

# 2017年7月期第1四半期 決算説明資料

2016/12/9  
株式会社アイリッジ  
(コード番号 3917)

2017年7月期第1四半期決算について

P. 2

(ご参考) 会社概要

P.17

# 2017年7月期第1四半期決算について

---

## ✓ 業績ハイライト

売上高	375百万円	前年同期比	63.5%増
営業利益	65百万円	前年同期比	541.7%増
経常利益	65百万円	前年同期比	535.9%増
四半期純利益	46百万円	前年同期比	795.8%増

## ✓ ポイント

- 売上、利益ともに前年同期比で大幅に増加
  - ✓ 売上高は、「月額報酬」、「アプリ開発、コンサル等」とともに順調に成長
  - ✓ ユーザー数：2016年7月末 4,500万 ⇒ 2016年11月末 5,122万
  - ✓ 「アプリ開発、コンサル等」では、大型のアプリ開発・リリース案件が増収に寄与
  - ✓ 利益は、増収効果及び内製化を進めたことによる原価率改善により大幅に増加し利益率も向上

## 2017年7月期第1四半期 決算概要

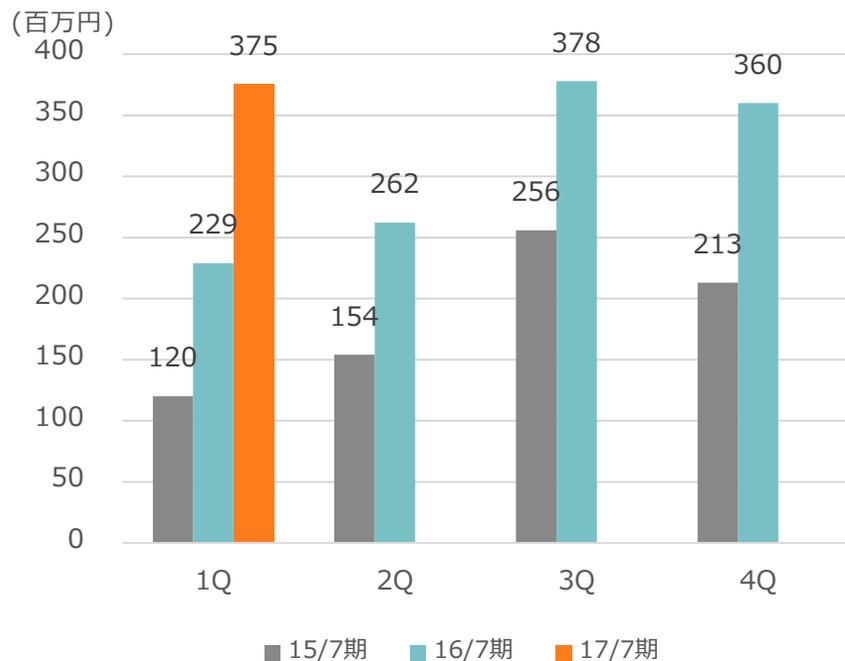
- 売上高、利益ともに、前年同期比で大幅に増加し、業績予想比でも順調に進捗。
  - ✓ 内製化を進めたことにより、売上原価率が改善。
  - ✓ 増収効果により販管費比率は改善。
  - ✓ 原価率、販管費比率ともに改善したことにより、大幅な増益となり、利益率も向上。

(単位：百万円)	17/7期1Q 実績	16/7期1Q 実績	前期比 増減率	17/7期通期 業績予想	進捗率
売上高	375	229	+63.5%	1,600	23.5%
売上原価	228	151	+50.6%	—	—
売上原価率	60.8%	66.0%	△5.2pt	—	—
売上総利益	147	77	+88.6%	—	—
粗利率	39.2%	34.0%	+5.2pt	—	—
販管費	81	67	+20.2%	—	—
販管費率	21.7%	29.5%	△7.8pt	—	—
営業利益	65	10	+541.7%	200	32.8%
営業利益率	17.5%	4.5%	+13.0pt	12.5%	—
経常利益	65	10	+535.9%	200	32.8%
四半期純利益	46	5	+795.8%	138	33.4%

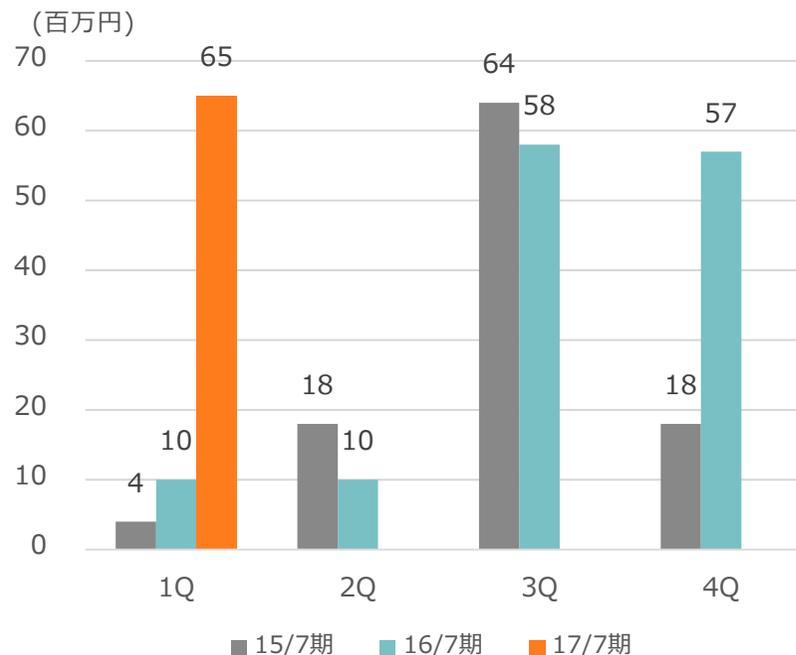
# 四半期推移：売上高、営業利益

- 売上高は、多くの取引先の決算期である前期3Qには及ばなかったものの、継続して成長。
- 営業利益は四半期ベースで過去最高となり、営業利益率も前四半期比で向上。

売上高



営業利益



営業利益率

	1Q	2Q	3Q	4Q
15/7期	4.1%	12.3%	25.3%	8.8%
16/7期	4.5%	3.8%	15.6%	16.0%
17/7期	17.5%	-	-	-

- 「月額報酬」は103百万円（前年同期比65.2%増）、  
「アプリ開発、コンサル等」は271百万円（前年同期比62.8%増）。
- 「アプリ開発、コンサル等」では、大型のアプリ開発・リリース案件が増収に寄与。

	(単位：百万円)	17/7期1Q		16/7期1Q		増減率
		実績	構成比	実績	構成比	
<b>売上高</b>		375	100.0%	229	100.0%	+63.5%
O2O関連		375	100.0%	229	100.0%	+63.5%
月額報酬		103	27.7%	62	27.4%	+65.2%
アプリ開発、コンサル等		271	72.3%	166	72.6%	+62.8%

- 売上原価率は、前年同期比で5.2ポイント改善。
- 内製化を進めた結果、原価人件費率が4.1ポイント増加したものの、外注費率は8.8ポイント減少し、原価率が改善。
- 今後は、新規事業・新規サービスの取り組みを強化する予定であり、新規事業・新規サービスに係るコストが増加する見込み。

(単位：百万円)	17/7期1Q		16/7期1Q		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
<b>売上原価</b>	228	60.8%	151	66.0%	+76	△5.2pt
原価人件費	88	23.6%	44	19.6%	+43	+4.1pt
外注費	107	28.5%	85	37.4%	+21	△8.8pt
その他原価	32	8.6%	20	9.1%	+11	△0.4pt

## 販売費及び一般管理費

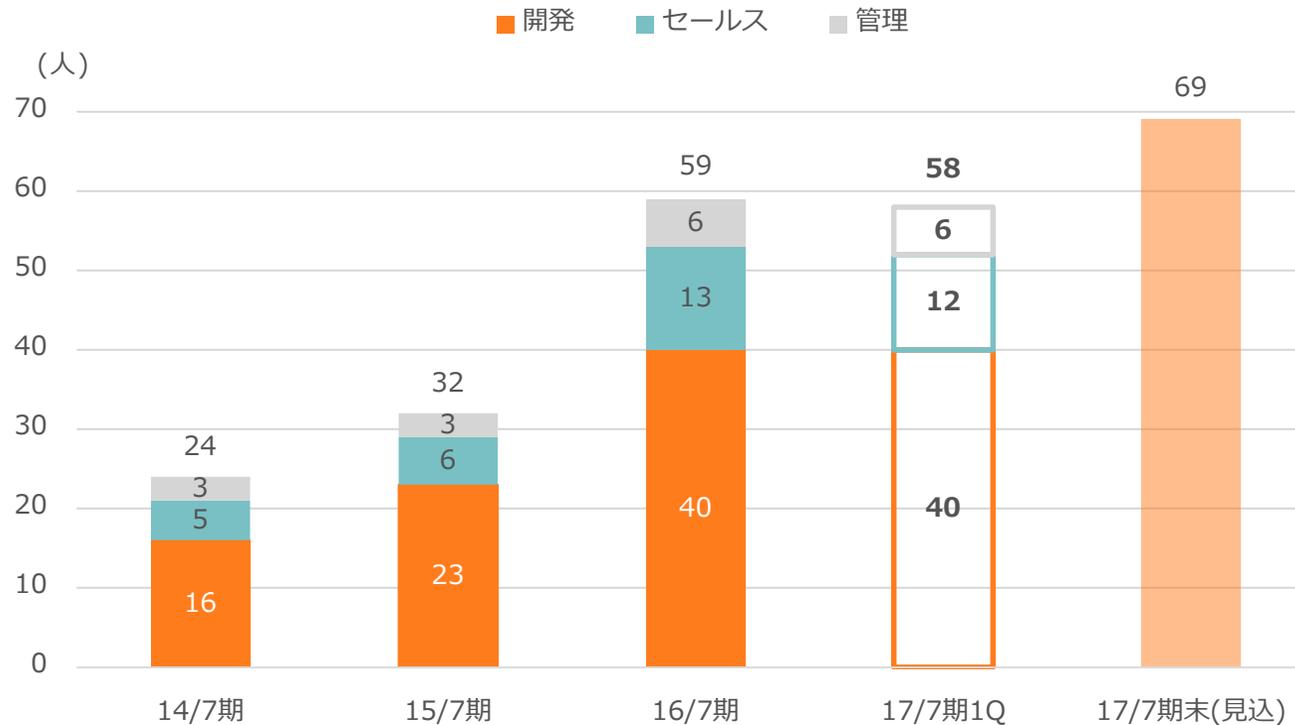
- 増収効果により、販管費比率は前年同期比で7.8ポイント改善。
- 人員数の増加に伴い、人件費が増加。
- 下期以降の採用に向けて採用活動を行っており、採用費は下期中心に発生する見込み。

	17/7期1Q		16/7期1Q		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
(単位：百万円)						
<b>販売費及び一般管理費</b>	81	21.7%	67	29.5%	+13	△7.8pt
人件費	50	13.4%	28	12.6%	+21	+0.8pt
採用費	0	0.1%	9	4.3%	△9	△4.2pt
管理諸費・支払報酬	10	2.7%	7	3.4%	+2	△0.7pt
その他経費	20	5.5%	21	9.2%	△0	△3.7pt

- 未払法人税等、賞与引当金の減少により流動負債が減少。

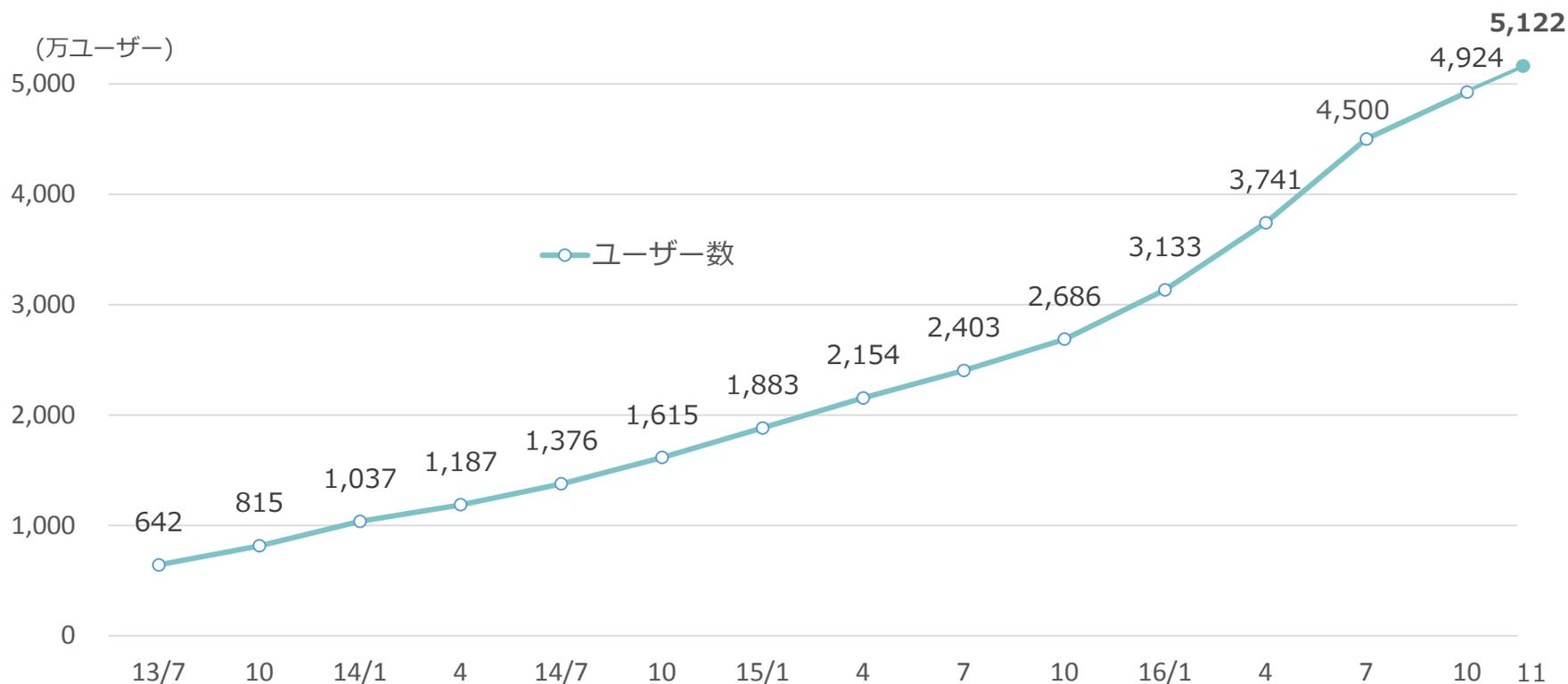
(単位：百万円)	17/7期 10月末実績	16/7期 期末実績	増減	増減率
流動資産	947	946	+0	+0.1%
現金及び預金	689	656	+32	+5.0%
売掛金	224	227	△2	△1.3%
仕掛品	20	36	△16	△44.1%
固定資産	142	146	△3	△2.6%
無形固定資産	87	90	△3	△4.0%
投資その他の資産	47	46	+1	+2.9%
資産合計	1,090	1,093	△2	△0.3%
流動負債	140	189	△49	△25.9%
買掛金	51	44	+7	+15.8%
固定負債	12	12	-	-
負債合計	153	202	△49	△24.2%
純資産	936	890	+46	+5.2%

- 16年7月末 59人 ⇒ 16年10月末 58人 (△1人)。
- 1Qは組織基盤の強化に注力。下期以降の採用に向け、現在、積極的な採用活動を行っている。



- popinfo利用ユーザー数は、2016年10月末現在 4,924万、11月末現在 5,122万。
- 一部解約によりユーザー数の減少があったものの、前期からの増加トレンドを維持。

## popinfoを組み込んだアプリの利用ユーザー数



(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8月以降の主なニュース

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
2016/9/15	米国Red Herring社が主催するテクノロジーベンチャーアワード「2016 Red Herring Asia Top 100」を受賞
2016/10/12	三井住友カード、DGと協業し「三井住友VISA太平洋マスターズ」公式アプリ2016年版提供開始
2016/10/19	テクノロジー企業ランキングプログラム 第14回「日本テクノロジー Fast50」で18位を受賞
2016/10/20	大阪が一体となった官民連携による光の祭典「大阪・光の饗宴2016」公式アプリを開発支援
2016/10/26	東急線アプリのバージョンアップを開発支援
2016/11/24	米国Red Herring社が主催するテクノロジーベンチャーアワード「2016 Red Herring Global Top 100」を受賞
2016/11/30	金融業界初、ブロックチェーン技術を活用した電子地域通貨の商用化に向けた取り組み開始
2016/12/1	テクノロジー企業ランキングプログラム 第15回「アジア太平洋地域テクノロジー Fast500」で321位を受賞
2016/12/5	O2Oソリューション popinfoの利用ユーザー数が 2015年11月、 5,000万ユーザーを突破！

## ファミリーマートアプリ

- ・最新情報、お得なクーポン情報などを受け取れる。
- ・Tポイントシステムと連携。保有Tポイント数やファミマランク、Tマネー残高を確認できる。



- ※Tポイント： Tポイント・ジャパンが展開する共通ポイント。提携先でTカードを提示すると、利用金額に応じてTポイントを貯める・使うことができるサービス。
- ファミマランク： ファミリーマートでの1か月間のお買い物金額に応じて、翌月のポイントレートがお得になるサービス。
- Tマネー： Tカードにチャージして利用できる電子マネー。

## Famiポートアプリ

- ・ファミリーマートに設置されている「Famiポート」のサービスをアプリに搭載。スマホによる事前の申し込み予約で、店頭での入力を簡素化できる。



- ※Famiポート： スポーツ・映画・コンサート・レジャー・バスなどのチケットや、スポーツ振興くじtotoの購入、各種支払いサービスが画面をタッチするだけで利用できるマルチメディア端末。

# 取組事例：「大阪・光の饗宴2016」公式アプリ

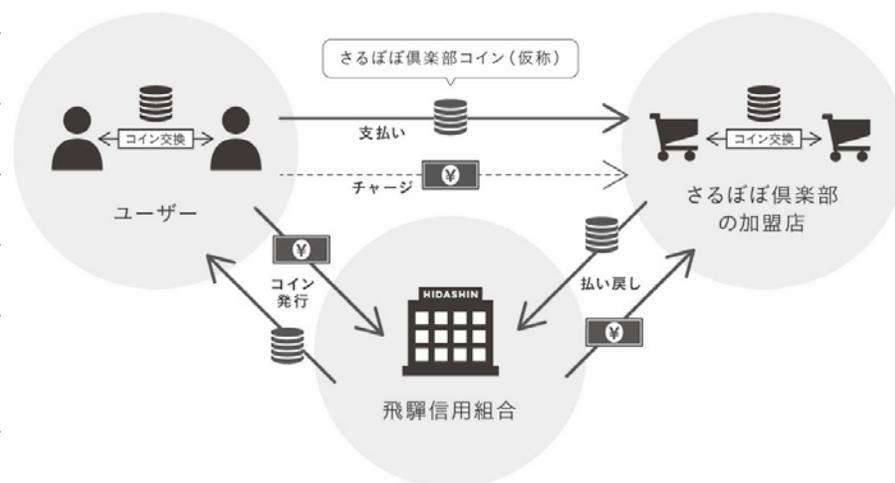
- 2013年より毎年開催されている「大阪・光の饗宴」初の公式アプリを開発。
- アプリの特徴
  - ✓ 大阪・光の饗宴2016の全プログラム情報を提供
  - ✓ OSAKA光の饗宴ミールクーポン2016参加店舗・施設の詳細情報を提供
  - ✓ GPSを活用したスタンプラリー「光のまちあるき」を実施（12/14～25）
  - ✓ 訪日外国人観光客に向け、英語にも対応



- スマートフォンアプリを活用した電子地域通貨のプラットフォーム開発をスタート
- 第一弾として、飛騨信用組合と協業し、独自の電子地域通貨「さるぼぼ倶楽部コイン(仮称)」を導入予定

## 「さるぼぼ倶楽部コイン(仮称)」の概要（予定）

仕組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーは現金でコインをスマートフォンアプリにチャージし、キャッシュレスで加盟店での支払いが可能</li> </ul>
発行主体	<ul style="list-style-type: none"> <li>コインの発行主体は飛騨信用組合</li> </ul>
利用地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>飛騨高山地域で利用可能</li> </ul>
想定ユーザー	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域住民や訪日外国人</li> </ul>
加盟店	<ul style="list-style-type: none"> <li>域内で店舗を営む「さるぼぼ倶楽部」の加盟店より導入予定</li> </ul>
利用促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>コインにはプレミアムを付与することで普及を促すほか、有効期限を設定することで、利用促進を図る</li> </ul>
スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> <li>来春、実証実験を開始 → 技術、セキュリティ、法制度や運用面における課題を抽出・検証 → 来夏の商用化を目指す</li> </ul>
メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザーはプレミアムを付けてコインを取得でき、キャッシュレスで支払いができる点、加盟店はクレジットカードなどの他決済システムと比べ、初期費用や支払手数料を低く抑えられる点がメリット、地域経済の活性化を目指す</li> </ul>
技術	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブロックチェーンの活用</li> </ul>



地域と密着した全国の金融機関等に向けて、  
地域創生のためのフィンテックソリューション  
の深化と普及・導入を進めて参ります。

※さるぼぼ倶楽部：飛騨信用組合の組合員とその家族が、お申し出により倶楽部会員となり、加盟店でお得なサービスや特典を受けられる会員制の優待サービスです。

- 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。
- 1Qの業績は好調に推移しているが、新規サービス・新規事業の取り組み強化により、今後、人件費等の開発コストが増加する見込み。

※今後の業績動向により、変更が必要と判断した場合には、速やかに公表いたします。

- 2017年7月期

(単位：百万円)	1Q実績	2Q累計予想	2Q累計進捗率	通期予想	通期進捗率
売上高	375	640	58.7%	1,600	23.5%
営業利益	65	38	172.7%	200	32.8%
経常利益	65	38	172.8%	200	32.8%
四半期（当期）純利益	46	26	177.5%	138	33.4%

- 参考：2016年7月期

(単位：百万円)	1Q実績	2Q累計実績	2Q累計進捗率	通期実績	通期進捗率
売上高	229	491	46.7%	1,230	18.7%
営業利益	10	20	50.4%	136	7.5%
経常利益	10	20	50.4%	137	7.5%
四半期（当期）純利益	5	12	42.0%	92	5.6%

## (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><b>O2O関連事業（企業のO2O支援）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ O2Oアプリの企画・開発</li> <li>・ O2Oマーケティング（集客・販促等の企画・運用支援）</li> </ul>
資本金	3億58百万円（2016年10月末現在）
従業員数	58人（2016年10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

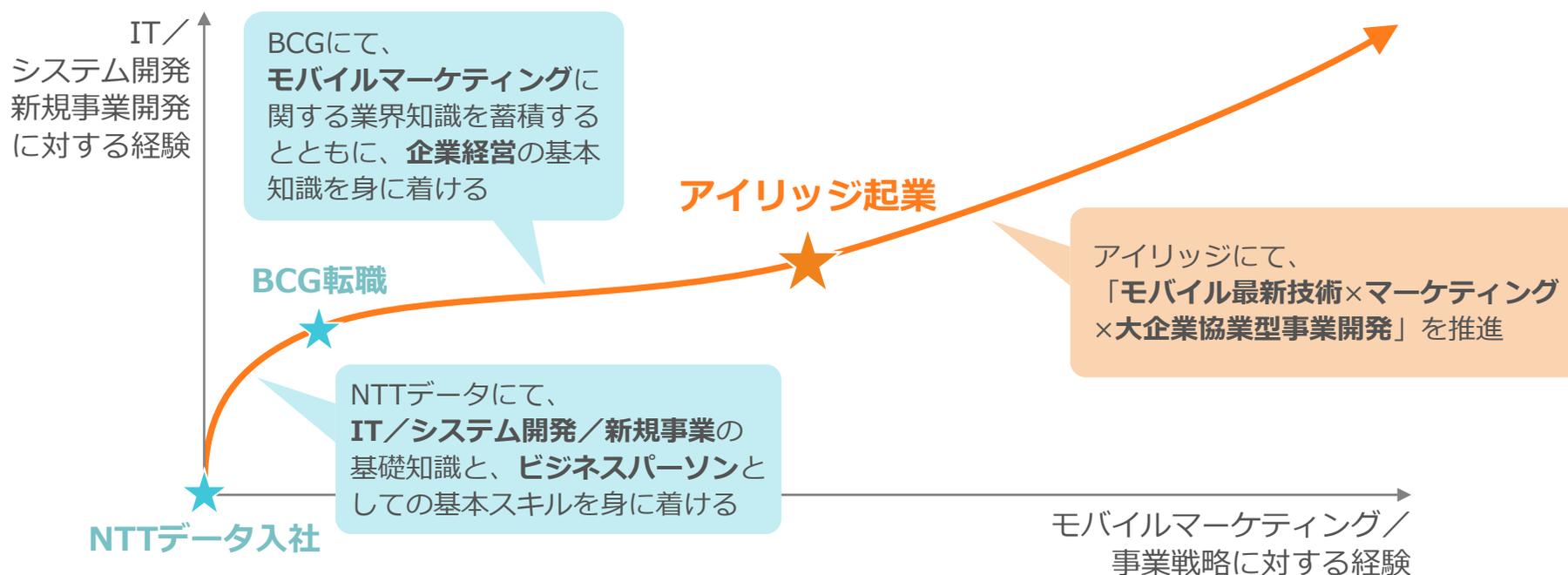
- 新しい価値を創り続けていくためには、新しいサービスを創り続けていく必要があり、それができる会社としてあり続けるように事業を推進してまいります。

### 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。

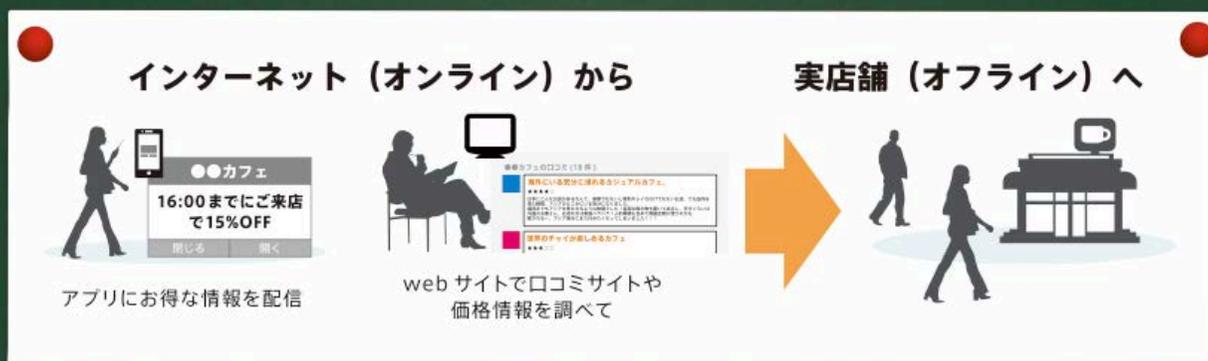


- 慶應義塾大学 経済学部 卒業
- NTTデータにて、情報システムを利用した新規事業開発、情報システム営業などに従事
- ボストンコンサルティンググループにて、経営戦略コンサルティング業務に従事（インターネットサービス、金融業界等）
- 2008年8月、株式会社アイリッジを創業



## 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。

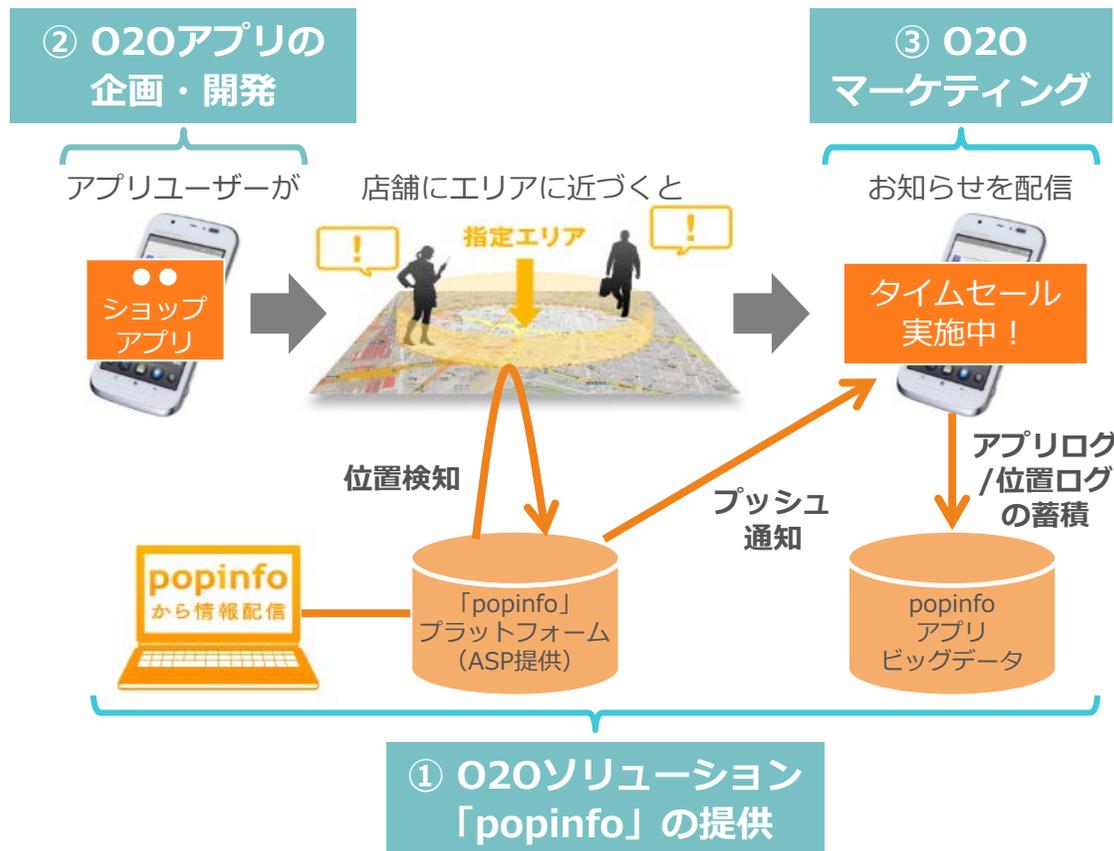


- なぜO2Oなのか？
    - スマートフォンの普及：  
何時でも、どこでもインターネットにアクセスできる環境の実現
    - 位置情報の進歩：  
店舗から数キロ圏内・店舗内等、場所を特定して消費者とコミュニケーションを図ることが可能
- ⇒ インフラ環境の整備に伴い、企業のスマートフォンを活用した実店舗への集客・販売促進が進透

**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5,000万超

## 収益

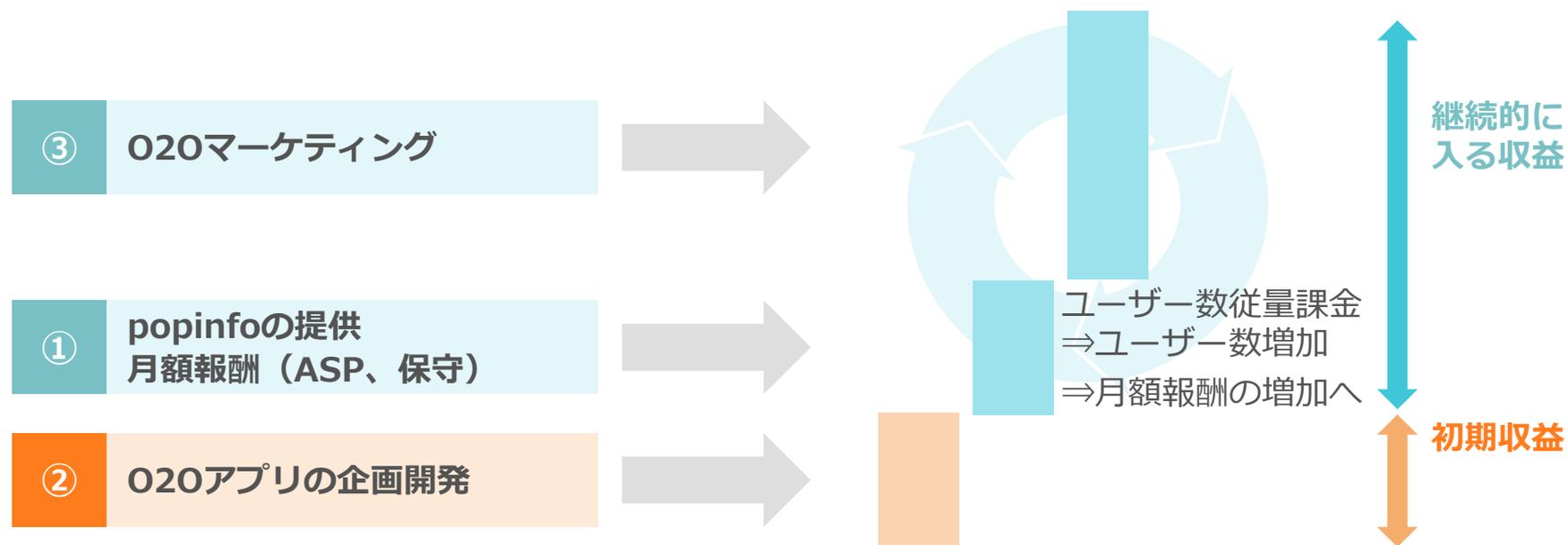
- ① 「popinfo」ライセンス料  
月額報酬収益
  - ユーザー数従量課金
- ② O2Oアプリ開発収益
- ③ O2O促進マーケティング収益
  - 継続的なアプリ内集客・販促施策
  - 継続的なアプリ機能追加

(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。

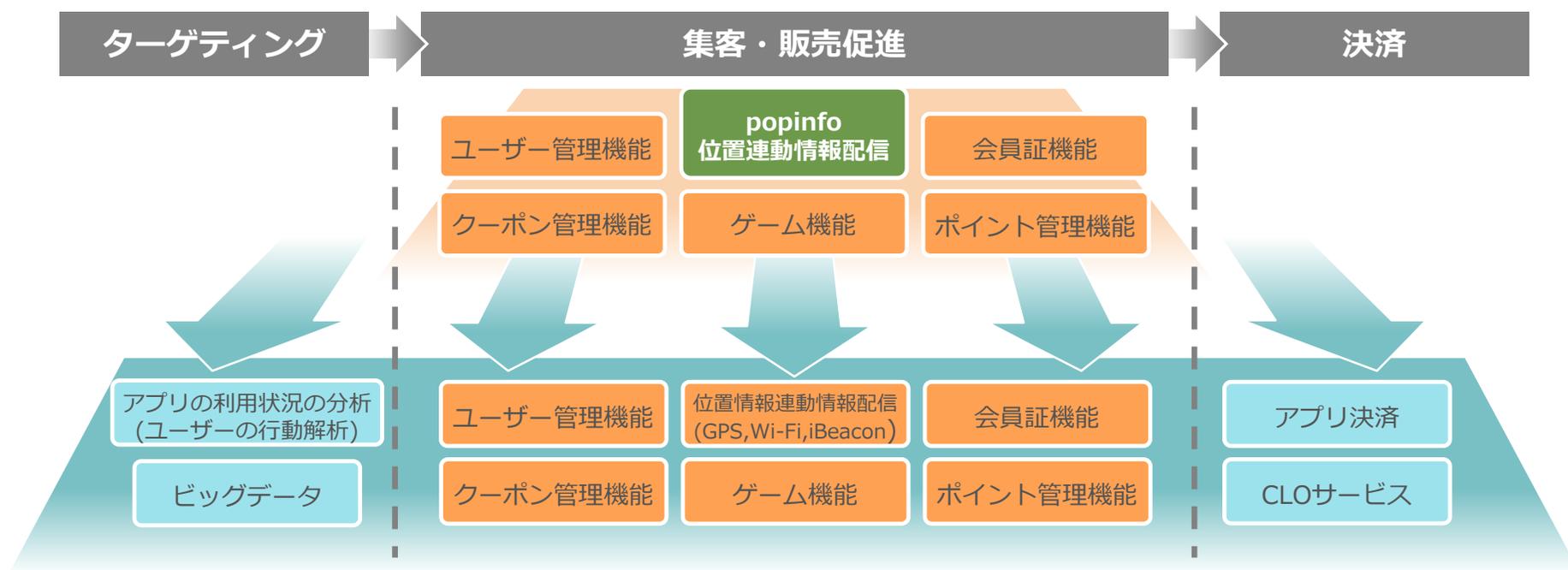
- popinfoを組み込んだアプリ開発を入口に、  
継続的にO2O支援を実施することで、安定した収益を確保

## 提供するサービス

## 収益イメージ

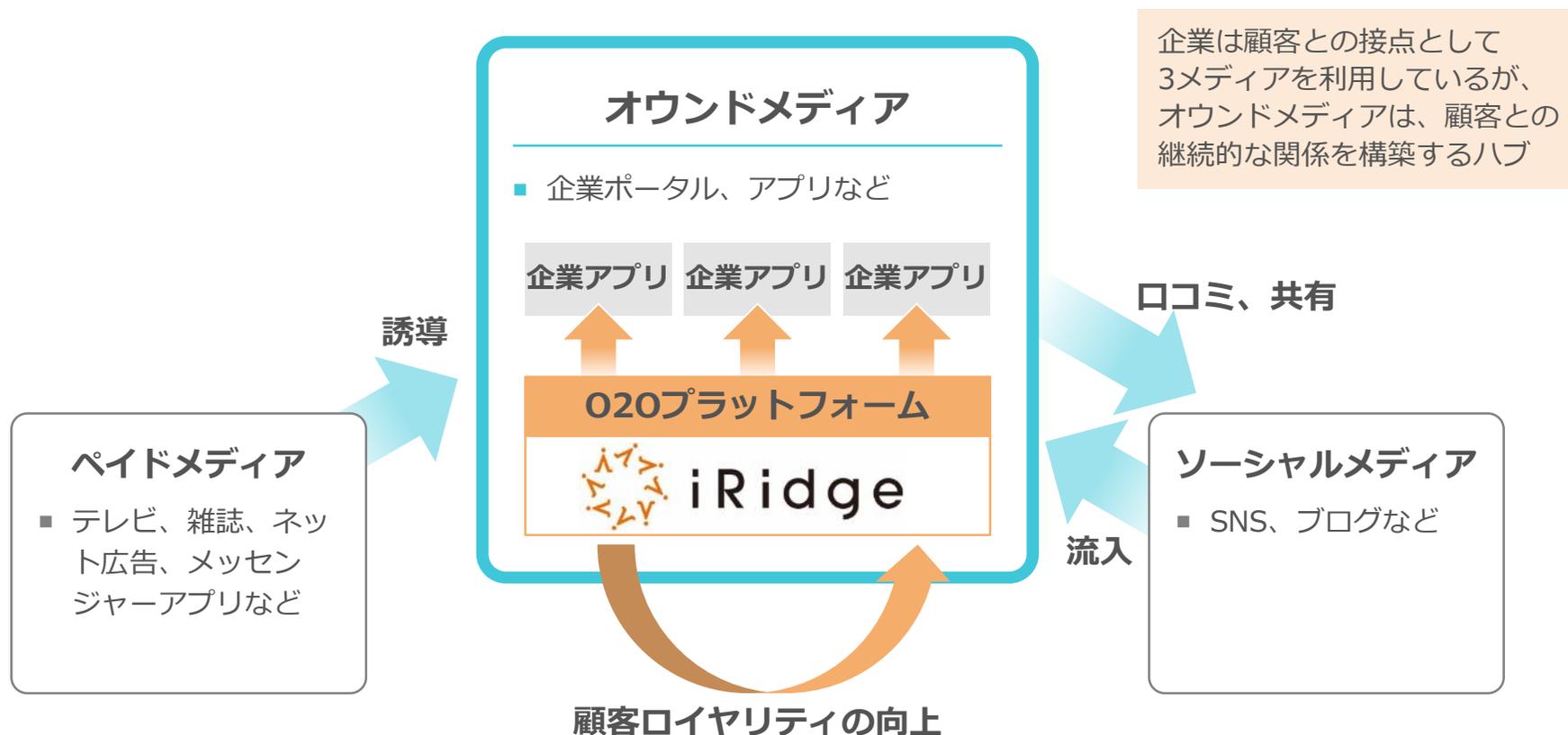


- popinfoを入りに、ニーズの高いサービスをモジュール化し、サービスラインアップを拡充



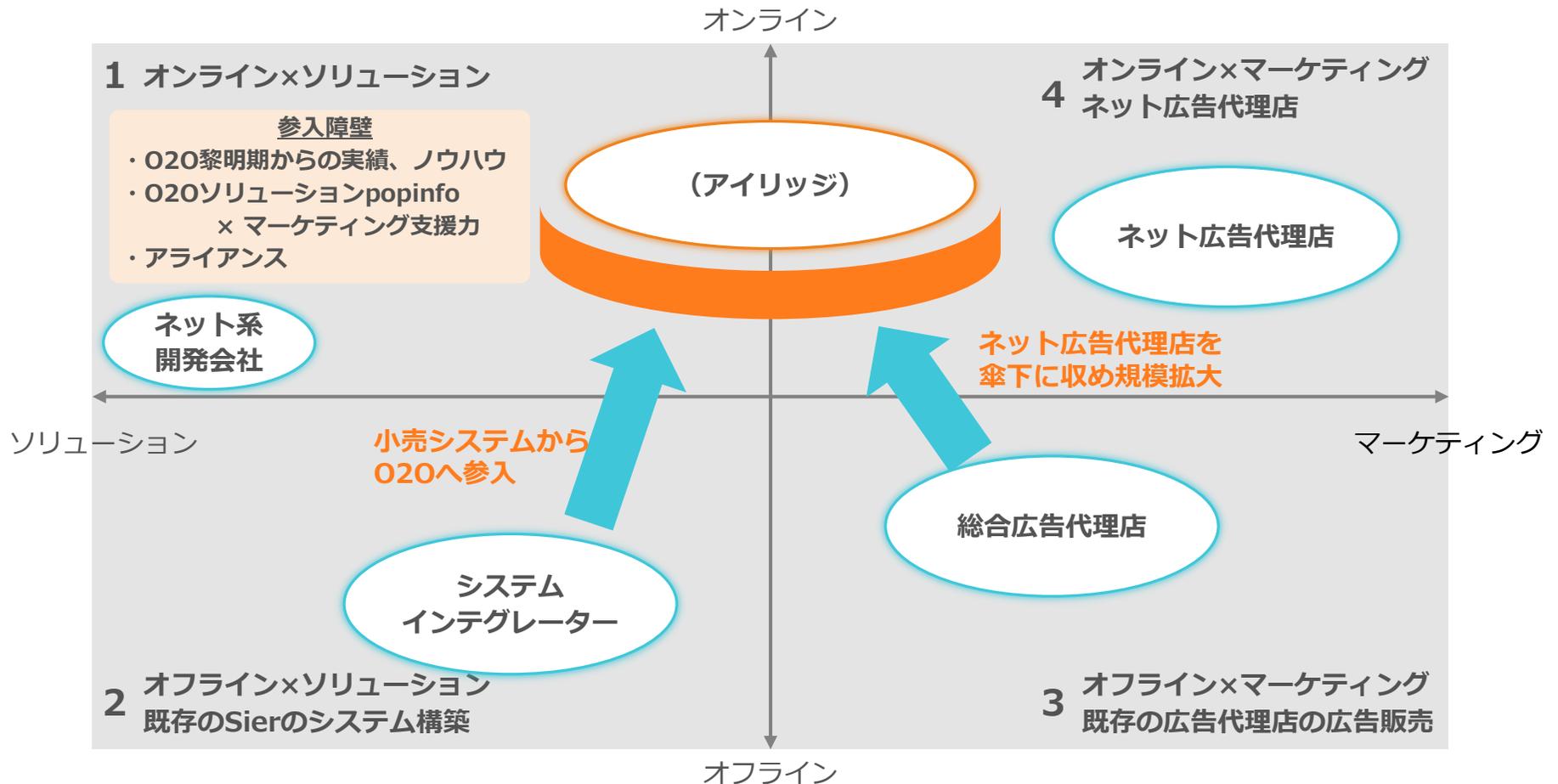
従来の「集客・販売促進」だけでなく、「ターゲットング」や「決済」までを網羅

- 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

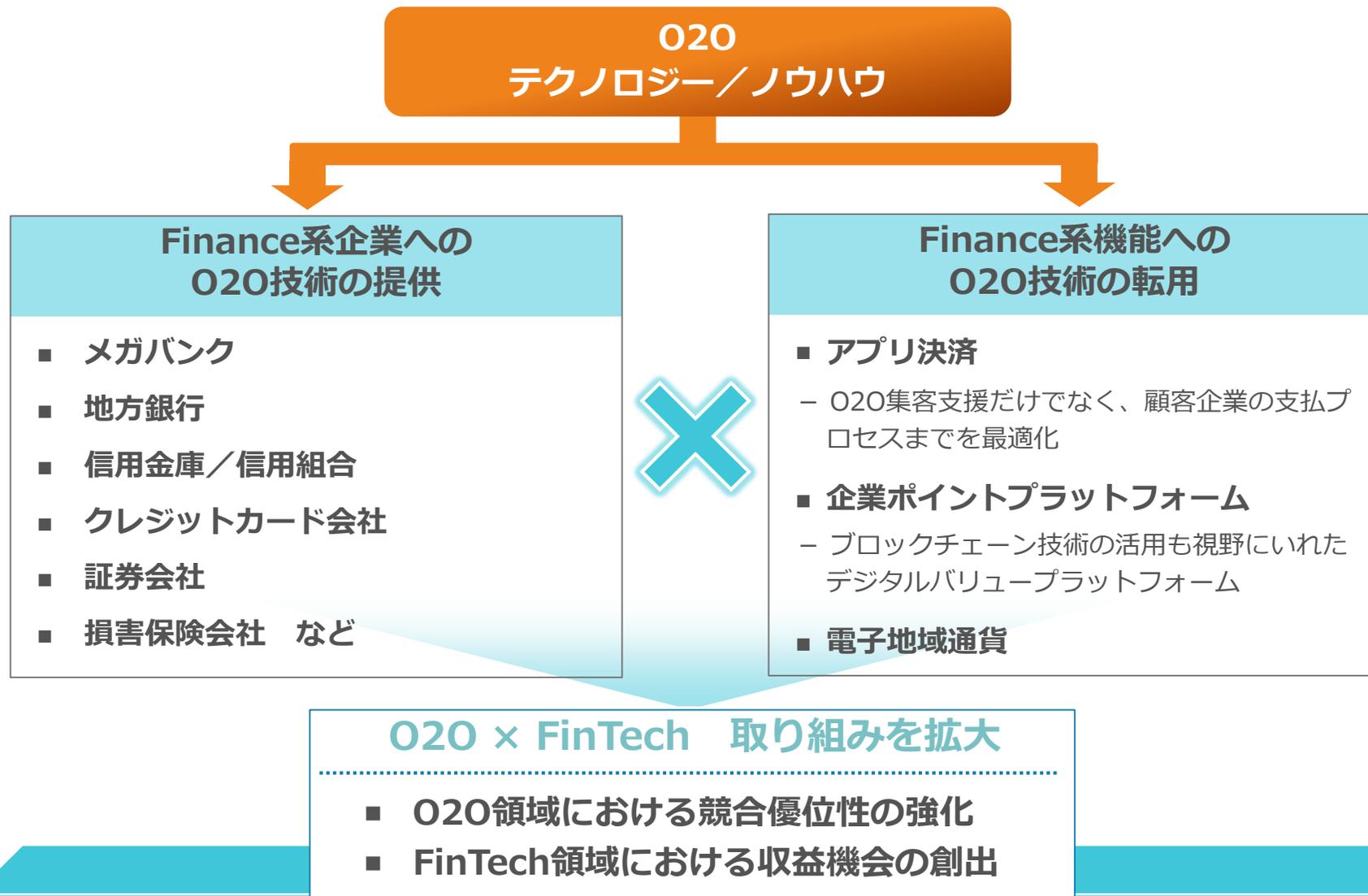


## O2O業界のプレイヤー

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



- 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。