

|| 企業調査レポート ||

リソー教育

4714 東証1部

[企業情報はこちら >>>](#)

2021年11月29日(月)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2022年2月期第2四半期累計業績の概要	01
2. 2022年2月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画について	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業の概要	04
3. 特長・強み	07
■ 業績動向	10
1. 2022年2月期第2四半期累計業績の概要	10
2. 事業セグメント別動向	12
3. 財務状況	14
■ 今後の見通し	16
1. 2022年2月期の業績見通し	16
2. 中期経営計画について	18
■ 株主還元策	22

■ 要約

「TOMAS」「伸芽会」を中心に好調持続、 2022年2月期は2期ぶりに過去最高業績更新へ

リソー教育<4714>は“完全個別指導”と“進学指導”とを組み合わせた独自のビジネスモデルを構築し、事業領域を拡大している教育サービス企業である。幼稚園・小学校受験指導の(株)伸芽会や家庭教師派遣事業の(株)名門会、学校内個別指導の(株)スクールTOMAS、ツアー体験企画や体操教室などを行う(株)プラスワン教育などを子会社に持つ。

1. 2022年2月期第2四半期累計業績の概要

2022年2月期第2四半期累計(2021年3月～8月)の連結業績は、売上高で前年同期比31.5%増の14,612百万円、営業利益で1,331百万円(前年同期は460百万円の営業損失)と大幅増収増益となった。新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)が続くなかで、徹底した感染防止対策を行い安全な学習環境を整備するとともに、高品質な「本物」の教育サービスを提供してきたことが評価され、グループの各事業において順調に生徒数が拡大した。加えて、「TOMAS」「伸芽会」で2021年3月から料金改定を実施した効果も寄与した。2021年8月末のグループ生徒数は前年同期比10.7%増の26,645人と過去最高を更新した。

2. 2022年2月期の業績見通し

2022年2月期の連結業績は、売上高で前期比19.0%増の30,000百万円、営業利益で同197.8%増の3,010百万円と期初計画(売上高29,000百万円、営業利益2,510百万円)から2度目の上方修正を発表し、2期ぶりに過去最高を更新する見通しだ。前期にコロナ禍で一時的にストップしていた新校舎開設の展開や拡大リニューアルを各事業で積極的に進めており、生徒数が想定を上回るペースで伸長していることが主因だ。上方修正した業績見通しについても保守的な印象であり、さらなる上積みが可能であるものと弊社では見ている。なお、将来の主力事業候補として期待される「スクールTOMAS」についても、導入加速に向けた体制が整ってきた。2021年6月にスクールTOMASとKDDIまとめてオフィス(株)が業務提携し、両社のネットワークを相互活用することで「スクールTOMAS」の導入を推進していくことを発表したためだ。KDDIまとめてオフィスでは全国約250校にタブレット端末等の導入実績があり、これら学校に対して「スクールTOMAS」の導入提案を進めていく。2021年8月末の導入契約校数は82校で、2023年2月期の目標として100校を掲げてきたが、今回の提携発表により目標達成が射程圏に入りさらなる上積みの可能性も出てきた。

要約

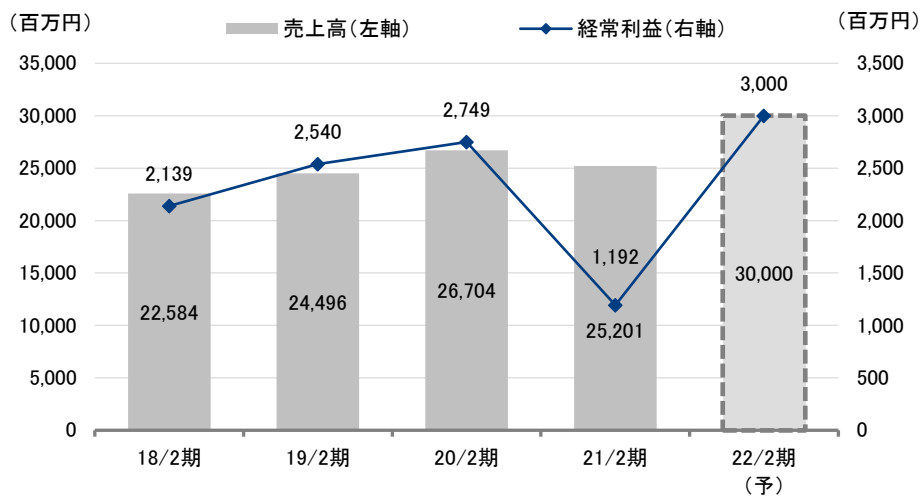
3. 中期経営計画について

同社は、2021年4月に3ヶ年の中期経営計画を発表しており、業績目標値として2024年2月期に売上高で35,500百万円、営業利益で3,710百万円を掲げていたが、初年度となる2022年2月期が計画を上回るペースで進捗している。このため、今後の状況次第では業績目標を上方修正することになりそうだ。成長戦略として、高品質な「本物」の教育サービスの提供と積極的な新規出校により生徒数を拡大し、年率2ケタ台の増収増益を目指す方針に変わりない。また、2020年9月に発表したヒューリック<3003>、コナミスポーツ(株)との業務提携による子ども向け教育サービスをワンストップで提供する教育特化型ビル「こどもでぱーと(仮称)」構想については、2022年を目途に第1弾を開業し、2029年までに首都圏で20棟まで広げていく予定となっている。同構想が進めば、グループの複数の教育サービスを1ヶ所で提供でき、「囲い込み戦略」による生徒数増加並びにLTVの向上と業務効率向上により一段の収益拡大が見込めることになり、今後の動向が注目される。

Key Points

- ・「TOMAS」「伸芽会」を中心に収益が急回復、2022年2月期第2四半期累計業績は大幅増収増益を達成
- ・2022年2月期業績を上方修正するも、なお上振れ余地あり
- ・生徒数の好調な拡大を受け、中期業績目標についても上方修正する公算大

業績推移



出所：決算短信、ニュースリリースよりフィスコ作成

■ 会社概要

質の高い教育サービスの提供を目的に 1985 年に設立

1. 会社沿革

同社は現取締役会長の岩佐実次（いわさみつぐ）氏が、自身も経営に参画していた（株）日本こどもびあが教育機器の販売を重視する方針であったことを機に、日本こどもびあから14教室を譲り受け、1985年7月に個人別指導による質の高い教育サービスの提供を目的に（株）日本教育公社を設立したことに始まる。

設立当初は理想教育研究所（略称：理想研）という教室名の集団指導でスタートし、1クラス6名、学力別クラス編成、100%正社員講師を基本として教室運営を行い、1990年3月から同社独自の「完全個室の1対1の個人教授システム」を開発、名称を「東京マンツーマンスクール」と改称して提供を開始した。これが後に「TOMAS」へと名称変更（1997年に愛称として採用後、2000年に正式名称化）し今日に至っている。

同社は教育サービスの多角化にも積極的で、1989年5月に名門会家庭教師センターを開設し家庭教師部門に進出した。また、2000年にはインターネットテレビ電話を活用したリアルタイム双方向の完全個別指導を目的に、（株）日本エデュネット（現 スクールTOMAS）を設立した。さらには人格情操合宿教育を目的として（株）スクールツアーシップ（現 プラスワン教育）を2002年に設立したほか、名門幼稚園・小学校の受験指導を目的に伸芽会の株式を2003年に取得し子会社化した。直近では2019年7月に（学）駿河台学園と資本業務提携を行い、最難関校の受験に特化した個別指導塾「Spec. TOMAS」を展開すべく、同年9月に合併で（株）駿台TOMAS（出資比率51%）を設立した。

証券市場には、1998年に日本証券業協会に株式を店頭登録したのち、2001年の東京証券取引所市場第2部上場を経て2002年6月に同市場第1部に指定替えし、現在に至っている。なお、2022年4月に導入される新市場区分においては「プライム市場」を選択した。

会社概要

会社沿革

年月	沿革
1985年 7月	株式会社日本こどもびあより14教室の営業譲渡を受け、質の高い個人別指導サービスの提供を目的に、株式会社日本教育公社を東京都新宿区に設立。「理想教育研究所」という教室名で教室展開をスタート
1989年 5月	名門会家庭教師センターを開設し、家庭教師部門に進出
1990年 3月	独自の「完全個室の1対1の個人教授システム」を開発し、教室名を「東京マンツーマンスクール」と改称
1998年10月	「株式会社日本教育公社」から「株式会社リソー教育」に商号変更
1998年12月	日本証券業協会に株式を店頭登録
2000年 7月	インターネットテレビ電話を活用した双方向型の完全個別指導を目的に株式会社日本エデュネットを設立
2001年 3月	株式会社東京証券取引所市場第2部に上場
2002年 6月	株式会社東京証券取引所市場第1部に指定替え
2002年12月	人格情操合宿教育を目的として株式会社スクールツアーシップを設立
2003年 1月	家庭教師派遣部門を分社化して株式会社名門会を設立。幼稚園・小学校の受験指導を行う株式会社伸芽会を完全子会社化
2005年 7月	生徒募集勧誘事業部門を株式会社スクールツアーシップに事業譲渡し、併せて商号を株式会社リソー教育企画に変更
2013年10月	英語スクール部門を分社化し、株式会社インター TOMAS を設立。人格情操合宿教育事業を分社化し、株式会社プラスワン教育を設立。株式会社日本エデュネットの商号を株式会社スクール TOMAS に変更。株式会社リソー教育企画の商号を株式会社 TOMAS 企画に変更
2016年11月	セブ島 IT パークに学校法人向けオンライン英会話事業「TOMAS ENGLISH TRAINING CENTER, INC.」を設立(株式会社スクール TOMAS が99.99% 出資)
2019年 9月	学校法人駿河台学園との資本業務提携に基づき、合併会社「駿台 TOMAS」を設立(出資比率51%)
2020年 2月	駿台 TOMAS にて新ブランド「Spec.TOMAS」第1号校を自由が丘校に開校。 株式会社インター TOMAS、株式会社 TOMAS 企画を吸収合併
2020年 8月	グループ会社の講師の採用及び育成並びに紹介を専門とする株式会社ココカラTチャーズ設立
2020年 9月	ヒューリック株式会社と資本業務提携。 ヒューリック株式会社及びコナミススポーツ株式会社と3社で業務提携
2021年 4月	株式会社伸芽会とコナミススポーツ株式会社が「コナミススポーツ 伸芽'Sアカデミー」の共同展開を目的とした業務提携を発表
2021年 6月	株式会社スクール TOMAS と KDDI まとめてオフィス株式会社が学校向け ICT 環境整備や学校内学習支援システムの導入を共同で進める業務提携を発表

出所：有価証券報告書及び同社プレスリリースよりフィスコ作成

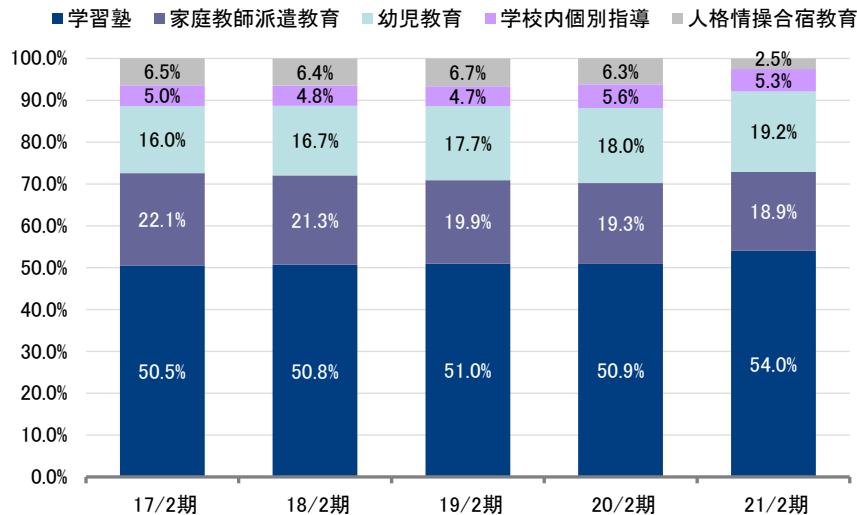
TOMAS、名門会、伸芽会を中心に各種教育サービス事業を展開

2. 事業の概要

同社及び主要子会社5社で、学習塾事業を中心に各種教育サービスを展開しており、事業セグメントとしては学習塾事業、家庭教師派遣教育事業、幼児教育事業、学校内個別指導事業、人格情操合宿教育事業に分けて開示している。直近5年間の事業別売上構成比では、学習塾事業が売上高の50%強で推移しており、家庭教師派遣教育事業、幼児教育事業と合わせた3つの事業で全体の約9割を占める格好となっている。

会社概要

事業セグメント別売上構成比



注：構成比はその他を除き算出
 出所：決算短信よりフィスコ作成

学習塾事業は主力事業である完全個別指導塾「TOMAS」を首都圏で88校（2021年8月末時点、以下同様）展開しているほか、英会話スクールの「インター TOMAS」を10校、医学部受験専門個別指導塾「メディック TOMAS」を4校展開している。また、子会社の駿台 TOMAS において、2020年2月に最難関校受験専門の個別指導塾「Spec. TOMAS」（自由が丘校）を開校している。

「TOMAS」は小学生から高校生までを対象とした1対1の完全個別指導塾で、同社によると各生徒のスキルに応じて個人別「合格逆算カリキュラム」を作成・提供することで、個別指導塾として難関志望校合格者数でトップの実績を実現している。講師は学生、社会人等のアルバイト講師が大半を占め、学習相談・サポートなどを正社員で対応することで顧客満足度の高い「安心で確実なサービス」の提供を可能としている。また、「Spec. TOMAS」については入塾のための試験を実施しており、不合格となった生徒については近隣の「TOMAS」を紹介している。「Spec. TOMAS」自由が丘校では小学1～6年生を対象とし、最難関中学校の合格を目指すべく講師も正社員として採用しているのが特長だ。

家庭教師派遣教育事業では、名門会が全国主要都市に35校展開している。社会人のプロ講師が家庭教師としてサービスを提供しており、同社によると進学実績を公表できる唯一の家庭教師センターとしている。毎年多数の合格者を輩出しており、特に医学部の合格実績が高いことが特徴となっている。また、首都圏以外をサービスエリアとする個別指導塾として「TOMEIKAI」を11校（九州エリア5校、東海エリア3校、甲信越エリア2校、近畿エリア1校）展開している。講師は大学生となるため、開設する地域は近隣に医科大学など優秀な大学生が多くいる地域をターゲットにしている。

会社概要

幼児教育事業では、名門幼稚園・小学校受験のパイオニアでトップクラスの合格実績を持つ伸芽会（創立 65 年目）が、首都圏を中心に 24 校（首都圏 21 校、京阪神 3 校）展開している。また需要が旺盛な学童・保育事業として「伸芽'Sクラブ」を首都圏で 23 校（学童 16 校、託児 7 校）展開している。託児では伸芽会式教育メソッドを取り入れた“お受験”対応型の長時間託児の運営を行っている。仕事と育児の両立を希望するワーキングマザーから高い支持を得ており、開校と同時に定員が埋まるほどの盛況が続いている。また学童についても、独自の学習カリキュラムを取り入れた進学指導付き学童を特色としており、託児と同様に高い人気を得ている。

学校内個別指導事業では、スクール TOMAS が各学校と契約して放課後の時間を活用して同社が派遣した講師による個別指導に加えて、2020 年からは AI 学習支援システム「atama+（アタマプラス）」や映像教材システム「駿台サテネット 21」などと組み合わせた個別指導サービスなども提供している。少子化による生徒数の獲得や教師の長時間労働が経営課題となっている私立の中高一貫校を中心に導入契約校数は年々増加しており、2021 年 8 月末時点で 82 校となっている。

人格情操合宿教育事業では、プラスワン教育でサッカー教室を 7 校、体操教室を 8 校運営しているほか、土・日曜日や夏休みなどの長期休暇を利用した体験型教育プログラム「School Tour Ship」を企画・提供している。「School Tour Ship」に参加して様々な体験をすることで行動力や判断力を養い、知的好奇心を育むことが目的となっている。同事業に関しては「TOMAS」など主力事業の生徒に対する付加サービスの位置付けとなっているため、利益に関しては重視していない。

事業セグメントと主要事業会社の概要

事業セグメント	会社名	事業内容	サービス地域
学習塾事業	リソー教育	学習塾事業。完全個別指導塾「TOMAS」を中心に、医学部受験専門個別指導塾「メディック TOMAS」、英会話スクール「インター TOMAS」などを運営	首都圏
	駿台 TOMAS	最難関校受験専門の個別指導塾「Spec.TOMAS」を運営	首都圏 (将来的に拡大)
家庭教師派遣教育事業	名門会	家庭教師派遣「名門会」、及び地方（1 都 3 県以外）における個別指導塾「TOMEIKAI」の運営	家庭教師は全国 「TOMEIKAI」は首都圏以外
幼児教育事業	伸芽会	名門幼稚園・小学校の受験指導教室「伸芽会」のほか、「伸芽'Sクラブ」ブランドで託児事業・学童保育事業を展開	「伸芽会」は首都圏及び京阪神 「伸芽'Sクラブ」は首都圏
学校内個別指導事業	スクール TOMAS	学校内における個別指導を展開	全国
人格情操合宿教育事業	プラスワン教育	サッカー教室や体操教室の運営を行うスクール事業や、様々な体験を通じて行動力や判断力を養うツアー事業を展開	-

出所：有価証券報告書、決算説明会資料等よりフィスコ作成

会社概要

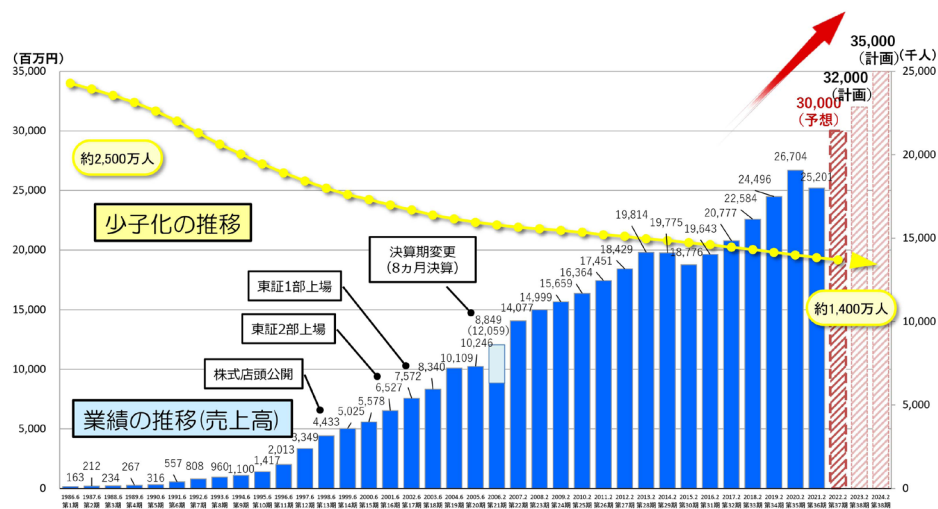
完全個別指導による高品質な教育サービスを 差別化戦略として成長を続ける

3. 特長・強み

同社は様々な特長や強みを有しているが、弊社では特に以下の2つが重要だと考えている。すなわち、1) 長期的にほぼ一貫して業績が拡大基調を歩んでいることと、2) 高い利益率を実現していること、の2つだ。これら2つの特長は、同社が構築してきた優位性のある事業モデルに起因するものと考えており、これらを理解することで同社の中長期的な成長シナリオに対する理解度や確信度が高まるものと考えている。

同社の売上高は創業初年度となる1986年6月期で163百万円を計上し、2013年2月期まで増収を続けてきた(2006年2月期は決算期変更によって8ヶ月の変則決算のため減収となったが、12ヶ月換算すると実質的に増収を達成)。その後、不適切な会計処理問題が発覚し、内部管理体制の再構築を実施した時期に一時的に成長が鈍化したほか、コロナ禍の影響で2021年2月期に減収となったことを除けば、長期的に成長トレンドが続いていると見ることができる。

同社創業以来の売上高推移

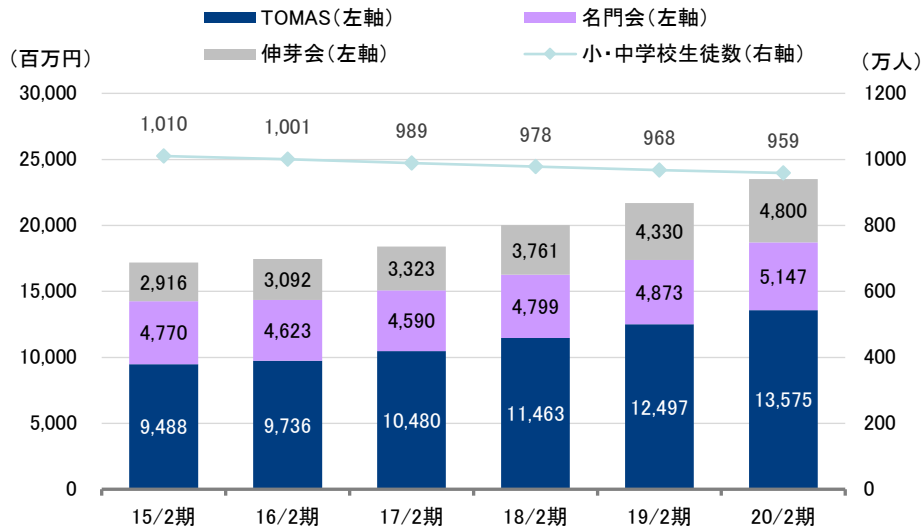


出所：決算説明資料より掲載

重要なことは、少子化の進行で学習塾・予備校市場が頭打ちと一般に言われるなかで、参入企業の増加によって生徒獲得競争が激化し、業界全体としては決して環境が良いとは言えないが、「TOMAS」や「名門会」「伸芽会」といった主要事業においていずれも生徒数を伸ばし、成長を続けてきたことにある。主要ターゲットとなる小・中学校の国内生徒数は、2015年2月期の1,010万人から2020年2月期は959万人と年率1.0%の減少トレンドであったのに対して、同社の主要3事業の売上高は2015年2月期の17,176百万円から2020年2月期は23,523百万円と年率6.5%の成長を遂げており、主力の「TOMAS」に関して見れば7.4%の成長となっている。これは将来が不透明ななかで子ども一人当たりの教育費が増加し、また、私立の小学校・中学校を受験する生徒が増加するなかで、受験対策ニーズを同社がうまく取り込んでいることが要因と考えられる。

会社概要

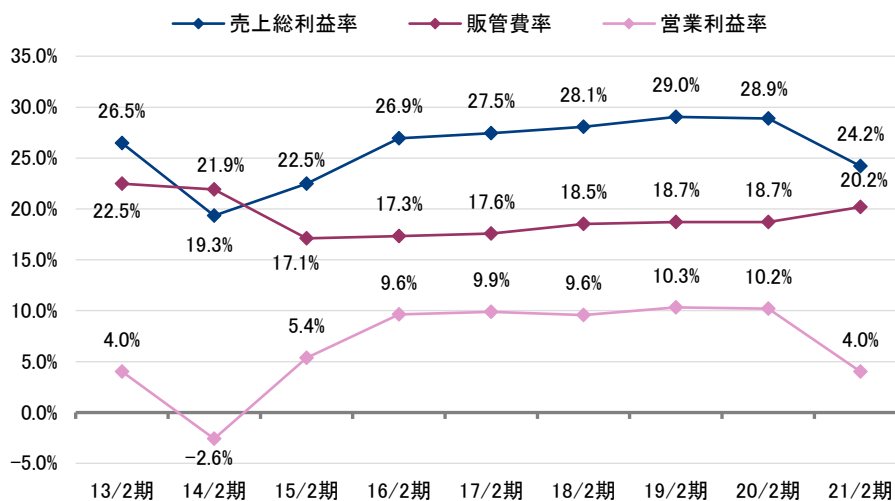
主力事業の売上高と小・中学校生徒数の推移



出所：有価証券報告書、文部科学省「文部科学統計要覧（令和2年版）」よりフィスコ作成

また同社の営業利益率の推移を見ると、直近期である2021年2月期はコロナ禍の影響で一時的に低下したものの、2016年2月期以降2020年2月期までは売上高営業利益率で10%程度と安定して推移していた。学習塾・予備校業界を俯瞰した場合、営業利益率10%の水準は平均よりも上位に位置する。上場する同業他社のなかには同社よりも高い営業利益率を実現している企業も複数あるが、それらは集団指導を中核の事業モデルとしているかFC事業展開によりロイヤリティ収入を獲得している企業となる。同社のように直営教室で個別指導をメインとするか、集団と個別とを半々で展開するような業態で2ケタ台の営業利益率を実現している同業他社は極めて少ない。

売上総利益率、販管費率、営業利益率の長期推移



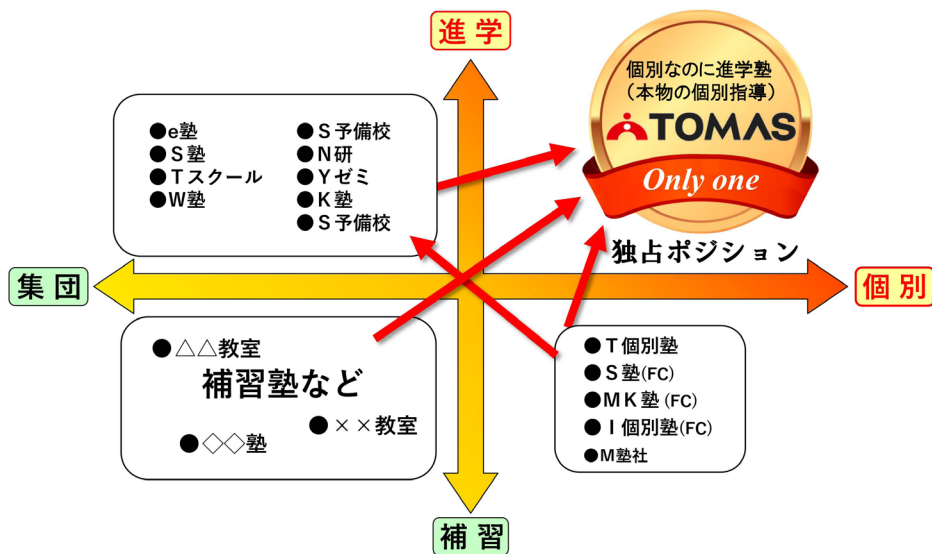
主所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

このように同社が持つ安定した売上成長と高い収益性という2つの特長は、同じところに起因すると弊社では考えている。現取締役会長の岩佐氏は創業に当たり中国の一人っ子政策から2つの大きなヒントを得た。それは一人っ子政策による少子化の進行と、少子化の結果として子ども1人あたりに投下される教育費が増大するという点の2点だ。このヒントをもとにして、少子化を当初から想定して事業モデルを構築してきたことが、現在までの成長につながっており、また子ども1人当たりの教育費が増大する点を看破したことで、少子化を逆風ではなく追い風に変えることに成功したと言える。

少子化を追い風にするための重要なポイントが、1対1の完全個別指導による高品質な教育サービスの提供と、その目的（ゴール）を進学指導に置いたことの2点にある。この2つは現在の「TOMAS」をはじめとする各業態に共通した要素でもある。この2つを組み合わせた個別指導を本格的に展開しているところは現状ではほかに見当たらない。現在の個別指導市場で一般的なモデルとしては、1対少数（2～3名）の“準”個別指導で、学校の授業の補習目的というものが多くある。他社が同社のモデルを採用しない大きな理由は明確で、一言で言えば事業リスクが高いためだ。完全個別指導で収益化を図るためには必然的に料金を高くせざるを得ないが、“授業の補習”ではその高い料金を正当化することはできない。高い授業料を正当化するものは進学実績だけという厳しい現実がある。このため、同社と同様の事業モデルで新規参入する企業はほとんどなく、個別指導の進学塾として高いブランド力とポジションを確立している要因となっている。

マーケットにおける同社の位置付け



出所：決算説明資料より掲載

会社概要

同社は質の高い個別指導の提供を設立目的としながらも、創業当初は「1 クラス 6 名の学力別クラス編成」という集団指導からスタートし、岩佐氏が思い描いていた完全個別指導を提供したのは創業 5 年後の 1990 年だった。その間は社内でも意見・方針の対立もあったと推察されるが、最終的に完全個別指導が実現したのは、「学習塾産業はサービス業である」という意識の導入とその徹底にある。その意識のもと、高い顧客満足度を提供することに注力してきた。学習塾・予備校業界における高い顧客満足度とは志望校への合格にほかならない。同社は創業以来、現在に至るまでサービス業という意識が一貫して保持されており、サービス事業者の使命として進学実績の追求を最大の経営目標としている。この“進学実績追求型”の事業モデルこそが同社の強みの源泉であり、冒頭の安定増収と高利益率の 2 つを実現できる要因であると考えられる。

同社がサービス産業という意識を高く持って経営していることを表す 1 つの事例が、同社の正社員はマネジメントに徹するというスタイルだ。前述したとおり、「TOMAS」では同社の講師陣は学生や社会人のアルバイトであり、各教室に在籍する正社員はそうした講師陣と児童・生徒、及びその保護者との調整役に徹している。具体的には、1) 生徒・保護者の本音の目的・目標（ゴール）を引き出し、2) それを担当講師としっかり共有した上でカリキュラムを作成し、3) 授業開始後は進捗状況やその後の指導方針等について保護者に対して説明責任を果たす、という作業だ。この一連のサイクルを繰り返して行うことで、高い顧客満足度を維持しつつ、最終的に志望校合格という最大の顧客満足へとつなげている。

同社の安定成長・高利益率という状況が将来的に持続可能かという点については投資時期や規模をどう設定するにもよるが、5 年から 10 年という時間軸のなかでは持続する可能性は高いと弊社では考えている。まず、同社の展開する事業モデル（高価格・高品質のサービス）に対する需要は少子化が進むなかでも常に一定数存在することが挙げられる。次にその市場への他社の参入がポイントになるが、この点は前述のように過当競争に陥るリスクは小さいと見ている。同社が創業から長年構築してきた事業モデルを後追い・再現するには、事業リスクが高いためだ。同社の進学実績追求型事業モデルに対する参入障壁の高さが同社の 3 つ目の特長であり、強みと言えるだろう。

業績動向

「TOMAS」「伸芽会」を中心に収益が急回復、 2022 年 2 月期第 2 四半期累計業績は大幅増収増益を達成

1. 2022 年 2 月期第 2 四半期累計業績の概要

2022 年 2 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比 31.5% 増の 14,612 百万円、営業利益で 1,331 百万円（前年同期は 460 百万円の損失）、経常利益で 1,373 百万円（同 416 百万円の損失）、親会社株主に帰属する四半期純利益で 874 百万円（同 468 百万円の損失）と大幅増収増益となり、第 2 四半期累計として 2 年ぶりに過去最高業績を更新した。

業績動向

2022年2月期第2四半期累計実績

(単位：百万円)

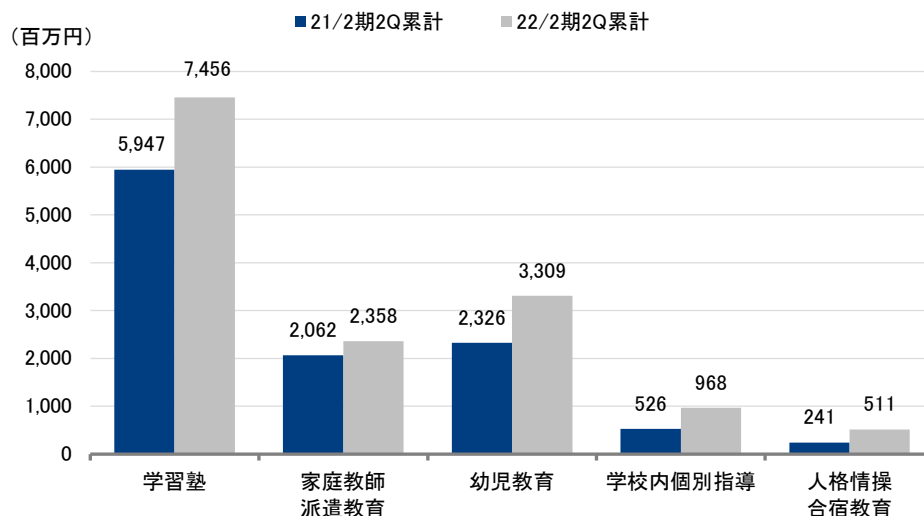
	21/2期2Q累計		22/2期2Q累計		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	11,109	-	14,612	-	31.5%
売上原価	9,019	81.2%	10,490	71.8%	16.3%
販管費	2,549	23.0%	2,790	19.1%	9.5%
営業利益	-460	-4.1%	1,331	9.1%	-
経常利益	-416	-3.8%	1,373	9.4%	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	-468	-4.2%	874	6.0%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

コロナ禍が続くなかで、安心・安全な教育サービスを提供するために徹底した感染防止対策に取り組んできたことや、志望校への合格という目標を持つ生徒に対して高品質の教育サービスを提供し続けてきたこと、また2021年2月期にはストップしていた新規開校や拡大リニューアルの展開を積極的に進めたことで各事業の生徒数が順調に拡大したことが、増収要因となった。また「TOMAS」「伸芽会」については、2021年3月より約5%の料金値上げを実施したことも収益増の要因となっている。今回の値上げについては、2021年2月期の減収要因の一つとなっていた感染防止対策に関連したコスト上昇分（講師の特別手当分を含む）を反映させたものとなっている。

事業セグメント別で見ると、すべての事業セグメントで増収増益となっており、営業利益については学習塾事業、幼児教育事業の回復が大きく寄与した格好となっている。また、2021年8月末の生徒数について見ると、「TOMAS」が前年同期比8.1%増、「名門会」が同15.3%増、「伸芽会」が同13.0%増と主力事業が順調に拡大し、グループ全体でも同10.7%増となった。

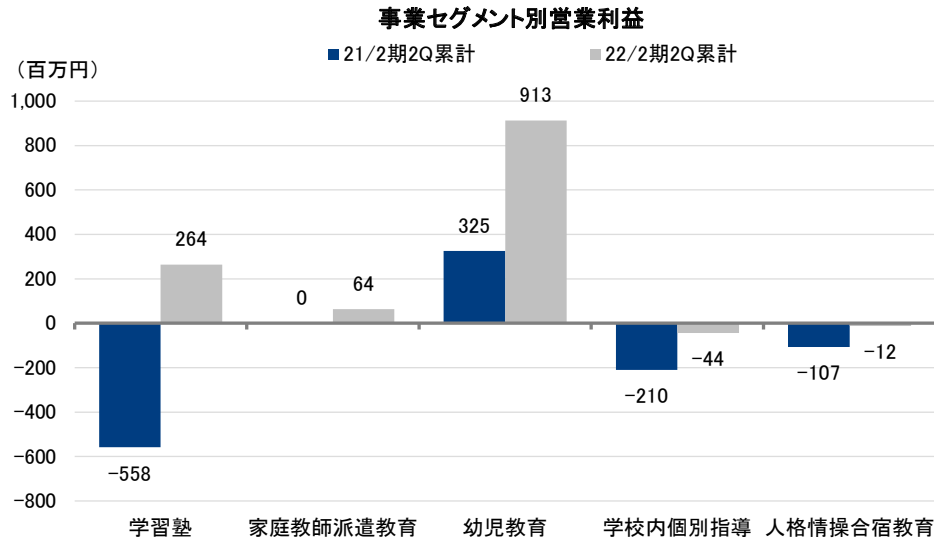
事業セグメント別売上高



注：内部取引高を除く

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業別生徒数

(単位：人)

	2019年8月末比	2020年8月末比	2021年8月末
TOMAS	9.0%	8.1%	13,781
名門会 (TOMEIKAI 含む)	9.3%	15.3%	4,143
伸芽会 (伸芽'Sクラブ含む)	20.3%	13.0%	4,939
グループ合計	10.4%	10.7%	26,645

主所：決算説明資料よりフィスコ作成

「TOMAS」「伸芽会」を中心にすべての事業で収益が回復

2. 事業セグメント別動向

(1) 学習塾事業

学習塾事業の売上高は前年同期比 25.4% 増の 7,456 百万円、営業利益は 264 百万円（前年同期は 558 百万円の損失）となった。増収要因は、新規開校や既存校における生徒数の増加に加えて、前年同期は緊急事態宣言下で 2020 年 4 月に 2 週間の休校措置を取っていたことや 2021 年 3 月より約 5% の値上げを実施したことなどにより、生徒当たり売上単価が上昇したことが要因だ。利益面でも、増収効果によって新規出校や拡大リニューアル費用の増加を吸収し大幅増益となった。

業績動向

2022年2月期第2四半期累計期間における新規出校は、「TOMAS」4校(3月1校、5月1校、7月2校)、「メディックTOMAS」2校(4月2校)、「インターTOMAS」1校(3月1校)の合計7校となっており、このほか「TOMAS」既存校の拡大リニューアルを4校(3月、4月、6月、7月に各1校)実施した。2021年8月末の校舎数は合計で103校(学習塾93校、英会話10校)、学習塾の生徒数は前年同期比8.1%増の13,781人となった。新設校の生徒獲得状況も好調に推移しているようで、同社の徹底した感染防止対策※によって安心・安全な学習環境を整備し、対面型授業で高品質な教育サービスを提供するという考え方が、多くの生徒や保護者から支持されているものと考えられる。

※ 教室内での感染防止対策に加えて、2021年7月から8月にかけてワクチン職域接種を生徒・講師・社員・家族を対象に約1万人に実施した。

(2) 家庭教師派遣教育事業

家庭教師派遣教育事業の売上高は前年同期比14.4%増の2,358百万円、営業利益は64百万円(前年同期は0.4百万円の利益)となった。増収要因は、新規開校等により生徒数が増加したことが主因となっている。2021年2月期第2四半期はコロナ禍の影響で「名門会」「TOMEIKAI」とともに緊急事態宣言発出により2020年4月に教室での指導を約2週間休止したこともあり生徒数が減少し減収傾向が続いていたが、2022年2月期第1四半期より増収基調に転じている。利益面でも、新規出校費用などを増収効果で吸収し増益となった。

2022年2月期第2四半期累計期間における新規出校は、「名門会」で2校(7月2校)、「TOMEIKAI」で2校(4月、6月各1校)、拡大リニューアルは「名門会」で1校(5月)、「TOMEIKAI」で1校(3月)実施した。2021年8月末の校舎数は「名門会」35校、「TOMEIKAI」11校となり、生徒数は合計で前年同期比15.3%増の4,143人となった。「名門会」の新規出校2校(鹿児島、熊本)については、「TOMEIKAI」が入居しているビル内での開校となっている。なお、「名門会」では外出に不安があり通塾できない生徒や地方在住の生徒への学習対応として、オンラインでの個別指導サービスも前期から提供するなど、幅広い学習ニーズに対応している。

(3) 幼児教育事業

幼児教育事業の売上高は前年同期比42.3%増の3,309百万円、営業利益は同180.9%増の913百万円となった。売上高は「伸芽会」で2020年4月～5月にかけて約1ヶ月間完全休校を実施していたことによる反動増に加えて、新規開校に伴う生徒数の増加や、「伸芽会」で2021年3月から約5%の値上げを実施したことなどが増収要因となった。利益面でも、増収効果により大きく伸長し、第2四半期累計として過去最高業績を2年ぶりに更新している。

2022年2月期第2四半期累計期間における新規出校は、「伸芽会」で1校(5月)、「伸芽'Sクラブ」の学童・託児をそれぞれ1校(4月)開校し、「伸芽会」で拡大リニューアルを1校(3月)実施した。2021年8月末における校舎数は「伸芽会」で24校、「伸芽'Sクラブ学童」で16校、「伸芽'Sクラブ託児」で7校となっている。また、生徒数については合計で前年同期比13.0%増の4,939人、うち、「伸芽会」は15.6%増、「伸芽'Sクラブ」は同9%増となっている。

業績動向

「伸芽会」についてはコロナ禍で小学校受験を希望する保護者が増加傾向にあるなかで、徹底した感染防止対策の実施による対面型授業を行っていることや、オンラインでの「受験対策講座」「合格指南講座」などの講演動画の配信、家庭用教材と映像開設をセットにした新教材の提供を開始するなど、多様な顧客ニーズに対応していることも、生徒数の増加につながっているものと考えられる。

(4) 学校内個別指導事業

学校内個別指導事業の売上高は前年同期比 84.0% 増の 968 百万円、営業損失は 44 百万円（前年同期は 210 百万円の損失）となった。前年同期は 2020 年 3 月から 5 月にかけて学校が休校となったことで「スクール TOMAS」も休校を強いられ、売上高が大きく落ち込んでいたが、2022 年 2 月期は通常運営に戻ったことや導入契約校数の増加並びに導入校における利用学年の拡大が増収要因となった。第 2 四半期累計としては 2 年ぶりに過去最高売上を更新している。また利益面では、増収効果に加えてオンライン英会話事業の完全外注化による固定費削減効果（年間で 1 億円程度）により損失額が縮小した。

導入契約校数については、前期末の 70 校から 2021 年 8 月末は 82 校と順調に増加している。なお、2021 年 6 月に KDDI まとめてオフィスと業務提携を行い、相互のネットワークを活用して契約導入校数の拡大を進めていく方針を発表した。KDDI まとめてオフィスではタブレット端末等の ICT 機器を全国約 250 校に導入しており、これら導入先の学校に対して今後、「スクール TOMAS」の導入提案を進めていく予定となっている。早ければ 2022 年度から業務提携の効果が顕在化するもの注目される。

(5) 人格情操合宿教育事業

人格情操合宿教育事業の売上高は前年同期比 112.0% 増の 511 百万円、営業損失は 12 百万円（前年同期は 107 百万円の損失）となった。前年同期はコロナ禍で情操分野を育む体験型ツアーを一定期間自粛したことや、「TOMAS 体操スクール」「TOMAS サッカースクール」をそれぞれ 2020 年 4 月から 5 月の 2 ヶ月間にかけて完全休校としていたため、売上高が大きく落ち込んでいたが、当第 2 四半期累計では体験型ツアーが徐々に回復し、スクールについても通常運営体制に戻ったことから、売上高は回復に転じている。2022 年 2 月期第 2 四半期累計期間における新規開校スクールはなく、2021 年 9 月に「TOMAS 体操スクール」を 1 校開校している。

第三者割当による自己株式処分を 2021 年 11 月に実施し、約 28 億円を調達予定

3. 財務状況

2022 年 2 月期第 2 四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 549 百万円増加の 14,489 百万円となった。主な変動要因は、流動資産では現金及び預金が 206 百万円増加した一方で、営業未収入金が 371 百万円減少した。また固定資産では新規校舎開設等により有形固定資産が 483 百万円増加したほか、投資その他資産が 156 百万円、無形固定資産が 15 百万円それぞれ増加した。

リソー教育 | 2021年11月29日(月)
 4714 東証1部 | <https://www.riso-kyoikugroup.com/ir/>

業績動向

負債合計は前期末比 1,048 百万円増加の 8,413 百万円となった。流動負債では未払金が 247 百万円、未払法人税等が 174 百万円増加したほか、将来の売上につながる前受金が 394 百万円増加した。また固定負債では退職給付に係る負債が 85 百万円、資産除去債務が 93 百万円それぞれ増加した。純資産は前期末比 499 百万円減少の 6,075 百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益 874 百万円を計上した一方で、配当金 1,398 百万円を支出し、利益剰余金が 500 百万円減少したことによる。

経営指標を見ると、自己資本比率は期末配当金の支出が影響して前期末の 46.7% から 41.5% に低下した。2017 年 2 月期以降は配当や自社株取得など株主還元を積極的に実施してきたため、自己資本比率は 50% を下回る水準で推移しているが、無借金経営で手元キャッシュも 40 億円を超えていること、主力の「TOMAS」を中心に安定したキャッシュを獲得できるビジネスモデルを構築していることなどから、財務内容は良好と判断される。

なお、同社は 10 月 27 日付で、第三者割当による自己株処分を行うことを発表している。同社は 2021 年 8 月末時点で 839 万株の自社株を保有しており、このうち 650 万株を 2021 年 11 月に資本業務提携先のヒューリックに 1 株当たり 443 円で売却する。同売却により 2,829 百万円を調達できることになる。調達資金の用途としては、2022 年以降の開設を予定している「こどもでぱーと」に係る設備投資（新教室開設に伴う敷金、教室設備・備品取得費、システム導入費など）や、そのほかの新校舎開設に伴う設備投資、戦略的 M&A 投資等に投下していく予定となっている。ただ、新校舎開設に係る設備投資額は「TOMAS」で 1 校につき 3 千万円弱程度とさほど大きいものではなく、当面は手元キャッシュとして調達額の相当部分が残る格好となりそうだ。また、今回の自己株式処分と創業者からの株式取得によって、ヒューリックの議決権比率が従前の 11.61% から 20.66% に上昇し、筆頭株主となる予定で、今後もより一層事業面での連携強化を進めていくことになる。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	19/2 期	20/2 期	21/2 期	22/2 期 2Q	増減額
流動資産	6,318	6,644	7,018	6,912	-105
（現金及び預金）	4,716	4,837	3,963	4,170	206
固定資産	6,138	6,531	6,922	7,576	654
総資産	12,510	13,214	13,940	14,489	549
流動負債	3,861	4,498	4,600	5,472	871
固定負債	2,385	2,557	2,764	2,941	176
負債合計	6,247	7,056	7,365	8,413	1048
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産	6,263	6,157	6,575	6,075	-499
【経営指標】					
自己資本比率	49.9%	45.9%	46.7%	41.5%	-5.2pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	21/2 期 2Q	22/2 期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	-623	2,279
投資活動によるキャッシュ・フロー	-354	-674
財務活動によるキャッシュ・フロー	-211	-1,398
現金及び現金同等物の期末残高	3,649	4,170

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2022年2月期業績を上方修正するも、なお上振れ余地あり

1. 2022年2月期の業績見通し

同社は、2022年2月期連結業績見通しに関して、2021年10月7日付で2回目の上方修正を発表した。第2四半期累計業績の発表時点(同年10月4日)で見直しを行わなかったのは、生徒数の9月確定値を確認したかったためとしており、9月も引き続き好調を維持していることが確認できたことを受け、修正発表に踏み切った。売上高は前期比19.0%増の30,000百万円、営業利益は同197.8%増の3,010百万円、経常利益は同151.6%増の3,000百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同278.2%増の2,100百万円といずれも前回修正値を上回り、2期ぶりに過去最高業績を更新することになる。ただ、引き続き下期については保守的な計画を立てているものと思われ、市場環境が大きく変化しなければ修正計画をさらに上積みできる可能性はあると弊社では見ている。

2022年2月期連結業績の見通し

(単位：百万円)

	21/2 期 実績	22/2 期			売上比	前期比
		期初予想	前回修正 (2021年7月)	今回修正 (2021年10月)		
売上高	25,201	29,000	29,500	30,000	-	19.0%
営業利益	1,010	2,510	2,810	3,010	10.0%	197.8%
経常利益	1,192	2,500	2,800	3,000	10.0%	151.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	555	1,700	1,900	2,100	7.0%	278.2%
1株当たり当期純利益(円)	3.79	11.61	12.98	14.35		

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

営業利益の増減要因としては、アルバイト講師の時給アップや新校舎開設に伴う人員増による人件費増加が見込まれるものの、生徒数の増加や「TOMAS」「伸芽会」の価格改定効果による増益、並びに前期に計上した海外子会社の事業閉鎖関連費用 3 億円がなくなることや外注化に伴う固定費減（人件費・地代家賃等で約 1 億円）なども増益要因となる。また親会社株主に帰属する当期純利益の増益率が経常利益よりも大きくなっているのは、2021 年 2 月期に損失計上した子会社が黒字転換することによる実効税率の低下等の影響による。

事業セグメント別の業績見通しについて、主力の学習塾事業は売上高で前期比 15% 増、利益で大幅増益を見込んでいる。下期だけで見ると売上高は前年同期比 7% 増となる計算だが、価格改定効果が継続することを考えれば保守的な印象が強い。なお、下期は校舎の新設やリニューアルの予定はない。

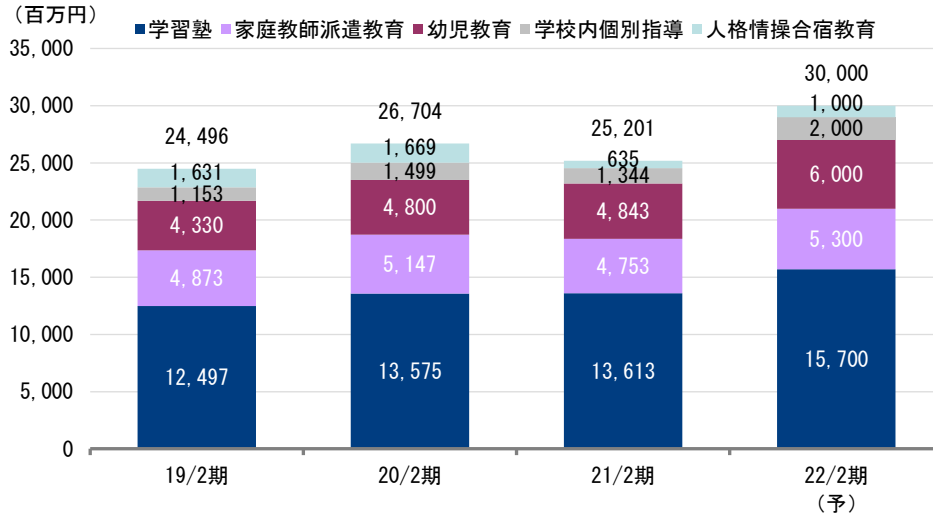
家庭教師派遣教育事業は売上高で前期比 11% 増、利益も 2 ケタ増益を見込んでいる。下期の売上高は前年同期比 8% 増となる。「TOMAS」と比べて生徒数の回復がやや遅れていたが、2021 年 8 月時点では 15.3% 増と回復基調が鮮明となっており、下期も生徒数の増加ペース次第では計画を上振れする可能性がある。なお、下期は同年 11 月に「TOMEIKAI 長崎校」を拡大リニューアルしている。

幼児教育事業は売上高で前期比 24% 増、利益も大幅増益を見込んでいる。下期の売上高は前年同期比 7% 増となる計算だが、生徒数が 2021 年 8 月末時点で前年同期比 13.0% 増となっていることや、「伸芽会」の価格改定効果が継続することなどを考えれば、保守的な印象で上振れする可能性が高いと弊社では見ている。新規校舎については、同年 9 月に「伸芽'S クラブ学童」を 1 校（大宮校）開校している。これにより、「伸芽会」は 24 教室、「伸芽'S クラブ託児」は 7 校、「伸芽'S クラブ学童」は 17 校の体制となる。

学校内個別指導事業は売上高で前期比 50% 増、営業利益は黒字転換する見通しとなっている。下期の売上高も導入契約校数や受講生徒数の増加に伴って前年同期比 28% 増と高成長が続く見通しとなっている。また、人格情操合宿教育事業については、コロナ禍の影響により海外留学や一部ツアー企画などの開催数がまだ全面的に戻っていない状況にある。このため、売上高は 10 億円強と前期比で回復するものの、2020 年 2 月期の水準(1,669 百万円) までには戻らないと見ている。ただ同事業に関しては利益を重視しているわけではないため、業績全体に与える影響も軽微となる。

今後の見通し

事業セグメント別売上高



注：22/2期(予)は同社ヒアリングよりフィスコ推定
 出所：決算短信、取材よりフィスコ作成

生徒数の好調な拡大を受け、 中期業績目標についても上方修正する公算大

2. 中期経営計画について

(1) 中期経営計画の概要

同社は2022年2月期からスタートした3ヶ年の中期経営計画において、最終年度となる2024年2月期の業績目標として売上高35,500百万円、営業利益3,710百万円、経常利益3,700百万円、親会社株主に帰属する当期純利益2,500百万円を掲げていたが、2022年2月期の業績見通しを上方修正したことにより、2023年2月期以降の業績計画についても、今後の状況を見ながら然るべきタイミングで見直す予定としている。2022年2月期の上方修正要因が、主に生徒数の増加による売上増によるものとなっているため、2023年2月期以降の成長率については従来とほぼ同様で、売上高、利益ともに2ケタ台の成長を目指していくものと予想される。

今後の見通し

2022年2月期～2024年2月期の中期経営計画（2021年4月発表値）

（単位：百万円）

	21/2期 実績	22/2期		23/2期 計画	24/2期 計画	年平均成長率
		期初予想	修正予想 (2021年10月)			
売上高	25,201	29,000	30,000	32,000	35,500	12.1%
営業利益	1,010	2,510	3,010	3,210	3,710	54.3%
営業利益率	4.0%	8.7%	10.0%	10.0%	10.5%	-
経常利益	1,192	2,500	3,000	3,200	3,700	45.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	555	1,700	2,100	2,100	2,500	65.1%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

成長戦略については変わらず、引き続き高品質な「本物」の教育サービスの提供による徹底した差別化戦略の継続と、積極的な校舎展開を進めることで、少子化が進行するなかでも生徒数の持続的な拡大を図っていくことになる。また、既存の主力事業である「TOMAS」「名門会」「伸芽会」のさらなる成長に加えて、「スクールTOMAS」や「伸芽'Sクラブ」などの事業展開を一段と積極化していくことで年率2ケタ台の増収増益を目指していく。2024年2月期の営業利益率は10.5%と2020年2月期の10.2%を上回る水準を目指す。売上高が計画どおりに拡大していけば達成可能な水準で、特に収益性の高い幼児教育事業や成長ポテンシャルの大きい学校内個別指導事業を伸ばすことで、全体の収益性も向上していくものと予想される。

(2) 成長戦略

a) 異業種連携戦略

同社は2020年9月にヒューリック、コナミスポーツと3社で業務提携を締結し、今後、ヒューリックが首都圏で開発する子ども向け教育サービスをワンストップで提供する教育特化型のビル内において、同社の「伸芽'Sクラブ託児・学童」「伸芽会」「TOMAS」「インターTOMAS」などグループの各種教育サービスや、コナミスポーツが提供している「運動塾」※等を展開していく「こどもでぱーと」構想を発表している。子どもを勉強と運動の両面でバランス良く育てたいというニーズは強く、同一の場所でサービスを提供することで利便性の向上を図り、こうしたニーズを取り込んでいく戦略となっている。

※ 子ども向けを対象とした運動スクールで全国に140ヶ所以上展開している。

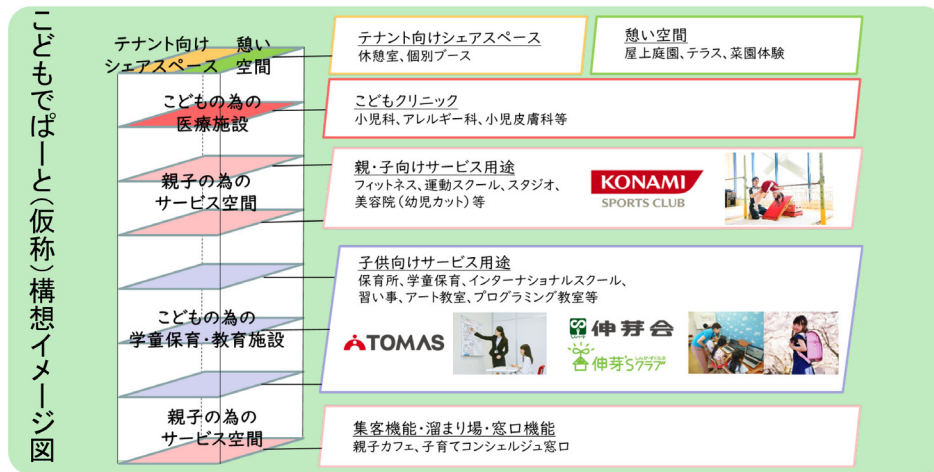
2022年を目途に第1弾を開業すべく、現在複数の候補物件を絞り込んでいる状況にある。2029年までに首都圏で20棟まで「こどもでぱーと」を広げていく構想を描いている。同構想が軌道に乗れば、幼児から高校生までの生徒の「囲い込み戦略」が可能となりLTVの向上につながるほか、生徒募集のためのプロモーションコストなどの抑制も期待できることになり、売上規模の拡大とともに収益性向上にもつながる取り組みとして弊社では注目している。

特に、「伸芽'Sクラブ託児・学童」については需要が旺盛な一方で、条件に合う不動産物件が見つかりにくく、事業を拡大していくための課題の1つとなっていた。今回の「こどもでぱーと」構想によってこうした課題が解消されることになり、幼児教育事業の成長加速が期待される。また幼児教育事業を拡大していくことで、その顧客基盤を「TOMAS」や「名門会」など次の教育サービスに連携していくことが可能となり、グループシナジーも一段と高まることになる。

今後の見通し

なお、「伸芽会」については、名門幼稚園・小学校の“お受験”というある種特定の市場で、ノウハウを持った有名講師が存在しており、その講師を求めて入会を希望するケースが多いため、教室数の拡大に関しては従来慎重なスタンスであったが、講師の育成を強化していくことで「こどもでぱーと」への展開も可能になると見ている。

教育特化ビル『こどもでぱーと（仮称）』構想



出所：決算説明資料より掲載

また、伸芽会とコナミスポーツが2021年4月に業務提携を発表しており、2022年以降にコナミスポーツが提供している「運動塾」の施設内で「伸芽'Sクラブ学童」のサービスを提供する「コナミスポーツ伸芽'Sアカデミー」を展開していく計画となっている。こちらにも子供に勉強とスポーツの両方をバランスよく学ばせたいという保護者のニーズに応えるサービスとなる。2022年4月にコナミスポーツ本社のある品川に1校目を開校し、今後3年間で約20校を展開していく計画となっており、幼児教育事業の拡大につながる取り組みとして注目される。

b) 学習塾事業

学習塾事業は個別進学指導塾「TOMAS」のほか、英会話スクールの「インター TOMAS」、医学部受験専門の個別指導塾となる「メディック TOMAS」に加えて、2020年2月より最難関中学受験個別指導塾の「Spec. TOMAS」をスタートしている。2022年2月期以降は校舎数・生徒数の拡大によって年率10%強程度の売上成長を目指している。

「TOMAS」の教室展開については、2018年2月期から取り組んでいる「首都圏サテライト校戦略」を継続していく方針だ。「首都圏サテライト校戦略」とは、従来ターミナル駅において150～200坪の広さで200～400名規模で教室を展開していたのに対して、周辺の中堅駅において50～60坪の広さに100～150名の規模で教室を展開する戦略を言う。2021年8月末時点で首都圏に88校を展開しているが、2022年2月期以降は年間5～10校のペースでサテライト校の新規開校を展開し150～180校体制を当面の目標としている。また既存校についても生徒数の増加により手狭となった教室については、順次増床または移転リニューアルを進めていく予定となっている。

今後の見通し

「インター TOMAS」や「メディック TOMAS」については「TOMAS」が進出しているエリアで、需要が見込めると判断すれば出校を進めていく。また新規ブランドとして立ち上げた「Spec. TOMAS」については、当初 2021 年 2 月期に 2 校目を開校する予定であったが、コロナ禍の影響により先送りすることとなり、まずは既存校（自由が丘校）での収益化に取り組んでいく方針とした。「Spec. TOMAS」の特徴は、駿河台学園と当社がそれぞれ蓄積してきたノウハウを融合して、最難関校を志望する生徒に対してオリジナルのカリキュラムを使用し、プロの社会人講師による完全個別指導によって志望校合格へ導くことにある。駿河台学園との提携により駿河台学園が持つ講師人材を活用できることや、オリジナル教材の制作・出版面で質の向上が期待できるなどシナジーは大きい。進学塾では合格実績が生徒獲得のパロメーターとなるため、合格実績を積み重ねていくことで最難関校受験専門の個別指導塾としてのブランドを確立していくことにしている。

c) 家庭教師派遣教育事業

家庭教師派遣教育事業のうち家庭教師派遣の「名門会」については、首都圏のほか大阪、名古屋などの大都市並びに地方の主要都市にも展開を進めてきたことで 2021 年 8 月末時点の校舎数は 35 校となっている。今後は増床や移転リニューアルによって生徒数の増加に対応し、新規出校については慎重に進めていく方針となっている。ただ、既述のとおり 2021 年に入って鹿児島県と熊本県でそれぞれ「TOMEIKAI」の入居ビル内に新たに開校しており、今後も環境が整うようであれば新規開校する可能性もある。

一方、「TOMEIKAI」については首都圏以外の主要都市において年間数校ペースでの展開を進め、年率 10% 強の売上成長を目指している。「TOMEIKAI」の校舎については、2021 年 8 月末時点で九州エリアに 5 校、東海エリアに 3 校、甲信越エリアに 2 校、近畿エリアに 1 校の合計 11 校を展開しており、今後は京阪神エリアや名古屋、福岡など主要都市部を中心に新規開校を進めていく方針となっている。「TOMEIKAI」のポテンシャルについては、1 県 1 校と考えても 40 校以上の出校が可能と考えられ、成長余地は大きい。今後の課題としては、「TOMEIKAI」のブランド力向上が挙げられるが、同社では「TOMAS」と同様に高品質の教育サービスで高い合格実績を積み重ねることでブランド力の向上を図っていくことにしている。

d) 学校内個別指導事業

「スクール TOMAS」について、同社は将来的に「TOMAS」や「伸芽会」のように主力事業の 1 つに成長する可能性がある事業として注力している。少子化が進行するなかで、私立学校の生徒獲得が経営課題となっておりと同時に、教師の長時間労働も問題となっており、これらの課題を解決するソリューションとして「スクール TOMAS」の導入が進むと見ている。同社のメリットは不動産経費や生徒募集のための広告宣伝費がかからない点にある。このため、「スクール TOMAS」の営業利益率は理論上 15～20% 程度と幼児教育事業並みの高い水準が期待できると同社では見ている。

2021 年 8 月末時点の導入契約校数は 82 校と年々拡大している。2019 年に駿河台学園と資本業務提携を締結して以降、駿台予備学校の卒業生をアルバイト講師として採用し、これら契約校へ派遣できる体制を整備したことで契約校数の拡大も以前よりはスムーズに進むようになっており、導入校も北海道から九州まで広範にわたっている。同社では当面の目標として 2023 年 2 月期までに契約校数で 100 校を目標としているが、潜在需要としては私立学校を中心に 300 校程度まで拡大余地があると見ている。KDDI まとめてオフィスとの提携効果もあって、2023 年 2 月期以降は導入ペースが加速する可能性もあり、今後の動向が注目される。

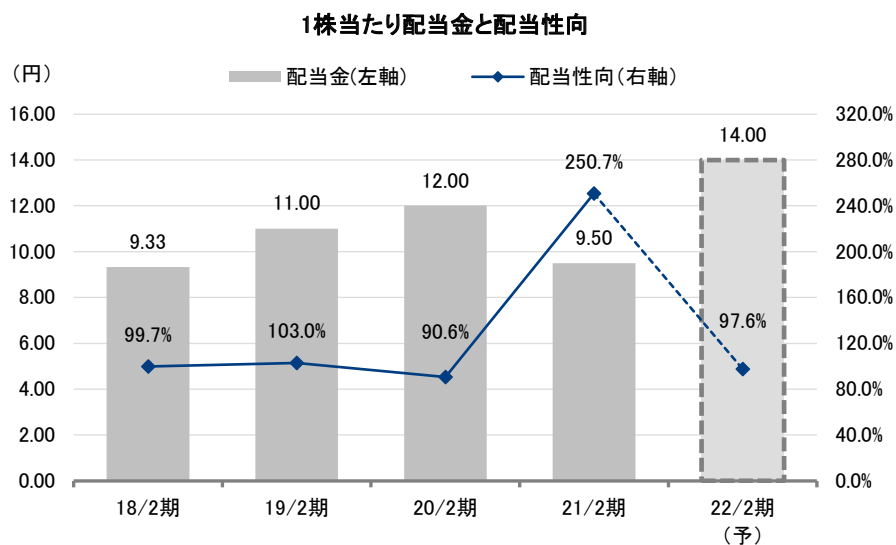
e) 講師の採用育成戦略

グループ各社で校舎数を拡大していくためには、質の高い講師の採用・育成が重要なカギを握る。前述のように、地方での校舎展開では講師の採用が課題となることが多い。このため、同社ではグループ会社の講師の採用・育成及び紹介を行う子会社として2020年8月に(株)ココカラTチャーズを設立した。同子会社で講師の採用及び研修を一括して行い、適正に応じて各グループ会社に配置している。「TOMAS」については現状独自でも講師採用を行っており、当面は同時並行で採用を進めていく予定にしている。グループ全体の採用・育成を一括して行うことで採用費や育成費の効率化が図られるだけでなく、適材適所に講師を振り分けることや「TOMEIKAI」での地方展開も進みやすくなる可能性があり、グループ全体の成長加速につながる取り組みとして注目される。なお、アルバイト講師の採用については業界のなかでも好条件で募集を行っているため、苦労することなく順調に採用できているようだ。

株主還元策

2022年2月期の配当金は、前期比4.5円増配の14.0円を予定

同社は株主への利益還元を経営の重要課題の1つと位置付けており、2017年2月期以降は連結配当性向を指標として、業績に応じた配当を四半期ごとに行ってきた。しかし、過去の配当において分配可能額を超えた配当を実施していたことが判明したことにより、2021年2月期は四半期配当を一旦取りやめて、9.5円の期末一括配当を行った。2022年2月期についても期末一括配当とし、1株当たり14.0円、前期比で4.5円の増配とする予定だ。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp