



2019年3月期 決算説明資料

2019/05/15

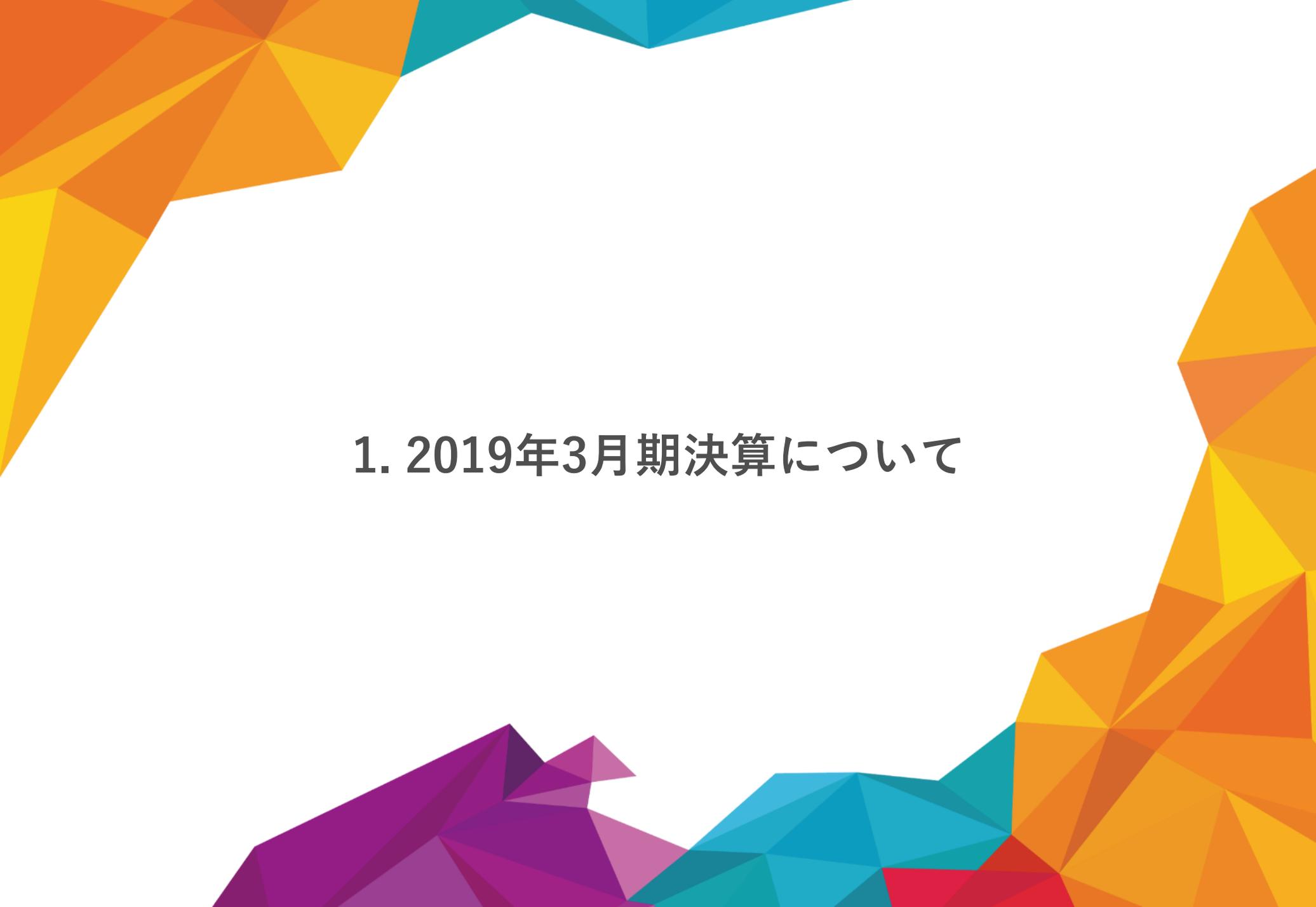
株式会社アイリッジ

(証券コード：3917)

INDEX

1. 2019年3月期決算について
2. 2020年3月期業績予想について
3. 中期経営計画について



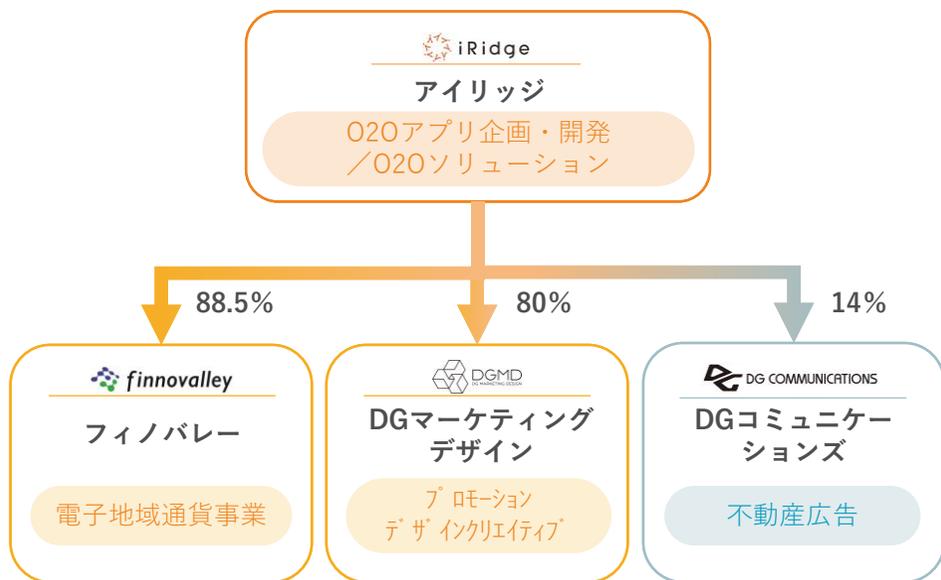


1. 2019年3月期決算について

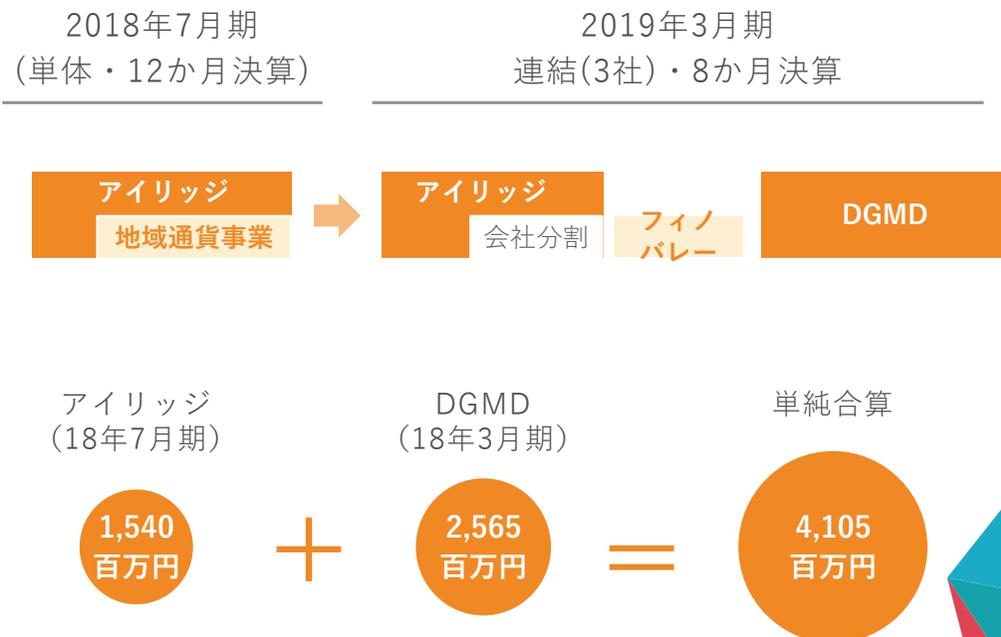
連結体制への移行及び決算期変更

- 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。
- 上記に伴い、2019年3月期より連結体制に移行。また、2019年3月期は8か月決算（決算期変更）。
 - ✓ アイリッジとDGマーケティングデザイン（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）

2019年3月期 決算概要

- 企業のデジタルマーケティングへの取り組みは良好で、売上高は堅調に推移。
- 一方、アプリ開発を中心とした原価率上昇やグループ拡大に伴う積極的な投資により、利益は計画未達。

(注) 19/3期は8か月決算（2018年8月～2019年3月）のため、
18/7期は8か月間（2017年8月～2018年3月）の調整数値を記載しております。
なお、19/3期から連結体制に移行しているため、18/7期 調整数値は単体となります。

(単位：百万円)	連結 19/3期 実績 (8か月)	連結 19/3期 業績予想 (8か月)	単体 18/7期 調整後 (8か月)
売上高	3,261	3,200～3,400	1,104
売上原価	2,301	—	682
売上原価率	70.6%	—	61.8%
売上総利益	960	—	422
粗利率	29.4%	—	38.2%
販管費	947	—	308
販管费率	29.1%	—	27.9%
営業利益	12	65～105	113
EBITDA	118	165～210	153
経常利益	15	65～105	114
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 26	20～45	77

(参考) 2019年3月期 決算概要：内訳

- 19/3期 連結実績をアイリッジ単体とその他に分解。
- 連結での営業利益未達の主な要因は、アイリッジ単体によるもの。

(単位：百万円)	連結 19/3期 実績 (8か月)	分解	アイリッジ単体	その他 (DGMD +フィノバレー +連結調整)
売上高	3,261		1,242	2,019
営業利益	12		△ 29	42
EBITDA	118		11	107

※) その他は連結実績からアイリッジ単体実績を引いたもので、DGMD、フィノバレー及び連結調整が含まれます。

(参考) アイリッジ単体：課題分析

- アイリッジ単体について、売上は順調に推移したものの、アプリ開発を中心とした原価率上昇及びグループ拡大に伴う販管費増大に課題。
- 20/3期における対応方針は後述。

(単位：百万円)	単体 16/7期 実績 (12か月)	単体 17/7期 実績 (12か月)	単体 18/7期実績 (12か月)	単体 19/3期 実績 (8か月)	単体 19/3期 (12か月換算)
売上高	1,230	1,493	1,540	1,242	1,863
対前年増減率	—	+ 21.4%	+ 3.1%	—	+ 21.0%
売上原価	771	925	974	832	1,248
売上原価率	62.7%	61.9%	63.3%	67.0%	67.0%
売上総利益	458	568	565	409	614
粗利率	37.3%	38.1%	36.7%	33.0%	33.0%
販管費	321	357	516	439	658
販管费率	26.2%	23.9%	33.5%	35.3%	35.3%
営業利益	136	210	49	△ 29	△ 44
営業利益率	11.1%	14.1%	3.2%	—	—

※) 12か月換算は、8か月実績を単純に1.5倍 (÷8か月×12か月) した数値です。

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た。
 - 「アプリ開発、コンサル、プロモーション等」：連結体制に伴い、構成比が前期と比較して構造変化（DGMD売上は全て「アプリ開発、コンサル、プロモーション等」）。
- 3月の売上高が大きい傾向は変わらず。

(単位：百万円)	連結 19/3期 (8か月)		単体 18/7期 調整後 (8か月)	
	実績	構成比	実績	構成比
月額報酬	410	12.6%	384	34.8%
アプリ開発、コンサル、 プロモーション等	2,851	87.4%	720	65.2%
合計	3,261	100.0%	1,104	100.0%

月額報酬

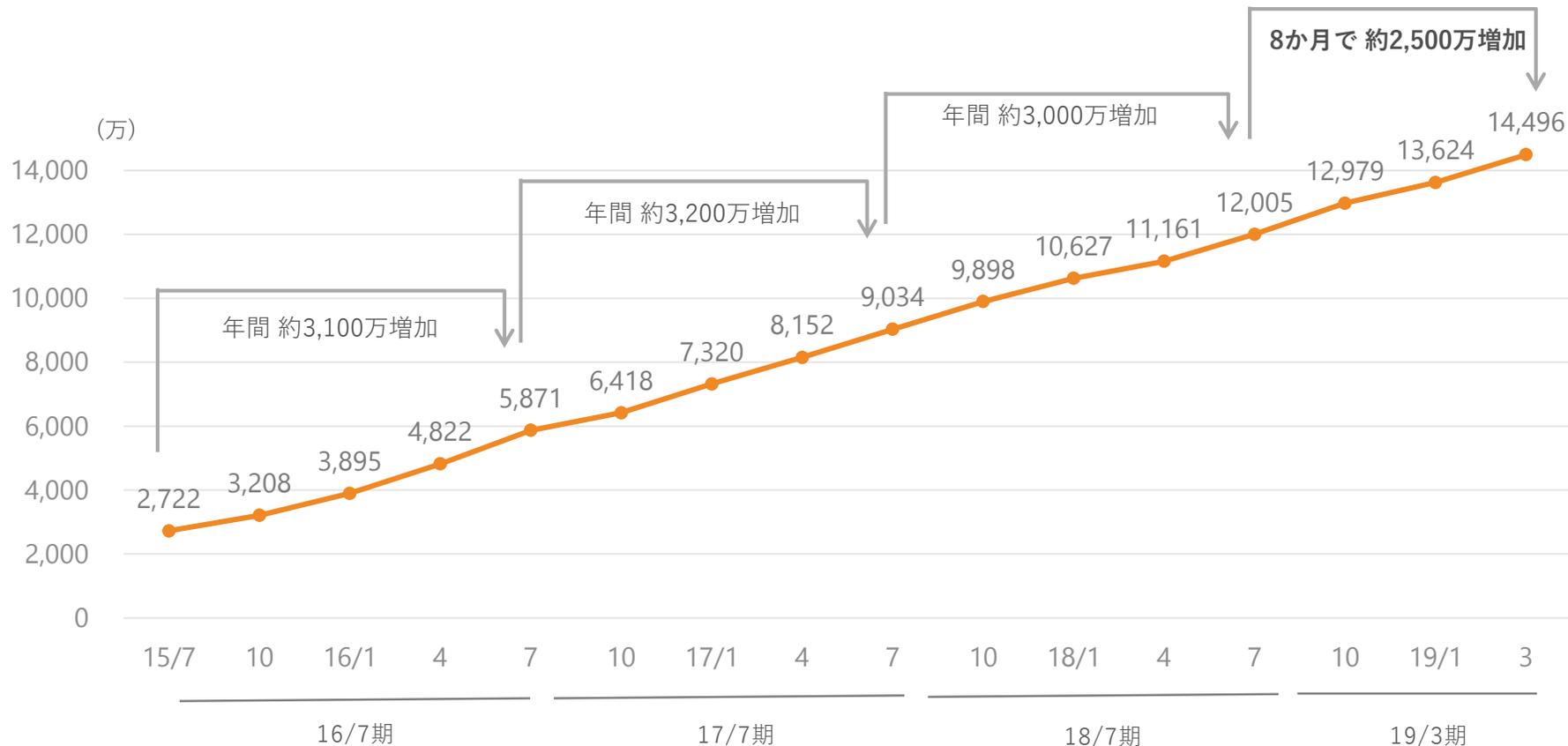
- popinfoのサービス利用料
- アプリのシステム保守料等
- ロケーションサービス提供料

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

利用ユーザー数の推移

企業のデジタル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。

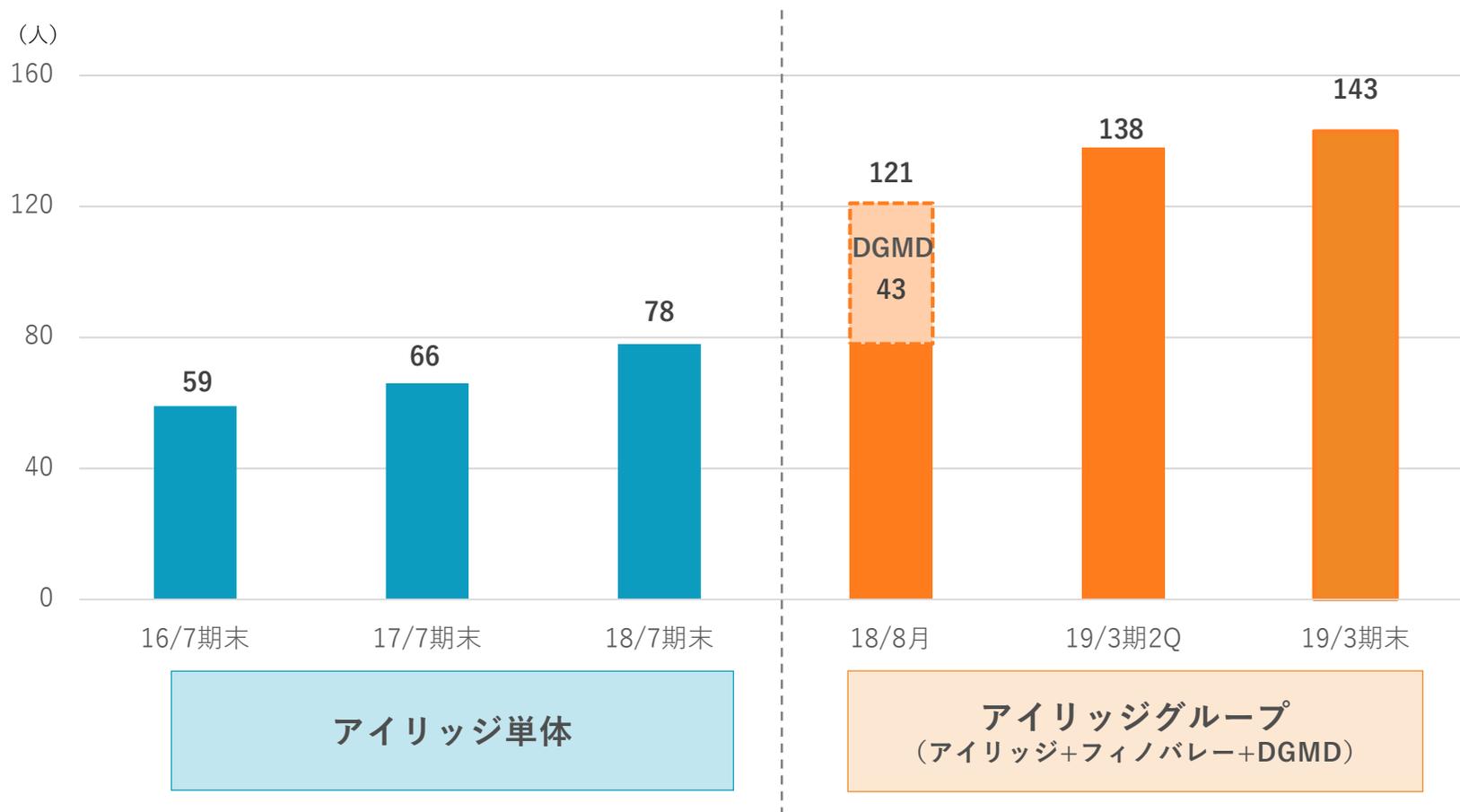
売上原価、販管費

- 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。
- アプリ開発の受注ボリュームの拡大等に伴い外注費率が上昇し粗利率が悪化。

(単位：百万円)	連結 19/3期 (8か月)		単体 18/7期 調整値 (8か月)	
	実績	対売上高	実績	対売上高
売上原価	2,301	70.6%	682	61.8%
原価人件費	183	5.6%	209	19.0%
外注費	1,902	58.3%	339	30.7%
その他原価	215	6.6%	133	12.1%
販売費及び一般管理費	947	29.1%	308	27.9%
人件費	533	16.4%	170	15.4%
採用費	39	1.2%	29	2.6%
管理諸費・支払報酬	69	2.1%	30	2.7%
のれん償却	32	1.0%	—	—
業務委託費	67	2.1%	6	0.6%
その他経費	204	6.3%	72	6.5%
営業利益	12	0.4%	113	10.3%
EBITDA	118	3.6%	153	13.9%

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。



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)	連結	
	19/3期	期末実績
	単体	
	18/7期	期末実績
流動資産	2,075	2,339
現金及び預金	698	2,037
受取手形及び売掛金	1,055	213
仕掛品	84	26
固定資産	1,446	352
のれん	560	—
ソフトウェア・仮勘定	241	153
繰延税金資産	392	44
資産合計	3,521	2,691
流動負債	671	212
買掛金	479	66
未払法人税等	13	4
賞与引当金	69	56
固定負債	43	23
負債合計	715	236
純資産	2,806	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 (8～10月)		19/3期2Q (11～1月)		19/3期 (2・3月)		19/3期通期 (8か月)	
	実績	対売上高	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%	1,279	100.0%	3,261	100.0%
売上原価	713	71.0%	703	71.9%	884	69.2%	2,301	70.6%
原価人件費	63	6.4%	57	5.9%	62	4.9%	183	5.6%
外注費	553	55.1%	563	57.6%	785	61.4%	1,902	58.3%
その他原価	95	9.6%	82	8.4%	37	2.9%	215	6.6%
売上総利益	291	29.0%	274	28.1%	394	30.8%	960	29.4%
販管費	332	33.1%	341	34.9%	273	21.4%	947	29.1%
人件費	181	18.0%	188	19.3%	163	12.8%	533	16.4%
採用費	16	1.6%	13	1.4%	9	0.7%	39	1.2%
管理諸費・支払報酬	26	2.6%	20	2.1%	23	1.8%	69	2.1%
のれん償却	12	1.2%	12	1.3%	8	0.6%	32	1.0%
業務委託費	24	2.5%	25	2.6%	17	1.4%	67	2.1%
その他経費	71	7.1%	80	8.3%	51	4.0%	204	6.3%
営業利益	△ 41	-	△ 66	-	121	9.5%	12	0.4%
EBITDA	△ 4	-	△ 27	-	150	11.7%	118	3.6%
経常利益	△ 39	-	△ 65	-	121	9.5%	15	0.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△ 43	-	△ 54	-	71	5.6%	△ 26	-

(ご参考) 2019年2月以降のニュース

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
2019/3/20	現地に行かずに待ち時間目安がスマホでわかる アプリ連携可能な画像解析システムを開発
2019/3/29	世界遺産×スマートスピーカーで新しい観光体験を実現 日本初・三保松原で対話型音声観光ガイド提供開始
2019/4/2	5月31日 国内初ビジネス向け大型イベント「Voice UI SHOW」 VUI関連9社が合同開催
2019/4/3	Amazon・Google・LINEの3プラットフォーム対応 JR九州のスマートスピーカー向け情報サービスを開発支援
2019/4/12	日本初のアーティスト公式Alexaスキルを制作支援 BRADIOがメッセージ付きMV動画スキルを公開
2019/4/23	5月8日～10日 IT専門展「2019 Japan IT Week 春 後期」内 第28回ソフトウェア&アプリ開発展に出展
2019/4/24	市民のSDGsやボランティア活動への貢献をスコアリング 木更津市行政ポイント「らづポイント」運用開始
2019/5/9	ランダム出題や条件分岐などリッチなUIも実現 テキスト入力だけで専用対話型音声サービスの制作が可能に

The slide features decorative geometric shapes in the corners. The top-left corner has a cluster of triangles in shades of yellow, orange, and blue. The bottom-right corner has a larger, more complex cluster of triangles in shades of orange, yellow, blue, and red. The central text is in a dark grey, sans-serif font.

2. 2020年3月期業績予想について

2020年3月期業績予想

2020年3月期は、売上高5,500百万円、営業利益250百万円、当期純利益120百万円、EBITDA450百万円を計画。
2019年3月期と比較して、増収増益を目指す。

(単位：百万円)	連結 20/3期 通期予想 (12か月)		連結 19/3期 実績 (8か月)	連結 19/3期 (12か月換算)
売上高	5,500	売上高成長率 12%	3,261	4,892
営業利益	250		12	19
経常利益	250		14	23
親会社株主に帰属する 当期純利益	120		△ 26	△ 40
EBITDA	450		118	177

前期課題と今後の対応方針

足元の課題

• 開発案件の粗利率が悪化傾向

- ✓ 案件の増加・大型化が続く中、開発体制の十分な強化に遅れが生じ、外注割合が増加した結果、粗利率が悪化傾向に



課題への対応方針

土壌

• 開発体制の強化

- ✓ 開発部門の採用・育成を強化することで、生産性向上と内製割合上昇
- ✓ 開発ノウハウ・経験を社内に継続して蓄積していくことで、高付加価値案件への取組拡大力を高める

足元 (短期)

• 高付加価値案件への取組拡大による粗利率改善

- ✓ 開発案件におけるFANSHIP (※) の活用と、実績・ノウハウの積み重ねにより、案件付加価値＝効果の拡大を図ることで、粗利率の改善を進める

中期

• ストックシフト

- ✓ 事業構成のストック比率を上昇
- ✓ FANSHIPを軸としたストック型ソリューションの展開・開発強化 (マルチチャネルプラットフォーム化)

※) FANSHIP：顧客データを活用したO2Oマルチチャネル分析プラットフォーム (後述)

(参考) アイリッジ単体：計画分析

アイリッジ単体について、19/3期の状況を踏まえ、20/3期は売上伸長、粗利改善、販管費の適正化により、過去の営業利益の水準に戻すことを計画。

(単位：百万円)	単体 16/7期 実績 (12か月)	単体 17/7期 実績 (12か月)	単体 18/7期 実績 (12か月)	単体 19/3期 実績 (8か月)	単体 19/3期 (12か月換算)	単体 20/3期 計画 (12か月)
売上高	1,230	1,493	1,540	1,242	1,863	2,430
対前年増減率	—	+21.4%	+3.1%		+21.0%	+30.4%
売上原価	771	925	974	832	1,248	1,610
売上原価率	62.7%	61.9%	63.3%	67.0%	67.0%	66.3%
売上総利益	458	568	565	409	614	820
粗利率	37.3%	38.1%	36.7%	33.0%	33.0%	33.7%
販管費	321	357	516	439	658	670
販管费率	26.2%	23.9%	33.5%	35.3%	35.3%	27.6%
営業利益	136	210	49	△29	△44	150
営業利益率	11.1%	14.1%	3.2%	—	—	6.2%

- 20/3期の伸長計画はややストレッチにもみえるが、足元の需要及び過去トレンドを勘案した計画

- 19/3期の課題であった粗利率の悪化について、20/3期から徐々に回復させ、過去水準に戻していく

- 販管費については、18/7期・19/3期とグループ拡大に伴う投資期間であったが、20/3期は19/3期(12か月換算)並みを見込み、適正水準に戻す

今期重点取り組み

① 収益性改善とストック型ソリューションの展開・開発強化

- 受注が続く大型案件における高付加価値＝効果創出事例の更なる積上げ
- 顧客データ分析プラットフォームFANSHIPを軸とした、マルチチャネルプラットフォームの提供とデジタルマーケティング領域全般への価値提供

② グループ・シナジー拡大と新規事業・サービスへの取り組み

- 【デジタル・フィジカルマーケティング領域】
アイリッジO2O事業－DGMDとのシナジー拡大に向けた、
デジタルーフィジカルを跨る案件・ソリューションの構築と実績の積み上げ
- 【フィンテック領域】
地域通貨としての独自機能強化を活かした導入先の拡大
- 【ライフデザイン領域】
住宅・住生活領域でのデジタルソリューションの提供・普及拡大と収益化（後述）

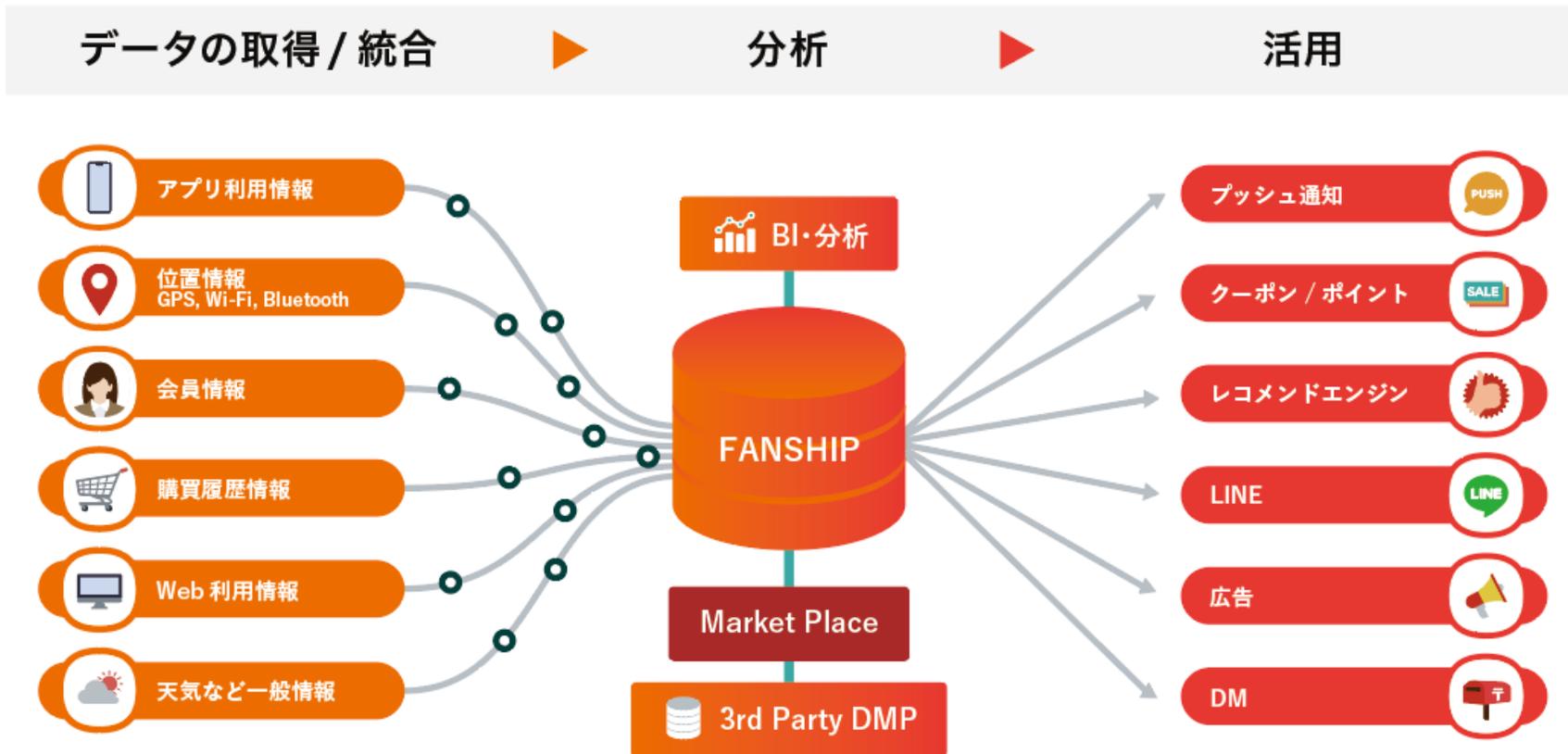
③ 成長を支える基盤の整備・強化（組織体制、人材育成など）

- 事業拡大に合わせた組織体制構築と、コミュニケーション方法や育成制度の整備

1 デジタル・フィジカルマーケティング領域



顧客一人ひとりを理解し、最適なマーケティング活動を実施するための顧客データ分析プラットフォーム「FANSHIP」の提供。



2 フィンテック領域

スマホ決済機能だけではなく、地域創生に向けた各種付加価値機能を拡充し、「電子地域通貨」として展開地域の拡大を進める

決済機能



「地域通貨」付加価値機能



【市税等支払対応】
岐阜県・飛騨高山地域の
電子地域通貨「さるぼぼコイン」

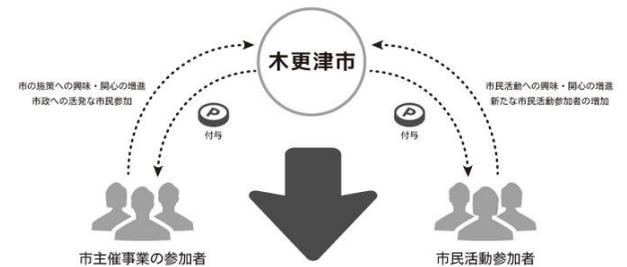


さるぼぼコイン
アプリ



納付書のバーコードを読み取ると
アプリ上に内容や金額を反映

【行政ポイント対応】
木更津市行政ポイント
「らづポイント」



協働によるまちづくりの推進
+
AQUA アクアコインとの併用による地域経済活性化

未来につながる 市民総出のまちづくり



3 ライフデザイン領域

アプリ／位置情報解析／VUIといった当社の強みを武器に、住宅・住生活領域において、ユーザーとの「深く」「長い」デジタル接点を構築。

住宅・住生活領域での
デジタルソリューション提供



VUI (Voice UI) 領域での
デジタルソリューション提供

【住居者向けサイネージ×アプリ】

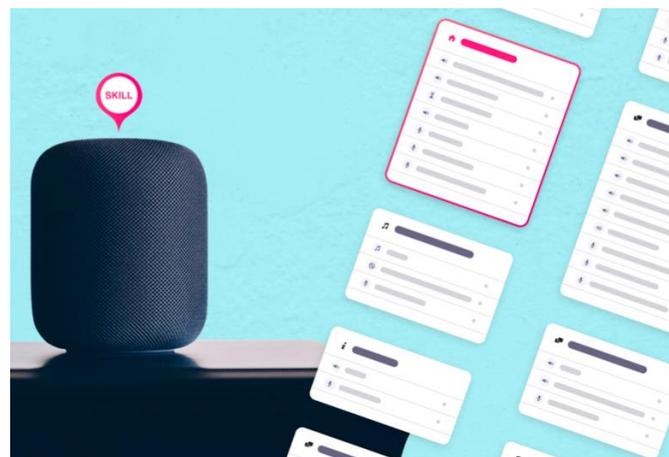


【位置情報解析】

ジオリーチ分析にもとづく販促エリア



【VUIソリューション NOID】





3. 中期経営計画について

中期経営計画の数値目標

22年3月期には、売上高7,000百万円（年平均成長率（CAGR）+13%）、営業利益500百万円（同+196%）、EBITDA750百万円（同+62%）を目指す。

(単位：百万円)	連結 19/3期 実績 (8か月)	連結 19/3期 (12か月換算)	連結 20/3期 計画 (12か月)	連結 21/3期 目標 (12か月)	連結 22/3期 目標 (12か月)
売上高	3,261	4,892	5,500	6,000	7,000
営業利益	12	19	250	400	500
EBITDA	118	177	450	600	750

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

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

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

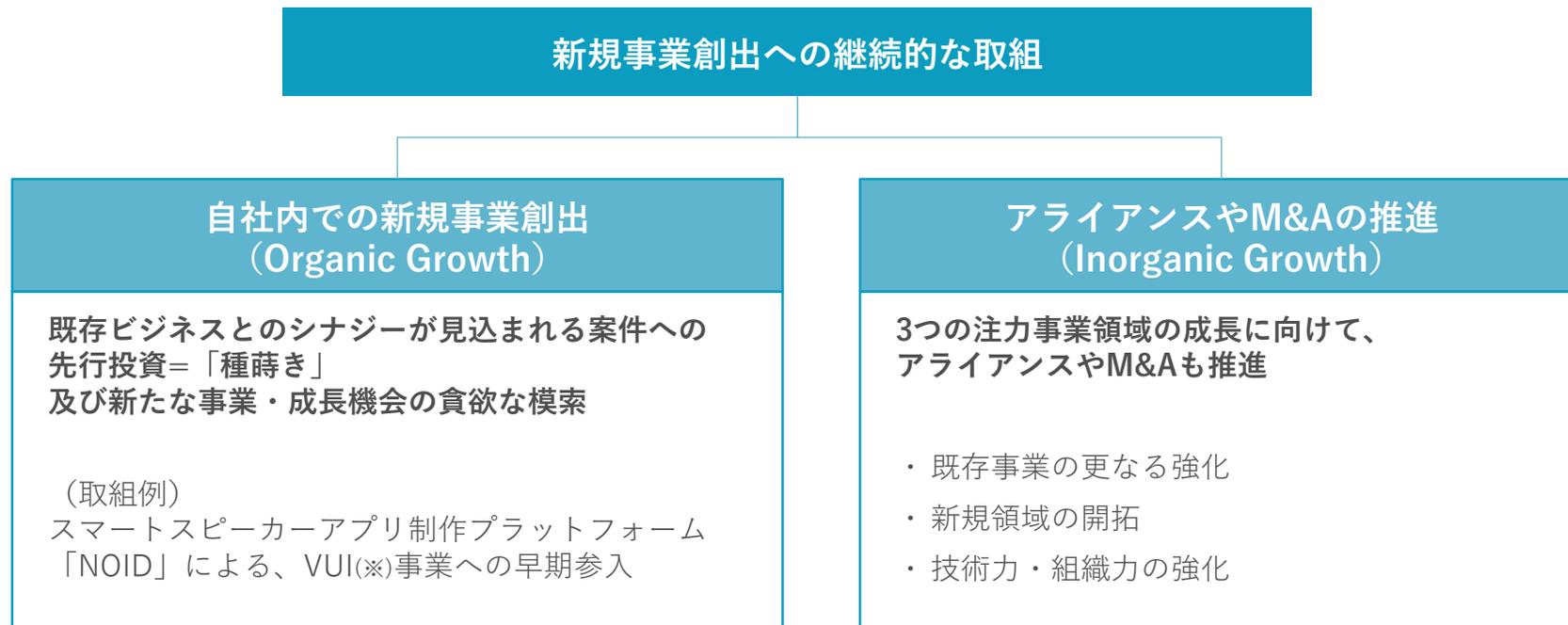
住宅・住生活関連ソリューションの開発

- ✓ 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」

4 新規事業創出

- 各領域の強化・推進及び事業拡大に向けて、新規事業創出への継続的な取組を推進。
- 自社内での新規事業創出と、アライアンス・M&Aの両方を推進して実現。



※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

**外部環境変化・技術革新の流れを事業機会にすべく、
社内・外への種蒔きを適宜行い、新たな挑戦を継続的に実施していく**

会社概要（2019年3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：143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%
日本トラスティ・サービス信託銀行（信託口）	2.43%
NTTデータ	1.97%
資産管理サービス信託銀行（証券投資信託口）	1.86%
日本マスタートラスト信託銀行（信託口）	1.23%
京セラコミュニケーションシステム	1.00%
吉永 聰志	0.85%
SBI証券	0.61%

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。