

株式会社 イード

「2020年6月期（FY6/20）」  
通期 決算補足説明資料

2020年8月14日

iid








- |   |                  |      |
|---|------------------|------|
| 1 | FY20通期業績の概要      | P.2  |
| 2 | 新型コロナウイルスの影響について | P.14 |
| 3 | FY21に向けた取り組み     | P.21 |
| 4 | セグメントの概要         | P.34 |
| 5 | 基本情報             | P.38 |



- 1** FY20通期業績の概要 P.2
- 2 新型コロナウイルスの影響について P.14
- 3 FY21に向けた取り組み P.21
- 4 セグメントの概要 P.34
- 5 基本情報 P.38

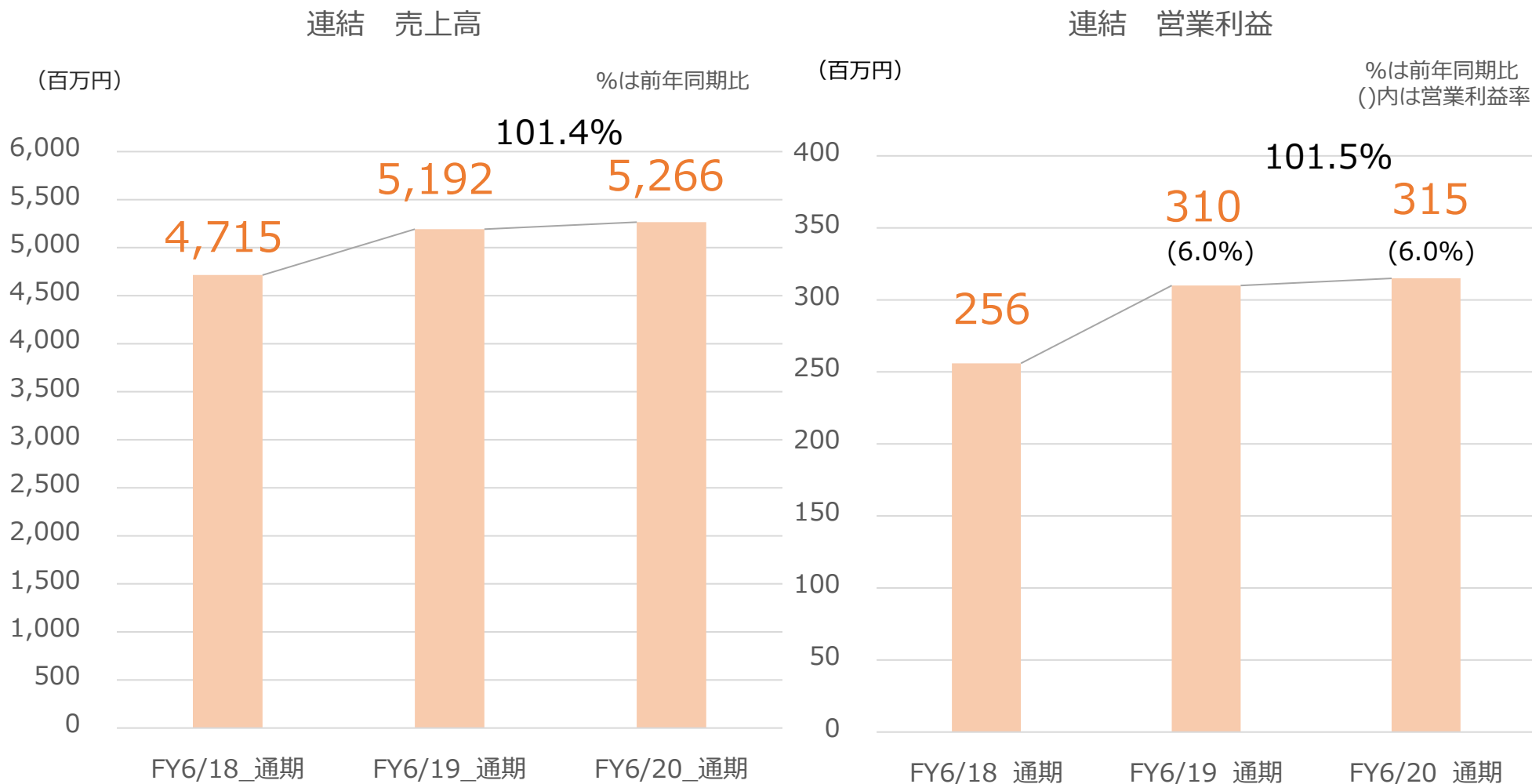
コロナウイルスの影響を一部受けたものの、売上高、営業利益は前期を上回った（営業利益は通期予想に対して大幅に超過）

	FY6/19_ 通期	FY6/20_ 通期	前期比
売上高	5,192	5,266	 101.4%
売上原価	2,881	2,922	101.4%
売上総利益	2,310	2,344	 101.5%
販売費及び一般管理費	2,000	2,029	101.5%
営業利益	310	315	 101.5%
営業利益率	6.0%	6.0%	— pt
経常利益	313	277	88.5%
当期純利益	194	104	53.6%

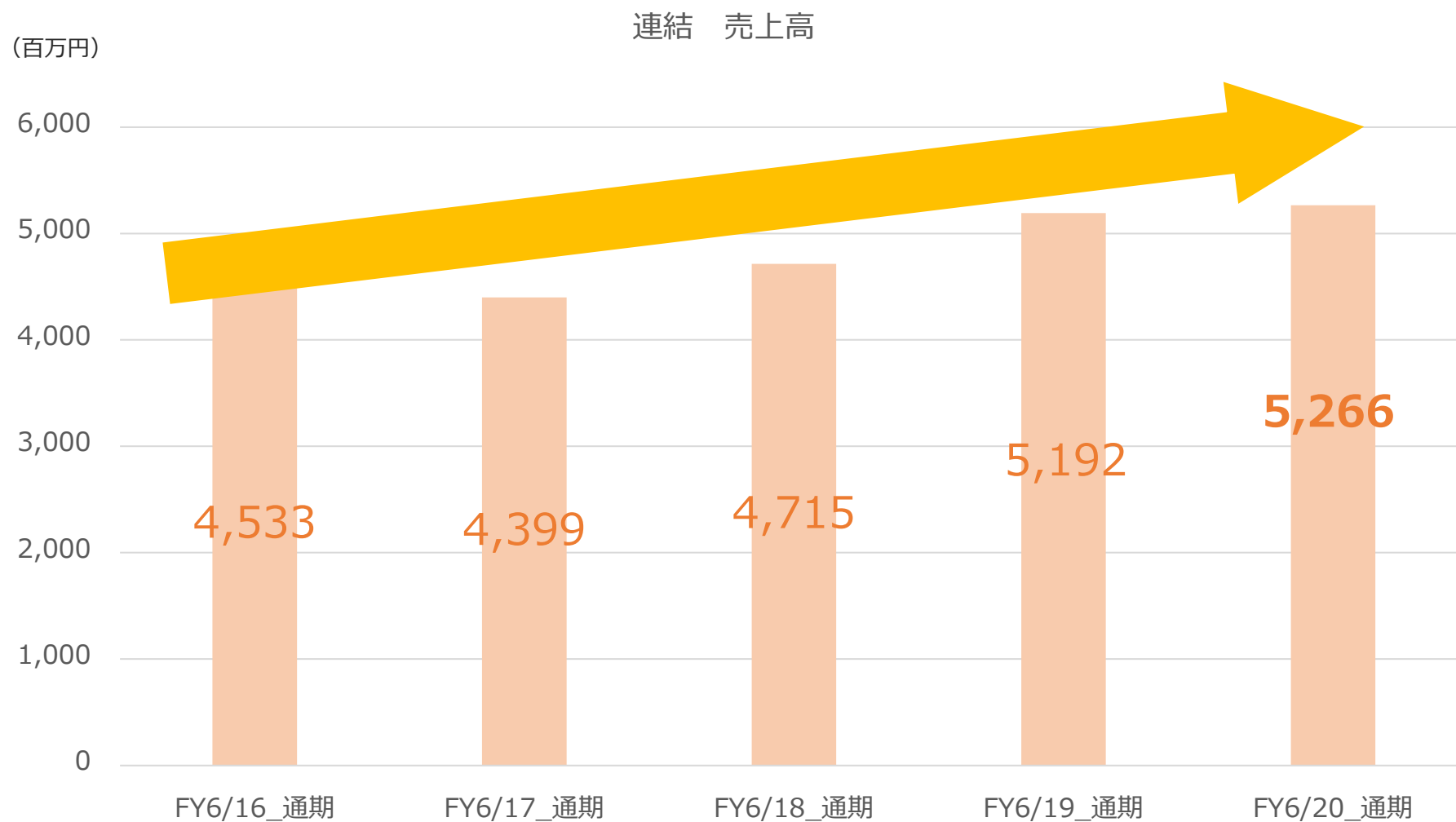
(百万円)

※当期純利益とは親会社株主に帰属する当期純利益のことです。

## 売上高、営業利益ともに堅調に推移

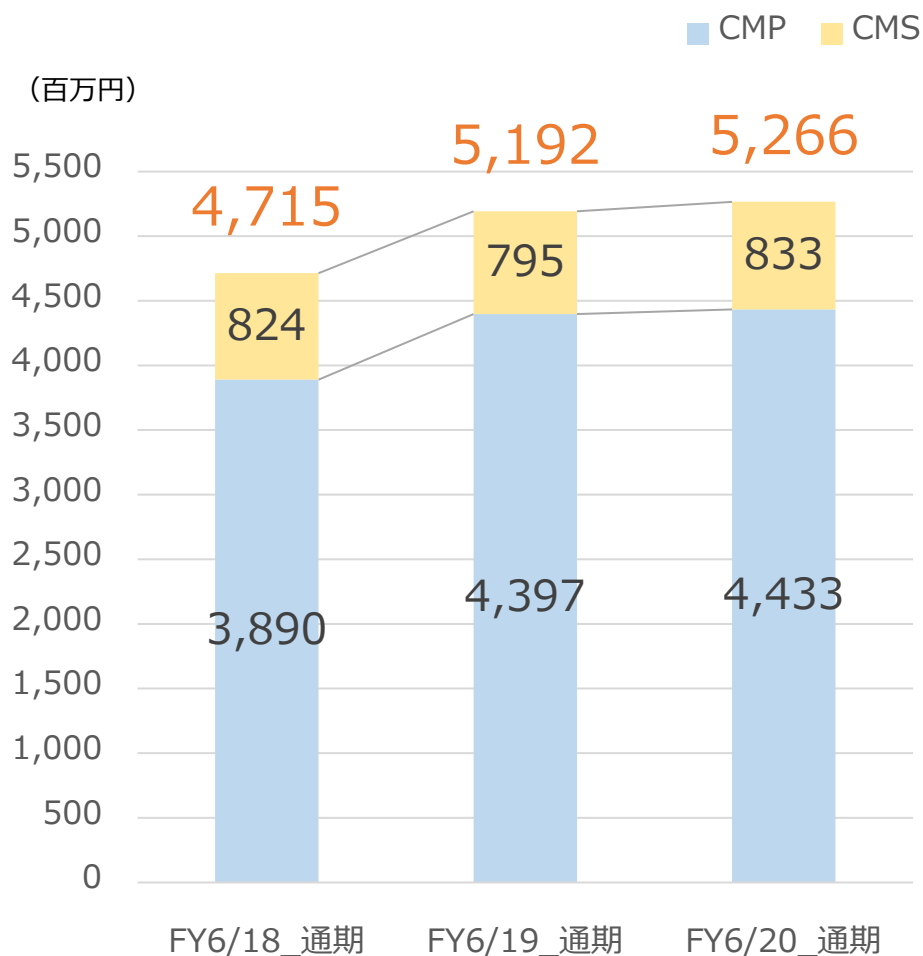


## 連結売上高は、三期連続通期で過去最高を更新

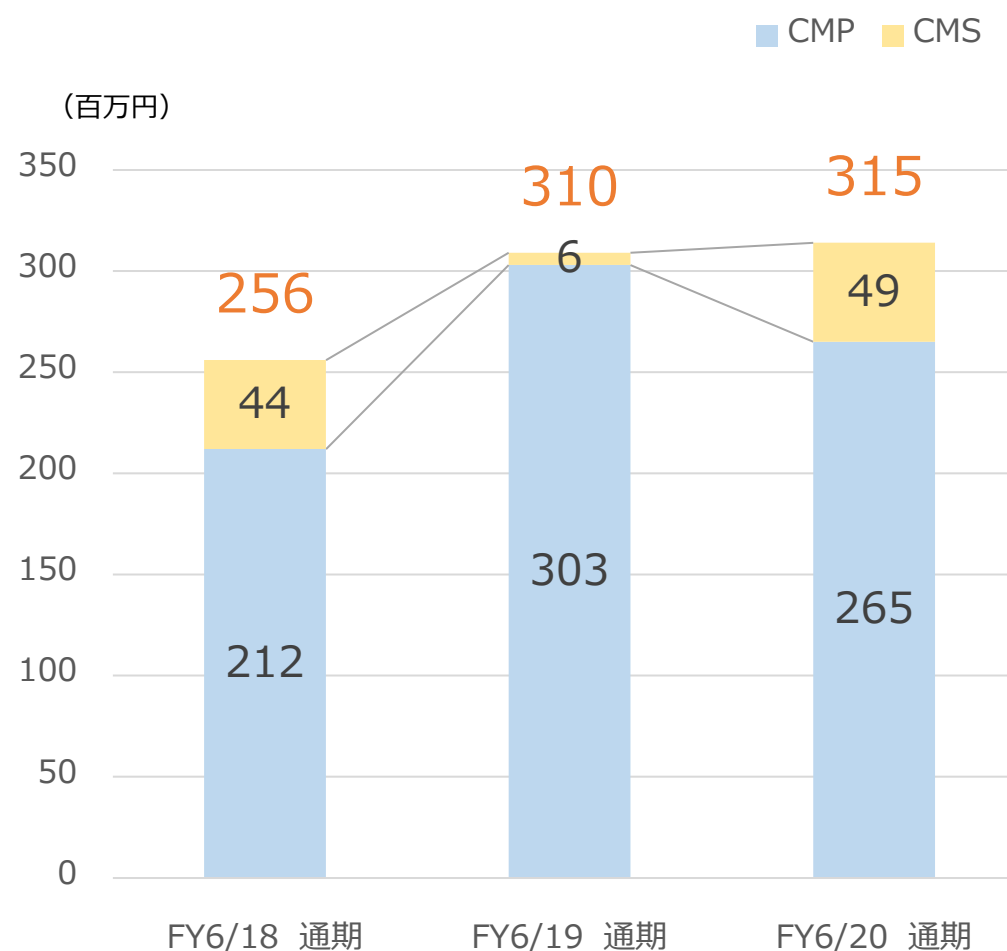


## 売上高、営業利益ともに従来どおりCMPが連結全体を牽引

連結 売上高

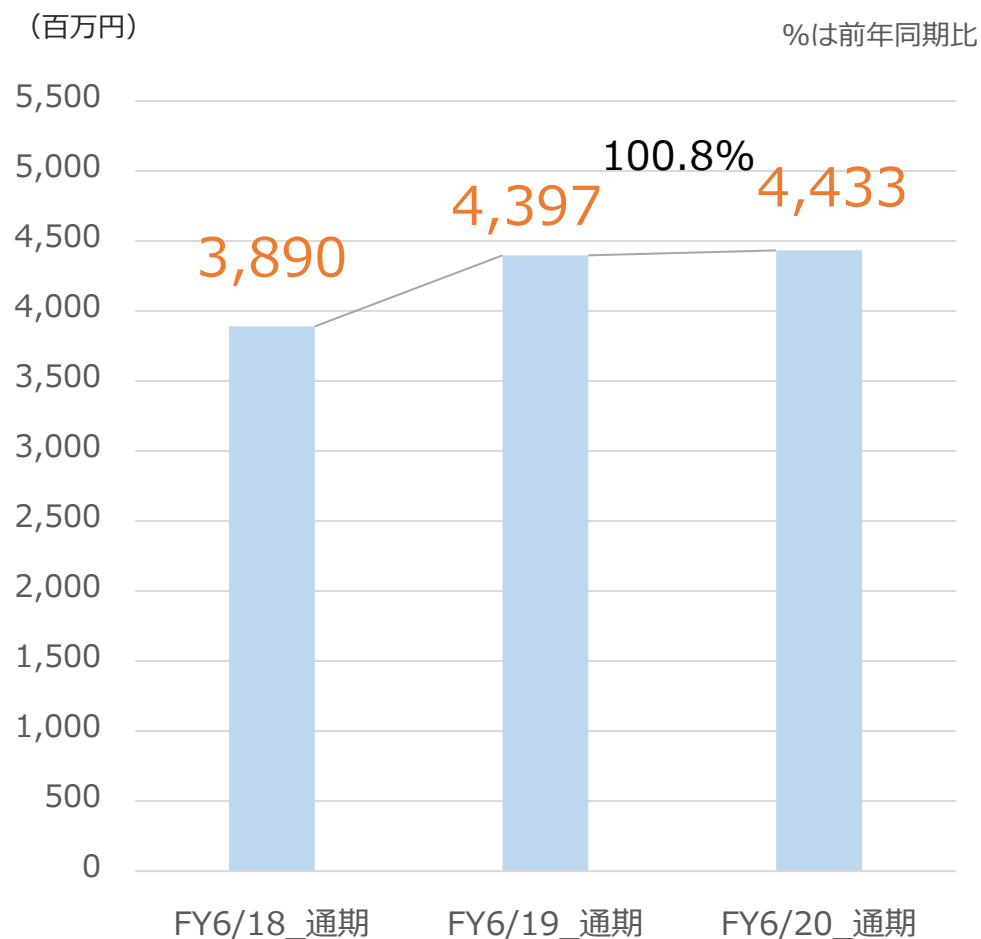


連結 営業利益

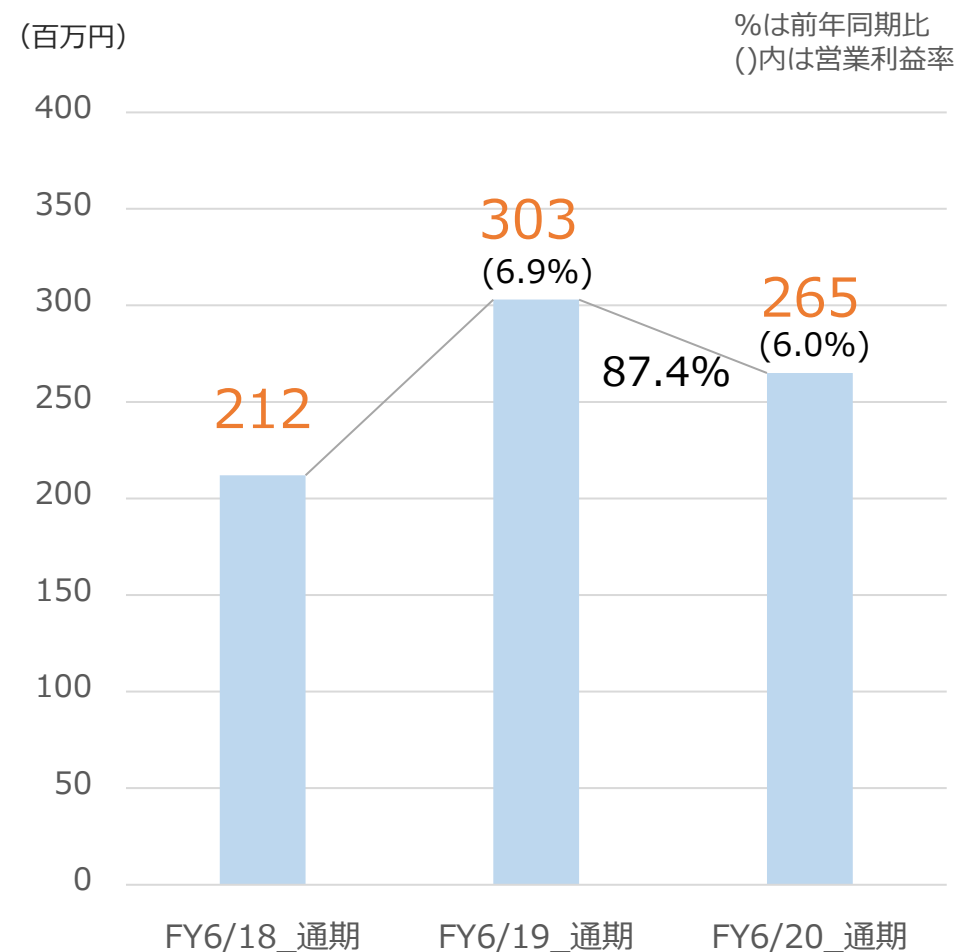


## コロナウイルスの影響を一部受け、売上高は前年並みだが営業利益は減少

CMP 売上高

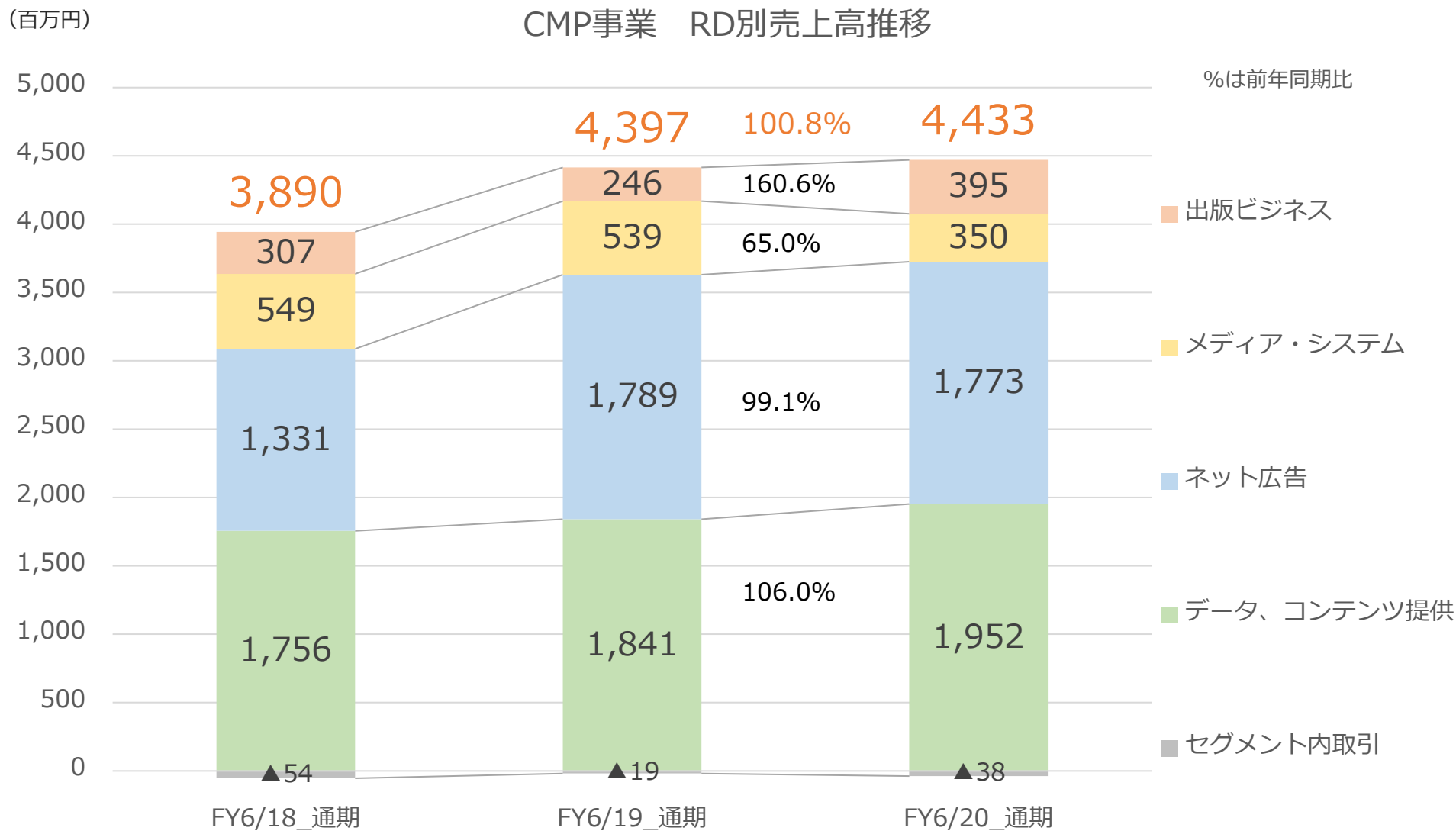


CMP 営業利益





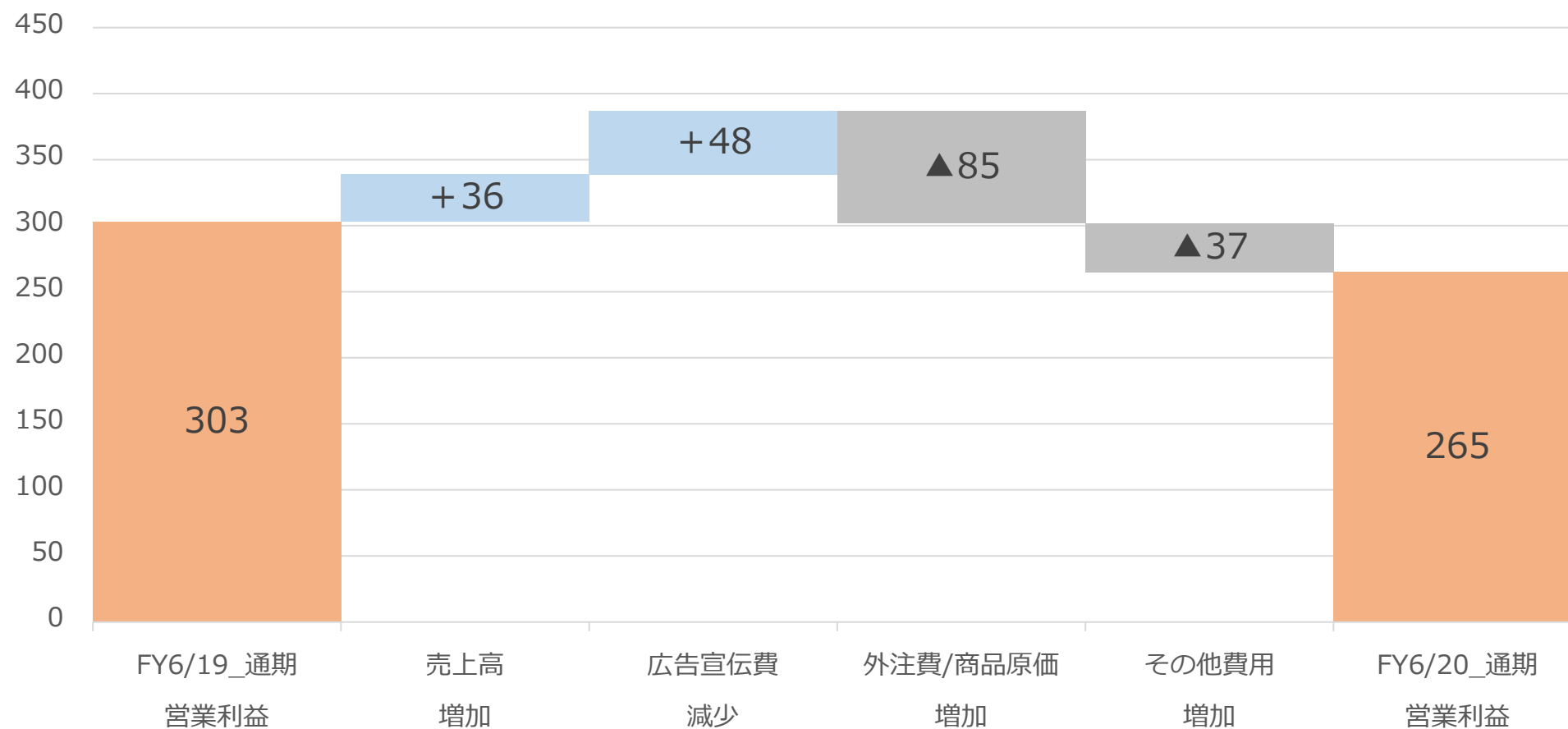
# コロナウイルスの影響により、ネット広告は前年並み、データ・コンテンツ提供(EC物販含む)は増加



## 通期では、アニメメディア関連事業の買収に伴う出版事業の売上増に伴い外注費が増加

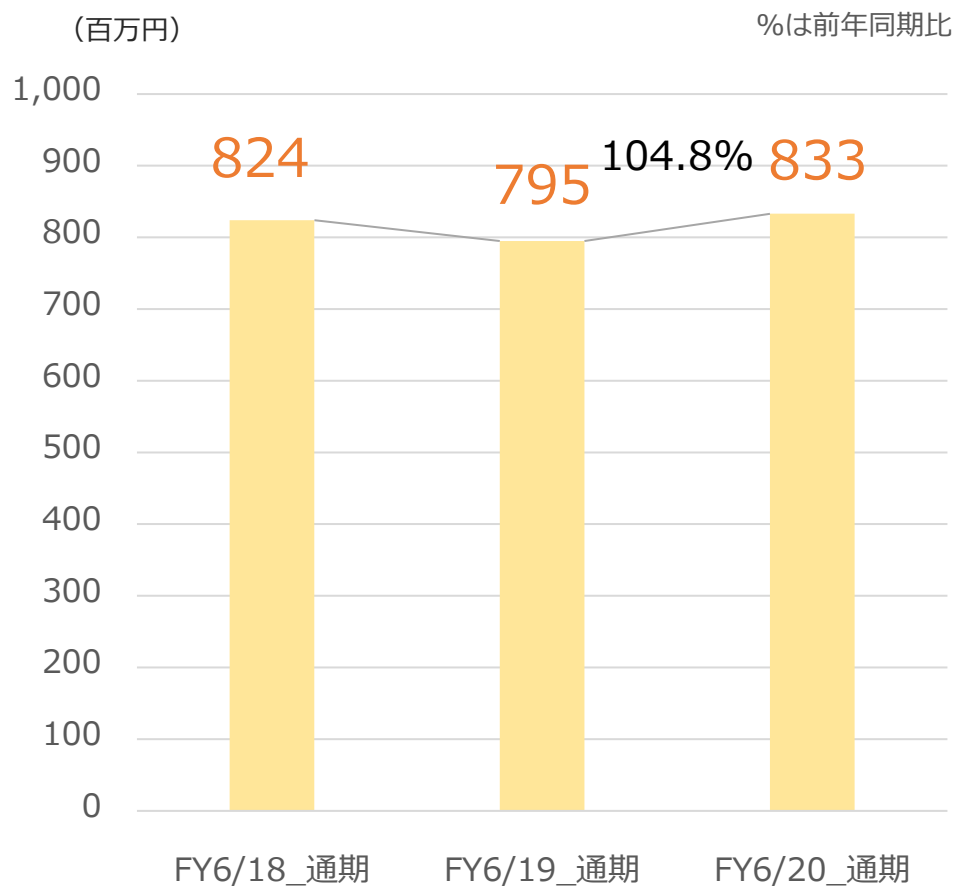
(百万円)

営業利益 前期比増減要因

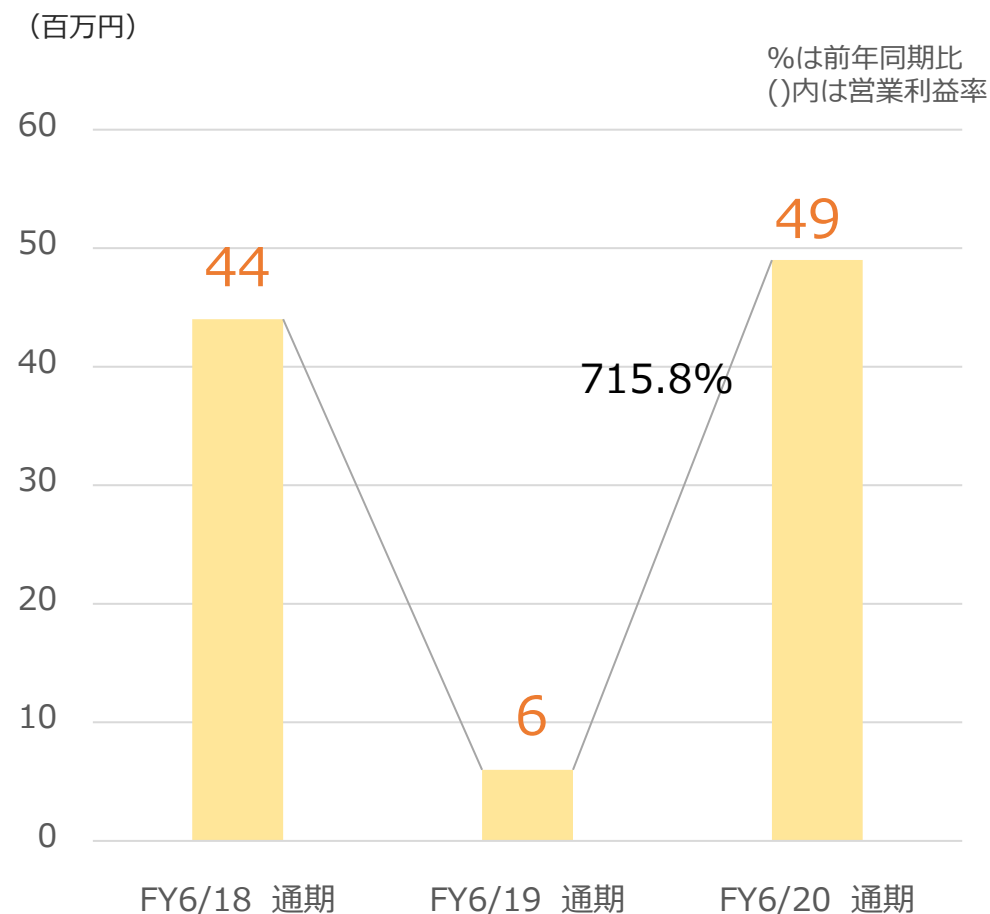


## 大型案件の受注により売上高、営業利益ともに回復基調

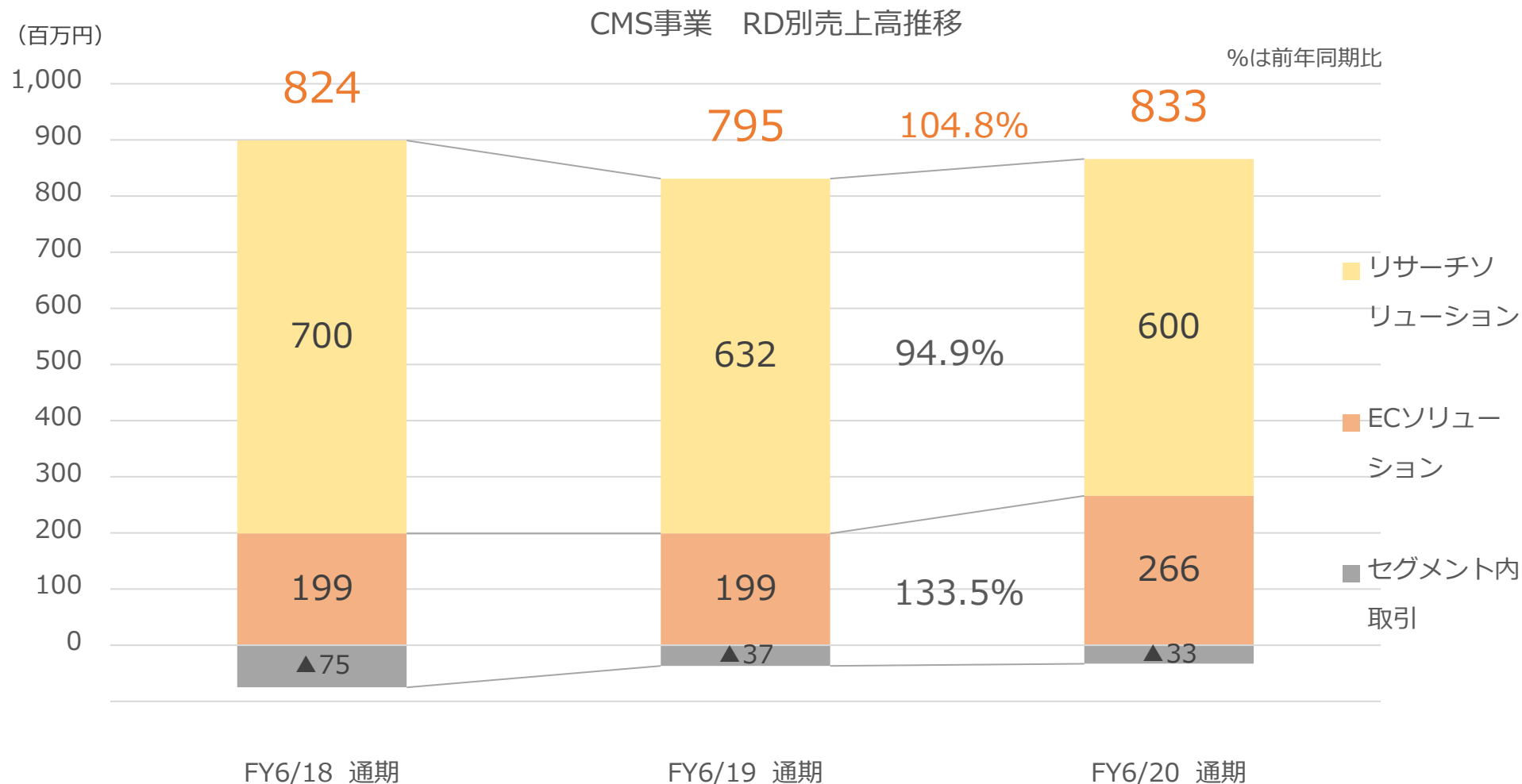
CMS 売上高



CMS 営業利益



前年から堅調な増加。特にECソリューションは、大型案件受注により前年から33.5%増加



## 当期純利益※の堅調な積み上げによる利益剰余金の増加と、自己株式の処分(1Q)により純資産が増加

(百万円)

	FY6/19 期末	FY6/20 期末	増減額
流動資産	2,429	3,048	+619
現金及び預金	1,526	2,014	+488
固定資産	816	916	+100
のれん	140	264	+124
<b>資産合計</b>	<b>3,245</b>	<b>3,978</b>	<b>+733</b>
流動負債	752	859	+107
固定負債	133	150	+17
<b>負債合計</b>	<b>886</b>	<b>1,009</b>	<b>+123</b>
株主資本	2,302	2,895	+593
利益剰余金	1,071	1,174	+103
自己株式	▲492	▲35	+457
その他の包括利益累計額	1	1	+0
非支配株主持分	55	72	+17
<b>純資産</b>	<b>2,359</b>	<b>2,969</b>	<b>+610</b>
<b>負債・純資産</b>	<b>3,245</b>	<b>3,978</b>	<b>+733</b>

※当期純利益とは親会社株主に帰属する当期純利益のことです。

## 営業活動でCFを着実に稼ぎつつ、M&Aを含む戦略投資を実施

(百万円)

	FY6/19	FY6/20	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	304	360	+56
投資活動による キャッシュ・フロー	▲252	▲442	▲190
財務活動による キャッシュ・フロー	▲395	570	+965
現金及び現金同等物に 係る換算差額	0	0	+0
現金及び現金同等物に 係る増減額	▲343	488	+832
現金及び現金同等物の 期末残高	1,526	2,014	+488



- |   |                  |      |
|---|------------------|------|
| 1 | FY20通期業績の概要      | P.2  |
| 2 | 新型コロナウイルスの影響について | P.14 |
| 3 | FY21に向けた取り組み     | P.21 |
| 4 | セグメントの概要         | P.34 |
| 5 | 基本情報             | P.38 |

## ■ 通期業績への影響

- ・4月の緊急事態宣言以降、事業環境の厳しさが増し、4Qにおいては大きなマイナスの影響が予想されたため、6月末までは新型コロナの影響が最大限続く前提で、3Q決算開示(5/15)において通期予想を下方修正した。



- ・実際には5月中に緊急事態宣言も解除されるなど、最も悲観的なシナリオは回避され、売上・営業利益・経常利益への影響は限定的であった。

※売上、営業利益は、通期予想/前年実績を上回った

→ セグメント別・事業領域別には、影響度合いにバラツキがある (次ページ)

- ・一方、今後新型コロナの影響も含め当初の計画通りの業績が見通せない一部の事業については、4Q末でのれん等の減損処理(特損計上)を実施。  
当期純利益は前年を下回る結果となった。






◇ 通期連結業績 (再掲)

百万円

	前期実績	当期実績	前期比
売上高	5,192	5,266	101.4%
営業利益	310	315	101.5%
経常利益	313	277	88.5%
当期純利益	194	104	53.6%

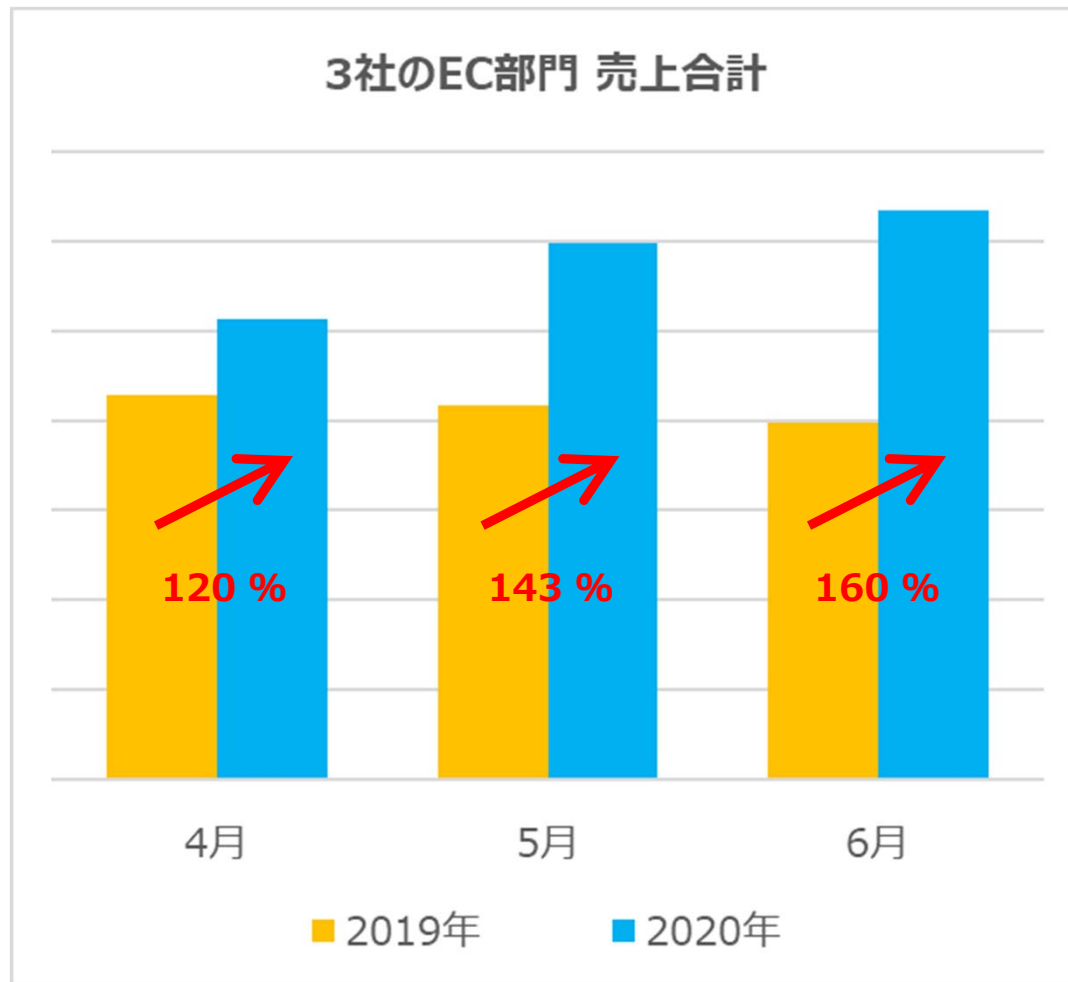
※当期純利益とは親会社株主に帰属する当期純利益のことです。



事業セグメント/主要RD	新型コロナの影響	対応方策
CMP	<b>ネット広告</b> ◆消費マインド低下・自粛モード → 広告出稿意欲低下  広告単価下落・回復鈍い ◆リアルイベント中止・延期・縮小 → 取材・タイアップ・送客が困難	◆出稿意欲の高い業界にアプローチ → 適切なメディアとの組合せ ◆コロナ下でも有効な広告企画提案 → オンライン展示会・セミナーなど ◆コミュニティ型メディア
	<b>データコンテンツ提供 (含EC物販)</b> ◆「巣ごもり」常態化 → BtoC事業が好調  特にEC物販事業  デジタルコンテンツ提供事業 ◆テレワーク・働き方改革が加速	◆BtoC事業好調の維持・拡大 → 巣ごもり向け商品開発・仕入 デジタルサービス開発・展開 → 自社メディアへのEC機能導入 ◆BtoB事業の拡大 → 働き方改革支援サービスなど
CMS	<b>リサーチソリューション</b> ◆外出自粛・3密回避  → オフライン市場調査が実施困難 延期・縮小（特に大規模案件）	◆代替手法の提案 → オンラインでの海外向け定性調査 → 安全に配慮したオフライン調査
	<b>ECソリューション</b> ◆「巣ごもり」消費拡大 → リアル店舗からECへの移行支援 ニーズ拡大 	◆ニーズに即した訴求・情報発信

## ■ 子会社3社のEC部門の売上実績（対前年同月比）

- ・ EC部門のある3社（エンファクトリー、絵本ナビ、ネットショップ総研）のEC部門の売上は、4月以降、前年比で大きく伸びている。



- ・ 新型コロナ感染拡大を機に始まった「巣ごもり消費」の常態化を取り込むことに成功。
- ・ 今後も、ECの商品・サービスの最適化を進め、更なる成長を目指す。



## ■今後の見通し

- ・新型コロナウイルス感染症は、5月の緊急事態宣言解除により、一時収束に向かったかに思われたが、7月以降再び感染拡大の局面となっている。
- ・今後も引き続き、第2波、第3波発生等の形で、波状的に感染症拡大の局面が生じ、市場環境への影響も継続するものと想定。



現時点では、2021年6月期の業績予想は未定とし  
合理的に予測可能となった時点で公表

## ■「ウィズコロナ／アフターコロナ」環境についての基本認識

- ①デジタルシフト（オンライン化、DXの進展）は、急速かつ非可逆的に進む
  - ・ B2B、B2Cともにデジタルシフト
  - ・ デジタル化が一層進む／リアルなモノ・コトが新たにデジタル化する
- ②生活スタイル、ワークスタイル（働き方）も、元には戻らない
  - ・ 健康安全重視、巣ごもり、3密回避、テレワーク、ペーパーレス、...

## ■ 多様な事業領域・メディアの強みを活かす

- ◇ 影響を受ける事業・メディアがあっても、追い風の事業・メディアもある
- ◇ ニーズの変化に合わせて重点をシフト・拡張し、その領域のTOPを目指す
  - ※ 現在21ジャンル65メディア：従来から常に領域の拡充を図っている

「FY21に向けた取り組み」参照

## ■ 「360度ビジネス」の強みを活かす

- ◇ 「デジタルシフト」「生活スタイル・ワークスタイルの変化」を見据えた新規対応・新サービスを積極的に推進する
  - ※ 広告のみに依存しない収益源・マネタイズの多角化をいっそう強化

「FY21に向けた取り組み」参照

## ■ 強固な財務基盤を活かす

- ◇ 危機 = 大変化の中で、新たに生まれてくる事業チャンスを逃さない。
  - ※ 自社開発体制を強化するほか、手持ちキャッシュを活かした事業投資・M&Aも積極的に模索
  - ※ 優良メディアや事業を獲得する絶好の機会

## ■新たなワークスタイルを生産性向上につなげる

- ◇オフィスの存在意味を問い直し、価値創出の場として再定義  
定常業務はリモートワークを促進・支援  
→ オフィスコストを見直し、新たなワークスタイルの確立に投資
- ◇自社の業務プロセス／ビジネスプロセスの見直し  
いっそうのデジタル化の推進  
→ 単なる業務効率化にとどまらず、新たな価値創出につなげる (DX)

## ■事業運営上の影響と感染症対策

取引先・関係者・従業員及びご家族の安全確保を最優先に対応

### ◇社内での感染症対策

- ・2月中旬から時差出勤およびリモートワークを推奨、社内の感染症対策を実施
- ・緊急事態宣言に先駆けて、4月1日から5月31日まで原則在宅勤務：全部門でリモートワーク体制
- ・6月1日以降、「社内ガイドライン」により勤務体制および感染症対策を定義  
リモートワーク推奨の継続と、業務上の必要により出社する際の時差出勤・社内感染症対策等をルール化

### ◇リモートワークへの対応状況

- ・以前から、一部事業／職種においてリモートワーク体制を整備・運用しており、全社で原則在宅勤務へ移行した際にも、事業運営には大きな支障は生じていない
- ・リモートワークの継続を見据え、社内外業務／契約手続き等のデジタル化・ペーパーレス化を実行中



- |   |                  |      |
|---|------------------|------|
| 1 | FY20通期業績の概要      | P.2  |
| 2 | 新型コロナウイルスの影響について | P.14 |
| 3 | FY21に向けた取り組み     | P.21 |
| 4 | セグメントの概要         | P.34 |
| 5 | 基本情報             | P.38 |

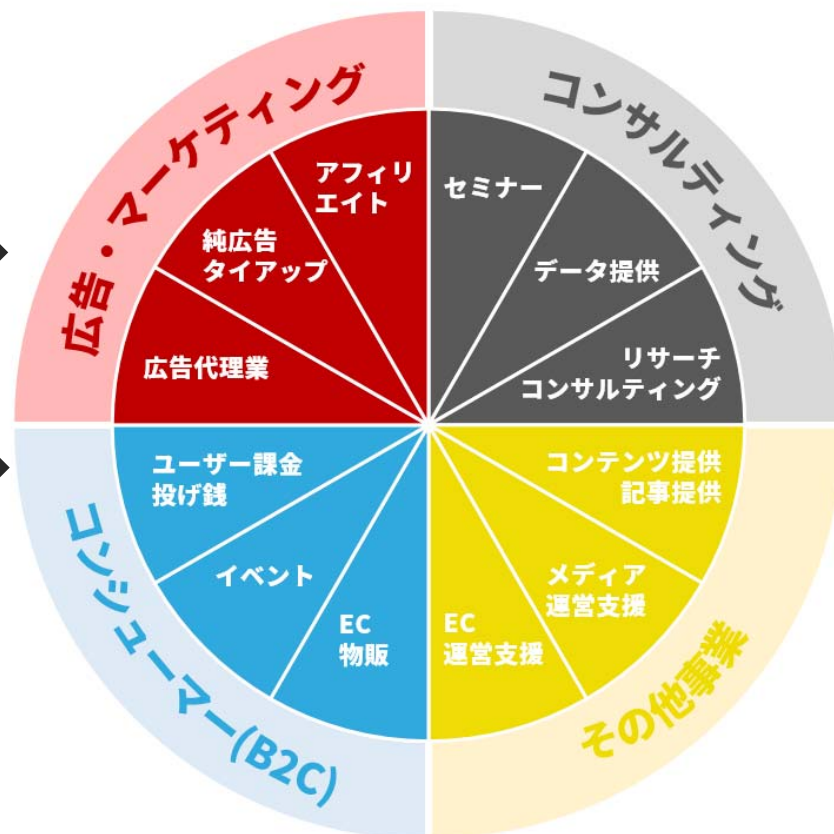
# 手掛ける領域とビジネスモデルの掛け算で事業を拡大 いずれも事業開発とM&Aで継続的に拡充していく

手掛けるメディア・事業の領域

IT	ビジネス	セキュリティ
自動車・バイク	燃費・環境	エンタメ
ゲーム	映画	アニメ
スポーツ	教育	マネー
地域情報	ライフ・ペット	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	ダイエット	結婚情報



360度のビジネスモデル



➡ 手掛ける領域を拡大することで  
事業機会を最大化

➡ 360度にビジネスモデルを拡張する  
ことで収益の多様化を図る

## 21ジャンル65のメディアを運営 メディアや事業はM&Aや事業開発によって拡充

FY20に開始した主な事業

IT	ビジネス	セキュリティ
自動車・バイク	燃費・環境	エンタメ
ゲーム	映画	アニメ
スポーツ	教育	マネー
地域情報	ライフ・ペット	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	ダイエット	結婚情報

アニメ M&A



創刊39周年の日本を代表するアニメ雑誌

自動車・バイク M&A



300万人が利用する自動車コミュニティ

ライフ・ペット 事業開発



動物のリアルを伝えるウェブメディア

教育 事業開発



教育業界向けウェブメディア

マネー M&A



不動産投資に関する資料請求サービス

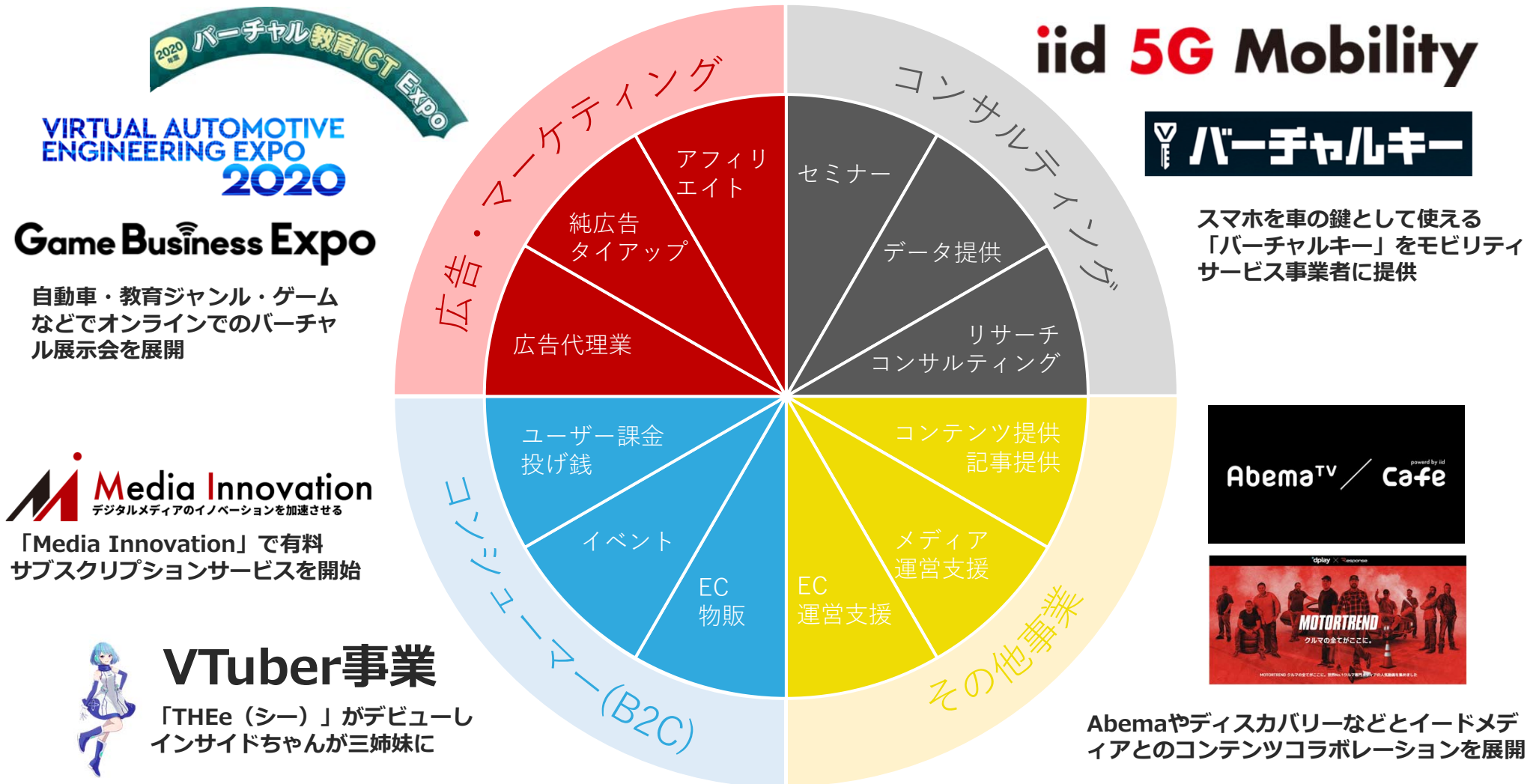
結婚情報 M&A



婚活情報や婚活のノウハウを発信



## 専門領域に特化したメディアに360度のビジネスモデルを構築 広告に依存しない、ビジネスモデルを継続的に拡充



## 各媒体でオンライン展示会を実施

## Withコロナ時代の新たなビジネスマッチングを支援

### 自動車・バイク

**Response VIRTUAL  
AUTOMOTIVE  
ENGINEERING EXPO 2020** 2020年6月  
開催



CASEやMaaSそして5Gなど“100年に一度の大変革”といわれている自動車業界で、これから求められる最新の自動車技術について発信するオンライン展示会を日本最大級の自動車情報メディア「レスポンス」が主催。

### 教育

**バーチャル教育  
ICT Expo** 2020年5月  
開催

**2020年 2021年3月まで開催**

注目が集まる教育ICT関連の参画企業の、製品・サービスの特長や活用事例を、質疑、担当者インタビュー、有識者による評価等でご紹介します。

**LIVEイベント映像アーカイブ**

- ▶ 基調講演：橋本保弘氏「プログラミング教育必修化に向けて」
- ▶ 対談1：橋本保弘氏×LINEみらい科 事業推進部 部長 西尾真帆氏
- ▶ 対談2：橋本保弘氏×Makiblock Japan カントリーマネージャー 菊池史氏
- ▶ 対談3：橋本保弘氏×ソニー・インタラクティブエンタテインメント 事業企画室 部長 田中幸成氏
- ▶ 対談4：橋本保弘氏×ライフイズテック 取締役 柳井浩智氏
- ▶ 基調講演：平井聡一郎氏「Withコロナの先に見える新たな世界を追求せよ」
- ▶ 対談1：平井聡一郎氏×Libry 代表取締役CEO 後藤正氏
- ▶ 対談2：平井聡一郎氏×サカフ 代表取締役社長 東和寿忠氏
- ▶ 対談3：平井聡一郎氏×atama plus 代表取締役 植田大輔氏
- ▶ 対談4：平井聡一郎氏×すららネット 代表取締役社長 湯野川孝彦氏
- ▶ 基調講演：文部科学省 高杉浩昭氏「GIGAスクール構想の実現」
- ▶ 基調講演：経産省 藤原伸之氏「Withコロナの学びの未来」

**専門家セミナー**

- ▶ 情報通信総合研究所 平井聡一郎氏「Afterコロナを見据えた学びの姿」
- ▶ 反田氏氏「同志社中学校・高等学校」「授業デザイン再考～STEMを基盤とした授業を考えてみる」
- ▶ 品田健氏「聖徳学園中学校・高等学校」「「教室で教えない授業」に必要なものは？」
- ▶ 金子順氏「広稲葉中学校・高等学校」「「教室で教えない授業」に必要なものは？」
- ▶ 前田智樹氏（大阪大学）「やりたいことを実現するために「やり方を変える」」
- ▶ 小原正和氏（玉川大学工学部）「不確実な社会における大学での創造性教育」

新型コロナウイルスの感染拡大もあり、待たなしで導入が進められる教育のICT化について、各社のソリューションの紹介や、文科省などによる講演を実施。今期新たに立ち上げた教育業界専門メディア「ReSeed」が主催。

### ゲーム

**Game Business  
Expo** 2020年6月  
開催



6月26日(金)カンファレンス開催

ライブ配信スケジュール

11:00～12:00	H2MD x PlayCanvas x VR/AR で新しい視覚を 記録・活用するプラットフォーム、開発環境、導入事例のPlayCanvas運営事務局
14:30～15:30	今年1度で開催した日本のゲームパワースタリオンに続く、成功するハイパーカジュアルゲームとは？ パブリック市場拡大(無料課金モデル)、同時配信(同時配信)、高度なUI/UX(カスタムUI)、 モバイルファースト(モバイルファースト)
16:00～17:00	UE4 x Wwise x Nintendo Switch — トロントのサウンド制作現場 開発現場(トロント・トロント・トロント)
17:30～18:30	ライセンス管理ソリューション FSHALDとは— その特徴と利用シーンを探る 島田 正 (株式会社アリス)
19:00～20:00	Genieで構築するインタラクティブなトレーニングで何ができる？ユーザー体験(リアルタイム) Miles Nishida (Black Ink), 一歩進んだ開発環境(Black Ink), 即時生成(Black Ink), フォーカシング(Black Ink) technologies.jp

次世代機の発売や、5Gのサービススタートなどゲーム業界の節目の年に情報発信や共有の場として開催。ゲーム作りに欠かせない製品や、著名人による講演を実施。ゲーム業界誌「GameBusiness.jp」が主催。

## 既存のマーケティング施策をオンラインに転換して展開 オフライン施策よりも格段に多い集客を実現している

映画

映画作品の試写会を  
オンラインで開催

2020年5月  
提供開始



新作映画のユーザー向け試写会のオンライン開催をパッケージ化。第一弾は「ルース・エドガー」。ほか複数作品に提供。

(C) 2018 DFG PICTURES INC. ALL RIGHTS RESERVED.

自動車・バイク

B2Bセミナー事業も  
オンライン開催へ

2020年3月  
以降実施

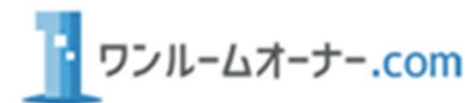
- CASE・MaaSの最前線～2050年までのシナリオ、patto、ダイハツMaaS、データ検討会、法改正のポイント～
  - HMI・中国のトレンドと未来の車両インテリア設計
  - モビリティ産業におけるポストコロナの世界観を見据えた事業のあり方・つくり方
  - スマートシティ2020
  - With/Afterコロナ時代のクルマ活用～「クルマ×エンタメ」の可能性～
  - 法改正を踏まえた地域公共交通の活性化に向けて
  - コロナ時代のMaaS/DX/物流～Hacobu、ZMP、MONETの戦略～
- ほか

3月以降、主に自動車領域で開催しているB2Bの有料セミナー事業もオンライン開催に転換して開催を継続。

マネー

不動産営業の  
オンライン化を支援

2020年5月  
提供開始



当社が運営する不動産投資メディアで事業者に対してオンラインセミナー、オンライン面談の企画、運営、実施を一気通貫でサポートするオンライン化サポートパッケージを提供開始。



## 新型コロナウイルスの影響で急成長するEC領域 自社でのECサイト運営とソリューション提供の両面で展開

### ECサイト運営事業(CMP事業)

子会社を中心に特化型商品を取り扱う複数のECサイトを運営。商品の調達から販売、物流、カスタマーサポートまで一気通貫で社内でハンドリングする体制を構築。

株式会社エンファクトリーや株式会社ネットショップ総研では自社ECサイトの運営に加えて、他社のECサイト運営支援やコンサルティングも実施。



**絵本ナビ**  
(株式会社絵本ナビ)  
絵本や児童書、図鑑などの販売と絵本情報発信を行う日本最大の絵本サイト。



**Style Store**  
(株式会社エンファクトリー)  
全国各地で作られるストーリーのあるこだわりの逸品を販売するECサイト。



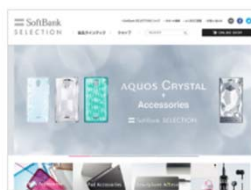
**DIY関連サイト**  
(株式会社ネットショップ総研)  
DIYを支援するアイテムを販売するECサイトを複数運営。

### ECソリューション事業(CMS事業)

自社開発の進化するECサービス「marbleASP」を、外部のEC事業者提供する事業。大手企業の大規模ECサイトを初めとして数多くの採用実績がある。

FY20には株式会社富士山マガジンサービスと合併会社・株式会社アイデアを設立し、出版社向けのECサイト運営支援事業を強化。

marbleASPの採用実績の例



SoftBank SELECTION 様



クリナップオンラインショッピング 様



タキガワネイルストア 様



和田誠・週刊文春 公式イラスト販売 様



コクヨ SHOW CASE 様



SCOS ONLINE SHOP 様



サイクルスポット 様



ちゃれくじ 様

## EC領域での新しい取り組み 協業や取り扱い範囲の拡大で業容拡大を目指す

株式会社アイデア

富士山マガジンサービスと合併会社・アイデア設立  
出版社向けのECサイト運営事業を展開

2019年10月  
事業開始



株式会社アイデア

「雑誌の壁を越えていけ！」

私たちは、雑誌ブランドを活用した通販事業を提案・実現します。

新着情報

2020-04-07

「PressRelease」による「口福便」を公開しました。

株式会社富士山マガジンサービスとの合併会社、株式会社アイデアを設立し、出版社向けのECサイト運営事業を強化。既に、文藝春秋「今月の豪華主義」、週刊ダイヤモンド「逸品館」など複数の雑誌と連動したECサイトを展開。

<https://team-idea.co.jp/>

アイデアと文化出版局  
「ミセス」誌面通販を開始



アイデアと学校法人文化学園 文化出版局が女性雑誌「ミセス」の上質な世界観を食で表現したECサイト「ミセス口福便」を公開(4月)。

教育

絵本ナビで  
一般書の扱いを開始

2020年3月  
事業開始



絵本ナビ 一般書

EhonNavi BookStore ANNEX

絵本ナビが運営する日本最大の絵本サイト「絵本ナビ」において従来の絵本や児童書、図鑑に加えて、育児書、レシピ本、趣味実用書、学習参考書、ビジネス書、一部のコミックスなど「一般書」の販売を開始。

「絵本ナビユーザーのための総合ネット書店」をコンセプトに、年間1000万人を超える絵本ナビユーザーへの利便性向上を目指します。



# 自社メディアのコンテンツを軸にした ユーザー課金型のビジネスへのチャレンジも進行



## THEe

VTuberの新たなシンガープロジェクト「THEe(シー)」がデビュー。インサイドちゃんの三姉妹として配信や番組で活躍中！

クラウドファンディング

**2巻を  
実現したい**

ゲーム情報サイト「Game\*Spark」から誕生した漫画作品「じゃんげま」のコミック制作プロジェクトが318万円を調達

(C)2019 IID,Inc. / stgcc

クラウドファンディング

ゲーム情報サイト「インサイド」から誕生したVTuber「インサイドちゃん」のデビュー2周年を記念したグッズ制作が365万円を調達

**オリジナルグッズ制作  
おろじえくと**

オンラインイベント

Vtuber 奏音きりり 生出演！

**アニメメディア  
オンライン交流会**

祝！創刊 39周年記念企画 第2弾

株式会社 LONDONBOOTS

アキタ × machicon JAPAN

FY20からイードに加わったアニメ雑誌「アニメメディア」の39周年イベントとしてVTuberも招いて盛況に開催

## 「バーチャルキー」がモビリティサービスに相次ぎ採用 今後は実用化から普及フェーズへ

「iid 5G Mobility」の取り組みの一環として株式会社ジゴワッツと共同開発した、スマートフォンをクルマの鍵として使える「バーチャルキー」が、さまざまなモビリティサービスで採用が始まりました。昨年提携した株式会社スマートバリューの「Kuruma Base（クルマベース）」と組み合わせられ、スズキディーラーでのカーシェアリングを含む「Patto」、NTT東日本の社用車を管理しつつ休日はカーシェアリングに使う「ノッテッテ」がサービスを開始。九州電力のマンション向けEVカーシェアリングサービス「weev」も今年の年末に開始予定となっています。



### 自動車メーカーとの連携

2020年2月  
サービス開始



大阪のスズキアリーナ豊中などで展開するカーシェアリングサービス「Patto」

### 通信会社との連携

2020年5月  
サービス開始



NTT東日本の社用車を活用するカーシェアリングサービス「ノッテッテ」

### 電力会社との連携

2020年4月発表  
12月サービス予定



九州電力が2020年12月より開始予定のマンション向けEVカーシェアリングサービス「weev」



## 投資先のキャンピングカー株式会社、 リモートワークや新型コロナウイルス対策で新たな需要を開拓

キャンピングカー株式会社では年初まで増加していた訪日外国人の利用が減少したものの、リモートワークやワーケーション<sup>(※)</sup>や新型コロナウイルス対策での利用が急増。3密回避ができる設備として多方面で注目、FC加盟の問い合わせも急増し、2021年末までに現22拠点の倍増を目指す。

※「ワーク」(労働)と「バケーション」(休暇)を組み合わせた造語で、観光地やリゾート地で休暇を取りながらリモートワークをする働き方

### 新しい生活様式に合わせた動くオフィス

リモートワークやワーケーションなど新しい多様な働き方に対応するムービングオフィスカーを展開。大会議に利用できるラウンドソファ、吊り下げ型モニター、サブバッテリーなどビジネス用途に必要な機能を満載している。



### 新型コロナウイルス対策に活用、PCR検査にも

医療機関や自治体に向けて「療養病床」としても活用が可能な防災キャンピングカーを提供。医療機器を動作させるための追加電源やポータブル型トイレ、ベッドなども搭載。今後はPCR検査用のスペースとしても提供していく。





## 大企業からの戦略的スピンオフ案件を中心に、既に一定のユーザー数やブランド価値を持つ事業を取得

アニメ



2020年2月  
事業取得

学研グループよりアニメ雑誌  
「アニメディア」等のアニメ関連事業を取得



「アニメディア」2020年9月号

株式会社学研プラスより、創刊39周年の老舗アニメ雑誌「アニメディア」などのアニメ関連事業を取得。これにより既存で運営してきた「アニメ！アニメ！」を含めてアニメユーザーに対しては国内有数のリーチを持つグループに。老舗のブランドも活用したデジタル展開を強化していく方針。

自動車・バイク



2020年6月  
子会社化

メルカリより自動車コミュニティ  
「CARTUNE」運営のマイケルを取得

株式会社メルカリより、毎月300万人が利用する自動車コミュニティ「CARTUNE」を運営するマイケル株式会社の全株式を取得し子会社化。日本最大級の自動車メディア「レスポンス」などイードが保有する自動車関連資産と連携を図り、グループとして自動車ユーザーへの圧倒的なリーチを活かした展開を進めていく。



## M&Aを通じてこれまでに取り組めなかった領域を開拓 コロナ禍をチャンスと捉え積極的に投資していく

### マネー



ワンルームオーナー.com

2019年12月  
事業取得

### 不動産投資関連メディア事業を取得

不動産投資に関するメディアや、関連するコンサルティング事業を取得。「マネーの達人」など既存のマネー関連のコンテンツとの連携を図ってマネー領域を強化していく。

### 結婚情報



婚活ナビ+

2020年6月  
事業取得

### 市場が成長している婚活領域に進出

2025年には市場規模が1000億円を超えると予想※)されているオンライン婚活・恋活マッチングサービスの領域に進出するために「婚活ナビ+」の事業を取得。  
※マッチングエージェントによる予測(2020年1月)

### 地域情報



めしレポ  
by HowTravel

2019年11月  
事業取得

### オンライン予約が進むグルメ領域を強化

飲食店においてもオンライン予約が一般化している中で、シフトするマーケティング費用をターゲットにしたメディアを取得。コロナ後の展開を見据えてコンテンツを強化していく。

### EC・通販



ネットショップ総研  
第二のラボ型EC事業戦略部

2019年7月  
子会社化

### ECのコンサルティング機能を強化

ECの運営支援で長年の実績を持つネットショップ総研を子会社化することで、コンサルティング機能を強化。EC領域を更に強化していく。

※ネットショップ総研はドリームリンクと合併しました

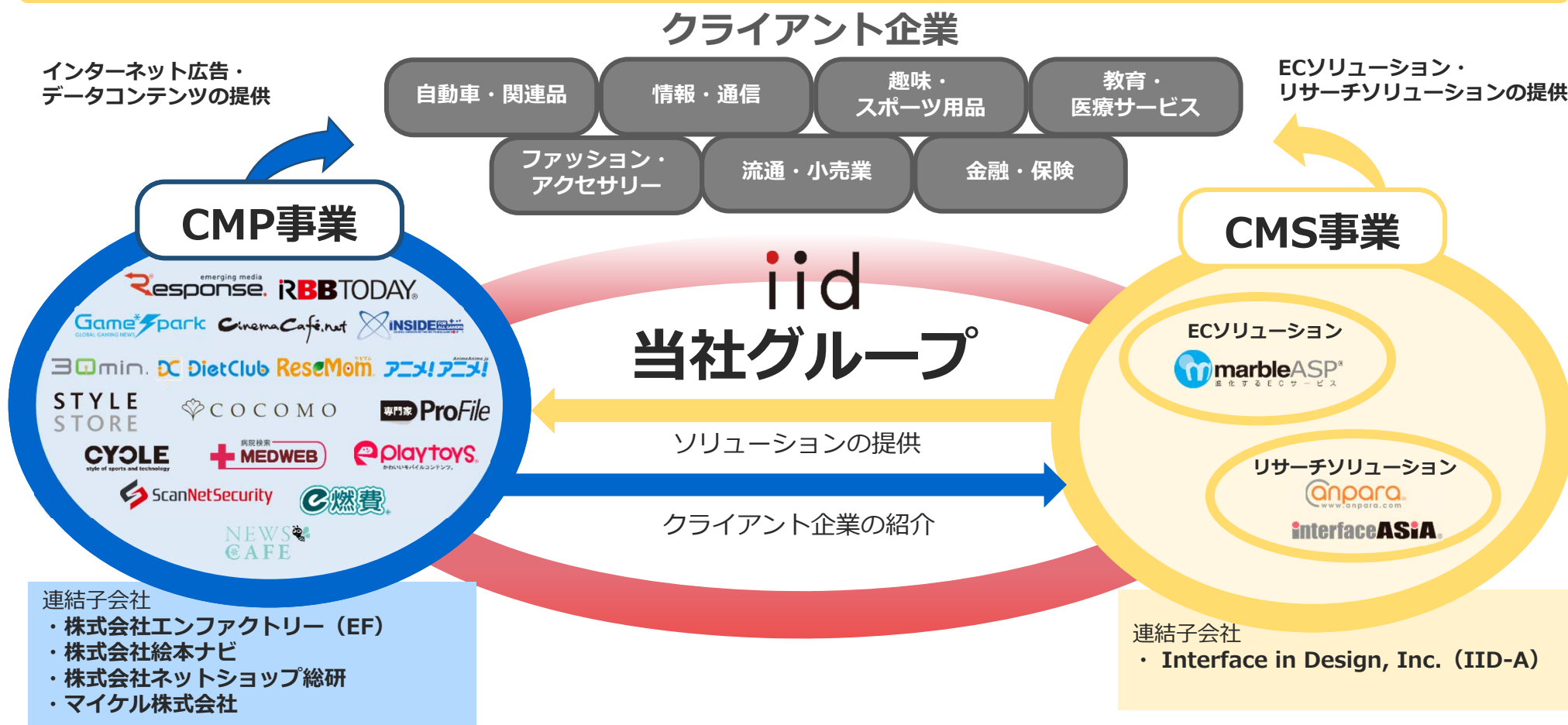


- |   |                  |      |
|---|------------------|------|
| 1 | FY20通期業績の概要      | P.2  |
| 2 | 新型コロナウイルスの影響について | P.14 |
| 3 | FY21に向けた取り組み     | P.21 |
| 4 | セグメントの概要         | P.34 |
| 5 | 基本情報             | P.38 |

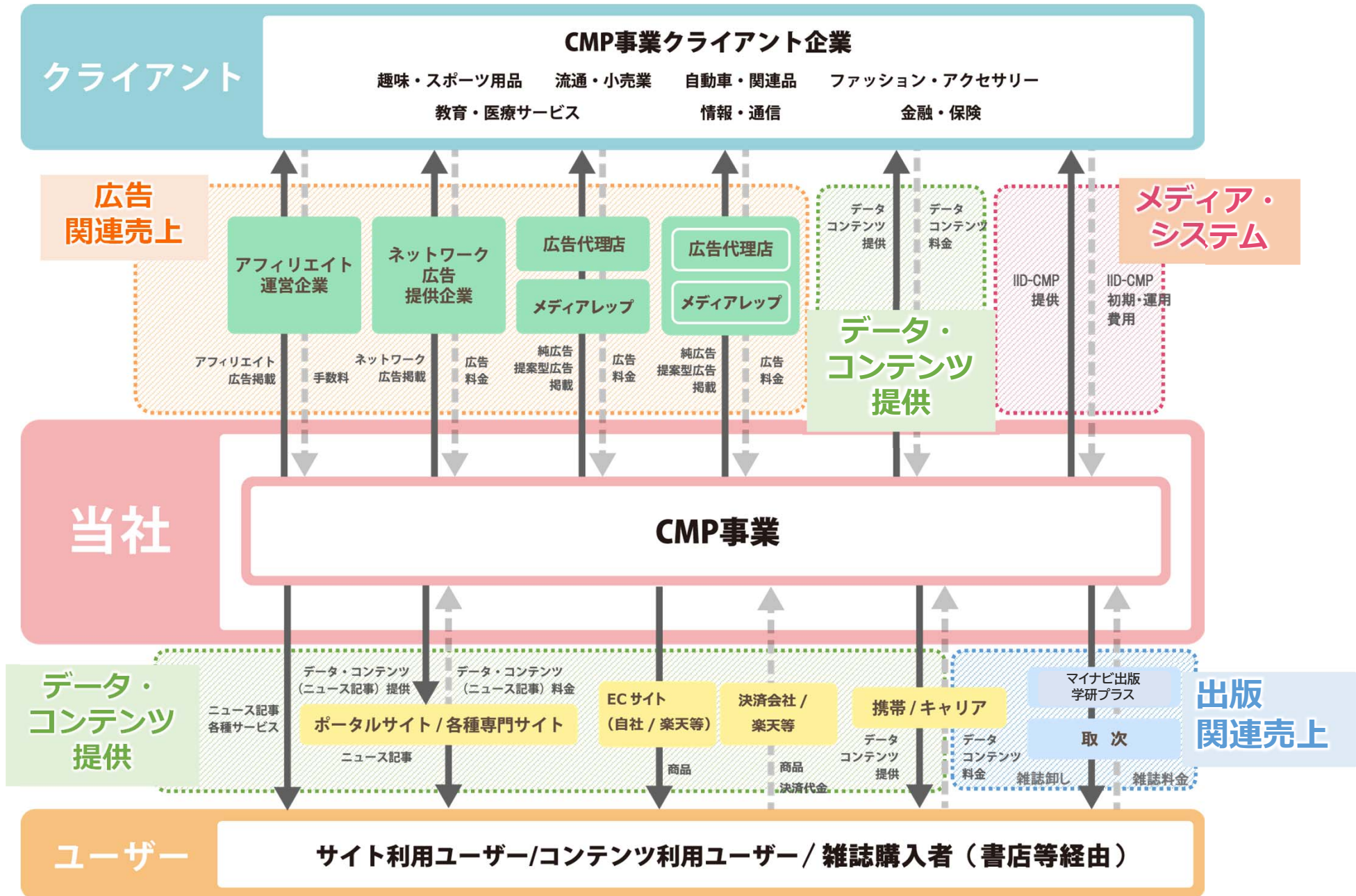
## ・ 2つのセグメントにて事業を展開

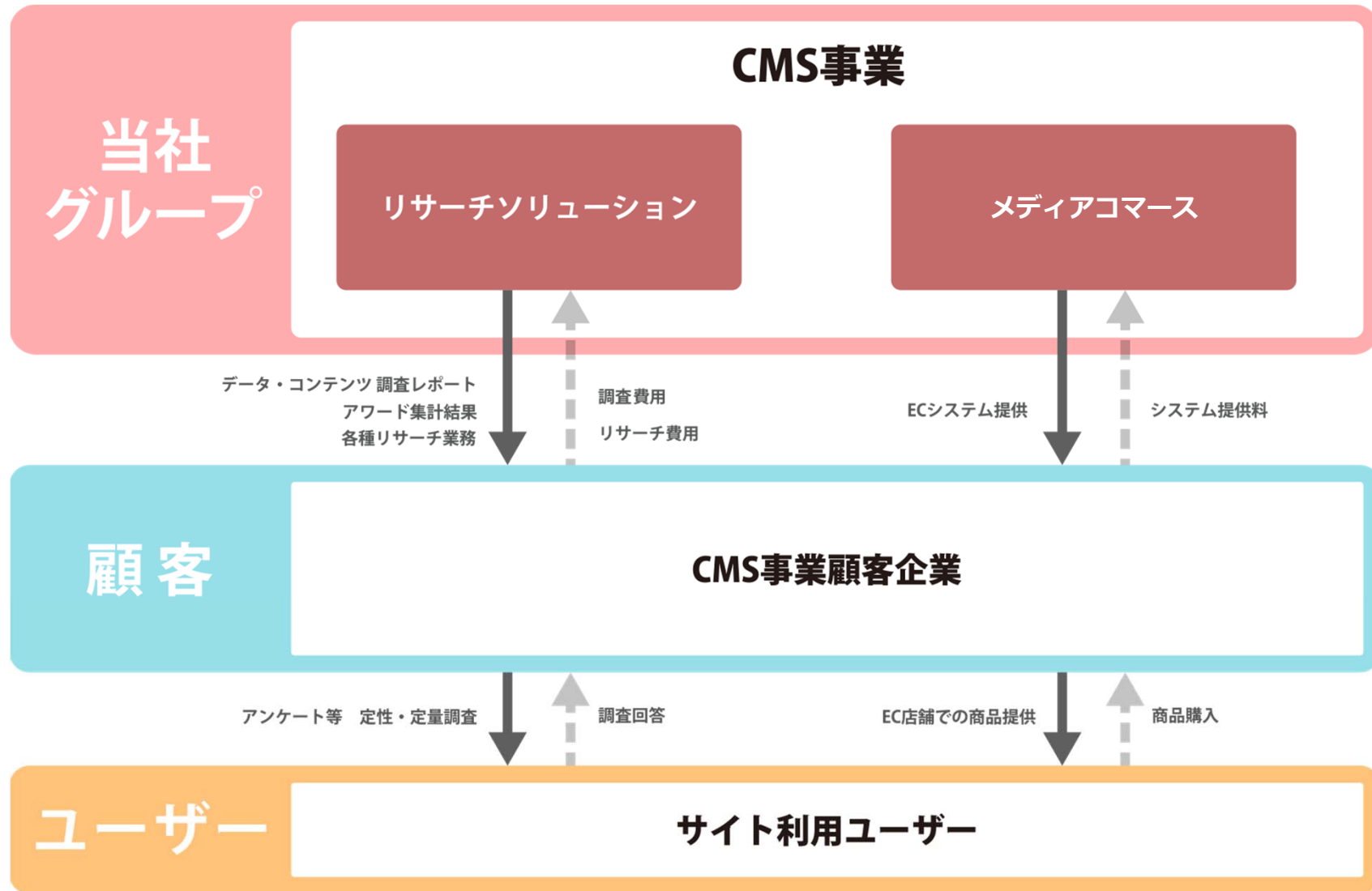
コンテンツマーケティングプラットフォーム事業（CMP事業）：Webメディア、Webサービス運営

コンテンツマーケティングソリューション事業（CMS事業）：ソリューションを提供











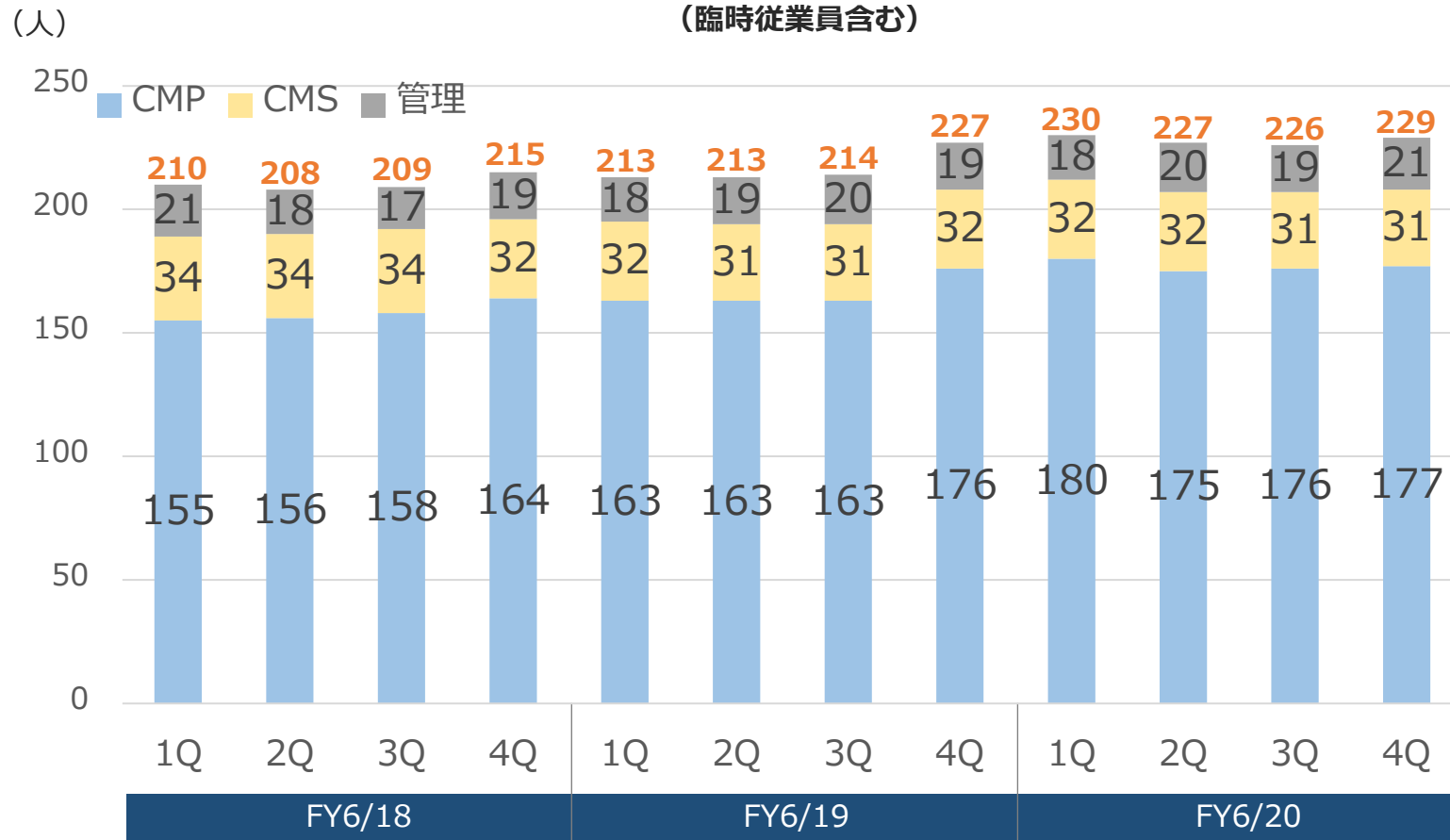
- |   |                  |      |
|---|------------------|------|
| 1 | FY20通期業績の概要      | P.2  |
| 2 | 新型コロナウイルスの影響について | P.14 |
| 3 | FY21に向けた取り組み     | P.21 |
| 4 | セグメントの概要         | P.34 |
| 5 | 基本情報             | P.38 |

- 商号 株式会社イード (IID,Inc.) ※「IID」は“Interface In Design”の略です。
- 設立年月日 2000年4月28日
- 役員
  - 代表取締役 宮川 洋 (みやかわ ひろし)
  - 取締役 須田 亨 (すだ とおる)
  - 社外取締役 大和田 廣樹 (株式会社IOT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)
- 子会社
  - 株式会社エンファクトリー (出資比率：78.8%)
  - Interface in Design, Inc. (同：100%)〔所在地：米国ロサンゼルス〕
  - 株式会社絵本ナビ (同：58.9%)
  - 株式会社ネットショップ総研 (同：90%) ※1
  - マイケル株式会社 (同：100%) ※2
  - ※1：2020年1月1日付で、株式会社ドリームリンクが株式会社ネットショップ総研を吸収合併し、合併後の社名を株式会社ネットショップ総研といたしました。
  - ※2：2020年6月30日付で、マイケル株式会社の全株式を取得し、子会社といたしました。
- 従業員数 連結：229名 (アルバイト含む)

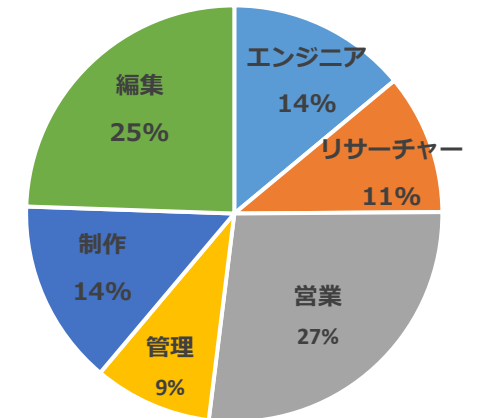


## ・エンジニア、編集、制作で過半数以上を占める構成

-セグメント別従業員数推移-  
(臨時従業員含む)



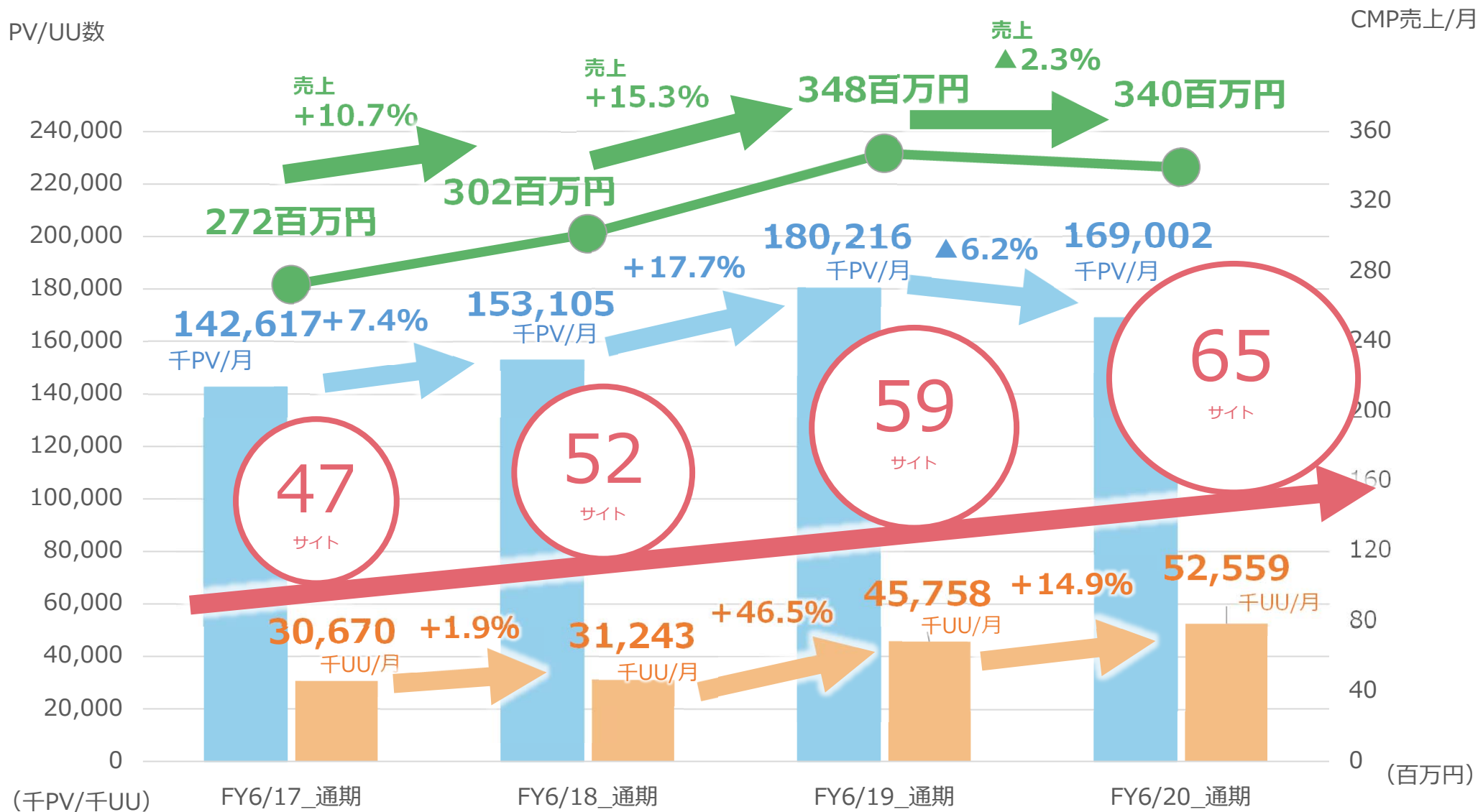
-職種別従業員構成-  
(臨時従業員含む)



エンジニア	32
リサーチャー	25
営業	62
管理	21
制作	33
編集	56
	(人)

# PV/UU・サイト数・売上 推移 ※FY6/20 期末現在

■ PV ■ UU ※PV数、UU数は対象期間月平均値  
 ■ CMP事業（出版事業は含まない）の月平均売上



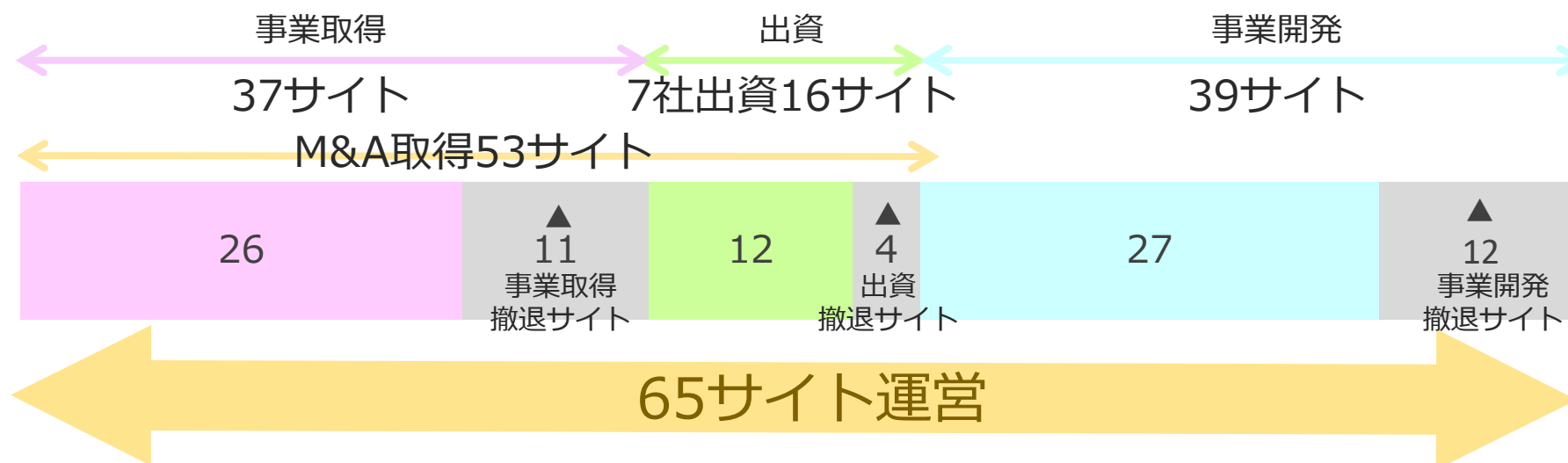
## 主要運営メディア



### メディアジャンル

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

## ・ M&Aで53サイト取得。撤退サイトは15サイト。継続率 71.7%



### ● M&Aサイト実績

53サイトの取得総額は16億8,387万円。1サイト平均3,180万円で取得

事業取得総額 **8億7,859万円**

※撤退サイト含む

出資総額 **8億528万円**

※撤退サイト含む ※CMS事業及び出版事業は含んでおりません

### ● 戦略投資先 (抜粋)

新規事業領域での協業を目的に戦略的な出資を実施

- ・ note (株) : クリエイター向けC2Cプラットフォーム「note」を運営
- ・ キャンピングカー (株) : シェアリングエコノミー、MaaS領域
- ・ ロボットスタート (株) : 音声広告プラットフォーム領域

・ M&Aなどで新たに加わったメディアを「iid-CMP」にて運用

M&Aによる取得



新規事業開発



iid - CMP

イード・コンテンツ・マーケティング・プラットフォーム

集客

マネタイズ

ローコストオペレーション

コンテンツマネジメント

新規加入メディアの早期収益化が可能  
効果的に顧客企業のコンテンツマーケティングを支援

・「iid-CMP」の4つの機能で、早期収益化を実現

① 集客

- ・ SEO施策
- ・ SNS対応
- ・ Webページ高速表示
- ・ スマートフォン含めた最適なユーザビリティ、ユーザーエクスペリエンス

→ 売上UP

② マネタイズ

- ・ ネットワーク広告の最適化
- ・ 広告商品開発
- ・ 営業リソースの投入
- ・ イードメディアとのクロスセールス

→ 売上UP

③ ローコストオペレーション

- ・ システムの共用、CPUリソース分散機能
- ・ ポータルサイトへのニュース記事提供フォーマット共有化
- ・ 記事交換機能

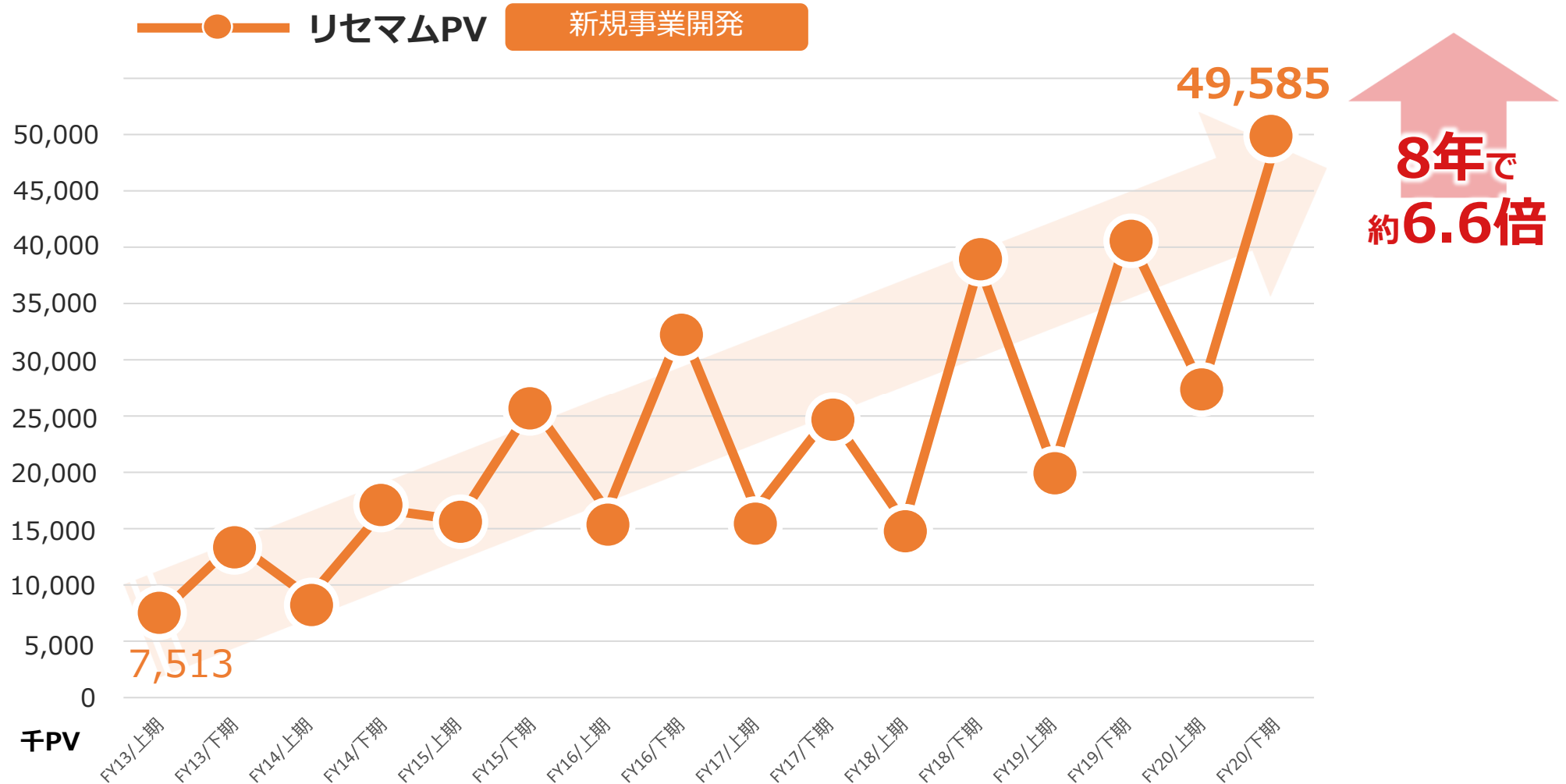
→ コスト最適化

④ コンテンツマネジメント

- ・ ニュース記事、ニュース写真投稿
- ・ 文章校正、類似度チェック、盗用コンテンツの公開防止

→ 編集効率化

- ・「iid-CMP」上でのサイト運用によるSEO施策や記事交換機能等によりサイト規模が拡大





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、当社が現在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、その内容の正確性及び確実性を保証するものではないことをあらかじめご了承ください。

iid

We are the User Experience Company.

---

株式会社 イード

[www.iid.co.jp](http://www.iid.co.jp)