

イード | 6038

東証グロース

2Q Follow-up

iid

Focus Point

21分野、76のメディアを運営するWEBメディア企業。広告収入の他、データ販売、ECなどマネタイズ手法を多角化。リサーチサービスやECソリューションも提供し裾野を広げている。

主要指標

株価 (3/17)	843
年初来高値 (22/11/18)	974
年初来安値 (3/14)	823
10年間高値 (15/3/24)	2,392
10年間安値 (20/3/13)	454
発行済株式数(百万株)	5.0626
時価総額(十億円)	4.268
株主資本比率(21/6)	72.80%
23/6 PER (会予)	8.40x
22/6 PBR (実績)	1.06
22/6 ROE (実績)	12.62%
23/6 予想配当利回り(会予)	1.4%

2Qとして過去最高の売上高を達成
利益は先行投資により減益

2023/6期2Q決算サマリー

売上高は2,896百万円（前年同期比7%増）と上半期としては過去最高の水準となったが、営業利益では300百万円（同16%減）の減益となった。売上高ではCP事業が牽引したが、CS事業では前年同期の大型案件の剥落で減収となった。一見すると他のネットメディア企業の業績と同様に高インフレによる消費マインドの低下という外部環境の影響を受けたように見えるが、上期に実行したM&A案件2件は比較的大きく、新しい試みの分野もあり、今後、同社の収益基盤を底上げする狙いがある。M&Aディールから発生した一時費用とのれん償却費などによる販管費の増加（126百万円増）が減益の主因で成長のための先行投資である。

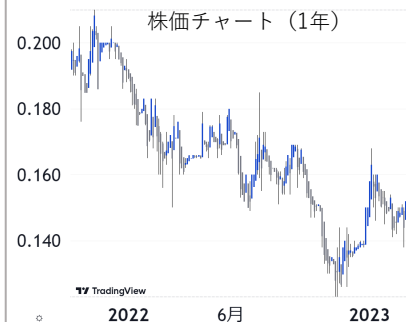
決算期	売上高 (百万円)	YoY (%)	営業利益 (百万円)	YoY (%)	経常利益 (百万円)	YoY (%)	当期利益 (百万円)	YoY (%)	EPS (円)	DPS (円)
2019/06	5,193	10.1	311	21.0	314	16.7	194	288.0	40.45	-
2020/06	5,267	1.4	315	1.3	278	-11.5	104	-46.4	21.01	-
2021/06	5,407	2.7	454	44.1	464	66.9	465	347.1	92.07	-
2022/06 ^{*1}	5,574	3.1	638	40.5	638	37.5	450	-3.2	90.81	-
2023/06 CE	6,000	7.6	730	14.4	730	14.4	500	11.1	101.46 ^{*2}	12
22/06 Q2	2,714	-4	355	49.2	349	63.8	242	-13.8	48.88	
23/06 Q2	2,896	6.7	300	-15.5	306	-12.3	209	-33.8	41.91	

*1 2022/6 は新収益認識適用後。*2 2019/6期~22/6期:潜在株式調整後、2023/6期:潜在株式調整前の数値

2023/6期会社予想に対する進捗

	通期会社予想	YoY(%)	23/6期2Q	YoY(%)	進捗率(%)	過去4年 平均(%)
売上高	6,000	7.6	2,896	6.7	48.3	49.4
営業利益	730	14.4	300	-15.5	41.1	56.3
経常利益	730	14.4	306	-12.3	41.9	56.6
純利益 (ATOP)	500	10.9	209	-13.8	41.8	82.3

通期計画に対する進捗率は売上高で48.3%で、例年3Q（1-3月期）が強含む季節性を考慮すれば、23/6期の売上高は計画線での着地となろう。営業利益以下は、過去4年平均より低いが、上述したM&A案件に伴う一時費用とのれん償却費用が主でありネガティブな要因ではない。しかしながら株式市場ではネットメディア、広告関連企業の弱い決算内容に失望しており、イードの株価もしばらくはセンチメントの悪化の影響が残ると思われる。



出所：Tradingview

チームカバレッジ
research@sessapartners.co.jp

2023/6期2Q決算

イードの2Q決算売上高は2,896百万円（前年同期比6.7%増）、営業利益は300百万円（同15.5%減）、経常利益は306百万円（同12.3%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益は209百万円（同13.8%減）と増収減益であった。

ネット広告の出稿が伸び悩んだが、M&Aによる新コンテンツの貢献もあり、データコンテンツ提供売上、メディア・EC向けのシステム売上が好調だった。

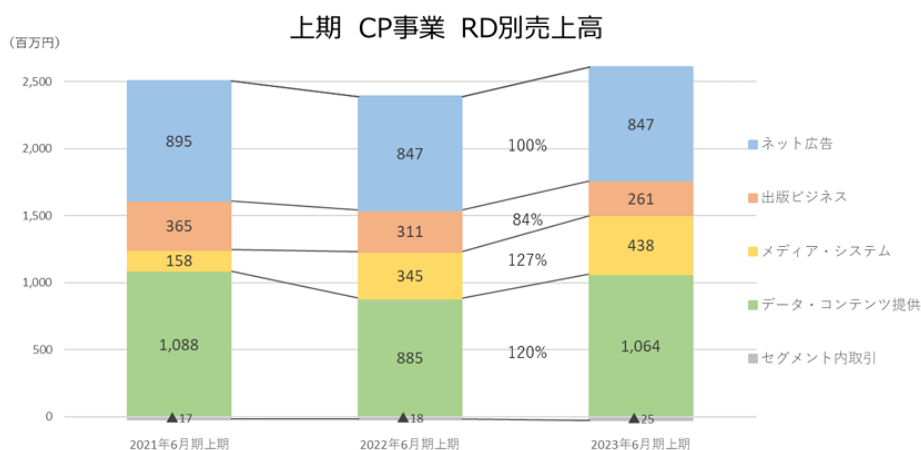
営業利益以下の利益は販管費が129百万円増加したことで減益基調となったが、販管費増加の主な要因は、前年度から上期にかけて取得した事業ののれん償却費やアドバイザーフィーなどが主な要因である。

クリエイタープラットフォーム事業（CP事業）

セグメント売上高 2,587百万円（前年同期比9.1%増）、セグメント利益 235百万円（同14.1%減）

ネット広告はアフィリエイト広告が好調だったが、消費者の購買意欲が物価高により低下する中、広告主の出稿意欲も低下し、セグメント売上高は前年同期比横ばいの847百万円となった。2月に厚生労働省から公表された2022年の勤労統計調査によれば実質賃金は0.9%減と賃上げがインフレに追いついていない現状であり、他のネット広告関連企業の決算の内容を見ても同様のトレンドが確認できる。しかしながら同社は一貫して収益源を多様化する「360度ビジネス」を標榜しており、非ネット広告事業の売上高比率は21/6期2Qの68.8%から今2Qでは70.7%に上昇している。

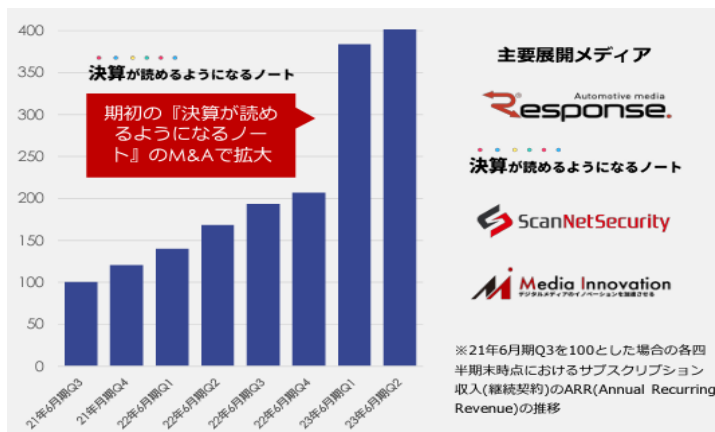
データコンテンツ提供売上は、積極的な買収効果もあり1,064百万円と前年同期比20.2%の増加となった。メディア・EC向け支援のシステム売上は439百万円、同27%増と大幅に伸長した



衝突安全試験に使用されるFITPの加速式スレッド試験機。
同社つくばテクニカルセンター
出所：同社ウェブサイト

買収により22年11月に連結入りしたエフ・アイ・ティー・パシフィック株式会社（以下、FITP）は同セグメントである。FITPは自動車分野で安全性向上のソリューション等を提供する技術商社であり、データセンター管理システム等も提供するなどその活動内容は多岐に渡る。イードがこれまでフォーカスしてきたデジタルコンテンツ分野とやや異なるが、これまでに注力してきたCASE/MaaS時代のモビリティ分野とのシナジーも期待される。

2021/6期より開始したレスポンス等のB2Bメディア有料サブスク事業は順調に拡大してきたが、2022年7月に事業取得した「決算が読めるようになるノート」が貢献しサブスクリプション収入は21年3月から22年12月までの四半期ベースでほぼ4倍の売上になったという。



出所：同社決算説明資料2023/6期2Q

クリエイター・ソリューション事業 (CS事業)

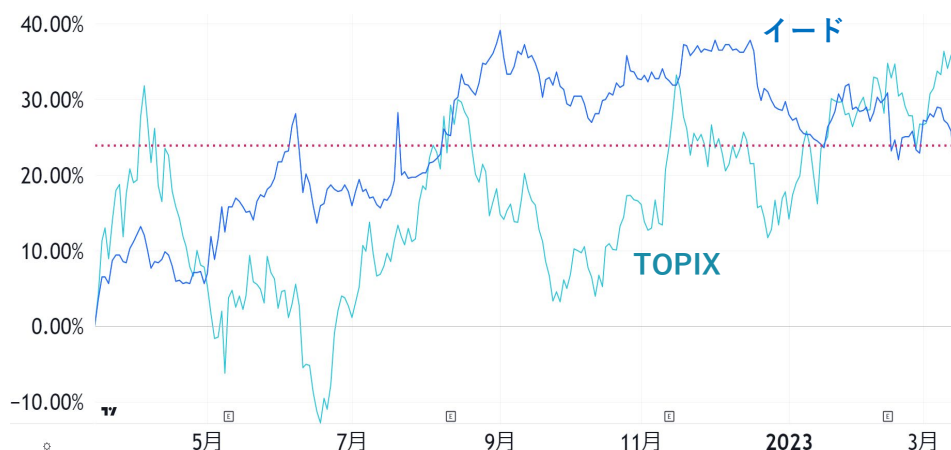
セグメント売上高 310百万円 (前年同期比9.6%減)、セグメント利益 65百万円 (同20.2%減)

リサーチソリューション、ECソリューションとも粗利率の高い大型案件が少なく減収減益となった。

株価インサイト

今期の業績計画に対して今のところ売上高では達成可能な進捗だが、利益は先述した投資案件のために不透明な状況である。同社は成長ドライバーとしてM&Aを据えているため、ディール次第で単年度の利益ばぶれやすく、経営陣は2026/6期を最終年度とした中期経営計画では目標を売上高100億円、EBITDA12億円を設定し、特定の利益水準は設定していない。そのため単年度の利益水準で同社の株価を語ることは適当でないとSIRでは考える。今期のM&A関連費用が一巡し、買収企業の業績がフルに貢献する24/6期の会社予想が注目されよう。

対TOPIX相対チャート (1年)



出所：Trading View

ディスクレイマー／免責事項

本レポートは対象企業についての情報を提供することを目的としており投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。本レポートに掲載されたデータ・情報は弊社が信頼できると判断したのですが、その信憑性、正確性等について一切保証するものではありません。

本レポートは当該企業からの委託に基づきSESSAパートナーズが作成し、対価として報酬を得ています。SESSAパートナーズの役員・従業員は当該企業の発行する有価証券について売買等の取引を行っているか、または将来行う可能性があります。そのため当レポートに記載された予想や分析は客観性を伴わないことがあります。本レポートの使用に基づいた商取引からの損失についてSESSAパートナーズは一切の責任を負いません。当レポートの著作権はSESSAパートナーズに帰属します。当レポートを修正・加工したり複製物の配布・転送は著作権の侵害に該当し固く禁じられています。



SESSAパートナーズ株式会社

東京都港区麻布十番2-8-14 i-o Azabu 5a
info@sessapartners.co.jp