



2024年7月期

第3四半期決算説明資料

株式会社アイモバイル
(東証プライム市場 6535)

2024年6月11日

2024年7月期

第3四半期決算概要



Vision

Creating a Business for the Future

“ひとの未来”に貢献する事業を創造し続ける

- Mission

Enhancing User Experience with Internet Marketing

マーケティングで価値ある体験を提供し続ける

- Values

Smile × Growth × Team

笑顔 × 成長 × チーム

エグゼクティブサマリー①

連結売上高、営業利益 共に累計期間で過去最高

 i-mobile
連結業績
(2024年3Q累計期間)

売上高： 前期比 **114.3%** 計画比 **92.9%**
営業利益： 前期比 **109.2%** 計画比 **103.0%**

 ふるなび

前期比：シェア拡大に向けたプロモーションや独自返礼品の拡充により、寄附受付件数と会員数が増加し、増収増益を達成

計画比：法改正による寄附需要期の分散により、年末需要を十分に取り込めず売上高が未達も、販促費減少で営業利益は達成

 OHTE

新規タイトルのリリースによる顧客が、MAU*の安定推移に寄与し、広告単価の上昇も相乗し、前期比で売上高が増収に転じる

エグゼクティブサマリー②

(単位：百万円)

		2023年7月期 3Q累計	2024年7月期 3Q累計	前期比	計画比
連結実績	売上高	14,283	16,329	114.3%	92.9%
	営業利益 ^{※1} (営業利益率)	3,414 (23.9%)	3,729 (22.8%)	109.2%	103.0%
	当期利益 ^{※2}	2,304	2,605	113.1%	104.6%
コンシューマ 事業	売上高	11,888	14,199	119.4%	92.7%
	営業利益 (営業利益率)	2,984 (25.1%)	3,549 (25.0%)	118.9% ^{※3}	110.2%
インターネット 広告事業	売上高	2,398	2,112	88.1%	96.5%
	営業利益 (営業利益率)	521 (21.7%)	316 (15.0%)	60.7% ^{※3}	61.5%

※1 当社は、本社移転に伴う現本社の退去時期が決定したことから、移転後利用見込みのない固定資産について耐用年数を短縮しました。これにより、従来の方法に比べて、当第3四半期連結累計期間の営業利益は26百万円減少しております。

※2 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。

※3 2024年7月期より全社費用のセグメントへの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121.1%、インターネット広告事業は48.7%となります。

株主還元方針の変更について

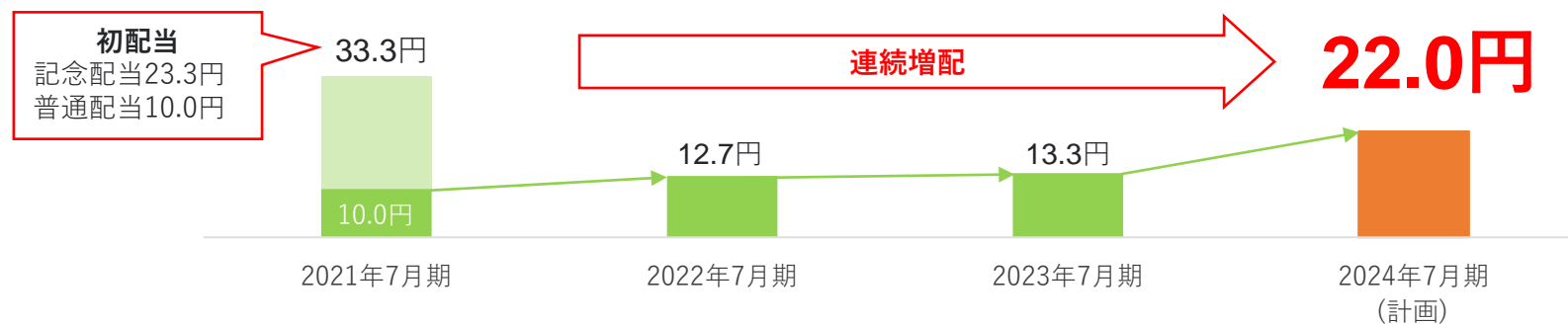
株主還元を強化 還元方針の変更と期末配当予想の修正(増配)を発表

■ 株主還元方針の変更

2024年7月期から2027年7月期までの4年間において、**配当性向50%**を目安とした配当の実施に、株価水準や市場環境等に応じた機動的な自己株式の取得等を加えた、**総還元***による**株主還元を実施**へ変更

■ 2024年7月期配当予想の変更

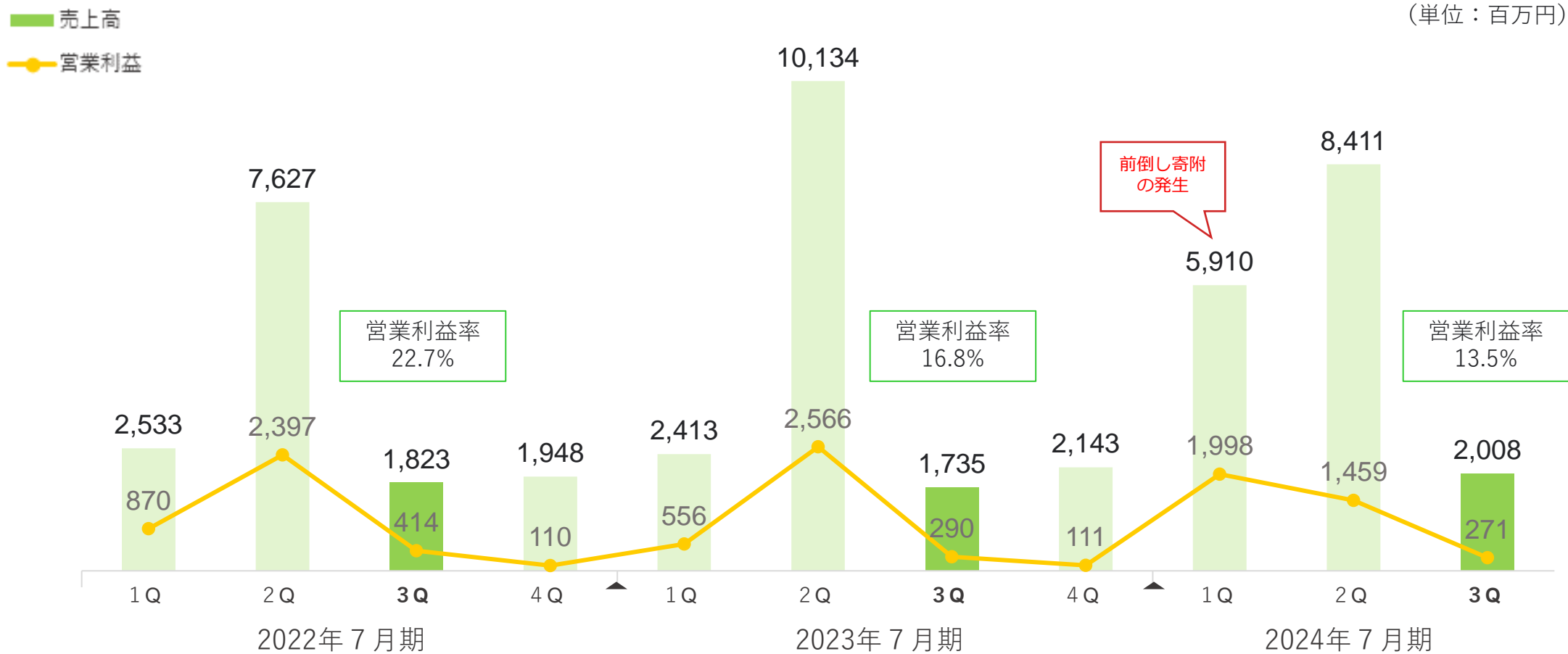
配当方針の変更により、当期末配当予想を1株当たり**22円**に修正。前年比+8.7円**増配**の見通し



■当資料における配当金額は、2023年11月1日付の株式分割の影響を考慮して記載しております。
※ n 期総還元性向 = (n 期の年間配当金額) + (n + 1 期の自社株式取得額) / n 期の親会社株主に帰属する当期純利益

連結売上高及び営業利益推移

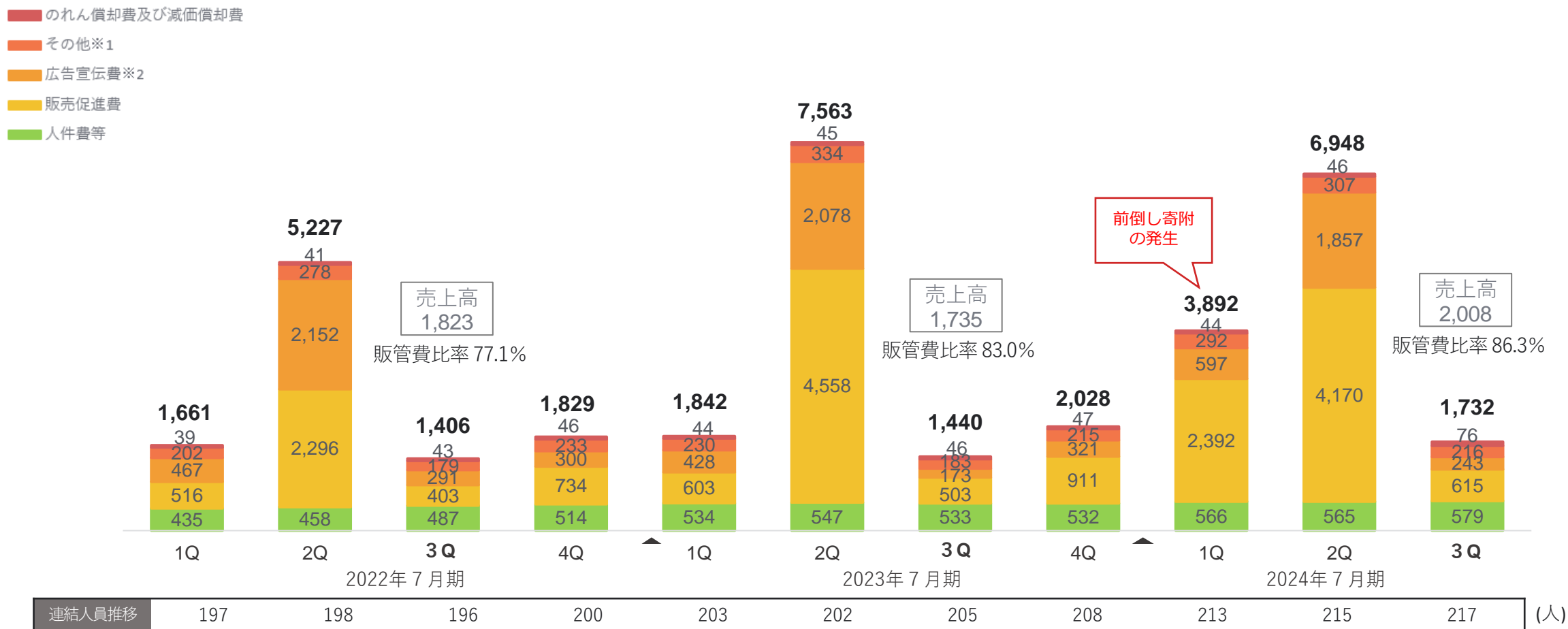
ふるさと納税事業のけん引により、前年同四半期比で売上高は増加
アドプラットフォーム事業の減収と、アプリ運営事業への先行投資負担により営業利益は減少



連結販売費及び一般管理費推移

ふるさと納税事業における販売促進費の増加や、アプリ運営事業での先行投資に加え、経営戦略に即した人材への投資により、売上高販管費比率は前年同四半期比で増加

(単位：百万円)

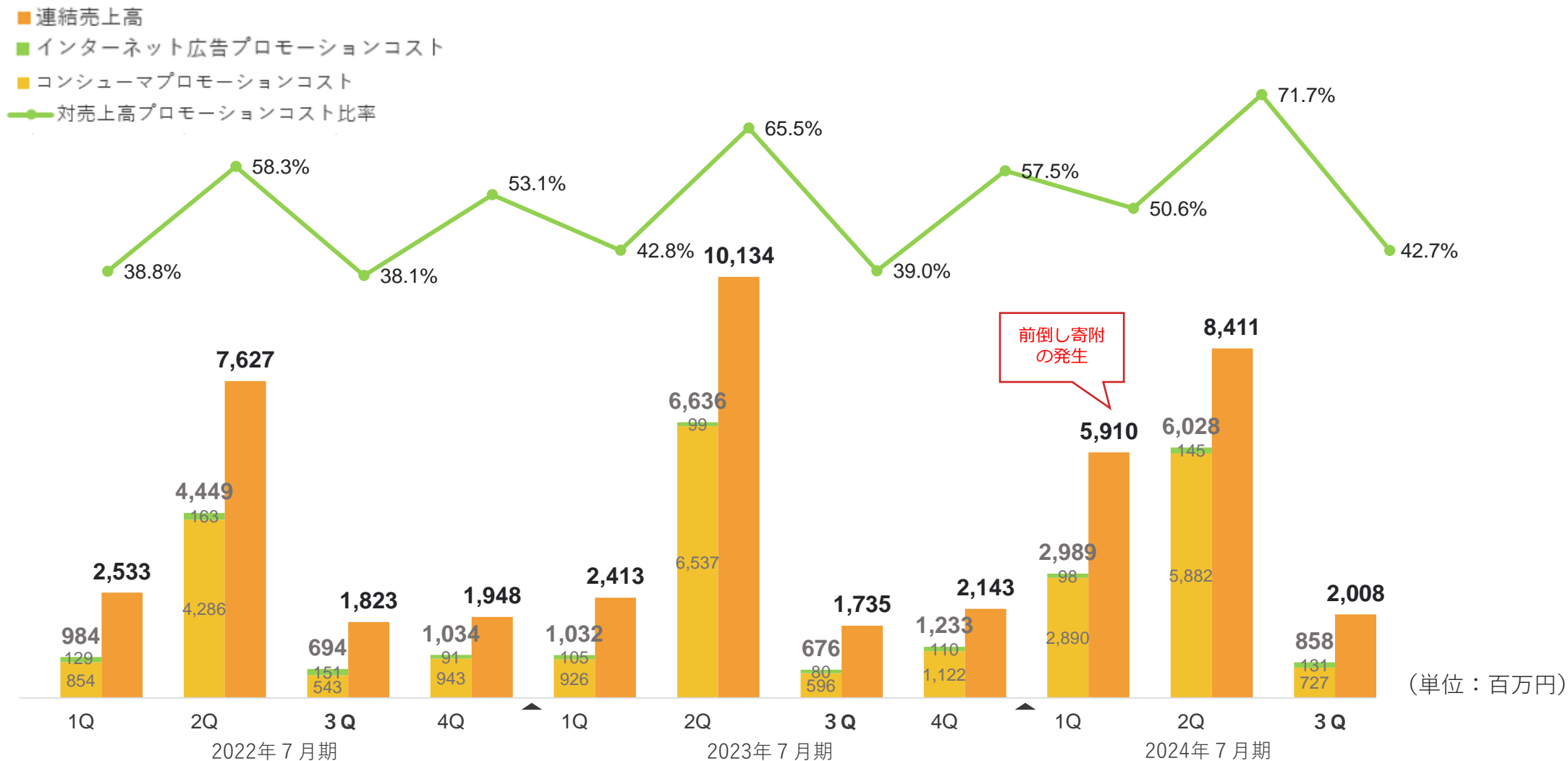


※1 主に通信費、支払手数料、地代家賃、旅費交通費等にて構成しております。

※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～2Q

プロモーションコスト(対売上高比率)の推移

売上高に対する比率では会計期間・累計期間共に、前年比で増加するも概ね計画通りに推移



■プロモーションコストとは販売促進費と広告宣伝費の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

第3四半期の結果及び業績推移

重点施策

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



1 新規顧客獲得のための販促強化

ターゲットセグメンテーションによる
キャンペーンの実施で新規顧客を開拓

2 独自返礼品の強化と取扱数の増加

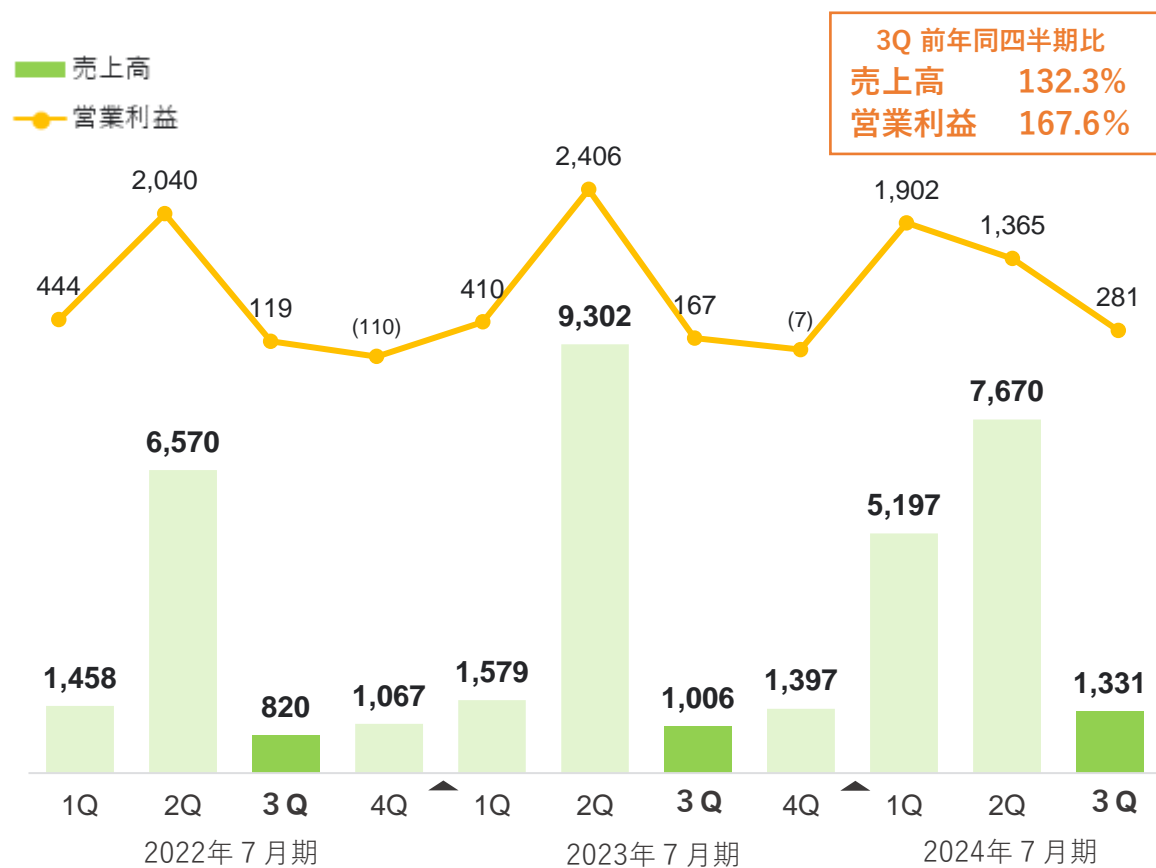
返礼品取扱自治体と提携施設開拓に注力

3 契約自治体数と返礼品数の目標

契約自治体数は目標の1,500に対し、1,315
と順調に推移。ふるさと納税業務代行サー
ビス※を開始し、自治体との連携を強化

【売上高及び営業利益の推移】

(単位：百万円)



■本ページの「前年同四半期比」は四半期会計期間を比較するものです。

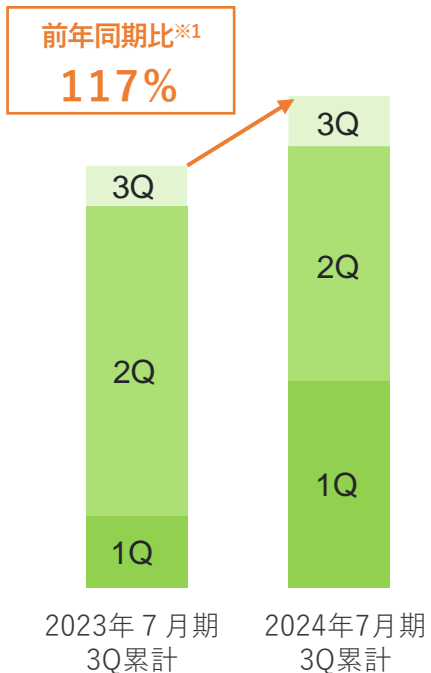
■2024年7月より全社費用のセグメントへの配賦方法を変更しております。

※ふるさと納税業務代行サービス：ポータルサイトへの掲載、配送管理、事業者及び寄附者対応など複雑なふるさと納税の運営業務を代行

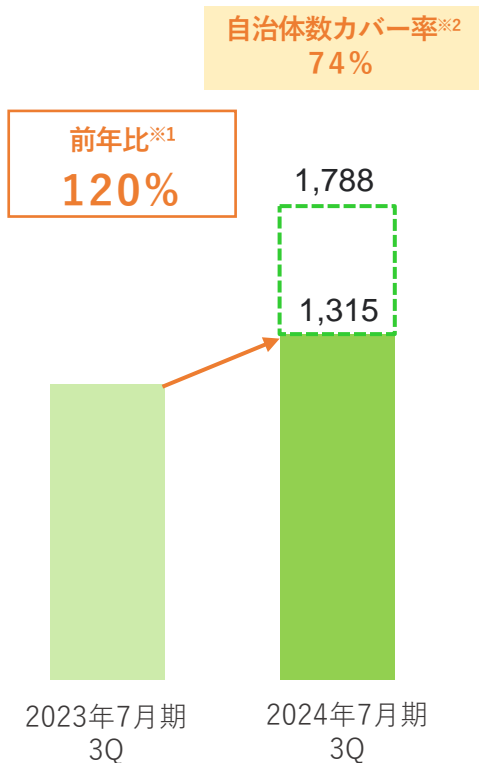
ふるさと納税事業の成長推移



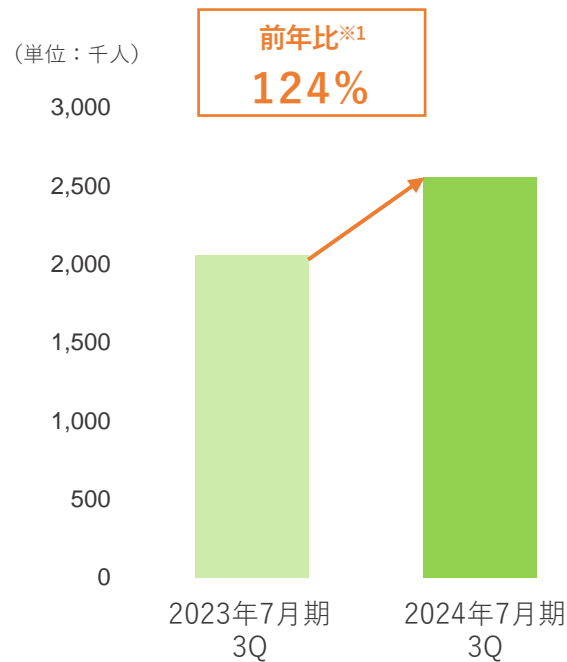
寄附受付件数の推移



契約自治体数の推移

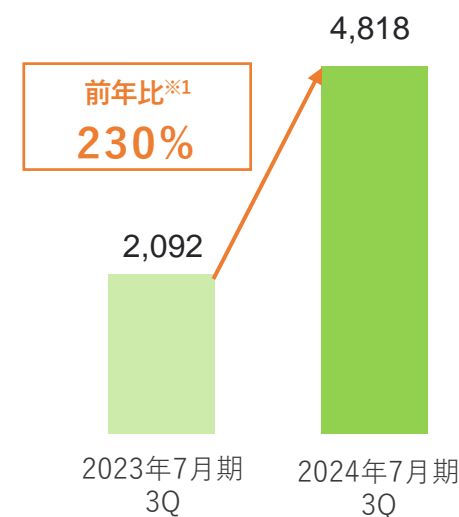


会員数の推移



売上高 **208%**
(前年同四半期比)

提携施設数の推移



※1 本ページの「前年比」は、2024年4月末と2023年4月末の数値を比較、「前年同期比」は、2024年7月期第3四半期連結累計期間と2023年7月期第3四半期連結累計期間を比較、「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

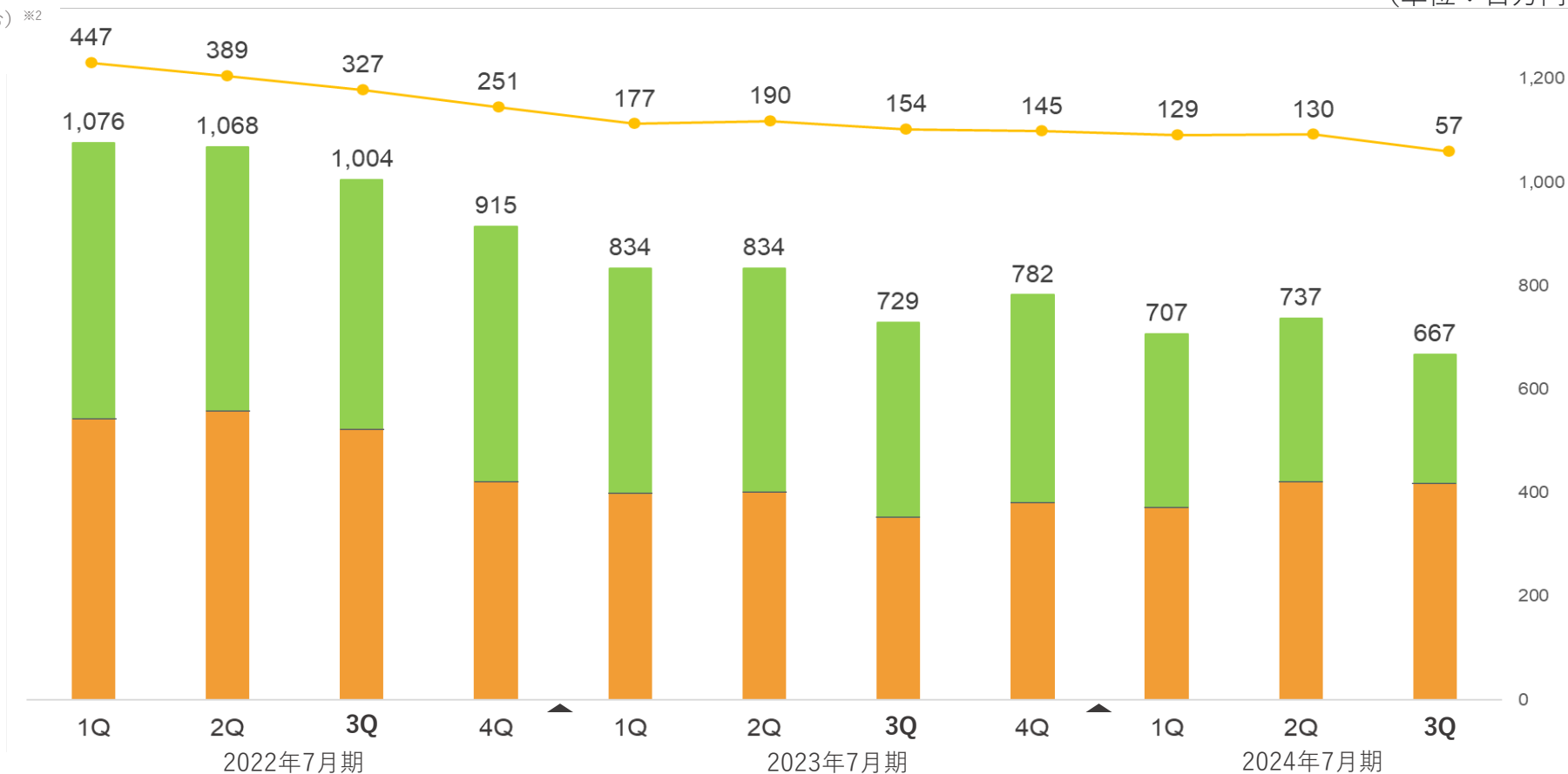
第3四半期の結果及び業績推移①

アプリ運営事業及びMS^{※1}事業が堅調に推移するも、アドプラットフォーム事業の売上減少が響き、減収減益。成長領域事業へリソースのシフトと、開発投資を推進することで収益基盤の回復を図る

売上高

(単位：百万円)

- アドプラットフォーム事業（その他含む）^{※2}
- アプリ運営事業+MS事業
- 営業利益



※1 MS:メディアソリューション

※2 メディアソリューション事業のうち、自社プラットフォームを利用した売上をアドプラットフォーム事業に組み替えて計算しております

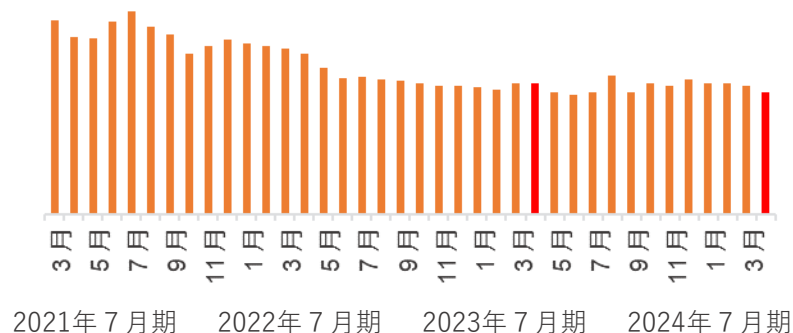
第3四半期の結果及び業績推移②

1 アプリ運営事業



- ✓ 開発体制の整備が奏功。計画通り2本の新規タイトルをリリースした効果により、MAU※1は安定推移
- ✓ 「ジグソーde懸賞」においてユーザー満足度を高める“交換コイン※2”をリリース

アクティブユーザー数(MAU)の動向

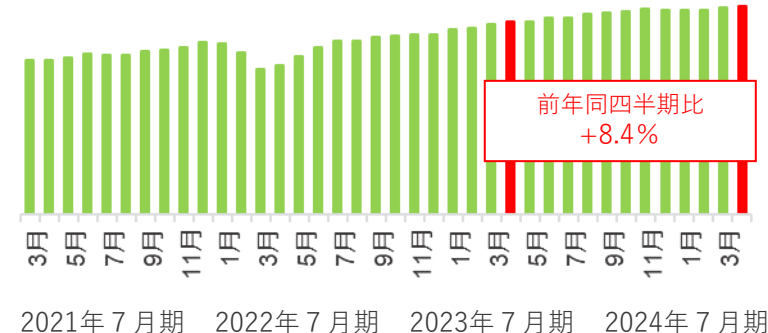


2 メディアソリューション事業



- ✓ 稼働パートナー数は引き続き堅調に増加し、過去最高を記録
- ✓ 新たな広告フォーマットによる、広告効果の最大化が実現したことで、収益に貢献

稼働パートナー数の動向



3 アドプラットフォーム事業



- ✓ アドネットワーク事業の市場環境は依然厳しく、成長市場であるインフルエンサーマーケティング事業へリソースのシフトを加速。同事業では、登録者数・稼働率を伸ばすべく多様な料金プランの提供を開始するとともに、広告主へのサポート体制の構築を推進

※1 MAU: Monthly Active Usersの略。月あたりのアクティブユーザー数で、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
※2 パズルを解いて獲得した応募ポイントで懸賞に応募し、懸賞にはずれた場合にもらえるコインのこと。そのコインを貯めることで景品へ交換ができる仕組み

トピックス

第3四半期の主なトピックス

■ 佐賀県伊万里市で「ふるなび」がふるさと納税業務代行サービスを開始



ふるなび

ふるさと納税のポータルサイトとして積み上げてきた知見を最大限活用し、自治体の魅力発信の強化に加え、業務効率化と経費削減をサポート

■ 「i-mobile Ad Network」で、WEBメディアへのプレイアブル広告配信を開始













アプリメディアに限定されていたプレイアブル広告の配信がWEBメディアにおいても可能になり、より幅広いユーザー層へのアプローチが可能に

■ BtoB企業のリード獲得支援に特化した企業ターゲティング配信の提供を開始



企業ターゲティング配信を活用することで、対面での顧客との接触に加え、対面ではない非接触の形でターゲットとなる企業への効率的なアプローチが可能に

その他の主なニュースリリース

- 2024年2月 ●  **ふるなび** 「ふるなび」のテレビCMが、業別CM好感度ランキングで1位を獲得
-  **i-mobile** 「Action」において、宅トレクリエイター竹脇まりなさんとインフルエンサーの交流会を開催
- 3月 ●  **i-mobile** 「i-mobile Ad Network」で、WEBメディアへのプレイアブル広告配信を開始
-  **OHTE** 「ジグソーde懸賞」が新たに”交換コイン”をリリース
-  **OHTE** 「詰将棋de懸賞」がリリース
-  **i-mobile** 上場後初となる個人投資家向けオンライン会社説明会を実施
- 4月 ●  **i-mobile** 気候変動への対応による事業機会を発表
-  **i-mobile** 「Action」が地方自治体や観光・宿泊施設向けの観光客誘致や特産品の認知拡大を目的としたインフルエンサープロモーションパッケージの提供を開始
-  **OHTE** 「ピースソートde懸賞」がリリース
-  **i-mobile** BtoB企業のリード獲得支援に特化した企業ターゲティング配信の提供を開始



サステナビリティへの取り組み

■ 環境・ガバナンス：環境方針の決定



当社グループのサステナビリティ活動の推進にあたり、2023年7月にサステナビリティ委員会を設置



同委員会ではサステナビリティに関する課題の抽出、課題に対する目標の設定、活動内容の決定と実施、活動内容の評価と新たな課題の抽出等を行い、2024年5月には環境方針を決定



※当社はTCFD提言2021年12月に賛同しております



■ 社会：ハタラクエール「福利厚生推進法人2024」として2年連続で認証



アイモバイルは、福利厚生表彰・認証制度実行委員会より、福利厚生の充実・活用に力を入れている企業「福利厚生推進法人2024」（愛称：ハタラクエール）として2年連続で認証

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14か所目の発電所の稼働を開始
計画中の47か所が全て完成すると総発電量は2メガワット※を超える



※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

- 2024.03.01 当社発電所14か所目（栃木県那須烏山市）売電開始
- 2023.02.17 三重県明和町との包括連携協定を締結
- 2023.01.20 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
- 2017.03.22 株式会社 Looop との資本業務提携
- 2016.05.31 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チャージ」の設置状況

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、
EV充電スタンド「ふるなびEVチャージ」の設置を開始。当初計画（初期目標の100台）に対して順調に進捗

ふるなび
EVチャージ

アマゾン社のふるさと納税市場参入報道に対する当社見解



ふるさと納税市場の拡大余力は大きく、新規大手企業の参入は市場認知度を高め、市場の活性化を生み出すことにつながり、市場成長を加速化させるものと認識

当社の強み Marketing Technology

Competitive advantage

顧客目線のプロモーション

自社開発によるスピード

独自返礼品

Core competence

約1,300の契約自治体

ポータルサイトの利便性

企業の信用性とブランド力

Capability

デジタルマーケティングやプロモーションによる集客力（250万超の会員数）

アマゾン社のふるさと納税市場への参入があった場合に備えた対策を既に進めており、当社の確立した競合優位性を基に、ふるさと納税制度の設立趣旨に則った事業を推進



当社の公式見解についてはこちらのリリースをご確認ください

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS02942/204801f1/9676/4f9a/9210/5aba53aba293/140120240312552222.pdf>

参考資料(事業戦略)

資本政策・株主還元方針

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. 株主還元方針

- ・ 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、2024年7月期から2027年7月期までの4年間は配当性向50%を目安とした配当の実施に、株価水準や市場環境等に応じた機動的な自己株式の取得を加えた、総還元※による株主還元を実施してまいります。

※ n 期総還元性向 = $(n$ 期の年間配当金額) + $(n + 1$ 期の自社株式取得額) / n 期の親会社株主に帰属する当期純利益

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。

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市場優位性の確保と、アプリ運営事業の再成長や新規事業等に注力し、増収増益を計画

(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 ^{※2}	前期比	増減率
連結業績	売上高	16,426	+ 3,573	+ 21.8%
	営業利益 (営業利益率)	3,525 (21.5%)	+ 274	+ 7.8%
	当期利益 ^{※1} (当期利益率)	2,404 (14.6%)	+ 196 (13.0%)	+ 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。

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、アプリ運営事業のタイトル増加で利益確保を計画

(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。

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維持と競合環境の変化に加え、インターネット広告市場の厳しい環境を踏まえ、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

(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	—

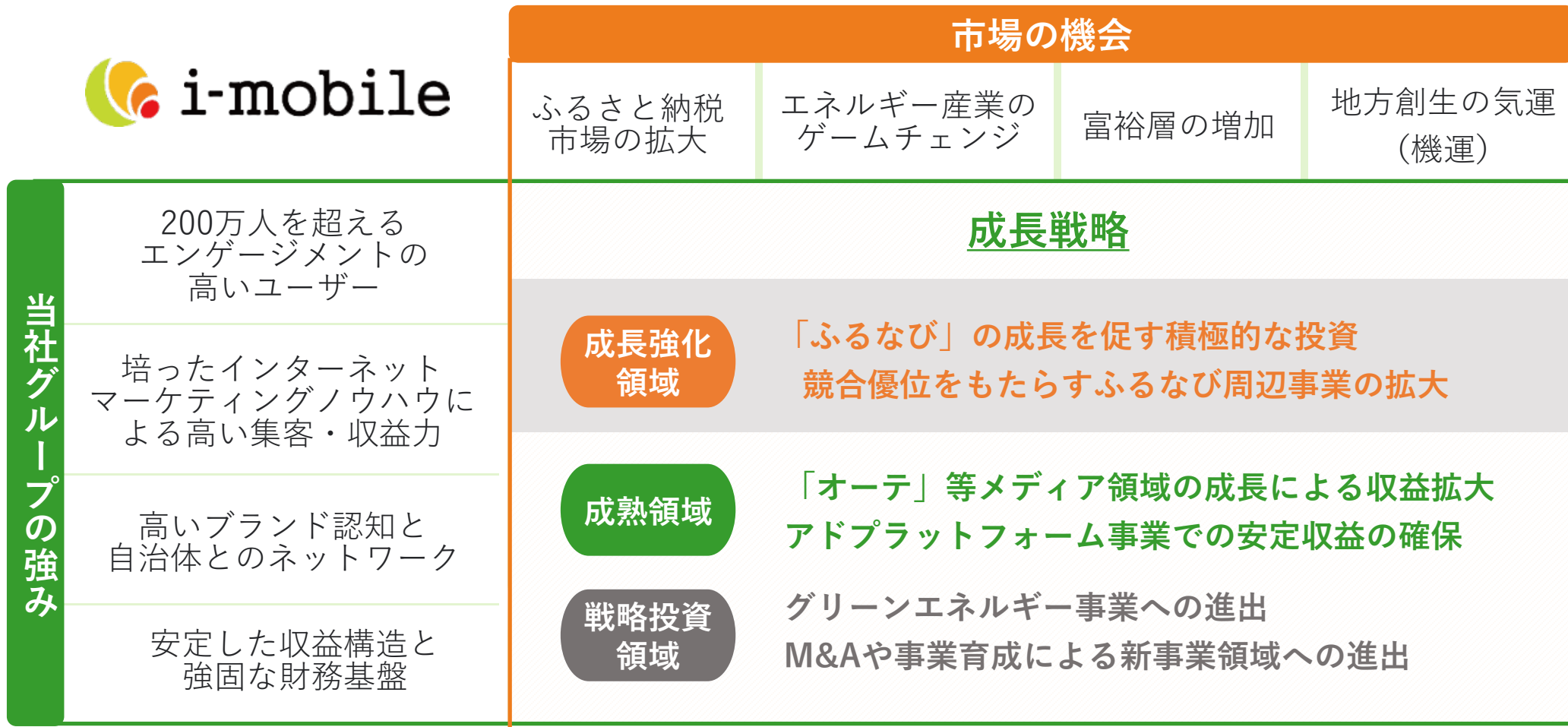


※1 当資料における「当期利益」とは、「親会社株主に帰属する当期純利益」を示しております。

※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。

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



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

i-mobile Ad Network
アドネットワーク事業

i-mobile SNS Marketing i-mobile Affiliate **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

Google Certified Publishing Partner
メディアソリューション事業

脱炭素社会を推進

ふるなびEVチャージ
グリーンエネルギー事業

プラットフォーム運営

ふるなび
ふるさと納税事業

ふるなびトラベル
ふるなび美食体験

送客

オウンドメディア運営

HTE
 シンプルダイエット
アプリ運営事業

たまるモール
byふるなび
ポイントサービス事業

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(会社情報)

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

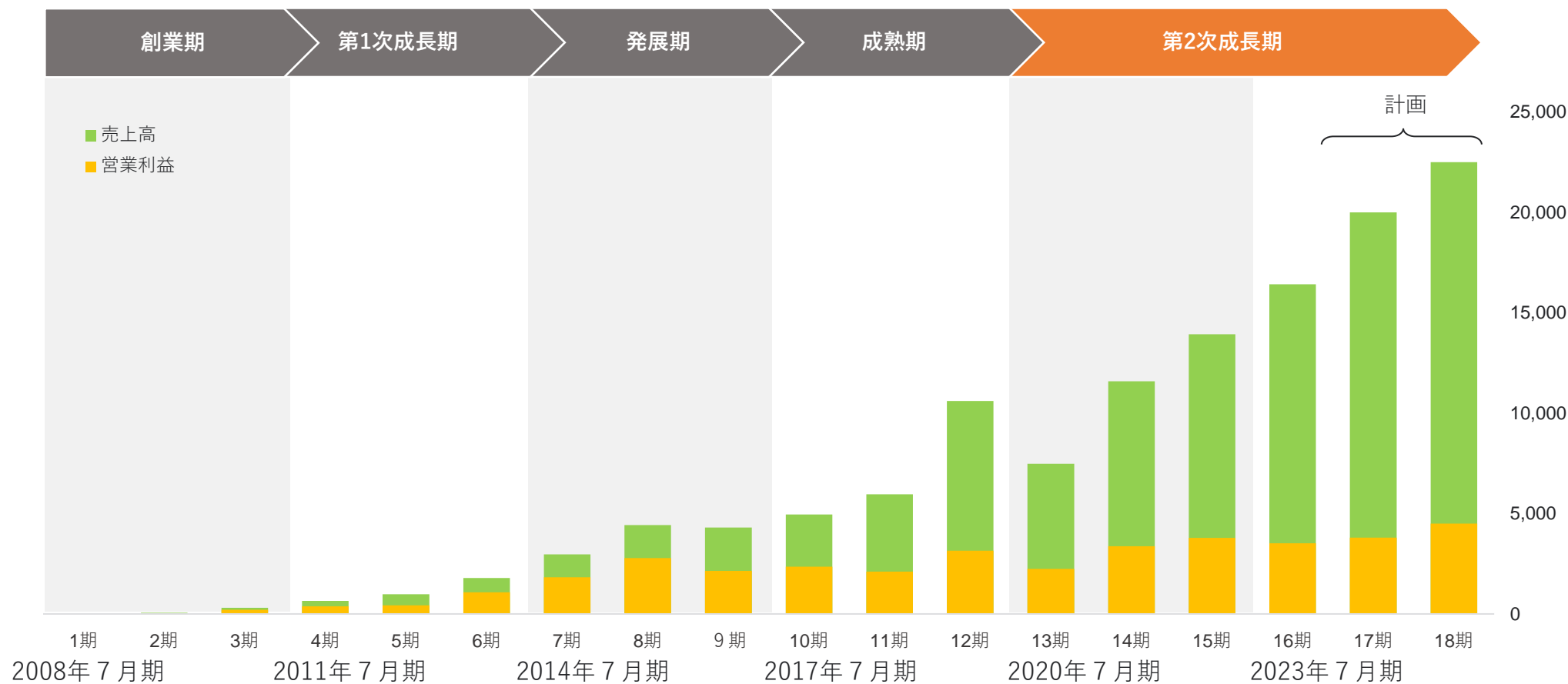
セグメント	事業		主なサービス内容	
コンシューマ事業	ふるさと納税事業	 ふるなび	ふるさと納税のポータルサイト	
	ふるなび周辺事業	トラベル事業	 ふるなびトラベル	宿泊など、旅行で使えるオリジナル返礼品の提供
		レストランPR事業	 美食体験	ふるさと納税によって地方の食材と都市部の飲食店を結びつけるサービス
		ポイントサービス事業	 たまるモール byふるなび	「ふるなび」会員向けのポイントサービス
インターネット広告事業	アドプラットフォーム (ADPF) 事業	アドネットワーク事業	 i-mobile Ad Network	運用型広告(ディスプレイ・ネイティブ・動画)の提供
		インフルエンサーマーケティング事業※	 i-mobile SNS Marketing 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。

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、その後もアセットを活かした多角的な事業ドメインの変更を加え順調に成長を継続。今後も積極投資により、更なる収益拡大を目指す

(単位：百万円)



※ 金額はすべて新収益認識基準を適用したのとなっております。

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事業を紹介し支援を促すポータルサイト



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。

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と制度認知の拡大

ふるなび Premium

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。

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。



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

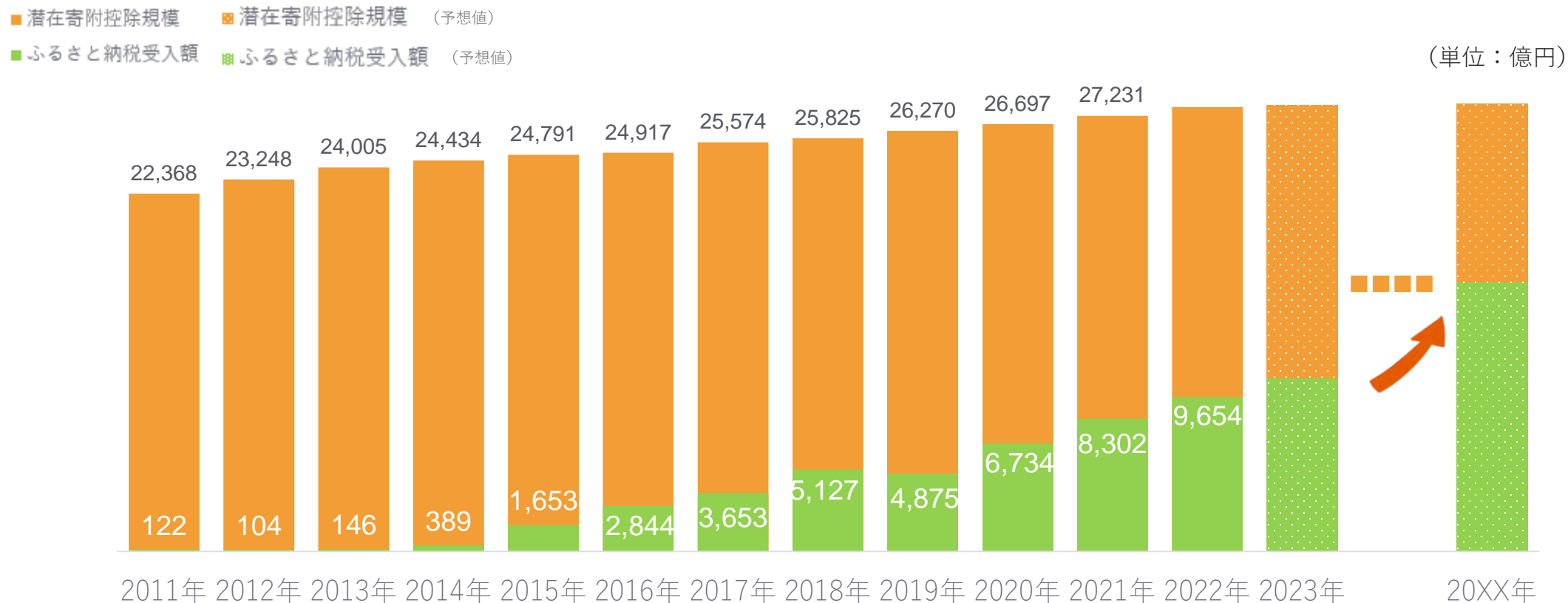
災害支援用寄附の受付。災害発生時、ふるさと納税の制度を利用して復興のための資金を募る。

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。

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。

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



※ MS:メディアソリューション

ビジネスモデル:アプリ運営事業 オーテ株式会社

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「パズル de 懸賞」シリーズを提供。アイモバイル社のマーケティングマネジメント手法を活用した商品（タイトル）開発とマーケティングにより自社メディアとしての広告収益拡大に成功

累計DL数

約1,650万回以上

※2024年4月末時点



広告配信事業者

① 広告枠提供

② 広告掲載料

パズルゲーム
×
懸賞

① パズルクリア

③ 懸賞参加

② 懸賞参加ポイント

④ 当選者に発送



ユーザー

(アプリ内課金なし)

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

強み Strength

顧客基盤

自治体との
ネットワーク

宿泊施設との
ネットワーク

上場企業としての
強固な財務基盤



発電事業

営農型発電

野立て型発電

オンサイトPPA

EV充電事業

充電設備の
設置・運営



農産業

電力小売事業

オフサイトPPA事業

自治体支援事業※1

付帯事業

EPC事業

O&M事業

保険代理店事業

※1 グリーンエネルギーを使った地場産品
製造や公共施設への電力の供給

機会 Opportunity

EV車市場の成長

再生可能エネルギーへの
シフト※2

地方創生の機運

ふるさと納税事業

ポータルサイト運営
企業版ふるさと納税
クラウドファンディング

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。

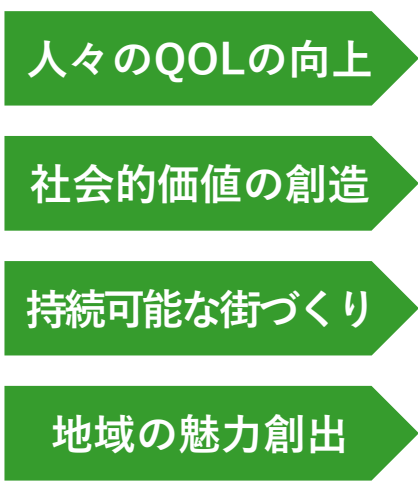
アイモバイルグループのサステナビリティ

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）



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

上場維持基準についての対策

東証より、2023年7月末時点における一部不適合の通知を受け、適合に向けた計画を開示いたしました。

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

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。

※本決算説明資料発表時点では上記取り組みが奏功し、基準を達成していると当社では考えております。

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	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07
売上高	5,959	10,611	7,485	11,592	13,933	16,426
売上総利益	5,820	10,202	7,292	11,584	13,918	16,401
売上総利益率	97.7%	96.1%	97.4%	99.9%	99.9%	99.8%
販売費及び一般管理費	3,702	7,041	5,046	8,202	10,125	12,875
売上販管費率	62.1%	66.4%	67.4%	70.8%	72.7%	78.4%
営業利益	2,118	3,160	2,246	3,382	3,793	3,525
営業利益率	35.5%	29.8%	30.0%	29.2%	27.2%	21.5%
経常利益	2,095	3,149	2,248	3,366	3,839	3,434
経常利益率	35.2%	29.7%	30.0%	29.0%	27.6%	20.9%
当期利益	1,165	1,367	1,727	2,299	2,678	2,404
当期利益率	19.6%	12.9%	23.1%	19.8%	19.2%	14.6%
総資産	15,465	16,911	15,359	18,992	18,193	21,721
純資産	12,040	13,145	13,222	14,720	13,406	14,079
純有利子負債	▲ 11,016	▲ 13,974	▲ 12,363	▲ 15,422	▲ 14,268	▲ 16,218
自己資本比率	76.0%	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		2018/07	2019/07	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07
コンシューマ事業	売上高	2,273	7,484	4,485	7,708	9,916	13,285
	営業利益	680	2,313	1,325	1,974	2,495	2,976
	営業利益率	29.9%	30.9%	29.5%	25.6%	25.2%	22.4%
インターネット広告事業	売上高	3,729	3,152	3,037	3,935	4,065	3,180
	営業利益	1,394	770	866	1,451	1,415	667
	営業利益率	37.4%	24.4%	28.5%	36.9%	34.8%	21.0%

II. 各指標の推移

会計年度	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07
ROE	10.2%	10.9%	13.1%	16.5%	19.0%	17.6%
ROA	7.9%	8.4%	10.7%	13.4%	14.4%	12.1%
EPS (円) ※4	18.4	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。



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。

会社概要

商号	株式会社アイモバイル	資本金	152百万円 (2024年4月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 217名 (2024年4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 

