



# 2020年3月期第2四半期 決算説明資料

2019/11/14

株式会社アイリッジ

(証券コード：3917)

# INDEX

---

1. 2020年3月期第2四半期決算について
2. 今期の課題と対応方針への取組み状況
3. 会社概要



# 1. 2020年3月期第2四半期決算について

# ハイライト

---

## ■ 決算概要

- ✓ 第2Q累計の売上高は前年同期比35%増。第2Qの大型案件寄与が大きく、第2Q単独では第1Q比で107%増となった。

例年通り3月に最大売上を見込んでおり、通期計画に対しては順調に進捗。

- ✓ 第2Q累計は営業赤字であるものの、第2Q単独では黒字に転じており、2019年3月期決算説明資料で掲げた「足元の課題、対応方針」への取組みは順調に進捗。

## ■ 足元の課題である粗利率改善への取組みは順調に進捗

- ✓ 人材採用 + M&Aにより、**土壌**となる開発体制強化は着実に進捗。期末に向けて引き続き開発体制強化に取り組む。また、販管費の増加基調は一巡の見通し。
- ✓ **足元**は、第2Qで前期からの低粗利率案件はほぼ解消。第2Qには大型案件が順次リリース、今後も案件の大型化基調は続き、粗利率も改善の見通し。
- ✓ **中期**のストックシフトへ向けた魅力ある新サービスを順次展開。

## 2020年3月期第2四半期 決算概要

- 第2Q累計の連結売上高は2,426百万円に。
- 第2Qは大型案件のリリースが続き、売上高は第1Qの2倍以上に伸長。
- 販管費の抑制効果もあり、第2Q単独では営業黒字へと転換。

(単位：百万円)	20/3期2Q累計 (連結)		(ご参考) 20/3期1Q (連結)		(ご参考) 20/3期2Q (連結)		20/3期 (連結)
	実績	対売上高	実績	対売上高	実績	対売上高	予想
売上高	2,426	100.0%	788	100.0%	1,638	100.0%	5,500
売上原価	1,800	74.2%	591	75.0%	1,209	73.8%	—
売上総利益	626	25.8%	197	25.0%	428	26.2%	—
販管費	703	29.0%	372	47.2%	330	20.2%	—
営業利益	△ 76	-	△ 175	-	98	6.0%	250
EBITDA	15	0.6%	△ 129	-	144	8.8%	450
経常利益	△ 75	-	△ 174	-	99	6.1%	250
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 79	-	△ 132	-	52	3.2%	120

## 2020年3月期第2四半期 前年同期との比較

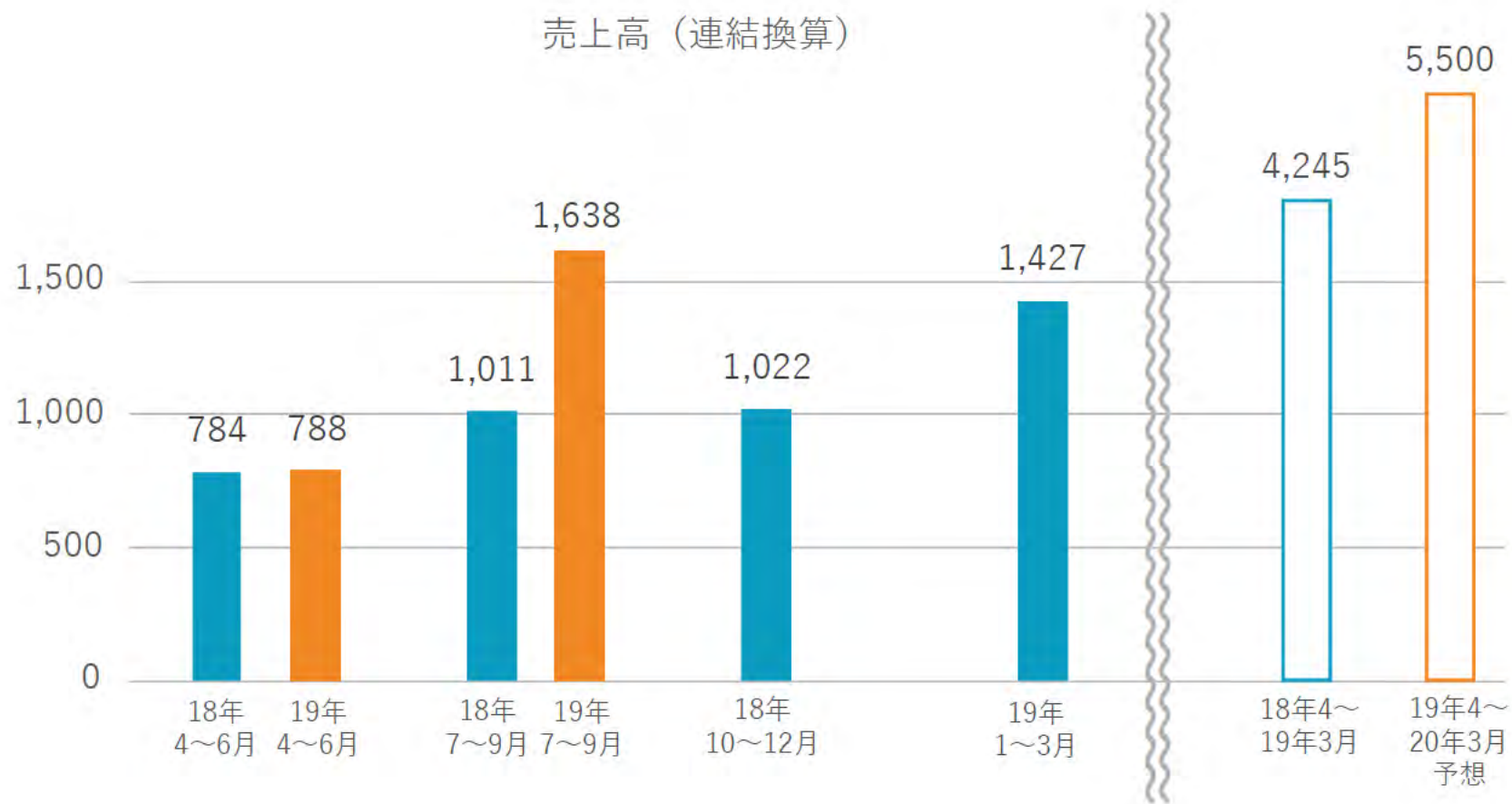
- 2018年8月に連結体制へ移行したため、前年同期比は2018年4～9月の連結換算※で比較を実施。
- 前年同期との比較
  - 売上高は、大型案件の寄与により35%増と大幅に伸長。
  - コスト面は、引き続き原価率改善に取り組んだほか、販管費の抑制にも努め、原価率は前年比微増の2pt増、販管費率は5pt減となった。

(単位：百万円)	20/3期2Q累計 (連結)	(ご参考) 18年4～9月 (連結換算)	(ご参考) 前年同期比	20/3期 (連結)
	実績	実績	伸び率	予想
売上高	2,426	1,795	135%	5,500
売上原価	1,800	1,289	140%	—
売上原価率	74%	72%	-	—
売上総利益	626	505	124%	—
粗利率	26%	28%	-	—
販管費	703	613	115%	—
販管費率	29%	34%	-	—
営業利益	△ 76	△ 108	-	250

※) 2018年4～6月連結換算は、アイリッジ、DGマーケティングデザインの単純合算値にのれん償却を考慮し算出。  
2018年7～9月連結換算は、アイリッジ、フィノバレー、DGマーケティングデザインの単純合算値にのれん償却を考慮し算出。

## (ご参考) 売上高の四半期推移

- 連結換算でみた売上高の四半期推移は下記の通りで、例年3月が売上最大月。
- 第1Qは前年同期比ほぼ横ばいであったが、第2Qは大型案件の寄与により前年同期比でも大幅に伸長。第3Q以降も仕掛品は順調に積みあがっており、通期予算達成に向けて順調に進捗中。



## サービス別の売上高

- 「月額報酬」：popinfoをFANSHIPとして大型リニューアル。アプリマーケティング機能の強化による着実な積み上げを図る。
- 「アプリ開発、コンサル、プロモーション等」：店舗プロモーションに強いDGマーケティングデザインの連結化により、デジタル・フィジカルの両面からグループ一体となって推進し、受注拡大を図る。

(単位：百万円)	20/3期2Q累計 (連結)	
	実績	構成比
月額報酬	336	13.9%
アプリ開発、コンサル、プロモーション等	2,090	86.1%
合計	2,426	100.0%

### 月額報酬

- FANSHIPのサービス利用料  
(利用ユーザー数に応じた従量課金制)
- アプリのシステム保守料等

### アプリ開発、コンサル、プロモーション等

- アプリの企画・開発に伴う収入
- アプリマーケティングに伴う収入
- 広告・販売プロモーションに伴う収入



## 売上原価、販管費

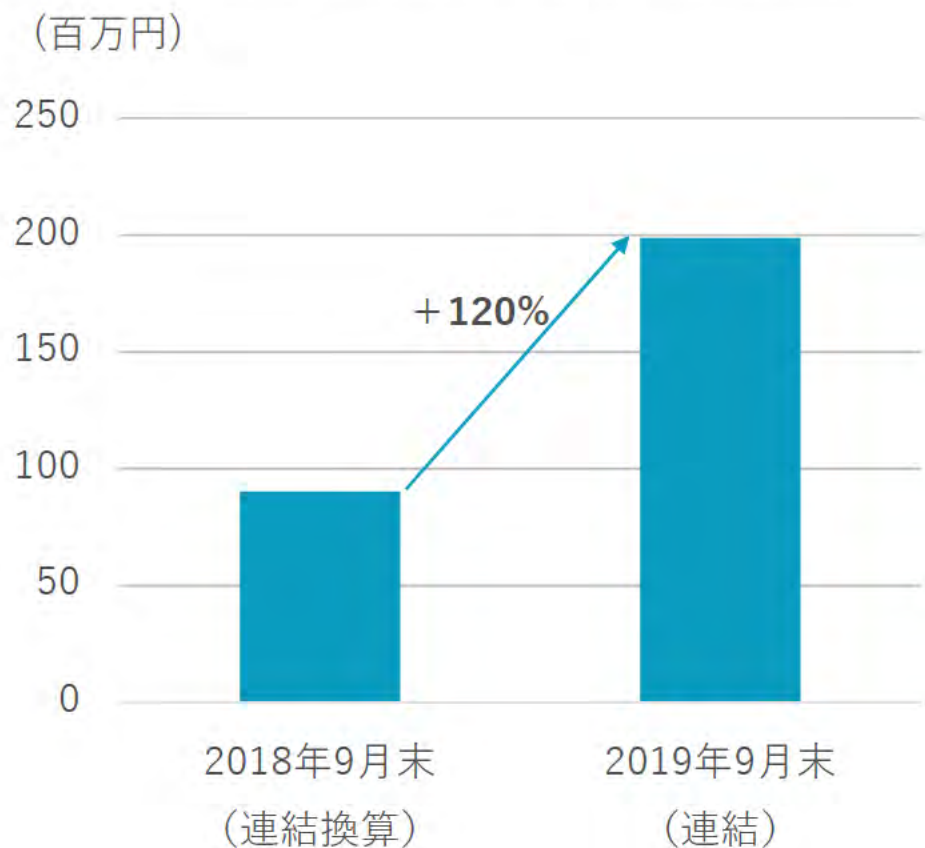
- 売上原価：高付加価値案件への注力、外注費の原価コントロール等で原価低減に取り組んだ結果、第2Qの原価率は第1Q比で1.2pt低下。
- 販管費：第2Qの販管費は第1Qに前倒しで推進した採用に伴うコスト等の低減により、抑制傾向。

(単位：百万円)	20/3期2Q累計 (連結)		(ご参考) 20/3期1Q (連結)		(ご参考) 20/3期2Q (連結)	
	実績	対売上高	実績	対売上高	実績	対売上高
<b>売上原価</b>	1,800	74.2%	591	<b>75.0%</b>	1,209	<b>73.8%</b>
原価人件費	167	6.9%	57	7.3%	109	6.7%
外注費	1,475	60.8%	457	58.0%	1,017	62.1%
その他原価	158	6.5%	76	9.7%	81	5.0%
<b>販売費及び一般管理費</b>	703	29.0%	<b>372</b>	47.2%	<b>330</b>	20.2%
人件費	400	16.5%	203	25.8%	197	12.0%
採用費	45	1.9%	31	4.0%	13	0.8%
管理諸費・支払報酬	41	1.7%	25	3.2%	16	1.0%
のれん償却	24	1.0%	12	1.6%	12	0.8%
業務委託費	38	1.6%	18	2.4%	19	1.2%
その他経費	151	6.3%	81	10.3%	70	4.3%
<b>営業利益</b>	△ 76	-	△ 175	-	98	6.0%
<b>EBITDA</b>	15	0.6%	△ 129	-	144	8.8%

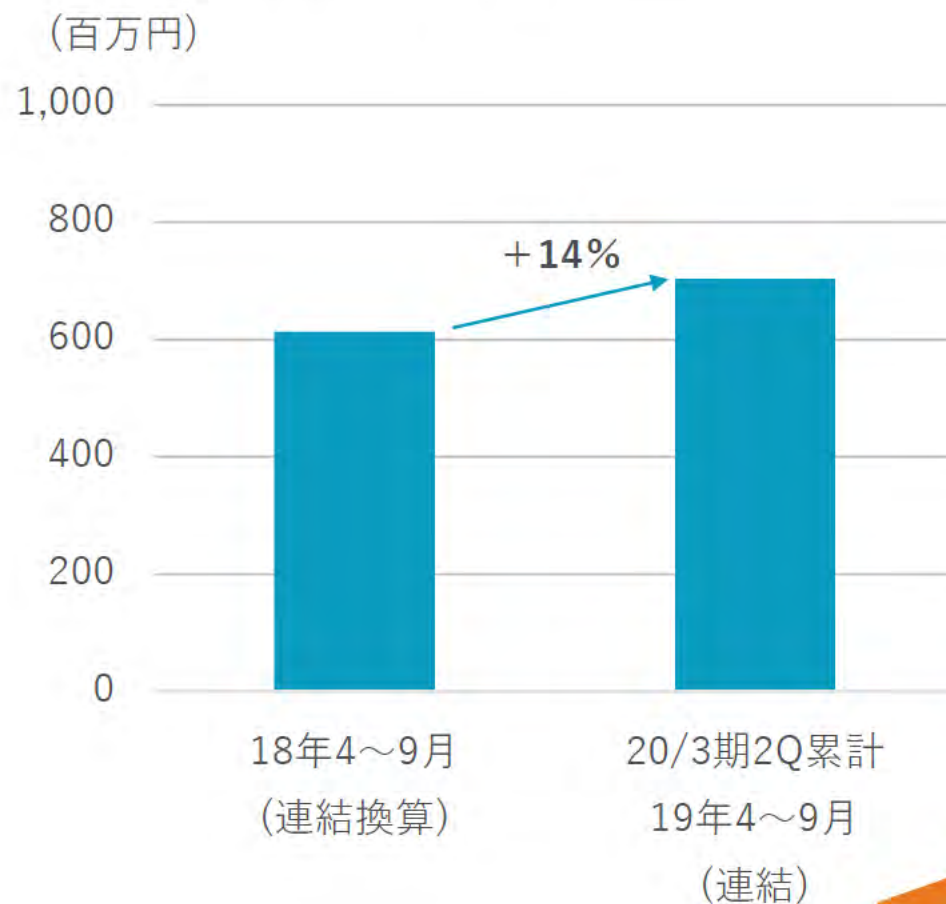
## 今後の見通し

- 売上高：第3Q以降に向けて仕掛品は前年同期比120%増と順調な積み上がり。
- コスト：原価率は開発体制の強化、高付加価値案件の拡大、ストックシフト等により、継続的な改善に取り組み。販管費は第2Q累計で前年同期比14%増であるものの、売上高の成長（前年同期比35%増）に対しては大きく下回る水準で着地。第3Q以降の販管費は第2Qの水準を見込む。

仕掛品残高の積み上がり状況（前年同月比）



販管費の伸び（前年同期比）



## (ご参考) 四半期推移

	19/3期1Q 連結 (8~10月)		19/3期2Q 連結 (11~1月)		19/3期 連結 (2・3月)		19/3期通期 連結 (8か月)		20/3期1Q 連結 (4~6月)		20/3期2Q 連結 (7~9月)	
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比
(単位：百万円)												
<b>売上高</b>	1,004	100.0%	977	100.0%	1,279	100.0%	3,261	100.0%	788	100.0%	1,638	100.0%
売上原価	713	71.0%	703	71.9%	884	69.2%	2,301	70.6%	591	75.0%	1,209	73.8%
原価人件費	63	6.4%	57	5.9%	62	4.9%	183	5.6%	57	7.2%	109	6.7%
外注費	553	55.1%	563	57.6%	785	61.4%	1,902	58.3%	457	58.0%	1,017	62.1%
その他原価	95	9.6%	82	8.4%	37	2.9%	215	6.6%	76	9.6%	81	5.0%
売上総利益	291	29.0%	274	28.1%	394	30.8%	960	29.4%	197	25.0%	428	26.2%
販管費	332	33.1%	341	34.9%	273	21.4%	947	29.1%	372	47.2%	330	20.2%
人件費	181	18.0%	188	19.3%	163	12.8%	533	16.4%	203	25.8%	197	12.0%
採用費	16	1.6%	13	1.4%	9	0.7%	39	1.2%	31	3.9%	13	0.8%
管理諸費・支払報酬	26	2.6%	20	2.1%	23	1.8%	69	2.1%	25	3.2%	16	1.0%
のれん償却	12	1.2%	12	1.3%	8	0.6%	32	1.0%	12	1.5%	12	0.8%
業務委託費	24	2.5%	25	2.6%	17	1.4%	67	2.1%	18	2.3%	19	1.2%
その他経費	71	7.1%	80	8.3%	51	4.0%	204	6.3%	81	10.3%	70	4.3%
<b>営業利益</b>	△ 41	-	△ 66	-	121	9.5%	12	0.4%	△ 175	-	98	6.0%
<b>EBITDA</b>	△ 4	-	△ 27	-	150	11.7%	118	3.6%	△ 129	-	144	8.8%
経常利益	△ 39	-	△ 65	-	121	9.5%	15	0.5%	△ 174	-	99	6.1%
親会社株主に帰属する四半期純利益	△ 43	-	△ 54	-	71	5.6%	△ 26	-	△ 132	-	52	3.2%

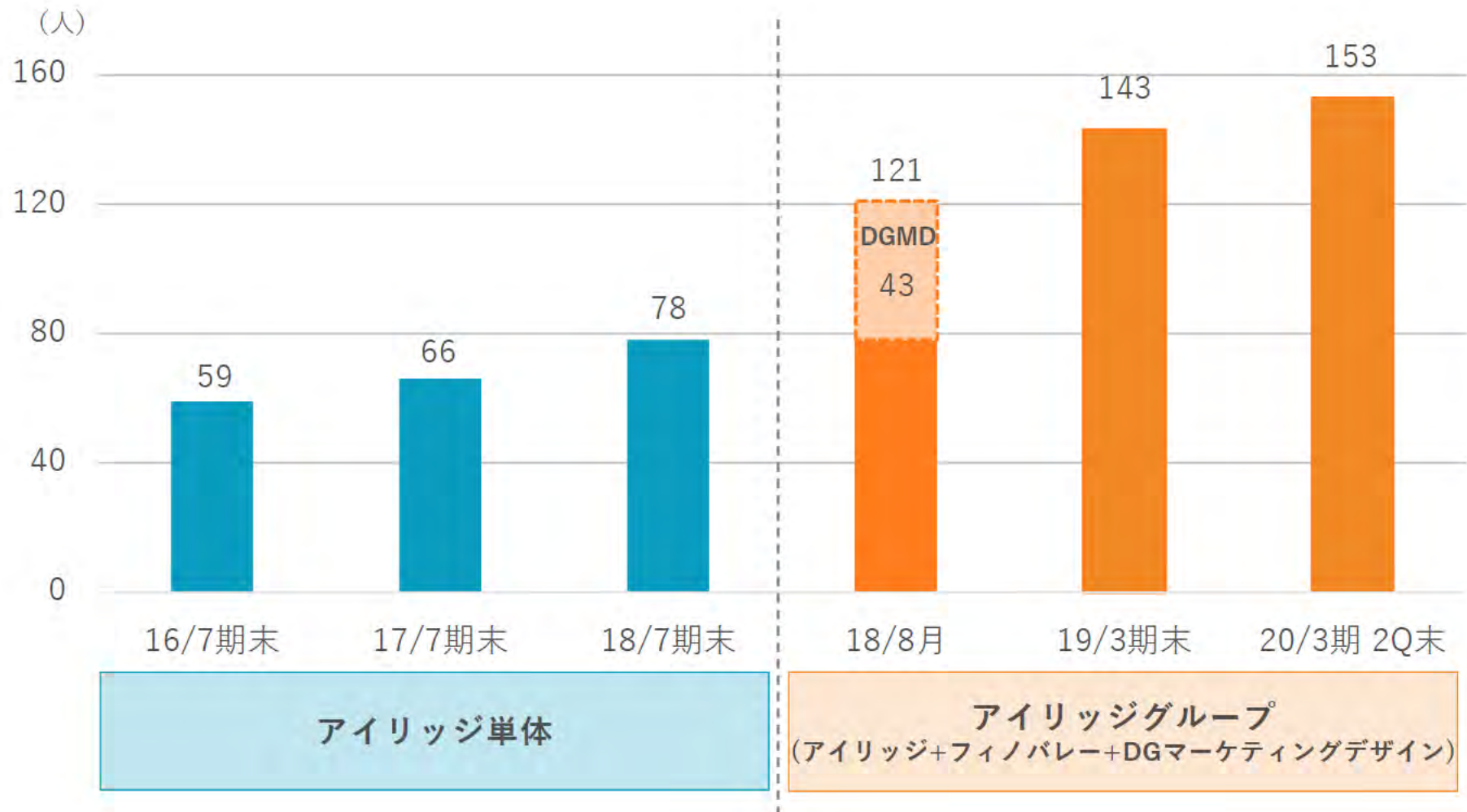
## 貸借対照表

- DGマーケティングデザインの株式取得に伴い、前期よりのれんを計上。

(単位：百万円)	20/3期2Q (連結)	
	期末実績	構成比 (%)
流動資産	1,949	57.2%
現金及び預金	330	9.7%
受取手形及び売掛金	1,243	36.5%
仕掛品	198	5.8%
固定資産	1,459	42.8%
のれん	535	15.7%
ソフトウェア・仮勘定	285	8.4%
繰延税金資産	394	11.6%
<b>資産合計</b>	<b>3,408</b>	<b>100.0%</b>
流動負債	642	18.8%
買掛金	443	13.0%
未払法人税等	10	0.3%
賞与引当金	53	1.6%
固定負債	30	0.9%
<b>負債合計</b>	<b>672</b>	<b>19.7%</b>
<b>純資産合計</b>	<b>2,735</b>	<b>80.3%</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>3,408</b>	<b>100.0%</b>

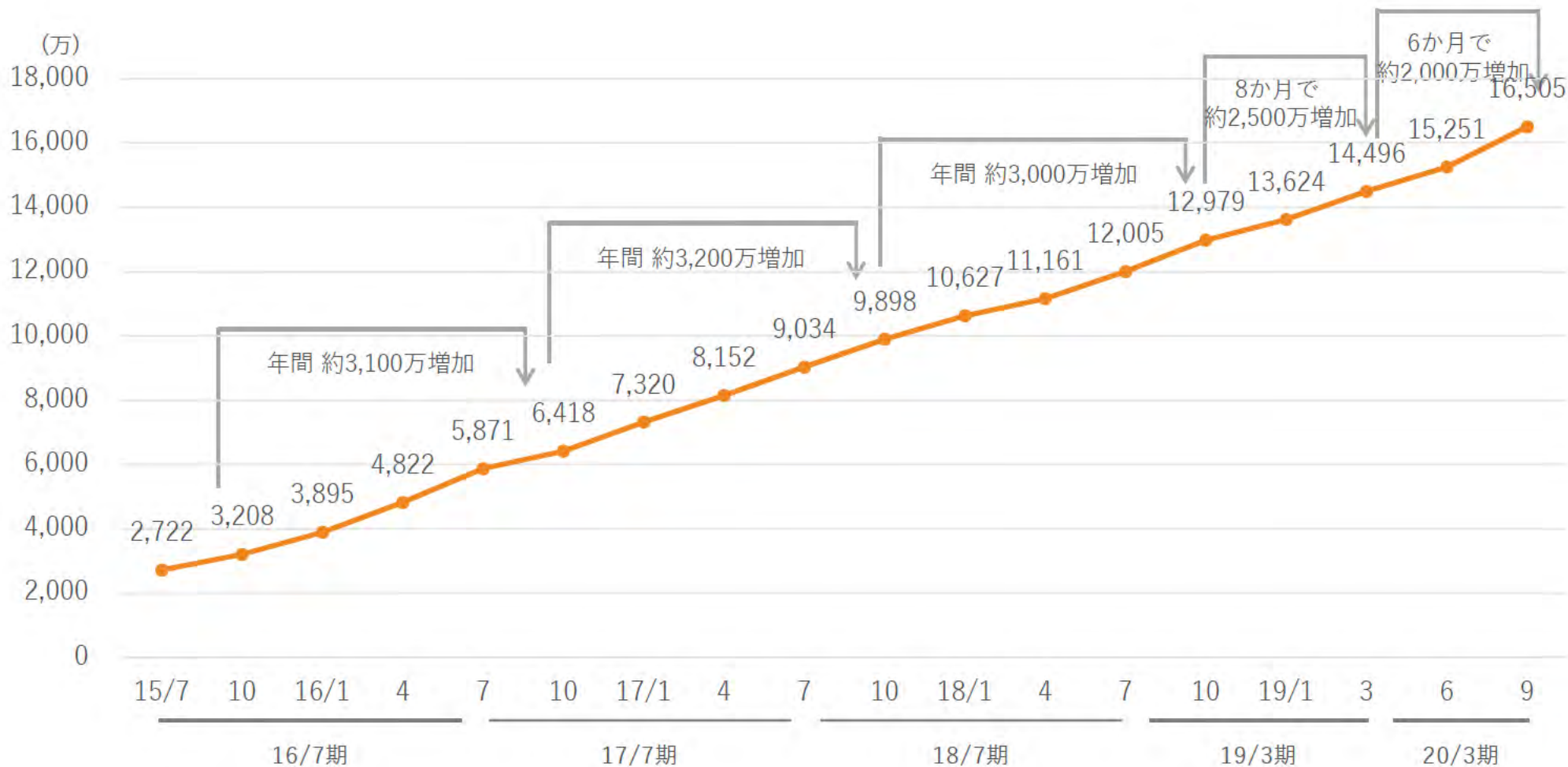
## 従業員数の推移

- アイリッジ単体からアイリッジグループ体制への移行により、人員数が増加。
- 更なる成長に向け、引き続き積極的な採用活動を継続。



# 利用ユーザー数の推移

企業のデジタルマーケティングへの取組みは良好であり、当社の利用ユーザー数※も堅調に推移。



※) 従来公表しておりました利用ユーザー数は、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おりましたが、iOS12の仕様変更に伴い、これまでの基準で取得することが困難になりました。そのため、新しい指標として、ID発行数（アプリを初回起動したタイミングで発番されるID数でアプリごとにカウント）を使用しております。

## (ご参考) 2019年7月以降のニュース①

2019/7/1	木更津市の電子地域通貨「アクアコイン」、全国唯一の電子版プレミアム付商品券を発行
2019/7/3	商業施設特化型 アプリ開発・運用・販促サービス「FANSHIP for SC」提供開始
2019/7/9	他行も含め資産管理できる「一生通帳 by Moneytree」も実装 フィノバレーがOKBアプリを開発支援
2019/7/10	アイリッジとクラブネッツ、「FANSHIP」と「+DIRECT」の連携で業務提携
2019/7/12	岐阜県・飛騨高山地域の電子地域通貨「さるぼぼコイン」が高山市の市税等支払いに対応
2019/7/12	ニューバランスのキャンペーンをDGマーケティングデザインのLINEキャンペーン管理ツール「TORICo」が支援
2019/8/1	岐阜県・飛騨高山地域の電子地域通貨「さるぼぼコイン」が飛騨市の災害関連情報発信に対応
2019/8/21	iOSDC Japan 2019にゴールドスポンサーとして協賛
2019/8/22	テラスモール湘南公式アプリを開発支援 「湘南ライフコア」を実現するOne to Oneマーケティングベースへ
2019/8/23	DGマーケティングデザイン、「Web AR ソリューション」提供を開始
2019/8/27	商業施設特化型アプリパッケージ「FANSHIP for SC」を活用したテラスモール松戸ティザーアプリを提供開始
2019/8/30	PyCon JP 2019にGoldスポンサーとして協賛
2019/9/3	手を止めずに声で使えてレシピ確認も時短 ネスレ日本のAlexa対応「時短レシピ」スキルを開発支援
2019/9/9	電子地域通貨「さるぼぼコイン」の決済体験も 第5回貨幣革新・地域通貨国際会議 出展・登壇のお知らせ
2019/9/17	ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」 ゆうちょ銀行のスマホ決済アプリ「ゆうちょPay」に導入
2019/9/26	コスモ石油「カーライフスクエア」を開発支援 顧客ごとに割引率を変えるダイナミックプライシングも導入
2019/9/27	Amazon Alexaを活用し物件取扱説明書も音声呼び出しに対応 不動産事業者向けIoT住宅パッケージを提供開始

## (ご参考) 2019年7月以降のニュース②

2019/10/4	J-Coin Pay ビジネスコンテスト2019でフィノバレーが最優秀賞受賞 新サービス実現に向け協業検討を開始
2019/10/11	小規模旅館でも低コストで英語・中国語接客に対応 音声AIフロントコンシェルジュサービスを開発支援
2019/10/21	アイリッジ テクノロジー企業ランキングプログラム 2019年 日本テクノロジー Fast 50で27位を受賞
2019/10/23	テラスモール松戸公式アプリを開発支援 新規開業に合わせ施設を楽しく利用していただく機能を提供開始
2019/10/25	DGマーケティングデザイン、「渋谷音楽祭2019での音楽をテーマにした実証実験」に制作協力
2019/10/29	木更津市のデジタル地域通貨「アクアコイン」、希望する市役所職員等の一部給与支払いに対応
2019/10/29	しゃべるAI・Alexaがしゃべりのプロ・活動弁士を紹介！映画業界初・東映のプロモーションスキルを開発支援
2019/11/5	子どもの帰宅状況も外出先からかんたん確認 家族のための家事楽・安心IoTモデルハウス一般公開開始
2019/11/6	ショートタイムショッピングとOMOを実現 自宅用/店舗用タブで最適な体験を届けるニトリアプリを開発支援

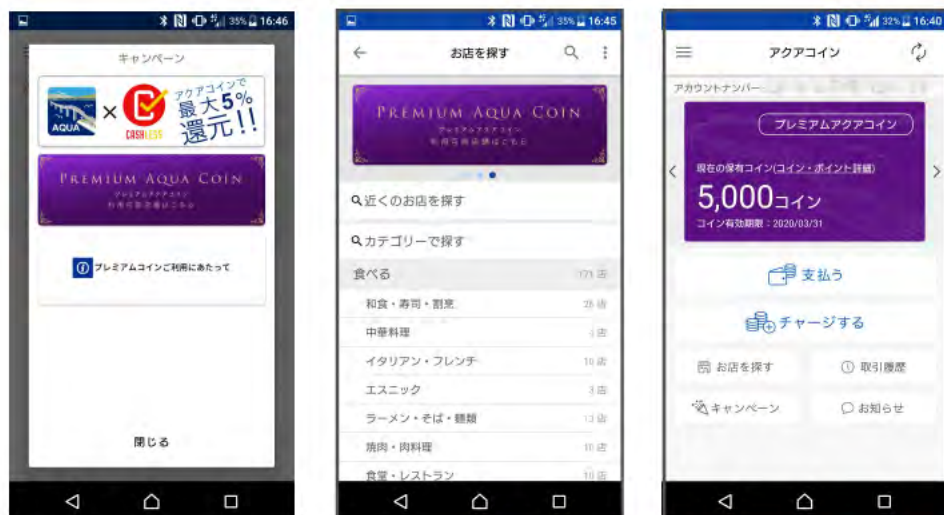


# トピックス① デジタル地域通貨事業：自治体事例拡大

- 2019年10月より、日本初のデジタル版プレミアム付商品券「プレミアムアクアコイン」の取扱いを開始。
- 2019年11月より、希望する木更津市役所職員・君津信用組合職員・木更津商工会議所職員に一部給与のアクアコイン※支給を開始。

## プレミアムアクアコイン

従来の紙媒体によるプレミアム付商品券発行とあわせて、電子地域通貨「アクアコイン」のアプリを活用した電子版商品券「プレミアムアクアコイン」を導入。利用者の利便性向上や商品券発行事務作業の効率化にも期待。



## 給与デジタル支払い対応

希望する職員に対して給与の一部をアクアコインへの自動チャージで支払うもの。毎月の一定額自動チャージを通してアクアコイン利用の利便性を上げ、更なる流通拡大を目指す。



 **MONEY EASY**

デジタル地域通貨プラットフォーム



※) アクアコインとは千葉県木更津市が行政・商工会議所・金融機関と連携して取り組むデジタル地域通貨の名称。給与のアクアコイン支給は口座入金後、予め事前申し込みした金額を自動チャージする運用を採用しています。

## トピックス② フィジカルマーケティング：音のAR「Audio Scape」

- 渋谷エンタメテック推進プロジェクト※1が行う「渋谷音楽祭2019」での音楽をテーマにした実証実験にDGマーケティングデザインが参画。DG Lab※2が開発したWeb AR技術を活用し、ジュニと共同で制作協力。
- スマホからウェブサイトへアクセスすると、AIが位置情報・時間・気分・天気などを解析、エリア毎のカルチャーに合わせて自動選曲。ユーザーに最適化した新たな音楽拡張体験、町歩き体験を提供。



### ■アクセス時画面



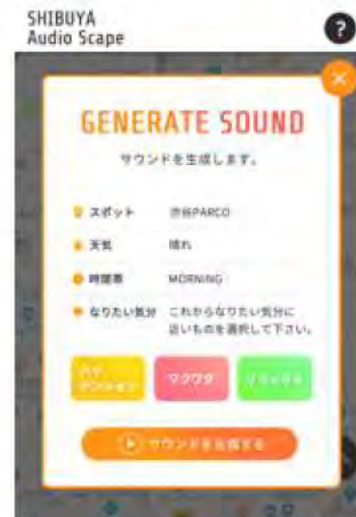
各スポットの場所を確認

### ■スポットIN



スポットに近づくと再生可能に

### ■曲の感情を選択



サウンド再生前の画面にて感情入力

### ■サウンドを再生



サウンドを再生

※1) KDDI、渋谷区観光協会、渋谷未来デザインの三社共同プロジェクト。

※2) デジタルガレージ、カカコム、クレディセゾン、KDDIの4社が運営するオープンイノベーション型研究開発組織。



## 2.今期の課題と対応方針への取組み状況

# 今期の課題と対応方針

- 2019年3月期決算説明資料で掲げた「足元の課題、対応方針」への「取組み状況」は以下のとおり。
  - 第2Qは開発体制の強化が着実に成果として具現化、大型高付加価値案件も順次リリース。
  - 第3Q以降は「足元（短期）」及び「中期」の取組みの更なる具現化を目指す。
- 例年最大の売上月である3月に向け、引き続き体制整備と浸透に進めてまいります。

## 足元の課題

### 開発案件の粗利率が悪化傾向

- ✓ 案件の増加・大型化が続く中、開発体制の十分な強化が遅れ、外注割合が増加

## 対応方針

### 土壌

#### 開発体制の強化

- ✓ 開発部門の採用・育成を強化し、生産性と内製割合を向上
- ✓ 開発ノウハウ・経験を社内に継続して蓄積することで、高付加価値案件への取組み拡大力を向上

### 足元（短期）

#### 高付加価値案件への取組み拡大による粗利率改善

- ✓ 開発案件におけるFANSHIP※の活用と実績・ノウハウの積み重ねにより、案件付加価値(=効果)の拡大を図ることで、粗利率の改善を進める

### 中期

#### ストックシフト

- ✓ 事業構成のストック比率を上昇
- ✓ FANSHIPを軸としたストック型ソリューションの展開・開発強化（マルチチャネルプラットフォーム化）

## 実施施策

### （成果の具現化）20/3期 1～2Q

#### PM/エンジニアの採用と育成

- ✓ 年間計画から前倒しで採用を推進
- ✓ 育成や開発効率化にも着手

#### キースミスワールドの吸収合併(2019/10)

- ✓ 長年の取引実績を背景に、合併前からPMI活動を実施したことが奏功、順調に既存開発部隊へ浸透

### （成果の具現化）20/3期 2～3Q

#### 高付加価値案件への資源の積極投入

- ✓ FANSHIP機能の搭載によりクライアント企業のアプリマーケティング効果を向上し、案件付加価値を高めることで粗利率改善を実現
- ✓ 第2Qには大型高付加価値案件が順次リリース

### （成果の具現化）20/3期 2Q～

#### FANSHIP導入の拡大

- ✓ FANSHIPの導入は着実に進んでおり、クライアント企業の利用形態にも広がりが見え始めた

#### NOIDによる新サービスの展開

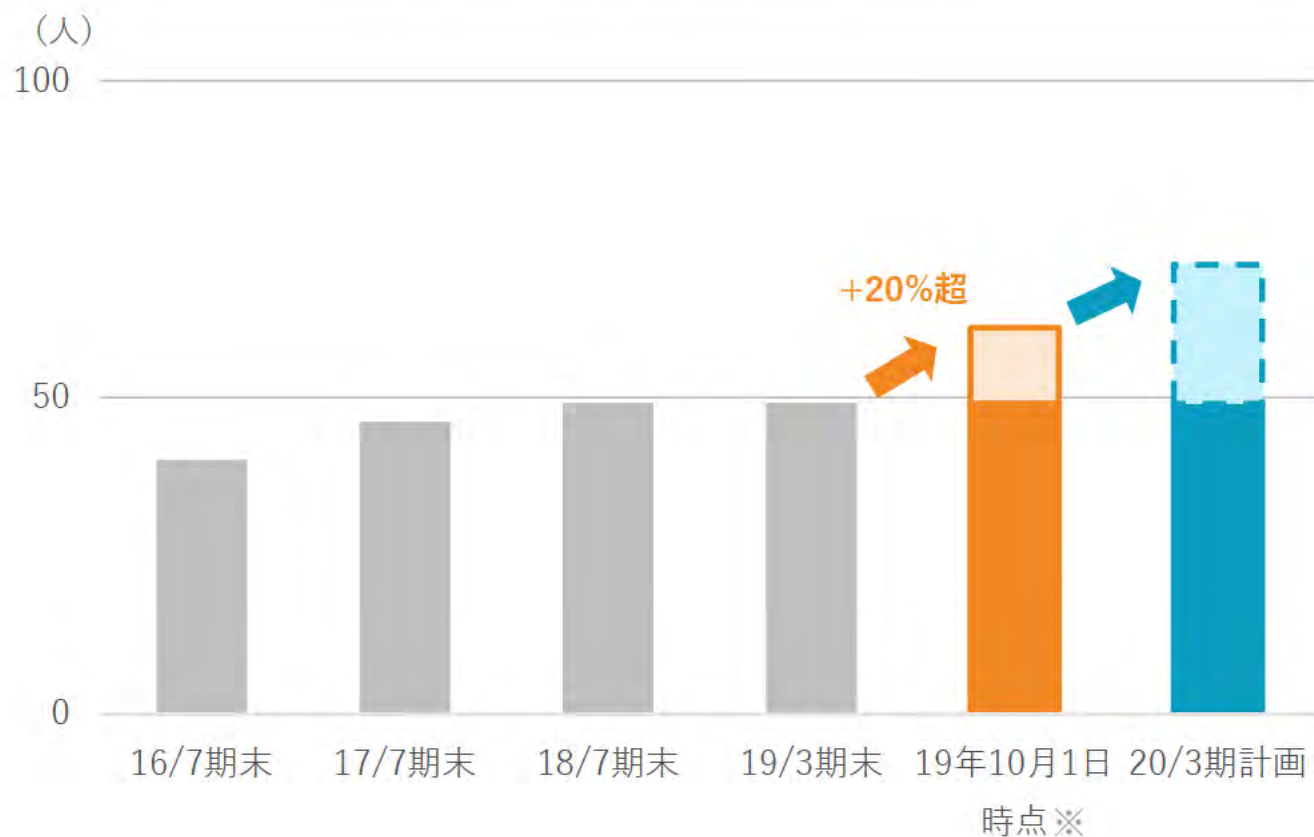
- ✓ 開発不要の音声UIアプリサービスで本格的普及期にいち早く対応

※) FANSHIP：顧客データ分析プラットフォーム（後述）

# ①開発体制の強化 PM／エンジニアの採用と育成

- PM／エンジニアを中心に積極的な採用を引き続き推進中。
- キースミスワールドとの合併効果も寄与し、採用難が続く中で着実に開発人材を獲得。
- 人材育成、働き方改革、開発効率化にも着手し、期末に向けて引き続き開発体制の強化に取り組む。

エンジニア・PM在籍数推移（単体）



## 第2Q以降の主な取組み内容

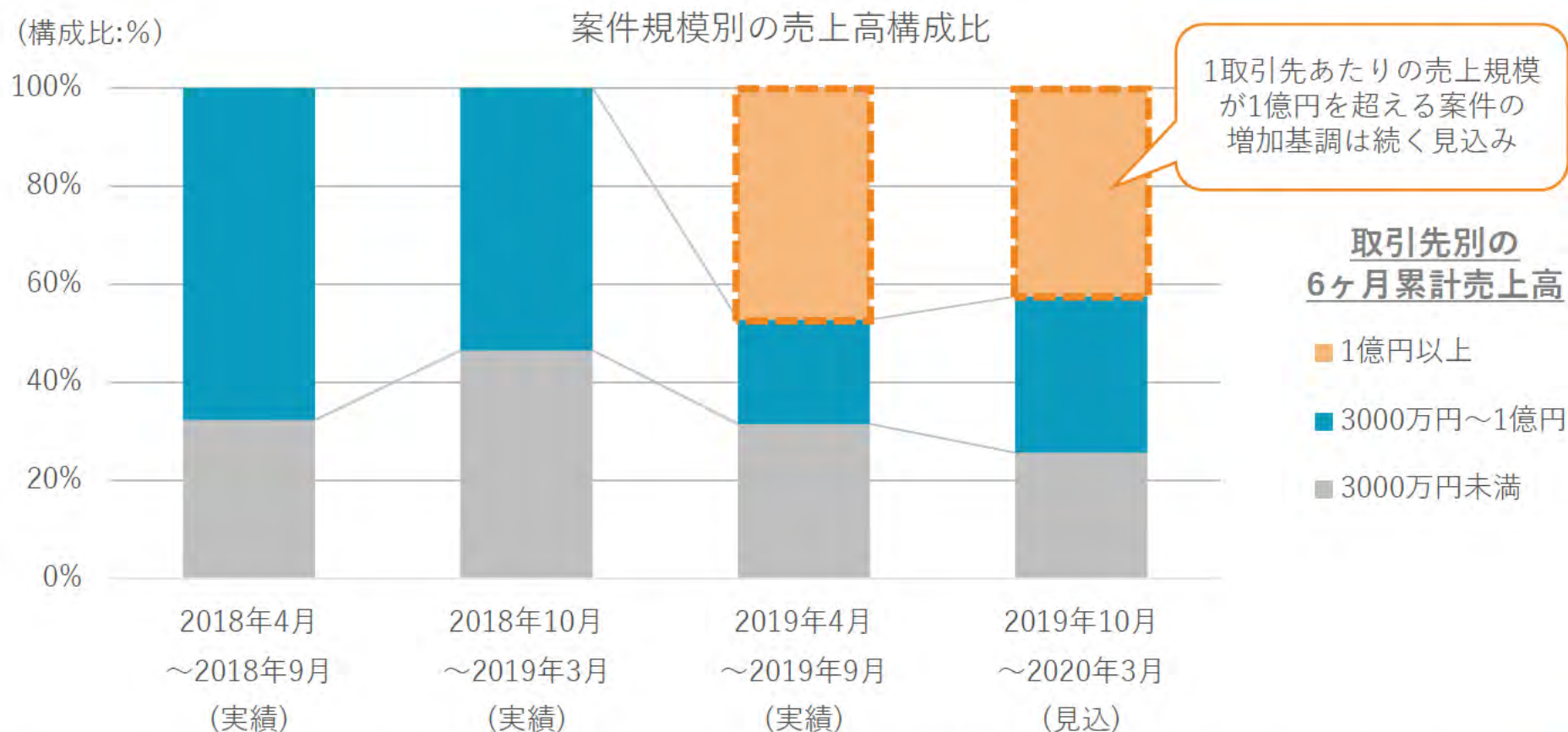
- キースミスワールドとの合併 (2019年10月)による開発体制の強化
- 働き方改革への取組みの一環として、フレックス制度の導入や外部研修制度を再整備
- 増加基調にある大型高付加価値案件に即したプロジェクト管理手法を整備・強化

※) キースミスワールドとの合併を含みます。

## ②高付加価値案件への取組み拡大による粗利率改善

- クライアント企業のアプリマーケティング強化を背景に案件規模が大型化、当面この基調は続く見込み。
- 第2Qで前期から続く低粗利案件はほぼ解消、第3Q以降は引き続き大型高付加価値案件へ注力し粗利率の改善に取り組む。

大型高付加価値案件の増加（単体）



※) 見込とは、受託開発の受発注を取引先と合意済の案件のうち2019年10月～2020年3月に売上計上予定（2019年11月時点）のものを指します。管理会計上の数値であり、実際の売上高と完全に一致はしません。

### ③ストックシフト FANSHIP / FANSHIP for SC 導入先拡大

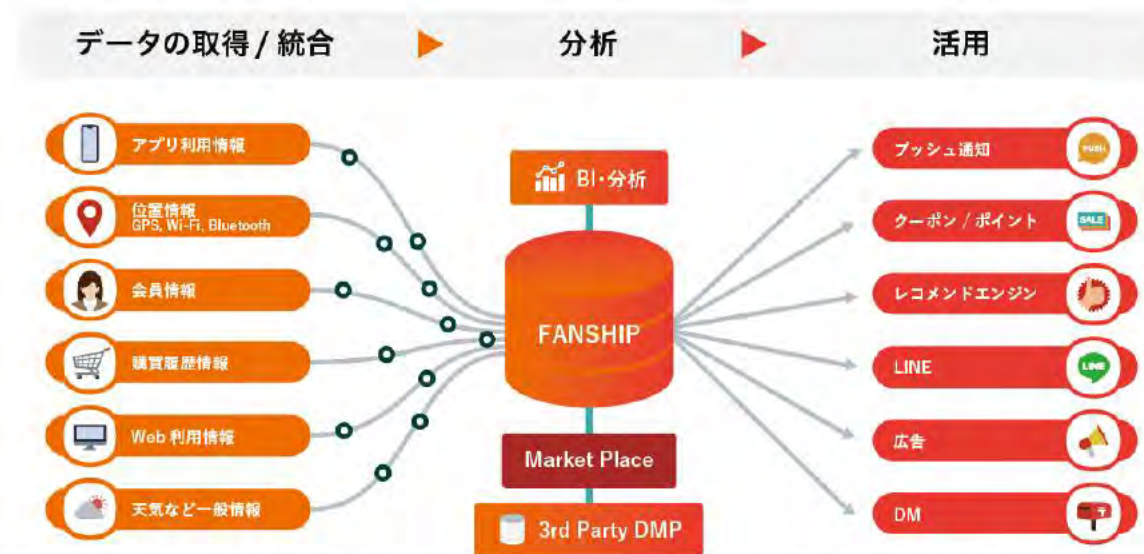
- 2019年7月に大型リニューアル。顧客の基幹システムやデータとより深く繋がるOne to Oneマーケティングプラットフォームとして、順調に導入先を拡大。
- また、伴走支援を通じて利活用のシーンを拡張し、顧客に必須のサービスへと育成中。

#### FANSHIP 顧客データ分析プラットフォーム FANSHIP

ファン育成に特化した顧客データ分析プラットフォーム。  
 当社クライアントである小売・流通業を中心に新規顧客獲得の難易度が上がる中、既存顧客育成による収益増を支援するため、企業と顧客一人ひとりとの最適なコミュニケーションを実現。

#### FANSHIP for SC アプリ開発・運用・販促サービス FANSHIP for SC

商業施設向けアプリ開発・運用・販促サービス。  
 低コスト・短納期でアプリ開発が行え、開発後はFANSHIPを活用した運用・販促までサポート。  
 アプリ対応が遅れる業界に向けて月額課金制の特化型パッケージを展開することで、ストック収益の拡大を図る。



FANSHIPはスマホアプリを中心にオンライン・オフラインのあらゆるデータ統合から分析、施策活用までを実現するファン育成プラットフォーム

#### 今期のFANSHIP新規導入アプリ（一例）

大垣共立銀行「OKBアプリ」  
 テラスモール湘南アプリ  
 テラスモール松戸アプリ  
 ゆうちょ銀行「ゆうちょPayアプリ」  
 コスモ石油「カーライフスクエア」  
 ニトリ「ニトリアプリ」

### ③ストックシフト 導入例：金融機関へのFANSHIP導入拡大

- ゆうちょ銀行のスマホ決済アプリ「ゆうちょPay」にFANSHIPを導入。
- メガバンクをはじめ主要金融機関にも多数導入、口座に連動したOne to Oneメッセージ配信を支援。足元ではデータ活用やアプリ以外のチャンネルへの展開なども開始。



ゆうちょPay

「FANSHIP」導入により、ゆうちょPayユーザーへのクーポン配信が可能に。今後は全国各地に窓口を持つゆうちょ銀行ならではの強みを活かし、属性や位置情報に基づくプッシュ配信を検討していく予定

QRコードで  
カンタンお支払い！



ゆうちょ口座をおサイフに！  
ゆうちょPayがあれば  
紙幣、硬貨の取り出し不要！

使いすぎ防止機能で  
安心・安全！

利用上限額を設定して  
使いすぎを防止



チャージ不要で  
楽々！



ゆうちょの口座があれば  
チャージもクレジットカードも  
不要で使える！

#### FANSHIP導入済み金融機関

メガバンクをはじめとした50機関以上の金融機関アプリに「FANSHIP」導入済

メガバンク

地方銀行

信用金庫

信用組合

信託銀行

その他金融機関



FANSHIP

顧客データ分析プラットフォーム

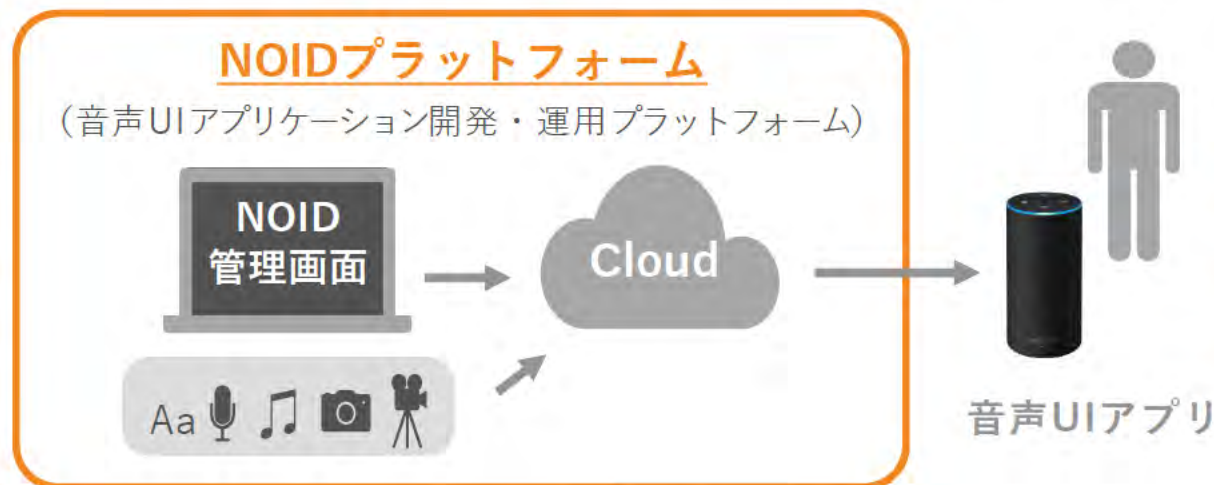


### ③ストックシフト 音声UIアプリ開発PF・NOID（ノイド）の提供①

- NOID（ノイド）は、音声UIアプリ※を企業の担当者がプログラミング無しで開発しユーザーに公開・運用できるプラットフォーム。2018年9月から提供を開始し、導入企業を順次拡大中。
- NOIDライセンス料はユーザーのアプリ利用に応じた従量課金モデル。これから到来するスマートスピーカーの本格的普及期に向けて開発強化・拡販に取り組み、ストック収入を積み上げていく。

※）音声UI・VUI（Voice User Interface）アプリとは、Amazon Echo等のAIアシスタント対応デバイス上で動く、音声で操作できるアプリケーション。

サービス概要

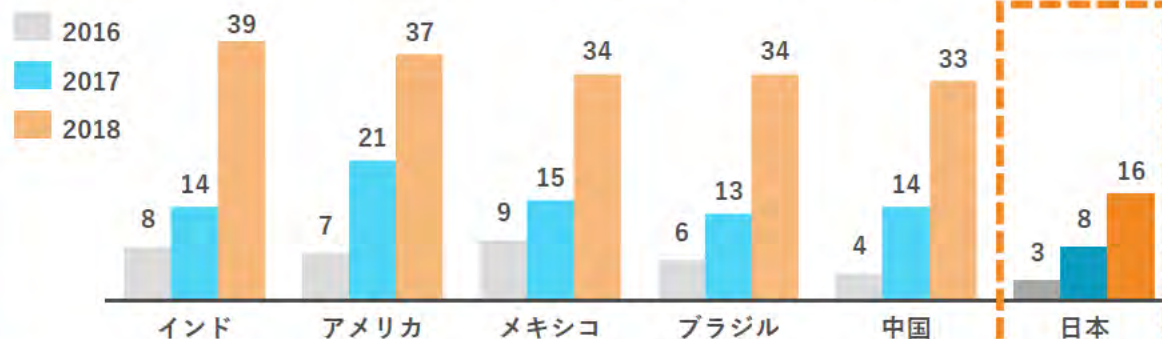


#### サービス展開事例

- 鉄道運行情報（電車遅延等）提供
- 音楽アーティストプロモーション
- 観光情報案内
- マンション物件情報案内

市場ポテンシャル

#### スマートスピーカー普及率



アクセンチュア 2018年 デジタル消費者調査

日本におけるスマートスピーカーの普及率は諸外国に比べてまだ低く、5G / スマートホーム時代の到来により、本格的な普及期に突入すると見込まれている。

n=1,000 : 各国、n=2,000 : アメリカ、中国

### ③ストックシフト 音声UIアプリ開発PF・NOID（ノイド）の提供②

- プロモーション（映画製作会社・大手メーカー等）や業務効率化（宿泊施設）を目的とした音声UIアプリの開発支援、住宅向け（不動産事業者）IoTパッケージの提供など、消費者のAIスピーカー・スマートホームに対するニーズの高まりを受け、各業種で導入実績を拡大中。

#### 音声UIアプリ開発支援 およびNOID提供

映画製作会社・大手メーカー等のプロモーションを目的としたAlexaスキル（音声UIアプリ）の開発を支援。宿泊施設向けにはフロント業務を効率化するアプリを開発。運用プラットフォームとしてNOIDを提供。

#### 不動産事業者向けIoT住宅導入支援 NOID IoT住宅パッケージ

IoT住宅の企画設計から各物件専用のオリジナルAlexaスキル制作、機器設置までをパッケージ化して提供。スタンダードなスマートホームに加え、オリジナルAlexaスキルにより、物件設備仕様・構造・セキュリティの説明なども音声で呼び出せる次世代住宅を実現。



東映「カツベン」  
プロモーションスキル



ネスレ日本  
レシピスキル



衣食住  
トータルブランド  
レシピスキル



消費財メーカー  
育児サポートスキル




旅籠 芦名 業務補助スキル（音声AIフロントコンシェルジュ）



ワールドアイシティ社モデルルーム



アートクラフト社モデルハウス

The page features decorative geometric patterns in the corners. The top-left corner has a cluster of triangles in shades of yellow, orange, and teal. The bottom-right corner has a larger, more complex cluster of triangles in shades of orange, yellow, teal, and red. The central text is framed by a faint, light-colored geometric pattern.

### 3.会社概要

## 会社概要（2019年9月末現在）

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
代表者	代表取締役社長 小田 健太郎
事業内容	020関連事業（企業の020支援） <ul style="list-style-type: none"><li>・ スマホをプラットフォームとした020ソリューションの提供</li><li>・ 020アプリの企画・開発</li><li>・ 020マーケティング（集客・販促等の企画・運用支援）</li></ul>
資本金	10億60百万円
従業員数	単体：92人 連結：153人

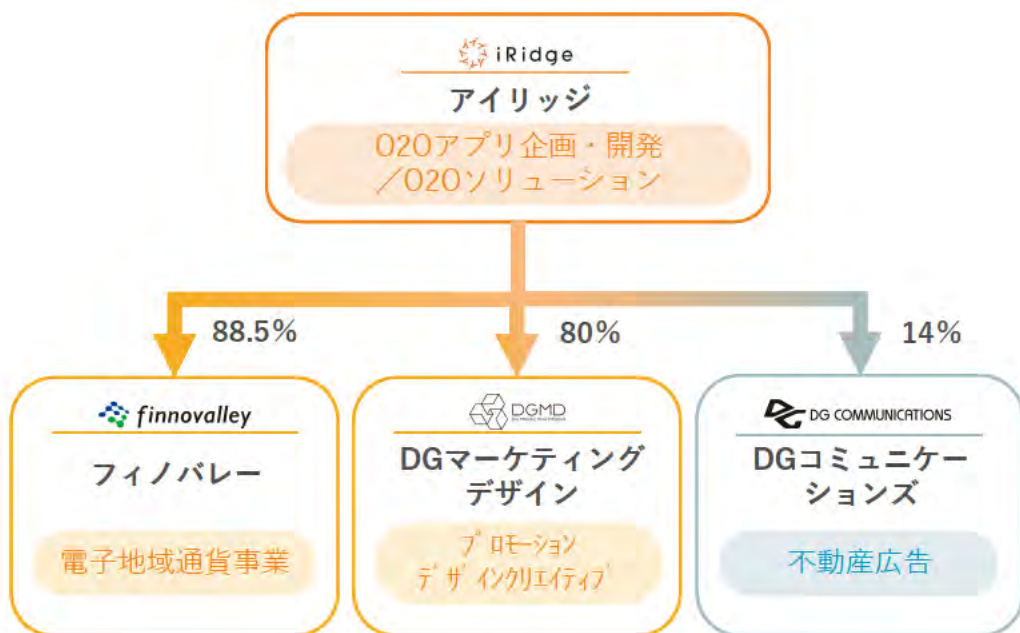
## 株主構成

小田 健太郎	34.32%
デジタルガレージ	14.28%
クレディセゾン	8.15%
NTTデータ	1.96%
資産管理サービス信託銀行 （証券投資信託口）	1.86%
日本証券金融	1.08%
京セラコミュニケーションシステム	1.00%
楽天証券	0.92%
SBI証券	0.86%

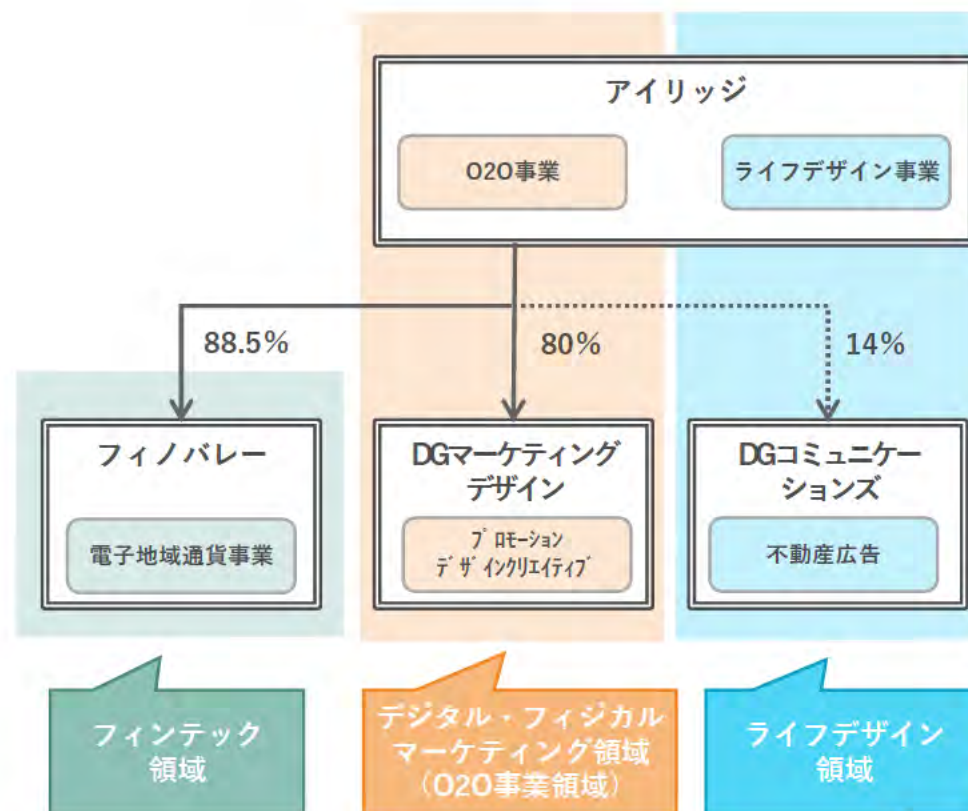
# グループ体制図と事業領域

- 2019年3月期よりグループ経営体制に移行。  
当社グループは、当社及び連結子会社（DGマーケティングデザイン、フィノバレー）の3社で構成。
- 決算期変更により、前期の2019年3月期は8か月の変則決算（2018年8月～2019年3月）。
- グループとして、O2O、フィンテック、ライフデザインの3領域に注力して事業展開。

アイリッジグループ体制図



グループ各社と事業領域の整理



An aerial photograph of a city at dusk, showing a dense urban landscape with numerous skyscrapers and residential buildings. The sky is a mix of blue and orange, and the city lights are beginning to glow. A river is visible in the foreground, reflecting the city lights.

# Tech Tomorrow

テクノロジーを活用して、  
わたしたちがつくった新しいサービスで、  
昨日よりも便利な生活を創る。

---

## 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。