

# 2021年12月期 第2四半期 決算説明

---

2021年8月

KIYOラーニング株式会社

東証マザーズ：7353

- ・ **2021年12月期 第2四半期 決算説明**
- ・ **事業別KPI、トピック**
- ・ **新型コロナウイルスの影響、事業別基本戦略（再掲）**

# 2021年12月期 第2四半期決算説明

---

- **2021年2Qは順調に推移**

昨年同期（2020年2Q）はコロナウイルス拡大のプラス効果が最大化したため、スタディングの各KPIの伸び率鈍化は想定どおり。

- **売上高は前年同期比60%増**

売上高9.6億円（前年同期比+3.6億円）、高成長が継続

- **広告宣伝費（テレビCM）積極投下により、各段階利益は想定どおりの着地**

営業利益は、前年同期比0.6億円減少の△0.7億円

- **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42%増の10.9億円

新規有料会員数も前年同期比35%増の24,611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12%増の0.6億円

AirCourse契約企業数は、前期末比48%増加

# 2021年12月期 第2四半期（累計）業績

売上は、前年同期比+60%増の9.6億円

営業利益はテレビCM投下等、販促強化により前年同期比0.6億円減の△0.7億円

第2四半期（累計）の売上、営業利益は予想どおりに着地。

(百万円)	2020年12月期 2Q（実績）	2021年12月期 （業績予想）	2021年12月期 2Q（実績）	前年同期比	進捗
売上高合計	601	2,282	961	+60.0%	42.1%
売上総利益	443	1,900	799	+80.4%	42.1%
営業利益	-11	173	-71	-	-
営業利益率	-	7.6%	-	-	-
経常利益	-13	171	-72	-	-
経常利益率	-	7.5%	-	-	-
当期純利益	-13	200	-61	-	-
当期純利益率	-	8.8%	-	-	-

# 2021年12月期 第2四半期（累計）予想・実績比較

売上は、2Q業績予想（2021年5月14日公表）どおりの進捗。  
売上総利益以下、各段階損益も想定どおりに着地。

（単位：百万円、％）

項目	2021年12月期2Q 累計（業績予想）	2021年12月期2Q累 計（実績）	達成度
売上高合計	964	<b>961</b>	99.7%
スタディング事業	898	896	99.8%
法人向け事業	66	65	99.0%
売上原価	166	<b>162</b>	97.7%
売上総利益	798	<b>799</b>	100.2%
営業損益	-73	<b>-71</b>	-
経常損益	-74	<b>-72</b>	-
当期純損益	-64	<b>-61</b>	-

# 事業別売上高 第2四半期（累計）

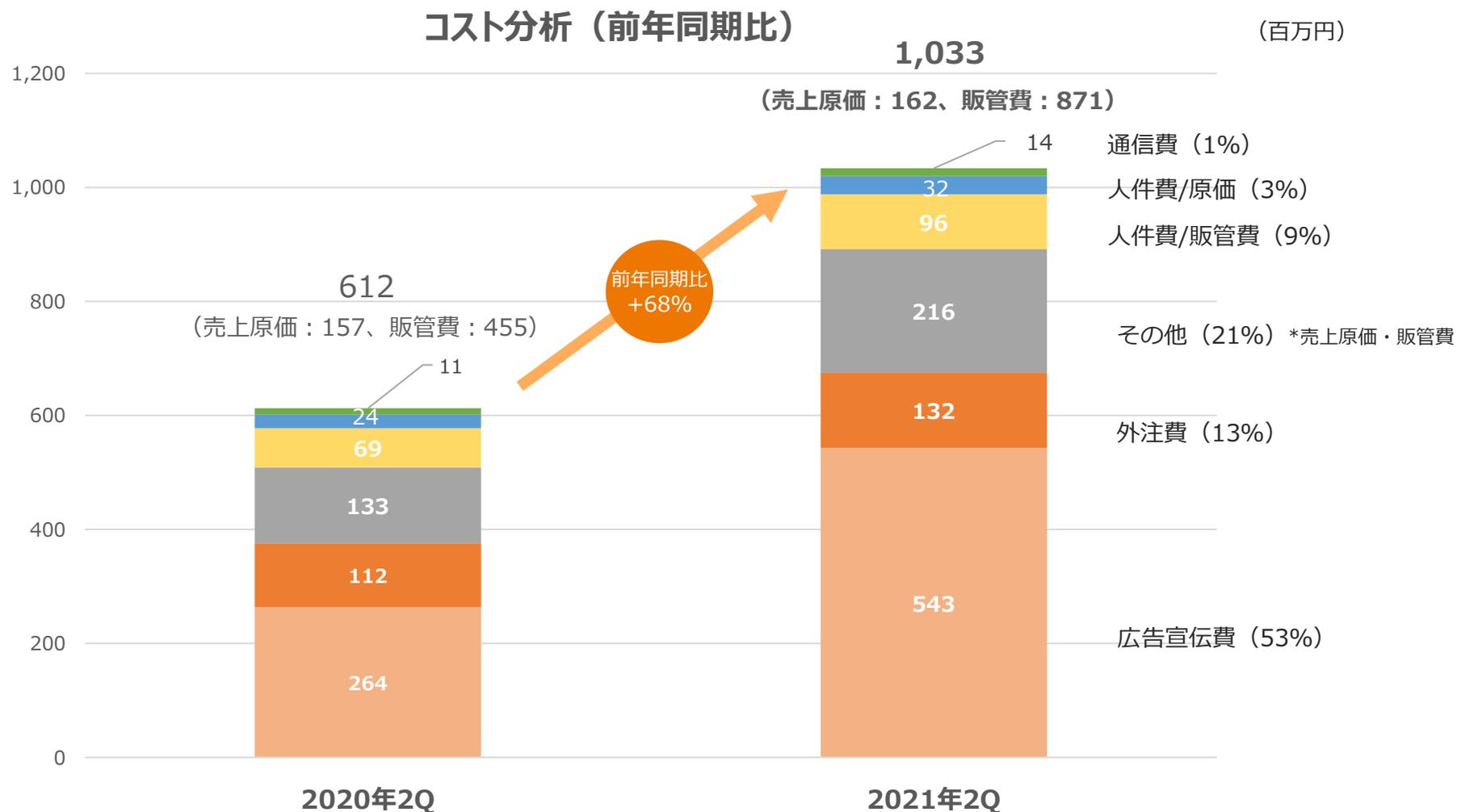
スタディング事業の売上は、前年比+65%と伸長し、成長をけん引  
法人向け教育事業の売上も順調に伸長\*

(百万円)	2020年12月期 2Q (実績)	2021年12月期 (業績予想)	2021年12月期 2Q (実績)	前年同期比	進捗
売上高合計	601	2,282	961	+60.0%	42.1%
スタディング事業 売上高	542	2,130	896	+65.3%	42.1%
法人事業売上高	58	151	65	+12.1%	43.1%

※ 2020年1Qの法人事業売上には、臨時的なシステム開発売上10百万円が含まれております。

# コスト構造（第2四半期（累計））

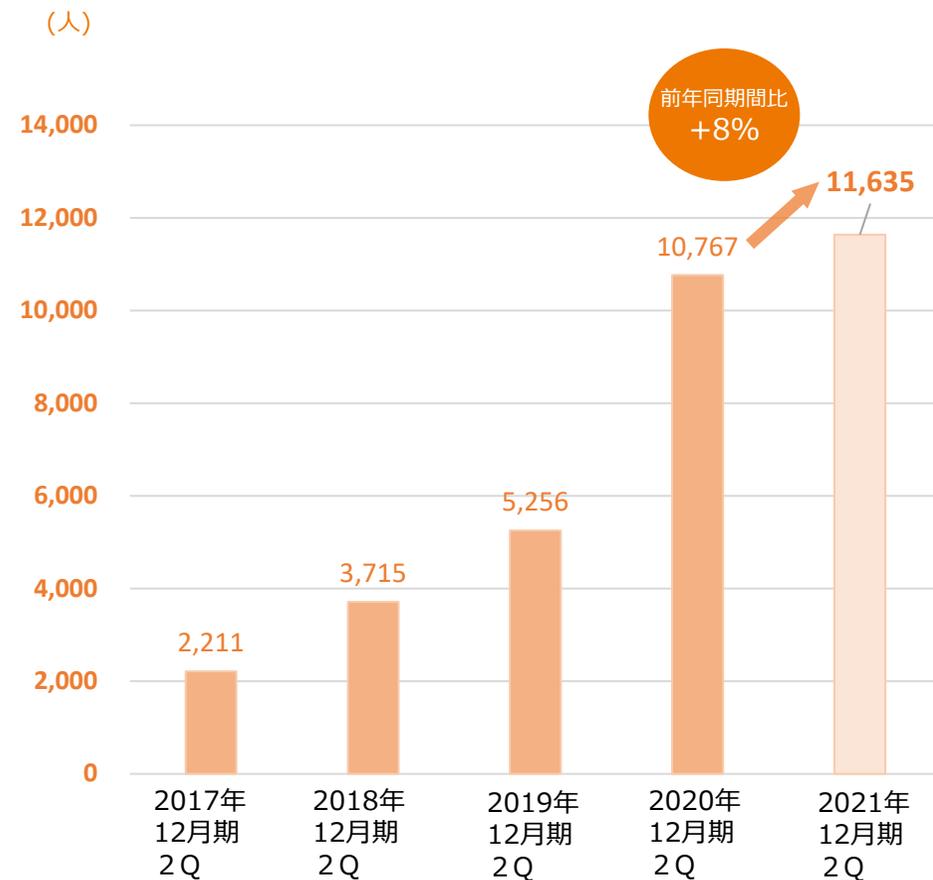
成長継続に向けた、広告宣伝費と優秀な人材の確保に積極投資  
人材採用は一定の進捗をするものの、採用目標は未達\*。



# スタディング事業：KPI（4-6月比較）

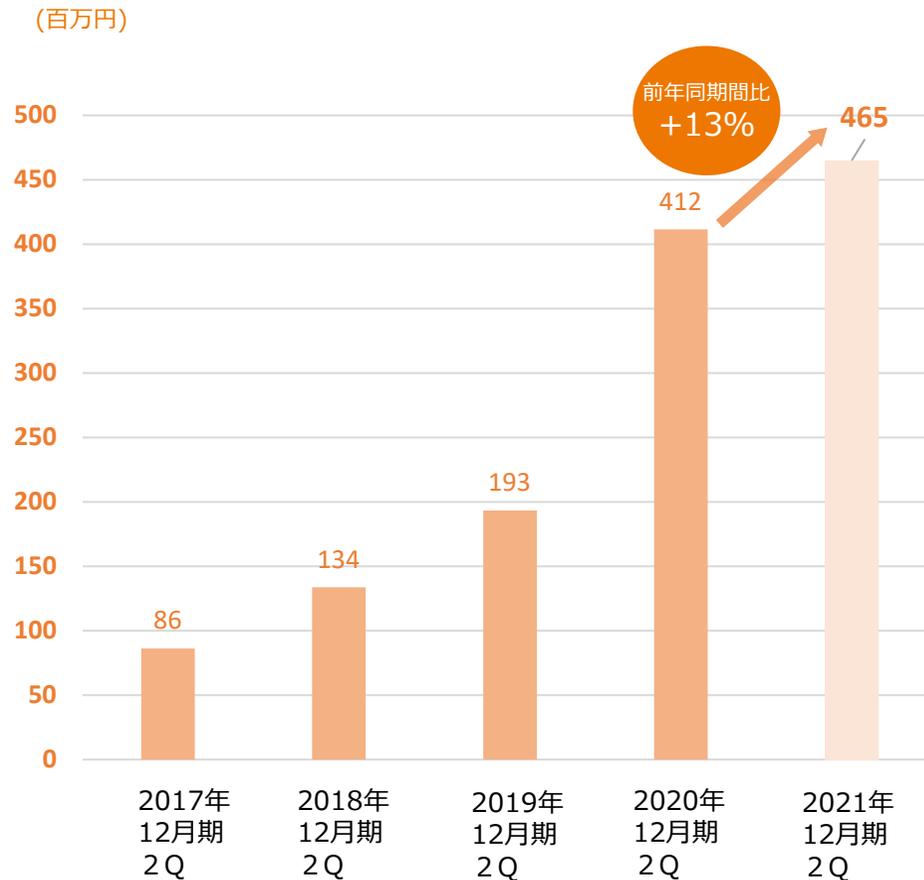
新規有料会員※1は、2020年4-6月の伸びが大きかったため対前年比伸び率は鈍化。  
現金ベース売上高※2も同様。

## 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

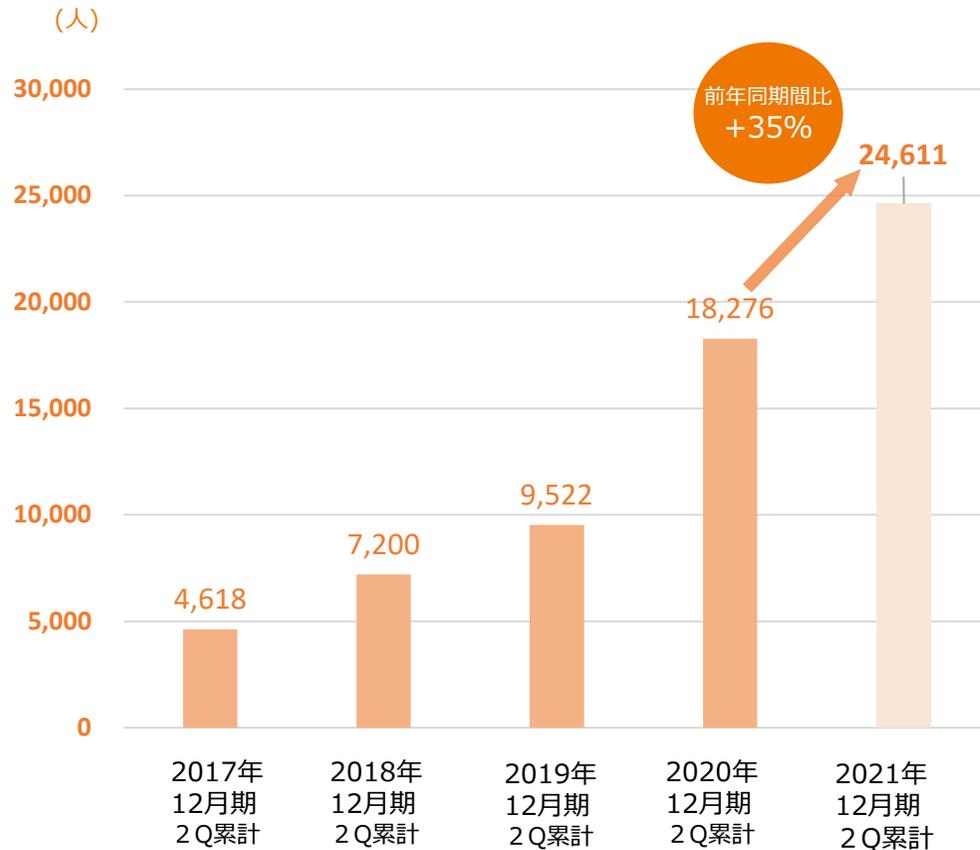
※1：新規有料会員数は、その期において新規に獲得した有料会員（ユニーク）の数

※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（1-6月累計比較）

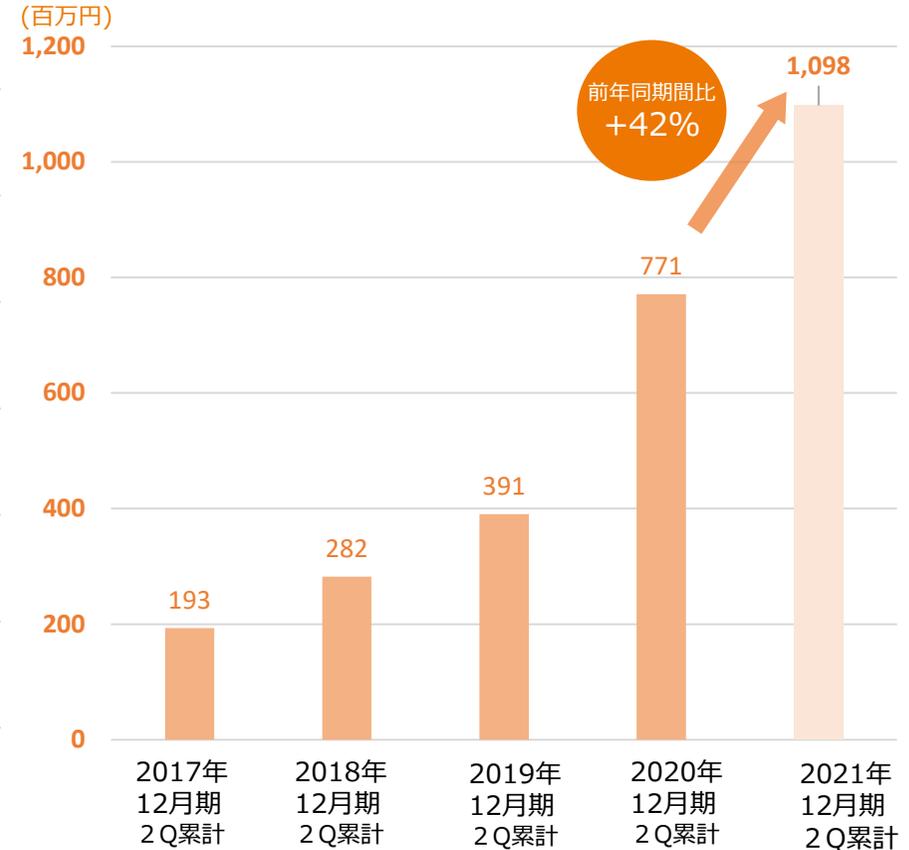
新規有料会員※1は、前年同期間（2020年1-6月）比では+35%と高成長  
現金ベース売上高※2も同様に、+42%と高成長を維持

## 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

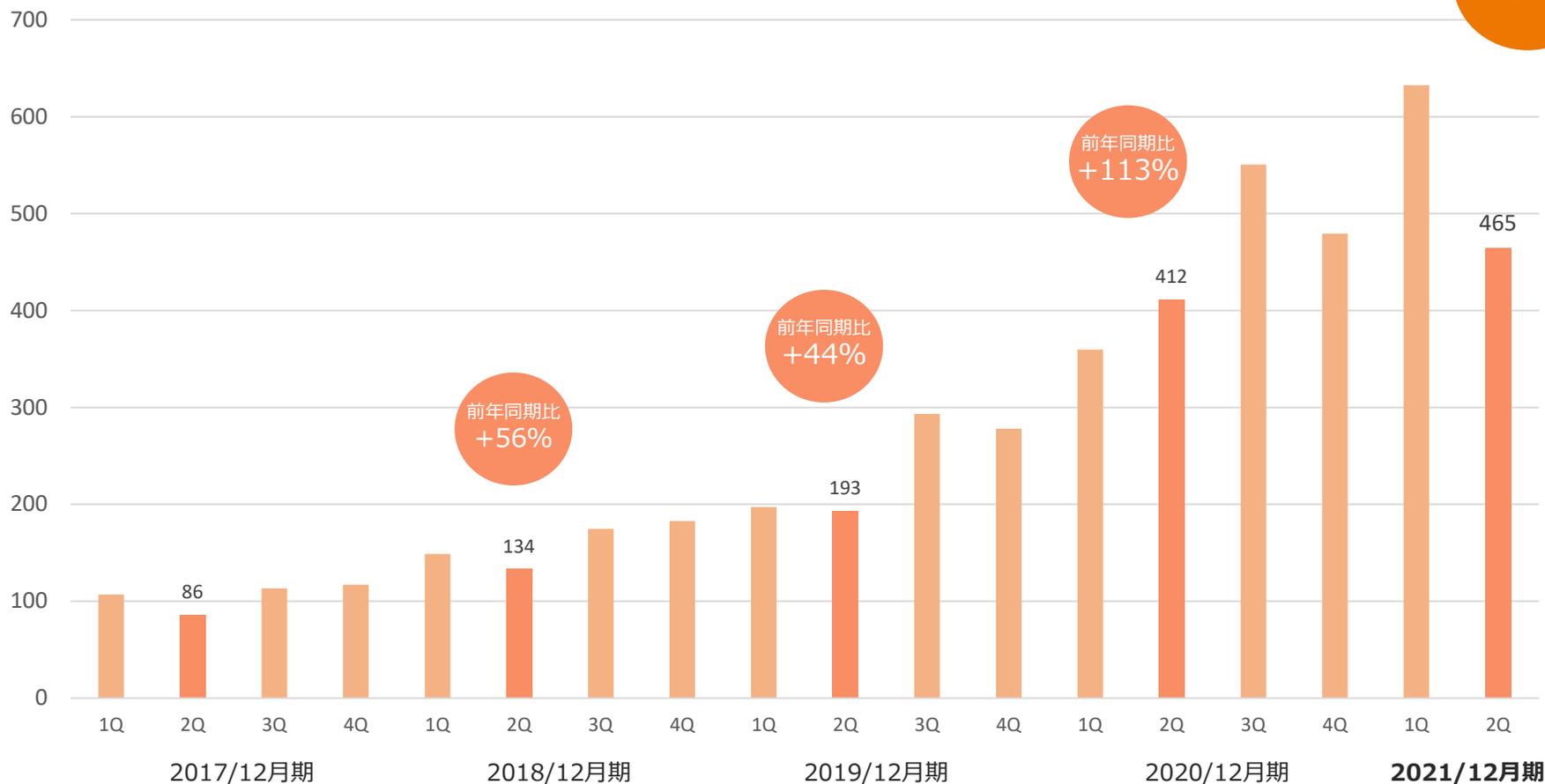
※1：新規有料会員数は、その期において新規に獲得した有料会員（ユニーク）の数

※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2四半期（4-6月）の現金ベース売上は前年同期比+13%増の4.6億円  
コロナ渦でのプラス効果が顕著であった前年同期を上回る実績を確保。

(百万円)



※1：%表記は各決算の第4四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）

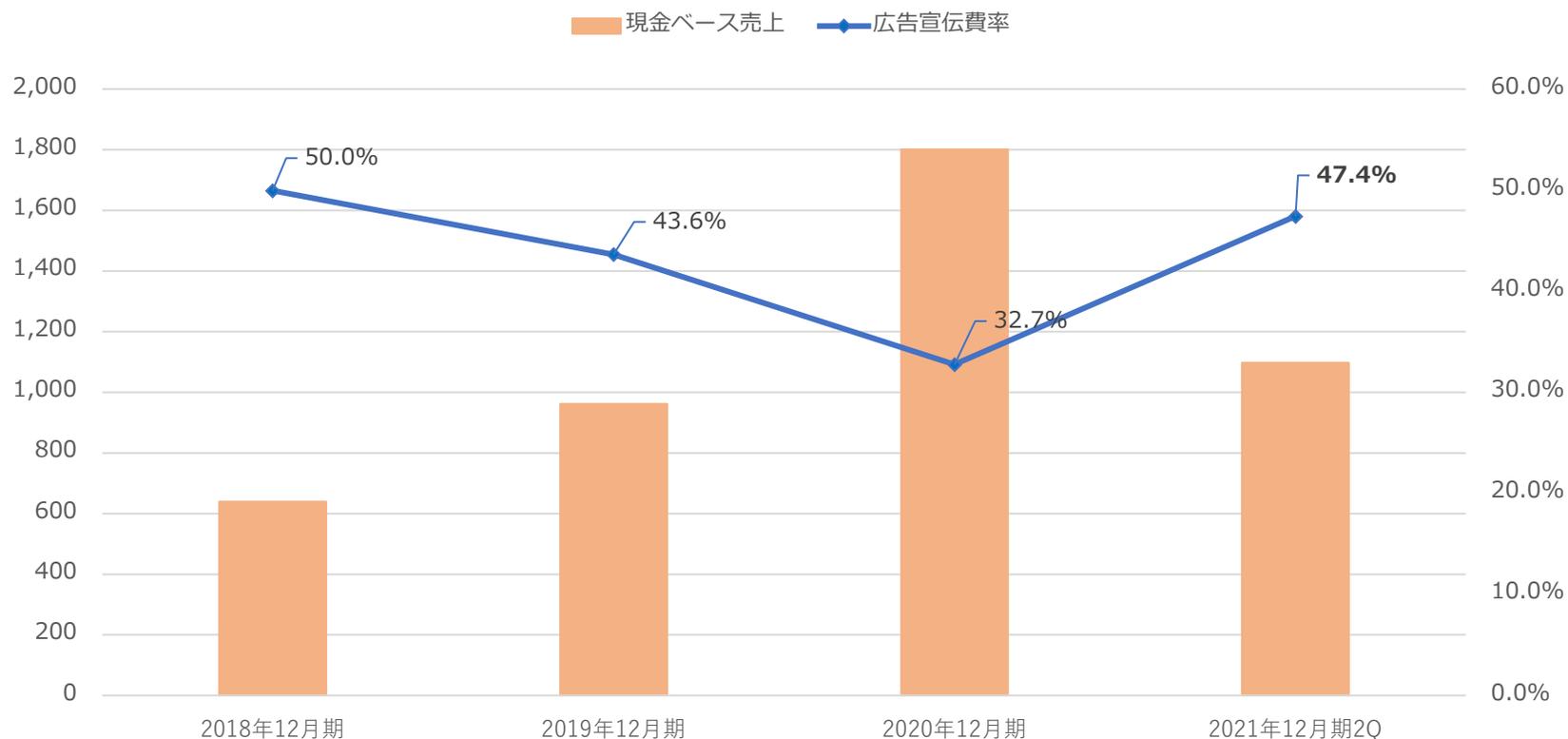
	第1四半期（1-3月）	第2四半期（4-6月）	第3四半期（7-9月）	第4四半期（10-12月）
当社講座の傾向	資格取得を目指し学習を始める人が多い	試験日が少ない	難関資格の試験日が最も多い	試験日がやや多い
現金ベース売上	年初の売上が高く、その後は、やや低い傾向	難関資格の試験直前のため、やや低い傾向	試験直後に、翌年試験に向けた講座の新規購入および更新版コースの購入が増加	翌年試験に向けた講座の購入需要が多い
発生ベース売上	現金ベース売上が長期に按分されるため発生ベース売上の寄与は少ない傾向	現金ベース売上は減少傾向だが、案分された発生ベース売上が積み上がる傾向	主要講座の受講期限が集中し、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+14.7ポイント上昇。期初想定より改善。

(百万円)

## 現金ベース売上と広告宣伝費率 推移



※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1月よりテレビCMを首都圏キー局で開始
  - 1Q、2QにおけるテレビCMは、集客と売上の増加効果が得られた。
  - 3Q以降も、テレビCMによるブランド周知効果等の最大化を図る。



## • 医療分野拡大

登録販売者（一般用医薬品販売のための専門資格）に加え、7月に「看護師国家試験講座」をスタート。

4月 登録販売者（医療分野）

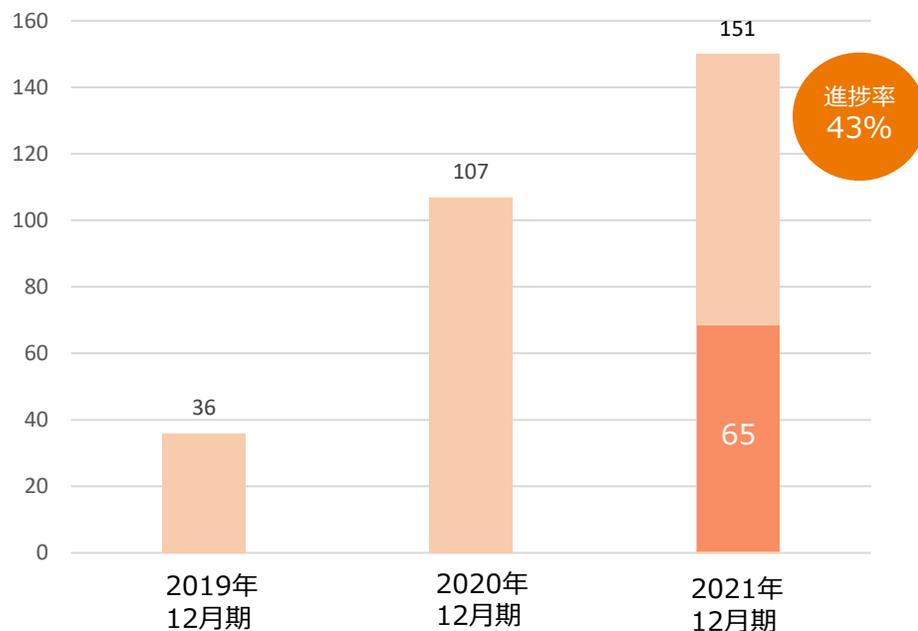
7月 看護師国家試験（医療分野）

# 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+48%増（+57社）  
AirCourseの2021年12月期2Q末の平均解約率※1は1.74%、大企業での採用実績増加

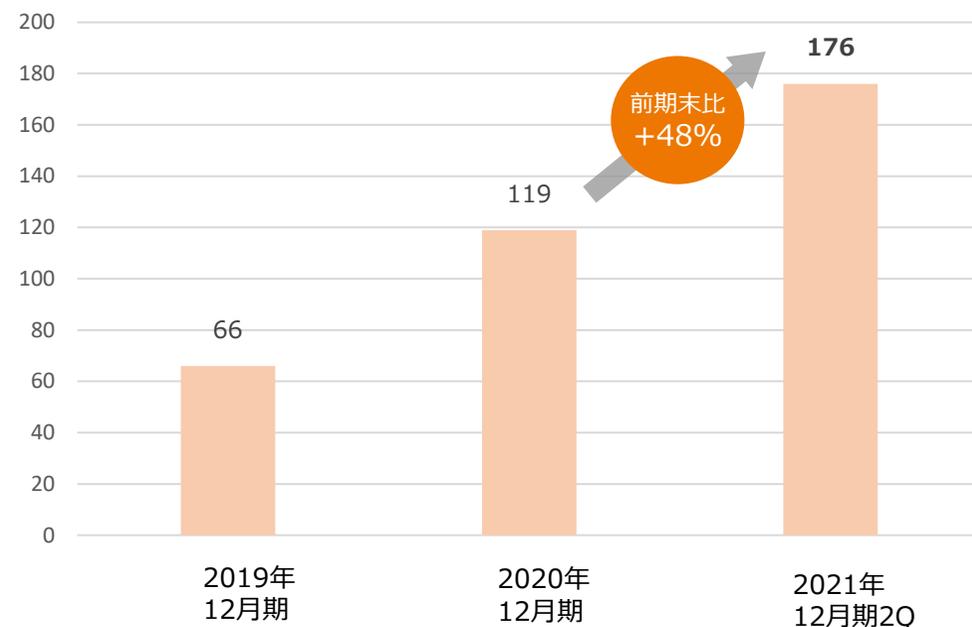
## 法人事業売上

(百万円)



## AirCourse契約企業数

(社数)



※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

※2：2020年12月期の平均解約率は1.16%

# 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「MBA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6月末に**258コース**に増加
- 従来多かった、中堅～中小（従業員数100人～1000人）の案件に加え、数千人規模の大規模受注案件が増加
- さまざまな企業ニーズをくみ取ったシステム開発、改良によるUI/UXが好評。

## AirCourse導入企業様の一例



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

# AirCourseの最新機能のご紹介

## Zoomとの公式連携（5月リリース）

Zoomとの公式連携により オンライン研修／集合研修／eラーニングの一元管理を実現



- AirCourseのコース作成時に、Zoomミーティングの詳細設定が可能に

## レポート機能刷新（7月リリース）

任意のレポートを作成・保存できる機能で管理者の手間を削減

カスタマイズしたレポートは保存可能

コース選択 複数の詳細条件でフィルタが可能

▼ フィルタの再適用 × ユーザ全て × 組織全て × 所属全て × コース全て × コースタイプ全て × カテコリ全て × ユーザスタータス全て ×

選択 学習中

8.5% 完了 81 135 561 175

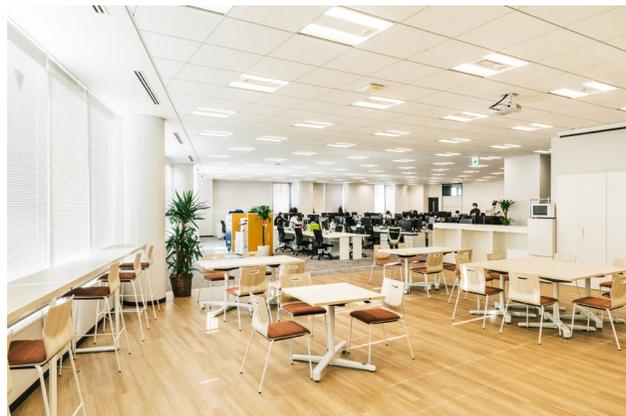
コース名	コース完了率	コース完了数	未着手	学習中	保留中	コース進行	テスト平均	平均	詳細表示設定
...	8.5%	81	561	135	175	952	51.0	...	<input type="checkbox"/> コース名 <input checked="" type="checkbox"/> コース完了率 <input checked="" type="checkbox"/> コース完了数 <input checked="" type="checkbox"/> 未着手 <input checked="" type="checkbox"/> 学習中 <input checked="" type="checkbox"/> 保留中 <input checked="" type="checkbox"/> テスト平均値 <input checked="" type="checkbox"/> 学習回数 <input type="checkbox"/> コースタイプ <input type="checkbox"/> コーススタータス <input type="checkbox"/> カテゴリー <input type="checkbox"/> タグ

項目は自由に選択・並び替えることができる（エクスポート時にも反映）

- フィルタ機能（条件設定）
- 表項目の選択とソート機能
- グラフの選択機能
- カスタマイズレポートの保存機能
- レポートデザインを一新、操作性向上
- レポート表示の高速化

# その他トピックス：オフィス移転とスタジオ強化

- ・ 2021年4月に千代田区永田町に本社を移転
- ・ 事業拡張に伴う増員対応、働きやすく、ゆとりのある職場環境の整備
- ・ 収録スタジオを3つに増設。大型スタジオでは、最新機材によるバーチャルな背景とスライド、話者をリアルタイムで合成する技術で高品質な動画を効率よく制作



# 新型コロナウイルスの業績への影響

- ・ 昨年2Qで大きかった新型コロナウイルスによる需要増については、現在はだいぶ落ち着いており、需要増加のフェーズから平常状態に戻っている
- ・ 教育のDX化は着実に進行、新たな競争フェーズに入りつつある

## スタディング事業

- ・ オンライン講座の需要増加は落ち着きを見せている
- ・ 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

## 法人向け教育事業

- ・ eラーニングの需要増加は落ち着きを見せている
- ・ 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

## 基本方針

- 「最も合格できる講座」になるために、AI・ITの活用、コンテンツの強化を行い、「学びやすく、わかりやすく、続けやすい」を追求
- 有望資格への講座ラインナップ展開
- 認知度、ブランディングを高め、マジョリティ層のシェア増やす
- ➔ 各資格で「合格者増→受講者増→合格者増」の成長サイクルを回し、シェアNo1を達成することで競争優位性を高める

## 重点施策

### 学習サービスの機能強化

- AIと受講データを活用した学習の個別最適化
- 学習システム機能拡張による学びやすさと続けやすさの向上

### コンテンツの強化

- 講座コンテンツのわかりやすさ、動画、講座品質の向上

### 講座ラインナップの増加

- 有望カテゴリー、有望資格への新規講座展開

### ブランディング、マーケティングの強化

- マス/Webマーケティングによるブランディングと集客・販売強化

## 基本方針

「最も社員教育を効率化できるサービス」になるために、学習管理システム（LMS）やコンテンツを強化し、社員教育のデジタルトランスフォーメーションができるプロダクト力を高める

マーケティング、販売力を高め、パートナーモデルを確立する

→ プロダクト強化、販売力強化によって顧客増を実現し、クラウドLMSでのシェアNo1 を達成することで競争優位性を高める

## 重点施策

### AirCourseの機能強化と社員教育の効率化

- テレワーク企業のニーズに合致した教育研修機能の拡充
- 大企業に対応した、受講者管理、コンテンツ管理の機能強化

### コンテンツ・プラスのコース拡充

- 受け放題のコースラインナップを強化

### Webマーケティング、Web販売の強化

- Webで販売が完結する仕組み強化（Web集客→Web商談／Web決済）

### パートナーシップによるプラットフォーム化

- 販売チャネル、OEMパートナー、コンテンツパートナーの開拓

### 海外展開

- プロダクトを多言語化し、海外展開を進める

# 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。