

平成29年10月期 第2四半期 決算説明資料



イトフ

東証マザーズ 6049
平成29年6月

※ 本資料に含まれる数値、指標は、当社の経営成績及び財政状態に関して、適切な理解を促進することを目的として開示しており、すべての数値、指標が監査法人による監査又はレビューの対象ではない点にご留意ください。

**日本中の教育サービスに関する
情報を整理・提供し、
教育を選べる社会を実現する**

教育業界及び金融業界内において領域特化型ポータルサイトを運営するメディアサービスと、
そこで得た知見を活かしたコンサルティングサービスを展開

メディアサービス（教育業界）

『塾ナビ』や『みんなの学校情報』、『家庭教師比較ネット』等の領域特化型メディアを数多く運営
『塾ナビ』



『みんなの学校情報』



『家庭教師比較ネット』



ほか多数

メディアサービス（金融業界）

『みんなのカードローン』や『FX比較オンライン』等の領域特化型メディアを数多く運営

コンサルティングサービス

教育業界及び金融業界を中心にクライアント企業のマーケティング活動をサポート

※上記画像は全てサイトイメージです。

ユーザーへクライアント企業の詳細情報等を提供し、閲覧したユーザーがクライアント企業へ資料請求をした際にクライアント企業より成果報酬を収受



1 口コミストックモデル

- ・ 圧倒的な口コミの質と量
- ・ 長年培った口コミ運用のノウハウ

2 多数のユーザーからの支持

- ・ 質の高い口コミを大量に保有し、多数のユーザーに支持されることで、クライアント企業への多数の送客を実現

3 成果報酬型課金システム

- ・ 成果報酬型課金システムが、クライアント企業の広告出稿の最適化を実現し、クライアント企業との長期的なwin-win関係を実現

**平成29年10月期
期首業績予想の
振り返り**

平成29年10月期より、コンサルティングサービスの一部売上高を総額表示から純額表示に変更いたしました。

- メディアサービスの事業展開を一層推進する当社の経営方針の下、メディアサービスの附帯サービスであるコンサルティングサービスの一部売上高（リスティング運用売上高・アフィリエイト売上高）が年々増加しております。この変更は、事業実態の比較可能性を向上させ、より精緻な事業管理の実践と、より適切に経営成績を表示する必要性が高まっている認識等に基づくためであります。
- 営業利益、経常利益、当期純利益には影響ありません。

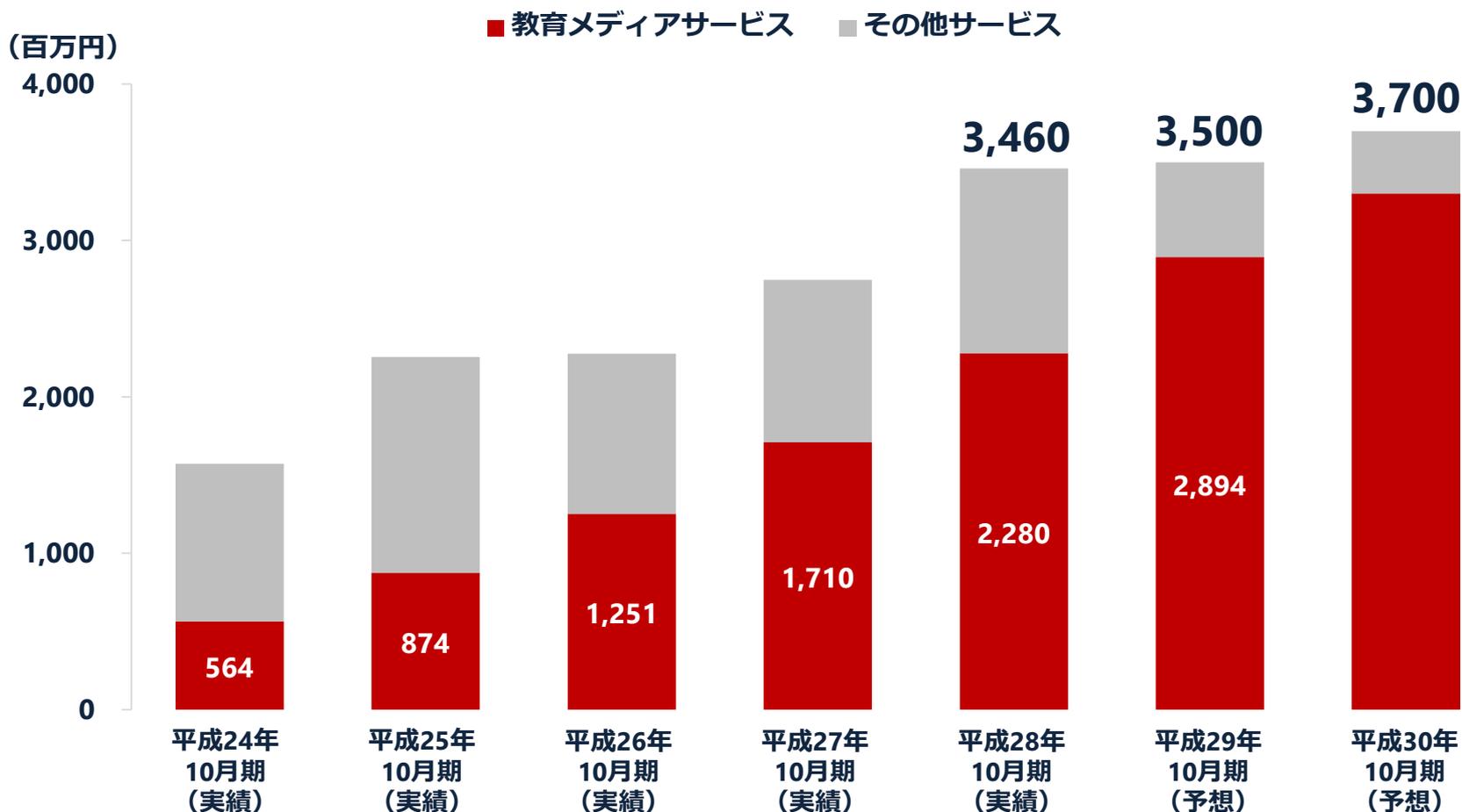
期首業績予想の振り返り

(単位：百万円)

	平成28年10月期 実績	平成29年10月期 予想	YoY
売上高 (純額表示)	3,460	3,500	+1.1%
営業利益	1,370	1,512	+10.3%
経常利益	1,376	1,514	+10.0%
当期純利益	889	987	+11.1%

期首業績予想の振り返り

その他サービスの売上高を減少させ、教育メディアサービスへの人員の配置転換を実施
教育メディアサービスへの注力度を更に高める



期首成長戦略の振り返り

■ 教育メディアサービス

注力領域として人員増強を図り成長を見込む

通期売上高予想 28億9,400万円 前年比 26.9%増

■ その他サービス（金融メディアサービス / コンサルティングサービス）

新規案件の獲得に動くことはせず教育メディアサービスへの
人員の配置転換を実施

通期売上高予想 6億600万円 前年比 48.7%減

平成29年10月期 第2四半期業績概要

第2四半期 業績の進捗

(単位：百万円)

	平成29年10月期 2Q累計 (11月-4月)	YoY	通期業績予想	進捗率
売上高 (純額表示)	2,024	+20.6%	3,500	57.8%
営業利益	1,040	+31.6%	1,512	68.8%
経常利益	1,041	+31.2%	1,514	68.8%
当期純利益	676	+32.4%	987	68.5%

第2四半期 成長戦略の進捗

■教育メディアサービス

注力領域として人員増強を図り成長を見込む

通期売上高予想 28億9,400万円 前年比 26.9%増

上半期結果：売上高 15億900万円 前年同期比 37.9%増
好調に推移

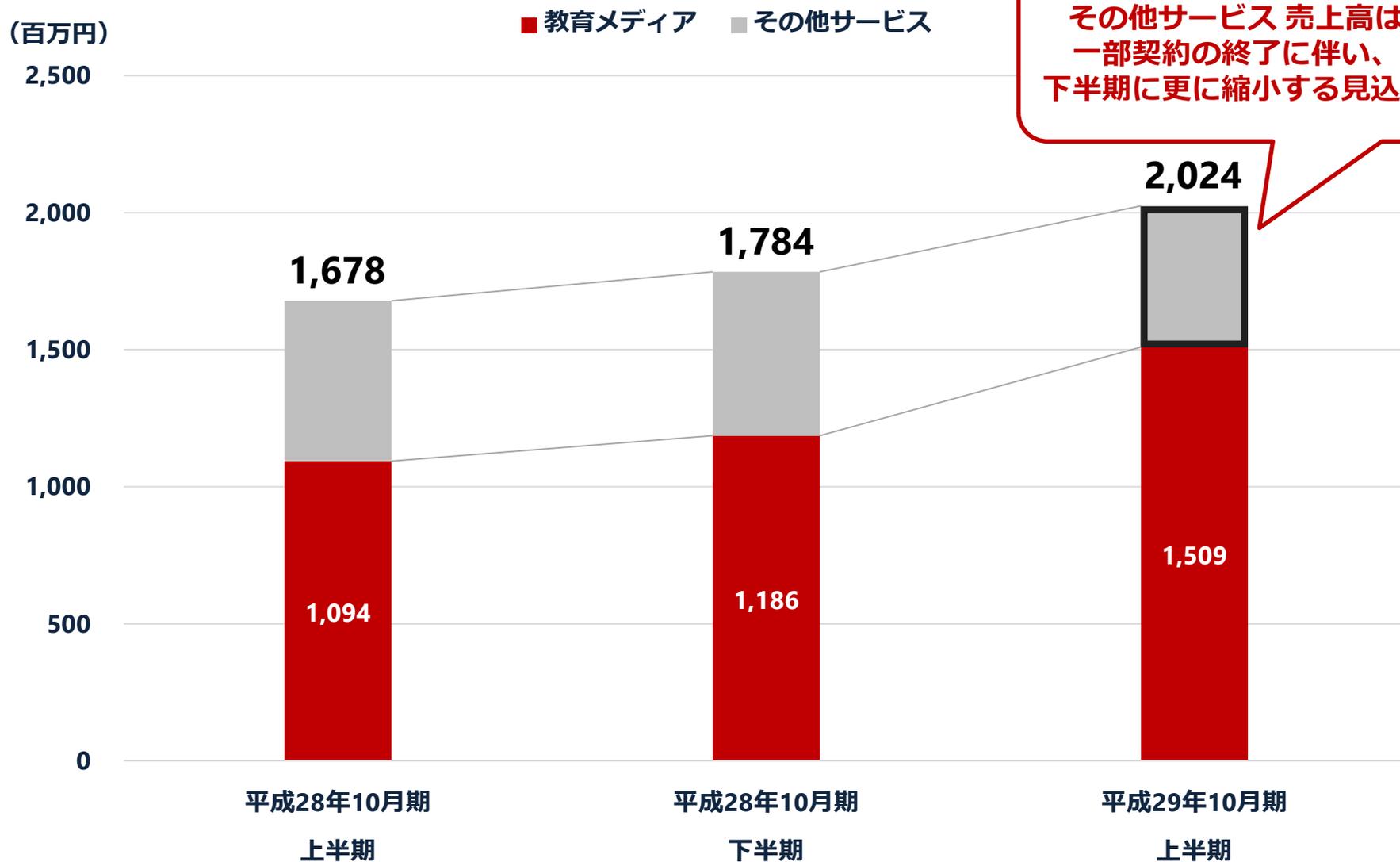
■その他サービス（金融メディアサービス / コンサルティングサービス）

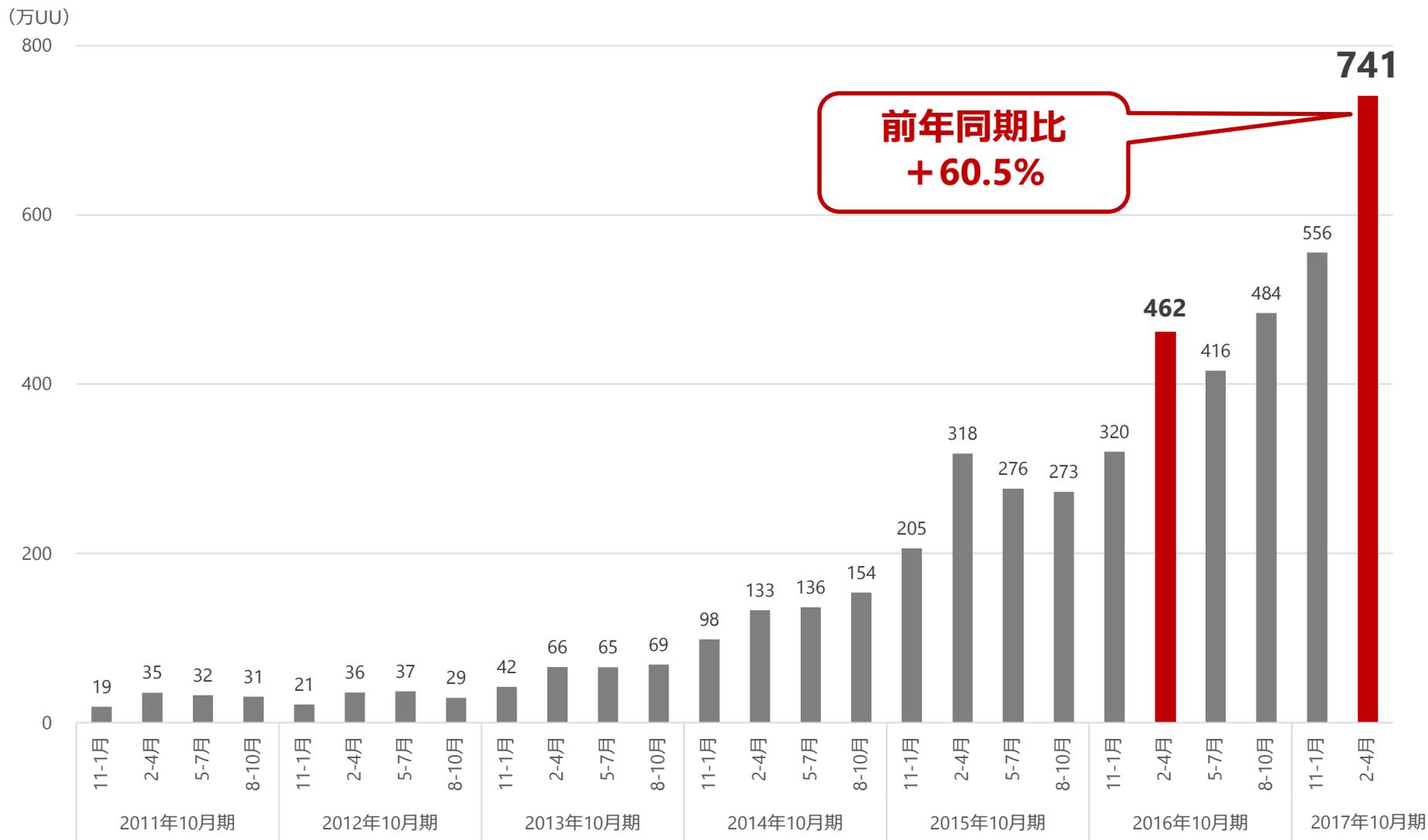
新規案件の獲得に動くことはせず教育メディアサービスへの
人員の配置転換を実施

通期売上高予想 6億600万円 前年比 48.7%減

上半期結果：売上高 5億1,500万円 前年同期比 11.7%減
人員の配置転換は順調に進捗
コンサルティングサービスにて一部契約終了

教育メディアサービスの売上高比率推移





※ UU：弊社教育メディアの月間ユニークユーザーの平均数値

イトクロは教育メディアNo.1企業を目指します

- ① 学習塾予備校領域における更なるシェア拡大
- ② 民間教育領域における学習塾予備校領域以外の領域においてシェアNo.1を目指す
- ③ 学校教育領域においてシェアNo.1を目指す

学校教育領域での成長

各領域でのシェアNo.1化

学習塾予備校領域におけるシェア拡大

APPENDIX

会社名

株式会社イトクロ（英文表記：ItoKuro Inc.）

設立年月日

2006年3月30日

資本金

3,000万円

所在地

**本社：東京都港区赤坂2-9-11
支社：大阪府中央区南本町4-1-10**

従業員数

122名

平成29年4月30日現在

14年間メディア業界に従事



代表取締役 CEO

山木 学

(やまき まなぶ)

株式会社リクルートにて営業に、株式会社
カクコムにて事業開発に携わった後、
2006年当社取締役就任
2009年 当社代表取締役就任
2015年 当社代表取締役 CEO就任 (現任)

13年間教育業界に従事



代表取締役 COO

領下 崇

(りょうした たかし)

大手教育企業にてカンパニー長や広告宣伝を
経験、コンサルティング会社を経て、2008年
当社入社
2014年 当社取締役就任
2015年 当社代表取締役 COO就任 (現任)

15年間人材採用・管理部門に従事



取締役

高見 由香里

(たかみ ゆかり)

大手人材企業にて人材採用や管理部門を経験
し、2007年当社採用責任者として参画
2013年 文部科学省 中央教育審議会
臨時委員就任
2014年 当社取締役就任 (現任)

	平成28年10月期	平成29年10月期第2四半期
流動資産	5,144	5,525
現金及び預金	4,299	4,579
固定資産	428	399
総資産	5,572	5,924
流動負債	1,132	818
固定負債	47	36
純資産	4,392	5,069
自己資本比率	78.8%	85.5%

(単位：百万円)

1

学習塾予備校領域における展開

2

民間教育領域における横展開

3

学校教育領域への展開

1

学習塾予備校領域における展開

2

民間教育領域における横展開

3

学校教育領域への展開

学習塾予備校情報No.1ポータルサイト『塾ナビ』※

イトワロ

主要メディアサービスの一つ、学習塾予備校情報No.1ポータルサイト『塾ナビ』について説明させていただきます

塾ナビ



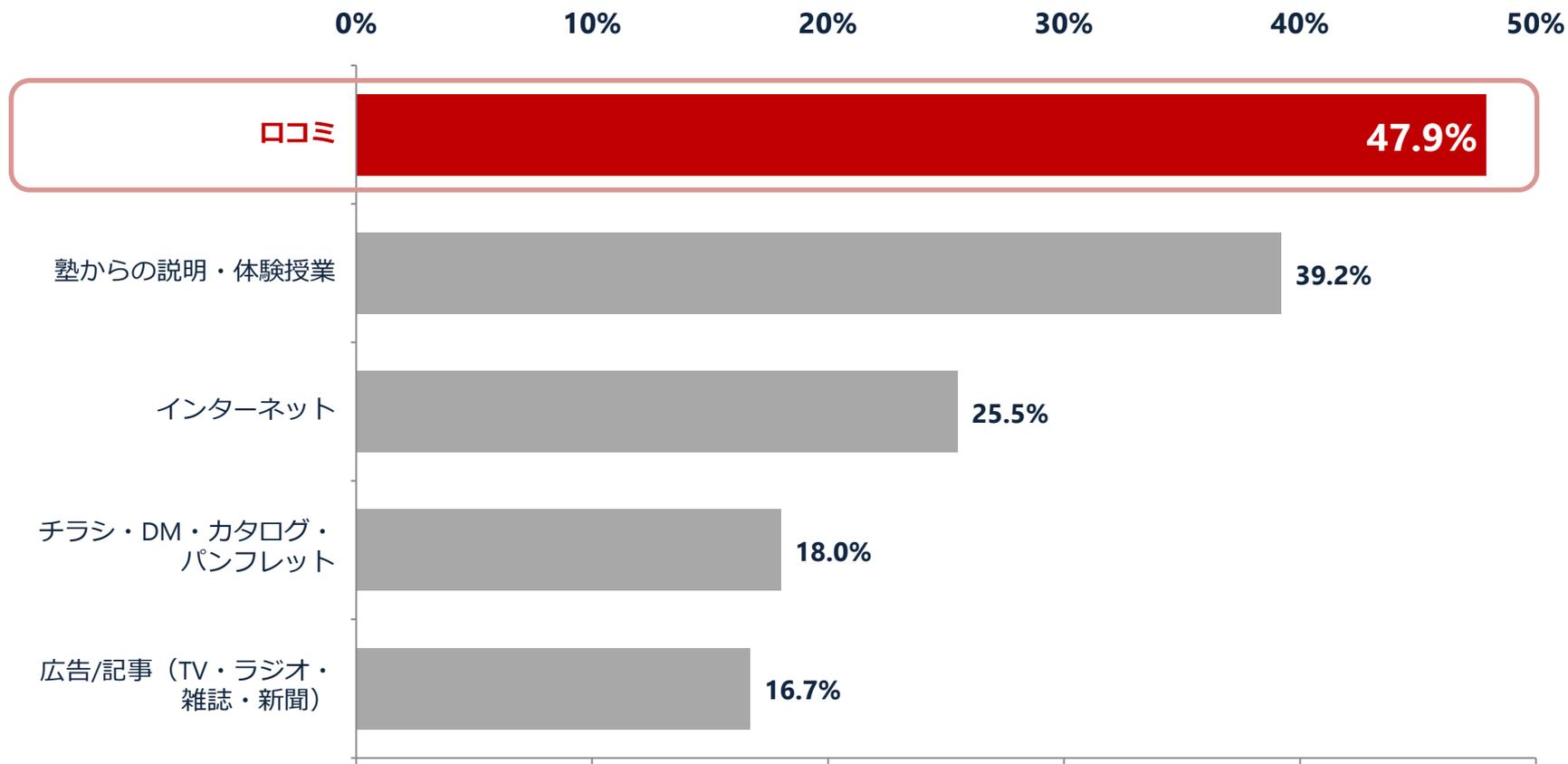
※ 楽ナビサーチ：平成27年版塾・予備校検索サイトの利用に関する市場実態把握調査

※ 上記画像は全てサイトイメージです。

塾を検討する際に参考にする情報

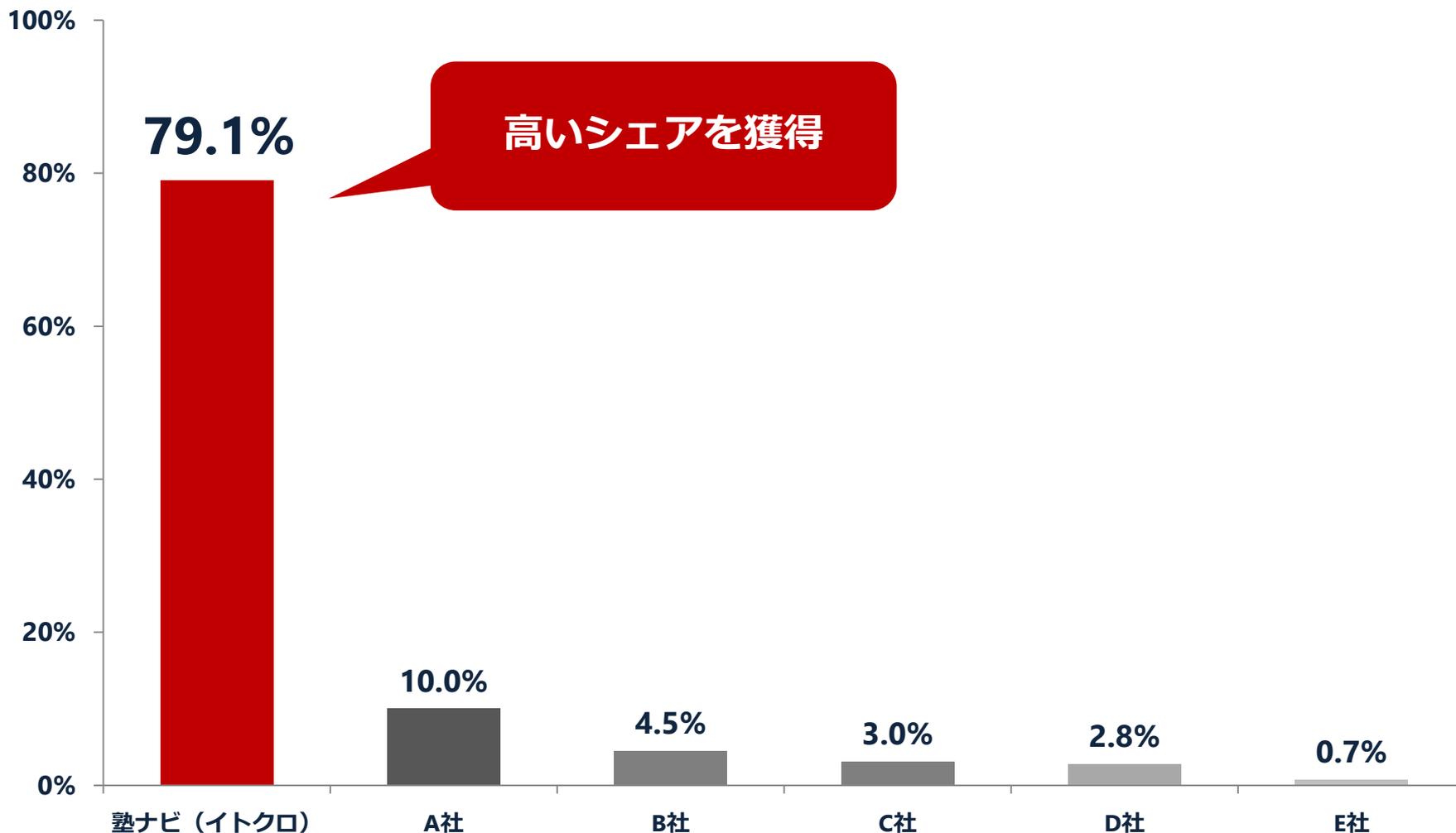
塾を検討する際は口コミを最も重要視

塾を検討する際に参考にした情報（上位5項目 複数回答可）



塾検索サイトの実態把握調査

利用者数No.1を実現。競合に対して圧倒的な認知度を獲得



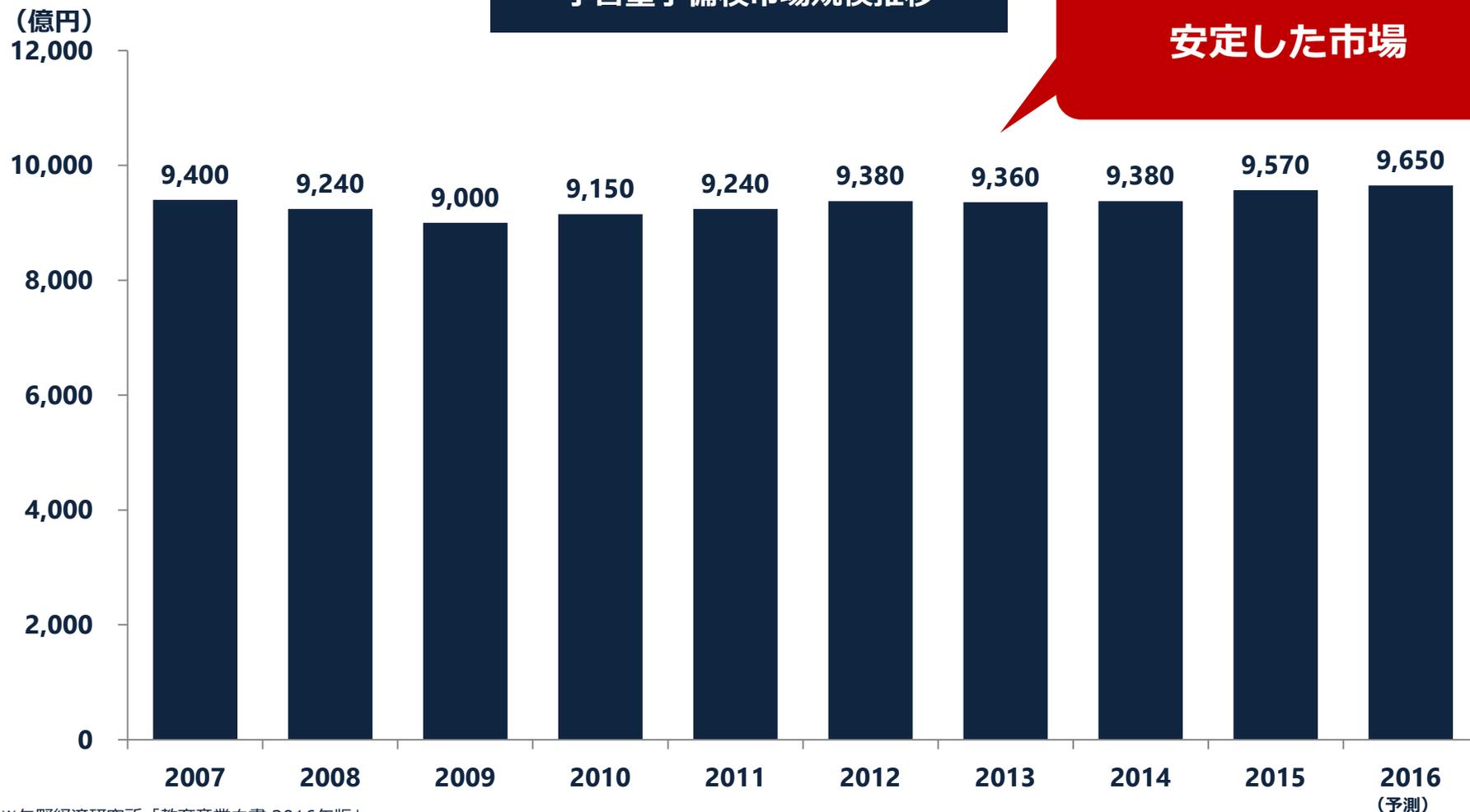
※ 塾検索サイトの実態把握調査 (マクロミルモニター利用)

平成27年4月22日~23日 株式会社イトクロがマクロミルモニター (小学1年生~高校3年生のご自身のお子さんがいる男女1,000名) を利用し、インターネット上で調査を実施
Q.小学生~高校生のお子様の塾・予備校をインターネットで選ぶ際、主に利用したサイトを1つ選択してください。より

学習塾予備校領域の市場規模

ここ数年の学習塾予備校領域の市場規模は、9,400億円前後とほぼ横ばいで安定

— 学習塾予備校市場規模推移 —

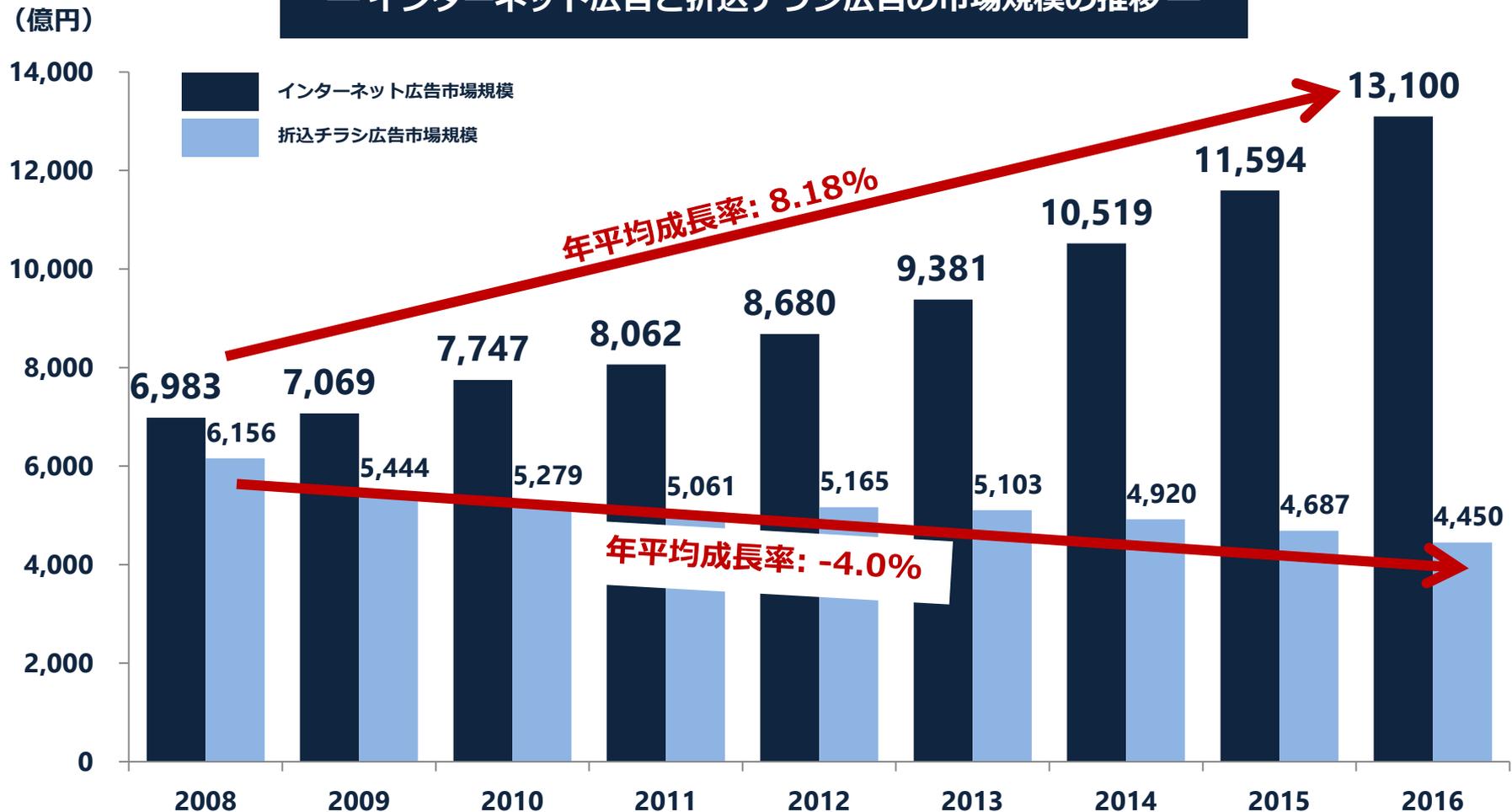


※矢野経済研究所「教育産業白書 2016年版」

インターネット広告市場の拡大

インターネット広告市場が拡大する一方で折込チラシ広告市場は縮小

— インターネット広告と折込チラシ広告の市場規模の推移 —

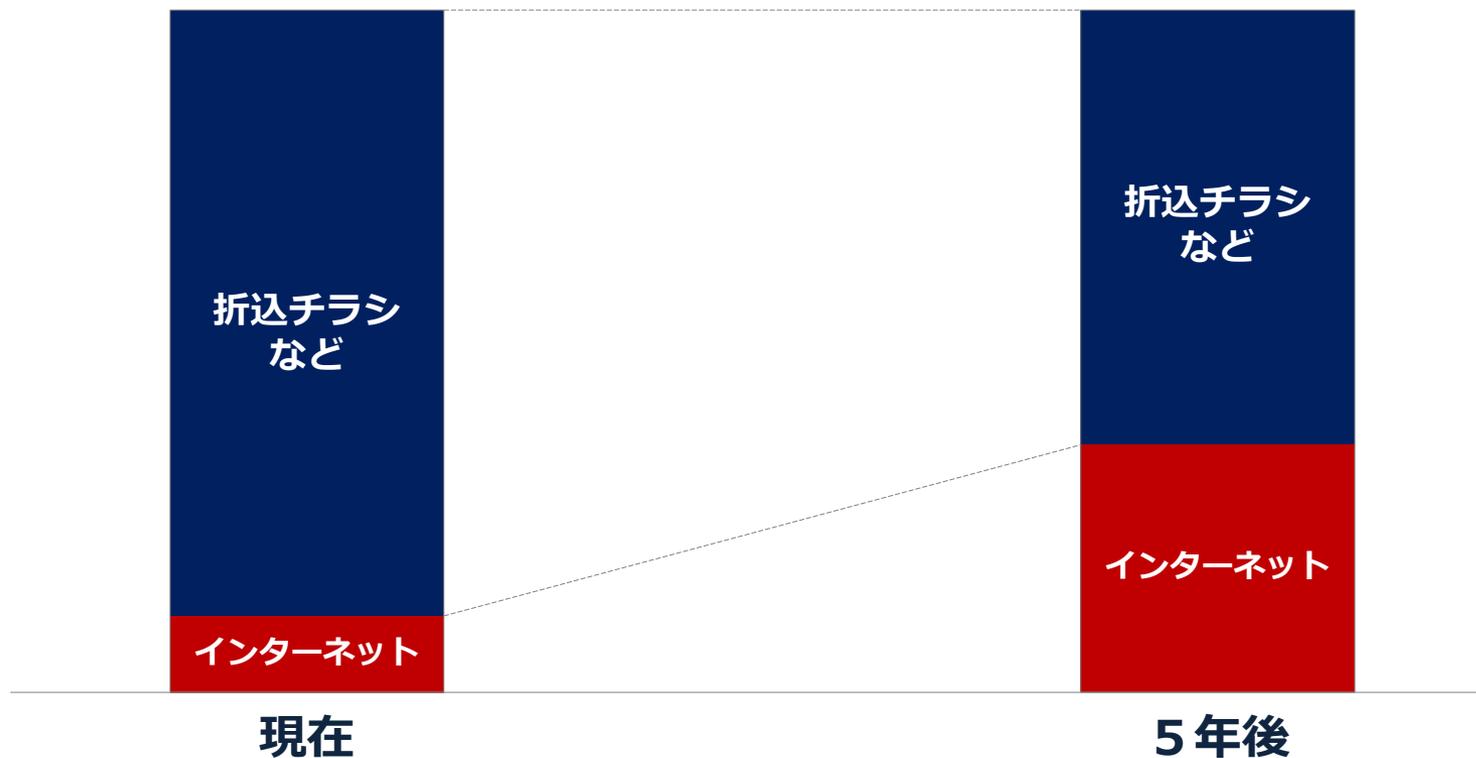


※ 電通「2016年（平成28年）日本の広告費 | 媒体別広告費」

学習塾予備校領域における成長余地

折込チラシ広告市場が縮小し、
費用対効果の高いインターネット広告市場が拡大すると予測

— 学習塾予備校領域における広告市場内訳イメージ —



学習塾予備校領域における成長余地

学習塾予備校領域における広告市場において、塾ナビの拡大余地が膨大に存在

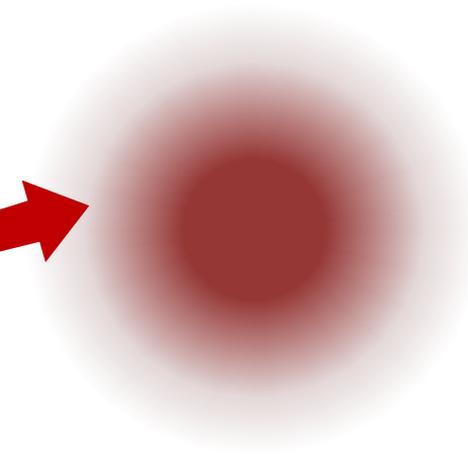
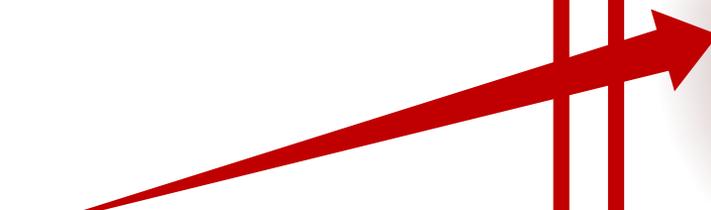
現在

学習塾予備校領域
広告市場

5年後

市場の拡大に
合わせて
シェア拡大

塾ナビシェア



1

学習塾予備校領域における展開

2

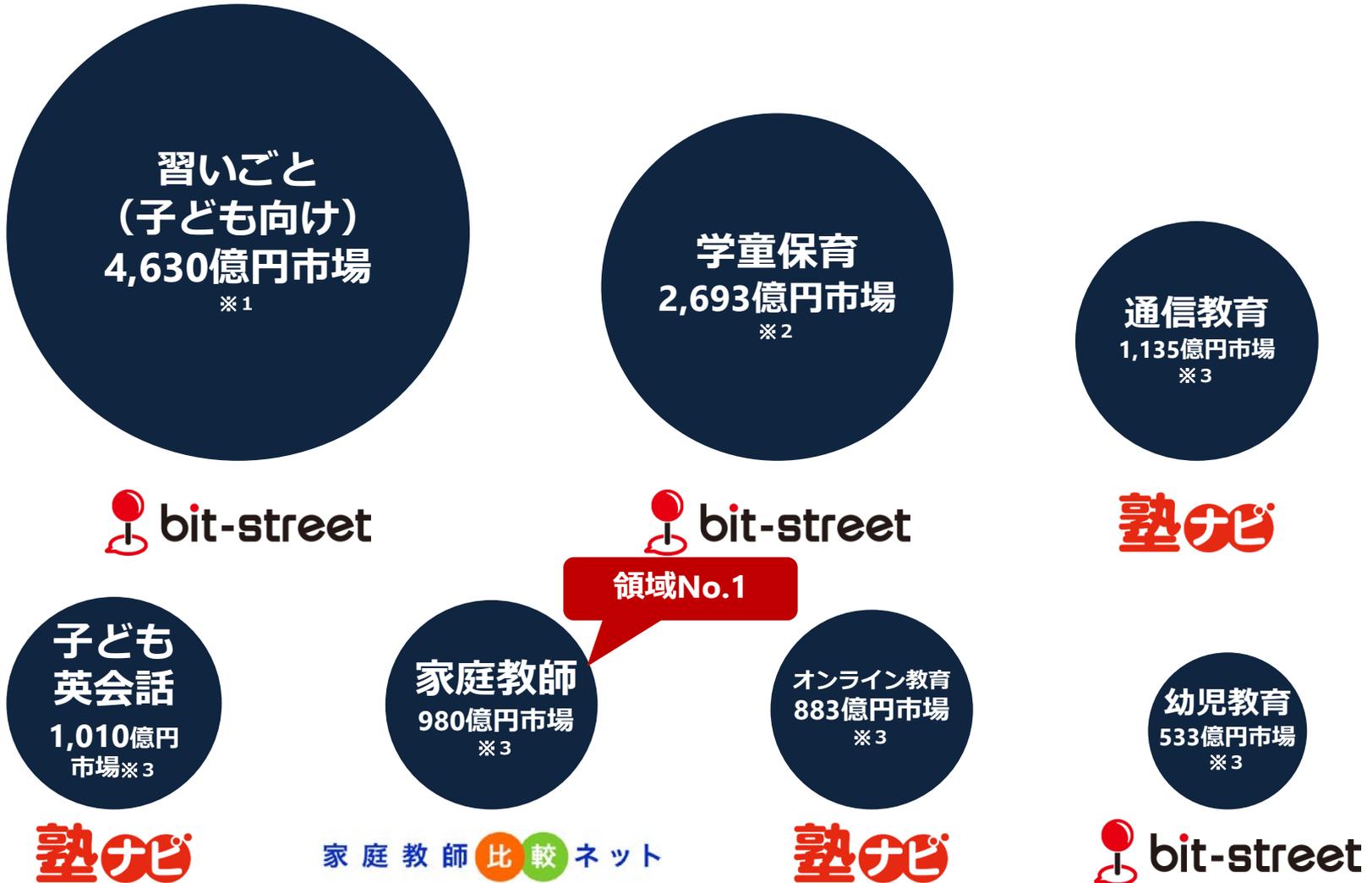
民間教育領域における横展開

3

学校教育領域への展開

民間教育業界における横展開

民間教育業界においては、学習塾予備校領域以外にも複数魅力的な領域が存在し、その各領域においても、メディアを展開



※ 1 : 文部科学省
 ※ 2 : 矢野経済研究所
 ※ 3 : 矢野経済研究所

「子どもの学校外での学習活動に関する実態調査報告 平成20年8月」より算出
 「学童保育市場に関する調査結果 2014」
 「2016年版 教育産業白書」

民間教育業界における横展開によって狙える広告市場

学習塾予備校領域以外の民間教育業界においても、学習塾予備校領域と同規模の市場が存在

学習塾予備校市場

**家庭教師市場
学童保育市場
子供英会話市場
習いごと市場
幼児教育市場
通信教育市場
オンライン教育市場**

1

学習塾予備校領域における展開

2

民間教育領域における横展開

3

学校教育領域への展開

学校（公）教育領域※での実績

今後の成長領域として、学校教育領域※におけるメディアを展開



平成28年10月期実績

年間PV数：**+72.5%**（前期比）

※上記画像は全てサイトイメージです。

※「学校」は通常「小学校・中学校・高校・専門学校・大学」を指しますが、ここでは当サービスの特性上、「幼稚園・保育園」を含めております。

教育メディアサービスで狙う広告市場全体像

- ① 学習塾予備校領域、② 民間教育領域における学習塾予備校領域以外の領域、③ 学校教育領域において、更なるシェアの拡大を狙う

＜教育業界における広告市場＞

①

学習塾予備校市場

②

家庭教師市場
学童保育市場
子供英会話市場
習いごと市場
幼児教育市場
通信教育市場
オンライン教育市場

③

学校教育市場

イトクロは教育メディアNo.1企業を目指します

- ① 学習塾予備校領域における更なるシェア拡大
- ② 民間教育領域における学習塾予備校領域以外の領域においてシェアNo.1を目指す
- ③ 学校教育領域においてシェアNo.1を目指す

学校教育領域での成長

各領域でのシェアNo.1化

学習塾予備校領域におけるシェア拡大

	生徒・学生数	通塾率	通塾者数
全学年合計	13,166,341	32.88%	4,329,000
高校生合計	3,285,891	25.29%	831,000
高校3年生	1,080,698	39.97%	432,000
高校2年生	1,090,303	19.70%	215,000
高校1年生	1,114,890	16.50%	184,000
中学生合計	3,406,029	53.88%	1,835,000
中学3年生	1,160,019	65.20%	756,000
中学2年生	1,133,117	50.90%	577,000
中学1年生	1,112,893	45.10%	502,000
小学生合計	6,474,421	25.69%	1,663,000
小学6年生	1,096,773	37.80%	415,000
小学5年生	1,061,200	33.30%	353,000
小学4年生	1,088,002	26.20%	285,000
小学3年生	1,080,698	21.40%	231,000
小学2年生	1,081,373	19.30%	209,000
小学1年生	1,066,375	15.90%	170,000

※ 出典

生徒数：生徒数：文部科学省 学校基本調査（2016年）

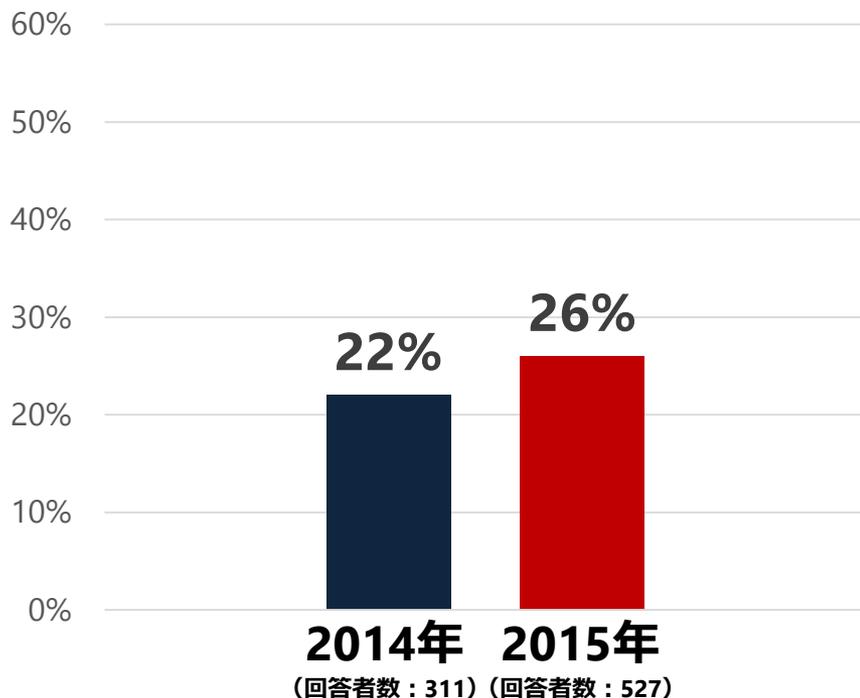
通塾率（小学生～中学生）：文部科学省 子どもの学校外での学習活動に関する実態調査報告（2008年）

通塾率（高校1年生、2年生）：「第1回子ども生活実態基本調査報告書」 Benesse 教育研究開発センター（2005年）

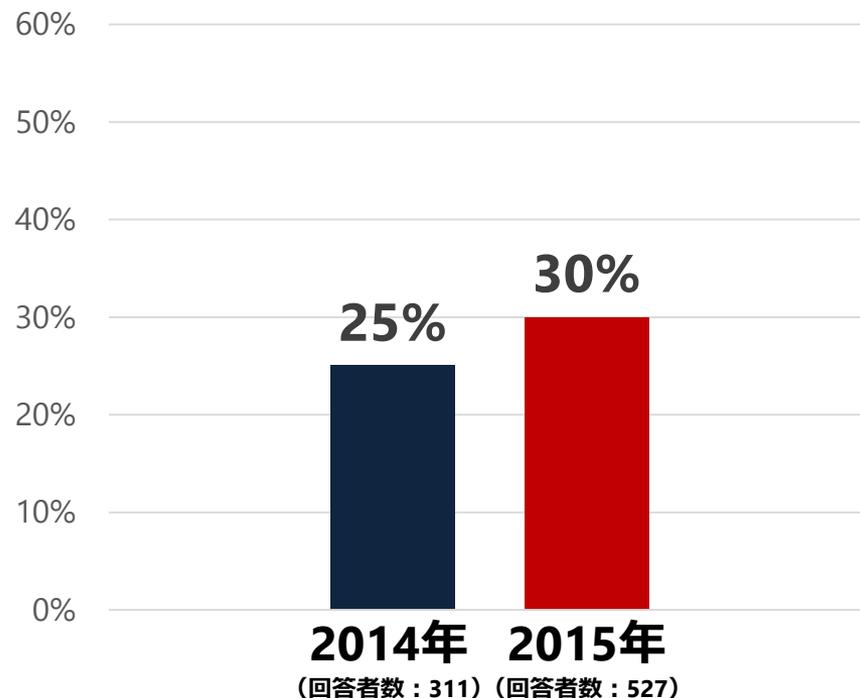
通塾率（高校3年生）：「第4回学習基本調査報告書・国内調査 高校生版」 ベネッセ教育総合研究所（2006年）

インターネットで教育サービスを選択する傾向は徐々に高まってきており、
今後もこの傾向が継続することが見込まれる

— インターネット経由で
認知した人の割合^{A)} —



— インターネットですサービスの
比較検討をした人の割合^{B)} —



※ Google 教育業界の最新トレンド(2) : 校外学習に関わるインターネット活用状況

2014年に校外学習サービスを開始したユーザーと、2015年に開始したユーザーを比較

A) 質問『現在利用中の校外学習サービスをどのようにして知りましたか？(複数回答)』に対して、「インターネット上の情報」「インターネット上の広告」を選んだ人の割合

B) 質問『現在利用中の校外学習サービスに決めてから入会するまでに、行ったことは何ですか？(複数回答)』に対して、

「インターネット上でサービスに関する情報を確認した」を選んだが「資料請求をした」「無料の体験授業に行った」「説明会に参加した」のいずれも選んでいない人の割合

本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。