



株式会社識学

2027 年 2 月期 第 1 四半期決算説明会

2026 年 7 月 14 日

登壇

司会：これから 2027 年 2 月期第 1 四半期、Web 決算説明会を始めます。まず、前半 10 分程度で決算の概要についてご説明いたします。その後は質疑応答の時間をもうけております。事前にメールでご案内しております方法にて行いますので、よろしくお願いいたします。

それでは、安藤よりご説明を始めさせていただきます。



安藤：よろしくお願いいたします。2027 年 2 月期の第 1 四半期決算説明を差し上げます。今回は前期の通期決算時に出せなかった、今期どういう方針でやっていくのかを中心にお話しさせていただきました。第 1 四半期の決算の概要につきましては後ほどご覧くださいというかたちで進めていければと思います。

目次

1 | 2027年2月期 業績予想

2 | 2027年2月期 第1四半期決算概要

3 | M&Aについて

業績予想です。

業績予想サマリー

前回本決算で「未定」としていた27年2月期業績予想をM&Aの取り込みが一巡したことを踏まえて開示

売上について、前期は投資有価証券売却1,024百万円が発生していた他、6月末のFSE株式譲渡に伴うスポーツ事業の連結除外により8か月分が減少。当期は開示済の3社を期中から取り込む

組織コンサル事業ではリブランディング費用を含む構造改革費用（一時的要因）を発生させ、利益率の改善を図っていく

(百万円)	26年2月期（実績）	27年2月期（計画）
売上高	6,536	6,201
営業費用	6,045	6,373
営業利益	491	▲200
経常利益	499	▲196
当期純利益	294	▲50
M&A費用	-	256
EBITDA	566	▲110

©2026 SHIKIGAKU CO., LTD.

3

前期が売上 65 億円、営業利益が 5 億円弱というところだったのですが、今期は 62 億円の売上で、営業損失 2 億円というかたちで見込んでおります。

前期は投資有価証券の売却が 10 億円あったこと、あと詳細は後述しますが、6 月末に連結子会社でありました福島スポーツエンタテインメント株式会社を連結除外しました。こちらのほうでも年間 8 億円強、9 億円弱ぐらいの売上がございましたので、そちらの売上が減少ということになっております。

一方で M&A の取込みを 3 社分、期途中からやっていきますので、そちらのほうで売上、利益が増加するかたちになっております。ただ、組織コンサル事業のほうは年々収益が悪化してきているところがございますので、こちらに関しては今期しっかり立て直していきたいと思っております。

2027年2月期における識学グループの戦略は、以下の通り

1

**組織コンサルティング事業の
収益率改善**

2

**福島スポーツエンタテイン
メントの非連結子会社化に
伴う、グループ利益率の改善**

3

**連続M&Aの着実な実行に
より、売上・利益の飛躍的
成長に向けた基礎を構築**

©2026 SHIKIGAKU CO., LTD.

4

今期 2027 年 2 月期のグループ戦略は、大きく三つの柱を掲げて進めていきたいと考えております。一つ目は祖業でございます組織コンサルティング事業、こちらは収益率の高い事業でございますが、年々利益率が悪化している現状がございますして、第 1 四半期につきましても赤字になってしまったところに関しては、この組織コンサルティング事業の収益率が悪かったところが一つの原因になっております。今一度、こちらの事業をキャッシュカウとしてしっかり育てていくのが、一つ目の柱でございます。

二つ目は福島スポーツエンタテインメントの非連結子会社化でございますして、こちらは事実上完了している認識ではございますが、やはりこの数年間、グループ決算に財務面におきましては大きく負担をかけていた、福島スポーツエンタテインメントを非連結化することを実行いたしました。

三つ目は、連続 M&A を着実に実行していった、売上、利益の成長に向けて、今期はスタートの年でございます。もちろん M&A のソーシングに関しましては 1 年以上前から徐々にやってきたところでございますが、ようやく結果となって表れてきて、今期発表済みで 3 社、M&A を実行できておりますので、こちらの会社を着実に収益改善していくところを進めていきたいと思っております。

周辺サービスへの先行投資とWeb偏重の顧客獲得手法が、収益率悪化の主因

1

マネコン・PF周辺サービスへの先行投資が想定通り収益化せず

売上拡大を狙い、マネジメントコンサルティング・プラットフォームサービスの周辺サービス（キャリア・マーケティング代行）へ投資したが、収益化が想定よりうまくいかなかった。

2

Webマーケティング偏重により新規顧客の獲得コストが高騰

Webマーケティングに頼った新規顧客獲得方法を継続した結果、1社当たりの獲得コストの高騰が発生

喫緊の課題であります組織コンサルティング事業の収益改善なのですが、収益悪化の原因はどこにあるかなのですけれども、メインの事業であります組織コンサルティング、マネジメントコンサルティングプラットフォームという、いわゆる上場前から、創業時からずっとやっておりました組織コンサルの事業だけで物事を進めていけば、非常に高い利益率ではあったのですけれども。

お客様がたくさんおられるところから、付帯サービスであります識学キャリア、採用のサービス、マーケティング代行のサービスを拡大していこうということでやってきました。サービス自体は非常にお客様の満足度も高くやってこられているものの、やはりメインのマネジメントコンサルティングやプラットフォームと比較すると収益率が悪く、売上拡大をねらって既存のお客様以外に新規顧客の開拓等を進めていった結果、どちらも事業単体でいうと赤字の事業になってしまったということですので、この辺りの位置づけをどうするかをしっかりと明確にしていきたいと思っています。

もう一つは単純に新規顧客獲得に苦しんでいる中で、Webマーケティング偏重だったところでございます。要は同じやり方をずっとやり続けてきておりますので、そういう意味では1社当たりの獲得コストが高騰し続けている現状をどう打破するかが、今期の課題かと思っております。

その上で先ほど申し上げましたとおり、不採算事業への投資抑制ということで、先ほどの識学キャリアやマーケティング代行に関しましては、事業の可否判断も含めて今期、投資抑制を図っていくところでやっていきたいと思っています。

収益率改善に向けた今期の取り組み

投資抑制・顧客獲得手法の見直し・人員最適化の3つを軸に、組織コンサルティング事業の収益率改善に取り組む

1

不採算事業への投資抑制

投資効果の低い事業への投資を抑制し、期中での事業継続の可否を判断する。

2

Webマーケティング比率の低減とブランディング刷新（次頁参照）

広告宣伝費・新規リード獲得人員を調整し、顧客の組織改善実績を軸に自社媒体・自社主催セミナー・顧客紹介からの新規獲得を強化。

また、創業以来のイメージが新規顧客獲得のハードルとなっている可能性を踏まえ、ブランディングも刷新する。（次頁参照）

3

AI活用による人員最適化と総人件費の削減

AI活用等により社内の人員配置を最適化し、欠員補充は基本的に社内異動で対応することで総人件費を削減する。

**2027年2月末時点において、月次営業利益率10%の達成を目指す
来期以降は、さらなる収益性の向上を図る**

Webマーケティングに関しましては、もろもろ見直しのほうを行っている中で、広告宣伝費をずっと活用してきた中ではあるのですが、自社が新規顧客を獲得するにあたり、今一度マーケット、ブランディングの方法を見直していこうという中で、まず一つはわれわれの今までの強みがあります、顧客の組織改善実績を前面に押し出すことができているということでございます。

上場時はこれらを打ち出して、新規顧客の獲得の6割から7割が自社の主催セミナーや、いわゆる顧客紹介側で獲得できていたのが、今は大きく比率を下げている状況でありますので、顧客の改善実績を軸に、自社のお客様からのつながりをもとに新規顧客を獲得していくところに、今一度力を入れていくこと。

あとは創業から新たな仕組み、新たな考え方を世の中に広げようということで、尖ったマーケティング、ブランディングをしてきたところがあり、一部それが識学に対する勘違いのイメージを世の中に広めているところもあるかというところがございますので、ブランディングを刷新していく。これは次ページでご説明したいと思います。

あとはAI等の活用によって販管費の削減を行い、欠員補充を基本的に社内異動で行うことによって、総人件費を削減していきます。

2027年2月末時点においては、月次営業利益率10%の達成を目指して進めていきたいと思っております。ですので、大体月次の売上は3億5,000万円から4億円ぐらいの推移になっておりますの

で、大体月の営業利益は 3,500 万円から 4,000 万円ぐらいを、組織コンサル単体では出せる状況に戻していくところを掲げて、進めていきたいと思っております。

収益改善施策② ～ブランド刷新による新規顧客獲得力の強化～

新ロゴ・タグラインにて、リブランディングを推進。今後は、このブランドアイデンティティに沿って各種ツール・媒体へ順次展開。
識学は、これまで「管理する手法」として認知される傾向があったが、今回のリブランディングで訴求の中心を経営者・管理する側から、社員・求められる側へ移動させることで、これまでリーチできていなかった中小企業層・大企業市場における顧客獲得の拡大につなげる。

リブランディングの背景

① 事業拡大の必要性

相性の良い中小企業は概ね開拓済み。これまでリーチできていなかった中小企業層および大企業市場への顧客獲得が成長の鍵。

② 双方に求められる識学

定量調査により、識学は経営者だけでなく、現場の従業員からも求められていることを確認。

③ ブランド訴求の転換

「管理する手法」から「人を迷いから解放する仕事の成功法則」へ、語りの中心を転換。

新ブランドロゴ・タグライン



タグライン：「マネジメントには正解がある」➡ 迷いがなくなれば、人はもっと成長できる。

コンセプト：「成長のループ」

組織と個人の成長を仕組み化し、確固たる道筋をつくる識学の姿勢を、イニシャル「S」の造形に込めたワードマーク。「S」は、成長が継続的に循環していくループで表現。カラーには日本の伝統色「勝色(かちいろ)」を使用し、明確な基準と構造によって成果へ向かう識学の姿勢を象徴。

©2026 SHIKIGAKU CO., LTD.



7

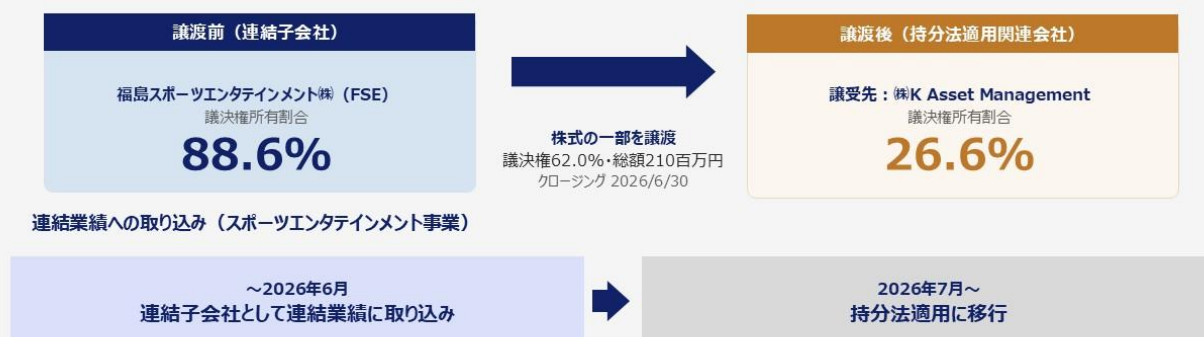
ブランディング変更は、識学は管理手法、つまり経営者や管理職のためのものというものであったものから、識学が入ることで従業員の皆さんにとってもプラスになるというところを、しっかり訴求して進めていきたいと考えております。

ここに書いてあるタグラインのところが一番のポイントでございまして、経営者や管理職の皆さんに、マネジメントには正解があるというメッセージで伝えていたところを、識学が導入されれば迷いがなくなって、人はもっと成長できる。こういうメッセージを中心に伝えていく。ロゴのほうも少し堅苦しいイメージから、もう少し格好良いデザインに切り替えていきたいと考えております。

セグメント：スポーツエンタテインメント事業

連結子会社FSEの株式の一部を譲渡し、連結子会社から持分法適用関連会社へ移行

2027年2月期：関係会社株式売却益（特別利益）を連結・個別決算で計上する見込み（金額は現在精査中）



福島スポーツエンタテインメントにつきましては、株式の一部を K Asset Management にお渡しするかたちで、こちらは持分法適用に移行していくと。福島につきましては今後数年間、一定の投資をいただくことについての、ある程度の取り決めの下、K Asset 様に株を持っていただきました。よってその赤字分に関しましては、新親会社でしっかり補填いただくかたちになっておりますので、持分法適用後も基本的にはマイナスの影響を決算上、受けないかたちになっております。

3社とSPA締結済み、1社はLOI応諾済み。

来期以降は改善の進捗を踏まえながら、次のM&Aの実行の意思決定を実施する。

SPA※1締結済み

3社

LOI※2応諾済み

1社

追加実行を検討

1社

来期以降の進め方

上記の経営改善を進め、一定の改善の方向性が見えたタイミングで、次のM&Aの実行を進める。

※1：SPA（株式譲渡契約書：Share Purchase Agreement）

※2：LOI（意向表明書：Letter of Intent）

©2026 SHIKIGAKU CO., LTD.

9

連続 M&A のところでございますが、SPA 締結済みで発表済みが 3 社。詳細はこの決算資料の後半に載せております。あとは意向表明の応諾済みということで 1 社、追加実行を検討が 1 社で、今期はこの最大 5 社の M&A を進めていきながら、来期はいったん新規に関しては少し速度を緩めながら、この 5 社をしっかりと改善していく 1 年に充てたいと思っております。

われわれも一定ノウハウはたまっているところではあるものの、こういうかたちでの M&A は初めてですから、ここでしっかり実績を上げていくことが確認できたときにもう 1 回、踏み直すことをやっていきたいと考えております。

事業の柱	主な役割と戦略ポジション	収益性
組織コンサルティング	<u>キャッシュ創出基盤 & 独自の識学ノウハウの供給源</u> M&A戦略を支える安定収益を生み出し、識学ノウハウを常に研鑽・供給する源泉。	安定的・継続的な利益貢献
長期保有型 M & A	<u>第二の恒常的成長エンジン</u> 買収企業に「識学ノウハウ」を徹底導入することで、規律ある組織へ変革。 独自のPMIを通じて、企業価値（バリュアップ）を最大化し、連結利益を継続的に押し上げる。	安定的・継続的な利益貢献
ファンド	■ ハンズオン支援ファンド(新生識学ファンド) <u>バリュアップ実績の蓄積とノウハウの有効性証明</u> 識学ノウハウによる劇的な組織改善の創出。 成功モデルの蓄積と、長期保有型M & Aへのバリュアップ手法の横展開。	売却時のキャピタルゲイン（一時的） 利益は次なる投資へ
	■ VCファンド(識学1号／識学2号／新進気鋭スタートアップファンド) 成長初期段階（アーリーステージ）への投資による将来の選択肢確保。	不確実・外部環境依存（中長期的キャピタルゲイン）

われわれの全体戦略は組織コンサル、長期保有型の M&A とファンドの 3 軸で進めていくかたちになっております。

2026年2月期

売上高

6,536 百万円

YoY +21.8%

営業利益

491 百万円

YoY +48.6%

売上高は新生識学ファンドで1社売却により**過去最高**

営業利益はファンド事業の売却益により大幅増益。

一方、Bプレミア参入に向けた集客投資、投資有価証券の減損損失、M&A関連費用が発生

2027年2月期 業績予想

売上高

6,201 百万円

営業利益

▲200 百万円

売上について、前期は投資有価証券売却1,024百万円が発生していた他、6月末のFSE株式譲渡に伴うスポーツ事業の連結除外により8か月分が減少。当期は開示済の3社を期中から取り込む

組織コンサル事業ではリブランディング費用を含む構造改革費用（一時的要因）が発生させ、利益率の改善を図っていく

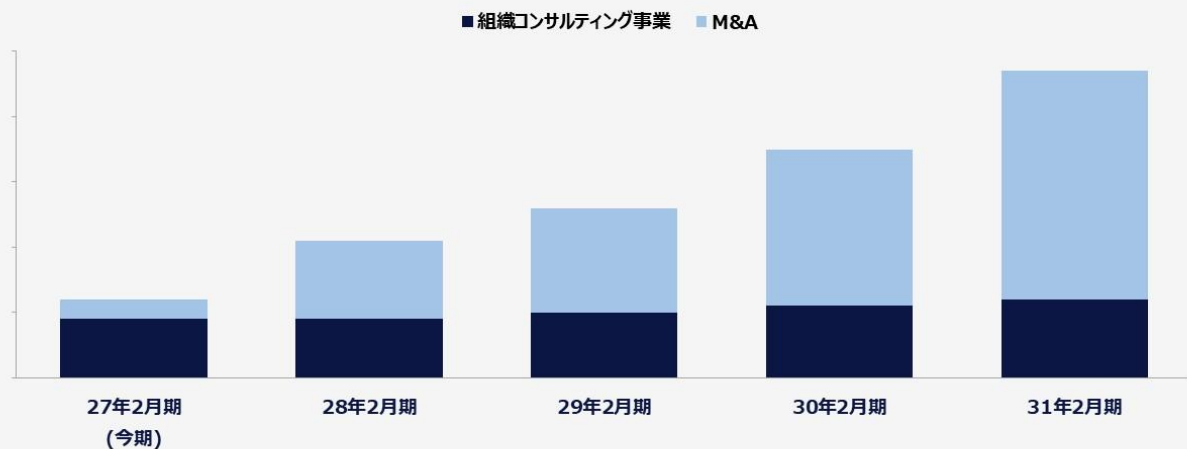
今後の展望

これまで培ってきた経験を元に**M&A**を積極的に実施将来的な売却を前提とせず、**モノづくり企業の子会社化**を通じて、組織コンサルティング事業と同等以上の売上規模を目指す

今期予想、改めてですが売上 62 億円、営業損失 2 億円と、このように取り組んでいきたいということでございます。第 1 四半期に関しては今申し上げたように組織コンサルのほうが少し不調でしたので、営業利益がこのようなかたちになっているということでございます。

今後の成長イメージ ～売上高の推移～

売上高は今期から来期にかけて大きく拡大し、以降も右肩上がりの成長を見込む。
利益は当期の赤字から黒字へ転換し、高収益モデルへの移行により継続的に拡大を目指す。



©2026 SHIKIGAKU CO., LTD.

31

最後に 31 ページの今後数年間、どういうイメージで考えているかでございますが、来期は今 3 社決定で 4 社目意向表明で、4 社目までしっかり完了すると、そのまま来期 1 年間その売上を取り込むことができれば、おおよそ組織コンサルティングとの売上比率は、これぐらいになるかと考えております。

そこから計画的に M&A を繰り返していったら、5 年後には組織コンサルティングとの売上比率はこれぐらいをイメージしていると。来期、組織コンサルティングは横ばいで出しているのですが、この M&A の実績がしっかり上がってくると、組織コンサルティング側の有用性の証明にもつながり、結果的に組織コンサルティングもじわじわ、もう一度拡大のタイミングに入っていくのではないかと考えております。

組織コンサルティングに関しましては毎年微増を繰り返していきながら、M&A のほうで売上、利益をしっかり伸ばしていくことを継続的に実行していく。そういう中長期のイメージで進めていければと考えております。

簡単ではございますが、以上で終わりとさせていただければと思います。

質疑応答

司会 [M]：それでは、ここから質疑応答の時間といたします。ご質問がある方は、手を挙げるボタンを押してお待ちください。こちらから順番にミュートの解除依頼をいたしますので、依頼が画面に表示された方は解除してからお話しください。またご質問の際は、会社名とお名前を先におっしゃっていただいてから、ご質問いただきますようお願いいたします。

質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。

質問者 [Q]：識学基本サービスの契約下げ止まり、反転に関する時期のめどを教えてください。
FSE の株式保有と売却に伴い、得たこと、反省点を総括して教えてください。

安藤 [A]：一つ目、基本サービスの契約下げ止まりに関しては、解約率のほうは低減できてきているところがございますので、新規契約が今の水準より 1.5 倍から 2 倍ぐらいになってくればというところがございますして、下げ止まりのめどは明確には設定できていないのですけれども、今期、この第 2 四半期中には反転できるようにやっていきたいと思っております。

足元、顧客紹介を中心とした新規獲得の方法に切り替えていっている中では、割と感触が良いというか、もともとずっと早めにやっておくべきだったという話なのですけれども、というところもございまして、新規の顧客社数に関しては反転できそうなめどが立ってきていることと。

あとは既存のお客様も、要は識学基本サービスが始まって、サービスの品質がしっかり上がっていく前の人たちがまだまだ比率として結構多くおられまして。その方々の解約が多いところがございますので、解約率も一定抑えることができることと、新規も増えていくと、めどは分からないのですけれども、早々になんとかしていきたいと思っています。

FSE の株式保有と売却に伴い、得たことと反省を総括して教えてくださいということでございますが、反省点はスポーツビジネスに対する見込みが非常に甘かったというところかと思っています。売上のほうは当初想定どおりというか、2 億円から 8 億円、9 億円と、それぐらいのレベルまで、4 倍ぐらいにすることができたのですけれども、競争の激しい B リーグにおいてはチームを強化するところに一定、費用をかけていかないとジリ貧に終わってしまう。

頭では理解していたのですが、それがここまでかかる費用が変わってくるところに関しては、しっかりイメージできていなかったかと思っています。

得たことは地方の行政とのつながりであったり、本当の意味で地方創生で企業ができること、企業に求められているところを体感できたところであったり、地方に根を張ってやっておられる企業の皆さんとのネットワークであったりを得ることができたかと思っております。そういう意味では今後の M&A 等にも生かしていきたいところがあります。

あとは、今後さらなる識学の持分法適用会社になりましたけれども、ここで福島ファイヤーボンズがさらに世の中の注目を浴びるような存在になっていく。B プレミアという一番上のリーグに行くことは決まっていますので、そこで新たな筆頭株主の資金力を生かして、そこで日本一を達成することができれば、福島というエリアを元気にした一つの功労者として、われわれ識学の名前も世の中に広げることができるのではないかと考えています。

ですので、得たことはありながらも、さらにここから果実は得られる座組にはなっていると思っていますので、さらにもっと多くのことを得ていきたいと思っています。

司会 [M]：ほかに質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。いらっしゃらないようなので、質疑応答を締め切ります。

それでは以上にて、2027 年 2 月期第 1 四半期、Web 決算説明会を終了いたします。なお、弊社では積極的に 1on1 ミーティングを実施させていただいております。今後の成長戦略についても、より詳細にディスカッションさせていただきたいと考えておりますので、何とぞよろしくお願いいたします。

本日はご参加、誠にありがとうございました。

[了]

脚注

1. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、株式会社 JPX 総研（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。