

株式会社イード(6038)

iid

事業計画および  
成長可能性に関する説明資料



1. 会社概要
2. 市場環境
3. 事業概況
4. 競争優位性と成長戦略
5. 計画
6. リスク情報

# Web3.0 : インターネットの進化と共に

## 一方向 Read

インターネットの登場によって誰でも、簡単に、安価に大規模な情報発信が可能となった(情報発信の民主化)

## 双方向 Read-Write

ソーシャルネットワークの普及によって誰もが創造力を発揮しクリエイティブを発信する事が可能になった(クリエイター時代の幕開け)

## 共創 Read-Write-Trust

ブロックチェーンにより信頼が担保され、価値が表現可能になり、経済圏が生まれ、その成長による利益を共有する(メディアも一つの経済圏になる)



## 全ての人々がクリエイターとしてメディアを共に作っていく世界に

### 次世代に向けた取り組み

イードでは既にブロックチェーンを中核とするWeb3.0技術を取り入れた実験的プロジェクトを開始しています。ブロックチェーンを活用し、各メディアが興味関心を軸にした一つの経済圏とするべく取り組んでいきます。

### Tokyo Honyaku Quest



世界のアニメファンと一緒にアニメメディアを構築していくプロジェクト。

### GameDays



トークンを用いてゲーマーのゲームに対する情熱を可視化するプロジェクト。

# クリエイターエコノミーカンパニーへ

Web3.0は **誰もがメディアになる、誰もがメディアを作る世界** の到来です。イードはプラットフォームとソリューションを通じて、誰もがメディア(発信者)となり生きていくクリエイターエコノミーの世界をサポートするプラットフォームとソリューションの提供を目指します。

## メディアの定義が拡大し市場参加者が増加していく



2021年8月に正式発足したクリエイターエコノミー協会にも加盟しました



各数値は世界市場のものです

デジタルメディアの市場規模予測(2021年) <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/digital-publishing-global-market-report-2020-30-covid-19-implications-and-growth>

コンテンツマーケティングの市場規模(2020年) <https://www.businesswire.com/news/home/20210126005925/en/Global-Content-Marketing-Market-Trajectory-Analytics-Report-2020-2027-Lead-Generation-is-Projected-to-Account-for-US295.1-Billion-of-the-Total-829.6-Billion-Industry---ResearchAndMarkets.com>

クリエイターエコノミーの市場規模予測(2021年) <https://influencermarketinghub.com/creator-earnings-benchmark-report/>

# 当社グループの主要指標

売上高

(21年6月期)

54 億円

EBITDA

(21年6月期) ※1

5.5 億円

運営メディア

(21年6月期)

21 ジャンル  
70 メディア

従業員数

(21年6月期) ※2

200 名

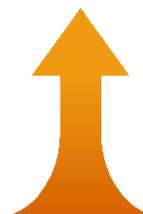
過去最高

前期比

2.7%増

前期比

44%増



前期比

5メディア増



前期比

22名減

※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。株式会社絵本ナビが連結を外れた影響で大きく減少しました



## 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 876,628千円 (2021年9月末日現在)

従業員数 連結：200名  
※2021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 マザーズ(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) |

# 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



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

**SAVAWAY**

SAVAWAY株式会社  
出資比率: 100%  
EC関連サービス提供

日本EC事業の進化に本気で向き合う



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

**iid** 専門ニュースメディアを  
中心に展開



株式会社絵本ナビ  
出資比率: 30.9%  
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

**Michael**

マイケル株式会社  
出資比率: 100%  
CARTUNEの運営



主な投資先



NATIV.

IDEA

beniten

**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れられているか。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、成長のためには人と異なることに積極的に取り組むべきである。





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75サイト8雑誌のメディア・サービス（2021年6月現在）を運営し、月間でのべ約5,400万人以上（2021年6月現在）におよぶ方々にご利用いただいております。

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。



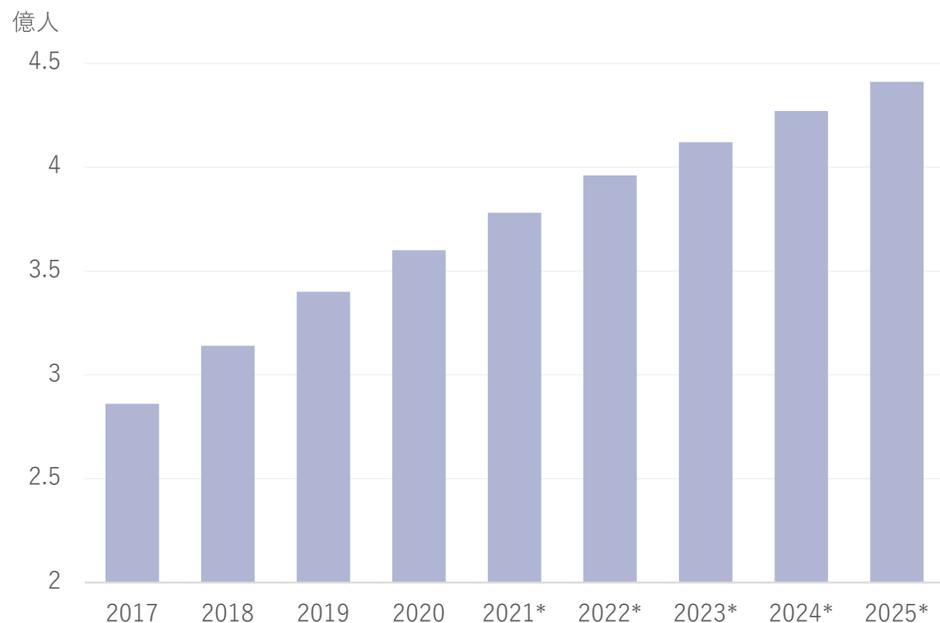
# 市場環境



# 誰もがメディア(発信者)になる時代の到来

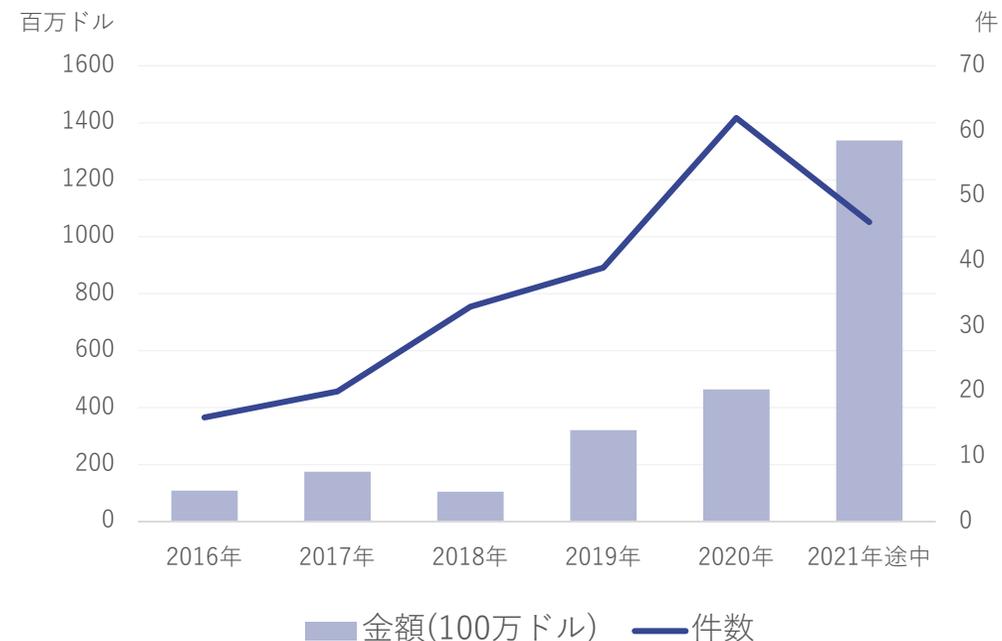
## 世界で3.5億人

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)の世界で残された課題を解決します

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/>

# メディア化する世界の課題

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

# 生産性の高いプラットフォーム

## コンテンツプラットフォーム



編集者の生産性を高める、  
コンテンツの制作、配信の  
ためのプラットフォーム

Media Engagement Manager



読者との接点を拡充し、エ  
ンゲージメントを高めるた  
めのプラットフォーム

## コマースプラットフォーム



自社でのECサイト運営の経  
験をもとに作られた、ECサ  
イト運営プラットフォーム



複数のEC店舗における在庫  
を一括管理し、運用を最適  
化するプラットフォーム

エンジニアリング基盤 IID CLOUD

エンジニアチーム 東京開発、松江ブランチ、Beniten(※投資先)

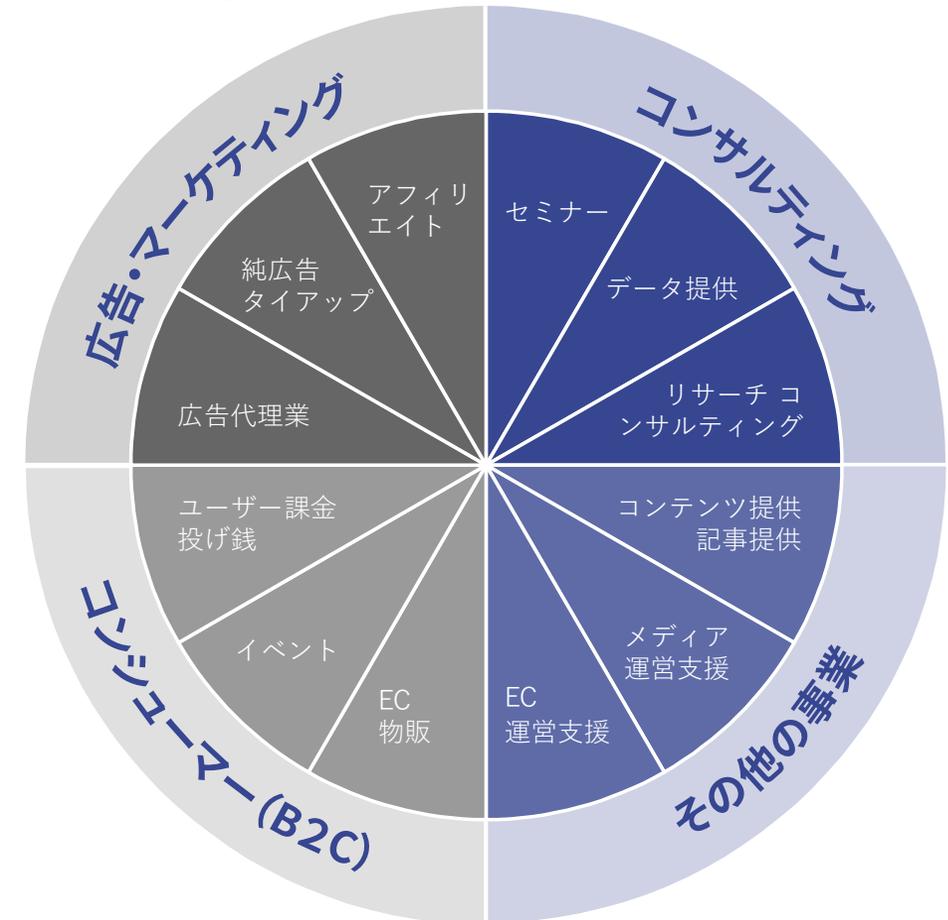
※Beniten,Ltd カンボジアで50名規模の開発チームを抱える

自社開発の独自プラットフォームでクリエイターを支援

# 多様なマネタイズ手法

広告を中核にしたB2Bビジネスから、B2Cビジネスまで360度に広がっていく。

|  |
|--|
| <p><b>広告・マーケティング</b></p> <p>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。</p> |
| <p><b>コンシューマー(B2C)</b></p> <p>メディアを通じて商品の販売やサービスに対する課金。</p>    |
| <p><b>コンサルティング</b></p> <p>専門知識やユーザー調査を元に企業活動を支援。</p>           |
| <p><b>その他事業</b></p> <p>メディア運営の知見を活かしたメディア構築支援など。</p>           |



# 100以上のメディアのプロデュース経験

| バーティカルメディア  | サービス   | コマース   |
|---|--|--|
| <p>雑誌</p>  |  |  |

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

# クリエイターエコノミーの3要素を完備

重要となる3要素を全て兼ね備えてい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

# 成長市場を取り込んでいく

各数値は世界市場のもので  
出典はp4の記載をご参照ください

市場参加者が増え拡大するメディア市場において成長機会を追求します。





# 事業概況



# 誰もがメディアになる世界をプロデュース

イードでは「クリエイタープラットフォーム」(旧CMP事業セグメント)「クリエイターソリューション」(旧CMS事業セグメント)の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きます。

## クリエイタープラットフォーム

### Creator Platform

21ジャンル75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

emerging media  
Response

RBBTODAY

ReseMom

アキバ

AnimeAnime.jp  
アニメ!アニメ!

INSIDE

知りキコ

CinemaCafe.net

STYLE  
STORE

クリエイター  
プラットフォーム

副業 特区

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

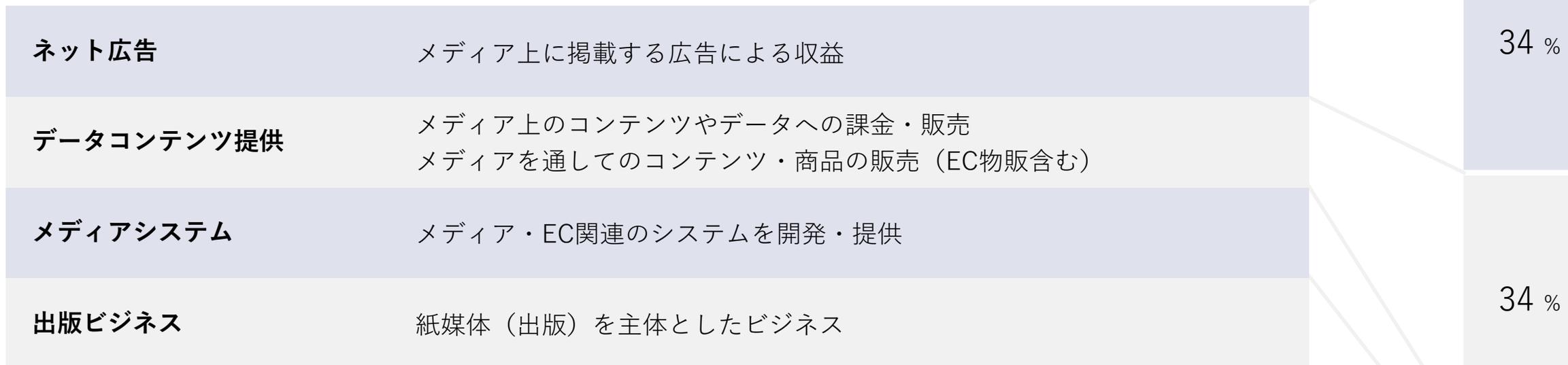
iid 5G Mobility

anpara®  
www.anpara.com

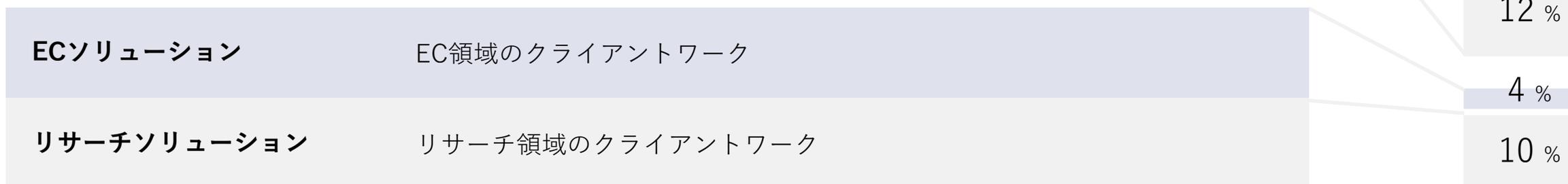
U-Site ユーサイト

2021年6月期の  
売上に占める割合

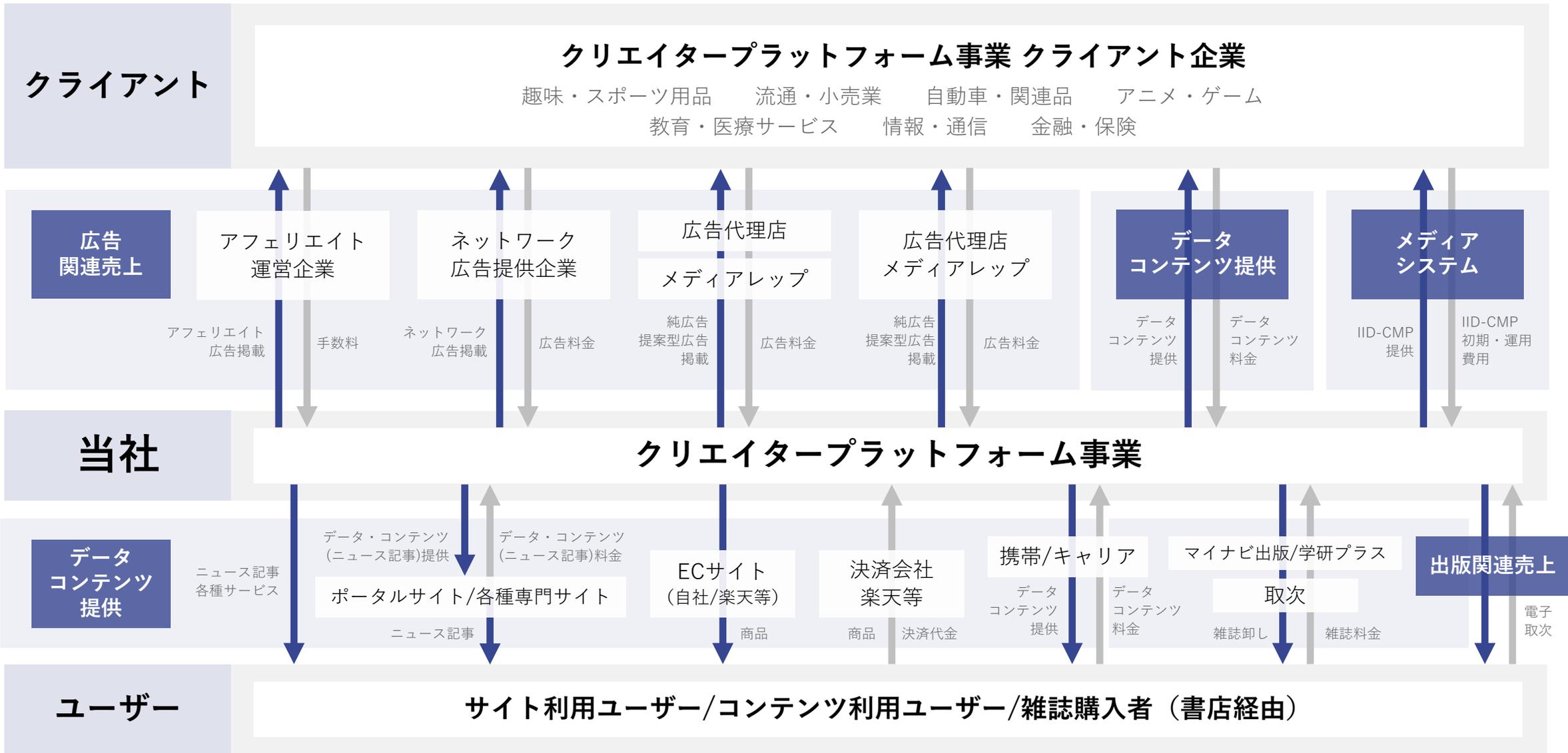
## クリエイタープラットフォーム事業（旧CMP事業）



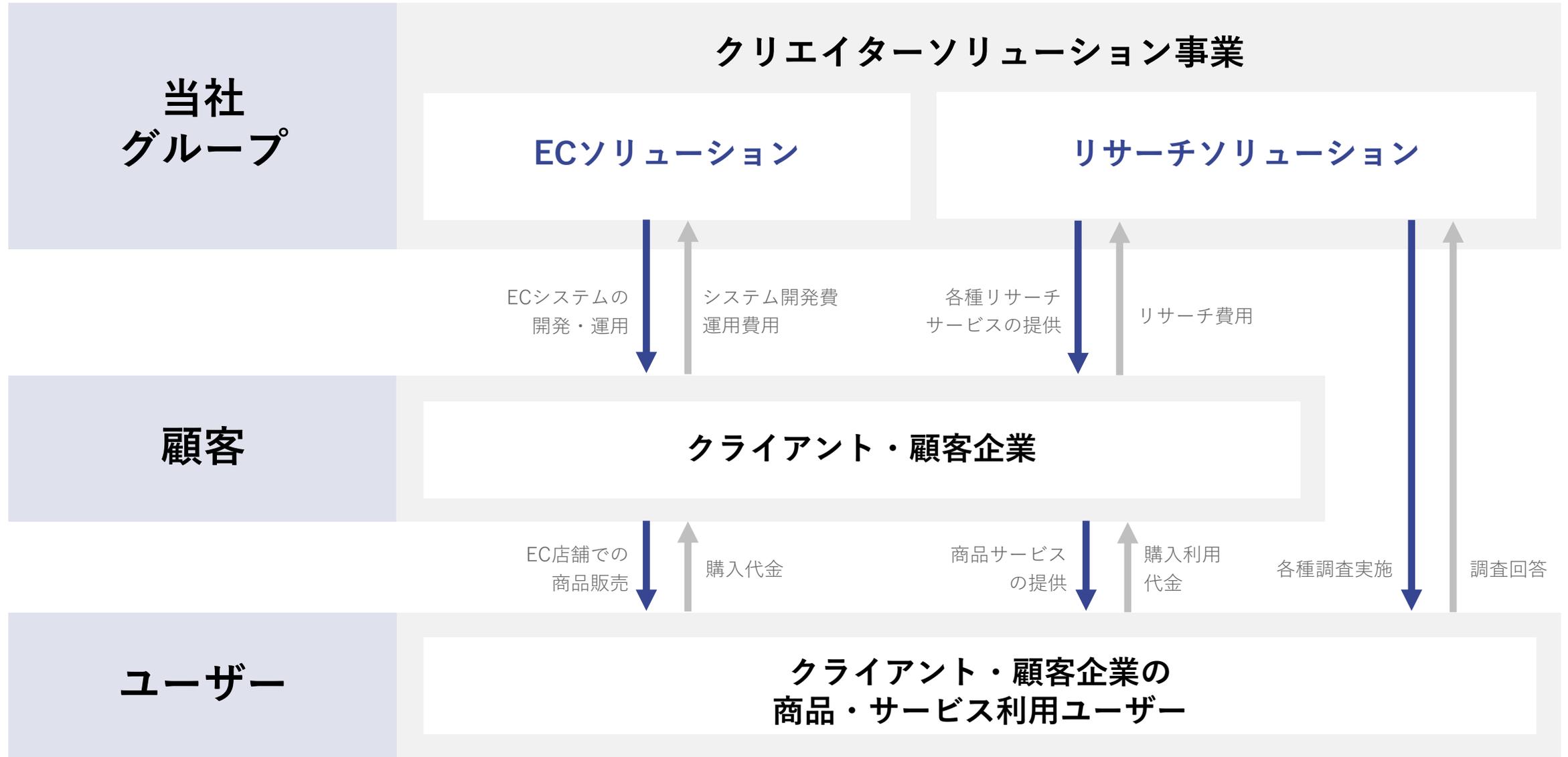
## クリエイターソリューション事業（旧CMS事業）



# クリエイタープラットフォーム事業 (旧CMP事業)

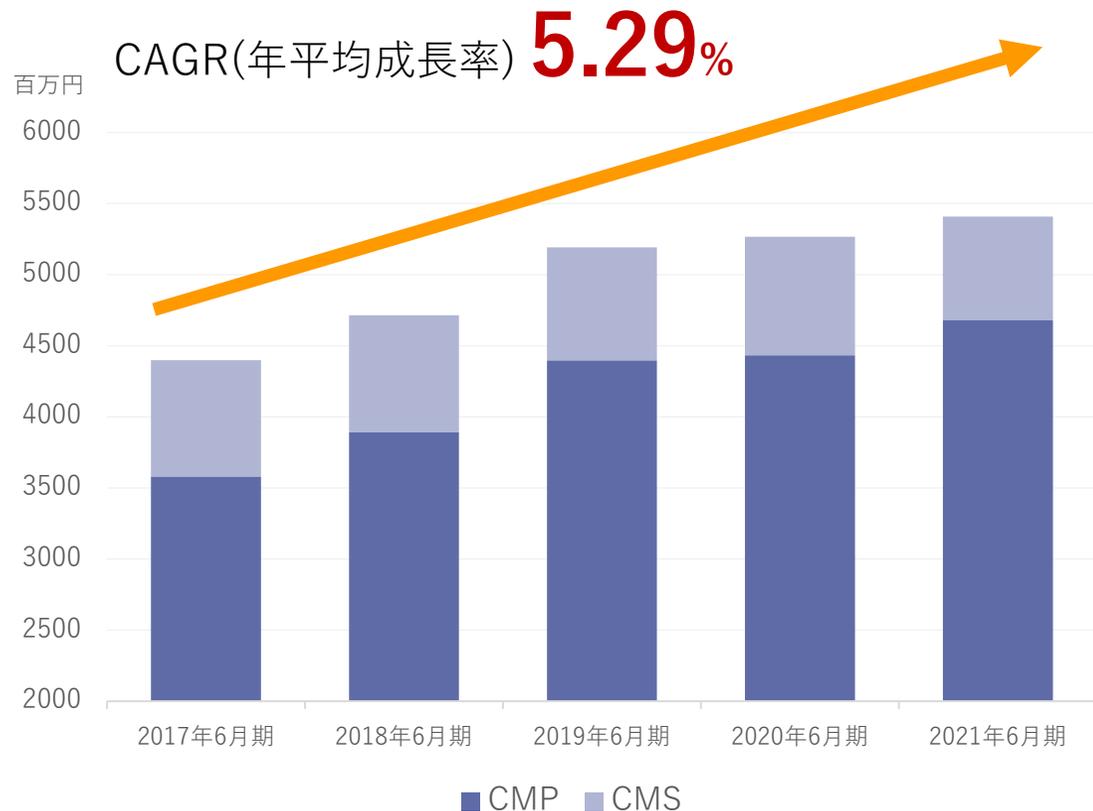


クリエイターソリューション事業（旧CMS事業）



# 売上高、営業利益ともに**安定的な成長**

売上高

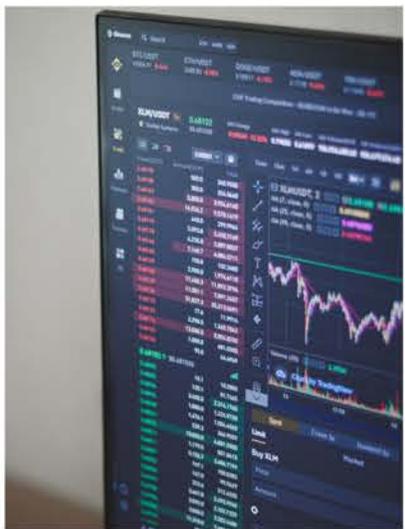


営業利益





# 競争優位性と成長戦略



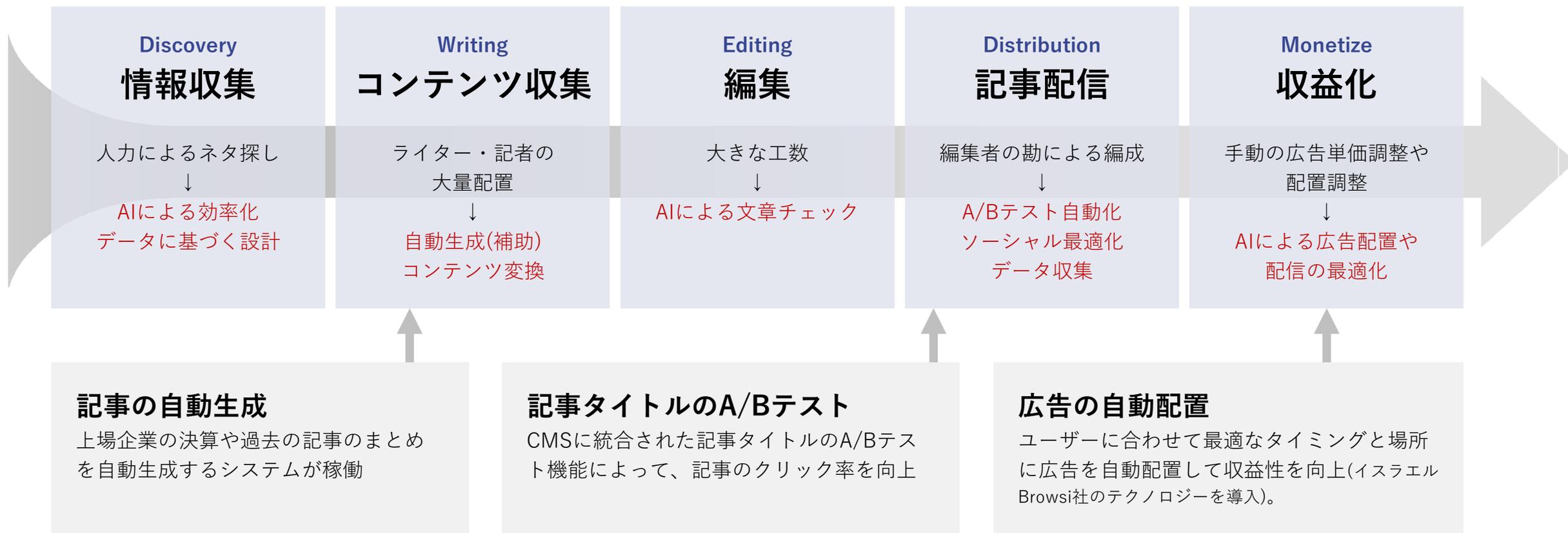
# メディアにおける勝利の方程式

誰もがメディアになる世界で成功するための3つの要素を構築し、社内外に展開。



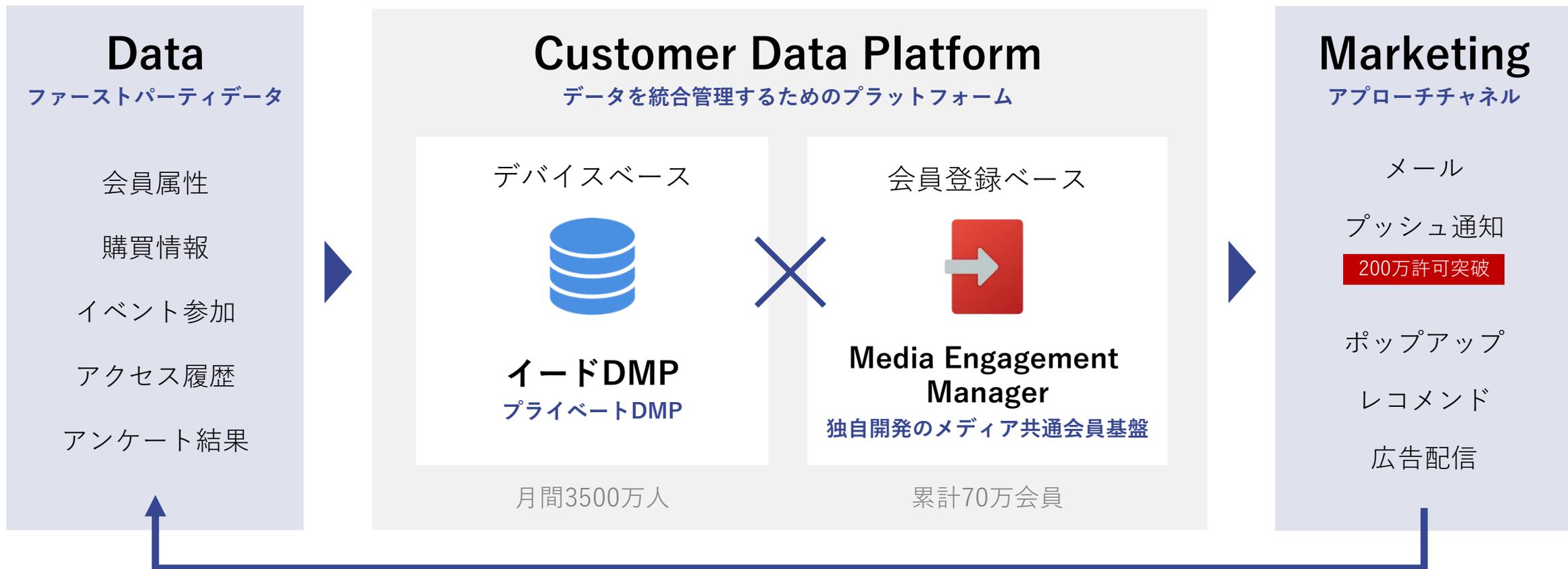
# メディアにおけるDXの実現(1)

プラットフォーム構築に投資する事によって、メディアのDXを実現。他社メディアとの差別化と、効率性を磨くことによって高い収益性を実現していく。



# メディアにおけるDXの実現(2)

広告配信等におけるサードパーティクッキー廃止は豊富な自社データを持つイードにとっては有利であり、ファーストパーティデータを中核に、広告配信のみならずデータを活用しながらユーザーとの関係を深めていくプラットフォームを構築していく。



# 360度ビジネスの進化

従来からのB2Bの広告中心から、B2Cを含めた360度ビジネスへの転換。



**B2C Business** 各業界の市場規模そのものがターゲット

**B2B Business** 各業界の広告・販促費がターゲット

2020

2025

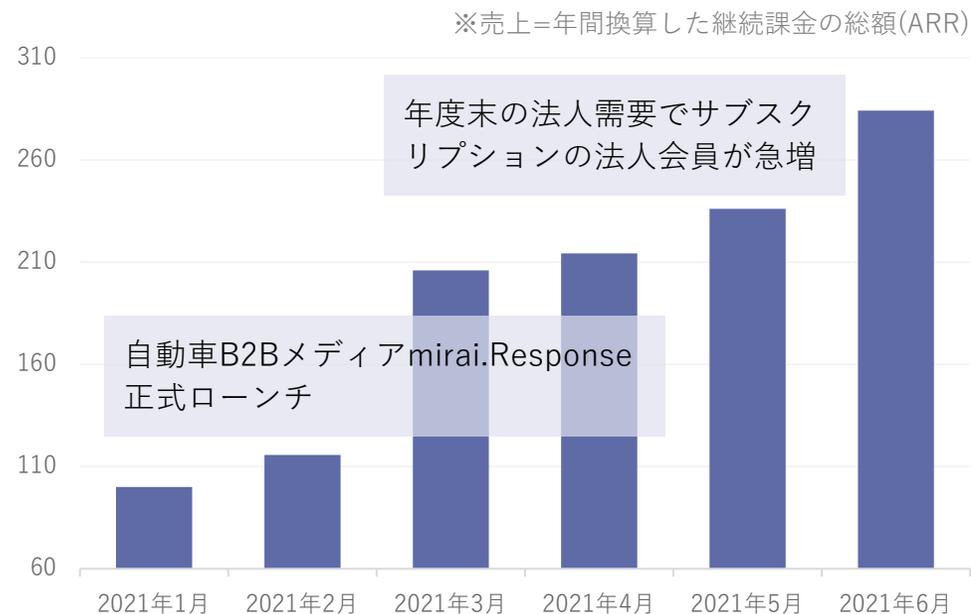
2030

# サブスクリプションモデルの導入

無料コンテンツ+広告モデルに加えてB2B中心に直接課金モデルも導入し順調に増加

## サブスクリプション課金の売上推移

2021年1月末=100



**mirai.Response**

自動車業界に向けたニュース、レポート、セミナーなどを提供するB2Bメディア。CASE/MaaSなど最先端の自動車動向をレポート。2021年2月正式オープン。

**ScanNetSecurity**

創刊21周年を迎える日本初のサイバーセキュリティ専門ニュースサイト。情報システム部門にとどまらず、いまや経営課題となったセキュリティ動向を伝える。

**Media Innovation**  
デジタルメディアのイノベーションを加速させる

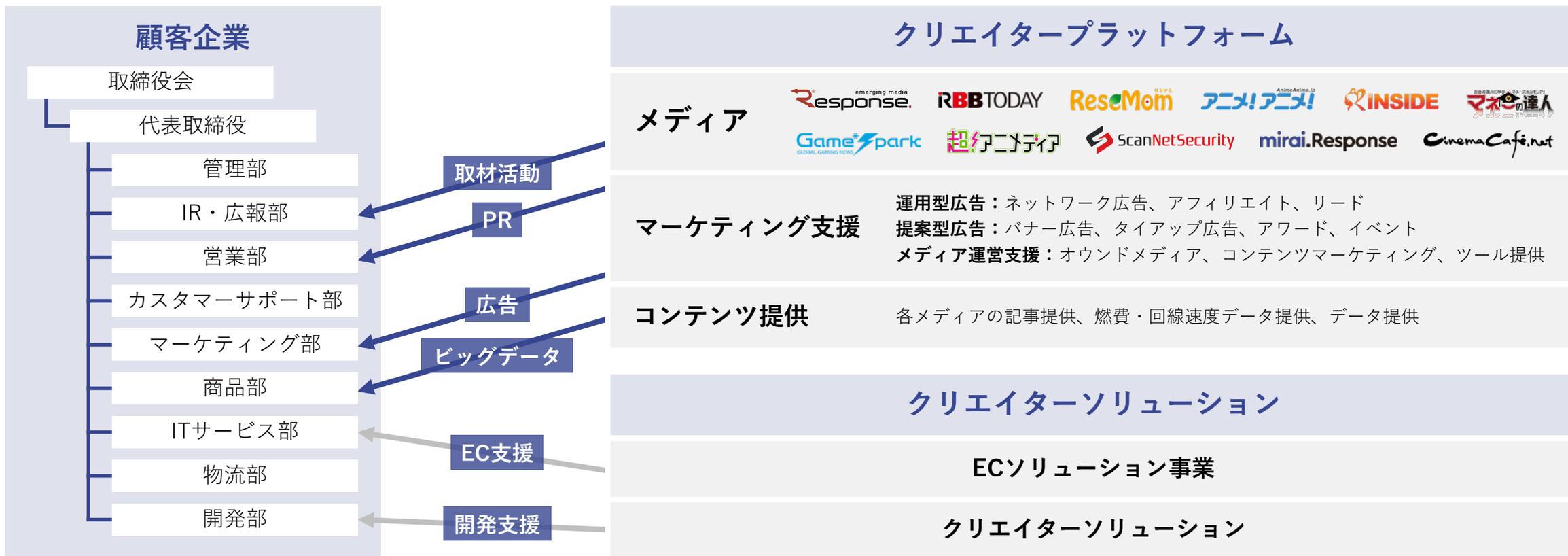
誰もが情報発信に携わる時代に、メディアのコンテンツ、ビジネス、テクノロジーはどう変貌していくのか、ニュースや特集、セミナーで伝えていくメディア。

## Media Engagement Manager

課金・決済基盤を有する新しい会員プラットフォームとして2021年から導入開始。ユーザーのエンゲージメントを高める各種機能を実装。

# 360度でクライアントのDXを支援

顧客企業に対し、Webメディアの取材活動から始まり「マーケティング支援」「EC支援」「開発支援」等、様々な部署に対してのソリューションを提供しています。



# 優秀な人材の確保

コンテンツ、テクノロジー、ビジネスにおいてそれぞれ優秀な人材を確保するために、誰もが活躍できる働きやすい環境の構築を目指しています。

## ハイブリッド勤務環境

仕事スタイルに応じてオフィスと在宅を自由に選択できる勤務環境を構築。社内会議は全てオンライン化、本社は完全フリーアドレスに。月額5000円のリモートワーク手当も支給。



※新型コロナウイルスの緊急事態宣言下では原則在宅勤務

## 完全リモート勤務制度

本社オフィスに出勤を前提としない勤務形態も制度化(22期中より)。より個人の事情に合わせて働き方を選択できるように。同時に、世界中から優秀な人材を採用することに繋げる。



## 新型コロナウイルス職域接種

従業員の安心・安全のため、新型コロナウイルスのワクチン職域接種を希望者に対して実施しました。



# 今後の注力方針

クリエイタープラットフォームセグメントを中核に

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拡大

## 自社プロデュース

自社で多彩なメディアを運営、21ジャンル70メディア

### Digital Publishing



RBBTODAY



mirai.Response



### Magazine Publishing



### E-Commerce



STYLE STORE



ノウハウ

システム

顧客

開発リソース

## メディアDX支援

自社メディア運営で培ったノウハウ、知見をプラットフォームとして外部で活躍するクリエイターに提供

### Media Growth Platform



Media Engagement Manager



### Commerce Platform

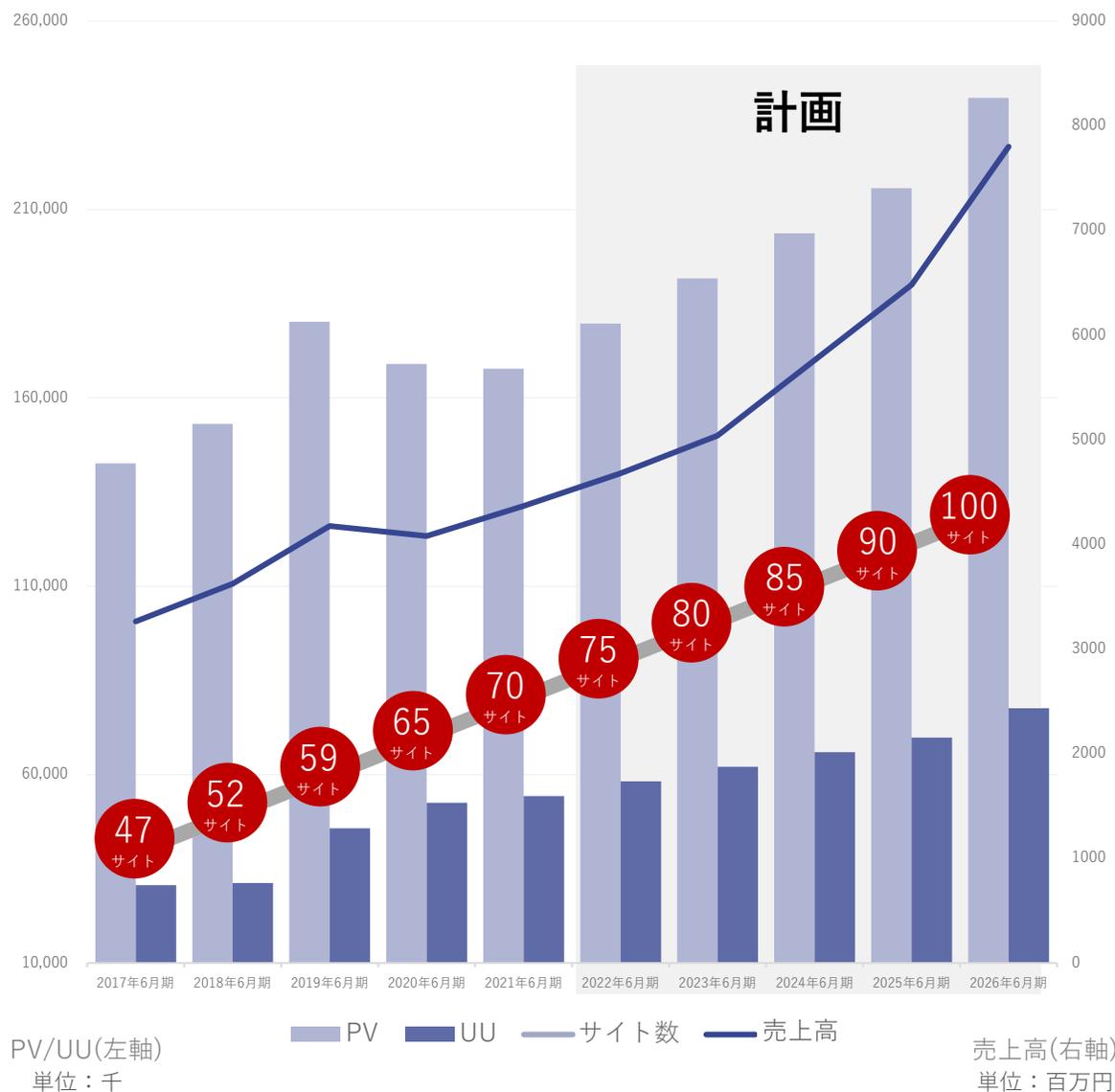
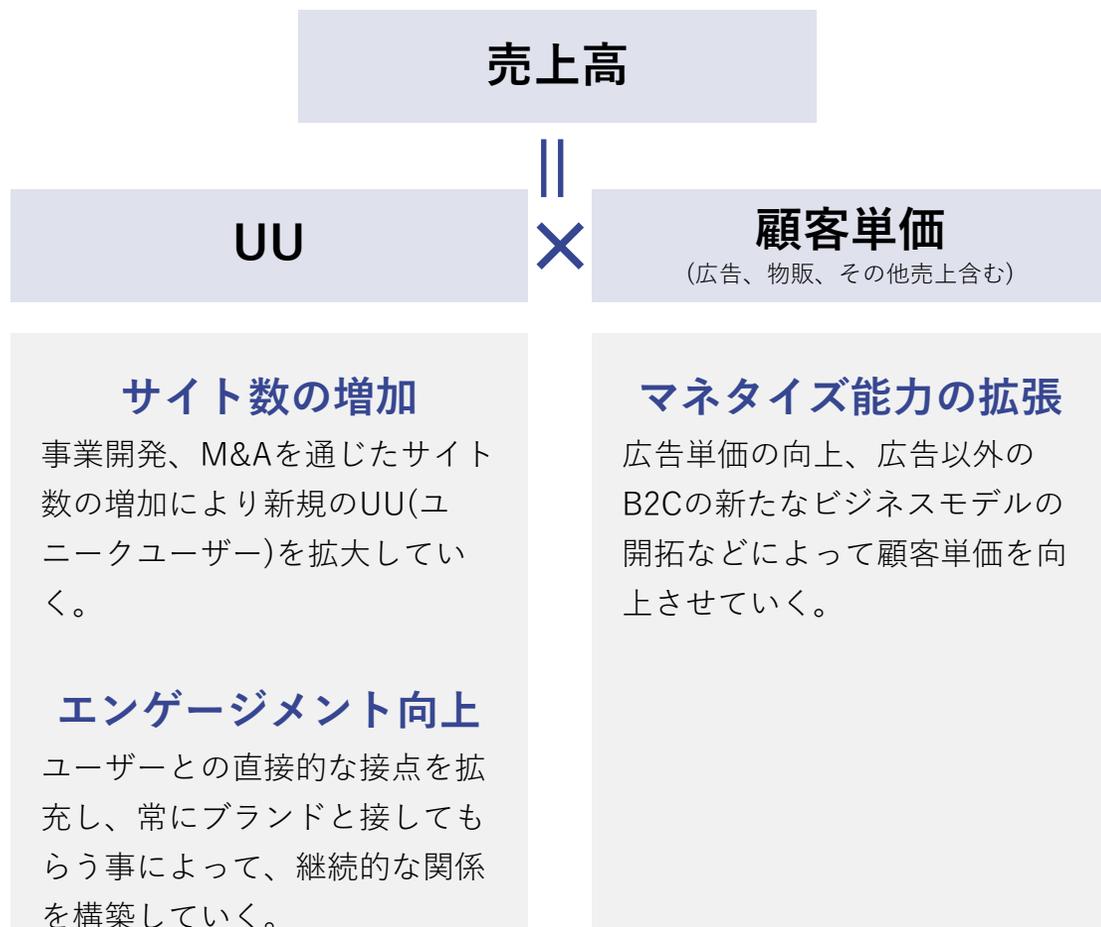


成長方針

メディア再編による  
拡充

プラットフォーム  
拡充

# メディア数の増加で 積み上げ式の成長を実現



# メディア業界の再編チャンス

事業開発やM&A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きます。

## 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/](https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/)

## M&A業界の活性化

2020年の国内のM&A件数は3730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。



※2020年のM&A回顧 (レコフ) <https://www.marr.jp/pr/MAkaiko/entry/26358>

# 積極的なM&Aで事業拡大

創業当初からM&Aを活用して事業を拡大

## 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ていくことで事業領域を広げシナジーを創出  
 ※マネーの達人、めしレポ、婚活ナビなど

## 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  
 ※coco、ワンルームオーナー.com、ネットショップ総研など

## プラットフォームの拡充

※SAVAWAYなど



決算期変更のため  
3カ月間営業

# 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と見られる市場に対して、積極的にジャンルを拡張していくことで成長を目指す。

|       |      |       |           |        |      |         |
|-------|------|-------|-----------|--------|------|---------|
| 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 |

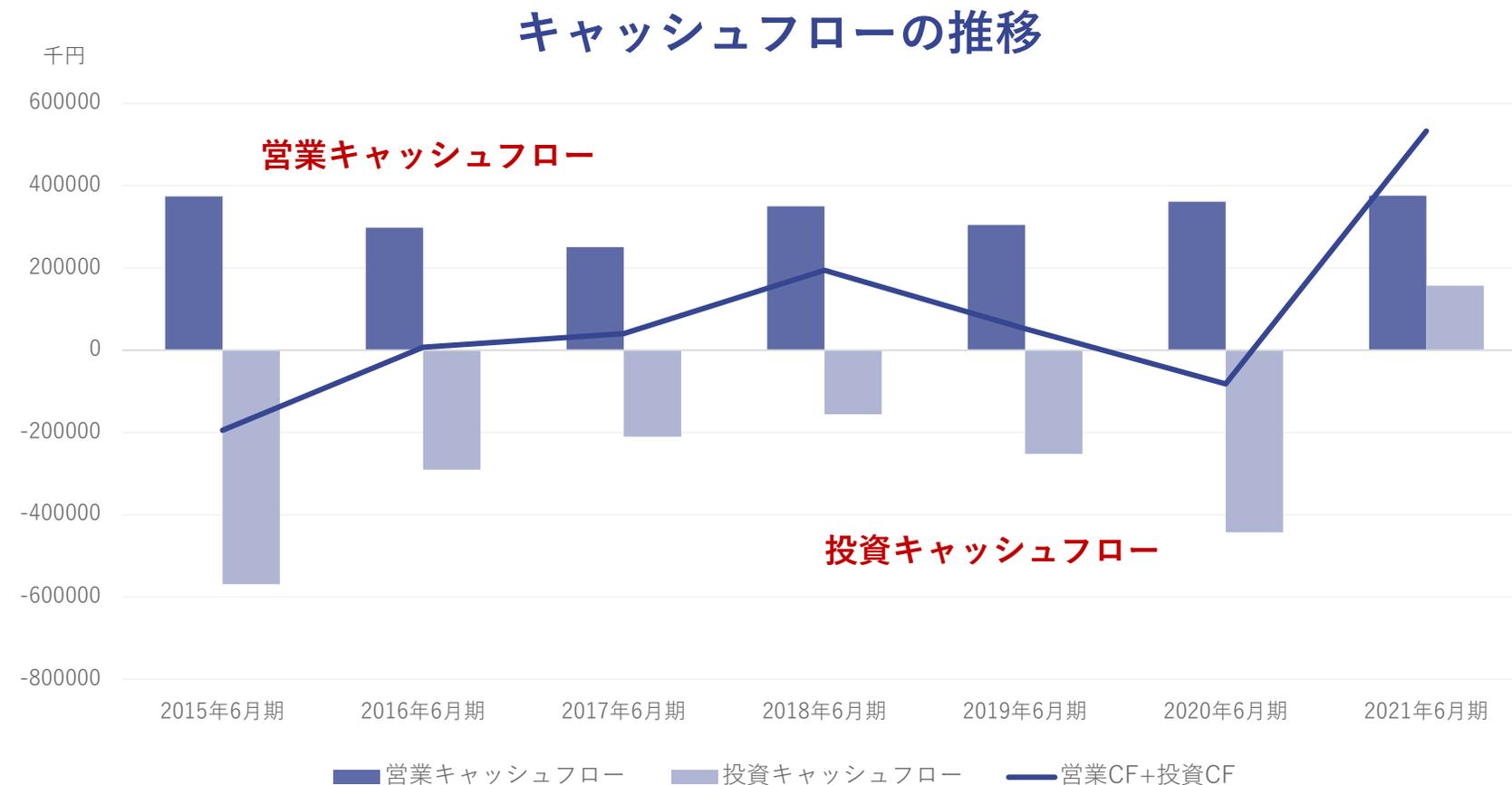


**成長市場に対して拡張していく** (想定されるジャンルであって決定しているものではありません)

|      |       |        |     |         |    |        |
|------|-------|--------|-----|---------|----|--------|
| 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 | お酒      | 経済 | ガーデニング |

# 規律ある投資実績、十分な投資余力

着実に稼いだ営業CFから投資資金を捻出。今後も十分な投資余力を備えている。



現金及び預金

**29.3** 億円

自己資本比率

**71.7** %

のれん残高

**0.67** 億円

※いずれも2021年6月期 貸借対照表より

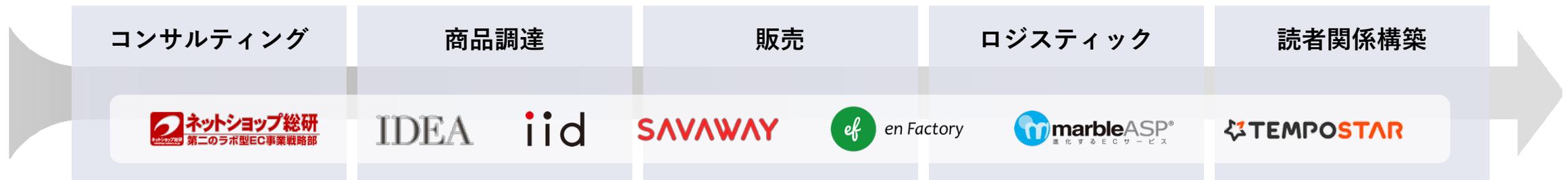
# メディアDX支援はプラットフォームを拡充 一気通貫で社外メディアをサポート

メディアに求められるプラットフォームを拡充する事で提供価値の増大を目指す。

## コンテンツ



## コマース

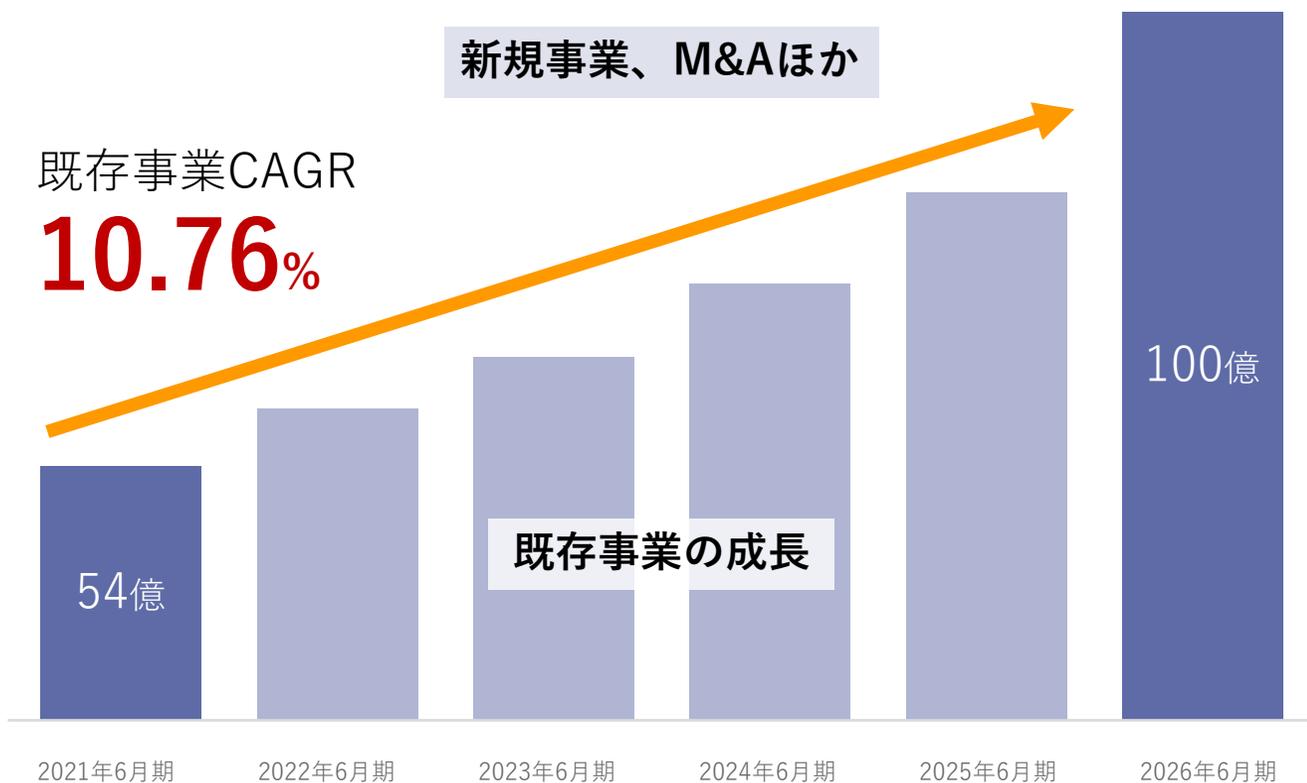




# 計畫



# クリエイタープラットフォーム(旧CMP)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。

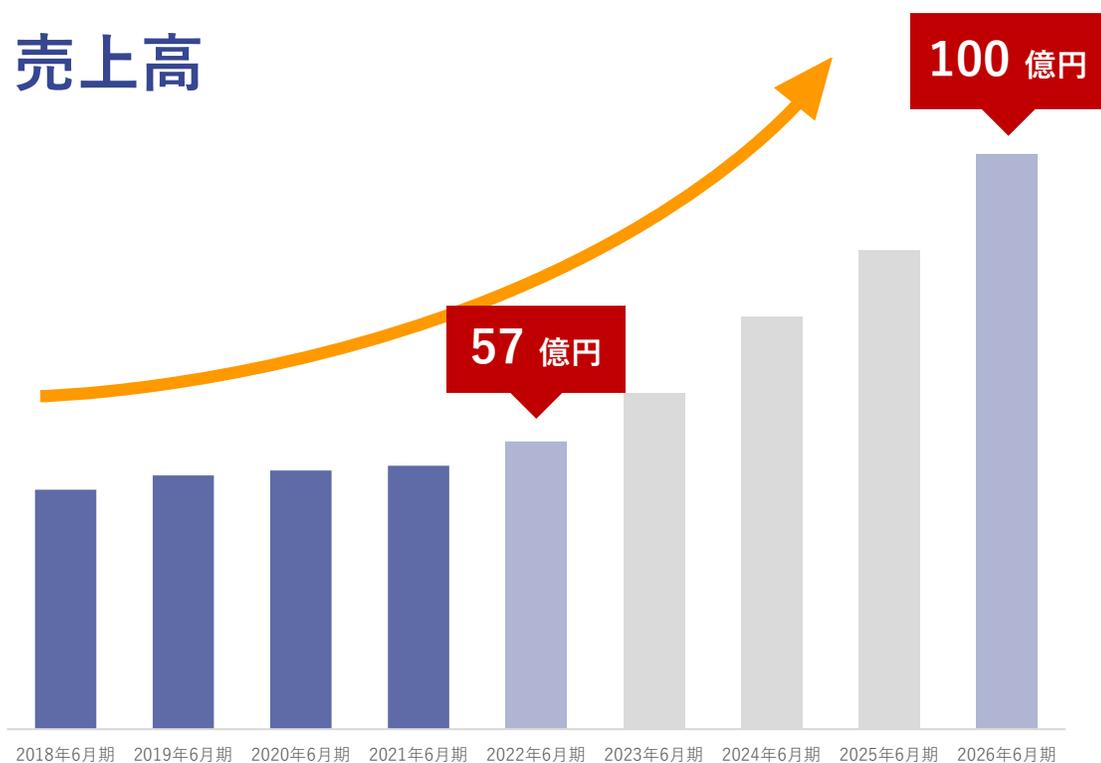
## 既存事業 90億

- 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。

# 中期目標(2026年6月期)

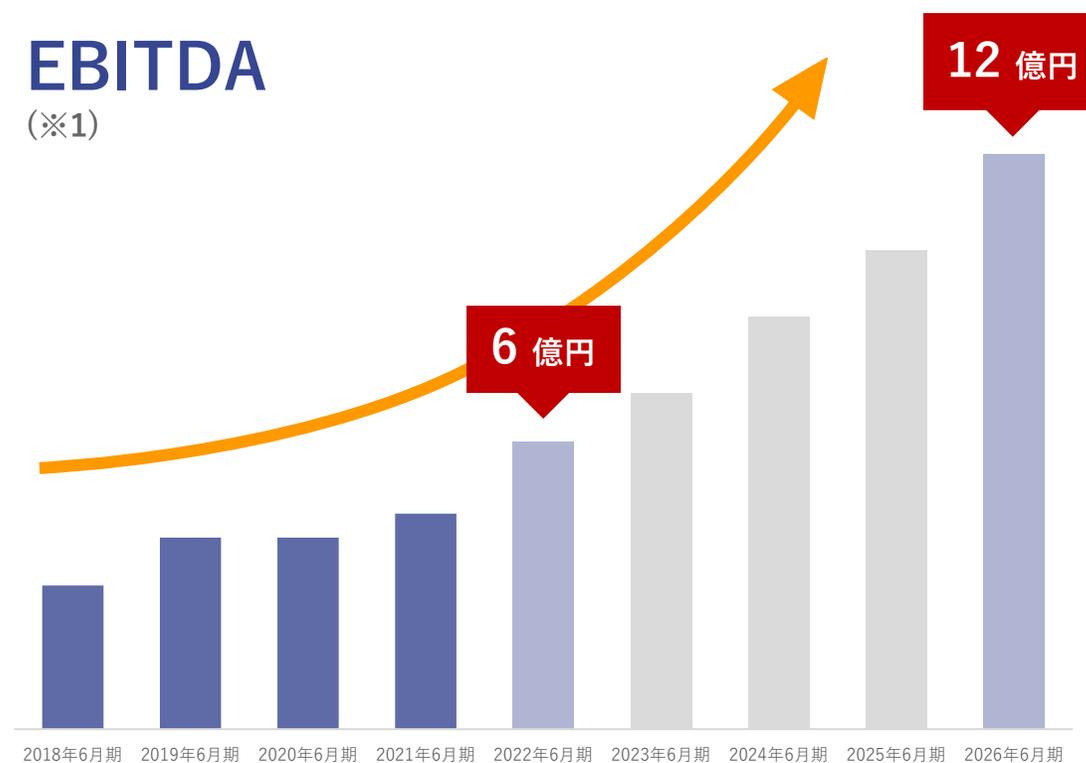
クリエイタープラットフォーム(旧CMP)事業を中心に積み上げ式の成長で、売上高100億円、EBITDA12億円を目指す。

## 売上高



## EBITDA

(※1)



※1・・・EBITDA=営業利益+のれん償却費+減価償却費



# リスク情報



# リスク情報

当社グループの業績に影響を及ぼす可能性のあるリスクの内、当社グループが認識している主要なリスクは以下のようなものがあります。

| 項目                   | 可能性 | 時期   | リスク   | 対応策   |
|----------------------|-----|------|---|---|
| 新型コロナウイルス感染症について     | 中   | ～1年後 | 新型コロナウイルス感染症の拡大により勤務体制に影響が出ることや、クライアント企業的意思決定にマイナスの影響があることで、事業計画の遂行に影響を及ぼす可能性があります。                                   | 在宅勤務体制の整備を行い、新型コロナウイルスの業績への影響を最小限とするべく事業活動の継続を図ると同時に、事業環境の変化を見据えた新たな取り組みを進めていきます。                               |
| 広告・マーケティング収入への依存について | 中   | 随時   | Webメディアでは顧客企業からの広告マーケティング収入に売上が依存しております。インターネット広告市場は年々拡大傾向にありますが、企業のマーケティング活動は景気動向の影響を受けやすいため、事業計画の遂行に影響を及ぼす可能性があります。 | Webメディアにおいては広告のみに依存しない360度の収益ポートフォリオを構築することで、景気動向からの影響を最小化していきます(p14参照)。  |
| インターネット業界への対応について    | 中   | 随時   | 当社グループが事業を展開するインターネット業界は、技術及びそのビジネスモデルの変化が早く、そうした変化に適宜かつ効果的に対応できない場合、事業計画の遂行に影響を及ぼす可能性があります。                          | 技術においては自社のプラットフォームを内製化していることから、エンジニアチームを強化する事で市場環境に適応していきます(p13参照)。ビジネスモデルについてはM&Aでの取り込みも含めて、積極的な事業開発で対応していきます。 |

| 項目             | 可能性 | 時期 | リスク   | 対応策  |
|----------------|-----|----|---|--|
| 検索エンジンへの対応について | 中   | 随時 | 当社グループが運営するWebメディア、コンテンツはGoogle等の検索エンジンから多くのユーザーを集めています。検索エンジン側がロジックを変更し検索結果の表示順が変更された場合、当社グループのWebメディア、コンテンツへの集客に影響が発生し、事業計画の遂行に影響を及ぼす可能性があります。                      | 今後も検索エンジンからの集客を維持・拡大するために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ます。                              |
| M&Aにおけるリスクについて | 中   | 随時 | 当社グループは、設立当初からWebメディア、コンテンツをM&Aにより取得することで事業を拡大してまいりました。M&Aにおいて取得した事業において、市場環境や競争環境の著しい変化や買収した事業が計画通りに展開することができず、投下した資金の回収ができない場合や追加的費用が発生した場合、事業計画の遂行に影響を及ぼす可能性があります。 | M&A実施に当たっては、市場動向や相手先企業の業績、財務状況、市場競争力、当社グループ事業とのシナジー等を十分に考慮し進めており、引き続き情報収集能力を強化し、買収後のPMIの知見をより蓄積することで、M&Aにおけるリスクの最小化を目指します。 |

※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, the second 'i' has a black dot, and the 'd' is black.