

2021年10月期 第2四半期 決算補足説明資料



イトロ

東証マザーズ 6049
2021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。

2021年10月期 第2四半期業績概要

売上高については、期初計画に対して計画通り進捗

営業利益については、広告宣伝を効率的に運用できたことが寄与し、期初計画よりも好調に推移

(単位：百万円)

	2021年10月期 第2四半期実績	2021年10月期 通期計画	進捗率	YoY※
売上高	2,375	4,620	51.4%	+18.1%
営業利益	962	1,520	63.2%	+60.0%
経常利益	962	1,520	63.2%	+59.5%
当期純利益	612	978	62.5%	---%

※ YoYは2020年10月期第2四半期連結決算の数値を使用し算出しております。

▶ 業績は計画通り進捗

- ・ 『塾ナビ』 及びその他民間教育領域のメディアが好調に推移
- ・ 『みんなの専門学校情報』 にて他社と提携したことで
有料掲載学校数が1,400校まで伸長（当初計画を大幅に超過）
- ・ 2021年4月に発出された緊急事態宣言は業績に大きく影響せず

▷ 『塾ナビ』、その他民間教育領域

- ・ 新型コロナウイルスの影響から回復し、好調に推移
- ・ 2021年1月及び4月に緊急事態宣言が発出されるも業績への影響は見られず

▷ 『みんなの学校情報』

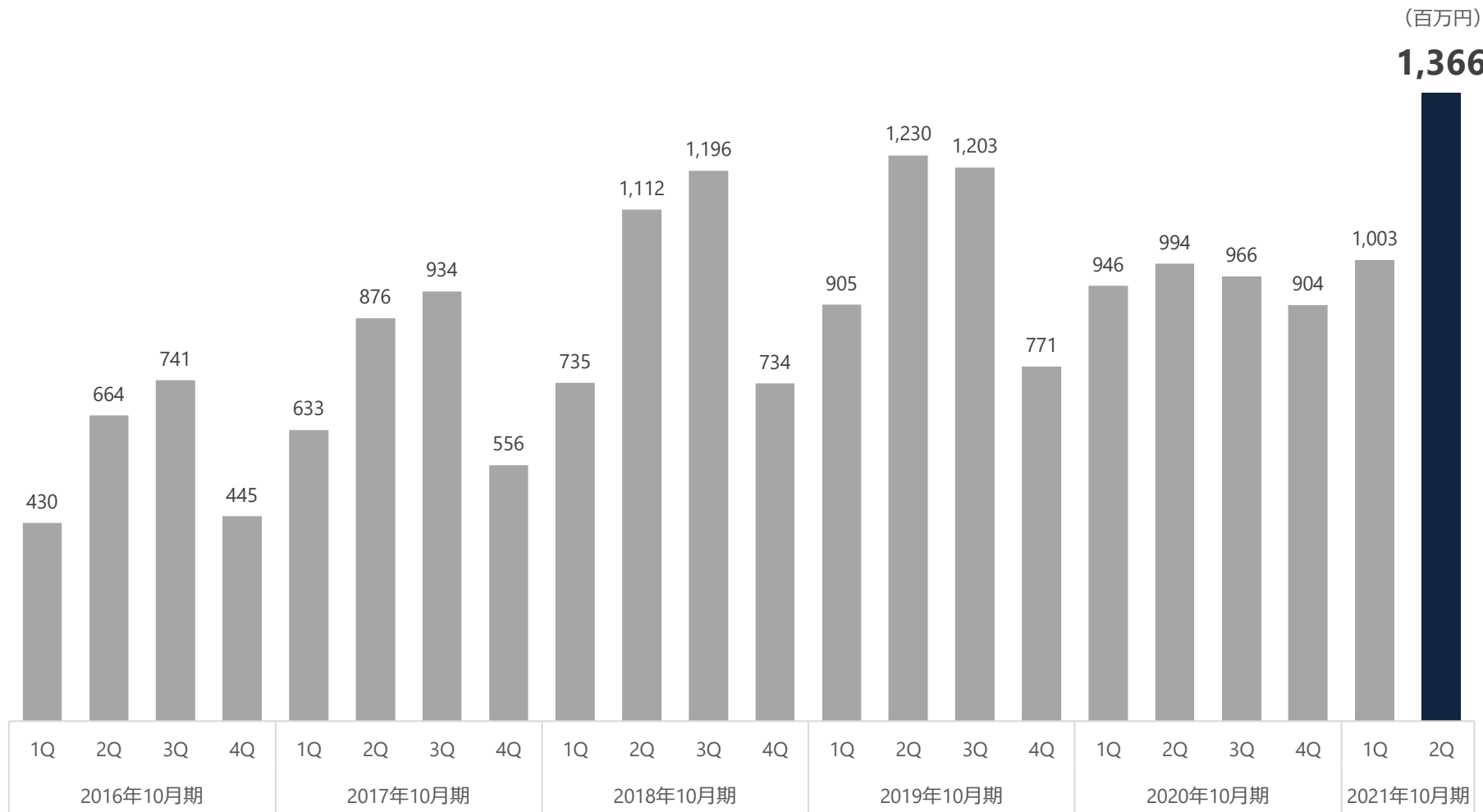
ー 専門学校領域

- ・ 他社と提携したことで有料掲載学校数は**1,400校まで伸長**
（当初計画：2021年10月期末に600校、2023年10月期末に1,100校）

ー アドネットワーク領域（幼稚園・小学校・中学校・高校・大学等）

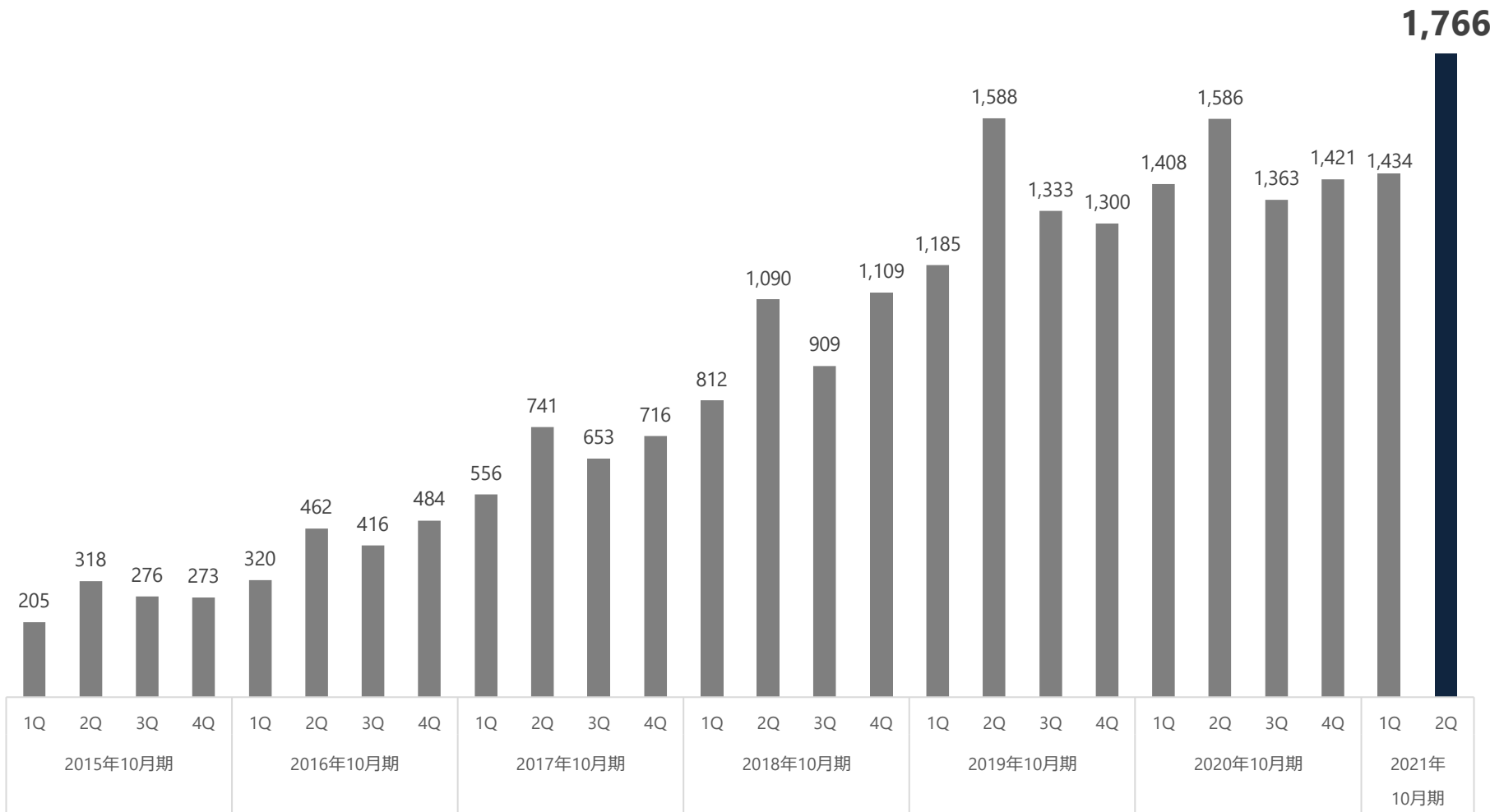
- ・ ユーザー数は前年同期を大きく超えるものの、広告クリック単価の低下は継続

- ・ 新型コロナウイルスの影響から回復し前年同期比37.4%増で着地
- ・ 2021年4月発出の緊急事態宣言は業績に大きくは影響せず



- ・新型コロナウイルス及び緊急事態宣言の影響から回復し、前年同期比11.4%増の1,766万UUまで伸長

(万UU)



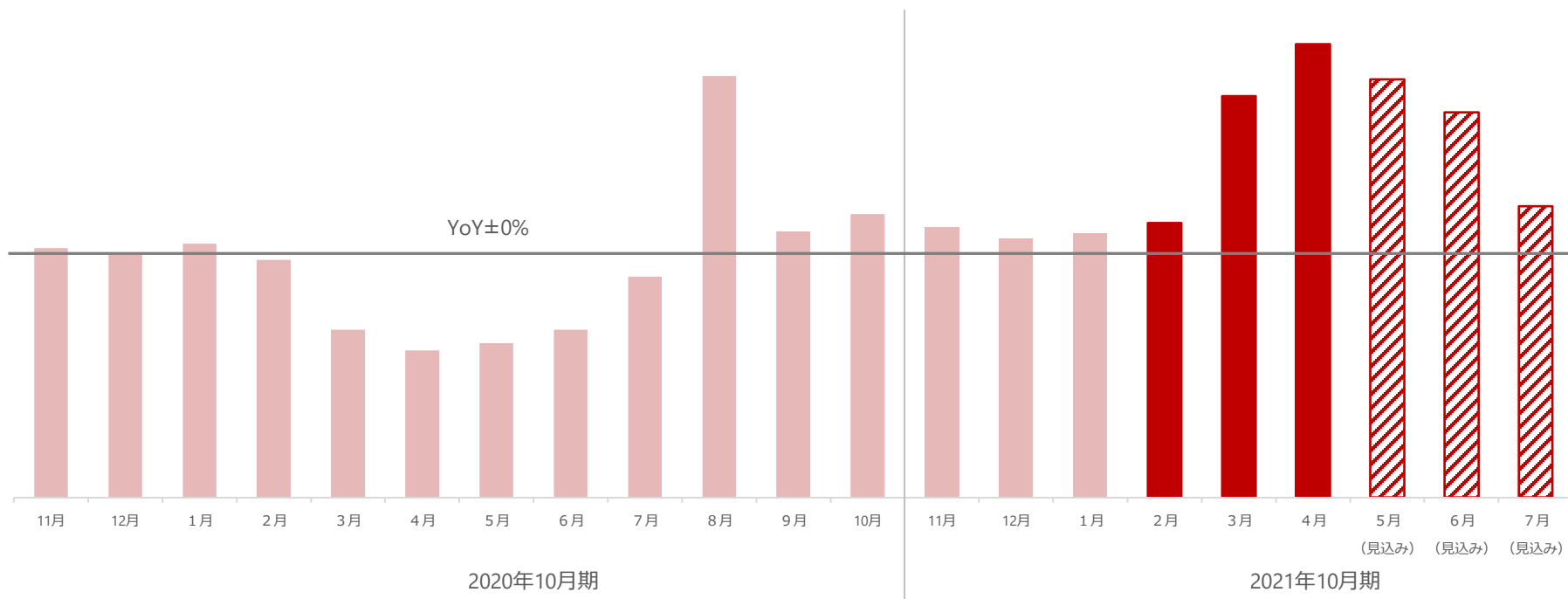
※ UU：各四半期における、弊社教育メディアの月間ユーザーの平均数値

2020年10月期及び2021年10月期第1四半期決算説明資料には『コモリブ』のユーザー数も含めておりましたが、売上高に占める割合は1%未満であるため2021年10月期第2四半期決算説明資料より『コモリブ』のユーザー数を除外した数値を使用しており、過去の数値についても遡って修正しております。

メディアサービス別 第2四半期の状況と今後の見通し

- ・新型コロナウイルス及び緊急事態宣言の影響が一部地域で見られるも、第2四半期（2月～4月）は期初の計画の通り前年同月実績を大幅に上回り好調に推移

— 『塾ナビ』 売上高 前年同月比 推移 —



第2四半期の状況



- ・緊急事態宣言が発出された一部地域における影響は見られるも全体としては計画通り推移

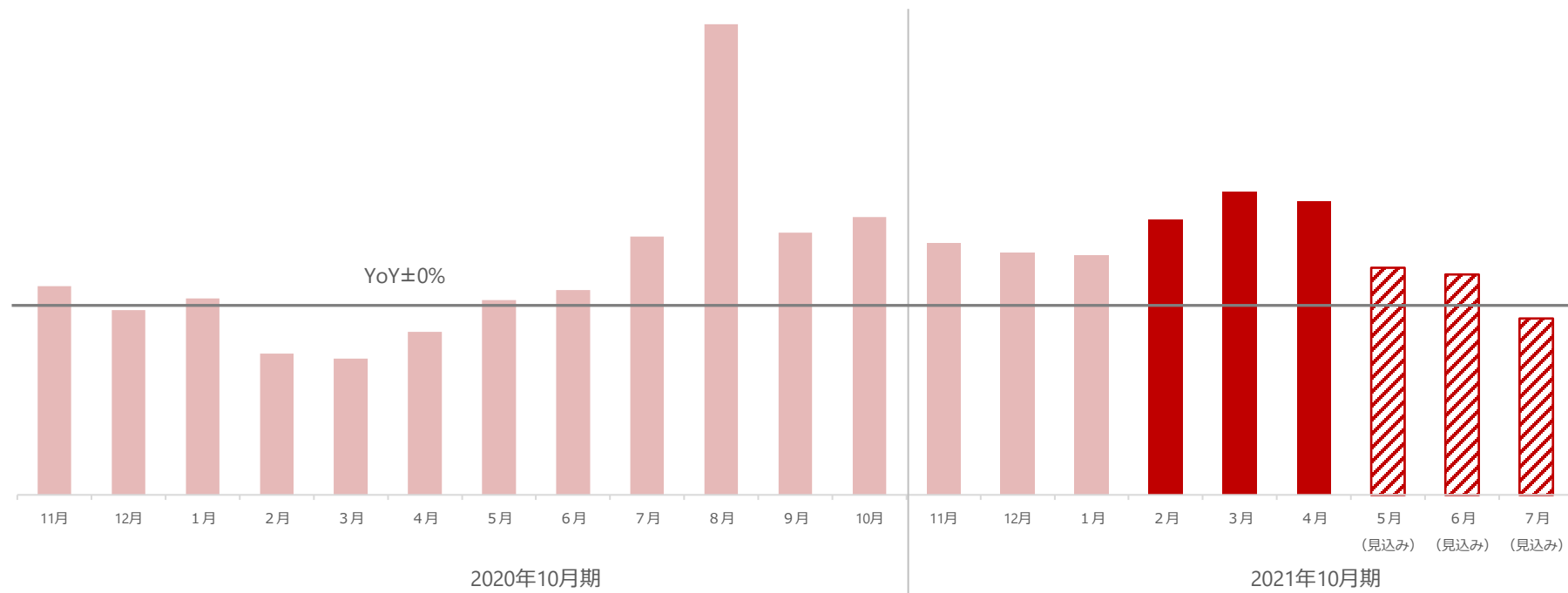
今後の見通し



- ・2021年5月以降も計画通り前年同月比が大きく伸長する見込み

- ・新型コロナウイルス及び緊急事態宣言の影響が一部地域で見られるも、
第2四半期（2月～4月）は期初の計画の通り前年同月実績を大幅に上回り好調に推移

— 『家庭教師比較ネット』売上高 前年同月比 推移 —



第2四半期の状況

家庭教師
医学部



- ・2021年4月発出の緊急事態宣言も業績への影響は見られず計画通り推移

今後の見通し

家庭教師
医学部

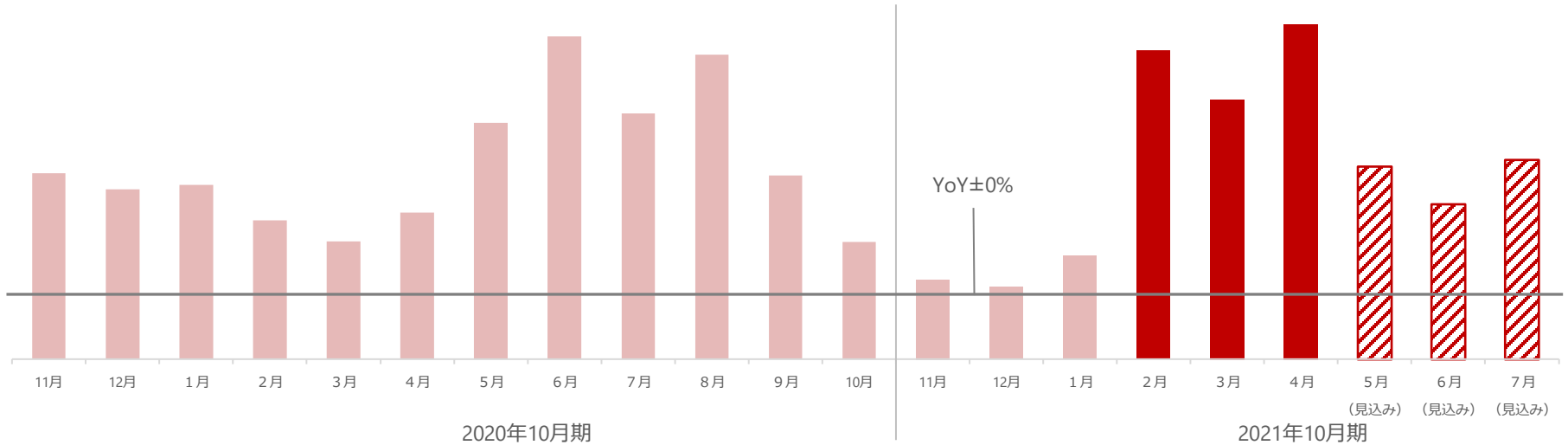


- ・2021年5月以降は前年同月比が大きく伸長する見込み
ただし、7月、8月に関しては前年資料請求が時期ずれしたことに伴い前年同月比でマイナスになる見込み

『みんなの学校情報』 第2四半期の状況と今後の見通し **イトフロ**

- ・ 専門学校領域において、他社との提携を実施。有料契約学校数は1,400校まで増加
 今後はサイト改善へ注力し、将来的な更なる拡大を目指す戦略へ変更（KPIはP.12参照）

— 『みんなの学校情報』 専門学校領域 資料請求件数 前年同月比 推移 —



第2四半期の状況

専門学校



・ 他社と提携したことで、有料契約学校数が1,400校まで大幅に増加



・ 新型コロナウイルスの影響からやや計画を下回ったものの、資料請求件数は前年同期比で大幅に成長



・ ユーザー数は計画通り回復したものの、アドネットワーク広告のクリック単価低下は継続

幼稚園

中学校

小学校

高校

今後の見通し

専門学校



・ 有料掲載学校数が大幅に増加したことで、以後サイト改善に注力する体制へ



・ アドネットワーク広告主の単価抑制傾向は継続し、クリック単価の低下は継続する見込み
 ・ ユーザー数拡大や動画広告等の新商品導入により、売上高は拡大見込

幼稚園

中学校

小学校

高校

みんなの専門学校情報 KPIの変更

- ① 営業面における提携をしたことにより、2023年10月期に計画をしていた有料掲載学校数1,100校に対して2021年4月時点で1,400校に到達
- ② 有料掲載学校数増加に伴い資料請求件数が増加するものの、売上高の一部が提携先経由となり平均資料請求単価が低下することから2023年10月期の売上高は計画通り
- ③ 今後はサイト改善にリソースを集中することで将来的な売上高の更なる拡大（2025年10月期に10億円以上）を狙う

	2023年10月期 計画（変更前）	2023年10月期 計画（変更後）	2025年10月期 計画
売上高	4 億円	② 4 億円	③ 10 億円以上
資料請求件数 ※1 (オープンキャンパス申込数含む ※2)	20 万件	25 万件	
① 年間ユーザー数	900 万UU	900 万UU	
② CVR ※3	0.72 %	0.87 %	
③ 一人当たりの 平均資料請求件数	3.1 件/人	3.3 件/人	
有料掲載学校数	1,100 校	① 1,400 校	※ 2021年4月末に到達

※1 有料掲載学校への資料請求件数と無料掲載学校への資料請求件数の合計値になります。

※2 オープンキャンパス申込は資料請求に比べ平均単価が約5倍であるため、5倍換算して資料請求件数に足しております。

※3 CVR : Conversion Rateを略したもので、サイトのユーザー数のうち、コンバージョン（資料請求）に至った割合を示しています。

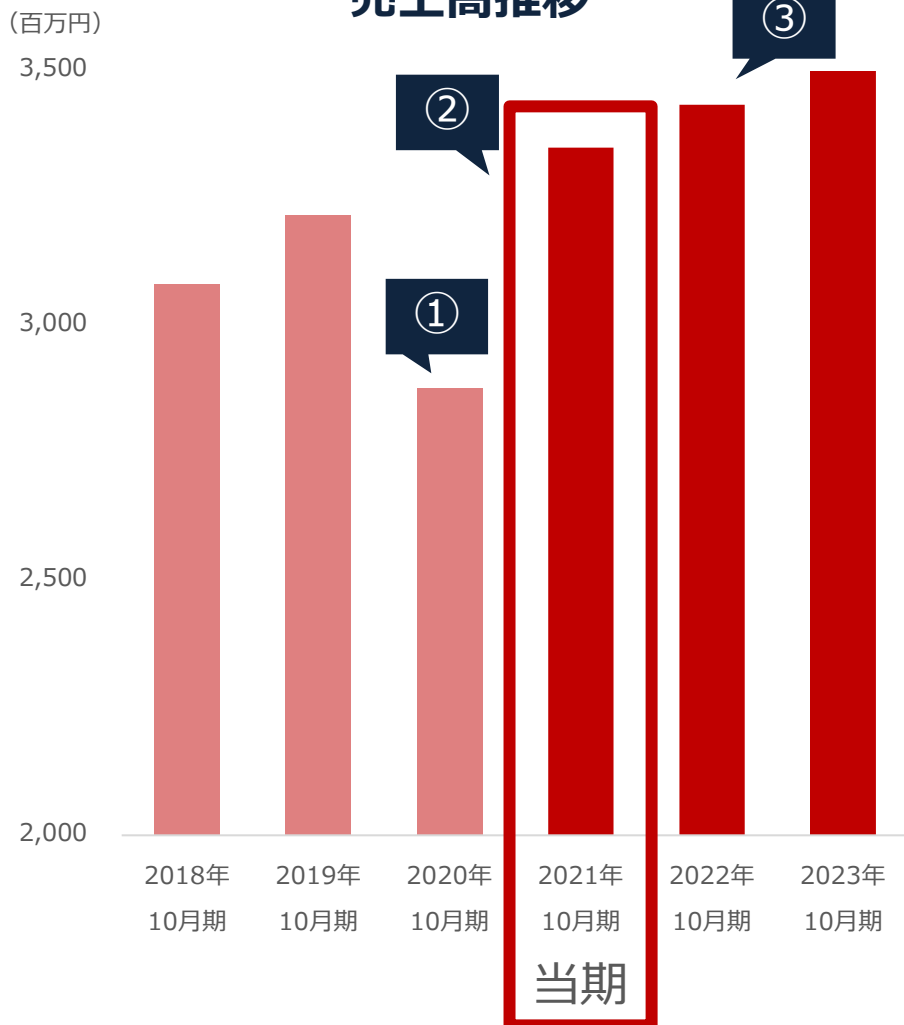
APPENDIX

2023年までの成長戦略

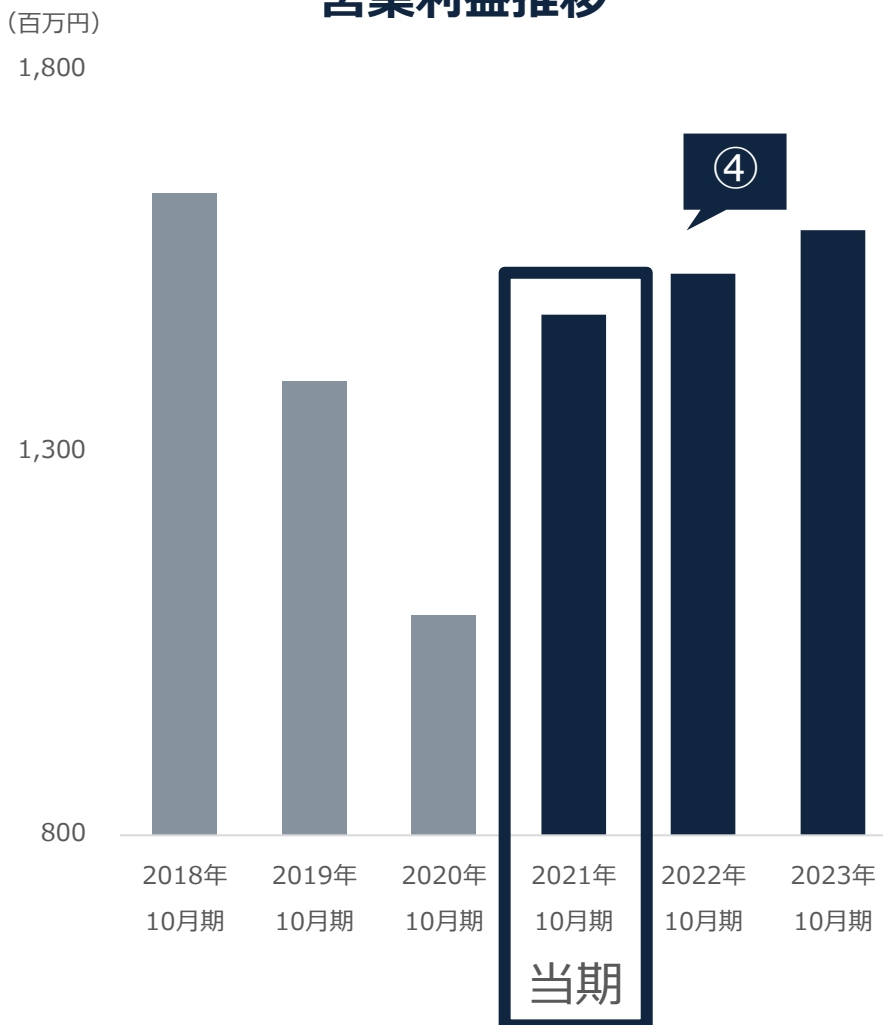
2023年までの成長戦略 ①既存事業『塾ナビ』

- ① 新型コロナウイルスの影響は2020年7月に回復
- ② 2021年10月期は新型コロナウイルスの影響を受ける前の2019年10月期と比較してもプラス成長の計画
- ③ 2022年10月期以降の売上高は2～5%の安定成長を見込む
- ④ 利益重視の事業運営により、安定的にキャッシュフローを生み出す事業へ

売上高推移



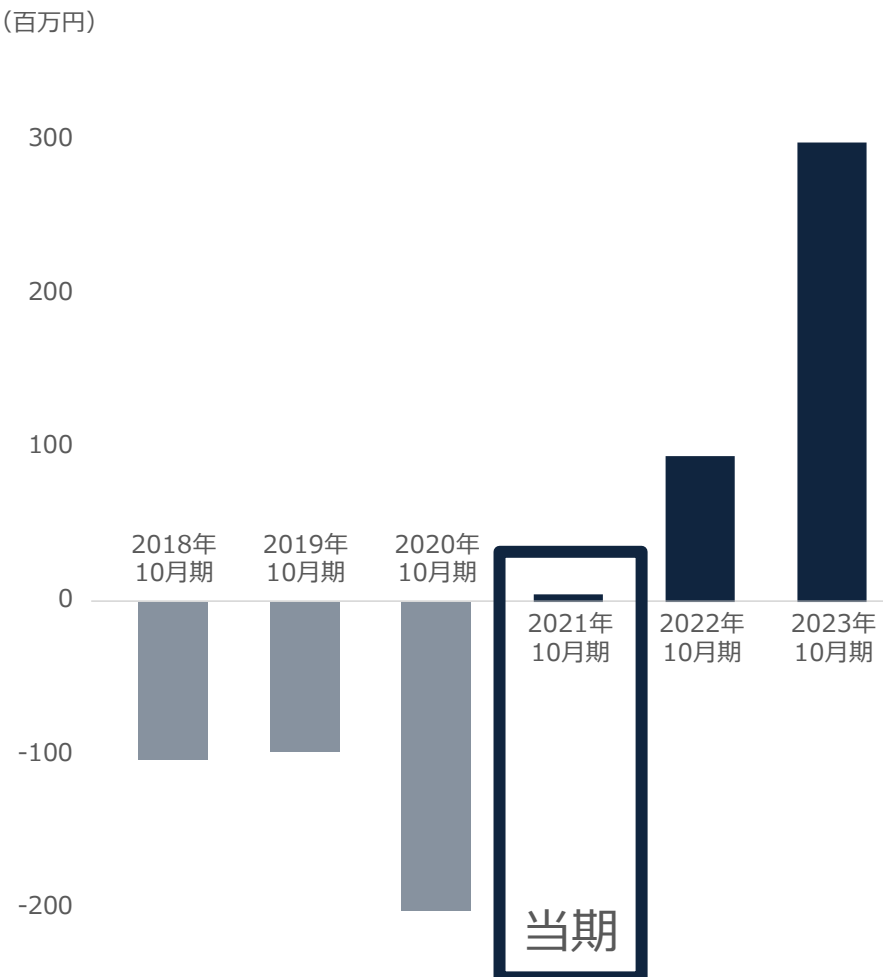
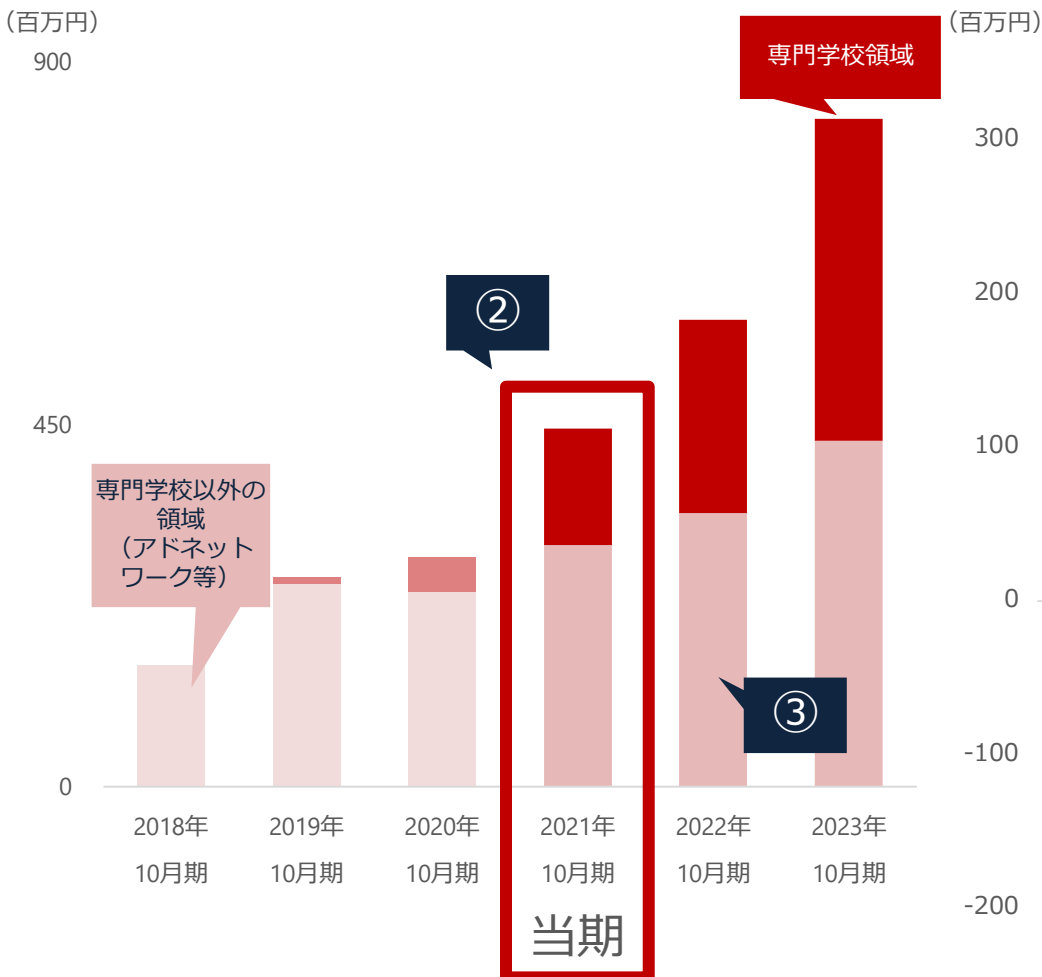
営業利益推移



- ① 口コミを増やすことにより、ユーザー数とページビュー数を伸ばす
- ② 成長余地の大きい専門学校領域に注力
- ③ 専門学校領域以外においては、ユーザー数の増加に伴いアドネットワークの売上高拡大
中学校高校領域での有料掲載を獲得することで収益拡大

売上高推移

営業利益推移





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

資料請求によるマネタイズを加速

- ▶ サイト改善を進め、資料請求件数を増加し、有料掲載を獲得

2023年10月期の売上高を4億円、2025年10月期には10億円以上の売上高にする計画に向け
下記①～③のKPIをそれぞれ達成させる

	2023年10月期 計画（変更前）	2023年10月期 計画（変更後）	2025年10月期 計画
売上高	4 億円	4 億円	10 億円以上
資料請求件数 ※1 (オープンキャンパス申込数含む ※2)	20 万件	25 万件	
① 年間ユーザー数	900 万UU	900 万UU	
② CVR※3	0.72 %	0.87 %	
③ 一人当たりの 平均資料請求件数	3.1 件/人	3.3 件/人	
有料掲載学校数	1,100 校	1,400 校	※ 2021年4月末に到達

※1 有料掲載学校への資料請求件数と無料掲載学校への資料請求件数の合計値になります。

※2 オープンキャンパス申込は資料請求に比べ平均単価が約5倍であるため、5倍換算して資料請求件数に足しております。

※3 CVR : Conversion Rateを略したもので、サイトのユーザー数のうち、コンバージョン（資料請求）に至った割合を示しています。

① 年間ユーザー数 500万UU ⇒ 900万UU

過去4年、口コミ増加によりユーザー数は3年間で3倍以上に成長
今後も口コミ増加により、これまでと同じトレンドでの成長を目指す

(万UU)
800

600

400

200

0

2017年
10月期

2018年
10月期

2019年
10月期

2020年
10月期

2021年
10月期

2022年
10月期

2023年
10月期

当期

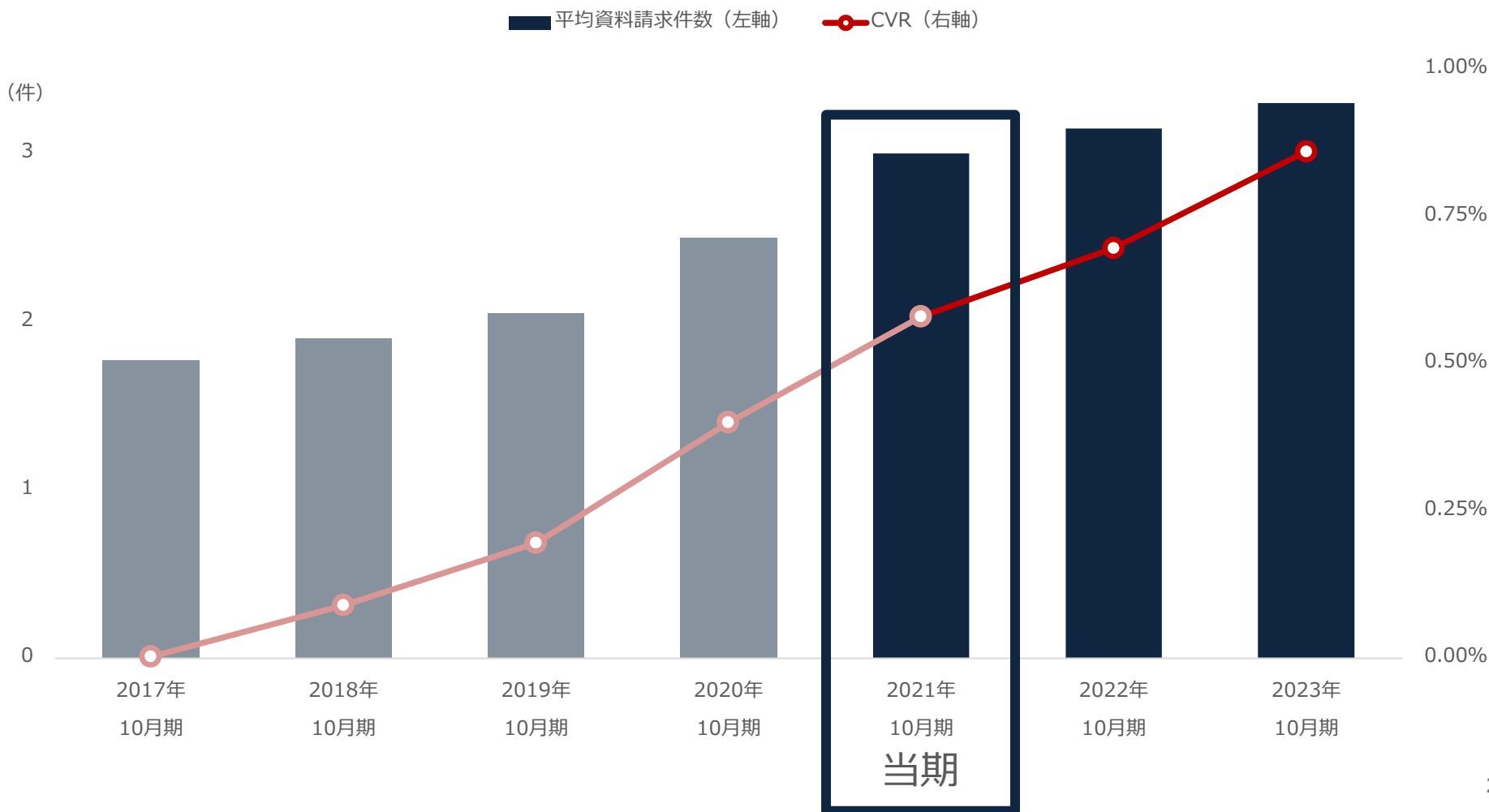
CAGR 50%

CAGR 21%

② CVR 0.4% ⇒ 0.86%

③ 一人当たり平均資料請求件数 2.5件 ⇒ 3.3件

- ・ ABテストを継続、UI/UXを改善することで数値向上を見込む
- ・ 資料請求可能学校数を増加することで数値向上を見込む

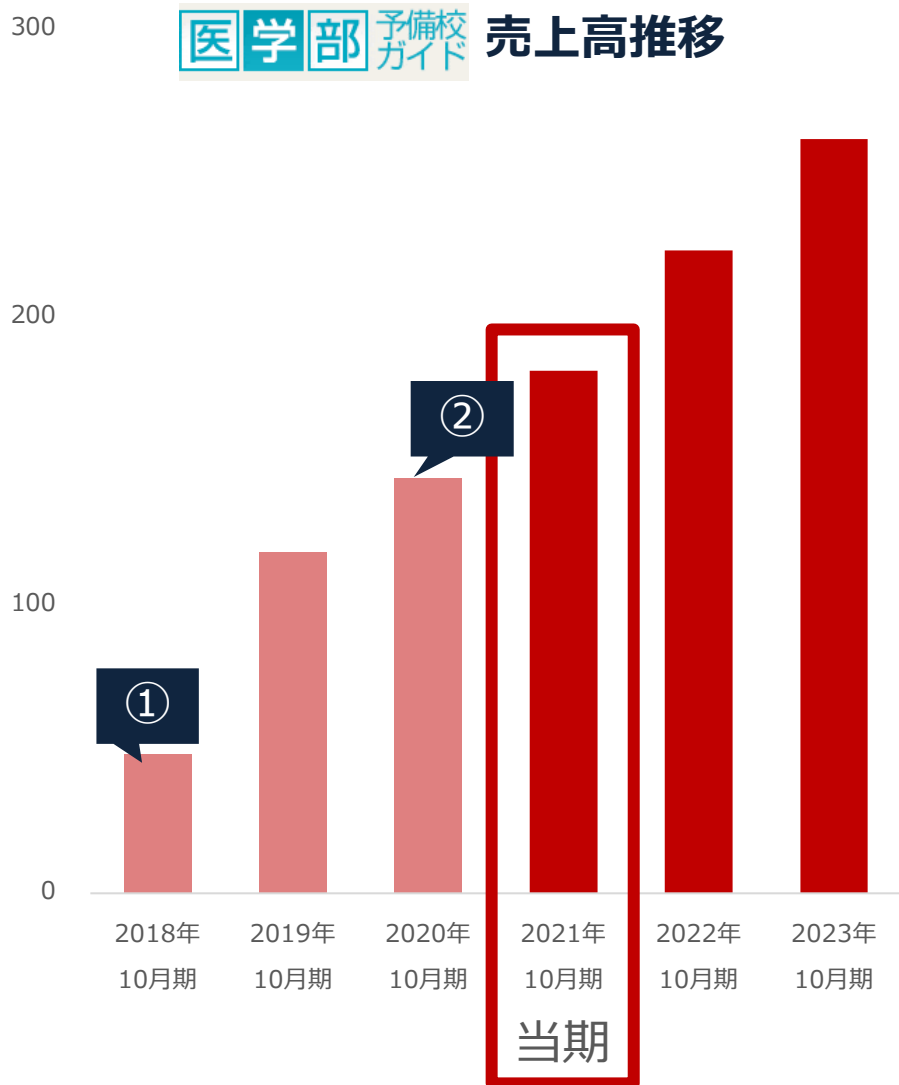


2023年までの成長戦略 ③買収事業

- ① 2018年9月に『医学部予備校ガイド』買収後、『塾ナビ』で効果のあった施策を導入し成長を実現
- ② 2020年10月期は新型コロナウイルスの影響を受けるも順調に成長
- ③ 『コードブースター』においても『塾ナビ』で効果のあった施策を導入し、成長を見込む

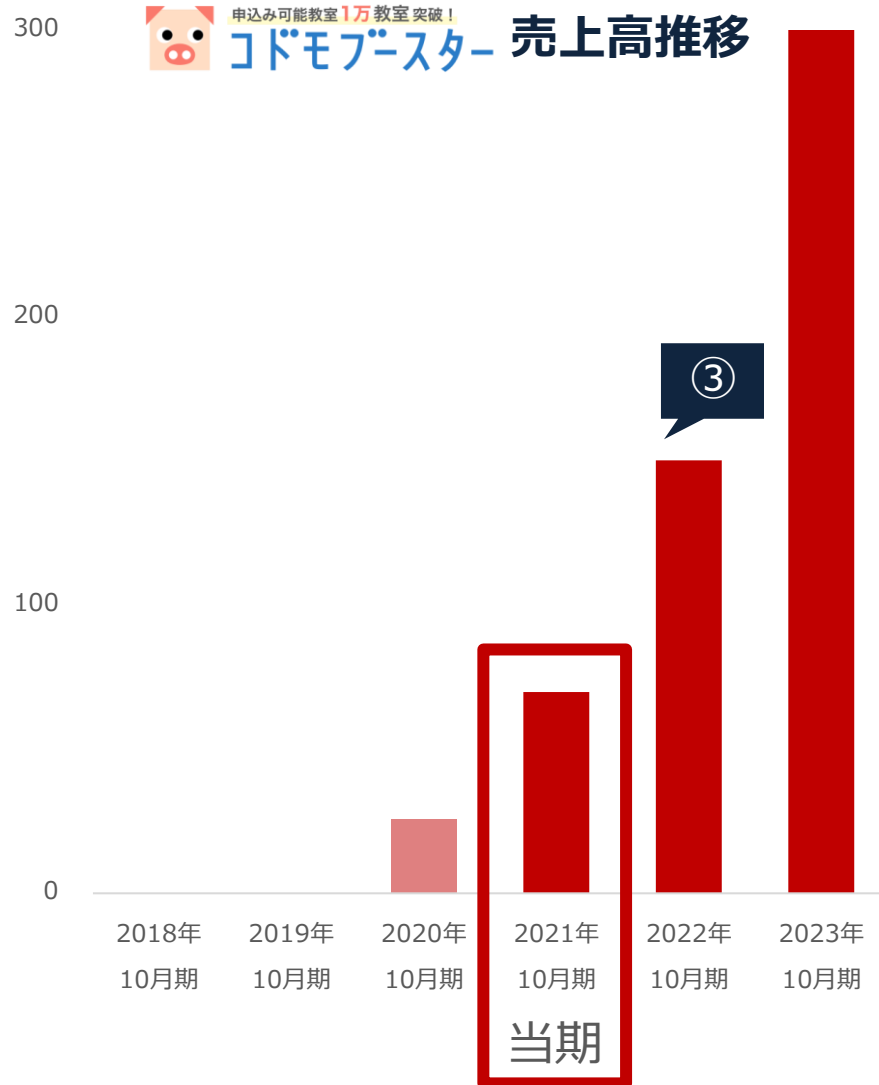
(百万円)

医学部予備校ガイド 売上高推移

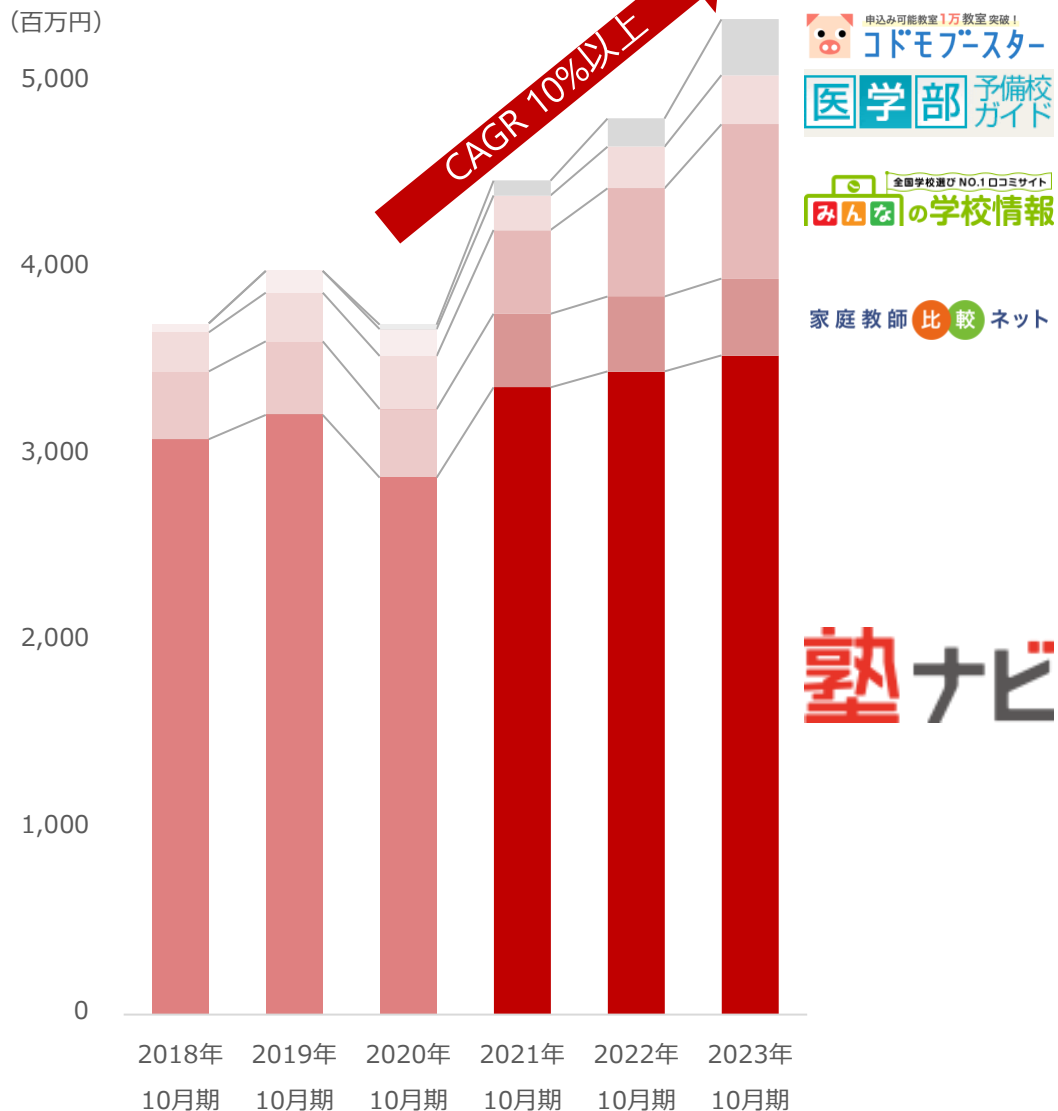


(百万円)

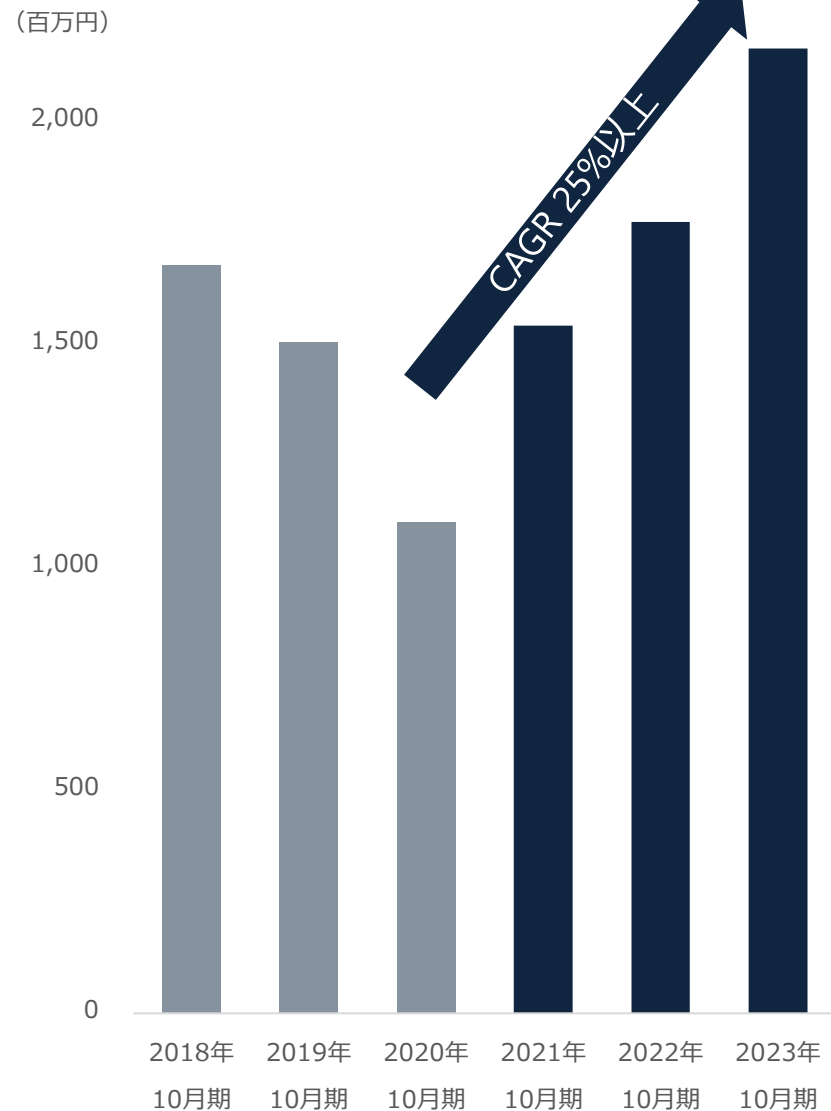
コードブースター 売上高推移



売上高推移



営業利益推移



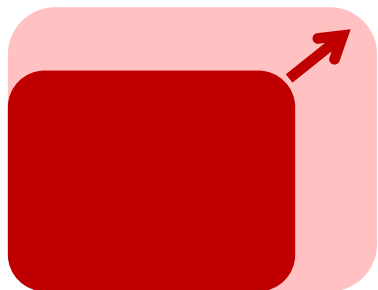
① 学習塾予備校・家庭教師領域、② 学校教育領域、③ その他民間教育領域において更なるシェアの拡大を狙う

①

学習塾予備校
家庭教師領域

塾ナビ

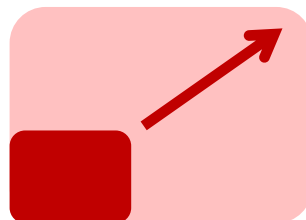
家庭教師 比較 ネット



②

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

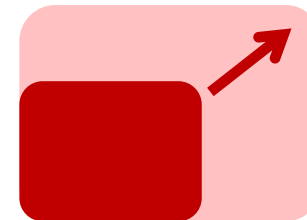


③

その他
民間教育領域

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



※各図の大きさは、実際の売上規模を正確に反映しているわけではありません。

事業概要及び ビジネスモデル

『塾ナビ』や『みんなの学校情報』『家庭教師比較ネット』等の教育領域特化型メディアを運営

塾ナビ

全国の幼児、小学生、中学生、高校生の本人及び保護者の方々が、目的にあった学習塾や予備校を簡単に検索比較できるポータルサイト
掲載教室数87,000教室以上、口コミ掲載数22万件以上



領域
No.1
※1

みんなの学校情報

全国の保育園、幼稚園、小学校、中学校、高等学校、専門学校、大学等の学校選びに役立つ情報を総合的に得ることのできるポータルサイト
口コミ掲載数55万件以上



領域
No.1
※2

家庭教師比較ネット



領域
No.1
※3

医学部予備校ガイド



領域
No.1
※4

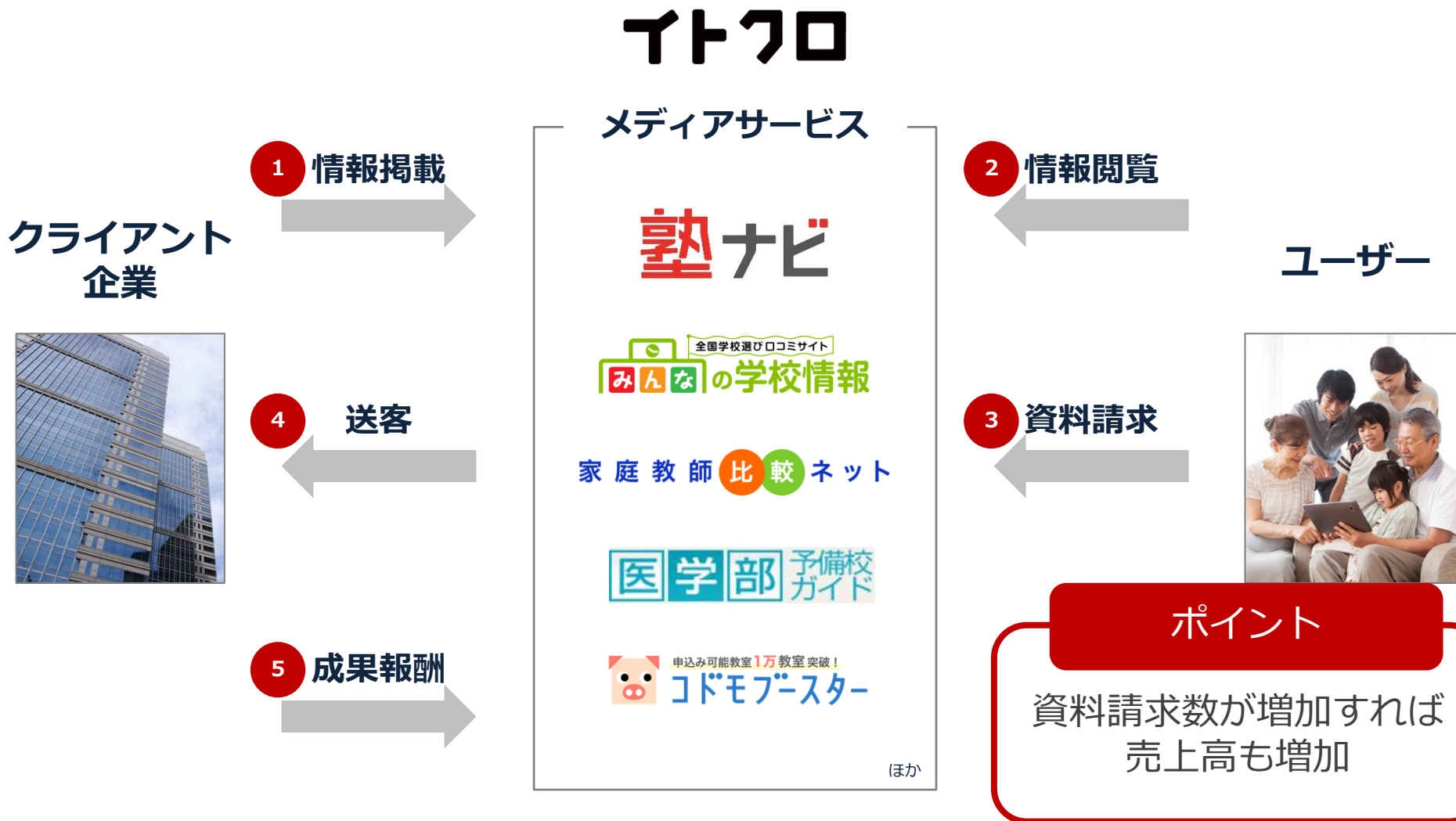
コドモブスター



2019年
11月
買収

※ 上記画像は全てサイトイメージであり、数値はいずれも2021年1月末時点の数値
 ※1 2020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 実査委託先：株式会社インテージ（2020年1月）
 ※2 検索サイトNo.1調査「みんなの学校情報」 実査委託先：株式会社インテージ（2020年5月）
 ※3 家庭教師 検索サイトNo.1調査 実査委託先：株式会社インテージ（2020年3月）
 ※4 医学部予備校検索サイト掲載予備校数調査 自社調べ（2020年6月）

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



メディアへGoogle AdSenseなどの広告を掲載し、訪れたユーザーがクリックすることで報酬を收受（みんなの学校情報などで実施）



ポイント

PVが増加すれば
売上高も増加

1 ロコミストックモデル

- ・ 圧倒的なロコミの質と量
- ・ 長年培ったロコミ運用のノウハウ

2 多数のユーザーからの支持

- ・ 質の高いロ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

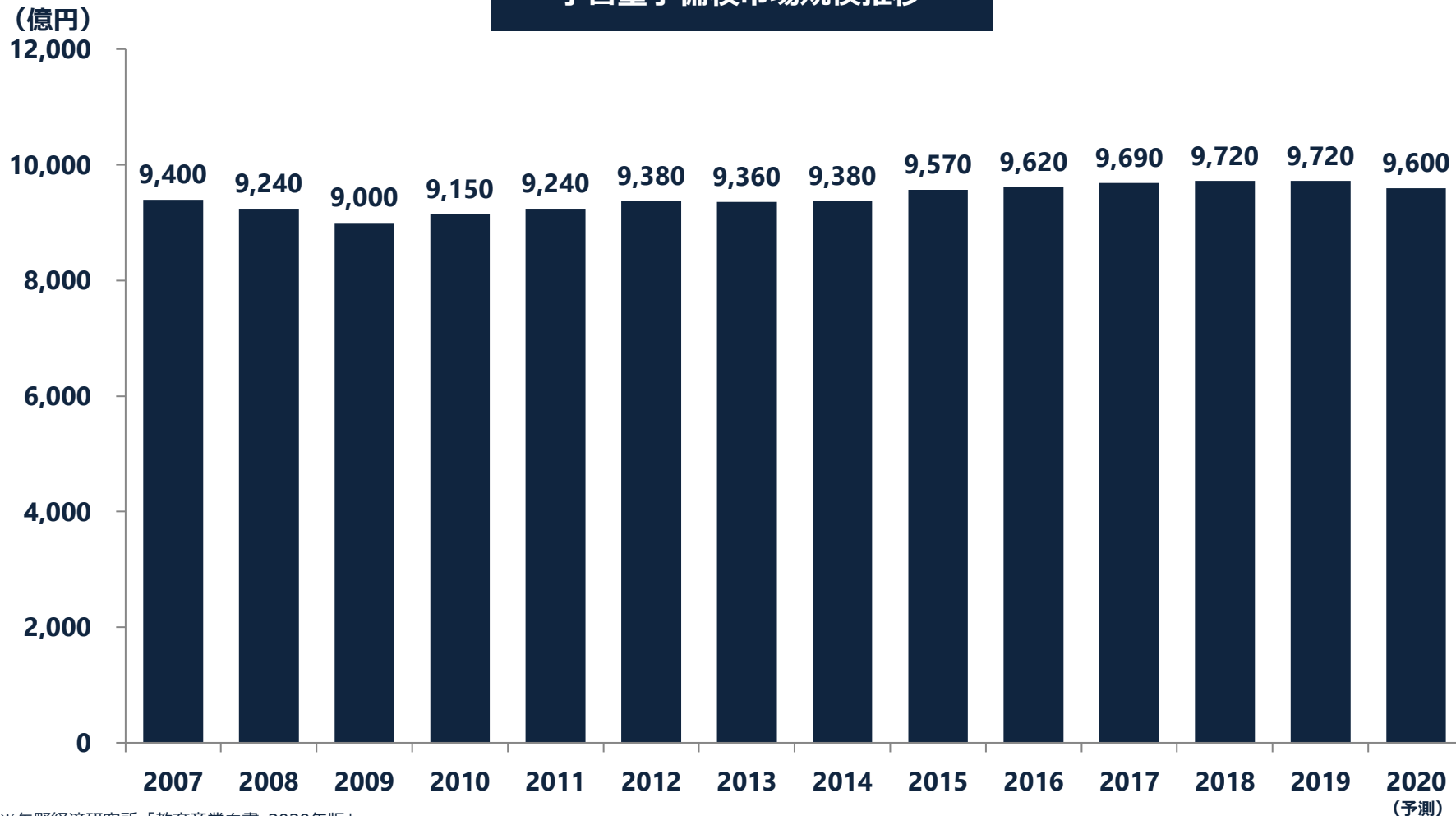
3 成果報酬型課金システム

- ・ 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、緩やかな拡大傾向

— 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 2020年版」

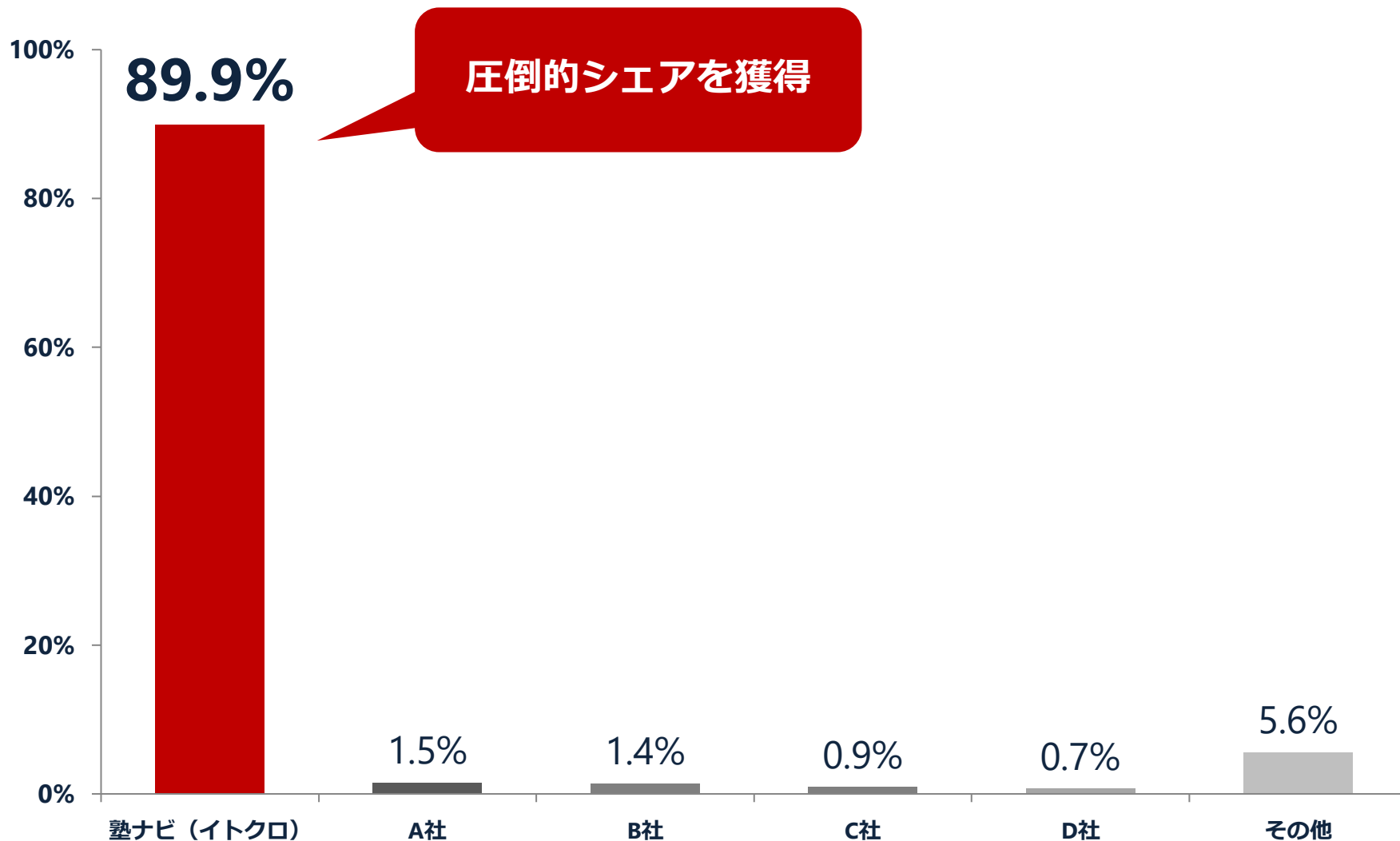
インターネット広告市場が拡大する一方で折込チラシ広告市場は縮小

— 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「2020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



※ 2021年版塾・予備校検索サイトの利用に関する市場実態調査（株式会社インテージ利用）
2021年2月 株式会社イトクロが株式会社インテージのモニターを利用し、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

市場/顧客

- ・ 約260億円程度の広告宣伝費市場※が存在
- ・ 全国に約3,000校ある専門学校の内、約1,400校がターゲット
- ・ 生徒集めが非常に重要。専門学校を検討するユーザーは15歳～18歳の若者であり、専門学校はWEB広告に積極的
- ・ WEB以外の広告手法として合同説明会などのイベントがあるが新型コロナウイルスの影響により縮小傾向

自社

- ・ 主要メディア内で唯一口コミが掲載されているメディアでありユーザー数拡大中
- ・ 『塾ナビ』等と同様、資料請求に対する成果報酬モデル

競合

- ・ 主要な競合他社は10社程度
- ・ 口コミを掲載している主要な競合は不在

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。