

2026年9月期第1四半期

決算説明資料

株式会社Schoo（スクー） 2026年2月13日

（東証グロース市場 証券コード：264A）



2026年9月期
1Q業績

- 業績**
- ・ 売上高
 - － 1Q：884百万円（前年同四半期比+4.7%）
 - ・ 営業利益
 - － 1Q：△1百万円（前年同四半期比△101.6%）
 - ・ 売上高及び各段階利益は、今期を「第二創業」フェーズと位置づけた戦略的先行投資の実行を踏まえ、期初計画に対し概ね想定通りに進捗

- KPI**
- ・ ARPAは114千円/月（前年同四半期比+9.9%）：大企業導入推進により、堅調に推移
 - ・ 契約社数は2,349社（前年同四半期末比△5.3%）：大企業導入への経営資源集中により小規模IDの新規獲得がやや鈍化するも、解約は計画通り。高単価顧客（大規模ID先）の獲得・アップセルに注力し、全体の収益増を優先
 - ・ Net Revenue Churn Rateは1.17%となり、引き続き低水準を堅持

主な取り組み

- ・ 株主還元施策として、自己株式の取得（25万株上限）を実施中
- ・ 期初に「今期取り組み」として掲げた各施策を推進中。引き続き、大企業を中心とした新規獲得・アップセル推進と、法人事業の成長性・効率性改善を継続し収益拡大を図る

1	2026年9月期の取り組み	26/9期通期 Forecast	4
2	2026年9月期 第1四半期業績	26/9期1Q Results	8
3	ミッション	Mission	24
4	市場環境と競争優位性	Market/Strengths	28
5	成長戦略	Growth Strategies	35
6	Appendix	Appendix	39

2026年9月期の取り組み

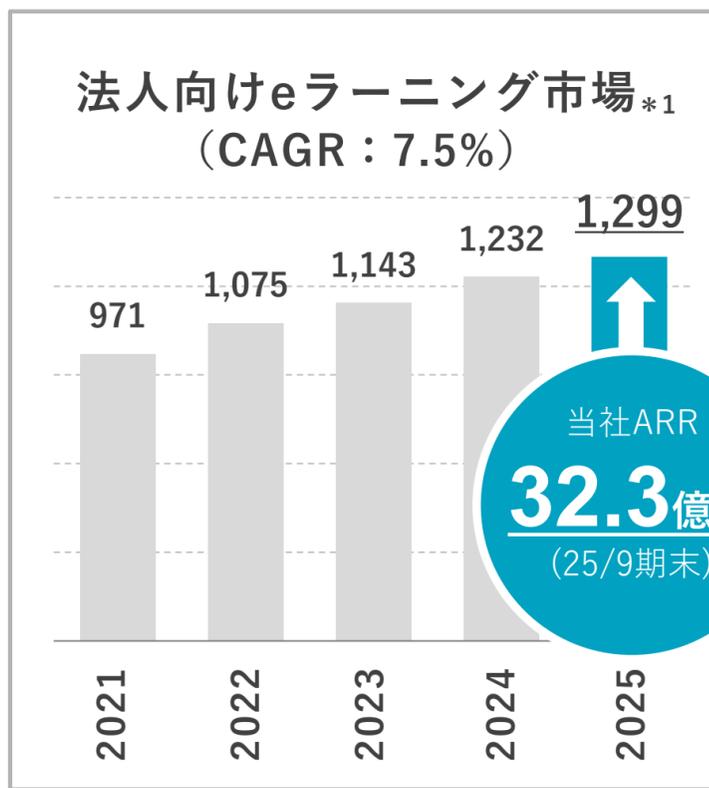




法人事業の成長性・効率性改善を継続しつつ、既存の法人向けeラーニング市場からHRビジネス領域への事業ドメイン拡張を目指す。

当社が属する市場

法人eラーニング市場におけるプレゼンス向上



当社が属する市場と関連市場の規模 (2025年度推定)

HRビジネス領域への進出・地方市場の創造を目指す



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(2025年度予測)を参照

注2: 2025年9月時点のMRR 269百万円に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3: 矢野経済研究所: 「2025 企業向け研修サービス市場の実態と展望」より、企業向け研修サービスの市場規模推移(2025年度予測)を参照

注4: 矢野経済研究所: 「人材ビジネス市場に関する調査」より人材関連ビジネス主要3業界(人材派遣業、ホワイトカラー職種の人材紹介業、再就職支援業)市場規模推移(2025年度予測)「約10兆円」を参照

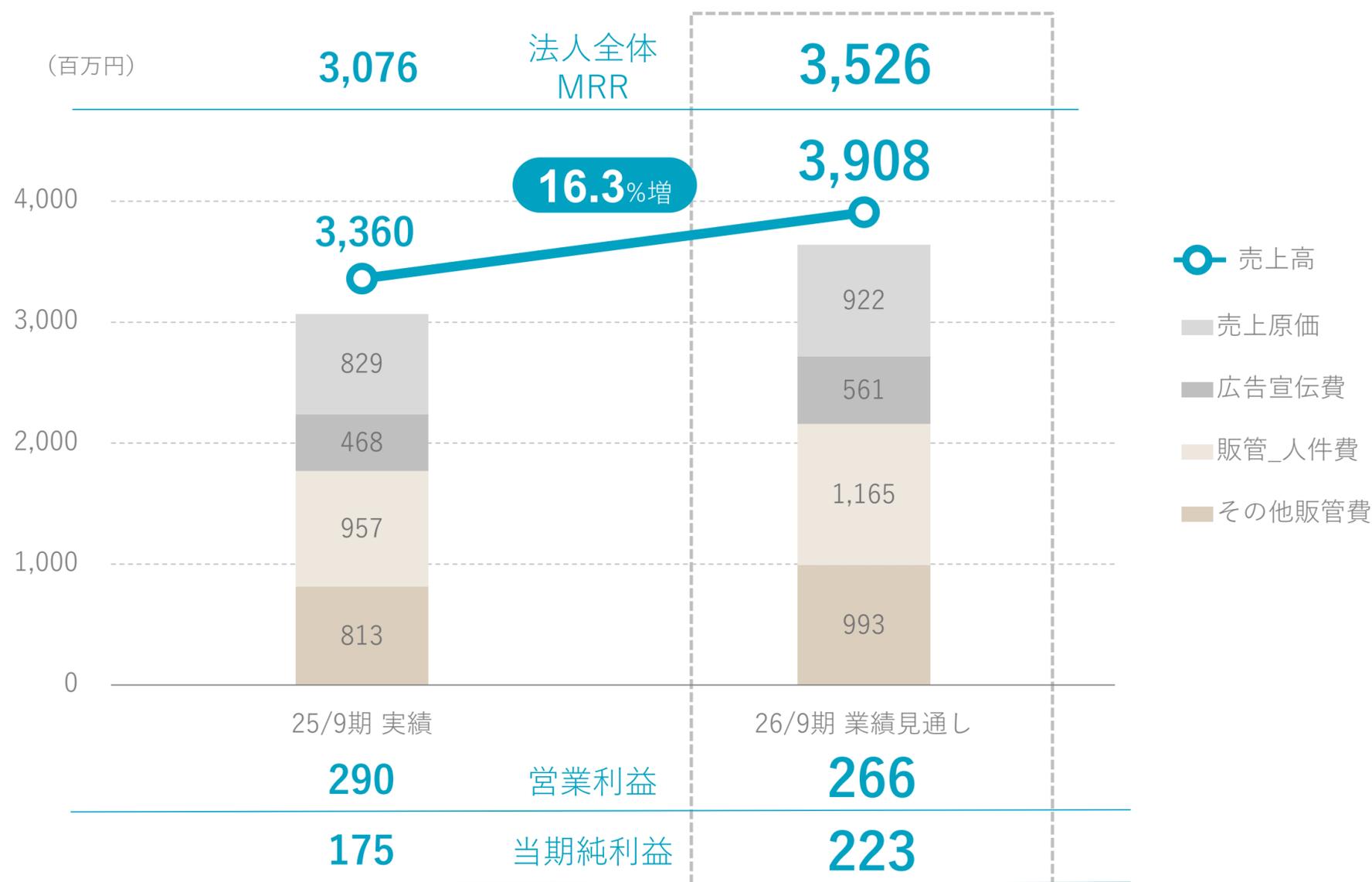
注5: 株式会社xenodata lab. 「X-Tech Forecasting Report」より、HRTech市場規模(2025年時点推計)「約1.1兆円」を参照。(HR SaaS(採用関連HRSaaS、労務管理HRSaaS、社員エンゲージメント向けHRSaaS、社員研修管理HRSaaS)、福利厚生系ITサービスで分類)



2025年11月14日に公表した26/9期の業績予想から不変。大企業を中心とした新規獲得・アップセル推進と、法人事業の成長性・効率性改善を継続し収益拡大を図る。

26/9期の業績見通し

- 売上高は3,908百万円**
 - ✓ 前期比では+548百万円 (+16.3%) と伸長
 - ✓ 大企業攻略の更なる推進によりARPA向上を目指す
- 営業利益は266百万円**
 - ✓ 前期比では△24百万円 (△8.3%) の減益
 - ✓ 既存事業におけるMRR拡大を図るため、法人事業の成長性・効率性改善やオプションサービス推進等への戦略的成長投資を優先。AI関連や地方向けHRサービス展開への投資も進め、前期比では営業減益
- 当期純利益は223百万円**
 - ✓ 前期比では+47百万円 (+27.2%) の増益





26/9期は競争優位性を強化し、事業ドメイン拡張を目指した「第二創業」フェーズと位置づけ。法人事業の成長性・効率性改善を継続しつつ、HRビジネス領域進出への戦略的成長投資を実行。

中堅・中小企業向け



AIの積極的な活用によるコスト抑制・プロダクト体験の向上をはじめとする競争優位性を強化し、成長性・収益性を追求

- AI活用によるオペレーションの効率化
- プロダクトへのAI機能実装の推進
- コンテンツ・カスタマーサクセスなど既存競争優位性も引き続き改善・強化

大企業向け



「学びを通じた組織変革」という新価値の創造で、eラーニング市場のみならず、研修・組織開発市場へ事業ドメイン拡張

- 学びを軸とした組織変革コンサルティングサービス「Enterprise Drive」の進化と拡販
- 「Schoo for Business」と「Enterprise Drive」を組み合わせ、総合的支援によって企業変革した事例の創出

地方向け



人材紹介などの市場近接したHRサービスの提供を通じて「地方のヒト不足を総合的に解決」できる事業体へと進化

- 移住転職支援サービス「LoLLL」、地域共創型人材育成サービス「Schoo Mesh」の開発と拡販
- 地方企業/地方自治体に対する「Schoo for Business」とのクロスセル事例創出

今期戦略

今期取り組み

2026年9月期 第1四半期業績





顧客獲得は4月利用開始により増加する傾向にあり、費用は主に営業費が1・2Qに増加するため、前提として四半期利益は逡増していくイメージになる。

1Q (10~12月)

2Q (1~3月)

3Q (4~6月)

4Q (7~9月)

新年度4月から、研修需要増加

顧客獲得
イメージ

通常

通常

特に増加

増加

費用
イメージ

増加

増加

通常

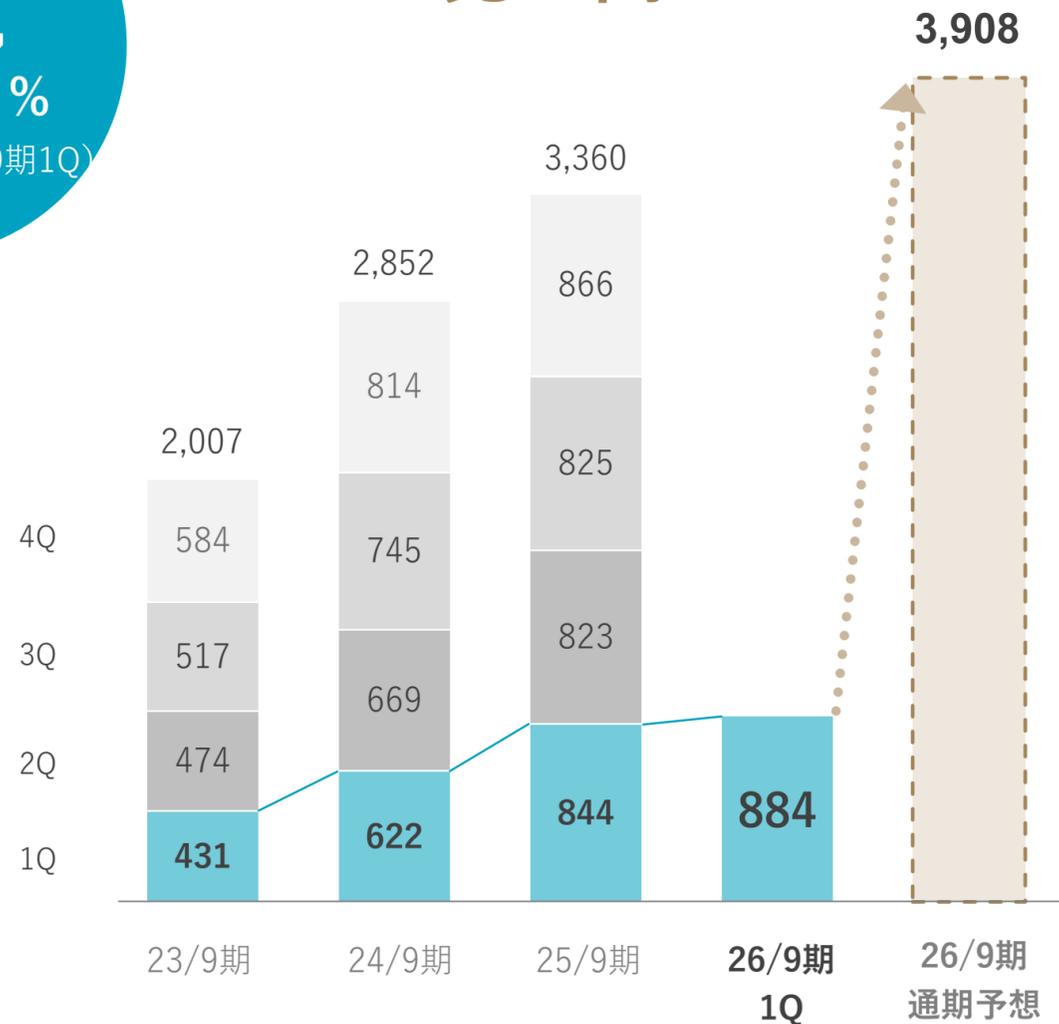
通常

新年度4月利用に向けて、広告宣伝費増加

売上高は堅調に推移。営業利益は前年同四半期比で減少したものの、今期を「第二創業」フェーズと位置づけた戦略的先行投資の実行を踏まえ、期初計画に対し概ね想定通りに進捗。

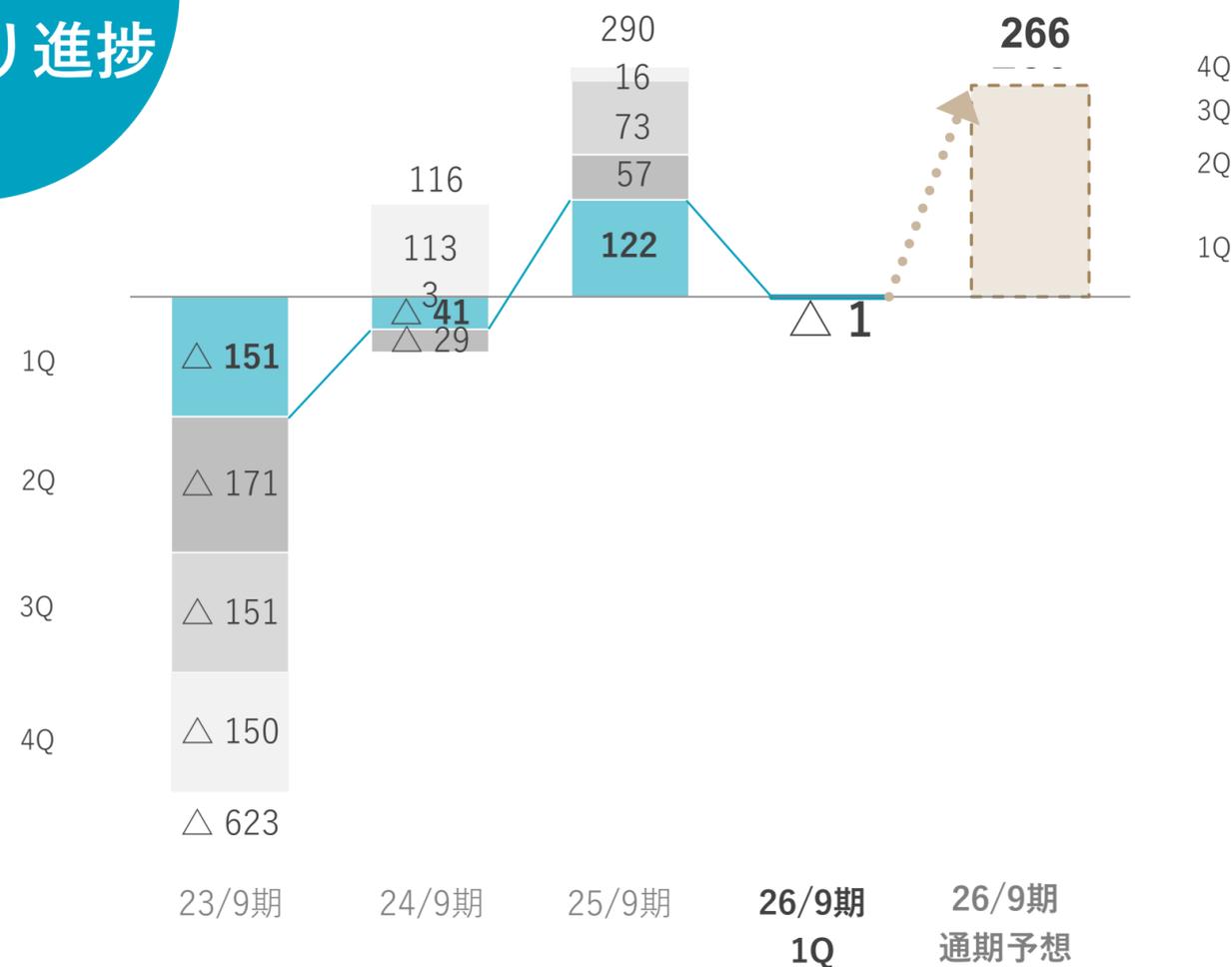
前年
同四半期比
+4.7%
(25/9期1Q~26/9期1Q)

売上高 (百万円)



3Q以降の
顧客獲得増を見込み
想定通り進捗

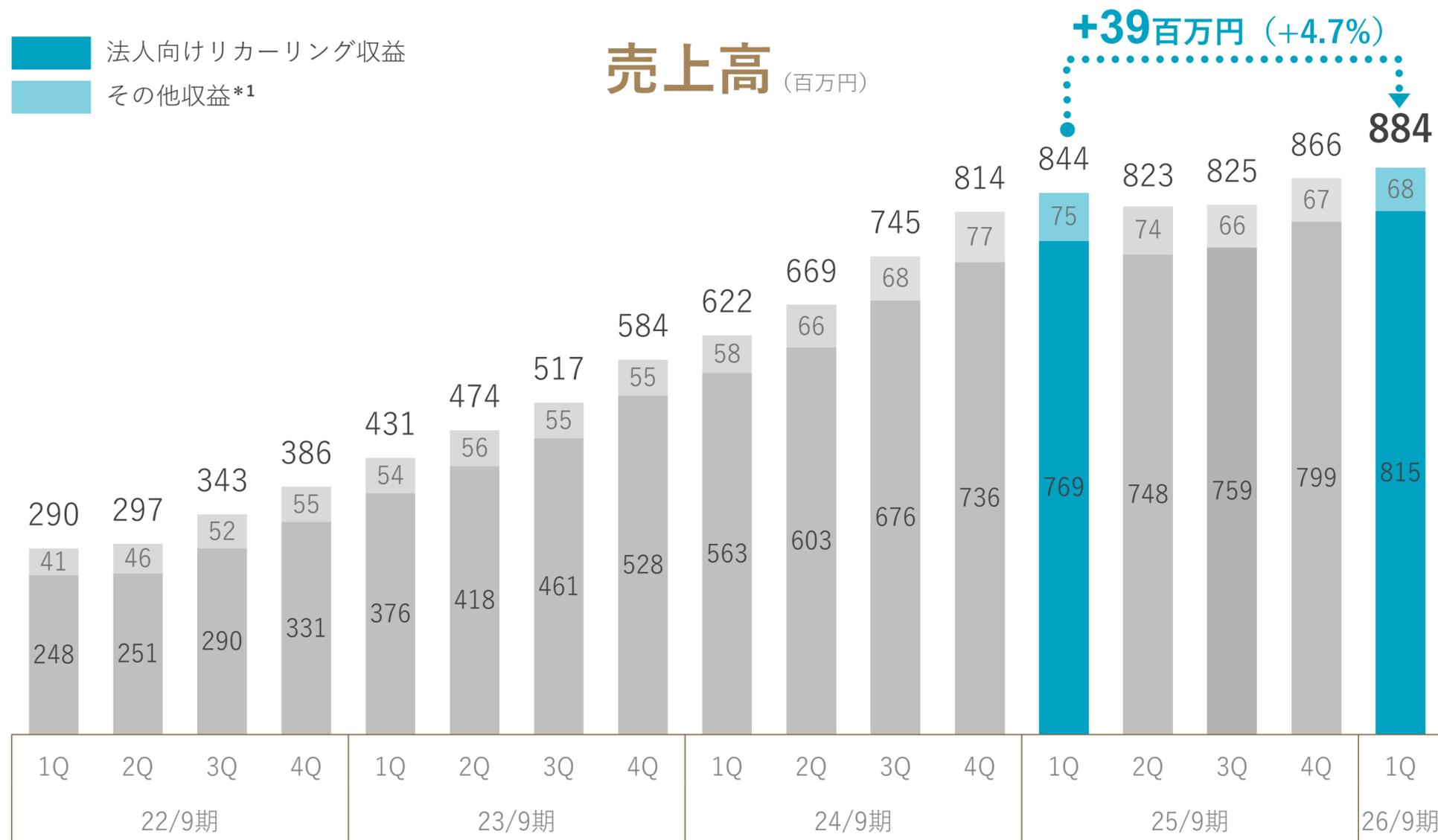
営業利益 (百万円)



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



売上高は成長基調を維持し、前年同四半期比+4.7%。



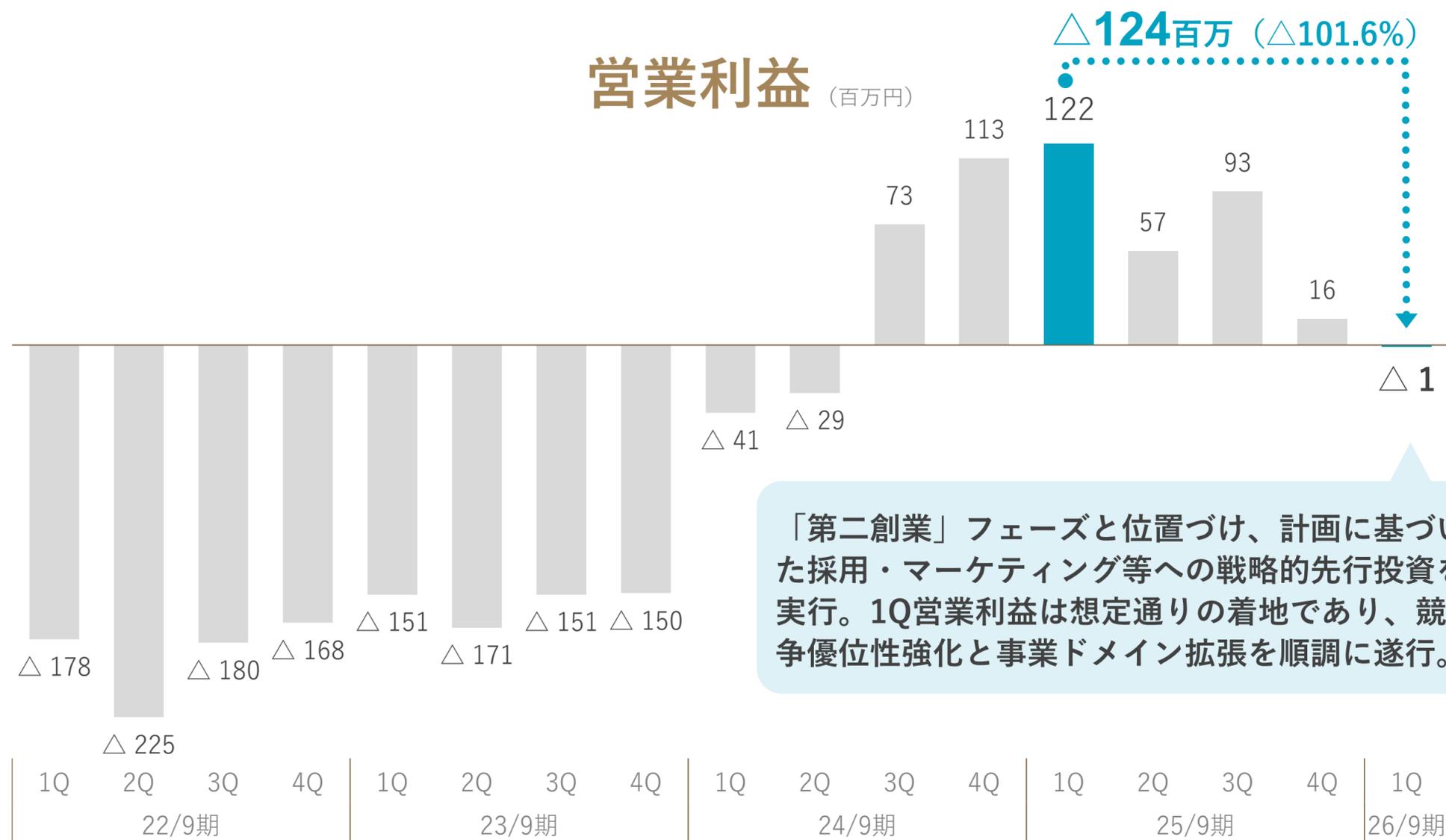
売上高の推移

- 今期1Qの売上高は884百万円
 - ✓ 前年同四半期比では+39百万円 (+4.7%) と伸長
 - ✓ 通期見通しに対し、季節性を踏まえて想定通りの進捗
 - ✓ 引き続き、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、前年同四半期比で△101.6%となるも、今期を「第二創業」フェーズと位置づけた戦略的先行投資の実行を踏まえ、期初計画に対し概ね想定通りに進捗。



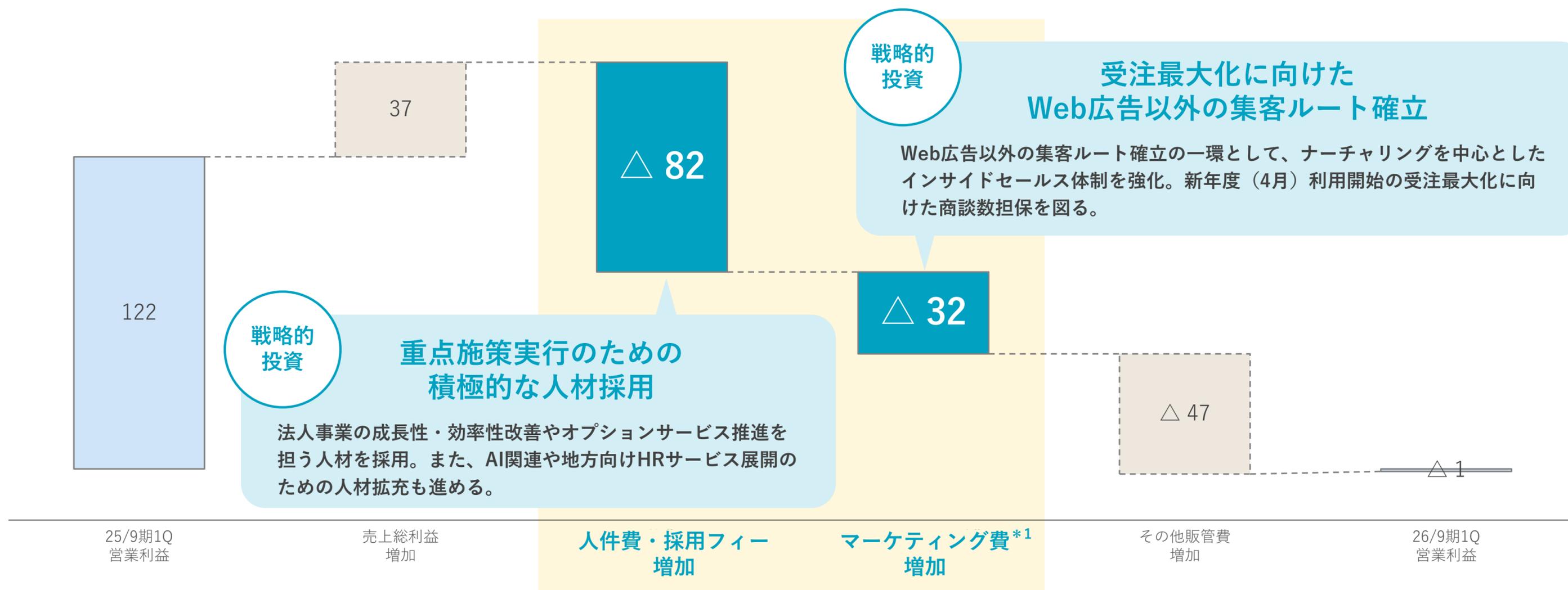
営業利益の推移

- 今期1Qの営業利益は△1百万円
 - ✓ 法人事業の成長性・効率性改善やオプションサービス推進を担う人材の採用をはじめ、AI関連や地方向けHRサービス展開のための人材拡充を進めた結果、前年同四半期で人件費+71百万円、採用フィー+10百万円が増加
 - ✓ 新年度（4月）利用開始の受注最大化に向けた商談数担保のため、新マーケティング施策にかかる投資を中心に、営業費等が前年同四半期比で+44百万円増加
 - ✓ 営業利益は前年同四半期比で△124百万円（△101.6%）となるも、戦略的な先行投資の結果であり、期初計画に対しては概ね想定通りに推移

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

今期を「第二創業」フェーズと位置づけ、計画に基づいた採用・マーケティング等への戦略的先行投資を実行。1Q営業利益は想定通りの着地であり、競争優位性強化と事業ドメイン拡張を順調に遂行中。

1Qにおける戦略的先行投資 (百万円)



戦略的投資

重点施策実行のための積極的な人材採用

法人事業の成長性・効率性改善やオプションサービス推進を担う人材を採用。また、AI関連や地方向けHRサービス展開のための人材拡充も進める。

戦略的投資

受注最大化に向けたWeb広告以外の集客ルート確立

Web広告以外の集客ルート確立の一環として、ナーチャリングを中心としたインサイドセールス体制を強化。新年度（4月）利用開始の受注最大化に向けた商談数担保を図る。

注1: 営業費の内、広告宣伝費および外注費を合算した数値

売上高は堅調に増加。通期計画に対する進捗率が22.6%となり、季節性を踏まえて想定通りの進捗。営業利益は△1百万円となるも、今期を「第二創業」フェーズと位置づけ、採用・マーケティング等への戦略的投資を実行した結果であり、期初計画に対し概ね想定通りの進捗。

(百万円)	25/9期 1Q実績	26/9期 1Q実績	前年同四半期比		通期業績予想比*1	
			増減額	増減率*2	計画値	進捗率
			売上高	844	884	+39
リカーリング収益	811	857	+45	+5.7%	-	-
うち法人向け	769	815	+46	+6.0%	-	-
スポット収益	32	26	△6	△19.5%	-	-
売上原価	211	213	+1	+0.8%	922	23.2%
売上総利益	632	670	+37	+6.0%	2,985	22.5%
販管費	510	672	+161	+31.7%	2,719	24.7%
営業利益	122	△1	△124	△101.6%	266	△0.7%
経常利益	98	△4	△102	△104.2%	263	△1.6%
当期純利益	67	△2	△70	△104.3%	223	△1.3%

注：百万円未満切捨て、比率は少数点第2位を四捨五入

注1: 2025年11月14日に公表

注2: 増減率は、増減額 対 25/9期第1四半期実績の比率を算出

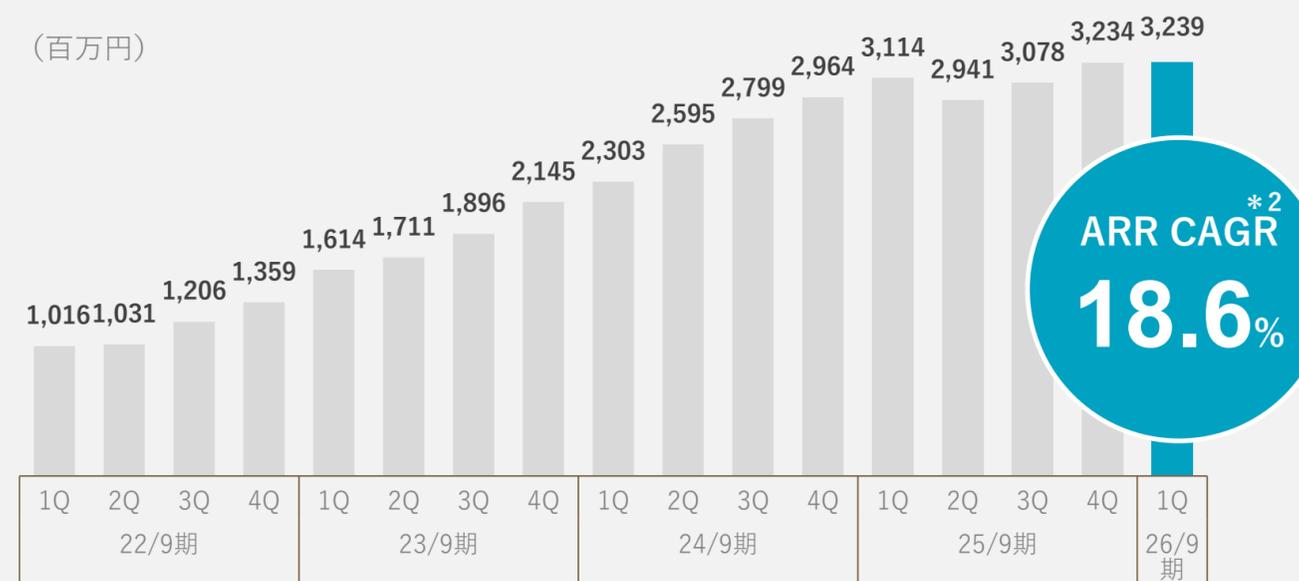
1Q末におけるARR^{*1} は3,239百万円 (CAGR18.6%) となり、成長基調を維持。

(百万円)

項目	26/9期 1Q実績	構成比
全社売上高	884	100.0%
└ 学び手	859	97.3%
└ リカーリング収益	833	94.3%
POINT └ うち、法人向け	815	92.3%
└ うち、個人向け	17	2.0%
└ スポット収益	26	3.0%
└ 教え手	24	2.7%
└ リカーリング収益	23	2.7%
└ スポット収益	0.1	0.0%

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

269百万円 = ARPA 114千円 × 契約社数 2,349社

注1: 2025年12月時点のMRR 269百万円に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

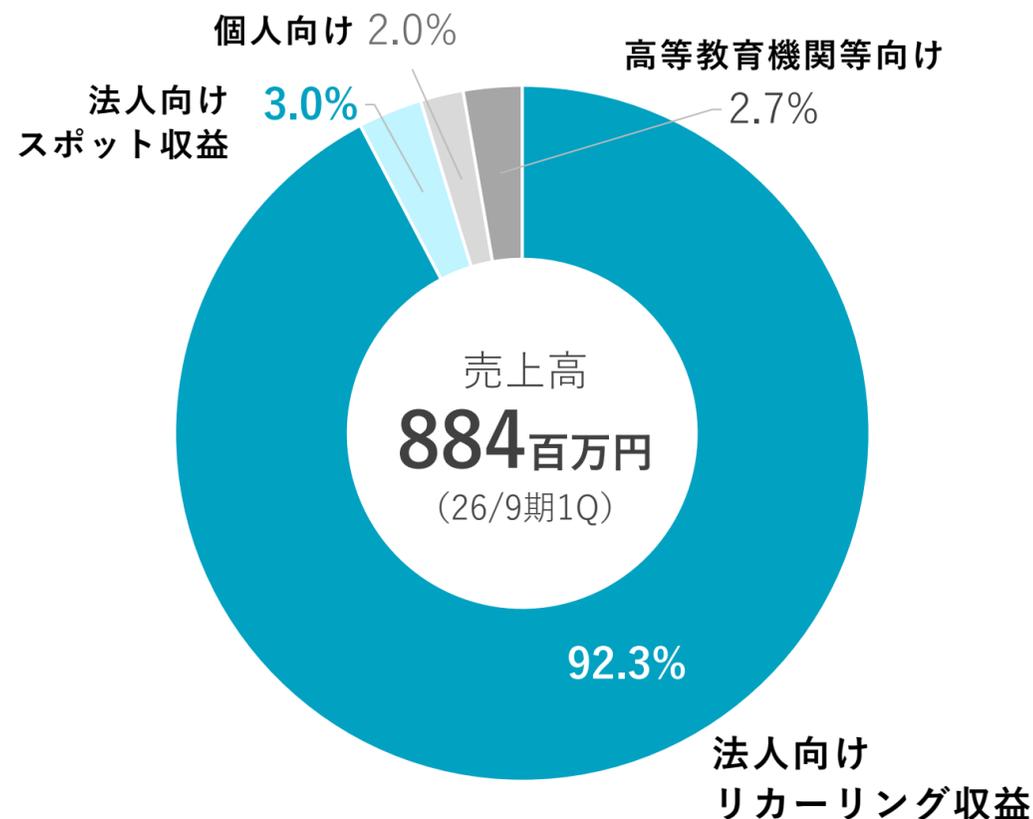
注2: 2024年12月時点から2025年12月時点数値の2年間CAGR (年平均成長率) を記載



大企業攻略推進の結果、ARPAは114千円に増加し、契約社数は2,349社で推移。Net Revenue Churn Rateは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}

32.3億円
CAGR18.6%

法人向け

Net Revenue Churn Rate ^{*4}

1.17%
直近12ヵ月平均

法人向け

契約社数 ^{*3}

2,349社
CAGR3.7%

法人向け

ARPA ^{*5}

114千円/月
CAGR14.4%

注1: 26/9期1Q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12月時点のMRR (月次定期収益) 269百万円に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12月時点から2025年12月時点の2年間CAGRを記載

注3: 2025年12月時点における法人向け導入社数、2023年12月時点から2025年12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12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12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12月時点から2025年12月時点の2年間CAGRを記載



1Q末（12月単月）MRRは2.69億円、直近2年間のCAGRは18.6%で推移。大企業向けの導入が進みARPAは14.4%で成長を維持。一方で、大企業攻略の優先により契約社数の伸びは3.7%と抑制。

実績

MRR^{*1}

2.69 億円

18.6 %

成長率^{*2}

=

ARPA

114 千円

14.4 %

×

契約社数

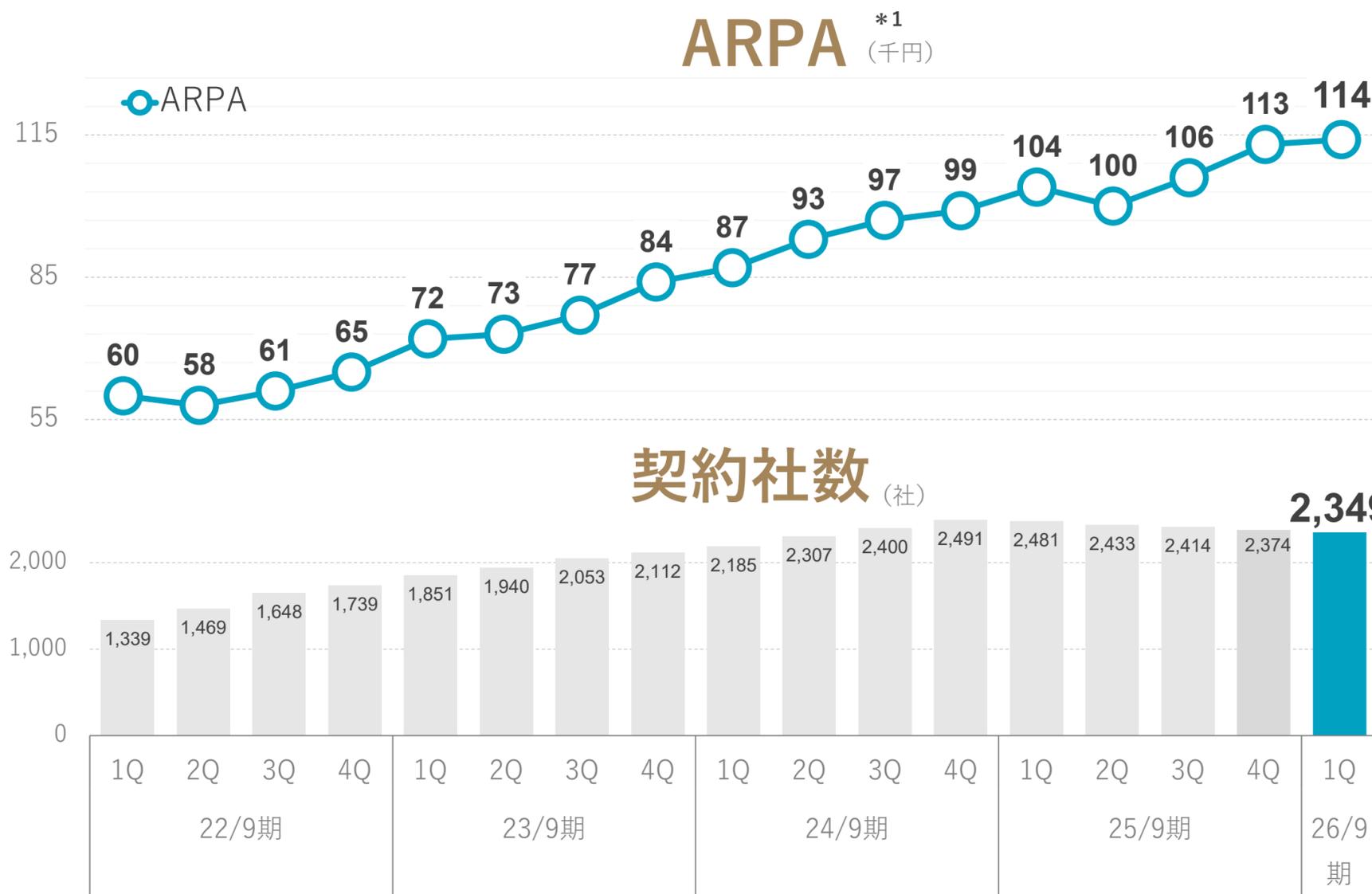
2,349 社

3.7 %

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12月時点から2025年12月時点数値の2年間CAGR（年平均成長率）を記載

大企業顧客の新規獲得及びアップセルを中心に、ARPAを着実に積み上げ。大企業攻略を優先したことにより契約社数の伸びは抑制したものの、ARPAの伸びが収益増を牽引。



CAGR **14.4%** *2

ARPAの直近(1Q)の動向

ダウンセル・解約は計画通り。高単価顧客の継続率が高まり、ARPAは堅調に推移。

CAGR **3.7%** *2

契約社数の直近(1Q)の動向

大企業導入への経営資源集中により小規模IDの新規獲得が減少も、解約は計画通り。高単価顧客(大規模ID先)の獲得・アップセルに注力し、全体の収益増を優先。

注1: 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2: 2023年12月時点から2025年12月時点の2年間CAGR(年平均成長率)を記載



「AI推進ユニット」を新設し、AI活用が社内に浸透。また、開発体制の刷新によりプロダクトの機能開発を早期化。人手を介さない「テックタッチ」な機能を拡充し、コストを抑制しながら顧客満足度を向上。

効率性の向上

AI活用によるコスト抑制 (オペレーションの効率化)

開発

開発工数
業務時間 **-30%**

開発工数 計1,000時間/月超の削減
効率が大幅に向上し、新機能開発が早期化

カスタマーサクセス

カスタマーサクセス
CS
対応時間 **-400**時間

業務対応時間 400時間/月を削減する取り組み
外部専門家を交えて進行中

回答精度均一化
生産性向上

問合せへの回答精度の均一化と生産性向上
AIによる社内ナレッジ検索支援ツールを導入

管理

人事・労務等
工数抑制

人事・労務業務をAIにより自動化・効率化
組織拡大に伴い肥大化しがちな管理工数を抑制

機能拡充による顧客満足度の向上 (プロダクト体験の向上)

- 開発効率が向上し、顧客満足度を高める「テックタッチ」な機能群の開発・リリースが加速
- プロダクト開発体制を「マトリックス組織」*1に変更



<プロダクトの新機能例*2>

- 顧客の利便性を向上し利用率を高める「授業検索AIアシスタント」
- AIが最適な授業プランを提案し、利用率向上を促す「まなびステップ」
=== 今後リリース予定 ===
- 人事担当者の満足度を向上させる、知識を実践に活かすための「トレーニング」
「確認テスト」など

注1: 従来の職能別組織（開発・デザイン等の機能単位）と、特定の目的（機能開発・プロジェクト等）を持つ職能横断的な小規模チームを掛け合わせた組織体制。各チームに意思決定権限を大幅に委譲することで、迅速な意思決定を可能にし、機能開発・リリースの早期化を実現する

注2: 現在開発途中の機能を含む。今後順次リリース予定は変更される可能性あり

大企業向け組織変革コンサルティングサービス「Enterprise Drive」のサービスメニューを開発。コンサルティング起点の新規顧客獲得のため専用Webサイトを公開し、提案営業を本格化。

学びを起点に組織の文化を変える
伴走型コンサルティングサービス 「Enterprise Drive」



5つのアクティビティメニュー

1	個と組織の変革基盤の環境整備	学習を起点にした「個と組織」の変革を支える土台づくりの実装
2	「学習の開始と継続(What)」をデザイン	教育研修体系や人事処遇制度へのSchoo for Business活用・接続
3	「学習の意味づけ(Why)」の構築支援	キャリア自律を促進する一連のご支援
4	学習継続を支える仕組みの構築	コミュニティ・ラーニングの実装支援
5	人財ポートフォリオ戦略強化・人的資本戦略のROI	人財ポートフォリオの活用・人的資本戦略のROI効果検証のご支援

専用Webサイトを公開し、サービスメニューを開発

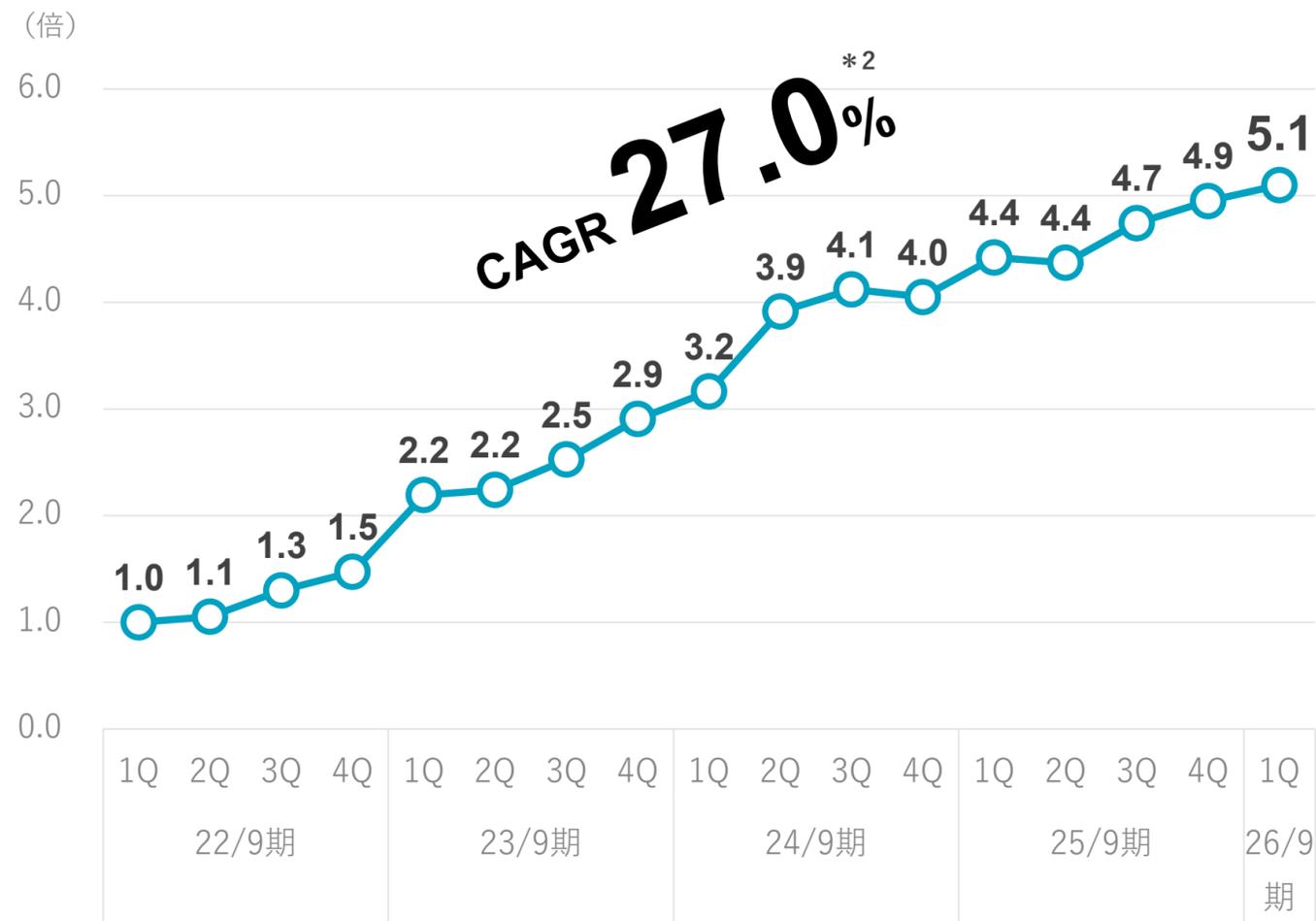


- 大企業リード新規獲得に繋がる専用Webサイトの公開（2025年12月）
 - ・ 公開後、人的資本経営や組織づくり領域への関心層の流入が増加。従来の研修ニーズとは異なる、「組織課題改善」を目的とする顧客層開拓に確かな兆し
 - ・ これまでの支援実績（大手企業9社）を併せて公開し、顧客への訴求力を強化
- 新規獲得・既存アップセルに繋がるサービスメニューを開発し、事例を創出
 - ・ 「Enterprise Drive」として支援領域を定義した5つのアクティビティメニュー（左表）をリリース。伴走型コンサルティングサービスとして提案営業を本格化
 - ・ 12月より大企業1件への提供を開始。コンサル起点の導入実績が着実に進捗

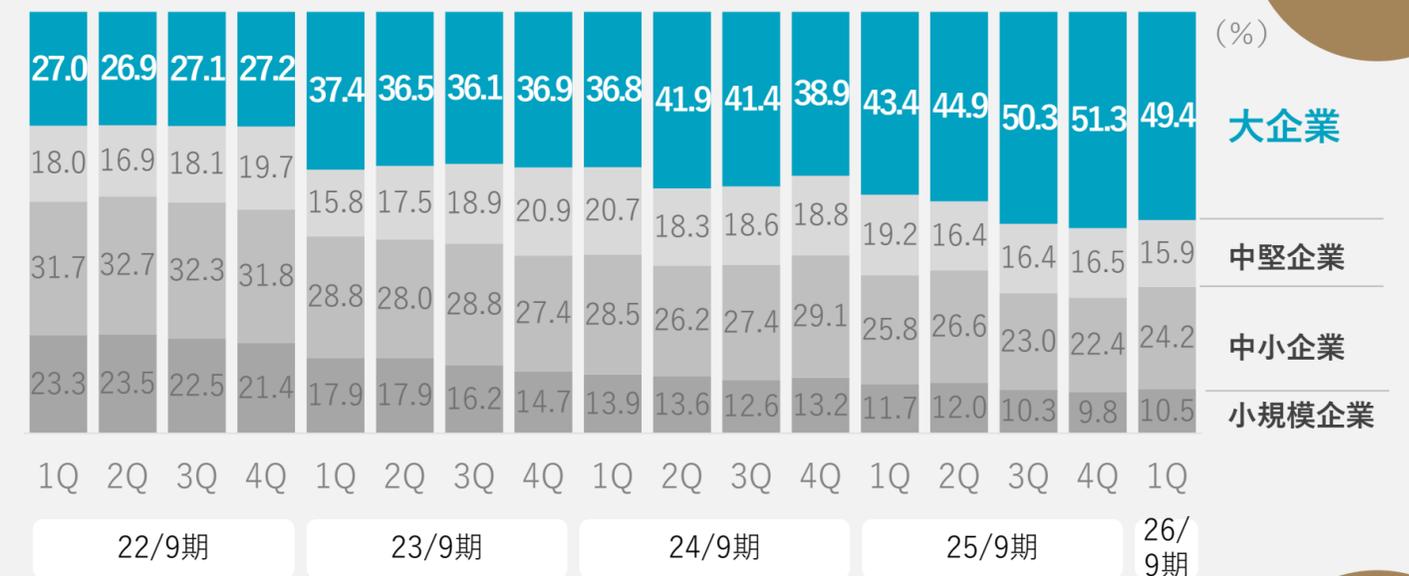
大企業向け 法人MRR成長指数(大企業)

大企業向けMRRはCAGR27.0%の高成長率で推移。リカーリング収益を積み上げ、ARPA向上を実現。大企業顧客の契約形態変更等により大企業導入比率が縮小するも、売上高への影響は軽微。

法人MRR 成長指数【大企業】^{*1}



ARPAの高い大企業の更なる導入を進める^{*3}



大企業
導入比率

部分導入が進む大企業中心に全社導入を図る



大企業
攻略手段

注1: 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。22/9期 1Q末における法人向けMRRのうち、大企業区分のMRR値を1.0とした場合の各四半期末時点の倍率を指標として算出。代理店経由で獲得したMRR値を除く

注2: 2023年12月時点から2025年12月時点数値の2年間CAGR (年平均成長率) を記載

注3: 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。

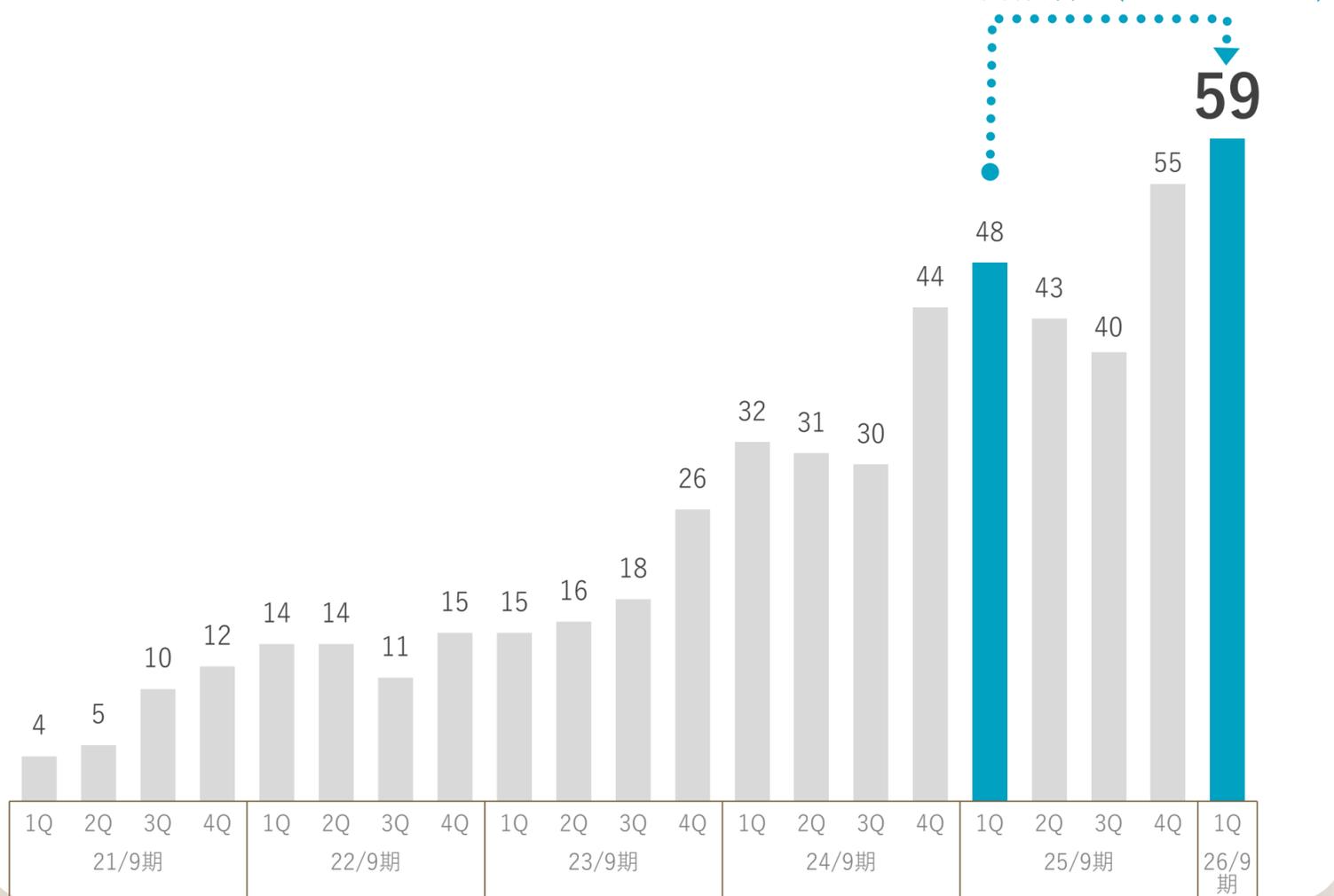
各四半期末時点の法人向けリカーリング収益のうち、代理店経由で獲得したID数を除いた「大企業」「中堅企業」「中小企業」「小規模企業」のそれぞれの合計ID数を母数とした比率を算出



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・地方企業との関係強化に注力。59自治体がサービスを導入。九州オフィスも地域密着での顧客支援・顧客開拓を継続。

地方自治体への「Schoo for Business」導入件数^{*1}

+11自治体 (+22.9%)



直近（1Q）のトピックス

地方自治体への「Schoo for Business」の活用深化

- 三重県を含む、計4自治体で新規利用開始
- 青森県及び海老名市でDX研修を実施（ブレンディッドラーニング型（動画視聴＋対面ワークショップ）での提供）

九州オフィスにおける活動

- 自社セミナーの型化と新規リード獲得への進化
 - ・ セミナーの参加者満足度91%を達成。運営の型化により「ナーチャリング機能」としての磨き込みが進む
 - ・ 今後は見込み顧客リスト以外への集客拡大を図り、効率的な新規リード獲得手法への進化を図る
- ハイタッチ・カスタマーサクセス（対面支援）による離脱抑止と利用促進
 - ・ 九州エリア企業への対面サポートを通じ、解約を抑止。利用促進を徹底し、地域のシェア拡大に向けた成功事例（マーケティング資産）の構築を図る

注1: 各四半期の期間中に「Schoo for Business」について1日以上契約があった自治体数をカウント。当決算から、実態をより正確に表すため「四半期末時点」の導入件数から集計方法を変更しております

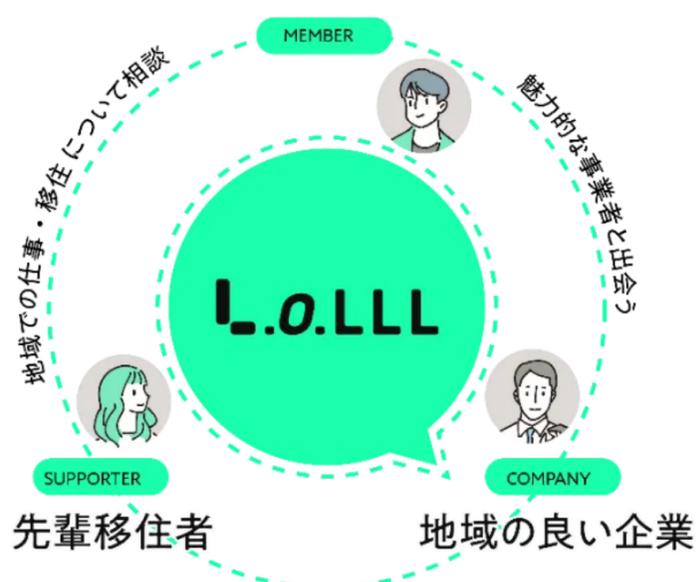
注2: LoLLL（ロール）= Lushness of Life（豊かな人生）

LoLLLは43社が参画し、移住転職（Iターン転職^{*2}）事例を創出。2025年10月開講の「Schoo Mesh」は第1号案件を鹿児島県日置市で実施。さらなる事例創出のため、他地域への展開を推進。

LoLLL

移住転職支援コミュニティ ロール

コミュニティメンバー

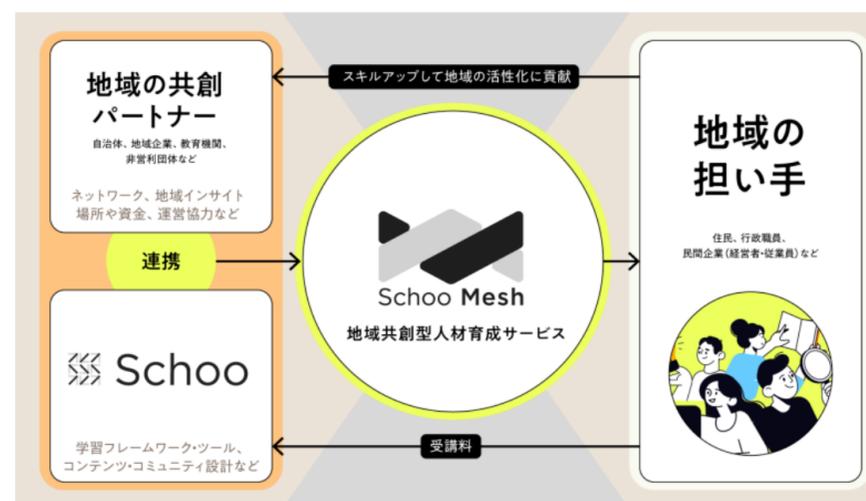


- 都市部人材と地方企業をつなぐ、コミュニティ型・移住転職支援サービス
- コンサルタントによるキャリア開発支援やスキルアップ支援等を無料提供
- 移住転職者の採用決定時に企業側から紹介手数料を受け取るビジネスモデル

- コミュニティ登録者が900名を突破^{*1}
- 参画企業は43社^{*1}
- 都市部から地方企業へのIターン転職^{*2}事例を創出したほか、移住転職を検討するキャリア面談予約が増加中



地域共創型人材育成サービス スクーメッシュ



- 自治体や地元企業等と連携し、地域課題に即した学びを設計・運営する共創型サービス
- オンラインと対面を融合したハイブリッド形式で、地域横断の学び合いを促進
- 参画主体が協力して運営し、学びの場を地域全体で支える自律的モデルを目指す

- 鹿児島県日置市で9社、45名が参加中。受講者アンケート^{*3}では「3.9/5.0」と満足度の高い結果に
- Schoo Meshを活用した地域活性化の取り組みについて、複数の自治体・共創パートナー企業と協議が進む

注1: 2025年12月末時点

注2: 都市部の出身・在住者が、縁のない地方へ就職し移住すること。Uターン（出身地への帰還）とは異なり、自身のキャリアや志向を軸とした新しい地域移住の形

注3: 10月開講の日置市「日置市つながる学び合いカレッジ」のオンライン集合学習（9社45名が参加中）における

4回目の受講者アンケート結果

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

Customer

Product/
Business

Key figure

(2025年12月末時点)

学び手

教え手

法人向け

個人向け

高等教育機関・
社会人教育事業者向け



 **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 **95.3%**

全社売上高のうち92.3%が法人リカーリング収益

*1
売上高
構成比 **2.0%**

*1
売上高
構成比 **2.7%**

契約社数 **2,349**社

会員 約 **114**万人^{*2}

20件

注1: 26/9期1Q の全社売上高に対する各収益の比率を算出

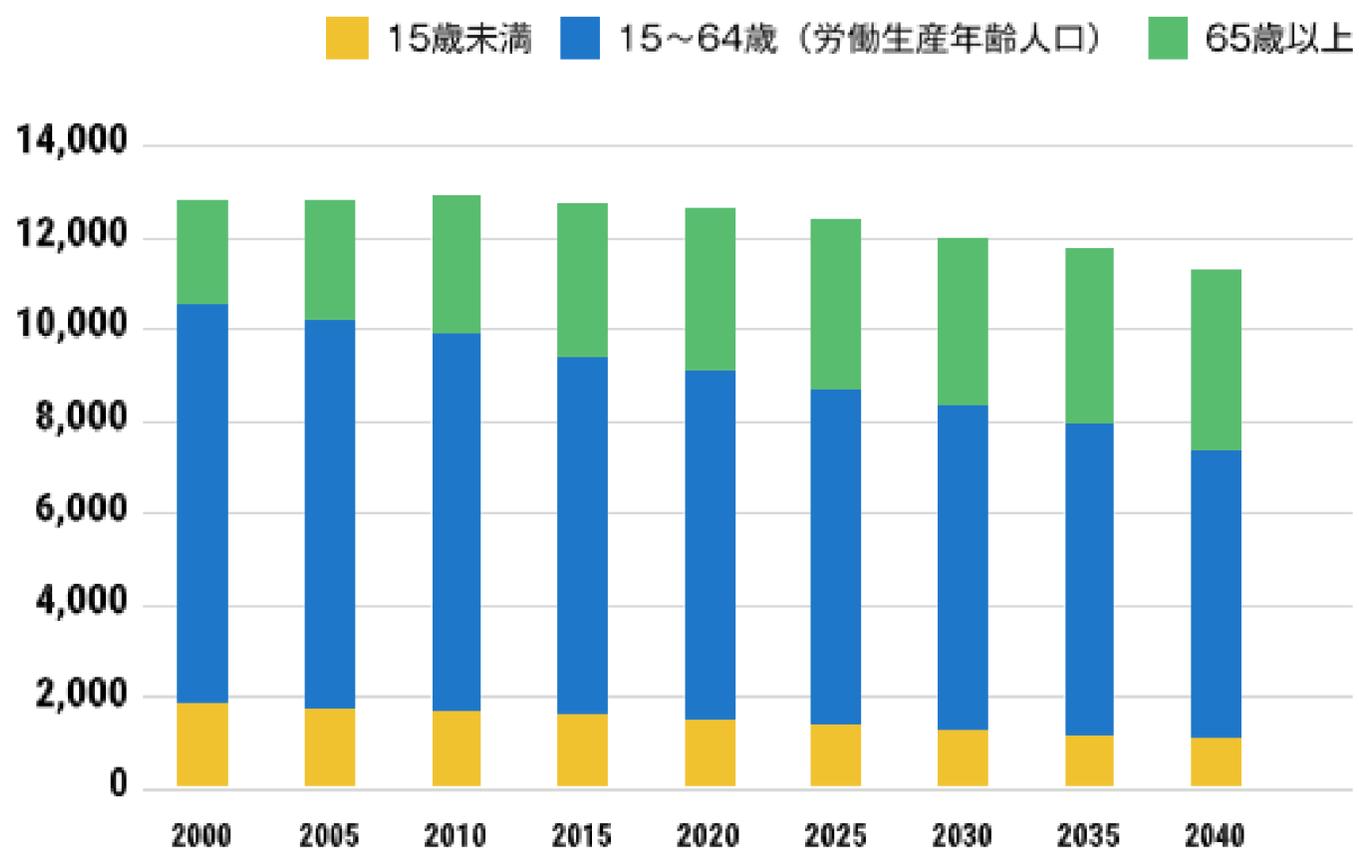
注2: 個人会員数には、法人契約しているアカウントを除く値を集計

市場環境と競争優位性

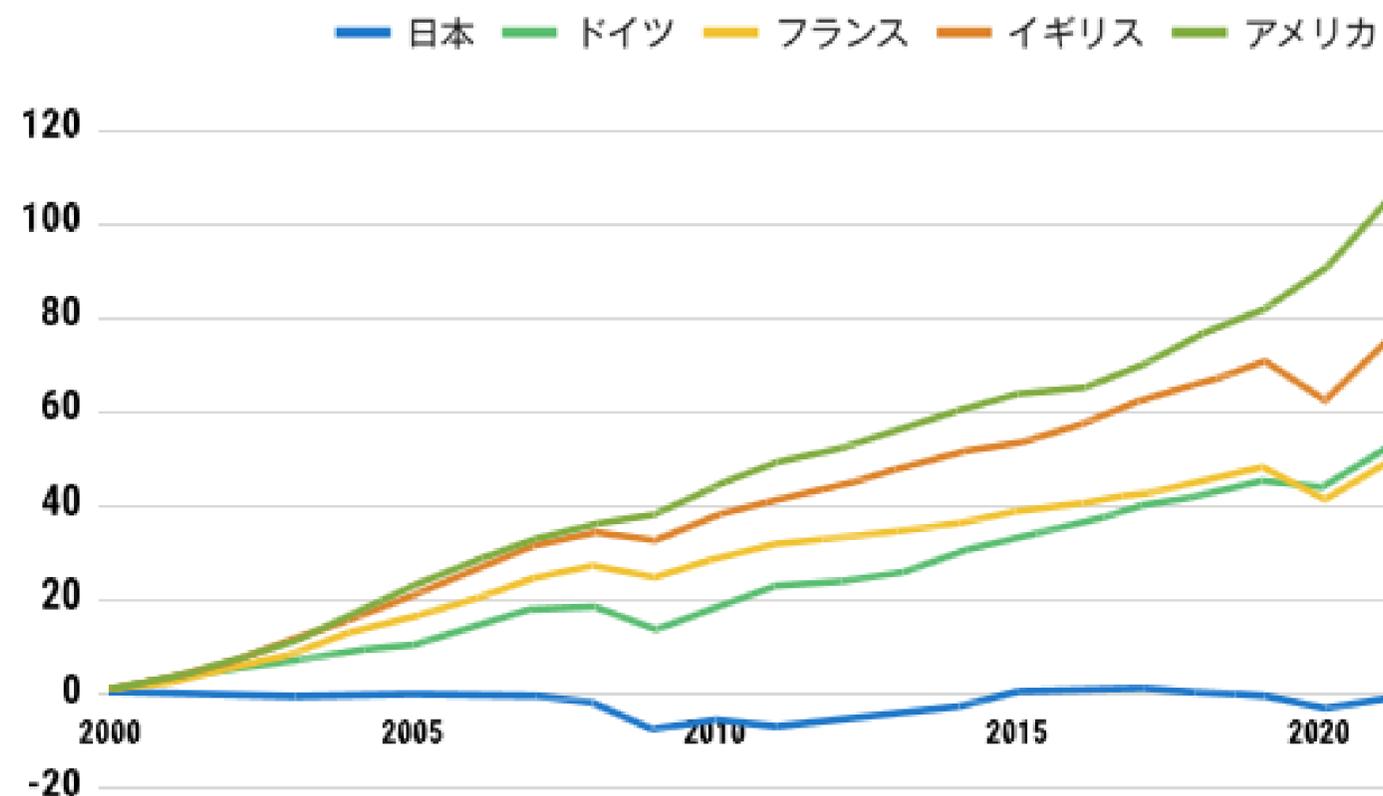


労働生産年齢人口の減少が加速する一方で、日本の労働生産性は停滞が続いている。

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

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

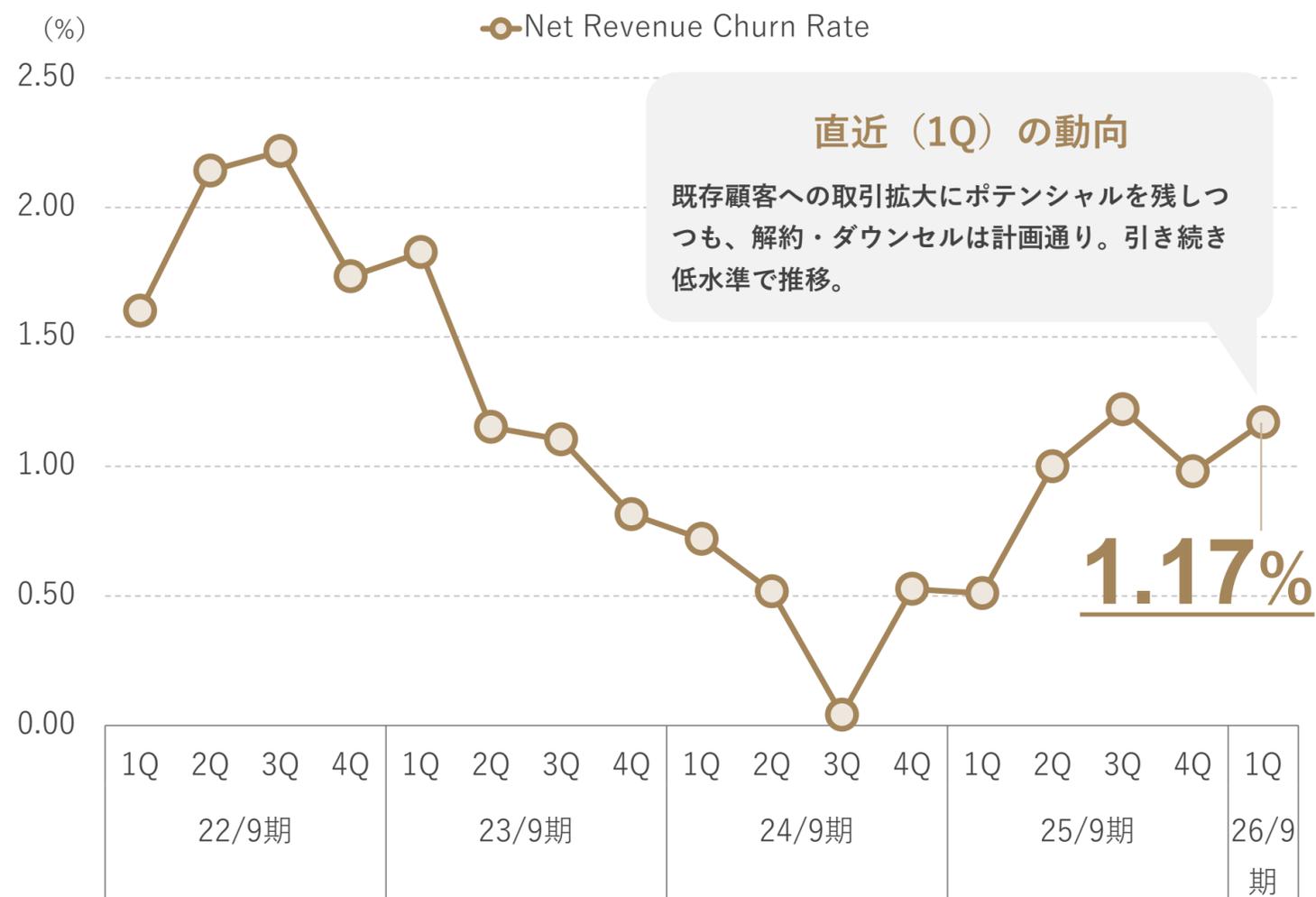
誰でも迷わず使える 操作性にこだわったUX

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。

法人向け “学び続ける” にこだわるカスタマーサクセス

26/9期1Q末のNet Revenue Churn Rate*1は1.17%。引き続き低水準で推移。

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

担当者徹底支援
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
経営戦略に紐づく人事施策

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
社内広報物制作
ウェビナー、説明会

利用促進施策

課題解決の提案
集合学習、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





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



企業
地方自治体



高等教育
機関など



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

全社 AIによる競争力強化に向けた取り組み

生成AIを継続的な武器とし、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。生産性向上と競争優位性を深耕し収益成長を図る。1QにおいてAI推進ユニットを設立し、取組み加速。

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

営業

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

26年3月
目標

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

導入
完了

目標 議事録作成時間 **-100時間**
四半期TOTAL

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
達成

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

プロダクトにおけるAI活用による学習体験の深化

サービス

AI機能の実装

(AI授業検索機能 (2025年11月)、AI個人研修プラン生成 (2026年2月)、AIスキル習得テスト (今後リリース予定) 等)

順次
実装

目標 学習継続率UPによる解約率抑止を狙う

AI機能を通してユーザー体験を向上

2025年12月17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。

株主還元の方針

株主の皆さまへの利益還元を経営の重要課題の一つと位置付け、財務体質の強化や内部留保の確保にも努めつつ、自己株式の取得についても、その時々を経済状況、当社の財産状況等を総合的に勘案し、機動的な資本政策の一環として適切に実施していくものとする。

取得の概要

- 取得期間： 2026年1月1日～4月30日
- 取得上限： 総額2億円、総数25万株（発行済株式数の2.0%）
- 取得方法： 東京証券取引所における市場買付

参考資料

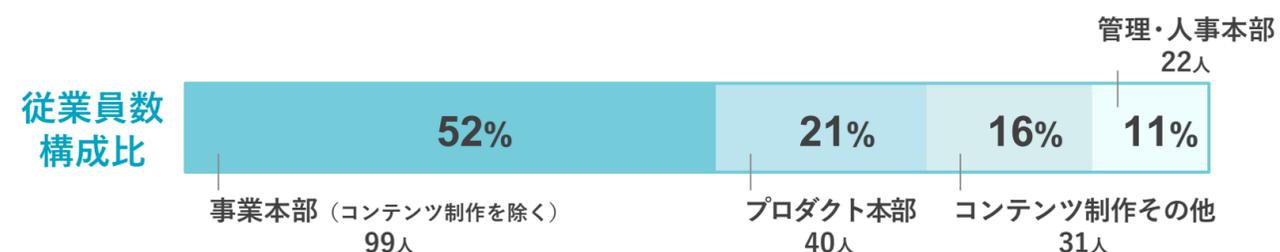




「世の中から卒業をなくす」をミッションに、オンラインでの社会人教育に取り組んできた。



- 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** 192人（ほか臨時雇用者数43人、2025年12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
崎田 恭平

宮崎県庁、厚生労働省を経て、日南市長に就任。2期8年を務める。市長退任後、2021年に株式会社飼肥社中を設立し、代表取締役に就任。一般社団法人エビデンススタジオ常務理事。



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、現在、藤本法律事務所代表弁護士。



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。

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 コンテンツラインナップ^{*1}

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 4,591本
54.1%



デジタルスキル 2,468本
29.1%



ライフリテラシー 721本
8.3%



リベラルアーツ 708本
8.5%



注1: コンテンツ数は2025年12月末時点

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

- 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

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）

~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

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)

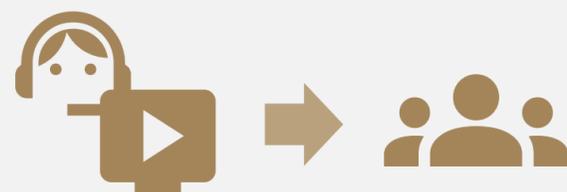


企業内大学支援^{*1}

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)



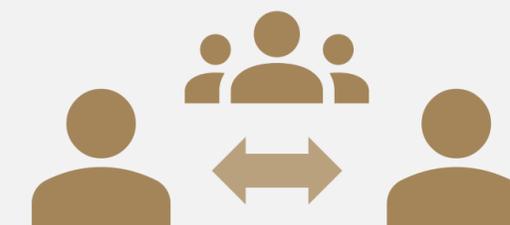
運用ポータルサイト

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。

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

順次提供コンテンツを追加中（30テーマ以上を提供）

生成AI×事業企画立案、ロジカルシンキング、課題設定、
営業×データ分析、マネジメント、財務三表、資料作成等

注1: 2025年9月までに開催した8回のゼミ受講者のアンケート結果（n=248人 ※延べ人数）

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

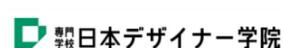
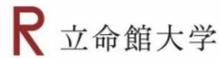
Schoo録画授業視聴

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



その他 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



(千円)	19年9月期	20年9月期	21年9月期	22年9月期	23年9月期	24年9月期	25年9月期	26年9月期1Q
売上高	363,806	548,520	978,112	1,317,868	2,007,927	2,852,780	3,360,107	884,028
売上原価	84,426	82,867	444,129	707,324	936,719	895,063	829,724	213,640
売上総利益	279,380	465,652	533,983	610,544	1,071,207	1,957,717	2,530,383	670,388
販管費及び一般管理費	325,354	570,943	926,227	1,363,886	1,694,929	1,841,456	2,239,980	672,367
うち広告宣伝費	26,643	87,884	266,742	402,845	491,009	472,249	468,916	116,134
営業利益	△ 45,973	△ 105,290	△ 392,244	△ 753,342	△ 623,721	116,260	290,402	△ 1,979
営業外収益	4,104	2,952	415	2,809	3,266	4,337	7,187	1,673
営業外費用	2,400	1,262	3,344	15,922	51,206	33,486	39,144	3,830
経常利益	△ 44,270	△ 103,599	△ 395,173	△ 766,455	△ 671,662	87,111	258,527	△ 4,136
特別利益	-	-	-	-	-	231	109	-
特別損失	27,183	-	9,010	1,883	8,194	-	-	-
税引前当期純利益	△ 71,454	△ 103,599	△ 404,184	△ 768,338	△ 679,856	87,343	258,556	△ 4,136
当期純利益	△ 71,984	△ 104,129	△ 404,714	△ 770,628	△ 680,386	184,387	175,311	△ 2,927
1株当たり当期純利益 (円)	△ 545.34	△ 788.86	△ 3,066.02	△ 5,838.09	△ 5,154.44	31.62	14.31	△ 0.24
売上高前年同期比 (%)	-	150.8%	178.3%	134.7%	152.4%	142.1%	117.8%	104.7%
売上総利益率 (%)	76.8%	84.9%	54.6%	46.3%	53.4%	68.6%	75.3%	75.8%

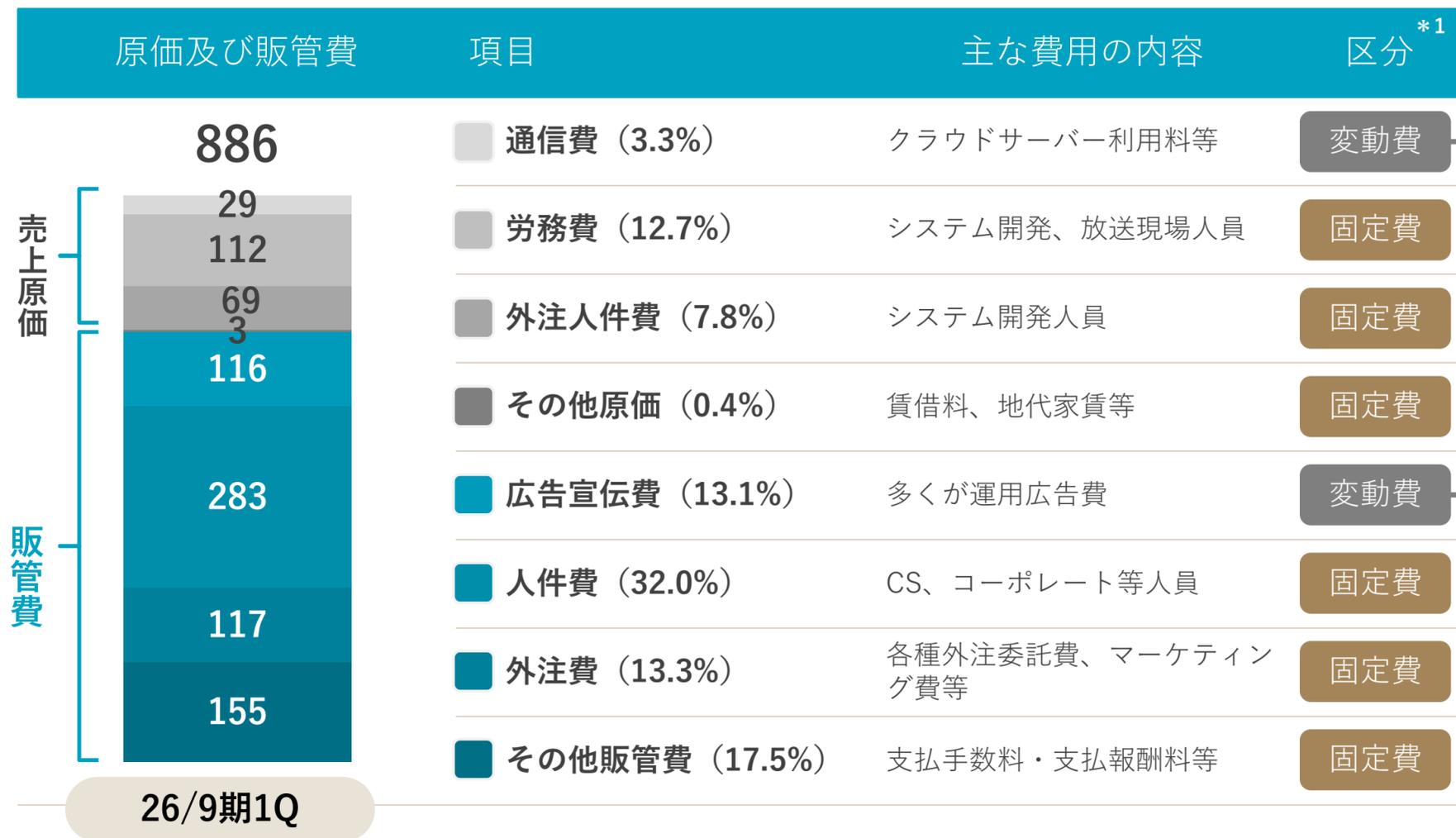


資産の部 (千円)	25年9月期	26年9月期1Q
流動資産	3,230,390	2,950,239
現金及び預金	2,946,270	2,574,338
売掛金	238,759	268,251
前払費用	44,504	94,634
その他	855	13,016
固定資産	211,902	222,616
有形固定資産合計	29,285	29,661
建物	19,916	19,397
工具、器具及び備品	9,368	10,264
無形固定資産合計	109,144	121,582
ソフトウェア	100,146	106,436
ソフトウェア仮勘定	8,998	15,145
投資その他の資産合計	73,471	71,371
敷金	15,359	15,239
繰延税金資産	54,142	54,142
その他	3,970	1,990
資産合計	3,442,292	3,172,856

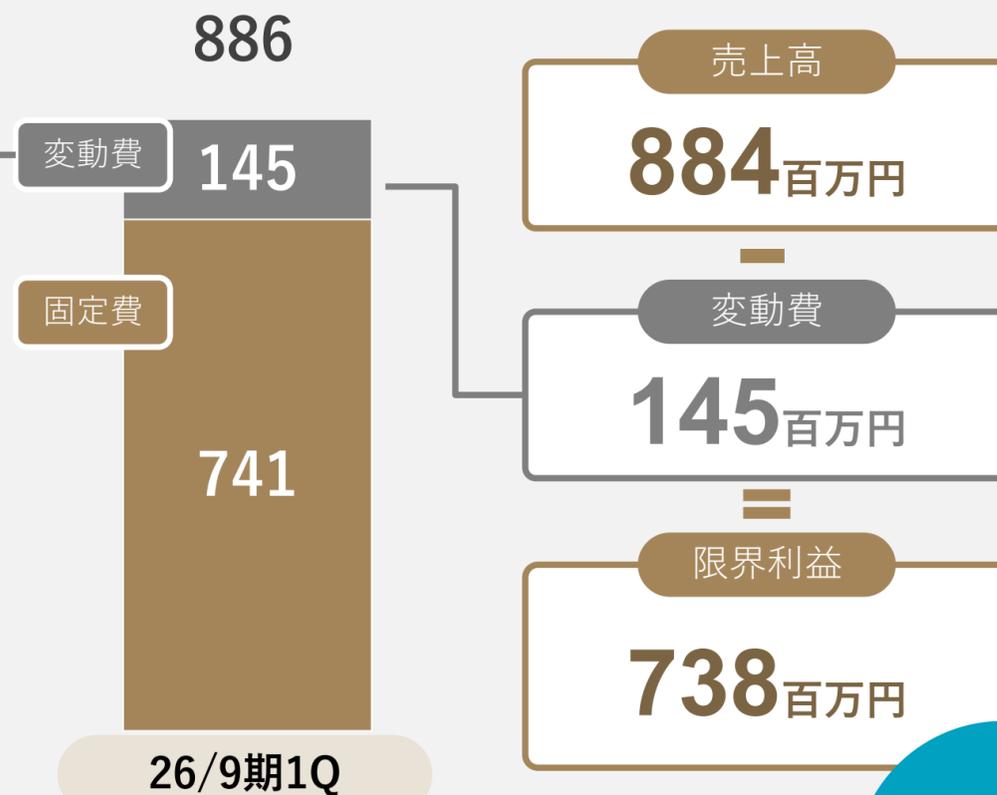
負債の部 (千円)	25年9月期	26年9月期1Q
流動負債	1,187,137	941,937
1年内返済予定の長期借入金	264,000	276,000
未払金	232,769	191,025
未払法人税等	61,205	-
未払消費税等	55,091	38,186
契約負債	539,885	378,900
その他	34,186	57,826
固定負債	400,000	334,000
長期借入金	400,000	334,000
負債合計	1,587,137	1,275,937
純資金の部 (千円)	25年9月期	26年9月期1Q
資本金	684,208	706,575
資本剰余金	949,701	972,067
利益剰余金	359,698	356,770
自己株式	△138,453	△138,495
純資産合計	1,855,154	1,896,918
負債純資産合計	3,442,292	3,172,856



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
83.6%

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しない。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留意

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。

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。

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。
 $\{ \text{今月新規法人MRR (当月獲得)} - (\text{今月総法人MRR} - \text{前月総法人MRR}) \} / \text{前月総法人MRRの12ヵ月平均。}$

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。

これらの記述は、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たものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。