

2025年9月期 第2四半期

# 決算説明資料

株式会社Schoo (スクー) 2025年5月15日

(東証グロース市場 証券コード：264A)



## 2025年9月期 2Q業績

### 業績

- 売上高
  - 2Qが823百万円（前年同四半期比+22.9%）、上期累計で1,667百万円（+29.0%）
- 営業利益
  - 2Qが57百万円（前年同四半期比+87百万円）、上期累計が180百万円と安定的な黒字計上
- 新規顧客獲得と既存顧客取引拡大が想定通りに進捗せず、業績進捗は計画を下回る見込み

### KPI

- 契約社数は2,433社（前年同四半期比+5.5%）、ARPAは100千円/月（前年同四半期比+7.5%）となり、成長ペースがやや鈍化
- Net Revenue Churn Rateは1.00%と低水準を維持

## 2025年9月期 業績予想の修正

- 2Qまでの実績と足元の状況を踏まえ、上場日(24年10月22日)に公表した25/9期の業績予想を下方修正

— 売上高	：従来見通し	3,902百万円	⇒	修正見通し	3,361百万円
— 営業利益	：従来見通し	648百万円	⇒	修正見通し	270百万円

1	2025年9月期 通期見通し	25/9期 Forecast	4
2	2025年9月期 第2四半期業績	25/9期2Q Results	8
3	ミッション	Mission	15
4	市場環境と競争優位性	Market / Strengths	21
5	成長戦略	Growth Strategies	29
6	参考資料	Appendix	39

# 2025年9月期 通期見通し



2Qまでの実績と足元の状況を踏まえ、上場日(24年10月22日)に公表した25/9期の業績予想を修正。

(百万円)	24/9期 実績	25/9期 当初予想*1 (2024年10月22日)		25/9期 修正予想 (2025年5月15日)		
			前期比		当初予想比	前期比
売上高	2,852	3,902	+37%	3,361	△14%	+18%
営業利益	116	648	+458%	270	△58%	+133%
経常利益	87	609	+600%	236	△61%	+171%
当期純利益	184	503	+173%	142	△72%	△23%

## 業績予想の修正理由

### 売上高

- 当上期は前年同期比では増収となったが、さらなる成長を見込んでいた新規顧客獲得、既存顧客取引拡大が想定通りには進捗しなかったことから、売上高拡大への寄与が限定的となった
- 改善施策には既に着手中であるものの、リカーリング型収益モデルの特性上、短期的な業績挽回は難しく、中期での業績回復を見据え、通期業績予想の下方修正に至った

### 利益

- 前期比で営業利益・経常利益は増益見込みであるものの、上期の繰延税金資産の一部取り崩し等により、当期純利益は減益となる見通し

注：百万円未満切捨て、比率は四捨五入としている

注1: 上場日2024年10月22日に公表



新規顧客獲得・既存顧客取引拡大の両面から各種対策を講じることで、早期に成長力強化を図る。

## 解くべきテーマ

## 成長力強化の対応方針

### 新規顧客獲得

- ・ リスティング広告および検索流入以外の多様なリード獲得手法の開発
- ・ 対面学習との組み合わせなど、ニーズが多様化する顧客への対応



### 短期

- ・ 新たなマーケティング施策の検討と実行
- ・ ナーチャリング施策の強化
- ・ 販売代理パートナーの拡大

### 中長期

Schooならではの企業研修プログラムを開発し、「Schoo for Business」と組み合わせた人材育成ソリューションを提供

### 既存顧客取引拡大

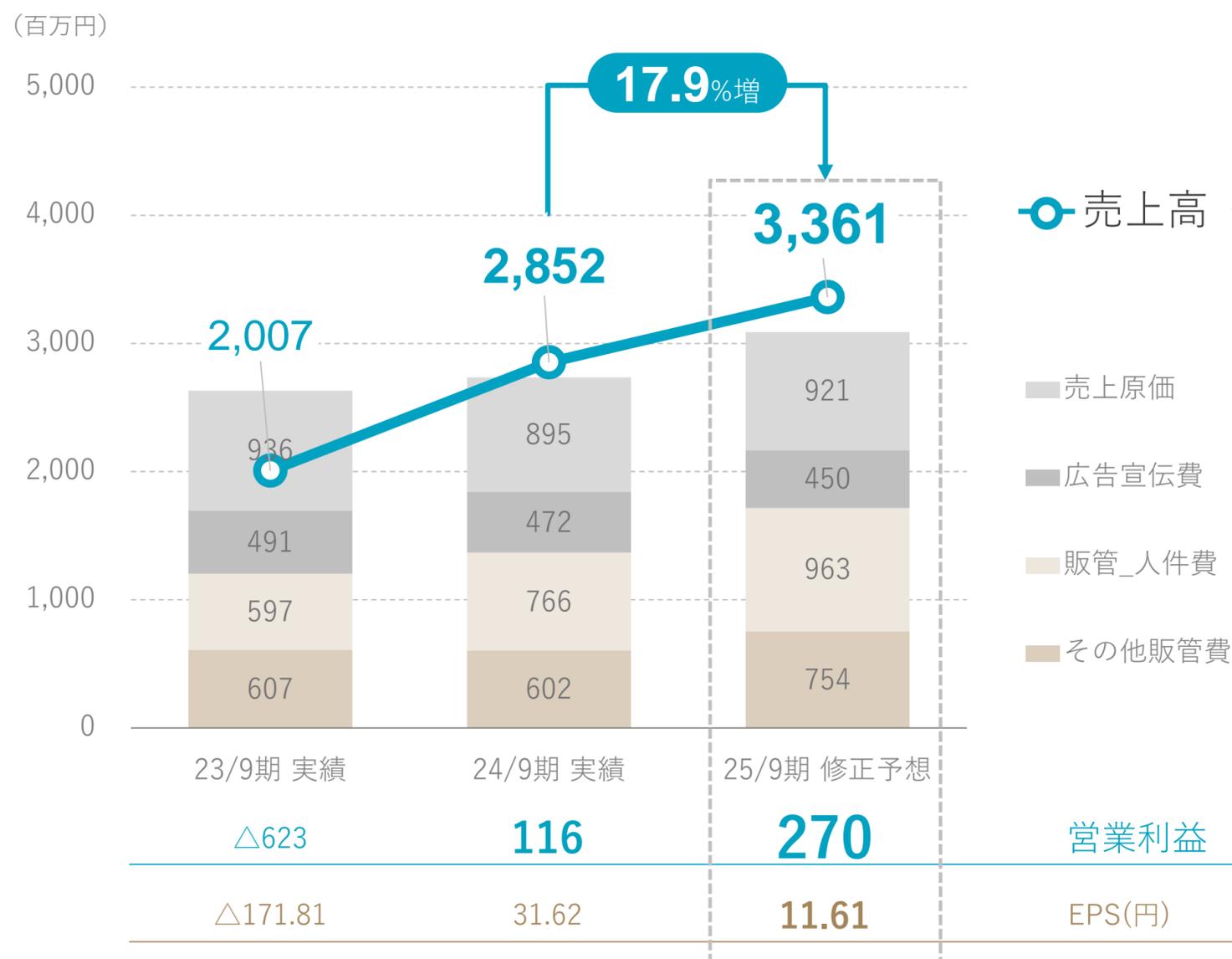
- ・ アップセルの再現性の確立
- ・ オプション商品のクロスセル推進



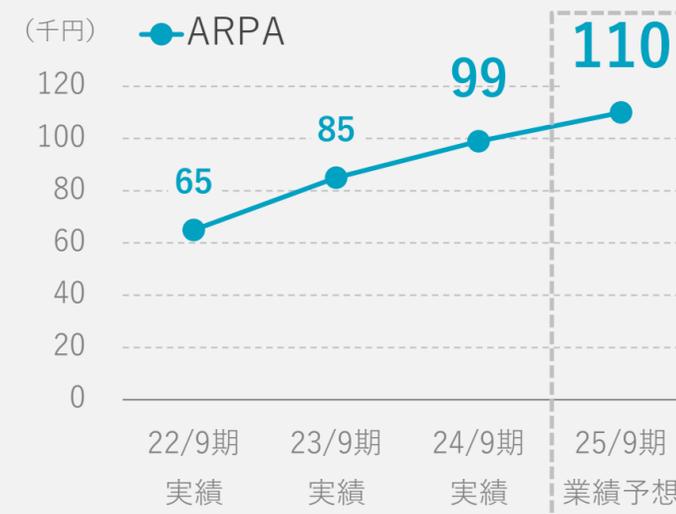
### 短期

- ・ 営業・CSの一体化を推進し顧客伴走力を強化

引き続き大企業を主要ターゲットとした新規獲得・アップセル推進の基本方針は変わらず。前述した成長力強化案を進めながら、計画達成を目指す。



- 24/9期は前期比**17.9%増**、25/9期は同**2.1%減**を見込む
- 25/9期は上期の新規獲得低調を受けて、微減
- ARPAの高い大企業の新規獲得、及びアップセル余地の大きな部分導入済み企業に対する取り組みは引き続き強化



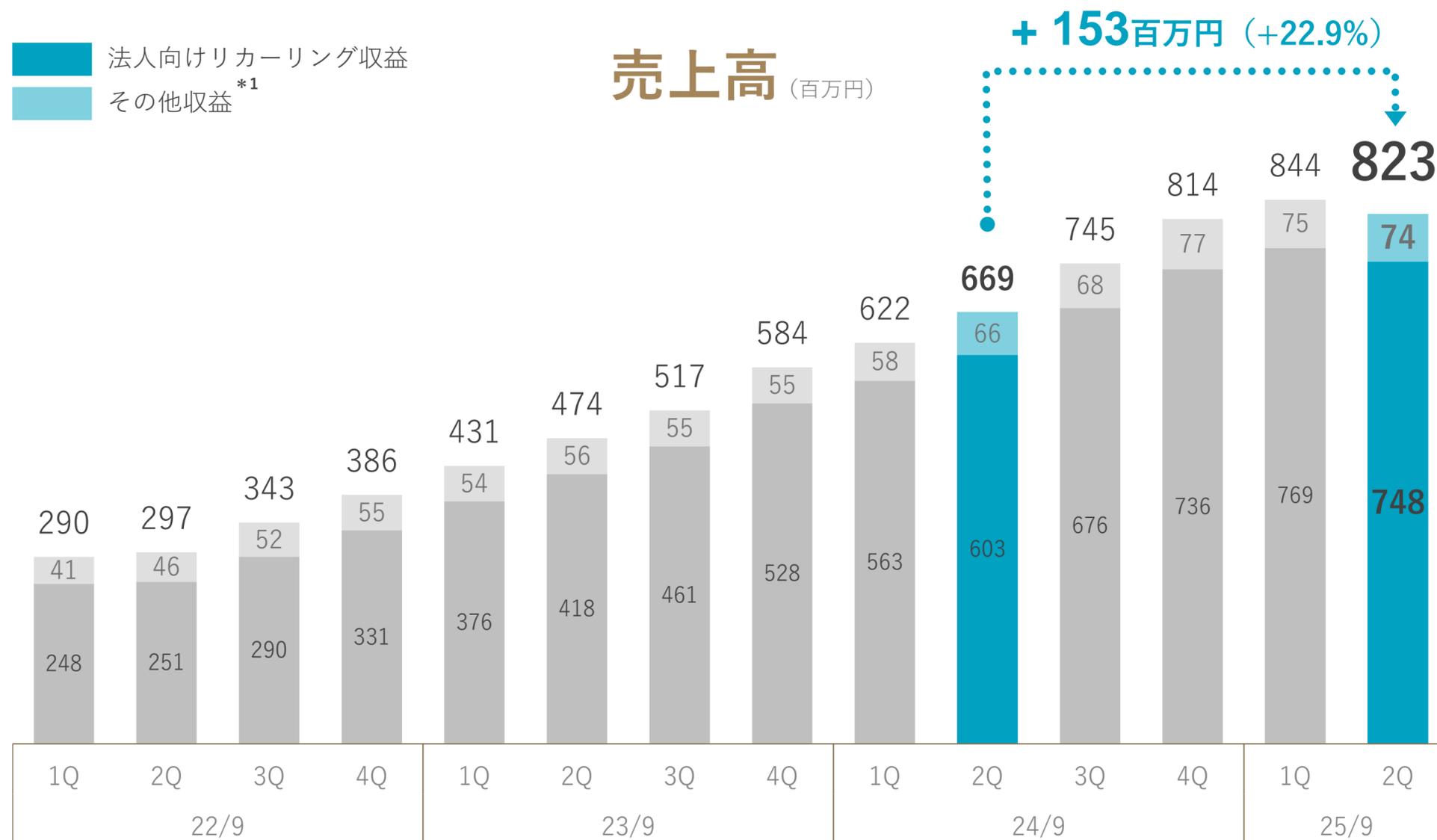
- 24/9期は前期比**16.4%増**、25/9期は同**11.1%増**を見込む
- 25/9期は、ARPAの高い大企業の新規獲得、及びアップセル余地の大きな部分導入済み企業に対する取り組みを強化し、引き続き堅調に推移する見込み

# 2025年9月期 第2四半期業績





売上高は前年同四半期比+22.9%（前年同期比+29.0%）となり、通期修正計画に対し50.0%の進捗率。



## 売上高の推移

- 今期2Qの売上高は823百万円**
  - ✓ 前年同四半期比で+153百万円 (+22.9%) と伸長。過去比で着実に積み上がっている
  - ✓ 一方で、新規顧客獲得・既存顧客取引拡大の遅れにより、成長率がやや鈍化。解約率は期初予想の範囲内に収まるものの、新規受注の鈍化により1Q対比で減少
- 2Q累計売上高は1,667百万円**
  - ✓ 前年同期比では+374百万円 (+29.0%)。大企業顧客を中心とした収益積み増しが成長に寄与

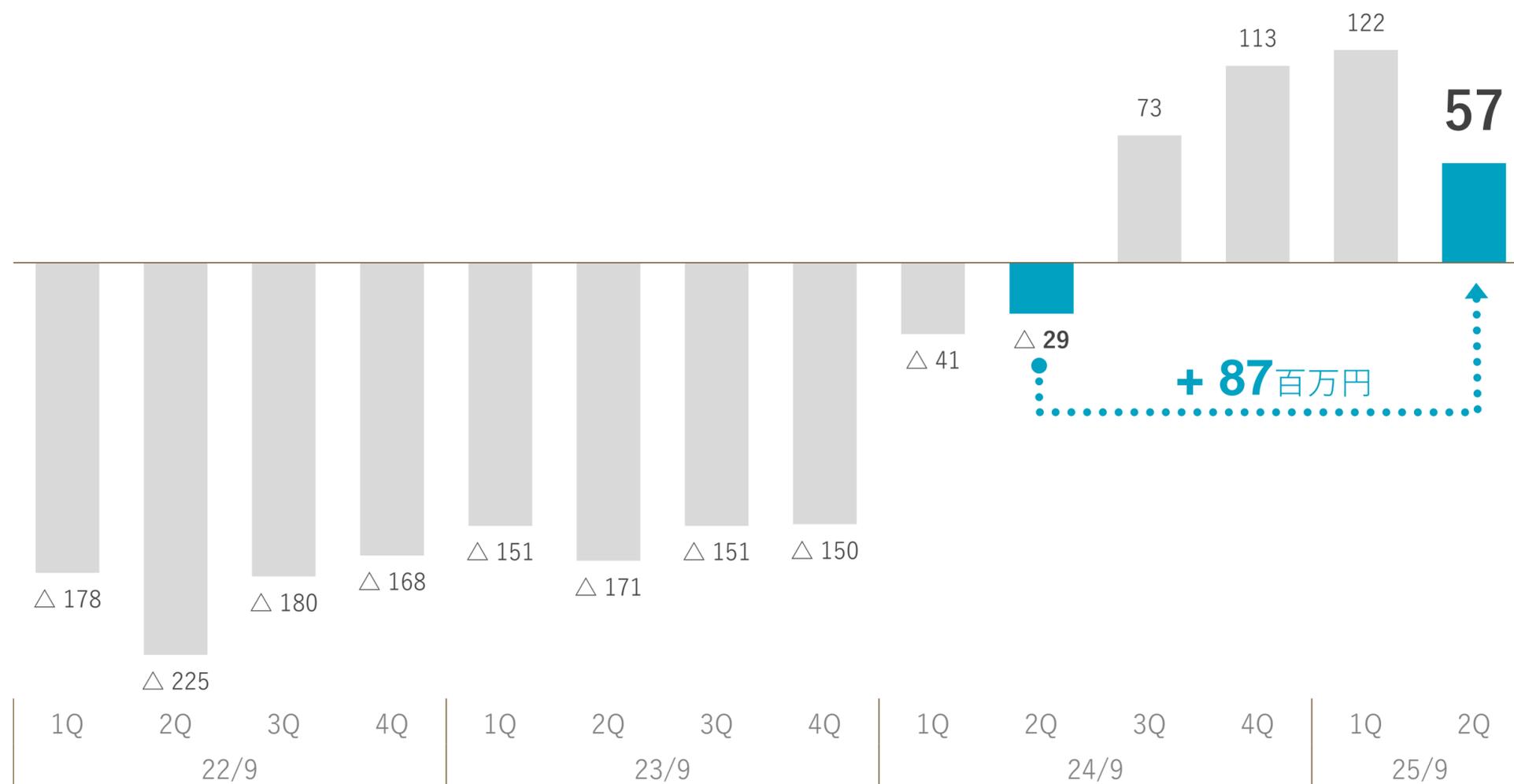
注：百万円未満は切捨てとした四半期会計期間の推移。なお、四半期財務諸表に対する監査法人のレビューは受けておりません

注1: その他収益には、法人向けスポット収益、個人向け収益、高等教育機関向け収益を内包



営業利益は、継続して四半期単位で黒字を維持。通期修正計画に対し66.4%の進捗率。

## 営業利益 (百万円)



## 営業利益の推移

- 今期2Qの営業利益は57百万円**
  - ✓ 売上高の増加に伴い、営業利益は前年同四半期比で+87百万円
- 2Q累計営業利益は180百万円**
  - ✓ 前年同期比では+250百万円となり、黒字転換
  - ✓ 前年同期比では、売上高の増加+29.0%に対して、変動費率が低い費用構造もあり、原価及び販管費の増加は+9.1%に抑制
  - ✓ 営業利益率は10.8% (24/9期末比+6.7ポイント) となり、収益性が向上

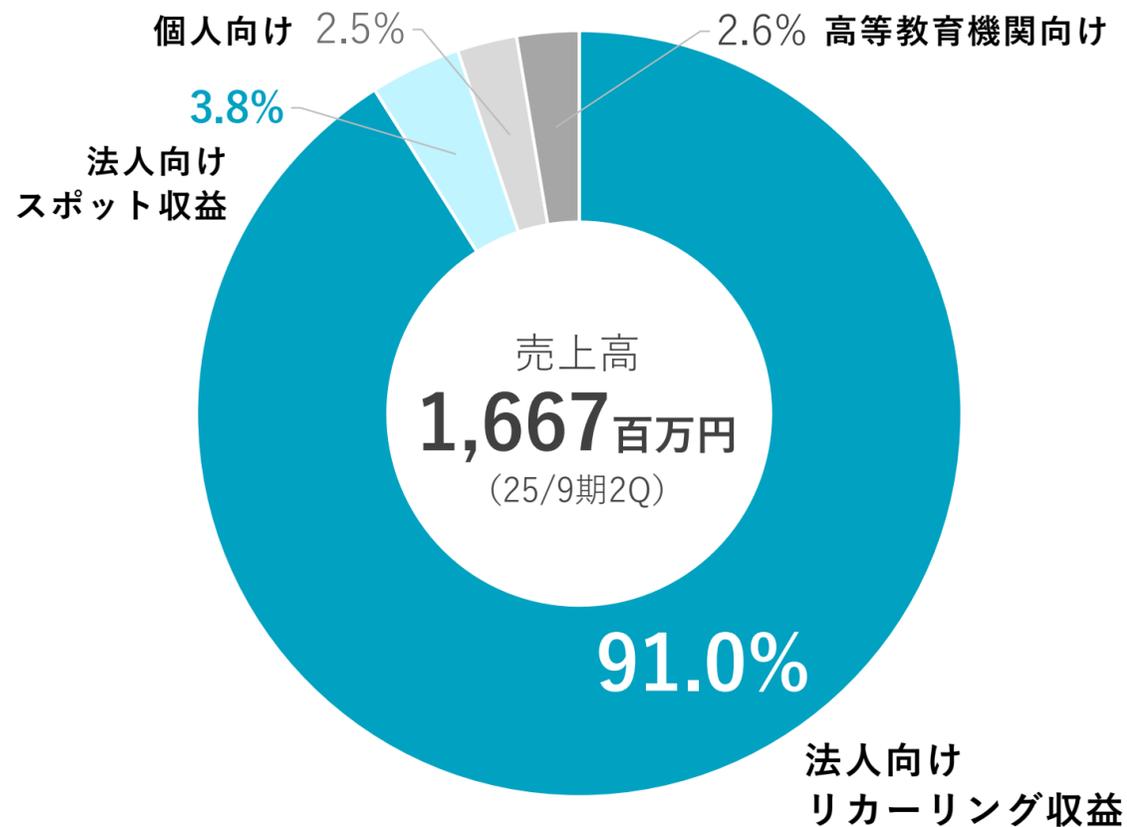
注：百万円未満は切捨てとした四半期会計期間の推移。なお、四半期財務諸表に対する監査法人のレビューは受けておりません



法人向けリカーリング収益が全社売上高の91.0%を占める。契約社数・ARPAの推移はやや鈍化しつつも、CAGRは10%超を維持。Net Revenue Churn Rateは引き続き低水準。

全社

## 売上高構成比<sup>\*1</sup>



法人向け

## ARR<sup>\*2</sup>

**29.4**億円  
CAGR**31.1%**

法人向け

## Net Revenue Churn Rate<sup>\*4</sup>

**1.00%**  
直近12ヵ月平均

法人向け

## 契約社数<sup>\*3</sup>

**2,433**社  
CAGR**12.0%**

法人向け

## ARPA<sup>\*5</sup>

**100**千円/月  
CAGR**17.1%**

注1: 25/9期2Qの全社売上高に対する各収益の比率を算出

注2: 年間定期収益。2025年3月時点のMRR（月次定期収益）245百万円に12ヵ月を乗じて算出した直近MRR実績から試算するARR、2023年3月時点から2025年3月時点の2年間CAGRを記載

注3: 2025年3月時点における法人向け導入社数、2023年3月時点から2025年3月時点の2年間CAGRを記載

注4: 既存顧客のアップセル/ダウンセルを考慮した解約率。法人向けサービスのリカーリング収益のアップセル(既存顧客からのID数増加)を考慮した2025年3月時点の直近12ヵ月平均値

注5: 1顧客当たりの平均売上金額。2025年3月時点における法人向け導入社数から得たリカーリング収益の1社あたり平均値、2023年3月時点から2025年3月時点の2年間CAGRを記載

2Q累計の売上高は1,667百万円（前年同期比+374百万円）、当期純利益は69百万円（前年同期比+152百万円）となり、黒字を維持。

(百万円)	24/9期 通期実績	25/9期 修正予想	25/9期 2Q実績 <sup>*1</sup>	前四半期比 <sup>*2</sup>		前年同期比 <sup>*3</sup>		業績予想比
				増減額	増減率	増減額	増減率	進捗率
売上高	2,852	3,361	1,667	△21	△3%	+374	+29%	50%
リカーリング収益	2,734	-	1,602	△21	△3%	+357	+29%	-
うち法人向け	2,581	-	1,517	△21	△3%	+350	+30%	-
スポット収益	118	-	65	△0	△1%	+17	+35%	-
売上原価	895	921	420	△3	△2%	△34	△8%	46%
売上総利益	1,957	2,439	1,247	△17	△3%	+409	+49%	51%
販管費	1,841	2,168	1,067	+46	+9%	+159	+18%	49%
営業利益	116	270	180	△64	△53%	+250	-	66%
経常利益	87	236	153	△42	△44%	+235	-	65%
当期純利益	184	142	69	△66	△98%	+152	-	49%

注：百万円未満切捨て、比率は四捨五入

注1: 2025年5月15日に公表

注2: 25/9期 1Qとの対比

注3: 前年度24/9期 2Q累計との対比

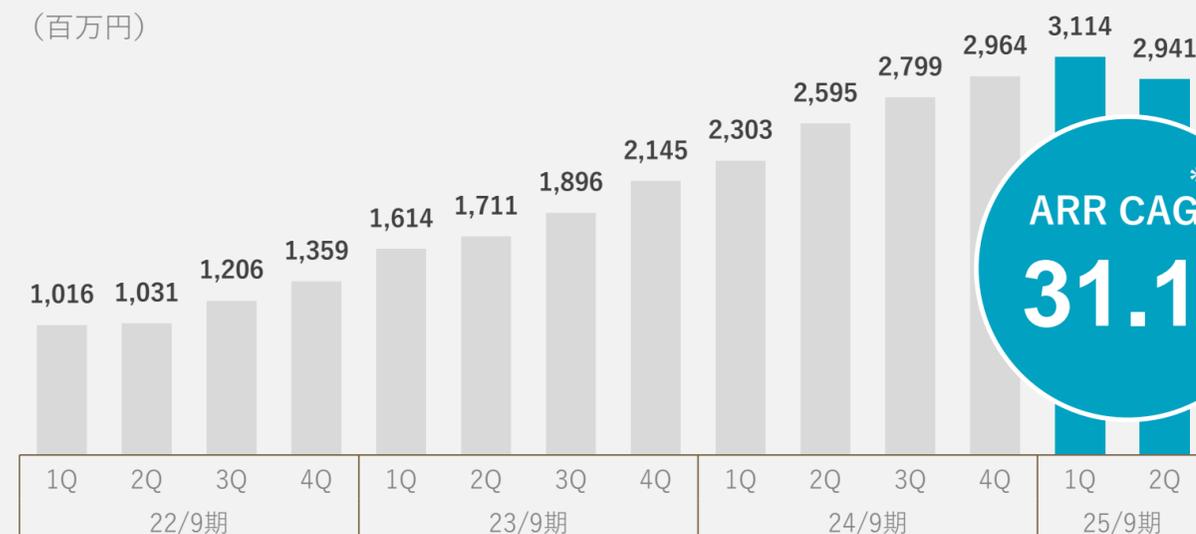
全社売上高の約9割が、法人向けリカーリング収益で構成。売上低調の影響により2Q末におけるARR<sup>\*1</sup>は2,941百万円、ARR CAGRは31.1%で1Q比で成長ペースがやや鈍化。

(百万円)

項目	25/9期 2Q実績	構成比
全社売上高	1,667	100.0%
└ 学び手	1,623	97.4%
└ リカーリング収益	1,559	93.5%
<b>POINT</b> └ うち、法人向け	<b>1,517</b>	<b>91.0%</b>
└ うち、個人向け	41	2.5%
└ スポット収益	63	3.8%
└ 教え手	43	2.6%
└ リカーリング収益	42	2.5%
└ スポット収益	1	0.1%

## 法人向けリカーリング収益 ARR<sup>\*1</sup> の推移

(百万円)



$$\begin{aligned}
 & \text{MRR} = \text{ARR} \div 12 \text{ ヶ月} \\
 & \text{245 百万円} = \text{2,433 社} \times \text{ARPA} \\
 & \text{ARPA} = \text{100 千円}
 \end{aligned}$$

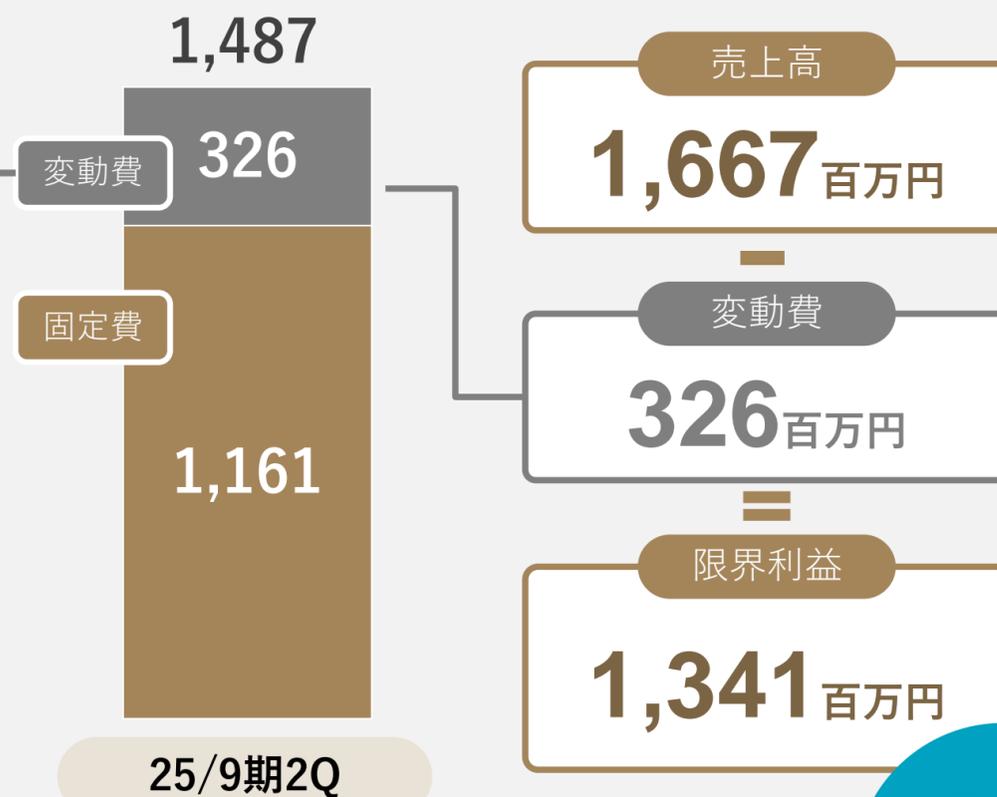
注1: 2025年3月時点のMRR 245百万円に12ヵ月を乗じて算出した直近MRR実績から試算するARRを記載

注2: 2023年3月時点から2025年3月時点数値の2年間CAGR (年平均成長率) を記載

授業の企画編成制作、システム開発、法人向けの人件費・外注費が費用の多くを占める。限界利益率は約8割と高く、トップラインが成長すれば収益性が改善する費用構造にある。

原価及び販管費	項目	主な費用の内容	区分 <sup>*1</sup>
<p>売上原価</p> <p>販管費</p> <p>1,487</p> <p>57</p> <p>232</p> <p>142</p> <p>△12</p> <p>268</p> <p>435</p> <p>128</p> <p>234</p> <p>25/9期2Q</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通信費 (3.9%)</li> <li>労務費 (15.6%)</li> <li>外注人件費 (9.6%)</li> <li>その他原価 (△0.8%)<sup>*2</sup></li> <li>広告宣伝費 (18.1%)</li> <li>人件費 (29.3%)</li> <li>外注費 (8.7%)</li> <li>その他販管費 (15.7%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クラウドサーバー利用料等</li> <li>システム開発、放送現場人員</li> <li>システム開発人員</li> <li>賃借料、地代家賃等</li> <li>多くが運用広告費</li> <li>CS、コーポレート等人員</li> <li>各種外注委託費等</li> <li>支払手数料・支払報酬料等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>変動費</li> <li>固定費</li> <li>固定費</li> <li>固定費</li> <li>変動費</li> <li>固定費</li> <li>固定費</li> <li>固定費</li> </ul>

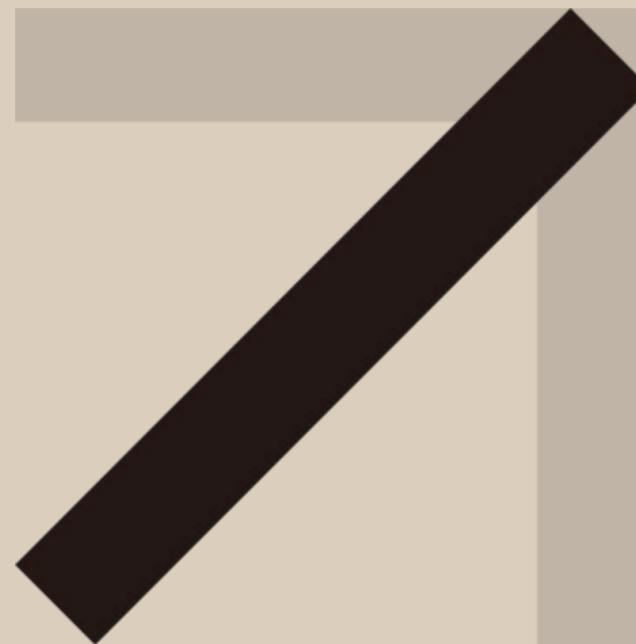
## 固定費分解と、限界利益率



注1: 通信費及び広告宣伝費を変動費と見做して限界利益率を算出しているが、広告宣伝費は必ずしも売上高と連動せず、一方で一部固定費は売上高の増加に応じて一定の積み増しが必要となる場合がある点にご留意ください

注2: その他原価には他勘定振替高を含むため、マイナス

ミッション



創業より一貫して、すべての人が学び続けられる社会の実現を目指してきた。

## Schoo

### 「世の中から卒業をなくす」

人は学ぶことで生きる知恵を身につけ、技術を革新させ、進化してきました。

「学び」には終わりはなく、学び続けることで社会が抱えている課題の解決速度が圧倒的に加速します。

一方で、時間や場所、コスト、モチベーションなど、「学び」の障壁となるものもたくさんあります。

これらの障壁を取り除くことで、すべての人が学び続けられる世界をつくるのがSchooの使命です。

このミッションに伴い、“SCHOOL”の「終わりの“L”をなくす」ことで、Schooという社名は生まれました。

# 社会背景

少子高齢化というトレンドから、日本国内での社会人教育の重要性は飛躍的に拡大している。

少子高齢化 × デジタル技術の進化

Market Trend

**法人**  
終身雇用モデルの限界  
デジタル人材の採用難航

**個人**  
働き方の多様化  
キャリアオーナーシップの重要性拡大

**高等教育機関  
社会人教育事業者**  
顧客母集団の減少  
ビジネスモデルの転換必須

国主導のリスキリング政策でさらに加速

Mission

自発的に学びイノベーションを  
主導する従業員に溢れた  
新しい企業の形

すべての人がいつでもどこでも  
学ぶべきことを学べる社会

社会人や海外人材を  
取り込める少子高齢時代の  
教育機関モデルへ転換

世の中から卒業をなくす

# 事業展開

社会人教育市場の変化に、網羅的に対応できるビジネスポートフォリオを展開。

Category

学び手

教え手

Customer

法人向け

個人向け

高等教育機関・  
社会人教育事業者向け

Product/  
Business



 **Schoo**  
for Business  
オンライン動画研修  
プラットフォーム

 **Schoo**  
for Personal  
コミュニティ型  
動画学習サービス

**SchooSwing**  
データ活用型ラーニング  
マネジメントシステム

リカーリング型中心の収益モデル

\*1  
売上高  
構成比 **94.9%**

\*1  
売上高  
構成比 **2.5%**

\*1  
売上高  
構成比 **2.6%**

全社売上高のうち91.0%が法人リカーリング収益

Key figure  
(2025年3月末時点)

契約社数 **2,433**社

会員 約**101**万人<sup>\*2</sup>

**11**件

注1: 25/9期2Qの全社売上高に対する各収益の比率を算出  
注2: 個人会員数には、法人契約しているアカウントを除く値を集計

研修・自発学習支援から学習管理までオールインワン

## オンライン動画研修 プラットフォーム

ビジネススキルからデジタルスキル・階層型研修まで、幅広いジャンルの動画学習コンテンツと企業内学習に必要な機能が充実。あらゆる人材育成ニーズに対応したオールインワンサービスです。



### Key Features

- 録画受講
- 生放送受講
- 研修作成
- 受講管理
- オリジナル動画管理
- 集合学習機能
- 文字起こしコンテンツ
- スマホアプリ
- 動画ダウンロード



# 法人向け 法人向けのマネタイズモデル

SaaSとしての継続収益を基盤に、オプション販売によるARPAの最大化を追求している。

## 1 継続収益（リカーリング）

**1,650** 円/月  
月額利用料金 1IDあたり

24/7より  
**10%**  
値上げ実施<sup>\*1</sup>

- 月額利用料金のため、例えば50IDの契約の場合には年間99万円
- ボリュームディスカウントテーブルとなっており、1社あたり100IDの契約の場合には1,600円、300IDの契約では1,500円と1IDあたりの金額は減少
- 最少20ID以上の申し込みで10ID単位での契約
- 2024年7月以降の契約開始分に対しては1,500円から1,650円に価格改定

## 2 初期収益（ショット）

**11** 万円  
初回契約時1社あたり

- 初回導入時の初期費用

## 3 オプション収益（ショット）

**1~9** 万円  
オプション料金 1IDあたり

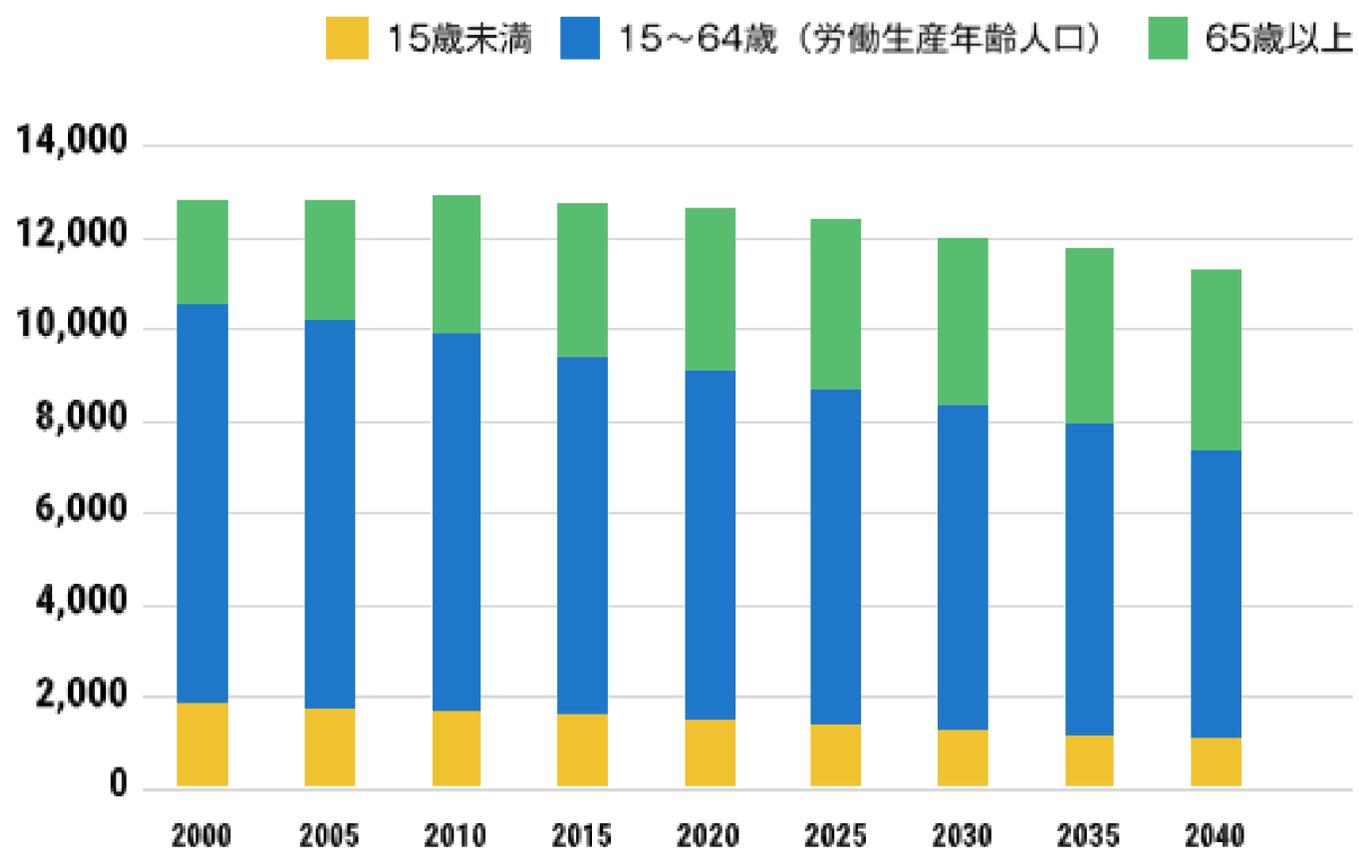
- 特に従業員数600名以上の中堅・大企業顧客に向けた、顧客の課題に寄り添った個別コンサルティングによる利用促進施策、顧客課題に特化したプログラムを提供する集合学習による企業内大学設置など、企業ニーズに対応
- 金額は提供内容、導入規模、タイミングによって変動

# 市場環境と競争優位性

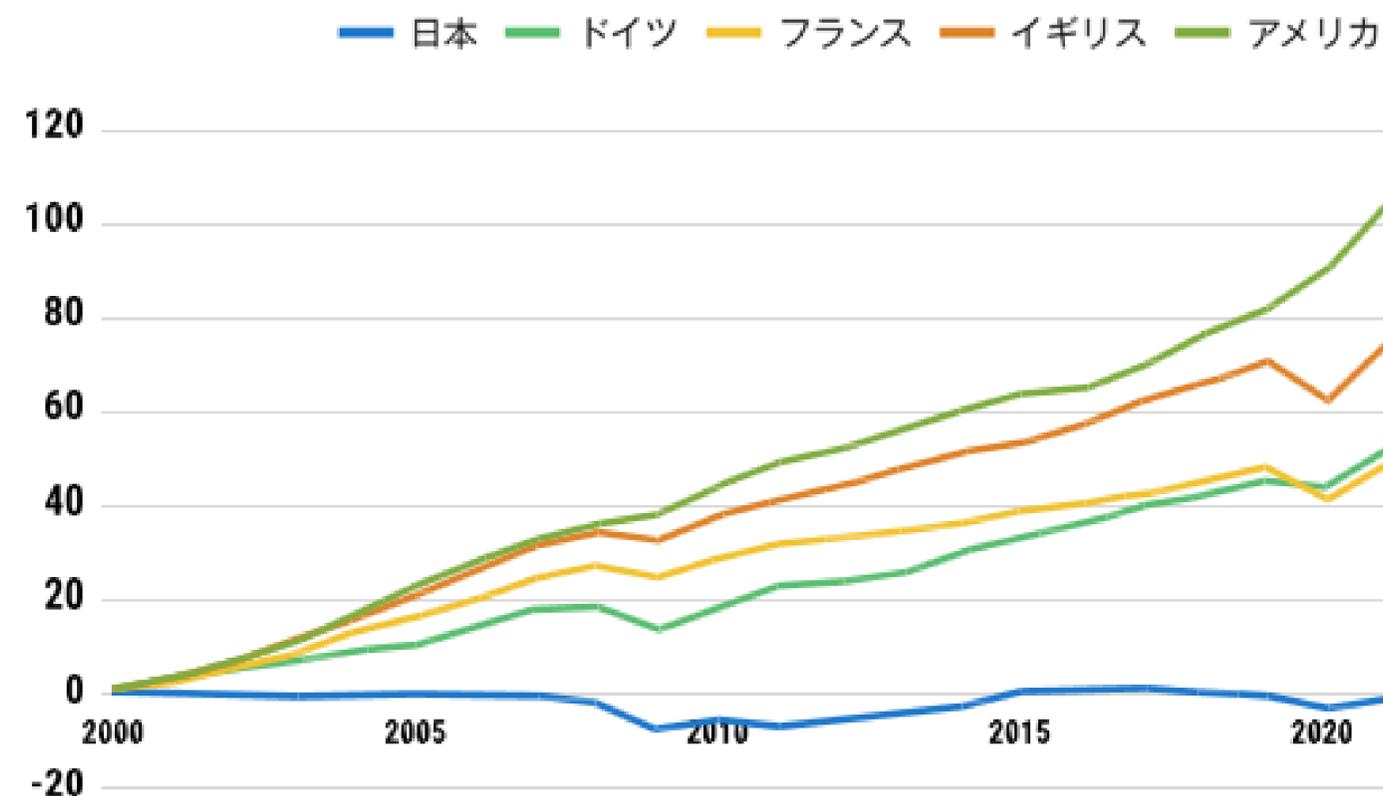


労働生産年齢人口の減少が加速する一方で、日本の労働生産性は停滞が続いている。

## 年齢階級人口 <sup>\*1</sup>



## 名目労働生産性の推移 <sup>\*2</sup>



注1: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(令和5年推計)」より算出

注2: 厚生労働省「令和5年版 労働経済の分析 - 持続的な賃上げに向けて - (本文掲載図表バックデータ)」より算出

少子高齢化から起こる「人手不足」によって、  
人材の採用だけでなく「育成と定着」の必要性が高まり続けていく。

## 時代の潮流

### 人材不足・流動化促進や多様な働き方に対応する機運

社内人材のリスキリングと定着支援が重要な時代に

### 人材の採用

優秀な人材の確保による  
企業成長へのコミット

事業者例

人材紹介

人材派遣



### 人材の育成・定着

優秀な人材の育成と定着による  
企業成長へのコミット

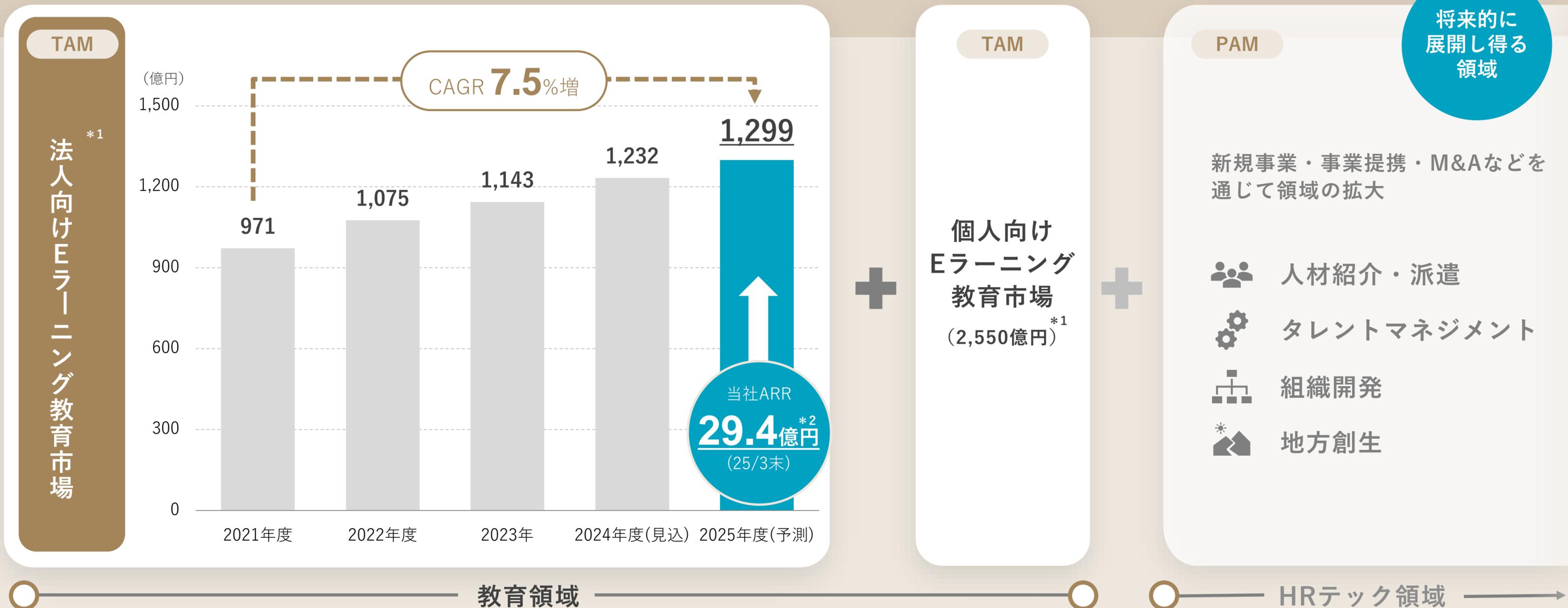
事業者例

タレント  
マネジメント

リスキリング

当社領域

既存事業は、約1,300億円と言われる法人向けeラーニング教育市場に属するが、全ての人が学び続ける社会の実現に向けては、より広大なTAM/PAMが存在。



注1: 矢野経済研究所: 「2025 eラーニング/デジタル教育ビジネスレポート」より、eラーニング/デジタル教育市場規模推移(見込及び予測は矢野経済)を参照

注2: 2025年3月時点のMRR 245百万円に12ヵ月を乗じて算出した直近MRR実績から試算するARRを記載

コンテンツ・プロダクト・カスタマーサクセスを連動し、高い収益性と強い競争優位性を確立。

## コンテンツ

豊富な授業量、幅広いカテゴリー、社内製作

幅広いカテゴリーを網羅できる授業量、  
企画から制作まで内製で一気通貫

## ビジネスモデル

リカーリング収益

模倣困難なコンテンツ、スティッキネスのあるプロダクト  
信頼のおけるカスタマーサクセスで、継続収益を生み出す

## プロダクト

双方向の学び機能、「個人向け」で培った使いやすさ

生放送や集合学習機能などの、双方向性のある学び機能と  
個人向けにアジリティ高く開発してきた使いやすいプロダクト

## カスタマーサクセス

人事課題に寄り添う伴走支援

Schooサービスの利用促進だけでなく、その後の組織状態を  
見据えた提案、丁寧な伴走で、顧客の信頼を獲得

# 法人向け 豊富な動画コンテンツ<sup>\*1</sup>

社会人の多様な学習ニーズに答えられるラインナップを網羅。  
ほぼすべてのコンテンツを自社スタジオ・社内制作スタッフで内製。

## ビジネススキル

4,412本  
53.5%



## デジタルスキル

2,433本  
29.5%



## ライフリテラシー

731本  
8.9%



## リベラルアーツ

666本  
8.1%



注1: コンテンツ数は2025年3月末時点

# 法人向け 独自体験とUI/UXにこだわったプロダクト

双方向性を生かした学び続けられる仕組み・利用者視点での使いやすいサービス体験が特徴。



## みんなで一緒に受講できる 独自の仕組みで学習を継続

開催日時と参加者を指定するだけで、複数人で一緒に動画を受講できる「集合学習機能」など、双方向性を生かした学習体験を提供。“みんなで”学ぶからこそその学習効果と学習継続を目指している。



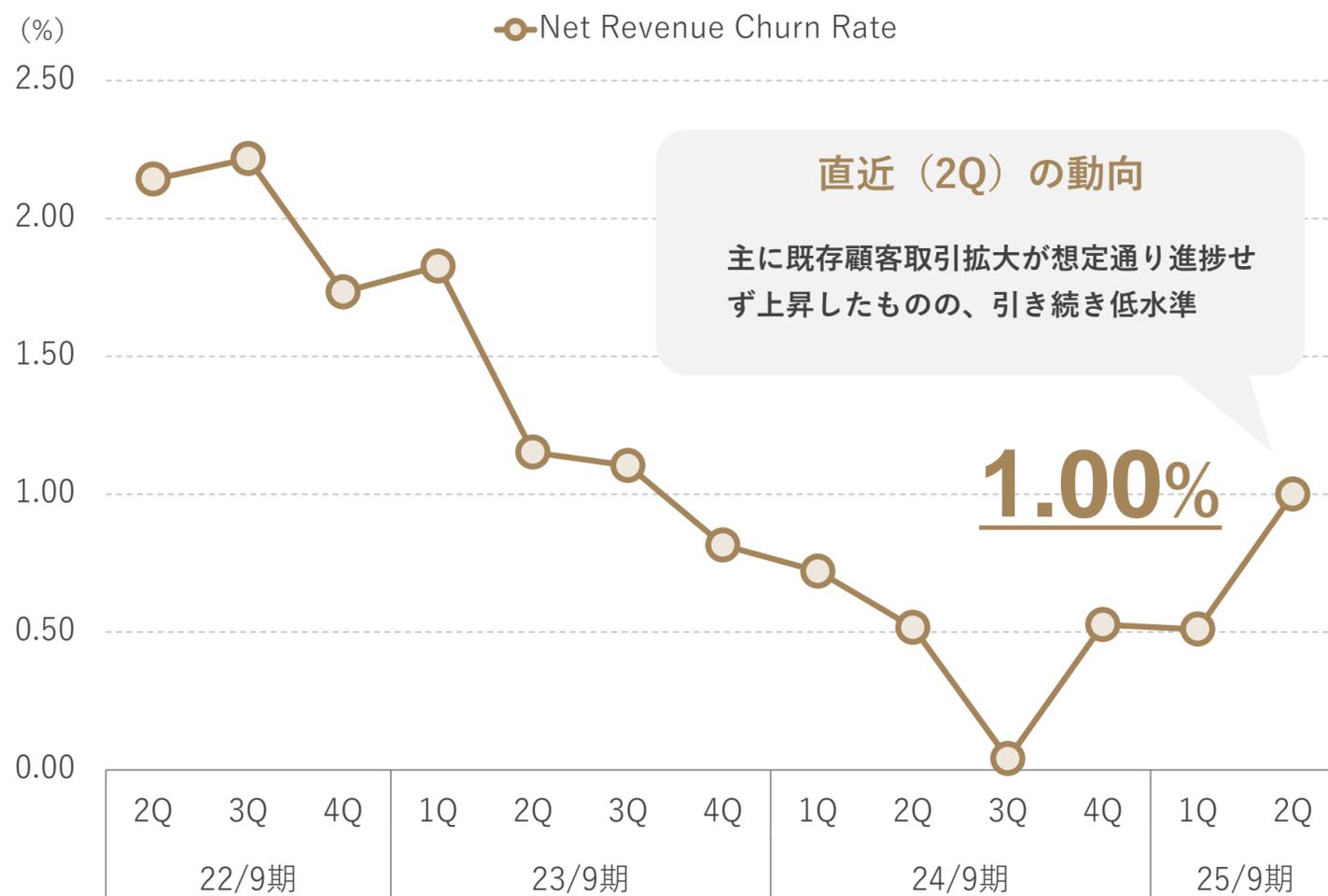
## 学習管理から受講画面まで 使いやすさにこだわった設計

個人向けサービスを同時提供しているからこそ実現できる「消費者目線でのプロダクトづくり」を徹底。学習管理ツールからスマホアプリまで、受講者や管理者が使いやすい体験を日々追及している。

# 法人向け “学び続ける” にこだわるカスタマーサクセス

学び続ける組織の課題に寄り添うカスタマーサクセスにより顧客満足度が向上し、高い継続率を実現。Net Revenue Churn Rate<sup>\*1</sup>は1.00%で、低水準を維持。

## Net Revenue Churn Rate の推移



## 「学び続ける組織づくり」にこだわった 伴走サイクル

担当者の徹底サポート  
コミュニティ施策  
作業代行オプション

課題の言語化

育成課題の深掘り  
徹底オンボーディング  
経営戦略に紐づけた人事施策

人事担当者支援

学び続ける  
組織づくり

課題解決の提案

利用促進施策の充実  
社内広報物制作  
ウェビナー、説明会

利用促進施策

課題解決サービスの提案  
集合学習、各種研修やゼミ  
企業内大学支援

注1：Net Revenue Churn Rateは、{ 今月新規法人MRR（当月獲得） - （今月総法人MRR - 前月総法人MRR） } / 前月総法人MRR の12ヵ月平均で算出

当社では、カスタマーサクセスが顧客の解約を防ぐ守りの視点だけではなく、顧客の利活用を促進し1顧客ID数増加のアップセルを重要視しているため、解約だけでなくアップセルの効果を反映する指標としてNet Revenue Churn Rateを採用

# 成長戦略



# 価値の源泉

個人向けで磨いた「受講者視点での学習体験」を、法人向けに販売する独自のモデルを確立。





SaaSプロダクトと、顧客課題に寄り添う商品をクロスセル。大企業顧客の更なる開拓を推進。

## 進化していく法人向けサービス

 **Schoo**  
for Business

サブスクリプション  
サービス

×

学習継続を支援する  
コンサルティング

顧客課題に特化した  
オンライン集合研修

オプションサービス

顧客満足の高まりにより  
新規顧客開拓・アップセル・クロスセルが加速

## GROWTH CYCLE

少子高齢化

マクロトレンドが  
変革の必然性を加速

## 変革期にある大企業

人的資本経営

DX推進

キャリア自律

リスキリング

 **Schoo**  
for Personal

受講者が満足できる  
プロダクト体験

市場変化から生まれる新しいニーズを  
反映したサービスへ更に進化

顧客の声を反映し、オンラインを中心とした研修サービスの拡充を推進。  
「Schoo for Business」と組み合わせ、多様化する企業の人材育成ニーズに応える

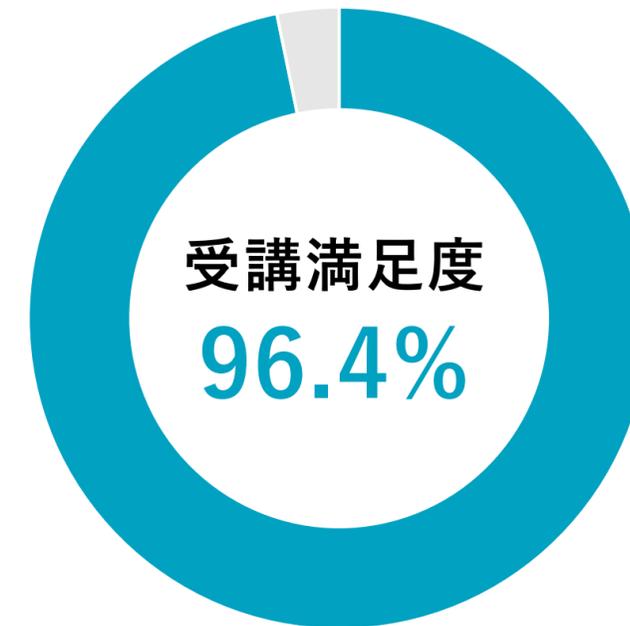
## 研修サービスの開発

オンライン対面型の集合研修サービス「ゼミ」を開発。  
同社が培ってきたノウハウを応用し、オンラインだからこそできる新しい研修体験を試行

### 「ゼミ」の全体構成



## 「ゼミ」の実績とこれから



- 2025年4月まで29社138名へ販売実績
- Excel×AI、会議進行、データ分析、資料作成、プロジェクトマネジメント、企画書制作などの内容を提供
- 受講後アンケート<sup>\*1</sup>では、受講満足度は96.4%と高い満足度を計測

今後、提供テーマの拡大やサービス開発へ更に注力し、「Schoo for Business」とのクロスセルを推進。既存顧客との取引拡大、新規顧客獲得につなげていく

注1: これまでに開催した8回のゼミ受講者のアンケート結果 (n=248人 ※延べ人数)



2Q末（3月単月）MRRは2.45億円、直近2年間のCAGRは31.1%。新規顧客獲得が振るわず、成長率はやや鈍化しているものの、契約社数、ARPAともに10%超の成長を維持。

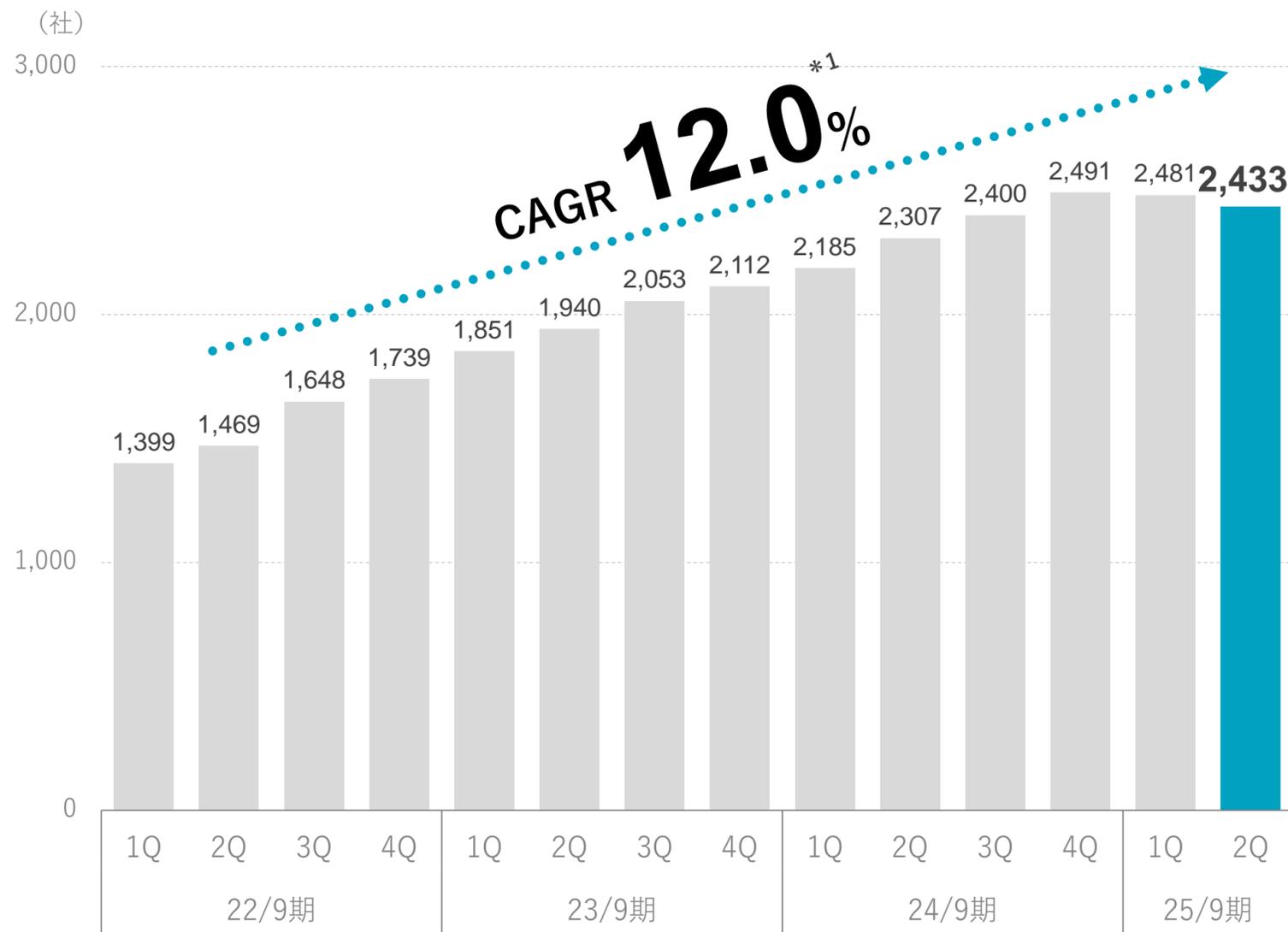


注1: 「MRR」は売上高に占める法人向けビジネスのリカーリング収益、「契約社数」から「ARPA」を試算したメトリクスを記載

注2: 2023年3月時点から2025年3月時点数値の2年間CAGR（年平均成長率）を記載

# 法人向け 契約社数の推移

2Q末においては微減となるも、CAGRは12%を維持。



## 直近（2Q）の動向と取組方針

### 直近の動向

- リスティング広告及び検索流入を主とした新規顧客獲得が想定通り進捗せず、契約社数は2Q末において微減
- 顧客ニーズ多様化への対応等の解くべきテーマに対して、対面学習との組み合わせなど、対応を進める

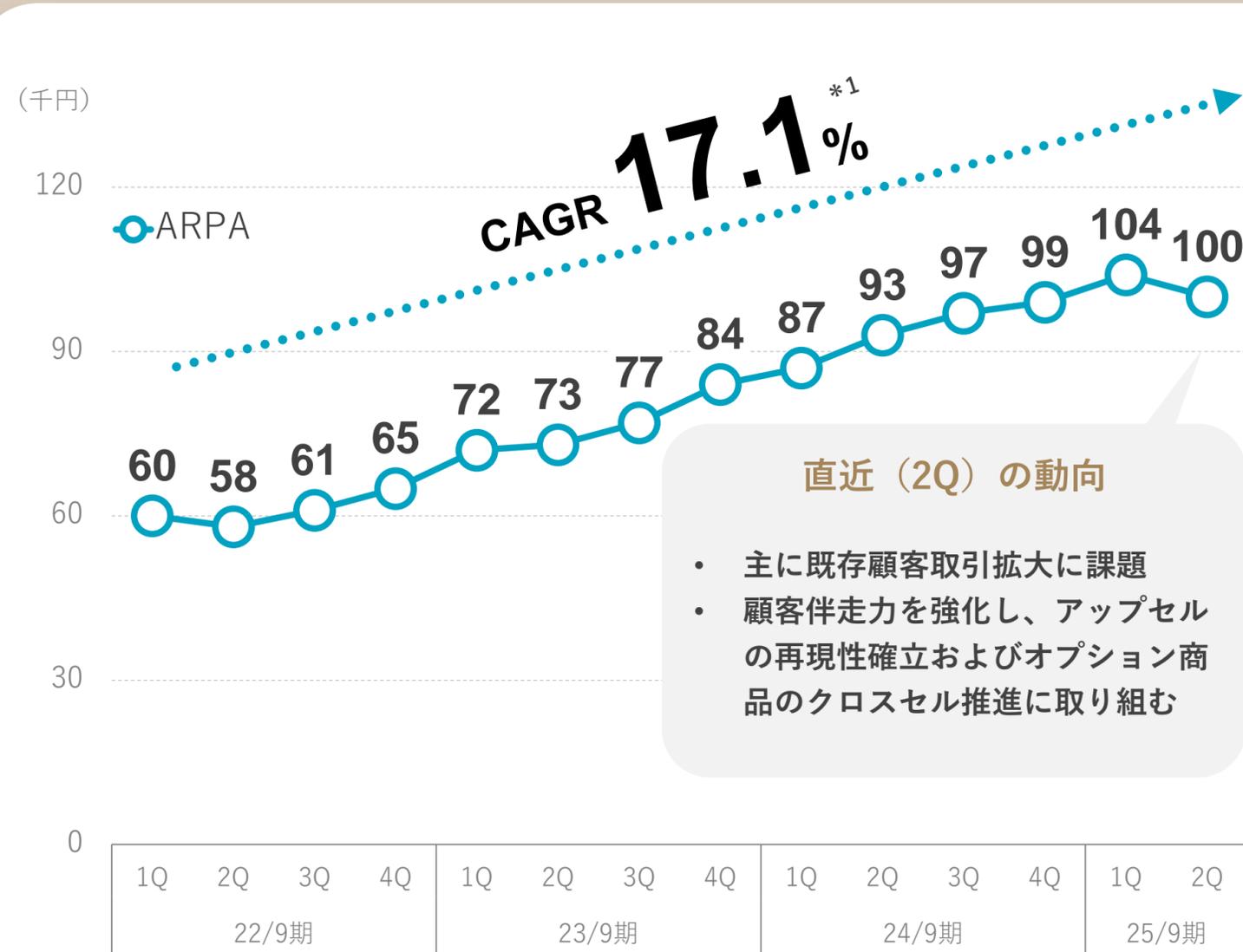
### 取組方針

- 1 新たなマーケティング施策の検討と実行
- 2 ナーチャリング施策の強化
- 3 販売代理パートナーの拡大
- 4 Schooならではの企業研修商品を開発し、「Schoo for Business」と組み合わせた人材育成ソリューションを提供

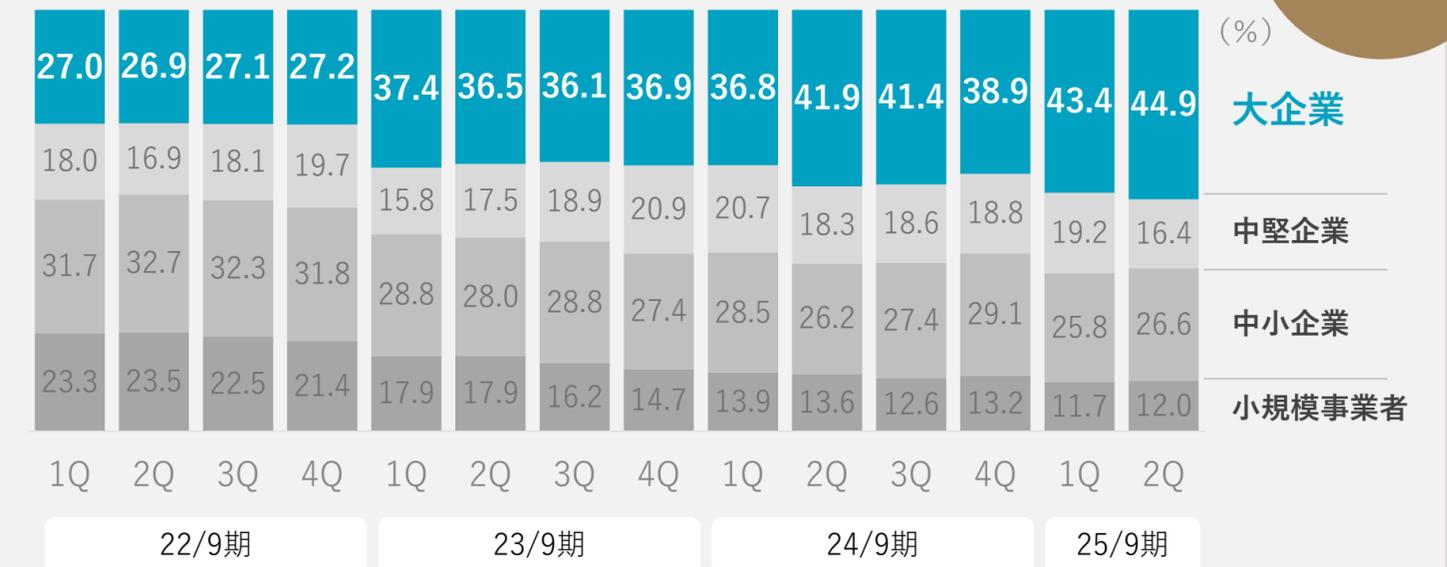
注1: 2023年3月期から2025年3月期の2年間CAGR（年平均成長率）を記載

# 法人向け ARPAの推移

大企業攻略や、サービスの利用深耕(全社導入化)から、短中期的なARPAの向上を継続する。



## ARPAの高い大企業の更なる導入を進める



単価増加

## 部分導入が進む大企業中心に全社導入を図る



顧客あたり利用  
ユーザー  
増加

注: ARPAは千円未満は切捨てとした各四半期末時点における金額

注1: 2023年3月時点から2025年3月時点数値の2年間CAGR(年平均成長率)を記載

注2: 導入企業の従業員数ごとに、当社として独自に顧客カテゴリを定義付け。「大企業」は2,000名以上、「中堅企業」は600~1,999名、「中小企業」は100~599名、「小規模企業」は99名以下。

各四半期末時点の法人向けリカーリング収益のうち、代理店経由で獲得したID数を除いた「大企業」「中堅企業」「中小企業」「小規模企業」のそれぞれの合計ID数を母数とした比率を算出



事業拡大を通じて積み上がる資産を活用し、国内社会人教育市場のNo.1を目指す。

個人

 **Schoo**  
for Personal

企業  
地方自治体

 **Schoo**  
for Business

高等教育  
機関など

**SchooSwing**

学び手の顧客基盤

教え手のパートナーシップ

事業拡大で積み上がる  
様々な資産

## マーケットプレイス

当社が抱える学び手に対して、パートナーの教え手が  
当社規定フォーマットでの学習プログラム販売を可能に



## 地域創生

学びの選択肢がさらに減少するエリアに対しても  
最適な学習を届け続けることができる仕組みの開発

日本国内で「社会人教育の第一想起」を獲得

# 地域創生に向けた取り組み



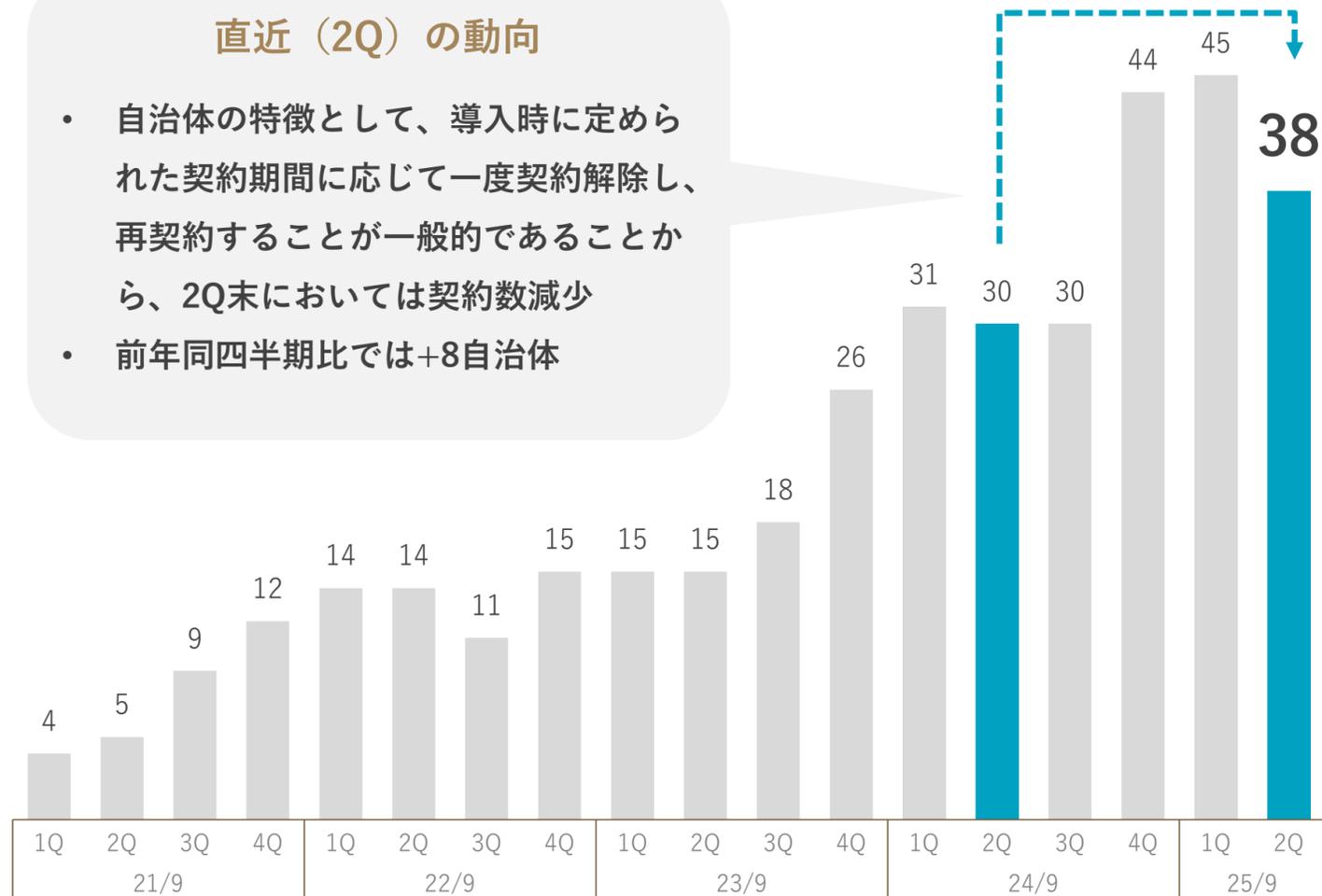
すべての地域で学び続けられる環境をつくるため、地方自治体との関係強化に注力。38自治体がサービスを導入。

## 地方自治体への導入件数<sup>※1</sup>

### 直近（2Q）の動向

- 自治体の特徴として、導入時に定められた契約期間に応じて一度契約解除し、再契約することが一般的であることから、2Q末においては契約数減少
- 前年同四半期比では+8自治体

+ 8自治体 (+ 26.7%)



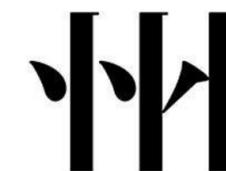
## 福岡市にサテライトオフィスを設置

2025年3月に「KYUSYU Schoo SITE」福岡オフィスを設置

### 背景・目的

- 学び続ける社会の構築と社会課題の解決を目指し、各地域との連携を強化しており、特に九州地域における取組が加速。
  - ✓ 2024年8月に鹿児島県日置市と連携協定を締結
  - ✓ 2024年11月に熊本県芦北町と連携協定を締結
- 更に拡大していくために、熊本市に続く2拠点目として福岡市に拠点を増設。対面接点を強化し、顧客獲得を推進していく

学びをたずさえ、共に試みる



KYUSYU Schoo SITE

注1: 各四半期末時点で「Schoo for Business」を導入している自治体数をカウント

# 新サービス「LoLLL(ロール)」 ※1

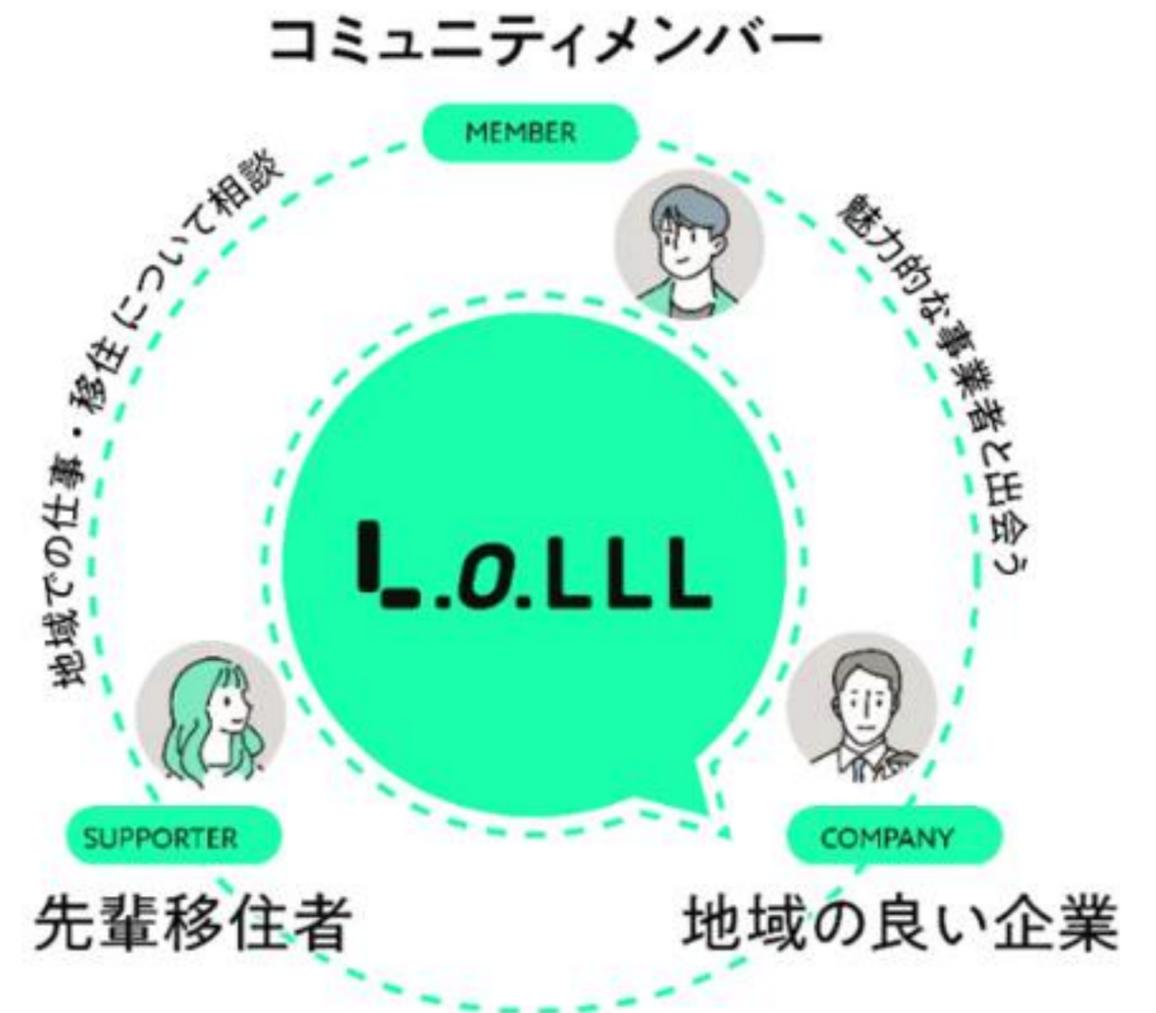
2025年2月4日に、都市部人材と地域企業をつなぐコミュニティ型移住転職サービスをリリース。  
仮説検証段階のため、現時点での業績影響は軽微。

## サービス概要

「いつか地域で働きたい」と考えている都市部人材をコミュニティ化し、地域の良い企業とマッチングする移住転職サービス。

移住検討者はサービス登録することで、オンラインコミュニティへの参加、限定イベント参加、キャリアコンサルタントによるキャリア開発支援、Schooを利用した地域で働くためのスキルアップ支援などを無料利用することが可能。

移住転職に至った際には、受入企業から紹介手数料を受け取るモデル



# 参考資料





「世の中から卒業をなくす」をミッションに、オンラインでの社会人教育に取り組んできた。



**会社名**

株式会社Schoo（スクー）

**住所**

東京都渋谷区鶯谷町2-7 エクセルビル4階

**事業内容**

インターネットでの学びや教育を起点とした社会改革

**従業員数**

**176人**（ほか臨時雇用者数40人、2025年3月末時点）

※ 臨時雇用者数：アルバイト、人材会社からの派遣社員を含む

営業及びカスタマーサクセス**69人**  
 ／企画開発**64人**／マーケティング及び管理部門**43人**



代表取締役社長 CEO

**森 健志郎**

1986年大阪生まれ。2009年近畿大学経営学部卒業。2009年4月、株式会社リクルートメディアコミュニケーションズで広告の企画制作に従事。当時、社内研修で視聴したeラーニングに疑問を抱き「今の技術ならもっと良いものが作れるはず」と、2011年10月、24歳で同社を創業し代表取締役に就任。



多様な業界経験、多様な世代のメンバーで経営を推進している。



代表取締役社長  
CEO  
**森 健志郎**

株式会社リクルートメディアコミュニケーションズにて、広告の企画制作に従事。その後、2011年に24歳で当社を創業し代表取締役社長に就任。



取締役  
執行役員COO  
**古瀬 康介**

日本電気株式会社に入社後、株式会社リクルート、株式会社リクルート住まいカンパニーを経て、2018年に当社へ入社、同年取締役（COO）に就任。



取締役  
執行役員CFO  
**中西 勇介**

株式会社白元に入社後、現株式会社十八親和銀行、株式会社ミスミ、株式会社サイカを経て、2020年に当社へ入社、翌年取締役（CFO）に就任。



独立社外取締役  
**保科 剛**

日本ユニシス株式会社に入社し、同社CTOも歴任。その後、チャンネルベンチャーズ株式会社を経て、2020年に株式会社Tを設立。現在はDX支援やエンジェル投資を手掛ける。



社外取締役  
**和田 圭祐**

フューチャーベンチャーキャピタル株式会社に入社後、国内外の投資関連業務に従事。その他複数のVC立ち上げにも携わる、2010年にインキュベイトファンドを設立し、代表パートナーに就任。



常勤監査役  
**服部 有希**  
公認会計士

有限責任監査法人トーマツに入所後、国内監査事業部にて監査業務に従事。2021年に当社へ入社、同年常勤監査役に就任。



社外監査役  
**藤本 健一**  
弁護士

弁護士登録後、株式会社ヤフー、株式会社グリー等にて企業法務を中心に弁護士業務に従事。その後独立し、2020年より藤本・早崎法律事務所パートナー弁護士。



社外監査役  
**芹川 太郎**  
公認会計士

現EY新日本監査法人へ入所し、監査業務に従事。その後、ベイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド等を経て、2018年より株式会社トラックレコード代表取締役、芹川太郎公認会計士事務所代表。

## Schoo for Personal



無料の生放送授業と9,000本の録画見放題プラン

## 社会人向けコミュニティ型動画学習サービス

毎日、無料の生放送授業を開催しています。受講生代表（モデレータ）のサポートにより、講師と熱意ある個人ユーザーとの双方向授業が実現されています。生放送の録画は、月額980円で見放題です。

### Key Features

- 録画受講
- 生放送受講
- 文字起こしコンテンツ
- スマホアプリ
- 動画ダウンロード

## SchooSwing



対面・オンラインのハイブリッド教育を実現する

## データ活用型ラーニングマネジメントシステム

データの活用によって学びを可視化することで、教育の最適化を実現できる次世代型の学習プラットフォームです。大学をはじめとする高等教育機関や社会人教育事業者に特化した機能も充実しています。

### Key Features

- ライブ配信
- オンデマンド配信
- ハイフレックス授業
- Schoo録画授業視聴
- 教育・学習データ分析
- アクセスログ解析
- クラス管理
- 課題提出・テスト



無料の生放送と、9,000本の録画見放題プラン

## 社会人向けコミュニティ型 動画学習サービス

毎日、無料の生放送授業を開催しています。受講生代表（モデレータ）のサポートにより、講師と熱意ある個人ユーザーとの双方向授業が実現されています。生放送の録画は、月額980円で見放題です。



### Key Features

- 録画受講
- 生放送受講
- 文字起こしコンテンツ
- スマホアプリ
- 動画ダウンロード

## Schoo Swing



対面・オンラインのハイブリッド教育を実現する

## データ活用型ラーニング マネジメントシステム

データの活用によって学びを可視化することで、教育の最適化を実現できる次世代型の学習プラットフォームです。大学をはじめとする高等教育機関や社会人教育事業者に特化した機能も充実しています

### Key Features

- ライブ配信
- オンデマンド配信
- ハイフレックス授業
- Schoo録画授業視聴
- 教育・学習データ分析
- アクセスログ解析
- クラス管理
- 課題提出・テスト



# Schoo Swingの特徴

ハイブリッド教育へ簡単対応・学習データの取得分析・独自の双方向学習機能。



## 対面×オンラインの ハイブリッド教育へ対応

授業特性に合わせたオンライン・オフラインの学習体験を一つのツールで実現。ハイフレックス型、オンデマンド型、ブレンド型（対面・オンラインの組合せ）、BYODの対面型授業など、あらゆる授業形態に対応可能



## 学習データを取得・分析 授業と経営の質を向上

動画視聴、出席、課題提出、テスト結果など様々な学習ログを学生ごとに取得することができます。取得されたログはダッシュボードで可視化されるため、データにもとづいて教育活動の検証・分析を行うことが可能



## 独自の双方向学習機能で 学習者目線での教育を実現

コメント、リアクション、クイズなどの機能によって、学生の授業参加のハードルを下げ、より活発な双方向コミュニケーションを実現。オンラインであっても質の高い教育を実現するための支援を追求

# 法人向け 学びあいを促進する伴走支援事例

顧客の様々な人事課題を解決するために「学びあい文化の促進」を軸として、多方面かつ網羅的なカスタマーサクセス活動を展開。

## 契約ID：大 ハイタッチ

(専属CSによる伴走支援)



### 企業内大学支援<sup>\*1</sup>

人材戦略実現を加速する参加型学習コミュニティ「企業内大学」の開設・運用を支援。自律学習と学び合いによる組織の活性化、エンゲージメント向上とイノベーション創出を支援。

## 契約ID：中 ロータッチ

(ウェビナーなどによる1:N支援)



### 管理者向けウェビナー

管理者限定でウェビナーや運用にまつわる相談会を定期開催。リアルな運用事例と成功への道筋を共有し、効果的なPDCA実行を支援。

## 契約ID：小 テックタッチ

(Webツールを用いたノウハウ提供)



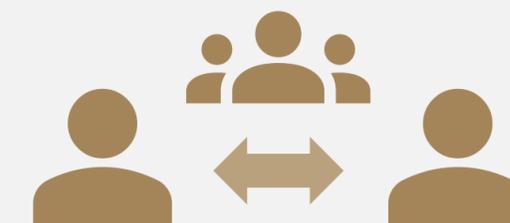
### 運用ポータルサイト

運用担当者向けの運用ポータルサイトを提供。人材育成・組織活性化のヒント、「お悩み別運用ナビ」など、さまざまなノウハウを掲載し、導入企業のサービス活用を支援。

## 全企業

### コミュニティタッチ

(人事同士のつながりの場の提供)



### 人事コミュニティ

管理者専用のコミュニティを提供。活動を通じて「人事を1人にしない」支援体制を構築。ユーザー同士で悩みを相談できる掲示板や、成功事例を共有できるイベント施策などで人事担当者を支援。

注1：顧客へのサービス提供の一例。支援内容は各顧客の課題に応じて最適化し、個別にご提案。

## MRR

月次定期収益（Monthly Recurring Revenue）。  
対象月の月末時点におけるストック収入合計値。

## ARR

年間定期収益（Annual Recurring Revenue）。  
各期末時点におけるMRRを12倍して算出。

## 契約社数

法人向けビジネスの顧客社数。

## Net Revenue Churn Rate

既存顧客のアップセル/ダウンセルを考慮した解約率。  
 $\{ \text{今月新規法人MRR (当月獲得)} - (\text{今月総法人MRR} - \text{前月総法人MRR}) \} / \text{前月総法人MRRの12ヵ月平均}$ 。

## ARPA

1顧客当たりの平均売上金額（Average Revenue Per Account）。  
各四半期末時点におけるMRR実績を四半期末時点のサービス提供社数で除して算出した金額。

# 免責事項（ディスクレーム）

## 本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な統計等第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。