



2025年1月15日

各 位

会社名 株式会社プログリット  
代表者名 代表取締役社長 岡田祥吾  
(コード番号 9560 東証グロース)  
問合せ先 取締役 CFO 谷内亮太  
TEL. (03)6381-7760

### 2025年8月期 第1四半期決算に関する質疑応答（要旨）

当社の2025年8月期1四半期決算に関しまして、株主、投資家などの皆さまからいただいたご質問および当社からの回答につきまして、主なものを以下の通りお知らせいたします。なお、ご理解いただきやすいよう、一部表現の変更や内容の加筆・修正を行っております。

#### 記

- Q 英語コンサルタントの採用について進捗をお聞きしたい。
- A 2024年8月末から11月末にかけて、英語コンサルタント職が5名増加しており、採用は概ね計画通り進んでいる。2023年9月に英語コンサルタントの年収を一律50万円引き上げた。同業界においてはそれまでも給与水準は高い方であったが、引き上げにより、一層高い競争力を獲得したと考えている。
- Q 留学事業への参入を計画していると認識しているが、今後何年を目途に参入予定かお聞きしたい。
- A 留学事業に関わらず、M&Aについてはできるだけ早く実施していきたいと考えており、そのために複数の企業との交渉や社内体制の整備を進めている。一方で、M&Aは相手との合意があって成り立つものであり、時期を特定することは難しい。M&Aは実行してから、その企業とタッグを組んで成長していくことが大事であり、M&Aを目的化せず、お互いが合意をして良いM&Aを実行するという事を一番重要視している。
- Q 円安の影響についてどのように考えているかお聞きしたい。
- A 当社のビジネスは為替に影響を受けるものではなく、現時点においては、円安による影響はほとんどないと考えている。
- Q 広告宣伝費の四半期ごとの金額についてお聞きしたい。
- A 四半期ごとの広告宣伝費の金額については開示していないため、フェアディスクロージャーの観点から回答を差し控える。一方で、2025年8月期 第1四半期決算説明資料のP10に記載されているS&Mの四半期ごとの変動の大部分は広告宣伝費が要因となるため、参考としてご確認いただきたい。

Q 平均受講待機期間が減少してきているが、これが良い状況なのか悪い状況なのか、どのように考えているかお聞きしたい。

A 平均受講待機期間については、四半期ごとに見ると上下する傾向があり、変動に一喜一憂せず、適正水準内に収めることが重要だと考えている。2023年8月期2Q上場直後の認知の高まりを受け、待機期間が2カ月半と長期化した。英語コンサルタントの採用ペースを速めて待機期間を抑えてきた。そういった意味でも現状の1カ月程度の平均受講待機期間は適正水準内と考えている。

Q 今後、校舎数や地域的な範囲はどの程度まで拡大する考えかお聞きしたい。

A プログリットの英語コーチングサービスは、主にビジネスパーソンを対象としたサービスとなっている。そのため、日本全国に開校していくというよりは、ある程度都市部に絞って新規開校していくことが現実的だと考えている。現状は、東京、神奈川、名古屋、大阪、神戸に校舎を構えているが、少々規模の小さい地方都市にも順次拡大していく可能だと考えている。

Q 2024年9月の値上げの影響についてお聞きしたい。

A 値上げによる影響は、ほとんどないと考えている。値上げによって、お客様数や退会者数が増減したということもなく、値上げについてお客様にご理解いただけていると考えている。

Q 価格改定について、さらなる値上げは検討状況についてお聞きしたい。

A 直近での追加の値上げは考えていない。一方で長期的には、継続的に値上げをしていくことが重要だと考えている。当社は、①お客様にご満足いただける質の高いサービスを提供し、適正な価格で受け入れていただくことで当社が利益を確保する、②確保した利益で従業員の給与を上げ、サービスの質をさらに高めることでお客様に還元する、というサイクルを回していくことが重要だと考えており、そういった理由から継続的に値上げをしていくことが重要だと考えている。

Q 広告について、効果測定はできているか、費用対効果についての考えをお聞きしたい。

A すべての広告施策について効果測定、費用対効果の検証を行っている。広告については、①獲得広告と②認知広告の大きく2つに分類される。①の獲得広告については、ウェブを見てクリックして、お申し込みをいただくような広告で、どの広告を見て何%がクリックし、トライアルし、お申し込みをされたかを日次で確認し改善を行っている。現在電車広告を中心に行っている②の認知広告に関しては、直接誰が広告を見たのかリアルタイムで把握することは難しいため、何名の方が「プログリット」と検索したか等、検索数などと相関分析を行い適切に配分している。

Q AI英会話サービスが浸透してくると英語コーチングサービスへの悪影響があるのではないかと考えているが、影響についてお聞きしたい。

A AI英会話サービスと、英語コーチングサービスではお客様に提供している価値が異なるため、直接的な影響はないと考えている。AI英会話サービスの価値は、英会話という実践の場の提供が価値と考えている。一方で、英語コーチングサービスは、AI英会話を用いた実践の場も含めて、あらゆる英語学習を最適化し、お客様が挫折せずに英語学習を最後まで継続できるように伴走することが価値だと考えている。

Q 毎年1Qから4Qにかけて、広告宣伝費が増加する傾向にあると理解している。この費用推移の狙いについてお聞きしたい。

A 当社は成長を重視し、認知度向上のため一定の広告宣伝費を投じているが、売上だけでなく利益成長と利益率改善も同時に追求している。直近の2年間は、売上の大幅な成長に伴い、四半期ごとの広告宣伝費も絶対額は増加しているが、その中でも利益率を担保しながら投資を行ってきた。4Qの増加については、文脈が少し異なり、次期の成長を見据えた投資や新しいチャネルへの挑戦など、より効率的な事業成長を目指した投資を行っているため、一時的に広告宣伝費が増加する傾向にある。

Q 株主優待についてどのように考えられているかお聞きしたい。

A 当社は株主の皆様への還元は重要事項であると考えており、株主優待についても全体のバランスを見ながら検討をしていく。

Q AI進化により、瞬時に言語を翻訳して意思疎通ができる技術が現実化した場合、英会話需要が減少すると考えているが、この点についてどのように考えられているかお聞きしたい。

A AIが進化して、瞬時に翻訳ができるようになったとしても英語学習へのニーズには大きな影響はないと考えている。その理由は、英語がコミュニケーションの手段として必要だからであり、単なる情報伝達ではなく感情や意図を交換するための重要なツールだからである。特にビジネスでは、相手と良好な関係を築き、気持ちよく仕事を進めるために、自分の言葉で話すことが大切であり、AIが進化しても変わらないと考えている。

Q 英語コーチングサービスへの新規参入が増えていると感じているが、競合他社に対する強みや差別化に関する考えをお聞きしたい。

A 同じく、近年英語コーチングサービスへの新規参入が増えていると認識しているがそれについては誇らしく感じている。当社が創業した当時は「英語コーチング」という概念自体知られていなかったが、その意義とビジネスの可能性が広まった結果、参入企業が増加していることは市場の成長を示す良い兆候だと考えている。当社は競合ではなく、お客様に集中し、最高のサービスを提供することが最も大切だと認識しており、それが結果的に差別化に繋がると考えている。

Q 成長し続けていくうえで、成長が止まる最大のリスクはなにか。

A 当社にとって最大のリスクは組織力の低下だと考えている。成長の原動力である優秀な人材が採用できない、もしくは離職が増えたりするなど組織が崩壊すると、業績に大きな影響を与える可能性があると考えている。そういったリスクを避けるため、組織の維持と強化に努めたいと考えている。

以上