




2022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)

2021年12月8日

Vision

- “ひとの未来”に貢献する事業を創造し続ける 
Creating a Business for the Future

Mission

- マーケティングで価値ある体験を提供し続ける
Enhancing User Experience with Internet Marketing

Values

- 笑顔 × 成長 × チーム
Smile × Growth × Team

2022年7月期 第1四半期決算概要

増収増益 ～売上、利益共に前年同四半期比150%を達成

I ふるさと納税事業「ふるなび」が引き続き好調

ユーザー獲得のための積極的なプロモーションが奏功し、会員数、寄附件数共に増加。寄附金額も前年同四半期比で大きく上回った

II メディア関連事業が貢献し、インターネット広告事業は堅調

アプリ運営事業及びMS事業※¹の業績は引き続き好調に推移しており、インターネット広告事業は前年同四半期比で大幅な増益を達成

III 株主還元と資本政策

本年9月に事業会社の買収を実施。今後も成長のための事業投資に資本を投下する一方で、DOE※² 5%を目安にした継続的な配当を実施予定

※1 MS事業：メディアソリューション事業

※2 DOE：Dividend on equity ratioの略。株主資本配当率

エグゼクティブサマリ②

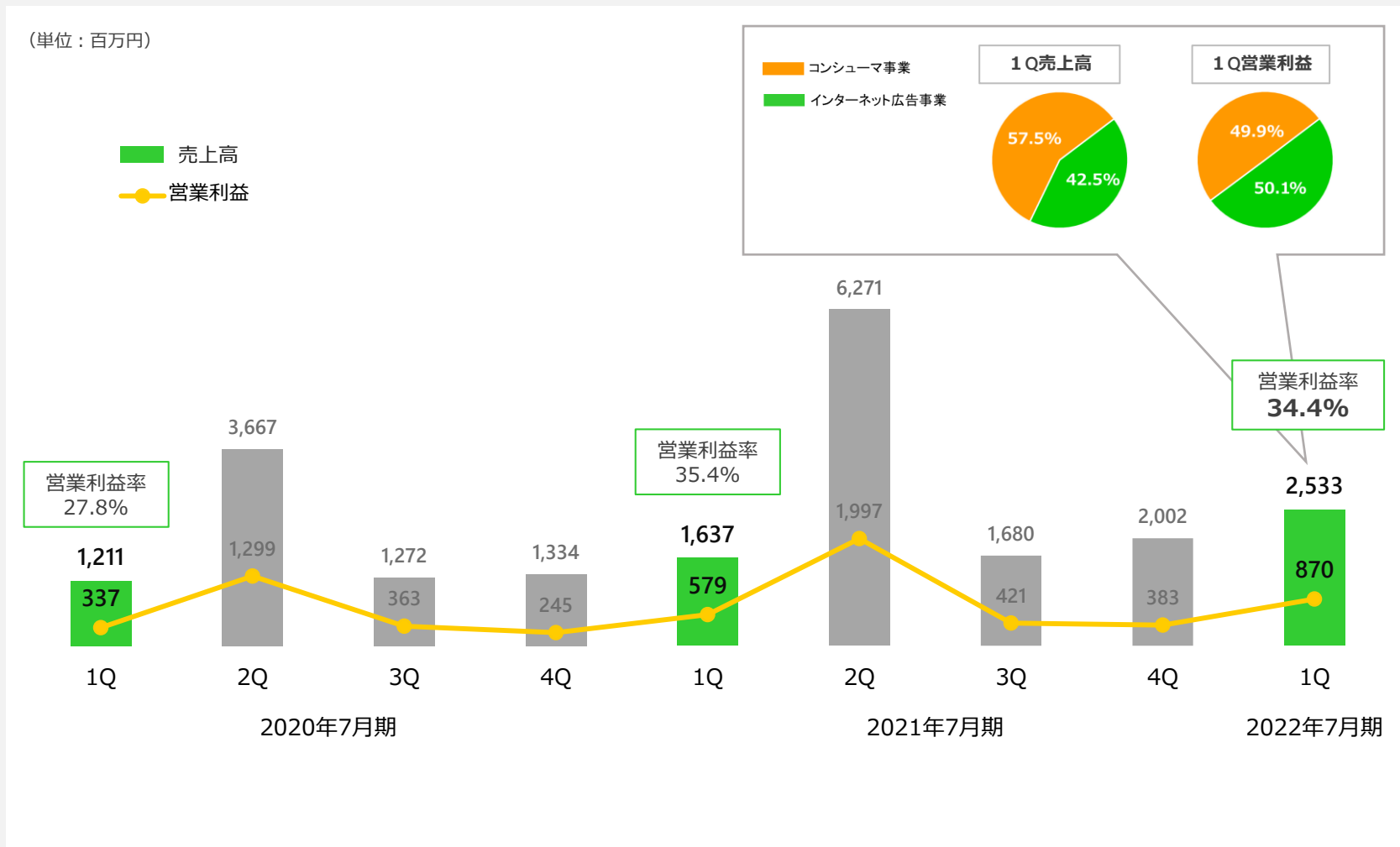
(単位：百万円)

項目		2021年7月期 1Q実績	2022年7月期 1Q実績	前年比	計画比
連結業績※	売上高	1,637	2,533	154.7%	105.0%
	営業利益 (営業利益率)	579 (35.4%)	870 (34.4%)	150.2%	125.2%
	当期利益	391	626	160.1%	137.2%
コンシューマ 事業	売上高	860	1,458	169.6%	99.3%
	営業利益 (営業利益率)	324 (37.7%)	444 (30.5%)	137.1%	103.5%
インターネット 広告事業	売上高	825	1,076	130.5%	113.9%
	営業利益 (営業利益率)	262 (31.8%)	447 (41.6%)	170.3%	168.6%

※当期より、収益認識会計基準等を適用し、収益認識に関する会計処理方法を変更しております。
また、全社費用のセグメントへの配賦方法を見直しており、過去の数値も変更後の配賦方法に組み替えております。

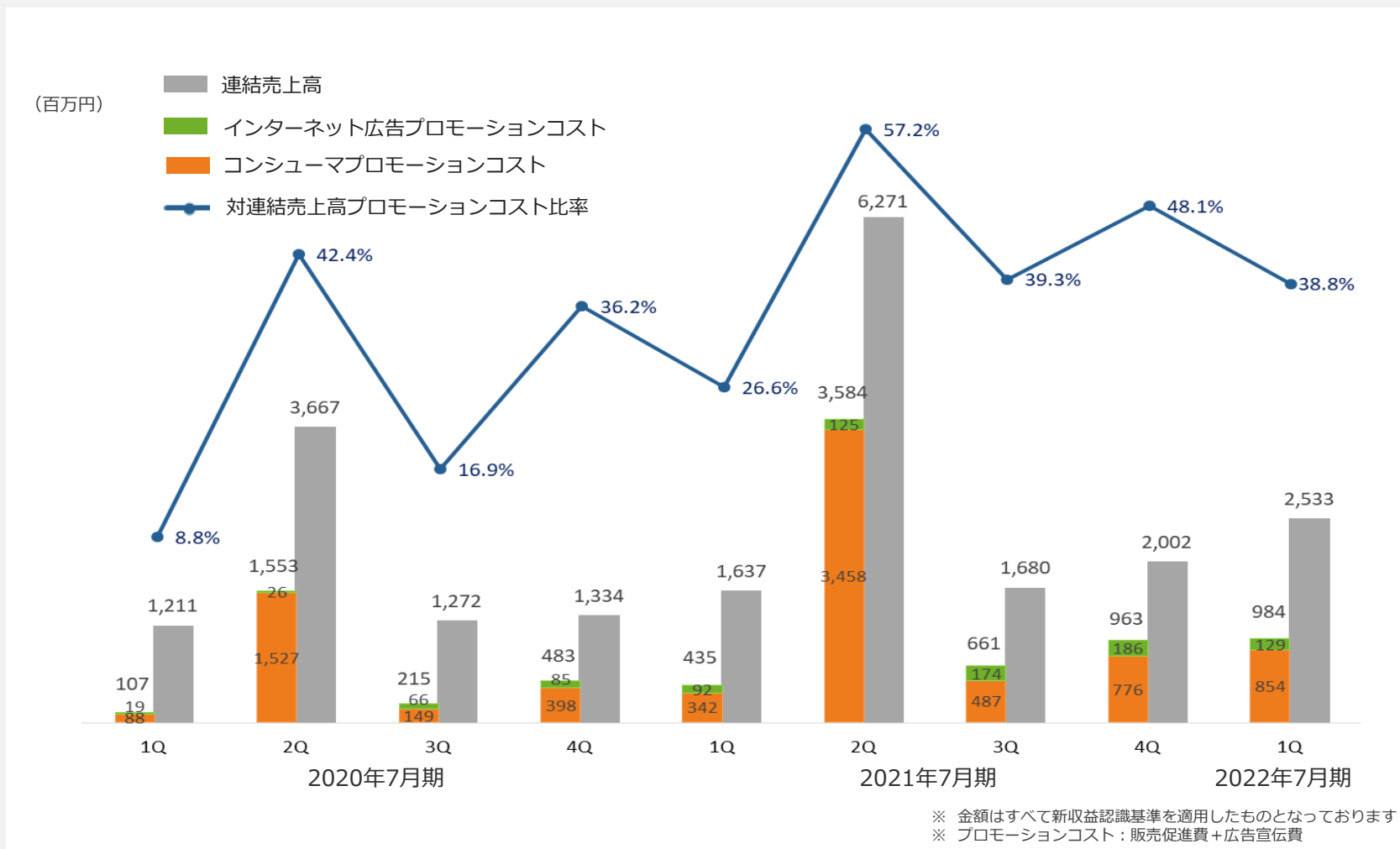
連結売上高及び営業利益推移

2020年7月期4Q以降、継続して前年同四半期比で増収増益を達成している



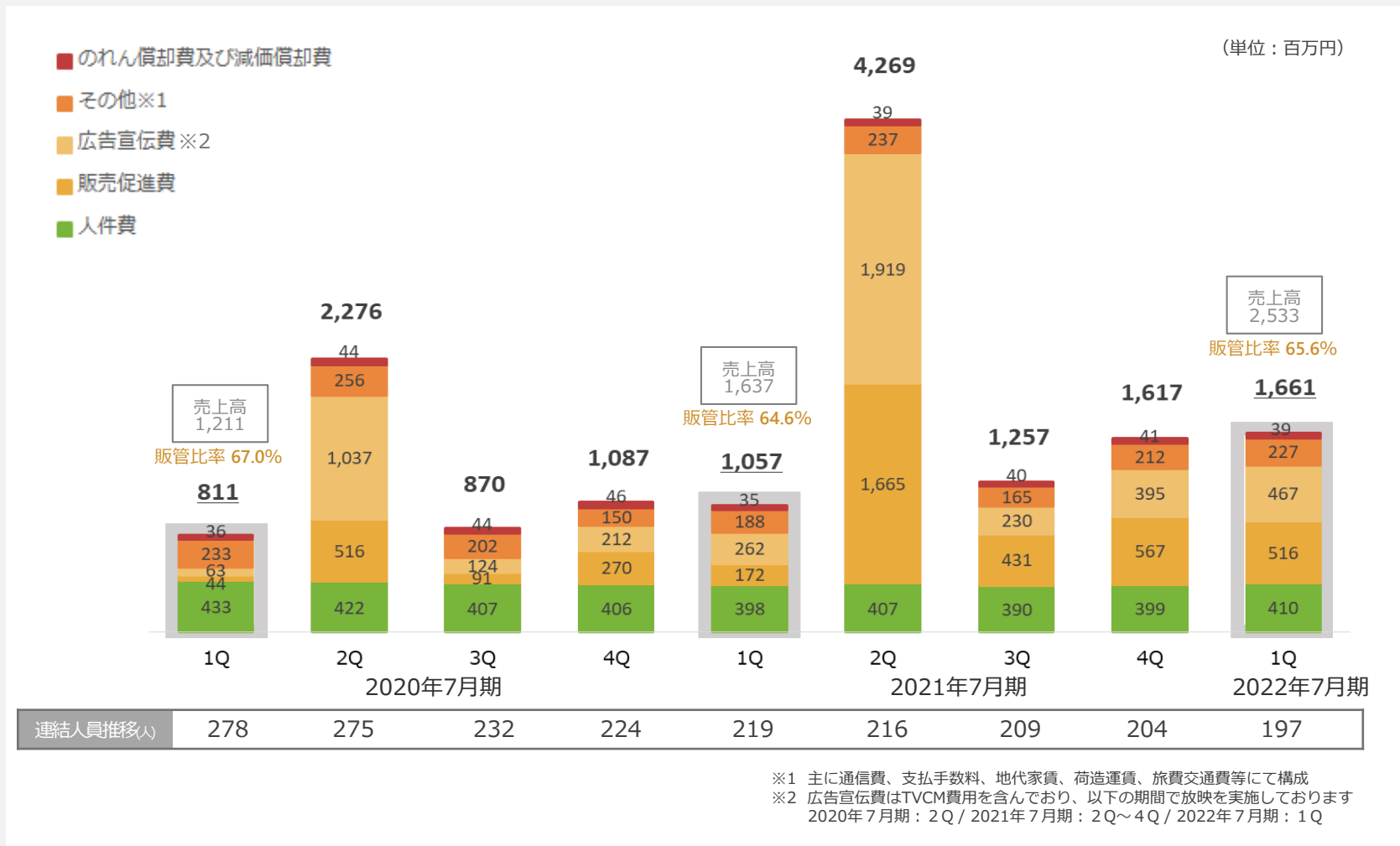
プロモーションコストの推移（対売上高比率）

成長強化領域における競争力確保のため、利益水準を保ったプロモーションを強化



連結販売費及び一般管理費推移

積極的なプロモーションを実施するも、売上高販管費率は前期の水準を維持



セグメント概況

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  ふるなび

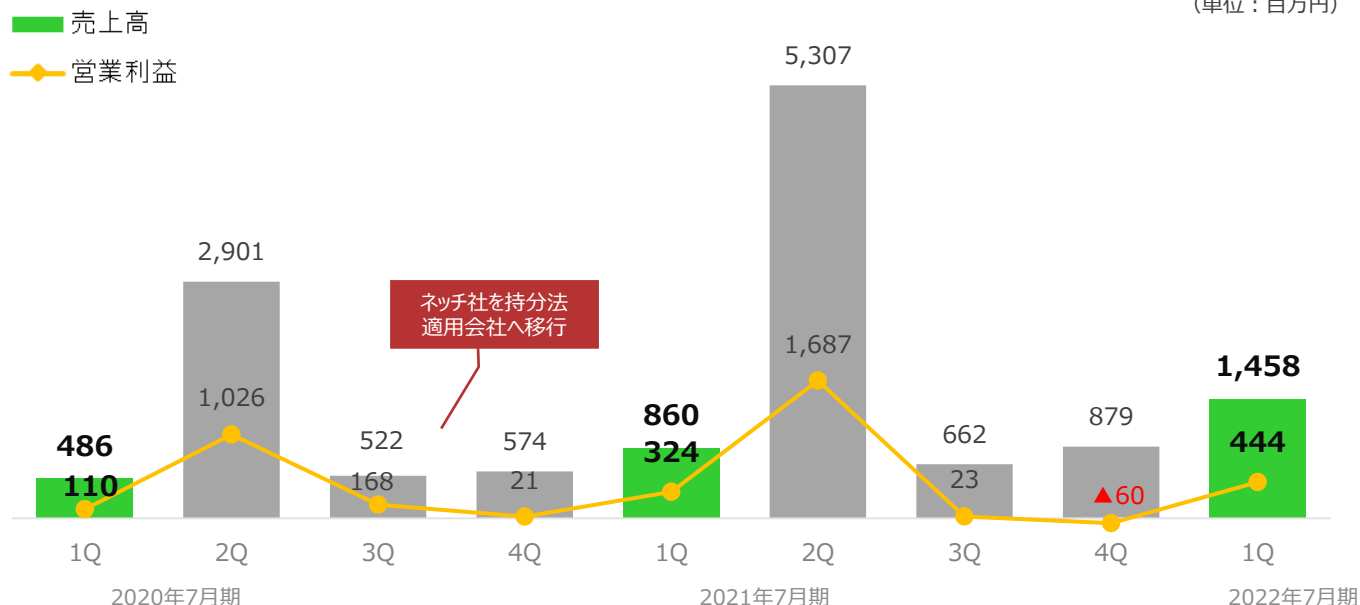
✓ 市場の成長に加え、TVCMやプロモーションが奏功し売上高は順調に増加

ふるなび周辺事業

✓ 宿泊型返礼品としての提携宿泊施設は前年比5倍以上の650施設を超え、飲食型返礼品の掲載店舗数も前年比6倍の約140店舗となり、当社独自体験型返礼品は順調に拡大し、収益に貢献

【売上高及び営業利益の推移】

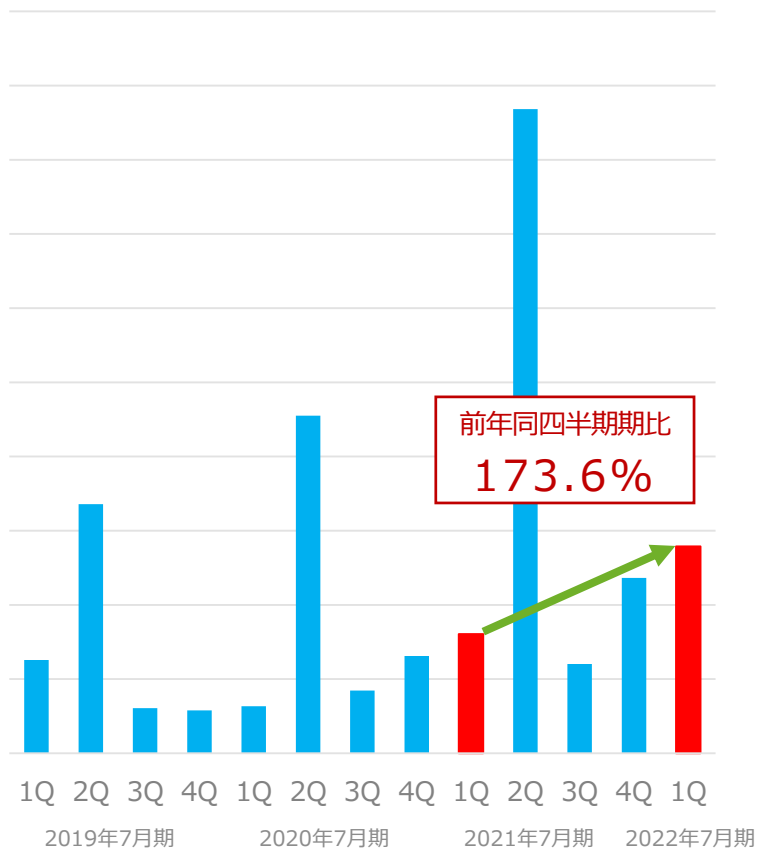
(単位：百万円)



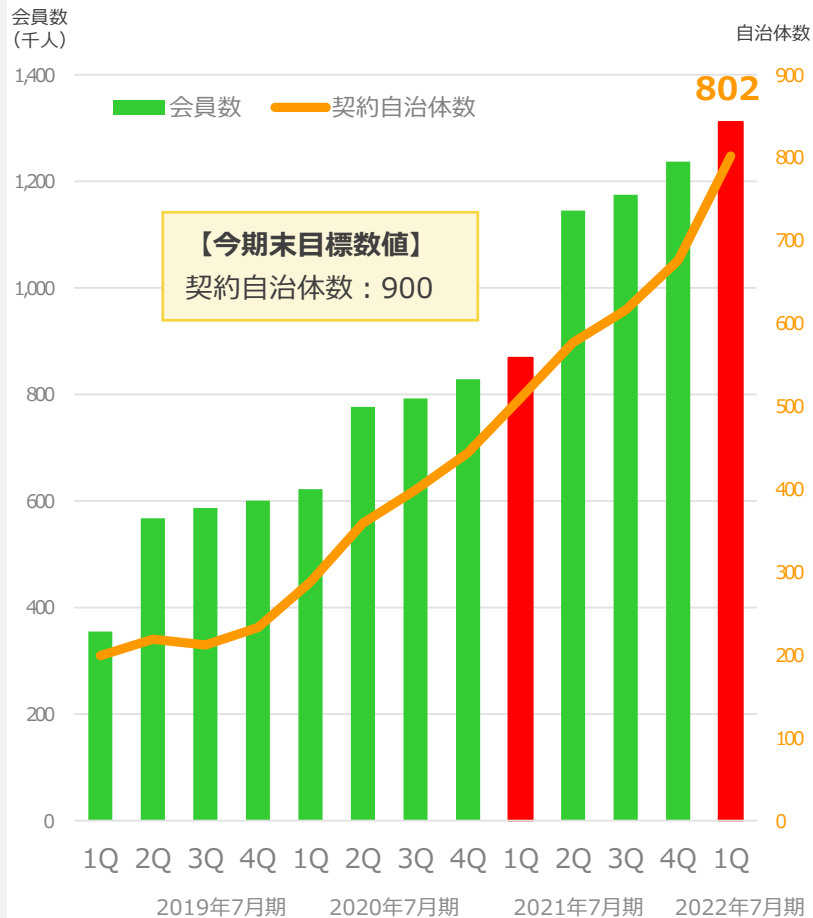
【コンシューマ事業】ふるさと納税事業の成長推移

寄附受付件数、会員数、契約自治体数とも計画通りに増加し、当初計画を大幅に達成

寄附受付件数の推移



会員数と契約自治体数の推移

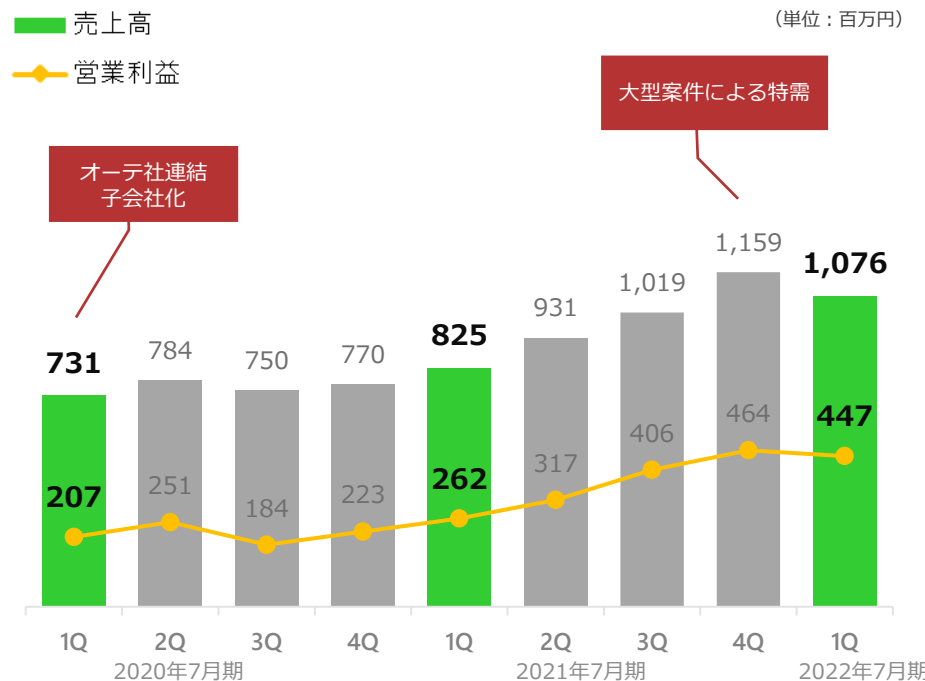


セグメント概況

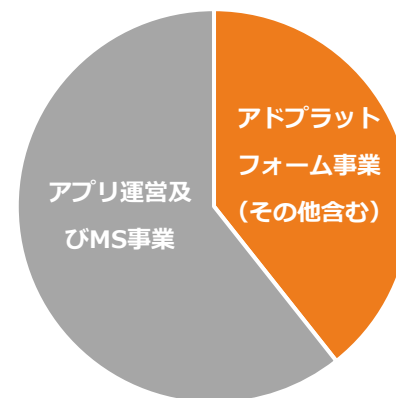
インターネット広告事業

【インターネット広告事業】第1四半期の結果及び業績推移①

インターネット広告事業 売上高及び営業利益の推移



【売上高構成比 (2022年7月期1Q)】



1 アドプラットフォーム事業※



- ✓ 新型コロナウイルスの影響で新規顧客の獲得は厳しい状況が続くも、既存顧客からの大型案件や新規案件の受注に成功し、前年同期比で**増収増益**を達成

※ アドプラットフォーム事業:アドネットワーク事業及びアフィリエイト事業を指します

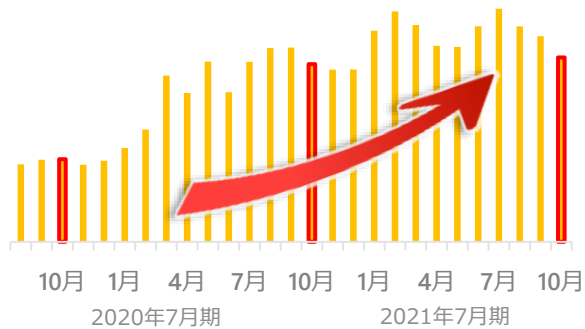
【インターネット広告事業】第1四半期の結果及び業績推移②

2 アプリ運営事業



- ✓ IDFAによる影響はあったものの、エンゲージメントタイムの上昇や動画リワード広告の売上増加により、前年同期比**増収増益**を達成
- ✓ 緊急事態宣言の解除に伴うアクティブユーザーの減少傾向がみられたが、MAU※は前年同四半期比で**103%**と**増加**を達成

アクティブユーザー数（MAU※）の動向



※ MAU: Monthly Active Usersの略。月あたりのアクティブユーザー数。グラフは月末28日平均数値の推移になります

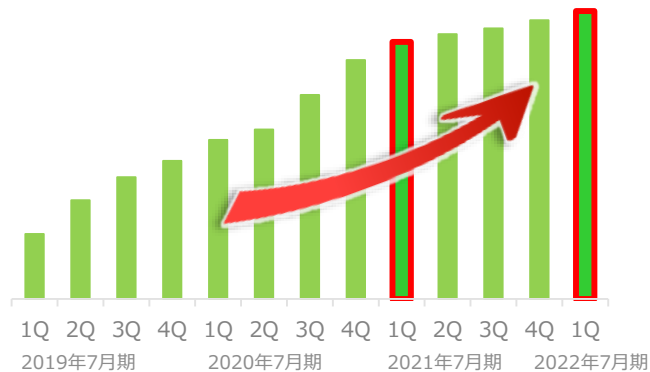
3 メディアソリューション事業



- ✓ 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**112%**を**達成**

稼働パートナー数の増加がそのまま収益拡大に寄与し継続的な成長を維持している

稼働パートナー数の推移



トピックス

トピックス①

◆【サステナビリティ】大阪市長との官民連携についての会談



10月27日に大阪市の松井市長と当社代表取締役会長の田中が「自治体と企業の協働で地方創生、社会課題の解決へ」をテーマに会談を行い、12月3日の日経ビジネス雑誌に掲載されました。

◆【サステナビリティ】地方創生SDGs官民連携プラットフォーム参加

地方創生 SDGs
官民連携
プラットフォーム



私たちは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

当社は事業活動と企業版ふるさと納税を通じて、サステナビリティを推進しており、同プラットフォームに参加することで、更なる地方創生に資する持続可能な開発目標(SDGs)達成に貢献してまいります。

トピックス②

◆【サステナビリティ】TCFDコンソーシアムへの参画



当社は、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）の提言への賛同を表明するとともに、賛同企業や金融機関が議論する場である、TCFDコンソーシアムに参画したことをお知らせします。

◆【プロモーション】新TVCMの放映を開始



『ふるなび屋 インコVSブタ篇』



『ふるなび屋 インコVSネコ篇』

ふるなびでは、ブランドイメージの確立のため、今年も貴乃花氏を起用した新TVCMの放映を開始いたしました。

資本政策・株主還元方針

1. 資本政策の基本的な方針

- ・ 当社は、将来の事業展開と財務体質強化のために必要な**内部留保の確保**をしつつ、直接的な利益還元を配することにより投下資本効率（**ROE**）を高めると共に、事業の持続的成長による**株価上昇**を加えた「株式トータルリターンの実現」による中長期的な株主利益最大化を目指してまいります。

2. 株主還元策の実施

- ・ 事業基盤の維持及び持続的な成長を実現するための原資を確保しつつ、業績推移や財務状況、内部留保等を総合的に勘案し、機動的な株主還元を実施してまいります。
- ・ 具体的には、**配当性向30%**及び**DOE 5%**を目安とした安定的・継続的な配当の実施に、**自己株式の取得**を柔軟に加えた、**総還元による株主還元**を目指します。

新型コロナウイルス感染症による当社への影響

コロナ禍では、緊急事態宣言等により営業活動に制限を受けるが、インターネット接触時間の増加などによる広告収益への好影響もあり、**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	緊急事態宣言等の外出自粛傾向により、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	在宅時間増加によるイエナカ需要の増加	軽微 在宅勤務要請により、 営業活動に一部制限が出る
全社運営	リモートでの営業活動の実施など、業務遂行に支障なし	

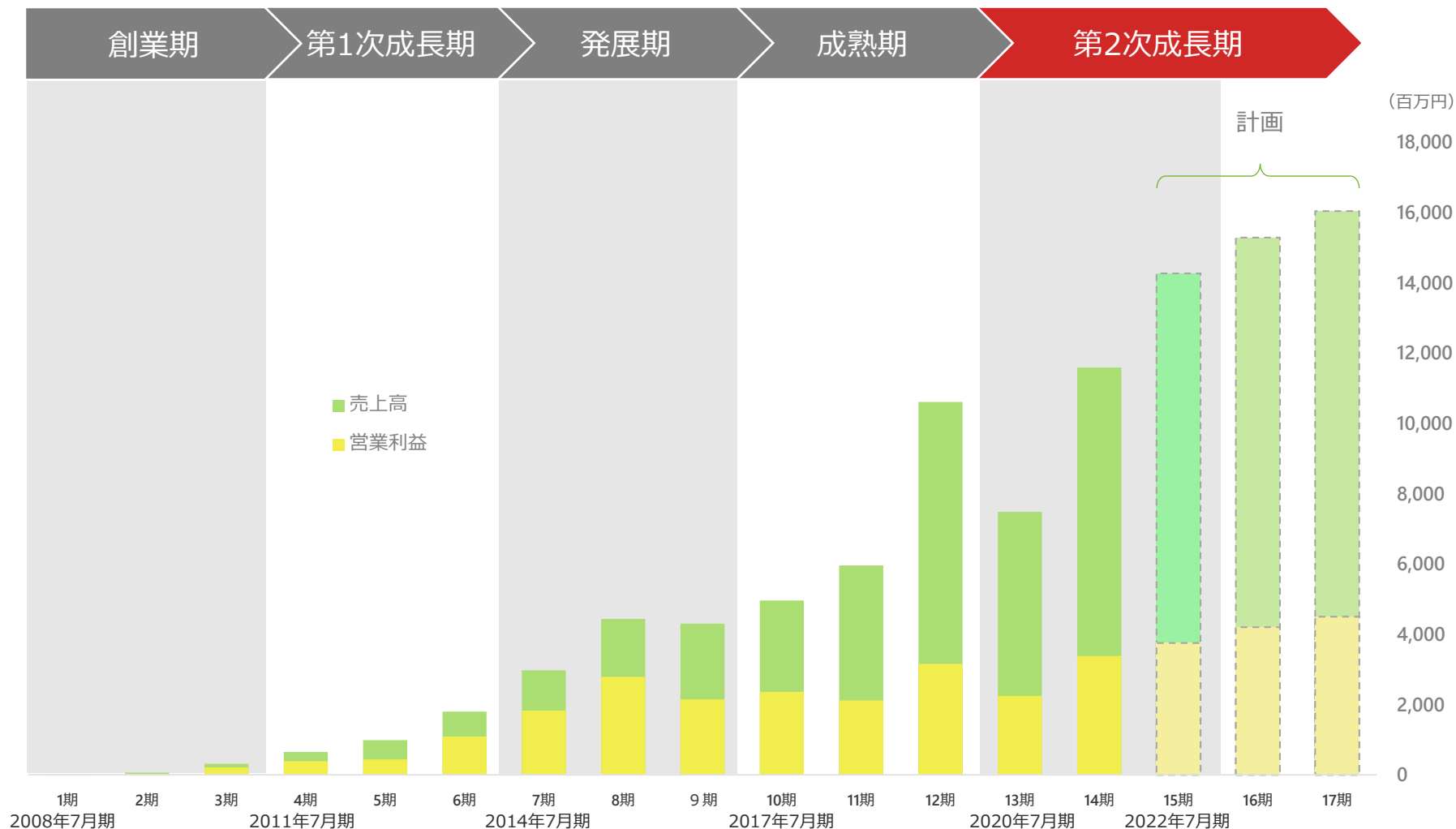
<今後における当社への影響見込み>

コロナ禍における業績への影響は極めて限定的ではありますが、感染再拡大も懸念され、未だ収束時期が見通せないことから、今後も国内外の経済を下振れさせるリスクに注意する必要がある状況と考えております。

參考資料

参考資料 業績推移と将来計画

アドネットワーク事業会社として創業し、その後も多角的にアセットを活かした事業ドメインの変更を加え順調に成長。今後も積極投資により、更なる収益拡大を目指す



参考資料 当社グループのコアコンピタンス

アドプラットフォーム事業で培ったマーケティングノウハウや人材などを活かし、高い収益力を誇る事業への構造転換を推進し、持続的成長力の維持を図る



アドプラットフォーム運用



アドネットワーク事業



アフィリエイト事業

CYBER CONSULTANT

広告代理店事業

マーケティングノウハウ、人材・顧客の活用

メディア収益最大化支援



メディアソリューション事業

プラットフォーム運営



ふるさと納税事業



送客

オウンドメディア運営



アプリ運営事業



ポイントサービス事業

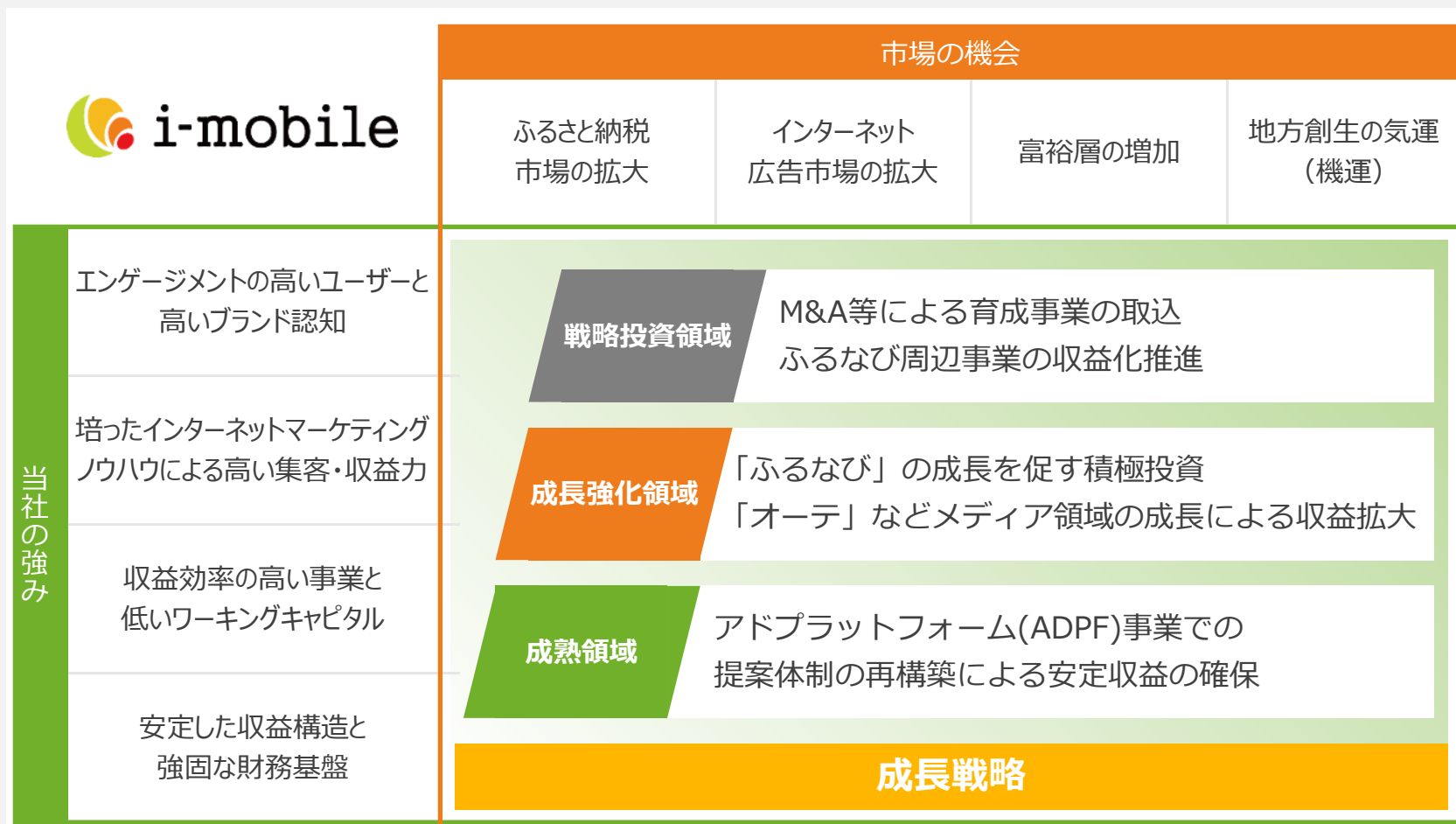
持続的成長力の維持

サステナビリティ

ROEの維持向上

参考資料 当社グループの強み、市場の機会と成長戦略

アドプラットフォーム事業で安定収益を確保しつつ、成長事業であるふるさと納税やアプリ運営事業を強化。中長期の成長を実現するため、アセットを活かした事業育成にも注力



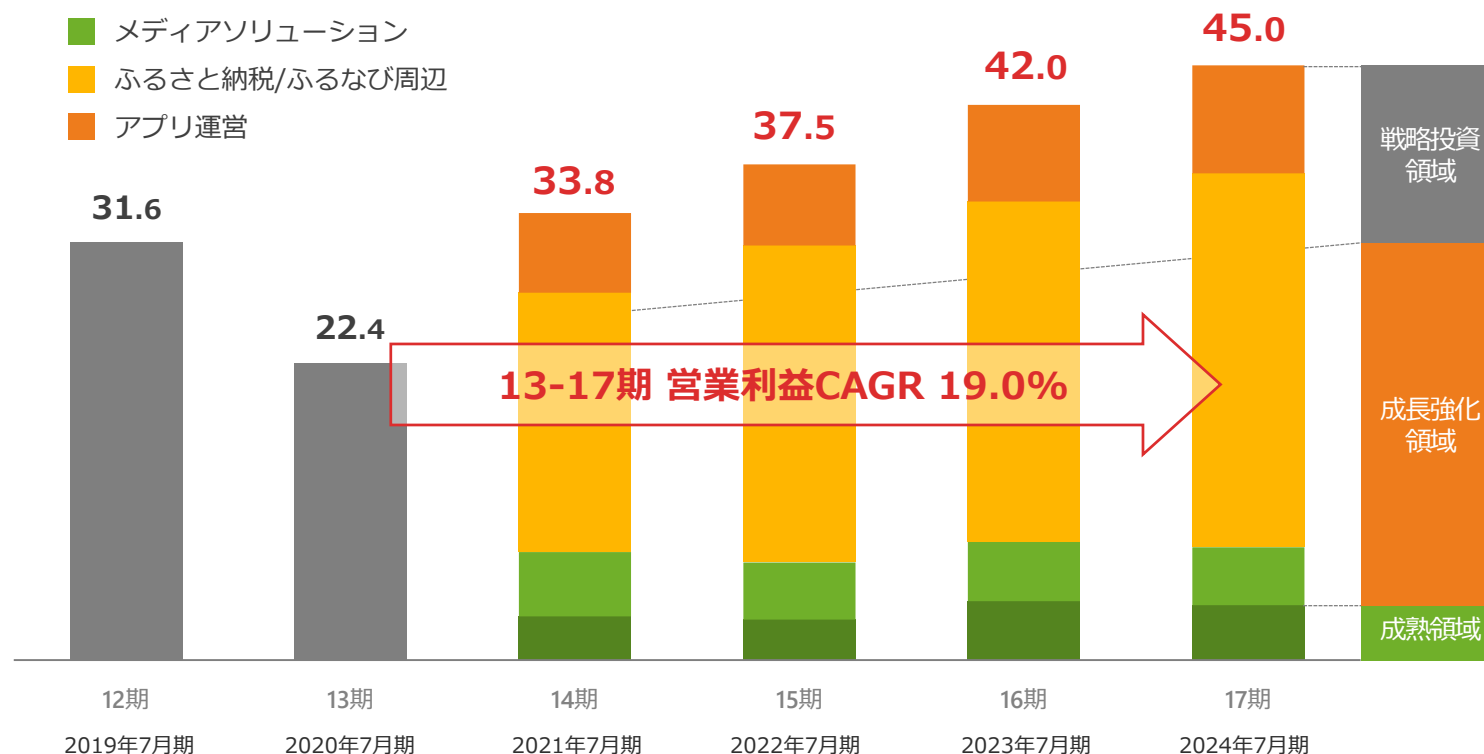
参考資料 営業利益 3 力年目標

成熟領域の安定的収益を確保しつつ、成長強化領域を短中期的な成長ドライバーとし、アセットを活用した戦略投資領域の収益化によって、営業利益45億円の達成を目指す



営業利益（単位：億円）

- アドプラットフォーム
- メディアソリューション
- ふるさと納税/ふるなび周辺
- アプリ運営



※ 金額はすべて新収益認識基準を適用したものとなっております

参考資料 2022年7月期 連結業績予想

戦略投資領域の事業育成やM&Aに注力しつつ、成長強化領域への積極的な事業投資の実施に加え、ふるさと納税市場の成長を取り込むことで、増収増益を見込む

(単位：百万円)

	2021年7月期 通期実績 (旧収益認識基準)	2021年7月期 通期実績 (新収益認識基準)	2022年7月期 通期予想 (新収益認識基準)	増減 (増減率)
売上高	17,833	11,592	14,270	+2,678 (+23.1%)
売上 総利益	11,636	11,584	14,260	+2,676 (+23.1%)
営業利益	3,382	3,382	3,750	+367 (+10.9%)
当期利益	2,299	2,299	2,504	+204 (+8.9%)

参考資料 2022年7月期 セグメント別 業績予想

戦略投資領域における事業投資を続けるも、厳しい市場環境が続くインターネット広告事業では同水準の収益を確保し、ふるさと納税事業は好調を見込むことで増収増益の見通し

(単位：百万円)

項目		2021年7月期 通期実績 (旧収益認識基準)	2021年7月期 通期実績 (新収益認識基準) (配賦方法変更前)	2021年7月期 通期実績※1 (新収益認識基準) (配賦方法変更後)	2022年7月期 通期予想※1 (新収益認識基準) (配賦方法変更後)	増減 (増減率)
コンシューマ 事業	売上高	7,846	7,708	7,708	10,102	+2,393 (+31.1%)
	営業利益	1,962	1,962	1,974	2,398	+423 (+21.5%)
	営業利益率	25.0%	25.5%	25.6%	23.7%	
インターネット 広告事業	売上高	12,163	3,915	3,935 ^{※2}	4,173	+238 (+6.0%)
	営業利益	1,420	1,420	1,451	1,436	▲15 (▲1.1%)
	営業利益率	11.7%	36.3%	36.9%	34.4%	

※1 2022年7月期より一部費用の配賦方法を変更いたしました。結果、セグメントに配賦される費用が減少し、セグメント営業利益が微増しておりますが、連結業績に影響はありません。なお、2021年7月期通期実績(新収益認識基)も変更後の配賦方法に組み替えております

※2 「収益認識に関する会計基準」の適用について再精査した結果、2021年9月8日開示の決算説明資料から数値を一部修正しております

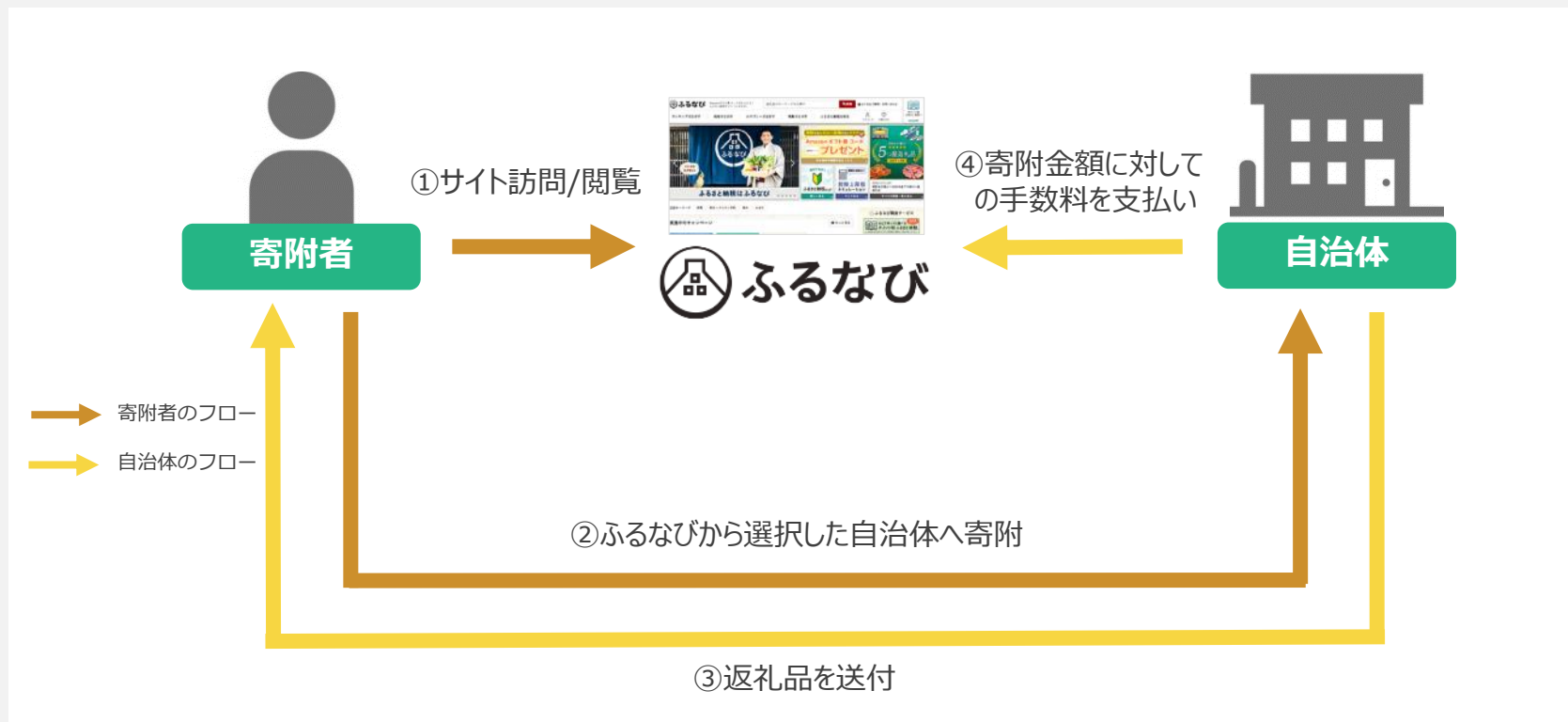
参考資料 主要サービス一覧

「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		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
	ふるなび周辺事業	トラベル事業	 ふるなびトラベル	宿泊など、旅行で使えるオリジナル返礼品の提供
		レストランPR事業	ふるなび 美食体験	ふるさと納税によって地方の食材と都心部の飲食店を結びつけるサービス
		ポイントサービス事業	 たまるモール byふるなび	「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	アドプラットフォーム (ADPF) 事業	アドネットワーク事業	 i-mobile Ad Network	運用型広告(ディスプレイ・ネイティブ・動画)の提供
		アフィリエイト事業	 i-mobile Affiliates	成果報酬型広告の提供
	広告代理店事業		CYBER CONSULTANT	WEBマーケティングを強みとするインターネット広告代理店
	メディアソリューション (MS) 事業		 Google Certified Publishing Partner	Google社の認定パートナー(GCPP)として、メディアの収益最大化の為にソリューションサービス
	アプリ運営事業		 HTE	スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営

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。

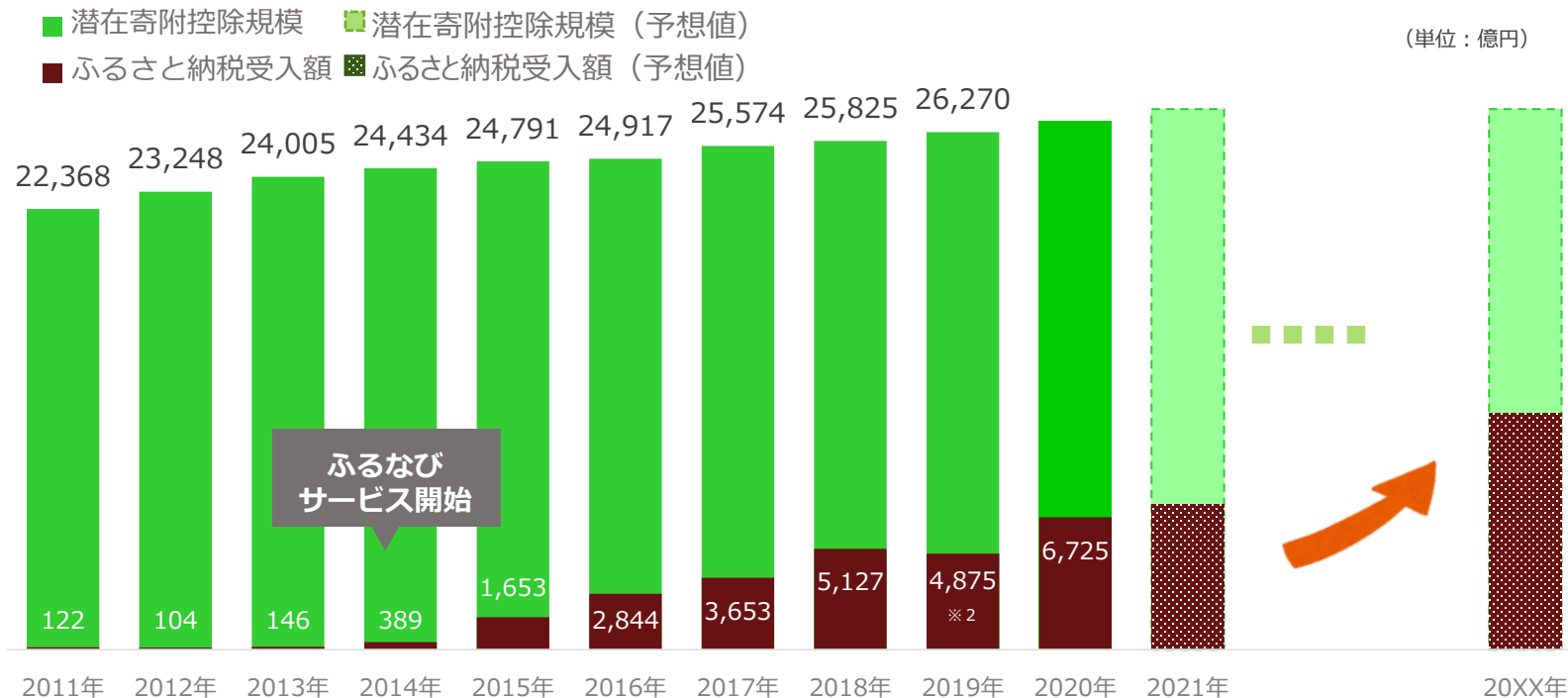
ふるなび災害支援

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：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



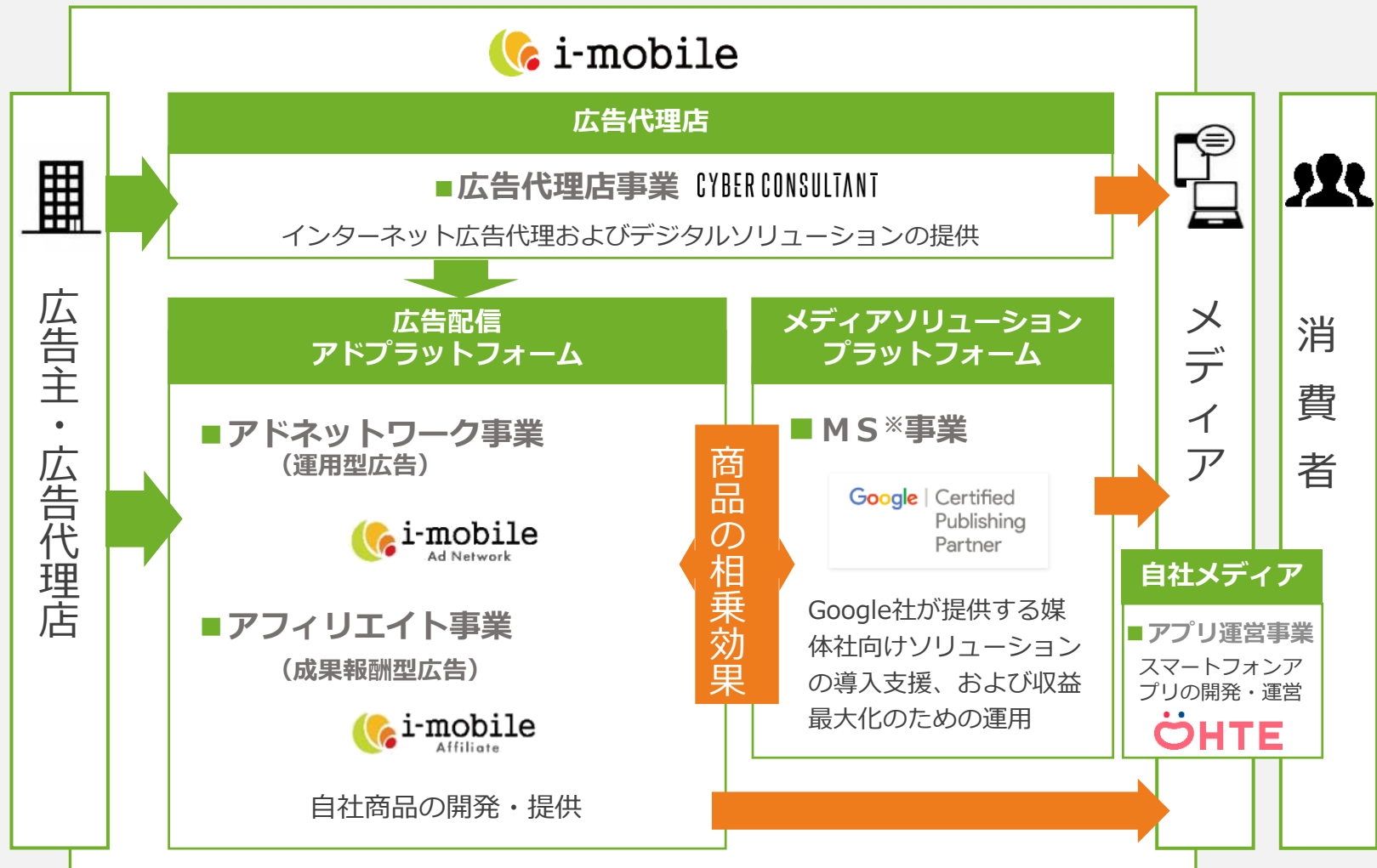
- 2011~2019年 潜在寄附控除規模は「総務省発刊：地方財政の状況」を参考に当社にて算出（個人住民税歳入額×20%）
- 2011~2020年 ふるさと納税受入額は「ふるさと納税に関する現況調査結果」 総務省 令和3年7月30日を参照
- ※1 これらの算出は市場規模と成長性を当社基準で概算しているものであり、統計数値とは異なる部分があります

※2
市場見直し

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(4月1日~翌年3月31日)の状況を集計したものであります。当社では、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2018年末から2019年3月末にかけて起こったことによる影響があったものと考え、2018年度から2019年度にかけての実績数値の減少は、市場自体の縮小を示すものではないと考えております。

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店とアプリ運営事業を行う



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、自社メディアとして広告収益拡大に成功



参考資料 新収益認識基準の適用

今期より「収益認識に関する会計基準」を適用し、主にインターネット広告事業で、概ね従来の売上総利益が売上高に変更したが、営業利益への影響はない

セグメント	事業	旧収益認識基準（変更前） 2021年7月期以前	新収益認識基準（変更後） 2022年7月期以降
コンシューマ 事業	ふるさと納税事業	ネット計上 (一部グロス計上あり)	ネット計上
	ふるなび周辺事業	ネット計上 (一部グロス計上あり)	ネット計上 (一部グロス計上あり)
インターネット 広告事業	アドプラットフォーム事業	グロス計上	ネット計上
	広告代理店事業	グロス計上	ネット計上
	メディアソリューション事業	グロス計上	ネット計上
	アプリ運営事業	グロス計上	グロス計上

※ 新収益認識基準は連結会計年度の期首（2021年8月1日）から適用

サステナビリティ基本方針

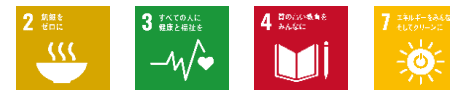
私たちは、グループビジョン「ひとの未来」に貢献する事業を創造し続ける」の実現に向け、事業を始めとした企業活動を通じ、社会課題の解決に取り組み、全てのステークホルダーにとって魅力的な企業として、継続的な企業価値の向上を目指します

- (1) 社会課題の解決に資するビジネスの推進
- (2) 地域創生に向けた地方自治体やコミュニティと協働した活動支援
- (3) サステナビリティ推進に向けた社員への教育・啓発

4つのマテリアリティ（重要課題）



人々のQOLの向上



社会的価値の創造



持続可能な街づくり



地域の魅力創出



ふるさと納税事業「ふるなび」と「企業版ふるさと納税」を活用した活動支援を行っております

参考資料 主要経営指標推移（訂正後）

I-1. 連結業績推移 注1

(百万円) I-2. セグメント別業績推移 注3

会計年度	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07
売上高	4,959	5,959	10,611	7,485	11,592
売上総利益	4,930	5,820	10,202	7,292	11,584
売上総利益率	99.4%	97.7%	96.1%	97.4%	99.9%
販売費及び一般管理費	2,571	3,702	7,041	5,046	8,202
売上販管費率	51.8%	62.1%	66.4%	67.4%	70.8%
営業利益	2,359	2,118	3,160	2,246	3,382
営業利益率	47.6%	35.5%	29.8%	30.0%	29.2%
経常利益	2,355	2,095	3,149	2,248	3,366
経常利益率	47.5%	35.2%	29.7%	30.0%	29.0%
当期利益 注2	1,539	1,165	1,367	1,727	2,299
当期利益率	31.0%	19.6%	12.9%	23.1%	19.8%
総資産	14,155	15,465	16,911	15,359	18,992
純資産	10,871	12,040	13,145	13,222	14,720
純有利子負債	▲ 10,572	▲ 11,016	▲ 13,974	▲ 12,363	▲ 15,422
自己資本比率	75.7%	76.0%	76.5%	86.1%	77.4%

会計年度		2017/07	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07 注4
コンシューマ事業	売上高	1,083	2,273	7,484	4,485	7,708
	営業利益	223	680	2,313	1,325	1,974
	営業利益率	20.6%	29.9%	30.9%	29.5%	25.6%
インターネット広告事業	売上高	4,225	3,729	3,152	3,037	3,935
	営業利益	2,127	1,394	770	866	1,451
	営業利益率	50.3%	37.4%	24.4%	28.5%	36.9%

II. 各指標の推移

会計年度	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07
ROE	19.0%	10.2%	10.9%	13.1%	16.5%
ROA	14.3%	7.9%	8.4%	10.7%	13.4%
EPS (円)	75.0	55.0	57.3	76.6	107.4

純有利子負債：有利子負債－現金及び現金同等物

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

注1 金額はすべて新収益認識基準を適用したものとなっております

注2 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

注3 売上高及び営業利益はセグメント間取引等調整前の金額になっております

注4 2021年7月期は、全社費用のセグメントへの配賦方法を変更したことで営業利益が微増しております

※「収益認識に関する会計基準」の適用について再精査した結果、2021年9月8日開示の決算説明資料及び中期経営計画資料にて記載内容の一部に修正すべき箇所がありましたので訂正いたします。なお、過去の短信で開示した数値などへの影響はございません

参考資料 主要経営指標推移（訂正前）

I-1.連結業績推移 注1

(百万円) I-2.セグメント別業績推移 注3

会計年度	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07
売上高	4,968	6,098	11,141	7,563	11,592
売上総利益	4,930	5,820	10,202	7,292	11,584
売上総利益率	99.2%	95.4%	91.6%	96.4%	99.9%
販売費及び一般管理費	2,571	3,702	7,041	5,046	8,201
売上販管費率	51.8%	60.7%	63.2%	66.7%	70.7%
営業利益	2,359	2,118	3,160	2,246	3,382
営業利益率	47.5%	34.7%	28.4%	29.7%	29.2%
経常利益	2,355	2,095	3,149	2,248	3,366
経常利益率	47.4%	34.4%	28.3%	29.7%	29.0%
当期利益 注2	1,539	1,165	1,367	1,727	2,299
当期利益率	31.0%	19.1%	12.3%	22.8%	19.8%
総資産	14,155	15,465	16,911	15,359	18,992
純資産	10,871	12,040	13,145	13,222	14,720
純有利子負債	▲ 10,572	▲ 11,016	▲ 13,974	▲ 12,363	▲ 15,422
自己資本比率	75.7%	76.0%	76.5%	86.1%	77.4%

会計年度		2017/07	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07
コンシューマ事業	売上高	1,092	2,412	8,015	4,563	7,708
	営業利益	223	680	2,313	1,325	1,962
	営業利益率	20.4%	28.2%	28.9%	29.0%	25.5%
インターネット広告事業	売上高	4,225	3,729	3,152	3,037	3,915
	営業利益	2,127	1,394	770	866	1,420
	営業利益率	50.3%	37.4%	24.4%	28.5%	36.3%

II.各指標の推移

会計年度	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07
ROE	19.0%	10.2%	10.9%	13.1%	16.5%
ROA	14.3%	7.9%	8.4%	10.7%	13.4%
EPS (円)	75.0	55.0	57.3	76.6	107.4

純有利子負債：有利子負債－現金及び現金同等物

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

注1 金額はすべて新収益認識基準を適用したものとっております

注2 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

注3 売上高及び営業利益はセグメント間取引等調整前の金額になっております



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。

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 (2021年10月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 197名 (2021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	取締役	取締役 溝田 吉倫 取締役 文田 康博 筆頭社外取締役 田中 邦裕 社外取締役 嶋 聡 社外取締役(常勤監査等委員) 轟 幸夫 社外取締役(監査等委員) 石本 忠次 社外取締役(監査等委員) 高木 明
グループ事業内容	ふるさと納税事業 トラベル事業 レストランPR事業 ポイントサービス事業 アドネットワーク事業 アフィリエイト事業 インターネット広告代理店事業 メディアソリューション事業 アプリ運営事業 等	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%) Simple App Studio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”に貢献する事業を創造し続ける 

