

事業計画及び成長可能性 に関する資料

株式会社アイリッジ
(証券コード：3917)

2022/6/28

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

時代の半歩先を想像して、 世の中を、常に本質的な豊かさで、満たしてゆく。

社会や環境を取り巻く条件が変わっても、
人々が希求する暮らしの“本質”は変わらない。
だからわたしたちは、常に半歩先の未来を想像し、
テクノロジーとデザインのチカラで、
その不変的な“豊かさ”を、体験というカタチで創造していく。



グループ会社のミッション



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。



FinTech（お金×IT）で、世の中にイノベーションを起こし、新しい価値を生み出す、世界最高の企業になる



ロジックとアイデア、そしてクリエイティブを化学反応させ、課題解決の“胸躍る”スイッチをデザインする。

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	小田 健太郎
	取締役	渡辺 智也
	取締役CFO	森田 亮平
	社外取締役(監査等委員)	染原 友博(公認会計士)
	社外取締役(監査等委員)	有賀 貞一
社外取締役(監査等委員)	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	228人(2022年3月末、連結)	

財務指標等

売上高 ※1	54.2 億円
営業利益 ※1	3.4 億円
売上高CAGR ※2	34.7 %
ストック型収益 ※3	19.6 億円
FANSHIP導入アプリの合計MAU ※4	7,389 万ユーザー

※1 2022/3期連結実績。 ※2 2015/7期から2022/3期の年平均成長率。

※3 2022/3期4Qのストック型収益に4を乗じた金額。 ※4 2022/3期4Q実績。

事業領域

OMO領域	新規事業領域
顧客エンゲージメントの向上支援	テクノロジーを利用した利便性の向上支援

事業領域

当社グループの事業は「OMO領域」と「新規事業領域」から構成。

	OMO領域			新規事業領域
目指すもの	オンラインとオフラインの垣根を越えた体験から実現する 利便性の向上			テクノロジーによる昨日より一歩進んだ利便性の向上
接点	オンライン		オフライン	
サービス	アプリ開発	FANSHIP	来店計測・来店予測※1	デジタル地域通貨PF
	デジタルマーケティング	アプリ分析・運用支援	ショールーミングストア※1	クラウド型工数管理サービス
	LINEミニアプリ	店舗送客施策	リアルプロモーション	対面サービスDX

※1 株式会社Flow Solutionsとの業務資本提携を通じて提供しています。

OMO領域について (Online Merges with Offline)

OMO領域においては、オンラインとオフラインとの垣根を越えた体験から実現する利便性の向上を通じ、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。



オンラインとオフラインとの垣根を越えた体験から実現する利便性の向上
= 普遍的な「豊かさ」の提供

新規事業領域について

OMO領域での事業成長に加えて、テクノロジーを活用した様々な新規事業を創出。

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



社内外人材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

テクノロジーによる昨日より一歩進んだ利便性の向上

= 普遍的な「豊かさ」の提供

アプリ開発

OMO領域 / オンライン

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スクラッチ開発。



おうちでもお店でも
シームレスで
快適なユーザー体験



スタッフの
オペレーションまで
意識したUI設計



ユーザー、顧客
それぞれのメリット
が考慮された機能

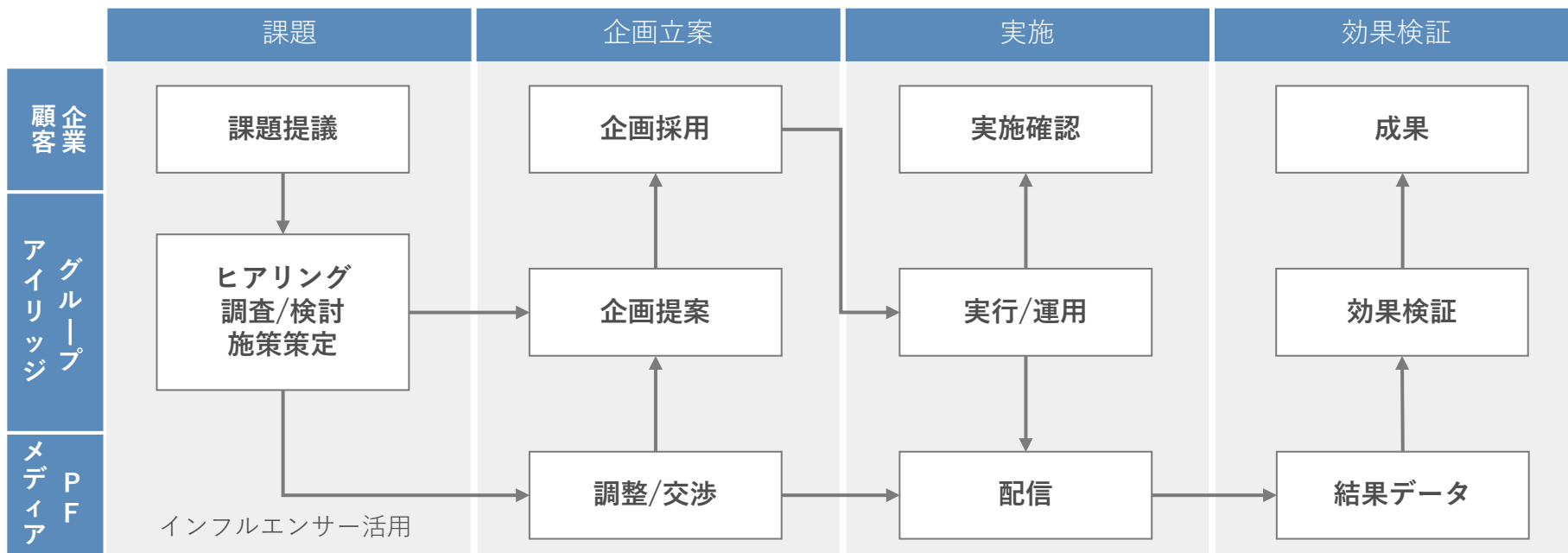


関連サービスが
シームレスに
利用可能



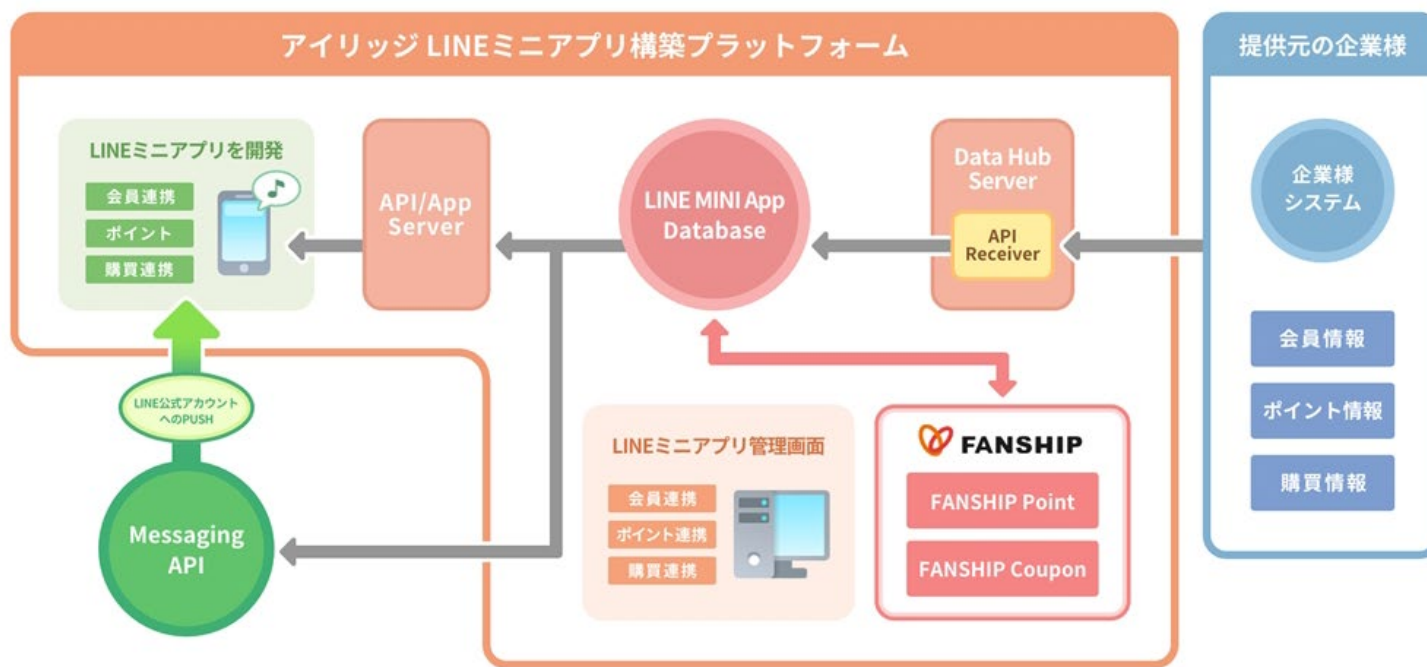
混雑度や遅延情報など
東急線の情報を
いち早くキャッチ

リスティング・タイアップ・インフルエンサー活用など、デジタルマーケティングの企画から実施、効果検証までを担当。



**本質的な課題解決のための施策検討を行い、
企画制作から運用、効果検証までをグループアセットを活用して支援。**

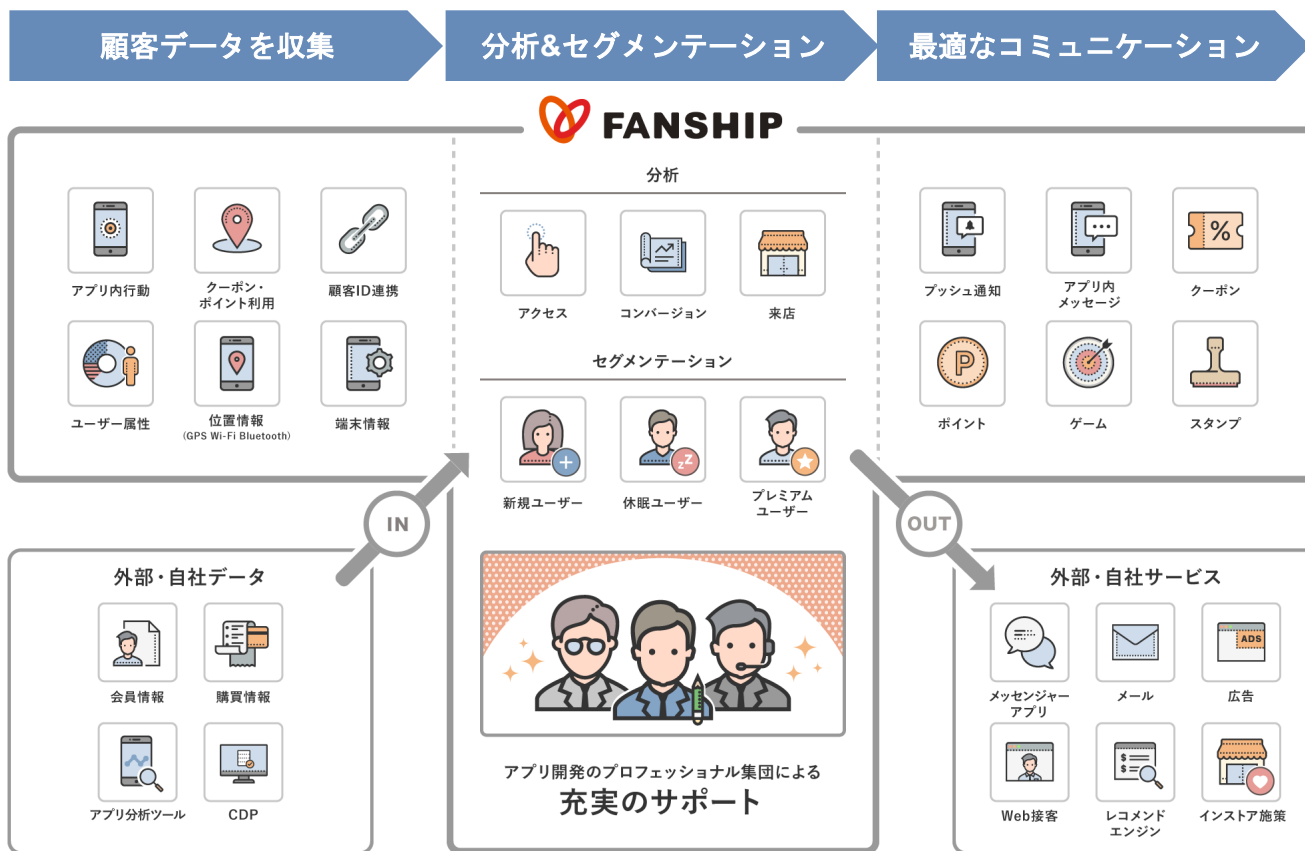
LINE上で企業が自社サービスを提供可能にするWebアプリ「LINEミニアプリ※1」において、会員証などの機能を提供できる、ミニアプリ開発・運用・分析プラットフォーム「FANSHIP for ミニアプリ」を提供。










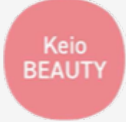








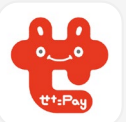





デジタル会員証やクーポン機能を手軽にLINEミニアプリで構築

※1 LINEミニアプリは、会員証・クーポン・予約・注文・順番待ちといった企業の自社サービスを無償で「LINE」アプリ上に提供できるWebアプリ。

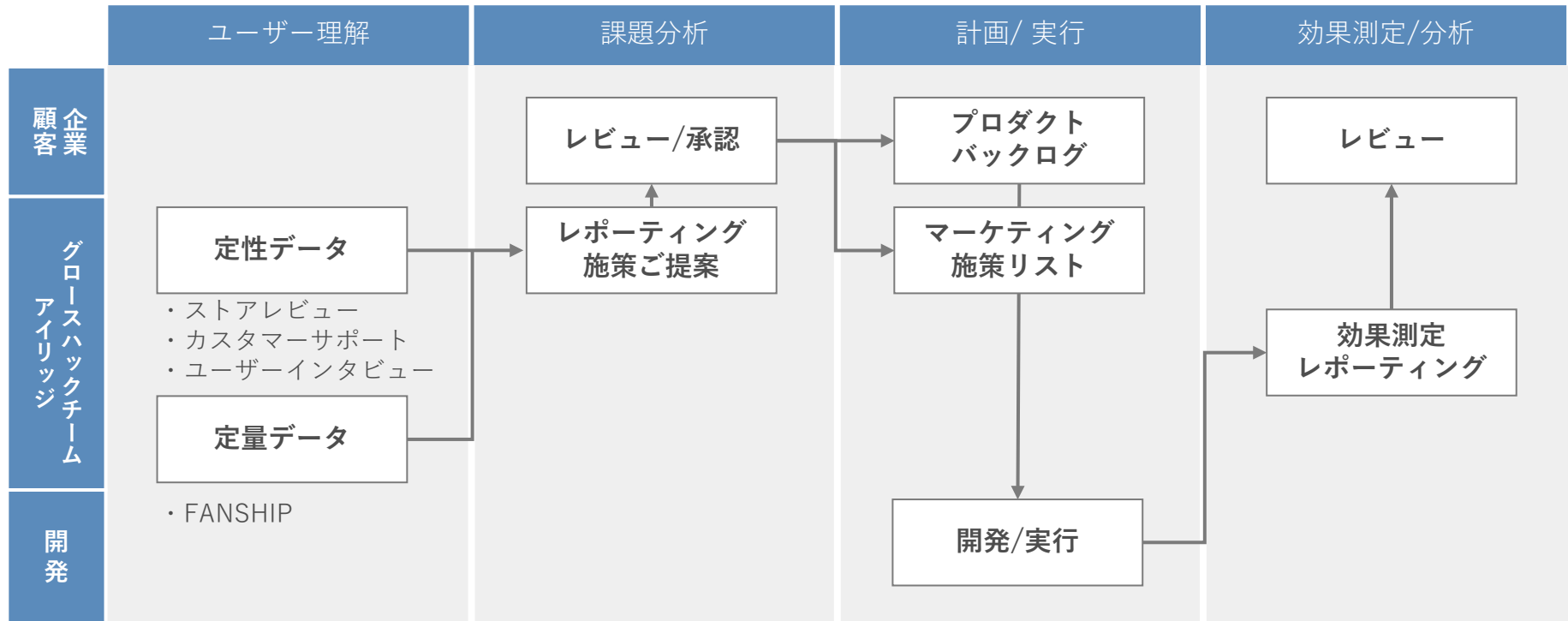
ユーザーをファンにするアプリマーケティングツール「FANSHIP」は、さまざまなデータを一元管理・分析し、セグメンテーションをしたユーザーごとのマーケティング施策が可能。



豊富なノウハウをもった専任チームによる安心のサポート体制と高い信頼性を評価され、300超のアプリで導入。

小売			金融・メディア		電鉄・その他	
						
ファミペイアプリ	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)		

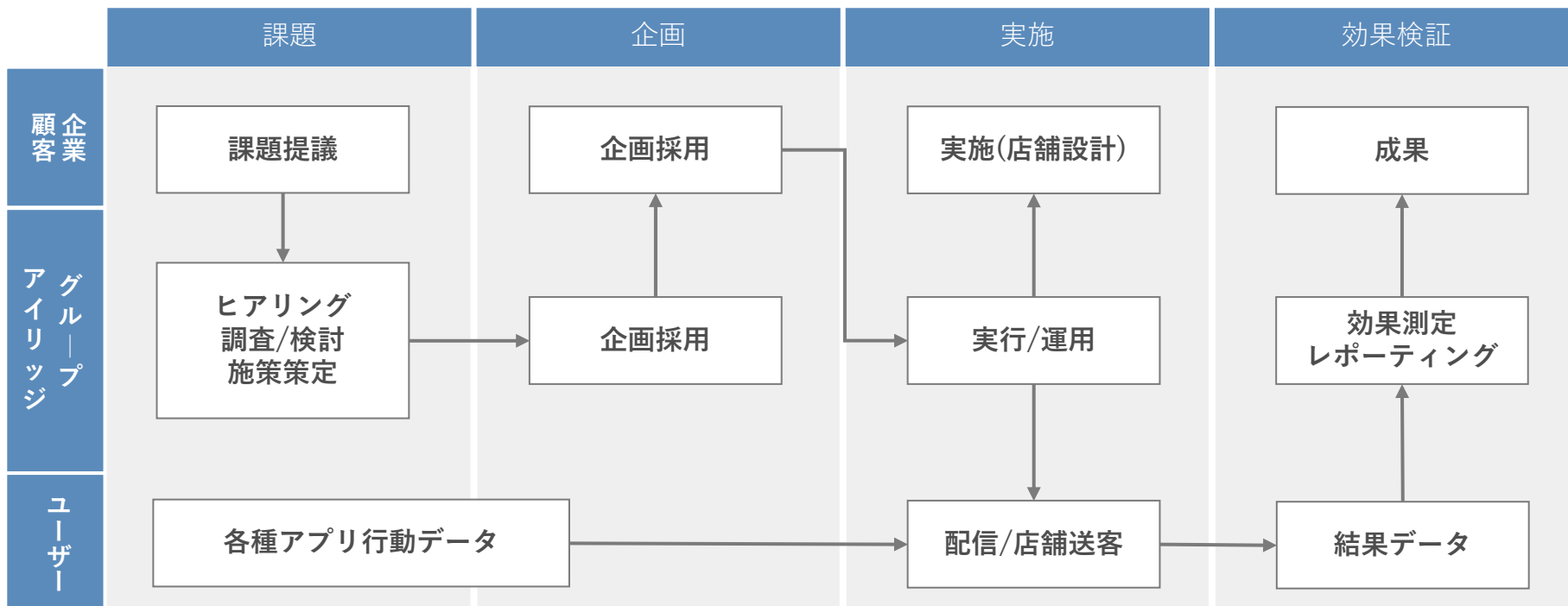
開発したアプリを通じて企業と顧客のコミュニケーションや顧客エンゲージメントを向上させるために、継続的な効果測定・分析等の運用を支援。



アイリッジでの調査・分析を元に
顧客企業とアプリ課題を分析、施策を提案

実行優先度の高い施策から順次着手

属性や位置情報によるターゲティングをしたユーザーの店舗送客の企画から実施を支援。



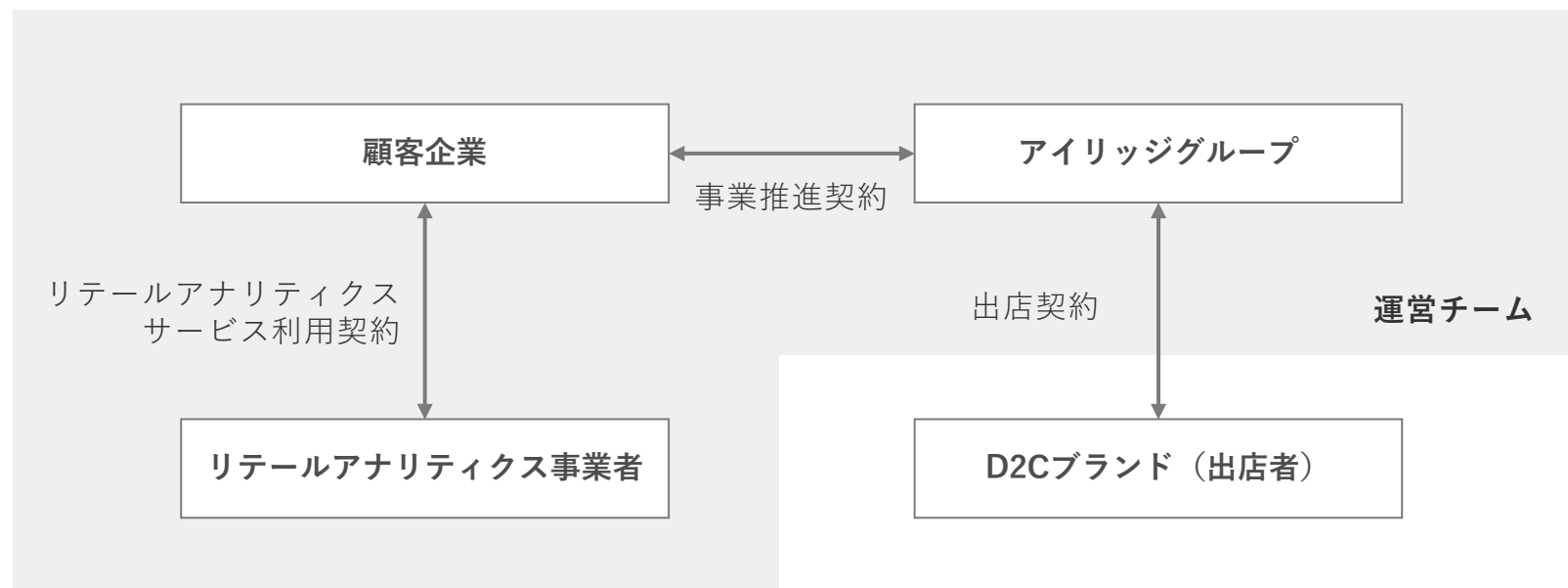
各種アプリデータと店頭等で取得した属性・位置情報データ等を用いて
ユーザーにとって最適な情報提供など、課題に応じた企画実行が可能

効率的で戦略的な店舗運営を行うため、無駄な業務を削減し、店頭データの可視化を実現。業務や役職に応じたデータ活用を促し、全社的にデータを活用・目標達成ができる体制づくりを支援。



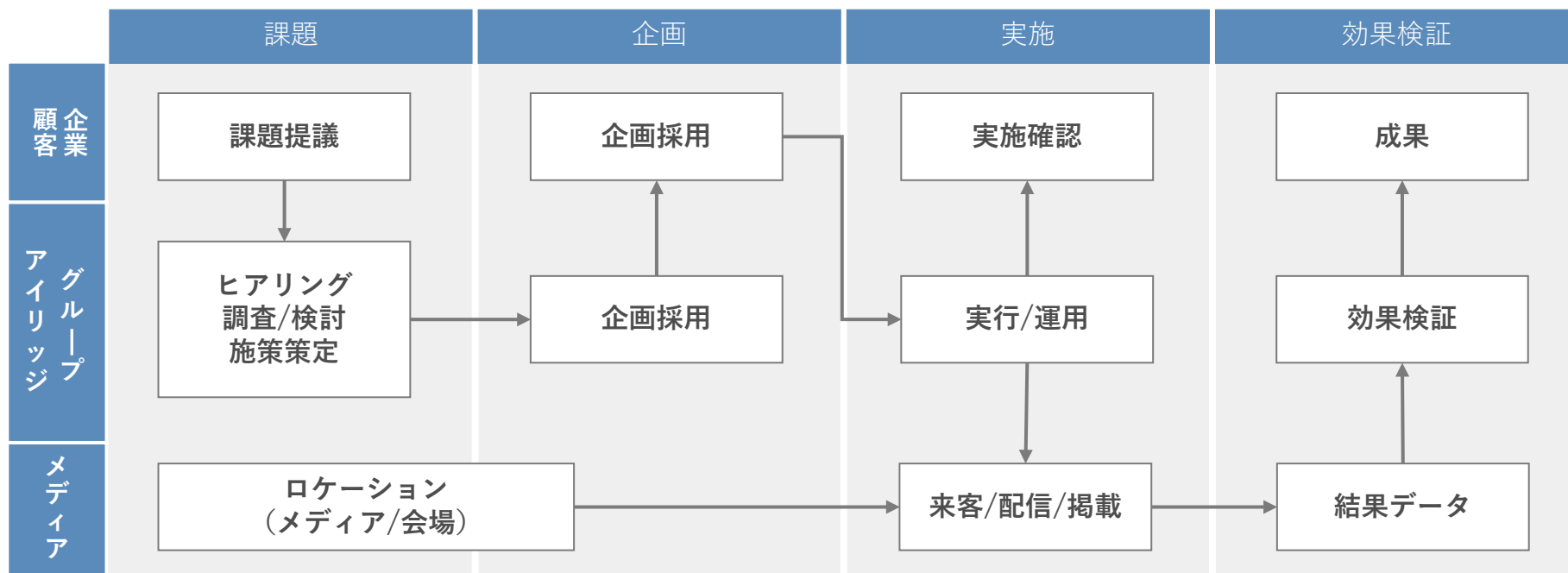
※1 株式会社Flow Solutionsとの業務資本提携を通じて提供しています。

実店舗をショールーム（=品物を見て触って確認する場）とし、WEB・アプリで購入してもらうサービス「ショールーミングストア」。新型コロナウイルス感染症の影響により、購買活動を変化させてい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お買い物体験の実現を支援。



※1 株式会社Flow Solutionsとの業務資本提携を通じて提供しています。

サンプリング、OOH※1、PRイベントなどリアルプロモーションの企画から実施を支援。



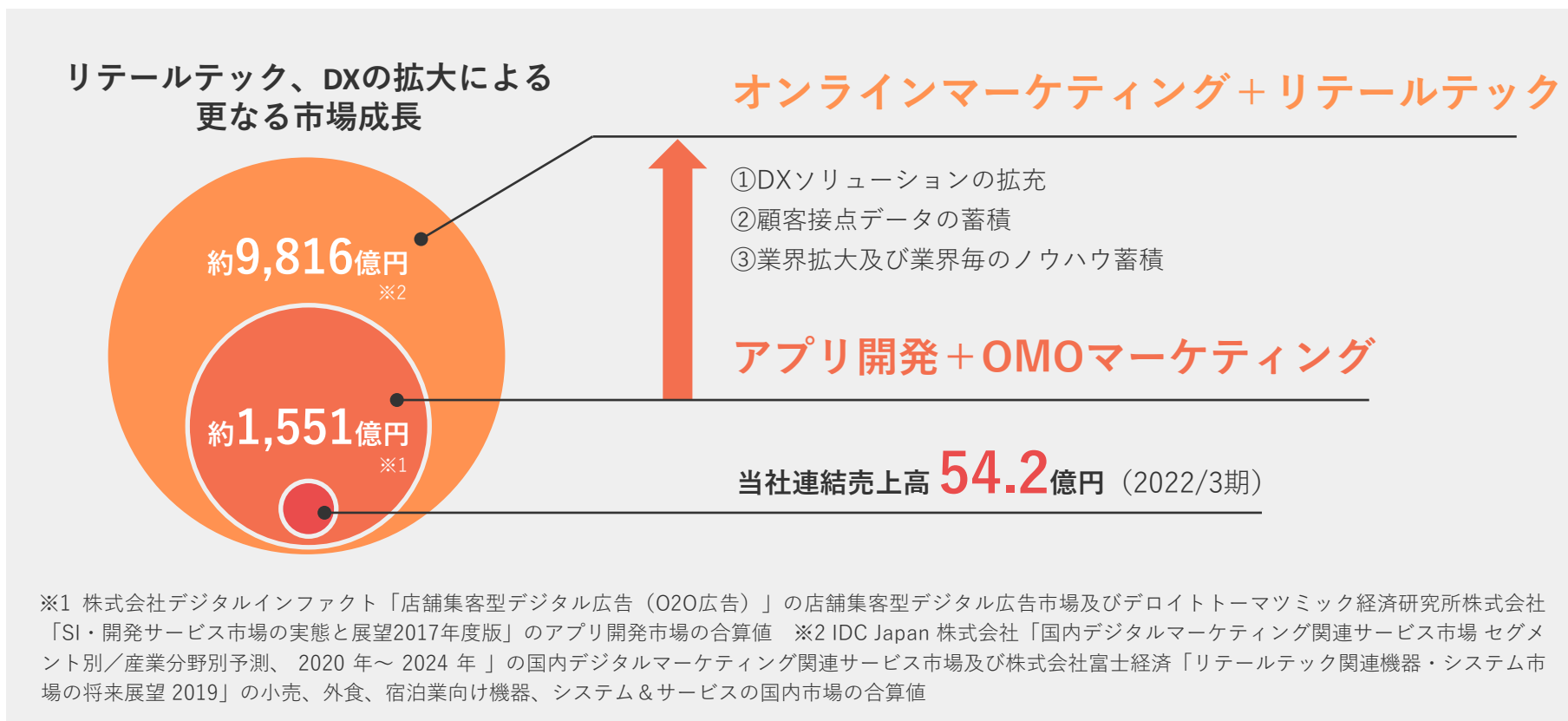
20数年以上の実績に基づいた経験を活かし
課題に応じた最適な解決手段の提案から運用、効果検証までを行う

※1 OOH (OUT OF HOME) とは街頭イベントや屋外サイネージなどの屋外広告を示します。

2. 市場環境及び当社の特徴

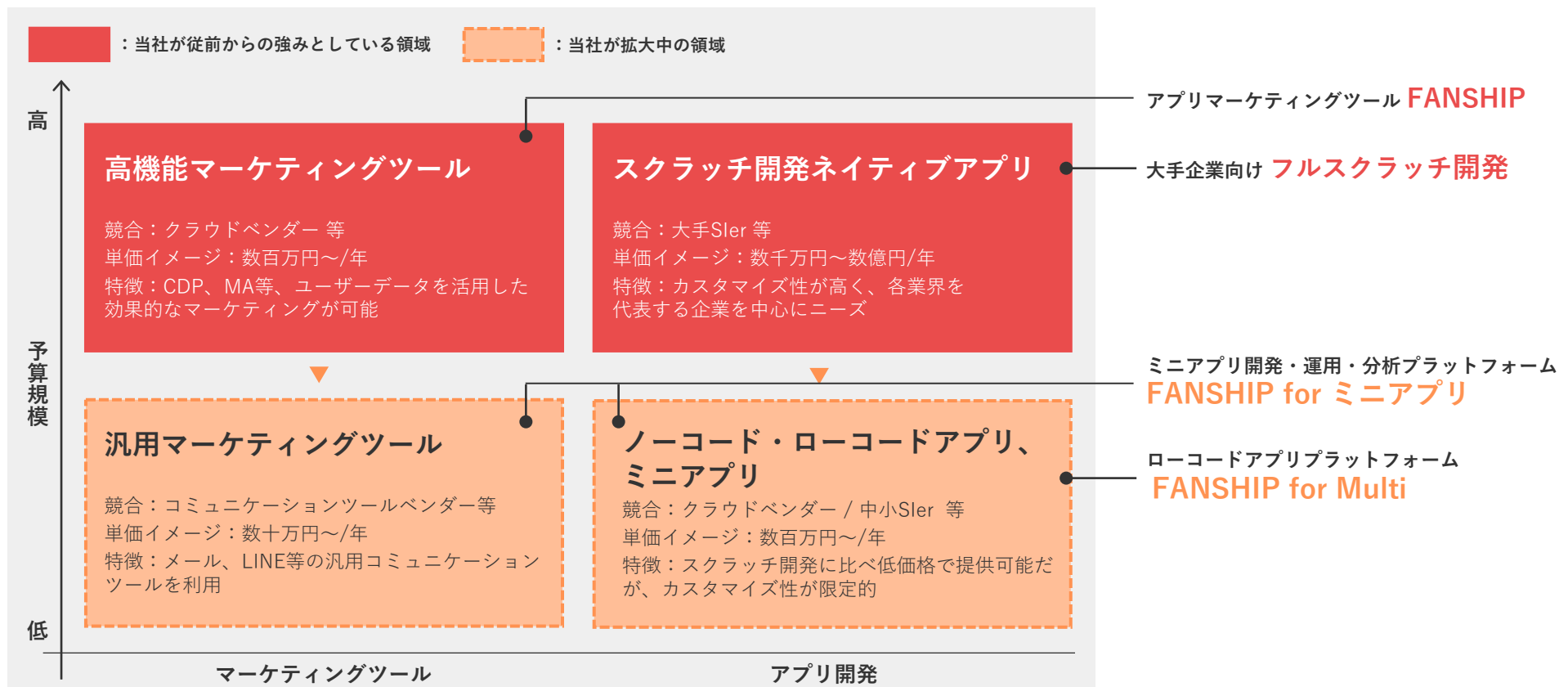
対象・関連市場の規模と潜在性

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（小売、外食企業向けのデジタルテクノロジー）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アップ

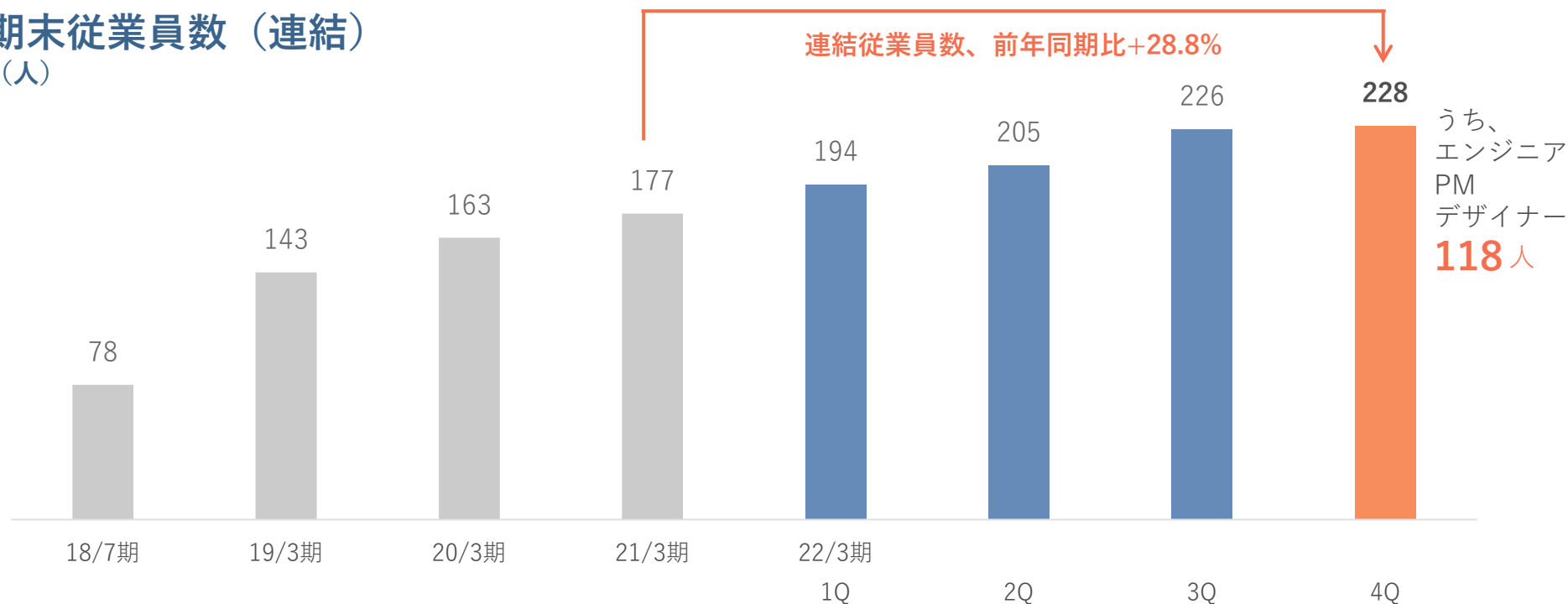
アプリ開発とマーケティングツールの両方を提供して相乗効果を出すことができることが優位性。アプリ開発においては、大企業向けのフルスクラッチ開発や中堅企業向けのローコードアプリ開発に加え、ミニアプリ開発プラットフォームも提供。



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。オンラインマーケティング関連を中心に中長期的な事業成長を見据えた積極採用を継続。

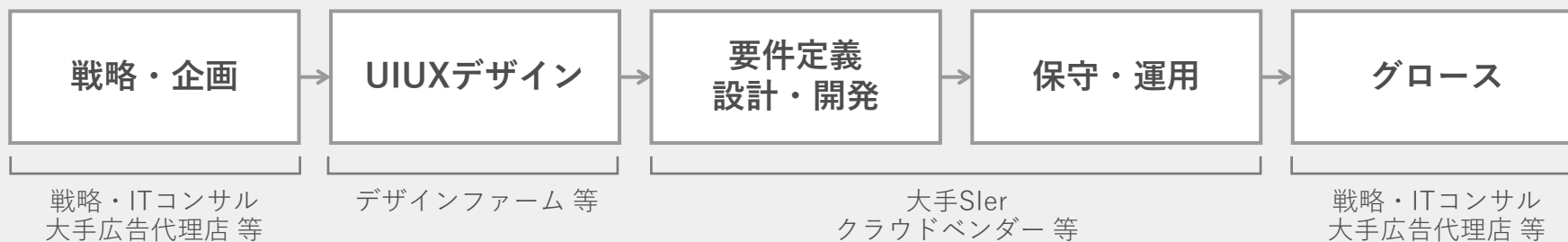
期末従業員数（連結） （人）



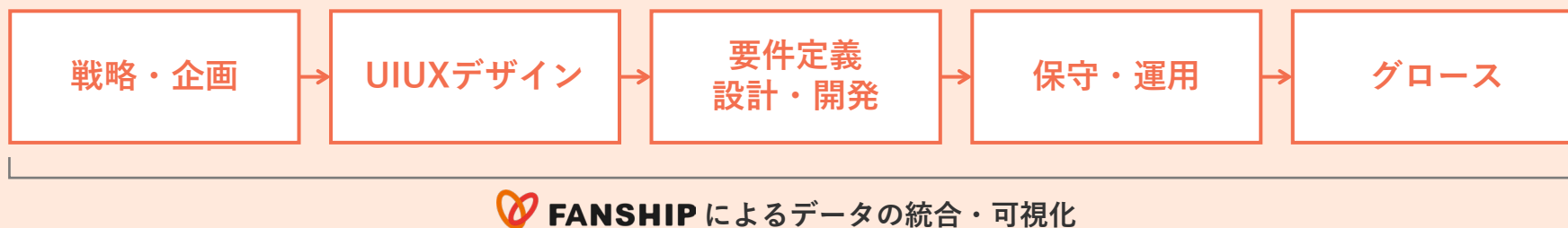
独自のビジネスモデル

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、オフライン、オンラインの垣根を越えた支援に加え、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。

プロセス毎に役割が分断してしまうのが一般的



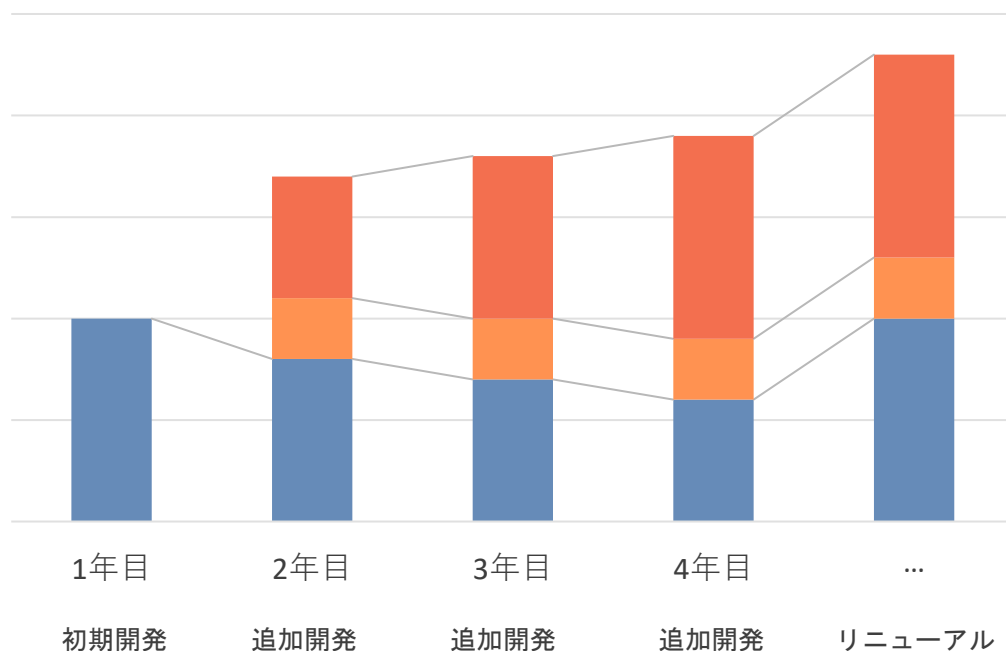
当グループでは、戦略・企画の策定・開発・グロースまで一気通貫で支援が可能



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



■ 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

■ 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

■ 月額報酬 (システム利用料)

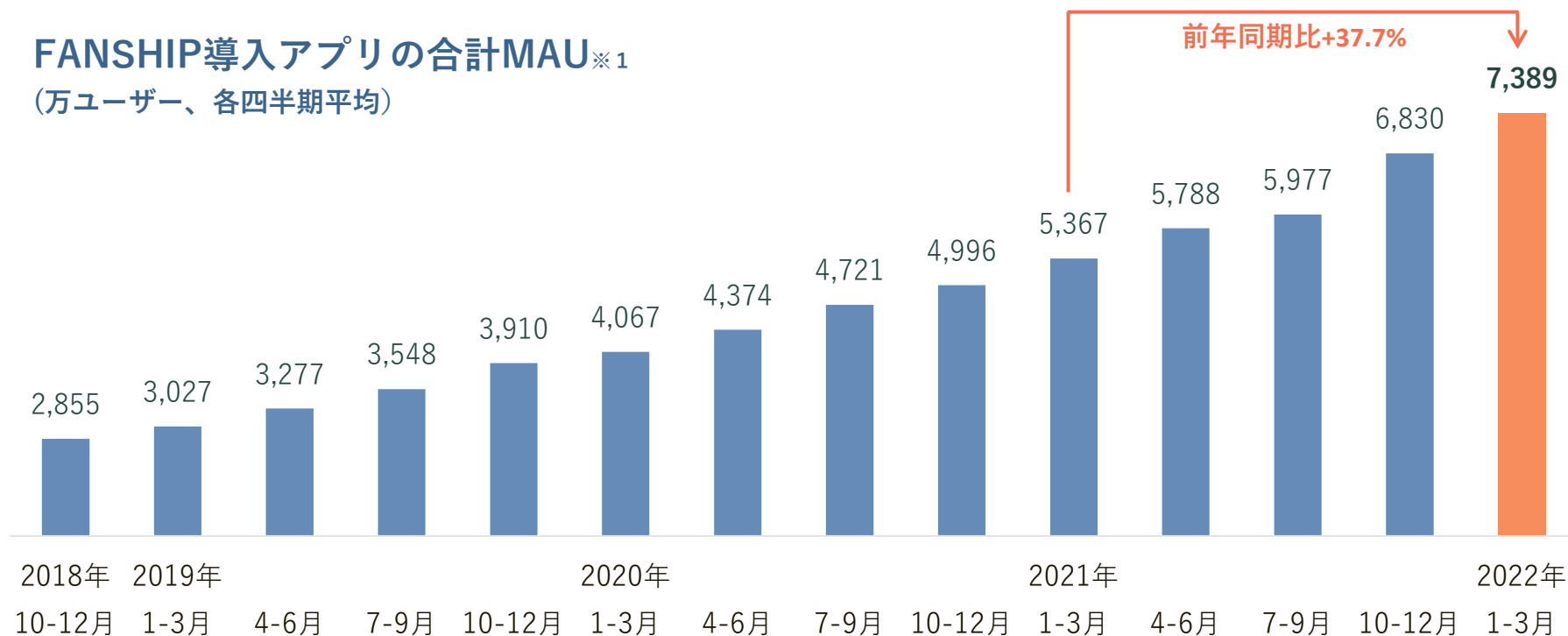
アプリマーケティングツール「FANSHIP」利用料を、アプリの利用者数に応じて従量課金

重要KPI①：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+37.7%と順調に成長。

FANSHIP導入アプリの合計MAU※1

(万ユーザー、各四半期平均)



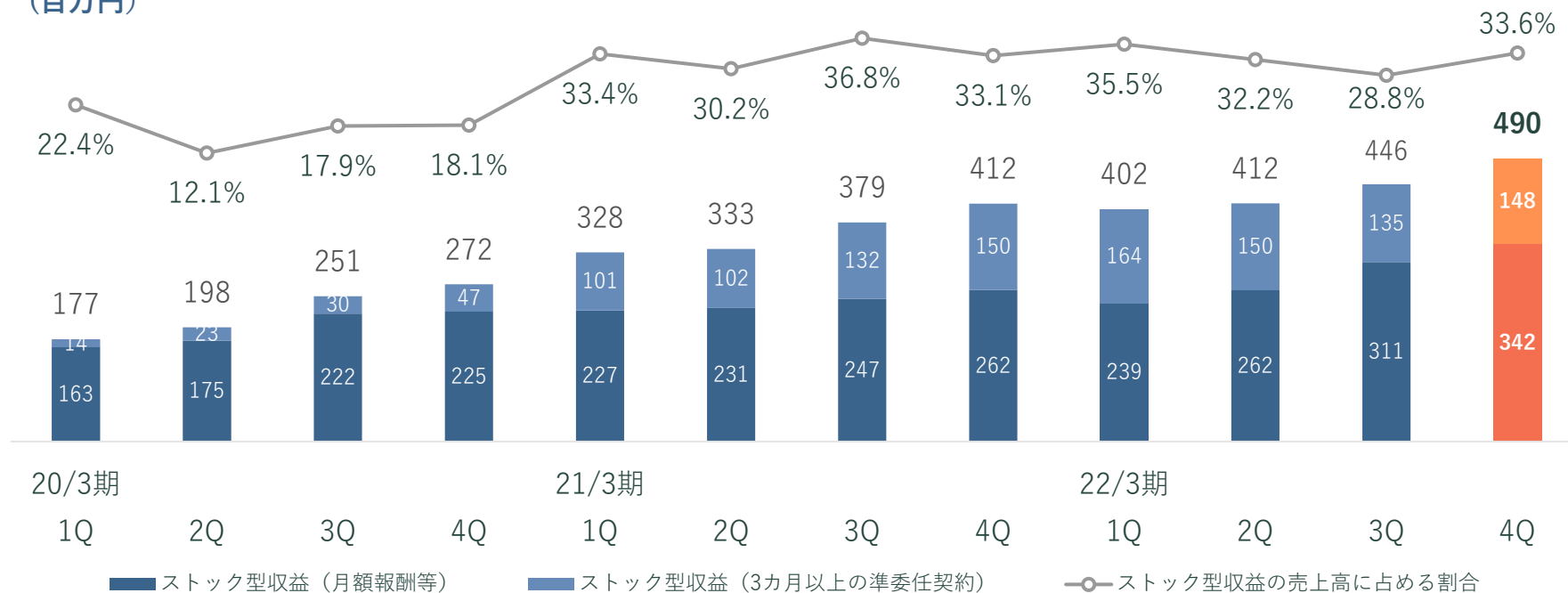
※1 MAU(Monthly Active Users) はFANSHIP導入アプリを月に1回以上起動しているユーザー数を集計(一部推計を含む)。

重要KPI②：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、4Qのストック型収益は490百万円と順調に増加（前年同期比+19.0%、前四半期比+10.0%）。

ストック型収益※1及び構成比の推移（連結）

（百万円）

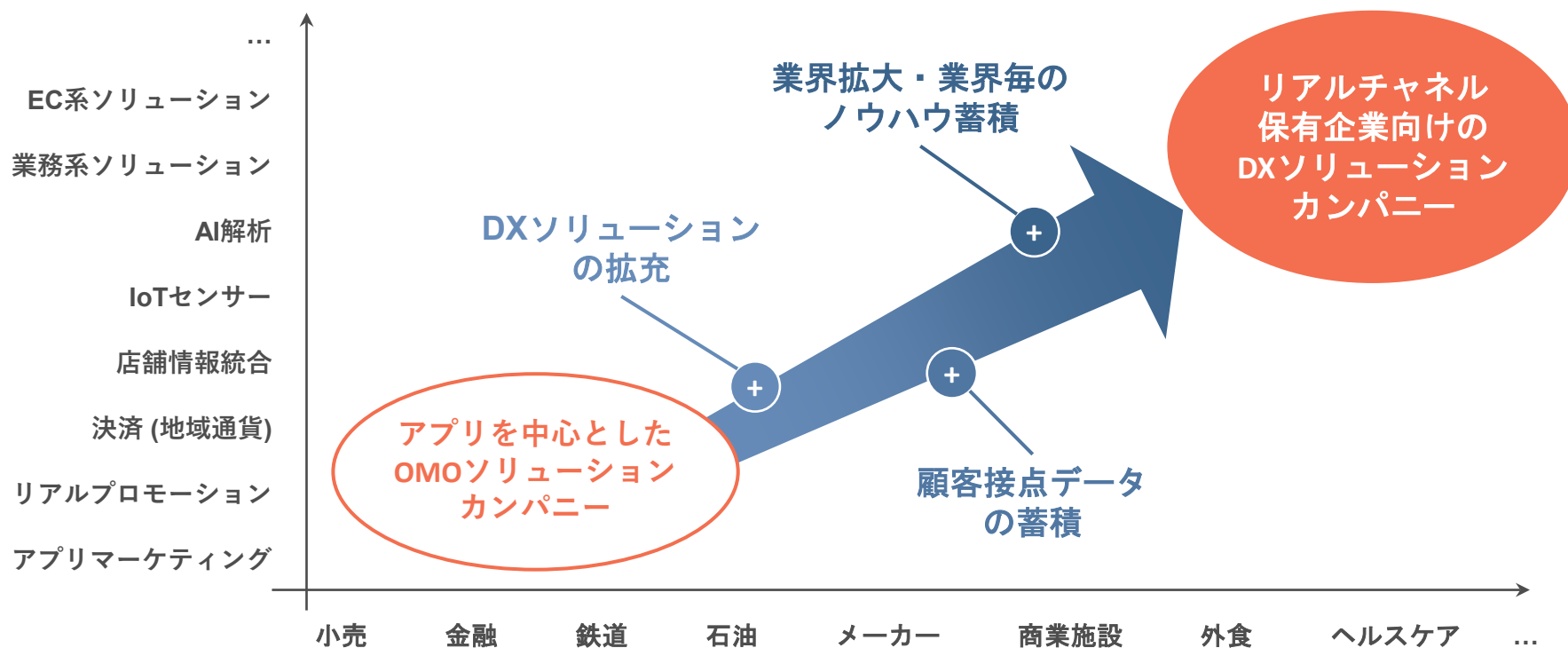


※1 3カ月以上の準委任契約及び月額報酬等（FANSHIPのサービス利用料やアプリのシステム保守料等）をストック型収益として分類。

3. 成長戦略及び事業計画

OMO領域における中期的成長方向性

OMO領域においては、①アプリ以外のDX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、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（各領域における23/3期の重点取組み）

良好な事業環境に対応するための積極採用、ストック型収益の中期的な拡大のためのFANSHIP等プロダクトへの投資拡大、新規事業の収益貢献が23/3期の重点取組み。

OMO領域

人材獲得のための積極投資によるプロフェッショナルサービスの拡大

- ・オンラインマーケティング関連を中心に積極採用を継続
- ・人材獲得のためのM&Aも継続して検討
- ・当社が得意とする業界毎のノウハウを蓄積し良好な事業環境に着実に対応

ストック型収益の中期的な拡大実現のための投資強化

- ・当社のメインプロダクトであるFANSHIPへの投資強化
- ・LINEミニアプリプラットフォーム等、FANSHIP以外のプロダクトの拡充
- ・アプリ関連以外のDXソリューションの拡充。M&Aも継続して検討

良好な事業環境を追い風に、
中期的な成長実現のための
成長投資を拡大

新規事業領域

新規事業の立上げ・収益拡大

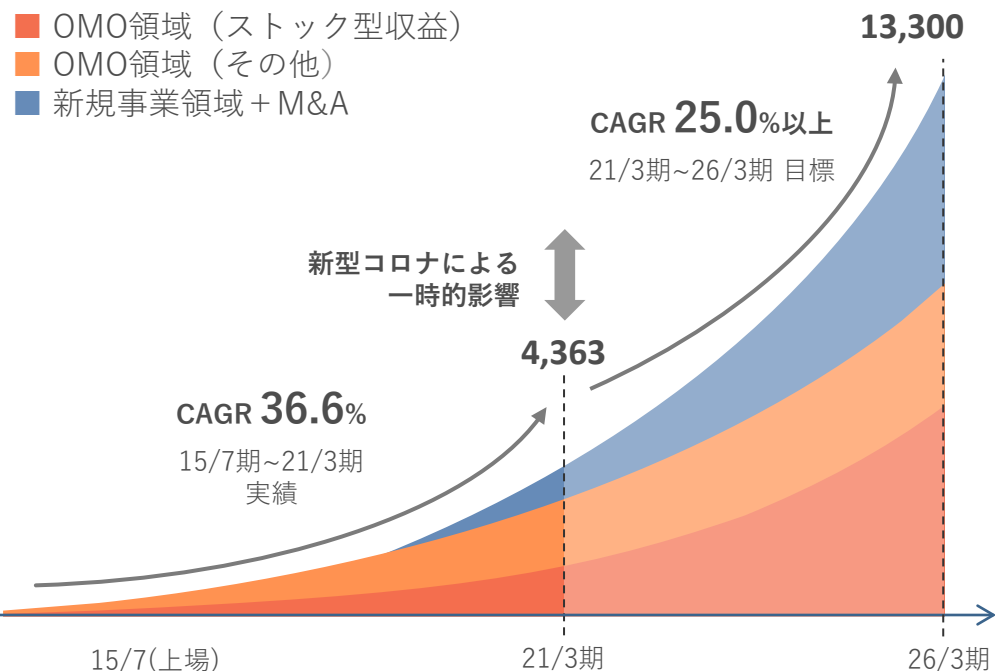
- ・新規事業については早期の収益拡大を目指し、投資を継続
- ・事業パートナー等とのアライアンスについても継続して検討

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

21/3期以降の中期的な売上高成長率としてCAGR25.0%（26/3期の連結売上高133億円）以上の成長を目指す。

売上高（連結）の中期目標（百万円）



中期的な財務目標

- ・ 21/3期以降の**中期的な売上高成長率としてCAGR25.0%以上の成長を目指す**
- ・ 良好な事業環境が期待される「OMO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、**連結営業利益は每期着実に増益を目指す**

※1 事業内容をより明瞭にするため、従来「デジタル・フィジカルマーケティング領域」としていた名称を「OMO領域」に変更しています。

2023年3月期連結業績の見通し

23/3期の通期業績見通しは、新型コロナウイルス感染症拡大によるリアルプロモーション関連へのマイナス影響により、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。

	22/3期 (連結)	23/3期 (連結)	
(百万円)	通期 実績	通期 見通し	前年 同期比
売上高	5,423	6,300 ~6,800	+16.2% ~+25.4%
営業利益	342	375 ~475	+9.6% ~+38.8%

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、連結子会社Qoilの主要事業であるリアルプロモーション関連への影響を勘案し、レンジで設定
- ・レンジ下限は、23/3期を通じて22/3期程度の影響があった場合を想定
- ・レンジ上限は、23/3期上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
- ・業績進捗を踏まえて、販管費のコントロールを行う

※1 経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益についても黒字の計上を見込んでいますが、現在は中期的な株主価値及び企業価値の最大化に向けて、積極的な投資を実行しているフェーズであり、一部の営業外損益等の合理的な見積りが困難であることから、具体的な予想数値の開示は行っていません。

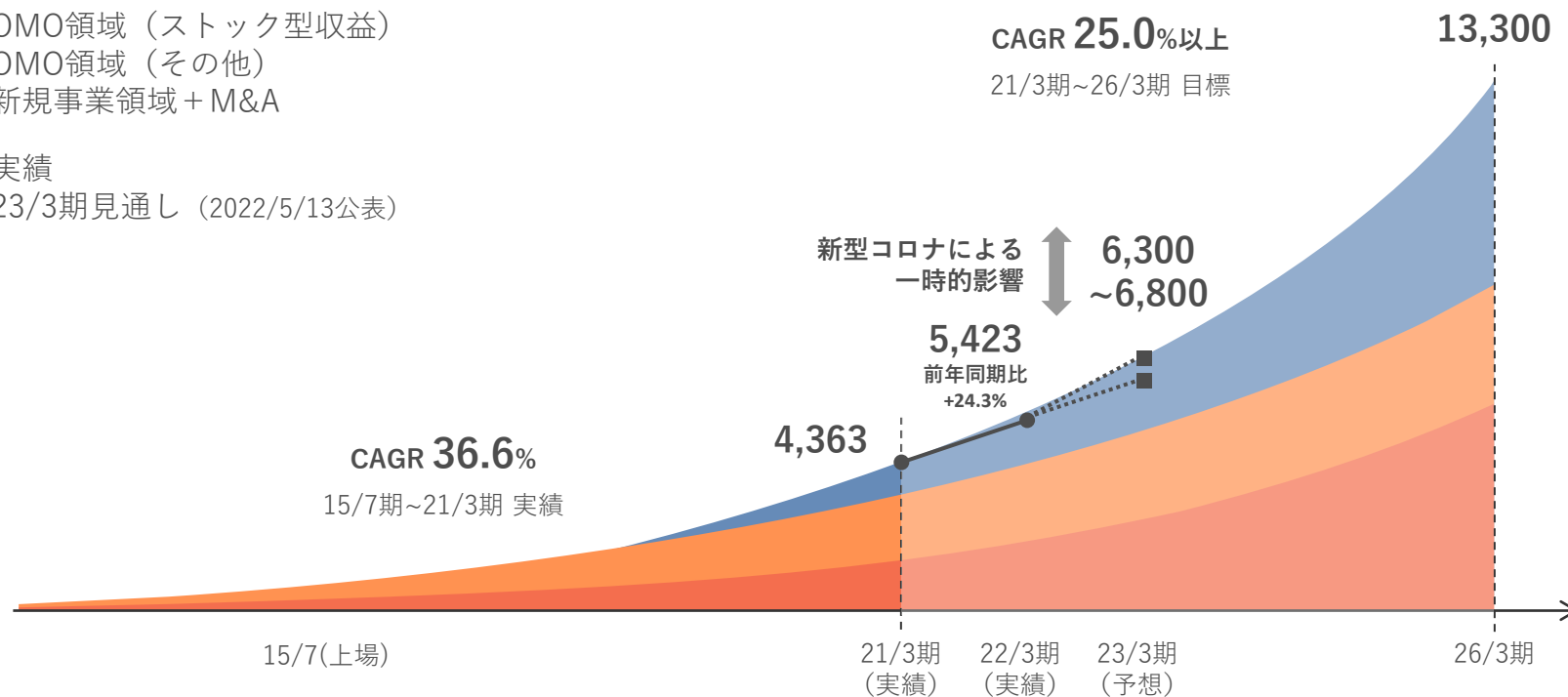
4. 成長戦略及び 事業計画の進捗状況

中期的な財務目標に対する進捗

21/3期及び22/3期において、リアルプロモーション関連を中心に新型コロナウイルス感染症によるマイナス影響を受けているものの、中期的な売上高目標に対して順調に進捗。

売上高（連結）の中期目標と進捗(百万円)

- OMO領域（ストック型収益）
- OMO領域（その他）
- 新規事業領域 + M&A
- 実績
- 23/3期見通し（2022/5/13公表）



※1 21/3期のストック型収益は1,452百万円、22/3期は1,751百万円となっています。

※2 顧客との契約から生じる収益を分解した情報の詳細については有価証券報告書をご参照ください。

各事業領域における取組みの進捗状況

22/3期の取組みは概ね順調に進捗。

OMO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

②プロフェッショナルサービス
によるDX支援の強化

- 22/3期ストック型収益は**17.5億円**、売上高に占める割合は**32.3%**に成長（P.26参照）
- **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（P.35参照）

- **金融、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（P.36~38参照）
- **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（P.39参照）

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の今期導入件数は**前期比2倍を超え**、フィノバレーは**通期黒字化**（P.43参照）
- **三菱電機株式会社と資本業務提携**を実施するなど、**事業パートナーとのアライアンス**も強化（P.44参照）

※1 事業内容をより明瞭にするため、従来「デジタル・フィジカルマーケティング領域」としていた名称を「OMO領域」に変更しています。

「FANSHIP for ミニアプリ」 案件続々リリース

LINE ミニアプリ

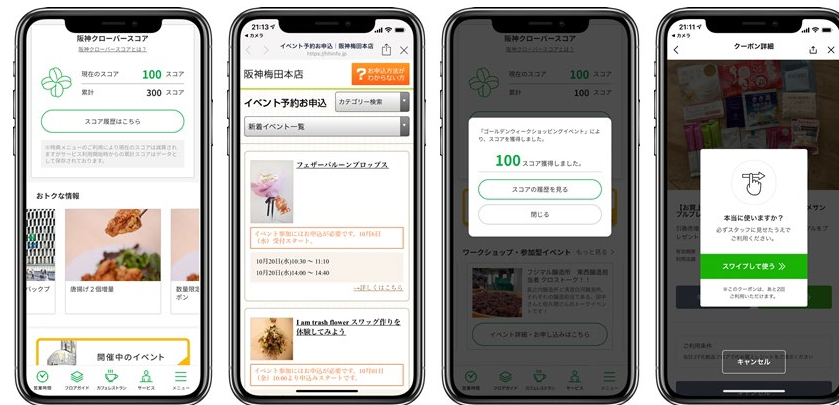
低コスト・短納期を実現する、ミニアプリ開発・運用・分析プラットフォーム「FANSHIP for ミニアプリ」を用いて拡大するミニアプリ需要に対応。

QB HOUSE

(キュービーネット株式会社)

阪急阪神百貨店 阪神梅田本店

(株式会社阪急阪神百貨店)



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

※ 2021/12/24 プレスリリース。

お知らせやクーポン、イベント予約機能などを提供し、売場の“ファンづくり”を支援。店頭やアプリ上の行動に応じて趣味嗜好に合わせた接客も実現

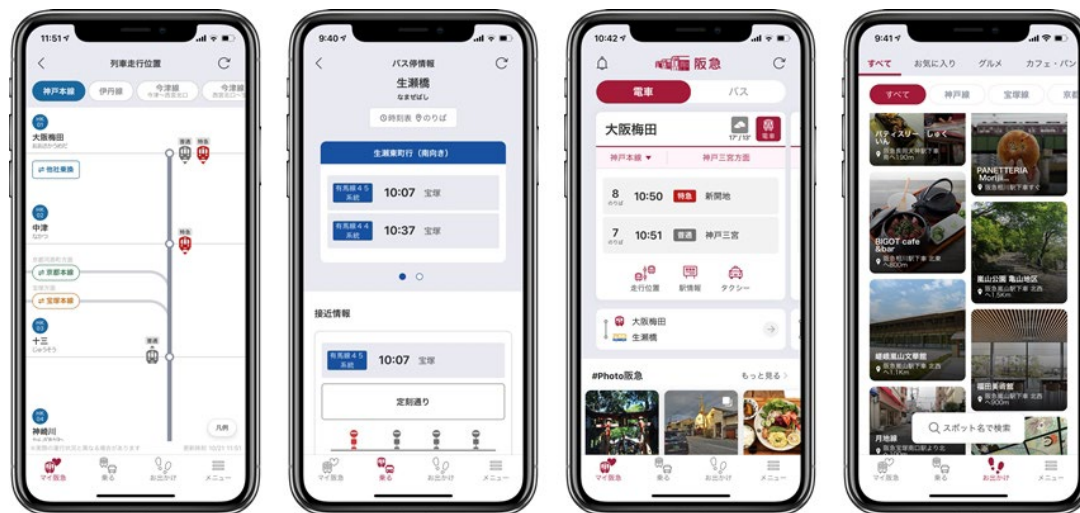
※ 2021/11/24 プレスリリース。

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。

阪急沿線アプリ

(阪急電鉄株式会社)

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。

※ 2021/11/1 プレスリリース。

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。

ルフロンアプリ

(三菱商事UBSリアルティ株式会社)



あびこアプリ

(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

※ 2021/10/6 プレスリリース。

※ 2021/10/15 プレスリリース。

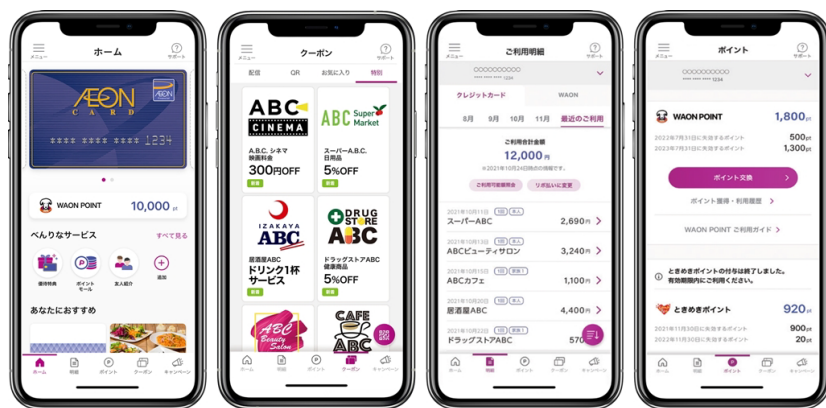
イオンカード公式アプリ「イオンウォレット」及び日本電子決済推進機構「Bank Payアプリ」にFANSHIPが導入。メガバンクを含む全国50以上の金融機関での導入実績に加え、導入スピードや柔軟性が高く評価され、金融業界において「FANSHIP」導入が拡大。

イオンウォレット

(イオンクレジットサービス株式会社)

Bank Payアプリ

(日本電子決済推進機構)



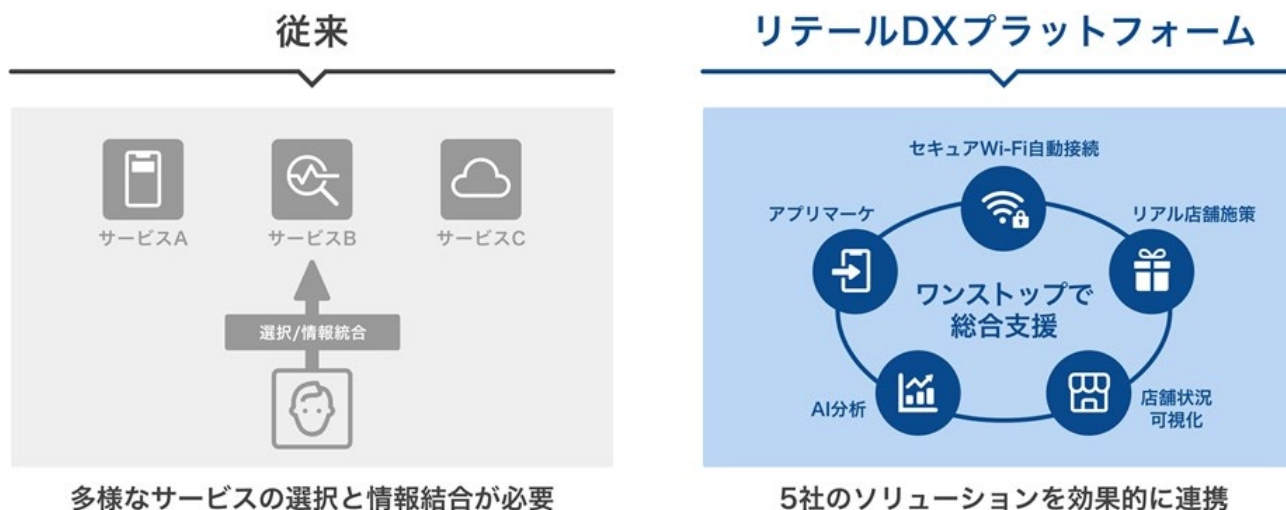
国内有効会員数2,979万人（2021年8月末時点）
を持つイオンカードのCRMシステムと連携した
FANSHIPクーポン機能の実装も予定

※ 2021/11/16 プレスリリース。

シナリオに沿った自動プッシュ通知やOne to
Oneコミュニケーションを通じてマーケティング
機能強化を支援予定

※ 2022/2/21 プレスリリース。

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

※ 2021/8/2 プレスリリース。

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。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。



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。

※ 2021/5/17 プレスリリース。

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）ショールーミングストアをオープン。コロナ禍で変わる購買行動に対応した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「INSEL STORE」。



「INSEL STORE」は、出店者である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

※ 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直接消費者に販売するビジネスモデルのこと。

※ 2021/6/25 プレスリリース。

OMOへの取組事例「mozo SUSTAINABLE PARK」

OMO領域全般

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」内、サステナブル&OMO体験ポップアップストア「mozo SUSTAINABLE PARK」の実証実験に参画。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となる。



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。

※ 2021/12/23 プレスリリース。

「MoneyEasy」の新規導入が継続して拡大

MoneyEasy

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。22/3期導入件数は前期比2倍を超え、フィノバレーも通期黒字化。コロナ禍における経済支援施策としての導入が加速。

21年10月	21年11月	21年12月	21年12月	22年1月
ぎふ旅コイン (岐阜県)	すいすいコイン (兵庫県神戸市灘区)	まつもとコイン (長野県松本市)	きじうまコイン (熊本県人吉市)	はまなこPay (静岡県浜松市)



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。

※ 左から順に、2021/10/12、2021/11/15、2021/11/25、2021/12/6、2022/1/6 プレスリリース。

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

MoneyEasy

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

※ 2022/1/28 プレスリリース。

5. 補足資料

(ご参考) 四半期推移

(百万円)	21/3期1Q 連結		21/3期2Q 連結		21/3期3Q 連結		21/3期4Q 連結		21/3期通期 連結 (20/4 ~21/3月)		22/3期1Q 連結		22/3期2Q 連結		22/3期3Q 連結		22/3期4Q 連結		22/3期通期 連結 (21/4 ~22/3月)	
	(4~6月)		(7~9月)		(10~12月)		(1~3月)				(4~6月)		(7~9月)		(10~12月)		(1~3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	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	100.0%	1,459	100.0%	5,423	100.0%
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%	908	62.2%	3,495	64.4%
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%	216	14.8%	713	13.1%
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%	594	40.7%	2,444	45.0%
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%	96	6.6%	337	6.2%
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%	550	37.7%	1,927	35.5%
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%	409	28.0%	1,585	29.2%
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%	273	18.7%	978	18.0%
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%	17	1.2%	123	2.2%
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%	28	1.9%	108	1.9%
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%	13	0.9%	53	0.9%
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%	14	1.0%	66	1.2%
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%	61	4.2%	255	4.7%
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%	141	9.6%	342	6.3%
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%	140	9.6%	340	6.2%
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%	129	8.8%	255	4.7%

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。

※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

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いますが、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、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。また、開発業務における収益の認識は、見積総原価を用いたインプット法を適用しています。当社グループは、見積総原価の見積精度を高めるよう取り組んでいますが、契約ごとに個別性が高く、顧客と合意した要求仕様に対応する工数・外注費等に基づき算定しているため、顧客要望の追加または変更により当初の見積以上の費用が発生する場合、また、仕様変更の追加または変更等により、見積総原価の見直しが必要となった場合には、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。

※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います。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いきますが、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 や資本業務提携について

当社グループは、M & A や資本業務提携は、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います。M & A や資本業務提携の実施にあたっては、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。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、関係会社株式、投資有価証券、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。また、M&A等の結果、事業領域が変化することによって、当社グループの収益構造が変化する可能性があります。

新型コロナウイルス感染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。本書提出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、例年6月頃を予定しております。