



2021年7月期 第1四半期決算説明資料

株式会社アイモバイル

(東証一部 6535)

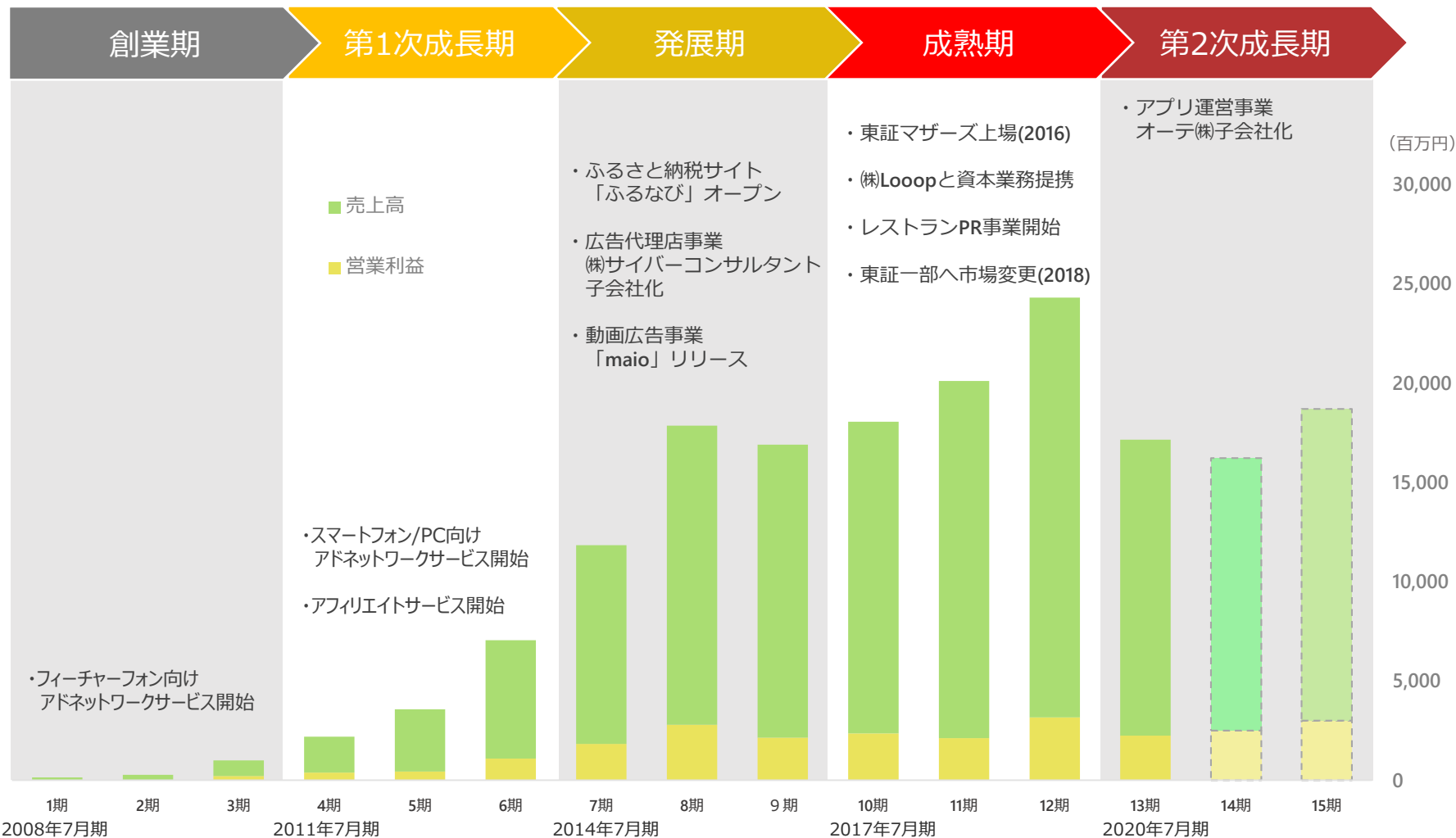
2020年12月10日

“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	事業名/会社名	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	ふるさと納税のポータルサイト
コンシューマ事業	レストランPR事業  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	トラベル事業  ふるなびトラベル	ふるさと納税サイト「ふるなび」会員向けの宿泊予約サービス
コンシューマ事業	ポイントサービス事業  たまるモール byふるなび	ふるさと納税サイト「ふるなび」会員向けのポイントサービス
インターネット 広告事業	i-mobile Ad Network 	CPC課金型広告の提供及び動画広告「maio」の提供
インターネット 広告事業	i-mobile Affiliate 	CPA課金型広告の提供
インターネット 広告事業	Media Solution 	Google認定パートナーとして、Googleが提供するプロダクトなどを駆使した長期的なメディア収益向上の為に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 	インターネット広告代理店事業の提供
インターネット 広告事業	オーテ(株) 	スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営

2021年7月期 第1四半期決算概要

エグゼクティブサマリ①

	既存事業 成長強化領域 (Organic growth)	成長事業 戦略投資領域 (Semi Organic growth)
コンシューマ事業	ふるさと納税事業  ふるなび	ふるなび周辺事業   
インターネット広告事業	アドネットワーク事業   Google Certified Publishing Partner	アプリ運営事業 

— 2021年7月期 第1四半期総括 —

- 
 ふるさと納税事業では、制度の認知度向上やキャンペーン効果により、会員数、寄附件数共に増加。**寄附金額が前年同四半期を大きく上回った**
- 
 アプリ運営事業は、効率を最適化した**広告**による**新規顧客獲得が奏功**。大きく収益に貢献し、業績は引き続き好調に推移
- 
 アドプロダクト事業やアフィリエイト事業は、事業構造の再構築に取り組んだ結果、**顧客数が増加**するも、厳しい市場環境が続き減収となった

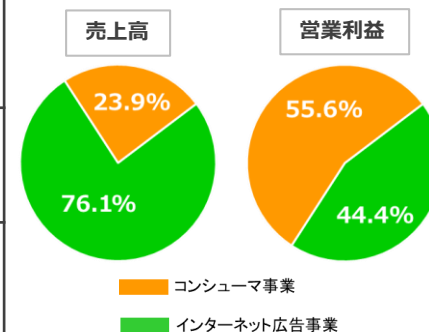
エグゼクティブサマリ② –2021年7月期 第1四半期 決算概況–

ふるさと納税事業とアプリ運営事業の好調により、前年同期比で増収増益

項目		2020年7月期 1Q実績	2021年7月期 1Q実績	前年同期比	通期予想	進捗率
連結業績	売上高	3,345	3,373	+27 (+0.8%)	13,715	24.6%
	売上総利益	1,148	1,640	+491 (+42.8%)	8,259	19.9%
	営業利益	337	579	+242 (+72.0%)	2,500	23.2%
	当期利益	208	391	+182 (+87.6%)	1,783	21.9%
コンシューマ 事業	売上高	493	878	+385 (+78.1%)		
	営業利益	110	322	+212 (+192.4%)		
インターネット 広告事業	売上高	2,890	2,796	▲94 (▲3.3%)		
	営業利益	206	257	+51 (+25.0%)		

(単位：百万円)

<セグメント別構成比>

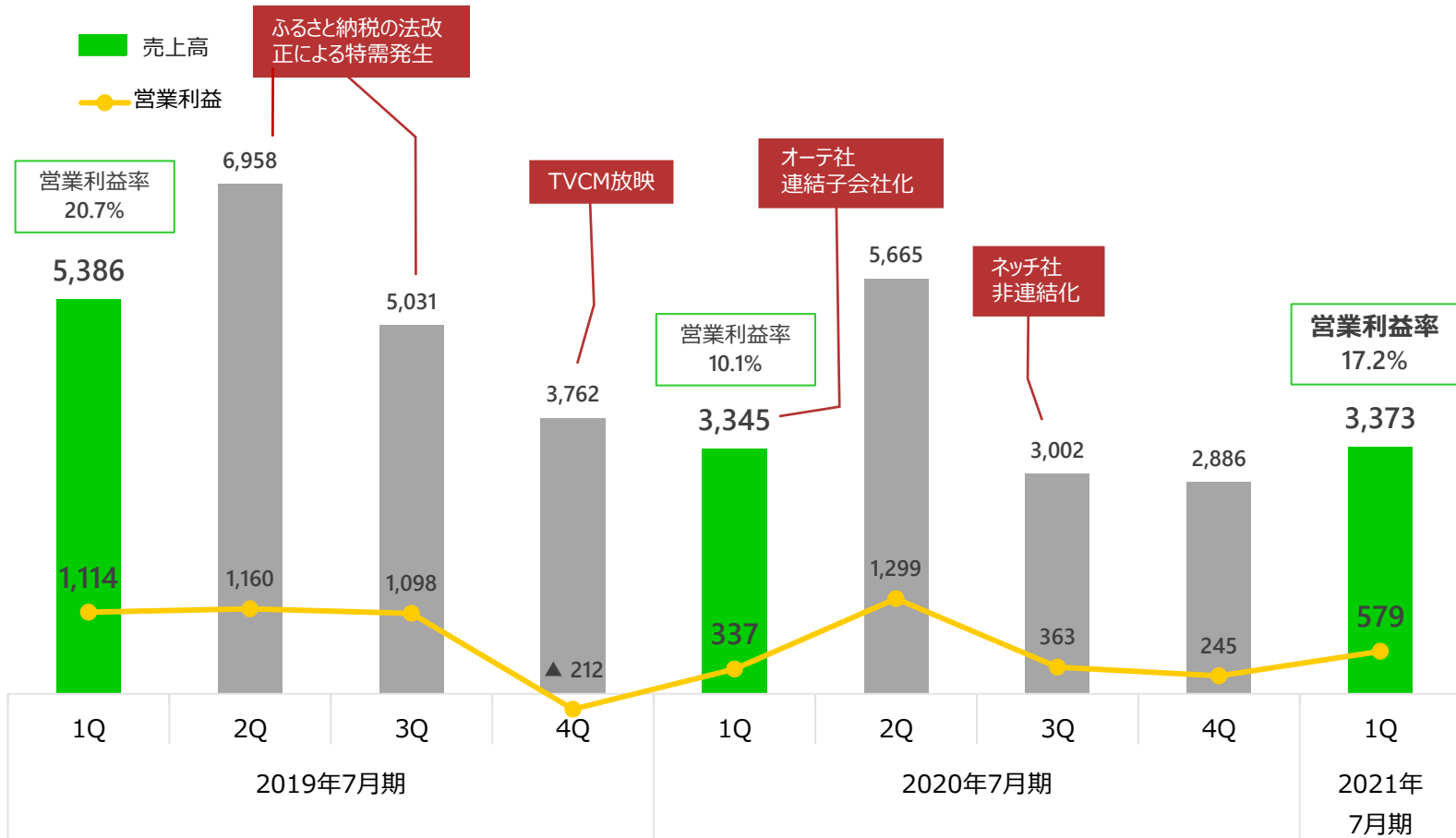


※連結業績の売上高及び営業利益はセグメント間の調整額を控除した金額になっております
 ※当社は、セグメント別通期業績予想の開示は行っておりません

連結売上高及び営業利益推移

ふるさと納税事業「ふるなび」の受付寄附金額が計画を大きく上回り、アプリ運営事業やメディアソリューション事業でも顧客数を順調に伸ばし、前年同期比で増収増益

(単位：百万円)

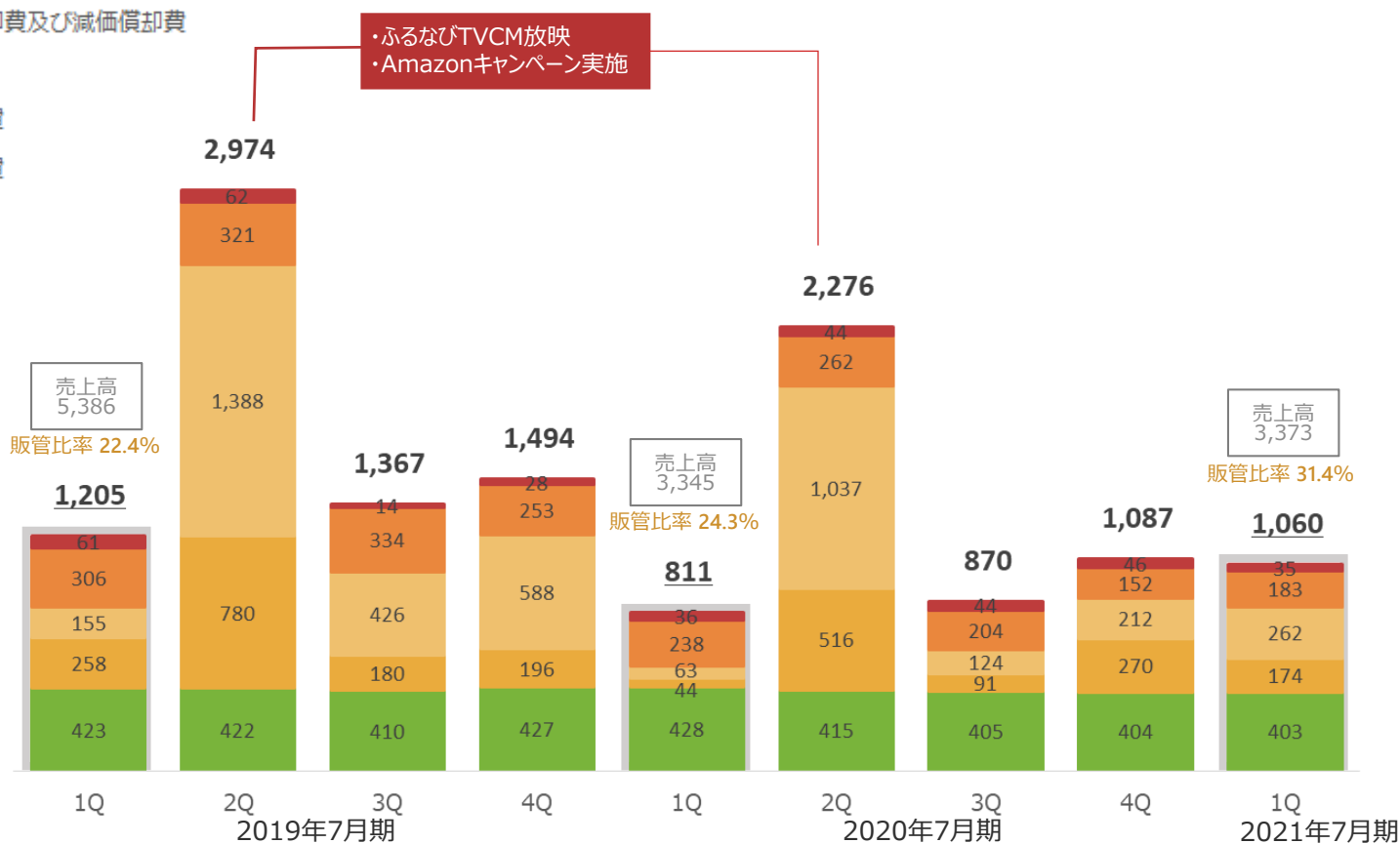


連結販売費及び一般管理費推移

ふるさと納税事業「ふるなび」のTVCM制作費用とWEB広告(広告宣伝費)及び増収に伴うキャンペーン費用(販売促進費)の増加により、**売上高販管費率は31.4%**と悪化

(単位：百万円)

- のれん償却費及び減価償却費
- その他※1
- 広告宣伝費
- 販売促進費
- 人件費



連結人員推移(人)

297	304	288	289	278	275	232	224	219
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

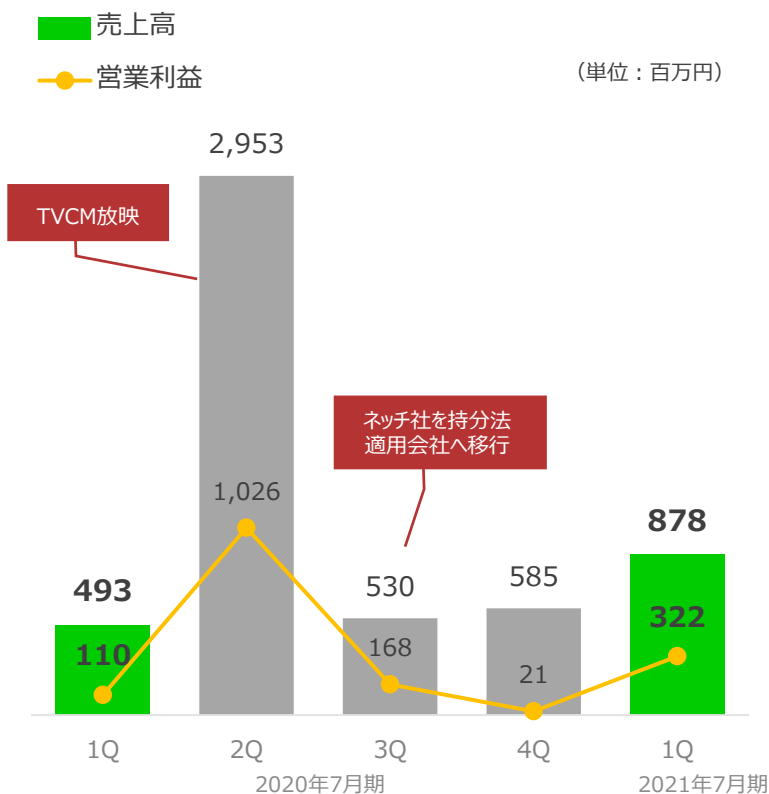
※1：主に通信費、支払手数料、地代家賃、荷造運賃、旅費交通費等にて構成


セグメント概況と成長戦略

コンシューマ事業

【コンシューマ事業】第1四半期の結果及び業績推移

ふるさと納税事業においてプロモーション費用が増加するも、新規会員獲得が順調で、受付寄附件数、寄附金額が計画を大きく上回り、前年同期比で増収増益



ふるさと納税事業 

- ✓ 新規会員獲得施策や既存顧客への想起プロモーション施策が奏功
- ✓ 市場の成長に加え、コロナ禍の巣ごもり消費や節約志向が追い風に
- ✓ 不採算子会社の事業停止や非連結化を実施した効果で、採算が改善

【コンシューマ事業】2021年7月期 重点戦略

ふるさと納税市場の拡大を受け、「ふるなび」のシェア拡大を図るため、新規会員獲得とリテンション率向上施策に加え、マーケティング力を活かした施策を実施

1 新規会員獲得とリテンション率の向上

TVCMやWEB広告による認知度の向上

キャンペーンによる潜在顧客の開拓

想起施策(CRM)による既存顧客との関係維持

2 顧客満足度の向上

契約自治体数と返礼品数の増加

機能拡充によるユーザービリティの向上

独自コンテンツやサービス等の拡大

3 競争優位性の構築

大手プラットフォームとの業務提携

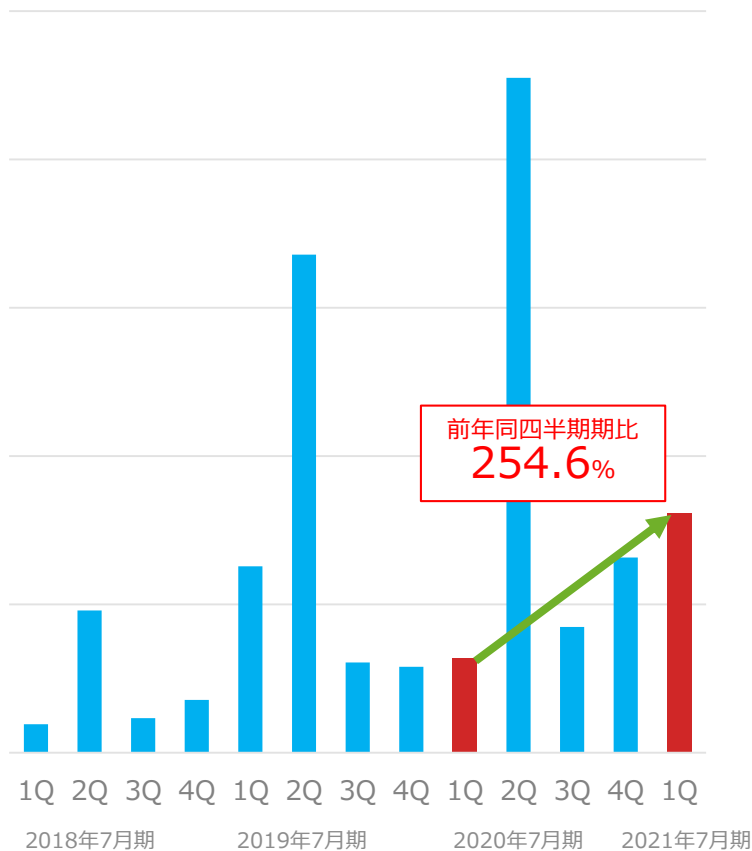
自治体との協働による飲食・宿泊などの体験型返礼品の開発

災害支援等の社会貢献サービスの提供

【コンシューマ事業】ふるさと納税事業の成長推移

寄附受付件数が前年同四半期比約2.5倍となり、会員数、契約自治体数も堅調に増加
今後も制度の浸透に努めると共に、自治体との協働により更なる成長に取り組む

寄附受付件数の推移



会員数と契約自治体数の推移



【コンシューマ事業】ニュースリリース一覧（抜粋）

日付	種類	記事
10月06日	WEB	ふるさと納税サービスが「ふるなび」と連携、自治体の業務軽減でもっと簡単にYahoo!ニュース ---BCN Media Portal
10月29日	WEB	【GoTo併用可能！ふるさと納税で旅行に行こう！】無期限旅行ポイントがもらえる新「ふるなびトラベル」誕生！ ---PR TIMES
10月30日	WEB	貴乃花 光司 (第65代横綱)が、10月31日（土）から放映開始のふるなび新TV-CMに出演。 ---PR TIMES
11月09日	TV	news every., news zero ---日本テレビ
11月10日	TV	ZIP! ---日本テレビ
11月13日	TV	ミヤネ屋 ---読売テレビ
11月16日	WEB	Go Toに合わせた独自のサービスも開始、ふるさと納税市場で攻勢を強めるYahoo!ファイナンス ---フィスコ
11月18日	WEB	アイモバイル、ふるさと納税事業におけるYahoo! JAPANとの連携に関するお知らせ ---時事通信、PR TIMES
11月18日	WEB	Yahoo!ショッピング「ふるなび」でPayPayによるふるさと納税が可能にYahoo!ニュース ---アスキー、AMP、Impress Watch
11月19日	WEB	ヤフーとふるさと納税事業で連携、市場の成長とシェア拡大に攻勢Yahoo!ファイナンス ---フィスコ
12月01日	WEB	ふるさと納税サイト「ふるなび」と京都市が、ホテル・旅館を支援するポイント型旅行返礼品「ふるなびトラベル」の掲載を開始 ---PR TIMES
12月02日	TV	勝手にランキング ---テレビ朝日
12月02日	WEB	withコロナ環境下でアプリなどメディア運営に軸足を広げるYahoo!ファイナンス ---フィスコ
12月03日	TV	Nスタ ---TBS
12月05日	TV	天才カンパニー ---日本テレビ



■ 10月31日新TVCMの全国放映を開始

新TV-CM 特設ページ URL :
<https://furunavi.jp/c/cm2020>



■ Yahoo! JAPAN との連携開始『Yahoo!ショッピング「ふるなび」』をオープン！

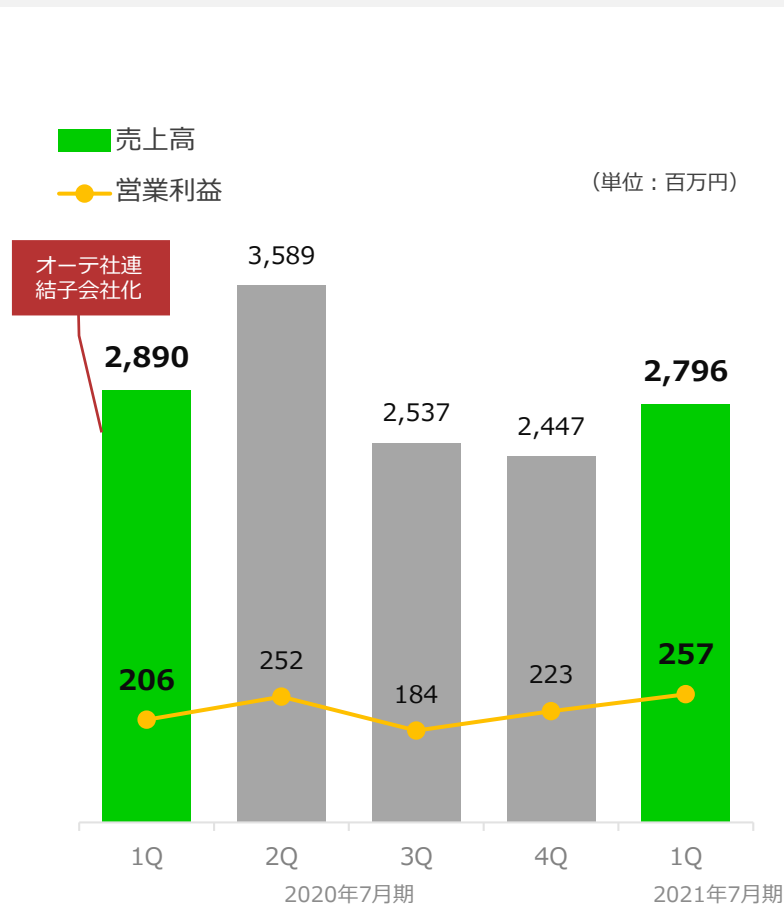
Yahoo!ショッピング「ふるなび」URL :
<https://shopping.geocities.jp/furunavi/>

セグメント概況と成長戦略

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

事業環境の厳しさは続くも、MS事業※2と海外顧客の獲得が堅調に推移
前年同期比で減収となるも、アプリ運営事業が引き続き大きく利益に貢献し増益



アドプラットフォーム事業※1

- ✓ 商品体制や営業手法を再整備したことが奏功し、顧客獲得が順調に進み、**受注件数が増加**
- ✓ 海外営業の更なる強化で、海外顧客による売上高が**前四半期比113%に増加**
- ✓ 広告効果の高いプレイアブル広告※3の配信提案で、ゲーム、漫画等のアプリで堅調。同商品の売上高が**前四半期比235%に増加**
- ✓ 広告マネタイズアプリ運営者向けのユーザー獲得支援事業を開始

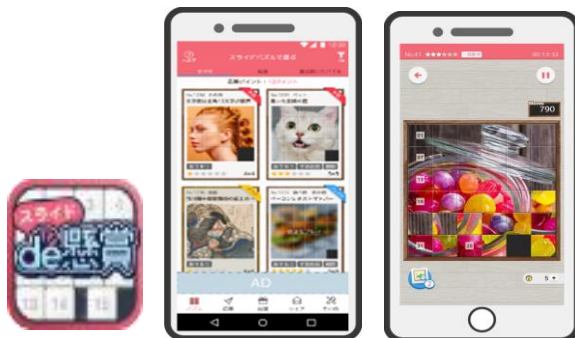
※1 アドプラットフォーム事業: アドプロダクト事業及びアフィリエイト事業を指します
※2 MS事業: メディアソリューション事業
※3 プレイアブル広告: 広告の中でアプリを疑似体験できるインタラクティブタイプの広告

【インターネット広告事業】強化領域のトピックス

アプリ運営事業



- ✓ カジュアルゲームの新アプリ「スライドde懸賞」を11月にリリース



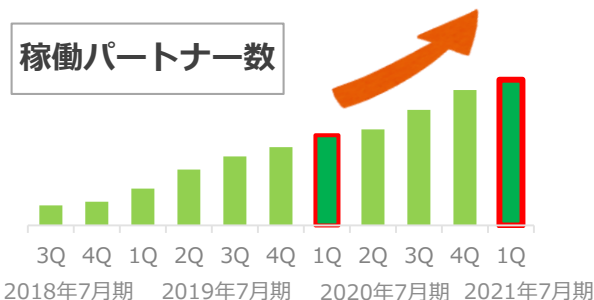
「パズルde懸賞」シリーズの累計ダウンロード数600万を突破！

スマートフォンゲームアプリ「パズルde懸賞」シリーズは、「ナンプレde懸賞」や「クロスワードde懸賞」など全7タイトルを運営しており、この度累計ダウンロード数が600万を突破いたしました。

メディアソリューション事業



- ✓ 提携メディア数の増加に対応し、パブリッシャー向けプロダクトの導入アカウント数が、前年同期比で161%を達成



Google認定パートナーとして顧客満足度調査で国内最高点を達成

毎年Googleが実施する顧客満足度調査において、評価点数、評価数で国内で最高クラスかつ、Googleのインプレッションクオリティであるスコアがアジアでトップクラスと評価をいただきました。

【インターネット広告事業】2021年7月期 重点戦略

市場競争力を高めるべく、商品提案体制の強化と再構築を行い新規顧客獲得に注力
海外を含めた新市場への進出や、新しい成長軸への投資を積極的に実施

1

広告の価値を高める商品開発と提案

広告効果の高い商品と
最適な運用の提案

新しい広告フォーマッ
トの開発

新しいタイトルの
リリース

ÖHTE

2

新規顧客の開拓と海外市場への進出

デジタル広告が活用で
きていない顧客の開拓

アプリ運営事業者への
ユーザー獲得支援

海外顧客の獲得と
オーテの海外市場進出

ÖHTE

3

収益効率の改善

商品提案体制や
営業手法を再構築

広告運用アルゴリズムの
改善による最適化

CAC^{※1}の最適化と
リテンション率向上

ÖHTE

トピックス

【トピックス】新サービスの開始

「ふるなびトラベル」をリニューアル



「ふるなびトラベル」は2020年10月29日にリニューアルいたしました。魅力溢れる提携ホテルや旅館から、ふるさと納税先の自治体を決めることができ、さらにトラベルポイントは即時発行され、無期限でご利用が可能となります。

「ふるなび」飲食体験型返礼品の寄附受付を開始



「ふるなび」で地域特産品のPRを目的とし、都内の有名飲食店で特産品の料理を楽しむ「飲食体験型返礼品」の寄附受付を開始。店舗は地域のPRを行う事業者として各自治体から公認され、特産品を提供することで、地域の応援を行っております。

【トピックス】 自己株式の取得について

1. 自己株式の取得を行った理由

当社は、「株式トータルリターンの実現」を目指し、今般の当社の株価水準を総合的に勘案し、事業基盤の維持及び持続的な成長のために必要な株主資本の水準を保持しつつ、資本効率の向上と株主還元の充実を図るため、自己株式の取得を実施しました。なお、当社株式の流動性の低下の影響を軽減するために、大株主の保有する当社株式の一部についても、取得を行いました。

2. 取得に係る事項の内容

- (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 650,000 株
(2020年9月30日時点の発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合2.98%)
- (3) 株式の取得価額の総額 986,712,600円
- (4) 取得期間 2020年10月23日～2020年11月27日 (約定ベース)
- (5) 取得方法 東京証券取引所における自己株式立会外買付取引 (ToSTNeT-3)
及び市場買付

【トピックス】新型コロナウイルス感染症による当社への影響

一部クライアントの広告費削減で影響を受けるも、インターネット接触時間の増加によってゲーム広告などが収益に寄与し、**事業全体への影響は限定的**

	プラス要因	マイナス要因
コンシューマ事業	外出自粛によりインターネット接触時間が増加	軽微 (飲食・宿泊の需要減少)
インターネット 広告事業	巣ごもり消費	一部広告主の予算削減
全社運営	リモートでの営業活動の実施など、在宅勤務による支障なし	

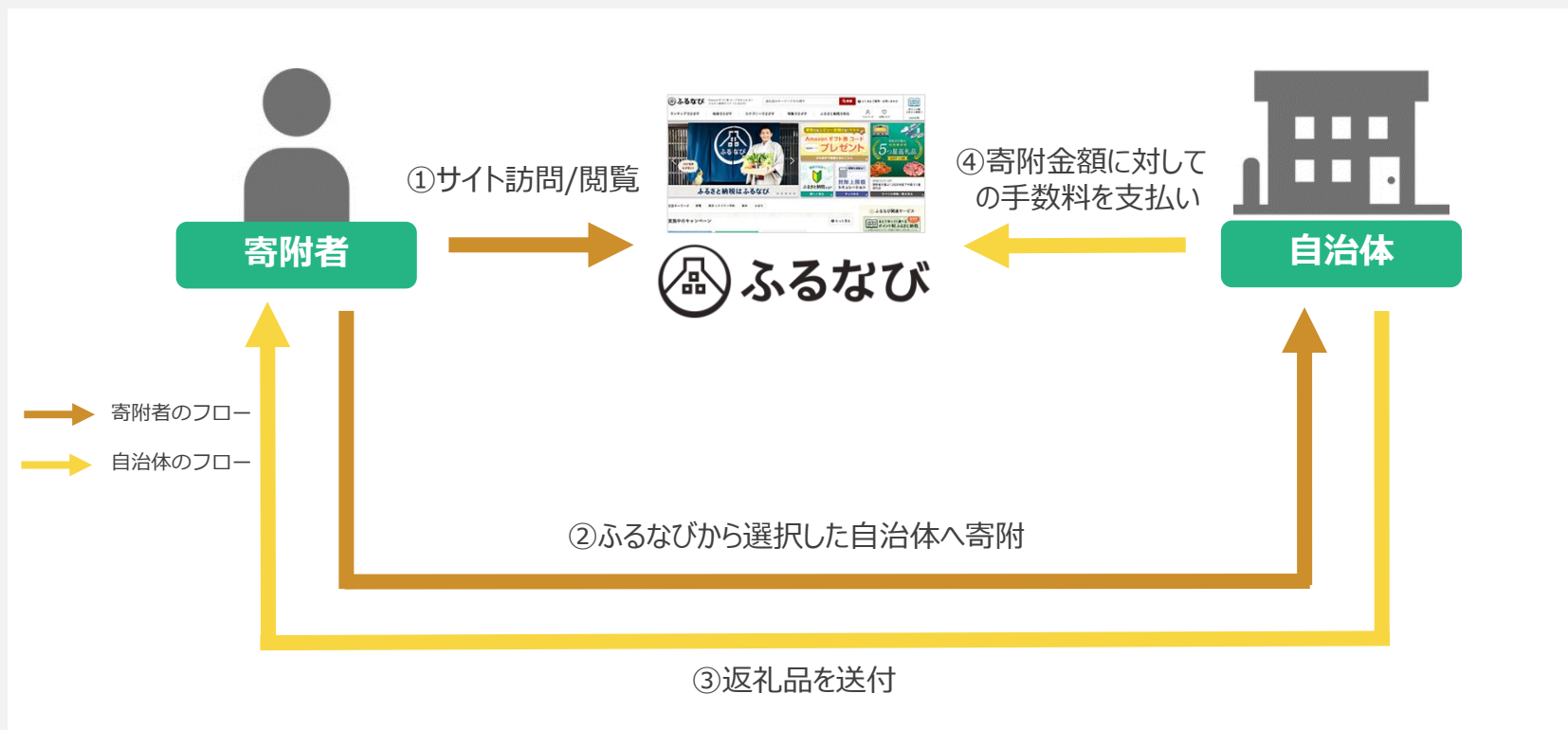
<2021年7月期における当社への影響見込み>

- ・ 今期も感染拡大が終息せず長期化した場合においても、業績への影響は限定的
インターネット広告事業においては、やや影響が見込まれるも、コロナ禍の中、
経済活動が並行していることで、広告主の出稿意欲が回復しつつあります

參考資料

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。

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

*P*ふるなび *Premium*

ふるさと納税コンサルサービス。
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。

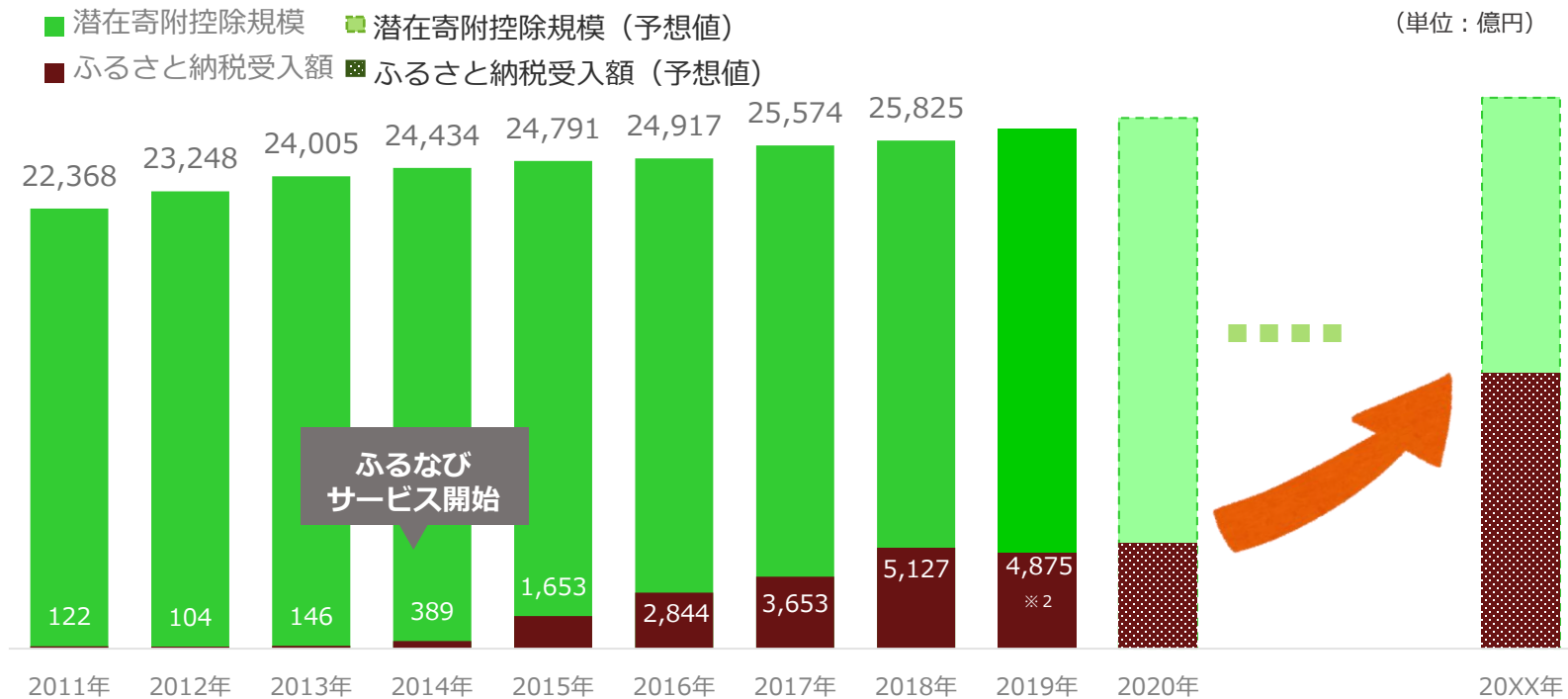
ふるなび災害支援

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：2020年4月期_ブランドのイメージ調査

参考資料 ふるさと納税市場の推移

ふるさと納税受入額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※1、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



- 2011～2018年 潜在寄附控除規模は「総務省発行：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%）
- 2011～2019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2年8月5日を参照
- ※1 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

※2
市場見通し

ふるさと納税受入額等の実績は、住民税の計算期間と異なり、自治体の事業年度（2019年4月1日～2020年3月31日）の状況を集計したものであります。当社では、この期間に2019年6月1日からふるさと納税に係る指定制度が施行されることを見越した駆け込み需要が同年3月までに起こったことによる影響があることを踏まえ、市場は依然として堅調な成長を続けていると考えております。

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



参考資料 ビジネスモデル：アプリ運営事業オーテ株式会社

「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600万回以上

※2020年10月時点



OHTE



参考資料 主要経営指標（通期）

I-1. 連結業績推移

(百万円)

	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
売上高	15,688	17,981	21,138	14,901
売上総利益	4,930	5,820	10,202	7,292
販売費及び一般管理費	2,571	3,702	7,041	5,046
営業利益	2,359	2,118	3,160	2,246
経常利益	2,355	2,095	3,149	2,248
当期利益	1,539	1,165	1,367	1,727
総資産	14,155	15,465	16,911	15,359
純資産	10,871	12,040	13,145	13,222

	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
売上総利益率	31%	32%	48%	49%
売上販管費率	16%	21%	33%	34%
営業利益率	15%	12%	15%	15%
経常利益率	15%	12%	15%	15%
当期利益率	10%	6%	6%	12%
自己資本比率	76%	76%	77%	86%

I-2. セグメント別業績推移

		2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
コンシューマ 事業	売上高	1,092	2,412	8,015	4,563
	営業利益	223	680	2,313	1,325
インターネット 広告事業	売上高	14,945	15,846	13,990	11,465
	営業利益	2,127	1,394	770	866

	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
営業利益率	20%	28%	29%	29%
営業利益率	14%	9%	6%	8%

II. 各指標の推移

	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
ROE	19%	10%	11%	13%
ROA	14%	8%	8%	11%
EPS (円)	75.0	55.0	57.3	76.6

ROE：当期利益／期首期末平均自己資本

ROA：当期利益／期首期末平均総資産

EPS：当期利益／期中平均発行済株式数

※当資料における「当期利益」とは、「親会社株主に帰属する当期純利益」を示しております

参考資料 会社概要

商号	株式会社アイモバイル	資本金	152百万円 (2020年10月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 219名 (2020年10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 東京サテライトオフィス 関西オフィス 九州オフィス	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	ふるさと納税事業 レストランPR事業 アドネットワーク事業 アフィリエイト事業 メディアソリューション事業 インターネット広告代理店事業 アプリ運営事業 等	主要 連結子会社	株式会社サイバーコンサルタント (100%) オーテ株式会社 (100%)

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

