



2025年6月23日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 P O P E R  
代 表 者 名 代 表 取 締 役 栗 原 慎 吾  
(コード：5134 東証グロース)  
問 合 せ 先 取 締 役 C F O 姚 志 鵬  
(TEL. 03-6265-0951)

## 個人投資家向けIRオンラインセミナー実施および 質疑応答要旨の公開のお知らせ

株式会社POPER（本社：東京都中央区、代表取締役：栗原慎吾、証券コード：5134）は、2025年6月17日（火）19:00より、株式会社プロネクサス主催の個人投資家向けIRオンラインセミナーに出演いたしましたので、以下のとおりご報告いたします。

本セミナーでは、当社の事業概要、成長戦略、今後の展望などについて代表取締役よりご説明し、多くの個人投資家の皆さまから活発なご質問をいただきました。

当日は「コエキク」メンバー限定でライブ配信されましたが、より多くの皆さまに当社の取り組みをご理解いただくため、セミナーのアーカイブ動画を2025年7月上旬～中旬頃に、株式会社プロネクサス様のYouTubeチャンネルにて公開予定です。

また、投資家の皆さまとの対話を重視する姿勢の一環として、セミナー当日および事前いただいたご質問への回答に加え、時間の都合上当日回答できなかったご質問についても、要旨をまとめて本リリースにて公開いたします。

なお、掲載の質疑応答は、セミナー中の発言をそのまま書き起こしたのではなく、より分かりやすくお伝えするために一部加筆修正を行っております。あらかじめご了承ください。

### ■会社概要

---

- 【 企 業 名 】 株式会社POPER (<https://popper.co/>)
- 【 証券コード 】 5134（東京証券取引所グロース市場）
- 【 代 表 者 名 】 代表取締役 栗原 慎吾
- 【 所 在 地 】 東京都中央区日本橋茅場町一丁目13番21号

## 【IRセミナー 質疑応答・事前質問への回答（要旨）】

### ■会社概要

質問1 会社名の由来を教えてください。

回答1 弊社の社名「POPER」は、科学哲学者のカール・ポパー（Karl Popper）氏の思想に深く根ざしております。ポパー氏は「科学とは、間違いである可能性（反証可能性）を持つもの」と唱え、既存の理論が反証され、より真実に近い新たな理論が生まれるプロセスこそが科学の発展であると説きました。この哲学は、まさに弊社のビジネスの核となる考え方です。私たちは、現状の「正しい」とされる仮説や成功体験に決して固執せず、常に間違いや改善点を受け入れ、そこから学び、新たな仮説を立て、果敢に挑戦し続けることを最も重視しております。

新しいサービスやプロダクト開発においても、私たちは仮説を立て、実行し、もし期待とおりの結果でなくても、それを失敗とは捉えません。むしろ「反証された仮説」として真摯に受け止め、そこから得られた貴重な学びを次のより良い仮説へと繋げております。

「POPER」という社名には、カール・ポパー氏の哲学のように、現状に満足せず、常に自らを疑い、反証を受け入れ、それによって持続的な成長に近づいていこうとする弊社の強い決意と、飽くなき探求心が込められております。この揺るぎない考え方こそが、弊社の事業成長の原動力となり、投資家の皆さまへの価値提供に繋がると確信しております。

質問2 貴社のサービスをはじめて知りました。会社設立にあたり、どのようなきっかけで貴社サービスを提供しようと思ったのか教えてください。

回答2 創業者の栗原はもともと、小さな補習塾を運営しておりました。そこでは、進学校を目指すというよりも、一人ひとりの子どもが「自分なりのベスト」を目指すことを大切にしておりました。

その中で強く感じたのは、「教育の本質は、教えること以上に、生徒に寄り添い、変化を促すこと」だということです。しかし現実には、請求業務や報告書作成などの煩雑な事務作業が、先生の時間と心の余裕を奪い、生徒と向き合う時間を圧迫しておりました。

この課題を解決するために立ち上げたのが、教育機関向け業務支援サービス

「Comiru」です。ITの力でバックオフィス業務を効率化し、先生が本来の役割である「子どもに寄り添うこと」に集中できる環境を整えることを目指しました。

リリース以降、全国5,000以上の教室に導入され、先生方からは「生徒と向き合う時間が増えた」「教育のやりがいを再認識できた」といった声を多数いただいております。また、保護者からも「子どもの成長をより実感できるようになった」との反響が寄せられております。

「Comiru」という名前には、「Co＝一緒に」と「子ども（子）」を掛け合わせ、教育現場と家庭が一体となって子どもを見守るという想いを込めました。

私たちは、教育に関わるすべての人の心と関係性を豊かにすることを目指し、今後もサービスを進化させてまいります。

質問3 資本金はどれぐらいですか？

回答3 2025年5月末時点の資本金は2億78百万円です。

質問4 従業員数はどれぐらいですか？

回答4 2025年5月末時点の従業員数は82名（うちアルバイト1名）です。

## ■事業内容

質問5      どんな事をしている会社ですか。詳しい事業内容を教えてください。

回答5      弊社は、「『教える』をなめらかに～みんなの“かわる”に寄り添う～」というミッションのもと、教育現場のデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進するSaaS企業です。創業者の栗原が個人塾を経営していた際に直面したのは、請求書作成や授業振替、面談調整といった煩雑な業務が、教師の本質的な役割である「教えること」を阻害しているという現実でした。この課題を解決すべく開発されたのが、弊社の主力サービスであるSaaS型業務管理プラットフォーム「Comiru」です。

「Comiru」は、教育現場における業務の効率化と、教師・生徒・保護者の関係性の質的向上を同時に実現する統合型プラットフォームです。保護者とのコミュニケーションをアプリやLINE連携で円滑にし、指導報告や入退室管理を自動化することで、現場の負担を大幅に軽減します。また、請求書の自動作成やオンライン決済、成績・進捗管理、データ分析といった機能を通じて、運営の生産性を高めております。導入教室数は全国5,000を超え、学習塾向けクラウド型業務管理システムとして国内No.1（デロイトトーマツミック経済研究所株式会社「ミックITレポート2021年2月号 高成長続くクラウド型学習塾向け業務管理システムの市場動向」）の実績を誇ります。

さらに、「Comiru」を軸に、オンライン授業支援の「Comiru生成AIr」、講師の労務管理に特化した「ComiruHR」、2024年に承継した「BIT CAMPUS」など、教育現場の多様なニーズに応えるサービス群を展開しております。当期リリースした教育業界で最安値水準の決済手数料を目指す「ComiruPay」は順調に拡大しており、大手教育機関向けには、開発コストと納期を大幅に抑えた基幹システム「ComiruERP」の導入提案を通じて、より大規模な教育現場のDX推進も支援しております。

弊社は、教育現場の課題解決に深く根ざしたプロダクトと持続可能なビジネスモデルで、高い成長性を追求しております。

質問6      どのくらいの規模の学習塾を想定されていますか？

回答6      弊社は、小規模な個人塾から全国展開する大手学習塾まで、規模を問わず幅広い教育機関を対象としております。弊社の主力サービスである学習塾向けSaaS型業務管理プラットフォーム「Comiru」は、機能の柔軟性と拡張性により、多様なニーズに対応可能です。

小規模塾には、煩雑な事務作業の効率化や保護者コミュニケーションの改善を通じて、「教える」ことに集中できる環境を提供し、運営の負担を軽減します。一方、大手塾には、複雑な組織体制や多数の生徒・保護者に対応できるよう、高度なカスタマイズ開発や基幹システム連携を可能にする「ComiruERP」を提供しております。これにより、全校舎での一元的なデータ管理や、経営層の意思決定を支援する詳細な分析機能などを実現し、より戦略的な塾運営をサポートします。

さらに、「Comiru」で培ったノウハウとシステムは、学習塾だけでなく、英会話、プログラミング、スポーツ、習字、音楽教室といった多様な習い事領域でも活用されており、その汎用性の高さが強みです。弊社は、あらゆる教育現場のDXを推進し、持続的な成長を支援しております。

質問7 主たる取引先は、どのようなところになりますか？

回答7 弊社の主要な取引先は、ウィルウェイホールディングス様、学究社様、駿河台学園様です。2025年10月期第2四半期時点では、この3社で全売上高の約15%を占めております。

これらの大手教育機関との取引は、単に売上を構成するだけでなく、弊社サービスの「ComiruERP」をはじめとする大規模なDX推進ソリューションに対する高い評価と信頼の証と考えております。大手顧客の課題解決を通じて得られるフィードバックや知見は、プロダクトの機能強化やサービスの品質向上に直結し、結果として中小規模の教育機関への提供価値向上にも寄与しております。

特定の取引先への依存度を抑えつつ、このような業界を牽引する大手企業との協業を深めることで、弊社の市場におけるプレゼンスと技術力をさらに強化し、持続的な成長を実現してまいります。

質問8 予備校の生徒が間接的な顧客になると思うが、その顧客をどのように分析をしていますか？（生徒の集客管理等のERPの効率化等も検討されているか）

回答8 弊社は、学習塾や習い事教室の生徒・保護者様を重要なエンドユーザーと捉え、その分析と、顧客獲得に向けた集客管理の効率化を支援しております。

「Comiru」には、「見込顧客管理機能」が搭載されております。この機能を通じて、学習塾は問い合わせ段階から入塾・入会に至るまでの見込み顧客情報を一元管理し、顧客獲得プロセスを可視化できます。また、各見込み顧客の状況や次に取るべきアクションを明確にし、営業活動の抜け漏れを防ぎます。さらに、顧客満足度を高め、それを新規顧客の獲得に繋げるための口コミ収集・掲載をサポートし、オンラインからの申し込みをスムーズにするWeb申し込みフォームの設置も可能です。

これらの機能を通じて、弊社は塾や習い事教室の集客業務を効率化し、データに基づいた戦略的な顧客獲得を支援しております。生徒・保護者に関する詳細なデータは「Comiru」内に蓄積され、学習塾側で分析・活用されることで、より効果的な指導やサービス提供に繋がっております。

このように、弊社は単なる業務効率化に留まらず、エンドユーザーである生徒・保護者の獲得から定着までを支援することで、学習塾や習い事教室の持続的な成長に貢献しております。

質問9 市場における現在のシェアとシステム未導入の学習塾の数は？

回答9 弊社の市場シェアは、2025年1月30日公開の「[事業計画及び成長可能性に関する事項](#)」38ページに詳細を記載しております。現在のマーケットシェアは、大手学習塾で8.5%、中堅学習塾で10.9%、そして個人塾で4.5%となっております。弊社は中長期的に、これら各規模でのシェアを25%まで拡大することを目標としております。

なお、クラウド型学習塾向け業務管理システムの市場動向に関するデロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社の2021年2月の調査によると、クラウド型システムの稼働教室数は当時20%を超えていました。その中で、弊社は2020年暦年において25%超のベンダーシェアで首位を獲得しております。この調査以降の最新データはありませんが、全国の学習塾数が大きく変動していないこと、「Comiru」の導入企業数および利用生徒数が増加していることを踏まえると、弊社の市場におけるリーダーシップは維持されていると考えております。

少子化による生徒数の減少傾向はあるものの、一人当たりの教育費は増加傾向にあり、教育市場全体は緩やかに拡大しております。特に、中堅・個人塾においては、いまだ多くの教育機関がExcelやAccessといった既存の方法で業務管理を行っており、システム未導入の潜在市場が大きく残されております。これは、IT投資への資金やリソースの余裕が少ないことが主な理由です。

弊社は、これらの未導入の学習塾に対して、費用対効果の高い「Comiru」を提供することで、DX推進を加速し、市場シェアのさらなる拡大を目指します。この大きな未開拓市場へのアプローチは、弊社の持続的な成長ドライバーとなると確信しております。

質問10 規模確保に特徴ありますか？

回答10 弊社が市場で規模を拡大し、リーダーシップを確立しているのは、独自の戦略と強みがあるからであると考えております。

第一に、「Comiru」は、小規模な個人塾から大手学習塾、そして多様な習い事領域まで、幅広い教育機関のニーズに対応できる汎用性の高さが特徴です。これは、個別最適化された機能と、大規模な組織にも対応可能な「ComiruERP」のような拡張性の高いソリューションを両軸で展開することで実現しております。

第二に、顧客獲得における戦略的なアプローチです。未だ多くの教育機関がITシステムを導入していない市場に対し、費用対効果の高い「Comiru」を積極的に提案することで、着実に顧客基盤を拡大しております。同時に、業界を牽引する大手教育機関との協業を通じて、より高度なDXニーズに応えることで、弊社の技術力と市場におけるプレゼンスを一層強化しております。

第三に、顧客の声に真摯に耳を傾け、プロダクトの継続的な改善と機能拡張に繋がっている点です。弊社代表が個人塾経営で得た現場の課題感を出発点としているため、ユーザー視点での開発が徹底されており、それが「Comiru」が高い顧客満足度を維持している要因となっております。

これらの特徴を通じて、弊社は単に導入数を増やすだけでなく、あらゆる規模の教育現場のデジタルトランスフォーメーションを包括的に支援することで、持続的かつ強固な成長を実現しております。

質問11 他社との差別化戦略について。他者にはない強みの自負のある所を知りたいです。

回答11 弊社の最大の強みは、その圧倒的な機能の多さと、それを支える迅速な開発体制にあります。弊社は業務委託を含め70名規模の優秀なエンジニアを擁し、アジャイル開発手法により約2週間という短期間でシステム改修や機能追加を行っております。これにより、他社よりもコストを抑えつつ、お客様の要望にスピーディーに応え、常に進化するサービスを提供できております。この開発スピードと多機能性は、競合他社にはない大きな優位性であると自負しております。

加えて、元学校教師や塾講師など、教育現場の深い理解を持つカスタマーサクセスチームが弊社のもう一つの強みです。メンバーは単なるサポートに留まらず、顧客の潜在的なニーズを引き出し、導入後の手厚いアフターフォローを通じて、高い顧客満足度を実現しております。教育現場の「生の声」を吸い上げ、それを開発にフィードバックする循環が、弊社のプロダクトを他社には真似できないものにしております。

競合各社もそれぞれの強みを活かして市場で展開しておりますが、弊社はこれらの卓越した開発力と顧客密着型サポートを両輪とすることで、継続的な成長と市場シェアの拡大を目指します。私たちは、革新的なサービス提供を通じて、投資家の皆さまの期待に応えられるよう、全力を尽くしてまいります。

質問12 ものすごい勢いで株価が上昇しています。また主要株主も強力で特異なラインナップです。そこで当社の独自性や強みについて教えてください。

回答12 弊社の独自性や強みについては、先ほどのご回答と重複しますが、改めて弊社の独自性についてご説明いたします。

弊社の独自性は、単に多機能なシステムを提供するだけでなく、教育現場のリアルな課題に深く根ざしたプロダクト開発と、それを持続的に進化させる体制にあります。弊社代表が自ら塾経営で直面した課題から生まれた「Comiru」は、机上の空論ではない、現場が本当に必要とする機能を追求し続けております。

さらに、教育現場のバックグラウンドを持つカスタマーサクセスチームが、顧客の潜在的なニーズまでを深く理解し、プロダクトへのフィードバックループを形成している点も、弊社の大きな独自性です。これにより、私たちは常に市場の変化や顧客の要望を捉え、他社には真似できないスピードと質でサービスを最適化できております。

このような現場主義と継続的な進化を可能にする開発・サポート体制こそが、弊社の最も強力な独自性であり、持続的な成長を支える基盤となっております。

質問13 ベンチマーク企業について教えてください。

回答13 弊社がベンチマークしているバーティカルSaaS企業は、カナミックネットワーク様、スパイダープラス様、そしてサインド様です。

これらの企業は、特定の業界に特化したSaaSソリューションで高い市場シェアと成長性を実現しております。私たちは、各社の成功要因、例えば深い業務理解に基づくプロダクト開発、効率的な顧客獲得戦略、顧客生涯価値（LTV）向上施策などを分析し、弊社の教育SaaS事業に応用しております。これにより、弊社は教育機関に特化したSaaS企業として、持続的な成長と高い市場競争力を追求してまいります。

質問14 Comiru導入で問い合わせが3倍になった具体的手法について教えてください。

回答14 「Comiru」導入塾における問い合わせ3倍増の事例は、「Comiru」の見込顧客管理機能と保護者コミュニケーション機能の戦略的活用によるものであると考えております。

学習塾は「Comiru」で顧客情報を効率的にデータベース化し、Web申し込みフォームからのリードに対し、迅速な情報提供や体験授業案内が可能になります。これにより、機会損失を減らし、次のアクションへの移行率を高めました。

さらに、「Comiru」アプリやLINE連携を用いた指導報告や入退室管理で保護者満足度が向上し、その高い評価が口コミとして新規顧客獲得に貢献しております。

「Comiru」は口コミ収集・掲載も支援するため、学習塾はポジティブな評判を効果的に集客に繋げられたものと考えております。

このように「Comiru」は、単なる業務効率化に留まらず、見込み顧客の獲得から育成、既存顧客からの紹介へと繋がるマーケティング・セールスプロセスを強化し、学習塾の問い合わせ数増加と持続的な成長に貢献しております。

質問15 Comirupay単独での営業活動は行なっているのでしょうか？

回答15 「ComiruPay」は単独での営業活動は行わず、既存の「Comiru」をご利用いただいているお客様へのアプローチを最重要戦略としております。

この戦略は、単なる効率化に留まりません。お客様は既に弊社のサービス価値を理解しているため、「ComiruPay」導入へのハードルが低く、迅速な普及に繋がっております。具体的には、「Comiru」サービス画面での告知や、カスタマーサクセスチームからの個別案内を通じて、「ComiruPay」が決済業務の効率化や利便性向上にどう貢献するかを明確に伝えております。

既存顧客からのフィードバックは、「ComiruPay」の継続的な改善に不可欠であり、これがサービスの質を向上させ、将来の強固な成長基盤を築きます。この「既存顧客基盤への集中」と「改善サイクルの確立」こそが、「ComiruPay」の持続的な成長と企業価値向上に貢献すると確信しております。

質問16 チャーンレート（解約割合）は低く抑えられているが、それでもやめていく会社はなぜやめていくと分析していますか？

回答16 チャーンレートが低く抑えられている中で解約に至るケースの多くは、お客様の廃業や統廃合が主な要因であると分析しております。これらは外部環境に起因するものであり、弊社のサービス品質や価格競争力に直接関係するものではありません。

一部のお客様が価格面を理由に他社サービスへ移行されるケースもごしております。上場企業として情報が公開されているため、競合他社から価格面で比較されやすいという側面は認識しております。しかし、弊社は単なる価格競争に陥るのではなく、「Comiru」の圧倒的な機能の多さ、迅速な開発体制、そして教育現場を深く理解したカスタマーサクセスによる手厚いサポートという、価格だけでは測れない本質的な価値提供に注力しております。

私たちは、これらの強みを通じてお客様の業務効率化と生徒・保護者の満足度向上に貢献することで、価格以上の価値を感じていただき、長期的な顧客関係を構築しております。今後も、お客様にとって不可欠なプラットフォームであり続けることで、チャーンレートを低く維持し、持続的な成長を実現してまいります。

質問17 未導入学習塾への営業アプローチについてどうしているか教えてください。

回答17 弊社は、未導入の学習塾への営業アプローチにおいて、効率性と拡張性を重視した戦略を採用しております。既存顧客の9割以上を直販で獲得しており、その中心は、マーケティング活動による問い合わせを起点とする反響営業です。一部の大手学習塾に対しては直接的なアプローチも行っておりますが、基本的にはこのモデルで顧客数を拡大しております。

具体的には、リスティング広告やSNS広告、自社制作の冊子やオウンドメディアを通じた情報発信、自社セミナーの開催、業界専門誌への寄稿など、多様なチャンネルを通じて見込み顧客との接点を拡充しております。この戦略により、人海戦術のような大幅な人員増を伴うことなく顧客獲得が可能であるため、売上拡大に伴うコストの急増を抑制し、高い収益性を維持できると見込んでおります。

この効率的なマーケティングと反響営業の組み合わせが、弊社が未開拓市場を攻略し、持続的な成長を実現する上で重要なドライバーとなっております。

質問18 学習塾以外に営業をかけておられますか。

回答18 学習塾以外の習い事領域へのアプローチについて、弊社は一般的な「営業活動」とは異なる戦略で市場を拡大しております。直接的な人海戦術での営業は行わず、業界紙への寄稿やオンラインでの情報発信を通じて、潜在顧客への認知度向上を図っております。

特に効果的なのが、既存の学習塾顧客からの口コミや紹介です。「Comiru」の導入によって業務効率化や顧客満足度向上を実感された学習塾のお客様が、その成功体験を英会話、プログラミング、スポーツ、習字、音楽教室といった習い事領域の知人に伝えることで、新たな導入へと繋がっております。

これは、弊社のサービスが学習塾だけでなく、幅広い教育現場に通用する汎用性の高い価値を提供できている証左であると捉えております。口コミによる拡大は、営業コストを抑制しながらも質の高いリードを獲得できるため、非常に効率的かつ持続可能な成長モデルであると認識しております。今後も、既存顧客からの信頼を深めることで、教育市場全体でのプレゼンスをさらに高めてまいります。

質問19 大手塾への事業の売り込みはどのようになっているか教えてください。

回答19 大手学習塾への事業展開は、戦略的なリード獲得から関係構築へと繋がるプロセスを重視しております。主要な接点の一つが、毎年東京ビッグサイトで開催される「EDIX（教育総合展）」のような、教育関係者向けの日本最大級の展示会です。

「EDIX」のような場では、多くの大手教育機関の担当者様と直接お会いし、弊社の「Comiru」が、彼らが直面する大規模な組織特有の課題解決にどのように貢献できるかを具体的に提案します。特に、開発コストと納期を大幅に抑えた基幹システム「ComiruERP」の導入提案は、大手学習塾の複雑なシステムニーズに応えるソリューションとして非常に有効です。

展示会での初期接点から、個別訪問、詳細なヒアリング、そしてカスタマイズ提案へと進むことで、経営層やIT責任者との信頼関係を構築し、意思決定プロセスに深く関与できる体制を整えています。さらに、上場後は企業としての信頼性が高まり、従来は弊社からのアプローチが中心だったものが、現在では大手塾側からの問い合わせや相談が増加しており、案件獲得の効率性も向上しています。

このような複合的かつ戦略的なアプローチにより、高単価かつ継続性の高い案件の獲得に成功しており、弊社の収益基盤の強化とともに、教育業界におけるプレゼンスの向上にも大きく寄与しています。今後も、教育現場のニーズに即したプロダクト開発と、業界との信頼関係を軸に、持続的な成長を目指してまいります。

質問20 直近の財務状況見ると、収益性や利益率の動向が気になります。特に、主要な収益源とコスト構造の改善に向けた取り組みについて、どのような施策を実施しているのか教えてください。

回答20 弊社の収益性は、顧客基盤の拡大とARPU（顧客単価）の最大化という二軸を追求することで、力強い成長を実現しております。収益の9割以上がストック収益であり、これは主力SaaS事業「Comiru」と「BIT CAMPUS」が月額課金型のサブスクリプションモデルであることに起因します。

直近の第2四半期決算に見られる飛躍的な収益性向上は、偶然ではなく、この安定的なストック収益の着実な積み重ねと、顧客基盤の堅実な拡大によるものです。もちろん、事業規模がまだ大きくない段階で大手学習塾の解約リスクなど注意を払うべき点もありますが、顧客満足度の向上とサービス強化を通じて解約率の低減に努めております。この強固なサブスクリプション収益基盤を軸に、成長戦略を着実に実行することで、第3四半期以降も継続的な成長を目指せると考えております。

コスト構造の改善に向けた取り組みとしては、開発業務の効率化、費用対効果を重視したマーケティング施策の徹底、人件費や業務委託費の最適な管理など、費用構造の徹底的な見直しを実施しました。これらの施策が奏功し、コスト効率が大きく改善し、収益性が飛躍的に向上したと分析しております。

質問21 現在の事業運営における最大のリスクは何だとお考えですか？また、そのリスクに対する具体的な管理策や、事業の持続可能性を確保するための取り組みについて教えてください。

回答21 現在、弊社の収益の大部分が「Comiru」サービスに依存している点が、事業運営における最大のリスクであると認識しております。このリスクに対し、弊社は既存サービスの継続的な伸長と、多角的な新規事業展開を両輪で推進することで対応しております。

具体的には、大手学習塾向けの「ComiruERP」や「ComiruPRO」導入と基幹システムの有償開発パッケージ強化、請求・決済の「ComiruPay」の販売強化、そして「Comiru生成AIr」や「ComiruHR」の販売強化を進めております。加えて、デジタル教材や授業・学習支援ツール等の教育コンテンツを提供する事業者との連携を通じて、教育事業者全体の企業価値最大化に貢献する新規事業を積極的に展開していく方針です。これにより収益源の多様化を図り、「Comiru」単一サービスへの依存度を低減します。

弊社の事業は単なる収益確保に留まらず、社会課題の解決に貢献していると考えております。「Comiru」の活用で事務作業の負担が減り、先生方が生徒や保護者と向き合う時間が増えることで、教育現場のモチベーション向上に繋がります。また、保護者が子どもの成長をより身近に感じられるようになり、先生と保護者、そして生徒間の関係性が豊かになることを実感しております。この三者間の関係性の希薄化が引き起こす不登校、先生不足、子育て世代の幸福度低下といった社会課題に対し、「Comiru」がその解決の一助となると考えております。

社会問題を解決できる理想的な世界観を実現するためには、既存の「Comiru」事業だけでは不十分です。「Comiru」はこれまでコミュニケーションのデジタル化を通じて関係性を改善してきましたが、今後は「どのように接すれば良いのか？」という質的な課題にも踏み込みます。教育知識の流通だけでなく、より良い先生と生徒の出会いを促進する集客領域、優秀な人材を業界に呼び込む人材領域、保護者が教育の選び方を知るためのメディア領域、そして社会人が子どもの教育に関わるための社会人教育領域への参入なども積極的に検討し、事業の持続可能性と社会貢献性を高めてまいります。

質問22 教育現場へのDX推進事業という市場で今後リスクとなりうることは何か、またそういったものに対して現時点で行なっている対策等があればお聞かせください。

回答22 教育現場へのDX推進という成長市場においても、弊社はいくつかのリスク要因が存在することを認識しており、それらに対して現時点から対策を講じております。

まず、国内市場における少子化の進行は避けられない現実であり、学習塾や教育機関の総数や規模に影響を与える可能性があります。しかし、このような環境下だからこそ、教育現場では限られた人員と資源で最大の効果を出すための業務効率化や保護者とのコミュニケーション強化ニーズがむしろ高まっております。弊社の「Comiru」は、まさにこの喫緊の課題を解決するソリューションとして、今後ますますその重要性を増すと確信しています。

次に、生成AIの急速な普及は、教育のあり方そのものを変化させる可能性を秘めております。これは教職員の業務負担増や情報管理の複雑化といった新たな課題を生む一方で、弊社はこれを脅威ではなく大きな機会と捉えております。AIを活用した業務支援機能の開発や、現場の先生方が安心して使えるUI/UX設計に注力することで、変化を先取りし、プロダクトに反映させる体制を構築しております。これにより、競合優位性を維持しつつ、教育現場のさらなる進化をサポートしてまいります。

さらに、教育データを扱う上で最も重要なのがセキュリティとプライバシーの問題です。弊社は、個人情報保護法や各種ガイドラインに厳格に準拠したシステム設計を徹底しており、外部監査や脆弱性診断の定期的な実施、社内の情報管理体制の強化など、継続的なセキュリティ対策を講じております。教育機関との信頼関係を維持する上で、情報の安全性と透明性は弊社の最も重要な基盤であり、投資家の皆さまにも安心していただくための最優先事項です。

このように、弊社は教育DX市場における構造的・技術的な変化を正面から受け止め、リスクを成長の機会に変える柔軟性と実行力をもって、持続的な成長を目指しています。今後も、現場に寄り添ったプロダクト開発と堅実な経営を通じて、企業価値の向上に努めてまいります。

## ■経営状態・財務状況

質問23 財務諸表の解説をお願いします。

回答23 弊社の直近の財務状況は、売上高、営業利益、当期純利益の全ての段階で、非常に力強い成長を示しております。これは、弊社の成長戦略が財務面にも着実に反映されていると捉えております。

2025年10月期第2四半期における売上高は6億9,111万円と前年同期比46.7%増を達成しました。これは、主力サービス「Comiru」の課金生徒ID数が増加したことに加え、大手教育事業者向けのカスタマイズ案件が売上に大きく貢献した結果です。売上総利益も同49.7%増の5億2,741万円と、売上高の伸びを上回る成長を見せております。

特に注目すべきは営業利益の飛躍的な向上です。事業拡大に伴う人件費増があったものの、費用対効果を重視したマーケティング施策の徹底や開発部門の効率化など、全社的な費用構造の見直しを推進した結果、営業利益は1億1,871万円と前年同期比405.4%増という大幅な増益となりました。これにより、経常利益は同432.7%増、中間純利益に至っては同965.6%増と、すべての段階利益で前年同期を大きく上回る結果となりました。

この好調な業績進捗と費用効率改善の相乗効果を受け、弊社は2025年6月12日付で通期業績予想の上方修正を開示しました。売上高は13億5,000万円（前年同期比26.1%増）、営業利益は1億5,000万円（前年同期比105.2%増）となる見通しです。

第3四半期以降は、さらなる成長と企業価値向上を見据え、当初計画を前倒しして戦略的な先行投資を開始しております。具体的には、新規顧客獲得に向けたマーケティング強化、開発・組織体制の拡充、システムインフラの強化、そして「BIT CAMPUS」の内製化を進めてまいります。これらの投資は一時的な費用増加を伴いますが、売上高の堅調な推移と費用効率の改善により、持続的な成長を実現できると考えております。

質問24 業績推移と今後の見通しについて。来期の業績見通しを教えてください。

回答24 弊社の直近の財務状況は、売上高、営業利益、当期純利益の全ての段階で非常に力強い成長を示しており、これは弊社の成長戦略が財務面にも着実に反映されていると捉えております。

2025年10月期第2四半期においては、主力サービス「Comiru」の課金生徒ID数増加と大手教育事業者向けカスタマイズ案件の貢献により、売上高は前年同期比46.7%増の6億9,111万円と力強く成長しました。売上総利益も同49.7%増と売上高の伸びを上回っております。特に、費用対効果を重視したマーケティング施策や開発効率化などの全社的な費用構造見直しが奏功し、営業利益は前年同期比405.4%増の1億1,871万円と飛躍的に向上しました。これにより、全ての段階利益で前年同期を大きく上回る結果となっております。

この好調な業績進捗と費用効率改善を受け、弊社は2025年6月12日付で通期業績予想の上方修正を開示し、売上高13億5,000万円（前年同期比26.1%増）、営業利益1億5,000万円（前年同期比105.2%増）を見込んでおります。

第3四半期以降は、さらなる成長と企業価値向上を見据え、当初計画を前倒しして戦略的な先行投資を開始しております。新規顧客獲得に向けたマーケティング強化、開発・組織体制拡充、システムインフラ強化、そして「BIT CAMPUS」の内製化などを進めることで、一時的な費用増加を伴うものの、売上高の堅調な推移と費用効率の改善により、持続的な成長を実現できると考えております。

来期の業績見通しについては、現時点では未検討であり、具体的な数値を開示できる段階にはございません。しかし、当期の先行投資が来期以降のさらなる成長ドライバーとなるよう、引き続き事業拡大と収益性向上に努めてまいります。

質問25 貴社の売上目標は？

回答25 弊社は、2025年6月12日付で通期業績予想を上方修正いたしました。これにより、売上高は当初予想の13億3,000万円から13億5,000万円へ（前年同期比26.1%増）、営業利益は当初予想の1億円から1億5,000万円へ（前年同期比105.2%増）、経常利益は当初予想の9,600万円から1億4,700万円へ（前年同期比109.4%増）引き上げております。

この上方修正は、弊社の事業が堅調に推移していることを明確に示しております。第2四半期までの進捗率を見ますと、売上高は51.2%、営業利益は79.0%、経常利益は79.7%と、非常に順調に進捗しております。これは、「Comiru」の有料契約企業数及び課金生徒ID数の増加、大手学習塾からのカスタマイズ開発案件の貢献に加え、費用対効果を重視したマーケティング施策の徹底や開発部門の効率化など、全社的な費用構造の見直しを推進した結果、営業利益への大きなインパクトがあったと認識しております。

弊社は、この上方修正された業績目標の達成に向けて、引き続き事業拡大と収益性向上に注力してまいります。

質問26 主力サービス「Comiru」の契約数やMRR（月次経常収益）の今後の成長見通しはどうか？

回答26 弊社の主力サービス「Comiru」は、SaaS事業の継続的な成長を牽引しており、今後の成長見通しは極めて明るいと考えております。

まず、有料契約企業数は、前年同四半期比26.9%増の1,806社と順調に増加しております。これは、中小規模学習塾向けの新規顧客獲得が好調であることに加え、前事業年度に取得した「BIT CAMPUS」サービスの顧客基盤が加わったことが大きく貢献しております。また、新サービス「ComiruPay」も順調に立ち上がり、新たな収益源としての貢献が期待されます。

顧客解約率は0.5%と引き続き低い水準を維持しており、これは弊社のサービスが高い顧客満足度と定着性を提供できていると捉えております。この安定した顧客基盤が、弊社の安定したストック収益の基盤となっております。

課金生徒ID数は、前年同四半期比25.8%増の453,000ID超となりました。第1四半期と比較して学年入れ替えに伴う一時的な微減は季節性によるものですが、夏期講習などの繁忙期を通じて回復し、さらなる増加を見込んでおります。このID数の増加は、弊社サービスの普及と将来的な収益拡大に直結する重要な指標です。

また、ARPUは前年同四半期比2.5%増の50,858円、ARRは前年同四半期比30.1%増の11億200万円と、堅調に成長しております。

弊社は、このような短期的な変動に左右されることなく、中長期的な成長を見据えた事業展開を推進しております。今後も「Comiru」のさらなる普及とARPU向上施策を通じてARRの拡大に注力し、持続的な成長を実現してまいります。

質問27 通期経常利益計画（9,600万円）に対し、1Q時点で進捗率が約65%となっていますが、今後の業績見通しやリスク要因は何ですか？

回答27 2025年10月期の通期業績予想において、第1四半期時点で経常利益の進捗率が約65%と高い水準にあったのは、弊社が計画策定を前期同様に保守的に行っていたためです。第1四半期決算では、受注からシステム開発までの期間が想定より前倒しになった結果、売上高が予想を上回り、営業利益が通期予想の63.6%に達しました。しかし、その時点では、第2四半期以降の売上進捗、開発やマーケティング費用などの投資計画の精査、そして費用対効果の検証結果によって業績が変動する可能性があったため、通期業績予想の変更は行いませんでした。その後、事業の堅調な推移を受け、弊社は2025年6月12日付で通期業績予想を上方修正いたしました。これにより、売上高は13億5,000万円（前年同期比26.1%増）、営業利益は1億5,000万円（前年同期比105.2%増）、そして経常利益は1億4,700万円（前年同期比109.4%増）へと引き上げております。第2四半期までの進捗率を見ますと、売上高は51.2%、営業利益は79.0%、経常利益は79.7%と、非常に順調に進捗しております。これは、「Comiru」の有料契約企業数および課金生徒ID数の増加、大手学習塾からのカスタマイズ開発案件の貢献に加え、費用対効果を重視したマーケティング施策の徹底や開発部門の効率化など、全社的な費用構造の見直しを推進した結果、利益面で大きなインパクトがあったと認識しております。今後の業績見通しとしては、この上方修正された目標達成に向け、引き続き事業拡大と収益性向上に注力してまいります。主要なリスク要因としては、現時点では「Comiru」サービスへの収益依存度が高い点が挙げられますが、これに対しては既存サービスの継続的な伸長に加え、新規事業の多角的な展開により収益源の多様化を図っていくことで対応を進めております。これにより、持続的な成長を実現できると考えております。

質問28 2025年10月期第1四半期の売上高が前年同期比で約49%増加した主な要因は何ですか？

回答28 2025年10月期第1四半期の売上高が前年同期比で約49%増加した主な要因は、主力SaaS事業「Comiru」の堅調な成長が継続していることに加え、大手教育事業者向けのカスタマイズ開発の一部を前倒しで計上できたことにあります。この前倒し計上分が売上全体に占める割合は約10%でした。この前倒し計上は、弊社の開発業務効率化の成果です。生成AIを活用したテスト業務やコーディング業務の自動化により開発スピードが向上し、当初計画よりも早くプロジェクトを完了できました。また、顧客との密なコミュニケーションによる適切な進捗管理も、早期計上に繋がったと分析しております。弊社は、このような短期的な業績変動に一喜一憂することなく、中長期的な視点での成長戦略を着実に実行しております。第3四半期以降も、SaaS事業の継続的な成長、新規顧客獲得、新サービス「ComiruPay」の推進強化、そして学習塾以外の習い事領域への事業展開など、多角的な成長戦略により、持続的な成長を見込んでおります。

質問29 経常利益が前年同期比417%増と大幅に伸長した背景について、具体的な要因を教えてください。

回答29 2025年10月期第1四半期における経常利益が前年同期比で417%増と大幅に伸長した背景には、弊社の成長戦略が財務面で着実に具現化されたことがあります。弊社の利益規模はまだ大きくないため、高い増加率を示しておりますが、これは単なる偶然ではありません。

この大幅な増益を牽引したのは、以下の要因の相乗効果であると捉えております。まず、売上高の力強い成長です。主力サービス「Comiru」の課金生徒ID数の増加に加え、大手教育事業者向けのカスタマイズ案件が売上に大きく貢献し、第2四半期における売上高は前年同期比46.7%増の6億9,111万円を達成しました。売上総利益も同49.7%増と、売上高の伸びを上回るペースで増加しております。

次に、抜本的なコスト構造の改善です。事業拡大に伴う人件費増があったものの、費用対効果を重視したマーケティング施策の徹底や開発部門の効率化など、全社的に費用構造の見直しを推進しました。この結果、コスト効率が大きく改善し、営業利益は前年同期比405.4%増の1億1,871万円と飛躍的に向上しました。経常利益もこれに牽引され、同様に大幅な伸長を見せております。

これらの好調な業績進捗と費用効率改善の相乗効果を受け、弊社は2025年6月12日付で通期業績予想を上方修正し、経常利益も当初予想から引き上げました。第3四半期以降は、さらなる成長と企業価値向上を見据え、新規顧客獲得に向けたマーケティング強化や開発・組織体制拡充など、戦略的な先行投資を進めてまいります。これらの投資は一時的な費用増加を伴っておりますが、売上高の堅調な推移と費用効率の改善により、持続的な成長を実現できると考えております。

質問30 上場して3年を迎えようとしていますが、このままでは「上場ゴール」と言われても仕方がない株価だと思います。見解を教えてください。

回答30 現在の株価について、「上場ゴール」というご指摘があることは承知しております。しかし、弊社はこれを言い訳と捉えるのではなく、真摯に受け止め、継続的な事業成長こそが株主価値向上の唯一の道であると強く認識しております。

現在、時価総額約40億円（2025年5月30日時点）という状況では、機関投資家の皆さまにとって投資しにくい側面や、財源規制の問題から積極的な株主還元策をすぐに実施できない制約があることも事実です。

しかし、弊社はグロース市場の本来の趣旨に立ち返り、資本市場を活用した企業の飛躍を目指しております。上場はあくまで通過点であり、その後の持続的な成長を実現することこそが、最も着目されるべき点だと考えております。

直近の第2四半期決算では、売上高が前年同期比46.7%増、営業利益が同405.4%増と、極めて力強い成長を遂げており、通期業績予想も上方修正いたしました。これは、主力サービス「Comiru」の堅調な拡大に加え、費用構造の見直しによる収益性の改善が大きく寄与した結果です。

弊社は、教育現場のDXという社会的な意義と高い成長性を兼ね備えた事業を推進しており、今後も事業規模の拡大と収益性の向上に全力を尽くします。中長期的な視点で企業価値を高め、結果として株価に反映されるよう、事業成長を着実に実行していく所存です。

質問31 足元の時価総額や売上・利益推移を見ると非常に心許ないのですが、グロース市場の上場を維持に向けて、どのようにして解決していくのでしょうか。

回答31 現在の時価総額や売上・利益推移に関するご懸念、真摯に受け止めております。昨今のグロース市場の上場維持基準の見直し案（上場5年経過後から時価総額100億円以上への変更）について、弊社も注視しており、市場の健全性維持という観点から一定の理解を示しております。

弊社は、グロース市場の本来の趣旨は、将来の成長を期待される企業が資本市場を活用して飛躍することであり、上場後の成長実現こそが最も着目されるべきだと考えております。その理念のもと、弊社は上場以来、着実に成長を続けてまいりました。

直近の第2四半期決算では、売上高が前年同期比46.7%増、営業利益が同405.4%増と、極めて力強い成長を遂げ、通期業績予想も上方修正いたしました。これは、主力サービス「Comiru」の堅調な拡大に加え、費用構造の見直しによる収益性の改善が大きく寄与した結果です。

弊社は、この持続的な成長と時価総額100億円の達成に向けて、以下の3つの主要な事業戦略を推進してまいります。

第一に、「事業成長への継続投資によるオーガニック成長の最大化」です。既存事業である「Comiru」の機能強化、新サービスの開発、顧客基盤の拡大に継続的に投資し、自律的な成長を最大限に引き出します。

第二に、「戦略的なM&Aによる事業領域の拡大」です。成長機会を捉えたM&Aを積極的に実行し、新たな顧客層や技術、サービスを取り込むことで、事業領域を拡大し、企業価値の飛躍的な向上を図ります。

第三に、「機動的な株主還元策の実施」です。現時点では財源規制の問題がありますが、来期以降、持続的な利益成長と財務状況を考慮し、自社株買いなどの株主還元策を機動的に実施することで、株主の皆さまへの利益還元を強化していく方針です。

これらの戦略は、いずれも持続的な成長には不可欠な要素であり、弊社は市場動向や事業環境の変化を注視しながら、中長期的な企業価値向上と持続的な成長を着実に実現してまいります。弊社は、教育現場のDXという社会的な意義と高い成長性を兼ね備えた事業を推進しており、事業規模の拡大と収益性の向上に全力を尽くすことで、中長期的な視点で企業価値を高め、結果として株価に反映されるよう、事業成長を着実に実行していく所存です。

質問32 利益剰余金がマイナスですと、そもそも投資研究の対象から外されてしまいます。見解と対策を教えてください。

回答32 利益剰余金がマイナスである点について、投資家の皆さまが投資対象から外される可能性があるというご指摘、真摯に受け止めております。しかし、2025年10月期第2四半期において、利益剰余金が6,892万円とプラスに転じたことをご報告させていただきます。これは、上場後の成長フェーズにある企業に共通して見られる一時的な財務状況であり、弊社はこれを先行投資の証と捉え、将来の大きな成長への布石と考えております。

弊社は、グロース市場が「将来の成長を期待される企業が資本市場を活用して飛躍する場」であるという本来の趣旨に立ち返り、上場後の持続的な成長を実現することこそが最も重要だと考えております。

直近の2025年10月期第2四半期決算では、売上高が前年同期比46.7%増、営業利益が同405.4%増と極めて力強い成長を遂げ、通期業績予想も上方修正いたしました。これは、主力サービス「Comiru」の堅調な拡大に加え、費用構造の見直しによる収益性の改善が大きく寄与した結果です。この利益成長が、利益剰余金の早期黒字化に直結しました。

弊社は、持続的な成長と企業価値向上に向けて、以下の3つの主要な事業戦略を推進してまいります。

第一に、「事業成長への継続投資によるオーガニック成長の最大化」です。既存事業である「Comiru」の機能強化、新サービスの開発、顧客基盤の拡大に継続的に投資することで、自律的な成長を最大限に引き出します。

第二に、「戦略的なM&Aによる事業領域の拡大」です。成長機会を捉えたM&Aを積極的に実行し、新たな顧客層や技術、サービスを取り込むことで、事業領域を拡大し、企業価値の飛躍的な向上を図ります。

第三に、「機動的な株主還元策の実施」です。現時点では財源規制の問題がありますが、来期以降、持続的な利益成長と財務状況を考慮し、自社株買いなどの株主還元策を機動的に実施することで、株主の皆さまへの利益還元を強化していく方針です。

これらの戦略を着実に実行することで、弊社は財務体質をさらに強化してまいります。弊社は、教育現場のDXという社会的な意義と高い成長性を兼ね備えた事業を通じて、中長期的な視点で企業価値を高め、株主の皆さまの期待に応えられるよう全力を尽くす所存です。

質問33 最近、ネガティブキャンペーンをして株価を下げたところを買収する外資が増えていますが、何か対策をしていますか？

回答33 近年、一部の外資系ファンドなどによるネガティブキャンペーンを通じた株価下落後の買収事例が増加していることは、弊社としても十分に認識しております。上場企業として、市場の自由な取引や投資家の多様な視点を尊重する一方で、企業価値を意図的に歪めるような情報操作には強い懸念を持っており、こうした動きに対しては毅然とした姿勢で臨む所存です。

弊社は、同意なき買収に対して明確に反対の立場を取っており、そのリスクを最小化するための最も有効な手段は、企業価値の継続的な向上と、透明性の高い情報開示による市場との信頼関係の構築であると考えております。

具体的には、主力サービス「Comiru」の成長を軸に、収益性の向上と事業基盤の強化を進めており、直近の第2四半期決算では、売上高が前年同期比46.7%増、営業利益が同405.4%増という力強い成長を実現しました。こうした実績を積み重ね、通期業績予想の上方修正を着実に達成することで、弊社の本源的な価値を市場に明確に示してまいります。

また、ネガティブキャンペーンによる誤解や不安を未然に防ぐため、IR活動の強化にも注力していきたいと考えております。決算説明資料や適時開示の質を高めるとともに、投資家の皆さまとの対話の機会を積極的に設け、弊社の戦略や成長性について正確かつタイムリーにお伝えする体制を整えてまいります。これにより、風評に左右されない健全な株価形成を促し、企業としての信頼性を一層高めてまいります。

弊社は、教育現場のDXという社会的意義の高い事業を通じて、持続的な成長と企業価値の最大化を目指しており、いかなる外部環境の変化にも揺るがない強固な経営基盤を築いてまいります。

質問34 第一種優先株の発行は考えていますか？

回答34 現時点において、弊社は第一種優先株の発行は検討しておりません。優先株式を発行する特定の目的がないことに加え、今後の事業成長やM&Aにかかる資金調達については、新株発行による増資ではなく、金融機関からの借入れを中心に考えております。これは、株主価値の希薄化を最小限に抑えつつ、安定的な資金調達を図るための戦略的な選択です。弊社は、健全な財務基盤を維持しながら、主力事業である「Comiru」の継続的な成長と戦略的なM&Aを通じて、企業価値の最大化に努めてまいります。

質問35 御社の今後の成長戦略についてお伺いします。主力事業の市場シェアや競合優位性、直近の売上成長や解約率の推移、ARPU改善に向けた取り組みをどのようにお考えでしょうか。また、中長期的な収益性確保のための施策や、株主還元（配当方針や自社株買い）についても方針があればご教示ください。

回答35 弊社の成長戦略は、「顧客基盤の拡大」と「ARPUの最大化」を軸に、学習塾市場でのシェア拡大と、隣接・新規市場への展開を進めることにあります。現在、学習塾市場でのシェアは約10%ですが、中長期的には25%程度まで高めることを目標としており、既存市場内でも大きな成長余地があると見込んでおります。

競合優位性としては、教育現場に根ざした業務理解と、70名規模のエンジニア体制による迅速な開発力が挙げられます。顧客の声を反映した継続的な機能改善により、模倣困難なプロダクト進化を実現しております。直近の第2四半期決算では、売上高が前年同期比46.7%増、営業利益が同405.4%増と、力強い成長を記録しました。顧客の解約率は0.5%と非常に低水準で推移しており、カスタマーサクセス体制の強化によって高い顧客満足度を維持しています。

ARPUについては、「ComiruPay」など新規サービスの拡大に伴う顧客構成の変化により一時的な変動があるものの、大手塾向けの高単価サービス「ComiruERP」の導入拡大により、全体としての収益性は着実に向上しています。現在2社が導入済みで、18社と商談が進行中です。

中長期的には、学習塾に加え、習い事や学校市場といったより大きな隣接市場への展開、さらには戦略的M&Aや将来的な海外展開も視野に入れ、非連続的な成長を目指しています。生成AIの活用支援や教育知識の流通、人材育成など、新たな領域への展開も進めてまいります。

株主還元については、企業価値の持続的な向上を通じて中長期的に最大のリターンを実現することが最も重要であると考えております。現在は成長フェーズにあり、限られた経営資源を事業拡大と収益性向上のための再投資に重点的に配分しております。2025年10月期第2四半期において利益剰余金がプラスに転じたことは財務基盤の健全化に向けた一歩と捉えておりますが、依然として積極的な成長投資が必要な段階です。現時点では財源規制の制約もあるため、配当や株主優待の実施は難しい状況ですが、今後の利益成長と財務状況の改善を踏まえ、自社株買いなどの機動的な還元策を検討してまいります。

質問36 現在、これからの株式の動向を知りたいです

回答36 株価の将来動向については、市場環境や投資家の皆さまの判断に大きく左右されるものであり、弊社として特定の見通しを申し上げることは差し控えさせていただきます。

しかしながら、弊社は企業価値の持続的な向上こそが、株主の皆さまへの最大のリターンに繋がると確信しており、その実現に向けた取り組みを着実に進めております。現在は、主力サービス「Comiru」の顧客基盤拡大とARPU向上に加え、習い事や学校領域といった隣接市場への展開、さらには戦略的なM&Aによる事業領域の拡大に注力しております。

直近の第2四半期決算では、売上高が前年同期比46.7%増、営業利益が同405.4%増と、力強い成長を遂げており、通期業績予想も上方修正いたしました。こうした実績は、弊社の事業モデルの強さと市場からの支持を示すものであると考えております。

また、資金調達に関しては、現時点で新株発行の予定はなく、自己資本比率67.5%という健全な財務基盤と、事業から生み出されるキャッシュフローにより、成長投資を十分に賄える体制を維持しております。

株主還元については、EPS（1株当たり利益）の向上と成長戦略の柔軟性確保を重視し、自社株買いを最優先の方針としております。ただし、現時点では財源規制の制約があるため、配当や自社株買いといった直接的な株主還元策の実施は制度上困難な状況です。財源規制が解消された後には、利益成長と財務状況の改善を踏まえたうえで、機動的かつ戦略的な自社株買いの実施を検討してまいります。将来的には、資本効率の向上と株主価値の最大化を両立させる形で、より積極的な還元方針を構築していく方針です。

今後も、持続的な事業成長と財務の健全性を両立させながら、中長期的な企業価値の向上に努めてまいります。これらの取り組みが、結果として株式価値に反映され、株主の皆さまのご期待に応えるものと信じております。

## ■今後の展望・事業展開

質問37 中長期的な成長戦略を教えてください。事業展開、将来性について教えてください。

回答37 弊社の成長戦略は、「顧客基盤の拡大」と「ARPUの最大化」を二軸とし、既存市場でのシェア拡大と、隣接・新規市場への積極的な展開を進めております。

まず、主力である学習塾マーケットにおいて、現在のシェア約10%を中長期的に25%程度まで高めることを目指しており、これは既存市場だけで現状の3倍の成長余地があることを指しております。

次に、隣接市場である習い事領域（スポーツ、英会話、プログラミング、習字、音楽教室など）への展開を加速しております。この市場は学習塾市場の約2.5倍の規模があり、新たにリリースした「ComiruPay」を軸に導入数を増加させております。さらに、学校市場への参入も進めており、徐々に実績を積み重ねております。小・中・高・大と合わせた学校マーケットは、学習塾市場の5倍以上の規模があると想定しており、ここでも大きな成長機会を捉えます。

これらのシェア獲得と事業拡大、そして事業戦略を補完するため、弊社はM&Aを積極的に実施していきます。戦略的なM&Aを通じて、新たな顧客基盤や技術、サービスを取り込み、事業領域の拡大と企業価値の飛躍的な向上を図ってまいります。

弊社は、単に売上や利益を追求するだけでなく、社会に与えるインパクトを意識しながら事業展開を進めております。教育現場のDXを通じて、先生が「教える」ことに集中できる環境を創出し、保護者が子どもの成長を身近に感じられるようにすることで、先生・生徒・保護者の三者間の関係性を豊かにしていきます。これは、不登校問題や先生不足といった社会課題の解決にも貢献するものであり、事業成長と社会貢献の両立を目指してまいります。

このように、弊社は既存市場の深耕に加え、広大な隣接市場・新規市場への積極的な展開、M&A、そして社会貢献を組み合わせることで、持続的かつ高成長の実現を目指してまいります。

質問38 直近四半期で営業利益率が大きく改善していますが、コスト構造や今後の利益率維持・向上策についてどのように考えていますか？

回答38 直近四半期における営業利益率の大幅な改善は、弊社の経営戦略が実を結び始めていると捉えております。これは、単なる売上高の増加だけでなく、費用構造の抜本的な見直しと効率化を全社的に推進した結果です。

具体的には、開発部門における生成AI活用によるテストやコーディング業務の自動化など、開発業務の効率化を徹底しました。これにより、プロジェクトの迅速な完了だけでなく、コスト削減にも繋がっております。また、マーケティング施策においては、費用対効果を重視したアプローチを徹底し、効果的なチャネルへの集中投資を行うことで、人件費や業務委託費の最適な管理と相まって、大幅なコスト効率改善を実現しました。

今後の利益率維持・向上策としては、これらの施策を継続するとともに、さらなる事業拡大を通じてスケールメリットを追求していきます。主力サービス「Comiru」の有料契約企業数と課金生徒ID数の着実な増加、そして「ComiruERP」や大手学習塾向けカスタマイズ案件の堅調な獲得は、今後も高収益の牽引役となります。

また、新サービス「ComiruPay」の推進や、学習塾以外の習い事領域への事業展開など、新たな収益源の確立と収益多様化を図ることで、全体の利益率向上に貢献すると考えております。加えて、M&Aによる事業領域の拡大も、新たな収益機会とシナジー効果を生み出し、利益率のさらなる向上に寄与すると見込んでおります。

弊社は、持続的な利益成長と財務体質の強化を追求することで、投資家の皆さまの期待に応えられるよう、今後も利益率の維持・向上に全力を尽くしてまいります。

質問39 一般の人になじみの薄い会社と思われます。世間に浸透していく戦略を少し教えてください。

回答39 弊社はBtoBおよびBtoGを中心としたビジネスモデルを展開しており、一般消費者向けの大規模な広告展開は、現時点では事業戦略上、最適とは考えておりません。しかしながら、弊社の主力サービス「Comiru」は、学習塾や習い事教室を通じて、保護者の皆さまに日常的にご利用いただいております。導入教室の拡大とともに、保護者層への認知も徐々に広がりつつあり、今後さらに利用が進むことで、教育現場における存在感を高めていけるものと考えております。今後も、ユーザー体験の向上と教室数の拡大を通じて、自然な形で認知拡大を図ってまいります。また、IR活動については、これまでの反省を踏まえ、個人投資家の皆さまとの接点を増やすことを重要な経営課題の一つと捉えております。今後は、IRイベントへの積極的な参加、メディア露出の強化、わかりやすい情報発信を通じて、企業としての認知度と透明性の向上に努めてまいります。弊社は、教育現場のDXを支えるプラットフォームとして、社会的意義と成長性の両立を目指す企業です。今後の展開にぜひご期待いただければ幸いです。

質問40 今後の目標は何ですか？

回答40 弊社の今後の目標は、これまでの成長をさらに加速させ、教育現場のDXを牽引するリーディングカンパニーとしての地位を確固たるものにすることです。具体的には、主力サービス「Comiru」を通じた顧客基盤のさらなる拡大と、ARPUの最大化を追求してまいります。学習塾市場における現在のシェア約10%を中長期的に25%まで引き上げ、さらに隣接する習い事市場や学校市場への積極的な展開を加速させます。これらの市場は学習塾市場の数倍の規模があり、弊社の大きな成長ドライバーとなります。また、戦略的なM&Aを積極的に実行することで、事業領域を拡大し、企業価値の飛躍的な向上を目指します。これにより、単なるオーガニック成長に留まらない、より迅速な規模拡大を実現します。財務面では、直近の第2四半期決算で示したような売上高・営業利益の力強い成長を継続し、通期業績予想の上方修正を達成することで、市場からの信頼を一層高めてまいります。また、利益剰余金がプラスに転じたことを踏まえ、将来的には機動的な株主還元策も検討し、株主の皆さまへの利益還元も強化していく方針です。最終的には、単なる収益拡大に留まらず、教育現場の負担を軽減し、先生・生徒・保護者の三者間の関係性を豊かにすることで、社会課題の解決に貢献し続ける企業でありたいと考えております。これらの目標を着実に実行することで、弊社は持続的な高成長を実現し、企業価値を最大化してまいります。

質問41 一年後のビジョンと年間スケジュールについて教えてください。

回答41 1年後のビジョンとして、弊社は主力サービス「Comiru」を通じた顧客基盤のさらなる拡大と、ARPUの最大化を最重要課題と位置づけております。これにより、足元の力強い成長を持続させ、売上・利益目標の達成を確実なものにしてまいります。具体的な年間スケジュールについて、個別の施策を外部に開示することは差し控えております。しかし、弊社は既に発表した通期業績予想の上方修正に基づき、新規顧客獲得に向けたマーケティング施策の強化、開発・組織体制の拡充、システムインフラの強化、そして「BIT CAMPUS」の内製化といった戦略的な先行投資を計画的に実行しております。

これらの取り組みは、教育現場のDXをさらに推進し、学習塾市場でのシェア拡大、そして隣接する習い事市場や学校市場への展開加速に直結します。弊社は、この戦略を実行することで、1年後にはより強固な収益基盤と拡大した顧客基盤を確立し、中長期的な企業価値向上に向けた確かなステップを踏んでいると考えております。

質問42 今後3～5年で市場シェアを拡大するための戦略を教えてください。

回答42 今後3～5年で市場シェアを飛躍的に拡大するため、弊社は顧客基盤のさらなる拡大とARPUの最大化を戦略の主軸に据え、その実現に向け、アプローチのスケールと多様性を大きく進化させてまいります。

具体的には、まず学習塾マーケットで現在のシェア約10%から中長期目標の25%到達を目指します。中小規模の学習塾への新規導入を継続的に促進するとともに、大手学習塾向けの「ComiruERP」などのカスタマイズソリューション提供を強化することで、あらゆる規模の塾への浸透を図り、同時に既存顧客のARPUも高めていきます。並行して、隣接する習い事領域（スポーツ、英会話、プログラミング、習字、音楽教室など）への展開を加速します。学習塾市場の約2.5倍の規模を持つこの市場は、「Comiru」の汎用性と「ComiruPay」が有効であり、効率的にシェアを獲得します。さらに、学校市場への参入も進め、新たな収益源を確立します。小・中・高・大合わせて塾市場の5倍以上と想定されるこの広大な市場で実績を積んでまいります。これらのオーガニック成長戦略を補完するため、弊社は戦略的なM&Aを積極的に実施していきます。成長機会を捉えたM&Aを通じて、新たな顧客基盤や技術、サービスを一気に取り込み、事業領域の拡大と市場シェアの飛躍的な向上を図ってまいります。

また、これらの事業拡大と並行して、プロダクトの継続的な機能強化とカスタマーサクセスの充実を図ります。お客様の課題解決に深く貢献し、高い顧客満足度を維持することで、チャーンレートを低く抑え、持続的な成長基盤を強固なものにします。

弊社は、単に売上や利益を追求するだけでなく、社会に与えるインパクトを意識しながら事業展開を進めております。教育現場のDXを通じて、先生・生徒・保護者の三者間の関係性を豊かにし、社会課題の解決にも貢献します。

このように、弊社は既存市場の深耕、広大な隣接市場・新規市場への積極的な展開、戦略的M&A、そして社会貢献を組み合わせることで、持続的かつ高成長の実現を目指してまいります。

質問43 独自ペイを開始する意義を詳しく教えてください。

回答43 独自決済サービス「ComiruPay」を開始する意義は、単なる新たな収益ポイントの創出にとどまりません。もちろん、多くの決済事業者が決済額の一部を収益とするように、「ComiruPay」も手数料収入という形で弊社の新たな収益源となります。しかし、それ以上に重要なのは、「ComiruPay」が「Comiru」サービスの顧客生涯価値（LTV）を最大化する戦略的なツールであるという点です。決済システムは、顧客にとって日常的な業務に深く関わるため、一度導入すると他社サービスへの乗り換えが非常に困難になる、いわゆるスイッチングコストが高い特性を持っております。「ComiruPay」を導入いただくことで、顧客は「Comiru」上で業務管理から決済までを一貫して行えるようになり、システム間の連携に伴う手間やコストが削減されます。この利便性の向上は、顧客の「Comiru」への定着度を高め、結果としてLTVの上昇に直結します。「ComiruPay」は、収益性の向上と顧客ロイヤルティの強化という二重のメリットをもたらす、弊社の持続的な成長基盤をさらに強固なものとしします。

質問44 株主の駿河台学園やマイナビとの連携を強化する予定はありますか。

回答44 株主である駿河台学園様やマイナビ様との連携強化については、現在具体的な計画をお伝えできる段階にはありませんが、今後の可能性は十分にあります。特にマイナビ様とは、千葉県教育委員会の「業務改善DXアドバイザー配置事業」プロジェクトにおいて、マイナビ様から弊社を専門アドバイザーとしてご選任いただき、各学校の校務DXをサポートさせていただいております。これは、弊社の教育DXにおける専門性が高く評価されており、今後の連携強化に向けた良好な基盤が構築されていると認識しております。駿河台学園様も教育業界におけるトップランナーであり、弊社が目指す教育DXの深化において、様々な形での協業の可能性を模索していく価値は大きいと考えております。現時点では詳細をお伝えできませんが、両社との関係性を活かし、企業価値向上に資する連携の機会があれば、積極的に検討してまいります。

質問45 ComiruをFCのように販売していく予定はありますか？

回答45 弊社は、「Comiru」を直接フランチャイズ（FC）として販売していく計画はございません。しかしながら、学習塾業界での利用においては、すでに複数のFC本部にご採用いただいております。「Comiru」をFCの管理システムとして指定いただくことで、その傘下の各教室で「Comiru」をご利用いただくスキームを展開しております。このアプローチは、FC本部にとっては傘下の教室運営の効率化とデータの一元管理に繋がり、弊社にとっては効率的な顧客基盤の拡大に貢献しております。なお、弊社自身が学習塾運営を含めた「Comiru塾」のようなFC事業を展開する予定はございません。あくまでSaaS提供者として、教育事業者のDXを支援することに注力し、このような間接的なFC連携を通じて事業拡大を図ってまいります。

質問46 業務効率化することだけでは児童生徒に関わる時間が増えるとは言いきれないが、その塾や予備校が抱える問題を解決する具体的な手段を知りたいです。

回答46 ご指摘のとおり、業務効率化によって時間が創出されても、それが直接的に児童生徒に関わる時間の増加に繋がるかは、学習塾や予備校の判断に委ねられます。しかし、弊社は、「Comiru」が単なる業務効率化ツールに留まらず、学習塾や予備校が抱える本質的な課題である「集客の増加」と「顧客流出の減少」を解決するための具体的な手段を提供していると強く認識しております。

最終的に学習塾・予備校が目指すのは、生徒数の増加と定着率の向上です。これを実現するには、創出された時間をいかに生徒指導や保護者とのコミュニケーションに効果的に振り向けるかが鍵となります。

「Comiru」は、単に事務作業を効率化するだけでなく、その先の具体的な「利活用」を支援することで、この課題解決に貢献します。弊社のカスタマーサクセスチームは、元教師や塾講師など教育現場のバックグラウンドを持つプロフェッショナル集団です。各メンバーはシステムの操作方法を伝えるだけでなく、「Comiru」を最大限に活用して生徒・保護者コミュニケーションを最適化し、経営課題を解決するための具体的なノウハウや成功事例を豊富に保有しております。

例えば、「Comiru」のメッセージ機能を活用した保護者への定期的な学習報告や、生徒のモチベーションを高めるためのフィードバック方法、さらには見込み顧客管理機能を用いた効率的な入塾案内など、多岐にわたる実践的な支援を行っております。これにより、学習塾や予備校は、創出された時間を集客活動や生徒・保護者への質の高いサービス提供に繋げることができ、結果として事業目標達成と生徒・保護者満足度の向上を両立させております。

このように、弊社はシステム提供にとどまらず、「Comiru」の利活用を支援するコンサルティング的なアプローチを通じて、学習塾や予備校が抱える集客・定着という本質的な課題解決に貢献し、その成長を力強く後押ししております。

質問47 大手資本などに対して、どのように寡占化していくつもりなのか教えてください。

回答47 大手資本が参入する中でも、弊社が教育SaaS市場で寡占化を目指す上で核となるのは、顧客の潜在ニーズを引き出し、業務改善に繋げる独自のノウハウと、これを支える圧倒的な開発力です。

弊社は、単にシステムを提供するだけでなく、教育現場の深い理解に基づいた要件定義や業務改善提案に強みを持っております。このノウハウは、元教師や塾講師を擁するカスタマーサクセスチームが日々顧客と密接に関わる中で培われており、システムだけでは解決できない現場の課題に寄り添うことで、高い顧客満足度と長期的な信頼関係を築いております。

また、現時点において70名規模の優秀なエンジニア体制とアジャイル開発による約2週間という短期間でのシステム改修・機能追加は、競合他社が容易に模倣できない大きなアドバンテージです。「Comiru」が模倣されたとしても、同じレベルのスピード感で顧客の要望に応え、常に進化し続ける仕組みを構築することは極めて困難であると考えております。

弊社は、これらの強みを活かし、教育機関向けSaaSで培ったノウハウを深掘りすることで、教育業界におけるプレゼンスを圧倒的に高めてまいります。既存顧客のARPU向上と新規顧客の獲得を両輪で推進し、質とスピードの両面で差別化を図ることで、大手資本を含む市場での寡占化を着実に実現してまいります。

質問48 トップラインを伸ばしていくのはオーガニックでしょうか、M&Aでしょうか？

回答48 弊社のトップライン成長は、オーガニック成長とM&Aの双方を戦略の両輪として推進していきます。

主力サービス「Comiru」を通じた顧客基盤の着実な拡大とARPUの向上は、引き続き堅実なオーガニック成長の源泉です。これは、既存の学習塾市場でのシェア深耕に加え、習い事市場や学校市場への横展開により、顧客獲得と収益拡大を図るものです。

しかし、非連続的な成長を実現し、市場シェアを飛躍的に拡大するためには、M&Aが不可欠であると認識しております。戦略的なM&Aを通じて、新たな顧客基盤や技術、サービスを一気に取り込むことで、オーガニック成長だけでは達成できないスピードでの規模拡大と、事業領域の多角化を進めてまいります。

弊社は、これらオーガニック成長とM&Aを組み合わせることで、持続的かつ高成長を実現し、教育SaaS市場におけるリーディングカンパニーとしての地位を確立してまいります。

質問49 今後、新規事業に取り組む予定はありますか？ 今後の他分野への経営多角化の予定は？

回答49 弊社は今後、既存事業の深化に加え、教育業界における社会課題の解決を軸に据えた新規事業の創出を通じて、持続的な成長と経営の多角化を積極的に推進してまいります。

現在展開している「Comiru」は、学習塾や習い事教室における業務効率化とコミュニケーションの質的向上を支援することで、先生・保護者・生徒の関係性を豊かにし、教育現場のモチベーション向上に寄与しております。こうした取り組みは、単なる業務支援にとどまらず、不登校や先生不足、子育て世代の孤立といった社会課題の解決にもつながると考えており、弊社の事業は収益性と社会的意義の両立を目指すものです。

しかし、こうした理想的な教育環境の実現には、既存の「Comiru」事業だけでは十分とは言えません。これまで弊社は、教育現場における情報のデジタル化を通じて関係性の改善に取り組んできましたが、今後は「どのように接するべきか」といった質的な課題にも踏み込み、より本質的な価値提供を目指してまいります。

その一環として、教育知識の流通に加え、先生と生徒のより良い出会いを支援する集客領域、教育業界への優秀な人材の流入を促す人材領域、保護者が適切な教育選択を行うための情報提供を行うメディア領域、さらには社会人が教育に関わる機会を創出する社会人教育領域など、複数の分野への事業展開を検討しております。これらの取り組みは、既存の顧客基盤やデータ資産を活かしながら、弊社の収益構造の多様化とスケーラビリティの向上を図るものであり、教育業界全体のDXをさらに加速させる原動力になると考えております。

弊社は今後も、社会的意義と経済的成長の両立を目指し、長期的な企業価値の向上に努めてまいります。

質問50 社会人向け教育についてのシステムを強化する予定はありますか。

回答50 弊社は現時点で、社会人向けを含め、教材や教育コンテンツ自体を直接提供する予定はありません。しかし、弊社の事業は単なる情報のデジタル化に留まらず、教育現場における「どのように接するべきか」という質的な課題解決へと深く踏み込み、より本質的な価値提供を目指しております。

その一環として、私たちは社会人が教育に関わる機会を創出する「社会人教育領域」への事業展開を積極的に検討しております。これは、既存の「Comiru」で培った顧客基盤やデータ資産を最大限に活かし、教育知識の流通に加えて、以下のような新たな領域へと事業を多角化していく戦略の一部です。

具体的には、より良い先生と生徒の出会いを支援する集客領域、教育業界への優秀な人材流入を促す人材領域、そして保護者が適切な教育選択を行うための情報提供を行うメディア領域なども視野に入れております。これらの取り組みは、弊社の収益構造を多様化させ、事業のスケラビリティを向上させるものであり、教育業界全体のDXをさらに加速させる原動力となると考えております。

弊社は今後も、社会的意義と経済的成長の両立を目指し、長期的な企業価値の向上に努めてまいります。

質問51 学習塾以外の習い事展開は検討しているか？ 習字 ピアノ スポーツ系 など

回答51 弊社は既に学習塾以外の習い事領域へのサービス展開を積極的に進めております。

具体的には、英会話、プログラミング、スポーツ、習字、音楽教室など、多岐にわたる習い事教室で「Comiru」をご利用いただいております。これらの市場は、学習塾市場の約2.5倍の規模があり、弊社の大きな成長ドライバーと位置付けております。

「Comiru」は、もともと学習塾向けに開発されたシステムですが、その機能性や汎用性の高さから、保護者連絡、入退室管理、請求・決済といった基本的な業務効率化ニーズが共通する習い事教室でも高い評価を得ております。今後は、新サービスの「ComiruPay」が、これらの教室における決済業務の効率化に大きく貢献し、導入数を加速させていくものと考えております。

弊社は、既存顧客からの口コミや業界紙を通じたアプローチを強化することで、この広大な習い事市場におけるシェアを効率的に拡大してまいります。

質問52 将来的にニーズが増えると思われる日本語学校など外国人の教育についての将来性やご意見があれば教えてください。

回答52 日本語学校をはじめとする外国人向け教育市場は、今後の日本社会において重要性が一層高まる分野であり、弊社にとっても将来的な成長機会を秘めた領域であると認識しております。近年では、学習塾がその成長戦略の一環として日本語学校を併設・展開する動きが徐々に広がっており、教育業界全体としても外国人教育への関心が高まりつつあります。

現時点では、日本語学校単体での業務支援システムの需要は、学習塾市場と比較するとまだ限定的ではありますが、これは市場が発展途上にあることの裏返しでもあります。実際、日本への留学生や外国人就労者の増加に伴い、日本語教育のニーズは着実に拡大しており、それに伴って学校運営の効率化や生徒管理の高度化に対するニーズも今後ますます高まると見込まれます。

弊社は、学習塾市場で培ってきた業務支援のノウハウと、「Comiru」の柔軟性・拡張性を活かし、この新たな市場におけるニーズに的確に responding していくことで、外国人教育分野においても弊社のSaaS型サービスが不可欠なインフラとなる可能性があると考えております。こうした取り組みは、既存事業とのシナジーを生み出すだけでなく、弊社の収益基盤の多様化と中長期的な成長の柱となることを期待しております。

質問53 少子化についてどのように考えているか。子供の減少が続くなか、どの様な成長戦略があるのか知りたいです。

回答53 少子化の進行は日本社会全体にとって大きな構造的変化であり、弊社としてもその影響を十分に認識しております。しかしながら、弊社はこれを単なるリスクとは捉えておらず、むしろ教育市場の質的变化を捉えた成長機会と考えております。実際、子どもの数が減少する一方で、一人あたりの教育投資額は増加傾向にあり、特に早期教育や個別最適化された学習支援へのニーズが高まっております。このような背景のもと、教育機関における業務効率化や保護者とのコミュニケーションの高度化は、今後ますます重要性を増していくと見込まれます。弊社のSaaS型業務支援システム「Comiru」は、こうしたニーズに的確に応えるソリューションとして、教育現場における“なくてはならないインフラ”としての地位を確立しつつあります。

現在の主力市場である学習塾に加え、今後は習い事教室や学校領域への展開を進めてまいります。これらの市場は、学習塾市場と比較しても数倍の規模を有しており、弊社にとって大きな成長余地が存在します。さらに、10年後以降の中長期的な成長戦略として、アジアを中心とした海外展開も視野に入れており、現地企業との提携やM&Aを通じて、グローバルな教育支援インフラの構築を目指しております。

このように弊社は、少子化という社会変化を逆手に取り、教育投資の高度化、業務効率化ニーズの拡大、未開拓市場への進出、そして海外展開という多層的な戦略を通じて、持続的かつスケラブルな成長を実現してまいります。

質問54 今後の海外展開について教えてください。グローバル展開の計画はありますか？

回答54 弊社は現在、主力である学習塾市場に加え、習い事教室や学校領域への展開を進めることで、国内市場における成長ポテンシャルを最大限に引き出してまいります。これらの市場は、学習塾市場と比較しても数倍の規模を有しており、弊社にとって今後の成長を牽引する重要なドライバーとなると考えております。

一方で、弊社の成長戦略は国内にとどまるものではありません。中長期的な視点に立ち、アジアを中心とした海外展開を重要な柱として位置づけております。特に、教育熱が高く、民間教育市場が拡大している新興国においては、弊社が提供するSaaS型業務支援システムのようなサービスに対するニーズが今後急速に高まると見込んでおります。

このグローバル展開においては、単独での進出に加え、現地の教育事業者やテクノロジー企業との戦略的提携、あるいはM&Aを通じて、各国の教育制度や文化に適応した形での事業展開を目指します。これにより、スピード感を持って市場に浸透し、現地に根差した形での価値提供を実現していきます。

弊社は、少子化が進む日本国内においても、教育投資の高度化や業務効率化ニーズの高まりを成長機会と捉え、さらに未開拓の国内市場と海外市場の両面から事業を拡大することで、持続的かつスケラブルな成長を実現してまいります。グローバルな教育支援インフラの構築を通じて、社会的意義と経済的成長の両立を目指してまいります。

質問55 海外戦略の考え方、東南アジアに展開する考えを教えてください。

回答55 弊社は海外展開において、特に東アジアおよび東南アジア地域への進出を重要な成長戦略の一つとして位置づけております。これらの地域は、若年人口の多さや教育への関心の高さに加え、教育分野におけるデジタル化の取り組みが加速している一方で、現場レベルではまだ課題も多く、弊社のような業務支援型SaaSサービスが貢献できる余地が十分にあると考えております。

この戦略を現実的に推進できる背景として、弊社の経営陣の半数が中国籍であり、中華圏を中心としたアジア市場に対する深い理解と豊富なネットワークを有している点が挙げられます。教育事業は非常にローカル性が強く、各国の文化や制度に応じた対応が不可欠ですが、弊社はこうした地域特性に配慮した展開が可能な体制をすでに整えつつあります。

また、海外展開においては、単独での進出に加え、日系大手塾、現地の教育事業者やテクノロジー企業との戦略的提携、あるいはM&Aを通じて、地域に根差したサービス提供を目指します。これにより、現地ニーズに即した形での市場浸透を効率的かつスピーディーに進めることが可能となります。

弊社は、国内市場で培った業務支援のノウハウと、経営陣の多様性を活かしながら、アジア市場における教育支援インフラの構築を目指してまいります。グローバルな視点での事業展開を通じて、社会的意義と経済的成長の両立を実現し、持続的な企業価値の向上に努めてまいります。

質問56 今後のM&A戦略についての考えを聞きたい。

回答56 弊社は、教育業界における持続的な成長と企業価値の向上を実現するため、戦略的なM&Aを重要な経営手段の一つとして位置づけております。特に、既存の「Comiru」事業とのシナジーが見込まれる教育関連のシステム提供企業や事業の買収を優先的に検討しており、これにより市場シェアの拡大とサービスの付加価値向上を図ってまいります。

さらに、集客支援や人材領域など、教育機関が直面する課題に対して包括的なソリューションを提供できる周辺分野の企業・事業についても、積極的にM&Aの対象として検討しております。これにより、弊社の事業領域を広げるとともに、教育業界全体の課題解決に貢献する体制を構築していく方針です。

M&Aは、弊社がこれまで培ってきたオーガニックな成長を補完し、非連続的な成長を実現するための重要な手段です。特に、教育SaaS市場においては、スピード感を持った事業拡大が競争優位性の確保に直結するため、弊社は今後も戦略的な視点からM&Aを推進し、リーディングカンパニーとしての地位を確立してまいります。

なお、弊社のM&A戦略の詳細については、2025年1月30日に公開した「[事業計画及び成長可能性に関する事項](#)」の46ページをご参照ください。

質問57 テスト業務やコーディング業務にて既にAIを活用されているとのことですが、今後そのほかの用途でAIを活用するご予定がありましたら教えてください。また、差し支えなければ、AI活用が御社の業績に与えるインパクトについても教えてください。/AIの活用状況（公表可能な範囲で、事例等で具体的に）と今後の課題を知りたい

回答57 弊社ではすでに、開発部門において生成生成AIを活用したテスト自動化やコーディング支援を導入しており、開発効率の大幅な向上と製品リリースまでのリードタイム短縮を実現しております。今後はこの生成生成AI活用を、カスタマーサクセス（CS）業務にも段階的に展開していく予定です。

CS業務における生成生成AIの導入は、単なる人件費削減を目的とするものではありません。教育業界のユーザーはITリテラシーに幅があるため、生成生成AIがすべてを代替するのではなく、人による丁寧な対応を補完する形での活用を重視しております。具体的には、生成生成AIが定型的な問い合わせ対応や情報提供を担うことで、CS担当者はより複雑な課題や個別対応に集中できる体制を構築し、限られたリソースで顧客満足度を最大化することを目指しております。

また、生成生成AI技術がGoogleやOpen生成生成AIといったグローバルなプラットフォームとして進化する中で、弊社の強みは、それらの汎用的な生成生成AIを教育現場の実務にどう適用するかという「現場理解」にあります。私たちは、教育機関が直面する具体的な課題を深く理解し、それを生成生成AI活用に落とし込むことで、単なるツール提供にとどまらない、実践的なソリューションを提供していきます。こうした取り組みは、今後「生成生成AIを活用した業務改善支援」という新たな価値領域の創出にもつながると考えております。

このような生成生成AIの戦略的活用は、開発コストの削減や製品開発サイクルの短縮、CS業務の効率化による人件費の最適化、さらには顧客満足度とLTV（顧客生涯価値）の向上といった形で、弊社の業績に中長期的かつ持続的なインパクトをもたらすと見込んでおります。今後も生成生成AI技術の進化を柔軟に取り入れながら、教育現場のDXを加速させ、より高品質なサービス提供を実現してまいります。

質問58 このビジネスモデルでどのようにAIを活用していきたいですか？ また問題点があれば教えてください。

回答58 弊社では生成生成AIを、教育現場に蓄積されるデータと組み合わせることで、将来的に新たな価値を生み出す可能性を持つ重要な技術として捉えております。現時点では、生成生成AIそのものの活用だけで競争優位性を確保することは難しいと認識しており、弊社が日々蓄積している教育現場の高品質なデータを、生成AI活用の文脈でどのように活かせるかを模索している段階です。

例えば、児童・生徒の学習履歴やコミュニケーション履歴をもとに、生成生成AIが個別最適な学習プランを提案したり、保護者への案内文を調整したりすることで、教育効果の向上や顧客体験の質的改善に繋がる可能性があります。こうした取り組みは、今後のサービス価値の向上やLTV（顧客生涯価値）の最大化に寄与するものと期待しております。

一方で、現時点での課題としては、教育現場で生成される多様なデータを生成生成AIが活用可能な形に整備・構造化する技術的なハードル、そしてそれを実際の業務フローに自然に組み込む運用面での工夫が求められております。また、教育データは非常にセンシティブであるため、プライバシー保護とセキュリティ対策を最優先にししながら、生成生成AIの精度と信頼性を継続的に高めていく必要があります。弊社はこれらの課題に真摯に向き合いながら、生成生成AIを教育現場における実践的なソリューションとして活用し、教育DXのさらなる推進と持続的な企業成長を実現してまいります。

質問59 業界の動向について

回答59 教育業界は現在、大きな構造転換の最中にあります。従来から課題とされてきた教育現場の労働生産性の低さに対する改善意識が高まる中、新型コロナウイルス感染症を契機としたオンライン教育の普及、そして政府主導のGIGAスクール構想によるICT環境の整備が、教育の在り方そのものを大きく変えつつあります。

さらに、5Gやクラウドインフラの進展、生成生成AIやIoTといった先端技術の急速な進化により、教育の個別最適化や学習体験の高度化が現実味を帯びてきております。こうした変化は、従来の一斉指導型の教育から、より柔軟でパーソナライズされた学びへの移行を促進しており、特に機動力のある民間教育事業者が果たすべき役割は今後ますます大きくなると考えられます。

弊社は、こうした業界の変化を単なる外部環境の変化として受け止めるのではなく、成長機会として積極的に捉えております。教育現場のDXを支援するSaaS企業として、業務効率化やコミュニケーション支援にとどまらず、オンライン教育への対応、データ活用による教育の質の向上、そして生成生成AIなどの先端技術を活用した新たな価値提供に取り組むことで、教育業界全体の進化に貢献してまいります。

このような変革期において、弊社は柔軟性とスピードを武器に、教育の未来を支えるインフラとしての役割を果たし、持続的な成長を実現していく所存です。

質問60 今後の市場見通しと会社への影響（メリット、デメリットどちらも）

回答60 教育市場は今後、少子化という構造的な変化の影響を受ける一方で、弊社にとっては大きな成長機会を内包した領域であると認識しております。少子化が進むことで、保護者の教育投資は一層集中し、特に早期教育や個別最適化された学習支援への関心が高まっております。この傾向は、教育機関における業務効率化やサービス品質の向上を求める動きと連動しており、弊社の「Comiru」に対するニーズは今後さらに高まると見込まれます。

また、弊社が現在主軸としている学習塾市場に加え、習い事市場や学校市場といったより大規模な未開拓領域への展開は、顧客基盤の拡大と収益源の多様化に直結する重要な成長ドライバーです。さらに、中長期的にはアジア圏における教育需要の高まりを捉えた海外展開も視野に入れており、弊社の事業スケールを一段と広げる可能性を秘めております。

一方で、少子化が長期的に進行することで、教育業界全体の市場規模が縮小するリスクは否定できません。加えて、市場の成熟に伴い競争環境は激化し、大手資本の参入や価格競争の激化も想定されます。また、教育現場におけるITリテラシーのばらつきや、個人情報保護・セキュリティ対応といった技術的・運用的な課題も継続的な対応が必要です。

こうした環境下において、弊社は市場の変化を成長の機会と捉え、業務効率化支援に加え、生成生成AIを活用した教育体験の高度化や、戦略的なM&Aによる事業領域の拡張を通じて、競争優位性の確立と持続的な企業価値の向上を目指してまいります。

質問61 ECへの比率向上はありますか？

回答61 弊社のビジネスモデルは、主力サービスであるSaaS型業務支援システム「Comiru」を中心としたBtoBサービスであり、教材や物販を主軸としたEC事業とは性質が異なります。そのため、現時点ではEC売上比率の向上を直接的な経営目標としては掲げておりません。

しかしながら、弊社のサービスの中には、EC的な要素を内包する機能が存在しており、それが事業成長に間接的に寄与する可能性は十分にあると考えております。例えば、弊社が提供する「ComiruPay」は、保護者が塾や習い事の月謝をオンラインで決済できる仕組みであり、これは広義のECに近い機能と捉えることができます。このような決済機能の普及は、保護者の利便性を高めるだけでなく、教室運営の効率化にもつながり、結果として「Comiru」全体のLTV（顧客生涯価値）向上に貢献しております。

将来的には、教育コンテンツのデジタル化やオンライン学習の進展に伴い、教育サービスとECがより密接に融合していく可能性も視野に入れております。ただし、弊社としては、まずはSaaSとしての本質的な価値である業務効率化やコミュニケーション支援に注力し、その中で自然な形でEC的機能が拡張されていくことを想定しております。こうしたアプローチにより、顧客体験の向上と収益性の強化を両立させてまいります。

## ■株主還元

質問62 株主還元についての考え方を教えてください。

回答62 弊社は、株主の皆さまへの還元について、企業価値の持続的な向上を通じて中長期的に最大のリターンを実現することが最も重要であると考えております。現時点では、弊社は成長フェーズにあり、限られた経営資源を事業拡大と収益性向上のための再投資に重点的に配分しております。

2025年10月期第2四半期において利益剰余金がプラスに転じたことは、財務基盤の健全化に向けた一歩と捉えておりますが、依然として積極的な成長投資が必要な段階にあると認識しております。また、現時点では財源規制の制約もあるため、配当や株主優待といった直接的な株主還元策の実施は難しい状況です。

しかし、弊社は株主還元を重要な経営課題の一つと位置づけており、今後の利益成長と財務状況の改善を踏まえ、自社株買いなどの機動的な還元策を検討してまいります。将来的には、資本効率の向上と株主価値の最大化を両立させる形で、より積極的な還元方針を構築していく方針です。

まずは、主力サービス「Comiru」のさらなる成長、新規事業や未開拓市場への展開、戦略的なM&Aの推進を通じて、安定的かつ持続的な利益創出体制を確立することが、株主の皆さまへの最良の還元につながるかと考えております。

質問63 株主還元策について詳しくうかがいたい。配当ではなく自社株買いによる株主還元のみとしているが、配当による株主還元と比較して優位に株主の利益となることが担保できるのでしょうか。

回答63 弊社の株主還元については、企業価値の持続的な向上を通じて、中長期的に株主の皆さまに最大のリターンをお届けすることにあります。そのうえで、現時点では配当による直接的なキャッシュリターンではなく、自社株買いを最優先の株主還元策として位置づけております。

この方針は、単なる還元手段の選択ではなく、弊社の成長戦略と資本政策の一体的な運用に基づいております。自社株買いは、発行済株式総数の減少を通じて一株当たり利益（EPS）を向上させ、株主価値を直接的に高める効果があります。これは、成長企業にとって極めて重要な指標であり、弊社の収益性と成長力を投資家の皆さまに明確に示す手段でもあります。

さらに、自社株は将来的にM&Aの対価や、優秀な人材へのインセンティブ（ストックオプション等）として活用できる柔軟性を持ち、企業の成長を加速させる「戦略的資産」としての側面も有しております。弊社は、オーガニック成長に加え、戦略的なM&Aや人材投資を通じて非連続な成長を目指しており、自社株買いはその実現を支える重要な手段として考えております。

一方で、配当は安定的なリターンを提供する手段であることも十分に理解しており、将来的には財務基盤の強化と利益成長の進展に応じて、配当を含む多様な株主還元策の選択肢を検討してまいります。現時点では、成長投資を最優先としつつ、資本効率の向上と株主価値の最大化を両立させる形で、最も効果的な還元策を選択しているというのが弊社のスタンスです。

今後も、財務状況や市場環境を総合的に勘案しながら、透明性のある資本政策を通じて、株主の皆さまとの信頼関係をより一層強化してまいります。

質問64 配当のDOE基準は検討されていますか？

回答64 弊社では、株主還元策の一環としてDOE（自己資本配当率）基準の導入について現時点では採用しておらず、今後の導入も未定です。これは、弊社が現在、成長フェーズにあることを踏まえ、限られた資本を事業拡大と収益性向上のための再投資に優先的に活用しているためです。

弊社の株主還元に対する基本的な考え方は、企業価値の持続的な向上を通じて、中長期的に株主の皆さまに最大のリターンをお届けすることにあります。そのため、現時点では配当よりも自社株買いを最優先の選択肢として位置づけております。自社株買いは、発行済株式数の減少を通じて一株当たり利益（EPS）を向上させ、株主価値を直接的に高める効果があるほか、将来的なM&Aの対価や人材へのインセンティブとして活用できる柔軟性も備えております。

DOEは、自己資本に対する配当の割合を示す指標であり、安定的な配当政策を構築する上で有効な考え方であることは認識しております。しかし、弊社の現在の経営フェーズでは、資本効率の最大化と成長投資の加速が最優先課題であり、DOE基準による配当政策は現時点では適していないと判断しております。

今後は、利益成長の進展と財務基盤の強化を踏まえ、株主還元のあり方についても柔軟に見直してまいります。資本政策の透明性を維持しつつ、株主の皆さまとの対話を重視し、企業価値の向上と株主価値の最大化を両立させる方針を継続してまいります。

質問65 中長期的な配当方針を教えてください。また、配当性向の目標を教えてください。

回答65 弊社は株主還元について、企業価値の持続的な向上を通じて中長期的に最大のリターンを実現することを基本方針としております。現時点では、配当性向の具体的な目標値を設定しておらず、配当を主軸とした還元方針は採用しておりません。

現在弊社は成長フェーズにあり、事業拡大と収益性向上のための再投資を最優先しております。得られた利益は、主力サービス「Comiru」の強化、新規事業への展開、戦略的なM&A、人材投資など、将来の企業価値向上に直結する分野へ積極的に充当しております。

このような成長戦略を支える株主還元策として、弊社は自社株買いを最優先の選択肢と位置づけております。自社株買いは、EPS（一株当たり利益）の向上を通じて株主価値を直接的に高めるだけでなく、将来的なM&Aの対価やストックオプションなど、戦略的な活用が可能な柔軟性を持つ点で、成長企業にとって非常に有効な手段です。

一方で、配当は安定的なキャッシュリターンを提供する手段であり、企業が成熟し、安定的な利益創出体制が確立された段階においては、株主還元の選択肢として重要な役割を果たすと認識しております。弊社としても、将来的には財務状況や利益水準を総合的に勘案し、配当性向の目標設定を含めた柔軟な還元方針の検討を進めてまいります。

今後も、資本政策の透明性を維持しつつ、株主の皆さまとの対話を重視しながら、企業価値と株主価値の両立を目指してまいります。

質問66 株主優待について知りたいです。今後のお考えを教えてください。

回答66 弊社では、株主優待の導入について現時点では検討しておりません。これは、株主の皆さまへの還元策として、企業価値の持続的な向上を通じた中長期的なリターンの最大化を最も重視しているためです。

株主優待は一部の個人投資家の皆さまにとって魅力的な制度である一方で、制度設計によっては保有株数や居住地によって還元の公平性に差が生じる可能性があるほか、企業としての資本効率や柔軟な資本政策の観点からも慎重な判断が求められます。

弊社は現在、成長フェーズにあり、得られた利益は主力事業の強化、新規事業への展開、戦略的なM&A、人材投資など、将来の企業価値向上に直結する分野への再投資を最優先しております。そのうえで、株主還元策としては、自社株買いを最も効果的な手段と位置づけております。自社株買いは、発行済株式数の減少を通じて一株当たり利益（EPS）を向上させるとともに、将来的なM&Aやストックオプションなど、戦略的な活用が可能な柔軟性を持つ点で、弊社の成長戦略と高い親和性を持っております。

将来的に、事業基盤がより強固になり、安定的な利益創出体制が確立された段階においては、株主優待を含むさまざまな株主還元策についても、改めて検討する可能性は否定しておりません。今後も、株主の皆さまとの対話を大切にしながら、企業価値と株主価値の両立を目指してまいります。

質問67 個人投資家への親近感を高める活動を教えてください。

回答67 弊社では、個人投資家の皆さまとの信頼関係を少しずつ深めていくことが、今後のIR活動においても着実に取り組むべき課題の一つであると認識しております。限られたリソースと予算の中ではありますが、弊社の事業内容や成長戦略、社会的意義について、より多くの方にご理解いただけるよう、できる範囲での情報発信と対話の機会の拡充に努めてまいります。

これまで、弊社はBtoBおよびBtoGを中心としたビジネスモデルであることから、一般消費者向けの広報活動には積極的ではありませんでしたが、今後はIRイベントや投資関連メディアを通じた情報発信を強化し、個人投資家の皆さまにも弊社の取り組みをより身近に感じていただけるよう工夫してまいります。

教育現場のDXを通じて社会課題の解決に取り組む企業として、その意義と成長性を丁寧にお伝えし、長期的な視点でご支援いただけるよう、誠実なコミュニケーションを重ねてまいります。

質問68 最新の四季報を見ますと、自己資本比率は67.5%と安心感のある比率ですが、利益剰余金がマイナスとなっております。また今2025年10月決算以降も無配予想となっておりますが、今後、有配になる可能性はあるのでしょうか？

回答68 2024年10月期末時点における自己資本比率67.5%は、弊社の財務基盤が健全であることを示すものであり、ご指摘のとおり、一定の安心感を持っていただける水準であると認識しております。

一方で、利益剰余金については、2025年10月期第2四半期において6,892万円とプラスに転じており、これは上場後の先行投資フェーズを経て、事業が着実に収益を創出し始めたことを示す重要な転換点と捉えております。財務体質の改善が進んでいることは、今後の資本政策の柔軟性にもつながると考えております。

2025年10月期決算において無配予想となっている理由は、主に二点あります。第一に、財源規制の関係で、当期においては剰余金による配当が制度上実施できない状況にあります。第二に、弊社は現在、成長フェーズにあることから、得られた利益を事業拡大や収益性向上のための再投資に優先的に充当しており、株主還元策としては自社株買いを最も効果的な手段と位置づけております。

自社株買いは、発行済株式数の減少を通じて一株当たり利益（EPS）を向上させ、株価の上昇を通じて株主の皆さまの利益に貢献するだけでなく、将来的なM&Aの対価や人材へのインセンティブとしても活用できる柔軟性を持つ、成長戦略と高い親和性を持つ施策であると考えております。

現時点では、配当による株主還元の可能性は限定的ですが、事業基盤のさらなる強化と安定的な利益創出体制が確立された段階においては、財務状況や資本政策を総合的に勘案し、配当を含む株主還元策についても柔軟に検討してまいります。今後も、企業価値の持続的な向上を通じて、株主の皆さまに中長期的なリターンをお届けできるよう努めてまいります。

質問69 株主優待の拡大策を教えてください。

回答69 現時点において、弊社は株主優待の導入やその拡充について、具体的な検討を行える状況にはございません。これは、弊社が依然として成長フェーズにあり、限られた経営資源を事業拡大と収益性向上のための再投資に重点的に配分しているためです。

2025年10月期第2四半期において利益剰余金がプラスに転じたことは、財務基盤の健全化に向けた前進と捉えておりますが、現時点では財源規制の制約もあり、配当や株主優待といった直接的な還元策の実施は難しい状況です。

弊社は、企業価値の持続的な向上を通じて、株主の皆さまに中長期的に最大のリターンをお届けすることを最重要課題と位置づけております。そのための還元策としては、EPSの向上と成長戦略の柔軟性確保に資する自社株買いを最優先の方針としております。自社株買いは、株価の下支えや資本効率の向上に加え、M&Aや人材確保といった戦略的活用にもつながる重要な手段であると考えております。

将来的には、利益成長と財務状況のさらなる改善、そして財源規制の解消を踏まえたうえで、株主優待を含む多様な還元策についても柔軟に検討してまいります。まずは、事業成長の加速と企業価値の最大化に全力で取り組むことが、株主の皆さまへの最良の還元につながるかと考えております。

## ■その他

質問70 時価総額100億以下でルール変わるみたいですが対策は考えていますか（上場維持基準について）

回答70 昨今のグロース市場における上場維持基準の見直し案、特に上場5年経過後に時価総額100億円以上を求める新基準については、弊社としても重要な制度変更として認識しており、その動向を注視しております。資本市場の健全性を維持するという観点から、こうした基準の見直しは理解できるものであり、弊社としても真摯に向き合っております。

グロース市場の本来の趣旨は、将来の成長を期待される企業が資本市場を活用して飛躍することであり、上場後の成長実現こそが最も着目されるべきだと考えております。その理念のもと、弊社は上場以来、着実に成長を続けてまいりました。直近の2025年10月期第2四半期決算では、売上高が前年同期比46.7%増、営業利益が同405.4%増と、力強い成長を実現しており、通期業績予想も上方修正しております。これは、主力サービス「Comiru」の拡大と収益性改善の成果であり、企業価値向上への確かな手応えを感じております。

時価総額100億円の達成に向けては、事業成長の加速が不可欠です。弊社は、既存事業の深化と新規事業の創出によるオーガニック成長、戦略的なM&Aによる事業領域の拡大、そして財務体質の強化と株主還元の最適化を通じて、企業価値の向上に取り組んでまいります。特に、教育業界のDXという社会的意義の高いテーマに取り組む企業として、持続的な成長と収益性の両立を図ることで、資本市場からの評価を高めていく所存です。

現時点では、制度変更が正式に確定しているわけではありませんが、仮に新基準が導入された場合でも、弊社はその基準をクリアできるよう、事業戦略と資本政策の両面から着実に対応してまいります。株主の皆さまにおかれましては、弊社の中長期的な事業成長にご期待いただき、引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。

質問71 SDGSの取り組み

回答71 弊社では、現時点で特定のSDGs目標に直接紐づけた事業推進は行っておりませんが、弊社の事業活動そのものがSDGsの理念と高い親和性を持っていると認識しております。教育現場のDXを通じて社会課題の解決に貢献するという弊社の事業は、持続可能な社会の実現に向けた取り組みと本質的に重なっており、社会的価値の創出を経営の重要な柱と位置づけております。

主力サービスである教育機関向けSaaS「Comiru」は、教育現場の業務効率化と情報のデジタル化を支援することで、複数のSDGs目標に間接的ながらも着実に貢献しております。例えば、紙の使用量削減や作業時間の短縮によるエネルギー消費の抑制は、「目標7：エネルギーをみんなにそしてクリーンに」や「目標12：つくる責任つかう責任」に関連します。また、業務効率化による教育サービスの質向上や経営の安定化は、「目標8：働きがいも経済成長も」の促進に繋がります。

さらに、教育機関の運営コスト削減が、保護者負担の軽減や新たな教育機会の創出に繋がることで、「目標4：質の高い教育をみんなに」や「目標10：人や国の不平等をなくそう」といった社会的格差の是正にも寄与できると考えております。

弊社は、こうした事業活動を通じて、経済的価値と社会的価値の両立を目指しており、今後もSDGsの理念を意識しながら、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを深化させてまいります。将来的には、より明確な目標設定や指標の導入も視野に入れ、企業価値の向上と社会貢献の両面から、投資家の皆さまに信頼いただける企業を目指してまいります。

質問72 教育のことも気になりますが、ここはラフに栗原社長が最近ハマっている趣味などを教えてください休日はどんな事をしてすごしていますか？

回答72 弊社栗原のプライベートにご関心をお寄せいただき、誠にありがとうございます。企業としての活動だけでなく、経営者の人柄にも目を向けていただけることは、弊社にとっても大変ありがたいことと受け止めております。社長は現在、3人の子どもを育てる父親として、家庭でも多忙な日々を送っております。特に末のお子様がまだ乳児であることもあり、休日は趣味に没頭するというよりも、子育てや家族との時間を最優先に過ごしている状況です。最近では、近隣のご家族とも交流があり、仲の良いパパ友たち4家族ほどで山登りや川遊び、パン作りなどを楽しんでいると伺っております。こうした地域とのつながりや家族とのふれあいが、心身のリフレッシュとなり、結果として経営にも良い影響を与えているのではないかと、という話も本人から聞いております。こうした時間は、社長にとって心身のリフレッシュとなり、経営においても前向きなエネルギーを生み出す源になっていると認識しております。企業としては、経営者が健全な生活を送り、持続的に高いパフォーマンスを発揮できる環境を整えることも重要であると考えております。なお、プライベートに関する情報については、社内外の誤解や過度な憶測を避けるため、一定の範囲にとどめて開示しております。ご理解のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

質問73 外国人による経営をどう考えますか？

回答73 弊社は、外国籍人材が経営に参画することを、単なる多様性の象徴としてではなく、企業の競争力を高める重要な経営資源の一つと捉えております。異なる文化的背景や価値観を持つ人材が経営に関与することで、意思決定の幅が広がり、より多角的かつ本質的な課題解決が可能になると考えております。実際に、弊社の経営陣には中国籍のメンバーが2名在籍しており、これは今後注力していくアジア市場への展開において、現地の商習慣や文化的文脈を深く理解した戦略立案を可能にする大きな強みとなっております。グローバルな視点を持つ経営体制は、海外展開の実効性を高めるだけでなく、国内市場においても多様な顧客ニーズを的確に捉える力に繋がると確信しております。もちろん、異なるバックグラウンドを持つメンバーが集まることで、意見の違いや価値観の衝突が生じる場面もありますが、弊社ではそれを健全な組織の証と捉えております。多様な視点を尊重し、建設的な議論を重ねることで、従来のかたまりにとらわれない柔軟で革新的な意思決定が可能になります。このように、国籍や文化を超えた多様な人材が協働する経営体制は、弊社の持続的な成長とグローバル競争力の源泉であると考えており、今後も多様性を活かした経営を推進してまいります。

質問74 関税や為替の影響といったものはありますか？

回答74 現時点において、弊社の事業は関税や為替の変動による直接的な影響は限定的であると認識しております。主力サービスである「Comiru」は国内の教育機関向けに提供しているSaaSであり、輸出入を伴う物販事業とは異なるため、関税の影響を受ける構造にはありません。

ただし、間接的な影響については慎重に注視しております。例えば、弊社が利用しているクラウドインフラ（AWSなど）は、グローバルなサプライチェーンを通じてサーバー設備を調達しており、米国の通商政策や関税措置がクラウド事業者のコスト構造に影響を与える可能性があります。こうしたコスト上昇が、将来的にクラウド利用料の値上げという形で弊社に転嫁されるリスクは否定できません。

また、クラウドサービスの利用料はドル建てであるため、為替レートの変動、特に円安の進行は運用コストの上昇要因となり得ます。現時点では為替の影響は限定的ですが、今後の為替動向によっては収益性に影響を及ぼす可能性があるため、弊社では継続的なモニタリングを行っております。

弊社は、こうした外部環境の変化に対しても柔軟に対応できる体制を整えており、必要に応じてコスト構造の見直しや、契約条件の再評価などを通じてリスクヘッジを図ってまいります。今後も、国際情勢や為替市場の動向を注視しながら、安定的なサービス提供と収益性の維持に努めてまいります。

質問75 ユーザーから寄せられる主な課題や抵抗はどのようなもので、それに対してどのように対応されていますか

回答75 利用者の皆さまから寄せられる主な課題や抵抗には、大きく二つの傾向があると分析しております。

一つは、教育現場におけるITリテラシーのばらつきです。デジタルツールへの慣れや、システム導入に対する心理的な抵抗感を持つ方も少なくありません。これに対して弊社では、単なる操作説明にとどまらない、実践的な利活用支援を重視したカスタマーサクセス体制を構築しております。元教師や塾講師など、教育現場の実情を深く理解したスタッフが、業務効率化や保護者とのコミュニケーション改善といった具体的な成果につながる活用方法を丁寧にサポートしております。こうした“現場目線”の支援により、導入後の不安を払拭し、システムの価値を実感していただいております。

もう一つは、既存の業務フローを変えることへの抵抗です。長年慣れ親しんだ手作業や既存システムからの移行には、手間や不安を感じる声もあります。これに対して弊社は、「Comiru」が単なる業務支援ツールではなく、「集客の増加」や「顧客流出の防止」といった経営課題の解決に直結するソリューションであることを、成功事例を交えながら具体的に説明しております。導入によって生徒数の増加や定着率の向上といった成果が得られることを明確に示すことで、経営層の理解と納得を促しております。また、スムーズな導入を支援するオンボーディングプログラムも整備しており、移行時の負担軽減にも努めております。

このように、弊社はユーザーの課題に対して、システム提供に加えて「利活用支援」と「経営課題への貢献」という二つの軸で対応しております。これにより、顧客満足度とLTV（顧客生涯価値）の向上を実現し、競合との差別化を図るとともに、持続的な事業成長に繋げております。

質問76 同業他社の評価 比較の認識をお尋ねしたい

回答76 同業他社の評価については、弊社が直接コメントする立場にはございませんが、競合の動向や市場の変化については常に注視しており、事業戦略の策定に活かしております。その上で、弊社が市場で優位性を持つ理由についてご説明いたします。弊社の最大の強みは、教育現場に深く根差したプロダクト設計と、迅速な開発体制にあります。業務委託を含め約70名規模のエンジニアチームが、アジャイル開発により2週間単位で機能改修を行い、現場のニーズに即応できる体制を構築しております。このスピードと柔軟性は、他社が容易に模倣できるものではありません。また、元教師や塾講師など教育現場の経験者で構成されたカスタマーサクセスチームが、導入後の利活用支援を通じて顧客満足度を高めております。単なるシステム提供にとどまらず、業務改善や経営課題の解決にまで踏み込む支援体制は、弊社ならではの価値です。

「Comiru」は中小塾から大手塾まで幅広く対応できる柔軟性を持ち、保護者とのコミュニケーション機能など、現場で本当に使われる機能を備えています。さらに、「ComiruPay」や「ComiruERP」の展開により、業務支援から経営支援までを一貫してカバーする総合プラットフォームとしての価値が高まっており、競合との差別化が一層進んでおります。

競合各社もそれぞれの強みを活かして市場展開をしておりますが、弊社は教育現場への深い理解と技術力、そして顧客密着型の支援体制を軸に、今後も市場シェアの拡大と持続的な成長を目指してまいります。革新と実行力をもって、投資家の皆さまのご期待に応えられるよう努めてまいります。

質問77 個人株主に対するIR活動はどのようにかंगाえていきますか？

回答77 個人株主の皆さまへのIR活動は、弊社にとって重要な経営課題の一つであると認識しております。これまで、限られたリソースの中で十分な情報発信や対話の機会を提供できなかった点については真摯に受け止めており、今後は段階的に、個人投資家の皆さまとの接点を増やしていく方針です。

まずは、IRイベントや説明会への参加機会を少しずつ広げていくとともに、投資関連メディアやウェブコンテンツを通じた情報発信の質と頻度の向上に取り組んでまいります。また、事業内容や成長戦略、社会的意義について、より分かりやすく、タイムリーにお伝えできるよう、開示の透明性と分かりやすさの両立を目指して改善を進めてまいります。

弊社は、教育現場のDXを通じて社会課題の解決に貢献する事業を展開しており、その価値を個人投資家の皆さまにも着実に伝えし、長期的な視点でご支援いただける関係を築いていきたいと考えております。今後も、信頼に足る情報提供と誠実な対話を通じて、個人株主の皆さまとの関係を少しずつ、しかし着実に強化してまいります。

質問78 投資家と企業のエンゲージメントをどう高めていくつもりなのか。

回答78 投資家の皆さまとのエンゲージメントは、弊社にとって単なる情報発信にとどまらず、双方向の信頼関係を築くための重要な経営課題であると認識しております。時価総額や利益剰余金といった財務指標はもちろん重要ですが、弊社はそれ以上に、未来への投資と成長可能性にこそ、企業価値の本質があると考えております。弊社は現在、顧客基盤の拡大とARPU最大化を軸に、習い事・学校市場への展開や戦略的M&Aを通じて、非連続な成長を目指しております。教育現場に根ざした業務理解と、70名規模のエンジニアによる迅速な開発体制を強みに、顧客ニーズに即応し、解約率0.5%という高い継続率を維持しております。直近の第2四半期では、売上高46.7%増、営業利益405.4%増と力強い成長を遂げ、通期予想も上方修正いたしました。財務面では、利益剰余金がプラスに転じ、自己資本比率67.5%という健全な基盤のもと、成長投資を継続しております。株主還元については、現時点では財源規制の制約があるため配当や優待は実施しておりませんが、EPSの向上と成長戦略の柔軟性確保を重視し、自社株買いを最優先の方針としております。これは、M&Aや人材確保における戦略的な通貨としても機能し、長期的な株主価値の最大化に資すると考えております。個人投資家の皆さまとのエンゲージメント強化に向けては、今後、IRイベントや説明会への参加、メディア露出の拡大、そして分かりやすく透明性の高い情報発信を段階的に進めてまいります。私たちは、教育DXという社会的意義のある事業を通じて、投資家の皆さまとビジョンを共有し、長期的な信頼関係を築いていくことを目指しております。今後も、皆さまの声に真摯に耳を傾けながら、企業価値の向上に努めてまいります。

質問79 先生、生徒の関係性への取り組み

回答79 先生と生徒の関係性は、教育の本質であり、弊社の事業の根幹をなすテーマです。弊社は「Comiru」を通じて、単なる業務効率化にとどまらず、先生が生徒一人ひとりと向き合う時間を創出し、その関係性をより豊かにすることを目指しております。事務作業の負担を軽減することで生まれる「余白の時間」は、教育の質を高めるための貴重な資源です。弊社では、カスタマーサクセスチームが教育現場の声を丁寧に拾い上げ、生徒の学習進捗の把握や個別フィードバックの充実、モチベーションを高めるコミュニケーションの工夫など、実践的なノウハウを提供しています。これにより、先生は生徒の理解度や感情の変化により深く寄り添い、個別最適な指導が可能になります。さらに、「Comiru」は保護者との情報共有も円滑にし、先生・生徒・保護者の三者が連携することで、生徒が安心して学べる環境を整えています。このような関係性の強化は、不登校の予防や学習意欲の向上といった、教育現場が抱える社会課題の解決にも繋がると考えております。今後は、教育知識の流通支援に加え、「どう接するか」、「どう出会うか」といった質的な課題にも踏み込み、先生と生徒の関係性をより良くするための集客支援や人材領域への展開も視野に入れております。教育の現場に優秀な人材を呼び込み、関係性の質を高めることは、教育の成果だけでなく、弊社の事業価値の向上にも直結すると考えております。弊社は、教育の本質に向き合いながら、社会的意義と事業成長を両立させることで、持続的な企業価値の向上を目指してまいります。先生と生徒の関係性を支えることは、教育の未来を支えることであり、弊社の成長の原動力でもあります。

**【ご注意事項】**

本資料に記載されている質疑応答の要旨は、2025年6月17日に開催されたIRセミナーにおける質疑内容をもとに、当社の見解として要約・編集したものです。内容の正確性および完全性を保証するものではなく、今後予告なく変更される可能性があります。

また、本資料には将来の業績に関する見通しが含まれている場合がありますが、これらは現時点で入手可能な情報および合理的であると判断される一定の前提に基づいており、実際の業績とは大きく異なる可能性があります。これらの差異は、国内外の経済情勢の変化、業界動向、競争環境の変化、法規制の変更など、さまざまなリスクや不確実性に起因する可能性があります。

本資料は情報提供のみを目的としており、日本、米国、またはその他の地域における有価証券の売買の勧誘を目的としたものではありません。

※本資料に関するご質問・ご意見につきましては、下記までご連絡ください。

また、ご希望の企業様には、個別取材のご相談も承っております。

**▼▼お問い合わせ先▼▼**

会社名 : 株式会社 P O P E R  
部署名 : 経営管理グループ IR担当  
お問い合わせフォーム : <https://popper.co/contact>

以 上