



2022年3月17日

各 位

会社名 メディア総研株式会社
代表者名 代表取締役社長 田中 浩二
(コード番号:9242 東証マザーズ・福証 Q-Board)
問合せ先 取締役管理部長 馬 木 均
(電話番号:092-736-5587)

＜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 2022年3月16日 14:00～14:45
開催方法 オンラインによるライブ配信開催
説明会資料名 第24回 福証IRフェア オンライン資料

【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料 (第24回 福証IRフェア オンライン資料)
2. 参考資料 (質問に対する Q&A)

以上

第24回 福証IRフェア オンライン資料

2022年3月16日

 メディア総研株式会社

(東証マザーズ、福証Q-Board：9242)

目次

1. 会社概要	P 3
2. ビジネスモデル	P 7
3. 高専について	P12
4. 成長戦略	P18
5. 2022年7月期第2四半期業績結果と期末業績見込み	P27
6. 中期経営計画	P37

1. 会社概要

会社概要

商号	メディア総研株式会社
事業内容	就職関連事業の企画・運営・実施
本社所在地	福岡県福岡市中央区大名二丁目8番1号(肥後天神宝ビル6階)
代表者	田中浩二(代表取締役社長)
設立日	1993年3月9日
売上高	671百万円(2021年7月期)
資本金	236百万円
従業員数	32名(2022年1月31日時点)

特徴

女性が活躍している会社

- 女性従業員 **19名** (従業員比率 **59.4%**)
(上記以外に現在2名の女性が産休・育休中)
- 女性管理職 **5名** (管理職比率 **62.5%**)
- エルボシ「認定段階3」取得



経営陣

代表取締役社長 田中 浩二



1993年3月に福岡県福岡市において、進学情報誌の発行、印刷物の企画制作等を目的としてメディア総研株式会社を設立。2005年10月より「理工系業界研究セミナー」、2009年3月より「高専生のための合同会社説明会」をスタートし、現在の当社イベントの仕組みを構築する。

取締役副社長（システム部担当） 野本 正生



2006年10月に福岡県福岡市において、WEB制作、WEBコンサル等を目的として株式会社マグネッツを設立。就職活動イベントという一見アナログな事業領域にWEBやITを融合する可能性に共感し、2019年6月に当社と合併を行う。
システム部担当取締役として、当社のWEBやITを用いた戦略の中心的存在となり、事業を進める。

取締役（企画制作部担当） 谷口 陽子

取締役（営業部担当） 新潟 真也

取締役（管理部担当） 馬木 均

社外取締役 吉行 亮二

常勤監査役 門司 明子
(税理士)

社外監査役 吉居 大希
(公認会計士)

社外監査役 榎本 美穂
(弁護士)

特徴

- 年齢構成 30～60歳台
- 女性役員 3名 (33.3%)

沿革

年月	沿革	
1993年 3月	福岡県福岡市中央区大名において進学情報誌の発行、印刷物の企画制作等を目的としてメディア総研株式会社設立	「ヒューマン ネットワーク」 構築期
2005年 3月	東京支店を東京都港区芝浦に開設	
2006年 10月	就職活動イベントとして関東地区において当社主催「理工系業界研究セミナー」を開催	
2009年 3月	就職活動イベントとして当社主催「高専生のための合同会社説明会」を開催	
2009年 6月	企画制作として「就活生のための22ヶ月手帳（現大学別就活手帳）」を出版	
2014年 12月	企画制作として「高専生のための合同会社説明会公式ガイドブック」発行	
2017年 9月	東京事業所を現在の東京都千代田区有楽町に移転	
2019年 6月	WEB制作に関する事業基盤の拡充を目的として株式会社マグネッツを吸収合併	「ヒューマン ネットワーク」拡大と 「DX (IT・WEB)」の融合期
2020年 1月	本社を現在の福岡市中央区大名へ移転	
2020年 7月	企画制作としてWEBマガジン「月刊高専」を開始	
2021年 9月	東証マザーズ、福証Q-Boardに株式上場	
2021年 10月	高専生向けナビサイト「高専プラス」就職情報リリース	
2021年 12月	高専学内向け「キャリアサポートシステム」リリース	

2. ビジネスモデル

当社事業の特徴

1. **高専生を中心とした理工系学生を対象とした就職活動支援に特化**
(高専生を対象とした就活イベントTOPシェア)
2. **理工系教員とのヒューマンネットワークを基盤としDX (IT、WEB) を融合した事業を展開**

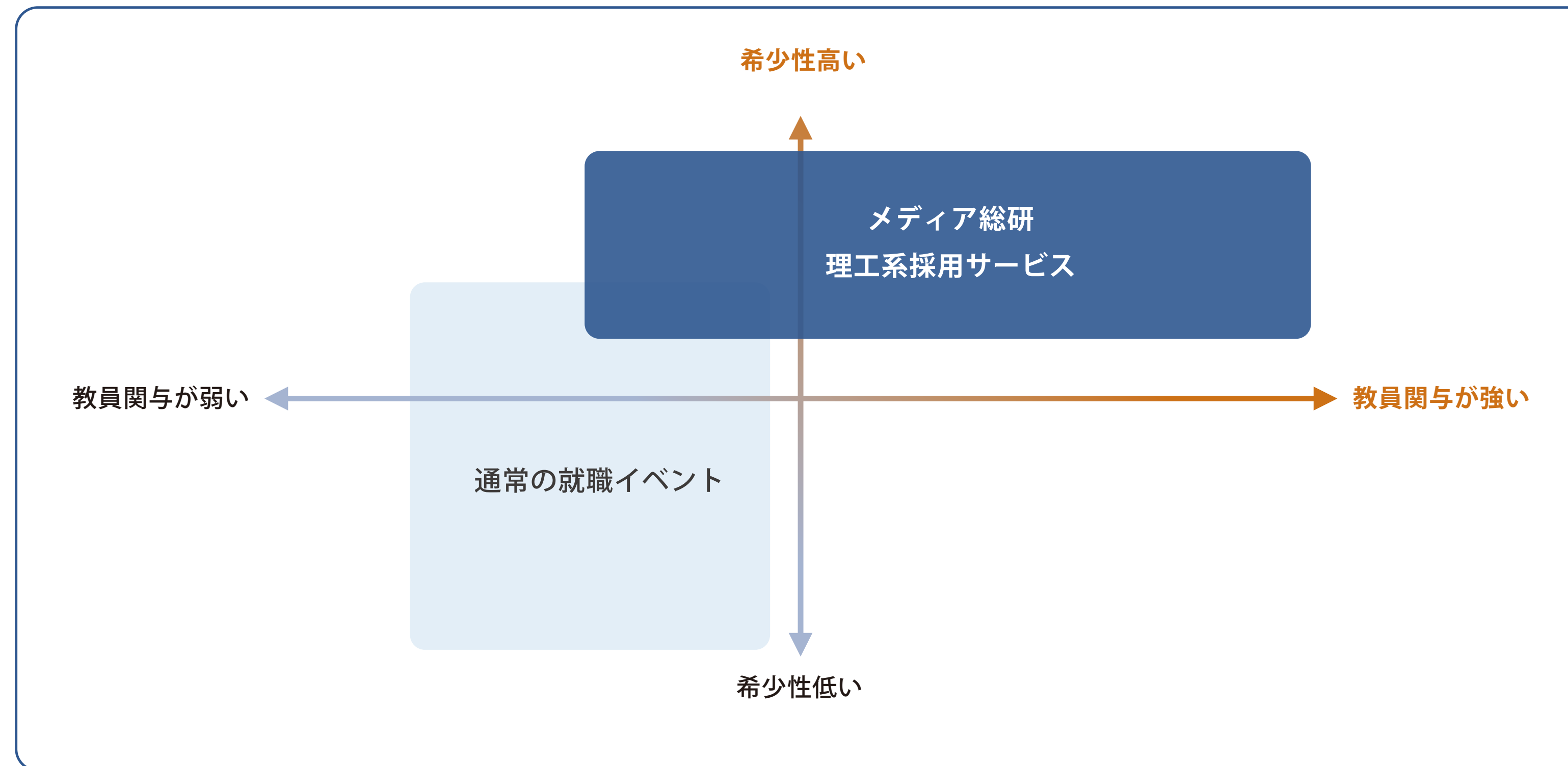
当社の事業

当社は、高専生を中心とした理工系学生に対して就職支援活動を行っており、主にイベントを通じて参加企業や学校より収益を得ていることから、「学生イベント事業」の単一セグメントとしており、そのサービス内容から「就職活動イベント」「企画制作」の区分を設けています。



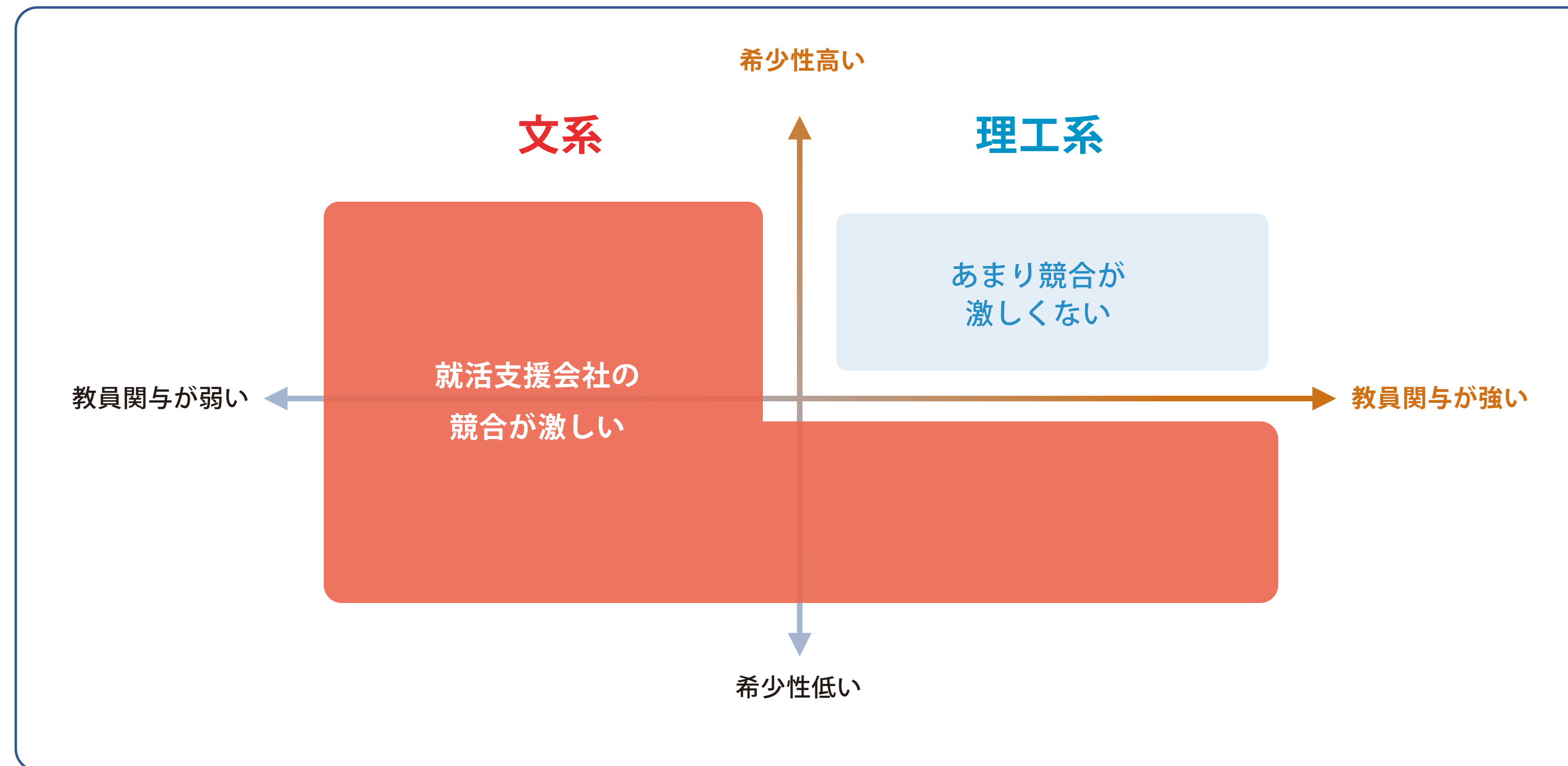
当社の理工系採用サービス①

- 希少性の高い高専生または国立の理工系学生は就職に対する教員の関与が強いため、個人の意思で自由に参加できる通常の就職イベントにはあまり参加しない傾向にあります。
- 当社イベントについては、当社と教員とのヒューマンネットワークから多くの理工系学生が参加する傾向にあります。



当社の理工系採用サービス②

- 当社は、あまり競争が激しくない希少性の高い理工系学生を中心とした就職市場をターゲットとしています



3. 高専について

高専（高等専門学校）とは

独立行政法人国立高等専門学校機構（以下、「高専機構」）は、社会が必要とする技術者を養成するため、中学校の卒業生を受け入れ、5年間一貫の技術者教育を行う高等教育機関として、現在、51校55キャンパスの国立高等専門学校を設置しています。

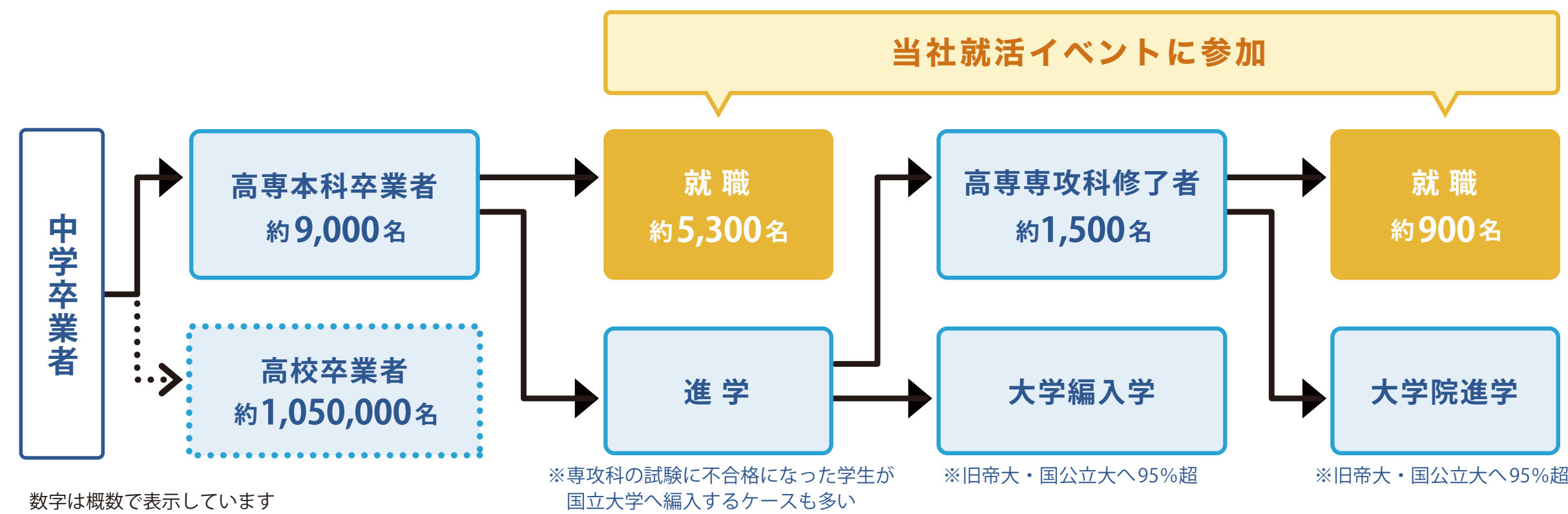
また、現在公立3校、私立3校の、計57校の高専が設置されています。

高等専門学校は、優秀な技術者を卒業生として送り出し、50年以上にわたって、ものづくり大国である日本を支えてきた実績があります。



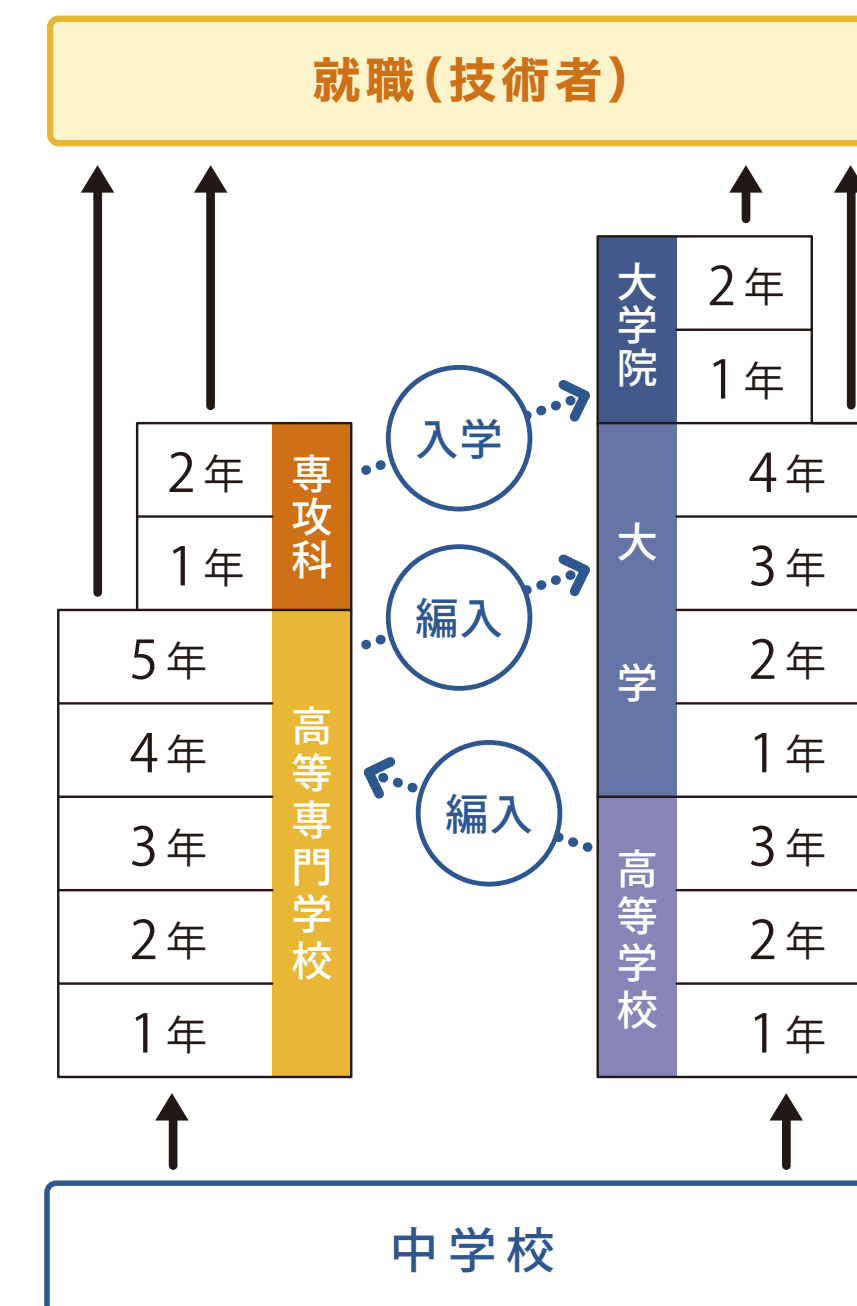
高専生の進路

- 高等専門学校では、5年制の教育期間を本科と呼び、就職せずに専門的知識・技術を更に高める教育課程として専攻科が設置されています。本科卒業後は大学編入学（主に3年次編入学）、専攻科修了後は大学院へ進学するキャリアパスも用意されています。



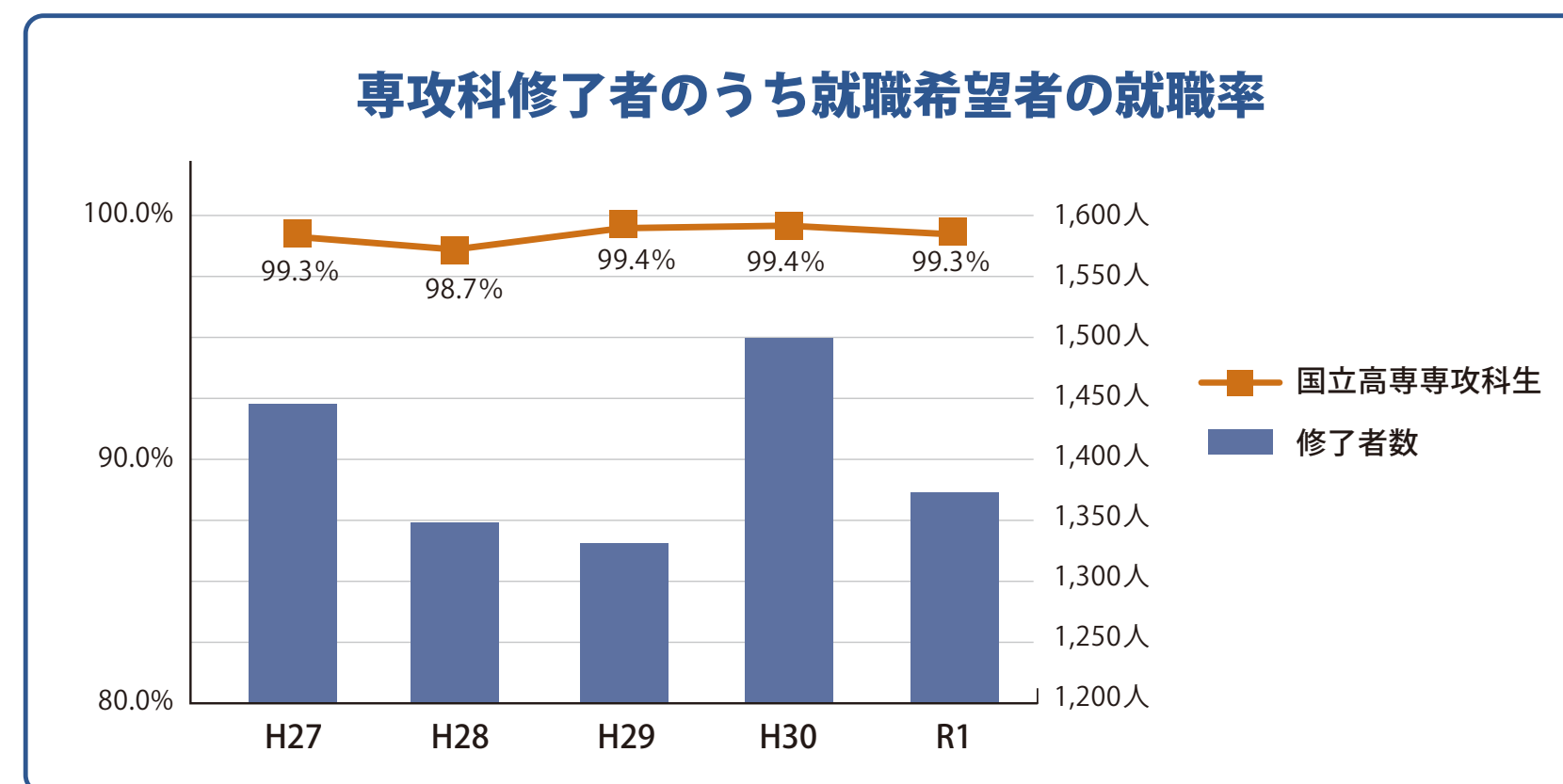
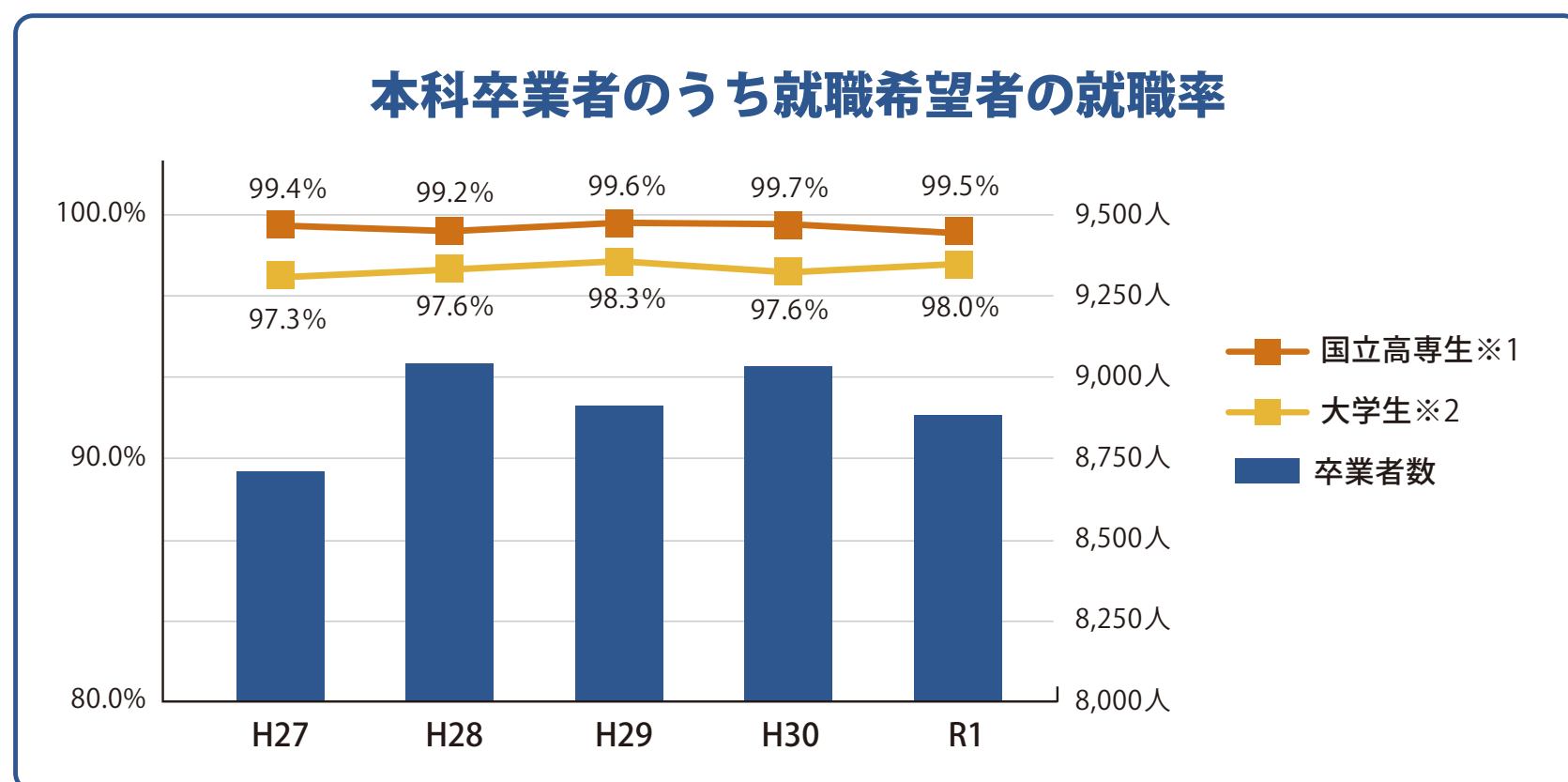
出典：独立行政法人国立高等専門学校機構概要2020年度、同ホームページ公表数値、文部科学省平成31年3月新規高等学校卒業生の就職状況を基に当社作成

- 本科卒業生の進路：約60%が就職、約40%が進学（専攻科進学、大学編入学）
- 専攻科修了者の進路：約60%が就職、約40%が進学（大学院入学）



高専生採用ニーズの高さ

- 高等専門学校（本科・専攻科）の卒業・修了者数は、ここ数年、一定の水準で推移しており、その就職率は大学卒業者を上回りほぼ100%となっており、就職先は、大部分が大手メーカーなどの優良企業となっています。



※1 令和2年5月1日現在 ※2 出典：文部科学省・厚生労働省調査「大学等卒業者の就職状況調査」（令和2年4月1日現在の抽出調査）

- 全国の高等専門学校はホームページ等で就職状況を公表しており、以下に示すように、本科生で約23倍～ 47倍、専攻科生に至っては、100倍を超える求人倍率となっています。

本科生	2016年3月卒	2017年3月卒	2018年3月卒	2019年3月卒	2020年3月卒
舞鶴工業高等専門学校	35.1倍	39.5倍	34.2倍	39.8倍	46.9倍
久留米工業高等専門学校	23.3倍	28.4倍	31.1倍	43.5倍	39.0倍

専攻科生	2016年3月卒	2017年3月卒	2018年3月卒	2019年3月卒	2020年3月卒
舞鶴工業高等専門学校	143.9倍	127.9倍	115.7倍	158.7倍	200.0倍
久留米工業高等専門学校	77.8倍	99.4倍	160.7倍	102.6倍	144.8倍

出典：舞鶴工業高等専門学校、久留米工業高等専門学校ホームページ

- 新型コロナウイルス感染症等の影響を加味しても、主力のサービス領域である就職活動イベントにおいて、旺盛な高専生採用ニーズは続くものと考えています。

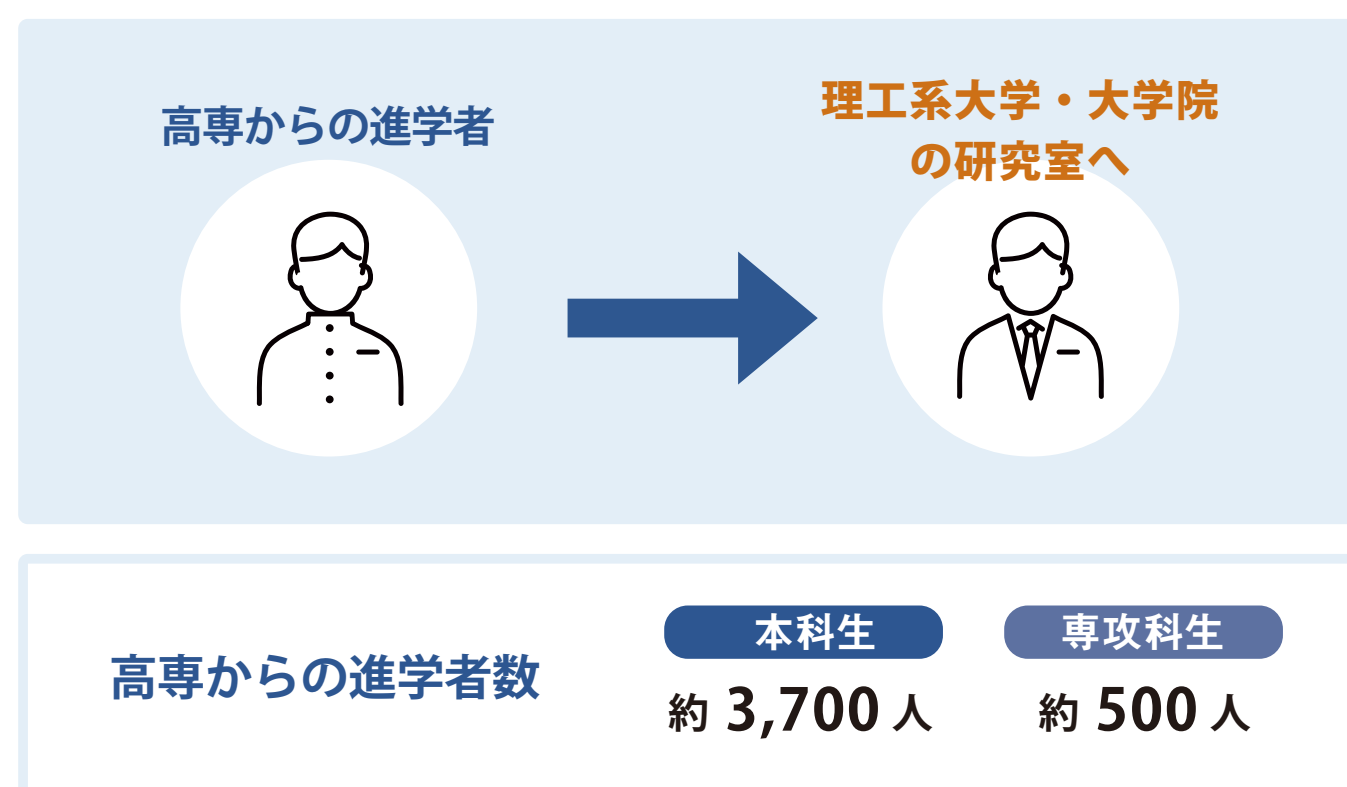
高専生を採用している優良顧客

2021年7月期取引社数	顧客数	1,085社
--------------	-----	--------



大学及び大学院研究室の高専生獲得ニーズ

- 近年、大学及び大学院の研究室では、優秀な学生の獲得競争が行われており、高等専門学校から国立大学・大学院への編入学、入学が待ち望まれています。
- 当社の既存領域である高等専門学校及び高専生の囲い込みの延長線上に、高専生が進学する国立大学を中心とする理工系大学の研究室があり、今後、当社の領域になると考えています。



有名国立大学も高専生の獲得に動いています。

高専生対象

メディア総研(株)主催

オンライン開催

学科専攻不問

第1回 進学セミナー 東京大学編

日時 ▶ 2021年6月9日(水) 16:30~17:30

主な大学への編入学状況

大学名	人数(人)		大学名	人数(人)	
	H30	R1		H30	R1
豊橋技術科学大学	336	341	三重大学	22	21
長岡技術科学大学	310	289	宇都宮大学	18	22
東京農工大学	63	64	千葉工業大学	19	20
九州工業大学	58	62	東京大学	20	16
千葉大学	54	51	名古屋大学	19	17
新潟大学	48	55	茨城大学	22	13
九州大学	41	55	山梨大学	20	15
熊本大学	47	43	横浜国立大学	17	17
筑波大学	43	44	徳島大学	21	11
室蘭工業大学	36	38	名古屋工業大学	16	16
金沢大学	40	33	富山大学	16	14
岡山大学	36	37	佐賀大学	15	15
東京工業大学	33	32	和歌山大学	17	11
大阪大学	33	32	山口大学	15	12
東北大学	31	33	愛媛大学	17	9
信州大学	31	32	琉球大学	14	12
北海道大学	30	31	東京都立大学	14	12
岐阜大学	31	28	秋田大学	15	9
群馬大学	28	26	東京海洋大学	14	10
電気通信大学	25	28	岩手大学	14	8
神戸大学	21	31	香川大学	11	9
京都工芸繊維大学	23	28	宮崎大学	12	5
鹿児島大学	26	22	立命館大学	10	7
広島大学	27	19	埼玉大学	11	4
福井大学	20	26	奈良女子大学	10	4

主な大学院への進学状況

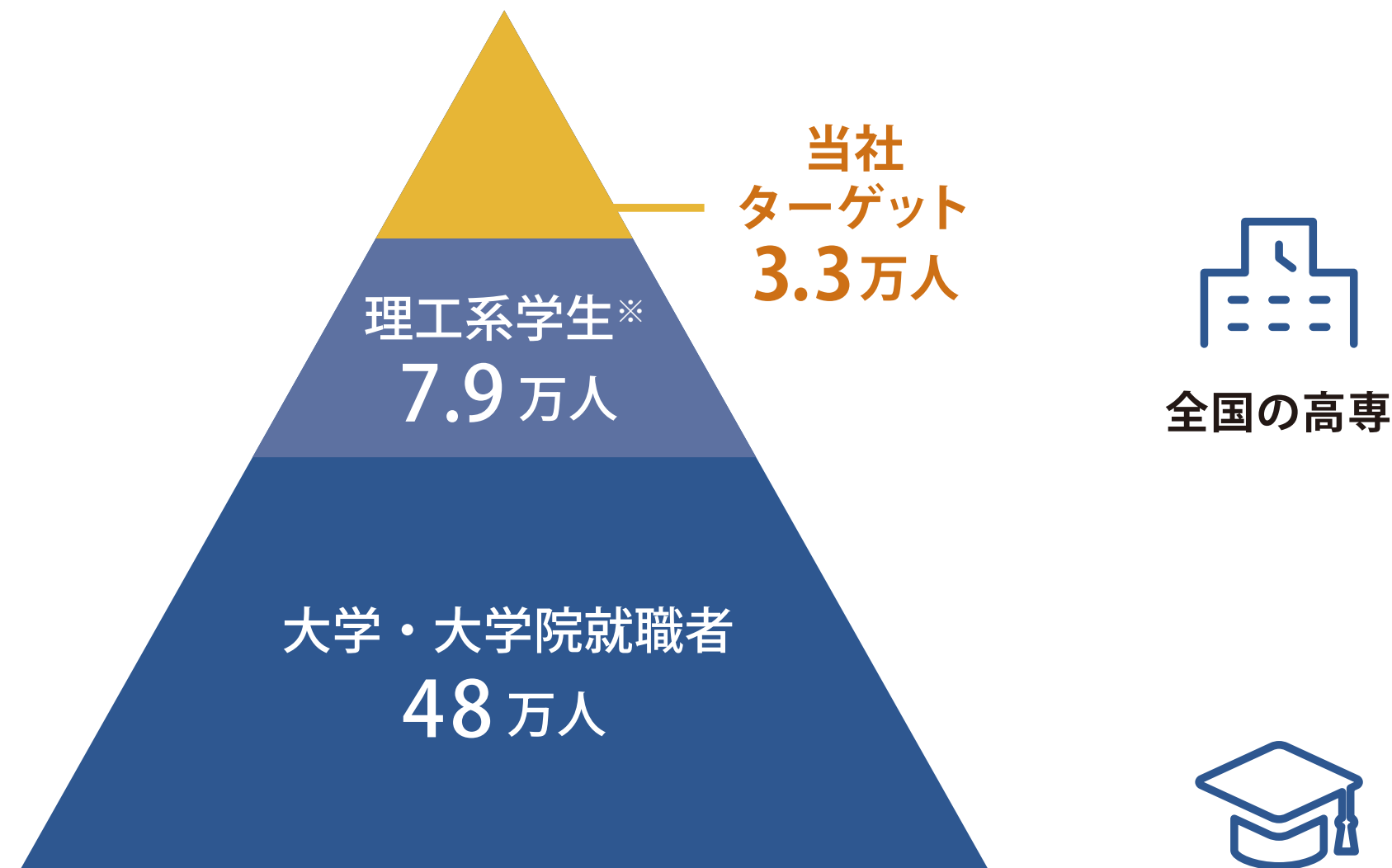
大学院名	人数(人)	
	H30	R1
九州大学大学院	52	47
東北大学大学院	51	38
奈良先端科学技術大学院大学	41	45
東京工業大学大学院	49	31
筑波大学大学院	43	34
長岡技術科学大学大学院	34	30
北陸先端科学技術大学院大学	27	20
九州工業大学大学院	18	25
大阪大学大学院	18	23
北海道大学大学院	19	16
豊橋技術科学大学大学院	18	14
東京大学大学院	15	16
京都大学大学院	19	8
熊本大学大学院	13	7
電気通信大学大学院	11	9
名古屋大学大学院	6	10
広島大学大学院	3	10
東京医科歯科大学大学院	8	4
神戸大学大学院	5	6
京都工芸繊維大学大学院	7	3
横浜国立大学大学院	4	6
早稲田大学大学院	5	4
金沢大学大学院	4	4
名古屋工業大学大学院	5	1
慶応義塾大学大学院	5	1

出典：独立行政法人国立高等専門学校機構概要2020年度

4. 成長戦略

希少性の高い高専を中心とする理工系人材

当社がターゲットとする高専生 及び
 国立大学を中心とする理工系大学生の数 年間**33,000人**



※ 当社は、主に企業が求める「機械・電気電子・情報」を専攻している以下の学生を理工系学生と定義しています。
 機械工学、電気通信工学、土木建築工学、応用化学、応用理学、原子力工学、鉱山学、金属工学、繊維工学、船舶工学、航空工学、経営工学、工芸学、数学物理他

高専生の就職・進学者数 出典：独立行政法人国立高等専門学校機構概要2020年度

	就職者数	進学者数
高専生（本科）	高専生の 約6割が就職 約5,300人	約3,700人
高専生（専攻科）	約900人	約500人

理工系大学生の就職者数 出典：文部科学省学校基本調査（令和2年度）

	国立大学	公立大学	私立大学
大学生	約10,000人	約3,000人	約38,000人
大学院生	約17,000人	約2,000人	約9,000人

当社のシェア

当社がターゲットとする高専生 及び
国立大学を中心とする理工系大学生の数 年間**33,000人**

当社イベント参加者数

高専生（本科・専攻科合計）	約4,000人
理工系大学生・大学院生	約1,000人
合計	約5,000人

現在5,000人 / 33,000人 ≒ 約15%の
理工系学生にリーチできています。



今後は、残りの**85%**を開拓していきます。

理工系学生の範囲

当社は、主に企業が求める「機械・電気電子・情報」を専攻している以下の学生を理工系学生と定義しています。

・機械工学、電気通信工学、土木建築工学、応用化学、応用理学、原子力工学、鉱山学、金属工学、繊維工学、船舶工学、航空工学、経営工学、工芸学、数学物理他

成長戦略

1. 高専生向けサービスの安定化
2. 高専ビジネスを大学につなげる
3. 理工系大学イベントの拡大

DX（IT・WEB）の活用

1. 高専生向けサービスの安定化（更なる収益化と参入障壁を高める）

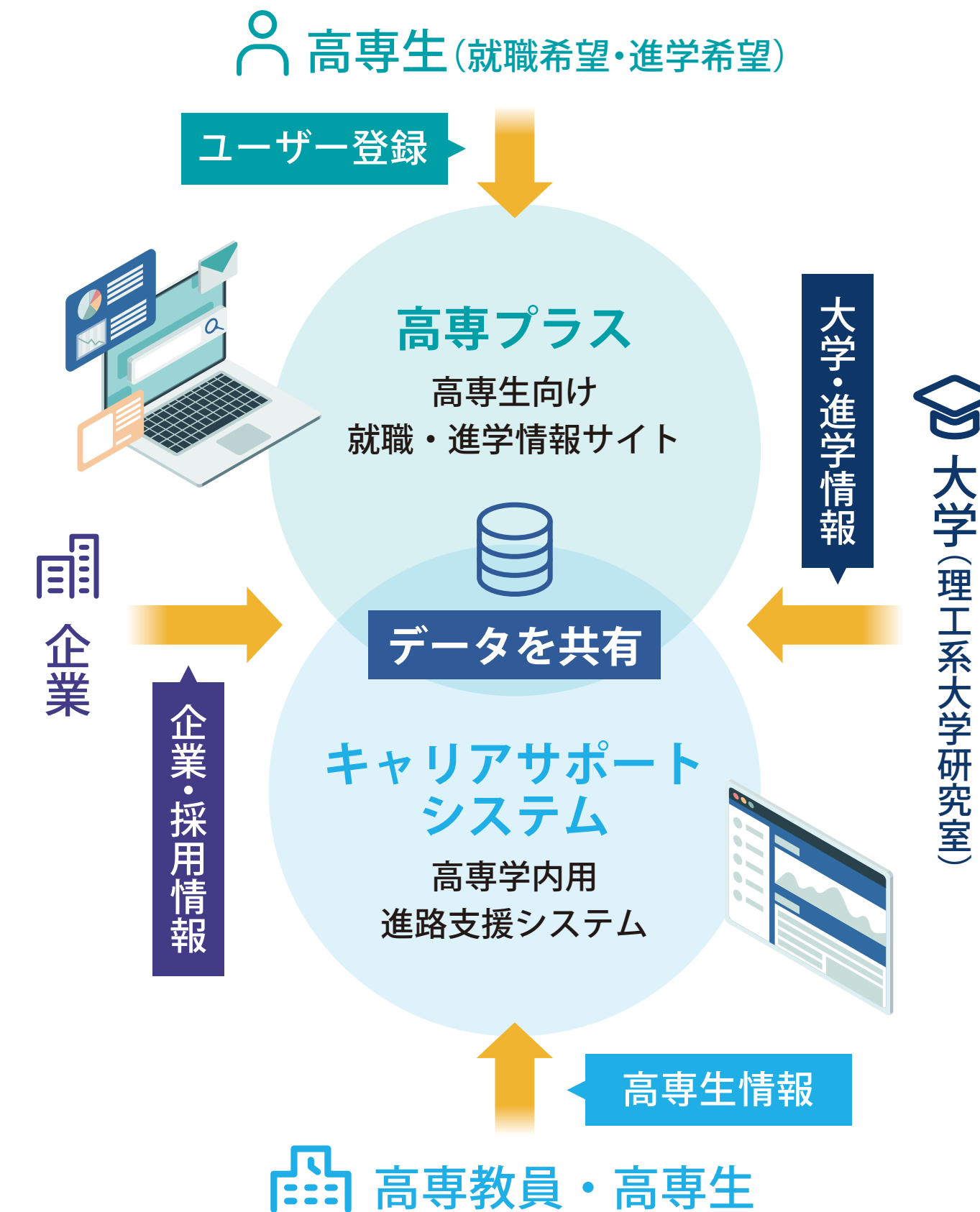
① 高専プラス（2021年10月稼働開始）

- 高専生向けの情報ナビサイト
- 就職情報だけでなく、大学進学者向けの進学情報[※]を掲載することにより、すべての高専生に活用してもらえる
- 企業は、年間を通して就職情報の掲載が可能となる

※進学情報は4月公開予定

② キャリアサポートシステム（2021年12月稼働開始）

- 高専13校で導入されていた就職システムが老朽化してきたため、当社が開発したシステムの提供を開始
- 2022年1月31日現在16校で導入済



2. 高専ビジネスを大学につなげる (理工系大学教員、研究室とのヒューマンネットワークの拡大)

1 月刊高専の活用

- 高専教員だけでなく高専教員とつながりのある、大学教員・研究室を取材しヒューマンネットワークを拡大する

2022年1月31日現在176記事掲載

2022年1月のPV数29,666



2 高専プラス(進学情報)の活用

- 大学や大学院からの高専生に対する編入・進学ニーズが高ことから、高専プラスで進学情報を掲載することにより、大学研究室とのヒューマンネットワークを拡大する



3. 理工系大学イベントの拡大

- ① 理工系サイト(仮称)の開始
高専プラスの大学生版
- ② 理工系大学イベントの拡充
対面型／オンライン型
大学別／学科別／専攻別
全国／地域別 等々



将来的には、理工系研究室や理工系人材のデータベース化によるサービスメニューの多様化により

**就職活動が景気動向や企業の採用環境に
依存しない社会の実現を目指します！**

アクションプラン進捗状況

アクションプラン	2022年7月期 上期	2022年7月期 下期	翌期以降
①高専生向けサービスの安定化	高専プラス (就職情報掲載開始、377社掲載)	➡ (掲載企業数の増加)	➡ (掲載企業数の増加)
	キャリアサポートシステム (提供開始、16校導入)	➡ (導入高専数の増加)	➡ (導入高専数の増加)
	—	—	高専プラス (新サービスリリース)
②高専ビジネスを大学につなげる	月刊高専 (期中93記事増加) (期末PV数29,666)	➡ (掲載記事数増加) (PV数増加)	➡ (掲載記事数増加) (PV数増加)
	—	高専プラス (進学情報掲載開始)	➡ (掲載研究室数増加)
③理工系大学イベントの拡大	—	—	理工系サイト(仮称) (高専プラスの大学生版リリース)
	—	—	理工系大学向けイベントの拡充 (対面型、オンライン型、大学別、専攻別、 企業別等の多種多様なイベント実施)

投資計画進捗状況

上場時調達資金の用途を、事業拡大及び生産性向上のためのシステム投資、事業拡大のための人材投資及び人員増加による本社移転を計画しておりましたが、その後の進捗状況は順調に推移しております。

投資計画

(単位：百万円)

投資区分	内容	2022年7月期(計画)	2023年7月期(計画)	合計
システム投資	新サービスシステム構築/ 既存システム改修	50	50	100
	情報システム環境整備	2		2
	情報システム機器	3	2	5
人材投資	システム開発・運用担当	5	11	16
	Webデザイナー	4	6	10
	企画営業担当	7	18	25
	管理部管理者	6	6	13
	人材紹介フィー	4	4	8
本社移転	増加敷金		20	20
	設備費		20	20
	移転諸費用		20	20
	増加賃料		24	24
合計		83	181	265

進捗状況

(単位：百万円)

投資区分	内容	2022年7月期 第2四半期(実績)
システム投資	新サービスシステム構築/ 既存システム改修	32
	情報システム環境整備	1
	情報システム機器	1
人材投資	システム開発・運用担当	2
	Webデザイナー	—
	企画営業担当	1
	管理部管理者	3
	人材紹介フィー	—
本社移転	増加敷金	—
	設備費	—
	移転諸費用	—
	増加賃料	—
合計		43

5. 2022年7月期第2四半期業績結果と期末業績見込み

2022年7月期 第2四半期決算サマリー

前年同期比

「高専プラス」リリース等により、高専生向け就職活動イベントが売上高を牽引

- 売上高 506百万円（前年同期比 +13.9%）
- 営業利益 207百万円（前年同期比 + 1.9%）

第2四半期累計期間 業績予想修正

新型コロナウイルスオミクロン株急拡大による、イベント開催方式変更の結果、売上原価を削減

- 売上高 506百万円（業績予想比 △ 3.5%）
- 営業利益 207百万円（業績予想比 +31.7%）

通期業績予想

新型コロナウイルス感染症の影響は軽微と想定しておりますが、今後の経済動向等が不透明であり、通期業績予想は据え置き

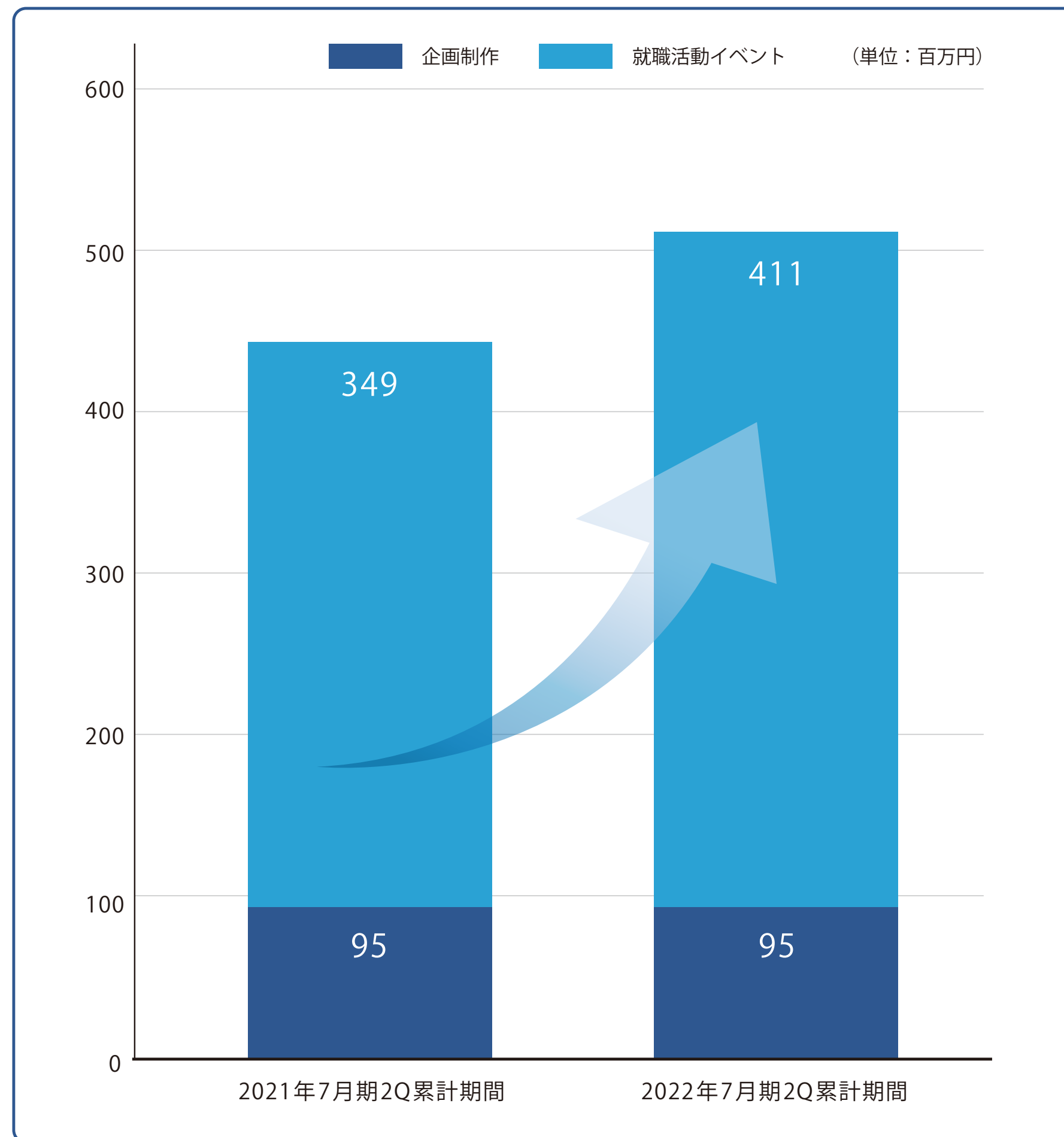
- 5年間の年平均成長率（CAGR）
売上高 +13.8%、 営業利益 +17.0%
- 営業利益率 19.5%（当社目標20%以上）

損益計算書（前年同期比）

単位：百万円

	2021年7月期 第2四半期累計期間	2022年7月期 第2四半期累計期間	前年同期比（%）
売上高	445	506	+13.9%
売上原価	66	95	+44.1%
売上総利益	378	411	+8.6%
販売費及び一般管理費	175	204	+16.3%
営業利益	203	207	+1.9%
営業利益率	45.6%	40.9%	△4.8pt
経常利益	210	205	△2.5%
当期純利益	141	137	△5.9%

サービス別売上高（前年同期比）



就職活動イベント

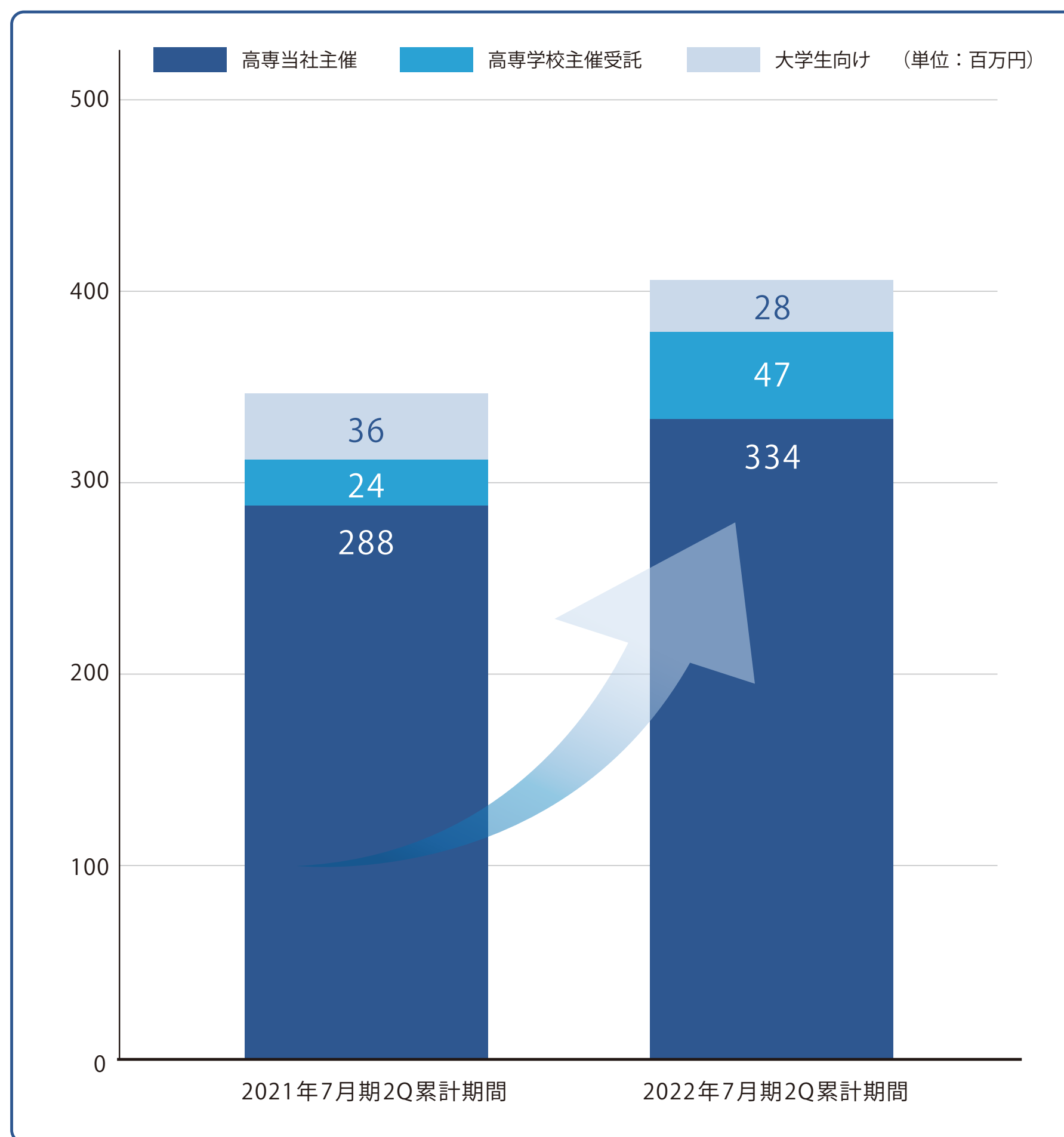
前年比：+61百万円

企画制作

前年比：+ 0百万円

「高専プラス」リリース等により高専生向け就職活動イベントサービスが前年比+69百万円となった

就職活動イベント売上高（前年同期比）



高専生向け就職活動イベント<当社主催型> ／高専プラス

前年比：+ 46百万円

「高専プラス」リリースが寄与

高専生向け就職活動イベント<学校主催受託型>

前年比：+ 23百万円

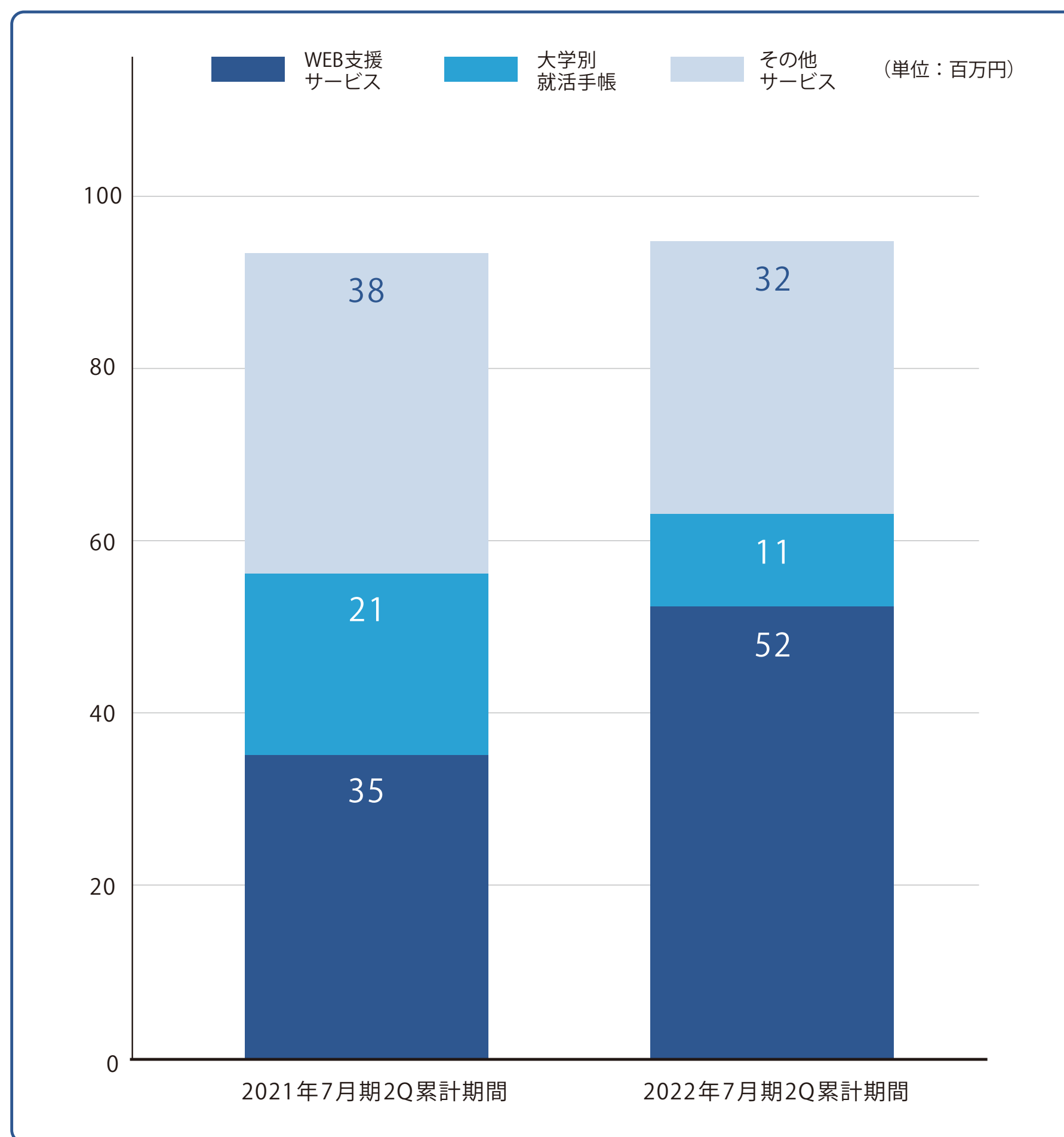
1. オミクロン株急拡大までは順調に学校主催受託案件を「対面型」で開催できたことにより1校当たりの受注額増加
2. 高専機構主催「KOSEN EXPO」初受託

大学生向け

前年比：△ 8百万円

受注減少

企画制作売上高（前年同期比）



WEB支援サービス

前年比：+ 16百万円

WEB制作、WEBマーケティング案件増加

大学別就活手帳

前年比：△ 10百万円

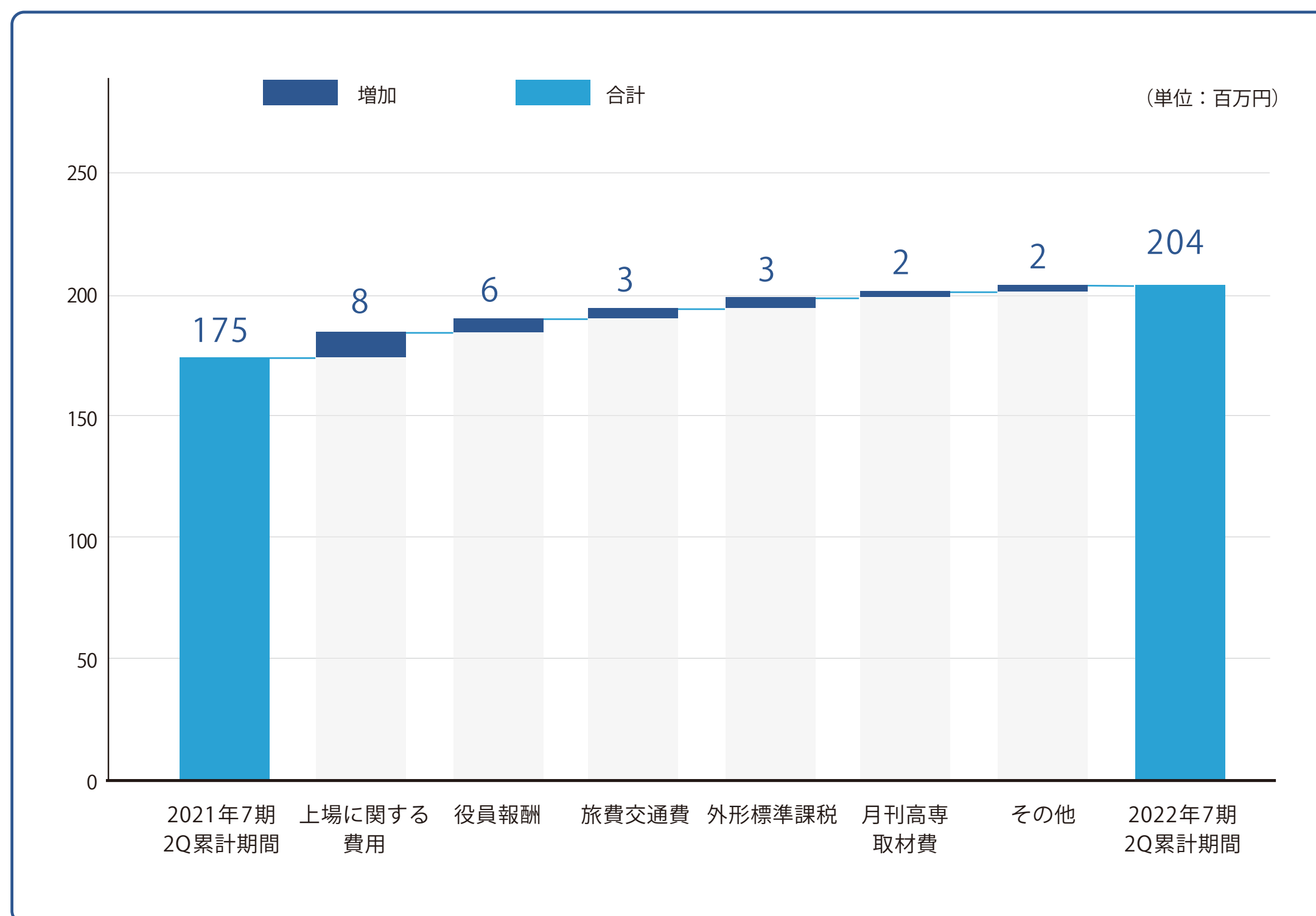
受注校数減少

その他サービス

前年比：△ 6百万円

「高専プラス」リリースにより、紙媒体の高専ガイドブックの広告収入減少

販売費及び一般管理費（前年同期比）



● 上場に関する費用増加 前年比 +8百万円

● 役員報酬の増加 前年比 +6百万円

兼務取締役の専任化 +3百万円
報酬増加 +3百万円

● 旅費交通費の増加 前年比 +3百万円

新型コロナに関する移動規制の緩和

● 外形標準課税の増加 前年比 +3百万円

● 月刊高専取材費の増加 前年比 +2百万円

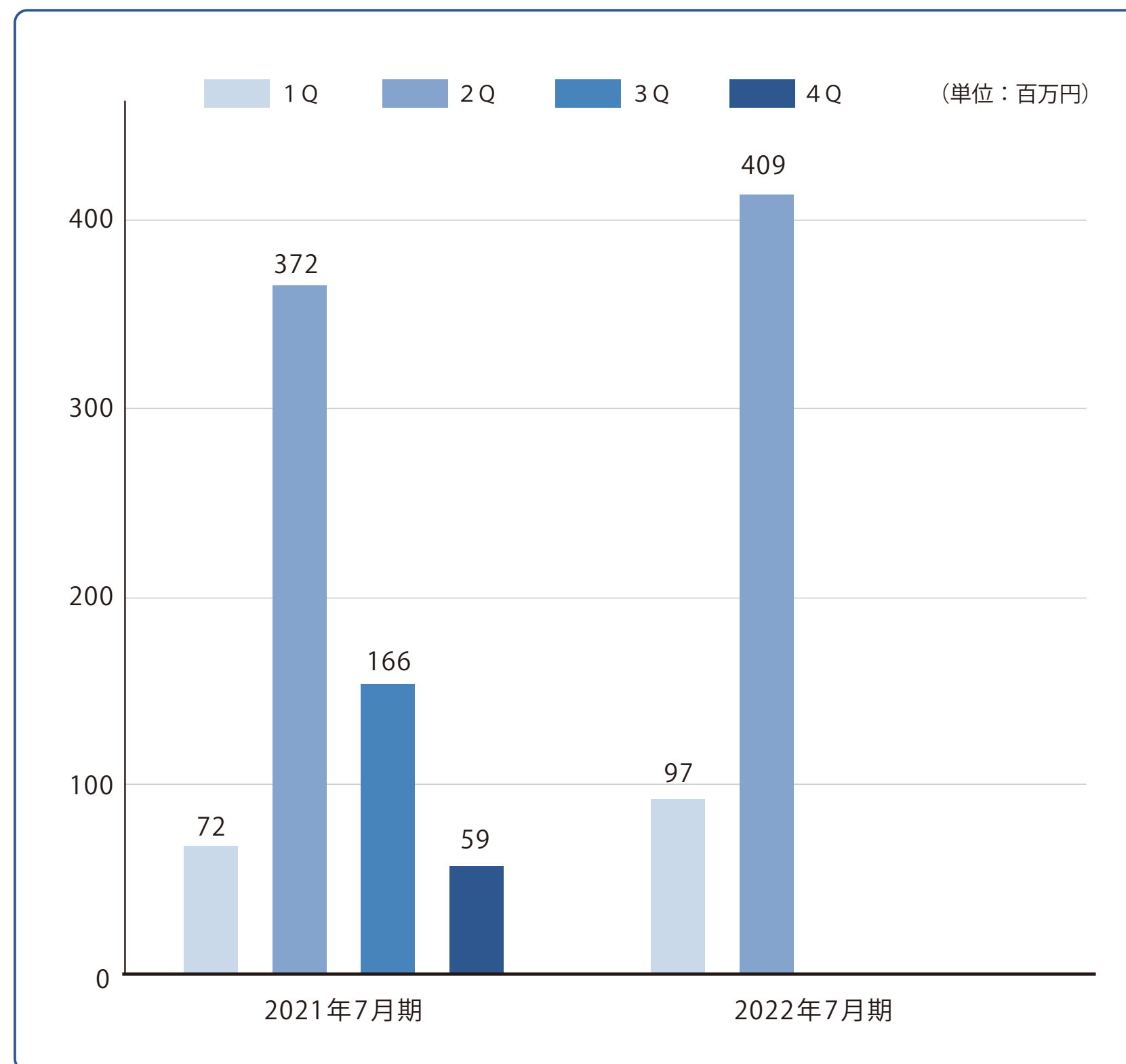
月刊高専今期掲載数93記事増加
(2022年1月31日現在)

● その他の増加 前年比 +2百万円

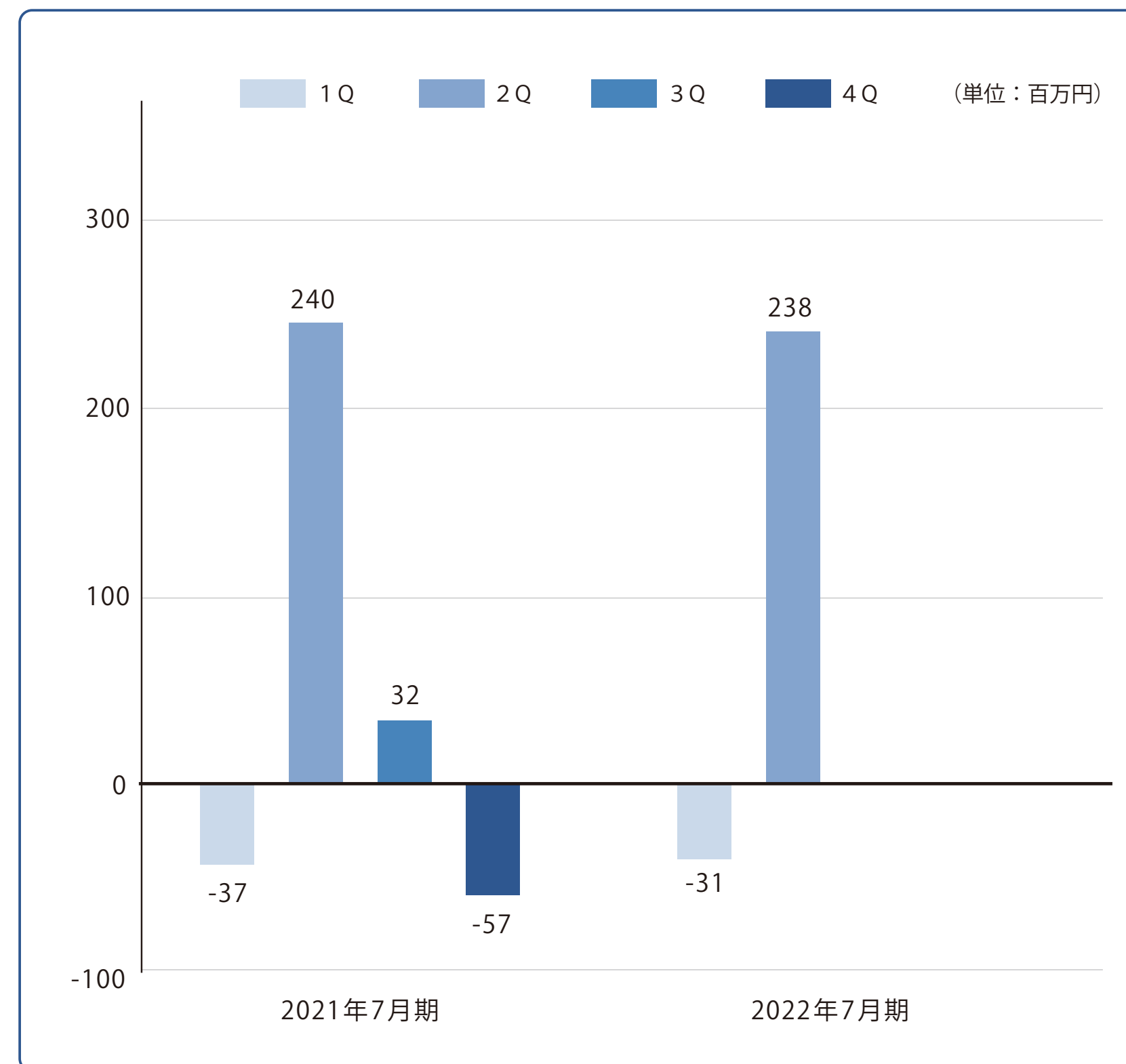
● 2022年7月期第2四半期累計期間
前年比 +28百万円

各四半期の売上高・営業利益の推移

売上高



営業利益



当社は、主たる事業である就職活動イベントの開催日が第2、第3四半期会計期間に集中する傾向があります

第2四半期累計期間業績予想修正

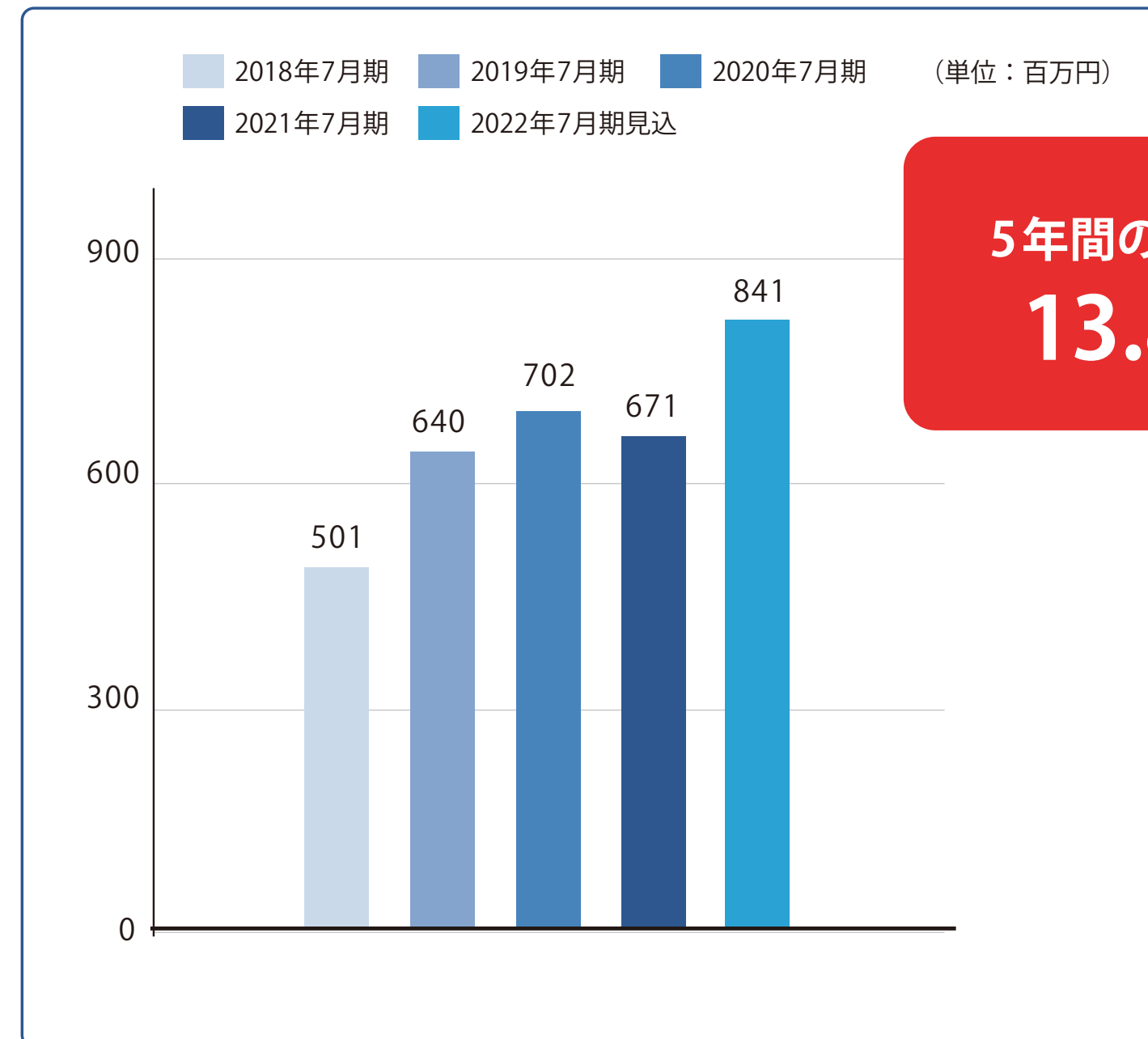
単位:百万円

	2022年7月期 第2四半期累計期間 当初業績予想	2022年7月期 第2四半期累計期間 実績	差異
売上高	524	506	△18
売上原価	158	95	△63
売上総利益	366	411	+45
販売費及び一般管理費	208	204	△4
営業利益	157	207	+49
営業利益率	30.0%	40.9%	+10.9pt
経常利益	152	205	+52
当期純利益	106	137	+31

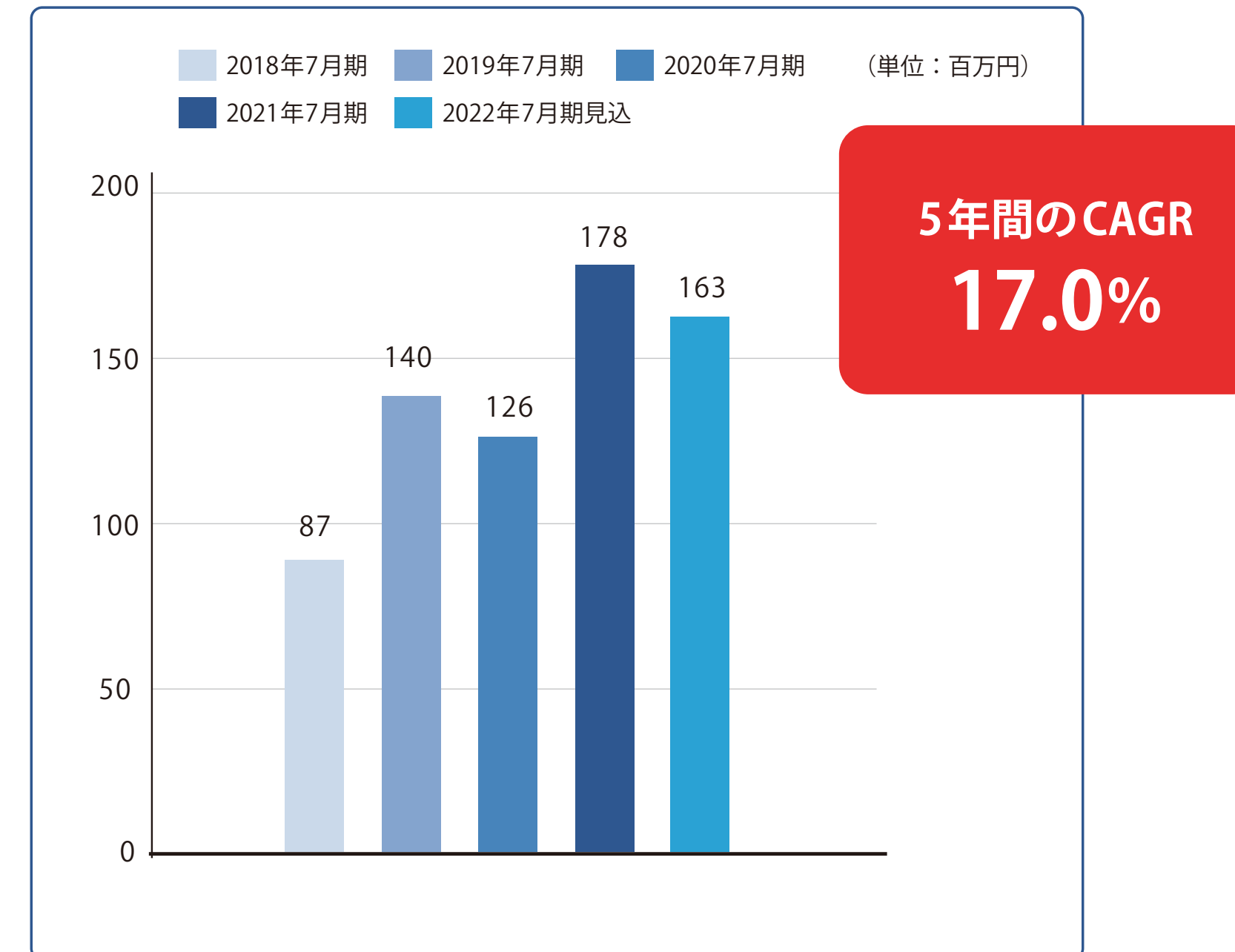
新型コロナウイルスオミクロン株の急拡大により、高専生のための仕事研究セミナー5イベントを急遽「対面型」から「オンライン型」に変更し開催したことにより、売上原価を約33百万円削減できたこと等が要因

2022年7月期業績予想について

売上高



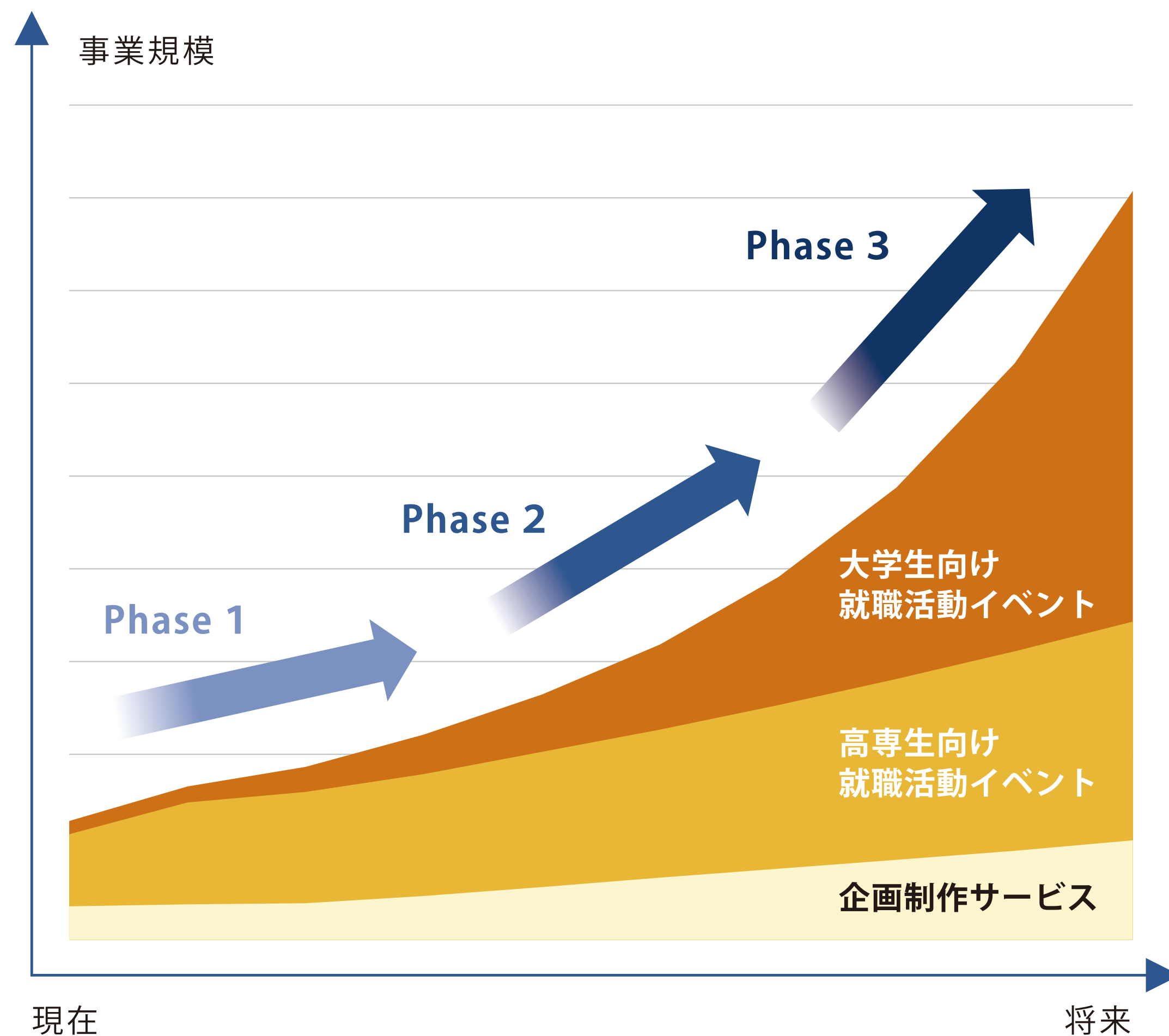
営業利益



新型コロナウイルス感染症の影響は軽微と想定しておりますが、今後の経済動向等が不透明であり、通期業績予想につきましては据え置くこととし、今後、予想値の修正が必要と判断された場合は、速やかに開示いたします。

6. 中期経営計画

学生イベント事業の拡大イメージ



当社拡大フェーズの内容

Phase 1

安定的な高専生向け就職活動イベントの実施、WEBマガジン「月刊高専」のバリューアップ、「高専プラス」等のシステムによる囲い込みを行い事業基盤を安定させる。

Phase 2

高専生の囲い込み及び高専生採用ニーズをベースにした理工系研究室との関係作りの強化を行う。また、理工系大学イベントへの登録者数を増やすことにより、理工系大学向けの就職活動イベントを増加させ、理工系採用のシェア拡大を目指す。

Phase 3

高専生及び理工系の大学生の研究内容や各学科・研究室の情報をデータベース化することにより、また、企業の採用ニーズ情報を収集し、お互いをマッチさせることで、「就職活動が景気動向や企業の採用環境に依存しない社会を作る」ことを目指し、更なるシェア拡大を実現させる。

計画数値

中期経営計画（主要数値）（単位：百万円）					
	2021年 7月期	2022年 7月期（計画）	2023年 7月期（計画）	2024年 7月期（計画）	
売上高	671	841	959	1,133	
（就職活動イベント）	466	626	728	882	
（企画制作）	204	214	231	250	
売上原価	137	260	268	304	
売上総利益	533	580	691	828	
販売費及び一般管理費	355	416	497	543	
営業利益	178	163	194	285	
経常利益	187	159	195	286	
当期純利益	137	121	135	199	
サービス別売上高（単位：百万円）					
就職活動 イベント	高専生向け就職活動イベント<当社主催型><高専プラス>	365	451	476	506
	高専生向け就職活動イベント<学校主催受託型>	35	92	103	111
	大学生向け就職活動イベント	65	83	149	265
企画制作	WEBマガジン「月刊高専」	0	5	10	15
	大学別就活手帳	80	77	82	87
	WEB支援サービス・その他サービス	124	131	138	148

ほとんどのイベントをオンライン形式で開催した結果

オンライン形式で計画しているイベント以外は、**対面形式イベントを前提**に策定した見通し

計画数値の前提条件

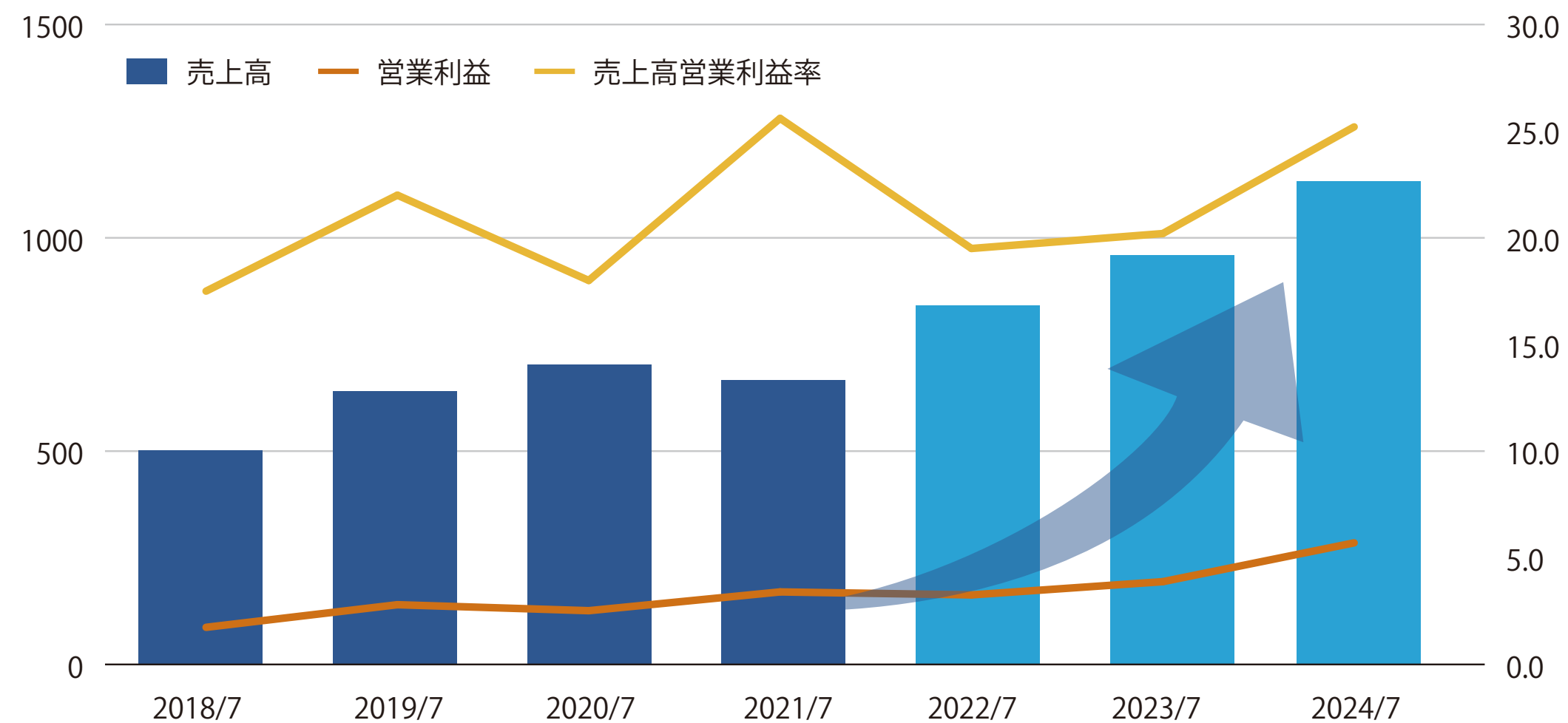
当社は、対面形式、オンライン形式でのイベント開催を柔軟に実施することが可能ですが、中期経営計画数値につきましては、当初よりオンライン形式で計画しているイベント以外につきましては、すべて対面形式イベントを前提に策定しております。

	2022年7月期	2023年7月期	2024年7月期
就職活動イベント 高専生向け	「高専プラス」サービス開始による単価アップ	「キャリアサポートシステム」の高専利用校の増加	「高専プラス」中途採用コンテンツの利用企業増加
就職活動イベント 大学生向け	「高専プラス」に進学情報を掲載する大学研究室とのネットワーク構築による理工系セミナーの動員増	「高専プラス」利用者を進学後に「理工系サイト」に登録移行させることで、理工系イベントの動員安定化を図り、新たな理工系サービスを開始	「高専プラス」利用の進学者に加え、大学研究室のネットワークによる学生リスト獲得・充実
企画制作	WEBマガジン「月刊高専」の企業広告販売の開始	WEBマガジン「月刊高専」の広告販売拡大	WEBマガジン「月刊高専」の広告販売拡大

KPI (重視する経営指標：売上高及び営業利益率)

売上高・営業利益率の推移 (単位：百万円)							
	2018 / 7	2019 / 7	2020 / 7	2021 / 7	2022 / 7 (計画)	2023 / 7 (計画)	2024 / 7 (計画)
売上高	501	640	702	671	841	959	1,133
営業利益	87	140	126	178	163	194	285
売上高営業利益率	17.5%	22.0%	18.0%	26.6%	19.5%	20.2%	25.2%

(単位：百万円、%)



※経営指標等の進捗状況については、年度ごとに算出しており、決算短信及びそれらの補足説明資料において定期的に開示を行う予定です。

KPIの考え方

- ・高専生の就職活動イベントに関するリーディングカンパニーとして、当該市場及び付随する市場を拡大することにより、高い成長性を継続します。
- ・付加価値の高い就職活動イベントの実施や構造的なコスト低減の仕組みを構築していますが、当社は、イベント開催方式により収益モデルが変化するため、売上高及び売上高営業利益率 (目標値20%) をKPIとし、安定的な成長を目指しております。

今後3年間のCAGR (年平均成長率)

売上高: **+19.1%** 営業利益: **+17.0%**

本資料の取り扱いについて

本資料には、今後の見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの記述は、現在、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されたものであり、将来の結果や業績を保証するものではありません。

当該見通しに関する記述と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズおよび嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後の様々な要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

本資料は2022年10月を目途に各種KPIの計画数値や実績数値、経営戦略の進捗を更新する予定です。



質問に対するQ&A

2022年3月16日

 メディア総研株式会社

(東証マザーズ、福証Q-Board：9242)

Q1.

1/25のリリースでは御社の「高専生向け就活イベント開催状況に関するお知らせ」が出ていますが、今後こちらのイベント数は増えるのでしょうか。例えば増えたとすると、どれくらいの割合で増やしていくのでしょうか。

A1.

1月25日リリースの高専生向け就活イベントは、当社主催イベントの「高専生のための合同会社説明会」シリーズで、毎年12月～翌年3月までの間に、7地区で計8イベント実施しております。このイベントは高専生が4月に学校推薦を受けるため入社希望先を1社に絞り込む最終段階の就活イベントで、各イベントに250名～850名の高専生が参加するイベントであるため、本シリーズでのイベント数は現状限界であると考えております。但し、直近においては企業側から早期に高専生と会える就活イベント(インターンシップ等)のニーズが高いため、他の時期に、対面ではなくオンラインを活用した比較的規模の小さなイベントを今後増やしていきたいと考えております。

Q2.

株価が上場以後かなり下がっているが、どのように上げていくつもりか？
フェアバリューはどの程度と考えているのか？
最近株価が伸び悩んでいます但其の原因はどのように考えていますか？
また対策はどのようにお考えでしょうか？

A2.

昨年9月2日の公開価格は2,900円、その後9月6日4,395円の最高値となりましたが、それ以後、株価が低迷しており、昨日の終値は985円となっており、株主の皆様方には、大変ご心配おかけいたしております。

当社といたしましては、株式市場において高い評価をいただくためには、業績の向上が第一と考えております。業績向上のための諸施策につきましては先ほどご説明させていただきました通りであり、上場時に公表いたしました中期経営計画につきましても順調に推移しております。また、業績向上の諸施策の他、当社に関してより深くご理解いただくために、IRサイトを始めとしたIR活動も積極的に展開しております。今後も、各種IR資料や説明会の充実を図り適切な情報開示を行って参ります。

Q3.

新型コロナの波が何度も来ており、企業側も採用形態や採用人数も変わってきているのではないかと思っておりますが、この新型コロナの影響で御社の就職支援活動に変化は出てきていますか？

A3.

新型コロナの影響ですが、有効求人倍率や完全失業率などの数値を見ますと改善しつつありますが、コロナ以前にはまだまだ戻り切っていない状態と考えております。しかしながら、当社の事業範囲であります理工系学生の就職状況につきましては、理工系人材の企業からのニーズは文系学生よりも高い状況であることから、新型コロナの影響は現状余り受けていないものと考えています。

また、新型コロナウイルスの影響で「対面型」から「オンライン型」イベントが多く開催されることとなったため、知名度の高い企業に学生が集中する傾向が見られます。当社は、学生が分散するような工夫を行っており、顧客満足度が低下するようなことは、まだ起きていませんが、オンライン開催が継続する場合は、知名度が低い会社に対する支援がビジネスチャンスになる可能性もあり、今後検討してまいりたいと考えております。