

2018年7月期第1四半期 決算説明資料

2017/12/8
株式会社アイリッジ
(証券コード 3917)

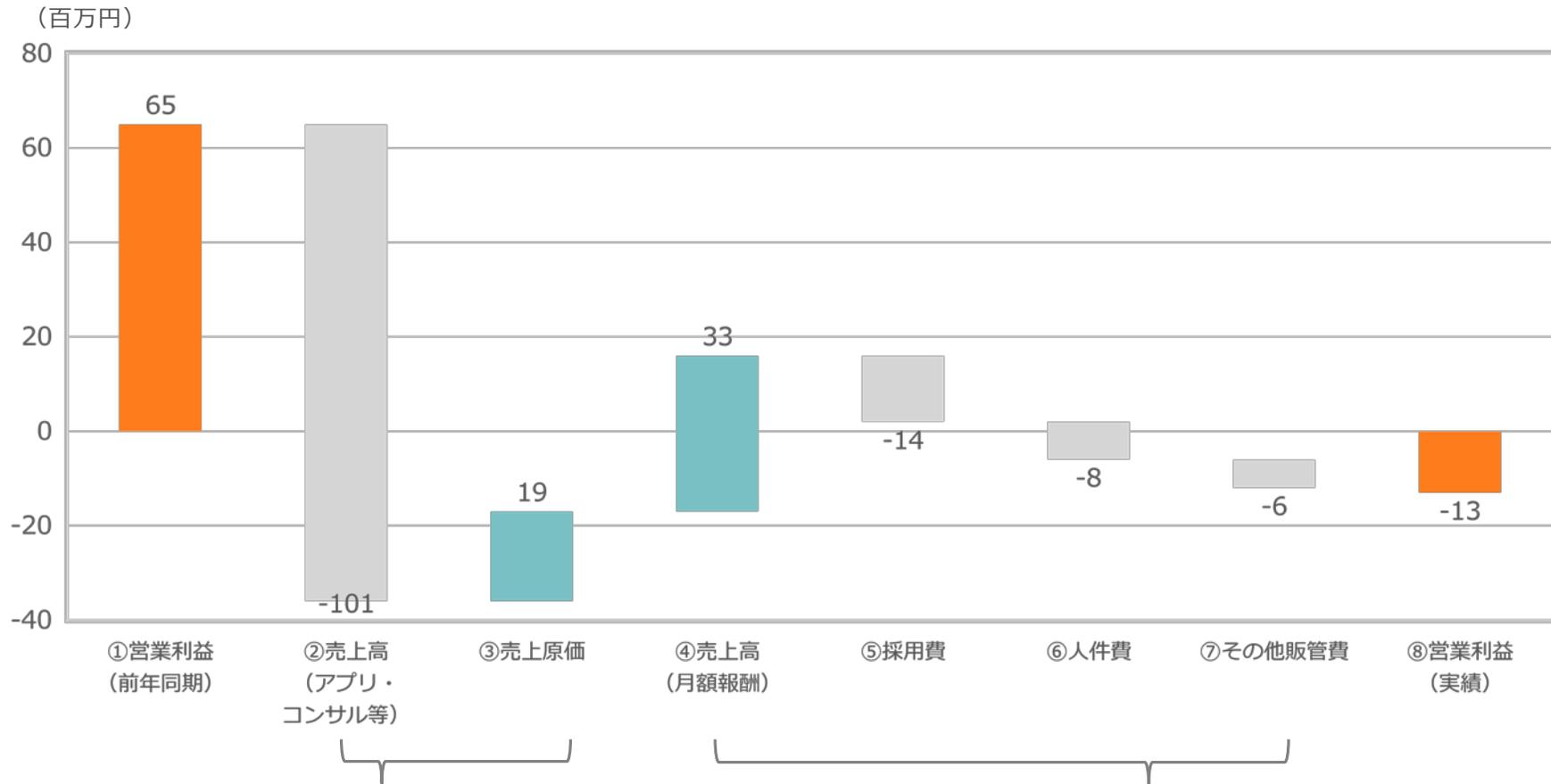
- | | |
|------------------------|-------|
| 1. 2018年7月期第1四半期決算について | P. 2 |
| 2. 足元の取り組み状況 | P. 15 |
| (ご参考) 会社概要 | P. 24 |

1. 2018年7月期第1四半期決算について

- ①売上高は大型案件のリリースがなかったことによりアプリ・コンサル等が減少、また、②コスト面は人件費及び採用費等が増加、これらを主因として営業損失を計上。
 - ① 案件の大型化・長期化に伴い、四半期での売上変動が生じている。一方で、1Q末の仕掛品残高は34,595千円と前年同期比69.8%増、2Q以降のリリースに向け推進中。
 - ② 採用活動が順調に推移したことによるもので、足元の厳しい採用環境を踏まえると、人財力の強化はポジティブなコスト増。
- 2Q以降に向けて
ユーザー数の順調な推移に伴う月額報酬の積上げや、仕掛品残高の積み上がりが確認でき、また、電子地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」については、12月に飛騨商用化開始、ハウステンボス実証実験と、更なる拡大に向け事業を推進しており、2Q以降の巻き返しを図る。

(単位：百万円)	18/7期1Q 実績	17/7期1Q 実績	前年同期比 増減率	増減要因
売上高	307	375	△18.2%	アプリ・コンサル等の減収に起因。
月額報酬	137	103	+32.0%	ユーザー数の増加に伴い順調に推移。
アプリ・コンサル等	169	271	△37.5%	大型案件のリリースがなかったため減収。
売上総利益	97	147	△33.4%	減収及びそれに伴う原価率上昇のため。
販管費	111	81	+36.4%	採用活動が順調に推移し、人件費等が増加。
営業利益	-13	65	-	減収、営業費用の増加により営業損失を計上。
経常利益	-13	65	-	-
四半期純利益	-9	46	-	-

営業利益増減分析（前年同期比増減）



- アプリ・コンサル等の売上高減少による影響額
②+③ = △82百万円 …… ⑨
- 減益の主な要因は、アプリ・コンサル等の売上高減少による
①65百万円 + ⑨△82百万円 = △16百万円 ÷ ⑧ △13百万円

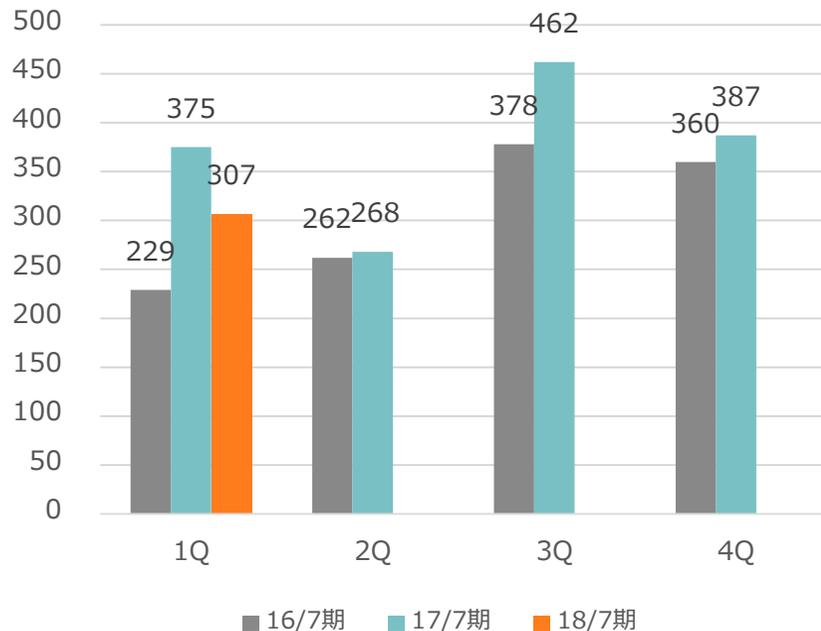
- 販管費増の影響額
⑤ + ⑥ + ⑦ = 29百万円(絶対値で示す) …… ⑩
- 月額報酬の売上高増加により販管費増はカバーしている
④33百万円 > ⑩29百万円

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る。
- 17/7期は、大型案件のリリースにより1Qの売上高が2Qを上回ったが、18/7期については、例年同様1Qより2Qの売上高が大きくなる見込み。

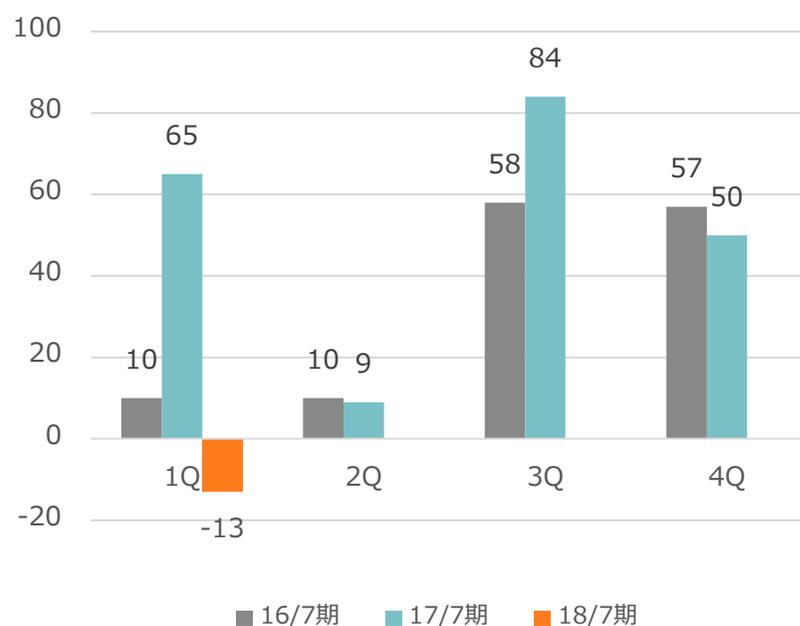
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)



営業利益率

	1Q	2Q	3Q	4Q
16/7期	4.5%	3.8%	15.6%	16.0%
17/7期	17.5%	3.6%	18.4%	13.0%
18/7期	-	-	-	-

サービス別の売上高

- 「月額報酬」は、ユーザー数の順調な伸びが寄与し、137百万円と着実に積上げ。
- 「アプリ開発、コンサル等」は大型案件のリリースがなく、169百万円に留まる。セミナーの開催等、新規顧客の開拓、案件獲得を推進中。

(単位：百万円)	18/7期1Q		17/7期1Q		増減率
	実績	構成比	実績	構成比	
O2O関連	307	100.0%	375	100.0%	△18.2%
月額報酬	137	44.7%	103	27.7%	+32.0%
アプリ開発、コンサル等	169	55.3%	271	72.3%	△37.5%

- 売上原価率は、売上高減少の影響で、前年同期比で7.3ポイント増加。
- 内訳として、主な開発コストである原価人件費（1.2ポイント増加）と外注費（1.2ポイント減少）をあわせた原価率は前年同期並みで、開発コストが上昇している状況にはない。
- 売上原価率の上昇は、その他原価にあり、主に、新規事業・サービスに積極的に取り組んでいることによるサーバー費の増加によるもの。

(単位：百万円)	18/7期1Q		17/7期1Q		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
売上原価	209	68.1%	228	60.8%	△19	+7.3pt
原価人件費	76	24.8%	88	23.6%	△12	+1.2pt
外注費	83	27.4%	107	28.5%	△23	△1.2pt
その他原価	48	15.9%	32	8.6%	+16	+7.3pt

- 販管費比率は、前年同期比で14.5ポイント上昇。
- 採用活動が順調に推移したことによるものであり、前年同期比増加額のうち、大半は採用費で前期1Qに採用活動を実質ストップしていた影響、また、人件費増加率は従業員増加率とほぼ整合しており、その他経費の増加は従業員増による消耗品費等の増加に起因。

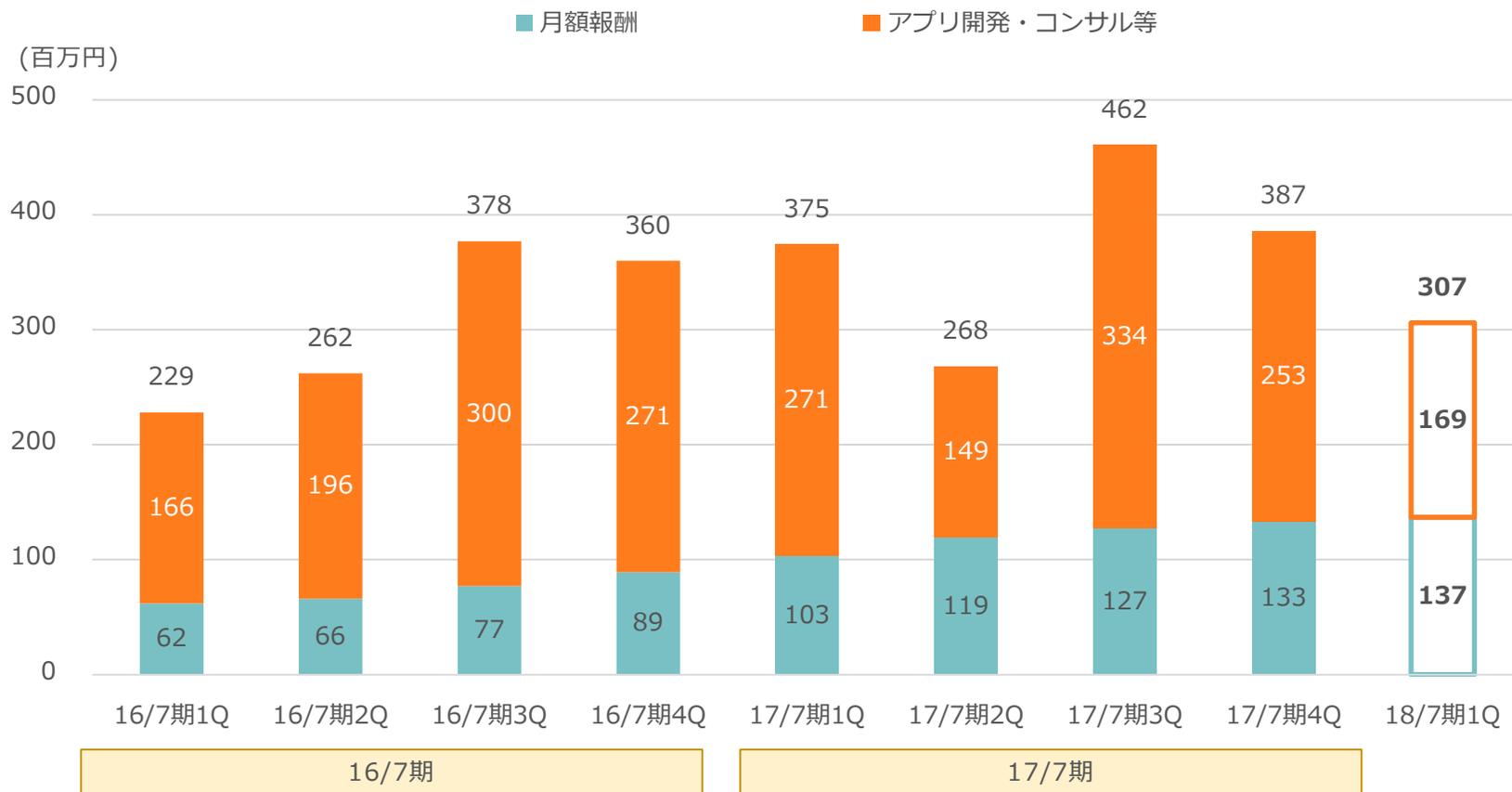
(単位：百万円)	18/7期1Q		17/7期1Q		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
販売費及び一般管理費	111	36.2%	81	21.7%	+29	+14.5pt
人件費	58	19.2%	50	13.4%	+8	+5.8pt
採用費	14	4.7%	0	0.1%	+14	+4.6pt
管理諸費・支払報酬	10	3.3%	10	2.7%	+0	+0.6pt
その他経費	27	8.9%	20	5.5%	+6	+3.4pt

(ご参考) 四半期推移①

(単位：百万円)	17/7期1Q		17/7期2Q		17/7期3Q		17/7期4Q		18/7期1Q	
	実績	対売上高								
売上高	375	100.0%	268	100.0%	462	100.0%	387	100.0%	307	100.0%
売上原価	228	60.8%	177	66.1%	277	60.1%	241	62.3%	209	68.1%
原価人件費	88	23.6%	63	23.5%	70	15.2%	73	19.0%	76	24.8%
外注費	107	28.5%	78	29.3%	168	36.6%	121	31.3%	83	27.4%
その他原価	32	8.6%	35	13.3%	38	8.4%	46	12.0%	48	15.9%
売上総利益	147	39.2%	90	33.9%	184	39.9%	146	37.7%	97	31.9%
販管費	81	21.7%	81	30.2%	99	21.5%	95	24.7%	111	36.2%
人件費	50	13.4%	47	17.8%	55	12.0%	61	15.9%	58	19.2%
採用費	0	0.1%	2	1.0%	8	1.9%	6	1.7%	14	4.7%
管理諸費・支払報酬	10	2.7%	8	3.0%	9	2.1%	10	2.7%	10	3.3%
その他経費	20	5.5%	22	8.4%	25	5.5%	17	4.4%	27	8.9%
営業利益	65	17.5%	9	3.6%	84	18.4%	50	13.0%	-13	-
経常利益	10	2.8%	10	3.8%	58	12.7%	58	15.0%	-13	-
四半期純利益	5	1.4%	7	2.7%	39	8.6%	40	10.4%	-9	-

(ご参考) 四半期推移②：サービス別の売上高

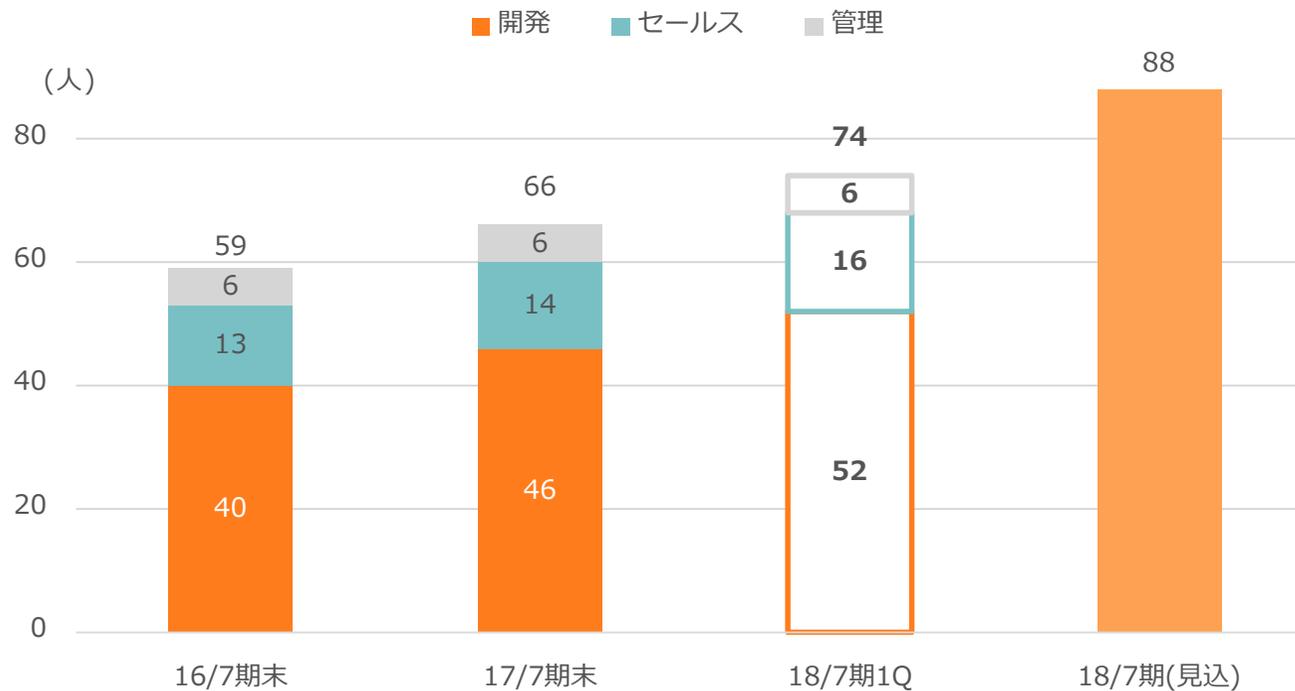
- 四半期推移でみると、
「月額報酬」はユーザー数の増加に伴い順調に推移、
「アプリ開発・コンサル等」は案件のリリース時期により、四半期で変動。



- 流動負債（買掛金、未払法人税等、賞与引当金）の減少により、現金及び預金が減少。

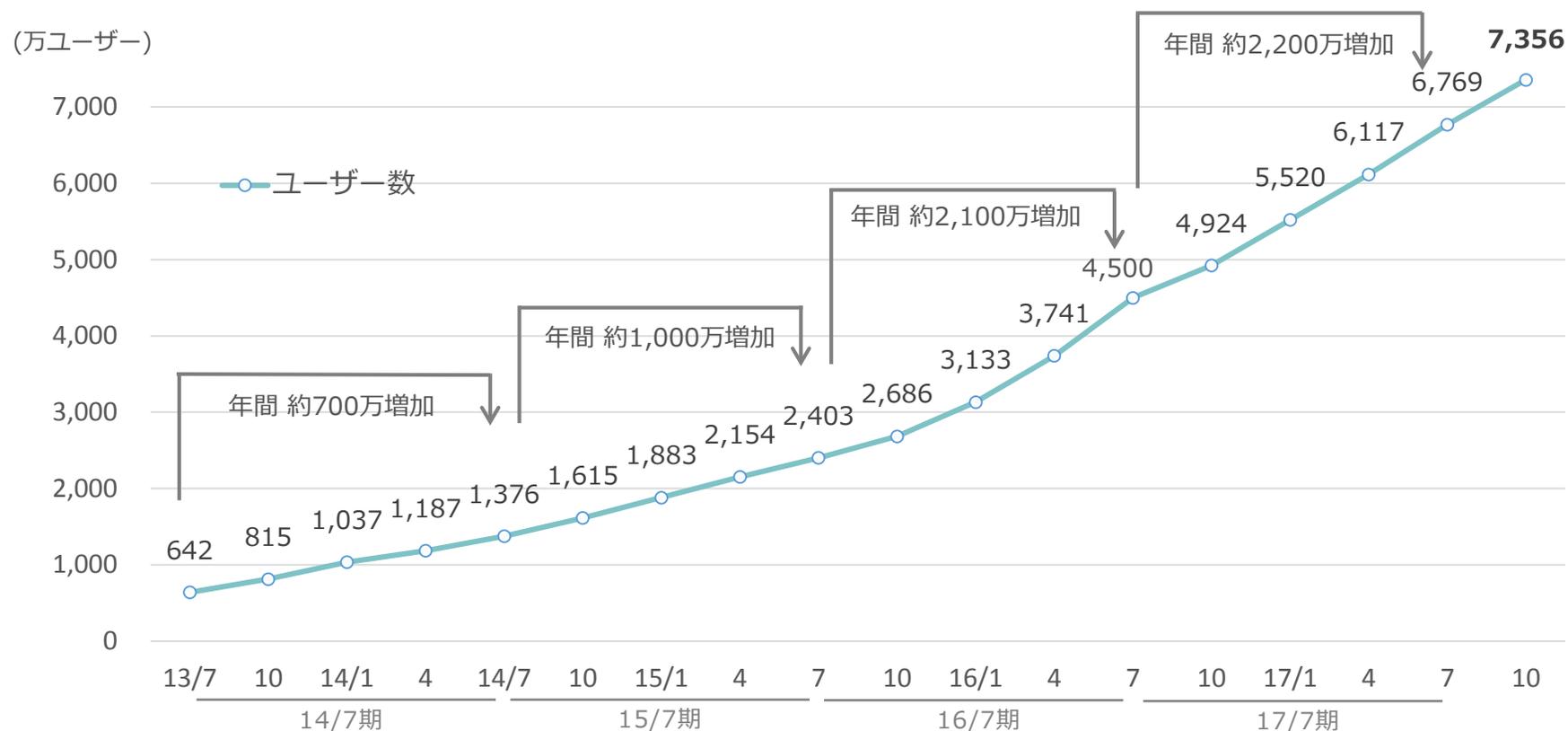
(単位：百万円)	18/7期 10月末実績	17/7期 期末実績	増減	増減率
流動資産	1,002	1,149	△146	△12.7%
現金及び預金	756	891	△134	△15.1%
売掛金	171	202	△31	△15.5%
仕掛品	34	21	+13	+61.4%
固定資産	179	168	+11	+6.7%
無形固定資産	126	112	+14	+13.0%
投資その他の資産	49	52	△2	△5.7%
資産合計	1,182	1,317	△135	△10.3%
流動負債	141	254	△113	△44.5%
買掛金	46	81	△35	△43.3%
固定負債	0	12	△12	△100.0%
負債合計	141	267	△126	△47.2%
純資産	1,040	1,049	△8	△0.8%

- 17年7月末 66人 ⇒ 17年10月末 74人 (+8人)。
- 厳しい採用環境の下でも採用活動が順調に進捗。
- 前述のとおり、開発コスト（原価人件費+外注費）は前年同期水準を維持できており、引き続き積極的な採用活動を継続し、人財力の強化を図る。



- popinfo利用ユーザー数は、2017年10月末現在 7,356万。
- 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8月以降の主なニュース

2017/8/16	日本フットサルリーグ「フウガドールすみだ」公式アプリを開発支援、地域活性化に向けた実証実験開始
2017/8/18	PyCon JP 2017（9月7日～9月9日）にGoldスポンサーとして協賛
2017/10/3	クラウド勤怠管理アプリ「LEAP」をサービス開始 残業時間見込みを可視化しアラート通知、業務改善をサポート
2017/10/4	O2Oソリューション「popinfo」のユーザー数が2017年9月、7,000万ユーザーを突破！
2017/10/10	電子地域通貨「さるぼぼコイン」の実証実験を完了 ブロックチェーン技術も検証
2017/10/18	アイリッジ テクノロジー企業ランキング 「2017年 日本テクノロジー Fast50」で32位を受賞
2017/11/9	電子地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」ハウステンボス「テンボスコイン（仮称）」に採用
2017/11/21	金融業界初、岐阜県飛騨・高山地域におけるスマートフォンアプリを活用した電子地域通貨 加盟店 約100店舗から商用化スタート
2017/11/27	「東急線アプリ」の機能を拡充し、運行情報を音声で提供 「Amazon Alexa」に対するスキルを開発支援
2017/12/8	「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

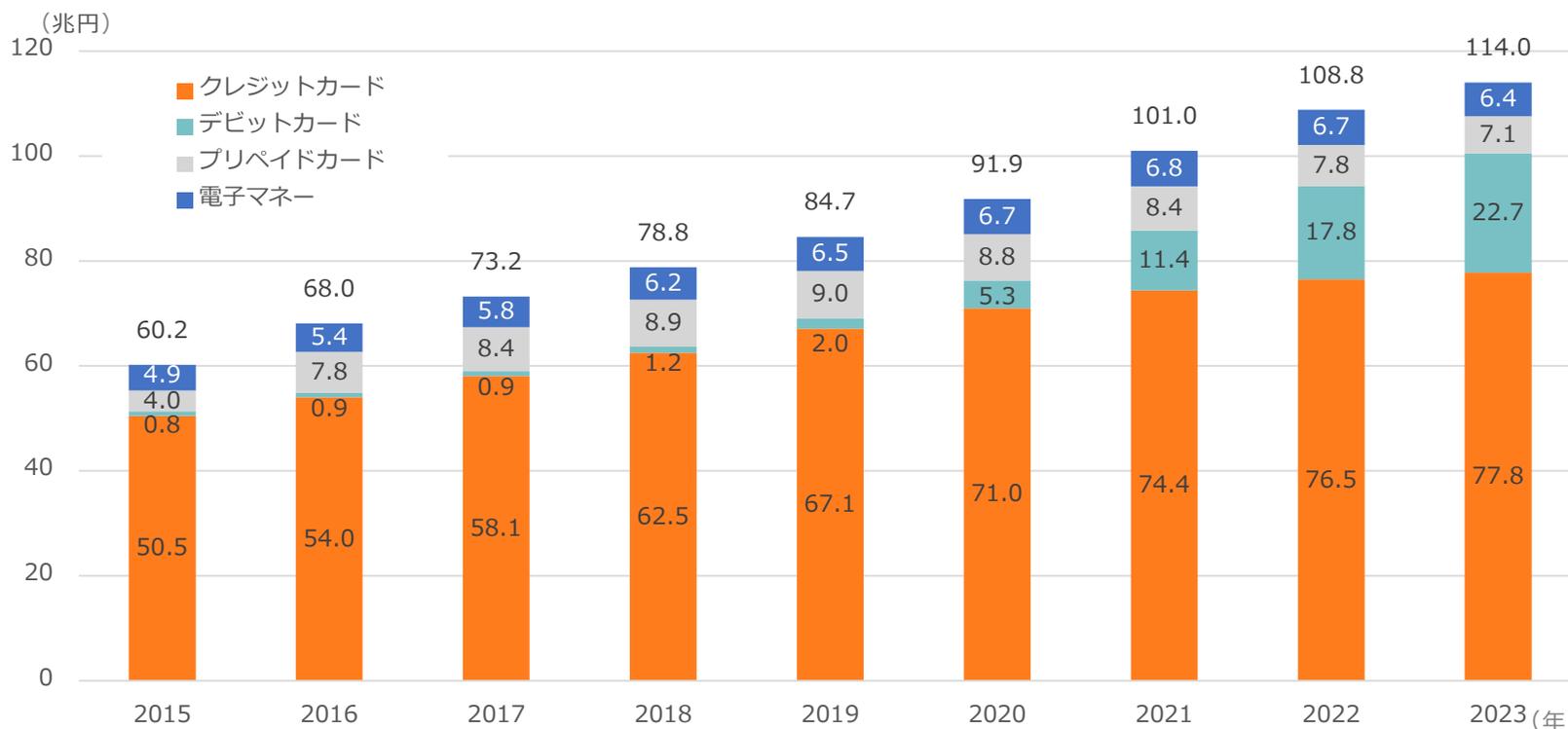
2. 足元の取り組み状況

(1) 電子地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」の展開

- 飛弾信用組合「さるぼぼコイン」
- ハウステンボス「テンボスコイン」

(2) Amazon Alexaの対応スキル開発

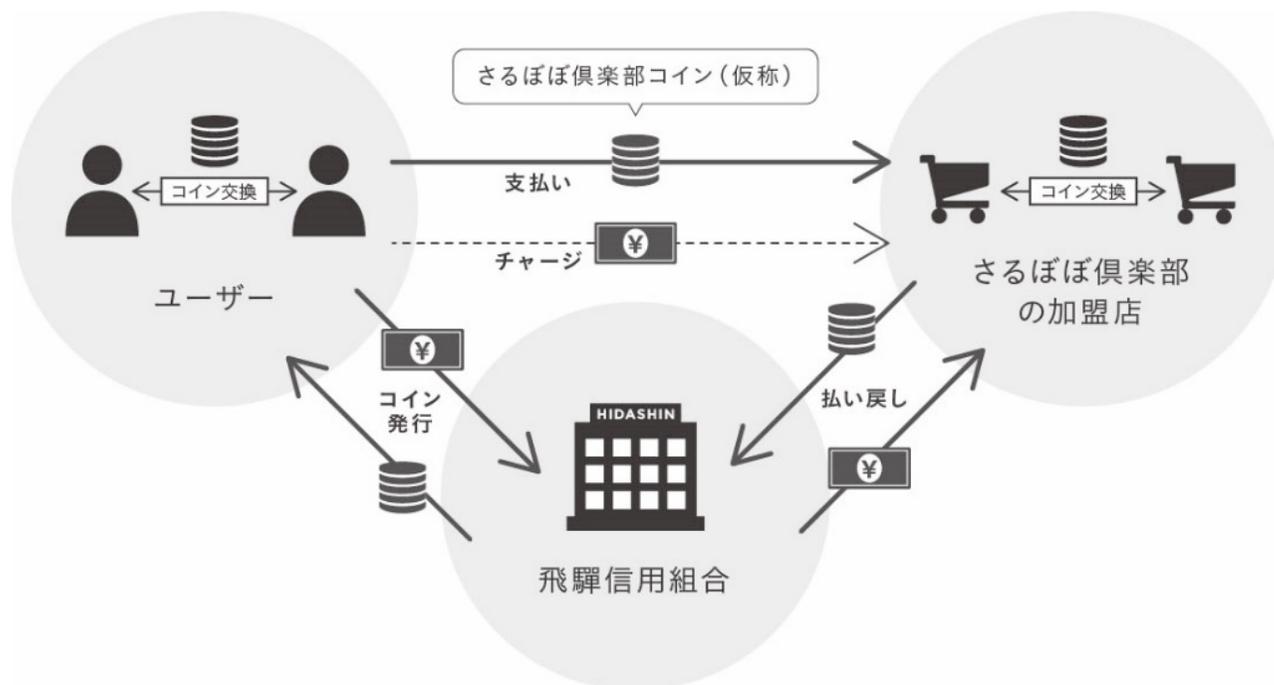
- スマートペイメント市場は、2023年には114兆円まで拡大する見込み。「キャッシュレス社会」の推進に、スマートフォンの担う役割は大きい。
- 当社の「MoneyEasy」は、消費者・加盟店等に利用していただける決済手段とするため、得意とするO2Oマーケティングと連携し、収益の拡大を図る。



- (注) 1. 出典：野村総合研究所「ITナビゲーター2018年版」
 2. スマートペイメントの定義：訪日外国人を含む、日本国内におけるB2Cの商取引における電子的な決済手段で、その取扱高を市場規模と捉える。デビットカードやモバイルアプリによる銀行口座からの決済は含むが、インターネットバンキングなど手動操作を伴う口座振替や銀行振替は含めない。「電子マネー」の交通系ICカードは、乗車運賃以外の決済を対象とする。
 3. 参考：2014年度の現金取扱高は87.2兆円（野村総合研究所推計）。

- MoneyEasy（マネーイージー）は、電子地域通貨サービスのプラットフォームシステム。
- 当社は電子地域通貨の運営主体となり得る金融機関、自治体、企業様等へのプラットフォーム提供者の位置付け。

電子地域通貨「さるぼぼコイン」のケース



- スマフォアプリを使って、チャージから決済までを可能にする仕組み。

- 支払方法として QR コード読取方式を採用しているため、店舗側での初期投資や手間がかからず導入できることが特長。

- 当社のO2Oマーケティングを組み合わせた決済基盤が構築可能（プッシュ通知、クーポン機能、来店ポイント等）。

当社は電子地域通貨サービスのプラットフォームシステムを提供

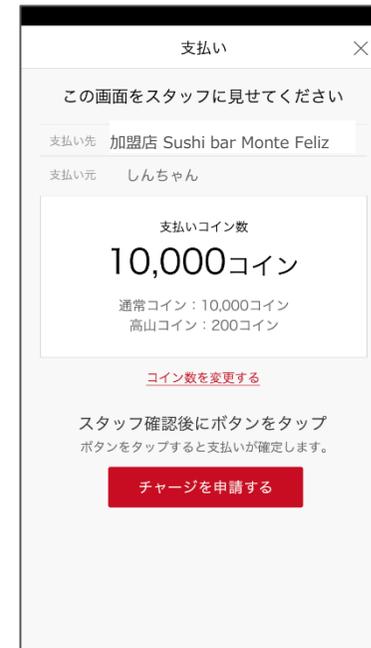
1. ユーザーが、店頭のQRコードを読み取る
(お店の特定)



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

- 12月4日 日本初の金融機関が発行する電子地域通貨「さるぼぼコイン」をリリース。

飛弾信用組合との「さるぼぼコイン」商用化の概要

対象者	地元住民及び観光客 (アプリをダウンロードした方)
対象店舗	高山市、飛騨市、白川村の加盟店 約100店舗
チャージ可能場所	飛騨信用組合営業店舗窓口 (店舗数：17店舗)
チャージ上限金額	10万円
チャージ時のポイント	チャージ金額の1%
交換単位	1円 = 1コイン
有効期限	最終利用日から一年後の当月末日 (ポイントは付与日から一年後の当月末日)

現在

- 加盟店は入金されたコインを他加盟店への支払等で利用可能
- GPSを活用した店舗への道案内
- 店舗の広告配信



今後の展開

- 普通預金口座と連携し、口座からのチャージが可能に
- 入金上限額の引き上げ (200万円)
- コインの有効期限延長
- クレジットカードとの連携、チャージ機能の実装

- 12月中旬より ハウステンボス内で利用できる電子通貨「テンボスコイン（仮）」の実証実験を開始。

ハウステンボスとの「テンボスコイン（仮）」実証実験の概要

対象者	ハウステンボスの従業員約1,300名
対象店舗	ハウステンボス内の社員食堂、レストラン、物販店舗
実証実施期間	2017年12月中旬～約3ヶ月
目的	ユーザビリティなどを検証し、商用化に向けたサービスの企画検討に活用

今後の展開

- 対象者を、従業員から一般のお客様へ拡大
⇒ 将来的には仮想通貨としての可能性も検討



- 飛弾信用組合の「さるぼぼコイン」、ハウステンボスの「テンボスコイン（仮）」と着実に推進。
また、今後の機能拡張により利便性の向上を予定。

「MoneyEasy」は、大規模エリアから小規模エリアまで、様々な範囲を設定し利用可能なため、潜在的な導入先は幅広い。足元、更なる導入に向け推進中。



- 東急線アプリの機能を拡充し、「Amazon Alexa」に対応する「スキル」の開発を支援。
- 対応デバイスに話しかけることで、東急線各線の運行情報をリアルタイムに確認可能。



(注) Amazon Alexaとは：Amazon Echoや、その他の対応デバイスの中核となる音声サービス。Alexaが提供する機能やスキルによって、ユーザーは「声」によってAlexaデバイスを操作することができる。

**音声コミュニケーションサービスにいち早く対応
新サービスにも積極的に取り組んで参ります**

(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	3億62百万円 <small>（注1）</small>
従業員数	74人 <small>（注1）</small>

（注1）2017年10月末現在

（注2）2017年7月末現在

株主構成 （注2）

小田 健太郎	44.09%
クレディセゾン	9.76%
日本トラスティ・サービス信託銀行（信託口）	5.57%
日本マスタートラスト信託銀行（信託口）	3.56%
NTTデータ	2.35%
京セラコミュニケーションシステム	1.19%
野村信託銀行（投信口）	1.10%
BNYM SA/NV FOR BNYM FOR BNYM GCM CLIENT ACCTS M ILM FE	1.03%
楽天証券	0.70%
アイリッジ従業員持株会	0.61%

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

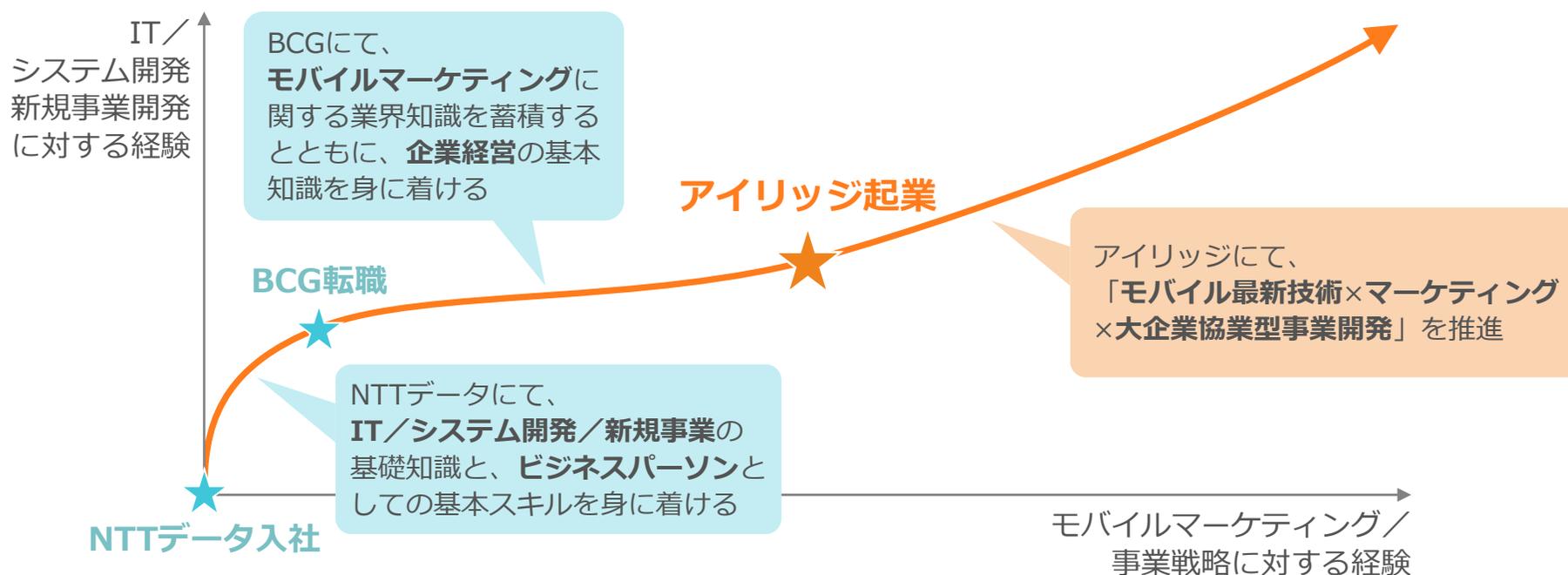
- 新しい価値を創り続けていくためには、新しいサービスを創り続けていく必要があり、それができる会社としてあり続けるように事業を推進してまいります。

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。

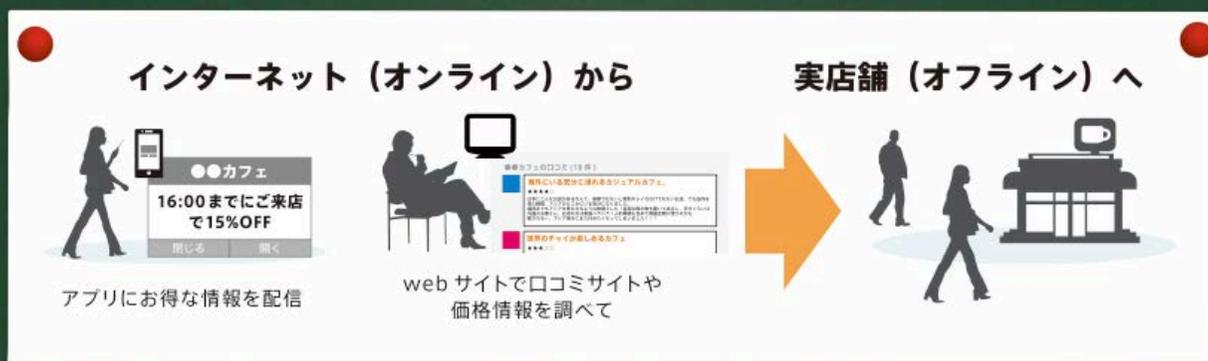


- 慶應義塾大学 経済学部 卒業
- NTTデータにて、情報システムを利用した新規事業開発、情報システム営業などに従事
- ボストンコンサルティンググループにて、経営戦略コンサルティング業務に従事（インターネットサービス、金融業界等）
- 2008年8月、株式会社アイリッジを創業



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。

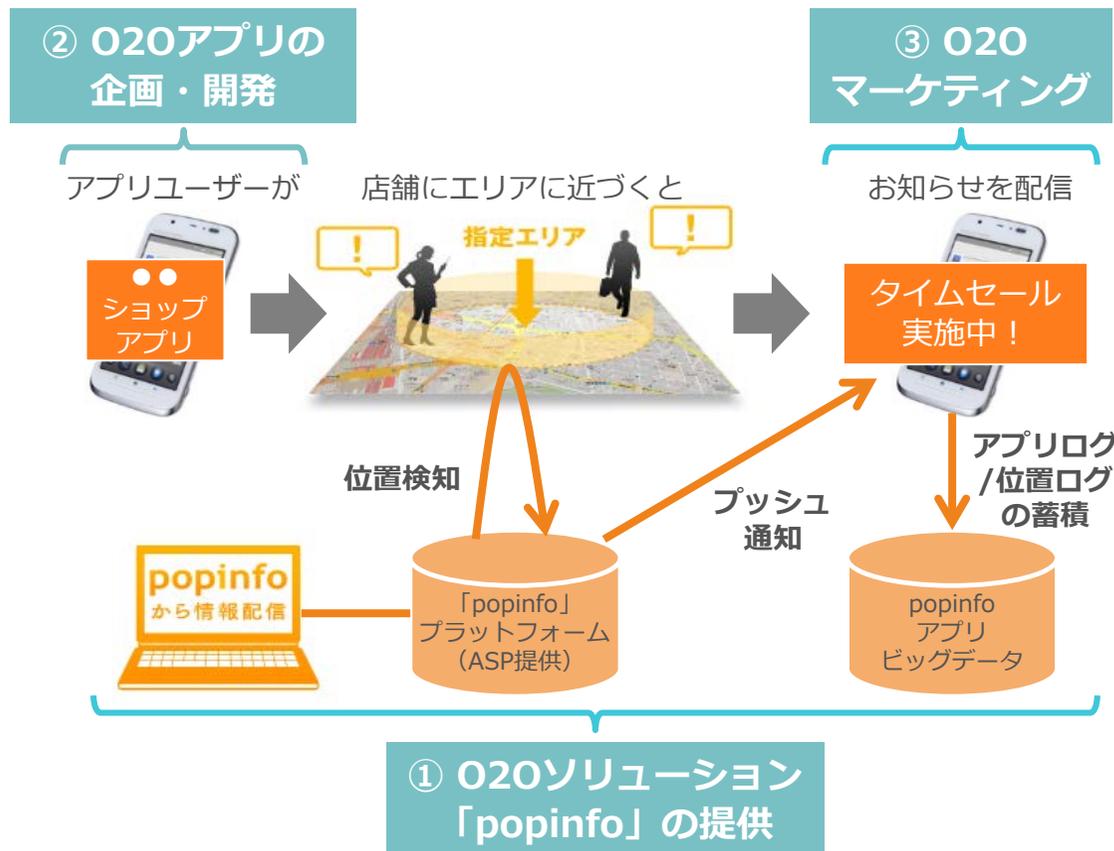


- なぜO2Oなのか？
 - スマートフォンの普及：
何時でも、どこでもインターネットにアクセスできる環境の実現
 - 位置情報の進歩：
店舗から数キロ圏内・店舗内等、場所を特定して消費者とコミュニケーションを図ることが可能
- ⇒ インフラ環境の整備に伴い、企業のスマートフォンを活用した実店舗への集客・販売促進が進透

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7,000万超

収益

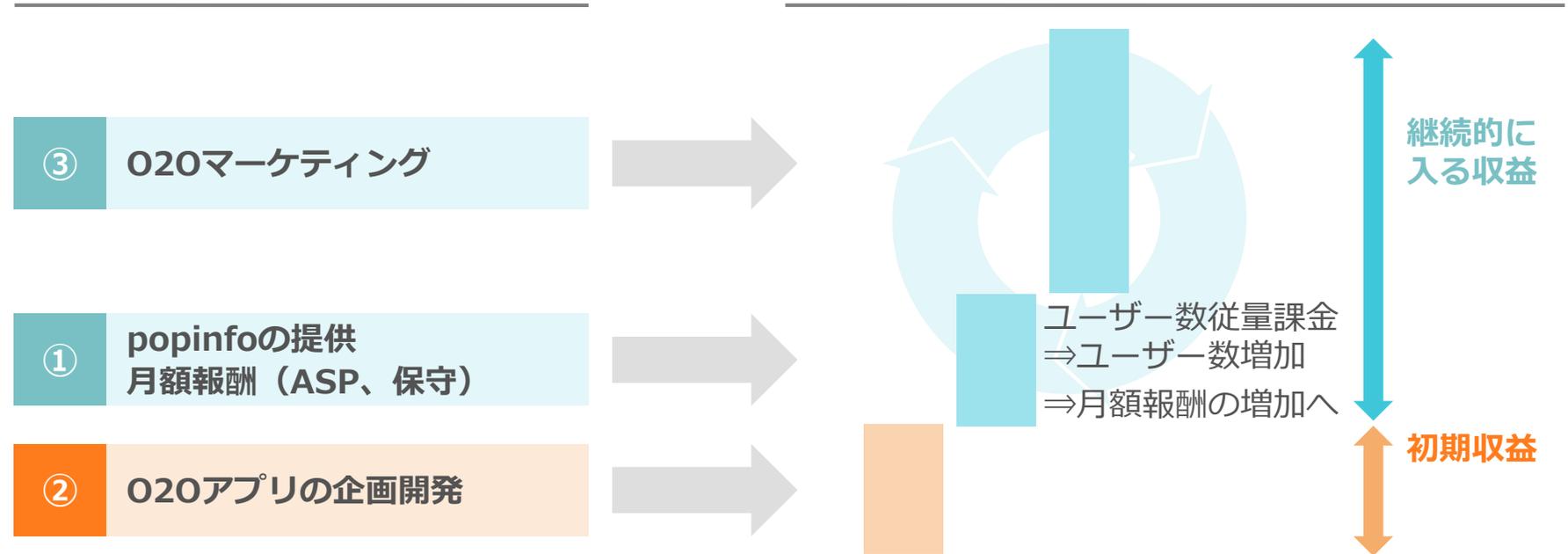
- ① 「popinfo」ライセンス料
月額報酬収益
 - ユーザー数従量課金
- ② O2Oアプリ開発収益
- ③ O2O促進マーケティング収益
 - 継続的なアプリ内集客・販促施策
 - 継続的なアプリ機能追加

(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。

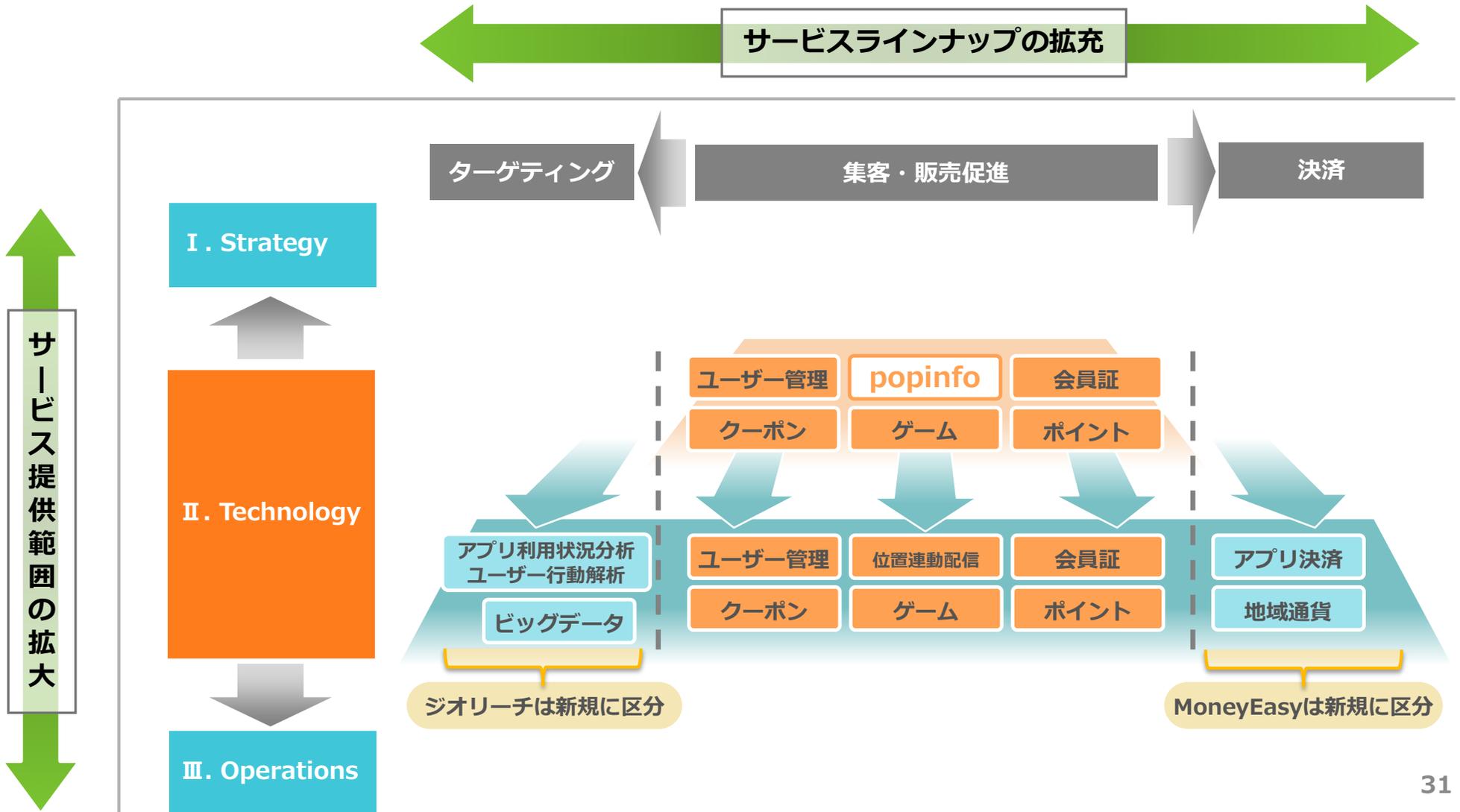
- popinfoを組み込んだアプリ開発を入口に、
継続的にO2O支援を実施することで、安定した収益を確保

提供するサービス

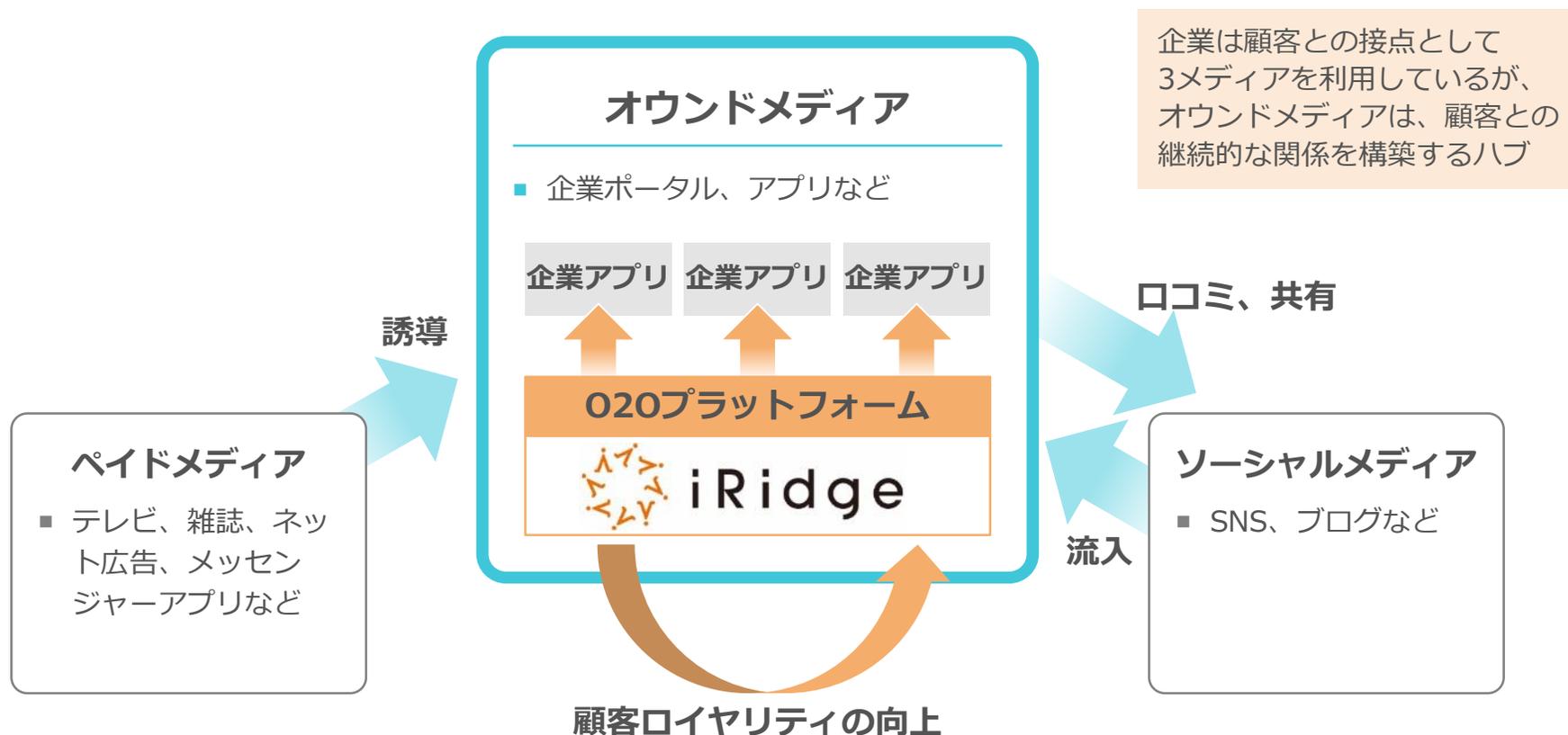
収益イメージ



- 従来から掲げている「サービスラインナップの拡充」と「サービス提供範囲の拡大」の双方を進める。

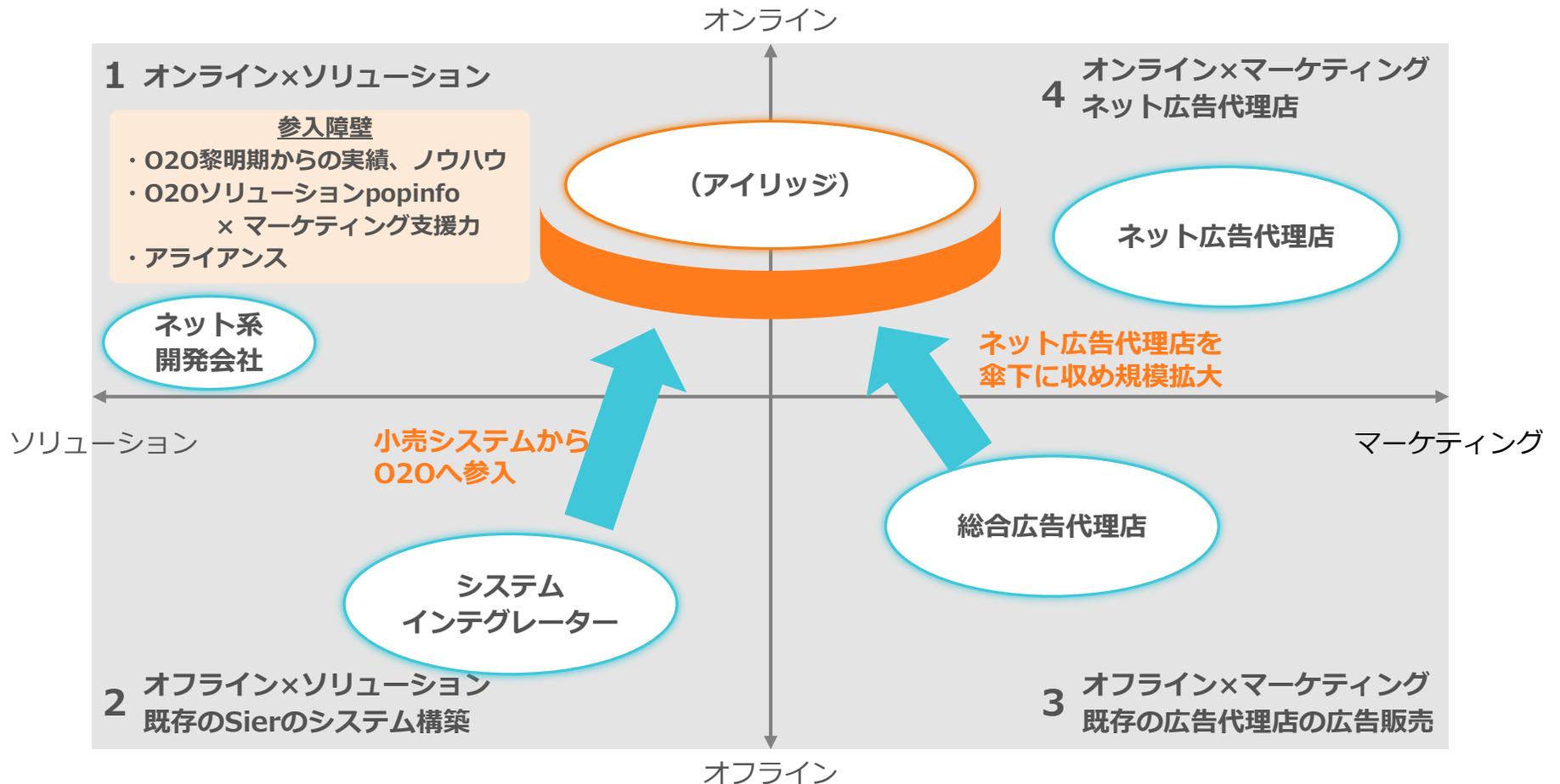


- 当社は、企業の顔となる自社アプリ（**企業の基幹メディア=オウンドメディア**）を提供
 - 自社アプリは企業の基幹メディアであるため、**事業継続性が高い**
 - 当社では、アプリの初期開発・リリース後も**継続的にO2O支援に取り組み**、企業・ユーザー間のコミュニケーション活性化をサポート

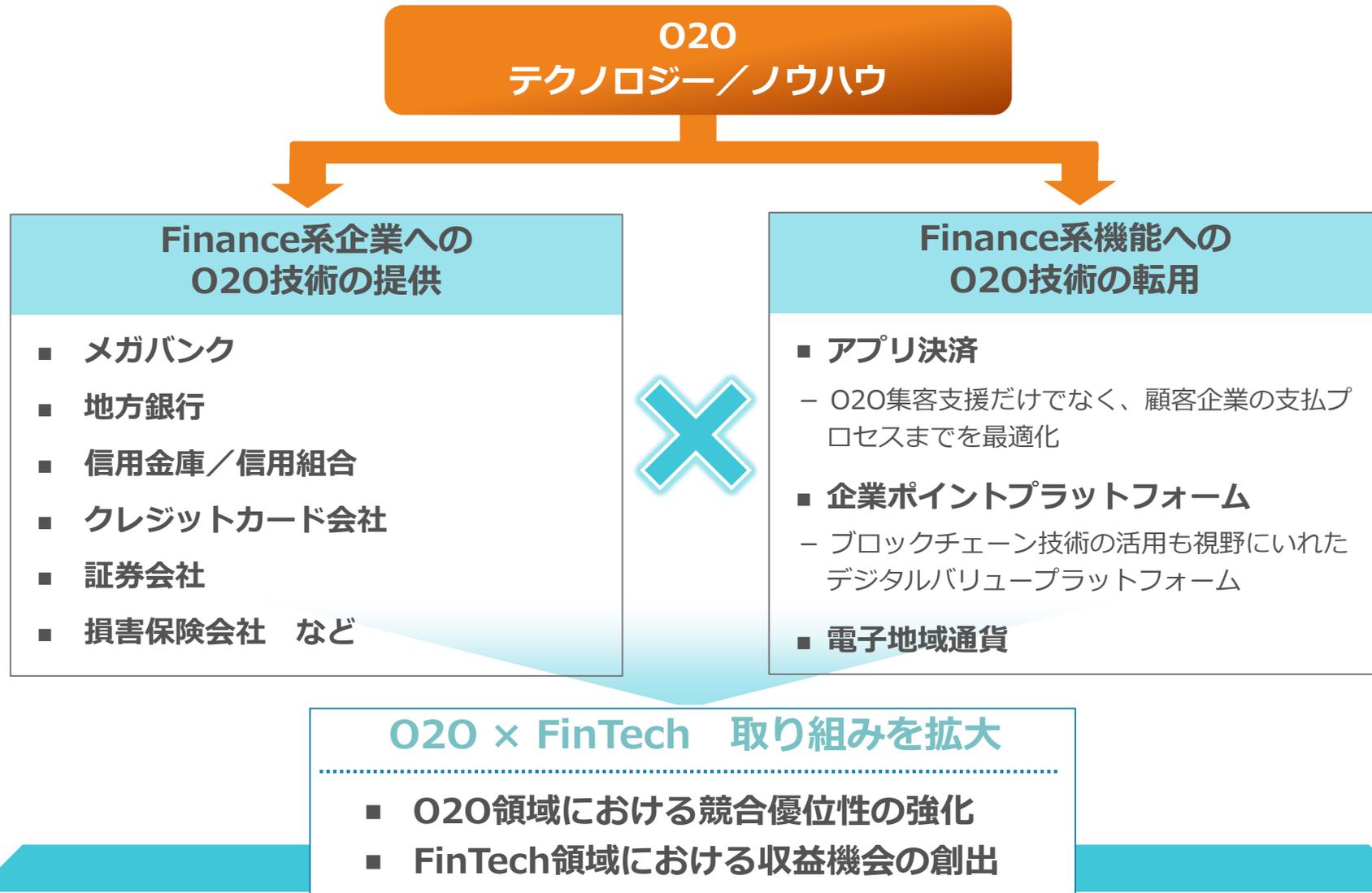


O2O業界のプレイヤー

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。