

# 2019年10月期 決算説明資料



## イトフ

東証マザーズ 6049  
2019年12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。

# 2019年10月期 業績概要

修正後の計画に対し、売上高、営業利益ともに計画通り着地

(単位：百万円)

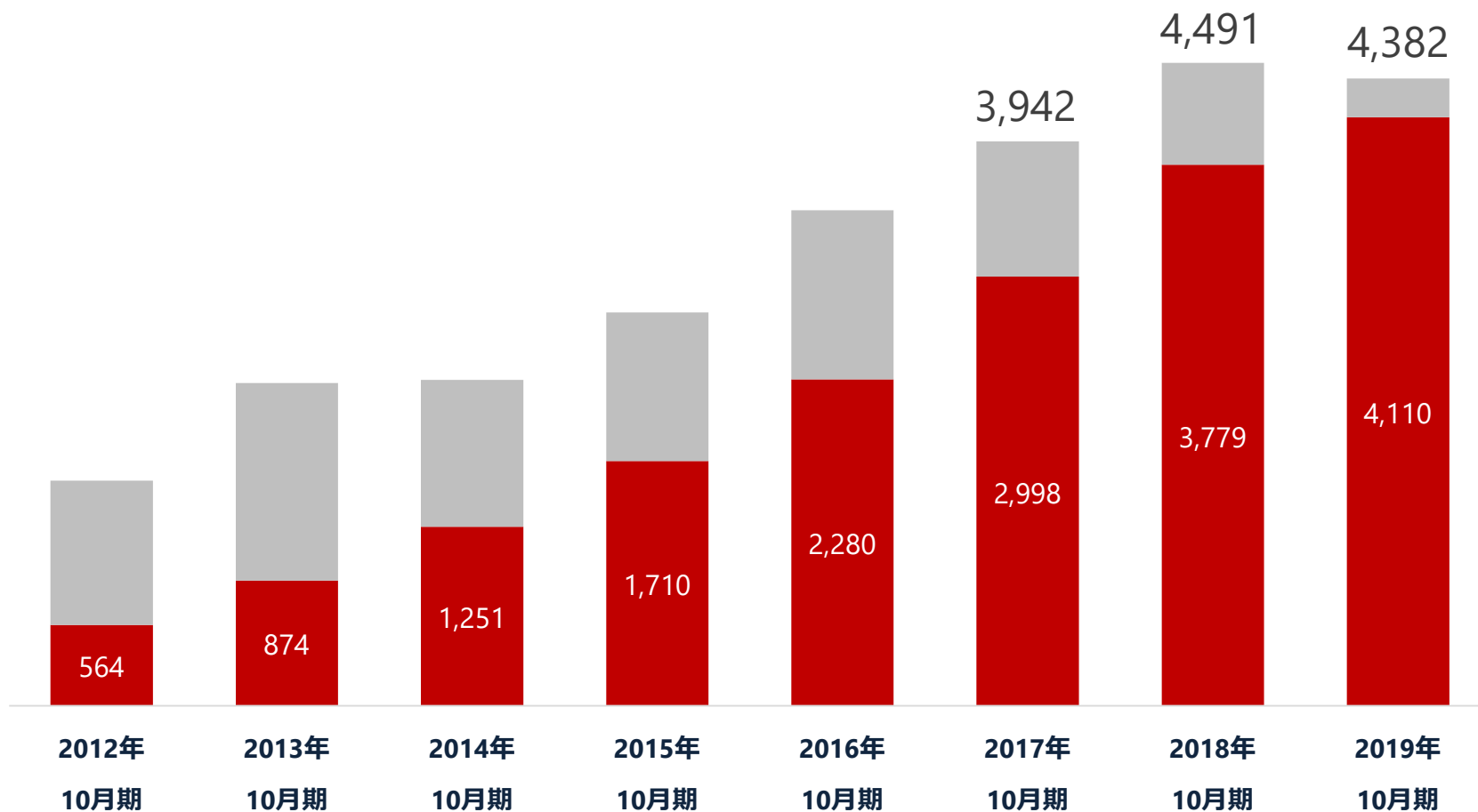
	2019年10月期 計画※	2019年10月期 実績	達成率	YoY
売上高	4,350	4,382	100.7%	-2.4%
営業利益	1,400	1,435	102.5%	-28.2%
経常利益	1,410	1,438	101.9%	-28.3%
当期純利益	900	920	102.2%	-15.3%

※ 2019年6月に発表した修正後計画

- ▶ 教育メディア売上高 41.1億円 YoY+8.8%
- ▶ 『塾ナビ』における広告宣伝費率の上昇
  - ▷ [一時的] コンバージョンレート (CVR) 及び一人当たり平均資料請求件数の一時的低下により、収益性が低下 (2019年10月には回復)
  - ▷ [継続] Google検索結果ページにおける広告枠の仕様変更により、広告経由のアクセス割合が増加
- ▶ 『みんなの学校情報』、その他民間教育領域のメディアは順調に進捗
- ▶ 計画通り金融メディアサービス終了 (2019年4月末)

## 教育メディアサービスは安定的に成長

■ 教育メディアサービス ■ その他サービス (金融メディア/コンサルティングサービス)  
(百万円)



※ 2017年10月期からその他サービスの一部売上高の会計方針を変更したため、2016年10月期以前のその他サービスの売上高については数値を記載しておりません。

# 2020年10月期 計画

金融メディアが2019年10月期に終了したことに伴い全社売上高は微増  
投資フェーズにある『みんなの学校情報』への事業投資を引き続き継続すること及び  
株式会社センジュ買収によるのれん償却額（年間約1億円）の計上により減益の計画

（単位：百万円）

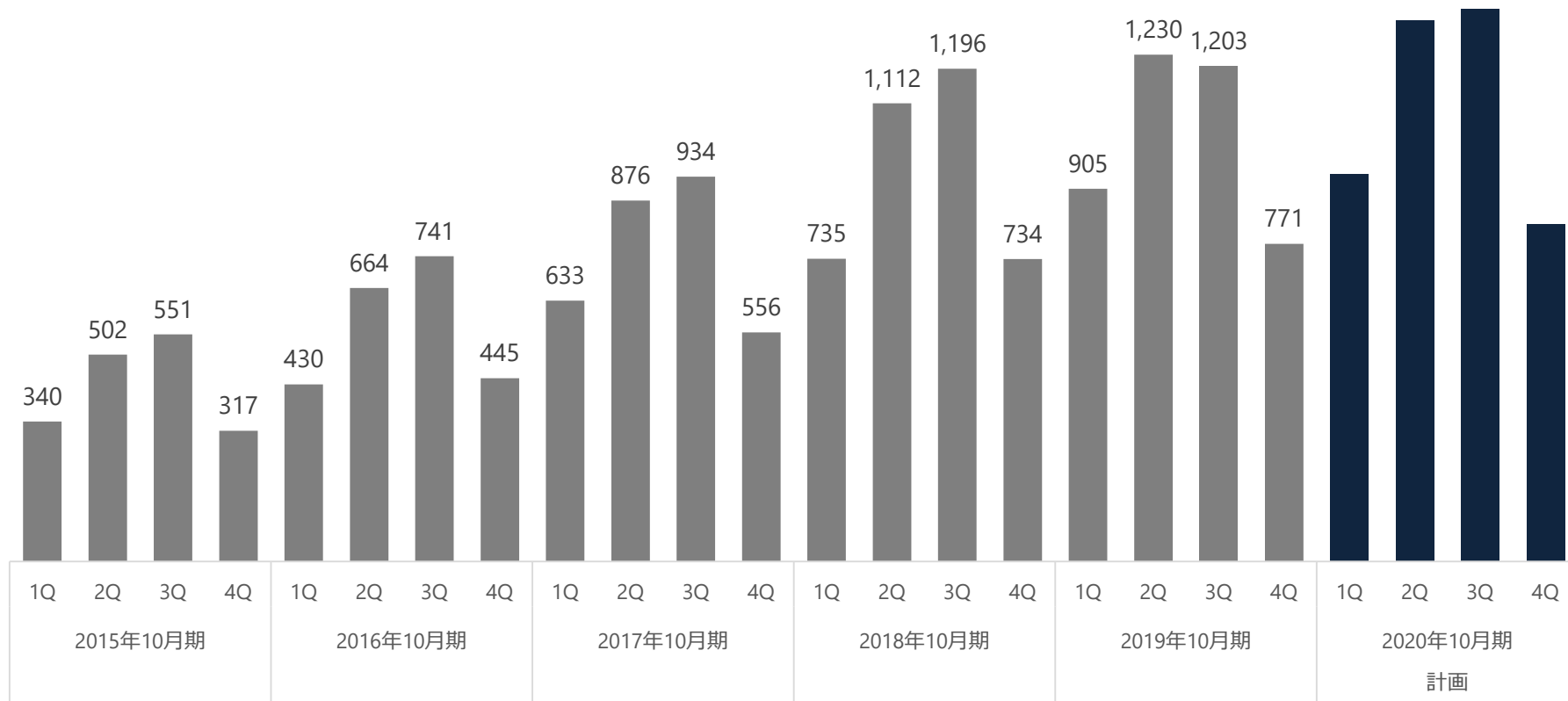
	2019年10月期 実績（単体）	2020年10月期 計画（連結※）	YoY
売上高	4,382	4,500	+2.6%
営業利益	1,435	1,300	-9.4%
経常利益	1,438	1,300	-9.5%
当期純利益	920	800	-13.0%

※2019年11月1日に株式会社センジュを完全子会社化したことに伴い、2020年10月期期首から連結決算を開始しております

『塾ナビ』で安定的にフリーキャッシュフローを生み出し、  
『みんなの学校情報』への投資を強化することで事業成長を狙う

## — 教育メディアサービス売上高推移 —

(百万円)





# 2020年10月期教育メディアサービスユーザー数 計画 イトワロ

教育メディアサービスの月間ユニークユーザー数（UU）は順調に成長を継続  
2020年10月期は更なる成長を見込む

(万UU)

## — 教育メディアサービスユニークユーザー数推移 —



※ UU：各四半期における、弊社教育メディアの月間ユーザーの平均数値

※ 2019年11月1日に株式会社センジュを完全子会社化したことに伴い、2020年10月期より株式会社センジュ所有のメディアも教育メディアサービスに含めております

『塾ナビ』は、フリーキャッシュフローを生み出すフェーズへ移行  
『みんなの学校情報』への投資を強化することで、将来の売上高・営業利益の拡大を推進

領域

メディア

2020年-24年  
年平均成長率

**+12%**

① 学習塾予備校



**+2~5%**

② その他民間教育



**+20~30%**

最注力領域

③ 学校教育

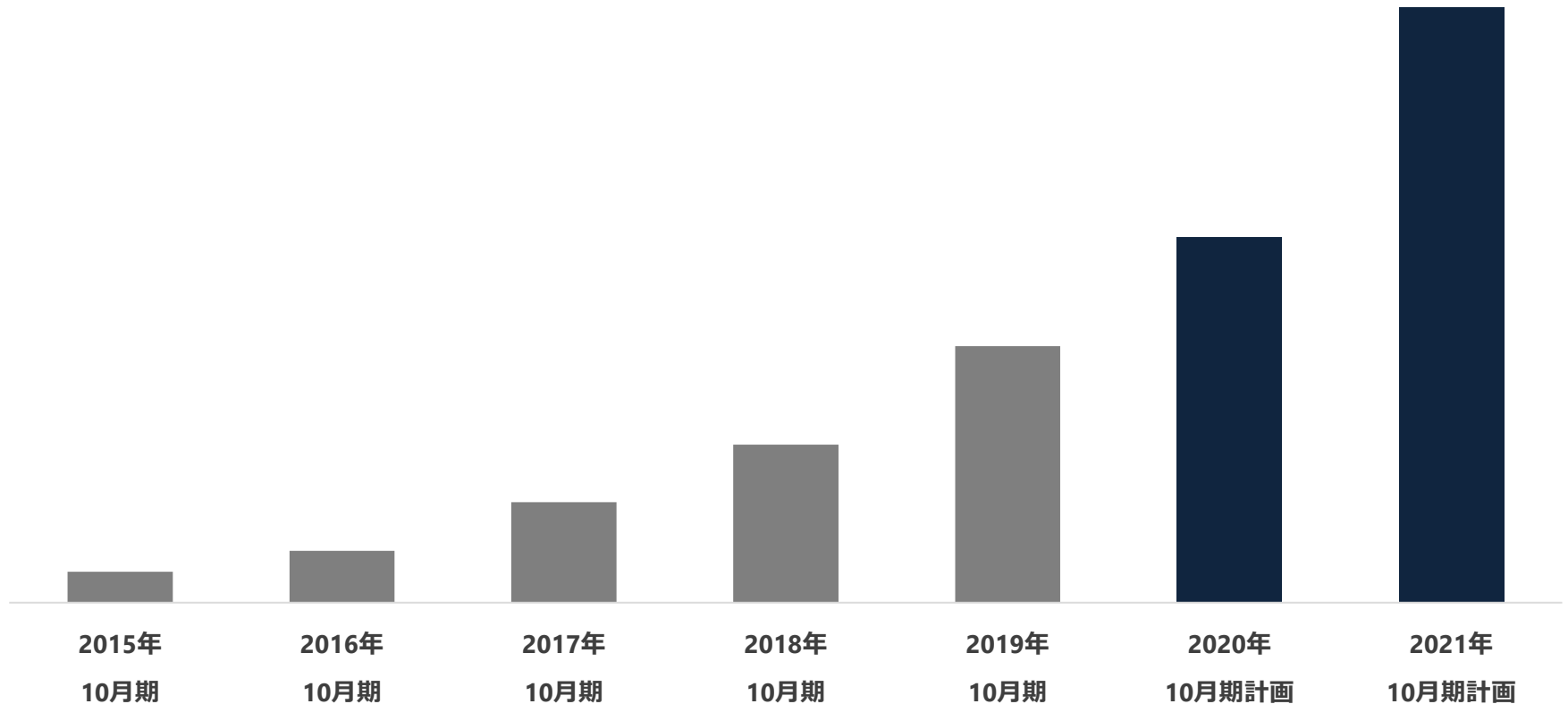


**+40%~50%**

# 2020-21年10月期『みんなの学校情報』売上高計画 イトワロ

2019年10月期に続き、2020年10月期も事業成長に向けた投資を継続し、高い成長率を維持

## — 『みんなの学校情報』売上高推移 —





## 全体方針

口コミを増やすことにより、ユニークユーザー、ページビューを伸ばす

## カテゴリ別方針

幼稚園

小学校

中学校

高校

アドネットワークでの収益拡大

大学

他媒体への送客強化による収益拡大

今期注力カテゴリ

専門学校

- ▶ 企画/開発メンバーを増員し、サイト改善スピードを高め、資料請求件数を増加
- ▶ 営業メンバーを増員し、有料提携を獲得

みんなの専門学校情報期  
初  
計  
画

- ▶ 口コミの増加によるUU、PVの増加
- ▶ 資料請求件数増加へ向けUI改善、コンテンツ強化
- ▶ 資料請求件数を増加し、有料提携を獲得

結  
果

- ▶ 口コミ **2万件**突破 前期比 +4,700件
- ▶ UU（ユニークユーザー）大幅増 **前期比 +62.1%**
- ▶ 専門学校 資料請求件数大幅増 **前期比 +286%**
- ▶ 無料提携専門学校数 **1,021校**
- ▶ 有料提携専門学校数 **145校**<sup>\*</sup>



方針

資料請求件数を増加し、有料提携を獲得

計画

- ▶ 口コミの増加、コンテンツ増強によるユーザー数の増加
- ▶ UIの改修によるユーザビリティの向上
- ▶ 無料提携専門学校数 1,200校
- ▶ 有料提携専門学校数 300校

2019年10月期の事業成長に向けた投資は計画通り完了  
2020年10月期も下記表の通り『みんなの学校情報』への投資を継続

	2019年10月期	2020年10月期
口コミ	収集強化	収集強化を継続
広告宣伝費	テストマーケティングの実施	本格的なマーケティングの実施
人件費	エンジニア、企画人員採用強化	エンジニア、企画、営業人員採用強化
移転費用	オフィス移転	—
地代家賃		オフィス拡張に伴う家賃増加

2019年10月期第2四半期から、  
2つの要因により広告宣伝費率が上昇

- ① コンバージョンレート（CVR）及び  
一人当たり平均資料請求件数の  
一時的低下により収益性が低下

---

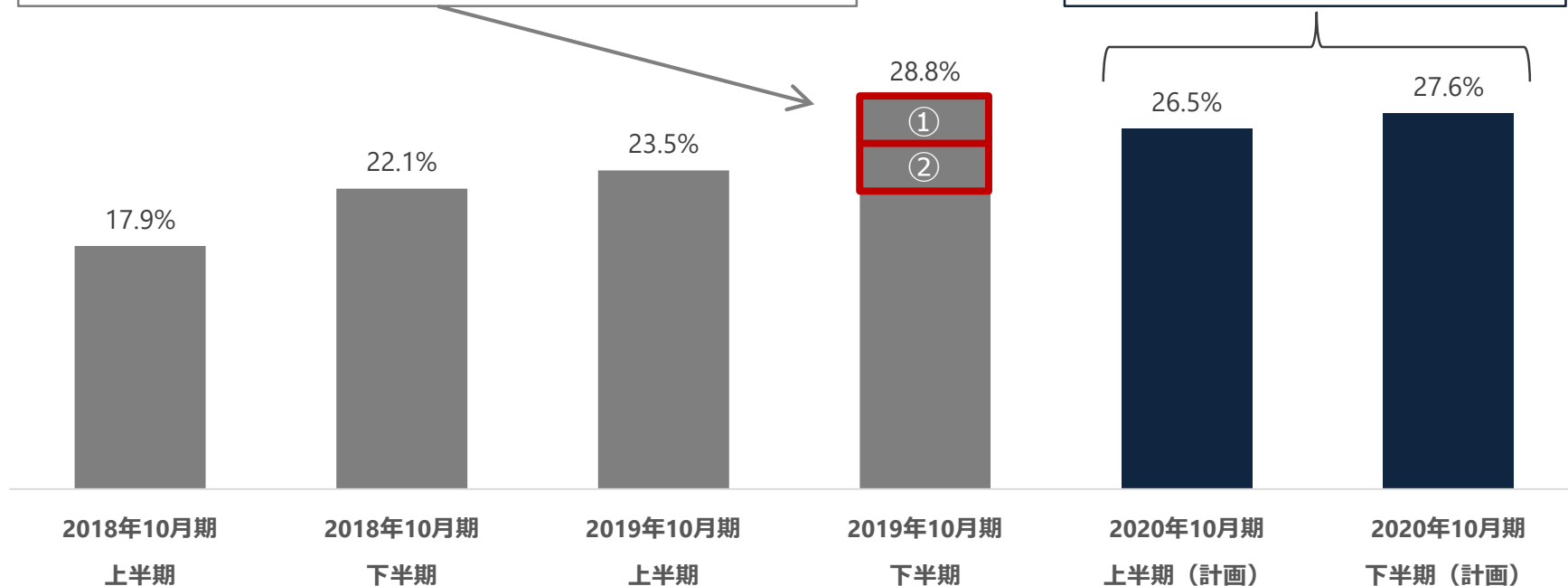
- ② Google検索結果ページにおける  
広告枠の仕様変更により、  
広告経由のアクセス割合が増加

2020年は広告宣伝費率の  
回復を見込む

- ① 回復

---

- ② 継続

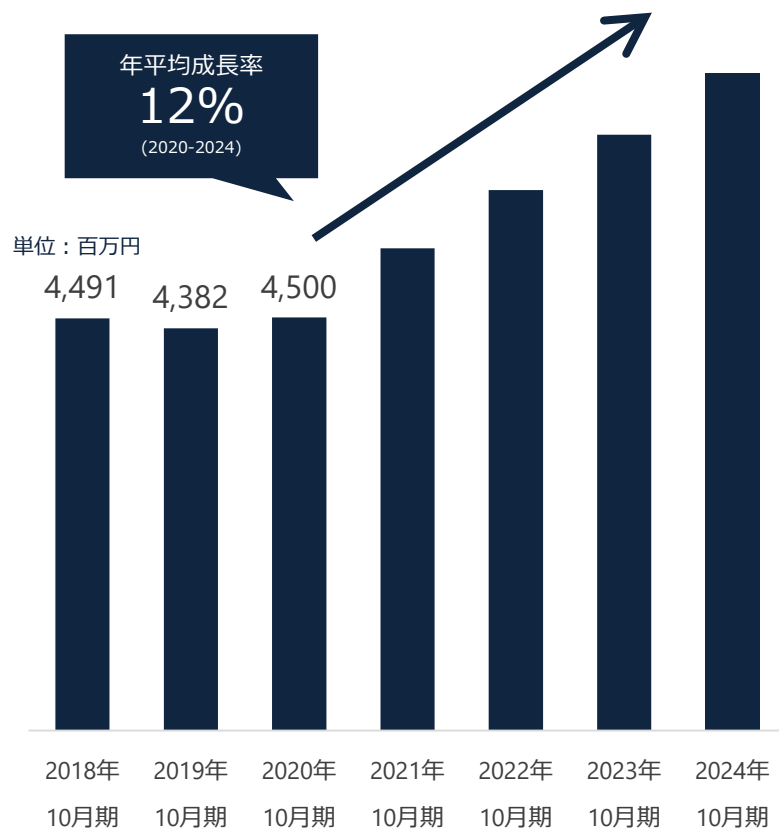




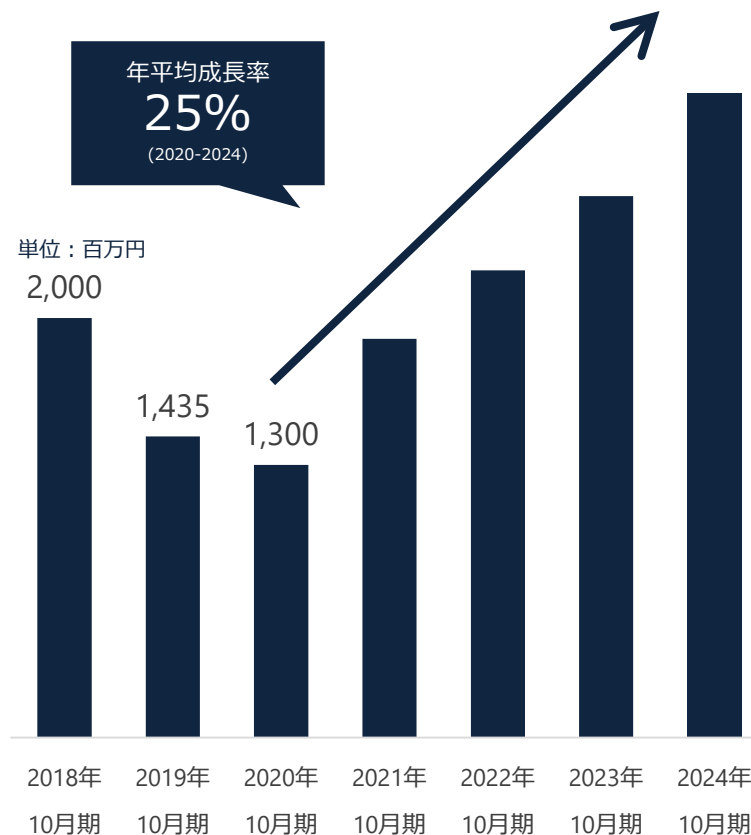
# 2024年10月期に向けた 成長戦略

2019年10月期、2020年10月期は『みんなの学校情報』への投資を強化  
2021年10月期からは『塾ナビ』だけでなく、『みんなの学校情報』も収益拡大

## 売上高



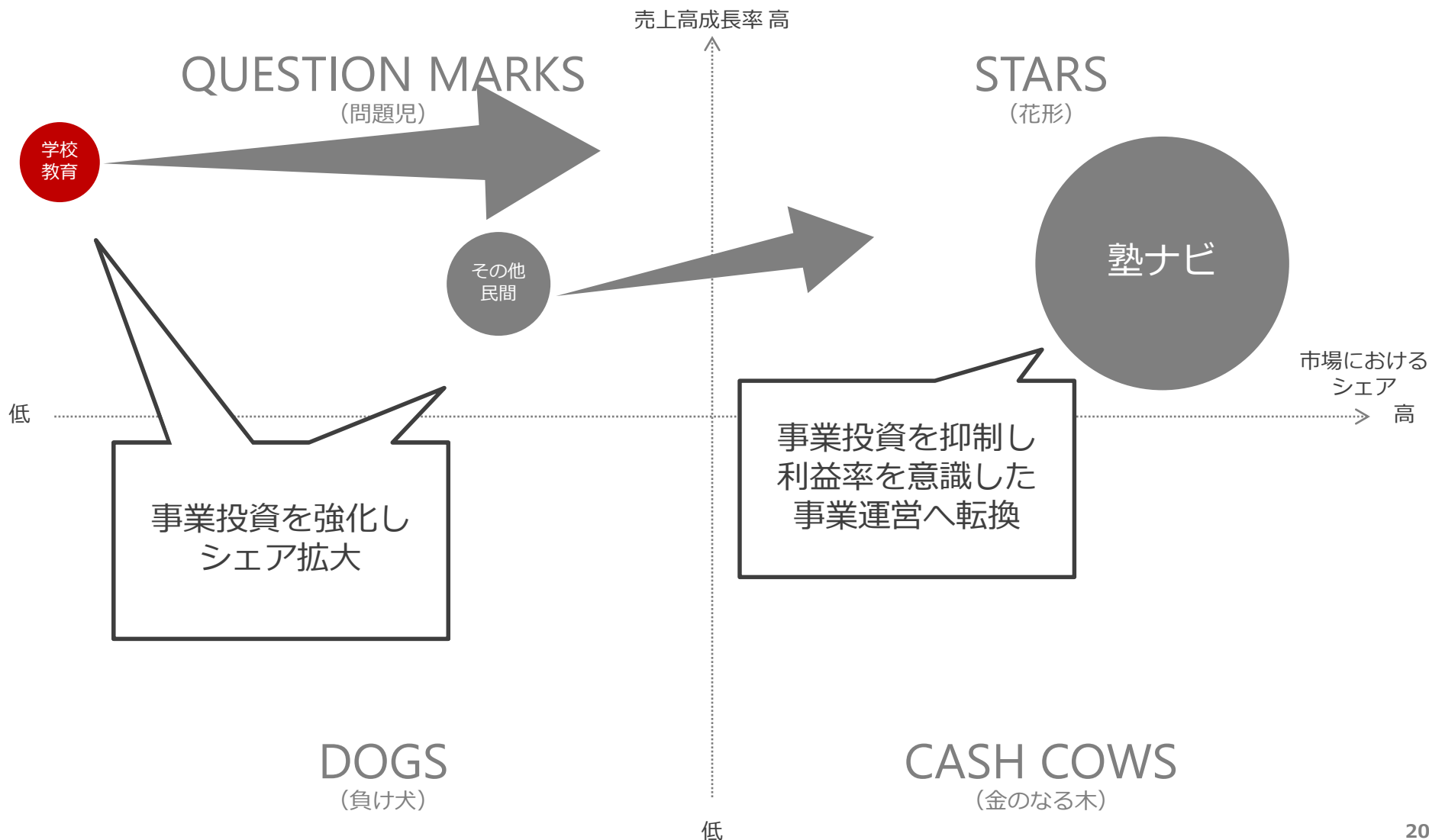
## 営業利益



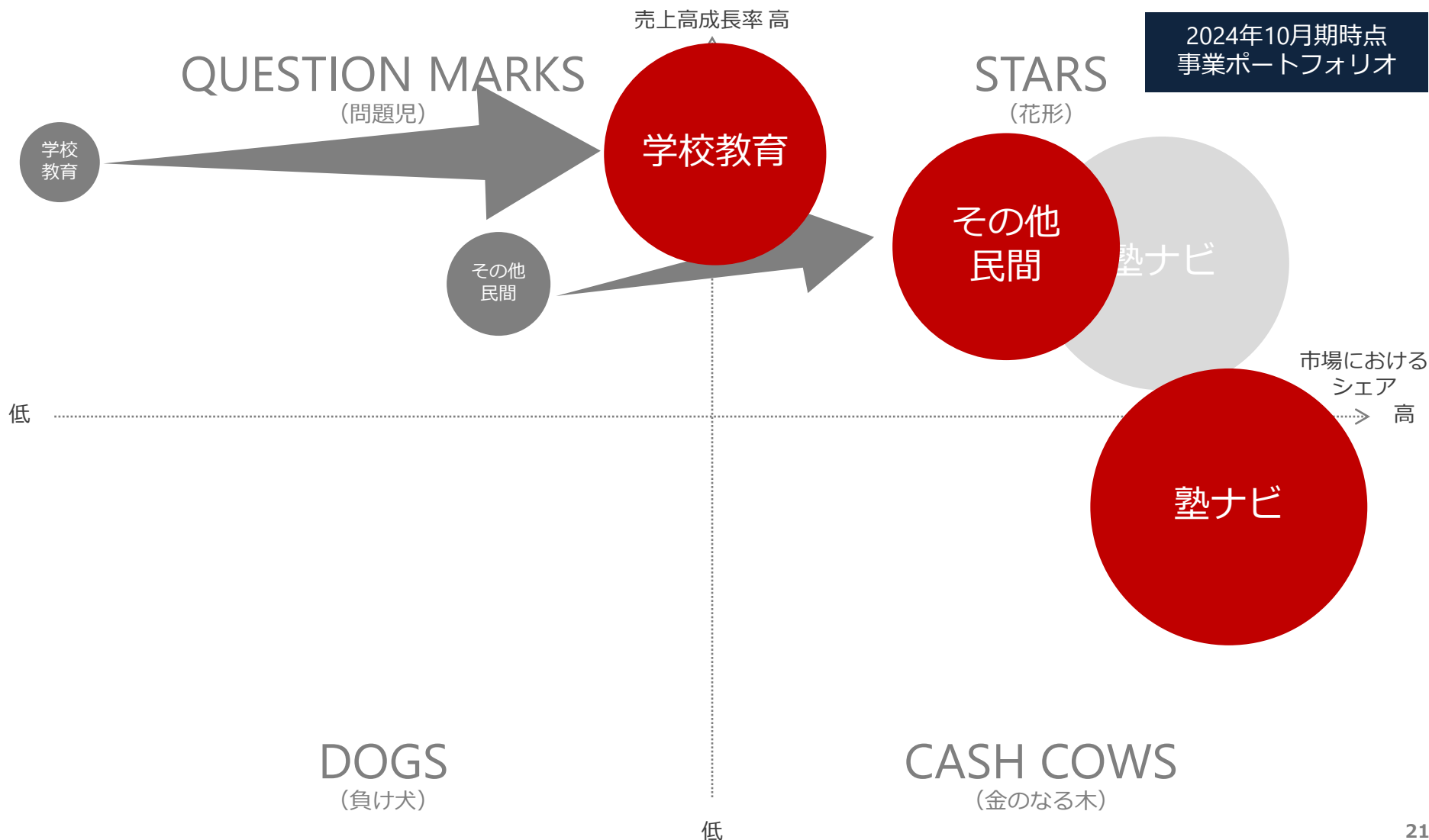
2019年10月期時点での事業ポートフォリオでは、『塾ナビ』への依存度が高い



2020年10月期は、『塾ナビ』から創出されるフリーキャッシュフローを、市場規模が最も大きい『みんなの学校情報』に充当し、問題児から花形へ成長させる



2024年10月期には、学校教育、その他民間教育領域の事業を、塾ナビと同程度の規模に成長



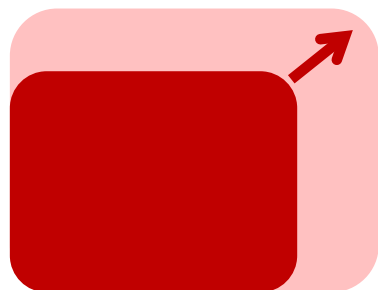
①学習塾予備校領域、②その他民間教育領域、③学校教育領域において、  
更なるシェアの拡大を狙う

## ＜教育業界における広告市場＞

①

学習塾予備校領域

塾ナビ



②

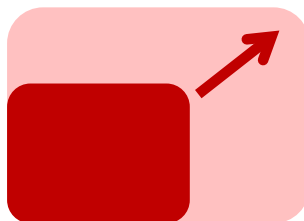
その他民間教育領域

家庭教師比較ネット

医学部受験マニュアル

医学部予備校ガイド

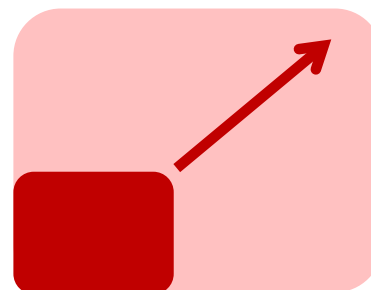
申込み可能教室1万教室突破!  
コドモブースター



③

学校教育領域

全国学校選びNO.1口コミサイト  
みんなの学校情報



# APPENDIX

# 事業概要



## ミッション

すべての人に、人生を豊かにする教育を

## ビジョン

すべての人が、  
一人ひとりにあった教育を選択できる  
「教育選びのインフラ」をつくる

## 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』



**領域  
No.1**



**領域  
No.1**

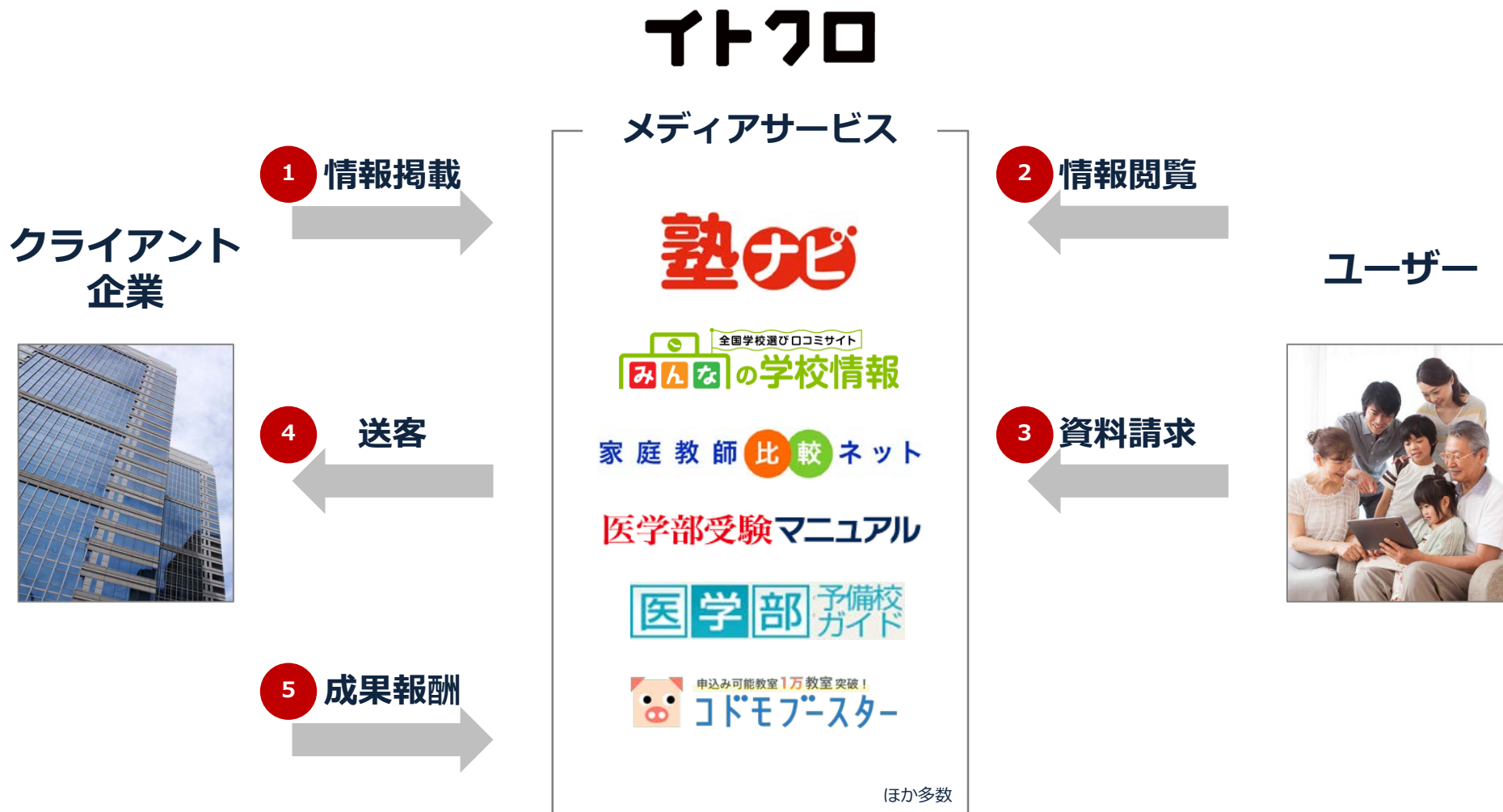


**領域  
No.1**

ほか多数

※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收受



## 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

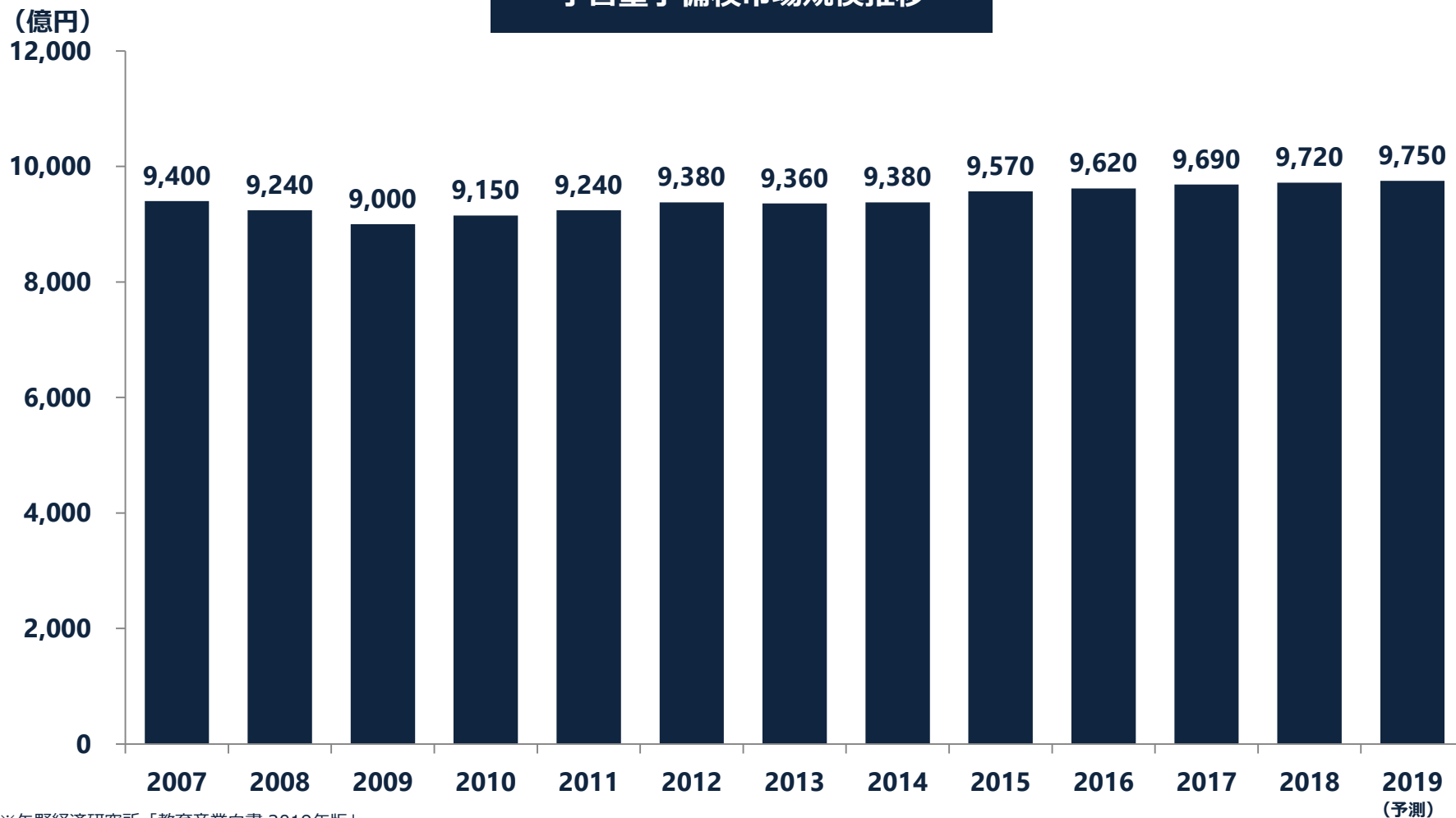
## 3 成果報酬型課金システム

- ・ 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

# 市場環境

学習塾予備校領域の市場規模は少子化の影響を受けず、緩やかに拡大傾向

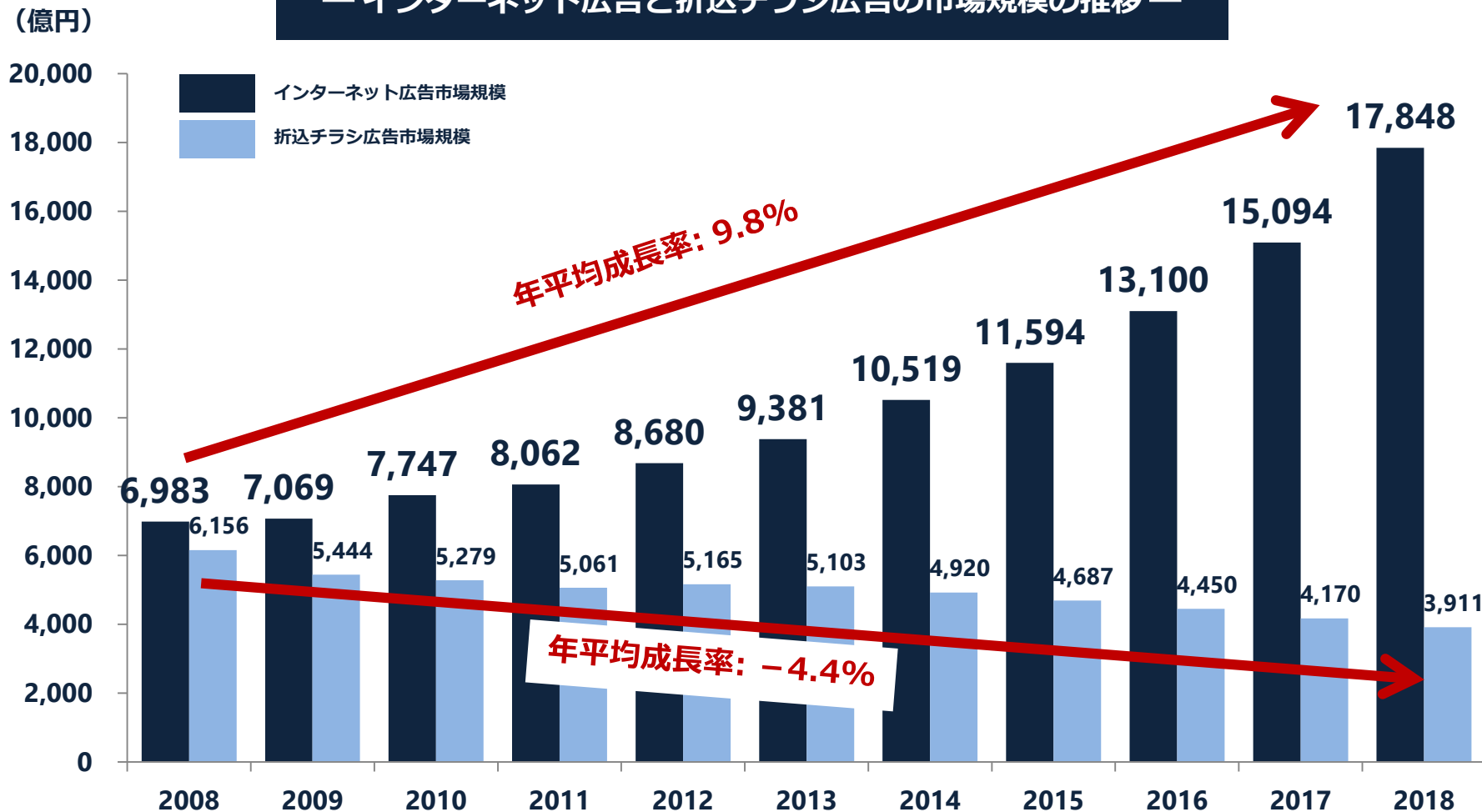
— 学習塾予備校市場規模推移 —



※矢野経済研究所「教育産業白書 2019年版」

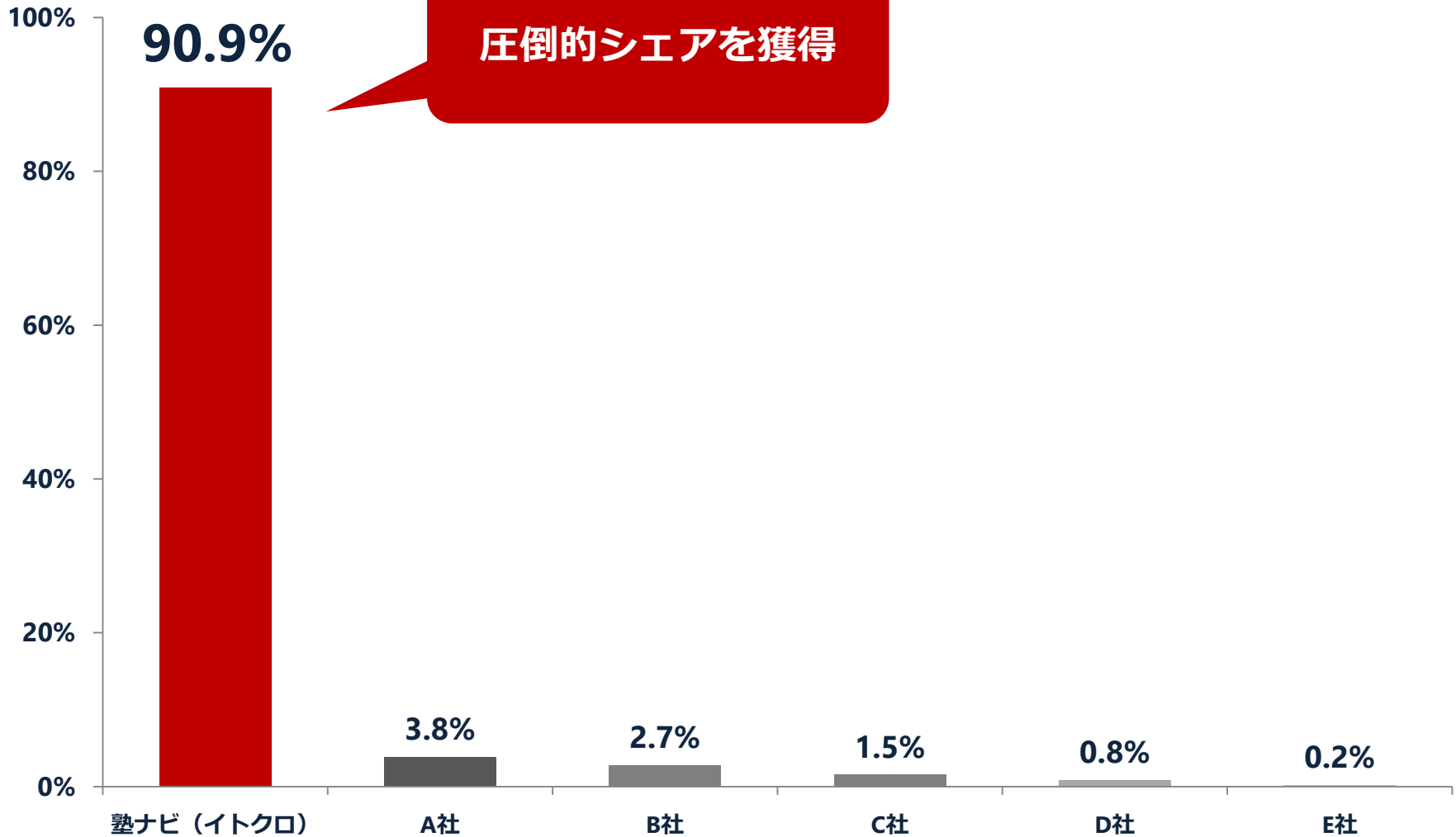
インターネット広告市場が拡大する一方で折込チラシ広告市場は縮小

— 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「2018年日本の広告費」

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・予備校検索サイトの利用者状況調査（株式会社インテージ利用）  
2019年1月24日～28日 株式会社イトクロが株式会社インテージモニターを利用し、インターネット上で調査を実施  
Q.「塾・予備校選びの際に最も利用したサイト」を1つお答えください。より



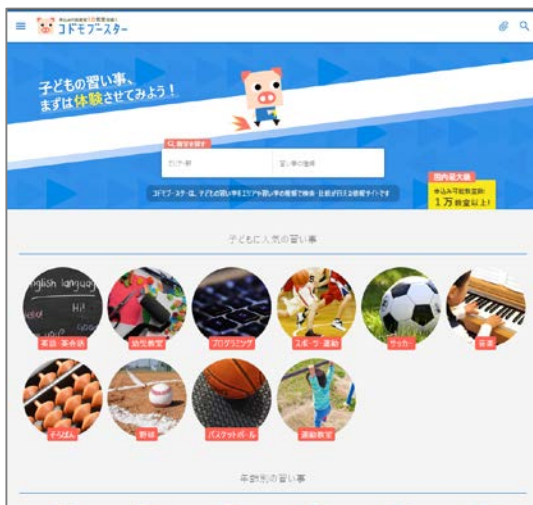
# 株式会社センジユ 子会社化・連結決算開始

2020年10月期期首より、子供向け習い事情報ポータルサイト『コドモブースター』、子育て情報ポータルサイト『コモリブ』を運営する株式会社センジュを完全子会社化し、連結決算開始



申込み可能教室1万教室突破！

## コドモブースター



- ・未就学児～小学生の年代、習い事領域、幼児教育領域への事業展開を強化
- ・「塾ナビ」と顧客基盤の重複が少ないため、相互に顧客を紹介することで掲載教室数を増加し、更なる業績拡大を見込む



※1：矢野経済研究所「教育産業白書 2018年版」

※2：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 平成20年8月」より算出

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。