

2019年10月期 第2四半期 決算説明資料



イトロ

東証マザーズ 6049
2019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。

2019年10月期 第2四半期業績概要

(単位：百万円)

	2019年10月期 2Q累計	YoY	2019年10月期 (計画)	進捗率
売上高	2,395	+6.6%	4,650	51.5%
営業利益	1,004	-9.6%	2,350	42.7%
経常利益	1,017	-8.8%	2,350	43.2%
当期純利益	656	-8.5%	1,516	43.3%

- ▶ 教育メディア売上高 21億円 YoY+15.5%
- ▶ 塾ナビの広告宣伝費高騰により営業利益率低下
 - ・リスティング広告を強化したが、想定より獲得ならず（後述）
- ▶ 学校メディア、その他民間教育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）
 - ・教育メディアへの人員再配置

2019年10月期 業績予想の修正

当初の計画では、塾ナビのリスティング広告の運用を強化することで業績拡大を見込んでおりましたが、Googleの仕様変更に伴いリスティング広告の費用が高騰したことが影響し、利益重視型スタイルへの軌道修正をすることにしました。

また、学校教育領域及びその他民間教育領域におけるメディアサービスの成長速度を高めるため、事業成長に向けた投資を実施することもあり、2019年10月期の通期業績予想を修正いたします。

2019年10月期 業績予想の修正

イトク

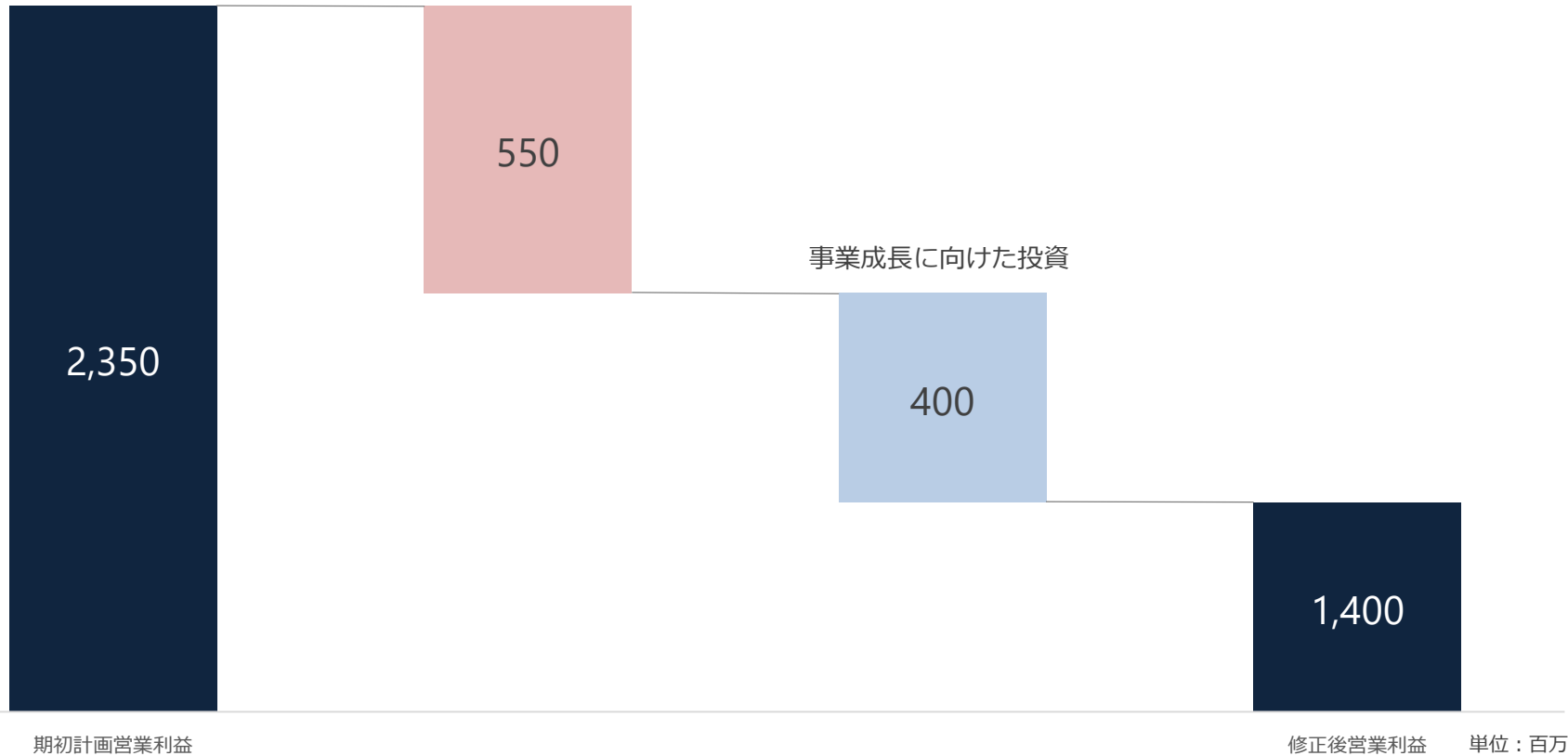
(単位：百万円)

	当初通期 業績予想	修正後通期 業績予想	2019年10月期 第2四半期累計	修正後予想 進捗率	YoY
売上高	4,650	4,350	2,395	55.1%	+6.6%
営業利益	2,350	1,400	1,004	71.7%	-9.6%
経常利益	2,350	1,410	1,017	72.1%	-8.8%
当期純利益	1,516	900	656	72.9%	-8.5%

2019年10月期 業績予想と修正後営業利益の差分分析 イトワロ

塾ナビのリスティング広告を強化することで売上高増加を見込んでいたが、Googleの仕様変更に伴いクリック単価が上がり、獲得効率が悪化したため軌道修正期初には計画していなかった事業成長に向けた投資を行うことも合わせて、2019年10月期の営業利益は14億円を見込む

リスティング広告の
仕様変更に伴う獲得効率の悪化



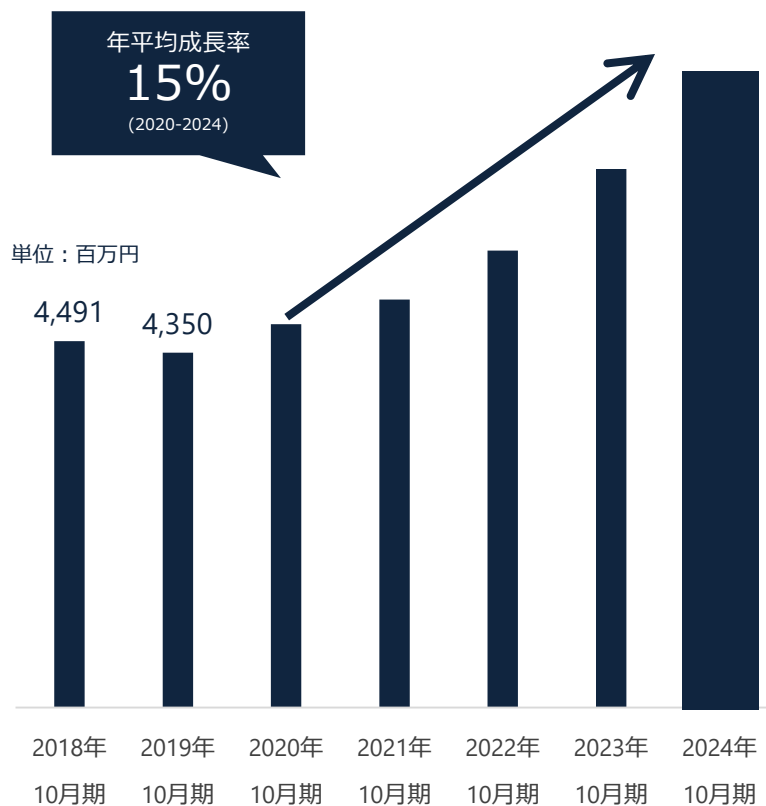
主な要因

リスティング広告の仕様変更に伴う獲得効率の悪化	売上高	<ul style="list-style-type: none"> 塾ナビのリスティング広告運用において、仕様変更に伴いクリック単価が高騰したことで、十分なユーザーの獲得に至らず
	広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> 塾ナビのリスティング広告運用において、仕様変更に伴いクリック単価が高騰
事業成長に向けた投資	広告宣伝費及び一般原価	<ul style="list-style-type: none"> みんなの学校情報にて、テストマーケティングを実施予定 口コミ等のコンテンツの質と量を向上
	人件費	<ul style="list-style-type: none"> 学校教育領域、その他民間教育領域メディアの成長に向けた企画人員及び開発人員の採用強化
	事務所集約（予定）	<ul style="list-style-type: none"> 2箇所に分散している東京オフィスを、マネジメントの効率化を目的として事業所集約を予定

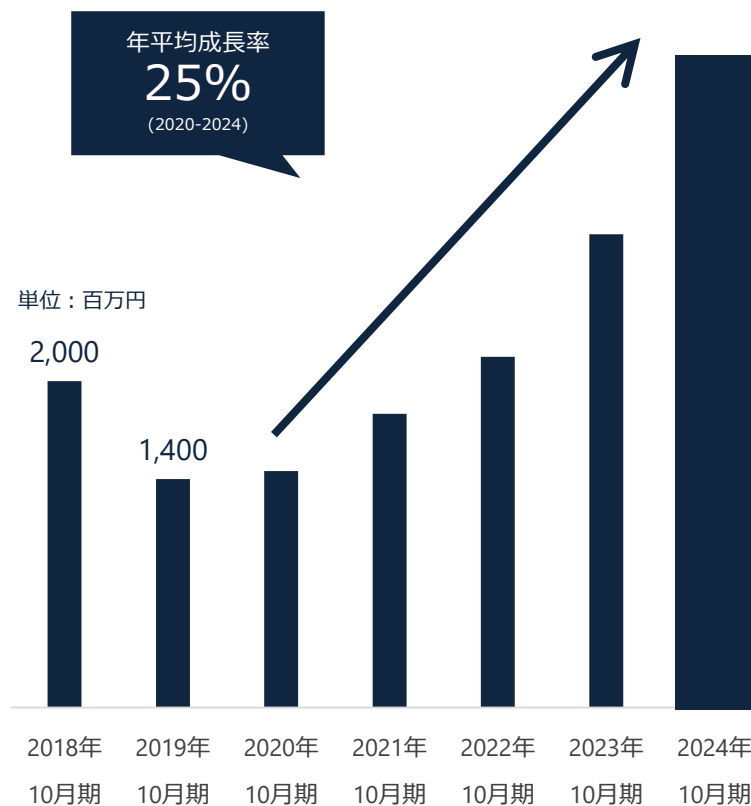
2024年10月期に向けた 成長戦略

2019年10月期、2020年10月期は事業への投資を強化し、
投資を完了した2020年10月期から、売上高においては15%程度、
営業利益においては25%程度の年間成長率を目指す

売上高



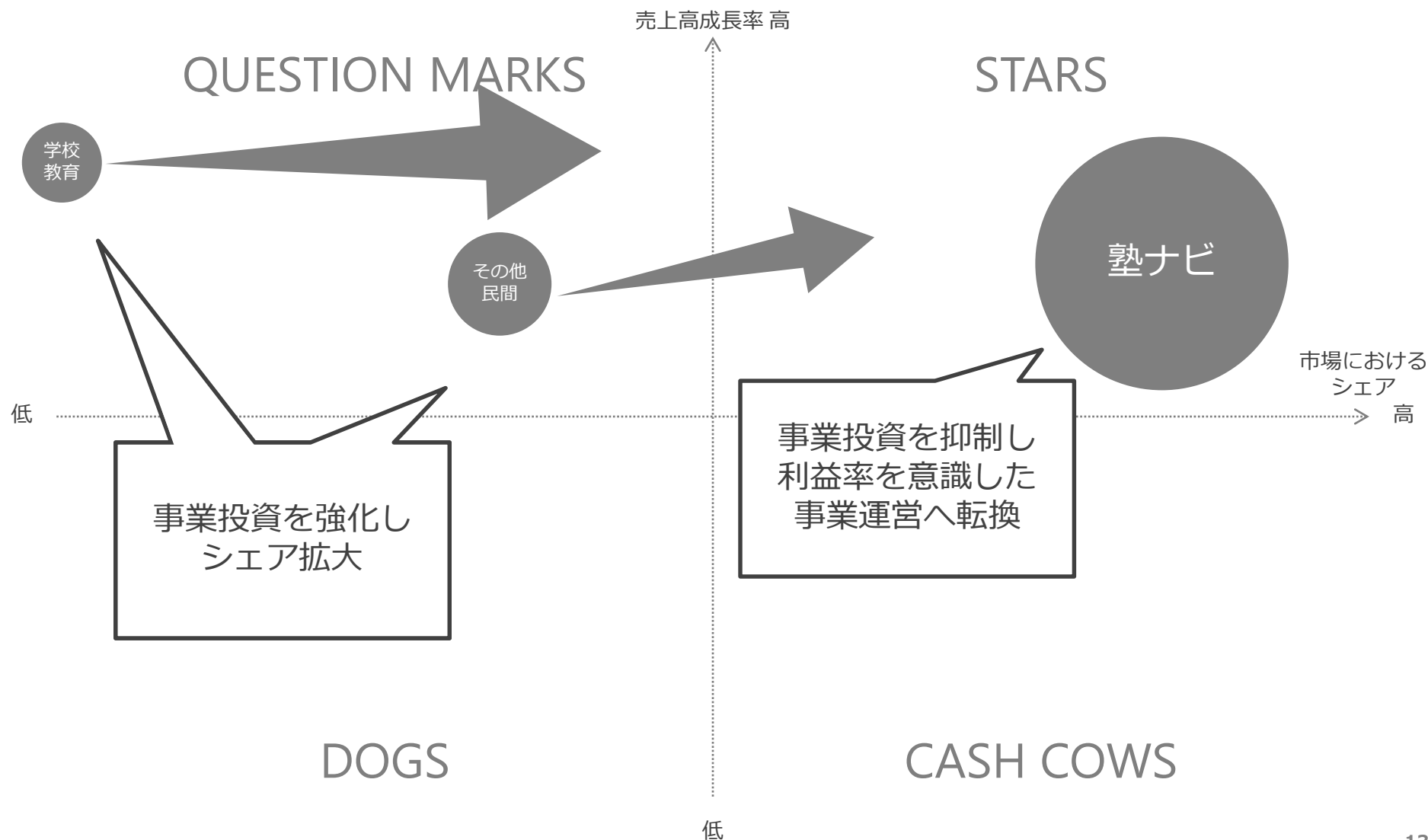
営業利益



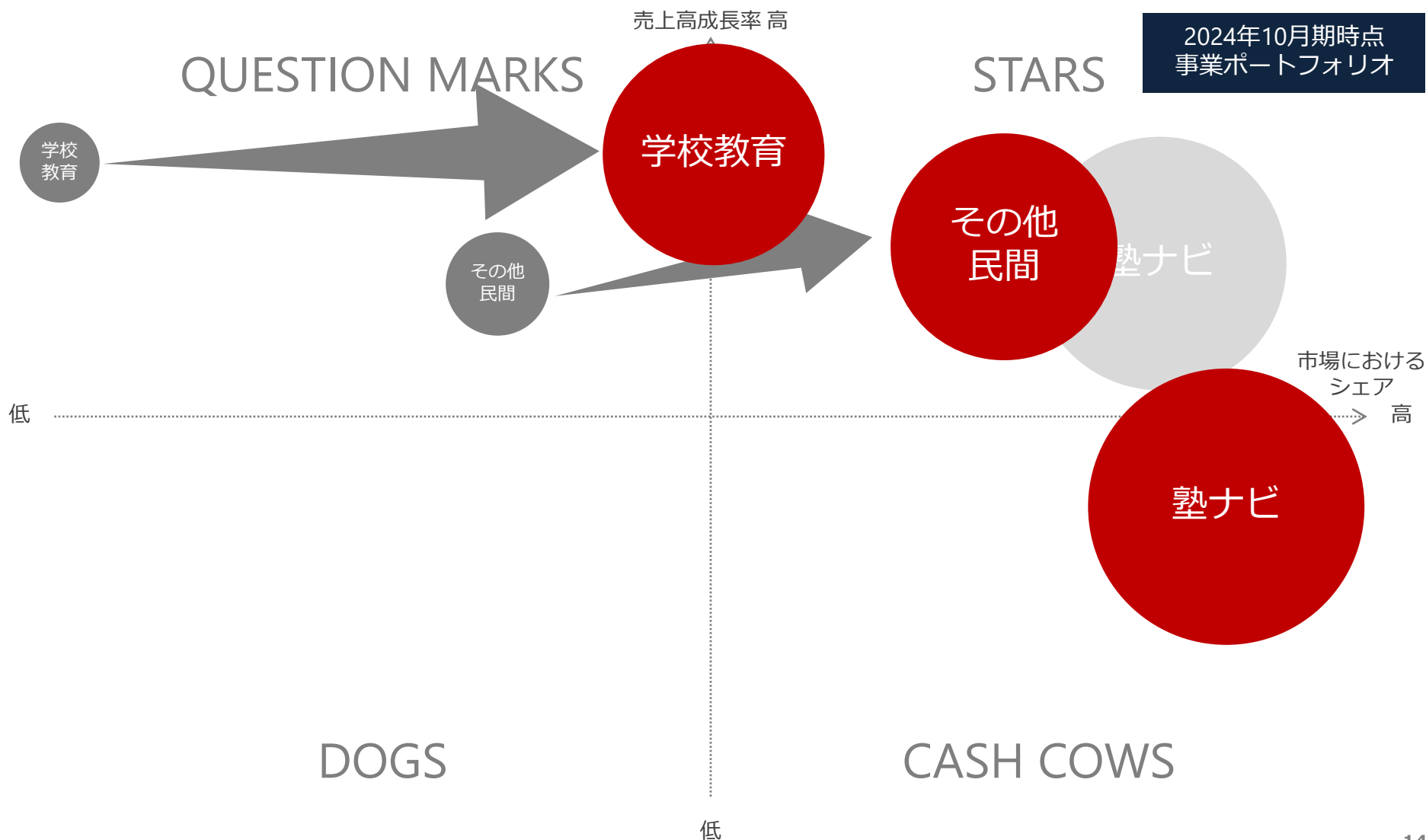
2018年10月期時点での事業ポートフォリオでは、塾ナビへの依存度が高い



塾ナビは投資を抑制、利益率を改善し、
成長余地の大きい学校教育及びその他民間教育領域のメディアへの投資を強化



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



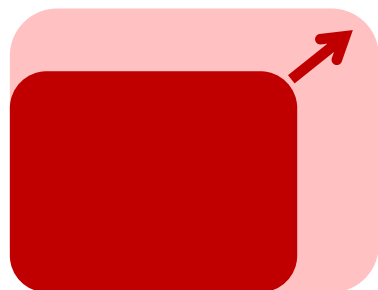
①学習塾予備校領域、②その他民間教育領域、③学校教育領域において、
更なるシェアの拡大を狙う

＜教育業界における広告市場＞

①

学習塾予備校領域

塾ナビ



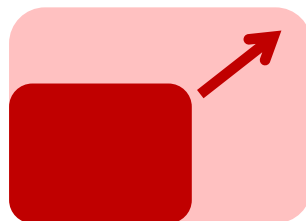
②

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

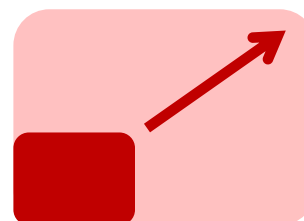
医学部予備校ガイド



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



事業への投資を強化し、2020年から2024年10月期の売上高年平均成長率15%を目指す

2019年10月期
成長率

2020年-24年
年平均成長率

+10~15%

+15%

① 学習塾予備校



+5~10%

+2~5%

② その他民間教育



+10~20%

+20~30%

③ 学校教育



+40~50%

+40%~50%

2019年10月期 サービス別成長戦略

教育メディアサービス **塾ナビ** 全国学校選び口コミサイト みんなの学校情報

期
初
計
画

口コミ等の強化によりユーザーを増やす
リスティング広告の効率を改善する
通期売上高計画 43億6,500万円 YoY 15.5%増

上
期
進
捗

上期売上高：21億3,600万円 YoY 15.5%増
1Q売上高：9億500万円 YoY 23.1%増
2Q売上高：12億3,000万円 YoY 10.5%増

教育メディアサービス **塾ナビ**

期
初
計
画

コンテンツの強化によるユーザー数増加
リスティング広告（SEM）の効率改善

上
期
進
捗

- ▶ 計画通りユーザー数増加 YoY19%増
- ▶ SEMのクリック単価上昇に伴い、ユーザー獲得単価（CPA）が上昇

下
期
計
画

- ▶ 継続してコンテンツを強化しユーザー数増加
- ▶ CPAの上限を定め、従来のような利益重視型の広告運用を実施

教育メディアサービス の専門学校情報期
初
計
画

無料掲載校への送客実績を出し、有料掲載を獲得
有料掲載学校数：150校（通期）
無料掲載学校数：900校（通期）

上
期
進
捗

- ▶ 専門学校 有料掲載学校数：102校
無料掲載学校数：930校
- ▶ 専門学校 資料請求件数大幅増：YoY18倍

下
期
計
画

- ▶ 資料請求件数の更なる増加へ向け
UIの改善、コンテンツの質と量を向上
- ▶ 引き続き有料掲載獲得に向け営業活動を強化

教育メディアサービス の大学情報

期
初
計
画

他媒体への送客強化による収益拡大

上
期
進
捗

▶ 大学送客人数大幅増：YoY 3.75倍

下
期
計
画

▶ 資料請求件数の更なる増加へ向け
UIの改善、コンテンツの質と量を向上

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)

期
初
計
画

教育メディアサービスに注力するため、
教育メディアサービスへの人員の配置転換を実施

その他サービスは縮小の方針とし
新規案件の獲得に動くことはしない

通期売上高予想 2億8,500万円 YoY 59.9%減

上
期
進
捗

上期売上高：2億5,900万円 YoY 34.9%減

- ▶ 金融メディアサービスを終了
- ▶ 下期は更に縮小に向けて進む

APPENDIX

事業概要と実績

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



『みんなの学校情報』



『家庭教師比較ネット』



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

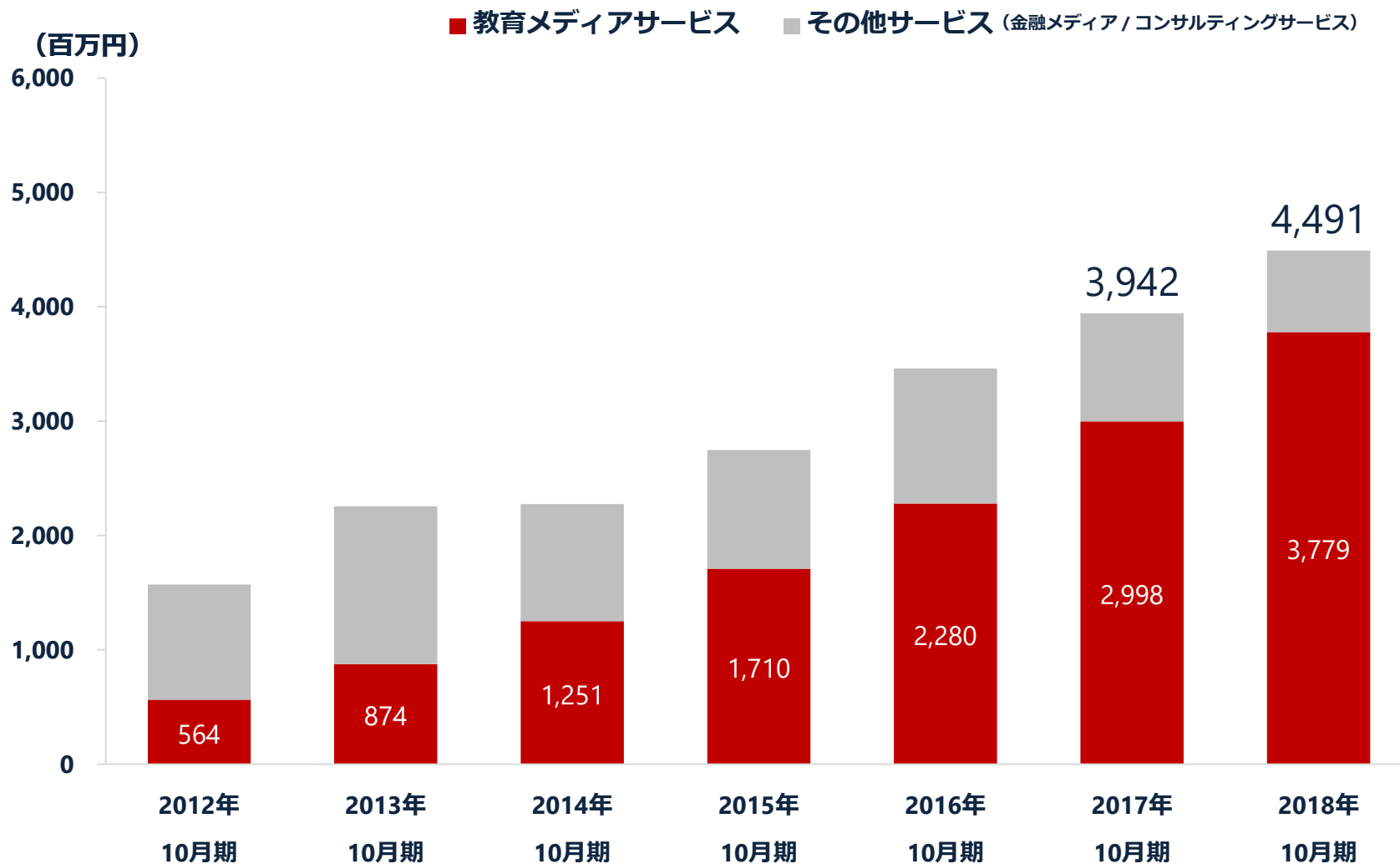
- ・ 圧倒的な口コミの質と量
- ・ 長年培った口コミ運用のノウハウ

2 多数のユーザーからの支持

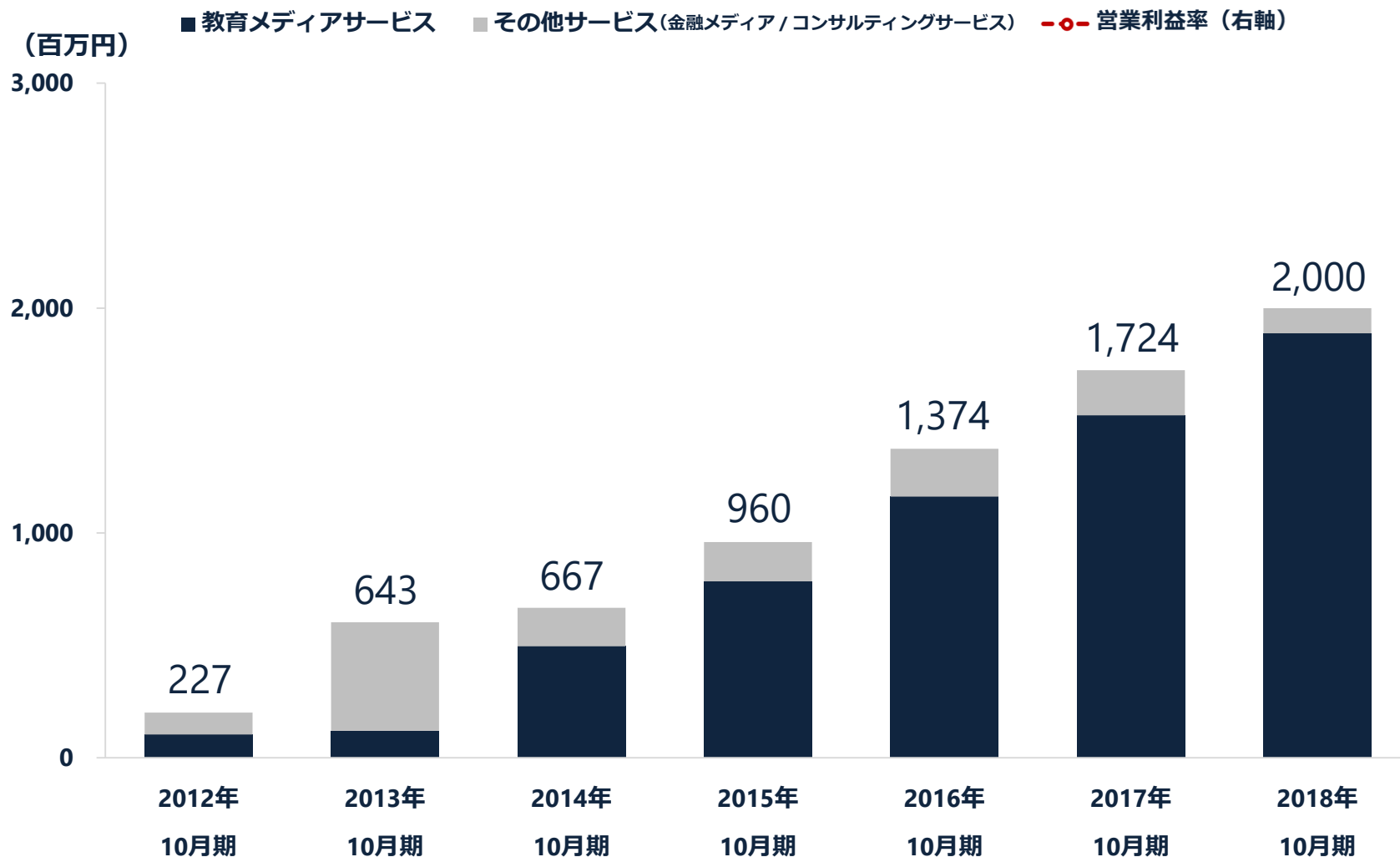
- ・ 質の高い口コミを大量に保有し、多数のユーザーに支持されることで、クライアント企業への多数の送客を実現

3 成果報酬型課金システム

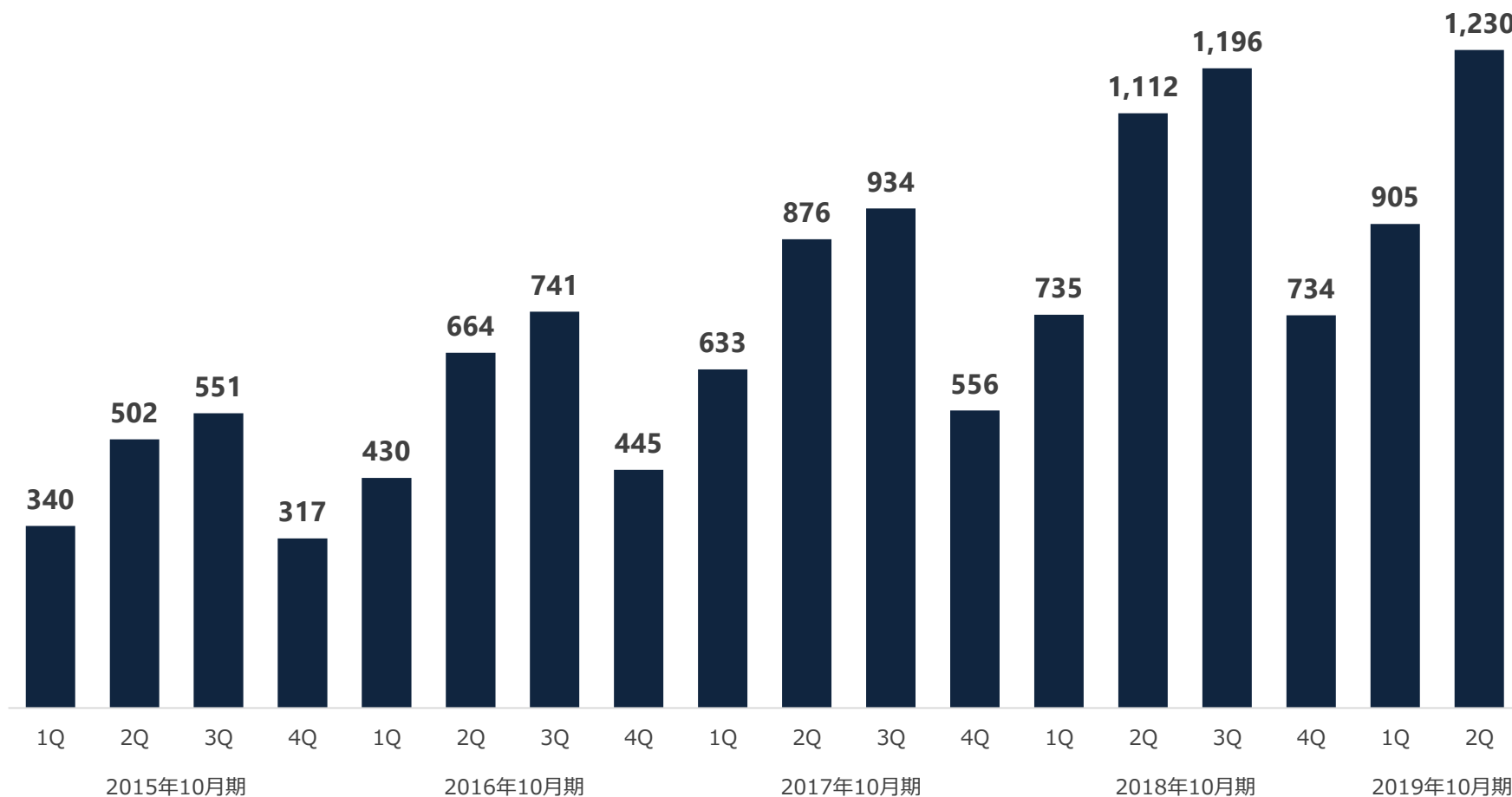
- ・ 成果報酬型課金システムが、クライアント企業の広告出稿の最適化を実現し、クライアント企業との長期的なwin-win関係を実現

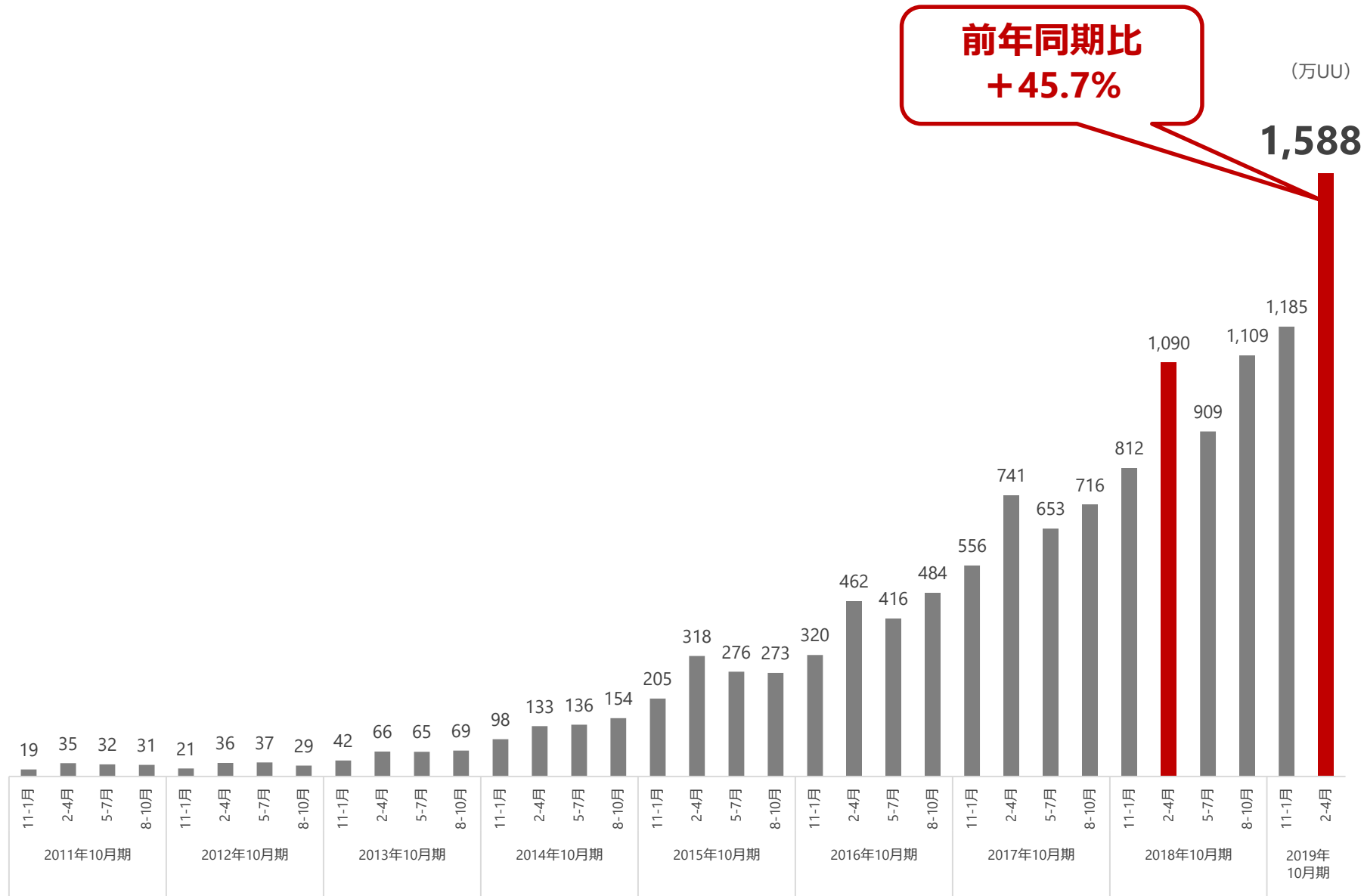


※：2017年10月期より、コンサルティングサービスの一部売上において、売上原価に計上していたリスティング費用及び他のサイト運営会社に支払う成果報酬費用を、売上高から控除する方法（純額表示）に変更しておりますため、2016年10月期以前の売上高の数値は割愛しています。



(単位：百万円)



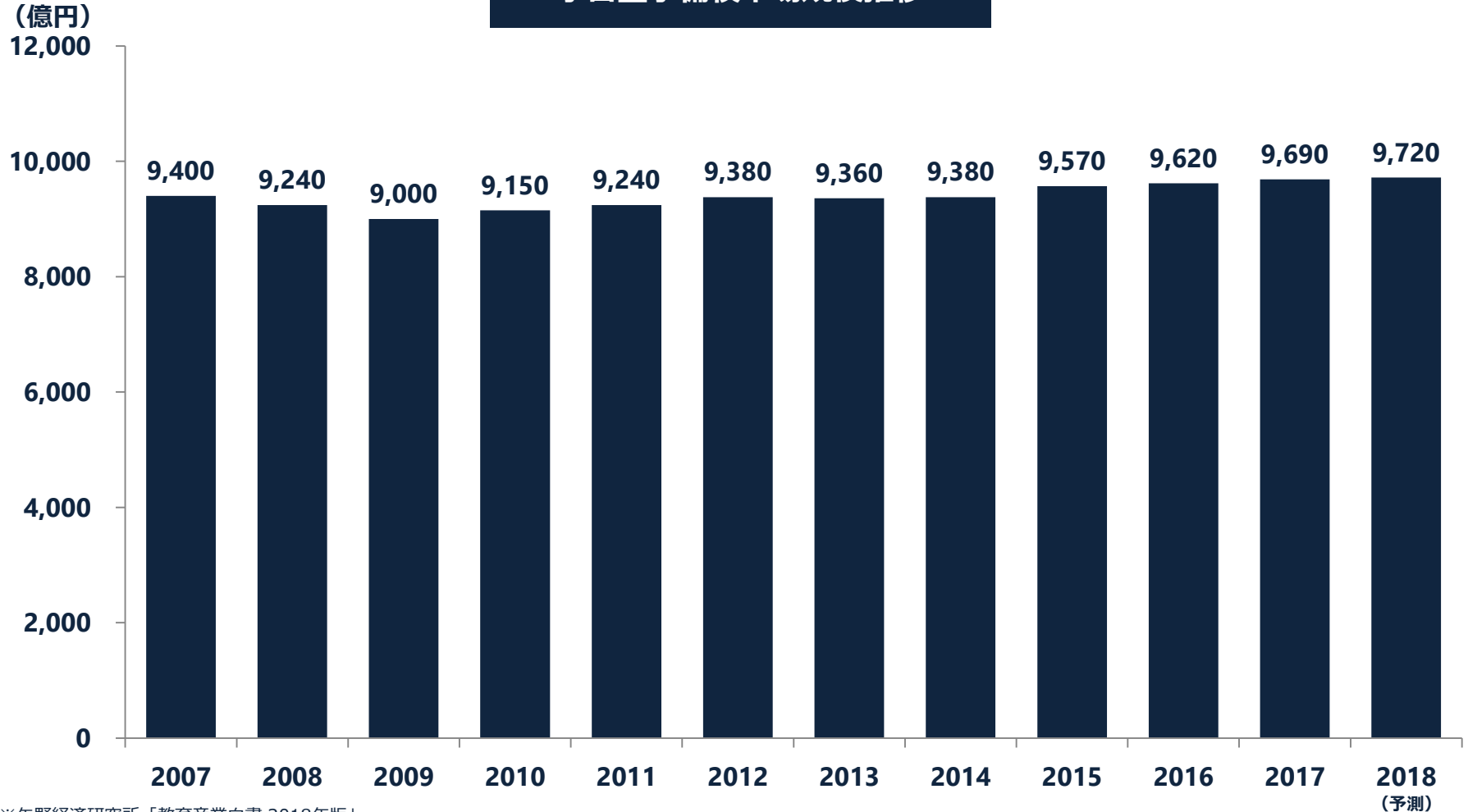


※ UU：弊社教育メディアの月間ユニークユーザーの平均数値

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

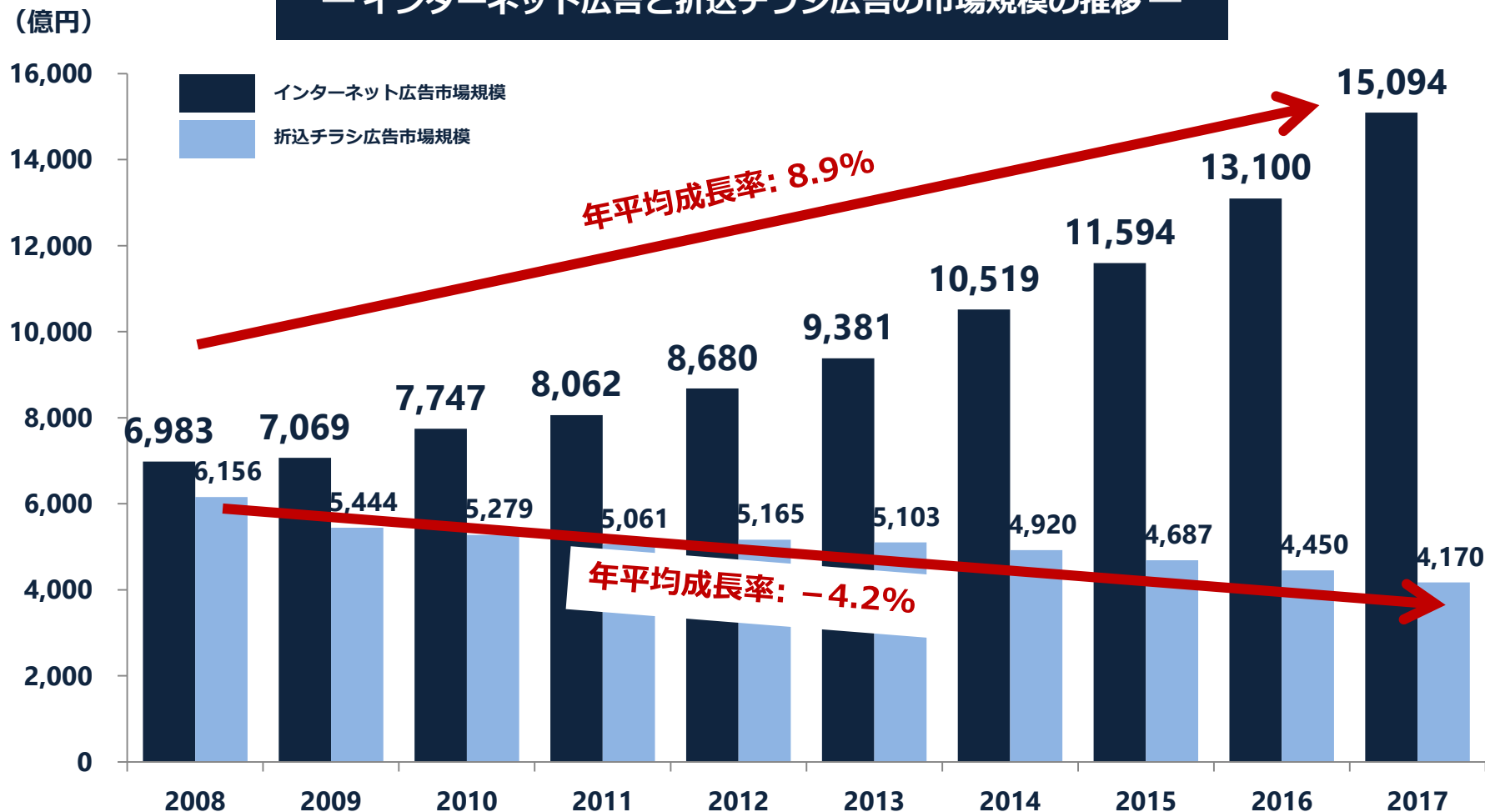
— 学習塾予備校市場規模推移 —



※矢野経済研究所「教育産業白書 2018年版」

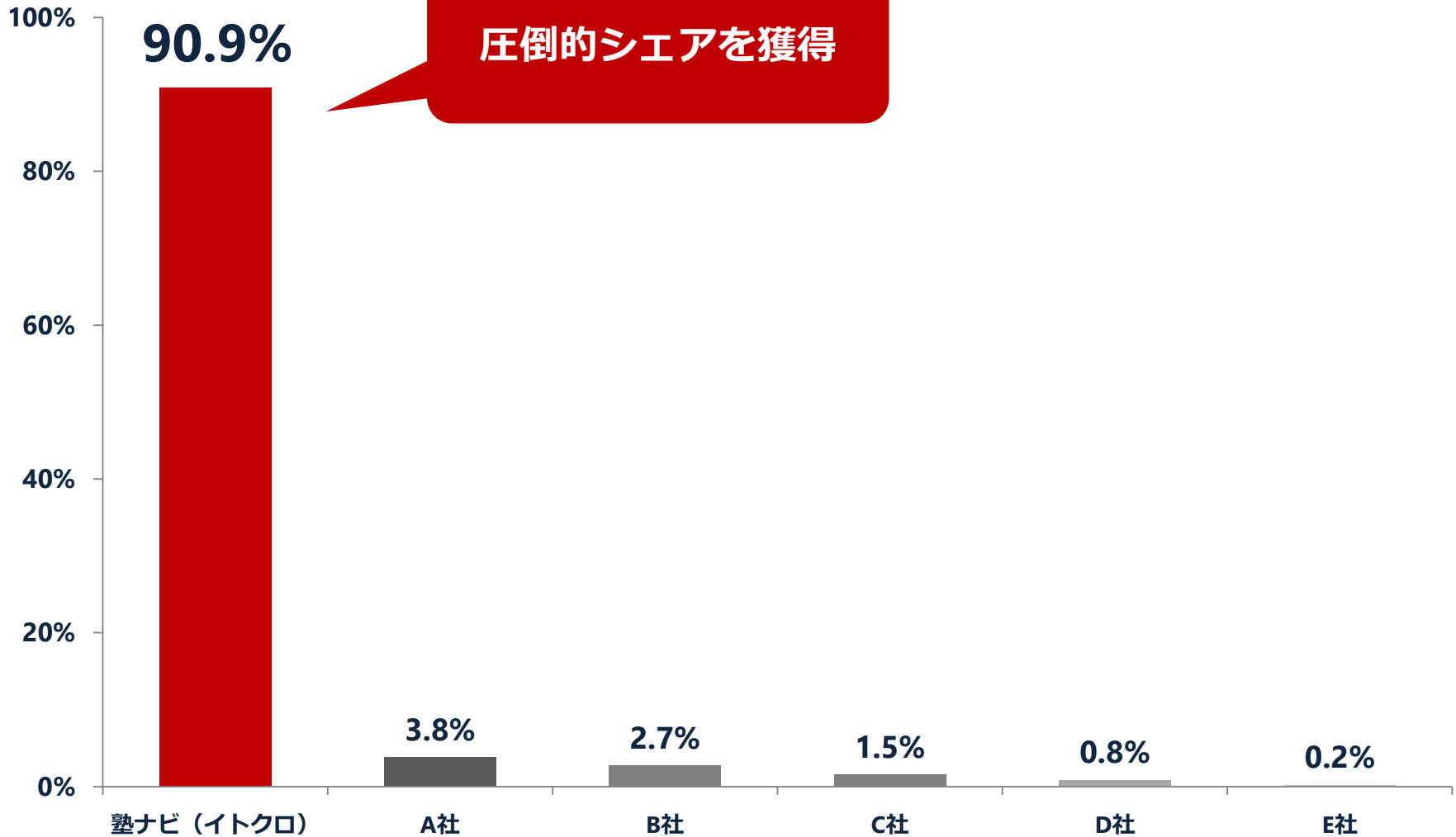
インターネット広告市場が拡大する一方で折込チラシ広告市場は縮小

— 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「2017年（平成29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（株式会社イメージ利用）
2019年1月24日～28日 株式会社イトクロが株式会社イメ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

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。