

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2026年5月25日

株式会社フライヤー

目次

01		会社概要・経営理念	p.3
02		事業の内容・ビジネスモデル	p.10
03		市場環境	p.23
04		競合・自社分析	p.30
05		成長戦略	p.34
06		その他	p.46
07		APPENDIX	p.50

01

会社概要・経営理念



MISSION

ヒラメキあふれる 世界をつくる

VISION

**あらゆる「人」と「組織」が成長し
可能性がひらかれるプロダクトをつくる**

知にふれることで人はもっと、自由になれる。

多様性のある知が蓄積されると点と点がつながって、ヒラメキが生まれる。

そのヒラメキは、自由に羽ばたける翼となり
あなたを未知の世界へ連れていってくれるだろう。

知は、組織にも効いてくる。

はたらく人たちが知から学び、成長できる環境ができれば
組織は力強く未来へ向かっていけるはずだ。

あらゆる人が、気軽に信頼できる知にふれられる。
組織が、学びと成長の場になる。

フライヤーは、そんなプロダクトをつくっていく。

会社概要

OUTLINE

会社名	株式会社フライヤー
設立	2013年6月4日
資本金	6.14億円
所在地	東京都千代田区一ツ橋一丁目1番1号
代表者	代表取締役CEO 大賀康史
従業員数	51名（2026年2月末日時点）

BUSINESS CONTENTS

エンタープライズ事業セグメント(B to B)

法人向け人材育成に資するSaaSサービスの運営

- ・ flier business
- ・ 施設向け事業
- ・ 法人向け研修事業
- ・ flier成長組織ナビ

コンシューマ事業セグメント(B to C)

自己研鑽に資するコンテンツの提供

- ・ 本の要約サービス flier
- ・ flier book labo / flier book camp
- ・ flier公式チャンネル(YouTube)
- ・ AIStep（株式会社AIStep運営※）
- ・ Find me!（株式会社Zealox運営※）

※ いずれも2026年2月期に子会社化

経営陣



代表取締役CEO 大賀 康史

早稲田大学大学院を卒業後、アクセントチュア株式会社、フロンティア・マネジメント株式会社を経て、2013年6月、株式会社フライヤーを設立。日本ディープリーニング協会E資格。



取締役CFO 望月 剛

東京大学を卒業後、中央青山監査法人(現PwC Japan有限責任監査法人)、Bain & Company Ltd.等を経て、2020年6月、当社に参画。公認会計士。



執行役員CRO兼CCO 久保 彩

富士フィルムビジネスイノベーション株式会社(旧富士ゼロックス株式会社)退職後、グロービス経営大学院にてMBAを取得、株式会社クニエを経て、2020年2月、当社に参画



社外取締役 服部 結花

京都大学を卒業後、株式会社リクルートを経て、インクルージョン・ジャパン株式会社を設立、代表取締役就任。ESGテーマのベンチャーに投資を行うVCを運営。2022年5月、当社に参画。



社外取締役 安田 雅彦

南山大学を卒業後、株式会社西友、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社等を経て、株式会社 We Are The Peopleを設立、代表取締役就任。2024年5月、当社に参画。



常勤監査役 佐藤 純

青山学院大学を卒業後、有限責任監査法人トーマツ、複数の事業会社において取締役・監査役等を経て、2021年9月、当社に参画。公認会計士。



監査役 鈴木 克征

複数社での経理部門を経験し、株式会社メディアドゥ(当社親会社)にて取締役・CAO・社長室付アドバイザー等を歴任。2022年5月、当社に参画。



監査役 廣瀬 崇史

東京大学を卒業後、弁護士法人大江橋法律事務所に入所。国内外の志向を経て、同事務所パートナーに就任。会社法を含む企業法務全般・知的財産法・国際取引・コンプライアンス等の専門分野に取り組む。2022年5月、当社に参画。弁護士(日本)、弁護士(カリフォルニア州)。

主要KPI（全社）

ARR ※1

9.1 億円

累計法人契約社数 ※4

(flier businessのほか、施設向け事業等を含む)

1,362 社



flier累計会員数 ※5

130 万人

エンタープライズ事業セグメント
売上高CAGR ※2

25.7 %

エンタープライズ事業セグメント
売上高比率 ※3

66.8 %

要約掲載数 ※6

4,200 冊超

提携出版社数 ※7

190 社超

提携書店数 ※8

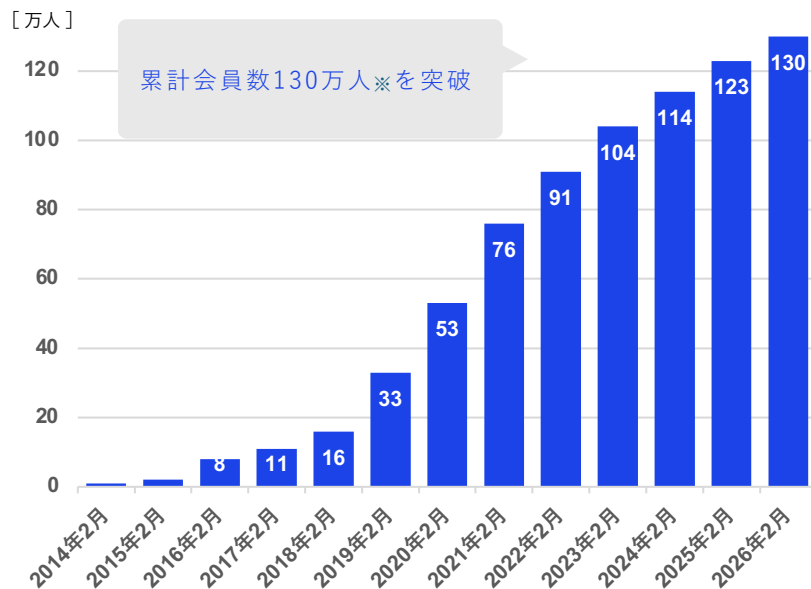
200 店超

※1：2026年2月末の全社MRR(リカーリング収入)を12倍することにより算出。／※2：2023年2月期～2026年2月期のエンタープライズ事業セグメントの売上高の年平均成長率。／※3：2026年2月期のエンタープライズ事業セグメントの売上高比率。／※4：2026年2月末時点。法人企業への販売契約のうち、3か月以上の継続取引のみを算入しております。また、「flier business」に加え施設向け事業も含めた法人契約社数を記載しています。／※5：2026年2月末時点(会員数にはflier business法人契約企業の利用者を含む)。／※6：2026年2月末時点。／※7：2026年2月末時点。／※8：2026年2月末時点で当社企画のフェアを開催している書店数。

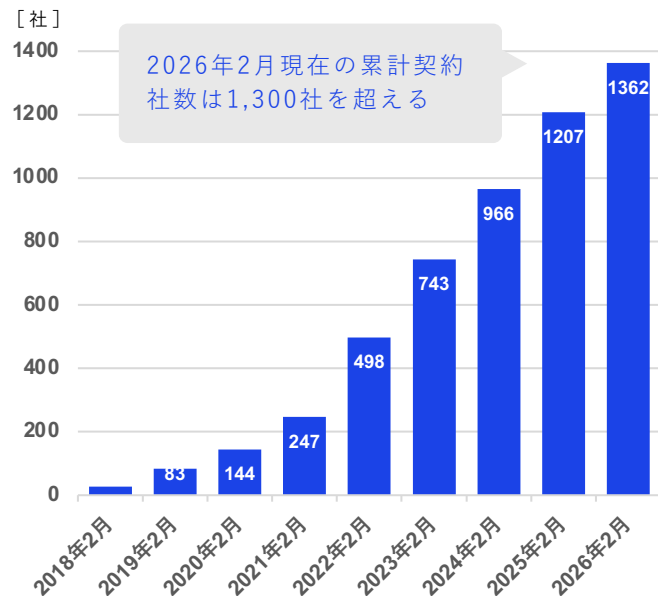
会員数・契約社数推移

累計会員数は120万人を突破いたしました。エンタープライズ事業セグメントの累計法人契約社数は1,200社を突破しており、直近で拡大ペースが加速しています。

累計会員数



累計法人契約社数



※：2026年2月末時点(会員数にはflier business法人契約企業の利用者を含む)。

主要KPI (flier business)

MRR ※1

(期末時点)

54 百万円

CAGR※5 : 28.8%

契約社数 ※2

(期末時点)

623 社

CAGR※5 : 11.4%

ARPA ※3

87 千円

CAGR※5 : 15.9%

Net Revenue Churn Rate ※4

1.45 %

※1：「flier business」の契約において、法人顧客から毎月継続的に得ることのできる月次収益額。2026年2月末時点。／※2：「flier business」の契約のうち、3か月以上の継続取引における契約社数。2026年2月末時点。

※3：「flier business」の契約における月次平均単価。2026年2月末時点。／※4：Net Revenue Churn Rateは、前月のMRRに対するリカーリング収入の変動額(解約額+ダウンセル額-アップセル額)の割合。上記数値は毎月解約率の直近12か月平均(2024年7月～2026年2月)。／※5：2023年2月期～2026年2月期の「flier business」の各数値より算出した年平均成長率。

02 事業の内容・ビジネスモデル

CHAPTER2

事業内容一覧

エンタープライズ事業セグメント (法人向け事業)

売上構成比率※1

66.8%



個人向けサービス「本の要約サービスflier」を活用し、従業員の自律的学習の推進や学びの文化形成などを支援するサービス。



従業員を対象とした独自の調査で人材の育成のために、組織に必要な要素を分析し、従業員と企業を成長に導く新しい概念のサーベイです。

施設向け事業

施設に紐づくWi-Fiなどを利用し、施設利用者に「本の要約サービスflier」を提供するサービス。施設の付加価値向上につながります。

法人向け研修事業

リーダー層向けに本を主題にして他企業の同階層の人とともに越境型学習を行う「越境マネジメントプログラム」、第一線の講師の方と集中的に学ぶ講座、著者によるセミナーなどがラインナップされています。

コンシューマ事業セグメント (個人向け事業)

売上構成比率※1

36.1%



話題のビジネス書や名著・ベストセラーを1冊約10分の要約で楽しめる自己研鑽サービス。



読書好きが集まるオンライン読書コミュニティ。会員同士の交流のほか、著者が開催する読者会や短期講座を開催。

flier公式
チャンネル

本を軸にした学びを深める多彩な動画を配信。幅広い分野の著名人をゲストに迎え、「学び」の動画をflierサービス内とYouTubeで提供しています。



未経験から最短1か月で副業・フリーランスデビューを目指すことのできる次世代フリーランスの養成講座。

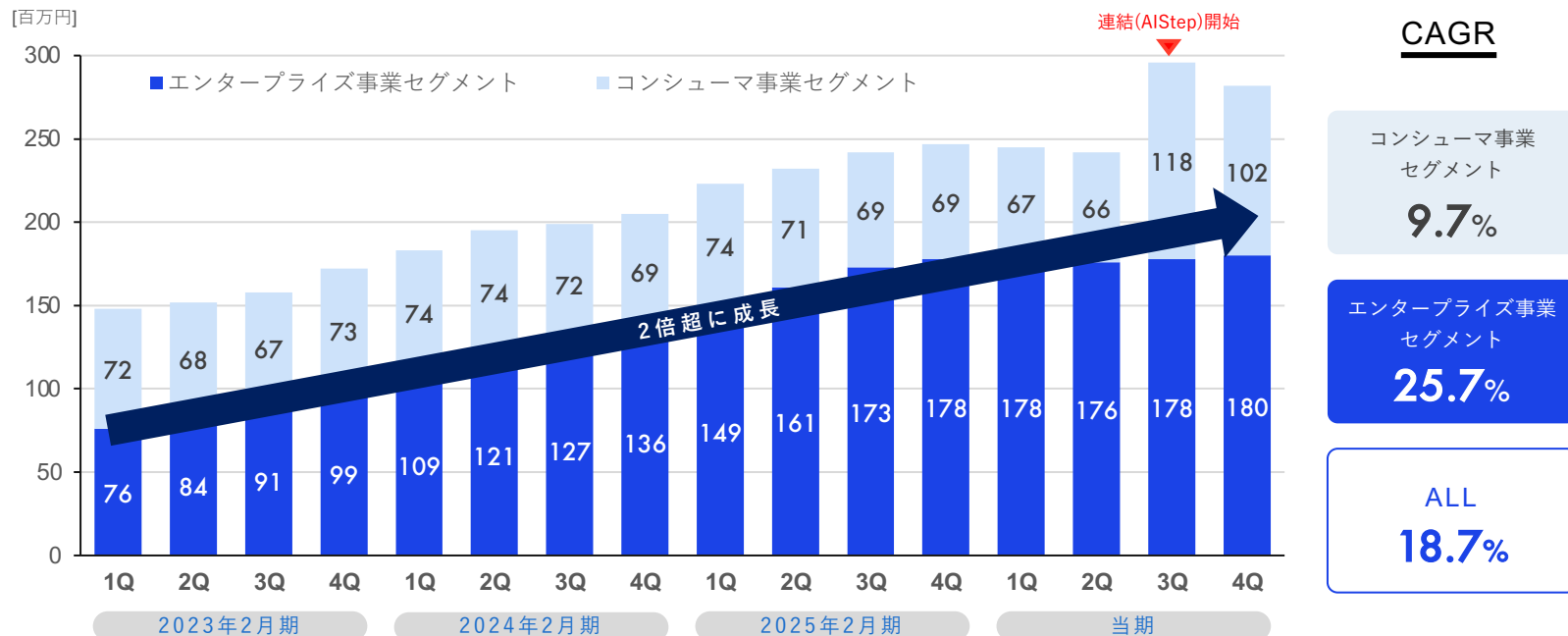


未経験の女性に特化したWebデザインスクール。マンツーマン体制で、在宅ワークや副業など自分らしい働き方を伴走支援。

CHAPTER2

四半期売上高推移

エンタープライズ事業セグメントは直近3年で約2.3倍の売上高に成長、第2四半期の減収分を回復し復調の兆しが見えています。また、2025年9月1日付で子会社化した「株式会社AIStep」の貢献によりコンシューマ事業セグメントの売上高が増加。



CHAPTER2

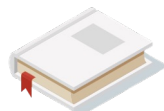
「flier」とは - ① 概要 -

flierは、良書との出会いを促進する時短読書サービスです。

約6,000冊から良書を厳選



6,000 titles/year※



365 titles/year

約10分で読める要約形式にして配信



4~6 hours/title



10 minutes/title

※ 日本国内で年間に刊行されるビジネス書は、年間6,000冊程度と言われている。

flierは、ビジネスパーソンが読むべき本を厳選し、1冊あたり約10分で読める要約形式で提供しています。

毎日1冊ずつ追加、現在の蔵書は4,200冊超(2026年2月末時点)です。

通勤時間や休憩時間などのスキマ時間を活用して、教養やビジネススキルを身につけられます。

「flier」とは - ② 紹介書籍例 -



POINT

1

評価の高いビジネス書を幅広く取り扱い！

POINT

2

大人として一度は読んでおきたいリベラルアーツ！

「flier」とは - ③ 高品質な要約 -

POINT

1

経験豊富な専門ライターによる執筆
数々のヒット作を手がけたライターや出版社編集者、新聞記者、経営コンサルタントら外部の「経験豊富なプロのライター」が原稿を作成

POINT

2

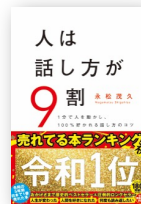
出版編集経験者らによる品質チェック
作成した原稿は、出版社等で編集経験を積んだ社内の編集者が、書籍を精読した上で、より高い品質の要約へと推敲

POINT

3

出版社・著者による最終確認
要約記事を公開する前に、出版社・著者への確認を行い、許可をいただいたものだけを公開

出版社・著者からの声



対象書籍のフィーチャーしたい部分を的確に選んでくれていると思います。そのため読者は自分が読むべき本か、そうではないのかを選択するのに、とても参考になるかと思えます。
すばる舎 担当者



丁寧な要約、いつも感謝しております！的確にまとめてくださるので、頭にスッと入り、理解が深まります。広報や書店案内でも役立っています。
PHP研究所 担当者



(読書) = (著者 + 読者) × (対話)
(要約) = (インプット) × (理解) - (ノイズ)
要約とは「著者との対話をどう理解したか」の言語化です。つまり読書とはなんたるかが体現されているメディアといえます。
著者 深沢真太郎

CHAPTER2

「flier business」プロダクトイメージ

「flier business」は、1冊約10分で読めるビジネス書の要約コンテンツを軸にした「人材育成サービス」です。



CHAPTER2

ビジネスモデル(エンタープライズ事業セグメント)

フライヤーは出版社から要約の許諾を得て要約を作成し、利用企業から提供アカウント数に応じた月額固定額をいただき、SaaS型のビジネスモデルです。現在の販売チャネルは直販中心ですが、代理店網の開拓も進めており今後拡大していく方針です。



出版社・著者のメリット

認知拡大

- フライヤーのサービス内約60万人のメルマガ
- 多様な提携メディアおよび、露出による他メディアでの掲載連鎖

書店連携・販売機会の拡大

- 書店連携：200店舗超の常設の特集棚
- 読書と距離のある新たな読者層へのアプローチ
- 要約で書籍の主旨に触れることが、より深く読者の知的好奇心(購買意欲)を刺激

フライヤーの強み

- 高い参入障壁：190社超の出版社や多くの著者との幅広いネットワークや、4,200冊超におよぶ要約コンテンツ(50名以上の外部の専門性の高いライターが主に作成)
- 高い継続率：解約率(Net Revenue Churn Rate)は1.45%
- 高い収益構造：継続課金による安定的な収益の創出

主な利用者

顧客企業の人事総務担当者

- 社員の人材育成・研修ツールとしてフライヤーを活用し、社員へ学習機会を提供
- 読書を通じた学びの文化の醸成

エンドユーザ(顧客企業の従業員)

- ビジネス書籍の要約コンテンツの利用による自己研鑽
- 各個人の課題に即したコンテンツを通じた学習

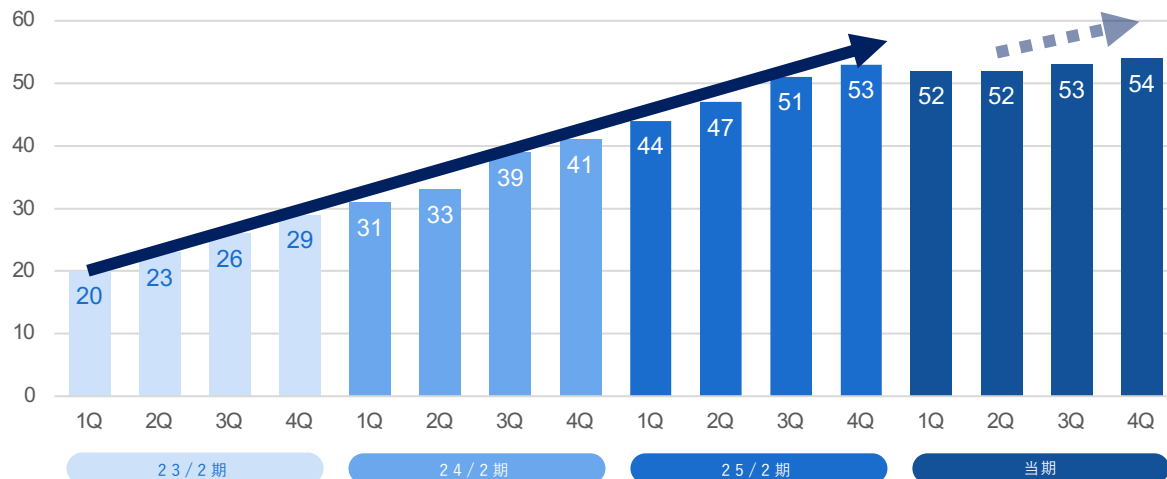
CHAPTER2

「flier business」KPI推移(MRR)

MRRは2026年2月期前半は大型案件のダウンセル等の影響もあり伸び悩んだが、後半以降回復基調に転じています。

MRR

[百万円]



CAGR
28.8%

※1：期末時点のMRRの金額の推移を記載しています。また、法人向け販売契約のうち「flier business」の契約を対象としています。／※2：CAGR=2023年2月期～2026年2月期の「flier business」のMRRの年平均成長率。

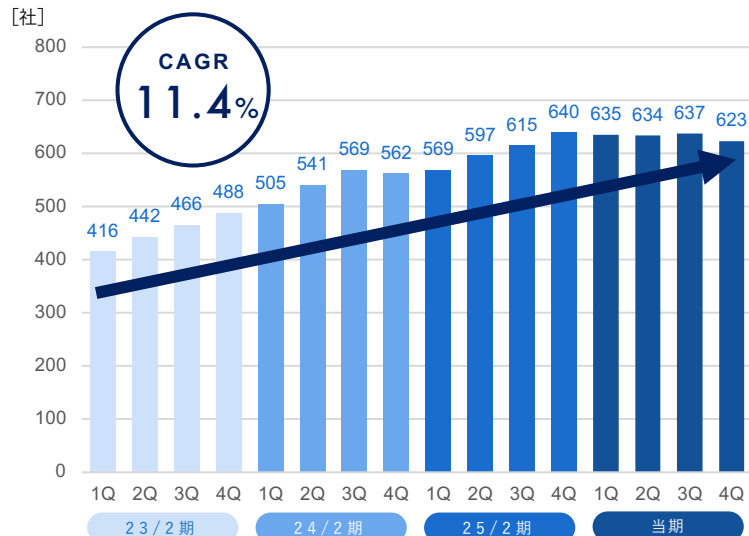
CHAPTER2

「flier business」KPI推移(契約社数・ARPA)

2026年2月期は契約社数が減少に転じた一方、安定期なアップセルの実現によりARPAは上昇傾向となっており、結果としてMRR増加に寄与する形となっています。

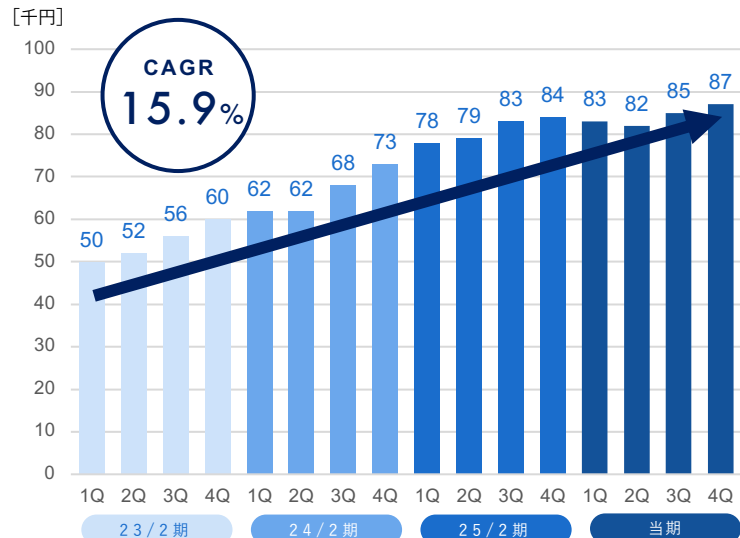
契約社数

▶ 契約単価の小さい案件の解約が一時的に多く発生したこともあり、契約社数は減少に転じています



ARPA

▶ 既存顧客へのアップセル施策が奏功したことにより、平均単価は順調に増加しています



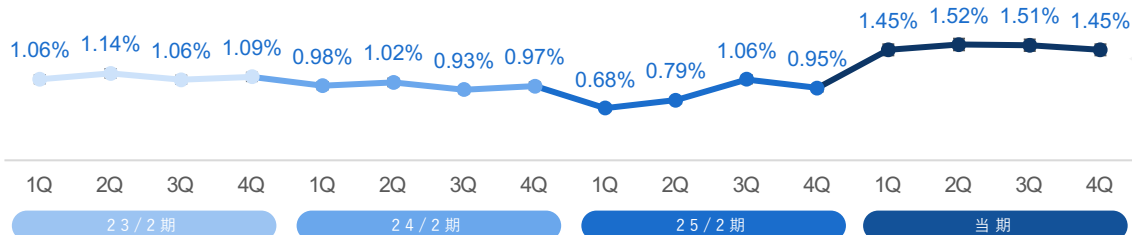
※1：契約社数：法人企業への販売契約のうち、3か月以上の継続取引における契約社数。「flier business」の契約を対象としています。／※2：Average Revenue Per Accountの略。法人顧客に対する月次平均単価。販売契約のうち「flier business」の契約を対象としています。／※3：CAGR=2023年2月期～2026年2月期の「flier business」の各数値より算出した年平均成長率。

CHAPTER2

「flier business」KPI推移(解約率)

SaaSのビジネスモデルにおいて重要指標である解約率（Net Revenue Churn Rate）は過去から安定して1%程度で推移しています。オンライン研修の導入期を経て顧客企業内での見直しが進むなか、CS活動やプロダクトの進化による利用率改善により、1%水準を維持しています。

Net Revenue Churn Rate ※1



2026年2月期第1四半期における、大口顧客の契約形態見直しの影響から、一時的にダウンセルが発生し、Churn Rateが悪化するも、1%水準を維持。

※1：（月次の新規受注額＋既存顧客の金額変更－既存顧客の解約額）÷（前月末の既存顧客に対する継続課金残高）を算出。上記の四半期ごとの数値は、月次解約率の直近12ヶ月平均として算出。

CHAPTER2

「flier business」の収益性

「flier business」の投資対効果は約7倍。今後もユニットエコノミクスを意識しながら、より効率的かつ効果的な営業活動を行っていく方針です。

flier businessのユニットエコノミクス(費用対効果)

LTV(Lifetime Value/顧客生涯価値)

1件の契約から獲得が期待される将来収益

CAC(契約獲得コスト)

1件の契約を獲得するために要する費用

ユニットエコノミクス(投資対効果)

x 6.6

※1：ユニットエコノミクスの算出式：LTV (Lifetime Value) ÷ CAC (Customer Acquisition Cost) / ※2：LTVの算出式：1契約当たりの平均単価 ÷ Revenue Churn Rate / ※3：CACは事業に係る営業・CS・エンジニア・デザイン等の人件費を含む。数値のソースは2025年2月期。

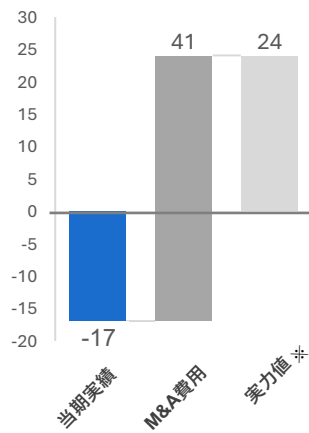
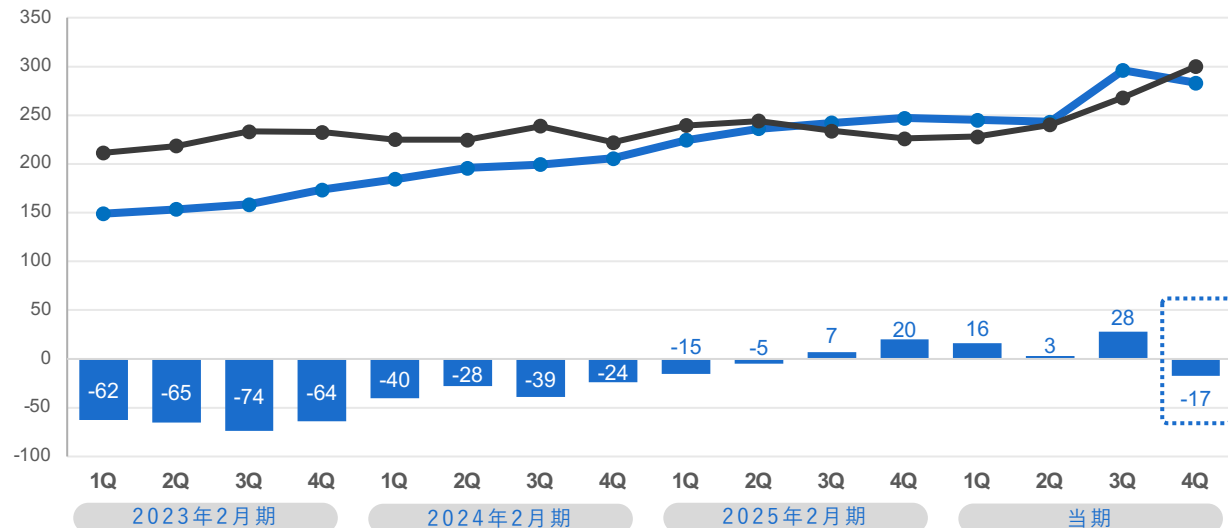
CHAPTER2

収益性について

固定費中心の費用構造であるため、売上増加ペースと比べて費用増加ペースは緩やかに推移。今後も同様のトレンドが見込まれるため、安定的に利益が積み上がるビジネスモデルと言えます。

売上高/コスト/営業損益推移

[百万円]



※ M&A費用の影響を排除した実力値

- 営業損益
- 売上高
- 売上原価+販管費

03

市場環境

CHAPTER3

市場認識

当社は主に「本の要約」コンテンツを提供しており、「要約」コンテンツ市場は存在していますが、当社にとっての明確な競合は認識しておりません。当社は「要約」を通じて個人・組織の成長を支援するという価値を訴求しているため、当社がターゲットとする市場は「人材育成サービス」市場であると認識しております。

当社がターゲットとする市場

	要約コンテンツ市場	(法人向けの) 人材育成サービス市場
当 社	ビジネス書の要約コンテンツを提供	主に法人に対し自律的学習支援サービスを提供
顧 客	<ul style="list-style-type: none"> ・個人 ・提供価値：個人の自己研鑽の支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の人事研修部門が主 ・提供価値：従業員・組織の成長支援
競 合	<ul style="list-style-type: none"> ・要約提供プレイヤー ・要約系YouTuber 	<ul style="list-style-type: none"> ・オンライン研修・人材育成サービス提供プレイヤー ・人材育成関連のHRテックプレイヤー

CHAPTER3

人財開発のトレンド

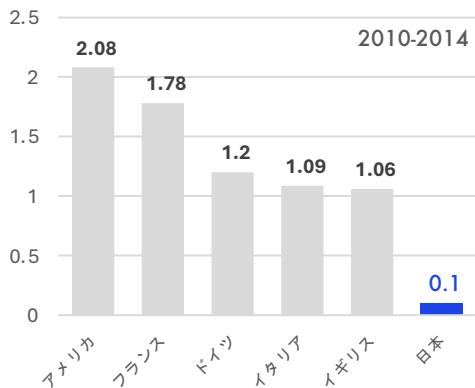
人的資本開示

人的資本開示の義務化

2023年3月期の有価証券報告書から企業に人的資本情報の開示が義務化

人材育成投資(OJT以外)の国際比較(GDP比)

※1



リスクリング

リスクリング推進に関する宣言

岸田政権 第210回臨時国会 (2021年)

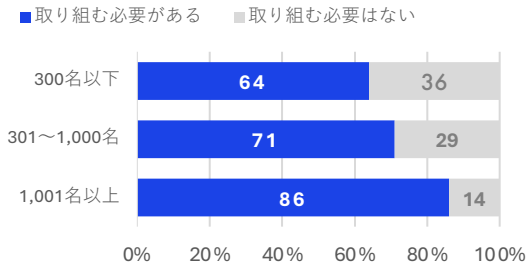
所信表明にて「リスクリング支援に5年で1兆円投じる」と表明

世界経済(ダボス)会議 (2020年)

「2030年までに地球人口のうち10億人をリスクリングする」

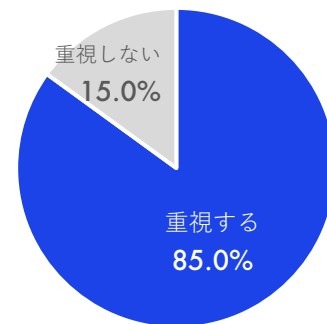
リスクリングに取り組む必要性に対する認識

※2



タイムパフォーマンス

タイムパフォーマンスに対する意識調査 ※3



各機関による注目ワードピックアップ

- 三省堂今年の新語2022大賞「タイパ」
- 消費者経済総研2023年ヒット・トレンド予測(コト編)第10位※4「本の要約サービス」

※1：出典「経済産業省第27回中央訓練協議会資料7「経済産業省の取組 令和4年2月」」 / ※2：出典「ProFuture株式会社/HR総研([URL]hrpro.co.jp/research_detail.php?r_no=346)」

/ ※3：出典「株式会社SHIBUYA109エンタテイメント「Z世代の映像コンテンツの楽しみ方に関する意識調査」」 / ※4：タイパサービスとしての選出

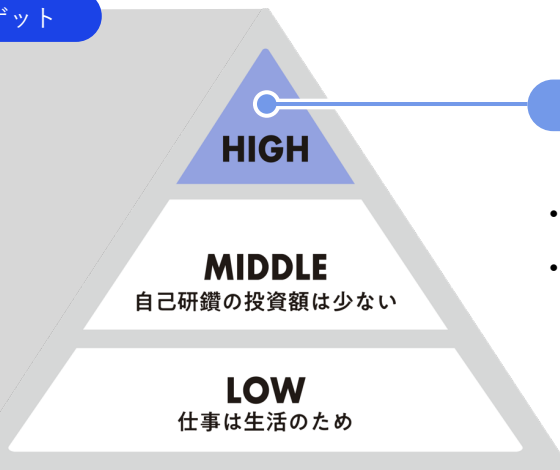
顧客ターゲット

コンシューマ事業セグメントは学習欲の高いアーリーアダプター層に向け、コンテンツ質をさらに磨き続けていきます。エンタープライズ事業セグメントは学習欲の高い層に加え中程度のボリュームゾーンも対象に加え、サービスの裾野を広げていきます。

学習欲・自己研鑽欲のピラミッド

エンタープライズ事業セグメントのターゲット

- 企業も社員の定着・優秀人材確保のために、継続的な研修・学びの機会を求めている
- 社員教育・研修が必要な人事研修担当者を通じて間接的にボリュームゾーンにアプローチ



コンシューマ事業セグメントのターゲット

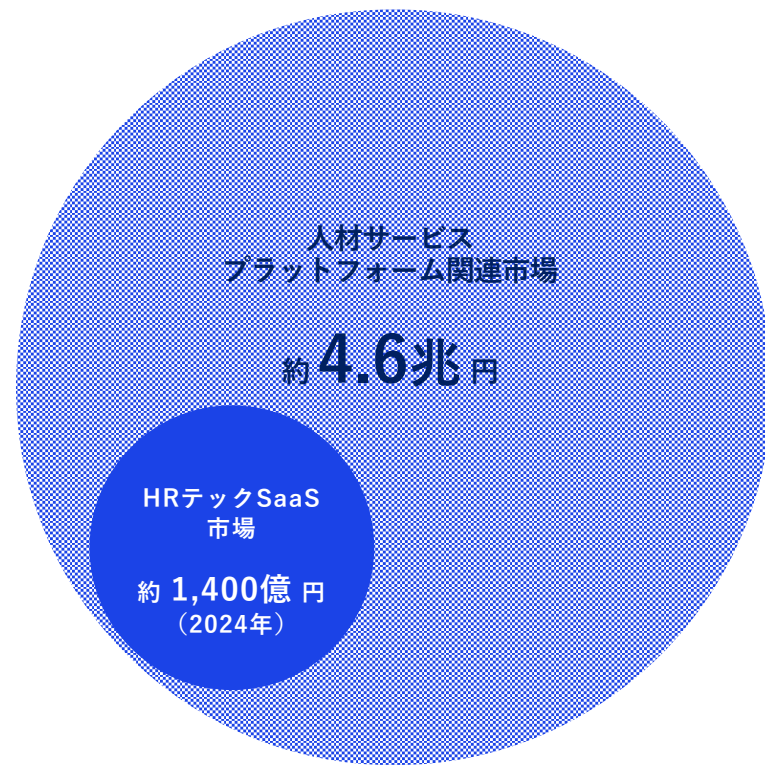
- アーリーアダプター層
- 終身雇用制の終焉、フリーランス増加、雇用の流動化のトレンドの中で学習欲の高い層は増加していく見込み

潜在的な市場規模

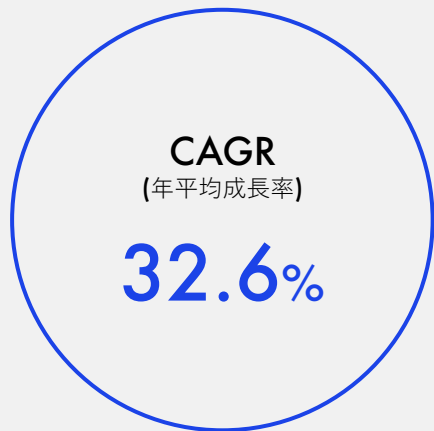
国内におけるHRテックSaaS市場は約1,400億円が見込まれており、「flier business」の潜在需要・拡大余地ははまだ十分に大きいと考えています。

「flier business」はオンラインの人材育成サービスの市場を主要なターゲットとしています。

その観点から、HRテックSaaS市場、広く捉えると人材サービスプラットフォーム関連市場はターゲットとしうるマーケットと捉えています。



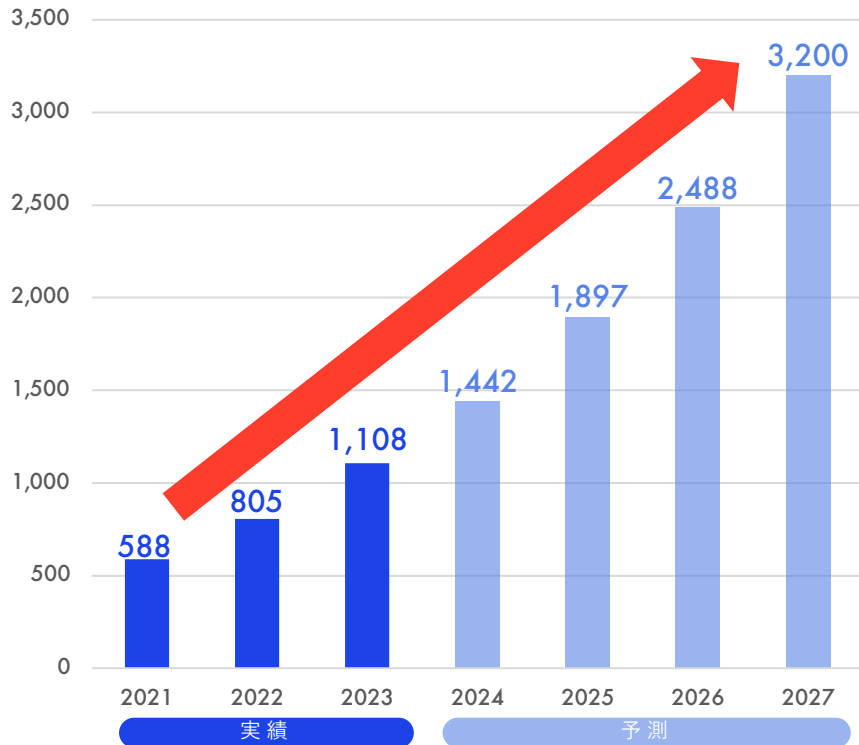
HRテックSaaS市場



HRテックSaaSの市場規模は引き続きCAGR（年平均成長率）が30%超となる見込みで、市場拡大傾向は引き続き継続するものと思われます。

HRテックSaaS市場の推移(2021-2027)

単位：億円

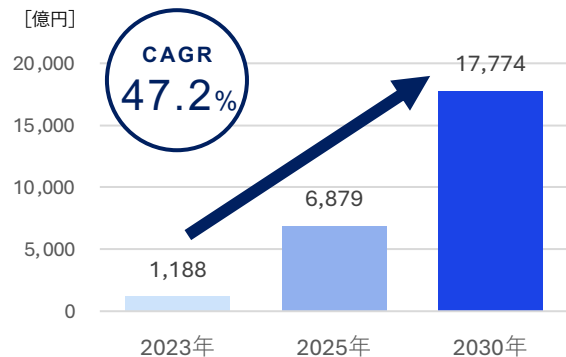


Source：デロイトトーマツミック経済研究所「HRTechクラウド市場の実態と展望2023年度版」

生成AI需要のトレンド

生成AIの国内需要が2030年に15倍超へと急成長する中、企業のIT投資意欲は過去最高水準に達しています。既に大企業の8割が活用フェーズにあり、投資の焦点は「現場の定着と人材開発」へ移行しており、AIを使いこなす高度な人間力と実践力(AIスキル)を備えた人材育成がより重要となってきています。

市場の拡大：生成AIの需要の見通し(国内) ※1



国内市場の成長ポテンシャルは2030年に1兆7,774億円(15倍)へ。特に「ソリューションサービス」領域では約19倍とより急激な成長が予測されている。

現場の動向：企業におけるIT投資の動向 ※2

- ✓ IT予算は過去最高水準の増加傾向(DI値※3 38.0)
調査開始以来の最高値を記録。予算増の最大の牽引役は生成AI活用への投資。
- ✓ 「導入」から「活用・人への投資」フェーズへ
大企業の8割が活用フェーズにあり、ガイドライン策定(77.5%)も一巡。投資の焦点はツールの導入から現場への定着・人材育成へと移行。
- ✓ 「生産性向上」を担う高度人材への注力
AI活用の目的は「生産性向上(88.0%)」と「人材不足解消」。これを担うIT戦略・DX推進リーダーの需要が急増している。

※1：出典「電子情報技術産業協会(JEITA)：『注目分野に関する動向調査2023』生成AI(人工知能)の世界需要額見通し / ※2：出典「一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会(UJAIS)：『企業IT動向調査2026』 / ※3：Diffusion Index(「増やす(または増加)」と回答した企業の割合から、「減らす(または減少)」と回答した企業の割合を引いた値。)

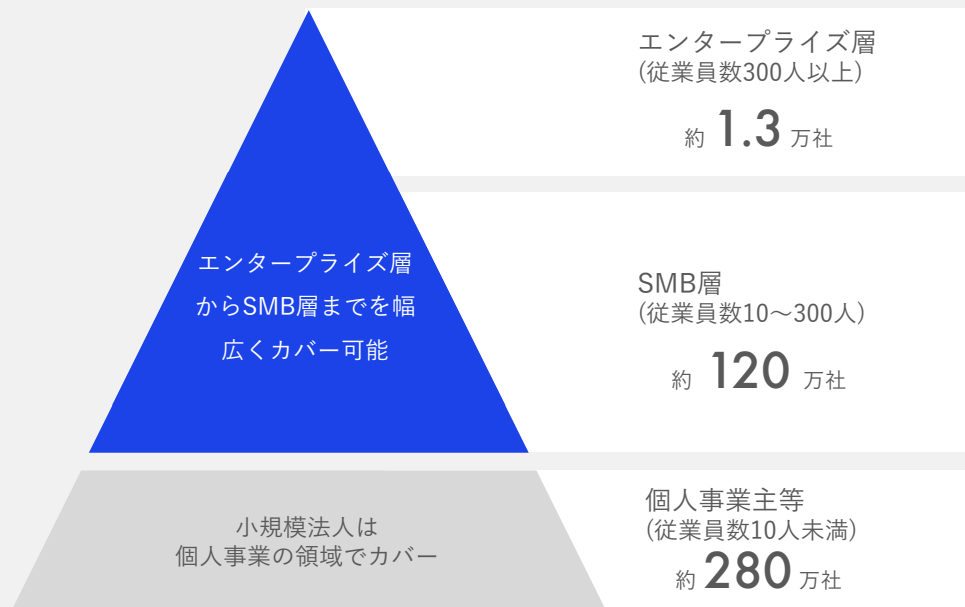
04

競合・自社分析

エンタープライズ事業セグメントのターゲット顧客

サービスの性質上、利用組織の大小を問わず柔軟な導入が可能です。そのため、エンタープライズ事業セグメントは10人以上の事業所120万社超全てをターゲットと捉えています。

社員規模別事業所分布

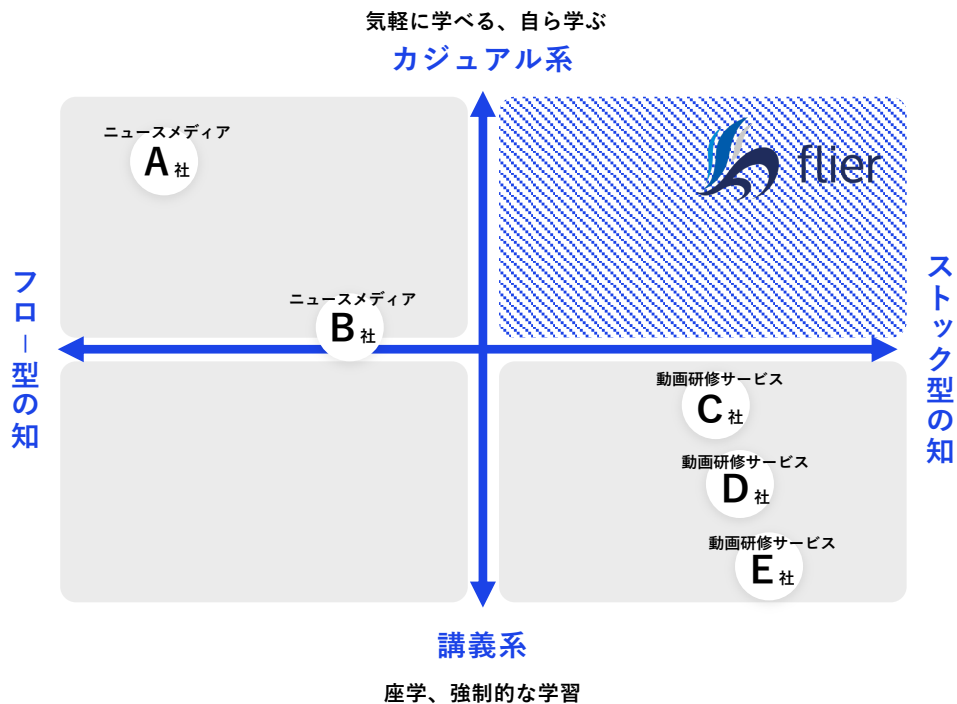


(Source : 従業員数別事業所数統計)

導入企業例



競争環境(エンタープライズ事業セグメント)



法人向けのオンライン人材育成サービスにおける競合他社は、研修等のコンテンツプロバイダーを想定しています。

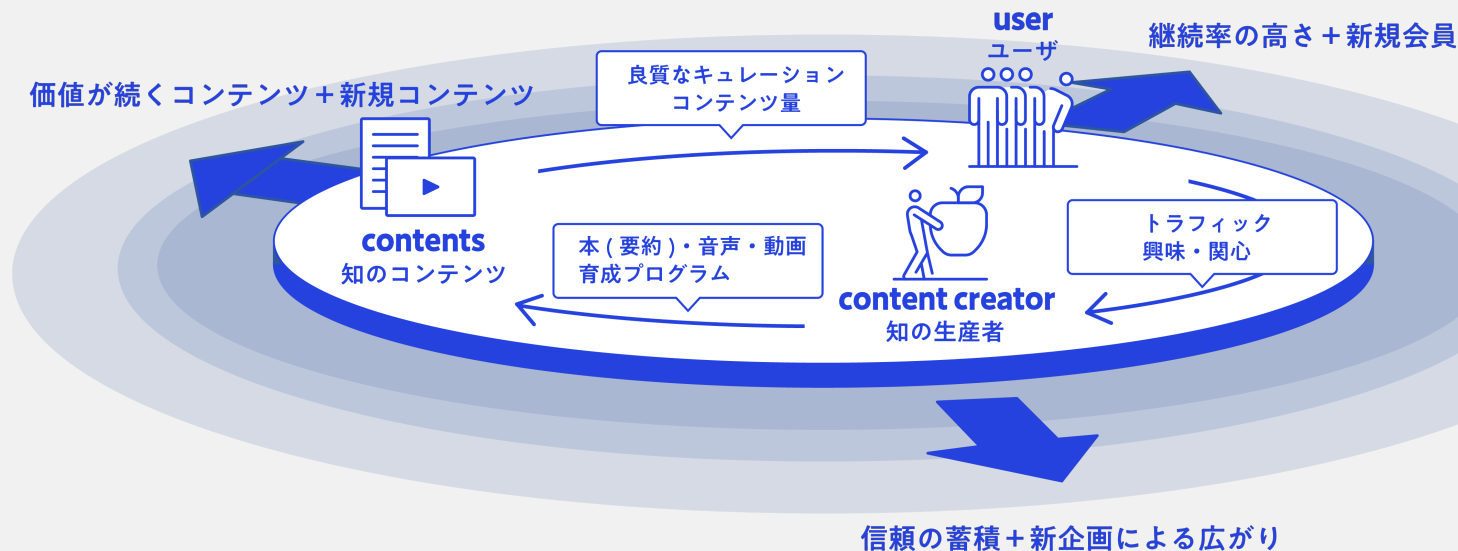
フライヤーはコンテンツの蓄積性(ストック型の知)とカジュアル性(気軽に学べる、マイクロラーニング)において他社と差別化できており、競合他社とも補完関係にある位置づけと認識しています。

他の要約提供サービスについて

当社以外の要約を提供するサービスとして、国内では2社を確認しております。ただし、いずれも、そのサービス内容や認知度、規模から当社の競合とは認識しておりません。

ストック資産による参入障壁

ユーザ数の拡大により、出版社・著者等の知の生産者にとっての魅力が高まり、魅力が高まることにより出版社・著者等との協力関係が強固となり、より多くの質の高いコンテンツを発信することができ、コンテンツによりサービスの魅力が量と質ともに高まることでさらにユーザ数の拡大に寄与します。これらは相互に作用しながら、資産として蓄積されることで高い参入障壁を形成し、当社の競争優位を築いていると認識しています。



05

成長戦略

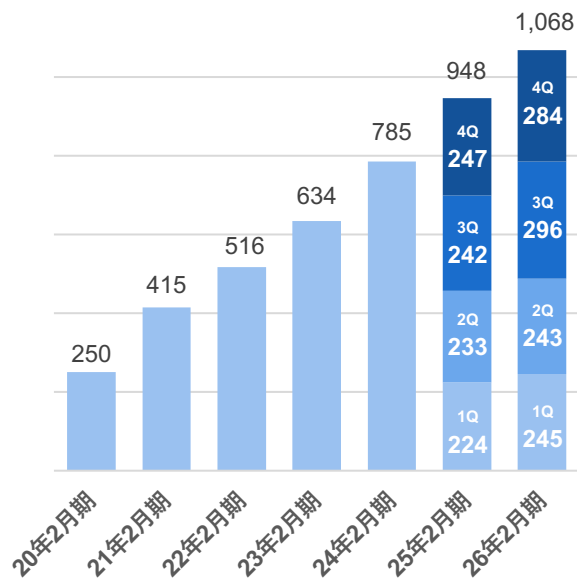
CHAPTER5

財務ハイライト

売上高は每期継続的に成長しており、売上高の成長に伴い利益水準も大幅に改善しています。今後も引き続き成長投資を継続すると同時に、高い収益性を実現していく方針です。

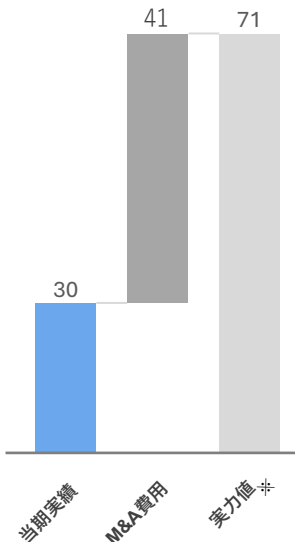
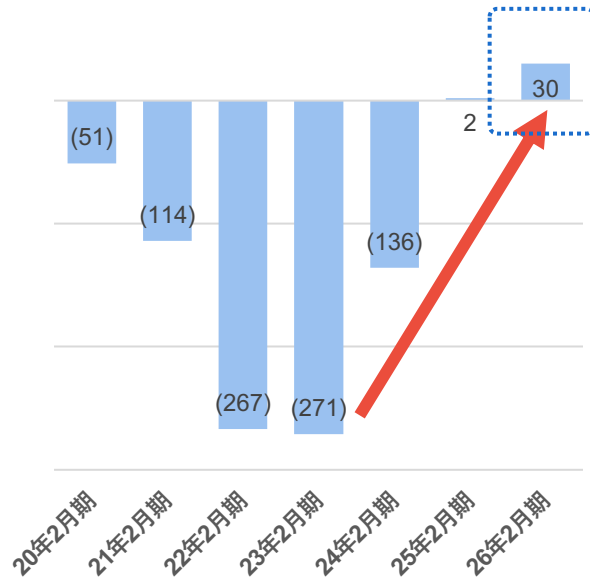
売上高推移

[百万円]



経常損益推移

[百万円]



※ M&A費用の影響を排除した実力値

AI時代における人・組織の成長支援の方向性

生成AIが日進月歩で進展する中、今後は人材育成においてもAIとの共存が必須の時代となりつつあります。当社は、AI時代における活躍人材創出を支援するべく、“AI時代に求められる能力”を獲得するためのサービスとして、「flier business」を継続強化するとともに、生成AI活用支援・組織開発支援を通じて統合的な人材育成プラットフォームを目指していきます。

AI時代に求められる能力

本からの学び
(人間力)

幅広い好奇心

言語能力 (読解・言語化・論理)

深い人間理解 (教養や対話等による)

AI使いこなす力
(AIスキル)

AIに対する理解・知識

実践力

当社が提供する価値

「flier business」の継続強化
(本からの学び)

生成AI活用支援

組織開発支援

戦略方針・成長戦略

より踏み込んだ”本からの学び”により、個人・組織双方の成長を加速させます。特に、人材育成の中核サービスである「flier business」は、AIお悩み解決サーチ(β)やflier成長組織ナビ等のプロダクト面の更なる進化を推進するとともに、よりコミュニケーション活性化を促進するような体験（「flier要約読書会」※次頁参照）を合わせた形での価値提供を強化していきます。

戦略方針



従来からの「flier business」を中心としたエンタープライズ事業セグメントにおける事業拡大に加え、新たな成長の柱として生成AI活用研修(子会社事業の「AIStep」等)・組織開発支援(「flier成長組織ナビ」)の展開を本格化していきます。

主な成長戦略

① 本からの学び

コンテンツ提供からコンテンツ+体験価値提供へ

プロダクトのさらなる進化
(AIお悩み解決サーチ(β)、flier成長組織ナビ等)

→ P.38

体験価値の訴求
(flier要約読書会、法人向け研修、法人向けコミュニティ)

→ P.39

② AIを使いこなす力

M&AによるtoC/toB両面での活用力実装強化

AIStep社

→ P.40

Zealox社

→ P.41

CHAPTER5

「flier business」法人向け機能

成長戦略①：「プロダクトのさらなる進化」

良質なコンテンツとともに、人材育成および学びの文化醸成に資するサービスをかけあわせ、「flier business」固有の価値提供を行っています。

AIお悩み解決サーチ(β) NEW

AI(※1)が4,200冊超の要約を解析し(※2)、個々の悩みや課題に最適な一冊を提案する機能です。文脈を理解したマッチングと個別推薦理由の提示により、選書のハードルを解消。信頼できる知見に基づいた迅速な意思決定と、社員の自律的な課題解決を効率的に支援します。

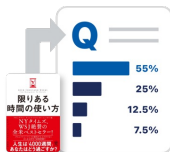


学びメモ

要約から得た学びをメモとして記録し、社内SNSのように他者のメモを閲覧することで学びを深めたり、リアクションを受けたりすることで、ユーザのアウトプットの習慣化を補助する機能です。

みんなの投票箱 NEW

要約読了後の問いに答え、他者の回答分布に触れる参加型機能です。1クリックでの「自分ごと化」により、アウトプットを伴う能動的な学びを促進。社内データのCSV(※3)出力にも対応し、組織の学習傾向の把握や、対話によるエンゲージメント向上に幅広く活用可能です。



読書プログラム

導入企業内で自由に設定できる要約の推薦リスト機能です。企業の教育プログラムに応じた要約の選出や、職種ごとの基礎知識リストや部署ごとの提案ができます。flier編集部・有識者が作成した既存リストの利用も可能です。



その他機能

サービス連携(※4) / 管理者機能 / 人的資本開示機能

※1：セマンティック検索(単なるキーワード照合ではなく「概念的な親和性」でマッチングを行う技術)と、LLM(Large Language Model=生成AI)を活用した推薦文生成を組み合わせた独自の仕組みです。 / ※2：解析対象は、許諾を得て作成した要約のデータセット及び書籍名のみです。推薦文の生成にあたり、書籍本文データの読み込みや利用は一切行っておりません。 / ※3：Comma Separated Valuesの略。カンマを用いたデータ形式。 / ※4：ログインのSAML/SSO認証(Security Assertion Markup Language/Single Sign On)や、チャットツールとの連携等。

「flier要約読書会」書籍要約を活用した組織開発プログラム

成長戦略①：「体験価値の訴求」

書籍の要約を”共通言語”に、立場を超えて語り合う対話型ワークショップを提供しています。「flier business」の導入を検討する企業へのトライアル機会としても機能しており、新規顧客の獲得促進、既存顧客の利用定着率向上とARPA拡大に寄与するサービスとして位置づけています。2026年4月より「flier」 / 「flier book labo」の個人会員向けにも提供を開始しました。

一般的な研修サービスとの比較

	一般的な研修	flier要約読書会
コミュニケーション	講義型	対話型
開催の準備	講座設計などの入念な計画	テーマ書籍の選定のみ
参加の準備	予習や課題	なし
雰囲気	正解を求められる	フラットに話せる環境
思考力の向上	内省が起きづらい	他者の問い・視点で思考が深まる
チーム越境	個人に閉じがち	対話を通じた関係構築が進む



10分で読んで
60分で繋がる

事前準備不要
オンライン & 対面可

当社は、2025年9月に株式会社AIStepの全株式を取得しました。

概要

事業

- AIワーカー養成講座『AIStep』の開発・提供
- 未経験から最短1か月で副業・フリーランスデビューを目指すことのできる次世代フリーランスの養成講座
- 研修とコーチングを一つのプログラムで提供し、案件の獲得から実行までを支援

事業環境

- 昨今、生成AI技術の急速な進化と普及を背景に、ビジネス環境は大きな転換期を迎えている
- 日本の生成AI市場だけでも2030年には1兆7,774億円に達する予測（※1）
- AIのポテンシャルを最大限に引き出し、日常業務を高品質で効率化し、新たな事業モデルを構想・実行できる先駆的な人材が求められる

戦略

- 設立から2年弱で多くのフリーランスの皆様への支援実績を有し、引き続きマーケティング・コンテンツ双方を強化する形で事業成長を実現していきます。

子会社化の狙い

生成AI領域への本格参入と、AI時代における「知」のプラットフォーム確立の推進

信頼性の高い「知」のコンテンツである書籍と先進的な技術である生成AI双方の活用による、人材育成への貢献

今後の戦略

当面はコンシューマ事業セグメント（BtoC事業）において、個人向け生成AI活用研修を主力事業とするための、AIStep単独での成長の追求

当社が有する累計130万人の会員顧客網の活用による、成長の加速の実現

エンタープライズ事業セグメント（BtoB事業）においては、当社が「flier business」等の法人向け人材育成サービスで構築した顧客ネットワークを通じた、法人顧客向け生成AI研修の展開による、より大きなシナジーの創出

※1：電子情報技術産業協会（JEITA）「生成AI市場の国内需要額見通し」（2023年12月発表）

当社は、2026年2月に株式会社Zealoxの株式を取得し子会社化しました。

概要

事業

- 女性特化型Webデザインスクール『Find me!』の開発提供
- 未経験からでもWebスキルの習得からキャリア形成までを一気通貫で支援
- 培ってきた教育ノウハウと、受講生からの高い信頼を基盤とした事業展開

事業環境

- 国内のデジタル人材支援サービス市場は、2026年度には約1.7兆円規模にまで拡大すると予測(※1)
- 国内のフリーランス人口は約1,303万人、経済規模は推計約20兆円に達し、場所や時間に縛られない働き方の需要が増加(※2)
- 国を挙げた支援策やリスキング需要の一層の高まりにより、持続的な成長が見込まれる領域

戦略

- 2025年10月期の売上高は304百万円。営業利益も黒字化(27百万円)を達成
- 女性・Webデザイン領域に特化しつつ、生成AI等の要素を加えながら、引き続き事業成長を実現していきます。

子会社化の狙い

「あらゆる人と組織が成長し、可能性がひらかれる」というグループビジョンの具現化加速

AIStep同様に、個人向けスクール・リスキング領域および生成AI関連事業の強化

今後の戦略

当面はコンシューマ事業セグメント（BtoC事業）において、個人向け自己研鑽領域並びにリスキング領域の事業強化を図るべく、Zealox社単独での成長の追求

当社が有する累計130万人の会員顧客網の活用による、成長の加速の実現

※1：矢野経済研究所「デジタル人材採用・活用支援サービス市場に関する調査」／※2：ランサーズ「フリーランス実態調査2024年」

CHAPTER5

業績予想

2027年2月期の業績予想は、売上高16.3億円（前年比1.5倍超）、営業利益1億円（前年比3倍超）を見込んでいます。M&Aに関わるのれん償却費等を除いた利益指標であるEBITDAは1.7億円程度（前年比3.8倍程度）を見込んでいます。

[単位：百万円]	26年2月期	27年2月期	増減	増減率
売上高	1,068	1,632	+563	+52.8%
営業利益	30	100	+69	+229.0%
経常利益	30	88	+58	+190.9%
親会社株主に帰属する当期純利益※1	13	58	+46	+408.5%
EBITDA	46	175	+129	+276.3%

業績予想の前提

項目	前提条件
売上高	セグメント別の業績予想は開示しておりませんが、エンタープライズ事業セグメントは「flier business」の業績が回復基調に転じる見通しです。コンシューマ事業セグメントは、株式会社AIStep及び株式会社Zealoxの子会社化に伴い、売上が大幅に増加する見通しです。毎月のMRRは前月MRRに当月の新規受注額、アップセル・ダウンセル、解約額を加減算して算出しています。
売上原価及び販管費	連結子会社の増加に伴い、売上原価及び販管費は1.5倍程度に増加する見通しです。なお、引き続き継続的なM&Aの実行を見込んでおり、M&A関連費用も含めた数値となっています。
営業外損益	主に金融機関からの借入に対する支払利息によるものとなります。

中・長期成長戦略まとめ

IPOまでの施策の継続とともに、サービス領域拡大と顧客基盤拡大の両軸での事業拡大を進め、知のプラットフォームを確立すべく企業価値向上に努めます。

現在

サービス基盤確立

コアサービスの確立

- 会員拡大による知名度向上
- 法人営業網の基盤確立
- 190社超の出版社、200店超の書店との信頼関係
- コミュニティ育成による有識者ネットワークの基盤確立
- 4,200冊超の質の高い要約

拡大・横展開 (短・中期)

「flier business」の拡大

- プロダクトの進化(AIお悩み解決サーチ(β)、flier成長組織ナビ等)
- 体験価値の訴求(flier要約読書会、法人向け研修・コミュニティ等)
- エンタープライズ企業を中心とした顧客基盤の拡大

新規事業の展開・M&A

- 生成AI活用スクール「AIStep」、
「Zealox」等

知のプラットフォーム育成 (中・長期)

サービス領域拡大

- 「flier business」の持続的拡大
- 生成AI活用、組織開発支援領域の展開本格化
- さらなる新サービスの企画

顧客基盤拡大

- 全国の直接販売網を構築し、中小企業からエンタープライズ企業まで総合的に展開
- 販売パートナー網の拡充、中小企業を中心に開拓(単価は相対的に低くなる想定)

市場評価の向上および持続的成長に向けた方針

当社は、資本市場における適切な評価を獲得し、持続的な企業価値ひいては時価総額の増大を目指すため、以下の取組みを着実に実行してまいります。

1

事業成長の推進による収益力（株価基盤）の強化

市場評価の土台となる収益力を高めるため、既存事業の選択と集中、および収益性の改善に向けた施策を迅速に実行いたします。本資料で示す今後の成長戦略やマイルストーンに沿って、経営資源を重点分野に集中投下し、持続的な売上高および利益の拡大を達成することで、資本市場からの本質的な評価の向上を図ります。

2

中長期方針・成長戦略に関する情報開示の充実

当社の事業内容や中長期的な成長のポテンシャルを投資家の皆様に適正かつ比較可能な形で評価していただくため、情報開示の拡充を検討いたします。具体的には、決算説明資料・補足資料における開示項目を体系化・追加し、投資家の皆様の理解促進を図ります。

3

IR活動の強化（投資家との継続的かつ建設的な対話の充実）

株式市場における評価の適正化に向けて、投資家層の拡大を促すコミュニケーションを強化いたします。四半期ごとの適時開示に加え、機関投資家、アナリスト、および個人投資家の皆様を対象とした説明会や面談の機会を定期的に設けてまいります。当社の成長ストーリーについて丁寧な説明を継続することで、市場における評価の改善につなげてまいります。

06

その他

主要なリスクおよび対応策 (1/2)

リスク内容	可能性	影響	時期	対応策
<p>人材の確保について</p> <p>人材採用・育成にあたっては、各業務分野における専門能力に加え、組織マネジメントの観点から、企業理念・行動指針を理解し実践していく能力を極めて重視しています。当社が有能な人材を確保できない、または人材を十分に活用できない等の理由により、事業の成長が阻害され、経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中	特定時期なし	当社では、6つのバリューのを会社全体に浸透させるための社内研修や評価制度の設計などの取り組みを行っています。
<p>内部管理体制について</p> <p>事業の急速な拡大等により、各事業および全社ベースでの予算管理・資金管理・業務プロセス等内部管理体制の構築が追い付かないという状況が生じる場合には、適切な業務運営が困難となり、事業および業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中	特定時期なし	当社では、コンプライアンスおよびコーポレート・ガバナンスの徹底が企業価値を長期的、継続的に向上させていくために非常に重要であることを理解し、その浸透を図るために研修の実施、コンプライアンス委員会の設置、内部監査の実施等を行っています。また、業務の適正化および財務報告の信頼性を確保するため、これらに係る内部統制が有効に機能する体制を構築、整備、運用しています。
<p>解約について</p> <p>当社の事業にとって顧客の継続率は重要な要素ではありますが、顧客数は年々増加傾向にあり、且つ、顧客属性は分散していることから、解約数が急激に増加するリスクは低いと考えています。しかし、万が一解約数が急激に増加した場合は、当社の財政状態および経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	大	5年以内	当社としては、出来る限り利用契約が継続されるよう、契約締結後、充実したカスタマーサポートの提供、営業活動を通じた顧客ニーズの継続的な把握および当該ニーズを反映するための機能改善開発に取り組んでおり、サービスに新たな価値を付加し続けています。

主要なリスクおよび対応策（2/2）

リスク内容	可能性	影響	時期	対応策
<p>出版社・著者との取引関係について</p> <p>当社は、要約作成・配信等を行うにあたり、著作権法に遵守するために出版社・著者からの事前許諾を得ています。当社は、継続的により多くの出版社・著者の開拓に努めると共に、既存出版社・著者との良好な関係の維持に努めていますが、関係性の継続の拒絶あるいは解除をされた場合には、従来どおり要約等の作成・配信等を行うことが困難となり、そのため収益の確保の困難または収益性の悪化を招き、当社の経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	低	大	特定時期なし	当社では、今後も要約作成・配信等を行うにあたり、著作権法に遵守するために出版社・著者からの事前許諾の取得を徹底するとともに、出版社・著者との良好な関係の維持に努めていきます。
<p>親会社との関係について</p> <p>2025年2月末現在において、株式会社メディアドゥは、当社株式の56.28%を保有しております。当社と株式会社メディアドゥとの間の取引は限定的であり、また、親会社メディアドゥグループにおける事業ポートフォリオとしては、中核事業である「電子書籍流通事業」以外の「IP・ソリューション事業」を展開する収益子会社として連結業績への貢献を期待されている位置づけです。</p> <p>当社は、親会社から取締役1名の受け入れを行っていましたが、2024年5月開催の定時株主総会において退任済みであります。また、当社の経営上の決定事項について親会社による事前承認を要する事項は存在しておりません。なお、親会社による当社に対する持ち分比率は段階的に減少させていく方針です。</p> <p>以上より、当社は、自ら経営責任を負って行っていくことが可能な状況となることが見込まれますが、親会社は当社の株主総会における取締役の任免等を通じて当社の経営判断に影響を及ぼし得る立場にあることから、議決権の行使にあたり、親会社の利益は当社の他の株主の利益と一致しない可能性があります。また、親会社の経営方針の変更や経営状態の悪化等が生じた場合には、当社の財政状態及び経営成績に重要な影響を及ぼす可能性があります。</p>	低	大	特定時期なし	当社では、親会社からの経営の独立性を確保している状況ではありますが、今後もコーポレートガバナンスを強化することにより、独立性の確保に努めてまいります。

免責事項

- 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。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。
- また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。
- 本資料のアップデートについて、今後、年度末決算の発表時期（4月頃）を目処として開示を行う予定です。

07

APPENDIX

CHAPTER7

「flier 成長組織ナビ」

企業における学びの文化の醸成と、働く人・組織の成長を支援するサービス。従業員の成長環境を確保するための要素を独自に調査・分析した「成長組織スコア」を計測します。従来の他の調査と比べ、より事業成長や人材成長と連結する本質的な要素を把握することができます。

ターゲット
エンタープライズ企業(※1)

類似市場規模
約1,400億円(※HRテックSaaS市場を参考)

アドバイザー
東京大学教授 柳川範之氏



既存サーベイサービスとの比較

	従業員満足度	エンゲージメントサーベイ	flier成長組織ナビ
定義	福利厚生/マネジメント/職場環境/働きがい等に対する満足度	会社に対する愛着や思い入れ	従業員一人一人の成長環境の構築度合い
要素	福利厚生、給与、勤労実態など	会社による努力、従業員からの熱量など	制度、関係性、循環、学びの姿勢、成長実感
特徴① 目的	状態の把握	課題の特定	施策の特定
特徴② 目指す姿	心地よく働ける会社	離職率の低い会社	一人一人が成長できる会社

※1：従業員数500名以上

