

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)

2023/6/28

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



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	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	
	株式会社プラグイン	
資本金	11億88百万円	
従業員数	245人 (2023年3月末、連結)	

財務指標等

売上高 ※1	54.1 億円
営業利益 ※1	3.7 億円
売上高CAGR ※2	29.5 %
OMO事業ストック型収益 ※3	18.7億円
当社プロダクト導入アプリの合計MAU ※4	8,758 万ユーザー

※1 2023/3期連結実績。 ※2 2015/7期から2023/3期の年平均成長率。

※3 2023/3期4Qストック型収益に4を乗じた金額。 ※4 2023/3期4Q実績。

事業領域

OMO事業	フィンテック事業 新規事業
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(サービスラインアップ)

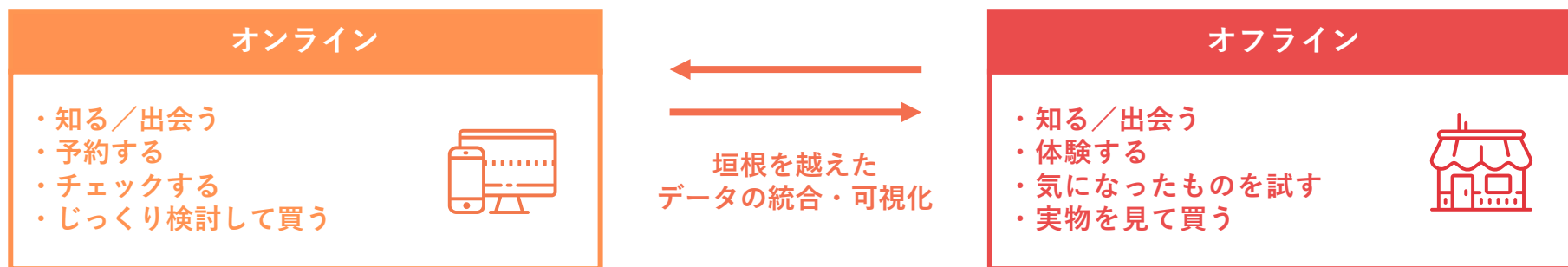
当社グループの事業は「OMO事業」と「フィンテック事業・新規事業」から構成。

	OMO事業			フィンテック事業・ 新規事業
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・APPBOX	来店計測・来店予測※1	デジタル地域通貨PF (フィンテック事業)
	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とは (Online Merges with Offline)

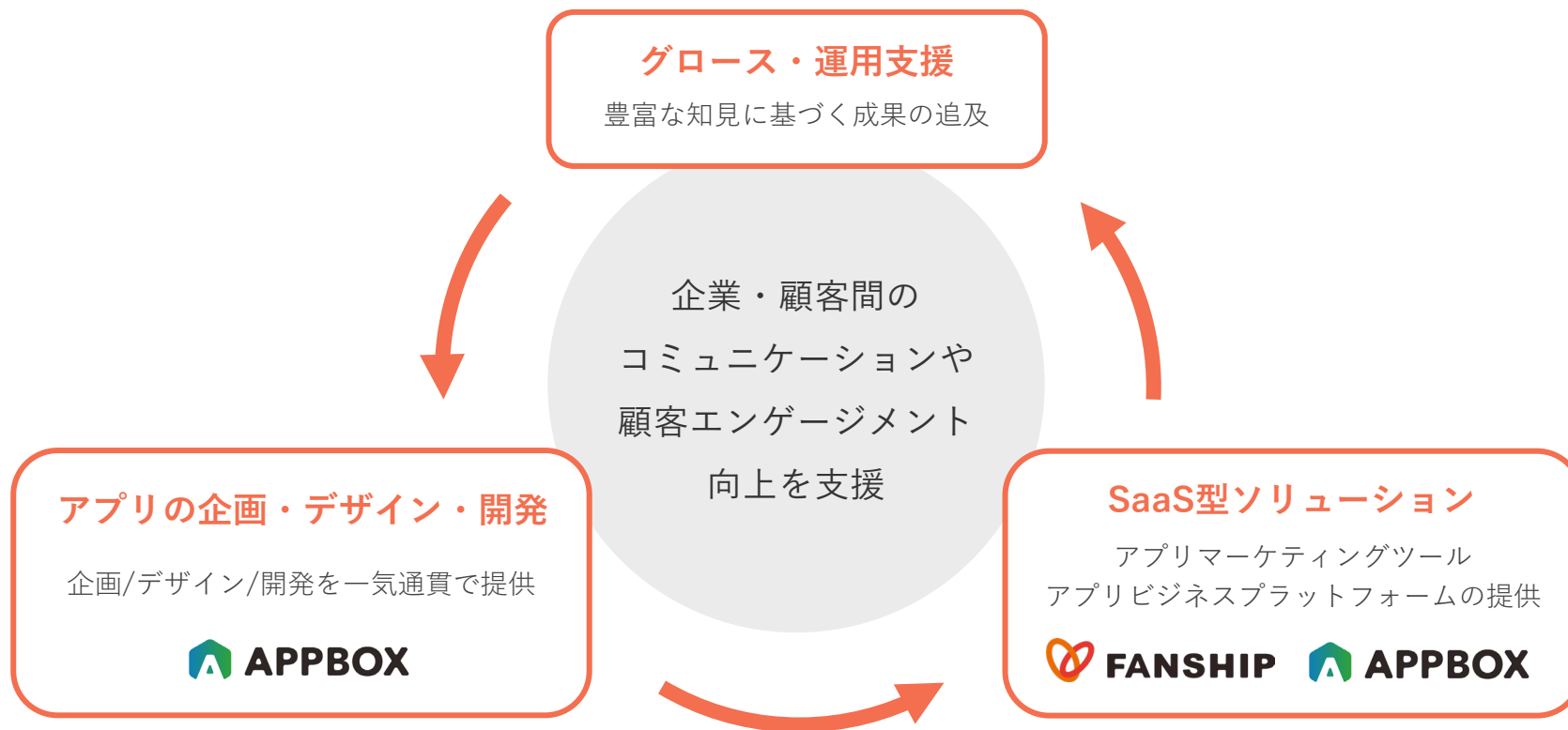
OMOとは、アプリ等(オンライン) から店舗等(オフライン)への送客を促すマーケティング施策や、オンラインとオフラインの取組みを融合し、店舗とインターネットの垣根を越えた最適な顧客体験を提供するマーケティング施策のこと。



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

OMO事業について

OMO事業においては、「FANSHIP」「APPBOX(アップボックス)」を活用したアプリ開発(スクラッチ・パッケージいずれも含む)及びOMOソリューションを軸に、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を高めるためのサービスを提供する。



「APPBOX」について

「APPBOX」は30種類以上の「BOX機能」と呼ばれるアプリで使う各種機能群(SDK)を組み合わせることで、アプリのスクラッチ/パッケージ開発、既存アプリの機能拡張、マーケティング施策まで、アプリビジネスに必要な全てを支援するプラットフォーム。



参考：「FANSHIP」から「APPBOX」へ

従来より提供している「FANSHIP」はスマホアプリに組み込むツールであるのに対し、「APPBOX」はスマホアプリの開発段階から支援可能なアプリビジネスプラットフォーム。「APPBOX」は2023年4月より提供を開始。

		2009年11月～ O2Oソリューション 「popinfo」	2019年7月～ アプリマーケティングツール 「FANSHIP」	2023年4月～ アプリビジネスプラットフォーム 「APPBOX」
コンセプト		スマホアプリに組み込むだけで「位置情報」×「属性情報」×「時間」を組み合わせてアプリユーザーに情報を配信できるO2Oソリューション	スマホアプリを中心にオンライン・オフラインのあらゆるデータ取得から分析、施策活用までを実現するファン育成プラットフォーム	リアルチャネルを保有し、サービス/事業を企画する技術担当者(情報システム部、技術企画部等)のためのCRMアプリ構築プラットフォーム
機能	開発	-	-	○ (新規実装)
	データ分析	-	○	○
	施策活用	○	○	◎ (機能追加)

フィンテック事業・新規事業について

OMO領域での事業成長に加えて、フィンテック事業をはじめ、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 (フィンテック事業)

 **MONEY EASY**

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

 **Co-Assign**
コアアサイン

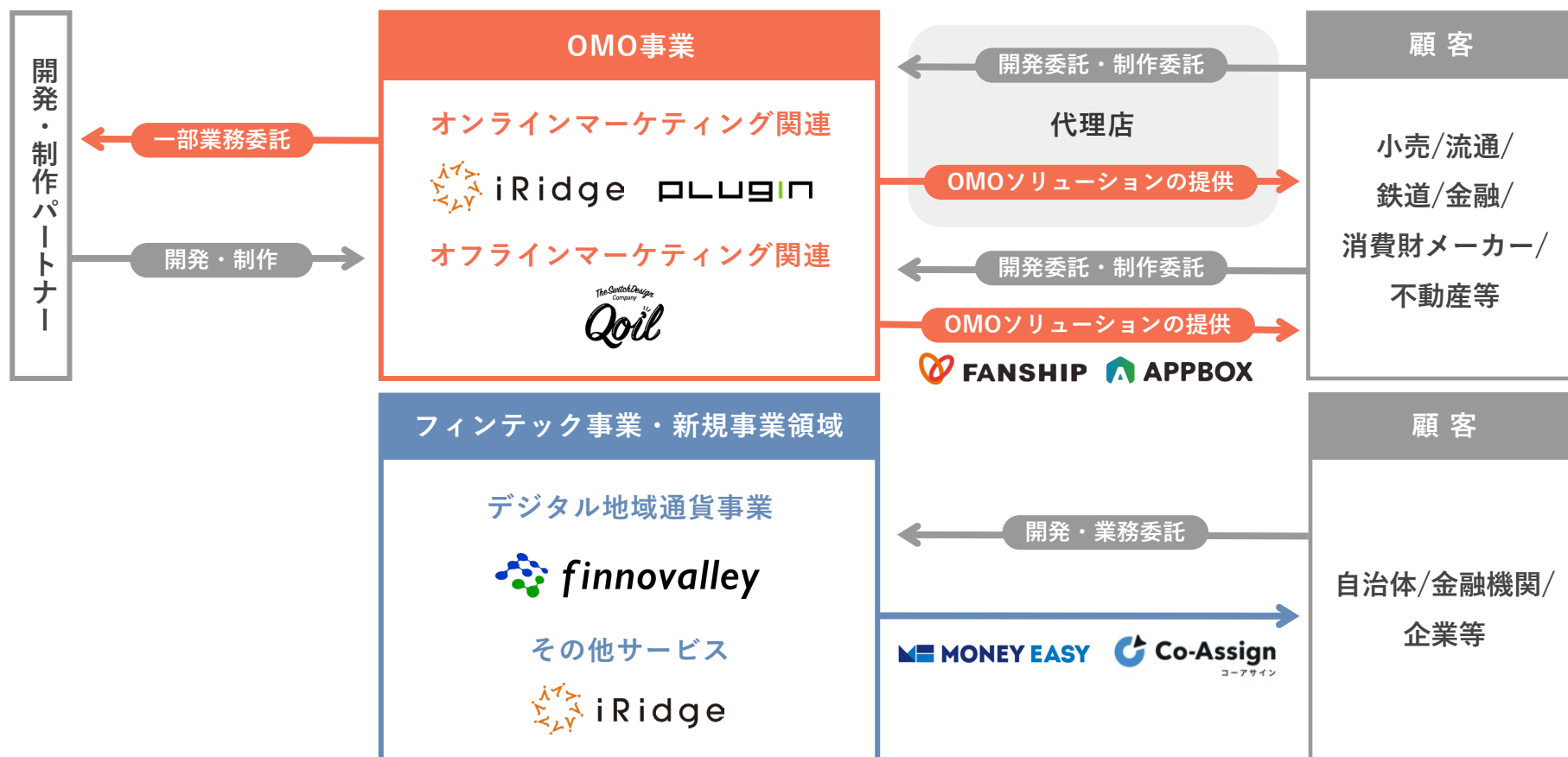
社内外人材の稼働管理やプロジェクトへのアサイン管理、人材調達が一つになった、リソース最適化プラットフォーム

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

事業の流れ

OMO事業では小売/流通/鉄道/金融/消費財メーカーなど向けにソリューションを、フィンテック・新規事業領域では自治体/金融機関/企業等に向けたプロダクト等をそれぞれ提供。



セグメント別売上高 (連結)

OMO事業オンラインマーケティング関連を中心とした売上構成。

		22/3期	23/3期		(ご参考)	
		通期	通期	前年同期比	4Q単独	前年同期比
		(百万円)				
売上高	連結	5,423	5,418	-0.1%	1,729	+18.5%
	OMO事業	5,198	4,725	-9.1%	1,497	+8.3%
	オンラインマーケティング* 関連(当社単体及びブ ラグ イン)	3,324	3,553	+6.9%	1,167	+16.0%
	オフラインマーケティング* 関連(Qoil)	1,874	1,171	-37.5%	329	-12.2%
	フィンテック事業(フィハレ)	241	702	+191.2%	234	+170.1%
	調整額	-15	-8	-	-2	-
セグメント利益	連結	342	378	+10.7%	286	+103.0%
	OMO事業	314	138	-56.0%	175	+63.3%
	オンラインマーケティング* 関連(当社単体及びブ ラグ イン)	277	138	-50.1%	149	+32.5%
	オフラインマーケティング* 関連(Qoil)	37	0	-99.5%	26	-577.9%
	フィンテック事業(フィハレ)	20	232	+1,031.6%	108	+242.5%
	調整額	6	7	-	1	-

事例：オンラインマーケティング（アプリ開発）

小売、金融、鉄道業界を中心に各業界を代表する企業のアプリをスクラッチ開発。



スタッフの
オペレーションまで
意識したUI設計



コーナンPay
店舗毎の動画など
独自機能を搭載



ユーザー、顧客
それぞれのメリット
が考慮された機能



移動と生活サービス
を連携したJR西日本
のMaaSアプリ



沿線地域の交通・生活・
観光を繋ぐ名古屋鉄道
のMaaSアプリ

事例：オンラインマーケティング（アプリ分析・運用支援）

アプリ分析に基づきプッシュ通知・クーポン等を活用した、顧客アプリの成長を支援。



tabiwa by WESTER
西日本旅客鉄道株式会社

プッシュ通知を活用した新規定着施策で、
会員登録率、商品購入率が大幅に向上

アプリ成長支援

UXリサーチ

会員登録率



施策なし 施策あり

商品購入率



施策なし 施策あり

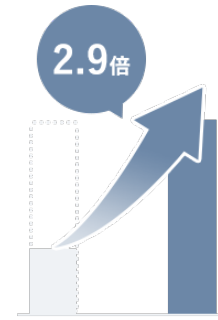


mozoアプリ
日本都市ファンド投資法人

会員ランク別の配信施策で、
購買率とランクアップ率が大幅に向上

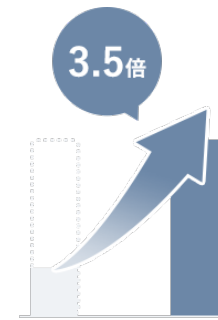
アプリ成長支援

購買率



施策なし 施策あり

ランクアップ率



施策なし 施策あり

事例：オンラインマーケティング（リアルプロモーション）

ブランディングからプロモーション、キャンペーンの企画・制作など、リアル(店頭)/デジタル(WEB)の垣根を越えたマーケティング事業を幅広く展開。

プロデュース

サイト制作
パーソルグループ
Webメディアプロデュース



販促キャンペーン

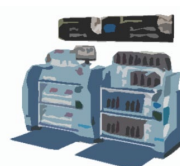
LINEミニアプリ
日本サニパック販促キャンペーンのデジタル化支援



ブランディング

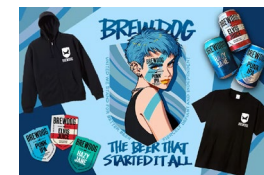
ロゴ制作
中西製作所コーポレート
ブランディング

「いただきます」の未来をつくる。
NAKANISHI



CAMPFIRE公式パートナー

コミュニケーション設計
ブリュードック・カンパニー・
ジャパンFUND FAN FUN
プロモーション支援



店頭什器制作

ツール制作
浄水器メーカー利用シーン
訴求店頭什器制作

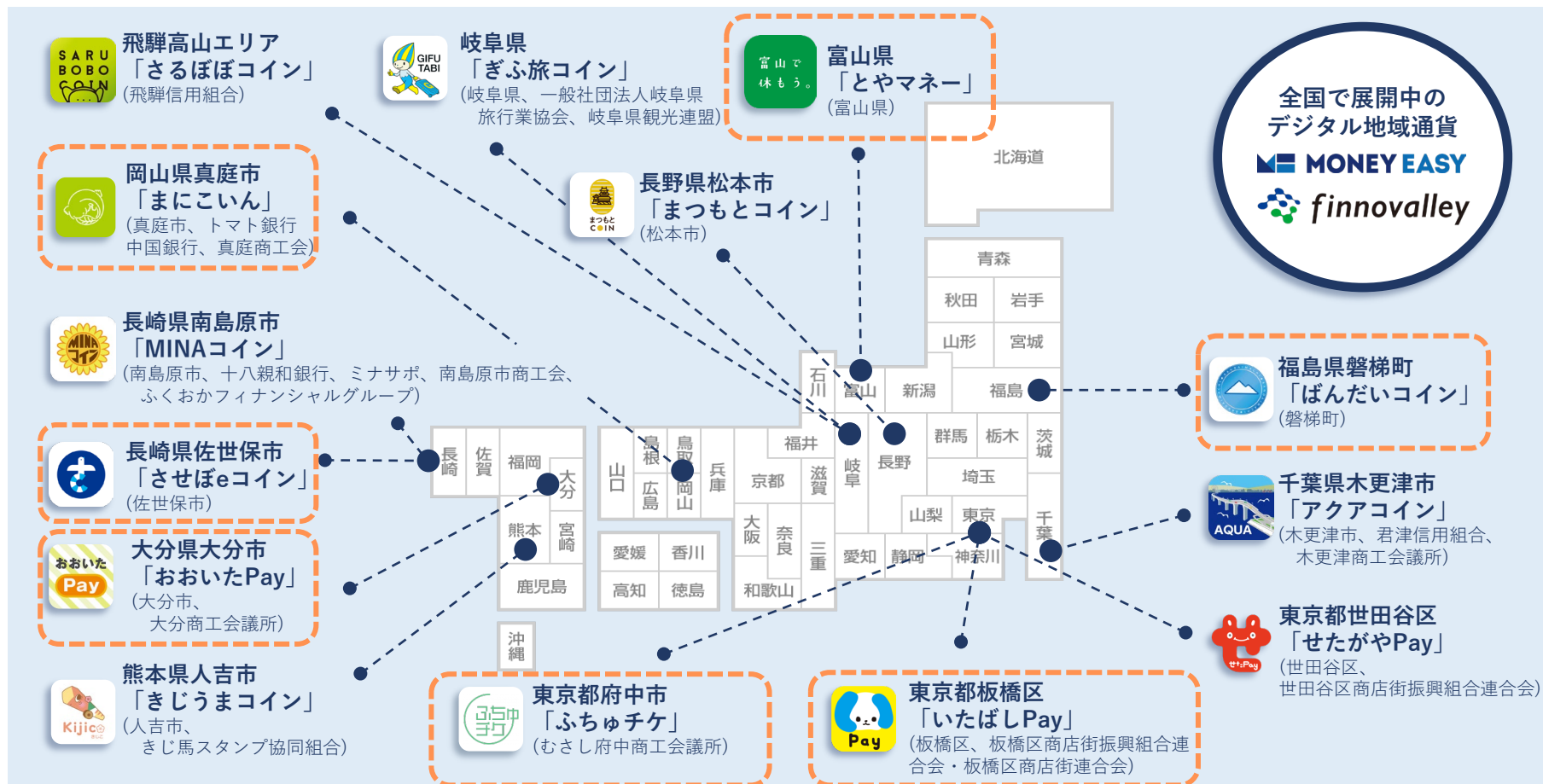
ショールーミングストア

キラリナ京王吉祥寺
Co-Retailing (共同出店型)
体験型店「INSELSTOIRE」



事例：デジタル地域通貨事業（MoneyEasy）

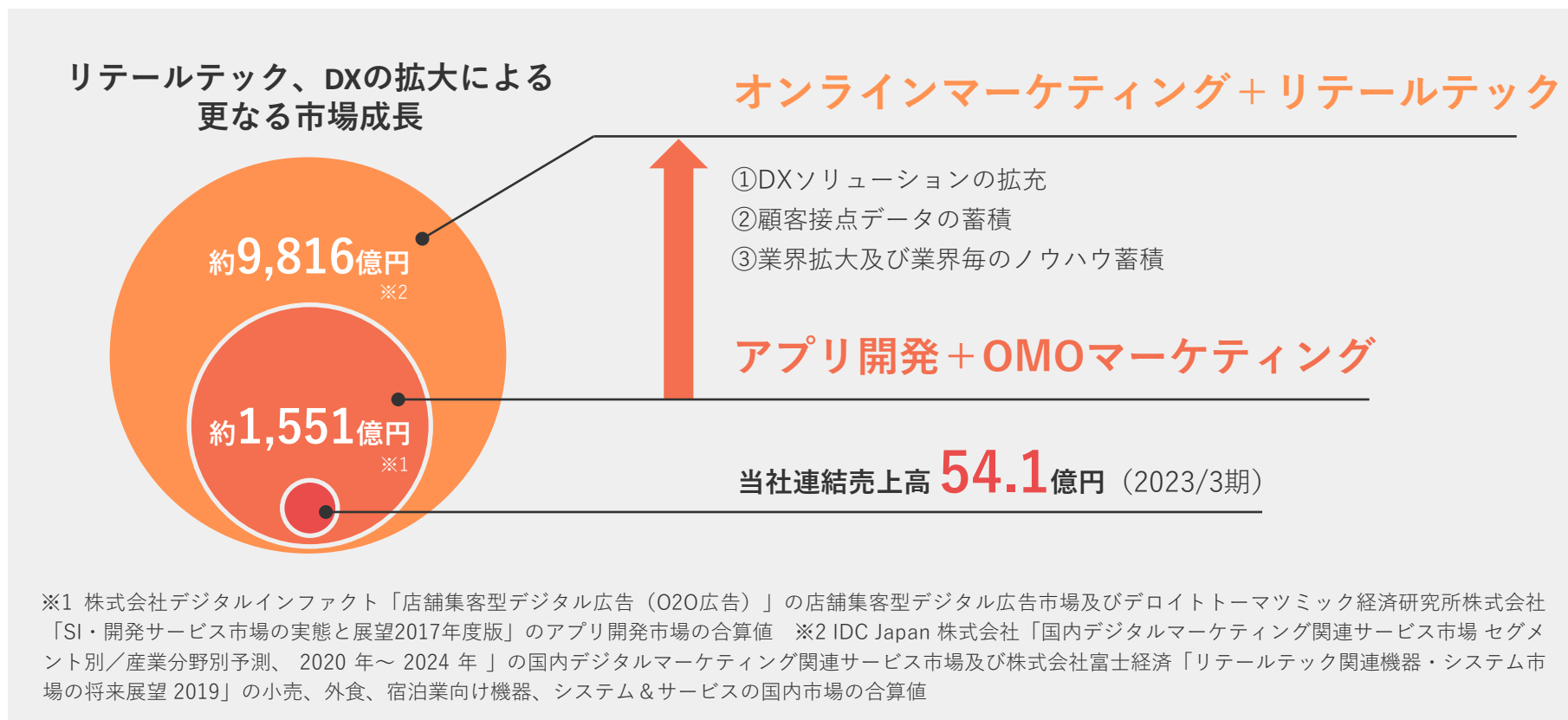
フィンテック事業は、デジタル地域通貨の運営主体となり得る金融機関、自治体、企業等へのプラットフォーム提供者の位置づけ。23/3期には新たに7件の導入。



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

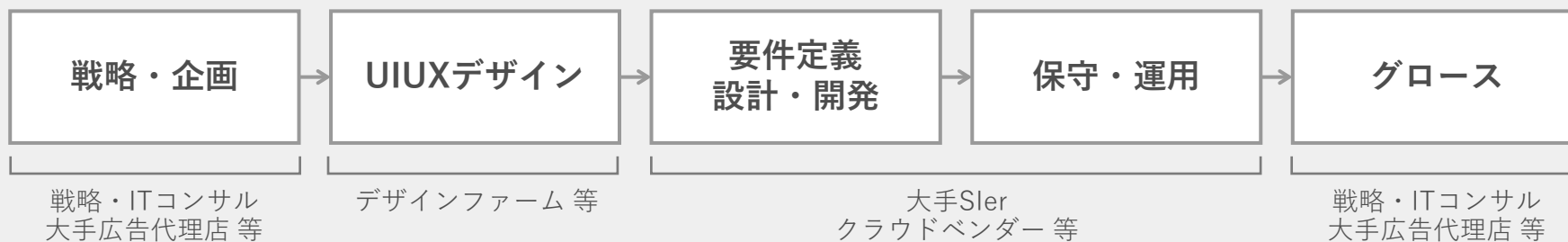
当社の対象市場のみでも顧客基盤の拡大余地は十分にあり、またリテールテック（小売、外食企業向けのデジタルテクノロジー）やDXの拡大による更なる市場規模拡大が見込まれる。



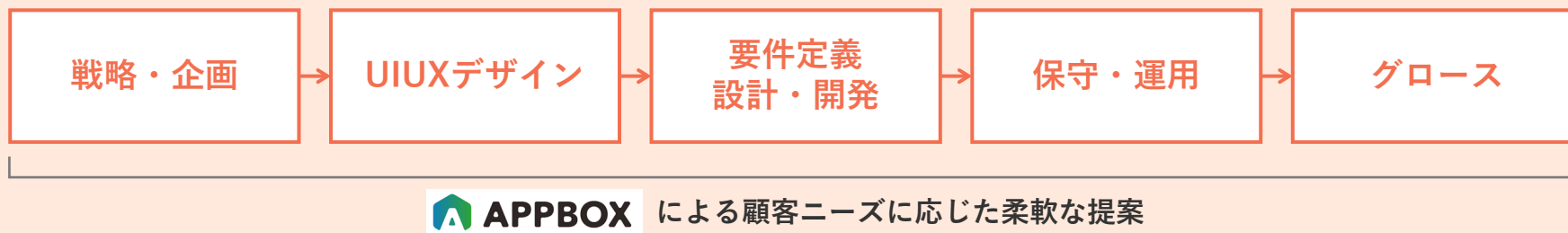
独自のビジネスモデル

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

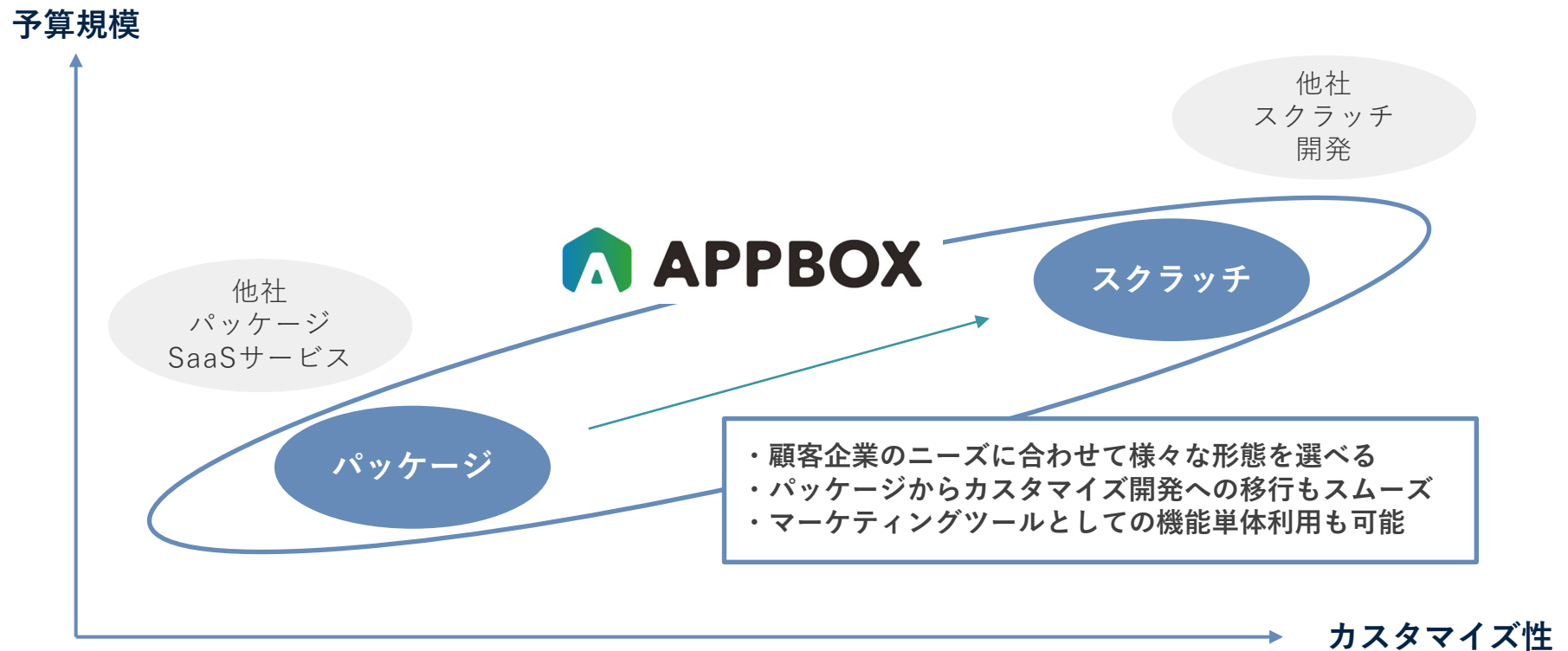


当グループでは、戦略・企画の策定・開発・グロースまで一気通貫で支援が可能



アプリマーケティング市場の競合と当社の優位性

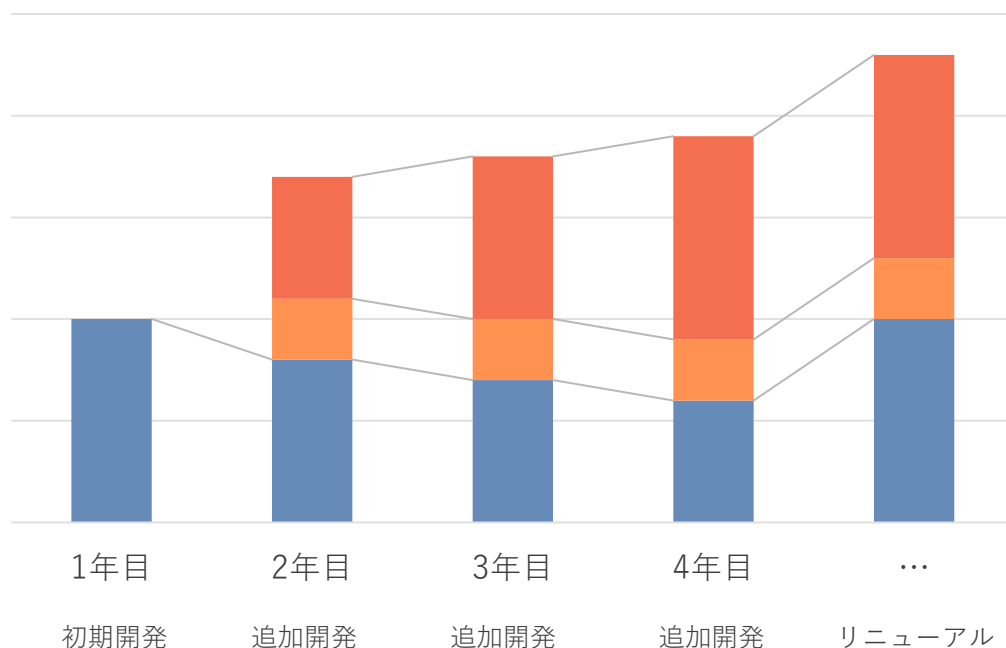
アプリ開発とマーケティングツールの両方を提供して相乗効果を出すことができることが優位性。アプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」は、スクラッチ/パッケージ/機能拡充のための機能単体利用も選択可能。



OMO事業ストック型収益の構造

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

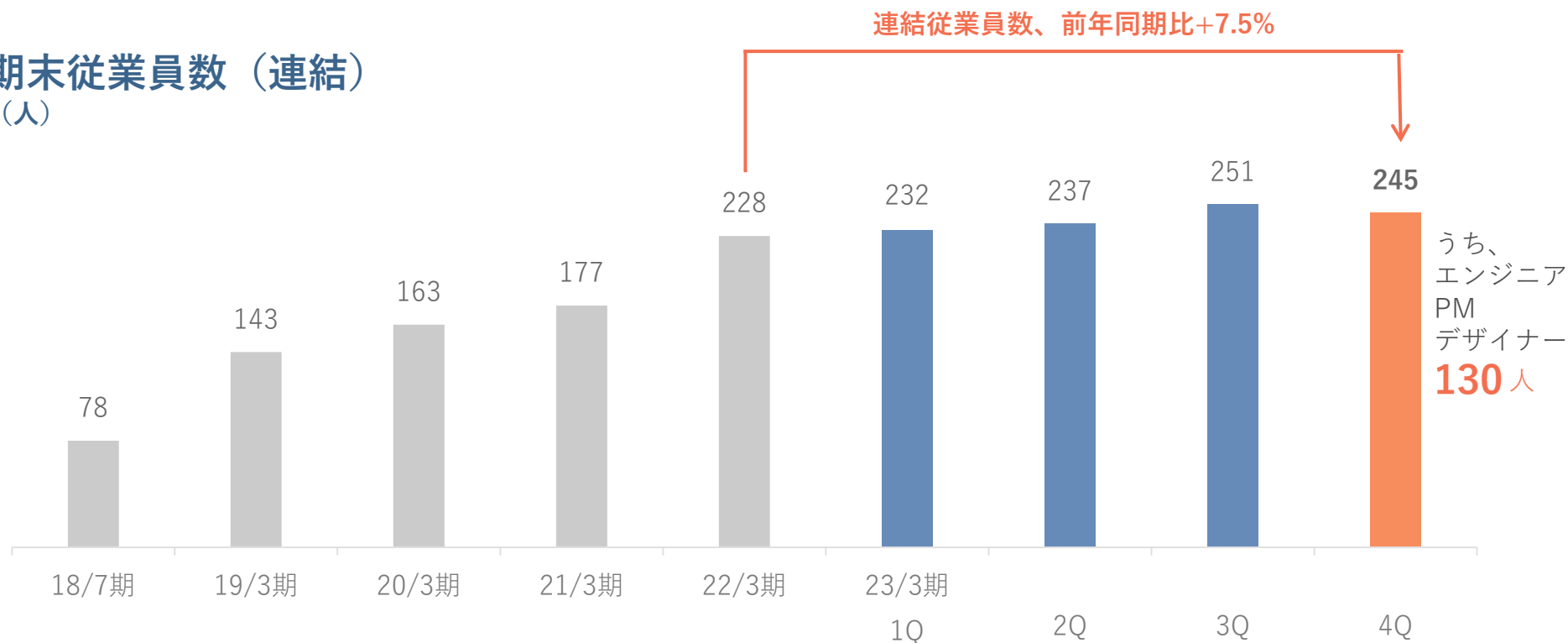
■ 月額報酬（システム利用料）

アプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」利用料を、アプリの利用者数に応じて従量課金

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。

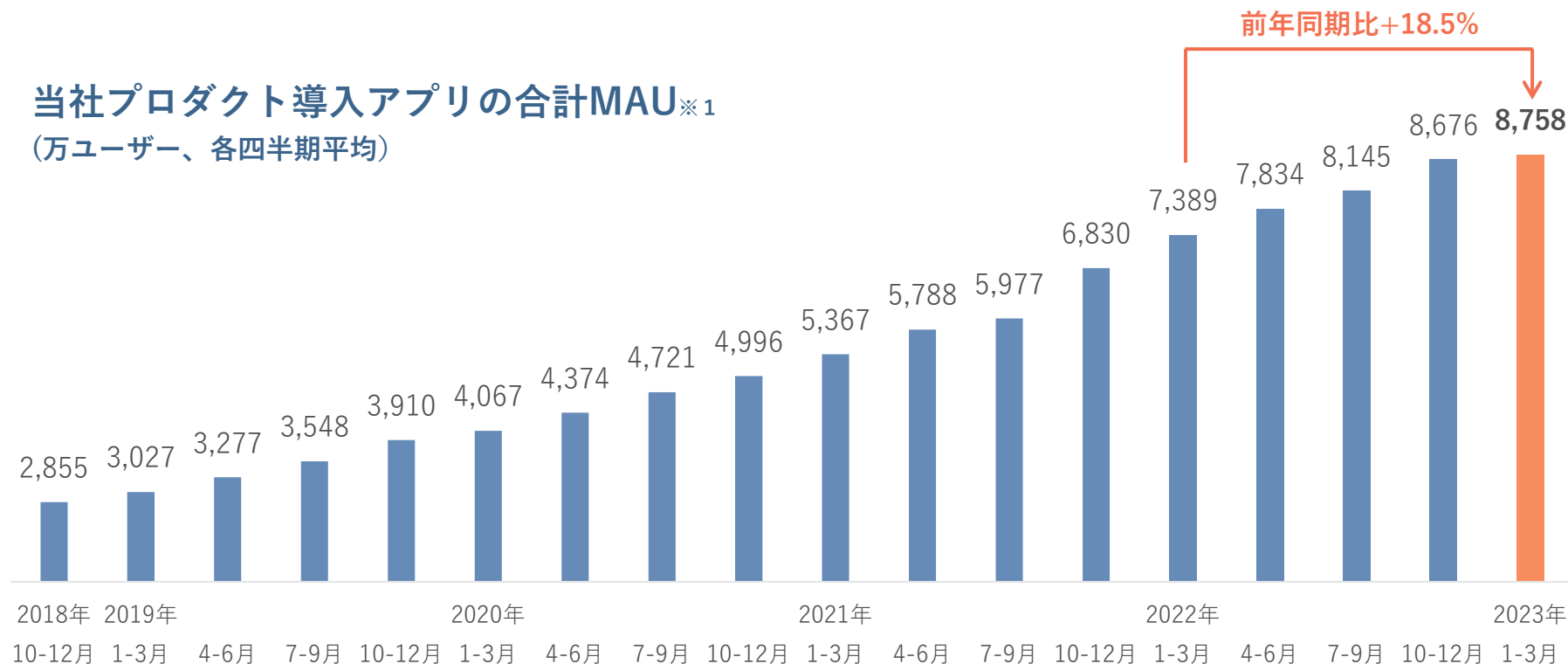
期末従業員数（連結） （人）



重要KPI①：当社プロダクト導入アプリのMAUの推移

大型アプリのリリース等により、当社プロダクト導入アプリのMAUは前年同期比+18.5%と順調に成長。

当社プロダクト導入アプリの合計MAU※1
(万ユーザー、各四半期平均)



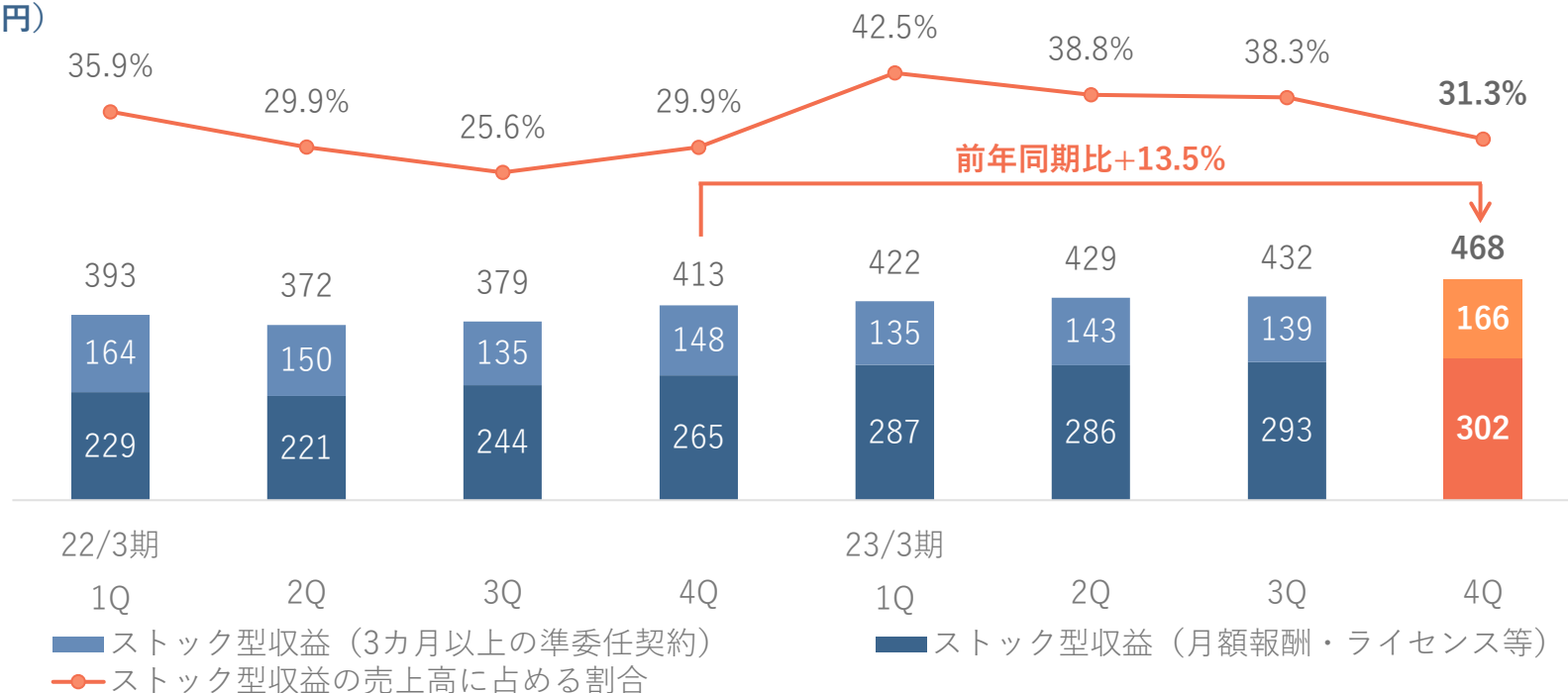
※1 MAU(Monthly Active Users) はFANSHIP導入アプリを月に1回以上起動しているユーザー数を集計(一部推計を含む)。

重要KPI②：OMO事業ストック型収益の推移

OMO事業において、当社プロダクト導入アプリのMAUが増加したこと等から、4Qのストック型収益は前年同期比+13.5%増と順調に推移。

ストック型収益※1及び構成比の推移

(百万円)



※1 3か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

今後の成長戦略（各領域における24/3期の重点取組み）

24/3期は「中期的な売上高成長率の加速実現のための投資の1年」。新プロダクトの市場浸透促進やフィンテック事業の収益基盤確立のための投資を継続。

OMO事業

①ストック型収益の中期的な拡大実現のため、新プロダクト「APPBOX(アップボックス)」への投資継続

- ・2023年4月にリリースした新プロダクト「APPBOX」の市場浸透を図るべく、投資を継続
- ・「APPBOX」を活用し、拡大するアプリ開発需要に対処するとともに、開発案件の粗利率改善にも取り組む。開発支援体制強化のため、採用力強化やM&A推進の取組みも継続

②顧客企業のデジタルマーケティング企画/成長支援の強化

- ・グループ内での連携を促進することで、顧客企業のデジタルマーケティング全般（アプリ以外も含む）について企画/成長支援ニーズを掘り下げ、グループ全体での案件創出を図る
- ・外部の事業パートナー等との戦略的アライアンスについても積極的に検討
- ・アプリ関連については成長支援サービスのラインナップを強化

中期的な売上高成長率の加速を図るべく、新プロダクトを中心とした投資の継続とグループ内での連携強化に取り組む

フィンテック事業・新規事業領域

③フィンテック事業の収益基盤の確立と新規事業の育成

- ・フィンテック事業の収益基盤を確立すべく、同事業への投資を継続
- ・OMO事業、フィンテック事業に続く、第三の柱の事業を育てるべく新規事業の取組みについてもメリハリを利かせながら継続

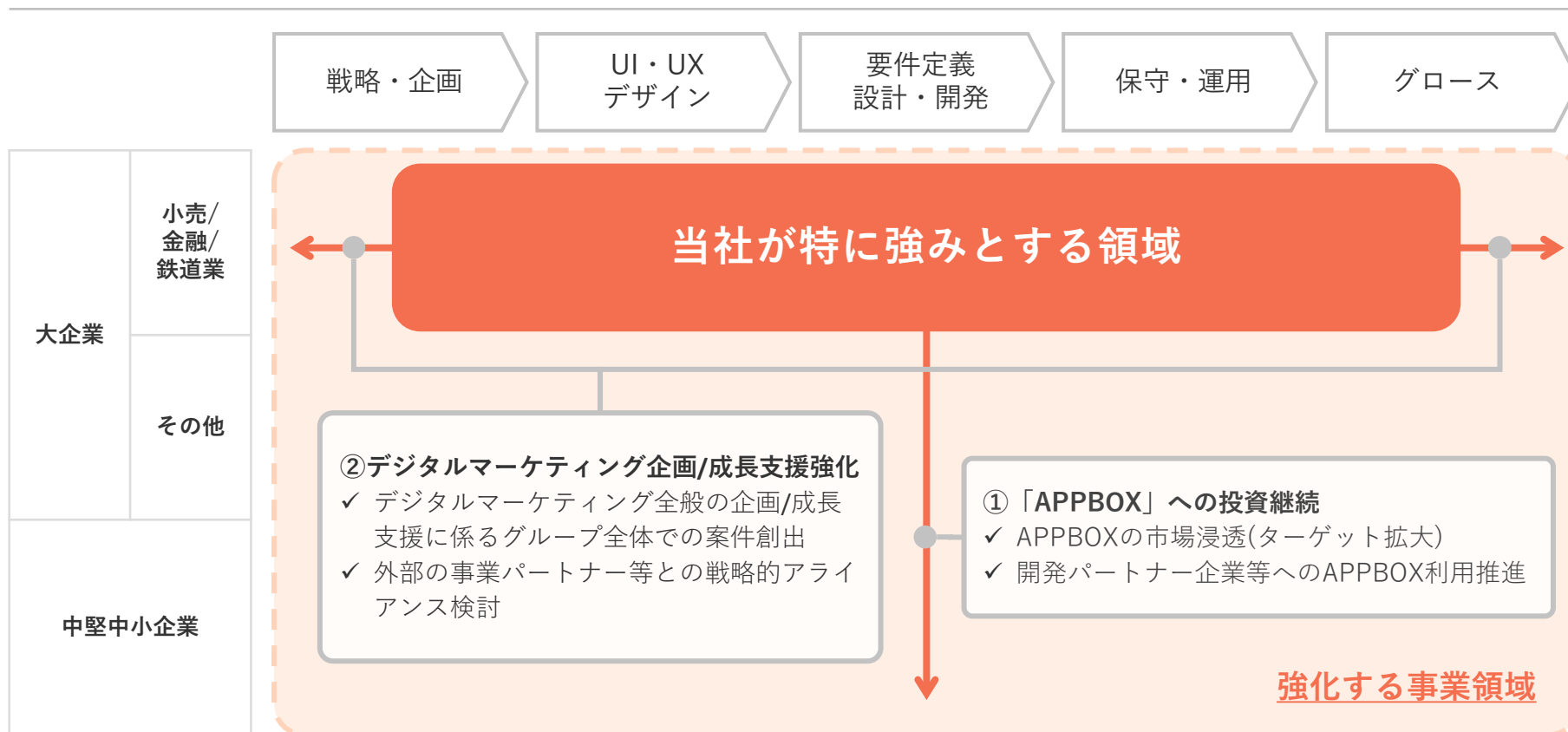
フィンテック事業の収益基盤確立のための投資を継続
第三の収益の柱も育てる



OMO事業における24/3期の重点取組みによる成長イメージ

24/3期の重点取組みにより、当社が中核とする領域の拡大・深化両方の実現を目指す。

顧客のアプリ開発～運用に関するバリューチェーン



2024年3月期連結業績の見通し

24/3期は中期的な売上高成長率の加速実現のための投資の1年。

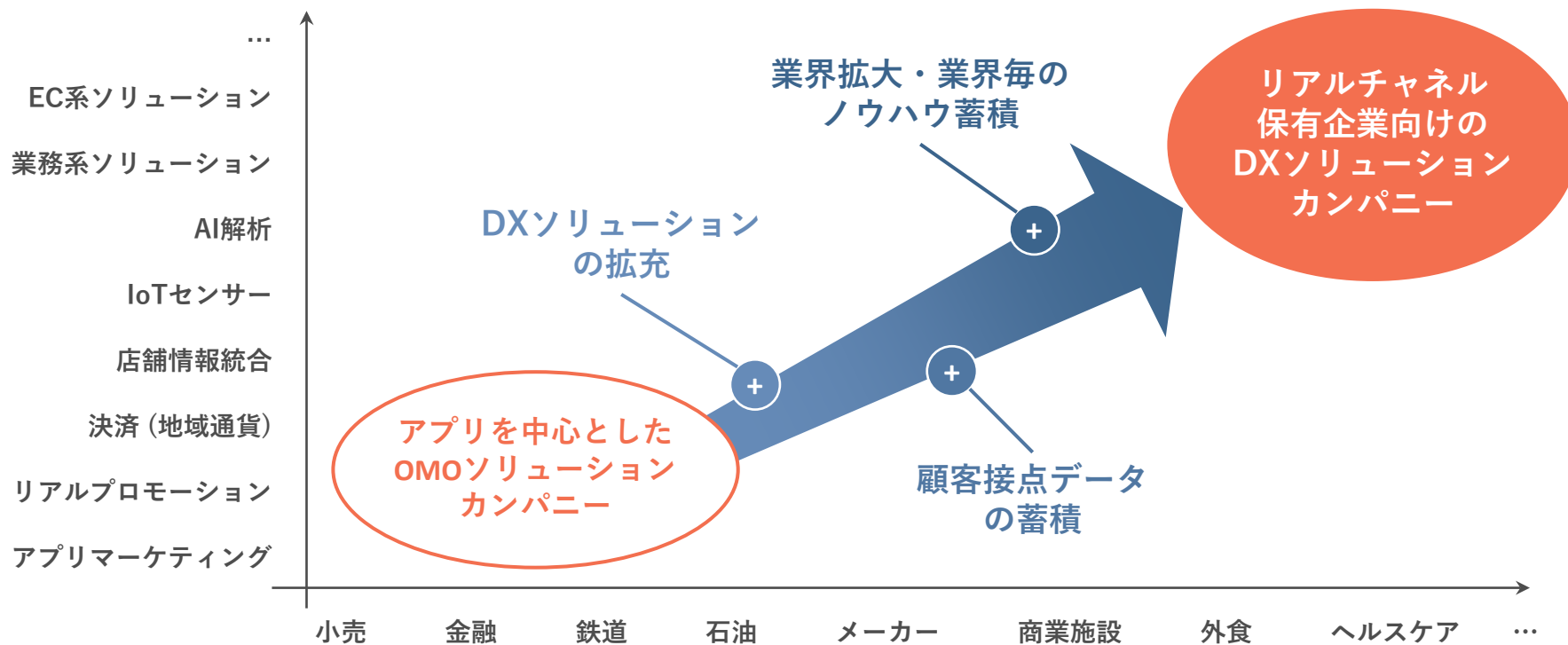
売上高は、OMO事業オンラインマーケティング関連を中心に堅調な成長を目指す。

営業利益は、新プロダクト「APPBOX (アップボックス)」の市場浸透促進やフィンテック事業の収益基盤確立のための投資を継続しつつも、販売管理費を適切にコントロールし、着実な増益を目指す。

(百万円)	23/3期 (連結)	24/3期 (連結)	前年同期比
	通期実績	通期見通し	
売上高	5,418	6,500	+20.0%
営業利益	378	380	+0.3%

OMO事業における中期的成長方向性

OMO事業においては、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。

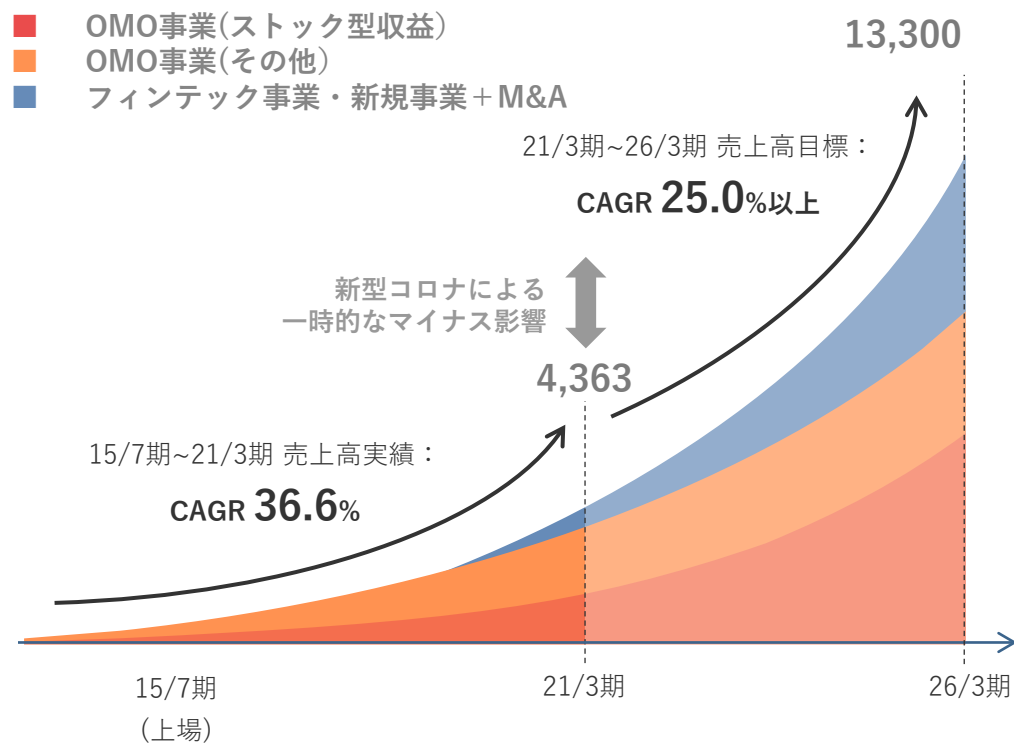


中期的な財務目標

中期的な財務目標は変更なし。21/3期以降の中期的な売上高成長率としてCAGR25.0%以上(26/3期の連結売上高133億円)の成長を引き続き目指す。

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事業」において確実に積み上げるとともに、フィンテック事業・新規事業及びM&Aによる売上高拡大も推進
- ・ 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**

4. 成長戦略及び 事業計画の進捗状況

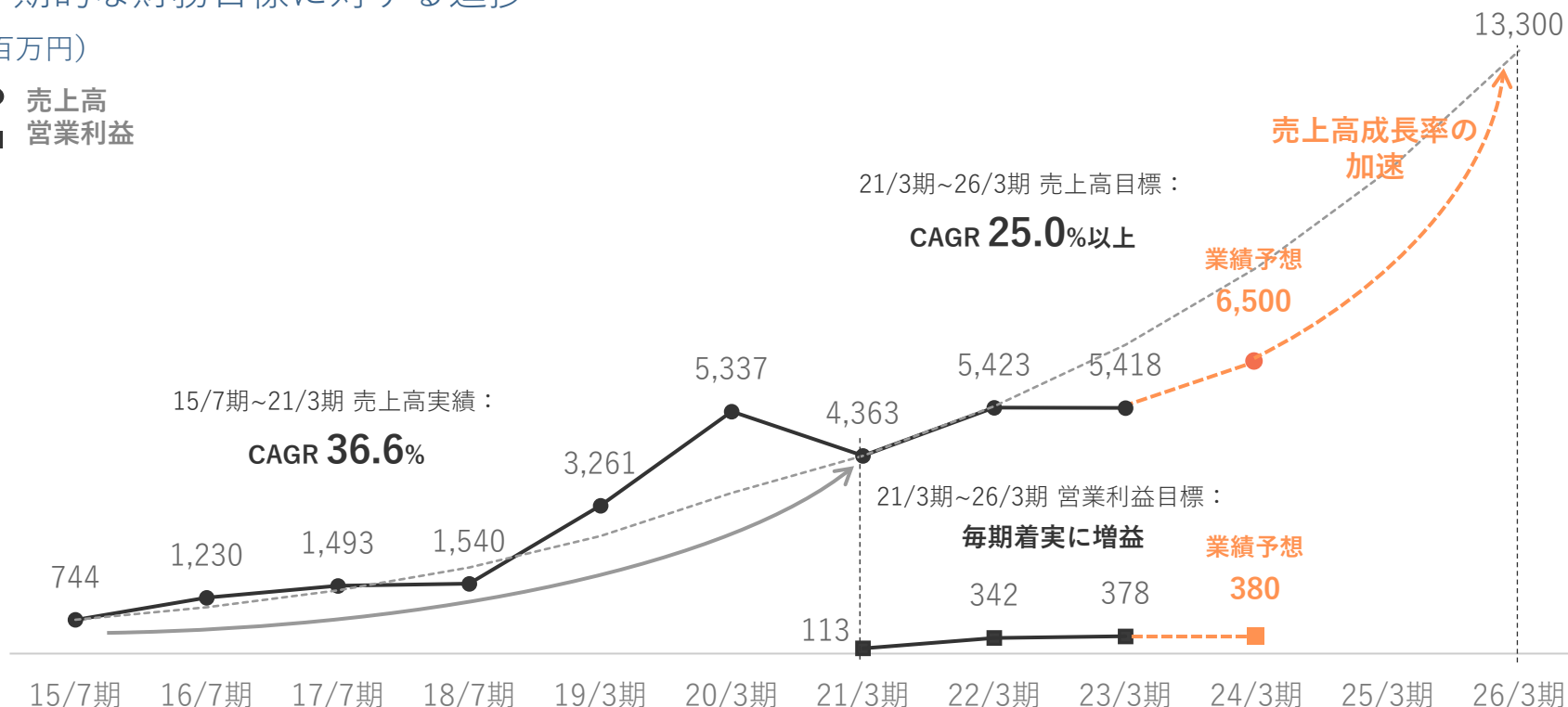
中期的な財務目標に対する進捗

新プロダクト「APPBOX (アップボックス)」の市場浸透促進やフィンテック事業の収益基盤確立のための投資を継続するとともに、OMO事業・フィンテック事業に続く第三の収益の柱となる新規事業の創出やM&A※による売上高拡大も推進し、26/3期売上高133億円を目指す。

中期的な財務目標に対する進捗

(百万円)

- 売上高
- 営業利益



※ 現時点で具体的に決定した案件はありませんが、今後具体的にM & A案件が決定された場合には、適時適切に開示いたします。

2023年3月期通期実績

2023年3月期通期実績は、フィンテック事業で大きく増収となった一方、OMO事業について、オフラインマーケティング関連を中心に新型コロナウイルス感染症による顧客企業の予算縮小や新規顧客獲得の遅れ等のマイナス影響が期初の想定を上回る水準となったこと等から減収となり、概ね前年同期水準で着地。

		22/3期	23/3期		(ご参考)
		通期	通期	前年同期比	23/3期当初予算
		(百万円)			
売上高	連結	5,423	5,418	-0.1%	6,300~6,800
	OMO事業	5,198	4,725	-9.1%	
	オンラインマーケティング* 関連(当社単体及びプ ラグ イン)	3,324	3,553	+6.9%	
	オフラインマーケティング* 関連(Qoil)	1,874	1,171	-37.5%	
	フィンテック事業(フィハレ)	241	702	+191.2%	
	調整額	-15	-8	-	
セグメント利益	連結	342	378	+10.7%	375~475
	OMO事業	314	138	-56.0%	
	オンラインマーケティング* 関連(当社単体及びプ ラグ イン)	277	138	-50.1%	
	オフラインマーケティング* 関連(Qoil)	37	0	-99.5%	
	フィンテック事業(フィハレ)	20	232	+1,031.6%	
	調整額	6	7	-	

各事業領域における取組みの進捗状況

23/3期の取組みは、新プロダクトのリリースやフィンテック事業の連結収益貢献など、概ね計画どおりに進捗。

OMO事業

①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

②ストック型収益の中期的な拡大実現のための投資強化

- 積極採用の継続に加え、人材獲得のためのM&Aも推進。株式会社プラグイン(北海道札幌市)が2022年10月に当社グループに参画
- 金融や小売業界を中心に開発支援案件を積み上げ、各業界のノウハウを継続して蓄積

- 23/3期におけるOMO事業のストック型収益は前年同期比+13.5%増の17.5億円に成長
- 新プロダクトであるアプリビジネスプラットフォーム「APPBOX (アップボックス)」をリリース

フィンテック事業・ 新規事業

③新規事業の立上げ・収益拡大

- フィンテック事業において、デジタル地域通貨プラットフォーム MoneyEasyの23/3期導入件数は7件となり、売上高は前年同期比+191.2%増の702百万円、営業利益は+1,031.6%増の232百万円

株式会社プラグインがアイリッジグループに参画

2022年10月31日付で株式会社プラグインの全株式を取得。当社グループの開発体制の一層の強化を図るとともに、ニアショア拠点として位置付け、北海道札幌市を中心とした地方採用も積極化する。

会社名	株式会社プラグイン
所在地	北海道札幌市
代表者	松場 耕太郎
事業内容	業務システムの受託開発
財務状況	月次売上高10百万円程度
本件株式取得の概要	既存株主からの株式譲受により全株式を取得



本件の狙い

プラグインは北海道札幌市において業務システムの受託開発を中心とした事業を展開。技術者出身の代表をはじめ、プロジェクトマネジメントへの取組み意識が高く、当社グループの開発組織・カルチャーとの親和性が高い

プラグインを当社グループに迎えることにより、当社グループの開発体制の一層の強化を図るとともに、プラグインをニアショア拠点として位置付け、札幌を中心とした地方採用にも取組むことで、当社のOMO事業のさらなる成長を目指す

小売業界における取組事例

コーナン商事株式会社が2022年6月7日にリニューアルしたスマホアプリ「コーナンアプリ」の開発とFANSHIP導入を支援。

ホームセンター「コーナンアプリ」を開発支援 UI/UX改善とマーケティング設計、FANSHIP導入を実施

コロナ禍のDIY需要で伸びる新規顧客に向けクーポンやHow to動画を配信



コーナンアプリ
(コーナン商事株式会社)



「コーナンアプリ」はコーナン商事が全国に400店舗以上展開する「コーナン」「コーナンPRO」「キャンプデポ」の公式アプリ

店舗検索やチラシの閲覧、デジタル会員証・キャッシュレス決済、クーポン・お知らせ(ともにFANSHIP機能)などが利用できることに加え、独自のHow to動画コンテンツ「コーナン動画」も掲載し、DIY・園芸・アウトドア・水回り・カーライフなどに役立つ動画をアプリから楽しむことが可能に

金融業界における取組事例

株式会社NTTデータが2022年11月24日より商用化を開始した「ことらWebView^{※1}サービス」を開発支援。グロースハックパートナーとして継続的なサービス向上を図る。

少額送金インフラ「ことら送金」のアプリへの組み込みにかかる開発工数や費用の大幅軽減が可能に

ファーストユーザーとして地方銀行2行の利用がスタート



※1 WebView：スマホアプリ内のブラウザでWebページを表示する機能、一般的に通常開発と比べて開発工数とコストが抑えられる。

ことらWebViewサービスは、スマホアプリに「ことら送金」を実装するためのサービス

NTTデータでは「ことら」に参加する事業者が「ことら送金」をアプリに組み込む負担を軽減し、個人間送金の普及拡大に貢献する目的で本サービスの提供を開始。

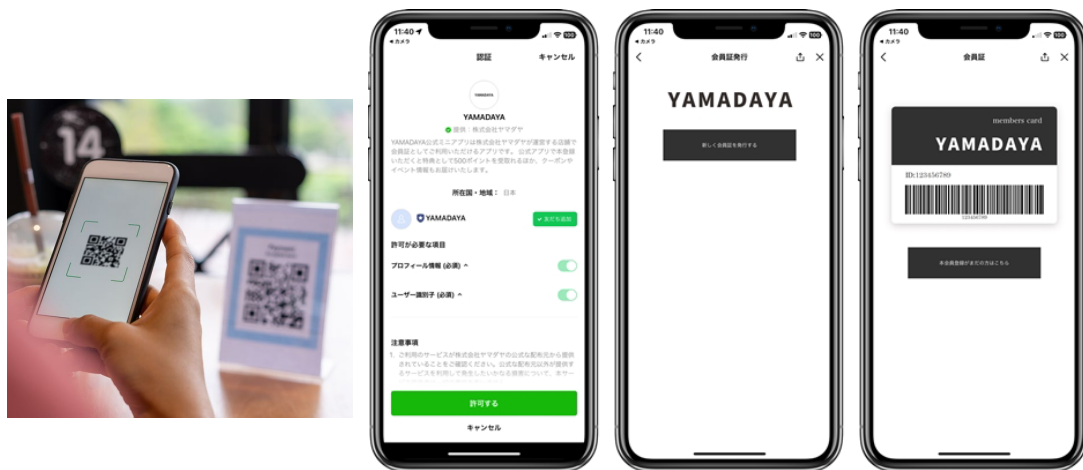
当社は、NTTデータのアプリバンキングサービス領域において共同開発を行っており、50以上の金融機関アプリへのソリューション提供実績などを評価され、今回の開発支援及びグロースハックパートナーに選ばれた。

LINEミニアプリ取組事例

全国に18ブランド151店舗を展開するアパレル企業 株式会社ヤマダヤが2022年12月23日より店頭利用開始したLINEミニアプリ「YAMADAYA」を開発支援。

情報登録なしですぐに使い始められる会員証ミニアプリで 会員登録時の離脱を防ぎ、手軽にポイントをためられる設計

まずは数店舗から、順次拡大し全店舗へ導入予定



スマホアプリと併用することで 新規会員獲得の促進を目指した LINEミニアプリの活用事例

ヤマダヤでは店舗やオンラインショップでの買い物が便利になるスマホアプリを展開していたが、既存会員向けであるためログインが必要な仕様だった。

LINEミニアプリ「YAMADAYA」は、レジ前等に設置されたQRを読み取り、その場で仮会員証を発行することができるため手軽にポイントをためることができ、新たなリピーター創出を目指すことができるように。

5. 補足資料

(ご参考)四半期推移

	22/3期 1 Q 連結 (4~6月)		22/3期 2 Q 連結 (7~9月)		22/3期 3Q 連結 (10~12月)		22/3期 4Q 連結 (1~3月)		22/3期通期 連結 (21.4 ~22.3月)		23/3期 1Q 連結 (4~6月)		23/3期 2Q 連結 (7~9月)		23/3期 3Q 連結 (10~12月)		23/3期 4Q 連結 (1~3月)		23/3期通期 連結 (22.4 ~23.3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	
(百万円)																					
売上高	1,135	100.0%	1,281	100.0%	1,546	100.0%	1,459	100.0%	5,423	100.0%	1,027	100.0%	1,163	100.0%	1,497	100.0%	1,729	100.0%	5,418	100.0%	
売上原価	762	67.1%	810	63.2%	1,013	65.5%	908	62.2%	3,495	64.4%	689	67.0%	735	63.2%	965	64.5%	1,024	59.2%	3,414	63.0%	
原価人件費	152	13.4%	165	12.9%	178	11.5%	216	14.8%	713	13.1%	202	19.7%	183	15.8%	207	13.9%	242	14.0%	836	15.4%	
外注費	532	46.9%	565	44.0%	751	48.5%	594	40.7%	2,444	45.0%	388	37.7%	443	38.1%	612	40.9%	652	37.7%	2,096	38.7%	
その他原価	76	6.7%	79	6.2%	83	5.4%	96	6.6%	337	6.2%	98	9.6%	108	9.3%	145	9.7%	129	7.5%	481	8.9%	
売上総利益	373	32.8%	471	36.7%	533	34.4%	550	37.7%	1,927	35.5%	338	33.0%	428	36.8%	532	35.5%	704	40.8%	2,003	37.0%	
販管費	370	32.5%	394	30.7%	412	26.6%	409	28.0%	1,585	29.2%	384	37.3%	409	35.2%	412	27.6%	418	24.2%	1,624	30.0%	
人件費	226	19.8%	233	18.2%	245	15.8%	273	18.7%	978	18.0%	248	24.2%	257	22.1%	254	17.0%	259	15.0%	1,019	18.8%	
採用費	22	1.9%	32	2.5%	50	3.2%	17	1.2%	123	2.2%	11	1.1%	33	2.9%	19	1.3%	16	0.9%	81	1.5%	
管理諸費・ 支払報酬	29	2.5%	27	2.1%	23	1.5%	28	1.9%	108	1.9%	31	3.0%	30	2.6%	27	1.8%	33	1.9%	122	2.3%	
のれん償却	13	1.1%	13	1.0%	13	0.8%	13	0.9%	53	0.9%	13	1.2%	13	1.1%	13	0.9%	17	1.0%	57	1.1%	
業務委託費	16	1.4%	19	1.5%	15	1.0%	14	1.0%	66	1.2%	17	1.7%	19	1.7%	21	1.4%	26	1.6%	86	1.6%	
その他経費	63	5.5%	67	5.2%	63	4.1%	61	4.2%	255	4.7%	61	5.9%	54	4.7%	76	5.1%	65	3.8%	258	4.8%	
営業利益	3	0.2%	77	6.0%	120	7.8%	141	9.6%	342	6.3%	-45	-	18	1.6%	119	8.0%	286	16.6%	378	7.0%	
経常利益	0	0.0%	78	6.1%	120	7.7%	140	9.6%	340	6.2%	-43	-	20	1.8%	121	8.1%	291	16.8%	389	7.2%	
親会社株主に帰属 する当期純利益	-9	-	53	4.1%	82	5.3%	129	8.8%	255	4.7%	-36	-	29	2.5%	56	3.8%	126	7.3%	175	3.2%	

リスク情報 ※1

市場動向等について

今後とも、オンラインマーケティング（デジタルマーケティング）関連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、オンラインマーケティング（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オフラインマーケティング（リアルプロモーション）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」等の新規事業もしくは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を含む大規模感染症拡大の影響について

当社グループでは、2020年以降、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、オフラインマーケティング関連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。今後、新たな感染症拡大等が生じた際に、そ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。