

# 2023年2月期 通期決算説明資料

2023年 4月14日  
東証グロース（7049）



# 目次

**1 | 2023年2月期 通期決算概況**

**2 | 中期経営計画取り下げについて**

**3 | 2024年2月期 業績予想**

## 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：<b>4,458</b>百万円 (YoY+16.6% 計画比 96.9%)</p> <p>営業損益：<b>▲57</b>百万円 (前年同期 359百万円)</p> <p>当期純損失※1：<b>▲252</b>百万円(前年同期 当期純利益 224百万円)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織コンサルティング事業にて、月次の受注額目標4.1億円に対し3.6億円を着地し目標未達</li> <li>下期より、採用を抑制し既存講師育成にリソースを投下</li> </ul>
組織コンサルティング	<p>売上高：<b>4,024</b>百万円 (YoY+21.2%)</p> <p>営業利益：<b>167</b>百万円 (YoY▲70.4%)</p> <p>講師一人当たり売上高：<b>334</b>万円/月 (QoQ▲0.4%)</p> <p>講師数：2023年2月末：<b>85</b>名</p> <p>受注残高：<b>651</b>百万円(前期末比▲13.9%) ※マネジメントコンサルのみの受注残高</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プラットフォームサービス 新規受注が伸び悩んだ結果、月次売上高は計画未達(計画比▲22.7%) 解約率は<b>2~3%</b>で推移</li> <li>講師数：2023年度2月期累計 入社人数：<b>49</b>人 退社人数：<b>38</b>人 大規模採用を実施するも管理・育成体制の脆弱性が判明し、下期より採用抑制し 既存講師育成にリソースを投下する方針へ転換</li> <li>3Qより、講師品質向上のため<b>社内テスト基準の厳格化</b></li> <li>四半期ごと講師合格人数 <b>1Q：9人 2Q：12人 3Q：1人 4Q：18人</b></li> <li>識学キャリア年間売上：<b>1.8億円(YoY+77.3%)</b></li> </ul>
スポーツ エンタテインメント	<p>売上高：<b>420</b>百万円 (YoY+47.1%)</p> <p>営業利益：<b>▲164</b>百万円 (前年同期 ▲126百万円)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポンサー受注額は<b>232百万円(YoY+49.4%)</b>と過去最高受注額</li> <li>チーム強化に向けたチーム運営費への継続的な投資を行ったことにより赤字</li> <li>官公庁の受託事業案件が後ろ倒しになり、売上見込みが3月以降にズレ込みとなる</li> </ul>
VCファンド ハンズオン支援	<p>投資実施先：<b>8</b>社(2号ファンド7件・ハンズオン支援1件)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>本資料開示までに2号ファンドから<b>1社</b>へ投資実行</li> </ul>

※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結果

- 4Qの月次受注金額の結果は未達で着地（目標 4.1億円 実績3.6億円）
- 4Qの施策に対する改善結果と進捗状況は下記のとおり

課題	4Q施策	結果	結果	2024年2月期 Q1施策
顧客ニーズの変化に対する対応の遅れ	<p>①サービスコンセプトの見直し</p> <p>識学を「伝える」サービス→識学を「組織にインストールする」サービスへとコンセプトを見直し。具体的には、マネジメントコンサルティングメインの打ち出しから、「識学 基本サービス」メインの打ち出しへと変更と同時に営業資料の見直し</p> <p>②「識学 基本サービス」(※)の定型化</p> <p>属人的な部分が多かったサービスをマネジメントコンサルティングと同様にサービスを定型化し運用を開始</p>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023年2月単月では新規受注金額は過去最高水準、新規受注社数は過去最高件数となる</li> <li>施策に対する改善を行うも、結果として月次受注金額の目標に到達せず</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客ニーズの変化に対応し新規受注獲得へ注力する施策として、営業・コンサルタントを分離</li> <li>新規営業に割ける工数を増やし、デモ数・提案数の増加による新規受注の増加を狙う</li> </ul>
講師育成部門の脆弱性	<p>①講師候補の育成テスト基準を厳格化</p> <p>②講師育成部門の人数増加（専任1名体制から3名体制へと変更）</p> <p>③今後の講師採用人数の見直し</p>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>講師候補の育成テスト基準を3Qより厳格化し運用している中、4Qの講師合格者<b>18</b>名で着地</li> <li>年間講師合格者数 <b>1Q：9人 2Q：12人 3Q：1人 4Q：18人</b></li> </ul>	-
大企業開拓・広告宣伝投資について	<p>認知系広告への投資は控え、アポイント獲得に対して効果の高いと見込まれる分野に対して広告宣伝費を投下する</p>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規アポイントメント数 4Qではコストを抑制したため4Qではアポイントメント数が減少 <b>年間目標件数3,000件に対し3,095件で着地</b></li> <li>大企業受注件数 4Qにて従業員500名以上の企業から<b>11社受注</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き効果的に広告宣伝費を投下し、大企業開拓を行う</li> </ul>

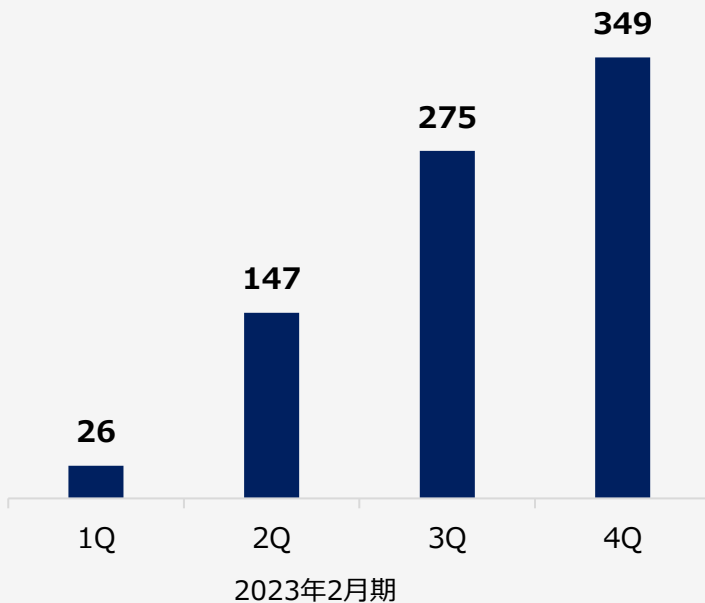
※ 「識学 基本サービス」：「識学」に基づく組織運営の運用支援を行うサービス

# 業績ハイライト-大企業の受注実績

- 期末時点までの大企業(※)からの受注額：2.74億円(YoY+52.7%)
- 新規アポイント獲得件数：大企業アポイント年間獲得累計797件で着地し四半期ごとに増加傾向

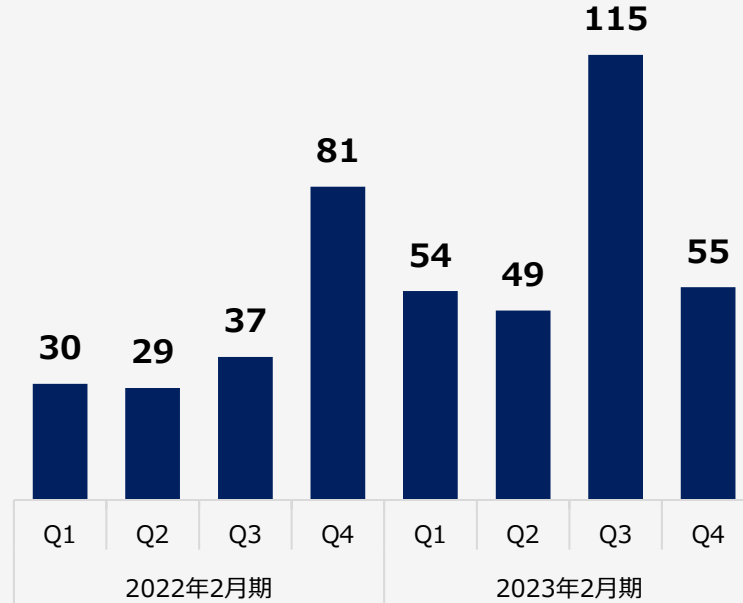
新規アポイント獲得件数（四半期推移）

(単位：件)



受注金額（四半期推移）

(単位：百万円)



大企業での導入事例

株式会社アイドマ・ホールディングス 	株式会社ASNOVA 	株式会社エスユーエス 
株式会社Enjin 	株式会社グッドライフカンパニー 	株式会社ダイレクトマーケティングミックス 
日本フェンオール株式会社 	株式会社ピアズ 	丸八証券株式会社 
株式会社マルマエ 	水戸証券株式会社 	株式会社メモリード 
RIZAPグループ株式会社 	ルネサスエレクトロニクス株式会社 	琉球アスティーンスポーツクラブ株式会社 

※ 大企業：従業員500名以上の企業または上場企業

# 連結損益計算書

- 新規受注が伸び悩んだ結果、通期累計の売上高は44億円で着地（計画比 96.9%）
- 営業損益については、修正予算以上で着地
- 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）

(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
	4Q（会計期間）	4Q（会計期間）		（累計期間）	（累計期間）		通期予算(修正)	
売上高	1,015	1,154	13.7%	3,823	4,458	16.6%	4,600	96.9%
営業費用 <sup>※1</sup>	933	1,114	19.4%	3,463	4,515	30.4%	4,700	96.1%
人件費/採用教育費 <sup>※2</sup>	438	511	16.7%	1,598	2,090	30.8%	2,235	93.5%
広告宣伝費	97	111	13.8%	395	724	83.2%	800	90.5%
地代家賃	36	43	19.5%	140	178	27.5%	185	96.2%
チーム運営費/興行費用	84	103	22.9%	287	339	18.1%	359	94.5%
外注費	75	39	▲47.4%	343	146	▲57.3%	150	97.6%
その他営業費用	200	304	51.9%	698	1,035	48.3%	969	106.8%
営業損益	82	40	▲51.4%	359	▲57	—	▲100	—
EBITDA	99	64	▲35.9%	429	28	▲93.3%	▲10	—
売上総利益率	74.6%	75.5%	-	72.3%	77.1%	-	74.5%	103.5%

※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

## セグメント別PL

- 組織コンサルティング：大企業案件受注に伴い、4Q売上は前四半期対比増加。  
講師人数120人に向けた積極採用から、管理体制を整え既存の講師育成へ注力する講師採用方針へ転換により、4Q利益は黒字着地
- スポーツエンタテインメント：スポンサー受注増加に伴い、売上高**420百万円にて着地 (YoY+47.1%)**

(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	3Q	4Q
売上高	426	540	729	809	844	957	1,006	1,015	1,102	1,083	1,117	1,154
組織コンサルティング	426	515	639	640	729	828	890	873	1,001	1,023	987	1,011
スポーツエンタテインメント	—	25	47	119	51	39	72	121	87	60	130	142
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	—	—	—
<b>セグメント利益</b>	<b>▲32</b>	<b>8</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>71</b>	<b>129</b>	<b>76</b>	<b>82</b>	<b>33</b>	<b>▲56</b>	<b>▲74</b>	<b>40</b>
組織コンサルティング	▲32	39	103	118	121	173	161	109	108	7	▲27	79
スポーツエンタテインメント	—	▲31	▲52	▲6	▲39	▲35	▲60	8	▲44	▲49	▲39	▲30
VCファンド	—	—	—	—	—	▲13	▲15	▲18	▲28	▲23	▲20	▲20
ハンズオン支援ファンド	—	—	—	—	—	▲0	▲1	▲1	▲3	▲1	▲1	▲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。

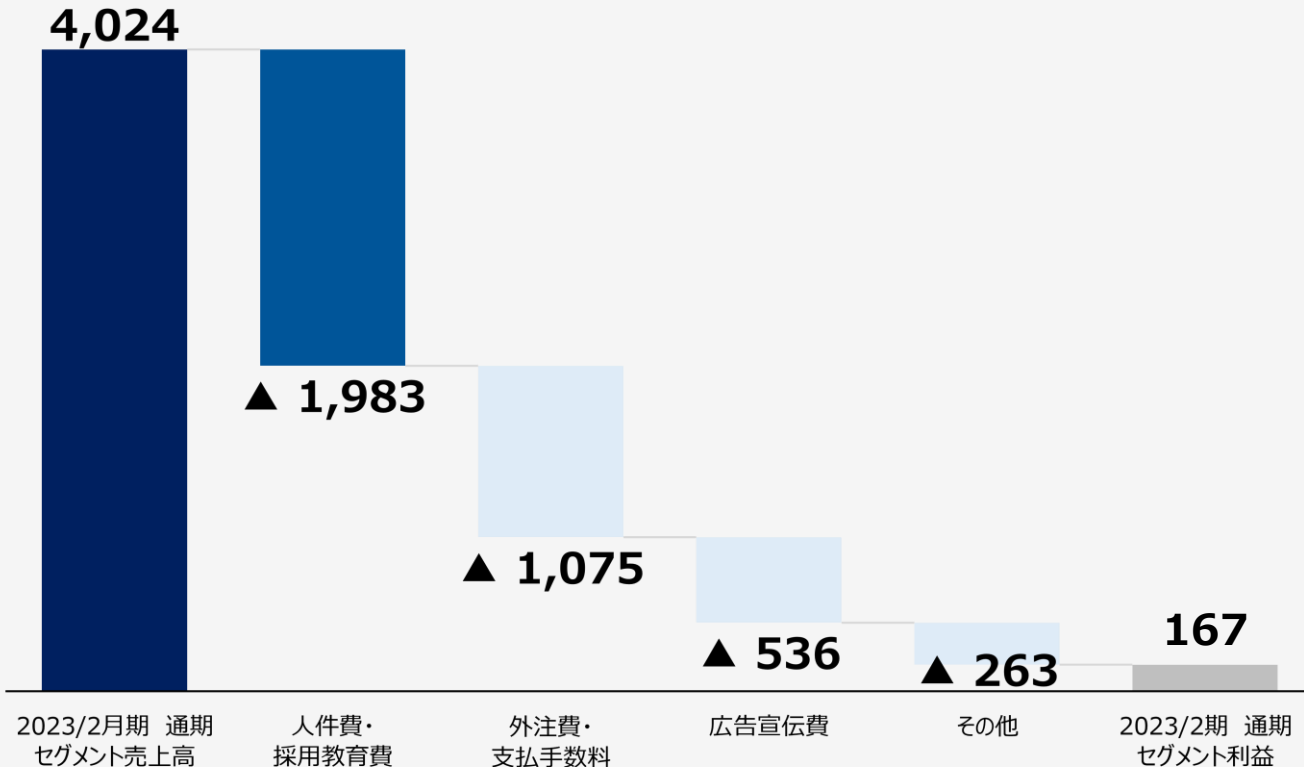
※3 2021年2月期3Q以降、株式会社MAGES.Lab(現 株式会社シキラボ)を連結していることから、2021年2月期2Q以前のその他(受託開発)の数値は「-」にて表示しております。



## 営業費用内訳（組織コンサルティング事業）

- 来期以降の収益基盤の構築・強化にむけて、早期の講師数増加・新規顧客獲得のための先行投資を行い、利益幅は減少
- 講師育成体制の見直しが完了し、来期は講師人数10%増加を目指す
- 今期効果が希薄であった認知系広告は行わず、獲得系広告に絞って投資を行う

(単位：百万円)



項目	前年度からの主な増加内訳	目的
人件費・採用教育費	人員拡充による給料手当等の増加 講師候補採用のための採用費用	講師数の確保による 売上高の拡大
外注費・支払手数料	B to G 事業展開促進のための費用 ブランディング戦略構築のための費用 営業支援ツール費用	顧客獲得チャネルの拡大 認知度の向上 営業の生産性向上
広告宣伝費	SNSを利用した広告宣伝費用 著名人との対談企画費用・展示会への出展 トレインジャック・渋谷駅前に識学転職広告	知名度の向上 潜在顧客層のリード獲得

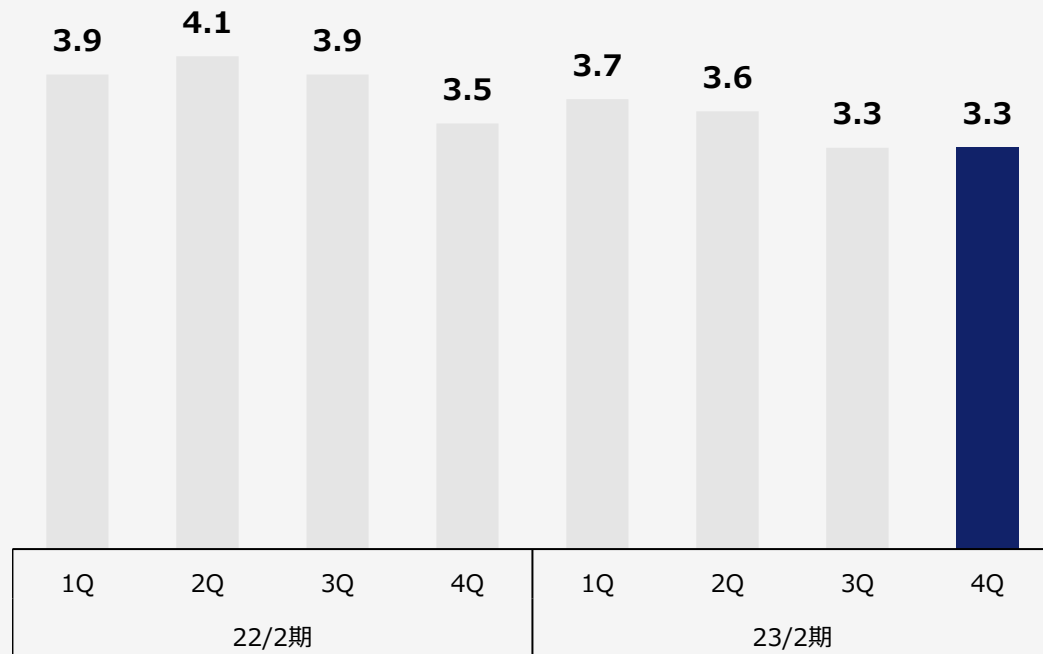


## 主要な事業KPI (1/5)

- 2023年2月期期末の従業員数は252名（講師数85名、講師候補9名、内定応募者3名）
- 入社後8ヶ月目以上講師の一人当たり売上高：4Q平均381万円/月
- 2024年2月期よりサービス提供体制を変更し、営業担当とコンサルティング担当を分離（詳細はP12参照）

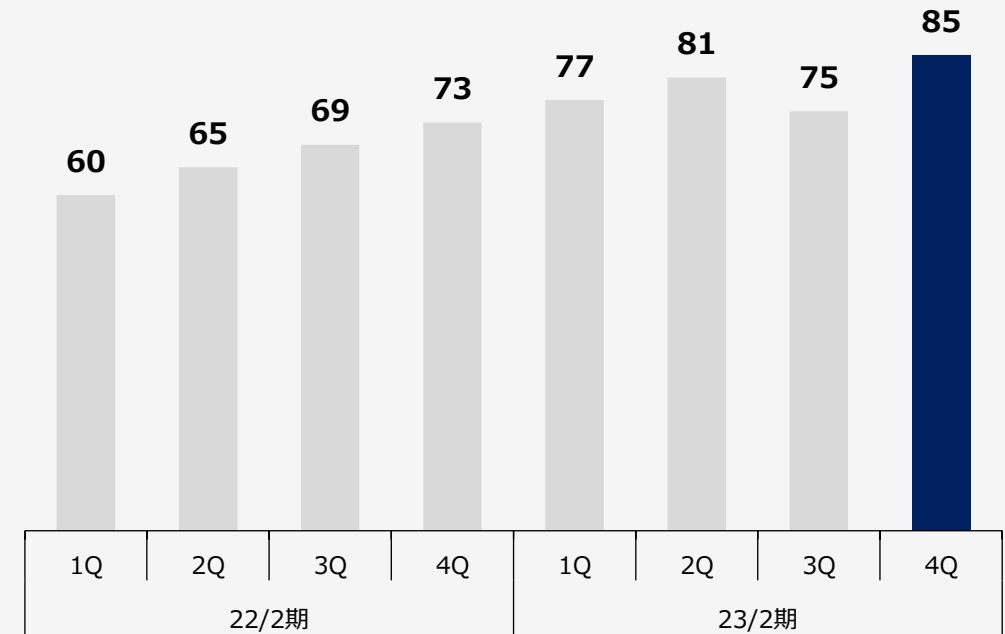
講師一人当たりの売上高

(単位：百万円)



講師人数推移

(単位：人)



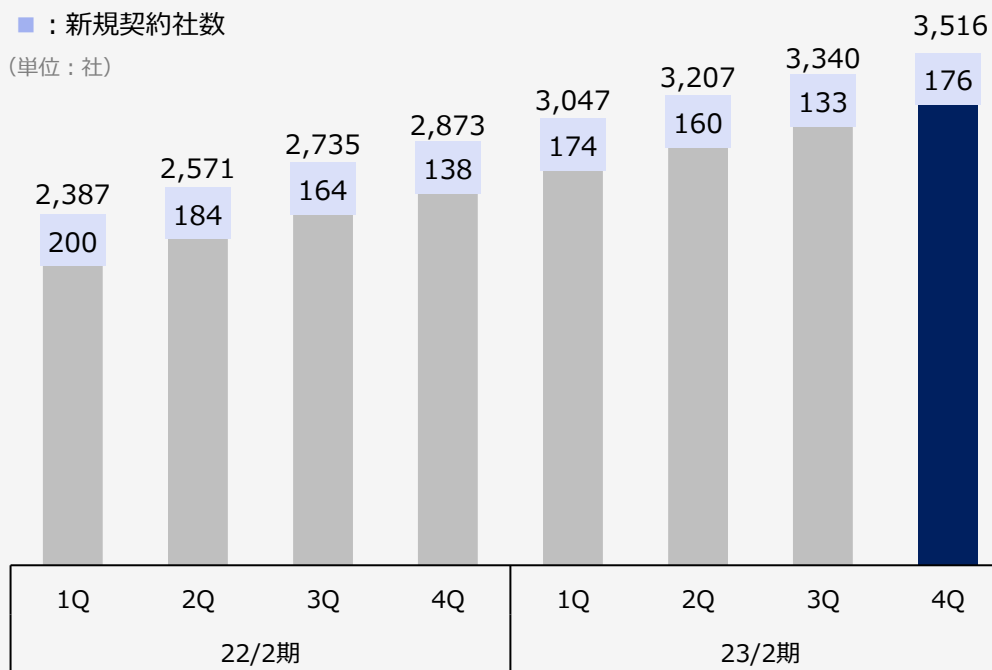
\*1 一人当たり売上高 = (マネジメントコンサルティングサービスの売上高(識学キャリア除く) + プラットフォームサービスの売上高) ÷ 講師人数にて算定

\*2 パートナー企業の講師の売上高を除外して算定

## 主要な事業KPI (2/5)

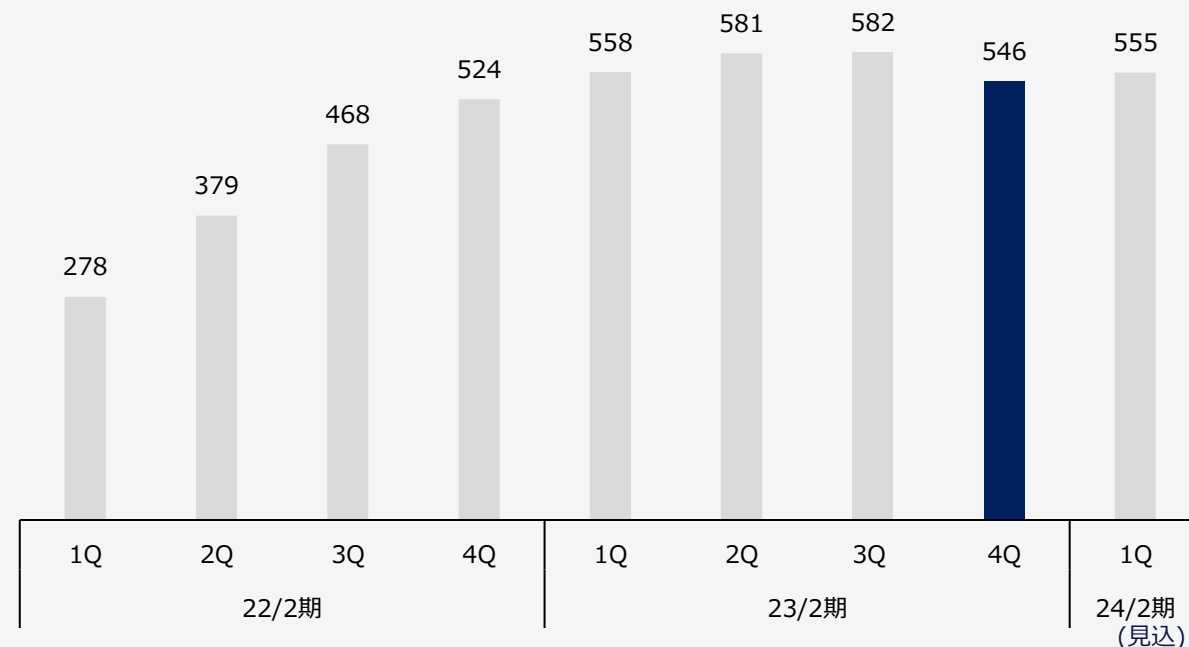
- マネジメントコンサルティング：営業兼講師育成ペース向上と、案件受注率の改善により**新規契約社数はQoQで増加傾向**
- プラットフォームサービス：3Qより休会・解約が多く発生し基本サービス契約社数は4Qにて減少
- 解約率は引き続き**2%~3%**で推移※2

累計契約社数（マネジメントコンサルティング）※1



基本サービス契約社数

(単位：社)



※1 累計契約社数は有料契約企業のみを対象

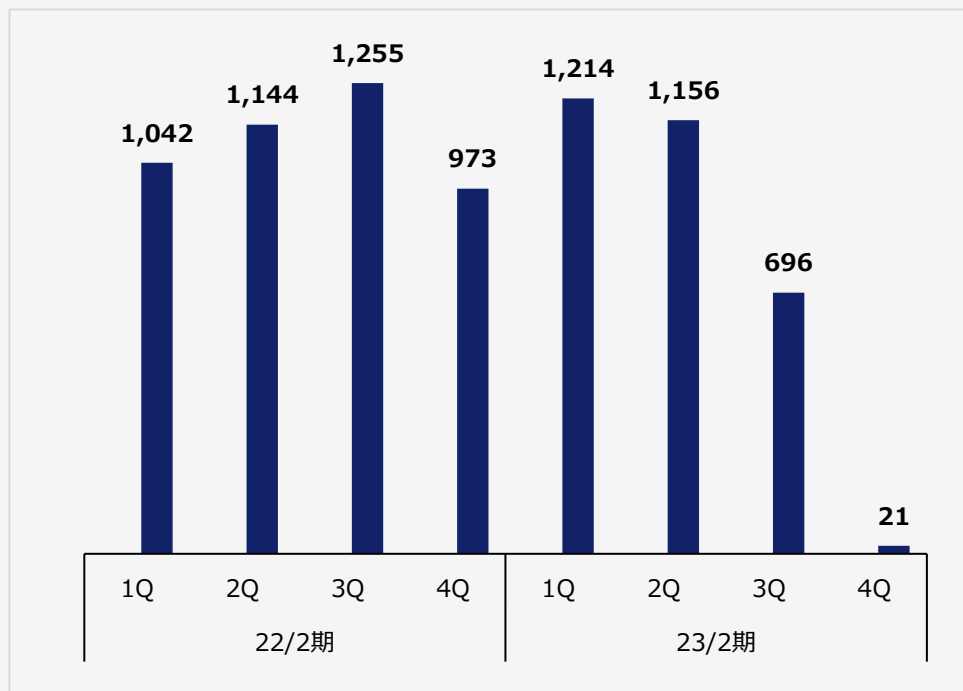
※2 直近12か月トレンド

## 主要な事業KPI（3／5） - 講師の採用・育成状況

- 求人応募件数：3Qより新規採用を抑制し、既存の講師・準講師育成に注力する方針へシフトしたため応募件数が減少
- 3Qより講師育成管理担当者を3名で管理し、育成ペースの向上や退職の抑制を通し改善を行った結果4Qの講師合格者18名で着地
- 年間講師合格者数 1Q：9人 2Q：12人 3Q：1人 4Q：18人 計40名

講師候補の求人応募件数

(単位：件)



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 **107.3日**

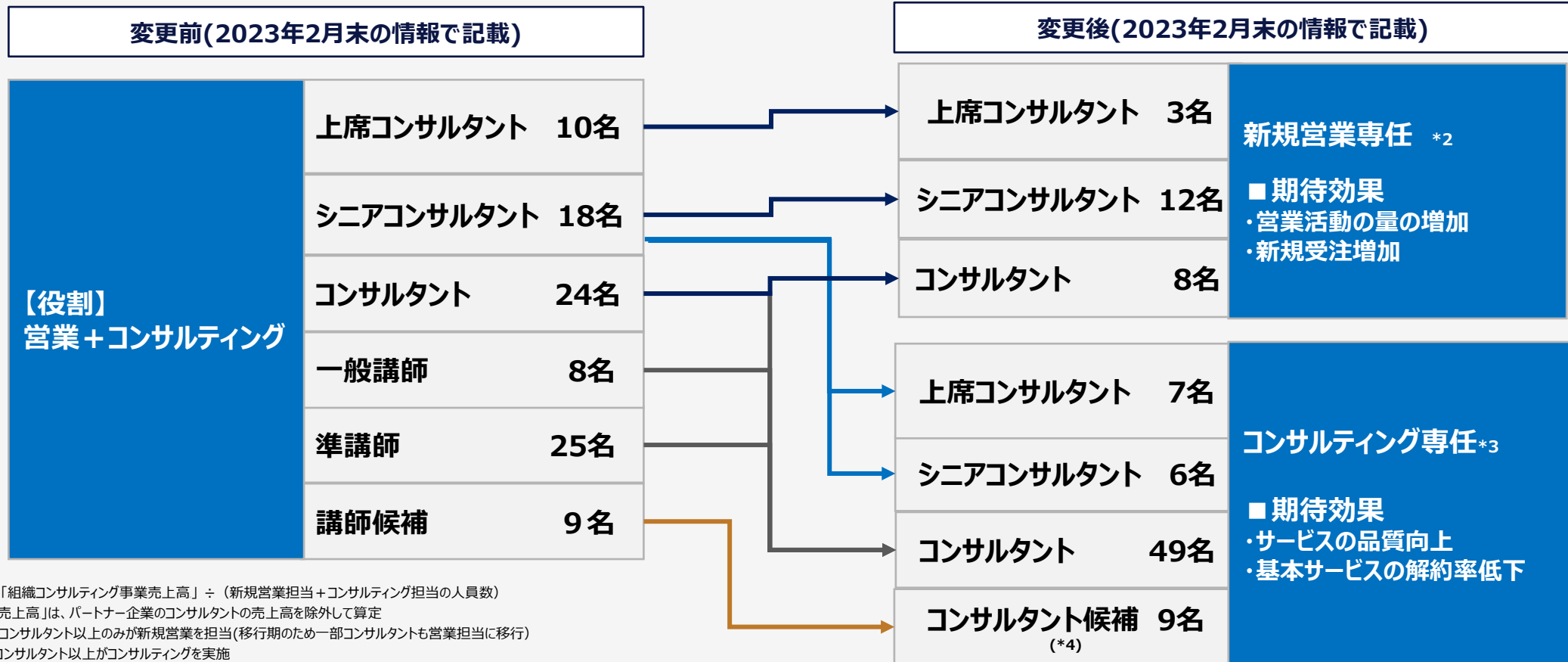
※22/2期平均実績 77.8日

準講師から一般講師へ昇格するまでの平均期間 **106.6日**

※22/2期平均実績 97.8日

## 主要な事業KPI（4/5）-サービス提供体制の変更

- 営業活動とコンサルティングサービス提供の生産性最大化のため、営業兼講師を「新規営業担当」と「コンサルティング担当」に分離
- **重要KPIとして引き続き「一人当たり売上高」(\*1)にて開示**
- 従来のカスタマーサクセス担当をコンサルタント候補へ育成し、採用コストをかけずにコンサルタントを増加させる施策を実施中
- **2024年2月期は生産性をより高めることが可能と判断し、講師の新規採用は10名～15名に留める予定**



\*1 「一人当たり売上高」=「組織コンサルティング事業売上高」÷（新規営業担当+コンサルティング担当の人員数）

「組織コンサルティング事業売上高」は、パートナー企業のコンサルタントの売上高を除外して算定

\*2 新規営業専任：シニアコンサルタント以上のみが新規営業を担当(移行期のため一部コンサルタントも営業担当に移行)

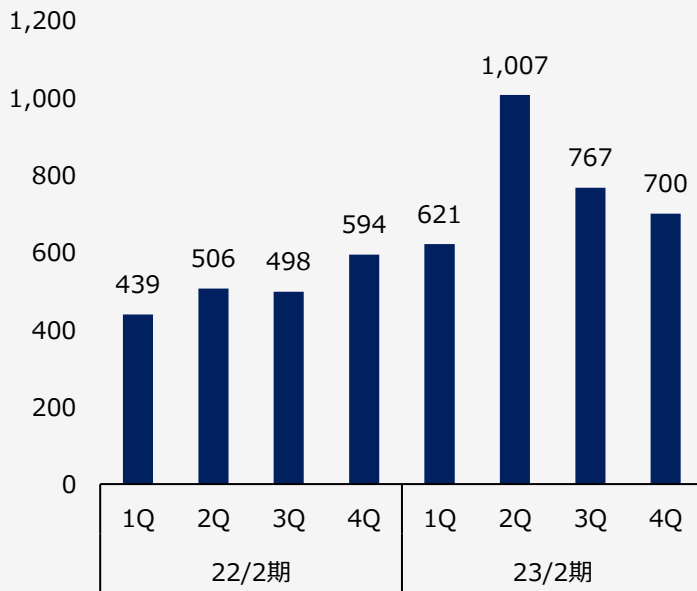
\*3 コンсалティング専任：コンサルタント以上がコンサルティングを実施

# 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※：広告宣伝費を抑制したため4Qは700件 (YoY+16.9%)で着地
- 年間新規アポイント獲得件数※ (目標)：目標3,000件に対し3,095件で着地しアポイント獲得目標達成
- 広告宣伝費を抑制したものの、アポイント獲得効率が向上 受注率の改善により受注金額の増加を目指す

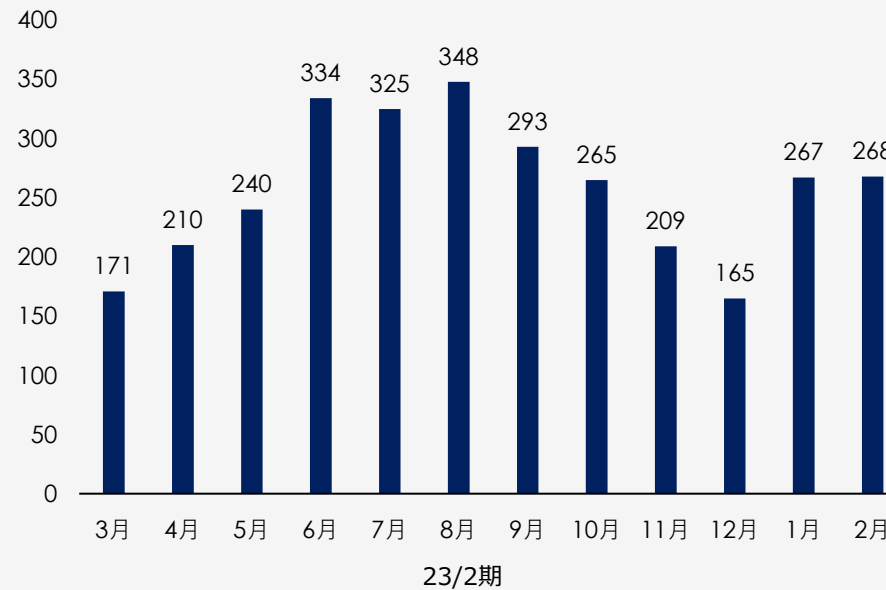
新規アポイント獲得件数 (四半期推移)

(単位：件)



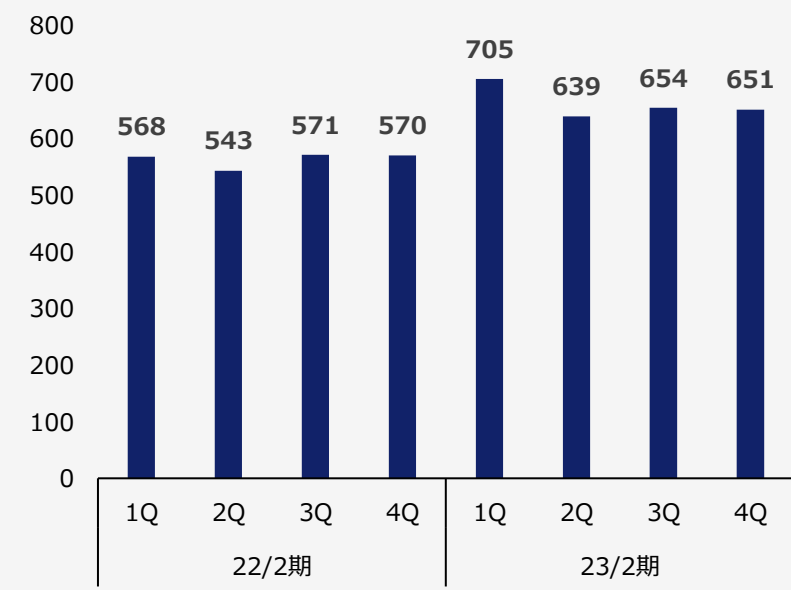
新規アポイント獲得件数 (月次推移)

(単位：件)



受注金額 (四半期推移)

(単位：百万円)

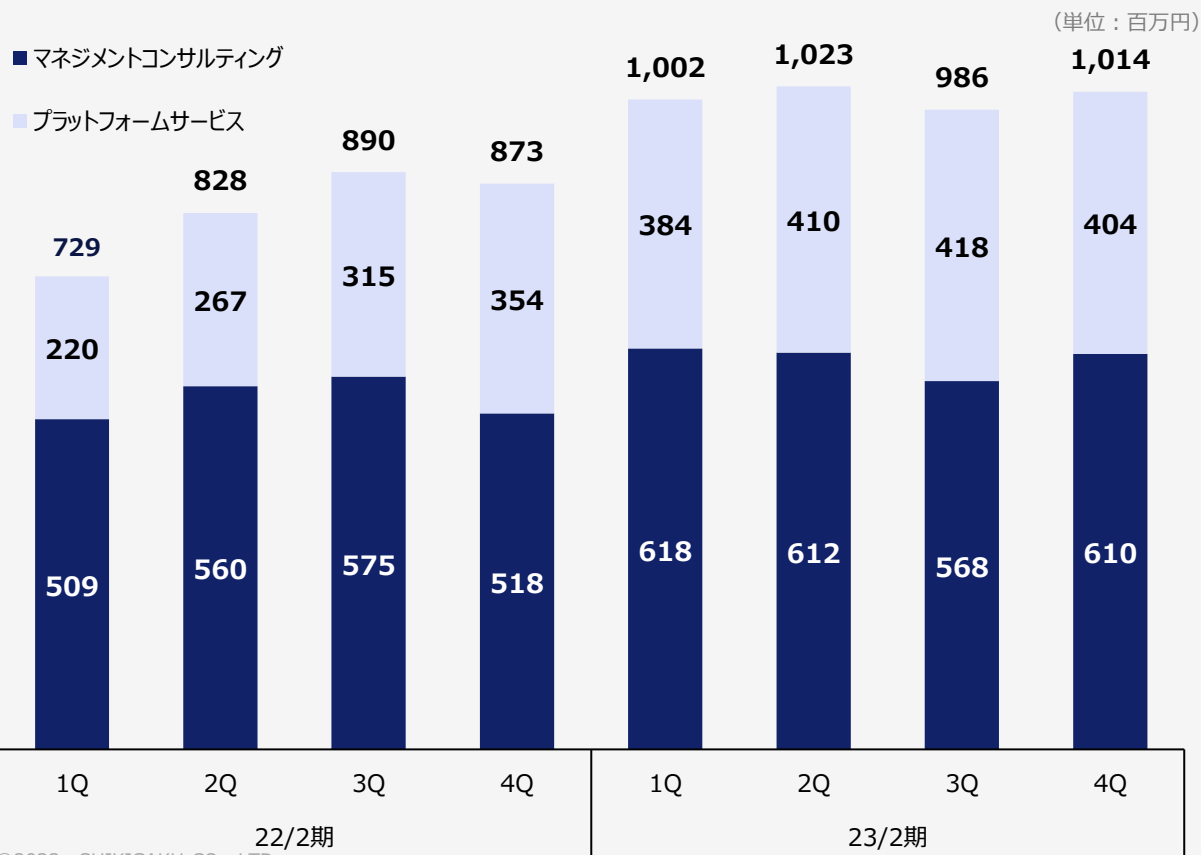


※ 新規アポイント獲得件数：見込顧客から当社への問い合わせ。当該問い合わせに対してインサイドセールスが架電した結果、提案機会を得た件数

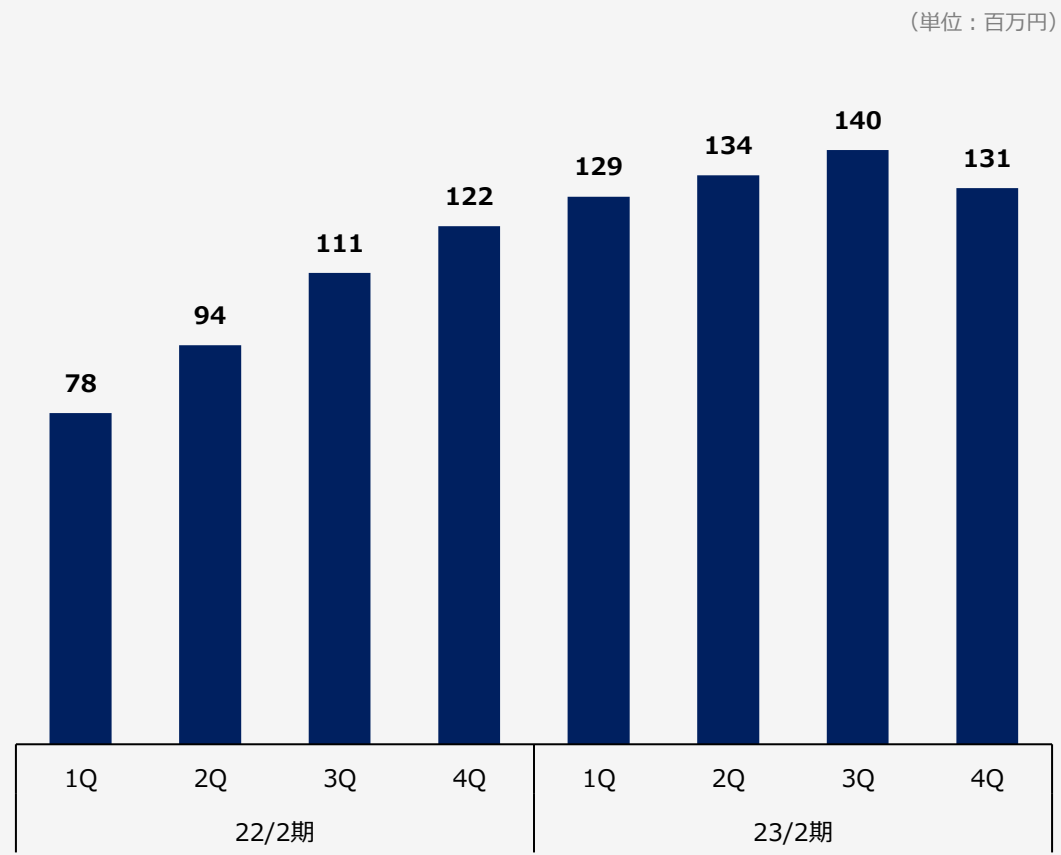
# 組織コンサルティング事業の売上高推移

- プラットフォームサービス月次売上高：新規契約社数獲得状況が改善せず、月次売上高が減少
- マネジメントコンサルティング売上高：大企業案件受注に伴いQoQで増加

組織コンサルティング事業 売上高推移



プラットフォームサービス 月次売上高推移



# 識学キャリア-業績ハイライト

- 識学キャリア年間累計売上高は**213百万円 (YoY+105.2%)** 4Q単体売上高は**63百万円 (YoY+39.7%)**
- 採用コンサル・採用フロー構築：需要拡大により売上が拡大
- 人材紹介：4Qは年末年始における選考プロセスの停滞、書類選考から1次面接へ通過率の低い

特定企業へ紹介が集中したことより内定数が減少

セグメント	サマリ	トピックス
人材紹介	求人登録者数※3：9,394人 (QoQ+5.0%) 紹介数※4：310社 (QoQ+56.6%) 求人案件数：592社 (QoQ+35.8%) 内定数：9件 (QoQ▲35.7%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>紹介数の向上に努めた結果1名当たり紹介数が大幅に増加 (1名当たりの紹介数 3Q：28.3件 → 4Q：51.7件)</li> </ul>
採用コンサル 識学式採用フロー構築	採用コンサル契約社数(4Q)：14社 (前四半期10社) フロー構築契約社数(4Q)：4社 (前四半期 5社)	<ul style="list-style-type: none"> <li>エージェント事業※5・採用コンサル事業※6の分業により、新規案件獲得に注力することができ、採用コンサル契約社数が4Q単体で14件と好調</li> </ul>
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 識学導入企業で働きたいニーズが拡大中	<ul style="list-style-type: none"> <li>4Qはマーケティング費用削減のため集客活動を一時停止</li> <li>契約企業数も着実に増加中</li> </ul>

※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)

※5 エージェント事業：人材紹介 (CA・RA) ※6 採用コンサル事業：採用代行・採用フロー構築などの企業へのサポート業務



## VCファンド事業-VCファンドの投資成果

- ・「識学」に基づく組織力に着目した独自性を持った1号ファンドの成功により「識学」の有用性が証明（累計リターン113.4%）
- ・2号ファンドは今期7社へ**投資実行**し今後は投資実行先支援にシフト
- ・翌四半期以降も投資先とのリレーション構築を継続し、EXITに向けた支援を実施する

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%
株式会社アイドマ・ホールディングス	35	250	34※2	792.5%
非上場企業6社※1	181	—	—	—
投資未実行	93	—	—	—
合計	341	352	34	113.4%

※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 2023年2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10社※3	356	—	—	—
投資未実行	354	—	—	—
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、株式会社レトリバ、ナノブリッジ・セミコンダクター株式会社、株式会社ブチジョブ、その他3社の投資金額の合計

# 目次

1 | 2023年2月期 通期決算概況

2 | 中期経営計画取り下げについて

3 | 2024年2月期 業績予想

# 中期経営計画の取り下げの背景と前提条件の変化

- 2023年2月期の結果を受け、中期経営計画にて想定した前提条件からの乖離が大きく、計画達成が困難と判断し中期経営計画を取り下げ
- 中長期で目指す方向性を実現するための事業戦略を見直し、2024年2月期の計画を策定

項目	中期経営計画(22/4/14公表)での前提	結果	前提の変化	24年2月期における方針
中長期の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>中長期で目指す姿：「識学」という<b>“独自のマーケット”</b>を確立する。</li> <li>そのためにも日本中の経営者・労働者、中小企業～大企業まで「識学」というものが正しく認知されている状態にする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>大企業からの受注が増加</b></li> <li>継続的に大企業での受注増加することで中長期の方向性を実現するべく、リソースを投下</li> </ul>	なし	<ul style="list-style-type: none"> <li>継続的に大企業獲得に向けてマーケティングコストを投資</li> </ul>
外部環境	<p>企業規模に関係なく組織運営に対する課題あり 書籍販売好調により需要環境はポジティブ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>書籍/YouTubeからの情報による「識学」の一般化により<b>「識学」を学ぶということに対してのニーズの減少</b></li> <li><b>顧客ニーズの変化へ対応できておらず、新規受注の伸び悩み</b></li> </ul>	あり	<ul style="list-style-type: none"> <li>「識学」を運用することによる組織改善を実現することに対して顧客ニーズがあると環境認識したうえで戦略を策定・実施</li> <li>顧客ニーズに対応するために「識学基本サービス」の品質の均一化、品質向上に注力</li> </ul>
事業戦略	<p>①広告宣伝費の大規模投資による継続的な売上成長の実現 ②講師の前倒し採用による体制強化 ③既存事業の成長に注力</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>投資対効果の低い<b>認知系広告への投資により受注拡大に至らず</b></li> <li>育成部門のリソース不足による<b>育成体制の脆弱性</b></li> <li>上記の要因による講師品質低下 + 新規受注の伸び悩み</li> </ul>	あり	<ul style="list-style-type: none"> <li>広告宣伝費は投資対効果が見込まれる獲得系広告のみに投資</li> <li>講師採用は10名～15名にとどめ、既存講師の生産性向上に注力する</li> </ul>

# 目次

1 | 2023年2月期 通期決算概況

2 | 中期経営計画取り下げについて

3 | 2024年2月期 業績予想

## 今後の方向性（再掲）

- 中長期で目指す姿：「識学」という**“独自のマーケット”**を確立する。
- そのためにも日本中の経営者・労働者、中小企業～大企業まで「識学」というものが正しく認知されている状態にする



### 過去（創業～IPO）

ベンチャーを中心に、  
経営者間の口コミ紹介で  
「識学」を広める

- IPOで社会的信用度を高める
- ベンチャー企業間での紹介による受注獲得を通じて「識学」を広める



### 現在（IPO～現在）

「識学」の有用性の証明を  
行うため事業を多角化

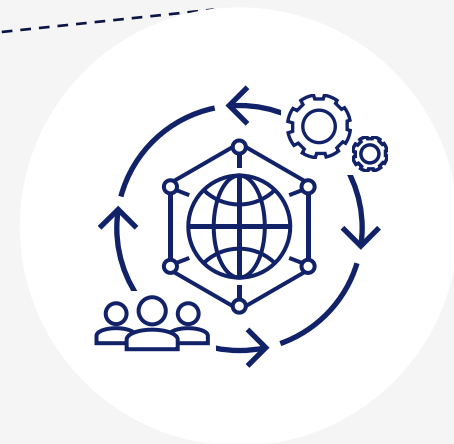
- 福島スポーツエンタテインメントの買収
- VCファンドの組成
- ハンズオン支援ファンドの組成



### 中長期

「識学」の考えに基づく働き方が  
スタンダードにすることによる  
日本の働き方の変革

- 大企業間での口コミによる受注
- すべての企業規模へ導入が促進



### 長期

「識学」という**“独自マーケット”**を構築  
“識学”経済圏の構築による  
高い参入障壁の構築

- コンサルティングという市場ではなく「識学」というコンテンツに紐づくビジネスを独自マーケットにて展開

# 当社グループの事業ポートフォリオ

- 長期ビジョンの達成に向けて、3つの事業の方向性を軸にして事業ポートフォリオを構築していく
- 2024年2月期については、現行のポートフォリオの成長と新規サービスである「識学M&A仲介」の立ち上げに注力する

## 事業の方向性

識学的組織で働く人を増やす

識学の有用性の証明

クライアント企業の経営強化支援

マネジメントコンサルティング・プラットフォームサービス

識学  
(既存サービス)

識学キャリア(人材紹介・採用コンサル)

識学キャリア(人材紹介・採用コンサル)

M&Aコンサルティング

識学  
(新規サービス)

識学M&A仲介

識学M&A仲介

識学転職

福島SE

スポーツエンタテインメント事業

識学ファンド

VCファンド事業

新生識学  
成長支援ファンド

ハンズオン支援ファンド事業

## 事業セグメントごとの戦略

- 各セグメントごとの戦略は下記のとおり
- 主力の組織コンサルティング事業は既存リソースの生産性の向上によるさらなる収益性の向上を目指す

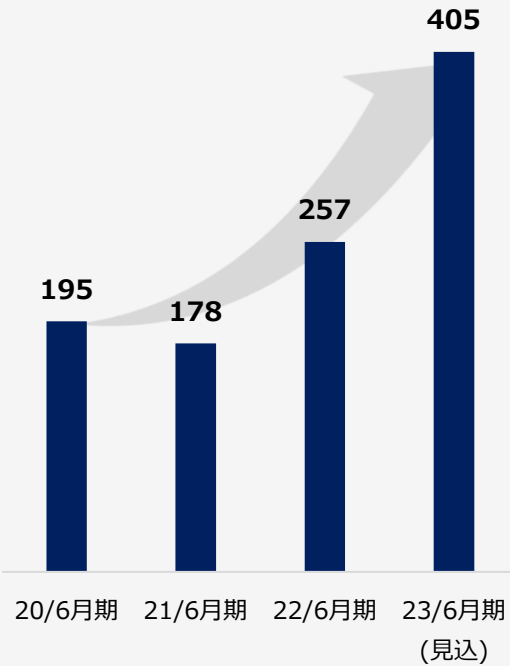
事業セグメント	注力ポイント	戦略
組織コンサルティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>講師一人当たりの生産性向上</li> <li>新規受注件数の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業とコンサルを分離し、「顧客サービスの一定化および向上を図る」</li> <li>営業とコンサルの分離により、新規営業に割ける工数を増やし、デモ数・提案数の増加による新規受注の増加を狙う</li> <li>投資対効果が不明な認知系広告（トレインジャックなど）は実施せず、アポイントメントの獲得が予見できるマーケティング活動へのみコストを投下</li> </ul>
ハンズオン支援 ファンド VCファンド	<ul style="list-style-type: none"> <li>出資先管理支援</li> <li>出資先とのリレーション構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>識学VCファンド(1号)：投資先のIPO支援</li> <li>識学VCファンド(2号)：ソーシング&amp;投資 + 投資先のIPO支援</li> <li>ハンズオン支援：ソーシング&amp;投資先の体制改善</li> </ul>
スポーツエンタテインメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポンサー受注額・件数拡大</li> <li>識学導入による経営改善の成功事例としての積極的なマーケティング活用(P23参照)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポンサー収入のさらなる拡大（獲得社数の増加／単価up）</li> <li>行政とのつながりを活用した受託事業のさらなる成長</li> <li>チームへの投資は引き続き実施</li> <li>新B1リーグ制度に向けたボンスアリーナの建設を実現するための行政との連携</li> </ul>



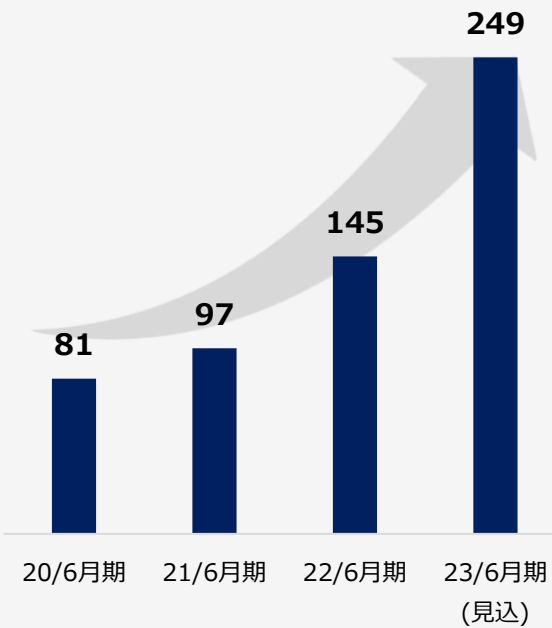
# スポーツエンタテインメント事業の戦略について-参入以降の振り返り

- 2020年4月にプロバスケットボールチームを運営する福島スポーツエンタテインメントを買収
- 講師を役員派遣し、事業基盤を強化するための投資を実行し経営改善を推進
- 事業拡大の指標となるスポンサー契約社数・スポンサー収入・平均入場者数は**過去最高水準に到達**

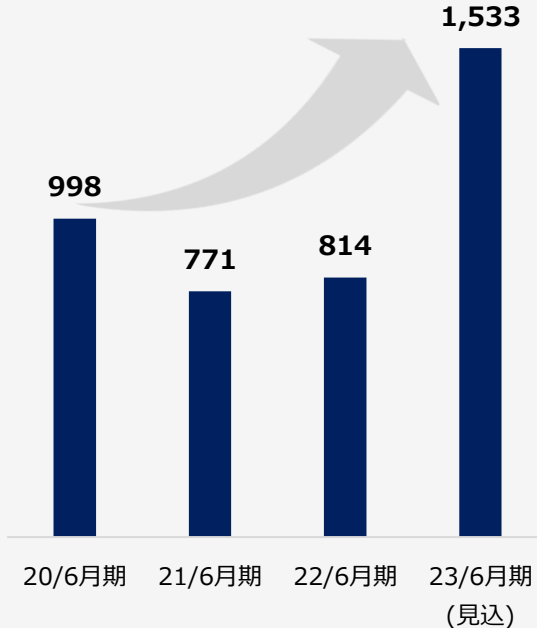
スポンサー契約社数



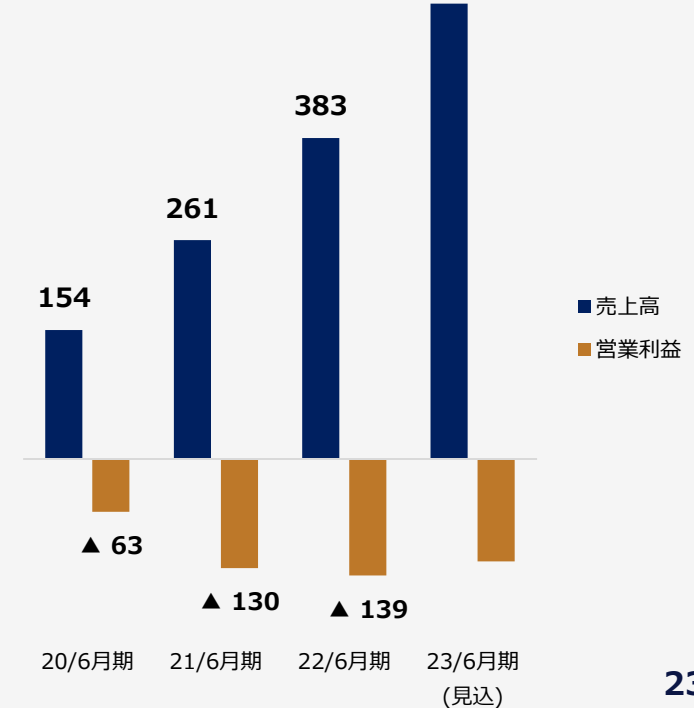
スポンサー収入 (百万円)



平均入場者数推移



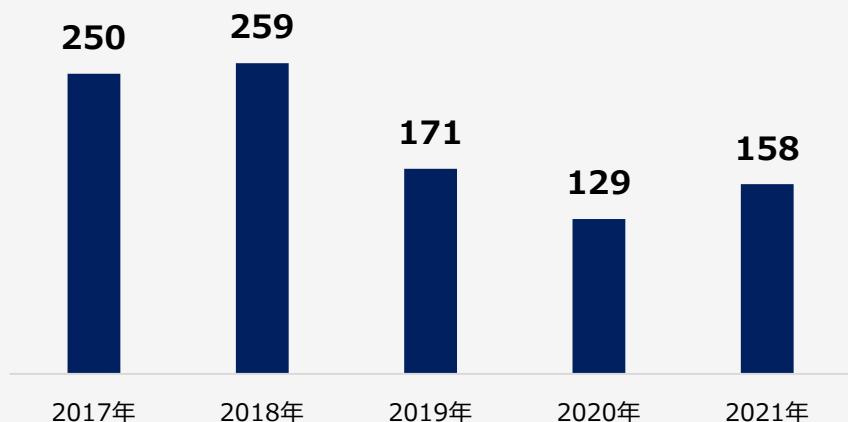
業績推移 (百万円)



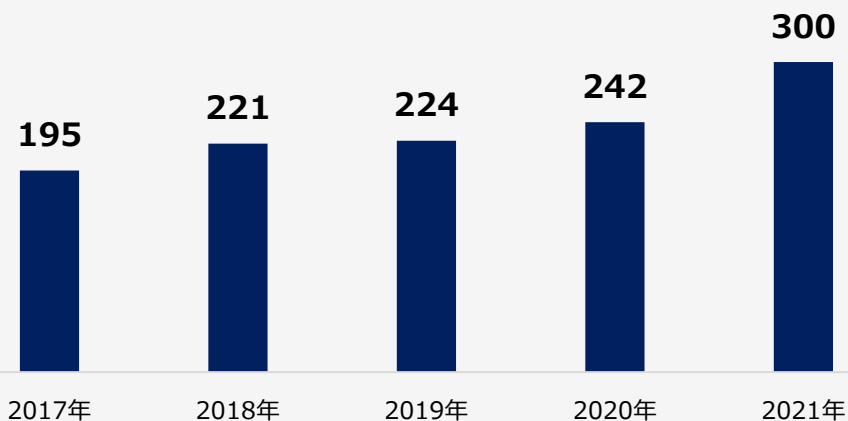
# スポーツエンタテインメント事業の戦略について-外部環境

- ・ 上場企業などの成長企業のリーグ参入が相次いでおり、リーグ全体の収益規模は年々拡大傾向にあり
- ・ 「クラブの経営力・事業規模」に応じて所属するリーグが決まる新リーグが2026年より開始される
- ・ 各クラブの競争が発生することで所属するBリーグの市場規模はさらに拡大すると見込む

## ■ Bリーグの入場者数 (単位：万人)



## ■ Bリーグのクラブ事業規模 (単位：億円)



## ■ 新リーグの要件

新 B 1
▶ 入場者数：4,000名
▶ 売上基準：12億円
▶ アリーナ基準：新設アリーナ基準充足 / 5,000席 など

新 B 2
▶ 入場者数：2,400名
▶ 売上基準：4億円
▶ アリーナ基準：現B1基準充足 / 3,000席 など

新 B 3
▶ 入場者数：-
▶ 売上基準：2億円
▶ アリーナ基準：現B2基準充足 / 3,000席 など

参照URL：<https://www.bleague.jp/new-bleague/regulation/>

# スポーツエンタテインメント事業の戦略について-今後の戦略

- 下記2点に注力し、売上高の増加だけでなくグループ全体への利益貢献ができる状態を構築する
- 2024年～2026年の間でスポーツエンタテインメント事業単体でのセグメント利益の黒字化を目指す

項目	参入による効果	今後の戦略	想定する業績への影響
マーケティング活動	①メディアからの取材・講演の依頼の増加 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 経済同友会での講演</li> <li>• Bリーグの社長向けへと「識学」の講演 etc</li> </ul> ②参入以降、福島県内での導入企業が増加 <b>(参入以前：5社 参入後（開示時点）：17社)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「識学」を導入することによる事業再生のモデルケースとしてマーケティング活動を積極的に実施し、新規受注増加につなげる</li> </ul>	2024年2月期からの新規受注増加
行政との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 行政（福島県・郡山市・楡葉町など）との連携により企業版ふるさと納税を活用した事業の構築</li> <li>• 県外からの寄付を財源として、地域に必要な事業を実施</li> <li>• 郡山市が保有する体育館を<b>Bリーグの新B1基準に適合するアリーナへと改修することが決定</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新アリーナの施設運営事業者となることが決定</li> <li>• これにより将来において下記のプラスインパクト</li> </ul> <b>①試合会場を利用するためのコスト低減</b> <b>②試合以外での施設利用による新たな収入源の獲得</b> <b>③収容人数増加によって試合での入場料収入の増加</b>	2025年2月期以降の売上・利益の増加

■新アリーナの概要 竣工：2024年(予定) 収容人数：5,000人(予定)

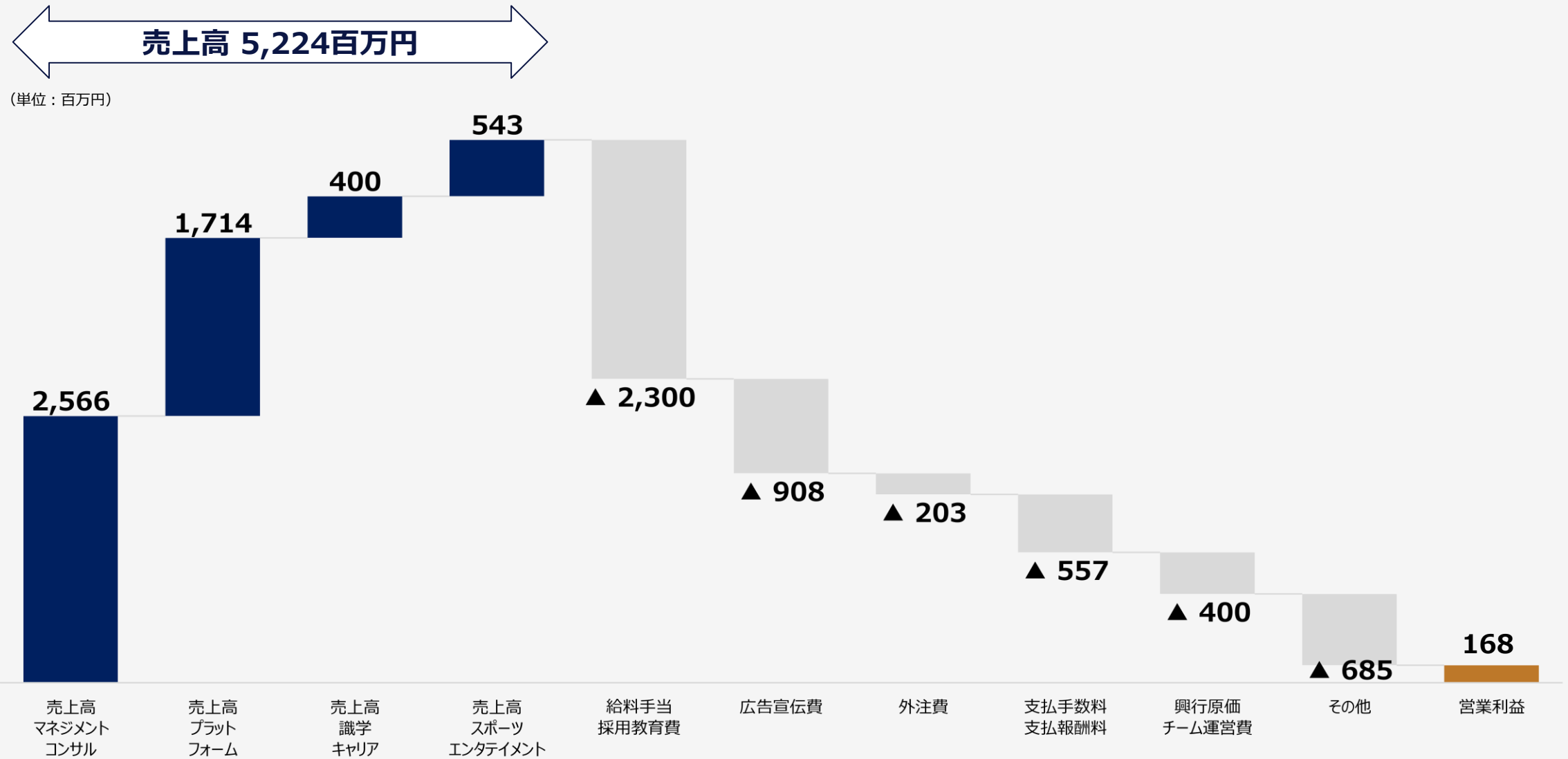


## 業績予想サマリー

- 2024年2月期はグループ全体として保守的に緩やかな成長率とする
- 人員の大量採用や効果が不明な先行投資は実施せず、既存のリソースでの生産性向上により売上高の拡大を行う方針

	23年2月期 (実績)	24年2月期 (計画)	前年同期比増減率	備考
<b>売上高</b>	<b>4,458</b>	<b>5,224</b>	<b>+17.2%</b>	
(組織コンサルティング事業)	(4,024)	(4,680)	+16.3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>講師数の増加に連動した売上増加</li> <li>生産性の向上については大きく加味せず保守的に策定</li> <li>過去2期の売上増加額をベースに算定</li> </ul> 福島県内でのスポンサー企業の獲得余地が大きく、前年以前と同様の売上増加は実現可能という仮定のもと策定
(スポーツエンタテインメント事業)	(420)	(543)	+29.3%	
(その他)	(13)	(-)	-	
<b>営業費用</b>	<b>4,515</b>	<b>5,055</b>	<b>+12.0%</b>	
(人件費/採用教費)	(2,090)	(2,256)	+7.9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンサルティングの専任担当を設置することによる生産性向上を考慮し、講師の採用は限定的</li> <li>売上増加に直接貢献する可能性の高い獲得系広告を中心に広告宣伝費を投下</li> <li>前期からの増加額約1.8億円は主に、M&amp;A仲介サービス、エンタープライズ企業の獲得へと投下</li> </ul>
(広告宣伝費)	(724)	(900)	+24.2%	
(チーム運営費/興行費用)	(339)	(401)	+18.3%	
(外注費)	(146)	(203)	+39.0%	
(その他)	(1,214)	(1,294)	+6.6%	
<b>営業利益</b>	<b>▲57</b>	<b>168</b>	-	
<b>経常利益</b>	<b>▲73</b>	<b>157</b>	-	
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>▲252</b>	<b>35</b>	-	
<b>講師数</b>	<b>85名</b>	<b>98名</b>	<b>+15.3%</b>	

# 2024年2月期の利益構造





# 財務戦略

- 基本的には営業キャッシュ・フローとデットファイナンスによる調達で資金を確保する方針

## 投資原資の調達方針

### 営業キャッシュ・フロー

利益成長による営業キャッシュ・フローの創出

### 有利子負債

目標とするD/Eレシオの基準を満たすかどうか、資本コストより割安な金利で調達可能かという基準で検討を実施  
上記基準を満たす場合において、投資に応じて有利子負債による調達を実施

### エクイティによる調達

株価水準やマーケット環境、財務状況等を総合的に判断のうえ、投資実行によるEPSの向上を前提に資本業務提携・資本調達も選択肢として検討

## 資本配分の方針

投資領域	重点投資	期待リターン
組織コンサルティング事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>講師の採用・育成</li> <li>広告宣伝費への投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営の柱として盤石なキャッシュの創出</li> </ul>
ハンズオン支援ファンド事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>講師の役員派遣によるハンズオン支援のためのマジョリティ投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EXITによるレバレッジの効いた利益の創出</li> </ul>
スポーツエンタテインメント事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業人員の採用</li> <li>行政との連携強化のための人員採用</li> <li>チーム運営費への投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポンサー収入の増加</li> <li>企業版ふるさと納税の受託事業</li> <li>B1リーグ昇格による知名度向上</li> </ul>
VCファンド投資	<ul style="list-style-type: none"> <li>「組織力」の強化による成長が見込まれる企業への投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EXITによるレバレッジの効いた利益の創出</li> </ul>
株主還元	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年2月期は無配。事業成長の投資にキャッシュを活用</li> <li>2024年2月期の<b>当期純利益を超える場合には、必要運転資金や自己株式取得・特別配当・事業投資への再投資</b></li> </ul>	

## ティーケーピーとの資本業務提携について

- 2023年1月にティーケーピー社との資本業務提携契約を締結
- 2024年2月期の業績予想において資本業務提携による効果は織り込まず

提携内容	提携内容	現在の進捗
販売提携	<ul style="list-style-type: none"> <li>①TKPの施設を利用した小規模～大規模研修サービスの共同開発</li> <li>②①の認知に向けたマーケティング活動</li> <li>③「リーダーの仮面」をもとにした管理職向けに対するトレーニングの拡販を企図した営業活動</li> </ul>	①の販売に向けてティーケーピーの営業部隊へ「識学」トレーニングを実施中
ファンド事業における提携	当社グループが有するハンズオン支援ファンド・VC ファンド事業におけるノウハウ・リソース提供	当社のファンド組成・運営に関するノウハウの提供と双方の強みを生かした取り組みを検討中



# 免責事項

## 将来見通しに関する注意事項

- 本資料に含まれている将来の見通しに関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報を基にした判断及び仮定に基づいて作成されたものであり、その正確性を保証するものではありません。また、本資料には独立した公認会計士または監査法人による監査を受けていない財務数値が含まれています。
- 実際の業績は、これらの判断及び仮定に含まれる様々な不確定要素、リスク要因の変更や経済環境の変動などにより、見通しと大きく異なる可能性がありますことをご了承ください。
- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本国内外を問わず、有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘又はこれに類する行為を目的としたものではありません。

- お問い合わせ  
[ir@shikigaku.com](mailto:ir@shikigaku.com)