



2024年7月期

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9月12日





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

2024年7月期
決算概要



エグゼクティブサマリー①

過去最高の売上高、前年を上回る営業利益を達成



連結業績

(2024年7月期 連結会計年度)

事業の好調を背景に、売上高、営業利益共に増収増益を達成
売上高の期ずれや本社移転費用の前倒し計上等により通期計画は未達



市場の安定的な高成長を背景に、新規顧客獲得と独自返礼品の強化施策、
効率的な販促が奏功し、寄附受付総額が過去最高となり、増収増益を達成



新規タイトルのリリース数の増加と他社との協業が新規顧客の獲得に
寄与し、MAU*が安定推移したことで、増収増益を達成

株主還元

2024年7月期からの4期については、配当性向50%を目安として決定
期末配当は計画通り、22円と前期比で増配（配当性向52.2%）

※ MAU： Monthly Active Usersの略。月あたりのアクティブユーザー数。

エグゼクティブサマリー②

(単位：百万円)

		2023年7月期 通期実績	2024年7月期 通期実績	前期比	計画	達成率
連結実績	売上高	16,426	18,735	114.1%	20,000	93.7%
	営業利益 ^{※1} (営業利益率)	3,525 (21.5%)	3,549 (18.9%)	100.7%	3,800 (19.0%)	93.4%
	当期利益 ^{※2}	2,404	2,420	100.7%	2,600	93.1%
コンシューマ 事業	売上高	13,285	15,950	120.1%	17,000	93.8%
	営業利益 (営業利益率)	2,976 (22.4%)	3,446 (21.6%)	^{※3} 115.8%	3,300 (19.4%)	104.4%
インターネット 広告事業	売上高	3,180	2,756	86.7%	2,940	93.7%
	営業利益 (営業利益率)	667 (21.0%)	333 (12.1%)	^{※3} 49.9%	670 (22.8%)	49.7%

※1 本社移転に伴い、旧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、当連結会計年度の営業利益は43百万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当期純利益」を示しております。

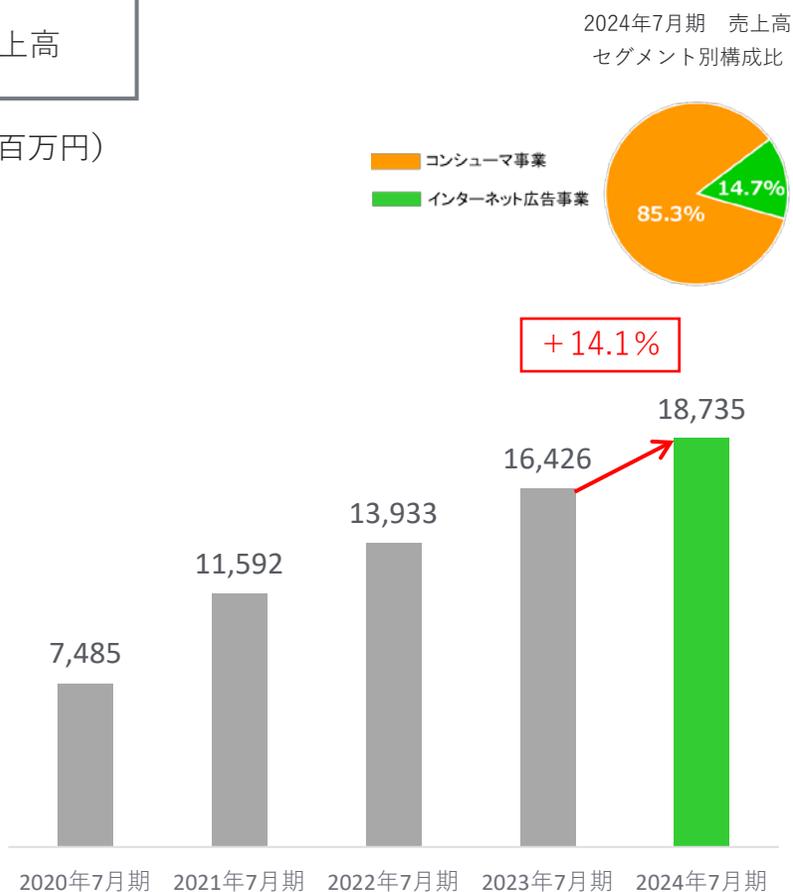
※3 2024年7月期より全社費用のセグメントへの配賦方法を見直しております。旧配賦方法で算定した場合の営業利益は、コンシューマ事業は前年同期比118.8%、インターネット広告事業は36.5%となります。

【通期】 連結売上高及び営業利益推移

ふるさと納税事業の成長が牽引し、売上高は大幅な増収。売上ピークの分散による販促費が減少するも、人的資本コストや本社移転費用、GE事業※の実証実験費用等の増加により営業微増益

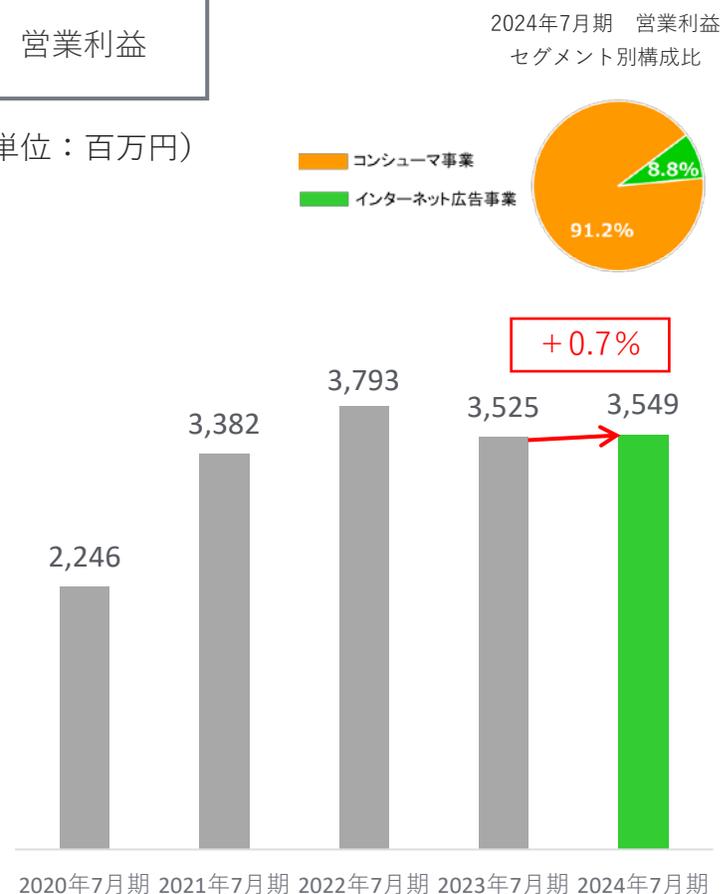
売上高

(単位：百万円)



営業利益

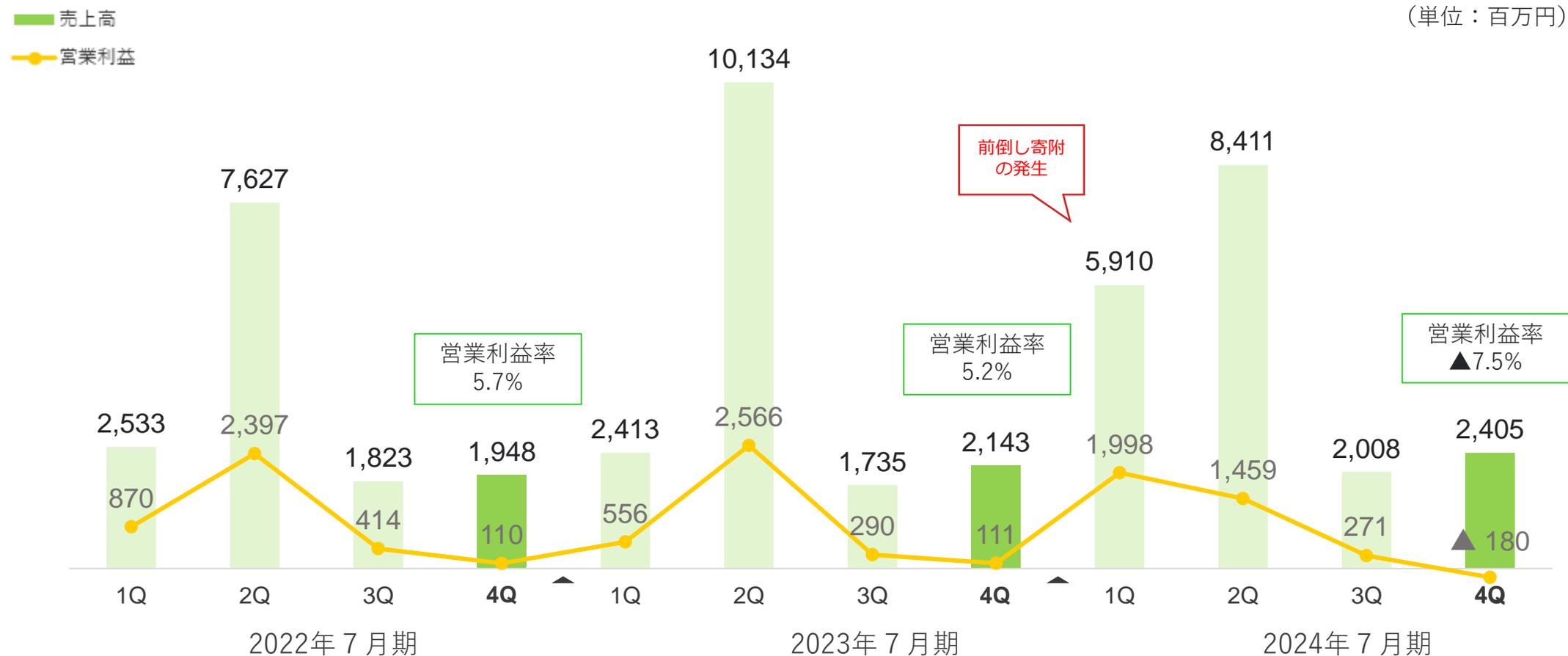
(単位：百万円)



※ GE事業：グリーンエネルギー事業

【四半期】 連結売上高及び営業利益推移

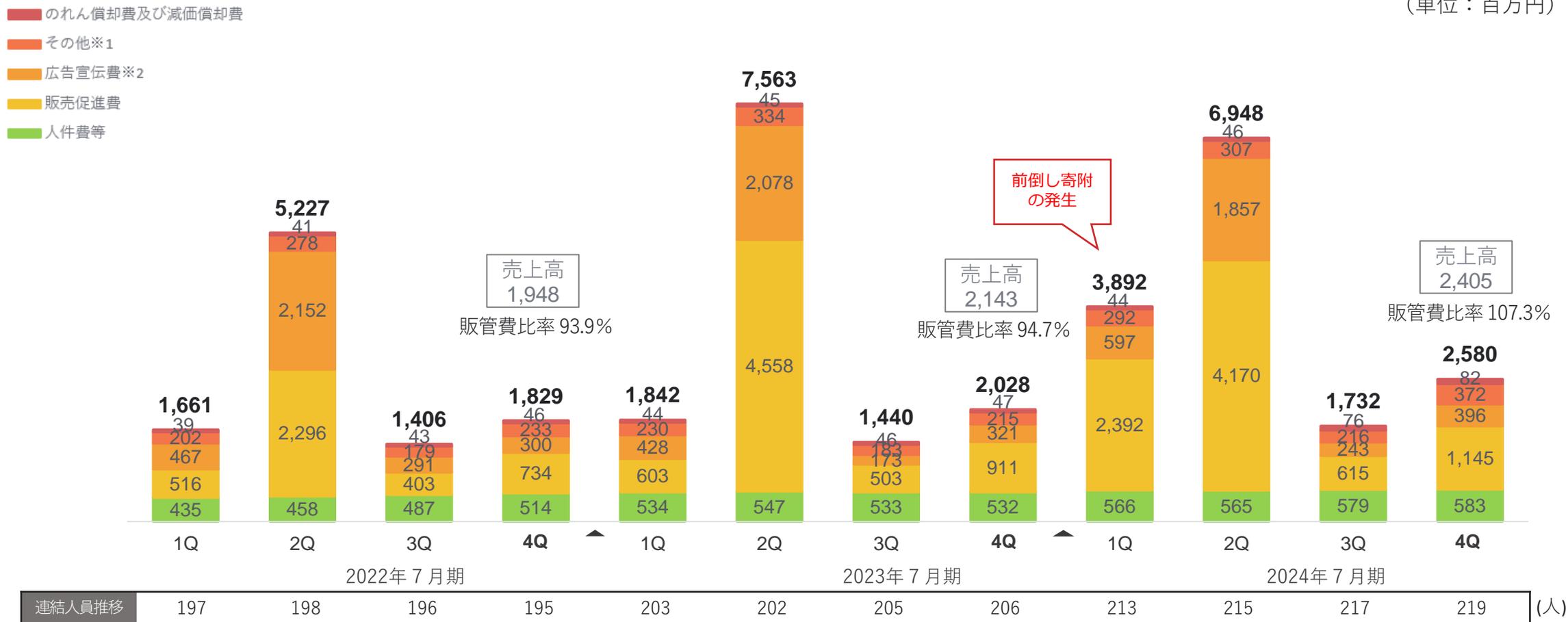
事業は好調を維持するも、売上計上時期の期ずれによる販促費用や、本社移転関連費用の前倒し計上等による費用増加により、営業利益は前年同四半期比で減少



【四半期】 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促費やアプリ運営事業の新規タイトルのリリースに伴う広告費の増加、経営戦略に沿った人材採用及び本社移転費用により、売上高販管費比率は前年同四半期比で増加

(単位：百万円)



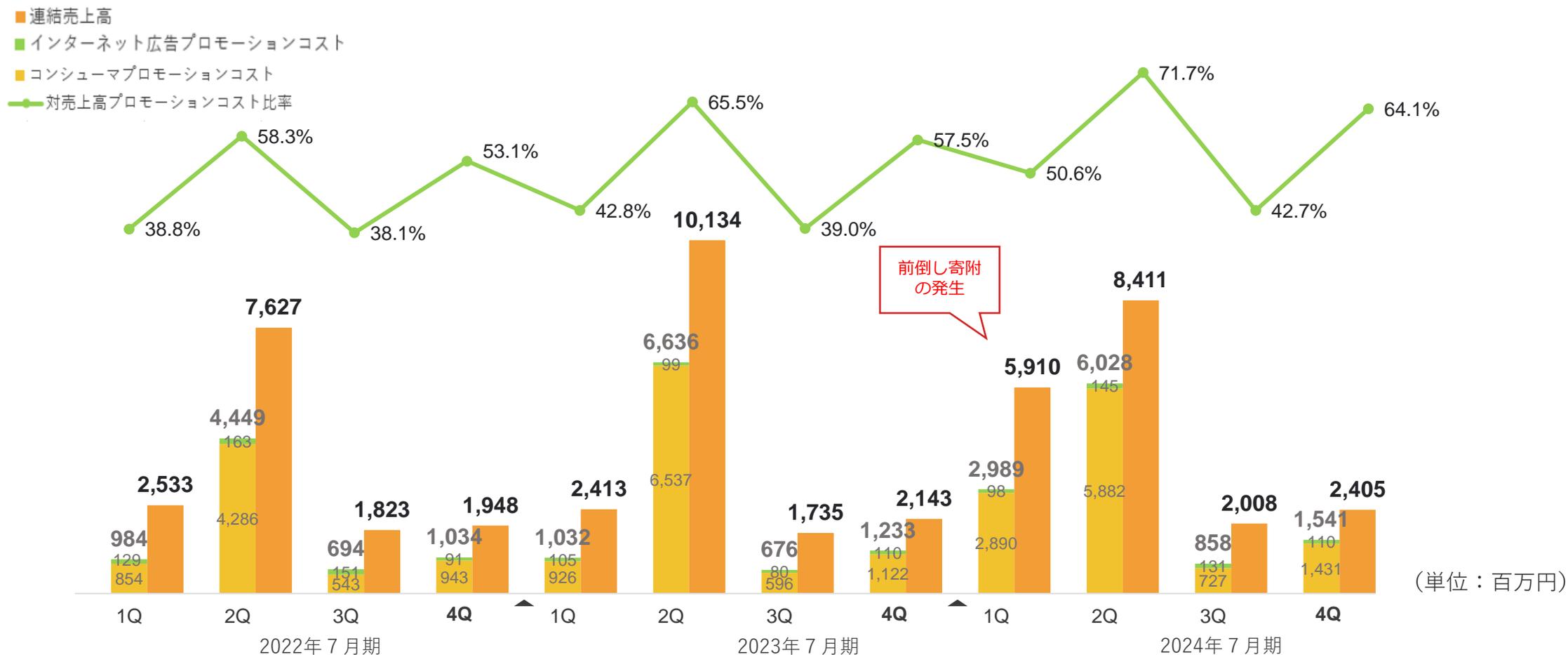
■本ページの「前年同四半期比」は四半期会計期間を比較するものです。

※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。

【四半期】プロモーションコスト(対売上高比率)の推移

ふるさと納税事業における売上計上時期の期ずれやリテンション施策の販促費増加により、前年同四半期比で対売上高プロモーションコスト比率は増加



■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。
 ■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。

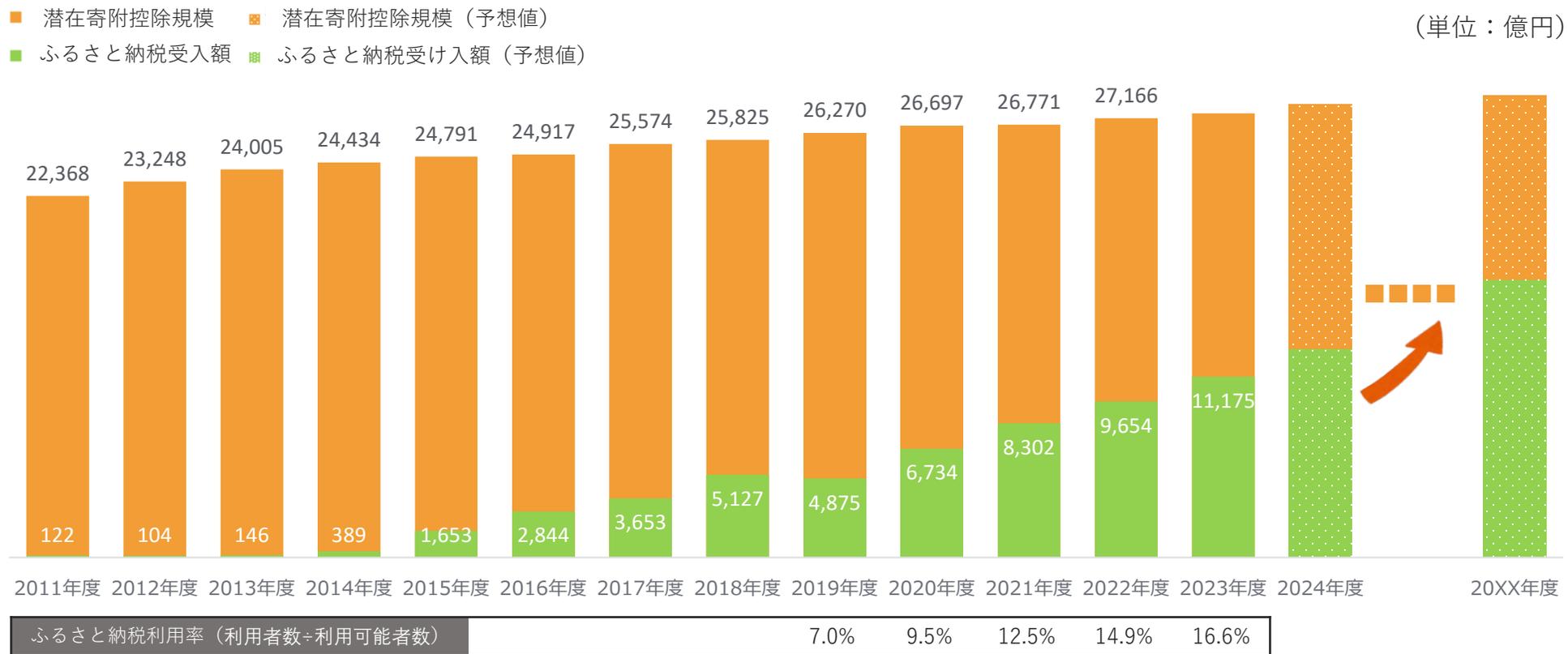
セグメント概況

コンシューマ事業



市場動向(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。潜在寄附控除規模からみると拡大余地は大きく※、
制度の安定化と認知度の向上による更なる市場の成長を見込む



■ 2011~2022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%）。
 ■ 2011~2023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6年8月2日を参照。
 ■ ふるさと納税の利用率は「総務省発刊：各年度の課税における住民税控除額の実績等」及び「総務省発刊：各年度の市町村税課税状況等の調」を参考に当社にて算出。
 ※ 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。

2024年7月期 通期業績推移

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



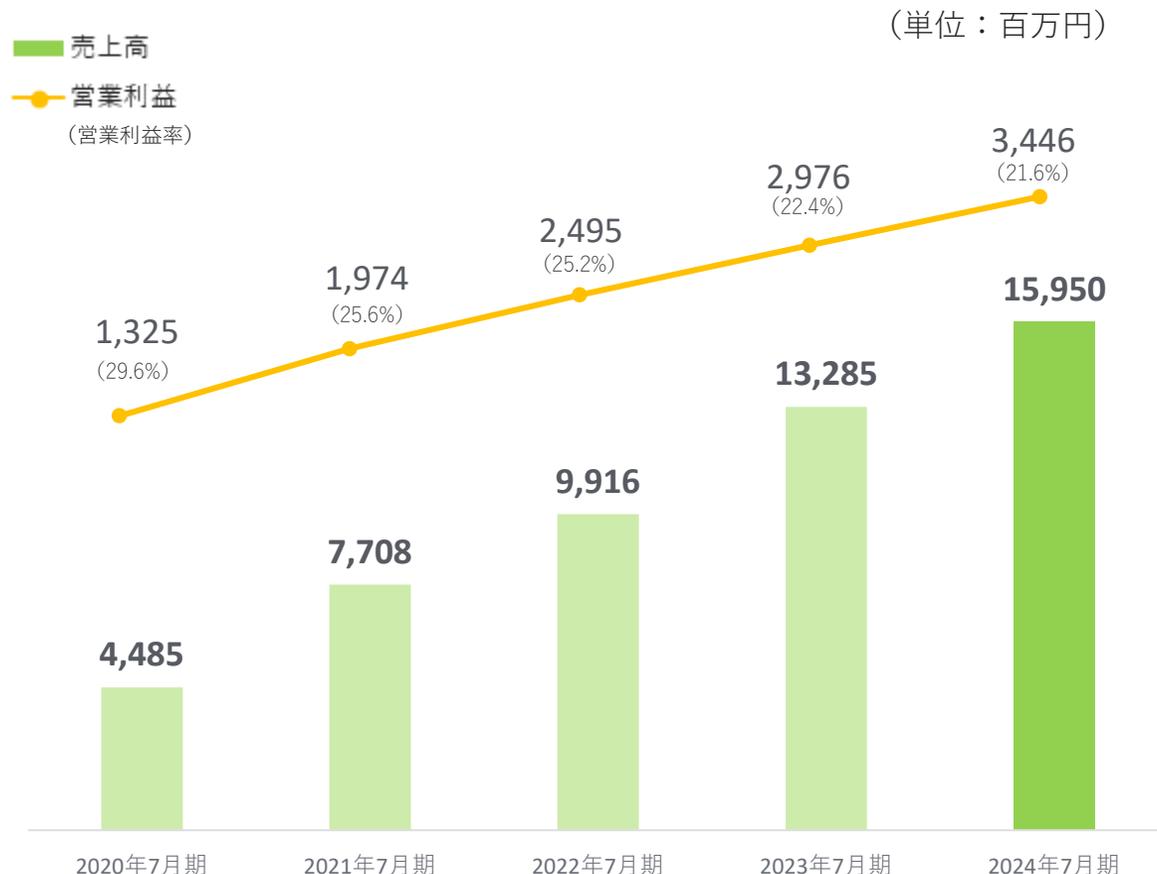
----- 2024年7月期の評価 -----

- ・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 ➤ **順調**

売上高：前期比 **120.1%** 計画比 **93.8%**

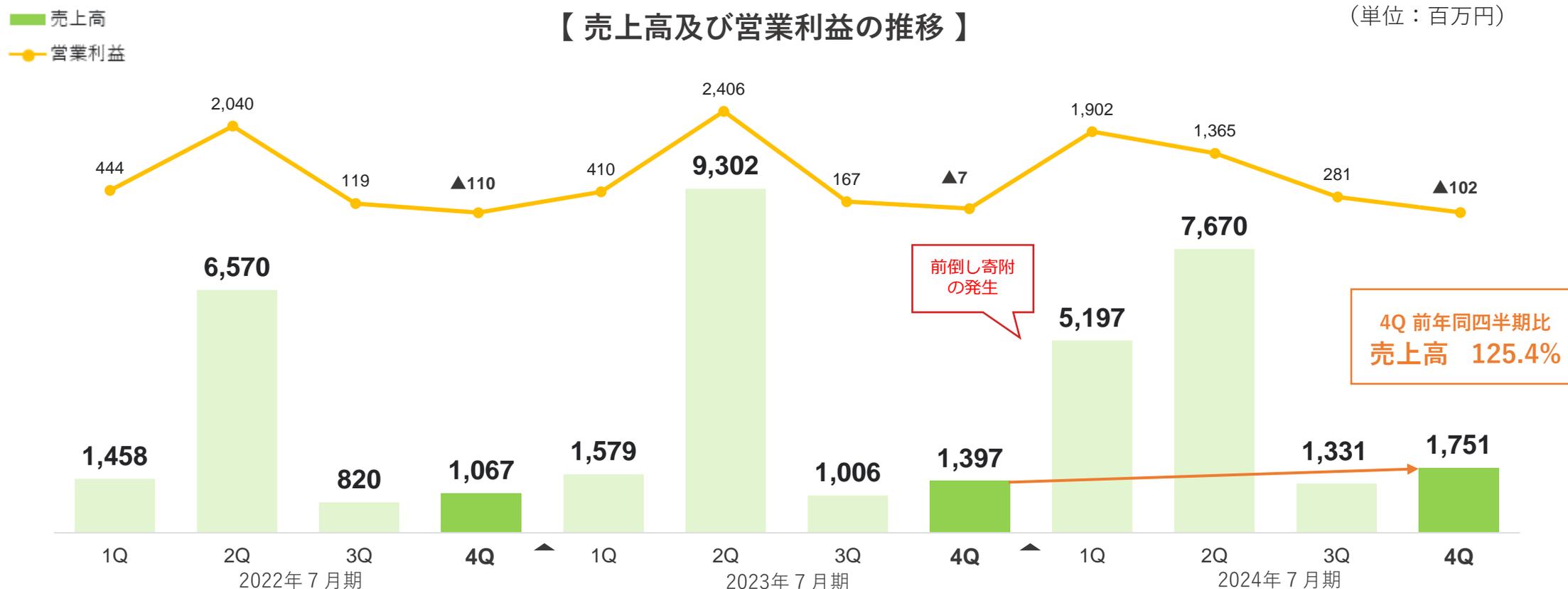
営業利益：前期比 **115.8%** 計画比 **104.4%**

【売上高及び営業利益の推移】



第4四半期の結果及び業績推移

積極的なプロモーションが奏功し、前年同四半期比で大幅な増収
 売上高の期ずれ計上やリテンション施策の販促費の増加により前年同四半期比で減益

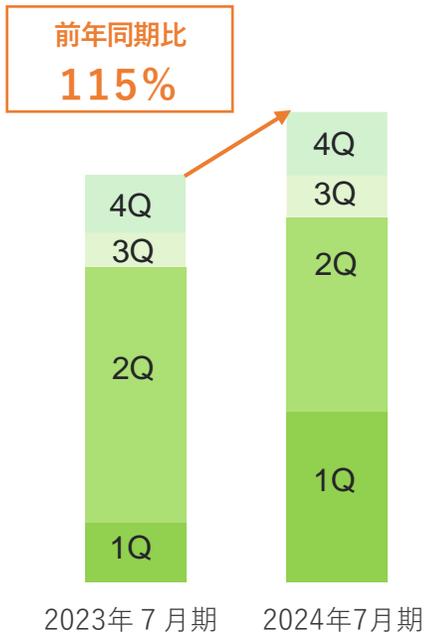


■本ページの「前年同四半期比」は四半期会計期間を比較するものです。

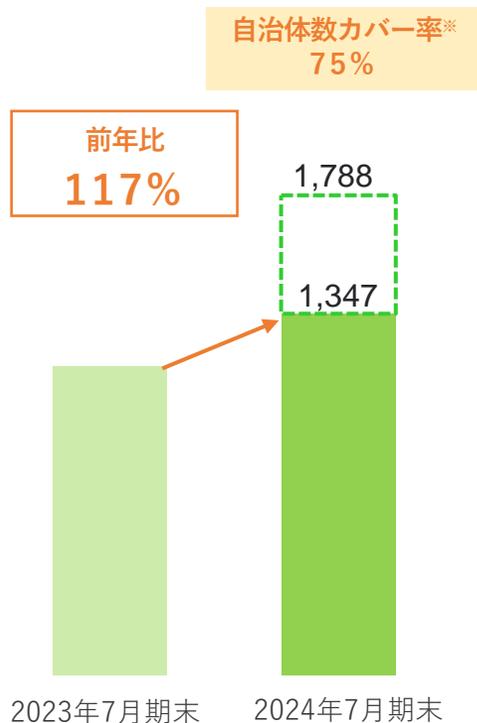
ふるさと納税事業の成長推移



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 **180%**
(前年同四半期比)

提携施設数の推移



■ 本ページの、「前年同期比」は、2024年7月期連結会計年度と2023年7月期連結会計年度を比較、「前年比」は、2024年7月末と2023年7月末の数値を比較、「前年同四半期比」は四半期会計期間を比較するものです。
※ 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



2024年7月期 通期業績推移

重点施策

成長分野へのシフトと顧客確保



----- 2024年7月期の評価 -----

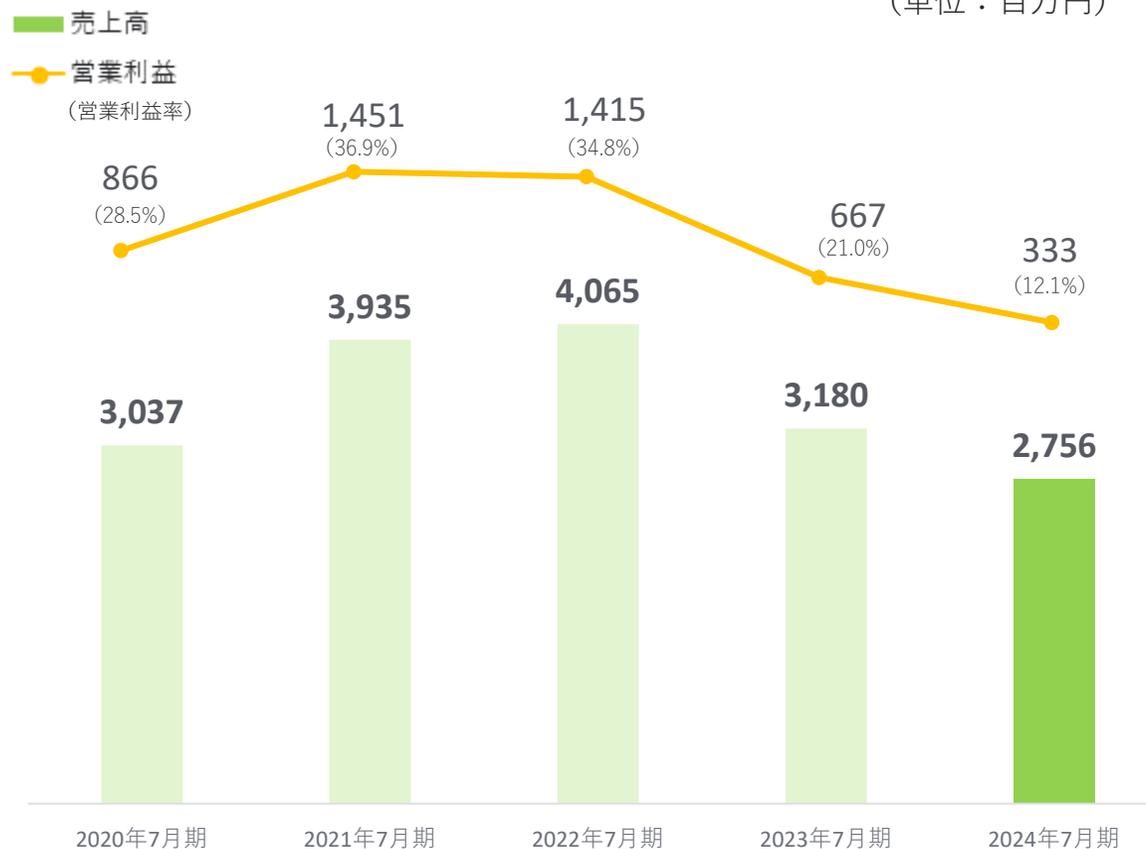
- ・ IF事業※の成長加速 ➤ 継続投資
- ・ 時流に即した新サービスの提供 ➤
- ・ 動画サービスのリニューアル ➤
- ・ 4本のアプリタイトルのリリース ➤
- ・ 営業体制の再整備による顧客獲得 ➤

売上高：前期比 **86.7%** 計画比 **93.7%**

営業利益：前期比 **49.9%** 計画比 **49.7%**

【売上高及び営業利益の推移】

(単位：百万円)



■本ページの「前期比」は、2024年7月期連結会計年度と2023年7月期連結会計年度を比較するものです。

※ IF事業:インフルエンサーマーケティング事業

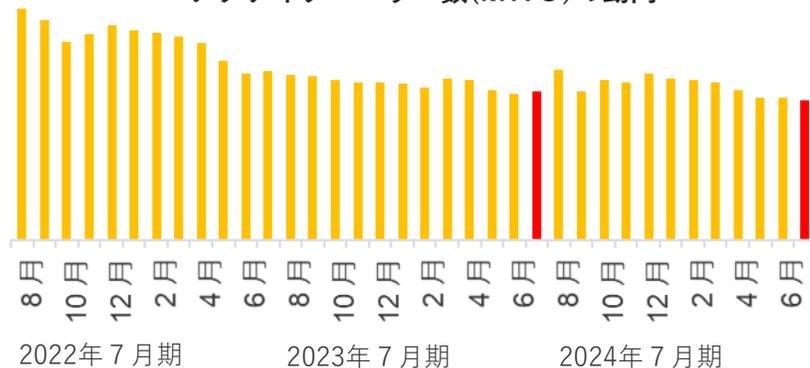
第4四半期の結果及び業績推移①

1 アプリ運営事業

- ✓ 新規タイトル効果もあり、MAU※1は安定推移
当四半期に「リバーシde懸賞」をリリース
- ✓ ポイ活市場へ新規参入。トリマとの協業で
「トリマソリティア」を開発、提供



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
- ✓ 新広告フォーマットの導入で、パートナーメディア
の広告収益最大化を実現し、当社の収益に貢献

稼働パートナー数の動向※2



3 アドプラットフォーム事業 **Action**

- ✓ アドネットワーク事業の厳しい市場環境を踏まえて、成長市場であるIF事業※3への事業投資を拡大し、
広告主がSNSマーケティングを安心して活用できるサービスの提供により、IF事業の収益基盤の強化を図る

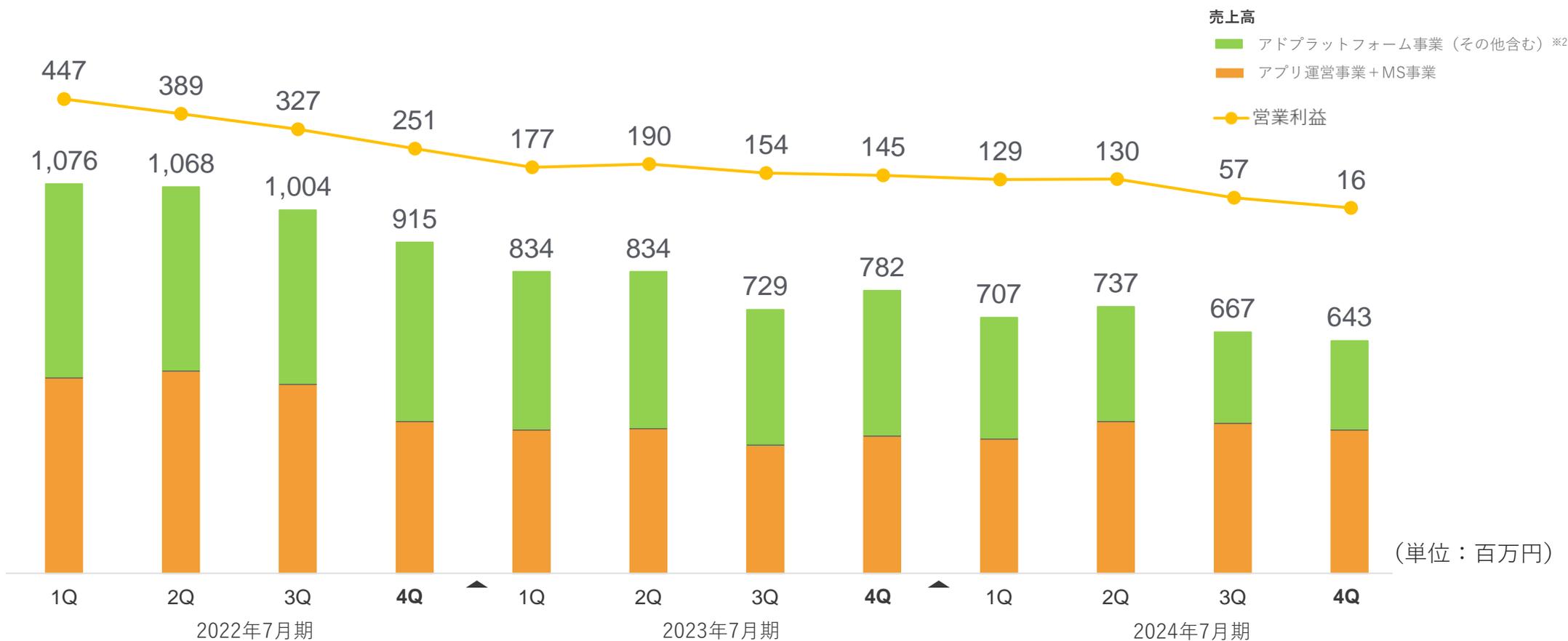
※1 MAU: Monthly Active Usersの略。月あたりのアクティブユーザー数で、グラフは各月末から月初にかけて起算した30日間の平均数値に基づく推移です。なお、トリマソリティアの数値は上記グラフに含んでおりません。

※2 当四半期より稼働パートナー数の集計方法を変更しております。

※3 IF事業：インフルエンサーマーケティング事業。

第4四半期の結果及び業績推移②

アプリ運営事業及びMS事業※¹の業績は堅調に推移するものの、アドネットワーク事業の収益減少の影響が大きく前年同四半期比で減収減益。成長事業領域への投資を継続し収益基盤の回復を図る



※1 MS事業:メディアソリューション事業。

※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。

新規事業概況

グリーンエネルギー事業

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

■ 太陽光発電施設の建設状況

新たに茨城県桜川市において15か所目の発電所の稼働を開始

計画中の90施設が全て完成すると総発電量は10メガワット※を超える



※一般家庭の3,000世帯分の電力に相当

- 2024.08.26 当社発電所15か所目（茨城県桜川市・野立て型）売電開始
- 2024.06.13 丸紅新電力株式会社及び株式会社サンヴィレッジと協業開始
- 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 Loop 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、新たにホテルオークラ京都にてサービスを提供開始するなど順調に進捗

ふるなび
EVチャージ



2025年7月期
業績予想

2025年7月期 連結業績予想

ふるさと納税事業の基盤強化による中長期的な安定収益化に向けた市場優位性の確保と、戦略領域であるアプリ運営事業等や新規事業の推進、人的資本への投資に注力し、増収増益を目指す

(単位：百万円)

項目	2024年7月期 通期実績	新方式			従来方式			
		2025年7月期 通期予想 ^{※2}	前期比	増減率	(ご参考) 2025年7月期 通期予想 ^{※2}	前期比	増減率	
連結 業績	売上高	18,735	23,000	+ 4,264	+ 22.8%	22,280	+ 3,544	+ 18.9%
	営業利益 (営業利益率)	3,549 (18.9%)	4,500 (19.6%)	+ 950	+ 26.8%	3,800 (17.1%)	+ 250	+ 7.1%
	当期利益 ^{※1} (当期利益率)	2,420 (12.9%)	2,950 (12.8%)	+ 529	+ 21.9%	2,500 (11.2%)	+ 79	+ 3.3%

※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 コンシューマ事業においては、自治体による寄附申込の承認（受諾）の都度、収益計上を行っており、自治体の承認（受諾）時期によっては期ずれが発生しておりました。2025年7月期においては、自治体との契約変更等によりこれまで期末に翌月（翌期）へ期ずれしていた売上が当月（期中）に計上される特殊要因が発生する見込みです。

2025年7月期 セグメント別 業績予想

コンシューマ事業では、機能向上と販促による市場シェアの拡大、周辺事業の推進により増収増益
インターネット広告事業では、アプリ運営事業の収益力強化により前年並みの利益水準を計画

項目	2024年7月期 通期実績	新方式			従来方式			(単位：百万円)
		2025年7月期 通期予想 [※]	前期比	増減率	(ご参考) 2025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	15,950	20,200	+ 4,249	+ 26.6%	19,480	+ 3,529	+ 22.1%
	セグメント 利益	3,446	4,200	+ 753	+ 21.9%	3,500	+ 53	+ 1.5%
	(営業利益率)	21.6%	20.8%	—	—	18.0%	—	—
インター ネット 広告事業	売上高	2,756	2,760	+ 3	+ 0.1%	2,760	+ 3	+ 0.1%
	セグメント 利益	333	340	+ 6	+ 2.1%	340	+ 6	+ 2.1%
	(営業利益率)	12.1%	12.3%	—	—	12.3%	—	—

※ コンシューマ事業においては、自治体による寄附申込の承認（受諾）の都度、収益計上を行っており、自治体の承認（受諾）時期によっては期ずれが発生しておりました。
2025年7月期においては、自治体との契約変更等によりこれまで期末に翌月（翌期）へ期ずれしていた売上が当月（期中）に計上される特殊要因が発生する見込みです。

制度の認知度向上による市場の拡大及び、競争優位性の早期確立

市場シェア20%の獲得が中期的な目標



新規顧客獲得に向けたプロモーションとユーザー利便性の向上

-  ふるなびトラベル 宿泊予約システムのリリース
- ふるなびアプリのリリース
- 市場の成長余地を見据え、新規顧客獲得に向けた販促施策



自治体との連携強化による地方創生の推進と健全な成長

- ふるさと納税業務代行サービス*の推進。地域の事務業務の効率化、魅力発信強化

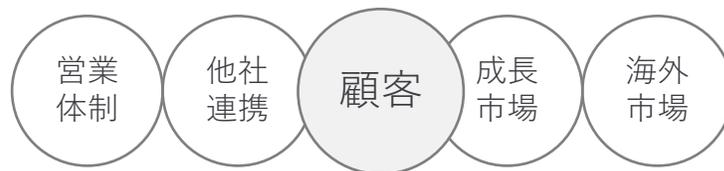


周辺事業の拡大と独自返礼品の強化、返礼品数や契約自治体数の増加

* 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

2025年7月期 事業戦略(インターネット広告事業)

事業ポートフォリオの再構築と新規事業への成長投資を促進



アプリ運営事業の顧客層や市場、収益モデルの拡大

- 海外など新市場への進出による収益モデルの多様化や新規顧客の獲得
- 既存タイトルの機能改善と既存顧客の想起施策によるLTV※1の向上



ADPF※2事業ポートフォリオの領域のシフト

- アドネットワーク事業における成長市場の顧客層へのシフトと事業体制の最適化
- インフルエンサーマーケティング事業への戦略投資による収益化



新領域の顧客開拓によるMS事業の提携パートナー数の拡大

※1 LTV：顧客生涯価値（Life Time Value）の略。顧客が利用開始から終了までの期間に、自社がその顧客から得られる利益を示す指標

※2 ADPF：アドプラットフォームの略

ふるさと納税市場 外部環境に対する当社の考え方



総務省発表の制度改正について

戦略の修正が必要でコスト要因になるが、競合との関係性においては特に憂慮すべき点はない

- ✓ 返礼品を強調した宣伝広告の禁止
(2024年10月施行予定)
- ✓ 全国展開している宿泊施設での利用制限が新設
(2024年10月施行予定)
- ✓ 実質、寄附者へのポイント付与の禁止
(2025年10月施行予定)

市場への新規大手企業参入の脅威

大手の顧客と経済圏を背景にした事業参入は脅威であるが、同時に更なる市場拡大の機会である

- ✓ 日本最大級のユーザー規模
- ✓ グループ内サービスの相互送客
- ✓ 決済を含めた多様なプロモーション機会

↓
競争激化やコスト競争による収益悪化が懸念

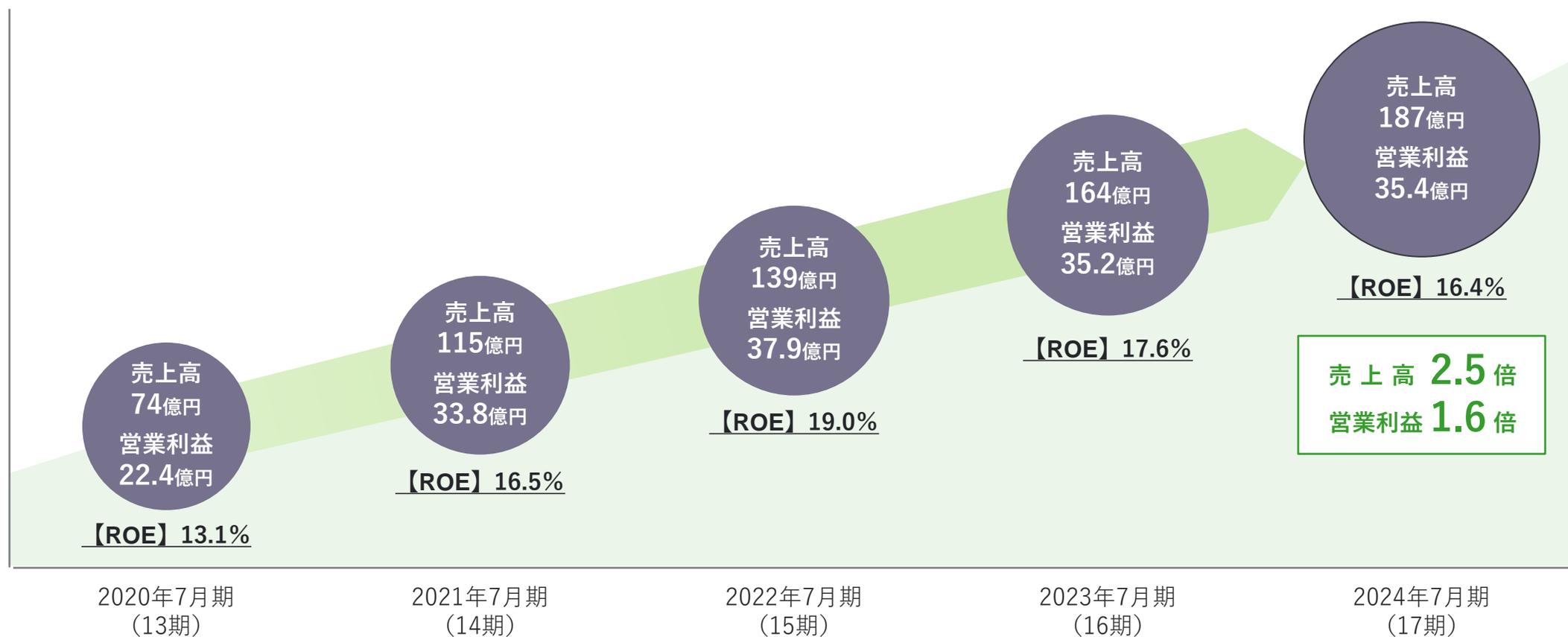
外部環境の変化はいずれも想定済みで、既に先手を打った対策を準備、検討済
ふるさと納税市場は、さらなる成長が大きく見込まれることから、競争優位性を
さらに強固にする施策など、制度の設立趣旨に則った事業運営を推進する

2025年7月期～2027年7月期

新中期経営計画

直近5か年の実績 (2020年7月期－2024年7月期)

順調な成長を続け、13期比で売上高2.5倍、営業利益1.6倍を達成



解決すべき4つの課題

強靱な収益基盤の確立

～ 長期的な収益最大化をもたらす事業へ

持続的な成長の実現

～ アセットを基点にした事業への投資

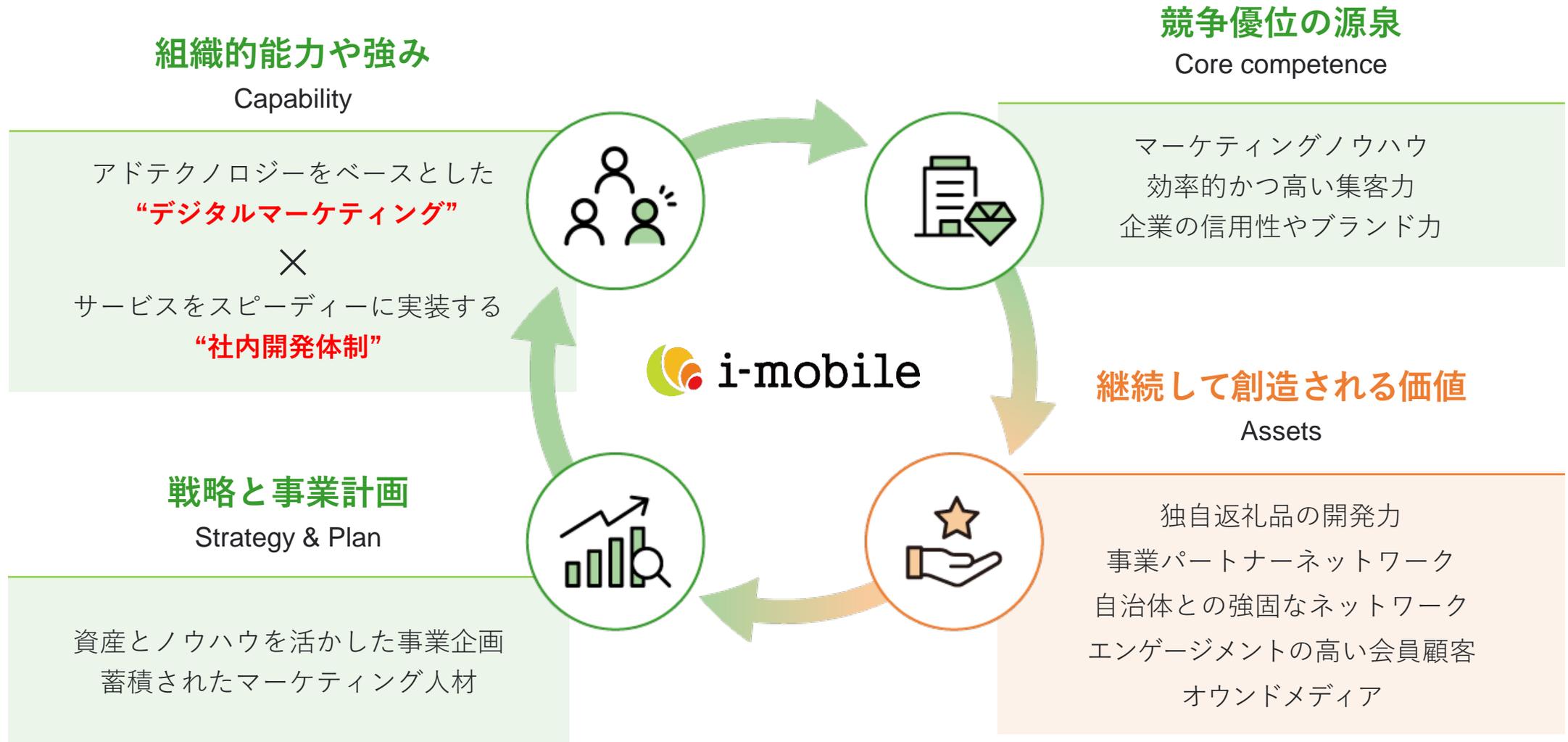
顧客の行動・消費生活の変化への対応

～ 市場環境に応じた事業ポートフォリオの再構築

長期的かつ安定的な経営基盤の確立

～ 資本効率の改善とサステナビリティ経営の推進

事業成長のループ



中期戦略



ふるなび

“ふるなび” 事業LTVの向上

- 長期的な収益基盤の最大化に向けた競争優位性の獲得

戦略

ふるなび周辺事業成長への投資

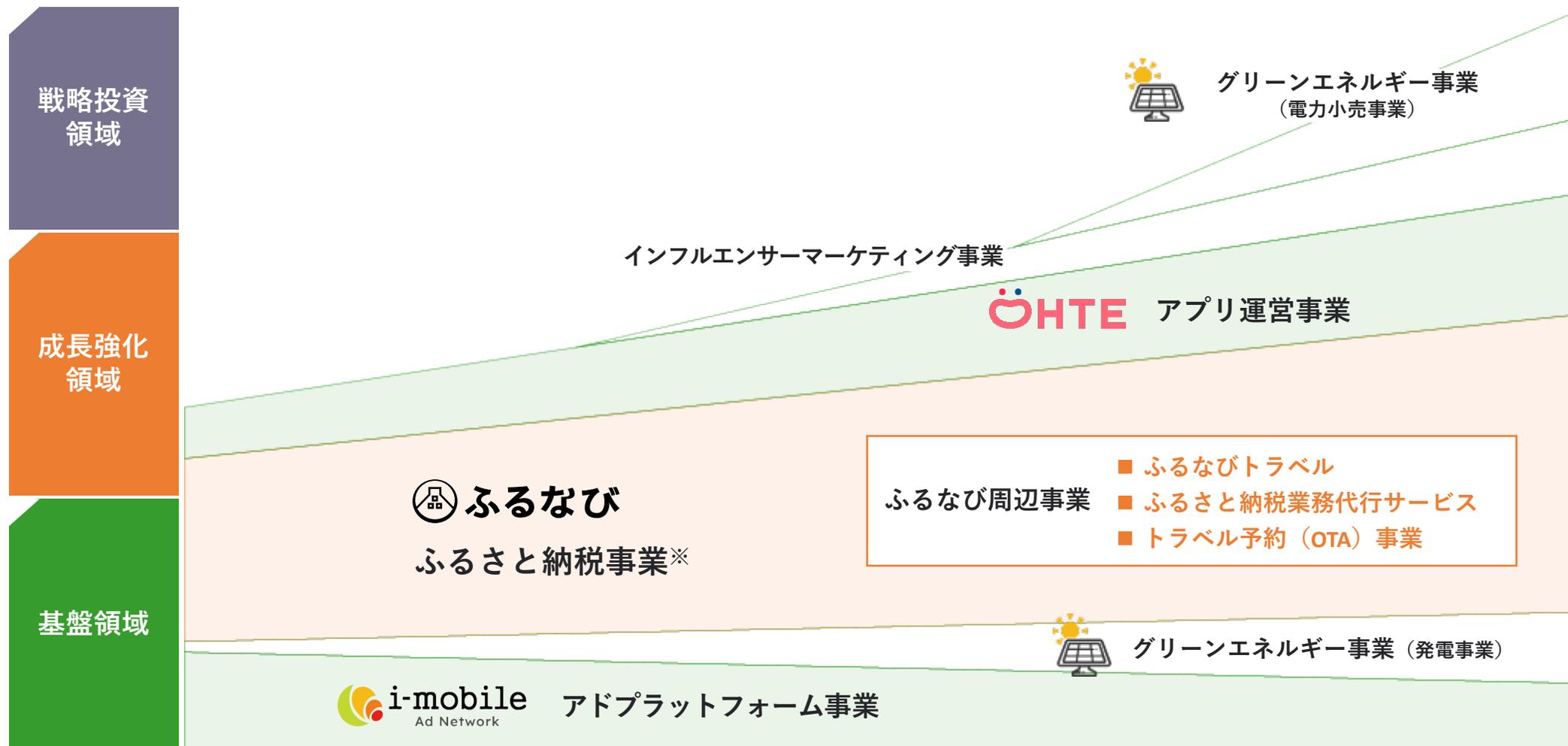
- アセットを活用した新規事業の展開

戦略

インターネット広告事業 ポートフォリオ再構築

中長期的成長曲線

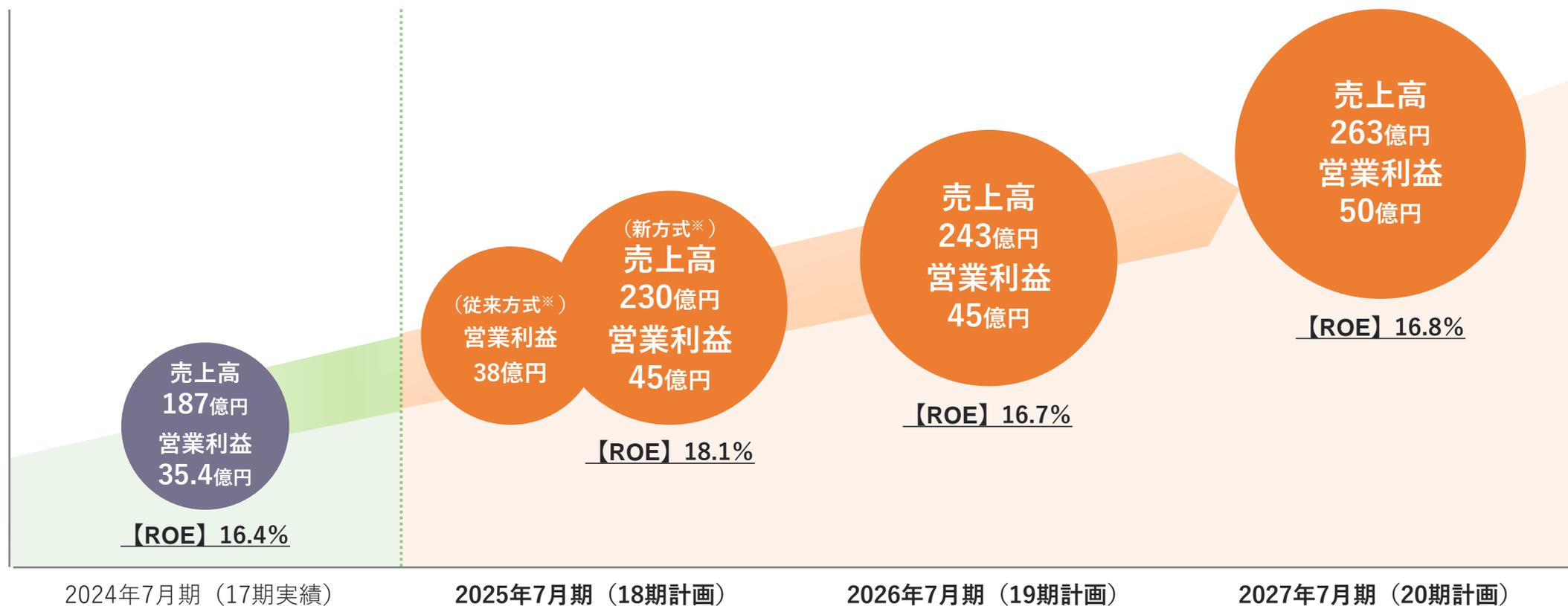
安定した収益基盤の確保と新規事業投資による収益の多層化で成長を実現する



※ふるさと納税事業：ふるさと納税プラットフォームによる手数料収入

中期3か年計画（2025年7月期－2027年7月期）

ふるさと納税事業を基盤収益とした、周辺事業や新規事業の拡大による成長



ふるさと納税制度の法改正に伴う影響による計画修正があった場合は、速やかに開示いたします

※ コンシューマ事業においては、自治体による寄附申込の承認（受諾）の都度、収益計上を行っており、自治体の承認（受諾）時期によっては期ずれが発生しておりました。
2025年7月期においては、自治体との契約変更等によりこれまで期末に翌月（翌期）へ期ずれしていた売上が当月（期中）に計上される特殊要因が発生する見込みです。

コンシューマ事業の中期戦略

コンシューマ事業

✔ “ふるなび”のシェア20%獲得による事業LTVの向上

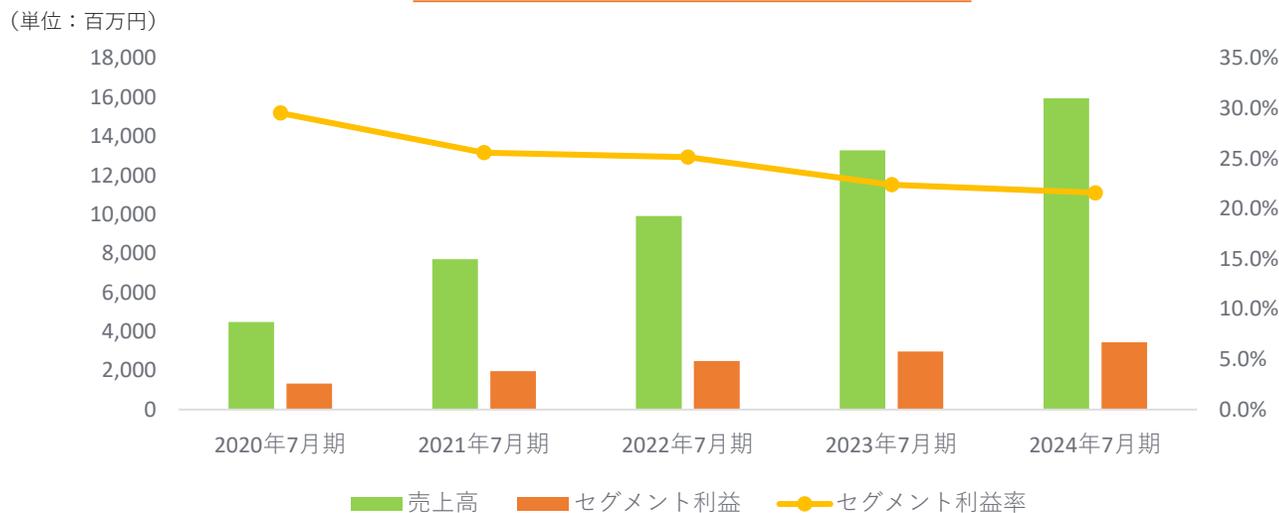
✔ ふるなびトラベルの機能強化とOTA※事業化

※ OTA：インターネット上で取引を行う旅行事業（Online Travel Agentの略）

✔ ふるさと納税業務代行サービス事業※の推進

※ 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

売上・セグメント利益の5期推移



■ 売上高及びセグメント利益は、セグメント間取引等調整前の金額となっております

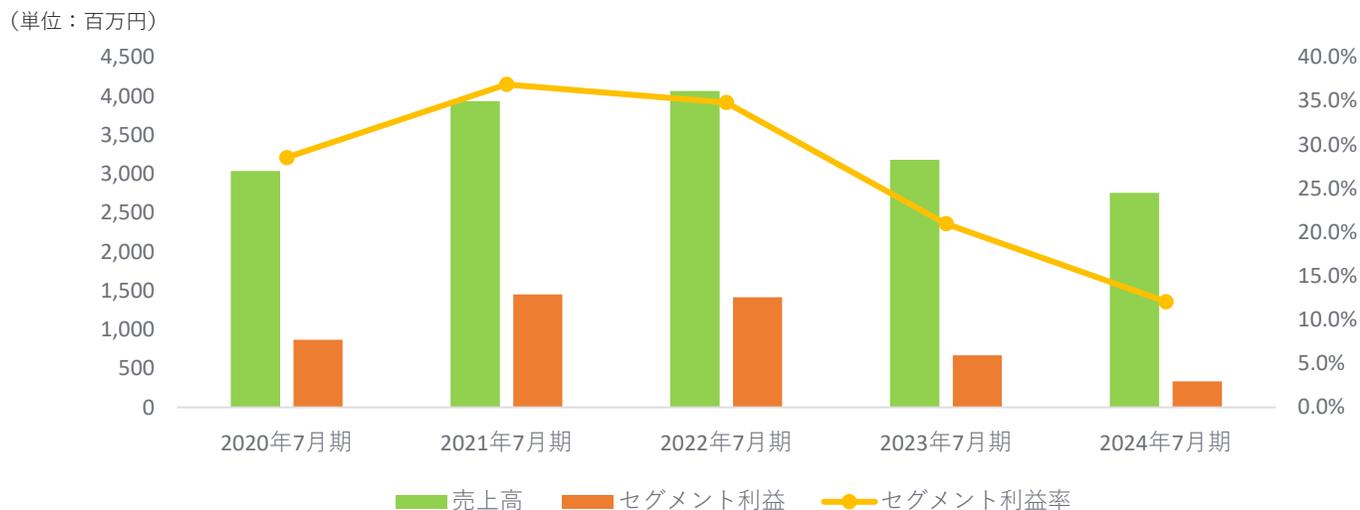


インターネット広告事業の中期戦略

インターネット広告事業

- ✓ **アプリ運営事業の顧客層や市場、収益モデルの拡大**
- ✓ **ADPF※事業の事業領域、事業モデルの拡大**
※ ADPF：アドプラットフォームの略
- ✓ **ストック性の高いプラットフォームビジネスの構築**

売上・セグメント利益の5期推移



■ 売上高及びセグメント利益は、セグメント間取引等調整前の金額となっております

資本効率の改善とサステナビリティ経営の推進

持続的成長の実現

資本政策

事業成長に向けた最適資本構成の実現を目指す

課題

- 総資本回転率の低さ
- 総資産回転率の低さ
- 自己資本比率の改善

方針

- 事業成長に向けた投資
- 株主還元の強化

目標数値

ROE	総資産回転率
15%	1回転以上

サステナビリティ

持続可能な社会と企業経営の両立を目指す

課題

- 脱炭素社会への貢献要請
- ふるさと納税事業推進による地方創生機会の拡大
- 事業の実行力の高い人材の育成

方針

- グリーンエネルギー事業の本格展開
- 制度の趣旨に沿ったふるさと納税事業の拡大
- 人的資本経営の推進

資本政策及びサステナビリティへの取り組み

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

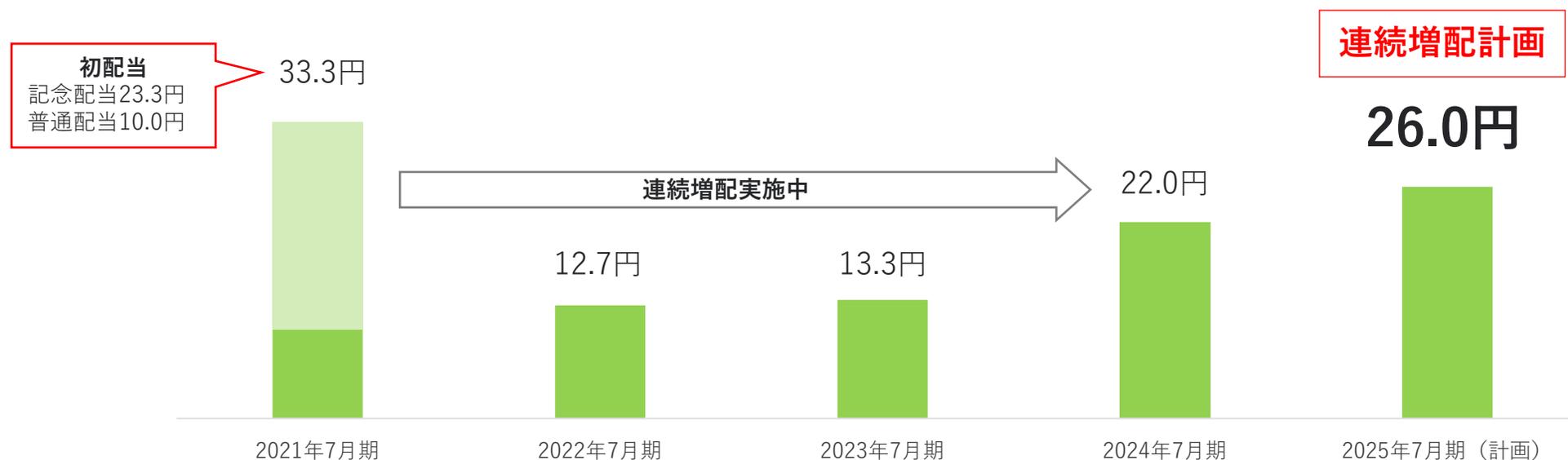
- ・ 事業基盤の維持及び持続的な成長を実現するための原資を確保しつつ、業績推移や財務状況、内部留保等を総合的に勘案し、機動的な株主還元を実施してまいります。
- ・ 具体的には、2024年7月期から2027年7月期までの4年間は配当性向50%を目安とした配当の実施に、株価水準や市場環境等に応じた機動的な自己株式の取得を加えた、総還元※による株主還元を実施してまいります。

※ 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

2024年7月期配当実績と今後の配当計画

2024年7月期の通期連結実績と株主還元方針を踏まえ、計画通り1株当たり**22円**といたします。

なお、2025年7月期におきましては、1株当たり**26円**（前年比+4円）と**増配**を計画しております。



■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。

サステナビリティへの取り組み

持続的な企業価値向上に向けた取り組みを推進

- ・サステナビリティ委員会を設置し、TCFD提言に基づく情報開示を開始
- ・更なる人的資本経営を推進するため、人材の育成及び社内環境整備に関する方針を更新



■ 4 Qの主な取り組み

環境 (E)

■ 脱炭素に向けた方針と目標を策定

- ✓ 環境課題解決に向けた取り組みの推進を図り、「環境方針」を策定し目標を設定
- ✓ 環境省「デコ活応援団」に参画 

社会 (S)

■ 社会課題の解決と人的資本経営の推進

- ✓ 今期も約18トンのお米を延べ3,700の物価高騰に苦しむひとり親家庭へ発送※
- ✓ ハタラクエールに2年連続で認証 

ガバナンス (G)

■ 新任社外取締役候補を選任

- ✓ 役員のスキルの補完と多様性の確保を目的に選任（内定）

■ 環境性能が高いオフィスへの移転を実施

柔軟な働き方による生産性の向上、社員および部門間の連携強化による創造性の発揮や業務の効率化を実現するために、2024年7月に本社を移転しました。



※ ふるさと納税地方創生ラボを通じた支援。

トピックス



上場維持基準への適合について

流通株式時価総額も適合し、東証プライム市場の上場維持基準をクリア

■上場維持基準への適合状況※1

	株主数	流通株式数※2	流通株式時価総額	流通株式比率
上場維持基準	800人以上	20,000単位以上	100億円以上	35%以上
前回基準日 (2023年7月末時点)	8,854人	224,877単位	95億円	36.7%
今回基準日 (2024年7月末時点)	10,491人	233,254単位	111億円	40.1%
	適合	適合	適合	適合

今後も、透明性のある経営と持続的な成長を追求し、株主価値の最大化に努めてまいります。

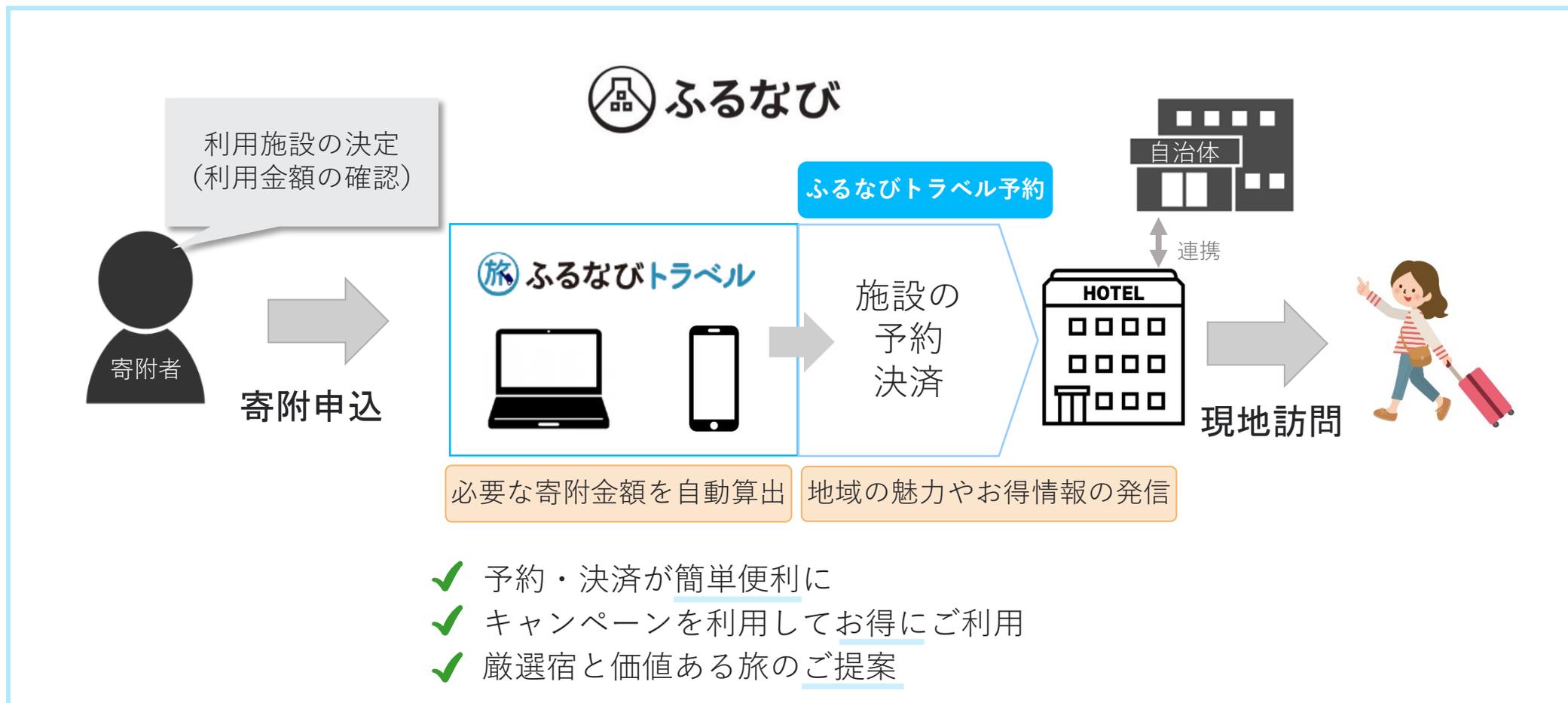
※1 適合状況については、株式会社東京証券取引所から2024年9月3日に受領した通知内容に基づき記載しております。

※2 2023年11月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しており、株式分割を考慮した流通株式数を記載しております。

旅行予約サイト「ふるなびトラベル予約」を今秋開始

ふるさと納税を利用した旅行の予約・決済がシームレスでより簡単便利に

～旅行の予約のみでもクレジットカードによる事前決済でもご利用可能



第4四半期の主なトピックス

■ JPX日経中小型株指数※の構成銘柄に選定



JPX-NIKKEI Mid Small

2024年度（2024年8月30日より適用）の「JPX日経中小型株指数」の構成銘柄に選定

※「投資者にとって投資魅力の高い会社」を構成銘柄とするJPX日経400と同じコンセプトを中小型株に適用し、持続的な企業価値の向上、株主を意識した経営を行っている企業で構成する株価指数

■ 「JICDAQ※」にて、「ブランドセーフティ」「無効トラフィック対策」の2分野で認証を取得



JICDAQ認証取得により、さらなる広告品質の向上、透明性ある広告取引の推進、トラフィックの品質確保に努める

※ 一般社団法人デジタル広告品質認証機構

■ プレイアブル広告において、ユーザー属性を指定したオーディエンス配信機能の提供を開始



プレイアブル広告にオーディエンス配信を組み合わせることで、ユーザー属性などのデータ※を活用し、ターゲットユーザーへの効果的なアプローチと商品・サービスの認知向上が期待

※ 株式会社インティメート・マージャーが保有する約4.7億のオーディエンスデータと高度な分析技術を掛け合わせたデータ活用プラットフォーム「IM-DMP」と連携しています。

その他の主なニュースリリース

2024年5月 ●  ふるなびトラベル 「ふるなびトラベル」の提携施設数が5,000件を突破

●  ふるなび 「ふるなび」で、佐賀県伊万里市のふるさと納税業務代行サービスを開始

●  i-mobile Googleが提供するベータ機能「オファーウォール」の導入支援数で国内最大規模の200件を突破

●  OHTE 「ナンプレde懸賞」がリリース10周年

●  OHTE 「ジグソーde懸賞」がリリース5周年

6月 ●  i-mobile 株式会社アイモバイル、丸紅新電力株式会社および株式会社サンヴィレッジによる再生可能エネルギーの電力の取扱いに関する協業を開始

●  OHTE 「パズルde懸賞シリーズ」を運営するオーテ株式会社が「ポイ活市場」へ新規参入

●  ふるなびトラベル 「ふるなびトラベル」において、共立メンテナンスと提携開始

7月 ●  OHTE 「リバーシde懸賞」がリリース

●  i-mobile 株式会社アイモバイルが本社を移転

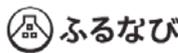


参考資料(会社情報)



主要サービス一覧

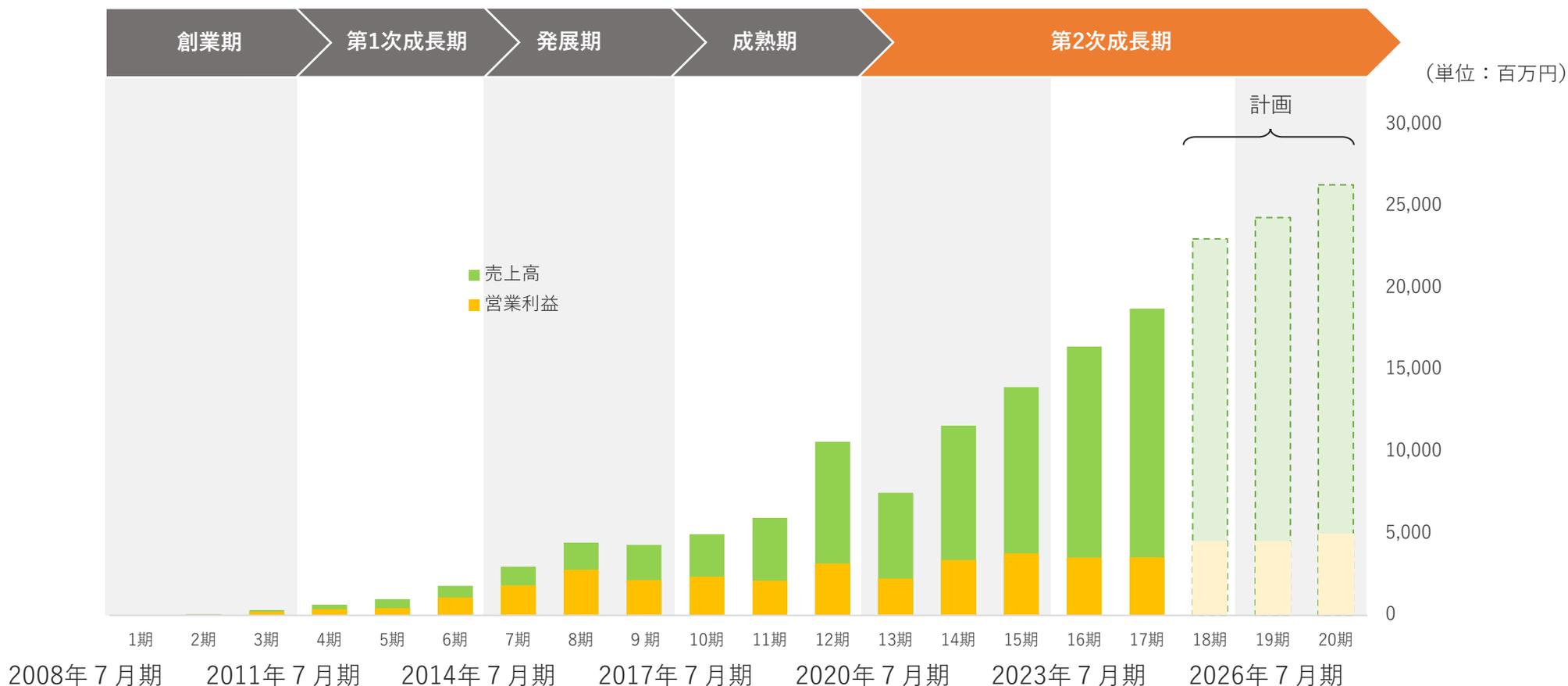
「コンシューマ事業」と「インターネット広告事業」の2つの事業ポートフォリオを持ち、アセットの最適配分と相乗効果で、高い収益性と競争力をもって成長を実現する

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	 i-mobile Media Solution	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 シンプルダイエツ	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

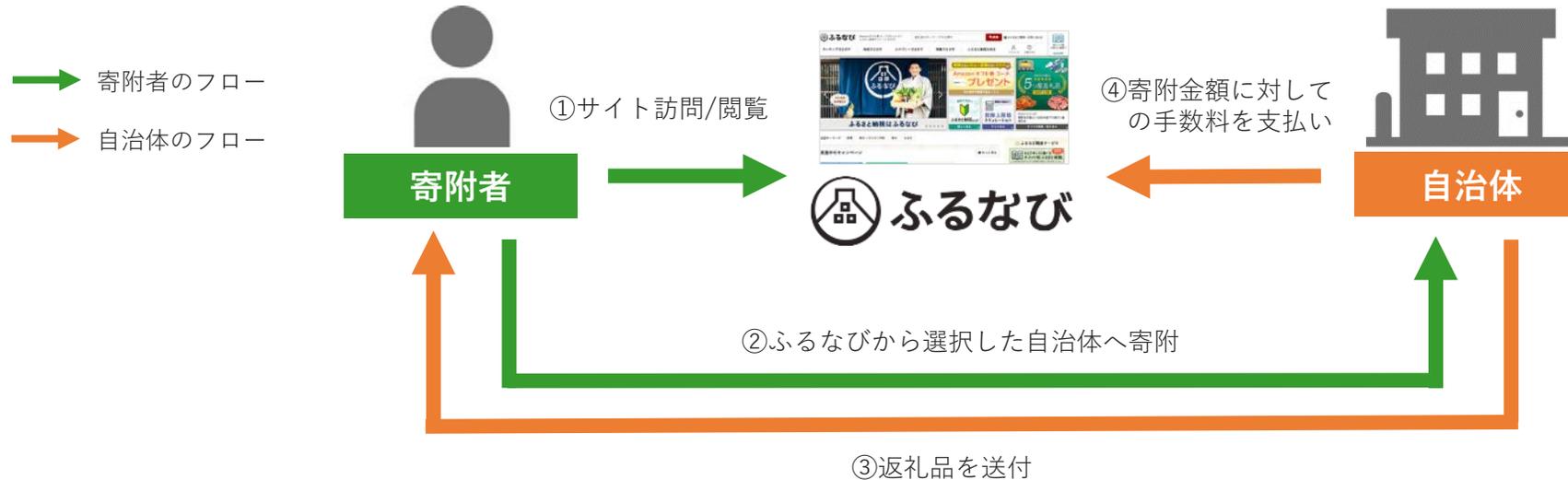
アドネットワーク事業会社として創業し、その後もアセットを活かした多角的な事業ドメインの変更を加え順調に成長を継続。今後も積極投資により、更なる収益拡大を目指す



※ 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

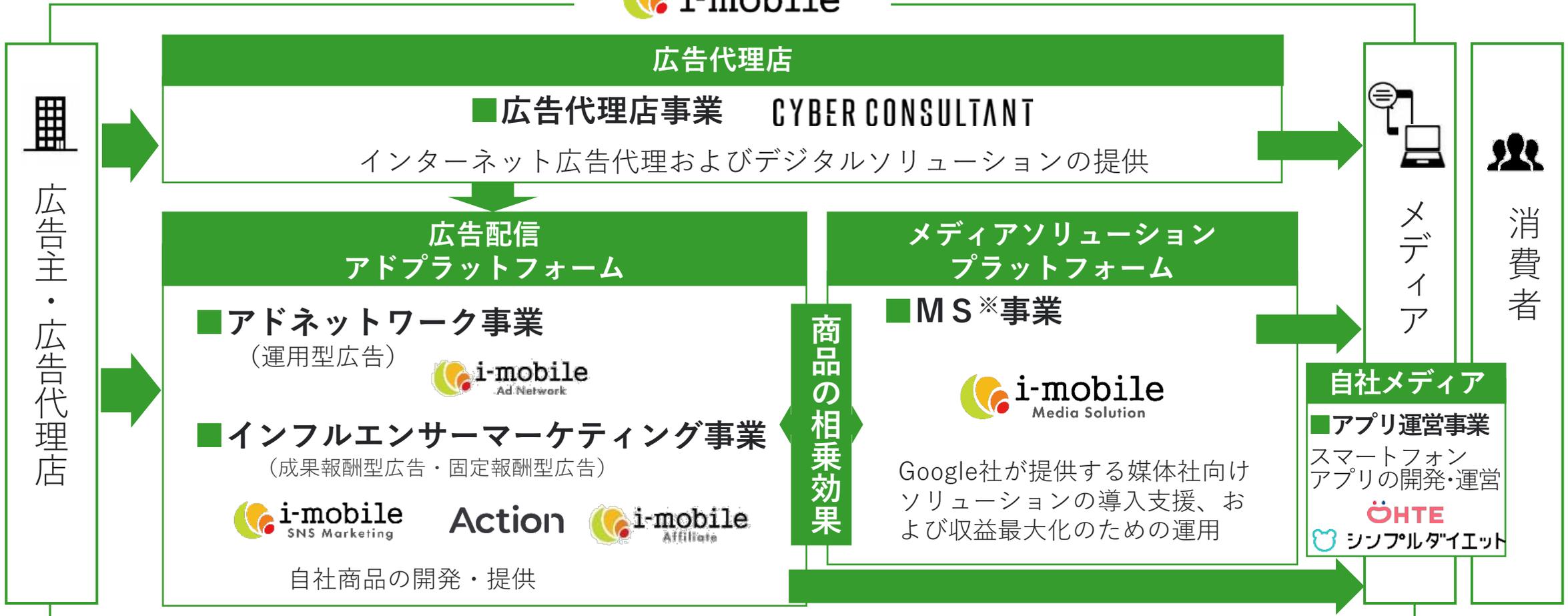
災害支援用寄附の受付。災害発生時、ふるさと納税の制度を利用して復興のための資金を募る。



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。

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1,700万回以上

※2024年7月末時点



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）



- 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

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	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07	2024/07
売上高	7,485	11,592	13,933	16,426	18,735
売上総利益	7,292	11,584	13,918	16,401	18,702
売上総利益率	97.4%	99.9%	99.9%	99.8%	99.8%
販売費及び一般管理費	5,046	8,202	10,125	12,875	15,153
売上販管費率	67.4%	70.8%	72.7%	78.4%	80.9%
営業利益	2,246	3,382	3,793	3,525	3,549
営業利益率	30.0%	29.2%	27.2%	21.5%	18.9%
経常利益	2,248	3,366	3,839	3,434	3,459
経常利益率	30.0%	29.0%	27.6%	20.9%	18.5%
当期利益	1,727	2,299	2,678	2,404	2,420
当期利益率	23.1%	19.8%	19.2%	14.6%	12.9%
総資産	15,359	18,992	18,193	21,721	24,488
純資産	13,222	14,720	13,406	14,079	15,633
純有利子負債	▲ 12,363	▲ 15,422	▲ 14,268	▲ 16,218	▲ 18,602
自己資本比率	86.1%	77.4%	73.3%	64.3%	63.3%

I-2.セグメント別業績推移 ※2

会計年度		2020/07	2021/07 ※3	2022/07	2023/07	2024/07
コンシューマ事業	売上高	4,485	7,708	9,916	13,285	15,950
	営業利益	1,325	1,974	2,495	2,976	3,446
	営業利益率	29.6%	25.6%	25.2%	22.4%	21.6%
インターネット広告事業	売上高	3,037	3,935	4,065	3,180	2,756
	営業利益	866	1,451	1,415	667	333
	営業利益率	28.5%	36.9%	34.8%	21.0%	12.1%

II.各指標の推移

会計年度	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07	2024/07
ROE	13.1%	16.5%	19.0%	17.6%	16.4%
ROA	10.7%	13.4%	14.4%	12.1%	10.5%
EPS (円) ※4	25.6	35.8	41.7	39.9	42.1

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

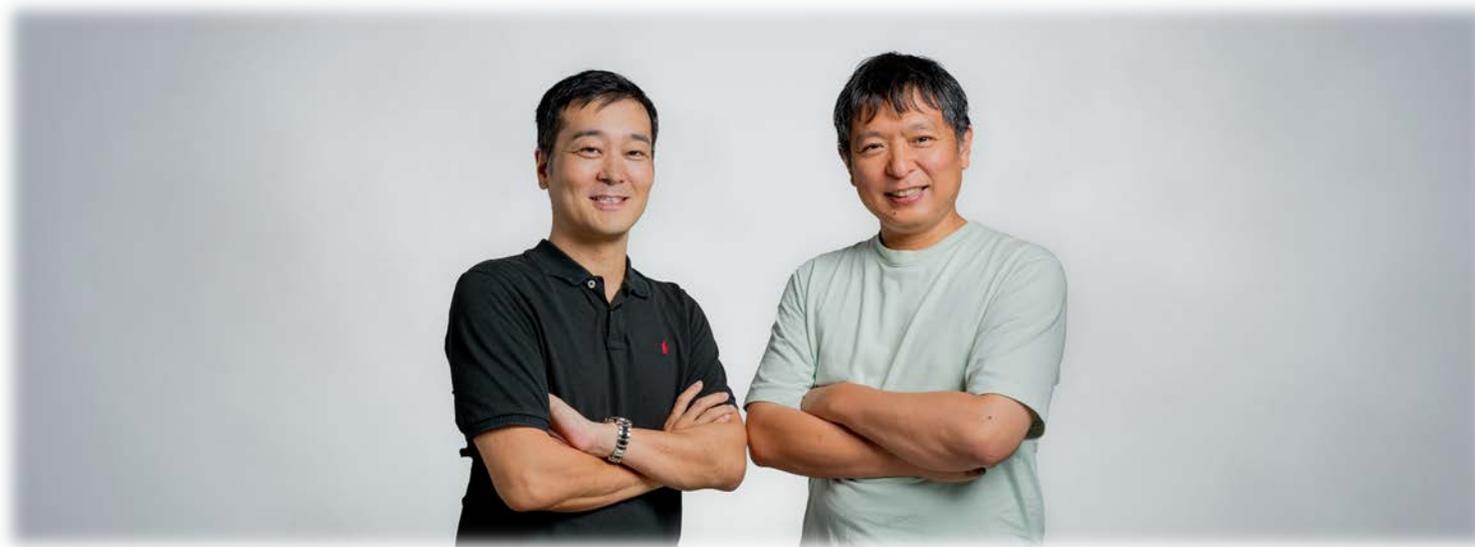
EPS：当期利益／期中平均発行済株式数

※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。



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7月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 219名 (2024年7月末時点)
本社所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目26番20号 関電不動産渋谷ビル 8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 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

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 

