

2016年7月期 決算説明資料

2016/9/13
株式会社アイリッジ
(コード番号 3917)

1. 2016年7月期 決算について P. 2
 2. 2017年7月期 業績予想について P. 17
 3. 成長戦略と取組状況について P. 21
- (ご参考) 会社概要 P.30

1. 2016年7月期 決算について

✓ 業績ハイライト (通期)

- 売上高、営業利益ともに**予想を上回り着地、前年同期比では大幅伸長**
 - ✓ 売上高1,230百万円 業績予想比 10.4%増 前年同期比 65.2%増
 - ✓ 営業利益136百万円 業績予想比 14.1%増 前年同期比 27.2%増

✓ ポイント

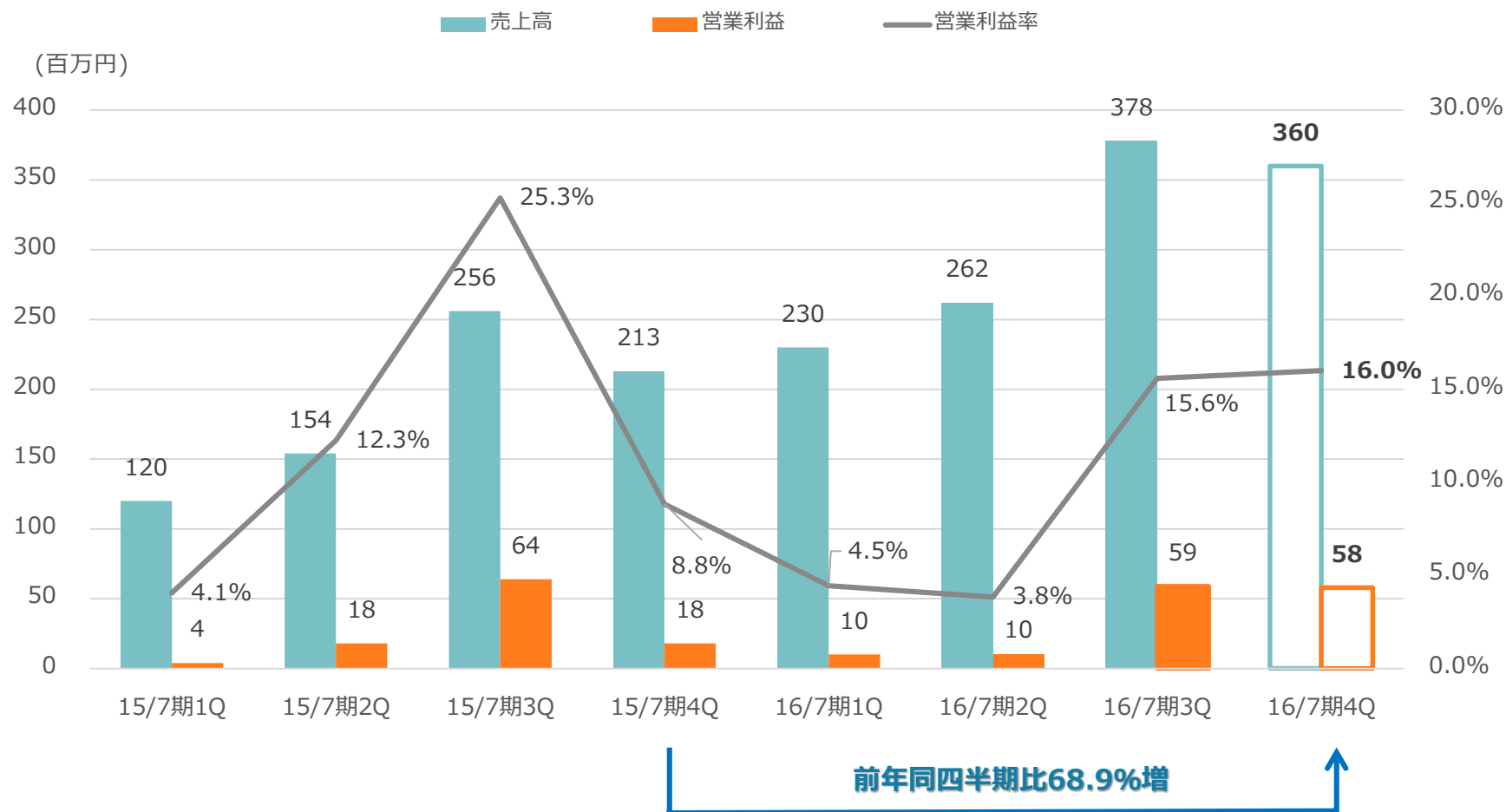
- 売上、ユーザー数は順調に成長
 - ✓ 企業のスマホを活用したマーケティングへの取り組みは活発化、良好な受注状況
 - ✓ ユーザー数は大幅伸長：
15年7月末 2,403万 ⇒ **16年7月末 4,500万**(+2,097万、87.3%増)
- 第4Qでは**月額報酬 (ストック収入) が販管費をカバー**、より健全な成長モデルへ
 - ✓ 第4Q : 月額報酬89百万円 > 販管費81百万円
- **優秀な人材の採用を積極的に進める**ことで、事業拡大への布石を打つ
 - ✓ 従業員数 : 2015年7月末 32人 ⇒ 2016年7月末 59人 (+27人)

- 売上高、利益ともに、**前年同期比で増収増益、業績予想比でも上振れ。**
 - ✓ 売上高の伸び 65.2% > 営業利益率の伸び27.2% ⇒ 要因である**原価率の上昇は改善傾向。**
 - ✓ 販管費は人員増等により増加したものの、増収効果により、**販管費比率は前年同期より改善。**

(単位：百万円)	16/7期 実績	15/7期 実績	前期比 増減率	16/7期 業績予想	業績予想比 増減率
売上高	1,230	744	+65.2%	1,114	+10.4%
売上原価	771	438	+75.8%	—	—
売上原価率	62.7%	58.9%	+3.8pt	—	—
売上総利益	458	305	+49.9%	—	—
粗利率	37.3%	41.1%	△3.8pt	—	—
販管費	321	198	+62.3%	—	—
販管費率	26.2%	26.6%	△0.5pt	—	—
営業利益	136	107	+27.2%	120	+14.1%
営業利益率	11.1%	14.5%	△3.3pt	10.8%	+0.4pt
経常利益	137	108	+27.2%	120	+14.5%
当期純利益	92	72	+27.4%	80	+15.2%

四半期推移：売上高、営業利益

- 売上高は、**前年同四半期比68.9%増**と継続して成長。営業利益も大幅に増加。
- 売上高は、多くの取引先の決算期である3Qに及ばなかったものの、営業利益は同水準を維持、営業利益率は向上。

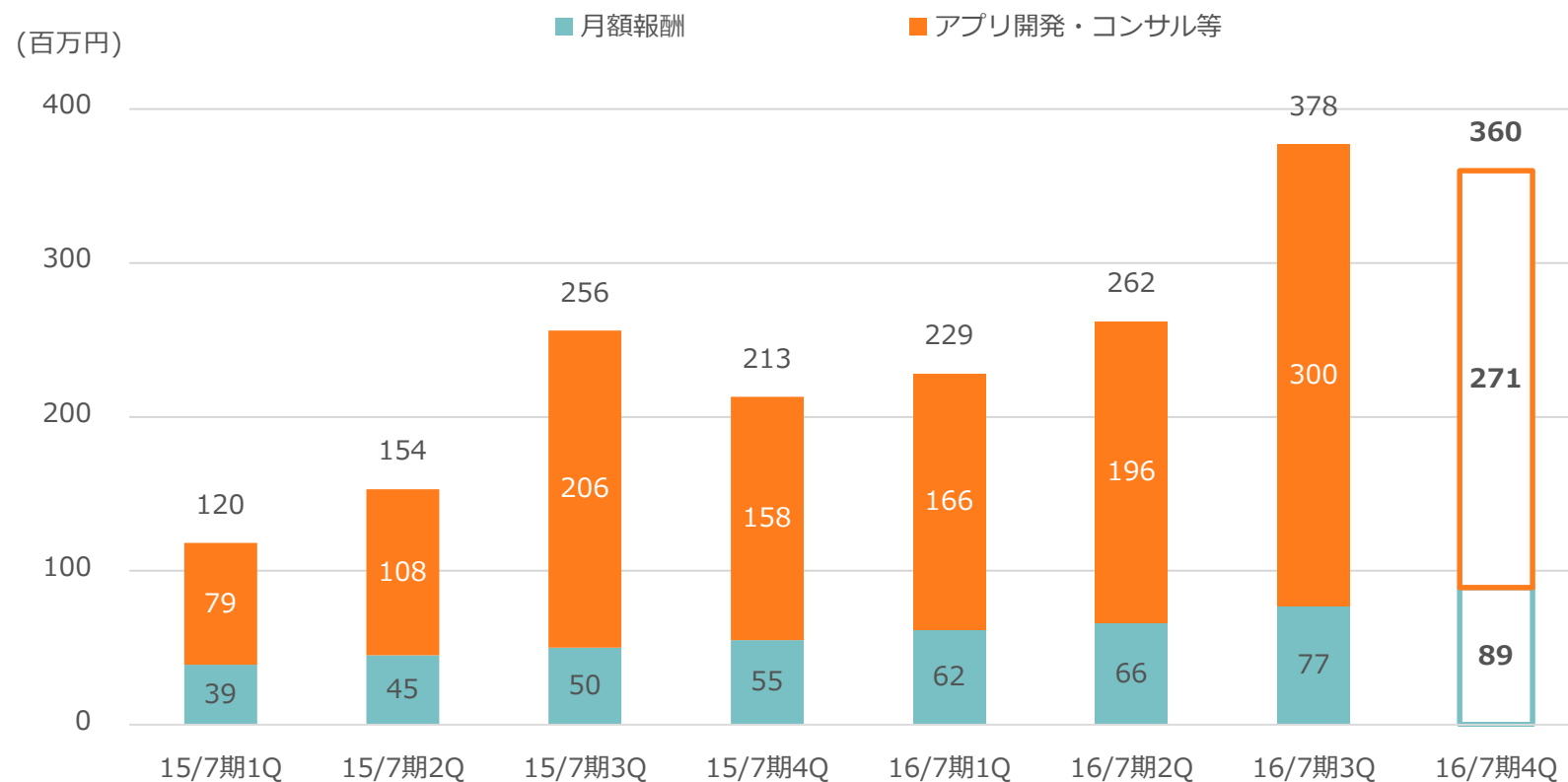


- 「月額報酬」は295百万円（前年同期比55.7%増）、
「アプリ開発、コンサル等」は934百万円（前年同期比69.1%増）。
- 既存取引先の継続支援（7割）、新規受注（3割）にバランスよく取り組めており、売上高やユーザー数の増加として表れている状況。

(単位：百万円)		16/7期		15/7期		増減率
		実績	構成比	実績	構成比	
売上高		1,230	100.0%	744	60.5%	+65.2%
O2O関連		1,230	100.0%	742	60.4%	+65.7%
月額報酬		295	24.1%	190	15.4%	+55.7%
アプリ開発、コンサル等		934	75.9%	552	44.9%	+69.1%
その他		—	—	2	0.2%	—

四半期推移：サービス別の売上高

- 「月額報酬」は前年同四半期比61.9%増、「アプリ開発、コンサル等」は前年同四半期比71.4%増と堅調。



(注) 15/7期の「その他売上」2百万円はグラフには表示していませんが、売上高合計には含めております。

- 売上原価率は、前年同期比で3.8ポイント上昇。
 - ✓ 上昇要因は、主に自社サービスの開発強化による先行費用と外注費からのスイッチング・コスト計上によるもの。
 - ✓ 四半期推移では、**第1Q 66.0% → 第2Q 64.8% → 第3Q 60.6% → 第4Q 61.3%**と改善傾向。

(単位：百万円)	16/7期		15/7期		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
売上原価	771	62.7%	438	58.9%	332	+ 3.8pt
原価人件費	218	17.7%	113	15.3%	104	+ 2.5pt
外注費	452	36.8%	264	35.5%	187	+ 1.3pt
その他原価	101	8.2%	60	8.2%	40	+ 0.1pt

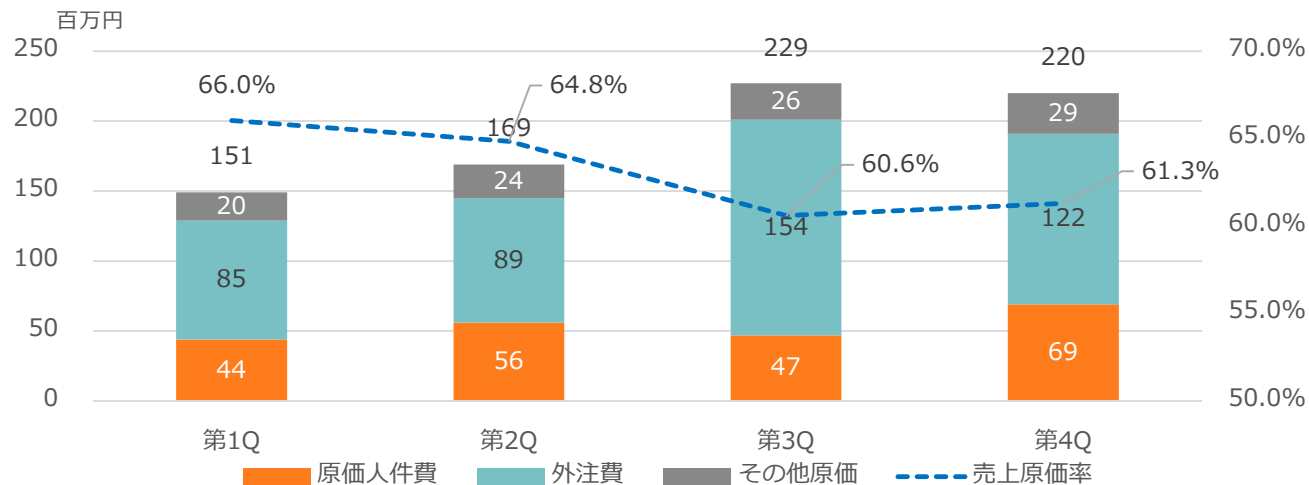
- 販管費は増加したものの、増収効果により、**販管費比率は前年同期比で0.5ポイント改善**。
- 採用活動が順調に推移したことにより、採用費が増加。
- その他経費の増加は、主に人員数の増加による経常コストの増加によるもの。
また、新オフィス移転に伴うコストや減価償却費増により、その他経費の対売上高が上昇。

	16/7期		15/7期		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
(単位：百万円)						
販売費及び一般管理費	321	26.2%	198	26.6%	123	△0.5pt
人件費	166	13.5%	110	14.8%	55	△1.3pt
採用費	33	2.7%	7	1.0%	25	+1.7pt
管理諸費・支払報酬	28	2.3%	35	4.8%	-7	△2.5pt
その他経費	93	7.6%	43	5.9%	49	+1.7pt

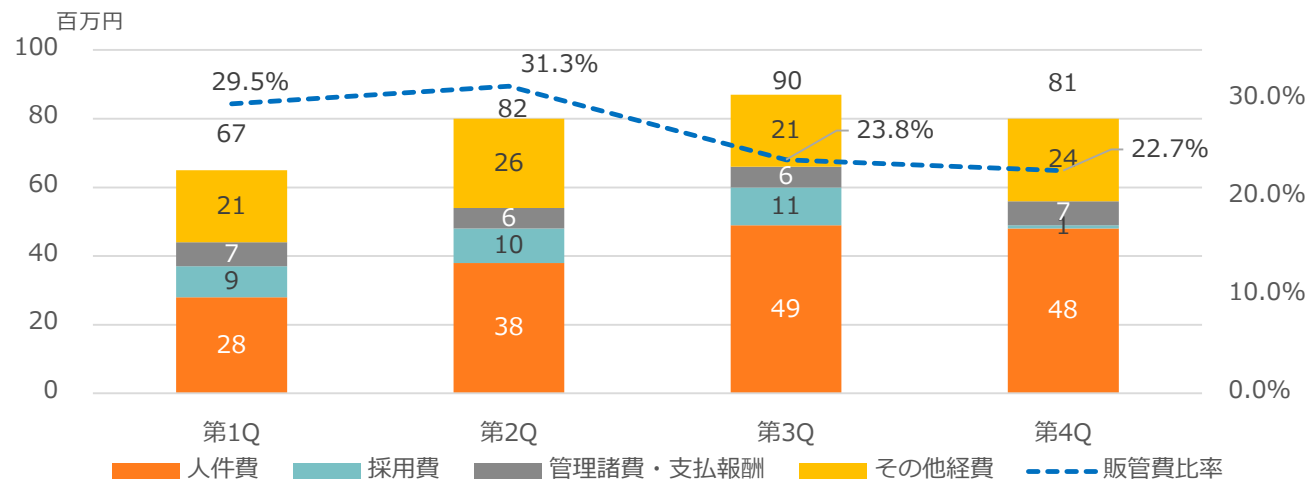
四半期推移：売上原価、販売費及び一般管理費

16/7期四半期推移

売上原価



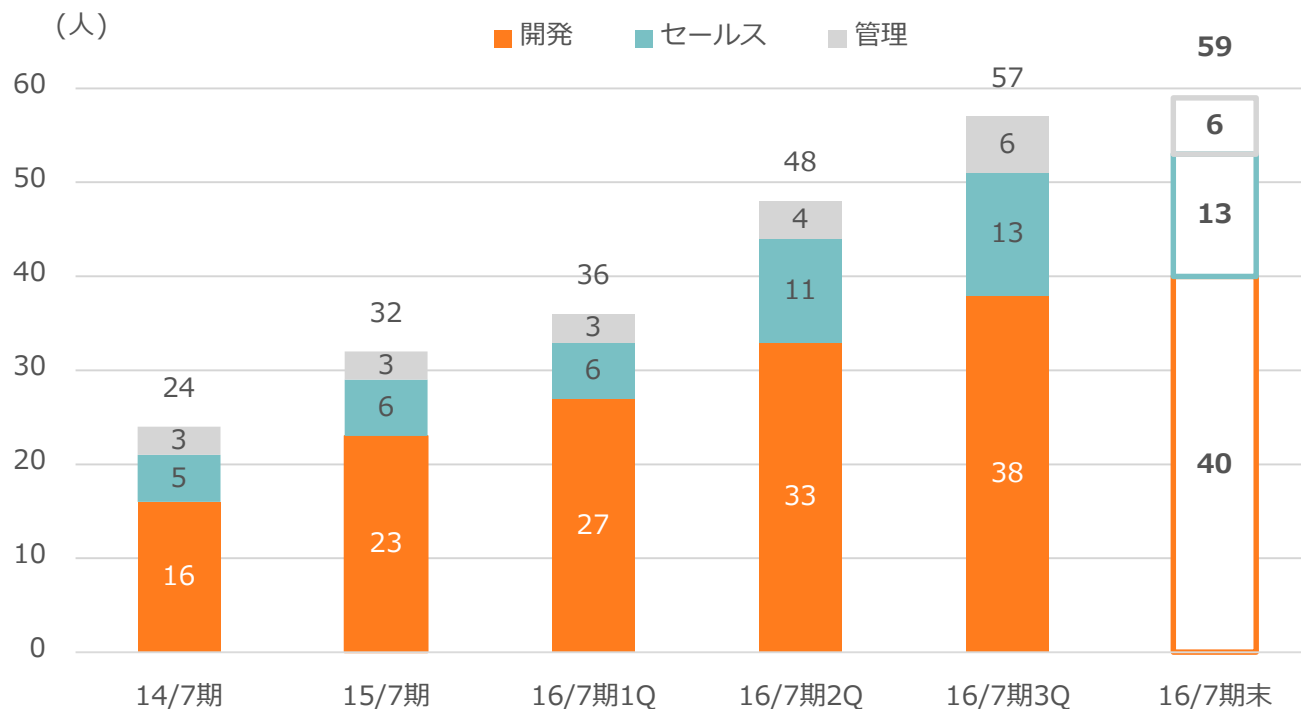
販売費及び一般管理費



- 16/7期末日が休日だったことにより、一部の入金が翌月となり、売掛金が増加。
- 投資その他の資産の増加は、オフィス移転に伴う敷金の増加。

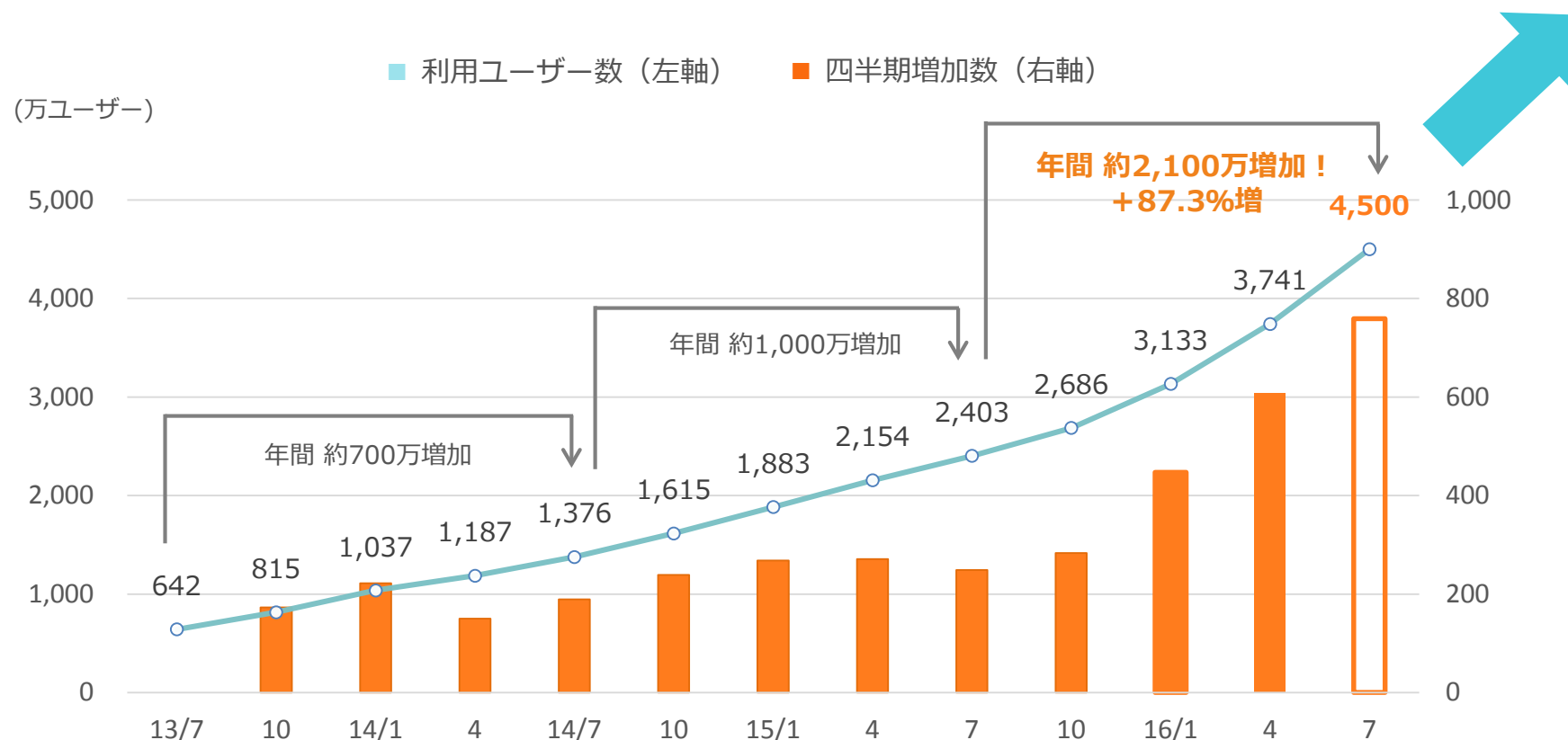
(単位：百万円)	16/7期 期末実績	15/7期 期末実績	増減	増減率
流動資産	946	887	+59	+6.7%
現金及び預金	656	717	△61	△8.5%
売掛金	227	128	+98	+76.4%
仕掛品	36	18	+17	+92.8%
固定資産	146	77	+68	+88.0%
無形固定資産	90	65	+25	+39.2%
投資その他の資産	46	12	+33	+271.9%
資産合計	1,093	965	+127	+13.2%
流動負債	189	170	+19	+11.6%
買掛金	44	53	△8	△16.6%
固定負債	12	—	+12	—
負債合計	202	170	+32	+19.2%
純資産	890	795	+94	+11.9%

- 当初の期末人員目標を第2Qで達成。
下期の採用活動も順調に推移し、人員数は、2015年7月末 32人 ⇒ 2016年7月末 59人 (+27人)。



- 2016年7月末現在、popinfo利用ユーザー数は4,500万ユーザーを超え、順調に成長。
- 足元、四半期毎のユーザー増加数が大幅に増加、トレンド転換。

popinfoを組み込んだアプリの利用ユーザー数、四半期毎のユーザー増加数



(注) ユーザー数とは、ユーザー数のカウント時点において、プッシュ通知の配信に同意しているユーザー数を指し、アプリごとにカウントしています。

2016年5月以降の主なニュース

2016/5/2	popinfoがバージョンアップした「ミサワオーナーズクラブ」アプリに導入
2016/5/6	動画でGUを楽しむ「GU CHANNEL」をGUアプリに追加
2016/5/30	「popinfo」がバージョンアップした「岩沼市防災アプリ」に導入
2016/6/2	O2Oソリューション popinfoの利用ユーザー数が 2015年5月、 4,000万ユーザーを突破！
2016/6/14	「popinfo」が「シュフモ」の購買促進プラットフォームの実証実験に採用
2016/7/1	富士急行の訪日外国人向け富士山麓エリアの観光情報を提供する「FUJI-Q RESORTSアプリ」を企画・開発
2016/7/25	アイリッジとイーコンテクト アプリ決済「BUS PAY」提供開始
2016/8/2	O2Oソリューション popinfoの利用ユーザー数が 2015年7月、 4,500万ユーザーを突破！
2016/8/10	東急線アプリのバージョンアップを開発支援
2016/8/25	「GU」の公式アプリ「ジーユー」のバージョンアップを開発支援
2016/8/30	阪神タイガース公式戦における「阪急阪神おでかけアプリ」を活用したキャンペーンの実施
2016/9/1	「popinfo」および「popinfoクーポン」 ムスリム向け飲食店アプリ「ハラルグルメジャパン」へ導入
2016/9/6	ファミリーマートの公式アプリ「ファミリーマートアプリ」および「Famiポートアプリ」を同時に開発支援
2016/9/9	フィンテックにおける有力技術であるブロックチェーン技術のO2O領域への適用に向けた一次技術検証を実施

- O2Oアプリ開発に強みを持つアイリッジと、バス業界向けに決済サービスを提供してきたイーコンテクト（DGグループ）の協業によりサービス開始。
 - ✓ 海部観光の高速バス（徳島－大阪路線）、平成エンタープライズの路線バス（埼玉県）にて運用。
- 集客・販促機能であるO2O機能と、アプリ決済が連携することで、ユーザーにとって『より快適な購買体験』を提供可能。

小銭いらずで、スマートにバス乗車「BUSPAY」開始

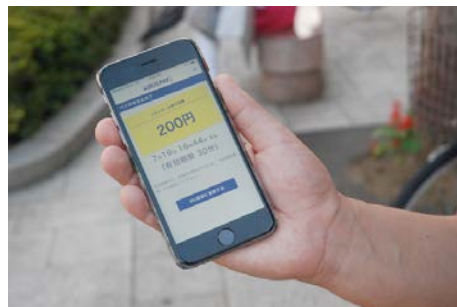
STEP 1 アプリをダウンロード



STEP 2 アプリで支払い



STEP 3 見せるだけで乗車



テックビューロ(株)

提携日：

2015/12/17

提携内容：

国内唯一のプライベート・ブロックチェーン技術「mijin」を使ったFinTech関連スマートフォン用アプリの共同開発を開始。

取組状況：

- 「mijin」のO2O領域への導入を視野に、第1次技術検証を完了しました。
- 引き続き、活用方法と課題への取組方法の検討を進めます。

ロケーションバリュー(株)

提携日：

2016/3/2

提携内容：

O2Oアプリ開発・マーケティング分野において、戦略的パートナーとして業務提携。

O2O領域でのソリューション強化と顧客基盤の拡大を推進。

取組状況：

- 今期1Q導入に向け、具体的な検討を進めております。
- その他、複数案件にて、協業の検討を進めております。

(株)クレディセゾン (株)デジタルガレージ

提携日：

2016/3/28

提携内容：

近い将来到来する世界的な金融イノベーションの時代に向けたFinTechソリューションの共同開発を推進。

取組状況：

- クレディセゾン、DG等が設立したDGラボとの連携を含め、次世代ソリューション開発に向け、具体的な検討を進めております。

2. 2017年7月期 業績予想について

- 2017年7月期の**売上高は前期比30.1%増の16億円**、**営業利益は46.1%増の2億円**を計画。
 - ✓ 売上高計画は既存事業を着実に伸ばしながら、中期的な成長基盤を固めるため、新規サービス・新規事業への取り組み等に経営資源を投入。
 - ✓ 営業利益率は、内製化による原価率低減、売上感応度の低い販管費構造により1.4ptの改善を見込む。

(単位：百万円)	17/7期 業績予想		16/7期 実績		前年同期比増減率	
	通期	2Q累計	通期	2Q累計	通期	2Q累計
売上高	1,600	640	1,230	491	+30.1%	+30.2%
営業利益	200	38	136	20	+46.1%	+87.2%
営業利益率	12.5%	5.9%	11.1%	4.1%	+1.4pt	+1.8pt
経常利益	200	38	137	20	+45.5%	+85.6%
当期純利益	138	26	92	12	+49.7%	+111.8%

※ 2Q累計の業績予想は、過年度の季節的変動を踏まえ、策定。

- ✓ 2Q累計売上の進捗率 17/7期予想 40.0% 16/7期実績 40.0%
- ✓ 2Q累計営業利益の進捗率 17/7期予想 19.0% 16/7期実績 14.8%

2017年7月期 業績予想：サービス別の売上高①

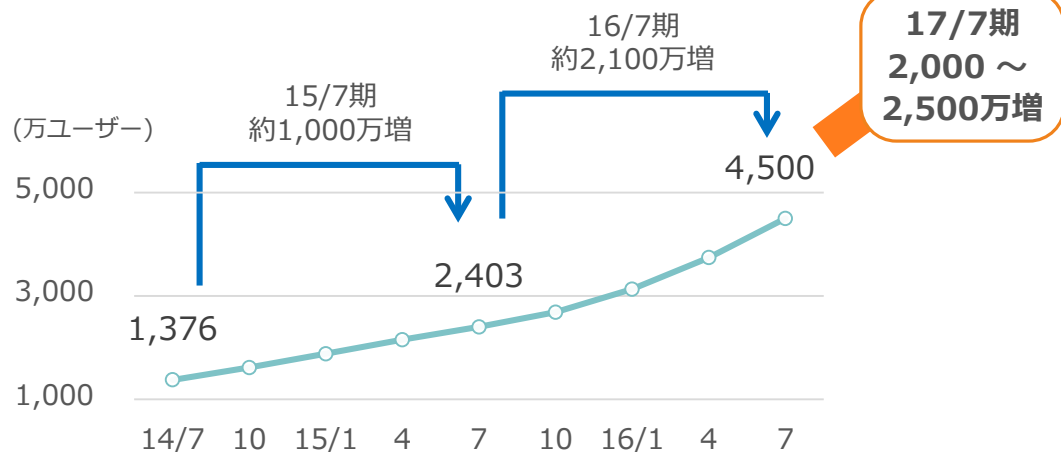
- 「月額報酬」は前期比35.2%増の4億円、
「アプリ開発、コンサル等」は前期比28.4%増の12億円を計画。

(単位：百万円)	17/7期		16/7期		増減額	増減率
	業績予想	構成比	実績	構成比		
O2O関連売上	1,600	100.0%	1,230	100.0%	+369	+30.1%
月額	400	25.0%	295	24.1%	+104	+35.2%
アプリ開発、コンサル等	1,200	75.0%	934	75.9%	+265	+28.4%

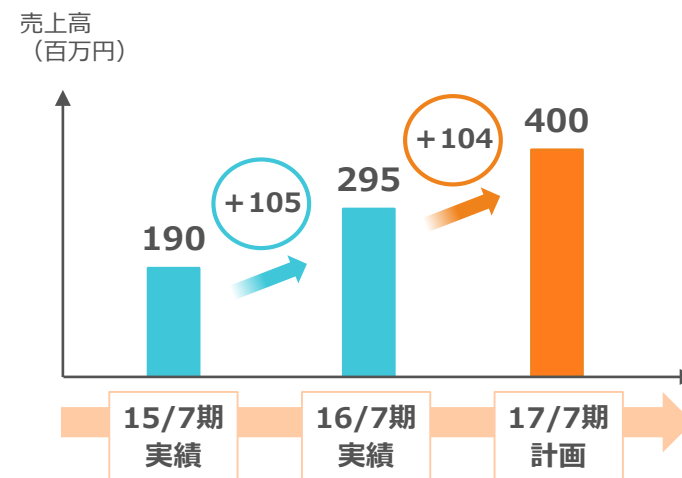
月額報酬について

- 17/7期は2,000～2,500万ユーザーの増加を見込む。
- 17/7期の月額報酬は、利用ユーザーの年間増加数を踏まえ、16/7期と同水準の増加を見込む。

popinfoを組み込んだアプリの利用ユーザー数



月額報酬の推移



アプリ開発、コンサル等

- 経営資源の一部を新規サービス・事業の取組強化等に投入する前提（売上高計画には織り込まず）。
- 1人当たり売上高で前期水準を維持。
今期は10人程度の採用を計画（前期は+27名）

3. 成長戦略と取組状況について

事業環境

(1) スマートフォンの利用状況

- 保有比率 53.1%
- スマホによるインターネット利用
 - ✓ 13～50歳未満の各年齢層でPCによるインターネット利用を上回る
 - ✓ 50歳以上の層でもスマホ利用状況UP
⇒ インターネット利用の中心はPCからモバイルへと変化

(2) 当社の取り組み状況

- 企業のモバイルマーケティングへの取り組みは強化、より多くの予算をかける企業が増加
⇒ 当社のO2O事業の後押し
- 足元では、企業側の保有する顧客データとアプリを連携させる等して、多機能化や、情報配信のパーソナライズ化の方向へ
⇒ 技術力と経験・ノウハウが求められ、全体視点からの企画・提案が必要

方針：既存事業を着実に伸ばしながら、更なる中期的な成長に向けた基盤固めを行う

(3) 事業環境を踏まえ、引き続き

- 顧客層の拡大
- サービスラインナップの強化・拡充
- 利益率の向上（内製化等）

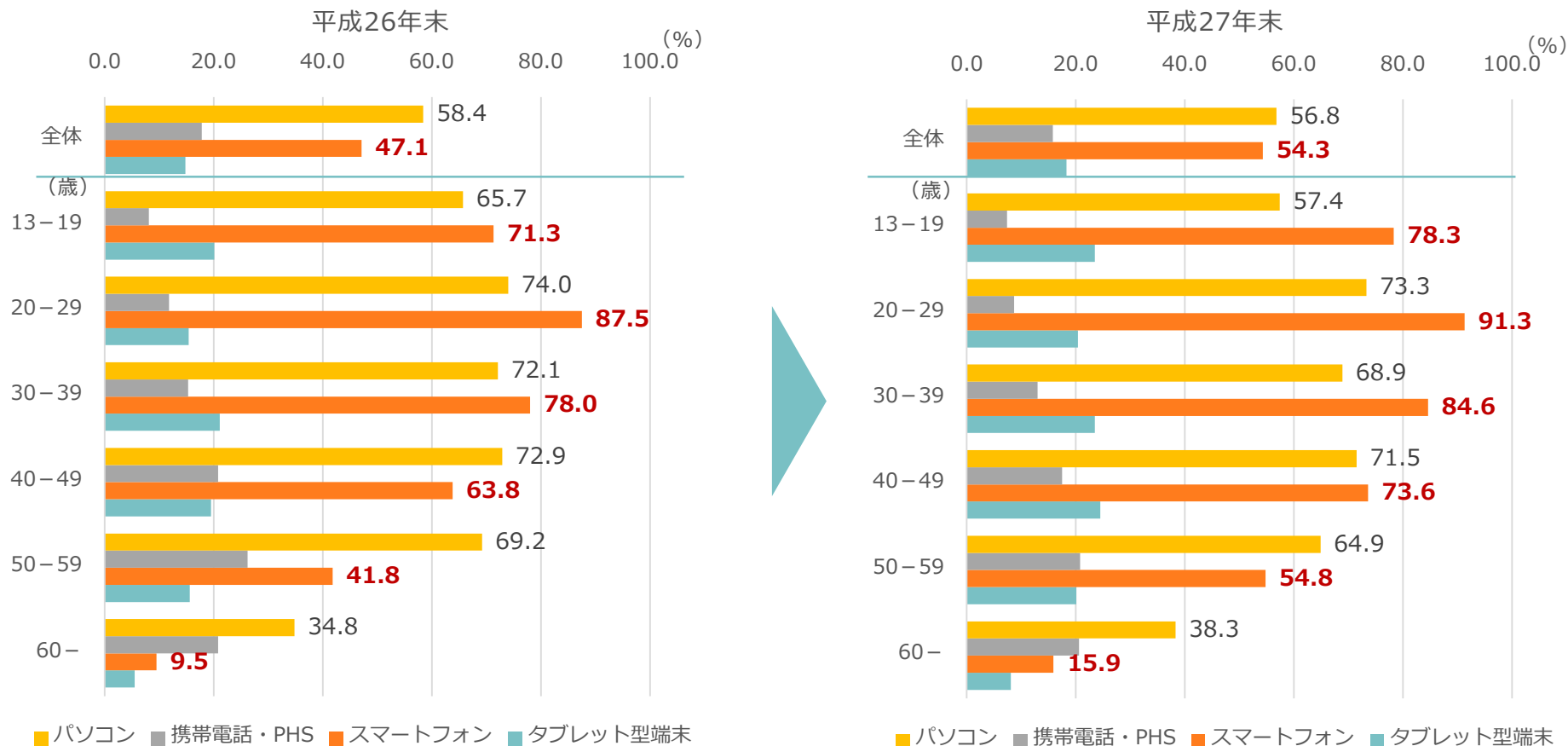
(4) 中期的な成長基盤固め

- 新規サービス・新規事業の取組強化
- 従業員へのアイリッジWayの浸透（組織基盤の強化）

(1) インターネットの利用動向

- スマートフォンによるインターネット利用が全ての世代において上昇。
13～49歳の各年齢階層ではパソコンを上回っており、特に40歳代では初めてパソコンを上回る。

世代別インターネット利用機器の状況

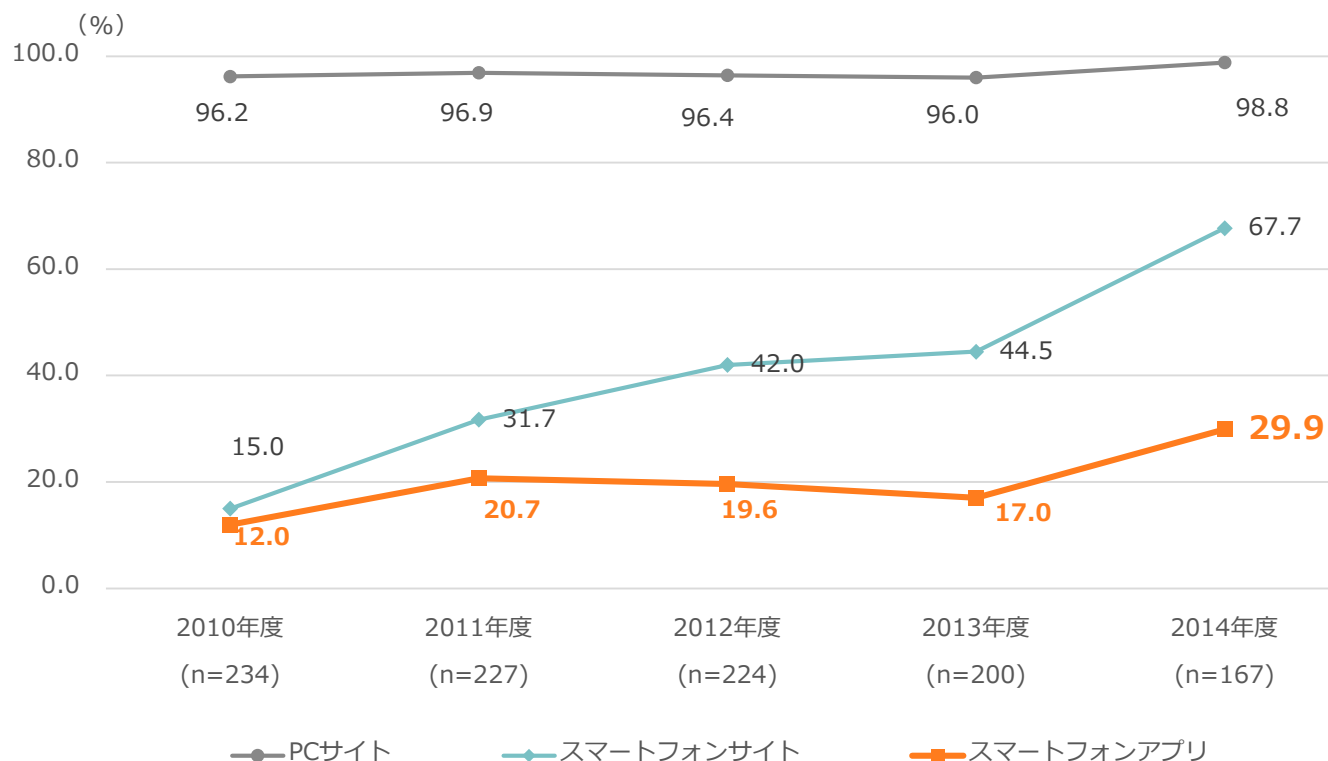


(注) 1. 出典：総務省「平成27年通信利用動向調査」
2. 当該比率は、過去1年間におけるインターネット利用の有無を端末別（複数回答可）・年齢階層別に示したものである。

(2) BtoC向け企業におけるスマートフォン・アプリ対応状況

- BtoC企業では、スマートフォンへの対応が急速に進んでおり、29.9%がアプリを提供。

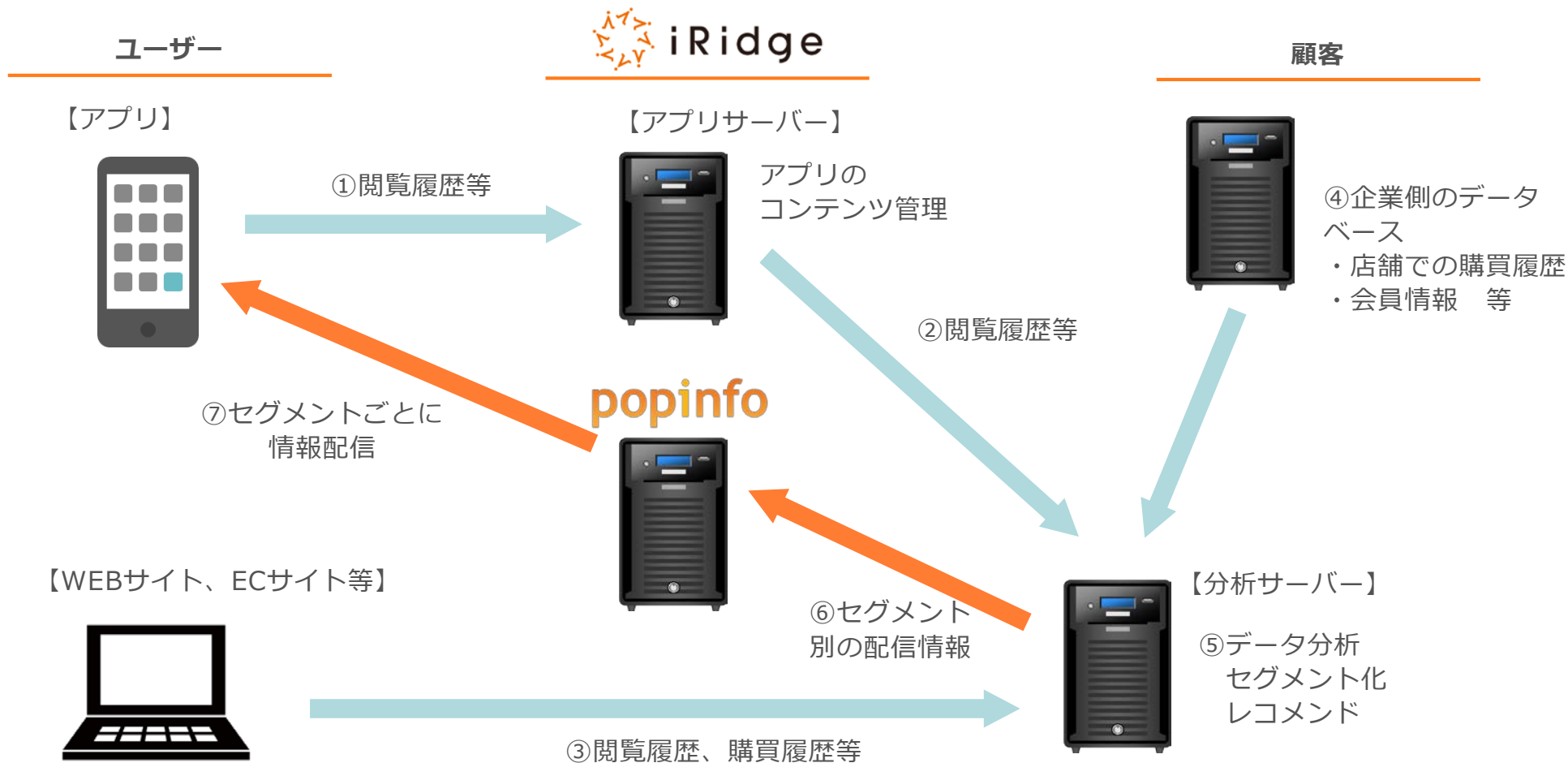
BtoC企業のスマートフォンサイト・アプリの対応状況（経年変化）



(注) 出典：D2C「2015年企業のインターネット広告・モバイル広告利用動向調査」

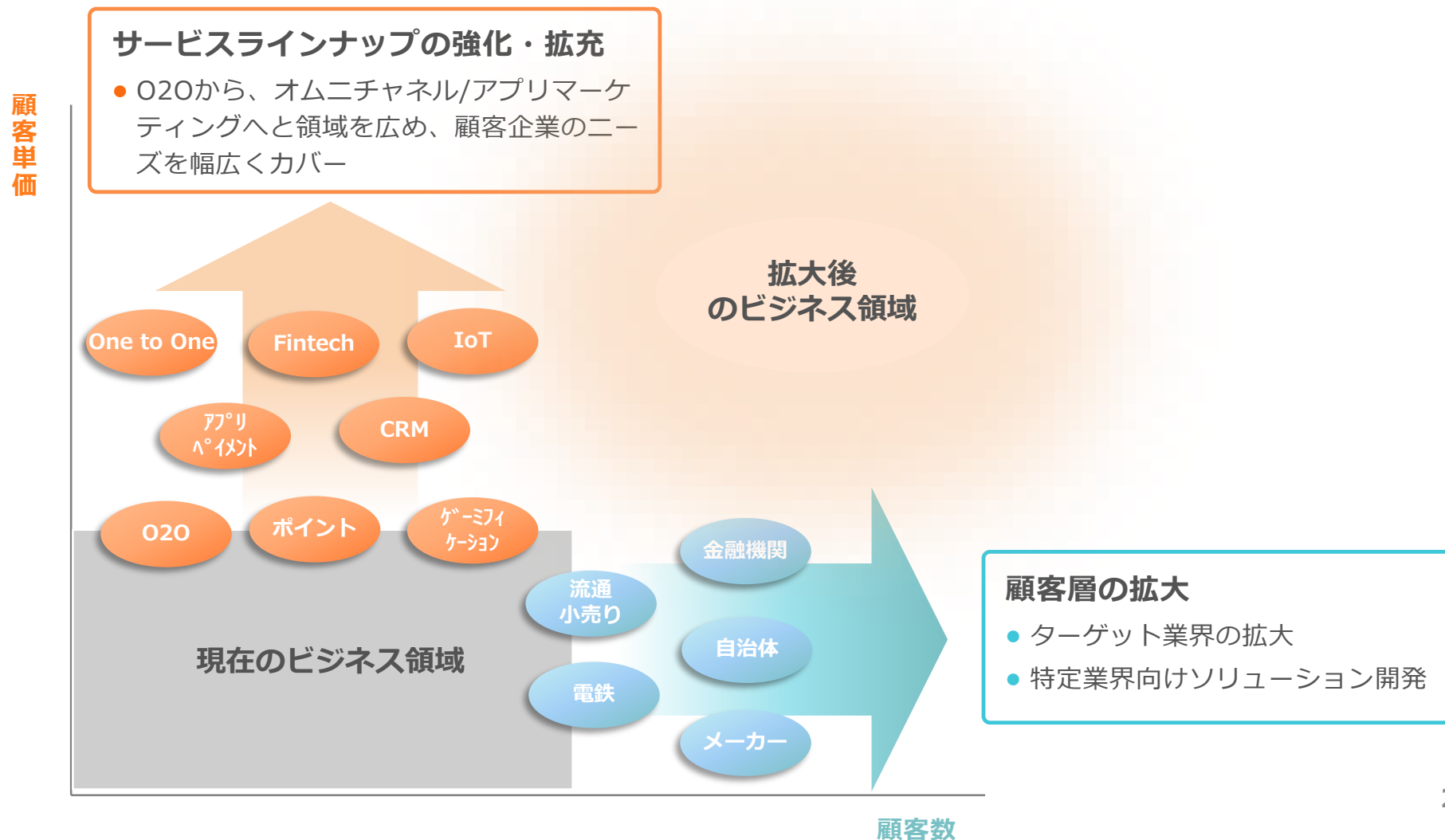
(2) システム連携の取組状況

- アプリと企業側の保有する顧客データ等の連携は推進。
従来より精度の高いセグメント毎の配信が進んでおり、今後はよりパーソナライズ化の方向へ。



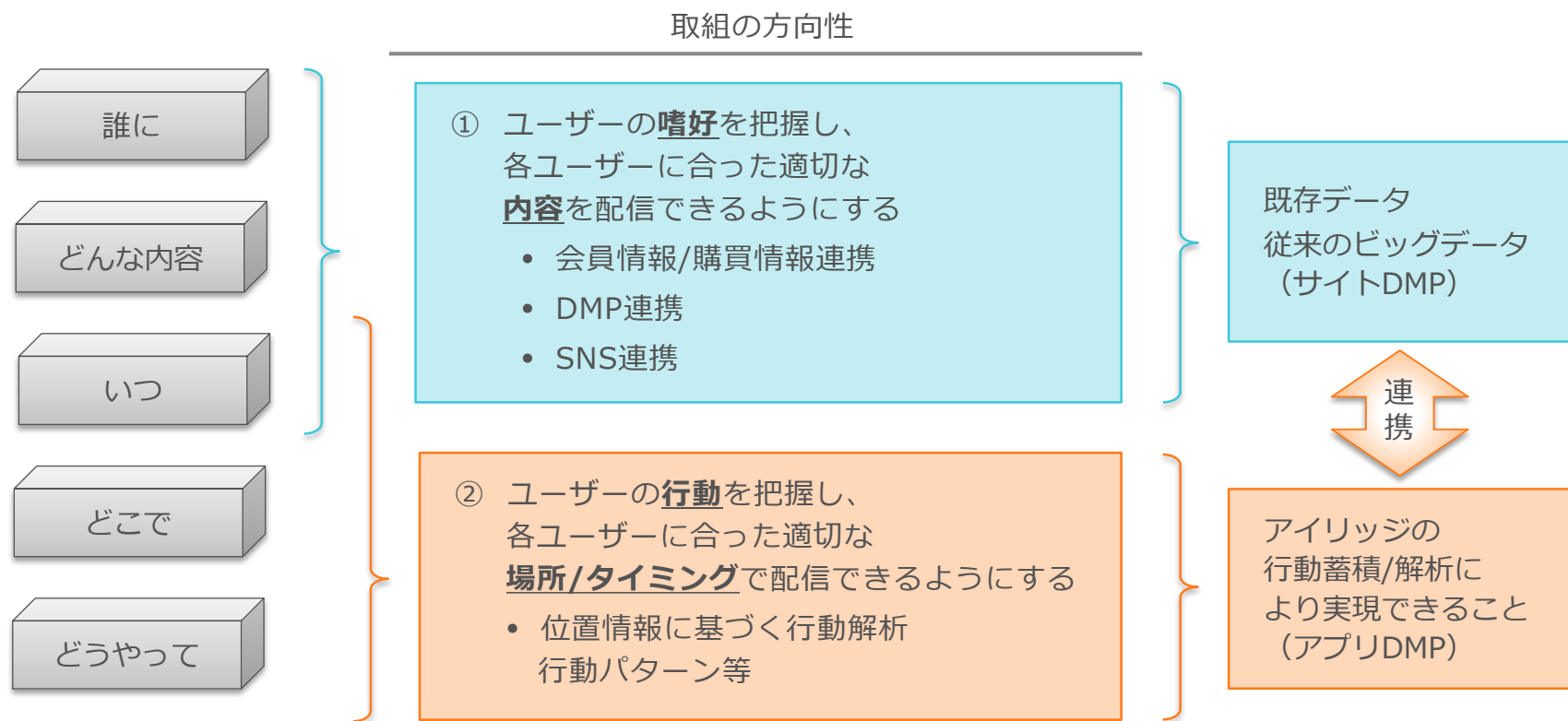
(3) 顧客層の拡大 × サービスラインナップの強化・拡充

- O2O/アプリマーケティング市場が拡大傾向にあるため、サービスラインナップの強化・拡充と、顧客層の拡大を進め、ビジネス規模の拡大を図る。



(4) 新規サービス・事業：One to Oneマーケティング

- アプリからの取得情報と企業側の保有するデータとの連携は一層進んでいく方向。
- より効果の高い企業・ユーザー間のコミュニケーション実現のため、One to Oneマーケティングへの取り組みを強化。



(注) DMP(Data Management Platform)とは、ネット上のビッグデータや自社データ等を一元管理・分析し、ユーザーへの情報配信の最適化を実現するためのプラットフォーム。

(4) 新規サービス・事業：アプリペイメント

- アプリペイメント（アプリを活用して決済すること）は、導入業界の開拓と利用シーンにあわせた決済方法の拡充に取り組む。
- また、アライアンス先であるクレディセゾンやデジタルガレージグループとの連携により推進。

導入業界の開拓

現在	今後の方向性
✓ 飲食（トライアル）	✓ テイクアウトカフェ
✓ バス（商用）	✓ チケット、等



アプリによる決済方法

現在	今後の方向性
✓ 予約型（飲食、バスペイ）	✓ QR決済
✓ 事前決済型（バスペイ）	✓ スタンプ決済、等
✓ プリペイドポイント型（バスペイ）	

① クレジットカードQRの読み取り

ユーザーがアプリ上でクレジットカードのQRコードを表示し、店舗側で読み取り決済



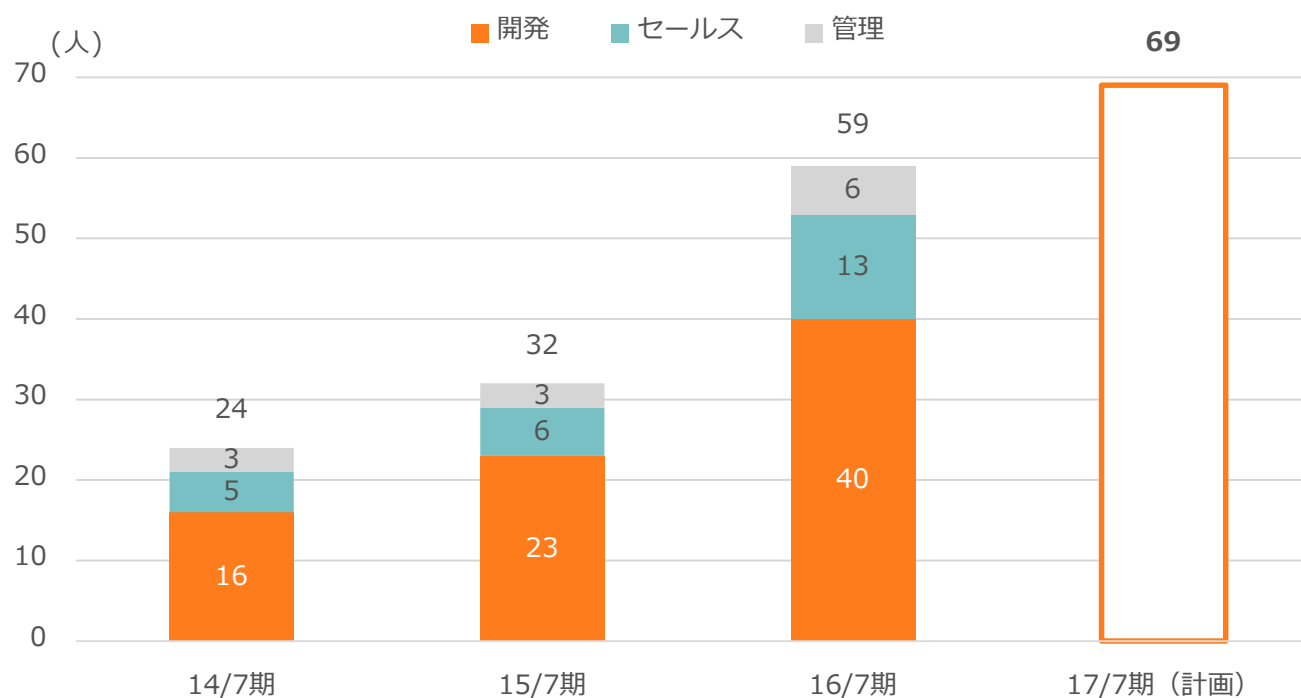
② 決済画面に電子スタンプ

ユーザーがアプリで注文を行い、決済完了画面に店舗側で電子スタンプを押す



(4) アイリッジWayの浸透

- 16/7期の従業員数は+27人、84%増。
- 17/7期は10名の採用とし、成長基盤の強化を進める。
 - ✓ 人事制度のリニューアル：一枚岩の強い組織、人財の成長を図る。
 - ✓ 小規模チームでの運営：コミュニケーション、業務フォローを高める運営。
 - ✓ 内製化の促進：利益率の向上を図る。



(ご参考) 会社概要

会社名	株式会社アイリッジ
所在地	東京都港区
設立	2008年8月（決算期：7月）
代表者	代表取締役社長 小田 健太郎
事業内容	<p>O2O関連事業（企業のO2O支援）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スマホをプラットフォームとしたO2Oソリューションの提供 ・ O2Oアプリの企画・開発 ・ O2Oマーケティング（集客・販促等の企画・運用支援）
資本金	3億58百万円（2016年7月末現在）
従業員数	59人（2016年7月末現在）

株主構成（2016年7月末現在）

小田 健太郎	44.32%
クレディセゾン	9.81%
日本トラスティ・サービス信託銀行（信託口）	2.71%
NTTデータ	2.36%
日本マスタートラスト信託銀行（信託口）	2.30%
京セラコミュニケーションシステム	1.20%
TBSイノベーション・パートナーズ1号投資事業組合	1.09%
日本証券金融	1.03%
大和証券	0.80%
BNY GCM ACCOUNTS M NOM	0.75%

インターネットを通じて、 世の中に新しい価値を創り続けていく

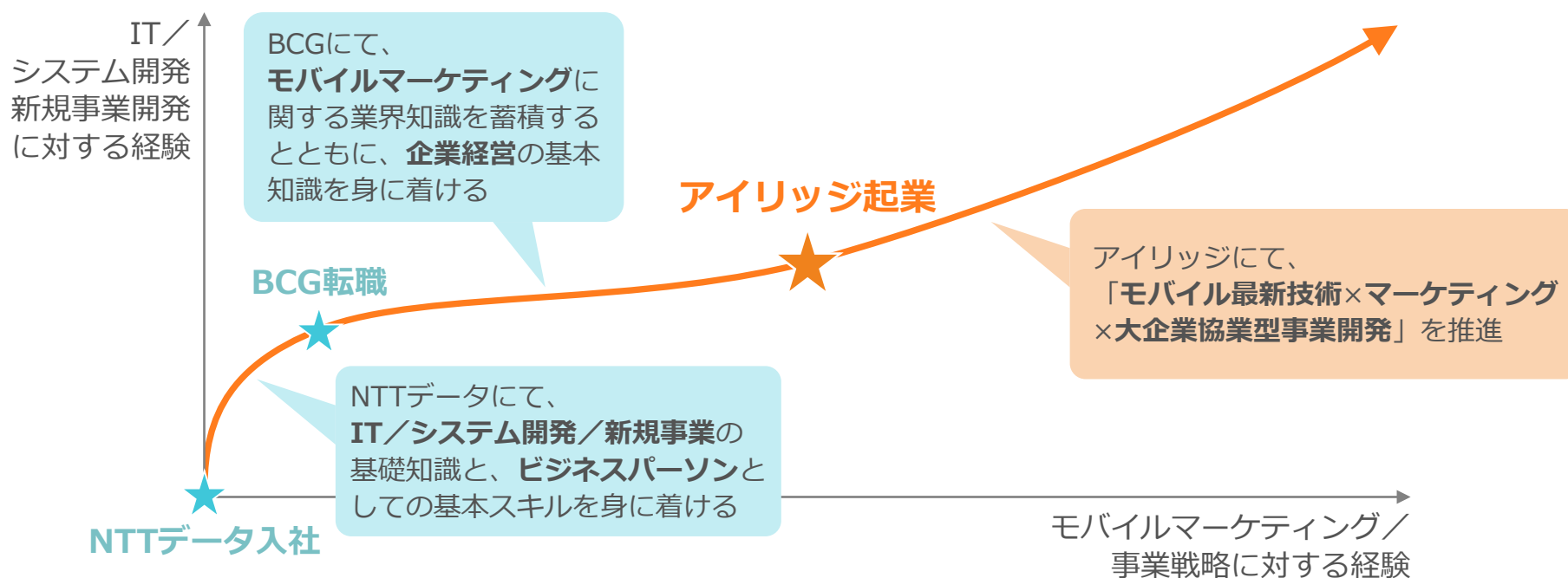
- 新しい価値を創り続けていくためには、新しいサービスを創り続けていく必要があり、それができる会社としてあり続けるように事業を推進してまいります。

社名の由来

- 社名「iRidge」のRidgeは、地球のプレートが発生する海底山脈のことで、新しい地球が創られる場所です。
- 社名「iRidge」には、Ridgeが地球を創り続けるように、
 - ✓ internet（インターネット）を活用し、
 - ✓ innovation（新しいアイデア）をもとに、
 - ✓ interaction（人と人との関わりから生まれる相互関係）の中から、Ridge（新しい価値を創造）していきたい、という想いがこめられています。



- 慶應義塾大学 経済学部 卒業
- NTTデータにて、情報システムを利用した新規事業開発、情報システム営業などに従事
- ボストンコンサルティンググループにて、経営戦略コンサルティング業務に従事（インターネットサービス、金融業界等）
- 2008年8月、株式会社アイリッジを創業



O2O (オンライン to オフライン) とは…

消費者にインターネット (オンライン) 上の web サイトやアプリを通じて情報を提供し、実店舗 (オフライン) への集客や販売促進に繋げることをいいます。

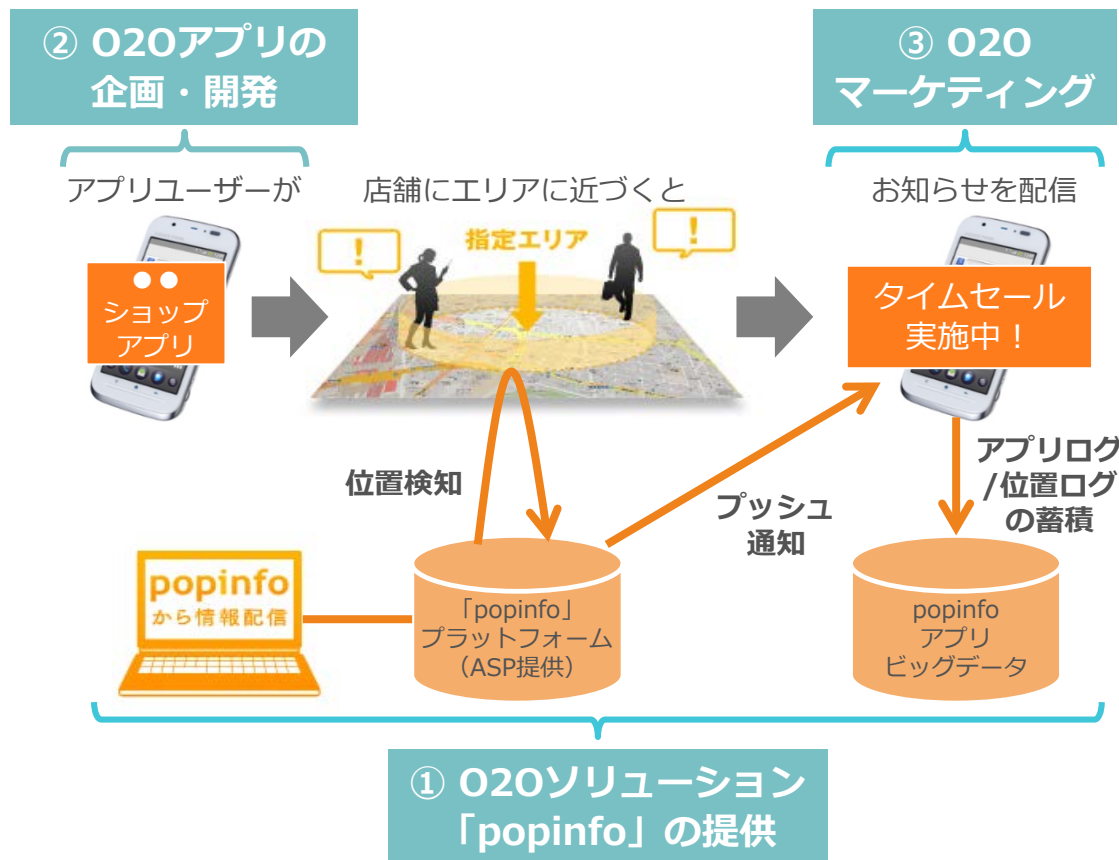


- なぜO2Oなのか？
 - スマートフォンの普及：
何時でも、どこでもインターネットにアクセスできる環境の実現
 - 位置情報の進歩：
店舗から数キロ圏内・店舗内等、場所を特定して消費者とコミュニケーションを図ることが可能
- ⇒ インフラ環境の整備に伴い、企業のスマートフォンを活用した実店舗への集客・販売促進が進透

当社のO2O支援はスマートフォンを利用したもので、
自社ソリューションを組み込んだアプリを通じて消費者に情報を提供し、
実店舗への集客や販売促進に繋がっています

- O2Oソリューションである位置連動プッシュ通知ASP「popinfo」の提供をコアサービスに、O2Oアプリの企画・開発、O2Oマーケティングを提供

事業内容



実績

- 大手企業を中心に、300アプリ超に導入
 - 【小売・流通】ジューシー、ファミリーマート
 - 【金融】三菱東京UFJ銀行、三井住友カード
 - 【交通】阪急阪神、東急電鉄 他多数
- 利用ユーザー数4,500万超

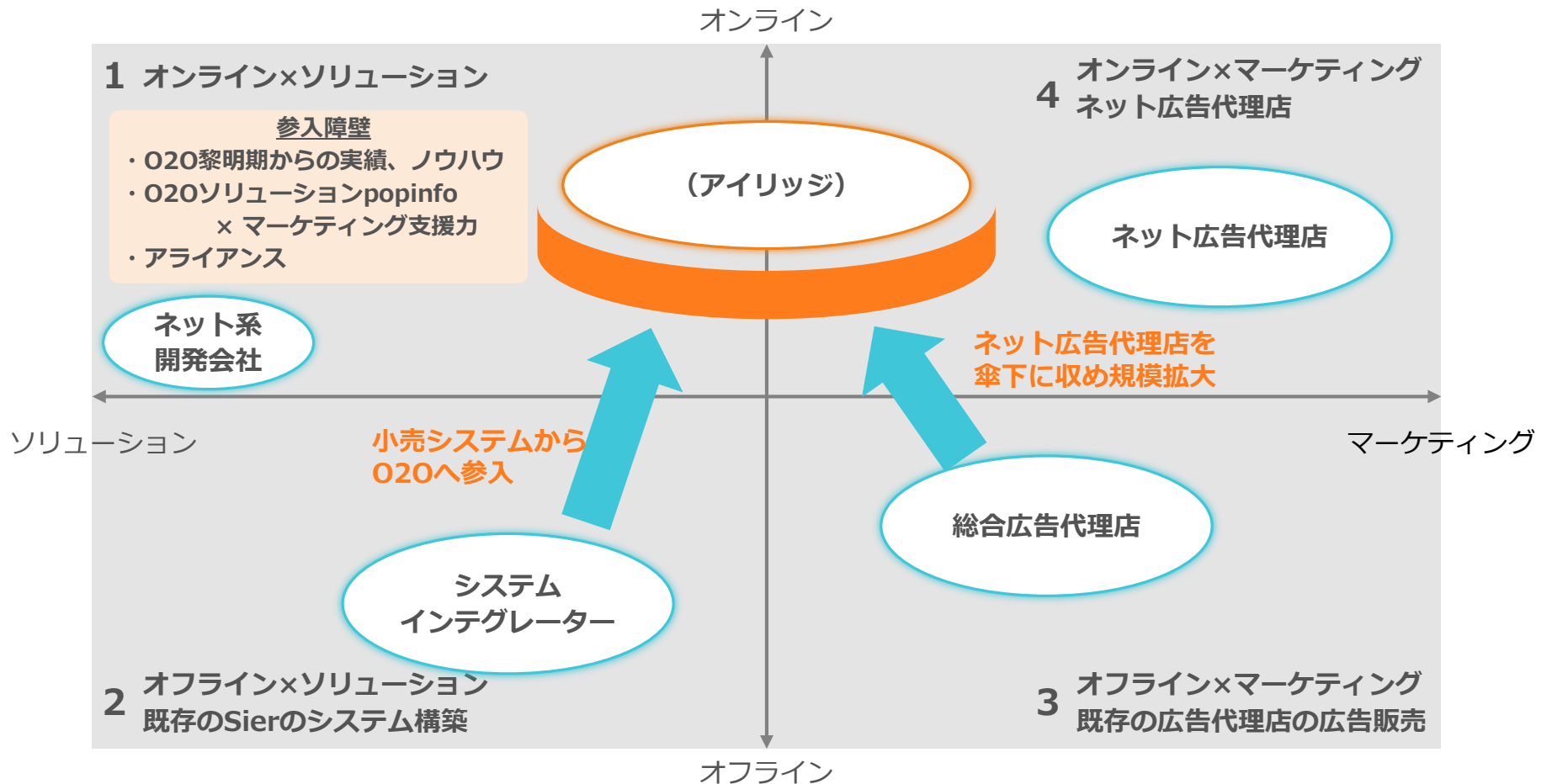
収益

- ① 「popinfo」ライセンス料
月額報酬収益
 - ユーザー数従量課金
- ② O2Oアプリ開発収益
- ③ O2O促進マーケティング収益
 - 継続的なアプリ内集客・販促施策
 - 継続的なアプリ機能追加

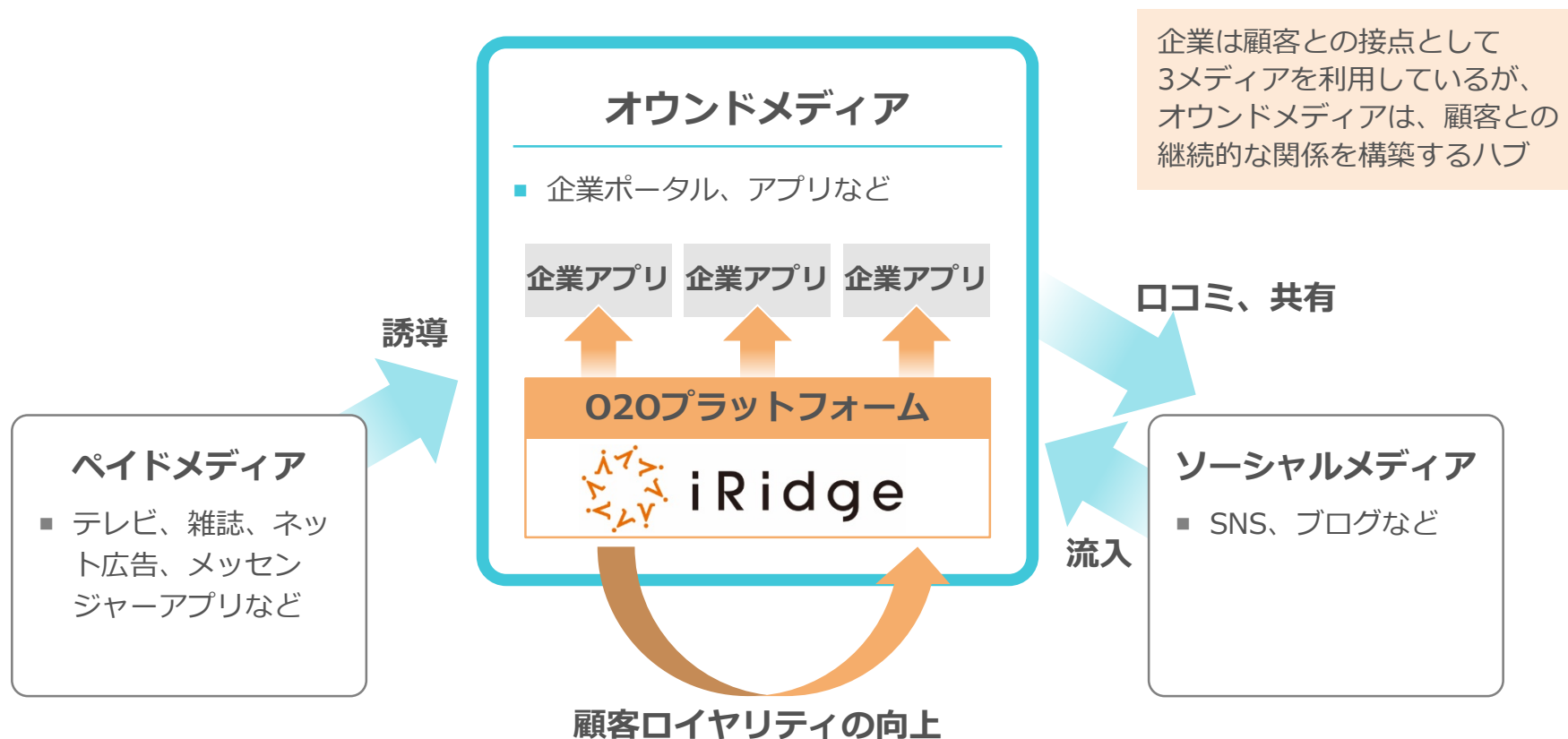
(注) ASPサービス：アプリケーションソフトの機能をインターネット経由で提供するサービスのこと。

O2O業界のプレイヤー

1. オフラインとオンライン
2. マーケティングとソリューション



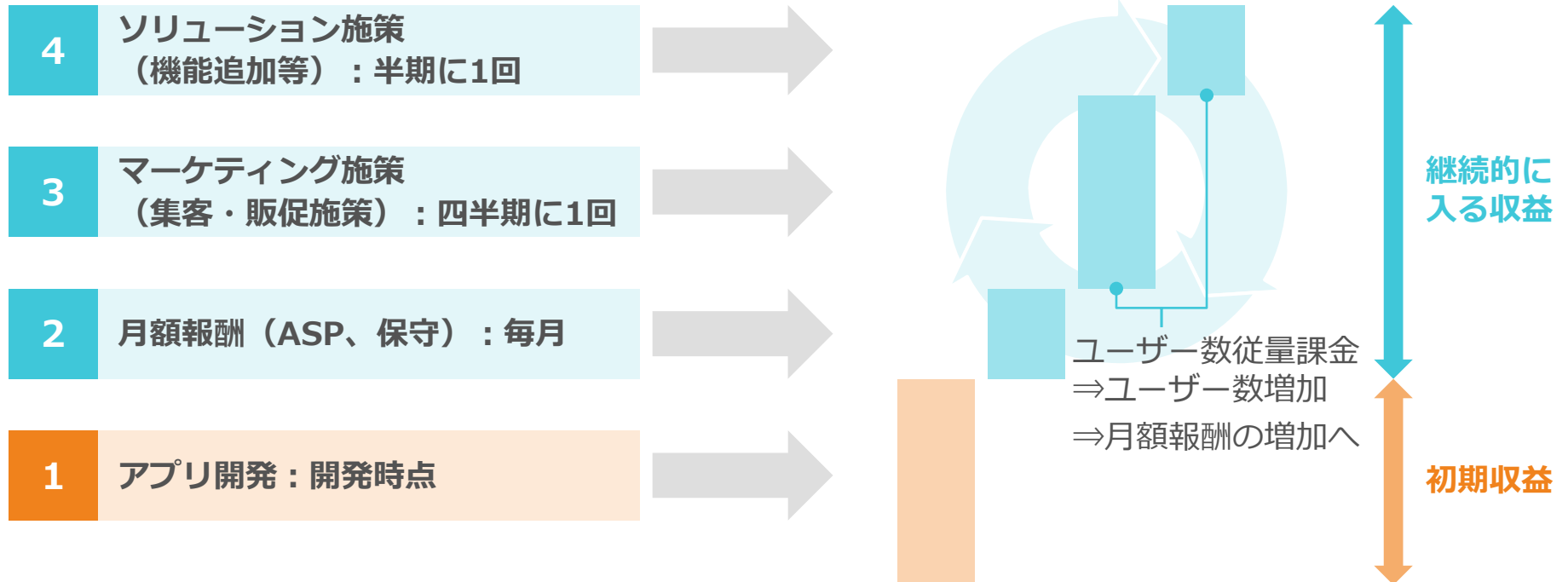
- 当社は、企業の顔となる自社アプリ（**企業の基幹メディア=オウンドメディア**）を提供
 - 自社アプリは企業の基幹メディアであるため、**事業継続性が高い**
 - 当社では、アプリの初期開発・リリース後も**継続的にO2O支援に取り組み**、企業・ユーザー間のコミュニケーション活性化をサポート



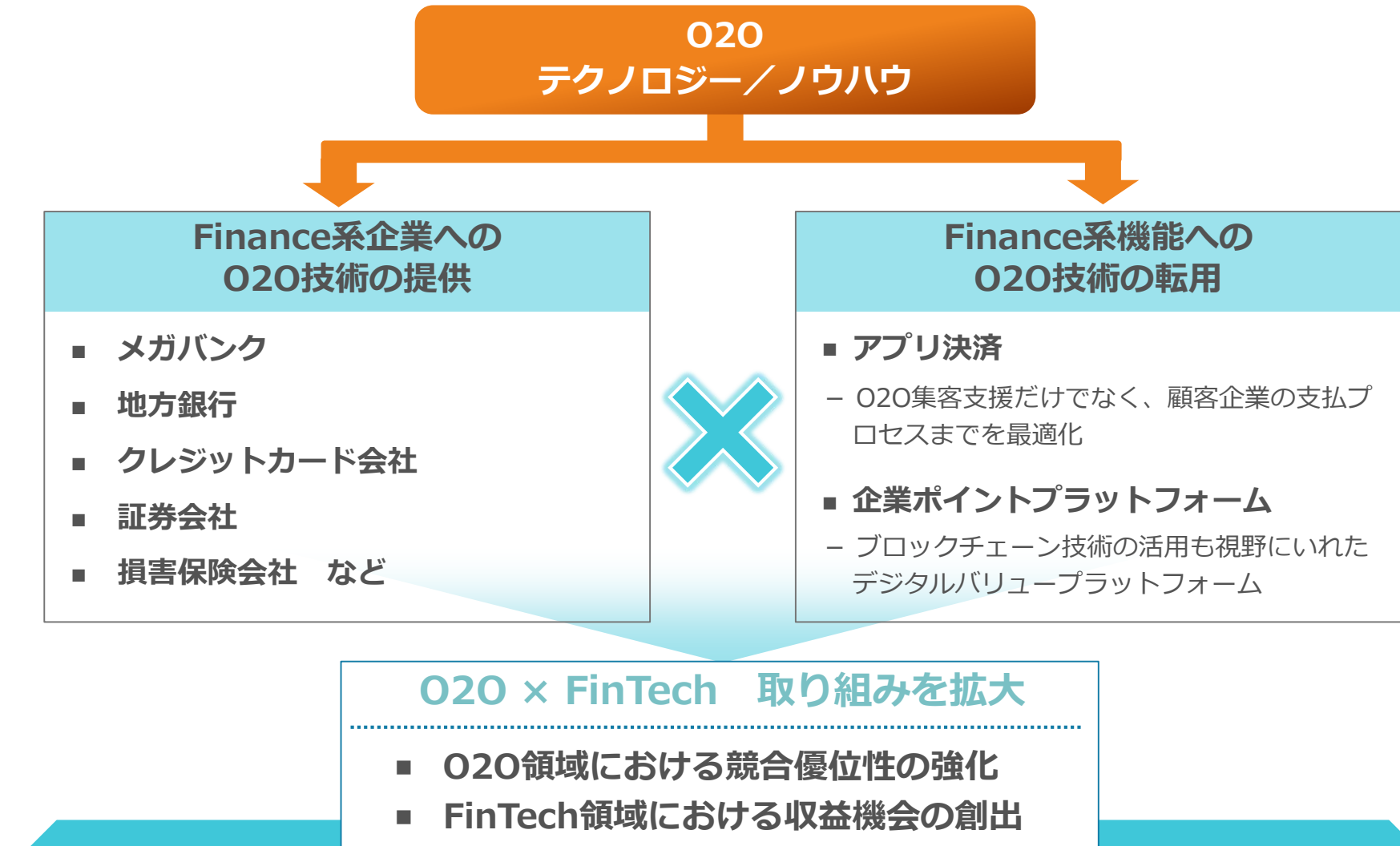
	下記との対応	サービス別の売上高区分
■ 月額報酬を着実に積み上げるとともに、	2	月額報酬
popinfoを組み込んだアプリ開発を入口に、	1	アプリ開発、コンサル等
継続的にO2O支援を実施することで、安定した収益を確保	3 4	アプリ開発、コンサル等

提供するサービス：頻度

収益イメージ



- O2Oで培った技術/ノウハウを活用し、FinTech領域への取り組みを強化中



- 本資料の取扱いについて

本資料に含まれる将来の見通し、戦略に関する記述等は、本資料作成時点において取得可能な情報に基づき判断したものであり、経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他要因等により変動する可能性があります。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性がありますことを、予めご了承ください。

また、本資料に掲載している情報に関して、当社は最新の注意を払っておりますが、掲載した情報に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害などに関し、事由の如何を問わず一切責任を負うものではありません。