



2024年12月期第3四半期 決算説明資料

アルー株式会社

証券コード：7043 2024年11月7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. 2024年3Q 事業の取り組み
4. 事業別サマリー

# 会社概要



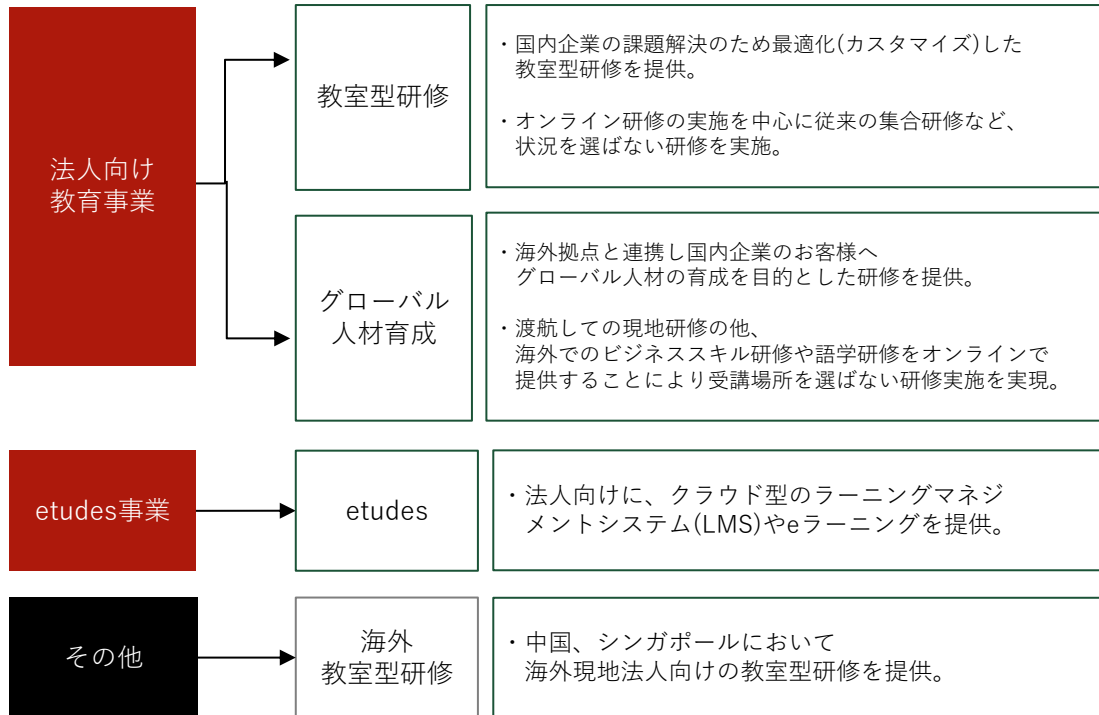
# 会社概要

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：161名* / 連結：201名* (2024年9月30日時点)*正社員のみ
資本金	365百万円(2024年9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	・ 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

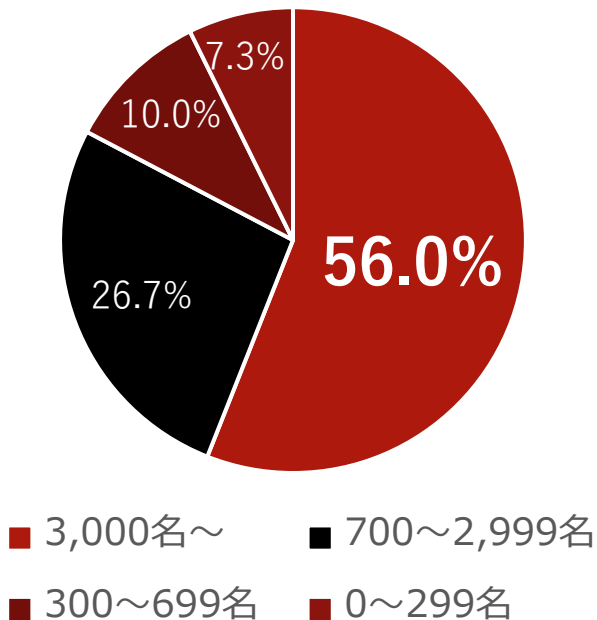


様々な業種の、特に従業員3,000名以上の**大企業**から安定的に**受注**

【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

- ・ 24.3Qの売上高は前年比+2.2%の2,172百万円。
- ・ 営業利益は、売上高および売上総利益の低迷に加え、これまでの取り組みによるコストの増加の影響を受け、前年同期比で105百万円減少の営業損失130百万円。
- ・ 売上高および利益水準の進捗遅れにより、通期予想を下方に修正。
- ・ 売上高の見込み減少を受けコストの抑制を行うも効果が3Q以降になり、通期予想は16百万円の営業損失。

## ◆ 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、それをカバーするだけの新規獲得が進まず、法人向け教育の売上高は前年同期比4.3%の減少。
  - ・ ES社連結をした法人向け教育事業全体の売上高では前年同期比1.2%増加。
- ・ etudes事業
  - ・ etudesの売上高は前年同月比では3.9%増。
  - ・ 利用企業数は前年に比べ+52.8%と大きく伸びているものの、小型案件が多く取引単価が低下。

## ◆ トピックス

- ・ 上記の状況を踏まえ通期予想を修正。
- ・ 業績予想の修正および法人向け教育事業・etudes事業の業績の結果の経営責任を明確にするため、法人向け教育、etudes事業の管掌役員の報酬を50%減額。

# 通期業績予想の修正①

- 売上高の低迷に加え利益の減少が予測を大きく下回る見込みとなり、通期予想を下方へ修正。
- **売上高の低迷に伴い売上総利益が低下**したことに加え、人件費などの固定費が継続的に発生したことにより、営業利益は営業損失を計上する見込み。
- **M & Aによる連結子会社の業績への影響**は、売上高を子会社化された期間に応じ計上する予定だが、M & Aによる一時的な費用の発生があり、**利益貢献は来期以降**。

(単位：百万円)

	当初予算	3Q累計実績	修正予想	修正予算に対する 進捗率	対当初予算比
売上高	3,330	2,172	3,120	69.6%	-6.3%
法人向け教育※	2,617	1,777	2,550	69.7%	-2.6%
etudes	513	267	370	72.4%	-28.0%
その他	198	127	170	74.8%	-14.5%
営業利益	130	-130	-16	—	—
営業利益率	3.9%	-6.0%	2.1%	—	—
経常利益	125	-131	-19	—	—
経常利益率	3.8%	-6.0%	2.0%	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	90	-97	-16	—	—

※今期子会社化した2社数値は、修正予想表中の法人向け教育を含む

# 通期業績予想の修正② 下方修正要因一覧

- 通期業績予想修正の事業別要因は以下の通り。

(単位：百万円)	教室型研修および グローバル領域の不調	etudes領域の 不振	エナジースイッチ社 連結の影響	クインテグラル社 連結の影響	各種取り組みによる コスト抑制	合計
法人向け教育 売上高	-268					-268
法人向け教育 営業利益※	-148					-148
etudes 売上高		-140				-140
etudes 営業利益※		-126				-126
エナジースイッチ 売上高			145			145
エナジースイッチ 営業利益※			41			41
クインテグラル 売上高				67		67
クインテグラル 営業利益※				9		9
その他連結 販売費および一般管理費			-14	-7	100	78
<b>連結売上高</b>	<b>-268</b>	<b>-140</b>	<b>145</b>	<b>67</b>		<b>-196</b>
<b>連結営業利益</b>	<b>-148</b>	<b>-126</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>-146</b>

※表中数値は主な要因数値。海外教室型研修のようなその他の数値は含まず  
 ※事業別の営業利益は共通費配賦前の営業利益

# 通期業績予想の修正③ 下方修正の要因と今後

要因		影響	今後
法人向け 教育研修	法人向け教育研修は、 <b>大型案件の剥落</b> があったことに加え、 <b>新規案件の失注</b> なども重なり 想定計画通り売上高が伸びなかった。	売上高 ▲268百万円  営業利益※ ▲148百万円	<p>①リピート案件の剥落は一定確率で発生するが、最小限に抑える<b>営業体制の強化</b>が必要。</p> <p>②現在、中規模以下の案件の受注率は維持できているが、新規大型案件がとれていない。営業体制強化とともに、商品開発・カスタマイズをより<b>顧客のニーズに近づけた運用</b>にし、<b>大型案件の受注率を高める</b>。</p> <p>③これまでの投資を見直し、より安定して利益成長ができる組織運営体制を作る。</p>
etudes	etudesでは、 <b>顧客取引単価</b> が計画に比べ <b>下回っている</b> ことや、etudes Plusの売上拡大が想定よりも遅れていることにより売上高が伸びなかった。売上高に連動する変動原価がほぼ無いため、売上総利益の減少が大きく、 <b>営業利益の減少が大きくなった</b> 。	売上高 ▲140百万円  営業利益※ ▲126百万円	<p>現在、新規顧客との取引においては、営業やマーケティングのコストとバランスする単価では案件獲得できていない。</p> <p><b>費用対効果</b>を考慮しながらコストを抑え、最低取引価格の設定やetudes Plusの<b>エンタープライズ向けの営業活動強化</b>に注力し、単価向上を目指す。</p>

# 通期業績予想の修正④ 下方修正の要因と今後

要因		影響	今後
国内 連結子会社 2社	4月に子会社化したエナジースイッチ社及び10月より子会社となったクインテグラル社は、売上高の連結業績への寄与が今期より期待できるものの、M&A関連の一時的費用の発生により、利益貢献は来期以降。	売上高 212百万円  営業利益※ 29百万円	それぞれの会社の強みを最大限活かしながら、グループとしての販売拡大に取り組むことで売上高の最大化を目指す。
販管費削減の 取り組み	当初計画に比べ非営業人員の採用抑制や（採用関連費用▲30M、人件費抑制▲29M）、外注コストの見直しなどを実施。	営業利益 100百万円	引き続き人員採用や経常的な支出・オペレーションの見直しを行い、コストを最適化していく。

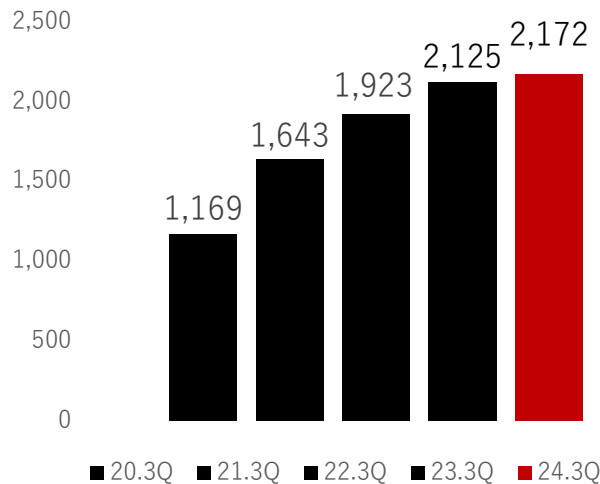
# 四半期 連結業績比較

- 24.3Qの売上高は大型案件の剥落があったものの、エナジースイッチ社連結の効果もあり前年比+2.2%の2,172百万円。
- 営業利益は、売上高および売上総利益が想定よりも伸びていない一方、人件費等の継続的なコストが変わらず発生し、対前年比105百万円減益の営業損失130百万円。

## 20.3Q～24.3Q 業績推移

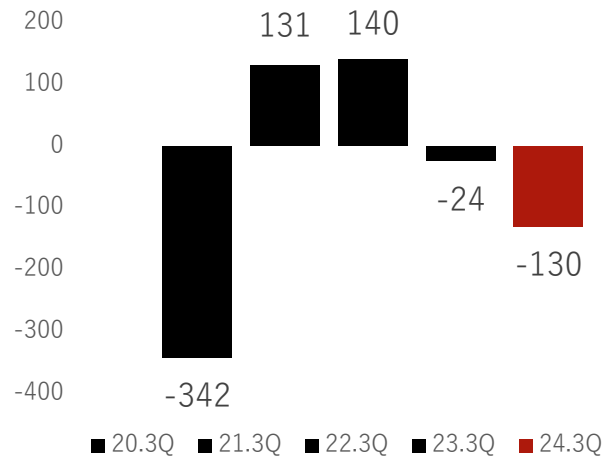
(単位：百万円)

20.3Q～24.3Q 売上高推移



(単位：百万円)

20.3Q～24.3Q 営業利益推移

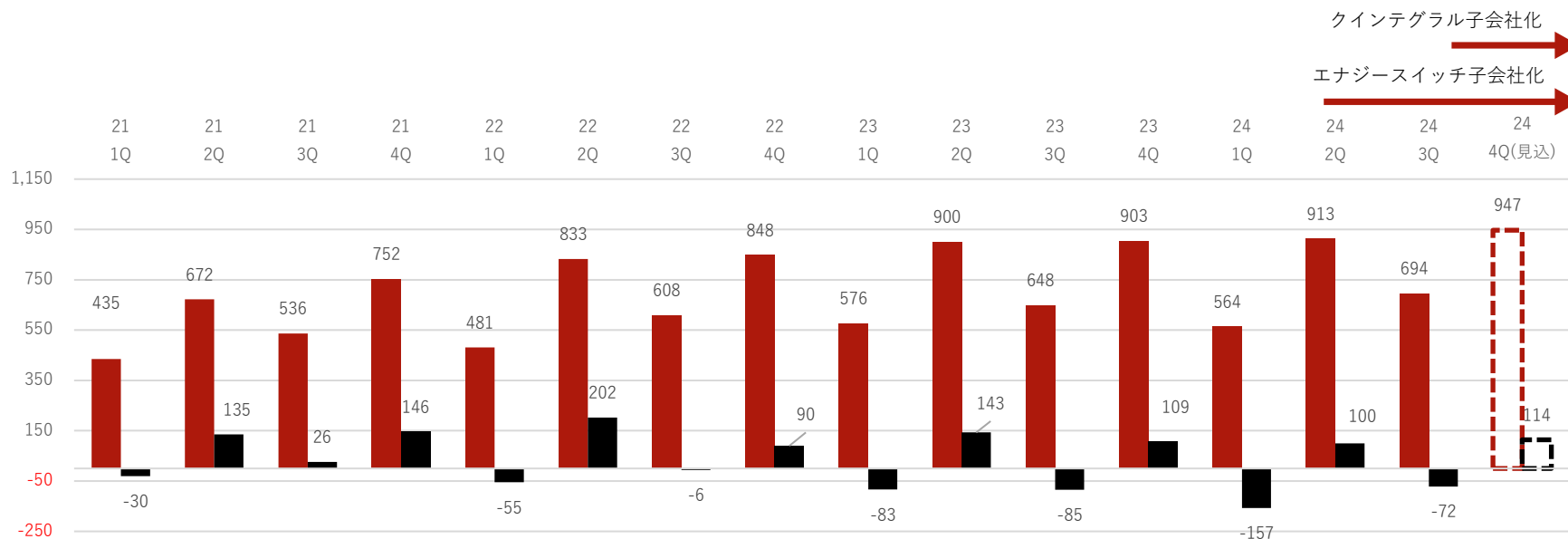


# 四半期毎業績推移

- 売上高および営業利益は、季節性による影響を受ける。
- 対前年では、エナジースイッチ社連結もあり **連結売上高は7.2%の増収**。

## 四半期毎売上高・営業損益推移

(単位：百万円)



クインテグラル子会社化  
 エナジースイッチ子会社化

※24.4Qの数値は修正予想-24.3Qまでの実績数値

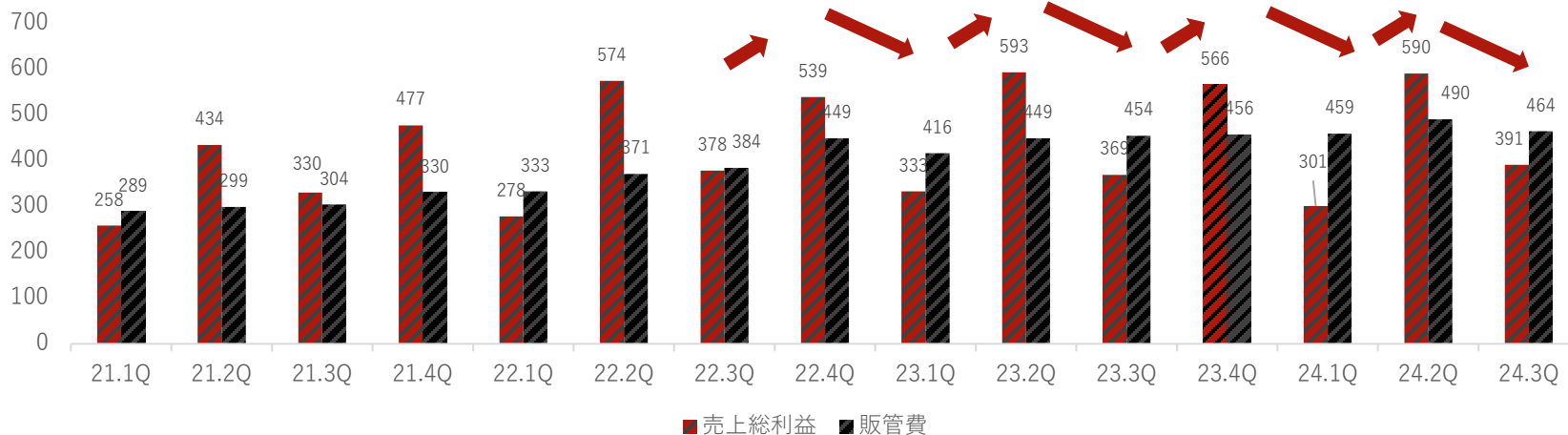
■ 売上高 ■ 営業損益

# 売上総利益と販管費

- 販管費は「通期業績予想の修正④」で記述したとおり、採用費・人件費を中心に計画より抑制しているものの、**昨年来続く投資**により当四半期までは**増加傾向**。固定的な支出が中心となっており、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、**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

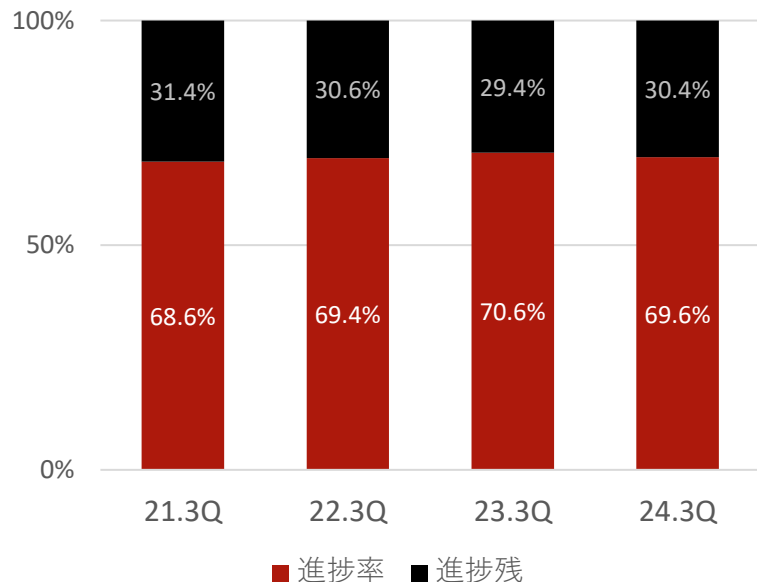




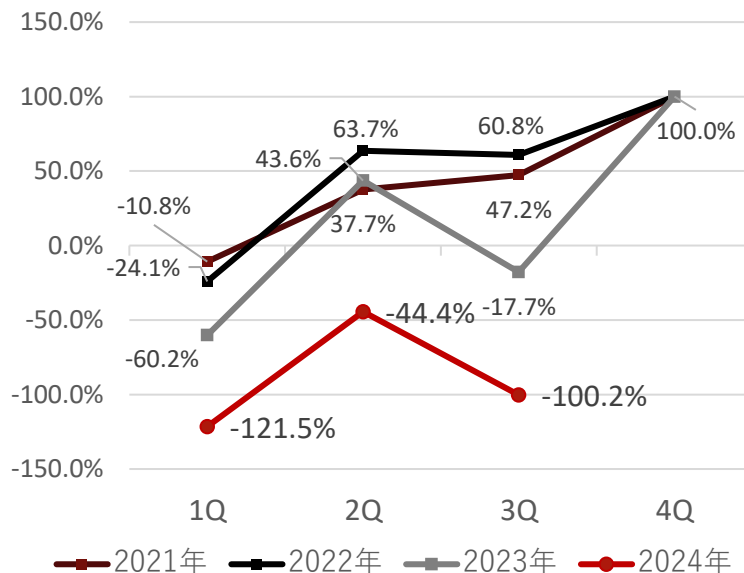
# 年度別連結業績進捗比較

- 売上高については、通期予想に対する進捗は例年と同水準。
- 営業利益については、前述の理由により赤字で着地。

### 3Q売上高の年度毎予算進捗



### 四半期毎累計営業利益予想進捗



※ 売上高、利益ともに21-23年は3Q実績÷通期実績、24年は3Q実績÷通期修正予想。

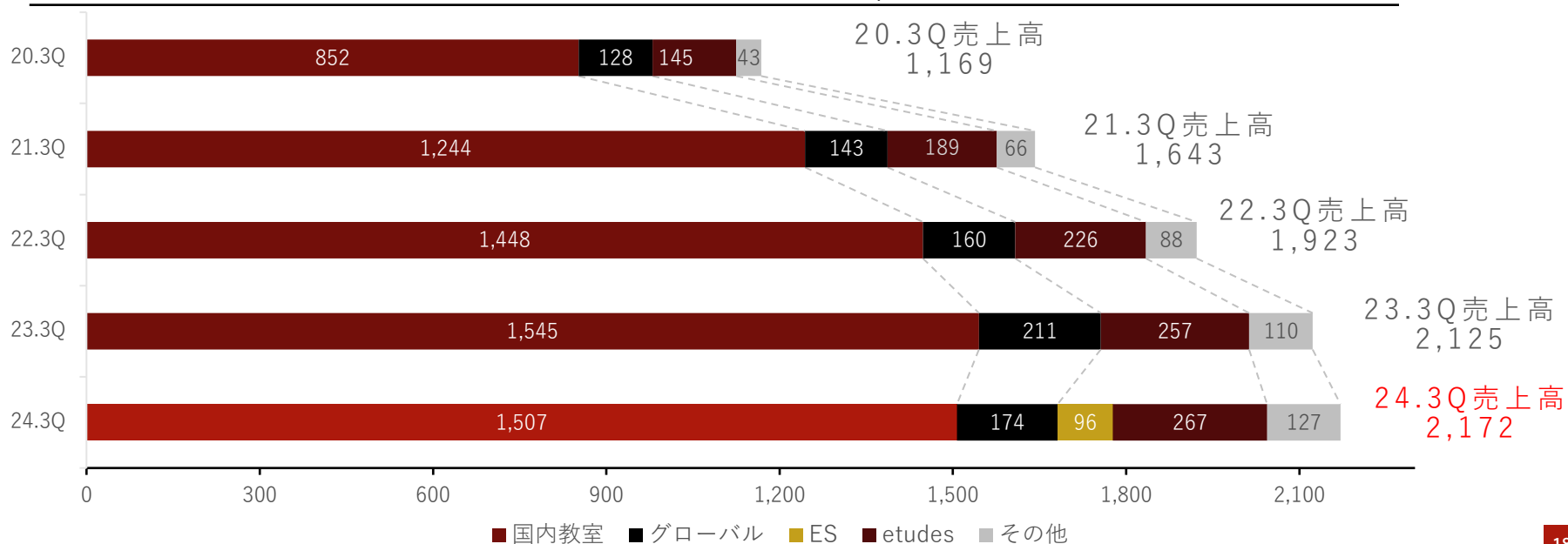
※ 24年の記載内容は修正予想に対する数値。

# 四半期 サービス別売上高比較

- 国内教室 + グローバルの法人向け教育は、国内教室およびグローバルの大型案件がリピートしなかった分をカバーするだけの新規獲得ができていないため、前年同期に比べ減少。
- エナジースイッチ社の数字を含めた法人向け教育の連結売上高も微増にとどまる。
- etudes事業は、増収ではあるもののさらなる成長のための取り組みを実施中。特にASP売上は拡大の余地を見込む。
- 上記記載のとおりエナジースイッチ社の売上貢献は今期から。

(単位：百万円)

## サービス別売上高推移

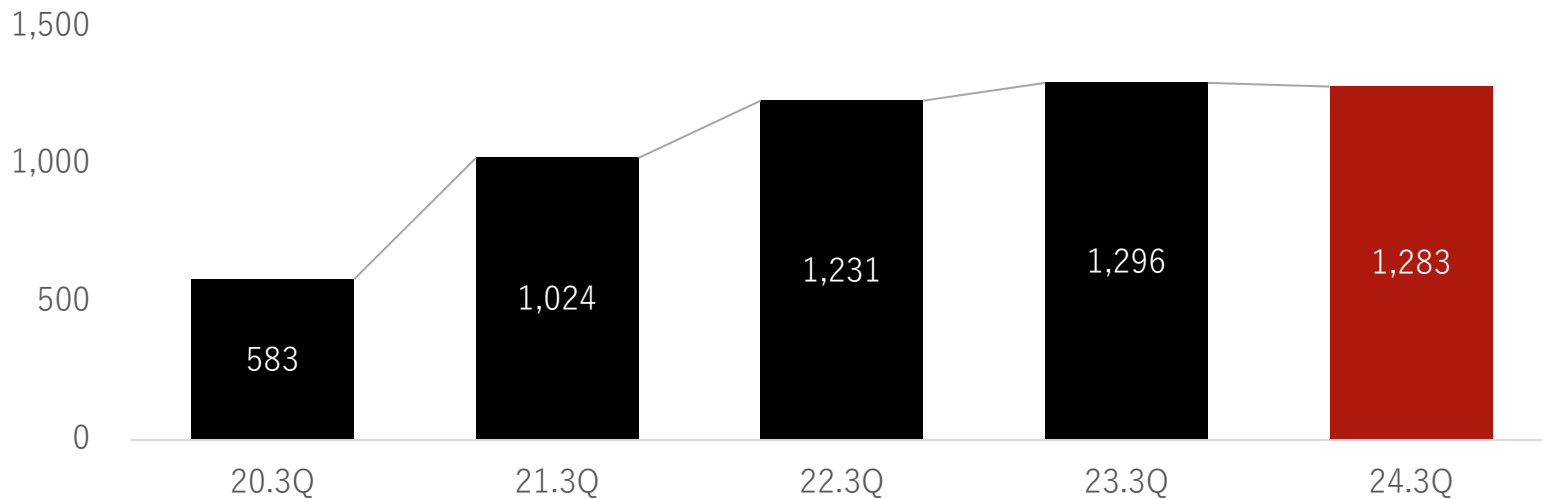


# 四半期 売上総利益比較

- 売上総利益については、売上高が前述のとおり想定より伸びず、対前年で若干の低下。

## 売上総利益推移

(単位：百万円)

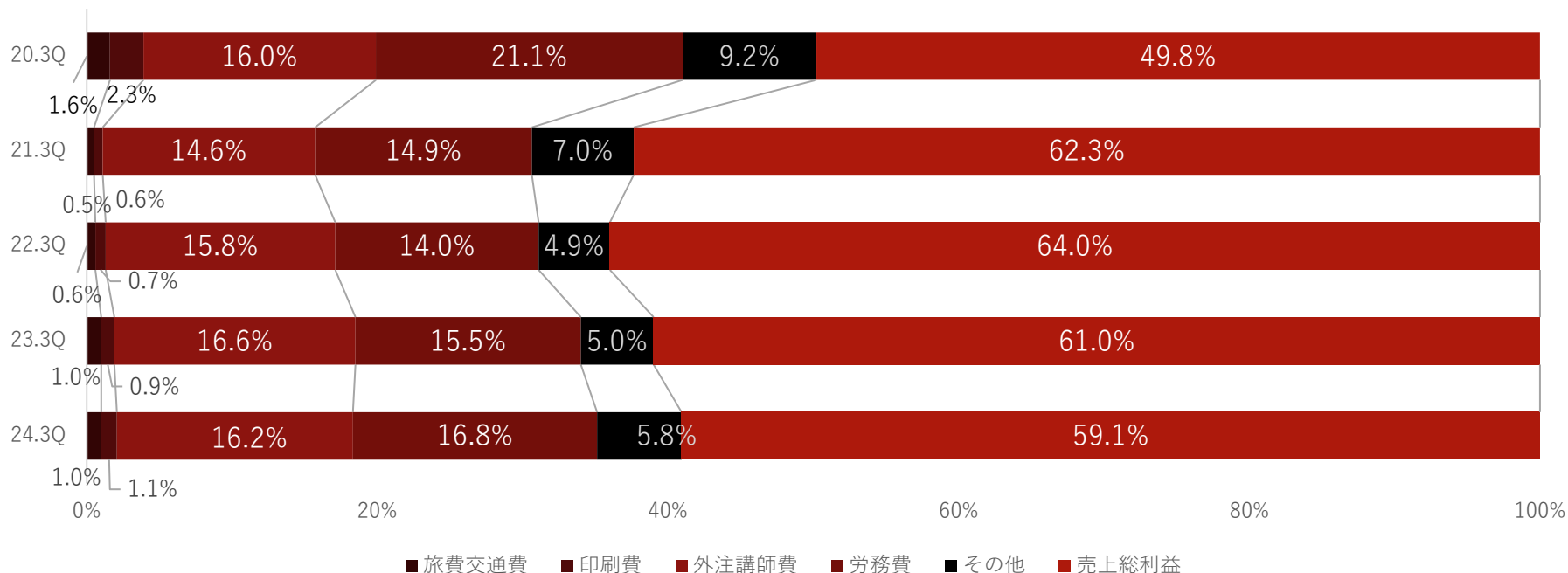


# 四半期 売上総利益率比較

- ・ 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**労務費率が上昇**。

## 売上総利益率比較

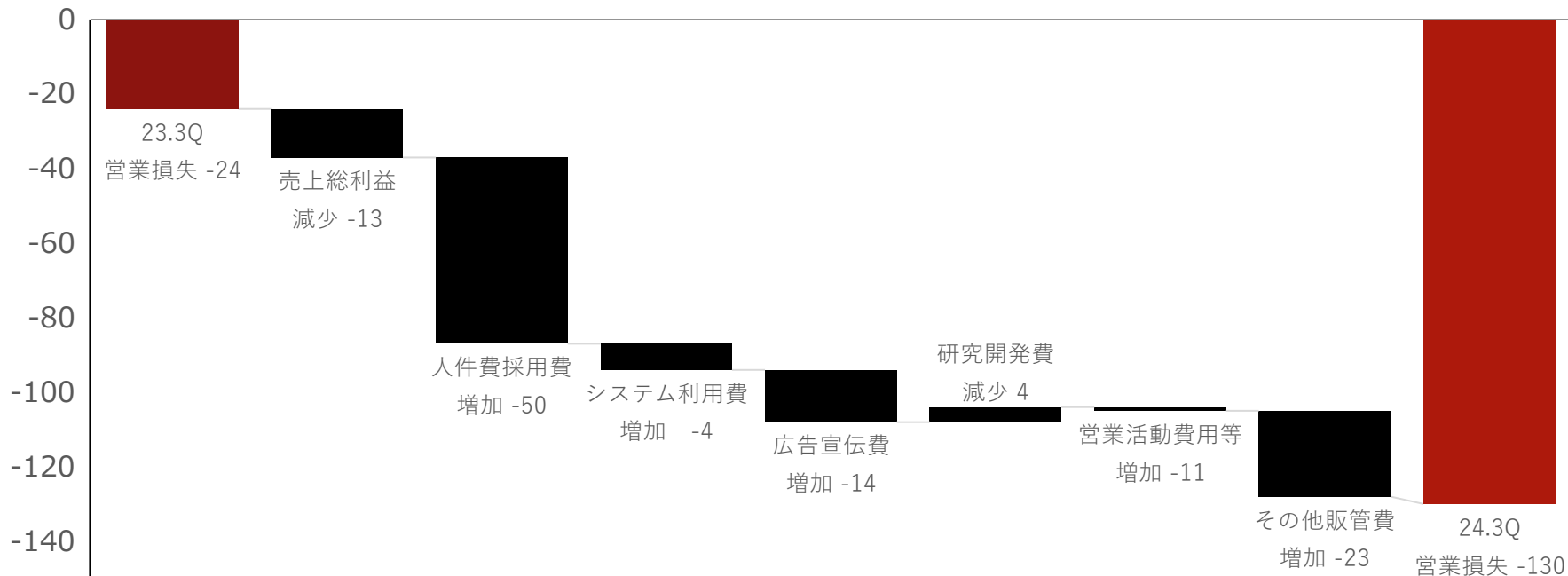
(単位：百万円)



# 四半期 営業利益増減分析

- 対前年対比では、売上総利益の減少に加え、計画より抑制しているものの、**人件費・採用費**が昨年来続く投資により**50百万円増加**している。
- その他販管費には、M&Aによる一時的費用も含まれており、結果として24.3Q営業利益は前年から大きく低下し**損失幅が拡大**。

(単位：百万円)

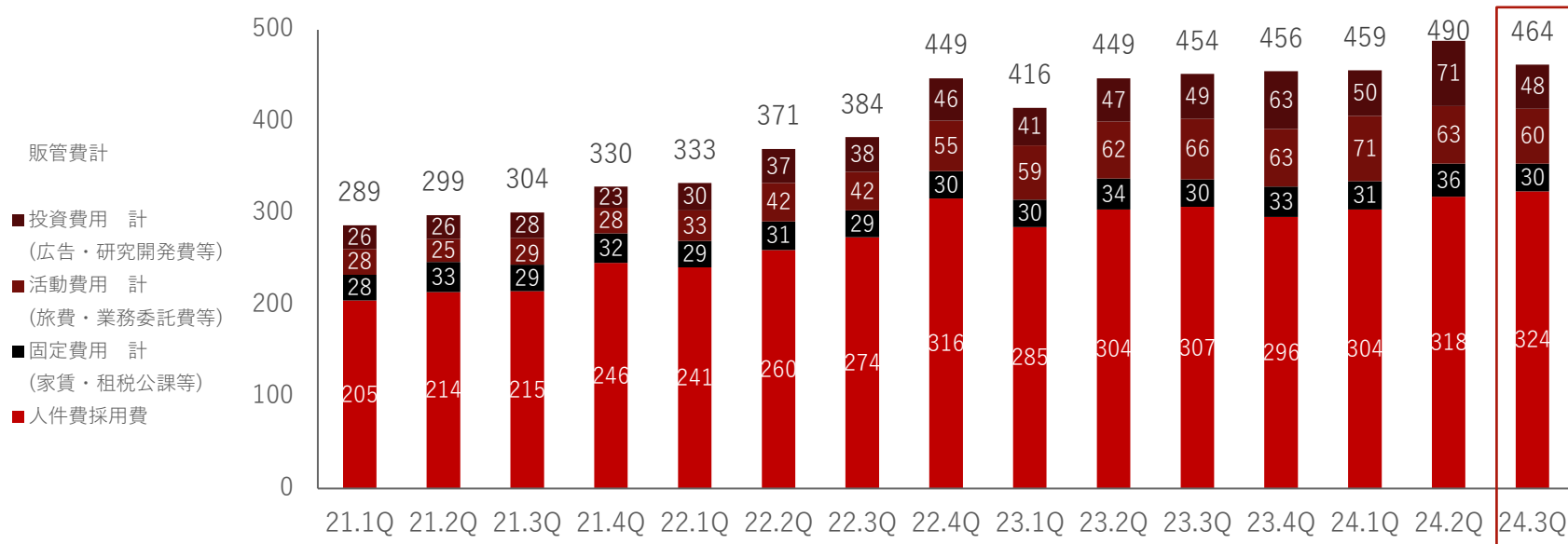


# 会計期間別販管費推移

- 24.2Q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。24.3Qは通常の数値へ戻る。
- 人件費採用費は、計画より抑制しているものの、エナジースイッチグループインもあり、24.2Q→24.3Qでは若干の増加。

## 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)

	23.3Q	24.3Q	前期比
売上高	2,125	2,172	2.2%
法人向け教育	1,756	1,777	1.2%
etudes	257	267	3.9%
その他	110	127	14.8%
売上原価	829	889	7.2%
原価率	39.0%	40.9%	1.94
売上総利益	1,296	1,283	-1.0%
粗利率	61.0%	59.1%	-1.94
販売費及び一般管理費	1,320	1,413	7.0%
販管費率	62.1%	65.1%	2.96
営業利益	-24	-130	—
営業利益率	—	—	—
経常利益	-24	-131	—
経常利益率	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	-20	-97	-
当期純利益率	—	—	—

# B/Sサマリー

(単位：百万円)

	23.通期	24.3Q	増減
流動資産	1,526	1,523	-3
現金及び預金	986	1,089	103
固定資産	195	320	125
資産合計	1,722	1,844	122
流動負債	409	572	162
固定負債	54	123	68
負債合計	464	695	231
株主資本	1,210	1,100	-110
資本金	365	365	0
資本剰余金	346	345	0
利益剰余金	515	400	-114
自己株式	-15	-10	4
純資産合計	1,258	1,149	-109
負債・純資産合計	1,722	1,844	122



# 連結業績予想及び配当金

- 24年通期予想については、前述の通り見直しを実施。
- 業績予想の修正および法人向け教育事業・etudes事業の業績の結果の経営責任を明確にするため、法人向け教育、etudes事業の管掌役員の報酬を50%減額。

(単位：百万円)	23.通期 (実績)	24.通期 (修正予想)	前期比	24.3Q (実績)	進捗率
売上高	3,028	3,120	3.0%	2,172	69.6%
営業利益	85	-16	—	-130	—
営業利益率	2.8%	—	—	—	—
経常利益	84	-19	—	-131	—
経常利益率	2.8%	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	56	-16	—	-97	—
1株当たり当期純利(円)	22.40	-6.30	—	-38.18	—
1株当たり配当金(予定) (円)	7.00	7.00	0.0%	—	—

# 2024年3Q事業の取り組み



## ●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。



# クインテグラル社の今後の展開について

## ● 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

# 大型受注に向けた取り組みの事例紹介

## ●従業員規模 1 万人以上の企業からの案件受注

当初

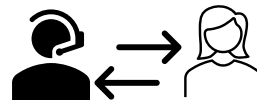


以前に提案を行ったときは、研修を内製で実施しているとのことで受注に至らず。

再提案・eラーニング受注



インサイドセールス担当より再度提案、大企業で人数も多いため、eラーニングに興味があり etudes 事業部のサービスを紹介し、受注に成功。

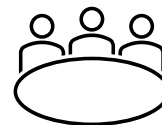


受注

コンサルティング



新人研修において内製面での課題の相談があったため、etudes 担当に加え、法人向け教育担当もコンサルティングに参加。



新人研修受注



来期の大型新人導入研修の受注に成功。  
顧客の人材育成に当社が複合的にサービス提供できる大型案件。



受注

今後もグループ全体を挙げてクロスセル・販売規模の拡大に注力

## 事業別サマリー



# 法人向け教育事業 サマリー

- 24.3Qの法人向け教育は、一部大型案件のリポート剥落と、それをカバーするだけの新規案件が獲得できず売上高が前年に比べ4.3%減少。
- 事業の営業利益を確保すべく、法人向け教育事業の販管費を抑制。

## 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)	23.3Q実績 (23.01-23.09)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.3Q (24.01-24.09)
売上高	2,339	1,527	2,030	2,333	1,756	2,488	1,681
売上成長率	—	-34.7%	33.0%	14.9%	9.2%	6.7%	-4.3%
売上総利益	1,313	896	1,352	1,524	1,085	1,588	1,007
売上総利益率	56.2%	58.7%	66.6%	65.4%	61.8%	63.8%	57.3%
販売費及び 一般管理費	613	620	568	668	523	696	484
営業利益	699	275	783	856	561	892	522
営業利益率	29.9%	18.0%	38.6%	36.7%	32.0%	35.9%	29.8%
共通費配賦後 営業利益	206	-153	360	331	129	307	52
共通費配賦後 営業利益率	8.8%	-10.1%	17.7%	14.2%	7.4%	12.4%	3.0%

※eラーニングの売上及び原価は法人向けからétudes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

- 前年同期との比較では、顧客数は306社→339社と増加しているものの、大型リピート案件の剥落が影響し顧客あたり売上高が低下。

## 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)	23.3Q実績 (24.01-24.09)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.3Q実績 (24.01-24.09)	24.通期当初予測 (24.01-24.12)
売上高(百万円)	2,339	1,527	2,030	2,333	1,756	2,488	1,681	2,617
顧客数(社)	336	301	313	329	306	347	339	380
顧客あたり売上高 (千円)	6,961	5,074	6,488	7,092	5,740	7,172	4,958	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	18,298	25,924	16,164	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

※24. 通期予測は当初予測値



# 法人向け教育事業KPI②

- 既存顧客数の拡大は継続しており、240社→265社と増加したものの、一部大型リピート案件の剥落の影響もあり売上単価は13.9%減少し5.8百万円。
- 新規開拓社数についても前年の66社から74社と前年を上回る開拓ができているが、顧客単価については前年比でやや低下。
- 課題は大型案件のリピート維持、新規開拓にある。新規、既存いずれも大型案件には  
 ①上位営業担当を個別にアサインし ②案件規模に応じてより上流からのコンサルティング、個別カスタマイズを強化することで、組織全体で案件獲得を目指す。

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)	23.3Q (23.01-23.09)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.3Q (24.01-24.09)	24.通期当初予測 (24.01-24.12)
<b>既存</b>								
売上高(百万円)	2,051	1,320	1,732	2,084	1,623	2,271	1,543	2,364
社数(社)	250	232	224	257	240	255	265	270
単価(千円)	8,204	5,689	7,733	8,112	6,764	8,906	5,824	8,757
<b>新規</b>								
売上高(百万円)	256	192	292	245	131	214	136	253
社数(社)	86	69	89	72	66	92	74	110
単価(千円)	2,984	2,784	3,285	3,403	1,999	2,331	1,842	2,300
<b>全体</b>								
売上高(百万円)	2,307	1,512	2,024	2,330	1,755	2,485	1,679	2,617
社数(社)	336	301	313	329	306	347	339	380
単価(千円)	6,868	5,023	6,468	7,082	5,736	7,162	4,954	6,888

※個人向けALUGOを除く ※年間10万円未満のお客様を除く ※24. 通期予測は当初予測値

- 24.3Qのetudes売上高は、前年に比べ**微増**となる267百万円。

## 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)	23.3Q実績 (23.01-23.09)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.3Q実績 (24.01-24.09)	24.通期当初予測 (24.01-24.12)
売上高	45	217	263	307	257	374	267	513
売上成長率	—	374.9%	21.2%	16.6%	14.0%	21.8%	3.9%	37.1%
ASP	28	144	156	206	193	267	186	387
eラーニング	0	6	46	42	41	80	46	84
その他	17	66	60	58	23	27	35	42
営業利益	3	16	41	69	2	25	-38	86
営業利益率	6.6%	7.6%	15.6%	22.7%	1.1%	6.8%	—	16.8%
共通費配賦後 営業利益	-7	-18	-24	-47	-108	-125	-162	-87
共通費配賦後 営業利益率	—	—	—	—	—	—	—	—

※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）

※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）

※24. 通期予測は当初予測値

	23.3Q	24.3Q	対前年同期増減率
ARR(百万円)	275	261	-5.1%
MRR(9月時点)(千円)	22,989	21,824	-5.1%
利用企業数(9月時点)(社)	199	304	52.8%
ARPU(9月時点)(円)	115,527	71,790	-37.9%
解約率	0.5%	0.8%	0.3
eラーニング売上(千円)	41,199	46,045	11.8%

※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

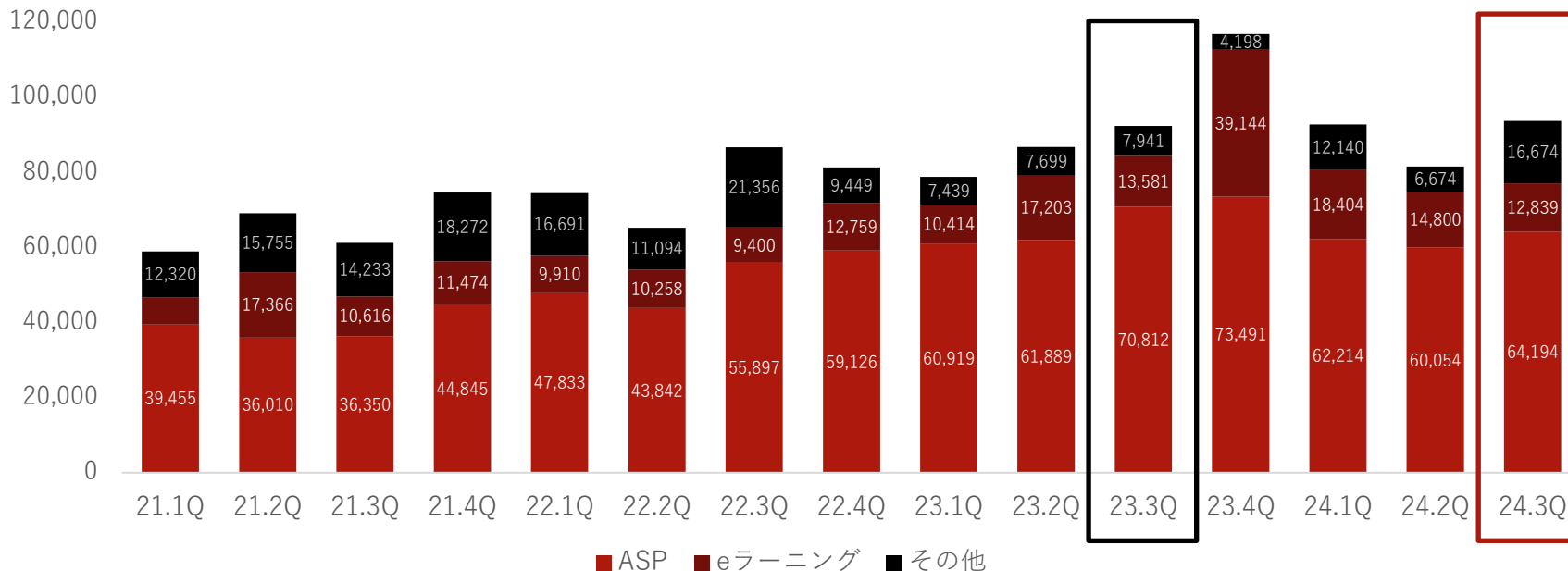
※解約率は、MRR解約率（金額ベース）の直近6か月平均

# etudes事業KPI① 売上高の推移

- ASP売上高は対前年同期に比べ減少し64百万円。  
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。
- 開発案件、コンテンツ販売の上乗せがありその他売上が増収。

## 21.2Q～24.3Q etudes事業 売上高推移

(単位：千円)



# etudes事業KPI② MRR/ARPUの推移

- 9月度の**利用企業数は52.8%**と大きく増加しているが、新規開拓単価の低さが影響し**取引単価が想定を下回っている**。
- 単価の向上と大型案件の獲得に向け、
  - ①**エンタープライズ向け社内利用** ②**中堅中小向けビジネス利用** の2つの戦略を推進する。
- ①のエンタープライズ向け社内利用については、24年10月開始、25年4月開始の大型案件が取れ始めており、教育体系構築のコンサルティングと当社コンテンツを合わせた提案が奏功。法人向け教育事業顧客のクロスセスにも注力し、案件獲得を目指す。

	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>												
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	21,098	21,191	21,824	—	—	—
対前年同月増減率	4.4%	2.6%	2.1%	17.7%	-15.4%	0.1%	-8.9%	-5.8%	-5.1%	—	—	—
<b>利用企業数</b>												
2023年(社)	156	159	165	160	170	180	187	196	199	219	224	230
2024年(社)	234	245	250	260	268	280	292	296	304	—	—	—
対前年同月増減率	50.0%	54.1%	51.5%	62.5%	57.6%	55.6%	56.1%	51.0%	52.8%	—	—	—
<b>ARPU(取引単価)</b>												
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	72	71	71	—	—	—
対前年同月増減率	-30.4%	-33.4%	-32.6%	-27.5%	-46.3%	-35.6%	-41.7%	-37.6%	-37.9%	—	—	—

※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

# 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。
- ・ 24.3Q実績のCACは、1,721千円となり、CAC回収期間は15か月。

項目	24.3Q	24年計画
リピート率 (*2)	78%	78%
(a) 初年度取引額 (年間想定)	2,300	2,300
(b) 粗利率	59.9%	63.7%
(c)=(a) × (b)	1,378	1,466
(d) CAC	1,721	1,365
(e)=(d) ÷ (c) × 12 CAC回収期間 (月)	15か月	11か月

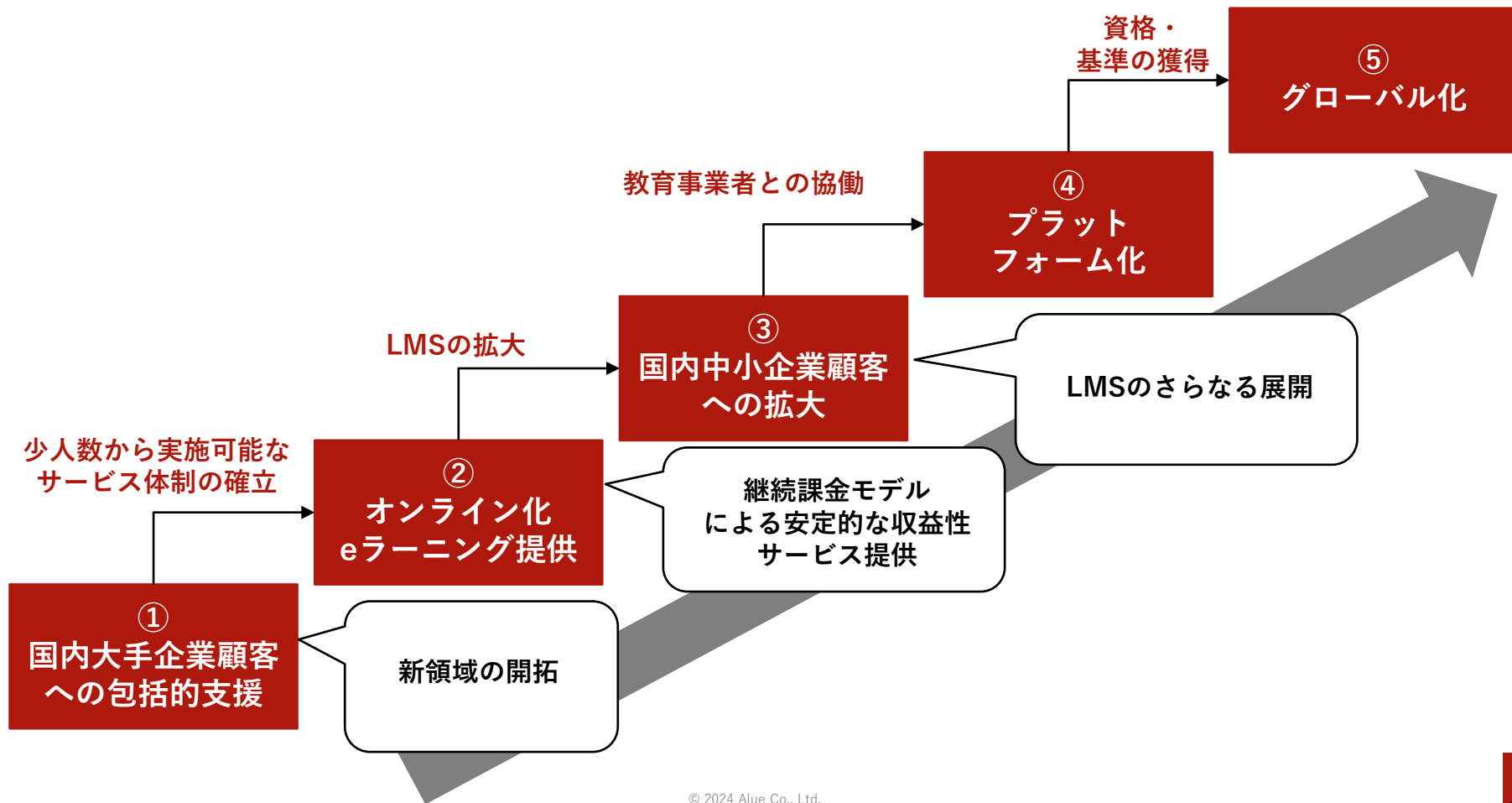
(\*1)新規顧客単価(初年度売上)×粗利率+リピート率×既存顧客単価/(1-リピート率)×粗利率

(\*2) 当年既存取引先社数 / 前年取引先社数

- 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。
- 24.3Qにおいては、引き続きARPUが低水準。CACは低下傾向にあるものの、修繕などのシステム開発費用が増加し、粗利率が低下。CAC回収期間が長期化。
- マーケティングコストを抑えながら、エンタープライズ向け営業の強化・最低単価の導入によりARPUの向上に注力する。

項目	23.4Q時点	24.3Q (現状)	次フェーズへの目標値 (目標)
(a) ARPU (月)	約100,000円	約72,000円	100,000円
(b) ASP売上粗利率	50.0%~55.0%	30.0~35.0%	70.0%
(c)= (a) × (b)	50,000円~55,000円	21,600円~25,200円	70,000円
(d) CAC	約1,000千円	約700千円~900千円	800千円
(e)= (d) ÷ (c)	18~20か月	<b>27~41か月</b>	<12か月

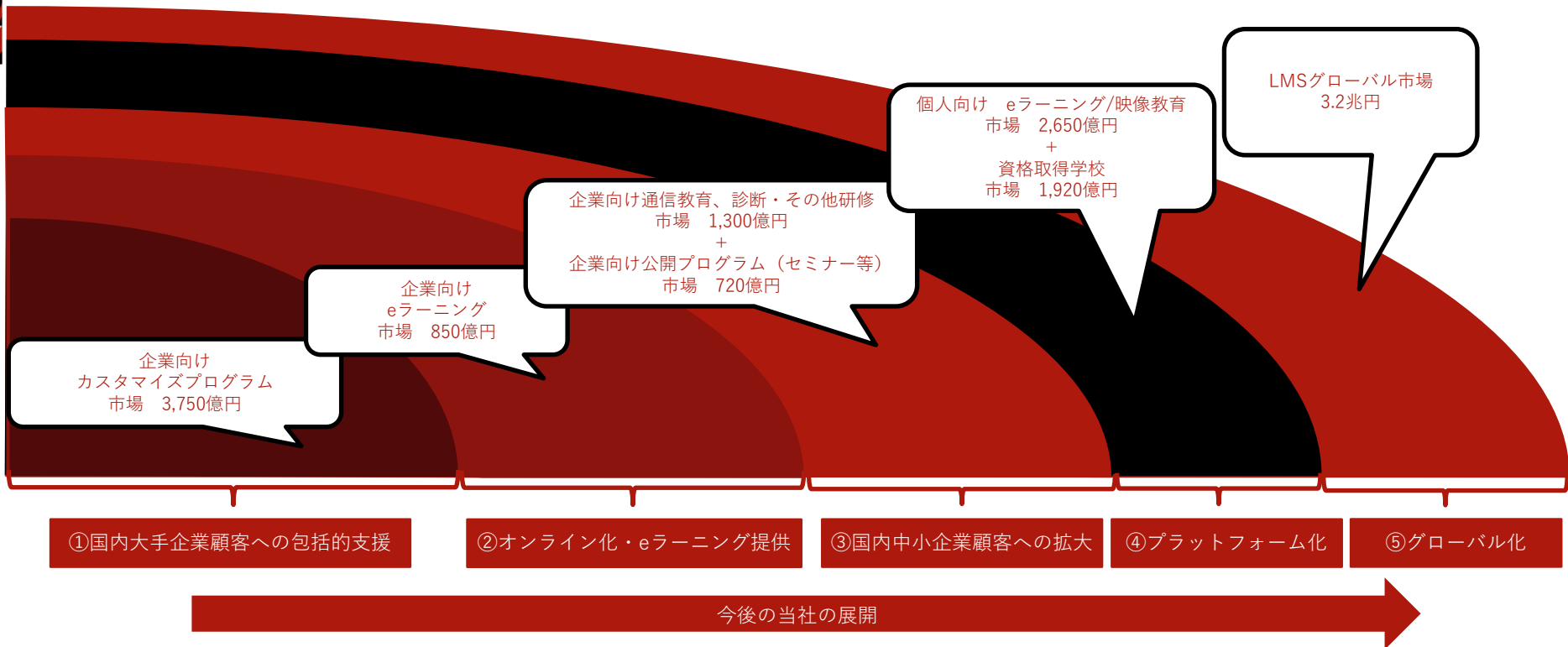
# 新しい提供価値による今後(中長期)の展開





# 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**