

2025年9月期 第1四半期

決算説明資料

株式会社Schoo (スクー)

2025年2月14日



2025年9月期 第1四半期業績

業績

- 売上高844百万円（前年同四半期比+35.6%）、営業利益122百万円で着地
- 売上高及び各段階利益は、通期見通しに対して想定通り進捗

KPI

- 契約社数は2,481社（2年間CAGR15.8%）、ARPAは104千円/月（2年間CAGR20.0%）と引き続き伸長
- Net Revenue Churn Rateは0.51%と低水準を維持

主な取り組み

大企業顧客の新規拡大・アップセル・クロスセル推進

- コンテンツ・プロダクト・カスタマーサクセスの3つの競争優位性を活かして、新たな顧客獲得、ARPA向上余地が大きい大企業を中心に部分導入から全社導入への拡大、顧客課題に寄り添う商品のクロスセルに向けた取り組みを継続

1	ミッション	Mission	4
2	2025年9月期 第1四半期業績	25/9期1Q Results	10
3	2025年9月期 通期見通し	25/9期 Forecast	17
4	市場環境と競争優位性	Market / Strengths	19
5	成長戦略	Growth Strategies	27
6	参考資料	Appendix	35

ミッション



創業より一貫して、すべての人が学び続けられる社会の実現を目指してきた。

Schoo

「世の中から卒業をなくす」

人は学ぶことで生きる知恵を身につけ、技術を革新させ、進化してきました。

「学び」には終わりはなく、学び続けることで社会が抱えている課題の解決速度が圧倒的に加速します。

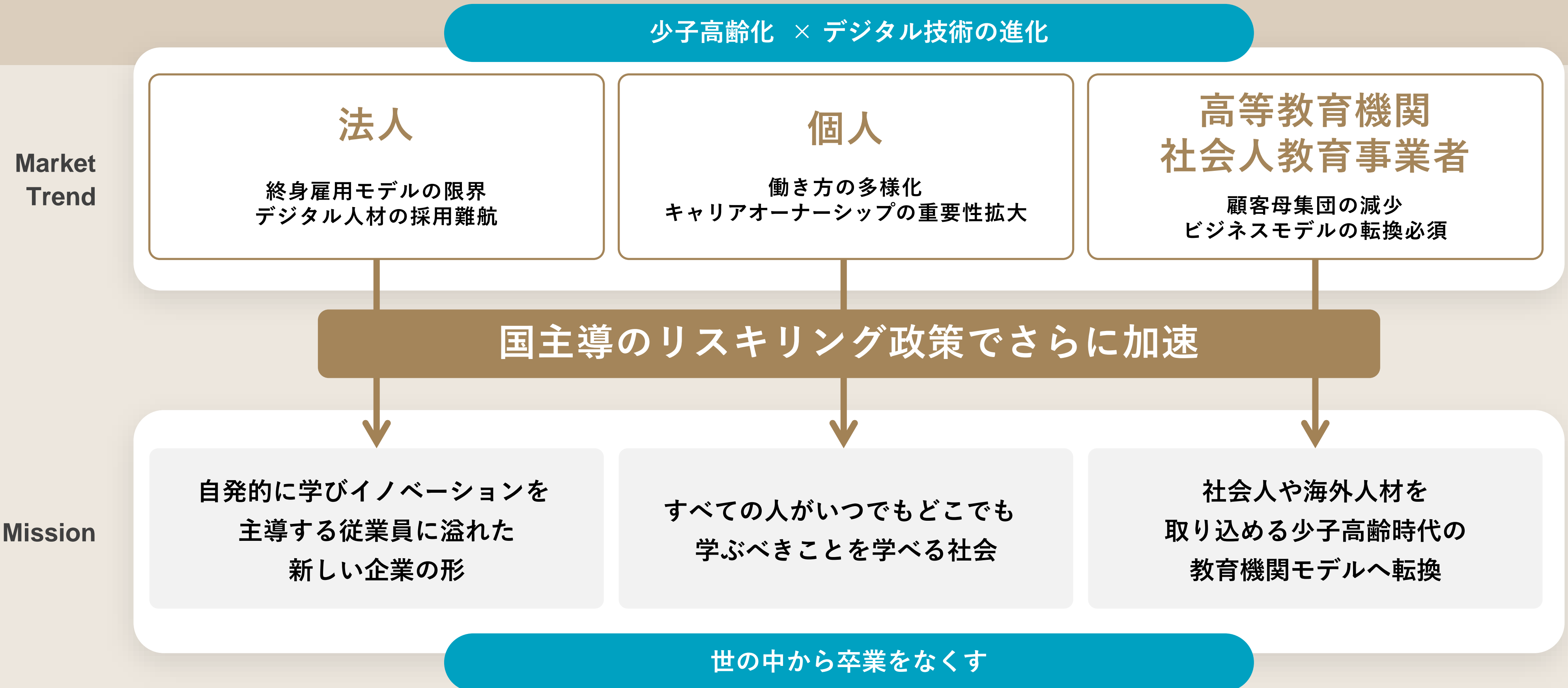
一方で、時間や場所、コスト、モチベーションなど、「学び」の障壁となるものもたくさんあります。

これらの障壁を取り除くことで、すべての人が学び続けられる世界をつくるのがSchooの使命です。

このミッションに伴い、“SCHOOL”の「終わりの“L”をなくす」ことで、Schooという社名は生まれました。

社会背景

少子高齢化というトレンドから、日本国内での社会人教育の重要性は飛躍的に拡大している。



事業展開

Mission



社会人教育市場の変化に、網羅的に対応できるビジネスポートフォリオを展開。

Category

学び手

教え手

Customer

法人向け

個人向け

高等教育機関・
社会人教育事業者向け

Product/
Business



Schoo
for Business

オンライン動画研修
プラットフォーム

Schoo
for Personal

コミュニティ型
動画学習サービス

SchooSwing

データ活用型ラーニング
マネジメントシステム

リカーリング型中心の収益モデル

*1
売上高
構成比 **94.9%**

全社売上高のうち91.1%が法人リカーリング収益

*1
売上高
構成比 **2.5%**

*1
売上高
構成比 **2.6%**

Key figure
(2024年12月末時点)

契約社数 **2,481**社

会員 約**96**万人^{*2}

13校

注1: 2025年9月期1Q月の全社売上高に対する各収益の比率を算出している。なお、金額は百万円未満切捨て、比率は四捨五入としている

注2: 個人会員数には、法人契約しているアカウントを除く値を集計している

研修・自発学習支援から学習管理までオールインワン

オンライン動画研修 プラットフォーム

ビジネススキルからデジタルスキル・階層型研修まで、幅広いジャンルの動画学習コンテンツと企業内学習に必要な機能が充実。あらゆる人材育成ニーズに対応したオールインワンサービスです。



Key Features

- 録画受講
- 生放送受講
- 研修作成
- 受講管理
- オリジナル動画管理
- 集合学習機能
- 文字起こしコンテンツ
- スマホアプリ
- 動画ダウンロード



法人向け 法人向けのマネタイズモデル

SaaSとしての継続収益を基盤に、オプション販売によるARPAの最大化を追求している。

1 継続収益（リカーリング）

1,650 円/月
月額利用料金 1IDあたり

24/7より
10%
値上げ実施^{*1}

- 月額利用料金のため、例えば50IDの契約の場合には年間99万円
- ボリュームディスカウントテーブルとなっており、1社あたり100IDの契約の場合には1,600円、300IDの契約では1,500円と1IDあたりの金額は減少
- 最少20ID以上の申し込みで10ID単位での契約
- 2024年7月以降の契約開始分に対しては1,500円から1,650円に価格改定

2 初期収益（ショット）

11 万円
初回契約時1社あたり

- 初回導入時の初期費用

3 オプション収益（ショット）

1~9 万円
オプション料金 1IDあたり

- 特に従業員数600名以上の中堅・大企業顧客に向けた、顧客の課題に寄り添った個別コンサルティングによる利用促進施策、顧客課題に特化したプログラムを提供する集合学習による企業内大学設置など、企業ニーズに対応
- 金額は提供内容、導入規模、タイミングによって変動

2025年9月期 第1四半期業績



売上高・費用に係る季節性イメージ

25/9期1Q Results

売上高は4月利用開始により増加する傾向にあり、費用は主に広告宣伝費にて通期売上高の最大化を企図して1・2Qに増加するため、前提として四半期利益は遡増していくイメージになる。



全社 財務ハイライト

25/9期1Q Results

売上高は堅調に増加。営業利益は通期計画に対する進捗率が19%で、季節性を踏まえて想定通りの進捗。

前年同四半期比

+35.6%

(24/9期1Q~25/9期1Q)

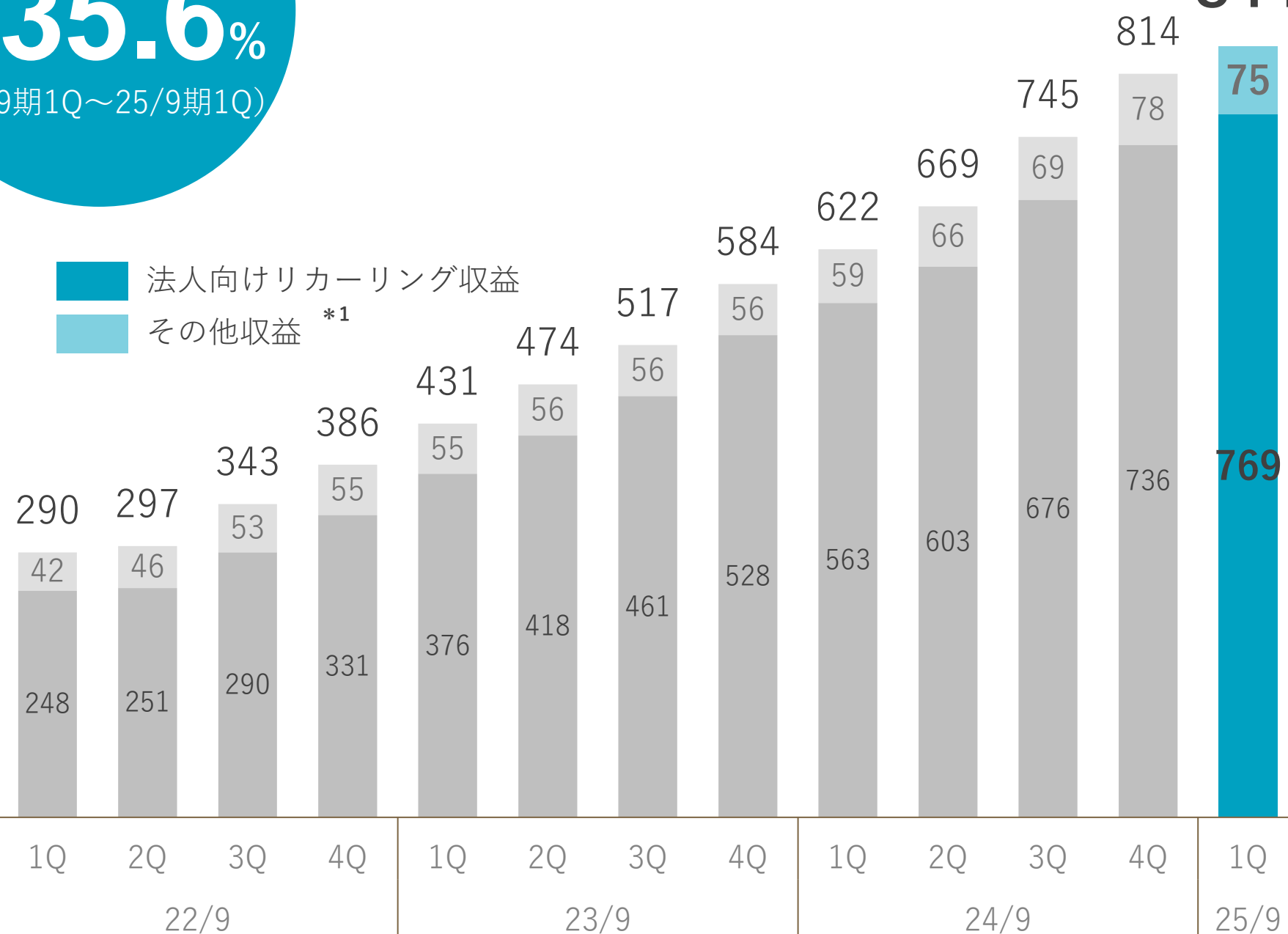
売上高

(百万円)

844

769

法人向けリカーリング収益
その他収益^{*1}



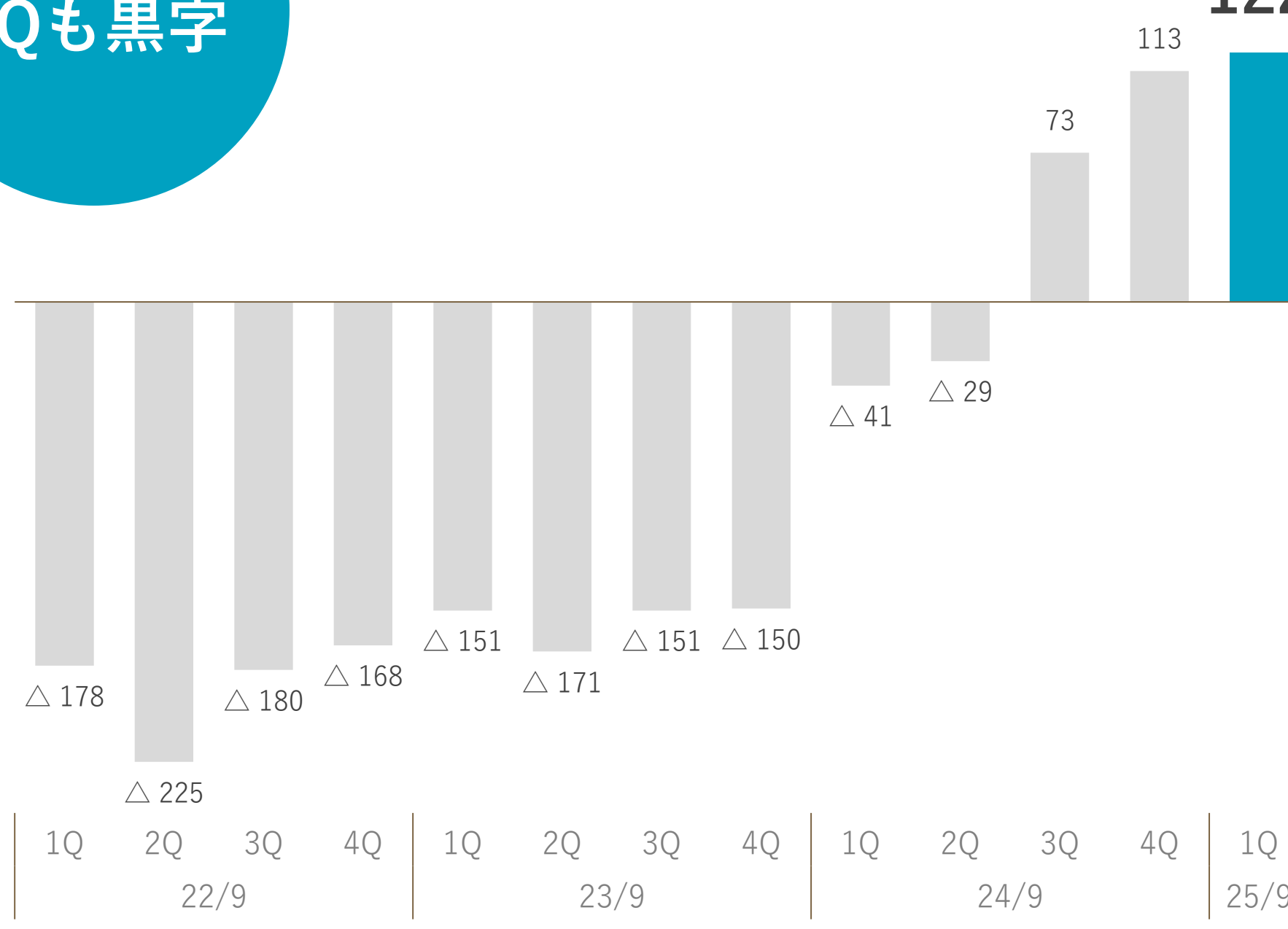
前四半期に続き

1Qも黒字

営業利益

(百万円)

122



注：百万円未満は切捨てとした四半期会計期間の推移。なお、四半期財務諸表に対する監査法人のレビューは受けておりません

注1：その他収益には、法人向けスポット収益、個人向け収益、高等教育機関向け収益を内包している

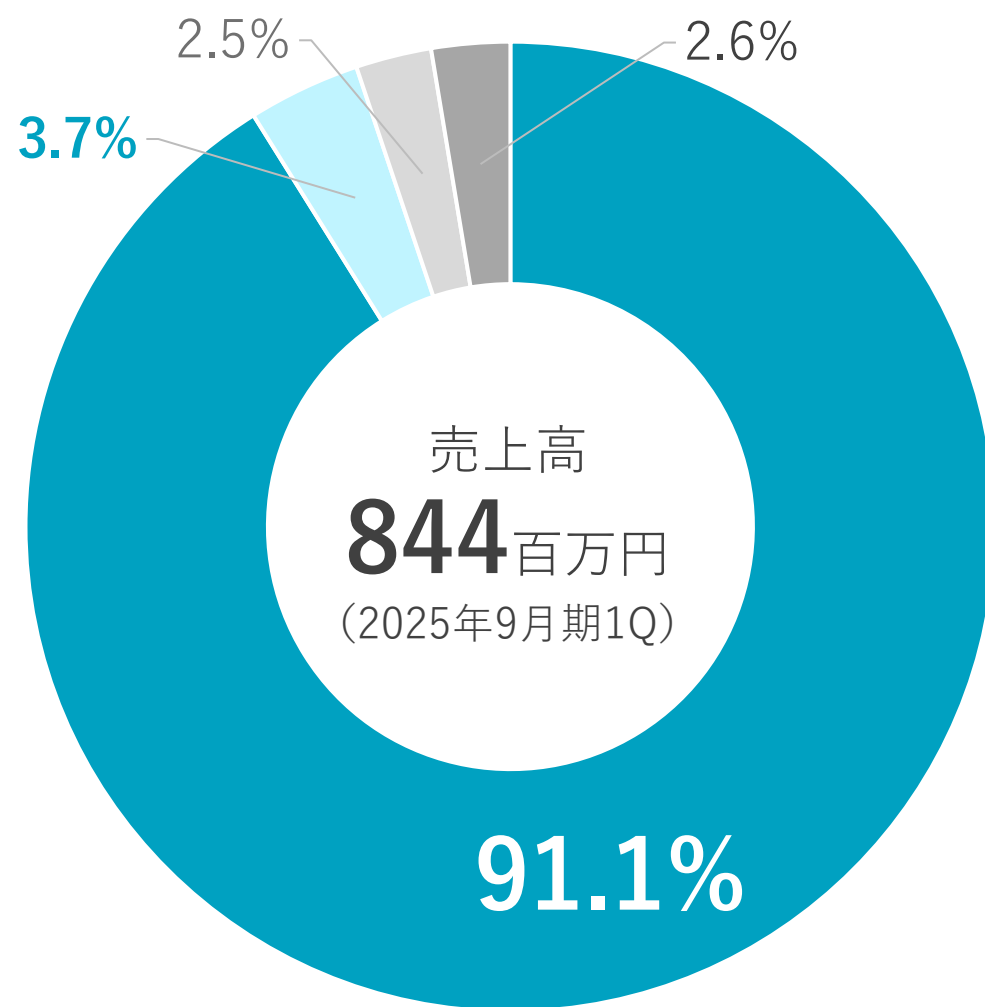
全社 KPI : SaaS Metrics

25/9期1Q Results

法人向けリカーリング収益が全社売上高の91.1%を占める。契約社数、ARPA共に堅調に成長し、Net Revenue Churn Rateも低水準となっている。

全社

売上高構成比^{*1}



- 法人向け_リカーリング収益
- 法人向け_スポット収益
- 個人向け
- 高等教育機関向け

法人向け

ARR^{*2}

31.1 億円

CAGR38.9%

法人向け

Net Revenue Churn Rate^{*5}

0.51%

直近12ヶ月平均

法人向け

契約社数^{*3}

2,481 社

CAGR15.8%

法人向け

ARPA^{*4}

104 千円/月

CAGR20.0%

注1: 2025年9月期1Qの全社売上高に対する各収益の比率を算出

注2: 2024年12月時点のMRR259百万円に12ヶ月を乗じて算出した直近MRR実績から試算するARR、2022年12月時点から2024年12月時点の2年間CAGRを記載

注3: 2024年12月時点における法人向け導入社数、2022年12月時点から2024年12月時点の2年間CAGRを記載

注4: 2024年12月時点における法人向け導入社数から得たリカーリング収益の1社あたり平均値、2022年12月時点から2024年12月時点の2年間CAGRを記載

注5: 法人向けサービスのリカーリング収益のアップセル(既存顧客からのID数増加)を考慮した2024年12月時点の直近12ヶ月平均値

売上高は堅調に増加。営業利益は通期計画に対する進捗率が19%で、季節性を踏まえて想定通りの進捗。（なお24年9月期4Qの当期純利益は、繰延税金資産の計上等の一時要因により伸長）

(百万円)

	24/9期 通期実績	25/9期 業績予想 ^{*1}	25/9期 1Q実績	24/9期 4Q対比		24/9期 1Q対比		業績予想比
				増減額	増減率	増減額	増減率	進捗率
売上高	2,852	3,902	844	+30	+4%	+222	+36%	22%
リカーリング収益	2,734	-	811	+36	+5%	+209	+35%	-
うち法人向け	2,581	-	769	+33	+4%	+206	+37%	-
スポット収益	118	-	32	△7	△18%	+12	+60%	-
売上原価	895	963	211	+2	+1%	△13	△6%	22%
売上総利益	1,957	2,939	632	+27	+4%	+234	+59%	22%
販管費	1,841	2,291	510	+19	+4%	+71	+16%	22%
営業利益	116	648	122	+9	+8%	+163	-	19%
経常利益	87	609	98	△2	△2%	+146	-	16%
当期純利益	184	503	67	△116	△63%	+115	-	13%

注：百万円未満切捨て、比率は四捨五入としている

注1: 上場日2024年10月22日に公表

全社 収益構造 (25/9期1Q)

25/9期1Q Results

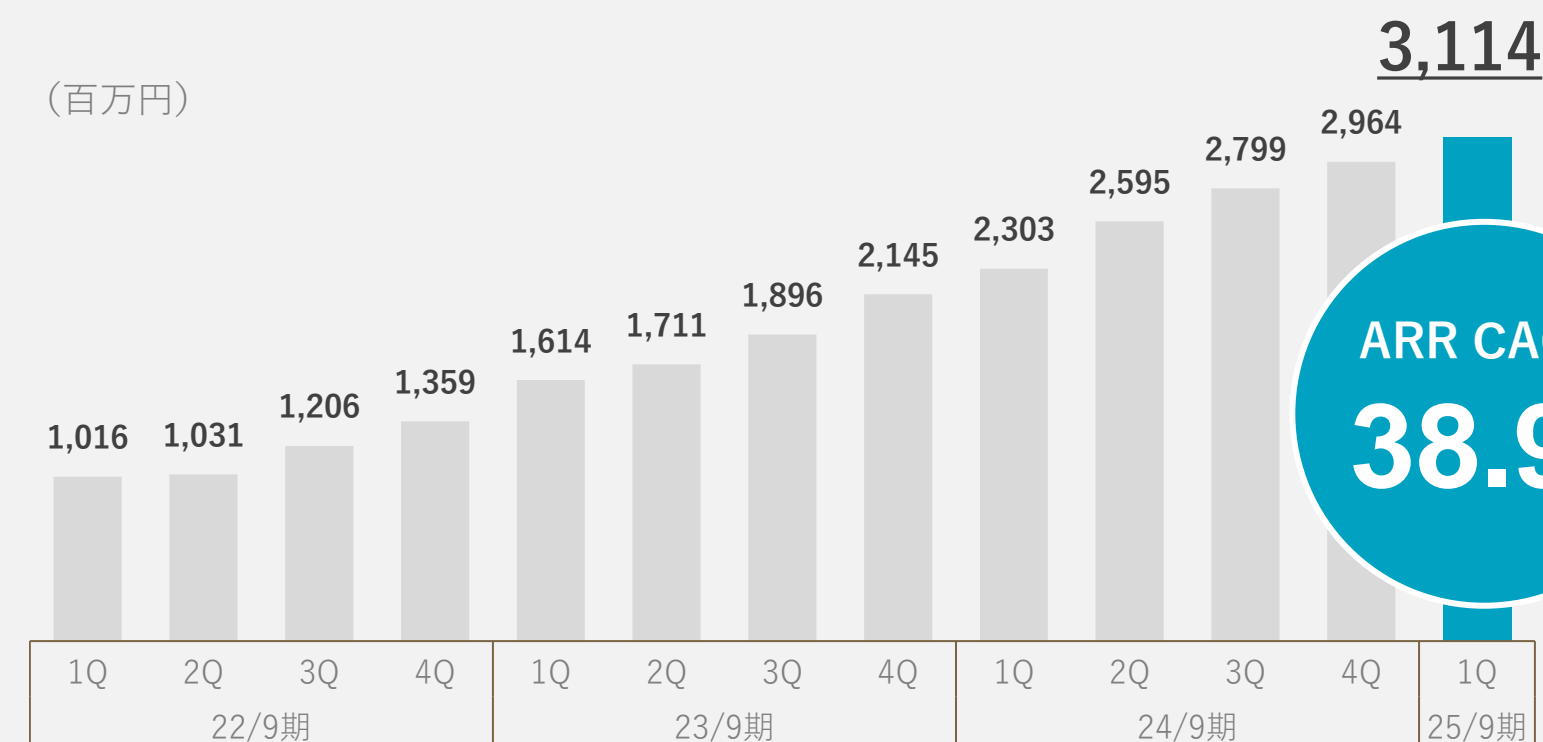
全社売上高の約9割が、法人向けリカーリング収益で構成。
ARR^{*1}は過去2カ年で年率38.9%^{*2}伸び、24年12月末時点で約31億円まで積み上がっている。

(百万円)

項目	25/9期 1Q実績	構成比
全社売上高	844	100.0%
└ 学び手	822	97.4%
└ リカーリング収益	790	93.6%
POINT └ うち、法人向け	769	91.1%
└ うち、個人向け	21	2.5%
└ スポット収益	31	3.7%
└ 教え手	21	2.6%
└ リカーリング収益	20	2.5%
└ スポット収益	1	0.2%

法人向けリカーリング収益 ARR^{*1} の推移

(百万円)



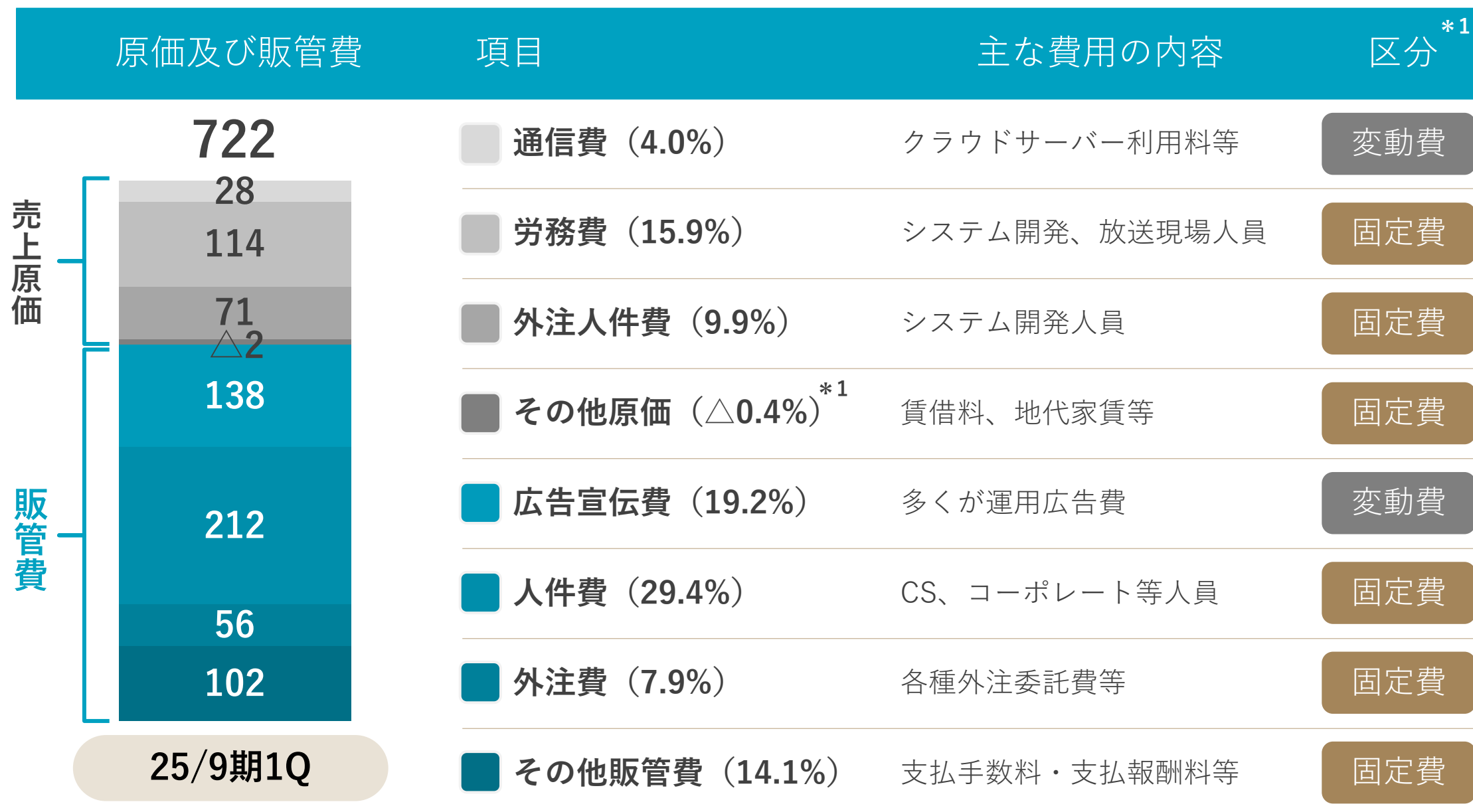
$$\begin{aligned}
 & \text{MRR} = \text{ARR} \div 12 \text{ヶ月} \\
 & \text{259百万円} = \text{2,481社} \times \text{104千円}
 \end{aligned}$$

注1: 2024年12月時点のMRR 259百万円に12ヶ月を乗じて算出した直近MRR実績から試算するARRを記載

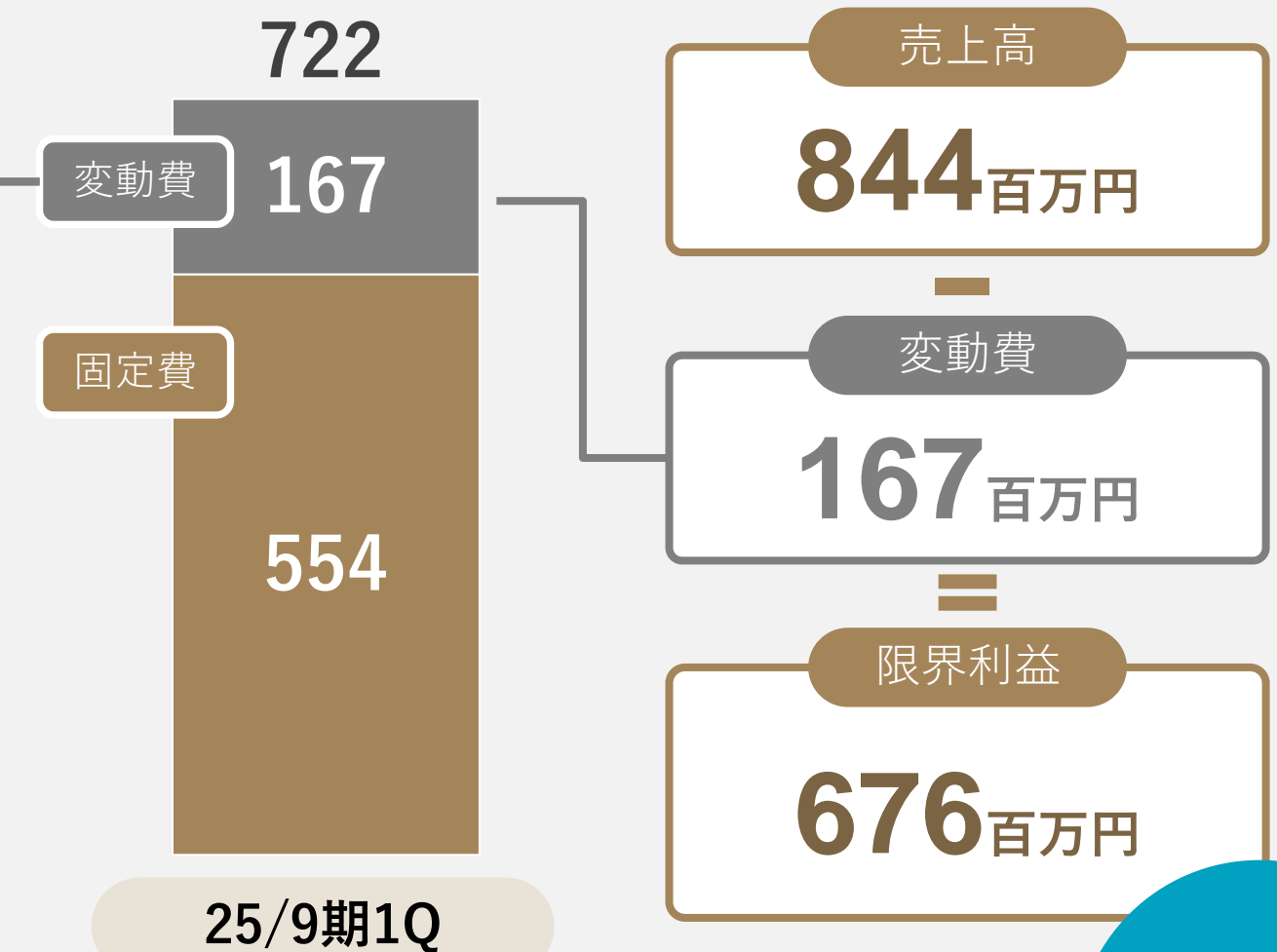
注2: 2022年12月時点から2024年12月時点数値の2年間CAGR (年平均成長率) を記載

全社 費用構造 (25/9期1Q)

授業の企画編成制作、システム開発、法人向けの人件費・外注費が費用の多くを占める。限界利益率は約8割と高く、トップラインが成長すれば収益性が改善する費用構造にある。



固定費分解と、限界利益率



注1: 通信費及び広告宣伝費を変動費と見做して限界利益率を算出しているが、広告宣伝費は必ずしも売上高と連動せず、一方で一部固定費は売上高の増加に応じて一定の積み増しが必要となる場合がある点に留意されたい

注2: その他原価には他勘定振替高を含むため、マイナス

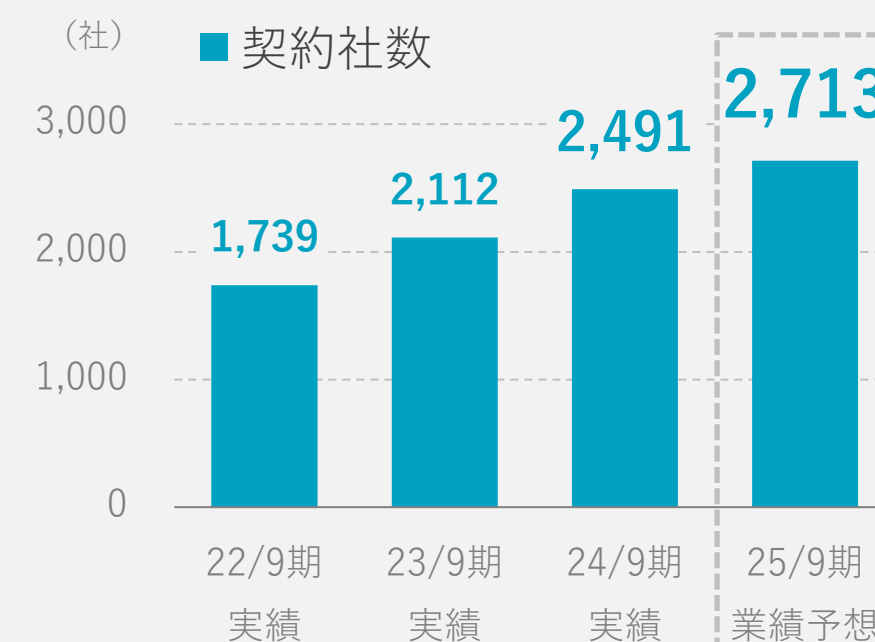
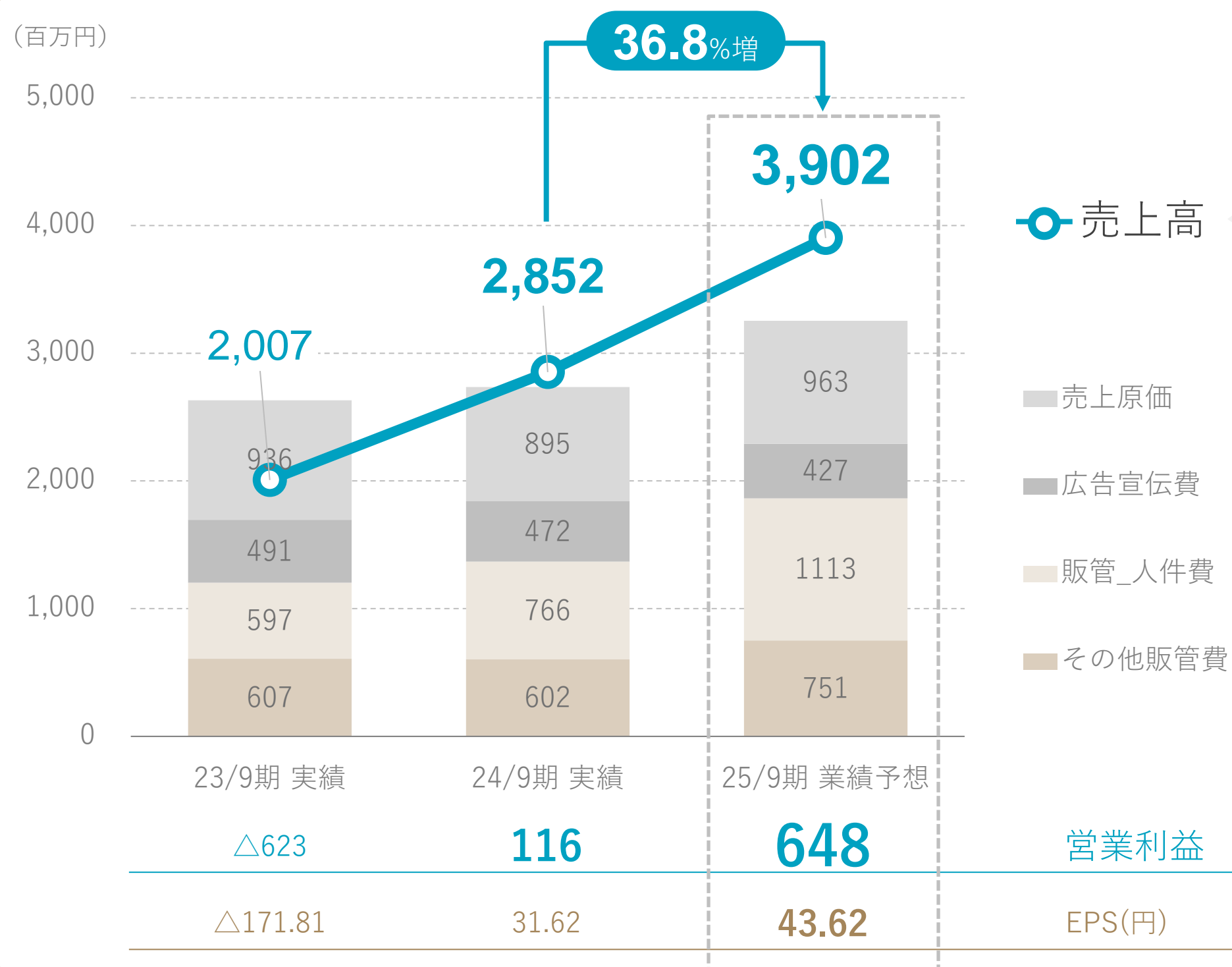
2025年9月期 通期見通し



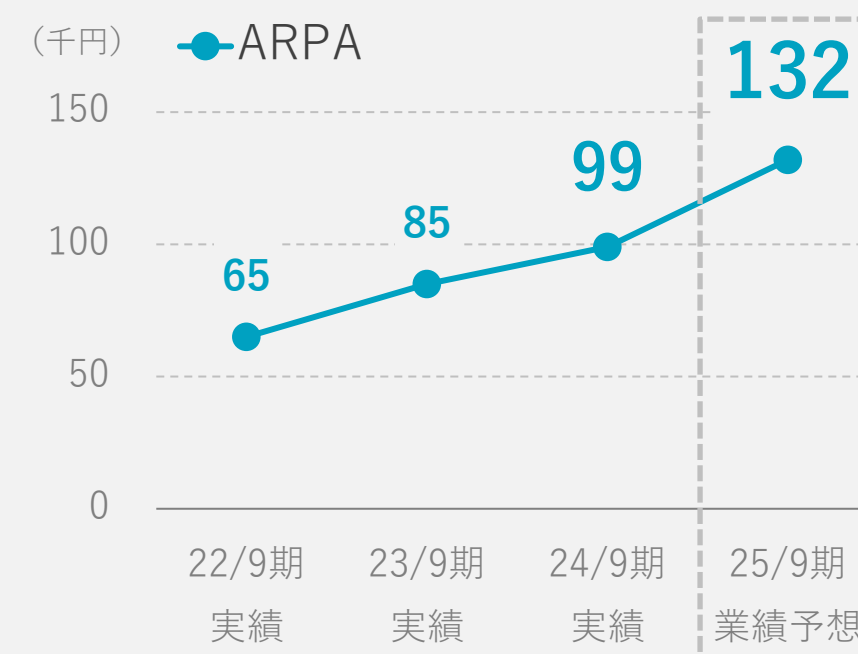
全社 25/9期の業績予想

25/9期 Forecast

上場日(24年10月22日)に公表した25/9期の業績予想から不変。大企業を中心とした新規獲得・アップセル推進と、広告効率と生産性の向上で収益拡大を図る。



- 24/9期は前期比**17.9%増**、25/9期は同**8.9%増**を見込む
- 25/9期は、ARPAの高い大企業の新規獲得、及びアップセル余地の大きな部分導入済み企業に対する取り組みを強化するため、社数の成長率としては24/9期より緩やか



- 24/9期は前期比**16.4%増**、25/9期は同**33.3%増**を見込む
- 25/9期は、ARPAの高い大企業の新規獲得、及びアップセル余地の大きな部分導入済み企業に対する取り組みを強化し、単価上昇が全社業績を牽引する見込み

市場環境と競争優位性

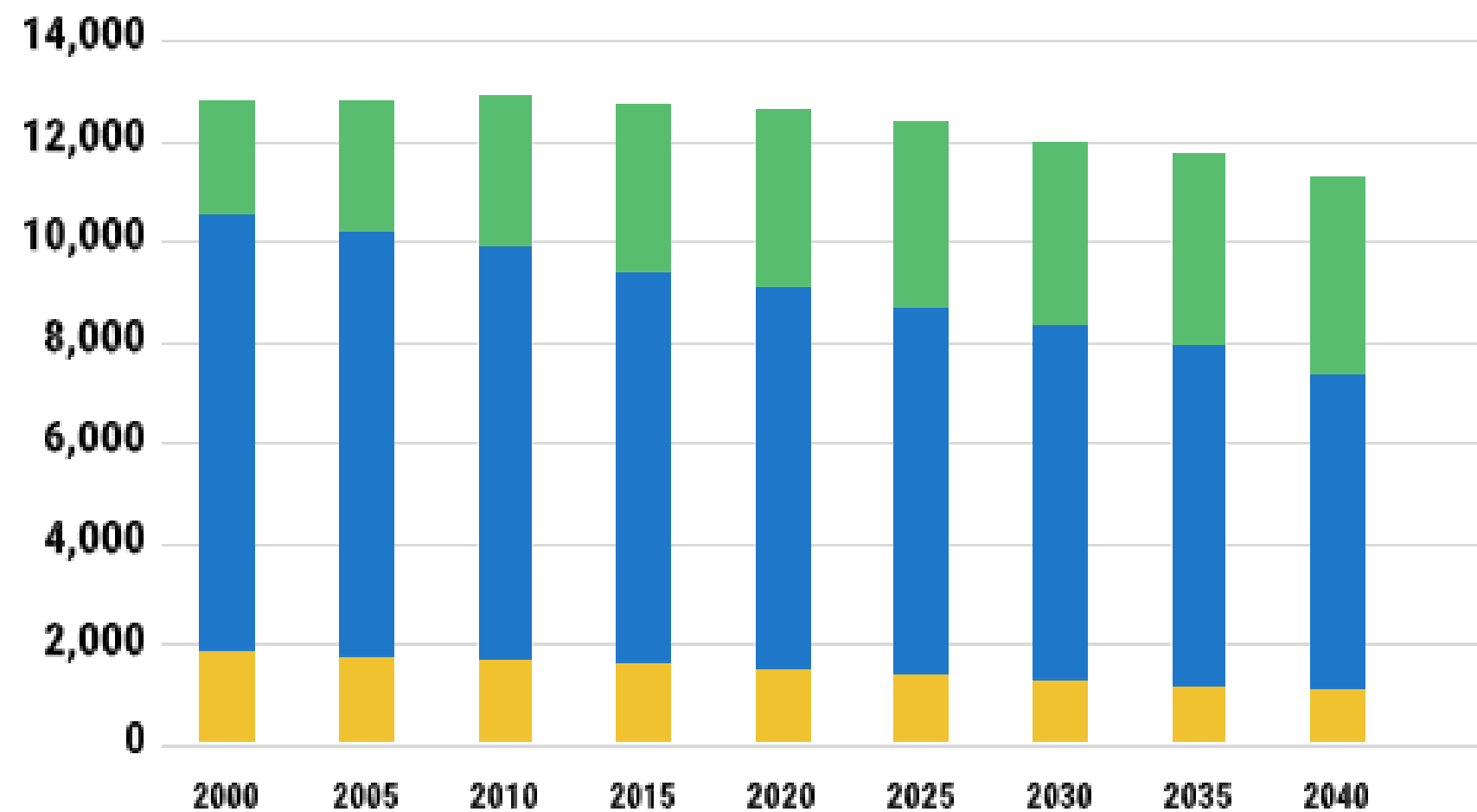




労働生産年齢人口の減少が加速する一方で、日本の労働生産性は停滞が続いている。

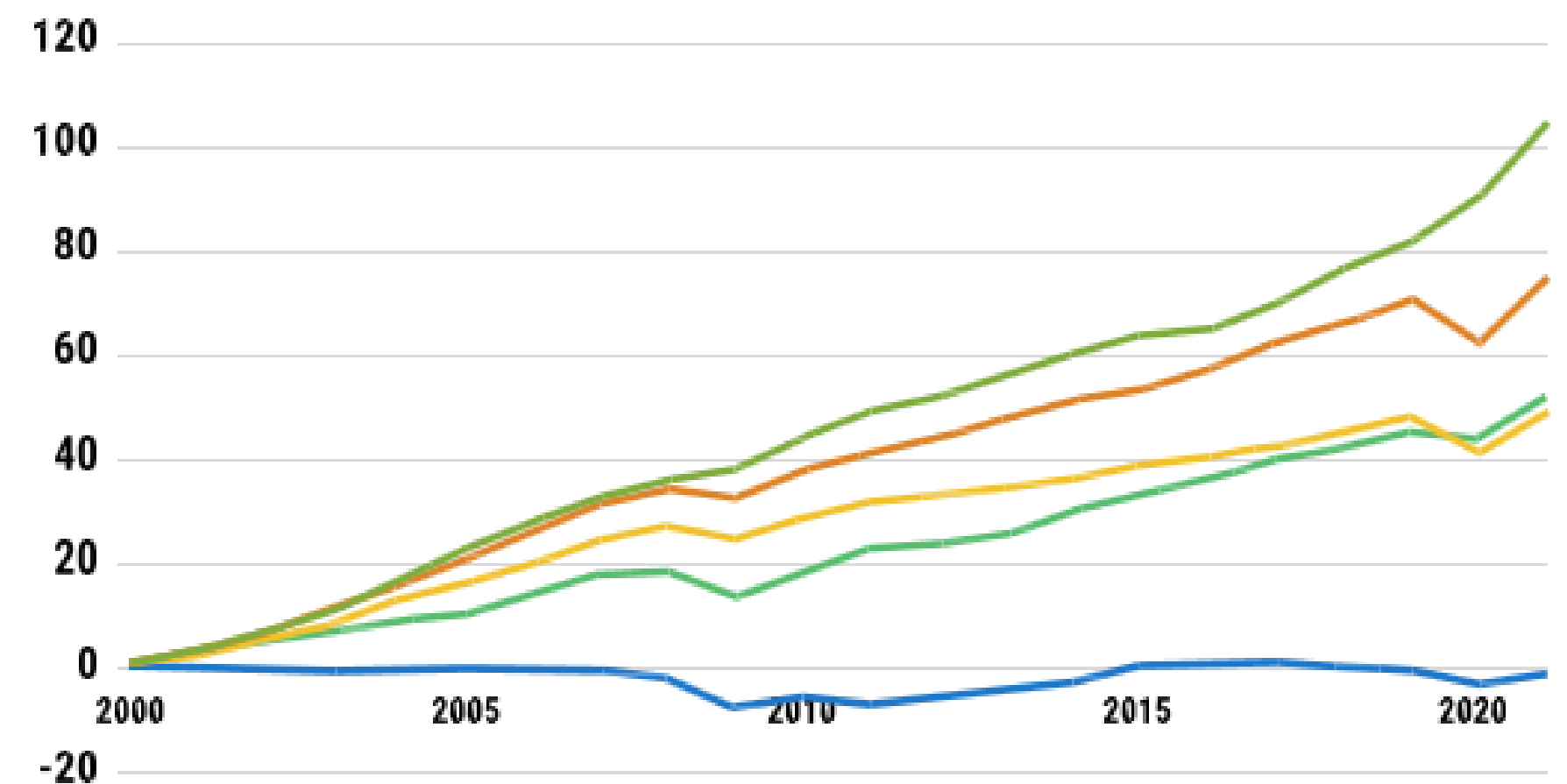
年齢階級人口 ^{*1}

■ 15歳未満 ■ 15~64歳（労働生産年齢人口） ■ 65歳以上



名目労働生産性の推移 ^{*2}

— 日本 — ドイツ — フランス — イギリス — アメリカ



注1: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(令和5年推計)」より算出

注2: 厚生労働省「令和5年版 労働経済の分析 - 持続的な賃上げに向けて - (本文掲載図表バックデータ)」より算出

全社 ゲームチェンジのタイミング

Market / Strengths



少子高齢化から起こる「人手不足」によって、
人材の採用だけでなく「育成と定着」の必要性が高まり続けていく。

時代の潮流

人材不足・流動化促進や多様な働き方に対応する機運

社内人材のリスキリングと定着支援が重要な時代に

人材の採用

優秀な人材の確保による
企業成長へのコミット

事業者例

人材紹介

人材派遣



人材の育成・定着

優秀な人材の育成と定着による
企業成長へのコミット

事業者例

タレント
マネジメント

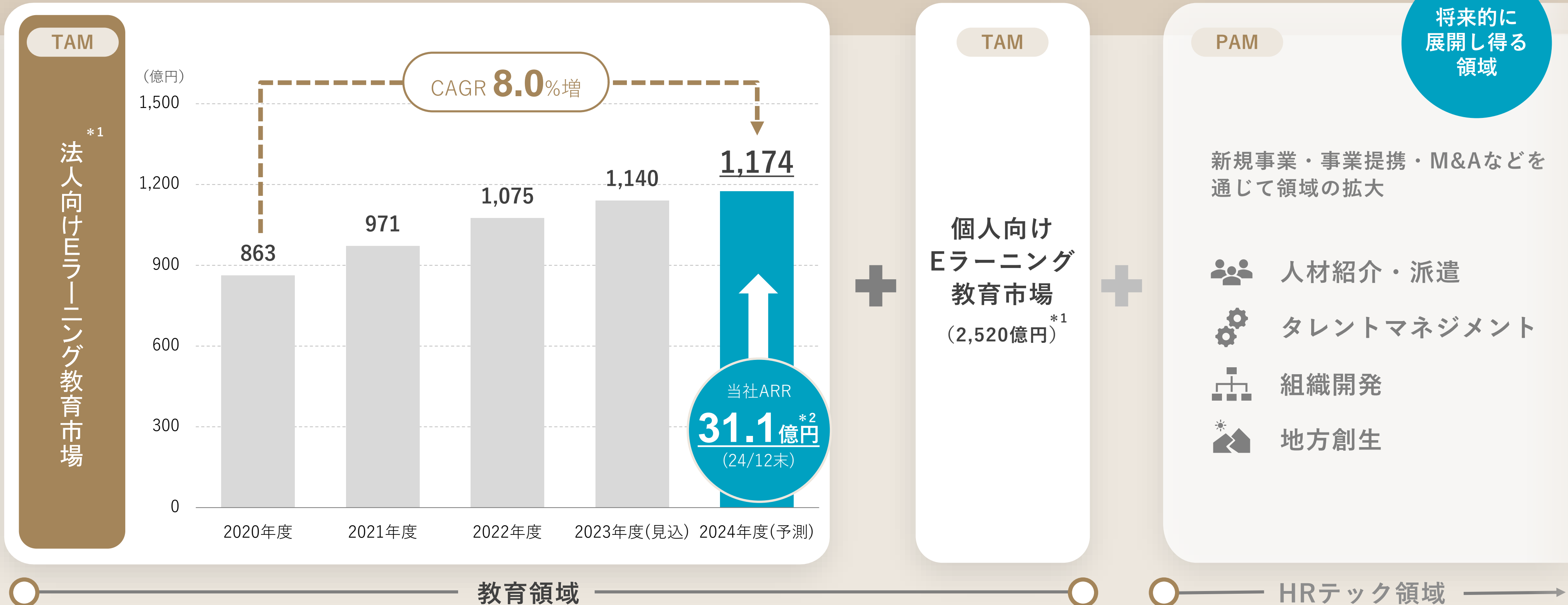
リスキリング

当社領域

全社 我々が捉えている市場

Market / Strengths

既存事業は、約1,170億円と言われる法人向けeラーニング教育市場に属するが、全ての人が学び続ける社会の実現に向けては、より広大なTAM/PAMが存在。



注1: 矢野経済研究所: 「2024 eラーニング/デジタル教育ビジネスレポート」より、eラーニング/デジタル教育市場規模推移(見込及び予測は矢野経済)を参照

注2: 2024年12月時点のMRR 259百万円に12ヶ月を乗じて算出した直近MRR実績から試算するARRを記載

コンテンツ・プロダクト・カスタマーサクセスを連動し、高い収益性と強い競争優位性を確立。

コンテンツ

豊富な授業量、幅広いカテゴリー、社内製作

幅広いカテゴリーを網羅できる授業量、
企画から制作まで内製で一気通貫

ビジネスモデル

リカーリング収益

模倣困難なコンテンツ、スティッキネスのあるプロダクト
信頼のおけるカスタマーサクセスで、継続収益を生み出す

プロダクト

双方向の学び機能、「個人向け」で培った使いやすさ

生放送や集合学習機能などの、双方向性のある学び機能と
個人向けにアジリティ高く開発してきた使いやすいプロダクト

カスタマーサクセス

人事課題に寄り添う伴走支援

Schooサービスの利用促進だけでなく、その後の組織状態を
見据えた提案、丁寧な伴走で、顧客の信頼を獲得

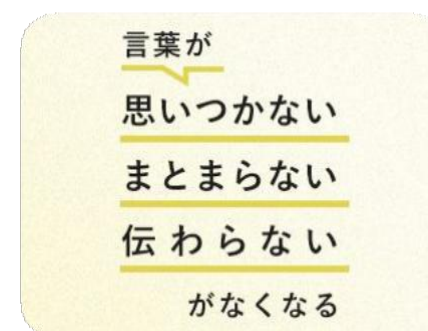
法人向け 豊富な動画コンテンツ

Market / Strengths

社会人の多様な学習ニーズに答えられるラインナップを網羅。
ほぼすべてのコンテンツを自社スタジオ・社内制作スタッフで内製。

ビジネススキル

4,365本
53.6%



デジタルスキル

2,416本
29.7%



ライフリテラシー

715本
8.8%



リベラルアーツ

653本
8.0%



法人向け 独自体験とUI/UXに拘ったプロダクト Market / Strengths

双方向性を生かした学び続けられる仕組み・利用者視点での使いやすいサービス体験が特徴。



みんなで一緒に受講できる 独自の仕組みで学習を継続

開催日時と参加者を指定するだけで、複数人で一緒に動画を受講できる「集合学習機能」など、双方向性を生かした学習体験を提供。“みんなで”学ぶからこそその学習効果と学習継続を目指している。



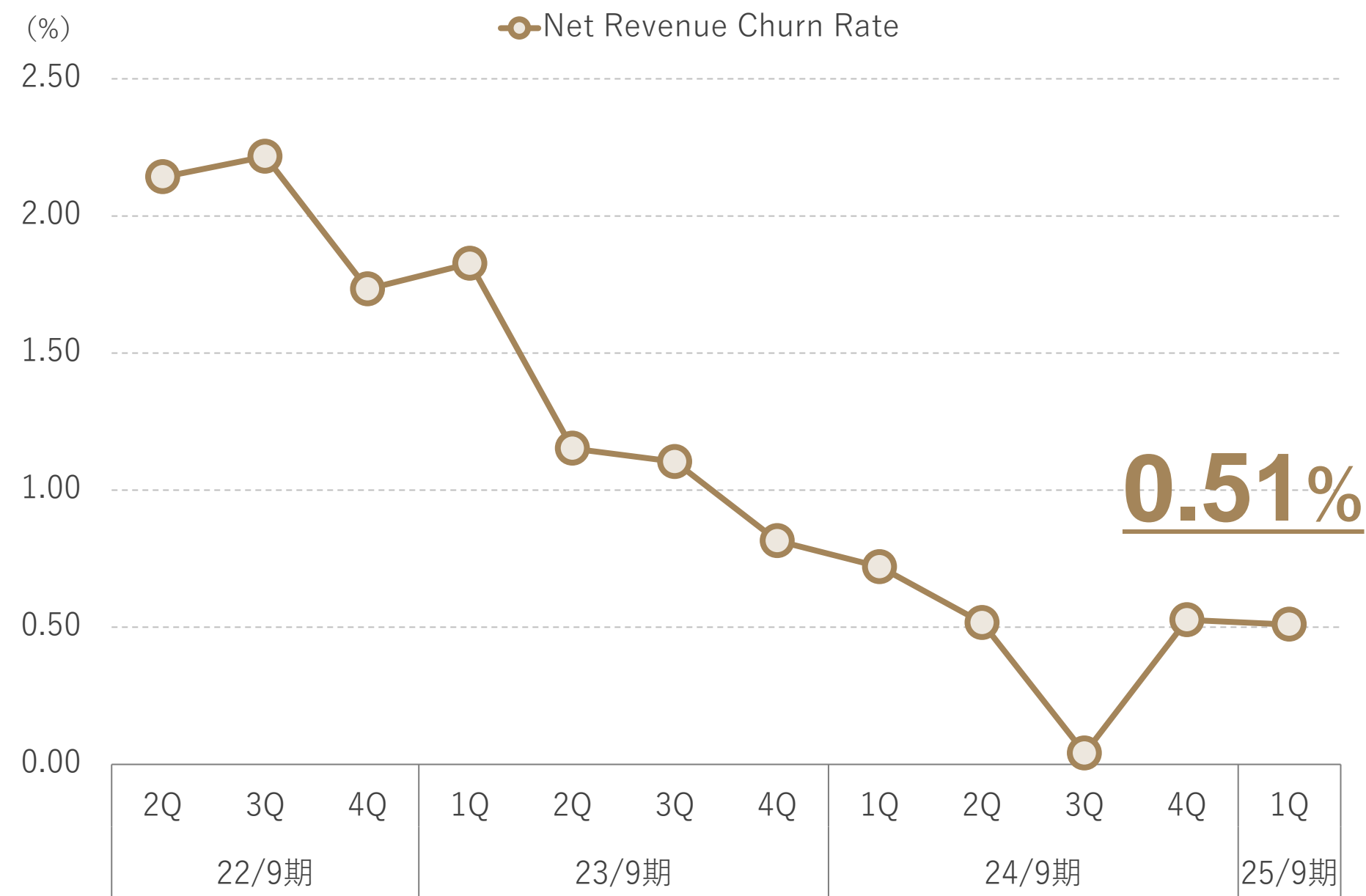
学習管理から受講画面まで 使いやすさにこだわった設計

個人向けサービスを同時提供しているからこそ実現できる「消費者目線でのプロダクトづくり」を徹底。学習管理ツールからスマホアプリまで、受講者や管理者が使いやすい体験を日々追及している。

法人向け 細部にこだわるカスタマーサクセス Market / Strengths

サービスの活用を支援するカスタマーサクセスにより、部分導入→全社導入のアプローチを継続。
Net Revenue Churn Rate^{*1}は0.51%となり、引き続き低水準を維持。

Net Revenue Churn Rate の推移



細部にこだわった顧客支援

先方人事の行動をサポート

3 研修後 事後フォローを実施する	2 研修中 研修実施中の受容度を高める																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>取り組み</th> <th>行動実務のための準備人物</th> <th>内容</th> <th>効果</th> <th>工数</th> <th>新年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MMD (目的をもっと明確にせず仕組み)</td> <td>受講者</td> <td>研修を支援する目的 (目的が不明瞭な研修) を見直し、目的を明確にする。</td> <td>作業量による研修効果ではなく、目的意識での「学ぶべきポイント」を明確に伝える。</td> <td>**</td> <td>***</td> </tr> <tr> <td>Schoolノート (受講者用のノート)</td> <td>受講者</td> <td>研修での学び、気づきを「Schoolノート」に記録し、活用することによって定着を高める。</td> <td>学びを自身の業務に書き起こし、活用を促す。</td> <td>**</td> <td>***</td> </tr> <tr> <td>アクション設定シート</td> <td>受講者</td> <td>アクション設定シート (存在マネジメントシート) で、自己課題を明確にし、研修後にも活用できるアクションを設定し、実践を促す。</td> <td>自己課題を明確にすることで、学びの目標設定、仕事実践の行動計画を明確にする。</td> <td>*</td> <td>***</td> </tr> <tr> <td>ラーニング・ブロッキング (研修実践の場を見つける)</td> <td>受講者 管理職</td> <td>「仕事の暇と学ぶことを結びつける」という研修を推進する。研修後にも実践を促す。</td> <td>「学んだことを、どのように活かしていくか、自身の業務に引きつけることで行動変容を促す」</td> <td>***</td> <td>***</td> </tr> </tbody> </table>	取り組み	行動実務のための準備人物	内容	効果	工数	新年度	MMD (目的をもっと明確にせず仕組み)	受講者	研修を支援する目的 (目的が不明瞭な研修) を見直し、目的を明確にする。	作業量による研修効果ではなく、目的意識での「学ぶべきポイント」を明確に伝える。	**	***	Schoolノート (受講者用のノート)	受講者	研修での学び、気づきを「Schoolノート」に記録し、活用することによって定着を高める。	学びを自身の業務に書き起こし、活用を促す。	**	***	アクション設定シート	受講者	アクション設定シート (存在マネジメントシート) で、自己課題を明確にし、研修後にも活用できるアクションを設定し、実践を促す。	自己課題を明確にすることで、学びの目標設定、仕事実践の行動計画を明確にする。	*	***	ラーニング・ブロッキング (研修実践の場を見つける)	受講者 管理職	「仕事の暇と学ぶことを結びつける」という研修を推進する。研修後にも実践を促す。	「学んだことを、どのように活かしていくか、自身の業務に引きつけることで行動変容を促す」	***	***	<p>チェックシートで「学びを組織に根付かせるための行動」を先方人事とすり合わせ。着手できそうなことから、施策実施を全力サポート。</p>
取り組み	行動実務のための準備人物	内容	効果	工数	新年度																										
MMD (目的をもっと明確にせず仕組み)	受講者	研修を支援する目的 (目的が不明瞭な研修) を見直し、目的を明確にする。	作業量による研修効果ではなく、目的意識での「学ぶべきポイント」を明確に伝える。	**	***																										
Schoolノート (受講者用のノート)	受講者	研修での学び、気づきを「Schoolノート」に記録し、活用することによって定着を高める。	学びを自身の業務に書き起こし、活用を促す。	**	***																										
アクション設定シート	受講者	アクション設定シート (存在マネジメントシート) で、自己課題を明確にし、研修後にも活用できるアクションを設定し、実践を促す。	自己課題を明確にすることで、学びの目標設定、仕事実践の行動計画を明確にする。	*	***																										
ラーニング・ブロッキング (研修実践の場を見つける)	受講者 管理職	「仕事の暇と学ぶことを結びつける」という研修を推進する。研修後にも実践を促す。	「学んだことを、どのように活かしていくか、自身の業務に引きつけることで行動変容を促す」	***	***																										



伴走支援



確実な
利用促進で
アップセル

4.2.4の法制	研修前 研修前の動機づけを実施する	研修後の説明会の実施
<p>説明会→DX診断→目標シート→上司との1on1</p> <p>なぜこの施策をやると思ったのか？</p> <ul style="list-style-type: none"> School導入にあたり、いいスタートを切ってもらいたかった 会社の中層幹部の研修も行ったため、それを踏まえた施策であることも、役員にも伝えられた 目標 (研修) シートと連携し、主体的に取り組んでもらいたい <p>具体的な行動・工夫点</p> <ul style="list-style-type: none"> 管理職からの説明会と社員の説明会を分けて実施 説明会の目的に「DXスキル診断」を全社員へ実施 レコメンタリーから2つ選択し、目標シートに記載し、上司との1on1を実施してコミットする流れにした 	<p>研修内容: 研修後生命保険</p> <p>研修人数: 139名</p> <p>研修期間: 2023年12月</p> <p>契約回数: 2000</p> <p>実施後の効果</p> <ul style="list-style-type: none"> 説明会後日に「DXスキル診断」が配布されたため、スタートから2週間での実施率が98%以上、Schoolの学習も27.5%を達成 目標シートとの連携で具体的な行動プランに落とし込むことができた 	

事例ベースでカスタマーサクセススキルを標準化

豊富な事例をナレッジ化し、顧客企業の状況ごとに最適な提案を、再現性高く実行できる環境を整備。担当者にかかわらず多くの顧客企業に施策実施を促せる組織体制に。

注1: Net Revenue Churn Rateは、{ 今月新規法人MRR (当月獲得) - (今月総法人MRR - 前月総法人MRR) } / 前月総法人MRR の12ヵ月平均で算出している

当社では、カスタマーサクセスが顧客の解約を防ぐ守りの視点だけではなく、顧客の利活用を促進し1顧客ID数増加のアップセルを重要視しているため、解約だけでなくアップセルの効果を反映する指標としてNet Revenue Churn Rateを採用している

成長戦略



価値の源泉

個人向けで磨いた「受講者視点での学習体験」を、法人向けに販売する独自のモデルを確立。





SaaSプロダクトと、顧客課題に寄り添う商品をクロスセル。大企業顧客の更なる開拓を推進。

進化していく法人向けサービス

Schoo
for Business

サブスクリプション
サービス

×

学習を継続を支援する
コンサルティング

顧客課題に特化した
オンライン集合研修

オプションサービス

顧客満足の高まりにより
新規顧客開拓・アップセル・クロスセルが加速

GROWTH CYCLE

少子高齢化

マクロトレンドが
変革の必然性を加速

変革期にある大企業

人的資本経営

DX推進

キャリア自律

リスキリング

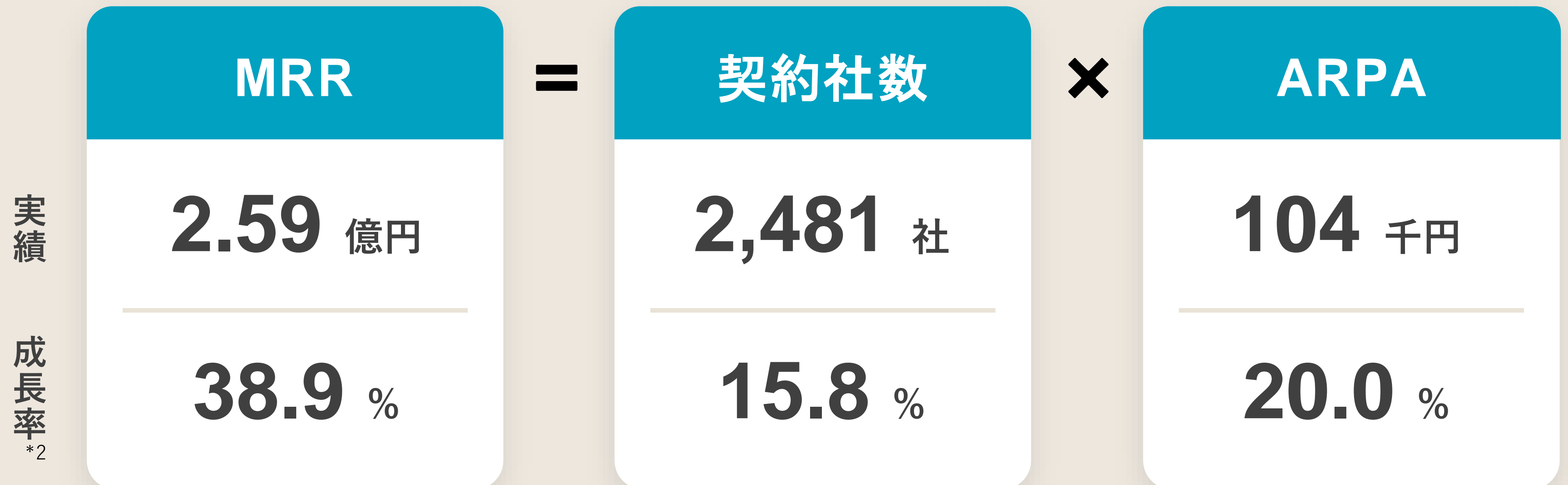
Schoo
for Personal

受講者が満足できる
プロダクト体験

市場変化から生まれる新しいニーズを
反映したサービスへ更に進化



25/9期(1Q)12月単月MRRは2.59億円、直近2年間のCAGRは38.9%。MRRは契約社数とARPAに分解されるが、いずれも堅調に成長している。

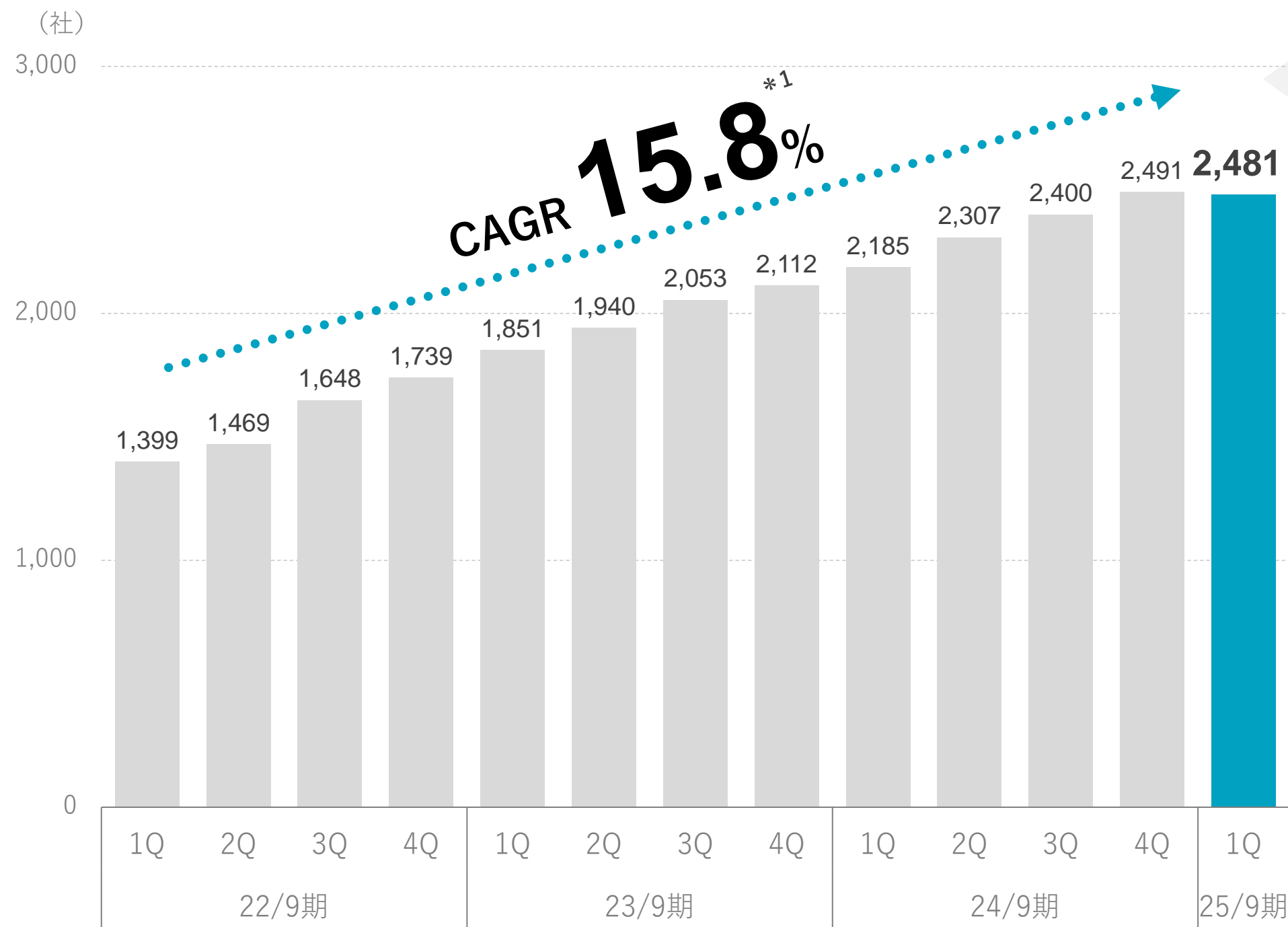


注1: 「MRR」は売上高に占める法人向けビジネスのリカーリング収益、「契約社数」から「ARPA」を試算したメトリクスを記載

注2: 2022年12月時点から2024年12月時点数値の2年間CAGR（年平均成長率）を記載

法人向け 契約社数の拡大

順調なマクロ環境の追い風だけでなく、コンテンツ・サービス開発体制の進化、過去に投下した先行費用の回収から、引き続き契約社数を積み上げる。



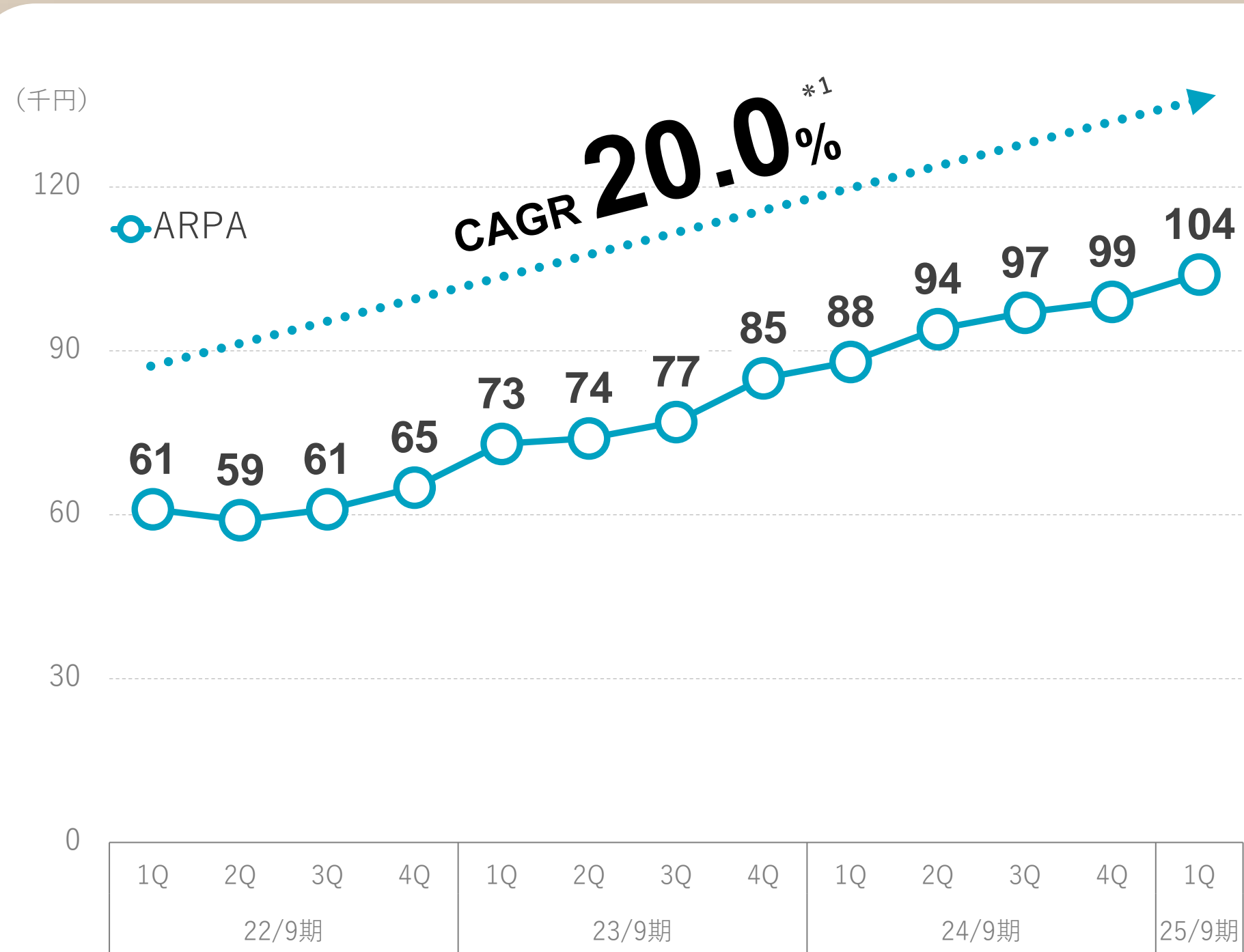
拡大に寄与する主要因

- 1 社会人教育市場の順調な拡大
- 2 コンテンツ・プロダクトの充実化
- 3 営業/カスタマーサクセス部門の体制強化
- 4 低水準なチャーンレートの維持・向上
- 5 22/9~23/9期に積み増した広告投下の回収

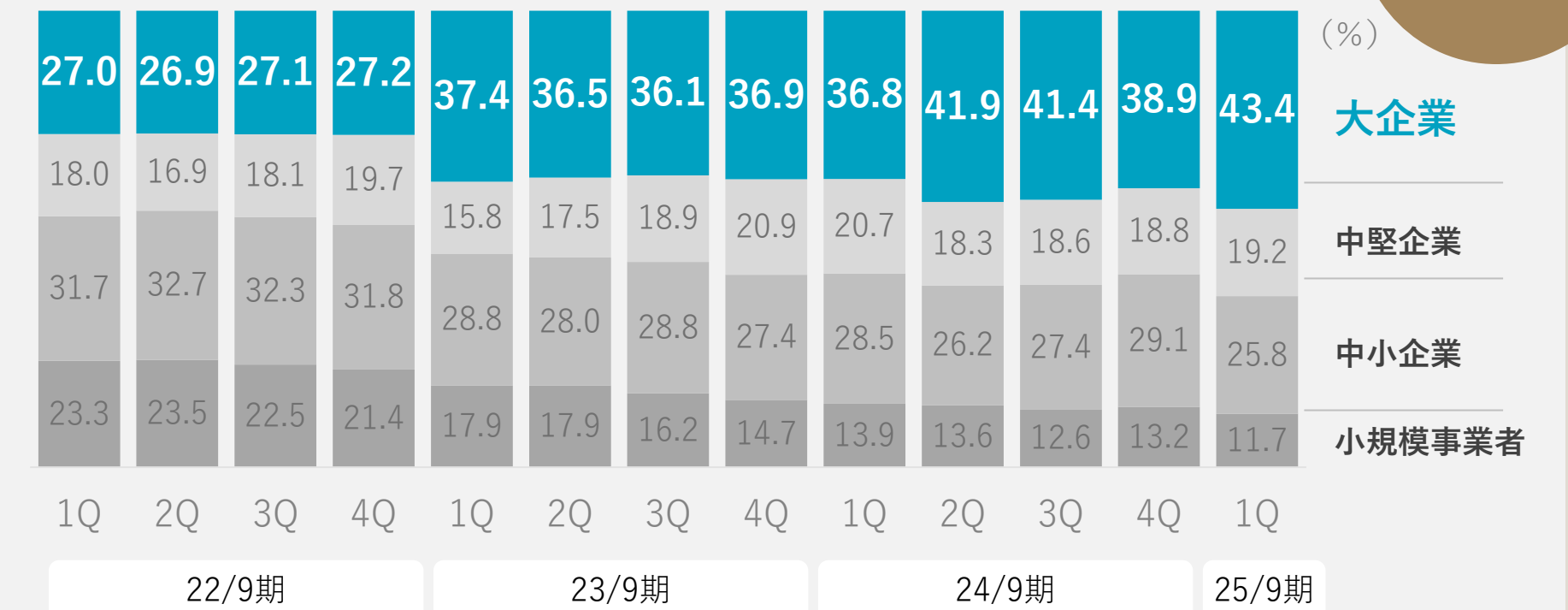
注1: 2022年12月期から2024年12月期の2年間CAGR（年平均成長率）を記載

法人向け ARPAの継続的な向上

大企業攻略や、サービスの利用深耕(全社導入化)から、短中期的なARPAの向上を継続する。

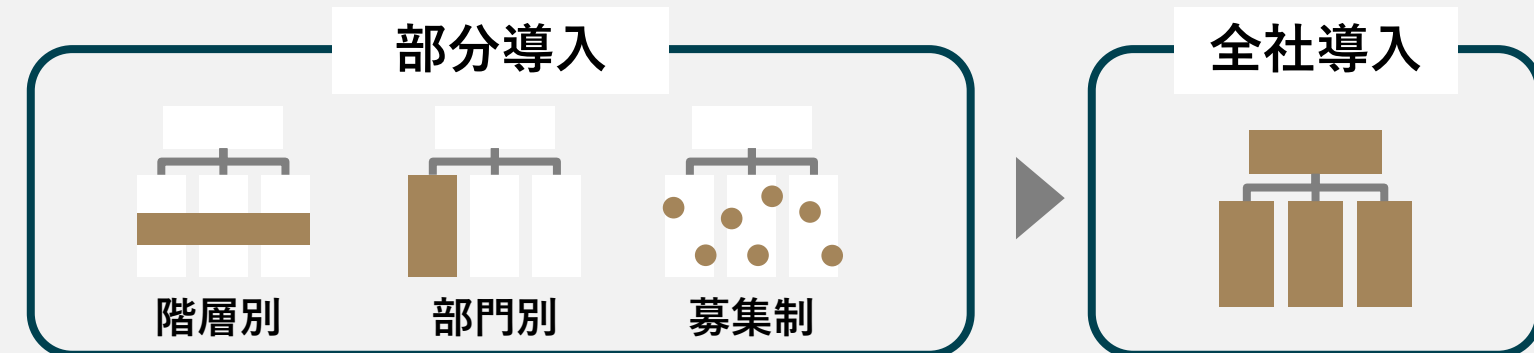


ARPAの高い大企業の更なる導入を進める



単価増加

部分導入が進む大企業中心に全社導入を図る



顧客あたり利用
ユーザー
増加

注1: 2022年12月時点から2024年12月時点数値の2年間CAGR (年平均成長率) を記載

注2: 導入企業の従業員数ごとに、当社として独自に顧客カテゴリを定義付けした。「大企業」は2,000名以上、「中堅企業」は600~1,999名、「中小企業」は100~599名、「小規模企業」は99名以下である。

各四半期末時点の法人向けリカーリング収益のうち、代理店経由で獲得したID数を除いた「大企業」「中堅企業」「中小企業」「小規模企業」のそれぞれの合計ID数を母数とした比率を算出している



事業拡大を通じて積み上がる資産を活用し、国内社会人教育市場のNo.1を目指す

個人

 **Schoo**
for Personal

企業
地方自治体

 **Schoo**
for Business

高等教育
機関など

SchooSwing

学び手の顧客基盤

教え手のパートナーシップ

事業拡大で積み上がる
様々な資産

マーケットプレイス

当社が抱える学び手に対して、パートナーの教え手が
当社規定フォーマットでの学習プログラム販売を可能に



地域創生

学びの選択肢がさらに減少するエリアに対しても
最適な学習を届け続けることができる仕組みの開発

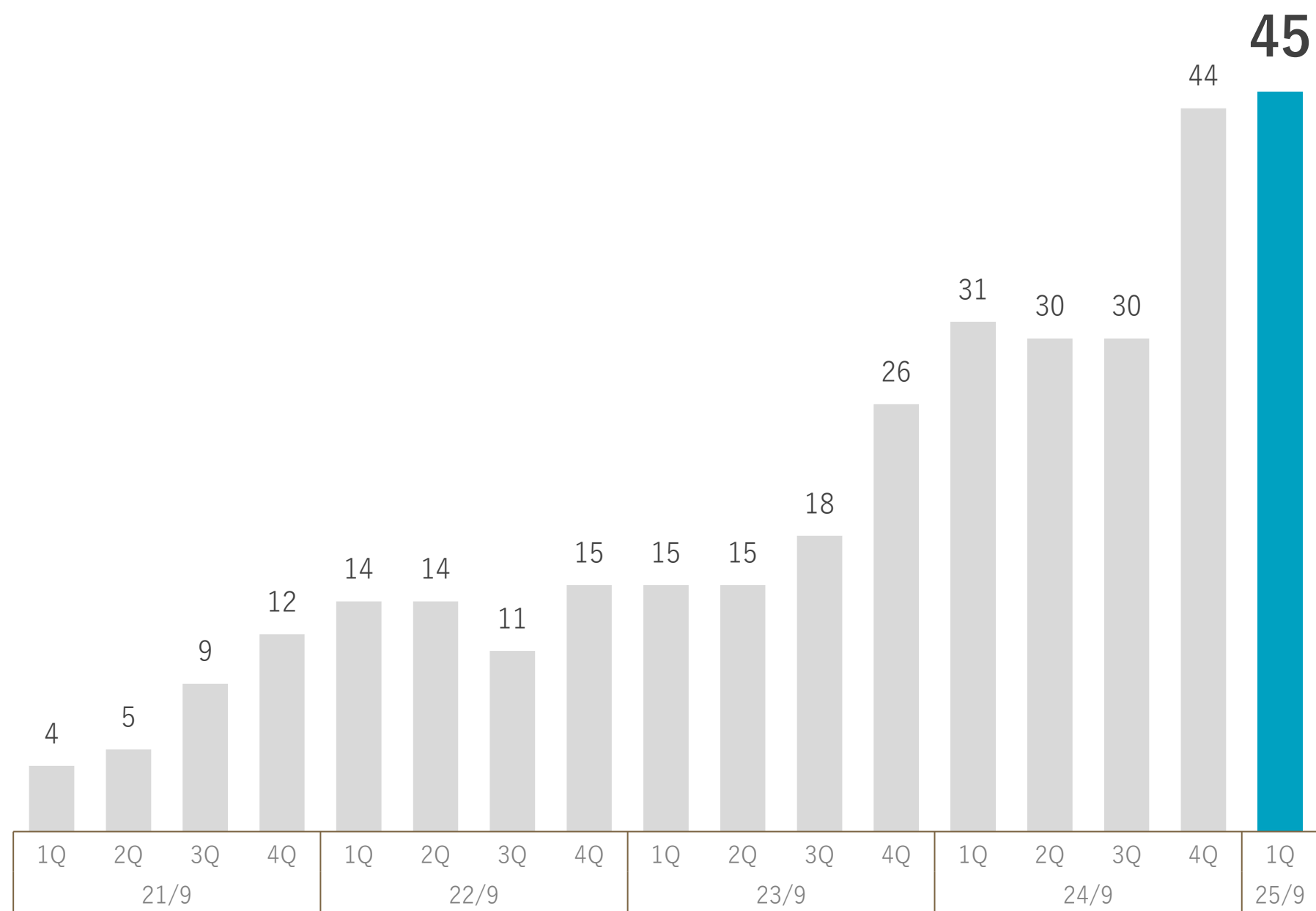
日本国内で「社会人教育の第一想起」を獲得

地域創生に向けた取り組み



すべての地域で学び続けられる環境をつくるため、地方自治体との関係強化に注力。サービス導入自治体は45へ拡大。熊本県芦北町とは新たに連携協定を締結

地方自治体への導入件数^{※1}



導入自治体の一例

熊本県芦北町^{※2} と連携協定を締結

導入前の課題

- 企業誘致は進展する一方で、IT人材など地域の人材供給が不足

取組み・成果

- 創業以来培ってきた人材育成支援の知見をベースに町内の人材育成に関する支援を実施
- 動画学習サービス「Schoo」を、住民交流起点となる公共施設に提供
- 町内のIT関連の支援施設と連携した利用サポート体制を構築

今後の展望

- 近隣自治体・地場企業や進出企業との連携の場を創出し、潜在的な人材の発掘や実効性の高い人材育成を推進

注1:各四半期末時点で「Schoo for Business」を導入している自治体数をカウント

注2:熊本県南部に位置する人口 約15,000人の町

参考資料



「世の中から卒業をなくす」をミッションに、オンラインでの社会人教育に取り組んできた。



会社名

株式会社Schoo（スクー）

住所

東京都渋谷区鶯谷町2-7 エクセルビル4階

事業内容

インターネットでの学びや教育を起点とした社会改革

従業員数

167人（ほか臨時雇用者数39人、2024年12月末時点）

※ 臨時雇用者数：アルバイト、人材会社からの派遣社員を含む

営業及びカスタマーサクセス**68人**
／企画開発**58人**／マーケティング及び管理部門**41人**



代表取締役社長 CEO

森 健志郎

1986年大阪生まれ。2009年近畿大学経営学部卒業。2009年4月、株式会社リクルートメディアコミュニケーションズで広告の企画制作に従事。当時、社内研修で視聴したeラーニングに疑問を抱き「今の技術ならもっと良いものが作れるはず」と、2011年10月、24歳で同社を創業し代表取締役に就任。



多様な業界経験、多様な世代のメンバーで経営を推進している。



代表取締役社長
CEO
森 健志郎

株式会社リクルートメディアコミュニケーションズにて、広告の企画制作に従事。その後、2011年に24歳で当社を創業し代表取締役社長に就任。



取締役
執行役員COO
古瀬 康介

日本電気株式会社に入社後、株式会社リクルート、株式会社リクルート住まいカンパニーを経て、2018年に当社へ入社、同年取締役（COO）に就任。



取締役
執行役員CFO
中西 勇介

株式会社白元に入社後、現株式会社十八親和銀行、株式会社ミスミ、株式会社サイカを経て、2020年に当社へ入社、翌年取締役（CFO）に就任。



独立社外取締役
保科 剛

日本ユニシス株式会社に入社し、同社CTOも歴任。その後、チャンネルベンチャーズ株式会社を経て、2020年に株式会社Tを設立。現在はDX支援やエンジェル投資を手掛ける。



社外取締役
和田 圭祐

フューチャーベンチャーキャピタル株式会社に入社後、国内外の投資関連業務に従事。その他複数のVC立ち上げにも携わる、2010年にインキュベイトファンドを設立し、代表パートナーに就任。



常勤監査役
服部 有希
公認会計士

有限責任監査法人トーマツに入所後、国内監査事業部にて監査業務に従事。2021年に当社へ入社、同年常勤監査役に就任。



社外監査役
藤本 健一
弁護士

弁護士登録後、株式会社ヤフー、株式会社グリー等にて企業法務を中心に弁護士業務に従事。その後独立し、2020年より藤本・早崎法律事務所パートナー弁護士。



社外監査役
芹川 太郎
公認会計士

現EY新日本監査法人へ入所し、監査業務に従事。その後、ベイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド等を経て、2018年より株式会社トラックレコード代表取締役、芹川太郎公認会計士事務所代表。

Schoo for Personal



無料の生放送授業と8,500本の録画見放題プラン

社会人向けコミュニティ型動画学習サービス

毎日、無料の生放送授業を開催しています。受講生代表（モデレータ）のサポートにより、講師と熱意ある個人ユーザーとの双方向授業が実現されています。生放送の録画は、月額980円で見放題です。

Key Features

- 録画受講
- 生放送受講
- 文字起こしコンテンツ
- スマホアプリ
- 動画ダウンロード

SchooSwing



対面・オンラインのハイブリッド教育を実現する

データ活用型ラーニングマネジメントシステム

データの活用によって学びを可視化することで、教育の最適化を実現できる次世代型の学習プラットフォームです。大学をはじめとする高等教育機関や社会人教育事業者に特化した機能も充実しています。

Key Features

- ライブ配信
- オンデマンド配信
- ハイフレックス授業
- Schoo録画授業視聴
- 教育・学習データ分析
- アクセスログ解析
- クラス管理
- 課題提出・テスト



無料の生放送授業と8,500本の録画見放題プラン 社会人向けコミュニティ 型動画学習サービス



毎日、無料の生放送授業を開催しています。受講生代表（モデレータ）のサポートにより、講師と熱意ある個人ユーザーとの双方向授業が実現されています。生放送の録画は、月額980円で見放題です。

Key Features

- 録画受講
- 生放送受講
- 文字起こしコンテンツ
- スマホアプリ
- 動画ダウンロード

Schoo Swing

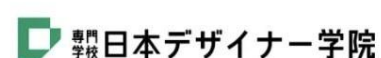
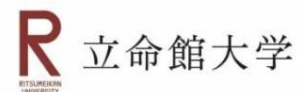


対面・オンラインのハイブリッド教育を実現する データ活用型ラーニング マネジメントシステム

データの活用によって学びを可視化することで、教育の最適化を実現できる次世代型の学習プラットフォームです。大学をはじめとする高等教育機関や社会人教育事業者に特化した機能も充実しています

Key Features

- ライブ配信
- オンデマンド配信
- ハイフレックス授業
- Schoo録画授業視聴
- 教育・学習データ分析
- アクセスログ解析
- クラス管理
- 課題提出・テスト



Schoo Swingの特徴

ハイブリッド教育へ簡単対応・学習データの取得分析・独自の双方向学習機能



対面×オンラインのハイブリッド教育へ対応

授業特性に合わせたオンライン・オフラインの学習体験を一つのツールで実現。ハイフレックス型、オンデマンド型、ブレンド型（対面・オンラインの組合せ）、BYODの対面型授業など、あらゆる授業形態に対応可能



学習データを取得・分析 授業と経営の質を向上

動画視聴、出席、課題提出、テスト結果など様々な学修ログを学生ごとに取得することができます。取得されたログはダッシュボードで可視化されるため、データにもとづいて教育活動の検証・分析を行うことが可能



独自の双方向学習機能で学習者目線での教育を実現

コメント、リアクション、クイズなどの機能によって、学生の授業参加のハードルを下げ、より活発な双方向コミュニケーションを実現。オンラインであっても質の高い教育を実現するための支援を追求

免責事項（ディスクレーマー）

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。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。

発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な統計等第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。