

2021年10月期 決算補足説明資料



イトフ

東証マザーズ 6049
2021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。

P.3 2021年10月期 業績概要

P.8 2024年までの成長戦略

P.21 サステナビリティ関連情報

P.35 APPENDIX

2021年10月期 業績概要

上半期は好調に推移。下半期、特に第4四半期にて新型コロナウイルスの影響を受けたものの、2021年10月以降は回復傾向（詳細は5ページ参照）

（単位：百万円）

	2021年10月期 計画	2021年10月期 実績	達成率	YoY
売上高	4,620	4,268	92.4%	+10.5%
営業利益	1,520	1,306	85.9%	+14.6%
経常利益	1,520	1,306	85.9%	+13.9%
当期純利益	978	824	84.3%	+159.5%

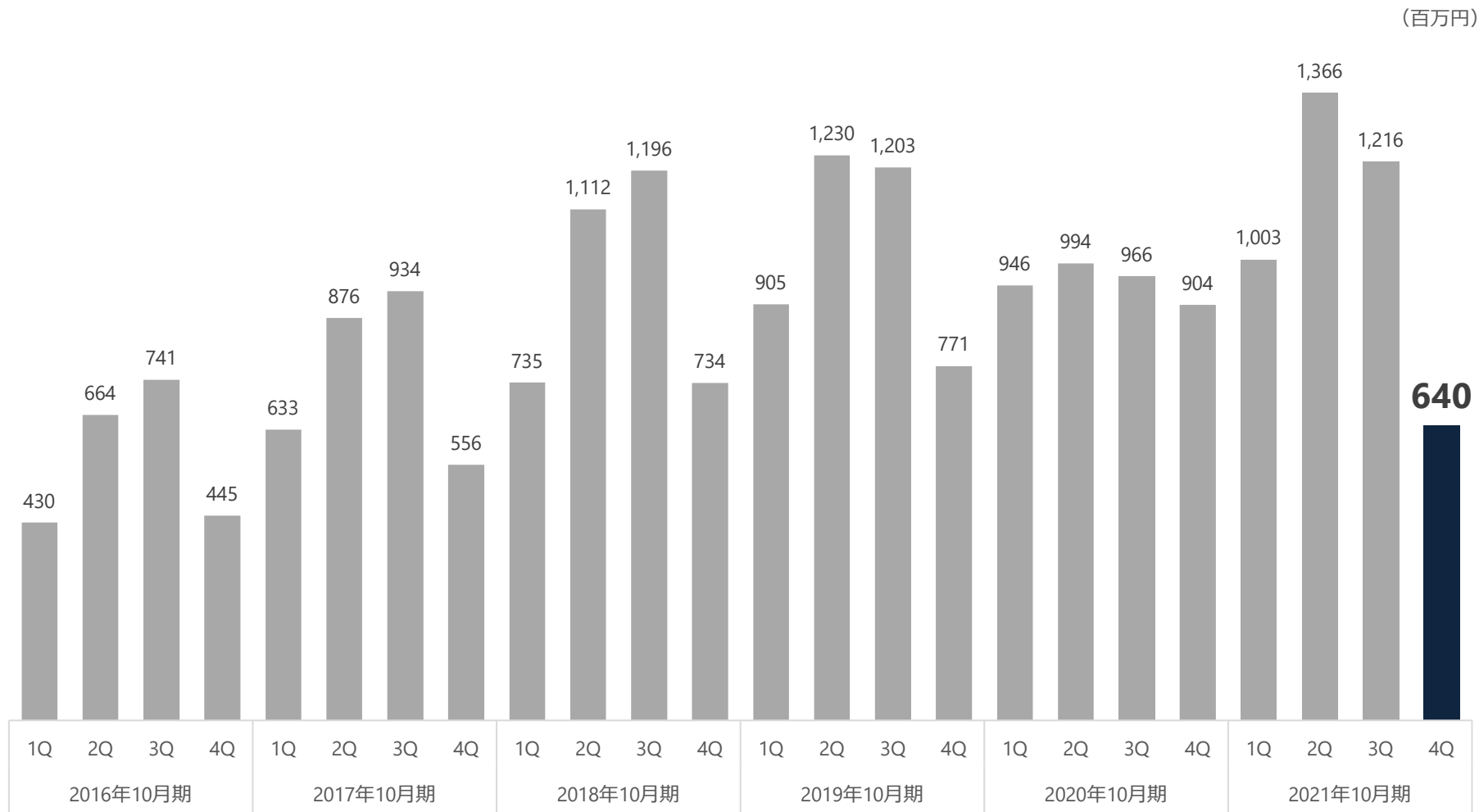
▷ 『塾ナビ』 ・ その他民間教育領域

- ・ 2020年に新型コロナウイルスの影響により学習塾へ行くことを控えていた層の学習塾ニーズの揺り戻しにより、2021年10月期上半期は計画に対して好調に推移
- ・ 下半期、特に第4四半期は、新型コロナウイルス感染者数拡大に起因する定期テストの延期や中止等の学校のスケジュール変更が影響し、売上高等に影響を及ぼすも、感染者数の落ち着きに伴い10月以降は業績やKPI共に回復傾向

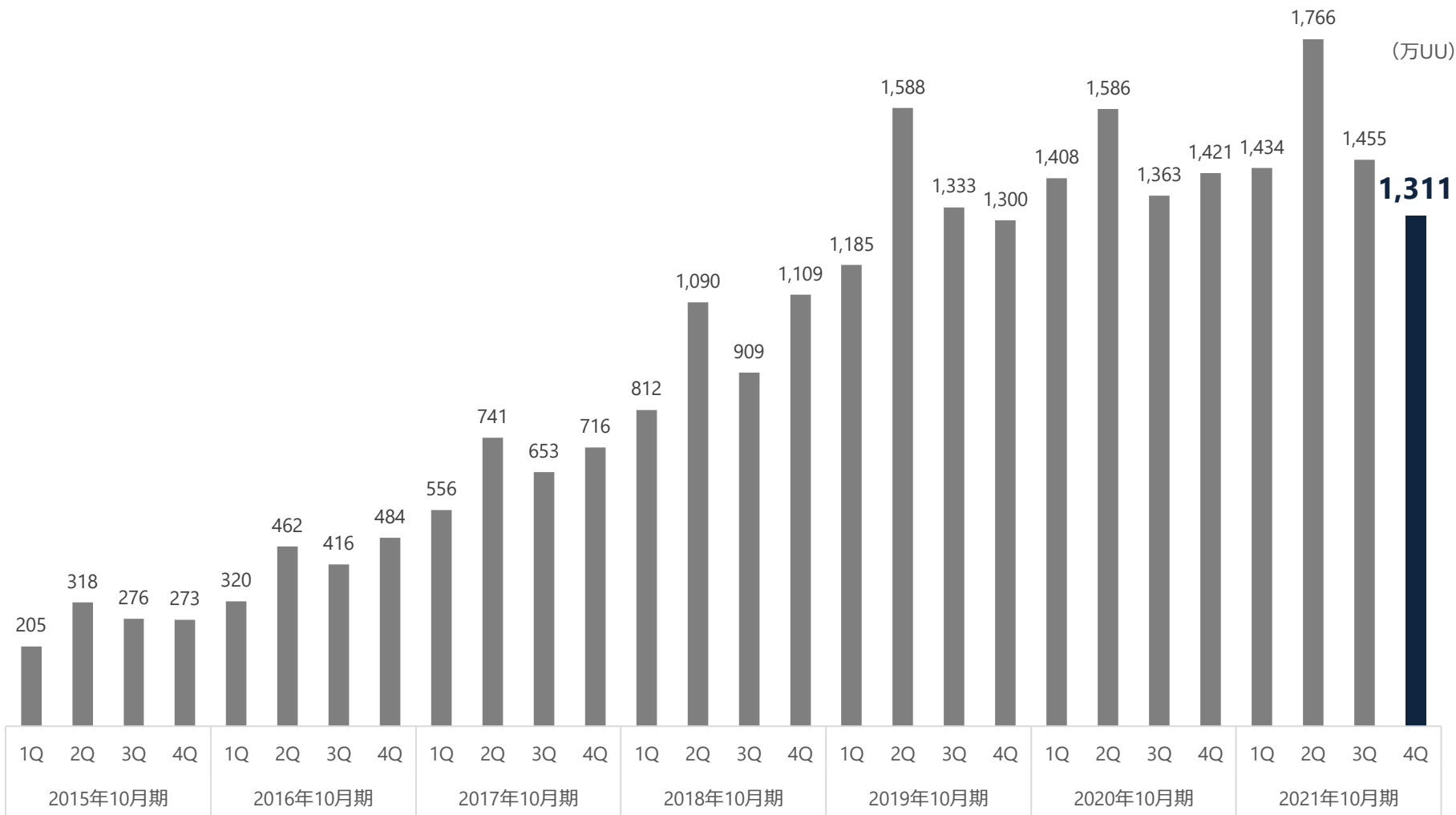
▷ 『みんなの学校情報 専門学校領域』

- ・ 新型コロナウイルス感染者数拡大の影響による高校生への進路指導の遅れや部活動引退時期の延長に伴って高校生の進路選択時期に遅れが出たこと学校選択時における都市圏への移動に抵抗感が発生したこと等から専門学校検討時の選択肢が狭まり資料請求件数は計画に対しては未達であるものの、前年比3倍程度に成長

- ・ 2021年10月期トピックス（5ページ）に記載の理由により第4四半期は前年同期比で売上高が減少するも、2021年10月以降は回復の傾向が見られる



- 2021年10月期トピックス（5ページ）に記載の理由により第4四半期は前年同期比でユーザー数が減少するも、2021年10月以降は回復の傾向が見られる



2024年までの成長戦略

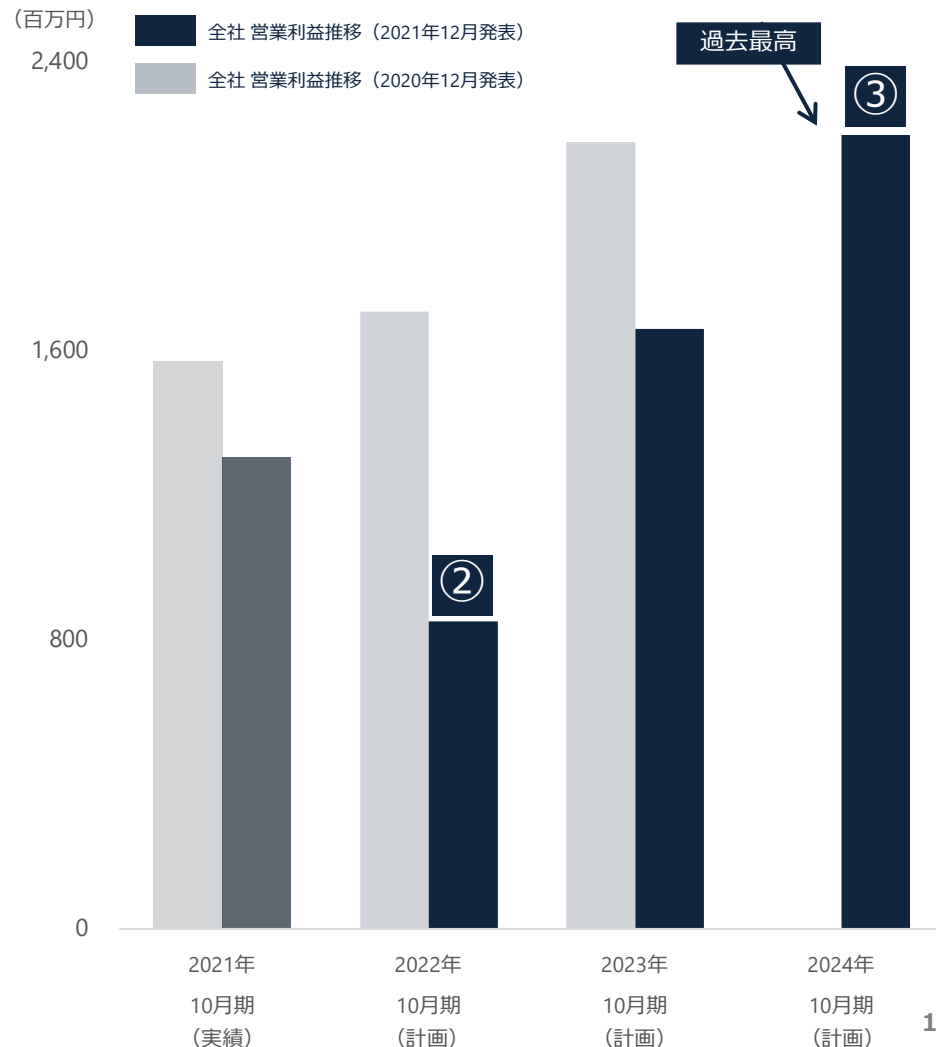
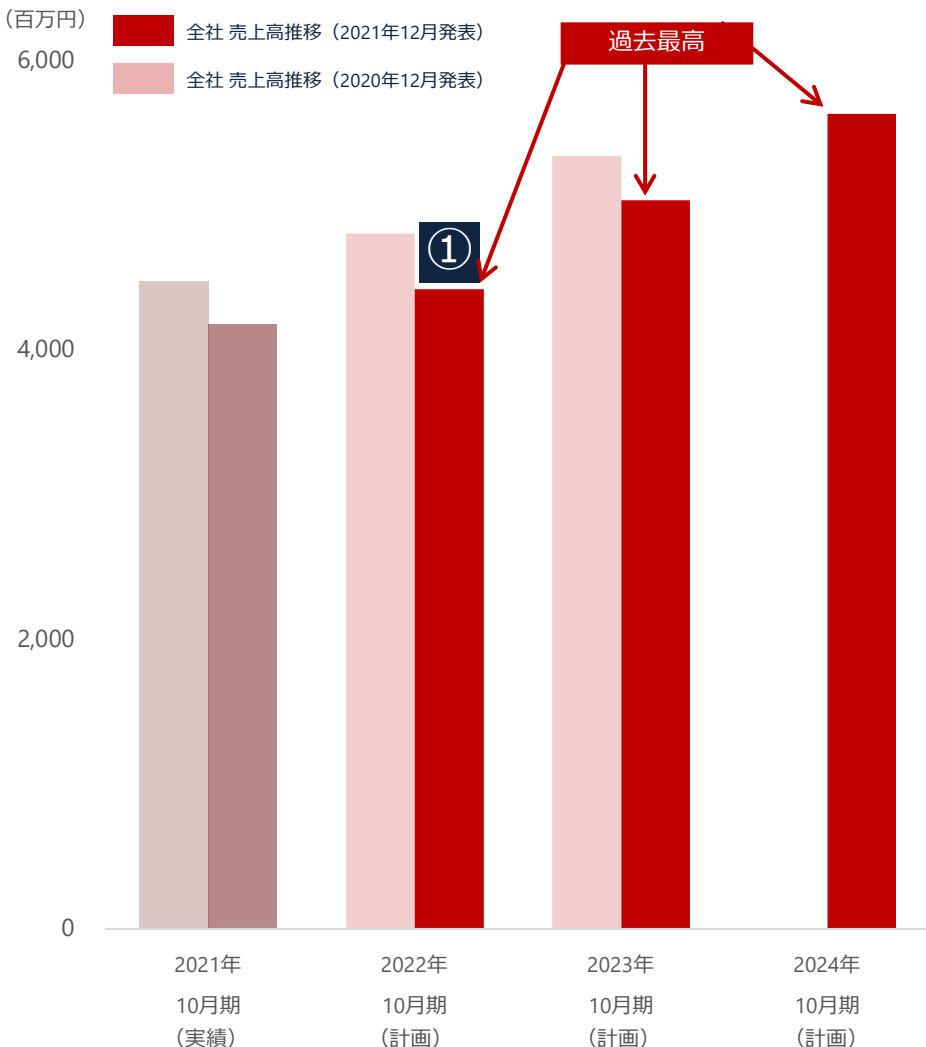
- ・ 2020年10月期より新型コロナウイルスの影響が発生したものの2021年10月期は過去最高売上高を更新
- ・ 2022年10月期以降も安定的に成長し、毎年過去最高売上高を更新する見込み

(百万円)



2024年までの成長戦略 全社業績推移

- ① 前述の新型コロナウイルスの影響を一部加味し、売上高は2020年12月発表時における計画に対して減少を見込むが、過去最高売上高を更新させ、引き続き安定成長を見込む
- ② 2022年10月期に『塾ナビ』において戦略的に広告宣伝を強化することで営業利益は一時的に低下
- ③ ①、②より、売上高、営業利益ともに、2020年12月発表時における2023年10月期の目標数値に対して2024年10月期にて到達し、過去最高業績の達成を見込む



- ① 既存事業を安定成長させフリーキャッシュフローを生み出す
- ② 投資事業にて大きな成長を目指す
- ③ これまで『塾ナビ』などで成功した施策を買収事業に導入しさらなる成長を目指す

2022年-24年
売上高年平均成長率

領域

メディア

+10%~

① 既存事業

塾ナビ 家庭教師 **比較** ネット

+2~5%

注力領域

② 投資事業

全国学校選びNO.1口コミサイト
みんなの学校情報

+20%~30%

みんなの専門学校情報

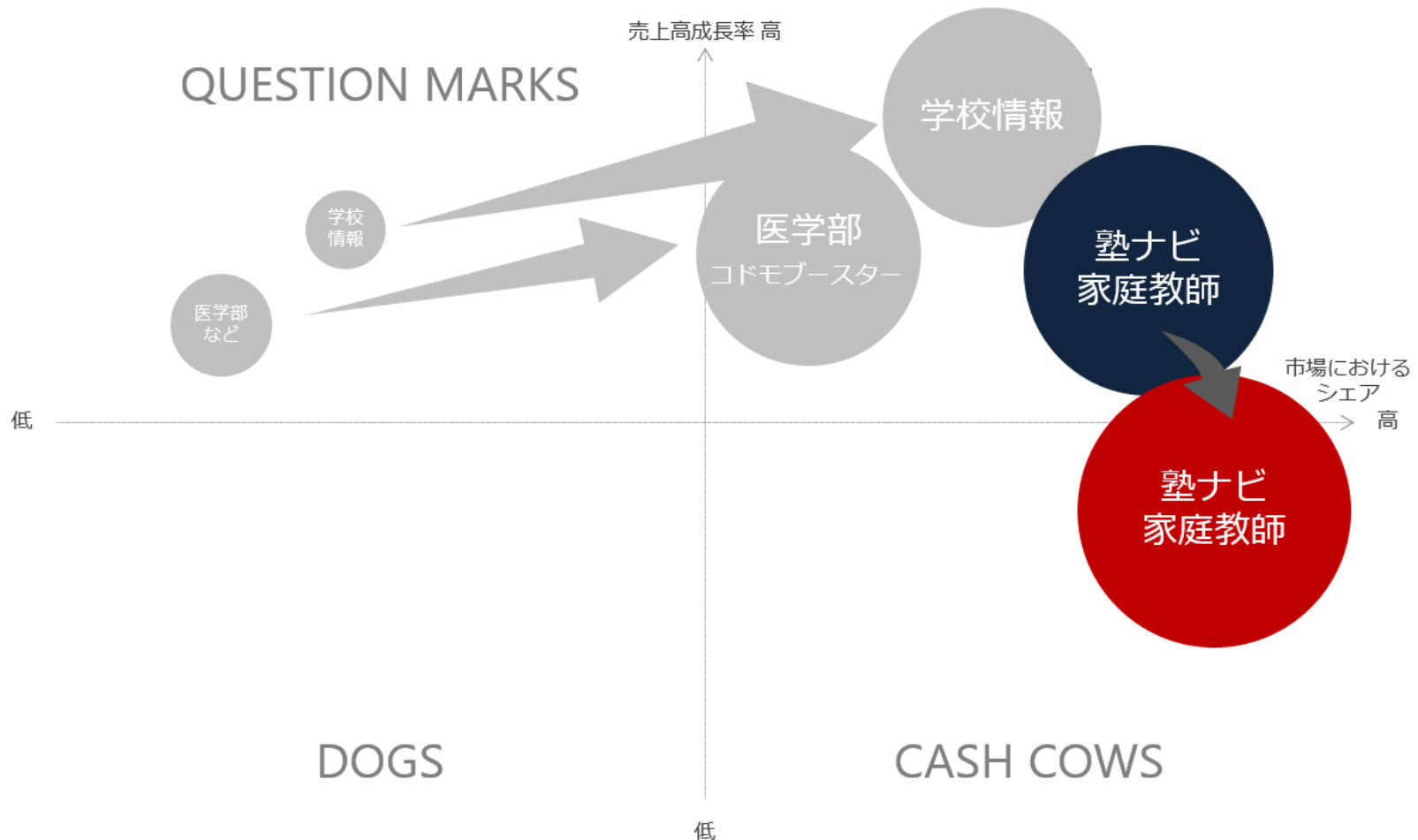
+40%~50%

③ 買収事業

申込み可能教室1万教室突破！
ゴドモブスター **医学部** 予備校 **ガイド**

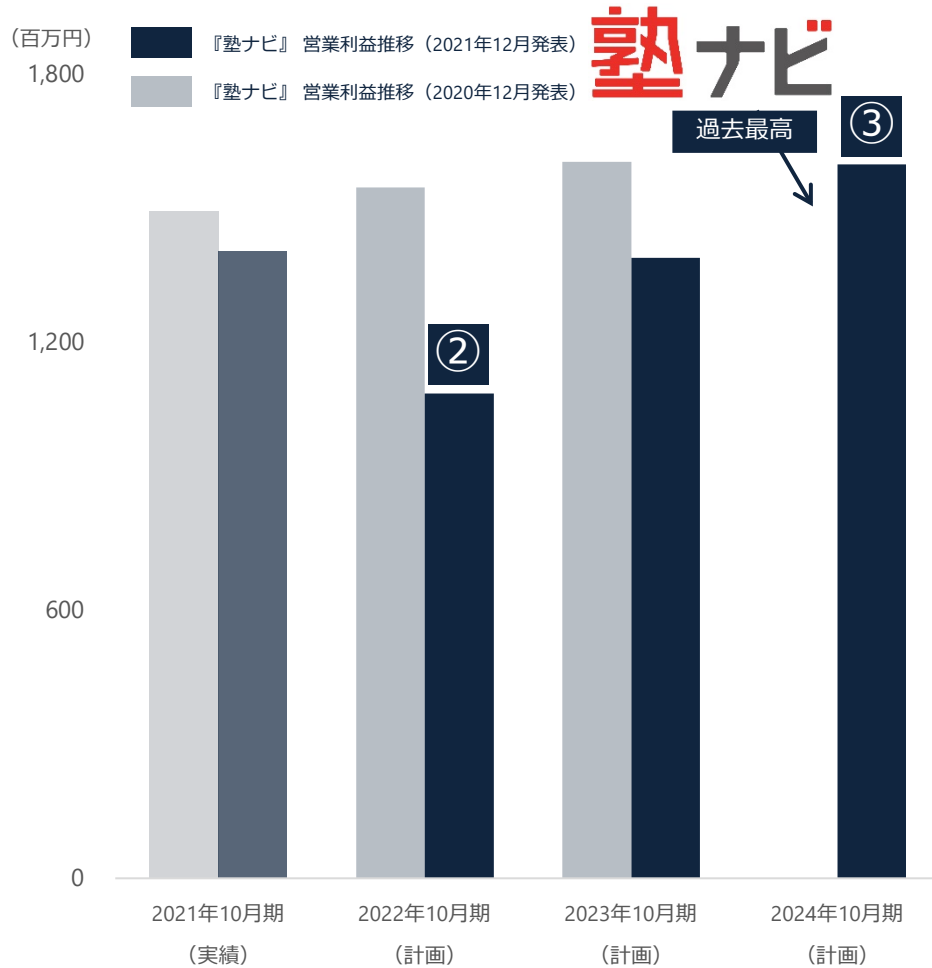
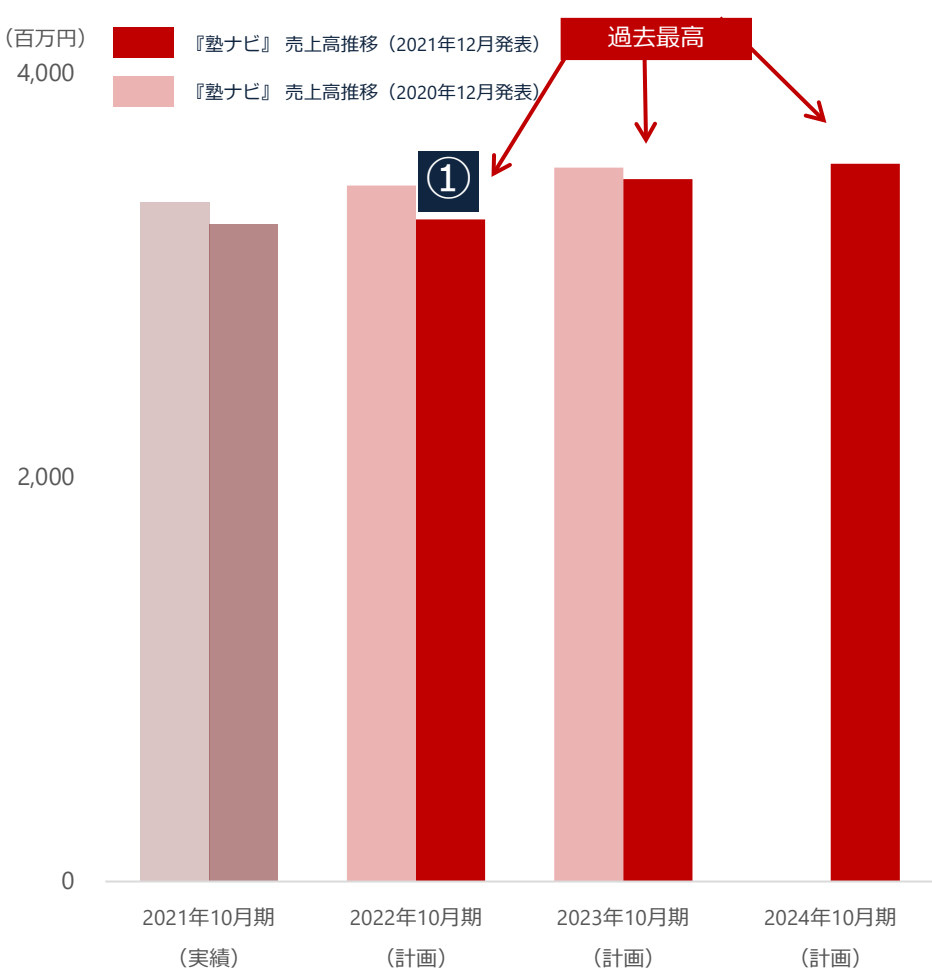
+40%~50%

① 既存事業を成長させる (STARS から CASH COW)



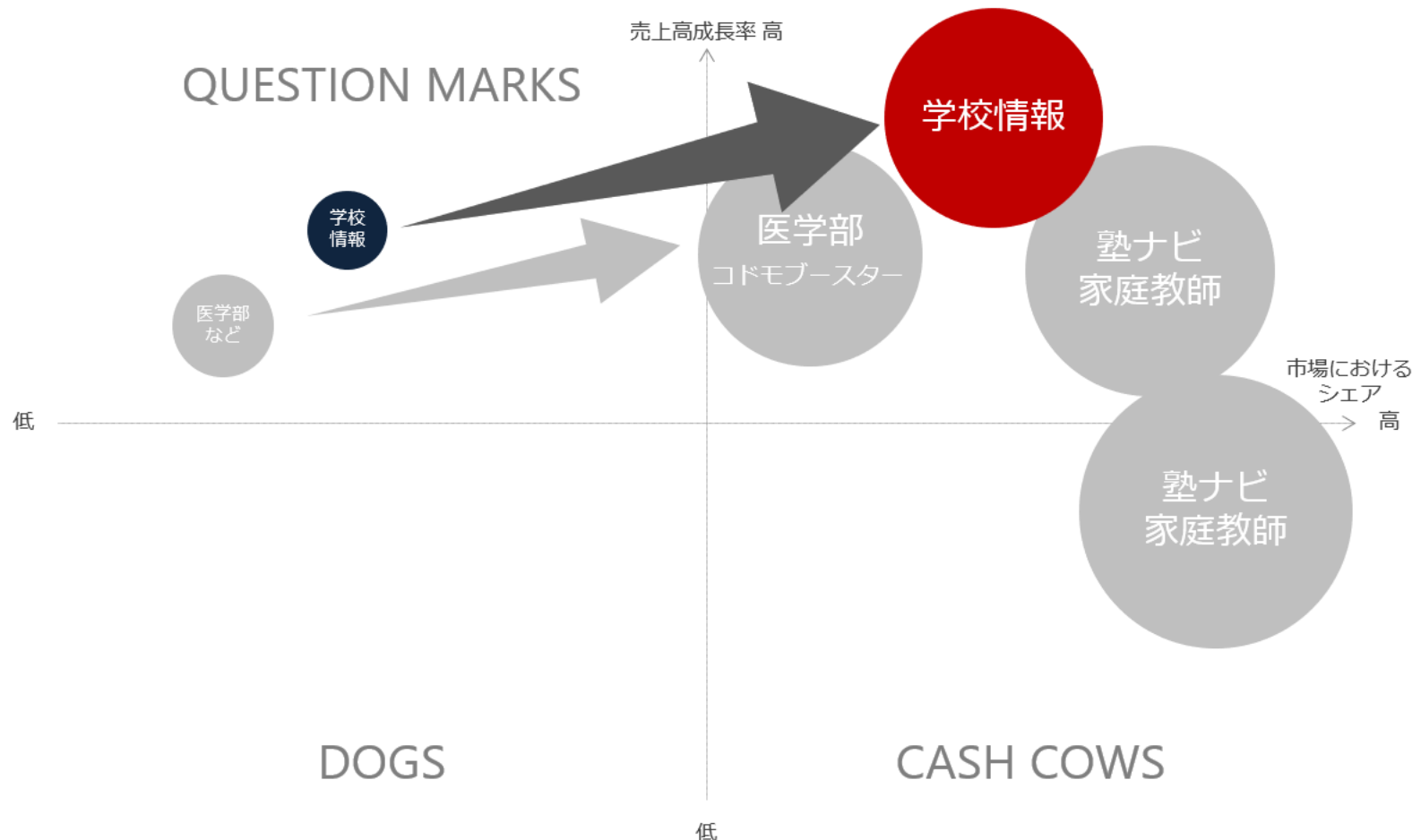
2024年までの成長戦略『塾ナビ』業績推移

- ① 前述の新型コロナウイルスの影響を一部加味し、売上高は2020年12月発表時における計画に対して減少を見込むが、過去最高売上高を更新させ、引き続き安定成長を見込む
- ② 2022年10月期に顧客への送客数の担保、及び認知度向上・ブランド力強化を目的として広告宣伝を強化（3億円程度を予定）
- ③ 新型コロナウイルスの影響がなくなり、認知度向上 / ブランド力強化の影響を加味し2024年10月期に過去最高の業績を見込む



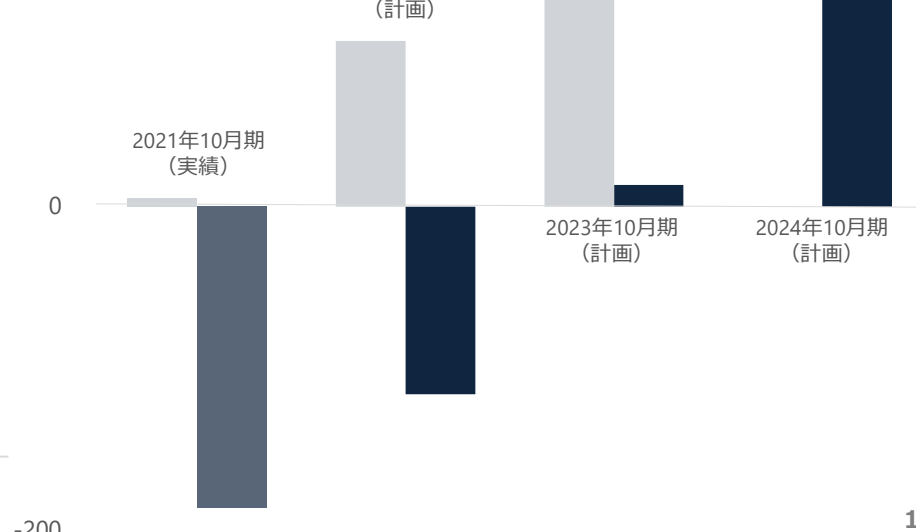
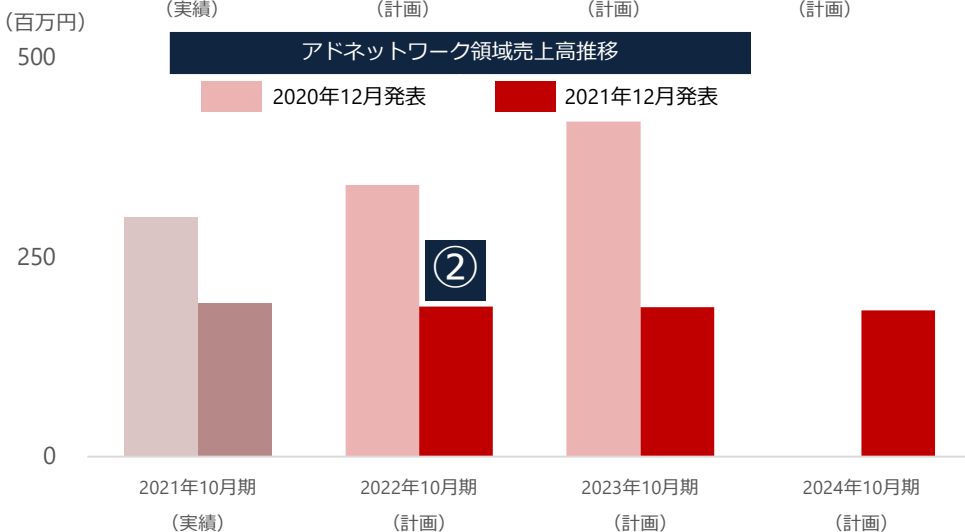
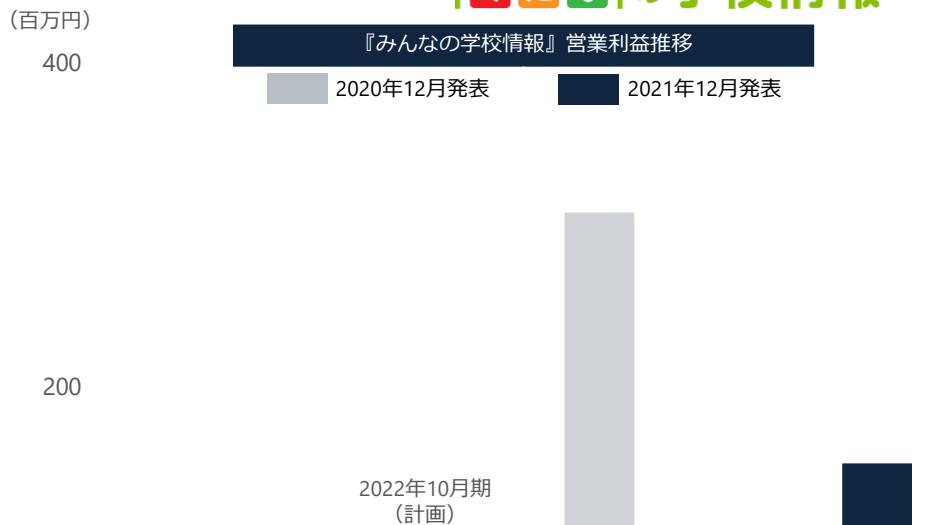
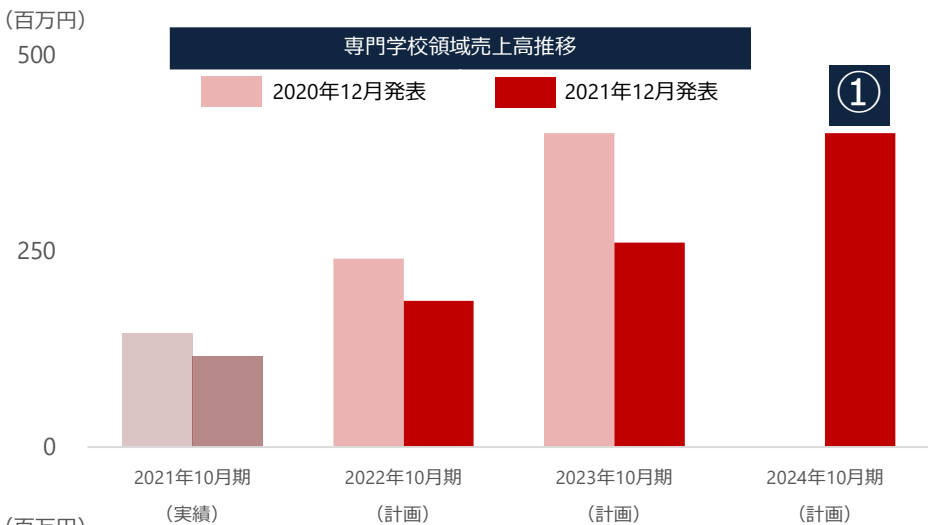
※ 既存事業の領域においては『塾ナビ』の売上高/営業利益が大きいいため、このスライドでは『塾ナビ』についてご説明いたします。

② 投資事業を成長させる (QUESTION MARKS から STARS)

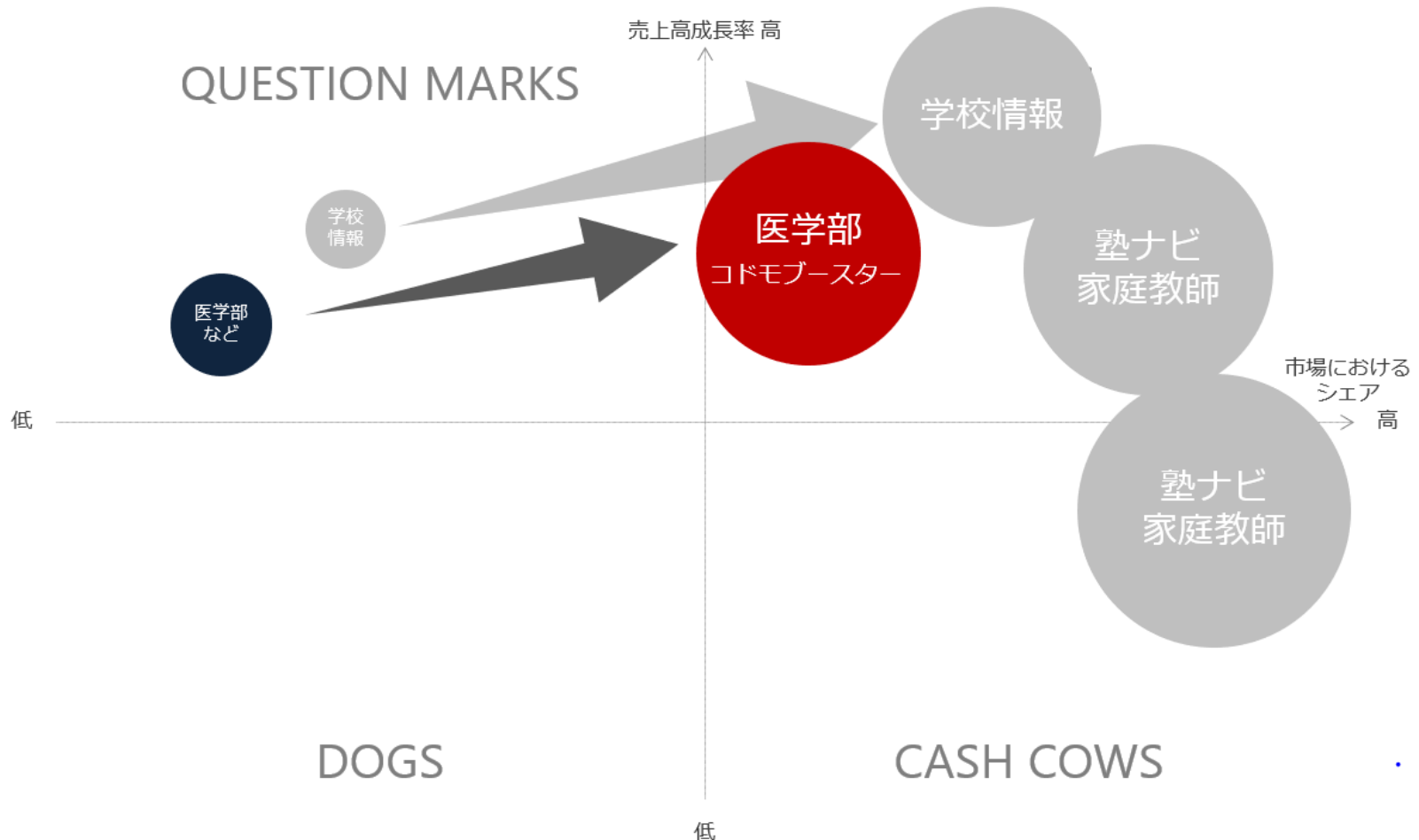


2024年までの成長戦略『みんなの学校情報』業績推移 イトフロ

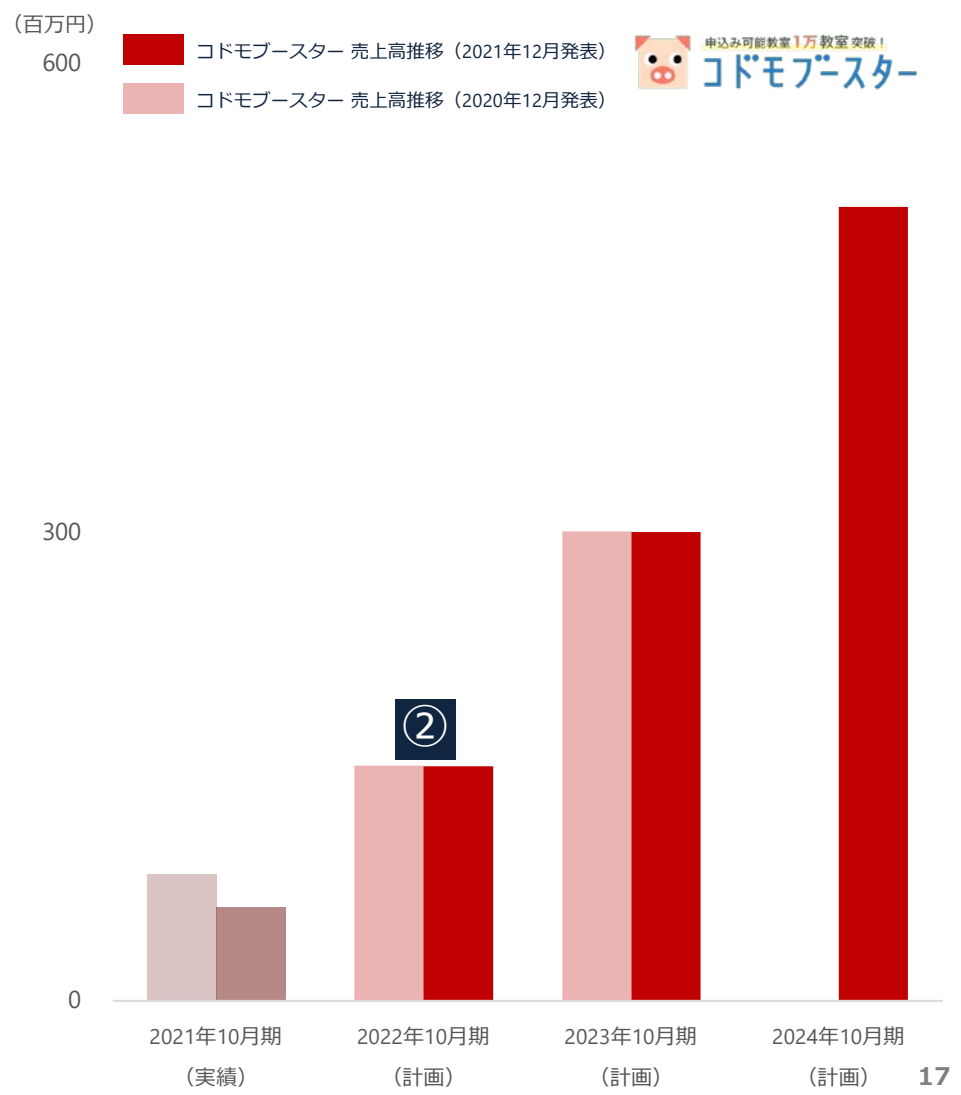
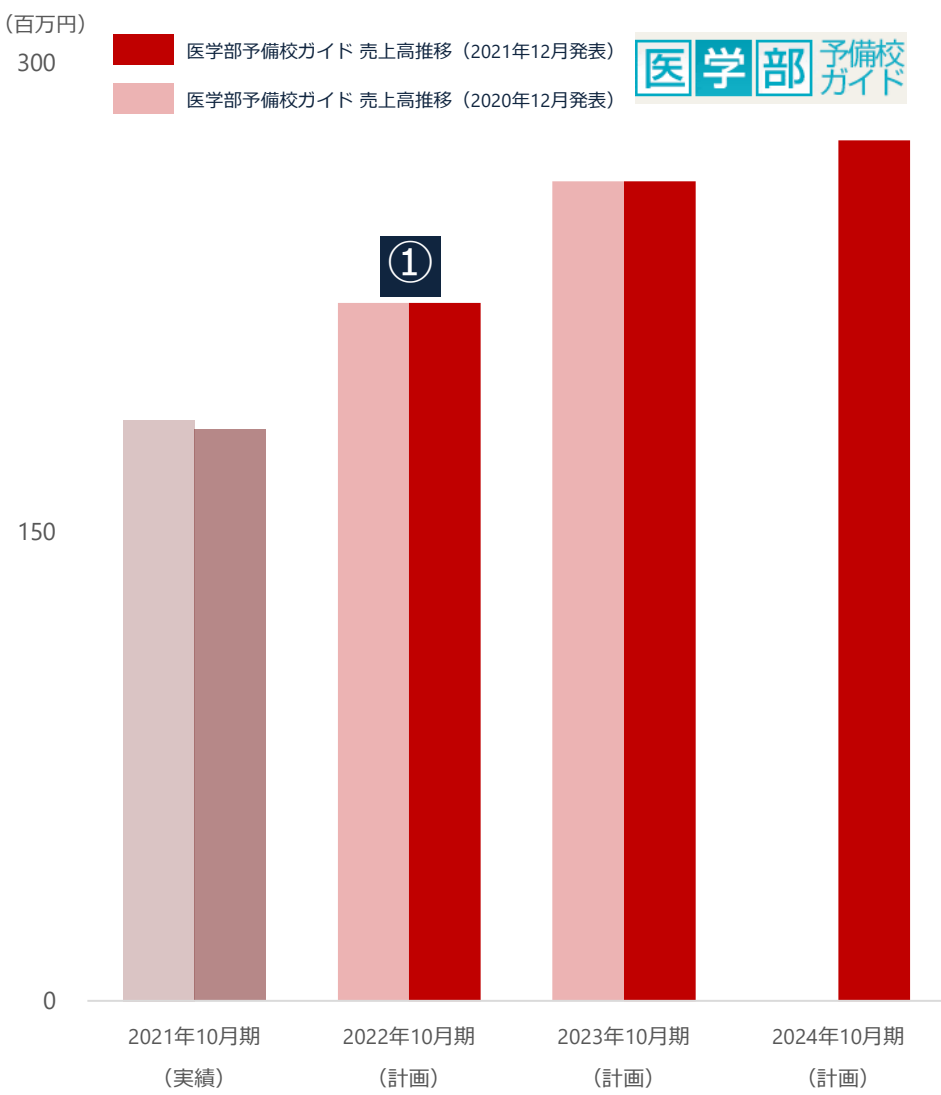
- ① 新型コロナウイルス感染者数拡大の影響を受け、2020年12月発表時の計画と比較し
 専門学校領域売上高は当初計画に対して1年遅れる見込みであるものの、引き続き伸びしろのある
 専門学校領域へリソースを集中することで、2022年から2024年の売上高平均成長率は40%を目指す
- ② Cookieの規制強化の影響を受けアドネットワークにおける収益性が低下
 今後は売上高を維持しつつ、事業効率を上げる方針に転換



③ 買収事業を成長させる (QUESTION MARKS から STARS)



- ① 『医学部予備校ガイド』では新型コロナウイルスは業績に大きく影響せず2020年12月発表時の計画を踏襲
- ② 『コドモブースター』に関しては新型コロナウイルス感染者数拡大の影響を受けたもののユーザー数は順調に拡大し、2022年10月期以降は当初計画を踏まえ、更に拡大を目指す

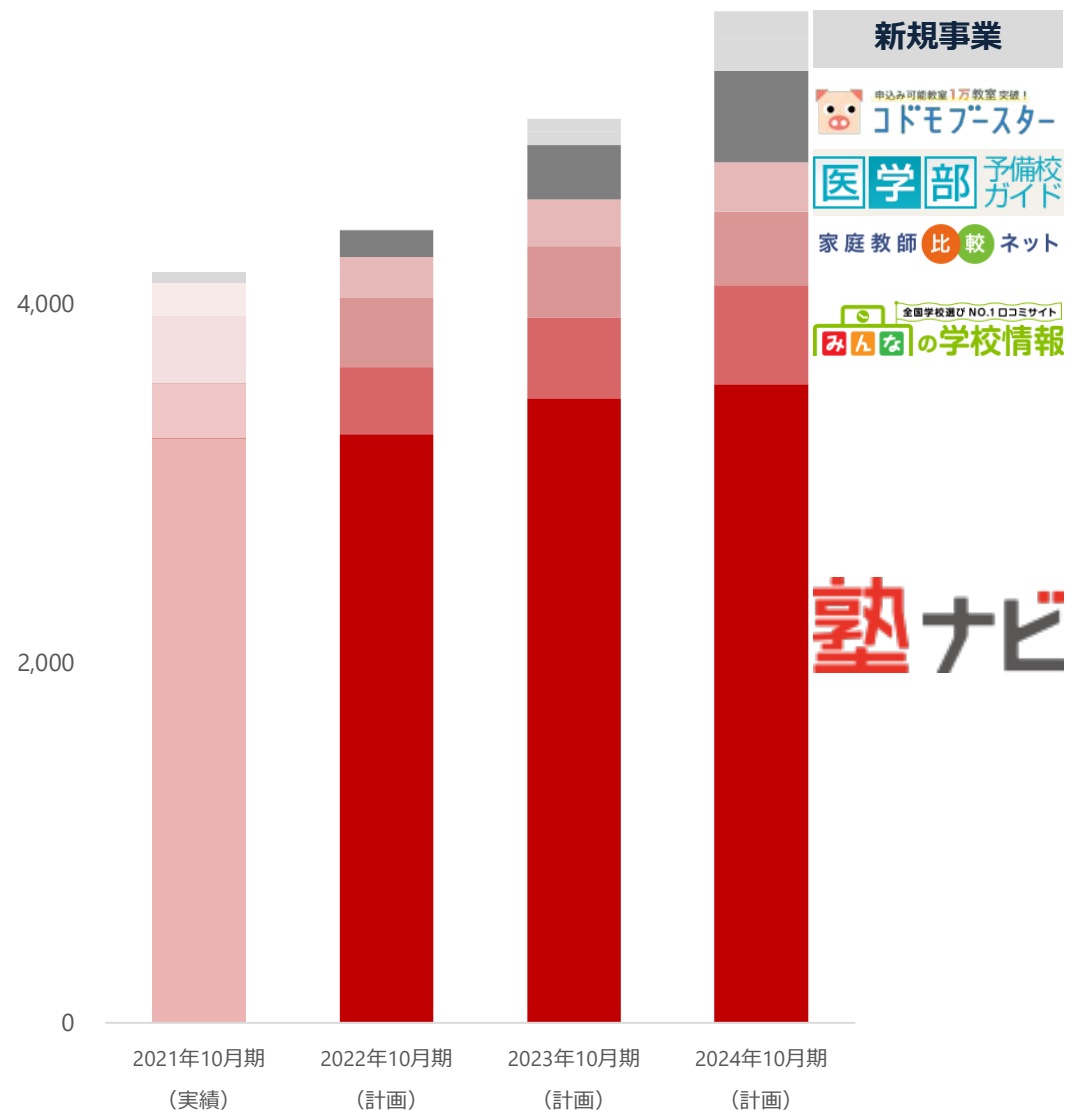


**④ 全社2024年10月期までの
成長戦略**

2021年～24年 全社 売上高/営業利益推移

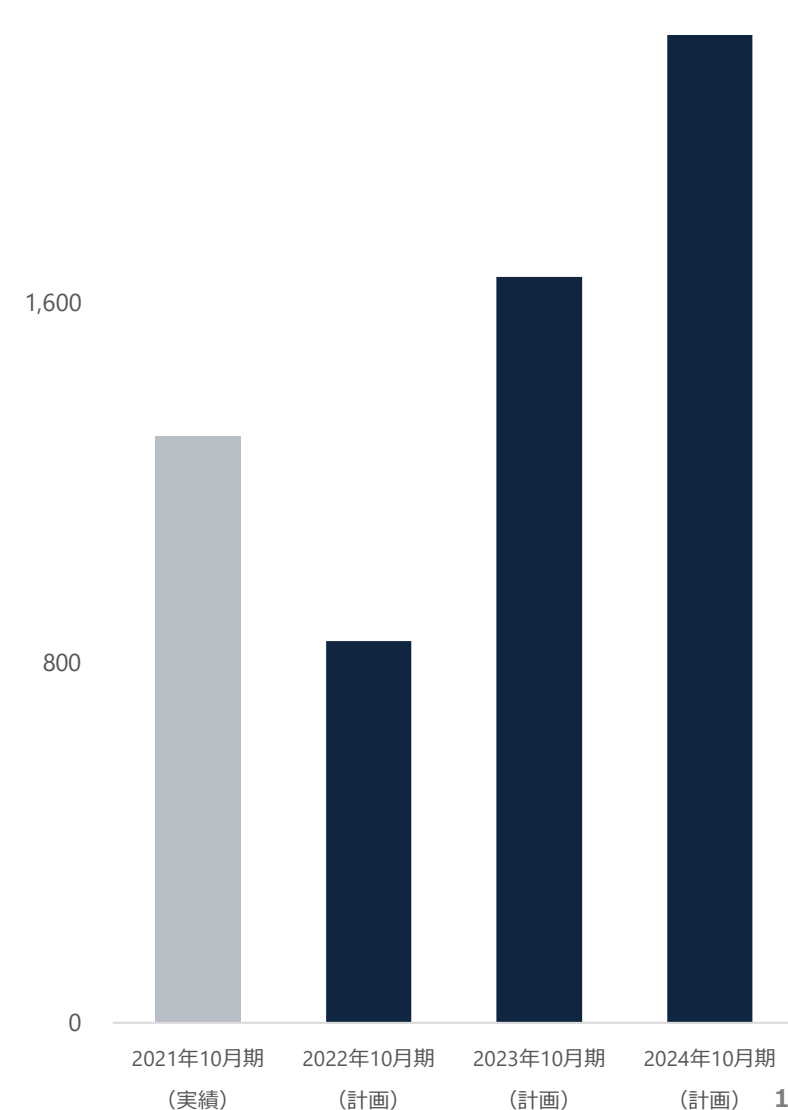
(百万円)
6,000

売上高推移



(百万円)
2,400

営業利益推移



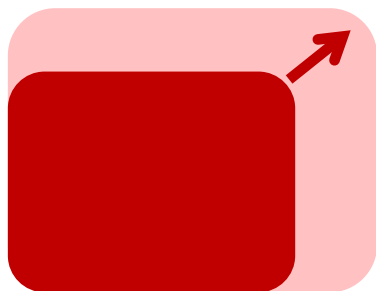
① 学習塾予備校・家庭教師領域、② 学校教育領域、③ その他民間教育領域において
更なるシェアの拡大を狙う

①

学習塾予備校
家庭教師領域

塾ナビ

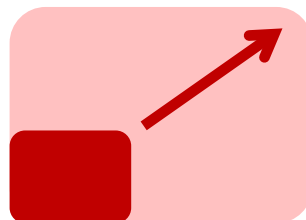
家庭教師 比較 ネット



②

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

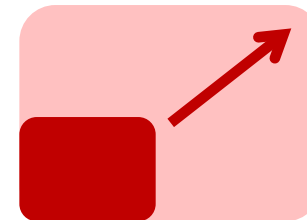


③

その他
民間教育領域

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



※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。

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

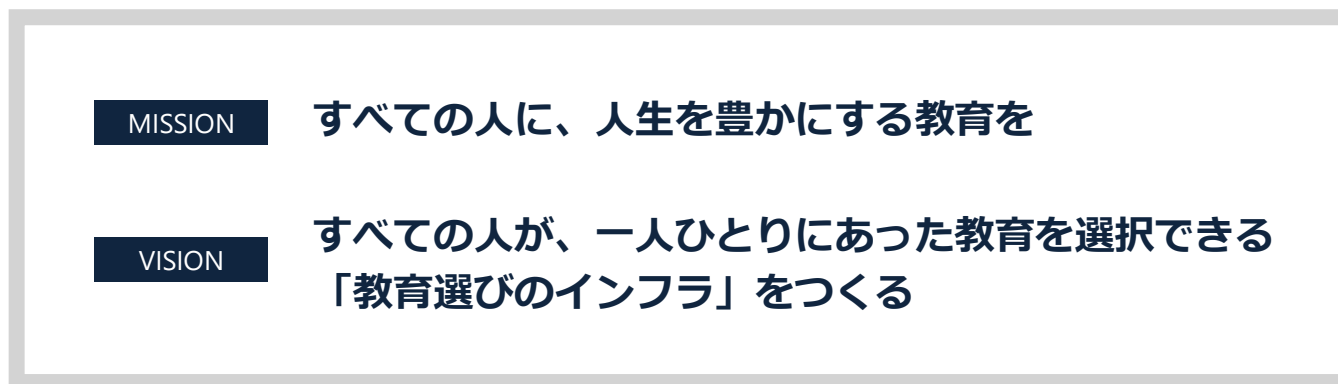
当社は「すべての人に、人生を豊かにする教育を」をミッションに
月間ユーザー数1,700万を超える教育メディアを展開しております

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、5つのマテリアリティ（重要な課題）を策定しております※
 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。

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

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1,700万超
- 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 2020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（2020年1月）
 ※2 検索サイトNo.1調査「みんなの学校情報」 実査委託先：株式会社インテージ（2020年5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（2020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（2020年6月）

<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、福利厚生制度を次々と作り出し子育て世代をはじめとする多様な職員が働きやすい職場環境づくりに努めております

家賃補助制度



育児短時間勤務制度



子育てサポート制度



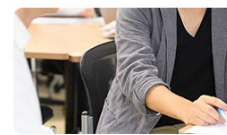
特別休暇制度



従業員持株会制度



社員面談制度



休職制度



ジョブリターン制度



慶事列席支援制度



クラブ活動支援制度



慶弔金および
見舞金制度



社内懇親会費用
補助制度



ホットライン制度



単身赴任者帰省
手当支給制度



転勤に関する
費用補助制度



社員貸付金制度



バースデーカード制度





<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

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

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

達成を目指すSDGs	 	ESG該当項目	Governance - ガバナンス -
マテリアリティ (重要な課題)	ガバナンス・リスク管理の強化		

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）

APPENDIX



カテゴリ別方針

幼稚園

小学校

中学校

高校

大学

アドネットワークでの収益を維持しつつ
事業効率を高める

注力領域

専門学校

資料請求によるマネタイズを加速
▶ サイト改善を進め、資料請求件数を増加

新型コロナウイルス感染者数拡大の影響を受け、2021年6月に発表した計画に対して売上高及び各KPIは1年遅れの2024年10月期に到達見込み

	2021年6月発表 2023年10月期計画	2021年12月発表 2024年10月期計画
売上高	4 億円	4 億円
資料請求件数※1 (オープンキャンパス申込数含む ※2)	25 万件	25 万件
① 年間ユーザー数	900 万UU	900 万UU
② CVR※3	0.87 %	0.87 %
③ 一人当たりの 平均資料請求件数	3.3 件/人	3.3 件/人
有料掲載学校数	1,400 校	1,400 校

達成済

達成済

※1 有料掲載学校への資料請求件数と無料掲載学校への資料請求件数の合計値になります。

※2 オープンキャンパス申込は資料請求に比べ平均単価が約5倍であるため、5倍換算して資料請求件数に足しております。

※3 CVR : Conversion Rateを略したもので、サイトのユーザー数のうち、コンバージョン（資料請求）に至った割合を示しています。

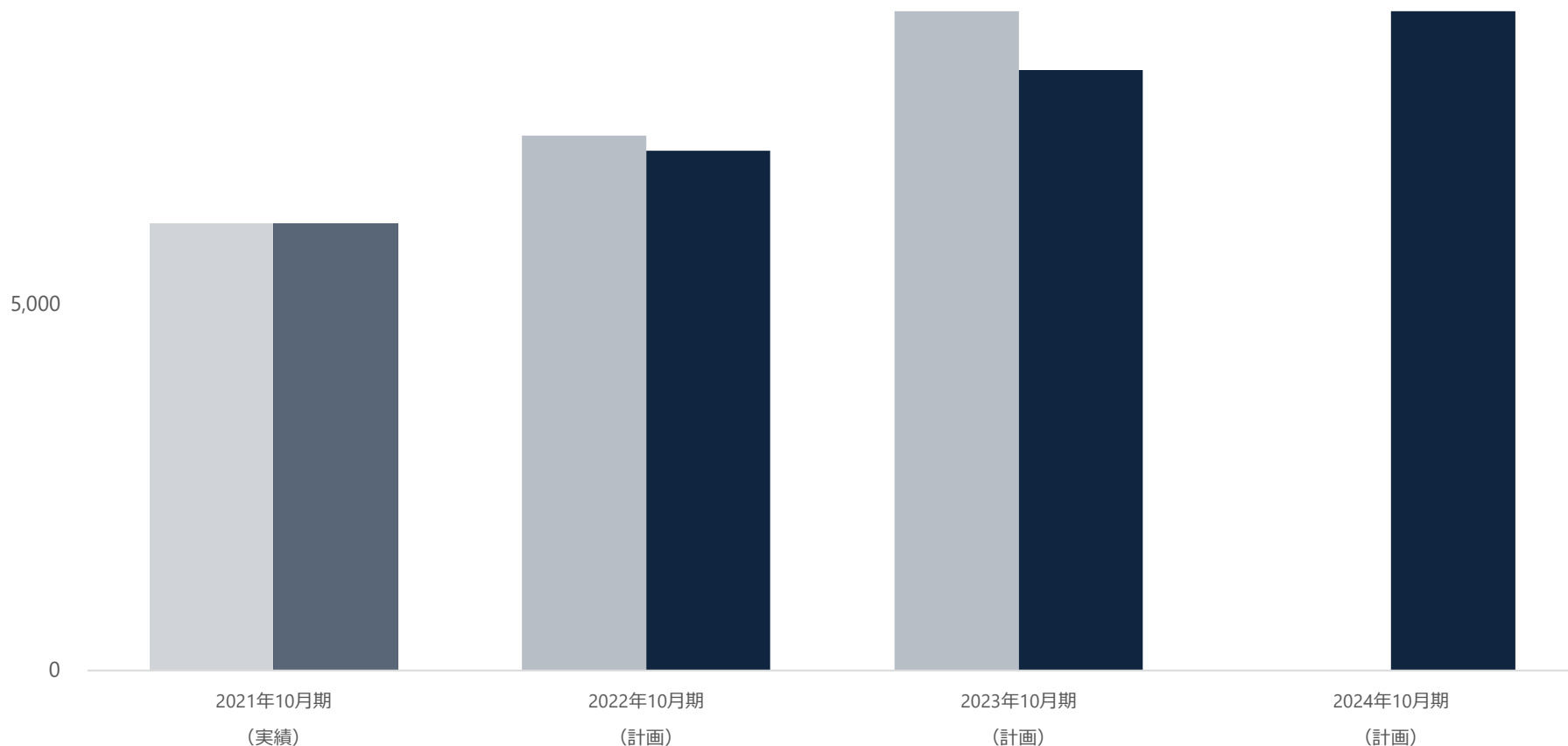
① 年間ユーザー数 610万UU (2021年実績) ⇒ 900万UU (2024年計画)

ロコミ増加施策だけでのユーザー数増加が想定通りの効果に繋がらず計画を修正
広告宣伝の強化、及びロコミ以外のコンテンツの強化を行い
ユーザー数は3年間で1.5倍への成長を目指す

(千UU)

10,000

■ 『みんなの専門学校情報』ユーザー数 (2021年12月発表)
■ 『みんなの専門学校情報』ユーザー数 (2020年12月発表)

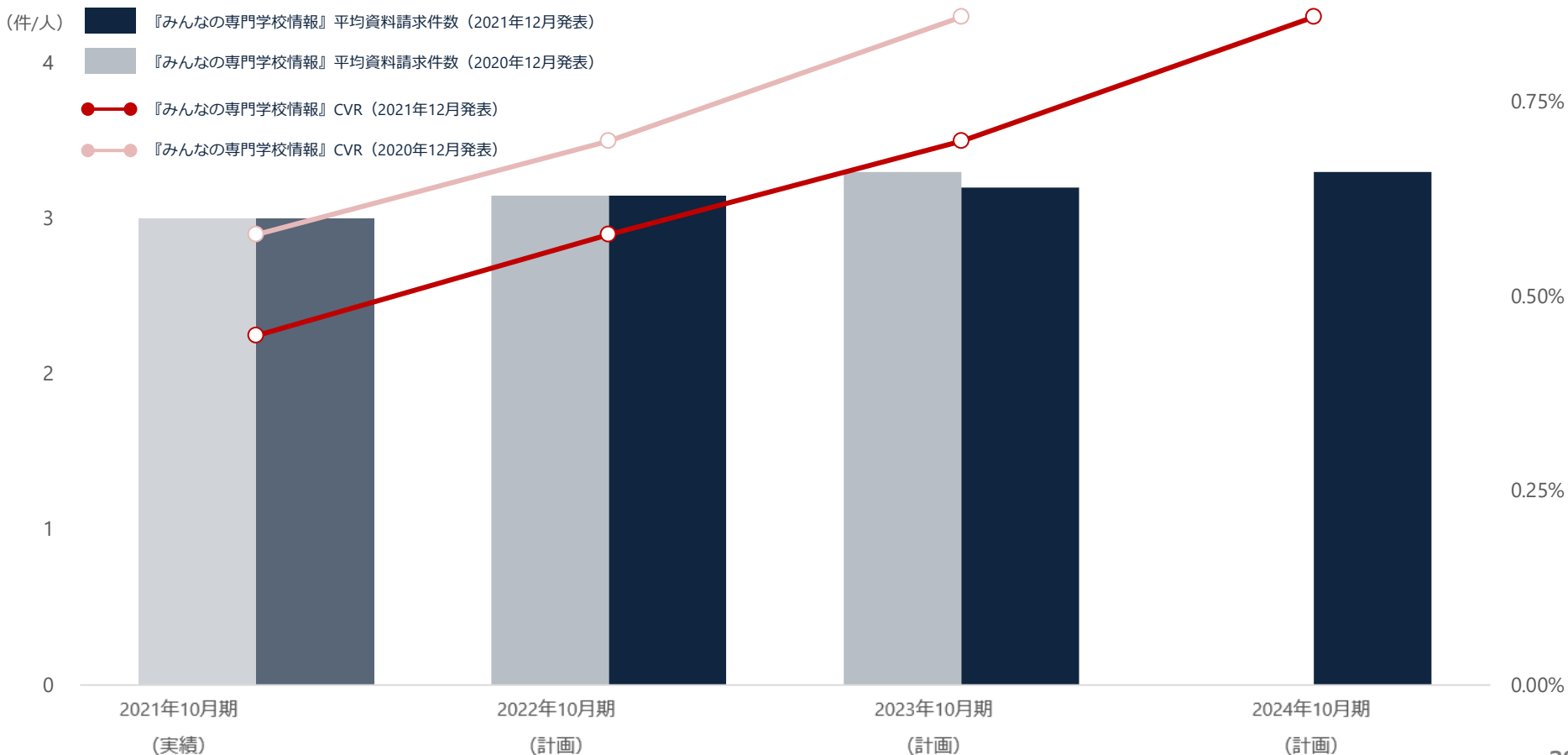


② CVR 0.45% (2021年実績) ⇒ 0.55% (2024年計画)

③ 一人当たり平均資料請求件数

3.0件 (2021年実績) ⇒ 4.1件 (2024年計画)

- ・ UI/UXの改善の効果が想定ほど影響せず、CVRの計画を変更
- ・ 一人当たり平均資料請求件数は2020年12月発表の計画からほぼ変更せず



市場/顧客

- ・ **約260億円程度の広告宣伝費市場※が存在**
- ・ 全国に約3,000校ある専門学校の内、約1,400校がターゲット
- ・ 生徒集めが非常に重要。専門学校を検討するユーザーは15歳～18歳の若者であり、専門学校はWEB広告に積極的
- ・ WEB以外の広告手法として合同説明会などのイベントがあるが新型コロナウイルスの影響により縮小傾向

自社

- ・ **主要メディア内で唯一口コミが掲載されているメディアでありユーザー数拡大中**
- ・ 『塾ナビ』等と同様、資料請求に対する成果報酬モデル

競合

- ・ 主要な競合他社は10社程度
- ・ 口コミを掲載している主要な競合は不在

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。