

# POPER

事業計画及び成長可能性に関する事項



2026年1月

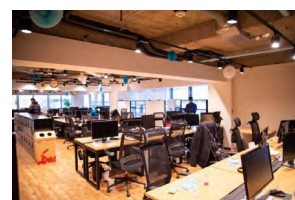
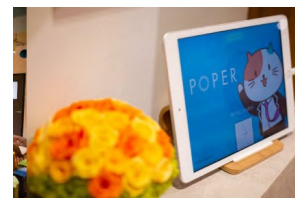
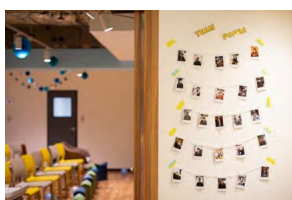
POPER Co.,Ltd.

Copyright ©POPER co.,ltd. all rights reserved

塾は常に  
子供／親と向き合う  
場所であってほしい。

代表取締役CEO  
栗原 慎吾

代表の栗原は  
学習塾の経営者と講師を経験。  
実務の中で感じた  
塾業界のIT化の遅れからくる  
非効率さを解決すべく  
Comiruを開発。



# COMPANY

## 会社情報

### 社名

株式会社POPER

### 所在地

東京都中央区日本橋茅場町1-13-21  
日本橋茅場町阪神ビル4F

### 代表者

栗原 慎吾

### 設立

2015年1月

### 従業員

85名（2025年10月末）

### 事業内容

教育事業者向け  
業務管理プラットフォームの提供

## 個人塾経営を通じた現場経験が 「教育」の泥臭さと尊さを感じる原点

1 教室で生徒は50名。

いわゆる個人塾を埼玉県北与野駅の近くで運営していました。  
塾を外部から見た世界と内部から見た世界には大きく違いがあり、  
先生と生徒が真剣に向き合うことで、双方に大きな影響を与える  
ことを実感しました。この影響こそが「教育」の成果であると感じた瞬間でもありました。



保護者面談において、涙を流す保護者や、妻を亡くした父親と  
そのご子息（生徒）についての話をするなど、さまざまな切実  
な声に向き合っていました。決して経済的に余裕があるとは  
いえない保護者がホテルのベッドメイキングのアルバイト代  
を夏期講習費用として提供してくださるなど、生々しい現実  
にも直面しました。

また、生徒とはさらに真剣に向き合い、時にはひねくれた生徒  
に対して厳しく接することもありました。その結果、生徒たち  
は真剣に私たちと向き合うようになり、気が付けば彼らにとっ  
ての“恩師”となっていました。

「教育」というものの泥臭さと、尊さを肌で感じた5年間でした。





## しかし、「生徒と向き合う」時間がとれていないという現実

教育の現場はデジタル化が遅れているといわれることが多いですが、私が経営している塾はまさにそのとおりでした。

生徒の普段の頑張りを保護者のみなさんにも伝えたい。そんな思いから「個人別ノート」というものを作成していましたが、当時の生徒50人分のノートを作成するというのは相当な苦勞がありました。

たださえ請求書の作成や、授業振替の対応や、個人面談の日程調整など管理業務が多いなかで月初1週間は、授業の合間に話しかけてくれた生徒との雑談よりも個人別ノートの作成に多くの時間が割かれているような状態。

「これでいいのか？」という考えがよぎりました。

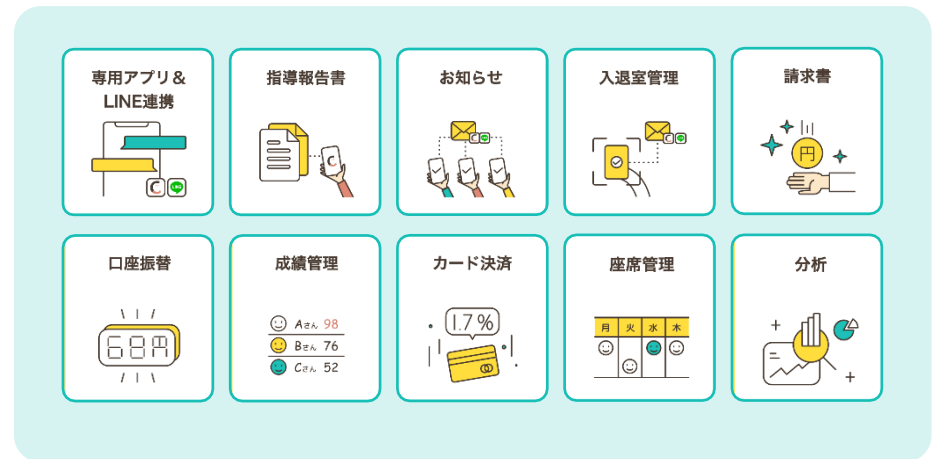
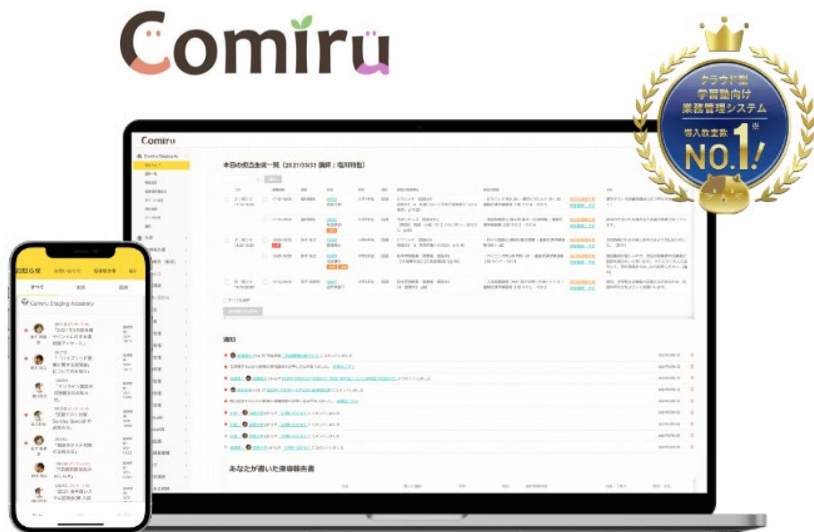
生徒との時間を大事にするのももちろん大事。

我が子を思う親御さんとのコミュニケーションを大事にするのも重要。

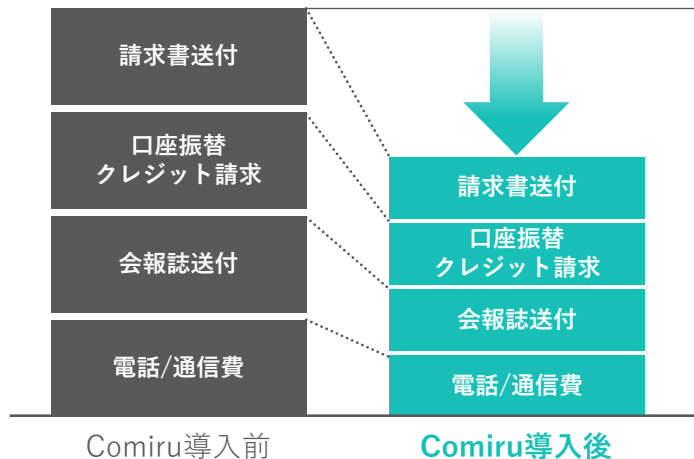
そのために誰かが塾現場のデジタル化を実現する必要があるのではないかな。そんな気持ちから、開発したのが「Comiru」でした。



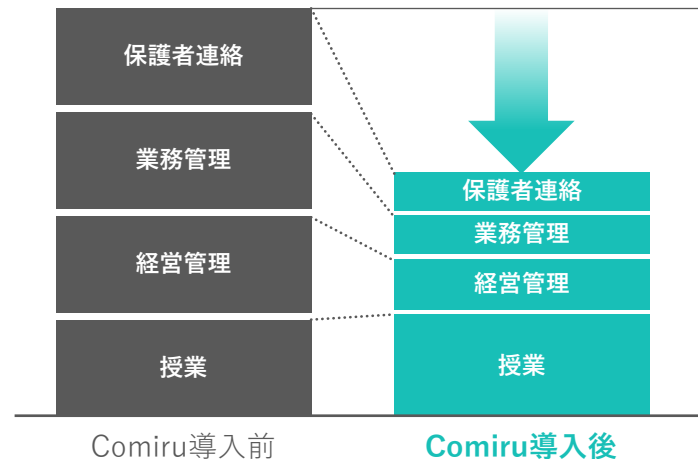
# Comiruを用いることで「教えること」に教育現場が集中できる



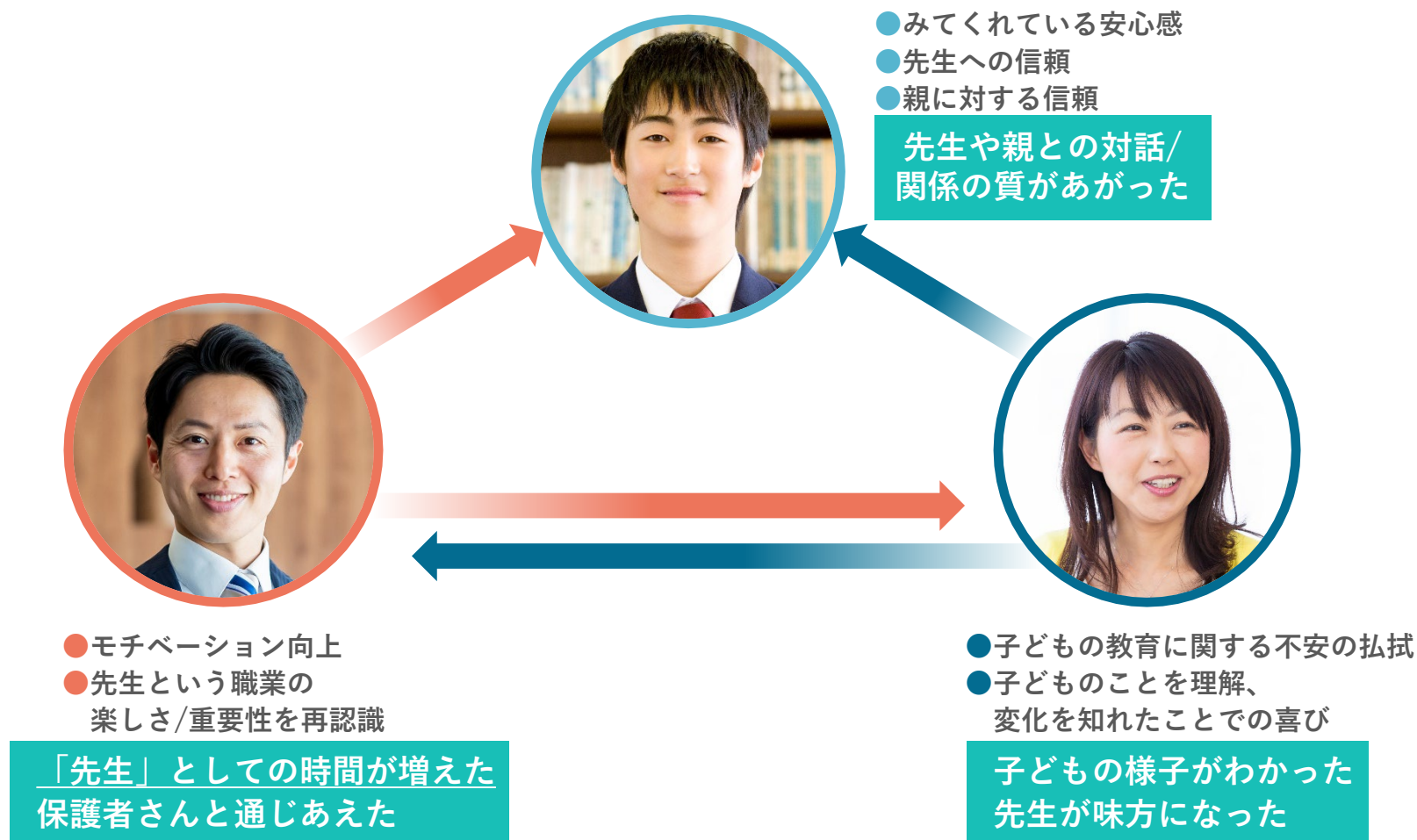
## 教室等運営コストの低減



## 事務作業時間の削減



教える時間の創出は手段であり、  
「教えることを通じてステークホルダの心・関係性を豊かにする」ことが目的



# “教える”をなめらかに

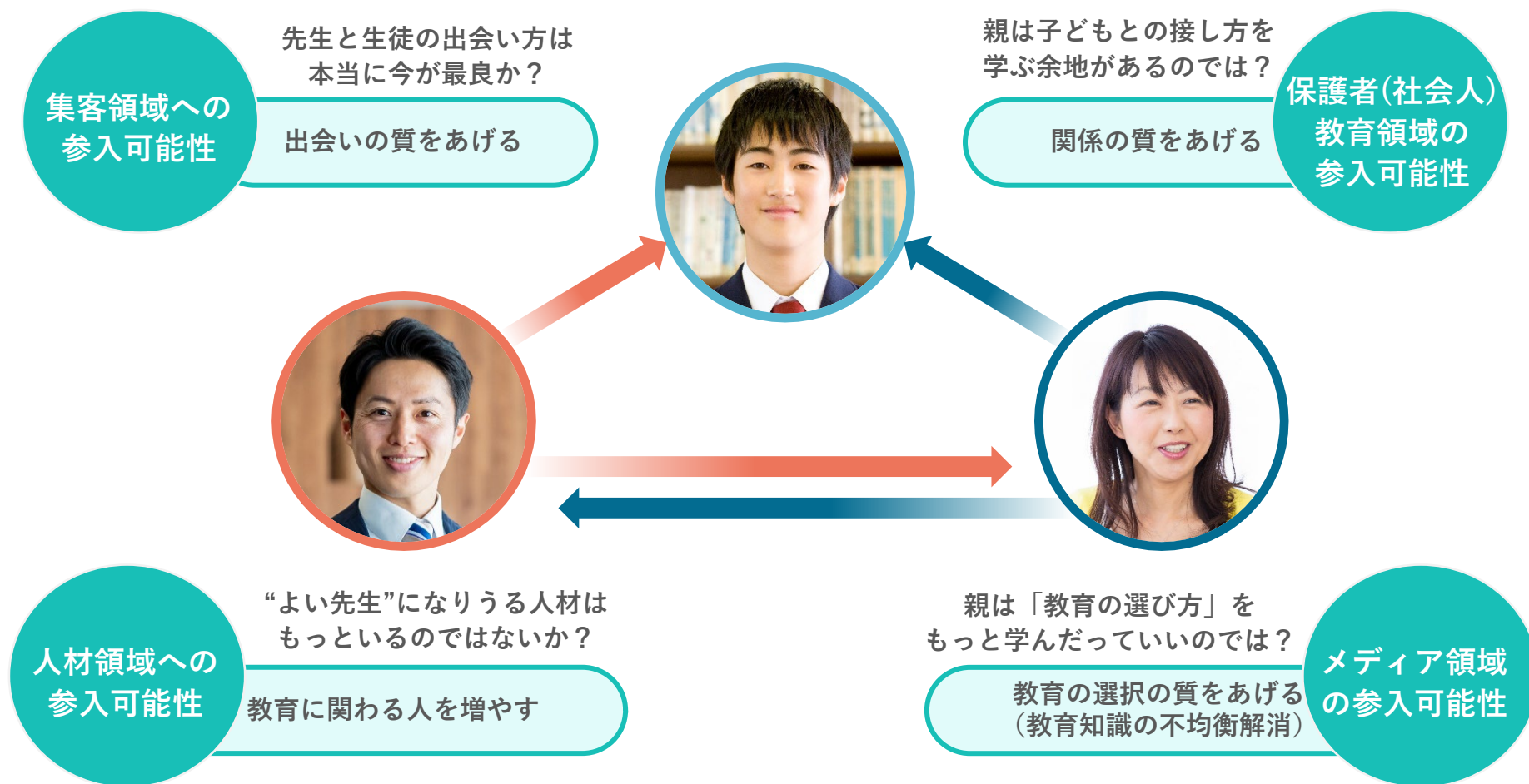
みんなの“かわる”に寄り添う

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 / MA 両軸で参入を検討





1

事業内容の紹介

2

今後の成長戦略

3

資本配分方針

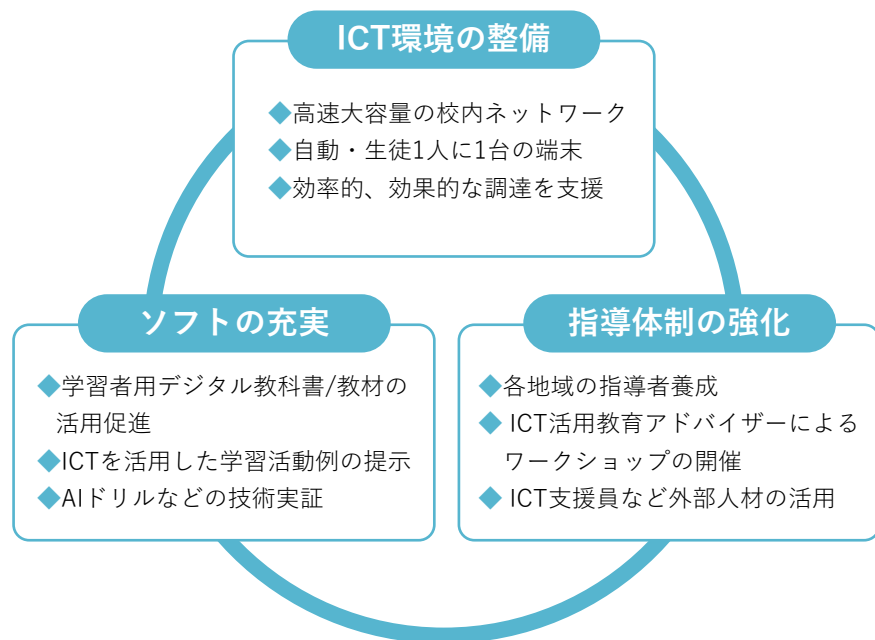
4

主なKPIとリスク情報

## ■ コロナ禍を経て、GIGAスクールと個別指導が牽引する教育業界の教育ICT市場の成長加速

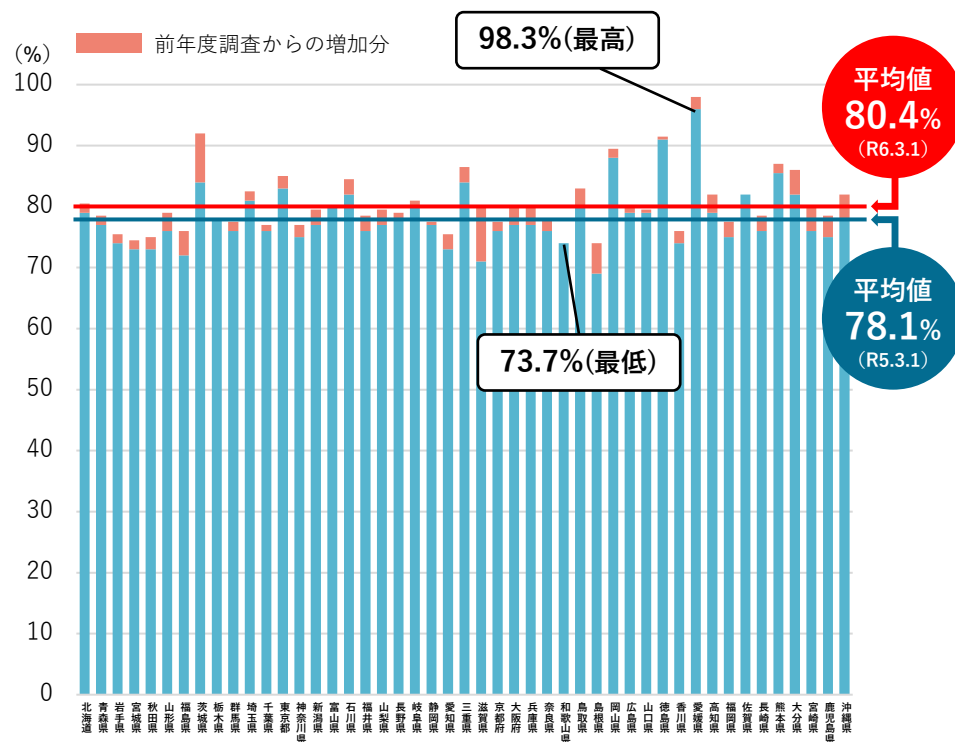
### GIGAスクール構想

- GIGAスクール構想の実施により、教育業界におけるICT推進の土壌は出来つつある
- 生徒一人ひとりに合わせた指導が、従前よりも強く求められており、教師は以前よりも多くの時間を授業に注力する必要がある



### 教員の授業におけるICT活用力

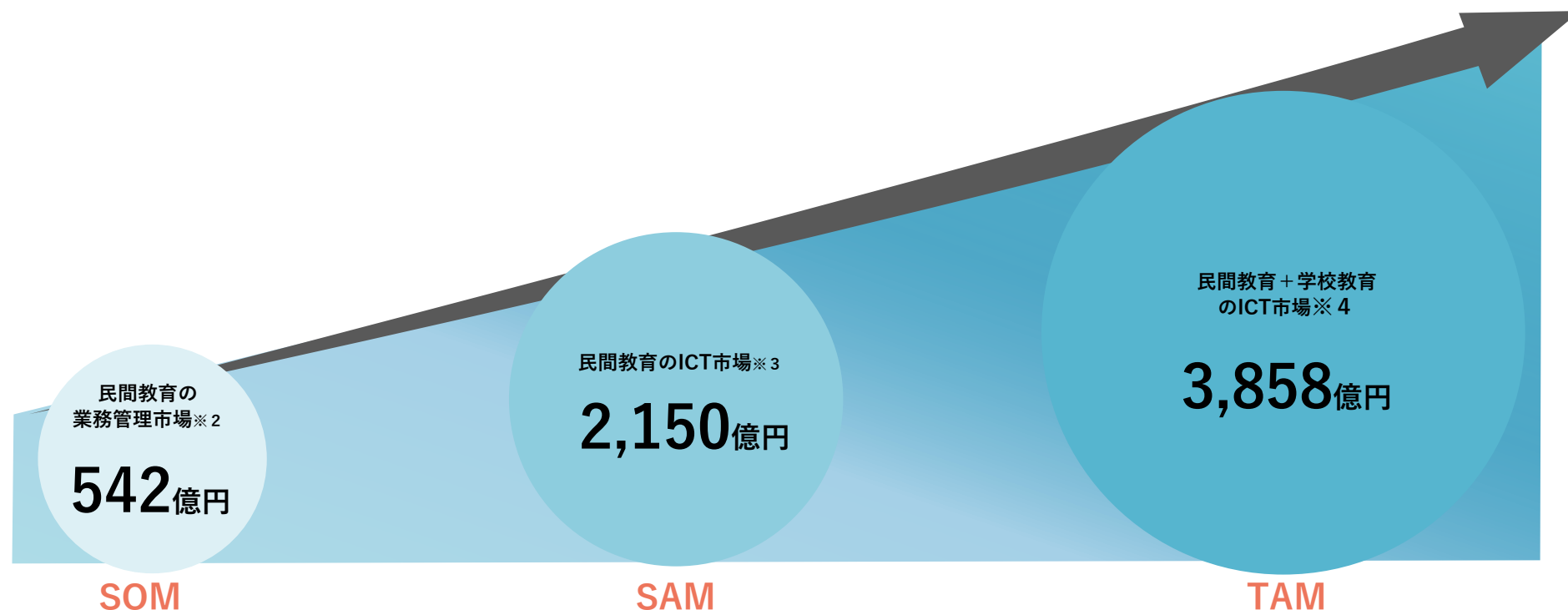
- 令和5年度調査（令和6年3月時点）では、授業におけるICT活用が着実に浸透し、教員全体の8割超に達する



# 教育業界ICT市場のポテンシャル

- GIGAスクール構想の進展やEdTech導入の加速などを背景に、教育ICT市場全体（TAM）は、約3,800億円規模へと成長を遂げると予測されている。

## 教育業界ICT市場のポテンシャル※1



※1 船井総合研究所が2021年10月に行った調査「教育業界におけるICT市場の可能性」より抜粋しております。本調査以降も、1人当たり教育支出の増大やIT化加速により、教育ICTの必要性は一層高まっております。

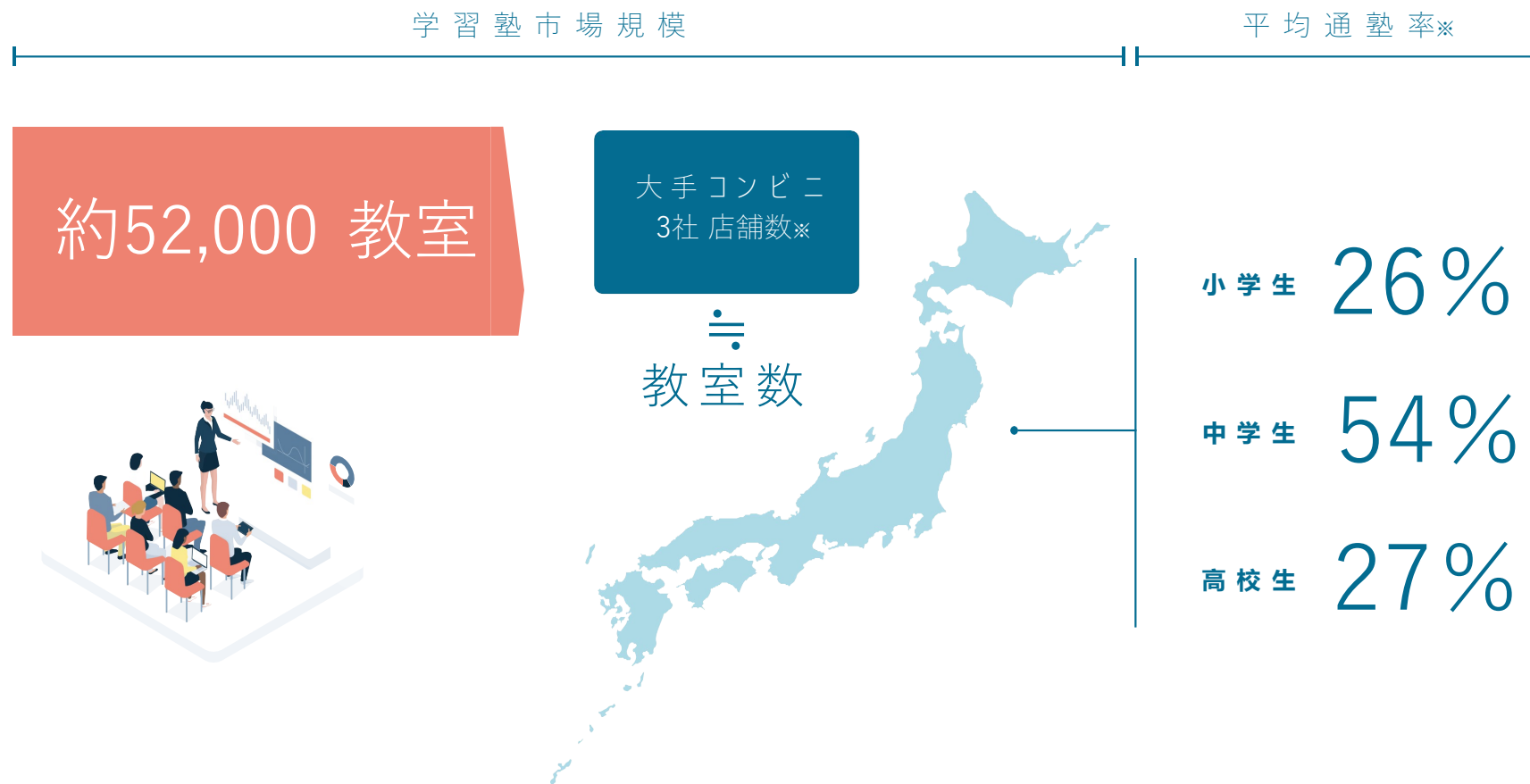
※2 民間教育の業務管理市場は、民間教育業界（学習塾、英会話教室、音楽教室、民間学童等）における業務管理システムの市場規模を指します。

※3 民間教育のICT市場は、民間教育業界における業務管理システム、BI/マーケティングツール、及び学習管理システムの市場規模合計を指します。

※4 民間教育+学校教育のICT市場は、民間教育業界及び学校教育業界における、業務管理システム、BI/マーケティングツール、及び学習管理システムの市場規模合計を指します。

# 学習塾市場への特化戦略

- 教育市場の基盤であり、教育市場を支えるインフラとして、生徒の3人に1人が利用する学習塾市場で成長機会を最大化し、確固たる地位を築くことを目指す



※学習塾の市場規模は、経済産業省「2020年経済構造実態調査報告書 学習塾編」事業所数52,070箇所より抜粋しております。

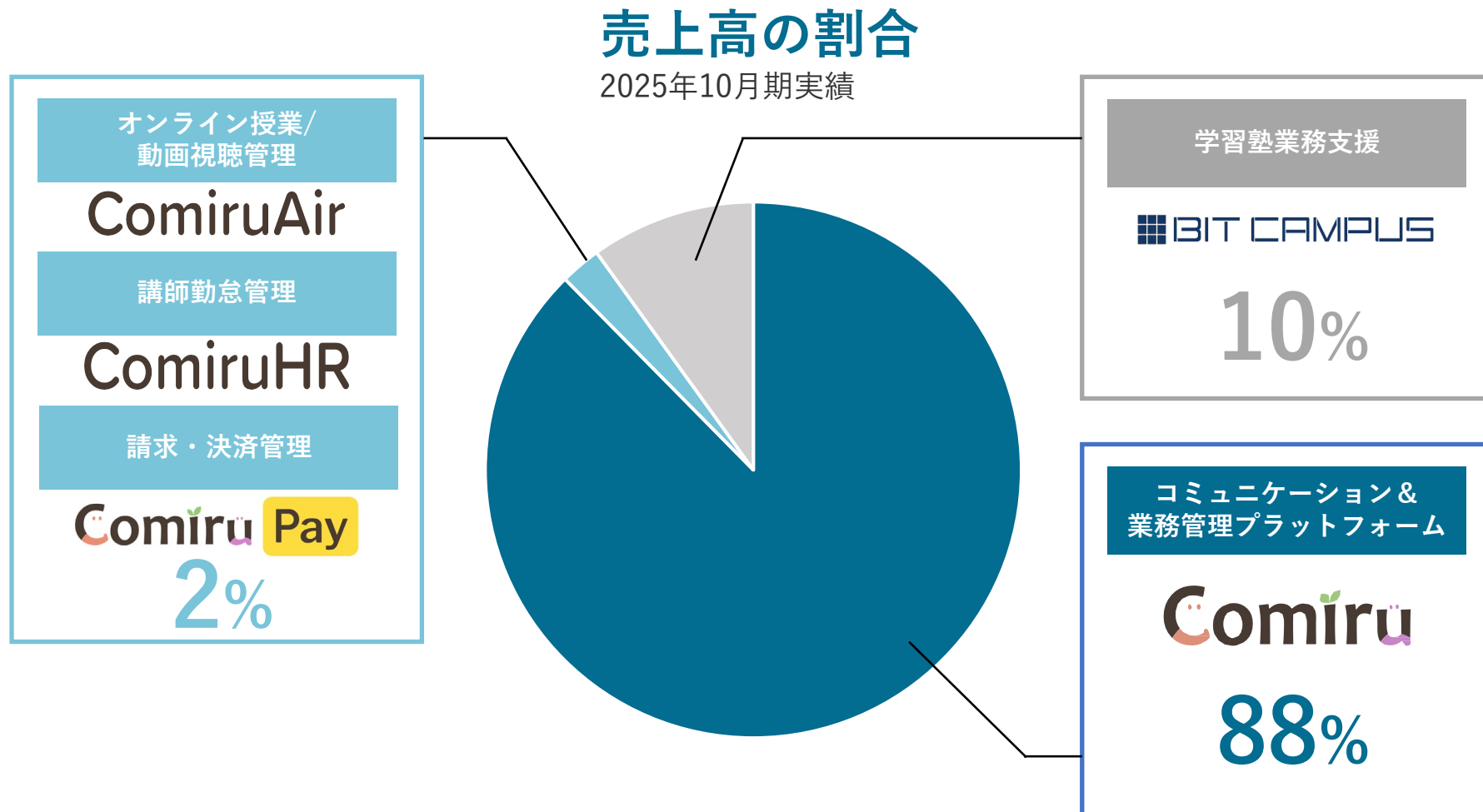
※大手コンビニ3社の店舗数とは、セブン-イレブン・ジャパン、ファミリーマート（国内プロパー店舗）、ローソングループ（国内店舗数）の2023年1月末の店舗数合計51,160店を指します。

※平均通塾率は、小学生と中学生は平成20年度文部科学省「子どもの学校外での学習活動に関する実態調査報告」、高校生は2015年ベネッセ教育総合研究所の「学校外の学習機会」より抜粋しております。

※近年、少子化の中でも子ども1人当たりの教育費は増加傾向にあり、個別指導へのシフトや管理業務の複雑化に伴い、当社の提供する業務管理プラットフォームの潜在需要はさらに拡大しております。


## 当社のサービス内容

- コミュニケーション&業務管理プラットフォーム「Comiru」、関連サービスの「ComiruAir」、「ComiruHR」、「ComiruPay」及び学習塾業務支援システム「BIT CAMPUS」の5サービスを提供





## 当社は設立してから、一貫して教育事業者向けサービスを提供

- 
- A vertical timeline line with circular markers at each year, extending from the top of the page down to the 2025 entry.
- 2015** 1月 東京都渋谷区に株式会社POPER設立
  - 12月 SaaS型教育事業者等専用コミュニケーション&業務管理プラットフォーム「Comiru」リリース
  - 2019** 10月 業容拡大のため、東京都中央区に本社移転
  - 2020** 8月 教育事業者等に特化したオンライン授業・自宅学習支援サービス「ComiruAir」リリース
  - 12月 教育事業者等向け講師労務管理・講師コミュニケーションサービス「ComiruHR」リリース
  - 2021** 6月 大手教育事業者等向け基幹システム機能を提供する「ComiruPRO」をComiruの新プランとしてリリース
  - 2022** 11月 東京証券取引所グロース市場上場
  - 2024** 4月 情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の国際規格である「ISO/IEC 27001:2013（JIS Q 27001:2014）」の認証を取得
  - 5月 株式会社ティエラコムの「BIT CAMPUS」事業を会社分割（簡易吸収分割）により承継
  - 2025** 1月 教育事業者等向け請求・決済管理サービス「ComiruPay」リリース

# 「Comiru」 サービス主な機能のご紹介

**Comiru**

▶ 利用される生徒のID数で課金

2015.12



**初期費用**  
30,000円 / 教室

**利用料**

- BASIC : 300円 / 月 / ID  
- PRO : 500円 / 月 / ID

※サービスの一部抜粋（全15機能、順次増加中）

## 保護者コミュニケーション

保護者と気軽に連絡可能に、LINE連携や既読・未読も確認可能

## 学習進捗管理

講師、生徒、保護者が一目瞭然で学習進捗を確認し、今後の取り組み課題を明確に

## 授業内容共有

授業内容、理解度、宿題対応状況等を簡単に纏める事ができ、保護者と共有可能

## 請求・決済

請求書を簡単に作成することができ、決済料率も業界最低水準

**簡単に作成できて確実に届くから  
保護者連絡が今までの何倍も効率的に**

- お知らせタイトル**  
お知らせのタイトルを記入。
- お知らせ本文**  
文章はもちろん、画像や表の挿入も。
- 外部公開機能**  
お友達紹介キャンペーンなど、保護者経由で試戴を届けたいお知らせにはSNS拡散ボタンをつけることが可能です。
- 保護者コメント**  
保護者が、お知らせを読んだ後に、疑問や悩みをスムーズにコメント欄で相談することができます。
- 送信**  
個人/全体にも、任意で設定したグループにも送信可能。
- 既読/未読の判別が可能**  
既読/未読の判別が可能です。
- 作成が簡単。テンプレート機能付き。**

**講師主導で学習進捗を管理することで、生徒／保護者と共に目標に向けて取り組むことが可能に**

- Comiruに登録している膨大な教科書データを元に、単元別に進捗を管理。**
- 学校の進捗と比較しながら細かく学習進捗を管理。**

**スマホからでも簡単に作成できる  
指導報告書作成システムの決定版**

- 授業概要の報告**  
・授業区分 → 通常授業、補習など。  
・出席状況 → 出席・欠席など。  
・授業日 → 開始と終了時刻も入力可。  
・科目 → 授業の科目を選択。  
・使用テキスト → 使用したテキストを選択。  
・単元の理解度 → 生徒の理解度を入力可能。
- 授業内容の報告**  
授業でどのようなことを指導したのかを記載。
- 情報内容の記載**  
指導内容を記載。
- 担当講師コメント**  
生徒の気にもなることや保護者にご連絡すべき事項などを記載。
- テンプレート機能でアルバイトの先生もスマホで簡単作成。**
- テキストや単元はすでに登録済みなのであとは使用しているものを選ぶだけ。**
- 保護者からのコメント対応も可能。指導内容についての保護者の不安を即時解決。**

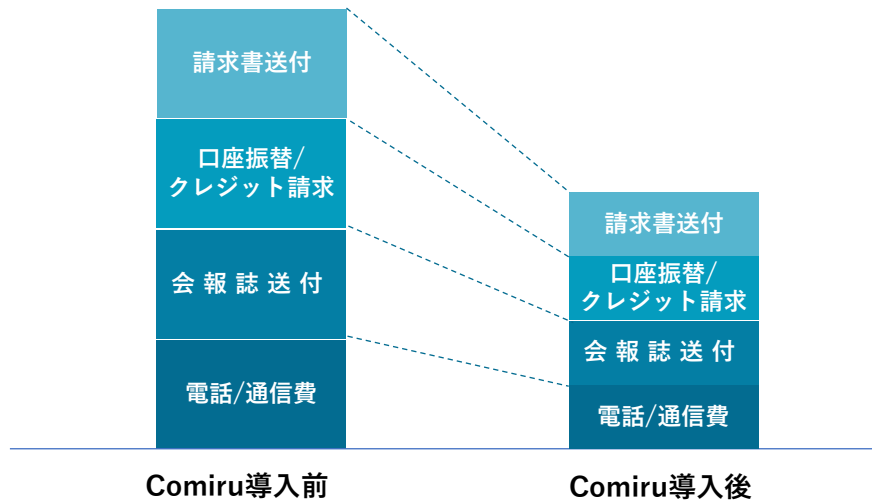
**毎月発行する請求書だからこそ  
手軽で正確に作成できることが重要**

- 請求書**  
請求書を作成する際に必要な項目を入力。
- 請求項目や金額を事前登録すればあとは選択するだけで簡単に作成可能。**
- 毎月データを引継いで作成が可能。一度つくってしまえば次月以降の工数は大幅減。**

# 「Comiru」サービスの導入メリット①

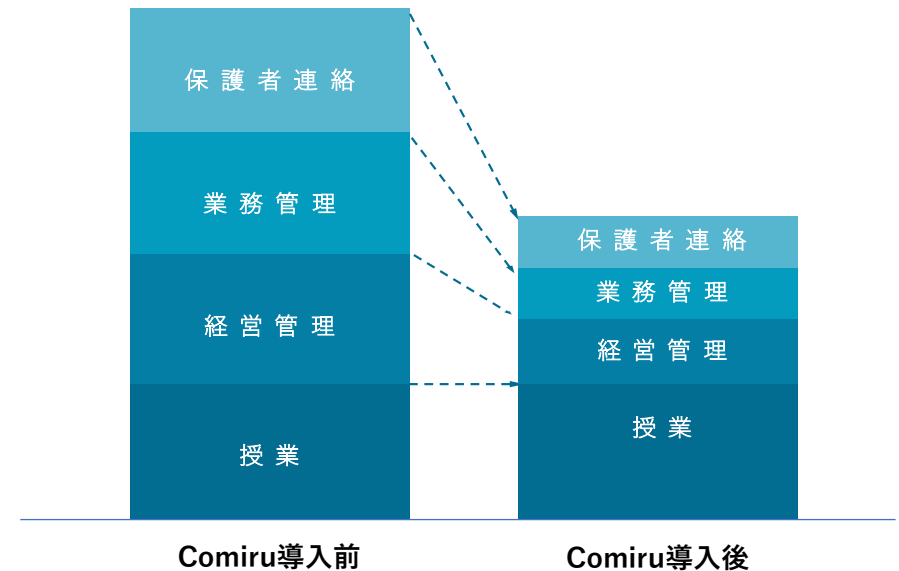
- 運営コストの低減だけでなく、事務作業の時間の削減にも貢献

## — Cost Down —



中小教育事業者では、年間 20 万円  
大手教育事業者では、  
年間 4,000 万円のコスト削減を実現

## — Reduce Hours —



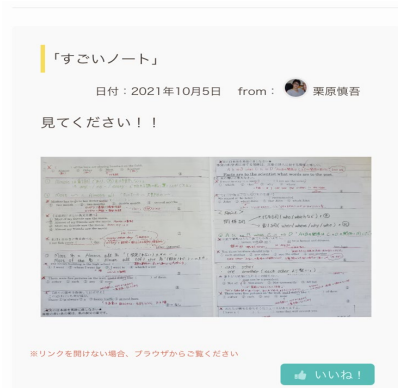
生徒50名の個別指導塾では、  
月間約100時間の事務時間を削減

## 「Comiru」の導入メリット②

- 保護者とのコミュニケーションを強化することで、退会の減少に繋がり、売上の向上にも貢献

### 指導内容や結果を保護者に伝える

うちの子きちんと勉強してるのかしら、  
家でも勉強してないし塾に行かせても意味ないのかも・・・



塾での頑張りの様子を伝えることで保護者も安心。  
授業中の写真やノート、小テストの結果などの画像を送る  
だけでもその効果は大。

### テスト結果と対策を報告

前回よりも学校の定期テストの点数が下がった、  
塾の先生はうちの子のことに気にかけてくれているのか・・・



しっかりとテスト対策を講じていたことを伝える。  
その上で結果の分析と今後の方針を連絡することで、この塾に任  
せていて安心だという信頼を獲得。

生徒100名の学習塾において、退会人数を11名→2名に減少  
年間200万円/教室の売上改善 (※Comiru導入後のお客様事例)

# 「ComiruAir」、「ComiruHR」、「ComiruPay」 サービス主な機能のご紹介



▶ 利用される教室単位で課金

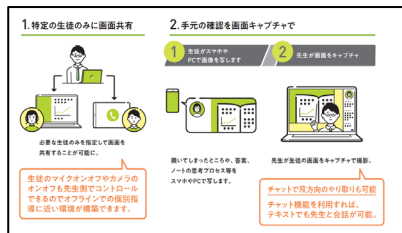
2020.08▶▶▶ 初期費用：30,000円/教室

※サービスの一部抜粋

利用料：利用機能、利用時間に応じて変動  
3,000円/月/教室～

## 授業に特化したWebシステム

特定生徒のみの画面共有や手元画像のキャプチャ等授業に特化した機能を作りこみ



## 宿題管理・動画視聴

宿題進捗管理や、動画視聴機能を準備。  
教育系Youtuberと連携して、2,600本の動画コンテンツを用意



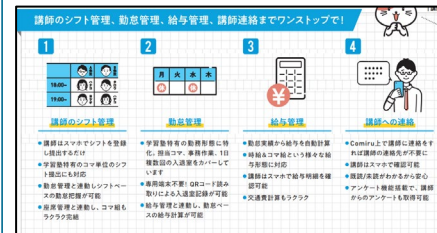
▶ 利用される講師のID数で課金

2020.12▶▶▶

初期費用：無料  
利用料：300円/月/ID

## 勤怠・給与管理

講師のコマ給や事務給等学習塾を始めとする教育業界特有事情にも対応した勤怠管理が可能



▶ 決済回数に応じて課金

2025.1▶▶▶

初期費用：無料  
月額利用料：500円/月/教室  
決済手数料：58円/回/ID

## 請求・決済管理

教育業界最安値水準※の決済手数料を実現するComiru独自の決済サービス。請求・決済の業務効率化も可能



※「ComiruAir」、「ComiruHR」、「ComiruPay」のご利用には、「Comiru」のご利用が必要となります

※ 決済手数料水準は、2025年10月時点、POPER調べ



# 「BIT CAMPUS」 サービス主な機能のご紹介



▶ 利用される会社単位で課金

2009.11▶▶▶

※サービスの一部抜粋

初期費用：100,000円/会社  
利用料：858円/月/ID

## 業務管理機能

生徒や学習塾の経営状況等を一元管理することで、学習塾の業務効率を向上と営業機会のロスを防ぐ



## コミュニケーション機能

ビットメール、掲示板、回覧板、スケジュール機能がスマホアプリでも可能利用。不審者情報や災害時緊急連絡、授業・保護者会の案内をいつでも実施可能



## Webテスト機能

受講指示を出したWEBテストに対し、生徒の受講状況や成績を確認でき、弱点を早期に発見させることができます。

グラフ表示

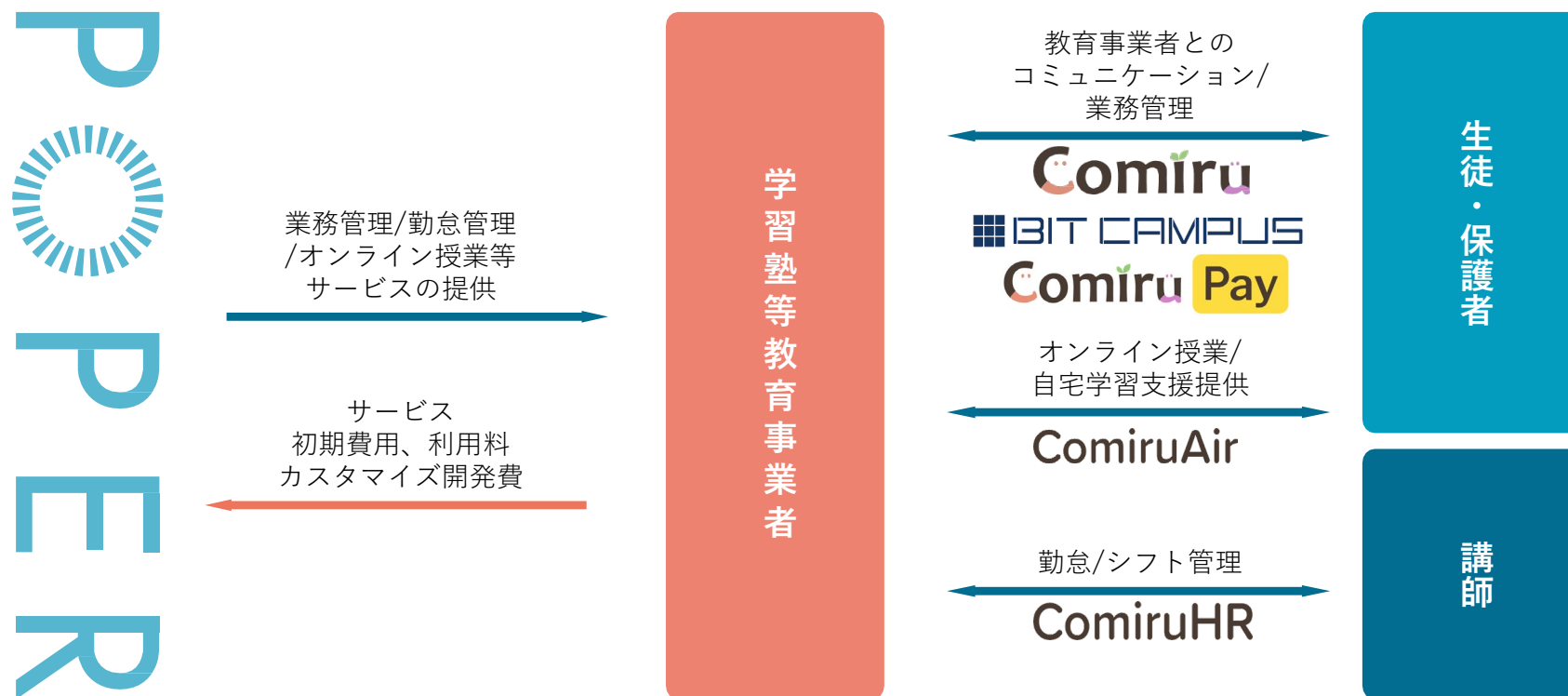
生徒ホーム | 保護者ホーム | 生徒と保護者

冊 S01511013 ティエラ タロウ コース名: 標準中2英語

| No. | テーマ               | 過去5回テスト結果 |   |   |   |   | 総回数 | 総合評価 | メダル<br>獲得   |
|-----|-------------------|-----------|---|---|---|---|-----|------|---|
|     |                   | 1         | 2 | 3 | 4 | 5 |     |      |   |
| 1   | 一般動詞の過去形（規則動詞）    | D         | A | A | A | A | 6   | B    |   |
| 2   | 一般動詞の過去形（不規則動詞）   | B         | A | * | * | * | 2   | B    |  |
| 3   | be動詞の過去形          | A         | A | A | * | * | 3   | A    |  |
| 4   | 過去進行形             | *         | * | * | * | * | 0   | *    |  |
| 5   | 過去形のまとめ           | *         | * | * | * | * | 0   | *    |  |
| 6   | There is (are) 〜. | *         | * | * | * | * | 0   | *    |  |

















## 当社の事業モデル

- 当社の事業モデルは、学習塾等教育事業者向けにサービスを提供することで、初期費用及び月額利用料、カスタマイズ開発費用を受領



## 競合他社との比較

- 大手塾のレガシーシステム刷新から中小塾のDX支援まで、全セグメントの課題に対応するソリューションを展開
- 決済から基幹業務までを一気通貫で支援するサービス連携により高い定着性を実現し、将来の成長に向けたストック収益主体の収益構造へ転換

|        | 大手塾 要件  |   |  |  |
|--------|---|---|--|--|
|        | 中小塾 要件  |   |  |  |
|        | 教室業務管理<br>(コミュニケーション等)  | 決済機能  | 本部向け<br>管理機能   | 基幹システム等<br>個別開発力   |
| POPER  | 塾業界コミュニケーションアプリ先駆者<br>国内シェアNo.1 ※1<br><br>Comiru Basic | 業界最安の決済手数料を<br>目指す※2<br><br>ComiruPay | <br>ComiruPro | <br>ComiruERP |
| A社 非上場 |    |                                       | -  | -  |
| B社 非上場 |   |                                      |              |              |
| C社 非上場 | -   | -   |             |             |
| D社 上場  |    |                                     |             |             |

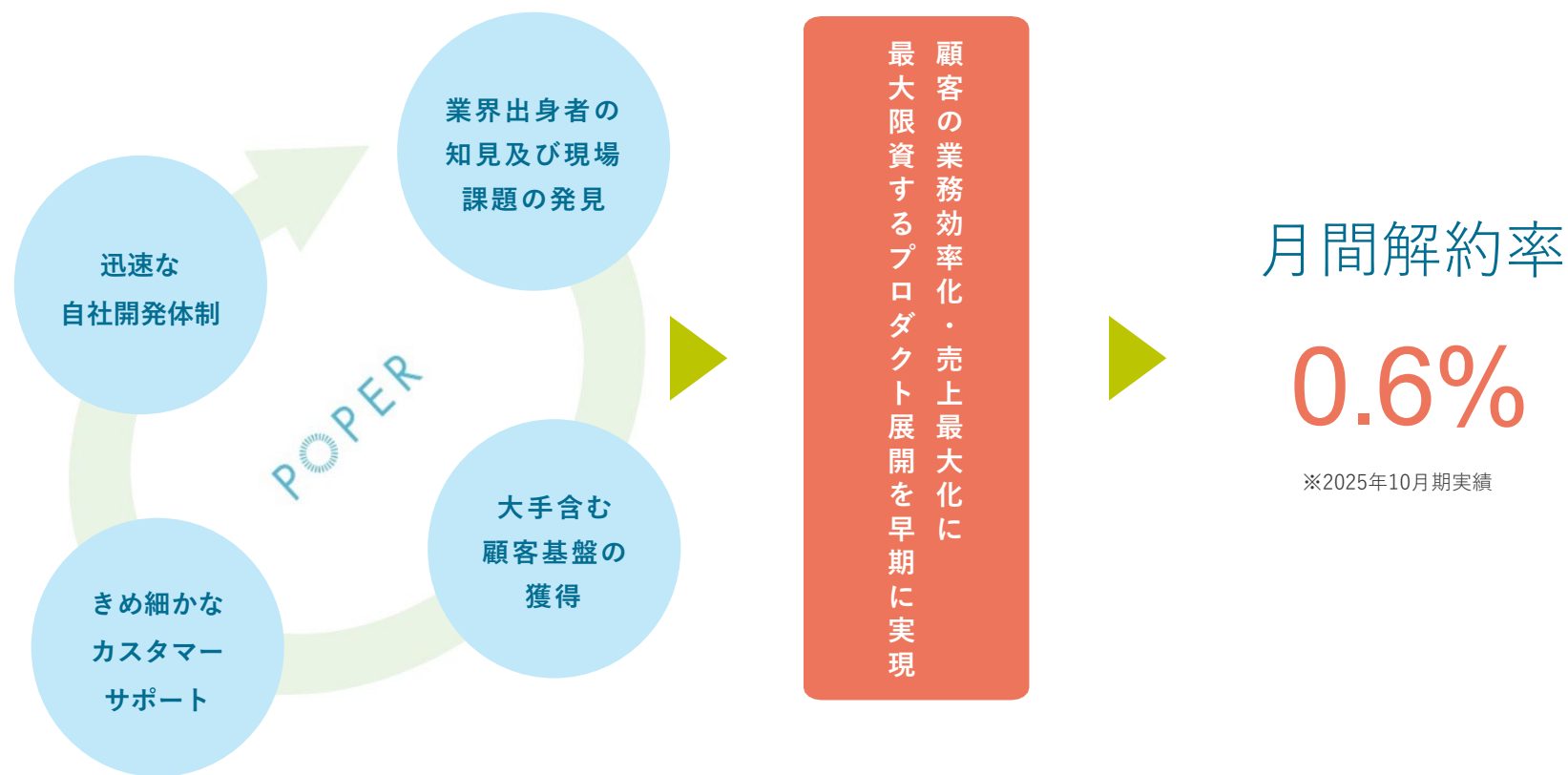
※1 デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社が発行した「ミックITレポート2021年2月号 高成長続くクラウド型学習塾向け業務管理システムの市場動向」において、当社「Comiru」が、クラウド型学習塾向け業務管理システムにおける導入教室数No.1を獲得しました。

※2 2025年10月時点、当社の調査結果を基に作成しております。

※各項目の評価は各社公式サイトおよび当社顧客からのヒアリング情報を基に作成しております。

## 当社競争優位性の源泉

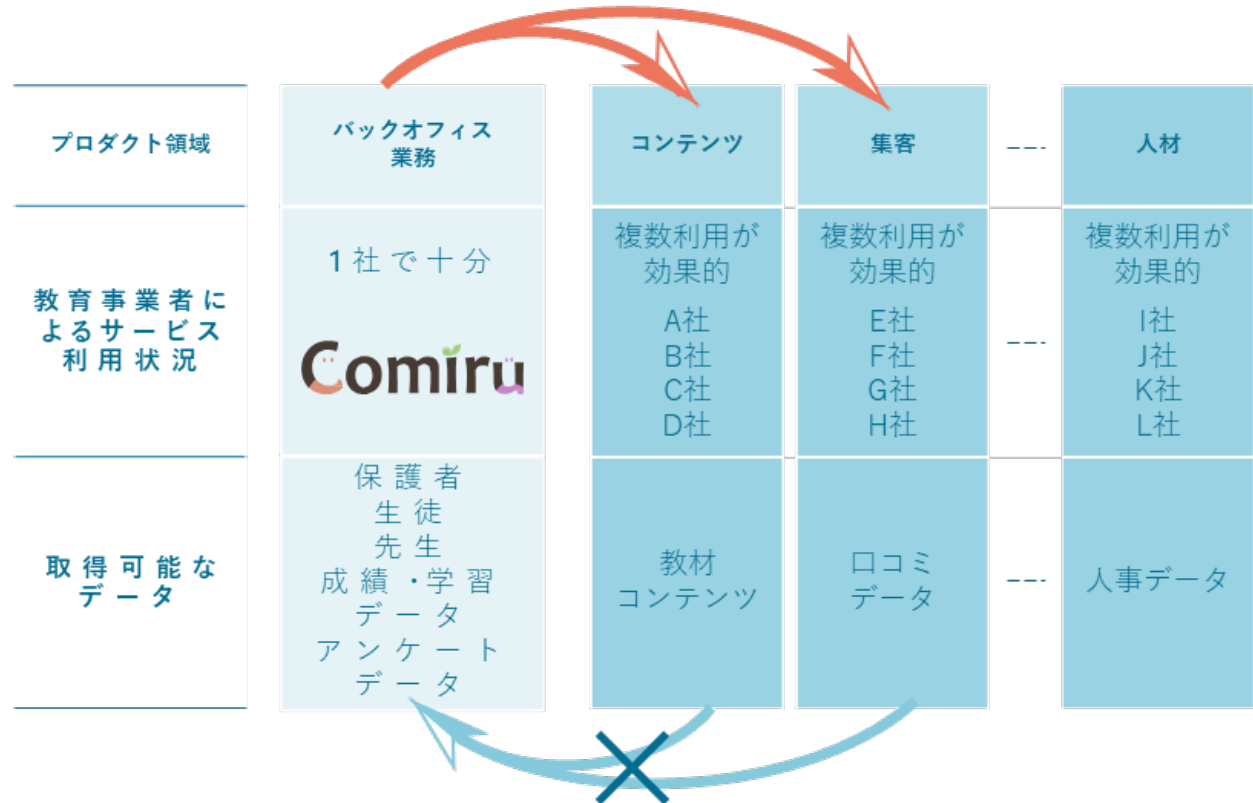
- 経営トップが教育業界出身者であるため、教育現場のニーズを適切に把握したプロダクト開発が可能、運用時のフォロー及び迅速な自社開発体制の構築により、低解約率・高リテンションのビジネスサイクルを実現



## 当社の事業ポジション

- 当社は参入障壁が高いバックオフィス領域に位置付ける事で、競争優位性を構築しつつ、取得した各種データに基づき、今後事業領域の拡張も可能に

バックオフィス領域への戦略的参入により、  
競争優位性を構築しつつ、事業領域拡張が可能に



バックオフィス業務は1社のサービスのみ利用している教育事業者が多く、  
切り替えコストも高いことにより、高い参入障壁を構築可能



## 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%  |

|             |     | 施策内容  | 評価※ |
|-------------|-----|---|-----|
| 顧客基盤の<br>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<br>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但、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。

25 ◎：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

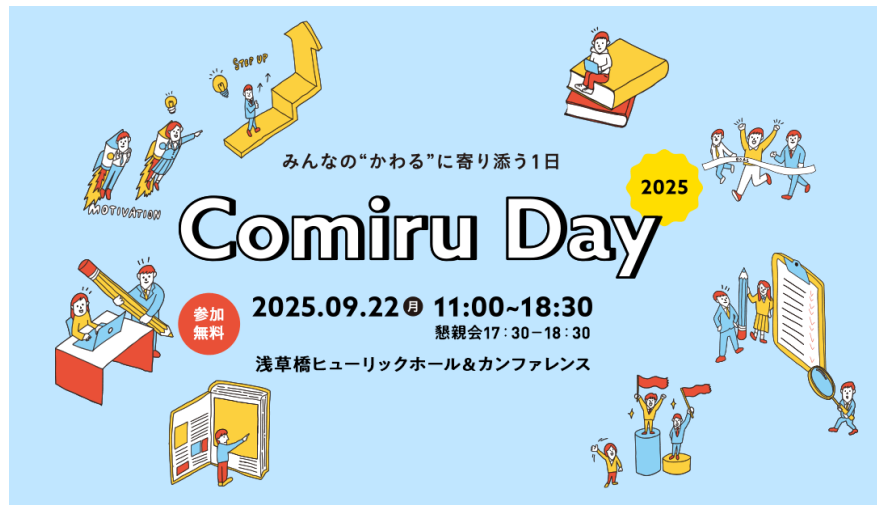


# マーケティング戦略の進化 「ComiruDay」によるコミュニティ基盤の確立

- 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



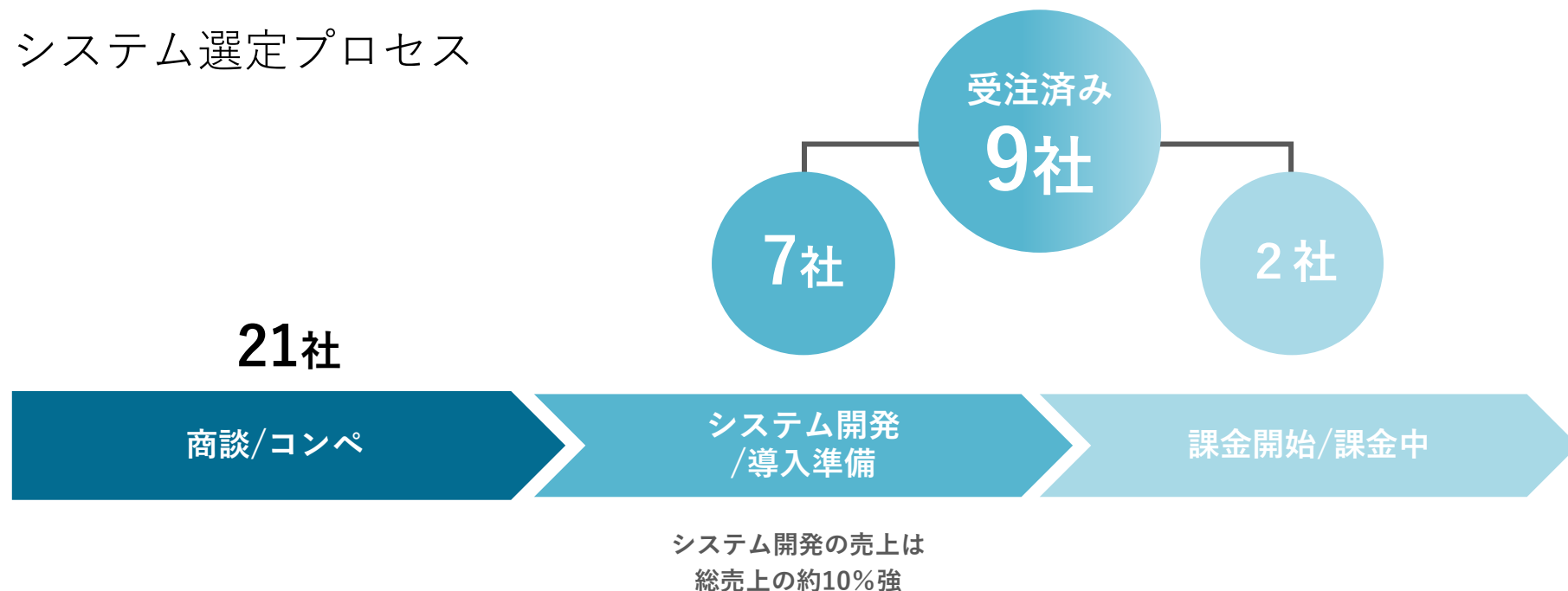
原田 健司氏  
株式会社ESOH group  
代表取締役



## 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

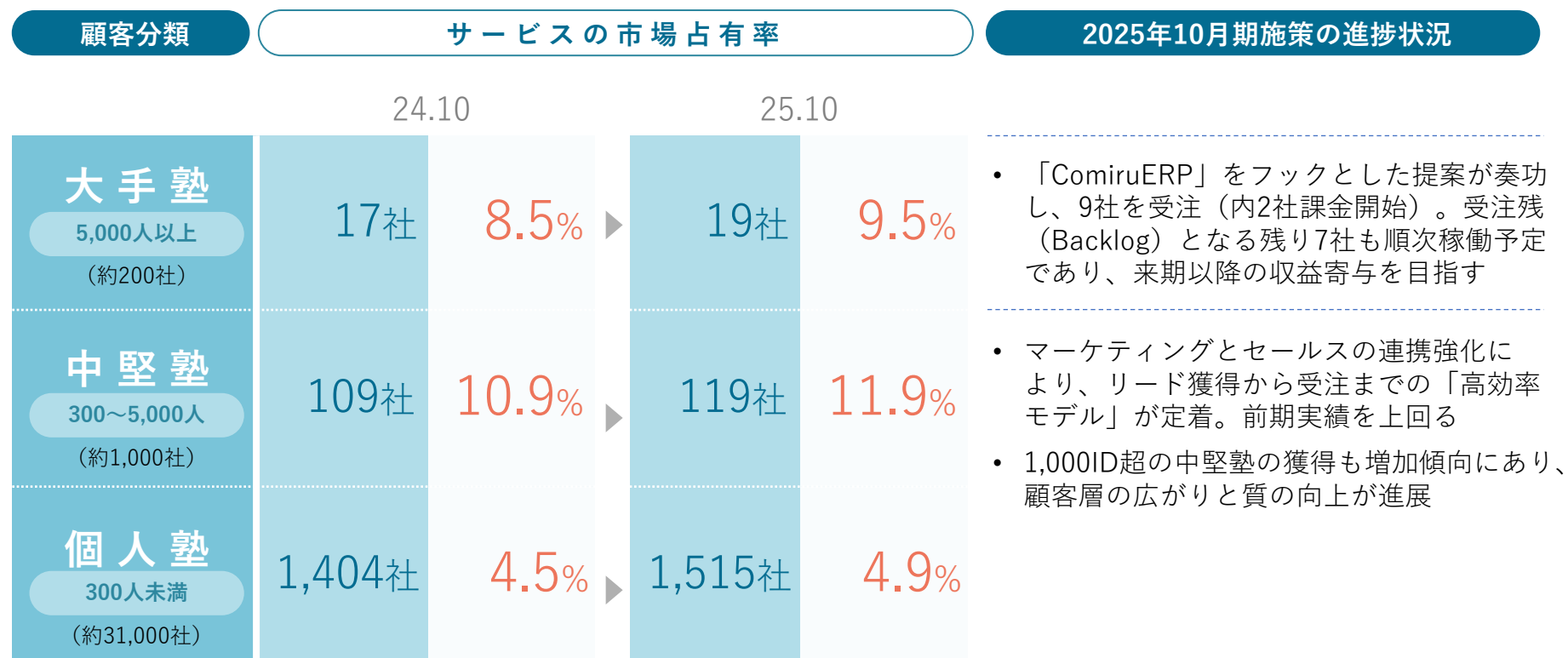


豊富な基本機能をベースに顧客ごとの業務フローに合わせたカスタマイズ提案が評価され、大手特有の複雑な要件をクリア。リードタイムの長い大型案件を着実に「受注」・「課金フェーズ」へと進捗させた



# 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

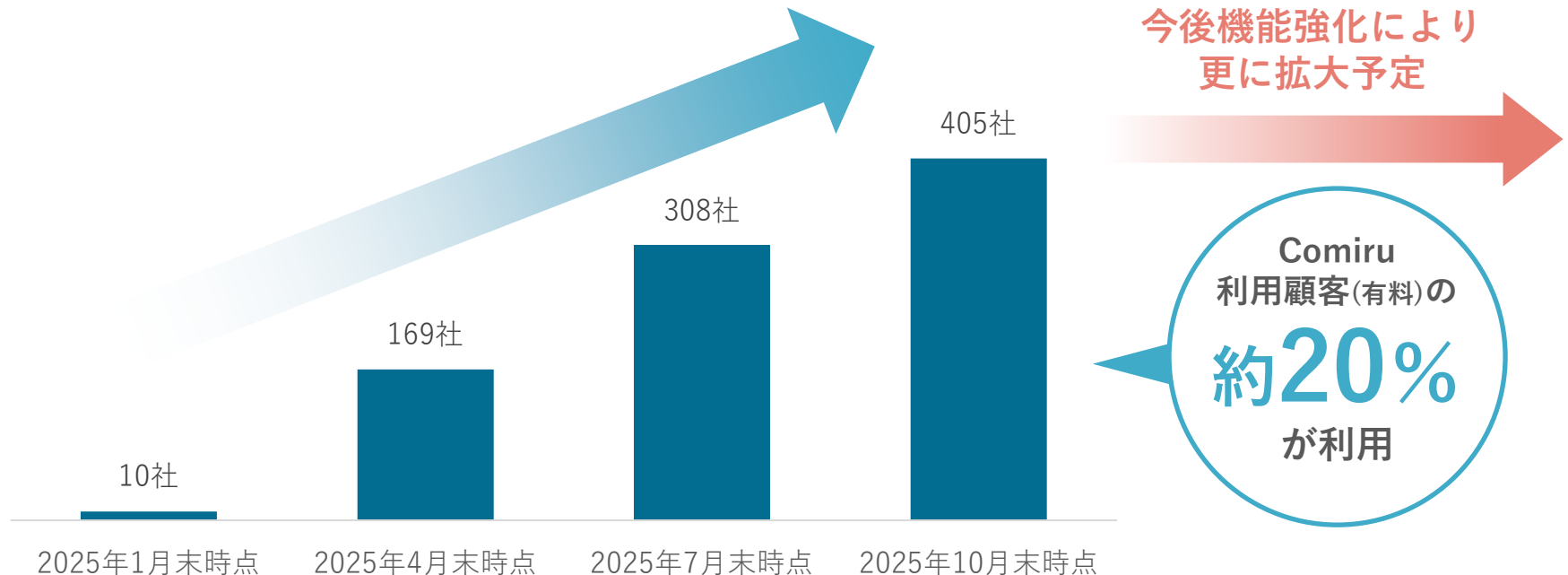
# 「ComiruPay」の垂直立ち上げとクロスセルによる顧客基盤の強化

- 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

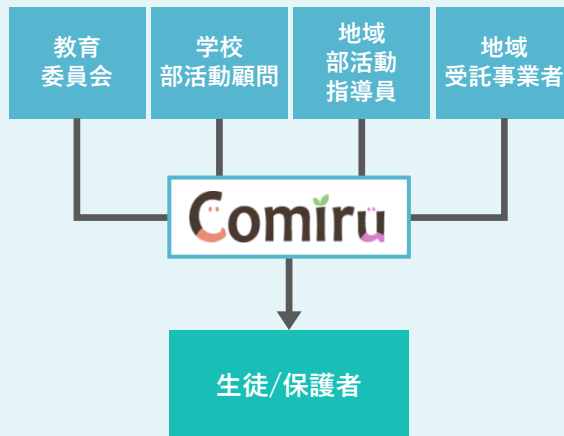


## 学校向け施策 多角的な自治体連携によるDX支援の深化

- 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

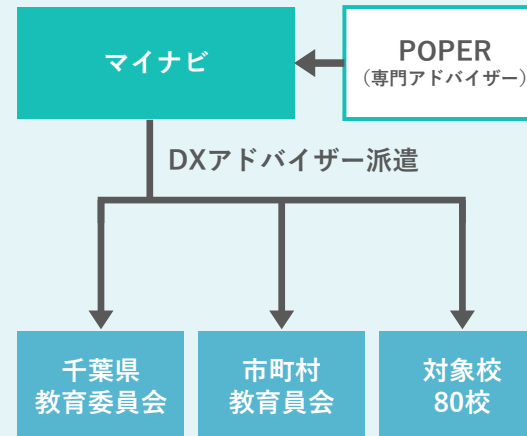
### 休日部活動の地域移行支援

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



1 事業内容の紹介

2 今後の成長戦略

3 資本配分方針

4 主なKPIとリスク情報

- 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

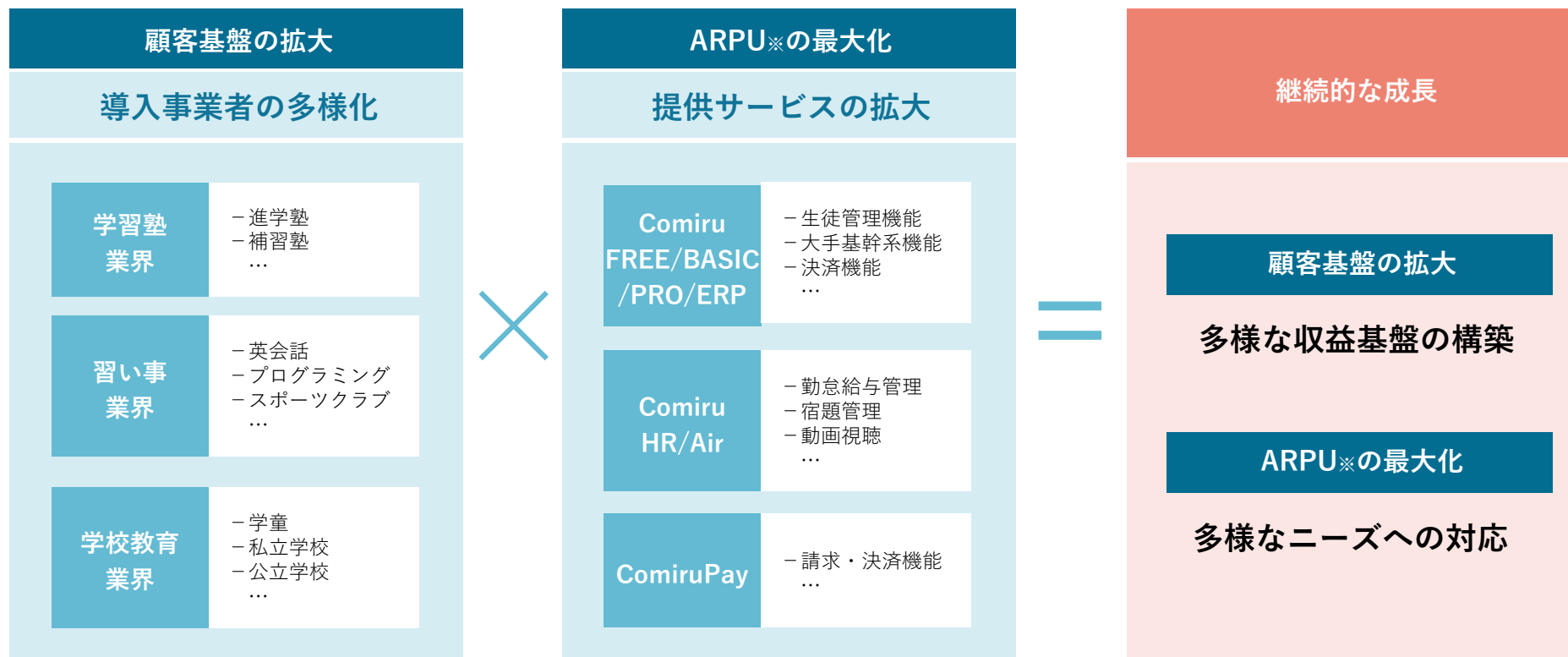
市場規模が数倍となる「習い事・学校領域」へサービス機能拡充による顧客獲得を加速



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の最大化（提供サービスの拡大）」の二軸による成長戦略を堅持





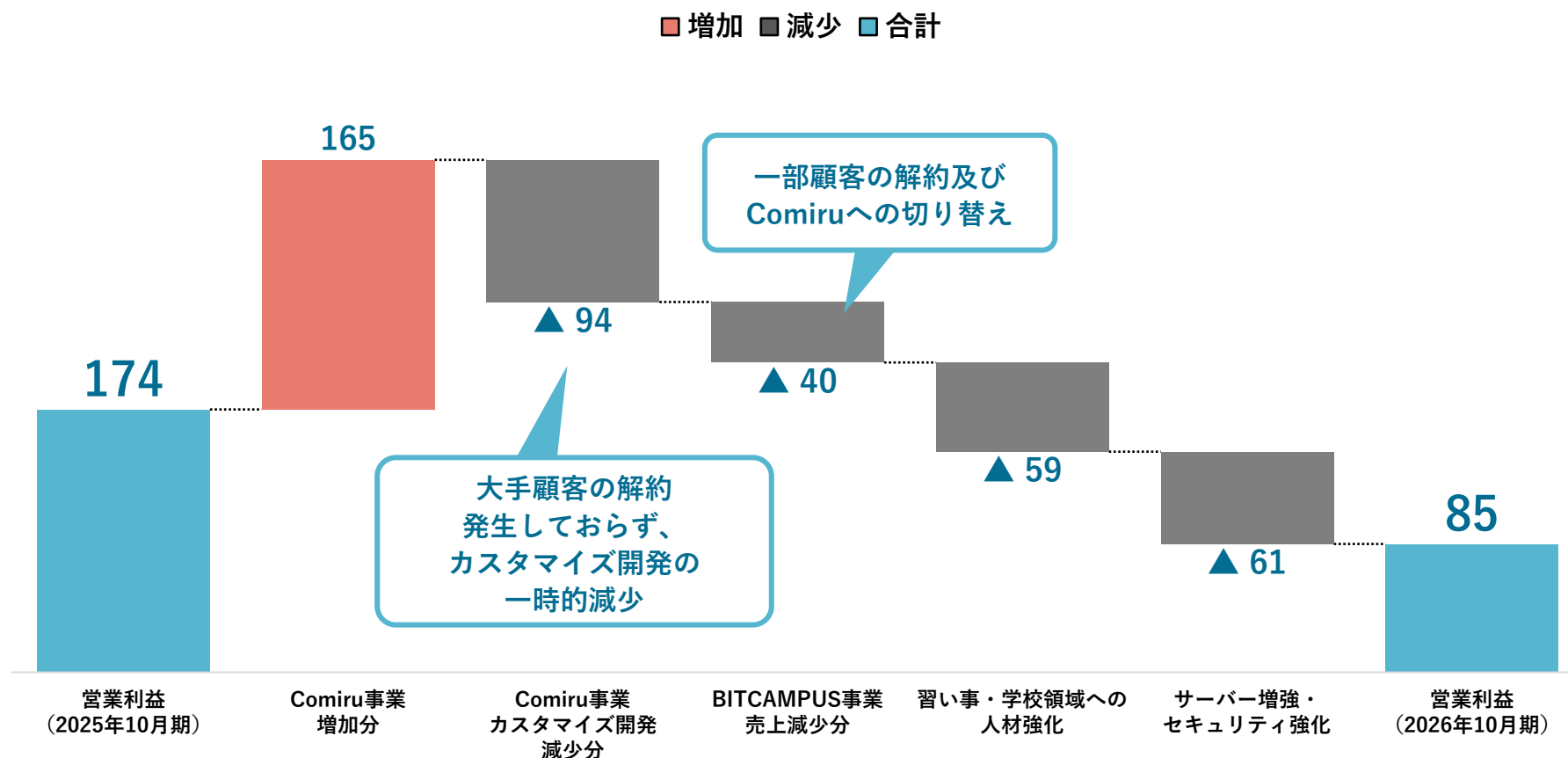
## 2026年10月期 通期業績予想

- 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<br>(実績) | 2026年10月期<br>(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

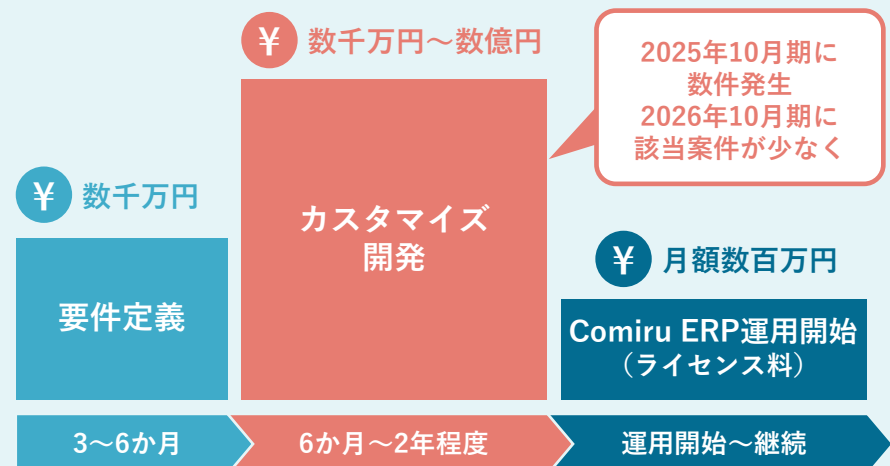
更に5億円～10億円をかけて、  
システム作る余力が少ない

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。

# （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

業界最安値水準の決済手数料、  
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

- 主要コンビニでの支払いに対応し、24時間・現金決済のニーズを網羅
- 口座振替の利用が困難な世帯等、多様な環境下での円滑な月謝回収を支援



#### クレジットカード決済

- 業界最安値水準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）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

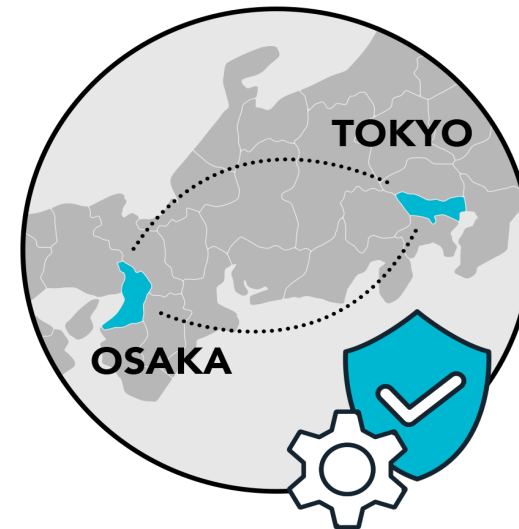
### サーバー等の増強

- 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

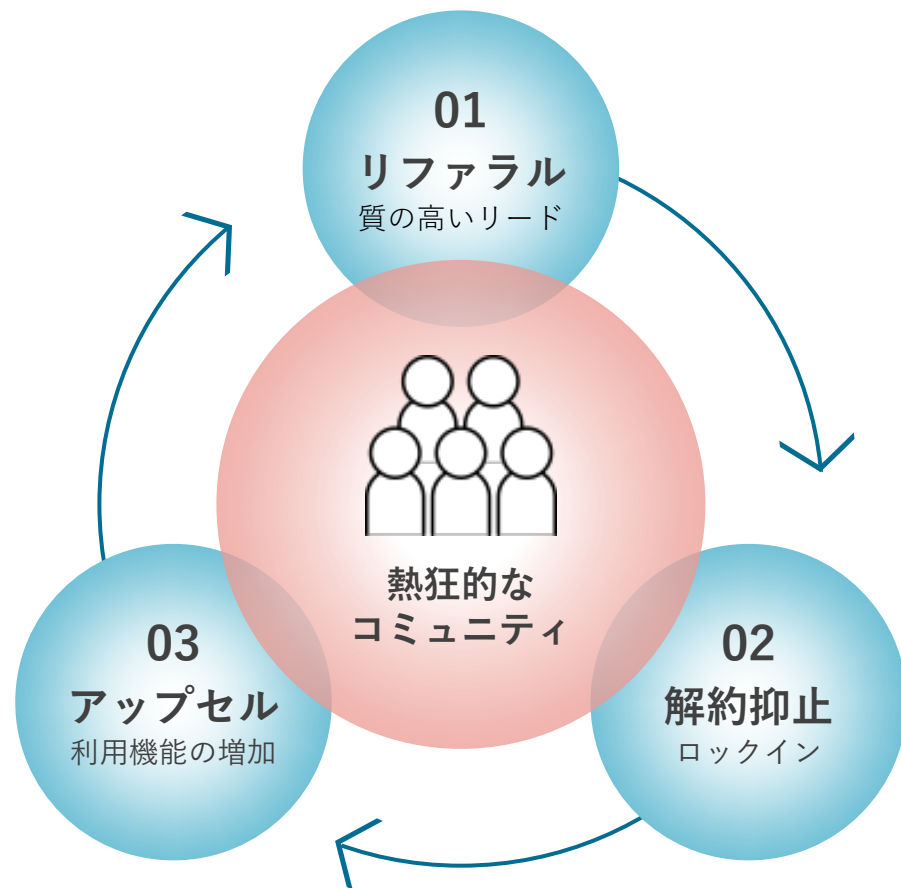
オフラインでの熱狂的な体験を通じ、単なるツール利用を超えた「パートナーシップ」を醸成

### 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

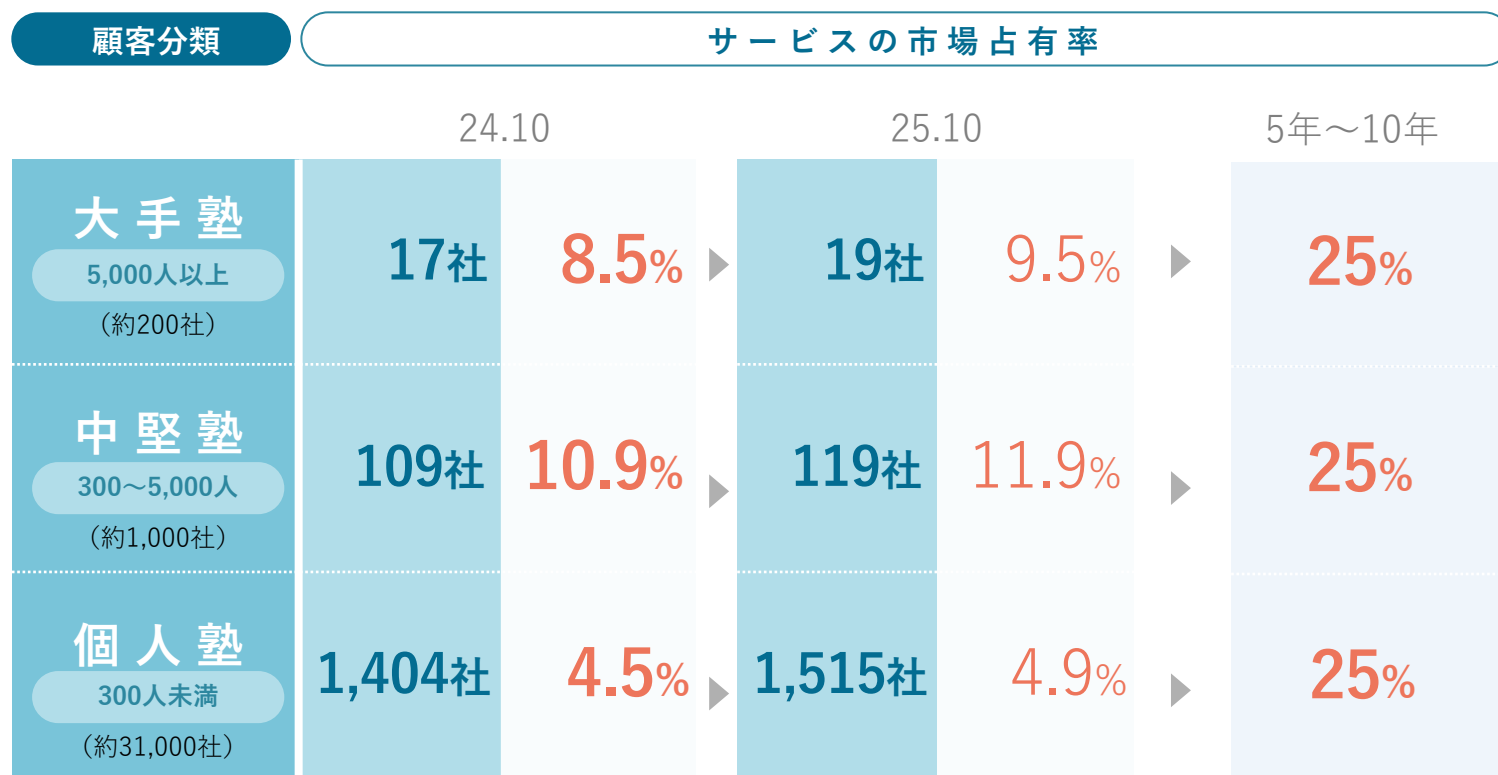
コミュニティへの帰属意識がスイッチングコストを高め、解約率を低位安定化させるとともにアップセルを促進





# 学習塾市場における目標マーケットシェア

- 現在の市場における優位性を維持しつつ、事業基盤を一層強固にし、市場シェア25%達成を基に更なる事業拡大を目指す



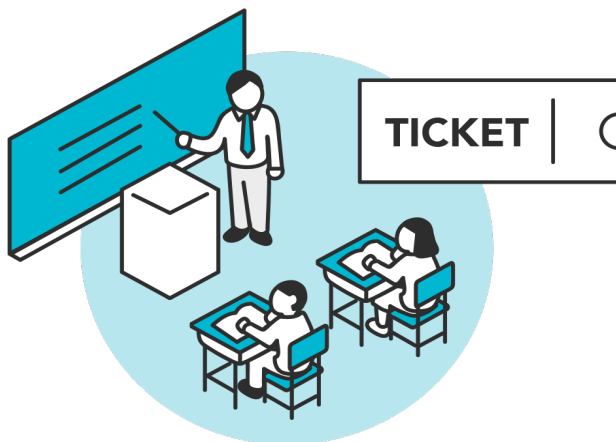
※ 当社は、生徒数規模によって大手塾、中堅塾、個人塾を分類しております。上記社数は、月額の有料課金を開始している顧客数のみ集計しております。  
 ※ 各分類の分母となる想定対象社数は、全国私塾情報センター「学習塾白書 2020」、経済産業省「2019年経済構造実態調査報告書 学習塾編」より当社推定しました。

## (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

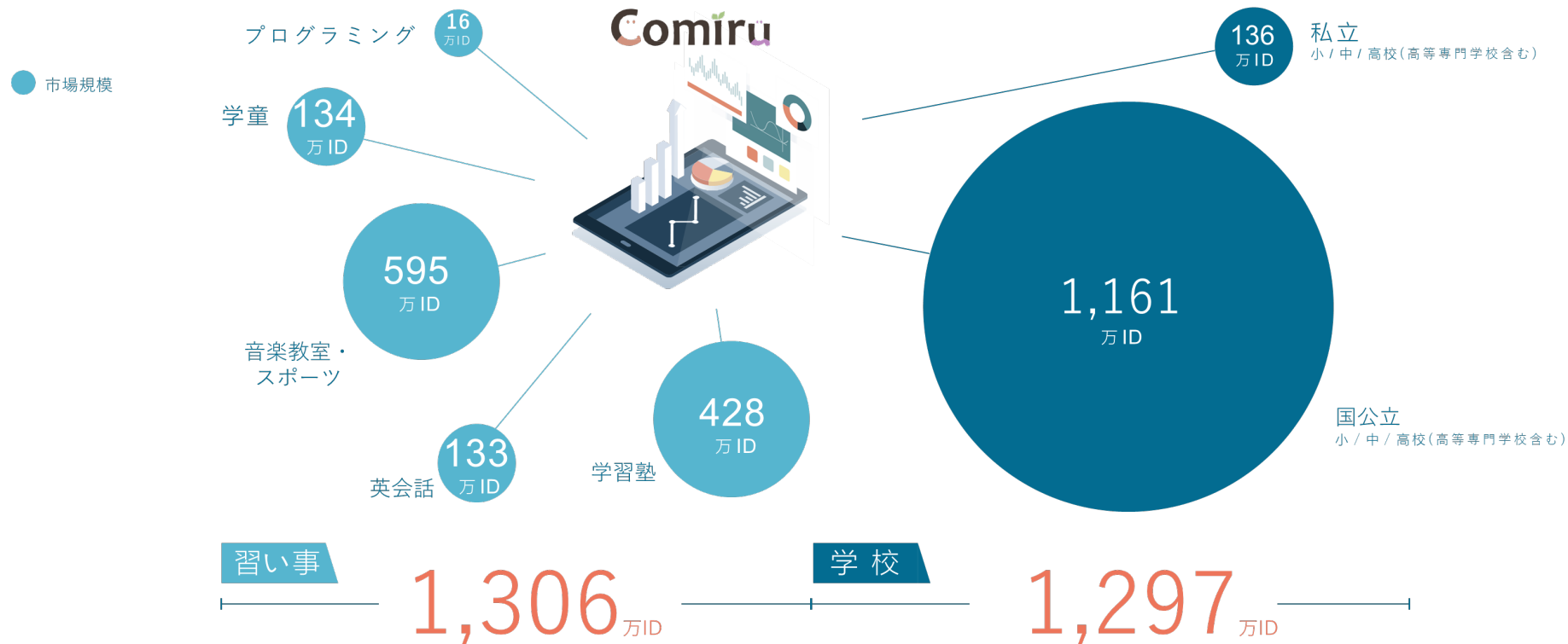
- バス位置情報のリアルタイム共有により、保護者の安心感と事業者の運行管理効率を向上。安全な通学環境の構築を支援



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



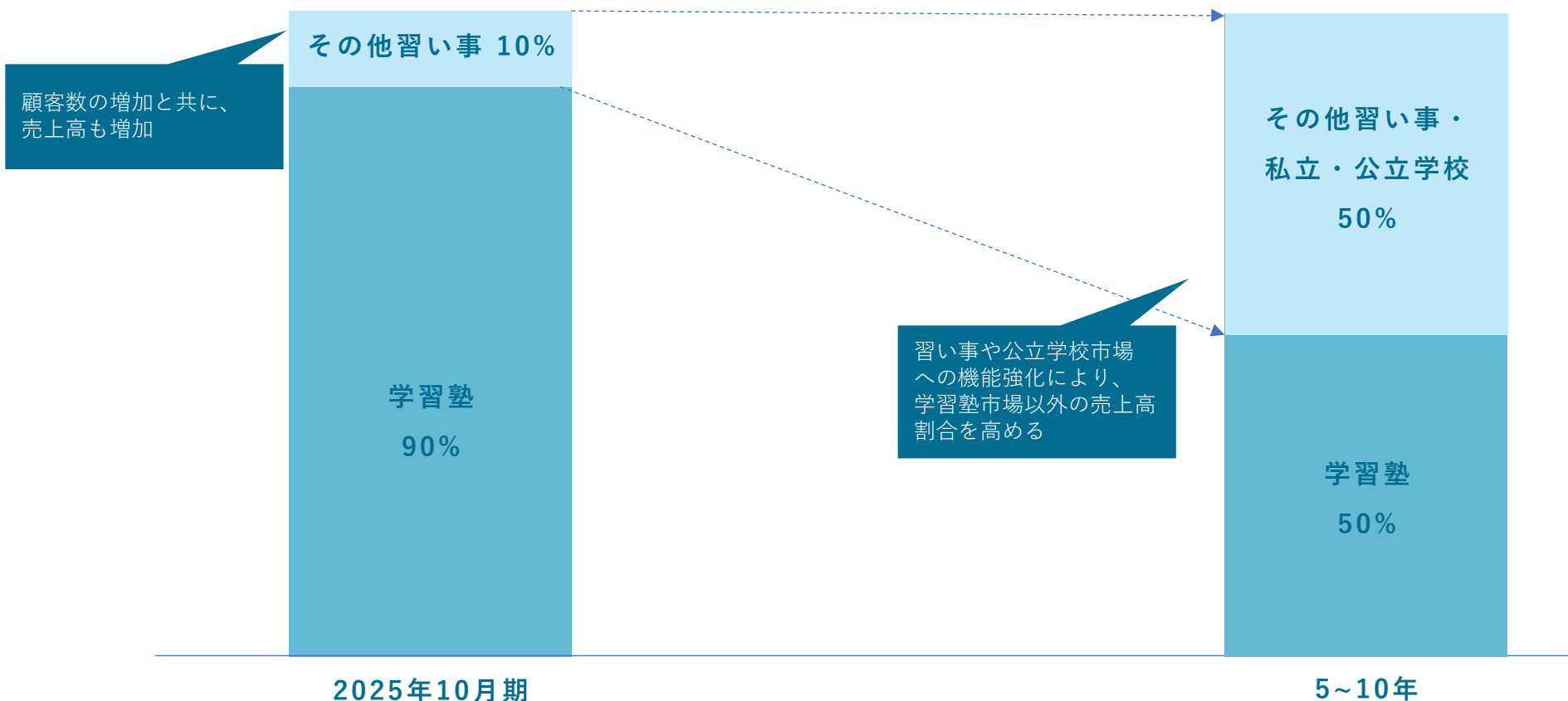
※ 学校市場のID数は、文部科学省「文部科学統計要覧（平成31年版）」より当社試算

※ 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

## 習い事・学校領域の拡大

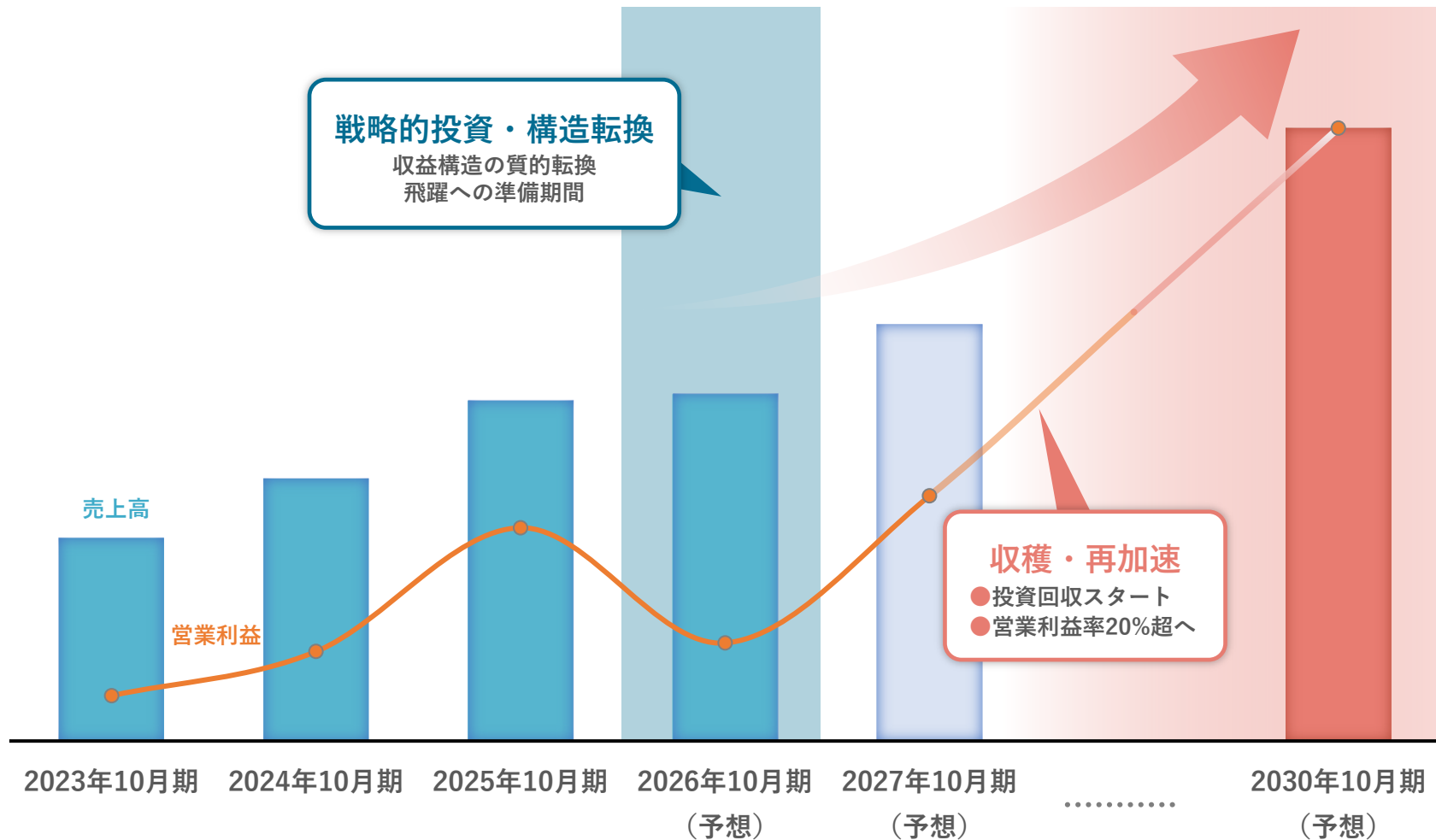
- 習い事や学校領域特有のニーズの開発を強化し、CS・セールスの専任体制を拡充することで、更なる顧客基盤の拡大を狙う

< 売上高構成比 >



## 中長期成長ロードマップ

- 2026年10月期を「収益構造の質的転換」と「将来の飛躍に向けた戦略的投資」の完遂期間と位置づけ、2027年10月期以降の非連続な成長（Jカーブ）を創る



## 現状認識と当社のスタンス

当社は現時点で時価総額約21億円（12月30日時点）と、グロース市場の上場維持基準見直しにおける議論を注視しております。改定案の趣旨については、市場の健全性維持の観点から理解できるものと捉えております。

しかしながら、私たちは「小粒上場」そのものが問題なのではなく、

**上場後にいかに継続的な成長を遂げられるかが**

**最も重要**だと考えております。

グロース市場の本来の趣旨は、将来の成長を期待される企業が資本市場を活用しながら飛躍していくことであり、その文脈では、上場時の時価総額の大きさではなく、

**上場後の成長の実現こそが着目されるべきもの**と考えております。

この考えのもと、当社も上場以来、着実に成長を続けてまいりました。

現在の時価総額はまだ通過点に過ぎませんが、

2030年までの**時価総額100億円達成**に向け、

**顧客への提供価値の向上、企業価値の拡大、**

そして**EPS向上を柱とした成長戦略を推進**し、

さらなる成長を加速させてまいります。

## 2030年までに時価総額100億円達成に向けた戦略

- 収益構造の質的転換と戦略的投資を断行し、オーガニック成長・M&A・株主還元の相乗効果により、2030年までの時価総額100億円達成を早期に実現する

|                                       | 戦略   | アクションプラン   |
|---------------------------------------|--|--|
| 事業成長への<br>継続投資による<br>オーガニック成長の<br>最大化 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「ComiruERP」、「ComiruPay」等の機能強化とシェア拡大<br/>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<br/>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<br>M&Aによる<br>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<br/>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。<br/>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<br>株主還元策の<br>実施                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社株買い<br/>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>                           |



1 事業内容の紹介

2 今後の成長戦略

3 資本配分方針

4 主なKPIとリスク情報

## 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

## 事業成長への継続投資

- 事業成長の各フェーズへ継続的な投資を実施することで、更なる売上高と営業利益率の向上を狙う

|              | 2022年10月期 | 2023年10月期                      | 2024年10月期                                 | 2025年10月期                          | 2026年10月期<br>(予想)                    | 2030年10月期※ |
|--------------|-----------|--------------------------------|---|------------------------------------|--------------------------------------|------------|
| 売上高<br>(百万円) | 665       | 829                            | 1,071                                     | 1,389                              | 1,425                                | 2,500      |
| 営業利益率<br>(%) | △3.0%     | 4.5%                           | 6.8%                                      | 12.6%                              | 6.0%                                 | 20.0%      |
| 主な施策         | ●管理体制の強化  | ●Comiru PROの機能強化<br>●CS、営業人員増強 | ●マーケティング活動の効率化<br>●Comiru PRO+基幹システムの連携強化 | ●ComiruERPの提供開始<br>●ComiruPayの提供開始 | ●チケット管理・バス運行機能の開発<br>●ComiruPayの機能強化 | —          |

# 「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<br>圧倒的シェア       |   | 高             | 1.販売網<br>2.顧客             | 1.教育系商社、教材会社、模試会社<br>2.塾×業務管理システムで展開の企業<br>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<br>更なる成長の余地を示す |   | 高             | 1.販売網<br>2.ノウハウ<br>3.サービス | 1.習い事×システムで展開している会社<br>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<br>2. 人材派遣/紹介会社/キャリアデザイン |
|               |                               | × | その他<br>関連サービス | 中                         | ノウハウ/サービス   | -                                  |
|               | 習い事・学<br>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<br>2. 人材派遣/紹介会社/キャリアデザイン |
|               |                               | × | その他<br>関連サービス | 低                         | ノウハウ/サービス   | -                                  |

# M&A実施時の想定バリュエーションと支援ポイント

- 想定EBITDAの3~5倍を目途にバリュエーションを検討。当社のマーケティングや事業オペレーションのノウハウ、及び開発リソースの活用により、M&A対象先の収益改善を支援

## バリュエーションの検討基準

### バリュエーション基準

- ・ M&A対象先の想定EBITDAの3~5倍をベースに検討

## M&A実施後の支援ポイント

### 数値目標

- ・ 以下3つの施策を通じて、M&A対象先の売上高増加率を年率10%以上、若しくは、営業利益率20%以上を目指す

### マーケティング施策改善

- ・ Comiruで成功したオンライン及びオフラインのマーケティング施策のノウハウを、M&A対象先の商品特性に合わせて支援し、費用対効果を図りながら、更なる商談機会の創出を図る

### 事業オペレーション改善

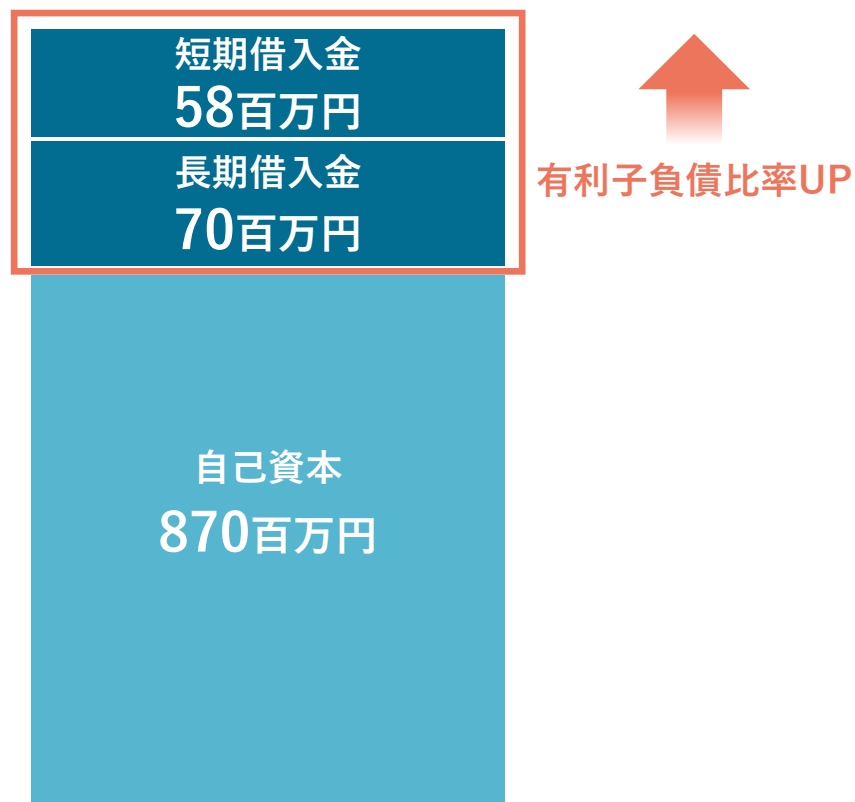
- ・ リード獲得、商談の実施・受注、及び契約後のカスタマーサクセス等一連の事業オペレーションを、M&A対象先の事情に合わせて、構築・徹底することで、事業運営コストの削減と解約率の低減を図る

### 開発の効率化及びコスト削減

- ・ 当社の開発リソース及び開発上のノウハウを活用することで、開発業務の内製化を行い、M&A対象先におけるソフトウェアの開発スピードの向上と、開発コストの削減を図る

## 事業成長及びM&Aの資金調達方針

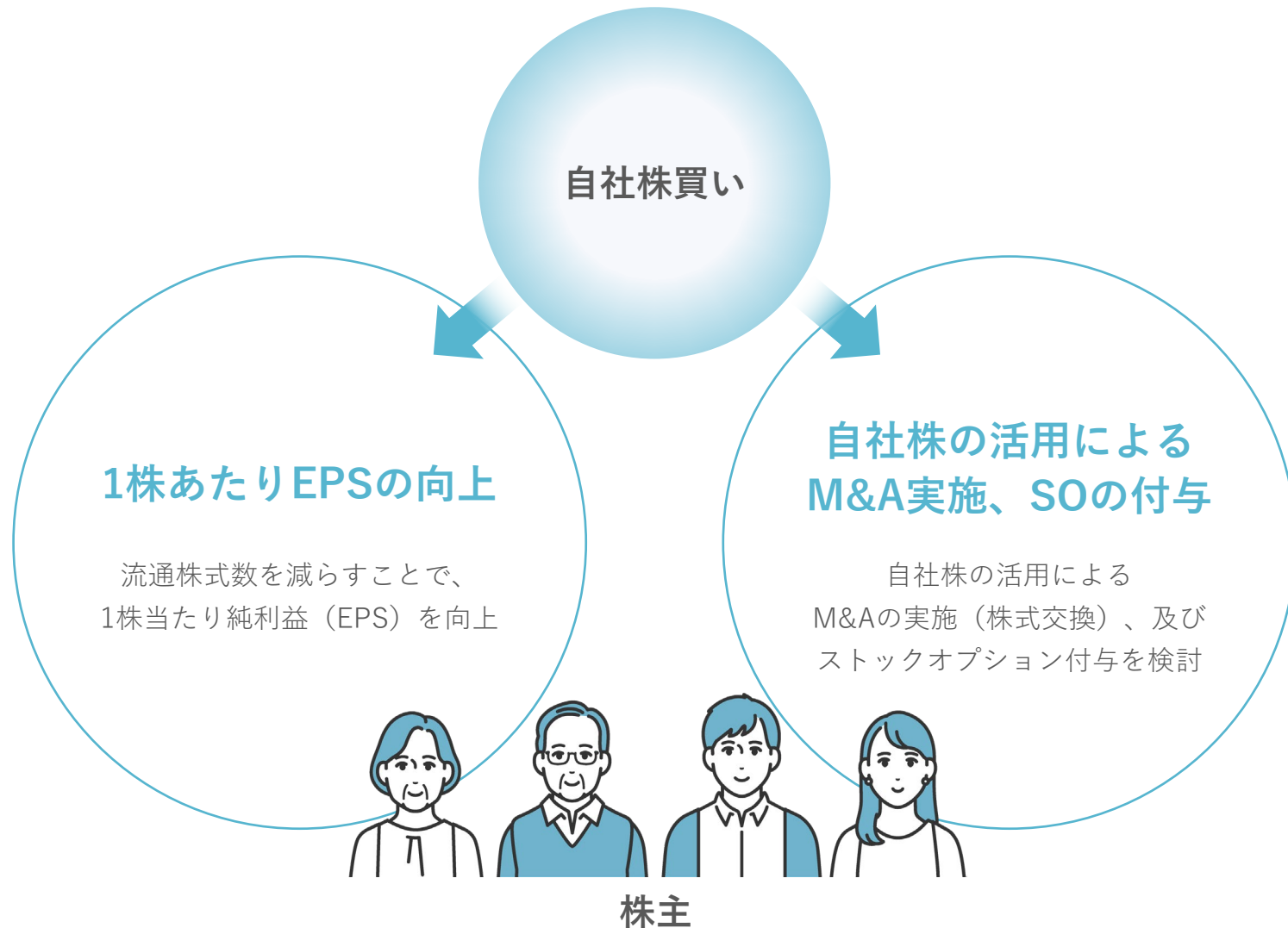
- 事業成長・M&A資金は、有利子負債比率の引き上げにより調達。レバレッジ効果によるWACC（加重平均資本コスト）の低減を図り、資本コストの最適化と企業価値向上を同時実現する



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

## 自社株買いによる株主への還元

- 当社は、会社法に基づく財源規制の問題が解消された後、数年間にわたり、株主優待や剰余金の配当ではなく、自社株買いを通じて株主の皆様への還元を検討する予定





1 事業内容の紹介

2 今後の成長戦略

3 資本配分方針

4 主なKPIとリスク情報

# 各事業における主要KPIと主な投資領域

## ■ 継続的な売上成長を重視しつつ、規律を維持しながら必要領域への投資を行う

### 主要KPI

#### ■ 売上高成長率

- ー教育業界へのビジネスインパクト：有料契約企業数
- ー提供サービスの価値向上：顧客あたり月間売上高（ARPU※）
- ー事業の継続率：月間平均解約率
- ー顧客からの安定的な継続収益：年間経常収益（ARR※）

#### ■ 安定的な収益確保：売上総利益率、営業利益率

### 投資 領域

#### 販売 管理費

#### ■ 広告宣伝費/売上高比率：

教育機関向けセミナーの開催や自社媒体の活用、及びブランディング活動の強化による効果的なマーケティング活動の実施

#### ■ 人件費：

習い事・学校領域の専任体制構築、及び中長期成長を支える専門人材の獲得

#### 開発投資

#### ■ 開発人件費、業務委託費：

教育プラットフォームの汎用性向上と基盤強化に向けたシステム基盤の刷新及び習い事・学校領域への機能拡張

※「ARPU」とは、「Average Revenue Per User」の略称で、四半期末（期末）の「MRR」を有料契約企業数で除して算出しております。

※「MRR」とは、「Monthly Recurring Revenue」の略称で、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。

※「ARR」とは、「Annual Recurring Revenue」の略称で、四半期末（期末）時点の「MRR」を12倍して算出しております。

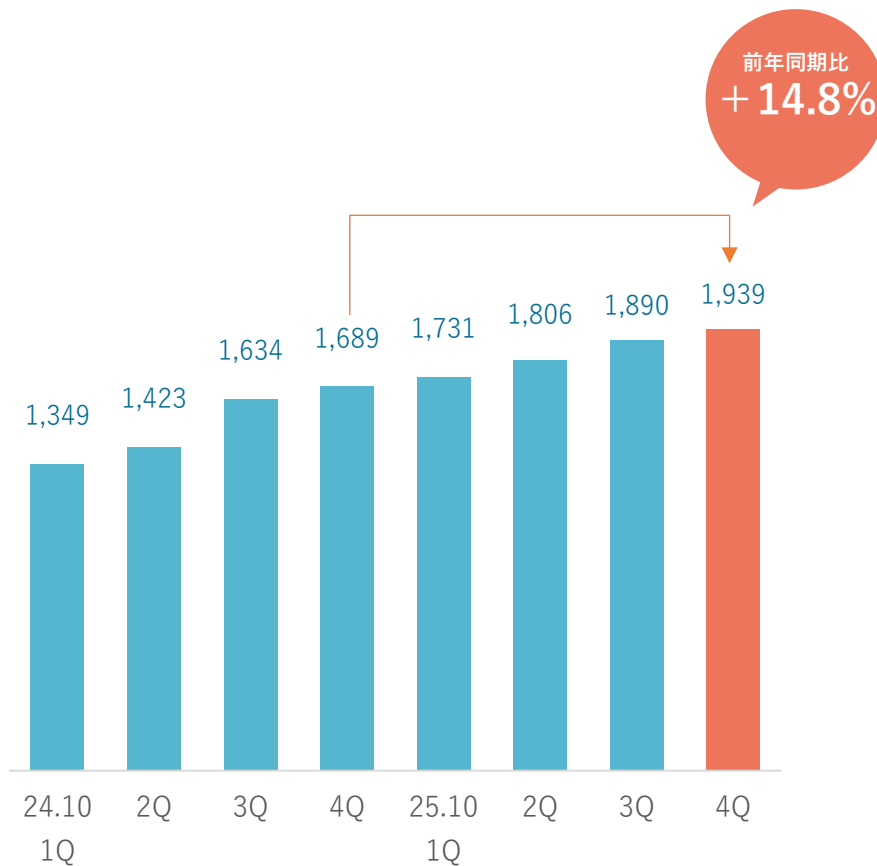
※「課金生徒ID単価」は、2024年10月期の2Qより営業戦略上の観点から非公開としております。

## 各種KPI指標の推移①

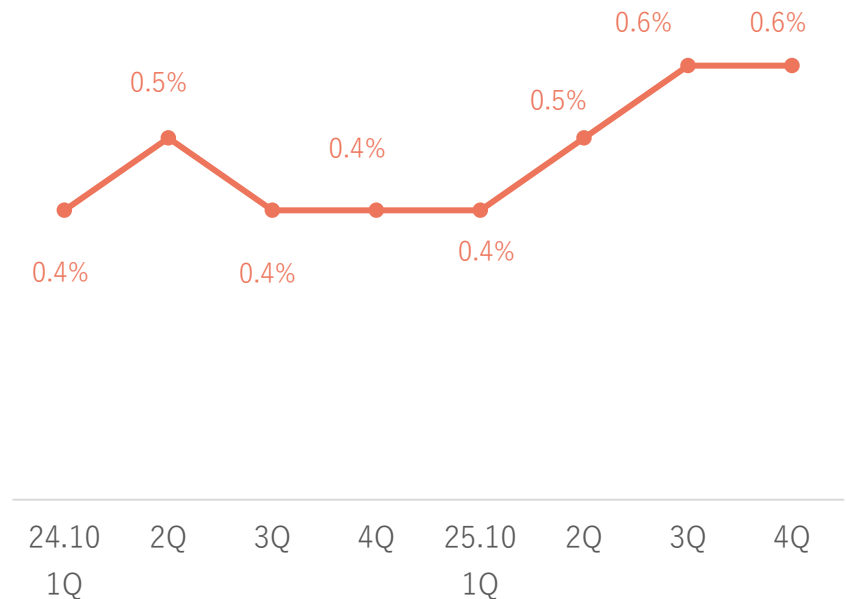
- 有料契約企業数は、新規顧客の順調な獲得により、前年同期比14.8%増加
- 顧客の解約率は中小塾の廃業等による一部解約があったものの、引き続き低水準を維持

### 有料契約企業数

(単位：社)

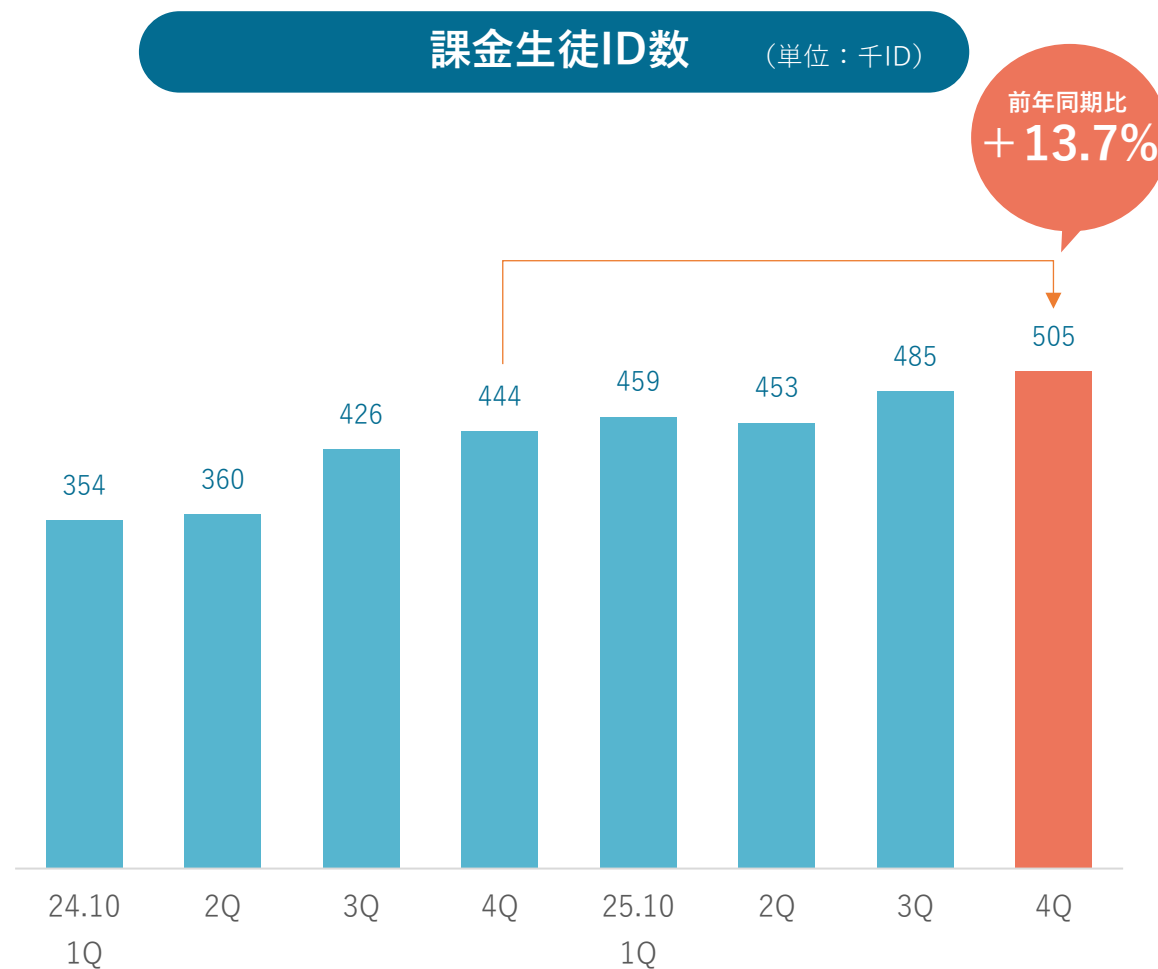


### 顧客の解約率推移



## 各種KPI指標の推移②

- 課金生徒ID数は、有料契約企業数の着実な増加に加え、全セグメントでの市場シェア拡大及び習い事領域等への対象拡大を背景に成長トレンドを維持
- 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

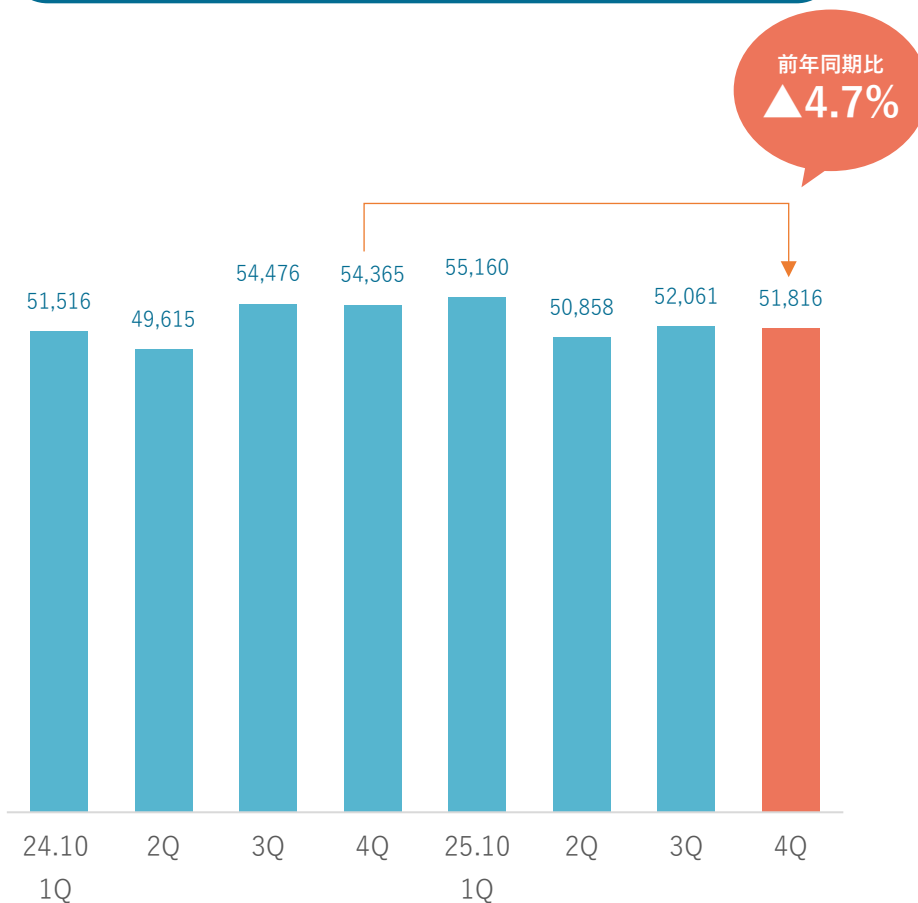


## 各種KPI指標の推移③

- 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

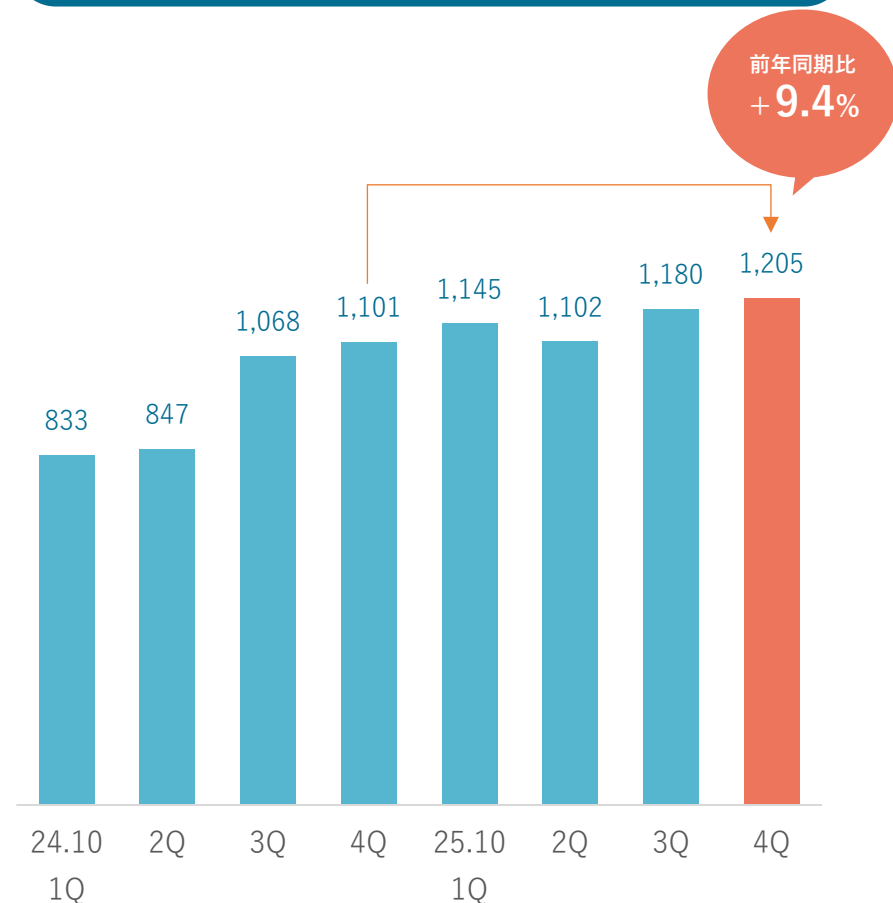
### ARPU

(単位：円/社/月)



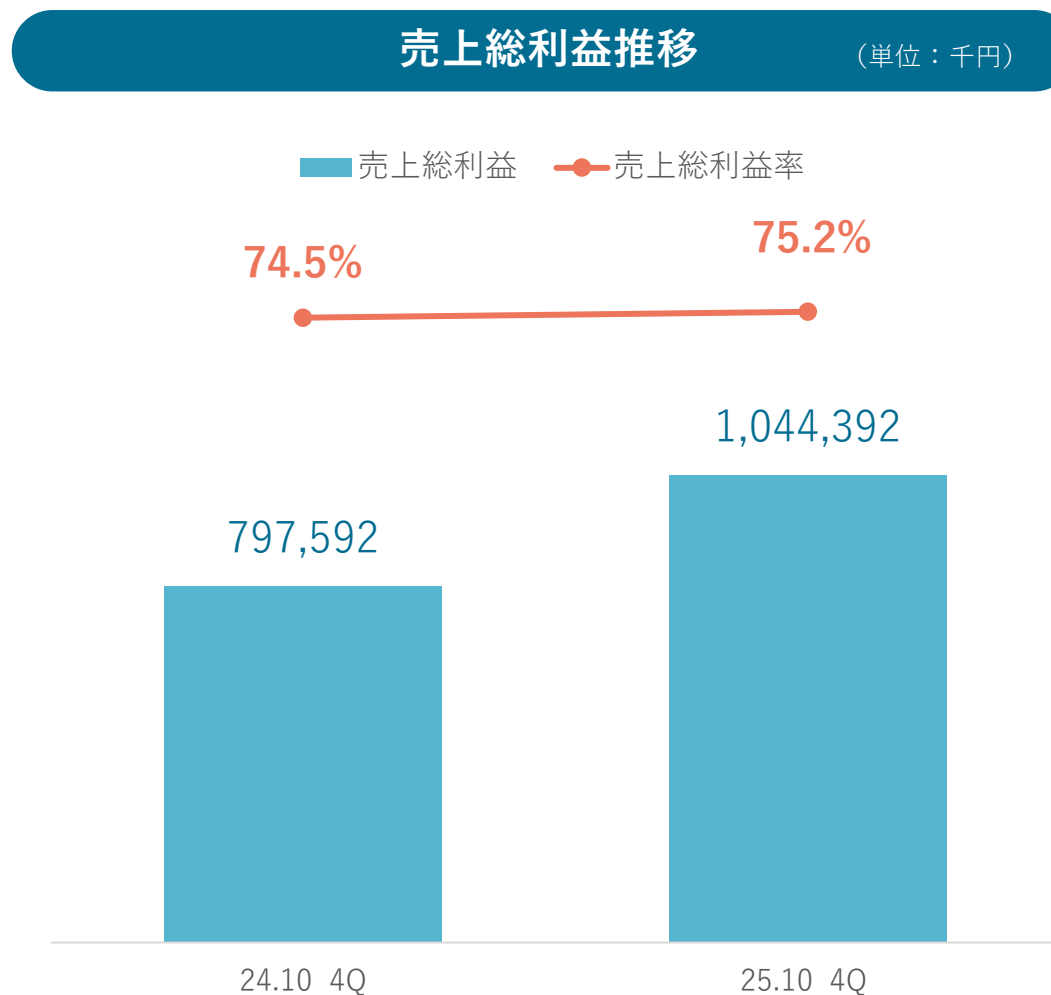
### ARR

(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



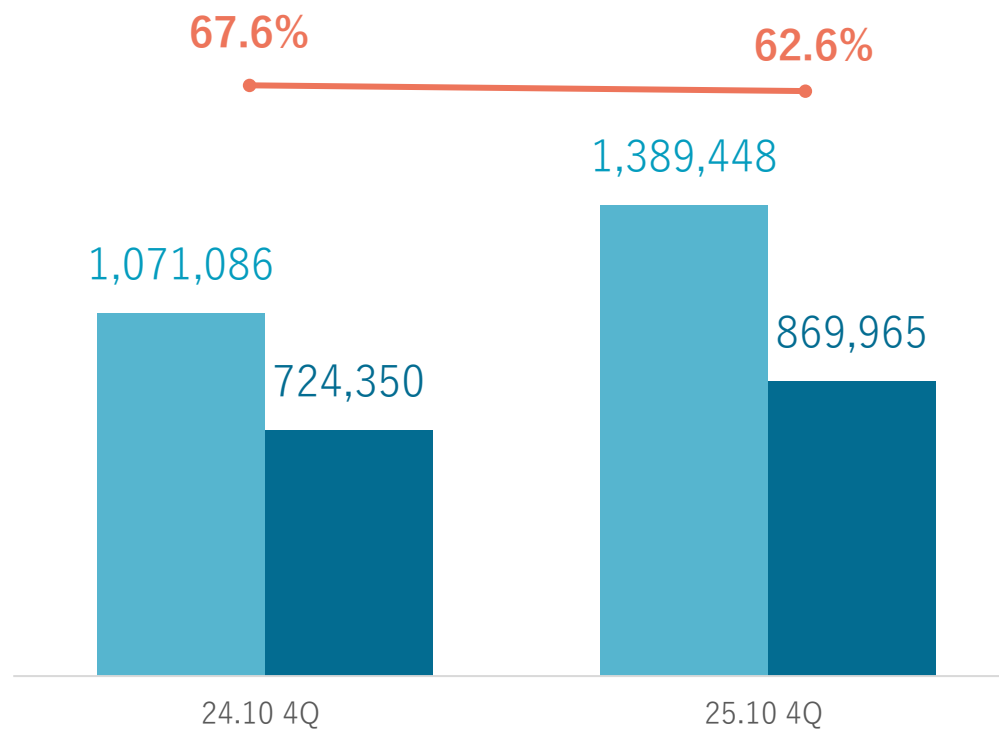
## 売上高販管費率の推移

- 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）

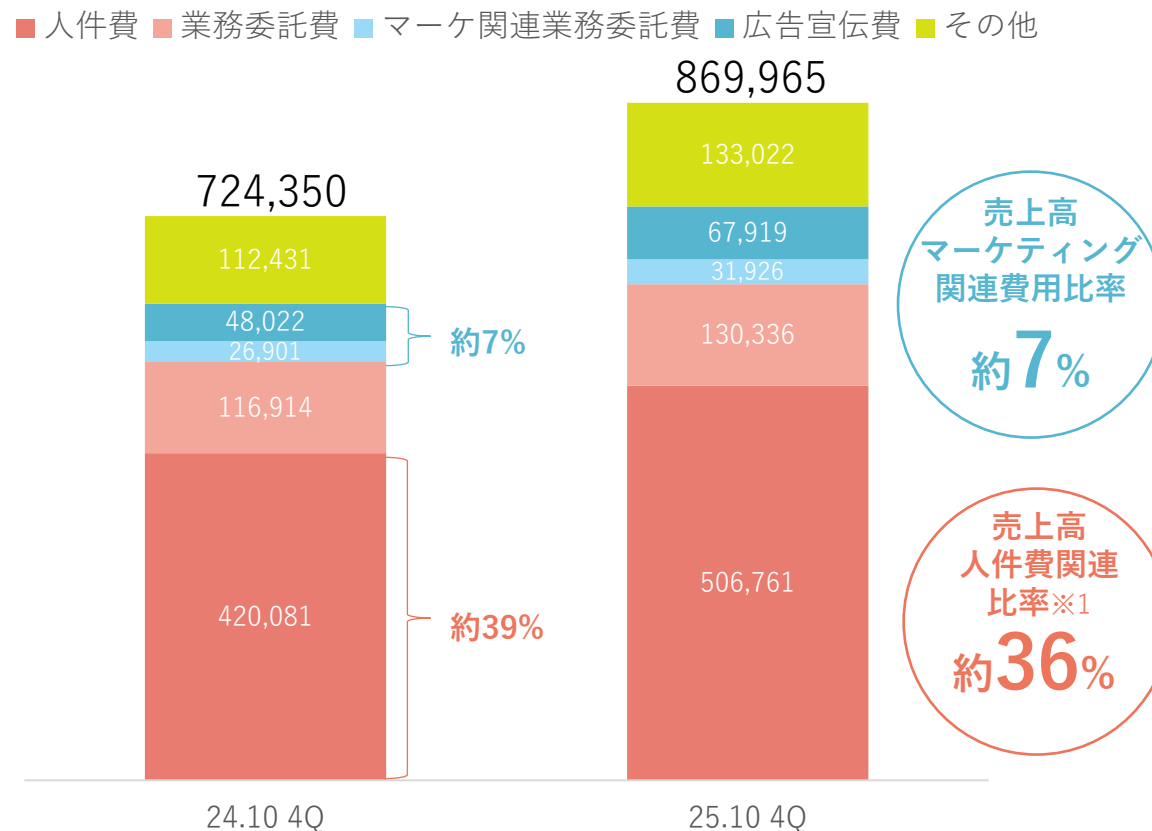
■ 売上高 ■ 販管費 —●— 販管費率



## 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



※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。

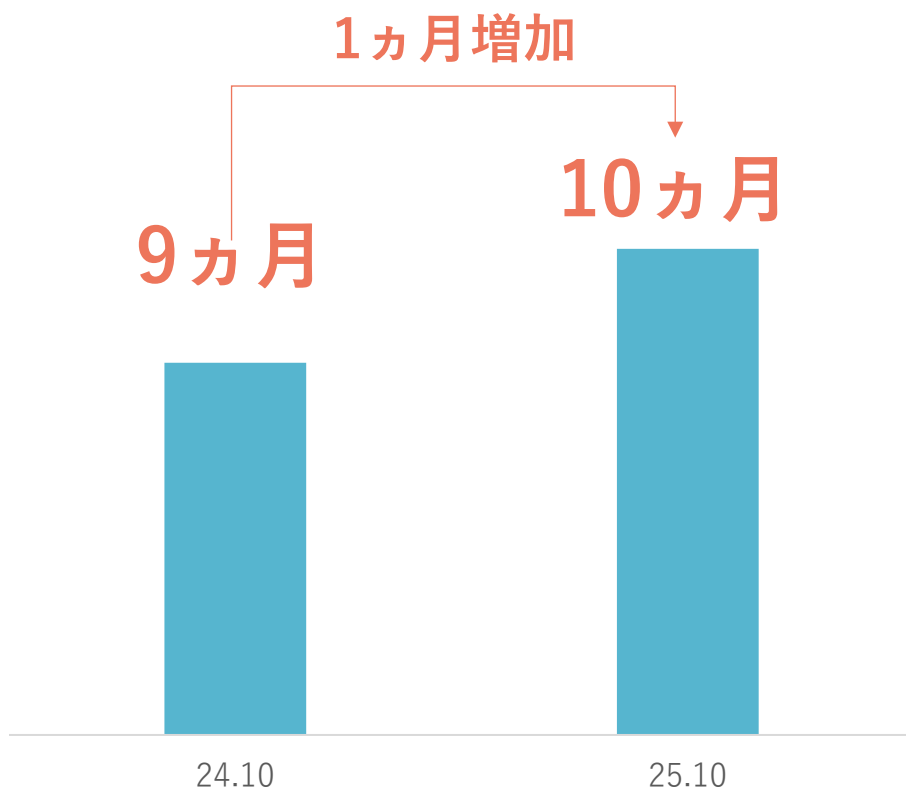
※2 2024年10月期の販管費には、一時的な要因としてM&A関連費用が18百万円が含まれております。



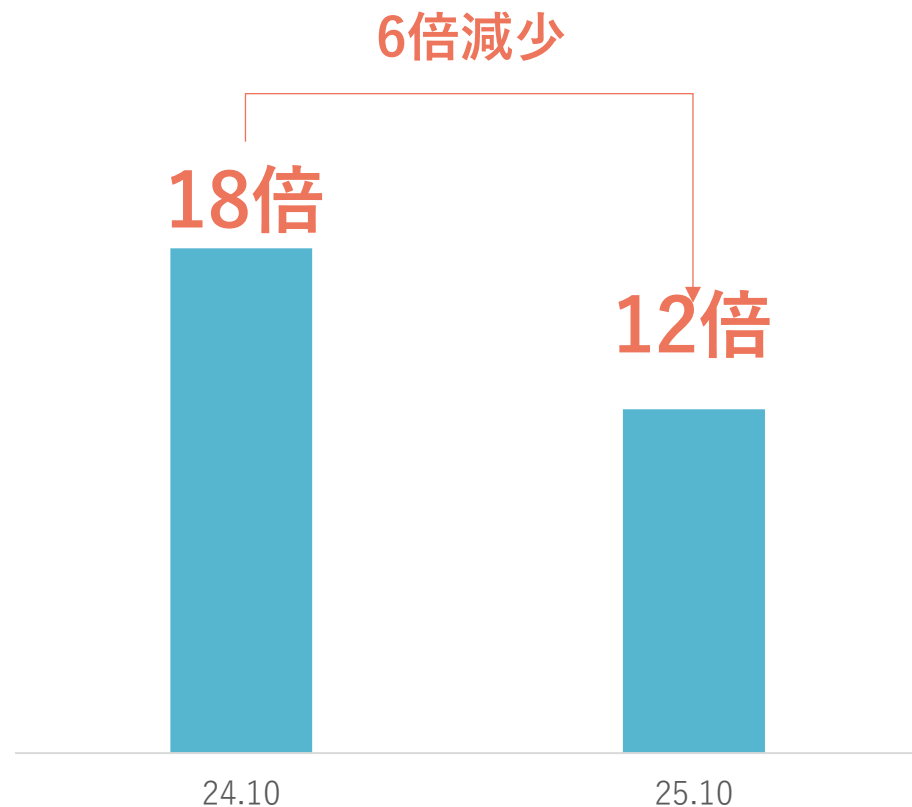
## マーケティング指標

- 自社カンファレンス「ComiruDay」の開催など、中長期的なブランド構築とコミュニティ基盤の確立に向けた投資により、マーケティング指標は一時的に変動
- 今後は高い顧客エンゲージメントを背景としたリファラル（紹介）の創出や解約抑制を通じ、LTVの最大化とCACの最適化を両立する高効率な成長モデルを追求目指す

### CAC回収期間



### LTV/CAC



# 事業計画遂行上の重要なリスクと対応方針①

以下には、当社が経営においてリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。  
有価証券報告書に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。  
その他のリスクは、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また、当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

|          | 主要なリスク   | リスク対応策  | 発生可能性 | 影響度 |
|----------|--|---|-------|-----|
| 技術革新への対応 | <ul style="list-style-type: none"> <li>技術革新のスピードやこれに伴う新たなビジネスモデルの出現を含む市場環境の変化に、当社が適時適切に対応できないリスク</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>最先端の技術、知見、ノウハウの取得に注力し、技術革新に対応できる開発スタッフを採用・育成</li> <li>プラットフォームの標準化及び開発効率の向上を推進し、市場変化に柔軟かつ迅速に対応可能な開発体制を堅持</li> </ul>  | 低     | 中   |
| 競合の動向    | <ul style="list-style-type: none"> <li>競合他社や新規参入事業者の資金力、技術開発力、価格競争力、顧客基盤、営業力、知名度などにおいて、当社が劣勢に立たされ、期待通りのサービスを提供できない、または顧客を獲得・維持できないリスク</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>継続的な機能改善と、顧客向けのサポート体制及び経営支援体制を強化</li> <li>バックオフィス業務への深い浸透による高い定着性の構築と、ユーザーコミュニティの形成を通じた独自の競争優位性を確立</li> </ul>  | 中     | 中   |
| 事業の拡大    | <ul style="list-style-type: none"> <li>システム投資や人件費等、追加的な支出が発生し、利益率が低下するリスクや、新規事業の拡大・成長が予測通りに進まないリスク</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>これまで培ってきた事業立ち上げの知見を活かすとともに、事業全体の収益性を勘案した厳格な投資判断を実施</li> <li>習い事や学校等への市場領域の多角化によるリスク分散と、高収益なストック型ビジネスモデルへの転換による収益基盤の強化</li> </ul>   | 低     | 大   |
| 少子化による影響 | <ul style="list-style-type: none"> <li>少子化が急速に進行し、教育業界全体が著しく縮小するリスク</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>学習塾以外の「習い事・学校領域」へのTAM（獲得可能な市場規模）の大幅な拡張</li> <li>「ComiruPay」や「ComiruERP」等の高付加価値サービスの展開によるARPU及びLTVの向上</li> <li>DXアドバイザーや部活動地域移行支援を通じた公教育（GaaS）分野における新たな収益基盤の構築</li> </ul> | 中     | 中   |

## 事業計画遂行上の重要なリスクと対応方針②

|             | 主要なリスク  | リスク対応策  | 発生可能性 | 影響度 |
|-------------|---|---|-------|-----|
| 人材の確保       | <ul style="list-style-type: none"> <li>事業規模の拡大に応じた外部からの優秀な人材の採用や、当社における人材育成が計画通りに進まず、必要な人材を確保できないリスク</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>採用広報の強化による専門人材の獲得、及び入社後の体系的な研修・OJTを通じた育成体制の確立</li> <li>福利厚生充実や労働環境の整備、及び従業員の働きがい（エンゲージメント）向上に向けた人事制度の強化</li> </ul>                       | 中     | 中   |
| 個人情報を含む情報管理 | <ul style="list-style-type: none"> <li>人的ミスや自己、災害、悪意をもった第三者による不正アクセス、その他予期せぬ要因により情報漏洩が発生し、多額の費用負担を負う可能性や、顧客の信用を失うことにより取引関係が悪化し、当社の事業及び業績に影響を与えるリスク</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>プライバシーマーク（Pマーク）に加え、国際基準のISMS（ISO/IEC 27001）認証を取得し、高度な情報セキュリティ管理体制を維持・運用</li> <li>物理的・技術的な安全管理措置の徹底及び、継続的な従業員教育によるリテラシー向上</li> </ul>      | 中     | 大   |
| 資金使途        | <ul style="list-style-type: none"> <li>変化する事業環境により柔軟に対応するため、現時点における計画以外の使途にも充当される可能性や、計画に沿って資金を使用した場合でも想定通りの投資効果を上げられないリスク</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>「資本配分方針」に基づき、借入の活用による資本効率の最適化と、既存株主の持分希薄化を抑制した投資を実行</li> <li>M&amp;A検討時のバリュエーション基準（想定EBITDAの3～5倍）の適用及び、ROI（投資対効果）を重視した経営資源の配分</li> </ul> | 低     | 小   |

## 免責事項

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な統計等の当社以外の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。

また、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、経済状況の変化やお客様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。

今後、「事業計画及び成長可能性に関する事項」については、毎年1月末を目途に開示する予定です。

POPER

