



2024年12月期第2四半期(中間期) 決算説明資料

アルー株式会社

証券コード：7043 2024年8月8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。

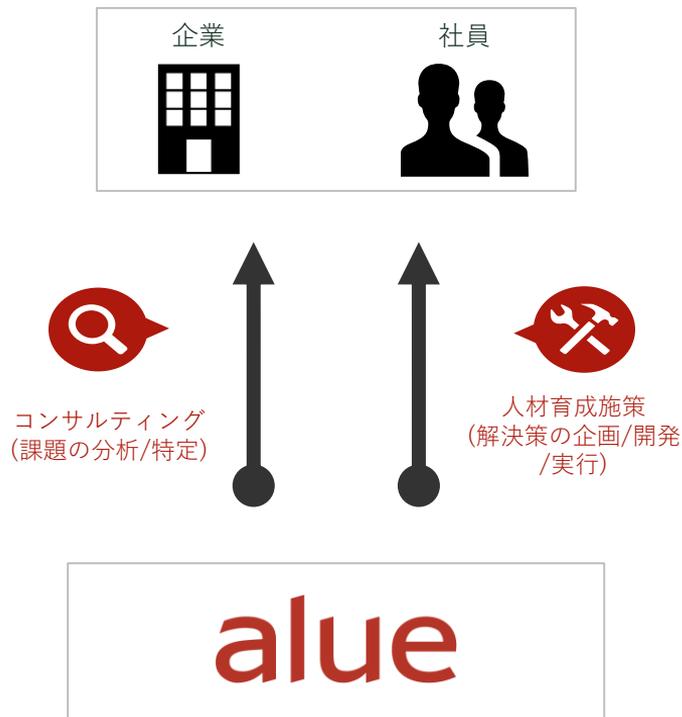
1. 会社概要
2. 連結業績報告
3. 2024年2Q 事業の取り組み
4. 事業別サマリー

会社概要

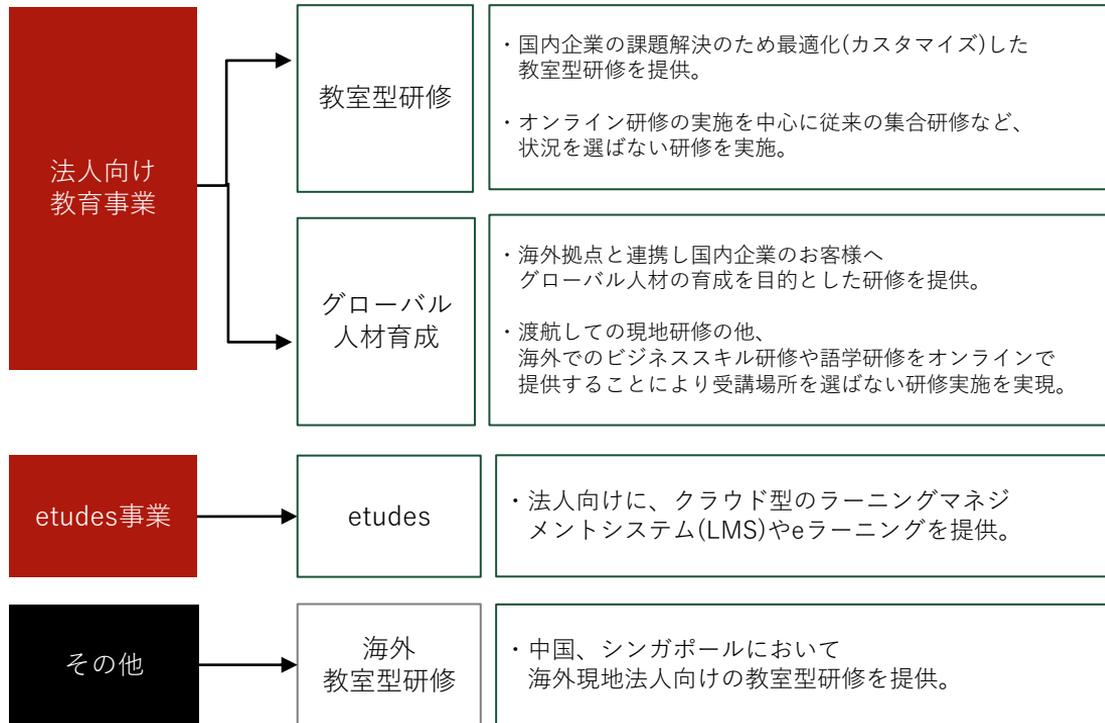


会社名	アルー株式会社
本店所在地	東京都千代田区九段北一丁目13番5号
設立	2003年
従業員	単体：159名* / 連結：201名* (2024年6月30日時点)*正社員のみ
資本金	365百万円(2024年6月30日時点)
事業内容	人材育成事業
役員構成	<p>代表取締役社長 落合 文四郎</p> <p>取締役 執行役員 池田 祐輔 常勤監査役(社外) 荒幡 義光</p> <p>取締役 執行役員 稲村 大悟 監査役(社外) 富永 治</p> <p>取締役 (社外) 西立野 竜史 監査役(社外) 和田 健吾</p>
支社・関連会社	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関西支社 ・ 名古屋支社 (連結子会社) ・ 国内 株式会社エナジースイッチ ・ 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

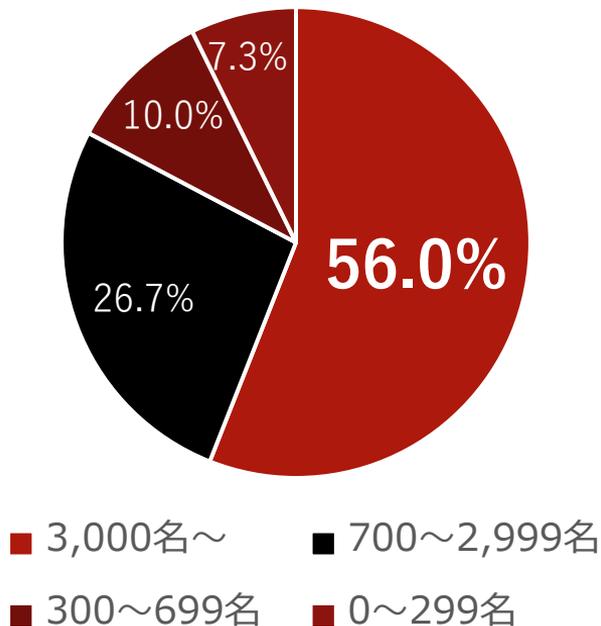


様々な業種の、特に従業員3,000名以上の**大企業**から安定的に**受注**

【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

- ・ 24.2Qの売上高は、前年同水準（同期比0.0%増）の1,477百万円となった。
- ・ 営業利益は、今後の成長の源泉としてM&Aおよび営業・マーケティング人件費・採用費へ投資していることから、前年同期比で118百万円減少の営業損失57百万円。
- ・ 売上高の予算進捗は、通期に対して例年よりやや低い進捗率。
通期予測については、受注の状況、M&A 2件の影響を精査中。

◆ 事業業績

- ・ 法人向け教育事業
 - ・ 既存顧客の大型リピート剥落があった影響により、事業全体では、前年同期比4.2%の売上減少となった。
 - ・ 新規開拓は前年以上のスピードで進捗。マーケティング関連の支出については費用対効果を吟味しながらマーケティング活動を継続し成長加速を目指す。
- ・ etudes事業
 - ・ 前年同月比ではMRR +0.1%、利用企業数 +55.6%。取引単価が想定を下回る結果となったが、事業戦略を推進し単価向上を目指す。

◆ トピックス

- ・ 四半期売上は前年同期横ばいであるが、通期予測利益実現に向け、全般的な支出計画の見直しを実施。

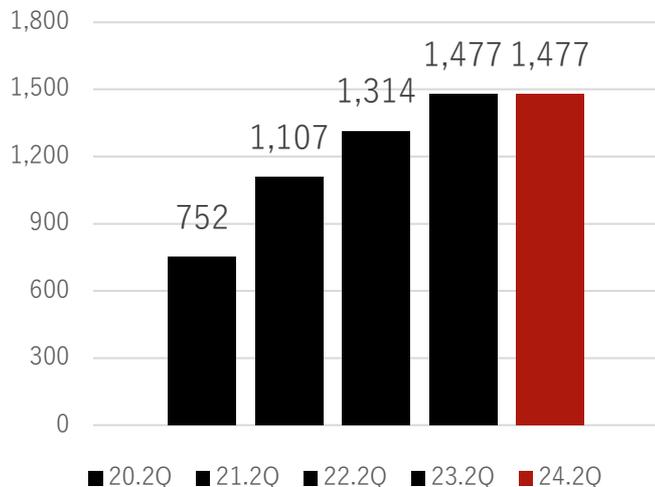
四半期 連結業績比較

- 24.2Qは、法人向け教育でグローバル領域における大型リピート案件の剥落が影響し、新規獲得はあるものの売上高が対前年で同水準となった。
- 営業利益は、継続した積極投資により対前年で減益。引き続きコスト見直しを行う。

20.2Q～24.2Q 業績推移

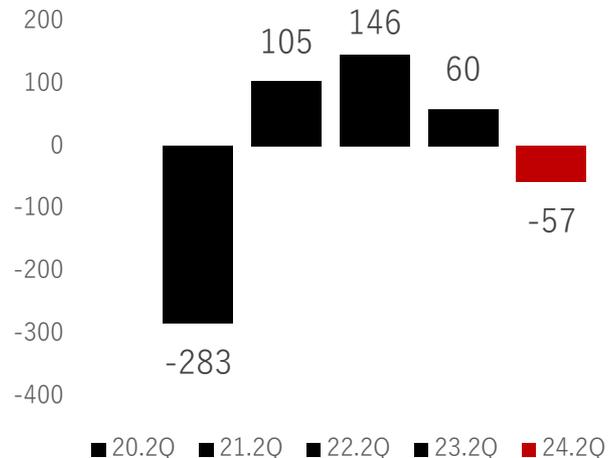
(単位：百万円)

20.2Q～24.2Q 売上高推移



(単位：百万円)

20.2Q～24.2Q 営業利益推移



連結営業利益差異分析

1Q決算時点では上期黒字の想定であったが、上半期の連結営業利益は▲57百万円の営業損失となった。主な減益要因は以下の通り。

■ 法人向け教育

- ・ 国内教室売上高の大型案件2件（合計約33百万円）で2Q納品開始予定であったものが、7月以降に変更となった。これにより売上総利益・営業利益が約25百万円減少。

▲ etudes事業

- ・ 4月～6月のetudes事業売上高について、ASP・etudes Plusの売上が14百万円予算を下回る結果となった。また、eラーニング売上について、見込み案件が消滅するなど、15百万円見込み値を下回った。これらにより、売上総利益・営業利益が約29百万円減少。

● エナジースイッチ連結影響

- ・ エナジースイッチ社連結に伴い営業利益7百万円増加。
一方で、のれん償却2百万円、アドバイザー費用等、一過性の費用8百万円が発生。
これらにより営業利益が約3百万円減少。

◆ その他、連結販管費

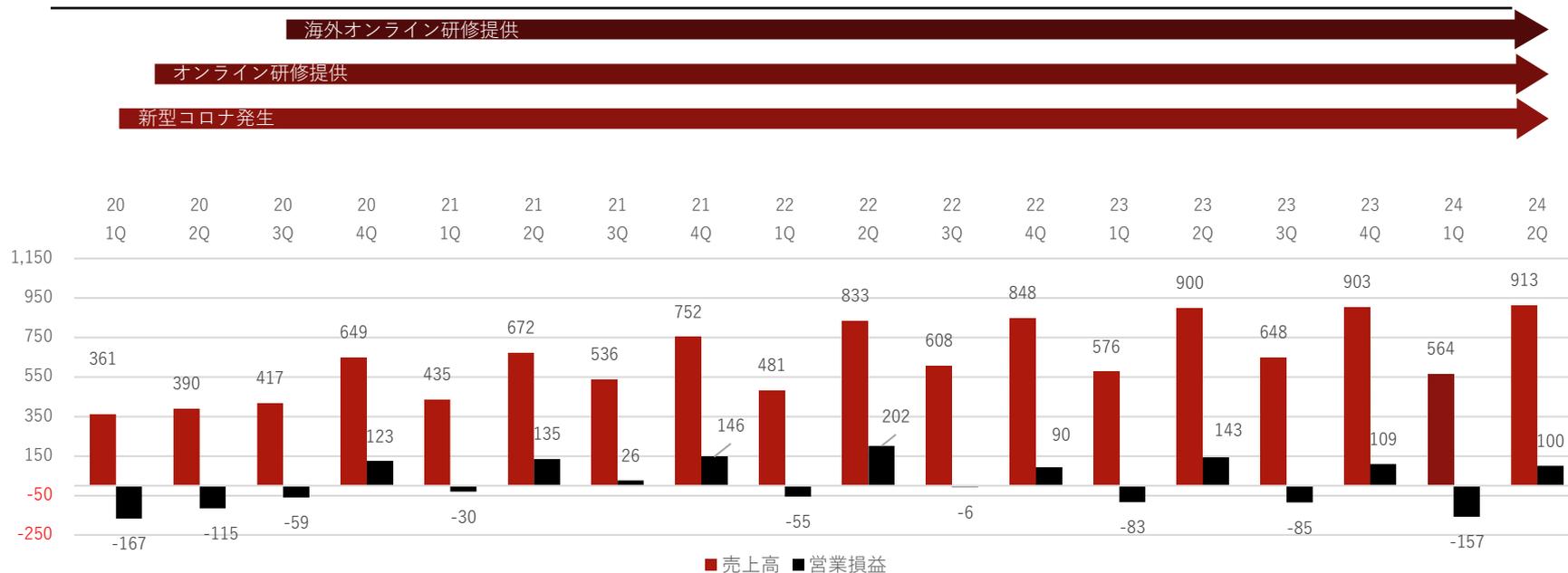
- ・ 連結販管費の実績が見込みを約6百万円上回って着地、これにより営業利益が約6百万円減少。

四半期毎業績推移

- 売上高は、季節性はあるものの対前年では同水準を維持。

四半期毎売上高・営業損益推移

(単位：百万円)

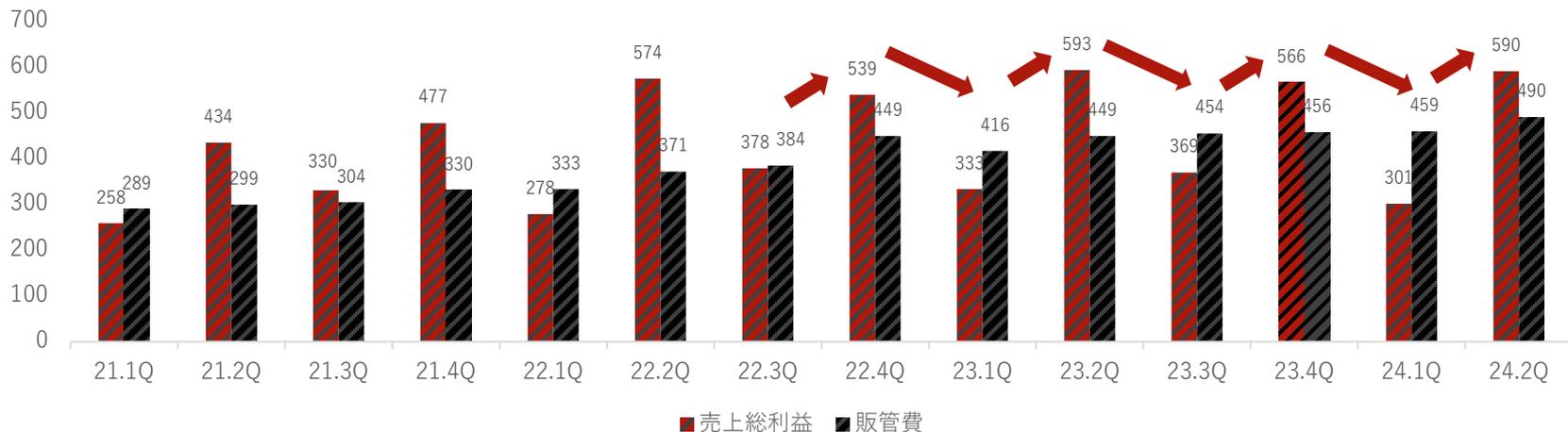


売上総利益と販管費

- 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。24.2Qではエナジースイッチの販管費および**取得の一時費用**により増加。
- 一方で、売上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、2Q・4Qで大きく利益計上する構造

(単位：百万円)

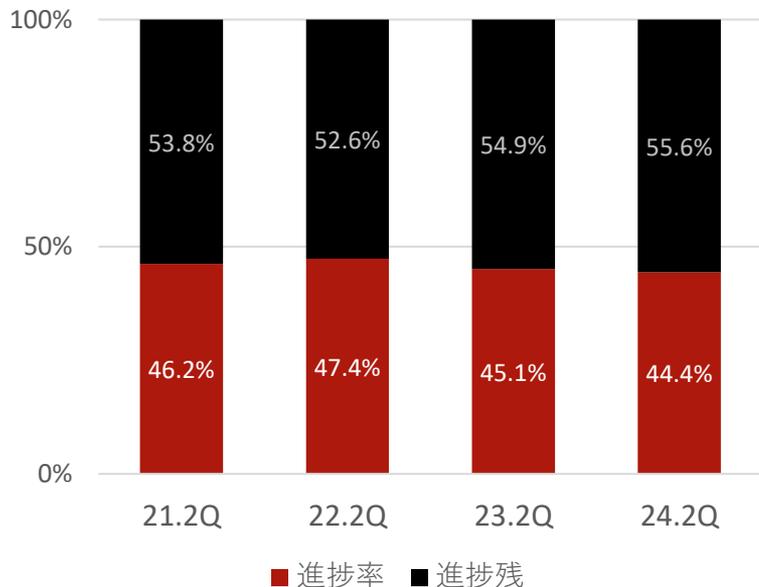
21.1Q～24.2Q 売上総利益と販管費



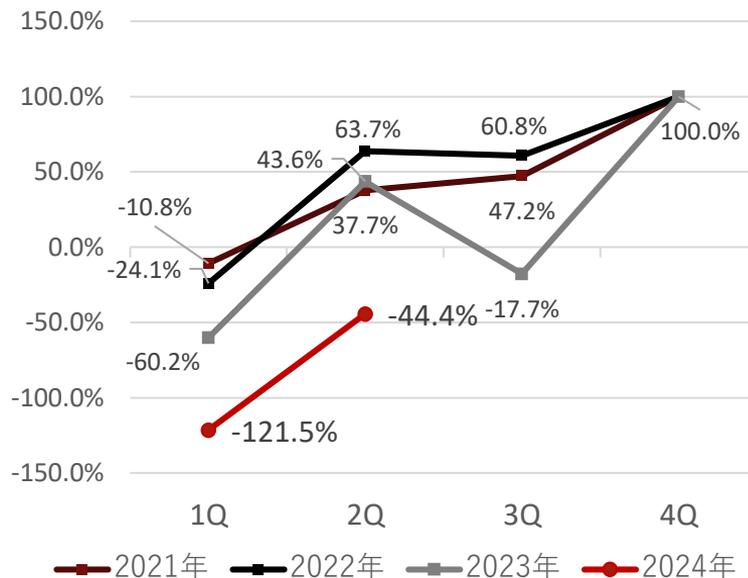
年度別連結業績進捗比較

- 売上高については、通期予測に対する進捗は例年をやや下回るペース。
- 営業利益については、前述の理由により赤字で着地。下期に向けて状況を精査中。

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



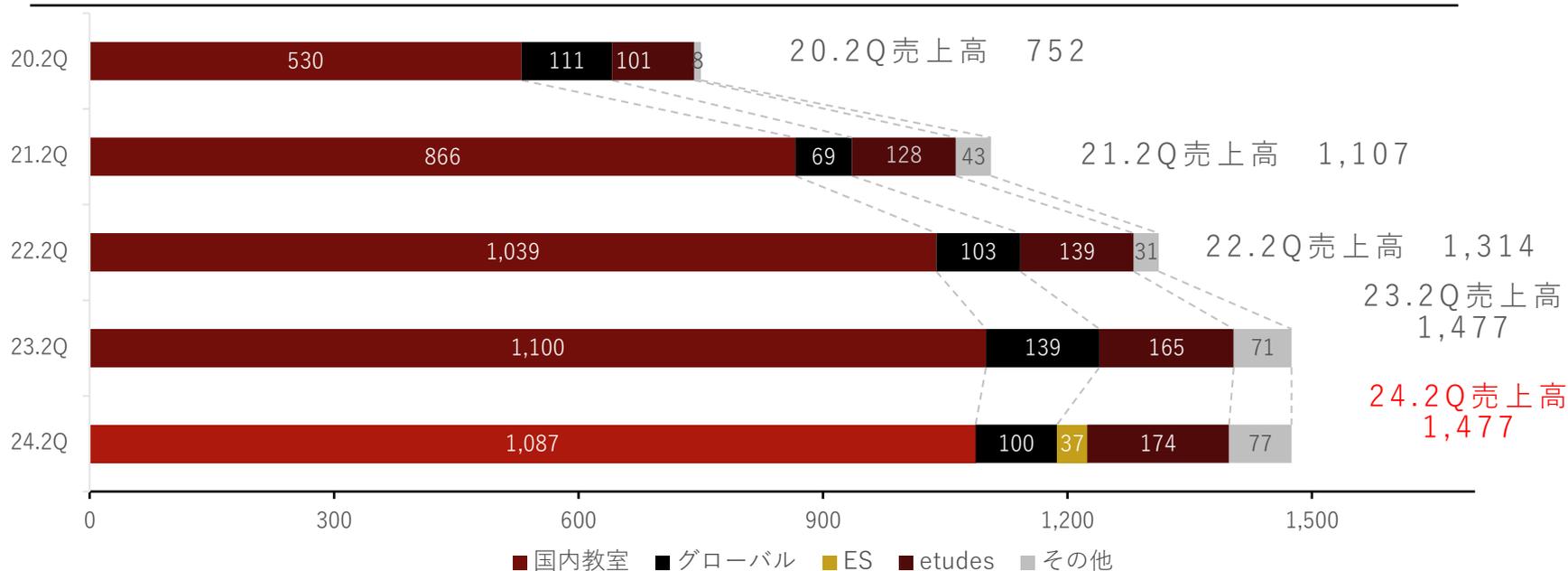
※ 売上、利益ともに21-23年は2Q実績÷通期実績、24年は2Q実績÷通期計画

四半期 サービス別売上高比較

- 法人向け教育は、新規開拓は積み上がってきているものの、グローバル大型案件のリポートが想定通り進まず、上期では若干の減収となった。
- etudes事業は、増収ではあるもののASP売上はまだ加速が必要。

サービス別売上高推移

(単位：百万円)

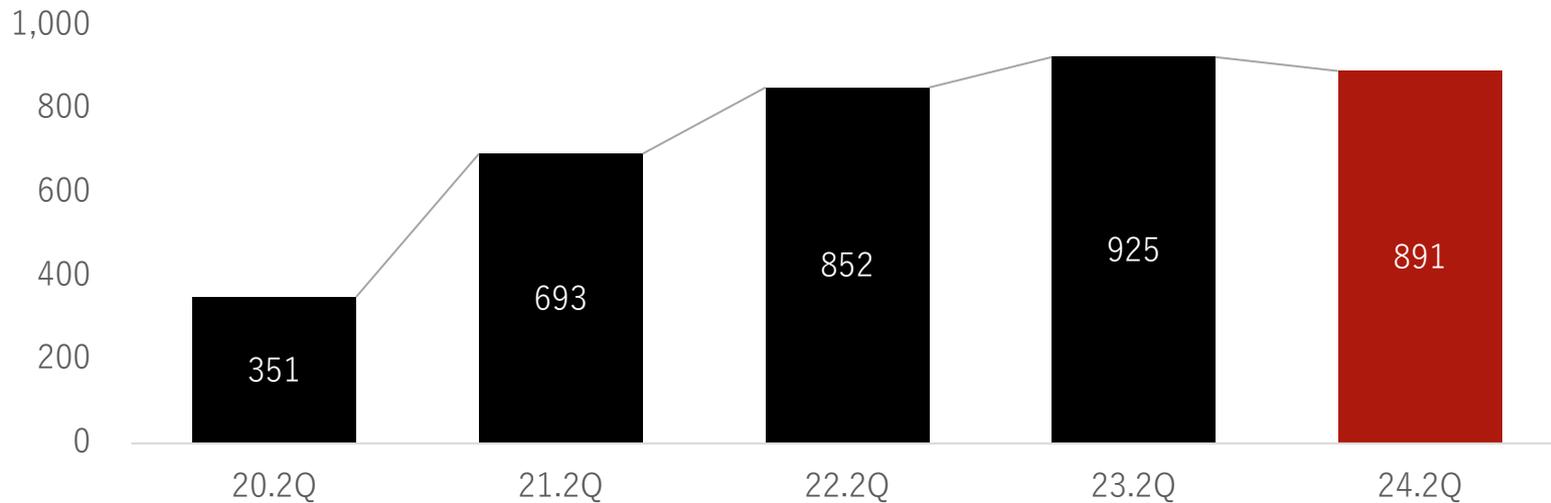


四半期 売上総利益比較

- 売上総利益については、後述の労務費率の上昇により、対前年で32百万円の低下となった。

売上総利益推移

(単位：百万円)

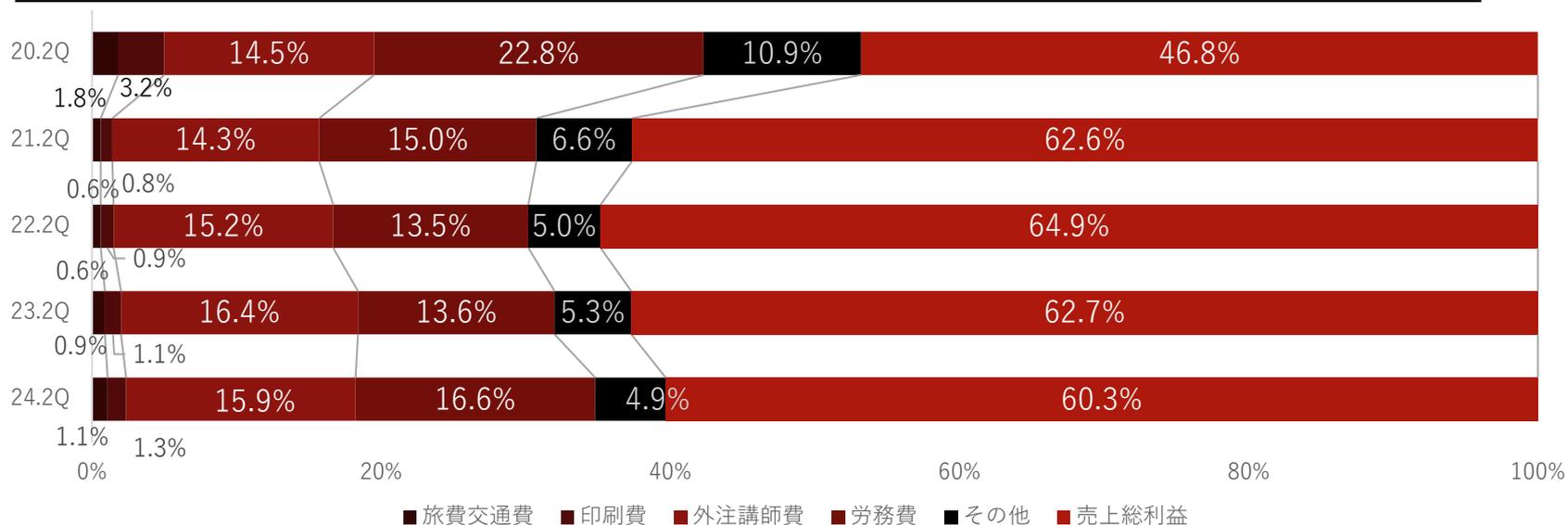


四半期 売上総利益率比較

- ・ 労務費は、対前年で納品体制およびetudes開発人員を増強する中で想定より売上高が下回り、固定的に発生する **労務費率が3.0ポイント増加**。
- ・ 労務費増加の影響が大きく、**売上総利益率は2.4ポイント減少**。

(単位：百万円)

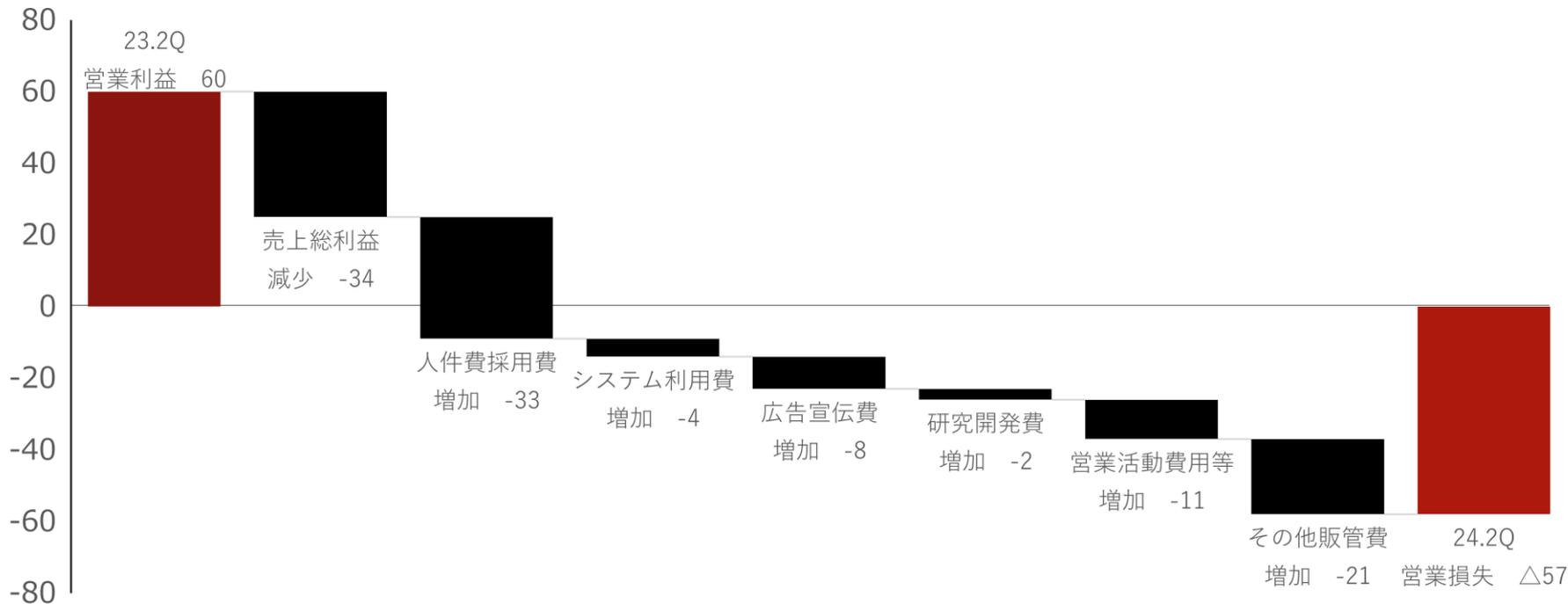
売上総利益率比較



四半期 営業利益増減分析

- 売上総利益34百万円の減少に加え、積極投資による人件費・採用費が34百万円対前年対比で増加。
- 広告費用・営業外注費用の増加により、**営業利益は減益**。

(単位：百万円)

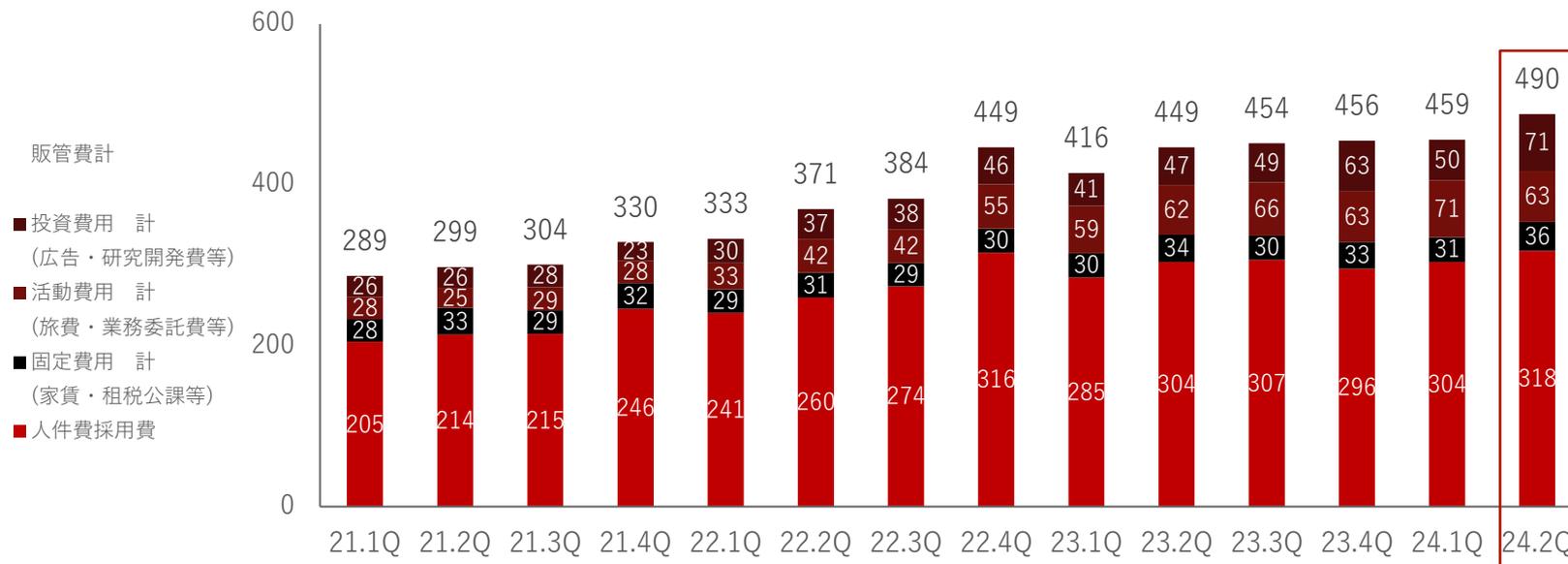


会計期間別販管費推移

- 24年2Qはエナジースイッチの販管費および一時費用により増加。
- 3Q以降、コスト見直し効果により減少見込み。

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)

	23.2Q	24.2Q	前期比
売上高	1,477	1,477	0.0%
法人向け教育	1,240	1,225	-1.2%
うちES社	0	37	-
etudes	165	174	5.3%
その他	71	77	8.6%
売上原価	551	585	6.3%
原価率	37.3%	39.7%	2.3
売上総利益	925	891	-3.7%
粗利率	62.7%	60.3%	-2.3
販売費及び一般管理費	865	949	9.7%
販管費率	58.6%	64.2%	5.7
営業利益	60	-57	-
営業利益率	4.1%	-	-
経常利益	61	-57	-
経常利益率	4.1%	-	-
親会社株主に帰属する中間純利益	40	-44	-
当期純利益率	2.7%	—	-

B/Sサマリー

百万円単位	23.通期	24.2Q	増減
流動資産	1,526	1,741	214
現金及び預金	986	1,329	342
固定資産	195	299	104
資産合計	1,722	2,041	319
流動負債	409	695	286
固定負債	54	128	73
負債合計	464	824	360
株主資本	1,210	1,153	-57
資本金	365	365	0
資本剰余金	346	345	0
利益剰余金	515	453	-61
自己株式	-15	-10	4
純資産合計	1,258	1,216	-41
負債・純資産合計	1,722	2,041	319

C/Fサマリー

(単位：百万円)

	23.2Q	24.2Q	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	61	△ 57	△ 119
減価償却費	17	18	0
売上債権の増減額	202	146	△ 55
仕入債務の増減額	△ 5	12	18
その他	△ 48	△ 3	44
小計	227	120	△ 107
利息の支払額等	0	△ 6	△ 5
営業活動によるキャッシュ・フロー	227	113	△ 113
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	△ 8	△ 8
無形固定資産の取得による支出	△ 21	△ 14	7
その他	△ 2	△ 13	△ 11
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 23	△ 36	△ 12
III 財務活動によるキャッシュ・フロー			
借入金の借入による収入	0	350	350
借入金の返済による支出	△ 102	△ 82	20
その他	△ 17	△ 17	0
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 120	249	370
IV 現金及び現金同等物に係る換算差額	10	13	3
V 現金及び現金同等物の増減額	93	341	248
VI 現金及び現金同等物の期首残高	1,051	939	△ 112
VII 現金及び現金同等物の期末残高	1,144	1,280	135

連結業績予想及び配当金

- 24年通期予測については、上期の売上高および利益の進捗が例年を下回っており、コスト見直し効果や下期の受注状況、2件のM&Aの影響を精査中。

(単位：百万円)

	23.通期 (実績)	24.通期 (予想)	前期比	24.2Q (実績)	進捗率
売上高	3,028	3,330	9.9%	1,477	44.4%
営業利益	85	130	52.9%	-57	—
営業利益率	2.8%	3.9%	1.1	—	—
経常利益	84	125	47.3%	-57	—
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%	-44	—
1株当たり当期純利益 (円)	22.40	35.46	58.3%	-17.73	—
1株当たり配当金(予定) (円)	7.00	7.00	0.0%	—	—

2024年2Q事業の取り組み



● 株式会社エナジースイッチの株式を4月1日に取得完了

● 株式取得の経緯と目的

- ・積極的なM&Aの検討を含む**新事業領域を探索する活動**の結果。
- ・エナジースイッチ社の持つ大企業取引先を中心とした**顧客基盤**へ当社サービスを提供することによる**販路拡大**。
- ・エナジースイッチ社が特に**強みと知見**を有する「**ダイバーシティー&インクルージョン**」関連のコンテンツを当社**顧客に提供**を行うことによる相乗効果の最大化。

● 当2Qでの連結売上高及び利益貢について

- ・株式会社エナジースイッチは当2Qから連結対象となり、売上高で37百万円、営業利益で7百万円の貢献。期末に向けてさらなる利益増を目指す。



2Q及び直近の取り組み

● 調査レポートを4本配信

- 潜在的なニーズがある顧客の抱える様々な悩みの解決などを目的として調査レポートを2Qでは4本を配信。

6月27日 【2024 年度管理職レポート】

5月10日 【2024年度新入社員レポート】

4月17日 【2023年度キャリア意識調査】

4月3日 【2024 年新入社員の入社前意識調査から読み解く今の仕事観】

新入社員の仕事観（望む仕事・働き方）

ポジティブな傾向

- 1 必要だと理解した事柄を取り入れる柔軟さ
- 2 同世代との高い関係構築スキル
- 3 多様性を受け入れることに抵抗を感じない

ネガティブな傾向

- 1 周囲からどう見られるか、どう行動が適切かを知らない
- 2 手の届く情報や居心地のよいつながりで満足してしまう
- 3 チャレンジより、リスク回避を優先する

● プラットフォーム「I Dig Edu」リリース

- 7月には、当社の「etudes」の仕組みを利用した教育者の主体的な学びを支援するための学びのプラットフォーム「I Dig Edu」が東京学芸大学よりローンチ。今回の発表のような産学共同の取り組みなどへも継続的に取り組むことで事業拡大を目指す。



●クインテグラル社について

- クインテグラル社は、リーダーシップやマネジメント研修などの提供を行っている、人材育成企業。

特に強みとしているのは、100年以上の歴史を持つ

AMA（アメリカンマネジメントアソシエーション）のコンテンツを活用した研修サービスを提供することで、世界で活躍する人材の育成を支援している人材育成サービスを展開。



●AMA（アメリカンマネジメントアソシエーション）について

- AMAは、企業の成長に必要な「マネジメント」や「リーダーシップ」能力をどうすれば効果的に教育できるか?といった実務家たちの熱い思いから誕生した世界有数の人材育成コンサルティング組織。

コースは刻々と変化する市場環境に合わせ、業種やテーマ別にカウンスル（委員会）を設置し、市場調査や会員企業の経営幹部が共有した企業の課題やベストプラクティスをもとにしたコース開発を行い75カ国以上、2万5000社※で採用。



● グローバル×ハイエンドでの展開

- AMAのプログラムは、経営層から中堅管理層、現場のマネージャークラスまで、階層ごとに世界のベストプラクティスを集めて構成。
当社が取り組んでいる経営層向けの研修やグローバルリーダー向けの研修などの特にハイエンド向けのプログラムやコースの強化につながり、事業の拡大に取り組む。



● アルー×クインテグラル社間での協業活性化

- 子会社化による当社とクインテグラル社でそのほか想定されるメリット

- ① コンテンツ共有化によるクロスセルの実施による販売拡大。
- ② 顧客紹介や共同セミナーの実施による集客増大。
- ③ 人材の融通によるナレッジ強化とコストメリット。

Quintegral

alue

事業別サマリー



法人向け教育事業 サマリー

- 24年2Qの新規開拓は例年通りであるものの、一部グローバル大型案件のリピート剝落により売上高が4.2%減少。

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)	23.2Q実績 (23.01-23.06)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.2Q (24.01-24.06)
売上高	2,339	1,527	2,030	2,333	1,240	2,488	1,187
売上成長率	—	-34.7%	33.0%	14.9%	8.4%	6.7%	-4.2%
売上総利益	1,313	896	1,352	1,524	787	1,588	725
売上総利益率	56.2%	58.7%	66.6%	65.4%	63.5%	63.8%	61.1%
販売費及び 一般管理費	613	620	568	668	341	696	323
営業利益	699	275	783	856	446	892	402
営業利益率	29.9%	18.0%	38.6%	36.7%	36.0%	35.9%	33.9%
共通費配賦後 営業利益	206	-153	360	331	154	307	83
共通費配賦後 営業利益率	8.8%	-10.1%	17.7%	14.2%	12.5%	12.4%	7.0%

※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

※継続比較のため事業別サマリーではエナジースイッチ社の数値を除外

法人向け教育事業KPI①

- 2Q比較では、顧客数は251社→**286社**と増加、
他方、大型案件のレポート剥落があり、顧客あたり売上は若干の減少。

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)	23.2Q実績 (24.01-24.06)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.2Q実績 (24.01-24.06)	24.通期予測 (24.01-24.12)
売上高(百万円)	2,339	1,527	2,030	2,333	1,250	2,488	1,187	2,617
顧客数(社)	336	301	313	329	251	347	286	380
顧客あたり売上高 (千円)	6,961	5,074	6,488	7,092	3,105	7,172	2,613	6,888
期初人員数(人)	94	84	89	87	96	96	104	104
一人あたり売上高 (千円)	24,883	18,182	22,819	26,819	8,119	25,924	7,187	25,169

※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

※継続比較のため事業別サマリーではエナジースイッチ社の数値を除外

法人向け教育事業KPI②

- 既存顧客は社数は前年の新規開拓により、206社→**232社**と増加したものの、一部大型案件の剥落もあり売上単価が5.6百万円から**4.7百万円**と15.8%の減少。
- 新規開拓社数は**54社**と前年以上となる開拓スピード。単価については前年を若干下回る水準となった。

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)	23.2Q (23.01-23.06)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.2Q (24.01-24.06)	24.通期予測 (24.01-24.12)
既存								
売上高(百万円)	2,051	1,320	1,732	2,084	1,156	2,271	1,096	2,364
社数(社)	250	232	224	257	206	255	232	270
単価(千円)	8,204	5,689	7,733	8,112	5,614	8,906	4,727	8,757
新規								
売上高(百万円)	256	192	292	245	82	214	89	253
社数(社)	86	69	89	72	45	92	54	110
単価(千円)	2,984	2,784	3,285	3,403	1,824	2,331	1,654	2,300
全体								
売上高(百万円)	2,307	1,512	2,024	2,330	1,240	2,485	1,187	2,617
社数(社)	336	301	313	329	251	347	286	380
単価(千円)	6,868	5,023	6,468	7,082	4,935	7,162	4,147	6,888

※個人向けALUGOを除く ※年間10万円未満のお客様を除く
 ※継続比較のため事業別サマリーではエナジースイッチ社の数値を除外

- 24年2Qは、対前年売上は、eラーニング売上の伸長により、5.3%の成長。

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)	23.2Q実績 (23.01-23.06)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.2Q実績 (24.01-24.06)	24.通期予測 (24.01-24.12)
売上高	45	217	263	307	165	374	174	513
売上成長率	—	374.9%	21.2%	16.6%	18.6%	21.8%	5.3%	37.1%
ASP	28	144	156	206	122	267	122	387
eラーニング	0	6	46	42	27	80	33	84
その他	17	66	60	58	15	27	18	42
営業利益	3	16	41	69	8	25	-27	86
営業利益率	6.6%	7.6%	15.6%	22.7%	4.9%	6.8%	—	16.8%
共通費配賦後 営業利益	-7	-18	-24	-47	-64	-125	-111	-87
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）

	23.2Q	24.2Q	対前年同期増減率
ARR(百万円)	252	252	0.1%
MRR(6月時点)(千円)	21,050	21,071	0.1%
利用企業数(6月時点)(社)	180	280	55.6%
ARPU(6月時点)(円)	112,173	75,577	-32.6%
解約率	0.6%	1.0%	0.4
eラーニング売上(千円)	27,618	33,205	20.2%

※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

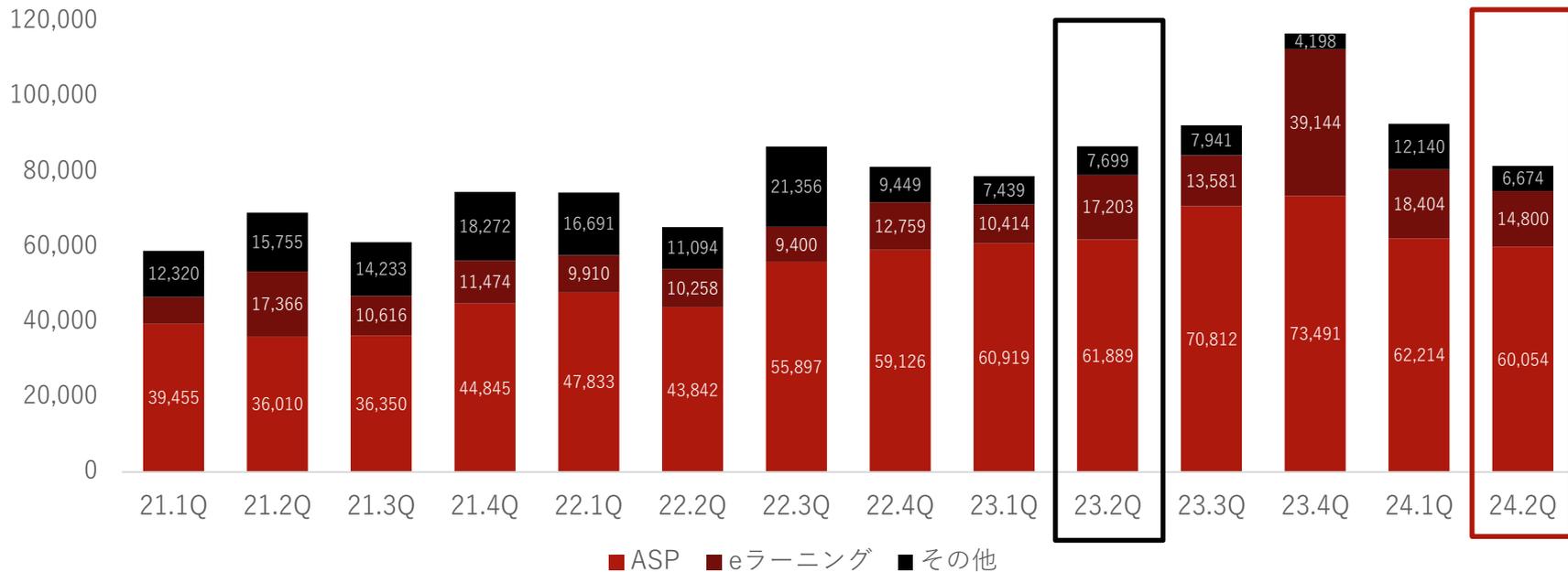
※解約率は、MRR解約率（金額ベース）の直近6か月平均

etudes事業KPI① 売上高の推移

- ASP売上は対前年同期比では61百万円→60百万円と若干の減少。
- 新規開拓は進んでいるものの、大型案件の解約・ダウングレードをカバーするに至らなかった。

21.2Q～24.2Q 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0.1%成長。
- 利用企業数の増加は6月度で55.6%と順調ながらも、大型案件の剝落と新規開拓単価の低さがあいまって、取引単価が想定を下回る結果となった。
- 単価の向上と大型案件の獲得が課題であり、社内利用・ビジネス利用それぞれの戦略を推進する。

	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												
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
2024年(千円)	20,072	21,112	18,894	20,362	16,848	21,071	—	—	—	—	—	—
対前年同月増減率	4.4%	2.6%	2.1%	17.7%	-15.4%	0.1%	—	—	—	—	—	—
利用企業数												
2023年(社)	156	159	165	160	170	180	187	196	199	219	224	230
2024年(社)	234	245	250	260	268	280	—	—	—	—	—	—
対前年同月増減率	50.0%	54.1%	51.5%	62.5%	57.6%	55.6%	—	—	—	—	—	—
ARPU(取引単価)												
2023年(千円)	123	129	112	108	117	116	123	114	115	118	107	99
2024年(千円)	85	86	75	78	62	75	—	—	—	—	—	—
対前年同月増減率	-30.4%	-33.4%	-32.6%	-27.5%	-46.3%	-35.6%	—	—	—	—	—	—

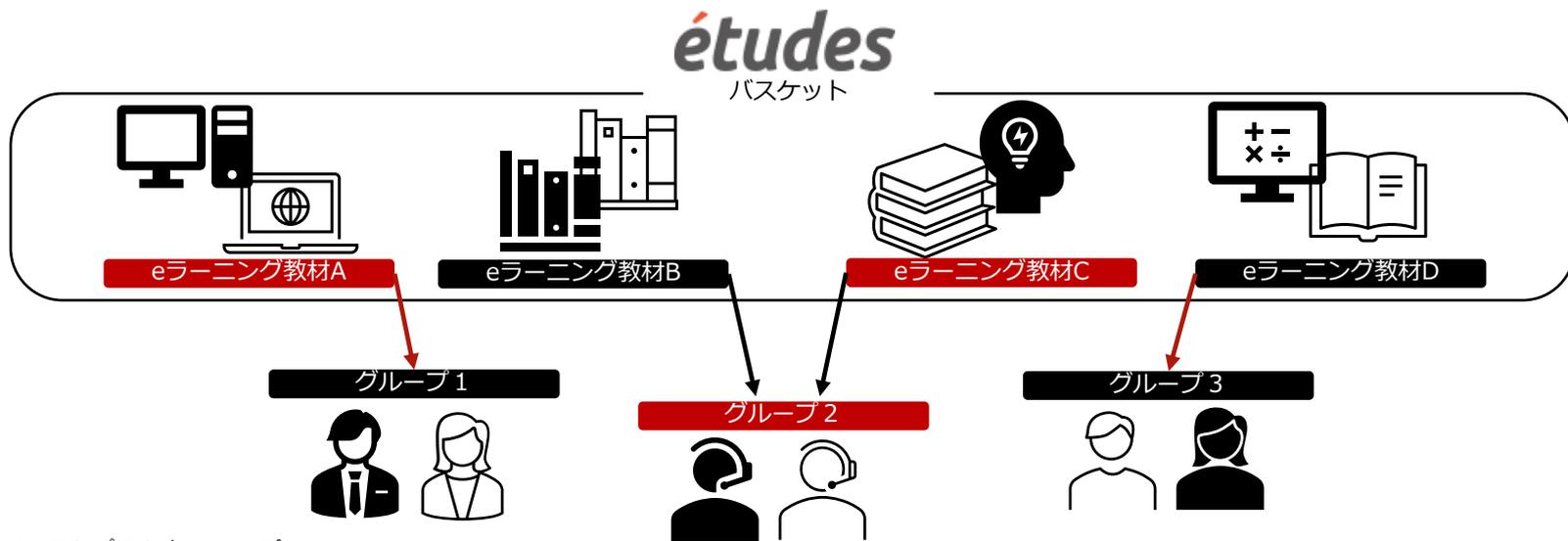
※当社のASP契約は月間の利用度合いに応じた課金体系であり、月単位で売上に変動が発生する

・KPIの進捗について課題があり、以下の対応を実施中

課題		方策
・単価が想定より低い 前年同月ARPU 116千円 →75千円 (▲35%)	<ul style="list-style-type: none">● 新規獲得社数が多いが、取引単価が低い取引が増加。全体のARPUが低下している状況● 新規獲得社数が増えること自体はマーケティングの成果ではあるが、同時に、営業リソースの分散、CS業務のひっ迫が発生し、既存顧客の拡大や大型新規案件への戦略的な取り組みがしづらい	<ul style="list-style-type: none">● 新規開拓スピード重視から単価との両立へバランスをとる● 取引単価について、8月以降、新規顧客については<u>月額最低料金の導入</u>を実施。今のところ受注率には大きな影響はないとの感触● フィールドセールスは<u>大型案件にフォーカス</u>をする体制に変更。小規模案件はマーケティングチームによる効率的なアプローチ体制で対応
・ etudesPlusの導入遅れ	<ul style="list-style-type: none">● etudesPlus（体系化されたeラーニングコンテンツの受け放題サービス）は、MRR向上、単価向上に寄与しているものの、想定より導入ペースが遅い	<ul style="list-style-type: none">● etudesPlusについては、後述のetudesバスケットを投入し、エンタープライズ向け販売を強化する● 第一号案件を受注済みであり8月に提供開始

● バスケット戦略

- 階層教育のeラーニング教材は、当社が集合研修で20年以上培ったノウハウをeラーニングで再現したものであり、品質が高い。
- コスト面、工数面から集合研修の対象外となっている従業員群に対して、eラーニングによる階層教育→育成を提供する。
- 特定の従業員群に対して、人事が指定するeラーニング教材を一定の強制力をもって受講させることで、既存の受け放題eラーニングサービスとの差別化を図る。



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。
- ・ 24年2Q累計実績のCACは、①マーケティングコスト10%減少②新規獲得社数20%増加により、1,538千円となり、CAC回収期間は13か月となった。
- ・ 新規社数の増加ペースを優先しながらも、マーケティング能率を高め、CACをさらに低下させる計画。

項目	23.2Q	24.2Q	24年計画
リピート率 (*2)	78%	78%	78%
(a) 初年度取引額 (年間想定)	2,300千円	2,300千円	2,300千円
(b) 粗利率	63.5%	61.1%	63.7%
(c)=(a)×(b)	1,461千円	1,405千円	1,466千円
(d) CAC	2,057千円	1,538千円	1,365千円
(e)=(d)÷(c) ×12 CAC回収期間 (月)	16か月	13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) 当年既存取引先社数 / 前年取引先社数

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

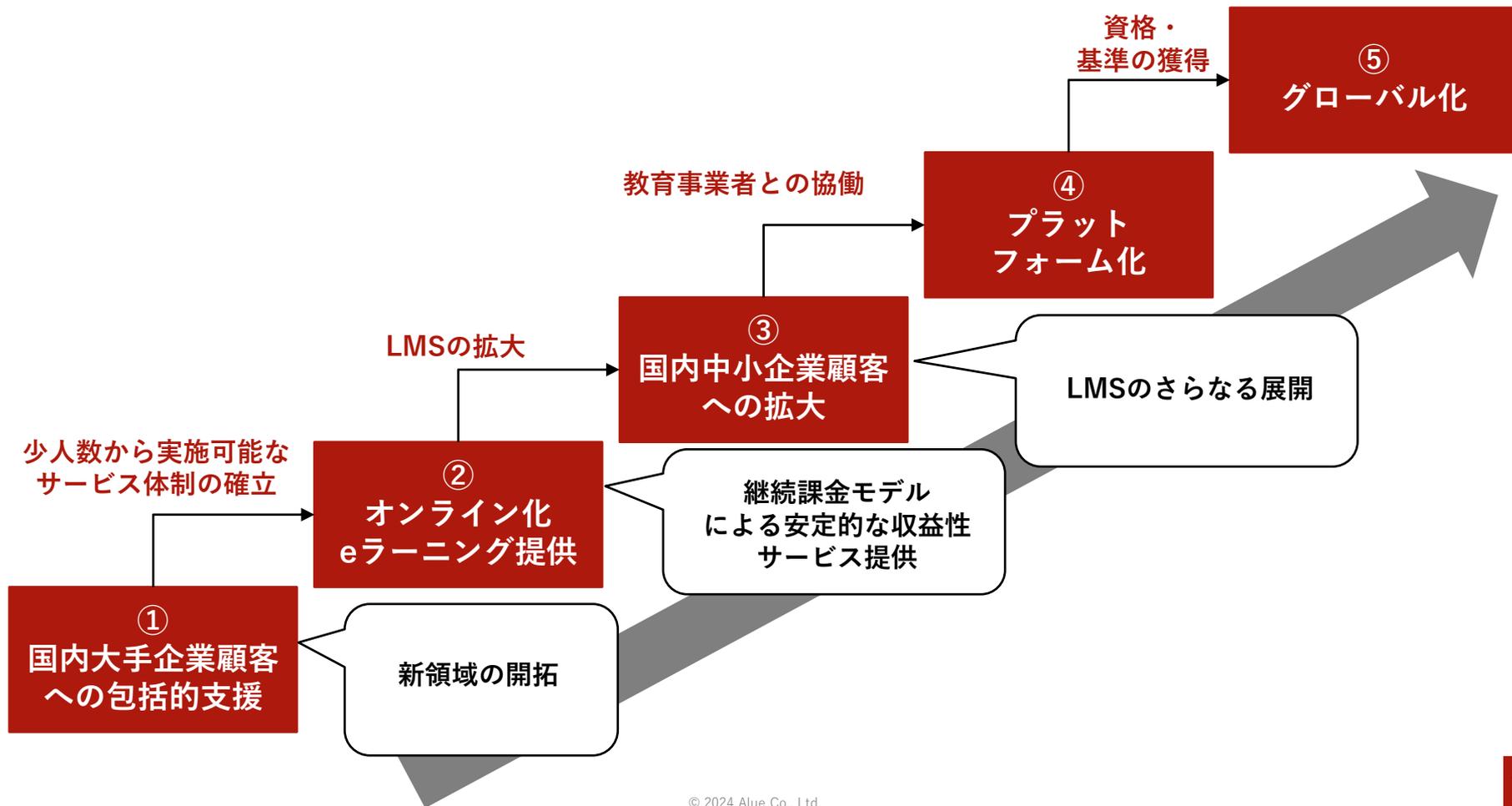
(*3) 当年既存取引先社数 / 前年取引先社数

(*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る。
- 新規開拓の加速によりARPUが低下傾向にあるが、ARPU向上およびCACの減少の両面に手を打ち、2024年中には次フェーズへの移行を目指す

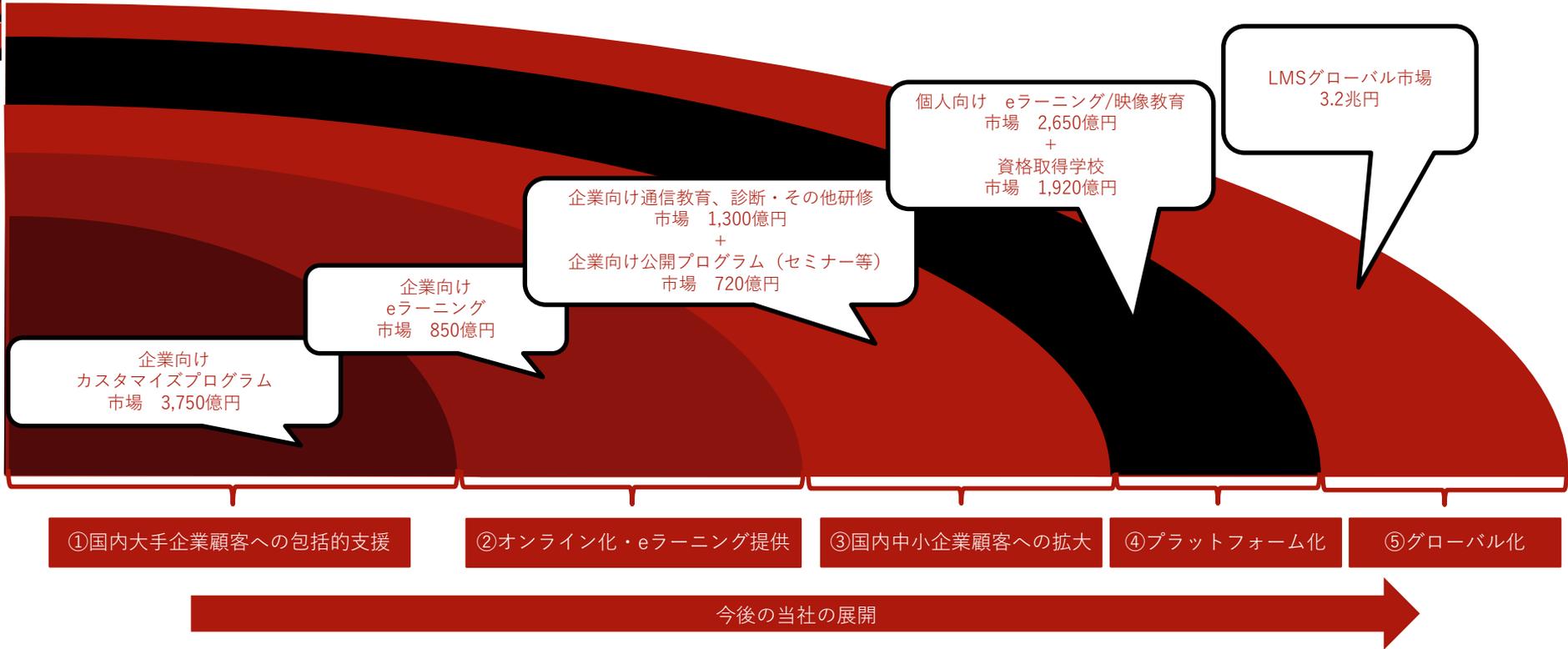
項目	23.4Q時点	24.2Q (現状)	次フェーズへの目標値 (目標)
(a) ARPU (月)	約100,000円	約75,000円	100,000円
(b) ASP売上粗利率	50.0%~55.0%	50~55%	70.0%
(c)= (a)×(b)	50,000円~55,000円	37,500円~42,000円	70,000円
(d) CAC	約1,000千円	約700千円~1,000千円	800千円
(e)= (d)÷(c)	18~20か月	16~26か月	<12か月

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2023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5,500億円

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