

ホリスティック企業レポート イード 6038 東証マザーズ

アップデート・レポート
2018年3月9日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20180306

イード (6038 東証マザーズ)

発行日: 2018/3/9

専門性の高いニュース記事を作成して配信するメディアサイトの運営が主力事業 18年6月期はCMP事業の収益改善により増益に転じる会社計画

> 要旨

◆ 事業内容

・イード(以下、同社)は、専門性の高いニュース記事を作成して配信するWebメディアサイトを運営するCMP事業が主力で、17年12月末現在48サイトを運営している。その他、リサーチソリューション、ECソリューションを提供するCMS事業も手掛けている。

◆ 18年6月期上期決算の概要

- ・18/6期第2四半期累計期間(以下、上期)の売上高は前年同期比2.3%増の2,254百万円、営業利益は同88.1%増の121百万円であった。
- ・CMP事業、CMS事業とも売上高は堅調な伸びとなった。主力のCMP事業において、コスト削減が想定以上に進んだことで利益率が改善し、営業利益は期初予想(44百万円)を大幅に上回った。

◆ 18年6月期の業績予想

- ・18/6期の会社計画は期初計画通り、売上高が前期並みの4,401百万円、営業利益が前期比26.1%増の110百万円である。上期実績の営業利益が通期の営業利益計画を超過しているものの、同社はビジネス環境等を考慮し、通期計画を据え置くとしている。
- ・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、18/6期の業績予想について、上期の結果を考慮して会社予想並みの前回予想を増額修正し、会社計画を上回る水準を予想する。

◆ 事業戦略と中期業績見通し

- ・同社は、CMP事業の収益力回復のために様々な施策に取り組んでいる。18/6期は、「専門メディアとして各業界を深掘りしたビジネス開発」、「メディア運営力を活かしたB2Bビジネスの拡大」の二項目をメディア事業の再成長に向けた方針としている。
- ・新事業領域としてヴァーチャルリアリティ(VR)技術を活用したデジタルコンテンツの販売などにも取り組んでいる
- ・当センターでは、様々な取り組みにより、CMP事業の収益は回復に向かうと見ており、20/6期まで増収増益が続くと予想する。

【6038 イード 業種：サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2016/6	4,533	22.3	305	-38.9	298	-41.0	143	-55.3	29.3	612.0	0.0
2017/6	4,399	-2.9	87	-71.5	90	-69.7	-437	-	-88.5	512.8	0.0
2018/6 CE	4,401	0.0	110	26.1	110	22.0	50	-	10.1	-	0.0
2018/6 E	4,470	1.6	190	118.4	190	111.1	95	-	19.1	540.1	0.0
2019/6 E	4,660	4.3	223	17.4	223	17.4	136	43.2	27.2	567.3	0.0
2020/6 E	4,850	4.1	257	15.2	257	15.2	156	14.7	31.4	598.5	0.0

(注) CE：会社予想、E：証券リサーチセンター予想

アナリスト: 佐々木 加奈
+81(0)3-6858-3216
レポートについてのお問い合わせはこちら
info@stock-r.org

【主要指標】

	2018/3/2
株価(円)	955
発行済株式数(株)	4,994,300
時価総額(百万円)	4,770

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	-	50.0	35.1
PBR(倍)	1.9	1.8	1.7
配当利回り(%)	0.0	0.0	0.0

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	-5.5	3.9	-24.3
対TOPIX(%)	-2.7	5.4	-20.1

【株価チャート】



アップデート・レポート

2/17

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

> 事業内容

◆ CMP 事業、CMS 事業を手掛ける

イード (以下、同社) は、顧客に対してマーケティングサービスとデータ・コンテンツを提供する「コンテンツマーケティングプラットフォーム事業 (以下、CMP 事業)」と、リサーチソリューションと EC ソリューションを提供する「コンテンツマーケティングソリューション事業 (以下、CMS 事業)」を手掛けている。

17年12月末時点の連結子会社は、オンラインショップ「STYLE CORE」などの運営を手掛けるエンファクトリー、図書の出版などを手掛ける泰文堂、欧米企業向けのマーケティング支援事業を手掛ける Interface in Design, Inc. (米国) などの6社である (図表1)。

【図表1】連結子会社一覧

会社名	事業内容
(株) エンファクトリー	「STYLE CORE」, 「COCOMO」などを運営
(株) 泰文堂	図書の出版、販売、取次販売
(株) 絵本ナビ	メディア事業、マーケティング支援事業など
(株) ドリームリンク	EC通販事業
Interface in Design, Inc. (米国)	欧米企業向けのマーケティング支援事業など
ネイティブ (株) ※17年7月に連結子会社化	共創型地域メディアの開発・運営

(出所) イード有価証券報告書より証券リサーチセンター作成

CMP 事業で運営する Web メディア、コンテンツの対象業種は、IT、クルマ、エンターテイメント、家庭など7業種で、企業のマーケティング部門に対して様々なインターネット広告等のマーケティングサービスやデータ・コンテンツ利用を提案している。

CMS 事業では、CMP 事業から顧客の紹介を受け、企業のシステム部門、開発部門等へリサーチソリューション、メディアコマースの提案を行っている。

◆ CMP 事業が売上高、営業利益の大きな部分を占める

同社のセグメントは CMP 事業と CMS 事業に分かれており、CMP 事業が売上高の大きな部分を占めている (図表2)。

【図表2】セグメント別売上高・営業利益

セグメント	売上高				営業利益				
	16/6期	17/6期	18/6期第2 四半期累計	前年同期比	16/6期	17/6期	18/6期第2 四半期累計	前年同期比	営業利益率
報告セグメント									
CMP事業	3,674	3,580	1,851	1.0%	243	18	112	174.3%	6.1%
CMS事業	858	818	402	8.6%	62	69	8	-62.3%	2.2%
全社費用	-	-	-	-	0	0	0	-	-
合計	4,533	4,399	2,254	2.3%	305	87	121	88.1%	5.4%

(出所) イード有価証券報告書、決算短信より証券リサーチセンター作成

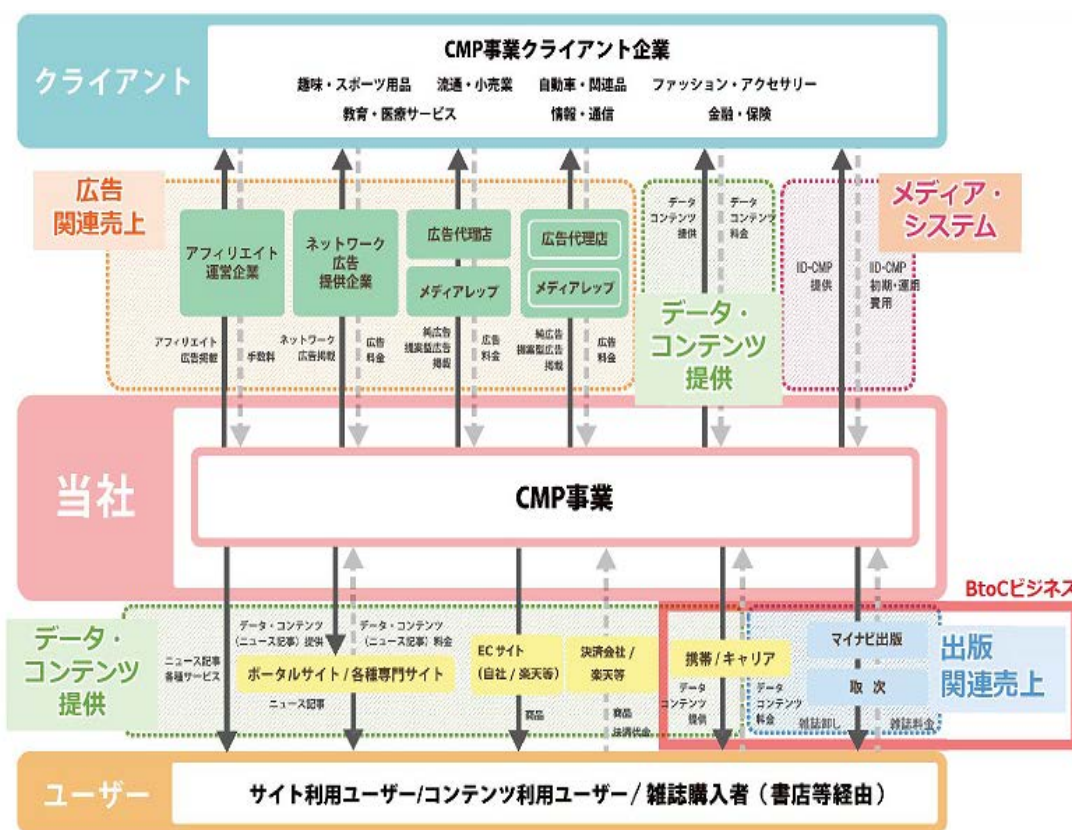
> ビジネスモデル

◆ CMP 事業の収益は Web メディアに対する広告料など

CMP 事業の主な収益は、クライアント企業から受領する Web メディアに対する広告料収入や、作成したニュース記事及びデータの販売に対するデータ・コンテンツ料収入である。また、サイト利用ユーザー、コンテンツ利用ユーザーから受領するデータ・コンテンツ料、Web メディアとの連携を目的として出版する雑誌の販売手数料も CMP 事業の収益となる (図表 3)。

CMP 事業の主な原価は、原稿料 (外部記者に支払う記事作成費用) や外注費 (サイトの運営関連費用やパズル雑誌の出版関連費用など)、人件費 (編集部の人材に対する費用) である。

【図表 3】CMP 事業の概要



(出所) イード決算説明会資料

CMP 事業では 17 年 12 月末時点で 21 ジャンル、48 サイトの Web メディア、コンテンツを運営しており (図表 4)、各メディアジャンルに特化した情報 (ニュース記事) 及びコンテンツを、インターネット上で提供している。また、パズルジャンルに特化した 5 つの雑誌を発行している。

【 図表 4 】 CMP 事業の運営メディア、コンテンツ、雑誌

◆Webメディア、コンテンツ

対象業種	メディア数	ジャンル	Webメディア、コンテンツ
IT	7	IT	RBB TODAY/RBB TODAY SPEED TEST
		セキュリティ	ScanNetSecurity
		リサーチ	あんぱら
		ユーザビリティ	U-site
		展示会・イベント	ExpoTODAY/ことさが
クルマ	5	自動車	レスポンス/MyCar-life/日本自動車ユーザー研究所/CAR CARE PLUS
		燃費・環境	e燃費
エンターテインメント	15	インタメ	News Café/Spyder7
		ゲーム	インサイド/Game* Spark/GameBusiness.jp/GameBlogRanking/ゲーム大辞典/日刊クロスワードキング
		映画	シネマカフェ/韓流エンターテインメント
		アニメ	アニメ!アニメ!/アニメ!アニメ!ピズ
		キャラクター	ブレイトイズ/mine
		スポーツ	CYCLE style of sports and technology
家庭	9	教育	リセマム/絵本ナビ/絵本クラブ/まなびナビ/できるナビ/絵本ナビスタイル
		医療	MEDWEB
		ダイエット	ダイエットクラブ
		マネー	マネーの達人
地方創生	1	地域情報	NATIV
お店	8	EC・通販	ECサポーター/STYLESTORE/COCOMO/チャレンジング・ジャパン/TSUKURITTE STORE/ドリームリンク/転写紙.com
		地域情報	30min
ビジネスマッチング	3	ビジネスマッチング	プロフィール/プロクル/Teamlancer
合計	48		

◆紙媒体

対象業種	メディア数	ジャンル	雑誌/紙媒体名
エンターテインメント	5	パズル	クロスワードキング/漢字道/季節の漢字道/まちがいがしキング/点つなぎキング

(出所) イード決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

注 1) PV (ページビュー)

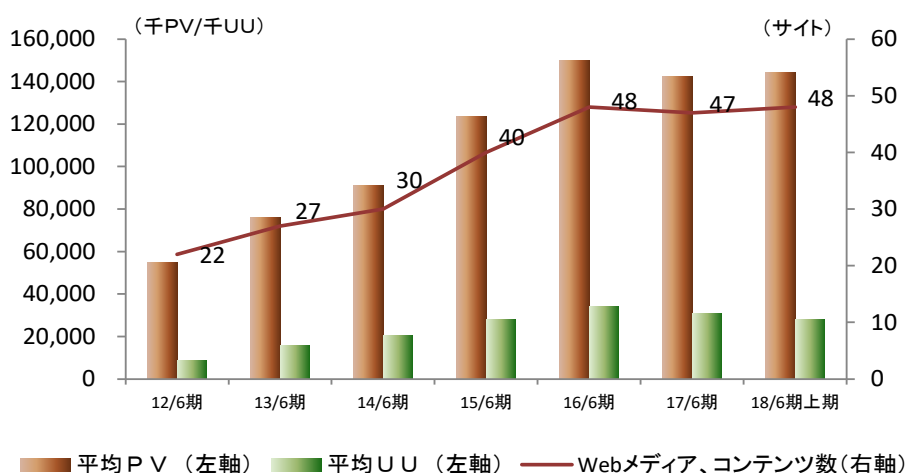
ウェブサイト内の特定ページが開かれた回数を表す。ウェブサイトがどのくらい閲覧されているかを測るための一般的な指標。

注 2) UU(ユニークユーザー)

決まった集計期間内にウェブサイトを訪れたユーザー数を表す数値。同じ人が同じウェブサイトに何度訪問しても 1 ユーザーとしてカウントされる。

各メディア、雑誌は、そのメディアジャンルに興味を持つユーザーを多数集めることを運営目的としており、CMP 事業の全運営メディア、コンテンツの 18/6 期第 2 四半期累計期間(以下、上期)の月平均 PV 注 1 数は 144,178 千 PV、UU 注 2 (ユニークユーザー) 数は 27,872 千 UU となっている(図表 5)。

【 図表 5 】 全運営 Web メディア、コンテンツ数と月平均 PV/UU 数



(出所) 有価証券報告書、決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

注3) 運用型広告

アクセスするユーザーの属性情報など、膨大なデータを処理するアドテクノロジーを活用したプラットフォームにより、広告の最適化を自動的に支援するような広告手法。

注4) メディアレップ

Web メディアへの広告掲載を希望する企業と Web メディアを仲介するインターネット上の広告代理店。

注5) アドテクノロジー

インターネット広告を、広告主の目的を実現するために、効果的かつ効率的に流通させるための技術全般。

注6) アドネットワーク

複数の広告媒体を集めて広告配信ネットワークを作り、それらの媒体に広告をまとめて配信する仕組み。

注7) SSP

Supply Side Platform の略で、Web メディアの広告枠販売や広告収益最大化などを支援するツール。

同社が運営する Web メディア、コンテンツを通じて顧客企業に提供するマーケティングサービスは「インターネット広告」と「データ・コンテンツの提供」に分類される。

「インターネット広告」

- 1) パフォーマンス広告
PV の増減に売上が依存する広告で、運用型広告^{注3}、アフィリエイト広告、ネットワーク広告等を合わせたもの。
- 2) 純広告
バナー広告、メール広告など。
- 3) 提案型広告
Web メディアが顧客への提案によって制作する広告。

純広告、提案型広告は、各 Web メディアの営業担当者が、メディアレップ^{注4}や広告代理店を経由して、各顧客企業に広告提案を行っている。また、対象企業に直接提案を行い、受注する場合もある。

同社は、PV 数が売上につながるパフォーマンス広告を強みとしており、PV 数を増加させるため、アドテクノロジー^{注5}を利用した様々なアドネットワーク^{注6}や SSP^{注7}を活用して収益を生み出す手法を、同社が独自に開発したプラットフォーム「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)」(8 頁で説明)にて各メディア間で共有化して運用している。

注 8) BtoB

Business to Business の略で、企業間の取引関係を指す。

「データ・コンテンツの提供 (BtoB 注8)」

顧客企業に対し、各メディアのニュース記事提供、PC やスマートフォンの通信速度を測定する「RBB TODAY SPEED TEST」のシステム提供及びデータ販売、車の燃費を管理する「e 燃費」のシステム提供及びデータ販売を行っている。主な業務は各メディアへのニュース記事提供で、ニュース記事は Yahoo!JAPAN をはじめとするポータルサイトや各種専門媒体などにも配信しており、提供先サイトの集客に活用されている。

注 9) BtoC

Business to Consumer の略で、企業から個人へのビジネス形態を指す。

「コンテンツの提供 (BtoC 注9)」

顧客企業が保有するキャラクターのサブライセンス注10を受け、スマートフォンアプリの提供等によりキャラクターの認知度向上のサポートを行っている。主なものでは、大手キャリアである NTTdocomo、au、SoftBank それぞれの公式サイト「プレイトイズ」において、10代後半～30代女性を集客し、キャラクターを使った「きせかえ」、「壁紙」、「アプリ」等の販売を行っている。

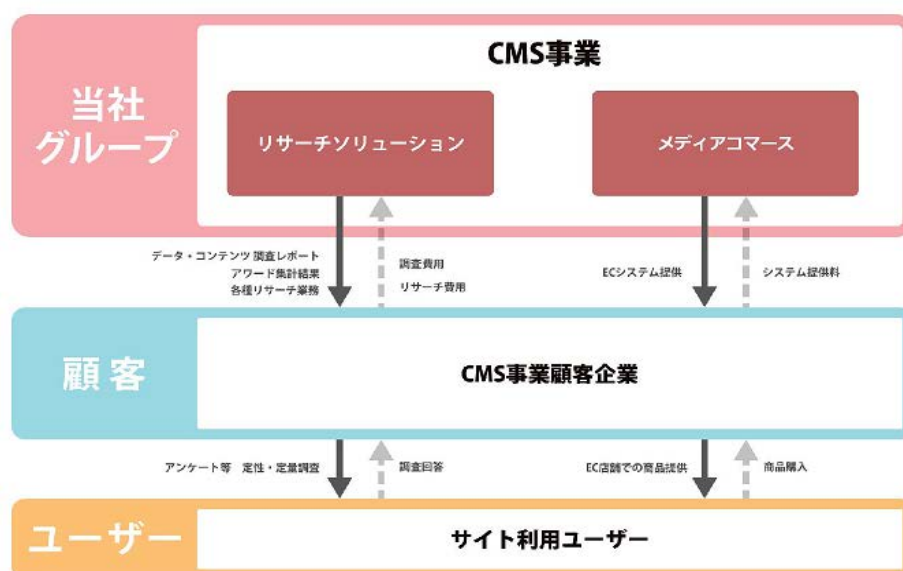
注 10) サブライセンス

ライセンサー (ライセンスを受けたもの) がライセンサー (ライセンスを供与したもの) から付与されたライセンスを第三者に供与すること (再許諾)。

◆ CMS 事業は顧客から受領するリサーチ費用などが収益

CMS 事業では、法人顧客向けにリサーチソリューションとメディアコマースを提供しており、顧客から受領するリサーチ費用、システム提供料などが同社の収益となる (図表 6)。CMS 事業の主な原価は、外注費 (調査活動に関する外部委託費用など) である。

【 図表 6 】 CMS 事業の概要



(出所) イード決算説明会資料

「リサーチソリューション」
 大規模な定量調査から生活者個人に対する定性調査までを網羅しており、顧客企業の要望に合わせたきめ細かい対応が可能となっている(図表 7)。

【図表 7】 主なリサーチソリューションメニュー

ソリューションメニュー	調査メニュー	調査例
【マーケティングリサーチ】 顧客企業のマーケティングニーズに対する最適な調査・分析手法を提案すると共に、その企画・設計から調査・分析・提言にいたる各フェーズをサポートする。	・マーケットの実態把握 ・消費者のニーズ探索 ・新商品開発の支援 ・新商品・サービスの評価 ・既存商品・サービスの評価	・購買動向把握調査 ・利用状況把握調査 ・商品価格妥当性評価 ・メディアコンテンツ評価、広告効果測定 ・ニーズ探索調査・初期反響調査・不買者調査
【デザイン関連リサーチ】 顧客企業のデザイン活動の各ステージにおける最適な方法を提案する。顧客企業と市場ニーズのベストマッチング、新しい市場の発見をサポートする。	・商品・デザイン企画 ・市場反響 ・ブランドを創造・育成 ・新しいマーケットの発掘	・ターゲットのデザイン嗜好調査 ・デザイン発想支援調査 ・ユーザー把握調査 ・ユーザー発掘調査 ・製品デザイン受容性評価
【ユーザビリティ/人間中心設計】 企画・開発段階から人間中心設計プロセスを導入して製品・サービスのユーザー・エクスペリエンスの実現をトータルでサポートする。	・人間中心設計による製品・サービスの開発 ・ユーザビリティ評価 ・人間中心設計の啓蒙・教育	・ユーザビリティ評価 ・ユーザーの利用実態把握調査 ・ユーザーテストによる問題点発見、改善点提案 ・競合他機種種のサイト分析
【海外リサーチ】 欧米諸国、BRICs、東南アジアなど、全世界 2,000万人以上の提携・協力パネルに対するネット調査が可能。複数国調査、多言語調査にも対応する。	・国内顧客に対して海外リサーチソリューションの提供 ・海外顧客に対してアジア地域のリサーチソリューションの提供	・HDD/DVDユーザー調査 ・カーデザインイメージ調査 ・海外(日本への)旅行者意識調査 ・携帯電話新サービス調査

(注) 人間中心設計とは問題を解決するための調査をターゲットとなるユーザーを理解することから始め、その後、デザイン→評価→改善というプロセスを繰り返すことでターゲットユーザーに最適な設計となるよう解決を行うための考え方。

(出所) イード有価証券届出書より証券リサーチセンター作成

「メディアコマース」

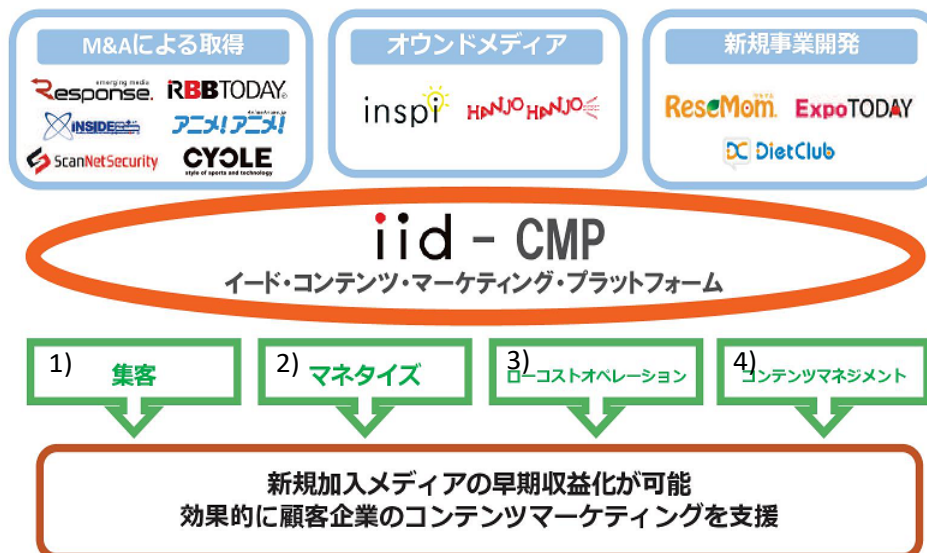
同社オリジナルの EC システム「marbleASP」の提供を中心としている。「marbleASP」は、BtoC 向けの EC サイトの構築を支援するシステムで、デザインの自由度、外部システムとの連携、スマートデバイスへの対応など、顧客企業のニーズに合わせた諸機能を持つ。主に、「ネットスーパー用システム」や「お歳暮/中元用システム」などに活用されている。

◆ 共通プラットフォーム「iid - CMP」を活用して事業展開

同社グループの特徴として、共通プラットフォームである「iid-CMP」によって、CMP 事業の Web メディア及びコンテンツを運営していることが挙げられる。「iid-CMP」とは、同社が独自開発した Web メディア、コンテンツを管理・配信するためのシステムで、09 年 8 月に稼働を開始した。その後、M&A や新規事業開発により増えたメディア、コンテンツを「iid-CMP」上に搭載し、共通プラットフォームとしての機能充実を図ってきた。

「iid-CMP」の特徴は、1) 集客、2) マネタイズ、3) ローコストオペレーション、4) コンテンツマネジメントにある (図表 8)。

【図表 8】「iid - CMP」の概要



(出所) イード決算説明会資料

注 11) 「SEO」

Search Engine Optimization の略で、ウェブサイトが検索結果でより多く露出されるために行う一連の最適化施策。

注 12) ユーザビリティ

ソフトウェアやウェブサイトがストレスなく使用できる「使いやすさ」のこと。

注 13) ユーザーエクスペリエンス

ユーザーがウェブサイトやプロダクト等を使ったときに得られる経験や満足度を指し、その中でも楽しく、心地よく実現できるかどうかを重視した概念。

1) 集客

◇SEO^{注11} 施策

各メディアのニュース記事が検索結果にて上位に表示されるよう施策し、共同利用している。

◇SNS 対応

各メディアのニュース記事が Facebook などの SNS で、広くユーザーに拡散されるようにし、共同利用している。

◇ウェブページ高速表示

各 Web メディアがスムーズに表示され、ユーザーの利便性が上がるように対策を行い共同利用している。

◇スマートフォンを含めた最適なユーザビリティ^{注12}、ユーザーエクスペリエンス^{注13}

各メディア、コンテンツのユーザビリティが優れ、ユーザーが目的の記事をスムーズに探せるようにして共同利用している。また、ユーザーの再アクセスを促すユーザーエクスペリエンスの工夫を行っている。

◇「オススメ記事」設定

掲載されているニュース記事に関連した記事を表示させる機能。関連記事は「iid-CMP」上の他の Web メディアの記事も選択することができる。

注 14) ネットワーク広告

広告を配信するアドネットワークを利用して広告配信会社が複数の広告掲載媒体に対して配信する広告。

注 15) アフィリエイト広告

成果報酬型のインターネット広告で、商品購入や資料請求などの最終成果またはクリックが発生した件数に応じて手数料が発生する手法。

注 16) オウンドメディア

企業が自社で所有するメディアのことで、自社のプレスリリースの掲載だけではなく、対象となる業界の情報を幅広く扱い、業界全体に興味のあるユーザーを集めることを目的としている。

2) マネタイズ

◇ネットワーク広告^{注14}の最適化

ネットワーク広告を「iid-CMP」の機能を使い、自動最適化することによって、新規加入メディアの早期収益化を図っている。

3) ローコストオペレーション

◇システムの共同利用、CPU リソース分散機能

複数の Web メディアで一つのシステムを共同利用している。また、多数のユーザーが同時にアクセスした場合、スムーズな閲覧ができるようにサーバーへの負荷を分散する機能がある。

◇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

Web メディアがニュース記事を提供する際、相手方ポータルサイトへのフォーマットを共有化している。このため別の Web メディアが、そのポータルサイトにニュース記事を提供する際に、スムーズに設定を行うことができる。

◇最適なネットワーク広告、アフィリエイト広告^{注15}の共用運用

ネットワーク広告を提供している企業やアフィリエイト広告を実施している企業のなかから最適な企業を選定し、各 Web メディアで共用運用している。

◇記事交換機能

掲載されているニュース記事を、「iid-CMP」上の他の Web メディアでも担当編集者の判断により掲載することができる機能。

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

ライターが取材現場等からニュース記事や写真をアップロードすることができる。アップロードされた記事は、編集デスクの承認を受けて、各 Web メディアに掲載される。スケジュール管理機能により掲載時間の指定も可能となっている。

◇文章校正、類似度チェック

記事をアップロードする前に、日本語の校正機能を使い誤字・脱字、表記ゆれ、他のインターネット上の情報との類似性などをチェックできる機能が備わっている。

◆ M&A による運営メディアの拡大

同社は Web メディア、コンテンツの開始に当たり、「M&A による取得」、他社と共同で事業開発を行う「オウンドメディア^{注16}」、自社内で事業開発を行う「新規事業開発」の3つの手法を使っている。

注力しているのが「M&A による取得」で、検討を行っている案件のなかから、共通プラットフォーム「iid-CMP」に取り込んだ場合の収益性の改善余地に着目して対象を選定している。取得した Web メデ

イア、コンテンツについては、速やかに「iid-CMP」へ移行し、取得から 24 カ月以内に単月黒字化することを目標としている。同社設立から 17 年 12 月末までに 41 の Web メディア、コンテンツを M&A により取得しており、そのうち撤退したのは 8 サイトである（社内開発では 20 サイトを開発、撤退は 5 サイト）。

> 強み・弱みの分析

◆ SWOT 分析

同社の内部資源（強み、弱み）、および外部環境（機会、脅威）は、図表 9 のようにまとめられる。

【 図表 9 】 SWOT 分析

<p>強み (Strength)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・48サイトのメディアサイトを運営 ・一般顧客から業界関係者までを満足させる高いサイトの専門性と編集力 ・M&Aにより取得した不採算サイトを活性化するノウハウ ・独自開発の「iid-CMP」を活用した事業展開
<p>弱み (Weakness)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・メディア数の拡大を中小型の不採算サイト買収に依存するため、スケールメリットが生じにくいこと ・企業からの広告マーケティング収入への依存度が高いこと
<p>機会 (Opportunity)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット広告市場、インターネットによるマーケティングリサーチ市場の拡大が見込まれること ・海外へのメディア拡大余地があること ・上場による人材確保の容易化や知名度向上による顧客獲得の容易化
<p>脅威 (Threat)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ニュース記事による第三者の権利侵害が生じる可能性があること ・競合先の増加による事業環境の悪化 ・景気の悪化により企業がマーケティング活動を縮小する可能性があること ・事業モデルを模倣される可能性があること

(出所) 証券リサーチセンター

> 知的資本分析

◆ 知的資本の源泉は「iid - CMP」を活用した事業展開にある

同社の競争力を、知的資本の観点で分析した結果を図表 10 に示した。同社の知的資本の源泉は、自社開発したプラットフォーム「iid-CMP」を活用し、M&Aにより取得した Web メディアサイトを活性化して効率的に運営するノウハウを持つことにある。同社の運営する Web メディアサイトは編集力や専門性の高さが差別化に繋がっており、結果として高い集客を実現している。

【 図表 10 】 知的資本の分析

項目	分析結果	KPI		
		項目	数値	
関係資本	ユーザー ・一般消費者 (コンテンツ利用ユーザー、雑誌購入者)	・UU/月数	27,872 (千) ※18/6期上期	
		・PV/月数	144,178 (千) ※18/6期上期	
	クライアント ・CMP事業クライアント	・クライアントの業種	7業種 ※17年12月末現在	
		・オウンドメディア運営企業数	7社 ※17年12月末現在	
	クライアント ・CMS事業クライアント	・「リサーチソリューション」契約企業	開示無し	
		・「ECソリューション」導入店舗数	ネットスーパー約600店舗	
	ブランド ・運営サイト「RBBTODAY」	・月刊PV	開示無し	
		・運営サイト「レスポンス」	・月刊PV	開示無し
	ネットワーク ・連結子会社	・子会社数	6社 ※17年12月末現在	
		・株主企業との協業	・協業企業数(エキサイト、三越伊勢丹イノベーションズ、マイナビなど)	6社 ※17年12月末現在
組織資本	プロセス ・M&Aにより効率的にメディア数を拡大 ・自社でのメディア開発 ・独自のプラットフォーム「iid-CMP」を活用	・取得したサイト数	41サイト ※17年12月末現在	
		・自社開発したサイト数	20サイト ※17年12月末現在	
		・取得したサイトを早期に効率化	特になし	
	知的財産 ノウハウ ・「iid-CMP」を活用した不採算サイト活性化の ノウハウ	・09年8月の導入以来の運営実績	9年	
		・蓄積されたサイト運営ノウハウ	・00年以來のサイト運用で蓄積したノ ウハウ	特になし
		・プロセスを支える自社システム	・エンジニア数	32名(臨時従業員含む) ※17年12月末現在
人的資本	経営陣 ・現代取締役社長の下での体制 ・インセンティブ	・在任期間	16年	
		・社長(資産管理会社含む)の保有	122,000株(2.4%) ※17年12月末現在	
		・ストックオプション (取締役・監査役)	211,700株(4.3%)	
		・役員報酬総額(取締役) *社外取締役は除く	35百万円(3名)	
	従業員 ・企業風土 (技術職が多く、高い定着率)	・従業員数	119名(単体、派遣社員等除く)	
		・平均年齢	36.9歳	
		・平均勤続年数	7.1年	

(注) KPIの数値は、特に記載がない場合は17/6期か17/6期末のもの

(出所) イード有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料、株主総会招集通知書、ヒアリングを基に証券リサーチセンター作成

> 決算概要

◆ 18年6月期上期決算の概要

18/6期上期の売上高は前年同期比2.3%増の2,254百万円、営業利益は同88.1%増の121百万円、経常利益は同97.7%増の127百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同201.9%増の61百万円であった(図表11)。期初に公表した会社予想(売上高2,179百万円、営業利益44百万円、経常利益45百万円、純利益17百万円)に対して、売上高は大きな差異がなかったものの、営業利益以下は大幅に上回った。この要因はCMP事業のコスト削減が想定以上に進み、同事業の利益が予想より増加したためである。

売上高は、CMP事業においてデータ・コンテンツ提供が順調に伸びたこと、CMS事業において海外リサーチ案件が増加したことにより両事業とも増収となった。

営業利益は、CMS事業が利益率の低い大型海外リサーチ案件の増加により前年同期比62.3%減となる一方、CMP事業が広告宣伝費の抑制効果で同174.3%増と大幅に伸びた。CMP事業の広告宣伝費は、前年同期の144百万円から94百万円となり、50百万円の利益押し上げ要因となった。主力のCMP事業の収益改善効果により営業利益率は前年同期の2.9%から5.4%へ上昇した。

【図表11】18年6月期上期決算の概要

(単位: 百万円)

	17/6期 通期実績	17/6期 上期実績	18/6期 上期実績	18/6期 前年同期比	18/6期 会社計画 (B)	進捗率 (A) / (B)
売上高	4,399	2,204	2,254	2.3%	4,401	51.2%
CMP事業	3,580	1,833	1,851	1.0%	-	-
CMS事業	818	370	402	8.6%	-	-
営業利益	87	64	121	88.1%	110	110.7%
営業利益率	2.0%	2.9%	5.4%	-	2.5%	-
経常利益	90	64	127	97.7%	110	116.0%
経常利益率	2.0%	2.9%	5.6%	-	2.5%	-
当期純利益	-437	20	61	201.9%	50	123.0%

(出所) イード決算短信、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

> 事業戦略の進捗

◆ CMP事業の収益力回復に注力

同社は、CMP事業の収益力回復が当面の課題としており、様々な施策に取り組んでいる。18/6期における重点施策は、1) 専門メディアとして各業界を深掘りしたビジネス開発、2) メディア運営力を活かしたB2B (BtoBと同義) ビジネスの拡大である。

注 17) DMP

Data Management Platform の略で、インターネット上の様々なサーバー内に蓄積されるビックデータや自社サイトのログデータなどを一元管理・分析し、広告配信などのアクションプランの最適化を実現するためのプラットフォーム。

1) では、プライベート DMP^{注17}を活用し、専門性を持って各業界のデジタルマーケティングを支援すること、有料セミナー事業を新設し、クルマを中心にオフラインでのビジネスを確立することなどに取り組んでいる。

デジタルマーケティング支援では、「iid 5G Mobility」(自動運転技術や次世代通信規格 5G などを活用し、新たなサービスを立ち上げる企業に対するサービス開発支援などに注力する) というビジョンを掲げ、自動車分野に特化してビジネスパートナーシップを拡大していくことを目指している。18年1月にはナイル株式会社(東京都品川区)と業務提携し、マイカー賃貸サービス「カルモ」における商品・サービス開発支援を開始している。

また、メディアと連携したイベント事業を自動車カテゴリから開始しており、上期には有料セミナーを7本、海外視察ツアーを1本実施した。17年9月に実施したセミナー「レスポンスセミナー 5G とモビリティ革命」では、約100名の参加者を集める実績を挙げている。

2) では、メディア運営支援事業の再強化などに取り組んでいる。17年10月には、世界最大級のネットワークを持つ「ディスカバリーチャンネル」を運営するディスカバリー・ジャパン株式会社(東京都千代田区)が運営を開始したデジタル版「ディスカバリーチャンネル」の運営サポートを開始した他、株式会社世界文化社(東京都千代田区)が刊行する「家庭画報きもの Salon」の公式通信販売サイト「和美人百貨店」の運営を受託し、同社のECプラットフォームである「marbleASP」でサイトを構築して17年8月にオープンしている。

◆ 新事業領域 VR への取り組み

新事業領域としてヴァーチャルリアリティ (VR) 技術を活用したデジタルコンテンツの販売などに取り組んでいる。同社は、株式会社シータ(東京都中野区)と業務提携をし、アイドル実写映像に特化した VR 映像配信プラットフォーム「EINYME (エイニーミー)」の展開を16年7月に開始した。17年3月からは、アイドルと触れ合える VR シリーズ「トキメキメテオ」を展開している。

「トキメキメテオ」はグラビアアイドルを起用した高画質でストーリー性のある VR 作品で、17年10月に第3弾を発売している。このシリーズは「EINYME」で配信するほか、簡易 VR ゴグルを同梱したパッケージ版を制作し、書店や家電量販店などでも販売している。

> 業績予想

◆ 18年6月期の会社計画は変更なし

18/6期の会社計画は、期初予想通り売上高が前期並みの4,401百万円、営業利益が同26.1%増の110百万円、経常利益が同22.0%増の110百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は50百万円(前期437百万円の損失)である。セグメント別の売上予想の開示はないものの、期初の想定では、CMP事業の売上高は運用型広告の下げ止まりにより微増を見込む一方、CMS事業の売上高については、微減を見込んでいた。

上期実績の営業利益以下は通期計画を上回っているのに対し、同社が期初計画を据え置いたのは、ビジネス環境の変化を考慮したためとコメントしている。

尚、同社は成長への投資を優先する方針から無配を続けており、18/6期に関しても無配とする予定である。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想

証券リサーチセンター(以下、当センター)では、上期の結果を考慮し、会社計画と同水準の前回予想を増額修正した(図表12)。18/6期の売上高4,470百万円(前期比1.6%増)、営業利益190百万円(同118.4%増)、経常利益190百万円(同111.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益95百万円(前期は437百万円の損失)と予想する。

前回予想との差異は、売上高、利益ともに上期の上振れ分を反映させたことにより生じており、下期の予想数値は前回予想を据え置いている。

当センターでは、通期及び下期の業績予想を策定する上で、以下の想定をしている。

1) 事業別の売上高については、CMP事業が3,640百万円(前回予想3,600百万円)、CMS事業が830百万円(同800百万円)と想定した。下期の売上高は、CMP事業が1,789百万円(前年同期比2.4%増)、CMS事業が428百万円(同4.5%減)と想定した。

2) 18/6期の売上総利益率は46.1%(前期比1.7%ポイント改善)、販管費率は41.8%(同0.6%ポイント改善)、営業利益率は4.3%(同2.3%ポイント改善)と予想する。粗利益率、販管費率の改善は、主にCMP事業における外注費や広告宣伝費の抑制効果を見込んだためである。下期については、営業利益率が3.1%と上期の5.4%を下回る想定だが、これは上期に会社計画以上に削減した広告宣伝費を若干積み増すことを想定したためである。

> 中期業績予想

◆ 証券リサーチセンターの中期業績予想

同社は中期経営目標について、数値、期間を含めて公表はしていないものの、CMP 事業の収益力回復のに向けた取り組みを強化することと新分野への取り組みにより、継続的な成長を目指す考えである。

当センターでは、メディアサイト数の増加及びプライベート DMP 導入等の効果による PV 数回復が CMP 事業の売上増に繋がり、増収増益が維持できると予想している。19/6 期、20/6 期の業績予想についても、前回の利益予想を増額修正しており、19/6 期の売上高は前期比 4.3% 増の 4,660 百万円、営業利益は同 17.4% 増の 223 百万円、20/6 期の売上高は前期比 4.1% 増の 4,850 百万円、営業利益は同 15.2% 増の 257 百万円を予想する。

予想の前提は以下の通りである。

1) 19/6 期以降、メディアサイト数は年 4 サイト程度の増加を想定した。事業別の売上高については、19/6 期は CMP 事業が 3,750 百万円 (前期比 3.0% 増)、CMS 事業が 910 百万円 (同 9.6% 増)、20/6 期は CMP 事業が 3,900 百万円 (同 4.0% 増)、CMS 事業が 950 百万円 (同 4.4% 増) と予想した。

2) 売上総利益率は CMP 事業の売上復調及び外注費の抑制効果により、年率 0.5% ポイントの改善を想定した。広告宣伝費は売上への伸びに応じて投入する方針であることから、販管費率は横這いを想定した。

【 図表 12 】 証券リサーチセンターの業績予想 (損益計算書) (単位: 百万円)

	16/6	17/6	18/6CE	18/6E (前回)	18/6E	19/6E (前回)	19/6E	20/6E (前回)	20/6E
損益計算書									
売上高	4,533	4,399	4,401	4,400	4,470	4,650	4,660	4,850	4,850
前期比	22.3%	-2.9%	0.0%	0.0%	1.6%	5.7%	4.3%	4.3%	4.1%
セグメント別									
CMP 事業	3,674	3,580	-	3,600	3,640	3,750	3,750	3,900	3,900
CMS 事業	858	818	-	800	830	900	910	950	950
売上総利益	2,184	1,954	-	1,980	2,060	2,115	2,171	2,231	2,284
前期比	22.1%	-10.5%	-	1.3%	5.4%	6.8%	5.4%	5.5%	5.2%
売上総利益率	48.2%	44.4%	-	45.0%	46.1%	45.5%	46.6%	46.0%	47.1%
販売費及び一般管理費	1,878	1,867	-	1,870	1,870	1,975	1,948	2,061	2,027
販管費率	41.4%	42.4%	-	42.5%	41.8%	42.5%	41.8%	42.5%	41.8%
営業利益	305	87	110	110	190	140	223	170	257
前期比	-38.9%	-71.5%	26.1%	26.1%	118.4%	27.3%	17.4%	21.4%	15.2%
営業利益率	6.7%	2.0%	2.5%	2.5%	4.3%	3.0%	4.8%	3.5%	5.3%
経常利益	298	90	110	110	190	140	223	170	257
前期比	-41.0%	-69.7%	22.0%	22.0%	111.1%	27.3%	17.4%	21.4%	15.2%
経常利益率	6.6%	2.0%	2.5%	2.5%	4.3%	3.0%	4.8%	3.5%	5.3%
当期純利益	143	-437	50	50	95	71	136	86	156
前期比	-55.3%	-	-	-	-	42.0%	43.2%	21.1%	14.7%

(注) CE: 会社予想 E: 証券リサーチセンター予想

(出所) イード有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

> 投資に際しての留意点

◆ 広告・マーケティング収入への依存

同社グループの CMP 事業の売上は、対象としている顧客企業からの広告マーケティング収入に依存している。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く、マーケティング活動の縮小は同社の業績へ悪影響を与えることに留意する必要がある。

◆ サイトの安全性について

同社の事業は全てインターネット上で行われている。このため、サイトの安全性維持のために、様々なセキュリティ対策を講じている。しかし、想定外のシステム障害やサービスへの妨害行為が生じた場合には事業展開に影響が出る可能性がある。

◆ 個人情報流出のリスク

同社グループでは、Web メディアやコンテンツの会員情報、リサーチソリューションのパネル会員情報等の個人情報を取得している。情報に関する保護管理体制の強化には継続的に取り組んでいるものの、個人情報が流出した際には同社の業績に影響を及ぼす可能性がある点に留意する必要がある。

◆ 配当について

同社では、株主に対する利益還元を重要な経営課題の一つと位置付けている。しかし、現在は財務体質の強化と事業拡大に向けた投資が先行するため、配当を実施していない。配当の実施及びその時期については現時点では未定としている。

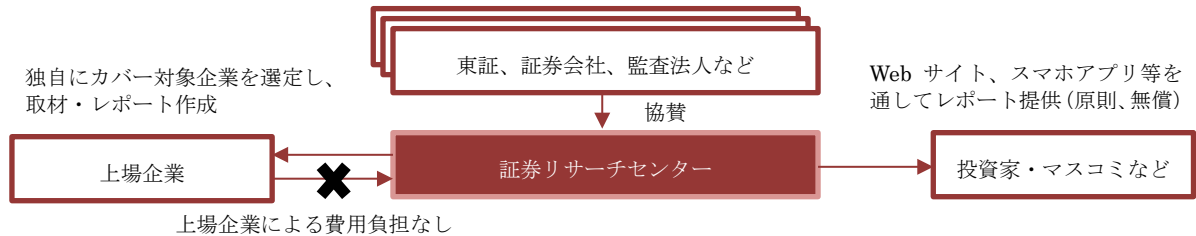
証券リサーチセンターでは、同社を対象とするレポート発信を 16 年 9 月 2 日より開始いたしました。

新興市場に新規上場した企業を中心に紹介してゆくという当センターの設立趣旨に則り、同社についてのレポート発信は、今回を以て終了とさせていただきます。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

(協賛)

株式会社東京証券取引所

SMBC 日興証券株式会社

大和証券株式会社

野村證券株式会社

みずほ証券株式会社

有限責任あずさ監査法人

有限責任監査法人トーマツ

新日本有限責任監査法人

株式会社 ICMG

(準協賛)

三優監査法人

太陽有限責任監査法人

優成監査法人

株式会社 SBI 証券

(賛助)

日本証券業協会

日本証券アナリスト協会

監査法人 A&A パートナーズ

いちよし証券株式会社

宝印刷株式会社

株式会社プロネクサス

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。