



2022年3月期第3四半期 決算説明資料

株式会社アイリッジ
(証券コード：3917)

2022/2/10

2022年3月期第3四半期決算ハイライト

3Q累計の連結売上高は前年同期比+27.2%の増収、 売上総利益は+31.6%、営業利益は+1,515.5%と大きく増益。

- 当社単体の主要事業であるデジタルマーケティング領域の事業環境は引き続き良好。新型コロナウイルス感染症の影響はオフラインプロモーション領域で残るものの、3Q単独では改善傾向。
- 3Q単独の連結売上高も前年同期比+50.0%と大きく増収。
- FANSHIP導入アプリのMAUは前年同期比+36.7%と順調に成長。

期初発表の通期業績予想に対して順調に進捗。業績予想を修正。

- 期初発表の通期業績予想レンジ上限に対し、売上高で72.1%、営業利益で100.6%と順調に進捗。
- 営業利益はすでに期初発表の予想レンジ上限を超過しており、3Qまでの業績進捗及び足下の事業環境を踏まえ、業績予想の修正を実施。

目次

1. 2022年3月期第3四半期決算について
2. 主な経営/事業トピックス
3. 今期業績予想の修正について
4. 今後の成長戦略について
(2021年12月「事業計画及び成長可能性に関する事項」より再掲)
5. 補足資料



1. 2022年3月期第3四半期決算について

2022年3月期第3四半期 決算概要

3Q累計の連結売上高は前年同期比+27.2%の増収、売上総利益は+31.6%の増益、営業利益は+1,515.5%の増益。3Q単独の連結売上高も前年同期比+50.0%と大きく増収。

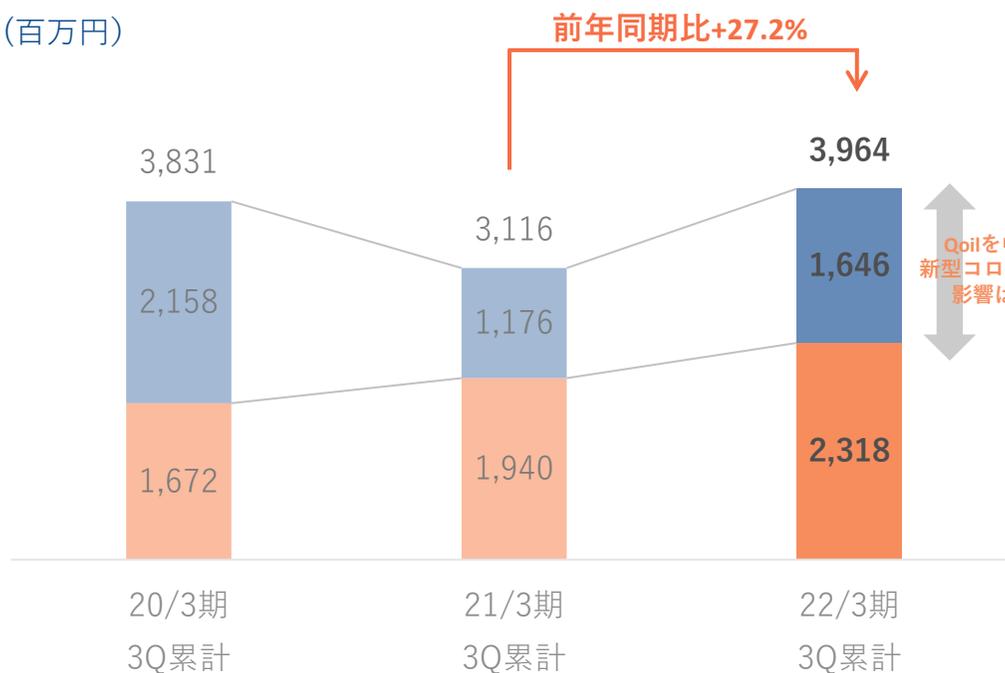
(百万円)	21/3期 連結		22/3期 連結		(ご参考) 22/3期 連結	
	3Q累計	前年同期比	3Q累計	前年同期比	3Q単独	前年同期比
売上高	3,116	-18.7%	3,964	+27.2%	1,546	+50.0%
売上総利益	1,046	+6.2%	1,377	+31.6%	533	+41.3%
売上総利益率	33.6%	+7.9pt	34.7%	+1.1pt	34.4%	-2.1pt
営業利益	12	—	201	+1,515.5%	120	+337.9%
営業利益率	0.4%	—	5.0%	+4.6pt	7.8%	+5.1pt
経常利益	21	—	200	+847.2%	120	+252.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	-26	—	125	—	82	—

売上高の推移

当社単体の主要事業であるデジタルマーケティング領域の事業環境は引き続き良好で、連結売上高は3Q累計で前年同期比+27.2%、3Q単独で+50.0%の増収。新型コロナウイルス感染症の影響はオフラインプロモーション領域で残るものの、3Q単独では改善傾向。

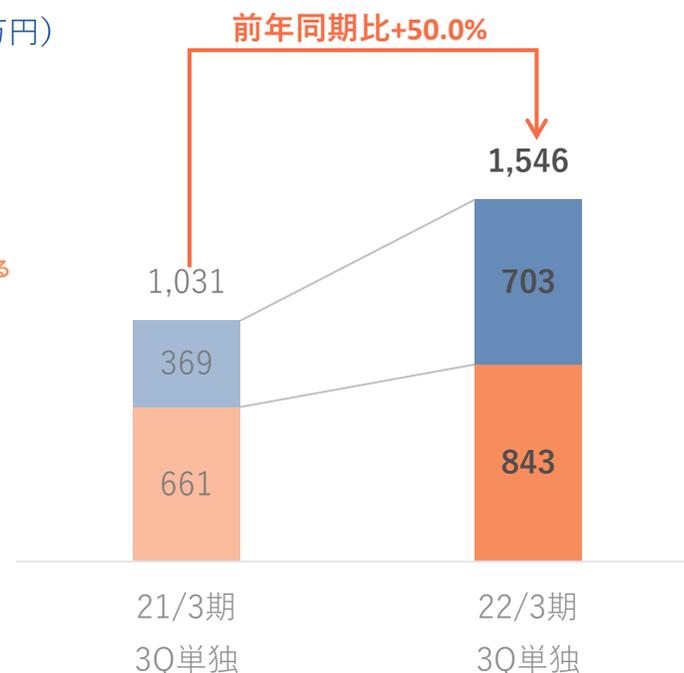
売上高（連結・単体、累計）

（百万円）



売上高（連結・単体、単独）

（百万円）



■ 当社単体 ■ Qoil他

■ 当社単体 ■ Qoil他

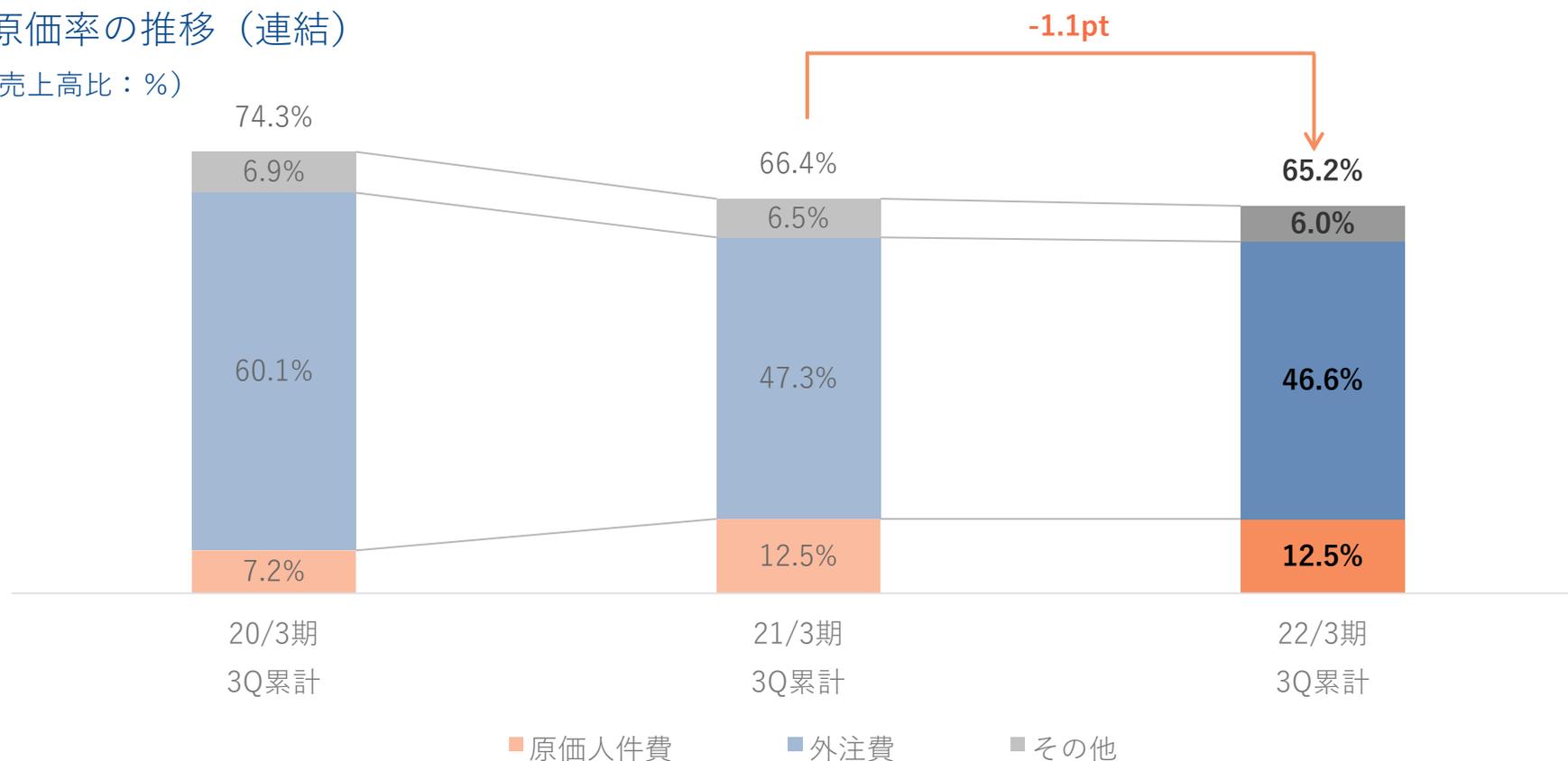
※1 Qoil他の数値は連結数値より当社単体数値を減じて算出しており連結修正を含む。

原価率（連結）の推移

前期からの継続した取り組みにより、売上原価率（連結）の改善は継続。

原価率の推移（連結）

(売上高比：%)

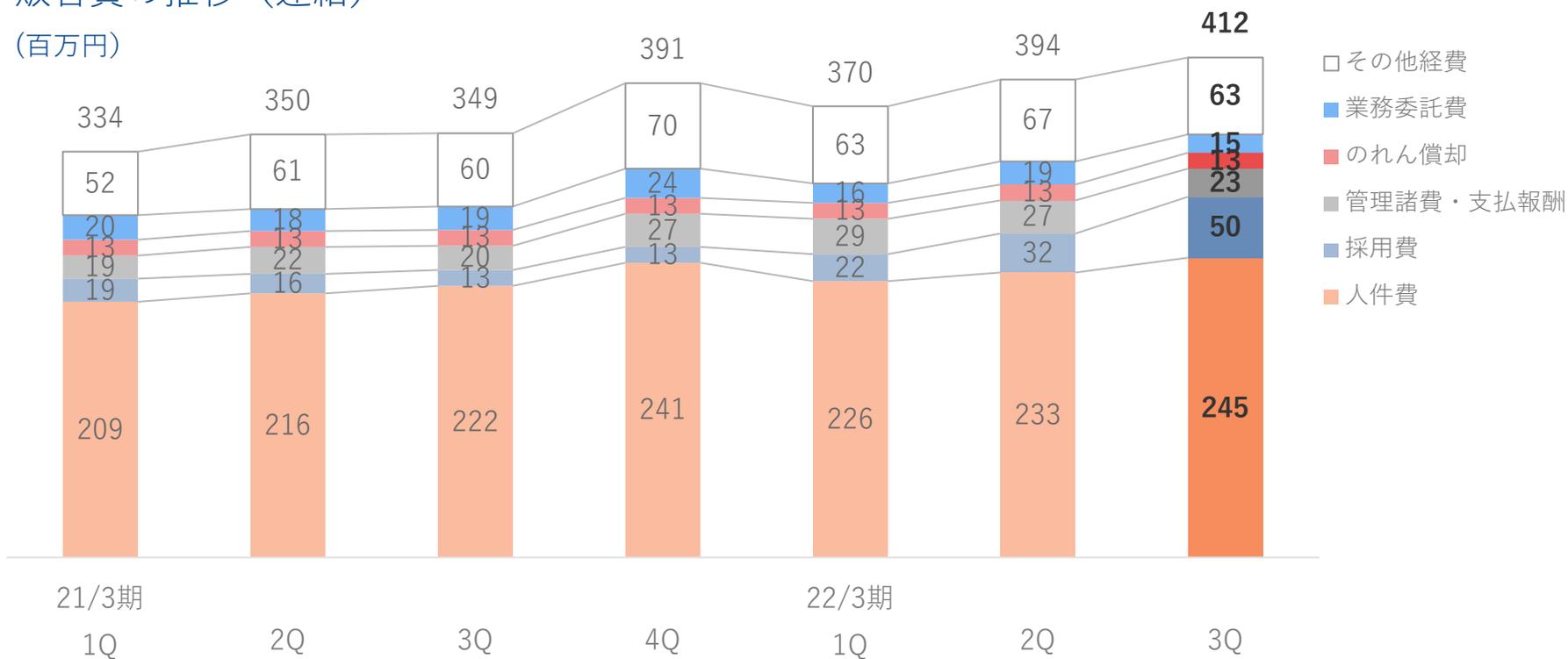


販売管理費（連結）の推移

デジタルマーケティング領域を中心に今後の事業拡大を見据えた採用を強化しており、採用費及び人件費は増加傾向。

販管費の推移（連結）

(百万円)

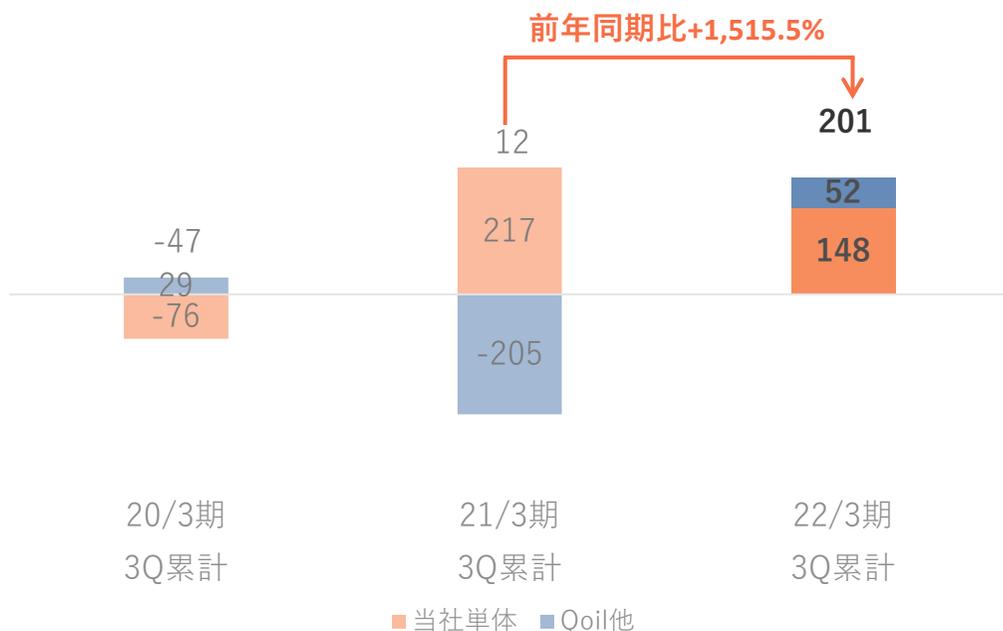


営業利益の推移

当社単体の業績が引き続き好調なことに加えて、Qoilを中心とした子会社の業績も改善傾向にあり、3Q累計の連結営業利益は前年同期比+1,515.5%と大幅に改善。3Q単独でも+337.9%の増益。

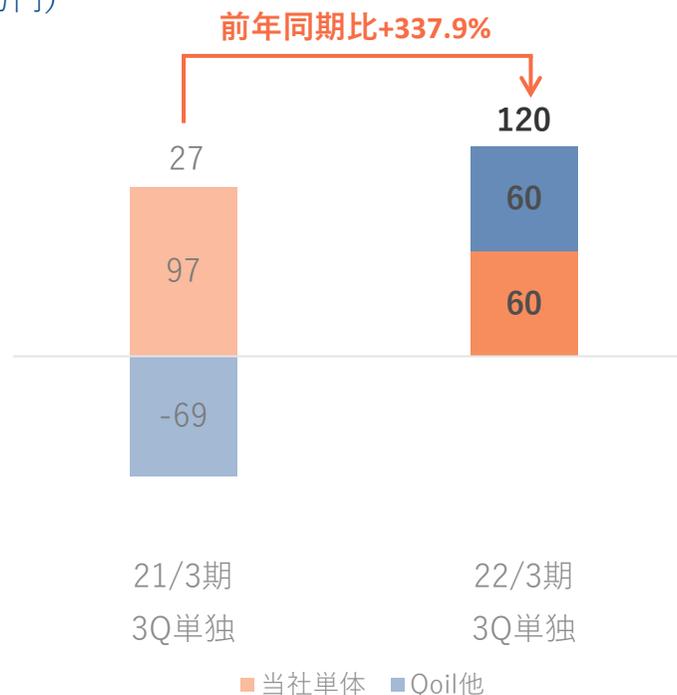
営業利益の推移（連結・単体、累計）

(百万円)



営業利益の推移（連結・単体、単独）

(百万円)

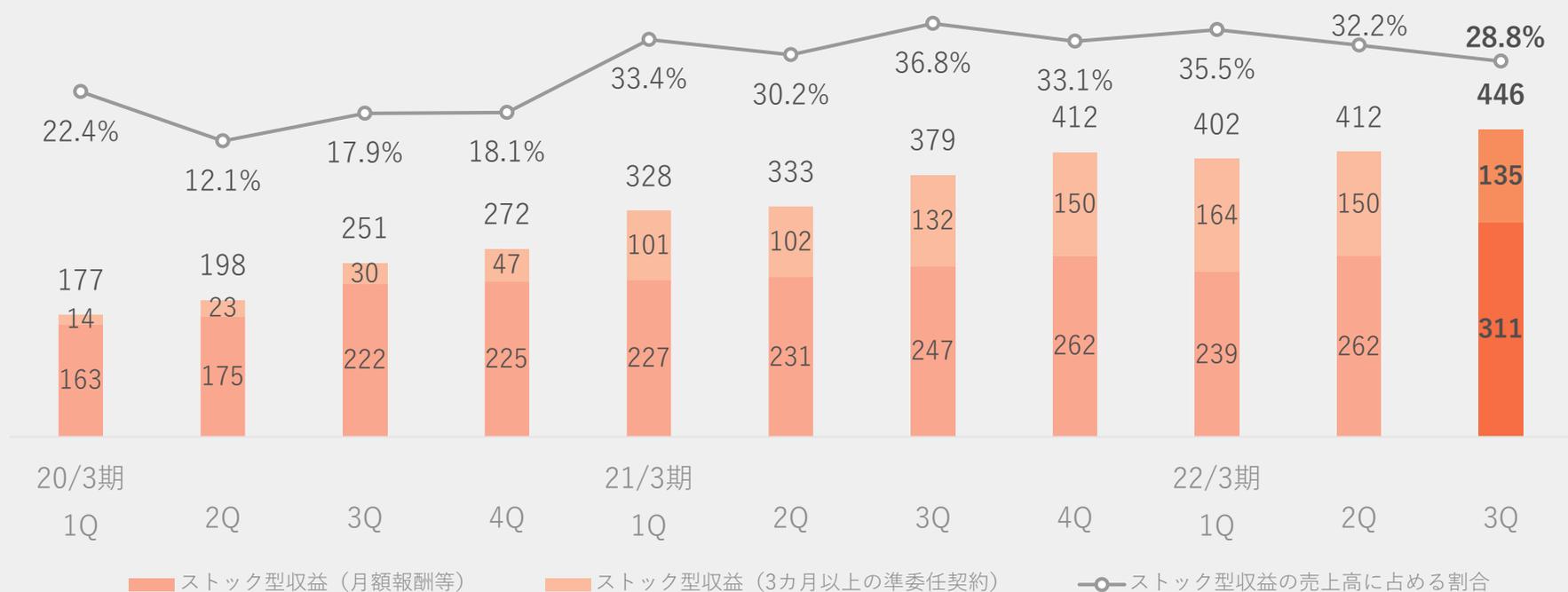


※1 Qoil他の数値は連結数値より当社単体数値を減じて算出しており連結修正を含む。

ストック型収益の推移

大型アプリのリリース等に伴いFANSHIP導入アプリのMAUが増加し、3Qのストック型収益は446百万円と増加（前年同期比+17.5%、前四半期比+8.1%）。

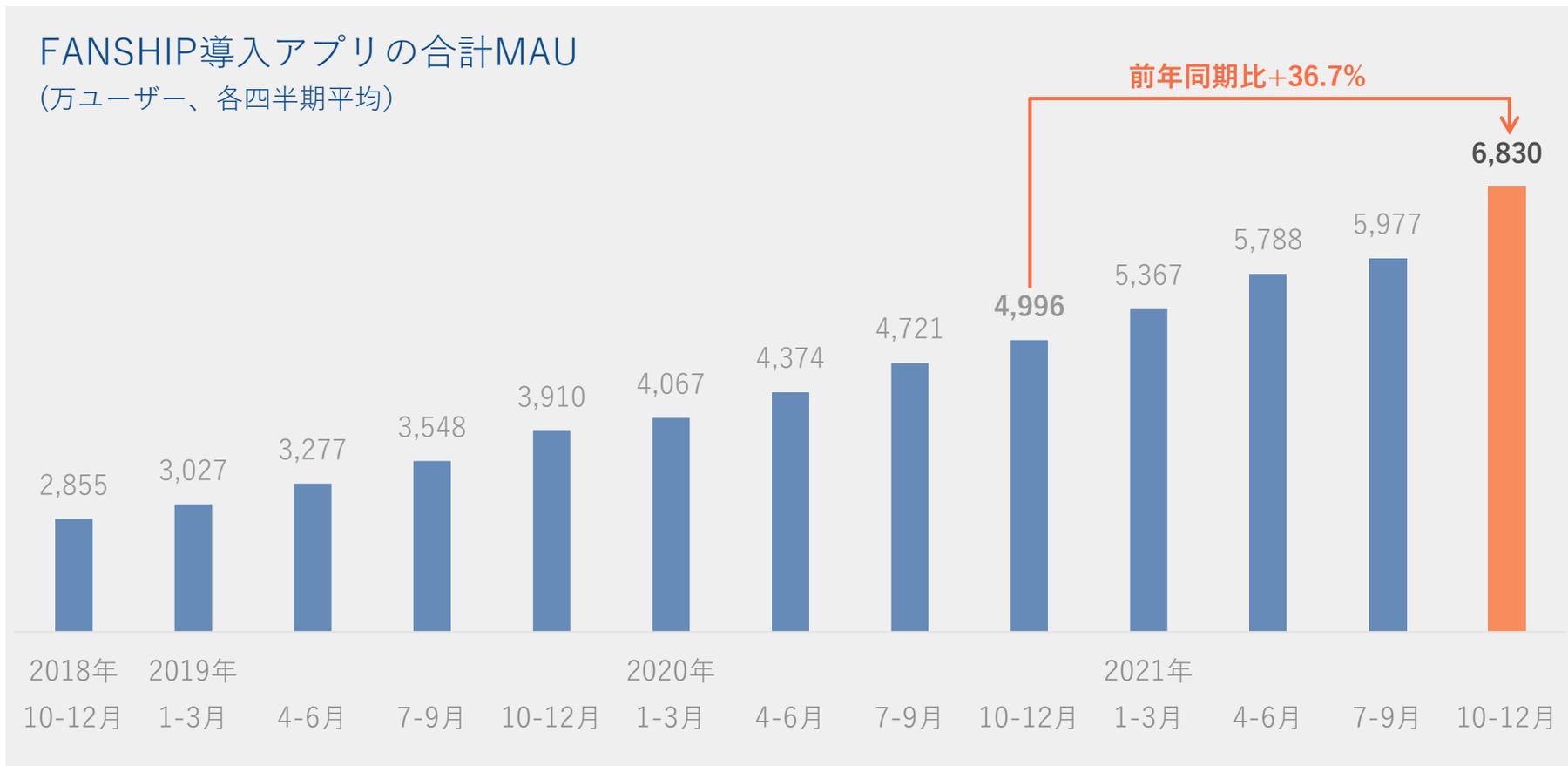
ストック型収益^{※1}及び構成比の推移（連結）



※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。

FANSHIP導入アプリのMAUの推移

大型アプリのリリース等により、FANSHIP導入アプリのMAUは前年同期比+36.7%と順調に成長。



(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)		22/3期3Q 連結 (10~12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
	売上高	981	100.0%	1,104	100.0%	1,031	100.0%	1,246	100.0%	4,363	100.0%	1,135	100.0%	1,281	100.0%	1,546
売上原価	675	68.8%	741	67.1%	653	63.4%	753	60.4%	2,824	64.7%	762	67.1%	810	63.2%	1,013	65.5%
原価人件費	122	12.4%	144	13.0%	125	12.1%	144	11.5%	536	12.3%	152	13.4%	165	12.9%	178	11.5%
外注費	489	49.8%	528	47.8%	456	44.3%	530	42.5%	2,005	45.9%	532	46.9%	565	44.0%	751	48.5%
その他原価	63	6.4%	68	6.2%	71	6.9%	78	6.3%	282	6.4%	76	6.7%	79	6.2%	83	5.4%
売上総利益	305	31.1%	363	32.8%	377	36.5%	492	39.5%	1,538	35.2%	373	32.8%	471	36.7%	533	34.4%
販管費	334	34.0%	350	31.6%	349	33.8%	391	31.4%	1,425	32.6%	370	32.5%	394	30.7%	412	26.6%
人件費	209	21.3%	216	19.6%	222	21.5%	241	19.4%	890	20.4%	226	19.8%	233	18.2%	245	15.8%
採用費	19	1.9%	16	1.5%	13	1.2%	13	1.1%	62	1.4%	22	1.9%	32	2.5%	50	3.2%
管理諸費・支払報酬	19	2.0%	22	2.0%	20	1.9%	27	2.1%	89	2.0%	29	2.5%	27	2.1%	23	1.5%
のれん償却	13	1.3%	13	1.2%	13	1.2%	13	1.0%	53	1.2%	13	1.1%	13	1.0%	13	0.8%
業務委託費	20	2.0%	18	1.6%	19	1.8%	24	2.0%	83	1.9%	16	1.4%	19	1.5%	15	1.0%
その他経費	52	5.3%	61	5.6%	60	5.8%	70	5.6%	245	5.6%	63	5.5%	67	5.2%	63	4.1%
営業利益	-28	-	13	1.1%	27	2.6%	100	8.0%	113	2.5%	3	0.2%	77	6.0%	120	7.8%
経常利益	-27	-	14	1.3%	34	3.3%	101	8.1%	122	2.8%	0	0.0%	78	6.1%	120	7.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	-24	-	13	1.2%	-15	-	39	3.1%	12	0.2%	-9	-	53	4.1%	82	5.3%

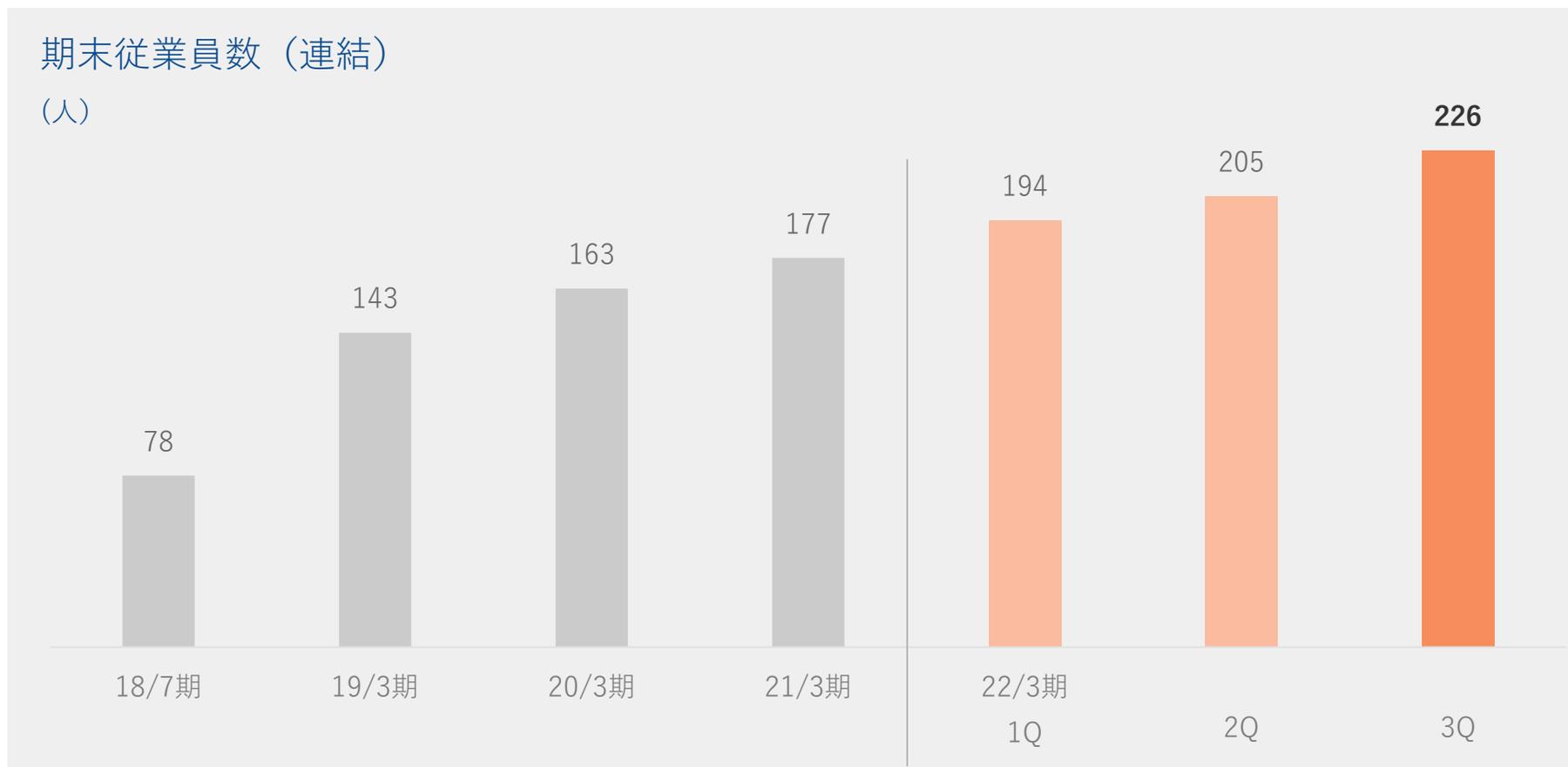
(ご参考) 貸借対照表

	22/3期 3Q (連結)	
	期末実績	構成比 (%)
(百万円)		
流動資産	2,654	62.3%
現金及び預金	1,284	30.1%
受取手形及び売掛金	922	21.6%
契約資産	305	7.2%
仕掛品	36	0.8%
固定資産	1,608	37.7%
のれん	435	10.2%
ソフトウェア・仮勘定	262	6.1%
繰延税金資産	416	9.8%
資産合計	4,263	100.0%
流動負債	857	20.1%
買掛金	403	9.5%
未払法人税等	6	0.2%
賞与引当金	119	2.8%
1年内返済長期借入金	100	2.3%
固定負債	310	7.3%
長期借入金	275	6.5%
負債合計	1,167	27.4%
純資産合計	3,095	72.6%
負債・純資産合計	4,263	100.0%



(ご参考) 従業員数の推移

デジタルマーケティング領域を中心に今後の事業拡大を見据えた積極採用を継続。



(ご参考) 2021年10月以降のニュース

2021/10/6	神奈川県川崎市の大規模商業施設「川崎ルフロン」来場者向け「ルフロンアプリ」開発で三菱商事UBSリアルティを支援
2021/10/7	長崎県南島原市の電子地域通貨「MINAコイン」で支払える「MINAコインでんき」提供開始
2021/10/12	岐阜県観光連盟が実施する電子観光クーポン事業「ぎふ旅コイン」にフィノバレーのデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」が採用
2021/10/15	千葉県我孫子市の大規模商業施設「あびこショッピングプラザ」来場者向け「あびプリ」開発で三菱商事UBSリアルティを支援
2021/11/1	阪急電車・阪急バス・阪急タクシーの利用が便利になる「阪急沿線アプリ」開発で阪急電鉄を支援
2021/11/15	神戸大学・NTT西日本等による地域通貨アプリ実証実験「すいすいコイン」にフィノバレーのデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」が採用
2021/11/16	ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」 イオンクレジットサービス株式会社が運営するイオンカード公式アプリ「イオンウォレット」に導入
2021/11/24	阪急阪神ショッピングセンター共通ポイントカード「阪急阪神おでかけカード」のお客様向け「LINEミニアプリ」を開発支援
2021/11/24	ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」 きらぼしテックのスマホアプリ「ララQ」に導入
2021/11/25	長野県松本市の観光消費拡大を支援する電子クーポン「まつもとコイン」にフィノバレーのデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」が採用
2021/11/25	下北沢商店連合会などが11月26日・27日に開催する新感覚の街歩きエンターテイメント「さくらしめじ”音”の文化祭 2021 in 下北沢～僕たちの歌といっしょに、下北沢を歩こう。～」にQoilの「SoundMap」を提供
2021/12/6	熊本県人吉市のデジタル地域通貨「きじうまコイン」にフィノバレーのデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」が採用
2021/12/7	ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」 福井県民生活協同組合の「ハーツアプリ」に導入
2021/12/9	三菱電機のDX・スマートシティに関する技術・製品の展示場「Xcenter」にフィノバレーが参画

(ご参考) 2021年10月以降のニュース

2021/12/17	フィンテックで全国各地の社会課題を解決するフィノバレー 都立小石川中等教育学校でのSDGs特別授業を実施
2021/12/22	千葉県木更津市、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」を利用した「アクアコイン」において、アクアコインでしか買えない限定メニューを紹介するWebサイト「アクアコイン商店街」をオープン
2021/12/23	三菱商事UBSリアルティのOMO実証実験「mozo SUSTAINABLE PARK」プロジェクトにアイリッジ、FlowSolutionsが参画
2021/12/24	登録不要、QR読み取りでLINE上にスタンプがたまるLINEミニアプリ 10分1,200円カットの「QB HOUSE」を開発支援
2022/1/5	LINE上でリピート購入とマーケティングDXを実現する「購入スタンプミニアプリ for メーカー」を提供開始
2022/1/6	浜名湖かんざんじ温泉のデジタル地域通貨を活用した実証実験「はまなこPay」にフィノバレーのデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」が採用
2022/1/28	フィノバレーが三菱電機とデジタル地域通貨事業及びスマートシティ/スーパーシティ事業に関する資本業務提携を実施
2022/2/3	Qoil 脳波計測に基づく”足を止める”POP制作からIoTカメラによる効果検証までワンストップで提供する「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」を提供開始

2. 主な経営/事業トピックス

イオンウォレットにFANSHIPが導入

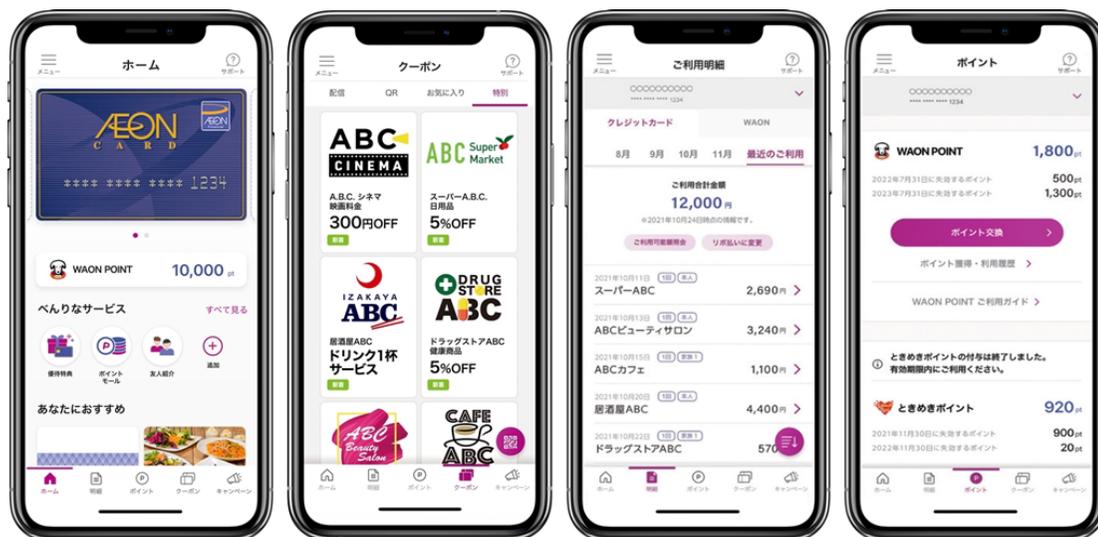
イオンカード公式アプリ「イオンウォレット」にFANSHIPが導入。

ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」が イオンカード公式アプリ「イオンウォレット」に導入

メガバンクを含む全国50以上の金融機関での導入実績に加え
導入スピードや柔軟性が高く評価



イオンウォレット
(イオンクレジット
サービス株式会社)



プッシュ通知やアプリ内メッセージ、
クーポンなどの機能がスピーディーかつ
柔軟に実装でき、金融機関での豊富な導
入実績が高く評価され、ファン育成プ
ラットフォーム「FANSHIP」が採用

国内有効会員数2,979万人（2021年8月
末時点）を持つイオンカードのCRMシ
ステムと連携したFANSHIPクーポン機
能の実装も予定

「FANSHIP for ミニアプリ」 案件続々リリース

デジタル・フィジカル
マーケティング領域

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」を用いて拡大するミニアプリ需要に対応。

低コスト・短納期を実現する「FANSHIP for ミニアプリ」を利用したLINEミニアプリが続々リリース

「QB HOUSE」LINEミニアプリ

(キュービーネット株式会社)



10分1,200円カットの「QB HOUSE」LINEミニアプリを開発支援。2022年夏にはスタイリスト向けアプリとCRMを追加開発の上、国内全500店舗展開へ

「阪急阪神おでかけカード」LINEミニアプリ

(阪急阪神ビルマネジメント株式会社)



阪急阪神グループの26施設で利用可能。「阪急阪神おでかけカード」LINEミニアプリを開発支援

OMO実証実験プロジェクトに参画

当社と当社の資本業務提携先の株式会社Flow Solutionsは「mozo ワンダーシティ」（愛知県名古屋市）に新たにオープンしたサステナブル&OMO^{※1}体験ポップアップストア「mozo SUSTAINABLE PARK」の実証実験プロジェクトに参画。

顧客体験をオフラインとオンラインで統合的に分析する 日本の商業施設における革新的な試み



行動データをオフラインとオンラインで統合的に分析し、顧客体験向上を目指す

本実証実験ではポップアップストア内に設置された9個のカメラを通じて取得したオフライン行動データと「mozoアプリ」のチェックイン機能によって取得したアプリの顧客IDと紐づけることで、オフラインとオンラインを統合しながら顧客行動を分析

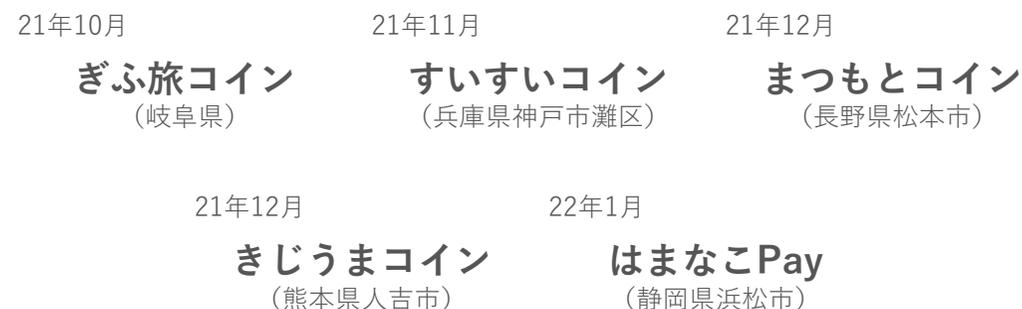
顧客単位での行動データの分析が可能になることで、リアル店舗と独自ECプラットフォームを有するSCならではの新しい買い物体験の魅力向上の実現を目指す

※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。

「MoneyEasy」の新規導入が継続して拡大

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」の新規導入が継続して拡大。今期導入件数は前期比2倍を超える見通し。

2021年10月以降で5件の新規導入を実施





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

コロナ禍における経済支援施策としての導入が加速

プレミアム商品券事業や観光消費支援事業など、コロナ禍における経済支援施策としてもデジタル地域通貨の導入が加速

決済インフラとしての機能に加え、投資インフラや情報インフラとしての活用や行政からの情報発信機能等への活用など、将来的な機能の拡張も目指す

フィノバレーが三菱電機株式会社と資本業務提携を実施

新規事業領域

2022年1月、フィノバレーが三菱電機株式会社とデジタル地域通貨事業及びスマートシティ/スーパーシティ事業に関する資本業務提携を実施。

両社の技術を組み合わせ、自治体向けの新たなデジタル通貨サービスを共同開発



フィノバレーのデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」と三菱電機株式会社の先端技術を組み合わせ、自治体向けの新たなデジタル通貨サービスを共同開発することに加え、三菱電機株式会社のデータ連携基盤と連携させたスマートシティ/スーパーシティ関連システムの構築を目指す

3. 今期業績予想の修正について

期初発表業績予想に対する進捗率

期初発表の通期業績予想に対して順調に進捗。営業利益はすでに期初発表の予想レンジ上限も超過しており、業績予想の修正を実施。

(百万円)	22/3期 期初発表 予想	22/3期 3Q累計 実績	進捗率
売上高	4,800 ~5,500	3,964	82.6% ~72.1%
営業利益	150 ~200	201	134.1% ~100.6%

2022年3月期業績予想の修正

2022年3月期3Qまでの業績進捗及び足下の事業環境を踏まえ、業績予想の修正を実施。修正の概要は以下の通り。

詳細は2022年2月10日公表の「通期連結業績予想の修正に関するお知らせ」をご確認下さい。

	21/3期 連結	22/3期 連結				今回修正 予想 前期実績比
	通期 実績	期初発表 予想 (A)	今回修正 予想 (B)	増減額 (B-A)	増減率	
(百万円)						
売上高	4,363	4,800 ~5,500	5,200	+400 ~-300	+8.3% ~-5.5%	+19.2%
営業利益	113	150 ~200	200	+50 ~0	+33.3% ~0%	+77.0%

業績予想修正の理由

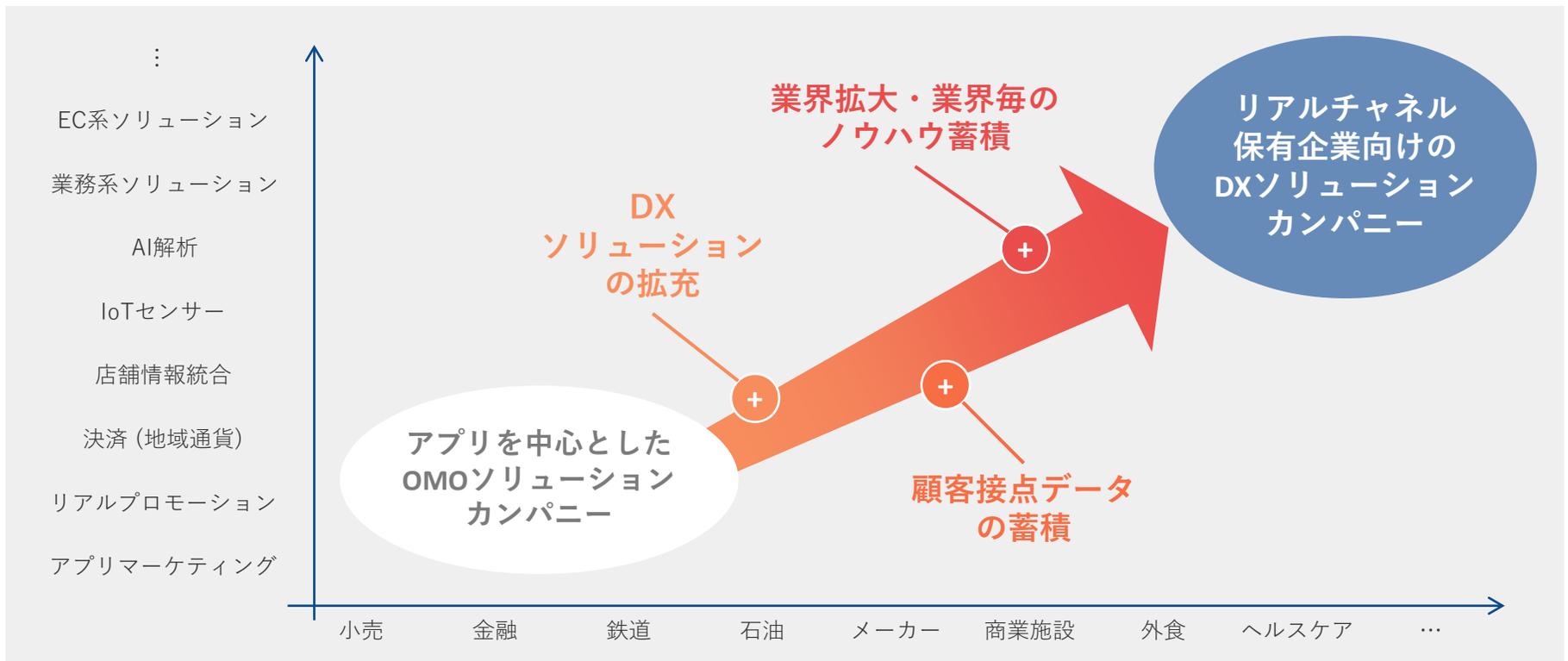
- ・ 期初発表の業績予想は、新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、レンジで設定。レンジの上限値はそのマイナス影響が2Q末にはほぼ生じていないことを、下限値はその影響が期末まで続いていること等が主要な前提。
- ・ 売上高については、足下のオミクロン株の感染急拡大によるオフラインプロモーション領域への影響が予想されるものの、3Q時点で期初発表の通期業績予想に対して順調に進捗しており、前回発表の予想レンジ内で修正。
- ・ 営業利益については、上記売上高の影響に加え、来期以降の成長を見据えた先行投資を4Qに予定しているも、3Q累計実績でレンジ上限を超過しており、前回発表の予想レンジ上限値に修正。

4. 今後の成長戦略について

(2021年12月「事業計画及び成長可能性に関する事項」より再掲)

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成長方向性

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

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

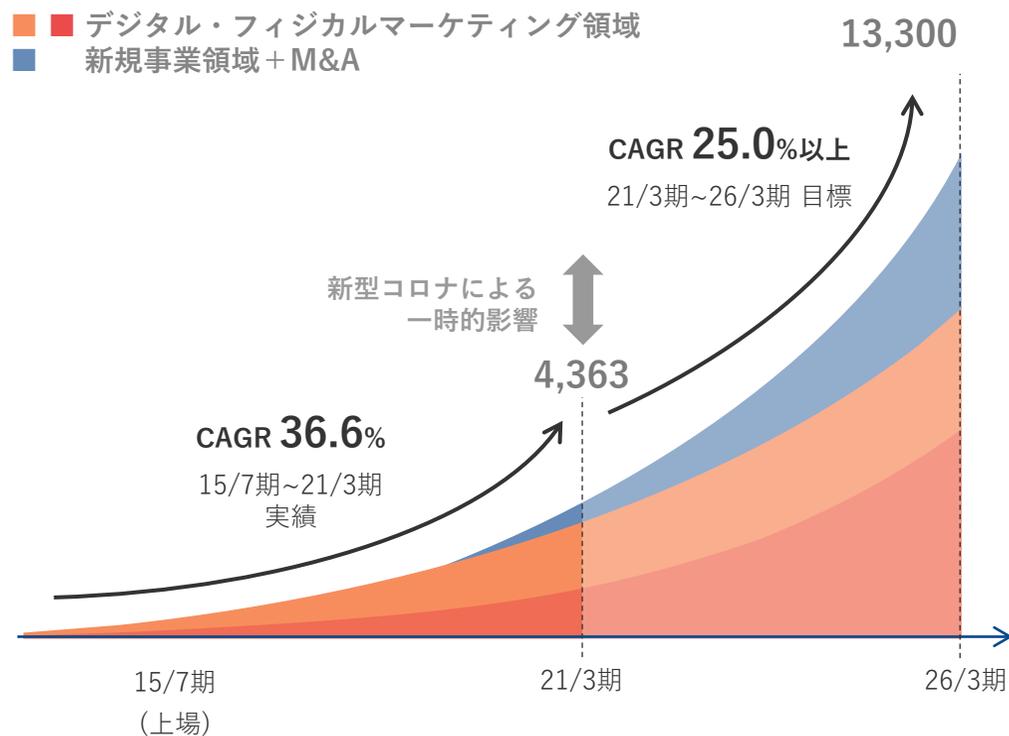
新規事業の早急な立上げによる連結収益貢献を目指す

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+ α 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）以降これまでの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、連結営業利益は毎期着実に増益を目指す



5.補足資料

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	226人(2021年12月末、連結)	

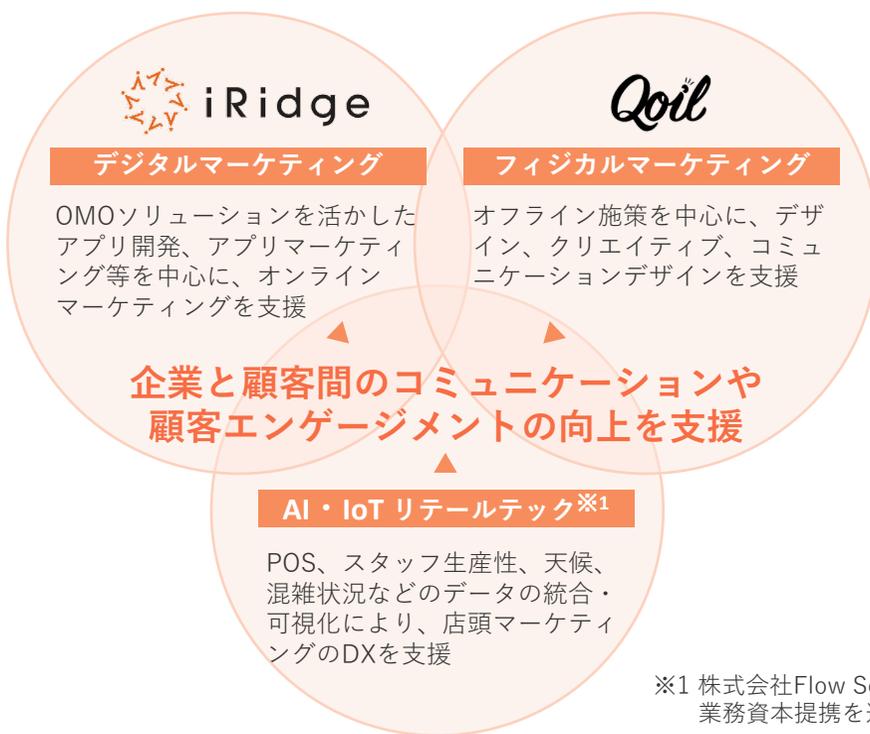
株主構成(2021年12月末現在)

小田 健太郎	32.6%
Nomura PB Nominees Limited Omnibus-margin (Cash PB)	4.5%
日本カストディ銀行(信託口)	3.1%
楽天証券	2.7%
SBI証券	2.4%
日本カストディ銀行(証券投資信託口)	1.9%
NTTデータ	1.9%
auカブコム証券	1.7%
五味 大輔	1.6%
初雁 益夫	1.4%

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



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。

免責事項

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。