

# 2021年7月期 決算説明資料

2021年9月10日



(東証マザーズ、福証Q-Board：9242)

# 会社概要

商号	メディア総研株式会社
事業内容	就職関連事業の企画・運営・実施
本社所在地	福岡県福岡市中央区大名二丁目8番1号（肥後天神宝ビル6階）
代表者	田中浩二（代表取締役社長）
設立日	1993年3月9日
売上高	671百万円（2021年7月期）
資本金	198百万円
従業員数	31名（2021年7月31日時点）

年月	沿革
1993年3月	福岡県福岡市中央区大名において進学情報誌の発行、印刷物の企画制作等を目的としてメディア総研株式会社設立
2005年3月	東京支店を東京都港区芝浦に開設
2006年10月	就職活動イベントとして関東地区において当社主催「理工系業界研究セミナー」を開催
2009年3月	就職活動イベントとして当社主催「高専生のための合同会社説明会」を開催
2009年6月	企画制作として「就活生のための22ヶ月手帳（現大学別就活手帳）」を出版
2014年12月	企画制作として「高専生のための合同会社説明会公式ガイドブック」発行
2017年9月	東京事業所を現在の東京都千代田区有楽町に移転
2019年6月	WEB制作に関する事業基盤の拡充を目的として株式会社マグネッツを吸収合併
2020年1月	本社を現在の福岡市中央区大名へ移転
2020年7月	企画制作としてWEBマガジン「月刊高専」を開始
2021年9月	東証マザーズ、福証Q-Boardに株式上場

# Mission

## 社是

不可能を可能に

## 経営理念

イノベーションとイノベーション人材で世界をフラットにする。

我々は「就職活動が景気動向や企業の採用環境に依存しない社会を作る」という命題の実現のために、高専生を中心とした理工系学生の就職活動支援に注力しております。

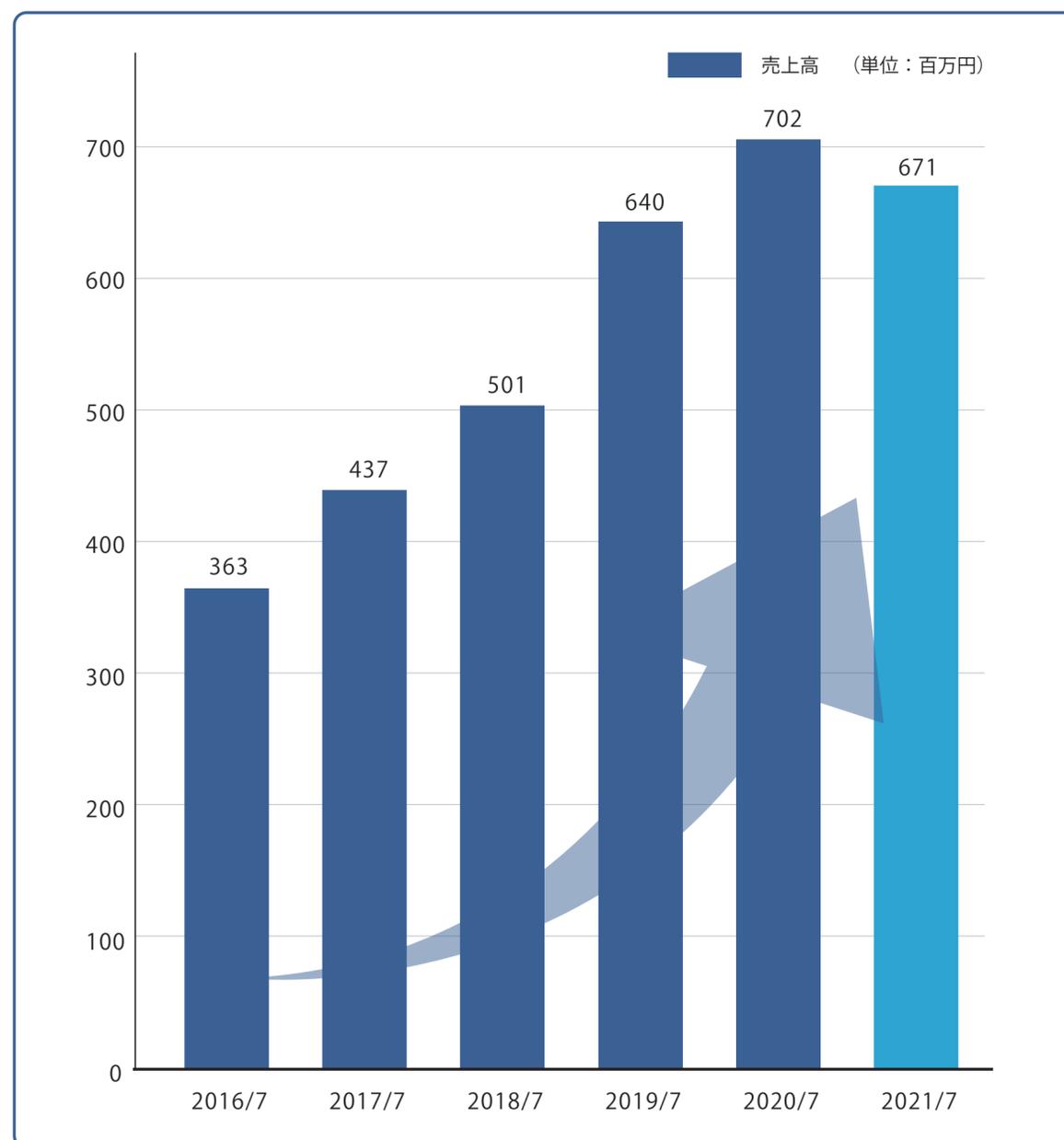
# 目次

<b>1. 業績ハイライト</b>	.....	P 5
<b>2. ビジネスモデル</b>	.....	P10
<b>3. 市場環境</b>	.....	P13
<b>4. 事業計画・成長戦略</b>	.....	P19
<b>本資料の取り扱いについて</b>	.....	P27

# 1. 業績ハイライト

---

## 業績ハイライト (売上高)



### 2019年7月期

就職活動イベントのうち、主に、高専生向け就職活動イベント<当社主催型><学校主催受託型>のイベント企画の充実により、出展企業数の増加及び単価の向上を実現した結果、売上高が前年同期比27.8%増加しました。

### 2020年7月期

2019年6月30日付で株式会社マグネッツを吸収合併したことにより売上高が増加しました。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響により3つの就職活動イベントが中止となったものの、大部分の就職活動イベントを開催できたことにより、前年同期比9.8%増加しました。

### 2021年7月期

新型コロナウイルス感染症の影響により、ほとんどのイベントを対面形式からオンライン形式に変更したことから、前年同期比4.5%減少しました。

### 5年間のCAGR (年平均成長率)

売上高: **+11.3%**

# 業績ハイライト（営業利益・営業利益率）



**売上高営業利益率目標：20%**

## 2019年7月期

上場準備に関する費用の増加等により、販売費及び一般管理費が前年同期比20.4%増加したものの、売上高の増加及び売上総利益の増加により、営業利益率が4.5ポイント上昇し、営業利益が前年同期比60.1%増加しました。

## 2020年7月期

更なる内部統制の強化により、上場準備に関する費用が増加したことに加え、2019年6月30日付で株式会社マグネッツを吸収合併し、本社移転に伴い地代家賃が増加するなど販売費及び一般管理費が前年同期比21.7%増加したことから、営業利益率が4.0ポイント低下し、営業利益が前年同期比10.2%減少しました。

## 2021年7月期

新型コロナウイルス感染症の影響により、ほとんどのイベントを対面形式からオンライン形式に変更したことから、設営費、旅費交通費、会場代等の売上原価を大幅に削減できたことから、営業利益率が8.6ポイント上昇し、営業利益が前年同期比41.2%増加しました。

## 5年間のCAGR（年平均成長率）

営業利益：**+21.6%**

# 業績ハイライト (PL)

(単位：百万円)

	2020年 7月期	2021年 7月期	増減額	前年比 (%)
売上高	702	671	△31	△4.5
売上原価	265	137	△127	△48.1
売上総利益	437	533	96	22.0
販管費	310	355	44	14.3
営業利益	126	178	52	41.2
経常利益	127	187	59	46.4
税引前当期純利益	151	201	50	33.4
当期純利益	99	137	38	38.6

## ポイント

- 対前年比で減収増益
- 対面形式からオンライン形式に変更したことによる影響

# 業績ハイライト (BS)

(単位：百万円)

	2020年 7月期	2021年 7月期	増減額	前年比 (%)
流動資産	410	605	194	47.4
当座資産	371	578	207	55.7
固定資産	105	107	2	2.7
有形固定資産	34	29	△4	△13.9
無形固定資産	14	26	12	83.5
投資その他資産	55	51	△4	△8.2
<b>資産合計</b>	<b>515</b>	<b>713</b>	<b>197</b>	<b>38.3</b>
流動負債	74	135	61	82.1
固定負債	0	—	△0	—
<b>負債合計</b>	<b>75</b>	<b>135</b>	<b>60</b>	<b>79.9</b>
資本金	64	64	—	—
資本準備金	14	14	—	—
利益剰余金	360	497	137	38.1
<b>純資産合計</b>	<b>440</b>	<b>577</b>	<b>137</b>	<b>31.2</b>
<b>負債及び純資産合計</b>	<b>515</b>	<b>713</b>	<b>197</b>	<b>38.3</b>

## ポイント

- 自己資本比率 : **81.0%**
- 流動比率 : **445.8%**  
(当座比率) : **426.3%**

## 2. ビジネスモデル

---

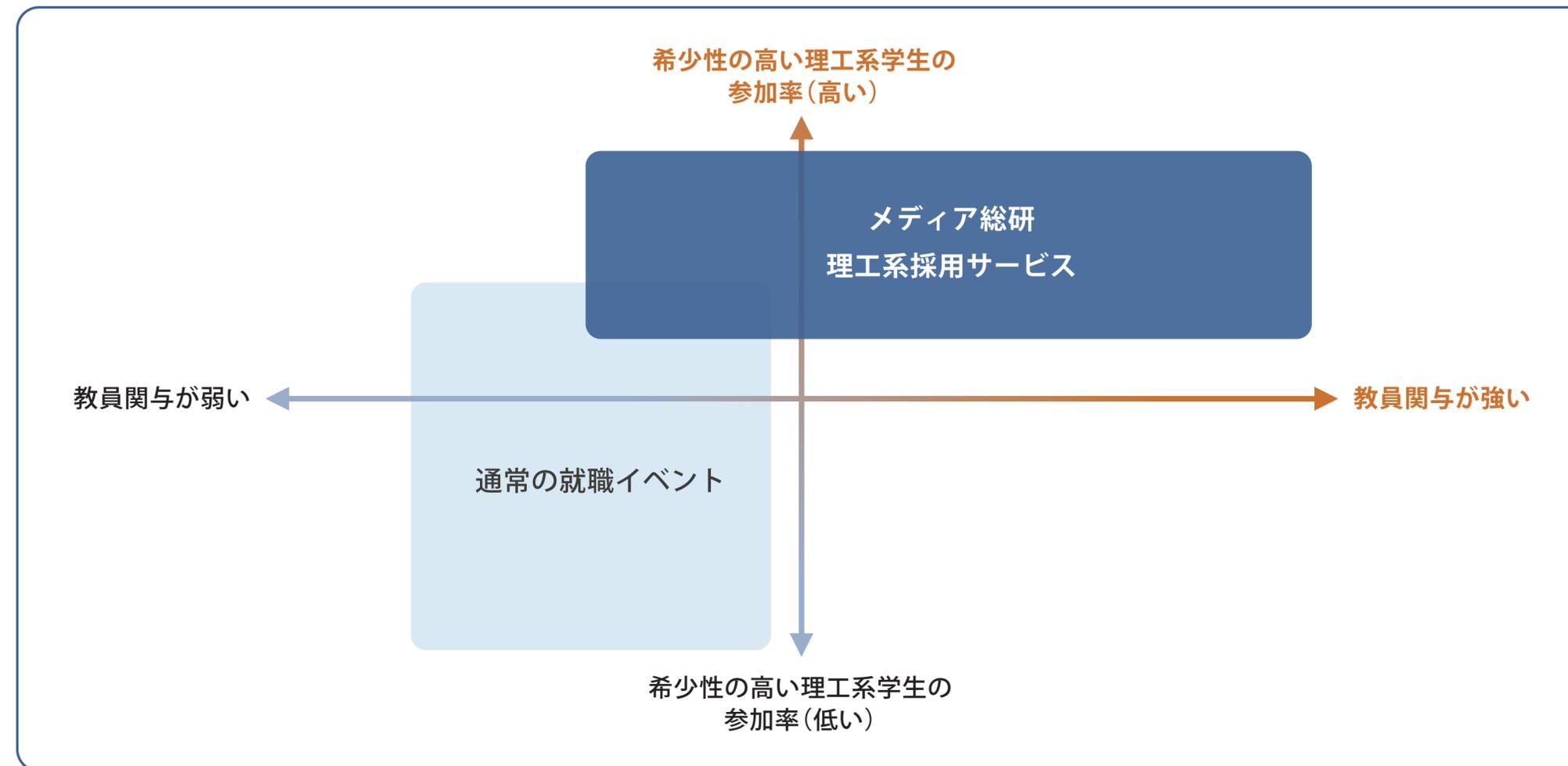
# 当社の事業

当社は、高専生を中心とした理工系学生に対して就職支援活動を行っており、主にイベントを通じて参加企業や学校より収益を得ていることから、「学生イベント事業」の単一セグメントとしており、そのサービス内容から「就職活動イベント」「企画制作」の区分を設けています。



# 当社の理工系採用サービス

- 希少性の高い高専生または国立の理工系学生は就職に対する教員の関与が強いため、個人の意思で自由に参加できる通常の就職イベントにはあまり参加しない傾向にあります。
- 当社イベントについては、当社と教員とのヒューマンネットワークから多くの理工系学生が参加する傾向にあります。

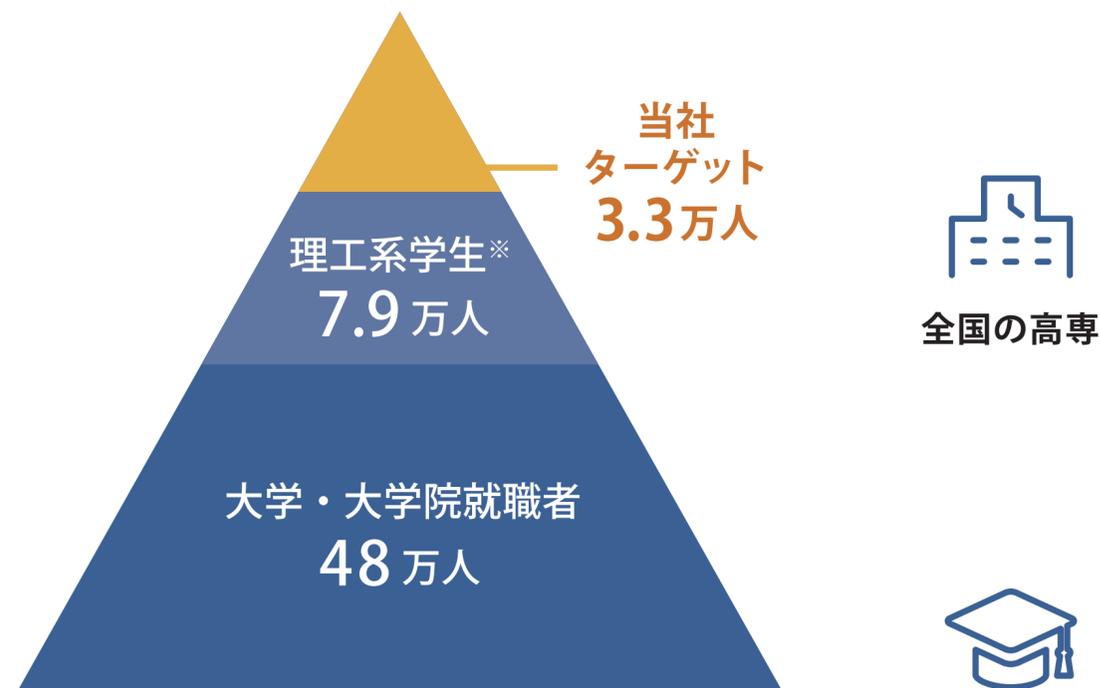


# 3. 市場環境

---

# 希少性の高い高専を中心とする理工系人材

当社がターゲットとする高専生 及び  
 国立大学を中心とする理工系大学生の数 年間**33,000人**



※ 当社は、主に企業が求める「機械・電気電子・情報」を専攻している以下の学生を理工系学生と定義しています。

機械工学、電気通信工学、土木建築工学、応用化学、応用理学、原子力工学、鉱山学、金属工学、繊維工学、船舶工学、航空工学、経営工学、工芸学、数学物理他

## 高専生の就職・進学者数

出典：独立行政法人国立高等専門学校機構概要2020年度

	就職者数	進学者数
高専生（本科）	高専生の 約5,300人	約3,700人
高専生（専攻科）	約6割が就職 約900人	約500人

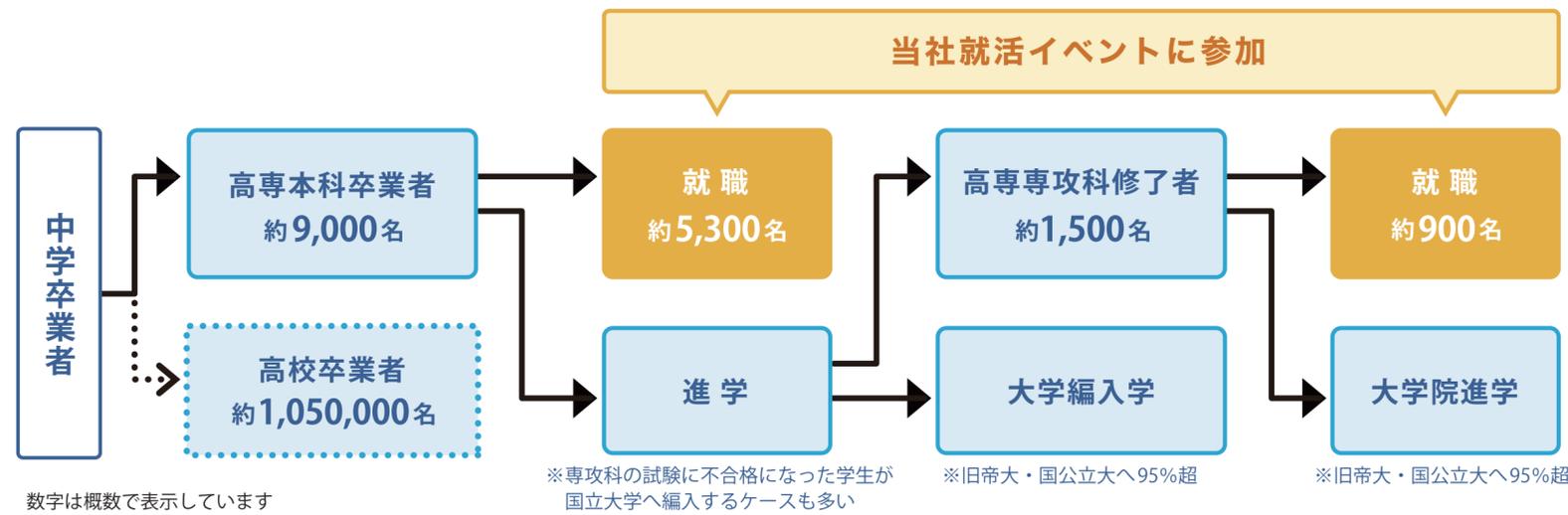
## 理工系大学生の就職者数

出典：文部科学省学校基本調査（令和2年度）

	国立大学	公立大学	私立大学
大学生	約10,000人	約3,000人	約38,000人
大学院生	約17,000人	約2,000人	約9,000人

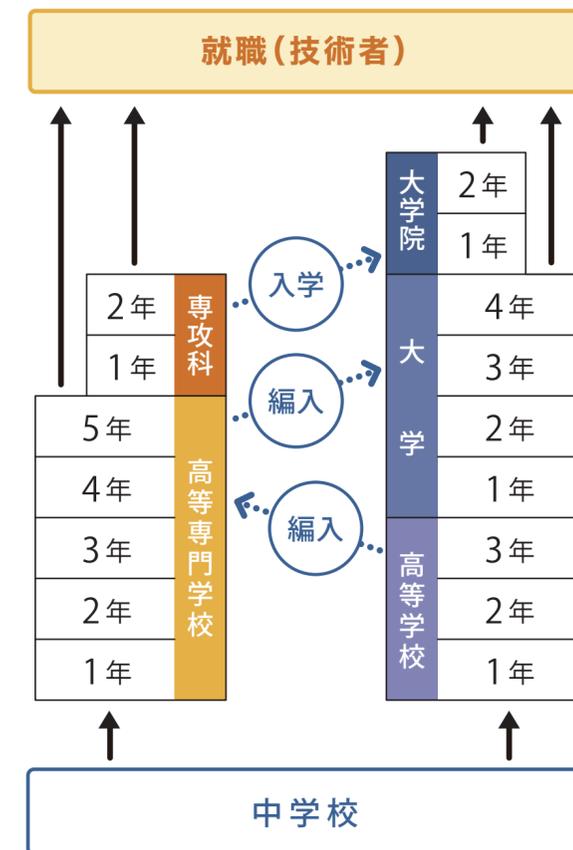
# 高専生の進路

- 高等専門学校では、5年制の教育期間を本科と呼び、就職せずに専門的知識・技術を更に高める教育課程として専攻科が設置されています。本科卒業後は大学編入学（主に3年次編入学）、専攻科修了後は大学院へ進学するキャリアパスも用意されています。



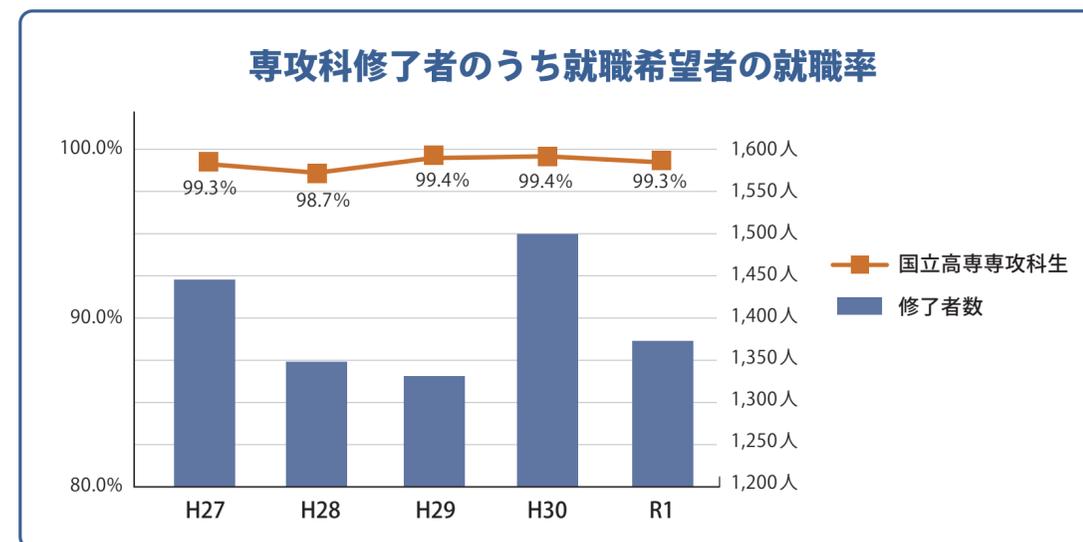
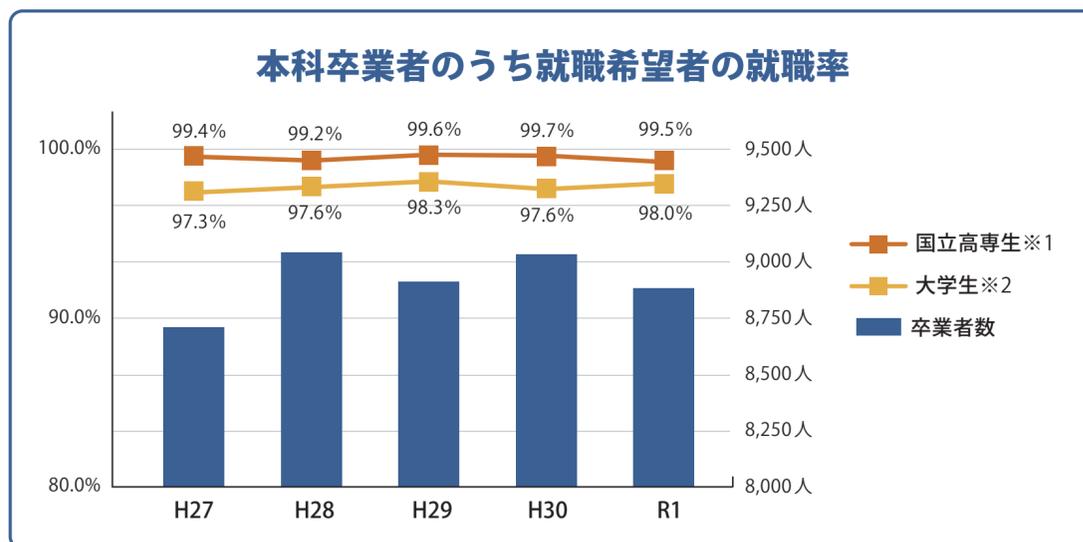
出典：独立行政法人国立高等専門学校機構概要2020年度、同ホームページ公表数値、文部科学省平成31年3月新規高等学校卒業生の就職状況を基に当社作成

- ・本科卒業生の進路：約60%が就職、約40%が進学（専攻科進学、大学編入学）
- ・専攻科修了者の進路：約60%が就職、約40%が進学（大学院入学）



# 高専生採用ニーズの高さ

- 高等専門学校（本科・専攻科）の卒業・修了者数は、ここ数年、一定の水準で推移しており、その就職率は大学卒業者を上回りほぼ100%となっており、就職先は、大部分が大手メーカーなどの優良企業となっています。



※1 令和2年5月1日現在 ※2 出典：文部科学省・厚生労働省調査「大学等卒業者の就職状況調査」（令和2年4月1日現在の抽出調査）

- 全国の高等専門学校はホームページ等で就職状況を公表しており、以下に示すように、本科生で約23倍～47倍、専攻科生に至っては、100倍を超える求人倍率となっています。

本科生	2016年3月卒	2017年3月卒	2018年3月卒	2019年3月卒	2020年3月卒
舞鶴工業高等専門学校	35.1倍	39.5倍	34.2倍	39.8倍	46.9倍
久留米工業高等専門学校	23.3倍	28.4倍	31.1倍	43.5倍	39.0倍

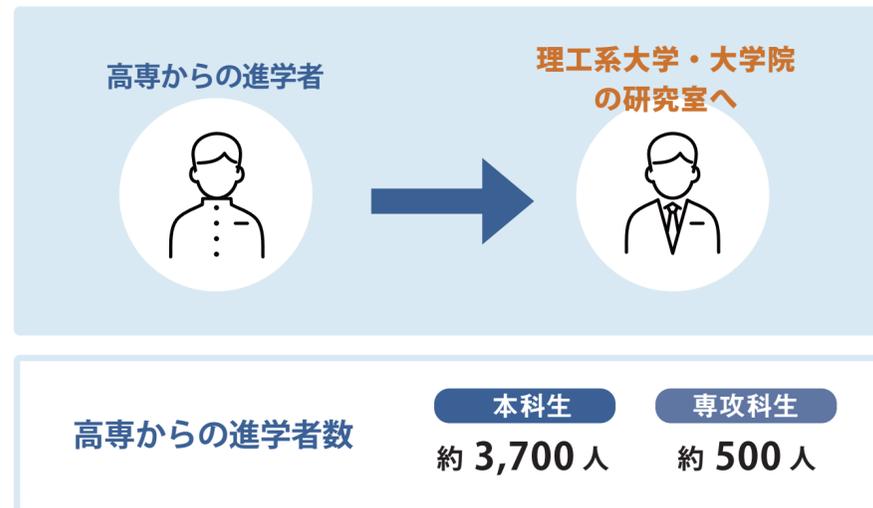
専攻科生	2016年3月卒	2017年3月卒	2018年3月卒	2019年3月卒	2020年3月卒
舞鶴工業高等専門学校	143.9倍	127.9倍	115.7倍	158.7倍	200.0倍
久留米工業高等専門学校	77.8倍	99.4倍	160.7倍	102.6倍	144.8倍

出典：舞鶴工業高等専門学校、久留米工業高等専門学校ホームページ

- 新型コロナウイルス感染症等の影響を加味しても、主力のサービス領域である就職活動イベントにおいて、旺盛な高専生採用ニーズは続くものと考えています。

# 大学及び大学院研究室の高専生獲得ニーズ

- 近年、大学及び大学院の研究室では、優秀な学生の獲得競争が行われており、高等専門学校から国立大学・大学院への編入学、入学が待ち望まれています。
- 当社の既存領域である高等専門学校及び高専生の囲い込みの延長線上に、高専生が進学する国立大学を中心とする理工系大学の研究室があり、今後、当社の領域になると考えています。



有名国立大学も高専生の獲得に動いています。

高専生対象

メディア総研(株)主催

オンライン開催 学科専攻不問

**第1回 進学セミナー** 東京大学編

日時 ▶ 2021年6月9日(水) 16:30～17:30

主な大学への編入学状況

大学名	人数(人)		大学名	人数(人)	
	H30	R1		H30	R1
豊橋技術科学大学	336	341	三重大学	22	21
長岡技術科学大学	310	289	宇都宮大学	18	22
東京農工大学	63	64	千葉工業大学	19	20
九州工業大学	58	62	東京大学	20	16
千葉大学	54	51	名古屋大学	19	17
新潟大学	48	55	茨城大学	22	13
九州大学	41	55	山梨大学	20	15
熊本大学	47	43	横浜国立大学	17	17
筑波大学	43	44	徳島大学	21	11
室蘭工業大学	36	38	名古屋工業大学	16	16
金沢大学	40	33	富山大学	16	14
岡山大学	36	37	佐賀大学	15	15
東京工業大学	33	32	和歌山大学	17	11
大阪大学	33	32	山口大学	15	12
東北大学	31	33	愛媛大学	17	9
信州大学	31	32	琉球大学	14	12
北海道大学	30	31	東京都立大学	14	12
岐阜大学	31	28	秋田大学	15	9
群馬大学	28	26	東京海洋大学	14	10
電気通信大学	25	28	岩手大学	14	8
神戸大学	21	31	香川大学	11	9
京都工芸繊維大学	23	28	宮崎大学	12	5
鹿児島大学	26	22	立命館大学	10	7
広島大学	27	19	埼玉大学	11	4
福井大学	20	26	奈良女子大学	10	4

主な大学院への進学状況

大学院名	人数(人)	
	H30	R1
九州大学大学院	52	47
東北大学大学院	51	38
奈良先端科学技術大学院大学	41	45
東京工業大学大学院	49	31
筑波大学大学院	43	34
長岡技術科学大学大学院	34	30
北陸先端科学技術大学院大学	27	20
九州工業大学大学院	18	25
大阪大学大学院	18	23
北海道大学大学院	19	16
豊橋技術科学大学大学院	18	14
東京大学大学院	15	16
京都大学大学院	19	8
熊本大学大学院	13	7
電気通信大学大学院	11	9
名古屋大学大学院	6	10
広島大学大学院	3	10
東京医科歯科大学大学院	8	4
神戸大学大学院	5	6
京都工芸繊維大学大学院	7	3
横浜国立大学大学院	4	6
早稲田大学大学院	5	4
金沢大学大学院	4	4
名古屋工業大学大学院	5	1
慶応義塾大学大学院	5	1

出典：独立行政法人国立高等専門学校機構概要2020年度

# 当社のシェア

当社がターゲットとする高専生 及び  
国立大学を中心とする理工系大学生の数 年間**33,000人**

## 当社イベント参加者数

高専生（本科・専攻科合計）	約4,000人
理工系大学生・大学院生	約1,000人
<b>合計</b>	<b>約5,000人</b>

現在5,000人／33,000人≒約15%の  
理工系学生にリーチできています。



今後は、残りの**85%**を開拓していきます。

理工系学生の範囲

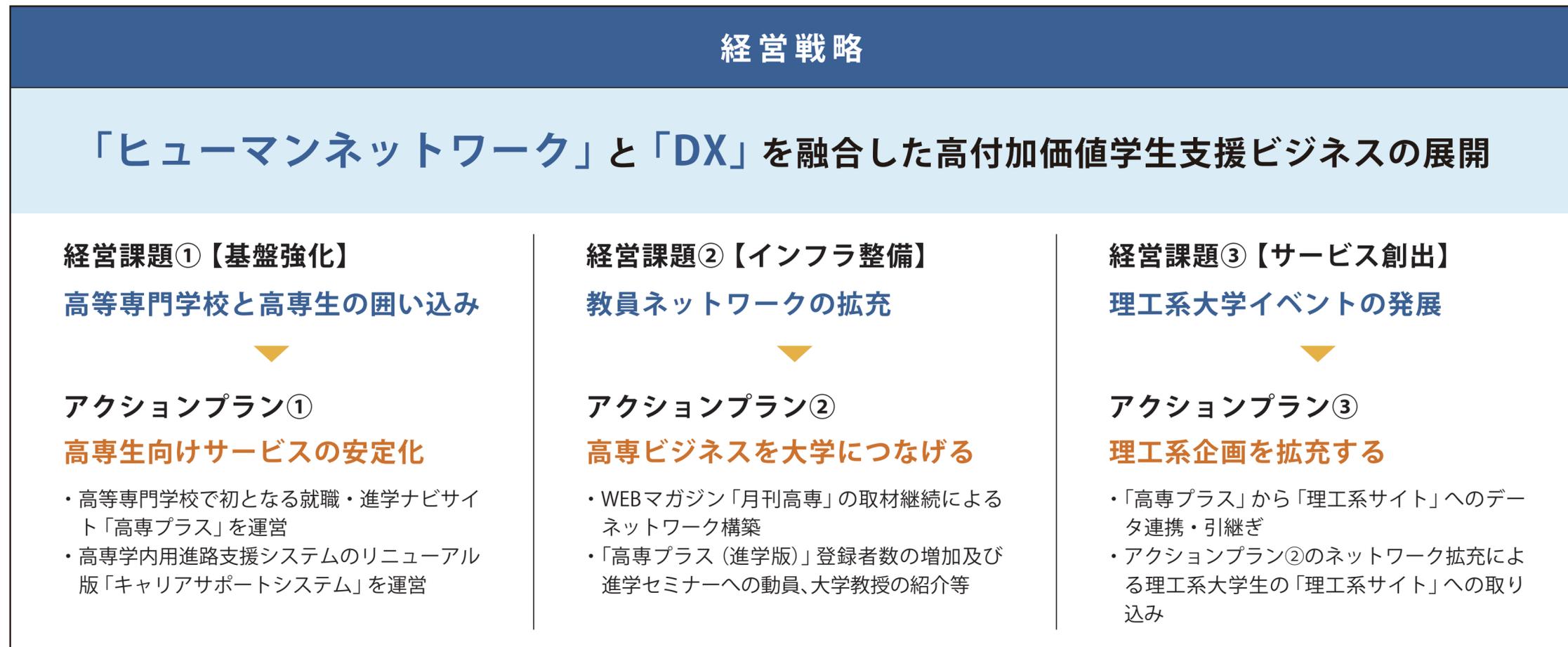
当社は、主に企業が求める「機械・電気電子・情報」を専攻している以下の学生を理工系学生と定義しています。

・機械工学、電気通信工学、土木建築工学、応用化学、応用理学、原子力工学、鉱山学、金属工学、繊維工学、船舶工学、航空工学、経営工学、工芸学、数学物理他

## 4. 事業計画・成長戦略

---

# 経営戦略



※ヒューマンネットワークの定義：従来から実施してきた極めてアナログ手法による教員との関係作り

- 上記アクションプランを実行するためには、システム投資費用、人材採用費用及び人員増加による本社移転費用に関する資金調達が必要になり、また、上場による社会的信用・知名度の向上、優秀な人材の確保等の経営基盤の強化を期待できるものと考えています。

# 基盤強化：高等専門学校と高専生を囲い込む

## アクションプラン① 高専生向けサービスの安定化

### アクションプラン①の概要

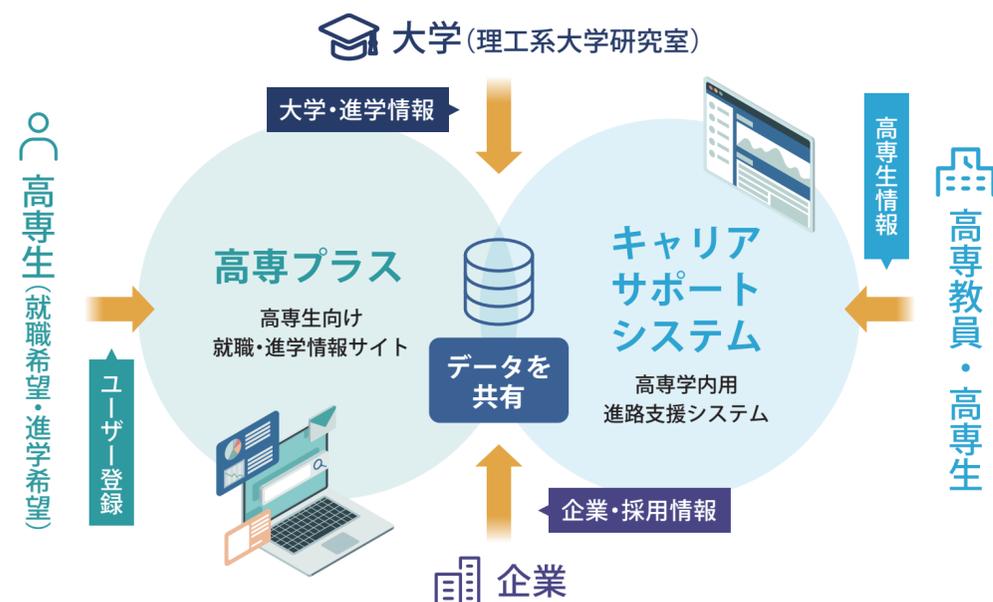
就職活動を行う高専生5,300人のうち高専イベントへ約4,000人が参加するため、高専プラスには毎年4,000人以上が登録されることとなります。

高専生はイベント前に企業情報を収集することから、当社の顧客のうち高専生を積極的に採用する約400社も必ず登録を行い情報を発信します。(※システム利用料を含めて、出展料を100千円値上げ実施済み)。

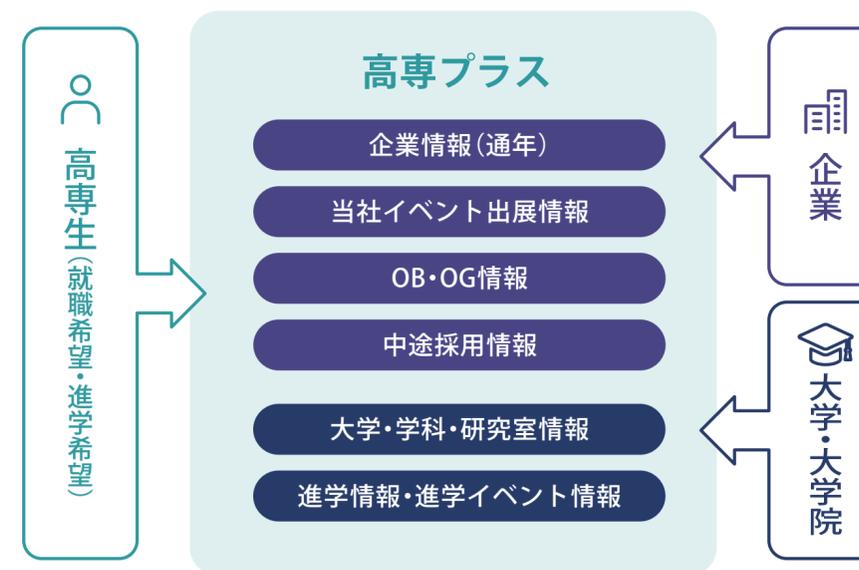
「高専プラス」内に約3,700名の進学者へ大学(研究室)情報を提供する仕組みを構築します。企業情報並みに進学情報を充実させていきますが、これも教員の協力を得ながら、進学希望の高専生の登録を促していきます。

また、高等専門学校校内用の進路支援システム「キャリアサポートシステム」の運営を開始し、情報発信者である企業や大学にとって高専プラスと連携することで使い勝手がよくなり、利用学生にとっても充実した情報が届けられるようになります。

### システムの概要



### 高専プラスの概要



# インフラ整備：教員ネットワークの拡充

## アクションプラン② 高専ビジネスを大学につなげる

### アクションプラン②の概要

- ・高専生の学カレベル・研究の成果が評価されており、国立大学を中心とする大学及び大学院への編入のニーズがあります。
- ・高専プラスで高等専門学校就職希望者への就職情報だけでなく、進学希望者への進学情報を提供する仕組みを構築し、理工系研究室の進学情報を多数掲載します。
- ・理工系大学とのヒューマンネットワーク構築のために、WEBマガジン「月刊高専」のリレー取材方式等で研究室の成果の情報を提供する仕組みを構築します。

※2021年6月9日に第1回目として、東京大学大学院薬学系研究科秋光研究室の進学セミナーを実施し、32名の高専生が参加したように、高専生の進学情報ニーズは高いことが伺えます。



# サービス創出：理工系大学イベントの発展

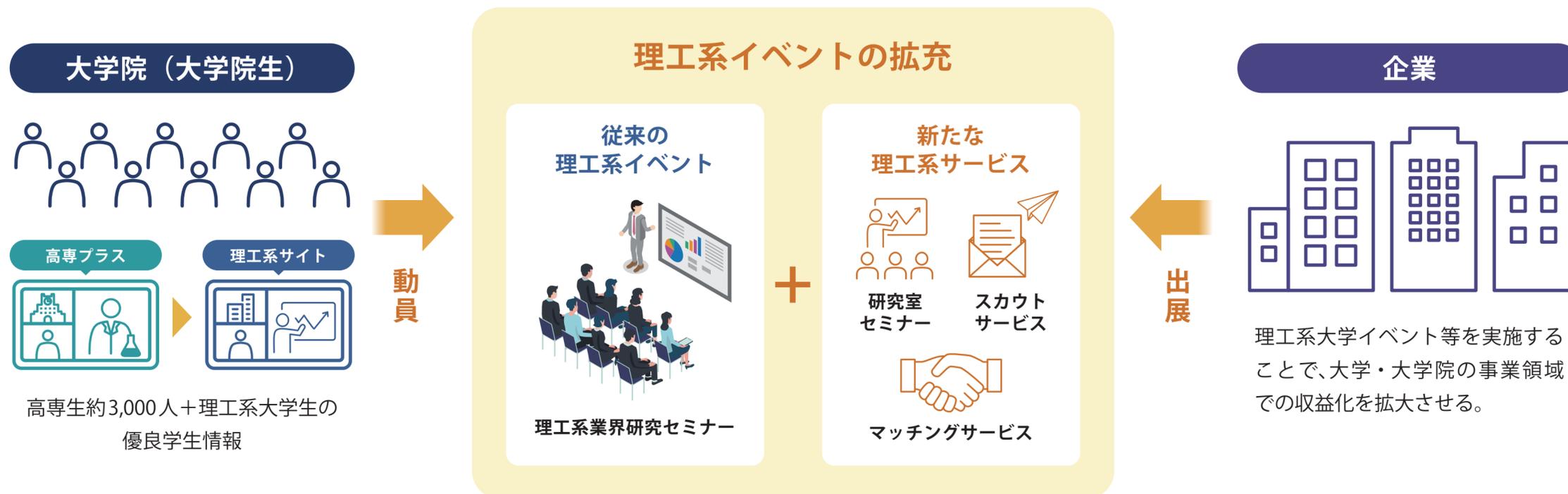
## アクションプラン③ 理工系企画を拡充する

### アクションプラン③の概要

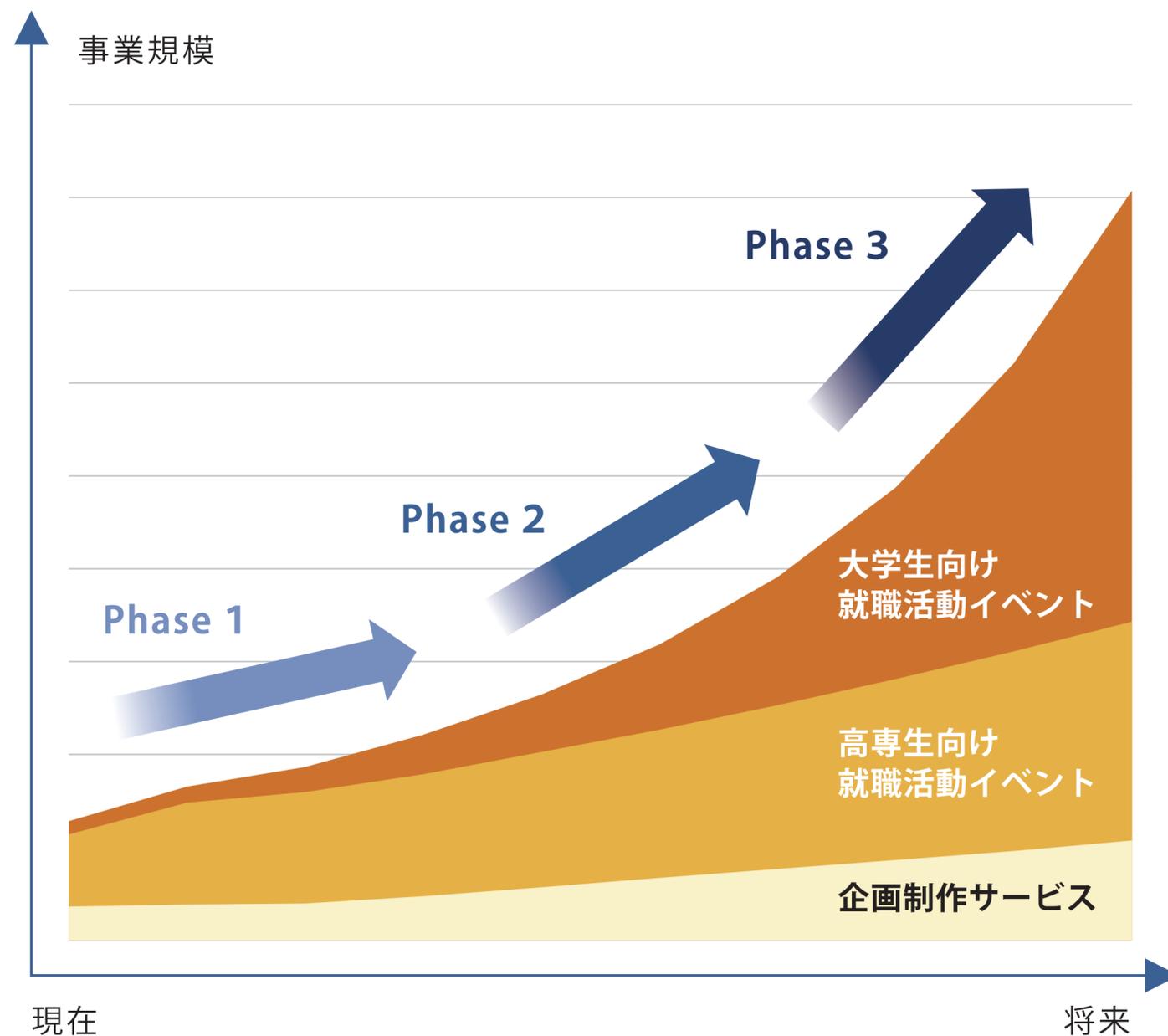
「アクションプラン② 高専ビジネスから大学につなげる」を実施することで、「高専プラス」及び新たに構築する「理工系サイト」へ登録者数を増やすことが今後の、理工系大学・大学院イベントの発展につながります。

「理工系サイト」の登録者数を増やすために、理工系大学・大学院の研究室の問題点である、優秀な学生の入学支援に取り組み、大学・大学院の教員とのネットワーク構築を図ります。2021年7月期は、これまで取り入れていなかったオンライン面談を導入したことで大学教授とのネットワークが格段に広がり、「理工系業界研究セミナー」の登録者数を増やすことができおり、研究室の囲い込み及び連携はイベント参加者数の増加に直結しています。

企業にマッチした大学生を理工系企画に動員することで、一層、学生イベント事業の拡大を実現します。



# 学生イベント事業の拡大イメージ



## 当社拡大フェーズの内容

### Phase 1

安定的な高専生向け就職活動イベントの実施、WEBマガジン「月刊高専」のバリューアップ、「高専プラス」等のシステムによる囲い込みを行い事業基盤を安定させる。

### Phase 2

高専生の囲い込み及び高専生採用ニーズをベースにした理工系研究室との関係作りの強化を行う。また、理工系大学イベントへの登録者数を増やすことにより、理工系大学向けの就職活動イベントを増加させ、理工系採用のシェア拡大を目指す。

### Phase 3

高専生及び理工系の大学生の研究内容や各学科・研究室の情報をデータベース化することにより、また、企業の採用ニーズ情報を収集し、お互いをマッチさせることで、「就職活動が景気動向や企業の採用環境に依存しない社会を作る」ことを目指し、更なるシェア拡大を実現させる。

# 中期経営計画数値

中期経営計画（主要数値）（単位：百万円）						
		2021年 7月期	2022年 7月期（計画）	2023年 7月期（計画）	2024年 7月期（計画）	
売上高		671	841	959	1,133	
（就職活動イベント）		466	626	728	882	
（企画制作）		204	214	231	250	
売上原価		137	260	268	304	
売上総利益		533	580	691	828	
販売費及び一般管理費		355	416	497	543	
営業利益		178	163	194	285	
経常利益		187	159	195	286	
当期純利益		137	121	135	199	
サービス別売上高（単位：百万円）						
イベント	就職活動	高専生向け就職活動イベント<当社主催型>	365	451	476	506
		高専生向け就職活動イベント<学校主催受託型>	35	92	103	111
		大学生向け就職活動イベント	65	83	149	265
企画制作	WEBマガジン「月刊高専」	0	5	10	15	
	大学別就活手帳	80	77	82	87	
	WEB支援サービス・その他サービス	124	131	138	148	

ほとんどのイベントをオンライン形式で開催した結果

オンライン形式で計画しているイベント以外は、**対面形式イベントを前提**に策定した見通し

## 計画数値の前提条件

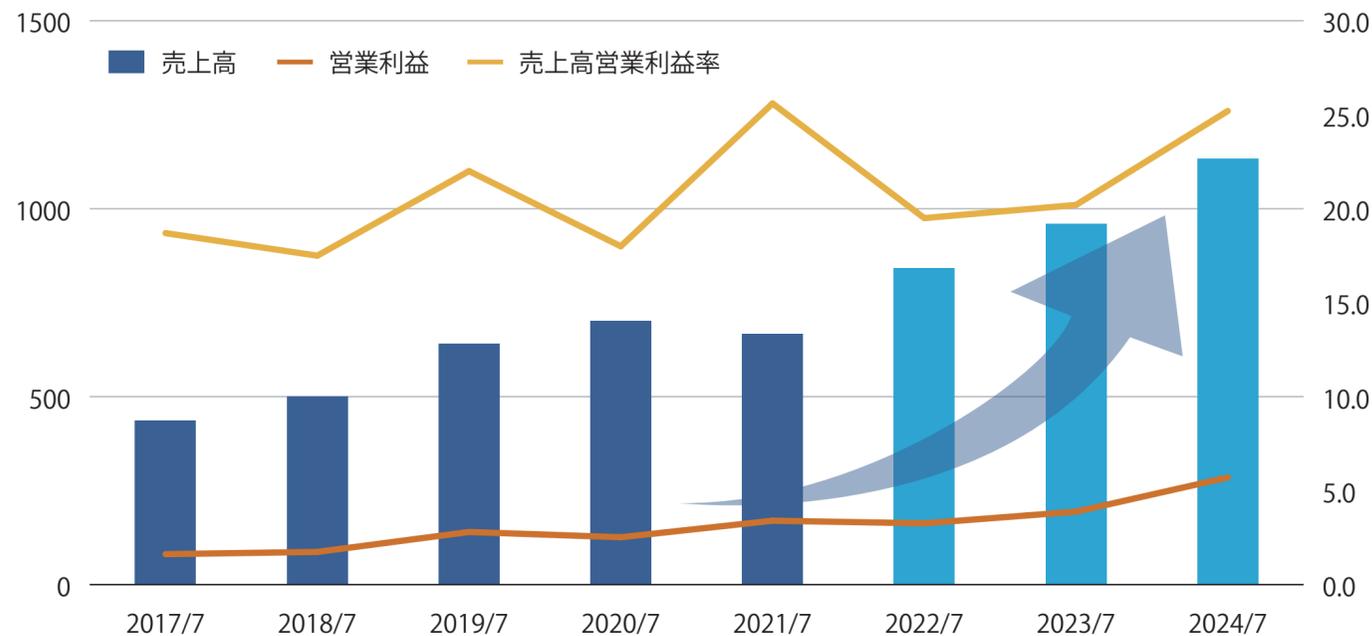
当社は、対面形式、オンライン形式でのイベント開催を柔軟に実施することが可能ですが、中期経営計画数値につきましては、当初よりオンライン形式で計画しているイベント以外につきましては、すべて対面形式イベントを前提に策定しております。

	2022年7月期	2023年7月期	2024年7月期
就職活動イベント 高専生向け	「高専プラス」サービス開始による単価アップ	「キャリアサポートシステム」の高専利用校の増加	「高専プラス」中途採用コンテンツの利用企業増加
就職活動イベント 大学生向け	「高専プラス」に進学情報を掲載する大学研究室とのネットワーク構築による理工系セミナーの動員増	「高専プラス」利用者を進学後に「理工系サイト」に登録移行させることで、理工系イベントの動員安定化を図り、新たな理工系サービスを開始	「高専プラス」利用の進学者に加え、大学研究室のネットワークによる学生リスト獲得・充実
企画制作	WEBマガジン「月刊高専」の企業広告販売の開始	WEBマガジン「月刊高専」の広告販売拡大	WEBマガジン「月刊高専」の広告販売拡大

# KPI (重視する経営指標：売上高及び営業利益率)

売上高・営業利益率の推移 (単位：百万円)								
	2017 / 7	2018 / 7	2019 / 7	2020 / 7	2021 / 7	2022 / 7 (計画)	2023 / 7 (計画)	2024 / 7 (計画)
売上高	437	501	640	702	671	841	959	1,133
営業利益	81	87	140	126	178	163	194	285
売上高営業利益率	18.7%	17.5%	22.0%	18.0%	26.6%	19.5%	20.2%	25.2%

(単位：百万円、%)



## KPIの考え方

- ・高専生の就職活動イベントに関するリーディングカンパニーとして、当該市場及び付随する市場を拡大することにより、高い成長性を継続します。
- ・付加価値の高い就職活動イベントの実施や構造的なコスト低減の仕組みを構築していますが、当社は、イベント開催方式により収益モデルが変化するため、売上高及び売上高営業利益率 (目標値20%) をKPIとし、安定的な成長を目指しております。

## 今後3年間のCAGR (年平均成長率)

売上高: **+19.1%** 営業利益: **+17.0%**

※経営指標等の進捗状況については、年度ごとに算出しており、決算短信及びそれらの補足説明資料において定期的に開示を行う予定です。

# 本資料の取り扱いについて

本資料には、今後の見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの記述は、現在、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されたものであり、将来の結果や業績を保証するものではありません。

当該見通しに関する記述と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズおよび嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後の様々な要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

投資判断を行う際は、必ず弊社が開示している資料をご覧ください。投資家ご自身の判断において行っていただきますようお願い致します。

