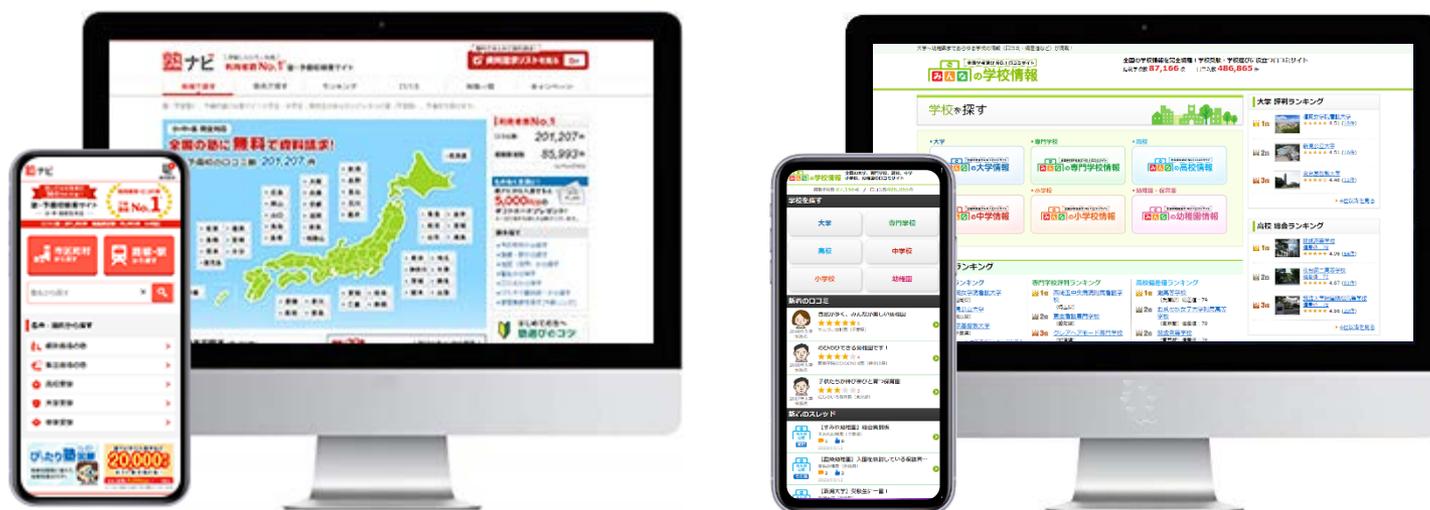


2020年10月期 第3四半期 決算補足説明資料



イトロ

東証マザーズ 6049
2020年9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。

2020年10月期 第3四半期業績概要

- ・新型コロナウイルスの影響が想定以上に継続したが、各事業ともに4月に底打ちし第3四半期（5月～7月）に回復。第4四半期は前年同期を上回る見込み
- ・2021年10月期は、新型コロナウイルス流行前の成長トレンドへ戻る見込み

(単位：百万円)

	2020年10月期 第3四半期累計	2020年10月期 前回発表予想	進捗率
売上高	2,994	4,500	66.5%
営業利益	929	1,300	71.5%
経常利益	932	1,300	71.7%
当期純利益	160	396	40.4%

- ▶ **新型コロナウイルスの影響は4月に底を打ち
第3四半期（5月～7月）に回復
第4四半期（8月～10月）は前年同期を上回る見込み
2021年10月期は、新型コロナウイルス流行前の成長トレンドへ戻る見込み**

- ▷ **塾ナビ・その他民間教育領域**

新型コロナウイルスの影響は4月に底を打ち、第3四半期（5月～7月）は売上高前年同月比が月を追う毎に回復。

第4四半期（8月～10月）は前年同期を上回る見込み（P.8、9にて後述）

- ▷ **みんなの学校情報**

第3四半期（5月～7月）に回復し、前年同期比プラス成長を実現

特に注力領域である専門学校領域は堅調に成長し、ユーザー数はYoY+42.8%

新型コロナウイルスの影響によりオンラインでの集客の重要性が高まり、

有料掲載学校数が通期計画である300校を大幅に超え、341校まで増加

第4四半期（8月～10月）は更に成長率が高まる見込み（P.10にて後述）

- ▶ **売上高に対する広告宣伝費率 23.5%**

- ▷ リスティング広告運用を効率化し、コスト削減に成功
期初計画26.5%に対して、第3四半期は23.5%で着地

新型コロナウイルスの影響は底を打ち、7月半ばから明らかな回復傾向へ
 第4四半期（8月～10月）は、前年同期を上回る見込み
 2021年10月期は、新型コロナウイルス流行前の成長トレンドへ戻る見込み

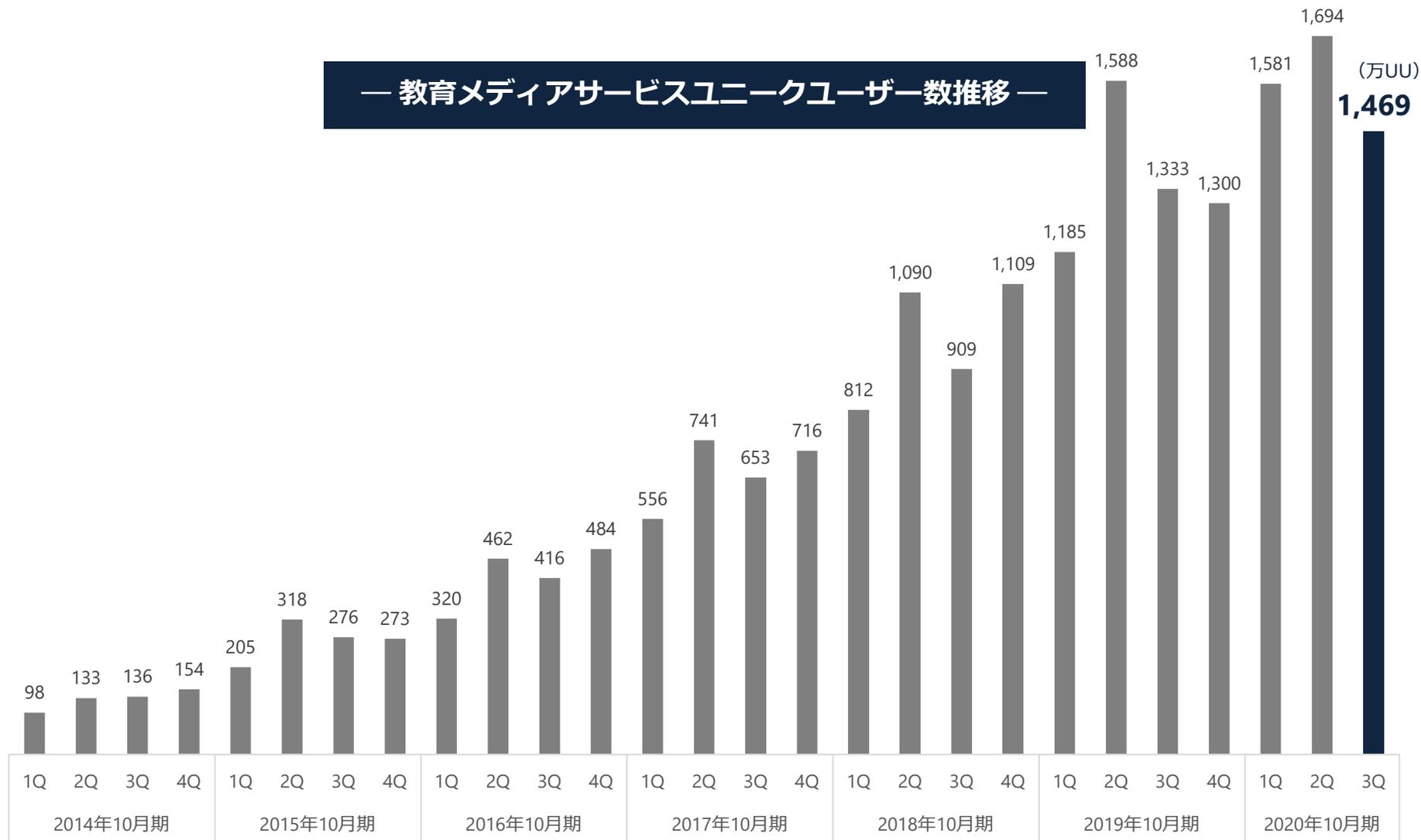
— 教育メディアサービス売上高推移 —



新型コロナウイルスの影響は4月に底を打ち

第2四半期（2月～4月）に6.6%だった前年同期比成長率が10.2%へ伸長

— 教育メディアサービスユニークユーザー数推移 —



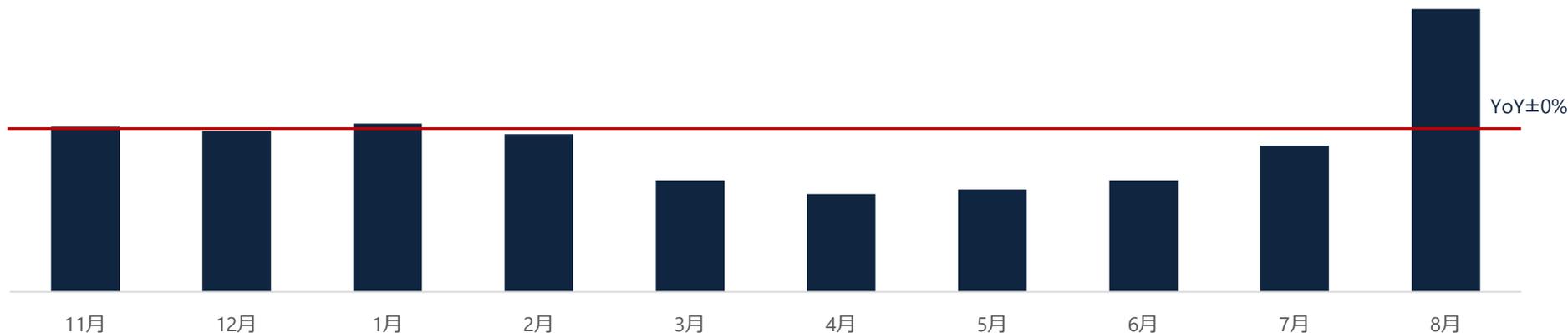
※ UU：各四半期における、弊社教育メディアの月間ユーザーの平均数値

※ 2019年11月1日に株式会社センジュを完全子会社化したことに伴い、2020年10月期より株式会社センジュ所有のメディアも教育メディアサービスに含めております

2020年10月期第3四半期における 新型コロナウイルスの影響

- ・ 4月に底を打ち、第3四半期（5月～7月）は月を追う毎に回復
第4四半期（8月～10月）は前年同期を上回る見込み
- ・ 2021年10月期は、新型コロナウイルス流行前の成長トレンドへ戻る見込み

— 『塾ナビ』売上高 前年同期比 推移 —



第3四半期の状況



・ 4月に底を打ち、第3四半期（5月～7月）は徐々に業績が回復



・ 学校の夏休み期間が例年とずれたことにより、学習塾への資料請求が6、7月から8月以降へ移行



・ 有料掲載教室数増加。チラシ広告予算のWEBへの移行が加速

今後の見通し



・ 第4四半期（8月～10月）は緊急事態宣言期間中に抑圧された学習ニーズの揺り戻し及び学校の夏休み期間が例年とずれたことにより、前年同期を上回る見込み

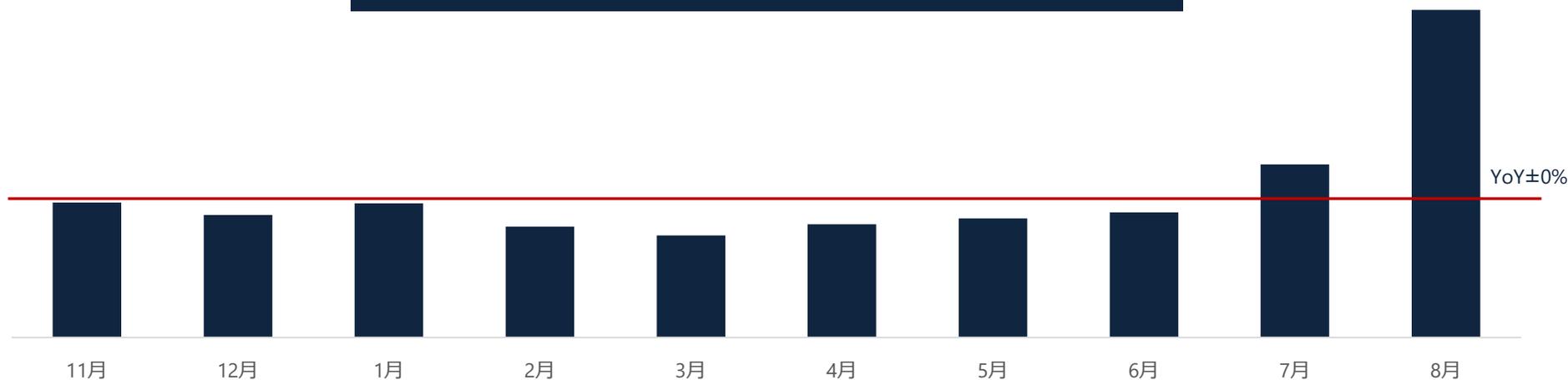


・ 2021年10月期は、新型コロナウイルス流行前の成長トレンドへ戻る見込み

その他民間教育メディア 新型コロナウイルスの影響 イトワロ

- ・その他民間教育メディアの『家庭教師比較ネット』、『医学部予備校ガイド』はいずれも新型コロナウイルスの影響から回復し、第3四半期（5月～7月）より前年同期比プラス成長を実現。第4四半期（8月～10月）は更に大きく成長する見込み

— 『家庭教師比較ネット』売上高 前年同期比 推移 —



第3四半期の状況



家庭教師

・第3四半期（5月～7月）はユーザー数及び売上高が回復
7月以降の売上高は前年同月を大きく上回る成長



医学部

・第3四半期（5月～7月）はユーザー数及び売上高が回復
6月、7月の売上高は前年同月を大きく上回る成長

今後の見通し



家庭教師

・第4四半期（8月～10月）は緊急事態宣言期間中に抑圧された学習ニーズの揺り戻し及び学校の夏休み期間が例年とずれたことにより、前年同期を上回る見込み

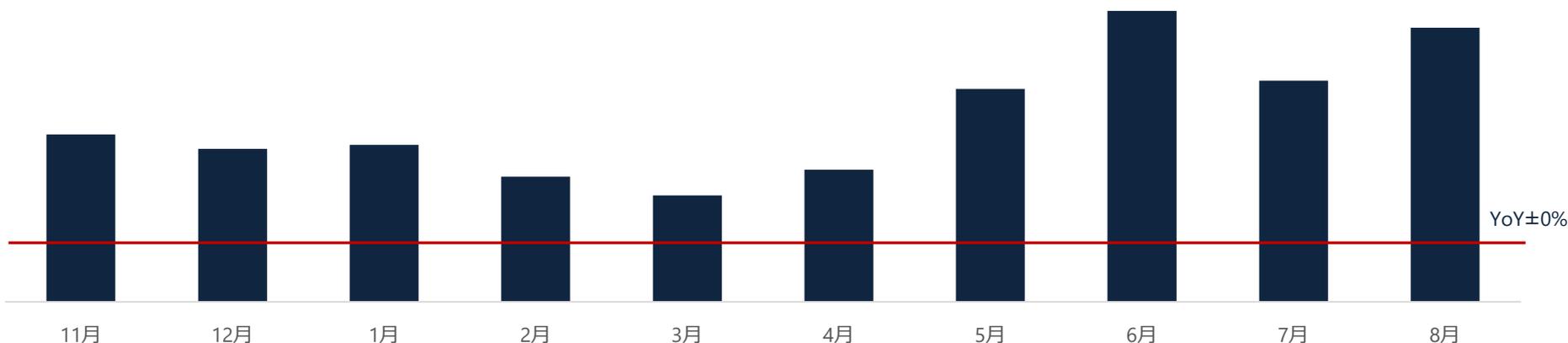


医学部

・計画通り堅調に推移する見込み

- ・注力している専門学校領域における資料請求件数が増加し、好調に推移
- ・新型コロナウイルスの影響が追い風になり、専門学校の有料契約学校数が通期計画である300校を大幅に超え、341校まで増加

— 『みんなの学校情報』 専門学校領域 資料請求件数 前年同期比 推移 —



第3四半期の状況



幼稚園 中学校
小学校 高校

・ユーザー数は回復したものの、アドネットワーク広告のクリック単価の低下は継続



専門学校

・専門学校の有料契約学校数は341校まで増加し、通期計画を大幅超過リアルでの広告予算のWEBへの転換が加速



専門学校
大学

・学校休校期間中の資料請求/オープンキャンパス予約ニーズが5月以降にずれ込み、売上高拡大

今後の見通し



幼稚園 中学校
小学校 高校

・アドネットワーク広告主のコスト抑制継続によりアドネットワーク広告の売上高回復には時間がかかる見込み



専門学校

・専門学校は第3四半期（5月～7月）の状況が継続売上拡大の見込み

個別決算への移行に伴う 2020年10月期業績予想

- ・ **第3四半期終了時点（2020年7月末）で新型コロナウイルスの影響からは回復。第4四半期（8月～10月）は、前年同期を上回る見込み**
- ・ **2021年10月期は、新型コロナウイルス流行前の成長トレンドへ戻る見込み**
 - ・ 新型コロナウイルスの影響は2020年4月に底を打ち、2020年10月期第3四半期終了時点（2020年7月末）で回復。**第4四半期（8月～10月）は前年同期を上回る見込み**
 - ・ 顧客接点のシナジー強化、プロモーションノウハウの共有などを目的とし2020年10月末に株式会社イトクロと株式会社センジュとの合併を予定
 - ・ 合併に伴い、連結決算から個別決算へ移行
 - ・ 個別決算業績予想は新型コロナウイルスの影響を加味した数字へ変更
 - ・ **2021年10月期は、新型コロナウイルス前の成長トレンドへ戻る見込み**
 - ・ ミッションの実現に向けて、引き続き既存事業の拡大に加え積極的な教育に関連する事業のM&Aによる事業成長を目指す

個別決算への移行に伴う2020年10月期業績予想

イトフコ

(単位：百万円)

	当初通期 連結業績予想	今回通期 個別業績予想	2020年10月期 第3四半期累計	進捗率
売上高	4,500	3,800	2,994	78.8%
営業利益	1,300	1,100	929	84.5%
経常利益	1,300	1,100	932	84.7%
当期純利益	800	270※	160	59.3%

※ 関係会社株式評価損467百万円を特別損失に計上しております

APPENDIX

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を掲載教室数86,000教室以上、口コミ掲載数20万件以上



領域 No.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50万件以上



領域 No.1

家庭教師比較ネット

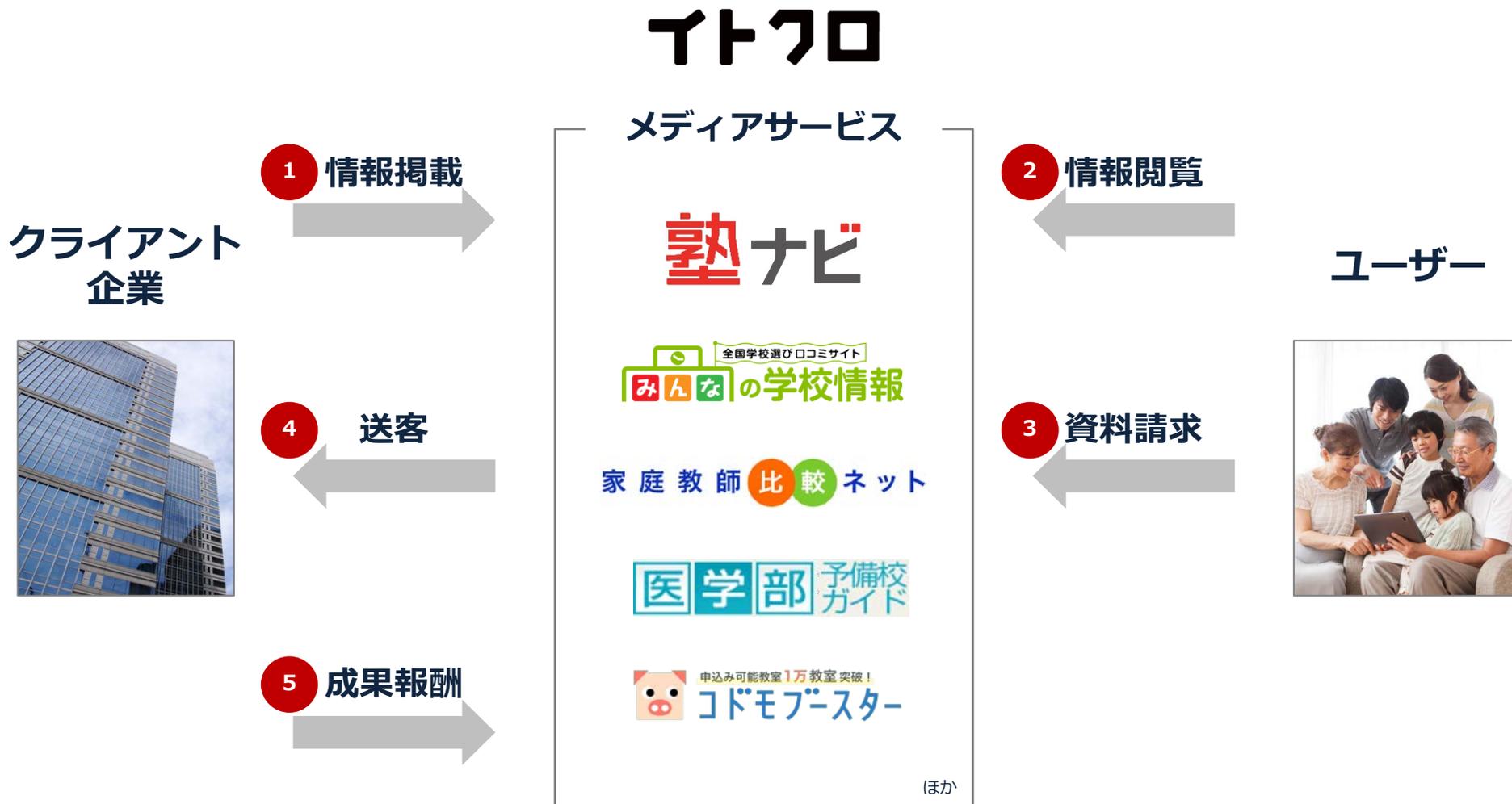


領域 No.1

※ 上記画像は全てサイトイメージです。
※ 数値はいずれも2020年7月末時点の数値

(ほか多数)

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

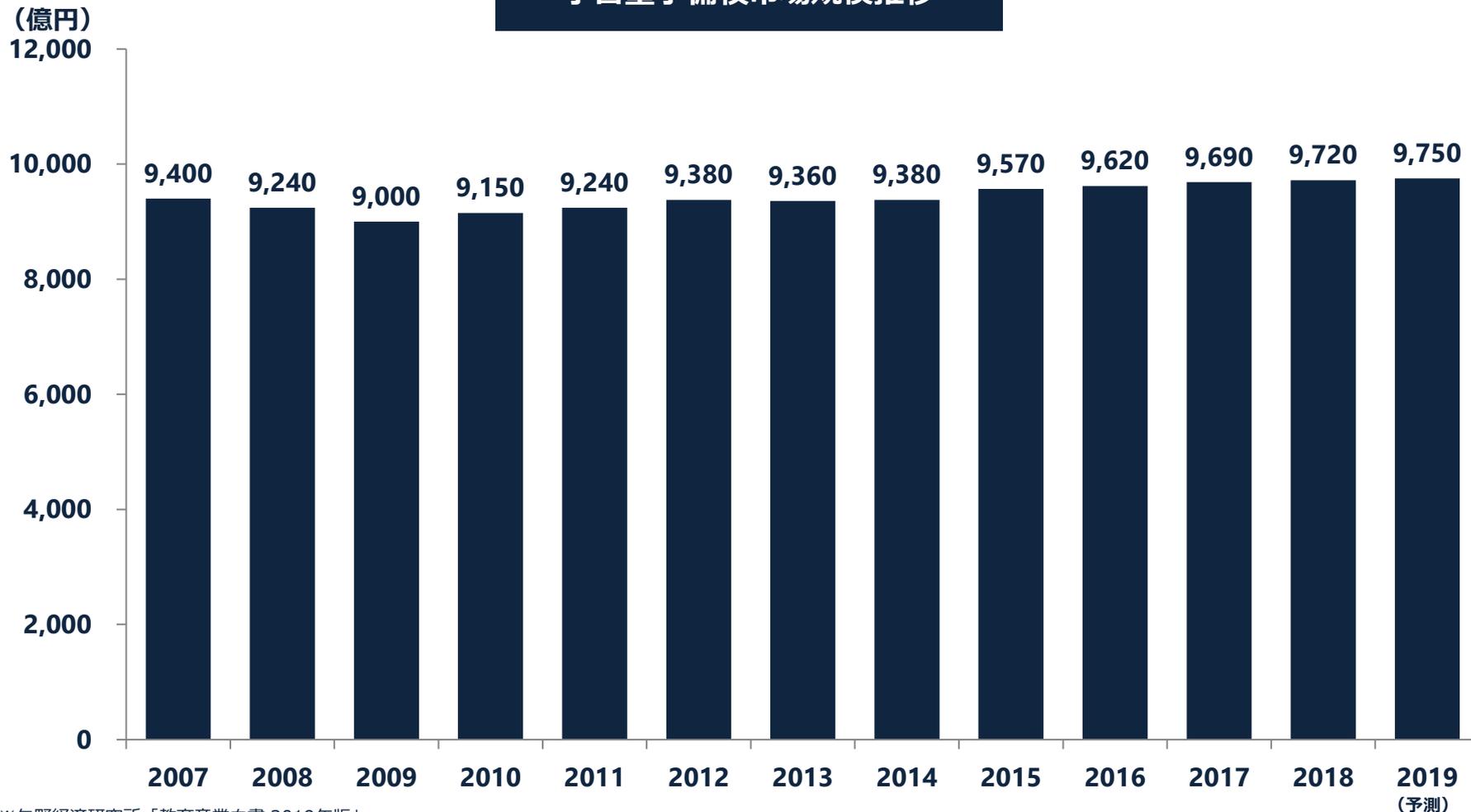
3 成果報酬型課金システム

- ・ 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

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 2019年版」

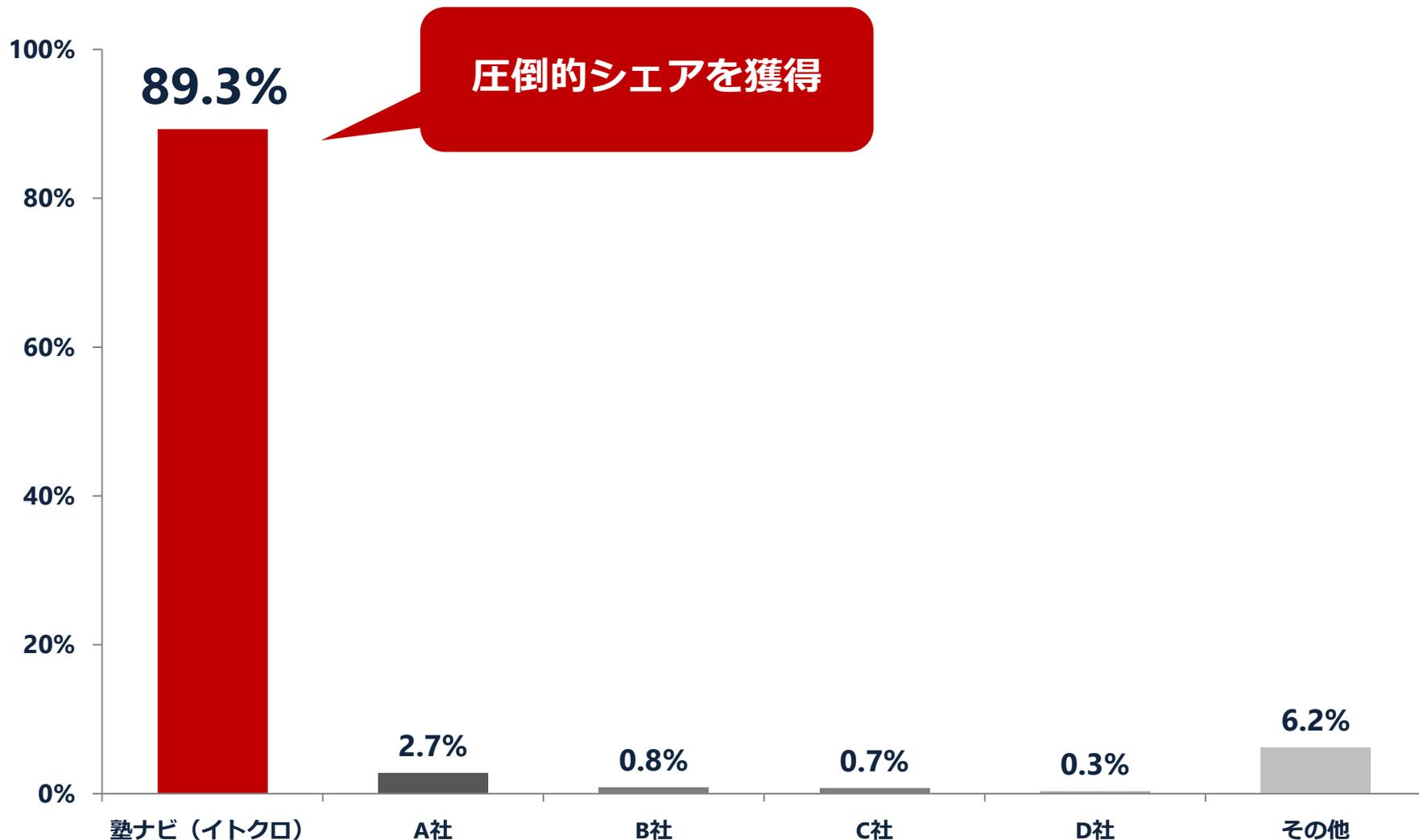
インターネット広告市場が拡大する一方で折込チラシ広告市場は縮小

— 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「2019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



※ 2020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）
2020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



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

- ▶ 企画/開発メンバーを増員し、サイト改善スピードを高め、資料請求件数を増加
- ▶ 営業メンバーを増員し、有料提携を獲得

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。