

2025年9月期 第3四半期

決算説明資料

株式会社Schoo（スクー） 2025年8月14日

（東証グロース市場 証券コード：264A）



2025年9月期 3Q業績

- 業績**
- ・ 売上高
 - － 3Q単体：825百万円（前年同四半期比+10.7%）
 - － 3Q累計：2,493百万円（前年同期比(累計)+22.3%）
 - ・ 営業利益
 - － 3Q単体：93百万円（前年同四半期比+28.1%）
 - － 3Q累計：273百万円（前年同期比(累計)+10,749.2%）
 - ・ 25年5月15日公表の25/9期の業績見通しに対し概ね順調に推移

- KPI**
- ・ ARPAは106千円/月（前年同四半期比+9.3%）：一時的に落ち込んだ2Qから再び上昇
 - ・ 契約社数は2,414社（前年同四半期比+0.6%）：2Q以降の新規顧客獲得低調を受ける
 - ・ Net Revenue Churn Rateは1.22%とやや上昇も、引き続き低水準を堅持

2025年9月期 通期見通し

- ・ 25年5月15日公表の25/9期の業績見通しから修正なし
 - － 売上高：3,361百万円（3Q時点の進捗率：74%）
 - － 営業利益：270百万円（3Q時点の進捗率：101%）

1	2025年9月期 第3四半期業績	25/9期3Q Results	4
2	2025年9月期 通期見通し	25/9期 Forecast	15
3	ミッション	Mission	20
4	市場環境と競争優位性	Market / Strengths	26
5	成長戦略	Growth Strategies	34
6	参考資料	Appendix	43

2025年9月期 第3四半期業績



全社 財務ハイライト (25/9期3Q)

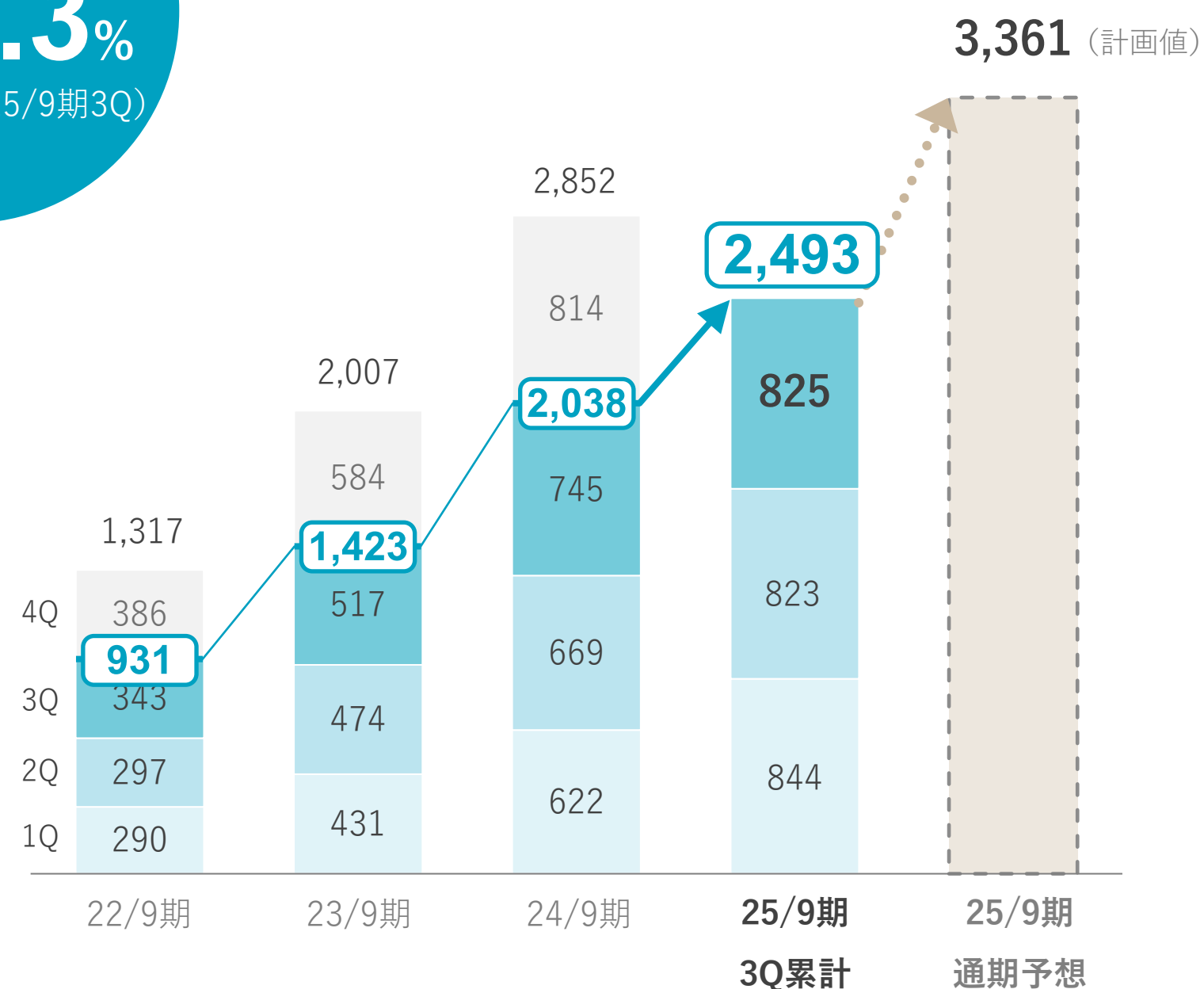
3Q累計の売上高、営業利益は前年同期比(累計)で堅調に推移。
 通期修正計画に対する3Q累計の進捗率は、売上高が74.2%、営業利益が101.0%。

前年同期比(累計)

+22.3%

(24/9期3Q～25/9期3Q)

売上高 (百万円)

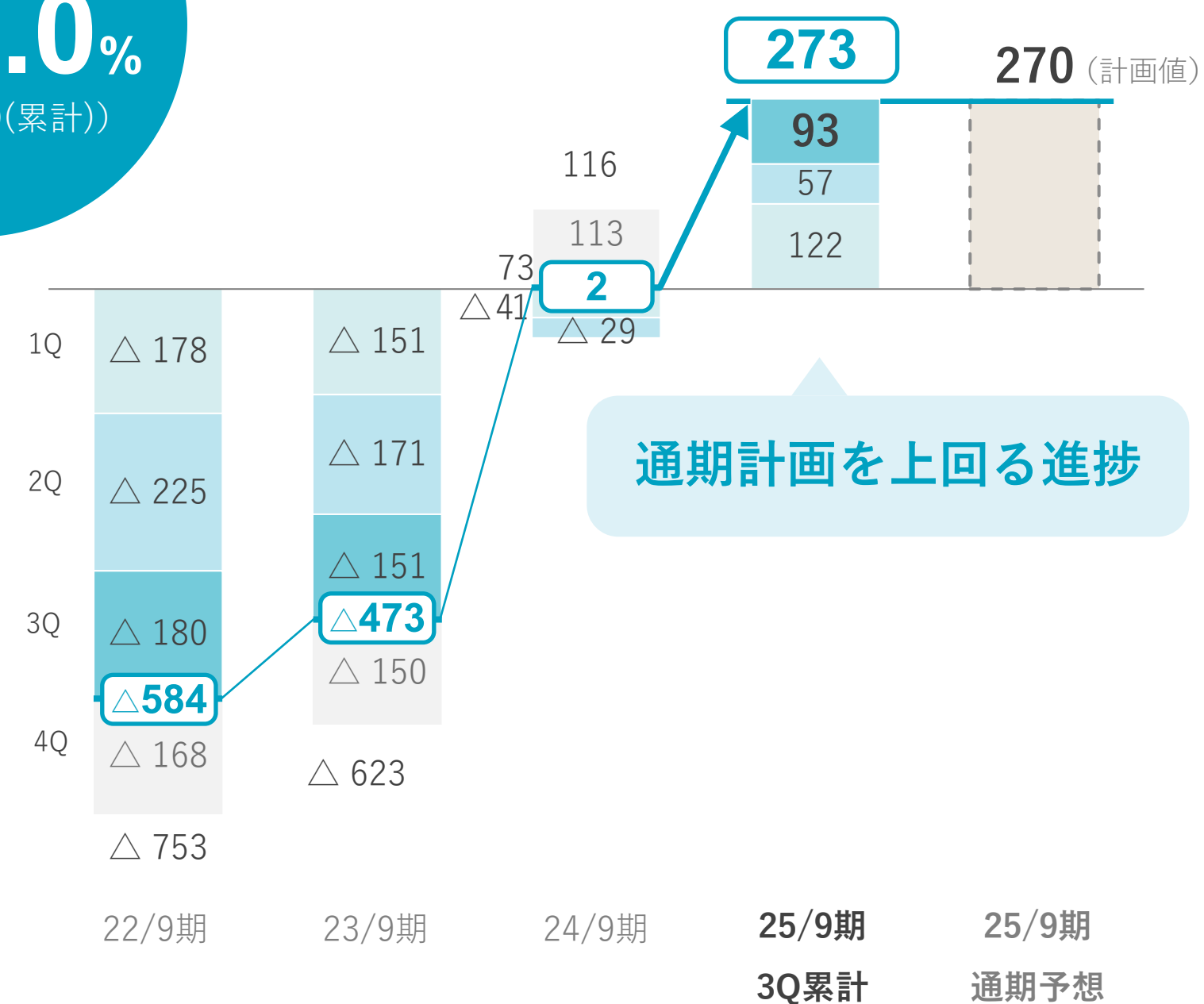


通期計画進捗率

101.0%

(25/9期3Q(累計))

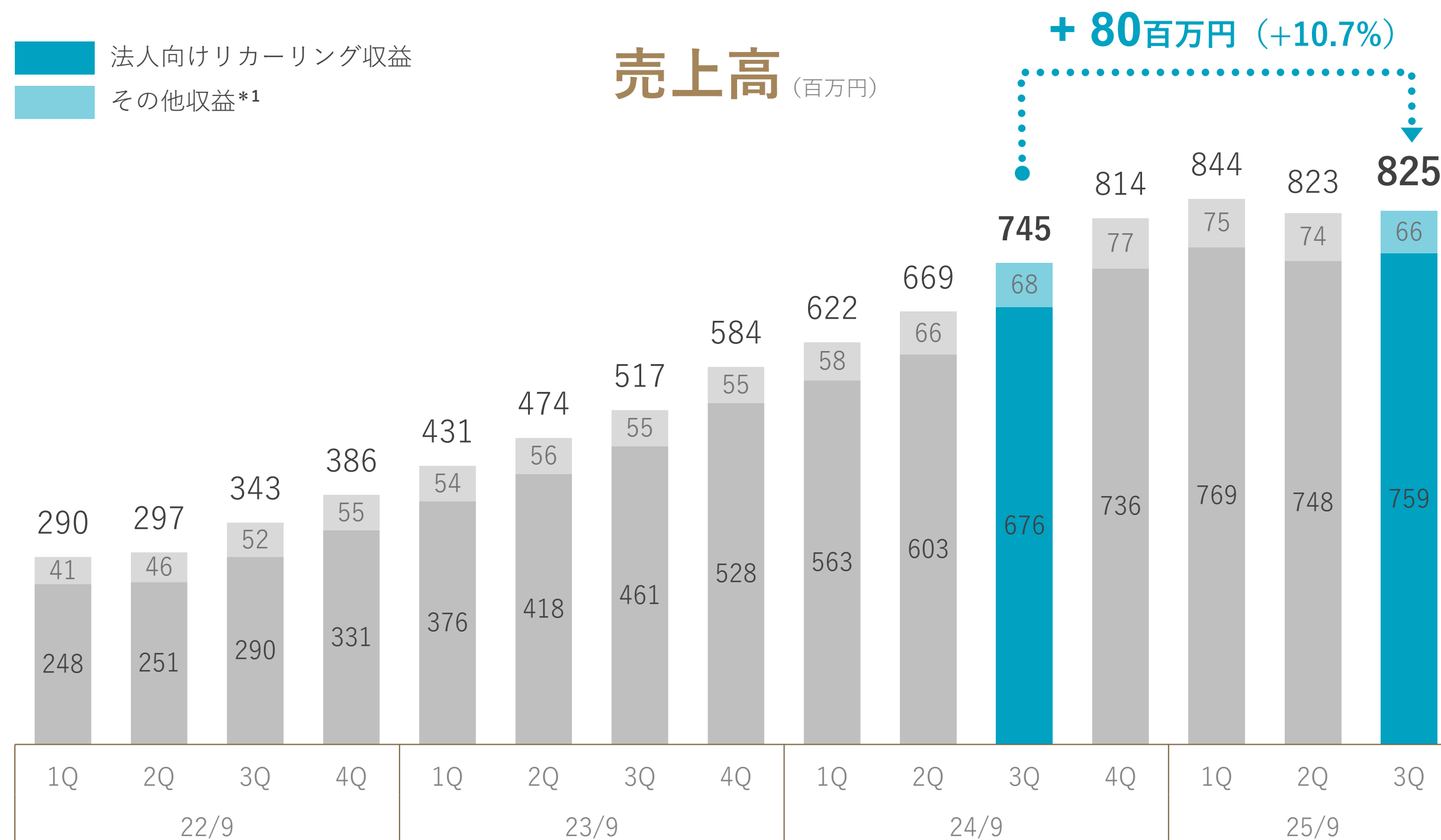
営業利益 (百万円)



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



売上高は前年同四半期比+10.7%（前年同期比(累計)+22.3%）で推移。



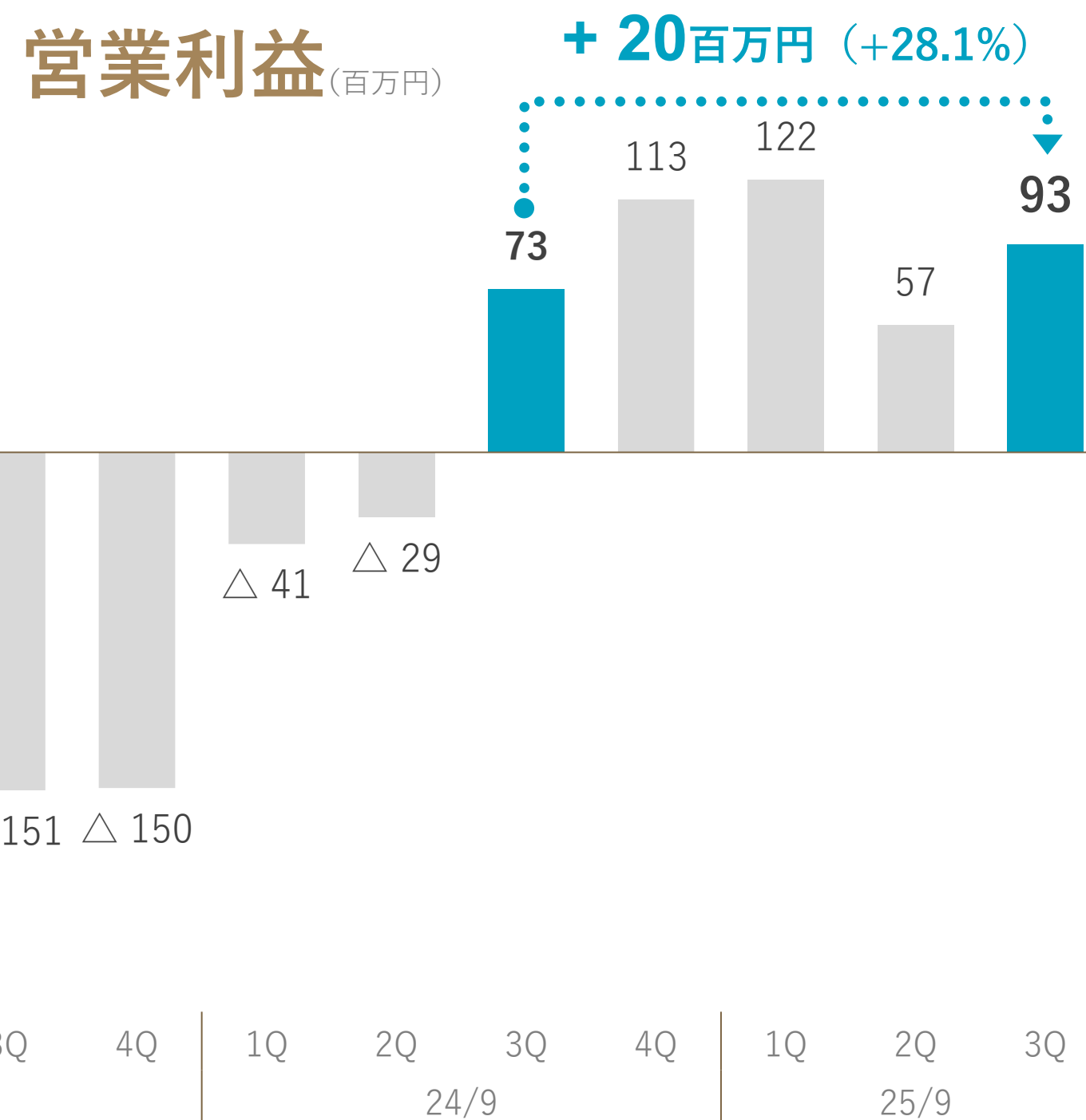
売上高の推移

- **今期3Qの売上高は825百万円**
 - ✓ 前年同四半期比では+80百万円（+10.7%）と伸長
 - ✓ 一方で、2Qからの新規顧客獲得・既存顧客取引拡大低調の影響を受け、最需要期の前四半期対比の積み上がりは軟調であったが、売上高減少は2Q以降底打ちし、回復傾向
 - ✓ 2Qに引き続き、解約数は計画の範囲内
- **3Q累計売上高は2,493百万円**
 - ✓ 前年同期比(累計)では+455百万円（+22.3%）。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。



営業利益の推移

- 今期3Qの営業利益は93百万円**
 - ✓ 売上高の伸長により、営業利益は前年同四半期比で+20百万円(+28.1%)増加
- 3Q累計営業利益は273百万円**
 - ✓ 前年同期比(累計)では+271百万円となり、黒字が定着
 - ✓ 前年同期比(累計)では、売上高の増加+22.3%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+9.0%に抑制
 - ✓ 営業利益率は11.0% (24/9期末比+6.9ポイント) となり、収益性が向上

3Q累計の売上高は2,493百万円（前年同期比(累計)+455百万円）、当期純利益は144百万円（前年同期比(累計)+144百万円）となり、引き続き黒字を維持。

(百万円)	24/9期 3Q実績 (累計)	25/9期 3Q実績 (累計)				
			前年同期比(累計)		通期業績予想比*1	
			増減額	増減率	計画値	進捗率
売上高	2,038	2,493	+455	+22%	3,361	74%
リカーリング収益	1,958	2,400	+442	+23%	-	-
うち法人向け	1,844	2,277	+433	+23%	-	-
スポット収益	79	92	+12	+16%	-	-
売上原価	685	625	△60	△9%	921	68%
売上総利益	1,352	1,867	+515	+38%	2,439	77%
販管費	1,349	1,593	+243	+18%	2,168	74%
営業利益	2	273	+271	+10,749%	270	101%
経常利益	△13	243	+257	-	236	103%
当期純利益	0	144	+144	+26,470%	142	102%

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

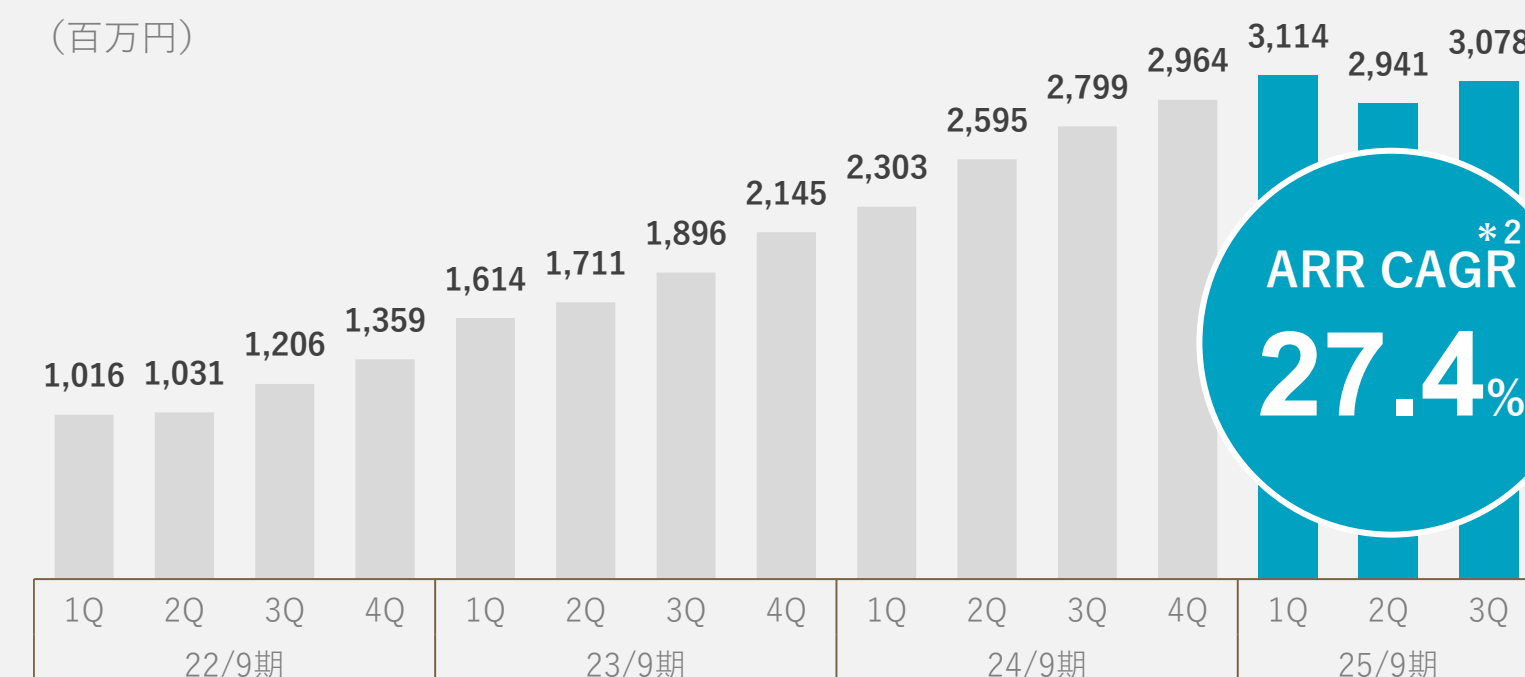
全社売上高の約9割が、法人向けリカーリング収益で構成。2Q末から回復し、3Q末におけるARR^{*1} は3,078百万円（CAGR27.4%）となり上昇に転じる。

(百万円)

項目	25/9期 3Q実績	構成比
全社売上高	2,493	100.0%
└ 学び手	2,429	97.4%
└ リカーリング収益	2,338	93.8%
POINT └ うち、法人向け	2,277	91.3%
└ うち、個人向け	61	2.5%
└ スポット収益	90	3.6%
└ 教え手	63	2.6%
└ リカーリング収益	62	2.5%
└ スポット収益	1	0.1%

法人向けリカーリング収益 ARR^{*1} の推移

(百万円)



MRR = ARR ÷ 12ヵ月

256百万円

ARPA

106千円

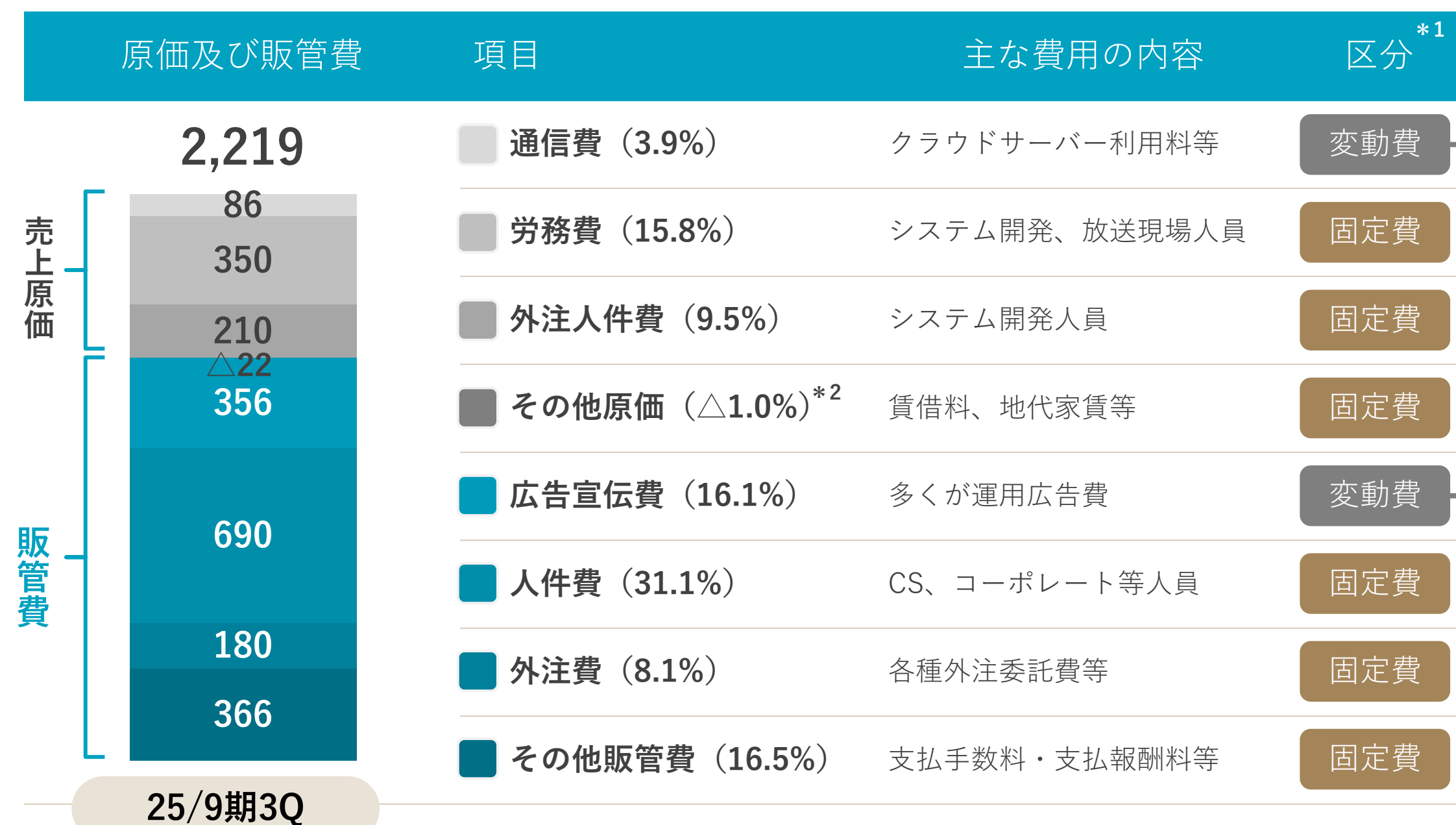
契約社数

2,414社

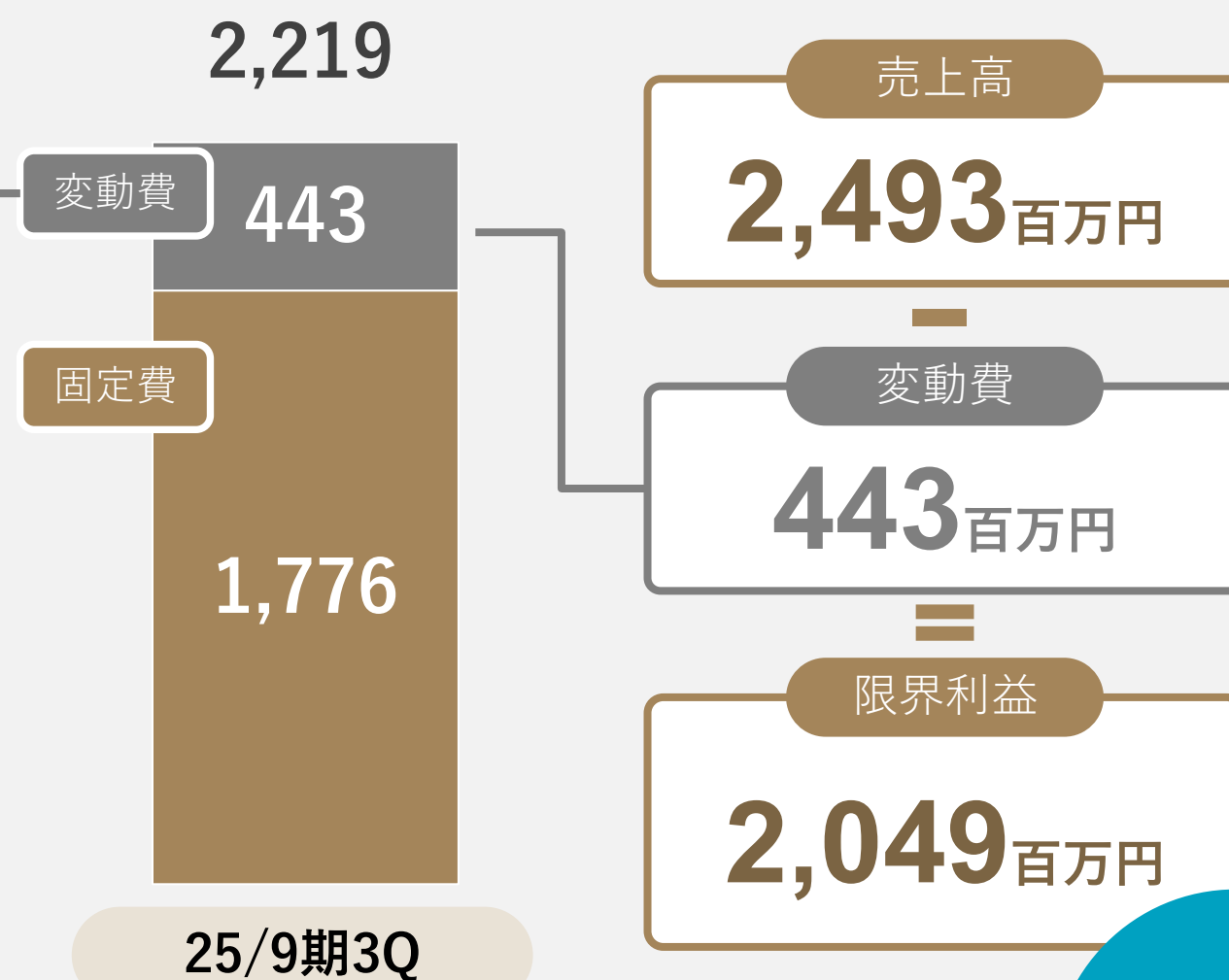
注1: 2025年6月時点のMRR 256百万円に12ヵ月を乗じて算出した直近MRR実績から試算するARRを記載

注2: 2023年6月時点から2025年6月時点数値の2年間CAGR（年平均成長率）を記載

費用の多くは人件費・労務費・外注費などの固定費が占める。
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。



固定費分解と、限界利益率



限界利益率
82.2%

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

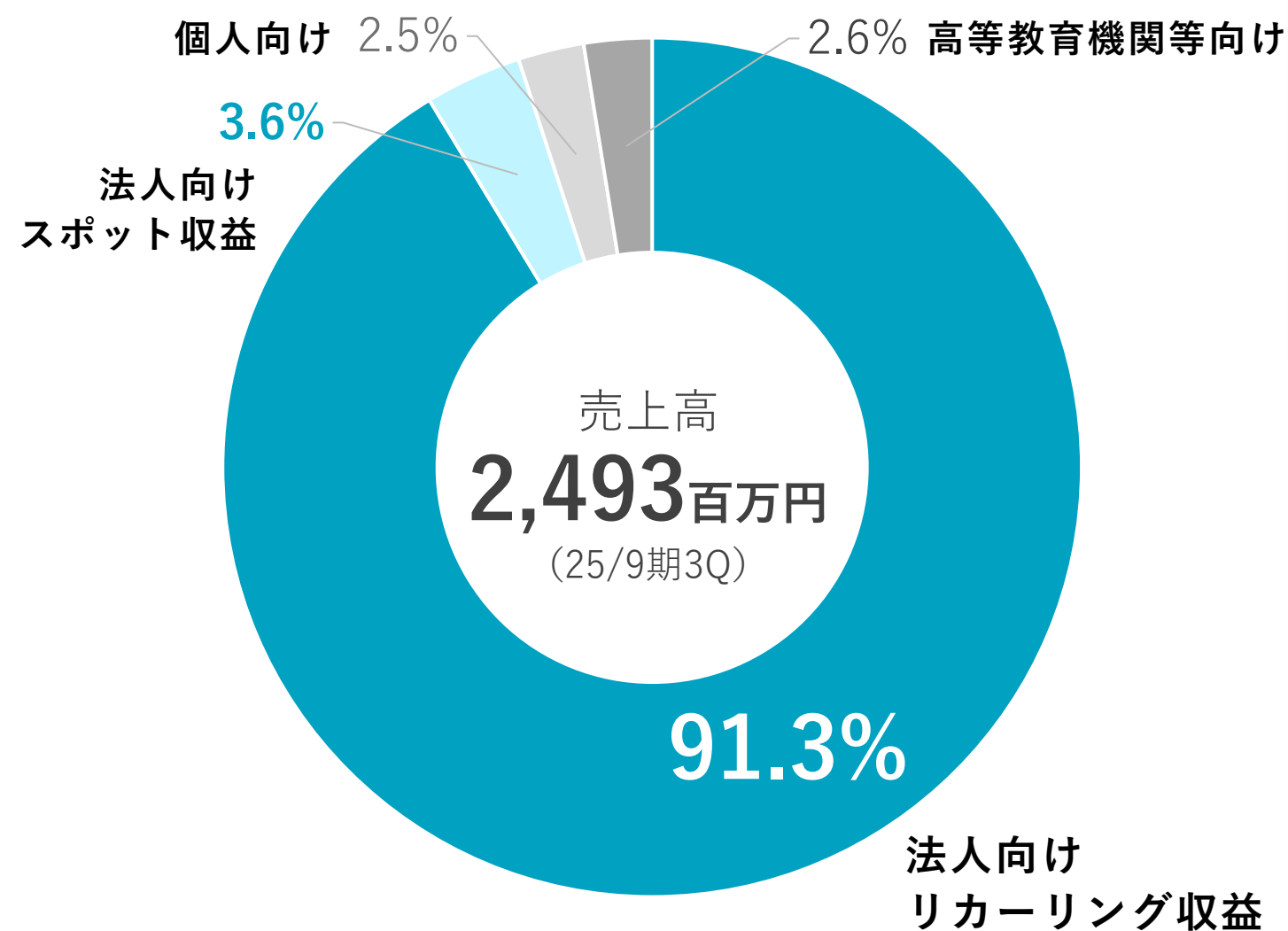
注2: その他原価には他勘定振替高を含むため、マイナス



法人向けリカーリング収益が全社売上高の91.3%を占める。ARPAは上昇も、契約社数は2Qに
続き減少。Net Revenue Churn Rateはやや上昇も、引き続き低水準を堅持。

全社

売上高構成比^{*1}



法人向け

ARR^{*2}

30.7 億円

CAGR27.4%

法人向け

Net Revenue Churn Rate^{*4}

1.22%

直近12ヵ月平均

法人向け

ARPA^{*5}

106 千円/月

CAGR17.5%

法人向け

契約社数^{*3}

2,414 社

CAGR8.4%

注1: 25/9期3Q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6月時点のMRR（月次定期収益）256百万円に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6月時点から2025年6月時点の2年間CAGRを記載

注3: 2025年6月時点における法人向け導入社数、2023年6月時点から2025年6月時点の2年間CAGRを記載

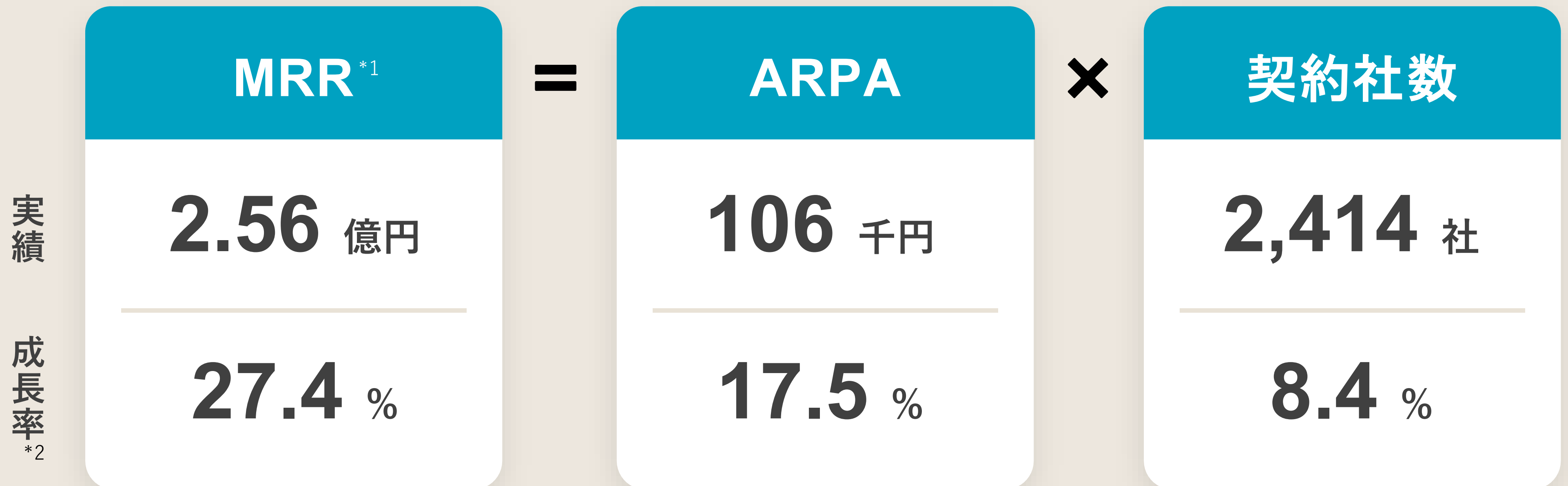
注4: 既存顧客のアップセル/ダウンセルを考慮した解約率。法人向けサービスのリカーリング収益のアップセル(既存顧客からのID数増加)を考慮した2025年6月時点の直近12ヵ月平均値

注5: 1顧客当たりの平均売上金額。2025年6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6月時点から2025年6月時点の2年間CAGRを記載

法人向け SaaS Metrics At a Glance

25/9期3Q Results 

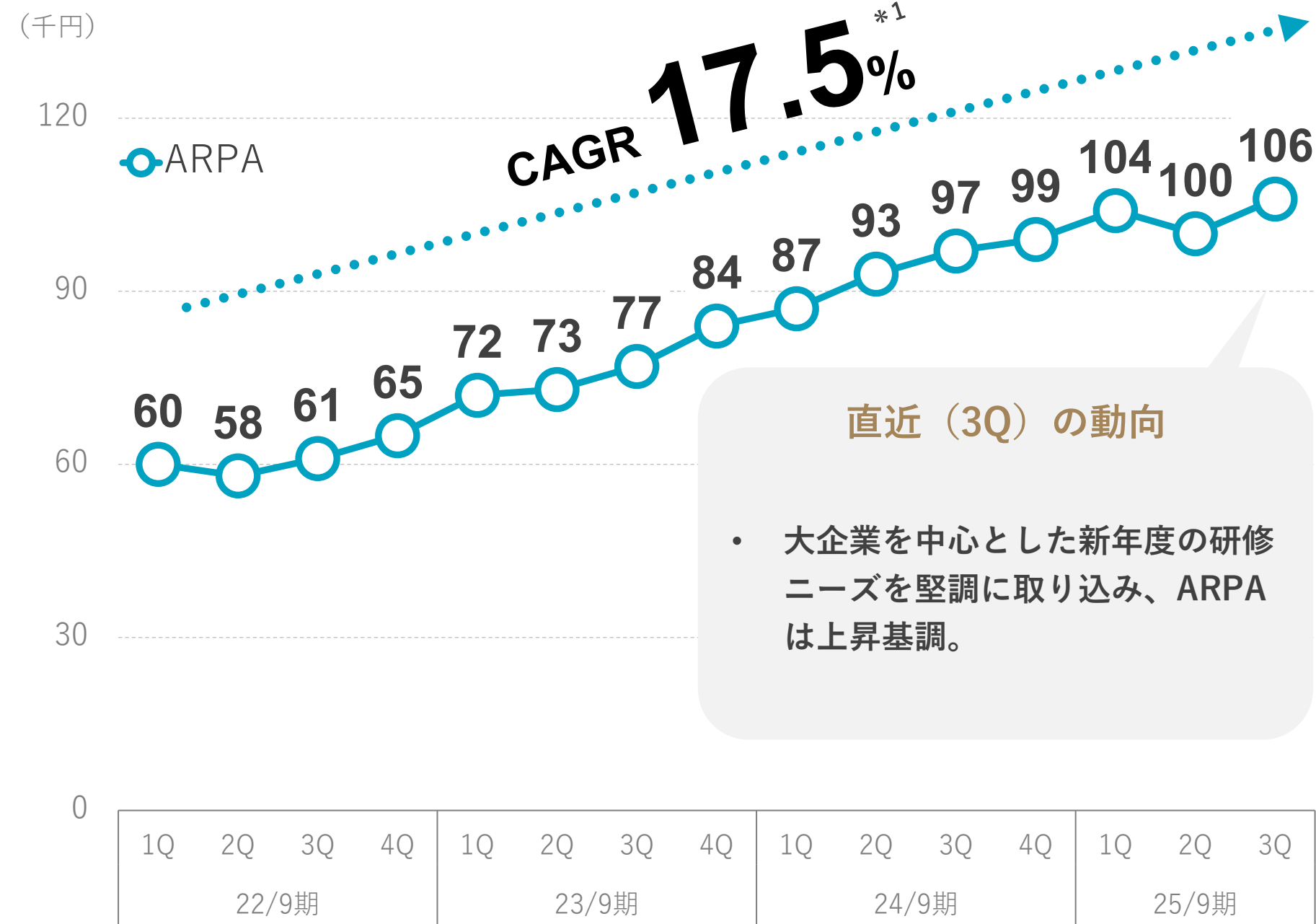
3Q末（6月単月）MRRは2.56億円、直近2年間のCAGRは27.4%で推移。大企業向け導入促進によりARPAは17%超の成長を維持も、新規顧客獲得軟調により契約社数の伸びはやや鈍化。



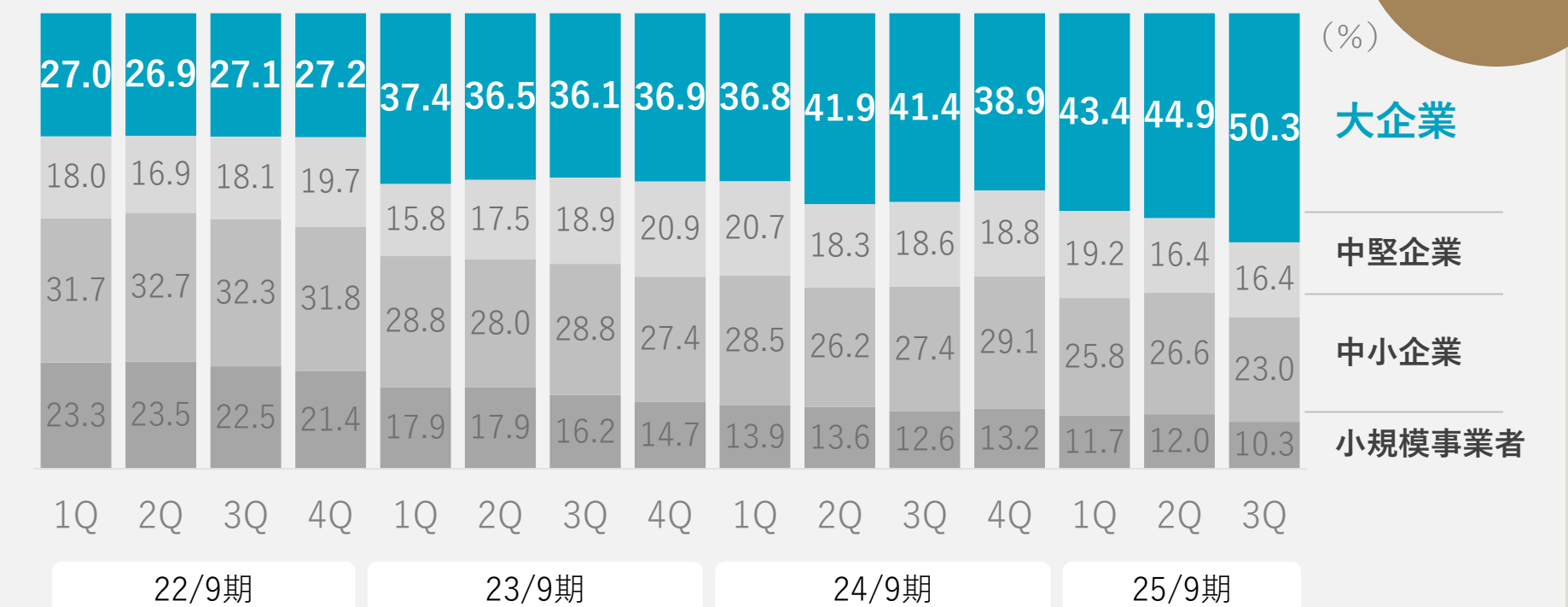
注1: 「MRR」は売上高に占める法人向けビジネスのリカーリング収益、「契約社数」から「ARPA」を試算したメトリクスを記載

注2: 2023年6月時点から2025年6月時点数値の2年間CAGR（年平均成長率）を記載

新規の大企業攻略、既存顧客のID追加（アップセル）により、短中期的なARPAの向上を継続する。

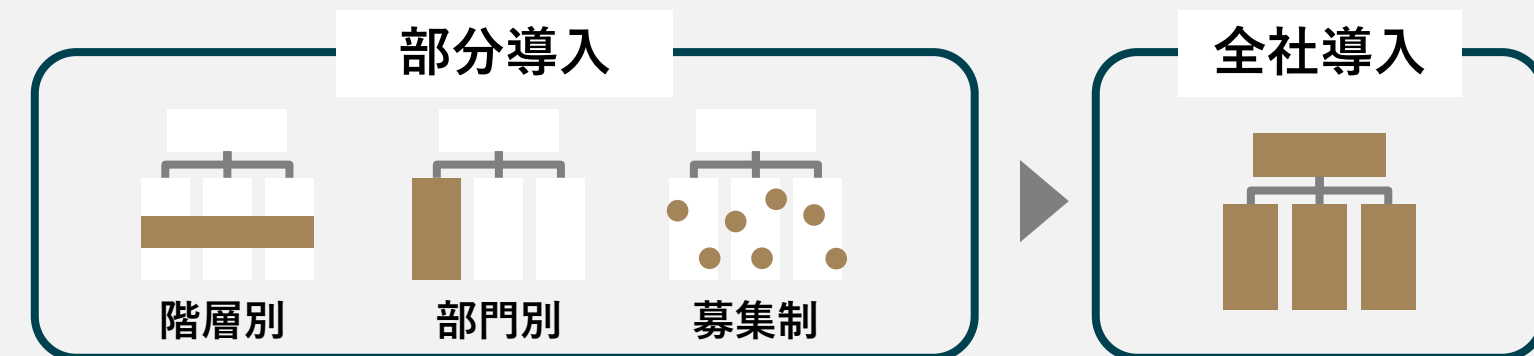


ARPAの高い大企業の更なる導入を進める ^{*2}



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6月時点から2025年6月時点数値の2年間CAGR（年平均成長率）を記載

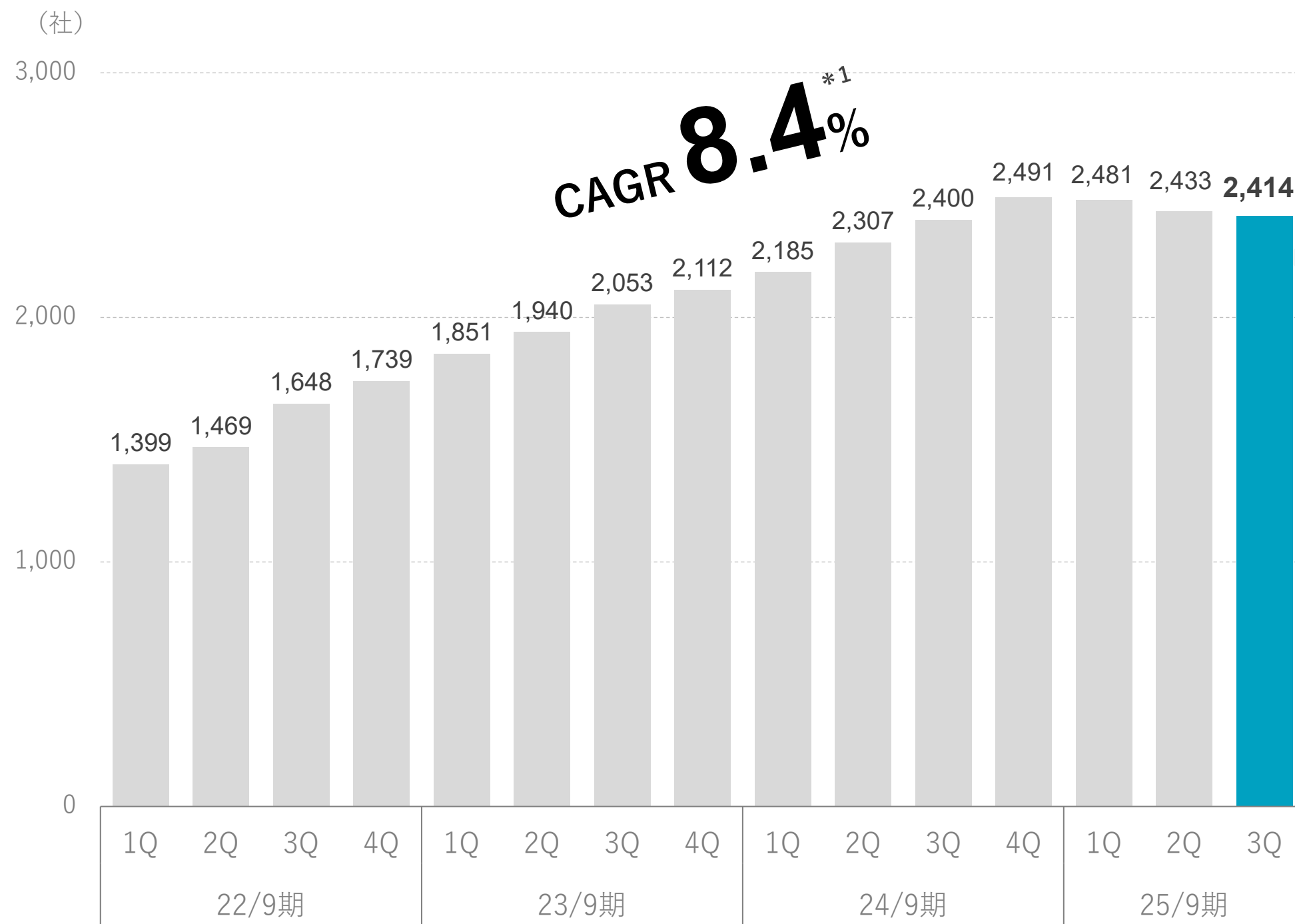
注2: 導入企業の従業員数ごとに、当社として独自に顧客カテゴリを定義付け。「大企業」は2,000名以上、「中堅企業」は600～1,999名、「中小企業」は100～599名、「小規模企業」は99名以下。

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

法人向け 契約社数の推移

25/9期3Q Results

顧客単価の高い大企業への積極導入に経営資源を集中した結果、中小企業・小規模事業者の獲得が減少し契約社数が減少。現在は、大企業以外の獲得を増やすための対策を併せて実施中。



直近（3Q）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末に引き続き3Q末においても減少
- 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

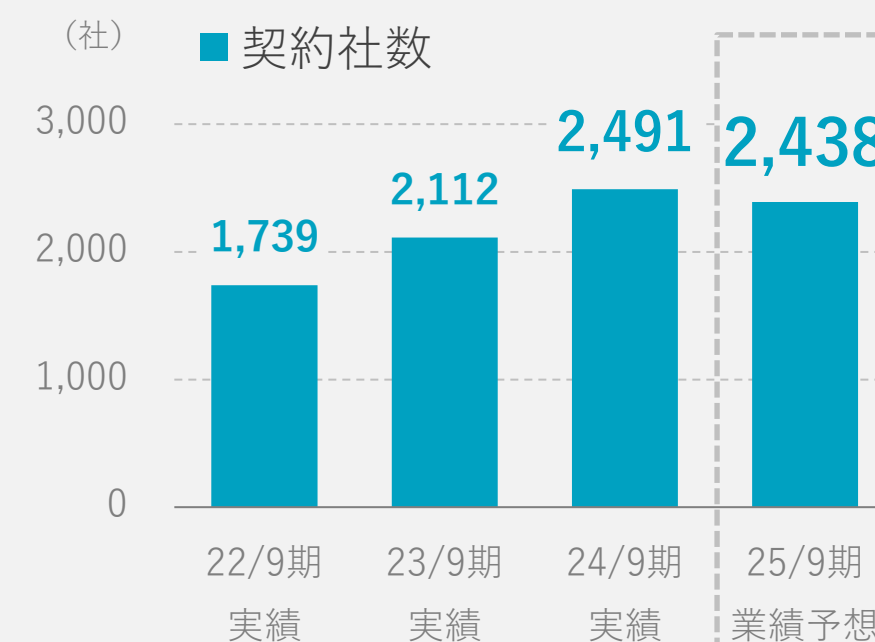
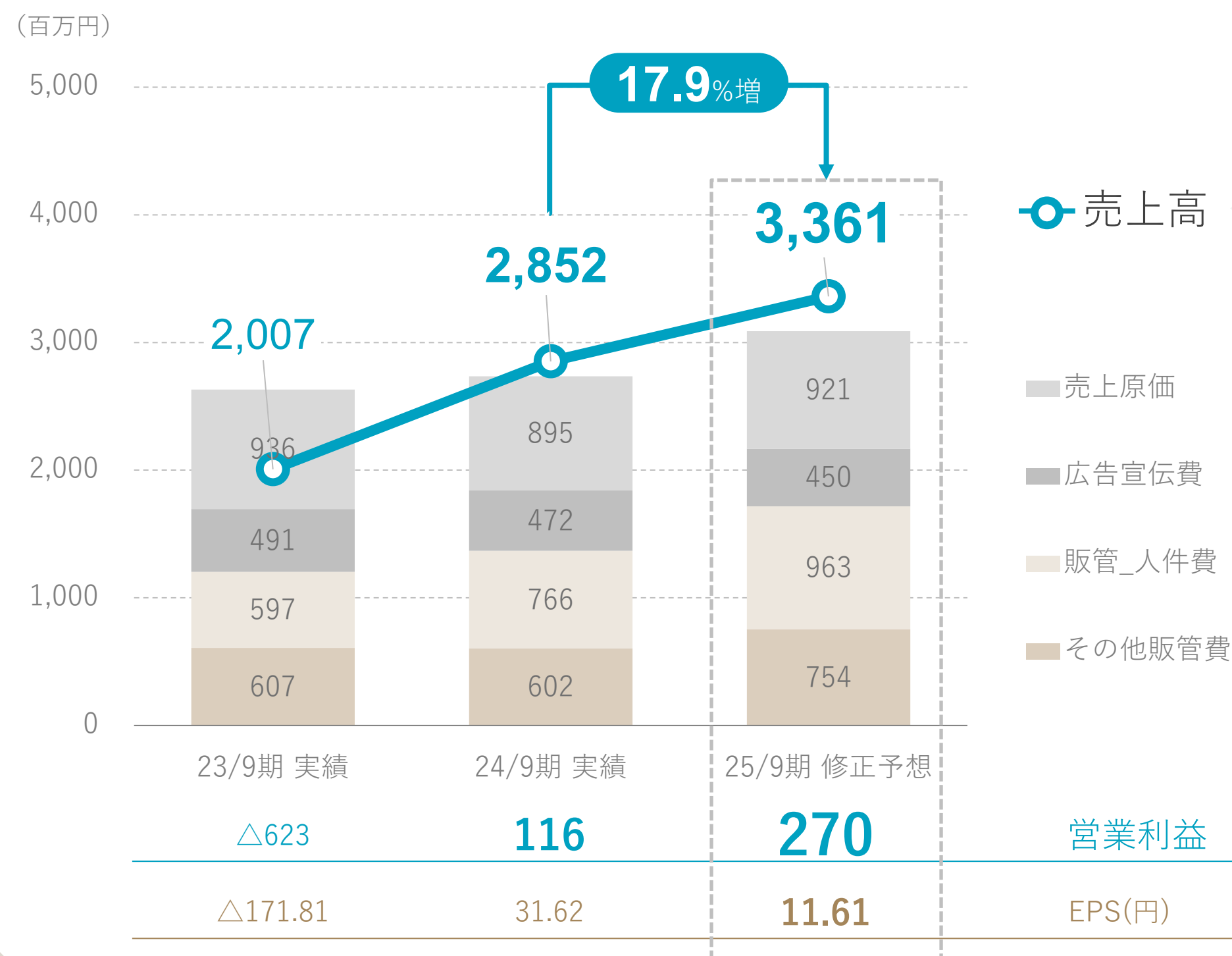
- 1 新たなマーケティング施策の検討と実行
- 2 ナーチャリング施策の強化
- 3 販売代理パートナーの拡大
- 4 Schooならではの企業研修商品を開発し、「Schoo for Business」と組み合わせた人材育成ソリューションを提供

注1: 2023年6月期から2025年6月期の2年間CAGR（年平均成長率）を記載

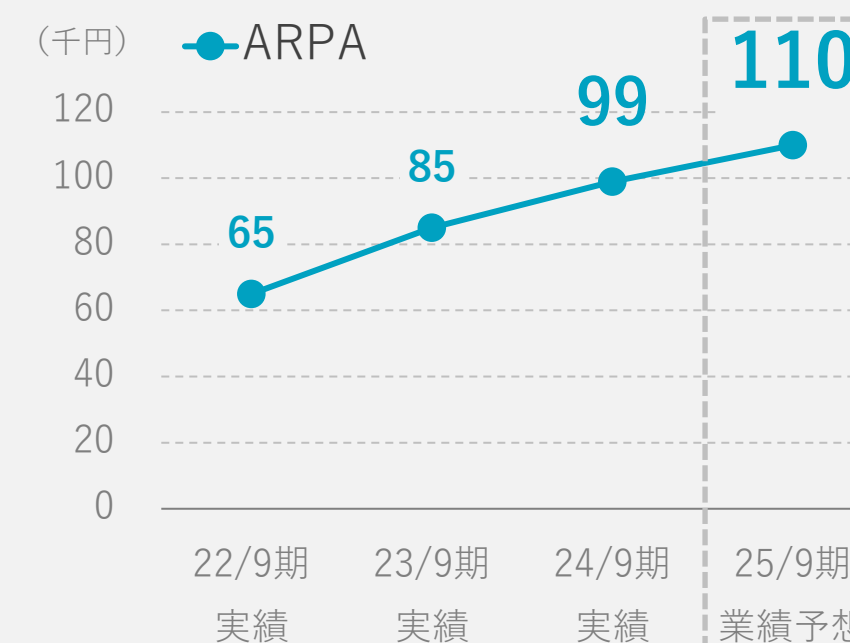
2025年9月期 通期見通し



高単価の大企業獲得とARPA向上を主軸戦略としつつ、顧客基盤の更なる拡大に向け大企業以外の獲得対策も強化中。



- 25/9期は大企業を中心に獲得が進んだものの、中小企業・小規模事業者の新規獲得低調を受けて、前期比**2.1%減**を見込む
- 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



- 25/9期は前期比**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



第2四半期の決算説明で「成長力強化の対応方針」として掲げた各施策を推進中。

成長力強化の対応方針

短期的注力施策

新規顧客獲得

- 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

既存顧客取引拡大

- 営業・CSの一体化を推進し顧客伴走力を強化

中長期的注力施策

- 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

成長力強化の取り組み

• ナーチャリング施策の強化

見込み顧客リストからの商談創出が前年同四半期比+38%に増加。専任体制の構築と施策別効果の可視化、顧客の反応シグナル等に基づいたアプローチの実行により精度が向上（詳細後述）

• アライアンス強化

2025年6月、企業の人材育成・組織開発に強みを持つ法人とパートナーシップを締結。これにより、未開拓の企業層への提供価値を強化し、市場浸透や経営課題に直結する上流ニーズへの対応力を加速（詳細後述）

• 営業・カスタマーサクセス（CS）の一体化

顧客セグメントごとに営業とCSを一体化運営。重点顧客に対し中長期的な関係構築と伴走体制を構築し、短期トライアルからのアップセル事例が増加。顧客課題の体系化と解決策の標準化を推進

• オンライン対面型集合研修サービス「ゼミ」の拡充

進行中の「ゼミ」は好調に推移。加えて、オンライン対面型研修「ベーシック管理職ゼミ」を10月から提供開始予定。動画学習・集合研修・行動振り返りを組み合わせた実践的な管理職育成プログラムを展開



ナーチャリング体制の戦略的強化により、見込み顧客リストからの商談創出力が向上。
結果、見込み顧客リストからの商談獲得件数が前年同四半期比+38%伸長。

ナーチャリング施策による 顧客創出価値の最大化

- 獲得リードを育成する「ナーチャリング」体制強化で、非効率なアプローチと機会損失を解消
- 専任体制とデータ活用により、顧客リストからの商談創出数が前年同四半期比+38%向上

これまでの課題

ナーチャリング体制の不足により、
見込み顧客との接点を活かしきれていなかった

- これまでは、資料請求などインバウンド中心の問合せ対応により、購入意欲の高い顧客への対応を優先してきた
- 一方で、購入時期が未定の顧客への対応は後回しとなり、検討意向を高める取り組みは限定的だった
- ナーチャリング（見込み顧客の育成）は有効性を認識しつつも、営業効率を重視する方針から、体制やプロセスの整備は進めていなかった



進行中の取り組み

取り組み効果
前年同四半期比 **+38%**

ナーチャリング専任体制の整備で商談創出力が拡大

- 施策ごとの効果を見える化し、商談数を最適化
モニタリング体制を整備し、質と量のバランスを見極めながらリソース配分を最適化
- 顧客のホットな状態を逃さないアプローチ設計
反応シグナル・商談履歴・属性情報の3軸をもとに、最適なタイミングで自動・手動のアプローチを設計・実行



2025年6月、企業の人材育成・組織開発に強みを持つ法人とパートナーシップを締結。これまでアプローチしきれていなかった企業層への提案力を強化し、新規顧客獲得およびARPA向上を図る。

企業の人的資本経営を包括的に支援

- 企業の経営課題に基づいた変革支援と、従業員の継続的な学びをシームレスにつなぐ体制が実現
- 戦略レベルから現場の実行までを一気通貫で支援することで、人的資本の最大化と企業の持続的な成長に貢献

これまでの課題

企業の上流の経営課題に基づいた支援が出来ておらず、
大手企業の大規模提案に課題があった

- 大企業の上流へのアプローチが弱く、提案機会が少なかった
- 結果として大企業であっても小規模案件化が増え、ARPAの伸びが限定的であった



進行中の取り組み

新規顧客獲得・ARPA向上

戦略的パートナーシップによる提供価値の拡大

- **企業の変革・人材戦略への伴走支援強化**
人材戦略や組織開発に深い知見を持つパートナーとの協業により、顧客企業の複雑な経営課題に対し、戦略策定から現場実行までの一貫したソリューション提供が可能に
- **Schooコンテンツと外部知見の融合による提供領域の拡大**
Schooの豊富なコンテンツと外部パートナーの専門的な知見を組み合わせることで、多様化する学びのニーズ、および企業の変革推進をより包括的に支援

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。



「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。

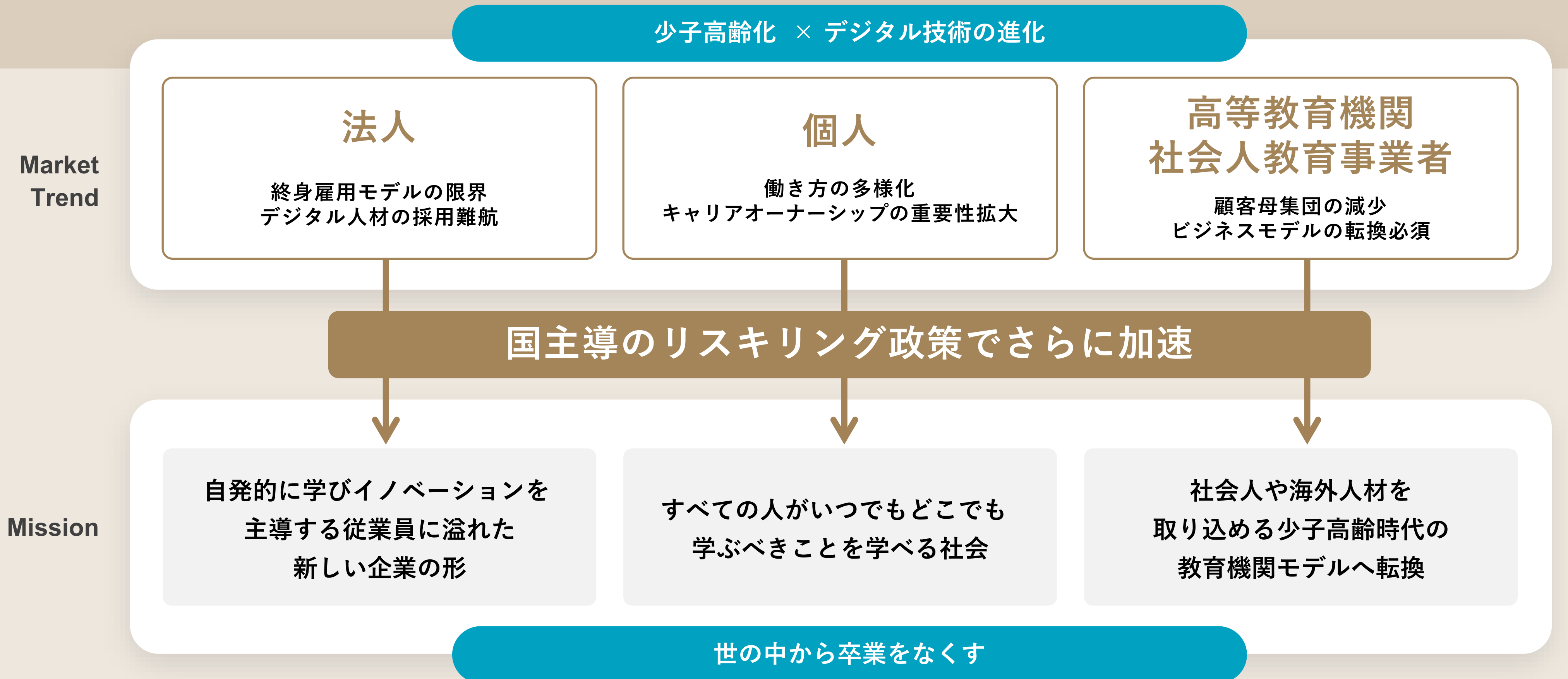
一方で、時間や場所、コスト、モチベーションなど、「学び」の障壁となるものもたくさんあります。

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。



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	  オンライン動画研修 プラットフォーム	 コミュニティ型 動画学習サービス	 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			
	売上高 構成比 *1 95.0% 全社売上高のうち93.8%が法人リカーリング収益	売上高 構成比 *1 2.5%	売上高 構成比 *1 2.6%
Key figure (2025年6月末時点)	契約社数 2,414 社	会員 約 109 万人 ^{*2}	14 件

注1: 25/9期3Q累計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 ^{*1}

- 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）

- 初回導入時の初期費用

11 万円
初回契約時1社あたり

3 オプション収益（ショット）

~18 万円
オプション料金 1IDあたり

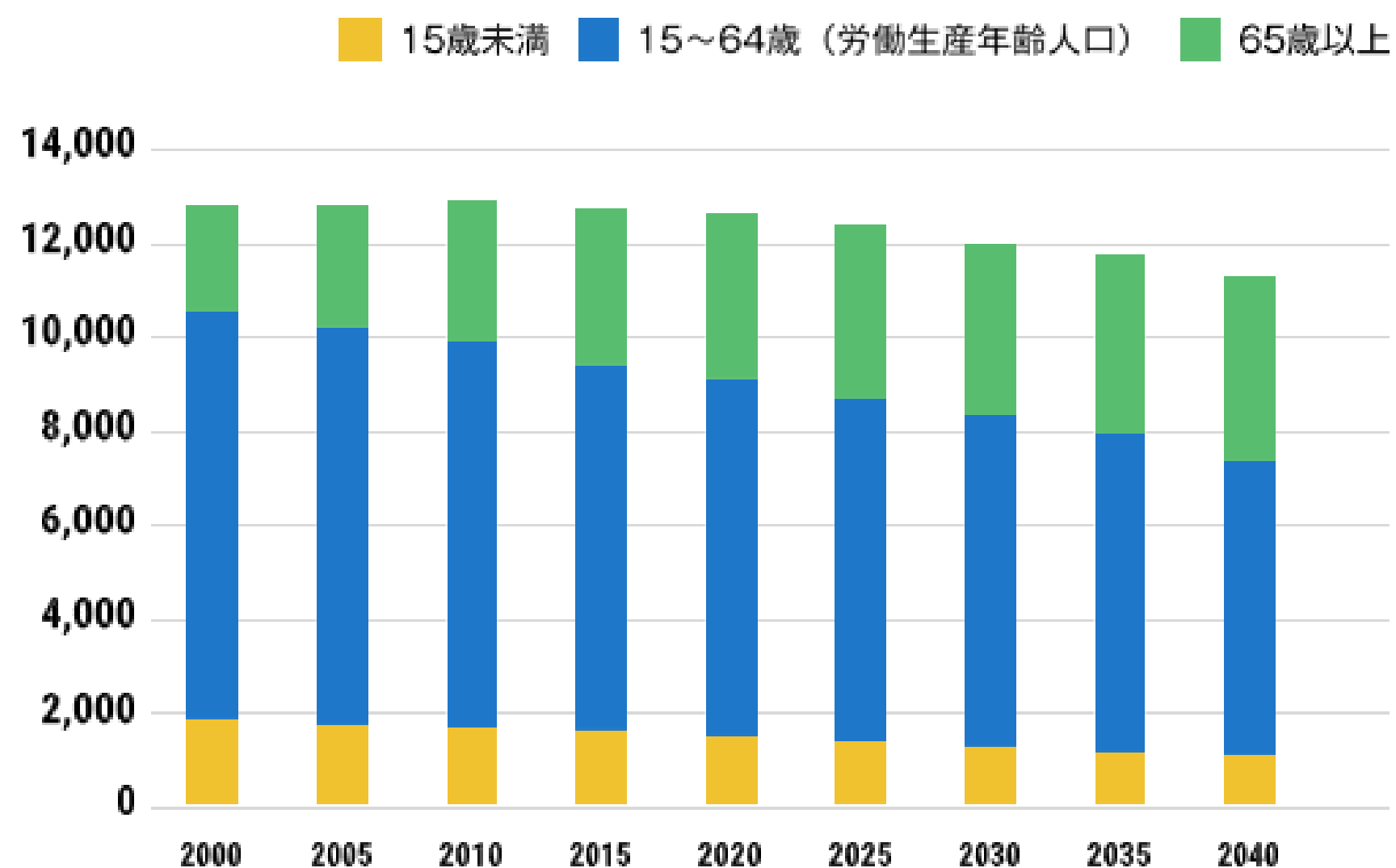
- 特に従業員数600名以上の中堅・大企業顧客に向けた、個別コンサルティングによる利用促進施策、参加型学習コミュニティ（企業内大学）設置、オンライン対面型集合研修サービス「ゼミ」の提供など、様々な企業ニーズに対応
- 金額は提供内容、導入規模、タイミングによって変動

市場環境と競争優位性

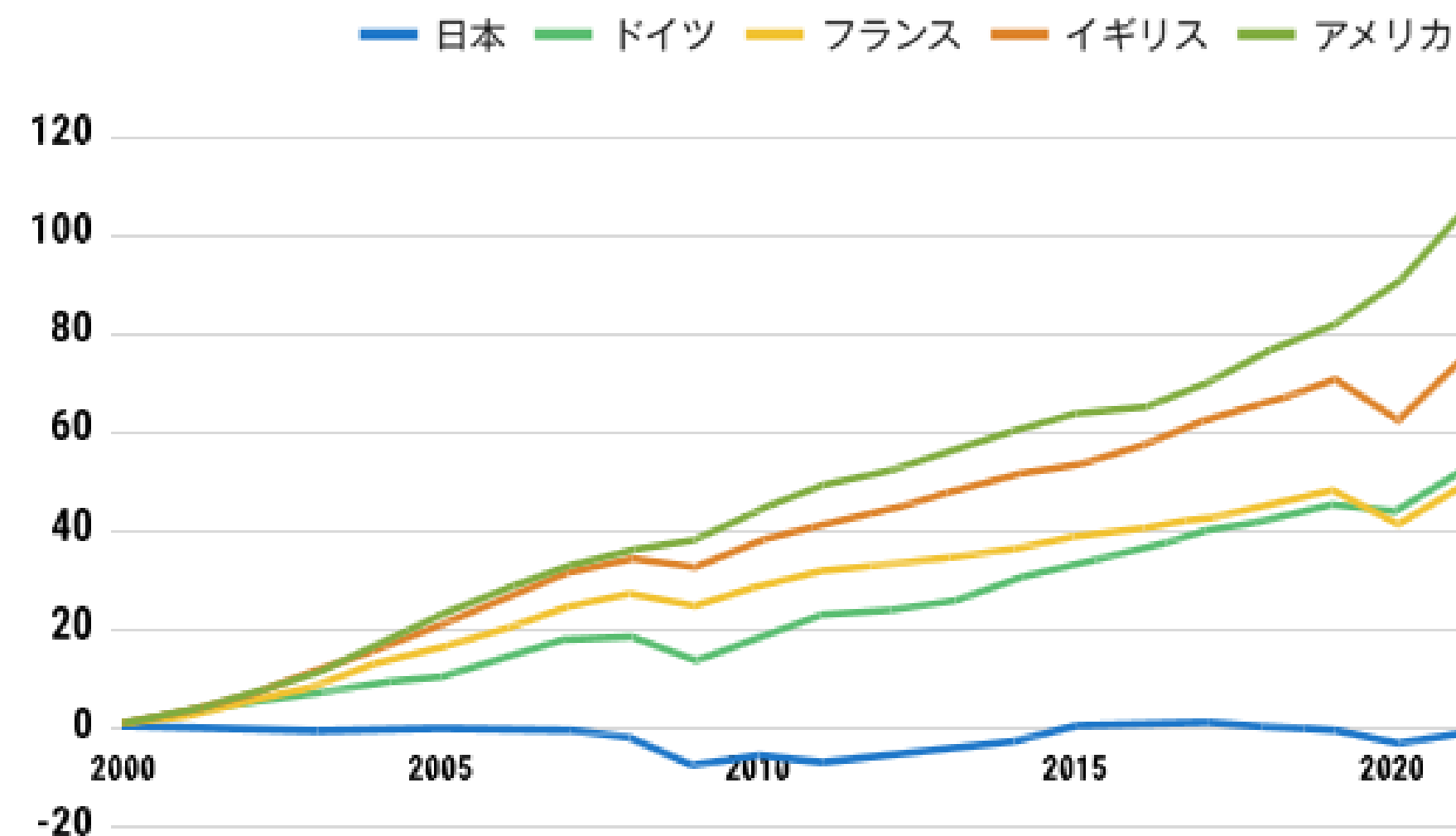


労働生産年齢人口の減少が加速する一方で、日本の労働生産性は停滞が続いている。

年齢階級人口 ^{*1}



名目労働生産性の推移 ^{*2}



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

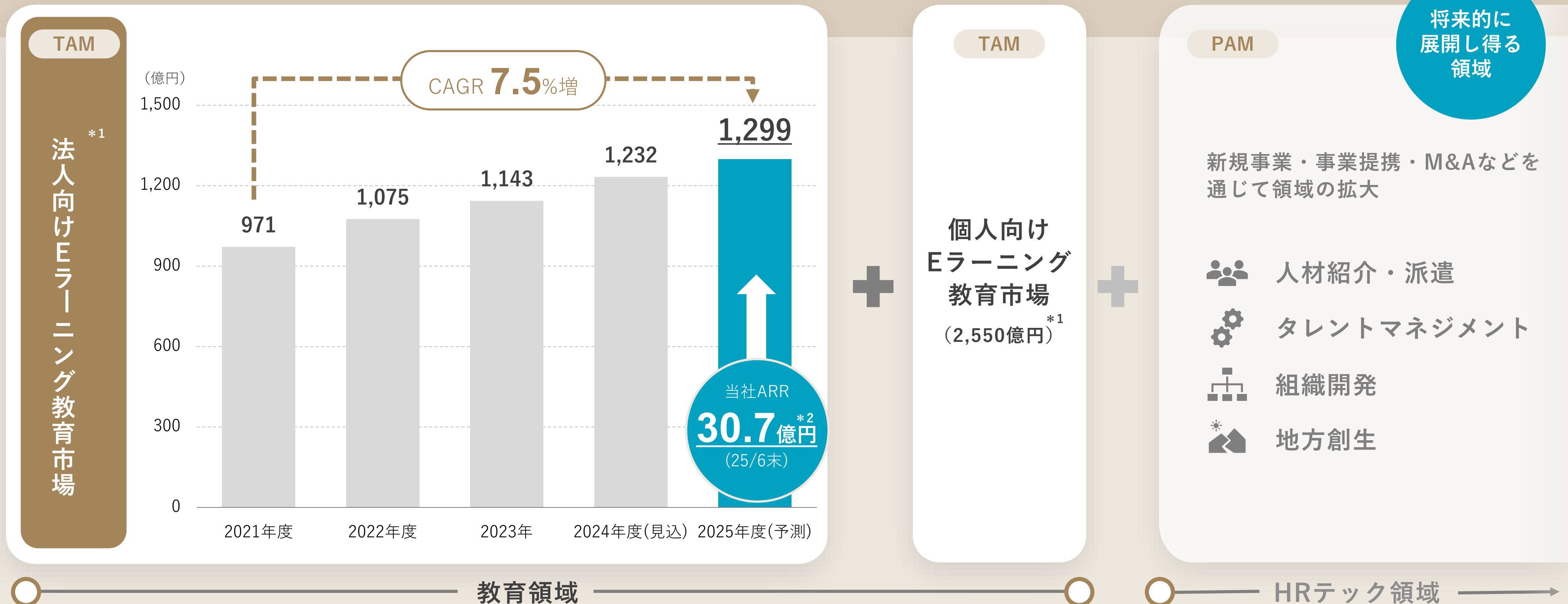
事業者例

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6月時点のMRR 256百万円に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

早くて柔軟な制作体制、多様な講師ネットワーク、豊富な授業本数

変化の早い時代でも多様な学びに確実に答えられる制作能力と
結果として積み上げた幅広いカテゴリーを網羅する授業量

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

独自の双方向の学び機能、迷わず使いやすい操作性

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 “ニーズの変化に即応できる”コンテンツ

常に変化し多様化していく“学びのニーズ”に対し、スピード感をもって応えられる授業制作体制とコンテンツ資産。結果として9,000本の授業本数という競合優位性を獲得。

早くて柔軟な制作体制

内製・即応体制

企画・収録・配信をすべて社内で担うことで、時流に合った学びを迅速に届ける体制。AI・キャリア・ジェンダーなど、変化の早いテーマにも即時対応、授業の再収録やアップデートも柔軟に実施。



多様な講師ネットワーク

累積3,700名超の登壇実績

多様な業界・世代の講師ネットワーク。専門家だけでなく、現場視点のリアルな知見を届けることで実務に“効く”学びを実現。幅広いネットワークを活かし、今後の新サービスでも迅速に講師調達が可能に。



変化の早い時代でも、多様な学びに確実に答えられる制作能力

豊富な授業本数

9,000本超の授業

豊富なアセットで、業種・業態・企業規模を選ばず導入しやすい

新入社員から管理職まで、職種・階層を問わず受講できる9,000本超のコンテンツ群。20以上のカテゴリを揃えた品揃えは、「誰にとっても何かが見つかる」安心感を提供。業種・業態を問わず企業が全社導入しやすく、研修の汎用性を高めている。

法人向け “使いやすい、始めやすい”プロダクト

双方向性を軸に、誰でも気軽に参加できる学習体験と、使いやすいUXによって、学びに関わるハードルを下げることにこだわったプロダクト。



楽しくはじめやすい双方向性

みんなの力で学び始めやすい 独自の学習体験

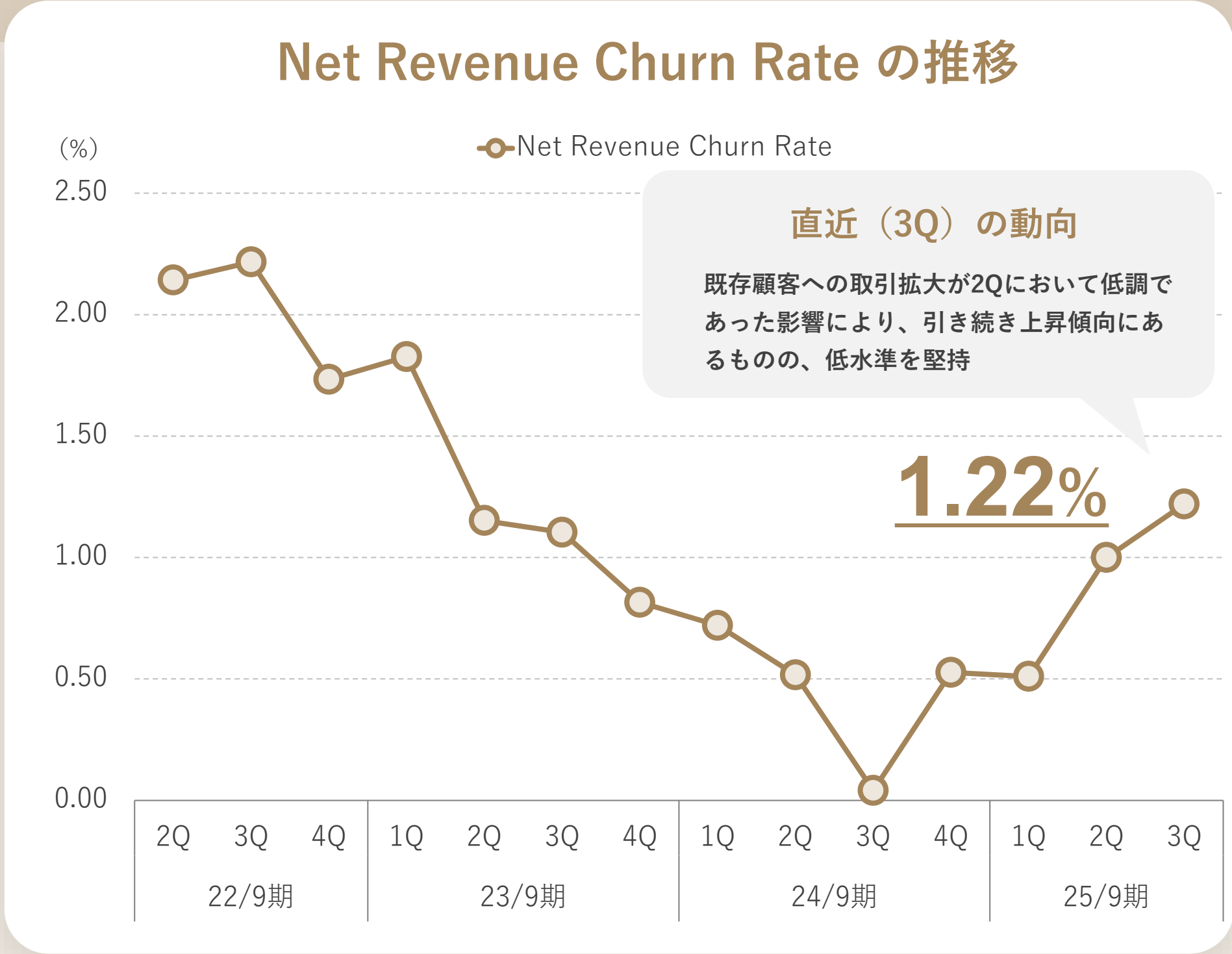
毎日開催している「生放送授業」、複数人で一緒に動画を受講できる「集合学習機能」など、双方向性を生かした学習体験を提供。
”みんなで”学ぶから、楽しく始められる、楽しいから続く学習体験。

迷わず使いやすい操作性

誰でも迷わず使える 操作性にこだわったUX

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「利用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。

3Q末のNet Revenue Churn Rate^{*1}は1.22%と低水準で推移も、決算修正の一因のアップセルの未達により上昇。



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



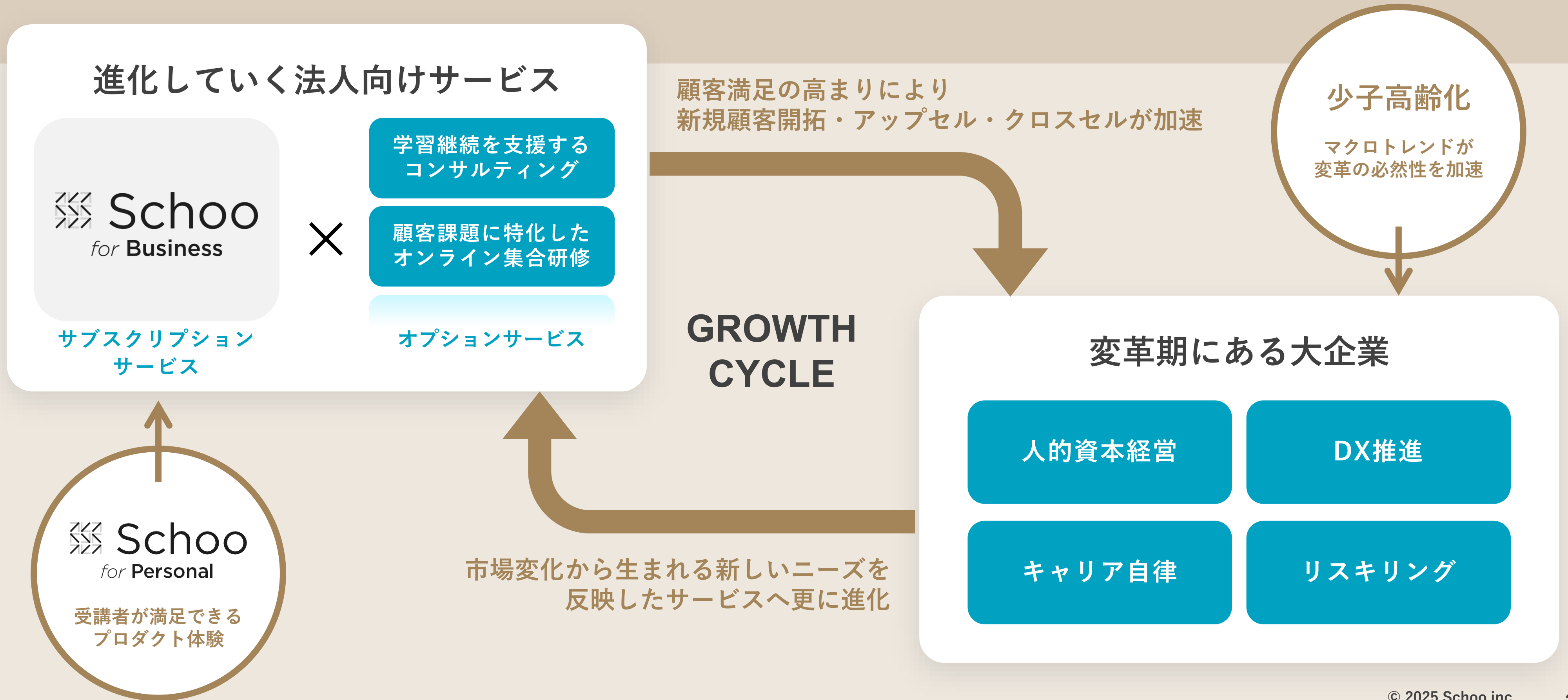
価値の源泉

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。





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

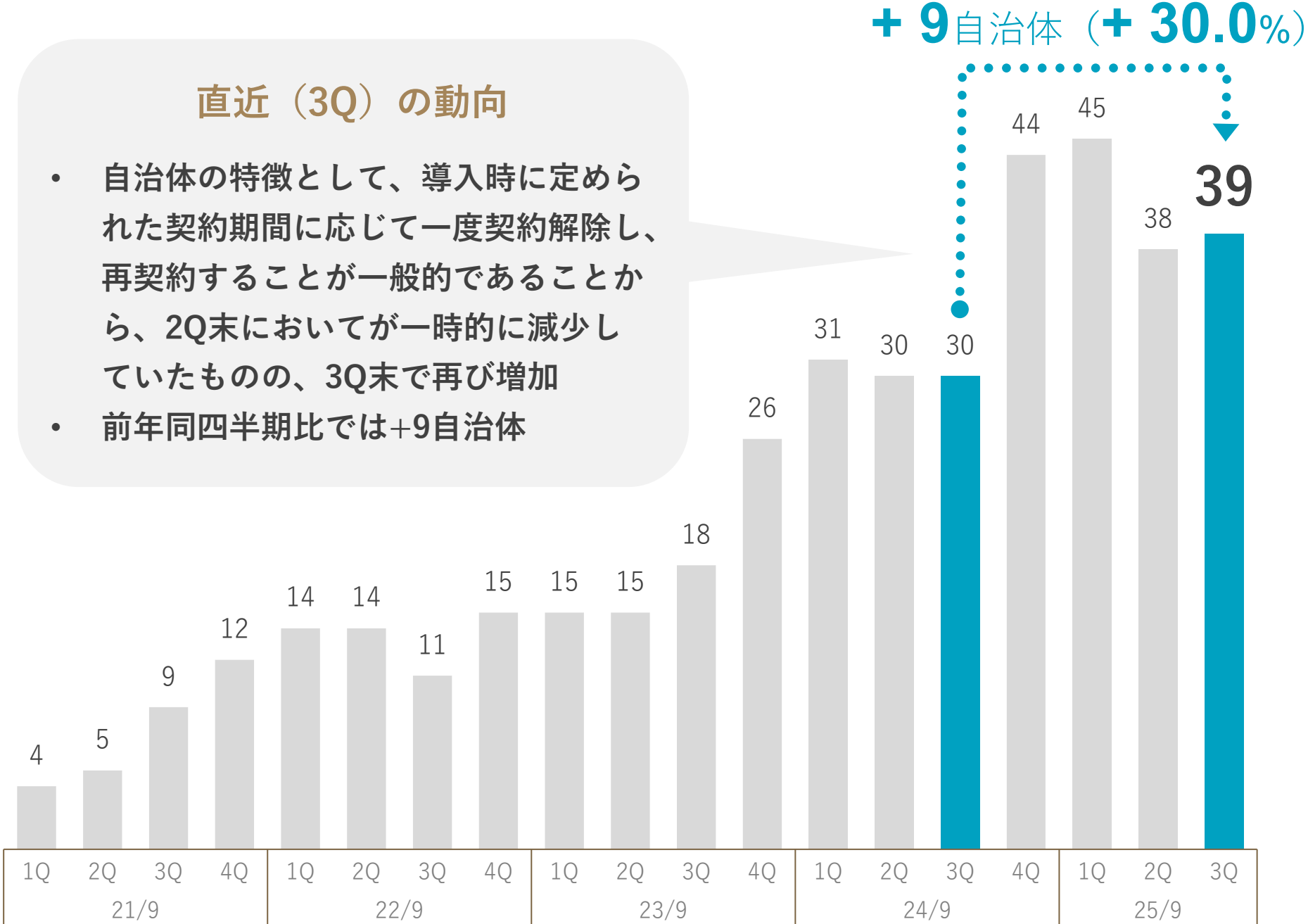
地域創生に向けた取り組み

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・地域企業との関係強化に注力。
39自治体がサービスを導入。LoLLLについては29社が参画中。

地方自治体への導入件数^{※1}

直近（3Q）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末においてが一時的に減少していたものの、3Q末で再び増加
- 前年同四半期比では+9自治体



コミュニティ型 移住転職サービス LoLLL(ロール)^{※2}



- 「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（2025年2月リリース）
- 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

2025年6月末時点において29社が参画
地域の良い会社とさらに連携していく

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
注2: LoLLL（ロール）＝Lushness of Life（豊かな人生）

AIによる競争力強化に向けた取り組み

生成AIを新たな武器とし、全社的な業務効率化とプロダクトによる学習体験の深化を推進。
これにより生産性向上と競争優位性を深耕し、収益成長を加速。

業務効率化と一人あたり生産性の向上を加速する社内AI活用

プロダクトにおけるAI活用による学習体験の深化

営業

カスタマーサクセスにおけるRAG導入
(Retrieval-Augmented Generation)

▼

目標 他部署への調査依頼 **-30%**

全社員が必要なデータや情報を自律的に取得できる環境を目指す

全社

AI議事録システムの全社導入

▼

目標 議事録作成時間 四半期TOTAL **-100時間**

議事録作成にかかっていた時間を削減し、コア業務への集中促進

開発

AIコーディングツールの導入
(GitHub Copilot、Cursor、Claude Codeなど)

▼

目標 開発関連業務時間 **-30%**

エンジニアの生産性向上を促進し開発に関連する業務時間を削減

サービス

学習検索へのAI活用による最適なレコメンドを実現

▼

目標 学習継続率UPによる解約率抑止を狙う

AIアシスタントとの対話を通して最適な授業をレコメンド

2025年6月30日、自己株式取得に係る事項を決議し、自己株式の取得を実施。

貸借対照表

2025年6月末における
現金及び預金の
期末残高は3,031百万円

純資産額は1,948百万円で
あり、自己株式取得に
十分な余力がある

(百万円)	24/9期	25/9期 3Q	前期末比
資産合計	2,415	3,487	+44%
流動資産	2,283	3,314	+45%
内、現金及び預金	2,045	3,031	+48%
固定資産	132	173	+31%
負債合計	1,765	1,539	△13%
流動負債	1,101	1,073	△3%
内、1年以内返済予定の長期借入金	216	264	+22%
固定負債	664	466	△30%
内、長期借入金	664	466	△30%
純資産合計	649	1,948	+200%
負債純資産合計	2,415	3,487	+44%
自己資本比率 (%)	26.9	55.9	+29P



2025年6月30日、自己株式取得に係る事項を決議し、自己株式の取得を実施。

取得の概要

- **取得期間**
2025年7月1日～9月30日
- **取得上限**
150百万円、186,000株
(発行済株式数の1.5%)
- **取得方法**
東京証券取引所における
市場買付

取得の背景

- ・ 当社は上場後の業績見通しの修正を受けて、改めて事業基盤やオペレーションの効率性など、内部体制の強化に重点を置いて参りました
- ・ 現在は、大規模な外部投資やM&Aよりも、既存事業の成長性・効率性改善など、内部の成長ドライバーへの集中を優先することが中長期的な企業価値の向上に資すると判断しております
- ・ そのような中、今期は限られた経営資源を本質的な事業改善に集中させ、分散的な外部投資を避ける意思の表明として、自己株式の取得を実施いたしました
- ・ 自社株買いは単なる株主還元ではなく、当社の中長期戦略の優先順位を明確にするものであり、経営の一貫性・集中性を高める手段の一つと捉えております

今後の方針

- ・ 成長投資と株主還元の両立を図る中で、資本効率を重視した経営を継続してまいります
- ※なお、これは短期的な株価対策ではなく、中長期的な企業価値の向上と一貫した経営スタンスを明示するものです

「Schoo for Business インパクトレポート2025」 発行

主力事業である「Schoo for Business」の社会的・経済的インパクトを可視化。
持続的な企業価値向上とステークホルダーとの対話強化を目指す。

インパクトレポート発行の主な目的

- 中長期の企業価値向上に資する非財務情報の積極的開示
- ESG志向の投資家様および多様なステークホルダーとの対話強化
- 当社事業の存在意義（Purpose）や社会課題解決への貢献の可視化

今後の展望

- 財務・非財務情報双方を重視した統合的な開示を継続
- ステークホルダーとの信頼関係深化と中長期での持続可能な成長実現へ



詳細は下記「Schoo for Business」インパクトレポート特設ページをご覧ください

<https://corp.schoo.jp/business/impact>

参考資料

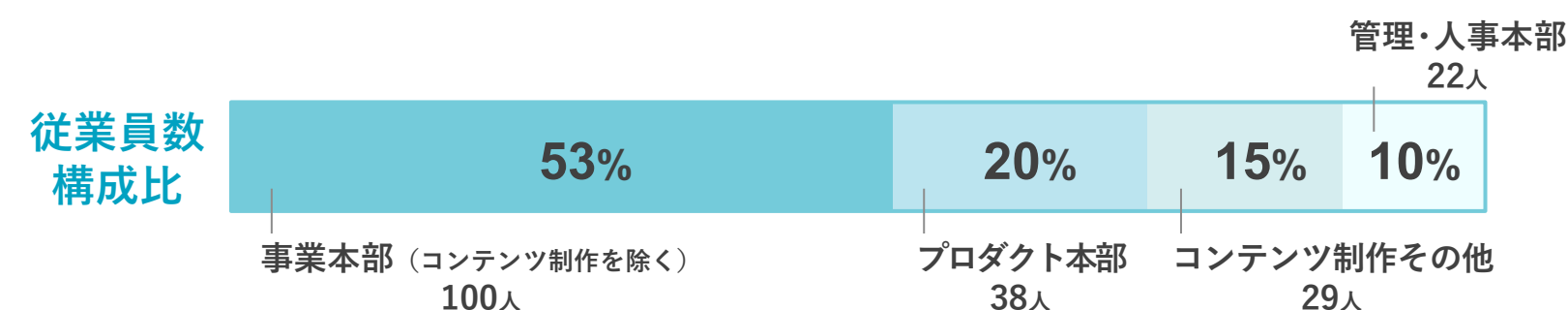




「世の中から卒業をなくす」をミッションに、オンラインでの社会人教育に取り組んできた。



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
監査法人	EY新日本有限責任監査法人
従業員数	189人（ほか臨時雇用者数31人、2025年6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



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。

法人向け オプションサービス事例：「ゼミ」

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

オンライン対面型の集合研修サービス「ゼミ」

「ゼミ」の全体構成



オンライン対面型の集合研修サービス「ゼミ」を開発。

これまでに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

受講後アンケート*1では、受講満足度は96.4%と高い満足度を計測。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

提供テーマ

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

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）



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



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

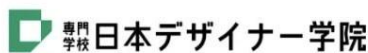
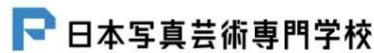
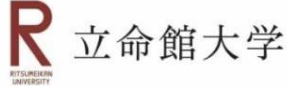
毎日、無料の生放送授業を開催しています。受講生代表（モデレータ）のサポートにより、講師と熱意ある個人ユーザーとの双方向授業が実現されています。生放送の録画は、月額980円で見放題です。

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

Appendix



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

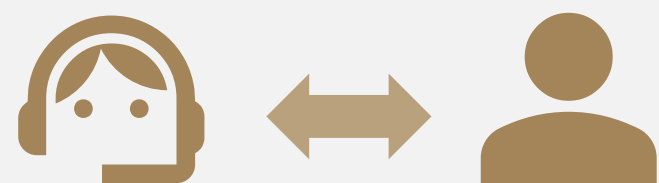
コメント、リアクション、クイズなどの機能によって、学生の授業参加のハードルを下げ、より活発な双方向コミュニケーションを実現。オンラインであっても質の高い教育を実現するための支援を追求

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)

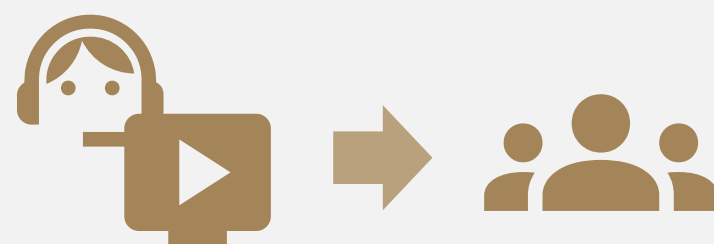


企業内大学支援^{*1}

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)

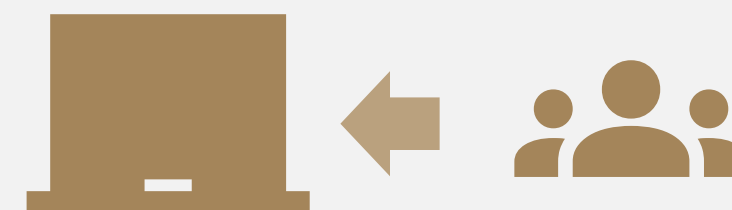


管理者向けウェビナー

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)



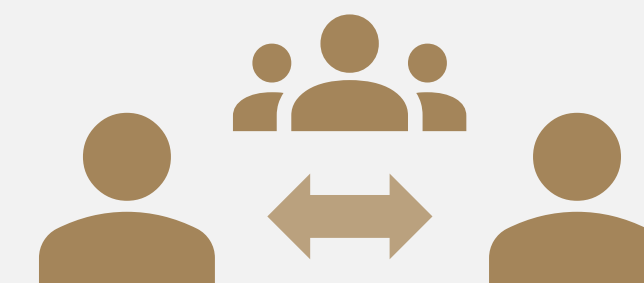
運用ポータルサイト

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（ディスクレーマー）

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。