



2026年4月10日

各 位

会社名 株式会社プログリット  
代表者名 代表取締役社長 岡田祥吾  
(コード番号 9560 東証グロース)  
問合せ先 取締役 CFO 谷内亮太  
TEL. (03)6381-7760

### 2026年8月期 第2四半期決算に関する質疑応答（要旨）

当社の2026年8月期 第2四半期決算に関して、株主、投資家などの皆さまからいただいたご質問および当社の回答のうち、主なものを以下のとおりお知らせいたします。なお、ご理解いただきやすいよう、一部表現の変更や内容の加筆・修正を行っております。

#### 記

- Q 現在は社会人向けハイエンドサービスのイメージが強いが、非連続な成長に向けた若年層・子ども向けサービスなど、今後の事業拡充ビジョンについて教えてほしい。
- A 今後の事業拡充に向けて、大きく2つの軸での展開を検討している。1つ目は、主要顧客であるビジネスパーソンに向けた英語以外の「人材開発領域」へのサービス拡大。2つ目は、学生や子どもなど「若年層向け教育事業」へのターゲット拡張であり、M&Aも視野に入れて具体的な検討を進めている。
- Q 第3四半期におけるコンサルタント数の増加見通しについてお聞きしたい。
- A 具体的な数値は控えるが、第3四半期末時点において、通期業績の前提としている161名～170名のレンジ内に入る見通しであり、今期末に向けては、期初に前提としていた人数は達成できると考えている。
- Q 第3・第4四半期のS&M比率の低下や、通期の営業利益率の見通しなど、財務数値の進捗についてお聞きしたい。
- A 現状の進捗率は売上・利益ともに50%をやや下回る水準であるが、第2四半期までに先行投資を行っており、今後は利益回収フェーズへと進むため、通期の業績予想を達成できると見込んでいる。
- Q 契約負債が初めて10億円を超えたが、新規開校する目黒校の分がすでに含まれているのかについてお聞きしたい。
- A 新規開校する目黒校については、契約負債の増減に直接的な影響を与えていない。契約負債が大きく増加したのは、英語学習の最大需要期である1月にマーケティング投資を集中させた結果、想定以上に多くのお客様から新規契約を獲得できたことが主な要因である。

Q 法人向けサービスを強化する理由と、それによる事業ミックスの改善効果についてお聞きしたい。

A 法人事業を拡大していく理由は大きく3点あり、事業ポートフォリオにおける法人比率の増加は、当社の財務数値や利益率の改善に直結すると考えている。

1点目は「ミッション実現への寄与」である。個人のスキル向上に留まらず、企業単位での人材育成と変革を支援することで、日本企業全体をより良く変えていくという大きな社会的インパクトを生み出したい。2点目は「利益率の高さ」である。個人向けはマス広告等に相応の費用を要するが、法人向けはダイレクトな営業活動による顧客獲得が主体となるため、広告宣伝費を低く抑えつつ高い利益率を確保できる。3点目は「ビジネスの安定性と継続性」である。個人向けは受講者の『卒業』で完結するモデルだが、法人契約では「今年は10名、来年も新たな10名」といった形で毎年継続してお任せいただける可能性が高く、強固で安定した収益基盤の構築につながるためである。

Q 現状の法人向けと個人向けの売上比率のイメージと、今後の目標についてお聞きしたい。

A 具体的な数値の開示は控えるが、現状としては個人向けの割合が大部分を占めており、法人向けの比率はまだ低い状況である。しかし中長期的には、この比率を50：50程度のバランスにまで引き上げていきたいと考えている。

Q アドトラックによる広告宣伝の効果と今後の継続方針についてお聞きしたい。

A 今後継続して実施するかどうかはその都度の経営判断となるため一律の方針は定めていないが、関東や関西における展開では一定の成果を確認している。当社の調査範囲においては、プログラムおよびシャドテン双方のサービス認知向上に高い効果をもたらしていると評価している。

Q サービスの受講待ちが発生している状況下において、コンサルタントの研修や育成に十分な時間が割けているかについてお聞きしたい。

A 受講待ちを早く解消するために、研修日数や育成にかかる工数を削減するといった妥協は一切行っていない。3か月で約60万円という価格に見合う高品質なサービス提供が最重要事項であるため、目先の業績よりも質の担保を優先し、むしろ研修時間を増やす方向で体制を強化している。

Q 第2四半期における「スピフル」の有料会員数の大幅な伸びは想定どおりか、またその要因についてお聞きしたい。

A 期初の想定をやや上回る伸びであったと認識している。成長を牽引した要因としては、英語学習の需要が最も高まる1月のタイミングに照準を合わせ、YouTubeでのタイアップ企画をはじめとするマーケティング活動を活発化させ、的確に需要を取り込めたことが挙げられる。

Q 前回の決算説明会で「現状は海外での大きな拡大は目指していない」との言及があったが、スピフルの韓国での広告宣伝費の投下状況についてお聞きしたい。

A ご推察のとおり、現状の韓国市場展開においては広告宣伝費を投下して拡大を狙うようなフェーズではないと判断している。

Q スタディーハッカー社とのサービス統合の予定についてお聞きしたい。

A 両社の提供サービスはそれぞれ独自の特徴や強みを持っているため、統合は行わず別々のブランドとして運営を継続していく方針である。その一方で、グループの強みを生かし、両社のノウハウを共有し相互に学び合うことで、多様なニーズに応えられる体制を整えていく。

- Q スタディーハッカー社をグループに迎えるにあたり、今後の個人向け・法人向けサービスの比重がどうなるかについてお聞きしたい。
- A グループインの有無にかかわらず、当社は今後「法人向け」ビジネスをより一層強化していく方針である。スタディーハッカー社の素晴らしいサービスラインナップが加わることで、多様化するニーズに柔軟に応えられるようになり、事業成長がさらに加速すると期待している。
- Q プログリットとスタディーハッカー社のビジネスモデルの類似性による競合関係の有無と、両者の棲み分けについてお聞きしたい。
- A 同一業界である以上競合する側面はあるが、アパレル業界における複数ブランド展開のように特色が異なるため棲み分けは可能である。自学自習をコーチングで支える「プログラット」に対し、「イングリッシュカンパニー」はトレーナーが伴走してトレーニングを共に行う手法に強みがあり、顧客の好み等に応じて選択が分かれると考えている。
- Q スタディーハッカー社の買収に伴い、来年度以降の売上拡大と費用削減（広告費抑制や人材確保リスクの解消）が同時に見込まれるかについてお聞きしたい。
- A 具体的にどの程度費用が削減されるかについては今後精緻化していく必要があるが、同一グループとなることで不必要な競合がなくなり、結果的に広告宣伝費を一定程度抑えられる可能性を見込んでいる。また、高い専門性を持った約100名のトレーナーが加わることで、売上成長の要となる人材確保のリスクは大幅に減少したと評価している。
- Q 顧客の能力や目的に応じて、プログラットではなくスタディーハッカー社のサービスを勧めるなど、相互の送客はあり得るかについてお聞きしたい。
- A 現時点で明確なルールを定めているわけではない。しかし今後、当社内でスタディーハッカー社のサービス内容への理解をより深めていく中で、お客様の課題解決においてプログラットよりもイングリッシュカンパニー等が適していると判断した場合には、そちらをお勧めするような柔軟な対応も十分にあり得ると考えている。

以上