

株式会社 イード

証券コード：6038

事業計画および

成長可能性に関する説明資料

【2023年9月版】

iid



01	会社概要・事業概要	P.03
02	市場環境とビジネスモデル	P.15
03	経営資源と競争優位性	P.21
04	成長戦略	P.27
05	事業計画	P.36
06	リスク情報	P.42

iiid

01

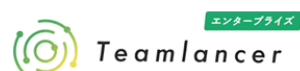
会社概要・事業概要

- ◆事業概要
- ◆事業セグメント
- ◆会社概要
- ◆経営理念等

専門特化したWebメディアを幅広く展開（21ジャンル、79のメディアを運営）

Webメディアを核として、その周辺ビジネスにも積極的に事業展開

主要運用メディア



メディアジャンル

1	IT
2	ビジネス
3	セキュリティ
4	リサーチ
5	ユーザビリティ
6	自動車
7	燃費・環境
8	エンタメ
9	ゲーム
10	映画
11	アニメ
12	キャラクター
13	スポーツ
14	教育
15	ライフ・ペット
16	ダイエット
17	結婚情報
18	マネー
19	地域情報
20	EC・通販
21	ビジネスマッチング

専門特化したWebメディアを幅広く展開（21ジャンル、79のメディアを運営）

自動車



IT・ガジェット



ゲーム



アニメ



教育



映画



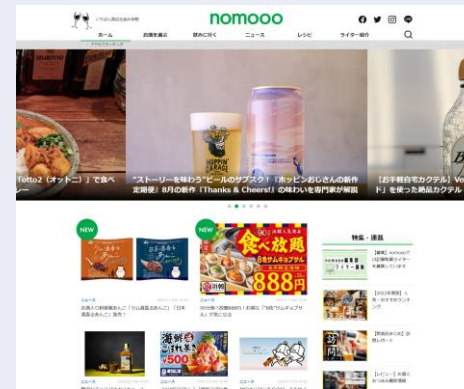
ゲーム



マネー



お酒



セキュリティ



グループ各社でメディア関連事業を展開

メディアから働き方を変革



ef en Factory

株式会社エンファクトリー
出資比率: 78.8%
メディア、EC関連事業

ネットショップ総研
第二のラボ型EC事業戦略部

株式会社ネットショップ総研
出資比率: 90%
領域特化のECサイト運営

SAVAWAY

SAVAWAY株式会社
出資比率: 100%
EC関連サービス提供

日本のEC事業の進化に本気で向き合う



FIT Pacific

FITパシフィック株式会社
出資比率: 90.1%
自動車業界・IT業界向け商社

絵本ナビ

株式会社絵本ナビ
出資比率: 26.4%
絵本関連ウェブサイト運営

絵本を通じて「幸せな時間」を応援する



SODA

SODA株式会社
出資比率: 35.1%
CMSソフトウェアの提供

Link

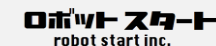
株式会社リンク
出資比率: 100%
教育関連イベント開催

Michael

マイケル株式会社
出資比率: 100%
CARTUNEの運営



主な投資先



イードでは、2つのセグメントで、**誰もがメディアになる世界**をプロデュースしていく

- ・クリエイタープラットフォーム事業（CP事業）
- ・クリエイターソリューション事業（CS事業）

クリエイタープラットフォーム

Creator Platform

21ジャンル79の自社メディア運営を中核に、メディア、コマース、サービスなどのクリエイターを社内外でプロデュース。

自社
プロデュース

 Response emerging media

 iRBB TODAY

 ReseMom ママ

 PEXIP

 アニメ!アニメ!

 INSIDE

 コリコリ

 CinemaCafe.net

 STYLE
STORE

クリエイター
プラットフォーム

 Teamlancer エンタープライズ

 TEMPOSTAR

 iid-CMP

クリエイターソリューション

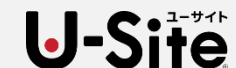
Creator Solution

自社メディアの運営で培ったノウハウやプラットフォームでクリエイターをソリューションで支援。

 marbleASP®
進化するECサービス

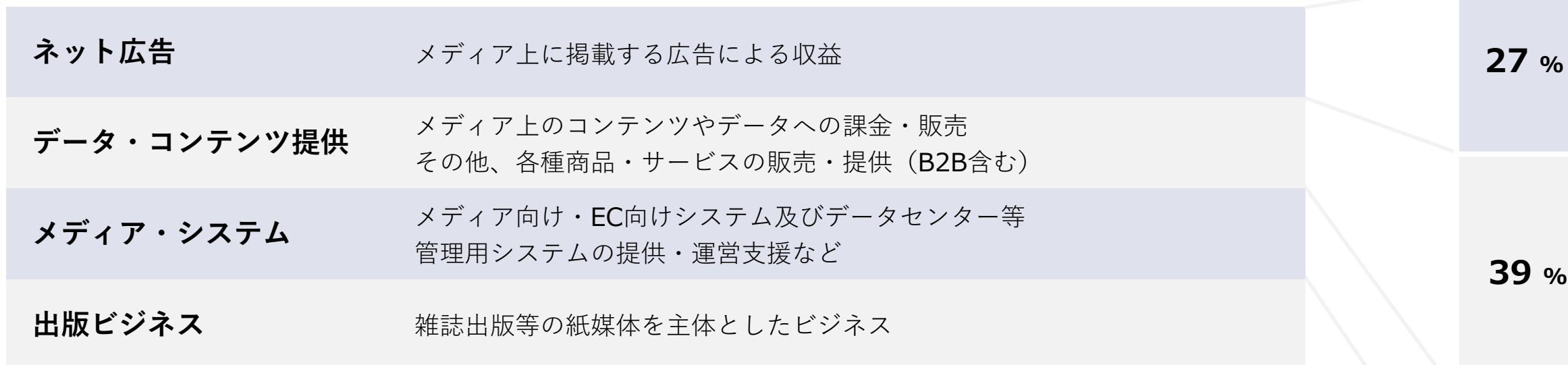
 iid 5G Mobility

 anpara®
www.anpara.com

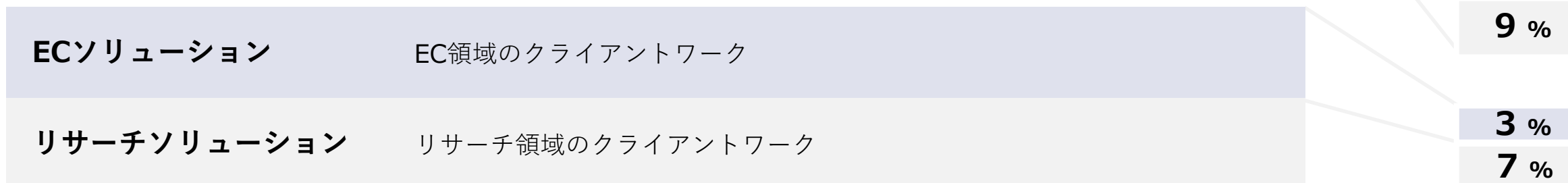
 U-Site ユーサイト

クリエイタープラットフォーム事業（CP事業）

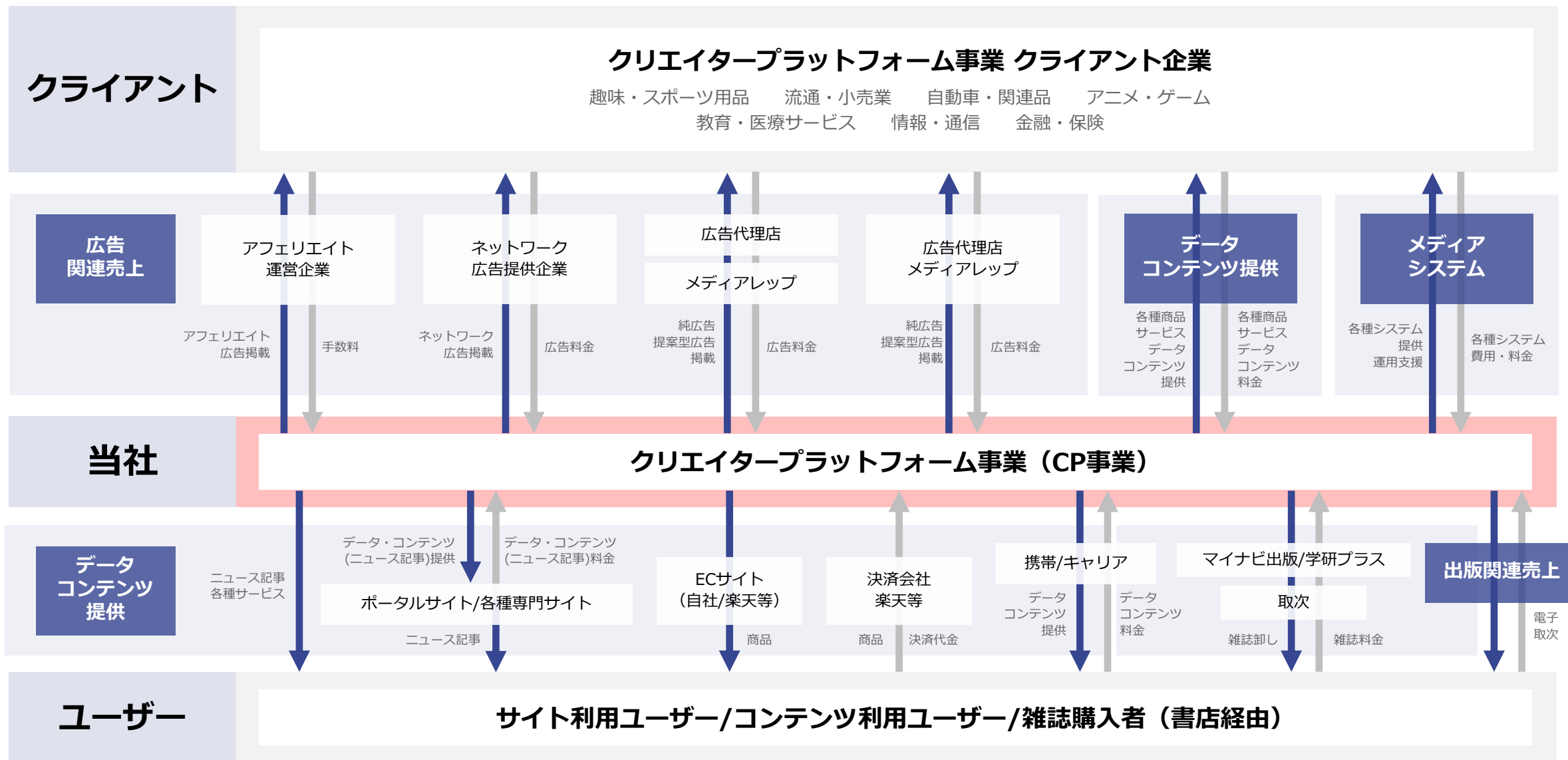
2023年6月期の
売上高に占める割合



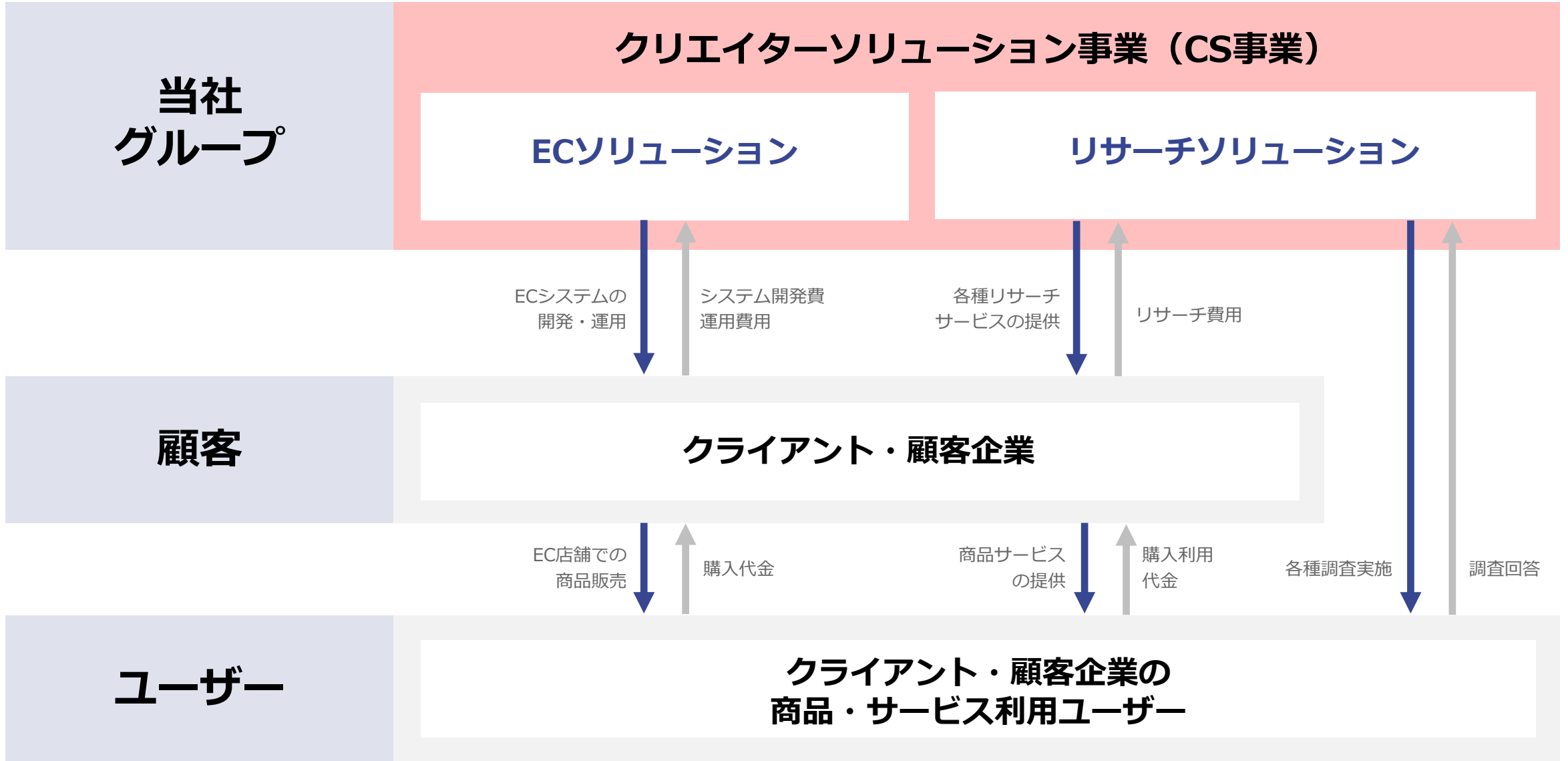
クリエイターソリューション事業（CS事業）



クリエイタープラットフォーム事業（CP事業）の収益構造



クリエイターソリューション事業（CS事業）の収益構造



イードグループの主要指標

売上高

(23年6月期)

60.7 億円

過去最高

前期比 9%増

EBITDA

(23年6月期) ※1

7.17 億円

過去最高

前期比 0%増

運営メディア

(23年6月期末)

21 ジャンル
79 メディア

前期比 4メディア増

従業員数

(23年6月期末) ※2

276 名

前期比 37名増

※1・・・EBITDA=営業利益+のれん償却費+減価償却費

※2・・・連結の従業員数はアルバイトを含み、派遣社員は除いています。エフ・アイ・ティー・パシフィック株式会社が連結対象となった関係で大きく増加しました



商号 株式会社イード

設立年月日 2000年4月28日

所在地 本社
〒164-0012
東京都中野区本町一丁目32番2号 ハーモニータワー17階

松江ランチ
〒690-0055
島根県松江市津田町305番地 Tsuda-cho Bldg 3階

資本金 50,000千円（2023年6月末日現在）

従業員数 連結：276名
※2023年6月末日現在（アルバイト含む）

上場市場 東京証券取引所 グロース市場(証券コード：6038)

役員

代表取締役	宮川 洋
取締役	須田 亨
社外取締役	大和田 廣樹（株式会社ECBOスクエア 代表取締役会長）
社外取締役	吉崎 浩一郎（株式会社グロース・イニシアティブ 代表取締役）
常勤監査役	山中 純雄
社外監査役	安達 美雄
社外監査役	藤山 剛（株式会社ラウンドアバウト・キャピタル 代表取締役）



1990年代半ばからインターネットが世界的に普及し、その後のPCの低価格化やモバイルデバイスの多様化により、私たちを取り巻くメディア環境は急速に変化・発展してきました。今では「クリエイターエコノミー」と称されるように、誰もが情報発信に携わり、あらゆるプレイヤーが「メディア」（発信者）となる時代が訪れようとしています。

株式会社イードでは、「クリエイターエコノミー」をキーワードに、誰もがメディアになる時代を支えるプラットフォーム、ソリューションを提供してまいります。自社メディア事業では、IT、自動車、教育、映画、ゲーム、アニメなど各分野に特化した21ジャンル79サイト8雑誌のメディア・サービス（2023年6月現在）を運営しております。

多岐に渡る事業を展開していますが、イードは事業と人の交差点、「梁山泊（優れた人物たちが集まる場所の例え）」でありたいと考え、各分野でNo.1を目指します。一方、会社のスパンを50年、100年と考えたとき、将来のビジネス環境や会社の形態がどうなっているかは誰にも予想できません。我々は100年たっても変わらないビジョン「We are the User Experience Company.」を企業理念とし、時代を超えて常にすべての人に最高の「ユーザー体験」を提供することを目標に邁進してまいります。

宮川 洋(みやかわ ひろし) 株式会社イード 代表取締役

1965年生まれ。1988年、中央大学文学部史学科西洋史専攻卒業。大学時代はテニスの体育会で練習に明け暮れ、卒業と同時に株式会社アスキー（現：KADOKAWA）に入社。出版部門にて、PC関連誌の刊行ラッシュの中、12年間マーケティング責任者を務め、「今後、メディアとしてのインターネットの時代がやってくる」と確信。インターネットの世界に飛び込むべくインターネット総合研究所（IRI）に転職。2000年、株式会社イードの前身となる株式会社アイ・アール・アイ コマースアンドテクノロジー（IRI-CT）創業。

経営理念

We are the User Experience Company.

我々イードは最高のメディア作りを通じて、取り巻くステークホルダー(読者、顧客、従業員、株主等)を増やし、人々に最高のユーザー体験を提供する企業である。

働き方

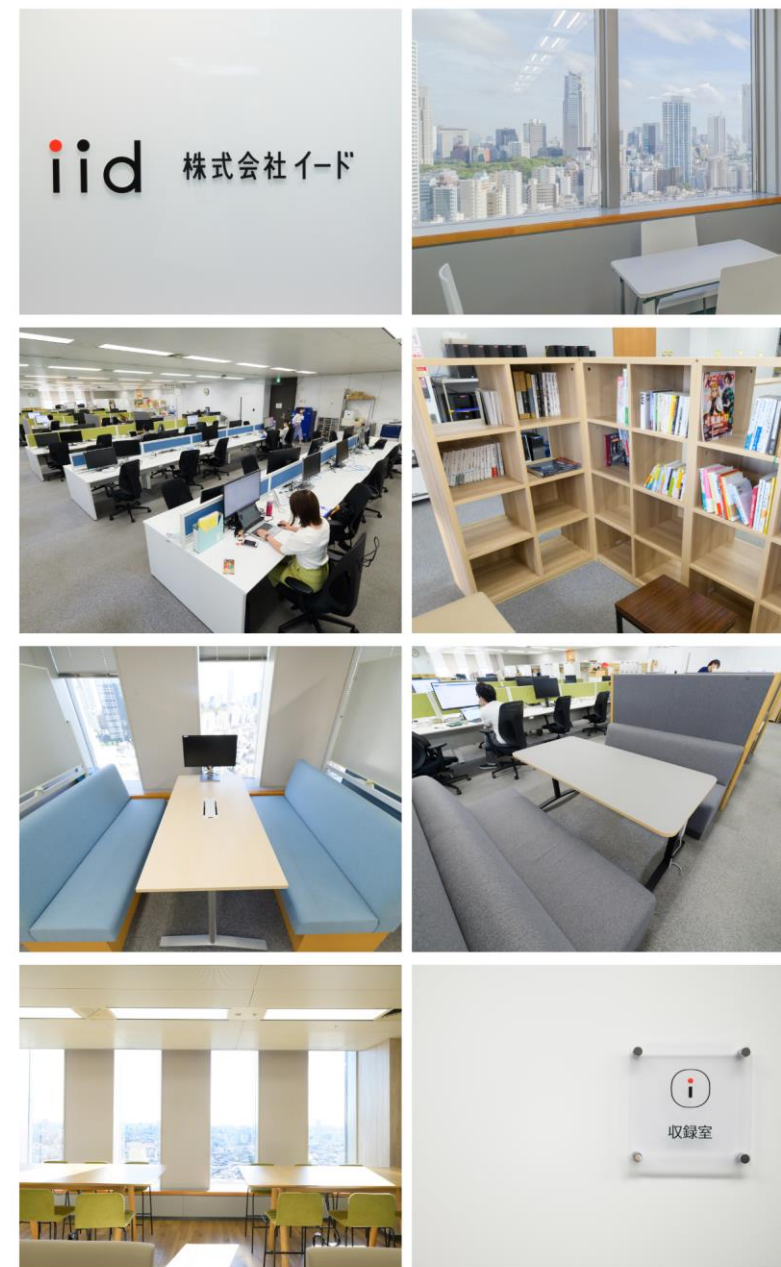
仕事を人生最大の遊びに

人生の目標と仕事の目標が一致したとき、最高のパフォーマンスが発揮できる。遊びのように没頭できる仕事を見つけられているか。取り組むべき遊びを見つけることは一人ひとりに課せられた責務であり、見つけられる会社でありたい。

目指す組織

梁山泊

イードは野心を持ち前に進む、自ら事業やメディア作りをしていく事業家のためのプラットフォームである。減点方式でなく加点方式の組織であり、成長のために人と異なることに積極的に取り組むべきである。



iid

02

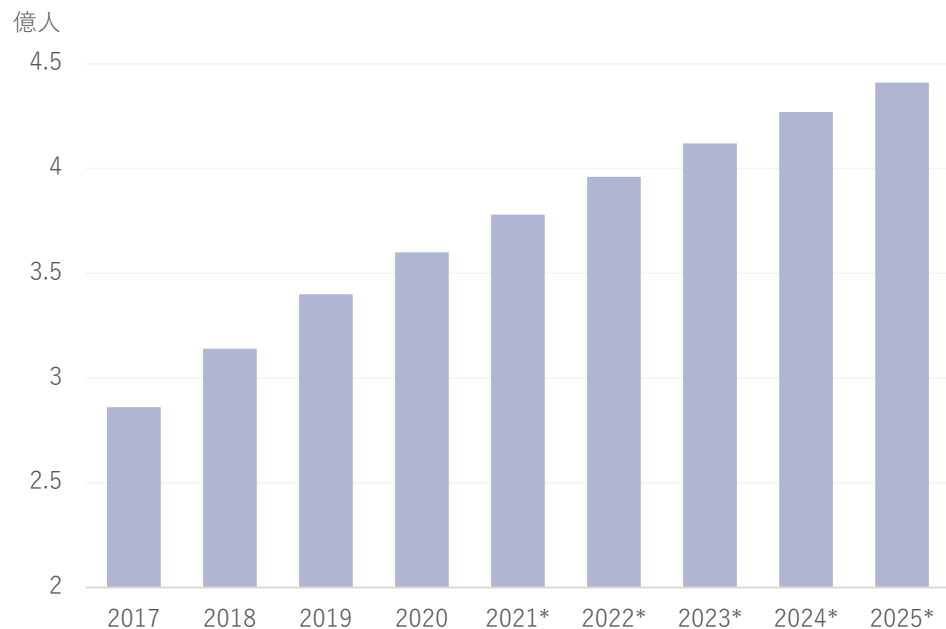
市場環境とビジネスモデル

- ◆ クリエイターエコノミーの到来
- ◆ メディアビジネスの現状
- ◆ イードのビジネスモデル
- ◆ 「メディアポートフォリオ戦略」

誰もがメディア(発信者)になる時代=クリエイターエコノミーの到来

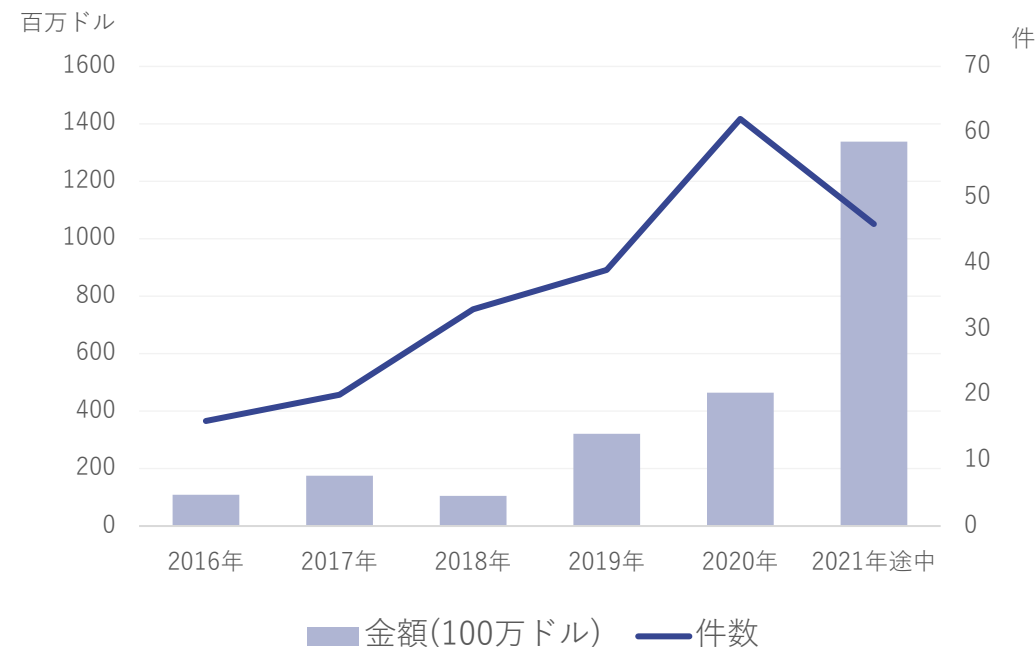
世界で3.5億人

ソーシャルメディアの発展により発信者が爆発的に増加している



プラットフォームに勢い

クリエイターを支援する企業に多額の資金が集まっている



イードは成長するメディア(発信者)の世界の課題解決を目指します

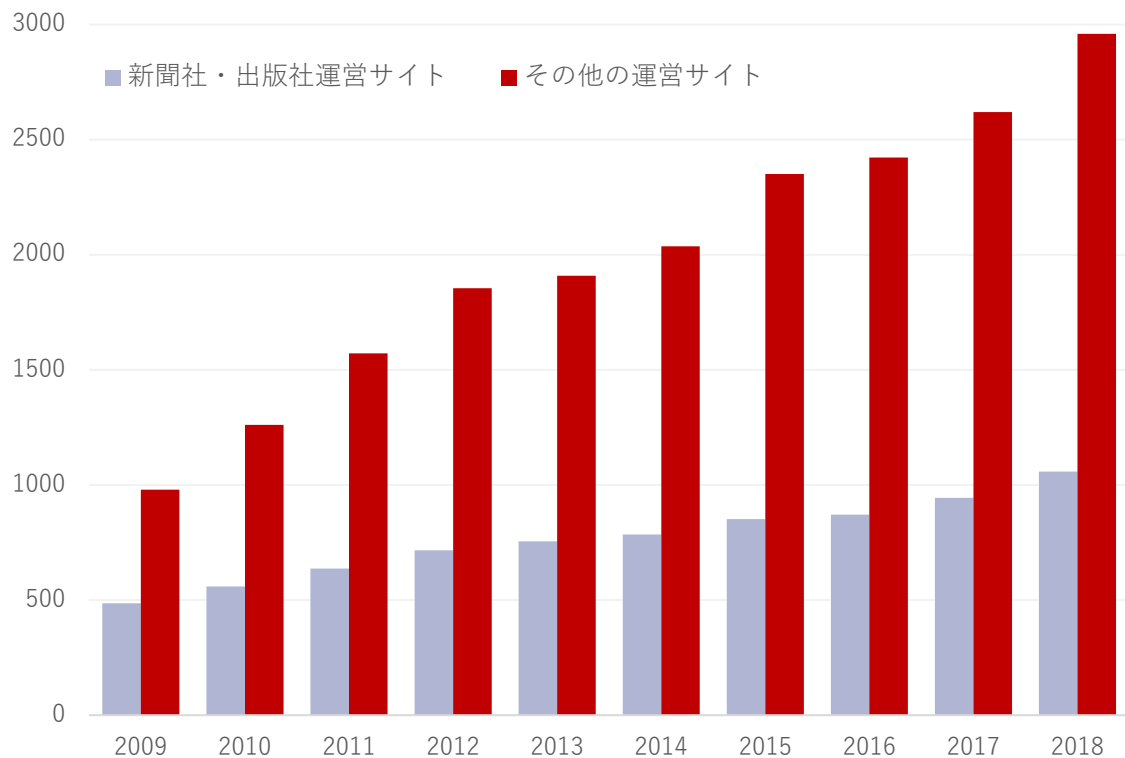
Number of social network users worldwide from 2017 to 2025(Statista) <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

The Creator Economy Explained: How Companies Are Transforming The Self-Monetization Boom(CB Insights) <https://www.cbinsights.com/research/report/what-is-the-creator-economy/>

インターネットの発展により資本力がなくてもメディアビジネスを起業できる時代が到来
一方、Webメディアが、継続して利益を上げ成長し続けることは困難

日本のニュースサイトの数は継続的に増加している

日本のニュースサイト数の推移



出所：内外切抜通信社公開データ(digitalpr.jp/r/30895)を基に作成

なぜ「稼げるWebサイト」は困難なのか

稼ぐノウハウがない

例えば運用型広告一本足打法（Google次第でコントロール不能）

人材育成ができない

特定個人のセンスと頑張りに依存（属人化しており仕組み化できていない）

投資余力がない
技術力がない

高度化するシステムや規制（個人情報やセキュリティ等含む）に追いつかない

世の中に「利益をあげ成長し続けるWebメディア」はごくわずかだととらえ
 「利益をあげ成長し続ける **Webメディア群**」を作ることで、突き抜けてゆく

イードのビジネスモデル

幾多のメディアの中から、適切なメディアをM&Aにより取り込み増やしていく

「適切な」：収益的にはそこそこでもイードで育てられるメディアを見極める
 特に「専門特化」したメディアが、イードに適している



それらのメディアにノウハウを注ぎ込んで収益化していく

育てるノウハウがある
 稼げるようにもっていくノウハウがある



これを継続的に推進し、稼げるメディアを着実に増やしていく

単一のメディアではなく、メディア群（ポートフォリオ）として見る
 安く買って高く売り抜くビジネスモデルではなく、買ってきたものをじっくり育てるモデル

専門特化した多数のメディアを大局的に布置していく「メディアポートフォリオ戦略」を採用
 想定外の環境変化の影響を緩和、長期的なトレンドにも対応し、持続的な成長を実現する

「メディアポートフォリオ戦略」とは何か

目的	<p>圧倒的サイトの1本足打法はリスクが高い → 大局的視点から多数のメディアを幅広く配置</p> <p>①メディアを増やす（ポートフォリオの拡張） ②新しい収益モデルの獲得 ③既存事業とのシナジー効果</p>
方法	<p>①主に、M&Aによりメディアを取得 ②社内の事業開発で補完</p>
特長	<p>①専門特化した特色あるメディアの集合体 ②各メディアの自立と同時に、時代のトレンドへの対応</p>

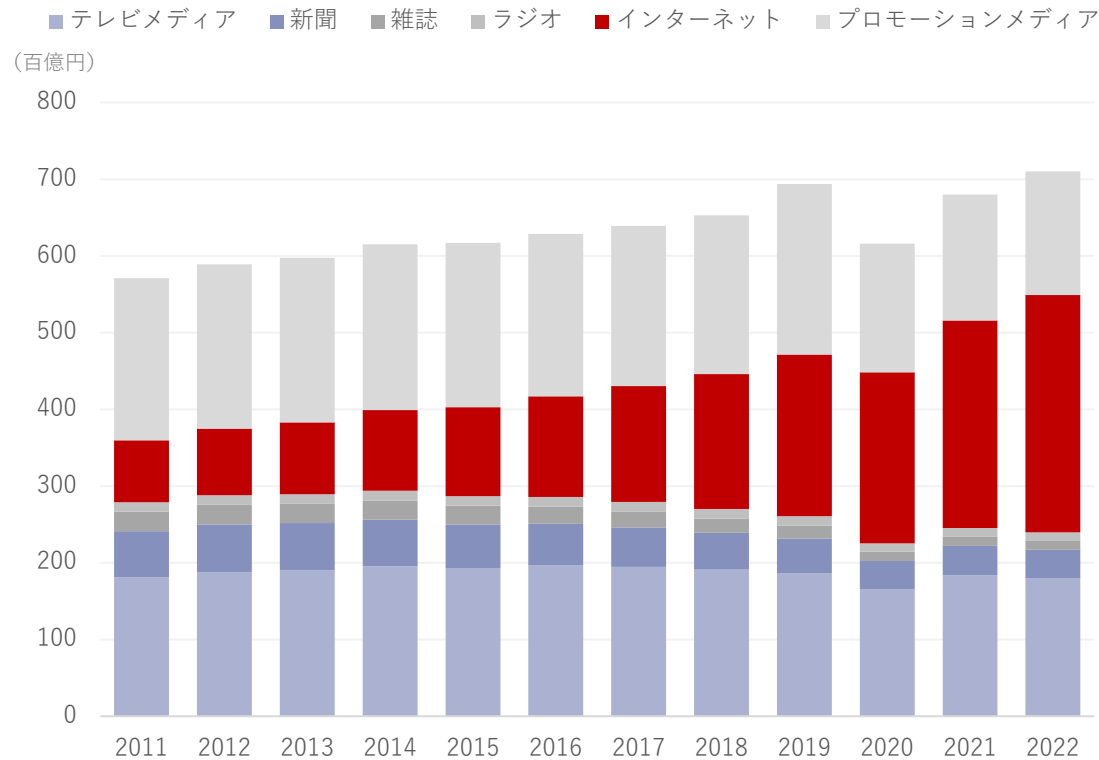
「メディアポートフォリオ戦略」の狙い

戦略の狙い	<p>「メディアポートフォリオ戦略」がなぜ強みとなるのか、その狙いは何か？</p> <p>①先行き不透明な経済社会環境 → 幅広く布石を打っておくことで、環境変化によりどこかが不調でも、他のどこかは好調 → 総崩れしない</p> <p>②長期的なトレンド変化にも、ポートフォリオの拡張・入替えで対応し、持続的な成長を実現</p>
当社の優位性	<p>①創業以来、多領域にわたるM&Aにより、ポートフォリオの拡張を実現</p> <p>②「メディアポートフォリオ戦略」を支えるイードの「強み」 → 「M&A実現力」 → 「メディア育成力」</p>

Webメディアの主な収益源である「インターネット広告」「EC」「電子書籍」などの市場規模は長期的にも拡大傾向

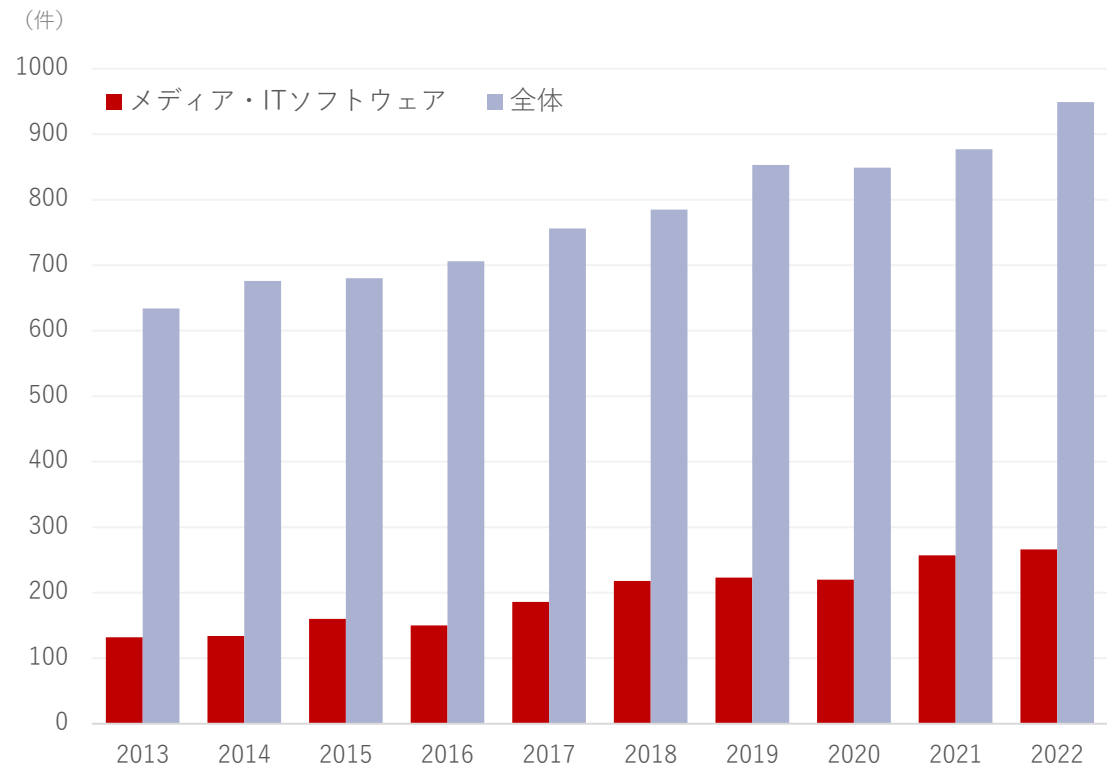
一方、国内におけるM&A市場も継続的に拡大しており、WebメディアのM&Aも活発

日本の媒体別広告費の推移



出所：総務省「情報通信白書」※電通「日本の広告費(各年)」を基に作成

日本におけるM&A件数の推移



出所：M&A Online (mainline.com) 上のデータを基に作成



03

経営資源と競争優位性

◆メディアポートフォリオ戦略を支える

強み①M&A実現力

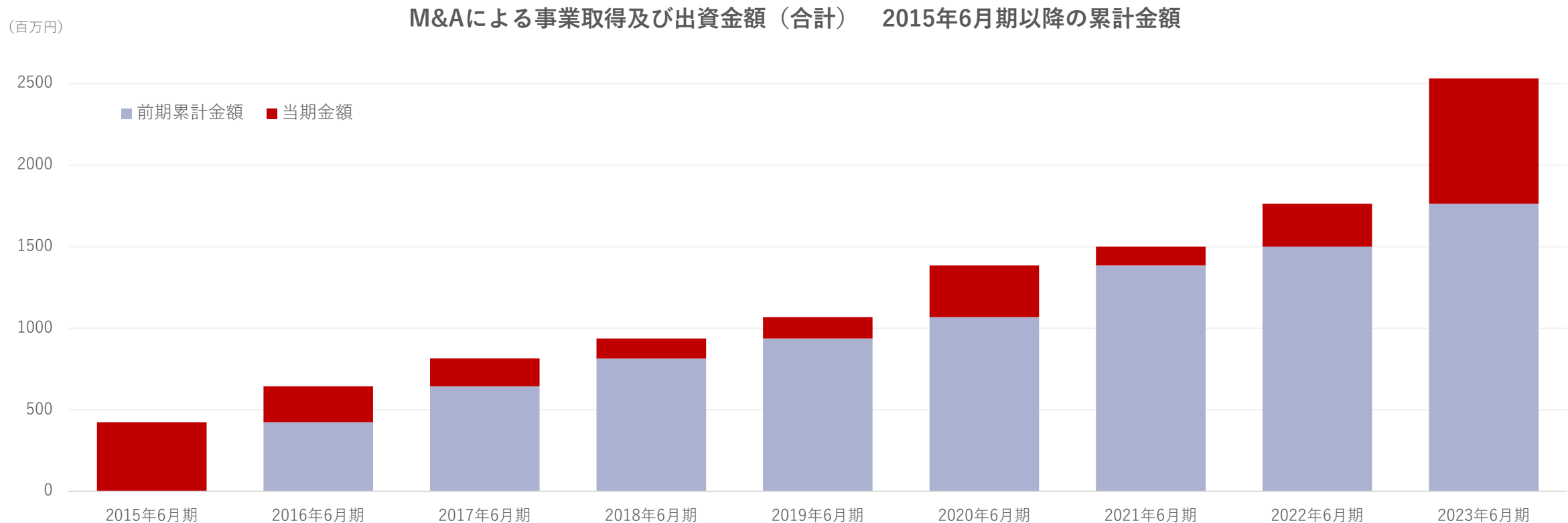
強み②メディア育成力

◆クリエイターエコノミーへの対応力

M&Aの成功が鍵 → イードにはM & Aを成功に導くための強みがある

- ・ 機動的にM & Aを実行できる強固な**財務基盤** = 規律ある投資実績と十分な投資余力
- ・ M & A候補を見出す**ソーシング力** = 長年のM & A実績により多数の有力案件が持ち込まれる
- ・ M & A候補を適正に評価する**ノウハウ** = 豊富なM & A経験により「成功する案件」を見抜く

每期着実に、M&Aによる事業取得及び出資を実行している



東証マザーズ上場

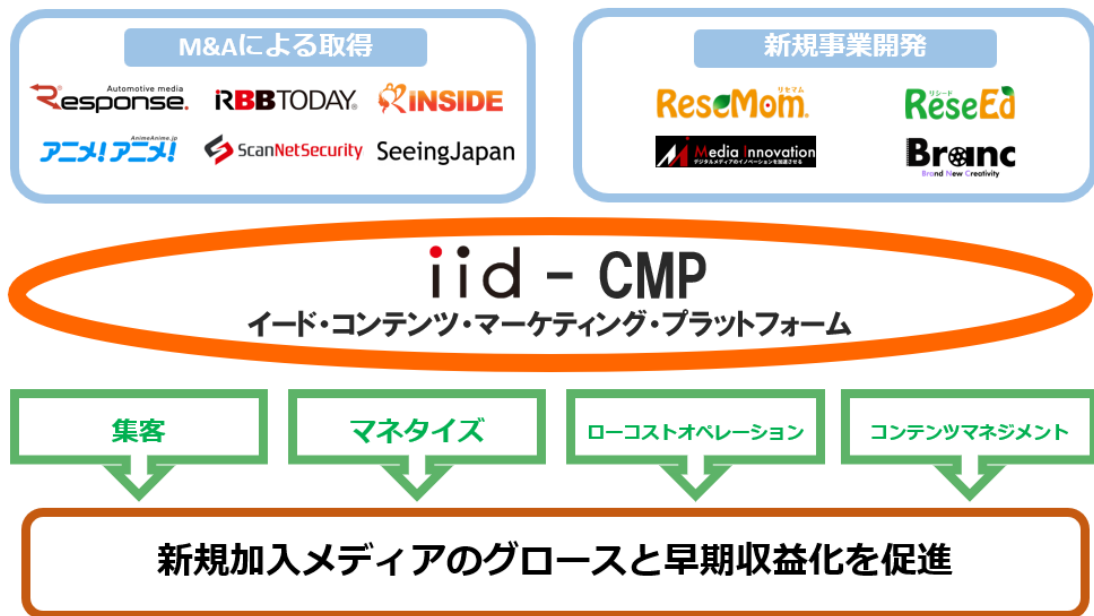
※マイナー出資は除く / M & A関連諸費用は除く

M&Aで取得したメディアの自立成長が鍵 → イードにはメディア育成の仕組みがある

- ・ **人材育成**：個人のセンスのみに依存せずにメディアを進化させる編集・事業化ノウハウ
- ・ **システム**：独自開発の共通プラットフォームを自社メディアに提供し共通課題を解消
- ・ **収益モデル**：ネット広告のみに依存しない多様なマネタイズ手法「360度ビジネス」を横展開

共通プラットフォームによる課題解決

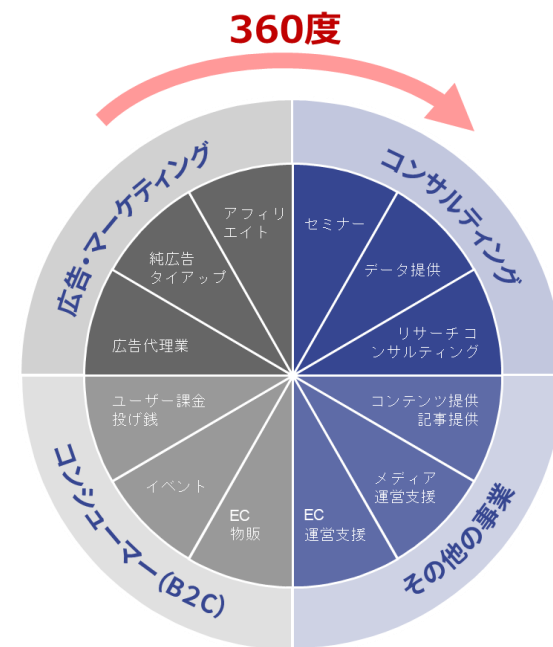
M&Aなどで新たに加わったメディアを「iid-CMP」にて運用



収益モデルの横展開

多様なマネタイズ手法

広告・マーケティング	メディアの規模やユーザー属性を活かして企業の販売促進を支援
コンシューマー(B2C)	メディアを通じた商品の販売やサービスに対する課金
コンサルティング	専門知識やユーザー調査を元に企業活動を支援
その他事業	メディア運営の知見を活かしたメディア構築支援など



来るべきメディア化する世界 = クリエイターエコノミーの3つの課題

発信するための仕組みが複雑。
システム投資が大きな負担。

ユーザーにリーチする事ができても
収益化手段が限られる。

ノウハウの蓄積がなく
継続する事が困難。

プラットフォーム

メディアにとって必要不可欠な
発信するための基盤を構築。時
代に応じて求められる機能を常
に導入。



マネタイズ

広告、投げ銭、物販、イベント
などメディアを収益化するため
の多様な手段を構築。規模に関
わらずメディアを収益化するこ
とを実現。



プロデュース

適切なプロデュースによりメ
ディアの継続的な成長を実現。
メディア間のシナジーも創出。

イードはこれらをワンストップで提供しメディア(発信者)の成長を支援

クリエイターエコノミーの3つの課題：プラットフォーム／マネタイズ／プロデュース
イードは、これらの3課題をワンストップで解決できるユニークなポジションにある

主な競合

プラットフォーム

- 大手ソーシャルプラットフォーム企業
- メディアに特化したSaaS企業
- 自社開発を支援するSler企業

マネタイズ

- 広告代理店、アドネットワーク提供企業
- クラウドファンディングプラットフォーム企業
- メディアの収益化支援コンサル企業

プロデュース

- インフルエンサー代理店、芸能事務所
- オウンドメディア受託企業



イードのユニークなポジション

- メディア運営と直結したプラットフォーム開発
- コンテンツ制作力を生かしたビジネス作り
- 生の運営ノウハウを生かしたプロデュース能力
- これらを一気通貫で提供できるユニークなポジション

100以上のメディアをプロデュースしてきた圧倒的な経験・知見・ノウハウ

バーティカルメディア



雑誌



サービス



コマース



他社メディアのプロデュース、コンテンツ制作、運営支援なども多数の実績

iid

04

成長戦略

◆目指すイメージ：

利益を上げ成長し続けるメディア群

◆360度ビジネスの進化

◆メディアの拡充

◆自社プラットフォームの高度化

目指すイメージ：利益をあげ成長し続けるメディア群

不透明な社会経済環境のもと、独自の成長戦略を強化

クリエイタープラットフォーム事業(CP事業)を中核に

戦略1：特定メディアに依存しない事業展開「**メディアポートフォリオ戦略**」

戦略2：ネット広告のみに依存しない収益の多角化「**360度ビジネス**」



「**利益をあげ成長し続けるメディア群**」を作る

360度にメディアビジネスを進化させていく

- ・ 時代に応じたメディアのあり方を模索
- ・ M&Aも活用して各領域で360度のビジネスモデルを構築 → 広告に依存しないビジネス
- ・ **自動車領域**はビジネス情報&コミュニティを両面で強化
- ・ **教育領域**はリアルも含めた進学情報を提供へ

自動車領域は ビジネスプラットフォーム&コミュニティへの進化



自動車領域は

自動車業界のプロに向けた情報発信

1999年開設の「レスポンス」では、従来のニュースコンテンツに加えて、イベント・セミナー、調査レポートなどのビジネスコンテンツを拡充。自動車業界向けのビジネスプラットフォームとして、月額9000円(ビジネスプラン)の法人向けサブスクリプションモデルへの転換を進めています。

Response Automotive media <https://response.jp/>

日本最大級の自動車コミュニティ

自動車領域のコミュニティ強化のため、2020年にメルカリより「CARTUNE」を買収(子会社のマイケル株式会社で運営)。「CARTUNE」は2017年から運営開始された自動車コミュニティで毎月300万人以上のユーザーに利用されていて、「レスポンス」など既存メディアとの連携を強化しています。

CARTUNE <https://cartune.me/>

教育領域はリアルも含めたプラットフォーム提供へ



デジタルとリアルで進路選択をサポート

教育メディアでは、進路選択に関わる情報をオンラインだけでなくリアルにも広げています。2021年に東京、神奈川を中心に、私立小学校・中学校・高等学校を中心とする進学相談イベントを毎年約20回、開催する株式会社リンクの全株式を取得し子会社化。イードが運営してきた教育情報サイト「リセマム(保護者向け)」「リシード(教育関係者向け)」との連携を強化しています。



もっと見つかる、わたしの学校
進学相談.com <https://shingaku-soudan.com/>

360度にメディアビジネスを進化させていく

- ・ 時代に応じたメディアのあり方を模索
- ・ M&Aも活用して各領域で360度のビジネスモデルを構築 → 広告に依存しないビジネス
- ・ **アニメ・映画領域**はIPを活用したビジネス開発を推進
- ・ **ゲーム領域**ではゲームのパブリッシングを開始

アニメ・映画はIPビジネスへの展開



「エンタメプリント」拡大中

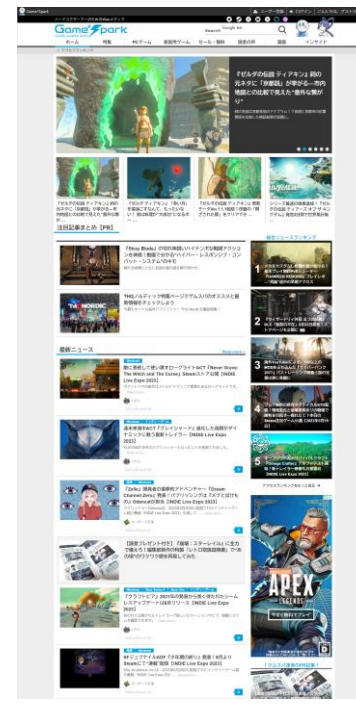
「アニメ！アニメ！」や「アニメディア」を展開するアニメメディアや「シネマカフェ」を展開する映画メディアでは、業界のネットワークを活かしたIPビジネスへの拡大を模索。全国のコンビニエンスストアに設置されているマルチコピー機で多彩なコンテンツを印刷できる「エンタメプリント」のサービスでは「映画券付きブロマイド」のシステムを開発。複数の映画作品で採用され好評を得ました。今後、様々なコンテンツが「エンタメプリント」に登場予定です。



『バトルキング!! -We'll rise again-』
2023年3月10日 (金) 公開
©映画「バトルキング!!」製作委員会

『アキはハルトごはんを食べたい』
2023年6月2日 (金) 公開
©たじまこと／竹書房・「アキハル」製作委員会

ゲームのパブリッシングにも



Game*Spark Publishing

ゲームメディアでは実際のゲームの販売にも乗り出しました。Game*Spark Publishingブランドにて3DダンジョンRPG『ウィザードリィ外伝 五つの試練』を2021年に発売。2023年には追加ダウンロードコンテンツとして「戦闘の監獄」「慈悲の不在」も発売。今後も新展開を予定しています。



メディア業界の再編は、イードにとってチャンス

→ M&Aや事業開発を通じて**誰もがメディアになる世界**の成長を促進していく

良質なメディアの増加

過去10年でニュースサイトは2.7倍に増加しているが(※)、クリエイターエコノミーの進展によりメディアの数は今後も増加を続けていき、良質なメディアも増加すると考えられる。



※【メディアの変遷を数字で読み解く】10年間でニュースサイト数は2.7倍増 新聞部数19.8%減、雑誌部数32.6%減 (2018年、株式会社内外切抜通信社) <https://digitalpr.jp/r/30895>

テクノロジー投資の高騰

ウェブサイト運用、コンテンツ制作・配信に関する技術は年々高度化し、必要な投資額も高騰している。小規模なメディアでは投資を捻出できず、再編を後押しする。



広告の転換期

ニュースサイト増加の一方、インターネット広告のうち主にメディアに投下される運用型広告以外の広告(※)は8年前と比べて減少している。世界的なプライバシー規制の流れもあり、成長のためには、新たな投資が求められる状況にある。



※日本の広告費(株式会社電通)より。2020年のインターネット広告費のうち、運用型広告を除いた金額が3009億円と、2012年の3238億円から減少 https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/

M&A業界の活性化

2021年の国内のM&A件数は4280件(※)で、M&Aという形態が日本でも一般化し、案件自体が増加している。当社はM&Aが一般的ではなかった20年前からM&Aを実行してきて、ノウハウやネットワークの面でも優位な立場にある。



※2021年のM&A回顧 (レコフ) https://www.marr.jp/menu/ma_statistics/ma_markettrend/entry/33809

有望な市場に対してジャンルを拡張

→ 自社プロデュースのメディアは、今後有望な市場に対して積極的にジャンルを拡張していく

自動車	IT	ゲーム	アニメ	映画	教育	セキュリティ
ビジネス	エンタメ	燃費・環境	マネー	スポーツ	地域情報	ライフ・ペット
ダイエット	健康情報	EC・通販	ビジネスマッチング	キャラクター	リサーチ	ユーザビリティ



成長市場に対して拡張していく (想定されるジャンルであって決定しているものではありません)

環境	アウトドア	ファッション	宇宙	eSports	音楽	VR
ロボット	終活	アイドル	DIY	ショッピング	経済	ガーデニング

今後も、積極的なM&Aで事業を拡大 特に有望市場・成長市場を見極めて、ジャンルを拡張

①メディア・ポートフォリオの拡張

運営するメディアのジャンルを拡張し事業領域を広げシナジーを創出する

②ビジネスモデルの獲得

既存のメディアには無いビジネスモデルと顧客を獲得する

③プラットフォームの拡充

従来とは異なる仕組みのプラットフォームを取込み拡充する

④有望市場への進出

特定の人たちが熱烈に支持しコミュニティが
形成されるような有望メディアのある
市場へ進出する



自社プラットフォームの拡充・高度化は、
誰もがメディアになる世界で成功するための必須要件

事業 基盤	プラットフォームの高度化(開発戦略)	継続的な強化・改善
	マネタイズ能力の拡張(事業開発)	
	プロデュース能力の向上(人材育成)	
事業 戦略	M&Aを通じたメディアの再編 プラットフォーム拡充による積極拡大 Creator Platform	顧客基盤の深掘り 安定的な成長 Creator Solution

AIドリブンなプラットフォームへ

「IID Alrticle Lab (*)」を中心にOpenAI社のGPT4などのAIを活用した取り組みを多数スタート
 自社開発のプラットフォームを活かしてコンテンツ制作の各段階にAIを搭載
 編集コストを削減しながらリソースを「人でしかできない仕事」に振り分けていく

(*) 2024年6月期より社内エンジニア組織にAIを専門とする新たなチーム「IID Alrticle Lab」を発足。専属のエンジニアを配置し、イードの全領域へのAI適用を加速



AIの可能性 以下のような項目で取り組みを進めています

- ニュース検知
- 記事の自動生成
- 記事タイトルのABテスト
- 記事の校正
- カテゴリ選択の自動化
- データ整形
- アイキャッチ画像の生成
- 企画案の検討
- 広告の最適化

i i d

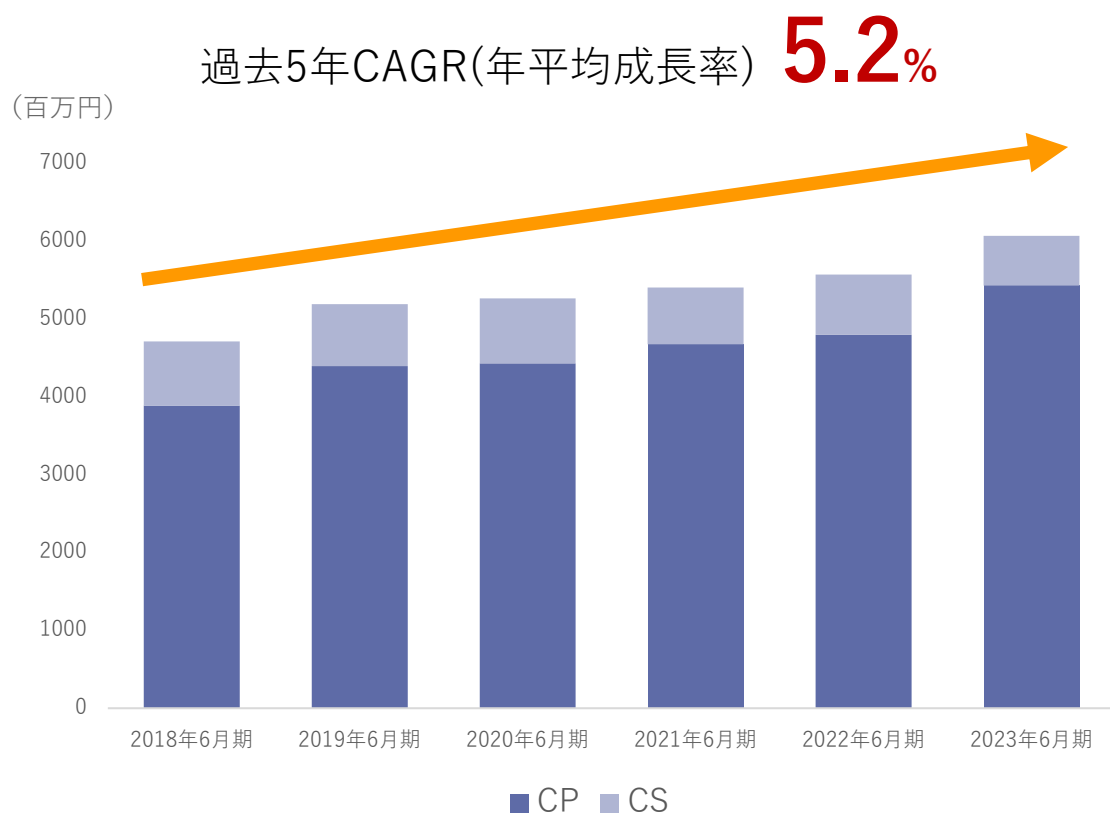
05

事業計画

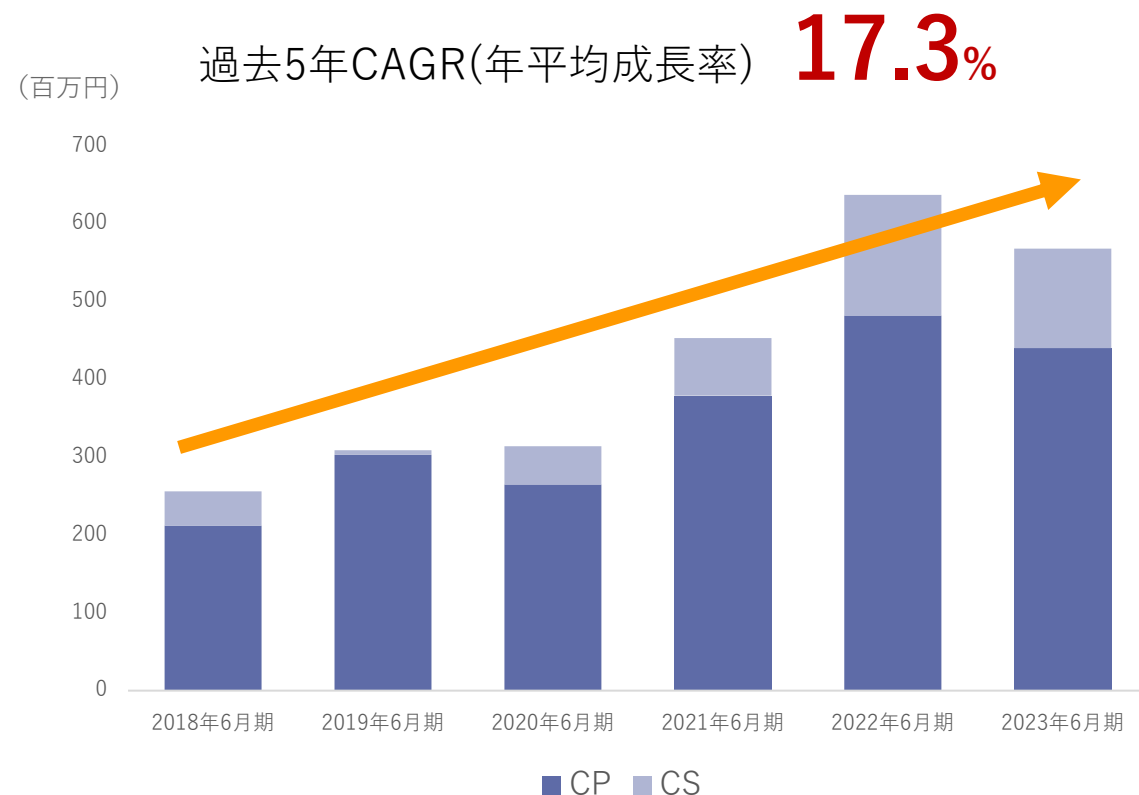
- ◆過去の業績推移
- ◆成長イメージ
- ◆中期目標
- ◆資本政策
- ◆株主還元施策

売上高は堅調に増加、 営業利益は大きく成長

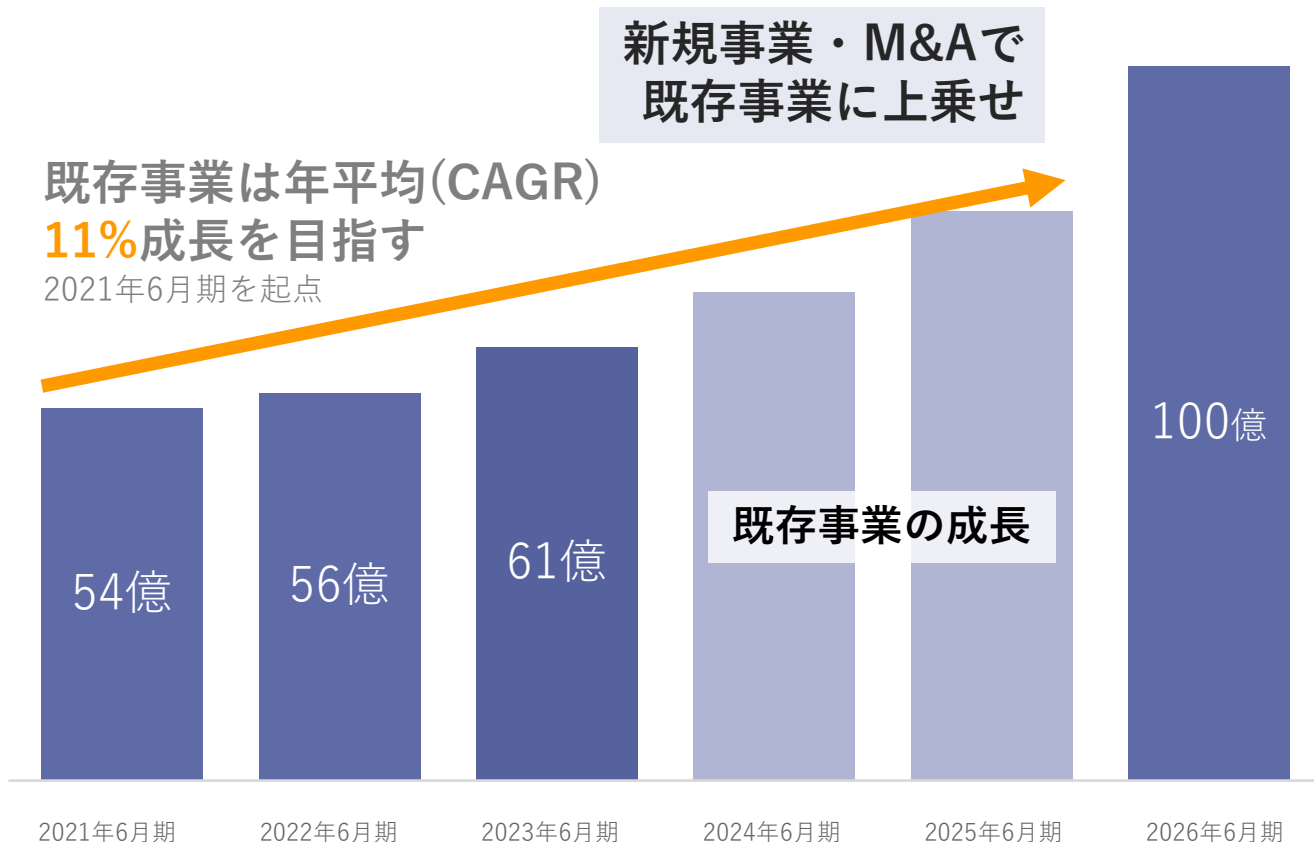
売上高



営業利益



クリエイタープラットフォーム事業(CP事業)を中心に積み上げ式の成長を目指す



新規事業・M&Aほか 10億

クリエイターエコノミー領域における新規事業やM&Aを通じた非直線的な成長を目指していく。

既存事業 90億

- ・クリエイタープラットフォーム**
 自社開発やM&Aを通じた自社運営メディア、支援メディアの増加により積み上げ式の成長を継続していく。
- ・クリエイターソリューション**
 既存顧客の深耕によるLTVの増加や、提供するソリューションの拡充による顧客単価の引き上げによって、安定的な成長を継続していく。

2022年6月期から新収益認識会計基準を適用した結果、適用前の2021年6月期と比較すると、いったん売上高の伸びが小さくなっています。2023年6月期以降も新基準を適用していきますが、既存事業のいつもの成長と**新規事業・M&Aによる上乗せ**を図ることによって、引き続き2026年6月期の売上高100億円達成を目指します。

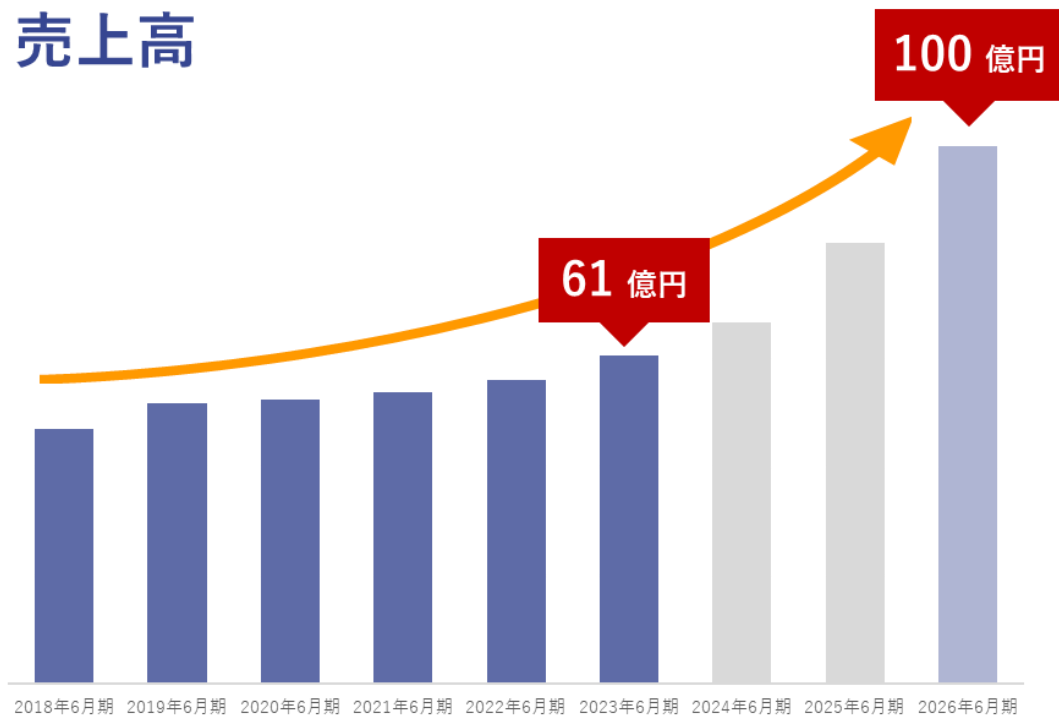
なお、具体的な取り組み等につきましては「[2023年6月期通期決算補足説明資料\(2023年8月10日開示\)](#)」を参照ください。

2026年6月期の連結売上高100億円、連結EBITDA12億円を目指す

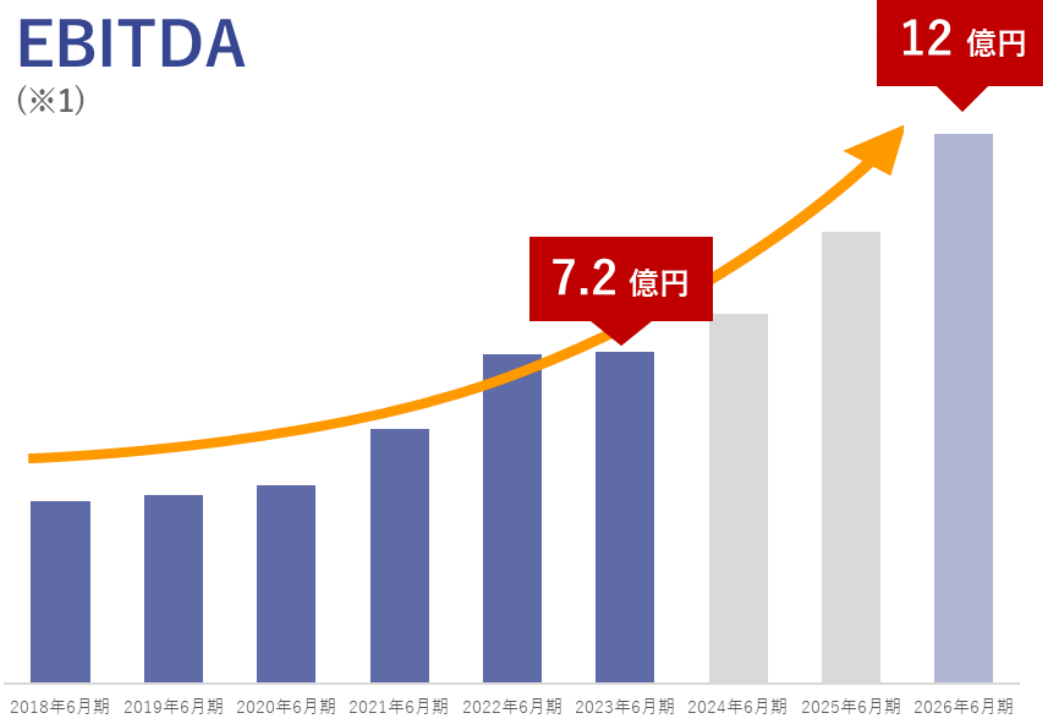
クリエイタープラットフォーム事業(CP事業)を主軸に、積極的にM&Aや事業開発を進めることで、手がけるメディアや事業の領域を拡大するとともに、各領域でのビジネスモデルを多角化し、事業機会と収益を多様化・最大化を目指す

▷ 2026年6月期売上高100億円 = M&A・新規事業で10億円 + 既存事業の成長で90億円 を目指す

売上高

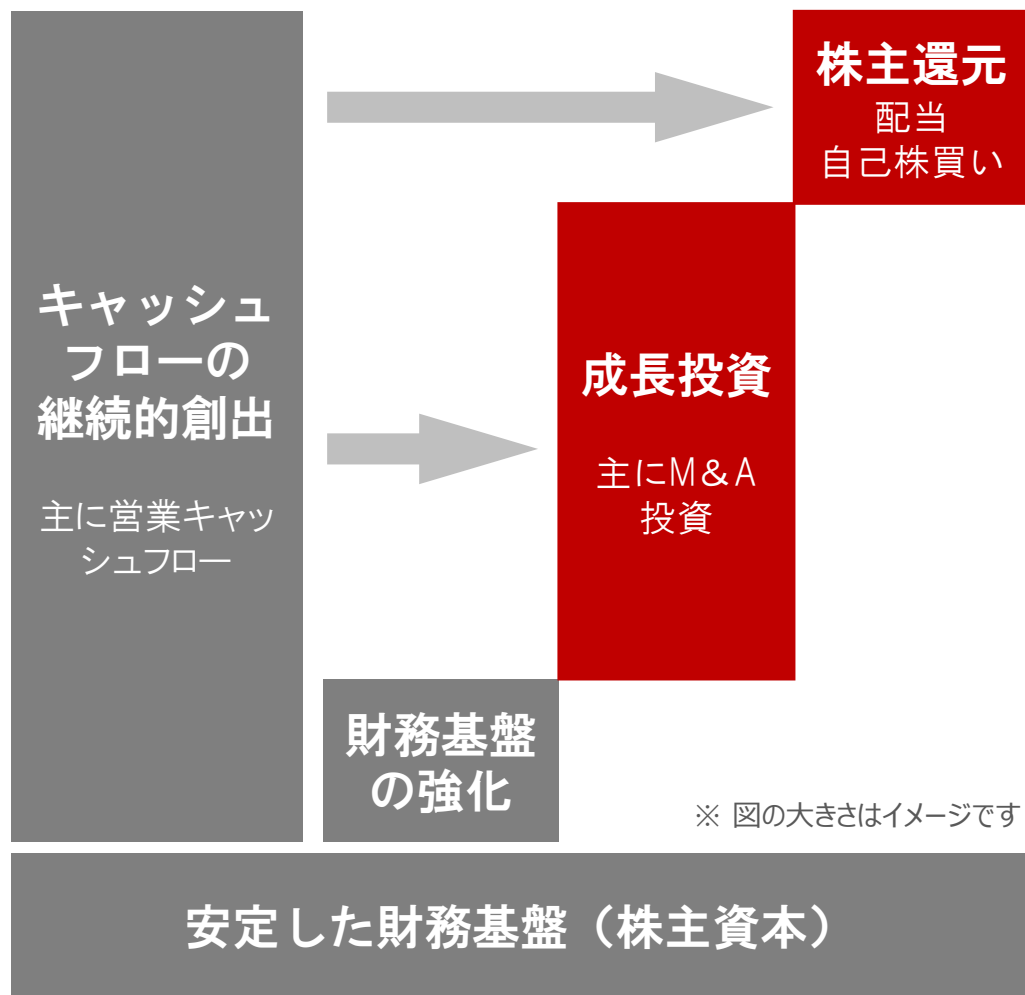


EBITDA



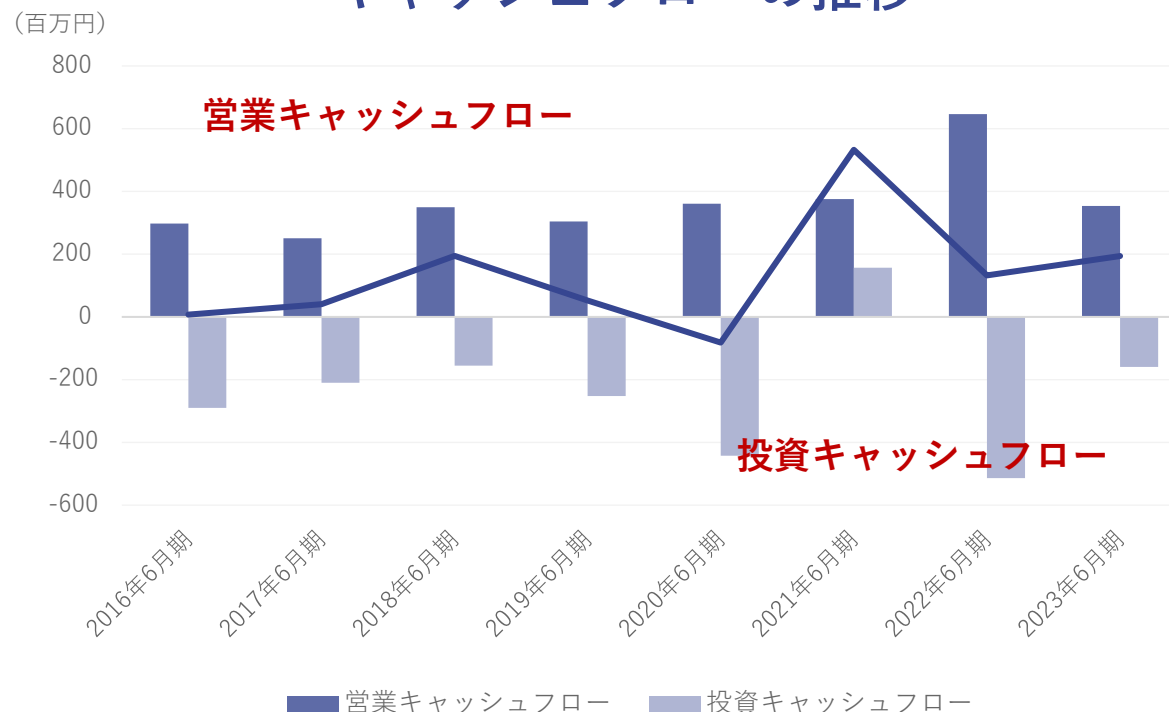
※1・・・EBITDA=営業利益+のれん償却費+減価償却費

安定した財務基盤の上で、継続的にキャッシュフローを創出し、
生み出したキャッシュを、成長投資(主にM&A)と株主還元(主にM&A)と株主還元(主にM&A)に最適配分する



規律ある投資実績、十分な投資余力
着実に稼いだ営業CFから投資(主にM&A投資)資金を賄う

キャッシュフローの推移



株主還元方針（配当及び自己株式取得）について

配当方針

成長投資と併せて、株主の皆様への利益還元の姿勢をより明確にするために、**連結株主資本配当率（DOE）1.5%** を目安に、安定的かつ継続的に配当を実施する方針とする

- ・ 2023年6月期は、期末に **12円／株** の初配を実施する
- ・ 安定した財務基盤を踏まえ、2024年6月期末も **13円／株** の配当を実施予定

自己株式の取得

- ・ 2023年6月期は、自己株式を119百万円取得
- ・ 自己株式の取得については、2024年6月期も積極的に検討していく

iid

06

リスク情報

- ◆ 「強み」を阻害する課題と対応策
- ◆ 主要なリスク要因と対応策

最大の強みである「M&A実現力」と「メディア育成力」を阻害する課題とその対応策

課 題		対 応 策	
M&A 実現	ソーシング件数を増やすだけでは、必ずしも「いい案件」が見つからない	M&A 実現	良い案件に巡り会えるかが重要であり、限られた社内リソースで件数を増やすために、VCや外部人材を活用する
	M&Aの一般化により買収側の競争が激化し、価格等の条件が厳しくなる		将来性のある事業を見極めるべく、あえてM&A専任チームを設けず、自社の事業を知り尽くした既存事業の責任者に主導させる
	多数の候補を適切に評価・判定できる人材や、具体的な手続きを進める人材（特に管理系）が不足		管理系のリソースは社外専門家を積極的に活用することで対応
メディア 育成	高い価格でM&Aした場合、それに応えられるだけの大きなバリューアップが必要	メディア 育成	柔軟で効果的なM&Aスキームを多角的に検討し、最適なスキームで実行
	M&A後に想定外の環境変化		M&Aした事業を常時モニターし、異変があれば即時に把握、対応
	子会社化したり、事業譲渡で人材を受け入れた場合など、PMIを成功させるための人材が不十分		想定外の環境変化に対応しきれない場合は、事業の縮小、撤退も素早く決断
			不足人材は、社外専門家の積極的活用で対応

主要なリスク要因とその対応策

リスク要因	発生可能性	影響度	内容	対応策
ネット環境・市場環境の激変	大	大	インターネット技術やビジネスモデル、ユーザー環境の変化は非常に早く、対応が遅れた場合には、大きな影響が想定	技術の内製化、新しいビジネスモデルの取込みや「360度」展開等で、環境変化に素早く対応する
検索アルゴリズムのアップデート	大	小	Google等の検索エンジン側が、突然アルゴリズムを変更することで、当社Webメディア・コンテンツの集客に悪影響	SEO等の対策に努める一方、ソーシャルメディア等のその他の集客経路の拡大、会員化などを通じてユーザーにリーチする手段の多様化に努める
システム障害・セキュリティ被害	中	大	アクセス急増等によるサーバ負荷増大、システム不具合、不正アクセス、自然災害等により、当社システムに障害やセキュリティ被害が発生	常時、最悪の事態を想定し、事前に手を打っておくとともに、発生時の対応策を行動計画として策定しておく
M&Aの失敗	中	中	市場環境等の激変により、買収した事業が想定通りに展開せず、投下資金の回収が困難	M&A実施に当たっては、市場動向・財務状況・当社とのシナジー等を多角的かつ慎重に検討。また過去の多数のM&A実績をノウハウ化し、リスクを最小化
ブランド価値の低下	小	中	当社Webメディア・コンテンツは各ブランド価値に大きく依存しており、ユーザーニーズへの対応を怠れば価値が低下	良質なコンテンツの提供とユーザーの囲い込み等のマーケティング戦略を実行することで、ブランド価値を維持・向上

※その他のリスクにつきましては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」を参照ください

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が本資料作成時点において入手している情報や判断に基づくものであり、不確実な要素を含んでおります。実際の業績は、様々な要因により大きく異なる可能性がありますことをご了承ください。

本資料の掲載内容については細心の注意を払っておりますが、内容に重要な変更があった場合は、適宜、開示してまいります。

なお、本資料は毎年9月に更新版を開示する予定です。

The logo consists of the lowercase letters 'i', 'i', and 'd' in a bold, sans-serif font. The first 'i' has a red dot above it, while the second 'i' has a black dot above it. The 'd' is a simple, rounded shape.