



2025 年 7 月 17 日

各 位

会社名 株式会社フライヤー
代表者名 代表取締役 CEO 大賀康史
(コード番号：323A 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 望月剛
(TEL 03-6212-5115)

2026 年 2 月期第 1 四半期決算に関する質疑応答（要旨）

当社の 2026 年 2 月期第 1 四半期決算に関しまして、株主・投資家の皆様からいただいたご質問及びその当社からの回答について以下のとおり開示いたします。なお、ご理解いただきやすいよう、一部表現の変更や内容の加筆・修正を行なっております。

本開示は投資家様への情報発信強化及びフェア・ディスクロージャーを目的としております。

記

【事業戦略・業績関連】

Q 1 [flier business において]直近で大口顧客の契約形態見直しから一時的に解約率や ARPA (Average Revenue Per Account) が下がっているとのことですが、第 2 四半期以降は影響が薄れ、再び ARPA は拡大に向かいますか。

当期の解約率は、ご認識のとおり大型契約における契約形態の見直しなどにより、RCR(revenue churn rate)が一時的に 0.5%ほど悪化しており、ARPA にも影響を及ぼしています。また、新規件数及び単価についても当初の想定ほど獲得ができなかったことが、ARPA 低迷の一因となっています。これらに対し、新規営業の拡大と RCR の抑制に向けた改善施策を講じており、施策は順調に進んでいます。既存契約のアップセルに向けた取り組みも徐々に進んでおり、下半期にはそれぞれ顕在化してくると見込んでいます。

Q 2 [flier business において]想定よりも新規案件が取れなかったのはどのような要因でしょうか。年度が変わる第 1 四半期は売上が伸びやすい時期だと思います。また、考えられている下期に向けての対策はどのようなものでしょうか。

新規獲得が想定に届かなかった要因は、営業活動における商談設定の精度が十分ではなかった点が挙げられます。なお、1 年間のうち当社の第 1 四半期(3 月～5 月)は、新年度の開始に伴う新規契約を獲得しやすい時期であると同時に、予算の見直しによる解約・ダウンセルが生じやすい時期でもあるため季節的にその他の四半期との売上高に大きな差はなく、過去の当社実績においても季節要因が顕在化していません。

下期に向けての対策は、投資対効果の高い業種・業態・規模を改めて分析し、再定義した重点ターゲット層との優先的な商談設定をすでに進めています。また、設定商談の細やかなチューニングや、商談の進め方、関係構築等のフローについても定期的な確認、改善体制を改めて整備しており、これらの取り組みが今後、数字に現れてくるものと見込んでいます。

Q 3 [中期的なエンタープライズ事業セグメントの成長戦略について] 大企業のアップセルとは具体的にどのような内容でしょうか。例えば 1 社あたりの契約 ID が増えるのか、もしくは「flier 成長組織ナビ」等のクロスセルなのでしょう。

様々なケースがありますが、大きくは以下の二つです。

＜アカウント数の増加＞

トライアル的に利用を開始された企業が、利用状況を確認し「社員の満足度が高い」「利用を個人に委ねているにもかかわらずアクティブ率が高い」等の評価をいただき、ご提供するアカウント数が増え、アップセルにつながります。

＜クロスセル＞

「flier business」をご利用いただいているお客様に、「flier 成長組織ナビ」や読書会形式の研修等、当社が提供する様々なサービスを紹介し、採用いただく取り組みも強化しています。

Q 4 [flier business において] 契約社数について、現在 635 社が契約社数となっておりますが、TAM (Total Addressable Market) はどのくらいの社数と捉えていますか。

現在特に注力しているエンタープライズ企業、いわゆる従業員 300 人以上の会社は日本に 1.3 万社と言われていますが、ユーザ企業となりうる 10 人から 300 人規模の企業は、120 万社に及びます。したがって、TAM は 120 数万社規模であり、現在の契約社数は 635 社ですので、当社のサービスとその価値を届けなければならないマーケットがまだまだ広がっていると考えています。

Q 5 [flier business において]代理店経由の顧客獲得の進捗と今期の予想を教えてください。

代理店契約を締結していただける企業が増えており、顧客候補となる企業との会話が始まりつつある段階です。これまでの売上貢献はそれほど大きくありませんが、今後着実に展開していくことで非常に大きな可能性があると考えています。

Q 6 CR(churn rate)が低く良質なSaaSだと感じますが、それでも解約は一定発生すると思います。解約理由は、予算都合あるいは満足度など、どのようなものが多いのでしょうか。

解約の中には、先方の組織併合や予算都合といった避けられないケースもございますが、当社として抑制に努めるべき解約は利用が進まなかったケースと考えており、利用促進を進めております。

特にオンボーディングを重視しており、導入規模の大小問わず、利用開始直後に利用者全員がログインし、利用いただくまで導くことを目標として取り組みを強化しています。

その他にも、快適にお使いいただけるようユーザのニーズに合った継続的なプロダクト改善に努め、ご利用頻度を増やすことで、より長くお使いいただけるサービスにしていきたいと考えています。そのため、開発体制の強化を進めており、サービス改善のペースを上げていきたいと考えています。

Q 7 販管費に含まれている支払手数料とはどういう費用でしょうか。クレジットカードなどの決済手数料や代理店への支払でしょうか。

支払手数料には様々な項目が含まれますが、主なものとしては、商談獲得のための業務委託費用が含まれています。

Q 8 「flier 成長組織ナビ」は現状エンタープライズ向けの売上の何割くらいなのでしょう。

「flier 成長組織ナビ」は、まだトライアル段階のため、現状では売上の計上はございません。

Q 9 契約社数の表示が「3か月以上の継続取引における契約社数」とあります。どのような理由でしょうか？契約後3か月未満で解約する会社があるのでしょうか。

当社の受注取引(契約)には単発の研修等、継続的ではないお取引が含まれます。SaaS ビジネスとしてカウントすべき取引は、継続的な取引と考えているため、3か月以上の継続取引に絞って契約社数を表示しています。

Q10 FCE との提携が先日発表されましたが、他社の HR Tech など相性の良いビジネスに感じます。これからもこのように他社サービスとの連携を目指していくのでしょうか。

はい、積極的に模索していきたいと考えています。一方で協業を望まれるためには、我々自身の成長もベースとして求められることだと思いますので、両面で進めていきたいと思っています。

【プロダクト・コンテンツ関連】

Q11 エンタープライズ向けの機能として学びメモや読書プログラムがありますが、新たに導入することを考えている機能はありますか。

はい、本からの学習や学び合いを促進できるよういくつかの機能の開発企画が進んでおります。本日時点では開示できる状況にありませんので適切なタイミングでご報告させていただければと思います。

Q12 音声読み上げ機能は AI でしょうか。最近のものはかなり滑らかな読み上げの印象ですが、以前に公開された要約だとかかなり機械音声感が強いです。改めて滑らかな音声に更新する予定はあるでしょうか。

はい、音声は AI によって作られています。音声 AI の技術も著しく進歩していますので、定期的に音声エンジンを調査し、より聞きやすい音声コンテンツの提供に努めています。当社でも過去に音声生成ツールの変更を行っているため、公開時期によって音声の質に差が生じます。既存コンテンツも順次新しい音声エンジンでの制作を進めていますが、当社の音声コンテンツは、AI による自動生成に加え、人力でのチェック・メンテナンスを経て、正確さとより自然な発音を目指しているため、全てのコンテンツでの差し替えには時間を要することをご理解いただけますと幸いです。

Q13 コンシューマー向けのコンテンツとして 4,000 冊程度というのは少ない印象があるのですが、生成 AI などを利用して一気にコンテンツを増やすという考えはないでしょうか。

要約作成における現状のプロセスは、各領域の専門性を持つプロのライターが要約原稿を作成し、社内の出版社出身の編集者が整え、最終的に出版社や著者の方にご確認いただいた上で公開しており、このプロセスが質の向上への最善のアプローチと判断しています。

また、当社はステークホルダー（著者や出版社など）の皆様へ、当社の取り組みにご理解とご納得、評価をいただけるよう努めています。本は著作権が発生する著作物ですので、各社のご理解と許諾をいただいた上でなければ、生成 AI を使って要約を作成することは難しいと考えています。むしろ、第三者としては許諾なしに行うべきではないと認識しています。著作物の適切な推進と保護は、当社がこだわり、慎重に進めていくべき点だと考えています。

一方で、AI 活用の研究の一環で、著作権の有効期限が過ぎた古典（例：平家物語、坊ちゃんなど）に関しては、最新の AI を使って要約を作成する取り組みを行っています。しかし、生成 AI で原稿を作成しても、現状では 2 段階、3 段階と人の手による確認が必要となり、人力と生成 AI とで労力はかなり近いものとなります。

以上から、現時点で生成 AI を活用してコンテンツ数を急増させることは検討しておりません。

Q14 小説の要約の反響はいかがでしょう。個人的にはとても好きです。

ありがとうございます。ストーリーを楽しむものという小説の性質から、近年出版された小説の選書は少ないですが、教養に属するような古典小説のラインナップを徐々に増やしています。様々な形態の本に触れていただくことが、個人の知見のバックグラウンドを充実させ、ヒラメキの源泉になると考えておりますので、ビジネス書が中核ではありますが、小説はもちろん、哲学、歴史、科学といったリベラルアーツのジャンルも多様に取り上げ、皆様のお声に合わせて適切に調整できればと思っています。

Q15 職系の本や転職に関する要約もラインナップされているものの、法人からはあまりよく思われないのでしょうか。もしくはそういった本を読めるリストから外しているのでしょうか。

必要以上に転職等を煽るような本は極力扱わないようにしています。ただし、人材の流動性や構造的な問題、人事が向き合うべき課題、あるいはそれぞれの人が教養として知っておくべき内容に関しては、フラットな視点で書かれているものを取り上げています。

【その他】

Q16 コンシューマー向けで Amazon や楽天といった大きなプラットフォーマーとの連携は難しいのでしょうか。

両者にとって Win-Win の提携となるのであれば、可能性はあり得ると考えています。なお、コンシューマ事業に限らず、エンタープライズ事業の拡大を目指す中でも、Win-Win となる取り組みは、積極的に提携を模索していきたいと考えています。

Q17 フライヤーの無料利用に関する株主優待を検討いただけないでしょうか。

今後、皆様のお声も参考に検討していきたいと考えています。

Q18 法人ユーザの利用シーンは、就業中や休日など、いつが多いのでしょうか。企業が推奨している時間などはあるのでしょうか。

企業のポリシーにもよりますが、多くの会社では移動や休憩等の業務中のスキマ時間やプライベートの時間にご利用いただくケースが多いです。例えば、通勤時間や昼休み、料理や洗濯など家事の時間、朝の準備中などです。通勤時間などはテキストで利用される方も多いですが、家事やランニングなどの耳だけ空いている時間には音声を利用される方も多くいらっしゃいます。

一方で、業務上の調べ物をする際に、フライヤーの検索機能を活用し、本の情報を参照してレポート作成や営業対応にご利用いただくケースもございます。

Q19 成長組織ナビのトライアル期間はどのくらいですか。

展開時期によって変わることもありますが、現状は3か月を基本としています。トライアル期間では目的の設定、実施、検証、今後の組織改善施策についてディスカッションをします。現在、「flier business」をご利用のお客様には無償でトライアルいただけます。

Q20 2月に上場されましたが、法人契約時に理解が得られやすくなったなど上場効果は感じていますか。

はい、主に以下の点で実感しています。いずれもすぐに大きな影響を与えるものではありませんが、これらの効果を業績に反映させていきたいと考えています。

- ・採用、特に新卒採用において、比較的円滑に選考プロセスが進行するようになったと感じます。
- ・ご利用企業において「flier business」導入検討プロセスが以前よりも円滑になったと感じます。

以 上