

2017年7月期第3四半期 決算説明資料

2017/6/9
株式会社アイリッジ
(証券コード 3917)

2017年7月期第3四半期決算について

P. 2

(ご参考) 会社概要

P. 20

2017年7月期第3四半期決算について

✓ 業績ハイライト

売上高	1,105百万円	前年同期比	27.1%増
営業利益	160百万円	前年同期比	102.4%増
経常利益	161百万円	前年同期比	103.5%増
四半期純利益	114百万円	前年同期比	121.9%増

✓ ポイント

- 売上、利益ともに前年同期比で大幅に増加
- ユーザー数は順調に伸長：2016年7月末 4,500万 ⇒ 2017年4月末 6,117万
- 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
- 5月には電子地域通貨の商用化に向けた実証実験を飛騨・高山エリアで開始

2017年7月期第3四半期 決算概要

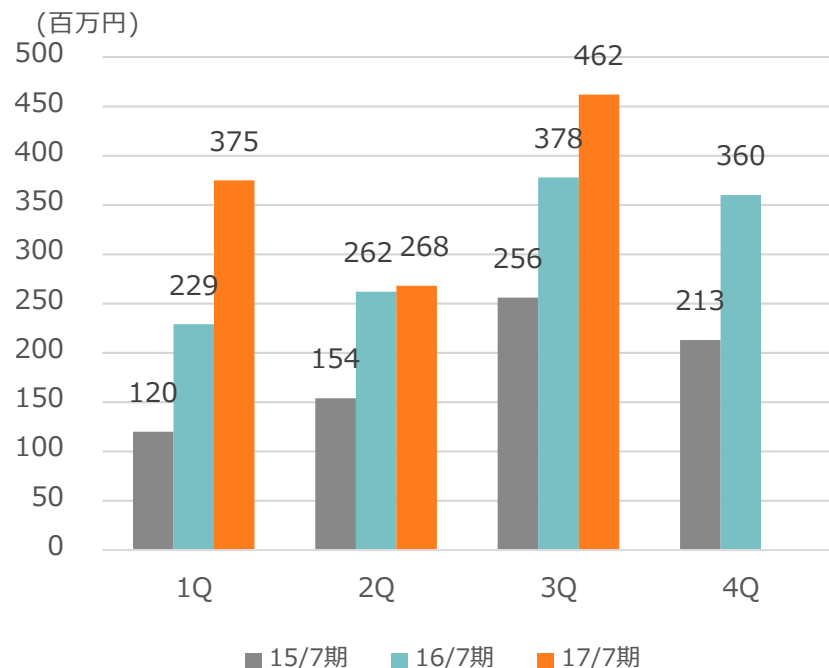
- 売上高、利益ともに、前年同期比で大幅に増加。通期業績予想比でも堅調に推移。
 - ✓ 内製化を進めたことにより、売上原価率が改善。
 - ✓ 増収効果により販管費比率は改善。
 - ✓ 原価率、販管費比率ともに改善したことにより、大幅な増益となり、利益率も向上。

(単位：百万円)	17/7期3Q 累計実績	16/7期3Q 累計実績	前年同期比 増減率	17/7期通期 業績予想	進捗率
売上高	1,105	869	+27.1%	1,600	69.1%
売上原価	683	550	+24.2%	—	—
売上原価率	61.8%	63.3%	△1.5pt	—	—
売上総利益	422	319	+32.3%	—	—
粗利率	38.2%	36.7%	+1.5pt	—	—
販管費	261	239	+9.1%	—	—
販管費率	23.7%	27.6%	△3.9pt	—	—
営業利益	160	79	+102.4%	200	80.2%
営業利益率	14.5%	9.1%	+5.4pt	12.5%	—
経常利益	161	79	+103.5%	200	80.5%
四半期純利益	114	51	+121.9%	138	83.3%

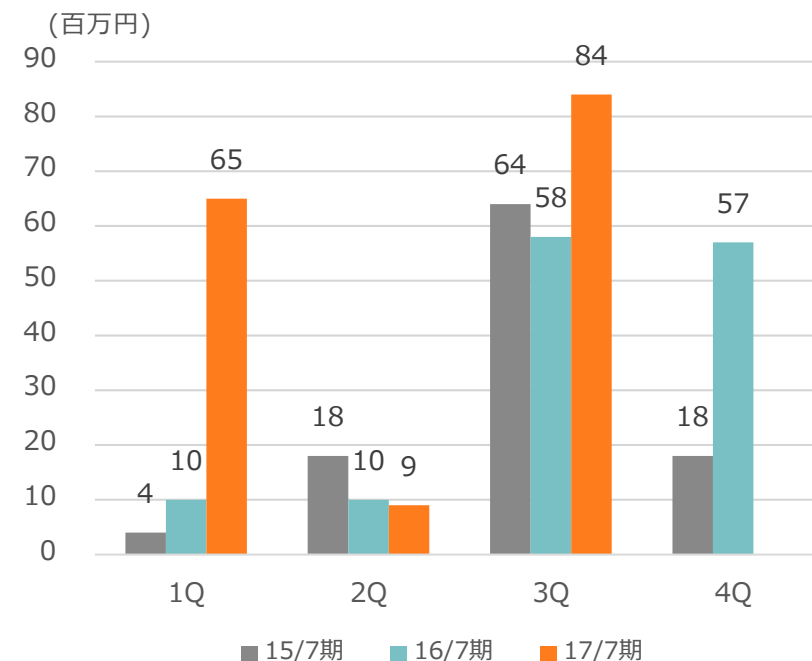
四半期推移：売上高、営業利益

- 例年、多くの取引先の決算月（3月）を含む3Qの売上高が大きい傾向にあり、今期もその傾向は変わらず、売上高、営業利益ともに過去最高となった。

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%	3.6%	18.4%	-

- 「月額報酬」は351百万円（前年同期比69.9%増）、
「アプリ開発、コンサル等」は754百万円（前年同期比13.8%増）。
- 「月額報酬」は、ユーザー数の伸びが増収に寄与。
- 「アプリ開発、コンサル等」では、大型案件及び継続したアプリマーケティングが増収に寄与。

(単位：百万円)	17/7期3Q累計		16/7期3Q累計		増減率
	実績	構成比	実績	構成比	
O2O関連	1,105	100.0%	869	100.0%	+27.1%
月額報酬	351	31.8%	206	23.8%	+69.9%
アプリ開発、コンサル等	754	68.2%	663	76.2%	+13.8%

【売上構成比の変化】

17/7期3Q累計：「月額報酬」約30%、「アプリ開発・コンサル等」約70%

前年同期： 「月額報酬」約25%、「アプリ開発・コンサル等」約75%

- 売上原価率は、前年同期比で1.5ポイント改善。
- 内製化を進めた結果、原価人件費率が3.0ポイント増加したものの、外注費率は5.9ポイント減少し、原価率が改善。
- 継続して、新規事業・新規サービスの取り組みを強化しており、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3Q累計		16/7期3Q累計		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
売上原価	683	61.8%	550	63.3%	+133	△1.5pt
原価人件費	222	20.1%	148	17.1%	+73	+3.0pt
外注費	354	32.1%	329	37.9%	+24	△5.9pt
その他原価	107	9.7%	72	8.3%	+35	+1.4pt

販売費及び一般管理費

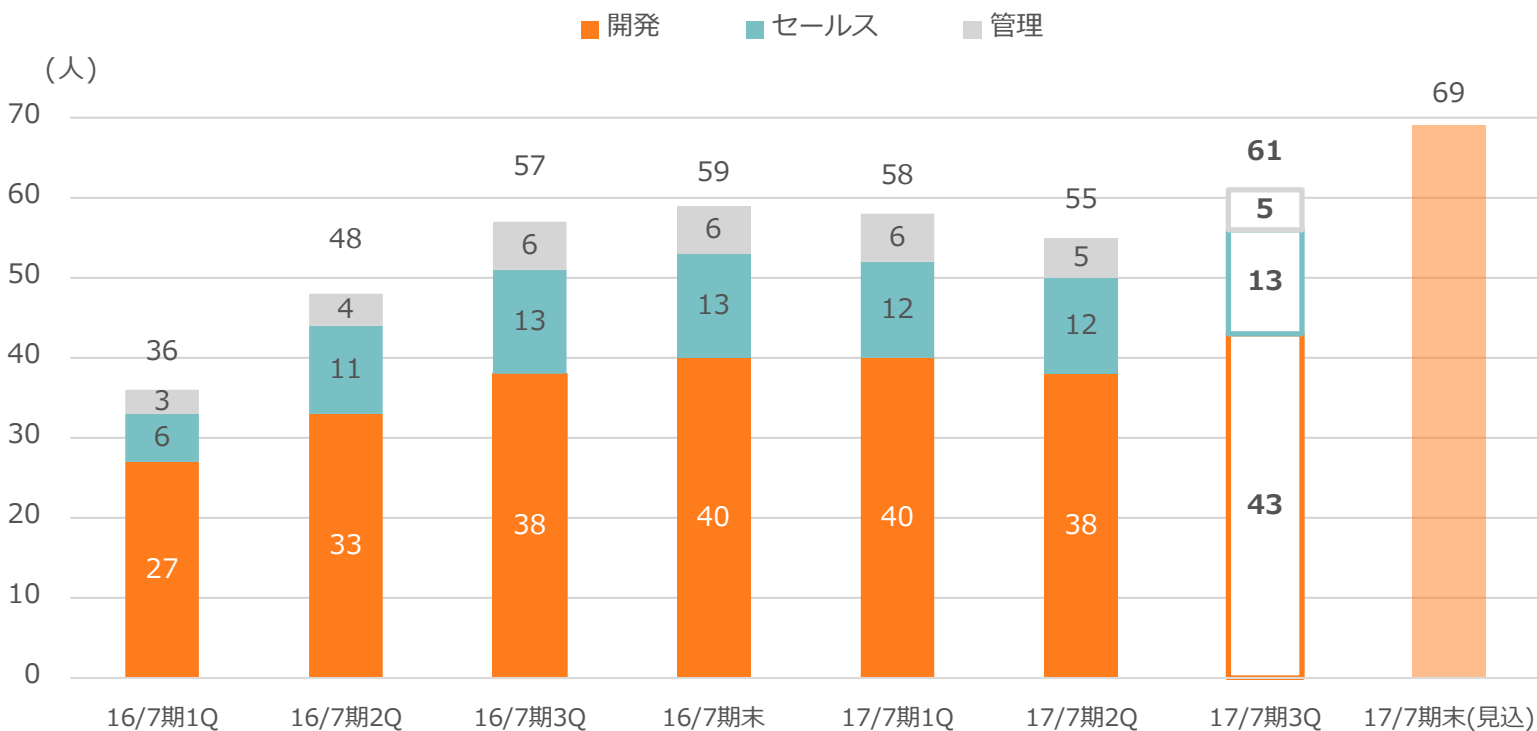
- 増収効果により、販管費比率は前年同期比で3.9ポイント改善。
- 人員数の増加に伴い、人件費が増加。
- 今期及び来期の採用に向け、積極的な採用活動を継続。
4Qは、前年同四半期の採用費1百万円より増加する見込み。

(単位：百万円)	17/7期3Q累計		16/7期3Q累計		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
販売費及び一般管理費	261	23.7%	239	27.6%	+21	△3.9pt
人件費	153	13.9%	117	13.5%	+35	+0.4pt
採用費	11	1.1%	32	3.7%	△20	△2.6pt
管理諸費・支払報酬	27	2.5%	21	2.4%	+6	+0.1pt
その他経費	68	6.2%	68	7.9%	△0	△1.7pt

- 売掛金の減少及び四半期純利益の計上により現金及び預金が増加。
- 四半期純利益の計上により純資産が増加。

(単位：百万円)	17/7期 4月末実績	16/7期 期末実績	増減	増減率
流動資産	1,058	946	+111	+11.8%
現金及び預金	856	656	+200	+30.5%
売掛金	142	227	△84	△37.2%
仕掛品	32	36	△3	△10.3%
固定資産	156	146	+10	+7.2%
無形固定資産	101	90	+10	+11.7%
投資その他の資産	50	46	+4	+9.2%
資産合計	1,215	1,093	+122	+11.2%
流動負債	190	189	+0	+0.2%
買掛金	56	44	+11	+26.5%
固定負債	12	12	-	-
負債合計	203	202	+0	+0.2%
純資産	1,012	890	+122	+13.7%

- 16年7月末 59人 ⇒ 17年4月末 61人 (+2人)。
- 上期は組織基盤の強化に注力。来期を見据えて積極的な採用活動を継続。



- popinfo利用ユーザー数は、2017年4月末現在 6,117万。
- 前期からの増加トレンドを維持し、順調に増加。

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。

2017年2月以降の主なニュース

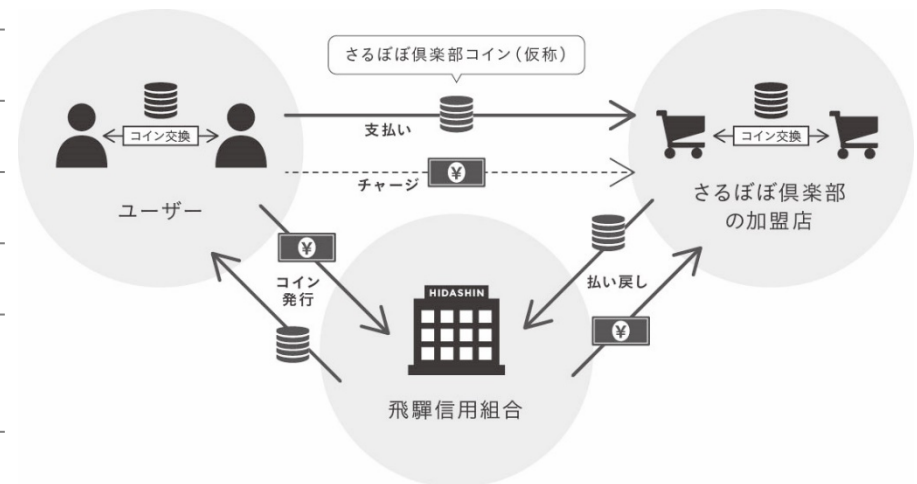
2017/2/6	O2Oソリューション「popinfo」の利用ユーザー数が 2017年1月、5,500万ユーザーを突破！
2017/2/17	アイリッジの「popinfo」、アルペン公式アプリに導入
2017/2/20	「popinfo」を活用したNTTデータの「バンキング機能」付きアプリ、信用金庫業界向けに初めて提供開始
2017/2/24	サイバーエージェントとアイリッジ、位置情報分析や行動分析ターゲティングに基づく広告配信で連携
2017/3/6	NTTデータ、NTTデータ経営研究所、unerryとビーコン位置情報を活用したマーケティング実証実験を福岡市で実施
2017/3/22	近畿大学東大阪キャンパス新エリア「ACADEMIC THEATER」 自習室の予約等をスマホアプリで管理
2017/3/27	「popinfo」を活用した、NTTデータの「アプリバンキング」、京都銀行向けにサービス開始
2017/3/30	アイリッジの「popinfo」、ビットキャッシュのゲームニュース配信アプリ「ゲームBANBAN」に導入
2017/4/3	「popinfo」を活用した、NTTデータの「次世代バンキングアプリ」、2017年7月に提供開始
2017/4/4	アイリッジ、JA全農の公式アプリ「JA全農」のバージョンアップを開発支援
2017/4/6	三井不動産の法人向けシェアオフィス「WORKSTYLING」利用者向けスマホサイトを開発支援
2017/4/20	東急電鉄のホームサイネージを開発支援 「駅間time」や「列車走行位置」など、人気コンテンツを配信
2017/4/21	「東急線アプリ」のバージョンアップを開発支援 「マイ乗降駅」機能を追加、検索スピードや操作性を向上
2017/4/25	愛媛の地域情報を集めた「えひめのあぶり」ユーザーの位置情報を活用したO2Oアプリとしてリリース
2017/5/8	O2Oソリューション「popinfo」のユーザー数が 2017年4月、6,000万ユーザーを突破！
2017/5/10	業界初、購入金額に応じてポイント付与、宝くじポイントアプリ「たかポン」を提供開始
2017/5/15	岐阜県・飛騨信用組合の職員を対象に、実証実験を開始 電子地域通貨の商用化に向けた検証フェーズに移行

1. 電子地域通貨のプラットフォーム開発
2. サイバーエージェント「AIR TRACK」との機能連携
3. 近畿大学「ACADEMIC THEATER」公式アプリ

- 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「さるぼぼコイン(仮称)」を導入予定

「さるぼぼコイン(仮称)」の概要（予定）

仕組み	<ul style="list-style-type: none"> 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
発行主体	<ul style="list-style-type: none"> コインの発行主体は飛騨信用組合
利用地域	<ul style="list-style-type: none"> 飛騨高山地域で利用可能
想定ユーザー	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民や訪日外国人
加盟店	<ul style="list-style-type: none"> 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
利用促進	<ul style="list-style-type: none"> 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
スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> 5月に実証実験を開始 → 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 → 今秋の商用化を目指す
メリット	<ul style="list-style-type: none"> 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
技術	<ul style="list-style-type: none"> ブロックチェーンの活用



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。

「さるぼぼコイン(仮称)」実証実験の概要

- 対象者（利用ユーザー）：飛騨信用組合の全職員（230名）
- 対象店舗：EaTown（イータウン）飛騨高山、でこなる横丁（高山市）、やんちゃ屋台村（飛騨市）
- 実証実験期間：2017年5月15日（月）から約3ヶ月間
- 目的：幅広い年齢層を想定し、利用シーンや技術面・セキュリティ面での課題、法制度や運用面における課題・改善点の抽出を行い、運用面やUIの改善などに活かす
- その他：今回の実証実験と並行し、ブロックチェーン活用に向けた技術検証も行う予定



アイリッジ電子地域通貨の支払いフロー

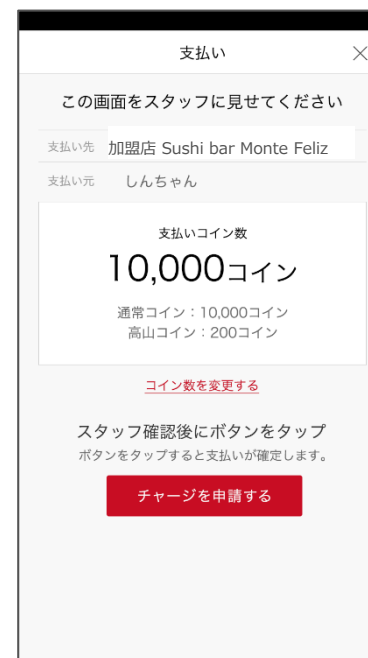
1. ユーザーが、店頭
QRコードを読み取る。
(お店の特定)



2. ユーザーが、支払金額
を入力。



3. 店舗スタッフの確認後、
ユーザーがボタンを
タップ。



店舗には
メールなどで
通知



店舗にはQRコードのみがあればOK → 決済手数料を安価に設定することが可能

- 2月24日、サイバーエージェントの「AIR TRACK」と当社の「popinfo」が機能連携
- ユーザーの位置や行動履歴に基づいた最適な広告配信、プッシュ配信を実現
→ 『ビッグデータの連携・活用』 + 『効果のみえる「広告領域」への展開』

popinfo  iRidge

popinfo(ポップインフォ)

- 位置情報連動型プッシュ通知
ユーザーの位置情報、属性、時間に応じた情報をプッシュ通知により配信
- 企業の公式アプリに多数採用
- ユーザー数は6,000万超(17/4末現在)

機能連携

AIR TRACK  CyberAgent.

AIR TRACK(エアトラック)

- 行動分析ターゲティングツール
位置情報に基づき、行動履歴を分析し、第三者メディア（アプリ）に広告配信するプラットフォーム
- 採用ユーザー数は1,000万UU

- 両社が保有する位置情報や各種行動データ等のビッグデータを連携することで、解析データの精度が高まり、より効果の高いターゲティングが可能
- AIR TRACKが組み込まれた他社アプリ上で広告配信が可能となり、新規ユーザー獲得や既存ユーザーの活性化を促進
- 連携により、AIR TRACKの広告配信から来店、購買まで一連の計測が可能

popinfo行動分析ソリューション展開例

ユーザーの行動分析



- 生活エリア
- 行動パターン
- 交通手段
- 自社への来店頻度
- 競合店の訪問頻度

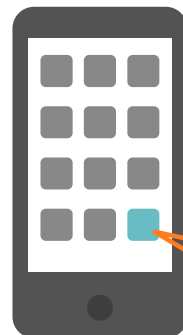
+

- 性別
- 年代
- 購買履歴

ユーザーをセグメント化



広告配信によるアクション



- 潜在的なユーザー層をセグメントから推定し、ターゲットを絞って配信

潜在的なユーザーがいそうな
他社アプリに
広告配信

プッシュ通知によるアクション



子育てに便利なグッズを取り揃えました！

- ユーザーの関心の高い情報を提供



1か月限定で使えるクーポン！全商品20%OFFをあなただけ！

- ロイヤルカスタマーの更なる囲い込み



新商品取り揃えました！いつでも使える限定クーポンつき！

- 休眠ユーザーの掘り起こし

取組事例：近畿大学「ACADEMIC THEATER」公式アプリ

アプリ活用のニーズが、小売をはじめ、金融機関やメーカー等、幅広い業種に拡大している中、近畿大学の「ACADEMIC THEATER」公式アプリを開発支援。

- 新たな実学教育の拠点である「ACADEMIC THEATER」の機能を最大限に活用するためのアプリ。
- アプリの特徴
 - ✓ 24時間自習室の座席予約を管理し、セキュリティの強化を図る。
 - ✓ 独自の分類法「近大INDEX」で配架されている図書館の書籍やマンガと、アプリを通じて出合える。
 - ✓ 「ACT」という空間で開催される勉強会やイベントの検索ができる。
 - ✓ 施設の利用状況に応じて、ポイントを付与。ポイントはカフェテリアなどで利用可能なクーポンに交換できる。
 - ✓ イベント開催情報などを、学生にプッシュ通知でお知らせ。



(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	3億61百万円 <small>(注1)</small>
従業員数	61人 <small>(注1)</small>

(注1) 2017年4月末現在

(注2) 2017年1月末現在

株主構成 (注2)

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)	2.80%
日本マスタートラスト信託銀行 (信託口)	2.49%
NTTデータ	2.36%
松井証券	1.75%
SBI証券	1.28%
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%
BNYM SA/NV FOR BNYM FOR BNY GCM CLIENT ACCOUNTS M LSCB RD	0.83%

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

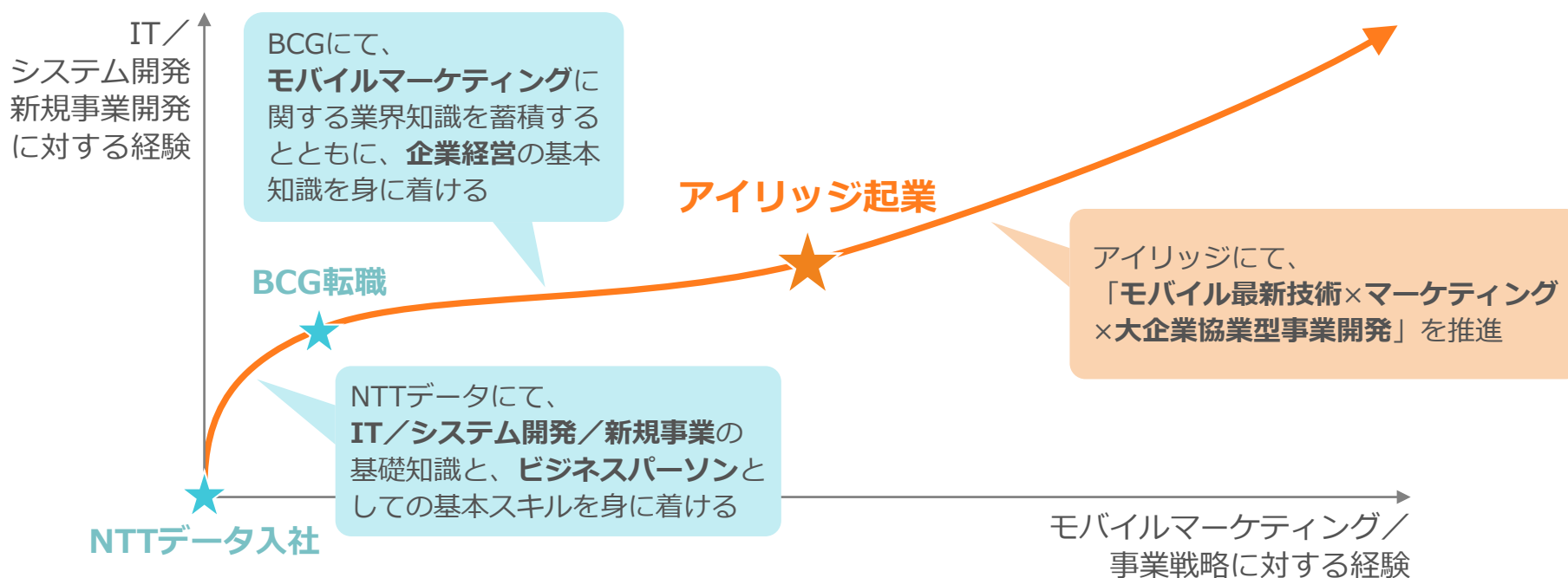
- 新しい価値を創り続けていくためには、新しいサービスを創り続けていく必要があり、それができる会社としてあり続けるように事業を推進してまいります。

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。

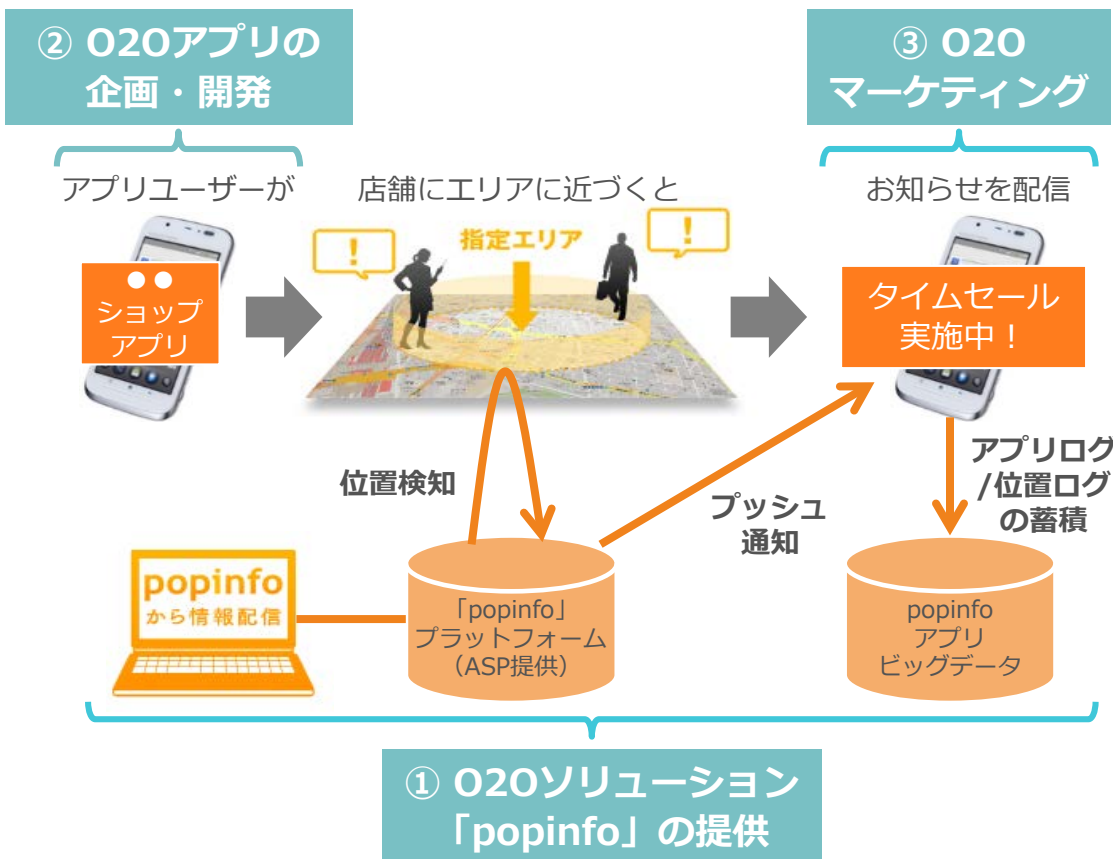


- なぜO2Oなのか？
 - スマートフォンの普及：
何時でも、どこでもインターネットにアクセスできる環境の実現
 - 位置情報の進歩：
店舗から数キロ圏内・店舗内等、場所を特定して消費者とコミュニケーションを図ることが可能
- ⇒ インフラ環境の整備に伴い、企業のスマートフォンを活用した実店舗への集客・販売促進が進透

**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、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6,000万超

収益

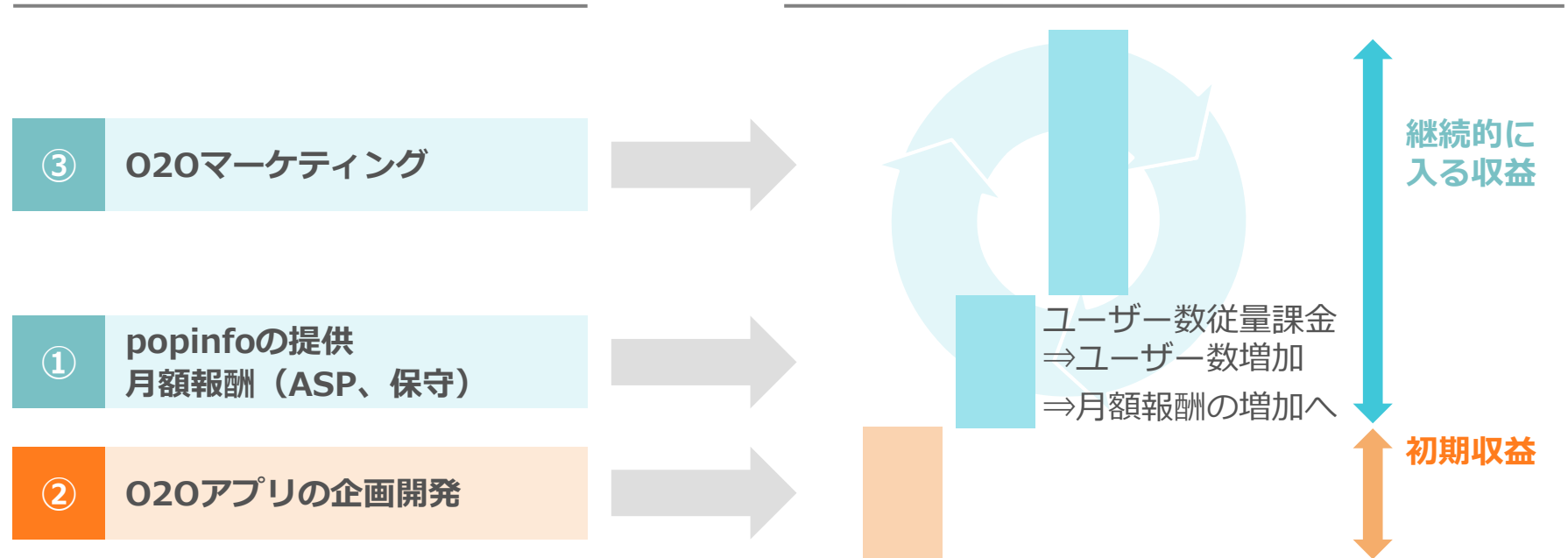
- ① 「popinfo」ライセンス料
月額報酬収益
 - ユーザー数従量課金
- ② O2Oアプリ開発収益
- ③ O2O促進マーケティング収益
 - 継続的なアプリ内集客・販促施策
 - 継続的なアプリ機能追加

(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。

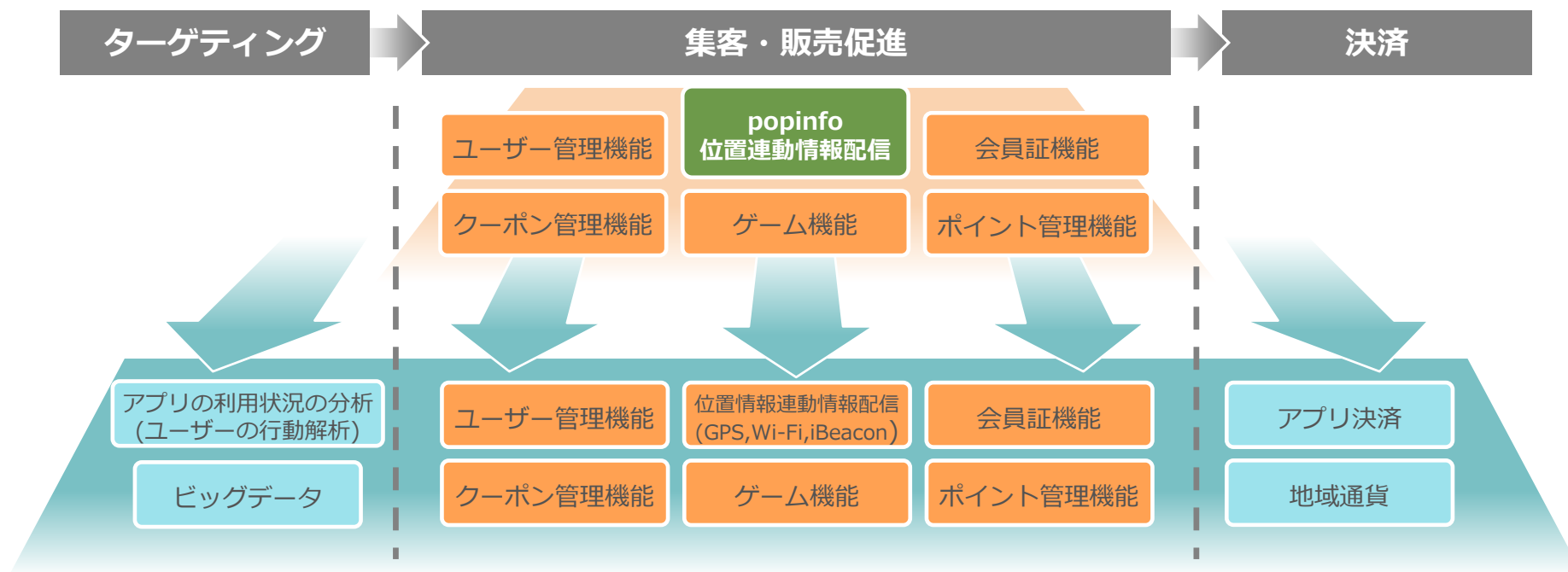
- popinfoを組み込んだアプリ開発を入口に、
継続的にO2O支援を実施することで、安定した収益を確保

提供するサービス

収益イメージ

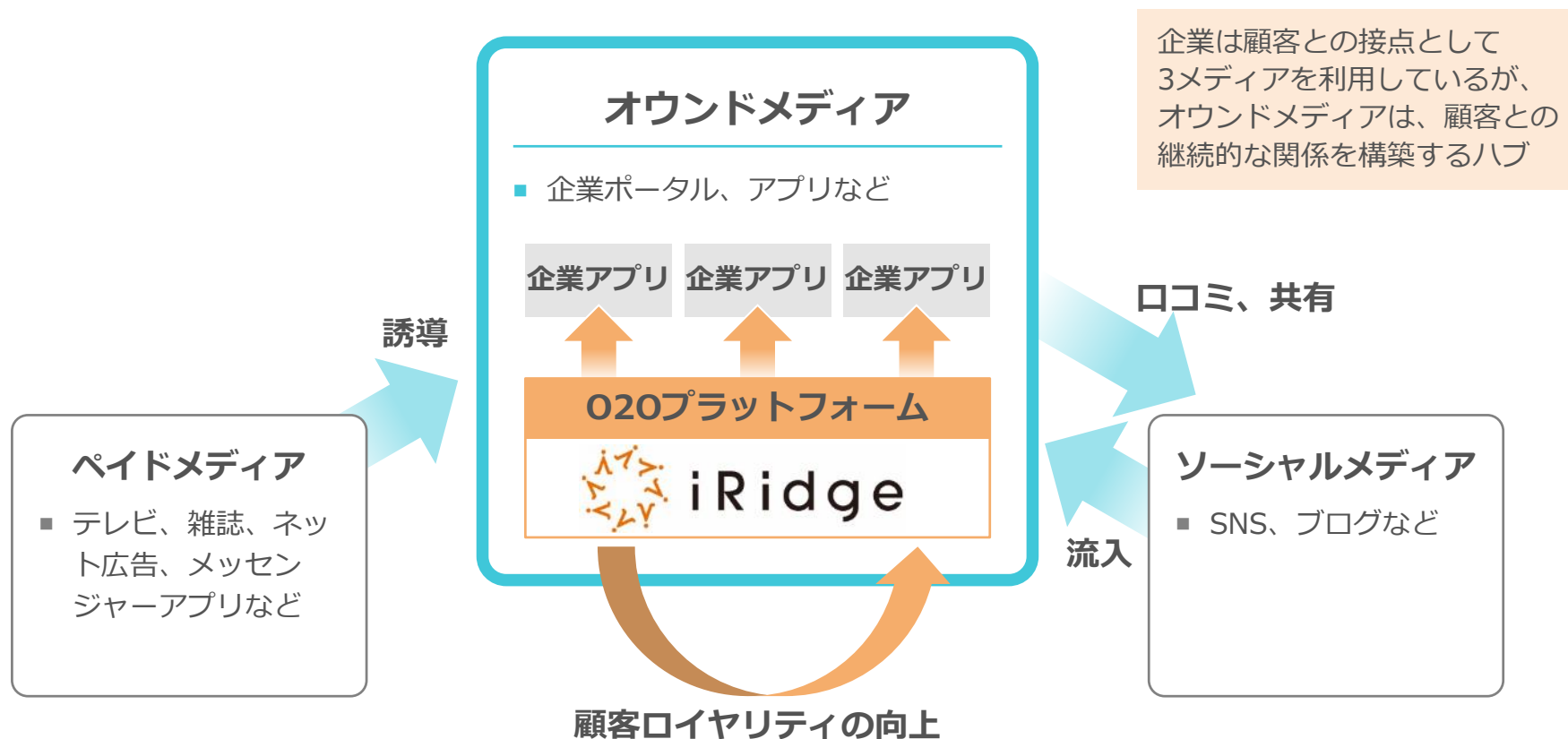


- popinfoを入りに口に、ニーズの高いサービスをモジュール化し、サービスラインアップを拡充



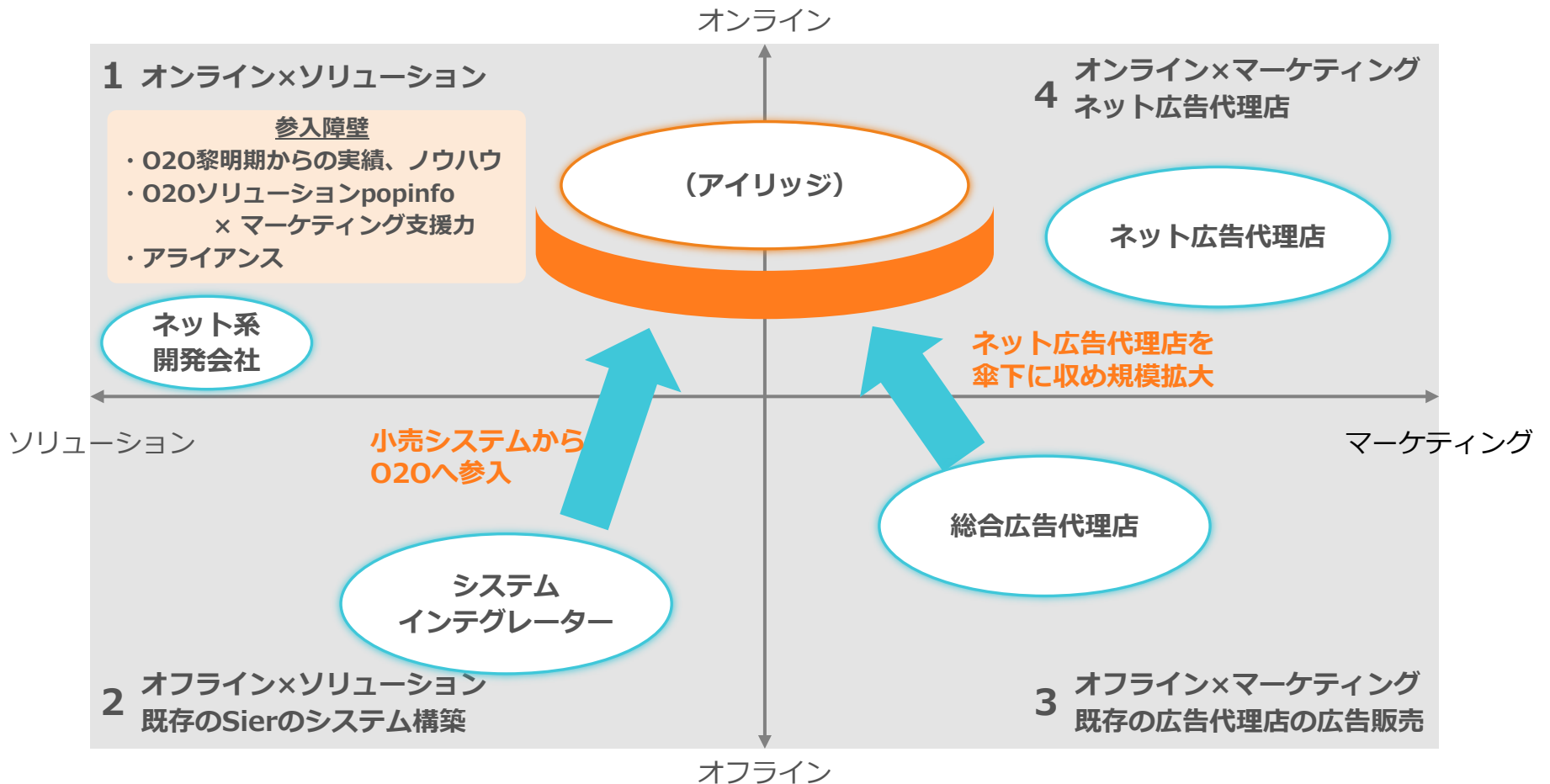
従来の「集客・販売促進」だけでなく、「ターゲティング」や「決済」までを網羅

- 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

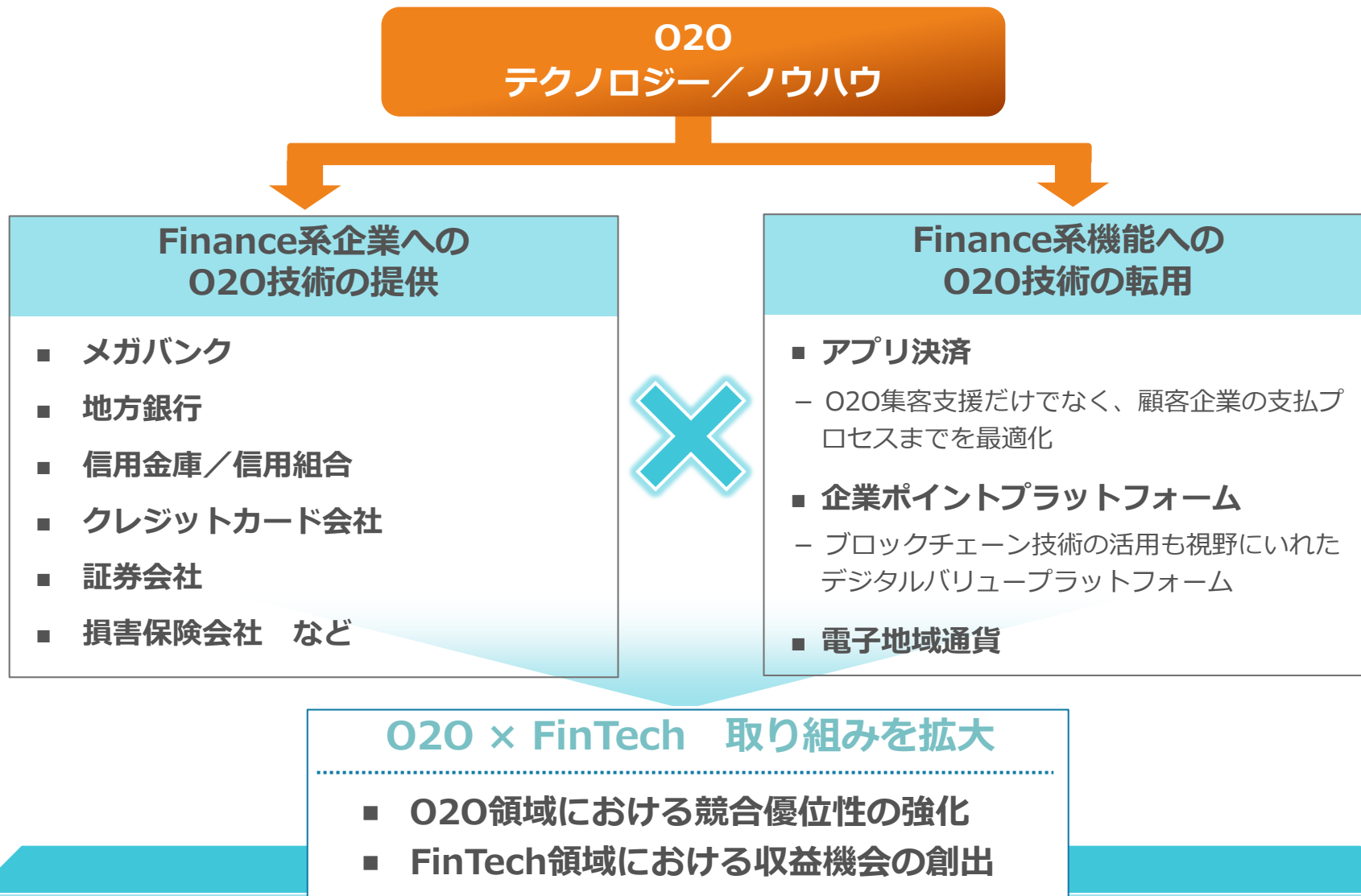


O2O業界のプレイヤー

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、当社は細心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。