

The logo for POPER, featuring the word "POPER" in a white, sans-serif font. The letter "O" is replaced by a circular graphic composed of many small, white, vertical bars of varying heights, creating a sunburst or ripple effect.

株式会社POPER
2023年10月期2Q決算説明資料

The logo for Comiru, featuring the word "Comiru" in a bold, sans-serif font. The letter "C" is orange, "o" is blue, "m" is blue, "i" is blue, "r" is blue, and "u" is pink. There are small colored dots above the "i" and "u".

2023年6月

Copyright © POPER Co.,Ltd. all rights reserved

2023年10月期 2Q 業績ハイライト

- 2023年10月期2Qまでの業績は、売上高及び利益共に前年同四半期比で増収・増益となり、概ね計画どおりに推移

(百万円)	2022年10月期 2Q※	2023年10月期 2Q	前年同四半期比
売上高	305	407	+33.2%
売上総利益	216	300	+38.7%
売上総利益率	70.8%	73.7%	+3.0pt
販管費	245	277	+13.0%
営業利益/損失(△)	△29	22	黒転
営業利益率	△9.5%	5.6%	+15.1pt
経常利益/損失(△)	△31	18	黒転
当期純利益/損失(△)	△31	13	黒転

※2022年10月期2Qの数値については、監査法人による監査を実施しておりません。

有料契約企業数（社）※1

1,212

ARPU（円/社/月）※2

49,781

ARR（億円）※3

7.24

顧客の解約率（%）※4

0.5

課金生徒ID数※5

308,000 超

課金生徒ID単価（円/月）※6

196

※1 2023年4月末時点の「Comiru」サービス有料課金企業数です。

※2 2023年4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 2023年4月末時点の「MRR」を12倍して算出しております。

※4 2023年10月期2Qまでの「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」の対象期間の平均となります

※5 2023年4月末時点の「Comiru」サービス有料課金ID数

3 ※6 2023年4月末時点の「MRR」を「課金生徒ID数」で除して算出しております。

2023年10月期 2Q 施策の振り返り

■ 上期の業績及び事業の進捗共に堅調に推移

		施策内容	評価※
顧客基盤の 拡大	塾	中小塾を中心に、既存顧客の紹介や経営セミナー開催等効果的なマーケティング活動により、順調に新規顧客を獲得	○
		「ComiruPRO+基幹システム開発」の戦略が当初見通しを上回る状況で、商談数の増加に繋がったものの、直近では保護者コミュニケーション機能のみ利用する低単価の大手塾の解約が一部で発生	△
	習い事	プログラミング教室や音楽教室を中心に、活用事例の共有や業界特化したセミナー開催等により、順調に拡大	○
	学校	FCEエデュケーション様との提携により、中長期拡大への布石を打った。地方自治体の教育委員会から「教職員の働き方改革」に関する調査案件も受注	○
ARPUの 向上	-	大手、中堅塾への値引きの減少や、「ComiruAir」、「ComiruPRO」の提案及び導入が活発化されたことにより、ID当たりの単価を上昇	○

※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、以下の通り、対業績予想及び成長率における結果を表します。

4 ◎：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

大手塾向け施策の振り返り

- 当期首から「ComiruPRO」の導入と基幹システムの有償開発をセットにした提案により、「Comiru」の販売を加速させる戦略を推進し、既存顧客の基幹システム案件を含め12社と商談中



現状の 大手塾の悩み[※]

要件定義できない（しきれない）

システムが時代やテクノロジーの進化に
追いつかず、続けられない

初期構築及び運用コストが高い

POPER社 なら



「Comiru」事業で培った塾事業への深い理解と
専門人材の育成

「Comiru」事業を通じて常に
最新のテクノロジーに対応

「Comiru」の利用を前提に設計するため、必要な
不足分だけ開発のため圧倒的にリーズナブル

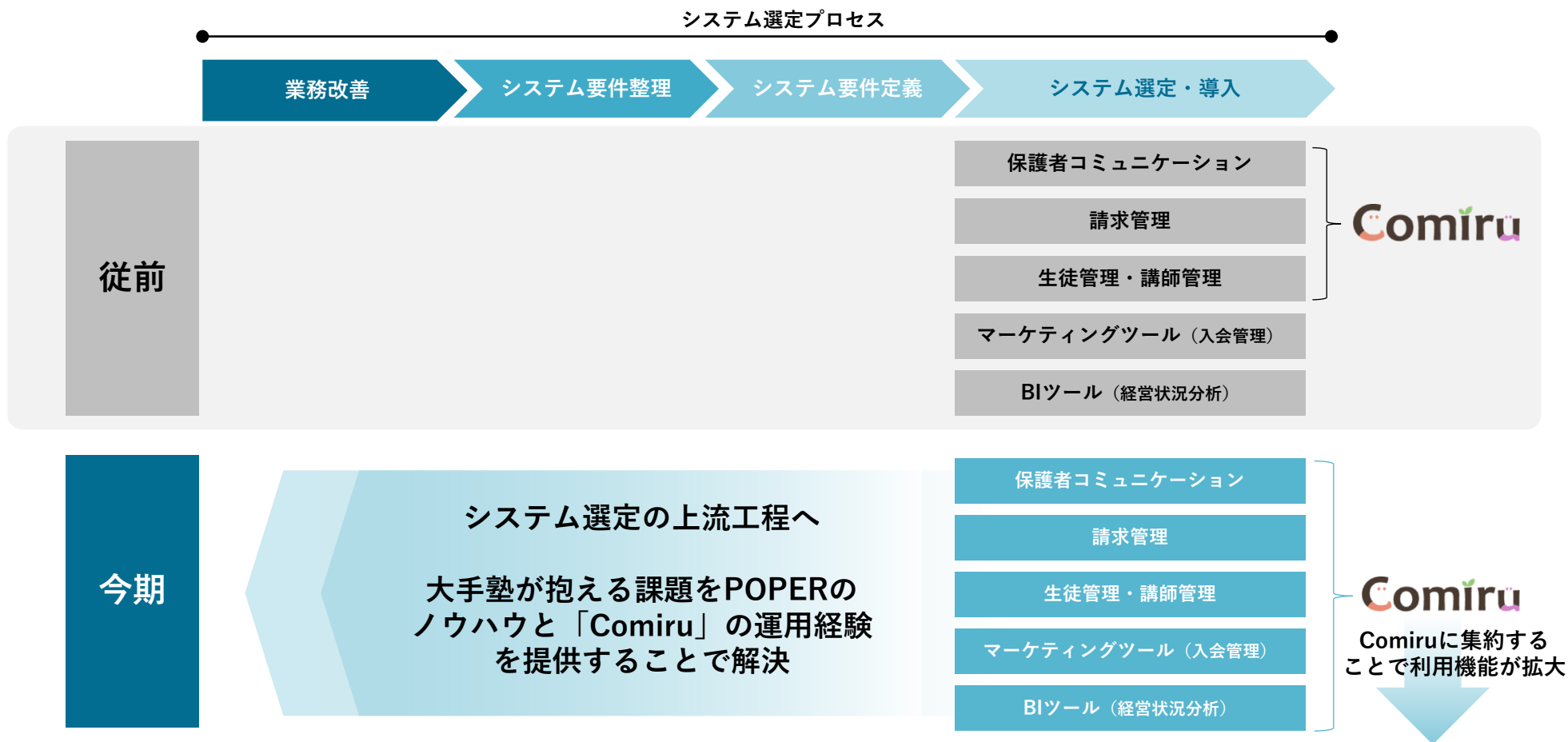
※ 当社調べ

「基幹システムもセットで任せたい」という

大手ニーズに対応することで「Comiru」の販売も加速

大手塾向け施策の強化

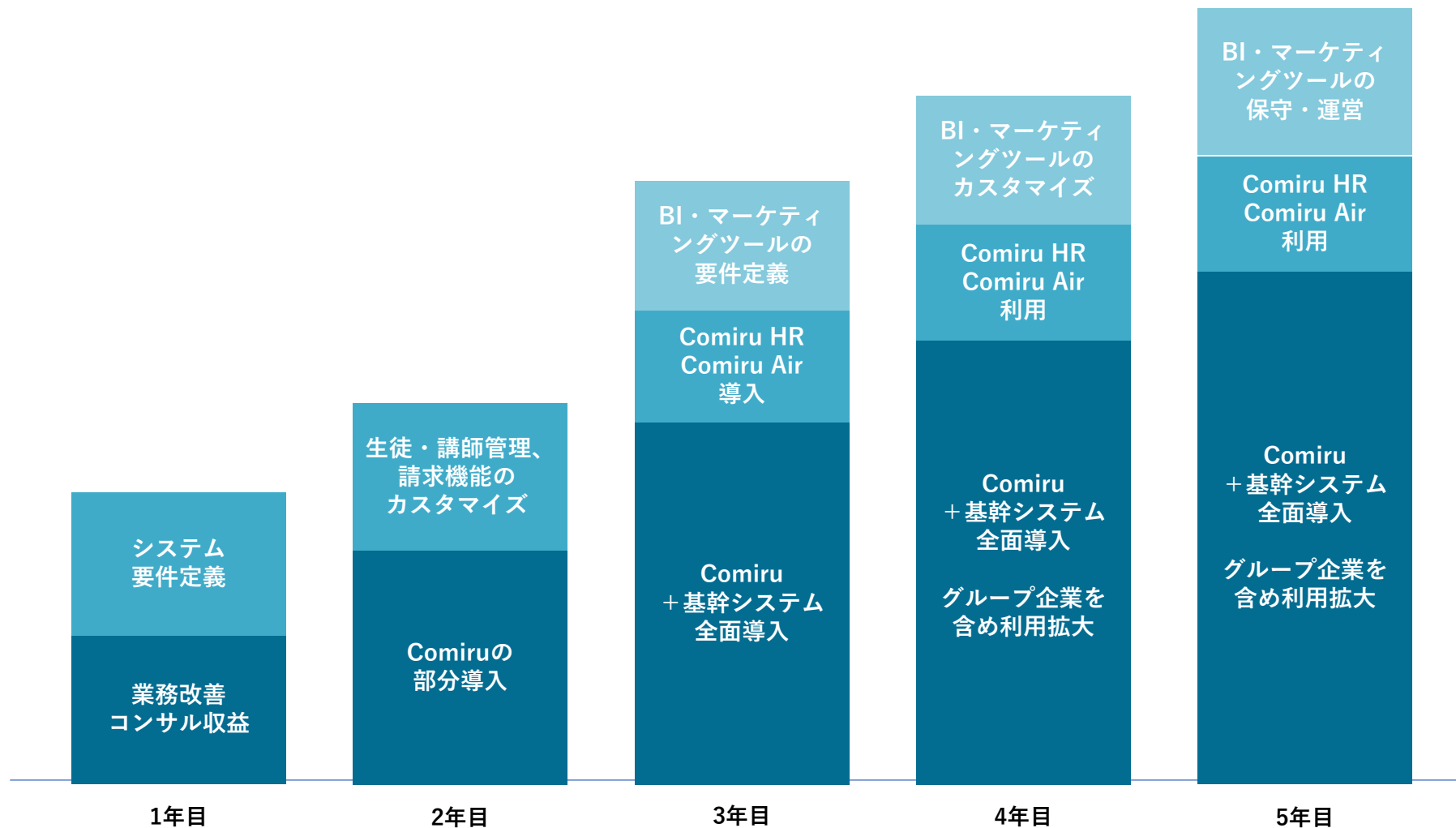
- システム提供だけでなく、大手塾が抱える課題の改善提案や要件整理等を積極的に実施したことにより、「Comiru」への期待値がさらに高まっている。営業リードタイムが長くなるものの、中長期では顧客単価が向上するとともに、解約リスクの低減が図れる



上記施策により、大手塾からの引き合いは当初見通しを上回る状況であり、複数の案件が現在進行中（既に北海道の大手塾から受注頂いており、7月から課金開始予定）

大手塾向け施策のサービス提供イメージ

- 複数年にわたって、様々なサービスで継続的に収益を獲得し、LTVの向上にも貢献

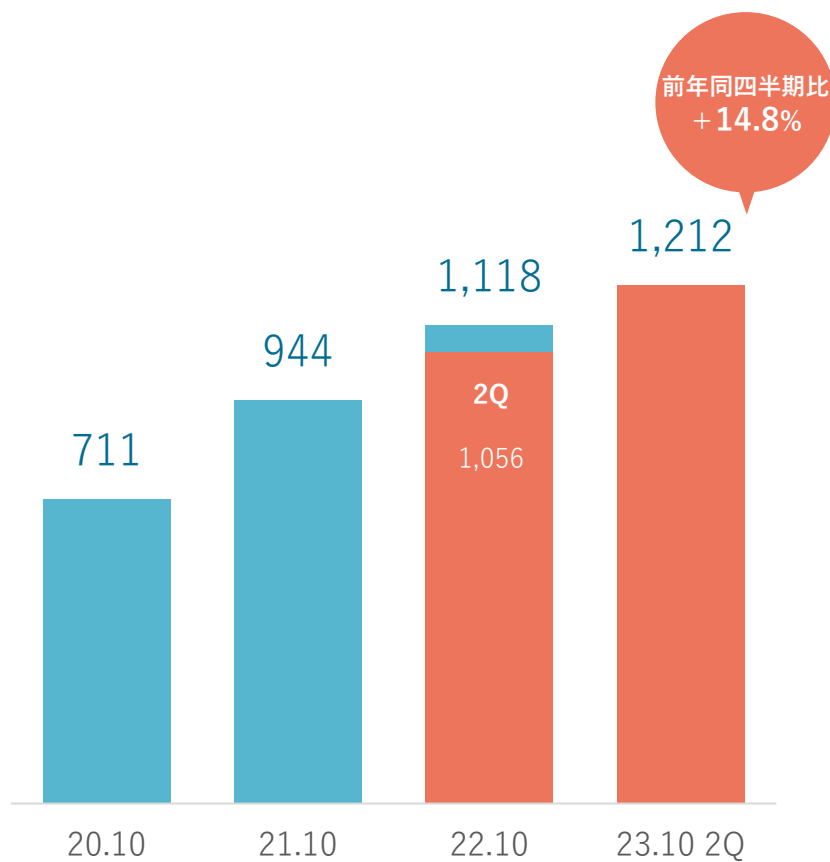


各種KPI指標の推移①

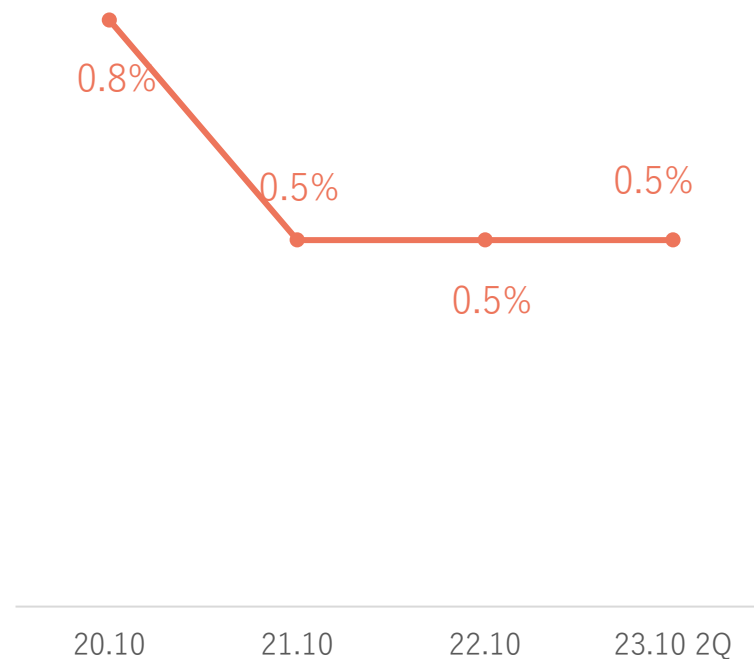
- 契約社数は前年同四半期比およそ15%増加し、顧客の解約率も引き続き低水準を維持

有料契約企業数

(単位：社)



顧客の解約率推移



顧客分類別の進捗状況

■ 大手塾へのアプローチを戦略的に進め、期末に向けて成長率をさらに高める

顧客分類	「Comiru」サービスの市場占有率		備考
	22.10	23.10 2Q	
大手塾 5,000人以上 (約200社)	12社	10社	5.0% 保護者コミュニケーション機能のみを利用する低単価の大手塾2社の解約が発生 ー 「ComiruPRO」の導入と基幹システムの有償開発をセットにしたサービスを強化
中堅塾 300~5,000人 (約1,000社)	66社	74社	7.4% 「ComiruPRO」を中心に顧客への提案を強化することで、リード数及び契約数共に増加
個人塾 300人未満 (約31,000社)	1,028社	1,083社	3.5% 既存顧客の紹介や経営セミナーの実施等効果的なマーケティング施策による継続的なシェア拡大
その他習い事	12社	45社	— プログラミング教室、音楽教室等を中心に、順調に拡大

※ 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。

※ 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

各種KPI指標の推移②

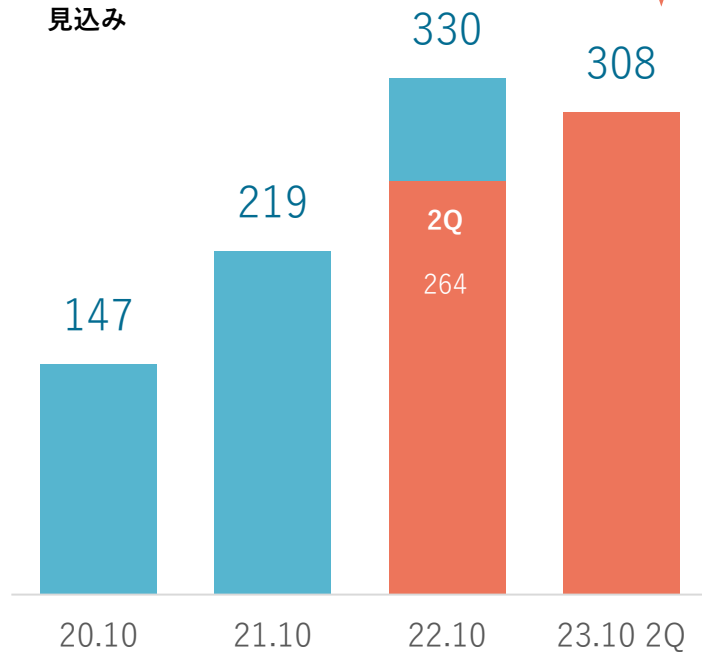
- 課金生徒ID数及び生徒ID単価は前年同四半期比で増加。一方で、課金生徒ID数は、大手塾の解約や新年度の学年入れ替えにより1Qから一時減少

課金生徒ID数

(単位：千ID)

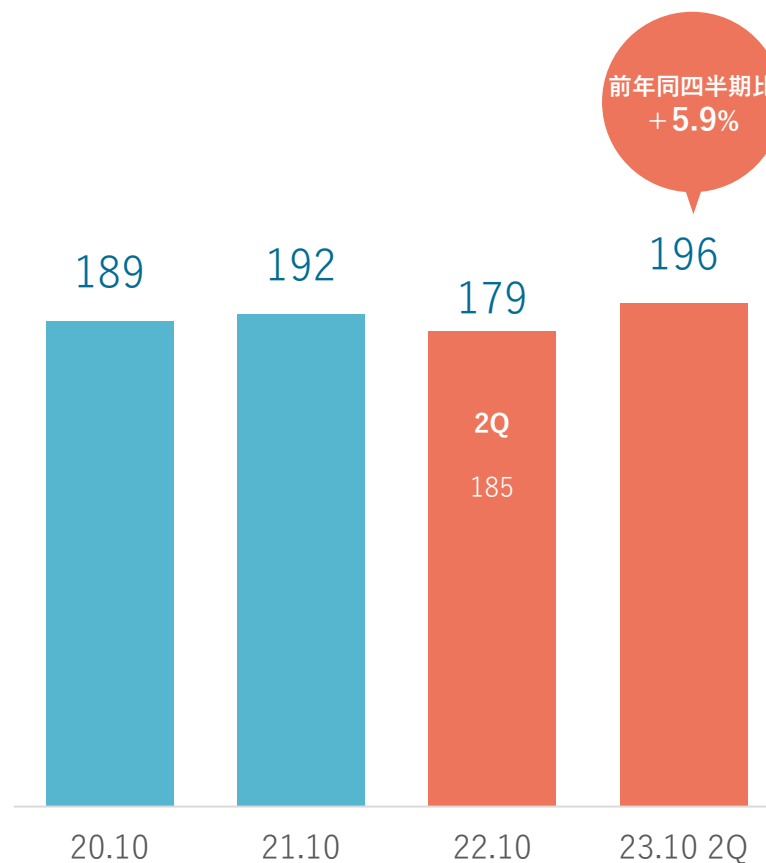
2023年10月期1Q 344千IDから減少
(当1Q比 Δ 10.6%)

- 約20千IDの大手塾解約
→新規大手塾の獲得で回復方針
- 約16千IDの学年入れ替えによる一時減
→夏期講習にかけて例年どおり回復する見込み



生徒ID単価

(単位：円/月)



各種KPI指標の推移③

- ARPU及びARRは前年同四半期比で増収となった一方で、大手塾の解約の影響により1Qから一時的に減少し、新規顧客の獲得と生徒IDの回復により今後再び増収する見込み

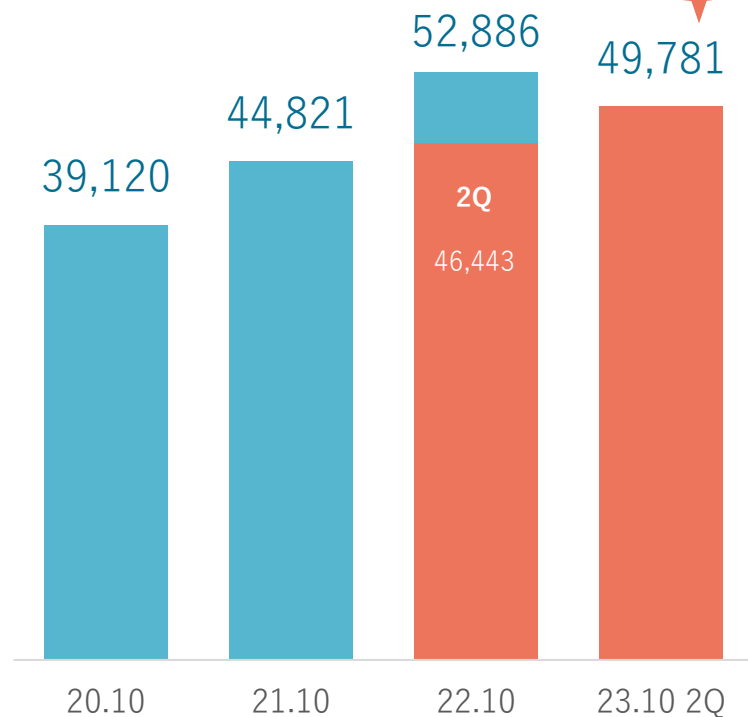
ARPU

(単位：円/社/月)

2023年10月期1Q 55,204円/社/月から減少(当1Q比 Δ 9.8%)

- ・大手塾解約による影響が大きく
→新規大手塾の獲得で回復方針

前年同四半期比
+7.2%



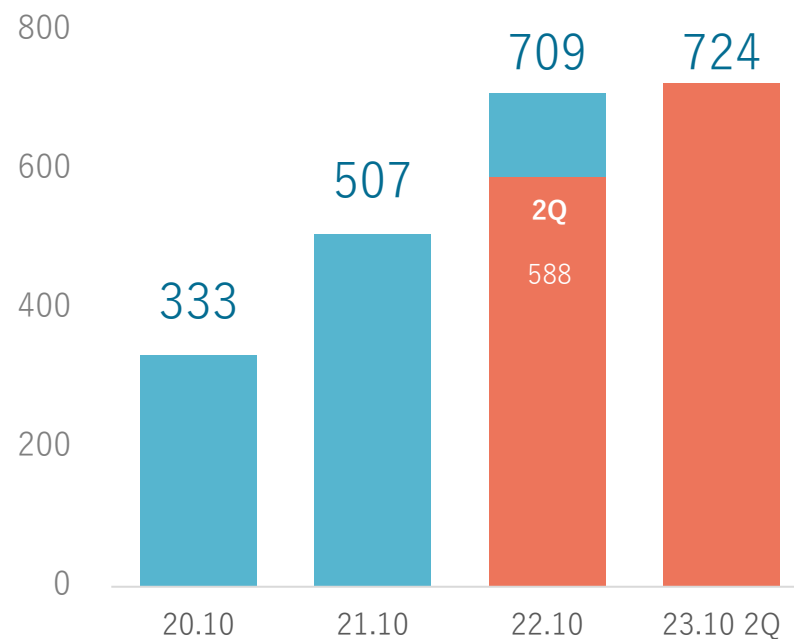
ARR

(単位：百万円)

2023年10月期1Q 741百万円から減少(当1Q比 Δ 2.4%)

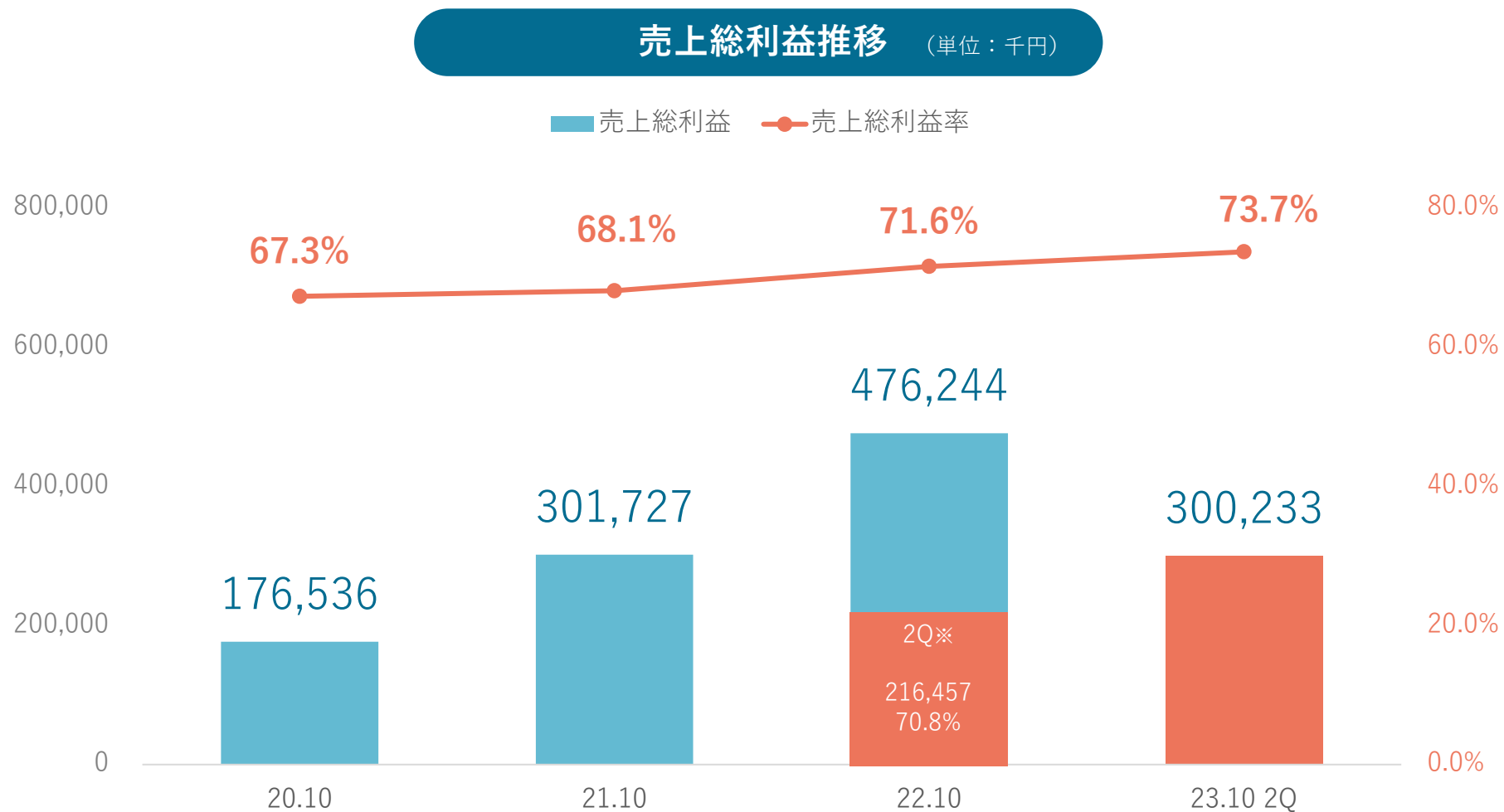
- ・新規大手塾の獲得と生徒IDの回復によって増収する見込み

前年同四半期比
+23.0%



売上総利益率の推移

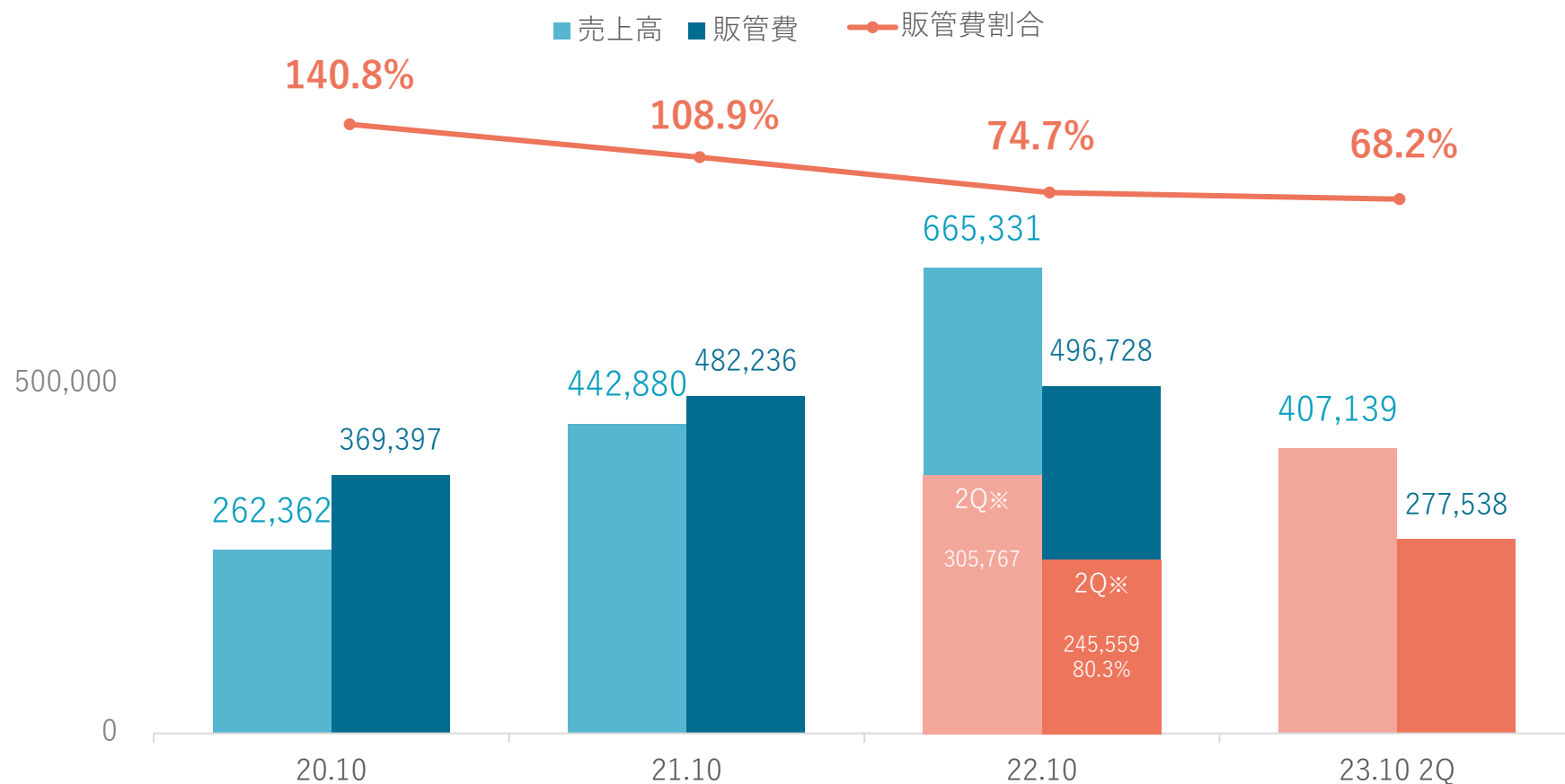
■ 売上高の成長とともに開発の効率化等により収益改善を実現



売上高販管費率の推移

- 事業拡大に伴い、人員増強等により販管費が前年同四半期より増加したものの、売上高が堅調に推移していることから販管費率がさらに改善

売上高に占める販管費の推移 (単位：千円)

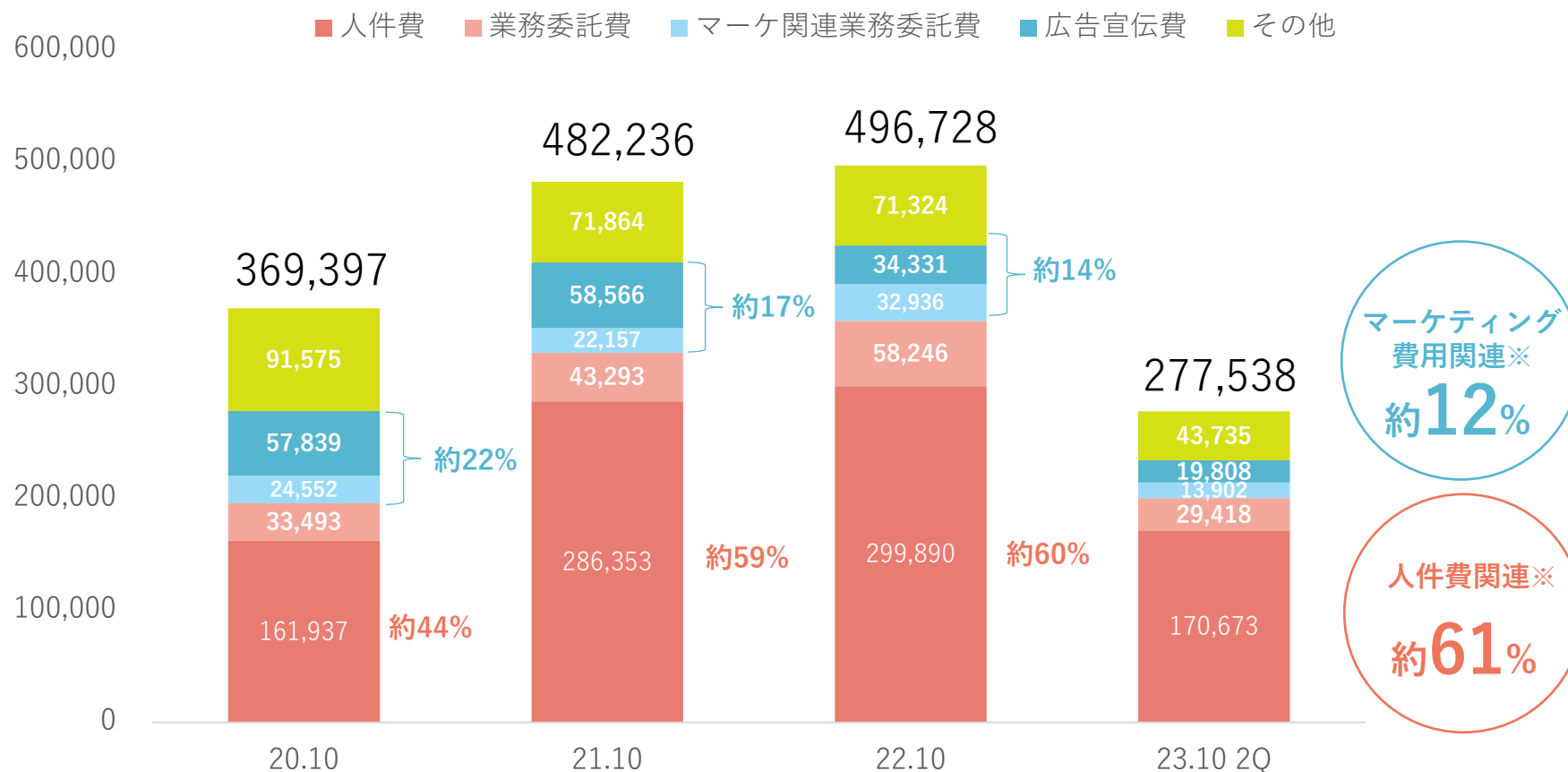


販管費内訳の推移

- 各費用共に、大幅な増加はなく、前期同様の水準と割合で推移

販管費の推移と内訳

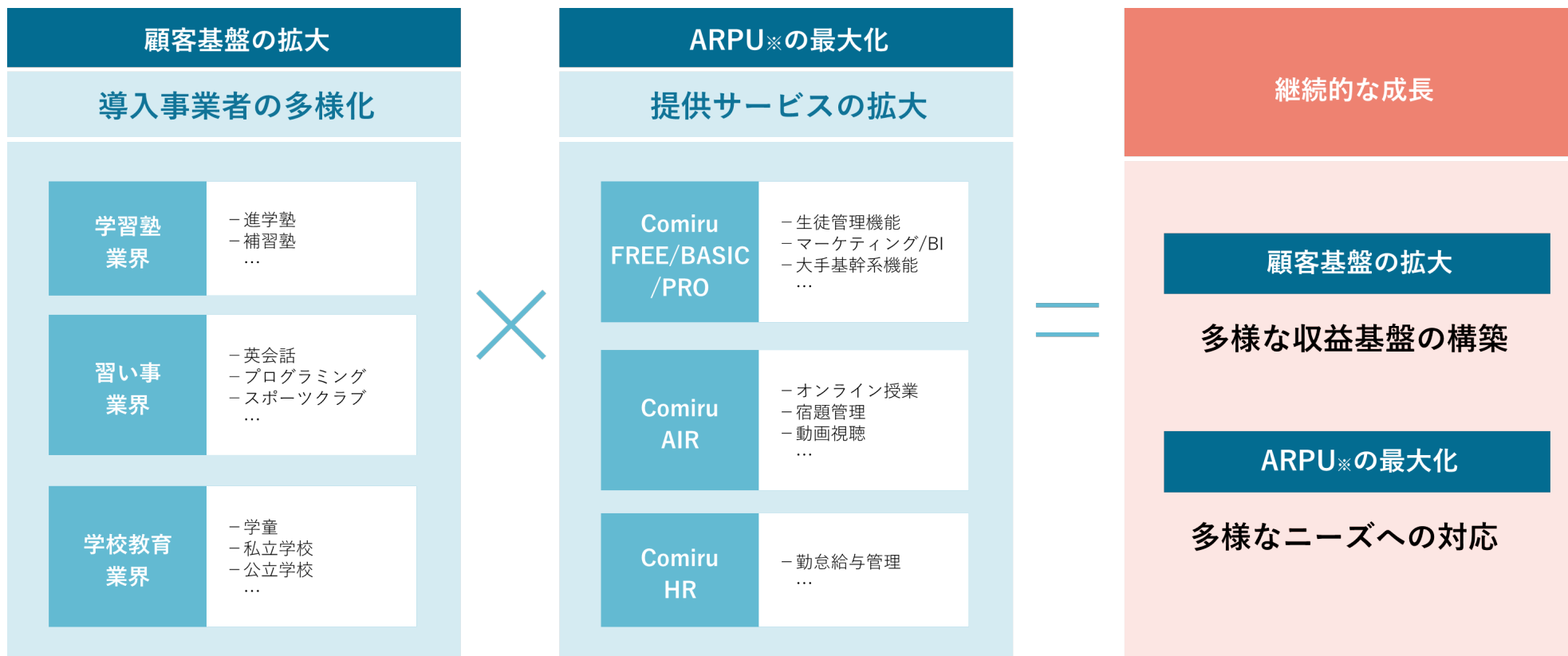
(単位：千円)



※「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。

2023年10月期 3Q以後の施策予定

- 3Q以後も大手塾の獲得を中心に、顧客基盤の拡大と単価向上の両面で推進し、当社にしかできないプロダクト価値を構築する



※「ARPU」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」とは、「Monthly Recurring Revenue」の略称で、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。

2023年10月期 通期業績目標・進捗率

- 2Qまでの進捗は約45%ではあるものの、計画通りの推移であり、大手塾などの重要顧客の開拓と浸透を戦略的に推進し、期末に向けて成長率を更に高める

(百万円)	2023年10月期 2Q (実績)	2023年10月期 (業績予想)	進捗率
売上高	407	903	45.1%
売上総利益	300	683	43.9%
売上総利益率	73.7%	75.7%	—
販管費	277	611	45.4%
営業利益	22	72	31.5%
営業利益率	5.6%	8.0%	—
経常利益	18	61	30.8%
当期純利益	13	56	23.9%

免責事項

本資料は、資料作成時点において当社が入手している情報に基づき策定しており、当社がその実現を約束する趣旨のものではありません。

また、独立した公認会計士又は監査法人による監査又は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ることをご了承ください。

POPER

