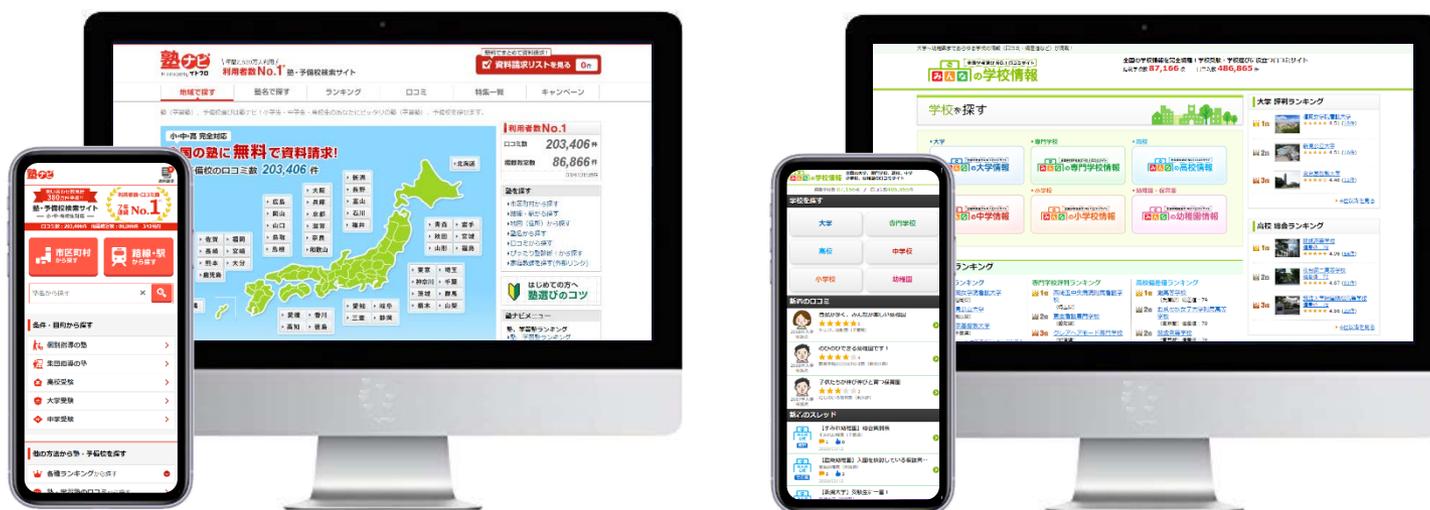


# 2022年10月期 事業計画及び成長可能性に関する事項



## イトフ

東証グロース 6049  
2022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。

# 事業概要及び ビジネスモデル

## 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

『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80,000教室以上、口コミ掲載数24万件以上



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65万件以上



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



領域  
No.1  
※5

- ※ 上記画像は全てサイトイメージであり、数値はいずれも2022年12月22日時点の数値 ※ 上記「No.1」表記は、各調査における「利用者数1位」を指します
- ※1 2022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（2022年3月）  
調査対象：子供を学習塾・予備校に通わせている、もしくは通わせたい経験があり、インターネットにて塾を探したことのある母親（30-50代）
- ※2 検索サイトNo.1調査「みんなの学校情報」 実査委託先：ステラアソシエ株式会社（2022年9月） 調査対象：10-20代の学生、10-20代の学生の保護者
- ※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（2022年3月） 調査対象：30~50代
- ※4 医学部予備校検索サイト掲載予備校数調査 自社調べ（2022年6月）
- ※5 習い事教室を探す際に利用したサイト アンケート調査（2022年11月） 実査委託先：株式会社セレス 調査対象：25歳~49歳までの女性

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



※ ユーザーは、主に自然検索と広告経由により流入  
広告経由の流入においては、リスティング広告（検索連動型広告、ディスプレイ広告）を中心とする広告宣伝費が発生

# ビジネスモデル② アドネットワーク広告による報酬 イトワロ

メディアへGoogle AdSenseなどのアドネットワーク広告を掲載し  
訪れたユーザーがクリックすることで、報酬を収受（みんなの学校情報などで実施）



ポイント

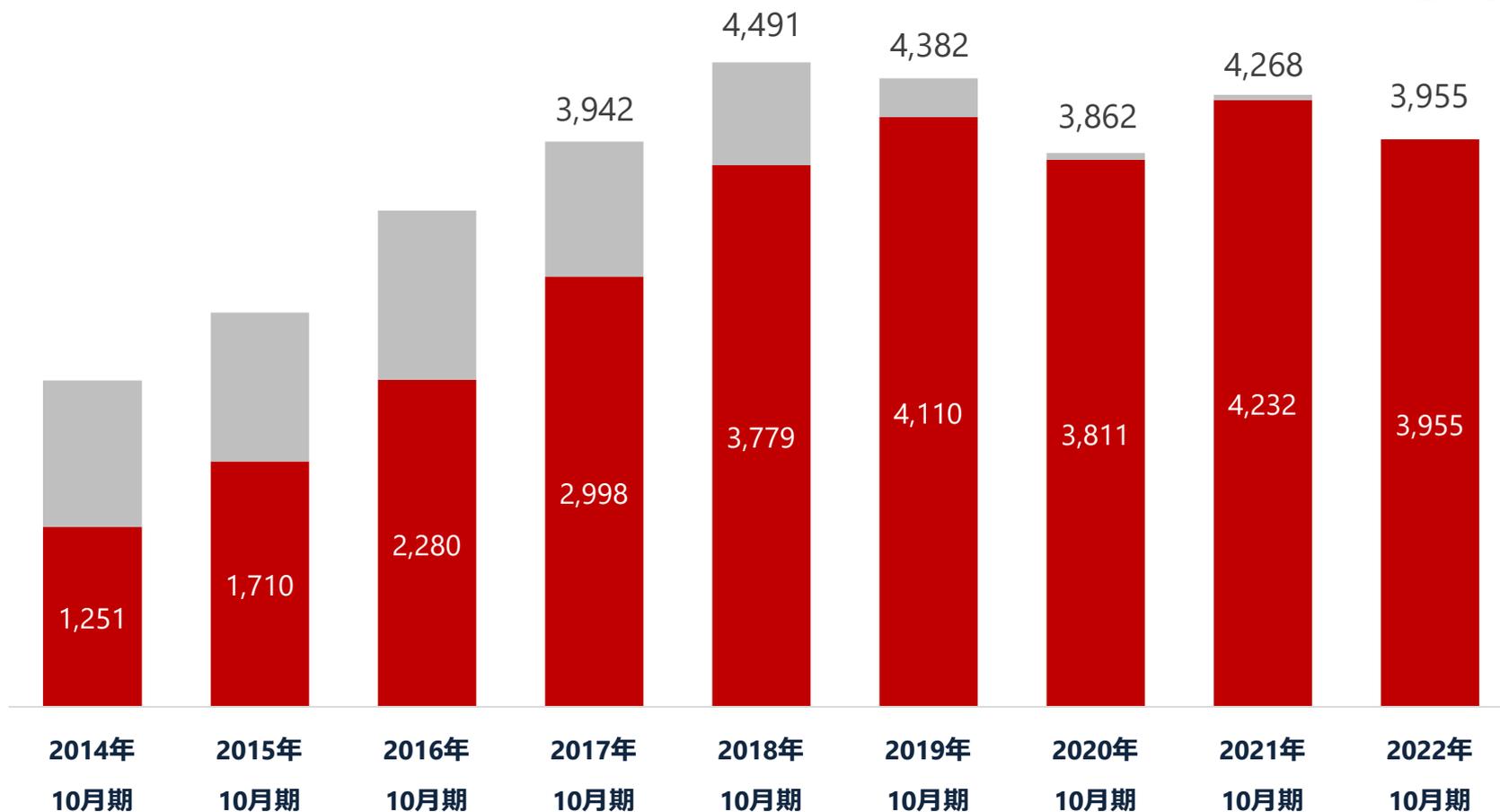
PVが増加すれば  
売上高も増加

教育メディアサービスは安定的に成長

引き続きその他サービスを縮小し、教育メディアサービスに注力

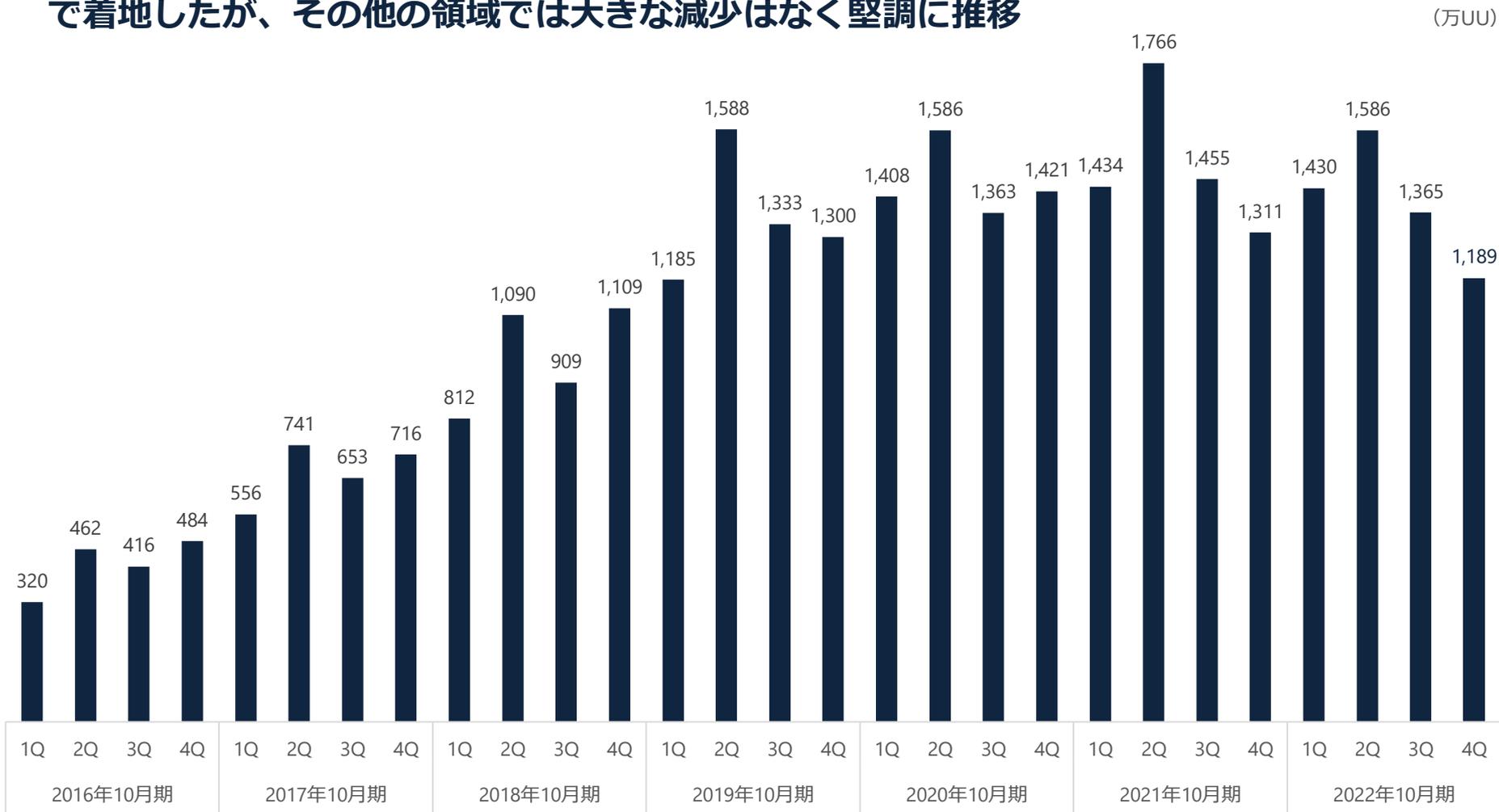
■ 教育メディアサービス ■ その他サービス (金融メディア / コンサルティングサービス)

(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。

- ・ 月間ユーザー数は1,500万超と、多数のユーザーからの支持
- ・ 2022年10月期は『みんなの学校情報』の内の非注力領域である大学領域においてユーザー数が減少したことが影響し、第4四半期は前年同期比約9%減の1,189万UUで着地したが、その他の領域では大きな減少はなく堅調に推移

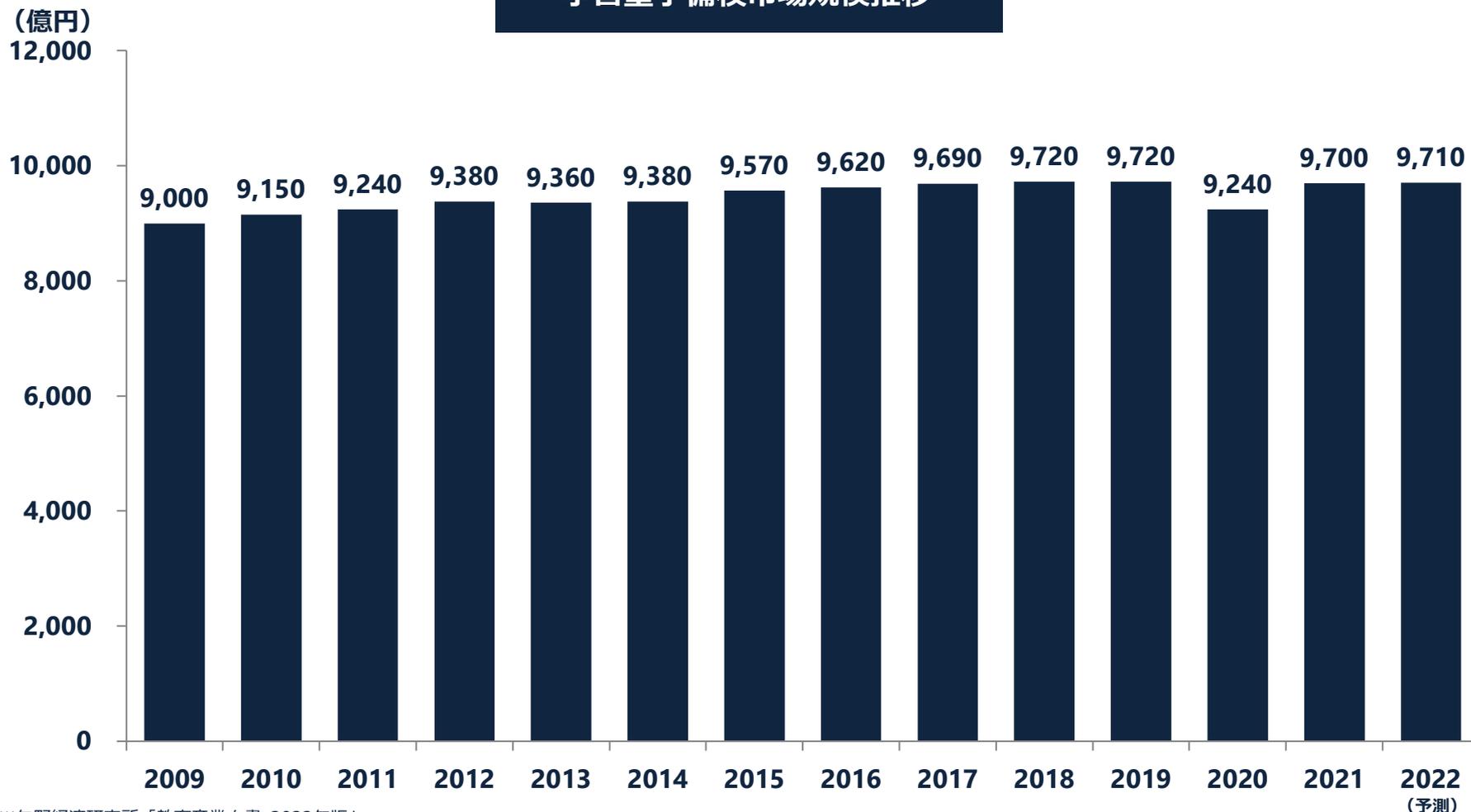


※ UU：各四半期における、弊社教育メディアの月間ユーザーの平均数値

# 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

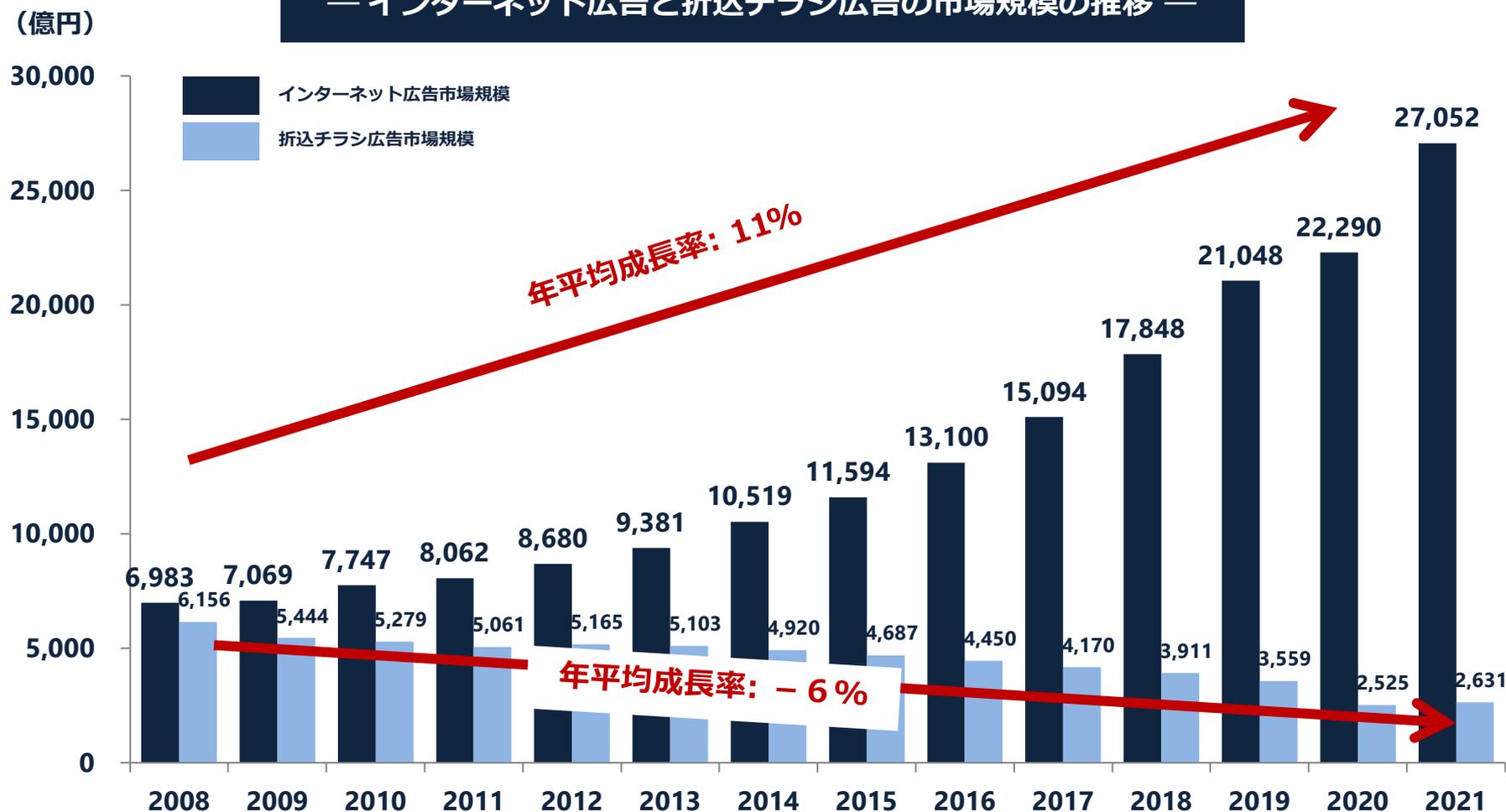
— 学習塾予備校市場規模推移 —



※矢野経済研究所「教育産業白書 2022年版」

チラシやイベントにおける広告予算のインターネット広告への移行の加速等を背景に  
インターネット広告市場が拡大

— 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「2021年 日本の広告費」

# 競争力の源泉

## 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

- ・ 塾ナビ24万件以上、みんなの学校情報65万件以上をはじめとした圧倒的な量の口コミを掲載
- ・ 当社独自のガイドラインに則って原則全ての口コミに審査を行うことでユーザーの求める中立的で優良な口コミコンテンツを掲載

## 口コミ掲載数

塾ナビ



24万 件以上

65万 件以上

教育メディアサービス全体で、月間ユーザー数は1,500万人超※1

## 塾ナビ



領域  
No.1  
※2

## みんなの学校情報



領域  
No.1  
※3

## 家庭教師比較ネット



領域  
No.1  
※4

## 医学部予備校ガイド



領域  
No.1  
※5

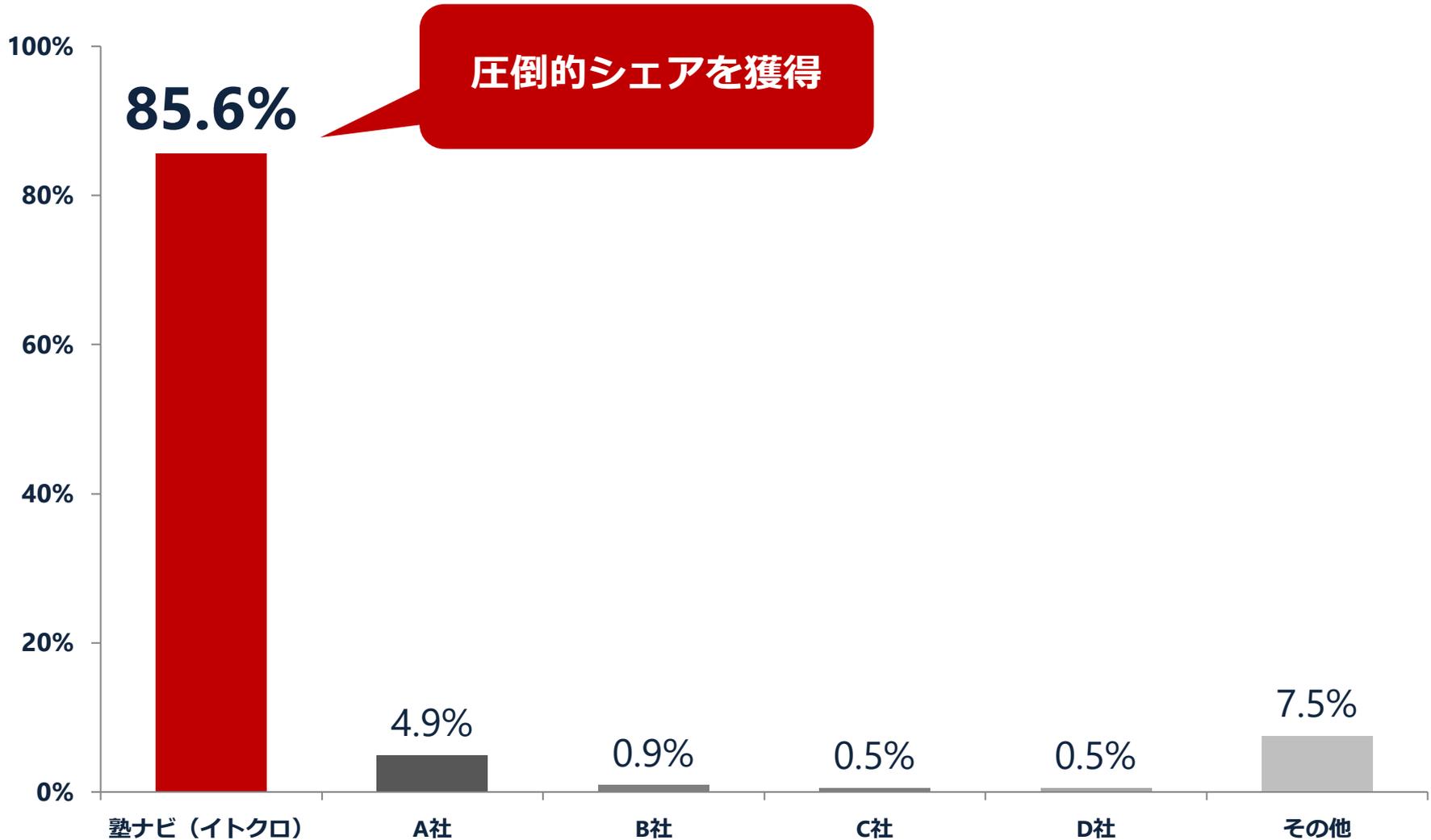
## コドモブスター



領域  
No.1  
※6

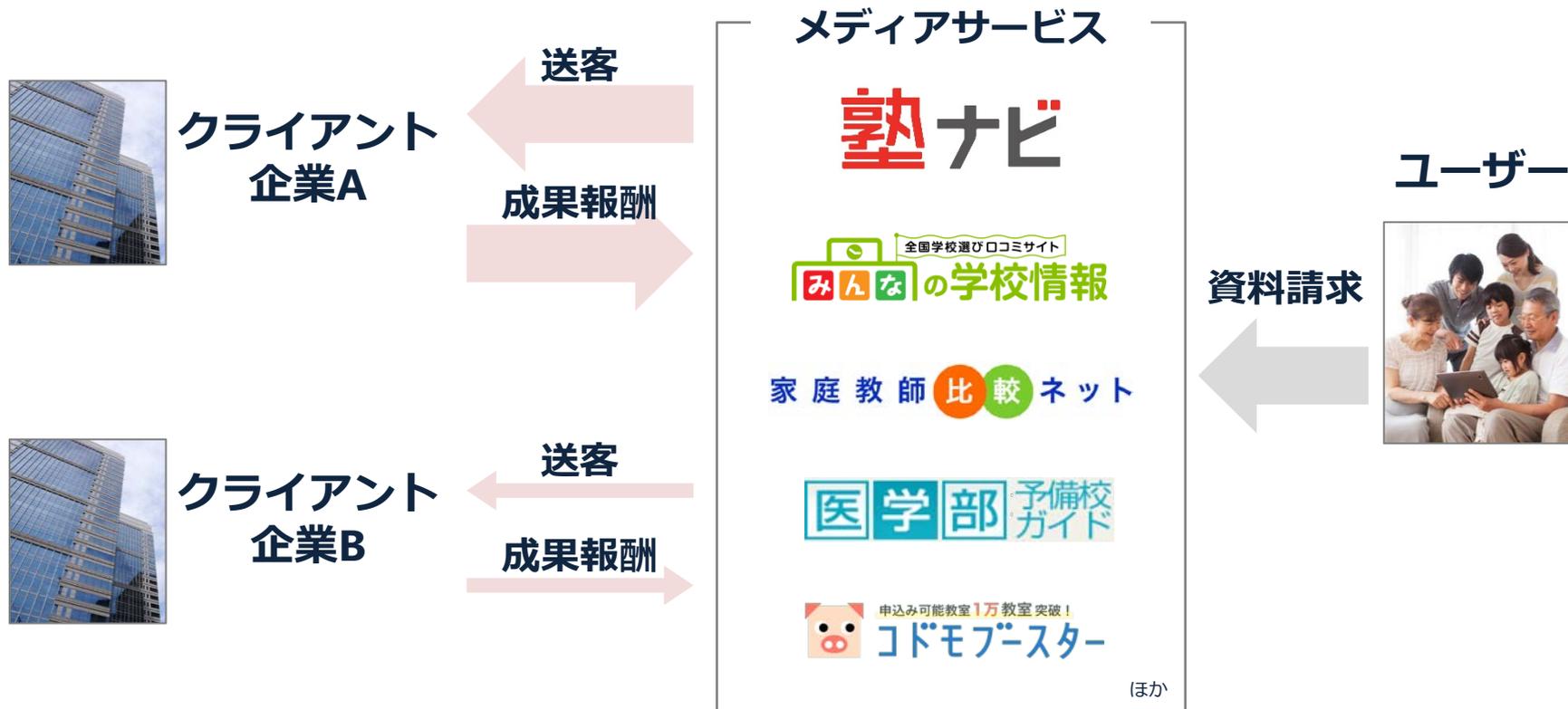
※1 2022年10月期第2四半期における、弊社教育メディアの月間ユーザーの平均数値（UU）  
 ※2 2022年版塾・予備校検索サイトの利用に関する市場実態把握調査 実査委託先：株式会社インテージ（2022年3月）  
 調査対象：子供を学習塾・予備校に通わせている、もしくは通わせた経験があり、インターネットにて塾を探したことのある母親（30-50代）  
 ※3 検索サイトNo.1調査「みんなの学校情報」 実査委託先：ステラアソシエ株式会社（2022年9月） 調査対象：10-20代の学生、10-20代の学生の保護者  
 ※4 家庭教師検索サイトNo.1調査 実査委託先：株式会社インテージ（2022年3月） 調査対象：30~50代  
 ※5 医学部予備校検索サイト掲載予備校数調査 自社調べ（2022年6月）  
 ※6 習い事教室を探す際に利用したサイト アンケート調査（2022年11月） 実査委託先：株式会社セレス 調査対象：25歳~49歳までの女性

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



※ 2022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）  
2022年3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

- ・ ユーザーがクライアント企業へ問い合わせや資料請求等を行い、その件数に応じて報酬をいただく成果報酬型課金システム
- ・ クライアント企業にとって効果が明確で高い費用対効果を実現



# 事業計画の進捗状況

## ▷ 事業計画（2024年までの成長戦略）について

- ・ 当社は、2021年12月10日及び同月24日に、2024年10月期を最終年度とする『2024年までの成長戦略』を発表し、各種施策に取り組んでまいりました。
- ・ しかしながら、新型コロナウイルス感染症の想定以上に継続した拡大、及び『塾ナビ』における競合他社の広告出稿の強化の影響から、『2024年までの成長戦略』における計画値及びKPIを取り下げることといたしました。なお、施策面につきましては継続して取り組んでまいります。
- ・ 2023年10月期計画については、一部更新をして掲載いたします。
- ・ 新たな『成長戦略』の策定につきましては、策定次第改めて公表いたします。

## ▷ 進捗状況の公表について

- ・ 上記の競争環境を鑑み、戦略やノウハウの流出による競争力の低下を防ぐため、『2024年までの成長戦略』において発表した情報のうち『塾ナビ』『医学部メディア』『コードモブースター』の業績推移及び『みんなの学校情報』の各種KPIについて、2022年10月期の進捗状況の公表を差し控えさせていただくことといたしました。
- ・ なお、教育メディアサービス売上高推移、全社業績推移及び『みんなの学校情報』業績推移については、昨年発表した計画に対する2022年10月期の進捗状況を公表することといたします。

- ・ 2022年9月発表の計画通り広告宣伝費※<sub>1</sub>を戦略的に投下し、売上高、営業利益ともにほぼ修正後の計画通り着地
- ・ コドモブースターののれんの減損損失1.5億円を計上し、当期純利益が減少

(単位：百万円)

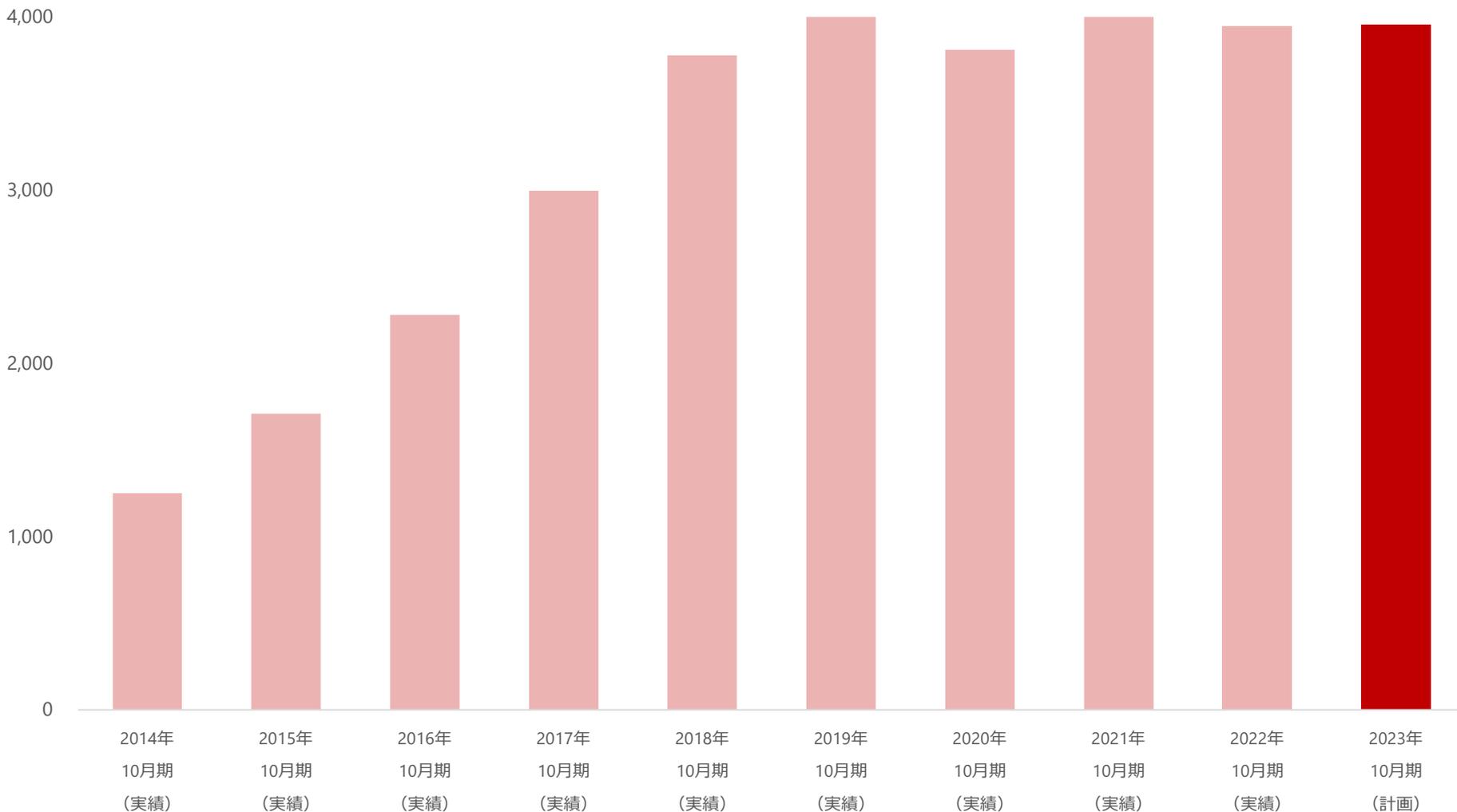
	2022年10月期 計画※ <sub>2</sub>	2022年10月期 実績	計画対比
売上高	4,000	3,955	-45
営業利益	-200	-197	+3
経常利益	-200	-202	-2
当期純利益	-190	-337	-147

※<sub>1</sub>：2022年10月期における広告宣伝費は2,303百万円です

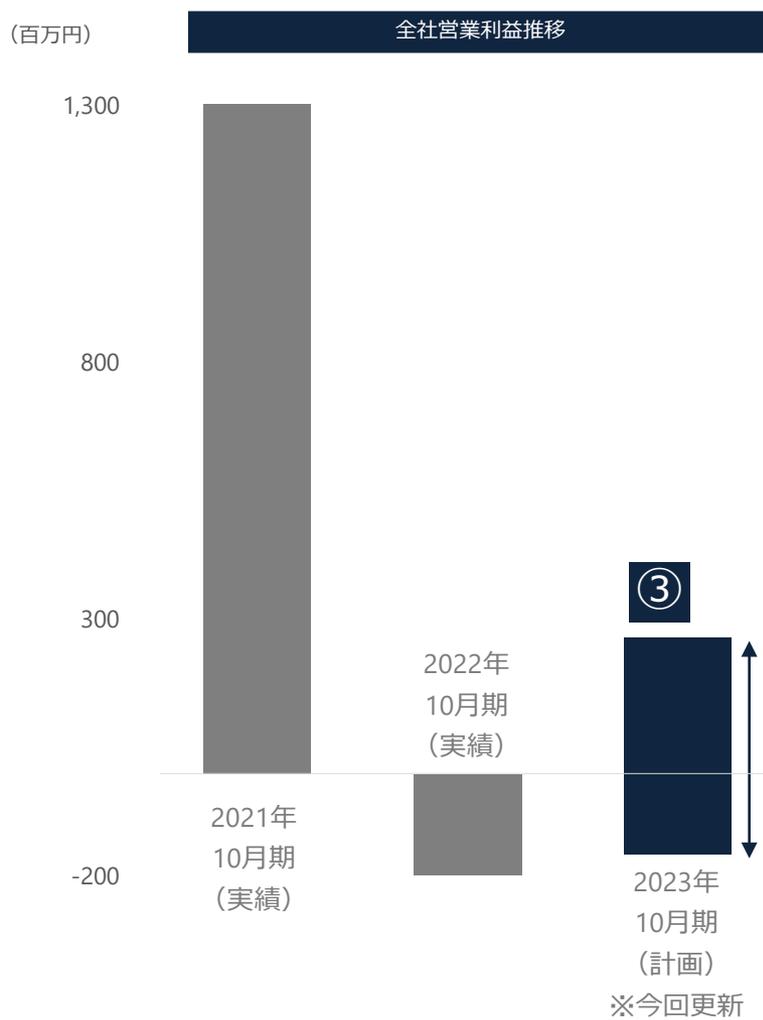
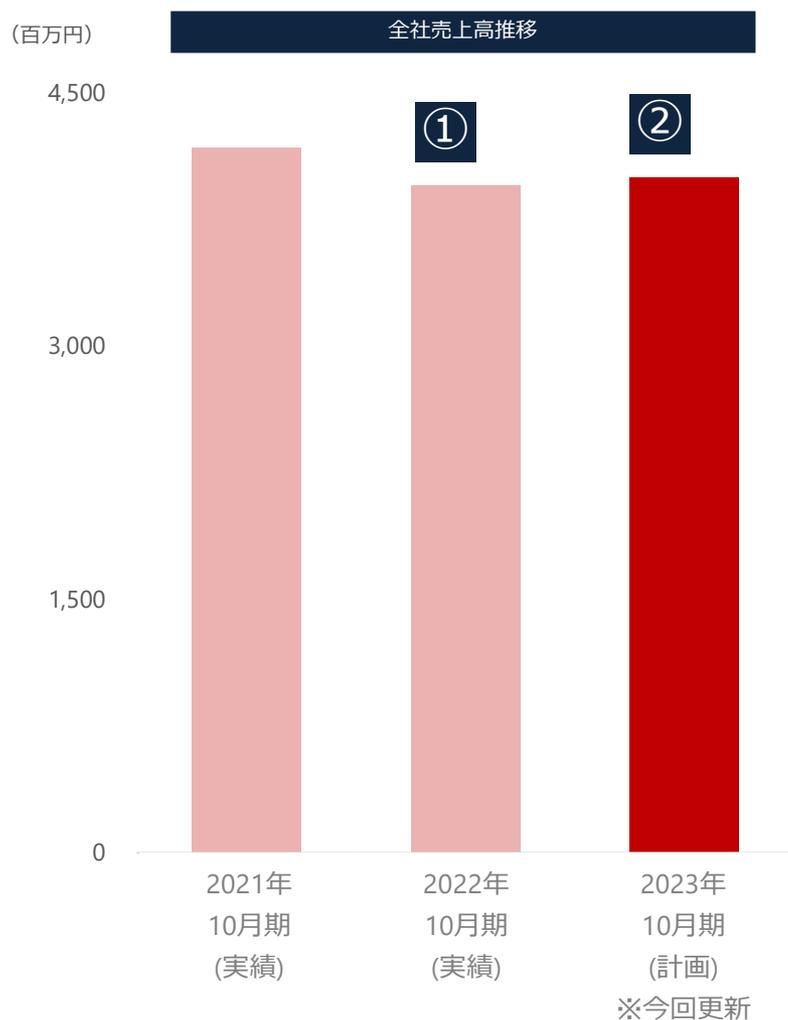
※<sub>2</sub>：2022年10月期計画は、2022年9月9日に発表した通期業績予想修正後の数値

- ・ 2022年10月期は新型コロナウイルス感染症の拡大、及び『塾ナビ』における競合他社の広告出稿の強化の影響を受け、9月に業績予想の修正を発表
- ・ 修正後は計画通り広告宣伝費を戦略的に投下し、ほぼ計画通り着地

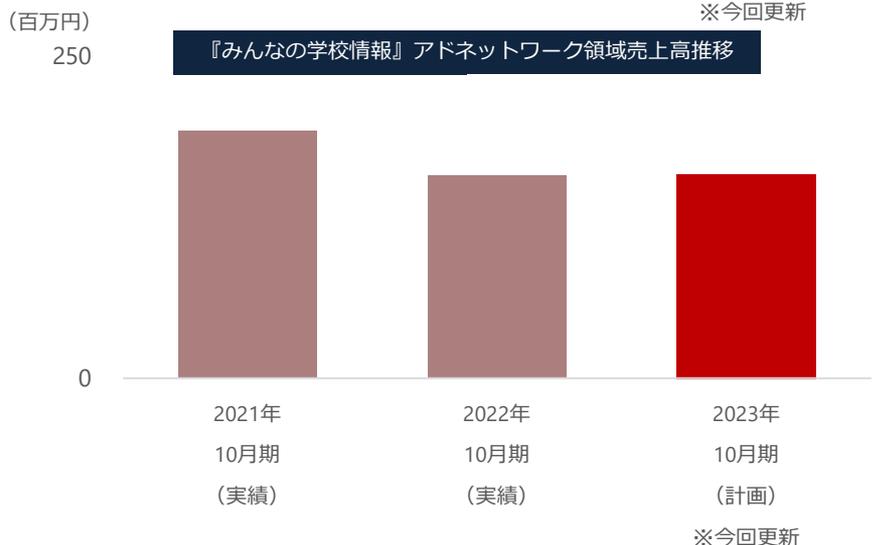
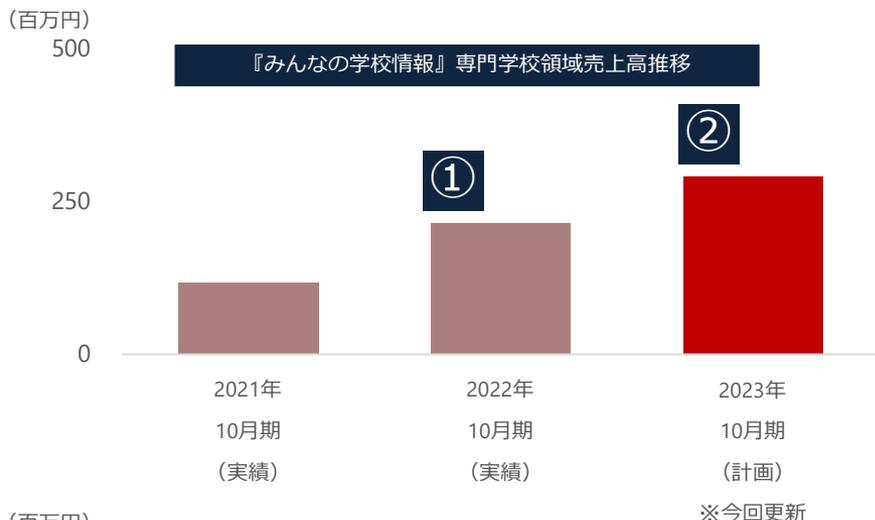
(百万円)



- ① 2022年10月期は9月発表の計画通り広告宣伝費を戦略的に投下し、売上高、営業利益ともにほぼ修正後の計画通り着地
- ② 売上高は2023年10月期も引き続き安定成長を見込む
- ③ 状況に応じて広告の出稿強度を変更することを考慮し、営業利益はレンジ予想とする



- ① 専門学校領域はサイト改善が功を奏し、売上高は計画対比+15%、前年対比+85%と大きく成長  
特にユーザーのニーズをうまく捉えたサイト改善を実施することができ、CVR及び一人あたりの平均資料請求件数が伸長
- ② 2023年10月期も専門学校領域においてユーザビリティの改善を継続し、CVR及び平均資料請求件数を向上させ、売上高は前年対比約30%拡大を目指す



- ① 『塾ナビ』の圧倒的シェアを維持するために、戦略的に必要であると判断した期間においては今後も広告出稿の強化を継続しより安定した成長を目指す
- ② 『みんなの学校情報』『コドモブースター』は引き続き高い成長率での成長を目指す
- ③ 状況に応じて広告の出稿強度を変更することを考慮し、営業利益はレンジ予想とする

(単位：百万円)

	2022年10月期 実績	2023年10月期 計画	YoY
売上高	3,955	4,000	+45
営業利益	-197	-150～+250	+47～447
経常利益	-202	-150～+250	+52～452
当期純利益	-337	-160～+120	+177～457

- ・『塾ナビ』の圧倒的シェアを維持するために、戦略的に必要であると判断した期間においては今後も広告出稿の強化を継続しより安定した成長を目指す
- ・『みんなの学校情報』『コドモブースター』はユーザビリティの改善を継続し売上高の成長を見込む

#### ▷ 『塾ナビ』

- ・学習塾業界におけるリスティング広告の広告単価は高騰しているものの圧倒的シェアを維持するため戦略的に必要であると判断した期間においては今後も広告出稿の強化を継続し、売上高はほぼ横ばいを想定

#### ▷ 『みんなの学校情報』 専門学校領域

- ・ユーザビリティの改善を継続し、CVR及び平均資料請求件数を向上させ売上高は前年対比約30%拡大を目指す

#### ▷ 『コドモブースター』

- ・ユーザビリティの改善を継続し、売上高の拡大を目指す

# サステナビリティ 関連情報

## 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

## 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

自分や自分の子どもが受ける教育を、十分な情報がない中で選択する  
それがこれまでの当たり前でした

イトクロは、口コミをはじめとしたユーザーにとって価値ある情報を集め  
分かりやすく整理し、メディアを用いてユーザーへ提供することで  
より一人ひとりにあった教育を選択できるようにします

そうして「教育選びのインフラ」を整え、すべての人が十分な情報の中から  
教育を選択できることを当たり前にします

この「教育選びのインフラ」を通じて  
すべての人が一人ひとりの個性や特性にあった教育と出会い  
より豊かな人生を送ることのできる社会を実現します

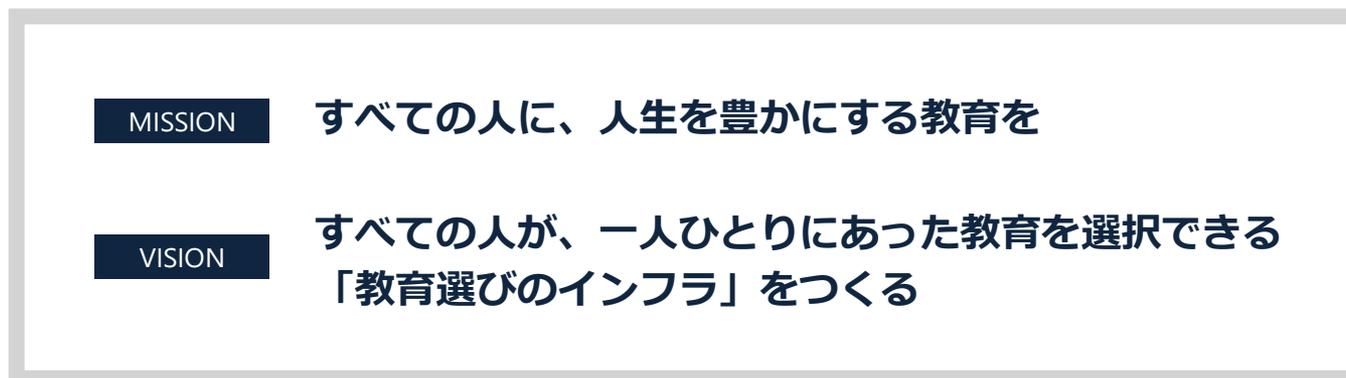
当社は「すべての人に、人生を豊かにする教育を」をミッションに  
月間ユーザー数1,500万※を超える教育メディアを展開しております

そして、当社の事業における社会的インパクトと経済的リターンは本質的に一致しており  
当社の教育メディアの拡大によって、より多くの人々が教育への公平なアクセスを得られることが可能となり  
SDGs目標4「質の高い教育を みんなに」をはじめとした様々なSDGsの達成に貢献することができます

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



当社は、事業を通じて社会課題の解決を目指すと同時に  
企業経営のプロセスにおいてESGの視点を重視し、企業価値の最大化を目指します



当社では、2021年に策定した5つのマテリアリティ（重要な課題）に基づいた取り組みを継続して実施しております※

今後もサステナビリティ課題への取り組みに関する監督機関である取締役会のもと項目の見直しを定期的に行う予定です

マテリアリティ	達成を目指すSDGs	ESG該当項目
① 教育選びにおける情報の非対称性の解消	  	Social - 社会 -
② 「長く一緒に働ける会社」に向けた取り組み	   	Social - 社会 -
③ プライバシー管理・データセキュリティの強化	 	Social - 社会 -
④ 事業活動を通じた気候変動・環境問題への対策	  	Environment - 環境 -
⑤ ガバナンス・リスク管理の強化	 	Governance - ガバナンス -

※ESG情報開示実践ハンドブックやSASBスタンダード等を参考に作成し、取締役会にて妥当性及び重要性に関する評価・検討を経て策定しております。

<p>達成を目指すSDGs</p>	<p>4 質の高い教育をみんなに</p> 	<p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p> 	<p>10 人や国の不平等をなくそう</p> 	<p>ESG該当項目</p>	<p>Social - 社会 -</p>
<p>マテリアリティ (重要な課題)</p>		<p>教育選びにおける情報の非対称性の解消</p>			

## 1) 国内最大級の教育メディアを通じて、より多くの人々が、あらゆるレベルの教育への公平なアクセスを得られるようになります

- 塾・予備校※1、高校・大学・専門学校※2、家庭教師※3、医学部予備校※4、習い事※5と、各教育領域特化型メディアにおいて利用者数国内No.1
- 教育メディアサービスの月間ユーザー数は1,500万超※6
- 今後も複数の教育領域において事業展開を検討しており、ミッション「すべての人に、人生を豊かにする教育を」の達成に向けて、ユーザーの求めるサービス作りを続けてまいります

## 2) 主な事業である教育メディアを通じて、ユーザーの求める中立的な優良コンテンツの提供に努めることで、教育選びにおける情報の非対称性の解消に貢献しております

- ユーザーから投稿される口コミに対し、当社独自のガイドラインに則ったシステム等を通して、全てに審査を行っており、違法・不適切な表現を含む口コミが掲載されないよう最大限努めております
- 当社独自のチェックシステムを開発・使用する等、より精度高く不適切な書き込みを抽出するとともに、適宜システムの改善にも努めております
- 不適切な書き込みを発見できなかった場合、あるいは発見が遅れた場合においても、外部の各種専門家の協力のもと適時かつ適切に対応することで、影響の極小化に努めております

※1 2022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（2022年3月）

※2 検索サイトNo.1調査「みんなの学校情報」 実査委託先：ステラアソシエ株式会社（2022年9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（2022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（2022年6月）

※5 習い事教室を探す際に利用したサイト アンケート調査（2022年11月） 実査委託先：株式会社セレス

※6 2022年10月期第2四半期における、弊社教育メディアの月間ユーザーの平均数（UU）

<p>達成を目指すSDGs</p>	<p>3 すべての人に健康と福祉を</p> 	<p>5 ジェンダー平等を 実現しよう</p> 	<p>8 働きがいも 経済成長も</p> 	<p>10 人や国の不平等 をなくそう</p> 	<p>ESG該当項目</p>	<p>Social - 社会 -</p>
<p>マテリアリティ (重要な課題)</p>	<p>「長く一緒に働ける会社」に向けた取り組み</p>					

1) 2015年より「長く一緒に働ける会社」をスローガンに、充実した福利厚生制度を構築することで、子育て世代をはじめとする多様な職員が、性別や人種の区別なく働きやすい職場環境づくりに努めております

<p>家賃補助制度</p> 	<p>育児短時間勤務制度</p> 	<p>子育てサポート制度</p> 	<p>特別休暇制度</p> 	<p>従業員持株会制度</p> 	<p>社員面談制度</p> 
<p>休職制度</p> 	<p>ジョブリターン制度</p> 	<p>慶事列席支援制度</p> 	<p>クラブ活動支援制度</p> 	<p>慶弔金および見舞金制度</p> 	<p>社内懇親会費用補助制度</p> 
<p>ホットライン制度</p> 	<p>単身赴任者帰省 手当支給制度</p> 	<p>転勤に関する 費用補助制度</p> 	<p>社員貸付金制度</p> 	<p>バースデーカード制度</p> 	<p>ベビーシッター 利用者支援制度</p> 

新規追加

<p>達成を目指すSDGs</p>	<p>3 すべての人に健康と福祉を</p> 	<p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p> 	<p>8 働きがいも経済成長も</p> 	<p>10 人や国の不平等をなくそう</p> 	<p>ESG該当項目</p>	<p>Social - 社会 -</p>
<p>マテリアリティ (重要な課題)</p>	<p>「長く一緒に働ける会社」に向けた取り組み</p>					

## 2) 従業員がパフォーマンスを最大限に発揮できるよう、適宜外部ツール等の活用も交え従業員の能力開発・環境づくりに非常に力を入れております

- 当社の特徴は、小規模組織、幅広い裁量、経営陣との距離の近さ、自身で考えて行動できるようになる育成風土です
- そうした特徴のある組織を維持成長させるために、できるだけ「個々人の能力や可能性にあわせて組織の形を変える」体制をとっております
- 外部の組織診断ツールや、他社が提供する研修機会（ハラスメント研修、メンタルヘルス研修）を積極的に活用し、従業員のストレスマネジメントやモチベーション管理にも積極的に努めております

## 3) リンクアンドモチベーション社が毎年発表する「ベストモチベーションカンパニーアワード」や、オープンワーク社が発表する「働きがいのある企業」で、上位入賞しております

<p>達成を目指すSDGs</p>	<p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p> 	<p>12 つくる責任 つかう責任</p> 	<p>ESG該当項目</p>	<p>Social - 社会 -</p>
<p>マテリアリティ (重要な課題)</p>	<p>プライバシー管理・データセキュリティの強化</p>			

## 1) プライバシーマークの取得をはじめ、お客様の個人情報保護に積極的に取り組み関連する法律、法令、ガイドラインの遵守に努めております

- 2007年より「プライバシーマーク」を認証取得し、本資料提出日現在においてこれを継続しております
- 個人情報保護規程及び情報管理規程を制定し、個人情報を厳格に管理するとともに、全従業員を対象として社内教育を徹底しております

## 2) システム障害やインターネット接続環境の不具合への対応、データセキュリティの強化を目的として、平時より以下をはじめ十分な対策に努めております

- 製品の不具合情報や対処情報の収集
- 過去発生した障害に関する原因の分析結果と再発防止策の社内共有
- 故障発生時の運用体制の構築や障害監視システムの継続的強化
- システムの冗長化による可用性の担保
- 障害発生時対応フローの全社共有と定期的な読み合わせ・見直し

<p>達成を目指すSDGs</p>	<p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p> 	<p>12 つくる責任 つかう責任</p> 	<p>13 気候変動に具体的な対策を</p> 	<p>ESG該当項目</p>	<p>Environment - 環境 -</p>
<p>マテリアリティ (重要な課題)</p>	<p>事業活動を通じた気候変動・環境問題への対策</p>				

## 1) 事業活動を通じて、紙媒体の消費による環境負荷の軽減に貢献しております

- インターネットメディアの運営を通じて、チラシやイベントへの広告出稿がWEBへ移行されることで、ペーパーレス化を推進しております
- 社内においても会議資料のペーパーレス化を推進し、事業活動に係る従業員1人当たりの紙の印刷枚数を削減しております

## 2) 自然災害及び感染症発生時において、従業員等の安全の確保と事業の継続に向けた対策を整えております

- リスク管理規程に基づき非常時に適切に対応するための体制を整備しております
- 全従業員に向けて災害発生時の対応ルール等についても共有をし、従業員等の安全の確保と事業の継続に向けた対策を整えております

<p>達成を目指すSDGs</p>	<p>8 働きがいも 経済成長も</p> 	<p>16 平和と公正を すべての人に</p> 	<p>ESG該当項目</p>	<p>Governance - ガバナンス -</p>
<p>マテリアリティ (重要な課題)</p>	<p>ガバナンス・リスク管理の強化</p>			

**1) コーポレート・ガバナンスの充実化に向けて、3名（過半数）の独立社外取締役を選任するなど、取締役会の監督機能の整備・運用を行っております**

- 取締役5名のうち独立社外取締役を3名（過半数）とする取締役会の体制のもと、経営方針に関する重要事項を審議・決定するとともに、各取締役の業務執行状況の監督を行っております
- 監査・監督機能の強化とコーポレート・ガバナンスの一層の充実を図るとともに、迅速な意思決定と業務執行により、経営の透明性と効率性を図ることを目的とした体制を構築しております

**2) 企業倫理と法令順守の徹底に向けた体制の構築・取り組みを行っております**

- 株主総会、取締役会、監査等委員会、内部監査チームといった機関を有機的かつ適切に機能させ、会社法をはじめとした各種関連法令に則り、適法に運営を行っております
- コンプライアンスや重要な法的判断については、顧問弁護士と連携する体制をとっております
- 関連する各種法的規制などを遵守するよう、社内ルールの充実化及び社員教育を行うとともに、それらの遵守体制を整備・強化しております

取締役5名のうち社外取締役が3名（過半数）と、経営の透明性・客観性を重視した体制をとっております

## 取締役5名

長期にわたり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）

長期にわたり教育業界に従事



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に携わった後  
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）

## 独立社外取締役3名

金融業界における長期の職務経験



社外取締役  
監査等委員

**中安 祐貴**

(なかやす ゆうき)

弁護士として企業法務に精通



社外取締役  
監査等委員

**鈴木 智也**

(すずき ともなり)

金融業界における長期の職務経験



社外取締役  
監査等委員

**忍足 大介**

(おしだり だいすけ)

社外取締役については、専門性及び経営に関する知識・経験・能力を有する3名で構成されております

## 金融業界における長期の職務経験

## 弁護士として企業法務に精通

## 金融業界における長期の職務経験



社外取締役  
監査等委員

**中安 祐貴**

(なかやす ゆうき)



社外取締役  
監査等委員

**鈴木 智也**

(すずき ともなり)



社外取締役  
監査等委員

**忍足 大介**

(おしだり だいすけ)

2006年 UBS証券株式会社入社  
2011年 クレディ・スイス証券株式会社入社  
2015年 株式会社みんせつ 設立  
同代表取締役就任（現任）  
2016年 当社取締役（監査等委員）就任（現任）  
2018年 武士道アセットマネジメント株式会社監査役  
（現任）

2007年 弁護士登録（第一東京弁護士会）  
光和総合法律事務所  
2011年 同事務所パートナー弁護士就任（現任）  
2013年 公益財団法人日本相撲連盟評議員就任（現任）  
2016年 当社取締役（監査等委員）就任（現任）

1994年 朝日監査法人アーサーアンダーセン入社  
1995年 国際電信電話株式会社入社  
1996年 AT&T Jens/AT&T Japan 入社  
1999年 JPMorgan・インベストメント・マネジメン  
ト株式会社（現JPMorgan・アセット・マネジ  
メント株式会社）入社  
2012年 同社 マネージングディレクター  
2017年 株式会社NTTドコモ 入社  
同社 スマートライフ推進部 担当部長  
2018年 当社取締役（監査等委員）就任（現任）  
2018年 株式会社 ABC Cooking Studio 社外取締役  
2018年 株式会社トレタ 社外取締役（現任）  
2019年 株式会社empheal 社外取締役（現任）  
2020年 株式会社NTTドコモアライアンス推進室長  
就任（現任）  
2020年 株式会社グッドイートカンパニー代表取締役  
副社長COO兼CFO（現任）

# リスク情報

当社の事業展開上、顕在時の影響が大きく「特に重要なリスク」と位置づけたリスクについて以下に記載いたします。その他重要なリスクについては、有価証券報告書をご確認ください

想定リスク	顕在化の可能性 (時期)	リスクの内容と顕在化した際の影響	リスクへの対応策
教育市場について	低 (中長期)	教育市場における売上高が当社の売上の大半を占めており、同市場の著しい縮小や変動は、当社の事業や業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社では、教育市場の中でもユーザー層やクライアント層の違う複数領域への事業展開拡大を行うことで、特定の領域に依存しない幅広いポートフォリオを構築しております。また、同市場の動向を慎重に見極めコストコントロールを徹底することで、当該リスクの低減に努めております。
システムやインターネット接続環境の不具合について	中 (特定時期なし)	当社は、主にインターネットを通して、生活関連情報を提供しており、当社のシステムやインターネット接続環境の安定的稼働は、当社が事業を行っていく上で大前提であります。当社は、サーバーが不測の事態によって停止し、又は蓄積されたデータが失われることにより、当社の事業遂行に影響が出ないように、また、外部からの不正なアクセスが出来ないように、様々なリスク回避対策を行っております。しかしながら、自然災害や事故、ソフトウェアの不具合、ネットワーク経由の不正アクセスやコンピュータウイルスの感染などの予期せぬ事態が発生した場合、当社の事業や業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社では、当該リスクの顕在化を完全に回避することは困難だと考えておりますが、万が一リスクが顕在化した場合に備えて、製品の不具合情報や対処情報の収集、過去発生した障害の原因分析結果と再発防止策の社内共有、故障発生時の運用体制の構築や障害監視システムの継続的強化、システムの冗長化による可用性の担保等、平時より十分な対策に努めております。

当社の事業展開上、顕在時の影響が大きく「特に重要なリスク」と位置づけたリスクについて以下に記載いたします。その他重要なリスクについては、有価証券報告書をご確認ください

想定リスク	顕在化の可能性 (時期)	リスクの内容と顕在化した際の影響	リスクへの対応策
個人情報流出について	低 (特定時期なし)	<p>当社は、コンピュータウイルスや不正な手段による外部からのシステムへの侵入、システムの瑕疵、役員や提携事業者の過誤、自然災害などによる情報の外部流出の可能性は皆無とは言えず、これを理由に法的紛争に巻き込まれる可能性又は当社の信用が低下する可能性があり、係る場合には、当社の事業や業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>当社では、「個人情報の保護に関する法律」における個人情報取扱事業者として同法の適用を受けており、事業を通して、各種個人情報を保有しております。これらの情報の管理について、当社では、個人情報保護規程及び情報管理規程を制定し、個人情報を厳格に管理するとともに、全従業員を対象として社内教育を徹底する等、個人情報の保護に関する法律及び関連法令並びに当社に適用される関連ガイドラインの遵守に努めるとともに、個人情報の保護に積極的に取り組んでおります。また、「プライバシーマーク」の認証を取得し、本書提出日現在においてこれを継続しております。</p>
自然災害、感染症等によるリスクについて	中 (特定時期なし)	<p>地震、台風、津波等の自然災害、火災、停電、国際紛争、又は新型コロナウイルス感染症を含む伝染病の拡大等が発生した場合、当社の事業運営に深刻な影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>当社のサービス展開地域において大規模な自然災害等が発生した場合には、止むを得ずサービスの提供を一時的に停止する可能性があります。</p> <p>また本社及び事業所への被害や電力供給の制限等、事業継続に支障をきたす事象が発生した場合、各種災害や国際紛争等による物的・人的損害が甚大である場合には事業の継続自体が困難又は不可能となる可能性があります。</p> <p>このような事態が発生した場合には、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>当社では、自然災害及び感染症発生時における事業継続については、リスク管理規程に基づき適切に対応いたします。</p> <p>全社的な対応が重要である場合は、代表取締役をリスク管理統括責任者とする緊急事態対応体制をとり、従業員等の安全の確保と事業の継続に努めてまいります。</p>

当社の事業展開上、顕在時の影響が大きく「特に重要なリスク」と位置づけたリスクについて以下に記載いたします。その他重要なリスクについては、有価証券報告書をご確認ください

想定リスク	顕在化の可能性 (時期)	リスクの内容と顕在化した際の影響	リスクへの対応策
競争について	大 (特定時期なし)	当社は、インターネット・メディアをビジネスドメインとしておりますが、当ドメインにおいては、大手企業を含む多くの企業が事業展開をしていることもあり、新たな競争が現れる可能性があります。今後、十分な差別化や機能向上等が図られなかったり、新規参入等により競争が激化した場合には、当社の事業や業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社では、先行優位性を活かしてユーザーやクライアント企業のニーズを汲み取り、当社のノウハウを生かした新たなサービスを創出することにより、競合他社とのさらなる差別化を図り、優位性の保持に努めております。
新型コロナウイルス感染症の影響について	大 (特定時期なし)	現時点での新型コロナウイルス感染症による影響及び対応につきましては、有価証券報告書に記載の通りですが、感染の拡大若しくは予防のための外出自粛・事業者の休業、当社における感染者の発生等により当社のサービス提供、その他事業運営に影響が生じ、当社の経営成績等に影響を与える可能性があります。	当社では、有価証券報告書に記載の通り、社内及び関係者間での感染予防や拡大防止に努めるとともに、各拠点ごとに在宅勤務やリモートワーク等を可能とする勤務体制や環境等を整備・構築し、リスクの低減を図っております。また、業績に与える市場動向の変化にも注視することで、経営成績等への影響を最小限にすべく努めてまいります。なお、当社は当該リスクを「特に重要なリスク」と位置づけております。

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。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2023年12月を予定しております。