



2024年12月16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)

## 2024年10月期 通期決算説明会 スクリプト

当社は、2024年12月13日、オンラインツールを用いたライブ配信にて、投資家・アナリスト向けに2024年10月期 通期決算説明会を開催いたしました。投資家の皆様にタイムリーに情報を開示するべく、スクリプトを公開いたします。なお、本資料の記載内容は、通期決算説明会での発言内容をそのまま書き起こしたのではなく、ご理解いただきやすいよう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。

### 【2024年10月期 通期決算 ご参考資料】

▼▼決算短信はこちらからご確認いただけます▼▼

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/5134/tdnet/2539177/00.pdf>

▼▼決算説明資料はこちらからご確認いただけます▼▼

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/5134/tdnet/2539179/00.pdf>

▼▼業績予想と実績の差異に関するお知らせはこちらからご確認いただけます▼▼

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/5134/tdnet/2539180/00.pdf>

### 概要

【企業名】	株式会社 P O P E R
【証券コード】	5134 (東京証券取引所グロース市場)
【イベント名】	2024年10月期 通期決算説明会<機関投資家及びアナリスト向け>
【決算期】	2024年10月期 (第10期)
【開催日時】	2024年12月13日 (金) 16:00~16:45
【登壇者】	2名 代表取締役 栗原 慎吾 取締役CFO 姚 志鵬

POPER

株式会社POPER  
2024年10月期通期決算説明資料

Comiru

2024年12月

Copyright © POPER Co.,Ltd. all rights reserved

ただいま、ご紹介に預かりました株式会社POPER 代表取締役 栗原慎吾でございます。

本日は、当社決算説明会にご視聴いただき、誠にありがとうございます。

- ・ **POPERが目指すビジョンのご紹介**
- ・ **2024年10月期 通期決算結果のご報告**
- ・ **2025年10月期 事業計画のご報告**
- ・ **資本配分方針のご紹介**

本日は、まず当社が目指すビジョンを再度皆さまにご紹介したのち、2024年10月期通期決算の振り返り、2025年10月期の事業計画、今後の資本配分方針について、それぞれご説明させていただきます。

限られた時間ではございますが、何卒よろしくお願いいたします。

- ・ **POPERが目指すビジョンのご紹介**
- ・ 2024年10月期 通期決算結果のご報告
- ・ 2025年10月期 事業計画のご報告
- ・ 資本配分方針のご紹介

これまでの決算発表では、主に業績についてご報告してまいりましたが、今回は当社の創業の原点と、それに基づくビジョンについてもお話をさせていただきます。

これにより、投資家の皆さまには、当社への投資が社会に対して、どのような影響を与えるのかをより深くご理解いただけたらと考えております。

### 個人塾経営を通じた現場経験が 「教育」の泥臭さと尊さを感じる原点

1教室で生徒は50名。

いわゆる個人塾を埼玉県北与野駅の近くで運営していました。塾を外部から見た世界と内部から見た世界には大きく違いがあり、先生と生徒が真剣に向き合うことで、双方に大きな影響を与えることを実感しました。この影響こそが「教育」の成果であると感じた瞬間でもありました。



保護者面談において、涙を流す保護者や、妻を亡くした父親とそのご子息（生徒）についての話をするなど、さまざまな切実な声に向き合っていました。決して経済的に余裕があるとはいえない保護者がホテルのベッドメイキングのアルバイト代を夏期講習費用として提供してくださるなど、生々しい現実にも直面しました。

また、生徒とはさらに真剣に向き合い、時にはひねくれた生徒に対して厳しく接することもありました。その結果、生徒たちは真剣に私たちと向き合うようになり、気が付けば彼らにとっての“恩師”となっていました。

「教育」というものの泥臭さと、尊さを肌で感じた5年間でした。

まず、創業者である私栗原は、小さな学習塾を営んでおりました。

学習塾というと、合格という鉢巻をして歯を食いしばって頑張る子どもたちを、さらに頑張らせる場であるようにお感じの方も多いかと思いますが、少なくとも私が働いていた学習塾は補習塾と言われるもので、必ずしも進学校を目指すための場所ではありませんでした。

子どもたちの一人ひとりが自分のベストを発揮するためのもので、進学校に行けなくとも、その子にとってベストな進学を果たすことを目的としている場所でした。

このような場では、様々な人間ドラマがあり、そういった人と人との関わりの中で、教育とは勉強を教える場であると同時に、人と人とが繋がり、深い関係を築き、変化していく場であると感じました。

つまり、生徒に先生が寄りそうことによって、生徒のポジティブな変化を促すことこそが教育の本質的な役割であると思ったのです。



### しかし、「生徒と向き合うこと」時間がとれていないという現実

教育の現場はデジタル化が遅れているといわれることが多いですが、私が経営している塾はまさにそのとおりでした。

生徒の普段の頑張りを保護者のみなさんにも伝えたい。そんな想いから「個人別ノート」というものを作成していましたが、当時の生徒50人分のノートを作成するというのは相当な苦勞がありました。

ただでさえ請求書の作成や、授業振替の対応や、個人面談の日程調整など管理業務が多いなかで月初1週間は、授業の合間に話しかけてくれた生徒との雑談よりも個人別ノートの作成に多くの時間が割かれているような状態。

「これでいいのか?」という考えがよぎりました。  
生徒との時間を大事にするのももちろん大事。  
我が子を思う親御さんとのコミュニケーションを大事にするのも重要。

そのために誰かが塾現場のデジタル化を実現する必要があるのではないか。  
そんな気持ちから、開発したのが「Comiru」でした。

しかし、この「生徒に寄りそって変化を促す」ということが、教育の本質的な効果だとするならば、そのためには教える側の時間と心に余裕がなければならぬと痛感した瞬間でもありました。

このことは日々子育てに勤しむ家庭の中でも同様であると思います。

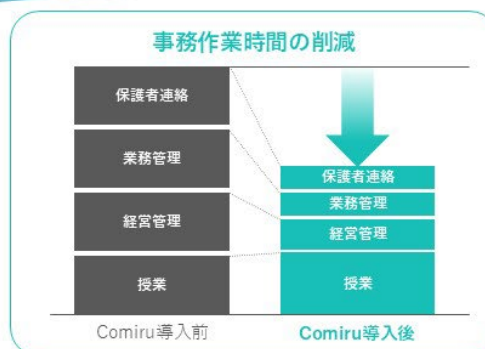
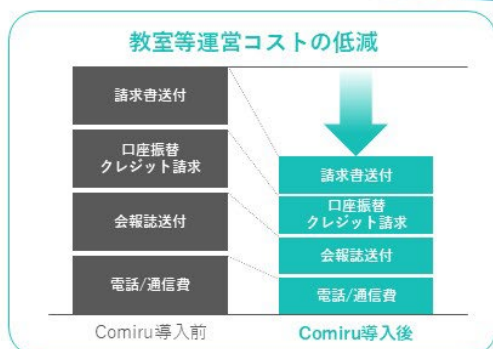
家庭では、掃除などの家事を自動化（掃除機など）したり、家事代行などでアウトソースすることで、親も時間と心に余裕を持ちたいという強いニーズがあると思います。

それは、親である自分に余裕がなえれば、子どもに対して雑な対応をしてしまう自分が嫌だからだと思います。

私が働いていた塾においては、日々の請求業務や報告業務などのいわゆるバックオフィス業務が多くなりますと、それに比例するように、生徒に寄りそう時間がなくなり、「宿題をやっておいて」とか、「話かけてくるな」というオーラを無意識に発してしまいがちでした。

それを実感した私は、教育現場において効率化すべき領域をITの力で効率化し、先生に時間と心の余裕をもってもらい、生徒と寄りそえる環境を作っていきたいと考えて開発したのが「Comiru」です。

Comiruを用いることで「教えること」に教育現場が集中できる



6

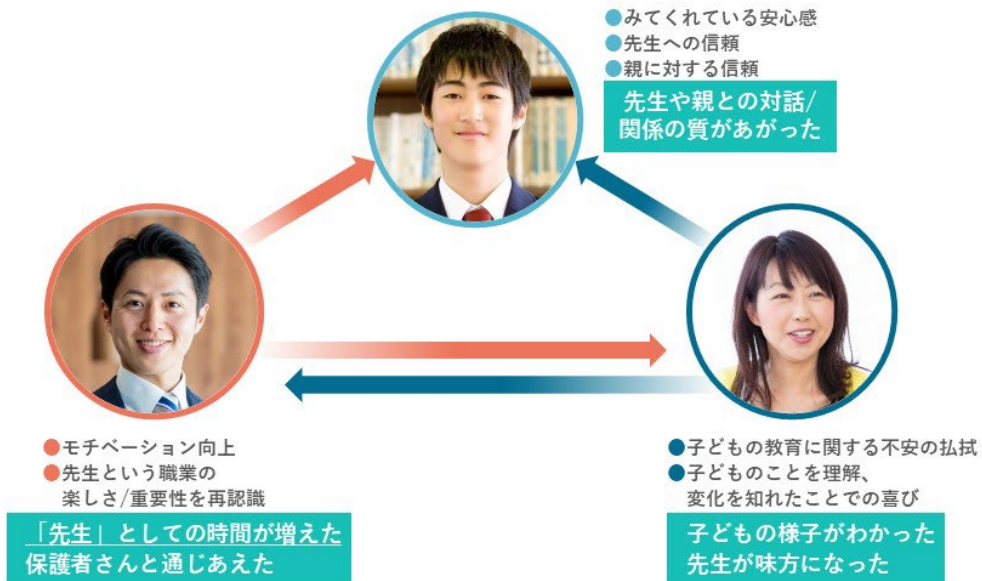
※デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社が発行した「ミックITレポート2021年2月号 高成長続くクラウド型学習塾向け業務管理システムの市場動向」において、当社「Comiru」が、クラウド型学習塾向け業務管理システムにおける導入教室数No.1を獲得しました。

この「Comiru」をリリースしたことにより、学習塾のバックオフィス業務の課題を解決し、生徒と寄りそえる環境や教育現場に集中できる環境が整備できました。

この点について、多くの学習塾からお褒めの言葉をいただいております。現在では、学習塾や習い事で、5,000以上の教室にご利用いただいております。

なお、「Comiru」のサービス名称は、「Co」という接頭辞が“一緒”にという意味があり、例えば「cooperate（協力する）」のように使われます。この同じ音の読みとして「子」を含めることで、教育現場と家庭で一緒に見守っていきいたいという想いを込めて、これまで様々な機能をリリースしております。

教える時間の創出は手段であり、  
「教えることを通じてステークホルダの心・関係性を豊かにする」ことが目的



7

また、「Comiru」を活用いただくことで、事務作業の負担が軽減され、生徒や保護者と向き合う時間が増えた結果、先生方のモチベーションが向上し、先生という職業の楽しさを再認識いただいております。

さらに、忙しい日々の中で子どもの教育に十分に向き合えない保護者の皆さまも、自宅以外で頑張る子どもの姿を知ること、成長や変化を感じやすくなったとのお声もいただいております。

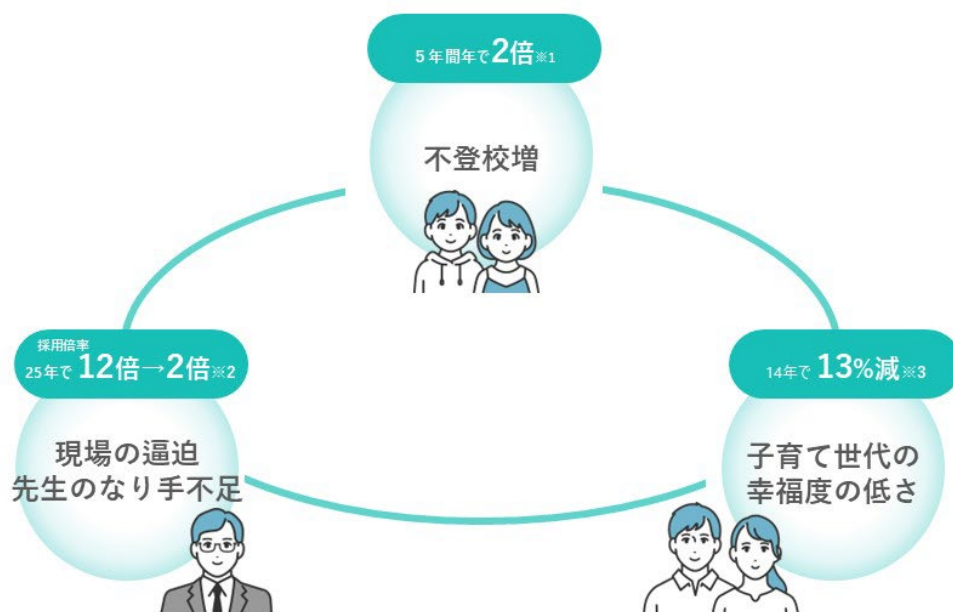
先生や保護者の接し方が変わることで、生徒にとっても先生への安心感や信頼感が生まれ、親との対話の質も向上するようになります。

このような心境の変化により、ステークホルダーの心や関係性が豊かになっていることを実感しております。これこそが、当社の事業の目的であり、根幹であると考えております。



## 教育現場のDXを通じて解決したい社会問題

子供も、保護者も、先生もどんどん苦しくなっているという現状の解決を目指す



8

※1 2024年10月31日 日本経済新聞記事「不登校最多34万人、5年間で倍増、「通学無難せず」広がり」より抜粋。2019年～2023年の比較  
※2 文部科学省「公立学校教員採用選考試験の実施状況」より抜粋。1999年～2023年の小学校教員採用倍率比較  
※3 2024年5月14日「2024年イブンスグローバル「幸福度調査レポート」」より抜粋。ミレニアル世帯2011年～2024年の比較

一方で、前のスライドでお話したように、三者間の関係性が希薄になっていくことで、こちらのスライドのような社会問題にも繋がると考えております。

これらの社会問題の解決策の一つとして、「Comiru」をご利用いただくことで、三者間の関係性が向上し、より強固なものになることが期待でき、このサイクルが社会問題を解決する一助となると考えています。

さらに、当社は教育現場のDXを通じて、これらの社会問題を解決していく企業であり続けたいと考えております。

先生の管理工数の削減にとどまらず、多角的に業界にアプローチ



9

社会問題を解決できるような理想的な世界観を実現するためには、既存の「Comiru」の事業体だけでは、まだまだ足りません。

これまでの「Comiru」は、コミュニケーションのデジタル化によって接する対象を知り、接する時間を創出してきました。

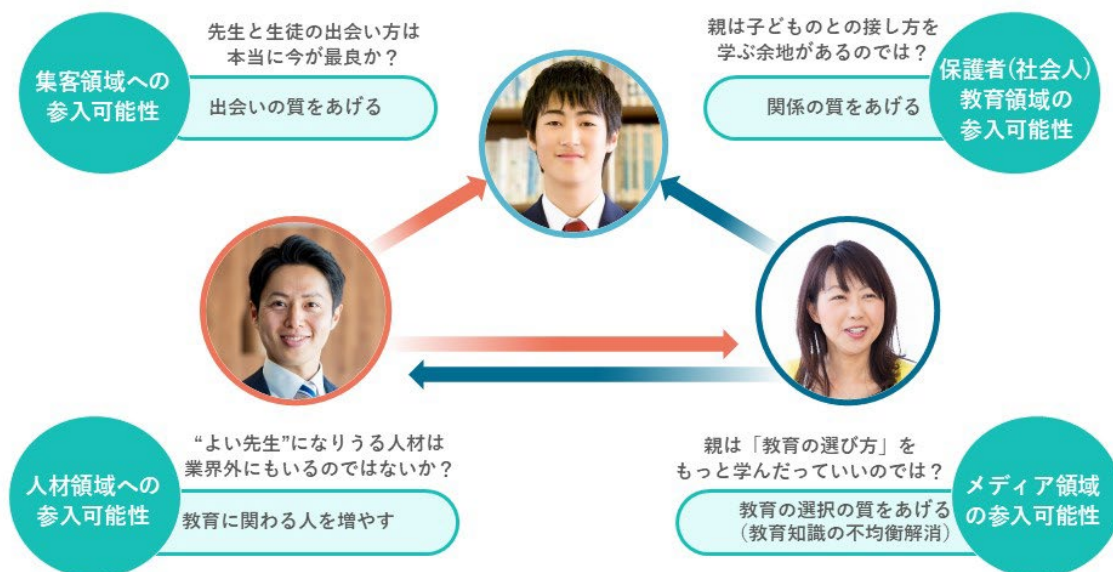
これにより、生徒、家庭、教育現場の関係性は良くなってきていると考えています。

しかし、さらに踏み込んでいくためには、「どのように接すれば良いのか？」ということにも取り組まなければなりません。

この点は、当社の広報やマーケティング活動でも実施しており、そのニーズを捉えて、今では年間6,000名のセミナー参加者を実現しております。

この活動に対しては、今後もさらに注力していきたいと考えています。

理想とする世界観の実現の過程で対象となる事業領域は幅広く存在。  
自社新規事業展開 / MA 両軸で参入を検討



10

このように三者間の関係を豊かにしていくためには、「教育知識の流通」だけに留まらず、まだまだやるべき領域が存在すると考えています。

例えば、より良い先生と生徒の出会いの可能性を高めるという意味で、集客領域への参入。

より良い先生になり得る人材を業界の内外問わずに連れてくるための人材領域への参入。

保護者が教育の選び方や施し方を知るためのメディア領域への参入。

そして、保護者が他の子どもへの教育に携わるための社会人教育領域への参入などが考えられます。

これらの幅広い事業領域を当社のみで推進していくことは難しいため、M&Aも含めて参入を検討してまいります。

我々の目指す世界観・考えをより  
伝わりやすくするためにミッションを修正

## “教える”をなめらかに

**NEW** みんなの“かわる”に寄り添う

教育を通じて、それに関わる  
すべての人の心にポジティブな変化を与えたい。

その中心である「こども達」の人生の可能性を最大化する環境を、  
現在の常識にとらわれずに整えたい

11

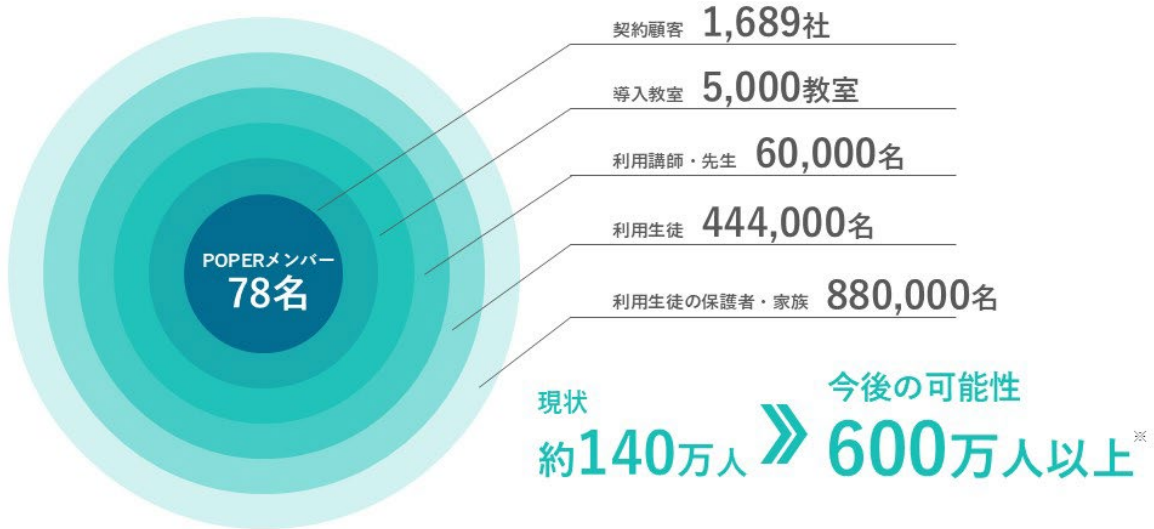
現在は11期目を走り始めていますが、来年1月に創業から10周年を迎えます。

これを機に、当社が創業当時から掲げているビジョンの実現に向けて、社内外にもっと発信していくべきと考え、「“教える”をなめらかに」に加え、「みんなの“かわる”に寄り添う」を新たに追加いたしました。

この「“教える”をなめらかに」の先に目指す世界観のアウトプットとして、「みんなの“かわる”」に、当社が寄り添っていくのだということをコミットしていきたいと考えております。

教育を通じて、それに関わるすべての人の心にポジティブな変化を与え、その中心である「こども達」の人生の可能性を最大化する環境を、現在の常識にとらわれずに整えていきます。

現状約140万人がPOPERの価値貢献対象  
今後は少なくとも600万人超までが対象として考える  
売上・利益だけではなく、社会に与えるインパクトを意識しながら事業展開



この改訂されたミッションをもとに、当社の価値貢献対象を現状の140万人から600万人まで拡大していきたいと考えております。

上場会社として、売上高や利益も重要な指標ではありますが、社会に与えるインパクトを意識しながら、事業を展開してまいります。

- ・ POPERが目指すビジョンのご紹介
- ・ **2024年10月期 通期決算結果のご報告**
- ・ 2025年10月期 事業計画のご報告
- ・ 資本配分方針のご紹介

それでは、ここから2024年10月期通期の決算について、ご説明させていただきます。

## 2024年10月期通期 業績ハイライト

- 大手顧客向け施策の奏功、中小顧客向けの効果的なマーケティング活動、及び「BIT CAMPUS」事業の統合により、売上高は前年比約3割の増収、営業利益は前年比約倍増を実現

(百万円)	2023年10月期	2024年10月期	前期比
売上高	829	1,071	+29.2%
売上総利益	610	797	+30.6%
売上総利益率	73.6%	74.5%	+0.9pt
販管費	573	724	+26.3%
営業利益	37	73	+96.7%
営業利益率	4.5%	6.8%	+2.3pt
経常利益	33	70	+112.4%
当期純利益	26	83	+216.8%

14

2024年10月期については、大手顧客向けの施策や、中小顧客向けの効果的なマーケティング活動、「BIT CAMPUS」事業の統合によって、売上高は約3割の増収、営業利益は2倍の増益となりました。

## 2024年10月期 KPIサマリー

有料契約企業数 (社) ※1,6

1,689

ARPU (円/社/月) ※2,6

54,365

ARR (億円) ※3,6

11.01

顧客の解約率 (%) ※4,6

0.4

課金生徒ID数 (ID) ※5,6

444,000 超

- ※1 2024年10月末時点の有料課金企業数です。  
※2 2024年10月末時点の「MRR」を有料契約企業数で除して算出しております。  
「MRR」は、対象月の月末時点における顧客契約プランの月額利用料の合計額（一時収益は含みません）です。  
※3 2024年10月末時点の「MRR」を12倍して算出しております。  
※4 「月中に解約した有料契約企業数÷前月末時点での有料契約企業数」の月間解約率をベースとした直近12か月の平均月次解約率です。  
※5 2024年10月末時点の有料課金ID数  
※6 「Comiru」サービスに「BIT CAMPUS」サービスを合算した数値で算出しております。

15

続いて、2024年10月期のKPIサマリーです。

こちらのスライドの各数値は、「Comiru」と「BIT CAMPUS」の各サービスを合算した数値となります。

「有料契約社数」は1,689社、「ARPU」は54,365円、「ARR」は11.01億円、「顧客の解約率」は0.4%、「課金生徒ID数」は440,000超となりました。



		施策内容	評価※
顧客基盤の 拡大	塾	<ul style="list-style-type: none"> <li>好評頂いた経営セミナーの開催及びチューニングしたWeb広告の運用により、集客からの商談化率が向上し、効果的なマーケティング活動を実現</li> <li>「BIT CAMPUS」事業の統合により、顧客数とID数も増加</li> </ul>	○
		<ul style="list-style-type: none"> <li>大手塾向けの商談は、引き続き好調で、22社と商談し、7社の受注を獲得</li> <li>基幹システム等の選定コンペで、およそ半数の案件で選定される</li> </ul>	○
	習い事	<ul style="list-style-type: none"> <li>活用事例の共有や業界に特化したセミナー開催等により、英会話やプログラミングスクール以外にも、音楽教室等の分野において、新規顧客が増加</li> </ul>	○
	学校	<ul style="list-style-type: none"> <li>千葉県八千代市、及び習志野市での導入拡大に続き、大阪市がコナミスポーツ株との連携により新規導入が決定</li> <li>千葉県教育委員会の「業務改善DXアドバイザー配置事業に関する業務委託」プロジェクトにマイナビ株との連携により専門アドバイザーに就任</li> </ul>	○
ARPUの 向上	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存顧客の単価上昇及び「BIT CAMPUS」事業の統合により、ARPUが前期よりも上昇</li> </ul>	○

※評価の記号は実績に対する当社の見解を表します。各記号は、以下のとおり、対業績予想及び成長率における結果を表します。  
 16 ◎：想定以上の結果であること ○：想定どおりないし良化していること △：想定を下回っていること ×：想定を大きく下回っていること

続いて、当期の事業戦略の進捗についてです。

顧客基盤の拡大、ARPUの向上の各セグメントにおいて、想定どおりに進捗しており、総じてポジティブな結果となりました。

次のスライド以降にて、詳細をご説明いたします。

## 2024年10月期施策内容の詳細①

- 中小塾向けに提供する経営セミナーが好評を博しており、展示会や広告活動等を通じて、当期6,400件以上のリードを獲得。その結果、1,100件以上の商談が成立し、370件以上の受注を獲得



17

まず、学習塾領域のうち、中堅学習塾・個人塾に対する実績についてご説明いたします。

中堅学習塾・個人塾に関しては、先ほどのビジョンでご紹介させていただきましたが、塾経営者として役立つ内容だけでなく、広く教育知識の流通という観点でセミナーを開催し、その幅広いコンテンツやその内容が支持されたことにより、1開催当たり200名以上のお申込みいただき、当期では約6,400件以上のリードを獲得することができました。

この約6400件以上のリードの中から、ナーチャリング等で顧客の購買意識を上昇させ、最適なタイミングで荷電であったり、リターゲティング広告を実施することで商談化率をアップすることができました。

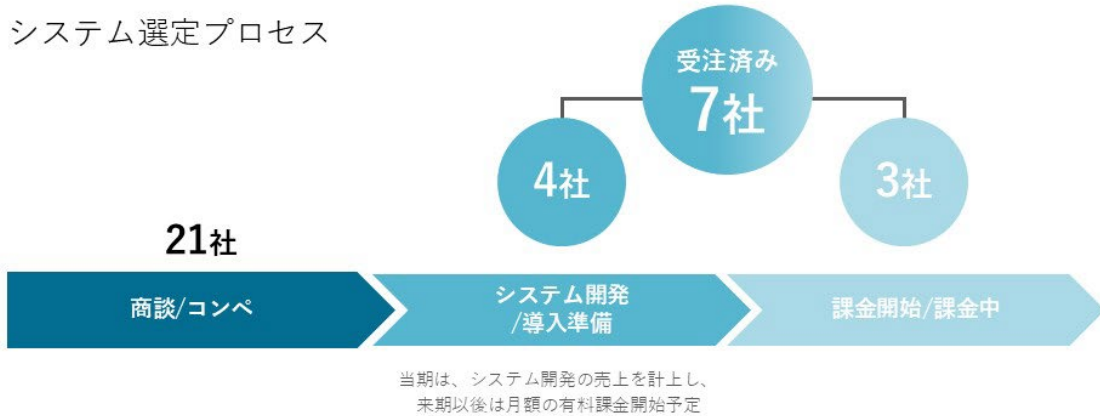
これらの取り組みにより、1100件以上の商談が実現し、うち3割強の370件以上の受注に繋げることができました。

受注率の向上については、充実した商品機能に加えて、一人ひとりのセールススキルが向上したことによって、全体的に商談成功率が上昇したことがあげられます。

## 2024年10月期施策内容の詳細②

- 大手塾向けには、「ComiruPRO+基幹システム開発」の戦略が功を奏し、システム課題の改善提案や要件整理等を積極的に実施した結果、大手塾7社から新規受注を獲得

### システム選定プロセス



当期参加した基幹システム等の選定コンペ（5件）において、  
**3件の受注**を獲得し、**およそ半数の案件**で選定される

18

大手学習塾向けには、「ComiruPRO+基幹システム開発」の戦略が期待どおりの成果を上げており、システム課題の改善提案や要件整理等を積極的に実施した結果、21社と商談し、7社より受注することができました。そのうち、開発案件が進行している顧客は4社で、来期以後に課金が開始される予定です。

なお、参加したコンペのうち、およそ半数の案件を獲得するなど、提案内容の品質と価格の両面で、手応えを感じております。

### 2024年10月期施策内容の詳細③

- 2024年5月以降、簡易吸収分割により承継した「BIT CAMPAUS」事業を統合。また、事業拡大に向け、ティエラコム社との取り組みを強化。

#### ティエラコム社との取り組み

- ティエラコム社の学習塾等教育機関の運営ノウハウを「BIT CAMPUS」導入塾のみならず、「Comiru」導入塾にも展開
- 2024年5月より、当社が同社の「BIT CAMPUS」事業を吸収分割により承継し、顧客基盤の拡大及びシェア向上を図り、より競争力のある強固なビジネスへと進化させ、さらに「Comiru」の安定運営及び改善を図る
- ティエラコム社の個別指導部門（一部地域限定）に「Comiru」をトライアル導入を開始

有料契約企業数（社） ※1※4

128

課金生徒ID数（ID） ※2※4

36,000 超

ARR（億円） ※3※4

1.4

※1 2024年10月末時点の「BIT CAMPUS」サービスの有料課金企業数です。

※2 2024年10月末時点の「BIT CAMPUS」サービスの課金生徒ID数

※3 2024年10月末時点の「BIT CAMPUS」サービスの「MRR」を12倍して算出しております。

※4 「Comiru」サービスへの移行や一部の顧客が解約したことにより、2024年7月末時点の公表数値よりも減少しており、今後も同様の傾向が続くことを見込んでおります。

19

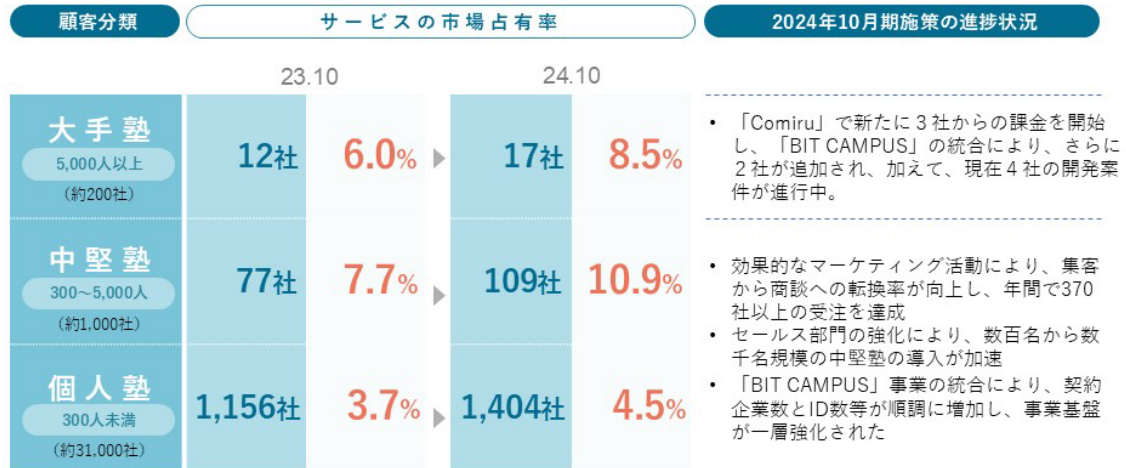
2024年5月より「BIT CAMPAUS」事業をティエラコム社より承継し、更なる顧客基盤の拡大とシェアの向上に繋げることができました。

KPIについては、当第3四半期に公開した数字よりも減少しておりますが、「Comiru」への移行や一部の顧客が解約したことが要因であり、今後も同様の傾向が続くものと見込んでおります。

また、ティエラコム社とは、個別指導部門で「Comiru」のトライアル導入開始等、両社の連携も強化しており、両社の強みを活かして、ユーザーの皆さまへのさらなる付加価値を高めていきたいと考えております。

## 学習塾市場向け施策の纏め

- 期首に策定した施策の効果、及び「BIT CAMPUS」事業の統合により、契約数・受注数は順調に増加



20 ※ 当社は、生徒数規模によって大手塾、中堅塾、個人塾を分類しております。上記社数は、月額の有料課金を開始している顧客数のみ集計  
 ※ 各分類の分母となる想定対象社数は、全国私塾情報センター「学習塾白書 2020」、経済産業省「2019年経済構造実態調査報告書「学習塾編」より当社推定

学習塾市場向けには、期首に策定した大手学習塾及び、中堅学習塾・個人塾向けの施策の成果を上げられた他、「BIT CAMPUS」事業の統合により、契約数・受注数は順調に増加しました。

今後も、市場シェア25%以上の拡大に向けて、引き続き広報・マーケティング活動や営業活動を強化してまいります。

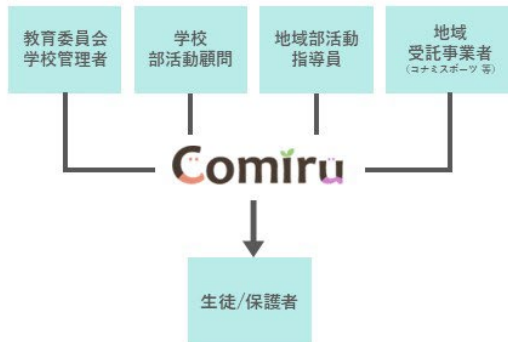
なお、大手学習塾の実績値において、当初の計画では、「Comiru」のみで5社の新規有料課金を開始する計画でしたが、顧客のシステムに対するカスタマイズニーズが強いことにより、新規有料課金の開始が3社に留まり、「BIT CAMPUS」の2社と合わせて、17社の課金開始となりました。

## 2024年10月期施策内容の詳細④

- 学校向けの取り組みとしては、他社との連携により、教育委員会を含む自治体への導入事例を拡大

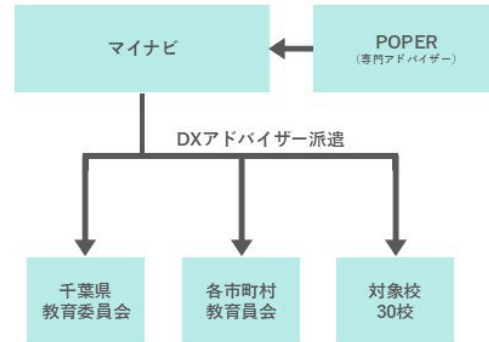
### 休日部活動の地域移行支援

- 千葉県八千代市での導入が拡大し、新たに習志野市で導入が決定
- 大阪市教育委員会においては、コナミスポーツ社を通じて新規導入が決定



### 業務改善DXアドバイザー事業

- 千葉県の「業務改善DXアドバイザー配置事業」にマイナビ社の専門アドバイザーとして当該事業の効果検証と部活動の地域移行をサポート



21

学校向けの取り組みとしては、他社との連携により、教育委員会を含む自治体への導入が拡大しております。

具体的には、前期に受託した千葉県内のモデル事業で培った実績や経験により、2024年度において、同県八千代市や習志野市の部活動地域移行の事業に「Comirru」が採択され、この取り組みに続き、大阪市教育委員会においても、コナミスポーツ様を通じて新規導入に至りました。

また、千葉県教育委員会の「業務改善DXアドバイザー配置事業に関する業務委託」プロジェクトにマイナビ様が委託先として決定し、同社の専門アドバイザーとして、当社が学校現場業務のDX化に対するノウハウを提供することや当該事業の効果検証を行う等、様々なサポートを行っております。

## 各種KPI指標の推移①

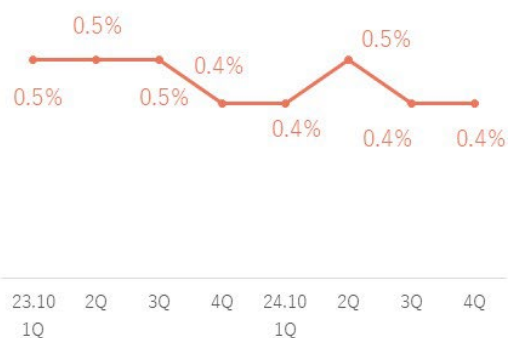
- 有料契約企業数は新規顧客の増加、及び「BIT CAMPUS」事業を統合したことにより、前年同期比27.4%増加し、顧客の解約率は引き続き低水準を維持

### 有料契約企業数

(単位：社)



### 顧客の解約率推移



22

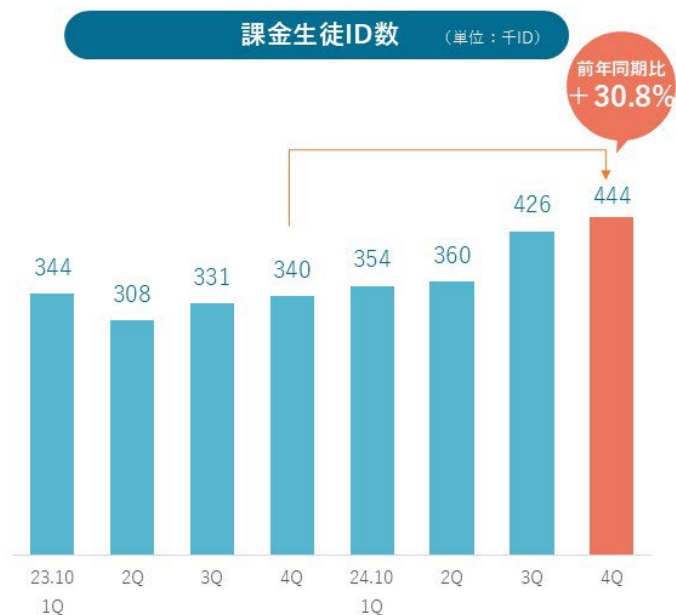
それでは、各種KPIの推移についてご説明いたします。

「有料契約企業数」は、新規顧客の増加や「BIT CAMPUS」事業を統合したことにより、前年同期比で27.4%増加し、1,689社となりました。

「顧客の解約率」は、0.4%と引き続き低水準を維持している状況です。

## 各種KPI指標の推移②

- 課金生徒ID数は、新規顧客の獲得及び既存顧客のアップセル等による生徒数の増加に加え、「BIT CAMPUS」事業を統合したことにより、前年同期比30.8%の増加



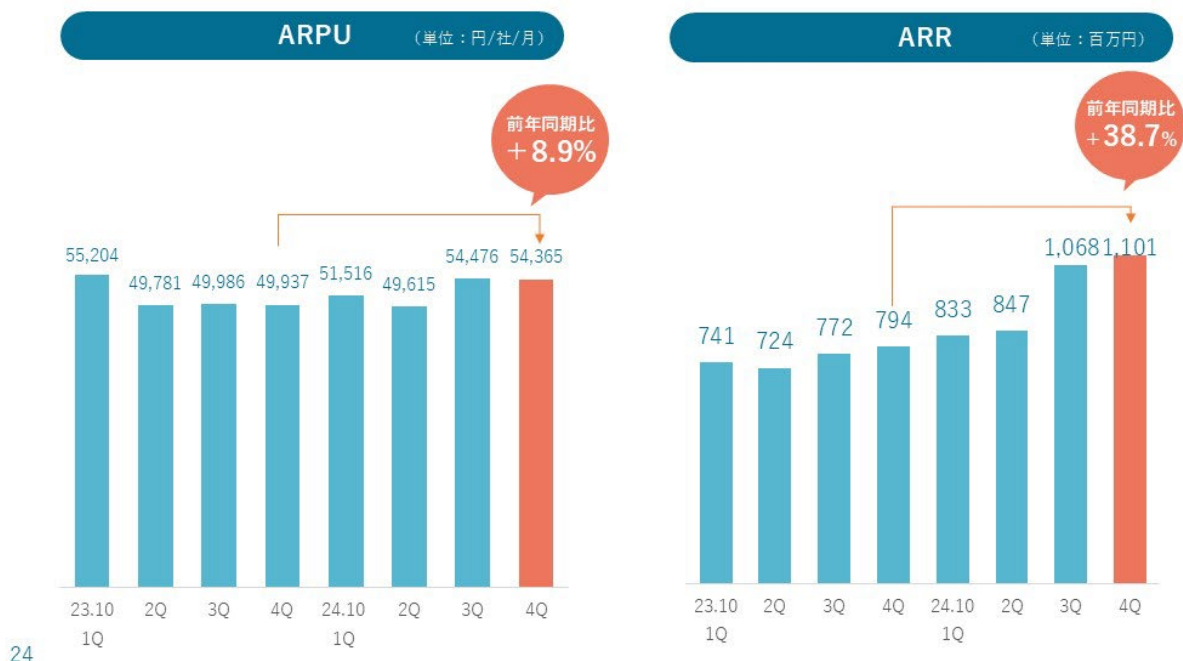
23

「課金生徒ID数」は、新規顧客の獲得や既存顧客のアップセル等による生徒数の増加に加え、「BIT CAMPUS」事業を統合したことにより、前年同期比で30.8%の増加し、444,000ID以上となりました。



### 各種KPI指標の推移③

- ARPUは既存顧客の単価増加、及び「BIT CAMPUS」事業の統合により上昇
- ARRは有料契約企業数及び課金生徒ID数の増加により前年同期比38.7%増加



「ARPU」は、クロスセル等による既存顧客の単価増加に加え、「BIT CAMPUS」事業の統合により、前年同期比で8.9%増加し、54,365円となり、「ARR」は、有料契約企業数と課金生徒ID数の増加により、前年同期比で38.7%増加し、1,101百万円となりました。

## 売上総利益率の推移

- 売上高の増加と、AI活用によるテスト業務、コーディング業務の自動化等の開発業務の効率化により、売上総利益率を継続改善



25

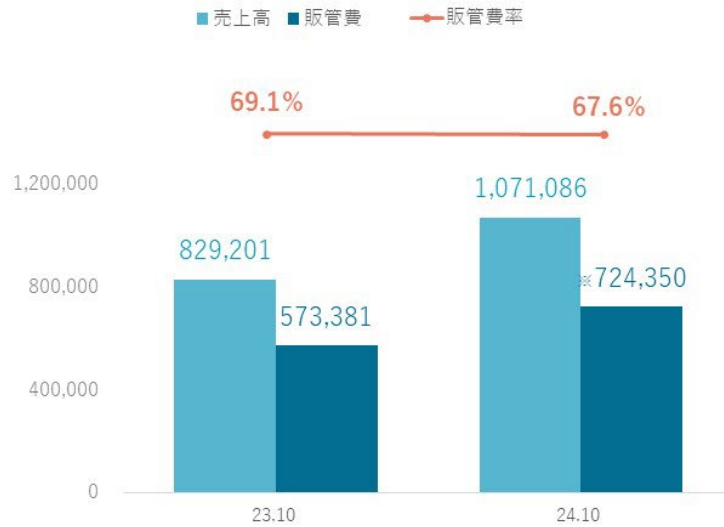
「売上総利益率」については、売上増加とAI活用によるテスト業務、コーディング業務の自動化等の開発業務の効率化により、前年同期比でおよそ0.9ポイント上昇し、継続的に改善しております。

## 売上高販管費率の推移

- 人件費の増加及びM&A関連費用※の計上等はあるものの、売上高の増加及びコストを抑えたマーケティング施策等により販管費率は1.5pt改善

### 売上高に占める販管費の推移

(単位：千円)



※ 2024年10月期にM&A関連費用として仲介手数料及びデューデリジェンス費用等が20百万円発生しております。

26

「売上高販管費率」については、事業拡大に伴う人件費の増加やM&A関連費用の計上はあるものの、売上高の増加やコストを抑えたマーケティング活動等により、前年同期比で1.5ポイント改善しております。

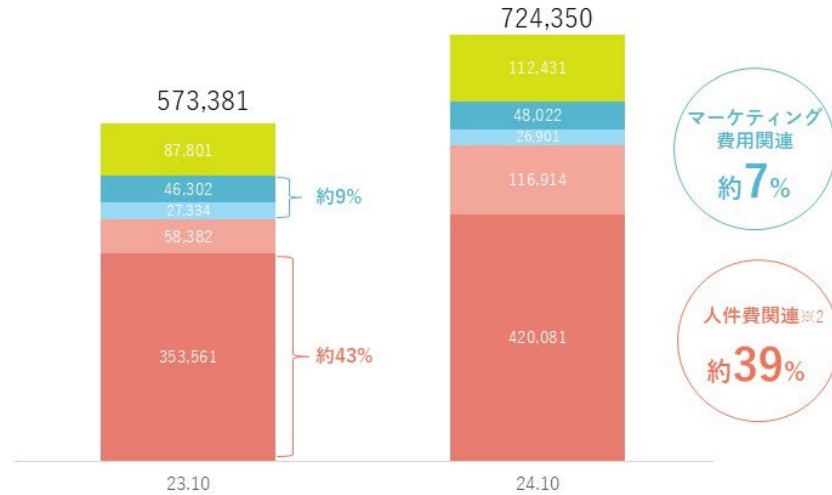
## 販管費各項目の推移と売上高に占める割合

- 事業拡大に伴う人件費及びM&A関連費用※1の計上等により販管費が増加したものの、売上高に占める割合は前年同期比低下している

### 販管費各項目の推移と売上高に占める割合

(単位：千円)

■ 人件費 ■ 業務委託費 ■ マーケ関連業務委託費 ■ 広告宣伝費 ■ その他



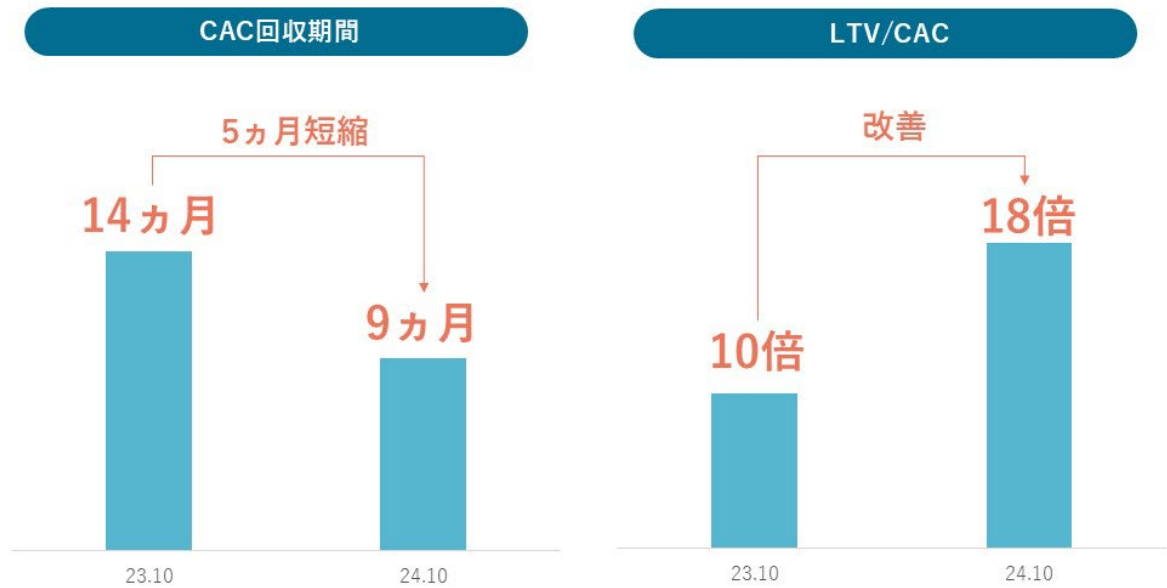
27

※1 2024年10月期にM&A関連費用として仲介手数料及びデューデリジェンス費用等が20百万円発生しております。  
 ※2 「人件費関連」とは、「役員報酬」及び「従業員給料及び手当」を合算した数値です。

「販売費の内訳」について、マーケティング費用は、金額ベースで前期の水準を維持しており、人件費は、事業拡大に伴う人員増加に伴い、前期より増加しているものの、売上高に占める割合は総じて低下しております。

## マーケティング指標

- 自社メディア及びWebマーケティング等の取り組みにより、CAC（顧客獲得コスト）の回収期間を約5ヶ月間短縮し、LTV/CAC比率を18倍に改善



28

「マーケティング指標」については、自社メディアやWebマーケティング等の取り組みにより、CAC（顧客獲得コスト）の回収期間をおよそ5ヶ月間短縮し、LTV/CAC比率を10倍から18倍に改善しました。

- ・ POPERが目指すビジョンのご紹介
- ・ 2024年10月期 通期決算結果のご報告
- ・ **2025年10月期 事業計画のご報告**
- ・ 資本配分方針のご紹介

続きましては、2025年10月期の事業計画について、ご説明させていただきます。

## 2025年10月期 業績の計画

- 2025年10月期については、売上高は前年比23%成長し、営業利益は約37%増を目指す

(百万円)	2024年10月期 (実績)	2025年10月期 (予想)	前期比
売上高	1,071	1,320	+23.3%
売上総利益	797	962	+20.7%
売上総利益率	74.5%	72.9%	△1.6pt
販管費	724	861	+19.1%
営業利益	73	100	+36.6%
営業利益率	6.8%	7.6%	+0.8pt
経常利益	70	96	+37.5%
当期純利益	83	83	+0.1%

30

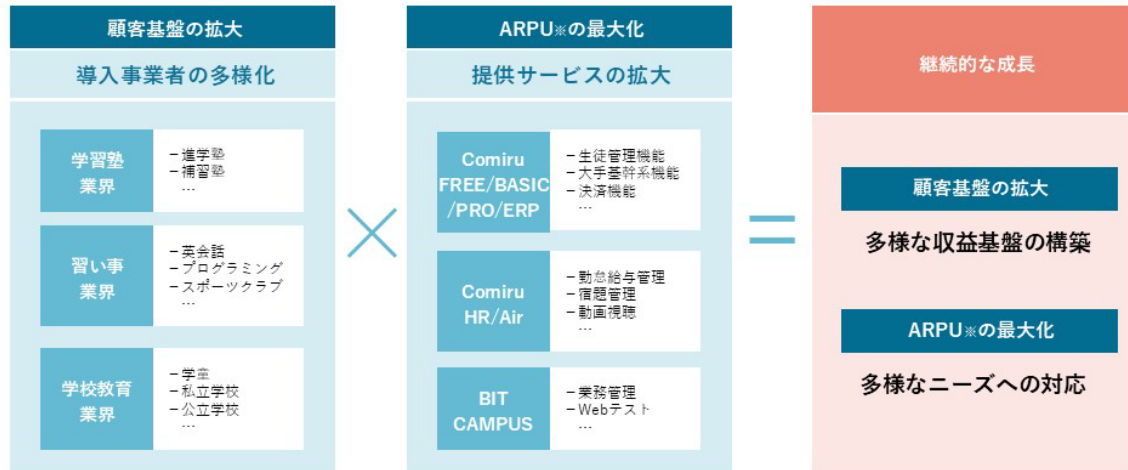
2025年10月期の業績予想は、当期と同様、保守的に計画を策定しており、売上高は前年比23%増の13億2千万円、営業利益は37%増の1億円を目指します。

この業績予想について、教育業界を取り巻く経営環境としては、少子化による学齢人口の減少に伴い、市場全体の成長が鈍化している一方で、1人あたりの教育投資額の増加傾向により、市場規模としては横ばい状況にあります。

そのため、教育業界では同業間での生徒数確保に向けた競争が激化していくことが予測され、より一層の保護者コミュニケーションの強化、業務効率化、投資効率の厳格化と経営上の意思決定の迅速化が必要となり、当社事業へのニーズは2025年10月期においても引き続き、高まっていると認識しております。

## 2025年10月期 経営戦略

- 2025年10月期においても、顧客基盤の拡大とARPU最大化の二軸で成長を目指す



※「ARPU」とは、「Average Revenue Per User」の略称で、四半期末（期末）の「MRR」を有料契約企業数で除して算出しております。  
 ※「MRR」は、対象月の月末時点における顧客契約プランの月額利用料の合計額（一時収益は含みません）です。

31

次に、2025年10月期の成長戦略としては、引き続き学習塾を中心に、顧客基盤の拡大とARPUの最大化の両面で推進してまいります。



## 学習塾市場のマーケット環境

- 学習塾市場は、コロナ前と比較して増加しているものの、近年の当マーケットは横ばいで推移しており、大手塾を含め、多くの学習塾で大規模なシステム投資に対する余力が限られている状況



32

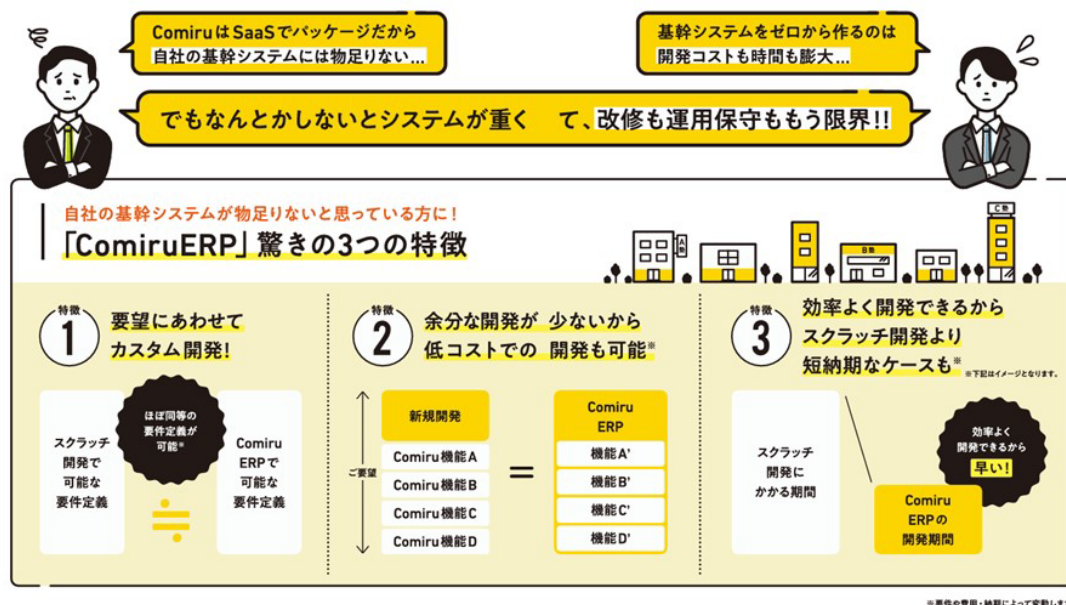
※出典：「特定サービス産業実態調査（学習塾）」（経済産業省／2024年9月9分）よりPOPERが作成

学習塾市場のマーケット環境については、コロナ前と比べて増加しているものの、近年は横ばいが続いております。

また、顧客との対話や商談を通じて、大手学習塾を含む多くの学習塾では、大規模なシステム投資に対する余力が限定的であると実感しております。

## 2025年10月期 施策内容の紹介 ① ERPシステムの導入

- マーケット環境を踏まえ、大手塾向けには、「Comiru PRO」の導入と基幹システムの有償開発だけではなく、より開発コストが少なく、納期も短い「ComiruERP<sup>※</sup>」の導入を提案



33

※ERPとは、Enterprise Resource Planning（企業資源計画）の略で、教育機関の「請求・会計業務」「人事業務」「販売業務」などの基幹となる業務を統合し、効率化、情報の一元化を図るためのシステムです。ComiruERPは、ComiruのSaaS版とも連携しながら、顧客指定のサーバーに個別にカスタマイズしたERPシステムを導入することです。

前のスライドのマーケット環境を踏まえ、大手学習塾向けには、「ComiruPRO」の導入と基幹システムの有償開発に加え、開発コストを抑え、納期を短縮した「ComiruERP」の導入を提案していく予定です。

「ComiruERP」は、大手学習塾で共通化する「請求・会計」、「入会管理・コース登録」などのニーズに対応する標準的なパッケージを当社で準備し、個別のカスタマイズを最小限に抑えることで、基幹システムの開発よりもコストを抑え、納期も短縮することが可能です。

この取り組みにより、多くの大手学習塾に「Comiru」の導入を促進していきたいと考えています。

## 2025年10月期 施策内容の紹介② 決済機能の強化：「ComiruPay」の導入

- 顧客の導入メリットを高めるために、請求・決済機能を更に強化し、教育業界の最安値水準の決済手数料※を目指す

### 「ComiruPay」 事業の狙い

### Comiruユーザーの獲得拡大

請求・決済に関する強いニーズに応えるとともに、ユーザーに大きなメリットを提供するサービスを展開することで、持続可能な成長と価値創造を目指す

### 「ComiruPay」サービスの特徴

POPERが提供する独自の決済サービス

第一弾として  
口座振替サービスを提供  
(2025年1月リリース予定)

今後、コンビニ払い・  
クレカなどへの  
決済手段の拡大も検討中

#### 訴求点

お手軽

契約はPOPERとのみ、請求書を発送すれば  
口座振替依頼完了

(従来の複数社間での契約不要、口座振替指示はPOPERで実施)

お得

一般的な口座振替サービスの中で  
教育業界最安値水準の決済手数料※、  
さらにランニングコストも低価格

迅速

口座振替後の8営業日目に口座へ入金

34 ※2024年10月時点、POPER調べ

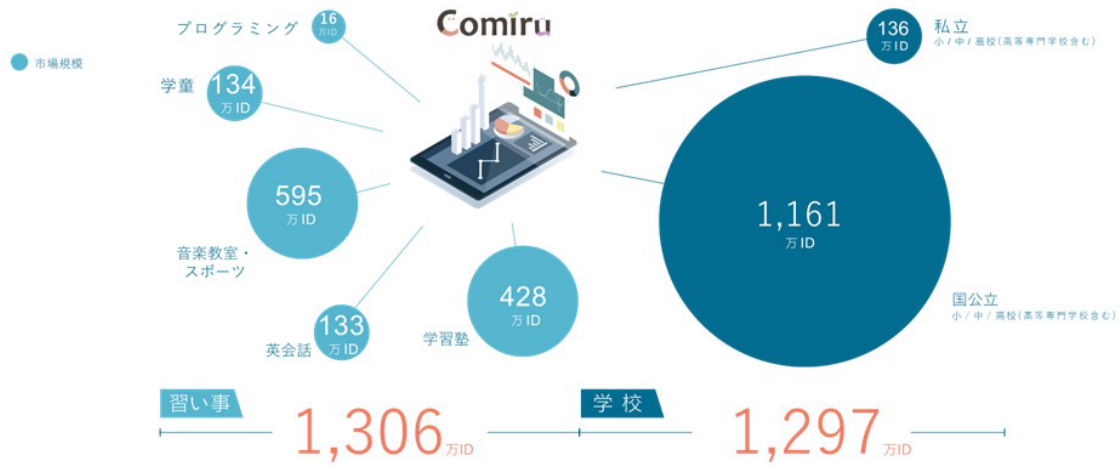
次に、顧客から強いニーズにお応えし、「請求・決済機能」をさらに強化した当社独自のサービス「ComiruPay」をリリースする予定です。

このサービスは、当社の既存の顧客基盤を活かして、教育業界で最安値水準の決済手数料で提供し、顧客の業務フローを簡素化することで、導入メリットを高めます。

これにより、「Comiru」ユーザーの増加にも繋がると考えております。

## 2025年10月期 施策内容の詳細③ 他社との連携強化による拡大

- 習い事市場及び学校市場においては、引き続き自社で推進しつつ、他社との連携強化による拡大を狙う



※ 学校市場のID数は、文部科学省「文部科学統計要覧（平成31年版）」より当社試算

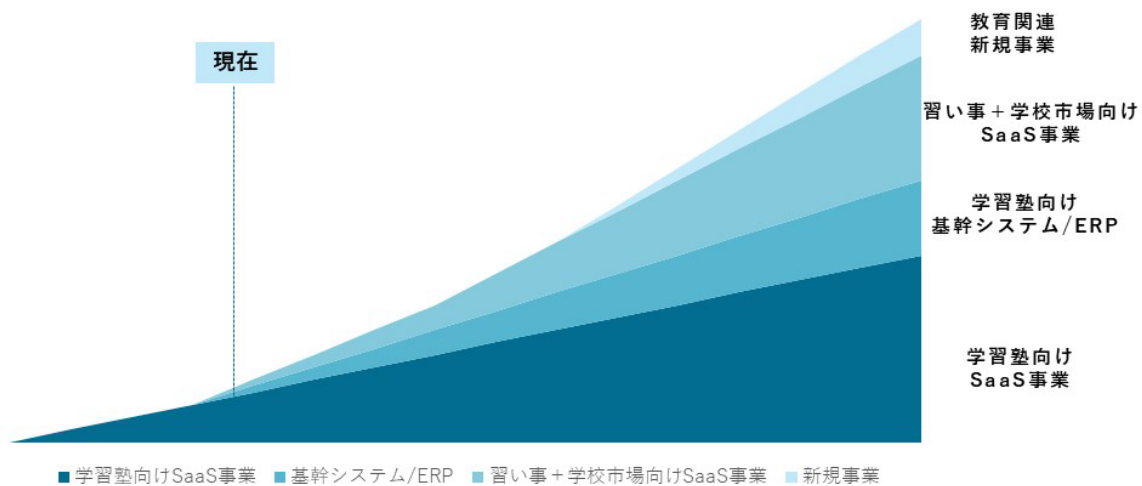
※ 習い事市場のID数は、文部科学省「文部科学統計要覧（平成31年版）」、厚生労働省「令和3年（2021年）放課後児童健全育成事業（放課後児童クラブ）の実施状況（令和3年（2021年）5月1日現在）」、学校教育総合研究所「小学生白書Web版「2021年8月調査」」「中学生白書Web版「2020年8月調査」」「高校生白書Web版「2021年8月調査」」、文部科学省「子どもの学校外での学習活動に関する実態調査報告（平成20年度版）」、ベネッセ教育総合研究所「学校外の学習機会」より当社試算

35

次に、学習塾以外の習い事領域や公教育である学校領域については、当期の取り組みを踏襲し、セミナーや成功事例の横展開等を中心に自社で推進しつつ、他社とのパートナーシップの連携強化により、シェアを拡大獲得に努めてまいります。

## 中長期的な展望

- 中長期的には、学習塾市場を中心にDX化を推進し、習い事市場や学校市場にも基盤を広げ、教育業界に貢献し、それに関わるすべての人の心にポジティブな変化を与えたい



36

当社は、学習塾や習い事、学校市場向けのSaaS事業を基盤とし、中長期的には、大手顧客向けに基幹システム/ERPの提供、新規事業の成長を通じて、教育業界に貢献してまいります。さらに、これらの取り組みに関わるすべての人の心にポジティブな変化を与えていきたいと考えております。

- ・ POPERが目指すビジョンのご紹介
- ・ 2024年10月期 通期決算結果のご報告
- ・ 2025年10月期 事業計画のご報告
- ・ **資本配分方針のご紹介**

最後に、当社資本配分方針について、ご説明させていただきます。

## 資本配分方針

- 以下4つの方針を通じて、資本の効率的な活用と株主還元のバランスを取り、持続的な1株当たり企業価値の向上を目指す

事業成長への継続投資	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 営業利益率20%を目標に、持続的な事業成長のための投資を行う</li><li>・ 効率的な成長を通じて売上高と利益率共に高め、企業価値を向上</li></ul>
事業拡大のためのM&A実施	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 事業拡大及び事業戦略を補完するためのM&amp;Aを積極的に実施予定</li></ul>
新株発行の抑制と手元資金の活用	<ul style="list-style-type: none"><li>・ M&amp;A及び事業拡大の資金は新株発行を避け、借入や手元資金を活用することで、有利子負債比率を70%前後を目途に、株主の持分価値を希薄化させないように調整予定</li></ul>
自社株買いによる株主への還元	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 株主優待や剰余金の配当ではなく、自社株買いによる株主還元を検討。これにより、1株あたりのEPS向上を図り、企業価値の最大化を狙う（自社株買いの財源規制が解消した後、実施を検討）</li></ul>

38

当社の資本配分については、こちらのスライドに記載している4つを基本方針とし、資本の効率的な活用と株主還元のバランスを図り、持続的に企業価値の向上を目指します。

次のスライド以後で、それぞれの詳細について、ご説明させていただきます。

## 事業成長への継続投資

- 事業成長の各フェーズへ継続的な投資を実施することで、更なる売上高と営業利益率の向上を狙う

	2022年10月期	2023年10月期	2024年10月期	2025年10月期 (予想)	5年後目途
売上高 (百万円)	665	829	1,071	1,320	2,500
営業利益率 (%)	△3.0%	4.5%	6.8%	7.6%	20.0%
主な施策	●管理体制の強化	●Comiru PROの機能強化 ●CS、営業人員増強	●マーケティング活動の効率化 ●Comiru PRO+基幹システムの連携強化	●ComiruERPの提供開始 ●ComiruPayの提供開始	—

39

事業成長への投資については、現在まで事業成長の各フェーズに応じて、様々な施策に対して継続的に投資を行ってまいりました。

これからも更なる売上高や営業利益率の向上を目指し、人材、プロダクト及びマーケティングを中心に事業成長への投資を継続してまいります。

特に、5年後（2030年10月期頃）を目途に、売上高25億円、営業利益率20%以上を目指してまいります。



# 事業拡大のためのM&A実施

- 教育業界におけるシステム提供企業・事業のM&Aを最優先に進めるとともに、集客や人材等の周辺領域における企業・事業の積極的な検討を行い、さらなる成長と市場拡大を目指す

POPERのM&A戦略		優先度	M&A対象事業	左記の企業例	
短期	学習塾×業務管理システムで圧倒的シェア	高	1.販売網 2.顧客	1.教育系商社、教材会社、模試会社 2.塾×業務管理システムで展開の企業 3.塾の基幹システムを開発・保守のSIer/開発会社	
	習い事・学校×管理システムで更なる成長の余地を示す	高	1.販売網 2.ノウハウ 3.サービス	1.習い事×システムで展開している会社 2.学校×システムで展開している会社	
中期	塾	集客	-	ノウハウ/サービス	CyberOwl社と協業中
		人材	中	ノウハウ/サービス	1. 採用ポータル 2. 人材派遣/紹介会社/キャリアデザイン
		その他関連サービス	中	ノウハウ/サービス	-
	習い事・学校	集客	中	ノウハウ/サービス	1. 集客ポータル
		人材	中	ノウハウ/サービス	1. 採用ポータル 2. 人材派遣/紹介会社/キャリアデザイン
		その他関連サービス	低	ノウハウ/サービス	-

40

次に、事業拡大のM&Aについては、教育業界におけるシステム提供企業や事業のM&Aを最優先に進めてまいります。

また、集客や人材等の周辺領域における企業や事業についても積極的に検討してまいります。

## 事業成長及びM&Aの資金調達方針

- 事業成長及びM&Aにかかる資金調達は、有利子負債比率を現状よりも高める形で対応することにより、WACC（加重平均資本コスト）を低減し、資本コストを最適化することが可能



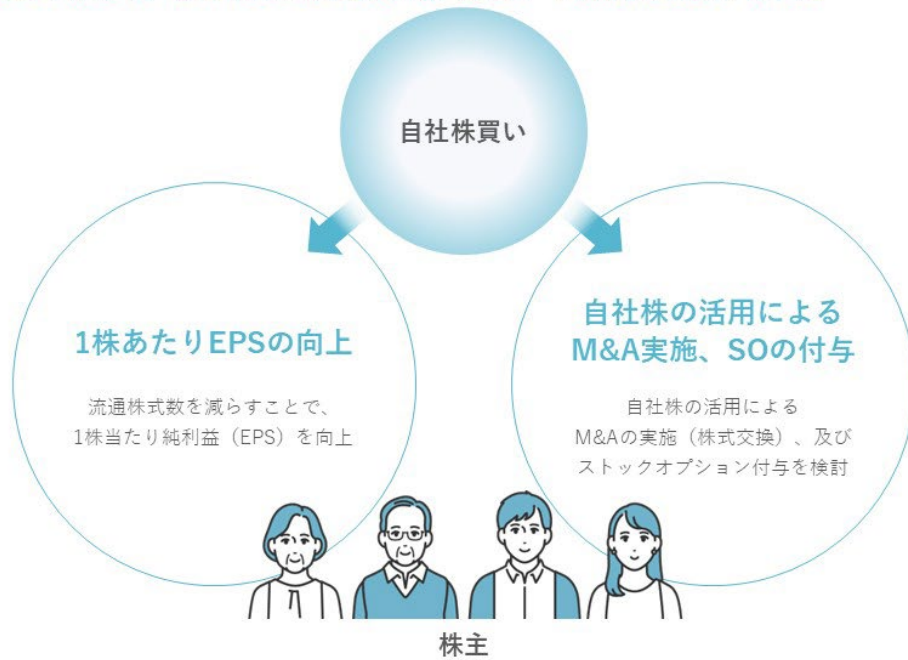
有利子負債比率を現状の**26%**から**70%**を目安に、段階的に引き上げて、資金を調達予定

41

次に、事業成長及びM&Aにかかる資金調達については、新株発行などの増資ではなく、金融機関からの借入れを中心とし、有利子負債比率を現状の26%から70%を目安に段階的に引き上げていく予定です。

## 自社株買いによる株主への還元

- 当社は、会社法に基づく財源規制の問題が解消された後、数年間にわたり、株主優待や剰余金の配当ではなく、自社株買いを通じて株主の皆様への還元を検討する予定



42

最後に、自社株買いについてですが、まずは財源規制の問題を解消することが第一歩となります。そのため、現在のペースでは2026年10月期以降を予定しております。

この財源規制を解消した後は、株主優待や剰余金の配当ではなく、自社株買いを通じて1株あたりのEPSを向上させ、株主の皆様への還元を検討してまいります。

以上、本日はご視聴いただき、有り難うございました。

### 【スクリプトに関する注意事項】

本スクリプトにおける将来の見通しに関する記述は、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、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。本スクリプトは、情報提供のみを目的として作成しております。また、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

※決算の内容に関するご質問につきましては、下記の問い合わせ先にて頂戴いたします。  
また、ご希望の会社様には、個別取材も承りますので、下記の問い合わせ先までご連絡ください。

### ▼▼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 I R 担当  
お問い合わせフォーム : <https://poper.co/contact>