

2027年2月期第1四半期 決算説明資料

2026年7月14日株式会社フ라이어



目次

01		会社概要・企業理念	p.3
02		2027年2月期 第1四半期業績	p.11
03		2027年2月期 業績予想	p.24
04		成長戦略	p.27
05		APPENDIX	p.37

01

会社概要・企業理念

会社概要

OUTLINE

会社名	株式会社フライヤー
設立	2013年6月4日
資本金	6.14億円
所在地	東京都千代田区一ツ橋一丁目1番1号
代表者	代表取締役CEO 大賀康史
従業員数	54名（2026年5月末日時点）

CEO'S PROFILES

代表取締役CEO 大賀康史



早稲田大学大学院を卒業後、アクセンチュア株式会社、フロンティア・マネジメント株式会社を経て、2013年6月、株式会社フライヤーを設立。日本ディープラーニング協会 E資格。



MISSION

ヒラメキあふれる 世界をつくる

VISION

**あらゆる「人」と「組織」が成長し
可能性がひらかれるプロダクトをつくる**

知にふれることで人はもっと、自由になれる。

多様性のある知が蓄積されると点と点がつながって、ヒラメキが生まれる。

そのヒラメキは、自由に羽ばたける翼となり
あなたを未知の世界へ連れていってくれるだろう。

知は、組織にも効いてくる。

はたらく人たちが知から学び、成長できる環境ができれば
組織は力強く未来へ向かっていけるはずだ。

あらゆる人が、気軽に信頼できる知にふれられる。
組織が、学びと成長の場になる。

フライヤーは、そんなプロダクトをつくっていく。

事業内容一覧

エンタープライズ事業セグメント（法人向け事業）

売上構成比率※1

43.4%



個人向けサービス「本の要約サービス flier」を活用し、従業員の自律的学習の推進や学びの文化形成などを支援するサービス。

flier 要約読書会

要約を活用し、事前準備なしで気軽に参加できる読書会を通じて、新たな学びの体験価値を提供。参加者の相互理解や組織の共通言語化を推進し、flier businessの利用定着を支援します。

施設向け事業

施設に紐づくWi-Fiなどを利用し、施設利用者に「本の要約サービスflier」を提供するサービス。施設の付加価値向上につながります。

法人向け研修事業

リーダー層向けに本を主題にして他企業の同階層の人とともに越境型学習を行う「越境マネジメントプログラム」、第一線の講師の方と集中的に学ぶ講座、著者によるセミナーなどがラインナップされています。

コンシューマ事業セグメント（個人向け事業）

売上構成比率※1

56.7%



話題のビジネス書や名著・ベストセラーを1冊約10分の要約で楽しめる自己研鑽サービス。



読書好きが集まるオンライン読書コミュニティ。会員同士の交流のほか、著者が開催する読者会や短期講座を開催。

flier公式
チャンネル

本を軸にした学びを深める多彩な動画を配信。幅広い分野の著名人をゲストに迎え、「学び」の動画をflierサービス内とYouTubeで提供しています。

スクール事業

個人のキャリア形成やスキルアップの成長支援として、生成AIやWebデザイン等の講座とコーチングを一体で提供。未経験から副業・フリーランスデビューや在宅ワークを確立し、自分らしいキャリアを築くプロセスを伴走支援します。

※1：2027年2月期第1四半期売上高より算出。

「flier」 とは

flierは、良書との出会いを促進する時短読書サービスです。

約6,000冊から良書を厳選



6,000 titles/year(※)



365 titles/year

約10分で読める要約形式にして配信



4 - 6 hours/title



10 minutes/title

※ 日本国内で年間に刊行されるビジネス書は、年間6,000冊程度と言われています。

flierは、ビジネスパーソンが読むべき本を厳選し、1冊あたり約10分で読める要約形式で提供しています。

毎日1冊ずつ追加、現在の蔵書は4,300冊超(2026年5月末時点)です。

通勤時間や休憩時間などのスキマ時間を活用して、教養やビジネススキルを身につけられます。

「flier business」

「flier business」は、1冊約10分で読めるビジネス書の要約コンテンツを軸にした「人材育成サービス」です。



「flier要約読書会」書籍要約を活用した組織開発プログラム

当社は、「flier business」といったコンテンツ・プロダクトに加え、対面型研修等の体験価値にも注力しています。「flier要約読書会」は書籍の要約を”共通言語”に、立場を超えて語り合う対話型ワークショップで、組織開発・コミュニケーション活性化等多くのニーズにお応えするべく提供を開始しました。

一般的な研修サービスとの比較

	一般的な研修	flier要約読書会
コミュニケーション	講義型	対話型
開催の準備	講座設計などの入念な計画	テーマ書籍の選定のみ
参加の準備	予習や課題	なし
雰囲気	正解を求められる	フラットに話せる環境
思考力の向上	内省が起きづらい	他者の問い・視点で思考が深まる
チーム越境	個人に閉じがち	対話を通じた関係構築が進む



10分で読んで
60分で繋がる

事前準備不要
オンライン & 対面可

「スクール事業」

当社グループは、あらゆる人の成長支援のために、生成AI・Webデザイン等のスクール事業を提供しています。

「AIStep」

サービス内容

- ・ 未経験から最短1か月で副業・フリーランスデビューを目指すことのできる次世代AIワーカー養成講座
- ・ 研修とコーチングを一つのプログラムで提供し、案件の獲得から実行までを支援

メインターゲット層

フリーランスデビュー・副業デビューを目指す人

未経験から最短1ヶ月で副業・フリーランスデビューを目指す
次世代フリーランス養成講座



未経験から次世代を生き抜く「生成AIワーカー」へ。

「Find me !」

サービス内容

- ・ 女性特化型Webデザインスクール
- ・ 未経験からでもWebスキルの習得からキャリア形成までを一気通貫で支援

メインターゲット層

Webデザイン未経験～学び直したい女性層

収入を得るために必要な**58スキル**が全て学び放題！

最新のカリキュラムをチェックできるから、プロとして今必要な知識をいつでもアップデートできる！



02

2027年2月期第1四半期業績

サマリー

2027年2月期
第1四半期実績

2027年2月期第1四半期の連結売上高は3.8億円(前年比+57.6%)、経常損失は▲7百万円(前年経常利益15百万円から▲23百万円の減少)、EBITDAは10百万円となりました。

M&Aに伴い連結売上高が大幅に増加した一方、flier business等の既存事業の成長が伸び悩んだこと、および、M&A関連諸費用が発生した影響もあり、経常損失で着地しています。

エンタープライズ事業
セグメント

flier businessの新規獲得(営業)は過去の伸び悩みから脱却し回復基調にあるものの、年度始めを契機とする解約影響をカバーしきれず売上高1.6億円(前年比▲6.0%)の減収となりました。

V字回復の成長軌道に戻すべく現在成長戦略・対策方針を策定しております。

コンシューマ事業
セグメント

前期のM&Aにより子会社化された2社の連結貢献が本格化しているため、売上高2.1億円(前年比+226.2%)の大幅増収となりました。

第1四半期は子会社のスクール系事業のマーケティング投資を強化しており、利益貢献が本格化するの
は第2四半期以降となる見通しです。

今後の業績予想

2027年2月期の業績予想は、売上高16.3億円、営業利益1.0億円、EBITDA(※1)1.7億円を見込んでいます。第1四半期の業績状況は当初予算以上の結果で推移しており、年間の業績予想は順調に進捗していると判断しております。

※1：EBITDA = (営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額)

業績サマリー

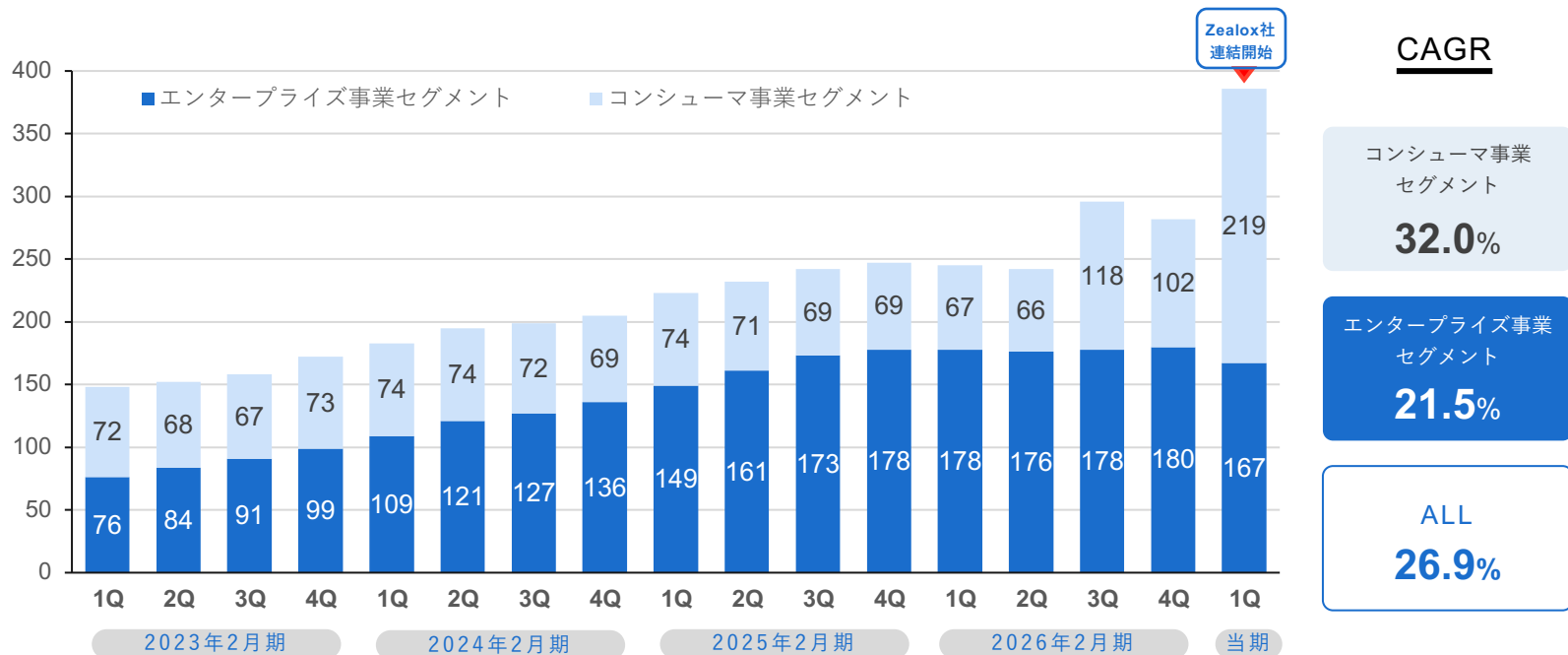
当第1四半期連結累計期間は、前期のM&Aにより子会社化された2社の連結貢献の影響からコンシューマ事業セグメントが219百万円と大幅に伸長し、全社で386百万円（通期計画比進捗率23.7%）の順調な増収を達成。利益面については、エンタープライズ事業セグメントの減収、および、M&A関連諸費用の発生により営業・経常損失となりましたが、四半期純利益は黒字を維持しており、通期業績予想に向けて概ね計画通りの順調な進捗となっております。

[単位：百万円]	26年2月期1Q (単体実績※1)	27年2月期1Q (連結実績)	前年同期比		通期業績予想比	
			増減額	増減率	計画値	進捗率
売上高	245	386	+ 141.0	+ 57.6%	1,632	23.7%
エンタープライズ事業セグメント	178	167	▲ 10.0	▲ 6.0%	—	—
コンシューマ事業セグメント	67	219	+ 151.0	+ 226.2%	—	—
売上原価	47	65	+ 18.0	+ 37.8%	—	—
売上総利益	197	320	+ 123.0	+ 62.3%	—	—
販売費及び一般管理費	180	326	+ 145.0	+ 80.2%	—	—
営業損益	16	-5	▲ 22.0	—	100	—
EBITDA		10		—	175	6.1%
営業損益率	6.8%	▲ 1.4%	▲ 8.2pt	—	—	—
経常損益	15	-7	▲ 23.0	—	88	—
当期純損益 ※2	15	3	▲ 11.0	—	58	6.7%

※1：当社は2026年2月期第3四半期より連結決算に移行しております。そのため、2026年2月期第1四半期の数値は単体の実績を記載しております。※2：連結数値については、「親会社に帰属する当期純損益」を記載しております。

売上高推移

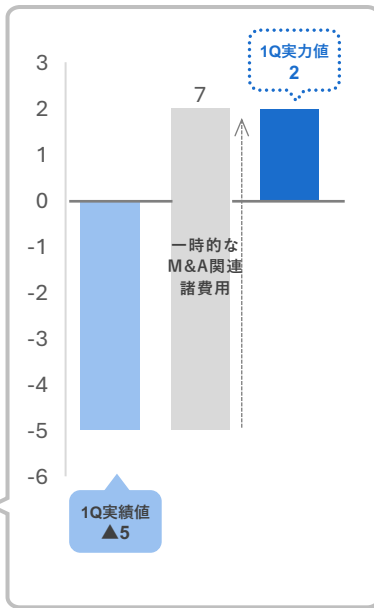
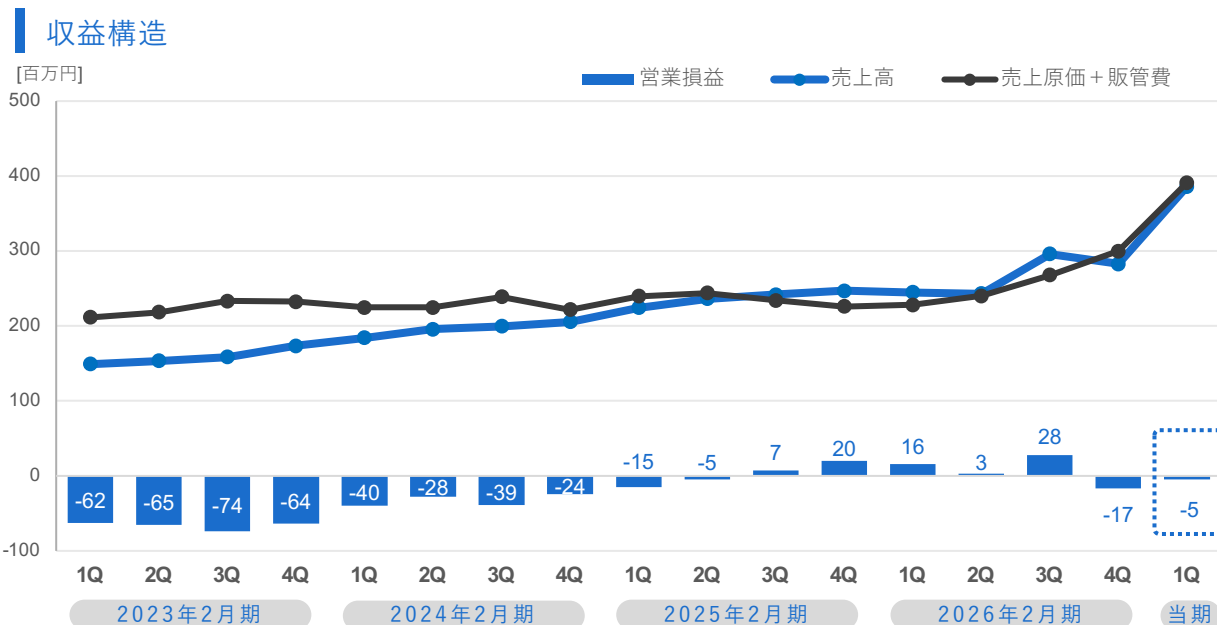
2027年2月期第1四半期の連結売上高は過去最高（386百万円）を更新しています。特に、M&Aにより強化しているスクール事業の連結貢献が本格化しています。一方、エンタープライズ事業セグメントは成長が停滞しており、V字回復に向け抜本的な対策方針を実行予定です。



CHAPTER 2

営業損益推移

主力のエンタープライズ事業は固定費中心の費用構造である一方、M&Aにより強化しているスクール事業は変動費中心の費用構造、かつ、会計基準上費用が先行して発生するビジネスモデルのため、マーケティング投資を強化している第1四半期は費用が大幅に増加した影響から損益が一時的に悪化しています。



主要KPI（全社）

連結売上高 ※1

3.8 億円
(前年比 +57.6%)

累計法人契約社数 ※4

(flier businessのほか、施設向け事業等を含む)

flier累計会員数 ※5

1,406 社**130** 万人超

EBITDA ※2

10 百万円flier business
MRR ※3**50** 百万円

要約掲載数 ※6

4,300 冊超

提携出版社数 ※7

190 社超

提携書店数 ※8

200 店超

※1：2027年2月期第1四半期のグループ全体の売上高。／※2：EBITDA = (営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額)。2027年2月期第1四半期の数値にて算出。／※3：「flier business」の契約において、法人顧客から毎月継続的に得ることのできる月次収益額。2026年5月末時点。／※4：2026年5月末時点。法人企業への販売契約のうち、3か月以上の継続取引のみを算入しております。また、「flier business」に加え施設向け事業も含めた法人契約社数を記載しています。／※5：2026年5月末時点(会員数にはflier business法人契約企業の利用者を含む)。／※6：2026年5月末時点。／※7：2026年5月末時点。／※8：2026年5月末時点で当社企画のフェアを開催している書店数。

flier business KPI

MRR ※1

(第1四半期末時点)

50 百万円

CAGR※5 : 24.8%

契約社数 ※2

(第1四半期末時点)

580

CAGR※5 : 8.7%

ARPA ※3

×

88 千円

CAGR※5 : 15.2%

Net Revenue Churn Rate ※4

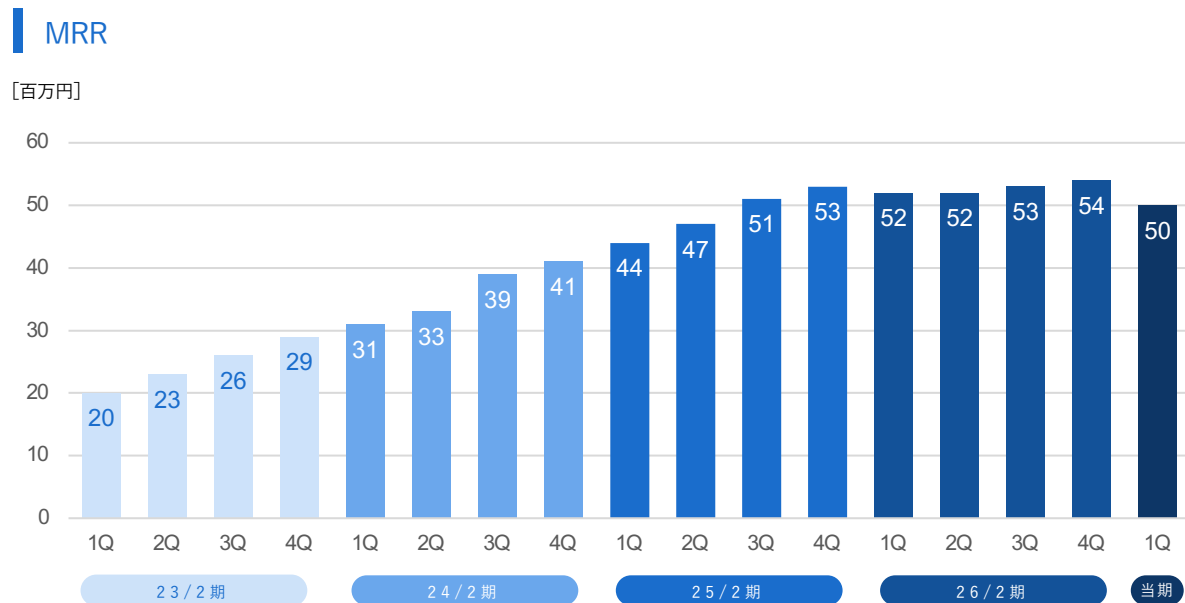
1.79 %

※1 : 「flier business」の契約において、法人顧客から毎月継続的に得ることのできる月次収益額。2026年5月末時点。／※2 : 「flier business」の契約のうち、3か月以上の継続取引における契約社数。2026年5月末時点。

※3 : 「flier business」の契約における月次平均単価。2026年5月末時点。／※4 : Net Revenue Churn Rateは、前月のMRRに対するリカーリング収入の変動額(解約額+ダウンセル額-アップセル額)の割合。上記数値は毎月解約率の直近12か月平均(2025年6月～2026年5月)。／※5 : 2023年2月期～2027年2月期第1四半期の「flier business」の各数値より算出した年平均成長率。

「flier business」KPI推移(MRR)

新規獲得(営業)は過去の伸び悩みから脱却し回復基調にあるものの、年度始めの解約影響をカバーしきれず第1四半期末のMRRは50百万円となりました。現在は再成長に向け、CS体制の強化や機能追加・体験価値提供による利用定着化を推進しています。

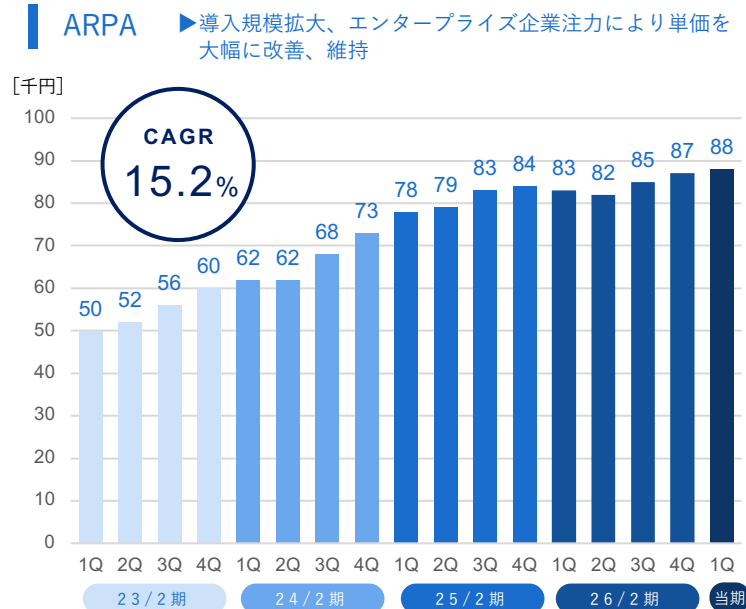
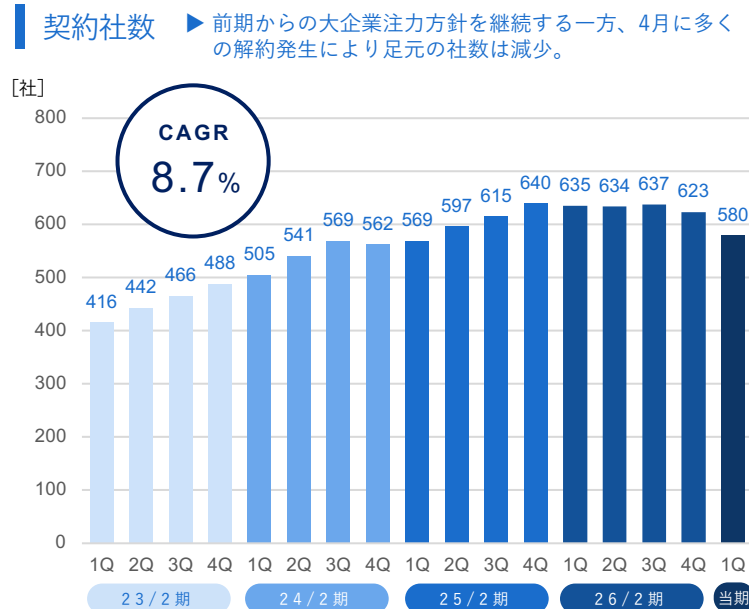


CAGR
24.8%

※1：期末時点のMRRの金額の推移。法人向け販売契約のうち「flier business」の契約を対象としています。／※2：CAGR=2023年2月期～2027年2月期第1四半期の「flier business」のMRRの年平均成長率。

「flier business」KPI推移(契約社数・ARPA)

単価（ARPA）は上昇基調を維持した一方、契約社数は4月の解約数が大きい影響から減少となりました。今後のMRRの安定的な成長に向け、今期はカスタマーサクセス（契約維持・利用定着）の強化に注力してまいります。



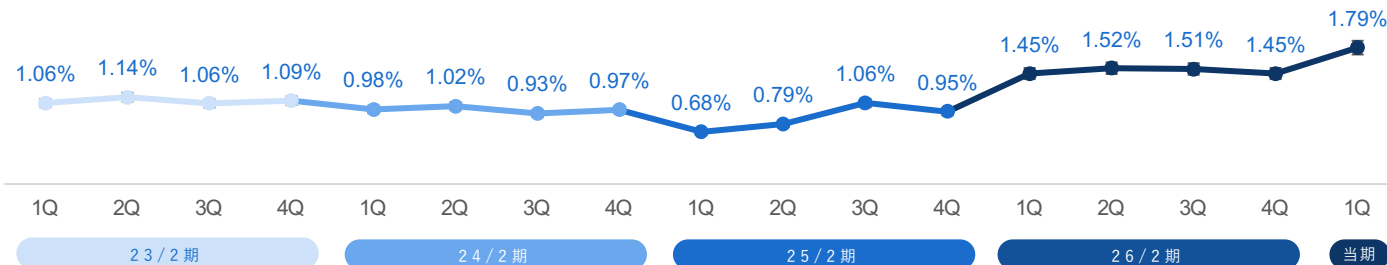
※1：契約社数：法人企業への販売契約のうち、3か月以上の継続取引における契約社数。「flier business」の契約を対象としています。／※2：Average Revenue Per Accountの略。法人顧客に対する月次平均単価。販売契約のうち「flier business」の契約を対象としています。／※3：CAGR=2023年2月期～2027年2月期第1四半期の「flier business」の各数値より算出した年平均成長率。

「flier business」KPI推移(解約率)

SaaSのビジネスモデルの重要指標である解約率（Net Revenue Churn Rate）は、1.79%へと上昇しています。4月の新年度の契約更新のタイミングで解約件数・金額ともに大きく発生したことが影響しています。

今後もCS活動やプロダクトの進化により、さらなる利用率改善を図ってまいります。

Net Revenue Churn Rate ※1



※1：（月次の新規受注額＋既存顧客の金額変更－既存顧客の解約額）÷（前月末の既存顧客に対する継続課金残高）を算出。上記の四半期ごとの数値は、月次解約率の直近12か月平均として算出。

現状の課題と今後の対応方針

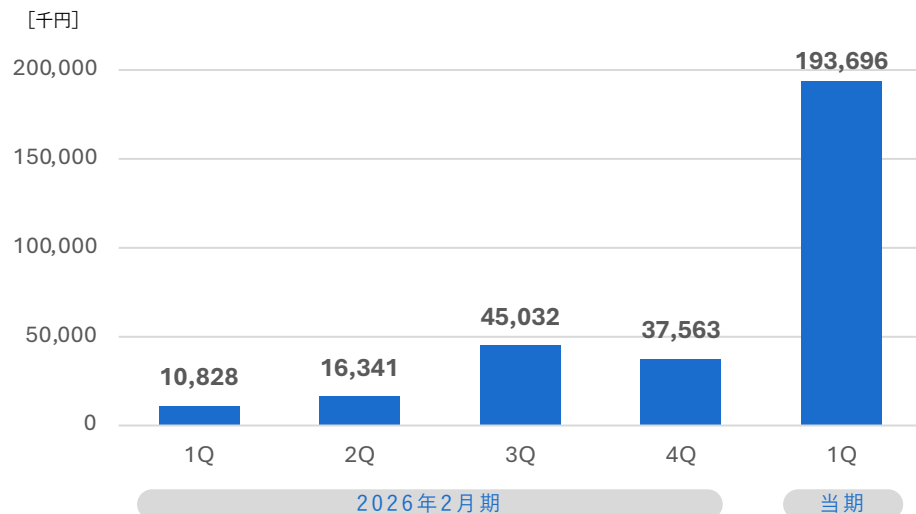
グループ全体としては、新たな成長の柱である「スクール事業」が順調に進捗している一方、「flier business」「flier個人版」は成長の踊り場にある状態です。今後、現状の課題を打破していくべく、対応方針を明確にし、挽回策に着手していきます。

課題項目	課題内容	今後の対応方針
flier businessの 成長回復	2025年以降に見受けられる企業内のe-learningサービスの見直しの影響もあり、直近では解約・ダウンセルが大きくなっていることが主要な課題	「flier business」の成長戦略を社内のプロジェクトチームにて策定中。今後の営業戦略の見直し、CS機能の強化、プロダクトの進化、体験価値の強化等に順次着手予定
flier個人版の リモデル	生成AIの広まり、サブスクサービスの乱立の影響からflier個人版も減収傾向が続いており、サービスとしての進化が求められている状況	「flier個人版」の中長期的なリモデル・プロダクトの進化についてのプロジェクトに着手予定
新たな成長事業の 創出	M&Aを通じてスクール事業の強化に取り組んでいるが、今後新たに「体験価値」を牽引していく事業の創出が急務	・ flier要約読書会を皮切りに新規の「体験価値」事業の立ち上げに着手中 ・ 継続的に新規のM&Aも検討中

「体験価値」グループ受注総額推移

当社グループは、対面型研修やオンラインスクール等の「体験価値」を今後強化していく方針です。フライヤー単体での研修メニューの充実に加え、M&Aによるスクール事業の強化に伴い、受注総額は順調に増加しております。

研修・スクール等受注総額推移 ※1 ※2



総受注額KPIについて

スクール事業等において受注額は売上高の先行指標となります。

1Q受注額は受講契約期間に応じて1Q～4Qに売上高として認識（期間按分）されていく予定です。

※1：研修・スクールの他、要約読書会等の体験価値に資するサービスのグループ全体の総受注額推移。※2：推移に含まれる金額のうち一部サービスは計上額が算入されているものの、その割合は軽微であるため、大きな影響はありません。

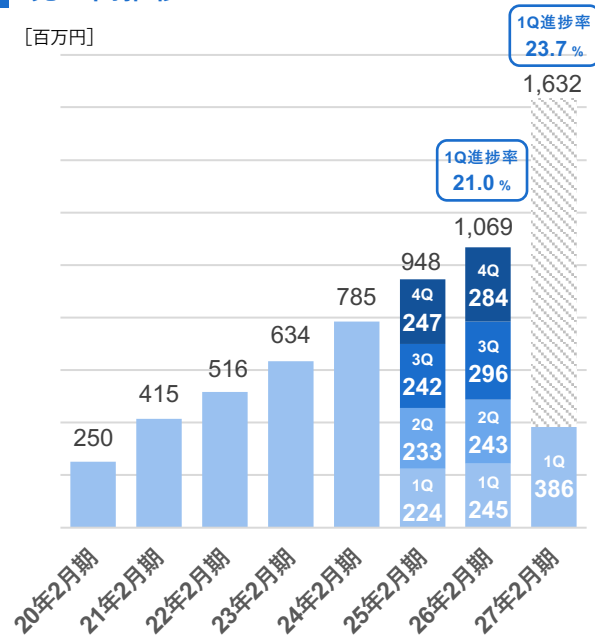
CHAPTER 2

業績ハイライト

売上高は進捗率23.7%と順調な滑り出し。経常損益のエンタープライズ事業セグメントの成長の伸び悩み、および、M&A関連の一過性費用の影響であり、期初の業績予想には既に織り込まれている想定となります。

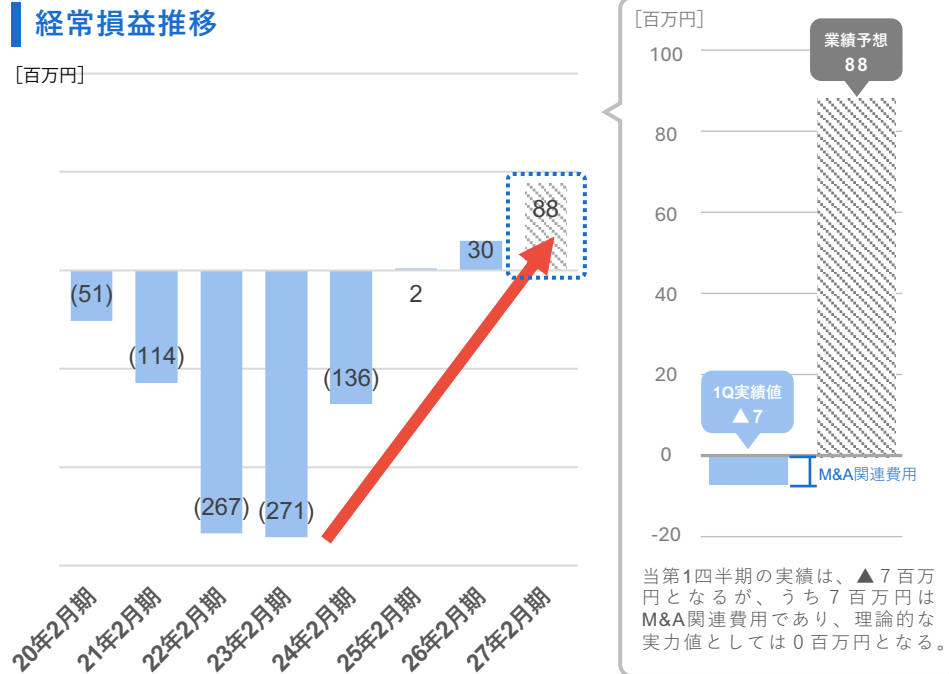
売上高推移

[百万円]



経常損益推移

[百万円]



03

2027年2月期 業績予想

2027年2月期 業績予想

2027年2月期の業績予想は、売上高16.3億円（前年比1.5倍超）、営業利益1億円（前年比3倍超）を見込んでいます。M&Aに関わるのれん償却費等を除いた利益指標であるEBITDAは1.7億円程度（前年比3.8倍程度）を見込んでいます。

[単位：百万円]	26年2月期	27年2月期	増減	増減率
売上高	1,068	1,632	+563	+52.8%
営業利益	30	100	+69	+229.0%
経常利益	30	88	+58	+190.9%
親会社株主に帰属する当期純利益※1	13	58	+46	+408.5%
EBITDA	46	175	+129	+276.3%

※：発表済みの業績予想からの更新はありません。

業績予想の前提

項目	前提条件
売上高	セグメント別の業績予想は開示しておりませんが、エンタープライズ事業セグメントは「flier business」の業績が回復基調に転じる見通しです。コンシューマ事業セグメントは、株式会社AIStep及び株式会社Zealoxの子会社化に伴い、売上が大幅に増加する見通しです。毎月のMRRは前月MRRに当月の新規受注額、アップセル・ダウンセル、解約額を加減算して算出しています。
売上原価及び販管費	連結子会社の増加に伴い、売上原価及び販管費は1.5倍程度に増加する見通しです。なお、引き続き継続的なM&Aの実行を見込んでおり、M&A関連費用も含めた数値となっています。
営業外損益	主に金融機関からの借入に対する支払利息によるものとなります。

※：発表済みの業績予想からの更新はありません。

04

成長戦略

人財開発のトレンド

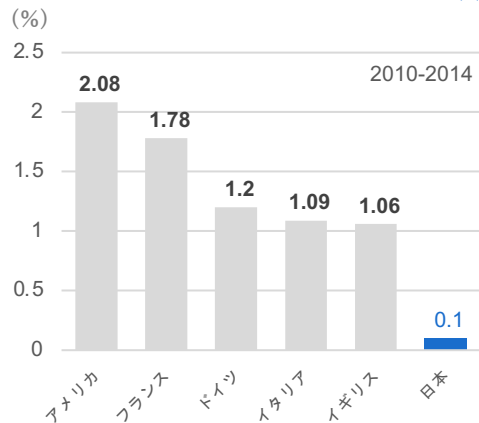
人的資本開示

人的資本開示の義務化

2023年3月期の有価証券報告書から企業に人的資本情報の開示が義務化

人材育成投資(OJT以外)の国際比較(GDP比)

※1



リスクリング

リスクリング推進に関する宣言

岸田政権 第210回臨時国会 (2021年)

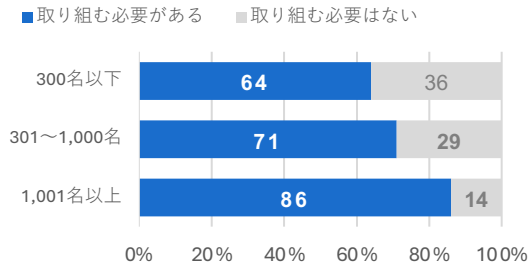
所信表明にて「リスクリング支援に5年で1兆円投じる」と表明

世界経済(ダボス)会議 (2020年)

「2030年までに地球人口のうち10億人をリスクリングする」

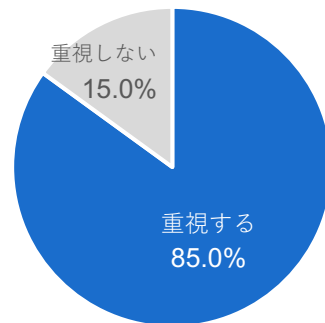
リスクリングに取り組む必要性に対する認識

※2



タイムパフォーマンス

タイムパフォーマンスに対する意識調査 ※3



各機関による注目ワードピックアップ

- 三省堂今年の新語2022大賞「タイパ」
- 消費者経済総研2023年ヒット・トレンド予測(コト編)第10位※4「本の要約サービス」

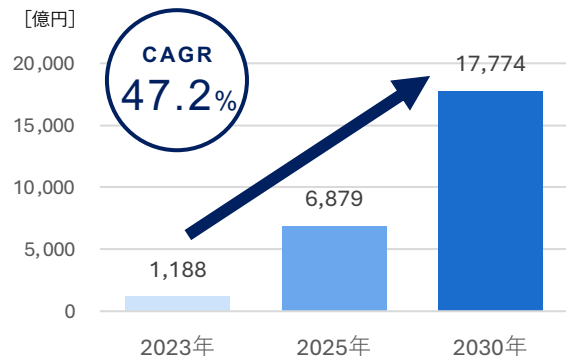
※1：出典「経済産業省第27回中央訓練協議会資料7「経済産業省の取組 令和4年2月」」 / ※2：出典「ProFuture株式会社/HR総研([URL]hrpro.co.jp/research_detail.php?r_no=346)」

/ ※3：出典「株式会社SHIBUYA109エンタテインメント「Z世代の映像コンテンツの楽しみ方に関する意識調査」」 / ※4：タイパサービスとしての選出

生成AI需要のトレンド

生成AIの国内需要が2030年に15倍超へと急成長する中、企業のIT投資意欲は過去最高水準に達しています。既に大企業の8割が活用フェーズにあり、投資の焦点は「現場の定着と人材開発」へ移行しており、AIを使いこなす高度な人間力と実践力(AIスキル)を備えた人材育成がより重要となってきています。

市場の拡大：生成AIの需要の見通し(国内) ※1



国内市場の成長ポテンシャルは2030年に1兆7,774億円(15倍)へ。特に「ソリューションサービス」領域では約19倍とより急激な成長が予測されている。

現場の動向：企業におけるIT投資の動向 ※2

- ✓ **IT予算は過去最高水準の増加傾向(DI値※3 38.0)**

調査開始以来の最高値を記録。予算増の最大の牽引役は生成AI活用への投資。
- ✓ **「導入」から「活用・人への投資」フェーズへ**

大企業の8割が活用フェーズにあり、ガイドライン策定(77.5%)も一巡。投資の焦点はツールの導入から現場への定着・人材育成へと移行。
- ✓ **「生産性向上」を担う高度人材への注力**

AI活用の目的は「生産性向上(88.0%)」と「人材不足解消」。これを担うIT戦略・DX推進リーダーの需要が急増している。

※1：出典「電子情報技術産業協会(JEITA)：『注目分野に関する動向調査2023』生成AI(人工知能)の世界需要額見通し」/ ※2：出典「一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会(JUAIS)：『企業IT動向調査2026』」/ ※3：Diffusion Index(「増やす(または増加)」と回答した企業の割合から、「減らす(または減少)」と回答した企業の割合を引いた値。)

AI時代における人・組織の成長支援の方向性

生成AIが日進月歩で進展する中、今後は人材育成においてもAIとの共存が必須の時代となりつつあります。当社は、AI時代における活躍人材創出を支援するべく、“AI時代に求められる能力”を獲得するためのサービスとして、「flier business」を継続強化するとともに、生成AI活用支援・組織開発支援を通じて統合的な人材育成プラットフォームを目指していきます。

AI時代に求められる能力

本からの学び (人間力)

幅広い好奇心

言語能力（読解・言語化・論理）

深い人間理解（教養や対話等による）

AI使いこなす力 (AIスキル)

AIに対する理解・知識

実践力

当社が提供する価値

「flier business」の継続強化
(本からの学び)

生成AI活用支援

組織開発支援

戦略方針・成長戦略

より踏み込んだ”本からの学び”により、個人・組織双方の成長を加速させます。特に、人材育成の中核サービスである「flier business」は、プロダクト面の更なる進化に加え、組織開発・コミュニケーション活性化を促進する「体験価値」を合わせた形での価値提供を強化していきます。加えて、新たな事業の柱として“AIを使いこなす力”を強化すべく積極的にM&Aも実行していきます。

戦略方針



従来からの「flier business」を中心としたエンタープライズ事業セグメントにおける事業拡大に加え、新たな成長の柱として生成AI活用研修(子会社事業の「AIStep」等)・組織開発支援(「flier要約読書会」)の展開を本格化していきます。

主な成長戦略

本からの学び

コンテンツ提供からコンテンツ+体験価値提供へ

① プロダクトのさらなる進化
(AIお悩み解決サーチ(β)、flier成長組織ナビ等)

② 体験価値の訴求
(flier要約読書会、法人向け研修、法人向けコミュニティ)

② AIを使いこなす力

M&AによるtoC/toB両面での活用力実装強化

③ スクール事業の強化・拡大

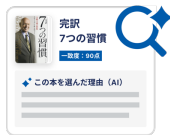
「flier business」法人向け機能

成長戦略①：「プロダクトのさらなる進化」

良質なコンテンツとともに、人材育成および学びの文化醸成に資するサービスをかけあわせ、「flier business」固有の価値提供を行っています。

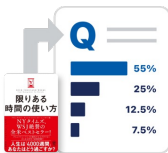
AIお悩み解決サーチ(β)

AI(※1)が4,200冊超の要約を解析し(※2)、個々の悩みや課題に最適な一冊を提案する機能です。文脈を理解したマッチングと個別推薦理由の提示により、選書のハードルを解消。信頼できる知見に基づいた迅速な意思決定と、社員の自律的な課題解決を効率的に支援します。



みんなの投票箱

要約読了後の問いに答え、他者の回答分布に触れる参加型機能です。1クリックでの「自分ごと化」により、アウトプットを伴う能動的な学びを促進。社内データのCSV(※3)出力にも対応し、組織の学習傾向の把握や、対話によるエンゲージメント向上に幅広く活用可能です。



学びメモ

要約から得た学びをメモとして記録し、社内SNSのように他者のメモを閲覧することで学びを深めたり、リアクションを受けたりすることで、ユーザのアウトプットの習慣化を補助する機能です。



読書プログラム

導入企業内で自由に設定できる要約の推薦リスト機能です。企業の教育プログラムに応じた要約の選出や、職種ごとの基礎知識リストや部署ごとの提案ができます。flier編集部・有識者が作成した既存リストの利用も可能です。



その他機能

サービス連携(※4) / 管理者機能 / 人的資本開示機能

※1：セマンティック検索(単なるキーワード照合ではなく「概念的な親和性」でマッチングを行う技術)と、LLM(Large Language Model=生成AI)を活用した推薦文生成を組み合わせた独自の仕組みです。／※2：解析対象は、許諾を得て作成した要約のデータセット及び書籍名のみです。推薦文の生成にあたり、書籍本文データの読み込みや利用は一切行っておりません。／※3：Comma Separated Valuesの略。カンマを用いたデータ形式。／※4：ログインのSAML/SSO認証(Security Assertion Markup Language/Single Sign On)や、チャットツールとの連携等。

【再掲】「flier要約読書会」 書籍要約を活用した組織開発プログラム

成長戦略②：「体験価値の訴求」

当社は、「flier business」といったコンテンツ・プロダクトに加え、対面型研修等の体験価値にも注力しています。「flier要約読書会」は書籍の要約を”共通言語”に、立場を超えて語り合う対話型ワークショップで、組織開発・コミュニケーション活性化等多くのニーズにお応えするべく提供を開始しました。

一般的な研修サービスとの比較

	一般的な研修	flier要約読書会
コミュニケーション	講義型	対話型
開催の準備	講座設計などの入念な計画	テーマ書籍の選定のみ
参加の準備	予習や課題	なし
雰囲気	正解を求められる	フラットに話せる環境
思考力の向上	内省が起きづらい	他者の問い・視点で思考が深まる
チーム越境	個人に閉じがち	対話を通じた関係構築が進む



10分で読んで
60分で繋がる

事前準備不要
オンライン & 対面可

「flier要約読書会」書籍要約を活用した組織開発プログラム

成長戦略②：「体験価値の訴求」

多忙な大企業でも「事前準備ゼロ」で高い参加率と満足度を実現。フラットな対話を通じて組織の壁を越える「斜めの繋がり」を生み出し、若手の挑戦意欲と理念の浸透を両立する、人的資本活性化の強力なアプローチです。

事例「大鵬薬品工業株式会社様」

参加者	多忙な部課長、 普段社内イベントにあまり参加しない専門職層
満足度	1回目：100%／2回目：88.9% ※
開催目的	日々の業務を企業理念などの「使命」へと繋げるための腹落ちを促し、多忙な社員でも気軽に参加できる「知（対話）の入り口」を提供するため。
効果	・ 専門職層や管理職など新たな参加層の開拓。 ・ 縦割りになりがちな組織において、部署や階層の壁を越えた“斜めの繋がり”に寄与。 ・ 共通言語を通じた心理的安全性が向上。
参加者の声	事前準備が不要で、「その時間だけ空ければいい」から参加しやすい。共通言語が生まれる。

事例「パナソニック ホールディングス株式会社様」

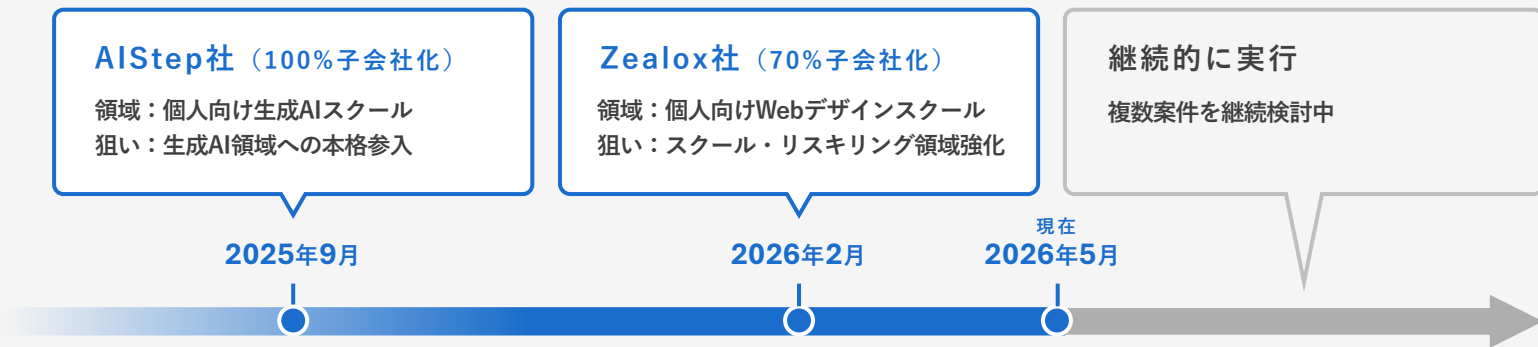
参加者	技術部門のメンバー 役職や年齢、所属する課をミックスして編成
満足度	4.3 / 5.0
開催目的	激しい変革期においてメンバーが抱える「不安」を共有し、「やる気」や前向きなエネルギーに変える場をつくるため。
効果	役職や立場を超えた対話を通じてチームの一体感が高まり、心理的安全性が向上。結果として、若手の主体性やキャリア意欲の向上に直結した。
参加者の声	・ 要約があることで事前準備のハードルが下がり、全員が同じ土俵でスムーズに深い対話に入れた（とっつきやすさが圧倒的に上がった）。 ・ 若手メンバーから「自分のキャリアをこう形成したい」「頑張りを褒められたい、認められたい」といった本音の欲求や意見が、はっきりと聞けるようになった

※ インタビュー時点で2回の開催実績があり、1回目はリアル開催、2回目はオンラインとリアル会場のハイブリット開催で実施。

継続的なM&A実行による拡大戦略

成長戦略③：「スクール事業の強化・拡大」

当社は「本からの学び」による事業の柱（主に「flier business」）に加え、新たな事業の柱として、「AIを使いこなす力」を支援するべく、主にM&A等の手段を活用し、事業拡大を積極的に推進していく方針です。



実行方針

「あらゆる人と組織が成長し可能性がひらかれるプロダクトをつくる」という当社ビジョンに基づき、BtoC・BtoBを問わず、AI時代に求められる能力（「人間力」×「AIを使いこなす力」）の創出を支援していく事業を中心に、M&Aの実行を継続的に検討していきます。

投資規模・投資原資について明確な基準はありませんが、自己資本比率・グループ全体のキャッシュフローを勘案し、適宜適切な判断をしていく方針です。

中・長期成長戦略まとめ

IPOまでの施策の継続とともに、サービス領域拡大と顧客基盤拡大の両軸での事業拡大を進め、知のプラットフォームを確立すべく企業価値向上に努めます。

現在

サービス基盤確立

コアサービスの確立

- 会員拡大による知名度向上
- 法人営業網の基盤確立
- 190社超の出版社、200店超の書店との信頼関係
- コミュニティ育成による有識者ネットワークの基盤確立
- 4,300冊超の質の高い要約

拡大・横展開 (短・中期)

「flier business」の拡大

- プロダクトの進化(AIお悩み解決サーチ(β)、flier成長組織ナビ等)
- 体験価値の訴求(flier要約読書会、法人向け研修・コミュニティ等)
- エンタープライズ企業を中心とした顧客基盤の拡大

新規事業の展開・M&A

- スクール事業の強化・拡大(「AIStep」、「Zealox」等)

知のプラットフォーム育成 (中・長期)

サービス領域拡大

- 「flier business」の持続的拡大
- 生成AI活用、組織開発支援領域の展開本格化
- さらなる新サービスの企画

顧客基盤拡大

- 全国の直接販売網を構築し、中小企業からエンタープライズ企業まで総合的に展開
- 販売パートナー網の拡充、中小企業を中心に開拓(単価は相対的に低くなる想定)

05

APPENDIX

経営陣



代表取締役CEO 大賀 康史

早稲田大学大学院を卒業後、アクセンチュア株式会社、フロンティア・マネジメント株式会社を経て、2013年6月、株式会社フライヤーを設立。日本ディープラーニング協会 E資格。



取締役CFO 望月 剛

東京大学を卒業後、中央青山監査法人(現PwC Japan 有限責任監査法人)、Bain & Company Ltd.等を経て、2020年6月、当社に参画。公認会計士。



取締役CRO兼CCO 久保 彩

富士フイルムビジネスソリューション株式会社(旧富士ゼロックス株式会社)退職後、グロービス経営大学院にてMBAを取得、株式会社クニエを経て、2020年2月、当社に参画



社外取締役 服部 結花

京都大学を卒業後、株式会社リクルートを経て、インクルージョン・ジャパン株式会社を設立、代表取締役就任。ESGテーマのベンチャーに投資を行うVCを運営。2022年5月、当社に参画。



社外取締役 安田 雅彦

南山大学を卒業後、株式会社西友、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社等を経て、株式会社 We Are The Peopleを設立、代表取締役就任。2024年5月、当社に参画。



常勤監査役 佐藤 純

青山学院大学を卒業後、有限責任監査法人トーマツ、複数の事業会社において取締役・監査役等を経て、2021年9月、当社に参画。公認会計士。



監査役 鈴木 克征

複数社での経理部門を経験し、株式会社メディアドゥ(当社親会社)にて取締役・CAO・社長室付アドバイザー等を歴任。2022年5月、当社に参画。



監査役 廣瀬 崇史

東京大学を卒業後、弁護士法人大江橋法律事務所に入所。国内外の出向を経て、同事務所パートナーに就任。会社法を含む企業法務全般・知的財産法・国際取引・コンプライアンス等の専門分野に取り組む。2022年5月、当社に参画。弁護士(日本)、弁護士(カリフォルニア州)。

「flier」とは－紹介書籍例－



POINT

1

評価の高いビジネス書を
幅広く取り扱い！

POINT

2

大人として一度は読んでおきたい
リベラルアーツ！

「flier」とは－紹介書籍例－

POINT

1

経験豊富な専門ライターによる執筆

数々のヒット作を手がけたライターや出版社編集者、新聞記者、経営コンサルタントら外部の「経験豊富なプロのライター」が原稿を作成

POINT

2

出版編集経験者らによる品質チェック

作成した原稿は、出版社等で編集経験を積んだ社内の編集者が、書籍を精読した上で、より高い品質の要約へと推敲

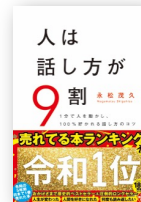
POINT

3

出版社・著者による最終確認

要約記事を公開する前に、出版社・著者への確認を行い、許可をいただいたものだけを公開

出版社・著者からの声



対象書籍のフィーチャーしたい部分を的確に選んでくれていると思います。そのため読者は自分が読むべき本か、そうではないのかを選択するのに、とても参考になるかと思っています。

すばる舎 担当者



丁寧な要約、いつも感謝しております！的確にまとめてくださるので、頭にスッと入り、理解が深まります。広報や書店案内でも役立てています。

PHP研究所 担当者



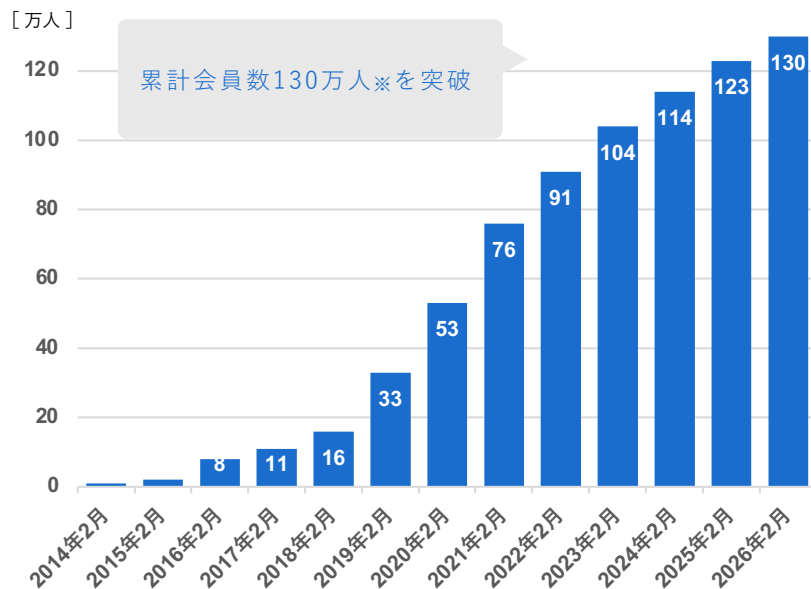
(読書)=(著者+読者)×(対話)
(要約)=(インプット)×(理解)−(ノイズ)
要約とは「著者との対話をどう理解したか」の言語化です。つまり読書とはなんたるかが体現されているメディアといえます。

著者 深沢真太郎

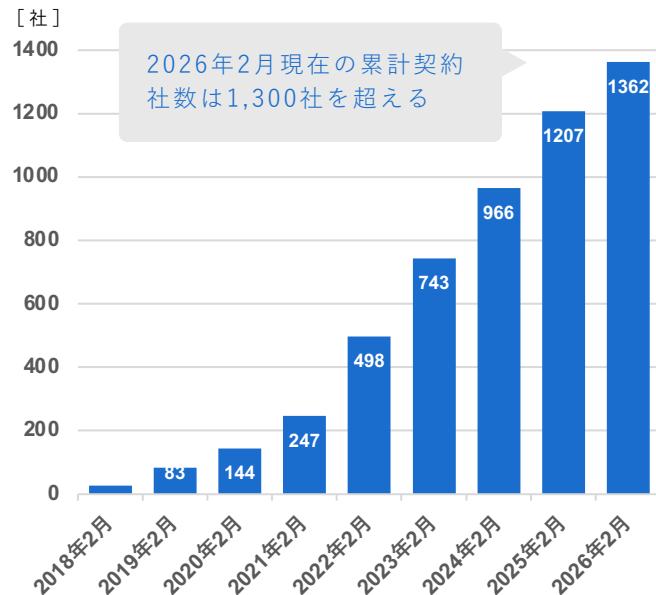
会員数・契約社数推移

累計会員数130万人、累計法人契約社数1,300社を突破いたしました。特にエンタープライズ（法人）事業の拡大により、高単価かつ解約率の低い安定的な収益基盤（リカーリングレベニュー）の構築が着実に進展しています。

累計会員数



累計法人契約社数



※：2026年2月末時点(会員数にはflier business法人契約企業の利用者を含む)。

市場認識

当社は主に「本の要約」コンテンツを提供しており、「要約」コンテンツ市場は存在していますが、当社にとっての明確な競合は認識しておりません。当社は「要約」を通じて個人・組織の成長を支援するという価値を訴求しているため、当社がターゲットとする市場は「人材育成サービス」市場であると認識しております。

当社がターゲットとする市場

	要約コンテンツ市場	(法人向けの) 人材育成サービス市場
当 社	ビジネス書の要約コンテンツを提供	主に法人に対し自律的学習支援サービスを提供
顧 客	・ 個人 ・ 提供価値：個人の自己研鑽の支援	・ 企業の人事研修部門が主 ・ 提供価値：従業員・組織の成長支援
競 合	・ 要約提供プレイヤー ・ 要約系YouTuber	・ オンライン研修・人材育成サービス提供プレイヤー ・ 人材育成関連のHRテックプレイヤー

ビジネスモデル(エンタープライズ事業セグメント)

フライヤーは出版社から要約の許諾を得て要約を作成し、利用企業から提供アカウント数に応じた月額固定額をいただく、SaaS型のビジネスモデルです。現在の販売チャネルは直販中心ですが、代理店網の開拓も進めており今後拡大していく方針です。



出版社・著者のメリット

認知拡大

- ・ フライヤーのサービス内約60万人のメルマガ
- ・ 多様な提携メディアおよび、露出による他メディアでの掲載連鎖

書店連携・販売機会の拡大

- ・ 書店連携：200店舗超の常設の特集棚
- ・ 読書と距離のある新たな読者層へのアプローチ
- ・ 要約で書籍の主旨に触れることが、より深く読者の知的好奇心(購買意欲)を刺激

フライヤーの強み

- ・ 高い参入障壁：190社超の出版社と多くの著者との幅広いネットワークや、4,300冊超におよぶ要約コンテンツ(50名以上の外部の専門性の高いライターが主に作成)
- ・ 高い継続率：解約率(Net Revenue Churn Rate)は1.79%
- ・ 高い収益構造：継続課金による安定的な収益の創出

主な利用者

顧客企業の人事総務担当者

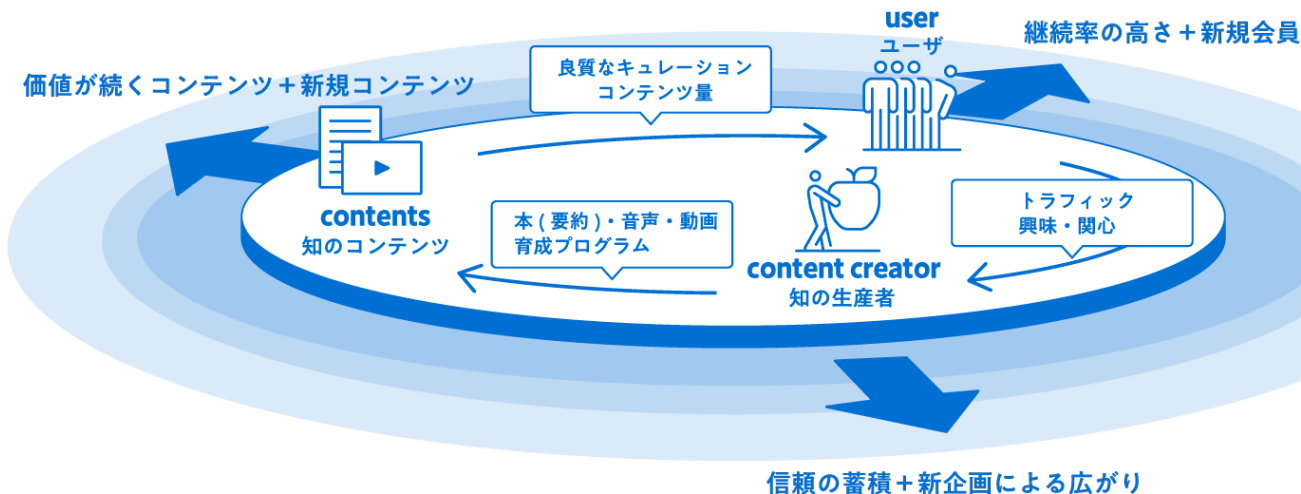
- ・ 社員の人材育成・研修ツールとしてフライヤーを活用し、社員へ学習機会を提供
- ・ 読書を通じた学びの文化の醸成

エンドユーザ(顧客企業の従業員)

- ・ ビジネス書籍の要約コンテンツの利用による自己研鑽
- ・ 各個人の課題に即したコンテンツを通じた学習

ストック資産による参入障壁

ユーザ数の拡大により、出版社・著者等の知の生産者にとっての魅力が高まり、魅力が高まることにより出版社・著者等との協力関係が強固となり、より多くの質の高いコンテンツを発信することができ、コンテンツによりサービスの魅力が量と質ともに高まることでさらにユーザ数の拡大に寄与します。これらは相互に作用しながら、資産として蓄積されることで高い参入障壁を形成し、当社の競争優位を築いていると認識しています。



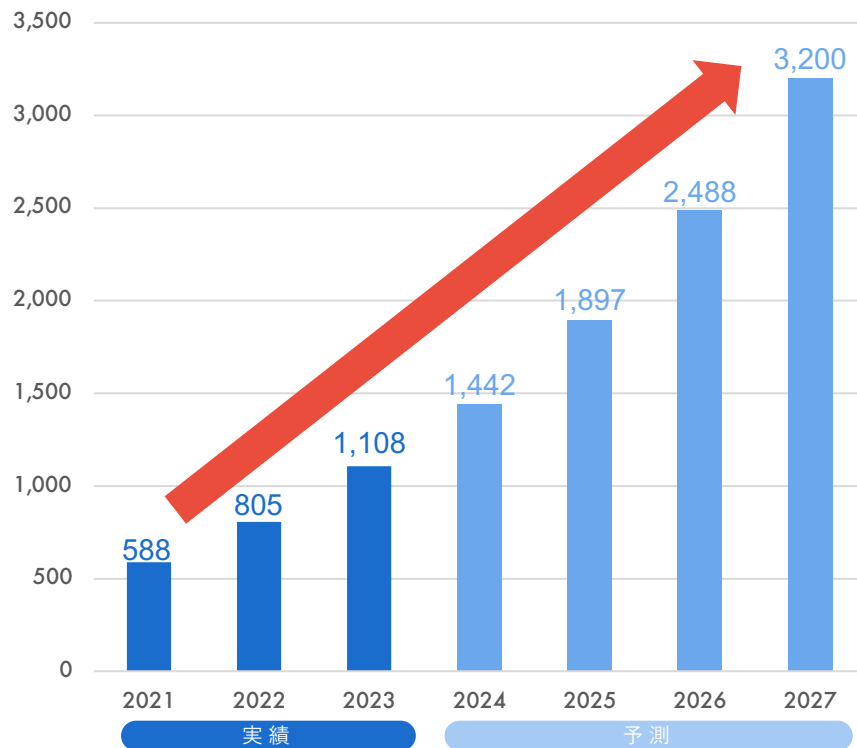
HRテックSaaS市場



HRテックSaaSの市場規模は引き続きCAGR（年平均成長率）が30%超となる見込みで、市場拡大傾向は引き続き継続するものと思われます。

HRテックSaaS市場の推移(2021-2027)

単位：億円



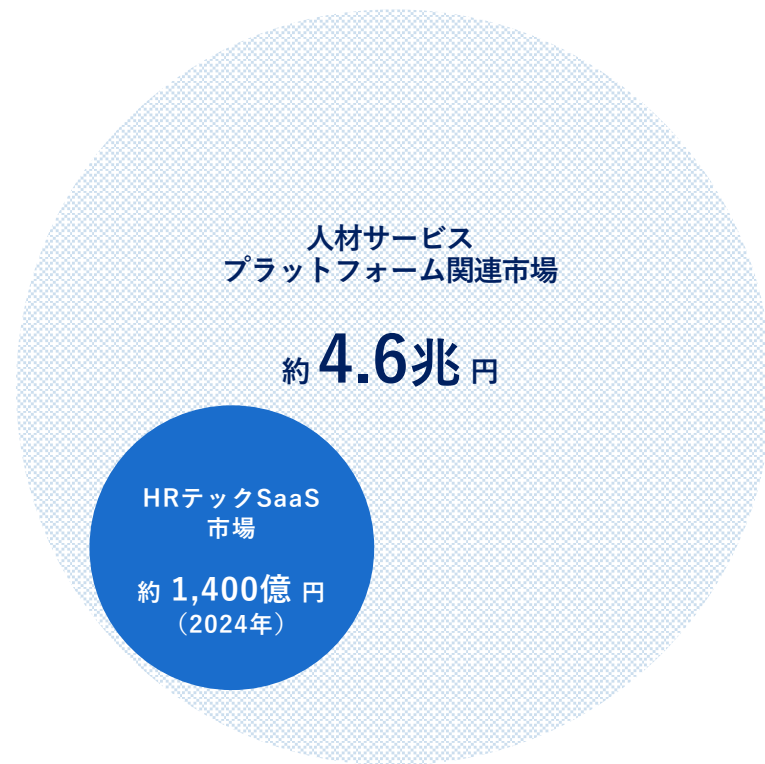
Source：デロイトトーマツミック経済研究所「HRTechクラウド市場の実態と展望2023年度版」

潜在的な市場規模

国内におけるHRテックSaaS市場は約1,400億円が見込まれており、「flier business」の潜在需要・拡大余地はいまだ十分に大きいと考えています。

「flier business」はオンラインの人材育成サービスの市場を主要なターゲットとしています。

その観点から、HRテックSaaS市場、広く捉えると人材サービスプラットフォーム関連市場はターゲットとしうるマーケットと捉えています。



Source : デロイトトーマツミッド経済研究所「HRTechクラウド市場の実態と展望2023年度版」 / 人材サービス産業協議会
「2030年の労働市場と人材サービス産業の役割」の求人広告・職業紹介

顧客ターゲット

「flier 個人版」は学習欲の高いアーリーアダプター層に向け、コンテンツ質をさらに磨き続けていきます。法人向けである「flier business」は学習欲の高い層に加え中程度のボリュームゾーンも対象に加え、サービスの裾野を広げていきます。

学習欲・自己研鑽欲のピラミッド

flier businessのターゲット

- 企業も社員の定着・優秀人材確保のために、継続的な研修・学びの機会を求めている
- 社員教育・研修が必要な人事研修担当者を通じて間接的にボリュームゾーンにアプローチ

HIGH**MIDDLE**

自己研鑽の投資額は少ない

LOW

仕事は生活のため

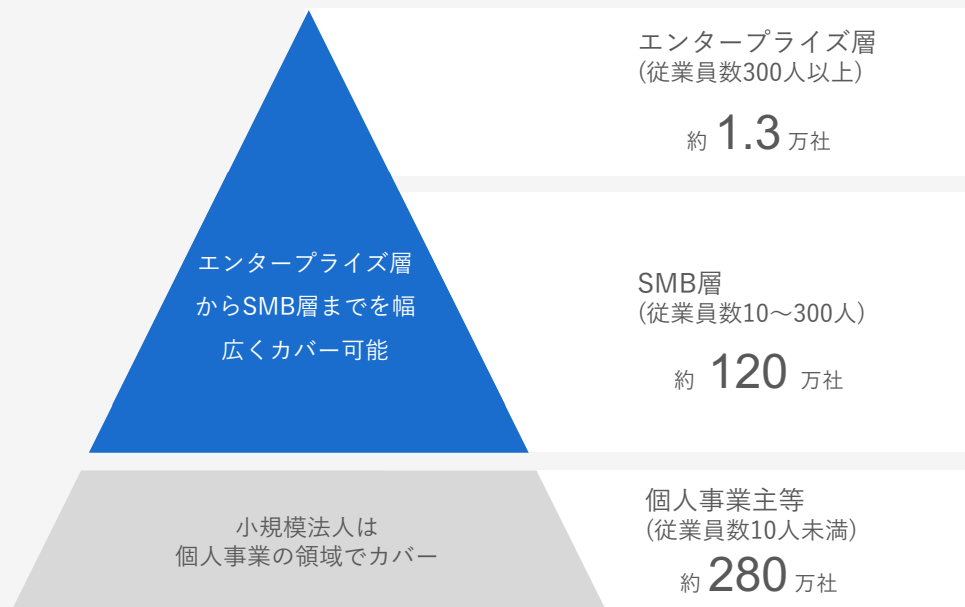
flier 個人版のターゲット

- アーリーアダプター層
- 終身雇用制の終焉、フリーランス増加、雇用の流動化のトレンドの中で学習欲の高い層は増加していく見込み

エンタープライズ事業セグメントのターゲット顧客

サービスの性質上、利用組織の大小を問わず柔軟な導入が可能です。そのため、エンタープライズ事業セグメントは10人以上の事業所120万社超全てをターゲットと捉えています。

社員規模別事業所分布



導入企業例



(Source : 従業員数別事業所数統計)

株式会社AIStepについて

成長戦略②：AIを使いこなす力（M&A）

当社は、2025年9月に株式会社AIStepの全株式を取得しました。

概要

事業

- AIワーカー養成講座『AIStep』の開発・提供
- 未経験から最短1か月で副業・フリーランスデビューを目指すことのできる次世代フリーランスの養成講座
- 研修とコーチングを一つのプログラムで提供し、案件の獲得から実行までを支援

事業環境

- 昨今、生成AI技術の急速な進化と普及を背景に、ビジネス環境は大きな転換期を迎えている
- 日本の生成AI市場だけでも2030年には1兆7,774億円に達する予測（※1）
- AIのポテンシャルを最大限に引き出し、日常業務を高品質で効率化し、新たな事業モデルを構想・実行できる先駆的な人材が求められる

戦略

- 設立から2年弱で多くのフリーランスの皆様の支援実績を有し、引き続きマーケティング・コンテンツ双方を強化する形で事業成長を実現していきます。

子会社化の狙い

生成AI領域への本格参入と、AI時代における「知」のプラットフォーム確立の推進

信頼性の高い「知」のコンテンツである書籍と先進的な技術である生成AI双方の活用による、人材育成への貢献

今後の戦略

当面はコンシューマ事業セグメント（BtoC事業）において、個人向け生成AI活用研修を主力事業とするための、AIStep単独での成長の追求

当社が有する累計130万人の会員顧客網の活用による、成長の加速の実現

エンタープライズ事業セグメント（BtoB事業）においては、当社が「flier business」等の法人向け人材育成サービスで構築した顧客ネットワークを通じた、法人顧客向け生成AI研修の展開による、より大きなシナジーの創出

※1：電子情報技術産業協会（JEITA）「生成AI市場の国内需要額見通し」（2023年12月発表）

株式会社Zealoxについて

成長戦略②：AIを使いこなす力（M&A）

当社は、2026年2月に株式会社Zealoxの株式を取得し子会社化しました。

概要

事業

- 女性特化型Webデザインスクール『Find me!』の開発提供
- 未経験からでもWebスキルの習得からキャリア形成までを一気通貫で支援
- 培ってきた教育ノウハウと、受講生からの高い信頼を基盤とした事業展開

事業環境

- 国内のデジタル人材支援サービス市場は、2026年度には約1.7兆円規模にまで拡大すると予測(※1)
- 国内のフリーランス人口は約1,303万人、経済規模は推計約20兆円に達し、場所や時間に縛られない働き方の需要が増加(※2)
- 国を挙げた支援策やリスキング需要の一層の高まりにより、持続的な成長が見込まれる領域

戦略

- 2025年10月期の売上高は304百万円。営業利益も黒字化(27百万円)を達成
- 女性・Webデザイン領域に特化しつつ、生成AI等の要素を加えながら、引き続き事業成長を実現していきます。

子会社化の狙い

「あらゆる人と組織が成長し、可能性がひらかれる」というグループビジョンの具現化加速

AIStep同様に、個人向けスクール・リスキング領域および生成AI関連事業の強化

今後の戦略

当面はコンシューマ事業セグメント（BtoC事業）において、個人向け自己研鑽領域並びにリスキング領域の事業強化を図るべく、Zealox社単独での成長の追求

当社が有する累計130万人の会員顧客網の活用による、成長の加速の実現

※1：矢野経済研究所「デジタル人材採用・活用支援サービス市場に関する調査」／※2：ランサーズ「フリーランス実態調査2024年」

主要なリスクおよび対応策（1/2）

リスク内容	可能性	影響	時期	対応策
人材の確保について 人材採用・育成にあたっては、各業務分野における専門能力に加え、組織マネジメントの観点から、企業理念・行動指針を理解し実践していく能力を極めて重視しています。当社が有能な人材を確保できない、または人材を十分に活用できない等の理由により、事業の成長が阻害され、経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	特定時期 なし	当社では、6つのバリューのを会社全体に浸透させるための社内研修や評価制度の設計などの取り組みを行っています。
内部管理体制について 事業の急速な拡大等により、各事業および全社ベースでの予算管理・資金管理・業務プロセス等内部管理体制の構築が追い付かないという状況が生じる場合には、適切な業務運営が困難となり、事業および業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	特定時期 なし	当社では、コンプライアンスおよびコーポレート・ガバナンスの徹底が企業価値を長期的、継続的に向上させていくために非常に重要であることを理解し、その浸透を図るために研修の実施、コンプライアンス委員会の設置、内部監査の実施等を行っています。また、業務の適正化および財務報告の信頼性を確保するため、これらに係る内部統制が有効に機能する体制を構築、整備、運用しています。
解約について 当社の事業にとって顧客の継続率は重要な要素ではありますが、顧客数は年々増加傾向にあり、且つ、顧客属性は分散していることから、解約数が急激に増加するリスクは低いと考えています。しかし、万が一解約数が急激に増加した場合は、当社の財政状態および経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	中	大	5年以内	当社としては、出来る限り利用契約が継続されるよう、契約締結後、充実したカスタマーサポートの提供、営業活動を通じた顧客ニーズの継続的な把握および当該ニーズを反映するための機能改善開発に取り組んでおり、サービスに新たな価値を付加し続けています。

主要なリスクおよび対応策（2/2）

リスク内容	可能性	影響	時期	対応策
出版社・著者との取引関係について 当社は、要約作成・配信等を行うにあたり、著作権法に遵守するために出版社・著者からの事前許諾を得ています。当社は、継続的により多くの出版社・著者の開拓に努めると共に、既存出版社・著者との良好な関係の維持に努めていますが、関係性の継続の拒絶あるいは解除をされた場合には、従来どおり要約等の作成・配信等を行うことが困難となり、そのため収益の確保の困難または収益性の悪化を招き、当社の経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	大	特定時期なし	当社では、今後も要約作成・配信等を行うにあたり、著作権法に遵守するために出版社・著者からの事前許諾の取得を徹底するとともに、出版社・著者との良好な関係の維持に努めていきます。
親会社との関係について 本資料発表日現在において、株式会社メディアドゥは、当社株式の56.28%を保有しております。当社と株式会社メディアドゥとの間には「flier business」の法人契約の取引等があり、2026年2月期の取引金額は11,776千円であり限定的であります。なお、当該取引は他社に提供している価格と同価格にて行っているものとなります。 なお、親会社メディアドゥグループにおける事業ポートフォリオは、中核事業である「電子書籍流通事業」と「戦略投資事業」の2事業から成り、「戦略投資事業」はさらに「FanTop事業」「インプリント事業」「IP・ソリューション事業」「国際事業」の4つの事業から構成されており、当社グループは、「IP・ソリューション事業」を展開する収益子会社として連結業績への貢献を期待されている位置づけです。 また、当社グループの経営上の決定事項について親会社による事前承認を要する事項は存在しておりません。なお、親会社による当社グループに対する持分比率は段階的に減少させていく方針です。以上より、当社グループは、自ら経営責任を負って行っていくことが可能な状況となることが見込まれますが、親会社は当社グループの株主総会における取締役の任免等を通じて当社グループの経営判断に影響を及ぼし得る立場にあることから、議決権の行使にあたり、親会社の利益は当社グループの他の株主の利益と一致しない可能性があります。また、親会社の経営方針の変更や経営状態の悪化等が生じた場合には、当社グループの財政状態及び経営成績に重要な影響を及ぼす可能性があります。当社グループは独立性の確保についての実効性をより確固たるものとするため、引き続きガバナンスの強化を図ってまいります。	低	大	特定時期なし	当社では、親会社からの経営の独立性を確保している状況ではありますが、今後もコーポレートガバナンスを強化することにより、独立性の確保に努めてまいります。

免責事項

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の事業内容や業績等に関して本資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「目指す」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みます。将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素が内在します。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは異なることとなる可能性があります。
- 当社は、新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、本資料における将来予想に関する記述を変更、更新又は訂正する一切の義務を負うものではありません。
- 当社以外の会社又は当事者に関連する情報又はそれらにより作成された情報は、一般的に入手可能な情報及び本資料で引用されているその他の情報に基づいており、当社は、当該情報の正確性及び適切性を独自に検証しておらず、また、当該情報に関して何らの保証もするものではありません。