



# 株式会社POPER 2025年10月期通期決算説明資料



2025年12月

Copyright © POPER Co.,Ltd. all rights reserved

1. 2025年10月期 通期決算結果のご報告
2. 2026年10月期 経営方針と業績予想
3. 重点戦略と競争優位性
4. 中長期成長イメージ

**1. 2025年10月期 通期決算結果のご報告**

2. 2026年10月期 経営方針と業績予想

3. 重点戦略と競争優位性

4. 中長期成長イメージ

## 2025年10月期通期 業績ハイライト

- 大手顧客向け施策の奏功、中小顧客向けの効果的なマーケティング活動等により、売上高は前期比約3割の増収、営業利益は前期比約138%の増益

(百万円)	2024年10月期	2025年10月期	前期比
売上高	1,071	1,389	+29.7%
売上総利益	797	1,044	+30.9%
売上総利益率	74.5%	75.2%	+0.7pt
販管費	724	869	+20.1%
営業利益	73	174	+138.2%
営業利益率	6.8%	12.6%	+5.8pt
経常利益	70	172	+145.5%
当期純利益	83	138	+65.9%

有料契約企業数（社） ※1,6

1,939

ARPU（円/社/月） ※2,6

51,816

ARR（億円） ※3,6

12.05

顧客の解約率（％） ※4,6

0.6

課金生徒ID数（ID） ※5,6

505,000 超

※1 2025年10月末時点の有料課金企業数です。

※2 2025年10月末時点の「MRR」を有料契約企業数で除して算出しております。

「MRR」は、対象月の月末時点における顧客契約プランの月額利用料の合計額（一時収益は含みません）です。

※3 2025年10月末時点の「MRR」を12倍して算出しております。

※4 「月中に解約した有料契約企業数÷前月末時点での有料契約企業数」の月間解約率をベースとした直近12か月の平均月次解約率です。

※5 2025年10月末時点の有料課金ID数

※6 「Comiru」サービスに「BIT CAMPUS」サービスを合算した数値で算出しております。

		施策内容	評価※
顧客基盤の 拡大	塾	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中小塾向け経営セミナー起点のナーチャリング（顧客育成）が奏功し、リードからの商談化率・受注率が向上</li> <li>・ 「ComiruPay」はリリース初年度で405社の垂直立ち上げに成功し、クロスセル基盤を確立</li> </ul>	◎
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大手塾向けには「ComiruERP」等のソリューション提案が奏功。継続案件を含め21社と商談し、9社から受注を獲得、内2社の課金を開始</li> </ul>	◎
	習い事	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 活用事例の共有や業界に特化したセミナー開催等により、英会話やプログラミングスクールに加え、書道教室・スポーツクラブ・音楽教室等の新規顧客獲得ペースが加速</li> </ul>	○
	学校	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 八千代市、習志野市、大阪市での部活動地域移行支援を継続受託</li> <li>・ 千葉県教育委員会の「業務改善DXアドバイザー配置事業に関する業務委託」にマイナビのアドバイザーとして参画</li> <li>・ 栄町と連携協定により、公教育分野におけるデジタル化を支援</li> </ul>	◎
ARPUの 向上	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中小顧客の新規契約数増加（裾野拡大）に伴い、ARPUは一時的に軟化したのが、想定内での推移</li> </ul>	○

※評価の記号は実績に対する当社の見解を表します。各記号は、以下のとおり、対業績予想及び成長率における結果を表します。

6 ◎：想定以上の結果であること ○：想定どおりないし良好化していること △：想定を下回っていること ×：想定を大きく下回っていること

## 中小塾向け施策 マーケティングROIの向上と顧客獲得基盤の盤石化

- 経営セミナーを軸とした集客モデルが定着。当期は6,600件超のリードを獲得しつつ、ナーチャリング（育成）の精度向上により受注数は前期比約20%増の450件へ拡大。受注率4割強という高効率な獲得サイクルを実現

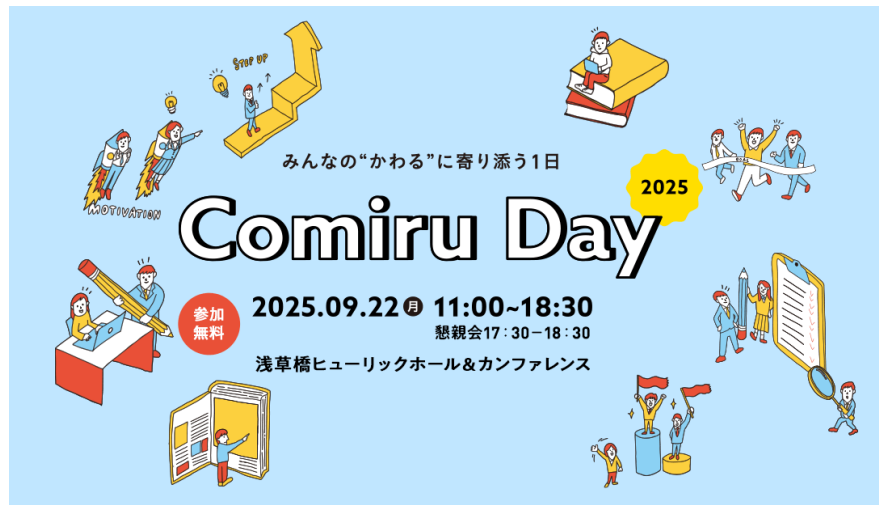


# マーケティング戦略の進化 「ComiruDay」によるコミュニティ基盤の確立

- 初の自社カンファレンスに200名超が結集。顧客ロイヤリティの深化（解約抑止）と、熱量の高い口コミによる新規開拓（CAC低減）を同時実現する「Community Moat（競合優位性）」の構築に着手

## Comiru Dayの開催概要

- 業界トップランナーや有識者が登壇し、教育業界の未来と経営課題に直結するノウハウを共有。単なるツール提供を超えた「経営パートナー」としての信頼を獲得
- 新規・既存合わせ約200名が参加し、満足度は8割超。高いエンゲージメントが、次なる紹介（リファラル）を生む土壌を形成



### 変わりゆく教育業界、塾・スクールはどう向き合うべきか

少子化や地域格差、AIの進化—塾・スクール業界は今、大きな転換期にあります。この変化の中で、私たちはどのような姿勢で未来と向き合い、どんな選択をしていくべきなのでしょう。

本セッションでは、多様な立場の経営者によるリアルな声を通じて、これからの塾・スクールの在り方を見つめ直します。正解を求めるのではなく、異なる視点や考えに触れることで、自らの立ち位置や方針に新たな気づきを得られる時間となるはずです。



岩田 佳晃氏  
株式会社サクラサクセス  
代表取締役社長



竹林 裕太氏  
株式会社アスクリエイト  
代表取締役 NEXT代表



漆川 直希氏  
株式会社Xist  
(エグジスト)  
代表取締役



ファシリテーター  
安多 秀司氏  
リアル・パートナーズ、  
個別教育フォレスト  
フォレスト高等学院



原田 健司氏  
株式会社ESOH group  
代表取締役

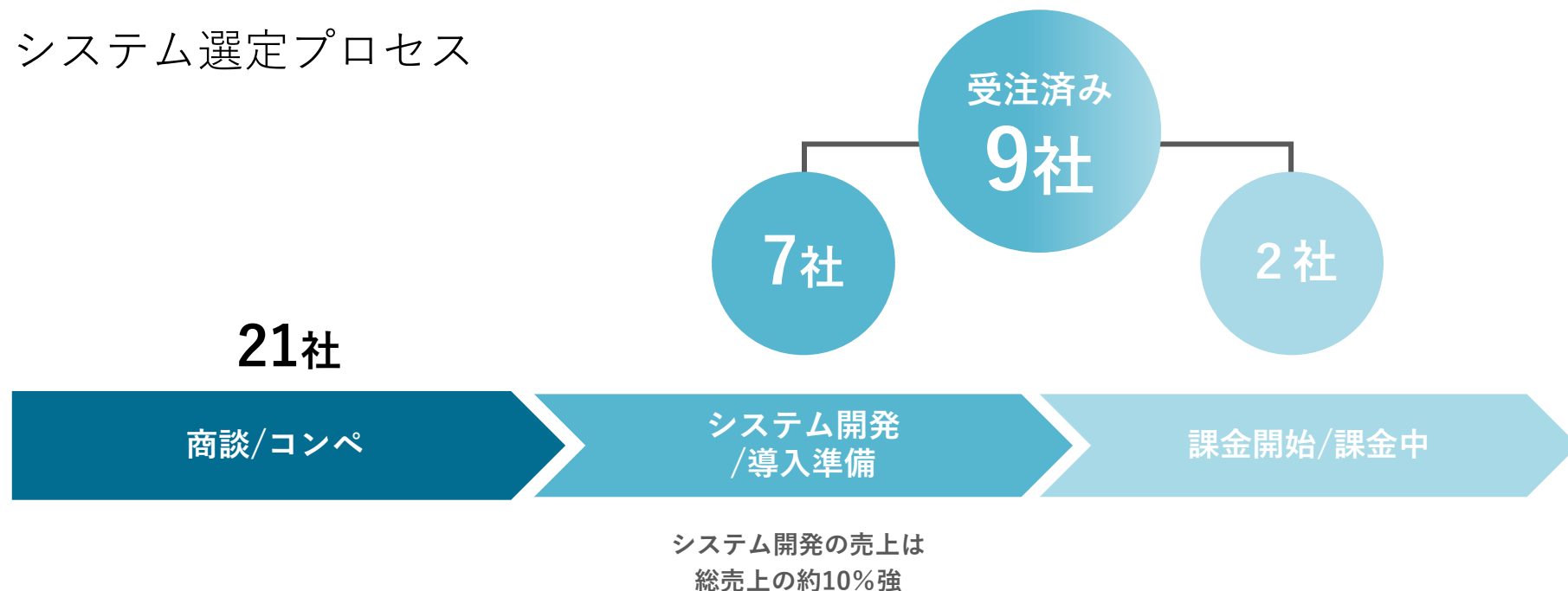




## 大手塾向け施策 「ComiruERP」等を活用したエンタープライズ攻略の進展

- 大手塾向けには、「ComiruPRO+基幹システム開発」、及び「ComiruERP」の柔軟なソリューション提案が奏功。基幹システムの課題解決や要件定義から深く入り込むことで、競合他社からの切り替えを含む大手塾9社から受注を獲得

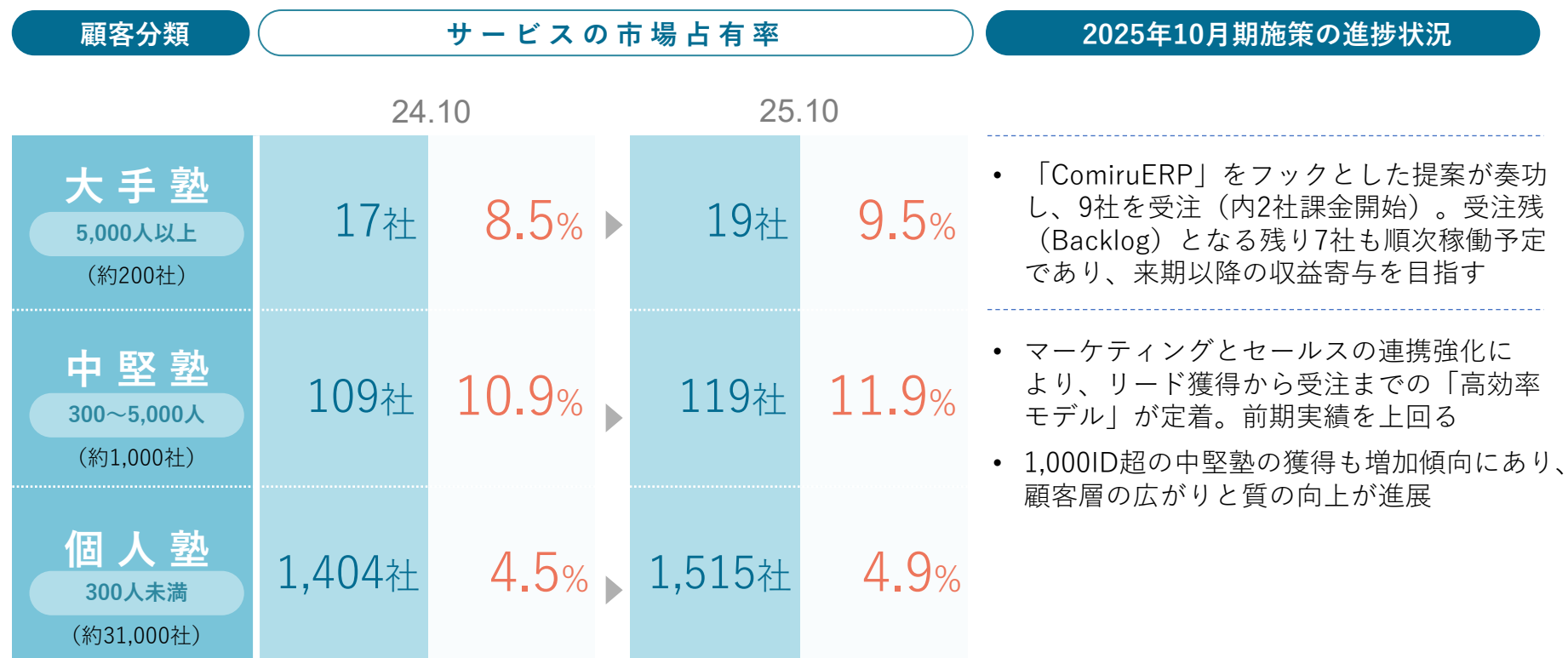
### システム選定プロセス



豊富な基本機能をベースに顧客ごとの業務フローに合わせたカスタマイズ提案が評価され、大手特有の複雑な要件をクリア。リードタイムの長い大型案件を着実に「受注」・「課金フェーズ」へと進捗させた

# 学習塾市場 全セグメントでの着実なシェア拡大と成長基盤の強化

- プロダクトラインナップの拡充により、大手・中堅・個人の全顧客層において順調に増加。契約数・受注高は堅調に推移しており、次なる成長フェーズに向けた顧客基盤を着実に積み上げ



※ 当社は、生徒数規模によって大手塾、中堅塾、個人塾を分類しております。上記社数は、月額の有料課金を開始している顧客数のみ集計

※ 各分類の分母となる想定対象社数は、全国私塾情報センター「学習塾白書 2020」、経済産業省「2019年経済構造実態調査報告書 学習塾編」より当社推定

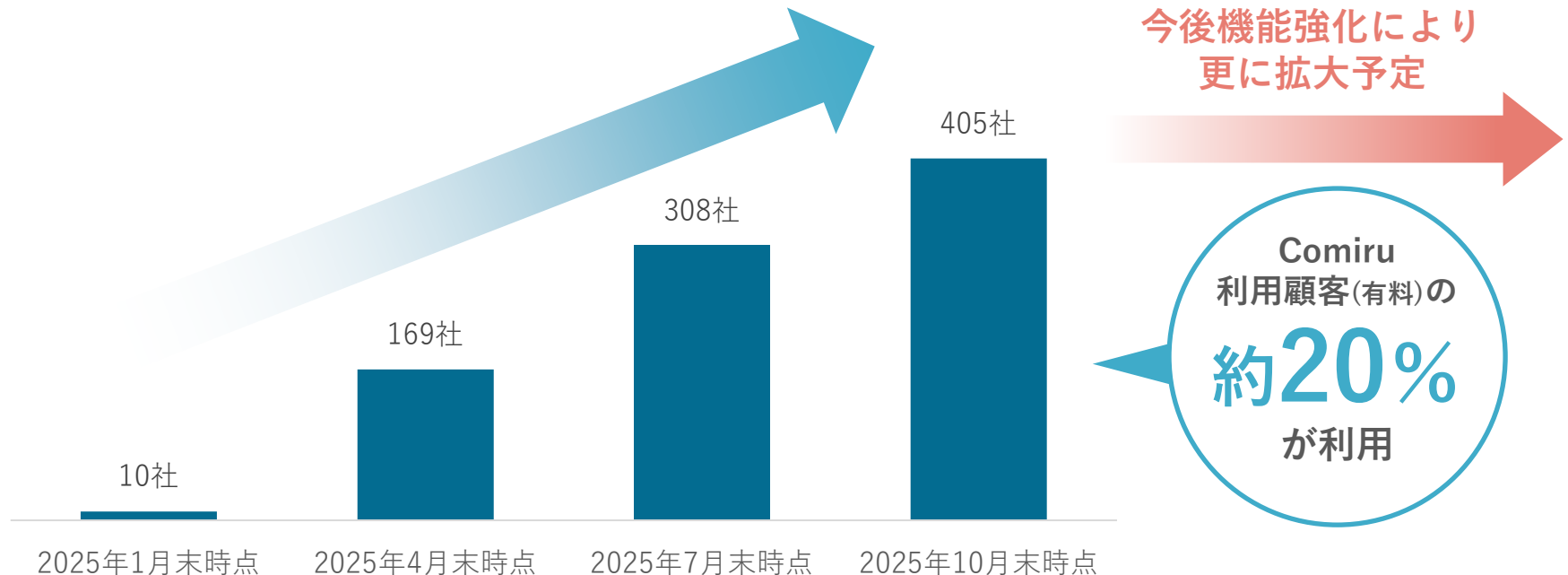
# 「ComiruPay」の垂直立ち上げとクロスセルによる顧客基盤の強化

- リリース初年度での申込社数は405社を突破。既存顧客へのクロスセルが奏功し、強固なエコシステムの構築が進展
- 学習塾業界に加え、英会話、音楽教室などの習い事領域に導入が拡大しており、その高い汎用性が多様な教育事業者への展開可能性が広がる

**Comiru Pay**  
サービスの狙い

## Comiruユーザーの獲得拡大

教育業界最安値水準の決済手数料※を実現する「ComiruPay」を通じて、教育機関のコスト負担を軽減し、請求・決済業務の効率化と利便性を提供。ユーザー価値の最大化とともに、当社の持続的な成長と収益基盤の強化を図る

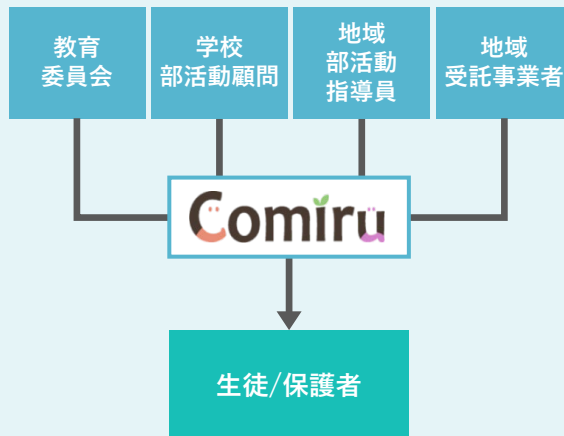


## 学校向け施策 多角的な自治体連携によるDX支援の深化

- 部活動の地域移行支援、校務改善DXアドバイザー、NEXT GIGA事業推進など、多角的なアプローチで教育委員会との連携を強化。公教育現場の課題解決を通じ、将来的なGaaS※事業の基盤を構築

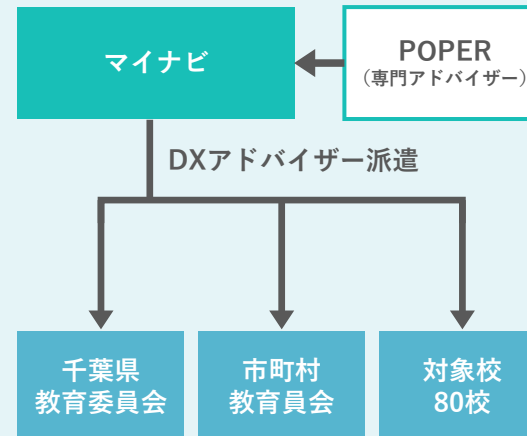
### 休日部活動の地域移行支援

昨年度の実績に基づき、  
千葉県八千代市、習志野市、  
大阪市教育局での継続導入を決定



### 業務改善DXアドバイザー事業

千葉県の  
「業務改善DXアドバイザー配置事業」に  
マイナビ社の専門アドバイザーとして  
各学校の校務DXをサポート



### NEXT GIGA事業推進支援員

「NEXT GIGA事業推進支援員」として  
栄町教育委員会と連携し、  
公教育分野におけるデジタル化を支援

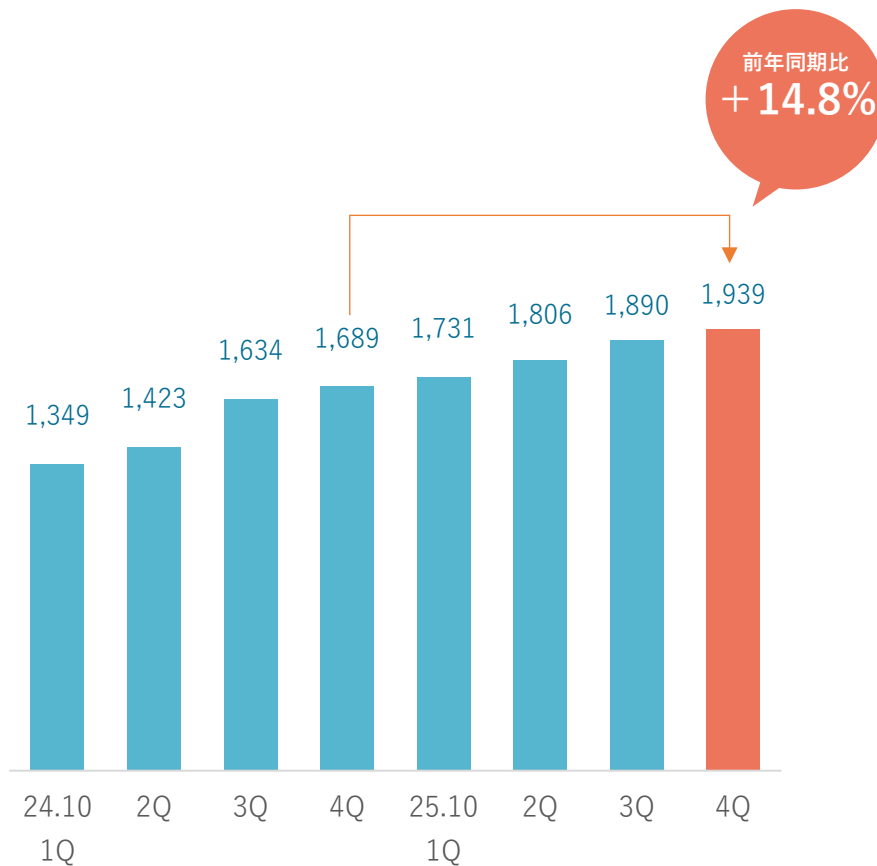


## 各種KPI指標の推移①

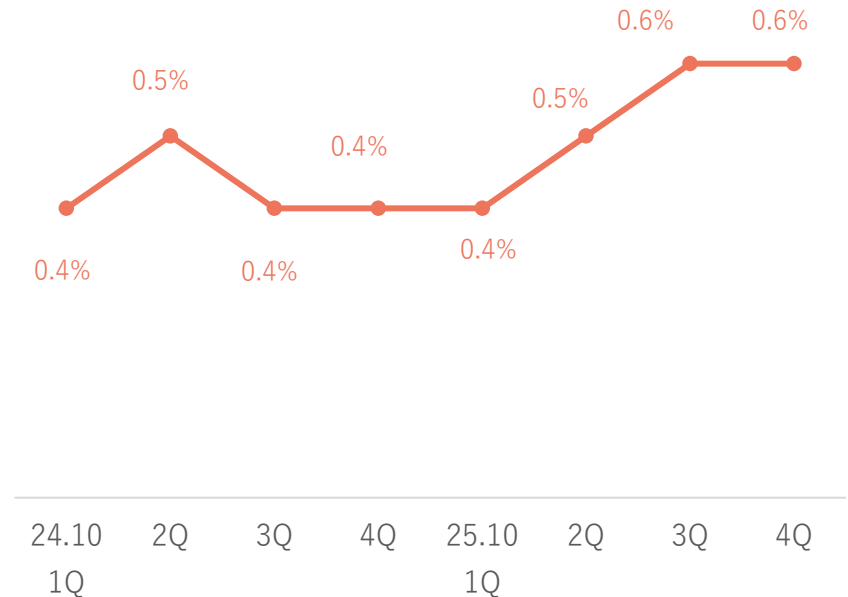
- 有料契約企業数は、新規顧客の順調な獲得により、前年同期比14.8%増加
- 顧客の解約率は中小塾の廃業等による一部解約があったものの、引き続き低水準を維持

### 有料契約企業数

(単位：社)

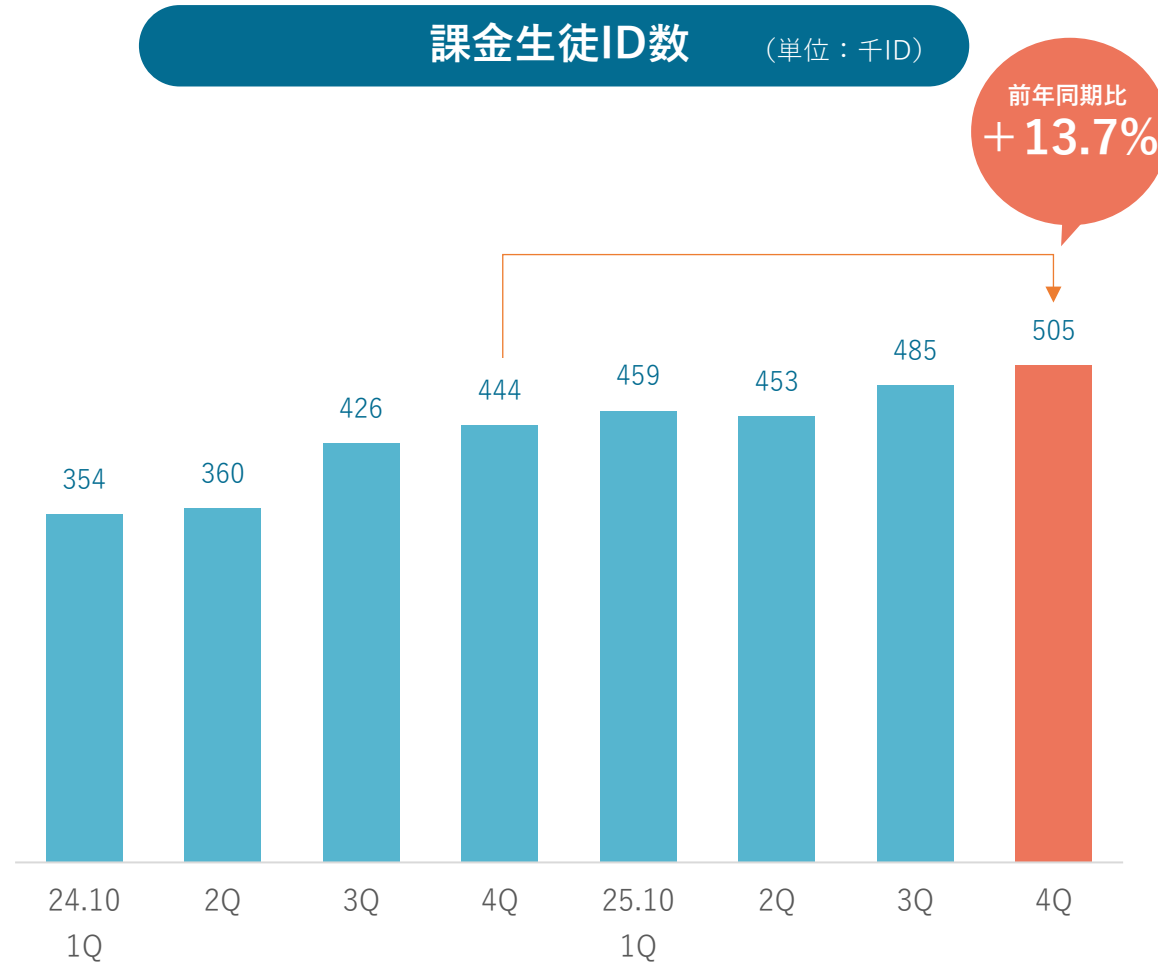


### 顧客の解約率推移



## 各種KPI指標の推移②

- 課金生徒ID数は、契約顧客数の増加と「夏期講習」需要の回復もあり、増加を維持
- 短期的なKPI変動に留まらず、顧客への提供価値向上を追求。顧客の事業成長を支援し、持続的な成長の実現を目指す

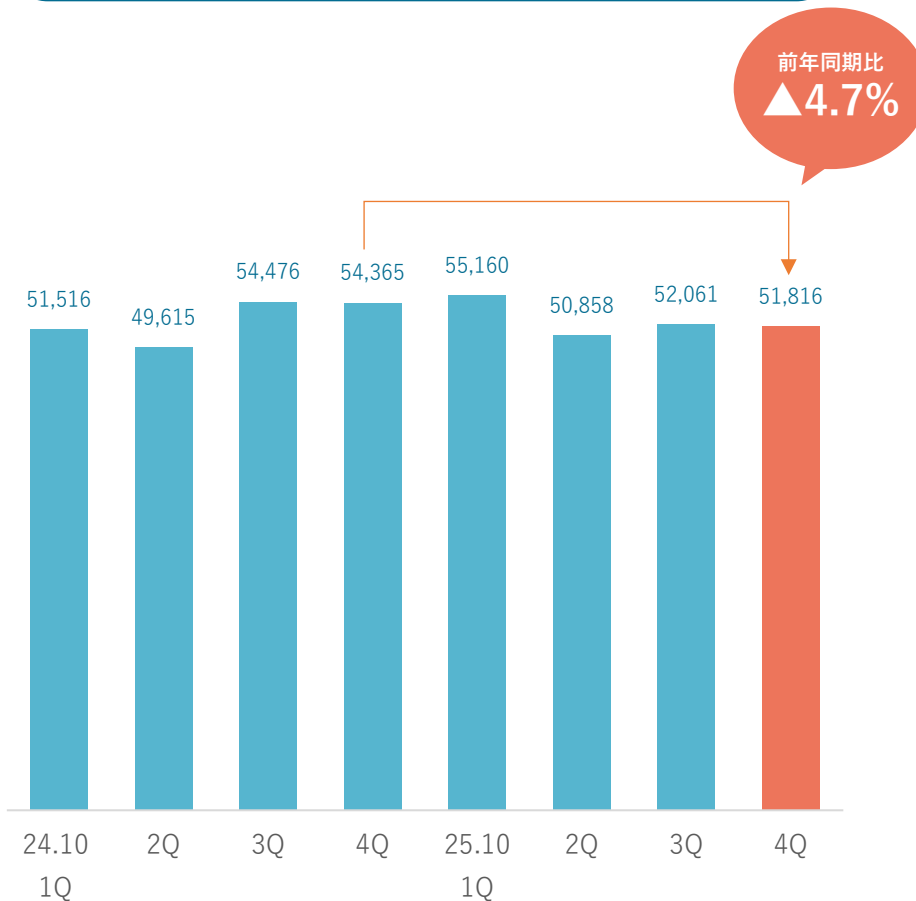


## 各種KPI指標の推移③

- ARPUは、中小顧客の契約社数増加により、前年同期比減少しているものの、3Q以後は増加に転じており、今後は更なる機能充実等でアップセル施策を検討
- ARRについては、課金IDの増加もあり、前年同期比9.4%増の結果となった

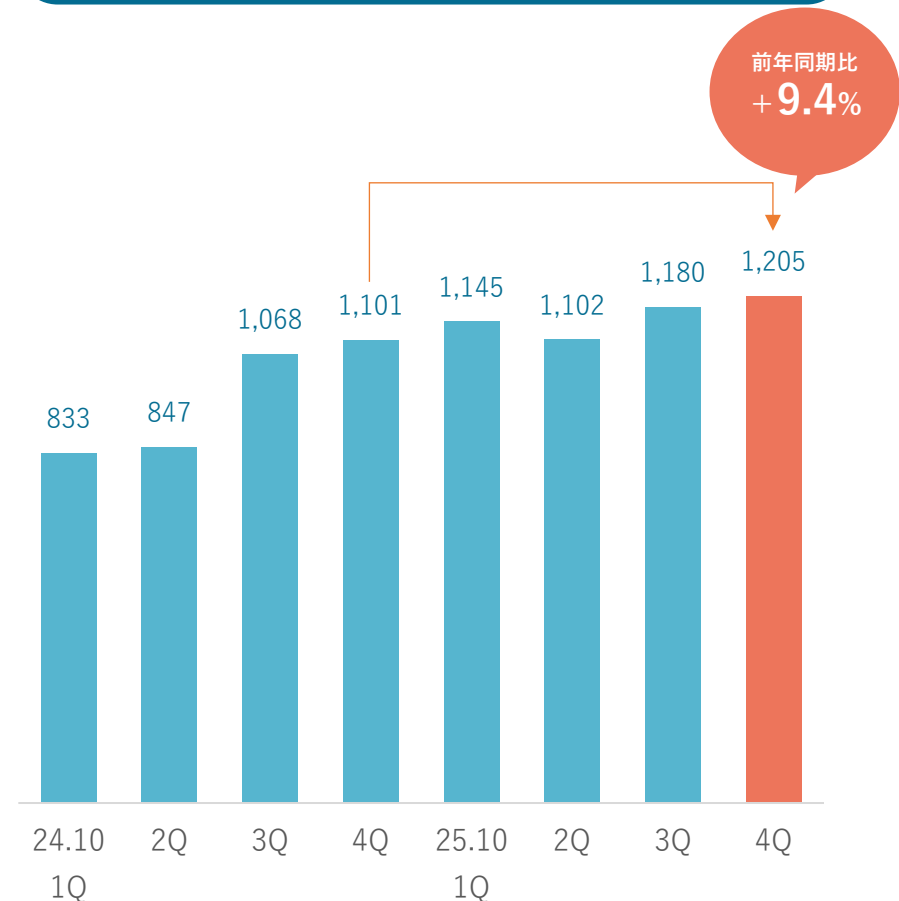
### ARPU

(単位：円/社/月)



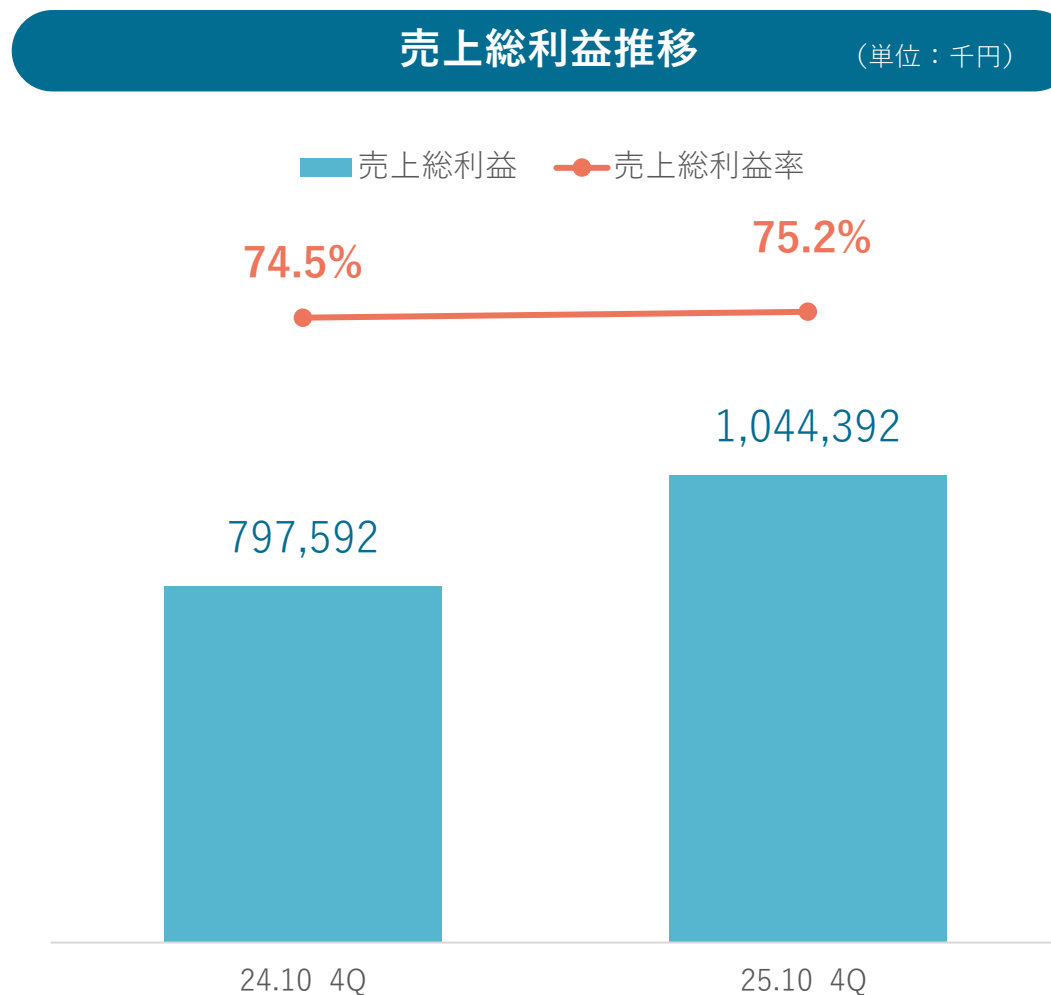
### ARR

(単位：百万円)



## 売上総利益率の推移

- 売上総利益率は75.2%に向上（前年同期比+0.7pt）。増収効果に加え、AI活用やモジュール化による構造的な開発効率化が進展し、利益率を押し上げ





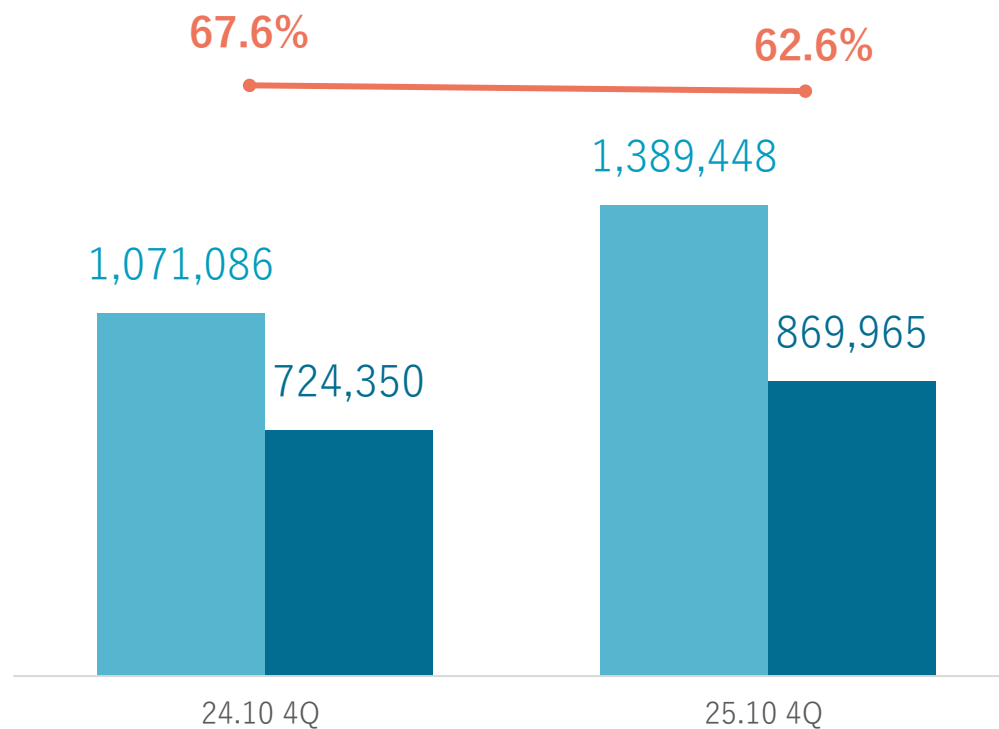
## 売上高販管費率の推移

- 成長投資（人材・開発）を実行しつつ、規律ある費用管理により収益性が向上
- 生産性向上とコストコントロールの徹底により、販管費率は62.6%に改善（前年同期比▲5.0pt）

### 売上高に占める販管費の推移

（単位：千円）

■ 売上高 ■ 販管費 —●— 販管費率

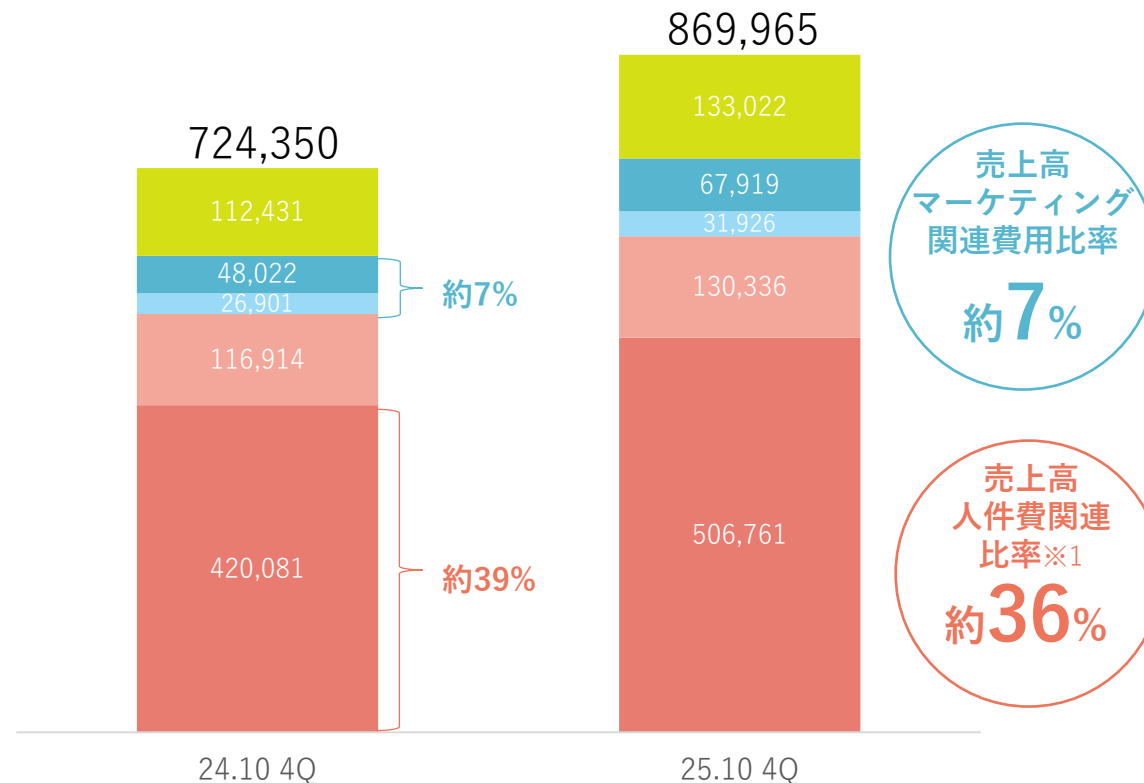


## 販管費各項目の推移と売上高に占める割合

- 人件費関連比率は、将来への採用を強化しつつも、1人当たり生産性の向上により前年同期比で3ptの改善
- マーケティング関連費用比率は、ROI重視の施策を徹底し、前年同期比と同割合に抑制しながら効果的なリード獲得を両立

### 販管費各項目の推移と売上高に占める割合

■ 人件費 ■ 業務委託費 ■ マーケ関連業務委託費 ■ 広告宣伝費 ■ その他



※1 「売上高人件費関連比率」のうち、「人件費関連」とは、「役員報酬」及び「従業員給料及び手当」を合算した数値です。

※2 2024年10月期の販管費には、一時的な要因としてM&A関連費用が18百万円が含まれております。

1. 2025年10月期 通期決算結果のご報告

2. 2026年10月期 経営方針と業績予想

3. 重点戦略と競争優位性

4. 中長期成長イメージ

# “教える”をなめらかに

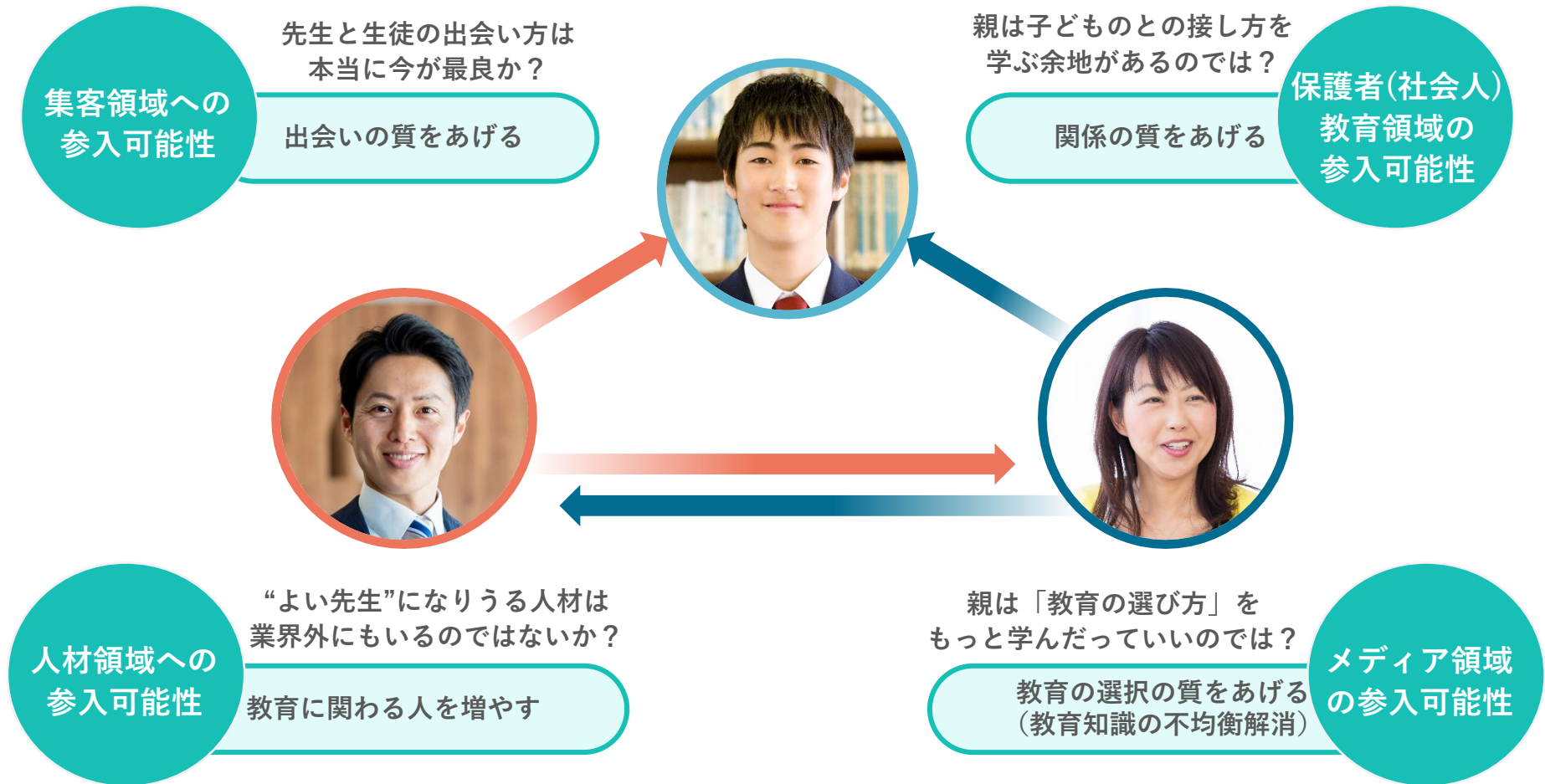
みんなの“かわる”に寄り添う

教育を通じて、それに関わる

すべての人の心にポジティブな変化を与えたい。

その中心である「こども達」の人生の可能性を最大化する環境を、  
現在の常識にとらわれずに整えたい

理想とする世界観の実現の過程で対象となる事業領域は幅広く存在。  
自社新規事業展開 / M & A 両軸で参入を検討



- 2030年の飛躍に向けた「構造改革」と「戦略的投資」を実行する1年

目先の「見かけの売上・利益」を追わず、  
将来の「**高収益・高成長**」を実現するための  
強固な収益基盤の構築を断行します。

01



## 収益の質的転換

労働集約的な「受託開発（フロー）」を抑制し、拡張性の高い「ライセンス・手数料（ストック）」へリソースを集中。



結果

一時的なトップライン鈍化を許容し、構造的な粗利率向上へ

02



## Enterprise（大手顧客）対応基盤

ID数倍増と大手顧客のセキュリティ要件に耐えうるサーバー・インフラへの先行投資。



結果

コスト増となるが、参入障壁を構築

03



## 習い事・学校領域への進出強化

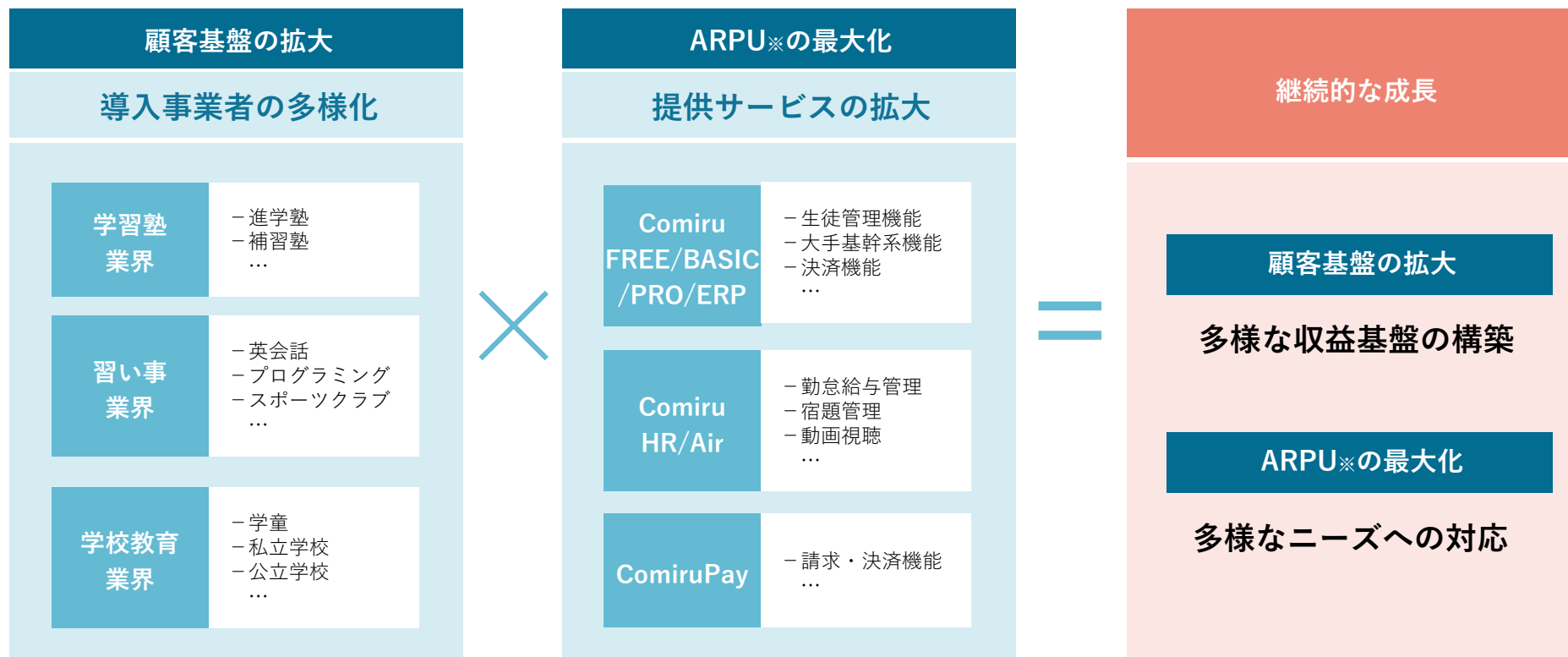
市場規模が数倍となる「習い事・学校領域」へサービス機能拡充による顧客獲得を加速



結果

開発コスト増となるが、中長期的な収益基盤を構築

- 2026年10月期においても、「顧客基盤の拡大（導入教育事業者の多様化）」と「ARPU最大化（提供サービスの拡大）」の二軸による成長戦略を堅持



## 2026年10月期 通期業績予想

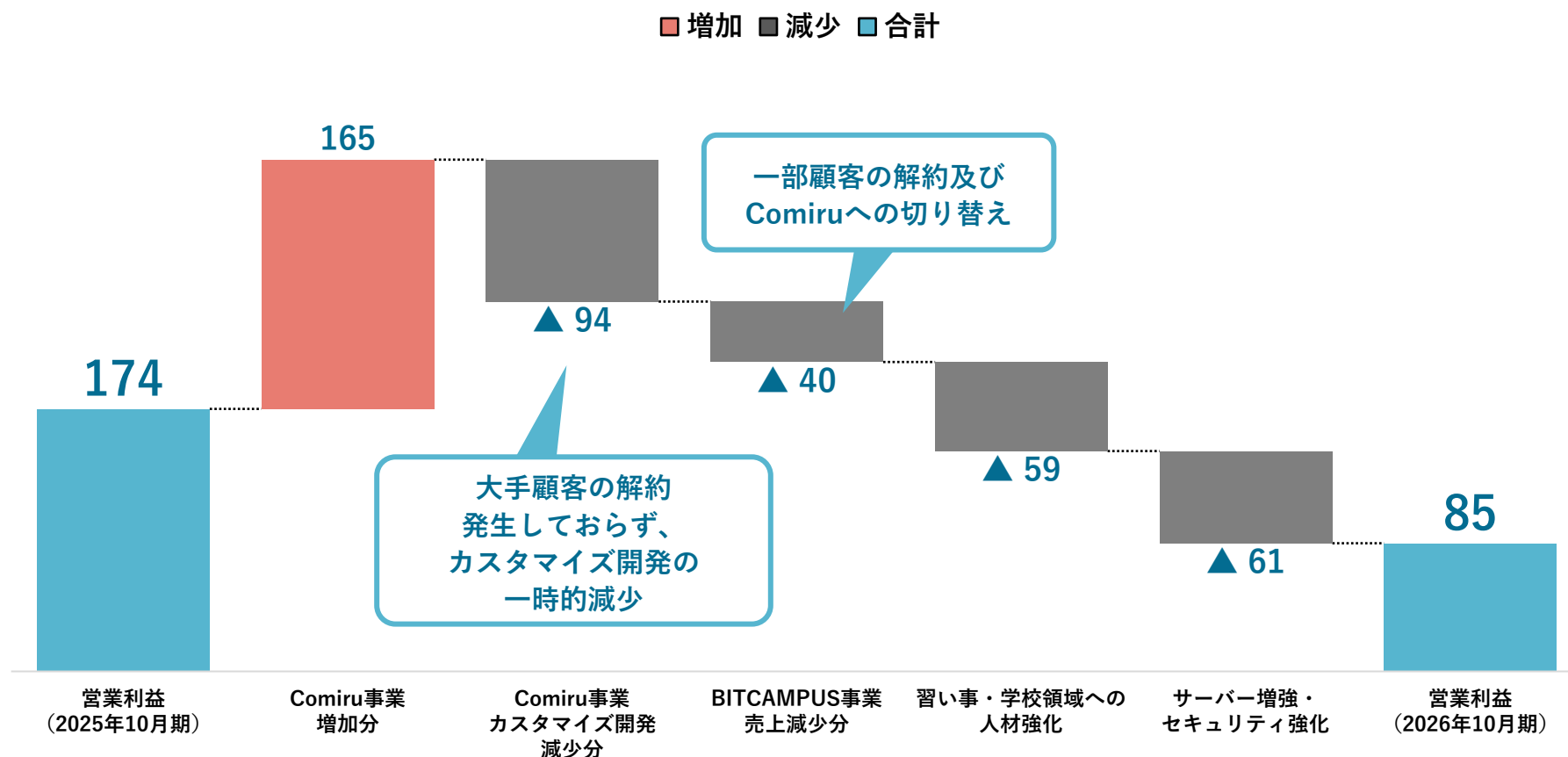
- 売上高はストック収益の積み上げにより堅調に推移。利益面は「将来の飛躍に向けた戦略的投資フェーズ」と位置づけ、一時的な調整局面を経て、2027年10月期以降の利益拡大を目指す

(百万円)	2025年10月期 (実績)	2026年10月期 (予想)	前期比
売上高	1,389	1,425	+2.6%
売上総利益	1,044	1,019	△2.4%
売上総利益率	75.2%	71.5%	△3.7pt
販管費	869	933	+7.4%
営業利益	174	85	△50.8%
営業利益率	12.6%	6.0%	△6.6pt
経常利益	172	83	△51.7%
当期純利益	138	55	△59.7%



## 2026年10月期 営業利益増減要因

- 売上高については、ストック収益の積み上げを堅実に見込む一方、カスタマイズ開発等の一時的なスポット売上が減少する前提で策定
- 減益分の80%以上は、中長期的な競争優位性を盤石なものとするため、「将来の成長に向けた先行投資フェーズ」と位置づけ、システムの基盤強化と人材確保への経営資源を集中投下



# 「ComiruERP」によるエンタープライズ市場の攻略と収益モデルの進化

- 大手塾の「システム老朽化」を追い風にパッケージ型の「ComiruERP」への引き合いが増加
- 労働集約的なカスタマイズ開発等（フロー）を抑制し、高収益なライセンス（ストック）へシフトすることで、中長期的な利益率向上基盤を構築

## 大手塾のシステム環境と課題

### 10年～15年前に作ったシステムが陳腐化

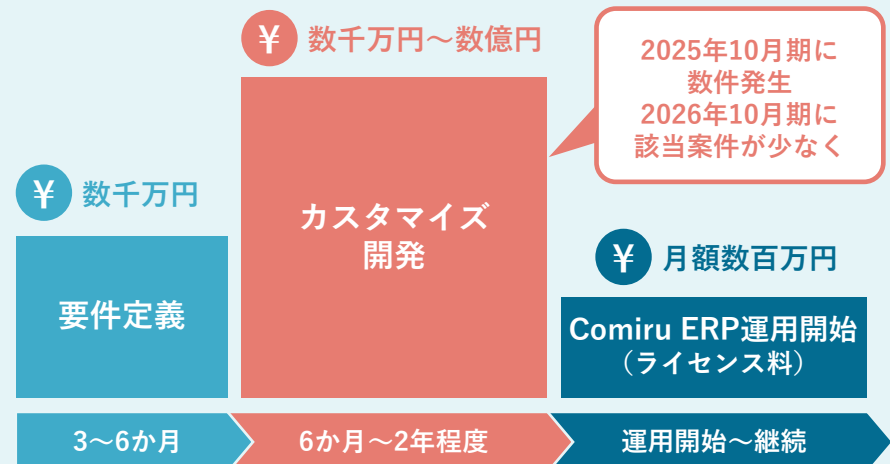
更に5億円～10億円をかけて、  
システム作る余力が少ない

基本機能が充実したComiruERPへの  
引き合いが多くなり  
少ないカスタマイズ開発で  
各塾特有のニーズも対応可能

大手塾との商談数と受注数共に好調

## ComiruERPの収益モデル

- ComiruERPは、導入までの間に、3～6か月間の要件定義、及び顧客の運用開始時期に合わせたカスタマイズ開発がスポットの売上として、数千万円～数億円程度を発生
- 運用開始後は、スポット売上は減るものの、月間数百万円のライセンス料を安定収益として計上



# ビジネスモデルの進化

## ■ 労働集約的な「フロー収益」から、拡張性の高い「ストック収益」への構造転換

### 収益構造の質的転換

～2025年10月期

労働集約・  
組織疲弊拡張性に限界

カスタマイズ開発  
(フロー)

SaaS利用料/  
保守料(ストック)

#### 課題

個別開発の追求は、短期的には売上を作るが、組織リソースを圧迫し、本質的なプロダクト成長(習い事・学校領域への展開)を阻害

2026年10月期以降

知識集約・  
高収益Jカーブの実現

開発(厳選)

SaaS利用料/  
保守料(ストック)

手数料等(Pay他)

#### 方針

POPER本来の強みである「SaaSプロダクト」にリソースを集中。一時的な開発売上の減少を許容し、将来の利益率最大化を優先



2026年10月期への定量的影響

カスタマイズ案件等の  
**選択と集中**に伴う減収

約**94**百万円

カスタマイズ  
開発等売上

▼**減少**

戦略的縮小

※しかし、これは「悪い減収」ではなく、将来の高収益ストック（Pay/ERP）を生むためのリソース再配分によるもの



大手顧客（Enterprise）戦略の選択と集中

重点領域

超大手(上位層)

多くのカスタマイズ  
開発が必須)

準大手・中堅大手

ComiruERP  
+セミカスタマイズ

#### 戦略方針

汎用性の高い**ComiruERPを軸とした開発案件**へ注力。個別開発の知見を**プロダクトへ還流**させるサイクルを回し、持続的な利益率向上を目指す。

1. 2025年10月期 通期決算結果のご報告

2. 2026年10月期 経営方針と業績予想

**3. 重点戦略と競争優位性**

4. 中長期成長イメージ

## （重点戦略）決済機能の強化による「Comiru」導入の加速と顧客定着化

- 教育業界最安値水準の決済手数料※を強力な差別化フックとして活用し、Comiru本体の導入障壁を低減
- 決済手段（コンビニ・カード等）の拡充により利便性を高め、スイッチングコスト（他社への乗り換え障壁）を高めることで、LTVの最大化と解約抑止を図る



### Comiruユーザーの獲得拡大

請求・決済に関する強いニーズに応えるとともに、ユーザーに大きなメリットを提供するサービスを展開することで、持続可能な成長と価値創造を目指す

#### 第1弾

#### 口座振替機能

業界最安の決済手数料、  
Comiruとのシームレスの機能連携により  
**初年度で405社の契約を獲得**

今後も更なる顧客の獲得に強化

#### 第2弾

#### 更に決済手段拡充



#### コンビニ決済

- 全国の主要コンビニで現金支払い可能に
- 外国籍等銀行口座ない保護者にも決済可能



#### クレジットカード決済

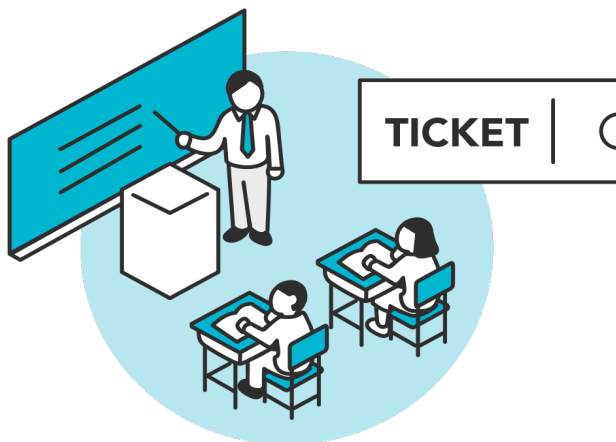
- 業界最安の決済手数料を実現
- 保護者が選べる決済手段を拡充

## (重点戦略) 習い事・学校領域 市場ニーズを捉えた機能開発と専任体制の強化

- 習い事や学校領域特有のニーズ（チケット制、送迎管理）に即応した新機能を実装し、プロダクトマーケットフィットを深化。CS・セールスの専任体制を拡充し、成長著しい非学習塾市場の開拓を加速

### チケット管理機能

- 単発利用や回数券等の柔軟な契約形態に対応。決済・振替・売上計上を自動化し、事業者・保護者双方の利便性と事務効率を劇的に改善



### 送迎バス運行管理機能

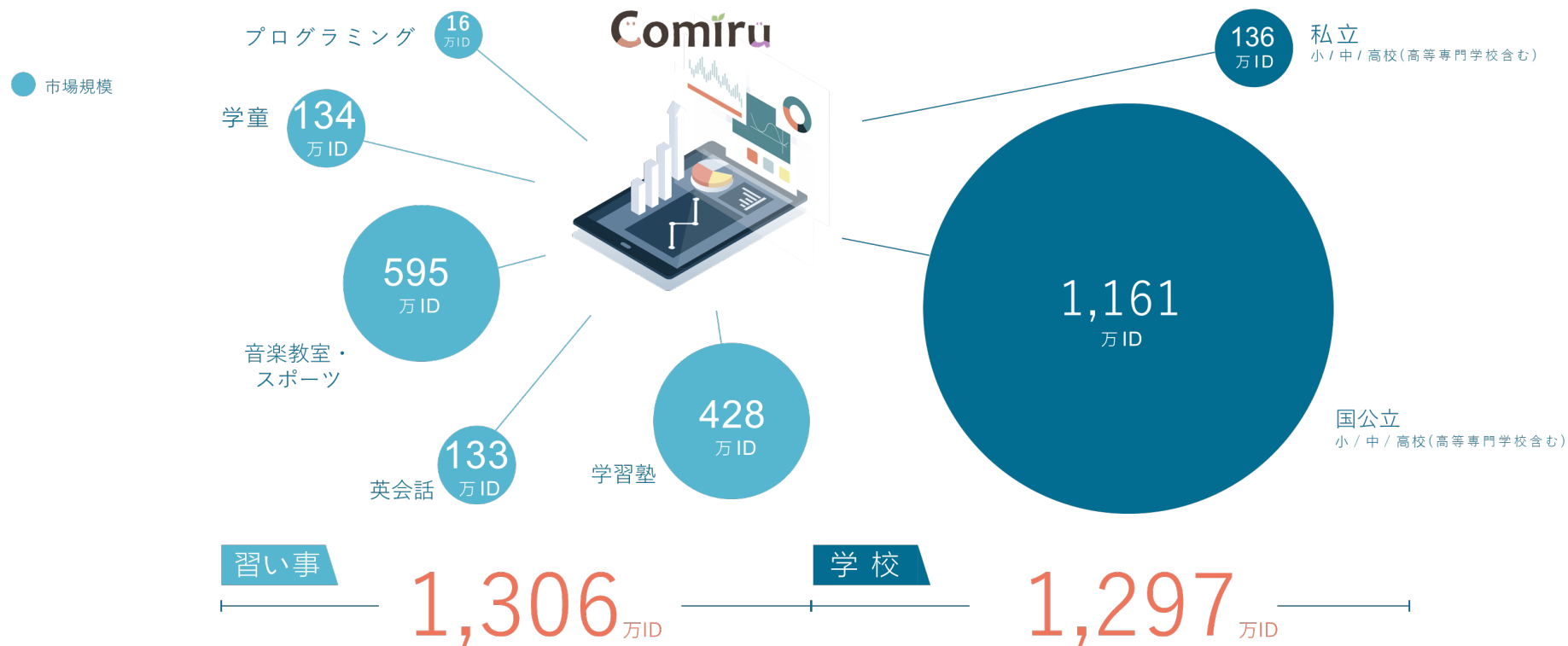
- バス位置情報のリアルタイム共有により、保護者の安心感と事業者の運行管理効率を向上。安全な通学環境の構築を支援



習い事や学校領域のTAM（獲得可能な市場規模）拡大を見据え、機能開発と並行してCS・セールスの人的リソースを集中的に投下

## 中長期成長を支えるTAM（獲得可能な最大市場規模）の拡張性

- 学習塾市場でのシェア拡大に加え、市場規模が数倍となる「習い事・学校領域」へTAMを拡張。広大なホワイトスペースへの進出により、SaaS事業の非連続な成長を目指す



※ 学校市場のID数は、文部科学省「文部科学統計要覧（平成31年版）」より当社試算

※ 習い事市場のID数は、文部科学省「文部科学統計要覧（平成31年版）」、厚生労働省「令和3年（2021年）放課後児童健全育成事業（放課後児童クラブ）の実施状況（令和3年（2021年）5月1日現在）」、学校教育総合研究所「小学生白書Web版「2021年8月調査」」「中学生白書Web版「2020年8月調査」」「高校生白書Web版「2021年8月調査」」、文部科学省「子どもの学校外での学習活動に関する実態調査報告（平成20年度版）」、ベネッセ教育総合研究所「学校外の学習機会」より当社試算

## （重点戦略）事業拡大を支えるシステム基盤の刷新とスケーラビリティ確保

- ユーザー数およびデータ量の増加を見据え、システムアーキテクチャを刷新
- 大手顧客の要求水準を満たす堅牢な基盤を構築し、更なるシェア拡大を支える

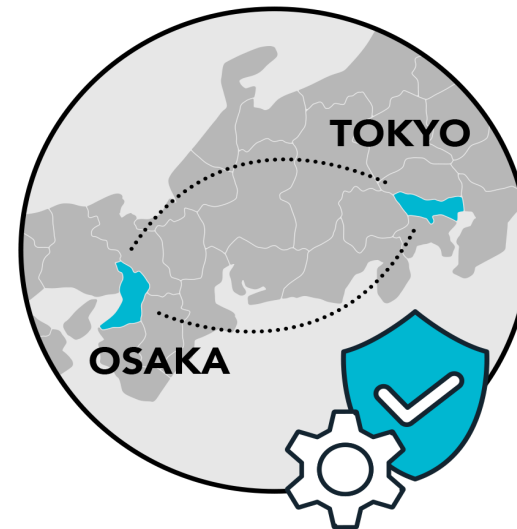
### サーバー等の増強

- データベース構造の最適化とサーバー増強により、将来のアクセス増（数倍規模）にも柔軟に対応可能なスケーラビリティを確保



### セキュリティ強化

- 最新の脅威に対応したモニタリング体制の構築や、BCP対策（大阪リージョン活用）の強化により、大手顧客の調達基準（RFP）を満たすセキュリティレベルへ移行





# マーケティング戦略の進化 「ComiruDay」によるコミュニティ基盤の確立

- 「ComiruDay」は単なるイベントではなく、LTV最大化とCAC最適化を実現する高効率な成長基盤



## 経済合理性 (ROI)

CAC (獲得コスト) ▼低減

LTV (生涯価値) ▲向上

チャーン (解約率) ▼低位安定

## 戦略の全体像

ユーザーコミュニティを競争力の源泉 (Moat) とし、他社が模倣困難な資産を構築する長期成長戦略

## エンゲージメントの深化

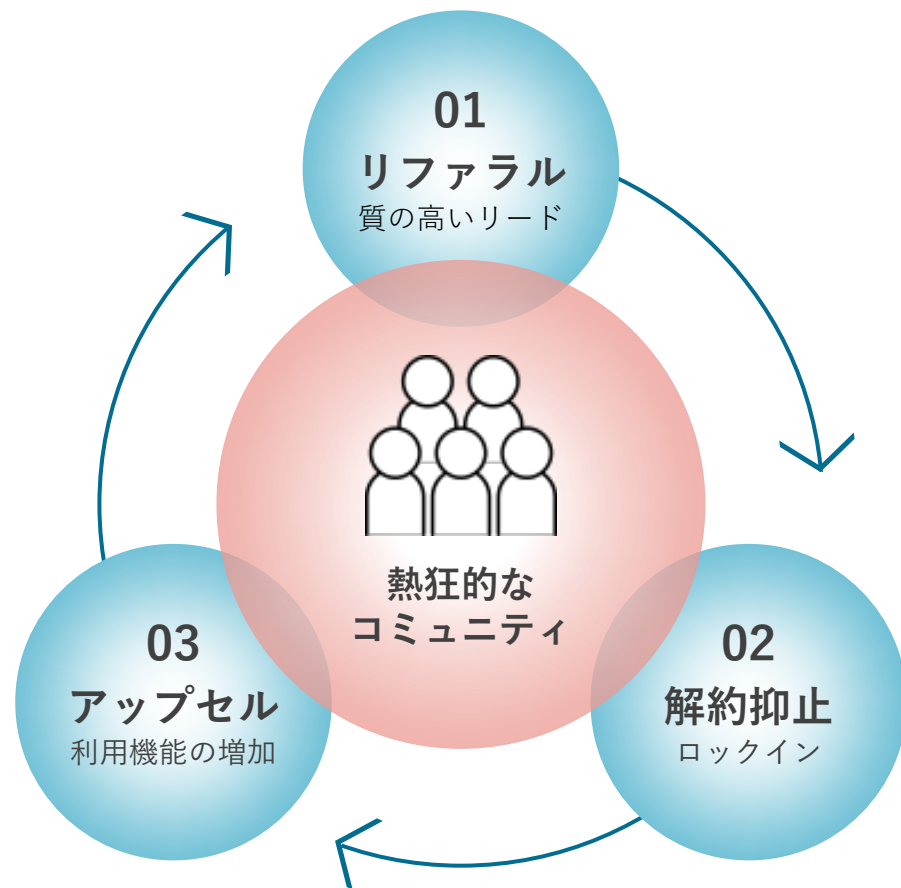
オフラインでの熱狂的な体験を通じ、単なるツール利用を超えた「パートナーシップ」を醸成

## 高効率な集客サイクル

ユーザー同士の口コミ (リファラル) や成功事例の還流により、広告費に依存しない自律的な集客を実現

## LTVの最大化

コミュニティへの帰属意識がスイッチングコストを高め、解約率を低位安定化させるとともにアップセルを促進



1. 2025年10月期 通期決算結果のご報告
2. 2026年10月期 経営方針と業績予想
3. 重点戦略と競争優位性
4. **中長期成長イメージ**

## 2030年までに時価総額100億円達成に向けた戦略

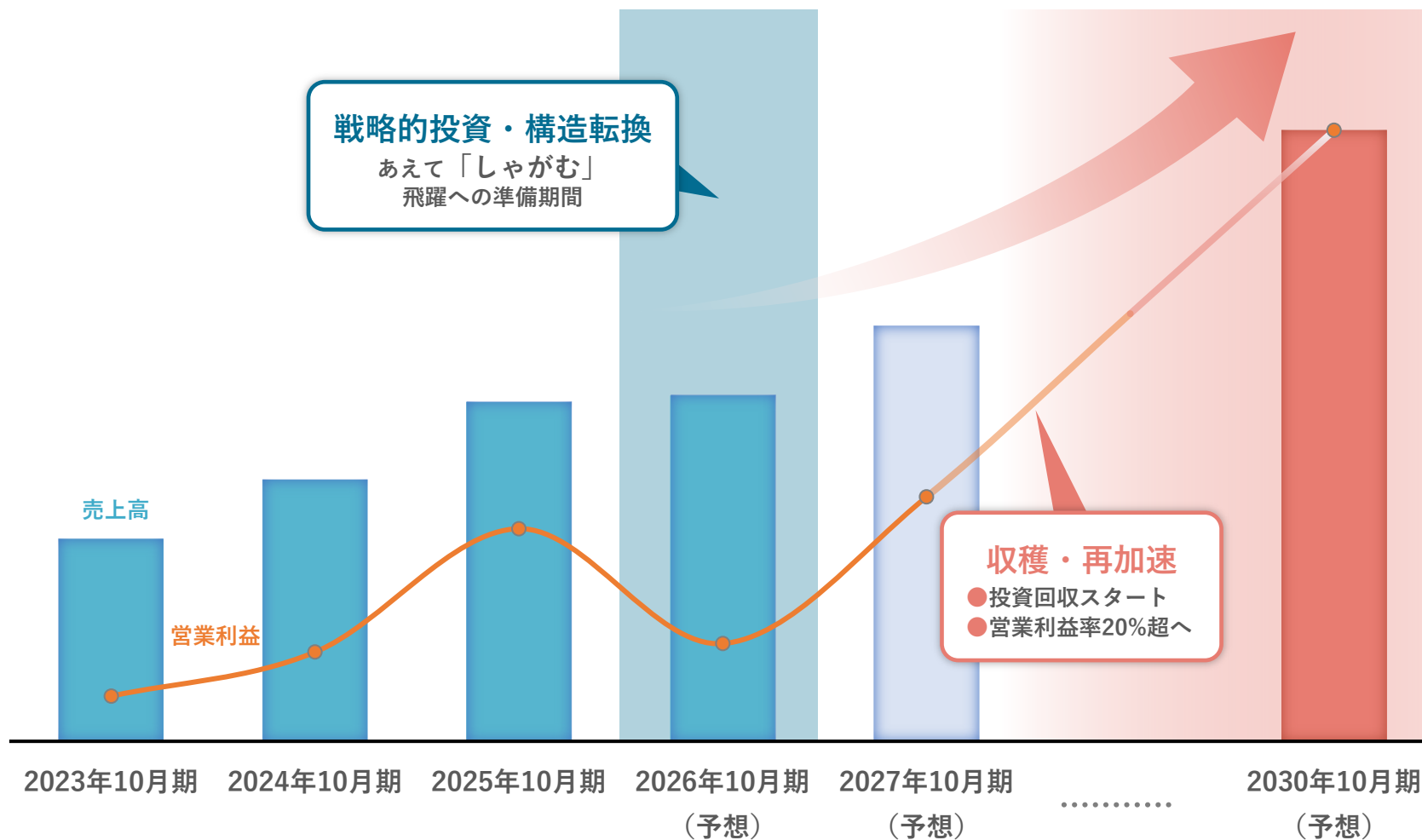
- オーガニック成長、M&A、株主還元の三位一体戦略を推進し、持続的なEPS成長による時価総額100億円を早期に実現する

	戦略	アクションプラン
事業成長への 継続投資による オーガニック成長の 最大化	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「ComiruERP」、「ComiruPay」等の機能強化とシェア拡大 全顧客分類で、競合優位性を発揮し、「ComiruERP」「ComiruPay」の機能を更に強化し、市場での更なるシェア拡大を狙う</li> <li>● 習い事・学校領域向けの事業展開を加速 市場規模が数倍となる習い事・学校領域向けに、顧客のニーズに合わせた機能強化と人員体制を充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PM人材やエンジニアの採用・育成を加速し、開発体制を強化</li> <li>● サービスの安定稼働と拡張性を担保するためのインフラ強化への戦略的投資</li> </ul>
戦略的な M&Aによる 事業領域の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 学校領域や既存ビジネス周辺領域 シナジー効果のある企業を積極的に検討し、事業ポートフォリオの拡大。 特に、未開拓の教育市場への進出を加速</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PMIを見据えた事業開発人材やM&amp;A後の管理体制を充実</li> </ul>
機動的な 株主還元策の 実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社株買い 適切なタイミングでの自社株買いにより、EPSの向上を図り、企業価値の最大化を目指す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2026年10月期以後の実施に向けて、金融機関との継続的な協議を実施し、財源確保と規制対応を準備</li> </ul>

# 中長期成長ロードマップ

- 2026年10月期の「投資」が2027年10月期以降の「Jカーブ」を創る

単位：百万円



# 資本配分方針

- 以下4つの方針を通じて、資本の効率的な活用と株主還元のバランスを取り、持続的な1株当たり企業価値の向上を目指す

## 事業成長への継続投資

- ・ 中長期的な営業利益率20%の実現を見据え、持続的な事業成長のための戦略的投資（人材・インフラ等）を行う
- ・ 効率的な成長を通じて売上高と利益率共に高め、企業価値を向上

## 事業拡大のためのM&A実施

- ・ 事業拡大及び事業戦略を補完するためのM&Aを積極的に実施予定

## 新株発行の抑制と手元資金の活用

- ・ M&A及び事業拡大の資金は新株発行を避け、借入や手元資金を活用
- ・ 有利子負債比率70%前後を目途に、株主の持分価値を希薄化させない資本構成を目指す

## 自社株買いによる株主への還元

- ・ 株主優待や剰余金の配当ではなく、EPS向上に直結する自社株買いを優先的な還元策として検討
- ・ 2026年10月期以降の財源規制解消を見据え、株価水準や資金需要を勘案しながら機動的な実施を検討

# 「教育プラットフォーム」構築に向けたM&A戦略

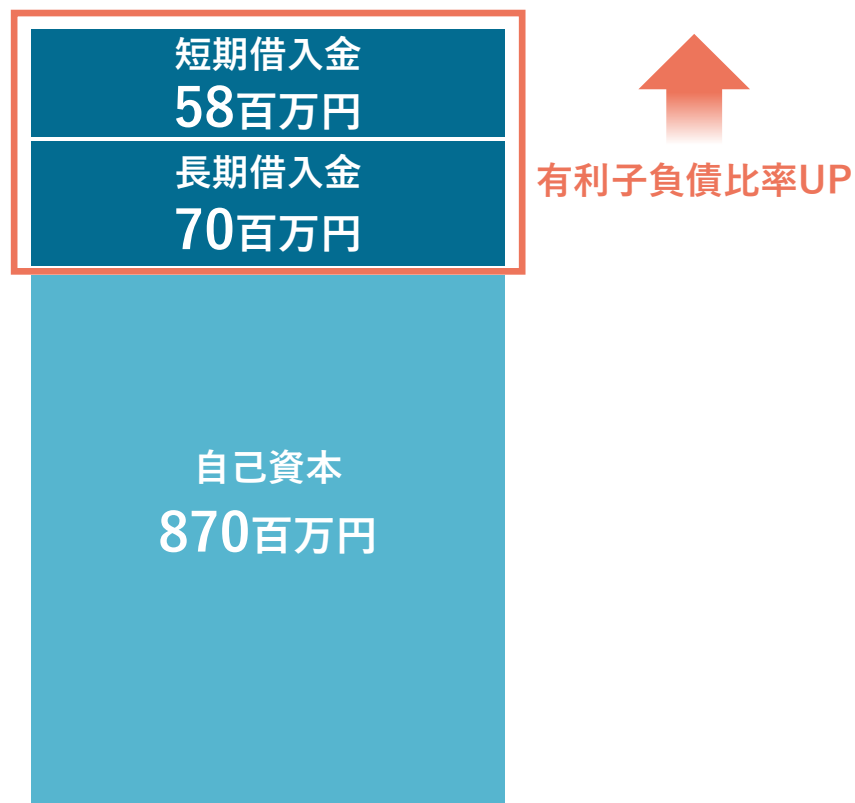
- システム領域での「強固な顧客基盤」の確立を最優先としつつ、集客・人材等の周辺領域へ事業ポートフォリオを拡張。多角的なM&Aにより、TAM（市場機会）の最大化を目指す

## M&A方針

POPERのM & A戦略			優先度	M & A対象事業	左記の企業例	
短期	学習塾×業務管理システムで圧倒的シェア		高	1.販売網 2.顧客	1.教育系商社、教材会社、模試会社 2.塾×業務管理システムで展開の企業 3.塾の基幹システムを開発・保守のSIer/開発会社	
	習い事・学校×管理システムで更なる成長の余地を示す		高	1.販売網 2.ノウハウ 3.サービス	1.習い事×システムで展開している会社 2.学校×システムで展開している会社	
中期	塾	×	集客	-	ノウハウ/サービス	CyberOwl社と協業中
		×	人材	中	ノウハウ/サービス	1. 採用ポータル 2. 人材派遣/紹介会社/キャリアデザイン
		×	その他 関連サービス	中	ノウハウ/サービス	-
	習い事・学校	×	集客	中	ノウハウ/サービス	1. 集客ポータル
		×	人材	中	ノウハウ/サービス	1. 採用ポータル 2. 人材派遣/紹介会社/キャリアデザイン
		×	その他 関連サービス	低	ノウハウ/サービス	-

## 事業成長及びM&Aの資金調達方針

- 事業成長・M&A資金は、有利子負債比率の引き上げにより調達。レバレッジ効果によるWACC（加重平均資本コスト）の低減を図り、資本コストの最適化と企業価値向上を同時実現する



有利子負債比率を現状の15%から70%を目安として  
段階的に引き上げ、成長資金を確保していく方針

# 免責事項

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これら将来の見通しに関する記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予測に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- 上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限られるものではありません。
- また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。



POPER

