

第22回定期株主総会 質疑応答

日時:2024年12月20日(金)10:00-11:00

登壇者:代表取締役 執行役員社長 舟橋孝之、取締役 執行役員 藤本茂夫

株主総会の主な質疑応答の内容です。内容につきましては、ご理解いただきやすいよう、部分的に加筆・修正しております。
回答は代表取締役 執行役員社長の舟橋、取締役 執行役員 CFO の藤本が行いました。

質問1:営業体制を5本部制にし、舟橋社長は第三営業本部を兼任していますが、社長業と本部長業のバランスはどのように考えていますか？また、営業体制の現在の評価をご説明ください。

回答1:(舟橋)今回、5つの本部に個性を持たせて、互いに競い合えるような体制に変更しました。加えて、これまで売上を大きなセグメントで分析してきましたが、今後成長する業界や、企業規模が見えづらかったため、セグメントを細かく区切って分析していくことにチャンスがあると考えました。私が第三営業本部に入るという点は、第三営業本部は従業員数 299 名以下の企業が対象となり、商品開発と公開講座の戦略、営業活動や Web マーケティング等全てを同時に考える必要があり、小さなインソースのような面があり、これまでやってきたことの延長であると考えています。もちろん社長業も最大限取り組んでいく所存です。仕組みが構築できたら、本部長を交代することも検討してまいります。

質問2:社会人教育市場の5年後、10 年後の成長率の見通しを教えてください。また市場内での競合はどの程度いて、さらに当社の強みは何ですか？

回答2:(舟橋)社会人教育市場規模は約 3,500 億円程度あります。デジタル分野も併せると年間数%成長しています。競合は約 2,000 社あり、競争が激しい市場です。市場では第3位と認識しており、成長の余地があると考えています。当社の強みは、1つ目はコンテンツ開発力です。お客さまのニーズに合わせて研修を開発し、タイムリーに提供しています。2つ目はシステム開発力です。当社は社内でシステムを開発し、研修プロセスを講師とテキストを作成するコンテンツ担当者を分けて進める分業体制にしています。コンテンツを当社が作成しているため、高い利益率を確保できています。3つ目は営業力です。特にインターネットでの集客が強みです。

質問3:中期経営計画では営業利益率を 39%と想定されていますが、今後どのような伸びを想定していますか？

回答3:(藤本)営業利益率は、前期 24 年9月期実績は 39.6%、今期 25 年9月期は 38.1%で 1.5 ポイント下がることを想定しています。前期は採用計画が未達となり人件費の伸びが計画よりも抑制されたために営業利益率が上振れました。中長期的な企業価値向上のためには人員の増加が必要であるため、今期は前期以上の採用を計画しているため、今期の営業利益率が下がります。中期経営計画以降の営業利益率についてはご容赦願いたいですが、営業利益率をいわずに上げていくことは当社の場合、中長期的な企業価値の観点から決して望ましいものとは考えておりません。

質問4:2025 年4月には新入社員が多く入社予定で、若手社員の割合が増加するため、女性を含めた若手の育成が重要だと思えますが、ジョブローテーションを含め、教育方針をどのようにお考えですか？

回答4:(舟橋)新入社員は、4年前から長期間の研修を実施しています。具体的には、職種問わず全員にPython と営業研修を実施しています。ジョブローテーションについては、約2年毎で各部署を経験するようにしています。他社内教育については、各部門が企画したもの、若手が自発的に開催するものなど毎週オンラインでの研修を実施しており、社内教育の多い会社です。部長級以上はサクセッションプランに基づいた教育も実施し、全て当社が開発した LMS「Leaf」でどの研修を受講したか、記録を取りながら管理しています。

質問5:昨今、人件費や光熱費、サーバ費用などが高騰していると思えますが、価格転嫁についてどのように考えていますか？

回答5:(舟橋)複合的に考える必要があります。当社は、お客さまごとに研修をカスタマイズするなど、ニーズに合わせて非常にきめ細かいサービスを提供しているにもかかわらず相対的に廉価であることが強みです。一方で、24 年9月期の公開講座で実施した新入社員研修については、受講料を上げさせていただきましたが、受講者さまが増加したことから、お客さまの理解が得られたように感じています。公開講座も競争が激しくなっていますので、今後もダイナミックプライシングを導入してまいります。加えて、全社としてのコストダウンはこれまで通り力を入れ、引き続きメリハリのある価格体系を維持してまいります。

以上