



2019年3月期第2四半期 決算説明資料

2019/03/15

株式会社アイリッジ

(証券コード：3917)

INDEX

1. 2019年3月期第2四半期決算について P. 2
2. 中期経営計画について P.19



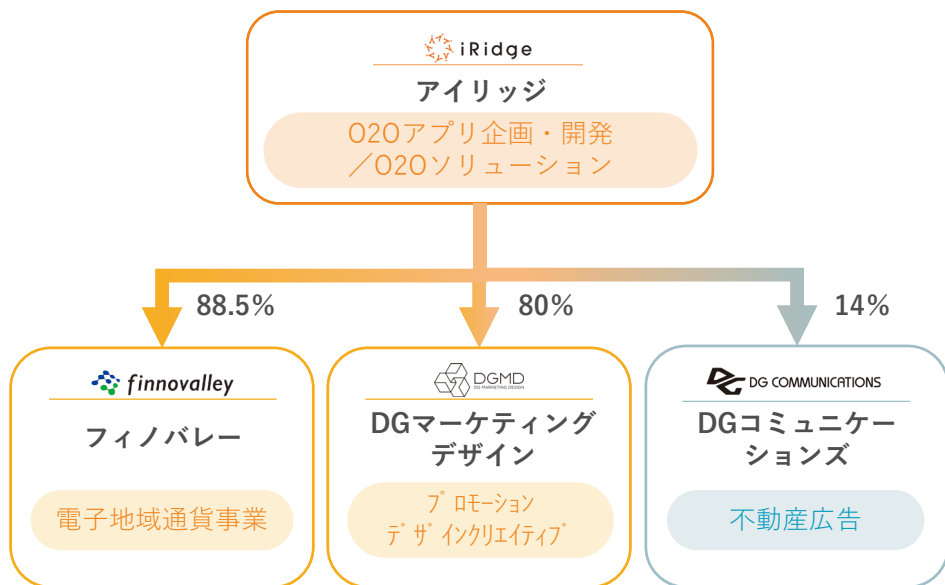


1. 2019年3月期第2四半期決算について

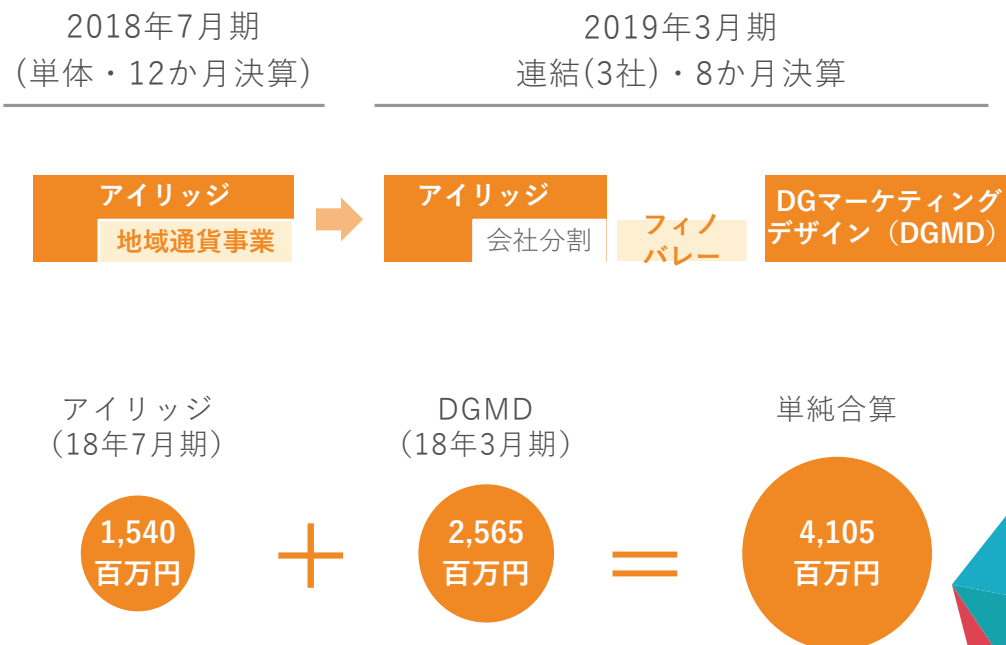
連結体制への移行及び決算期変更

- 2018年5月以降、複数の業務資本提携を進め、当社の事業領域は拡大。グループ経営体制に移行。
- 上記に伴い、2019年3月期より連結決算に移行。また、2019年3月期は8か月決算（決算期変更）。
 - ✓ アイリッジとDGMDは、企業向けの集客・販促を主なサービスとしており、多くの取引先の決算月である3月に売上高が大きくなる点は共通傾向。

アイリッジグループ体制図



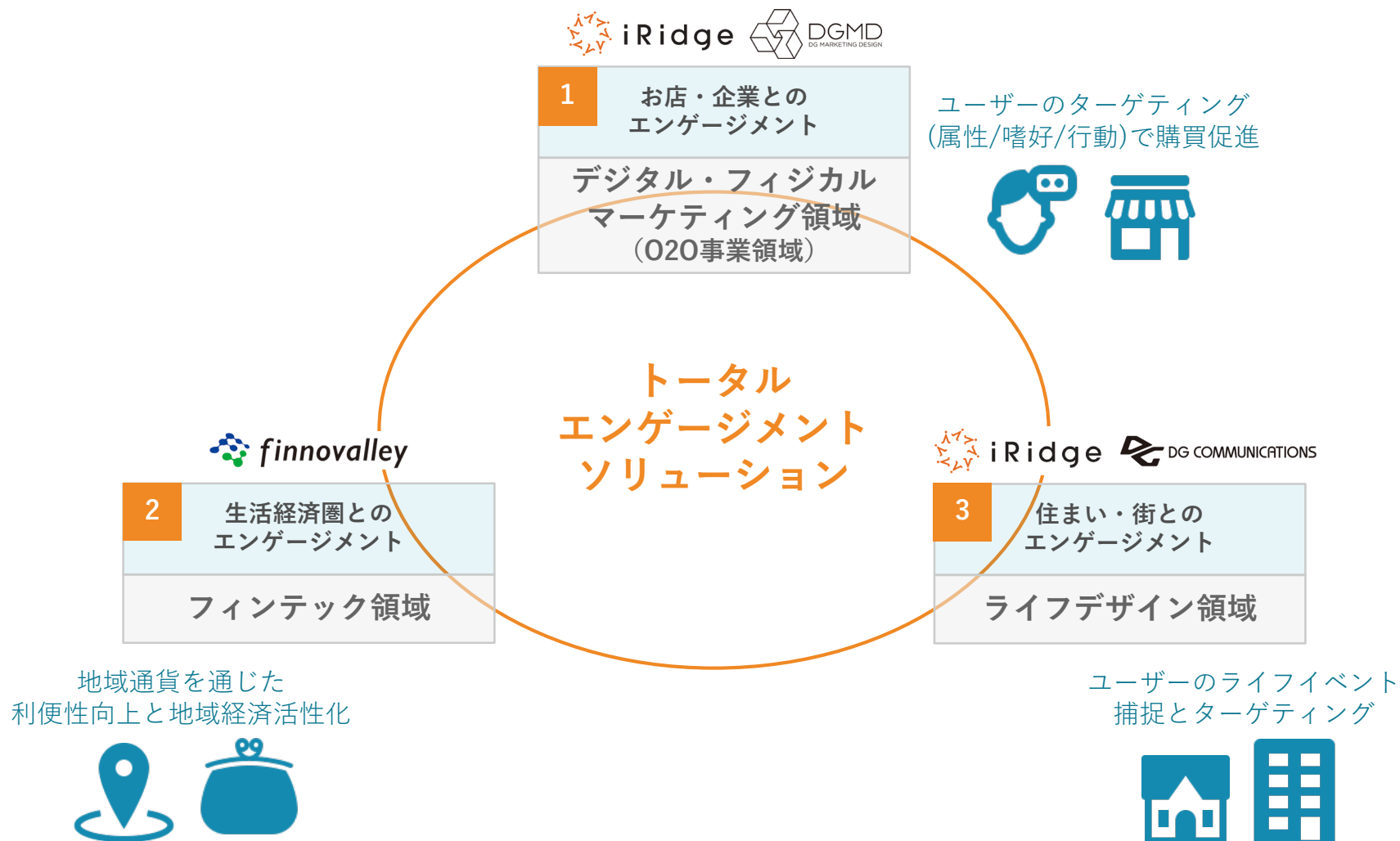
連結体制への移行



連結体制となり、売上規模は2.6倍へ（前期実績ベースの試算）

グループ経営体制による事業領域の更なる拡大

3社の持つ幅広い業界、小売・流通/鉄道/金融/消費財メーカー/不動産等に対する一気通貫ソリューションを提供することで、更なる拡大が可能な体制に移行。



成長・拡大に伴う投資と課題認識

事業領域や売上規模の拡大に伴い、積極的な投資を行っていることで、新たな課題も発生している。

事業拡大に対応する投資 (人材獲得・組織力向上)

- O2Oソリューション強化を進め、popinfo CDPの開発・サービス提供開始(※)
- Sales & Marketingへの積極的投資。営業力の強化が、着実に受注に繋がっている状況
- 受注拡大に対応するため、足元開発メンバーを積極採用中

※) 「popinfo CDP」スライドP14-16で後述。
CDPとは、Customer Data Platformのことを指す

業務資本提携後の投資

- 2018年5月以降、複数の業務資本提携を進め、その後PMIに伴う人的・金銭的なリソース投入
 - DGMD社とのO2O事業領域の拡大・シナジー創出
 - DGC社とのライフデザイン領域の立ち上げ

新しい事業への投資

- トータル・エンゲージメント・ソリューションに繋がる、新事業領域への投資
- 軌道に乗り始めたフィンテック領域、またライフデザイン事業の立ち上げ
- 新たなVUI (※) 等への新規投資

※VUI(Voice User Interface)
音声ユーザーインターフェース) : ユーザーが声でコンピューターや端末をコントロールできるようにする機能

成長・拡大に向けた投資により、一時的に原価率・販管費率が上昇しているが、来期に向け継続的に改善に取り組み中

2019年3月期第2四半期 決算概要

連結移行に伴い、売上高は前年同期比2.7倍。足元の受注活動は順調に進捗しており、例年通り3月の売上高が大きくなる見込み。

| (単位：百万円) | 19/3期2Q 実績（連結） | （ご参考） 18/7期2Q 実績（単体） | 19/3期通期 業績予想 |
|----------------------|-------------------|----------------------------|-----------------|
| 売上高 | 1,982 | 716 | 3,200～3,400 |
| 売上原価 | 1,416 | 457 | — |
| 売上原価率 | 71.4% | 63.8% | — |
| 売上総利益 | 566 | 259 | — |
| 粗利率 | 28.6% | 36.2% | — |
| 販管費 | 674 | 219 | — |
| 販管费率 | 34.0% | 30.6% | — |
| 営業利益 | △ 108 | 40 | 65～105 |
| EBITDA | △ 31 | 68 | 165～210 |
| 経常利益 | △ 105 | 40 | 65～105 |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | △ 97 | 27 | 20～45 |

サービス別の売上高

- 「月額報酬」「アプリ開発、コンサル、プロモーション等」に区分。
- 「月額報酬」：位置情報を活用したロケーションビジネスの強化、popinfoのアプリマーケティング機能の強化により、着実な積み上げを図っていく。
- 「アプリ開発、コンサル、プロモーション等」：ウェブ・リアルの両面からグループ一体となって推進することにより、受注拡大を図る。

| (単位：百万円) | 19/3期2Q (連結) | | (ご参考) 18/7期2Q (単体) | |
|-------------------------|--------------|--------|-----------------------|--------|
| | 実績 | 構成比 | 実績 | 構成比 |
| 月額報酬 | 295 | 14.9% | 285 | 39.9% |
| アプリ開発、コンサル、 プロモーション等 | 1,687 | 85.1% | 430 | 60.1% |
| 合計 | 1,982 | 100.0% | 716 | 100.0% |

月額報酬

- popinfoのサービス利用料
- アプリのシステム保守料等
- ロケーションサービス提供料

アプリ開発、コンサル、プロモーション等

- アプリの企画・開発に伴う収入
- アプリマーケティングに伴う収入
- 広告・販売プロモーションに伴う収入

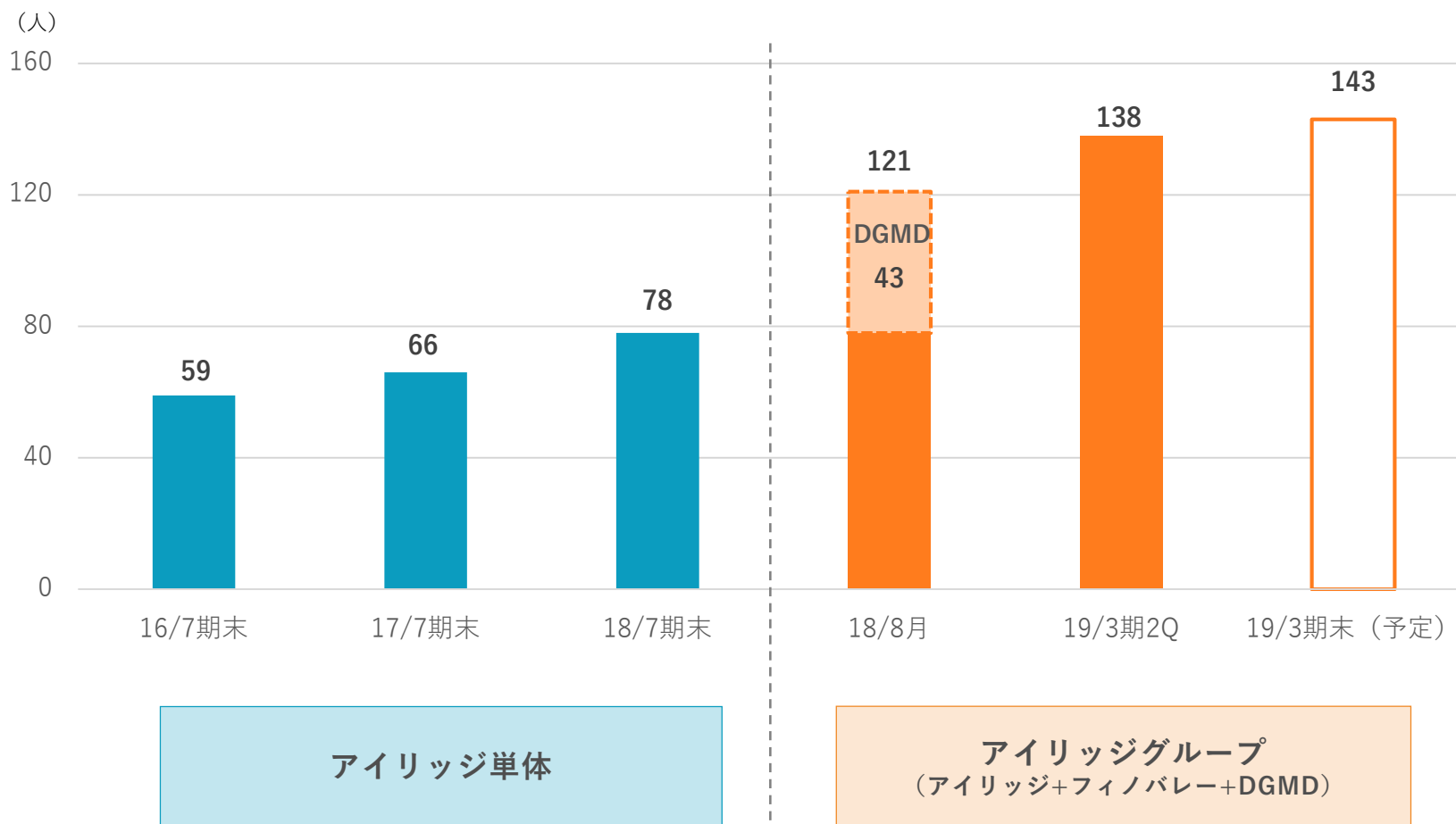
売上原価、販管費

- 連結体制に伴い原価構造が変化。DGMDで発生する原価は主に外注費（原価人件費はなし）。
- 来期に向け、原価率及び販管費率の改善に継続的に取り組む。

| (単位：百万円) | 19/3期2Q（連結） | | （ご参考） 18/7期2Q（単体） | | |
|-------------------|-------------|-------|----------------------|-------|--|
| | 実績 | 対売上高 | 実績 | 対売上高 | |
| 売上原価 | 1,416 | 71.4% | 457 | 63.8% | <ul style="list-style-type: none"> ■ 外注費の原価コントロール、開発メンバーの採用による内製割合の上昇により、原価低減を進める |
| 原価人件費 | 121 | 6.1% | 145 | 20.4% | |
| 外注費 | 1,116 | 56.3% | 213 | 29.9% | |
| その他原価 | 178 | 9.0% | 97 | 13.6% | |
| 販売費及び一般管理費 | 674 | 34.0% | 219 | 30.6% | <ul style="list-style-type: none"> ■ 3月の売上ボリューム拡大により、固定費部分の販管費率は期末では低下する見込み ■ 人材採用強化に伴う人件費増は、着実に受注に繋がっている状況 ■ 販管費コストの見直しは継続 ■ 連結化に伴う一時コスト等は15百万円程度 |
| 人件費 | 369 | 18.6% | 123 | 17.2% | |
| 採用費 | 30 | 1.5% | 21 | 3.0% | |
| 管理諸費・支払報酬 | 46 | 2.4% | 21 | 3.0% | |
| のれん償却 | 24 | 1.2% | — | — | |
| 業務委託費 | 50 | 2.5% | 2 | 0.4% | |
| その他経費 | 152 | 7.7% | 50 | 7.0% | |
| 営業利益 | △ 108 | — | 40 | 5.6% | |
| EBITDA | △ 31 | — | 68 | 9.5% | |

従業員数の推移

- アイリッジ単体からアイリッジグループ体制への移行により、人員数が増加。
- 更なる成長に向け、引き続き積極的な採用活動を継続しており、19/3期末は143名の見込み。



貸借対照表

- DGMDとDGコミュニケーションズの株式取得により、現金及び預金が減少。
- 連結化に伴い、のれんを計上。

| (単位：百万円) | 19/3期 1月末実績（連結） | （ご参考） 18/7期 期末実績（単体） |
|------------|--------------------|----------------------------|
| 流動資産 | 1,730 | 2,339 |
| 現金及び預金 | 845 | 2,037 |
| 受取手形及び売掛金 | 611 | 213 |
| 仕掛品 | 138 | 26 |
| 固定資産 | 1,479 | 352 |
| のれん | 568 | - |
| ソフトウェア・仮勘定 | 225 | 153 |
| 繰延税金資産 | 434 | 44 |
| 資産合計 | 3,209 | 2,691 |
| 流動負債 | 443 | 212 |
| 買掛金 | 296 | 66 |
| 未払法人税等 | 8 | 4 |
| 賞与引当金 | 50 | 56 |
| 固定負債 | 42 | 23 |
| 負債合計 | 485 | 236 |
| 純資産 | 2,724 | 2,455 |

※) 18/7期 期末実績につきましては、流動資産に含まれていた繰延税金資産を固定資産に組み替えて表示しております。

(ご参考) 四半期推移

| (単位：百万円) | 19/3期1Q | | 19/3期2Q | | 19/3期2Q累計 | |
|----------------------|---------|--------|---------|--------|-----------|--------|
| | 実績 | 対売上高 | 実績 | 対売上高 | 実績 | 対売上高 |
| 売上高 | 1,004 | 100.0% | 977 | 100.0% | 1,982 | 100.0% |
| 売上原価 | 713 | 71.0% | 703 | 71.9% | 1,416 | 71.4% |
| 原価人件費 | 63 | 6.4% | 57 | 5.9% | 121 | 6.1% |
| 外注費 | 553 | 55.1% | 563 | 57.6% | 1,116 | 56.3% |
| その他原価 | 95 | 9.6% | 82 | 8.4% | 178 | 9.0% |
| 売上総利益 | 291 | 29.0% | 274 | 28.1% | 566 | 28.6% |
| 販管費 | 332 | 33.1% | 341 | 34.9% | 674 | 34.0% |
| 人件費 | 181 | 18.0% | 188 | 19.3% | 369 | 18.6% |
| 採用費 | 16 | 1.6% | 13 | 1.4% | 30 | 1.5% |
| 管理諸費・支払報酬 | 26 | 2.6% | 20 | 2.1% | 46 | 2.4% |
| のれん償却 | 12 | 1.2% | 12 | 1.3% | 24 | 1.2% |
| 業務委託費 | 24 | 2.5% | 25 | 2.6% | 50 | 2.5% |
| その他経費 | 71 | 7.1% | 80 | 8.3% | 152 | 7.7% |
| 営業利益 | △ 41 | - | △ 66 | - | △ 108 | - |
| EBITDA | △ 4 | - | △ 27 | - | △ 31 | - |
| 経常利益 | △ 39 | - | △ 65 | - | △ 105 | - |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | △ 43 | - | △ 54 | - | △ 97 | - |

当社を取り巻く市場環境

- 我々が取り組んでいる事業領域の市場環境は、引き続き成長・拡大基調。
- O2O領域・オムニチャネル領域市場はもちろん、位置情報活用市場も拡大基調であり、その重要性・市場性が更に増してきている。

O2O領域・オムニチャネル領域市場の成長

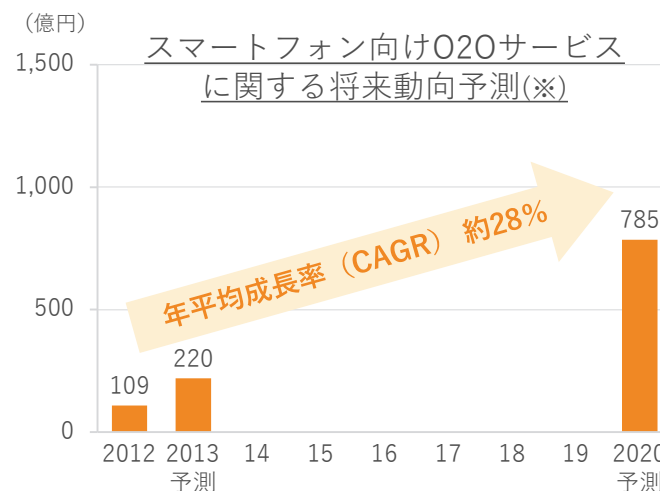


※出典：2018年7月サイバーエージェント/デジタルインファクト調べ



- 市場規模は2018年に17年比2.25倍の135億円、2023年には同27倍の1,616億円に達する見通し
- 年平均成長率 (CAGR) 約73%で推移予測

位置情報活用市場の拡大



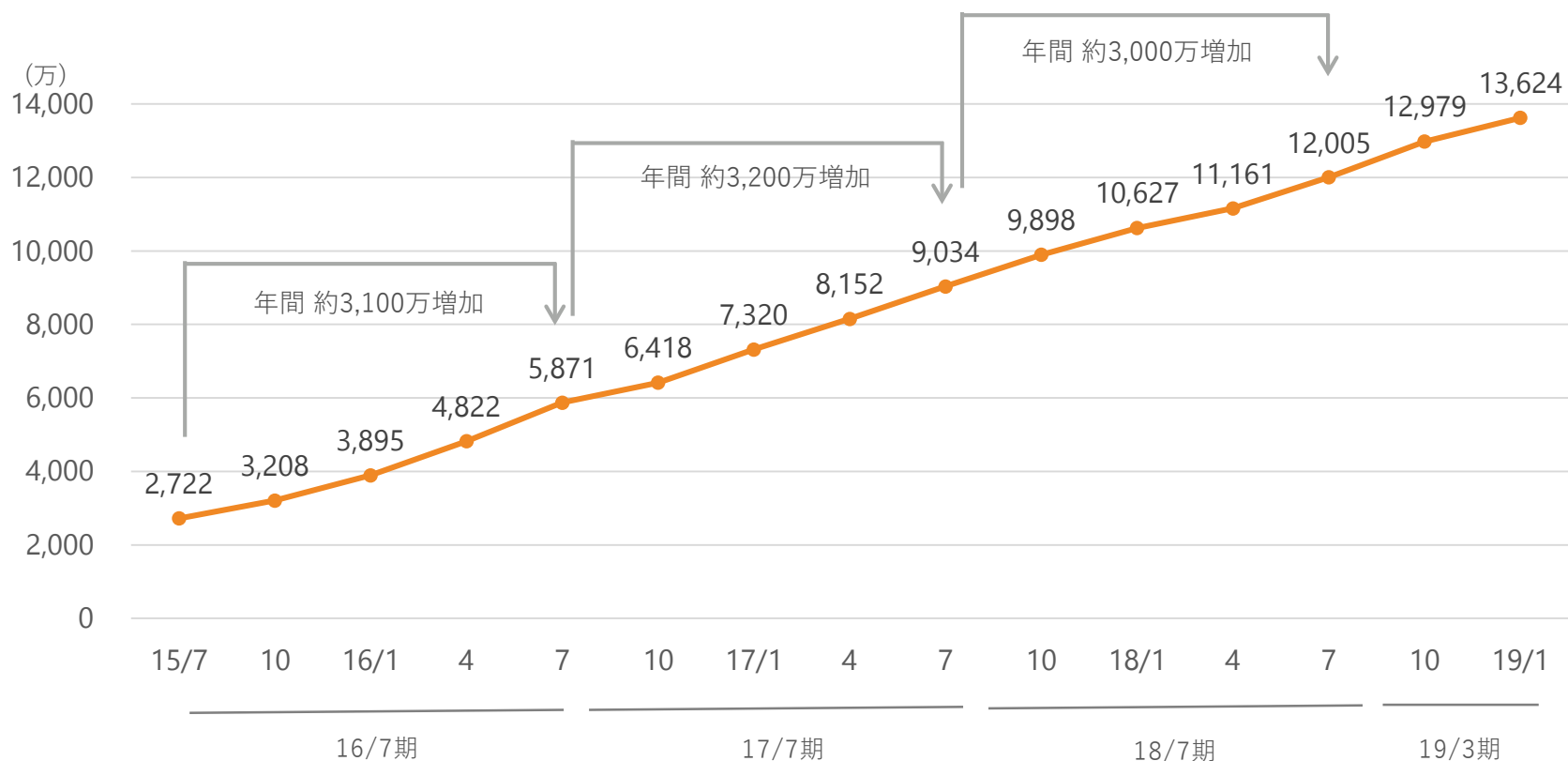
※出典：2013年10月シード・プランニング社「スマートフォン向けO2Oサービスに関する将来動向の調査」よりスポット情報サービス部分を基に自社分析



- スポット情報サービスについては、2020年には市場は785億円に拡大すると見込まれる
- 12~20年の年平均成長率 (CAGR) は約28%予測

利用ユーザー数の推移

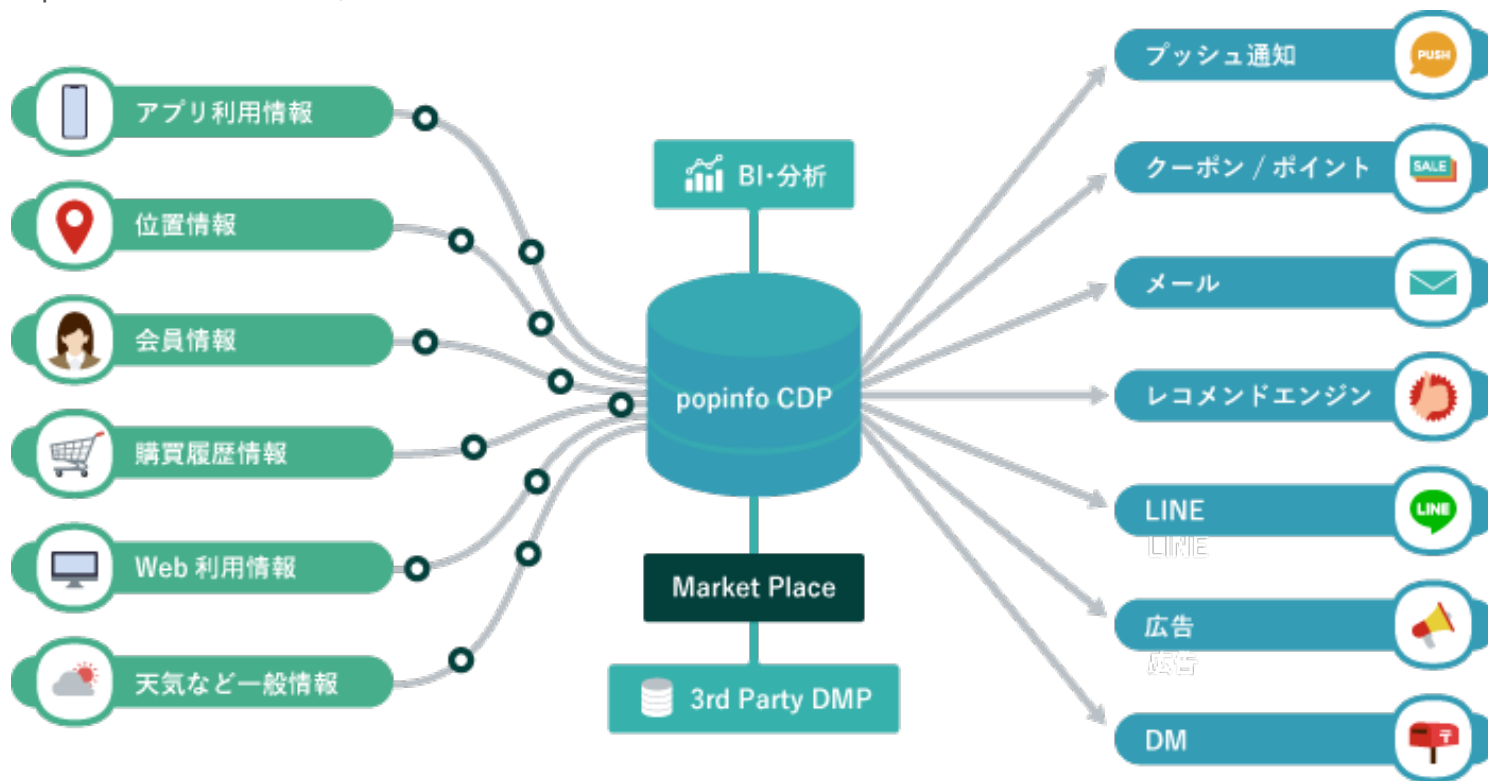
企業のスマホ・マーケティングへの取り組みは良好であり、当社の利用ユーザー数 (※) も堅調に推移。



※) 従来公表しておりました利用ユーザー数は、プッシュ通知の配信に同意しているユーザー数を指し、アプリごとにカウントしておりましたが、iOS12の仕様変更に伴い、これまでの基準で取得することが困難になりました。そのため、新しい指標として、popinfolD発行数（アプリを初回起動したタイミングで発番されるID数でアプリごとにカウント）を使用しております。

取組事例： popinfo CDP（顧客データ分析プラットフォーム）

スマートフォン向け位置情報活用O2Oソリューション「popinfo」の顧客データ分析プラットフォーム（以下「popinfo CDP（※）」）と、新ダッシュボードの提供を先月2/27より開始。



オンラインとオフライン双方のデータを可視化し施策に活用

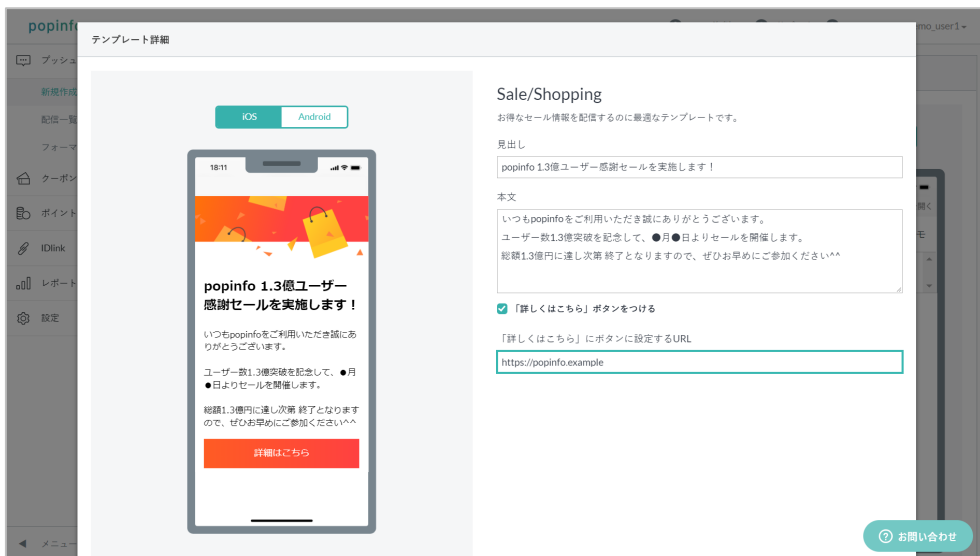
- オンラインとオフライン両方のデータを入れることができ、各種BIツールを使って可視化ができる
- 企業はアプリ/Webのユーザー行動や、GPS/Wi-Fi/Bluetoothを利用して検知する位置情報、自社のCRMデータ、購買履歴データを組み合わせた分析を行い、顧客一人ひとりを理解した最適なコミュニケーションを取ることが可能

※) CDP (Customer Data Platform)：顧客一人ひとりの属性データや行動データを収集・蓄積・統合するためのデータプラットフォーム。広義のDMPの一種であり、顧客個人をキーに設計するなど、より人単位の情報管理に特化しているものを指す

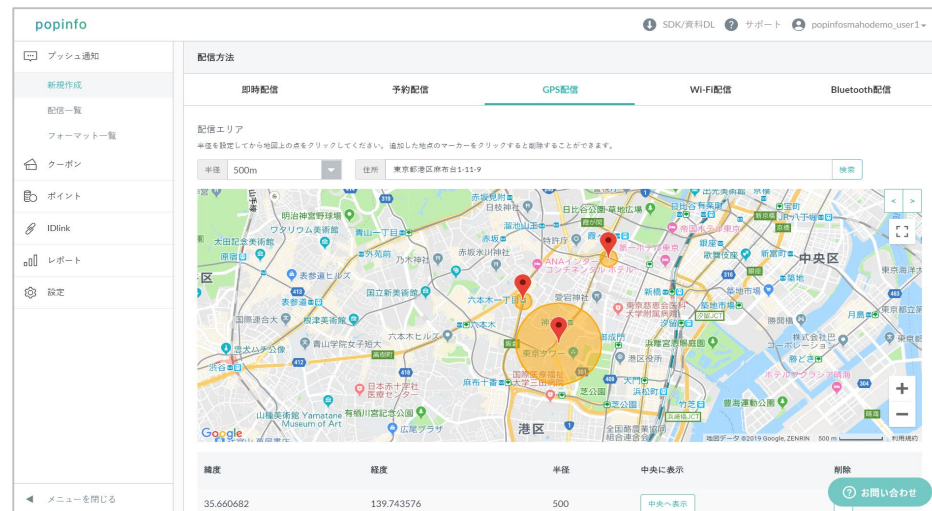
取組事例：popinfo 新ダッシュボードの公開

- popinfo CDPと同時に公開するpopinfo新ダッシュボードについても同様の目的でリニューアル。
- 具体的には「popinfo」の4つのソリューションが、一つのダッシュボードから操作可能に(※)。
- さらに、HTMLの知識は不要で、シチュエーションに合わせたプッシュ配信が行えるテンプレート機能が新設されたほか、英語対応範囲も拡大。

新ダッシュボードイメージ ・プッシュ配信テンプレート例



・位置情報プッシュ配信画面例



※) popinfoが持つ「popinfoプッシュ」、「popinfoクーポン」、「popinfoポイント」、「popinfo ID Link」の4つのソリューションを一つのダッシュボードから操作できるよう統合

(ご参考) 「popinfo」とは

- 「popinfo」は、顧客一人ひとりを理解した最適なコミュニケーションを実現するO2Oマーケティングプラットフォーム。スマートフォンアプリに組み込むだけで、オンラインとオフラインのデータを統合し、ユーザーの行動分析から施策まで行えます。
- 自社のCRMデータを組み合わせたアプリマーケティングはもちろん、自店舗/競合店舗の来店分析、商圈分析なども可能で、小売業や商業施設を中心に幅広い業種で導入いただいています。
- クーポンやポイント、スタンプカードなどを組み込めるpopinfo各シリーズと組み合わせることで、より多彩なコミュニケーションツールとして活用いただくことが出来ます。

| ソリューション名 | 機能概要 |
|-----------------|--|
| popinfoプッシュ | スマートフォン向けプッシュ型情報配信サービス。位置情報、属性情報、時間帯に基づき、一斉配信からOne to One配信まで、ユーザーへの効果的な通知を実現 |
| popinfoクーポン | popinfoプッシュと連動可能なクーポン配信モジュール。特定のユーザーにのみクーポンを配布することもできます。配布されたクーポンの利用状況を計測し管理することで、効果的な効果測定が可能 |
| popinfoポイント | popinfoクーポンとの連携も可能な、ユーザーへのインセンティブ付与モジュール。アプリの起動や指定エリアへの来訪、プッシュ通知開封など、アプリ内の行動に対して簡単に付与できます。付与されたポイントはクーポンや外部の各種ポイントサービスと交換可能 |
| popinfo ID Link | 企業のIDや広告IDをpopinfo IDと紐付けする機能。企業側で分析したターゲティングに対して、popinfoを使って特定セグメントに向けたプッシュ配信やクーポン配布が実現 |
| popinfo CDP | <ul style="list-style-type: none">オンラインだけでなくオフラインのデータも入れることができる、顧客データ分析プラットフォーム。各種BIツールを使ってデータを可視化し、施策に活用可能自社のCRMデータを組み合わせたアプリマーケティングから、自店舗/競合店舗の来店分析、商圈分析など、オフラインの分析結果に基づいたマーケティングまで可能 |
| その他 | デザインカスタマイズ可能なゲーム機能、画面上に特殊なスタンプをタッチするだけで押印・収集できるスタンプ機能など、アプリ利用を促進する機能もご用意。ゲーム結果に応じたインセンティブ提供や、スタンプコンプリート時のクーポン、キャンペーン応募サイトへのリンク表示を通じて、アクティブ率を向上が可能 |

2018年11月以降のニュース①

| | |
|------------|---|
| 2018/11/1 | 「宣伝会議サミット2018」（11月14日～15日）に登壇 スマホ活用でのCX最適化、位置情報活用の可能性について講演 |
| 2018/11/13 | 木更津市内のセブン-イレブン 5 店舗で電子地域通貨「アクアコイン」によるキャッシュレス決済を開始 |
| 2018/11/13 | アイリッジ、「Amazon Alexa スキル開発エージェンシープログラム」認定を取得 |
| 2018/11/14 | Amazon Alexa Dev Summit Tokyo 2018（12月14日～15日）にゴールドスポンサーとして出展 |
| 2018/11/26 | 京都銀行でスマートロックと連携した次世代電子地域通貨「京銀コイン」によるキャッシュレス体験展示を実施 |
| 2018/11/29 | キャッシュレスを推進する、日本初の電子地域通貨ユーザー専用 新電力プラン提供開始 |
| 2018/11/29 | 【女性限定】 ノンプログラミングでAmazon Alexaスキルをつくるハンズオンセミナーに協賛 |
| 2018/12/4 | 産学官民連携でデジタル-コミュニティ通貨を調査研究する「グッドマネー・ラボ」 研究員就任のお知らせ |
| 2018/12/13 | ノンプログラミングスキル制作ツール「NOID」から生まれたAlexaスキルの延べ利用ユーザー数が5,000を突破 |
| 2018/12/13 | 「相鉄線アプリ」初のリニューアルを開発支援、列車走行位置や駅混雑情報を表示するStation Viewに対応 |
| 2018/12/14 | ノンプログラミングスキル制作ツール「NOID」が世界で初めてAlexaカスタムスキルの動画プレイヤーに対応 |
| 2018/12/18 | DGマーケティングデザイン、AOKIグループの新ロゴ制定をプロデュース |
| 2018/12/19 | 「タイトーアプリ」を開発支援、店舗のゲームで使えるポイントがアプリでたまる |
| 2018/12/26 | アイリッジ、ビジネスVR最大手のナーブと業務提携し、ビジネスVR×O2Oソリューションの提供を開始 |

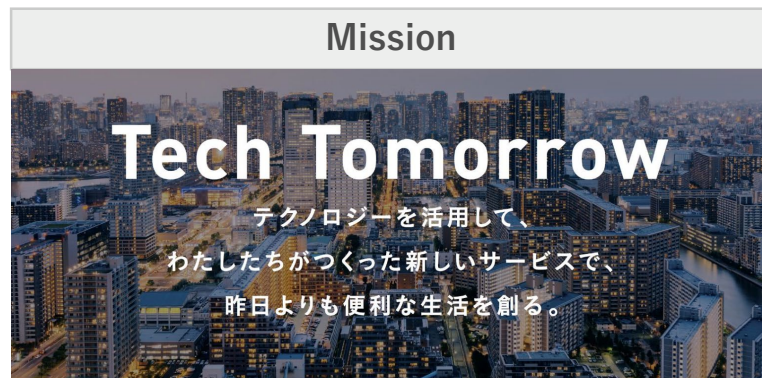
2018年11月以降のニュース②

| | |
|------------|--|
| 2018/12/26 | 位置情報データによる行動解析サービス「ジオリーチ」を不動産業界向けに提供開始 |
| 2018/12/28 | O2Oソリューション「popinfo」のユーザー数が2018年12月、1億3,000万ユーザーを突破！ |
| 2019/1/10 | スマホ向けO2Oソリューション「popinfo」、gooニュースアプリに導入 |
| 2019/1/16 | DroidKaigi 2019（2月7日～8日）にGOLD SPONSORとして協賛 |
| 2019/2/1 | 三井住友海上・NTTデータ共催 オープンイノベーションビジネスコンテストにて 三井住友海上賞を受賞 |
| 2019/2/8 | 三井物産・日本IBMと取り組む共通ポイントシステム「ウェルネス貯金」が実証実験を開始 |
| 2019/2/20 | 岐阜県・飛騨高山地域の電子地域通貨「さるぼぼコイン」が飛騨市の市税等支払いに対応 |
| 2019/2/20 | DGマーケティングデザイン、レイ・イナモト氏らと協力しAOKIの新ブランド「Aoki Tokyo」をプロデュース |
| 2019/2/21 | エンジニア・テクニカルリーダー向けイベント Google Cloud INSIDE Digital（3月7日）に登壇 |
| 2019/2/26 | 拓殖大学 情報工学科で日本で初めてのノンプログラミングVUI演習を実施 |
| 2019/2/27 | 「popinfo」が顧客データ分析プラットフォームを提供開始 ダッシュボードも刷新しO2Oのトータル支援を強化 |
| 2019/3/12 | ブラインドサッカー公認Alexaスキル公開 |
| 2019/3/14 | 音声AIを活用して自社のファン育成に挑戦 三井住友海上の1DAYインターンシップを支援 |
| 2019/3/15 | 三井不動産・NTTデータとデジタル接客ポップアップストア出店の実証実験開始 |

The page features decorative geometric patterns in the corners. The top-left corner is filled with a cluster of triangles in shades of yellow, orange, and teal. The bottom-right corner is filled with a larger, more complex cluster of triangles in shades of orange, yellow, teal, and red. The central area of the page is white and contains the main text.

2. 中期経営計画について

我々が目指す方向性



培ってきた強み

- ✓ **クライアント資産：**
スマホアプリで**企業とユーザーを繋ぐO2O**
ソリューションにおける**国内最大級の実績とノウハウ**
- ✓ **技術力資産：**
新しい領域に積極的にチャレンジする文化と**技術力**
- ✓ **ビッグデータ資産：**
位置情報を中心とするビッグデータ・**行動解析基盤**

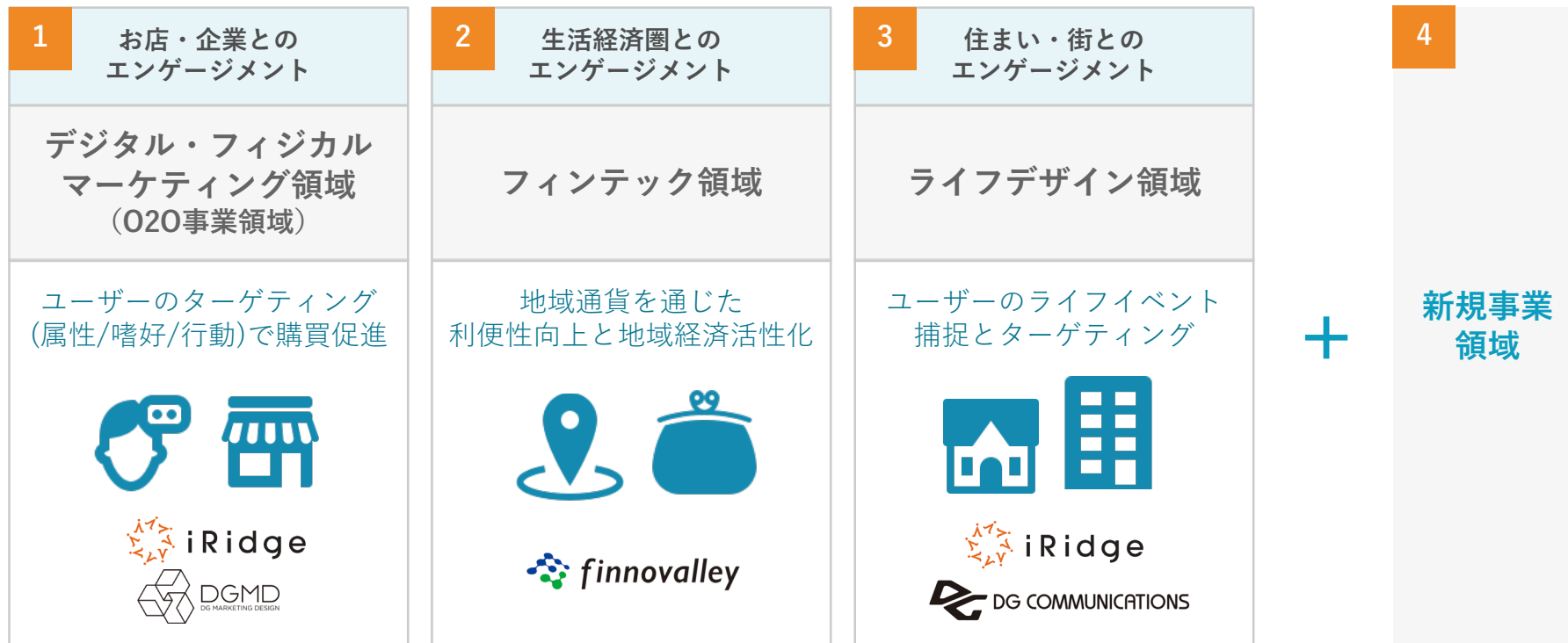
マーケットニーズ

- ✓ ユーザーとの**常時・手軽・密な接点**の確保
- ✓ 多様化するユーザーニーズに対応できる**One to One Marketing**の実現
- ✓ ネット・リアルを統合して**ユーザーを囲い込む**
エンゲージメント・ソリューションの実現

企業－ユーザー間のコミュニケーション&エンゲージメントを高めるソリューションにフォーカス
トータル・エンゲージメント・ソリューション

全社戦略骨子

トータルエンゲージメントソリューションを実現するために、
3つの事業領域に注力し、推進主体となるグループ各社で取り組みを強化・推進。



3つの領域それぞれの成長を進めるとともに、
有機的な事業融合によるシナジー創出も進めていく

1 デジタル・フィジカルマーケティング領域

デジタル・フィジカルマーケティング領域では、既存事業で培われた自社ソリューションをさらに強化することで事業領域を拡大し、戦略的重点業界を拡張させていく。

ターゲット 拡張

戦略的重点業界の拡張

- ✓ リテール・通信・金融・モビリティ業界を中心にモバイルマーケティングのコンサルティング・システム開発・運用領域まで拡大
- ✓ 自社ソリューションに加えて業界特化型ソリューションを提供することで、業界ニーズを汲み取ったカスタマーサクセスを支援

ソリューション 強化

One to One マーケティング実現のための自社ソリューションの強化

- ✓ アプリ内データ、ロケーションデータを中心にデータプラットフォームを提供
- ✓ デジタルマーケティング領域でのパートナーシップによるエコシステムの構築

シナジー 創出

事業領域拡大のためのシナジーの創出

- ✓ DGマーケティングデザインにより、フィジカルマーケティング領域におけるコミュニケーションデザインを提供することで、他社にはできない顧客体験を提供
- ✓ クロスロケーションズ社をはじめとする広告事業者と連携することで、広告からCRMまで一気通貫のサービスを提供

1 取組事例：pop-up store@ららぽーと海老名

デジタル領域を得意とするアイリッジと、店舗販促/フィジカル領域を得意とするDGMDの協業事例。実証実験後はパッケージ化し、EC事業者や大手メーカーなど、両社が抱える既存クライアントへの展開を目指しています。



2 フィンテック領域

フィンテック領域では、ソリューション拡張と実績を重ねていくことで、展開地域を拡大していくとともに、地域企業と連携した新たな付加価値創出にもつなげていく。

ソリューション 拡張

電子地域通貨の地域活性化につなげる機能・ソリューションの拡張と実績化

- ✓ 地域通貨による決済インフラを通じた地域経済活性化のみならず、地域金融機関や自治体などのデジタルトランスフォーメーションの推進や、決済情報に限らない地域内でのデータ集約を通じた情報インフラとしての機能の拡張を、クライアントとの協働を通じて実績を重ねていく

展開地域 拡大

展開地域・企業などの拡大

- ✓ 先行している飛騨高山「さるぼぼコイン」、木更津「アクアコイン」に続いて、他地域や企業などでの展開の拡大を、電子地域通貨を通じた地域決済・情報インフラの付加価値が出せる領域を中心に推進していく

地域連携による 付加価値創出

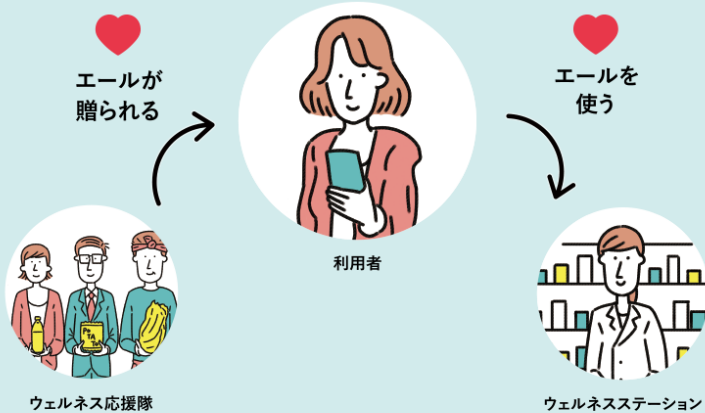
地域決済・情報インフラを活用した新たな付加価値創出

- ✓ 地域決済・情報インフラを活用した新たな付加価値の創出を地域企業と連携して推進していく

2 取組事例：共通ポイントシステム「ウェルネス貯金」

三井物産・日本IBMと取り組む共通ポイントシステム「ウェルネス貯金」が広島市で実証実験を開始。アイリッジグループにてフィンテック領域を行うフィノバレーが、アプリ開発技術と電子通貨活用の知見を提供。広島県での実証実験を経て、今年中の全国展開を目指す。

ウェルちょ



ウェルネス応援隊

商品やサービスを通して「エール」を贈り、私たちのウェルネスを応援してくれる皆さんです。

エール

ウェルネス応援隊から商品を通して、贈られる「思いやり」のカタチ。ウェルネスステーションでのお支払いに使えます（1エール=1円）。
※現金からのチャージ、現金への換金はできません。

ウェルネスステーション

利用者のウェルネスにつながるサービスや商品を提供してくれる場所。お支払いに「エール」が使えます。



3 ライフデザイン領域

ライフデザイン領域では、成長性の高い不動産テック/Residential Technology市場へ参入し、住宅・住生活関連ソリューションの開発に取り組む。

不動産・住生活 領域への進出

DGコミュニケーションズとのパートナーシップにより、不動産・住生活領域へ進出

- ✓ GDPの約11%を占める市場規模43兆円(※)の不動産領域に進出し、アプリ、ビッグデータ、IoT技術などを活用して、デジタル・トランスフォーメーションを推進
 - 人口減少&物件供給過多により、ビジネスモデルの転換が迫られている業界
 - IT導入率の低さによるコスト構造改善の余地が大きい領域
- ✓ 既存リソース(アイリッジの強み)&DGコミュニケーションズとのパートナーシップをベースに、成長性の高い不動産テック/Residential Technology市場へ参入
 - これまで我々が培ってきたアプリ/データ活用マーケティングの技術・ノウハウを、DGコミュニケーションズとの協業により、不動産販促領域へ転用

ソリューション 開発

住宅・住生活関連ソリューションの開発

- ✓ 不動産販促領域でのデジタル活用を、住生活領域・ライフイベント領域全体にも拡大し、デジタル・フィジカルマーケティング領域、フィンテック領域とも融合した、トータル・エンゲージメント・ソリューションを開発
- ✓ 生活者との接点構築として、RIS(マンション向け広告サイネージ)、マンション入居者向けアプリ開発を皮切りに展開を進める

※) 出典: 財務省「法人企業統計年報特集(平成28年度調査)」、公益財団法人不動産流通推進センター「2018 不動産業統計集」

3 取組事例：ビジネスVR最大手のナーブと業務提携

両社は、不動産業界、小売・流通業界、鉄道業界等、親和性の高い顧客をもっているため、相互顧客紹介を行うことで、「ビジネスVR×O2Oソリューション」の普及・拡大を進める。第一弾として、DGコミュニケーションズとともに、不動産VRソリューションを提供。

『どこでもストア®』 × 『popinfo』 の連携

- ナーブが提供する『どこでもストア®』は、商業施設内でVRと遠隔通話を活用した無人店舗を展開できるサービス。遠隔地にある不動産物件などをVRで閲覧できるほか、さらに端末を通じて専門スタッフからサービスの詳しい説明を聞くことができます。

また、不動産以外にも、旅行など様々なコンテンツにも対応可能となっています。

- アイリッジのO2Oソリューション『popinfo』と連携することで、当該商業施設への集客や、どこでもストア®設置場所への誘客を実施するとともに、どこでもストア®を利用したユーザーの行動解析等を行い、効果測定を実施します。

『どこでもストア®』機能を搭載したO2Oアプリの開発

- 『どこでもストア®』は、現在は実機を設置した場所で、利用者がVRで閲覧できるサービスですが、今後この情報を消費者が場所を問わず閲覧できるように、O2Oアプリとして開発・提供することも予定しています。

<どこでもストア® イメージ>



中期経営計画の数値目標

- 21年3月期には、売上高6,500百万円（年平均成長率（CAGR）+62%）、営業利益400～500百万円（同+101～117%）、EBITDA500～600百万円（同+63～74%）を目指す。
- 19年3月期は、当初予想通りに進捗。例年と同じく多くの取引先の決算月である3月の売上高が大きい状況は変わらず、利益についても同様となる見込み。

| | 18/7期 (通期実績) | 19/3期 (8か月) (通期予想) | 参考) 19/7期 (12か月換算) | 20/3期 (目標) | 21/3期 (目標) |
|----------|-----------------|--------------------------|-----------------------|---------------|----------------|
| (単位：百万円) | | | | | |
| 売上高 | 1,540 | 3,200～3,400 | 4,800～5,100 | 5,500 | 6,500 |
| 営業利益 | 49 | 65～105 | 97～157 | 250～300 | 400～500 |
| EBITDA | 114 | 165～210 | 247～315 | 350～400 | 500～600 |

会社概要（2019年1月末現在）

| | |
|------|---|
| 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 |
| 代表者 | 代表取締役社長 小田 健太郎 |
| 事業内容 | O2O関連事業（企業のO2O支援） <ul style="list-style-type: none">・ スマホをプラットフォームとしたO2Oソリューションの提供・ O2Oアプリの企画・開発・ O2Oマーケティング（集客・販促等の企画・運用支援） |
| 資本金 | 10億57百万円 |
| 従業員数 | 単体：82人 連結：138人 |

株主構成

| | |
|------------------------------------|--------|
| 小田 健太郎 | 34.49% |
| デジタルガレージ | 14.35% |
| クレディセゾン | 8.19% |
| NTTデータ | 1.97% |
| BNY FOR GCM CLIENT ACCOUNTS (E) BD | 1.43% |
| 日本マスタートラスト信託銀行（信託口） | 1.35% |
| 京セラコミュニケーションシステム | 1.00% |
| 楽天証券 | 0.97% |
| 吉永 聰志 | 0.85% |
| 資産管理サービス信託銀行（証券投資信託口） | 0.85% |

本資料の取扱いについて

- 本資料に含まれる将来の見通し、戦略に関する記述等は、本資料作成時点において取得可能な情報に基づき判断したものであり、経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他要因等により変動する可能性があります。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性がありますことを、予めご了承ください。
- また、本資料に掲載している情報に関して、当社は細心の注意を払っておりますが、掲載した情報に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害などに関し、事由の如何を問わず一切責任を負うものではありません。