2020年６月19日

各　位

会　社　名　株　式　会　社　イ　ト　ク　ロ
代 表 者 名　代　表　取　締　役　　山　木　　学
代　表　取　締　役　　領　下　　崇
（コード番号：6049　東証マザーズ）
問 合 せ 先　執行役員 経営管理部長　　佐　藤　大　輔
（TEL.03-6910-4537）

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時	2020年６月18日　15：30～16：30
開催方法	電話会議による開催
開催場所	－
説明会資料名	2020年10月期　第２四半期決算説明資料

【添付資料】
１.投資説明会において使用した資料

以 上

2020年10月期 第２四半期
決算補足説明資料



イトクロ

東証マザーズ 6049
2020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。

2020年10月期
第２四半期業績概要

2020年10月期第２四半期 業績概要

イトクロ

・新型コロナウイルスの影響を受け、通期計画に対しての進捗にやや遅れ
・足元は回復の兆候が見られており、売上高～経常利益に関しては通期計画を据え置き
・センジュ社ののれんの減損損失４億円を計上し、当期純利益が減少

（単位：百万円）

	2020年10月期 ２Q累計	2020年10月期 計画	進捗率
売上高	2,011	4,500	44.6%
営業利益	601	1,300	46.2%
経常利益	603	1,300	46.4%
当期純利益	△41	800	―

2020年10月期第２四半期トピックス

▶ 教育メディア売上高 19.7億円 YoY-7.5%

▷ 新型コロナウイルスの影響を受け、『塾ナビ』は２月～４月の売上高が
前年同期比マイナス成長も、５月以降は回復傾向（P.８にて後述）

▷ その他民間教育領域については『家庭教師比較ネット』が影響を受けたものの
医学部領域のメディアが業績を牽引し、前年同期比プラス成長を確保
（P.９にて後述）

▷ 『みんなの学校情報』についても新型コロナウイルスの影響を受けるも
専門学校領域ではユーザー数YoY+33.0%
有料掲載学校数は299校まで増加し、上期で通期計画である300校をほぼ達成
５月以降も注力カテゴリである専門学校・大学領域では大幅成長の見込み
（P.10、11、15にて後述）

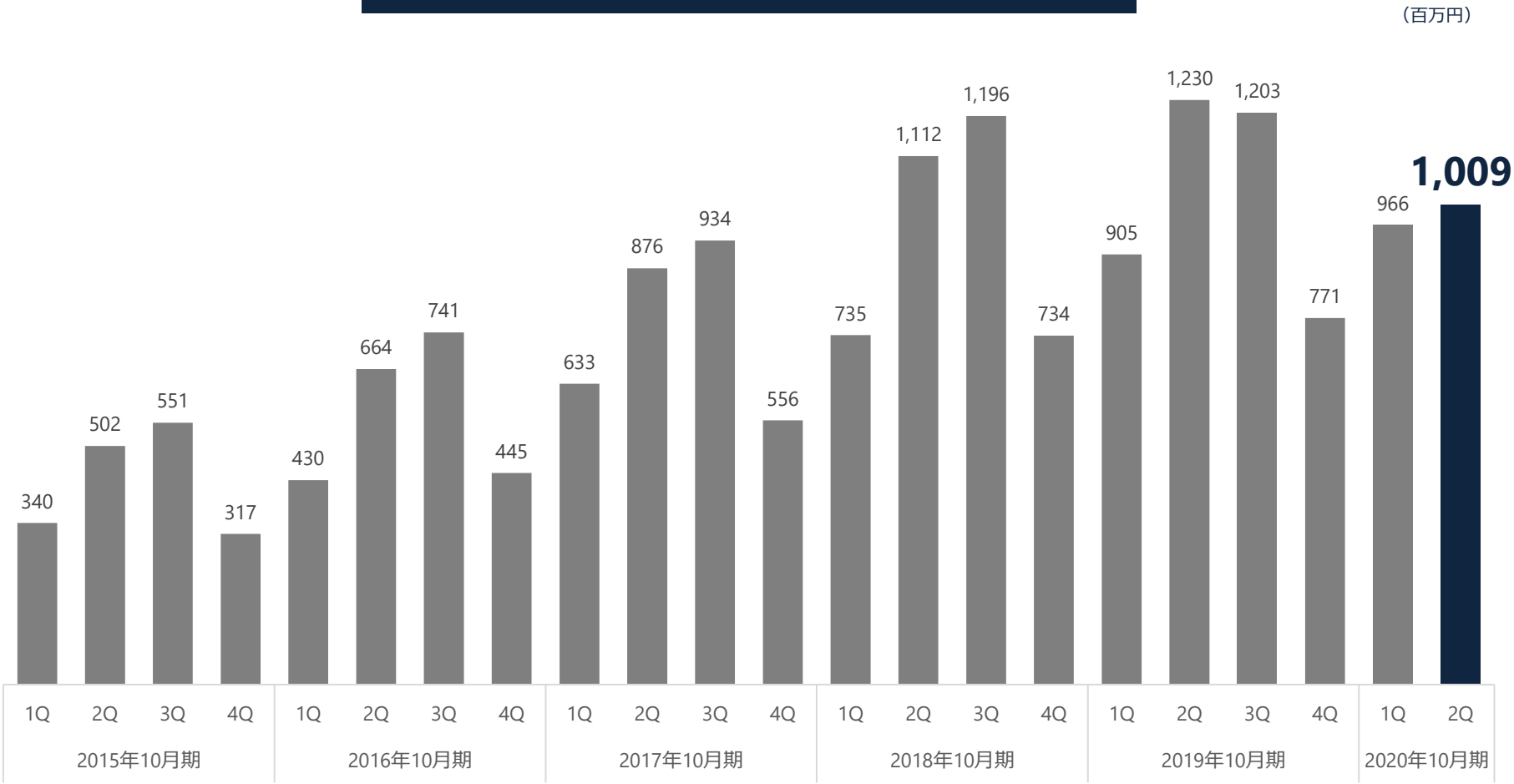
▶ 売上高に対する広告宣伝費率 26.1%

▷ リスティング広告運用の分析を強化し、より緻密な運用を実施
期初計画である26.5%以内を達成

教育メディアサービス四半期別売上高推移

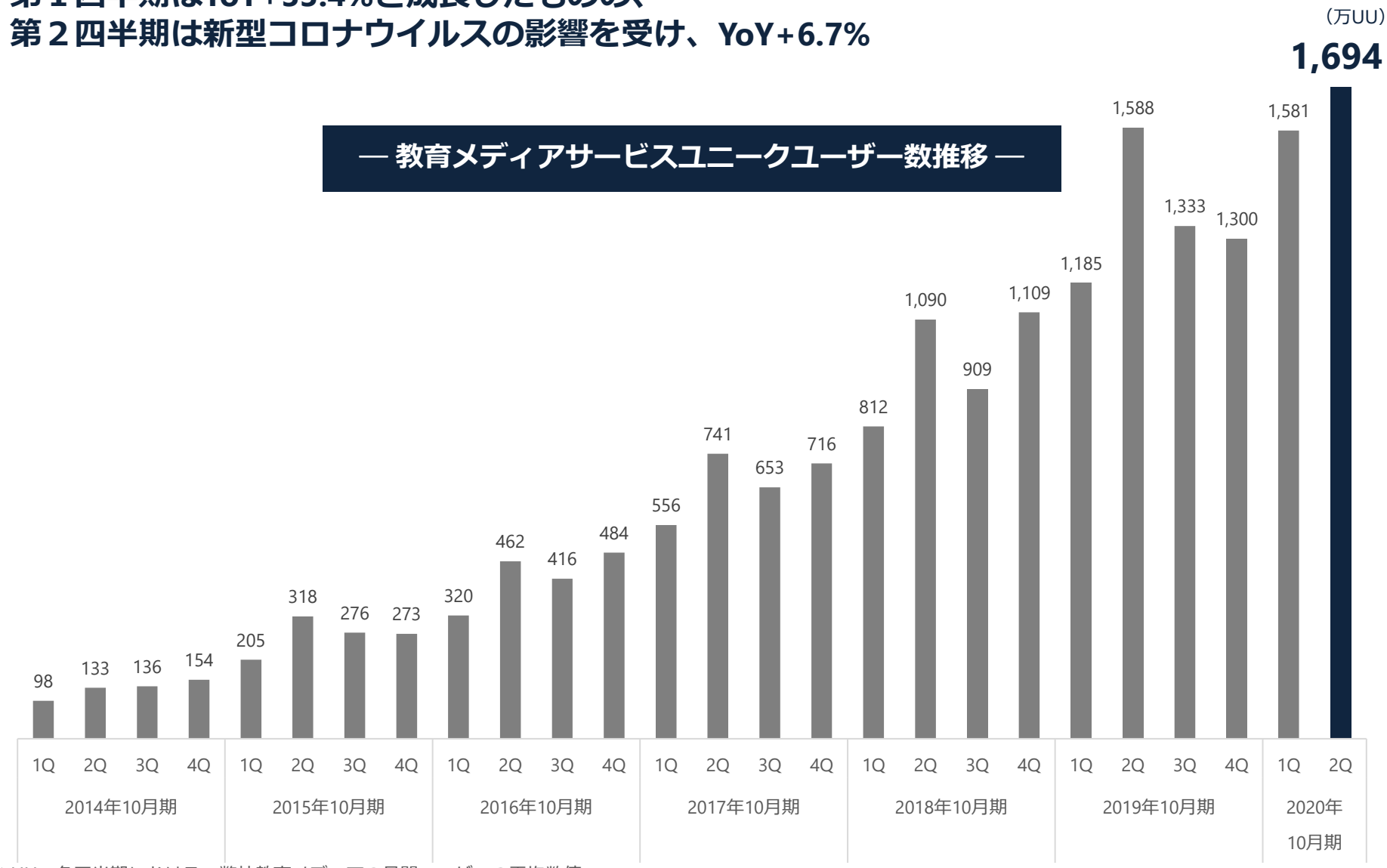
第１四半期は計画通り進捗したものの、
第２四半期は新型コロナウイルスの影響を受け前年同期比減収

― 教育メディアサービス売上高推移 ―



教育メディアサービス月次ユーザー数推移

第１四半期はYoY+33.4%と成長したものの、
第２四半期は新型コロナウイルスの影響を受け、YoY+6.7%



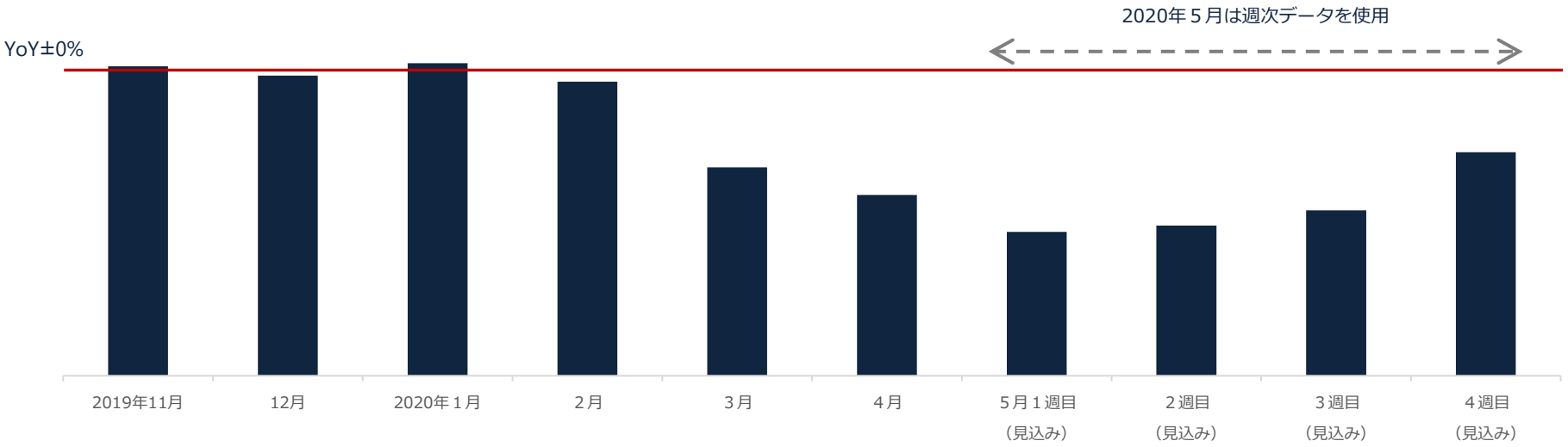
※ UU：各四半期における、弊社教育メディアの月間ユーザーの平均数値
※ 2019年11月１日に株式会社センジュを完全子会社化したことに伴い、2020年10月期より株式会社センジュ所有のメディアも教育メディアサービスに含めております

新型コロナウイルスの影響

『塾ナビ』新型コロナウイルスの影響

３月～５月前半まで大きく影響が出たものの、５月後半から回復傾向

― 『塾ナビ』売上高 前年同期比 推移 ―

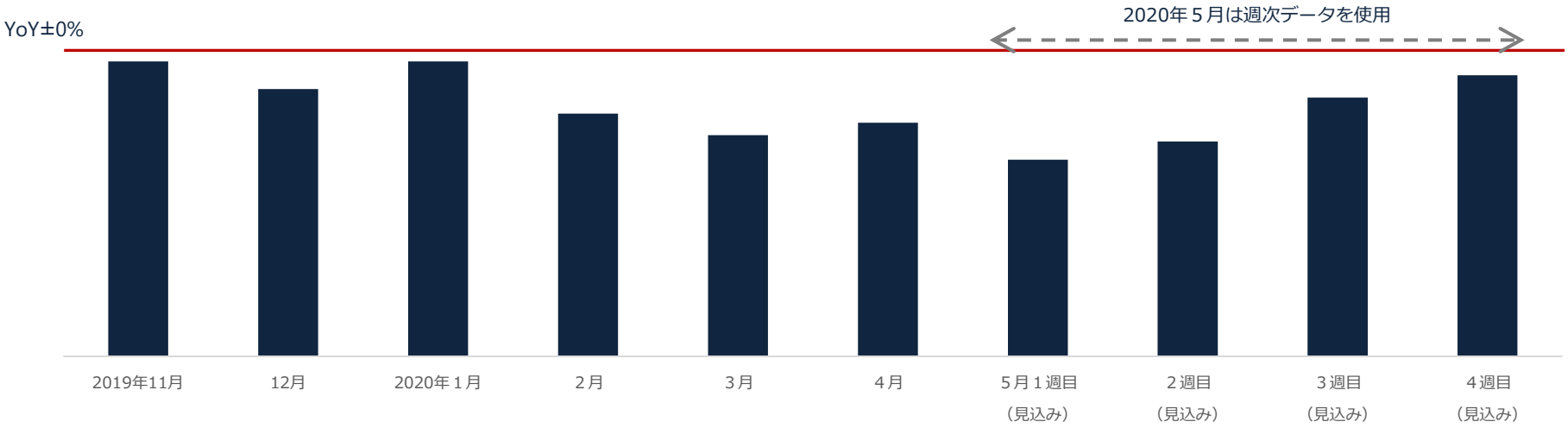


第２四半期の状況	△	・２月中旬以降、ユーザー数の伸びが鈍化。前年同期比マイナスへと転換
	△	・学習塾の休業時の広告費用抑制による資料請求件数減少
	○	・有料掲載教室数増加。チラシ広告予算のWEBへの広告予算の移行が加速
今後の見通し	○	・年間を通じて学習塾に通う人数は大きくは変わらないと予想 上半期に抑制された学習塾ニーズの揺り戻しにより資料請求件数増加の見込み
	○	・子供の学習進度への不安による学習塾ニーズの増加により資料請求件数増加の見込み
	△	・新型コロナウイルスの不安による、資料請求件数減少の可能性

その他民間教育メディア 新型コロナウイルスの影響

その他民間教育メディアの売上高の内、70%程度を占める『家庭教師比較ネット』では、
２月～５月前半まで大きく影響が出たものの、５月後半から回復傾向
医学部領域のメディアが業績を牽引し、その他民間教育全体では前年同期比プラス成長を確保

― 『家庭教師比較ネット』売上高 前年同期比 推移 ―



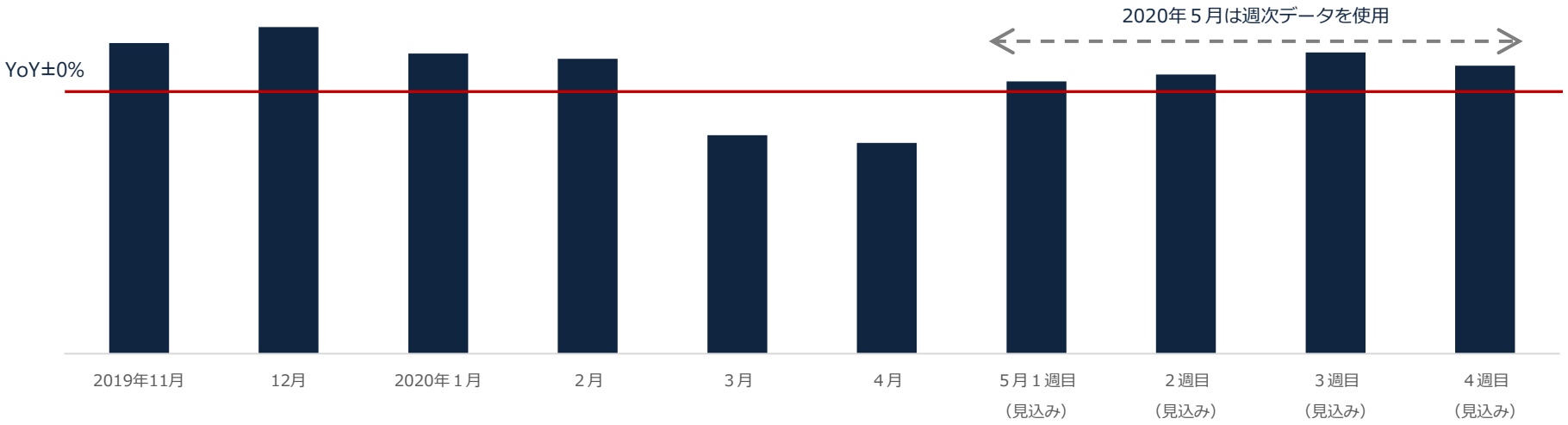
第２四半期の状況	△	家庭教師	・ユーザー数がやや減少
	○	医学部	・ユーザー数は減少したものの、年間固定費契約の売上高比率が高いため、大きな影響を受けることなく計画通り進捗
今後の見通し	○	家庭教師	・５月後半から回復の兆し 上半期に抑制されたニーズの揺り戻しにより資料請求件数増加の見込み
	○	医学部	・下半期計画通り推移する見込み

※その他民間教育領域メディアにおいては『家庭教師比較ネット』が収益の大半を占めるため、『家庭教師比較ネット』のデータを使用しています

『みんなの学校情報』新型コロナウイルスの影響

３月～４月は幼稚園～高校領域における売上高が減少
５月以降は専門学校・大学領域での資料請求件数が増加し、全体売上高の前年同期比も回復
専門学校・大学領域については次ページに詳細

― 『みんなの学校情報』売上高 前年同期比 推移 ―

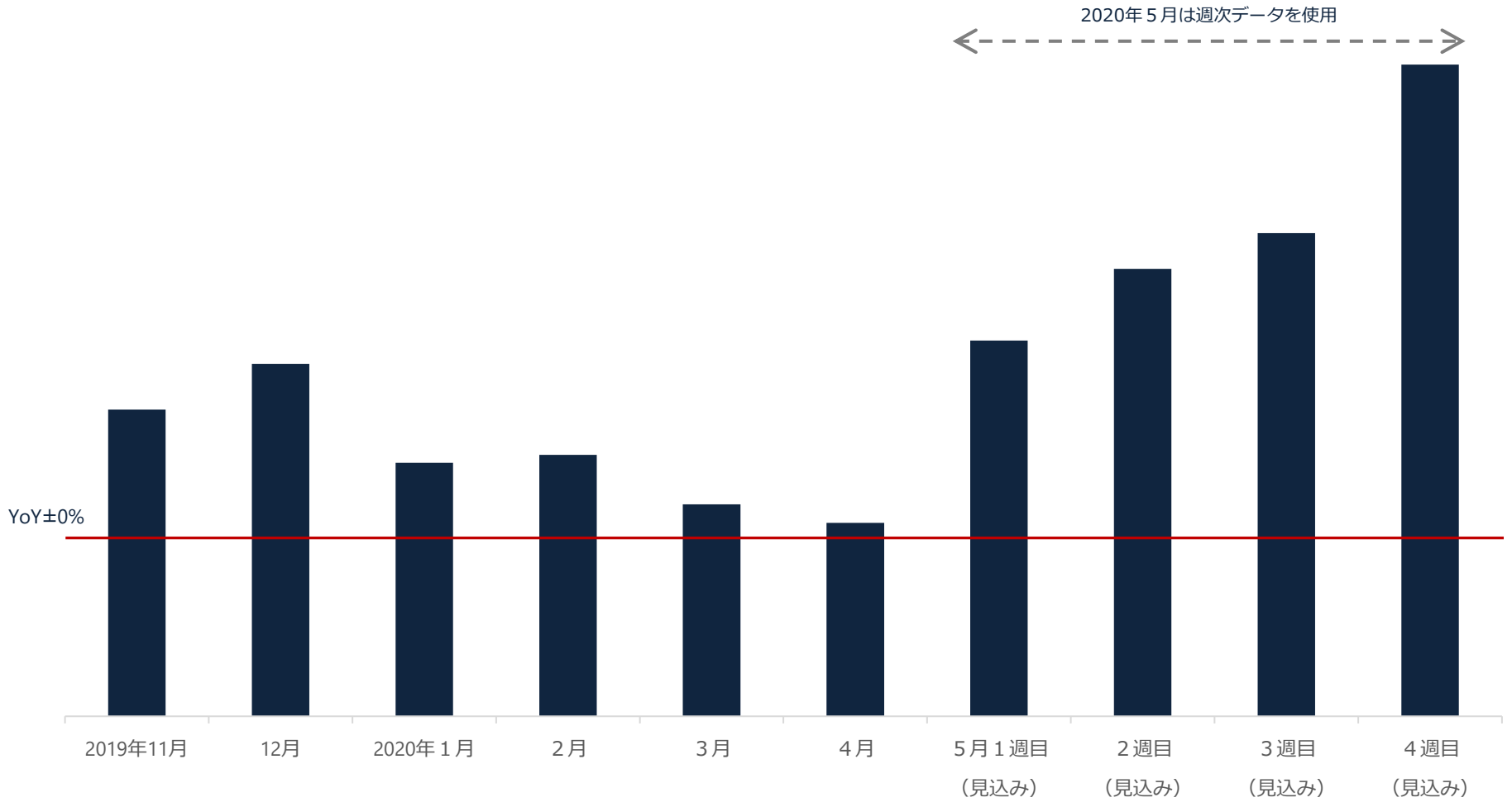


第２四半期の状況	△	幼稚園 中学校 小学校 高校	・２月中旬以降、ユーザー数の伸びが鈍化 ・アドネットワーク広告のクリック単価低下
	○	専門学校	・専門学校の有料契約学校数増加 リアルでの広告予算のWEBへの転換が加速
	△	専門学校	・２月中旬以降、ユーザー数の伸びが鈍化 ・専門学校の休校に伴いオープンキャンパスの予約が停止
	△	大学	・２月中旬以降、ユーザー数の伸びが鈍化
今後の見通し	△	幼稚園 中学校 小学校 高校	・アドネットワーク広告主のコスト抑制継続により アドネットワーク広告の売上高回復には時間がかかる見込み
	○	専門学校 大学	・年間を通じて進学する人数は変わらないことから 上半期に抑制されたニーズの揺り戻しにより売上高増加の見込み

『みんなの学校情報』専門学校・大学領域の成長

専門学校・大学領域ともに、２月～４月に新型コロナウイルスの影響を受け
売上高の前年同期比が低下するも、５月１週目からは揺り戻しにより大きく成長の見込み

― 『みんなの学校情報』専門学校・大学領域 売上高 前年同期比 推移 ―



2020年10月期
サービス別成長戦略

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

- 口コミの増強等コンテンツの強化を行うものの、新型コロナウイルスの影響を受けユーザー数減少 YoY-8.2%
- SEMの分析、入札調整の強化により効率改善 ユーザー獲得単価（CPA）が低下 YoY-7.2%

下期計画

- 学習塾における新型コロナウイルス感染対策やオンライン授業対応塾のコンテンツをリリース

2020年10月期 『みんなの学校情報』成長戦略



『みんなの学校情報』2020年10月期戦略：成長余地が大きい専門学校領域に注力

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

次スライドに詳細

2020年10月期 成長戦略の進捗

みんなの専門学校情報

期初計画

- コンテンツ増強によるユーザー数の増加
- UIの改修によるユーザビリティの向上
- 有料提携専門学校数 300校

上期進捗

- **コンテンツ増強及びUI改修実施済**
  新型コロナウイルスの影響を受けるも
  ユーザー数増加 YoY33.0%増
- **有料提携校数 299校**
  通期計画である300校を上期でほぼ達成

下期計画

- オンラインでのオープンキャンパスや相談会
  コンテンツの増加
- 来期の有料提携校増加に向け、コンテンツ増強、
  SEMの強化により資料請求件数増加

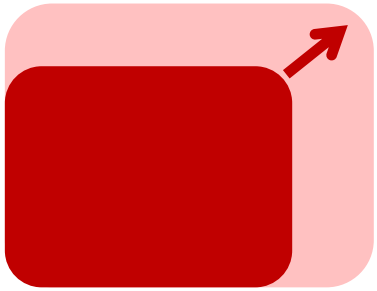
2024年10月期に向けた成長戦略

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



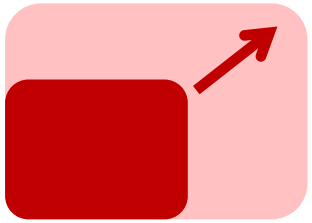
②
その他民間教育領域

家庭教師比較ネット

医学部受験マニュアル

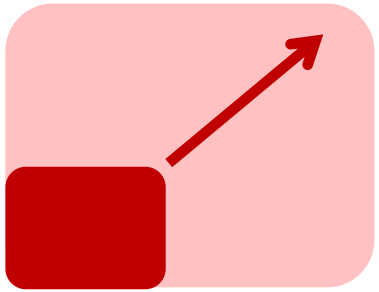
医学部予備校ガイド

申込み可能教室1万教室突破！
コドモブースター



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



※各図の大きさは、実際の売上規模を正確に反映しているわけではありません。

2020年10月期
業績予想の修正

2020年10月期 業績予想の修正

株式会社センジュにおいて新型コロナウイルスが大きく影響
事業計画を見直し４億円の減損を実施　それに伴い当期純利益について通期業績予想を修正
売上高・営業利益・経常利益に関しては、主力事業にて回復の兆しも見えているため修正なし

（単位：百万円）

	当初通期 業績予想	修正後通期 業績予想	2020年10月期 第２四半期累計	修正後予想 進捗率
売上高	4,500	4,500	2,011	44.6%
営業利益	1,300	1,300	601	46.2%
経常利益	1,300	1,300	603	46.4%
当期純利益	800	396	△41	―

APPENDIX

事業概要

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

事業概要

『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数多く運営

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

全国学校選び口コミサイト

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

ほか多数

※ 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４月末時点の数値

メディアサービスのビジネスモデル

イトクロ

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

イトクロ

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

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

申込み可能教室1万教室突破！ コドモブースター

ほか多数

クライアント企業



1 情報掲載

2 情報閲覧

3 資料請求

4 送客

5 成果報酬

ユーザー



メディアサービスにおける３つの特徴

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

市場規模の推移

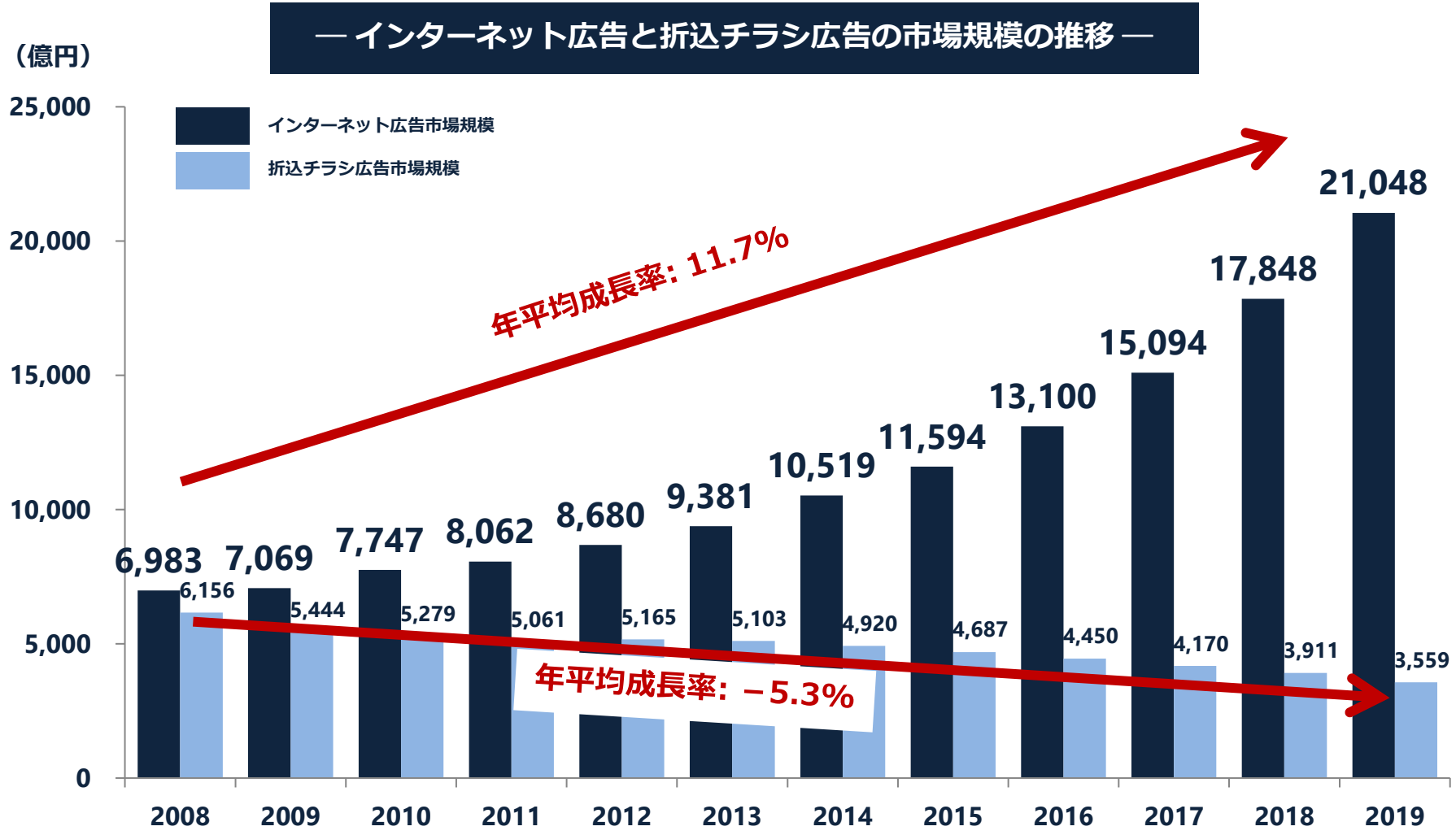
学習塾予備校領域の市場規模は少子化の影響を受けず、緩やかに拡大傾向



※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の拡大

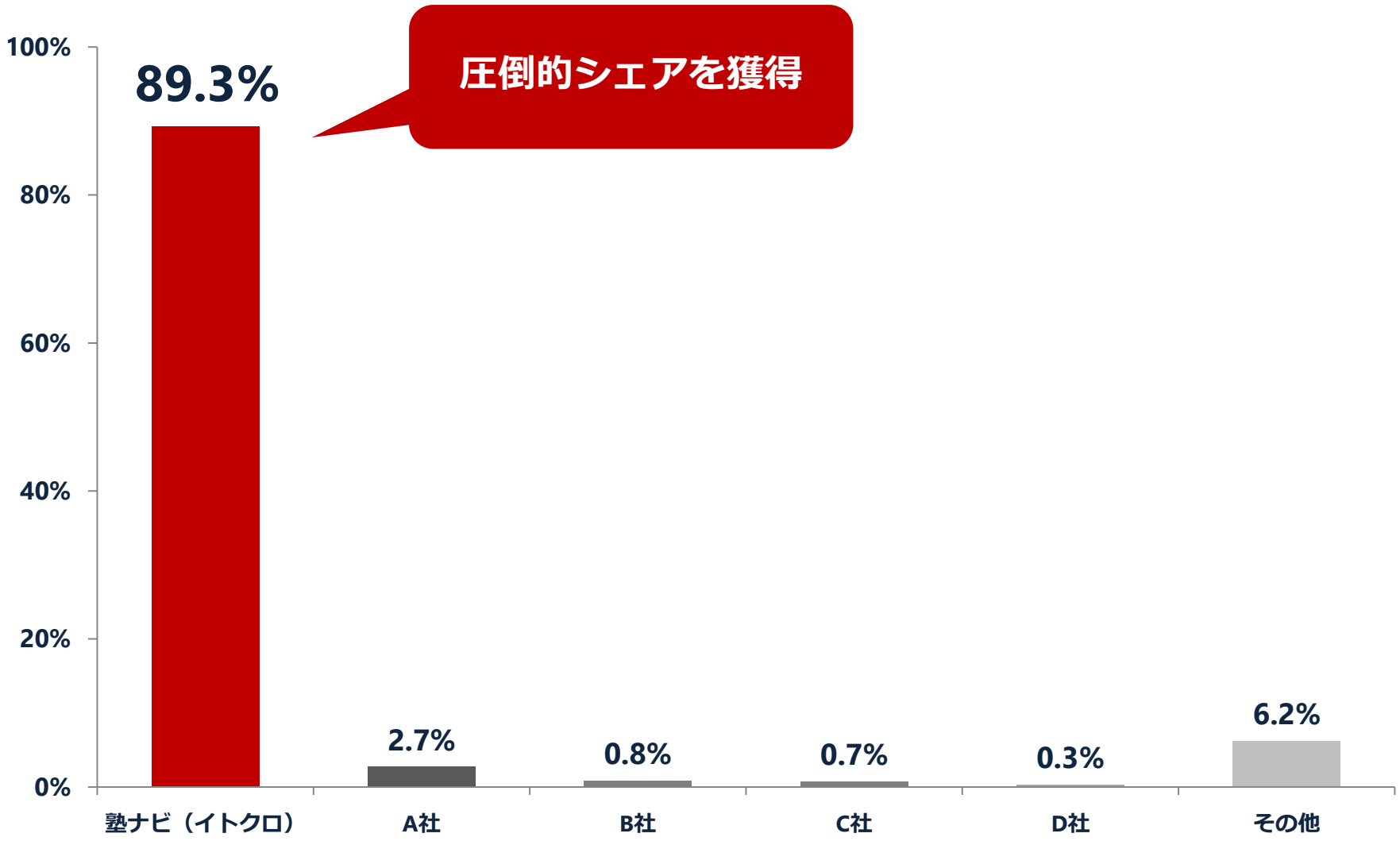
インターネット広告市場が拡大する一方で折込チラシ広告市場は縮小



※ 電通「2019年 日本の広告費」

塾検索サイトの実態把握調査

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

将来見通しに関する注意事項

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。