

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 【2026年9月版】

iid

2026年9月29日



- 01 会社概要・事業概要 P.01
- 02 市場環境とビジネスモデル P.11
- 03 経営資源と競争優位性 P.16
- 04 成長戦略 P.21
- 05 事業計画 P.33
- 06 リスク情報 P.38

— イードグループについて

グループ各社で メディア関連事業 を展開

絵本を通じて
「幸せな時間」を応援する

絵本ナビ
絵本ナビスタイル

CREAM
タスクル

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

SODA

SODA株式会社
出資比率: 35.1%
CMSソフトウェアの提供

進学相談.com

Link

株式会社リンク
出資比率: 100%
教育関連イベント開催

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%
ECコンサル、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

日本のEC事業の進化に
本気で向き合う

TEMPOSTAR

EDIT

株式会社エディット
出資比率: 75.8%
金融機関向け出版

J-MONEY
Online

フィナンシャル・マーケティングWEB

webCG
Car Graphic

株式会社webCG
出資比率: 100%
自動車専門サイト『webCG』運営

webCG
Car Graphic

Sun Smile

株式会社Sun Smile
出資比率: 100%
忌避剤EC販売

iid
専門ニュースメディアを中心に展開

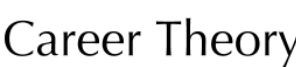
Response emerging media RBB TODAY アニメ!アニメ!
ReseMom CinemaCafe.net INSIDE
マネの達人 ScanNetSecurity
PメテP

※ 2026年9月1日 現在
※ 2026年9月1日付で株式会社エンファクトリーを売却しております

— イードグループの主要事業 ※21ジャンル、80のメディア

専門特化した多数のメディアを幅広いジャンルで運営

■ 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

売上高

(26年6月期)

59.5 億円

調整後EBITDA

(26年6月期)

4.6 億円

※調整後EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+M&A関連費用

当期純利益

(26年6月期)

3.1 億円

※親会社株主に帰属する当期純利益

純資産

(26年6月期末)

50.1 億円

現金及び現金同等物

(26年6月期末)

31.0 億円

ネットキャッシュ

(26年6月期末)

27.2 億円

自己資本比率

(26年6月期末)

77.4 %

従業員数

(26年6月期末)

287 名

※従業員数は臨時従業員を含み、派遣社員は除く

運営メディア数

(26年9月時点)

21 ジャンル
80 メディア

・ 会社概要

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 社外取締役 吉崎 浩一郎 常勤監査役 阿久津 正治 社外監査役 藤山 剛 社外監査役 佐藤 勇一
子会社	株式会社ネットショップ総研(同:90.0%) SAVAWAY株式会社(同:100%) 株式会社リンク(同:100%) エフ・アイ・ティー・パシフィック株式会社(同:100%) 株式会社エディト(同:75.8%) 株式会社webCG(同:100%) 株式会社Sun Smile(同:100%)

※ 2026年9月29日開催の定時株主総会にて以下を決議いたしました。

- ・取締役4名および監査役3名の選任
- ・2026年11月1日付で、子会社：・株式会社Sun Smileの吸収合併

※ 本ページは、別途記載があるものを除き、当該定時株主総会・承認決議後の9月29日時点の状況を記載しております。

関連会社	株式会社絵本ナビ(同:26.4%) SODA株式会社(同:35.1%)
従業員数	連結:287名 (アルバイト含む) 2026年6月30日現在





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)にジョイン。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。

AIの急速な進化と普及により、私たちを取り巻くメディア環境は大きな転換期を迎えています。人類史上かつてない規模でコンテンツの供給量が増加する一方、ユーザーが情報に接する時間は限られており、従来の事業モデルは大きな変革を求められています。

株式会社イードは、2025年4月に創立25周年を迎え、次の成長ステージへと歩みを進めています。今後は「AIメディアカンパニー」への進化を掲げ、21ジャンル、80を超える専門メディアが持つコンテンツ、100万人超の会員基盤、データ、そして各産業との接点を活用し、AIによる事業の高度化や生産性向上、新たな収益機会の創出に取り組んでまいります。また、専門メディアを起点として周辺領域へ事業を広げるとともに、M&Aも活用しながら事業ポートフォリオを進化させ、専門メディアを通じて産業に入り、そこから新しい事業を生み出し続ける会社を目指してまいります。

当社は多岐にわたる事業を展開していますが、イードは、異なる専門性を持つ事業と人が集い、交わることで新たな価値が生まれる「梁山泊(優れた人材が集い、力を発揮する場)」のような存在でありたいと考えています。それぞれの専門性を生かしながら互いに刺激し合い、独自の価値を創造する、唯一無二の存在を目指してまいります。

一方で、会社の時間軸を50年、100年と考えれば、将来のビジネス環境や会社の姿を正確に予測することはできません。AIをはじめとするテクノロジーが進化し、事業の形が大きく変わったとしても、変わらないものがあります。

それが、私たちが掲げる「We are the User Experience Company.」という企業理念です。常にユーザーを起点に考え、すべての人に最高の「ユーザー体験」を提供する。この理念を変えぬ軸として、時代の変化を成長機会へと変え、新しい事業と独自の価値を生み出し続ける、唯一無二の企業を目指してまいります。

— イードが大切にしていること

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

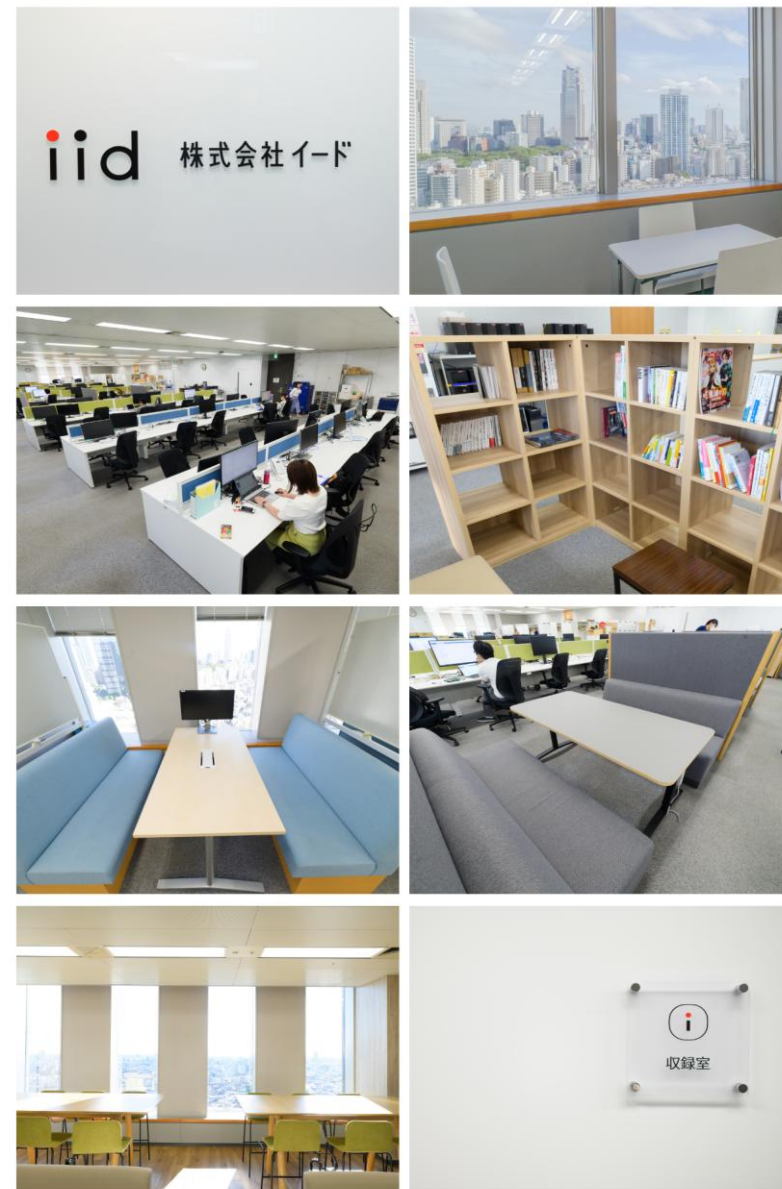
人生の目標と仕事の目標が一致したとき、最高のパフォーマンスが発揮できる。遊びのように没頭できる仕事を見つけられているか。取り組むべき遊びを見つけることは一人ひとりに課せられた責務であり、見つけられる会社でありたい。

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



— 事業セグメントと主要RD

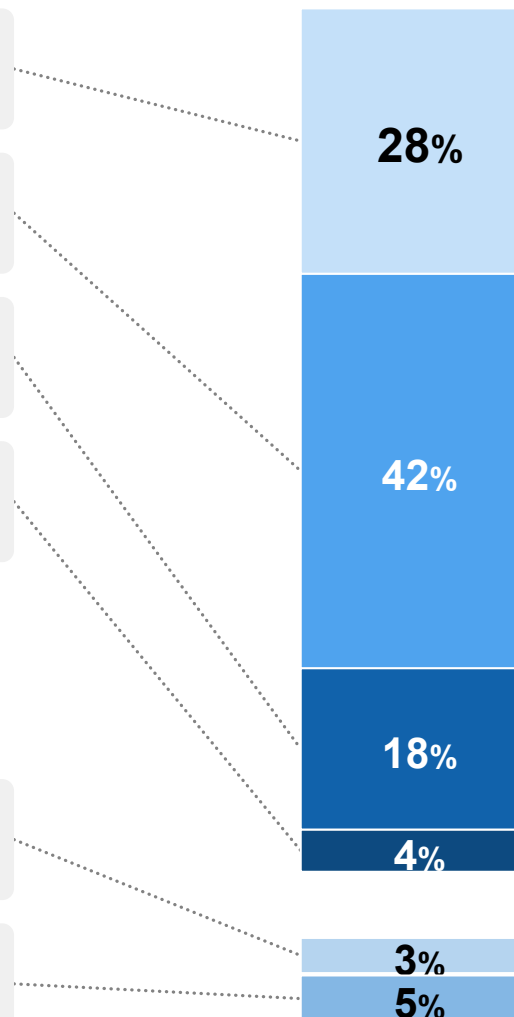
■ クリエイタープラットフォーム事業（CP事業）

ネット広告	メディア上に掲載する広告による収益
データ・コンテンツ提供	メディア上のコンテンツやデータへの課金・販売 その他、各種商品・サービスの販売・提供（B2B含む）
メディア・システム	メディア向け・EC向けシステム及びデータセンター等管理用システムの 提供・運営支援など
出版ビジネス	雑誌出版等の紙媒体を主体としたビジネス

■ クリエイターソリューション事業（CS事業）

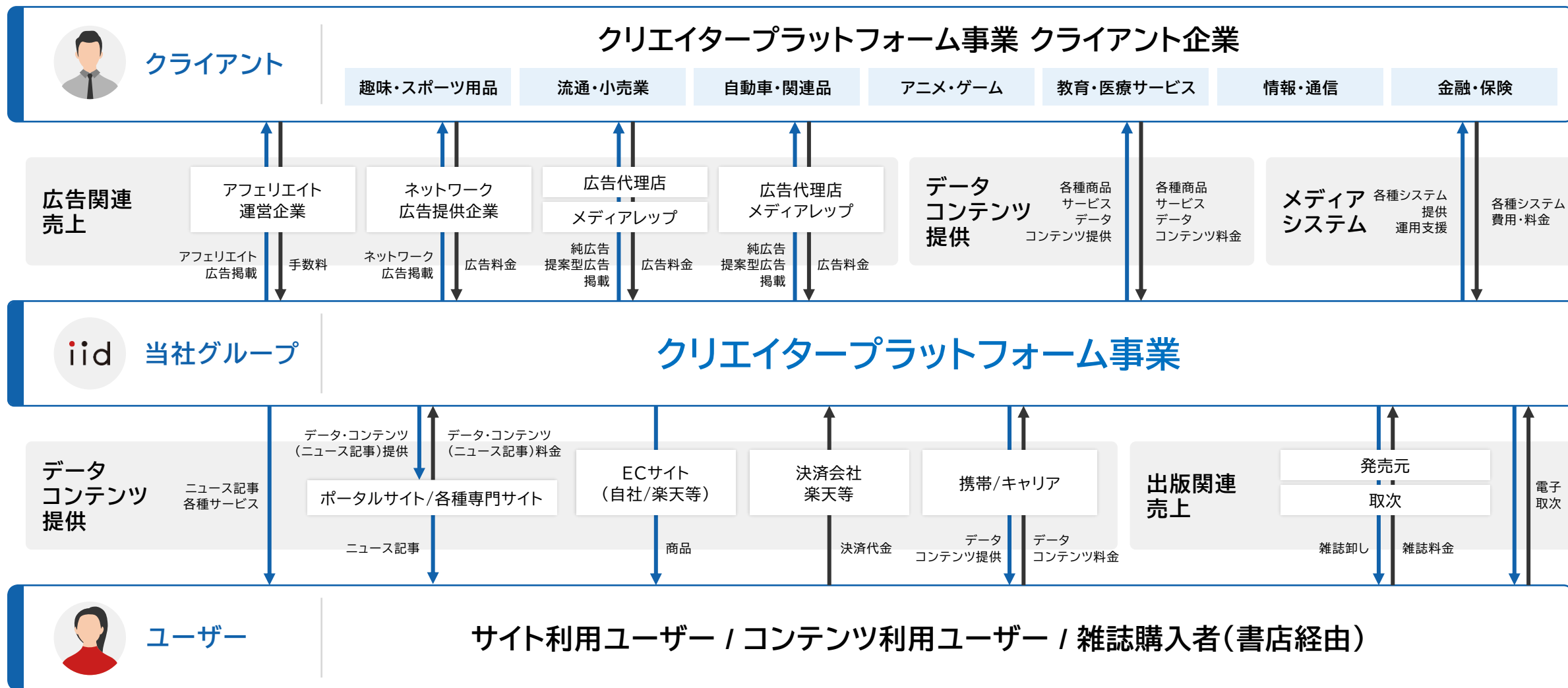
ECソリューション	EC領域のクライアントワーク
リサーチソリューション	リサーチ領域のクライアントワーク

2026年6月期の売上高に占める割合



CP事業 ビジネスプロセス

■ クリエイタープラットフォーム事業(CP事業)



CS事業 ビジネスプロセス

■ クリエイターソリューション事業(CS事業)



01 会社概要・事業概要 P.01

— 02 市場環境とビジネスモデル P.11

03 経営資源と競争優位性 P.16

04 成長戦略 P.21

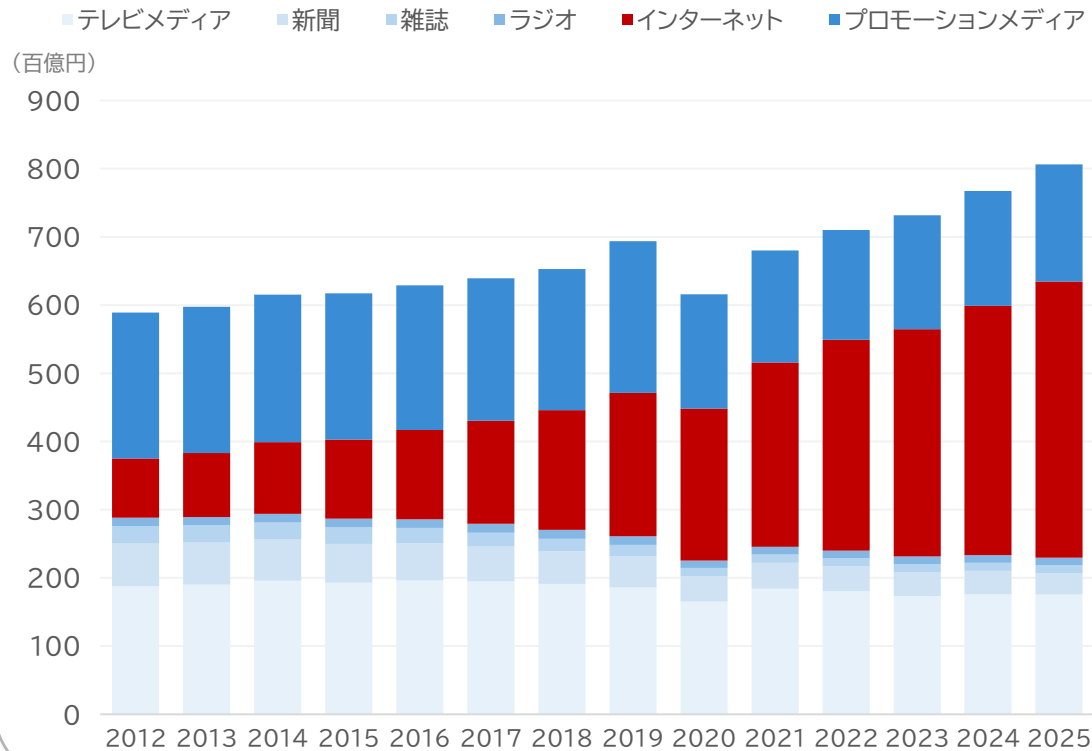
05 事業計画 P.33

06 リスク情報 P.38

メディアビジネスの市場環境

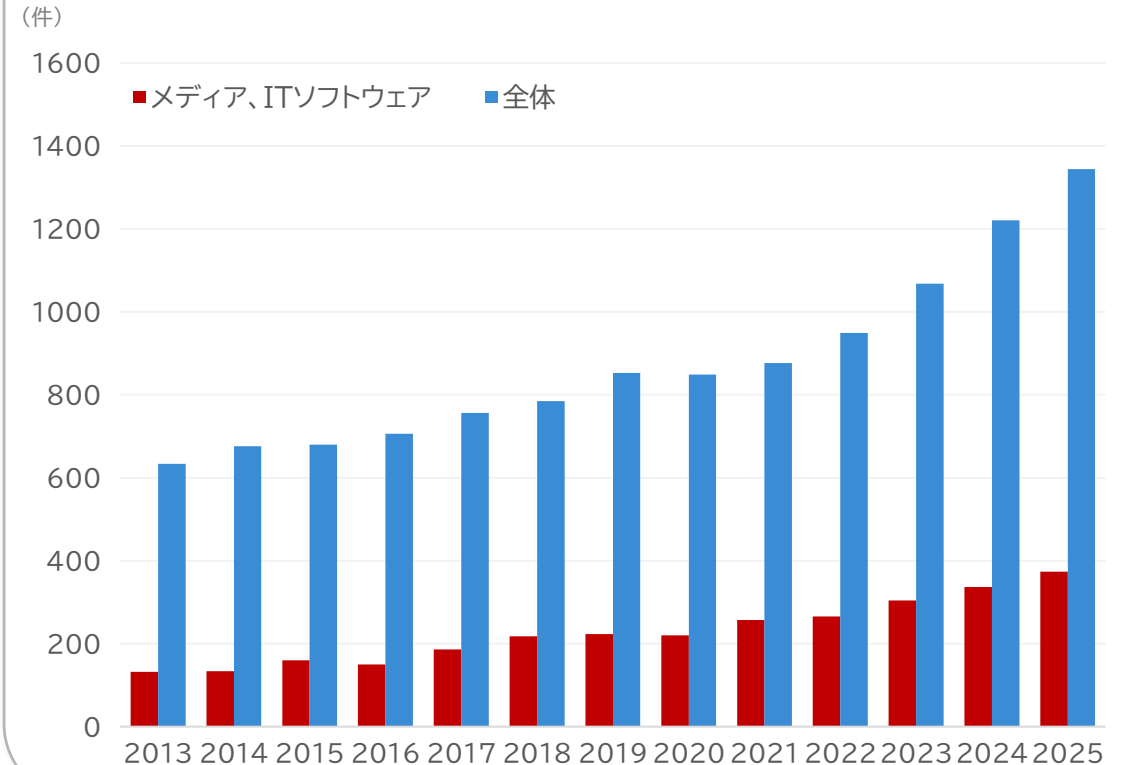
Webメディアの主な収益源である「インターネット広告」「EC」「電子書籍」などの市場規模は長期的にも拡大傾向
一方、国内におけるM&A市場も継続的に拡大しており、WebメディアのM&Aも活発

日本の媒体別広告費の推移



出所:電通「日本の広告費(各年)」

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

専門メディアを獲得し高い収益性を実現するモデル

専門特化した多数のメディアを幅広いジャンルで運営

2つのビジネスモデル

メディア領域の継続的・戦略的な拡大

- ・専門メディアを、M&Aによりロールアップしていく
- ・取り込んだメディアにノウハウを注ぎ込み、早期の収益化を図る
- ・ノウハウとは、メディア人材の育成、編集と一体化した独自の営業手法、共通プラットフォームの進化、ローコストオペレーションなど

多彩な収益モデルの開発・展開

- ・各メディアが、トラフィックベースのネット広告のみに依存することなく、新たなマネタイズ手法を開発し、その収益モデルを他のメディアに横展開

直近の事例

EDIT

金融メディア「J-MONEY」などを発行するエディットを子会社化



GTMF 2025
Game Tools & Middleware Forum

ゲーム開発者向けイベント「Game Tools & Middleware Forum」の運営を譲受



ロボットメディアの「ロボスタ」の事業を取得

直近の事例



メディアと連携したコンテンツをコンビニで印刷できる課金サービス



社内で活用が広がっているAI開発プラットフォームを外販開始

— 業界を代表するメディア群を保有

専門性の高いメディアで、各ジャンルの熱心な読者
業界のキーパーソンに、強力なリーチを持つ

ジャンル数

21ジャンル

メディア数

80メディア

月間ユニークユーザー

2,500万人

会員数

150万人

自動車



市場規模
72兆円

教育



市場規模
2.8兆円

ゲーム



市場規模
2.4兆円

アニメ



市場規模
3.8兆円

映画



市場規模
2744億円

IT



市場規模
57兆円

セキュリティ



市場規模
1兆円

マネー

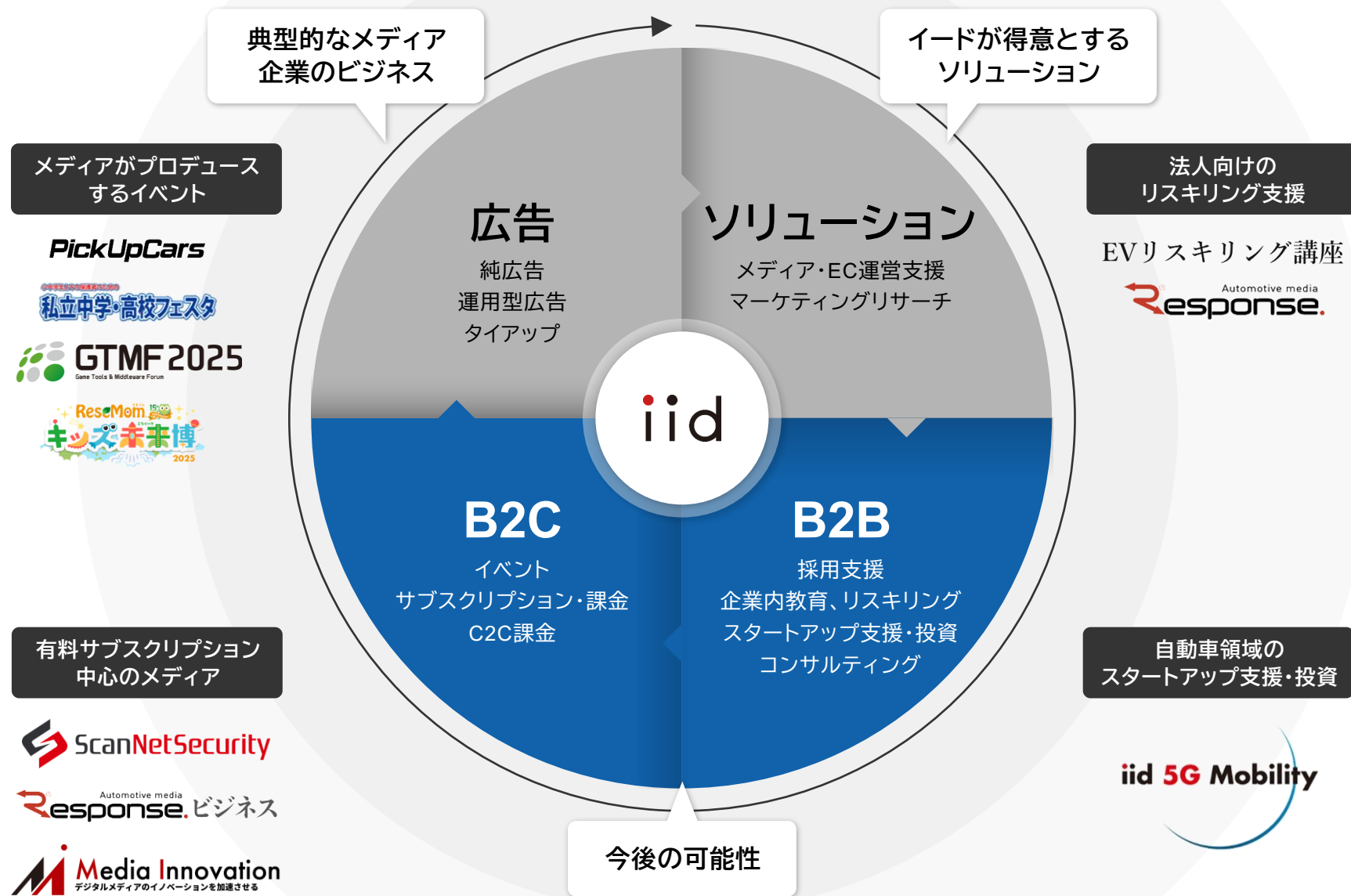


市場規模
64兆円

※各業界市場規模データの出所はp41に記載しました

—— 多様な収益モデルの開発：各業界の発展を支援する360度ビジネス

純粋なメディア
ビジネスに加えて
360度で各業界
を支援していく



01 会社概要・事業概要 P.01

02 市場環境とビジネスモデル P.11

—・03 経営資源と競争優位性 P.16

04 成長戦略 P.21

05 事業計画 P.33

06 リスク情報 P.38

専門メディアを獲得し高い収益性を実現するモデル

専門特化した多数のメディアを幅広いジャンルで運営



2つのビジネスモデル

メディア領域の継続的・戦略的な拡大

多彩な収益モデルの開発・展開



強固な競争優位性

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



イードにはメディア育成・収益化の仕組みがある

持続的にメディアを進化させる人材育成基盤

個人のセンスのみに依存せず、編集力・事業化ノウハウを体系的に蓄積

全社的な競争力を高めるシステム基盤

独自開発の共通プラットフォームを提供し、メディアの共通課題を解決

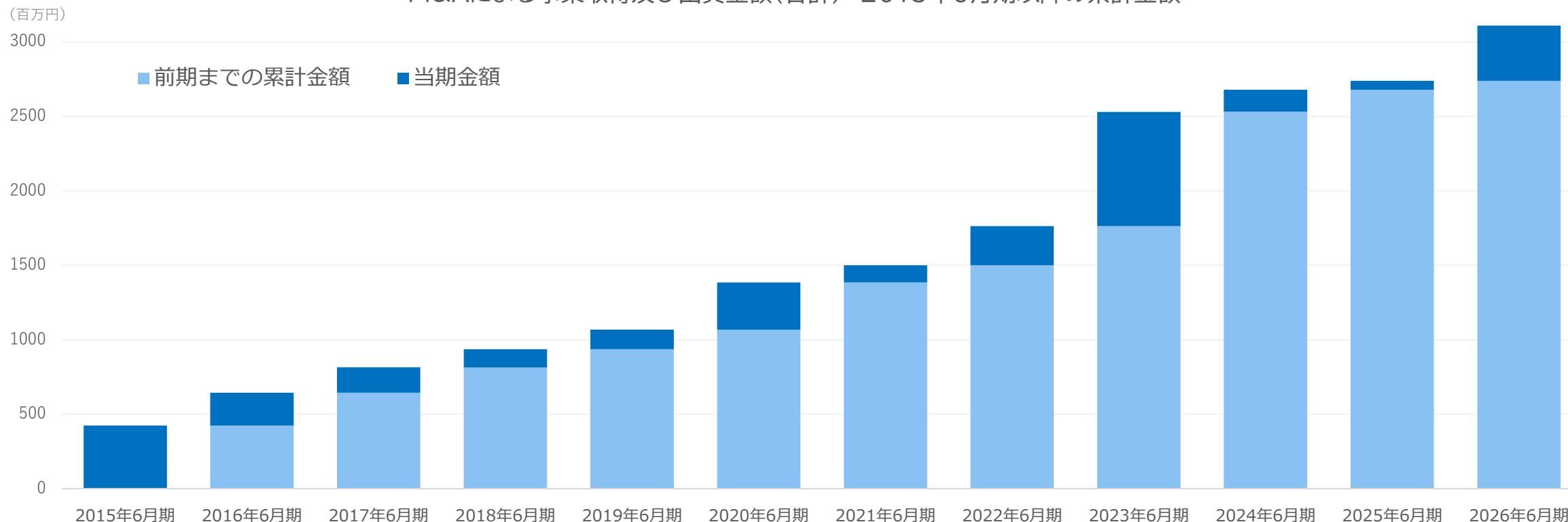
多角的に収益を拡大する収益モデル

ネット広告のみに依存せず、多様なマネタイズ手法「360度ビジネス」を展開

メディア領域を中心にロールアップ戦略を長年実行 安定的なM&Aを軸に成長を実現してきた

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

M&Aによる事業取得及び出資金額(合計) 2015年6月期以降の累計金額

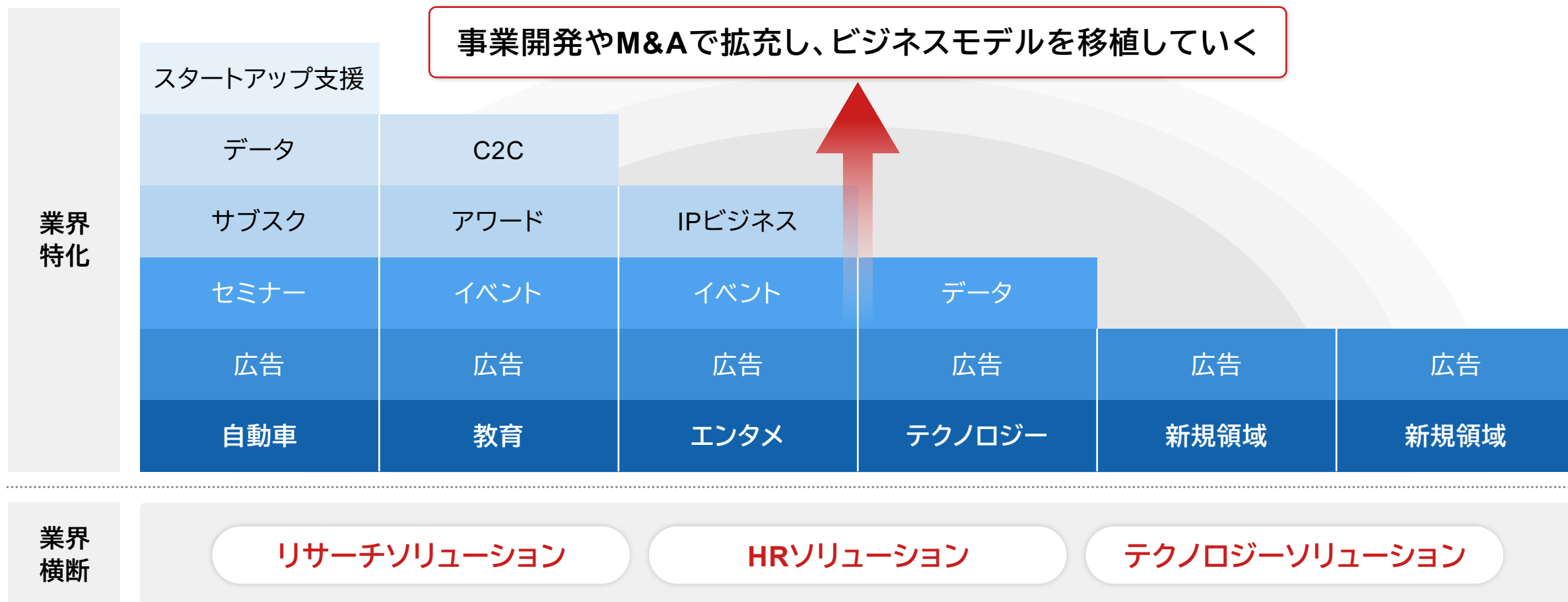


東証マザーズ上場

※マイナー出資は除く／M&A関連諸費用は除く

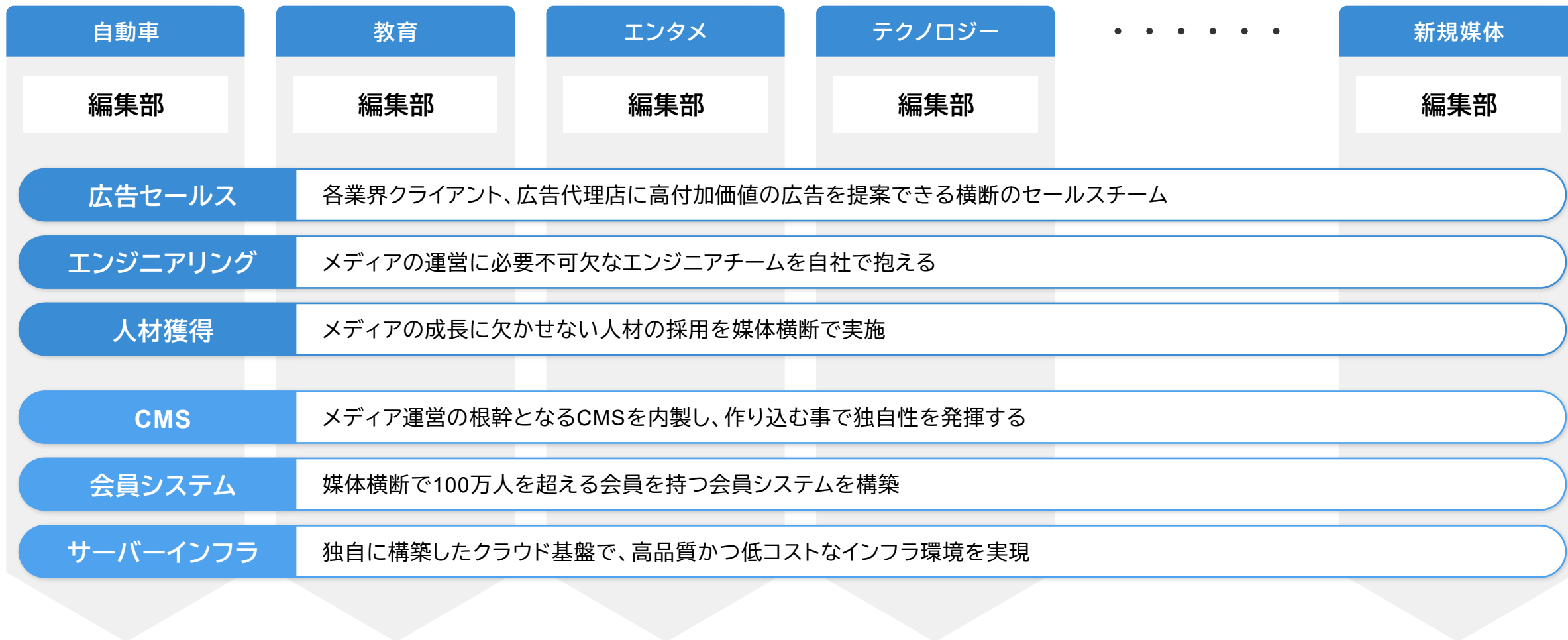
— イードの強み：M&Aで領域を拡充し、ビジネスモデルを横展開

一つの領域で成功したビジネスモデルを横展開して収益性を向上させていく
M&Aや協業で領域自体の拡充を図っていく



— イードの強み：メディア運営のためのプラットフォームを構築

共通化を進める事でコストを低減、新規媒体の垂直立ち上げを可能に



01 会社概要・事業概要 P.01

02 市場環境とビジネスモデル P.11

03 経営資源と競争優位性 P.16

—• 04 成長戦略 P.21

05 事業計画 P.33

06 リスク情報 P.38

専門メディアの資産を、AIで利益成長へ

運営の効率化、会員価値の向上、新たな収益源の開拓をAIプラットフォームで推進していく

イードが持つ共通資産



独自コンテンツ・制作能力



会員基盤・行動データ



業界の顧客・取材ネットワーク

1.生産性を高める

取り組み

コンテンツ制作、プラットフォーム開発・制作、データ分析にAIを活用

目指す効果

工数・費用の最適化

コンテンツ制作の各工程におけるAI活用を推進。特にプラットフォーム開発におけるClaude Code等のAIコーディングエージェントの活用は、コミット全体のうち86%まで増加。
→25pに詳細

2.会員価値を高める

取り組み

iid Smart id × AI
登録・推薦・関係強化

目指す効果

サブスク・イベント収益の拡大

2025年7月に譲受したロボット専門メディア「ロボスタ」では1年間で2万人の会員を獲得。ロボットビジネスへの関心層を開拓し、サブスク成長や初開催のカンファレンスの成功に繋がられた。
→26pに詳細

3.新たな収益を生む

取り組み

AIサービス・コンテンツ外販

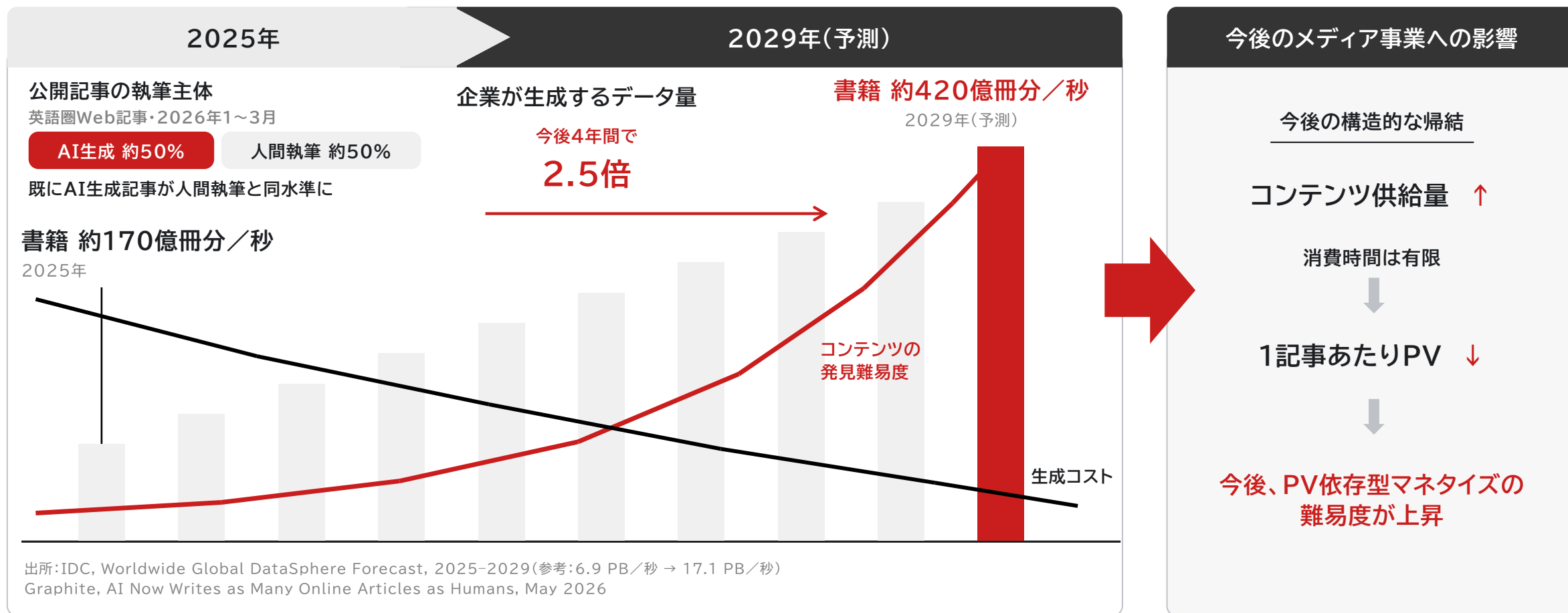
目指す効果

法人向け収益源の拡張

社内で活用してきたAI運用基盤「ccbox」を法人向けサービスとして外販開始。AIエージェントなどに向けてコンテンツ提供も積極的に手掛けていく。
→27-28pに詳細

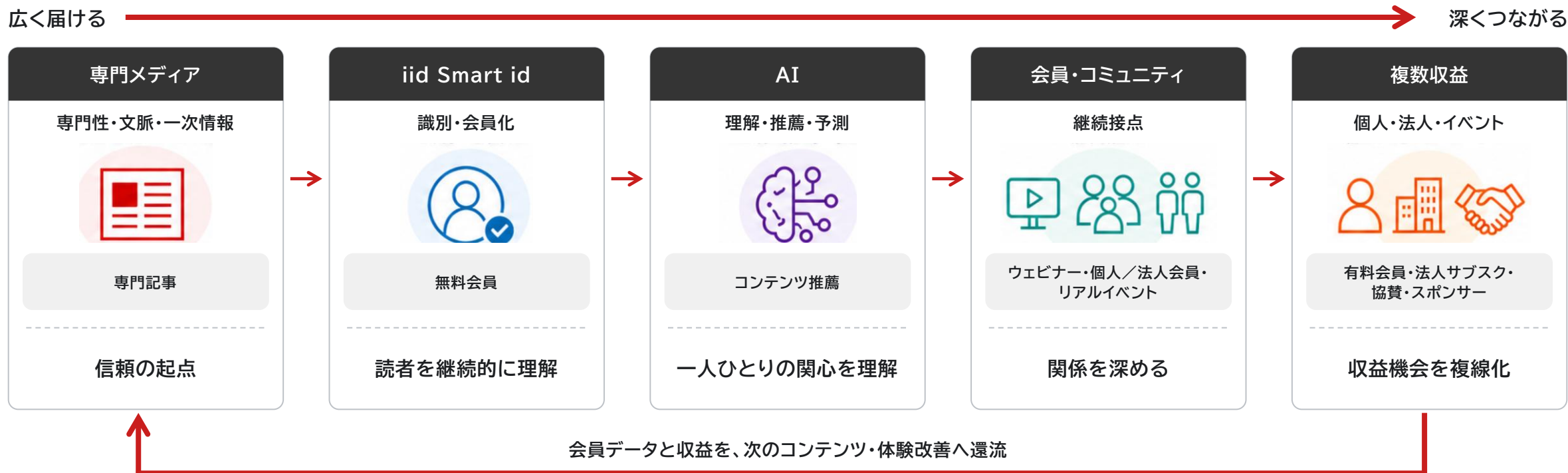
AI時代のメディア環境の変化

生成AI・AIエージェントによりコンテンツ供給が急増する一方、ユーザーの消費時間は有限のまま



メディアは接点の拡大から、関係の深化へ

専門メディアを起点に、iid Smart idとAIで読者理解を深め、会員・コミュニティを通じて複数収益へ

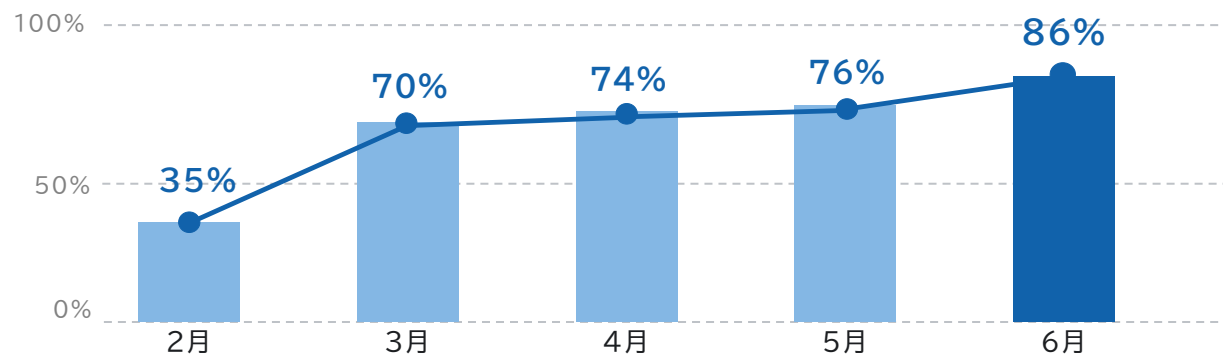
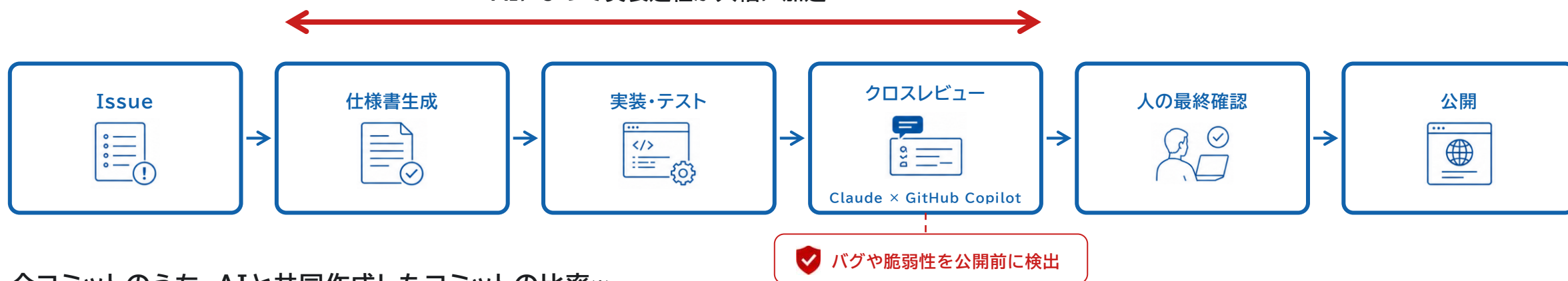


PV最大化から、顧客生涯価値の最大化へ

開発にAIを活用することで事業展開スピードが加速

開発にはClaude Code等のAIエージェントを導入することで速度と品質を同時に向上

AIによって実装過程が大幅に加速



35% → 86%
5か月で **約2.5倍**

※コミット: プログラムの追加・修正を、作業履歴として記録する単位。ここでは、月間の全コミットのうちClaudeと共同で作成したものの割合を示しています。

イードの強みはユーザーを会員へ転換する力

iid Smart idとAIで登録・再訪を最適化、その実例としてロボスタで会員基盤を拡大

訪問から会員への転換エンジン



AIによる最適化
登録タイミング

コンテンツ推薦

需要・離脱予測

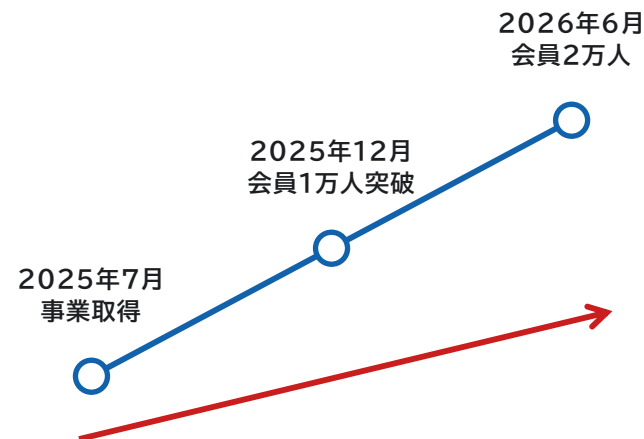
ペルソナ・データ補完

会員転換率 ↑

再訪・継続率 ↑

実例：ロボスタ（ロボット・AI業界専門メディア）

2025年7月の取得を期に会員制メディアに転換
ウェビナーを中核に、法人サブスク・イベントへ展開
会員リストを活用したメディア展開へ



ロボスタ



専門記事



オンライン会員獲得



ウェビナー



リアルイベント

小規模なロボット専門誌ながら1年間で2万人の
業界会員を獲得、初のカンファレンスも成功

PV規模ではなく、訪問を会員へ転換する力がメディア価値をつくる

AIを「効率化」で終わらせず、メディア基盤と新規事業へ

人の価値を、取材・編集判断・顧客関係へシフト

1 | 全社の開発・業務実装


ccbox
Claude Code 全社活用


AI社員
分析・ナレッジ検索・レポート作成



2 | メディア事業の転換

IID Airticle Lab



メディア運営システム × iid Smart id

3 | 外販・新規収益へも拡大



130万件超の著作権クリア記事



RAG / API / コンテンツライセンス



メディア運営AI・業務特化AIエージェント

社内活用

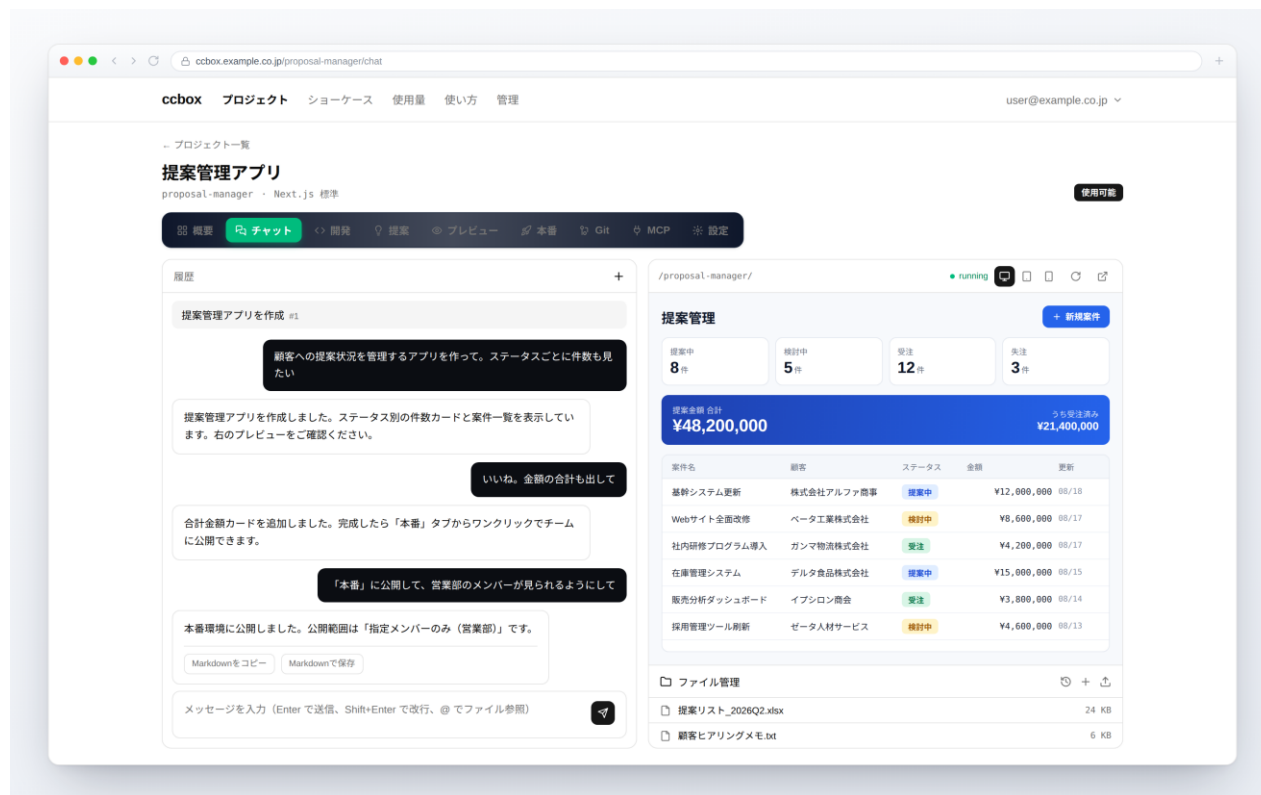
プラットフォーム化

外販・新規収益

メディアはAIによりモデル転換、AI自体の収益化も目指す

— AI基盤の拡張

「ccbox」社内AI活用を法人向けサービスへ チャットで業務アプリをつくり、社内に広げ、会社として利用を管理するツールを外販へ



発表資料掲載の画面イメージ（表示されている案件・金額は例示）

日本語で作成 → チームで共有 → 会社で管理

社内で実証した運用基盤

イード社内・導入3か月後の実績

社内利用アカウント

70 名

作成プロジェクト

320 件超

社内公開した業務アプリ

57 件

2026年9月2日 30日間の無償トライアル開始

有償プラン ccbox Business も開始準備中

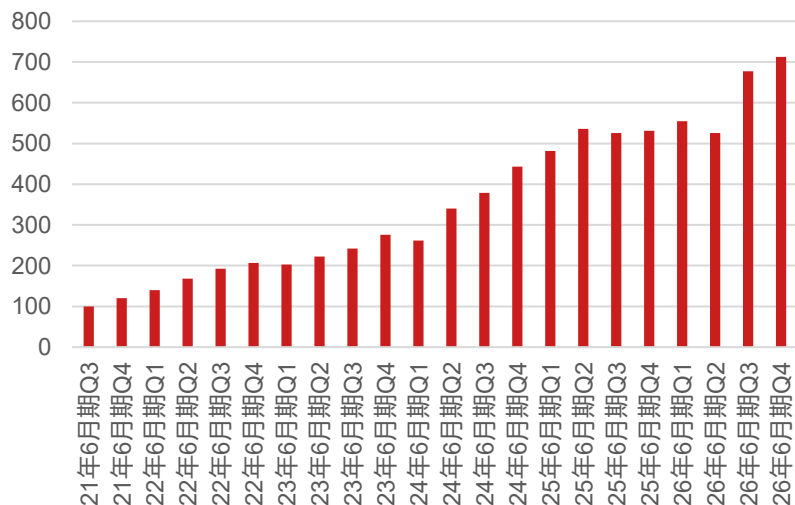
— サブスクリプションビジネスの拡大

有料サブスクリプションへの投資

ユーザー課金ビジネスとしてコンテンツのサブスクリプションを強化

ユーザー向け課金のwebCGがジョイン

2021年6月期より開始したB2Bメディアにおける有料サブスクリプションモデルの拡大に引き続き投資をしています。新たに加わったwebCGでもユーザー向けモデルも展開しており、拡大を目指しています。



主要展開メディア

Automotive media
Response.

ScanNetSecurity

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

webCG
Car Graphic

「webCG プレミアムプラン」でのイベントも



webCGの有料課金サービスとして「webCG プレミアムプラン」ではメディアの人気企画を元にしたイベントの展開もスタート。8月に初開催する公開収録イベント『ぶしつけ御免！「カーデザイン曼茶羅」公開収録 & 交流会』はチケットが即完売。ウェブに限らない展開で有料会員の拡大を目指します。

<https://www.webcg.net/list/webcg/premium/>

※ 21年6月期Q3を100とした場合の各四半期末時点におけるサブスクリプション収入(継続契約)のARR(Annual Recurring Revenue)の推移
※ 26年6月期Q3からwebCGの数字を含みます

定番イベントの規模拡大

各領域の主力イベントを継続成長させ、収益機会とスポンサー接点を拡大

Media Innovation Conference



メディア業界の経営層・広告主・テクノロジー企業が集まる大型カンファレンスとして定着。2026年3月開催では登録1150名、リアルとオンラインで1000名強が参加。次回は2daysの開催へ拡張し、より大きな業界接点と収益機会を目指します。

来場者大幅増加

来年は2days開催

リセマムキッズ未来博



教育・子育て領域の親子向け体験イベントとして、2025年に大きな反響を得ました。2026年は東京・大阪の2会場開催へ拡大します。学び、体験、進路、習い事などをテーマに、保護者と子どもが直接参加できる無料イベントとして拡大します。

大盛況の初開催

今年は東京・大阪2会場

Game Tools & Middleware Forum



昨年からイードが運営する、ゲーム開発者向けイベントとして長年の実績を持つGTMFは2026年は12月に開催予定。ゲーム開発ツール、ミドルウェア、制作支援企業と開発者をつなぐ場として内容の充実を目指します。

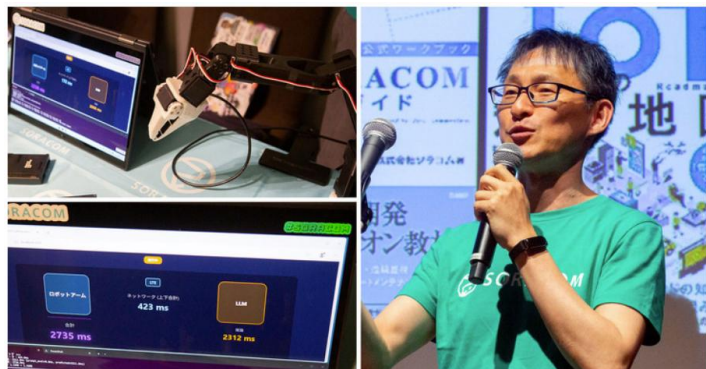
21年目の歴史と伝統

新企画で革新も

新規イベントへの投資

新規カンファレンスも盛況、次の成長ドライバーとなるイベントを育成

ロボスタカンファレンス



昨年イードに加わった、ロボット・AI業界専門メディア「ロボスタ」でヒューマノイドをテーマにした新規カンファレンスを6月10日に開催。複数のヒューマノイドも会場に参加。業界の盛り上がりを実感し、熱のあるイベントとなりました。

レスポンスカンファレンス2026



自動車総合情報プラットフォーム「レスポンス」でも初のリアルカンファレンス「レスポンスカンファレンス2026」を6月30日に開催。OEMメーカーからも多数登壇があり、業界の次の一手を考える場として高評価を得ました。

AI Marketing Day 2026



Media Innovationでは「エージェンティックAIが変えるマーケティング」をテーマにしたカンファレンスイベントを9月10日に開催。ブランド、エージェンシー、メディア、プラットフォームが集いAI時代の広告やマーケティングについて議論します。

メディアの専門性を起点に、新領域イベントを事業化

エンタメプリントのラインナップ充実

コンビニを活用したコンテンツプリントは提供ラインナップが拡大



コンビニエンスストアで
様々なエンタメコンテンツ
が印刷できる

全国約3.2万店舗のコンビニエンスストア
(ファミリーマート、ローソン、ミニストップなど)
に設置されたマルチコピー機で、ブロマイド・
シールをはじめとした様々なコンテンツ
が購入できるサービスです。

直近の主な新規ラインナップ



(左上)
BILIBILI HK
LIMITEDの『トリッカ
ル・もちもちほっぺ大作
戦』のシールと塗り絵

(左下)
映画「鬼太郎誕生 ゲゲ
ゲの謎」×極楽湯・RAKU
SPAコラボキャンペーン
のブロマイド

(右上)
アニメ「夏目友人帳」の場
面写真ブロマイド

(右下)
Cygamesの「サイゲー
ムス メモリーズ」と連動
した『神撃のバハムート』
のブロマイド

01 会社概要・事業概要 P.01

02 市場環境とビジネスモデル P.11

03 経営資源と競争優位性 P.16

04 成長戦略 P.21

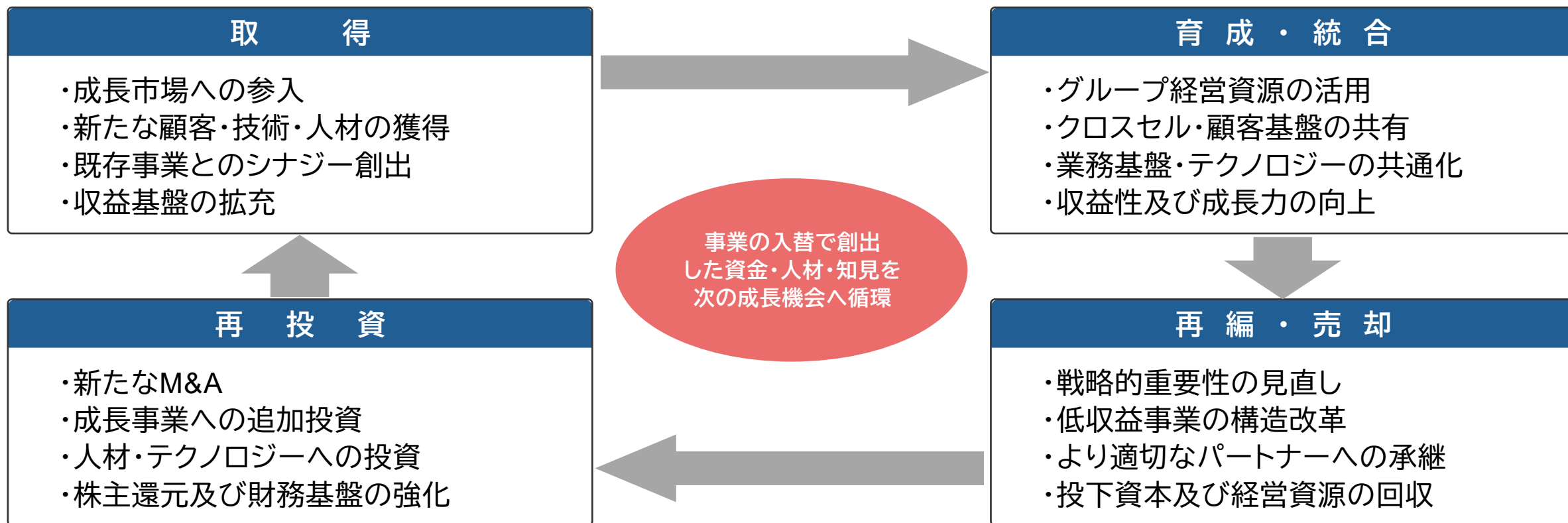
— • 05 事業計画 P.33

06 リスク情報 P.38

— M&Aを活用した事業ポートフォリオの継続的な進化と企業価値の向上

事業の取得・育成・再編・売却を一体的に推進し、成長領域へのシフトを加速

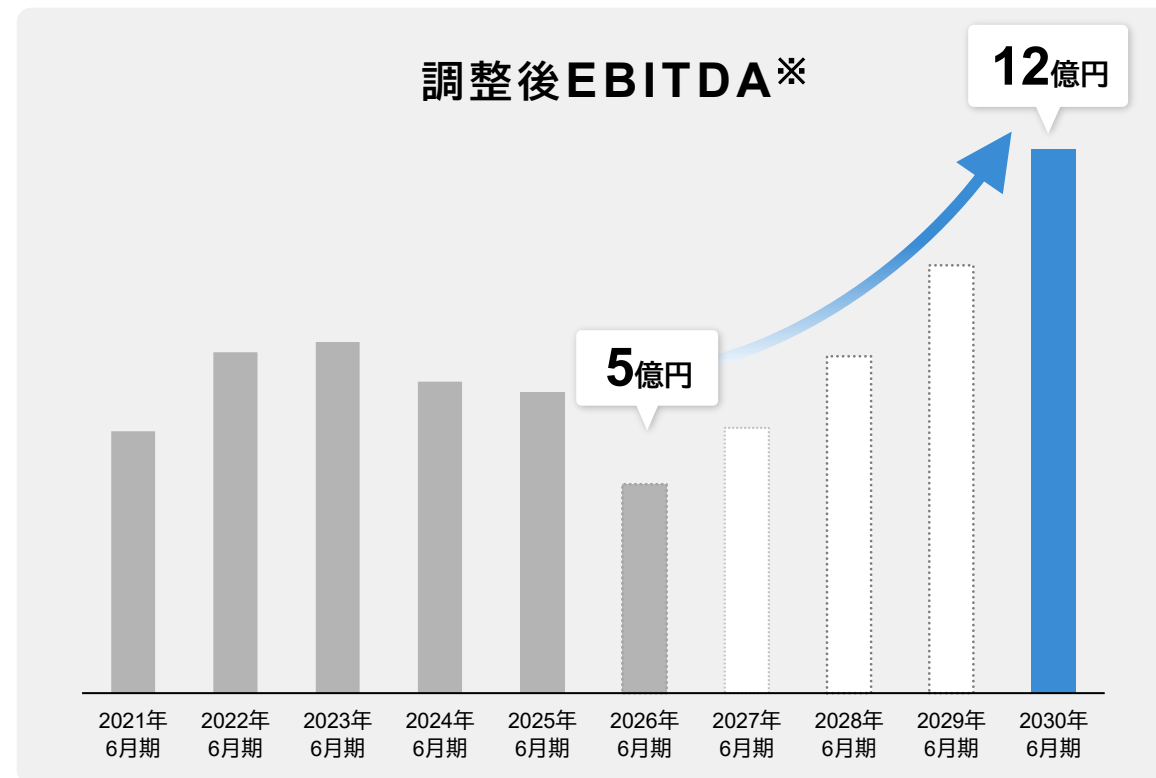
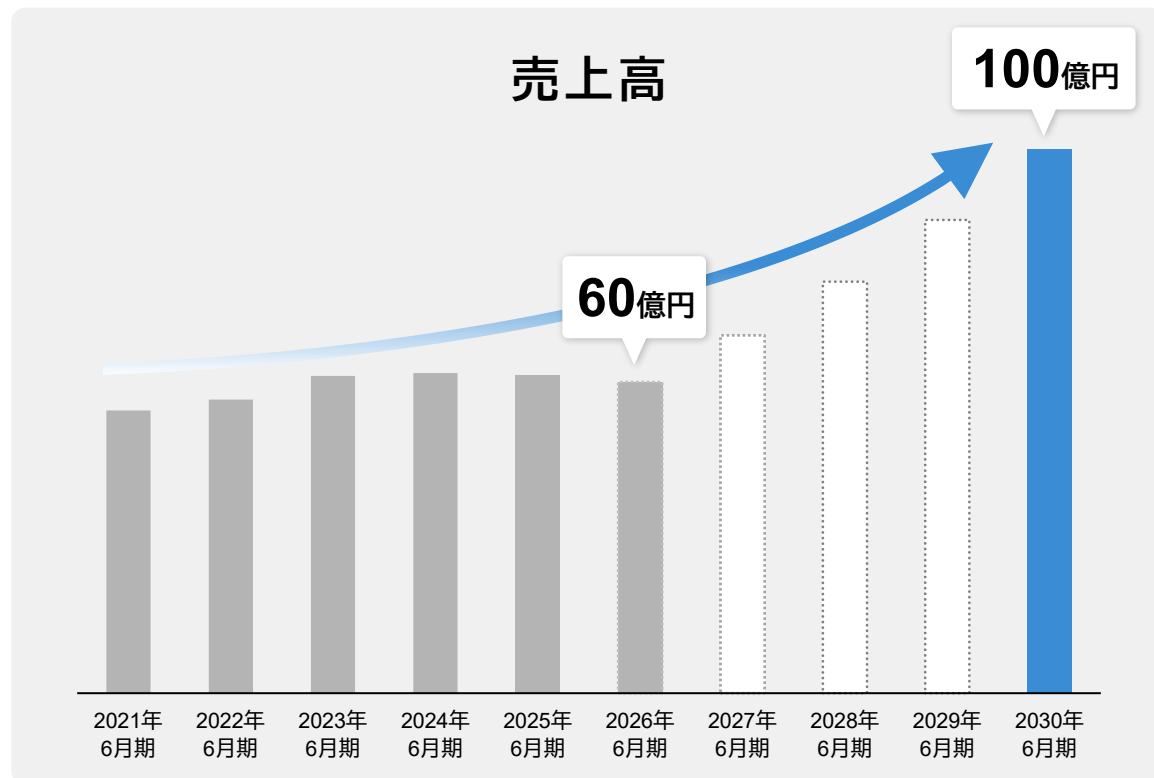
当社は、オーガニックな事業成長に加え、**M&Aを重要な成長手段と位置付け**ています。
成長性、収益性、戦略適合性及び資本効率を基準として事業ポートフォリオを継続的に見直し、
事業の取得と売却の両面から、事業構成の最適化を進めます。



— 新中期業績目標（2030年6月期）

2030年6月期の連結売上高100億円、調整後連結EBITDA12億円を目指す

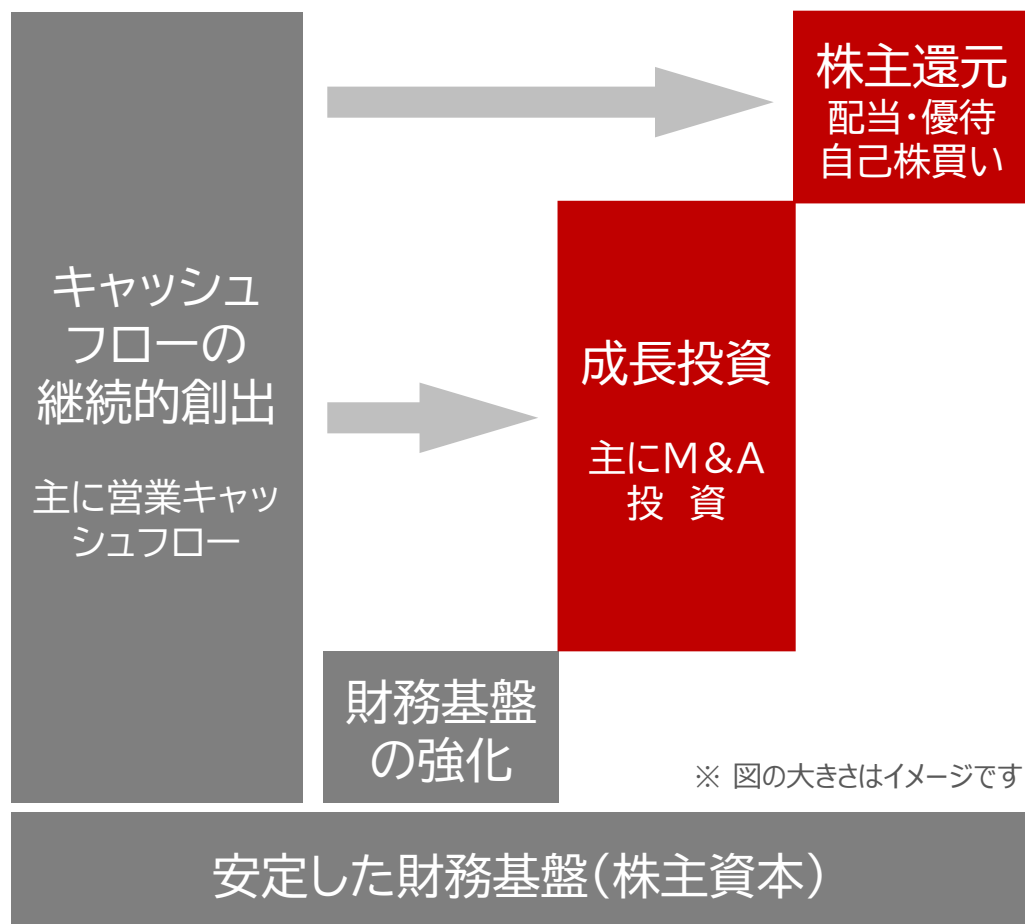
「中期業績目標(2026年6月期)」で掲げた目標の達成を決してあきらめることなく、改めて2030年6月期までに達成すべき目標として、「新中期業績目標(2030年6月期)」を定める。2026年6月期も2030年6月期も通過点でありゴールではない。2030年6月期には、更に野心的な目標を設定し、持続的な成長と収益の拡大を図っていく。



※ 調整後EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+M&A関連費用

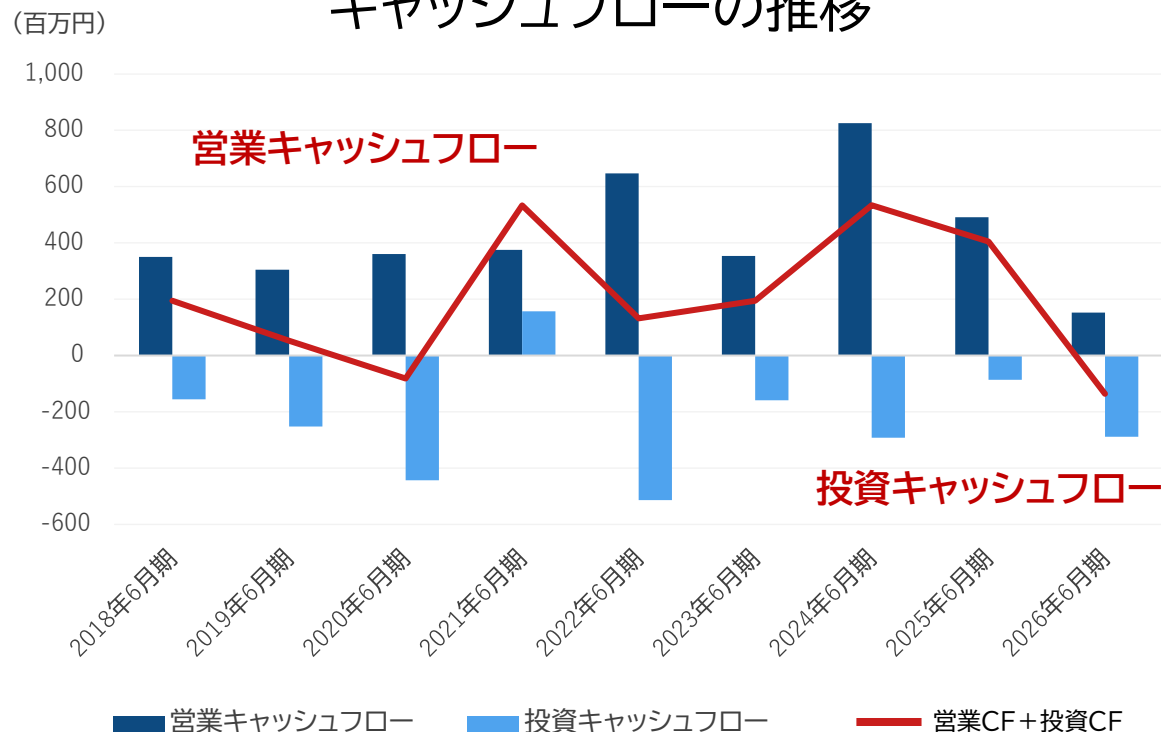
・新中期業績目標達成に向けた成長戦略につきましては、本資料p21～32「成長戦略」を参照ください。

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
生み出したキャッシュを、成長投資（主にM&A）と株主還元以最適配分する



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



安定した財務基盤を踏まえ、株主還元施策を強化

配当

- 2025年6月期末は、普通配当 16円に記念配当 6円を加えた 22円／株の配当を実施
- 2026年6月期末は 23円／株 の配当を実施予定
- 2027年6月期末は 24円／株 の配当を実施予想
連結株主資本配当率(DOE)の2.5%を目安とする方針を継続

株主 優待

- 2026年6月期末に当社株式を500 株(5单元)以上保有の株主様 1名につき、
1年未満の保有でQUO カード 1万円分、1年以上継続保有では 1万5千円分を贈呈
- 2027年6月期末も、同等の株主優待制度を継続予定

その他

- 自己株式の取得等についても、引き続き積極的に検討していく

01 会社概要・事業概要 P.01

02 市場環境とビジネスモデル P.11

03 経営資源と競争優位性 P.16

04 成長戦略 P.21

05 事業計画 P.33

—・ 06 リスク情報 P.38

—「強み」を阻害する課題と対応策

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
- ・ 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が不足

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
- ・ 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
- ・ 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
- ・ 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

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
- ・ M & A後に想定外の環境変化
- ・ 子会社化や、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

メディア 育成

- ・ 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
- ・ 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

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

引用元

P14 各業界の市場規模

一般社団法人 日本自動車工業会 2023年 自動車製造業の製造品出荷額等

<https://www.jama.or.jp/statistics/facts/industry/>

株式会社矢野経済研究所 2025年度 教育産業市場規模調査

https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3935

株式会社角川アスキー総研「ファミ通ゲーム白書2025」2024年の国内ゲーム市場規模

<https://www.famitsu.com/article/202508/49165>

一般社団法人 日本動画協会「アニメ産業レポート2025」2024年アニメ産業市場外観

https://aja.gr.jp/jigyoku/chousa/sangyo_toukei

一般社団法人 日本映画製作者連盟 2025年全国映画概況

<https://www.eiren.org/toukei/index.html>

総務省「令和6年度 ICTの経済分析に関する調査」情報通信産業 市場規模

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/link/link03_03.html

IDC Japan株式会社「IDC Worldwide Security Spending Guide」国内セキュリティ支出額

<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prJPJ51937824>

株式会社デジタル&ワークス「業界動向リサーチ」2021年金融業界

<https://gyokai-search.com/3-kinyu.html>

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。



We are the User Experience Company.