

# 2021年12月期 第3四半期 決算説明

---

2021年11月

KIYOラーニング株式会社

東証マザーズ：7353

- ・ **2021年12月期 第3四半期 決算説明**
- ・ **事業別KPI、トピック**
- ・ **AI・知財戦略について**
- ・ **新型コロナウイルス感染症の影響について**

# 2021年12月期 第3四半期決算説明

---

- **2021年3Qは順調に推移**

売上は前年同期比+55%、営業損益は黒字化で好調に推移。

- **売上は高成長を継続**

売上高16.9億円（前年同期比+6.0億円）、高成長が継続。

- **営業損益は3Qで黒字化へ**

営業利益は+0.7億円、3Q（7-9月）では+1.4億円。

- **スタディング事業は引き続き好調に推移**

スタディングの現金ベース売上高は、前年同期比+37%増の18.1億円  
新規有料会員数も前年同期比+28%増の37,742人

- **法人向け教育事業も順調に伸長**

法人教育事業の売上高は、前年同期比+33%増の1.0億円  
AirCourse契約企業数は、前期末比+57%増加の187社（+68社）

# 2021年12月期 第3四半期（累計）業績

売上は、前年同期比+55%増の16.9億円

営業損益はテレビCM投下等、販促強化により前年同期比0.5億円減の+0.7億円

(百万円)

項目	2020年12月期3Q累計 (実績)	2021年12月期 (業績予想)	2021年12月期3Q累計 (実績)	前年 同期比	業績予想 進捗
売上高	1,089	2,282	1,690	55.2%	74.1%
スタディング事業	1,009	2,130	1,582	56.8%	74.3%
法人向け事業	80	151	107	33.8%	70.9%
売上原価	238	382	274	15.1%	71.7%
売上総利益	851	1,900	1,416	66.4%	74.5%
販売費及び一般管理費	726	1,727	1,342	84.8%	77.7%
営業損益	125	173	73	-41.3%	42.6%
経常損益	112	171	72	-35.8%	42.1%
当期純損益	94	200	61	-35.3%	30.4%

# 事業別売上高 第3四半期（累計）

スタディング事業の売上は、前年比+56%と伸長し、成長をけん引  
法人向け教育事業の売上も順調に伸長

(百万円)	2020年12月期 3Q (実績)	2021年12月期 (業績予想)	2021年12月期 3Q (実績)	前年同期比	進捗
売上高合計	1,089	2,282	1,690	+55.1%	74.1%
スタディング事業 売上高	1,009	2,130	1,582	+56.8%	74.3%
法人事業売上高	80	151	107	+33.8%	70.9%

## 第3四半期（7-9月）業績

売上は、前年同期間比（7-9月）+49%増の7.2億円

3Q（7-9月）での営業利益は1.4億円を確保、法人事業も順調に推移。

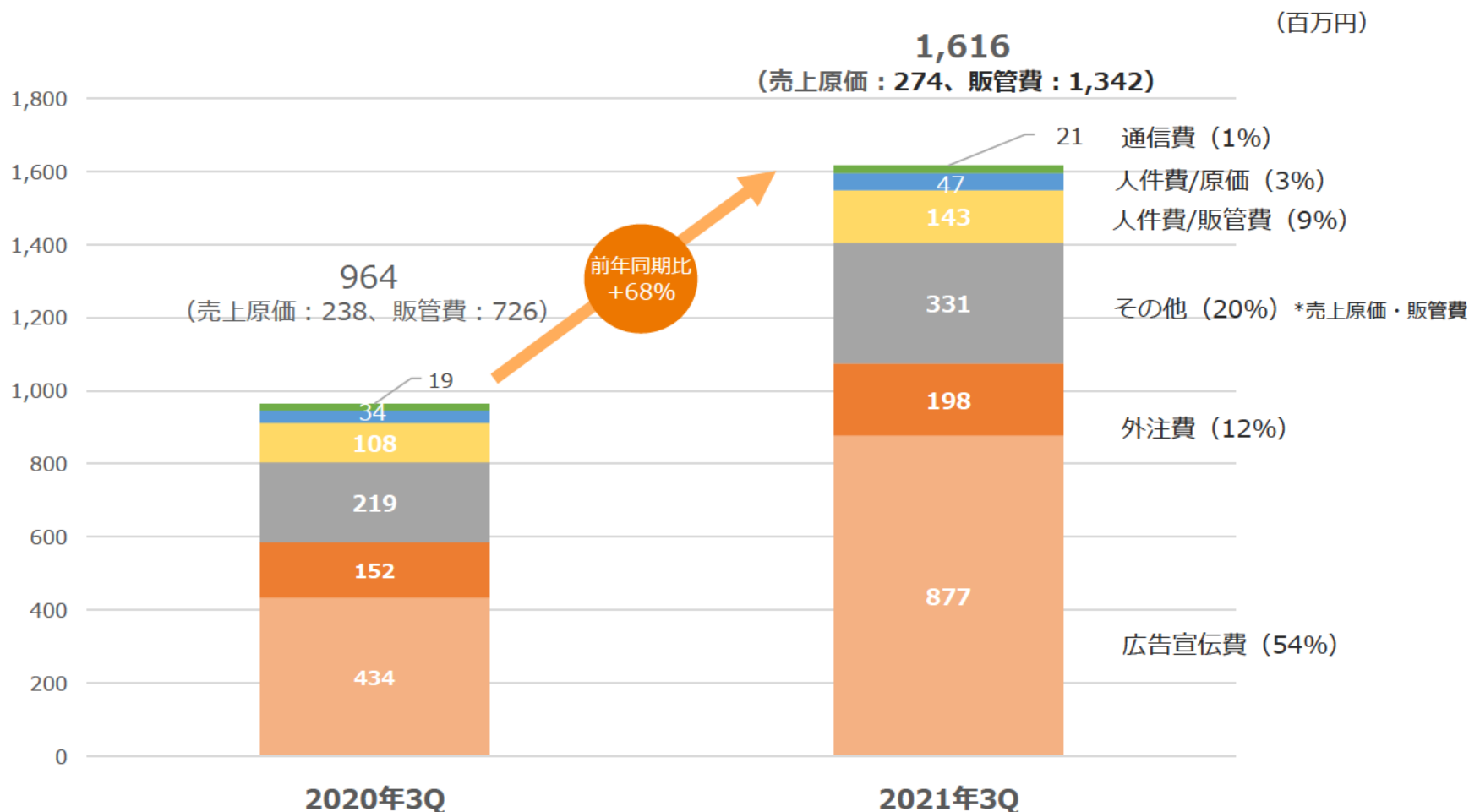
(百万円)

項目	2020年3Q (7-9月実績)	2021年3Q (7-9月実績)	前年同期比
<b>売上高</b>	<b>488</b>	<b>729</b>	49.4%
スタディング事業	467	686	46.9%
法人向け事業	22	42	90.9%
<b>売上原価</b>	<b>81</b>	<b>109</b>	34.6%
<b>売上総利益</b>	<b>408</b>	<b>619</b>	51.7%
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>272</b>	<b>473</b>	74.6%
<b>営業損益</b>	<b>136</b>	<b>145</b>	5.9%
<b>経常損益</b>	<b>125</b>	<b>145</b>	15.2%
<b>当期純損益</b>	<b>107</b>	<b>122</b>	14.0%

# コスト構造（第3四半期（累計））

成長継続に向けた、広告宣伝費と優秀な人材の確保に積極投資

## コスト分析（前年同期比）



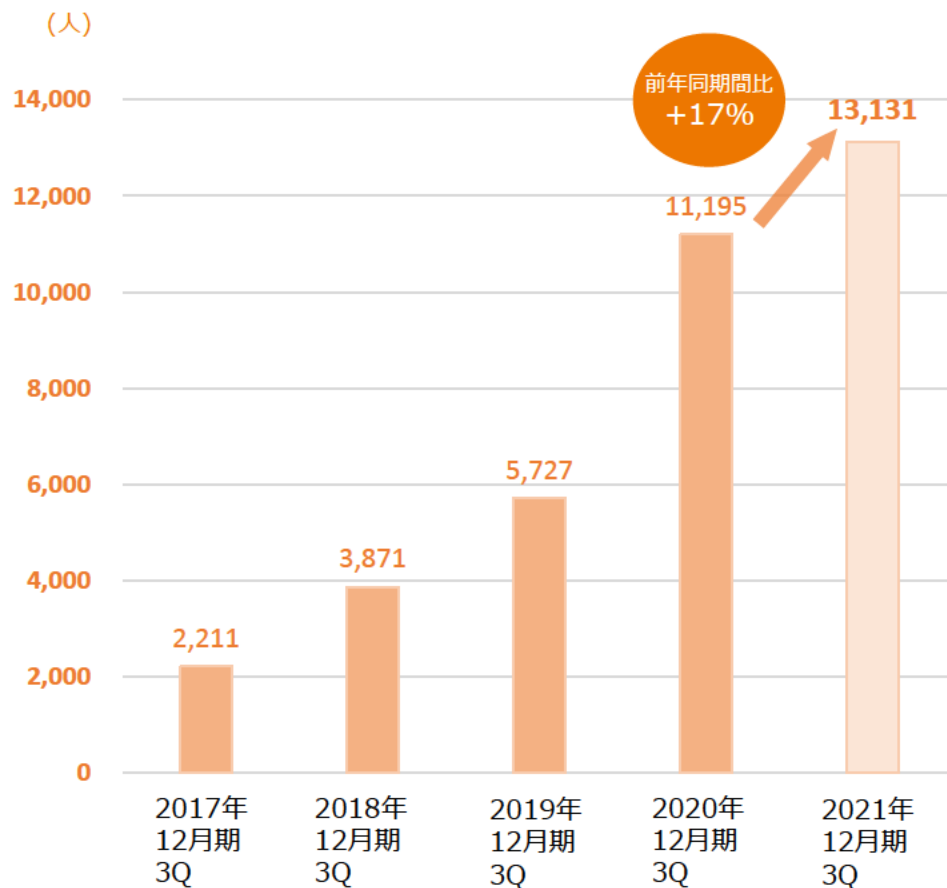
※ 2021年9月末社員数は43人（前期末比+10名）



# スタディング事業：KPI（7-9月比較）

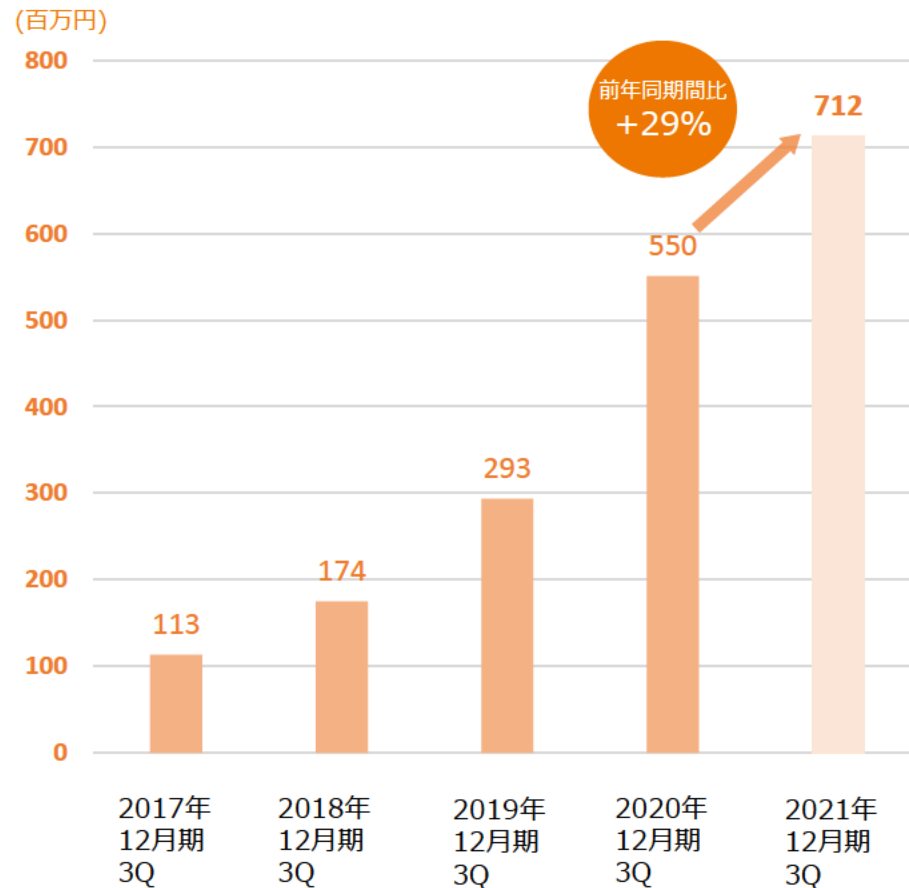
新規有料会員※1は、前年同期間比（7-9月）で+17%増加  
現金ベース売上高※2は同+29%増加となり好調を維持。

## 新規有料会員数



\*法人経由含む

## 現金ベース売上高



\*法人経由含む

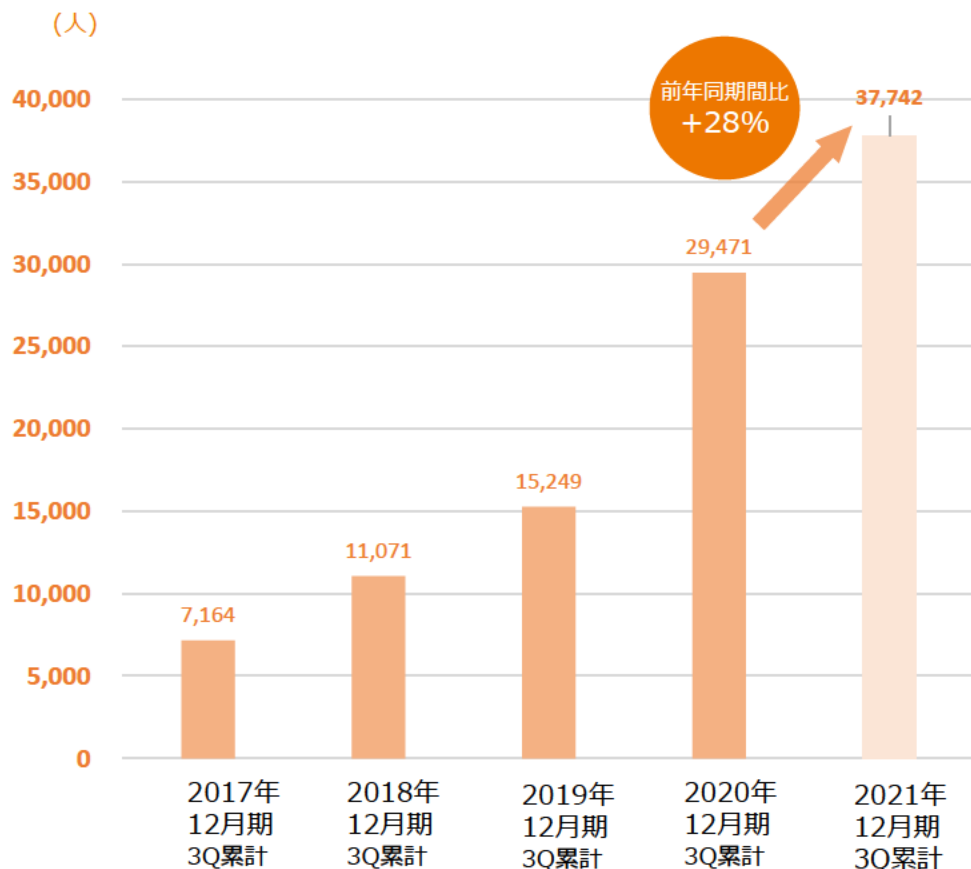
※1：新規有料会員数は、その期において新規に獲得した有料会員（ユニーク）の数

※2：現金ベース売上高は、その期における受注金額（売上高はコースの受講期間に渡って期間按分して計上）

# スタディング事業：KPI（1-9月累計比較）

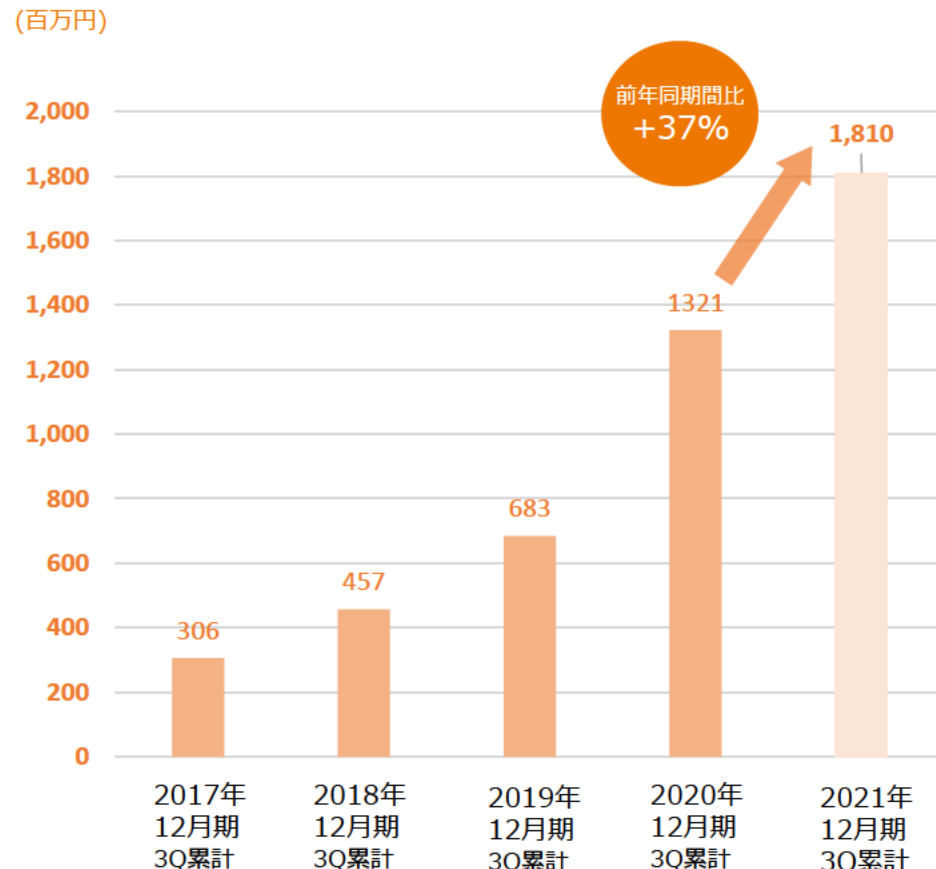
新規有料会員※1は、前年同期間（2020年1-9月）比では+28%  
現金ベース売上高※2は同様に、+37%と好調を維持。

## 新規有料会員数



\*法人経由含む

## 現金ベース売上高



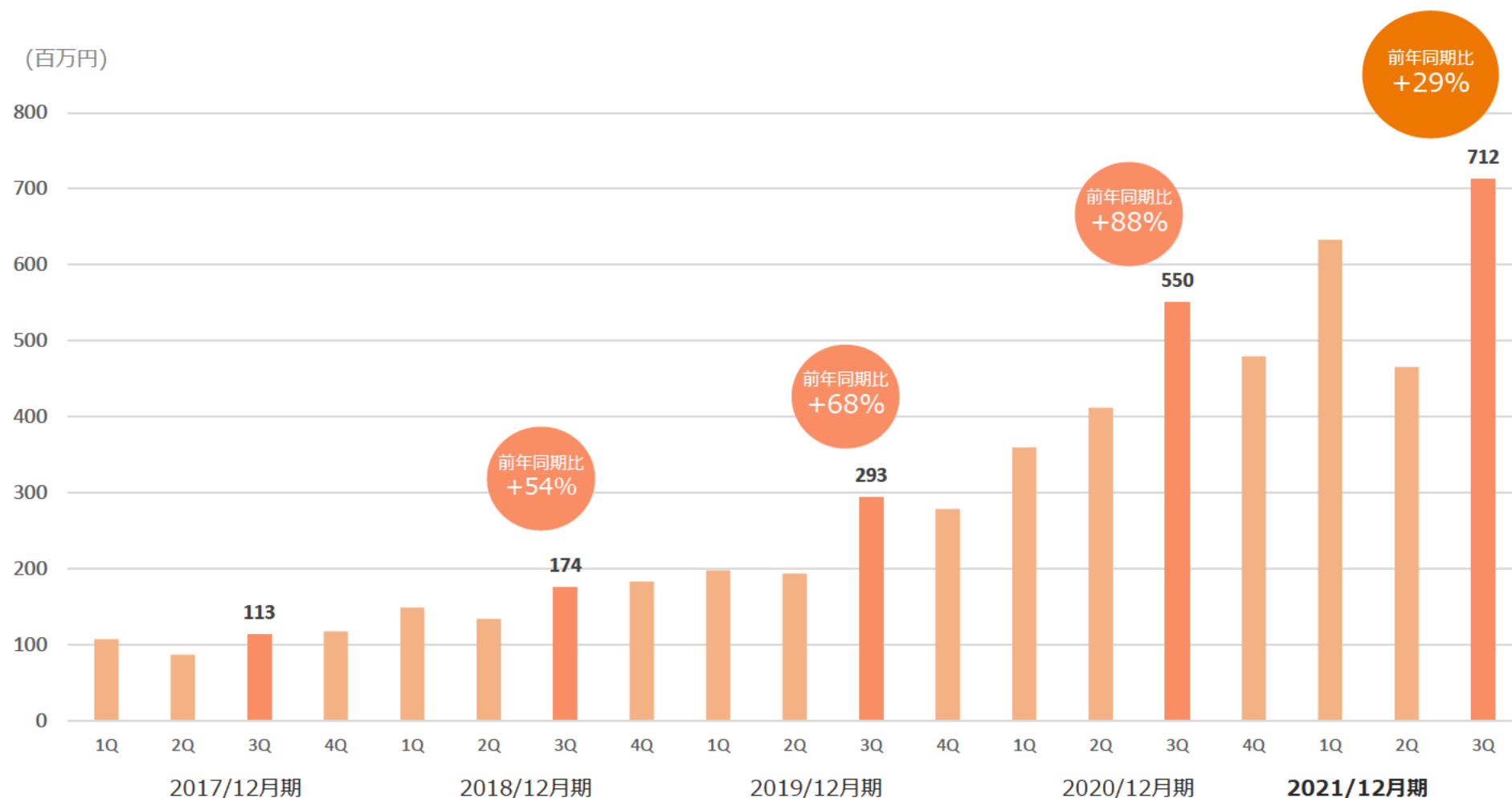
\*法人経由含む

※1：新規有料会員数は、その期において新規に獲得した有料会員（ユニーク）の数

※2：現金ベース売上高は、その期における受注金額（売上高はコースの受講期間に渡って期間按分して計上）

# スタディング事業：現金ベース売上高の四半期推移

第3四半期（7-9月）の現金ベース売上は前年同期比+29%増の7.1億円  
コロナウイルスのプラス効果が顕著であった前年同期を上回る過去最高を更新。



※1：%表記は各決算の第3四半期売上高を比較した際の伸び率（法人経由含む）

# スタディング事業：売上・利益の四半期別傾向

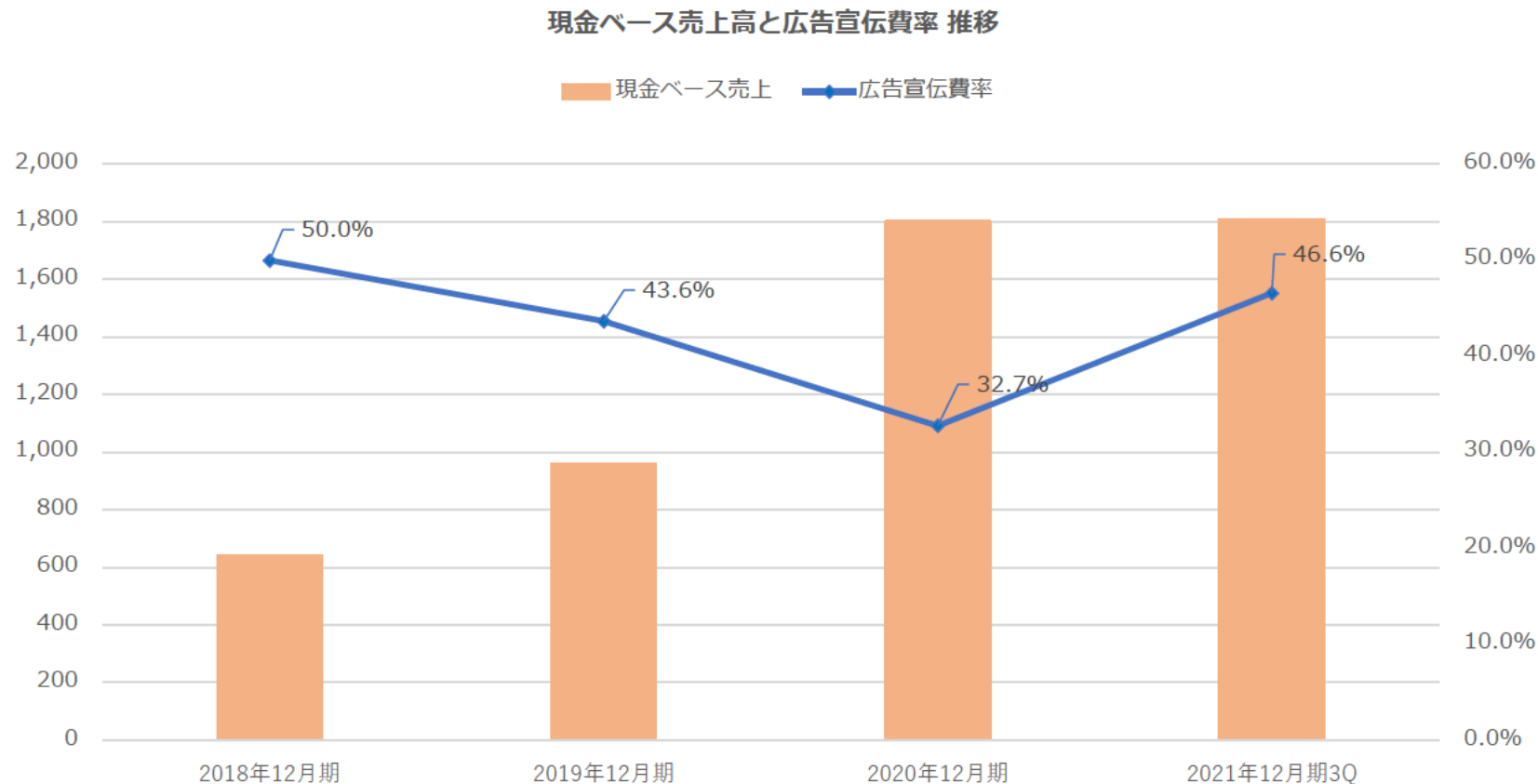
資格業界の需要動向、売上の傾向や現金ベース売上の按分により当社では過年度は下記傾向（ただし新型コロナウイルスの影響により傾向が変わる可能性もあり）

	第1四半期（1-3月）	第2四半期（4-6月）	第3四半期（7-9月）	第4四半期（10-12月）
当社講座の傾向	資格取得を目指し学習を始める人が多い	試験日が少ない	難関資格の試験日が最も多い	試験日がやや多い
現金ベース売上	年初の売上が高く、その後は、やや低い傾向	難関資格の試験直前のため、やや低い傾向	試験直後に、翌年試験に向けた講座の新規購入および更新版コースの購入が増加	翌年試験に向けた講座の購入需要が多い
発生ベース売上	現金ベース売上が長期に按分されるため発生ベース売上の寄与は少ない傾向	現金ベース売上は減少傾向だが、案分された発生ベース売上が積み上がる傾向	主要講座の受講期限が集中し、案分処理された発生ベース売上の当期寄与が増大	現金ベース売上の大半は翌期に案分されるため発生ベース売上の当期寄与は小さくなる
利益の傾向	×	△	◎	○

# スタディング事業：広告宣伝費率

広告宣伝費率※1はテレビCM積極投下により+13.9ポイント上昇、期初想定より改善。

(百万円)



※1: 広告宣伝費率=スタディング事業にかかる広告宣伝費÷現金ベース売上

# スタディング事業：トピックス

- 2021年8月スタディング新CM「夢を叶えた合格者たち篇」を首都圏キー局で放映  
テレビCMにより認知の最大化を図り、資格を取るときの第一想起を目指す



- 新規講座開講**

- 7月 看護師国家試験（医療分野）

- 8月 簿記1級合格コース（会計・金融分野）

- スタディング AI機能を強化**

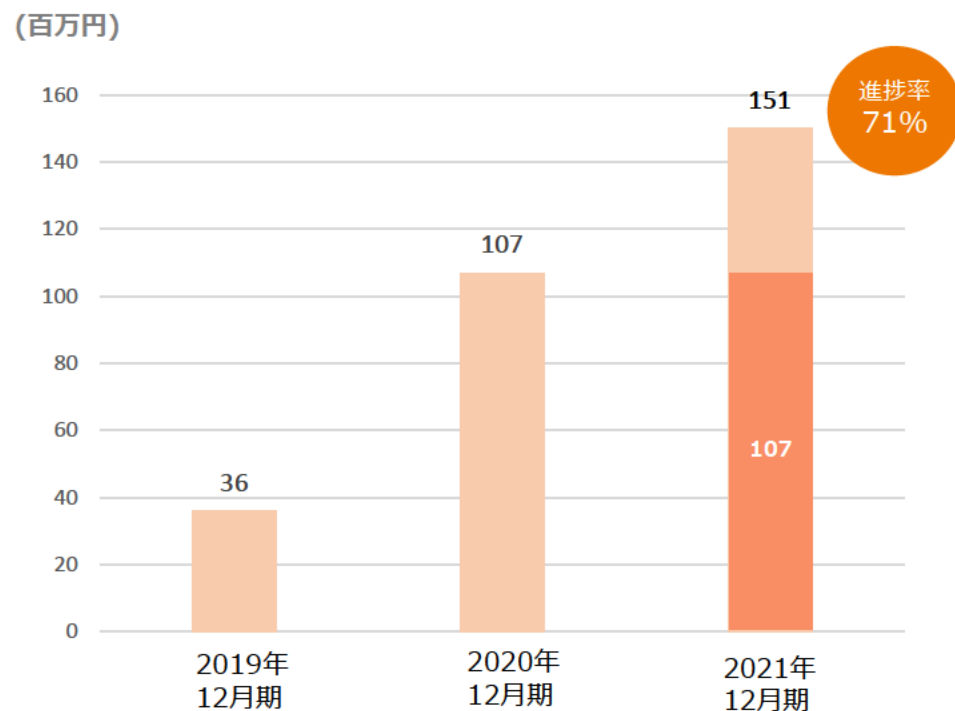
- 9月「AI実カスコア\*」機能をリリース\*特許出願中

AIを活用し、個人の学習データから現在の実力をリアルタイムで確認できる新機能

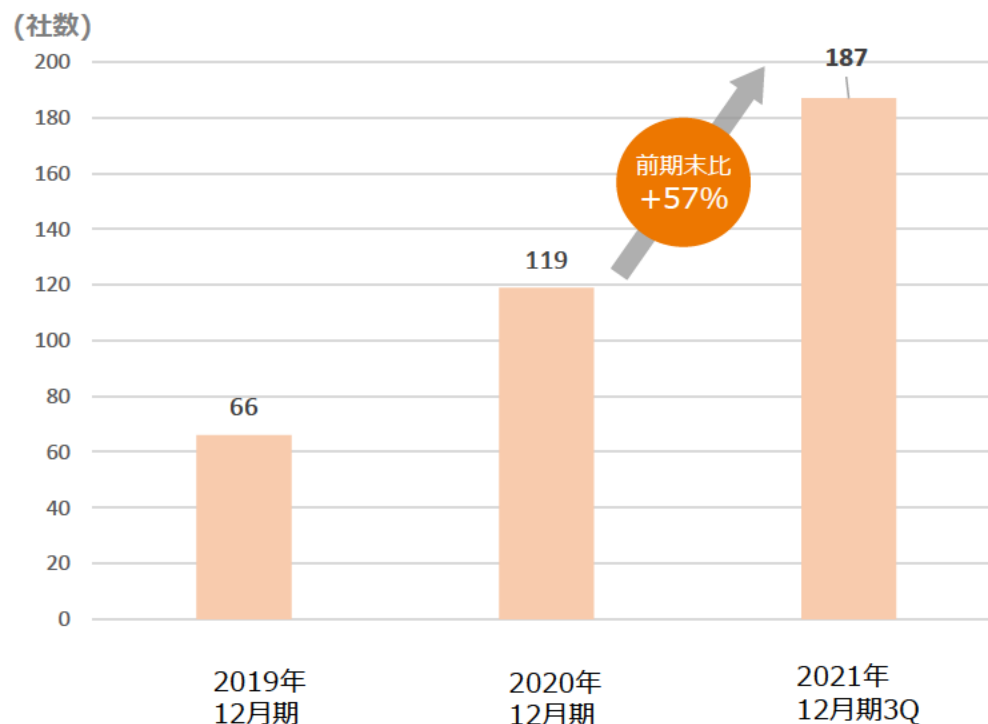
# 法人教育事業：KPI

法人事業の売上伸長に伴い、AirCourse契約企業数は前期末比+57%増（+68社）  
AirCourseの2021年12月期3Q末の平均解約率※1は1.84%、大企業での採用実績増加

## 法人事業売上



## AirCourse契約企業数



※1：平均解約率とは、AirCourseの月次ストック売上（月次売上からスポット売上を引いたもの）について、解約に伴い前月から当月に減少した割合（＝月次解約率）を計算し、その値を年間で平均した数値

# 法人教育事業：トピックス

- AirCourseの受け放題コース（コンテンツ・プラス）に、好評の「MBAシリーズ」につづき「人事評価トレーニングシリーズ」が登場。

コース数は2020年12月末の151コースから2021年9月末で**303コース**に倍増

- 従来多かった中小～中堅（従業員数100人～1000人）の案件に加え、各種新機能の追加で、数千人規模の大規模受注案件が増加

## ＜直近搭載の新機能＞

- 7月 AirCourseのレポート機能についてカスタマイズ機能を搭載
- 8月 SAML認証によるシングルサインオンに対応

## AirCourse導入企業様の一例



育成に関する情報を  
eラーニングで一元管理し、  
運営工数を大幅削減！

株式会社ぐるなび 様

[詳細を見る](#)



eラーニングで「中途入社者への  
オンボーディング」「資格試験  
対策」「福利厚生」をすべてカ  
バー

株式会社ニチイケアパレス 様



ムーブメントにまで発展した社  
内検定試験制度により、受注単  
価15.2%アップを実現

株式会社SHIFT 様



AirCourse導入により研修業務  
の50%の時間削減を実現

リノべる株式会社 様



eラーニングのフル活用が一ひ  
とりの成長を促進する

株式会社ネオキャリア 様



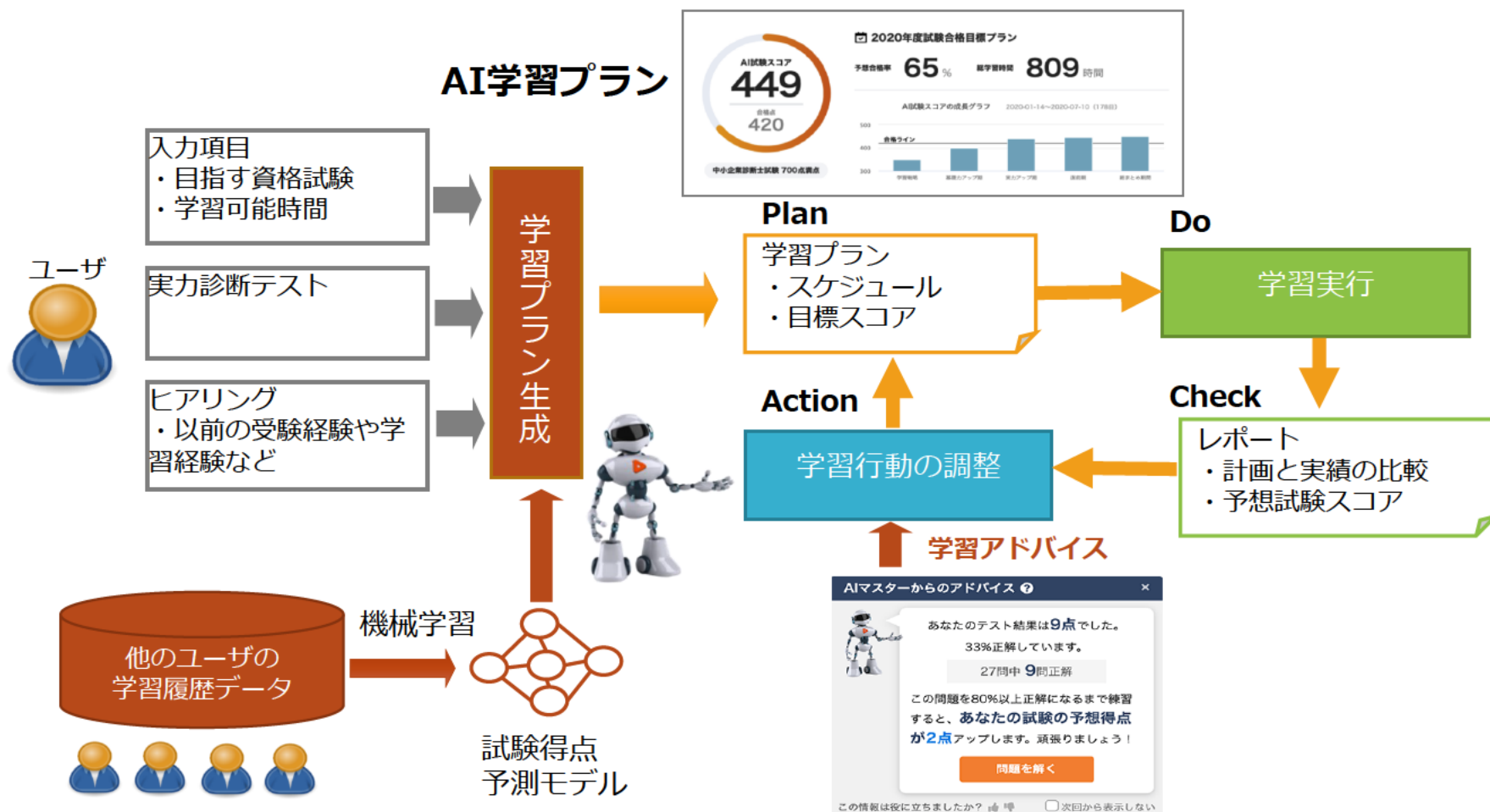
# AI・知財戦略について

---

これまでの画一的な学習の概念を打ち破り、AIと学習データを活用して、人それぞれの能力を最大限に引き出す革新的な取り組みを強化

AI学習プランでは、学習履歴データをAIが分析して試験得点を予測し、受講者ごとに最適な学習計画を作成

今後、AI学習プランや、その他の個別最適化した学習支援機能を順次強化する予定



# 特許【AI学習プラン】 特許第6661139号

## 【AI 学習プランの仕組み】

スタディングには膨大な学習履歴データや問題・模擬試験等の得点データがあります。「AI学習プラン機能」では、これらデータをAIが分析し、何をどれくらい勉強したらどれくらい試験予想得点（AI試験スコア）が向上するかを予測する「試験得点予測モデル」を生成します。これを用いてAIが個別の受講者の試験予測得点が最も高くなると予想される学習プランを作成します。受講者には学習プランにそって日々の学習テーマが提案されるため、効率的に学習をするための支援を得ることができます。



STUDYingさん向けの学習プランを作成しました。

与えられた総学習時間において、あなたの予想得点が最も高くなるような学習スケジュールを作成しました。この学習プランで良ければ「この学習プランを選択」をクリックして、学習をはじめましょう！  
また、学習時間を増やした場合のシミュレーションを行いました。もし、学習時間を増やしたい場合には、「学習時間を変更して学習プランを再作成する」をクリックしてください。

## AI学習プラン開発の背景

資格取得を目指した学習では、動画や問題、過去問などの様々なコンテンツを学習する必要があります。しかし、従来の資格講座では、「いつ、何を、どれくらいの時間学べばよいか」という判断は受講者任せになっていたため、学習スケジュールを受講者が考え、日々進捗管理する必要がありました。しかし、受講者によっては、計画の時点で合格に必要な学習時間が不足していたり、その資格の学習経験が不足しているため効率的なスケジュールが作れず、今日何を学習したらよいか不明確になりがちで、試験合格に向けた効率的な学習ができない問題がありました。

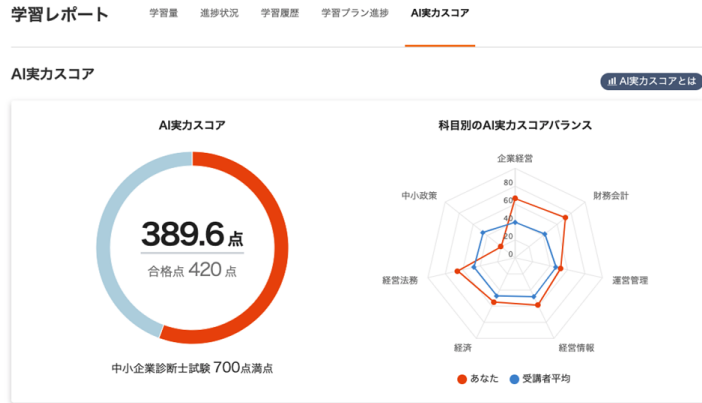
このような問題を解決するための一助としてAIを使って個人別に精度の高い学習プランを作り、日々計画に沿って学習を進めることで合格に導くことをめざす「AI学習プラン機能」を開発しました。



# 特許出願中【AI実カスコア】

## 【AI 実カスコアの仕組み】

スタディングには膨大な学習履歴データや問題・模擬試験等の得点データが蓄積されています。AI実カスコアでは、これらのデータのAIが分析し「あなたが今、試験を受けたとしたら何点取れるのか？」をAIを使って予測します。これにより日々学習を進める中で、現在の科目別・テーマ別の実力をリアルタイムで把握することができ、「この科目はあと何点取れば合格できるのか」「どこが苦手なテーマのか」等が分かり、効率的な試験対策をすることが可能です。



## AI実カスコア 開発の背景

資格試験の多くでは、合格基準点や合格ラインが存在し、受験生はその点数を超えることを目指して日々勉強しています。しかし、これまでの資格勉強では通学型・通信型・オンライン型問わず、自分の実力を測るには模擬試験などのテストを受けるしかありませんでした。これは受験生にとってかなり負担であるとともに毎日実力を確認することは現実的ではありませんでした。

そこで、毎日の学習でどれだけ実力がアップしたのかが分かり、さらに苦手な分野や得意な分野が一目でわかるような仕組みで受験生を助ける機能の開発を行ってまいりました。「AI実カスコア」によって、努力の成果を確認しつつ、苦手を克服し、最短で合格につなげられる一助となることを願っています。



# 新型コロナウイルス感染症の影響について

---

# 新型コロナウイルスの業績への影響

- ・ 前期2Q～3Qで大きかった新型コロナウイルスによる需要増は、現在は落ち着いており、平常状態になっている。
- ・ 一方で教育のDX化は着実に進行、オンラインサービスは新たな競争フェーズに入りつつある。対策としてマス広告による認知度の向上や、Web集客の強化に向けて積極的に投資していく。

## スタディング事業

- ・ オンライン講座の需要増加は落ち着いている
- ・ 従来型教室講座からオンライン講座へのシフトは継続
- ・ 競合のオンライン講座の強化、Webマーケティングの強化の動きがみられる

## 法人向け研修事業

- ・ eラーニングの需要増加は落ち着いている
- ・ 集合型研修から、オンライン研修やeラーニングへのシフトは継続
- ・ 展示会や訪問営業で集客していた手法がオンラインに移行し、Webマーケティングに推移している

# ご留意事項

---

本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。

これらの将来展望に関する表明の中には、さまざまなリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。

当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

本資料における将来展望に関する表明は、現時点において利用可能な情報に基づいて当社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。