

2018年7月期第3四半期 決算説明資料

2018/6/8

株式会社アイリッジ

(証券コード 3917)

- | | |
|------------------------|-------|
| 1. 2018年7月期第3四半期決算について | P. 2 |
| 2. デジタルガレージとの業務・資本提携 | P. 16 |
| （ご参考）会社概要 | P. 35 |

1. 2018年7月期第3四半期決算について

✓ デジタルガレージとの業務・資本提携

- 2018年5月11日、デジタルガレージと業務・資本提携契約を締結。
本業務・資本提携により、
 - ✓ ターゲットとする業界を広げることができ、
 - ✓ また、当社の得意とするアプリを活用したデジタルマーケティング、CRM領域^(注)に、リアルでのマーケティングや広告領域を補完し、「広告～購買～決済～CRM」までの消費者の行動プロセスの全てをカバーするサービスの提供を目指す。
- 足元では、具体的協議を開始し、2019年7月期の業績向上に向けた取り組みを進めている。

✓ 業績概要

- 売上高について、「アプリ開発、コンサル等」は案件の大型化、長期化の影響を受けたものの、「月額報酬」が堅調に推移し、前年同期比7.4%増。
- 販管費の増加（主に人件費、採用費）により、営業利益は前年同期を下回ったが、成長の基盤となる人財採用は順調に進捗しており、販管費増はポジティブな要因。
- 前四半期に引き続き、「MoneyEasy（マネーイージー）」をはじめとする自社サービスへのリソース配分を拡大し、育成を強化。
 - ✓ 2月に伊予銀行「IYOGIN Co-in」、3月に木更津市役所・木更津商工会議所・君津信用組合「アクアコイン」の実証実験を開始。

(注) CRM (Customer Relationship Management) : 顧客の嗜好、属性、利用状況等の情報を分析・活用し、顧客のニーズに合致した情報やサービス等を提供することにより、顧客の利便性と満足度を高め、顧客と企業の長期的な関係を築く取り組みのこと。

2018年7月期第3四半期 決算概要

- 売上高は「月額報酬」が堅調に推移し、前年同期比で増収。
- 利益面では、売上高は増加したものの、積極的な人材採用を行ったことによる採用費及び人件費の増加等が影響し、営業利益、経常利益は前年同期比で減少。
- 3月2日に修正した業績予想に対し、順調に進捗。

(単位：百万円)	18/7期3Q 累計実績	17/7期3Q 累計実績	前年同期比 増減率	18/7期通期 業績予想
売上高	1,187	1,105	+7.4%	1,500~1,600
売上原価	737	683	+7.9%	—
売上原価率	62.1%	61.8%	+0.3pt	—
売上総利益	450	422	+6.7%	—
粗利率	37.9%	38.2%	△0.3pt	—
販管費	350	261	+33.9%	—
販管费率	29.5%	23.7%	+5.8pt	—
営業利益	99	160	△37.7%	50~100
営業利益率	8.4%	14.5%	△6.1pt	—
経常利益	99	161	△37.9%	50~100
四半期純利益	70	114	△38.7%	35~70

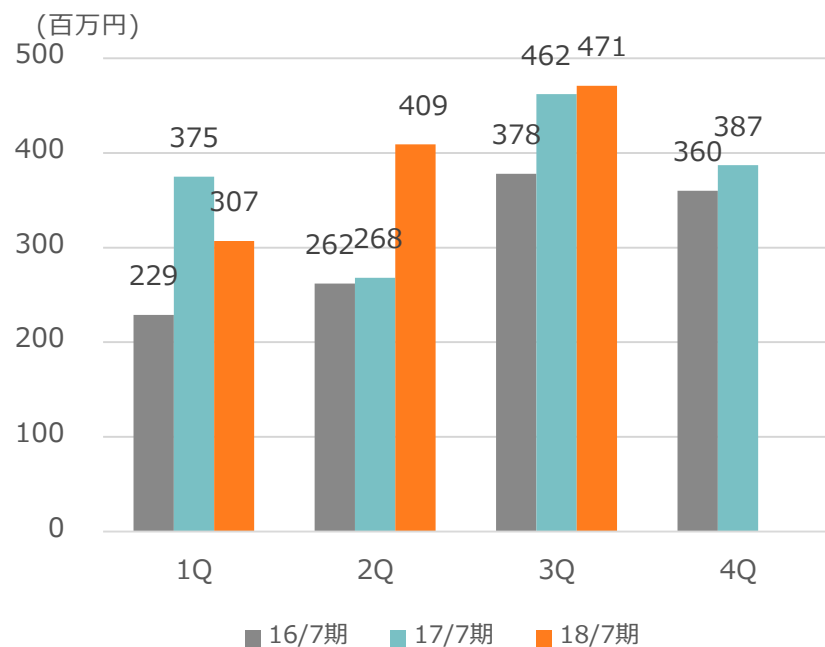
- 「月額報酬」は、ユーザー数の順調な伸びが寄与し、前年同期比23.3%増と着実に積上げ。
- 「アプリ開発、コンサル等」は、第2Q及び第3Qの大型案件のリリースがあったものの、前年同期並み。スマホ・マーケティングへの取り組み拡大の裏返しとして、案件の大型化、長期化の傾向が進む。開発途中での縮小、着手時期の見直し等の不確実性も生じている。

	18/7期3Q		17/7期3Q		増減率
	実績	構成比	実績	構成比	
(単位：百万円)					
O2O関連	1,187	100.0%	1,105	100.0%	+7.4%
月額報酬	432	36.4%	351	31.8%	+23.3%
アプリ開発、コンサル等	754	63.6%	754	68.2%	+0.0%

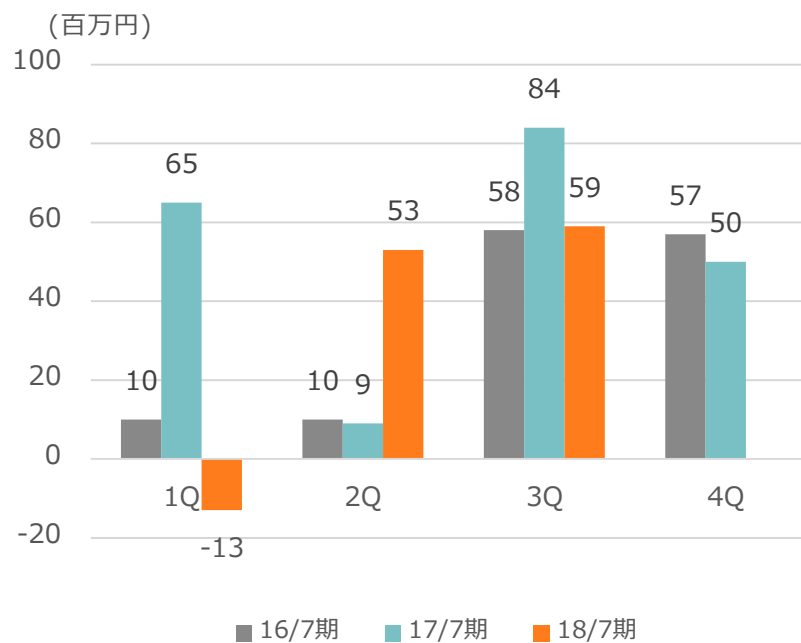
四半期推移：売上高、営業利益

- 例年、多くの取引先の決算月（3月）を含む第3Qの売上高が大きい傾向にあり、18/7期も傾向は変わらず。
- 18/7期は、第1Qは立ち上がりが遅れたものの、第2Q、第3Qでは過去最高の売上となった。

売上高



営業利益

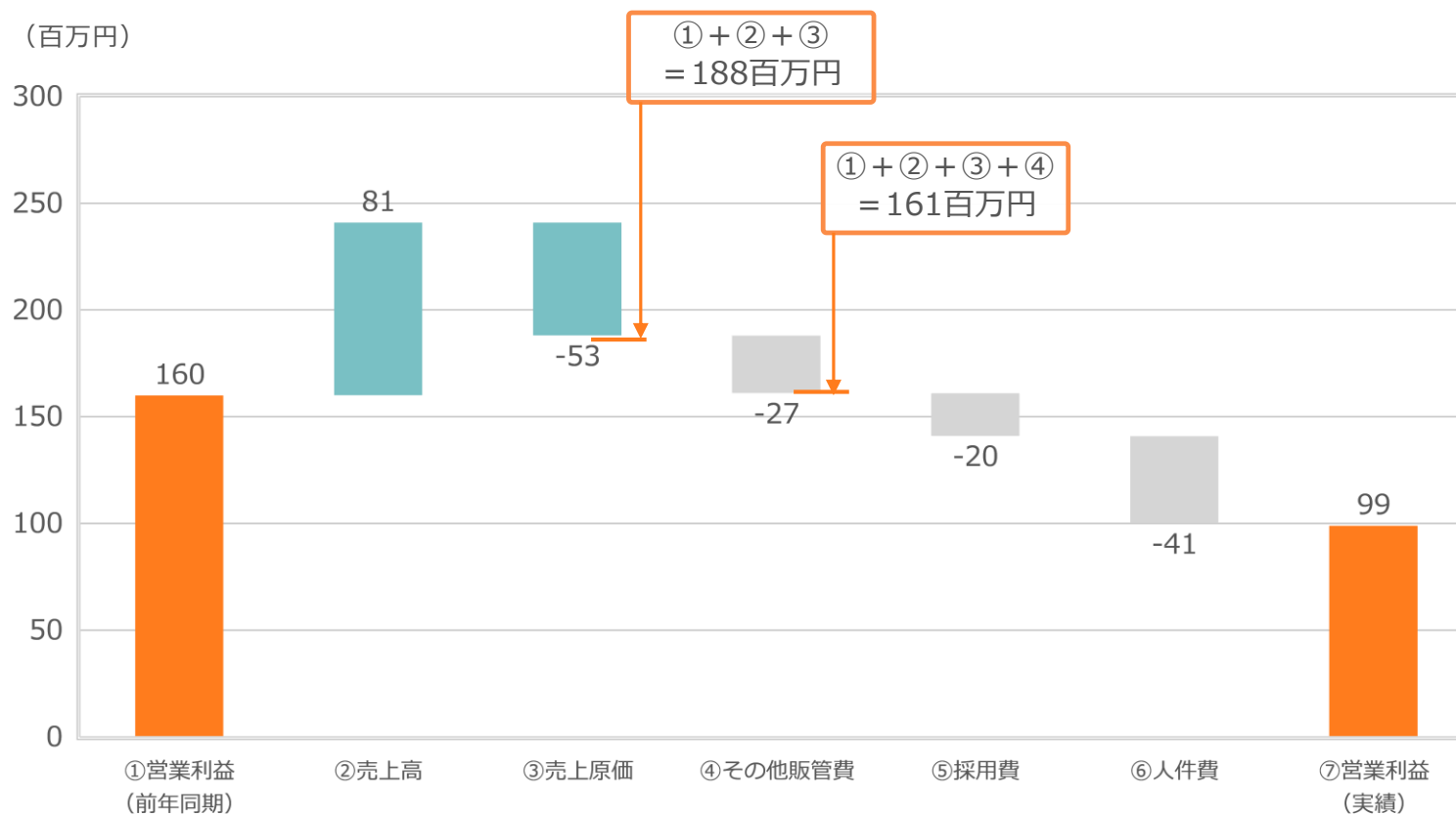


営業利益率

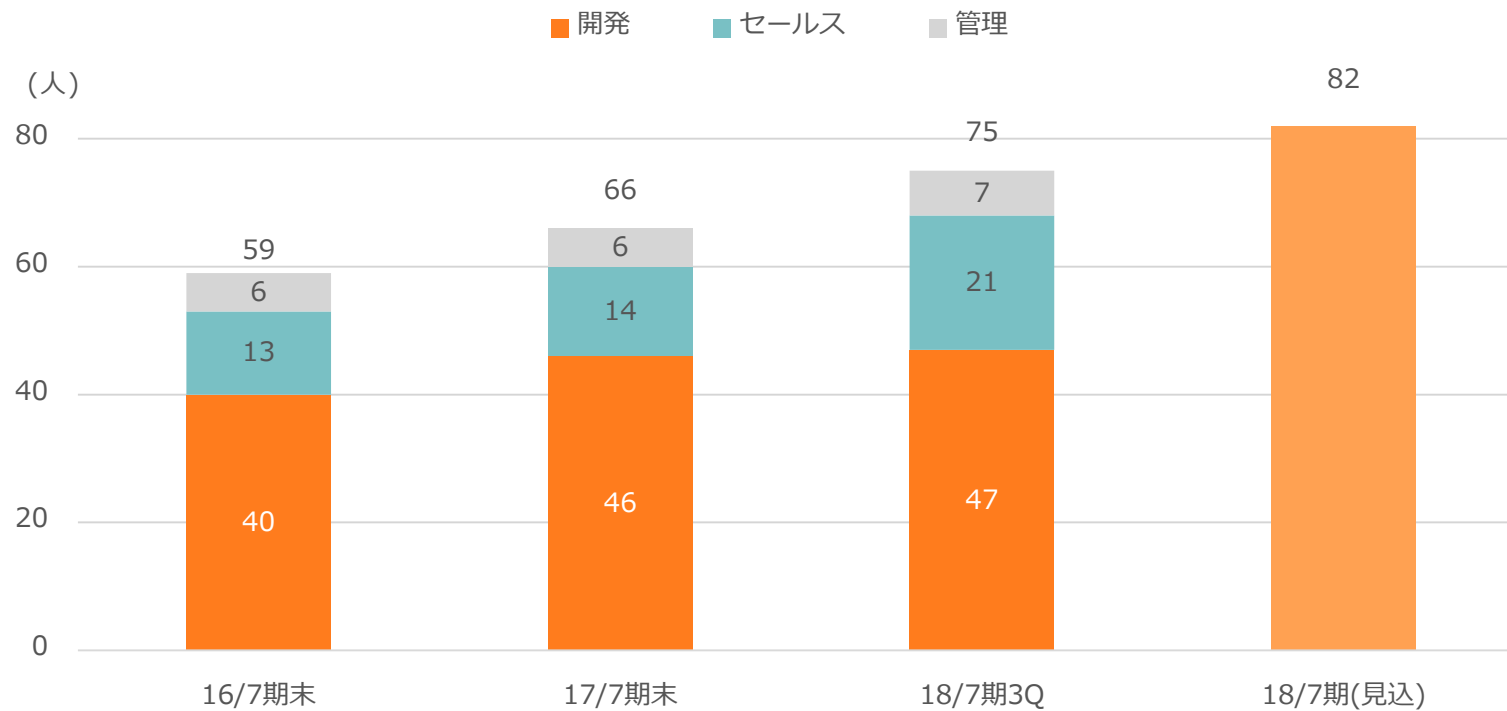
	1Q	2Q	3Q	4Q
16/7期	4.5%	3.8%	15.6%	16.0%
17/7期	17.5%	3.6%	18.4%	13.0%
18/7期	-	13.0%	12.7%	-

営業利益増減分析（前年同期比増減）

- ②売上高の増加により、③売上原価、④その他販管費の増加をカバーしている状況。
- 前年同期比で営業利益減の主因は⑤採用費、⑥人件費の増加。



- 17年7月末 66人 ⇒ 18年4月末 75人 (+9人)。
- 厳しい採用環境の下でも、成長の基盤となる人財採用が順調に進捗。
- 人財は、自社サービス育成へリソース配分を拡大。引き続き積極的な採用活動を継続。



- 売上原価率は、前年同期比で0.3ポイント増加。
- 主な開発コストである原価人件費（1.0ポイント減少）と外注費（1.8ポイント減少）をあわせた原価率は2.9ポイント改善。
- 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。

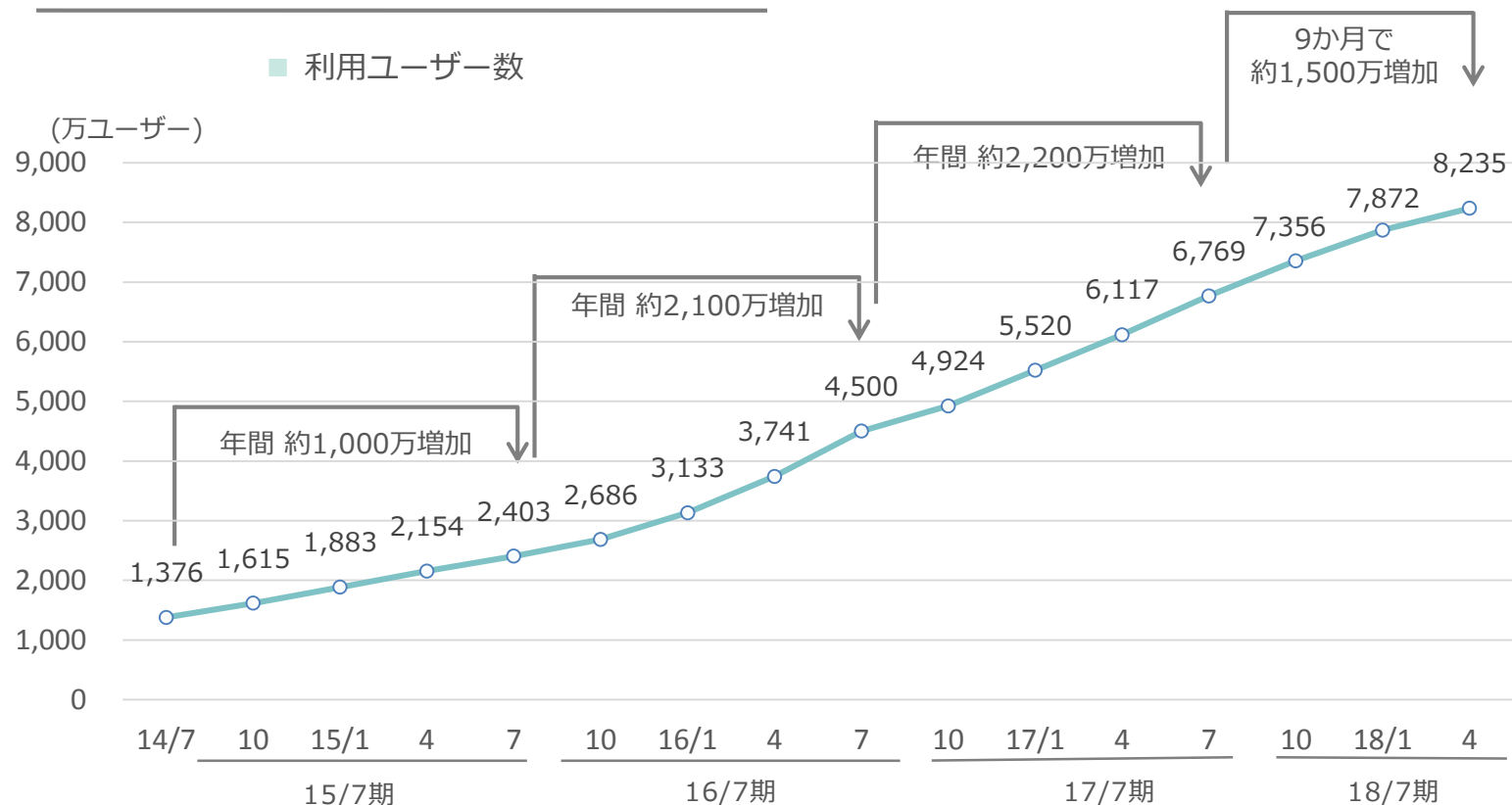
	18/7期3Q		17/7期3Q		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
(単位：百万円)						
売上原価	737	62.1%	683	61.8%	+53	+0.3pt
原価人件費	226	19.1%	222	20.1%	+4	△1.0pt
外注費	358	30.2%	354	32.1%	+4	△1.8pt
その他原価	152	12.8%	107	9.7%	+44	+3.1pt

- 販管費比率は、前年同期比で5.8ポイント上昇。
- 販管費増加の主な要因は、従業員数の増加による人件費の増加、採用活動が順調に推移したことによる採用費の増加。
- その他経費の増加は、主に、従業員増加による消耗品費等の増加に起因。

(単位：百万円)	18/7期3Q		17/7期3Q		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	350	29.5%	261	23.7%	+88	+5.8pt
人件費	195	16.4%	153	13.9%	+41	+2.5pt
採用費	31	2.7%	11	1.1%	+20	+1.6pt
管理諸費・支払報酬	33	2.8%	27	2.5%	+5	+0.3pt
その他経費	89	7.6%	68	6.2%	+21	+1.4pt

- スマートフォン普及率や利用時間の拡大を背景に、企業のスマホ・マーケティングへの取り組みは良好。
- 当社の提供するサービス目線でも、popinfoユーザー数の堅調な推移に表れている。

popinfoを組み込んだアプリの利用ユーザー数

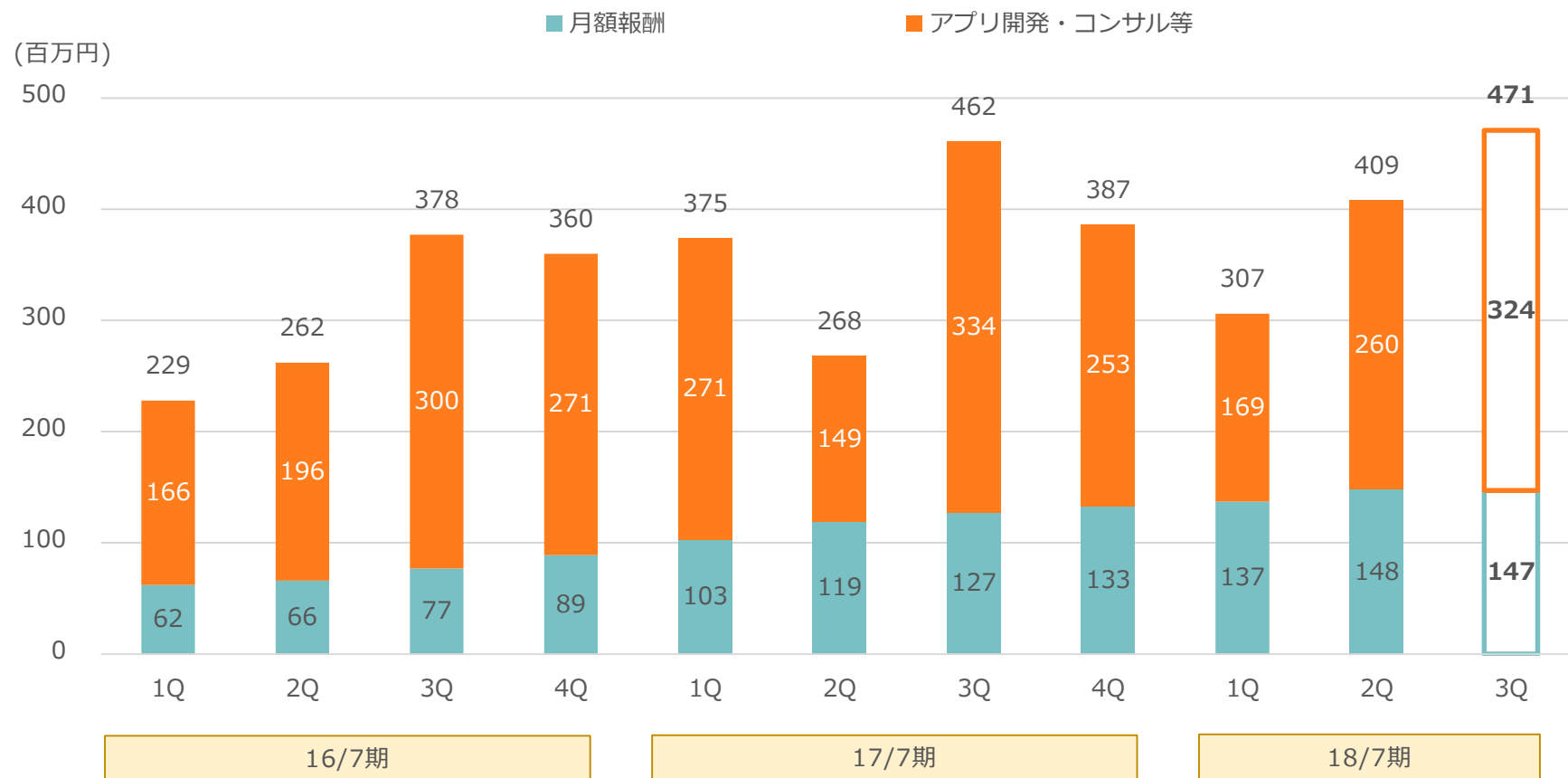


(ご参考) 四半期推移①

	17/7期3Q		17/7期4Q		18/7期1Q		18/7期2Q		18/7期3Q	
	実績	対売上高	実績	対売上高	実績	対売上高	実績	対売上高	実績	対売上高
(単位：百万円)										
売上高	462	100.0%	387	100.0%	307	100.0%	409	100.0%	471	100.0%
売上原価	277	60.1%	241	62.3%	209	68.1%	247	60.6%	280	59.5%
原価人件費	70	15.2%	73	19.0%	76	24.8%	69	17.0%	80	17.1%
外注費	168	36.6%	121	31.3%	83	27.4%	129	31.8%	145	30.8%
その他原価	38	8.4%	46	12.0%	48	15.9%	48	11.8%	54	11.7%
売上総利益	184	39.9%	146	37.7%	97	31.9%	161	39.4%	191	40.5%
販管費	99	21.5%	95	24.7%	111	36.2%	108	26.4%	131	27.9%
人件費	55	12.0%	61	15.9%	58	19.2%	64	15.7%	72	15.3%
採用費	8	1.9%	6	1.7%	14	4.7%	6	1.6%	10	2.3%
管理諸費・支払報酬	9	2.1%	10	2.7%	10	3.3%	11	2.8%	11	2.5%
その他経費	25	5.5%	17	4.4%	27	8.9%	26	6.4%	36	7.8%
営業利益	84	18.4%	50	13.0%	-13	-	53	13.0%	59	12.7%
経常利益	85	18.5%	50	13.0%	-13	-	53	13.1%	59	12.6%
四半期純利益	61	13.3%	36	9.4%	-9	-	36	9.0%	43	9.1%

(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堅調に推移、
「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。



- 増床に伴い、投資その他の資産（敷金及び保証金）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)	18/7期 4月末実績	17/7期 期末実績	増減	増減率
流動資産	1,068	1,149	△80	△7.0%
現金及び預金	876	891	△15	△1.7%
売掛金	120	202	△82	△40.7%
仕掛品	32	21	+10	+49.6%
固定資産	254	168	+86	+51.2%
無形固定資産	142	112	+30	+27.0%
投資その他の資産	96	52	+43	+82.0%
資産合計	1,322	1,317	+5	+0.4%
流動負債	157	254	△97	△38.2%
買掛金	51	81	△29	△36.4%
未払法人税等	-	49	△49	△100.0%
賞与引当金	44	57	△12	△21.4%
固定負債	27	12	+14	+112.3%
負債合計	185	267	△82	△30.9%
純資産	1,137	1,049	+88	+8.4%

2018年2月以降の主なニュース

2018/2/6	大阪市交通局の公式アプリ「Otomo!」を開発支援 通勤やお出かけ利用者向けの情報配信を開始
2018/2/15	Financial Timesが実施した急成長企業ランキング「FT 1000 High-Growth Companies Asia-Pacific」 378%成長を記録し、124位にランクイン
2018/2/16	NTTデータの信用金庫業界向けアプリバンキング、サービス拡充に伴い「popinfoクーポン」導入
2018/3/1	NTTデータのBeSTA FinTech Labにて電子地域通貨「MoneyEasy」のデモンストレーション環境を展示
2018/3/1	ボートレース場のITスタジアムイベントで活用する、BOAT RACE江戸川の公式アプリを開発支援
2018/3/7	O2Oソリューション「popinfo」のユーザー数が 2018年2月、8,000万ユーザーを突破！
2018/3/27	「東急線アプリ」でオフピーク通勤を推進「グッチョイクーポン」機能を開発支援
2018/5/11	レイクALSA公式アプリ「e-アルサ」、バージョンアップを開発支援、スマホATM取引などが可能に
2018/5/11	デジタルガレージと業務・資本提携契約を締結するとともに、 同社新設分割設立会社及びDGコミュニケーションズ株式を取得、同社グループとの連携を強化
2018/5/30	「東急線アプリ」の機能を拡充し、運行情報を音声で提供、「Google Home」向けアプリを開発支援

2. デジタルガレージとの業務・資本提携

- 株式会社デジタルガレージ（DG）と業務・資本提携契約を締結。
DGを引受先とする第三者割当増資を実施、DGグループとの連携を強化し、更なる事業成長と企業価値向上を目指します。
- DGグループとの連携の実効性を高めるために、
DGの新設分割設立会社（株式会社DGマーケティングデザイン：DG-MD）及び株式会社DGコミュニケーションズ（DGC）の株式を一部取得し、3社連携して事業推進。
- 業務・資本提携に伴う当期の業績への影響は軽微であります、
株式譲渡が完了した2019年7月期以降、中長期的な当社の業績向上に資するものと考えております。
- 5月11日の対外公表以降、各社と具体的協議を開始しており、
8月1日の株式譲渡に向け、順調に進捗しております。

2-1. 業務・資本提携について

- ・業務・資本提携の背景と目的
- ・スキーム／スケジュール

- スマホ・マーケティング領域が成長する中、業界・ソリューションともに幅広い対応が求められてきています。
- DGとの業務・資本提携により、デジタル／リアルを統合した一気通貫のマーケティング・ソリューションの提供を目指します。

背景

- 当社の主力事業であるスマホ・マーケティング領域の市場環境は良好で、継続成長
- 当社に強みのある、小売・流通・金融・鉄道等以外の幅広い業界に拡大傾向
- 効果的なマーケティングを実現していくために、消費者に対して「ウェブ・リアルの広告～購買～決済～CRM」までの一気通貫のサービスを提供していくことが重要
- 当社はO2Oアプリの開発やスマートフォン・アプリを活用したデジタルマーケティング、CRM領域を得意としている、一方でリアルでのマーケティングや広告・プロモーションという領域においてもプレゼンスを高めていくことが事業領域の拡大、成長に繋がる

1. DGとの業務・資本提携

2. DGの新設分割設立会社（DG-MD）及びDGCの株式取得による3社連携した事業推進

目的

- 上記背景の中、当社の強みを活かし、事業成長を加速させるために、DGとの業務・資本提携を実施
- 「ウェブ・リアルの広告～購買～決済～CRM」までの消費者の行動プロセスの全てをカバーするサービスの提供を目指す
- さらに、DGグループとの連携の実効性を高めるために、DG-MD（BDC）/DGCの株式を一部取得することで、ターゲット業界拡大と提供ソリューション拡充を進めていく

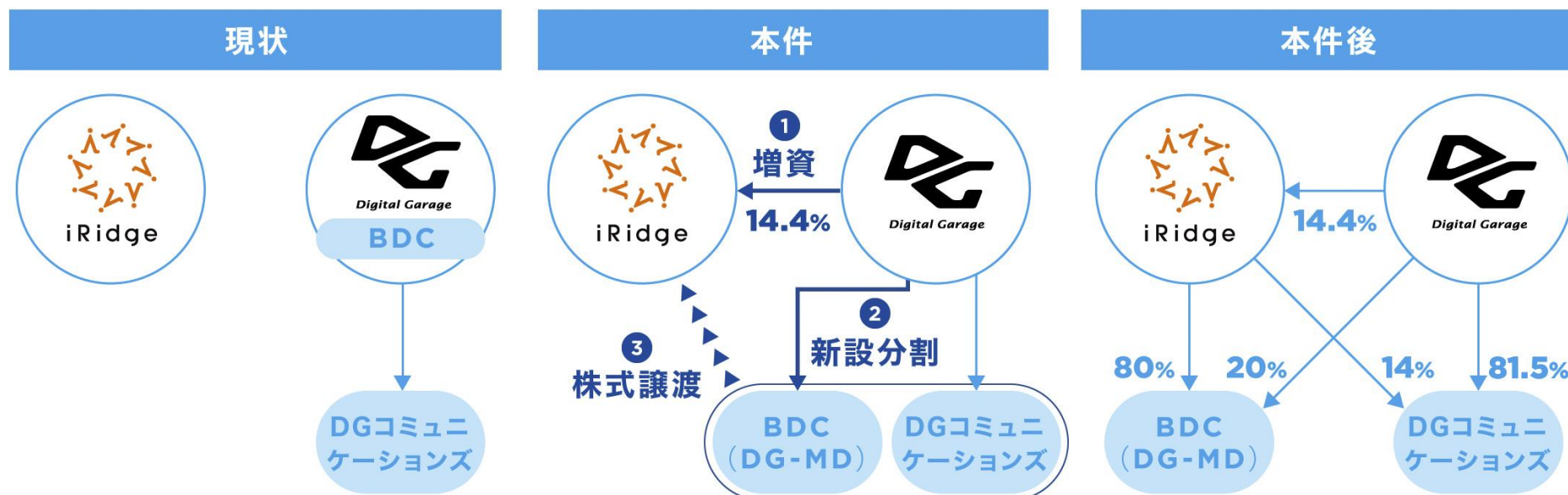
2-1. スキーム/スケジュール

・ 本件スキーム

- ① 当社がデジタルガレージ（DG）を引受先として第三者割当増資を実施し、DGが当社株式の14.4%を保有、より密な連携関係を構築。
- ② DGがビジネスデザインカンパニー事業（BDC）の新設分割によりDGマーケティングデザイン（DG-MD）を設立。
- ③ DG-MD株式、DGC株式の一部を当社が取得し、共同でビジネス展開の加速化、拡大を目指す。

・ 本件スケジュール

2018年5月11日	本件対外公表
①2018年5月30日	増資の払込期日
②2018年6月25日（予定）	DG-MDの新設分割の効力発生日 DG-MD株式、DGC株式の譲渡契約締結
③2018年8月1日（予定）	DG-MD株式、DGC株式の一部取得



2-2. 資本提携について

- ・ 第三者割当増資の概要
- ・ 第三者割当増資前後の大株主及び持株比率

2-2. 第三者割当増資の概要

・ 第三者割当増資の概要

(1) 払込期日	平成30年5月30日
(2) 発行新株式数	普通株式 940,000株
(3) 発行価額	1株につき 1,445円 ※第三者割当増資に係る取締役会決議日の直前営業日まで1ヶ月間（平成30年4月11日（水）から平成30年5月10日（木）まで）の当社普通株式の終値平均
(4) 調達資金の額	1,358,300,000円
(5) 募集又は割当方法 (割当予定先)	第三者割当の方法により、そのすべてをデジタルガレージに割り当てます
(6) その他	上記各号については、金融商品取引法による有価証券届出書の効力発生を条件とします

・ 資金使途

具体的な使途	金額（百万円）	支出予定時期
DG-MD及びDGDCの株式の取得	1,351（注）	平成30年8月

（注）調達資金の額より、発行諸費用の概算額7百万円を控除

2-2. 第三者割当増資前後の大株主及び持株比率

- 大株主の状況

募集前（平成30年1月31日現在）		募 集 後	
小田 健太郎	40.70%	小田 健太郎	34.84%
クレディセゾン	9.66%	デジタルガレージ	14.40%
日本トラスティ・サービス信託銀行(信託口)	3.07%	クレディセゾン	8.27%
エヌ・ティ・ティ・データ	2.33%	日本トラスティ・サービス信託銀行(信託口)	2.63%
日本マスタートラスト信託銀行(信託口)	1.50%	エヌ・ティ・ティ・データ	1.99%
松井証券	1.38%	日本マスタートラスト信託銀行(信託口)	1.28%
S B I 証券	1.26%	松井証券	1.18%
京セラコミュニケーションシステム	1.18%	S B I 証券	1.08%
野村信託銀行(投信口)	0.89%	京セラコミュニケーションシステム	1.01%
大和証券	0.76%	野村信託銀行(投信口)	0.76%

2-3. 業務提携について

- ・ デジタルガレージとの業務提携の概要
- ・ DG-MD/DGCとの3社連携した事業推進
 - ・ 現状の各社事業領域・ポジショニングと今後の展開イメージ
 - ・ 3社連携による成長戦略

- 当社及びDGの有する経営資源を有効活用し補完していくことにより、更なる事業成長と企業価値向上を目指す。



iRidge

CRMプラットフォーム事業や
O2Oアプリ開発ノウハウ



 Digital Garage

マーケティングテクノロジー事業で培ってきた
ウェブとリアルを融合した総合的な
プロモーションノウハウ

業務提携による連携強化により高いシナジーを創出していく

① 一気通貫のデジタルマーケティングソリューション開発

- ✓ 当社の得意とするスマートフォン・アプリを軸としたCRMに、DG-MDのウェブとリアルが連携した総合プロモーションノウハウを融合させることで、「ウェブ・リアルの広告～購買～決済～CRM」までの一気通貫のサービス体制を早期に構築
- ✓ DGCへの資本参加も行い、不動産領域でもアプリを活用したマーケティングで協業

② マーケティング・フィンテック領域での連携

- ✓ 当社の保有するリアルな行動ビッグデータとDGが保有するビッグデータとを融合することで、さらに精緻なデータの解析が可能となり、ビッグデータマーケティング事業において他社との差別化を図る
- ✓ 当社のアプリ決済の技術と、DGのフィナンシャルテクノロジー事業を融合させ、次世代決済システムの開発を共同で推進

③ 先端技術・サービス連携

- ✓ DGのインキュベーションテクノロジー事業の投資先及び投資先が保有する最先端技術と当社事業とを連携させ、新規自社サービスの育成、展開を加速
- ✓ DGが運営する研究開発組織「DG Lab」が開発する各種の先端技術との事業連携を積極的に推進

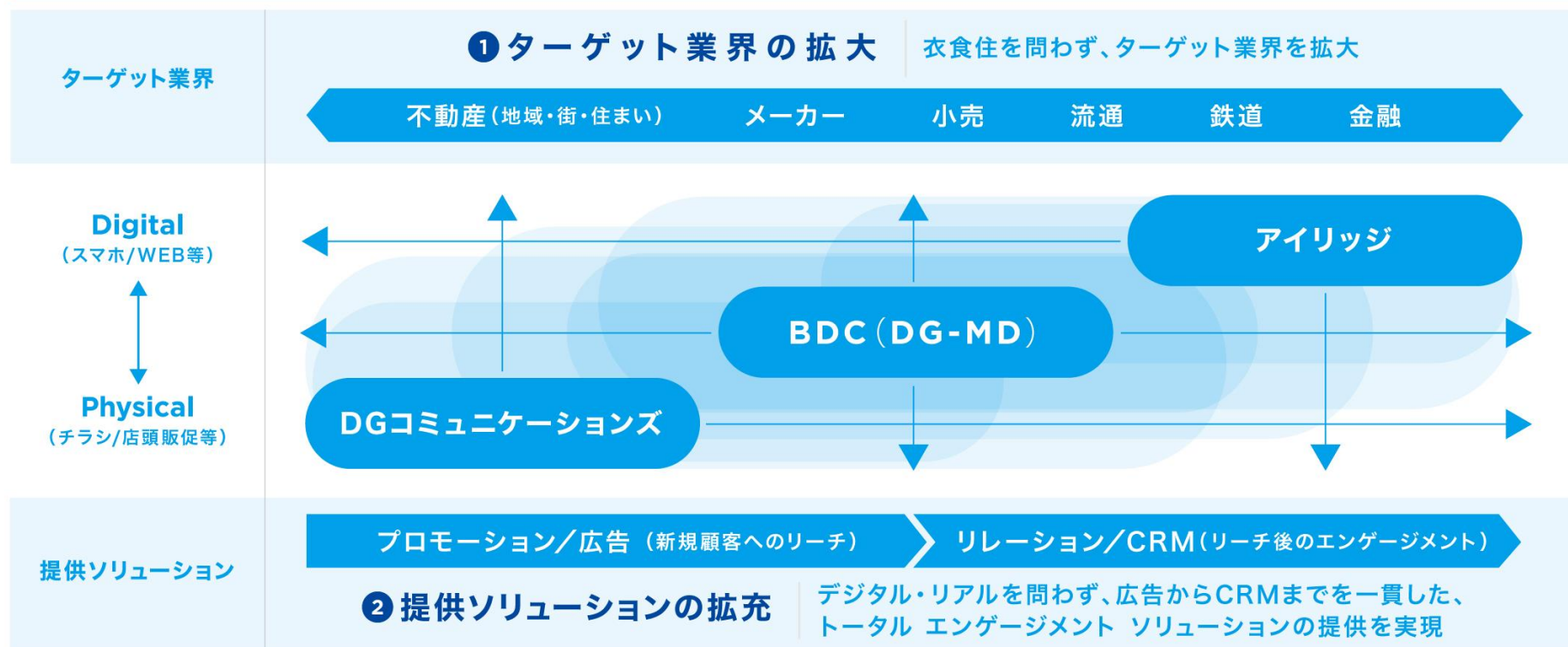
④ DGグループ各社連携

- ✓ 株式会社カカコムを始めとするDGグループのアセットと当社技術やサービスの連携を進め、企業価値の向上を図る
- ✓ DGが2018年4月に新たに北海道札幌市に開設した「デジタルマーケティングセンター」を中心にニアショア事業を共同展開

2-3. DG-MD/DGCとの3社連携した事業推進 現状の各社事業領域・ポジショニングと今後の展開イメージ

- DG-MD/DGCの株式を一部取得し、アイリッジとともに、3社連携して事業を推進していく。
- 3社は、事業領域・ポジショニングに重複が少ないため、3社連携により「①ターゲット業界の拡大」、「②提供ソリューションの拡充」が可能。
- 消費者との結び付き（エンゲージメント）、ライフスタイルとの結び付き（エンゲージメント）を大きなテーマとして、エンゲージメントを担う「トータルエンゲージメントソリューション」の提供を目指す。

現状の各社の事業領域・ポジショニングとBDC/DGCとの3社連携で実現する展開



(参考)

DG ビジネスデザインカンパニー (DG-MD) について (企業情報)



会社概要

会社名	株式会社DGマーケティングデザイン (DG-MD)
所在地	東京都目黒区 (予定)
設立	平成30年6月25日 (予定)
代表者	代表取締役社長 岩井 直彦 (予定)
事業内容	クリエイションデザイン、データサイエンス、デジタルテクノロジーを活用したマーケティング事業等
資本金	10百万円 (予定)

当該事業の最近2年間の経営成績 (注)

(百万円)	平成29年3月期 (9ヶ月決算)	平成30年3月期
売上高	1,715	2,565
営業利益	100	129
経常利益	100	130

(注1) 今後、新設分割により設立予定の会社であるため、ビジネスデザインカンパニー事業における数値を記載しております。なお、ビジネスデザインカンパニー事業は、平成28年7月1日より、デジタルガレージの組織再編により新設された組織のため、ビジネスデザインカンパニー事業単位でそれ以前の数値はございません。また、デジタルガレージは平成29年3月期に決算期の変更を行っているため、平成29年3月期は9ヶ月決算となります。

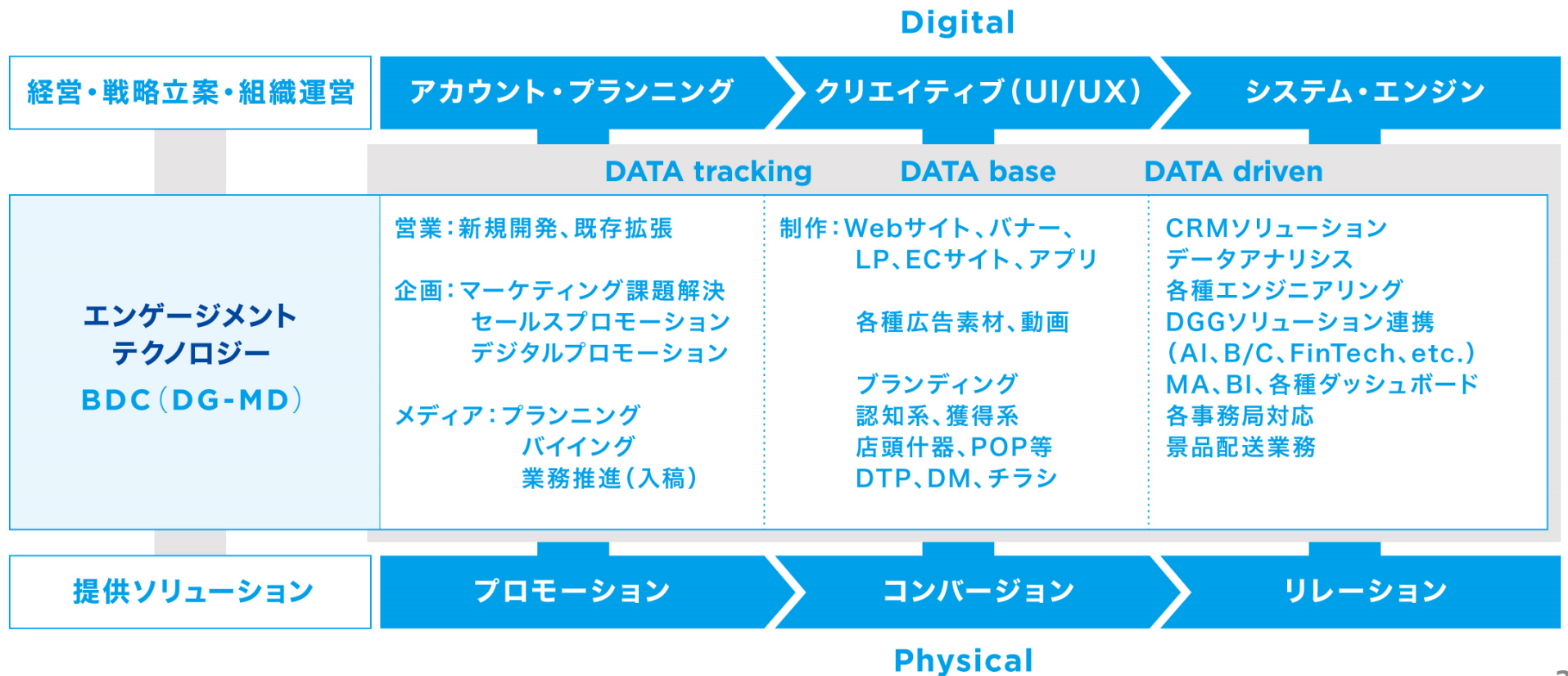
(注2) ご参考：平成30年2月28日現在のビジネスデザインカンパニー事業における純資産は727百万円、総資産は1,017百万円となります。なお、実際に承継する金額は異なる可能性があります。

(参考)

DG ビジネスデザインカンパニー (DG-MD) について (事業概要)



マーケティング起点でのクライアント開発から各プロモーション、コンバージョン、リレーション領域にてメディア・クリエイティブのプランニングから制作・実行、データ解析やCRM実行までをリアル/デジタルの垣根を越えて一貫して対応。データの計測からDB構築、駆動まで行う。



(参考)

DGコミュニケーションズについて（企業情報）



会社概要

会社名	株式会社DGコミュニケーションズ
所在地	東京都港区三田3-13-12 三田MTビル5階
設立	昭和37年11月27日
代表者	鈴木 浩一
事業内容	広告の企画・立案・制作・実施・およびマーケティングリサーチ、セールスプロモーション、メディアバイイング、パブリックリレーション等、広告業務の一切。
資本金	50百万円

当該事業の最近3年間の経営成績及び財政状態

(百万円)	平成28年 3月期	平成29年 3月期	平成30年 3月期
純資産額	151	258	282
総資産額	4,158	3,915	3,907
売上高	9,446	9,798	9,254
営業利益	34	137	43
経常利益	58	135	41

(参考)

DGコミュニケーションズについて（事業概要）



創業56年、総合広告代理店として主に大手マンションデベロッパー・ハウスメーカーの販売プロモーション・ブランディング業務を行う。2007年よりデジタルガレージグループとしてITの強化を行う。近年ではグループと連携したB2C・B2Bサービスの開発を行い暮らし周辺におけるサービスの拡充を行う。



不動産：営業・調査・コンサル・プランナー・クリエイティブ（Media：TV/NP/MG/R/OOH/Web/other）

不動産：商品企画・販売戦略・コンセプト開発 自社サービス：住まPAY デジタルサイネージ 家いくら？

主要取引先

不動産広告のリーディングカンパニーとして日本国内の新築分譲マンション、戸建開発の販売広告・商品企画サポート、コンサルティングを中心に事業を推進。

2007年デジタルガレージグループ参入以来、インターネット広告、Webソリューション部門を強化。近年では不動産とITを掛け合わせるサービスの拡充をグループ連携し開発。今後も継続して国内外において不動産および広告分野の先進化を推進していく。

三井不動産
三菱地所
野村不動産
東急不動産
東京建物
積水ハウス
大和ハウス
名鉄不動産
近鉄不動産
東武電鉄
阪急阪神不動産
東レ建設
パナソニックホーム
他（順不同）



賃貸契約時の一時金支払い、入居後の家賃払いのカード決済サービス住まPAY。デジタルガレージグループ、ペリトランス社との共同事業。現在500社へ導入



自社が保有する分譲マンション300万戸のデータをデジタルガレージグループ、ナビプラス社の機械学習テクノロジーを活用し中古住戸推定価格算出サービスを開始。

2-3. DG-MD/DGCとの3社連携した事業推進 3社連携による成長戦略概要

- DG-MD/DGCとの連携により、これまでアイリッジが提供してきたデジタルマーケティング（O2O）領域やフィンテック（Financial Technology：電子地域通貨）領域だけでなく、フィジカルマーケティング領域やライフデザイン領域にも取組を拡大して事業成長を図る。

① Digital & Physical Marketing 領域

- ✓ デジタル（スマホ／WEB）とフィジカル（店頭販促等）を融合したマーケティングソリューションの提供（O2O／CRM／DMP等）
- ✓ 当社およびDG-MDが提供してきたデジタルマーケティングと、DG-MDが提供してきたフィジカルマーケティングを融合して提供

② Financial Technology 領域

- ✓ 電子地域通貨や、スマホ決済ソリューション、不動産向け決済ソリューションの提供
- ✓ 当社が提供してきた電子地域通貨、スマホ決済に加え、DGCの不動産決済やDGのフィナンシャルテクノロジー事業を融合して提供

③ Life Design 領域

- ✓ 不動産／住居／住まい／街づくりを軸とした、住民／暮らす生活社向けソリューション
- ✓ 当社のスマホ技術を活用し、不動産マーケティングのリーディングカンパニーであるDGCとの連携により新たに取り組みを開始

- 上記3領域で提供するソリューションは、融合した「**トータルエンゲージメントソリューション**」として、3社のもつ幅広い業界に対する一気通貫ソリューションとしての提供を目指す。

- これらは、DGグループの持つ先端技術やメディア／テクノロジーとも連携して成長を加速化。

2-3. DG-MD/DGCとの3社連携した事業推進 3社連携による成長戦略イメージ

- アイリッジが提供する従来のO2Oマーケティング領域／フィンテック領域だけでなく、フィジカルマーケティング領域や住まいを軸にしたライフデザイン領域にも事業領域を拡大。
- 「トータルエンゲージメントソリューション」として一気通貫で提供することで、更なる事業成長を図る。
- DGグループとの連携により、先端技術やメディア／テクノロジーを活用して、成長を加速化。



小売・流通/鉄道/金融/消費財メーカー/不動産等
3社の持つ幅広い業界に対する、一気通貫ソリューションを提供

Life Design Solution

街づくりIT/IoT/サイネージ/
入居者向けサービス

Financial Solution

電子地域通貨/
不動産決済

トータルエンゲージメントソリューション

Digital & Physical Marketing Solution

O2O/CRM/DMP/Branding/
field Marketing

Digital Garage

DGグループの先端技術や
メディア/テクノロジーとも連携

※連携を検討しているDG社事業



※カカコムグループとの連携も視野に

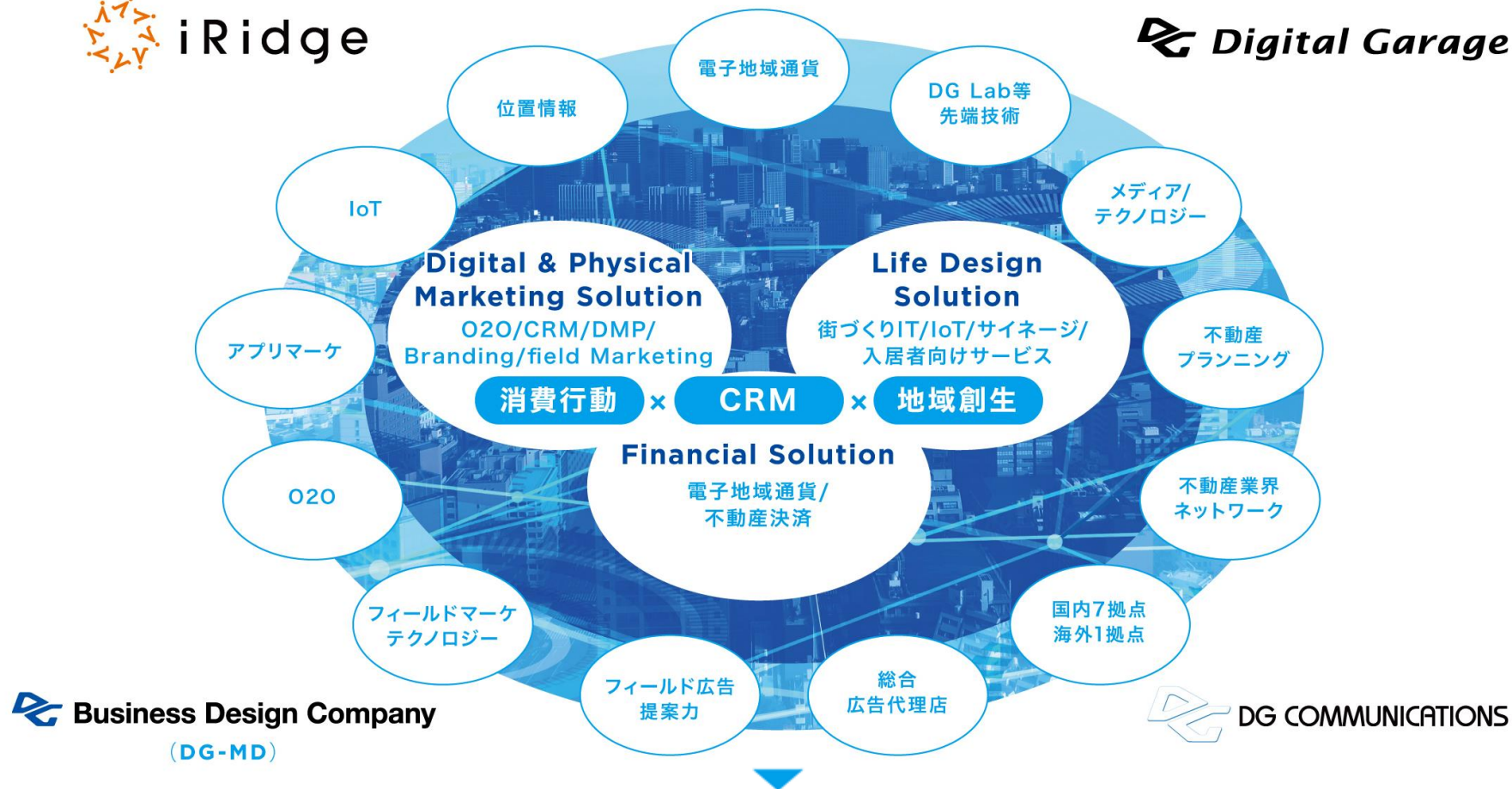


2-3. DG-MD/DGCとの3社連携した事業推進

3社連携によるトータル エンゲージメント ソリューション実現イメージ



- 「トータルエンゲージメントソリューション」は、アイリッジ/DG-MD/DGC 3社およびDGの培ってきた各種技術やノウハウ、経営資源を融合することで、ユーザーと企業・街を結びつけるトータル ソリューションとして提供を実現していく。



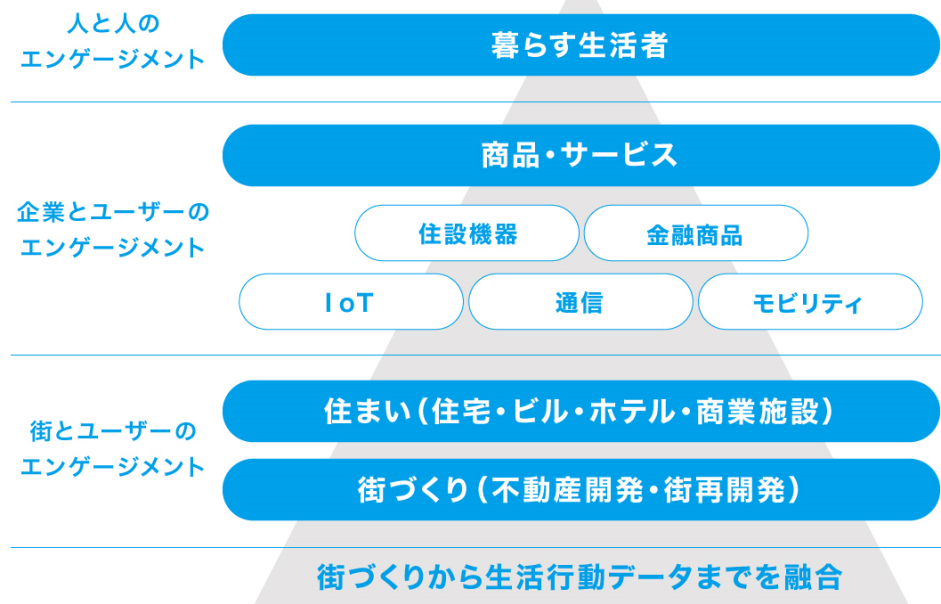
ユーザーと企業・街を結びつける
トータルエンゲージメントソリューション

2-3. DG-MD/DGCとの3社連携した事業推進 Life Design Solution : 街づくり/ライフデザイン領域への取組



- 新たに取り組みを開始する Life Design Solution においては、「街づくり」=「暮らしの始まり」を起点とし、ユーザーのライフデザインをベースとしたエンゲージメントソリューションを提供していく。

街づくり を接点としたエンゲージメントソリューション提供



ライフデザイン を接点としたエンゲージメントソリューション提供



(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	3億70百万円
従業員数	75人

株主構成（2018年1月末現在）

小田 健太郎	40.70%
クレディセゾン	9.66%
日本トラスティ・サービス信託銀行（信託口）	3.07%
NTTデータ	2.33%
日本マスタートラスト信託銀行（信託口）	1.50%
松井証券	1.38%
SBI証券	1.26%
京セラコミュニケーションシステム	1.18%
野村信託銀行（投信口）	0.89%
大和証券	0.76%

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

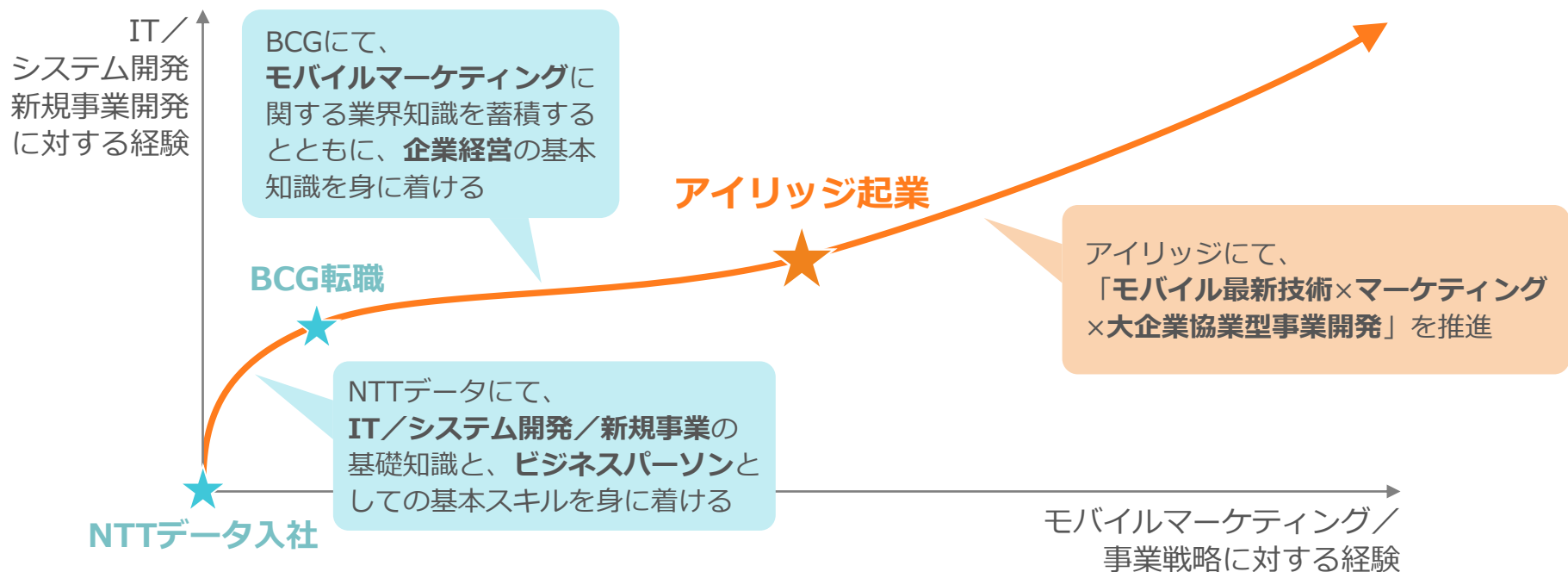
- 新しい価値を創り続けていくためには、新しいサービスを創り続けていく必要があり、それができる会社としてあり続けるように事業を推進してまいります。

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。

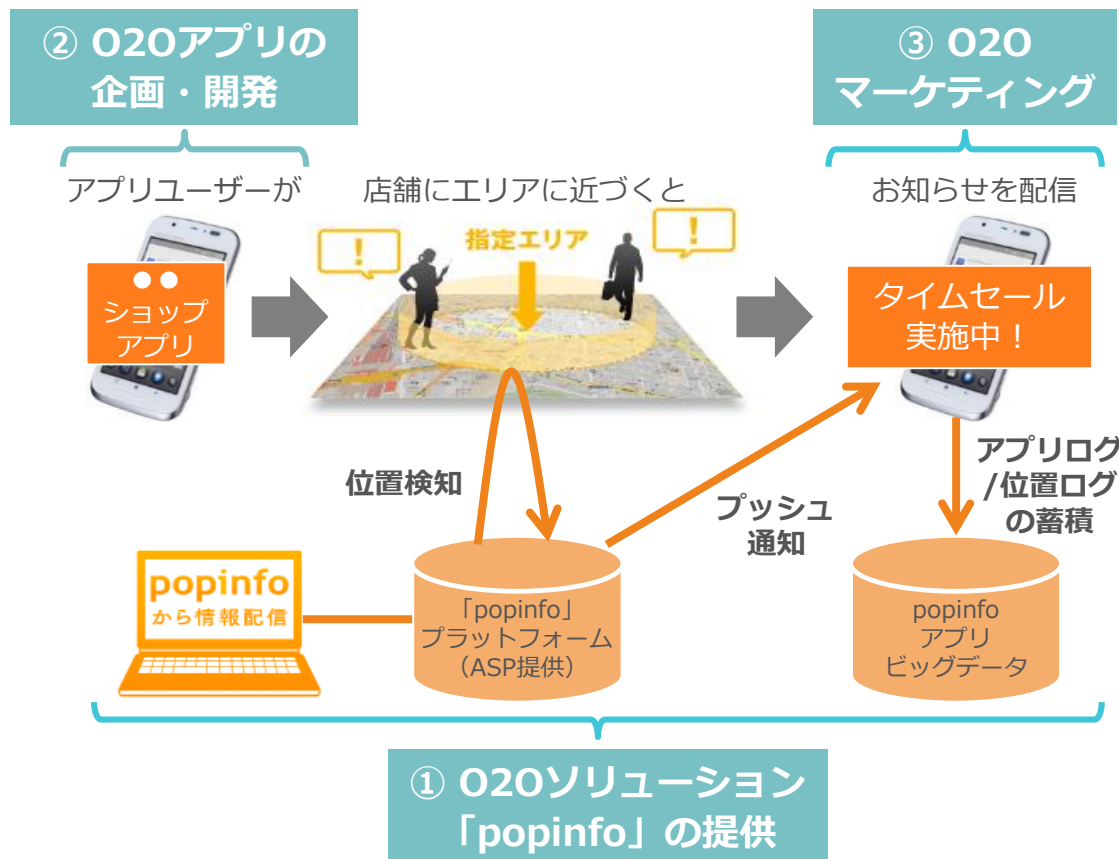


- なぜO2Oなのか？
 - スマートフォンの普及：
何時でも、どこでもインターネットにアクセスできる環境の実現
 - 位置情報の進歩：
店舗から数キロ圏内・店舗内等、場所を特定して消費者とコミュニケーションを図ることが可能
- ⇒ インフラ環境の整備に伴い、企業のスマートフォンを活用した実店舗への集客・販売促進が進透

**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】 ジーユー、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】 東急電鉄、大阪メトロ 他多数
- 利用ユーザー数8,000万超

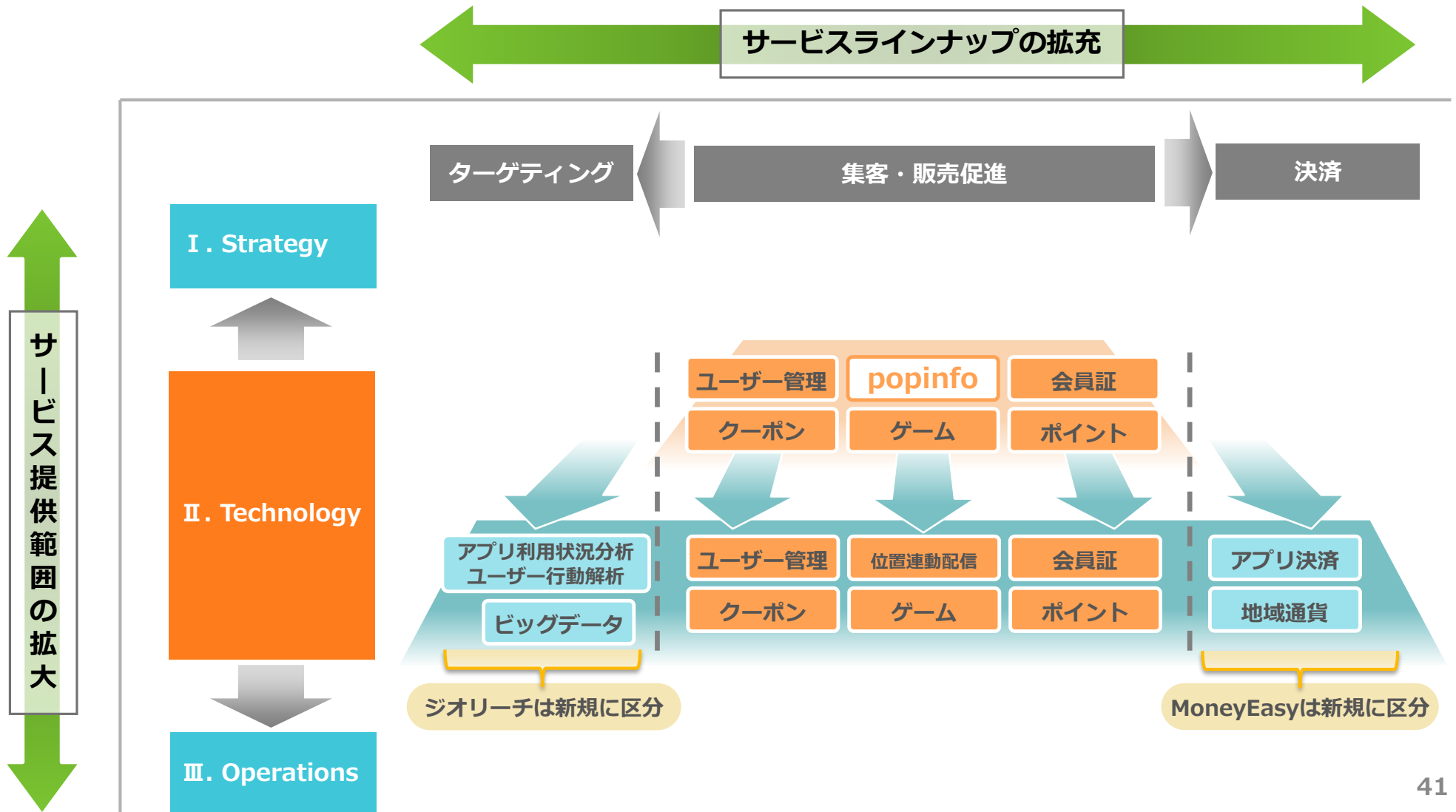
収益

- 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。

サービスラインナップの拡充×サービス提供範囲の拡大

- 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。



- 「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。

電子地域通貨 MONEY EASY の導入状況

実証実験

木更津市役所
木更津商工会議所
君津信用組合
(アクアコイン)

3/28開始

NTTデータ
BeSTA FinTech Lab

3/1開始

伊予銀行
(IYOGIN Co-in)

2/15開始

商用

飛騨信用組合
(さるぼぼコイン)

12/4開始

3月中旬 Bank機能追加

**インターネットバンキングから
コインのチャージが可能に！**

※今後も便利な機能を追加予定



Office

オフィスといった
小規模エリアでの取り組み



Amusement Park

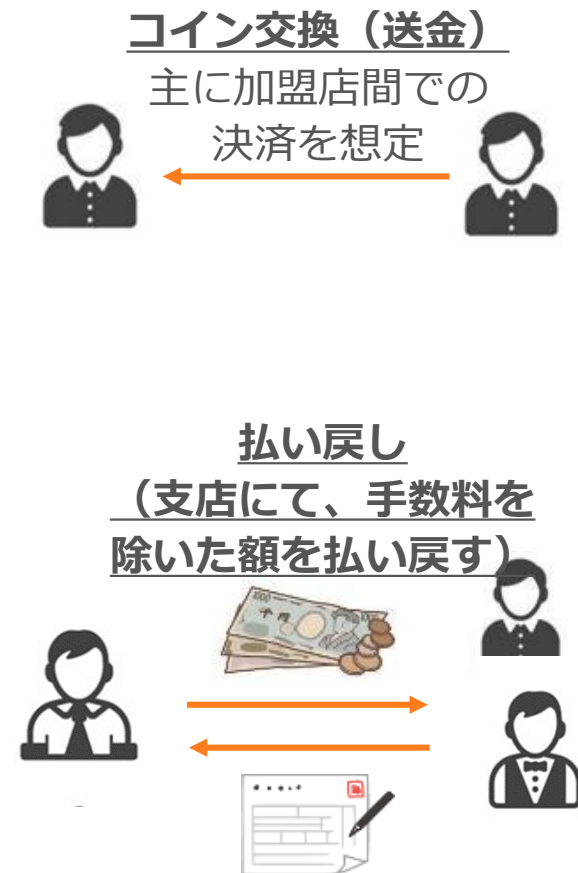
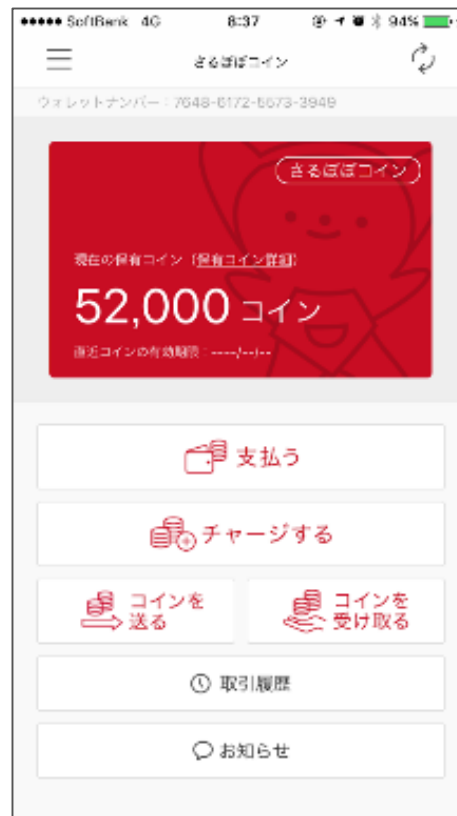
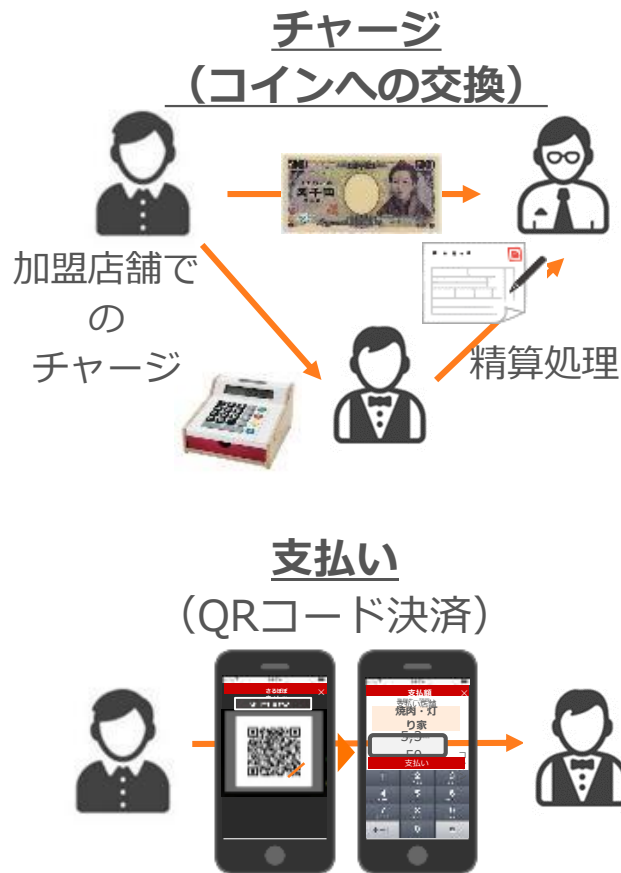
テーマパークといった
中規模エリアでの取り組み



Town / City

市町村や地域といった
大規模エリアでの取り組み

- 「MoneyEasy」は、QRコード決済を用いた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づけ。



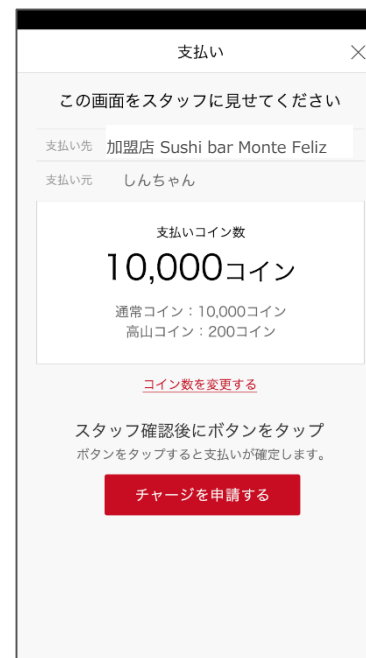
1. ユーザーが、店頭のQRコードを読み取る
(お店の特定)



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

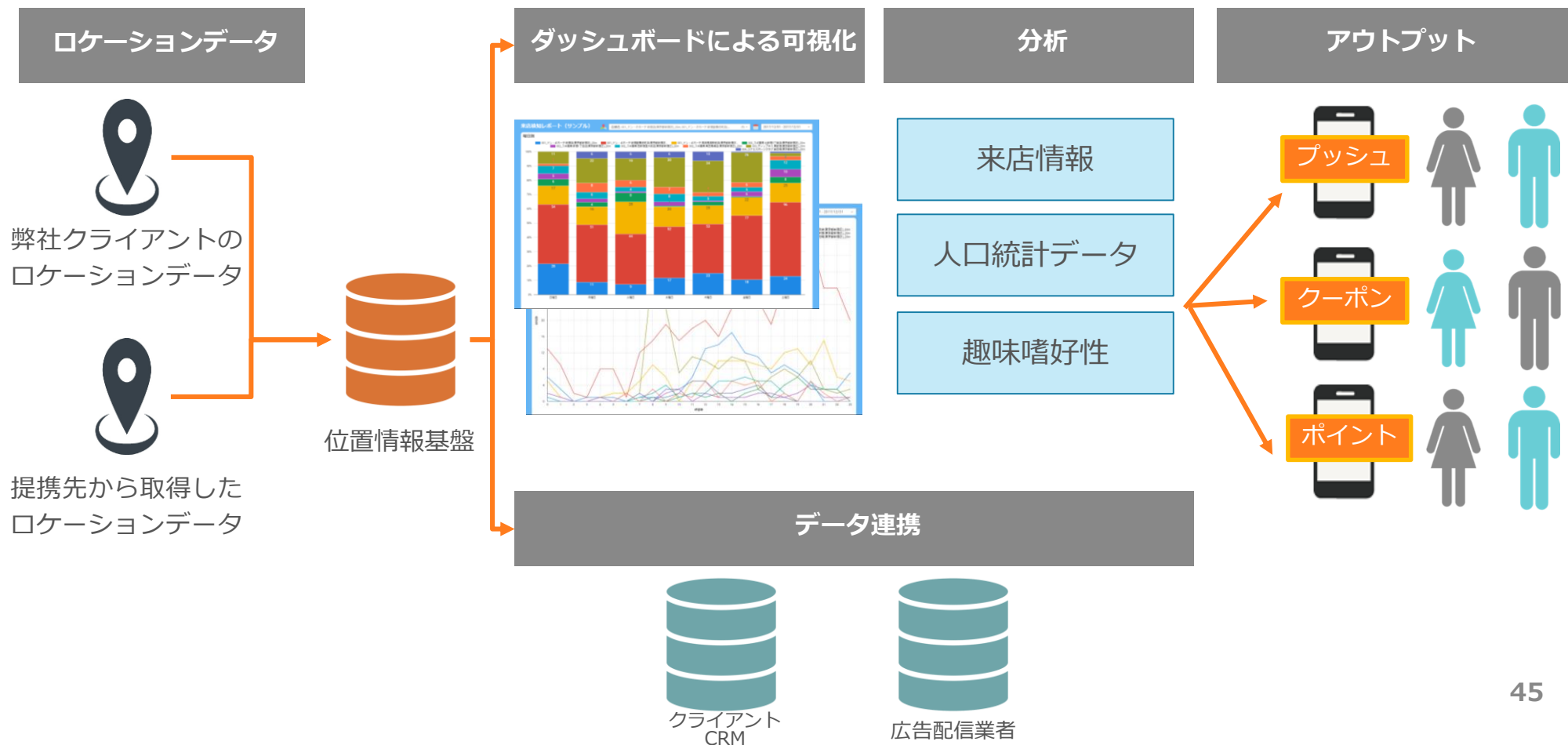


店舗には
メールなどで
通知



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

- ロケーションデータの拡充及びダッシュボードによる可視化案件の増加
- ロケーションデータから来店情報だけではなく、ユーザーの人口統計データや趣味嗜好性を表す情報を分析することでセグメントを構築し、popinfoソリューションのプッシュ通知やクーポン配布、ポイント付与と連携可能に



- 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。