

2023年2月期 第2四半期決算説明資料

2022年9月30日
東証グロース（7049）



目次

1 | 2023年2月期 第2四半期決算概況

2 | 2023年2月期 業績予想の修正

業績ハイライト

セグメント	サマリ	トピックス
グループ全体	<p>売上高：2,186百万円 (YoY+21.4% 計画比 98.0%)</p> <p>営業利益：▲22百万円 (前年同期 201百万円)</p> <p>当期純損失※1：▲57百万円 (前年同期 120百万円)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 将来の収益基盤の構築のため、人材採用・マーケティングに関する成長投資を前倒しで投下した結果、売上増に寄与せず、営業損益は赤字で着地
組織コンサルティング	<p>売上高：2,025百万円 (YoY+30.0%)</p> <p>営業利益：115百万円 (YoY▲60.8%)</p> <p>講師一人当たり売上高：346万円/月 (QoQ▲6.5%)</p> <p>講師数：2022年8月末：81名 ※本資料開示時点：83名</p> <p>受注残高：735百万円 (QoQ▲10.6%)</p> <p>※マネジメントコンサルのみの受注残高</p>	<p>①組織コンサルティング事業</p> <ul style="list-style-type: none"> マネジメントコンサルサービス アポイント数は増加するが成約率悪化により新規受注が伸び悩む結果となる プラットフォームサービス 識学基本サービスの解約率は想定範囲内で推移(月次ベース2-3%程度) <p>②講師の採用数：講師候補の採用人数は16名 (前四半期 18名)</p> <p>③広告宣伝投資の効果</p> <ul style="list-style-type: none"> 2Qの新規アポ獲得件数は目標の1,000件を達成し、過去最高の件数となる 年間計画3,000件に向けてコストコントロールを行いながら達成を目指す <p>④受注残高：受注より一定期間が経過した案件については集計対象外としたため、一時的に受注残高減少</p>
スポーツ エンタテインメント	<p>売上高：147百万円 (YoY+60.4%)</p> <p>営業利益：▲94百万円 (前年同期 ▲75百万円)</p>	<ul style="list-style-type: none"> スポンサー受注は昨年の受注額を2ヶ月で上回る進捗で好調に推移 10月からのシーズン開幕に向けてチームの補強について先行投資 ふるさと納税の取組み事例として、Youtuberのヒカルとコラボ実施
VCファンド・ハンズオン支援	<p>投資実施先：1社 (VC1件)</p> <p>投資決定先：1社</p>	<ul style="list-style-type: none"> 第2四半期での投資実施先は1件、投資決定先は1件

※1 親会社株主に帰属する当期純損失

業績ハイライト-組織コンサルティング事業の予算未達の要因

- 売上高：「新規受注社数の伸び悩み」により、売上予算の未達
- 営業利益：先行投資の効果は出ているものの、売上増加に繋げることが出来ず、予算未達で着地
上半期でマーケティング関連費用の年間予算の約2/3を投下、前倒し採用により採用教育費は年間予算の60%を消化

業績未達の原因	施策	結果	詳細
• 組織コンサルティング事業での新規受注社数の伸び悩み	講師の採用	◎	• 講師候補 + 内定応諾含めると講師120名体制が見込める状態
	講師の育成	×	• 育成体制の脆弱性による品質低下
• 投資したコストが受注及び売上高増加につながっていない	広告宣伝費-アポ数増加	◎	• 2Qで1,007件(前期比 約2倍)の新規アポ創出
	広告宣伝費-大企業開拓	○	• 過去獲得できていなかった大企業（1,000人以上）の獲得（上半期で8社受注）
	広告宣伝費-受注件数増加	×	• 成約率の低下 • 大企業の商談期間の長期化及び想定より低い受注単価での取引を開始する企業が多数

業績ハイライト-組織コンサルティング事業の重点課題と改善策

- 一番の経営課題は「**営業兼講師の育成**」 営業兼講師の育成に重点を置いて改善し、来期以降の計画達成を目指す
- 月次での受注金額(※)が、当期の第3四半期中に4.1億円、第4四半期中に4.5億円となる状態を目指す

※ 受注金額 = マネジメントコンサルティング受注金額 + プラットフォームサービスの月次売上高

区分	原因	詳細	改善策
営業兼講師の育成	営業兼講師の品質の低下	<ul style="list-style-type: none"> • 講師候補の大幅増員を図った結果、育成担当者に対して育成対象の講師候補の人数が増加 • 十分な育成ができないまま講師となり品質が低下 	<ul style="list-style-type: none"> • 育成担当の増員による体制変更 • カスタマーサクセス部隊の稼働を増やすことで経験のある営業兼講師の営業時間創出
広告宣伝費-受注数	成約率の低下	<ul style="list-style-type: none"> • 経験が低い営業兼講師（準講師・一般講師）へアポが集中した結果、商談の品質が低下し、失注増加 • 経験のある営業兼講師の稼働が埋まっている 	<ul style="list-style-type: none"> • 一定基準を満たす営業兼講師が新規リードデモを行う場合、上司同席又は上司による事後の動画チェックによる営業の品質向上
	エンタープライズ企業の開拓での成約数	<ul style="list-style-type: none"> • アポ獲得～成約までの期間が長期化する傾向があり、成約に結びついてない • 上半期で従業員1000人以上の大企業を8社受注部署導入や集合研修による受注が中心だが、一定の成果は出ている 	<ul style="list-style-type: none"> • 大企業開拓の専門部署の人員リソース増加

1. 2023年2月期 第2四半期決算概況

連結損益計算書

- 受託開発事業撤退によりグループ全体の売上総利益率は改善（組織コンサルティング事業の売上総利益率：80%後半）
- 広告宣伝費・採用教育費について予算を上回る売上増加を狙って投資をしたものの、売上増加に繋げることが出来ず

結果として営業利益は赤字の2,200万円で着地

(百万円)	2022年2月期	2023年2月期	前年同期比 増減率	2022年2月期	2023年2月期	前年同期比 増減率	2023年2月期	進捗率	2023年2月期	進捗率
	2Q (会計期間)	2Q (会計期間)		2Q (累計期間)	2Q (累計期間)		通期予算(当初)		通期予算(修正)	
売上高	957	1,083	13.2%	1,801	2,186	21.4%	4,962	44.1%	4,600	47.5%
営業費用 ^{※1}	827	1,140	37.8%	1,600	2,208	38.0%	4,561	48.5%	4,700	47.0%
人件費/採用教育費 ^{※2}	383	521	36.0%	743	1,022	37.5%	2,176	47.1%	2,235	45.7%
広告宣伝費	98	260	165.1%	190	405	112.6%	800	50.6%	800	50.7%
地代家賃	27	48	79.9%	66	88	33.9%	181	48.9%	185	47.7%
チーム運営費/興行費用	20	55	174.6%	85	141	65.7%	295	47.8%	359	39.3%
外注費	104	11	▲88.7%	174	77	▲55.8%	146	52.6%	150	51.4%
その他営業費用	194	243	25.0%	340	474	39.5%	961	49.4%	969	49.0%
営業損益	129	▲56	—	201	▲22	—	400	—	▲100	—
EBITDA	147	▲34	—	236	15	▲93.5%	474	2.5%	▲10	—
売上総利益率	69.7%	74.6%	-	73.1%	79.3%	-	74.5%	-	74.5%	-

※1 営業費用=売上原価+販売費及び一般管理費

※2 人件費=講師人件費+講師以外の人件費

1. 2023年2月期 第2四半期決算概況

セグメント別PL

- 受託開発事業撤退に伴い、グループ全体の売上高はQoQで減少
- 組織コンサルティング：マネジメントコンサルティングサービスの新規契約社数が伸び悩み、プラットフォームサービスの進捗へ影響
- スポーツエンタテインメント：スポンサー受注は、**昨年の受注額を期初2ヶ月で上回る進捗 (YoY+39.8%)**となった

(百万円)	2021年2月期				2022年2月期				2023年2月期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	YoY
売上高	426	540	729	809	844	957	1,006	1,015	1,102	1,083	13.2%
組織コンサルティング	426	515	639	640	729	828	890	873	1,001	1,023	23.6%
スポーツエンタテインメント	—	25	47	119	51	39	72	121	87	60	50.7%
VCファンド	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
ハンズオン支援ファンド	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
その他（受託開発）	—	—	42	50	62	89	43	20	13	—	—
セグメント利益	▲32	8	61	100	71	129	76	82	33	▲56	—
組織コンサルティング	▲32	39	103	118	121	173	161	109	108	7	▲95.9%
スポーツエンタテインメント	—	▲31	▲52	▲6	▲39	▲35	▲60	8	▲44	▲49	—
VCファンド	—	—	—	—	—	▲13	▲15	▲18	▲28	▲23	—
ハンズオン支援ファンド	—	—	—	—	—	▲0	▲1	▲1	▲3	▲1	—
その他（受託開発）	—	—	▲1	▲3	▲4	▲9	10	▲9	▲10	—	—

※1 スポーツエンタテインメント事業はBリーグのシーズン期間中（10月～4月）に物販売上やチケット収入が発生するため、当社の下半期（9月～2月）に売上高及び営業利益が偏る傾向があります。

※2 2021年2月期2Q以降、福島スポーツエンタテインメント株式会社を連結していることから、2021年2月期1Q以前のスポーツエンタテインメント事業の数値は「-」にて表示しております。

※3 2021年2月期3Q以降、株式会社MAGES.Lab(現 株式会社シキラボ)を連結していることから、2021年2月期2Q以前の受託開発事業の数値は「-」にて表示しております。

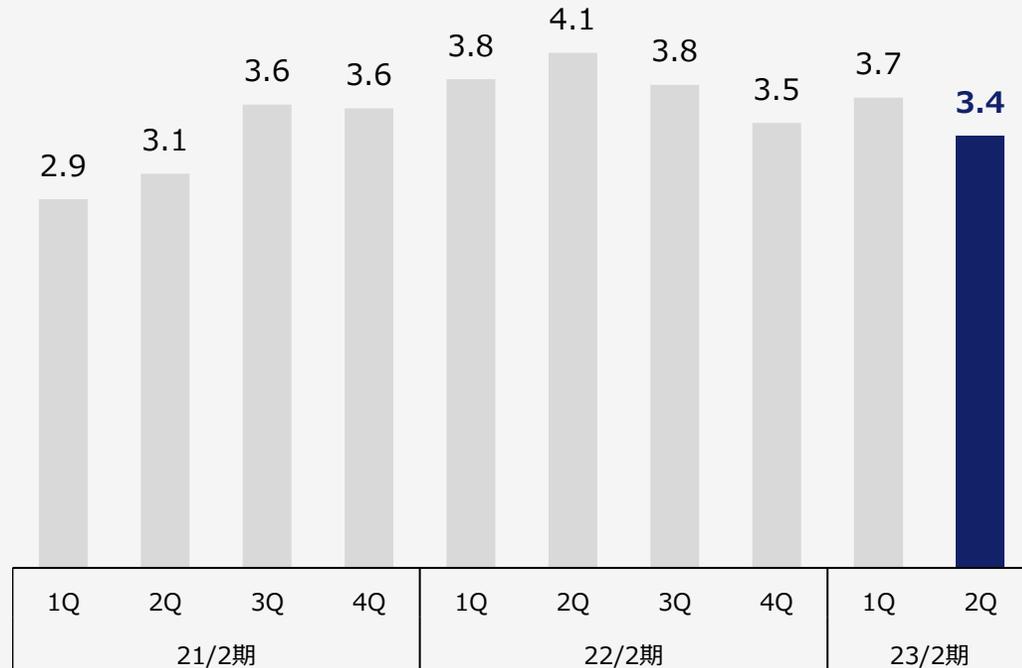
1. 2023年2月期 第2四半期決算概況

主要な事業KPI (1/5)

- 2023年2月期第2四半期末の従業員数は254名（講師数81名、講師候補19名）
- 本資料開示時点：講師数83名、講師候補20名、内定承諾済12名（合計115名）
- 入社後8ヶ月目以上講師の一人当たり売上高：2Q平均は410万円／月
- 営業兼講師の育成期間が長期化し、営業兼講師の人数は計画に対してビハインド

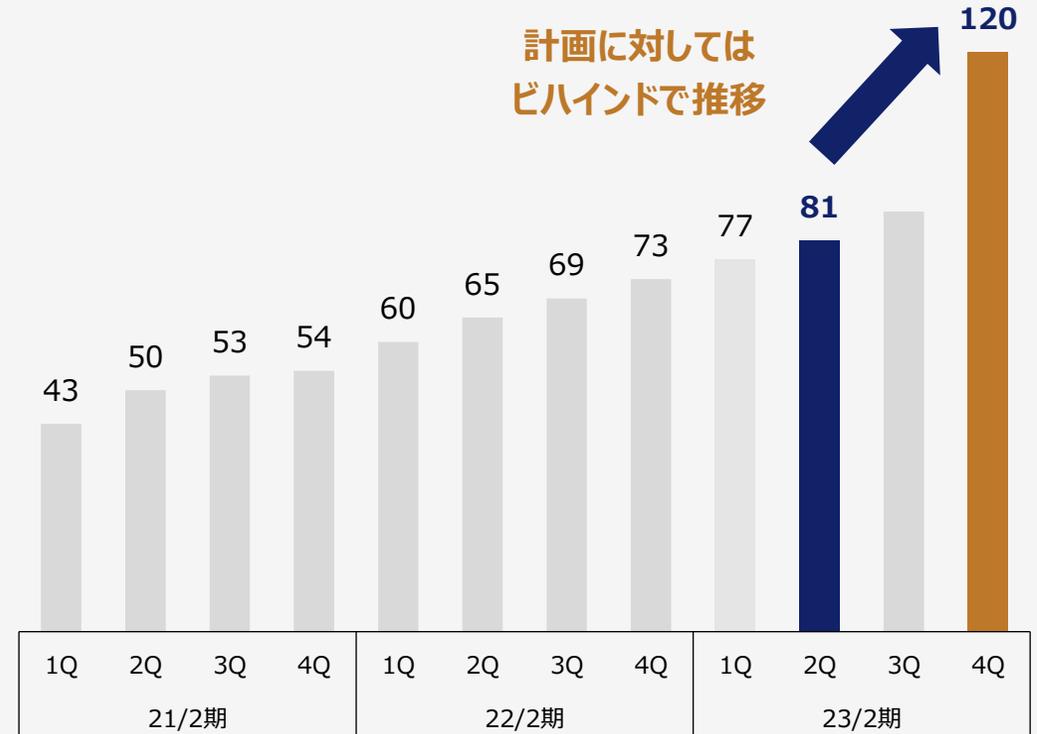
講師一人当たりの売上高

(単位：百万円)



講師人数推移

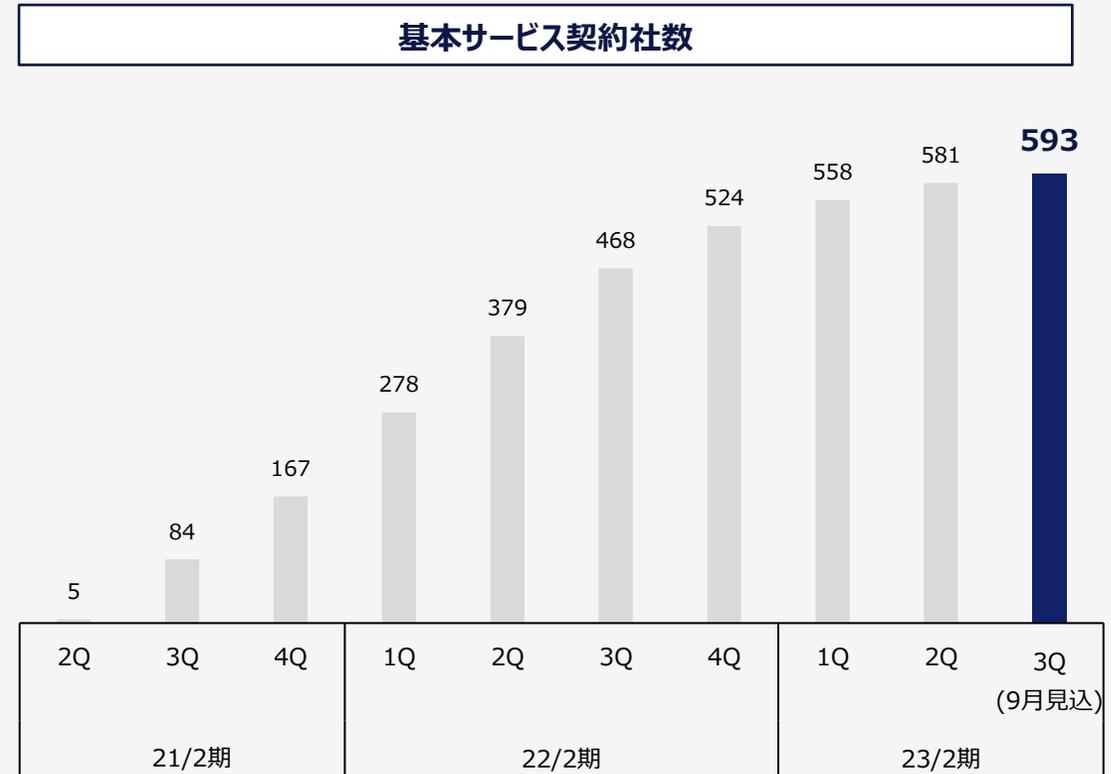
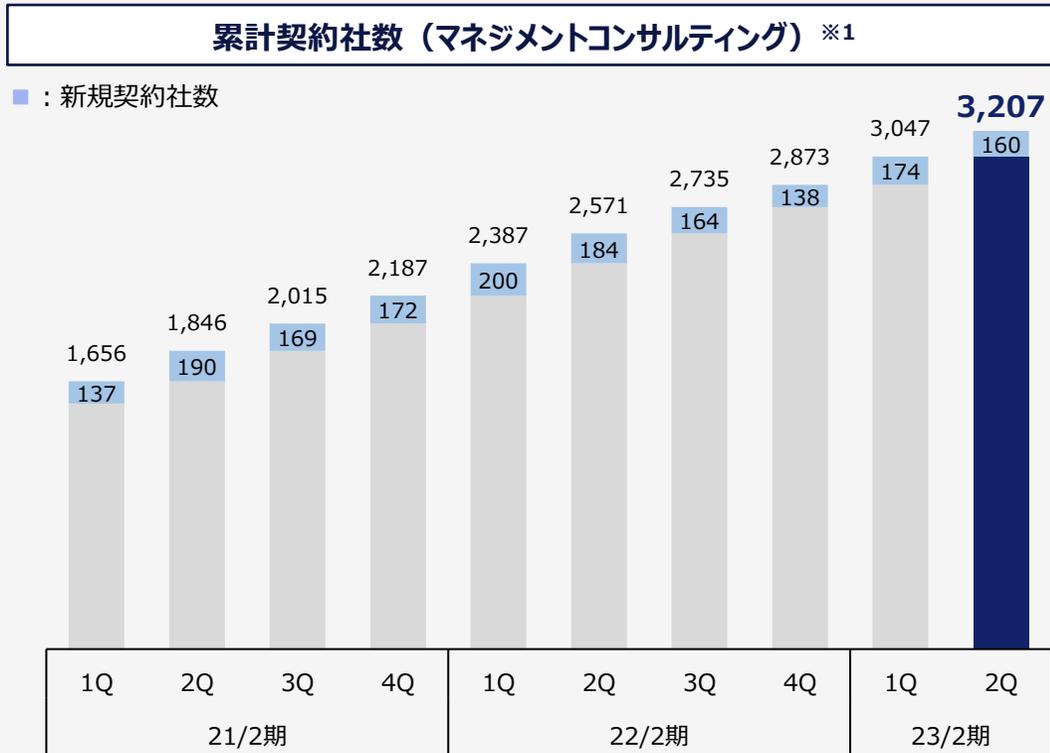
計画に対しては
ビハインドで推移



※1 マネジメントコンサルティングサービスの売上高（※2）+プラットフォームサービスの売上高）÷講師人数（※3）にて算定
※2 役員講師の売上及びパートナー企業の講師の売上高を除外して算定
※3 役員講師（2名）は除外して算定

主要な事業KPI (2/5)

- マネジメントコンサルティング：営業兼講師育成のペース鈍化と、受注率の低下により**新規契約社数はQoQで減少**
- プラットフォームサービス：マネジメントコンサルティングサービスの新規契約社数減少に伴い、基本サービス契約社数は**停滞**
 解約率は引き続き**2%~3%程度**で推移※2

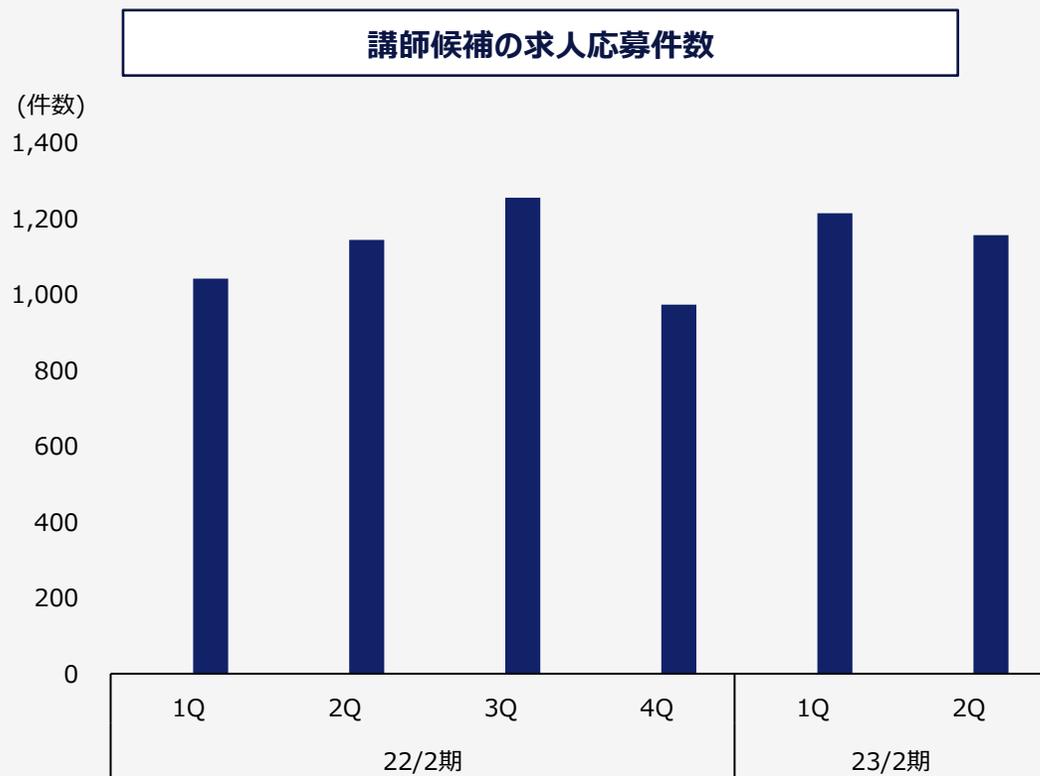


※1 累計契約社数は有料契約企業のみを対象

※2 直近12か月トレンド

主要な事業KPI (3/5) - 講師の採用・育成状況

- 求人応募件数：前四半期は求人媒体内広告効果の影響により応募者が増加し、前倒して多くの接点を持った反動により応募件数が引き続き**1,000件を超える**も、四半期では減少
- 営業兼講師候補の大幅増員を図った結果、育成担当者1名に対して育成対象の講師候補の人数が増加し、**育成の品質・スピードが低下**
- **準講師・一般講師の離職と講師候補の育成スピード低下**により、講師数の増加が想定よりも進行していない
- 育成担当者を増員し、育成ペースの向上や退職の抑制を通して改善に取り組む



講師の育成期間に関する日数

入社後から準講師になるまでの平均期間 **85.8日**

※22/2期平均日数 69.6日

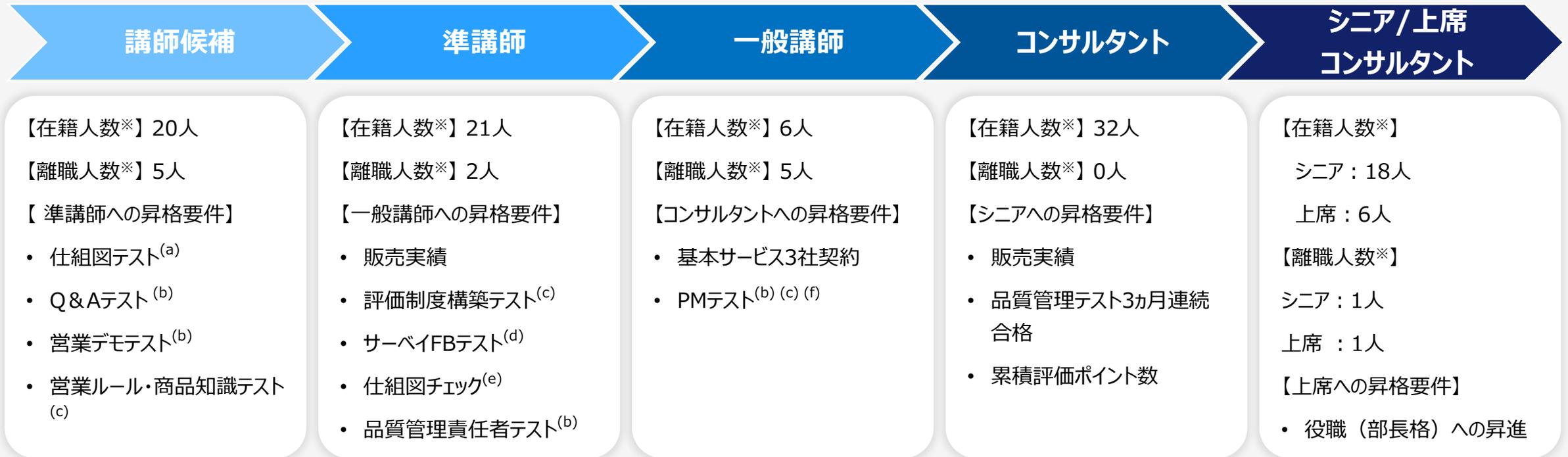
準講師から一般講師へ昇格するまでの平均期間 **150.0日**

※22/2期平均日数 95.9日

主要な事業KPI（4/5） - 講師候補からの昇格ステップ

- 人材育成部門へ講師経験者を配置し、育成側のリソースと卒業後の早期戦力化を図る
- 卒業後は部長直下へ配属し、OJTにて営業兼講師としての品質の向上を図る
- **コンサルタント以上の離職数は低水準を維持していることから、講師候補・準講師・一般講師の教育及び管理を強化する方針**

■ 昇格ステップと昇格要件（例）



※ 在籍人数、離職人数については、本資料公開時点にて算出

※ 各テストの担当者：(a)人材育成責任者 (b)品質管理責任者 (c)営業企画管理職 (d)カスタマーサクセス管理職 (e)直属の上司 (f)品質管理担当者

【テスト内容について】（内容や項目については随時アップデートされます）

①仕組図テスト：識学理論が図解された約100個の図を暗記して書くことができ、かつ、図解をマニュアル通りに説明ができるかのテスト

②Q&Aテスト：社内のQ&A集400問から5問ランダムでの口述テスト（全問正解で合格）

③営業デモテスト：商品説明資料を適切な内容で、つまることなく説明することができるかのテスト

④営業ルール・商品知識テスト：「トレーニング報告はいつ行うか」「マスタートレーニングの料金、トレーニング期間は」といったテスト

⑤評価制度構築テスト：商品内容に関する筆記テストと、評価制度導入に関するロールプレイング（全体像や導入時の注意点）

⑥サーベイFBテスト：識学サーベイの結果に関して、正しく理解して顧客にフィードバックができるかをロールプレイング形式でテスト

⑦仕組図チェック：マスタートレーニング12回分の仕組図を、上司の同席または上司に対して説明を行い、不足が無いかのチェック

⑧品質管理責任者テスト：品質管理責任者に対してトレーニングのロールプレイング実施

⑨PMテスト：課題企業に対する、基本サービスのロードマップ作成と提案のロールプレイング実施

主要な事業KPI (5/5) - 広告宣伝費の投資効果 (需要の状況)

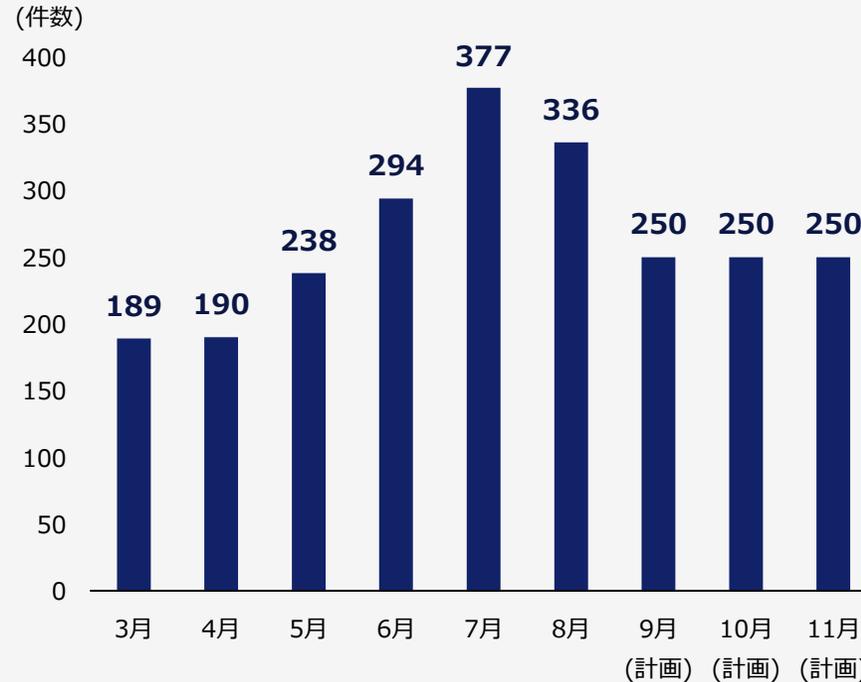
- 広告宣伝費の投資効果：新規アポイント獲得件数※でモニタリング
- 新規アポイント獲得件数※：2Qは社内目標1,000件を超え**1,007件 (YoY+99.0%)**で着地
- 年間新規アポイント獲得件数※ (目標)：**前期比1.5倍の3,000件**を目標として広告宣伝費の投資を実行
- 3Q以降のアポイント数の計画は減少するものの、**受注率の改善により受注金額の増加を目指す**

新規アポイント獲得件数 (四半期推移)

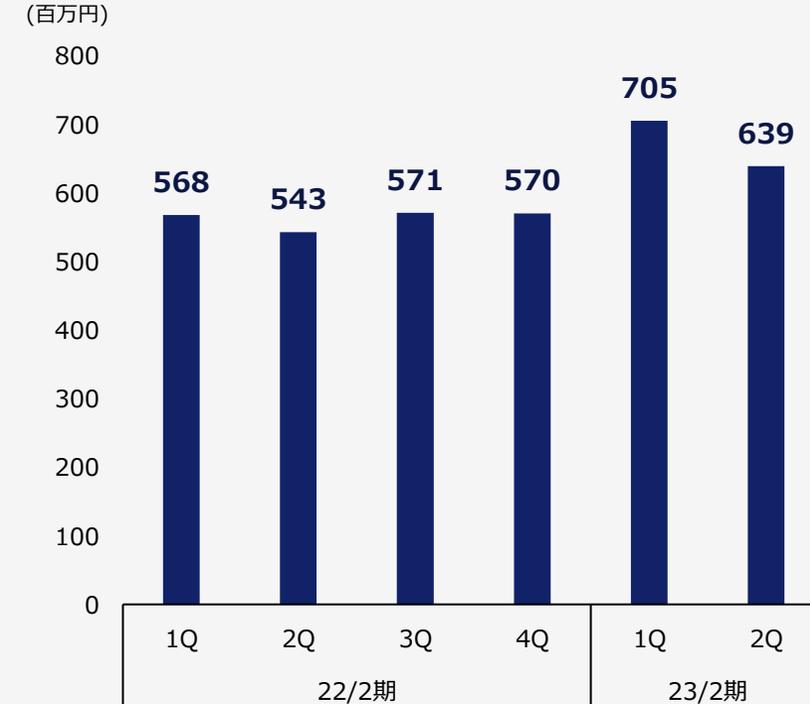


新規アポイント獲得件数 (月次推移)

※9月～11月：3Q 750件を前提とした社内計画値



受注金額 (四半期推移)



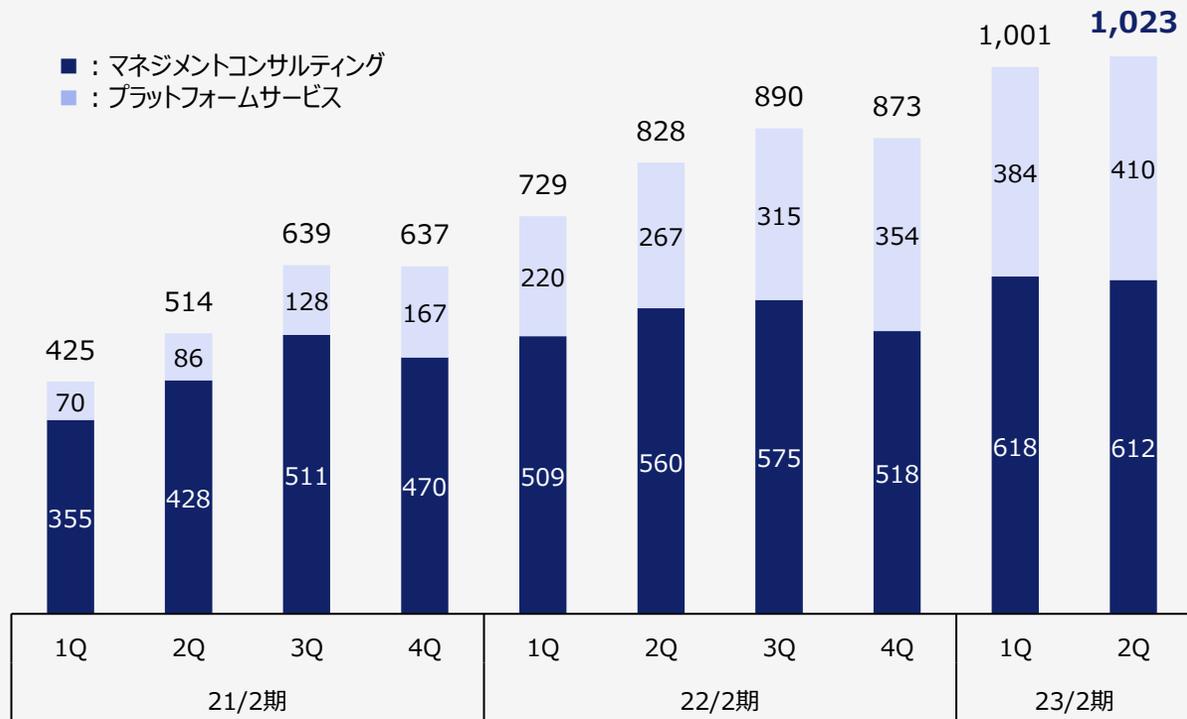
※ 新規アポイント獲得件数：見込顧客から当社への問い合わせ。当該問い合わせに対してインサイドセールスが架電した結果、提案機会を得た件数

組織コンサルティング事業の売上高推移

- プラットフォームサービス月次売上高は本資料開示時点で**1.41億円**を超える水準まで向上（YoY+42.4%）
- マネジメントコンサルティング売上高は新規獲得社数が伸び悩み、QoQで減少

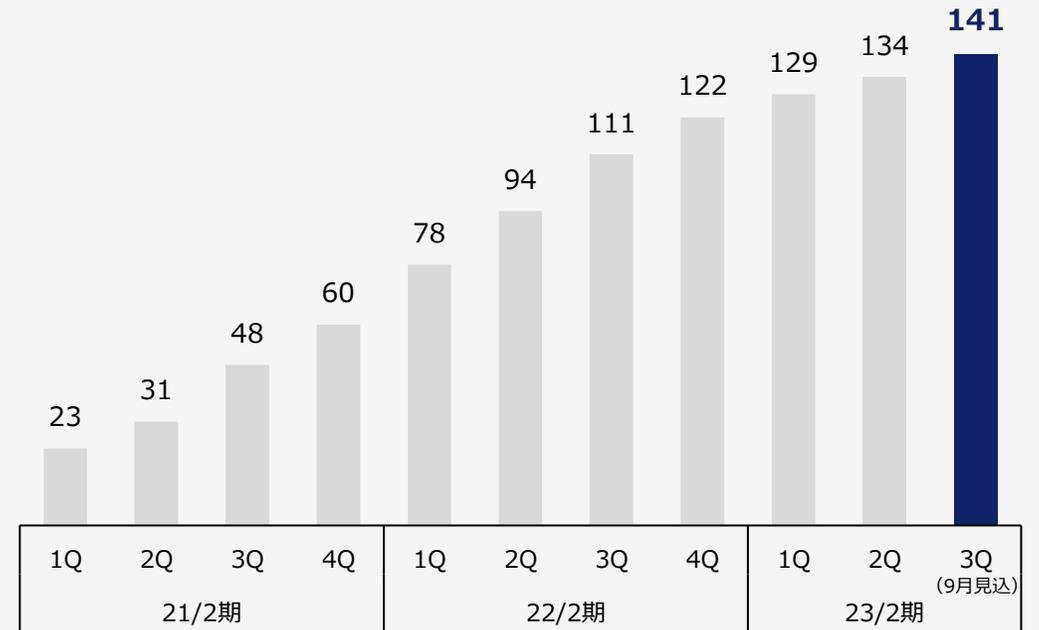
組織コンサルティング事業 売上高推移

(百万円)



プラットフォームサービス 月次売上高推移

(百万円)



識学キャリア-業績ハイライト

- ・ 識学キャリア全体売上は**58百万円 (YoY+206.6%)**
- ・ 人材紹介：専任のCA※¹ 2名が戦力化し、**CA一人当たりの生産性は過去最高となる**
- ・ 採用トレーニング・フロー構築：RA ※²の人員減少により、新規獲得へ注力できなかったことにより獲得社数はQoQで減少

セグメント	サマリ	トピックス
人材紹介	求人登録者数※ ³ : 8,632人 (QoQ+4.5%) 紹介数※ ⁴ : 172社 (QoQ+20.3%) 求人案件数 : 461社 (QoQ+4.3%) 内定数 : 15件 (QoQ+200.0%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ CA人員2名を専任者として配置 紹介数増加により内定数が増加 (1名当たりの紹介数は1Q : 17.9件→2Q : 28.7件と増加)
採用トレーニング 識学式採用フロー構築	採用コンサル契約社数 : 5社 (前四半期 7社) フロー構築契約社数 : 4社 (前四半期 9社)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人員増員計画→講師より3名、他部署より2名の計5名増員する ・ エージェント事業とコンサル事業を専任制に分割することで責任が明確になり、行動量の増加を図る
識学転職	求職者向けダイレクトリクルーティングプラットフォーム 登録求職者数が広告の影響で急拡大中	<ul style="list-style-type: none"> ・ 9月1日 日本経済新聞 朝刊にて一面広告を展開 ・ 9月1日～9月14日 渋谷駅周辺にて識学転職広告を展開 ・ 9月16日より CMを各SNSで展開

※1 CA : キャリアアドバイザー

※2 RA : リクルーティングアドバイザー

※3 求人登録者 : 以下の①、②、③を合計した数 ①識学キャリアのLINEアカウントへ友だち登録をいただいた数 ②求人案件へ応募していただいた数 ③弊社より求人案内を行い、弊社キャリアアドバイザーとの面談を設定した数

※4 紹介数 : 求職者を求人企業へ紹介した数 (書類選考)

VCファンド事業-VCファンドの投資成果

- 2Qでの投資実施先は**1件**、投資決定先は**1件**
- 翌四半期以降は、投資先とのリレーション構築、支援実施に注力し、EXITに向けた管理体制構築を実施する

識学1号ファンド	投資額(百万円) (A)	回収額(百万円) (B)	評価額(百万円) (C)	回収率 ((B+C)/A)
株式会社ジオコード	29	101	—	339.3%
株式会社アйдマ・ホールディングス	35	250	28 ^{※2}	776.7%
非上場企業6社 ^{※1}	181	—	—	—
投資未実行	93	—	—	—
合計	341	352	28	111.7%

※1 株式会社Surpass、株式会社ホワイトシード、株式会社イタミアート、その他3社の投資金額の合計

※2 2022年8月末時点の株価に基づく評価額と取得価額の差額を記載しております。

識学2号ファンド	投資額(百万円) (A)	回収額(百万円) (B)	評価額(百万円) (C)	回収率 ((B+C)/A)
非上場企業8社 ^{※3}	255	—	—	—
投資未実行	455	—	—	—
合計	711	—	—	—

※3 株式会社ガーネット、Guidable株式会社、H.I.F株式会社、ハドラスホールディングス株式会社、ナノブリッジ・セミコンダクター株式会社、その他3社の投資金額の合計

業績予想の修正について

「営業兼講師の育成」という経営課題の改善に注力し、来期以降の売上計画達成に必要な期初売上の実現に向けて体制構築することを優先し、売上・営業利益計画を修正

- 1 | 上半期の受注不調に伴い、通期売上予算の未達が確実なため売上計画を修正
- 2 | 来期の売上計画達成に向け、必要な来期初売上実現のための体制構築を優先し、一定の投資は継続することから営業利益計画を大幅に修正
- 3 | 体制構築ができた状態を「今期中に月次の受注額(※)が4.5億を超えた状態」と定義し、「営業兼講師の育成」に注力する

※ 受注額 = マネジメントコンサルティング受注金額 + プラットフォームサービスの月次売上高

業績予想の修正について-修正計画サマリ

売上高：投資は一定の効果が出ているが売上・受注増につながっていないため2Qまでの実績をベースに売上高を49.6億→46億円へ修正

広告宣伝費：当初予算の範囲内で費用を投下

人件費・採用教育費：講師120名体制が見通せる状態になるまで継続

(百万円)	2023年2月期 (当初予想)	2023年2月期 (修正予想)	増減額	修正の内容
売上高	4,962	4,600	▲362	• 上半期の実績を受けて売上高を下方修正
営業費用	4,561	4,700	+138	
人件費/採用教育費	2,176	2,235	+59	• 講師120名体制が構築できる状態まで人材採用をした前提
広告宣伝費	800	800	—	
支払手数料	318	336	+17	• 紹介代理店への代理店手数料の上半期の予算超過を反映+11百万円 • 人材採用の前倒しに連動して発生するツールの利用料の増加を反映
チーム運営費/興行費用	295	359	+63	• 為替レートの前提条件の修正(120円/ドル → 144円/ドル) • コロナによる試合中止・再試合での遠征費用による予算外のコストの織り込み
外注費	146	150	+3	
株式報酬費用	77	64	▲13	• ストック・オプションの前提条件である株価が想定株価より下回ったため修正
その他営業費用	746	754	+7	• 講師候補の前倒し採用に伴い発生するコストを織り込み
営業利益	400	▲100	▲500	
EBITDA	474	▲10	▲485	
親会社株主に帰属する当期純利益	204	▲180	▲384	