



2020年3月期 決算説明資料

2020/5/15

株式会社アイリッジ

(証券コード：3917)

INDEX

1. 2020年3月期決算について
2. 足元の課題への対応状況と今期取組み方針
3. 会社概要



1. 2020年3月期決算について

ハイライト

■ 決算概要

- ✓ 2020年3月期の連結売上高は、計画比97%の達成、前年比※では26%増。
第3Q時点では例年通り3月に最大売上を見込み、計画を上回る進捗であったが、新型コロナウイルスの影響で一部案件の見送り等が発生、若干の未達となった。
- ✓ 2020年3月期の連結営業利益は、計画比46%、前年比※では黒字化を達成。
最重要課題であった粗利率の改善の成果が足元で顕在化しつつあるものの、通期計画には及ばず、第4Qの案件見送り等による売上減の影響もあり、販管費抑制に努めるも計画には届かなかった。
- ✓ 連結子会社フィノバレーにおいて、144百万円のソフトウェアの減損損失を特別損失に計上。

■ 2021年3月期の業績予想

- ✓ 新型コロナウイルスによる影響の見極めができ次第、公表予定。

※) 前期は変則決算だったため、2018年4月~2019年3月までの連結換算で対前年比較を実施。
連結換算の詳細は次ページをご参照ください。

2020年3月期 決算概要

- 売上は通期5,337百万円。通期計画比97%の達成。第3Qまでは計画を上回る見込みで進捗していたが、新型コロナウイルスの影響による一部案件の見送り等が発生、若干の未達で着地。
- 営業利益は通期114百万円。粗利率は第4Qに大幅改善したものの、第3Qまでの遅れを取り戻すには至らず、販管費抑制に努めるも通期では計画比46%の未達となった。
- 連結子会社の株式会社フィノバレーにおいて、ソフトウェアの減損処理を実施。144百万円の減損損失を特別損失に計上した。詳細は後述。

(単位：百万円)	20/3期累計 (連結)				(ご参考) 20/3期4Q (連結)		20/3期 (連結)
	実績	対売上高	対計画	対前年	実績	対売上高	予想
売上高	5,337	100.0%	97.0%	125.7%	1,505	100.0%	5,500
売上原価	3,863	72.4%	—	128.4%	1,016	67.5%	—
売上総利益	1,474	27.6%	—	119.3%	489	32.5%	—
販管費	1,359	25.5%	—	105.6%	327	21.8%	—
営業利益	114	2.2%	46.0%	—	162	10.8%	250
EBITDA	311	5.8%	69.2%	—	214	14.3%	450
経常利益	114	2.1%	45.7%	—	160	10.7%	250
親会社株主に帰属する当期純利益	△ 81	—	—	—	△ 10	—	120

※) 前期は変則決算だったため、2018年4月～2019年3月までの連結換算で対前年比較を実施。

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。

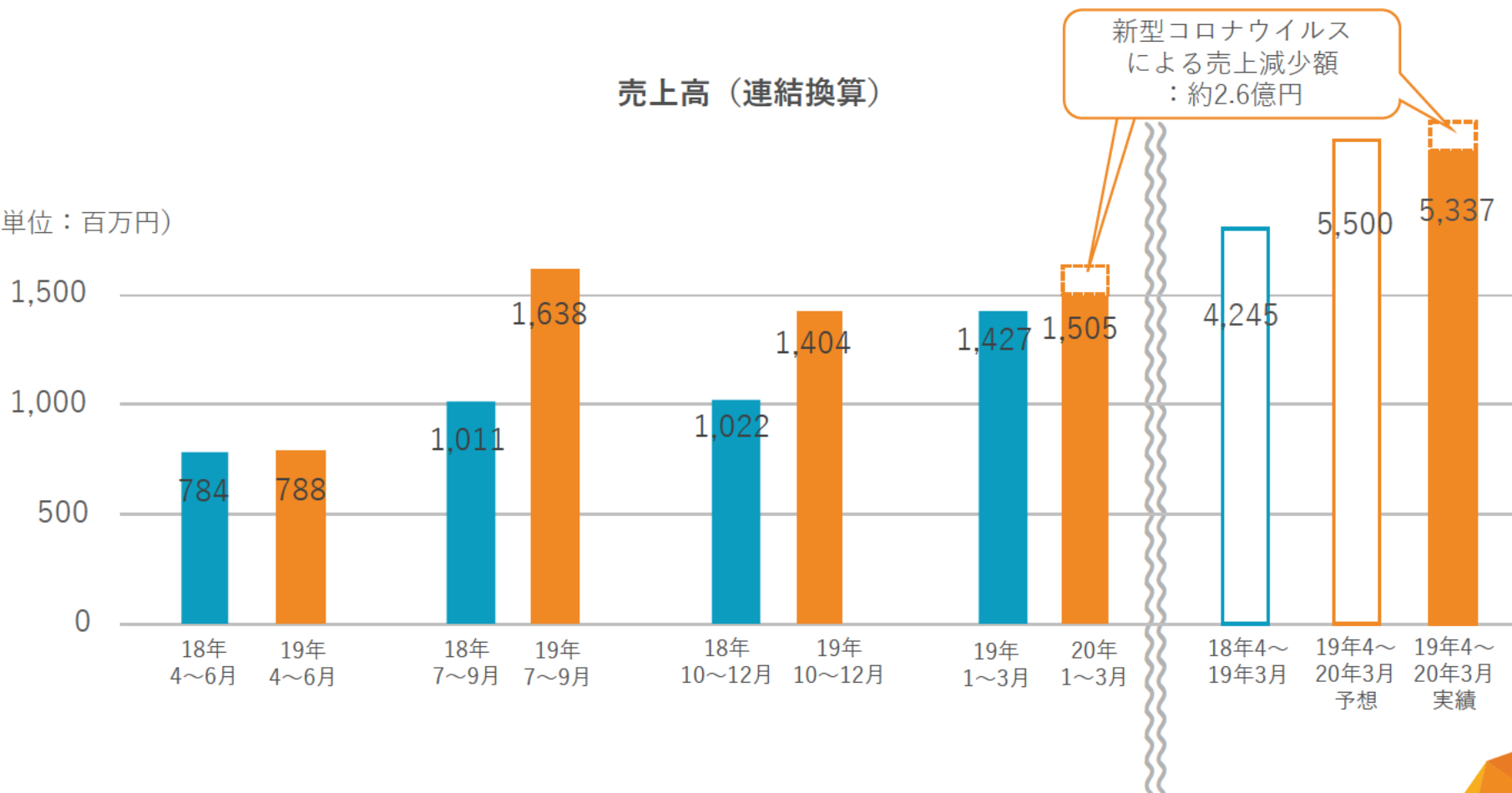
2018年7月～2019年3月連結換算は、アイリッジ、フィノバレー、DGマーケティングデザインの単純合算値にのれん償却を考慮し算出。

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ながら、第2Q～第3Qは大型案件の寄与により前年同期比30～60%増と大幅伸長。
- 第4Qも同様のトレンドが見込まれたが、新型コロナウイルスの影響で一部案件の4月以降へのずれ込みや年度末プロモーションのキャンセルが発生し、約2.6億円の売上高が減少、通期では計画をわずかに下回った。

売上高（連結換算）

(単位：百万円)



サービス別の売上高

- 「月額報酬」：サービス開始10周年を迎えたアプリ向け顧客データ分析プラットフォーム「FANSHIP」を、2019年7月に大型リニューアル。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期累計 (連結)		(ご参考) 20/3期1Q (連結)		(ご参考) 20/3期2Q (連結)		(ご参考) 20/3期3Q (連結)		(ご参考) 20/3期4Q (連結)	
	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
月額報酬	782	14.7%	162	20.6%	174	10.6%	220	15.7%	224	14.9%
アプリ開発、コンサル、 プロモーション等	4,555	85.3%	625	79.4%	1,464	89.4%	1,183	84.3%	1,281	85.1%
合計	5,337	100.0%	788	100.0%	1,638	100.0%	1,404	100.0%	1,505	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

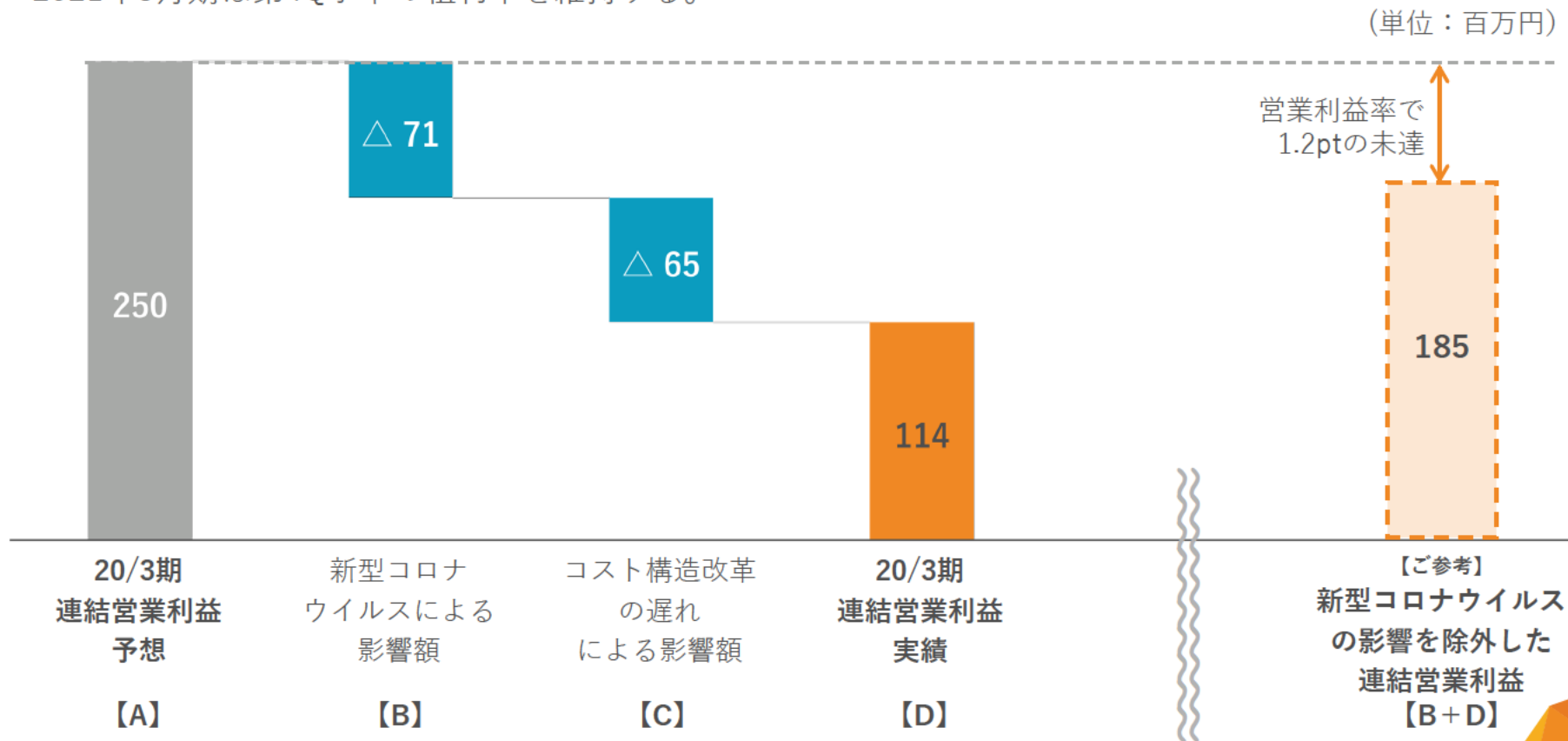
売上原価、販管費

- 売上原価：継続して原価低減に取り組んだ結果、改善傾向にあった原価率は第4Qで67.5%と第1Q比で7.5ptの大幅改善を実現。
- 販管費：積極採用による人員増等にも関わらず、販管費は抑制傾向が継続。

(単位：百万円)	20/3期累計 (連結)		20/3期1Q (連結)		20/3期2Q (連結)		20/3期3Q (連結)		20/3期4Q (連結)	
	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
売上原価	3,863	72.4%	591	75.0%	1,209	73.8%	1,046	74.5%	1,016	67.5%
原価人件費	388	7.3%	57	7.3%	109	6.7%	110	7.8%	110	7.3%
外注費	3,121	58.5%	457	58.0%	1,017	62.1%	828	59.0%	818	54.3%
その他原価	353	6.6%	76	9.7%	81	5.0%	107	7.7%	87	5.8%
販売費及び一般管理費	1,359	25.5%	372	47.2%	330	20.2%	328	23.4%	327	21.8%
人件費	797	14.9%	203	25.8%	197	12.0%	199	14.2%	197	13.1%
採用費	57	1.1%	31	4.0%	13	0.8%	3	0.2%	8	0.6%
管理諸費・支払報酬	79	1.5%	25	3.2%	16	1.0%	20	1.5%	16	1.1%
のれん償却	51	1.0%	12	1.6%	12	0.8%	13	1.0%	13	0.9%
業務委託費	76	1.4%	18	2.4%	19	1.2%	19	1.4%	18	1.2%
その他経費	297	5.6%	81	10.3%	70	4.3%	72	5.2%	72	4.8%
営業利益	114	2.2%	△ 175	-	98	6.0%	29	2.1%	162	10.8%
EBITDA	311	5.8%	△ 129	-	144	8.8%	81	5.8%	214	14.3%

営業利益未達の要因分析

- 連結営業利益未達の主因は、【B】新型コロナウイルスによる一部案件の見送り等の影響71百万円、【C】コスト構造改革の遅れによる影響65百万円。
- 新型コロナウイルスの影響がなかった場合の推定連結営業利益は185百万円【B+D】。この場合、連結営業利益予想に対しての未達は65百万円、営業利益率ベースでは1.2pt。
- また、最重要課題であった粗利率の改善は当初計画よりも遅れたものの、第4Qには大幅に改善しており、2021年3月期は第4Q水準の粗利率を維持する。



特別損失の計上

- 当社連結子会社の株式会社フィノバレー（以下「フィノバレー」）が計上するフィンテック事業に係るソフトウェアを「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき減損処理し、減損損失を特別損失に計上。

事業環境と 減損処理の 背景

- フィノバレーはデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」を軸としたフィンテック事業を営む連結子会社であり、地域の金融機関や地方自治体と連携してサービス提供を行っている
- 「MoneyEasy」は地域経済活性化の有効な一手段として関心が寄せられ、2021年3月期においても実証実験や導入の検討を進められていた
- 一方で、新型コロナウイルスの影響で顧客先での施策優先度の変化が見られ、現状では2021年3月期に計画通りの事業展開を見通すことが難しいと考えられるため、フィンテック事業に係るソフトウェアの減損（144百万円）を判断

今後の 見通し

- 「MoneyEasy」が地域経済活性化の観点から有効な手段であることは変わらない
- 政府の“新しい生活様式”で提言されている“人と人とを介さない非接触の電子決済手段”でもあり、安定を取り戻した後はこれまで以上の関心が寄せられると想定

(ご参考) 四半期推移

(単位：百万円)	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)		20/3期3Q 連結 (10~12月)		20/3期4Q 連結 (1~3月)		20/3期通期 連結 (19.4~20.3 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	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比
売上高	1,004	100.0%	977	100.0%	1,279	100.0%	3,261	100.0%	788	100.0%	1,638	100.0%	1,404	100.0%	1,505	100.0%	5,337	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%	1,046	74.5%	1,016	67.5%	3,863	72.4%
原価人件費	63	6.4%	57	5.9%	62	4.9%	183	5.6%	57	7.3%	109	6.7%	110	7.8%	110	7.3%	388	7.3%
外注費	553	55.1%	563	57.6%	785	61.4%	1,902	58.3%	457	58.0%	1,017	62.1%	828	59.0%	818	54.3%	3,121	58.5%
その他原価	95	9.6%	82	8.4%	37	2.9%	215	6.6%	76	9.7%	81	5.0%	107	7.7%	87	5.8%	353	6.6%
売上総利益	291	29.0%	274	28.1%	394	30.8%	960	29.4%	197	25.0%	428	26.2%	358	25.5%	489	32.5%	1,474	27.6%
販管費	332	33.1%	341	34.9%	273	21.4%	947	29.1%	372	47.2%	330	20.2%	328	23.4%	327	21.8%	1,359	25.5%
人件費	181	18.0%	188	19.3%	163	12.8%	533	16.4%	203	25.8%	197	12.0%	199	14.2%	197	13.1%	797	14.9%
採用費	16	1.6%	13	1.4%	9	0.7%	39	1.2%	31	4.0%	13	0.8%	3	0.2%	8	0.6%	57	1.1%
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%	20	1.5%	16	1.1%	79	1.5%
のれん償却	12	1.2%	12	1.3%	8	0.6%	32	1.0%	12	1.6%	12	0.8%	13	1.0%	13	0.9%	51	1.0%
業務委託費	24	2.5%	25	2.6%	17	1.4%	67	2.1%	18	2.4%	19	1.2%	19	1.4%	18	1.2%	76	1.4%
その他経費	71	7.1%	80	8.3%	51	4.0%	204	6.3%	81	10.3%	70	4.3%	72	5.2%	72	4.8%	297	5.6%
営業利益	△ 41	-	△ 66	-	121	9.5%	12	0.4%	△ 175	-	98	6.0%	29	2.1%	162	10.8%	114	2.2%
EBITDA	△ 4	-	△ 27	-	150	11.7%	118	3.6%	△ 129	-	144	8.8%	81	5.8%	214	14.3%	311	5.8%
経常利益	△ 39	-	△ 65	-	121	9.5%	15	0.5%	△ 174	-	99	6.1%	29	2.1%	160	10.7%	114	2.1%
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%	8	0.6%	△ 10	-	△ 81	-

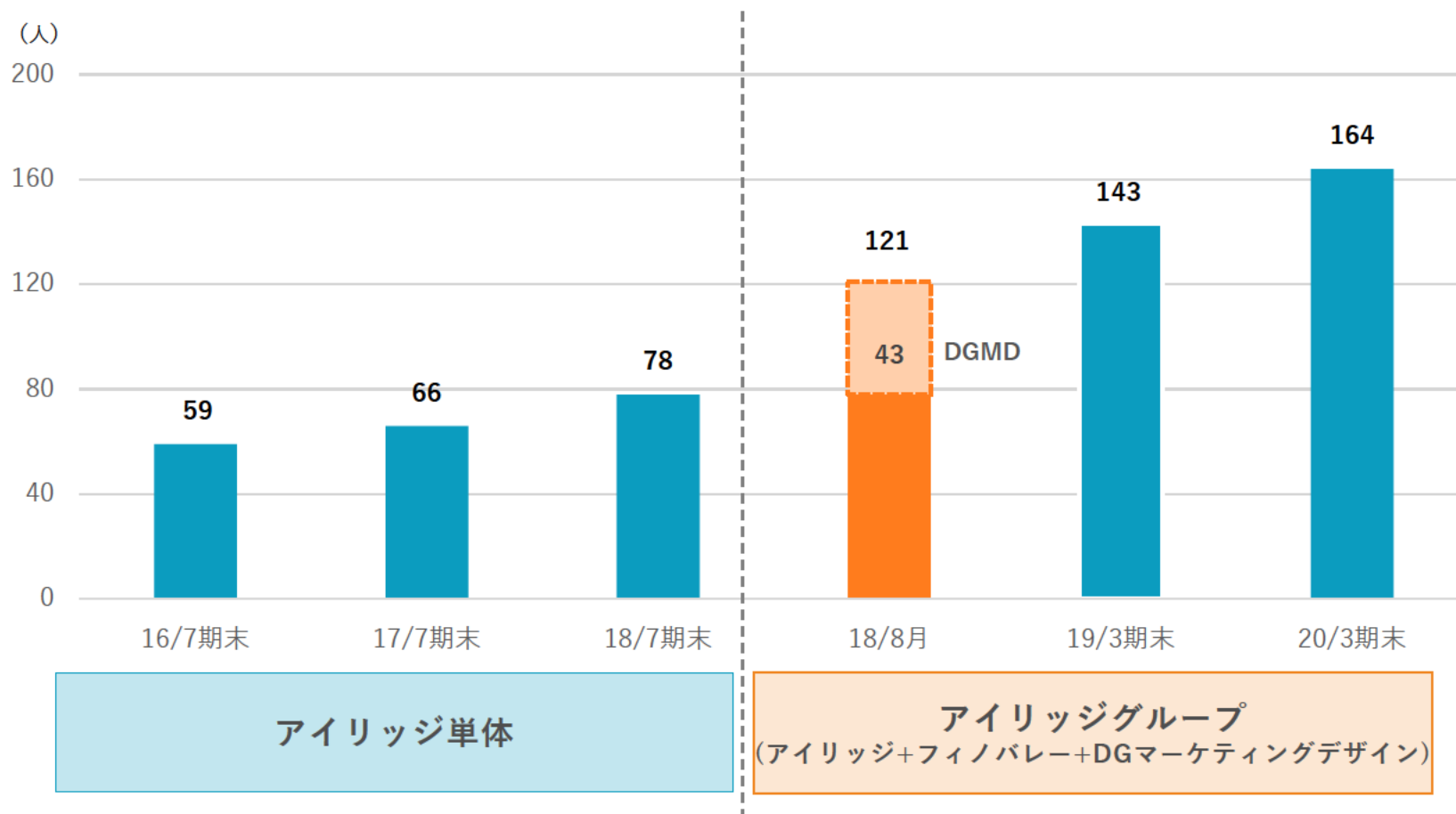
貸借対照表

- 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。
- 株式会社フィノバレーにおいてソフトウェアの減損（144百万円）を実施。

	20/3期 (連結)	
	期末実績	構成比 (%)
(単位：百万円)		
流動資産	2,431	64.3%
現金及び預金	1,106	29.2%
受取手形及び売掛金	1,145	30.3%
仕掛品	145	3.9%
固定資産	1,352	35.7%
のれん	528	14.0%
ソフトウェア・仮勘定	203	5.4%
繰延税金資産	391	10.3%
資産合計	3,784	100.0%
流動負債	972	25.7%
買掛金	379	10.0%
未払法人税等	60	1.6%
賞与引当金	101	2.7%
固定負債	42	1.1%
負債合計	1,015	26.8%
純資産合計	2,768	73.2%
負債・純資産合計	3,784	100.0%

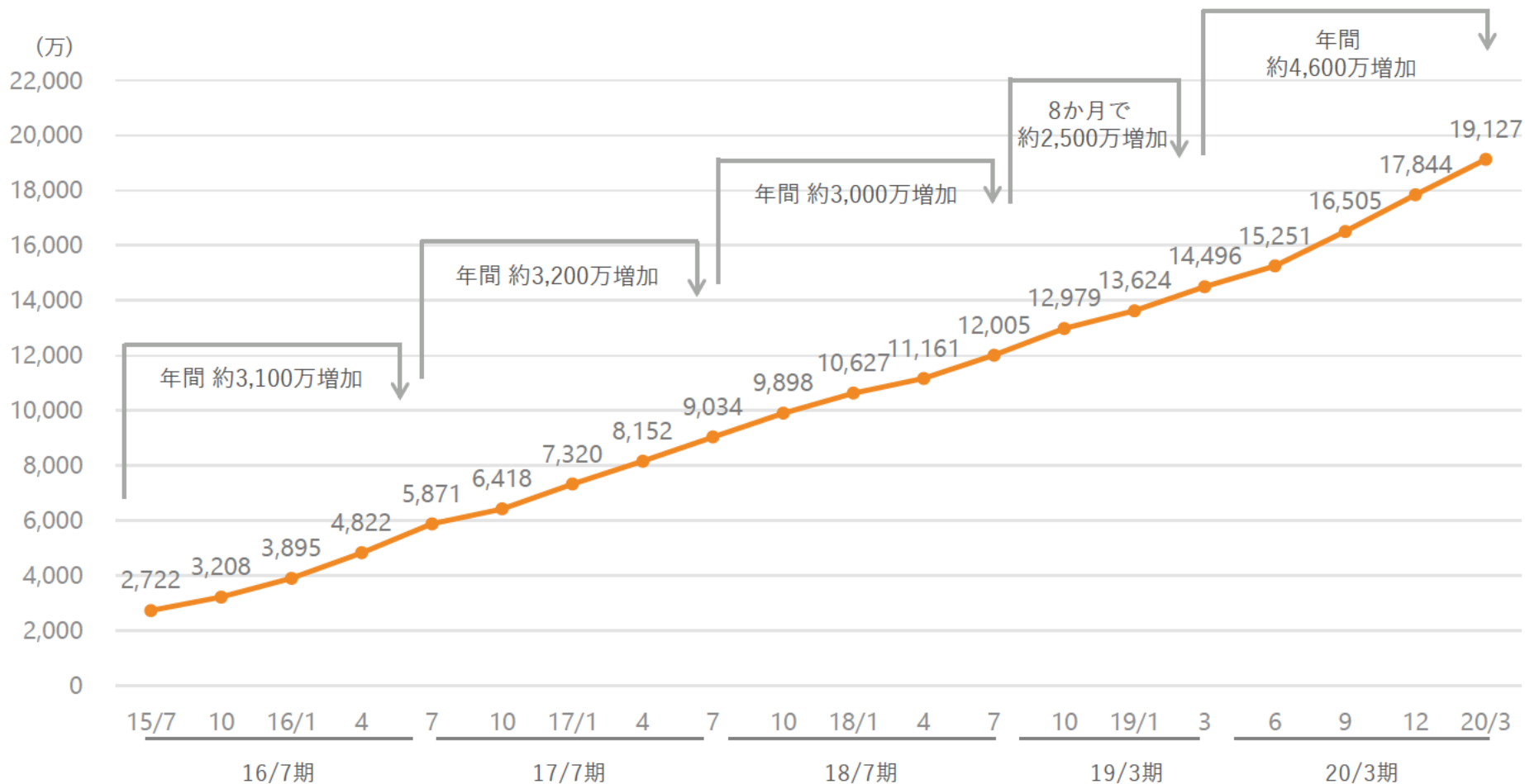
従業員数の推移

- 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。
- 今後はプロフェッショナル人材の育成、強化も積極的に推進。



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。

新型コロナウイルスへの緊急対応取組み状況

- 2月19日以降、新型コロナウイルスへの緊急対応を実施、感染拡大防止に継続取組み中。
- リモートワークに対応しやすい業務が多く、事業継続にあたって大きな問題はなく、web会議等への移行が進む。

在宅リモートワーク化／出社の原則禁止

- ✓ 2月以降、リモートワークと時差出勤を推奨し、大人数が集まるイベント・セミナー参加を原則禁止
- ✓ 4月1日以降、原則リモートワーク化し、社内外の打ち合わせ等をweb会議で実施
- ✓ 4月8日以降、原則出社を禁止

感染症予防の徹底及び罹患対応の整備

- ✓ 感染予防と役職員の健康管理を徹底
- ✓ 万が一罹患が発生した際の適切な対応マニュアルを整備

対応実施後も、事業継続にあたって特段大きな問題なし

(ご参考) 2020年1月以降のニュース

2020/1/14	第44回日本ショッピングセンター全国大会「SCビジネスフェア2020」に出展
2020/1/29	使うほどまちづくりへの貢献に デジタル地域通貨・アクアコインで支払える「アクアコインでんき」提供開始
2020/1/30	国内初・IoT家電に必要なシステムを標準パッケージに 「NOID IoTクラウド」パートナー募集を開始
2020/2/4	フィノバレーが君津信用組合を割当先として、第三者割当増資を実施
2020/2/6	DroidKaigi 2020にGOLD SPONSORとして協賛
2020/2/26	mozoワンダーシティでポイントが2倍たまる「mozo.ペイ」も搭載 「mozoアプリ」を開発支援 FANSHIP導入
2020/3/4	ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」 小田急電鉄の公式スマートフォンアプリ「小田急アプリ」に導入
2020/3/11	DGマーケティングデザイン、街を歩く人に「場所×音」情報を届けるWebARメディア『SoundMap』を提供開始
2020/3/17	LINE株式会社との「LINE BRAIN Partner Program」正規パートナー契約締結のお知らせ
2020/3/18	フィノバレーによるデジタル証券を活用した地域活性化プラットフォームに関する業務推進
2020/3/24	他社鉄道アプリ連携・トイレ空き状況確認に対応 「南海アプリ」バージョンアップを開発支援
2020/3/26	飛騨高山のさるばこコインと木更津市のアクアコイン、全国のセブン銀行ATMからの現金チャージが可能に
2020/5/11	1億円規模・最大34%上乗せ 電子地域通貨・さるばこコイン、飛騨市民対象のプレミアム電子地域通貨を発行
2020/5/15	アイリッジとメディカルネット 業界初の口腔内カメラを活用した歯科向けオンライン診療サービスの提供に向けて業務提携

前期のトピックス

1 各業界向けアプリ開発／FANSHIP浸透の拡大

- 各業界に向けたビジネス深堀を強化
- 特に、Fintech（金融・決済）業界、鉄道業界への導入が順調に進行

2 ストックソリューションの機能強化

- サービス開始10周年を迎えたアプリ向け顧客データ分析プラットフォーム「FANSHIP」を、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、順調にスイッチ導入先を拡大
- 今後アプリマーケティング支援への深耕を行い、売上拡大を図る

3 デジタル地域通貨事業の進行

- 業務資本提携/サービス連携の進行
- デジタル証券・給与支払い・市税等支払い・電子版プレミアム付商品券対応等、電子地域通貨機能の強化を進行

トピックス① 各業界向けアプリ開発／FANSHIP浸透の拡大

- Fintech（金融・決済）業界、鉄道業界を中心に、各業界向けのアプリ開発/FANSHIP導入が拡大。

Fintech（金融・決済）業界

FANSHIP導入済み金融機関の拡大

- ✓ 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」導入済み

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

- ✓ ゆうちょPay/JAバンクアプリ等へも導入



ゆうちょPay
(2019年9月)



JAバンクアプリ
(2019年12月)

ファミペイのマルチポイント化を開発支援

- ✓ ファミペイによる「dポイント」「楽天ポイント」「Tポイント」へのマルチポイント対応を開発支援



鉄道業界

南海アプリを開発支援

- ✓ リアルタイムに確認できる「列車走行位置」機能や遅延情報などをお知らせする「運行情報通知」機能に対応し、顧客の快適な鉄道利用体験をサポート



小田急アプリにFANSHIPを導入

- ✓ 2019年12月のリニューアルでは「沿線情報」と「バス情報」等の機能が追加。FANSHIPの導入により、より柔軟なプッシュ配信の運用やオンラインとオフラインの垣根を越えた効果測定が可能に

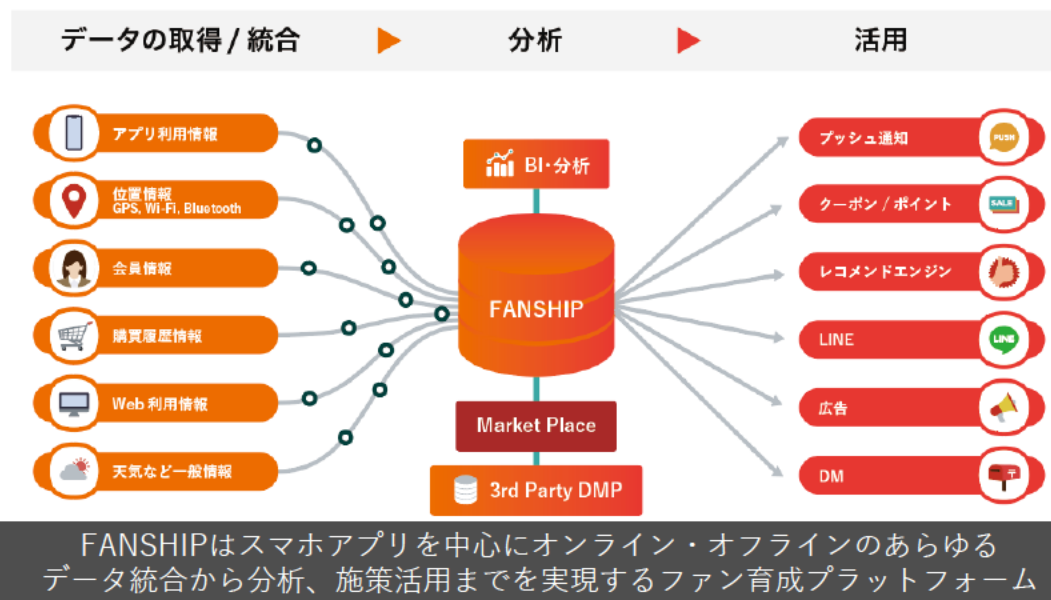


トピックス② ストックソリューションの機能強化

- 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、アプリマーケティング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



前期のFANSHIP新規導入アプリ（一例）





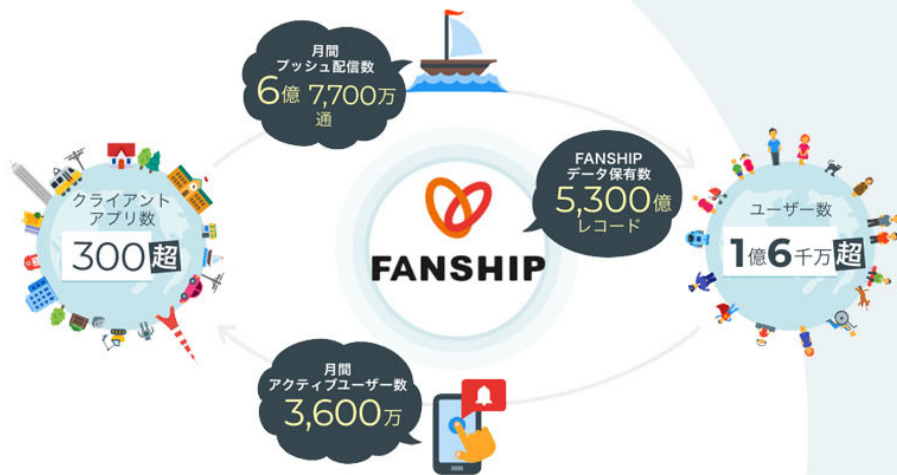
10TH

アイリッジが、FANSHIPの前身・popinfoを

フィーチャーフォン待受画面向け情報配信サービスとして

提供開始したのが2009年11月4日。

その後、スマートフォン対応や顧客データ分析プラットフォームFANSHIPへの
リブランディングも経て、おかげさまで10周年を迎えることができました。

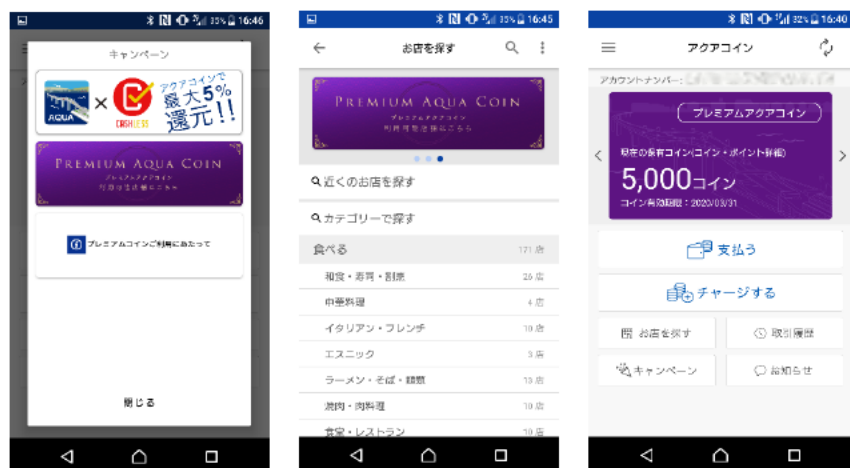


トピックス③ デジタル地域通貨事業の進行

- 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。
- 2020年2月には、木更津市を対象とするデジタル地域通貨「アクアコイン」※の協業先である君津信用組合との資本提携を実施。

プレミアムアクアコイン

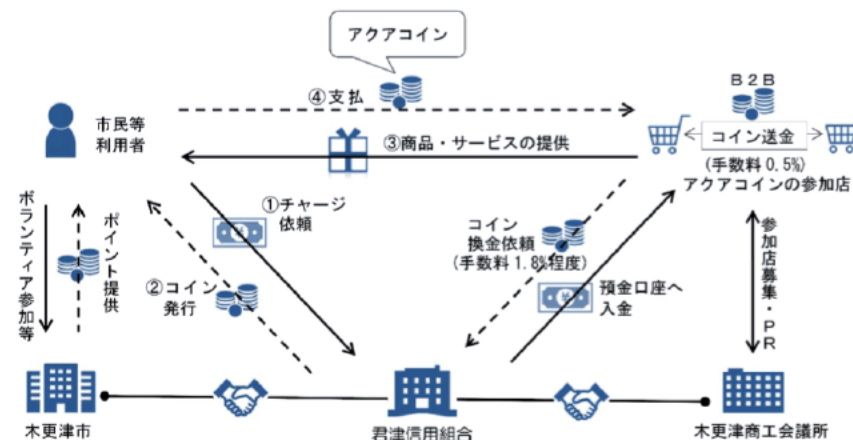
従来の紙媒体によるプレミアム付商品券発行とあわせて、電子地域通貨「アクアコイン」のアプリを活用した電子版商品券「プレミアムアクアコイン」を導入。利用者の利便性向上や商品券発行事務作業の効率化にも期待



資本提携による協業先との関係強化

「アクアコイン」のさらなる利便性の向上・活性化を図っていくための関係強化を目的とし、君津信用組合を割当先とする第三者割当増資を実施（2020年2月4日）

「アクアコイン」の仕組み



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。



2.足元の課題への対応状況と 今期取組み方針

前期（20/3期）の課題と対応状況

- 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、若干の遅れがあったものの順調に進行し、前期第4Qでは粗利率が大幅に改善。
- 今期（21/3期）は、粗利率の改善状態を維持するとともに、中期方針であるストックシフトを引き続き進めていく。

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tock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
- ・ キースミスワールドの吸収合併
(2019/10)

(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

(成果の具現化) 20/3期 2Q~

- ・ FANSHIP導入の拡大
- ・ NOIDによる新サービスの展開

土壌・足元（短期）への対応策の実施により、粗利率は順調に改善

- ・ 前期第1Qの粗利率25.0%から、第4Qには32.5%に改善

→今期は前期第4Q水準の粗利率を維持

FANSHIPの大型リニューアルは完了。複数の大型案件も獲得

→今期は既存顧客へのアップセルとターゲットの拡大

今期（21/3期）の取組み方針

① 開発案件の粗利率改善維持と高付加価値化（前期から継続）

- アプリ開発案件の粗利率が前期第4Qで改善。今期も改善状態を継続する
- CTO室を設置、全社横串でのPMO/品質管理を強化し「見える化・仕組化」を推進
- FANSHIPを活用した企画・開発・運用の顧客トータルサポートを提供することで高付加価値化にも取り組む

② スtockシフト：安定収益比率の向上（前期から継続）

- 前期は既存顧客及び新規顧客の開発案件大型化によりストック売上は堅調に推移
- スtockシフトの更なる加速のため、アプリマーケティング支援等のストックソリューションを強化し、既存顧客へのアップセルを図るとともに、中堅企業に向けたマーケティングを強化

③ 事業環境変化への対応

- リモートワーク等による働き方の変化に柔軟に対応し、上記テーマを遂行
- 中期的な成長機会の獲得に向けた新たな成長領域の見極めとソリューションの強化

今期（21/3期）の主な重点活動領域と取組み方針

- 前期からの継続取組みである「粗利率の改善」及び「ストックシフト」に加え、当社の強みを活かして、事業環境変化へ迅速・柔軟に対応していく。

		取組み方針	
		短期（足腰の強化）	中期
1 開発案件の 粗利率改善維持と 高付加価値化	a)開発体制/原価 管理の強化	<ul style="list-style-type: none"> • 全社機能としてCTO室を設置。全社横串でのPMO/品質管理を強化し「見える化・仕組化」。ノウハウを社内に蓄積 	<ul style="list-style-type: none"> • 蓄積したノウハウを活用し、プロフェッショナル人材を育成・強化、内製割合を向上
	b)高付加価値案件/ 業界への注力	<ul style="list-style-type: none"> • FANSHIPを活用した企画・開発・運用の顧客トータルサポート提供を確立し高付加価値化 	<ul style="list-style-type: none"> • 業界特化の専門知見を継続蓄積し、業界に応じてカスタマイズされたソリューション提案を強化
2 ストックシフト： 安定収益比率の向上	ストック型 ソリューションの 強化・拡充	<ul style="list-style-type: none"> • FANSHIPの機能拡充とアプリマーケティング支援等のストック型ソリューションを強化。既存顧客へのアップセルを図る • 培った経験/ノウハウをもとに中堅企業向けにサービス開発/最適化を行い、ターゲットを拡充 	
3 事業環境変化 への対応	中期も見据えた 事業環境変化へ 迅速・柔軟に対応	<ul style="list-style-type: none"> • 柔軟なコストコントロールの実施 	<ul style="list-style-type: none"> • 新たなビジネススタイル・働き方の変化に対応した業務変革による生産性/人材定着率向上
		<ul style="list-style-type: none"> • リテールテックやEC化の推進等、当社の強みであるOMOソリューション、デジタル地域通貨等を活かせる新たな成長領域の見極めとソリューションの強化 	

①-a 開発案件の粗利率改善維持と高付加価値化

開発体制/原価管理の強化

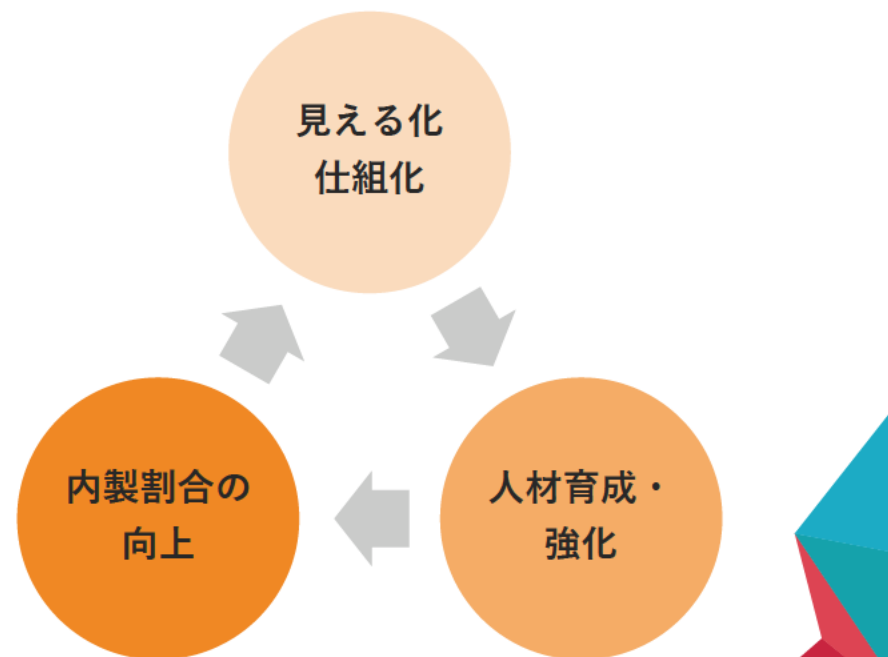
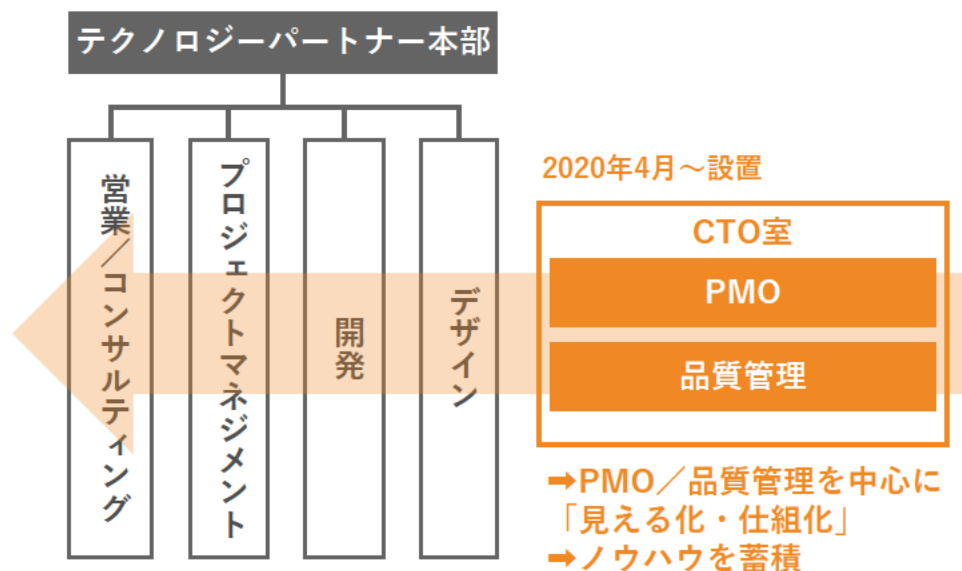
- 前期は開発体制の増強と大型プロジェクトの管理を「見える化」することで粗利率を改善。
- 今期は全社機能としてCTO室を設定し、開発工程をより「見える化・仕組化」することで、前期第4Q水準の粗利率を維持していく。
- 中期的には「見える化・仕組化」によって人材を育成強化し、内製割合の向上による粗利率の改善を図る。

組織体制の強化

- ✓ 2020年4月より全社機能としてCTO室を設定。全社横串でのPMO/品質管理を強化

中期的な取組み

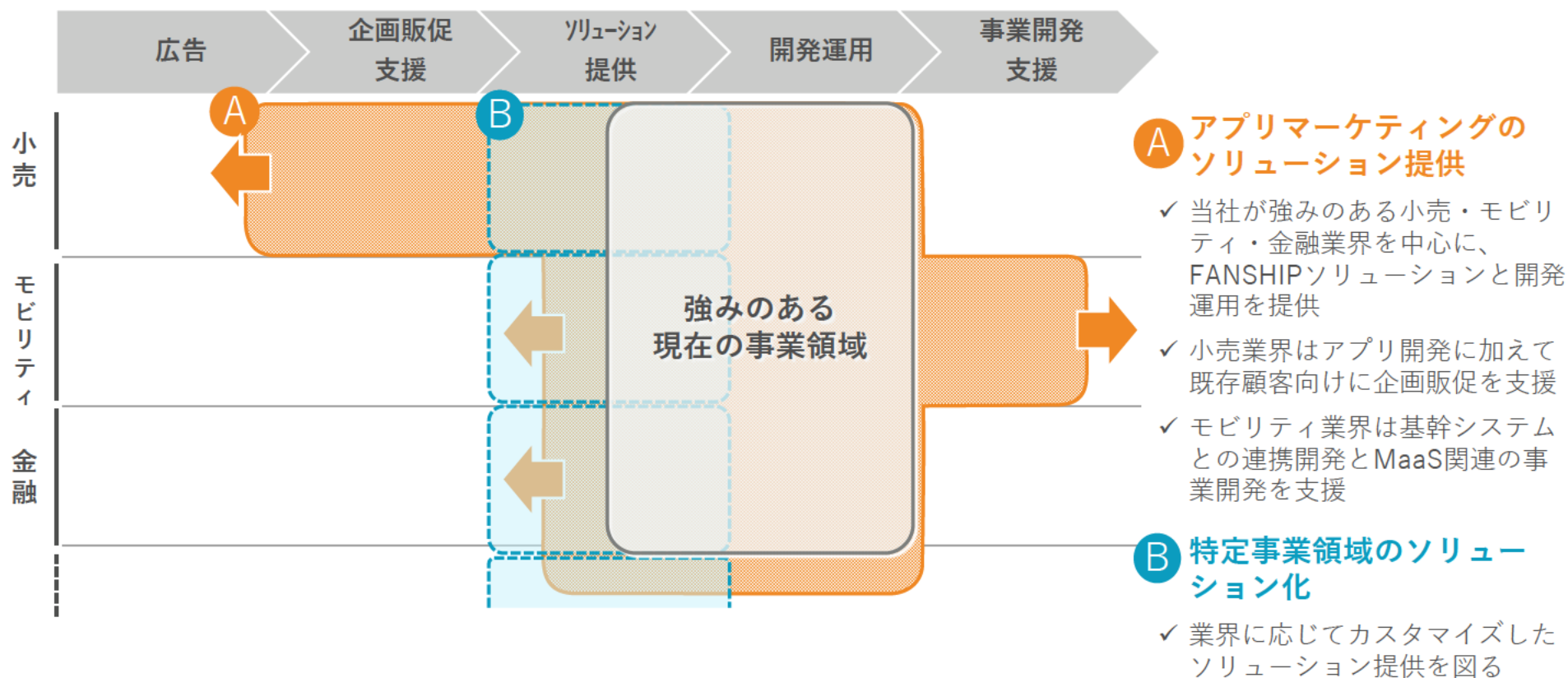
- ✓ 蓄積したノウハウを活用し、プロフェッショナル人材を育成・強化し、内製割合を向上



①-b 開発案件の粗利率改善維持と高付加価値化

高付加価値案件/業界への注力

- 当社が強みのある小売・モビリティ・金融業界を中心に、FANSHIPソリューションを軸に業界ニーズに合ったサービス支援を提供し、高付加価値化を図る。
- 中期的には各業界の専門性を高め、業界に応じてカスタマイズしたソリューションの提供を目指す。



② ストックシフト：安定収益比率の向上

- 前期はFANSHIPの大型リニューアルを完了。複数の大型案件も獲得し、売上は堅調に推移。
- 今期もFANSHIPを軸に、アプリマーケティング支援等のストックソリューションを強化し、既存顧客へのアップセルを図るとともに、中堅企業に向けたマーケティングを強化する。

機能／サービス拡充

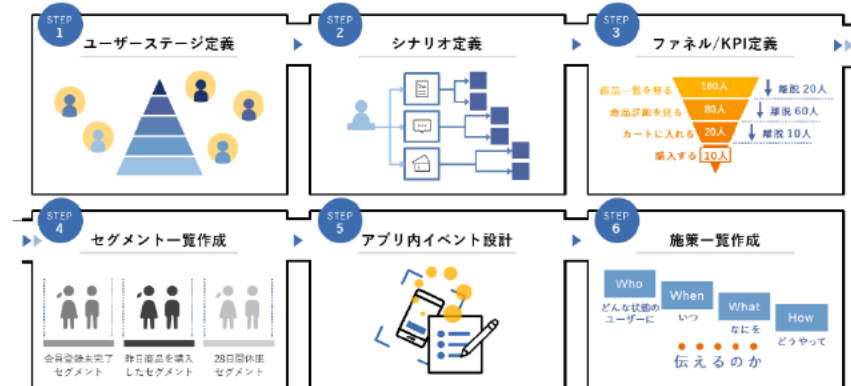
- ✓ FANSHIPのCDPとしての機能拡充を進めるとともに、アプリ運用を含めたアプリマーケティング支援を強化

FANSHIP機能強化

- ✓ CDPとしての機能拡充と、他チャネル・サービスとの連携拡充

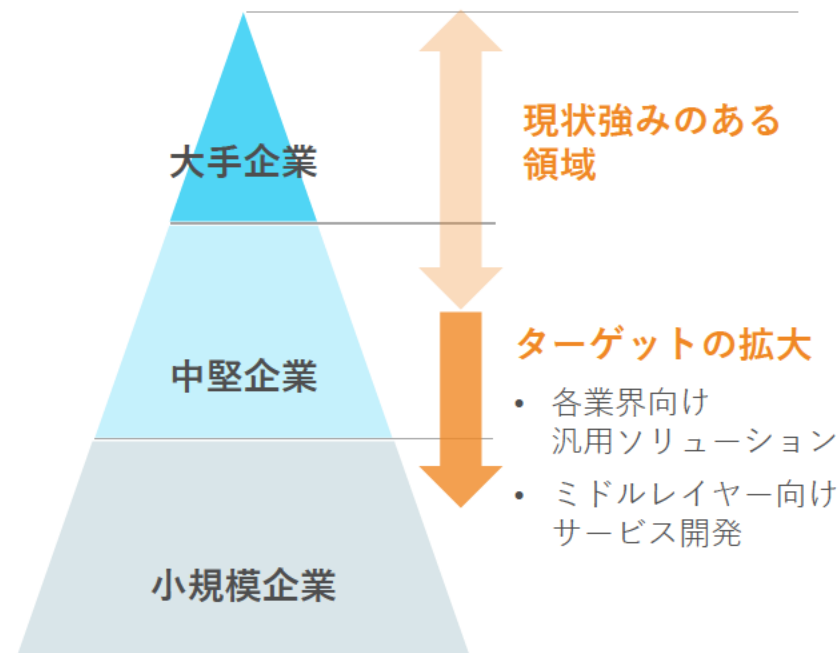
アプリマーケティング支援強化

- ✓ アプリの活用・運用支援までをフォロー。クライアントのアプリ施策の効果を最大化



ターゲットの拡大

- ✓ 培った経験/ノウハウをもとに中堅企業向けにサービス開発/最適化を行い、ターゲットを拡大



③ 事業環境変化への対応

- 新型コロナウイルスの影響により見込まれる事業環境の変化を踏まえ、当面の先行き不透明さに対するコストコントロールを実施しながら、当社の強みを活かして新たな成長機会を獲得する。

ビジネススタイル/働き方の 変化

【短期／足元】

- 新規アポイント減少による潜在顧客獲得機会の喪失

【中期】

- ビジネススタイル/働き方の変化
 - ✓ 働く時間・場所が柔軟に(テレワーク推進等)
 - ✓ 商談のリモート化・稟議のオンライン化が当たり前

市場/顧客需要の 変化

【短期／足元】

- 顧客企業のシステム投資/プロモーション抑制に伴う予算縮小が発生

【中期】

- EC化推進などのオンライン・デジタルビジネスの拡大
- 上記に伴う、新しいマーケティング機会の増加
 - ✓ リテールテックやOMO※マーケティング(EC×店舗)
- 地域経済振興ニーズの拡大

【短期／足元】

- 不透明な事業環境を踏まえ、採用計画や広告宣伝活動等において柔軟なコストコントロールを実施

【中期】


- 新しい働き方にあわせた人材獲得強化と定着率の向上。業務のデジタル化の推進による自動化/効率化
- 当社の強みであるOMOソリューション、デジタル地域通貨等を活かした、新たな成長領域の見極めとソリューションの強化

※) OMOとはOnline Merges with Offlineの略称。デジタル/リアルの区別をせず、あらゆるユーザー体験をデータ化し、そのデータをユーザーエクスペリエンスの向上の為に還元していくという概念のこと。

2021年3月期の業績予想

■ 2021年3月期の業績予想について

- ✓ 新型コロナウイルスの影響により、現状、アプリ開発／プロモーション等において、一部顧客企業の予算縮小等の影響が発生しております。
- ✓ 新型コロナウイルスによる影響の継続期間や今後の拡大状況が不透明な現状において、2021年3月期の業績予想については、適正かつ合理的な予測が困難であるため、「未定」といたします。
- ✓ 合理的に予測可能となった時点で公表いたします。

The page features decorative geometric patterns in the corners. The top-left corner is filled with a cluster of triangles in shades of yellow, orange, and teal. The bottom-right corner is filled with a larger, more complex cluster of triangles in shades of orange, yellow, teal, and red. The central area of the page is white and contains the main text.

3.会社概要

会社概要（2020年3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">・ 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・ 020アプリの企画・開発・ 020マーケティング（集客・販促等の企画・運用支援）
資本金	10億67百万円
従業員数	単体：106人 連結：164人

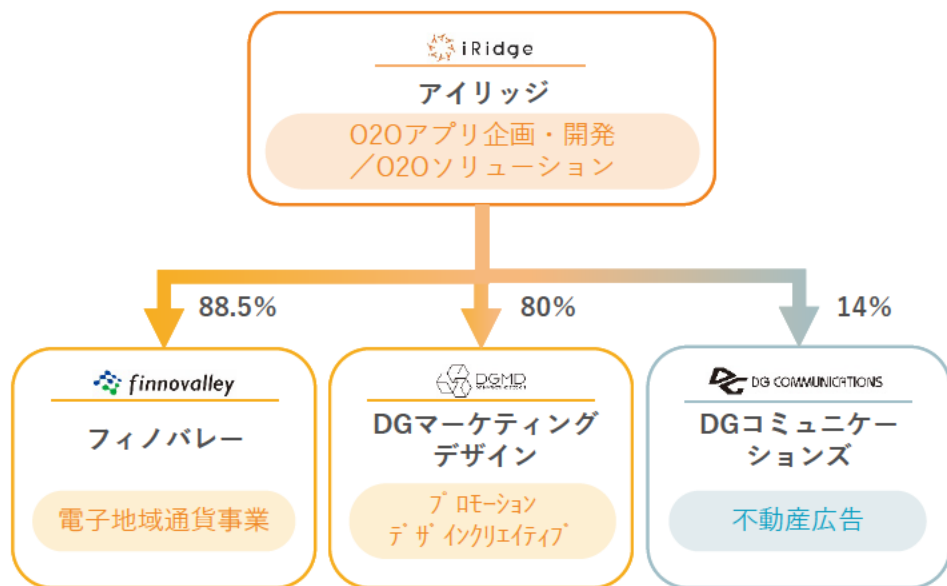
株主構成（2020年3月末現在）

小田 健太郎	33.91%
デジタルガレージ	14.11%
クレディセゾン	8.05%
NTTデータ	1.94%
五味 大輔	1.64%
資産管理サービス信託銀行 （証券投資信託口）	1.54%
クレディ・スイス証券株式会社	1.53%
SBI証券	1.22%
初雁 益夫	1.04%
京セラコミュニケーションシステム	0.98%

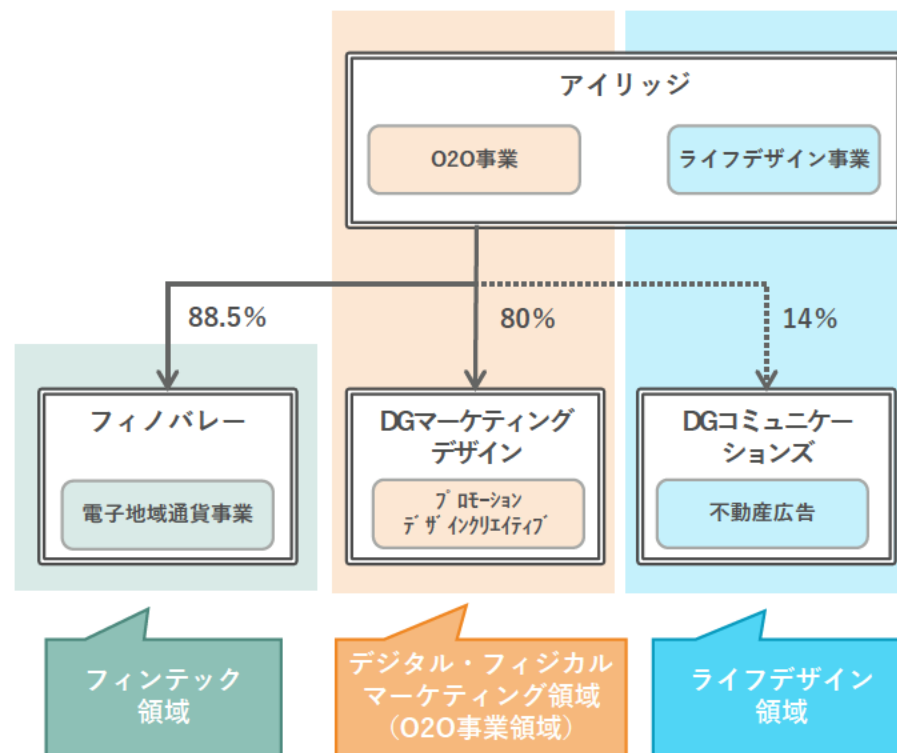
グループ体制図と事業領域

- 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、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 buildings. The sky is a mix of blue and orange, and the city lights are beginning to glow. The text is overlaid on the center of the image.

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。