを伸ばせるため結果的に25年以降利益水準は回復する想定。**

24～26年度法人向け事業計画①

- 新規顧客獲得強化に向けて、営業機能分化と各プロセスの活動量増加のための各種投資を継続する。これにより、毎期の成長率を遡増させ、26年以降20%の売上高成長を実現する。

(単位：百万円)	23.通期実績	24.通期計画	25.通期計画	26.通期計画
売上高	2,488	2,617	2,989	3,481
売上成長率	6.7%	5.2%	14.2%	16.5%
売上総利益	1,588	1,668	1,845	2,168
売上総利益率	63.8%	63.7%	61.7%	62.3%
販売費及び一般管理費	696	725	792	852
営業利益	892	943	1,052	1,315
営業利益率	35.9%	36.0%	35.2%	37.8%
共通費配賦後営業利益	307	260	337	588
共通費配賦後営業利益率	12.4%	9.9%	11.3%	16.9%

24～26年度法人向け事業計画②

- 売上**成長率向上**を重視。顧客基盤を活かしたクロスセルを推進するが、その効果は保守的に見積ることとし、新規顧客獲得関連投資（重点投資項目①）により、取引社数の拡大を実現する。

24.通期～26.通期法人向け教育事業KPI計画

	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.通期計画 (24.01-24.12)	25.通期計画 (25.01-25.12)	26.通期計画 (26.01-26.12)
売上高(百万円)	2,488	2,617	2,989	3,481
顧客数(社)	347	380	435	510
うち新規社数(社)	92	110	130	160
顧客あたり売上高 (千円)	7,172	6,888	6,871	6,826
期初人員数(人)	96	104	114	129
一人あたり売上高 (千円)	25,924	25,169	26,220	26,989

※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

24～26年度etudes事業計画①

- 大企業向けは、「LMS機能強化×階層別eラーニングコンテンツ×自社コンテンツ搭載可能」で、社内育成体系に合った育成が可能であることを武器に開拓。
- 中堅企業向けは、
「etudes Plus=LMS×コンピテンシーマップ×eラーニングコンテンツ×自社コンテンツ搭載可能」を武器に開拓。
- 拡販のためのマーケティング関連投資、およびプラットフォーム改修投資を継続するため、
利益貢献は25年以降。

(単位：百万円)

	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.通期予想 (24.01-24.12)	25.通期計画 (25.01-25.12)	26.通期計画 (26.01-26.12)
売上高	374	513	751	1,057
売上成長率	21.8%	37.1%	46.3%	40.7%
ASP	267	387	571	841
eラーニング	80	84	108	132
その他	27	42	71	83
営業利益	25	86	236	410
営業利益率	6.8%	16.8%	31.4%	38.9%
共通費配賦後営業利益	—	-87	43	185
共通費配賦後営業利益率	—	—	5.8%	17.5%

24～26年度etudes事業計画②

- 24年は、23年につづき、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。
- ARPUは保守的に見積もりつつも、etudes Plusの拡販、CS活動によるアクティブユーザー数増により向上を目指す。

	23.4Q	24.4Q	増減率	25.4Q	増減率	26.4Q	増減率
ARR(百万円)	273	444	62.5%	677	52.4%	999	47.5%
MRR(12月時点)(千円)	22	37	62.5%	56	52.4%	83	47.5%
利用企業数(12月時点)(社)	230	353	53.5%	499	41.5%	712	42.6%
ARPU(12月時点)(円)	99	93	-6.1%	98	5.3%	98	0.0%

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

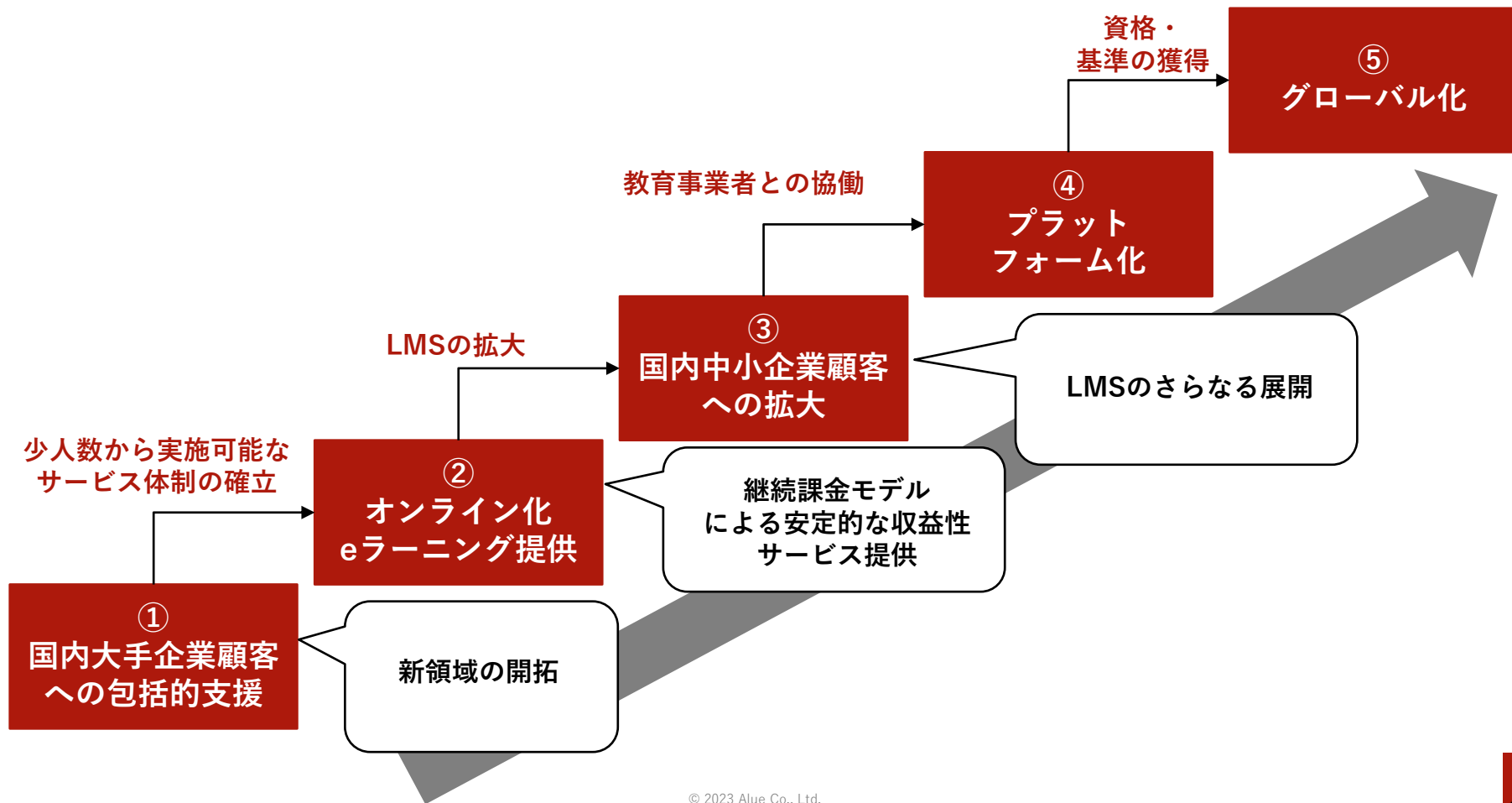
※MRR：Monthly Recurring Revenueの略で、ASP月額利用額の合計額からスポット契約の金額を除いた数値

※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

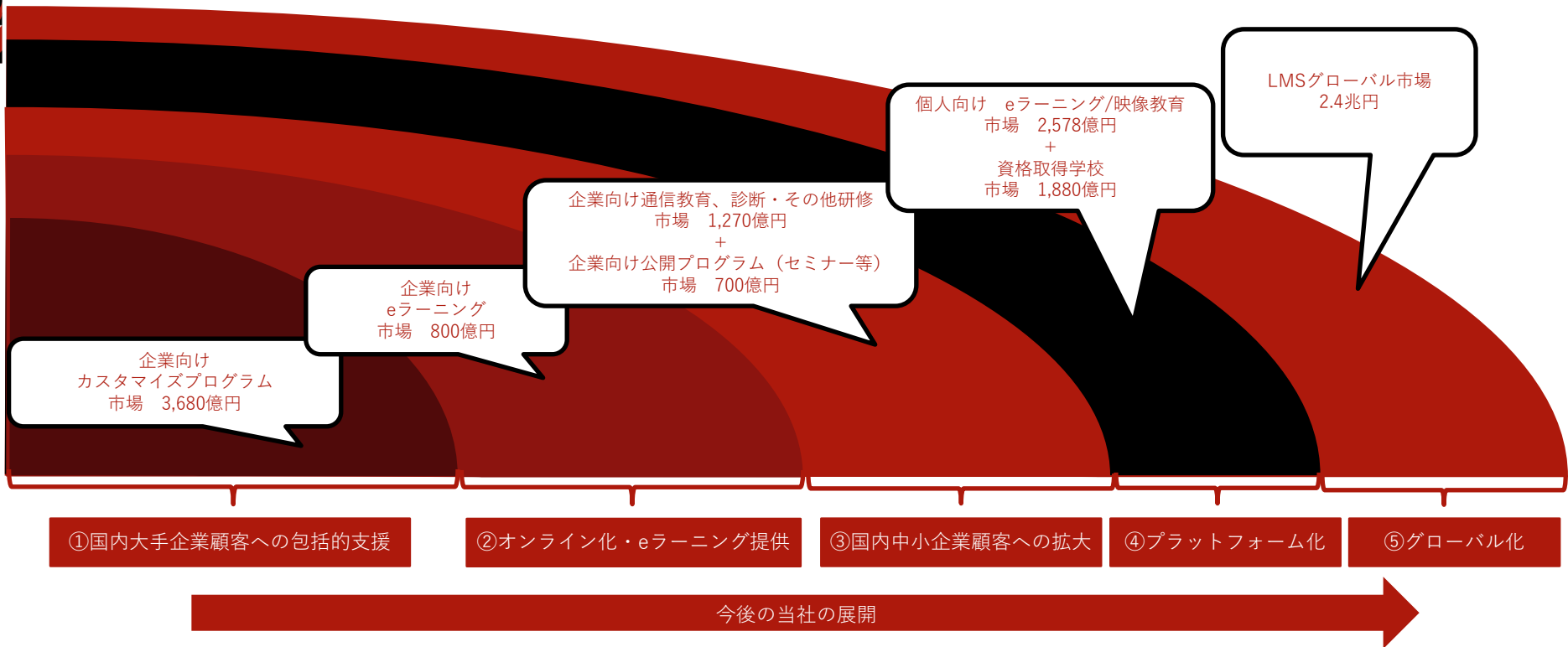
※解約率は、MRR解約率（金額ベース）の直近6か月平均

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ukれ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