

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

リソー教育

4714 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 6 月 9 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. 2025 年 2 月期の業績概要	01
2. 2026 年 2 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画の進捗状況	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. 2025 年 2 月期の業績概要	10
2. セグメント別動向	12
3. 財務状況	15
■ 今後の見通し	16
1. 2026 年 2 月期の業績見通し	16
2. 中期経営計画	18
■ 株主還元策	22

■ 要約

「こどもでぱーと」が順調に立ち上がり、収益拡大基調が続く見通し

リソー教育 <4714> は“完全個別指導”と“進学指導”を組み合わせた独自の高付加価値型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。名門小学校・幼稚園受験指導の（株）伸芽会や家庭教師派遣の（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等を運営する（株）プラスワン教育などを子会社に持ち、幼児から社会人まで多様な教育サービスを提供している。

1. 2025 年 2 月期の業績概要

2025 年 2 月期の連結業績は、売上高で前期比 3.7% 増の 33,394 百万円、営業利益で同 11.6% 増の 2,933 百万円、経常利益で同 10.7% 増の 2,938 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 4.9% 増の 1,743 百万円と増収増益決算となった。売上高は学習塾事業が同 5.0% 増、学校内個別指導事業が同 17.5% 増と好調に推移したことにより、過去最高売上高を更新した。利益面では、増収効果に加えて広告宣伝費など費用の戦略的な見直しを実施したことなどにより、2 期連続の増益となった。

2. 2026 年 2 月期の業績見通し

2026 年 2 月期の連結業績は、売上高で前期比 7.8% 増の 36,000 百万円、営業利益で同 7.2% 増の 3,145 百万円、経常利益で同 6.8% 増の 3,140 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 14.7% 増の 2,000 百万円と増収増益が続く見通し。引き続き学習塾事業や学校内個別指導授業がけん引役となるほか、前期まで低迷していた幼児教育事業もヒューリック <3003>、コナミスポーツ（株）との協業プロジェクトである教育特化型ビル「こどもでぱーと」を 2 棟（中野、たまプラーザ）開業し、伸芽会 1 教室、伸芽'S クラブの学童 2 校・託児 1 校を新設した効果で増収に転じる見通しだ。社員の処遇改善や 2025 年 9 月に予定している持株会社体制への移行関連費用を計上するものの増収効果で吸収し、営業利益率は前期並みの水準を維持する見込みである。

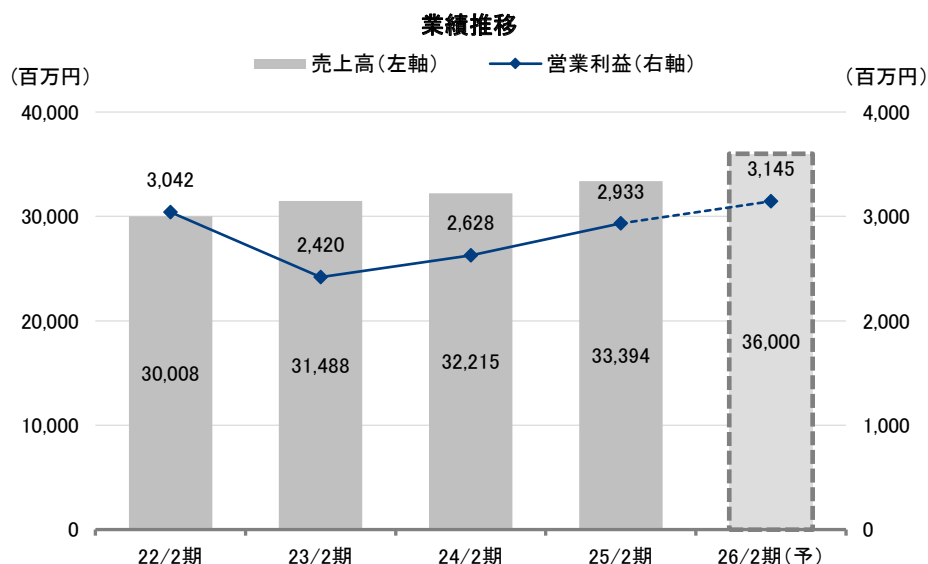
要約

3. 中期経営計画の進捗状況

2025 年 2 月期からスタートした 3 ヶ年の中期経営計画では、最終年度となる 2027 年 2 月期の業績目標として売上高 38,260 百万円、営業利益 3,360 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 2,000 百万円を掲げていた。初年度は売上高で若干未達となったものの、各利益は計画を上回っており、2 年目となる 2026 年 2 月期も順調な進捗が見込まれ、親会社株主に帰属する当期純利益については 1 年前倒しで達成する計画である。少子化の進行と学習塾業界の競争激化が継続しているものの、高品質な教育サービスを提供することで差別化を図り、着実な成長を目指す方針に変わりない。成長ドライバーは学習塾事業と学校内個別指導事業で、特に学校内個別指導事業については導入校数拡大により、年率 2 ケタ成長が続くと予想される。導入校数は 2025 年 2 月期の 86 校に対して、中期的に 200 校を目標としている。幼児教育事業についても「こどもでぱーと」の展開により再成長軌道に乗る見通しで、現在、具体化しているプロジェクトとしては 6 件あり、2029 年までに 20 棟を首都圏で展開することを目標としている。株主還元については配当性向 50% 以上を目安に実施する方針で、2025 年 2 月期の 1 株当たり配当金は 10.0 円（配当性向 95.4%）を実施し、2026 年 2 月期も同額の 10.0 円（同 85.0%）を予定している。

Key Points

- ・ 2025 年 2 月期は過去最高売上高を更新、各利益は会社計画を上回る増益に
- ・ 2026 年 2 月期も学習塾及び学校内個別指導事業がけん引し、増収増益見通し
- ・ 「こどもでぱーと」による囲い込み戦略で持続的成長を目指す



出所：決算短信、会社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 創業者名誉会長の岩佐実次（いわさみつぐ）氏が、自身も経営に参画していた（株）日本こどもびあから 14 教室を譲り受け、1985 年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% 正社員講師を基本スタイルとして教室運営を行った。そして 1990 年に「完全個室の 1 対 1 の個人教授システム」を開発し、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、今日に至る。

1989 年には名門会家庭教師センターを開設し家庭教師部門に進出（2003 年に分社化し、名門会として運営）、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、2002 年には人格情操合宿教育を目的に（株）スクールツアーク（現 プラスワン教育）を相次いで設立するなど教育サービスの多角化を進めていった。2003 年には名門幼稚園・小学校の受験指導のパイオニアである伸芽会を子会社化し、2019 年には（学）駿河台学園と資本業務提携を行い、最難関校受験に特化した個別指導塾「Spec. TOMAS」を展開すべく、合併で（株）駿台 TOMAS（出資比率 51%）を設立した。

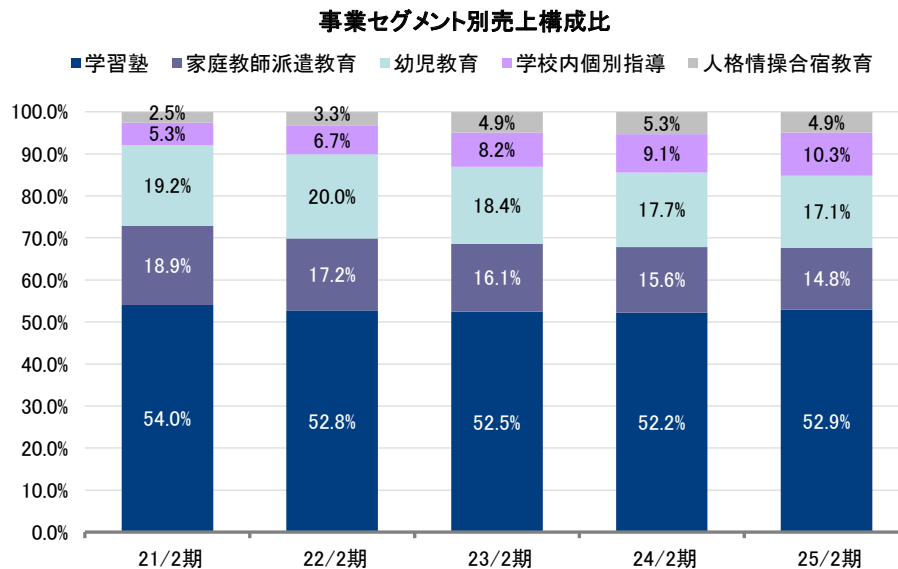
直近では、2020 年 9 月にヒューリック及びコナミスポーツとの業務提携を発表し、子ども向けの教育特化ビル「こどもでぱーと」を共同で展開することを発表した。ヒューリックはその後に同社株式を段階的に取得し、2024 年 5 月に TOB 及び第三者割当増資により持株比率を 51.0% とし、同社の親会社となっている。グループ戦略のなかで教育サービスを成長分野の 1 つとして加えるため同社をグループ化した。経営面では今後も独立性を維持する。

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 部に指定し、2022 年 4 月の市場区分再編でプライム市場に移行した。

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いる。事業セグメントは学習塾事業、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の 5 事業に分けて開示している。直近 5 年間（2021 年 2 月期～2025 年 2 月期）の事業セグメント別売上構成比は、学習塾事業が売上高の 5 割強で推移しており、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 9 割弱を占めている。また、学校内個別指導事業が 5.3%（2021 年 2 月期）から 10.3%（2025 年 2 月期）と上昇傾向となっている。高品質な教育サービスだけでなく学校における教師の過重労働問題の解消と進学実績の向上を支援するサービスとして認知度が高まり、私立の中高一貫校を中心に導入校が広がっていることが背景にある。

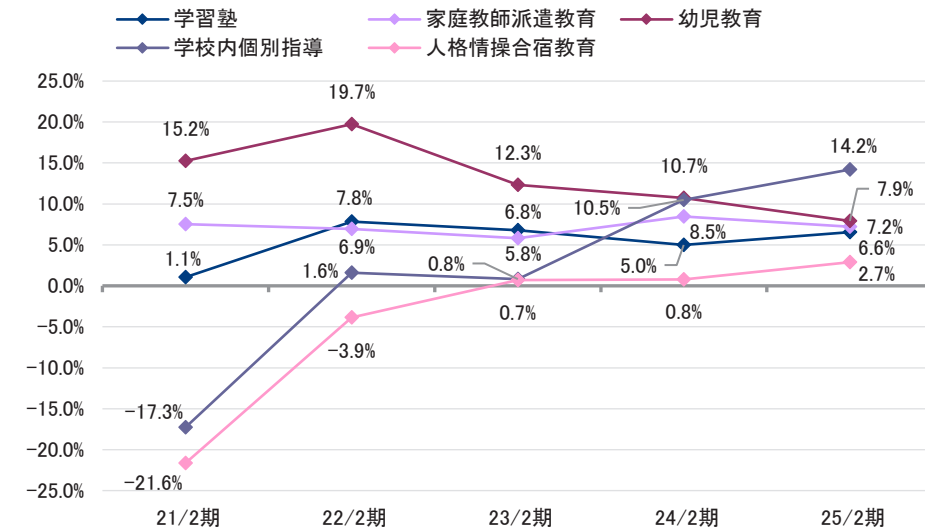


注：構成比はその他を除いた外部売上高で算出
出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

直近 5 年間の事業セグメント別利益率は、主力の学習塾事業や家庭教師派遣教育事業が 1 ケタ台後半の水準で比較的安定的に推移している。幼児教育事業は少子化や競争激化の影響もあって 2 ケタ台から 1 ケタ台に低下傾向となっているが、逆に学校内個別指導事業が売上規模の拡大とともに右肩上がりに上昇し、2025 年 2 月期は 14.2% と収益性では最も高い事業となっている。幼児教育事業は、10 ～ 20% と相対的に高い収益性を維持してきた。これは名門幼稚園・小学校受験のパイオニアとして約 70 年の実績を持つ伸芽会が、合格実績という顧客目標を実現し、ブランド力を確立してきたことによる。ただ、2023 年 2 月期以降は競争激化やコロナ禍後の生徒数急増でサービス品質が一時的に低下した影響もあり、収益性が低下している。学習塾事業についてはコロナ感染対策に費用を投じ、1% 台まで低下した 2021 年 2 月期を除けば安定して推移している。

会社概要

事業セグメント別利益率



注：内部売上高を含めて算出
出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 学習塾事業

学習塾事業では、主力事業である完全個別指導塾「TOMAS」を首都圏で100校（2025年2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」（幼児～社会人を対象）を12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で最難関校受験専門の個別指導塾「Spec. TOMAS」を1校（自由が丘校）運営している。

「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トップの実績を実現している。講師は学生や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が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。生徒数の構成比は小学生がおよそ41%、中学生が27%、高校生が32%である。また、「Spec. TOMAS」は小学1年生～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。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は近隣の「TOMAS」を紹介している。

(2) 家庭教師派遣教育事業

家庭教師派遣教育事業では、名門会が全国主要都市に「名門会」を36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である。毎年多数の難関校合格者を輩出しており、特に医学部で高い合格実績を上げている。2022年には新たなブランドとして、医学部受験指導に特化した「メディック名門会」を2校（大阪、神戸）開校した。プロ講師による完全個別指導のほか、カリキュラムサポーター（カリキュラム作成等の学習全般の実行支援）、ティーチングアシスタント（問題演習のサポート）、コンシェルジュ（生活環境やメンタルケア）が付くなど、フルサポート体制を敷くことにより志望校の合格実現に取り組んでいる。また、首都圏以外をサービスエリアとする完全個別指導塾として「TOMEIKAI」を8校（九州エリア5校、東海エリア2校、近畿エリア1校）展開しているほか、双方向型オンライン授業を行う「名門会 Online」のサービスを提供している。

会社概要

(3) 幼児教育事業

幼児教育事業では、伸芽会が首都圏を中心に「伸芽会」22 教室（首都圏 21 教室、関西 1 教室）を展開している。生徒一人ひとりの発達に応じた個人別合格プログラムと「想像力を伸ばす」教育により、毎年名門校でトップクラスの合格者を輩出している。また、学童・保育事業として「伸芽'S クラブ」を首都圏で 30 校（学童 22 校、託児 8 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を、学童では独自の学習カリキュラムを取り入れた進学指導付き長時間学童保育を提供しており、仕事と育児を両立させるワーキングマザーから高い支持を得ている。さらに、コナミスポーツとの業務提携によりコナミスポーツクラブ施設内に「コナミスポーツ伸芽'S アカデミー」を 3 校展開しており、子どもにスポーツも勉強も頑張ってもらいたいと願う家庭から支持を得ている。

(4) 学校内個別指導事業

学校内個別指導事業では、スクール TOMAS が学校と契約し、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（場所によってはオンラインによる個別指導）を行っている。他社との違いは、講師だけでなく社員が運営管理者として学校に常駐し、生徒一人ひとりの学習状況を把握して適切な学習アドバイスを行うほか、学校や保護者とも情報共有を行っている点にあり、顧客満足度の高いサービスにより差別化を図っている。質問型個別指導やカリキュラム型個別指導のほか、AI 教材（atama+（アタマプラス））などと組み合わせた個別指導サービスなど、顧客ニーズに応じた幅広いサービスを提供していることも強みとなっている。稼働開始 1 年目は 1 学年からスタートし、1 年ごとに稼働学年数を増やすパターンが一般的で、2025 年 2 月期の稼働校数は 86 校となっている。

(5) 人格情操合宿教育事業

人格情操合宿教育事業では、プラスワン教育で体操教室を 11 校、サッカー教室を 5 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。様々な体験を通して行動力や判断力を養い、知的好奇心を育むことが目的である。

事業セグメントと主要事業会社の概要

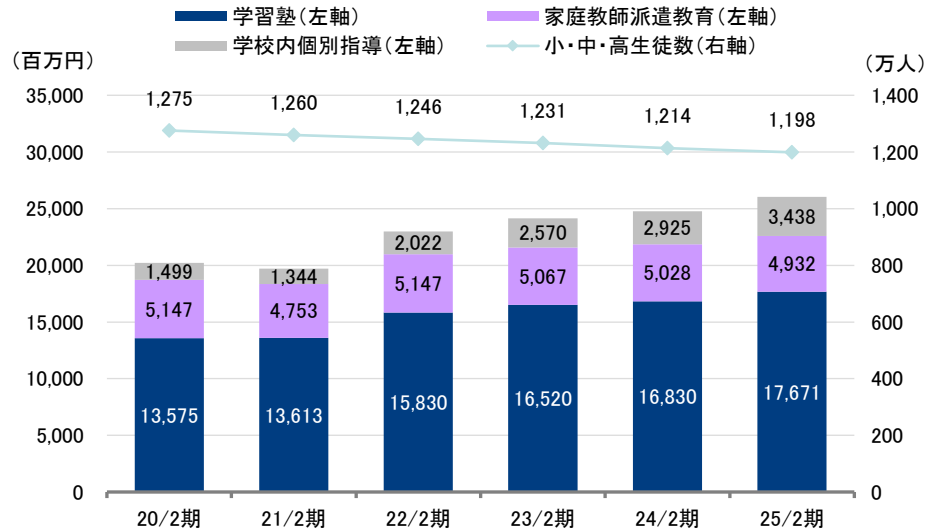
事業セグメント	会社名	事業内容	サービス地域
学習塾事業	リソー教育	学習塾事業。完全個別指導塾「TOMAS」を中心に、医学部受験専門個別指導塾「メディック TOMAS」、英会話スクール「インター TOMAS」などを運営	首都圏
	駿台 TOMAS	最難関校受験専門の個別指導塾「Spec.TOMAS」を運営	首都圏 (将来的に拡大)
家庭教師派遣教育事業	名門会	家庭教師派遣「名門会」、「メディック名門会」、及び地方（首都圏以外）における個別指導塾「TOMEIKAI」、双方向型オンライン授業を行う「名門会 Online」を運営	「名門会」は全国 「TOMEIKAI」は首都圏以外 「メディック名門会」は 関西エリア（将来的に拡大）
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'S クラブ学童」ではコナミスポーツと「コナミスポーツ伸芽'S アカデミー」を展開	「伸芽会」は首都圏及び関西 「伸芽'S クラブ」は首都圏、 「コナミスポーツ伸芽'S アカデミー」は 首都圏及び関西
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、決算説明資料等よりフィスコ作成

リソー教育 | 2025 年 6 月 9 日 (月)
4714 東証プライム市場 | <https://www.riso-kyoikugroup.com/ir/>

会社概要

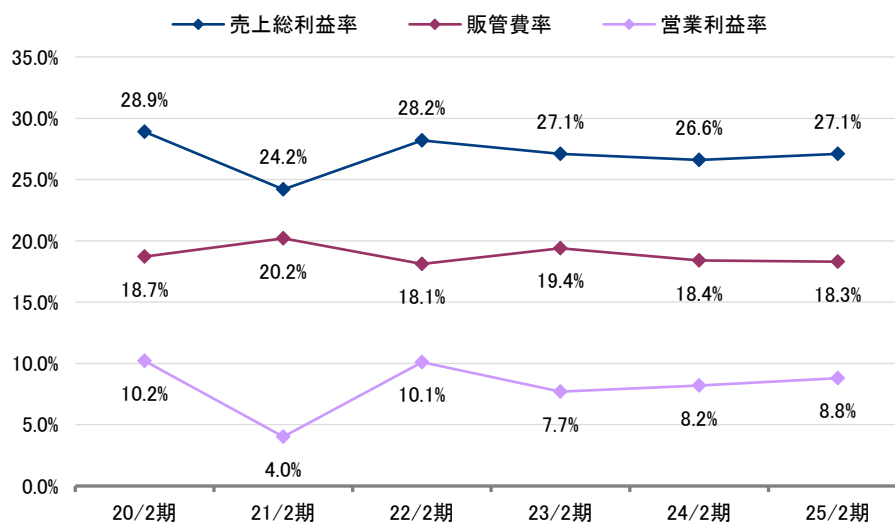
主力事業の売上高と小・中・高等学校の生徒数推移



出所：決算短信、文部科学省「学校基本調査」よりフィスコ作成

また同社の営業利益率は、コロナ禍の影響で4.0%に落ち込んだ2021年2月期を除けば10%前後の水準で安定して推移している。学習塾・予備校業界を俯瞰した場合、営業利益率で10%前後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ルティ収入を獲得している企業である。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同水準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



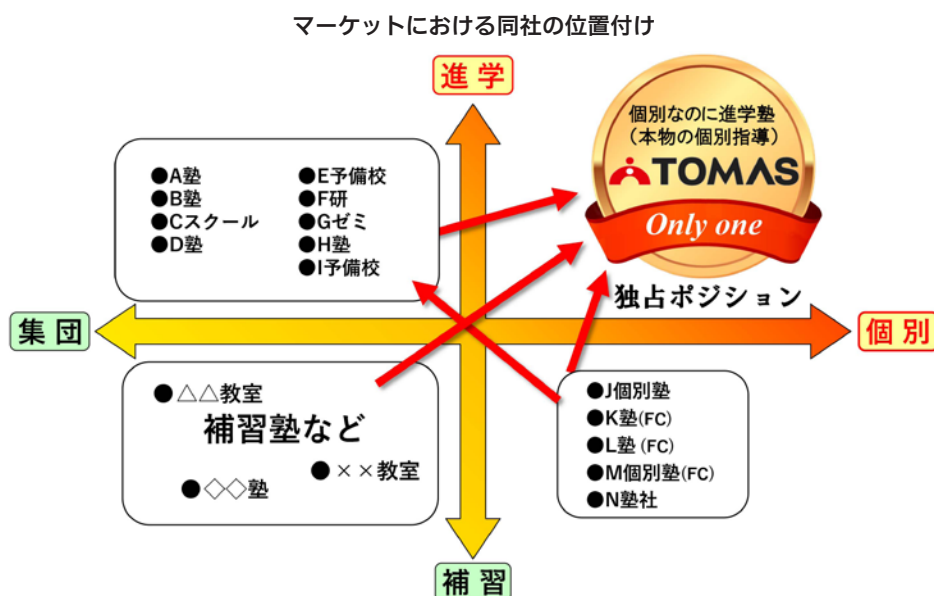
出所：決算短信よりフィスコ作成

リソー教育 | 2025 年 6 月 9 日 (月)
4714 東証プライム市場 | <https://www.riso-kyoikugroup.com/ir/>

会社概要

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 創業者名誉会長の岩佐氏は創業にあ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は増大するという 2 点だ。このヒントを基に事業モデルを構築し、少子化を逆風ではなく追い風に変え、持続的な売上成長と高い収益性の実現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 点である。現在の「TOMAS」をはじめとする各業態に共通した要素でもあり、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。現在の個別指導塾の一般的なモデルは、1 対少数（2 ～ 3 名）の“準”個別指導であり、学校の授業の補習目的というものが多い。他社が同社のモデルを採用しない大きな理由は明確で、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できない。高い授業料を正当化するものは難関校への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、完全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理由となっている。



出所：決算説明資料より掲載

同社は質の高い個別指導の提供を設立目的とし、「学習塾産業はサービス業である」という意識の下、高い顧客満足度の提供に注力してきた。学習塾・予備校業界における高い顧客満足とは志望校への合格にほかならない。同社では創業以来、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きた。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と考えられる。

会社概要

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 つの事例として、正社員はマネジメントに徹するというスタイルがある。「TOMAS」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うえ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、という一連の作業を繰り返し行うことで高い顧客満足度を維持し、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。また、生徒募集業務についても専属社員を配置し、効率的に行っている。

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かにもよるが、5 年から 10 年という時間軸では持続する可能性が高いと弊社では考えている。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に加えて、創業から長年構築してきた同社の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。同社の個別指導による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。

業績動向

2025 年 2 月期は過去最高売上高を更新、各利益は会社計画を上回る増益に

1. 2025 年 2 月期の業績概要

2025 年 2 月期の連結業績は、売上高で前期比 3.7% 増の 33,394 百万円、営業利益で同 11.6% 増の 2,933 百万円、経常利益で同 10.7% 増の 2,938 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 4.9% 増の 1,743 百万円と増収増益決算となった。売上高は連続で過去最高を更新し、各利益ともに会社計画を上回り 2 期連続の増益となった。

2025 年 2 月期連結業績

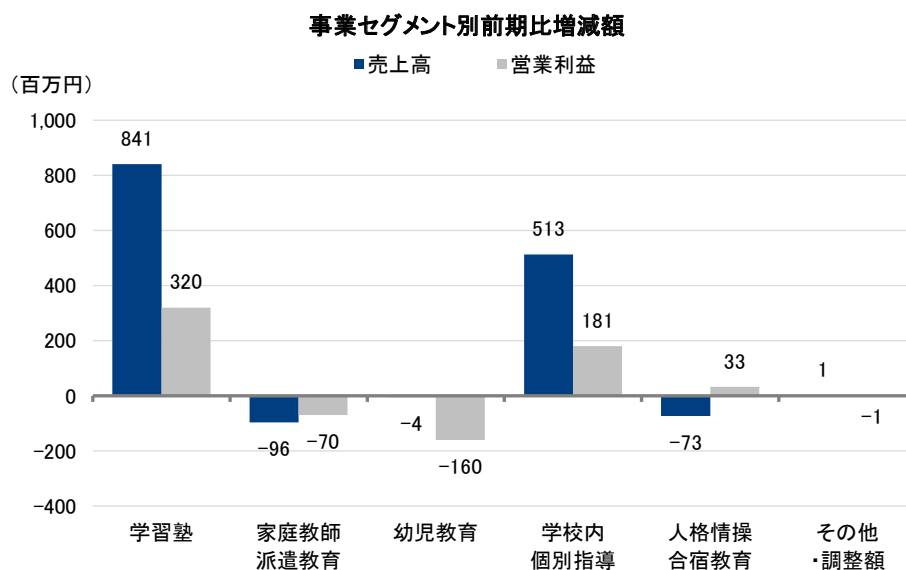
(単位：百万円)

	24/2 期		会社計画	25/2 期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	32,215	-	33,960	33,394	-	3.7%	-1.7%
売上原価	23,656	73.4%	-	24,348	72.9%	2.9%	-
販管費	5,929	18.4%	-	6,112	18.3%	3.1%	-
営業利益	2,628	8.2%	2,670	2,933	8.8%	11.6%	9.9%
経常利益	2,655	8.2%	2,670	2,938	8.8%	10.7%	10.1%
特別損益	-285	-	-	-356	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,661	5.2%	1,710	1,743	5.2%	4.9%	1.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

売上高は、家庭教師派遣教育事業や幼児教育事業が低迷したものの、学習塾事業や学校内個別指導事業の好調でカバーした。受講生徒数の増加に加えて、一部事業で受講料金の改定を実施したことも増収要因となった。具体的には、2024 年 3 月より「TOMAS」で約 3%、2023 年 11 月より「伸芽会」で約 17% の値上げを実施した。営業利益も、家庭教師派遣教育事業や幼児教育事業の減益を、学習塾事業や学校内個別指導事業の増益でカバーした。



生徒数増加や値上げ実施等の効果により売上原価率が前期の 73.4% から 72.9% に低下し、販管費率も広告宣伝費を中心に戦略的に経費を見直したことで同 18.4% から 18.3% に低下した。主な費用増減項目として、正社員や講師などの人件費が前期比で 3% 強増加したほか、監査法人の変更等に伴い監査報酬費用が同 96 百万円増加し、広告宣伝費が減少した。また、親会社株式売却益 44 百万円、固定資産売却益 61 百万円を特別利益として計上した一方で、有形固定資産に係る減損損失 311 百万円、公開買付関連費用 96 百万円※などを特別損失として計上した。

※ 2024 年 4 月～5 月にヒューリックが実施した公開買付に関連した費用。

学習塾事業と学校内個別指導事業が増収増益に

2. セグメント別動向

(1) 学習塾事業

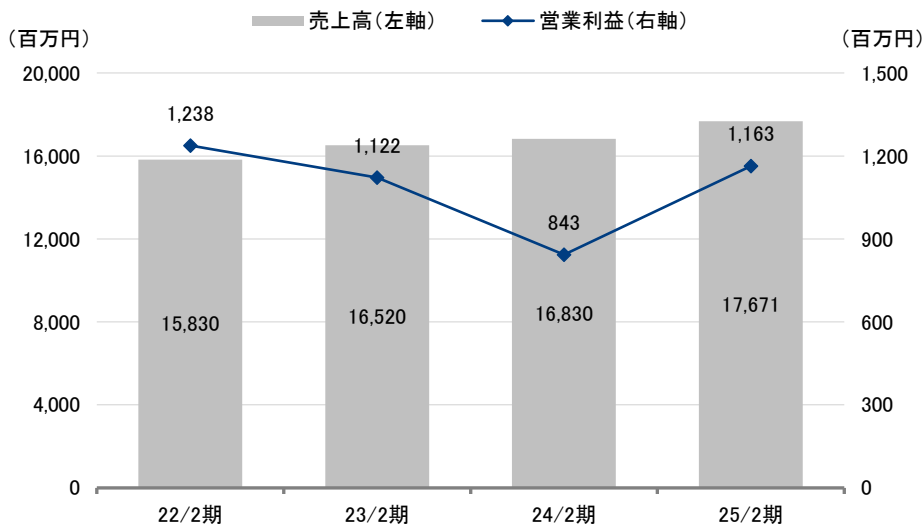
学習塾事業の売上高は前期比 5.0% 増の 17,671 百万円、営業利益は同 38.0% 増の 1,163 百万円となった。売上高は、期中平均生徒数が同 2.3% 増と増加に転じたことや、2024 年 3 月に物価上昇等に対応すべく受講料金を平均 3% 値上げしたことなどが増収要因となった。生徒数については、退会防止のため重点校舎※¹ を選定して面談や電話など顧客サービス※² の徹底に取り組んだことで退会者数を前期より抑制できたことが増加につながった。小・中・高校生ともにほぼ同様の動きだったと見られる。

※¹ 重点校舎とは、商圏の潜在需要に対して獲得可能な生徒数が想定を下回っている校舎。

※² 生徒や保護者等に対して面談や電話での進捗報告や課題の共有など、コミュニケーションの充実を図った。

校舎展開については、「TOMAS」を第 2 四半期に 1 校（用賀校）、第 4 四半期に 1 校（市が尾校）新規開校したほか、移転・増床・リニューアルを 3 校実施した。また、「メディック TOMAS」を第 1 四半期に 1 校（渋谷校）新規開校した。2025 年 2 月末時点の校舎数は「TOMAS」が前期末比 2 校増の 100 校となり、「インター TOMAS」が 12 校、「メディック TOMAS」が 4 校、「Spec.TOMAS」が 1 校とそれぞれ横ばいとなった。

学習塾事業の業績



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

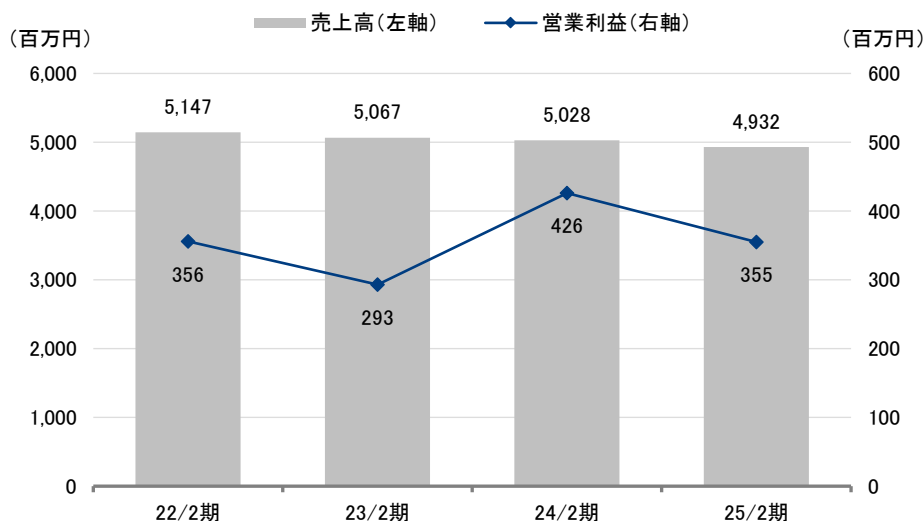
(2) 家庭教師派遣教育事業

家庭教師派遣教育事業の売上高は前期比 1.9% 減の 4,932 百万円、営業利益は同 16.6% 減の 355 百万円となった。不採算校の統廃合や閉校を進めた影響もあって期中平均生徒数が減少し、減収減益となった。生徒数については 3 期連続で減少したことになるが、減少率は縮小し下げ止まりつつある。

校舎展開については、新規開校がなく「名門会」で前期末比横ばいの 36 校、「TOMEIKAI」で同 4 校減の 8 校となり、「メディック名門会」は 2 校と変わりなかった。地方拠点については少子化の進行が見込まれることから、状況を見ながら継続の可否を判断し、今後は「名門会」の大都市圏（東京、大阪、名古屋、福岡）での校舎展開とコロナ禍にスタートした「名門会 Online」の営業強化により収益回復を目指す。

「名門会 Online」は、講師と生徒が顔だけでなく手元も確認できる双方向授業で、インターネット環境のある場所なら世界中どこでも、名門会の高品質な完全 1 対 1 の個別指導を受講できる。生徒数は全体の数 % とまだ小さいが、受講生は前期比 2 ケタ増と順調に拡大しており、現状のペースが続けば 1 ～ 2 年後には構成比で 10% を超えるものと予想される。

家庭教師派遣教育事業の業績



出所：決算短信よりフィスコ作成

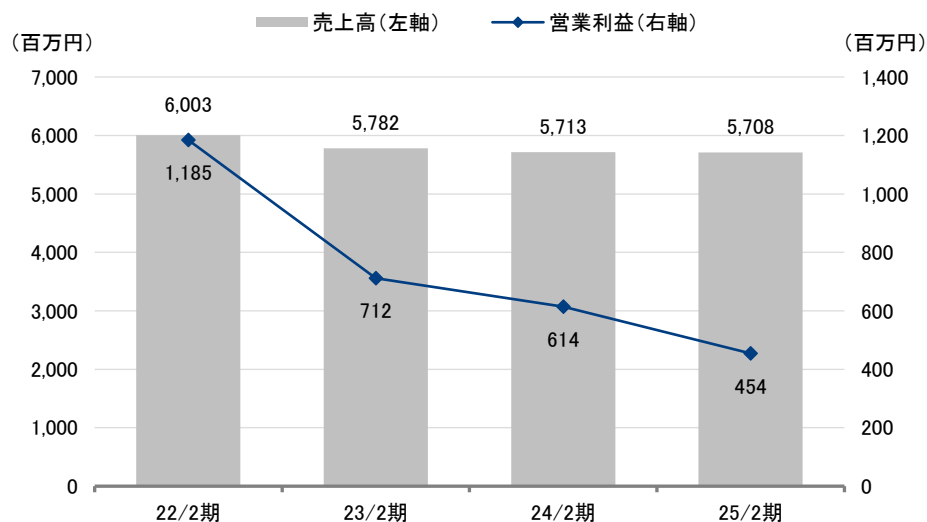
(3) 幼児教育事業

幼児教育事業の売上高は前期比 0.1% 減の 5,708 百万円、営業利益は同 26.1% 減の 454 百万円となった。主力の「伸芽会」の生徒数が競争激化の影響で 1 ケタ減と低迷したものの、料金改定効果や「伸芽'S クラブ学童」の生徒数増加により、売上高は前期比横ばい水準となった。一方、利益面では「伸芽会」の低迷に加えて、2025 年 4 月に開業した「こどもでぱーと」関連の投資費用を第 4 四半期に計上したことが減益要因となった。

校舎展開としては、第 1 四半期に「コナミスポーツ伸芽'S アカデミー」を 1 校（武蔵小杉校）新規開校したほか、「伸芽'S クラブ学童」を 1 校（吉祥寺校）リニューアルした。2025 年 2 月末時点の校舎数は、「伸芽会」が前期末比横ばいの 22 教室、「伸芽'S クラブ学童」が同 1 校増の 22 校（コナミスポーツ伸芽'S アカデミー 3 校含む）、「伸芽'S クラブ託児」が同横ばいの 8 校となった。

業績動向

幼児教育事業の業績

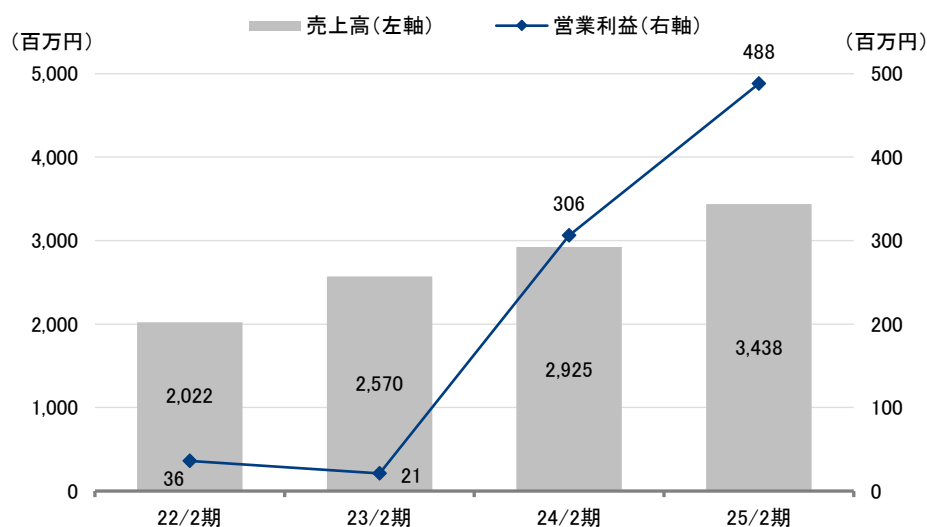


出所：決算短信よりフィスコ作成

(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期比 17.5% 増の 3,438 百万円、営業利益は同 59.1% 増の 488 百万円と高成長が続き、過去最高業績を更新した。稼働校数が前年同期末比 6 校増の 86 校と順調に増加したことに加え、稼働校における導入学年の拡大によって利用生徒数が年々増加していることが増収増益要因となった。特に、地方の学校を中心に自宅でも優秀な講師の個別指導が受けられるオンライン個別指導が好評で、50 校以上の学校で利用されており期中平均の受講者数も前期比 17.1% 増と好調に推移した。

学校内個別指導事業の業績



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(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期比 4.3% 減の 1,625 百万円、営業利益は同 243.3% 増の 47 百万円となった。体験型ツアーが堅調に推移したが、2025 年 2 月期より売上計上基準を総額方式から純額方式に変更した影響で減収となった。同一基準であれば増収だったと見られる。校舎展開では「TOMAS 体操スクール」が 11 校、「TOMAS サッカースクール」が 5 校となった。

第三者割当増資の実施により財務基盤が拡充、M&A も含めた成長投資に投下

3. 財務状況

2025 年 2 月期末の財務状況を見ると、資産合計は第三者割当増資により 3,383 百万円を調達したことを主因に、前期末比 4,013 百万円増加の 22,109 百万円となった。主な変動要因として、流動資産では現金及び預金が 3,491 百万円増加したほか、営業未収入金が 119 百万円、前払費用が 108 百万円それぞれ増加した。固定資産では有形固定資産が 122 百万円、投資有価証券が 117 百万円それぞれ減少した一方で、無形固定資産が 167 百万円、敷金及び保証金が 194 百万円、繰延税金資産が 163 百万円増加した。

負債合計は前期末比 463 百万円増加の 10,075 百万円となった。未払法人税等が 111 百万円減少した一方で、契約負債が 147 百万円、退職給付に係る負債が 306 百万円それぞれ増加した。純資産は同 3,549 百万円増加の 12,034 百万円となった。配当金 1,543 百万円を支出した一方で、親会社株主に帰属する当期純利益 1,743 百万円を計上したほか、第三者割当増資等により資本金が 1,700 百万円、資本剰余金が 1,708 百万円増加した。

経営指標を見ると、自己資本比率は第三者割当増資もあって前期末の 46.3% から 54.1% に上昇した。無借金経営で手元キャッシュも 90 億円弱まで積み上がるなど、財務基盤は一段と強化されたと言える。なお、第三者割当増資によって調達した資金については、新規事業となる「こどもでぱーと」の開設に伴う設備投資（新規教室開設に伴う敷金、教室設備・備品取得費、初期投資費用）や 2027 年にヒューリックグループが開業する「MITAKE Link Park（渋谷）※」内に設立される創造文化教育施設（美術館、図書館等）の設備投資資金（敷金、内装工事、デザイン料、初期費用等）、DX 戦略推進費用（各グループの顧客データベース統合費用、顧客接点となるアプリケーション開発、教室ネットワーク整備費用等）などに充当するほか、戦略的 M&A 資金としても活用する方針である。「こどもでぱーと」の設備投資資金については、2028 年春までに開業が見込まれる 10 棟分（検討中含む）の設備投資総額 2,291 百万円のうち、既に調達済みの 1,000 百万円を差し引いた額となっている。

※ 東京都と渋谷区が実施する「都市再生ステップアップ・プロジェクト（渋谷地区）渋谷一丁目地区共同開発事業」の開発事業者としてヒューリックが選定され、地下 2 階、地上 14 階建ての複合ビルの開発を進めている（敷地面積 9,670m²、延床面積 50,000m²）。事務所、店舗、賃貸住宅、創造文化教育施設、多目的ホール等が入る予定。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	22/2 期	23/2 期	24/2 期	25/2 期	増減額
流動資産	10,997	9,660	8,954	12,686	3,731
（現金及び預金）	8,011	7,308	5,460	8,952	3,491
固定資産	7,927	8,465	9,141	9,423	281
資産合計	18,924	18,125	18,096	22,109	4,013
負債合計	8,531	8,900	9,611	10,075	463
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産合計	10,392	9,225	8,484	12,034	3,549
経営指標					
自己資本比率	50.4	50.4	46.3%	54.1%	7.8pp
売上高営業利益率	10.1%	7.7	8.2%	8.8%	0.6pp
ROE	28.6	15.3	19.0%	17.1%	-1.9pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

調達資金使途

項目	金額	期間
「こどもでぱーと」開設に伴う設備投資	1,291 百万円	2024年12月～2028年5月
渋谷創造文化教育施設（敷金、内装工事、デザイン料等）	710 百万円	2024年12月～2027年1月
DX 戦略推進費用（顧客 DB、アプリ開発、教室ネットワーク等）	697 百万円	2024年6月～2026年2月
防犯カメラ設置工事（教室内）	200 百万円	2024年6月～2024年7月
戦略的 M&A 等の投資資金	425 百万円	2024年6月～2028年5月

出所：同社リリースよりフィスコ作成

今後の見通し

2026 年 2 月期も学習塾及び学校内個別指導事業がけん引し、増収増益見通し

1. 2026 年 2 月期の業績見通し

2026 年 2 月期の連結業績は、売上高で前期比 7.8% 増の 36,000 百万円、営業利益で同 7.2% 増の 3,145 百万円、経常利益で同 6.8% 増の 3,140 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 14.7% 増の 2,000 百万円となる見通し。少子化の流れが継続し、生徒獲得競争の激化が続くなかで、主力の「TOMAS」を中心に質の高い教育サービスを提供し、差別化を図ることで着実な収益成長を目指す。事業セグメント別では、前期と同様に学習塾事業と学校内個別指導事業がけん引する格好となり、低迷が続いていた幼児教育事業も「こどもでぱーと」の開業による拠点数拡大で生徒数の増加を図り、回復を目指す。

今後の見通し

費用面では、社員の処遇改善に伴う人件費の増加が続くほか、2025 年 9 月に予定している持株会社体制への移行に伴う関連費用の増加を見込んでいるが、広告宣伝費を中心とした経費の抑制を継続し、営業利益率は 8.7% とほぼ前期並みの水準を維持する見込みとなっている。なお、2026 年 2 月期は特別損失の計上予定がないため、親会社株主に帰属する当期純利益の増益率は経常利益よりも高くなる。

2026 年 2 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/2 期		26/2 期		
	実績	売上比	会社計画	売上比	前期比
売上高	33,394	-	36,000	-	7.8%
営業利益	2,933	8.8%	3,145	8.7%	7.2%
経常利益	2,938	8.8%	3,140	8.7%	6.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,743	5.2%	2,000	5.6%	14.7%
1 株当たり当期純利益 (円)	10.48		11.76		

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 学習塾事業

学習塾事業は生徒数の増加により売上高で約 7% の増収、営業利益も増益を見込む。校舎展開は、「TOMAS」の新規開校を第 1 四半期に 3 校（湘南台校、仙川校、新川崎校）行い、第 2 四半期にも 1 校（鶴の木校）予定しているほか、2025 年 4 月に中野校を新規開業した「こどもでぱーと 中野」に移転リニューアルした。そのほかにも複数のリニューアルを予定している。また、退会抑止施策についても継続的に取り組みながら、生徒数の拡大を図る。

(2) 家庭教師派遣教育事業

家庭教師派遣教育事業の業績は、前期比横ばい水準を見込んでいる。第 1 四半期には「名門会」「TOMEIKAI」で各 1 校（いずれも京都）閉校し、「メディック名門会」を 1 校（京都校）新規開校した。2025 年 3 月に「名門会」「TOMEIKAI」で授業料を約 10% 値上げしたが、閉校による生徒数減少を想定し、売上高は横ばい水準で計画に織り込んだ。

新たな取り組みとして、「名門会 Online」のシステムを全国の学習塾に提供する「名門会 Online パートナーシステム（MOPS（モップス））」のサービスを開始した。大手学習塾から個人経営の学習塾までを対象としており、契約した学習塾が名門会に生徒を紹介、名門会独自のオンライン指導システムと社会人のプロ講師または現役学生講師など 1,000 名超の講師のなかから生徒のニーズに合わせてマッチングし、オンライン授業を提供するサービスである。初期費用は 15 ～ 45 万円で、名門会に支払われる授業料の 20% を学習塾に還元するシステムとなっている。生徒が当該学習塾を卒業後も「名門会 Online」のサービスを継続していれば、学習塾には 20% が継続して還元される仕組みであり、講師不足に悩む学習塾にとって導入メリットは大きいと見られ、今後の動向が注目される。

(3) 幼児教育事業

幼児教育事業は、若干の増収増益を見込んでいる。少子化による競争激化は続くものの、「こどもでぱーと」を 2025 年 4 月に 2 拠点（中野、たまプラーザ）開業したことで、生徒数も増加に転じる見通しだ。「こどもでぱーと 中野」については「伸芽'S クラブ学童」を、「こどもでぱーと たまプラーザ」では「伸芽会」「伸芽'S クラブ託児」「伸芽'S クラブ学童」の 3 ブランドすべてを開校した。このうち、「伸芽会」については過去最速ペースで入会者数が集まるなど、順調な滑り出しを見せているようだ。

また、2024 年 12 月に資本業務提携を締結した（株）ハグカムが提供するオンライン英会話を「伸芽'S クラブ学童」のオプション教育メニューの 1 つとして組み込み、サービスの拡充を図っている。バイリンガルの日本人講師によるオンライン英会話レッスンで、2025 年 4 月より無料体験の募集を開始した。将来的には共同で伸芽会のオリジナルメソッドを開発し、オンラインでの全国展開を視野に入れている。

(4) 学校内個別指導事業

学校内個別指導事業は 2 ケタ増収増益が続く見通しで、2025 年 4 月の稼働校数が 91 校と拡大を続けており、利用生徒数の順調な増加が見込まれている。同社では中期的な目標として 200 校への導入を考えているようで、成長ポテンシャルは大きい。なお、競合するサービスが出てきているものの講師の派遣サービスが主であり、進学個別指導のノウハウを生かした付加価値の高いサービスを求める学校に対しては、競争優位性を確保できるものと見られる。

(5) 人格情操合宿教育事業

人格情操合宿教育事業は、体験型ツアーの開催数増加等により売上高は順調に伸びる見通しだ。

「こどもでぱーと」による囲い込み戦略で持続的成長を目指す

2. 中期経営計画

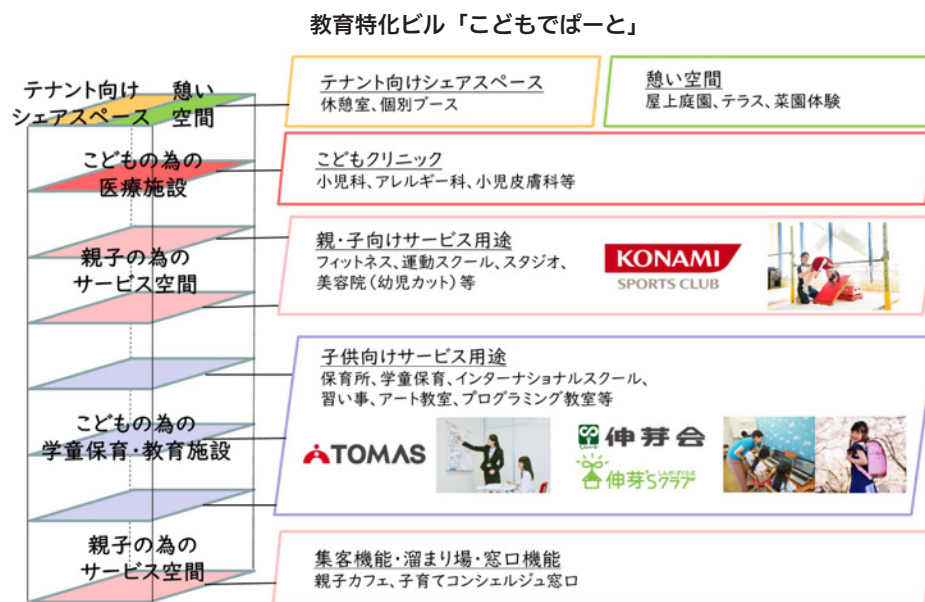
(1) 市場環境認識と主な取り組み

同社は 2027 年 2 月期までの 3 ケ年の中期経営計画を 2024 年 4 月に発表した。市場環境としては、少子化が進行するなかで同社が主力エリアとする首都圏の子ども数は堅調に推移し、また公教育サービスへの不安感から私立小学校及び中学校を受験するため進学塾への通塾ニーズも堅調に推移すると見ている。一方で、学習塾業界における生徒獲得競争が継続し、業績面での二極化が進行することで業界再編の動きが加速すると見ている。

こうした経営環境の変化に柔軟に対応し、持続的な成長を実現するため、より一層の経営の効率化を目指したグループ体制を構築すべく、2025 年 9 月に持株会社体制に移行することを発表した。同社を（株）リソー教育グループに商号変更してグループ子会社の経営管理等を行う持株会社とし、学習塾事業、英語スクール事業及び生徒募集勧誘事業は新たに設立した（株）TOMAS に承継する。

今後の見通し

成長戦略としては、生徒数拡大施策、出店エリアの見直し及び校舎のスクラップ & ビルド、異業種との提携による新規事業の育成、DX 戦略などを推進する。生徒数拡大施策としては、需要が見込めるエリアでの新規開校や顧客満足度の向上（生徒・保護者との密なコミュニケーション）による退会率抑制、難関校への合格実績を拡大するための優秀な講師や社員の確保・育成に取り組む。また、異業種連携としてヒューリック、コナミスポーツとの3社で開発を進めている、子ども向け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」を2029年度までに首都圏で20棟展開することを目標に掲げている。同ビル内では、同社グループの「TOMAS」「伸芽会」「伸芽'Sクラブ託児・学童」や、コナミスポーツ等が入居し、乳幼児から高校生まで複数の教育サービスを同一拠点で提供でき、同じビル内に子ども向けサービスがあることで保護者の送迎負担も軽減される。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、好立地で各種サービスを提供することでこれらのニーズを取り込んでいく。同社にとっては、乳幼児から顧客を囲い込むことで顧客のLTV最大化とグループシナジーが期待できるため、収益の一段の成長につながる取り組みとして注目される。



出所：決算説明資料より掲載

(2) 経営数値目標

業績目標としては 2027 年 2 月期に売上高 38,260 百万円、営業利益 3,360 百万円、経常利益 3,360 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益 2,000 百万円を掲げた。3 年間の年平均成長率は売上高で 5.9%、営業利益で 8.5% となる（同計画値には新規事業となる「こどもでぱーと」の効果を織り込んでいない）。営業利益率は 2024 年 2 月期の 8.2% に対して 2027 年 2 月期は 8.8% まで引き上げる。優秀な講師・正社員の採用、定着のための給与ベースアップによる人件費の増加を、広告宣伝費をはじめとした諸経費の最適化や DX 推進による業務効率の向上で吸収する方針だ。

1 年目となる 2025 年 2 月期は売上高が若干未達となったものの、各利益は超過達成した。2026 年 2 月期は前期の流れを引き継ぎ売上計画について若干引き下げたものの、各利益は上方修正し親会社株主に帰属する当期純利益に関しては 1 年前倒しで当初計画を達成する見通しだ。また、2027 年 2 月期の ROE は 14.5% と 2024 年 2 月期の 19.0% からやや低下するものの、引き続き 10% 以上の水準を維持する計画となっている。弊社では利益ベースでは達成確度の高い堅実な計画と見ている。

中期経営計画 業績目標

(単位：百万円)

	24/2 期	25/2 期		26/2 期		27/2 期	年平均成長率
	実績	当初計画	実績	当初計画	今回計画	当初計画	
売上高	32,215	33,960	33,394	36,220	36,000	38,260	5.9%
営業利益	2,628	2,670	2,933	3,120	3,145	3,360	8.5%
営業利益率	8.2%	7.9%	8.8%	8.6%	8.7%	8.8%	-
経常利益	2,655	2,670	2,938	3,120	3,140	3,360	8.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,661	1,710	1,743	1,850	2,000	2,000	6.4%
ROE	19.0%	16.3%	17.1%	15.3%	-	14.5%	

出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) 事業別の見通し

a) 学習塾事業

学習塾事業の売上成長率は年率 7% 程度を計画している。校舎展開については首都圏で年間 3 ～ 5 校ペースで新規開校し、手狭となった教室については増床または移転リニューアルを実施する。「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した場合に開校する。また、校舎数の拡大に加えて既存校における顧客サービスの徹底により、退会率を抑制し生徒数の拡大を図る。新規生徒の募集については、紙媒体広告を Web 広告に切り替えるなど費用対効果を重視し効率的に進める方針だ。

b) 家庭教師派遣教育事業

家庭教師派遣教育事業の売上成長率は年率 1 ケタ台前半の水準を計画している。家庭教師派遣の「名門会」は、大都市圏への集中展開と校舎のスクラップ & ビルドを推進するが、「TOMEIKAI」は地方の少子化進行を背景に生徒だけでなく学生アルバイト講師の獲得も難しくなっていることから新規開校は行わず、既存校の収益改善に取り組む。こうしたなか、双方向型オンライン授業「名門会 Online」の生徒獲得を「MOPS」での展開も進めながら強化し、2026 年 2 月期から増収基調への復帰を目指す。

c) 幼児教育事業

幼児教育事業は年率 5% 前後の売上成長を目指す。「伸芽会」「伸芽'S クラブ託児」「伸芽'S クラブ学童」をそれぞれ年間 1 校ペースで開校する計画（伸芽'S クラブ学童にはコナミスポーツ伸芽'S アカデミーも含む）だが、実際には「こどもでぱーと」が 2025 年春よりスタートしたことから、校舎の増加ペースも加速する可能性がある。

「こどもでぱーと」の進捗状況については、東京都城南エリアや横浜、千葉エリアなどで合計 6 件のプロジェクトが具体化している。2025 年 4 月に 2 棟を開業したのに続き、2027 年に竣工予定の複合ビル「MITAKE Link PARK（渋谷）」内にも展開することが決まっている。ヒューリックでは 2029 年までに首都圏の主要駅をターゲットに 20 棟まで広げる構想を描いているが、校舎や教室の運営に必要な講師やスタッフのリソース確保が重要なため、構想どおりに進まない可能性もある。とはいえ、同社にとっては駅前好立地の物件を独力で探す必要がなく、複数の教育サービスを同時に開校できるため事業効率の観点からもメリットが大きく、同社の収益成長をけん引する取り組みとして注目される。

d) 学校内個別指導事業

学校内個別指導事業については、年率 10% の売上成長を目指す。学校の進学実績向上や教師の長時間労働問題の解消に寄与するサービスとして全国の私立学校から問い合わせが入っている。将来的に導入校数を 200 校まで拡大することができれば、売上規模で 60 ～ 80 億円（2025 年 2 月期 34 億円）程度が見込まれ、中期的に収益拡大に貢献する見通しだ。

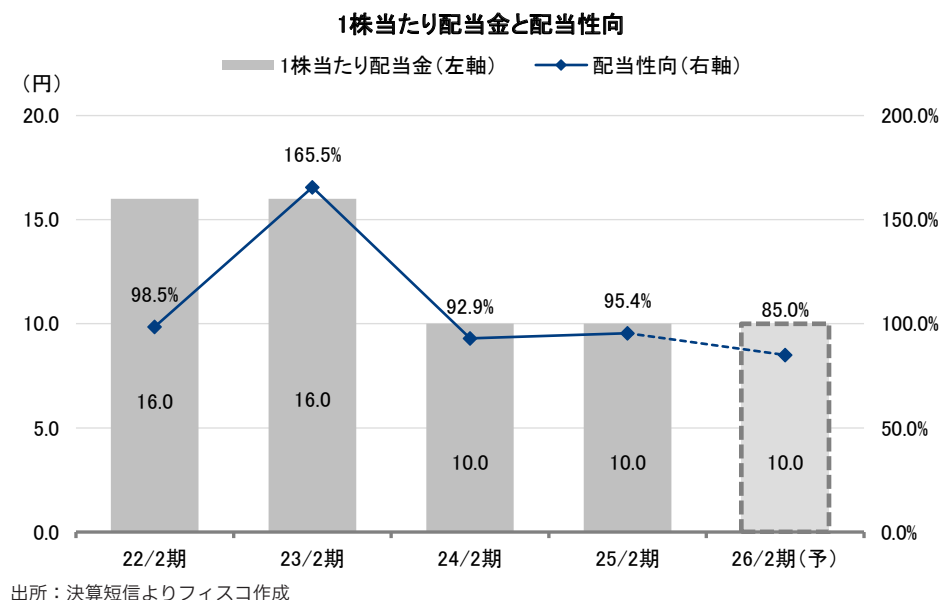
(4) DX 戦略の推進

同社は 2024 年 2 月期からグループ全体の DX 戦略推進に着手している。具体的な取り組みとして、グループ各社で保有する顧客データベースの統合、講師が手書きで作成しているレポートを情報端末で作成できるようにするシステムの構築、顧客接点となるスマートフォンアプリケーションの開発、教室・拠点間のネットワーク設備の増強などに、2026 年 2 月期までに 697 百万円を投下し、業務効率並びに顧客満足度の向上を図る。教務社員が DX によって削減した事務作業時間を生徒や保護者へのフォローアップ、営業提案などの時間に振り向けることで顧客満足度の向上につなげる。顧客データベースの統合は 2025 年 6 月に完成し、運用を開始する予定となっている。完成後は重複機能の統一化による費用の効率化だけでなく、ブランド横断的アプローチによる顧客の囲い込み戦略が従来以上に進むものと期待される。DX 関連費用については 2026 年 2 月期がピークとなる見通しだ。

株主還元策

連結配当性向で 50% 以上を目安に配当を実施する方針

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、配当については 2024 年 2 月期から配当性向 50% 以上を目途に実施する方針としている。同方針に基づき、2025 年 2 月期の 1 株当たり配当金は前期と同額の 10.0 円（配当性向 95.4%）とし、2026 年 2 月期も 10.0 円（同 85.0%）を予定している。配当以外に蓄えた内部留保及び資金の使途については、新規開校等に伴う設備投資やシステム投資、M&A 投資等に充当するほか、コロナ禍のような突発的な事象が発生した際の一時的な費用増に備える資金と捉えている。



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