



2024年1月11日

各 位

会 社 名 株式会社識学
代表者名 代表取締役社長 安藤広大
(コード番号7049 東証グロース)
問合せ先 上級執行役員 池浦良祐
(TEL : 03-6821-7560)

2024年2月期通期連結業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、2024年1月11日の取締役会において、以下のとおり、最近の業績の動向等を踏まえ、2023年4月14日に公表いたしました2024年2月期（2023年3月1日～2024年2月29日）の通期業績予想について、下記のとおり修正しましたのでお知らせいたします。

記

1. 2024年2月期通期連結業績予想の修正（2023年3月1日～2024年2月29日）

	売上高	EBITDA	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想（A）	百万円 5,224	百万円 271	百万円 168	百万円 157	百万円 35	円 銭 3.89
今回修正予想（B）	4,831	△34	△119	△121	△82	△9.34
増減額（B－A）	△393	△305	△287	△278	△117	
増減率（%）	△7.5%	－	－	－	－	
（参考）前期連結実績 （2023年2月期）	4,458	28	△57	△73	△252	△31.18

2. 修正の理由

第1四半期でのマネジメントコンサルティングサービスの受注状況を受け、プラットフォームサービスに注力する方針へ変更、また、識学キャリアに関しては注力サービスの転換を行った結果、第2四半期終了時点で売上計画との乖離が発生しました。それらをカバーできるファンド事業の営業投資有価証券の売却の可能性が複数あったものの、いずれも来期以降の実行となることが決定したことから、当社グループの2024年2月期の通期業績予想を上表の通りこのタイミングで修正することいたしました。

3. 通期業績予想からの乖離要因

(1) 売上高

	マネジメント コンサル	プラット フォーム	識学 キャリア	スポーツ エンタテイン メント	ファンド	売上高 合計
前回発表予想 (A)	百万円 2,556	百万円 1,714	百万円 400	百万円 543	百万円 —	百万円 5,224
今回修正予想 (B)	2,306	1,743	220	532	30	4,831
増減額 (B - A)	△250	29	△180	△11	—	△393
増減率 (%)	△9.8%	1.7%	△45.0%	△2.0%	—	△7.5%

① 「マネジメントコンサルティングサービス」の乖離要因

・上期における受注の伸び悩み

前年度の四半期ごとの平均受注金額は662百万円であるのに対し、第1四半期における受注金額は580百万円、第2四半期では618百万円となっております。第1四半期においては積極的な広告宣伝を実施するも、受注が低迷しました。その状況を受け、第2四半期からプラットフォームサービスに注力する方針に変更し、顧客ニーズにより深く対応できたことで、マネジメントコンサルティングサービスも一定の改善がみられましたが、前年度水準までの回復には至りませんでした。

なお、第3四半期においてはマネジメントコンサルティングサービスの受注金額が678百万円で前年度の四半期平均を超える受注状況となっており、また、注力したプラットフォームサービスは2024年1月末時点で月次売上160百万円(前期末比+29百万円)と順調に拡大をしております。

② 「識学キャリアサービス」の乖離要因

・エージェント事業の見直し

「識学キャリア」では「エージェント事業」及び「採用コンサル事業」を実施していましたが、市場ニーズ及び活動コストを鑑み、第2四半期より「エージェント事業」を撤退し、採用代行をメインとする「採用コンサル事業」に注力していく方針へ意思決定致しました。方針転換に際し、サービス内容の見直しを行うため、一時的に新規受注を停止し、第3四半期より再度「採用コンサル事業」の受注を開始したため、当初売上との乖離が発生いたしました。

なお、11月単月での受注金額は30百万円となっており、当初計画の400百万円へ向けて改善が進んでおります。

(2) 売上原価、販売費及び一般管理費

	給料手当 採用教育費	広告宣伝費	その他	売上原価、販売費 及び一般管理費 合計
前回発表予想 (A)	百万円 2,256	百万円 900	百万円 1,899	百万円 5,055
今回修正予想 (B)	2,120	854	1,977	4,951
増減額 (B - A)	△136	△46	78	△104
増減率 (%)	△6.0%	△5.1%	4.1%	△2.0%

①給料手当・採用教育費

第2四半期より採用を停止した影響により、下振れでの着地を見込んでおります。

②広告宣伝費

当初予算の広告宣伝費以下でのアポイント数の確保が出来ており、第2四半期以降で広告宣伝費の削減を実施したことにより、下振れでの着地を見込んでおります。

※上記の予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後様々な要因により予想数値と異なることがあります。

以上