



2020年7月期 第2四半期決算説明資料

株式会社アイモバイル

(東証一部 6535)

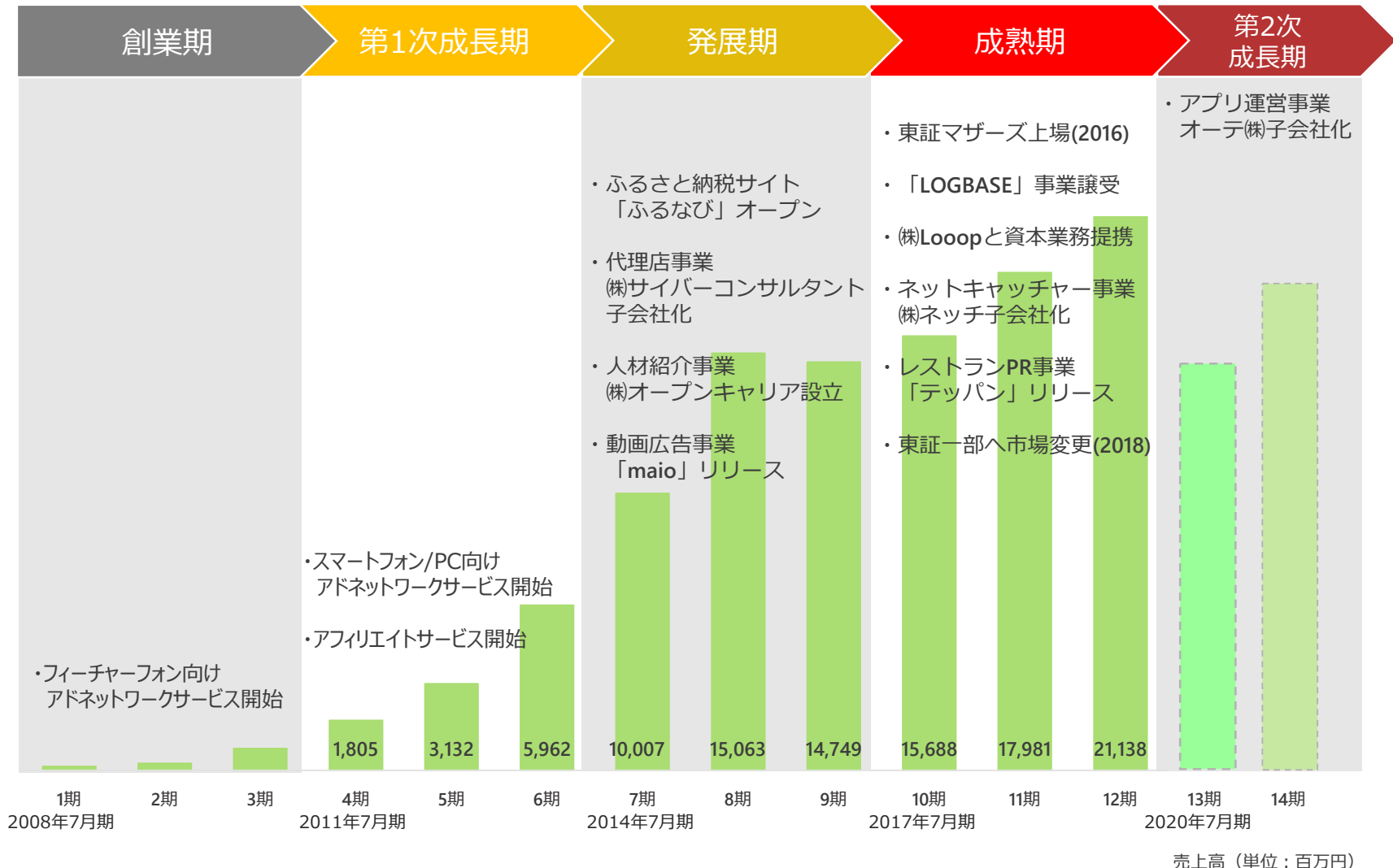
2020年3月12日

“ひとの未来に貢献する”  
マーケティングを



# 沿革

アドネットワーク事業会社として創業。その後コンシューマ事業を加え、多角的にサービスを展開するデジタルマーケティング企業として発展。更なる成長を目指す。



## 創業経営者



代表取締役会長 田中 俊彦

1979年生まれ。情報通信系企業、広告代理店を経て、インターネットの市場の拡がりから、次代を見据え、モバイル事業の起業を企図。2007年に野口と当社を共同設立し代表取締役社長に就任。モバイルに特化したインターネット広告事業を展開し、国内最大級のアドネットワーク規模へと成長させた。卓越した先見性により事業の兆しをとらえ、ふるさと納税事業にも参入。現在も新たな事業を創出し続け、複数のプロジェクトを率いる。

代表取締役社長 野口 哲也

1974年生まれ。日本アイ・ビー・エム株式会社で基礎技術の研究、アーサー・ディ・リトル・ジャパン株式会社を経て、技術系の会社を起業。アドネットワーク事業の創業を志し、2007年に田中と当社を共同設立し取締役CTOに就任。技術のエキスパートとして、独自の広告配信システムを開発。その後も常に技術のトップとして徹底的な市場調査を基にしたシステムを開発し続ける。2017年に代表取締役社長就任。

# 主要サービス一覧

コンシューマ事業とインターネット広告事業の2つの事業ポートフォリオを持ち、アセットの最適配分と相乗効果で高い収益性と競争力をもって成長を実現する。


セグメント	サービス名/会社名	サービス (会社) ロゴ	主なサービス内容
コンシューマ事業	ふるさと納税事業「ふるなび」	 ふるなび	ふるさと納税のポータルサイト
コンシューマ事業	ネットキャッチャーNETCH	 NET CATCHER NETCH	子会社(株)ネッチが運営する、バーチャルとリアルを融合したオンラインクレーンゲーム
コンシューマ事業	テッパン	 テッパン	幹事の方にキャッシュバックというメリットがある「利用者とレストラン」を繋ぐサービス
コンシューマ事業	ふるなびグルメポイント	 ふるなび グルメポイント	ふるさと納税サイト「ふるなび」会員向けのレストラン予約サービス
コンシューマ事業	たまるモール	 貯 たまるモール byふるなび	ふるさと納税サイト「ふるなび」会員が利用することができるポイントサービス
インターネット 広告事業	i-mobile Ad Network	 i-mobile Ad Network	CPC課金型広告の提供
インターネット 広告事業	i-mobile Affiliate	 i-mobile Affiliate	CPA課金型広告の提供
インターネット 広告事業	maio	 maio	アプリに特化した動画広告の提供
インターネット 広告事業	Media Solution	 Google   Certified Publishing Partner	Google認定パートナーとして、Googleが提供するプロダクトを駆使した長期的なメディア収益向上のためのソリューションを提供
インターネット 広告事業	(株)サイバーコンサルタント	 CYBER CONSULTANT	インターネット広告代理事業の提供
インターネット 広告事業	オーテ(株)	 Ohte	スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営

# 2020年7月期 第2四半期決算概要

# エグゼクティブサマリ –2020年7月期の方針と第2四半期の総括–

## 連結業績予想と今期の重点領域

(単位：百万円)

2020年7月期	連結業績予想		コンシューマ事業	インターネット広告事業
売上高	14,266	既存事業	 ふるなび	 maio 
営業利益	709	成長事業	 テッパン	



- ✓
 ふるさと納税事業は、TVCMなどの積極的なプロモーションが奏功し、前年比で大きく寄附受付件数を伸ばし、想定を上回る売上高、営業利益を達成。
- ✓
 インターネット広告事業では、これまでの取組みに効果が出始め、重点領域での海外顧客の獲得や、アプリ運営事業などの業績が堅調に推移。
- ✓
 今後も、重点投資分野への積極的な投資を継続するも、売上高、営業利益共に当初計画を大きく上回る進捗のため、今期予想を上方修正する。

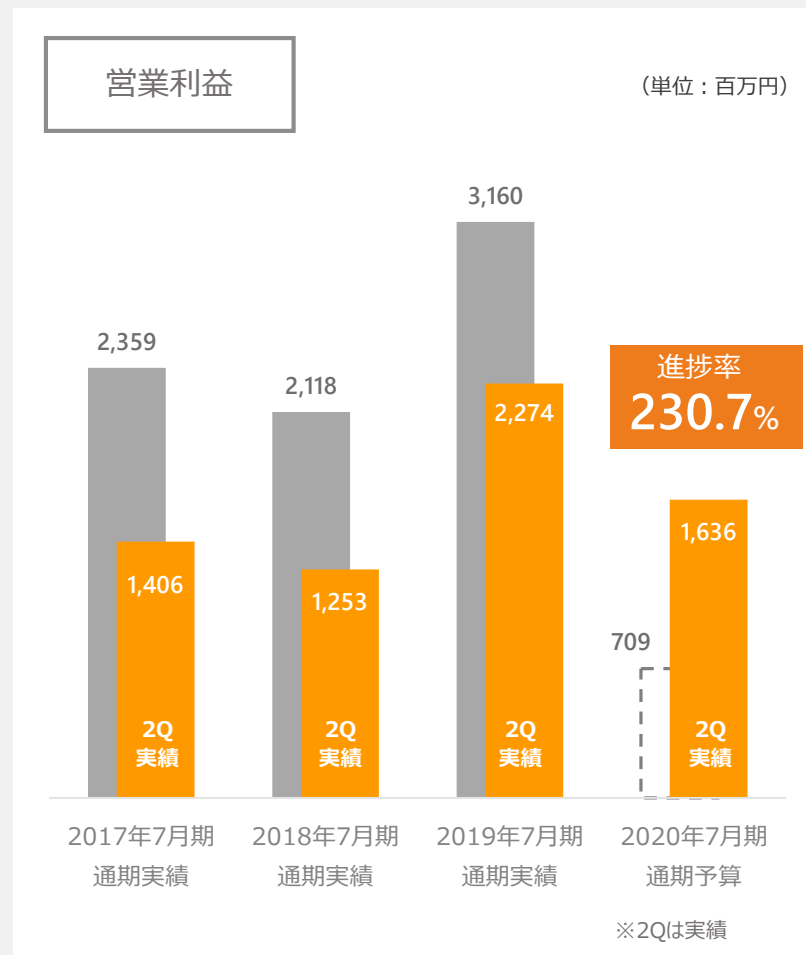
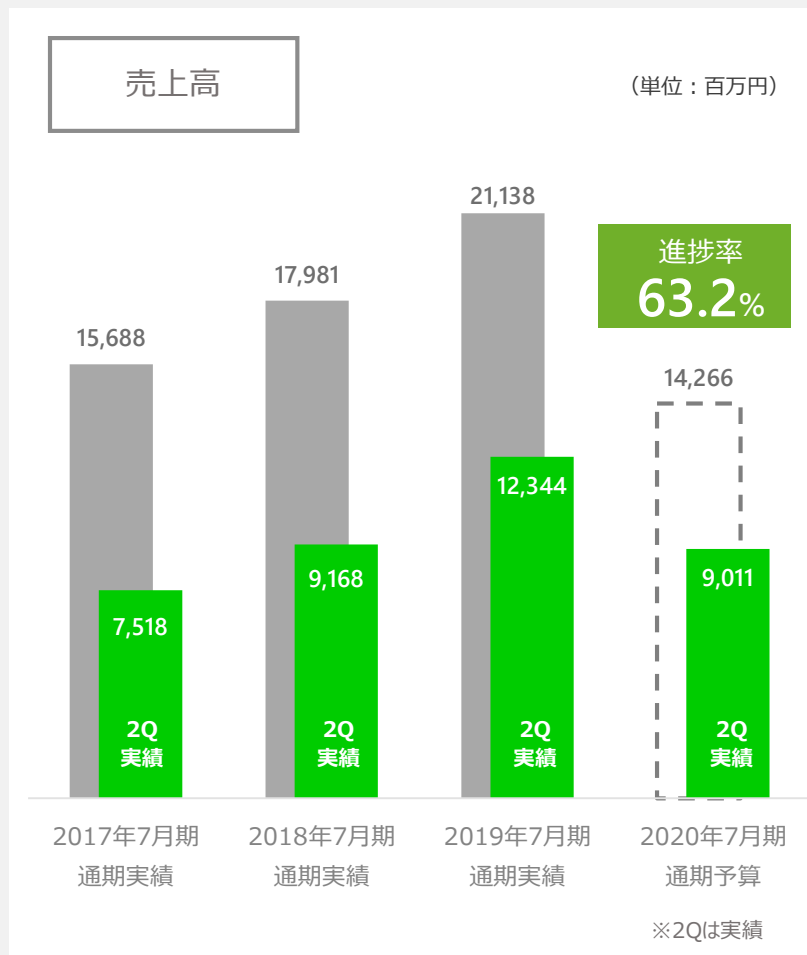
# エグゼクティブサマリ —第2四半期累計期間決算概況—

連結業績	売上高 : 9,011百万円	(前年同期比 73.0%)
	営業利益 : 1,636百万円	(前年同期比 72.0%)
連結業績予想に対する進捗率	売上高進捗率 : 63.2 %	
	営業利益進捗率 : 230.7 %	
コンシューマ事業	売上高 : 3,447百万円	(前年同期比 63.1%)
	営業利益 : 1,136百万円	(前年同期比 59.0%)
インターネット広告事業	売上高 : 6,480百万円	(前年同期比 90.7%)
	営業利益 : 458百万円	(前年同期比 145.8%)



## 連結業績に対する進捗率

ふるさと納税事業「ふるなび」などの好調と広告宣伝の効率化により、当初計画に対して売上高進捗率は63.2%、**営業利益進捗率は230.7%**と順調に推移。



## 連結業績予想の上方修正

「ふるなび」における積極的なプロモーションによる効果や、インターネット広告事業の堅調な推移により、想定を上回る進捗結果となり、今期の予想を上方修正する。

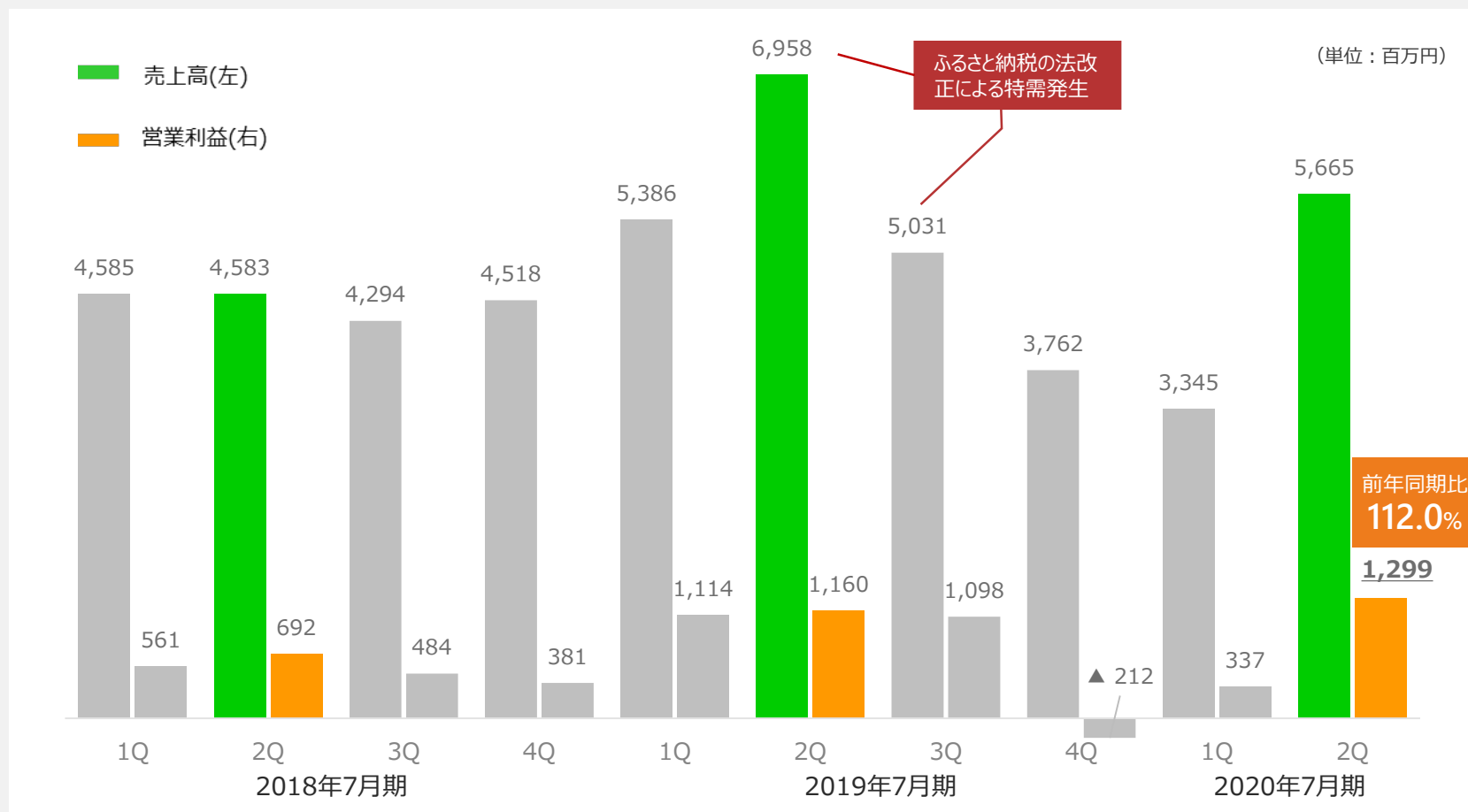
連結業績 (単位：百万円)	前回発表予想 (A)	今回発表予想 (B)	増減額 (B-A)	増減率 (%)
売上高	14,266	14,712	445	+ 3.1%
営業利益	709	1,773	1,064	+ 150.0%
親会社株主に帰属 する当期純利益	444	1,168	723	+ 162.8%

第3四半期以降は、コンシューマ事業、インターネット広告事業ともに、今後の成長のための積極投資を継続し、更なる成長を目指す

※本業績予想は、本資料の発表日現在において、新型コロナウイルス（COVID19）による経済への影響を含む入手可能な事実情報、及び現時点で判明している当社業績への直接的影響に基づき作成しております。今後の状況の変化によって当社業績への影響の範囲が特定され、合理的な算出が可能になり、業績予想に変更があった場合は速やかに公表いたします。

## 四半期 連結売上高及び営業利益推移

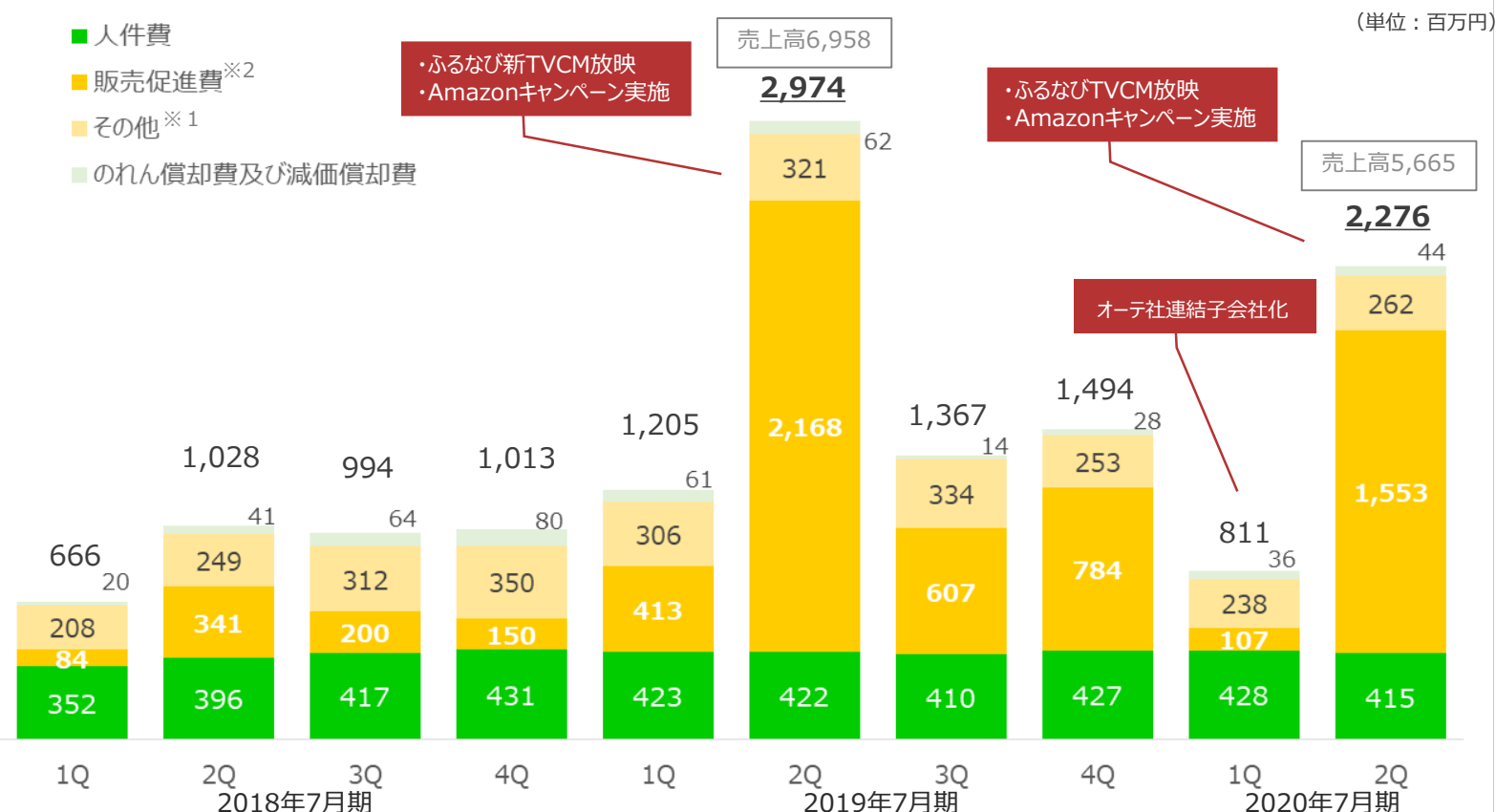
ふるさと納税事業の前年の駆け込み特需での押上げ効果がなくなったものの、業績は堅調に推移、アプリ運営事業の好調やMS※事業の成長などもあり、売上高は前年同期比▲1,292百万円となるも、営業利益は同比+139百万円と増益を達成。



※ MS = メディアソリューション

## 四半期 連結販売費及び一般管理費推移

認知度向上のための「ふるなび」TVCMと、ユーザーの行動を誘引するプロモーション活動を展開する一方で、広告宣伝費の効率化を推進した結果、販管費は前年同期比で約7億円減少(同比76.5%)、**売上高販管費率も40.2%**(同比42.7%)と大きく改善。

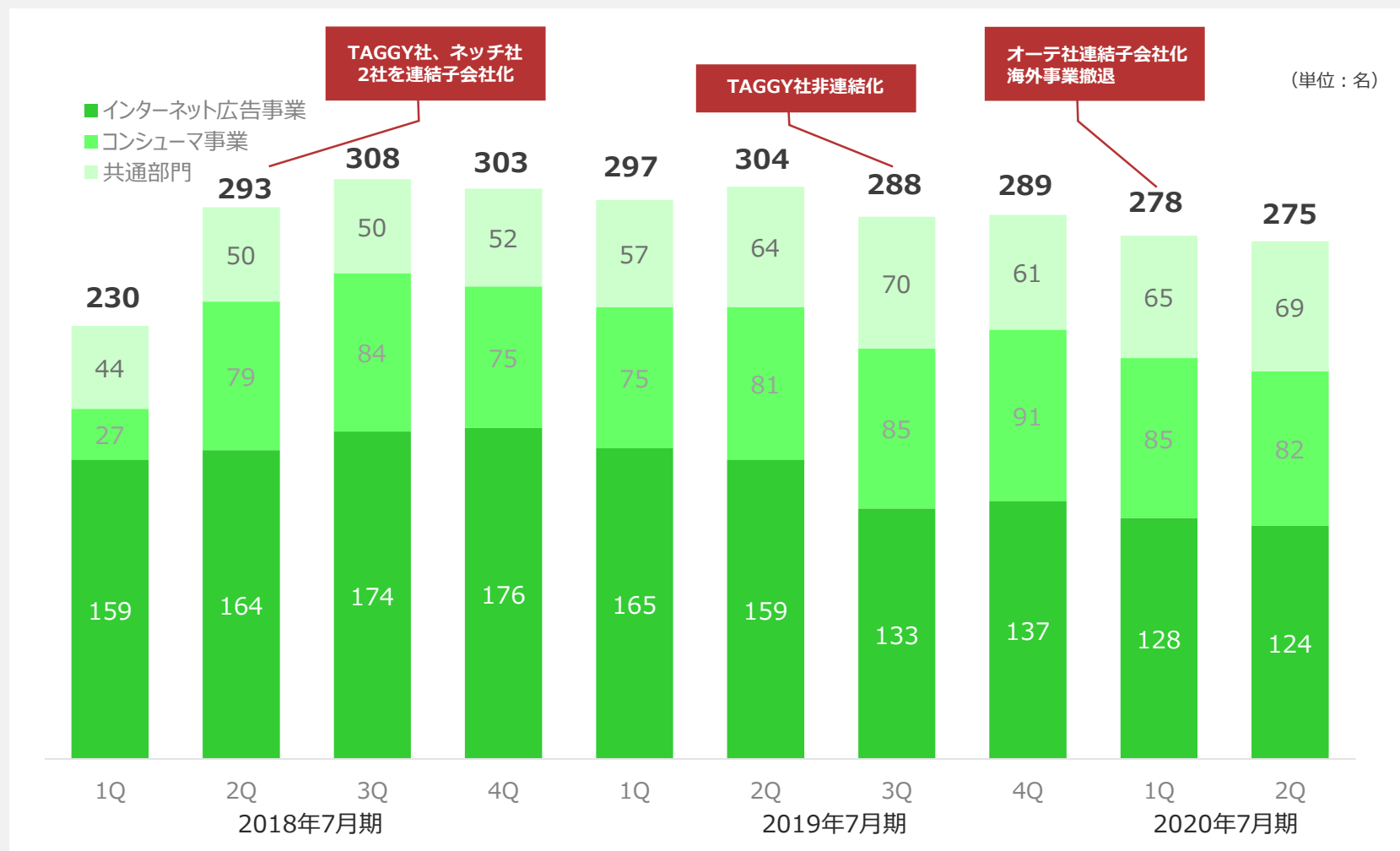


※1：主に通信費、支払手数料、地代家賃、荷造運賃、旅費交通費等にて構成

※2：広告宣伝費、販売促進引当金繰入額を含む

## 四半期 連結人員推移

生産性の向上と働き方の多様性への取り組みが奏功し、人員数は安定して推移。前年同期比での減少は子会社の連結除外や海外事業の撤退によるもの。

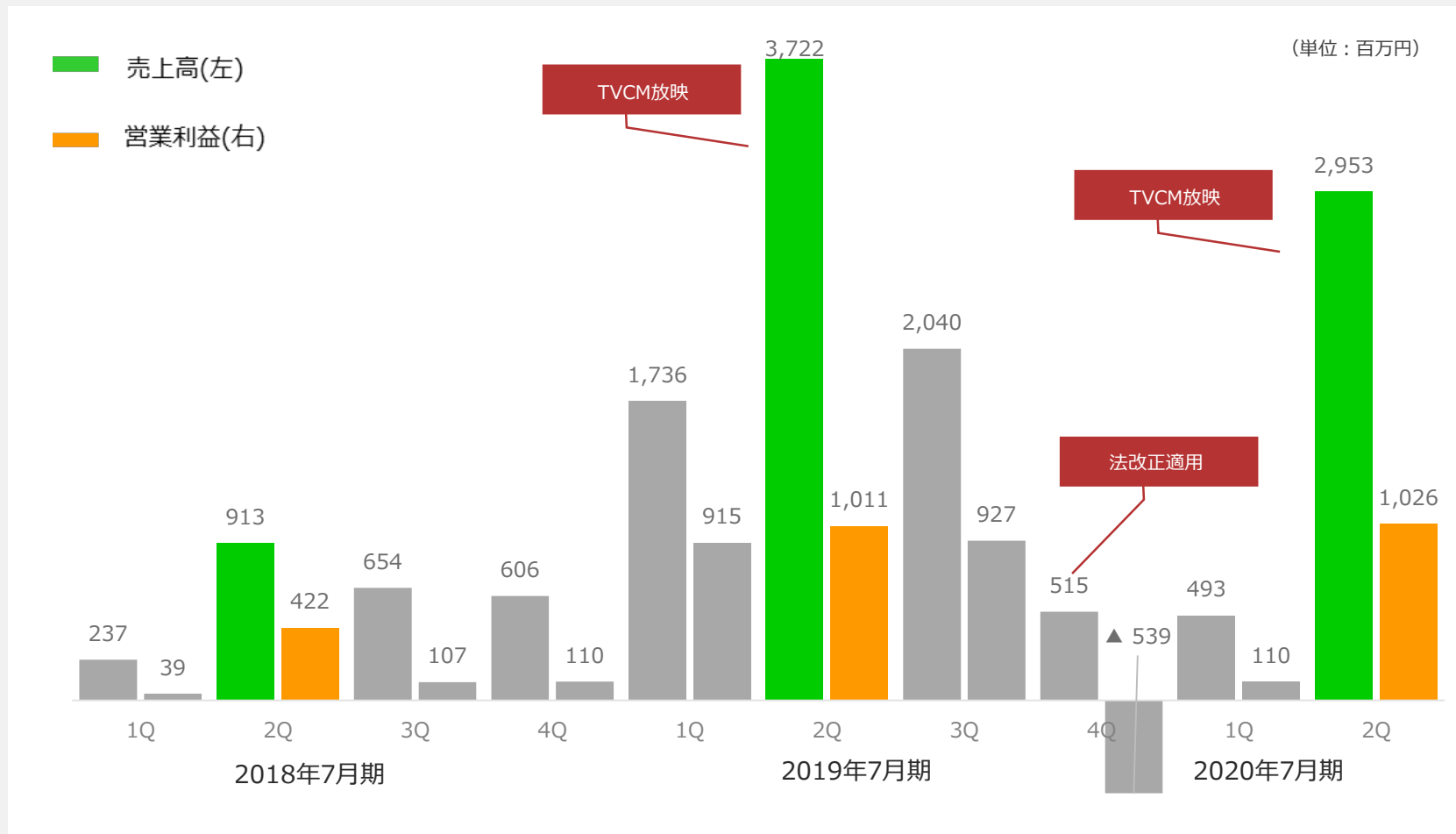


# 2020年7月期 第2四半期 セグメント概況及び成長戦略

## コンシューマ事業

# コンシューマ事業 業績推移

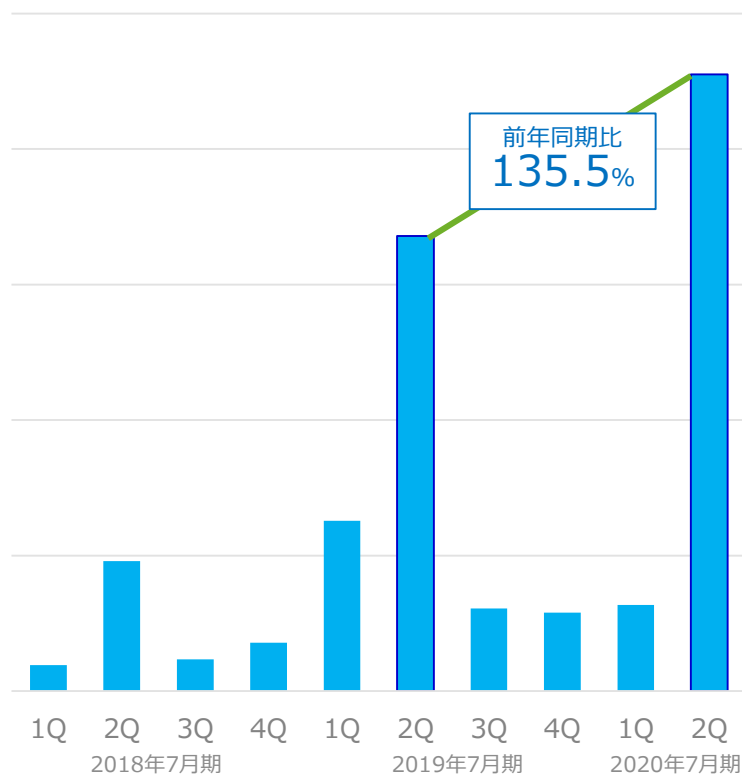
法改正による駆け込み特需での押し上げ効果はなくなり減収になったものの、年末のピークシーズンに合わせた積極的なプロモーションが奏功し増益を達成した。



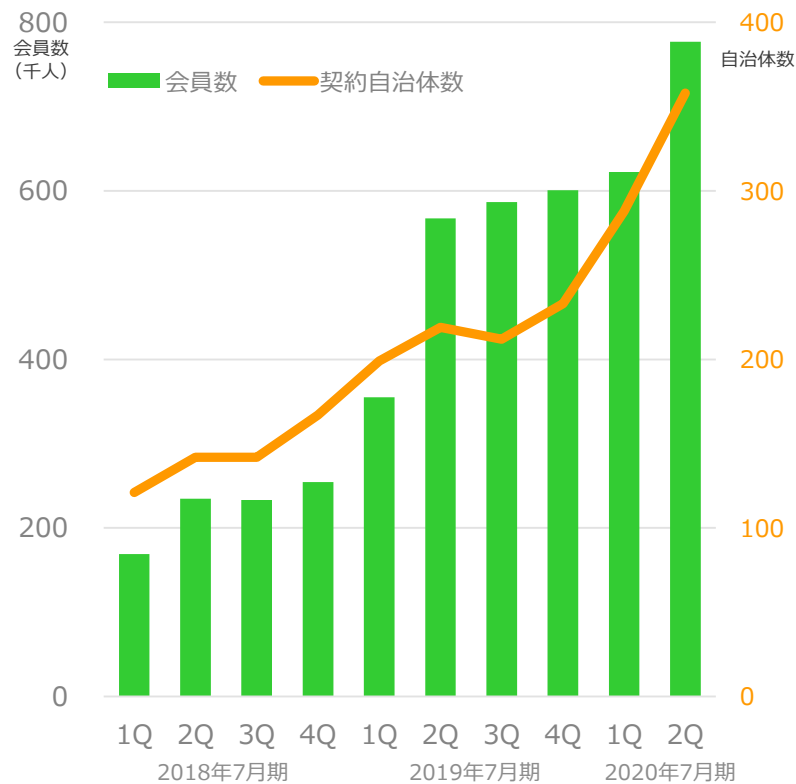
## ふるさと納税事業の成長推移

継続的なTVCMの効果により、指名検索シェア率※が前年同期比で約26%増加するなど、ブランド認知度が高まり、**寄附受付件数では前年を上回る結果**となった。また、会員数、契約自治体数も継続して増加し、収益拡大に貢献している。

### 寄附受付件数の推移



### 会員数と契約自治体数の推移



※ 検索サイトにてふるさと納税関連を検索する際に「ふるなび」と入力して検索した数を元に自社で算定



## 重点領域 ふるさと納税事業への成長投資

TVCMによる「ふるなび」ブランドの認知度の向上と、需要を促すプロモーション施策により、**市場の拡大**とふるさと納税**制度の浸透**に努めていく。また、自治体や地域メーカーとの連携を拡張していき、更なる制度の発展と収益の拡大を狙う。

### 強化施策

#### ブランド認知度と市場の拡大

- 11月より12月31日まで、ブランド強化のためのCM放映



- パブや取材などによる露出を強化するとともに、ユーザビリティ向上のためレビュー充実などの施策を実施

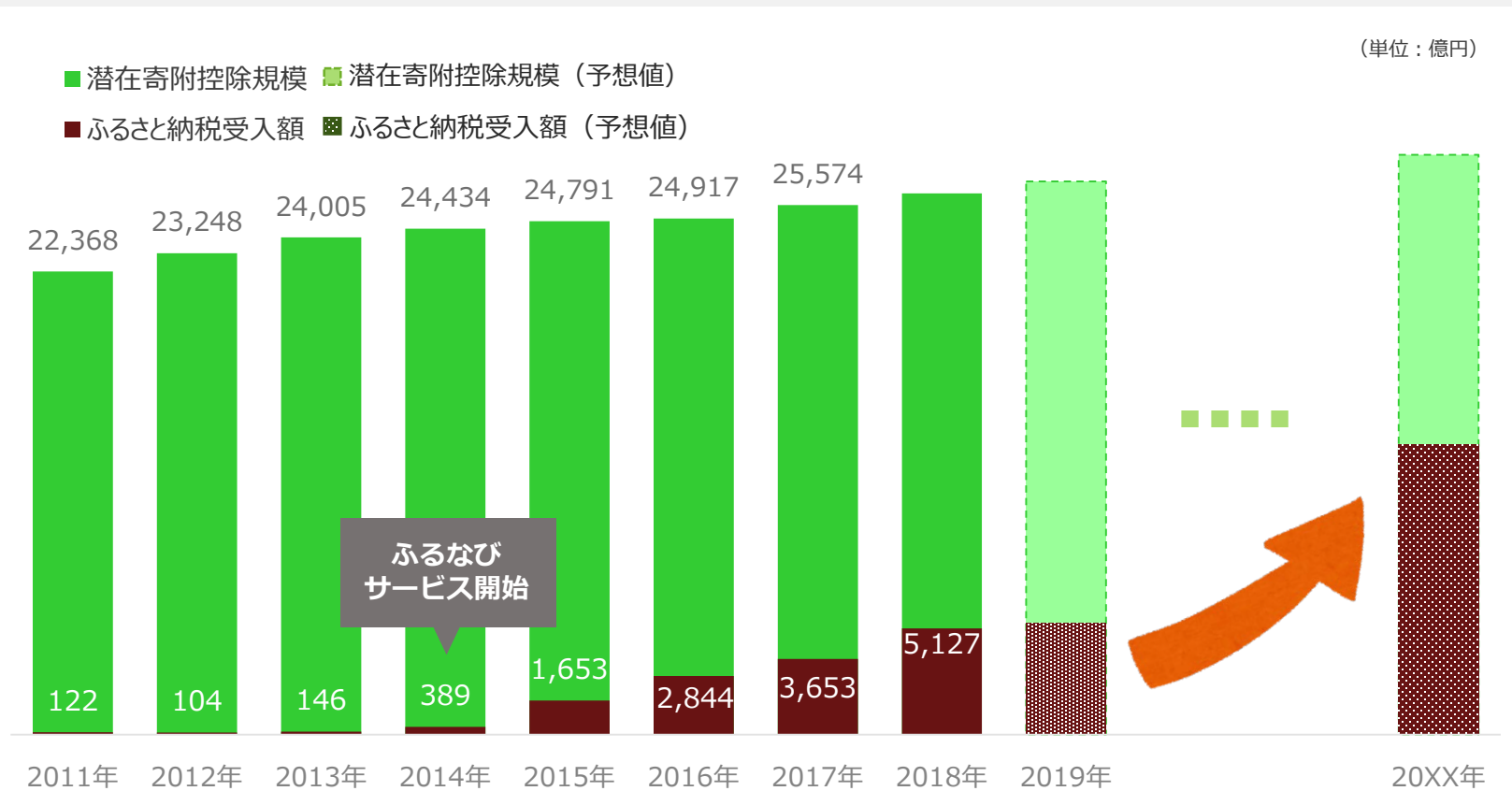


- ピークシーズンに向け、各種販促施策を実施
  - ポイント増量キャンペーン
  - 総額100億円が当たるキャンペーン
  - ふるなびデビューキャンペン
  - カタログキャンペーン



## 重点領域 ふるさと納税市場の推移

ふるさと納税受入額総計は順調に伸長しているものの、潜在寄附控除規模からみるとまだ拡大余地は大きく※、制度の安定化と認知度の向上により更なる成長を見込む。



- 2011~2017年 潜在寄附控除規模は「総務省発刊：地方財政の状況」を参考に当社にて算出（個人住民税歳入額×20%）
- 2011~2018年 ふるさと納税受入額は「ふるさと納税に関する現況調査結果」総務省 令和元年8月2日を参照
- ※ これらの算出は市場規模と成長性を当社基準で概算しているものであり、統計数値とは異なる部分があります

## 重点領域 レストランPR事業への成長投資

サービスの利便性向上と契約店舗数の拡大により、使いやすいサイトを目指す。また、固定収益化を目的とした新しいビジネスモデルも展開し、早期の成長を実現させる。

### 強化施策

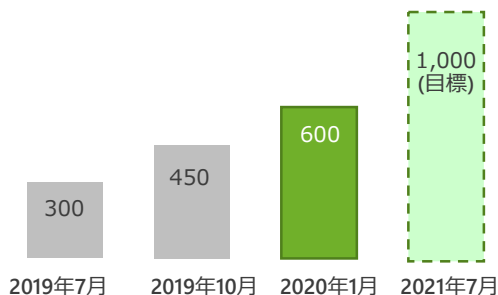


#### サービスの利便性向上

- ✓ レビュー（口コミ）投稿の増加策の実施

#### テッパン契約店舗数の増加

- ✓ テッパンのサービスコンセプトに沿った契約店舗の増加



#### ポイント流通の活性化

- ✓ 外部サービスからグルメポイントへのエクステンジ連携
- ✓ 予約する際にふるなびグルメポイントを利用し高級レストランをお得に利用できる、グルメポイントサービスの開始
- ✓ 収益安定化のため、サブスクリプションモデルを導入し20店舗以上が導入済み（プレミアムプラン）



## 参考資料 コンシューマ事業「ふるなび」関連サービス

オリジナルのサービス開発や返礼品の充実による「ユーザー利便性の向上」、ふるさと納税制度を利用した「社会貢献」の2つを軸に関連サービスを展開。



### ユーザー利便性の向上

#### ふるなびPremium

ふるさと納税コンシェルジュサービス。高額納税者を対象とし、寄附プランの提案から申込みまで一括で代行。

#### ふるなびトラベル

寄附で取得したポイントを、日本各地の宿泊施設で利用できる、オリジナル返礼品。

#### ふるなびカタログ

寄附によって一旦ポイントに変えた後、好きなタイミングで返礼品と交換が可能。

### ふるなび

### 社会貢献

#### ふるなびクラウドファンディング

目的から寄附先を選ぶクラウドファンディング型ふるさと納税。地域の課題解決のためのプロジェクトに直接寄附を行う。

#### ふるなび災害支援

災害支援用寄附の受付。  
災害発生時、ふるさと納税の制度を利用して復興のための資金を募る。

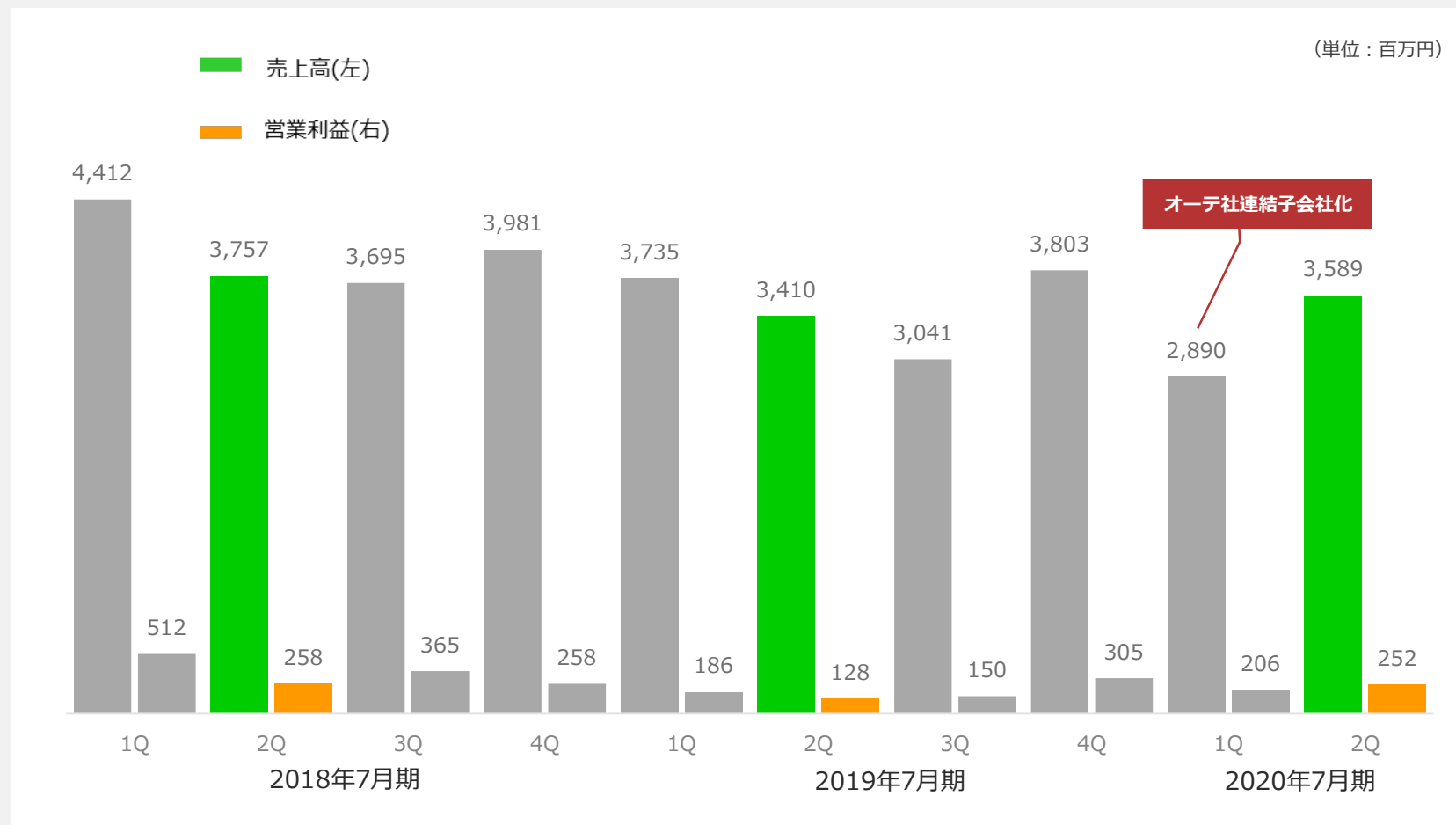
※1 日本マーケティングリサーチ機構調べ 調査概要：2019年8月期\_ブランド名のイメージ調査

# 2020年7月期 第2四半期 セグメント概況及び成長戦略

## インターネット広告事業

## インターネット広告事業 業績推移

ゲーム案件やEC案件等の予算縮小傾向や広告審査基準の厳格化による影響はあるものの、海外の**大手ゲーム顧客**の獲得やメディアソリューション事業での新たなメディア、市場の開拓が売上に貢献。アプリ運営事業も引き続き好調で増収増益を達成。



## 重点領域 インターネット広告事業での成長投資

動画広告事業の買付広告枠の拡大やアプリ運営事業、メディア側の収益最大化を目指すメディアソリューション事業を重点領域と位置付け、投資を拡大。海外クライアントの獲得や新しい広告フォーマット、ゲームアプリの開発も進行中。

### 重点領域



#### 動画広告掲載量の増加

- ✓ アウトストリーム動画広告は引き続き堅調であったが、広告審査の厳格化傾向によって一部で顧客離れが発生

#### 海外クライアントの獲得

- ✓ 取り組みに成果が表れ海外ゲームタイトルの受注に成功し、収益に貢献

#### 新しい広告フォーマットの開発

- ✓ 市場開拓のため、新しい広告フォーマットの開発を進めており、今期中に提供の予定



#### ユーザー数の増加

- ✓ LTV※の現状分析により、対費用効率を明確にした積極的な広告宣伝が可能になり、これが奏功し新規顧客を獲得

#### アプリ収益性のさらなる向上

- ✓ サイト上の広告が見られた回数であるimpressionごとの広告収益を最大化することでLTVが向上し、収益性が高まった

#### アプリタイトル数の増加

- ✓ カジュアルゲームの新タイトル開発を継続

※ LTV(ライフタイムバリュー): 一人の顧客がその取引期間を通じて企業にもたらすトータル価値

## 重点領域 メディアソリューション事業の成長

Google が提供するパブリッシャー向けプロダクトの導入アカウント数が**400アカウント**(前年同期比170%)を突破、売上高も**前年同期比約2倍**の成長。

アドネットワーク事業で培った商品の活用や運用ノウハウの提供、顧客基盤を活用した営業戦略によって新規開拓に成功

### ■ 2007年～

アイモバイル創業。インターネット広告領域において50,000社以上のWebおよびアプリパブリッシャーの広告収益最大化を支援

### ■ 2016年

Googleが提供しているアプリ内で収益を得ることができるパブリッシャー（アプリ運営者）向けのサービス「Google Ad Manager」の導入支援とサポート開始

### ■ 2019年7月

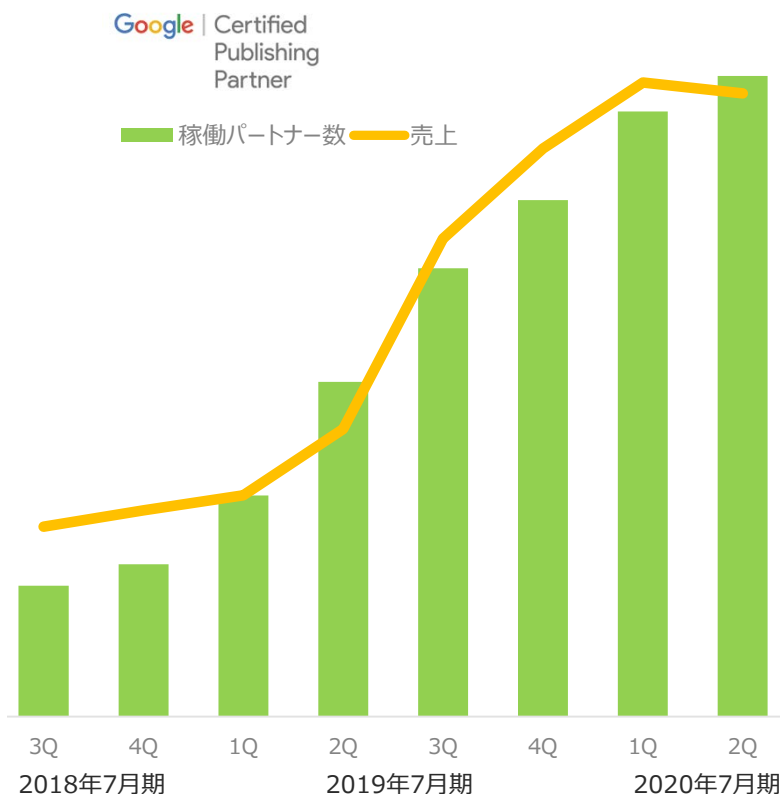
「サイト運営者向けGoogle認定パートナー」※ に国産アドネットワーク事業会社では初の正式認定

### ■ 2019年10月

Googleが提供するアプリ向け広告マネタイズプラットフォーム「AdMob」の取り扱い開始

※ Google Certified Publishing Partner ; Google が提供するパブリッシャー向けプロダクトの認定パートナー制度

### パートナー数と売上高の推移





## 参考資料 インターネット広告事業の事業領域

広告主とメディアを最適化し、広告効果・収益を最大化するための独自の広告配信プラットフォームを開発・提供。グループで広告代理業とメディア運営を行う。



# トピックス

# 自己株式の取得について

## 1. 自己株式の取得及び消却を行う理由

当社は、株主価値を高めることを目的として、自己株式の取得及び消却を行うものであります。

## 2. 自己株式の取得状況及び取得終了に関するお知らせ

- |                |                 |
|----------------|-----------------|
| (1) 取得対象株式の種類  | 当社普通株式          |
| (2) 取得した株式の総数  | 2,155,400 株     |
| (3) 株式の取得価額の総額 | 1,499,958,500 円 |

## 3. 自己株式の消却に関するお知らせ

- |                 |                            |
|-----------------|----------------------------|
| (1) 消却する株式の種類と数 | 当社普通株式 2,455,454 株         |
|                 | (消却前の発行済株式総数に対する割合 10.14%) |

- (2) 消却日 2020 年 2 月 28 日(※)

※2019 年 10 月 23 日開示の「自己株式取得に係る事項の決定及び自己株式消却に係る事項の決定に関するお知らせ」において、当初、消却予定日を 2020 年 5 月 15 日としておりましたが、自己株式の取得が早期に完了したため、消却日を上記日程としております。

ご参考：消却後の発行済株式総数は、21,758,106 株となります。

当社はふるさと納税制度を利用し、災害復興ため、被災地の事務負担軽減や、迅速な対応を目的に、被災された自治体に代わって寄附金の受付を行っております。

## ふるなび災害支援

- ✓ 「ふるなび災害支援」とは、国内で災害発生時に被災自治体や代理受付自治体が「ふるさと納税」の制度を利用して復興のための資金を募るサイトです。
- ✓ 従来のふるさと納税と同様、確定申告またはワンストップ特例制度を利用することで、所得税・住民税の控除の対象となります。
- ✓ 災害発生時に本当に支援を必要としている自治体に速やかに想いを届けることができます。  
※このふるなび災害支援では、自治体様から手数料をいただいております。

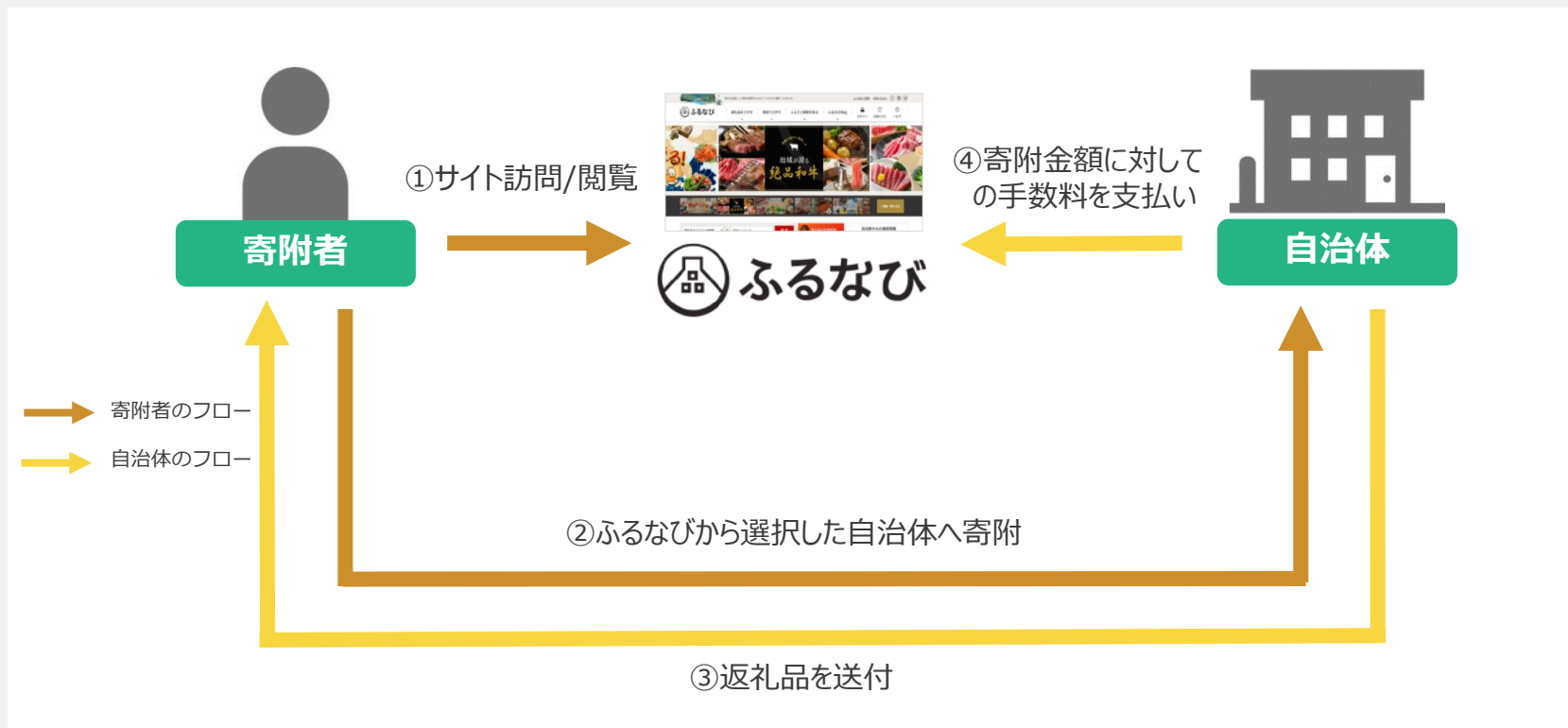
### 現在受付中の支援先

- ・ 令和元年台風19号 災害支援
- ・ 令和元年台風15号 災害支援
- ・ 令和元年8月 九州北部豪雨
- ・ 山形県沖地震 災害支援
- ・ 北海道胆振東部地震 災害支援
- ・ 平成30年7月豪雨 災害支援
- ・ 平成28年熊本地震

# 参考資料

## 参考資料 ビジネスモデル：ふるさと納税事業「ふるなび」

「ふるなび」は、寄附者に自治体の返礼品や支援を紹介するポータルサイト



ふるさと納税とは、自分の生まれ故郷はもちろん、お世話になった地域や、これから応援したい地域の力になりたいという思いを実現し、「ふるさと」へ貢献するための制度です。寄附による社会貢献はもとより、多くの自治体で寄附へのお礼として返礼品が用意されており、寄附者が好きに選べることもふるさと納税の大きな魅力です。住所地へ納税する住民税を実質的に移転する効果がある仕組みですが、寄附金税制を活用していますので、法律上は、寄附とそれに伴う税の軽減を組み合わせたものです。

「パズル de 懸賞」シリーズを中心とした高品質なパズルと懸賞品システムを融合したスマートフォンゲームアプリを提供。アイモバイル社のマーケティングマネジメント手法とプロダクトを活用し、メディアとして広告収益拡大に成功。

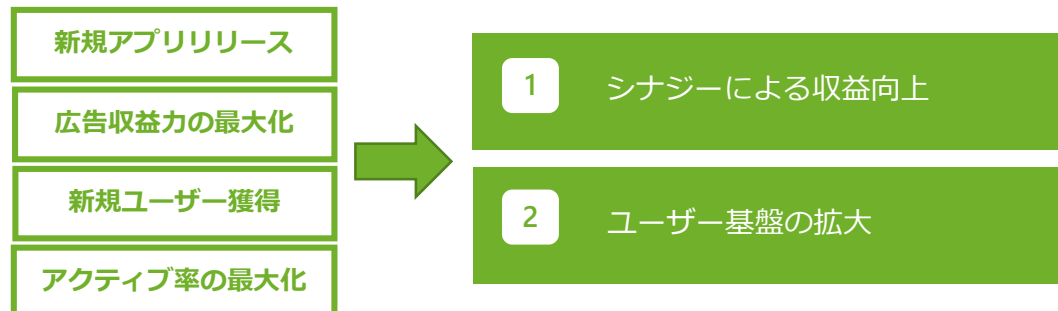
事業内容・ビジネスモデル

累計DL数 約275万回  
累計プレイ数 4億回以上

※2019年6月時点



成長戦略



## 参考資料 会社概要

商号	株式会社アイモバイル	資本金	136百万円 (2020年1月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 275名 (2020年1月末時点)
本社所在地	東京都渋谷区桜丘町22番14号 N.E.S.ビルN棟2階	代表者	代表取締役会長 田中 俊彦 代表取締役社長 野口 哲也
営業拠点	東京本社 関西支社 九州支社	取締役	取締役 溝田 吉倫 取締役 富重 眞栄 社外取締役 田中 邦裕 社外取締役 嶋 聡 常勤監査役(社外) 轟 幸夫 監査役(社外) 石本 忠次 監査役(社外) 高木 明
グループ 事業内容	アドネットワーク事業 アフィリエイト事業 動画広告事業 インターネット広告代理店事業 アプリ運営事業 ふるさと納税事業 ネットキャッチャー事業 レストランPR事業 等	主要 連結子会社	株式会社サイバーコンサルタント (100.0%) オーテ株式会社 (100.0%) 株式会社ネッチ (46.2%)



## 免責事項

- 本資料に記載した意見や予測は、資料作成現時点における当社の見解でありその情報の正確性を保証するものではありません。実際の業績等は様々な要因により異なる可能性があることをご了承願います。本資料の作成に当たっては、記載されている情報に誤り・遺漏等が無いよう細心の注意を払っておりますが、その情報の正確性及び完全性を保証するものではありません。
- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらのリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

“ひとの未来に貢献する”マーケティングを

