

# 事業計画及び成長可能性 に関する事項


株式会社アイリッジ  
(証券コード：3917)

2021/12/27

# 目次

---

1. 当社の概要
2. 市場環境及び当社の特徴
3. 成長戦略及び事業計画
4. 成長戦略及び事業計画の進捗状況
5. 補足資料



# 1. 当社の概要



# 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。

# 基本情報

## 会社概要

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	
経営陣	代表取締役社長 取締役 取締役CFO 社外取締役(監査等委員) 社外取締役(監査等委員) 社外取締役(監査等委員)	小田 健太郎 渡辺 智也 森田 亮平 松本 雄大(公認会計士) 有賀 貞一 隈元 慶幸(弁護士)
連結子会社	株式会社Qoil、株式会社フィノバレー	
資本金	11億75百万円	
従業員数	205人 (2021年9月末、連結)	

## 財務指標等

売上高 ※1	43.6 億円
営業利益 ※1	1.1 億円
売上高CAGR ※2	36.6 %
ストック型収益 ※3	16.5 億円
FANSHIP導入アプリの 合計MAU ※4	5,977 万ユーザー

※1 2021/3期連結実績。

※2 2015/7期から2021/3期の年平均成長率。

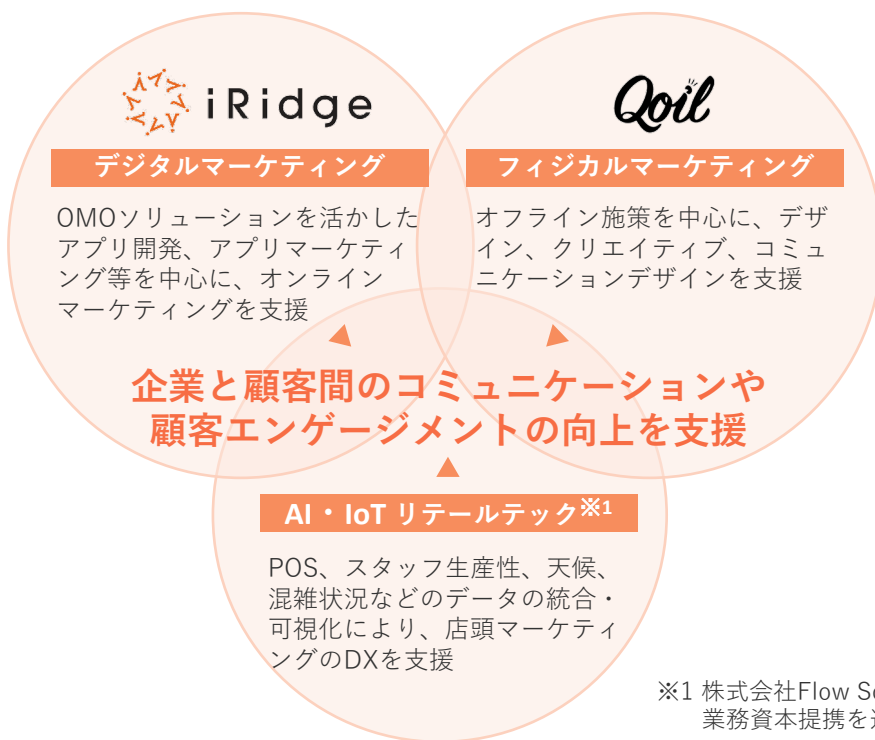
※3 2022/3期2Qのストック型収益に4を乗じた金額。

※4 2022/3期2Q実績。

# 事業概要

当社グループの事業は、企業と顧客間のコミュニケーションや顧客エンゲージメントの向上を支援する「デジタル・フィジカルマーケティング領域」と「新規事業領域」から構成。

## デジタル・フィジカルマーケティング領域



## 新規事業領域



### デジタル地域通貨PF

短期間かつ安価にデジタル地域通貨サービスを開始できるプラットフォーム



### クラウド型工数管理サービス

社内外人員の稼働管理やプロジェクトへのアサイン管理、人材調達が一つになった、リソース最適化プラットフォーム

### 対面サービスDX

対面サービスのDXを実現するビデオ通話・課金機能付きマッチングプラットフォーム

# 当社サービスの特徴

デジタル・フィジカルマーケティング領域では、アプリを中心としたマーケティングをトータルで支援。



# 案件実績

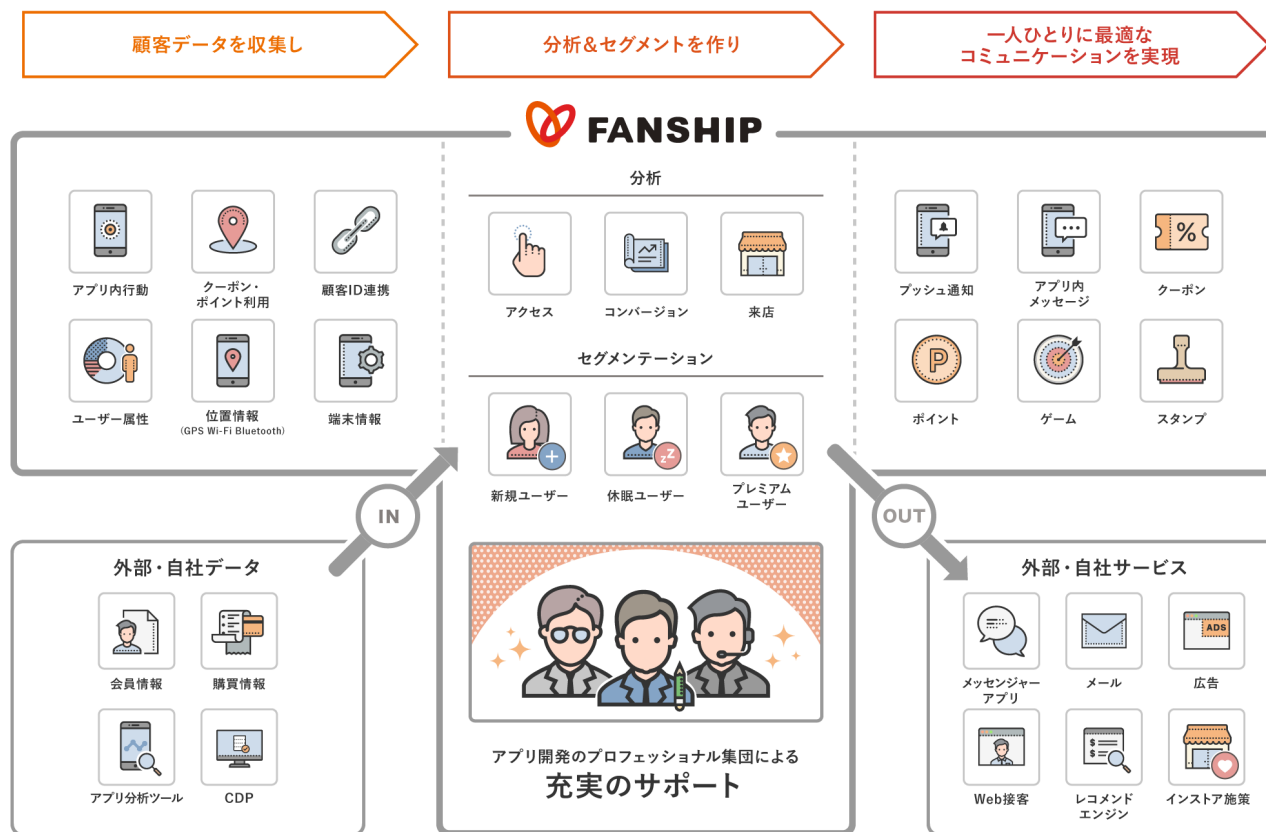
小売、金融、鉄道業界を中心に、各業界の代表する企業のアプリを開発支援。また、300以上のアプリにアプリマーケティングツール「FANSHIP」を導入。

小売			金融		鉄道	
 ファミベイアプリ	 ニトリアプリ	 f-JOYアプリ	 JAバンクアプリ	 新生銀行 カードローンエル アプリ	 東急線アプリ	 相鉄線アプリ
 カーライフスクエア アプリ	 ジーユーアプリ	 Keio BEAUTY LINEミニアプリ	 BANKITアプリ	 OKBアプリ	 小田急アプリ	 南海アプリ
 BOOKOFFアプリ	 SHIPSアプリ	 テラスモール松戸 アプリ	 レイカルサ公式 アプリ	 せたがやPay (東京都世田谷区)	 阪急	 阪急沿線アプリ
 京王百貨店 新宿店 LINEミニアプリ	 テラスモール湘南 アプリ	 mozoアプリ	 さるぼぼコイン (岐阜県飛騨地方)	 アクアコイン (千葉県木更津市)		



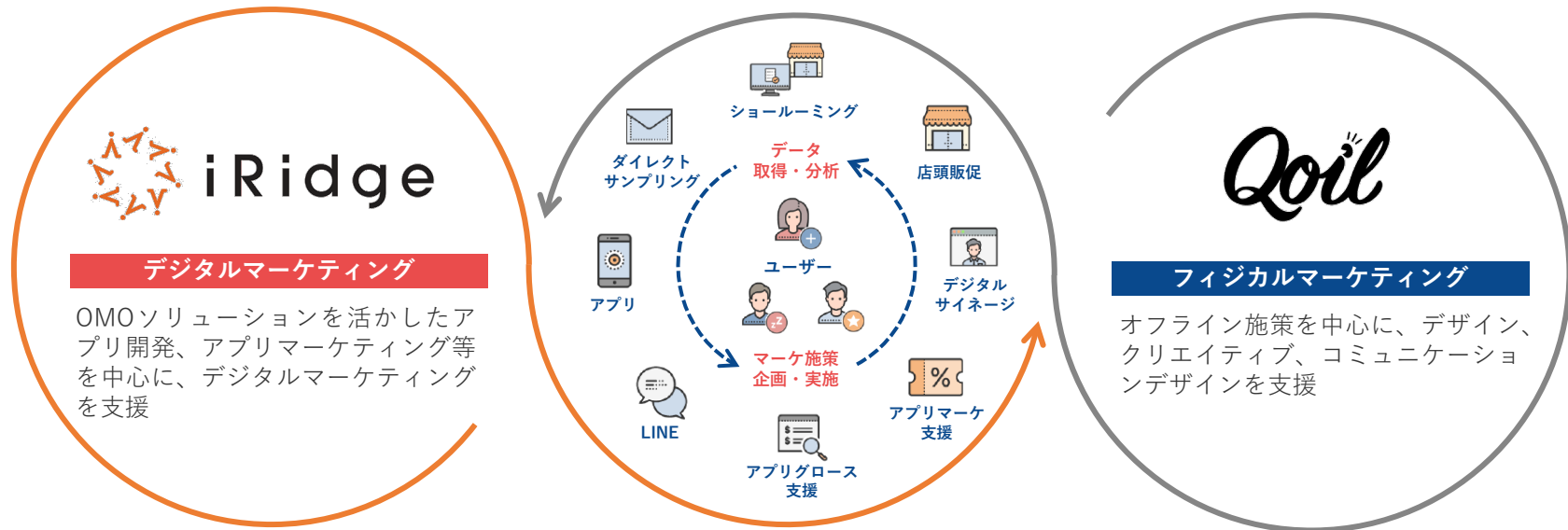
# ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」概要

当社が開発支援するアプリには、SaaS型で提供する自社プロダクトである、アプリマーケティングツール「FANSHIP」を組み込んで提供。



# アプリグロースやフィジカルマーケティングも支援

アプリ開発のみならず、アプリのグロース・運用支援に加え、店頭販促などのフィジカルマーケティング領域も支援。



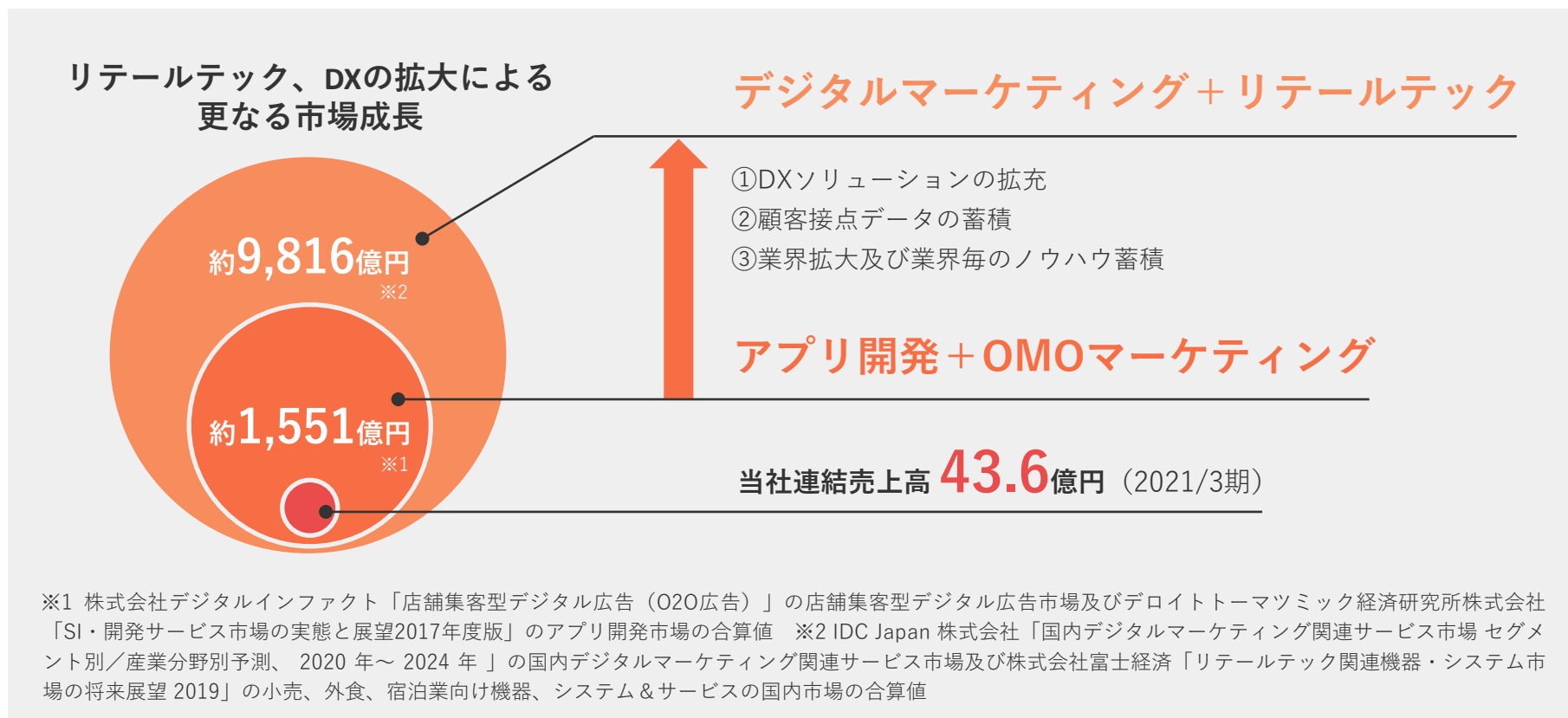
アプリのグロースハックから店頭販促やデジタルサイネージまで、  
OMO※1マーケティングを支援

※1 OMO(Online Merges with Offline) とは、オンラインとオフラインの取組みを融合し、店舗とインターネットの垣根を越えた最適な顧客体験を提供するマーケティング施策のこと。

## 2. 市場環境及び当社の特徴

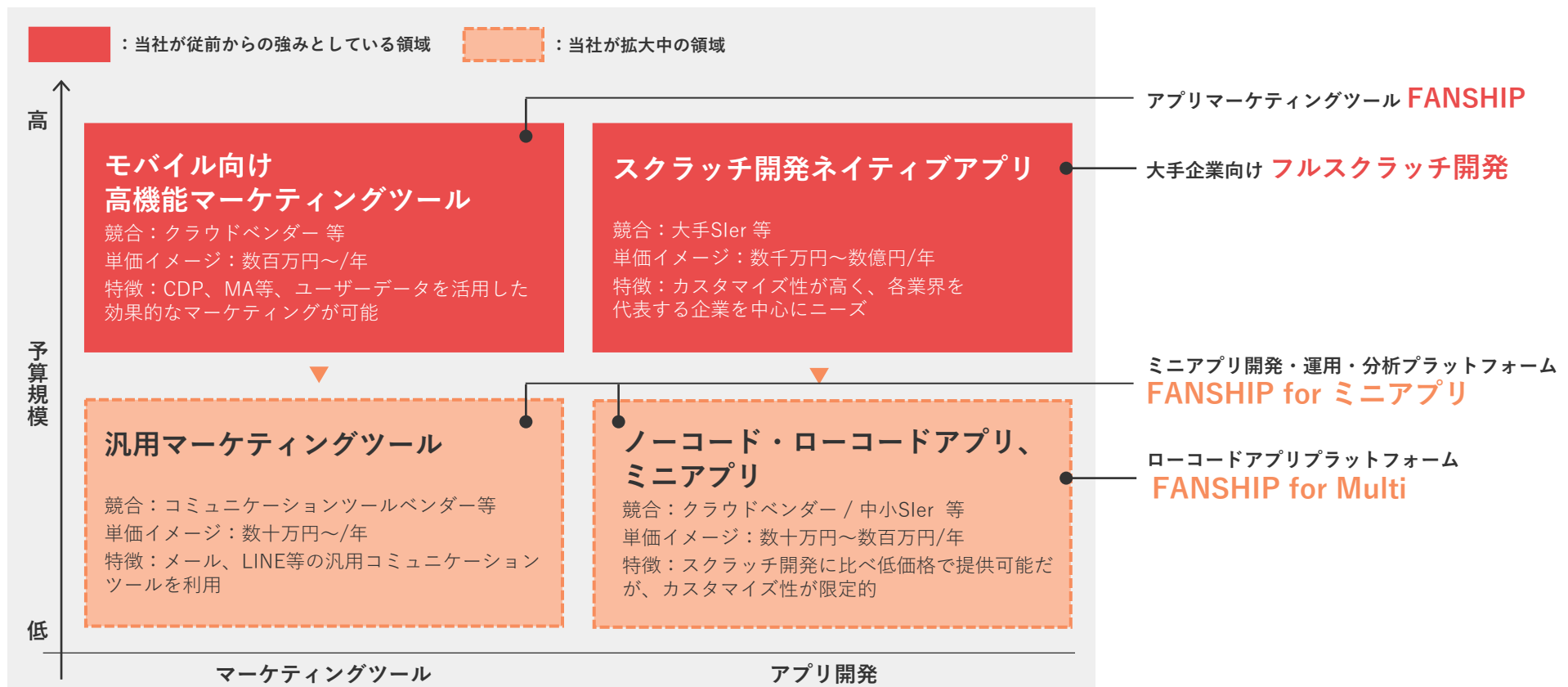
## 対象・関連市場の規模と潜在性

当社の対象市場のみでも顧客基盤の拡大余地は十分にあり、またリテールテックやDXの拡大による更なる市場規模拡大が見込まれる。




# アプリマーケティング市場の競合と当社のサービスラインナップ

アプリ開発とマーケティングツールの両方を提供し相乗効果を出せることが当社の優位性。アプリ開発においては、大企業向けのフルスクラッチ開発や中堅企業向けのローコードアプリ開発に加え、ミニアプリ開発プラットフォームも提供。



# 大型・高機能・最先端のスクラッチ開発案件にも対応

小売、金融、鉄道業界を中心に、各業界の代表する企業のアプリのスクラッチ開発を支援。



The image displays three mobile applications. On the left is the FamilyMart app, showing a green interface with 'おトクなクーポン' (Great coupons) and 'クーポンも決済もポイントもスキャン1回でOK!' (Coupons, payment, and points all OK with one scan!). In the middle is the CarLifeSquare app, featuring a blue and white interface with 'コスモのサービスがもっとおトクになるアプリ' (An app where Cosmo's services are even more beneficial) and a car listing for 79,070 yen. On the right is the Nitori app, showing a white interface with a search for '椅子' (chairs) and a product grid.

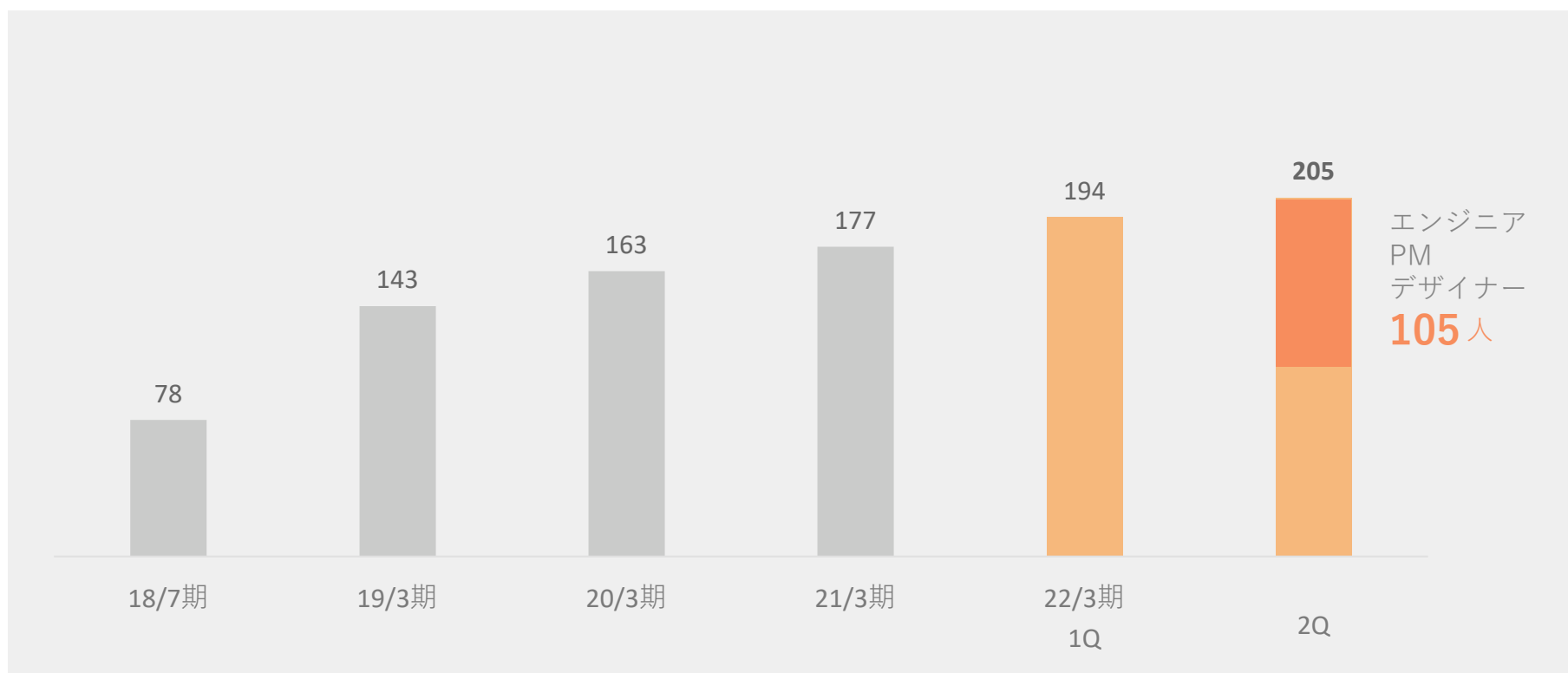
**ファミペイアプリ**  
(株式会社ファミリーマート)

**カーライフスクエアアプリ**  
(コスモ石油マーケティング株式会社)

**ニトリアプリ**  
(株式会社ニトリホールディングス)

## 経験値・スキルの高いエンジニア、PM、デザイナーの人材プール

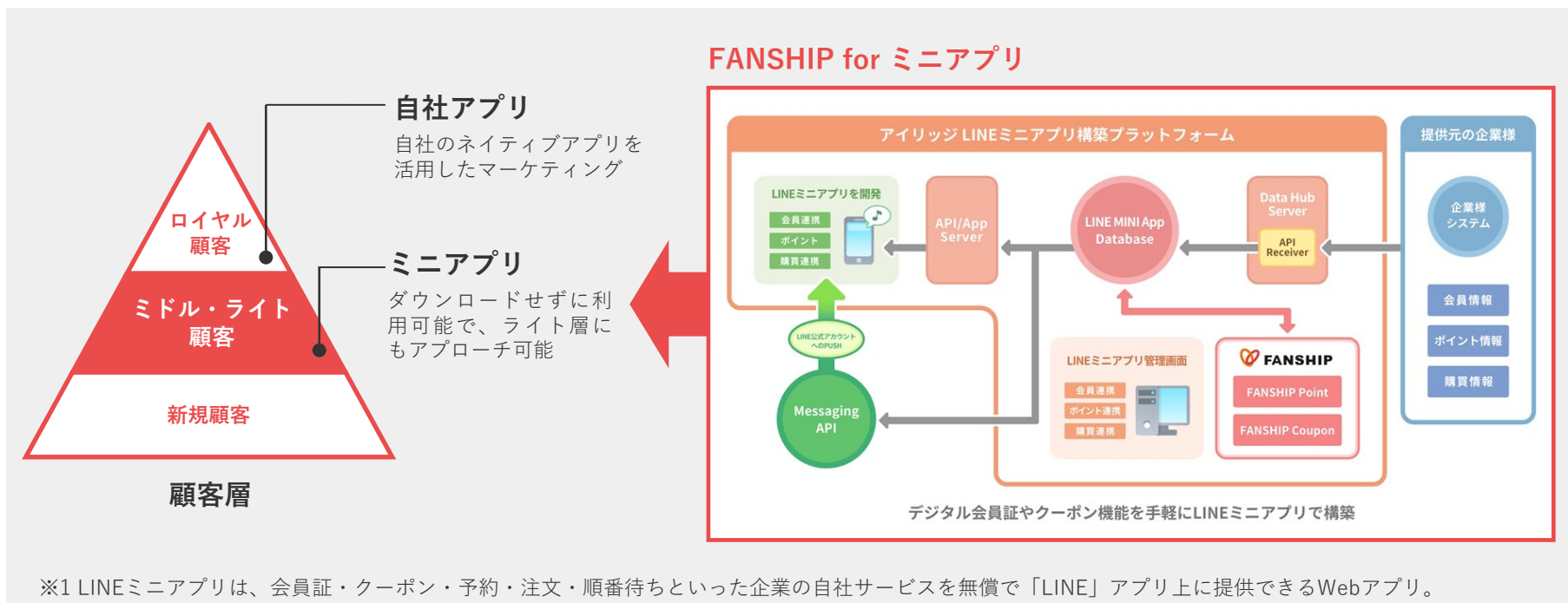
経験値・スキルの高いエンジニア、プロジェクトマネージャー（PM）、デザイナーを100人以上抱え、大型・高機能・最先端のアプリスクラッチ開発の支援から自社プロダクトの開発まで行う。



# ミニアプリ開発・運用・分析プラットフォーム FANSHIP for ミニアプリ

企業がLINE上で自社サービスの提供を可能にするWebアプリ「LINEミニアプリ※1」において、会員証などの機能を提供できる、ミニアプリ開発・運用・分析プラットフォーム「FANSHIP for ミニアプリ」を提供。

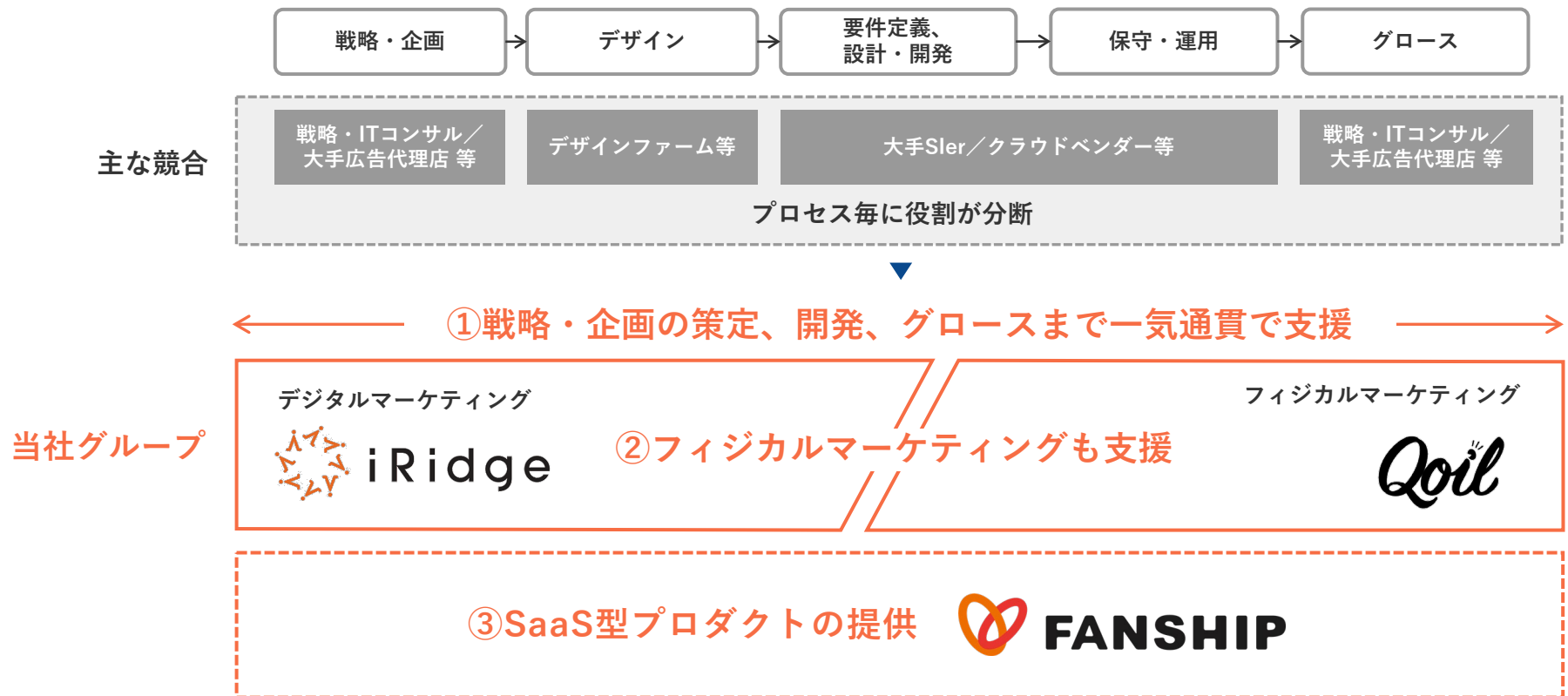
ネイティブアプリに加え、中堅～大企業の拡大するミニアプリ需要に対応。





# 当社独自のビジネスモデル

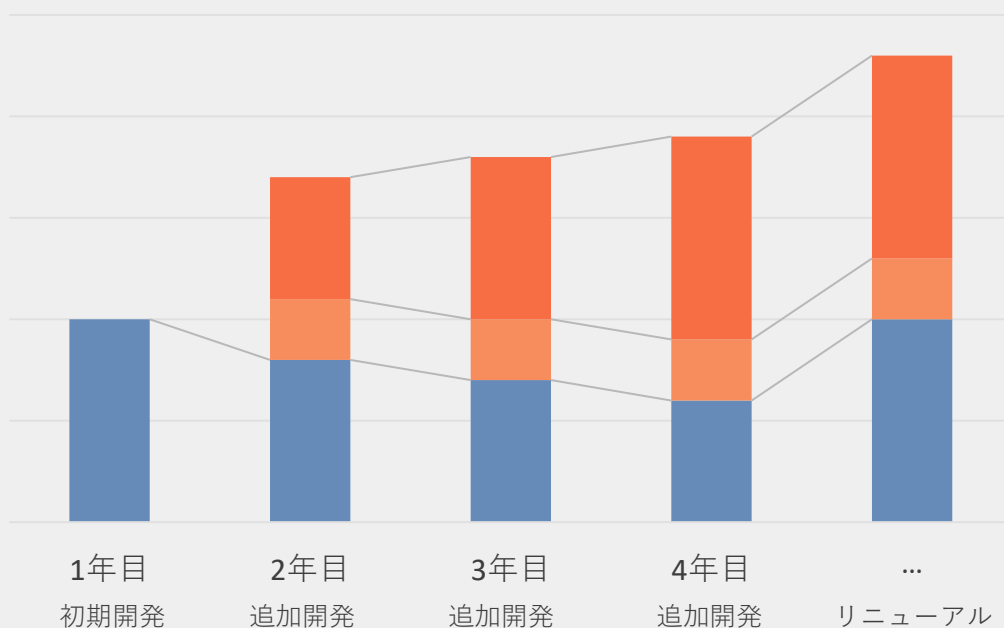
戦略・企画の策定からアプリ開発、グロースまで一気通貫で支援。また、デジタル領域のみならず、フィジカル領域の支援に加え、自社開発のSaaS型プロダクトを併せて提供することで、当社独自の提供価値に繋げている。



# ストック型の収益構造

アプリ開発の支援に加え、自社のSaaS型プロダクトや保守・運用支援を併せて提供することで、ストック型の収益構造を構築。アプリ開発収益についても、アプリリリース後も継続的に追加開発・アップデートを行うことが多く、収益積み上げに寄与。

顧客1社あたりの収益イメージ



## ■ 月額報酬 (システム利用料)

アプリマーケティングツール「FANSHIP」利用料を、アプリの利用者数に応じて従量課金

## ■ 保守・運用支援収益

開発したアプリの保守収益及びアプリマーケティング運用支援に係る収益

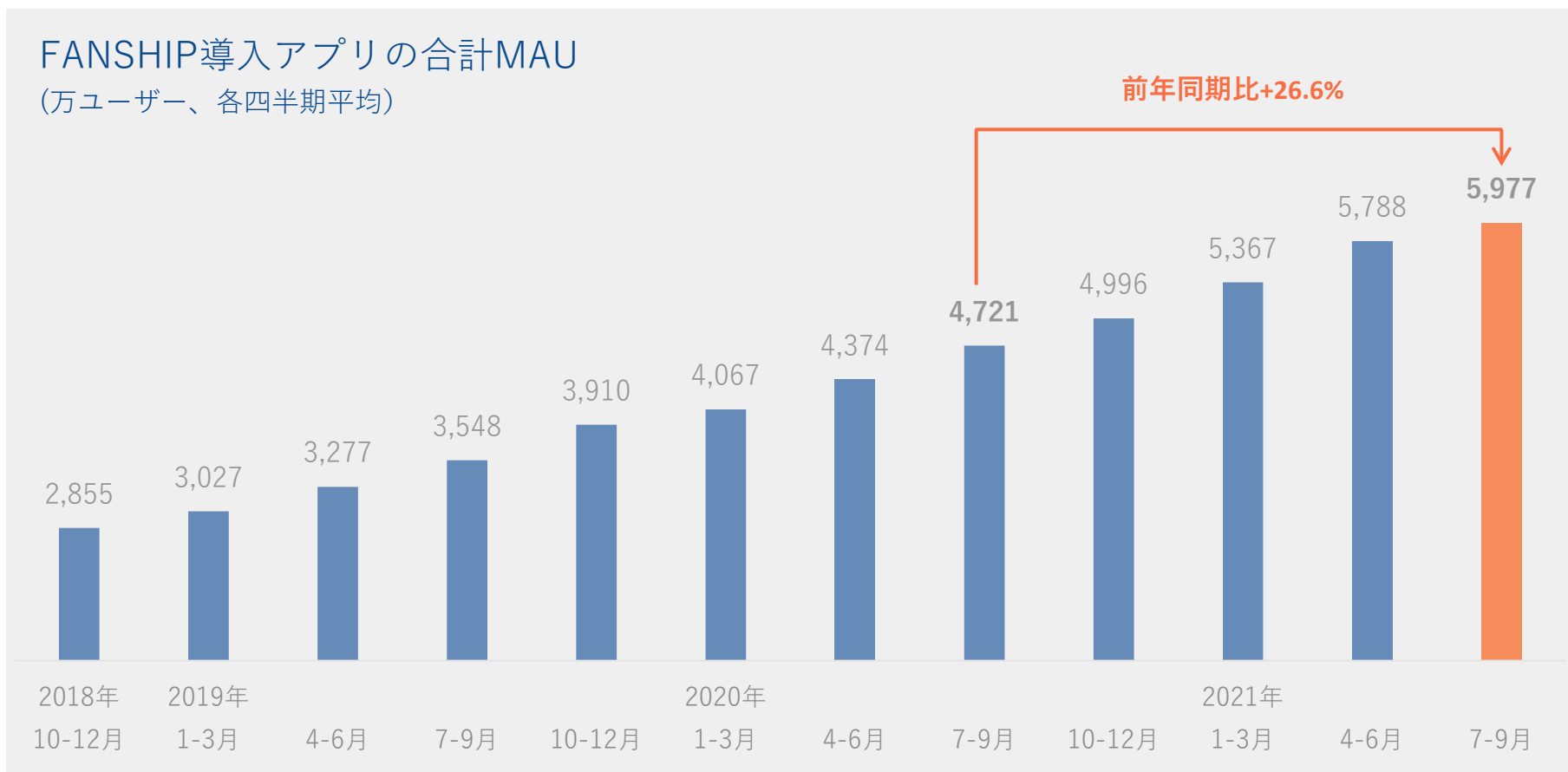
## ■ アプリ開発収益

初期開発後、追加機能開発を行い、継続的にアップデートを行うことが多い

準委任型の契約形態による長期間にわたる継続契約も増加している

# 重要KPI①：FANSHIP導入アプリのMAUの推移

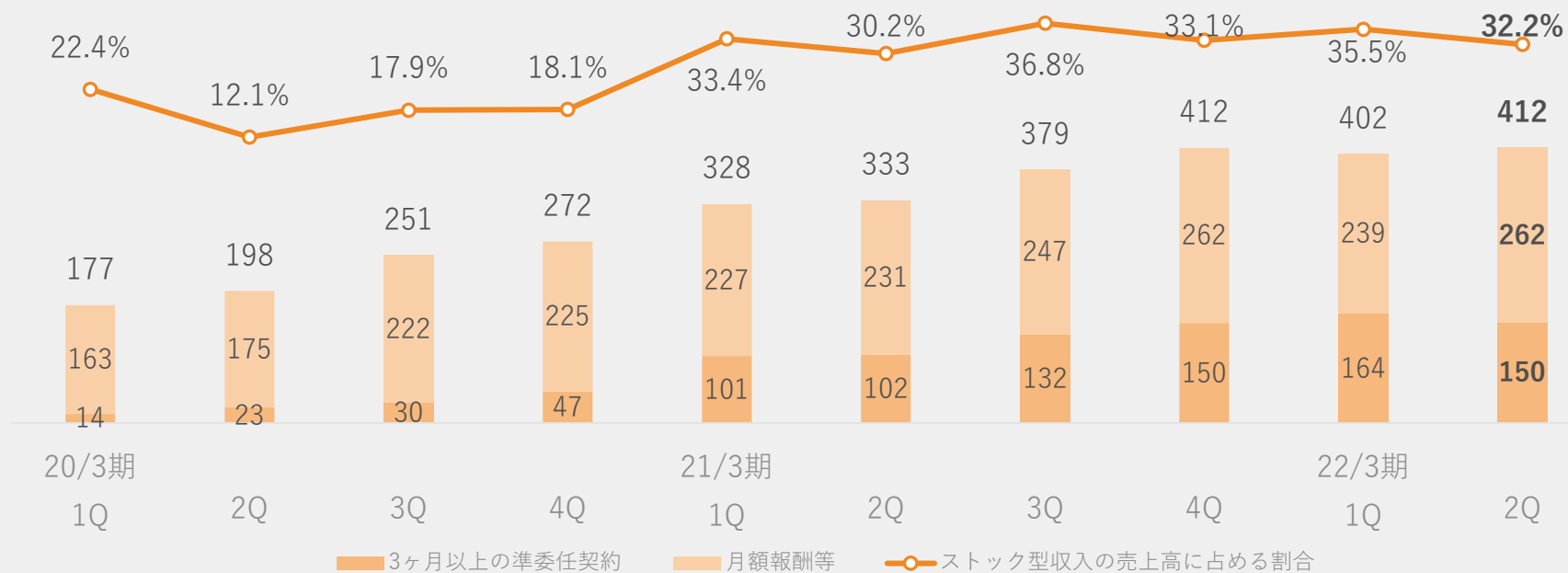
アプリあたりのアクティブユーザー数が増加し、前年同期比+26.6%と順調に成長。



## 重要KPI②：ストック型収益の推移

新規・既存顧客の契約金額増加に伴い、2Qのストック型収益は前年同期比+23.6%の412百万円、売上高に占める割合は32.2%。

ストック型収益<sup>※1</sup>及び構成比の推移（連結）



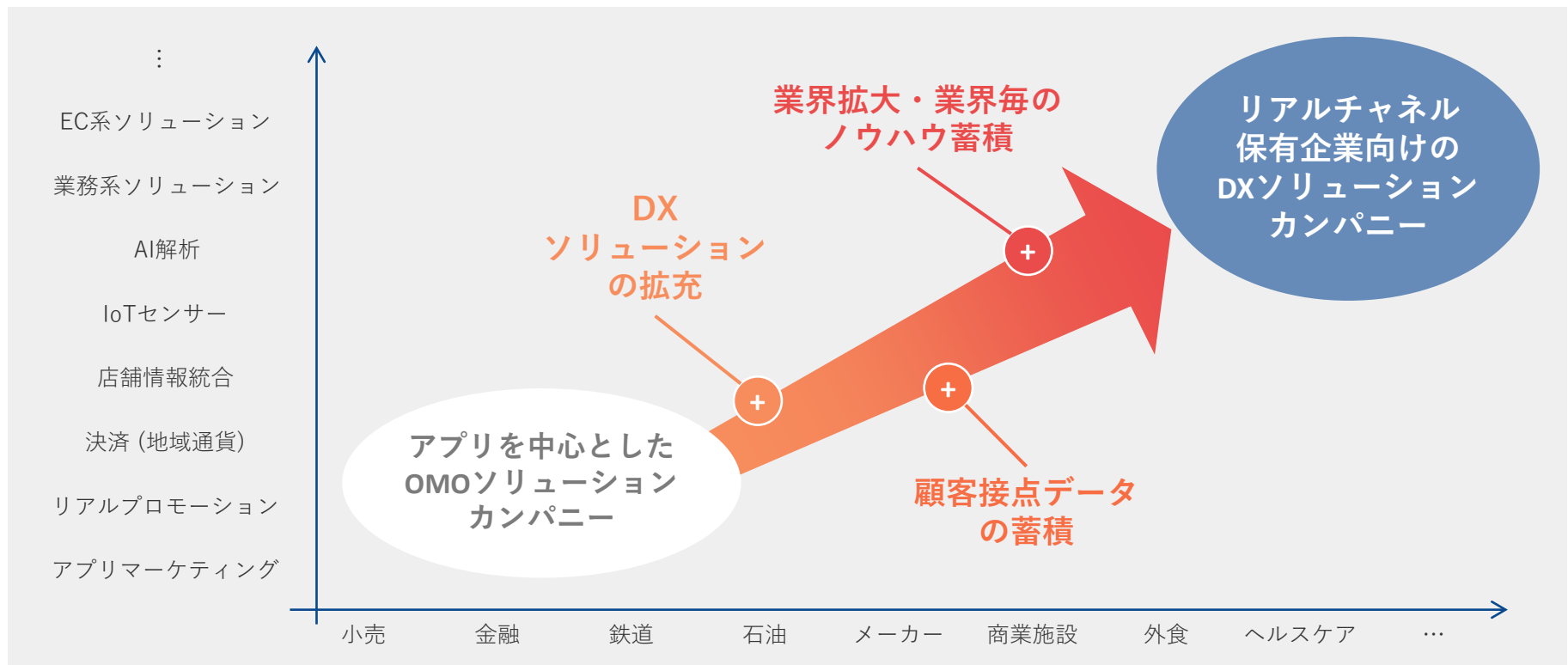
※1 3カ月以上の準委任契約及び月額報酬等（FANSHIPのサービス利用料やアプリのシステム保守料等）をストック型収益として分類。



### 3. 成長戦略及び事業計画

# デジタル・フィジカルマーケティング領域における中期的な成長の方向性

①DXソリューションの拡充、②顧客接点データの蓄積、③業界拡大及び業界毎のノウハウ蓄積を図り、これまでのアプリを中心としたOMOソリューションカンパニーから、リアルチャネル保有企業向けのDXソリューションカンパニーへ進化を目指す。



# 今後の成長戦略

FANSHIPを中心としたクラウド（SaaS）型プロダクト/ソリューションの強化・拡充と、顧客企業のニーズに合わせたプロフェッショナルサービスの強化を両輪に、リアルチャネルを活用する企業に対してDXを通じた事業成長を支援。

## デジタル・フィジカルマーケティング領域

### ①クラウド（SaaS）型プロダクト/ソリューションの強化・拡充

（月額報酬/継続契約拡大）

- ・ FANSHIPやLINEミニアプリプラットフォームを中心としたプロダクトの強化
- ・ アプリ関連以外のDXソリューションの拡充

### ②プロフェッショナルサービスによるDX支援の強化

（テクノロジー×クリエイティブ）

- ・ アイリッジ、Qoilの融合促進により、企画・クリエイティブ～デザイン～システム開発等を一気通貫してサービス提供
- ・ 業界毎のノウハウの蓄積
- ・ ハイスキル人材の採用拡充

## 新規事業領域

### ③新規事業の立上げ・収益拡大

- ・ 新規事業については早期の収益拡大を目指し、投資を継続
- ・ 事業パートナー等とのアライアンスについても継続して検討

顧客企業のビジネス成長やDXを支援できる組織力を強みに月額報酬とフロー収入の拡大を両輪とした成長を目指す

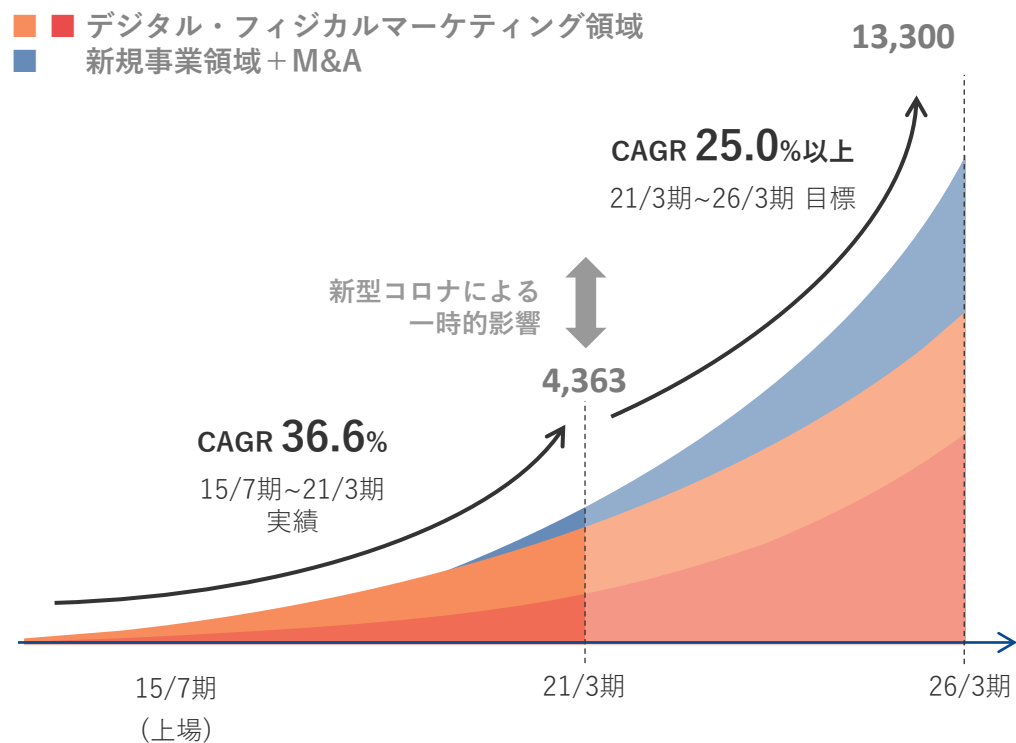
新規事業の早急な立上げによる連結収益貢献を目指す

# 中期的な財務目標

当社連結の売上高目標として、2026年3月期において133億円+ $\alpha$ を目指す。

## 売上高（連結）の中期目標

(百万円)



## 中期的な財務目標

- ・ 21/3期は新型コロナウイルス感染症拡大による一時的な影響があったものの、上場（15/7期）以降のCAGRは36.6%と、高成長を実現
- ・ 22/3期もQoilにおいて新型コロナウイルス感染症拡大による影響が見込まれるが、**中期的にはCAGR25.0%以上の成長を目指す**
- ・ 引き続き高い成長が期待される「デジタル・フィジカルマーケティング領域」において確実に積み上げるとともに、新規事業及びM&Aによる売上高拡大を推進
- ・ 当面は、採用費用や新規事業への先行投資費用の増加が見込まれるものの、販管費を適切にコントロールし、連結営業利益は每期着実に増益を目指す



## 2022年3月期連結業績の見通し

22/3期の通期業績見通しは2021年4月23日の首都圏における緊急事態宣言再発出に伴うQoil事業への影響により、中期的な財務目標（前述）よりも成長率は一時的に鈍化する見通し。足元は、コロナ後の成長率の再加速を見据えた投資の強化を図り、中期的な財務目標の達成を目指す。

	21/3期 (連結)	22/3期 (連結)	
(百万円)	通期 実績	通期 見通し	前年 同期比
売上高	4,363	4,800 ~5,500	+10.0% ~+26.1%
営業利益	113	150 ~200	+32.7% ~+76.9%

### 通期見通しの前提等

売上高：

- ・新型コロナウイルス感染症拡大による外出自粛等による、連結子会社Qoilの主業であるオフラインプロモーション領域への影響を勘案し、レンジを設定
- ・レンジ下限は、22/3期を通じて21/3期程度の影響があった場合を想定
- ・レンジ上限は、22/3上半期においては一定の業績へのマイナス影響が生じるが下半期を通じてほぼマイナス影響が生じていないことを想定
- ・回復は、上期より下期に偏重の見込み

営業利益：

- ・前述の通り、当面は採用費用や新規事業への先行費用等の成長投資を継続
- ・売上高の進捗を踏まえて、販管費のコントロールを行う

## 4. 成長戦略及び 事業計画の進捗状況

# 今後の成長戦略に対する22/3期上期の取組み状況

22/3期上期の取組みは概ね順調に進捗。下期は、デジタルマーケティング領域における組織体制強化と新規事業領域における事業パートナーとのアライアンスを最重点取組みとして、更に施策を推進。

## デジタル・フィジカル マーケティング領域

- ①クラウド（SaaS）型  
製品/ソリューション  
の強化・拡充
- ②プロフェッショナルサービス  
によるDX支援の強化

- 2Q累計ストック型収益は **前年同期比 +23.2%**、売上高に占める割合は**33.7%**に成長
- LINEミニアプリ開発プラットフォーム「FANSHIP forミニアプリ」を積極展開

- **小売・流通、鉄道、商業施設**を中心にDX支援案件を積み上げ、各業界のノウハウを継続して蓄積
- **リテールDXプラットフォームの共同展開に関する業務提携**を実施。DX支援を強化する新たな取り組みを推進

## 新規事業領域

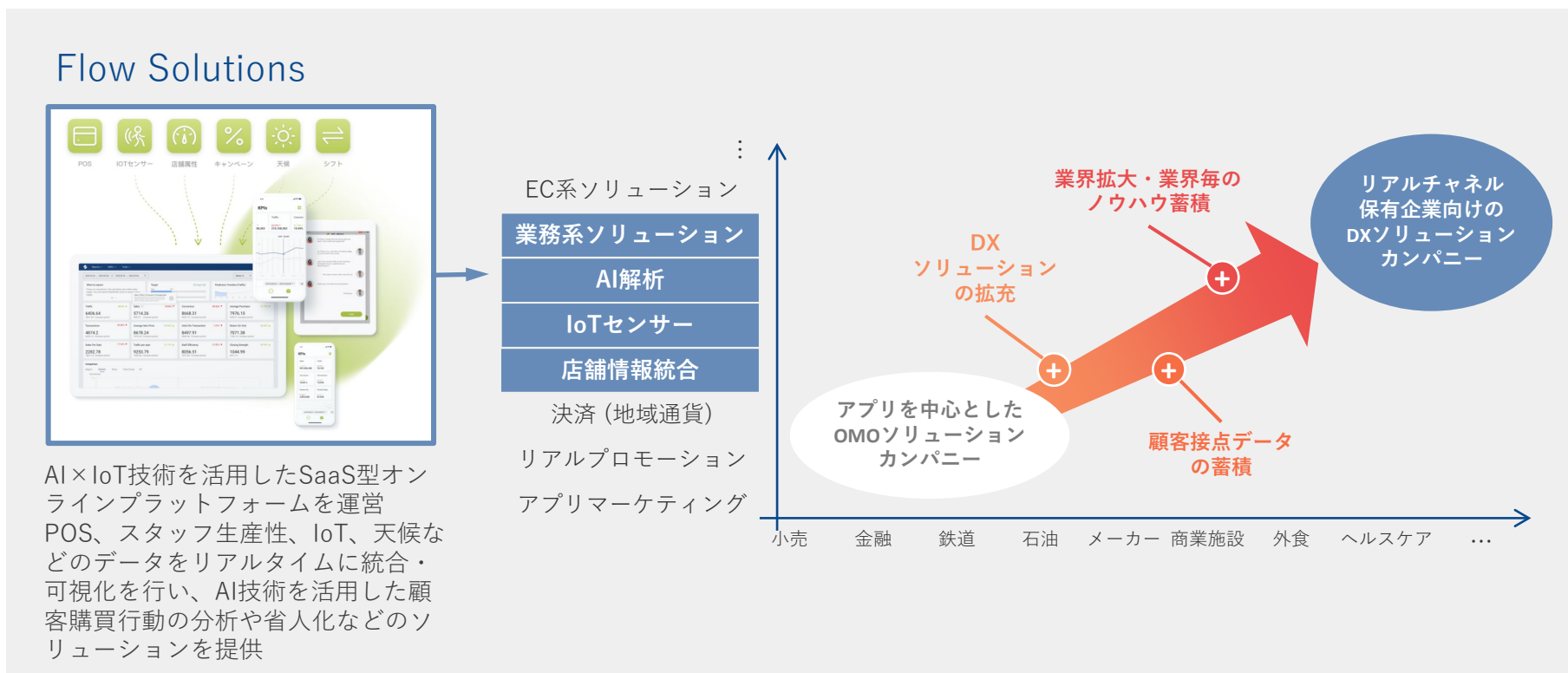
- ③新規事業の立上げ・収益拡大

- デジタル地域通貨プラットフォームMoneyEasyが「ぎふ旅コイン」で採用されるなど、新規導入を継続。今期導入件数は**前期比2倍を超える見通し**
- **事業パートナーとのアライアンス**についても継続して取り組み中

# リテールテックソリューションの強化

デジタル・フィジカルマーケティング領域

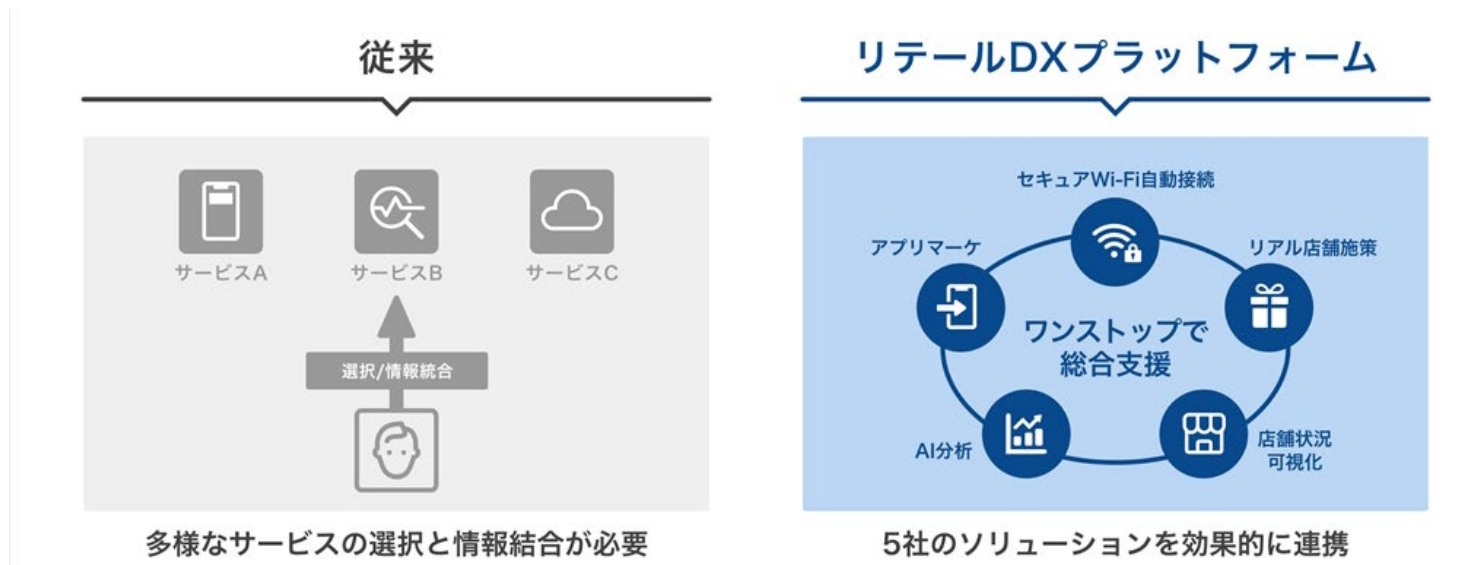
新たな成長領域であるAI×IoT技術を活用したリテールテックソリューションの強化に向け、2021年1月に株式会社Flow Solutionsと資本業務提携を実施。企業のOMO領域におけるDX推進ソリューションとして、当社の既存サービスと連携して取組みを推進。



# リテールDXプラットフォーム

デジタル・フィジカルマーケティング領域

当社、ワイヤ・アンド・ワイヤレス、データセクション、Flow Solutions、及びQoilの5社は 2021年8月にリテールDXプラットフォームの共同展開に関する業務提携契約を締結。

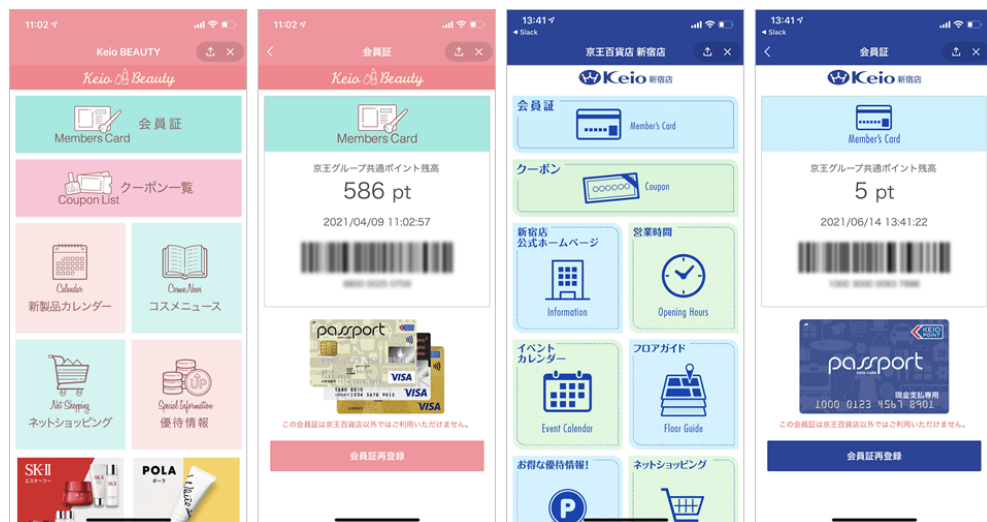


顧客企業はリテールDXプラットフォームを導入することで、自社のアプリユーザーが来店し、セキュアなWi-Fiに接続したことを契機に、各ユーザーに応じた最適な情報を配信することが可能に  
各ユーザーの同意のもと得られたデータを統合・可視化・分析し、データに基づく店頭マーケティング施策を実施することで、OMOマーケティングを実現

ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」の機能を活用したLINEミニアプリ開発プラットフォーム「FANSHIP forミニアプリ」を導入。販売活動や顧客サービスのDXを支援。

## 160万人の京王パスポートカード会員に向けたOne to Oneマーケティングを実現

京王パスポートカード会員のお客さま向けに、会員限定の情報発信や特別優待などを提供し、売場の"ファンづくり"を行うLINEミニアプリを開発支援



## 「FANSHIP for ミニアプリ」を用いたLINEミニアプリ開発

2021年3月29日に提供開始した「Keio BEAUTY LINEミニアプリ」及び2021年6月17日に提供開始した「京王百貨店 新宿店LINEミニアプリ」を開発支援

多様化するお客さまの購買行動やコロナ禍で高まるECでの購買需要への対応として、デジタルでの顧客接点拡大と顧客一人ひとりに合わせたサービス提供が急務に。今回、会員情報に基づいた施策が行え、スピーディーな開発が可能な当社の「FANSHIP for ミニアプリ」が選定

京王パスポートカード会員情報とLINEアカウントの紐付けにより、お客さま一人ひとりに合わせたコミュニケーションを実現し、販売活動や顧客サービスのDXを支援

在宅需要で伸びるスマートスピーカーを活用したマーケティングキャンペーンを開発支援。

## Alexaへの呼びかけで Amazon.co.jp限定発売の新製品サンプルがご自宅に

在宅需要で伸びるAlexa利用に合わせたスターバックスの音声UIキャンペーンスキルを開発支援



## 在宅需要で伸びるスマートスピーカー をマーケティングに活用

スターバックスが2021年5月25日から提供を開始したAlexaスキル「スターバックスお試しサンプル」を開発支援

Amazon Echo等のAmazon Alexa対応デバイスに「アレクサ、スターバックスお試しサンプル」と呼びかけることで、同日発売開始のAmazon.co.jp限定新発売製品「スターバックス ブラックコーヒーショット」のサンプルをプレゼント

新型コロナウイルス感染症拡大に伴う在宅時間増加によって、スマートスピーカーの利用も拡大しており、マーケティングへの活用拡大も期待

京王電鉄と共同で、京王電鉄が展開する商業施設「キラリナ京王吉祥寺」にCo-Retailing（共同出店型）ショールーミング※1ストア「INSEL STORE」をオープン。

## コロナ禍で変わる購買行動に対応した 共同出店型ショールーミングストア

ニューノーマルな買い物体験を提供する、京王電鉄では初の体験型店舗



※1 ショールーミングとは、店舗には在庫を置かず、店舗で確認した商品をECで販売する方法のこと。

※2 D2C(Direct to Consumer)とは、自社で企画・製造した商品を自社ウェブサイトですべて直接消費者に販売するビジネスモデルのこと。

## D2C※2ブランドと消費者のリアル店舗での接点創出を支援

「INSEL STORE」は、出店者であるD2Cブランドと消費者のリアル店舗での接点創出を支援するサービス

購買行動が変化する消費者に向けて「ショールーミングによるショートタイムショッピング」や「直接試してから買えるEC」としてニューノーマルな買い物体験を実現

ウィズ/アフターコロナにおいてますます重要になる、OMOを実現するリアル店舗づくりを支援



阪急電鉄が2021年11月1日に提供を開始した「阪急沿線アプリ」の開発と、FANSHIP導入を支援。

## 今までよりも便利に、 阪急電車・阪急バス・阪急タクシーの利用が可能に

阪神電車の「阪神アプリ」 & JR西日本の「WESTER」との相互連携機能も実装



阪急沿線アプリ

(阪急電鉄株式会社)



阪急電車の各駅の発車時刻に加え、列車の走行位置や遅延時分、到着見込み時刻などの鉄道情報を提供するアプリ

臨時列車の運行、ハイキングの開催、鉄道グッズの販売、沿線のお出かけ先などの各種情報や、阪急バス、阪急タクシーなどの交通情報とも連携

阪神電車の「阪神アプリ」やJR西日本の「WESTER」などの公式アプリとも相互連携

大規模商業施設「川崎ルフロン」及び「あびこショッピングプラザ」の来場者向けアプリの開発とFANSHIPの導入を支援。

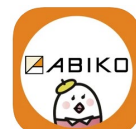
## ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」で販促DXときめ細かな会員サービスを実現

「川崎ルフロン」「あびこショッピングプラザ」それぞれ独自のQRコード決済にも対応



### ルフロンアプリ

(三菱商事UBSリアルティ株式会社)



### あびアプリ

(三菱商事UBSリアルティ株式会社)



過去には三菱商事UBSリアルティが提供する「mozoワンダーシティ」向けの「mozoアプリ」や「京都ファミリー」向けの「京都ファミリーアプリ」も開発支援とFANSHIP導入を行っており、商業施設向けのノウハウを蓄積

# 「ぎふ旅コイン」にフィノバレーのMoneyEasyが採用

新規事業領域

フィノバレーが提供するデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」が「ぎふ旅コイン」のプラットフォームとして採用。アフターコロナの地域経済対策としてもMoneyEasyへの引き合いは堅調で、新規導入を継続して推進中。

## 観光消費の拡大&観光DXを支援する電子観光クーポン事業 岐阜県の「ぎふ旅コイン」に「MoneyEasy」が採用に

岐阜県民の県内旅行を対象に最大6千円分/1人のポイントを付与  
「さるぼぼコイン」とも連携し約1,100店舗で利用可能。スマホとQRコードで簡単決済



 **MONEY EASY**

デジタル地域通貨PF

短期間かつ安価にデジタル地域通貨サービスを開始できるプラットフォーム

## 観光産業の早期回復を図るとともに 非接触による感染症対策及び観光DXを推進

「ぎふ旅コイン」は、新型コロナウイルス感染症により深刻な影響を受けている岐阜県内観光業を支援するため、岐阜県と岐阜県旅行業協会、岐阜県観光連盟が2021年10月15日から開始する「"ほっと一息、ぎふの旅"県民割引キャンペーン（第2弾）」の参加者を対象に行われる実証事業

観光産業の早期回復を図るとともに、非接触による感染症対策及び観光DXを推進



## 5. 補足資料

## (ご参考) 四半期推移

(百万円)	21/3期1Q 連結 (4~6月)		21/3期2Q 連結 (7~9月)		21/3期3Q 連結 (10~12月)		21/3期4Q 連結 (1~3月)		21/3期通期 連結 (20.4~21.3月)		22/3期1Q 連結 (4~6月)		22/3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	実績	構成比
<b>売上高</b>	<b>981</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,104</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,031</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,246</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,363</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,135</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,281</b>	<b>100.0%</b>
売上原価	675	68.8%	741	67.1%	653	63.4%	753	60.5%	2,824	64.7%	762	67.1%	810	63.2%
原価人件費	122	12.5%	144	13.1%	125	12.2%	144	11.6%	536	12.3%	152	13.4%	165	12.9%
外注費	489	49.9%	528	47.8%	456	44.3%	530	42.6%	2,005	46.0%	532	46.9%	565	44.1%
その他原価	63	6.5%	68	6.2%	71	6.9%	78	6.3%	282	6.5%	76	6.8%	79	6.2%
<b>売上総利益</b>	<b>305</b>	<b>31.2%</b>	<b>363</b>	<b>32.9%</b>	<b>377</b>	<b>36.6%</b>	<b>492</b>	<b>39.5%</b>	<b>1,538</b>	<b>35.3%</b>	<b>373</b>	<b>32.9%</b>	<b>471</b>	<b>36.8%</b>
販管費	334	34.0%	350	31.7%	349	33.9%	391	31.5%	1,425	32.7%	370	32.6%	394	30.7%
人件費	209	21.3%	216	19.6%	222	21.6%	241	19.4%	890	20.4%	226	19.9%	233	18.2%
採用費	19	1.9%	16	1.5%	13	1.3%	13	1.1%	62	1.4%	22	2.0%	32	2.6%
管理諸費・支払報酬	19	2.0%	22	2.0%	20	2.0%	27	2.2%	89	2.1%	29	2.6%	27	2.1%
のれん償却	13	1.4%	13	1.2%	13	1.3%	13	1.1%	53	1.2%	13	1.2%	13	1.0%
業務委託費	20	2.1%	18	1.7%	19	1.9%	24	2.0%	83	1.9%	16	1.4%	19	1.5%
その他経費	52	5.3%	61	5.6%	60	5.9%	70	5.7%	245	5.6%	63	5.6%	67	5.2%
<b>営業利益</b>	<b>-28</b>	<b>-</b>	<b>13</b>	<b>1.2%</b>	<b>27</b>	<b>2.7%</b>	<b>100</b>	<b>8.1%</b>	<b>113</b>	<b>2.6%</b>	<b>3</b>	<b>0.3%</b>	<b>77</b>	<b>6.0%</b>
経常利益	-27	-	14	1.4%	34	3.3%	101	8.1%	122	2.8%	0	0.1%	78	6.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	-24	-	13	1.2%	-15	-	39	3.2%	12	0.3%	-9	-	53	4.1%

## リスク情報 ※1

---

### 市場動向等について

今後とも、デジタルマーケティング市場は拡大することが見込まれます。このような環境の中で、当社グループは、デジタルマーケティングとイベントや店舗集客促進等のフィジカルマーケティングの融合を進め、競争力の向上を図り、さらなる成長を図ってまいります。しかしながら、他社との競争の激化、新たなビジネスモデルの登場、予期せぬ要因によって市場構造が変化するような状況が生じた場合や市場競争力が低下する場合等には、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

当社グループのマーケティング支援先は、小売、運輸、メーカー、通信事業者、金融等、多岐にわたりますが、景気後退や消費低迷等により顧客企業のマーケティング予算が削減された場合には、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

### 開発案件について

当社グループは、案件の採算性等に留意しプロジェクト管理を行っておりますが、当初適正な採算が見込まれると判断した案件であっても、プロジェクト管理の問題及び仕様変更に伴う作業工数の増加等の理由により、想定以上のコストが発生する場合やそれに伴い仕掛品の評価減、引当の計上が必要となる場合、また、検収時期の変動により売上計上時期のズレが生じた場合等には、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

※1 本記載は将来において発生する可能性のあるすべてのリスクを網羅するものではありません。その他の主要なリスクについては有価証券報告書もご参照ください。

## リスク情報 ※1

---

### 新サービスのためのソフトウェア開発について

当社グループでは、市場競争力を強化・維持するためソフトウェアへの投資を進めており、将来の収益獲得又は費用削減が確実であると認められた開発費用をソフトウェア(ソフトウェア仮勘定含む)として資産計上しております。このソフトウェアについて、重大な将来計画、使用状況等の変更やサービスの陳腐化等により、収益獲得又は費用削減効果が大幅に損なわれ、ソフトウェアの減損が必要となる場合、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

### 新規事業について

当社グループでは、デジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」やクラウド型工数管理サービス「Co-Assign」等の新サービスを展開しており、今後も事業規模の拡大及び収益基盤の強化のため、新サービスもしくは新規事業の展開に積極的に取り組んでまいります。これにより、人材の採用やシステム開発等の追加的な投資が発生し、安定的な収益を生み出すには時間を要することがあります。また、新サービス、新規事業の展開が当初の計画どおりに進まない場合には、投資を回収できなくなる可能性があること、新サービス、新規事業の内容によっては固有のリスク要因が加わる可能性や、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

※1 本記載は将来において発生する可能性のあるすべてのリスクを網羅するものではありません。その他の主要なリスクについては有価証券報告書もご参照ください。

## リスク情報 ※1

---

### M & Aについて

当社グループは、M & Aは自社の成長を加速させるため、必要な要素であると認識しております。M & Aにあたっては、対象企業の財務内容や契約関係等について事前調査を行い、リスクを検討した上で進めていますが、対象企業における偶発債務の発生や未認識債務の判明など事前の調査によって把握できなかった問題が生じた場合や、事業計画が予定どおり進捗しない場合には、株式やのれんの減損処理を行う必要が生じる等、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

### 新型コロナウイルス感染症拡大の影響について

当社グループでは、新型コロナウイルス感染症の拡大による外出自粛等により、フィジカルマーケティング領域を中心に顧客企業の予算縮小やリアルプロモーションの延期・中止といった影響がありました。本資料作成日現在においても新型コロナウイルス感染症の収束の時期について明確な見通しは立っておらず、今後、新型コロナウイルス感染症の収束時期やその他の状況の変化により、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

※1 本記載は将来において発生する可能性のあるすべてのリスクを網羅するものではありません。その他の主要なリスクについては有価証券報告書もご参照ください。



# 免責事項

---

## 本資料の取扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として作成されたものであり、当社の有価証券の販売や購入の勧誘を構成するものではありません。

本資料は、作成時点において当社が入手可能な情報に基づき作成しており、当社がその実現を約束する趣旨のものではありません。

また、独立した監査法人等による監査またはレビューを受けていない、過去の財務諸表または計算書類に基づく財務情報及び財務諸表または計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご了承ください。

なお、本資料のアップデートは、本決算後の6月頃を予定しております。