

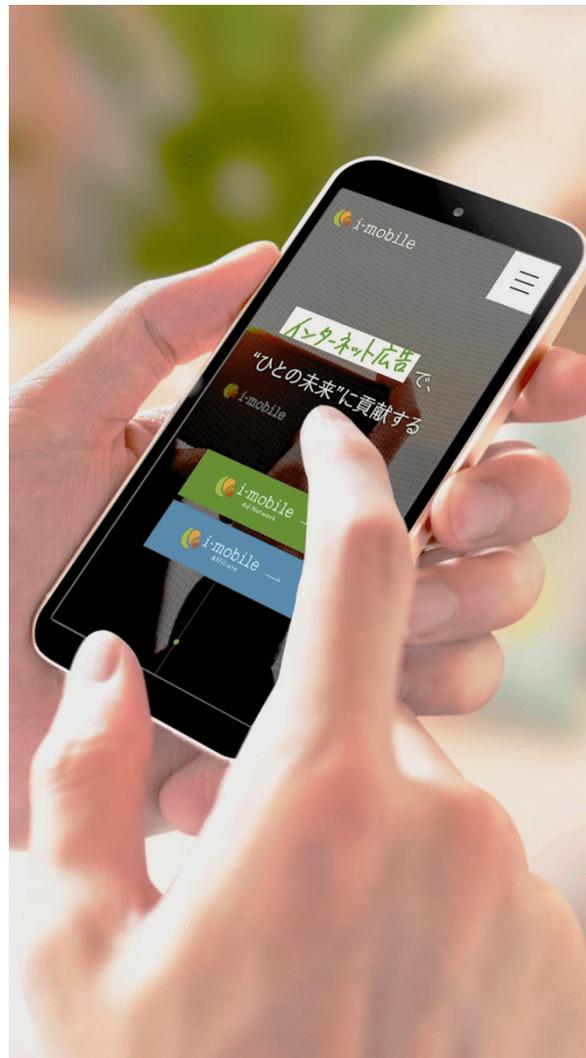


2024年7月期 第1四半期決算説明資料

株式会社アイモバイル

(東証プライム市場 6535)

2023年12月7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

Values

笑顔 × 成長 × チーム

2024年7月期 第1四半期 決算概要

エグゼクティブサマリ①

I 連結売上高、利益共に前年を超え、計画を大きく上回る

市場成長に加え、制度改正に伴う特需を取り込んだふるさと納税事業がけん引し、連結売上高、利益共に第1四半期として過去最高

II コンシューマ事業は大幅な増収増益を達成

ふるさと納税制度改正に伴うメディア報道が、新規顧客の増加や寄附の前倒しを呼び、前年比約3倍の寄附受付件数となり大幅な増収増益

III インターネット広告事業は計画未達となり前年を下回る

メディア領域の事業※は堅調に推移するも、アドネットワーク事業の軟調に加え、事業基盤強化の先行投資により減収減益

※メディア領域の事業：メディアソリューション事業及びアプリ運営事業を示しております。

IV 普通株式1株につき3株の株式分割を実施

投資家層の更なる拡大と株式流動性の向上を図るため株式分割を実施



エグゼクティブサマリ②

(単位：百万円)

項目		2023年7月期 1Q実績	2024年7月期 1Q実績	前期比	計画比
連結業績	売上高	2,413	5,910	244.9%	227.3%
	営業利益 (営業利益率)	556 (23.1%)	1,998 (33.8%)	359.0%	868.6%
	当期利益 ^{※1}	394	1,391	353.1%	927.5%
コンシューマ 事業	売上高	1,579	5,197	329.1%	278.7%
	営業利益 (営業利益率)	410 (26.0%)	1,902 (36.6%)	463.7% ※2	1,902.8%
インターネット 広告事業	売上高	834	707	84.8%	98.3%
	営業利益 (営業利益率)	177 (21.2%)	129 (18.2%)	72.9% ※2	81.7%

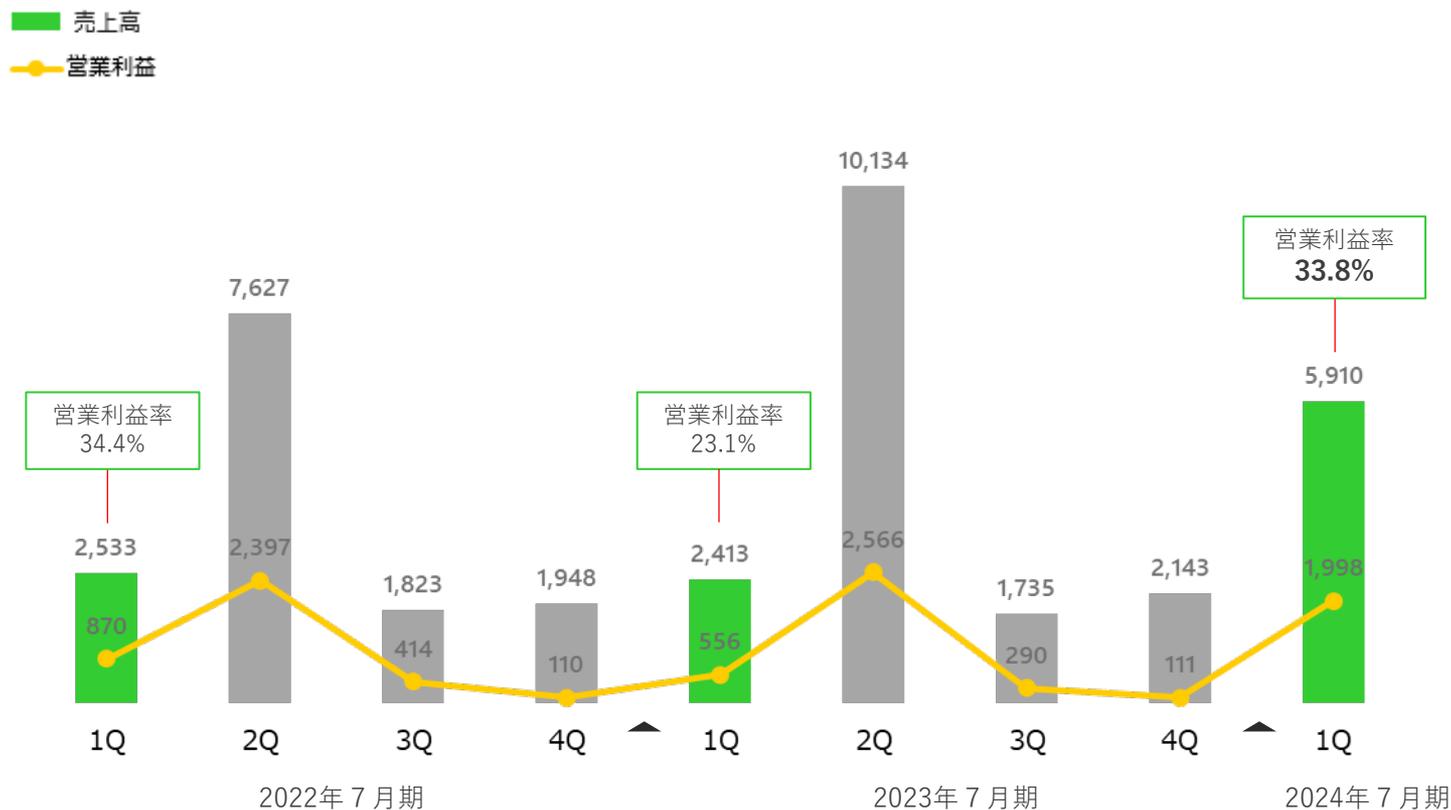
※1 当資料における「当期利益」とは、「親会社株主に帰属する四半期純利益」を示しております。

※2 2024年7月期より全社費用のセグメントへ配賦方法を見直しております。旧配賦方法で算定した場合は、コンシューマ事業は前年同期比469.0%、インターネット広告事業は60.9%となります。

連結売上高及び営業利益推移

ふるさと納税制度の改正※による特需を取り込み、大幅な増収増益を達成。
新規顧客獲得による増加だけでなく、前倒しの寄附が多く含まれると想定

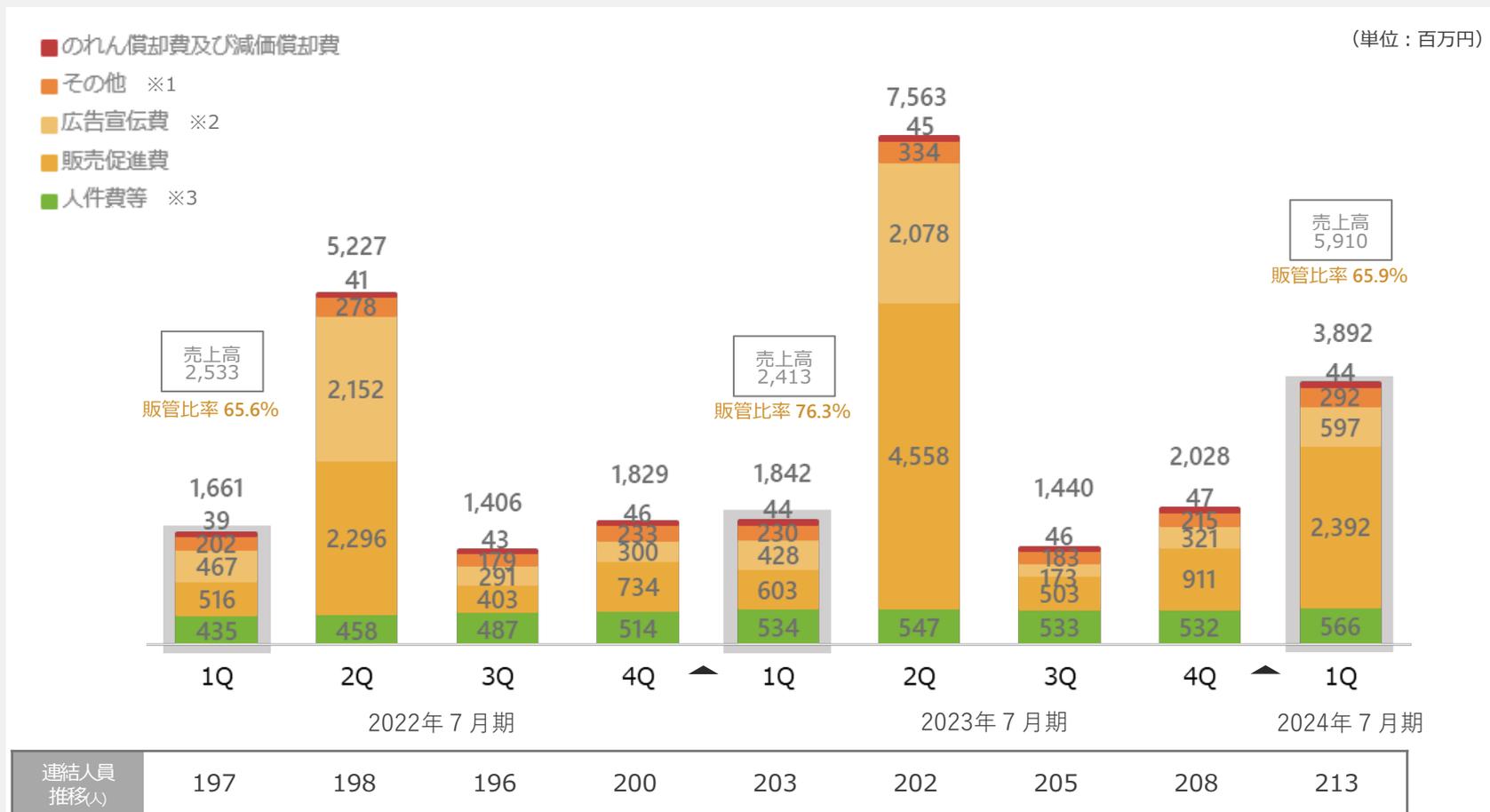
(単位：百万円)



※ 2023年6月27日、総務省公表の「ふるさと納税の次期指定に向けた見直し」：https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01zeimu04_02000113.html

連結販売費及び一般管理費推移

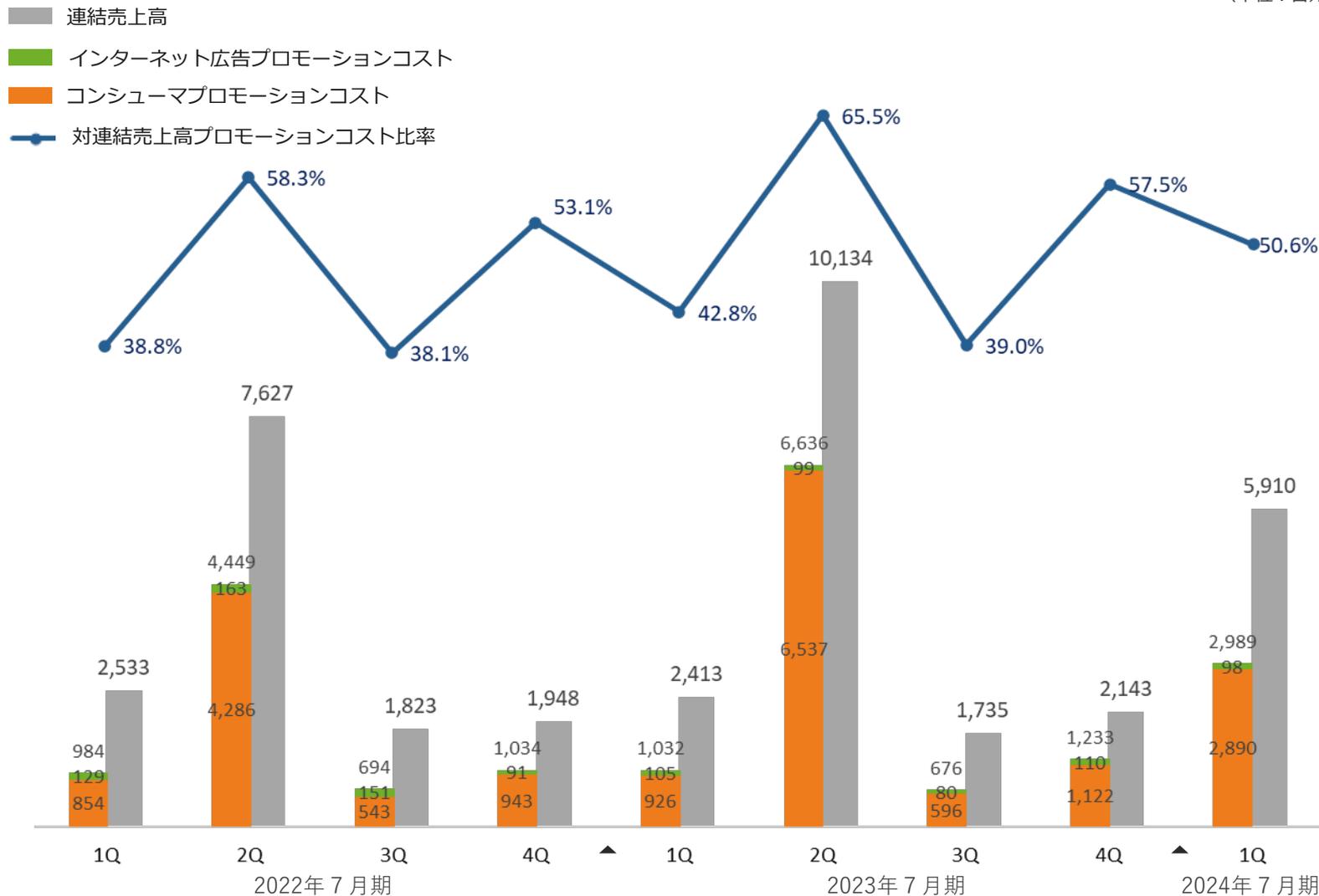
事業成長のための先行投資費用に加え、市場動向に沿った機動的なプロモーション施策による売上増加に伴う費用（売上連動の販促費とWEB広告費）が増加



※1 主に通信費、支払手数料、地代家賃、旅費交通費等にて構成しております。
 ※2 広告宣伝費はTVCM費用を含んでおり、右記の期間で放映を実施しております。2022年7月期：1Q～3Q / 2023年7月期：1Q～4Q / 2024年7月期：1Q
 ※3 2022年7月期4Qより、これまで「その他」の区分に含めていた業務委託費、人材派遣料を「人件費等」に含めております。
 なお、2022年7月期3Q以前の数値についても同様に組み替えております。

参考資料 プロモーションコスト（対売上高比率）の推移

(単位：百万円)



■ プロモーションコストとは販売促進費と広告宣伝費を合計を示しております。

セグメント概況

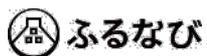
コンシューマ事業

【コンシューマ事業】第1四半期の結果及び業績推移

制度改正の特需に伴う、新規顧客獲得及び前倒しの寄附が多く含まれると想定

ふるさと納税事業

開発と人員、販促
の先行投資の強化



売上高 **329%**
営業利益 **464%**
(前年同四半期比)

寄附受付件数

287%

(前年同四半期比)

契約自治体数

1,236

順調に増加

ふるなび周辺事業

独自の体験型返礼品
の拡大で差別化



ふるなびトラベル

売上高 **437%**
(前年同四半期比)



掲載店舗数 **87%**

掲載商品数 **110%**

(対前年比)

提携施設数

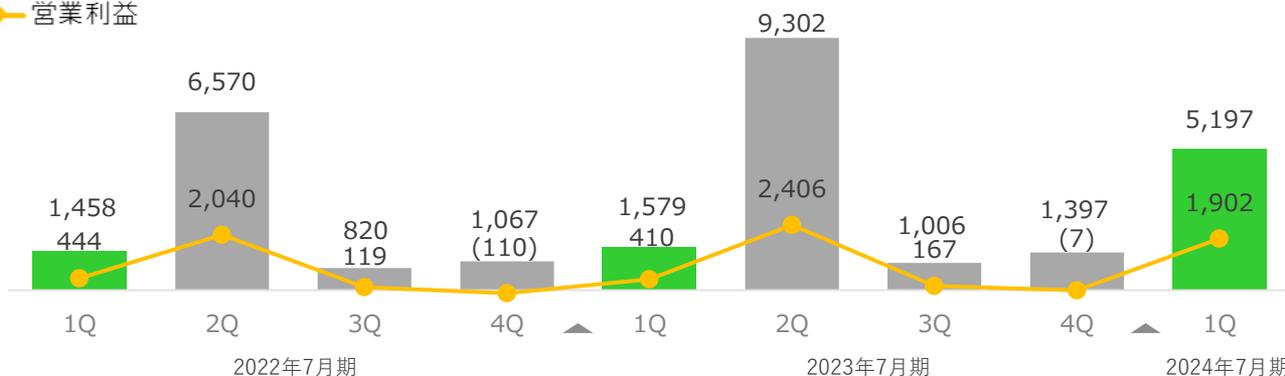
前年比 **2.7倍**

(3,354施設)

■ 売上高
● 営業利益

【売上高及び営業利益の推移】

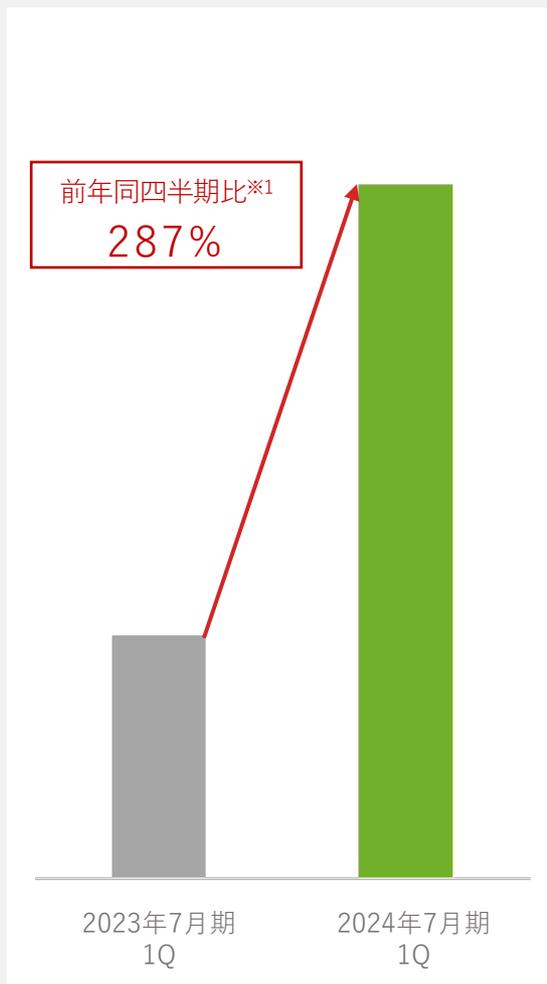
(単位：百万円)



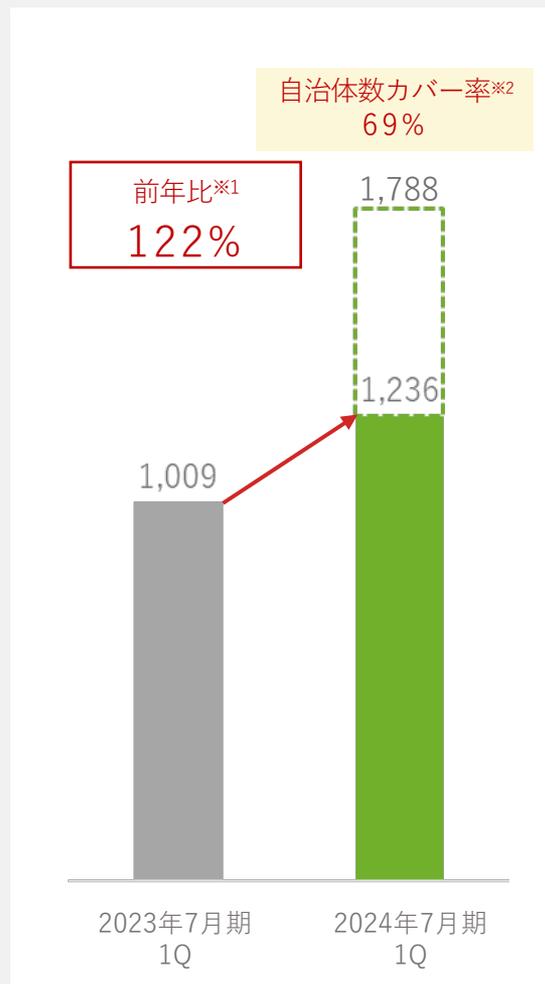
※ 本ページの「前年比」は、2023年10月末と2022年10月末の数値を比較しており、「前年同四半期比」は四半期会計期間を比較するものです。
※ 2024年7月期より全社費用のセグメントへの配賦方法を変更しております。

【コンシューマ事業】ふるさと納税事業の成長推移

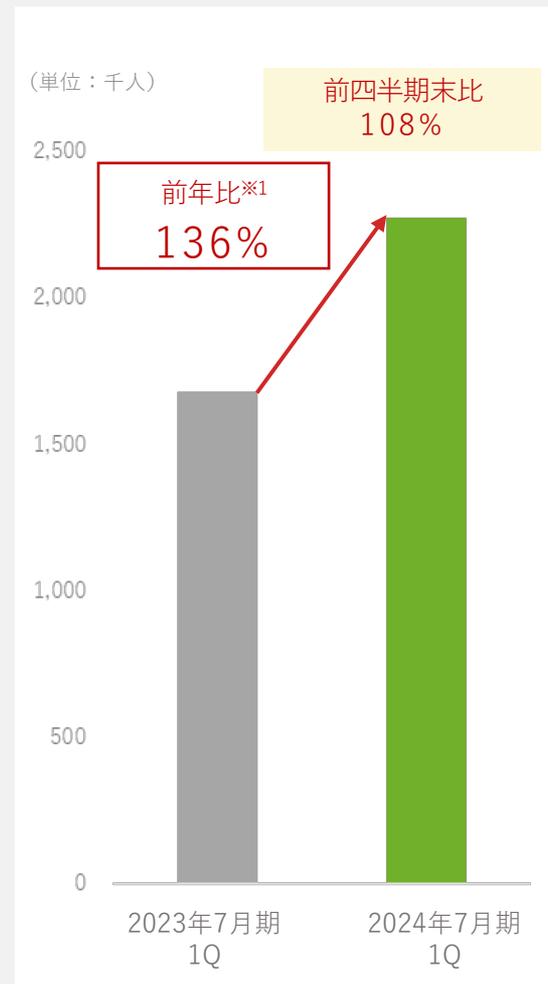
寄附受付件数の推移



契約自治体数の推移



会員数の推移



※1 本ページの「前年比」は、2023年10月末と2022年10月末の数値を比較するものです。「前年同四半期比」は四半期会計期間を比較するものです。
※2 環境省公表の「第四次環境基本計画」に基づく調査より、自治体総数は1,788として算出しております。

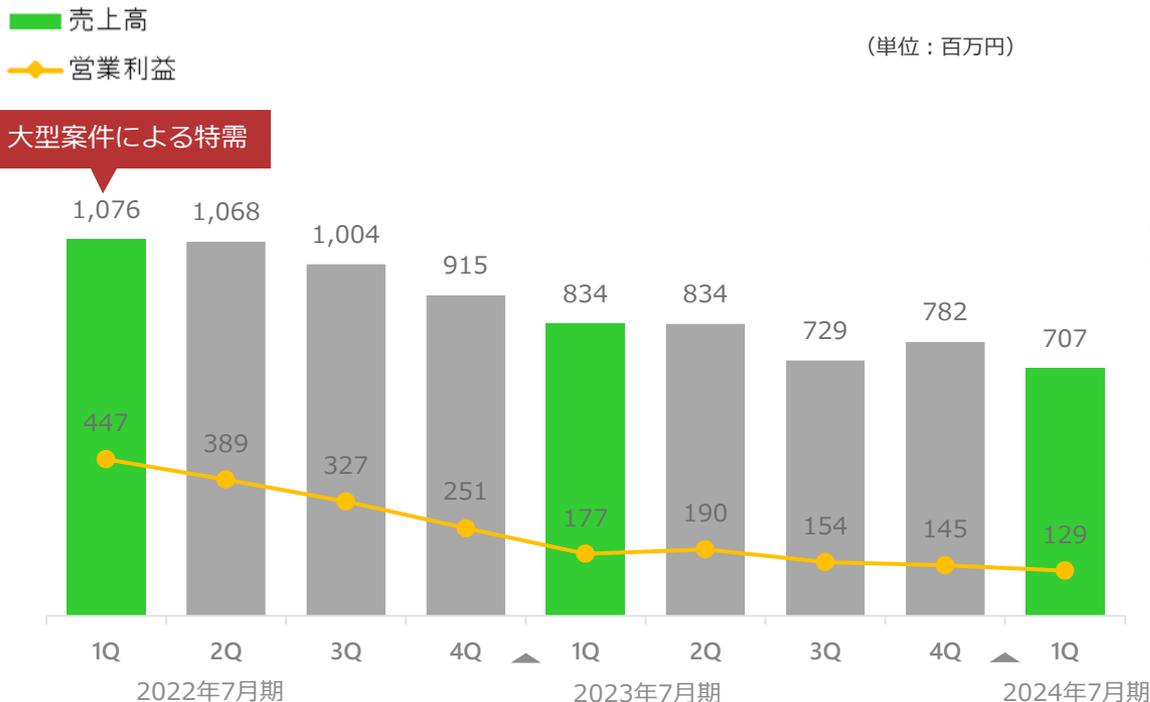
セグメント概況

インターネット広告事業

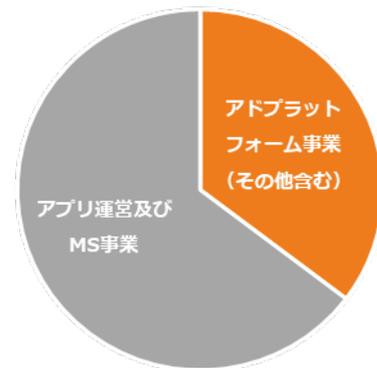
【インターネット広告事業】第1四半期の結果及び業績推移①

インターネット広告事業 売上高及び営業利益の推移

【売上高及び営業利益の推移】



【売上高構成比】



2024年7月期第1四半期

1 アドプラットフォーム事業※



Action



厳しい市場環境に加え、アドネットワーク事業の軟調が続くも、インフルエンサーマーケティング事業ではインフルエンサーの登録者数を伸ばすなど、成長分野での収益確保は順調に進捗

※ アドプラットフォーム事業:アドネットワーク事業及びインフルエンサーマーケティング事業を示しております。
 ※ 2024年7月期より全社費用のセグメントへの配賦方法を変更しております。

【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



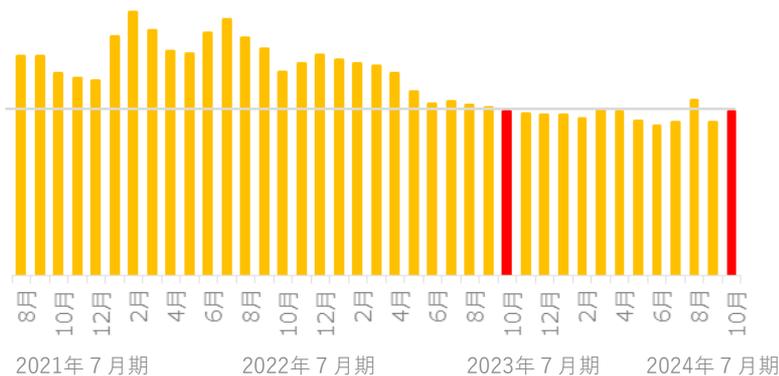
✓ 開発体制の整備が奏功し、順調に開発が進み、2本の新規タイトルをリリース（当期は4本を予定）



✓ 新規タイトルと広告出稿などマーケティングの効果によりMAUが回復傾向



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
グラフは各月末から月初にかけて起算した30日間の平均数値に基づく推移です。

3 メディアソリューション事業



✓ 市場環境や規制の影響が続く中、稼働パートナー数が堅調に増加し、過去最高を更新。収益も堅調に推移

✓ 大手クライアントへの営業活動が順調に推移し、収益に貢献

稼働パートナー数の推移



前年同四半期比
+13.6%

トピックス

グリーンエネルギー事業の実証実験の進捗について

脱炭素社会をマーケティングとテクノロジーで推進し、地方創生を実現

ソーラーシェアリング（営農型太陽光発電）施設の建設状況

新たに栃木県那須烏山市において発電所の稼働を開始しました。計画中の**45か所**（現在10か所稼働中）が完成すると総発電量は2メガワットを超えます。

これは、当社の本社および、全従業員の世帯における年間電力消費量に相当します。



- ・ 2023.11.28 当社発電所10か所目（静岡県掛川市）売電開始
- ・ 2023. 2.17 三重県明和町との包括連携協定を締結
- ・ 2023. 1.20 当社発電所2か所目（栃木県小山市）売電開始
- ・ 2021.12.23 みんな電力と業務提携
ふるさと納税の返礼品として「電力ポイント」の提供を開始
- ・ 2017. 3.22 株式会社 Looop との資本業務提携
- ・ 2016. 5.31 当社発電所1か所目（茨城県小美玉市・野立て型）売電開始



EV充電サービス「ふるなびEVスタンド」を開始

ふるさと納税事業で培った、地方自治体や宿泊施設などとの連携を活かした「ふるなびEVスタンド」を設置し、今期中に100台の設置を目指します。



第1四半期 主なトピックス

ふるなび新TVCMの放映を開始



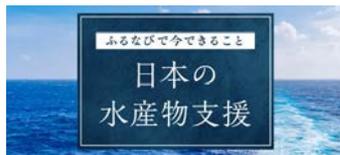
昨年に引き続き、5期目となる第65代横綱貴乃花さんを起用したCMを公開。年末の需要期に向け、ふるさと納税の魅力をアピール

リアルイベント「ふるなび ふるさと納税マルシェ」を開催



各自治体の職員の方々に、その地域の魅力を直接聞いたり、人気の返礼品を試飲試食・体験できるリアルイベントを開催し約1万人を動員

ふるなびが日本の水産事業者を支援



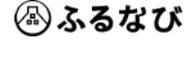
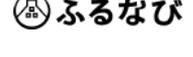
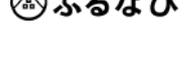
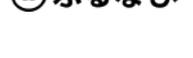
一部の外国による日本産水産物禁輸の決定措置を受け、ふるなびでは「水産物支援ページ」を設置。前年を大きく上回る寄附が集まった

オーテ株式会社が公式YouTubeチャンネルを開設



パズルde懸賞シリーズ等の認知度をより高める目的でYouTubeチャンネルを開設。間違い探しやクイズなどを毎日動画で紹介

第1四半期 主なニュースリリースとテレビメディア露出

- 2023年8月
-  **貯 たまるモール** byふるなび ふるなびコインのもらい忘れを防止する「ショートカット機能」をリリース
 -  **OHTE** 「間違い探しde懸賞」をリリース
- 9月
-  **ふるなび** フジテレビがふるさと納税の制度改革の報道の中でふるなびを起用
 -  **ふるなび** TBSがふるさと納税の制度改革の報道の中でふるなびを起用
 -  **ふるなび** 日本テレビが水産物支援の報道の中でふるなびを起用
 -  **ふるなび** NHKが水産物支援の報道の中でふるなびを起用
 -  **i-mobile** Magnite, Inc.と協業し、「Demand Manager Mobile」の提供を開始
 -  **i-mobile** EV充電サービス「ふるなびEVスタンド」を開始
- 10月
-  **ふるなび** 第65代横綱貴乃花さんを起用した新TVCMの放映を開始
 -  **OHTE** 「ブロックパズルde懸賞」をリリース

参照：[PR TIMESアイモバイルプレスリリース一覧](#)

茨城県つくばみらい市との包括連携協定を締結

ふるなびは、当社のマーケティングノウハウや知見を「地域活性化」に活かすべく、2023年9月22日に茨城県つくばみらい市と包括連携協定を結びました

包括協定 概要

1. ふるさと納税の推進
2. 企業版ふるさと納税の推進
3. クラウドファンディングの推進
4. カーボンニュートラルの推進
5. 地域活性化
6. 電子決済事業の推進
7. その他相互に必要と認められる事項



ふるさと納税
地方創生活
協働ラボ

本年度も、当社は茨城県つくばみらい市と協働で、「物価高騰に苦しむひとり親家庭」の支援を目的としたふるなびクラウドファンディングでの寄附受付を行います。

※これまでに約43トンのお米を延べ8,635世帯へ支援しております。

上場維持基準についての対策

東証より、2023年7月末時点において一部不適合であるとの通知を受け、適合に向けた計画を開示いたしました。今後、この計画を遂行することにより基準を達成してまいります。

上場維持基準を充たすための具体的な取り組み内容

- (1) 事業計画の推進による業績の向上
- (2) 機動的な資本政策の実施
 - ①自己株式取得の実施
 - ②自己株式の消却の実施
 - ③株式分割の実施
 - ④剰余金の配当（増配）の実施（計画）
- (3) IR活動の強化により、投資家からの興味関心を高め、株式流動性を向上させる
- (4) TCFDに基づいたサステナビリティ推進等のコーポレートガバナンスの強化を推進

株式分割に関するお知らせ

当社株式の投資単位当たりの金額を引き下げ、投資家の皆様がより投資しやすい環境を整えることを目的として、株式分割を実施しました。来年に導入される新しいNISA制度も踏まえ、当社株式の流動性の向上と投資家層の拡大を図ります。

參考資料

事業環境の変化に機動的に対応し、事業戦略を修正

コンシューマ事業

競争優位性の早期確立

シェア20%の獲得で市場影響力の確保



- 新規顧客獲得のための販促強化
- 独自返礼品の強化と取扱数の増加
- ポータルサイト機能の拡充
- 契約自治体数1,500が当面の目標

インターネット広告事業

成長分野へのシフトと顧客確保



- インフルエンサー事業*の成長加速
- 時流に即した新サービスの提供
- 動画サービスのリニューアル
- 4本のアプリタイトルリリース
- 営業体制の再整備による顧客獲得

事業成長のためのM&Aの活用

既存サービスの拡充を
生む機能やサービス

エンゲージメントが
高いアプリ

顧客シナジーのある
ネットサービス

再生可能エネルギー
分野

*インフルエンサー事業（インフルエンサーマーケティング事業）：企業がインフルエンサーに対して広告を依頼し、インフルエンサーが宣伝をすることで企業やブランドの認知度を高めたり、製品の売上を伸ばすことを支援する仕組み。

参考資料 2024年7月期 連結業績予想

中期的な成長のため、戦略を修正し開発や人的資本投資、販促の強化を推進。ふるさと納税事業の収益拡大による市場優位性の確保と、アプリ事業の再成長、グリーンエネルギー事業の収益化やM&Aに注力し、増収増益を計画する

(単位：百万円)

項目		2023年7月期 通期実績	2024年7月期 通期予想 ^{※2}	前期比	増減率
連結業績	売上高	16,426	20,000	+ 3,573	+ 21.8%
	営業利益 (営業利益率)	3,525 (21.5%)	3,800 (19.0%)	+ 274	+ 7.8%
	当期利益 ^{※1} (当期利益率)	2,404 (14.6%)	2,600 (13.0%)	+ 196	+ 8.2%

※1 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。
 ※2 2022年9月7日発表の中期経営計画（修正版）から見直しを行っております。

参考資料 2024年7月期 セグメント別 業績予想

コンシューマ事業では、独自の体験型返礼品と提携自治体数の拡大、販促の強化により増収増益。インターネット広告事業では、成長分野へのシフトと営業基盤の整備、アプリ運営事業でタイトルのリリース増加で利益の確保を計画

(単位：百万円)

項目		2023年7月期 通期実績	2024年7月期 通期予想 [※]	前期比	増減率
コンシューマ 事業	売上高	13,285	17,000	+ 3,714	+ 28.0%
	セグメント利益	2,976	3,300	+ 323	+ 10.9%
	(営業利益率)	22.4%	19.4%		
インター ネット 広告事業	売上高	3,180	2,940	▲240	▲7.6%
	セグメント利益	667	670	+ 2	+ 0.4%
	(営業利益率)	21.0%	22.8%		

■ 2024年7月期より一部費用の配賦方法を変更しております。なお、2024年7月期通期予想数値を変更前の方法で算定した場合のコンシューマ事業のセグメント利益の増減率は+13.3%、インターネット広告事業のセグメント利益の増減率は△10.6%となっております。
 ※ 2022年9月7日発表の中期経営計画（修正版）から見直しを行っております。

参考資料 中期経営計画(2022年7月期～2025年7月期)

ふるさと納税市場の強い成長と競合環境の変化、インターネット広告市場の厳しい市場環境を踏まえ、中期的な成長の確保と事業基盤の再整備を優先した計画に修正。当初計画を超える売上成長を確保しつつ、当初の営業利益目標を来期に延期

(単位：百万円)

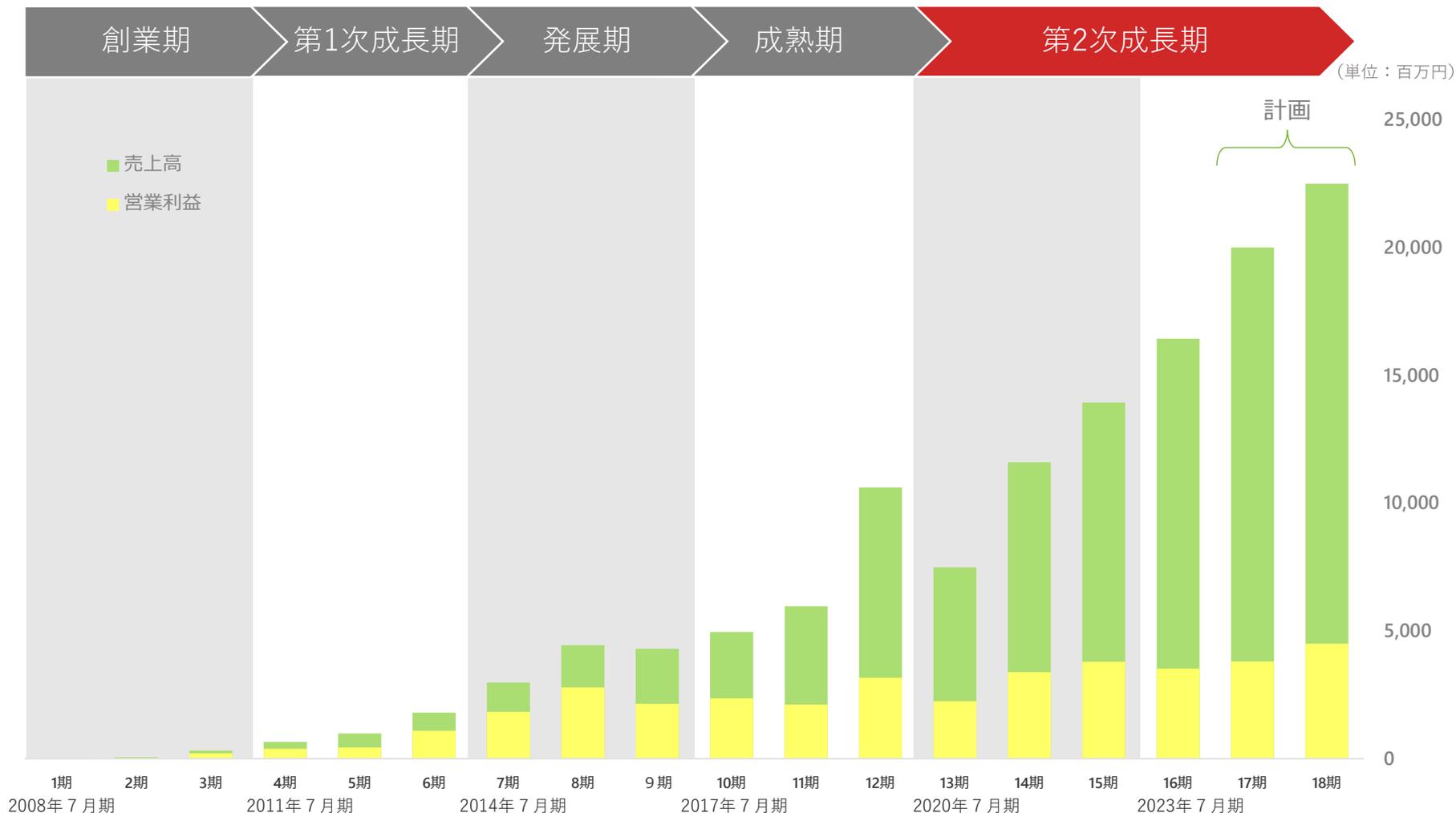
項目	2022年7月期 通期実績	2023年7月期 通期実績	2024年7月期 通期計画 (修正後)	前期比	計画比	2025年7月期 通期計画	前期比	
連結 業績	売上高	13,933	16,426	20,000	+21.8%	+12.4%	22,500	+12.5%
	営業利益 (営業利益率)	3,793 (27.2%)	3,525 (21.5%)	3,800 (19.0%)	+7.8%	▲15.6%	4,500 (20.0%)	+18.4%
	当期利益 ^{※1}	2,678	2,404	2,600	+8.2%	▲16.1%	3,000	+15.4%
	EPS (円) ^{※2} 分割後	125.0 —	119.8 —	135.8 45.3	-	-	156.7 52.2	-



※1 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。
 ※2 当資料におけるEPSは、株式分割の影響を考慮して記載しております。

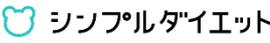
参考資料 業績推移と将来計画

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 主要サービス一覧

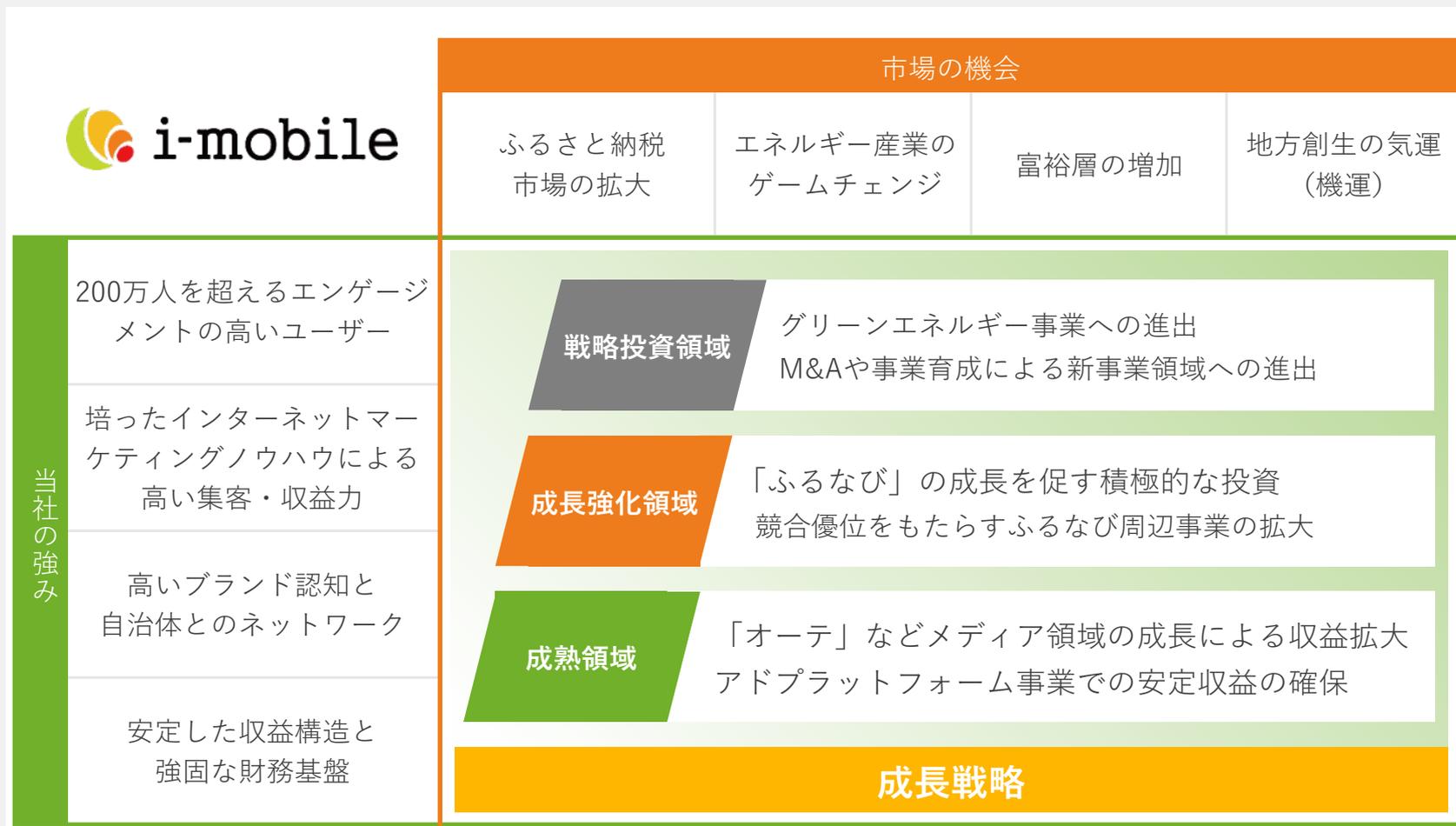
「コンシューマ事業」と「インターネット広告事業」の2つの事業ポートフォリオを持ち、アセットの最適配分と相乗効果で、高い収益性と競争力をもって成長を実現する

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	 美食体験	ふるさと納税によって地方の食材と都市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	 貯たまるモール 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
		インフルエンサーマーケティング事業※	Action  i-mobile Affiliate	インフルエンサーマーケティング及び成果報酬 (アフィリエイト) 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	 Ohte  シンプルダイエット	スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営	

※2024年7月期より「アフィリエイト事業」の名称を「インフルエンサーマーケティング事業」に変更。なお、同事業には従来のアフィリエイト事業活動も含まれます。

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及びアプリ運営事業で安定収益を確保し、成長事業であるふるさと納税事業を強化。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 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

Action



インフルエンサーマーケティング事業

CYBER CONSULTANT

広告代理店事業

アセット（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

脱炭素社会を推進



グリーンエネルギー事業

プラットフォーム運営



ふるさと納税事業



ふるなび美食体験

オウンドメディア運営



ポイントサービス事業

送客

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 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「社会課題の解決」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



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。



寄附先の食材を用いた料理を都内飲食店等で楽しめる。地域事業者と都市部の恒久的関係性の創出を目的とし、地域事業者と店舗を支援。



ふるなび

社会課題の解決



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。

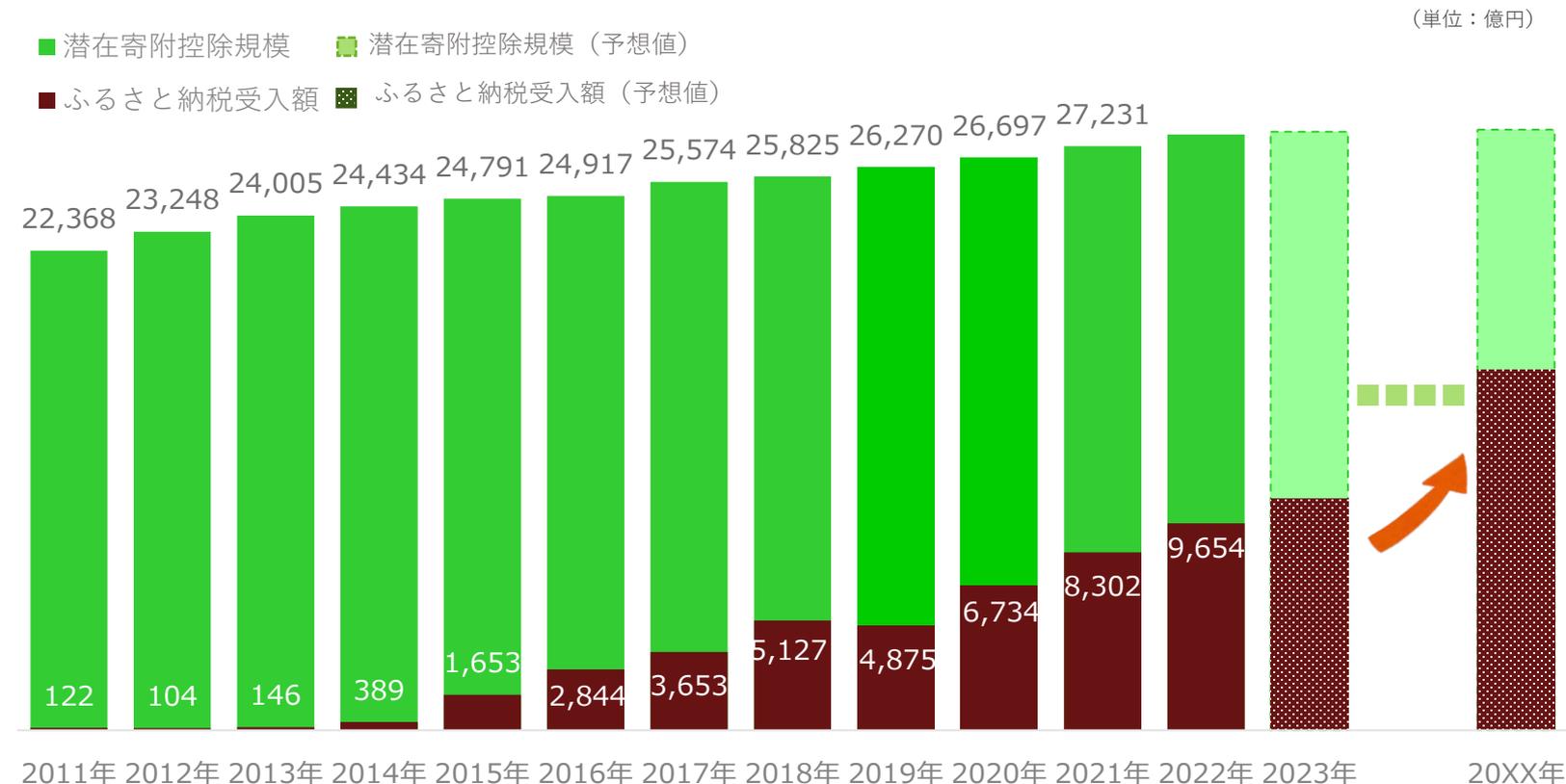


ふるさと納税
地方創生
協働ラボ

企業版ふるさと納税を起点にした、社会課題の解決と地方創生を目指す。

参考資料 ふるさと納税市場の推移

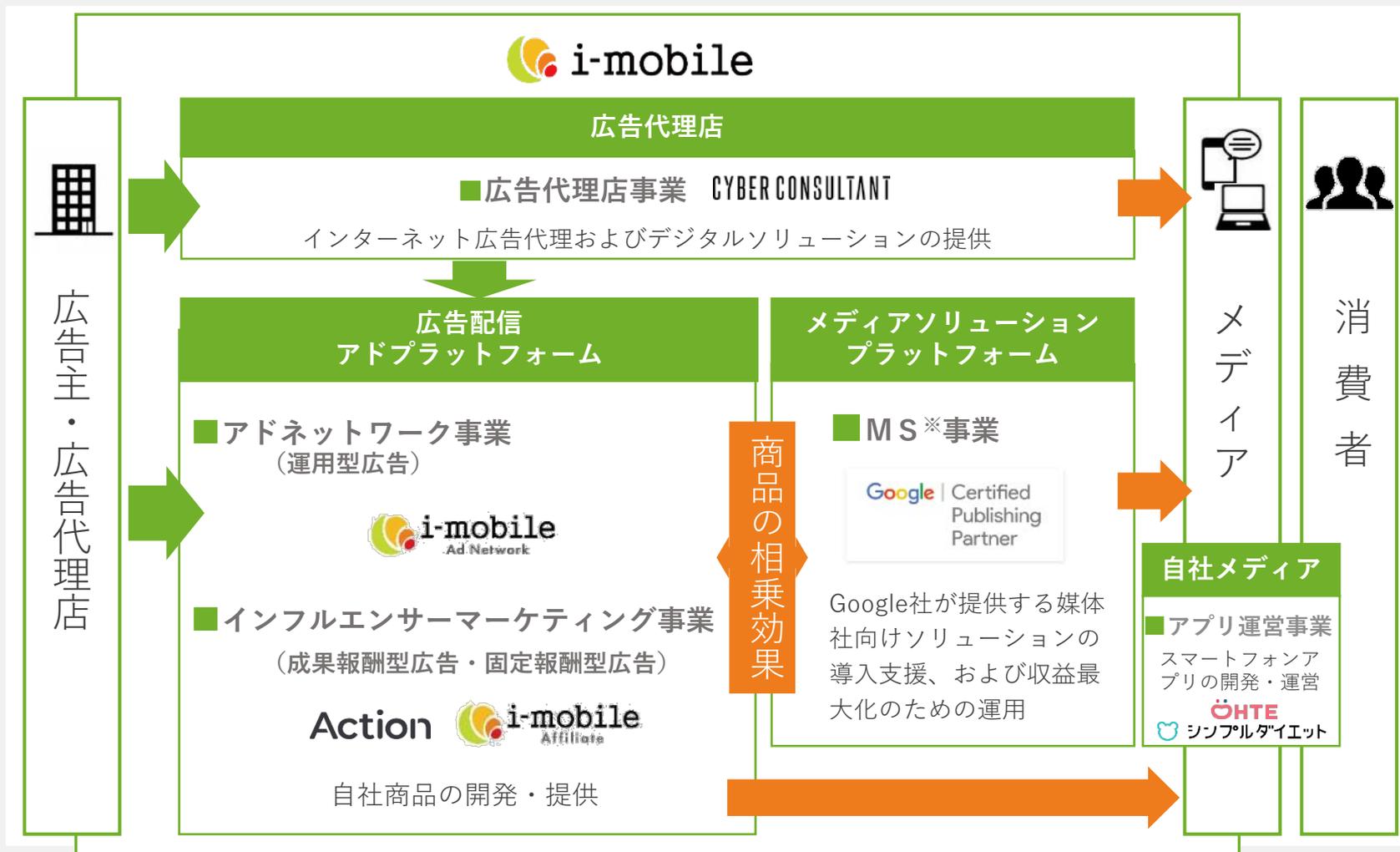
ふるさと納税受入額は順調に伸長しているものの、潜在寄附控除規模からみるとまだ拡大余地は大きく※、制度の安定化と認知度の向上により更なる成長を見込む



■ 2011~2021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%）
 ■ 2011~2022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5年8月1日を参照
 ※ 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。

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

事業内容・ビジネスモデル



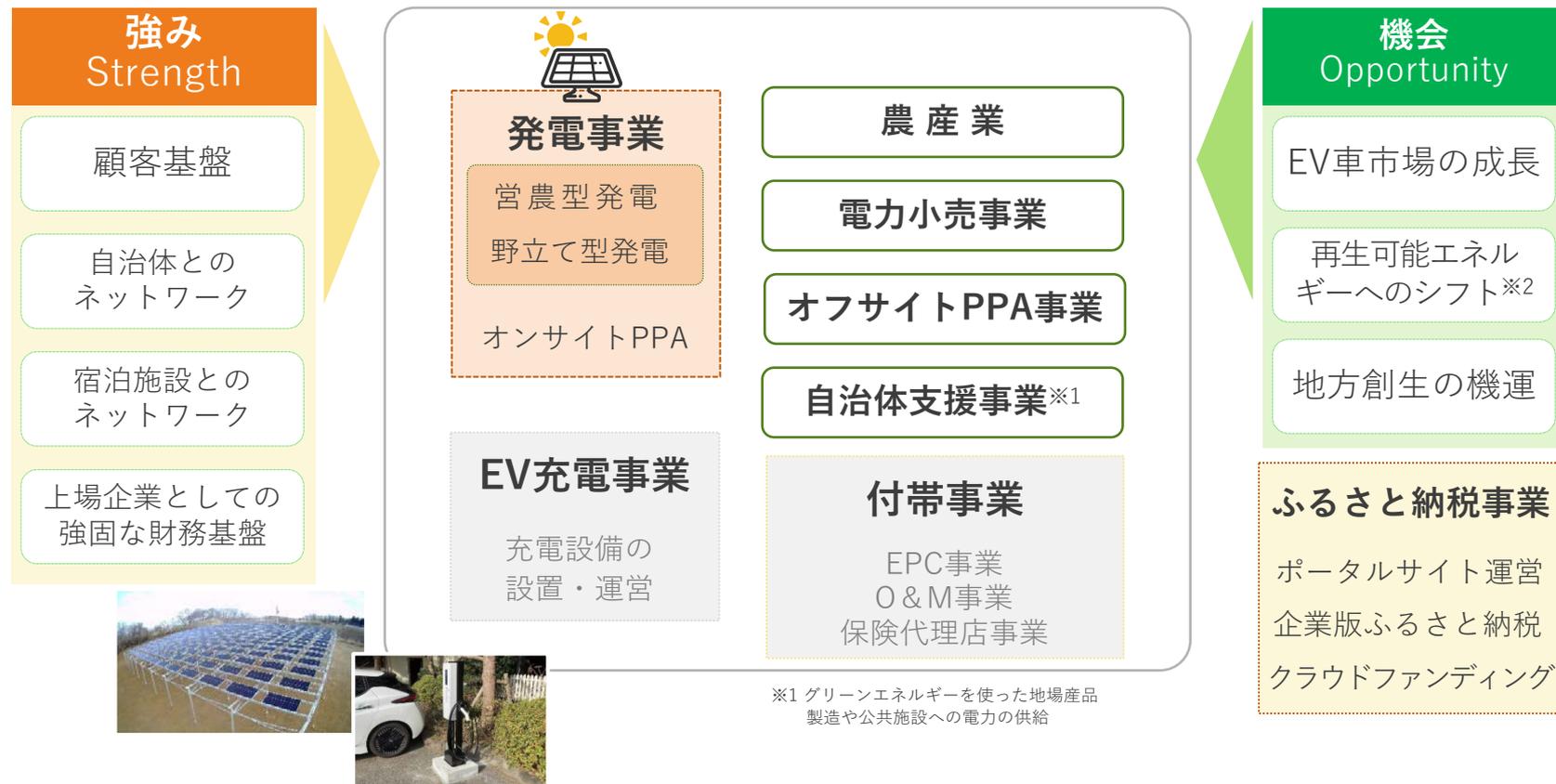
累計DL数 約1,450万回以上

※2023年7月末時点



参考資料 グリーンエネルギー事業について

“ひとの未来”に向けた脱炭素社会の実現という社会課題に取り組む



脱炭素社会をマーケティングとテクノロジーで推進し、地方創生を実現

※2 EV (BEV+PHEV) の市場成長と増加に伴う約5兆円と言われるガソリンスタンド市場のゲームチェンジの可能性と、政府が掲げる2030年度の温室効果ガス46%削減に向けた目標に伴い、約20兆円と言われる電力市場の構造変更を示しております。

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

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。

参考資料 主要経営指標推移

I-1.連結業績推移 ※1

(百万円)

会計年度	2019/07	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07
売上高	10,611	7,485	11,592	13,933	16,426
売上総利益	10,202	7,292	11,584	13,918	16,401
売上総利益率	96.1%	97.4%	99.9%	99.9%	99.8%
販売費及び一般管理費	7,041	5,046	8,202	10,125	12,875
売上販管費率	66.4%	67.4%	70.8%	72.7%	78.4%
営業利益	3,160	2,246	3,382	3,793	3,525
営業利益率	29.8%	30.0%	29.2%	27.2%	21.5%
経常利益	3,149	2,248	3,366	3,839	3,434
経常利益率	29.7%	30.0%	29.0%	27.6%	20.9%
当期利益	1,367	1,727	2,299	2,678	2,404
当期利益率	12.9%	23.1%	19.8%	19.2%	14.6%
総資産	16,911	15,359	18,992	18,193	21,721
純資産	13,145	13,222	14,720	13,406	14,079
純有利子負債	▲ 13,974	▲ 12,363	▲ 15,422	▲ 14,268	▲ 16,218
自己資本比率	76.5%	86.1%	77.4%	73.3%	64.3%

I-2.セグメント別業績推移 ※2

会計年度		2019/07	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07
コンシューマ事業	売上高	7,484	4,485	7,708	9,916	13,285
	営業利益	2,313	1,325	1,974	2,495	2,976
	営業利益率	30.9%	29.5%	25.6%	25.2%	22.4%
インターネット広告事業	売上高	3,152	3,037	3,935	4,065	3,180
	営業利益	770	866	1,451	1,415	667
	営業利益率	24.4%	28.5%	36.9%	34.8%	21.0%

II.各指標の推移

会計年度	2019/07	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07
ROE	10.9%	13.1%	16.5%	19.0%	17.6%
ROA	8.4%	10.7%	13.4%	14.4%	12.1%
EPS (円) ※4	19.1	25.6	35.8	41.7	39.9

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

※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。

※2 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となっております。

※3 2022年7月期に配賦方法を見直しており、2021年7月期の営業利益は変更後の配賦方法に組み替えております。

※4 当資料におけるEPSは、株式分割の影響を考慮して記載しております。

参考資料 創業経営者



代表取締役会長 田中 俊彦

1979年生まれ。情報通信系企業や広告代理店を経て、インターネットの市場の拡がりから次代を見据えて、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 (2023年10月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 213名 (2023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	専務取締役 文田 康博 取締役 溝田 吉倫 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 インフルエンサーマーケティング事業 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%)

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 

