



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

アルー株式会社

証券コード：7043 2025年3月31日

- このプレゼンテーション資料は当社ウェブサイトに掲載しています。
- <https://www.alue.co.jp/ir/>

本資料は、当社の有価証券の売買の勧誘を目的として作成されたものではありません。

本資料には、将来予測に関する記述があり、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報、成長余力及び財務指標並びに予測数値が含まれておりますが、当社の本資料公表時点における、判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものであり、将来の業績や実績は、既知又は未知のリスク、不確実性その他の要因により、表示又は示唆するものから大きく乖離する可能性や将来変更される可能性があります。

本資料には、独立した公認会計士又は監査法人による監査およびレビューを受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれています。

本資料には、当社の事業環境に関する分析や、一般的な経済動向に関する統計情報及び調査結果、外部情報に由来する他社の情報が含まれています。また、当社による事業又は財務に関する数値及び指標は、算定方法や基準時点の違いその他の理由により、他社公表の資料と比較して対照性が無い可能性があります。

本資料の進捗状況を含む最新の内容については、2025年12月期の決算発表前後(2026年2月)に開示することを予定しており、計画に大きな進捗若しくは変更が生じた場合には適宜開示いたします。

1. 会社概要
2. 法人向け事業
3. etudes事業
4. 人的資本経営
5. 24年12月期重点投資項目と振り返り
6. 事業別サマリー
7. 2025年12月期 連結業績予想ならびに重点投資項目
8. 主要なリスク及び対応策

会社概要

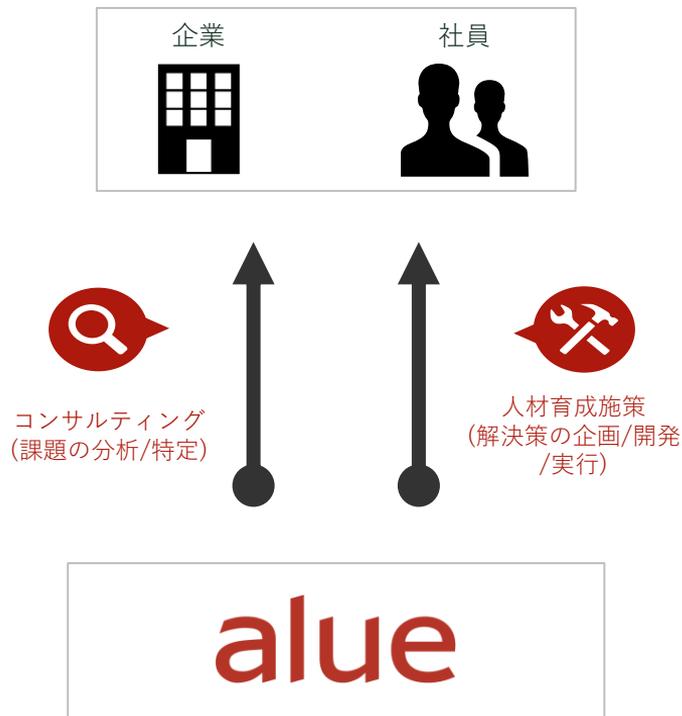


会社概要

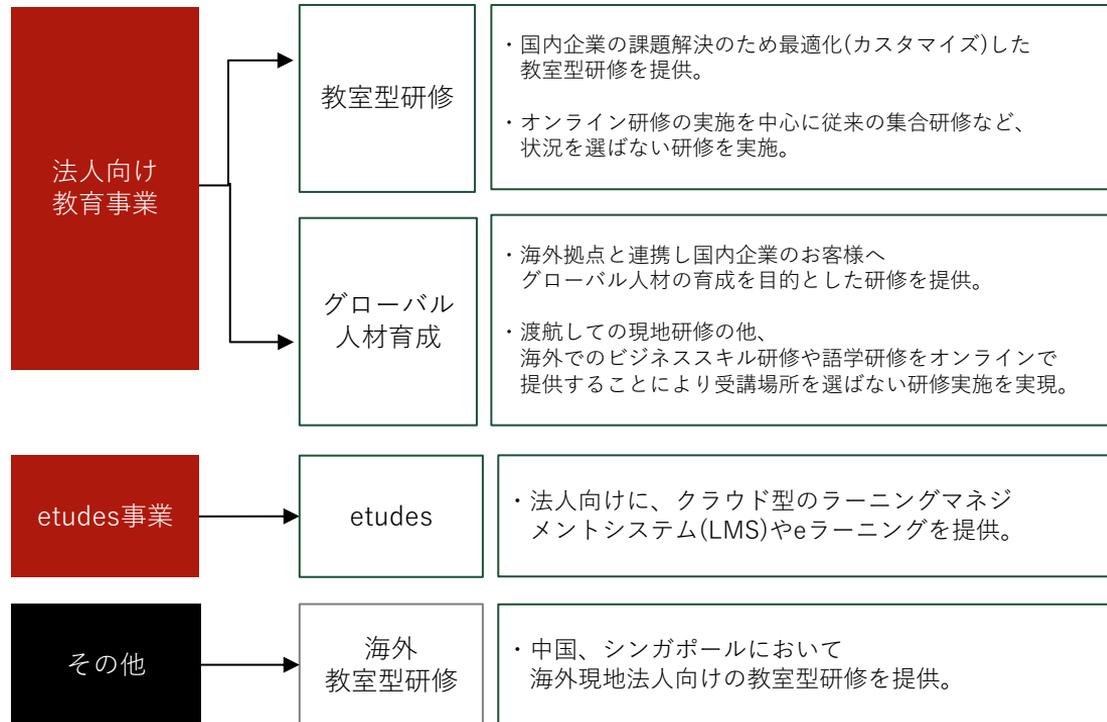
会社名	アルー株式会社
本店所在地	東京都千代田区九段北一丁目13番5号
設立	2003年
従業員	単体：152名* / 連結：195名* (2024年12月31日時点)*正社員のみ
資本金	365百万円(2024年12月31日時点)
事業内容	人材育成事業
役員構成	代表取締役社長 落合 文四郎 取締役 執行役員 池田 祐輔 常勤監査役(社外) 荒幡 義光 取締役 執行役員 稲村 大悟 監査役(社外) 富永 治 取締役 (社外) 西立野 竜史 監査役(社外) 和田 健吾
支社・関連会社	<ul style="list-style-type: none">・関西支社・名古屋支社 (連結子会社)・国内 株式会社エナジースイッチ・国内 クインテグラル株式会社・中国 艾陆企业管理咨询(上海)有限公司・シンガポール ALUE SINGAPORE PTE. LTD.・フィリピン ALUE PHILIPPINES INC.<ul style="list-style-type: none">・ALUE TRAINING CENTER, INC.・インド Alue India Private Limited (非連結子会社)・インドネシア PT.ALUE INDONESIA

- 2003年10月 株式会社エデュ・ファクトリー(現 アルー株式会社)を文京区本郷に設立
- 2006年4月 アルー株式会社に社名変更
- 2008年3月 プライバシーマーク取得 (認定番号:第10861604(01)号)
- 2009年11月 本社を新宿区市谷本村町に移転
- 2010年7月 大阪市北区に関西支社を開設
中国上海に艾陸企業管理諮詢(上海)有限公司を設立(現・連結子会社)
- 2011年10月 シンガポールにALUE SINGAPORE PTE. LTD.を設立(現・連結子会社)
- 2011年11月 インドにAlue India Private Limitedを設立(現・連結子会社)
- 2011年12月 インドネシアにPT.ALUE INDONESIAを設立(現・非連結子会社)
- 2012年1月 観光庁長官登録旅行業第1930号取得
- 2012年9月 フィリピンにALUE PHILIPPINES INC.設立(現・連結子会社)
- 2013年2月 英会話モバイルマンツーマントレーニング「ALUGO」サービス開始
- 2014年1月 名古屋市中村区に名古屋支社を開設
- 2016年4月 個人向け「ALUGO」サービス開始
- 2016年5月 本社を千代田区九段北に移転
- 2017年4月 フィリピンにALUE PHILIPPINE HOLDINGS INC.(現 ALUE TRAINING CENTER, INC.)設立
(現・連結子会社)
- 2018年12月 東京証券取引所マザーズ市場に上場
- 2019年8月 etudes事業譲受
- 2022年4月 東京証券取引所の市場区分の見直しにより、東京証券取引所のマザーズ市場からグロース市場へ移行
- 2023年2月 I S M S 認証取得 (認証書番号: IS780347)
- 2024年4月 株式会社エナジースイッチの全株式を取得し子会社化(現・連結子会社)
- 2024年10月 クインテグラル株式会社の全株式を取得し子会社化(現・連結子会社)

ビジネスモデル



提供サービス

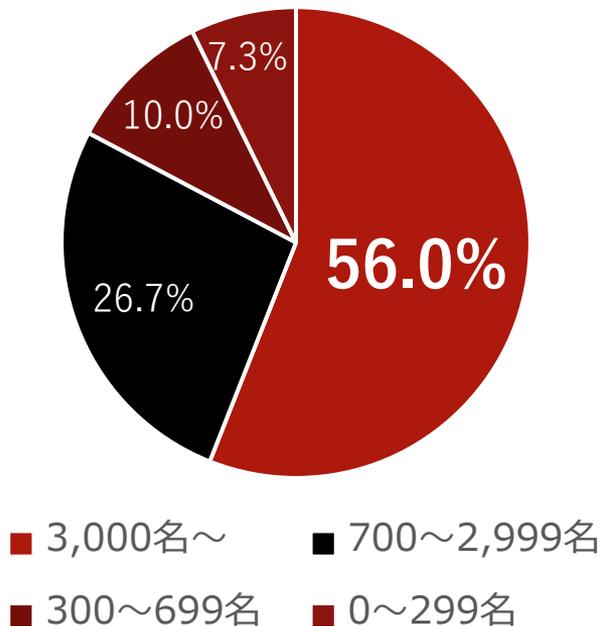


様々な業種の、特に従業員3,000名以上の**大企業**から安定的に**受注**

【業種別】

業種	割合
情報・通信業	18.6%
サービス業	17.2%
金融・保険業	10.6%
製造業	9.3%
機械・鉄鋼・鋁業	8.5%
商社・貿易業	7.5%
不動産・建設建築業	7.2%
化学・医療	4.7%
卸売・小売業	3.5%
電気・ガス・水道	3.2%
官学・環境テクノロジー	2.5%
貸金業	2.4%
メディア業	1.5%
運輸業・倉庫	1.5%
出版・印刷業	0.6%
その他	1.2%

【従業員規模別】



【主要取引先】

- 伊藤忠商事株式会社
- 大阪ガス株式会社
- KDDI株式会社
- JFEスチール株式会社
- 株式会社島津製作所
- 第一生命保険株式会社
- 帝人株式会社
- 東急建設株式会社
- 東京海上日動火災保険株式会社
- 日清食品ホールディングス株式会社
- 株式会社みずほフィナンシャルグループ
- 株式会社三菱UFJ銀行
- 森永製菓株式会社
- 株式会社リクルートホールディングス
- ・
- ・
- ・

夢が溢れる世界のために、
人のあらゆる可能性を切り拓きます
- all the possibilities -

落合 文四郎（代表取締役社長 執行役員）

- 東京大学大学院理学系研究科卒業
- ポストンコンサルティンググループを経て、2003年10月に当社設立。代表取締役社長に就任

池田 祐輔（取締役 執行役員）

- 慶應義塾大学卒業
- A.T.カーニエを経て、2003年10月に当社設立。取締役に就任
各事業部長などを歴任、新領域開発管掌

稲村 大悟（取締役 執行役員）

- 早稲田大学卒業
- 朝日監査法人（現有限責任あずさ監査法人）を経て、2006年8月に当社参画
2016年10月より取締役に就任、コーポレート管掌

西立野 竜史（社外取締役）

- 東京大学大学院工学部建築学科卒業
- ポストンコンサルティンググループ、
ペインキャピタル、東京理科大学特任教授などを経て、
2017年7月に当社社外取締役に就任

荒幡 義光（社外常勤監査役）

- 早稲田大学卒業
- 第一勧業銀行（現みずほ銀行）、新電元工業各役員を経て
2017年にニッポンレンタカーサービス代表取締役社長執行役員に就任
- 2022年3月より当社社外常勤監査役に就任

富永 治（社外監査役）

- 東京大学卒業、一橋大学大学院国際企業戦略研究課修了
- あずさ監査法人、GCAを経て、2010年に
公認会計士富永治事務所を設立
- 2017年7月に当社社外監査役に就任

和田 健吾（社外監査役）

- 東京大学卒業
- あずさ監査法人、GCAを経て2015年にエイ・アイ・パートナーズ設立代表取締役に就任
- 2017年7月に当社社外監査役に就任

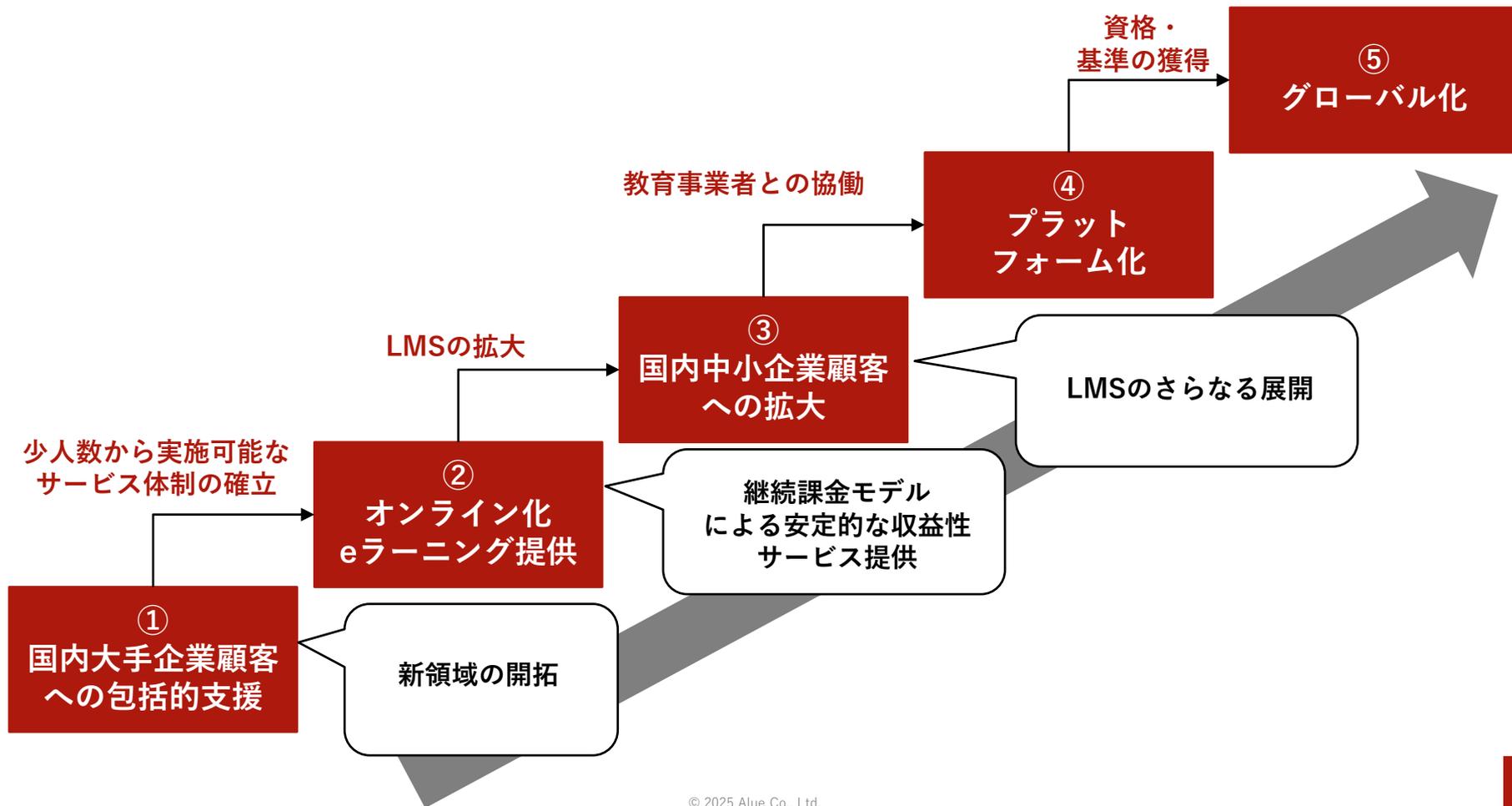
東 ゆかり（執行役員）

- 日本生命、ベルシステムを経て2010年5月に当社参画
- 法人向け営業管掌

平川 明日香（執行役員）

- エナジースイッチを設立。代表取締役を経て、2024年4月に当社参画
- エナジースイッチ管掌 エナジースイッチ取締役

新しい提供価値による今後(中長期)の展開



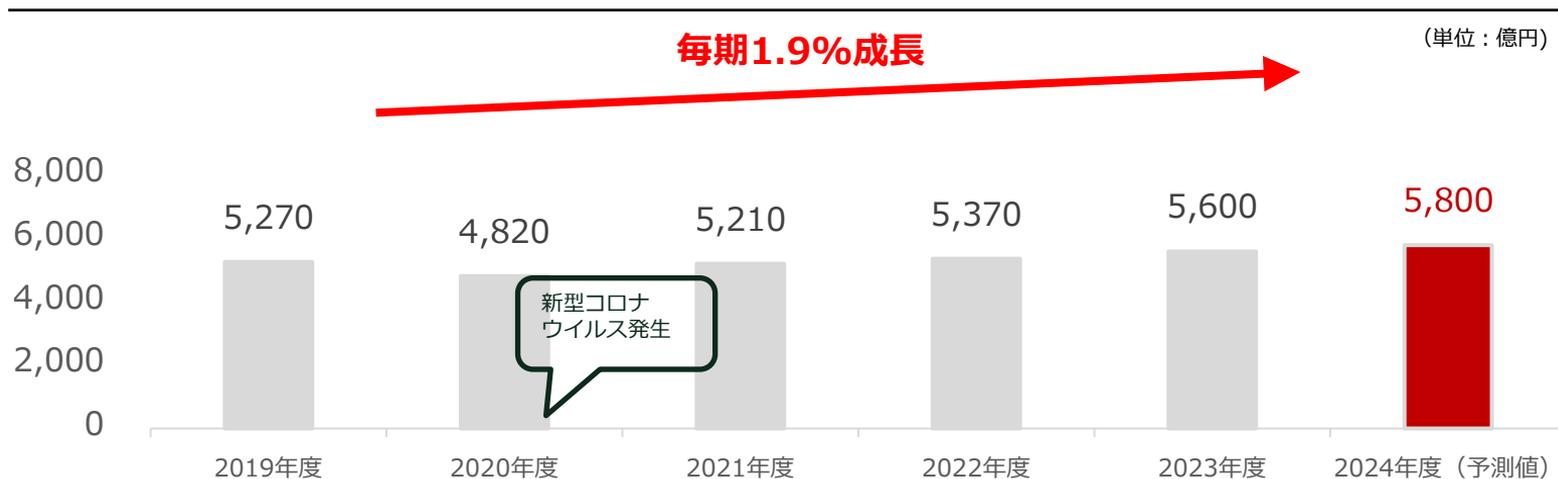
当社を取り巻く環境（法人向け教育事業）



市場規模(法人向け教育事業)

- 国内の企業向け研修市場は、企業の積極的な新卒採用を背景とした新人研修が牽引し**堅調に成長**。
- 2020年度は、新型コロナウイルスの影響を受け一時的に大きく落ち込んだものの、**オンライン研修サービスへの移行が加速**し、2024年度は5千億円超の市場規模へ成長見込。

企業向け研修サービスの市場規模

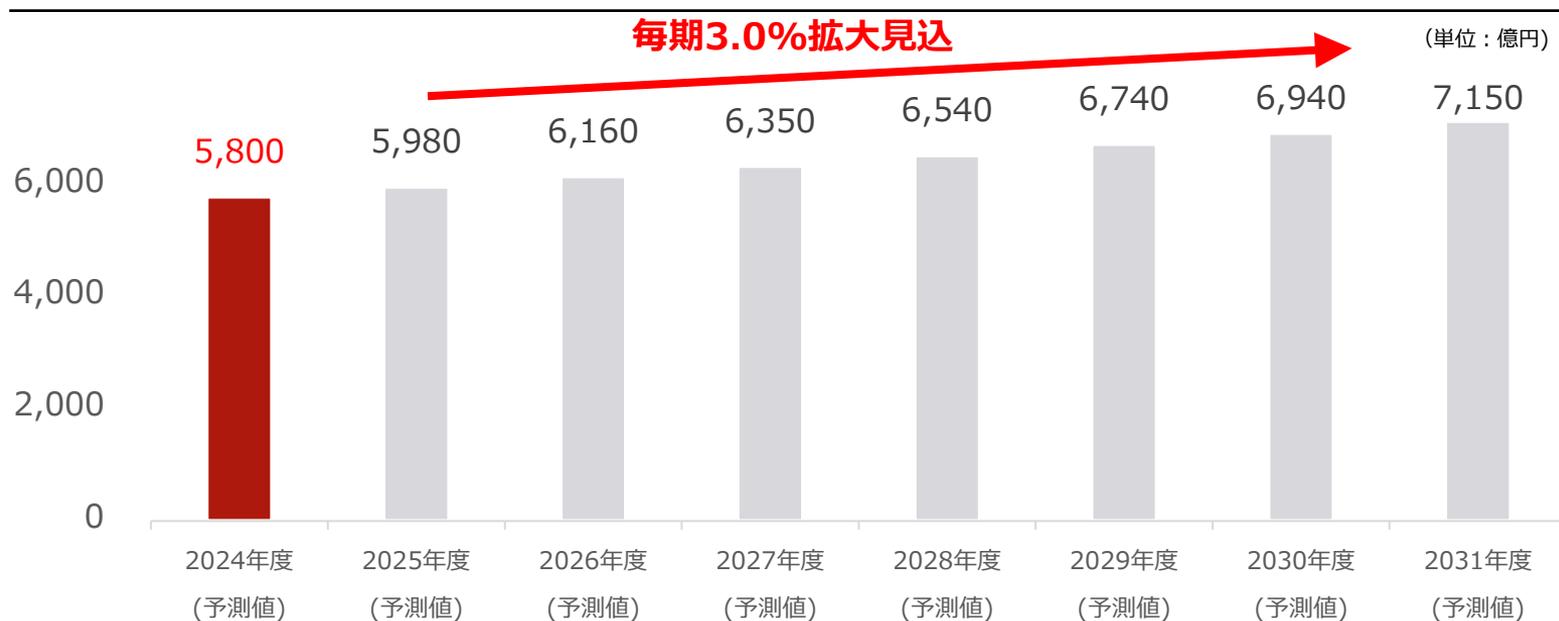


*矢野経済研究所調べより抜粋
注1. 提供事業者売上高ベース
注2. 2024年度は予測値

市場規模予測(法人向け教育事業)

- 2024年以降の国内企業向け研修サービスの市場規模は、引き続き成長していくものと予測。
- ジョブ型雇用の増加によるキャリア自律にも注目が集まっており、市場規模は**引き続き拡大見込み**。

企業向け研修サービスの市場規模予測



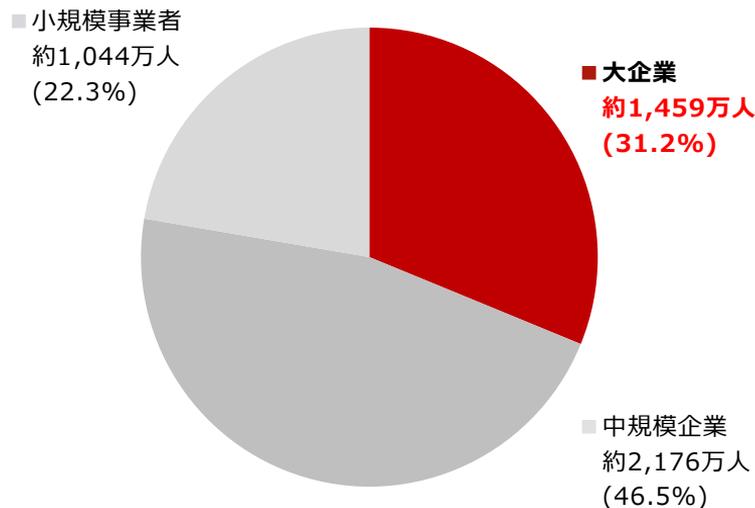
*矢野経済研究所調べより抜粋
注1. 数値はすべて予測値

企業規模別傾向(法人向け教育事業)

- 当社の主なサービスは、大企業向けに提供する人材育成であり、**全従業員のうち大企業に所属する従業員は全体の30%を超えている。**
- 大企業では、従業員が多いため教育研修費用の総額も大きく、1研修あたりの規模も大規模。
- **顧客単価も、従業員規模に応じて大きくなる傾向。**

企業規模別従業員数(2016年)*

(単位: 万人)



*2020年版中小企業白書より

(単位: 万円)

規模別平均教育研修費用総額 (1社あたり)



*産労総合研究所「企業と人材」2020年度 教育研修費用の実態調査より

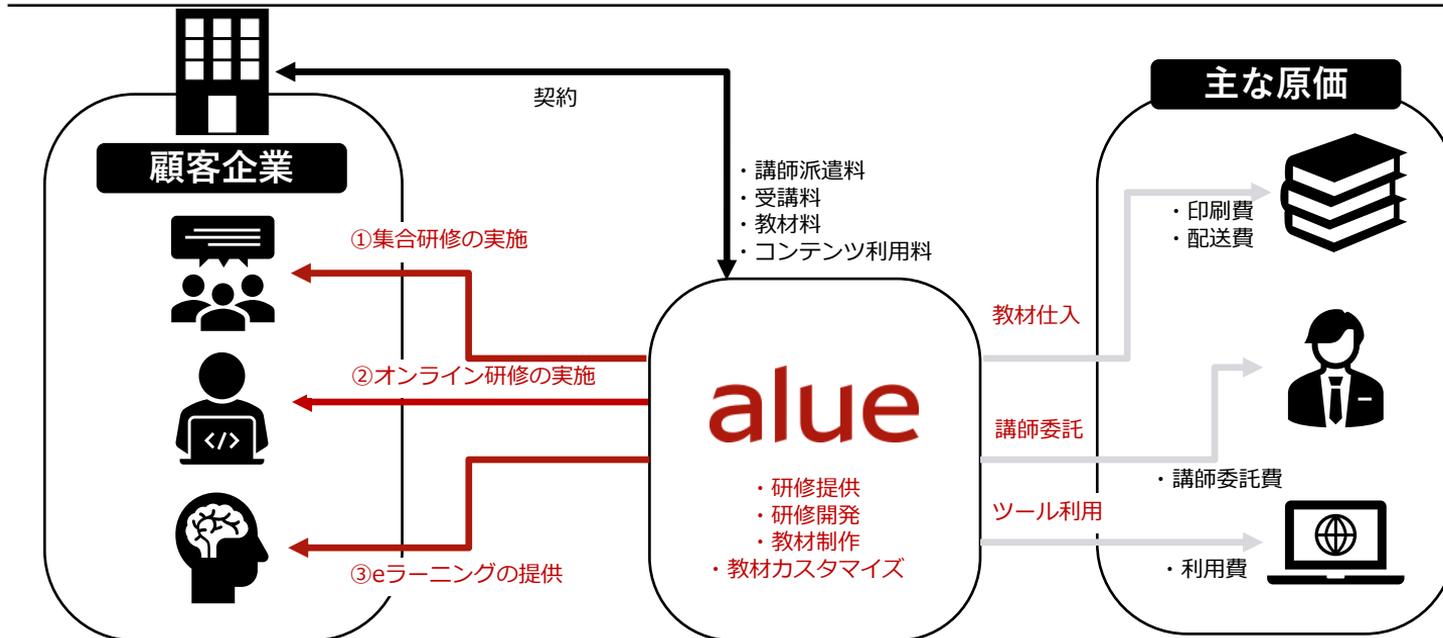
ビジネスモデル（法人向け教育事業）



ビジネスモデル①（法人向け教育事業）_教室型研修

- 大企業向けのサービスである、教室型研修や海外教室型研修は、顧客企業へ様々な形で**研修を提供**することで、**講師料や教材・コンテンツの利用料を売上**として受け取るビジネスモデル。
- 主に発生する原価は外部委託する講師への報酬や教材印刷費等。

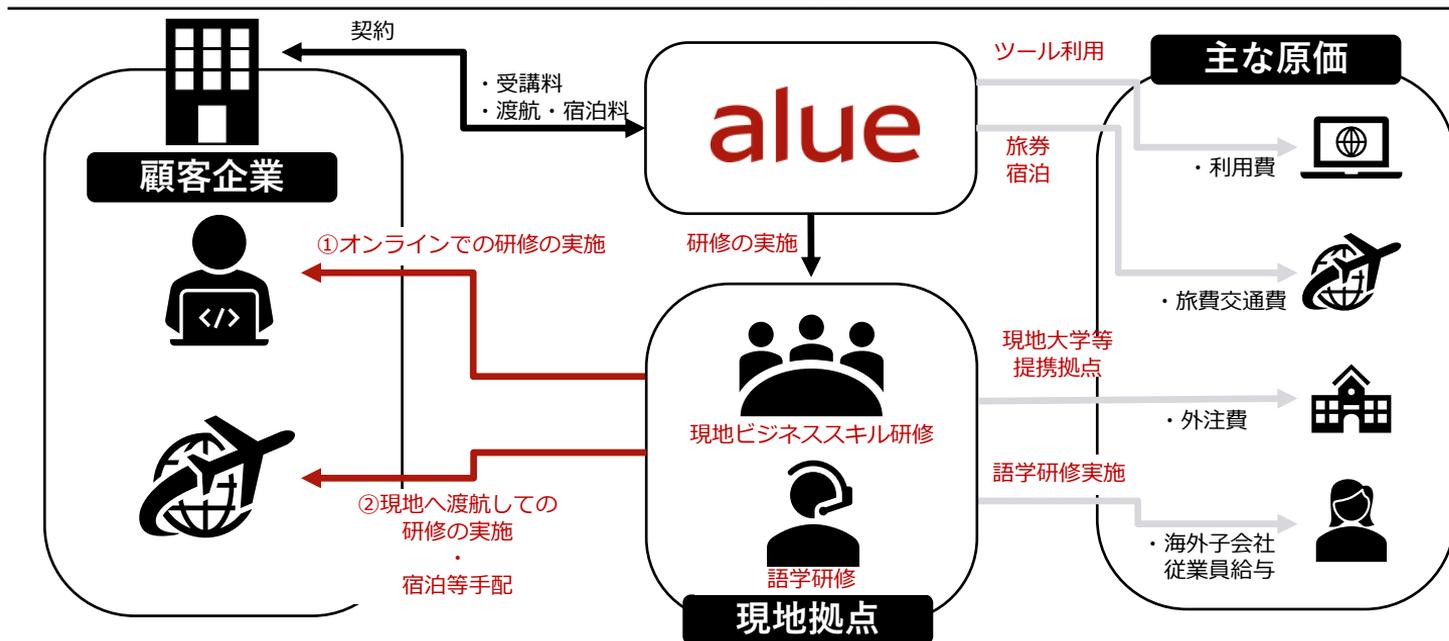
教室型研修・海外教室型研修 ビジネスモデル



ビジネスモデル②（法人向け教育事業）_グローバル人材育成

- グローバル人材育成も大企業向けに提供するサービス。
- 日本の顧客に海外でのビジネススキル研修や語学研修を実施。
- 当社海外拠点へ渡航、またはオンラインにて総合的に提供。
- 旅行業免許も取得しており、現地での安全なサポートが可能。

グローバル人材育成ビジネスモデル

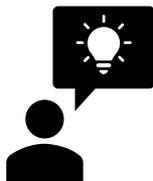


大手企業における人材・組織課題

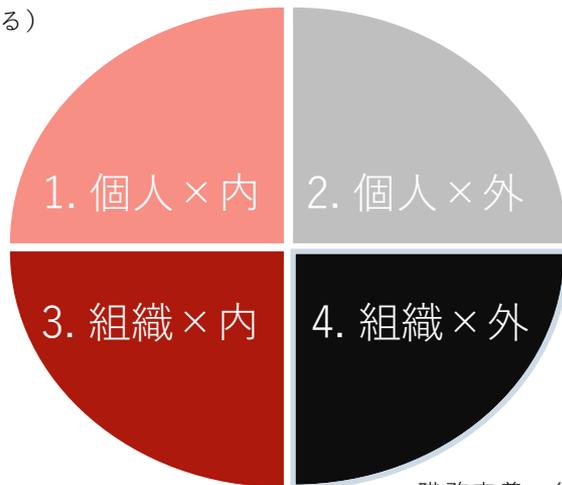
- 下記の表の第一から第四象限がバラバラになってしまっていることが企業の組織課題を解決する上で障害となっている。
- 当社の最大の強みは、これら全体を取り扱えること。
- 総合的に組織課題の解決に取り組むことで、ノウハウ・事例がたまり強みがより強化され、顧客の組織課題解決を実現し顧客単価向上・リピート率向上に結びつけていく。

組織課題の解決

キャリア研修の実施
(個人の自律キャリア意識を高める)



管理職に対する部下コーチング研修
+ 管理職に対する両立思考研修
(適応課題を扱いながら、複数回実施していく)



自律学習環境
(etudes-basket)

études

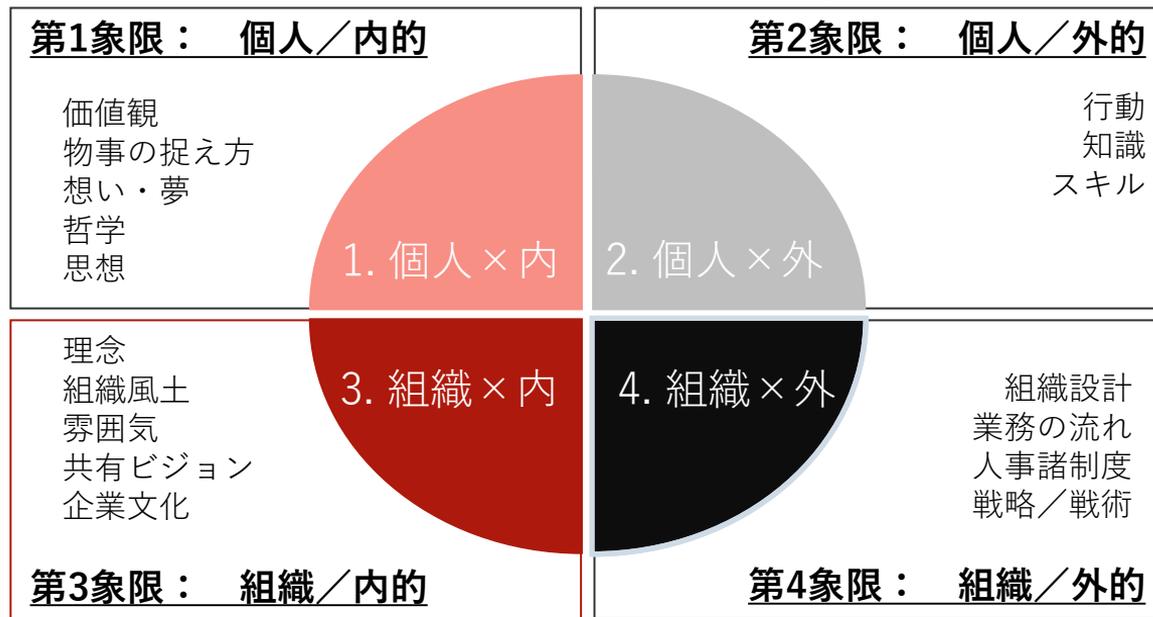


人事制度における
職務定義・役割定義に基づいたコンピテンシーの明確化と、
学習するべきスキル・知識の紐付け

大手企業における人材・組織課題（補足①）

- 現在の顧客ニーズをとらえるうえで必要なことは、研修がこの枠組みのひとつに過ぎないこと。
- 右下の制度も大手企業では整っている。
- 左上の個人の意識や、左下の組織の文化についてもアドレスする必要がある。
- 左下の組織の文化の变革においては、管理職が抱えるジレンマを扱う必要がある。

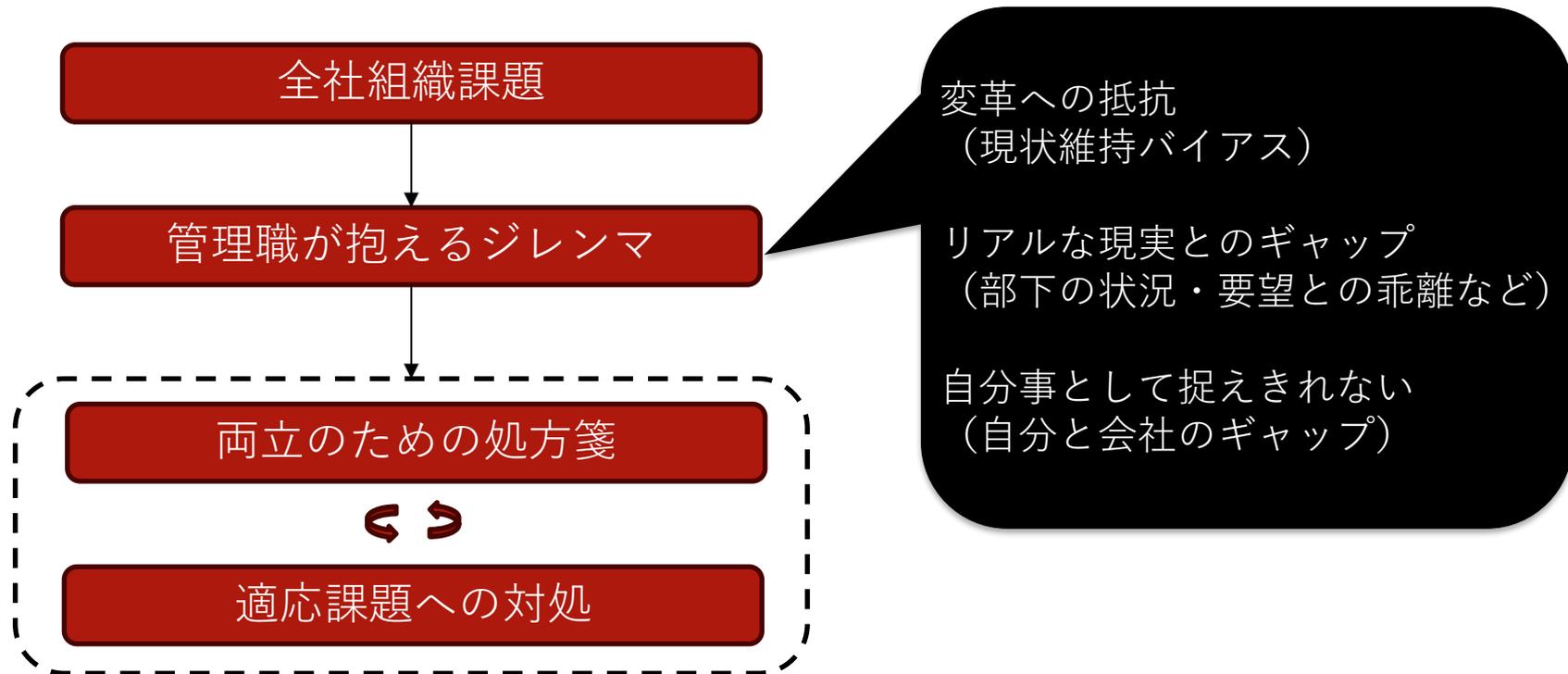
インテグラル理論の变革の4象限



※インテグラル理論は、アメリカ合衆国の思想家・実践家であるケン・ウィルバーによりまとめあげられたもの

大手企業における人材・組織課題（補足②）

- 管理職が抱えるジレンマの背景には、**ジレンマの両立のための処方箋**と、**適応課題への対応**が必須となる。



競合環境(法人向け教育事業)

- 当社サービスの競合優位性は、**階層教育×体系化されたコンテンツ×カスタマイズ×ブレンドラーニング**。パッケージコンテンツを販売する企業や、コンテンツの量や講師の数に注力している企業に対して、大企業向けマーケットで優位に立つ。

	alue	A社	B社	C社	D社
コンサルティングカ	◎	○	○	×	○
価格	△	◎	△	△	△
講師ラインアップ (講師人数)	○	○	◎	△	○
コンテンツの量	○	◎	×	△	△
コンテンツの体系化	◎	×	×	○	○
カスタマイズ	◎	△	×	×	×
反転学習・ブレンドラーニング	◎	○	×	○	×

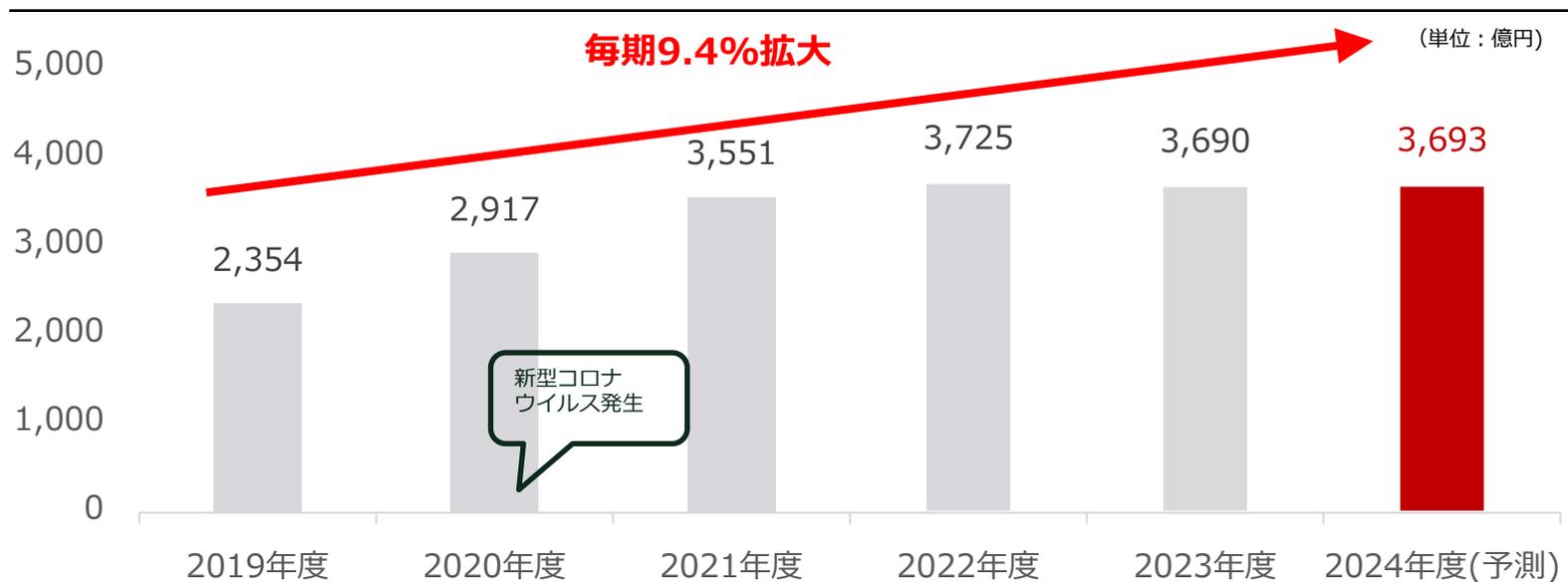
当社を取り巻く環境（etudes事業）



市場環境①eラーニング(etudes事業)

- 国内のeラーニング市場は急拡大フェーズからひと段落。
- 需要は底堅くあるため今後も堅調に成長していくものと予測されている。

eラーニング市場規模推移(法人・個人向け総合)

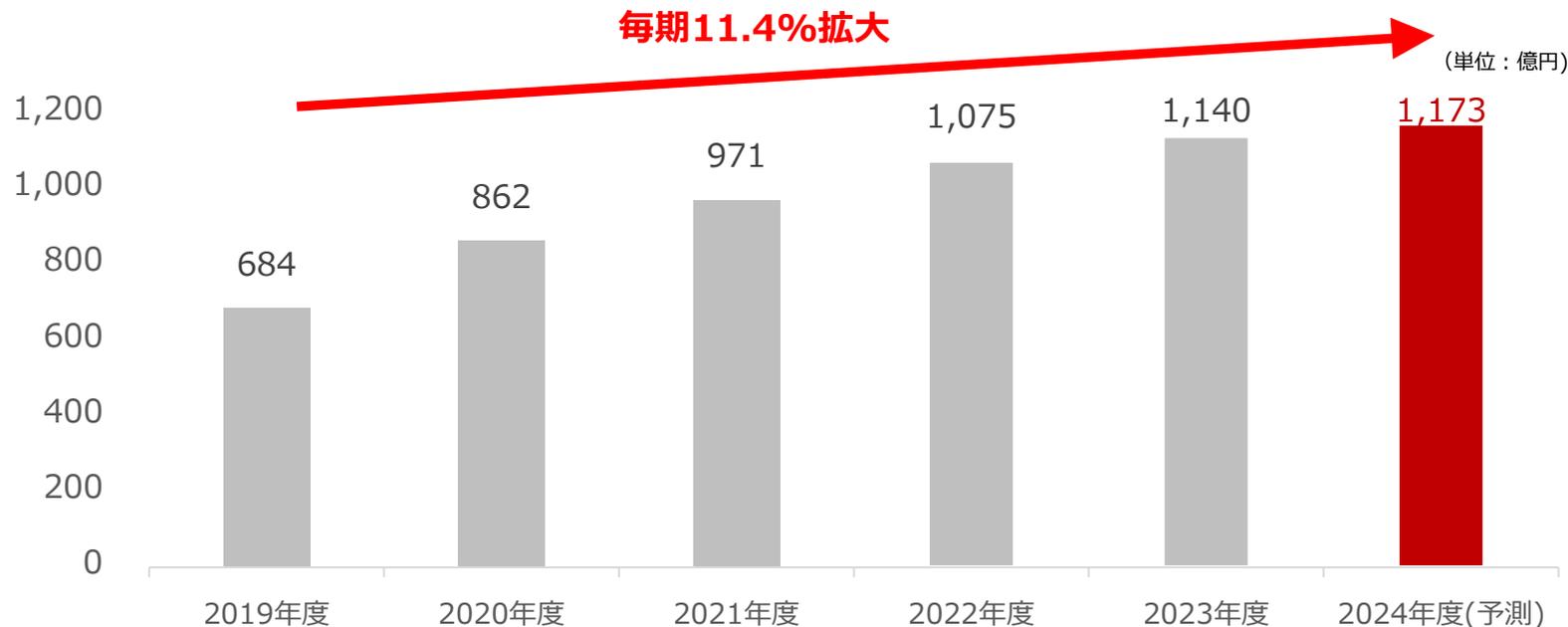


*矢野経済研究所調べより当社作成
注1. 提供事業者売上高ベース
注2. 2024年度は予測値

市場環境②eラーニング(etudes事業)

- 当社の属する法人向けの市場である法人向けのeラーニング市場も継続成長。
- 2024年の市場規模は1,173億円（予測値）。
- 2025年度以降も、テレワークの浸透にともない需要は維持されるものと予測。

eラーニング市場規模推移(法人向け市場)

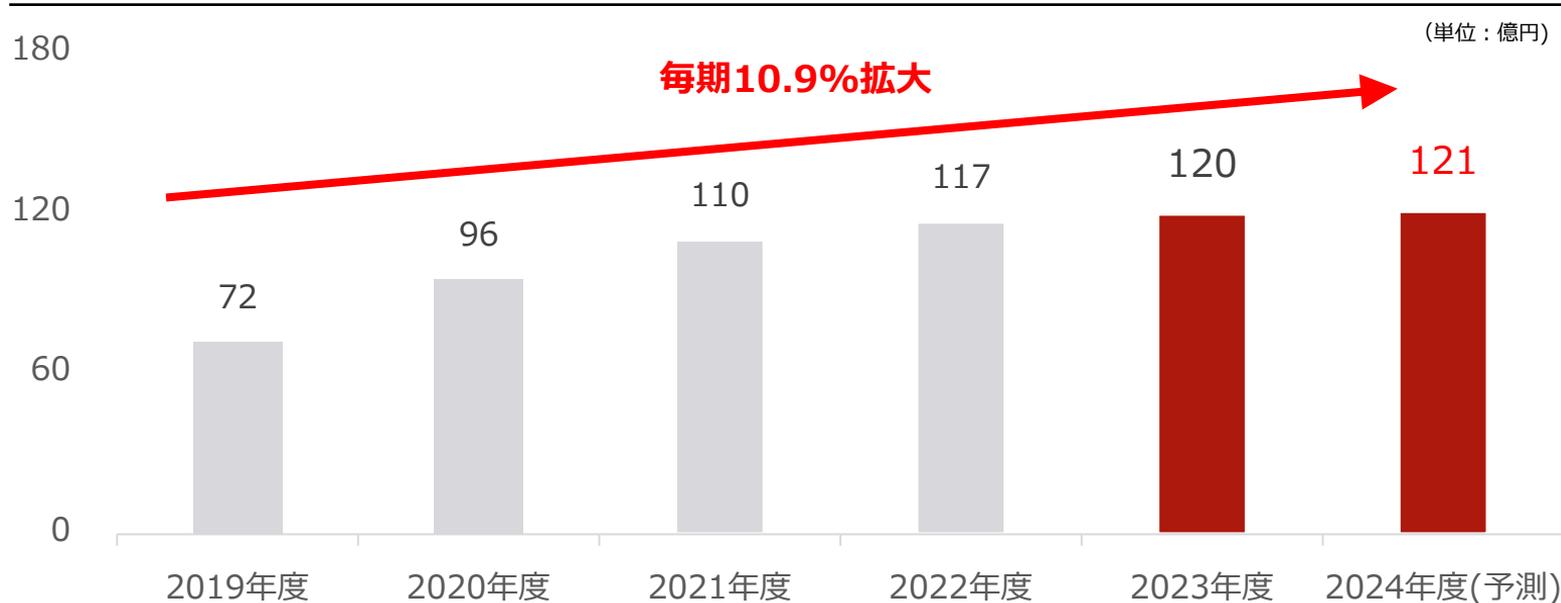


*矢野経済研究所調べより抜粋
注1. 提供事業者売上高ベース
注2. 2024年度は予測値

市場環境③LMS(etudes事業)

- 国内のLMS市場についてもコロナ禍によるオンライン化の影響による増加が落ち着く。
- 長期的なeラーニングの活用を見据えて実施環境を整えた企業が増加。
今後も引き続き市場規模は堅調に成長していくものと予測。

LMS市場規模推移(法人・個人向け総合)



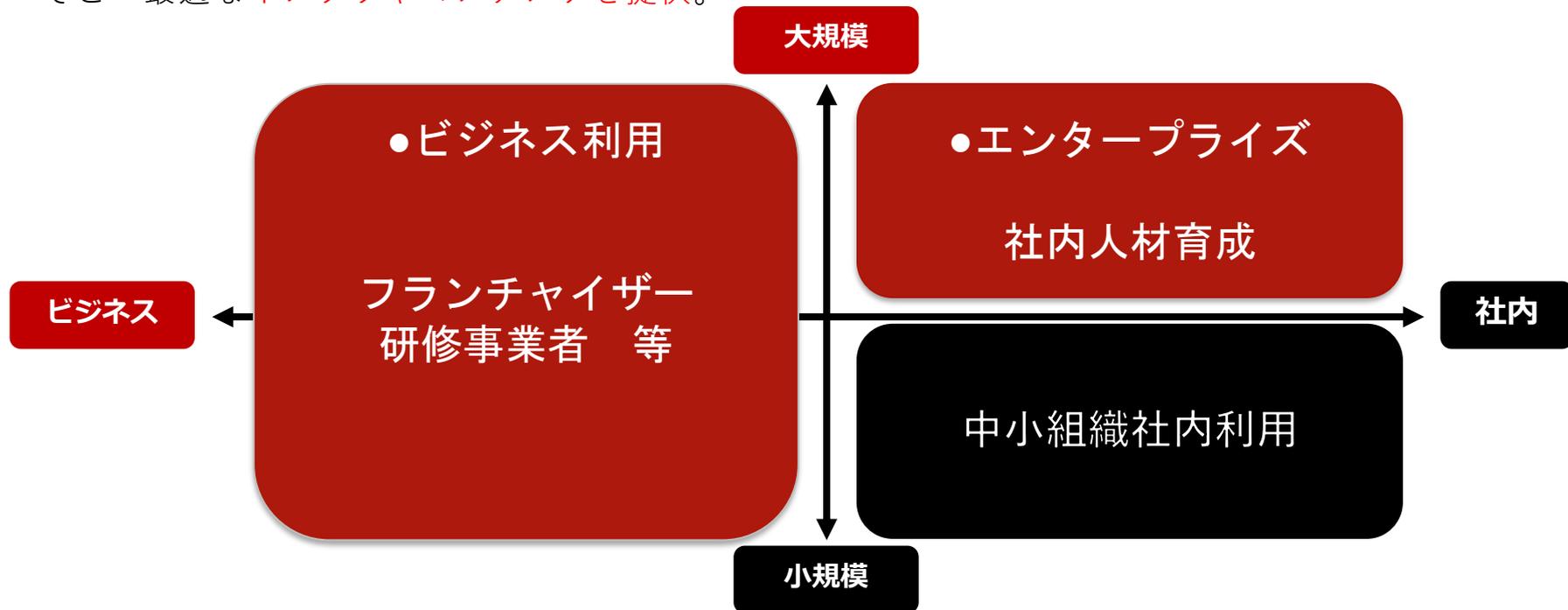
*矢野経済研究所調べより抜粋
注1. 2024年度は予測値

ビジネスモデル（etudes事業）



etudesのターゲット

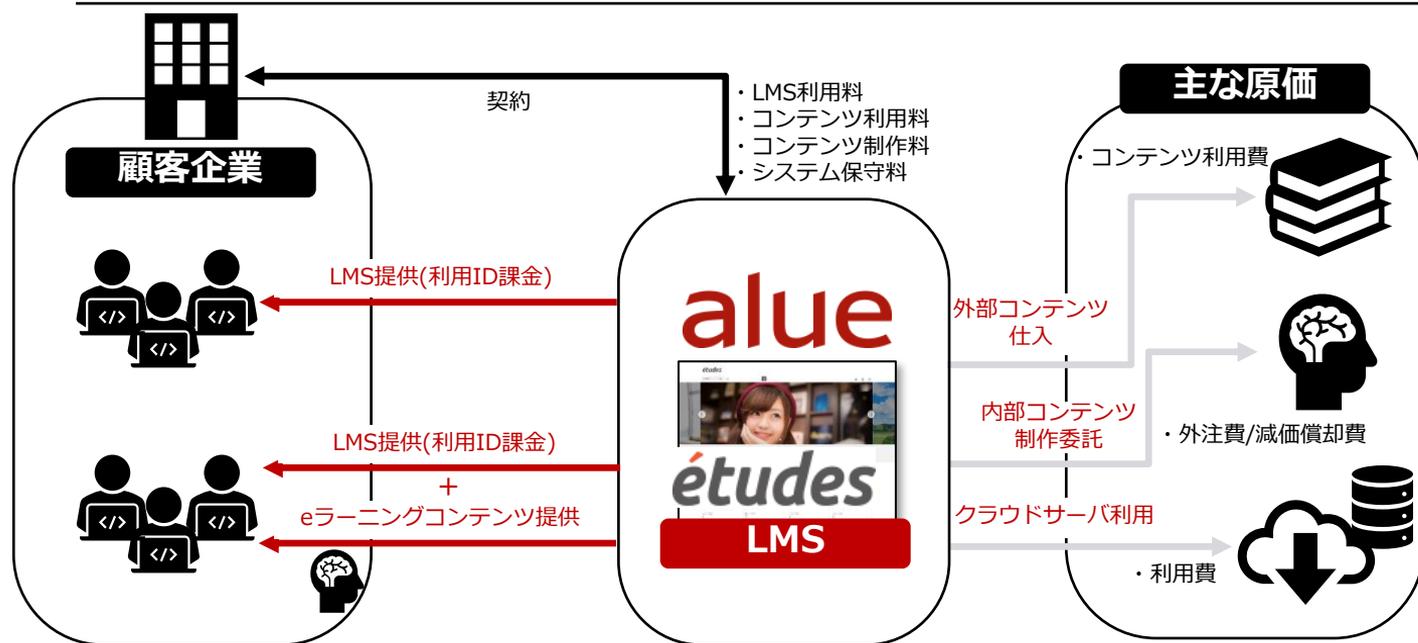
- etudesサービスの事業の柱は2つ。
- エンタープライズは、大企業向けに法人向け教育事業と連動しながら組織課題の解決に向けたソリューションの1つとして価値提供。
- ビジネス利用は、リスキングの流れを受け教育事業に参入する会社が増加している中、そこへ最適なインフラやコンテンツを提供。



ビジネスモデル(etudes利用モデル)

- etudesの利用モデルは下記の図のとおり。
- LMSの利用者数IDやコンテンツ利用に応じて、収益が上がる継続型**ストックビジネス**。
- コンテンツのカスタマイズの際は制作費用を収益としてスポット的に加算。
- 法人向け教育とも連携しながら**顧客組織課題の解決**に向けた**ソリューション**の一つとして価値提供。

etudes ビジネスモデル

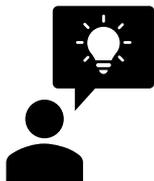


エンタープライズ向けの組織課題解決アプローチ

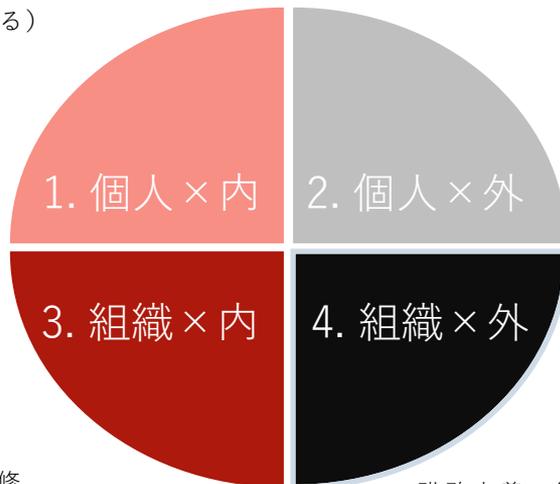
- 事業部や新規事業関係者への教育には、より抽象度の高い要望をそれぞれの組織に合わせたコンテンツへとカスタマイズを行ったうえで幅広く展開していく必要がある。
- 当社は法人向け教育で培ったカスタマイズ力とLMSの組み合わせを持つため、優位に展開が可能。

組織課題への解決

キャリア研修の実施
(個人の自律キャリア意識を高める)



管理職に対する部下コーチング研修
+ 管理職に対する両立思考研修
(適応課題を扱いながら、複数回実施していく)



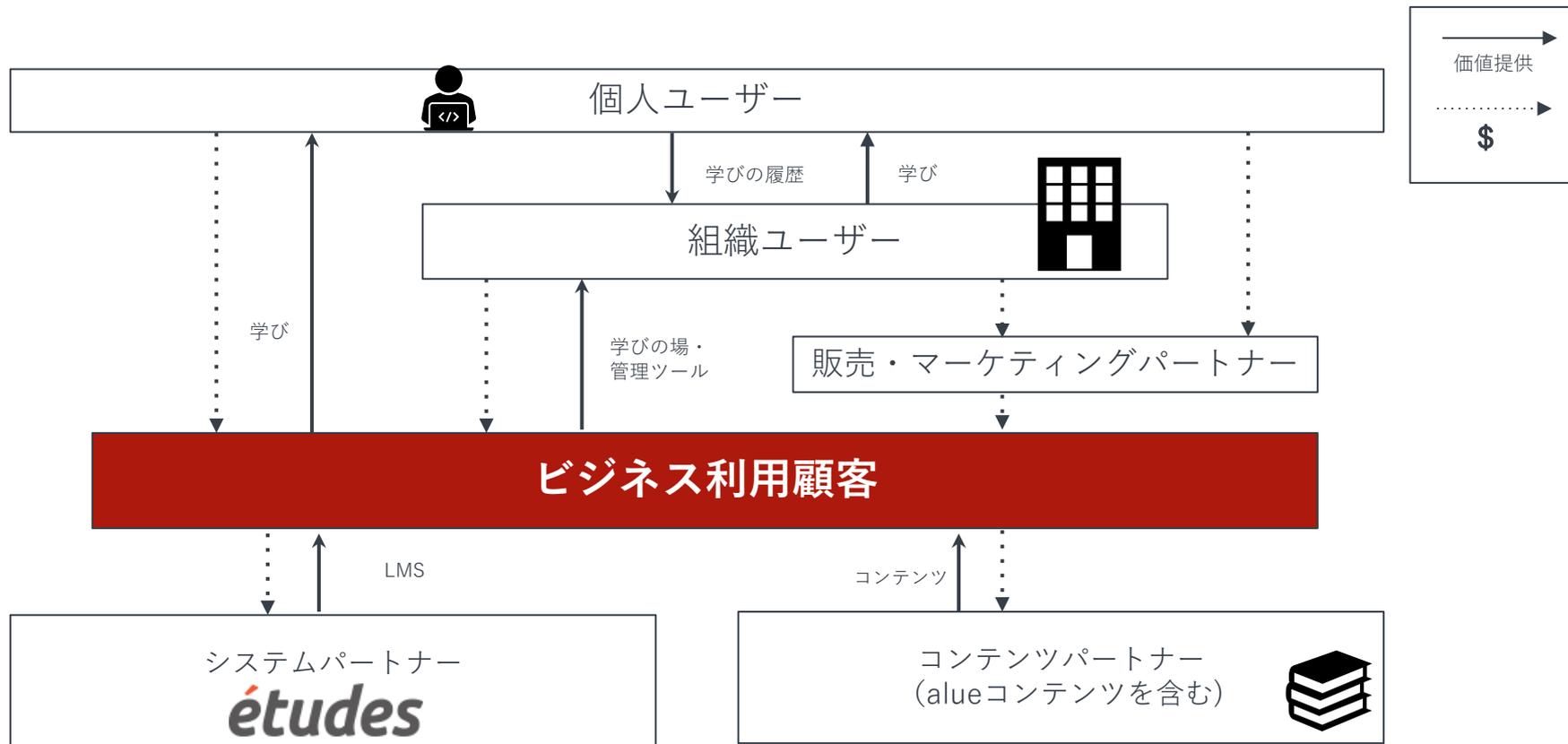
自律学習環境
(etudes-basket)
études



人事制度における
職務定義・役割定義に基づいたコンピテンシーの明確化と、
学習するべきスキル・知識の紐付け

ビジネス利用向けの組織課題解決アプローチ

- etudesと当社のコンテンツ資産を用いて、各業界・各国の教育事業者を支援する。



競合優位性(etudes事業)

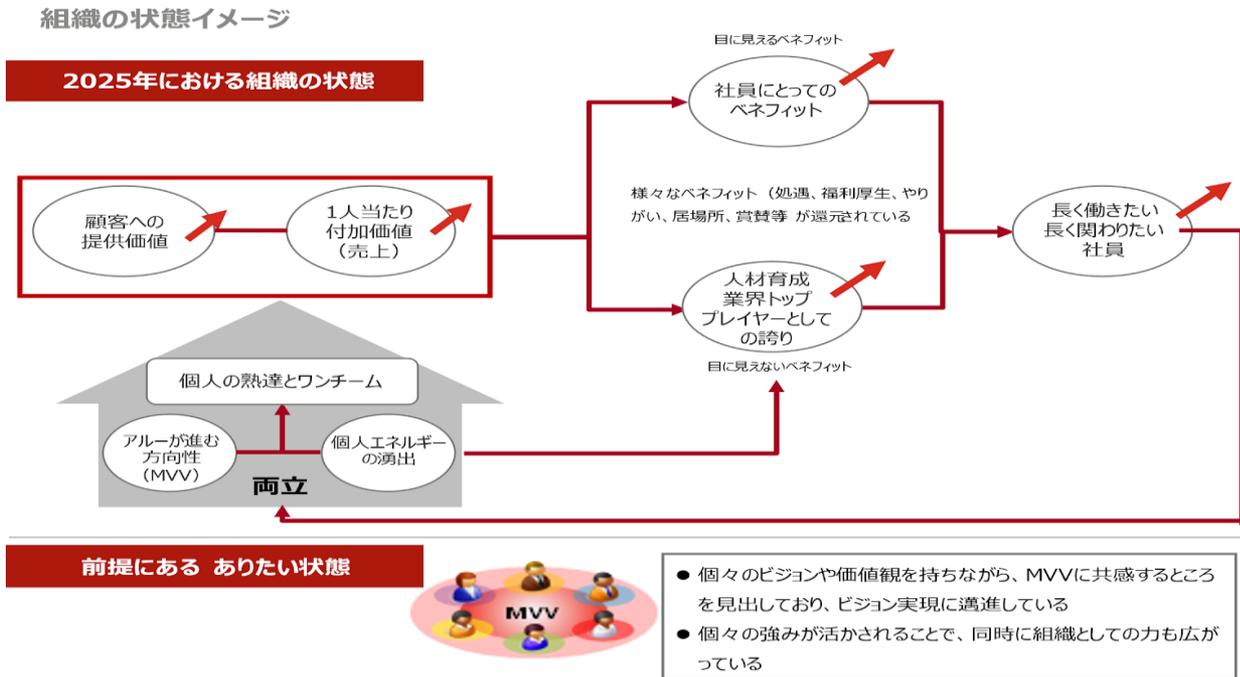
		alue	A社 (エンタープライズ LMS)	B社 (集合研修&eラーニ ング)	C社 (eラーニング専業)	D社 (eラーニング ×LMS)
社内利用	コンテンツ量	○	×	○	◎	△
	コンテンツの質 <small>※演習やテスト等のアウトプ ット機会の有無</small>	◎	×	△	△	△
	階層別教育 としての コンテンツ量	◎	×	○	△	×
	eラーニングの カスタマイズ作成	◎	×	△	×	△
ビジネス利用	UI	◎	△	△	◎	○
	管理機能の充実度	○	○	△	△	◎
	ERP等の 基幹システムとの 連携	△	◎	△	△	△
	ビジネス利用の 可否	○	○	×	×	○
価格	価格	○	○	◎	△	○

人的資本經營



アルーの人的資本経営

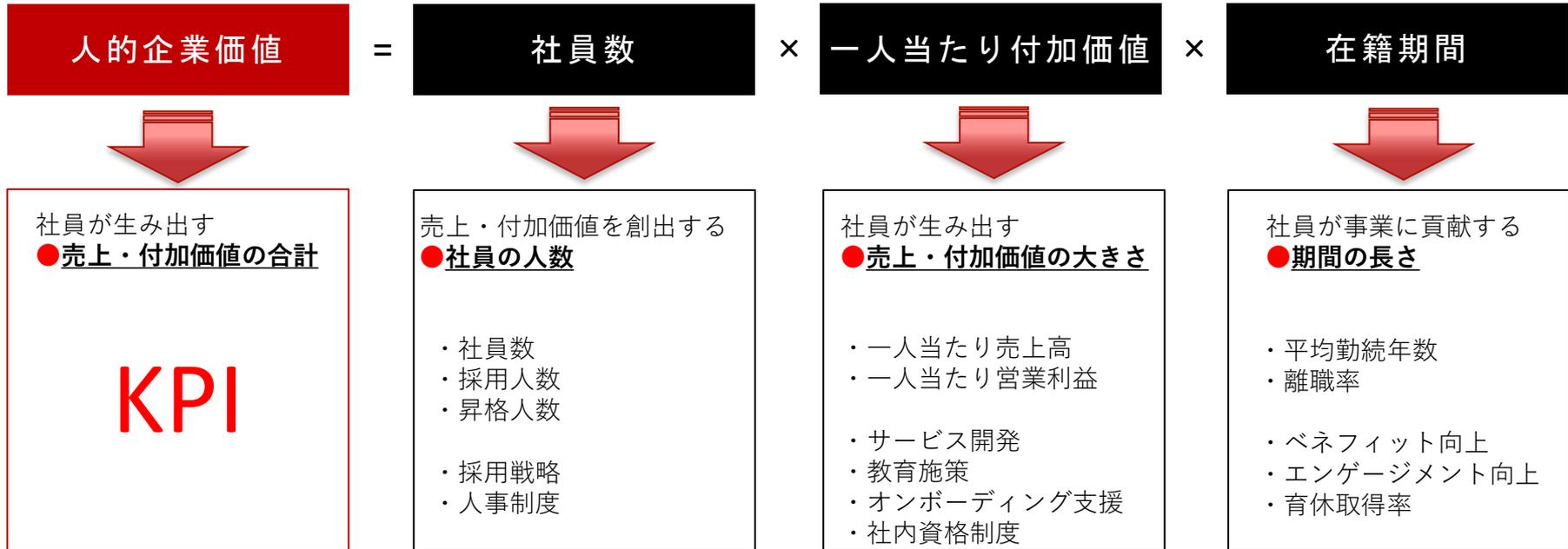
アルーの人的資本経営は、一人一人の社員の**価値創出力**を人的資本とし、社員が在籍期間にわたって生み出す付加価値の合計【= **人的企業価値**】の最大化と、**社員ベネフィット向上**を**両立**させ、正の循環を生み出していく考え方



人的企業価値と人的資本投資

社員が在籍期間にわたって生み出す付加価値の合計【= 人的企業価値】の最大化のため、構成要素ごとのKPIと戦略を定め、人的資本投資を行っていく。

● 人的企業価値の算定式と構成要素



人的資本投資を行い、アジアNo.1を目指し、**持続的に人的企業価値を高めていく方針。**

	(千円)	2021年	2022年	2023年	2024年
	単体売上	2,294,773	2,640,890	2,864,044	2,703,757
	単体売上総利益	1,388,178	1,606,505	1,669,704	1,506,541
	単体粗利率	60.5%	60.8%	58.3%	55.7%
(a)	単体正社員数 (人)	114	149	158	152
	離職率	8.7%	8.3%	14.0%	13.8%
(b)	一人当たり売上	20,129	17,724	18,126	17,787
(c)	平均勤続年数	5.3	5.0	5.1	5.3
(a) × (b) × (c)	人的企業価値合計	12,161,942	13,204,380	14,605,931	14,329,207

◆ 組織テーマ

1. 個々人と組織としての仕事の熟達

一人ひとりの意思 (Will)や強みを最大限に発揮し、熟達を深めることができる場を創る

2. 長く働ける環境づくり

一人ひとりが物心両面で安心して働ける環境づくりを進める

3. 組織ぐるみで育てる文化づくり

成熟と熟達をテーマとした成長と育成の文化を醸成する

4. チームとして価値創造する文化づくり (チームアローを体現する組織)

一人ひとりの個性をお互いに受容することによって多様性のあるチームになると共に、MVVや全社・部署VSGなどを共有することによりワンチームとしての連帯感を持つことができている

● 取り組み

- ・ 熟達認定制度
- ・ オンボーディング
- ・ キャリア申告制度
- ・ 育児・介護との両立支援
- ・ 人事制度
- ・ リモートワーク環境整備
- ・ オンボーディング
- ・ 階層別研修
- ・ サクセッションプラン
- ・ 1on1文化
- ・ 全社・部署でのVSGの取り組み
- ・ 部署チームビルディング

■ KPI 23年→24年

一人当たり売上高 18,126千円→**17,787千円**

認定講師人数 53人→53人

アルムナイ※1人数 95人→92人

女性管理職割合※2 17.5%→**19.4%**

平均勤続年数 5.1年→**5.3年**

有給取得率 78.9%→79.0%

離職率 14.0%→13.8%

男性育休取得率 71.4%→**75.3%**

昇給率23年 6.6%(女)4.2%(男)5.0%(全)
昇給率24年 **5.6%(女)5.0%(男)5.4%(全)**

※1アルムナイ=alue卒業生
※2グループマネジャー以上

24年12月期事業の取り組み



● 株式会社エナジースイッチの株式を4月1日に取得完了

● 株式取得の経緯と目的

- ・ 積極的なM&Aの検討を含む新事業領域を探索する活動の結果。
- ・ エナジースイッチ社の持つ大企業取引先を中心とした顧客基盤へ当社サービスを提供することによる販路拡大。
- ・ エナジースイッチ社が特に強みと知見を有する「ダイバーシティー&インクルージョン」関連のコンテンツを当社顧客に提供を行うことによる相乗効果の最大化。



●クインテグラル社について

- クインテグラル社は、リーダーシップやマネジメント研修などの提供を行っている、人材育成企業。

特に強みとしているのは、100年以上の歴史を持つ

AMA（アメリカンマネジメントアソシエーション）のコンテンツを活用した研修サービスを提供することで、世界で活躍する人材の育成を支援している人材育成サービスを展開。



●AMA（アメリカンマネジメントアソシエーション）について

- AMAは、企業の成長に必要な「マネジメント」や「リーダーシップ」能力をどうすれば効果的に教育できるか?といった実務家たちの熱い思いから誕生した世界有数の人材育成コンサルティング組織。

コースは刻々と変化する市場環境に合わせ、業種やテーマ別にカウンスル（委員会）を設置し、市場調査や会員企業の経営幹部が共有した企業の課題やベストプラクティスをもとにしたコース開発を行い75カ国以上、2万5000社※で採用。



子会社2社の収益貢献について

- エナジースイッチ社及びクインテグラル社が25年期初から連結子会社として売上計上されることで、当社グループの成長に寄与することが予測される。
- 25年12月期では前述の通りエナジースイッチ社が171百万円(前年比33百万円増)、クインテグラル社が287百万円(前年比222百万円増)の売上貢献を見込む。
- グループ間でのクロスセルにも注力しグループ全体での成長を図る。

	24.通期	25.通期(予想)	増減額
エナジースイッチ	137百万円	171百万円	33百万円
クインテグラル	64百万円	287百万円	222百万円

事業別サマリー



24年連結実績数値と予想について

- 24年通期予想については、24年10月と25年2月に修正を行った。
- 売上高が、**大型案件のリポート剥落があった影響**や「etudes Plus」の売上拡大が想定よりも遅れてしまっていたことに起因して24年10月に修正したことに加え、11月、12月の納品予定であったコーチング案件やeラーニング制作案件の**納品が翌年にずれ込んだ**ため、25年2月に再度修正開示を実施。
- 利益については、**支出を見直す**ことで計画値よりも少なく推移はしたものの、**売上高低下による影響**が大きく、24年10月に修正を開示。
- 上記に加え、24年に子会社化した2社にかかわる**一時的な費用の発生**があり再度予想の修正が必要になったため、25年2月に利益予想も修正開示を実施。

(単位：百万円)

	24年通期実績	期初予想	予実比	24年10月 修正予想	予実比	25年2月 修正予想	予実比
売上高	3,089	3,330	-7.2%	3,120	-1.0%	3,089	0.0%
営業利益	-64	130	—	-16	—	-64	—
経常利益	-67	125	—	-19	—	-67	—
親会社に帰属する 当期純利益	-73	90	—	-16	—	-73	—
1株当たり当期純利益	-29.12	35.46	—	-6.3	—	-29.12	—

※詳細は、業績予想の修正および役員報酬減額に関するお知らせ(2024年10月25日開示) 業績予想の修正に関するお知らせ(2025年2月10日開示)をご覧ください。

※予実比についてはそれぞれの予想に対する通期実績の比率。

法人向け教育事業 サマリー

- 24年通期の法人向け教育は、一部大型案件のリピート剝落と、それをカバーするだけの新規案件が獲得できておらず売上高が通期では6.1%の減少
- 事業の営業利益を確保すべく、法人向け教育事業の販管費を抑制し、通期では60百万円の減少。

法人向け教育事業 サマリー

(単位：百万円)	19.通期実績 (19.01-19.12)	20.通期実績 (20.01-20.12)	21.通期実績 (21.01-21.12)	22.通期実績 (22.01-22.12)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.通期実績 (24.01-24.12)
売上高	2,339	1,527	2,030	2,333	2,488	2,336
売上成長率	—	-34.7%	33.0%	14.9%	6.7%	-6.1%
売上総利益	1,313	896	1,352	1,524	1,588	1,409
売上総利益率	56.2%	58.7%	66.6%	65.4%	63.8%	60.3%
販売費及び 一般管理費	613	620	568	668	696	635
営業利益	699	275	783	856	892	774
営業利益率	29.9%	18.0%	38.6%	36.7%	35.9%	33.1%
共通費配賦後 営業利益	206	-153	360	331	307	154
共通費配賦後 営業利益率	8.8%	-10.1%	17.7%	14.2%	12.4%	6.6%

※eラーニングの売上及び原価は法人向けからetudesに組換え（20.通期eラーニングに関する注記）

※個人向けALUGOを含む

※継続比較のため事業別サマリーではエナジースイッチ社及びクインテグラル社の数値を除外

法人向け教育事業KPI①

- 前年同期との比較では、顧客数は347社→376社と増加しているものの、大型リピート案件の剥落（3社で売上170百万円の減少）が影響し顧客あたり売上が低下。

法人向け教育事業KPI

	19.通期実績 (19.01-19.12)	20.通期実績 (20.01-20.12)	21.通期実績 (21.01-21.12)	22.通期実績 (22.01-22.12)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.通期実績 (24.01-24.12)	24.通期当初予測 (24.01-24.12)
売上高(百万円)	2,339	1,527	2,030	2,333	2,488	2,336	2,617
顧客数(社)	336	301	313	329	347	376	380
顧客あたり売上高 (千円)	6,961	5,074	6,488	7,092	7,172	6,214	6,888
期初人員数(人)	94	84	89	87	96	104	104
一人あたり売上高 (千円)	24,883	18,182	22,819	26,819	25,924	22,466	25,169

※売上高に個人向けALUGOを含む

※年間10万円未満のお客様を含む

※24. 通期予測は当初予測値

法人向け教育事業KPI②

- 既存顧客数の拡大は継続しており、通期で255社→280社と増加したものの、一部大型リピート案件の剥落の影響もあり売上単価は15.8%低下し7.5百万円。
- 新規開拓社数については、前年の92社から96社と前年を若干上回って着地。マーケティングに注力した効果は十分には出ていないと判断し、投資の見直しを実行中。
- 課題は新規・既存とも大型案件の受注率にある。大型案件には①上位営業担当を個別にアサインし、②案件規模に応じてより上流からのコンサルティング、個別カスタマイズを強化することで、組織全体で案件獲得を目指す。

法人向け教育事業 取引属性別計画値

	19.通期実績 (19.01-19.12)	20.通期実績 (20.01-20.12)	21.通期実績 (21.01-21.12)	22.通期実績 (22.01-22.12)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.通期実績 (24.01-24.12)	24.通期当初予測 (24.01-24.12)
既存							
売上高(百万円)	2,051	1,320	1,732	2,084	2,271	2,100	2,364
社数(社)	250	232	224	257	255	280	270
単価(千円)	8,204	5,689	7,733	8,112	8,906	7,500	8,757
新規							
売上高(百万円)	256	192	292	245	214	236	253
社数(社)	86	69	89	72	92	96	110
単価(千円)	2,984	2,784	3,285	3,403	2,331	2,463	2,300
全体							
売上高(百万円)	2,307	1,512	2,024	2,330	2,485	2,336	2,617
社数(社)	336	301	313	329	347	376	380
単価(千円)	6,868	5,023	6,468	7,082	7,162	6,214	6,888

- 24.4Q会計期間のetudes売上高は、前年第四半期と比べ、一時的なeラーニング売上がなくなったことにより15%の減少となった。
- ASP売上については、etudesPlusの大型案件の積み上げが寄与し、24.3Q会計期間から16.9%増の75百万円。
- 通期実績では営業利益が赤字となり、単価向上と収益性改善に着手。

etudes事業 サマリー

(単位：百万円)

	19.通期実績 (19.01-19.12)	20.通期実績 (20.01-20.12)	21.通期実績 (21.01-21.12)	22.通期実績 (22.01-22.12)	23.4Q実績 (23.10-23.12)	23.通期実績 (23.01-23.12)	24.4Q実績 (24.10-24.12)	24.通期実績 (24.01-24.12)	24.通期当初予測 (24.01-24.12)
売上高	45	217	263	307	116	374	99	367	513
売上成長率	—	374.9%	21.2%	16.6%	43.6%	21.8%	-15.0%	-2.0%	37.1%
ASP	28	144	156	206	73	267	75	261	387
eラーニング	0	6	46	42	39	80	12	58	84
その他	17	66	60	58	4	27	11	46	42
営業利益	3	16	41	69	22	25	6	-32	86
営業利益率	6.6%	7.6%	15.6%	22.7%	19.4%	6.8%	6.4%	—	16.8%
共通費配賦後 営業利益	-7	-18	-24	-47	-17	-125	-31	-195	-87
共通費配賦後 営業利益率	—	—	—	—	—	—	—	—	—

※ASP売上の内、保守運用に関わる数値をその他へ組換え（20.通期ASPに関する注記）

※eラーニングの売上及び原価は法人向けからetudesに組換え（20.通期eラーニングに関する注記）

※24. 通期予測は当初予測値

	23.4Q	24.4Q	対前年同期増減率
ARR(百万円)	273	291	6.5%
MRR(12月時点)(千円)	22,810	24,302	6.5%
利用企業数(12月時点)(社)	230	311	35.2%
ARPU(12月時点)(円)	99,176	78,142	-21.2%
解約率	0.1%	0.5%	0.4
eラーニング売上(千円)	80,344	58,854	-26.7%

※ARR：Annual Recurring Revenueの略で、MRRの直近3か月平均に12を乗じた数値

※MRR：Monthly Recurring Revenueの略で、ASP月額利用額の合計額からスポット契約の金額を除いた数値

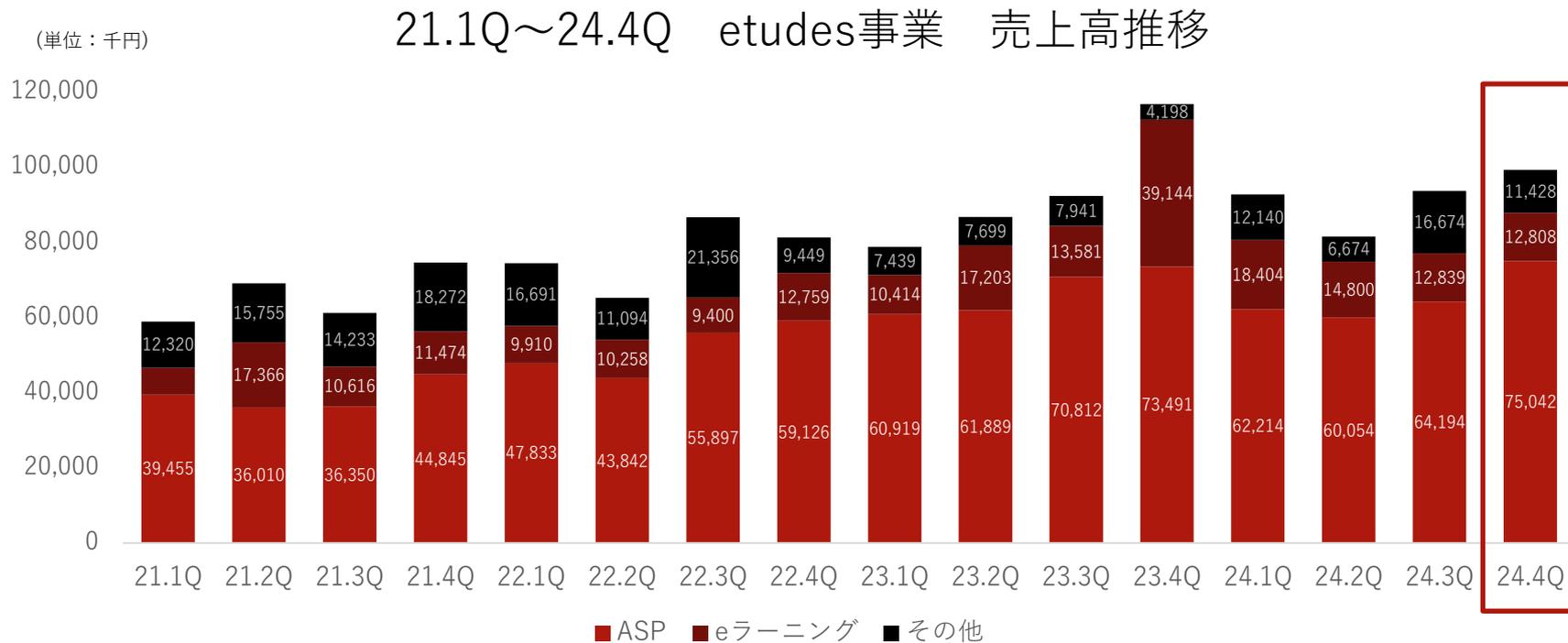
※利用企業数：対象時点でスポット契約を除くetudesを利用している企業数

※ARPU：Average Revenue Per Userの略で、対象時点でのMRRを利用企業数で除した数値

※解約率は、MRR解約率（金額ベース）の直近6か月平均

etudes事業KPI① 売上高の推移

- ASP売上については、etudesPlusの大型案件の積み上げが寄与し、24年3Qより16.9%増加。



etudes事業KPI② MRR/ARPUの推移

- 課題は新規開拓における単価の向上と大型案件の獲得と認識している
- 単価の向上と大型案件の獲得に向け、①エンタープライズ向け社内利用 ②中堅中小向けビジネス利用 の2つの戦略を推進する。①のエンタープライズ向け社内利用については、24年10月開始、25年4月開始の大型案件が取れ始めており、教育体系構築のコンサルティングと当社コンテンツを合わせた提案が奏功。
- ②の中堅中小向けビジネス利用については、新規開拓時の最低価格の導入の効果が始まっており、加えて既存顧客にも最低価格の導入を案内開始。
- ①②の効果により、24年1月から9月の差分の単価は25千円※2であったところ、24年9月と12月の差分はARPU換算で354千円※2となり、足元での効果は出ている。

	1月度	2月度	3月度	4月度	5月度	6月度	7月度	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度
MRR												
2023年(千円)	19,230	20,571	18,508	17,295	19,916	21,050	23,168	22,499	22,989	25,886	24,029	22,810
2024年(千円)	20,072	21,112	18,894	20,362	16,848	21,071	21,098	21,191	21,824	25,229	25,415	24,302
対前年同月増減率	4.4%	2.6%	2.1%	17.7%	-15.4%	0.1%	-8.9%	-5.8%	-5.1%	-2.5%	5.8%	6.5%
利用企業数												
2023年(社)	156	159	165	160	170	180	187	196	199	219	224	230
2024年(社)	234	245	250	260	268	280	292	296	304	317	314	311
対前年同月増減率	50.0%	54.1%	51.5%	62.5%	57.6%	55.6%	56.1%	51.0%	52.8%	44.7%	40.2%	35.2%
ARPU(取引単価)												
2023年(千円)	123	129	112	108	117	116	123	114	115	118	107	99
2024年(千円)	85	86	75	78	62	75	72	71	71	79	80	78
対前年同月増減率	-30.4%	-33.4%	-32.6%	-27.5%	-46.3%	-35.6%	-41.7%	-37.6%	-37.9%	-32.7%	-24.5%	-21.2%

※1.当社のASP契約は月間の利用度合いに応じた課金体系であり、月単位で売上に変動が発生する

※2.それぞれMRR(9月-1月)÷利用企業数(9月-1月)、MRR(12月-9月)÷利用企業数(12月-9月)

法人向け教育事業 マーケティング投資の戦略・目標

- 現在当社のリピート率は75～80%であり、LTV(*1)は1400万円程度と見積もっている。
- 24年通期実績のCACは、1,711千円となり、CAC回収期間は13.8か月となった。
- コスト側を見直し、前年比ではCACは2,211千円から1,711千円に低下。

項目	23.通期	24.通期	24年計画
リピート率 (*2)	78%	81%	78%
(a) 初年度取引額 (年間想定)	2,332	2,464	2,300
(b) 粗利率	63.8%	60.6%	63.7%
(c)=(a) × (b)	1,488	1,486	1,466
(d) CAC	2,211	1,711	1,365
(e)=(d) ÷ (c) × 12 CAC回収期間 (月)	18か月	13.8か月	11か月

(*1)新規顧客単価(初年度売上)×粗利率+リピート率×既存顧客単価/(1-リピート率)×粗利率

(*2) 当年既存取引先社数 / 前年取引先社数

- **現在のフェーズ**ではLTVは保守的に5百万程度と見積っているが、これはCAC1,000千円を十分に上回っている状態。しかし、CAC回収期間がまだ12か月を上回っているため「**投資先行期**」と位置づけている。CAC回収期間が12か月を切る状態を「**投資回収バランス期**」とし、マーケティング能率を高めてフェーズの移行を目指す。
- 投資回収バランス期においては、単年度の利益を増加させながら売上拡大投資を続けることができるため、より大規模な施策が展開できる。
- 24年4Qにおいては、引き続きARPUが低水準。これによりCAC回収期間が長期化している。
- マーケティングコストを抑えながら、エンタープライズ向け営業の強化・最低単価の導入によりARPUの向上に注力する。

項目	23.4Q時点	24.4Q (現状)	次フェーズへの目標値 (目標)
(a) ARPU (月)	約100,000円	78,142円	100,000円
(b) ASP売上粗利率	50.0%~55.0%	57.9%	70.0%
(c)= (a)×(b)	50,000円~55,000円	45,271円	70,000円
(d) CAC	約1,000千円	855千円	800千円
(e)= (d)÷(c)	19.2か月	18.8か月	<12か月

2025年12月期 連結業績予想ならびに配当金

連結業績予想及び配当金

- 25年通期の業績は、以下の通り連結黒字化の予想。
- 次ページ以降で詳述。

(単位：百万円)

	24.通期 (実績)	25.通期 (予想)	成長率
売上高	3,089	3,417	10.6%
営業利益	-64	91	—
営業利益率	—	2.7%	—
経常利益	-67	86	—
経常利益率	—	2.5%	—
親会社株主に帰属する当期純利益	-73	48	—
1株当たり当期純利益 (円)	-29.00	19.03	—
1株当たり配当金(予定) (円)	7.00	7.00	—

連結業績予想 詳細

- 23年以降、マーケティング・納品体制と、事業成長に向けて仕組みを整えるための投資をしてきたが、営業面の強化が追いつかず**トップラインを伸ばせなかった**。
- 各種営業強化施策は24年中から展開しているが、**売上ベースの効果は25年後半**になると見込む。
- 25年は投資の見直しによるコスト削減、利益創出構造への道筋をたて、26年以降の**売上・利益成長に向けた土台を作る1年**と位置付ける。

(単位：百万円)	24.通期 (実績)	25.通期 (予想)	成長率
売上高	3,089	3,417	10.6%
教室型研修+グローバル	2,336	2,370	1.5%
ES社	137	171	※1 24.7%
QT社	64	287	※2 342.5%
法人向け教育小計	2,538	2,829	11.4%
etudes	367	413	12.6%
その他	183	174	-4.9%
販売費及び一般管理費	1,898	1,917	1.0%
営業利益	-64	91	-
親会社株主に帰属する当期純利益	-73	48	-

※1.エナジースイッチ社については、24年4月～24年12月の数値から25年通期の成長率

※2.クインテグラル社については、24年10月～24年12月の数値から25年通期の成長率

連結業績予想 売上・原価詳細

- 法人向け教育は、大型案件の受注率向上がカギであり、フロント部門を強化施策をすすめているが、その効果は保守的に見積もり、**対前年で売上微増と計画**。
- etudesは、**事業戦略の軌道修正**（件数重視→単価重視）を**優先**させ、エンタープライズ向け営業強化と、SMB向けの最低単価の導入による単価向上を行う。
- エナジースイッチ（24年4月グループイン）、クインテグラル（24年10月）はいずれも通年でのグループ売上寄与となる。
- 原価は、労務費率の改善や売上単価向上による粗利率の向上要素はあるものの、前年以上に保守的に見積もり、売上総利益率は0.6ポイント低下すると見込む。

	24.通期 (実績)	25.通期 (予想)	成長率
売上高	3,089	3,417	10.6%
教室型研修+グローバル	2,336	2,370	1.5%
ES社	137	171	※1 24.7%
QT社	64	287	※2 342.5%
法人向け教育小計	2,538	2,829	11.4%
etudes	367	413	12.6%
その他	183	174	-4.9%
売上原価	1,255	1,408	12.2%
売上総利益	1,833	2,008	9.5%
売上総利益率	59.4%	58.8%	-0.6

※1.エナジースイッチ社については、24年4月～24年12月の数値から25年通期の成長率

※2.クインテグラル社については、24年10月～24年12月の数値から25年通期の成長率

連結業績予想 主な費目の増減

- フロント部門の人員比率を増やすなど収益構造の見直し、および全社機能の統合を行いつつ、新規採用費を抑制。
- 販売促進・マーケティング関連費用については、収益構造の改善に直接つながる支出に絞り込む。
- 子会社2社グループインにより販管費総額は増加するが、連結全体では微増にとどめる。

(単位：百万円)		24.通期 (実績)	25.通期 (予想)	増減額
単体				
	販売促進・マーケティング関連費用	121	56	-65
	採用費	42	15	-26
	その他販管費	1,447	1,426	-21
	単体販管費小計	1,612	1,498	-113
ES社販管費	24年04月～	55	92	※1 37
QT社販管費	24年10月～	33	132	※2 98
	その他	196	193	-3
	連結販管費合計	1,898	1,917	19

※1.エナジースイッチ社については、24年4月～24年12月の数値から25年通期の増減

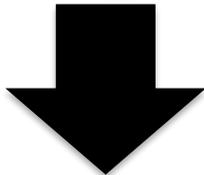
※2.クインテグラル社については、24年10月～24年12月の数値から25年通期の増減

2025年度事業戦略と3か年計画



領域	状況	外部環境
新人・若手		<ul style="list-style-type: none"> ・「自律」の文脈からeラーニング等の機会提供はあるものの、階層別などは減少傾向。 ・先進企業では行き過ぎた「自律」に対する揺り戻し傾向もあるが反面これから実施の企業も。
グローバル		<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルも「自律」の流れに起因し高単価マーケットが減少。 ・低単価の英語マーケットは維持。 ・異文化対応力の市場は回復傾向。
管理職 DE & I LMS		<ul style="list-style-type: none"> ・人的資本経営の担い手が必要になる一方で、管理職になりたくない人の増加や質・量の課題感から活況。 ・人的資本開示を受け、DE&IやLMSを含めた市場も盛況。
組織課題		<ul style="list-style-type: none"> ・環境適応、若手早期離職、ジョブ型への移行やキャリア自律、シニアの活性化など幅広く企業のニーズは多い。

◎ コンセプトアウトの開発体制
量重視のマーケティング
は
向かい風の中で苦戦



受注率
悪化

領域	状況	取り組み	ソリューション
新人・若手 	 維持	<u>すでにある強みを活かしてシェアを維持</u> ・営業力強化 ・開発運用体制強化	
グローバル 	 維持		京都大学共同講座 両立思考 グローバル × 管理職
管理職 	 追い風	<u>管理職の適応課題</u> に対するアプローチ (例：短期成果と中長期の部下育成の両立)	
DE & I 	 追い風	<u>エナジースイッチ</u> が培ってきた マインドセットやダイバーシティ領域の融合	
LMS 	 追い風	<u>etudes</u> を含めた総合的なサービス力を提供	
組織課題 	 追い風	<u>4象限</u> （個人の意識醸成、管理職を核とした組織風土醸成、 知識・スキル獲得、人事制度×育成体系の連動） <u>を網羅した</u> 全体ソリューション	 組織課題解決

2025年度中期経営計画①

25年は投資の見直しによるコスト削減、機能見直しを経て、26年以降の売上・利益成長に向けた土台を作る1年と位置付ける。

①**教育事業**については、各種トップライン施策は展開しつつも、現段階では26年、27年の売上成長は見込まず、
利益を重視する。

②**etudes事業**は、エンタープライズ向け社内利用、ビジネス利用の両面で単価向上・トップライン成長の施策を展開し、
売上・利益ともに成長を見込む。

利益体質への構造改革途中であるため、現時点で策定する3か年計画については、現状で確度高く折り込める要素のみで将来数値を策定。
25年の施策の進捗状況を注視し、成果が出た取り組みから次年度の計画に織り込んでいく。

2025年度 中期経営計画

(単位：百万円)	24.通期 (実績)	25.通期 (予想)	増減比	26.通期 (計画)	増減比	27.通期 (計画)	増減比
連結売上高	3,089	3,417	10.6%	3,624	6.1%	3,854	6.4%
法人向け教育事業	2,538	2,829	11.4%	2,969	5.0%	3,118	5.0%
	2,336	2,370	1.5%	2,485	4.8%	2,607	4.9%
	202	458	126.8%	484	5.6%	511	5.7%
etudes事業	367	413	12.6%	477	15.4%	554	16.3%
その他	183	174	-4.9%	177	2.0%	181	2.0%
連結営業利益	-64	91	—	182	99.9%	293	61.2%
連結営業利益率	—	2.7%	—	5.0%	—	7.6%	—

◆売上高

- ・法人向け教育事業（法人向け・ES・QT）
 - ・単価向上により安定成長と利益創出を目指す。
 - ・法人向け教育は、大型案件の受注率向上がカギであり、フロント部門を強化施策をすすめる。
 - ・エナジースイッチ（24年4月グループイン）、クインテグラル（24年10月）は、いずれも相互送客、ソリューションの共有を通じて売上拡大を狙う。
- ・etudes事業
 - ・etudesは、事業戦略の軌道修正（件数重視→単価重視）を優先させ、エンタープライズ向け営業強化と、ビジネス利用の最低単価の導入による単価向上を行う。

◆営業利益

- ・コスト改善
 - ・フロント部門の人員比率を増やすなど収益構造の見直し、および全社機能の統合を行い、新規採用費を抑制。
 - ・販売促進・マーケティング関連費用については、収益構造の改善に直接つながる支出に絞り込みコスト削減を優先。
- ・構造改善
 - ・顧客起点でのサービス・開発方針の見直し、上流からのオペレーション改善を行うことで売上が増えてもミドル・バックのコストが増えない構造へ転換。

2025年度中期経営計画②

(単位：百万円)

		24年	25年	成長	26年	成長	27年	成長
2024年度中期経営計画	連結売上高	3,330	3,940	18.3%	4,758	20.8%	—	—
	法人向け教育事業	2,617	2,989	14.2%	3,481	16.5%	—	—
	etudes事業	513	751	46.3%	1,057	40.7%	—	—
	その他	198	200	0.6%	220	10.0%	—	—
	連結営業利益	130	340	162.0%	741	117.7%	—	—
	連結営業利益率	3.9%	8.6%	4.7	15.6%	6.9	—	—

2025年度中期経営計画	連結売上高	3,089	3,417	10.6%	3,624	6.1%	3,854	6.4%
	法人向け教育事業	2,538	2,829	11.4%	2,969	5.0%	3,118	5.0%
	法人向け	2,336	2,370	1.5%	2,485	4.8%	2,607	4.9%
	ES・QT	202	458	126.8%	484	5.6%	511	5.7%
	etudes事業	367	413	12.6%	477	15.4%	554	16.3%
	その他	183	174	-4.9%	177	2.0%	181	2.0%
	連結営業利益	-64	91	—	182	99.9%	293	61.2%
	連結営業利益率	—	2.7%	—	5.0%	—	7.6%	—

差異	連結売上高	-241	-523	-7.7	-1,134	-14.7	—	—
	法人向け教育事業	-79	-160	-2.8	-512	-11.5	—	—
	法人向け	-281	—	—	—	—	—	—
	ES・QT	202	—	—	—	—	—	—
	etudes事業	-146	-338	-33.7	-580	-25.3	—	—
	その他	-15	-26	-5.5	-43	-8.0	—	—
	連結営業利益	-194	-249	—	-559	-17.8	—	—
	連結営業利益率	—	-5.9	—	-11	—	—	—

25～27年度法人向け事業計画①

- 法人向け事業は単価向上とコスト削減を実現させ、利益構造に転換。
- 売上成長率は営業人員の増加による売上成長が継続する想定。

(単位：百万円)	24.通期実績	25.通期計画	26.通期計画	27.通期計画
売上高	2,336	2,370	2,485	2,607
売上総利益	1,381	1,428	1,510	1,598
売上総利益率	59.1%	60.2%	60.8%	61.3%
販売費及び一般管理費	626	593	614	637
営業利益	755	835	895	960
営業利益率	32.3%	35.2%	36.0%	36.8%
共通費配賦後営業利益	142	324	349	409
共通費配賦後営業利益率	6.1%	13.7%	14.1%	15.7%

25～27年度法人向け事業計画②

- 新規開拓の社数は重要だが、数を追いかけるのではなく、単価向上を優先させる。
- 顧客は入れ替わる想定だが、大企業向けの大型案件獲得に注力し1社あたりの取引額を拡大させる。

25.通期～27.通期法人向け教育事業KPI計画

	24.通期実績 (24.01-24.12)	25.通期計画 (25.01-25.12)	26.通期計画 (26.01-26.12)	27.通期計画 (27.01-27.12)
売上高(百万円)	2,336	2,370	2,485	2,607
顧客数(社)	376	360	360	360
うち新規社数 (社)	96	90	90	90
顧客あたり売上高 (千円)	6,214	6,585	6,903	7,243

※売上高に個人向けALUGOを含む ※年間10万円未満のお客様を含む

25～27年度etudes事業計画①

- etudes社内利用は総合的な提案とコンテンツ制作力を活かして、教育研修と連動したエンタープライズ向け大型案件の獲得に注力。
- ビジネス利用は最低価格導入により、新規開拓の売上と件数のバランスを正常化させる。有効リードの獲得増加と受注率の改善を行い、月間の新規獲得件数増加と売上成長を見込む。

(単位：百万円)

	24.通期実績 (24.01-24.12)	25.通期予想 (25.01-25.12)	成長率	26.通期計画 (26.01-26.12)	成長率	27.通期計画 (27.01-27.12)	成長率
売上高	367	413	12.6%	477	15.4%	554	16.3%
社内利用	166	194	16.8%	217	11.8%	234	7.6%
ビジネス利用	94	128	35.6%	152	18.3%	201	32.4%
eラーニング／制作／ その他	105	90	-14.5%	107	18.7%	119	11.0%
営業利益	-32	43	—	92	112.6%	147	59.6%
共通費配賦後営業利益	-193	-74	—	-32	—	9	—

25～27年度etudes事業計画②

- 「社内利用」はエンタープライズ向け大型案件の獲得を目指し、ARPUを向上させる。
- 「ビジネス利用」は、既存顧客向けにも25年4月より最低価格を導入し、一時的に取引社数は減少見込み（ARPUは上昇）。
- 新規獲得企業の単価は最低価格で見込んでいるため、全体の平均であるARPUは26年～27年で減少するが、新規獲得コストも逡減し、利益は向上する想定。

	24.4Q	25.4Q	26.4Q	27.4Q
社内利用かつASP/Plus(千円)	15,572	18,033	19,584	20,959
利用企業数(12月時点)(社)	151	153	160	166
ARPU(12月時点)(円)	103,128	117,863	122,401	126,260
ビジネス利用(千円)	8,729	12,420	14,195	19,966
利用企業数(12月時点)(社)	160	128	203	323
ARPU(12月時点)(円)	54,562	97,034	69,927	61,816
合計(千円)	24,302	30,453	33,779	40,925
利用企業数(12月時点)(社)	311	281	363	489
ARPU(12月時点)(円)	78,142	108,375	93,056	83,693

※ARR：Annual Recurring Revenueの略で、MRRの直近3か月平均に12を乗じた数値

※MRR：Monthly Recurring Revenueの略で、ASP月額利用額の合計額からスポット契約の金額を除いた数値

※利用企業数：対象時点でスポット契約を除くetudesを利用している企業数

※ARPU：Average Revenue Per Userの略で、対象時点でのMRRを利用企業数で除した数値

※解約率は、MRR解約率（金額ベース）の直近6か月平均

主要なリスク及び対応策

● 成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスク

項目	主要なリスクについて	顕在化する可能性	時期	影響度	当社の対応策
事業環境	<p>当社グループは、大手企業を主要顧客とし、法人を対象とした人材育成事業を提供しております。</p> <p>今後、25年～27年の期間において若年労働人口及び新卒採用動向の変化により新卒採用数が減少した場合、当資料記載の計画内容に大きく影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	長期	中	<ol style="list-style-type: none">① 新入社員向け研修に留まらず、中堅社員、管理職、経営層など幅広い階層別のテーマを拡充することで、新入社員向け研修だけに依存しないサービス体制の構築に努めております。② 新入社員向け研修は新人導入研修として4～5月に集中して実施される傾向がありますが、事前事後のサポート及びeラーニングの提供を促進し、導入研修のみに留まらない人材育成を提供しております。
競合について	<p>今後、当社の競争優位性として認識しております顧客との関係構築を通じたニーズに合わせたカスタマイズ力や、アセスメント等を通じた現場での育成成果の定着支援が他者に対する優位性が維持できなくなった場合、当資料記載の計画内容に大きく影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	中期	中	<p>当社の強みである、顧客ごとの個別最適化を継続して強化していきながら、オンライン研修やオンラインでの教材提供、eラーニングを総合的に組み合わせた「アルーデジタル教材」の提供拡大を通し競合優位性を維持してまいります。</p>

以上は、成長の実現や事業計画の遂行において重要な影響を与える可能性があるとして当社が認識している主要なリスクです。その他のリスク情報につきましては、有価証券報告書「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」をご参照ください。

人の可能性を信じている。
可能性とは何か。人はどう成長するのか。
可能性の本質を広く深く追究して
あらゆる人の可能性を切り拓きたい。

その人に、その組織に、寄り添って
最適な価値を提供する。
育成したその先も見据えながら。

私たちは挑戦を続けていく。
ルーにしかつけない教育のかたちで
未来につながる選択肢を増やすために。

all the possibilities make your story unique