



成長可能性に関する説明資料

株式会社アイリッジ
(コード番号 3917)

2015年7月16日

1. 会社概要	P. 2
2. 事業紹介	P. 9
(1) O2O市場の見通し	P. 11
(2) O2Oリーディングカンパニーとしてのアイリッジ	P. 14
(3) 成長戦略	P. 26

1. 会社概要

会社名	株式会社アイリッジ
所在地	東京都千代田区
設立	2008年8月（決算期：7月）
代表者	代表取締役社長 小田 健太郎
事業内容	<p>O2O関連事業（企業のO2O支援）</p> <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 ・ 集客・販売促進等の企画・運用支援
資本金	1億91百万円（2015年4月末現在）
従業員数	31人（2015年4月末現在）

株主構成（15年7月16日現在）

小田健太郎	45.3%
DGインキュベーション	18.9%
みずほC	8.9%
三菱UFJC	5.6%
NTTデータ	4.8%
グローバル・ブレイン （KDDI系のCVC）	2.0%
京セラコミュニケーションシステム	1.2%
クレディセゾン	1.1%
TBSイノベーション・パートナーズ	1.1%

インターネットを通じて、 世の中に新しい価値を創り続けていく

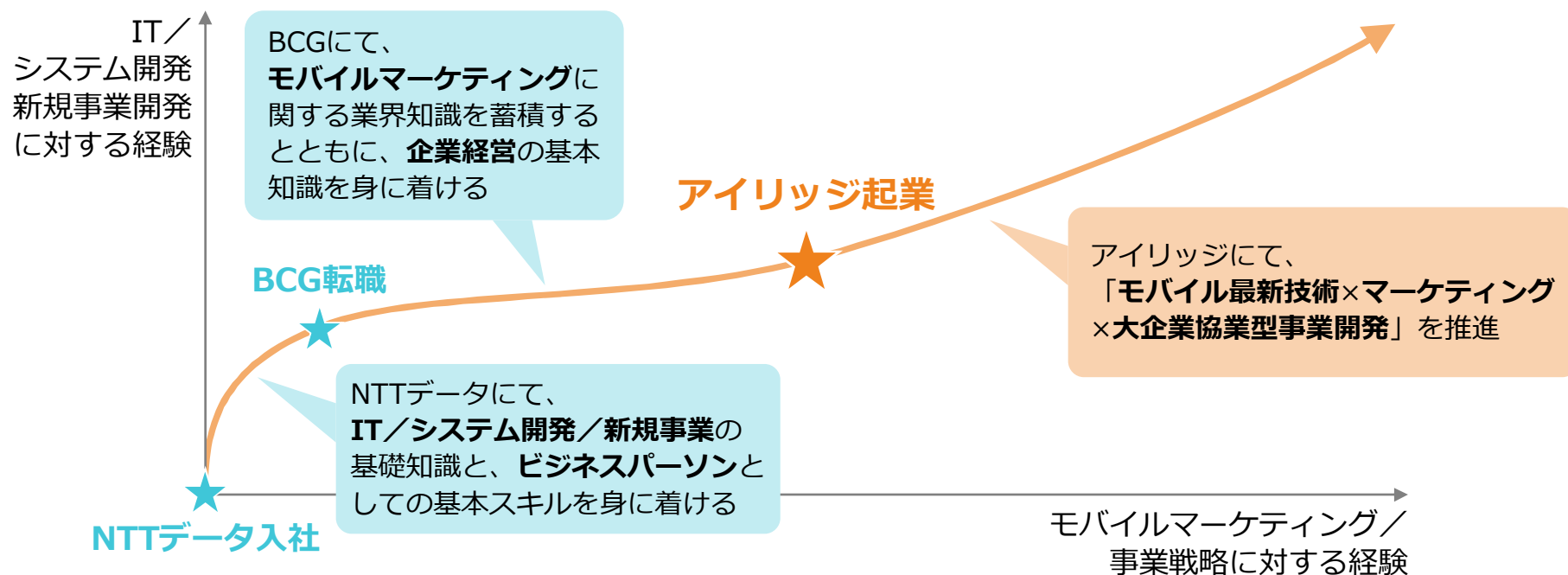
- 新しい価値を創り続けていくためには、新しいサービスを創り続けていく必要があり、それができる会社としてあり続けるように事業を推進してまいります。

社名の由来

- 社名「iRidge」のRidgeは、地球のプレートが発生する海底山脈のことで、新しい地球が創られる場所です。
- 社名「iRidge」には、Ridgeが地球を創り続けるように、
 - ✓ internet（インターネット）を活用し、
 - ✓ innovation（新しいアイデア）をもとに、
 - ✓ interaction（人と人との関わりから生まれる相互関係）の中から、Ridge（新しい価値を創造）していきたい、という想いがこめられています。

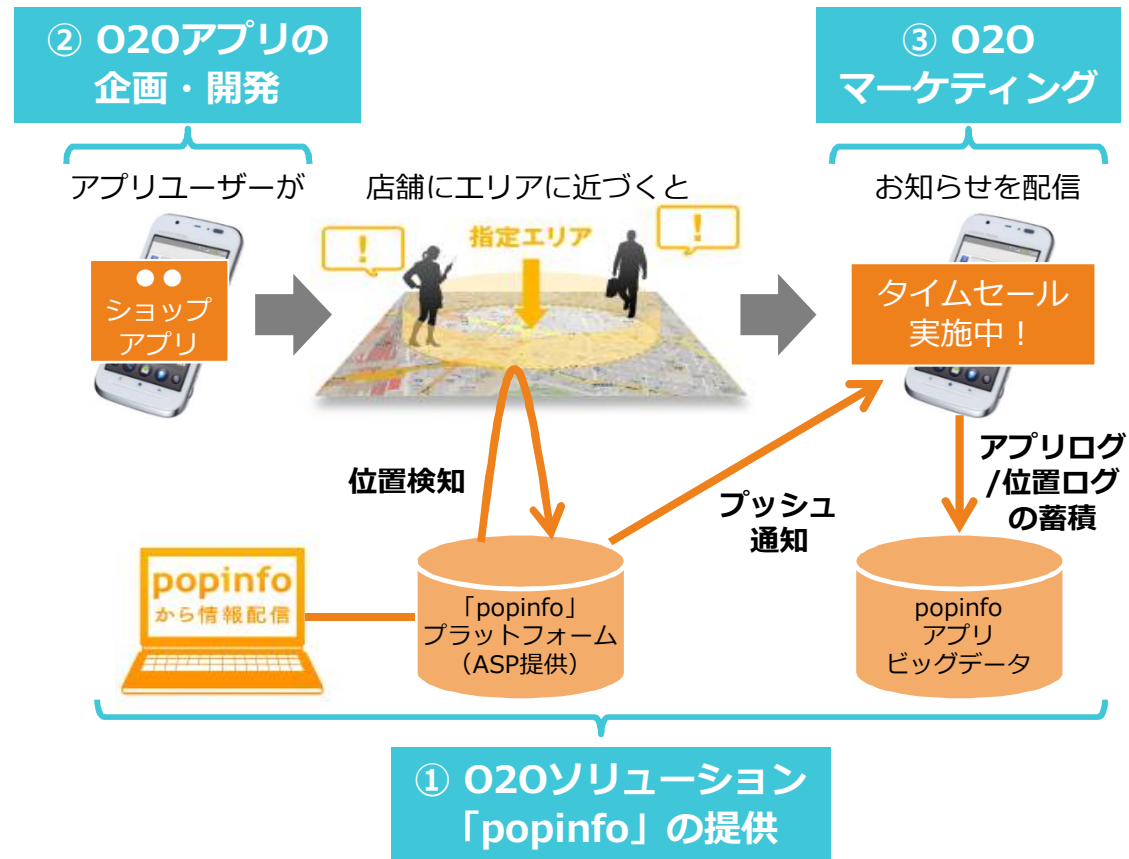


- 慶應義塾大学 経済学部 卒業
- NTTデータにて、情報システムを利用した新規事業開発、情報システム営業などに従事
- ボストンコンサルティンググループにて、経営戦略コンサルティング業務に従事（インターネットサービス、金融業界等）
- 2008年8月、株式会社アイリッジを創業



- O2Oソリューションである位置連動プッシュ通知ASP「popinfo」の提供をコアサービスに、O2Oアプリの企画・開発、O2Oマーケティングを提供

事業内容



実績

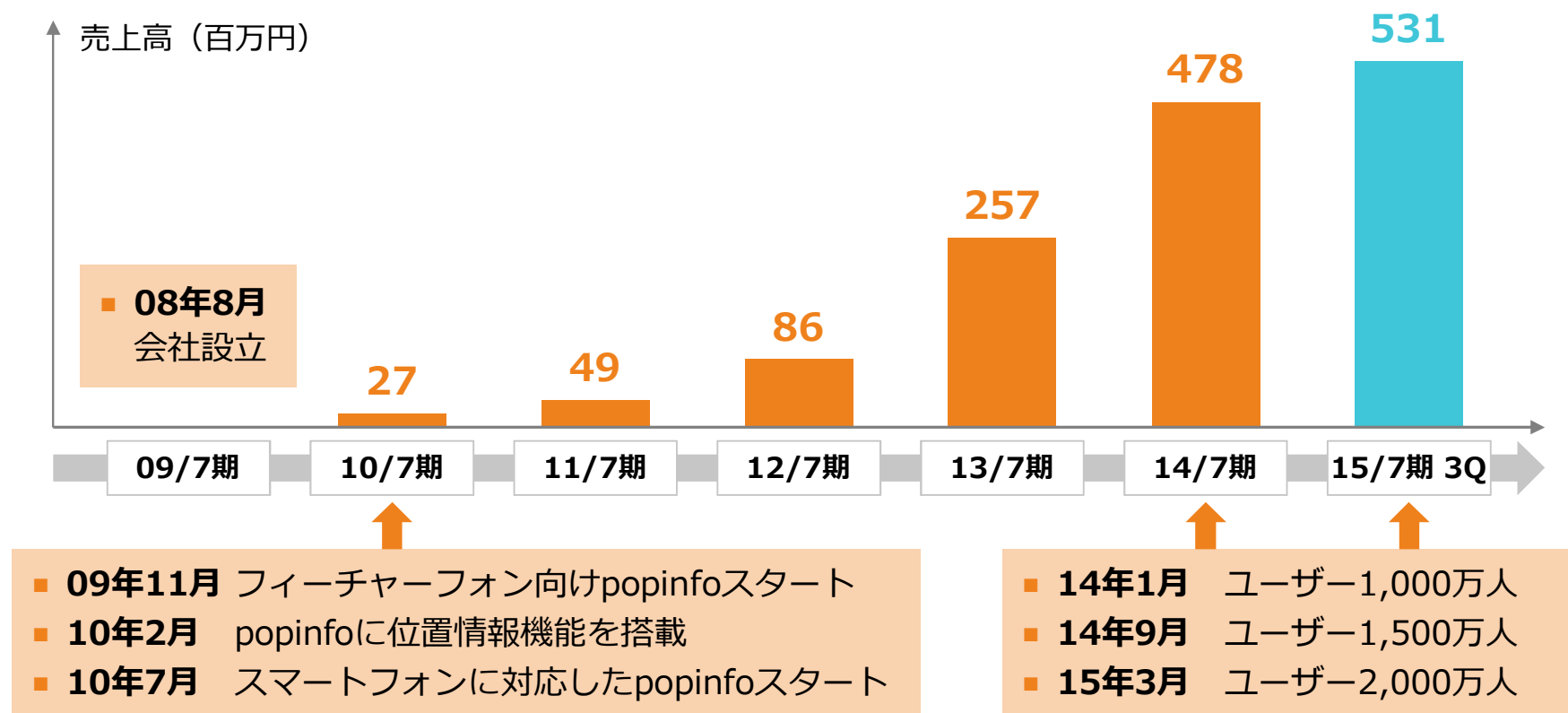
- 大手企業を中心に、300アプリ超に導入
 - 【小売・流通】ジーユー、三井不動産
 - 【金融】三菱東京UFJ銀行、三井住友カード
 - 【交通】阪急阪神、東急電鉄 他多数
- 利用ユーザー数2,150万人超

収益

- ① 「popinfo」ライセンス料
月額報酬収益
 - ユーザー数従量課金
- ② O2Oアプリ開発収益
- ③ O2O促進マーケティング収益
 - 継続的なアプリ内集客・販促施策
 - 継続的なアプリ機能追加

(注) ASPサービス：アプリケーションソフトの機能をインターネット経由で提供するサービスのこと。

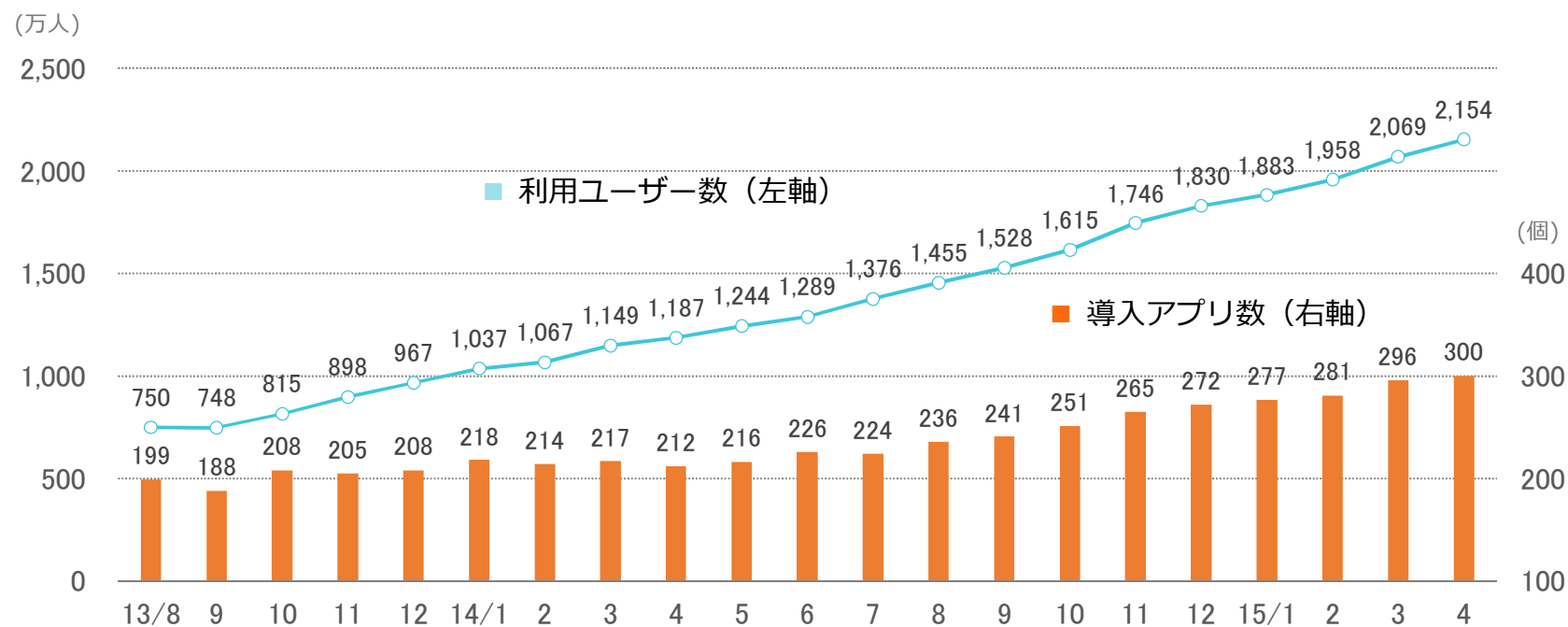
- フィーチャーフォン時代からいち早くO2Oに取り組んできた経験をもとに、O2O関連の技術面だけではなく、集客・販売促進のための企画ノウハウを蓄積
- スマートフォンにも早期に対応し、15年4月のユーザー数は2,150万人を突破



(注) ユーザー数は、カウント時点において、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います。

- popinfoは300のアプリに導入、利用ユーザー数は2,150万人を超える

popinfoを組み込んだアプリの利用ユーザー数、導入アプリ数



(注) ユーザー数とは、ユーザー数のカウント時点において、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います。フィーチャーフォンからスマホへのシフト期が重なったことと、顧客の大型化により、利用ユーザー数の伸び> 導入アプリ数の伸びとなっています。

2. 事業紹介

1 拡大するO2O市場

- スマホ向けO2O市場は、492億円（2013年）から2,356億円（2020年）まで拡大見込

2 アイリッジ：O2Oのリーディングカンパニー

- 2009年から他社に先駆けてO2Oビジネスを展開
- ナショナルクライアントとの多数のO2Oソリューションの実績
- 自社サービス「popinfo」を組み込んだアプリユーザー数は2,150万人を超える

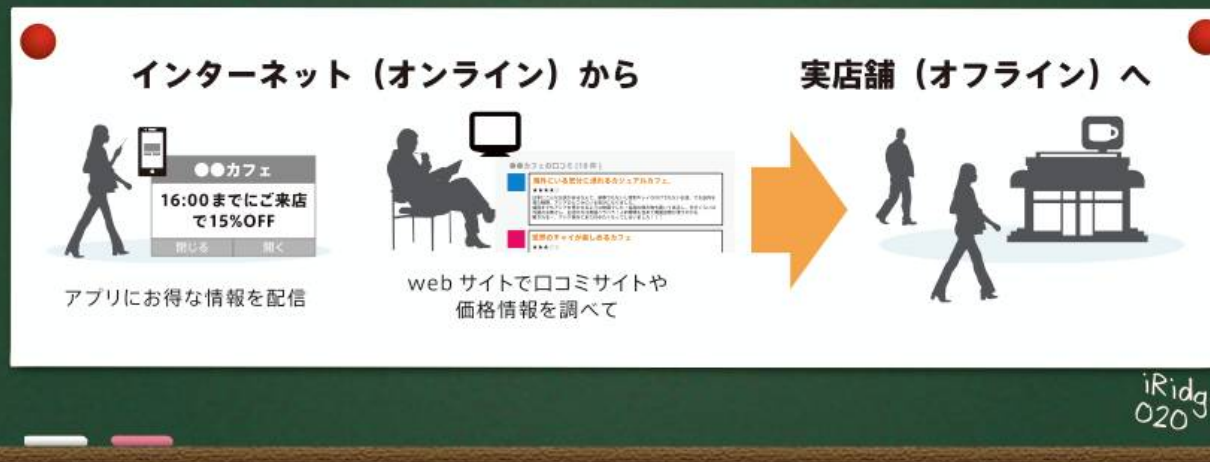
3 O2O×ビッグデータを活かした成長戦略

- 集客・販売促進からショッピング全体（ビッグデータ解析、決済）への展開
- 競争優位を活かした、O2O領域での顧客層の拡大

2-(1) 拡大するO2O市場

O2O (オンライン to オフライン) とは…

消費者にインターネット (オンライン) 上の web サイトやアプリを通じて情報を提供し、実店舗 (オフライン) への集客や販売促進に繋げることをいいます。



■ なぜO2Oなのか？

- スマートフォンの普及：
何時でも、どこでもインターネットにアクセスできる環境の実現
- 位置情報の進歩：
店舗から数キロ圏内・店舗内等、場所を特定して消費者とコミュニケーションを図ることが可能

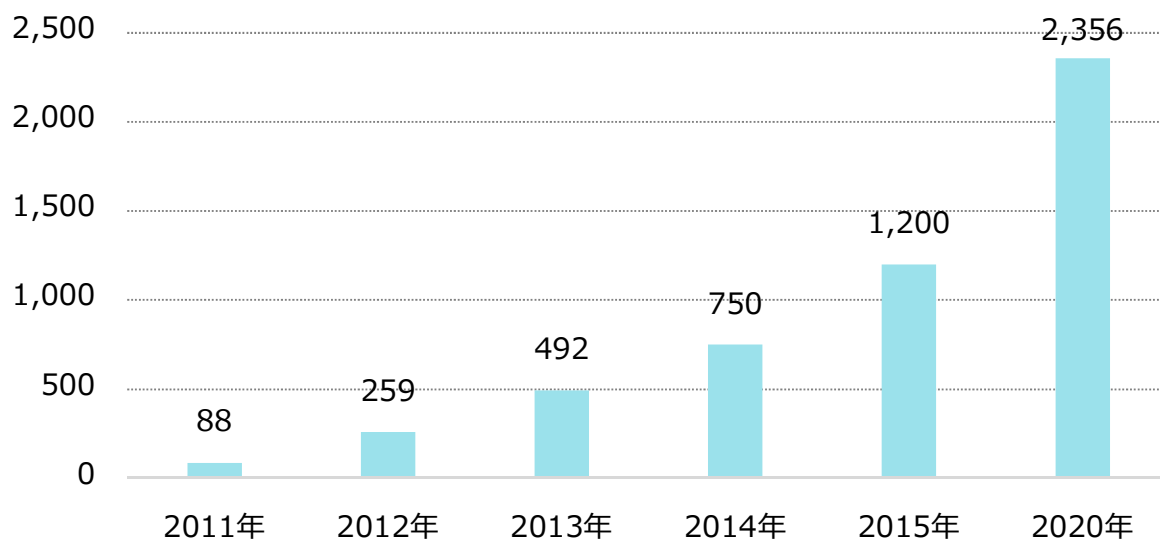
⇒ インフラ環境の整備に伴い、企業のスマートフォンを活用した実店舗への集客・販売促進が浸透

**当社のO2O支援はスマートフォンを利用したもので、
自社ソリューションを組み込んだアプリを通じて消費者に情報を提供し、
実店舗への集客や販売促進に繋がっています**

- 日本におけるスマートフォン向けO2Oサービスの市場規模は2012年で259億円、2020年には約2,356億円で拡大すると見込まれている

スマートフォン向けO2Oサービスの市場規模予測

(単位：億円)



(注) シード・プランニング「スマートフォン向けO2Oサービスの将来予測」
(2013年10月17日)より会社作成

以下の6分野に関するO2Oサービスが集計対象

- ① **スポット情報サービス：**
携帯電話やスマートフォンの位置情報を利用して、専用アプリ等がGPSやWi-Fi、音波等の通信技術を活用し、最寄りの店舗情報やリアルタイムの時限情報などを取得するサービス。
- ② **クーポン・来店ポイント・チェックイン機能：**
クーポンサービス、特定の場所や店舗を位置情報等に基づき認識して、ポイントやクーポン等を配布する来店ポイント・チェックイン機能のサービス。
- ③ **SNS関連サービス：**
法人向けのアカウントサービスやマストバイプロモーション、位置情報が登録された場所でスマートフォンのGPS等機能を利用して位置情報を公開する「チェックイン」機能などの各種サービス。
- ④ **ソーシャルゲーム（位置ゲー等）：**
位置情報を利用して特定のスポットを周遊するスタンプラリーや、特定メーカーの商品を購入するとゲーム内で利用できる限定アイテムや特典が入手できるマストバイサービス。
- ⑤ **付加価値情報サービス：**
AR（拡張現実）やNFC 技術を活用して、動画や音声、画像、音楽等の空間を活用したよりリアルな商品情報を提供したり、SNSとの連携・情報共有支援、店員とのコミュニケーション活性化を支援するサービス。
- ⑥ **O2O管理ソリューション：**
会員ユーザー管理やポイント・クーポン・メルマガ配信管理等のCRM支援、購買履歴管理や購買情報・属性に基づくリコメンド情報の配信など、O2Oサービスを一元的に管理するソリューション。

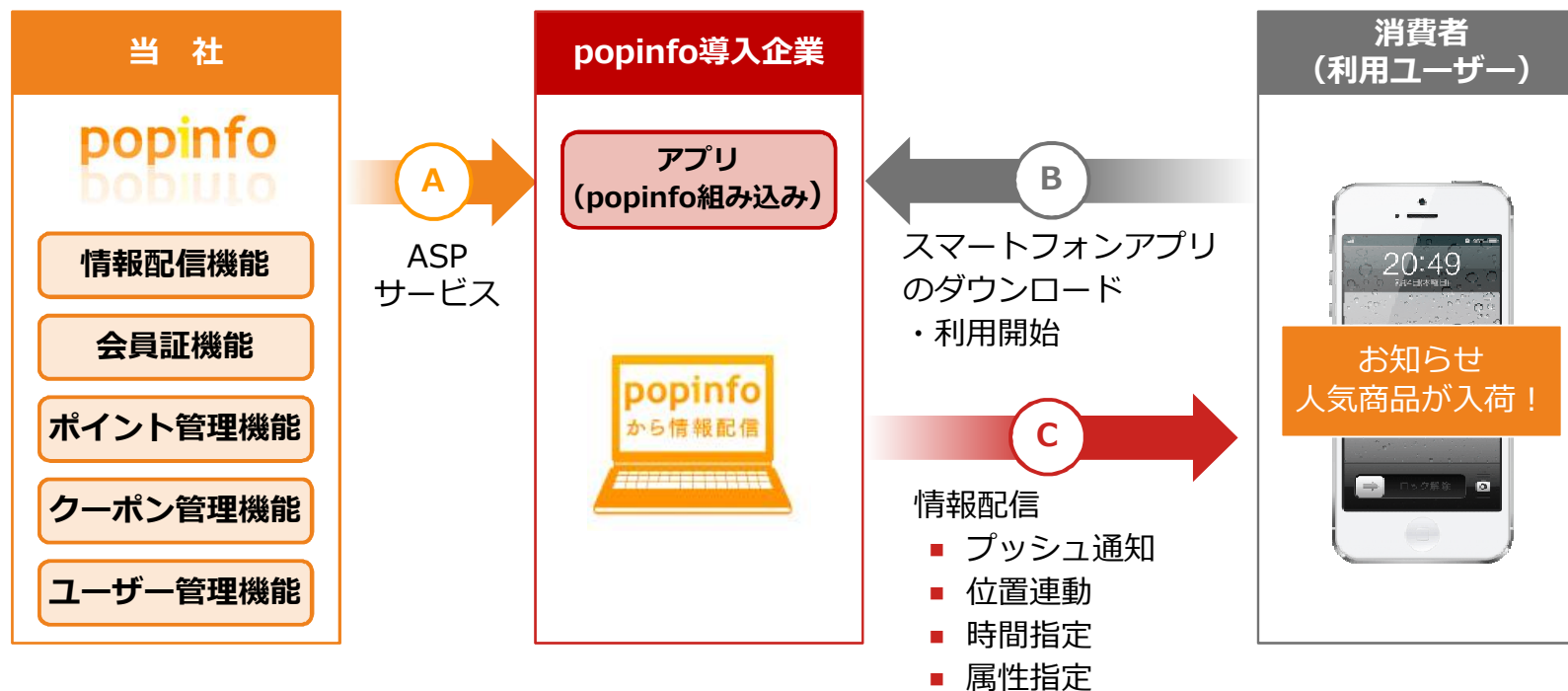
2-(2) O2Oリーディングカンパニーとしてのアイリッジ

- popinfoは当社の提供するO2Oソリューション（アプリに組み込むことで利用可能な組み込み型のプログラム）
- popinfoの情報配信は、管理画面から簡単に「**位置情報×属性×時間**」を組み合わせることで行い、プッシュ通知により、スマートフォンの待受画面に配信されます



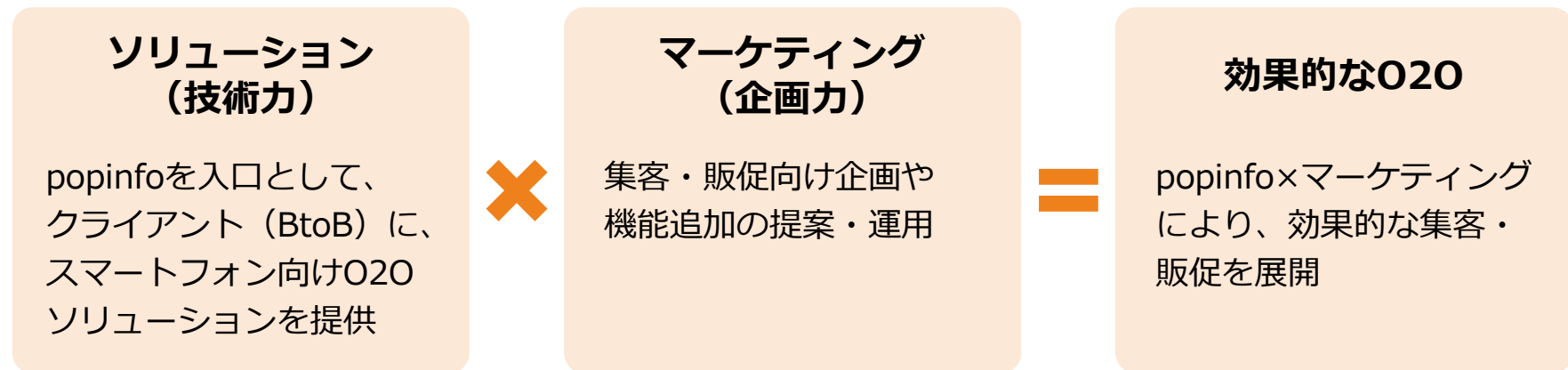
- popinfoは「集客・販売促進」に必要な基本機能を具備
- popinfoの導入方法

当社で行うアプリ開発時に組み込むほか、ASPサービスのため既存のアプリに簡単に組み込むことができ、企業の状況に応じて柔軟に導入できます



(注) ASPはアプリケーション・サービス・プロバイダの略で、ASPサービスはアプリケーションソフトの機能をインターネット経由で顧客に提供するサービスのこと。

- アイリッジは、「popinfo×マーケティング」により、効果的な集客・販促を展開



O2Oに効果的な企画・運用支援

■ 集客・販売促進を目的としたマーケティング施策例

ダウンロード促進企画



来店促進企画



アプリ定着化企画



■ 機能追加等のソリューション施策例

当初機能

- 施設案内
- プッシュ通知
- 会員証機能
- クーポン機能、など



- 対象店舗・地域の拡大
- 商品（ブランド）ラインの追加
- ユーザー管理機能のカスタマイズ

- アプリ決済機能
- インバウンド対応
- 商品予約機能などの便利機能

O2Oリーディングカンパニーとしてのアイリッジ

popinfo導入事例

ジーユー



東京急行電鉄



三井ショッピングパーク



三菱東京UFJ銀行 (注1)



阪急阪神
おでかけアプリ



三井住友VISA
太平洋マスターズ (注2)



トリンプ



トヨタカローラ神奈川

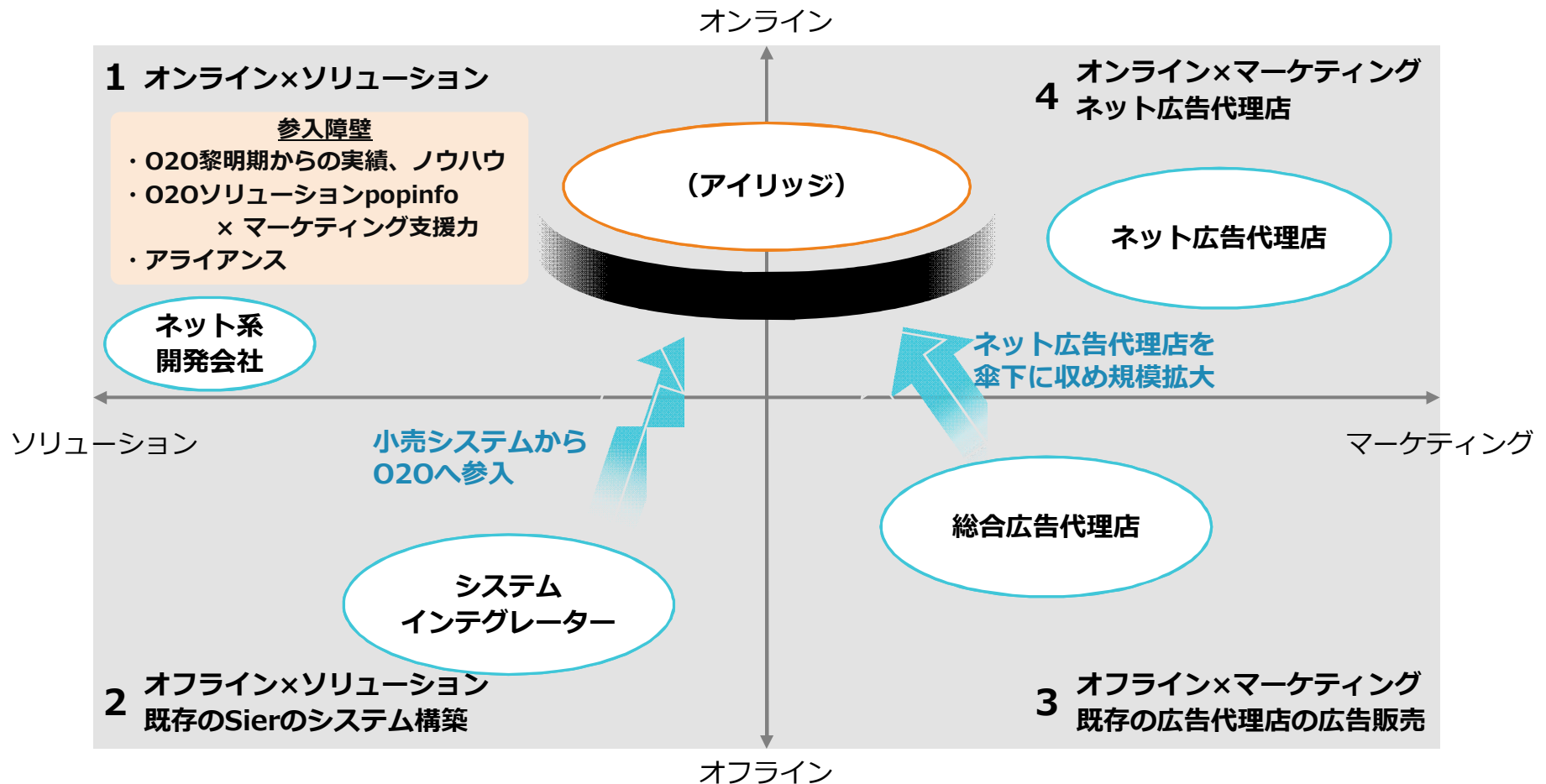


(注1) 本アプリでは、当社はpopinfoの機能のみを提供しています。

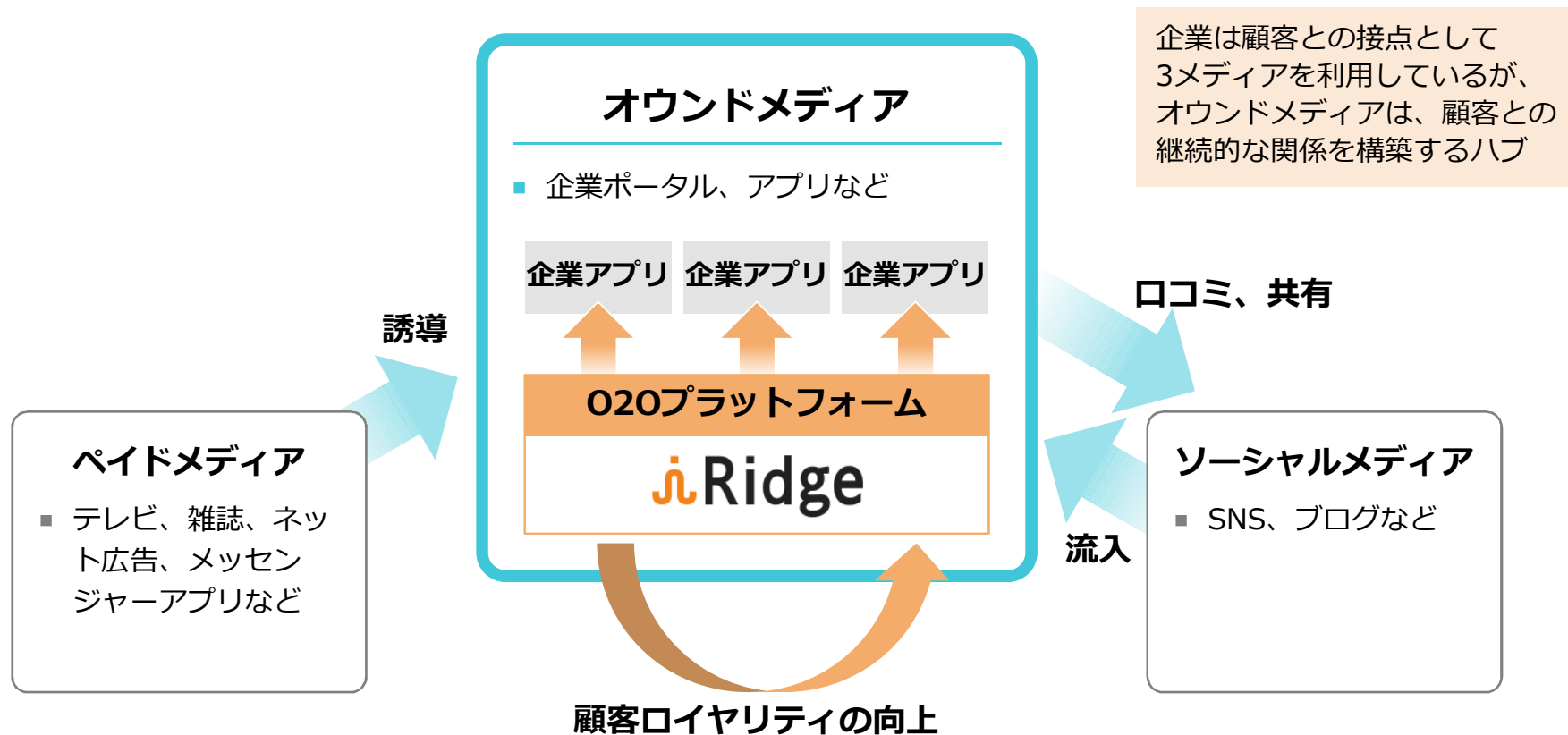
(注2) 本アプリは、平成26年11月の三井住友VISA太平洋マスターズ開催時に使用されました。

O2O業界のプレイヤー

1. オフラインとオンライン
2. マーケティングとソリューション



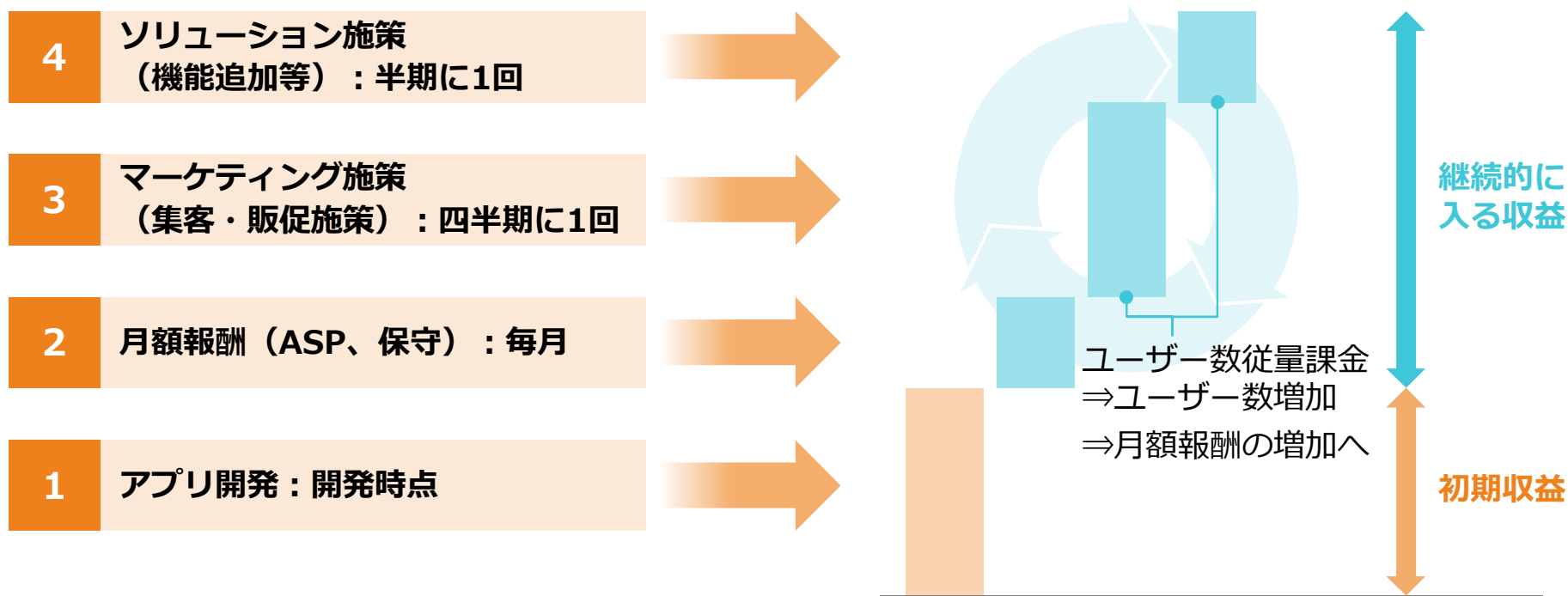
- アイリッジはオウンドメディア（企業が“所有”するメディア）のプラットフォームを提供
 - ・ 自社アプリは企業の**基幹メディア**であるため、**事業継続性が高い**
 - ・ ソリューション×マーケティングの提供で、企業のオウンドメディア化を推進



- 月額報酬を着実に積み上げるとともに、popinfoを入り口に、継続的にO2O企画・運用支援を実施することで、安定した収益を確保

提供するサービス：頻度

収益イメージ



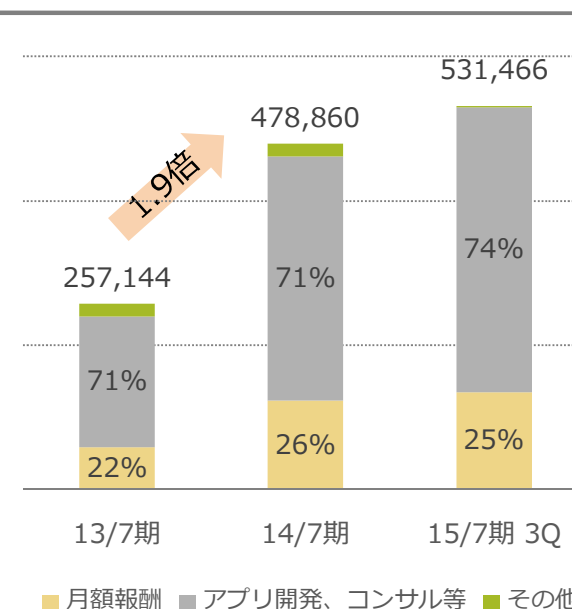
- 売上は順調に成長、今期は利益率が向上

(千円)	13/7期	14/7期	15/7期 3Q
売上高	257,144	478,860	531,466
O2O関連	239,835	461,528	529,189
月額報酬(ASP、保守等)	57,674	122,976	134,878
アプリ開発、コンサル等	182,160	338,551	394,310
その他	17,309	17,331	2,277
営業利益	21,466	27,179	88,798
営業利益率	8.3%	5.7%	16.7%

(注1) 月額報酬：ユーザー数に応じた従量制 + アプリのシステム保守料等

(注2) アプリ開発、コンサル等：popinfoを組み込んだアプリ開発 + O2O企画・運用支援

売上高構成(%)と売上高の推移(千円)



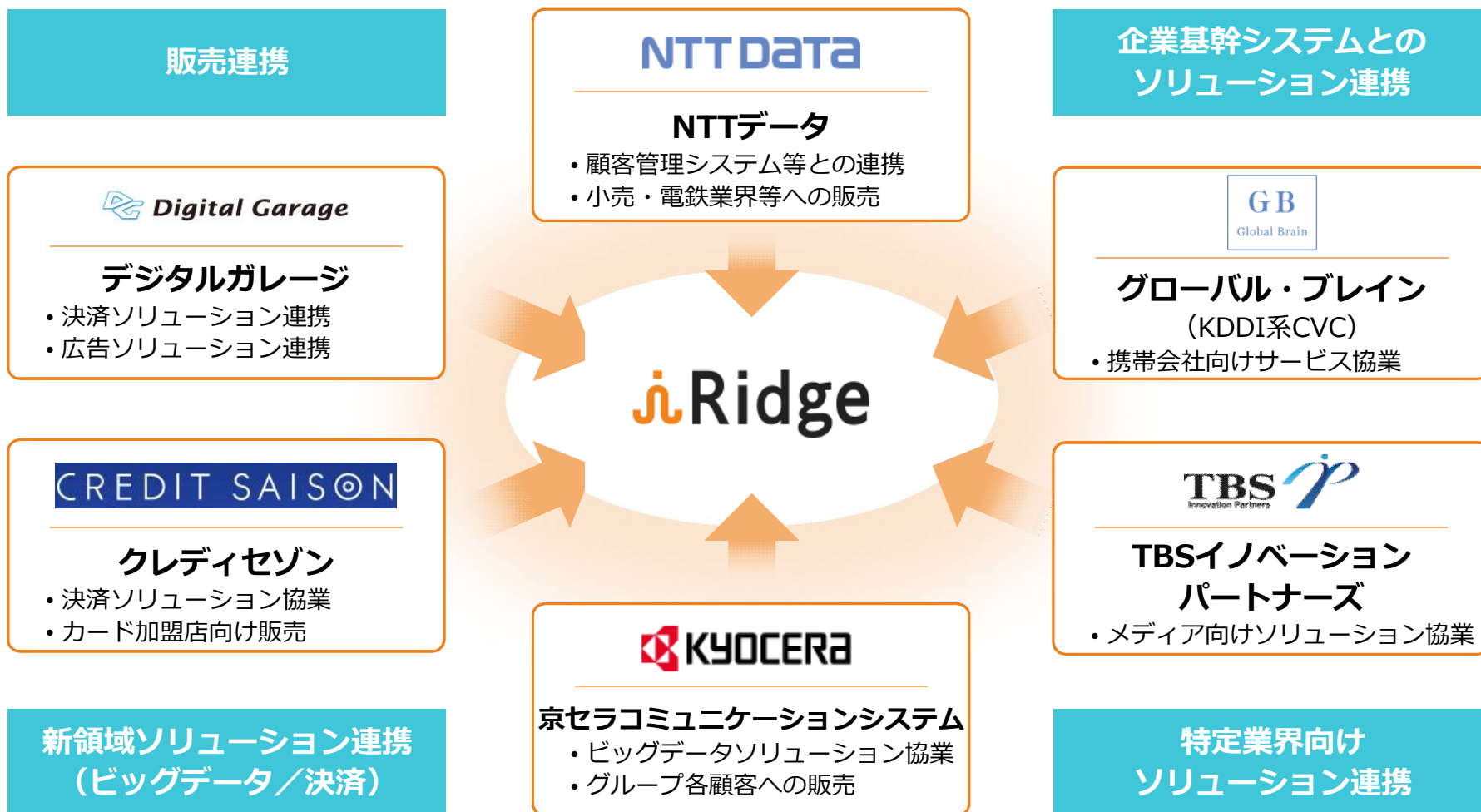
売上の成長要因

- 拡大するO2O市場
- 多数の実績が新規の取引機会を生む好循環
- 業種横断的なサービス展開
- 基幹メディアの提供 → 継続的な取引関係の構築
- アライアンス・パートナー

利益率向上の要因

- プラットフォーム化による原価低減
- 実績、認知度upによる営業効率の向上
- マーケティングカへの評価によるプレミアム料金での受注拡大

- 強力な販売・ソリューションパートナーとの連携による継続的な事業拡大



1 先駆けてO2Oソリューションを展開

- O2Oソリューションpopinfo
大量のアクセスや位置情報の管理を行う技術力、データ連携等に応じた多様な設計力
- マーケティング支援力
- 多数の実績が新規の取引機会を生む好循環

2 自社サービスpopinfoを入口としたO2O施策

- 企業のアプリのオウンドメディア化を促進

3 アライアンス

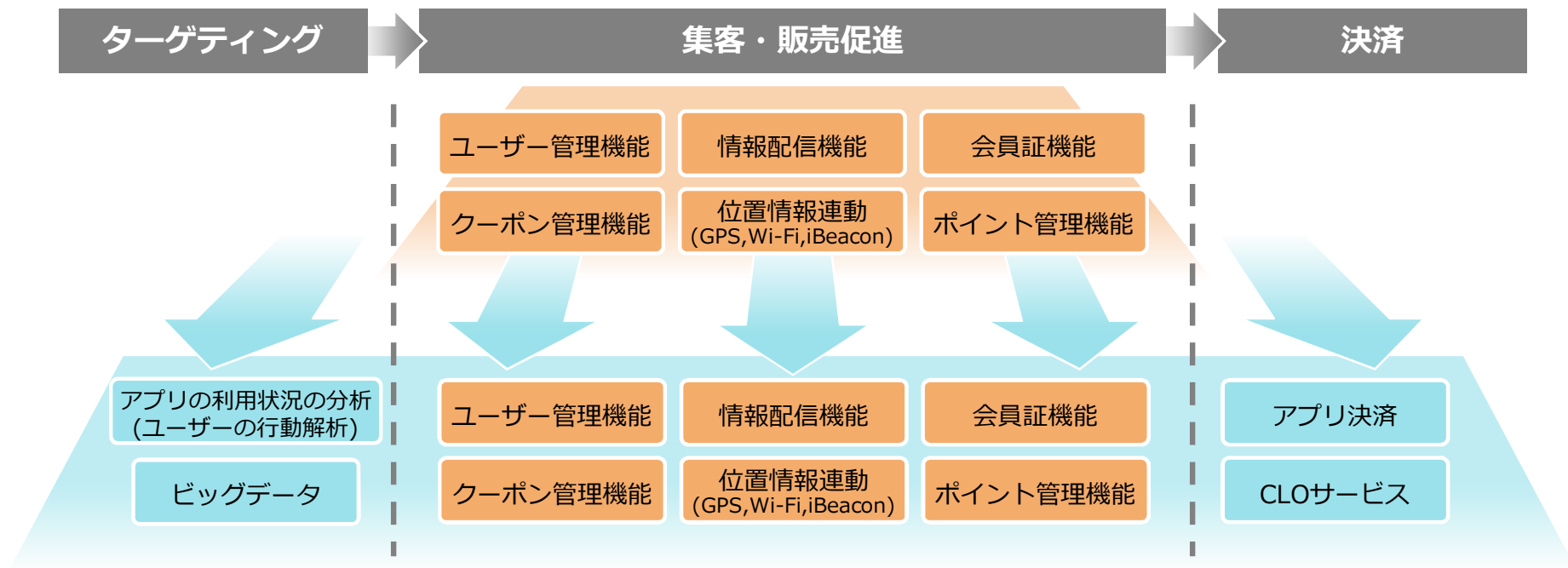
- 強力な販売・ソリューションパートナー

2-(3) 成長戦略

- 成長サイクルを回していくことで、「収益拡大」と「競争優位性」が強化されていくモデル

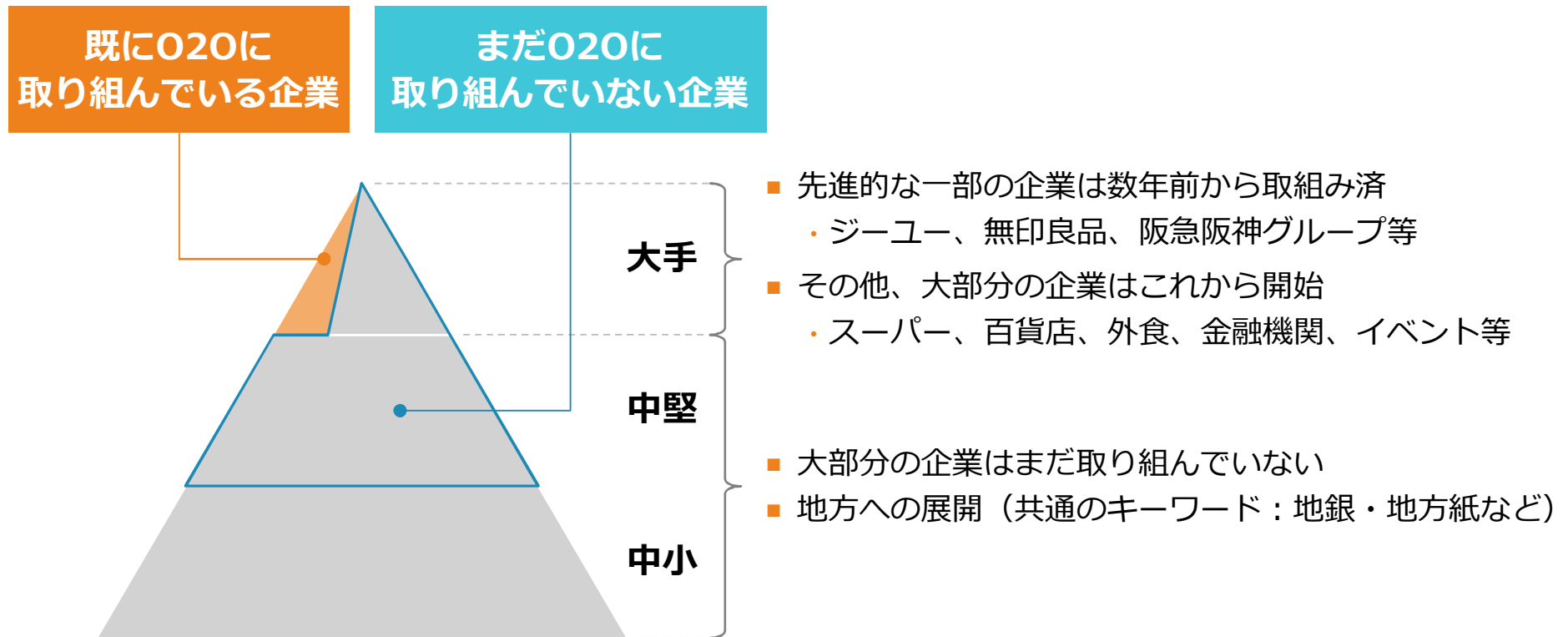


- O2Oは、集客・販売促進からショッピング全体の「購買」を進化させる概念へ

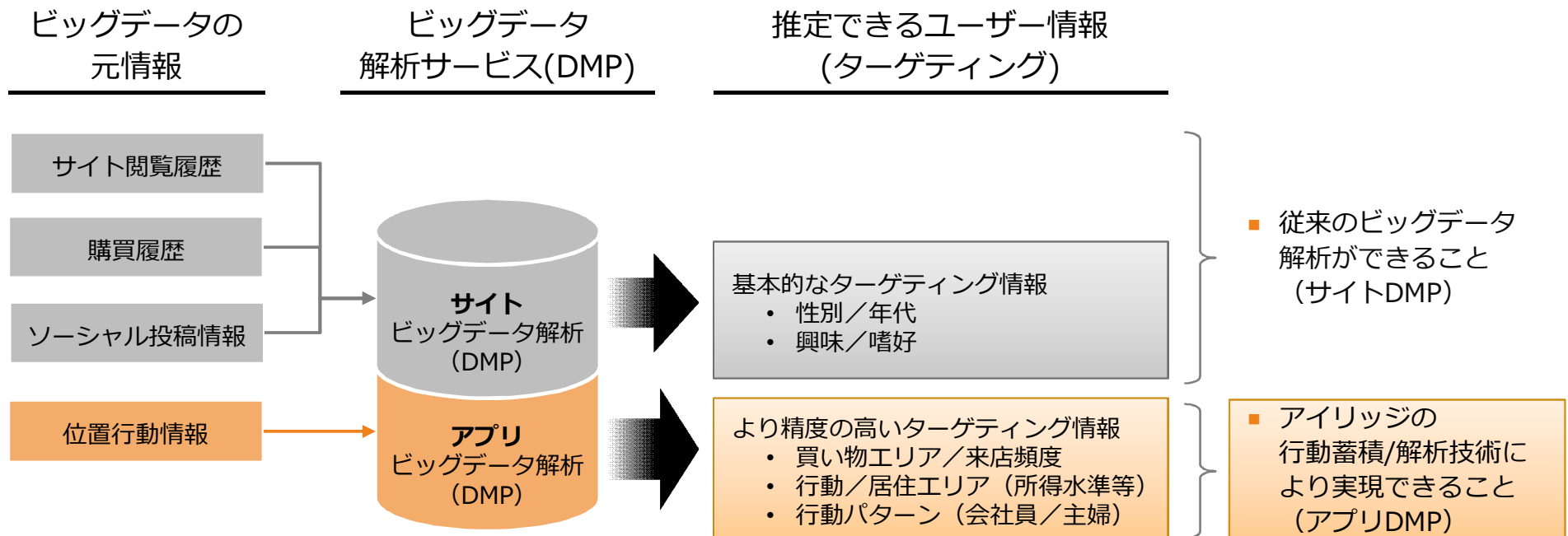


従来の「集客・販売促進」だけでなく、「ターゲティング」や「決済」までを網羅

- 大手への取り組み継続&強化
- 新たに中堅企業への展開

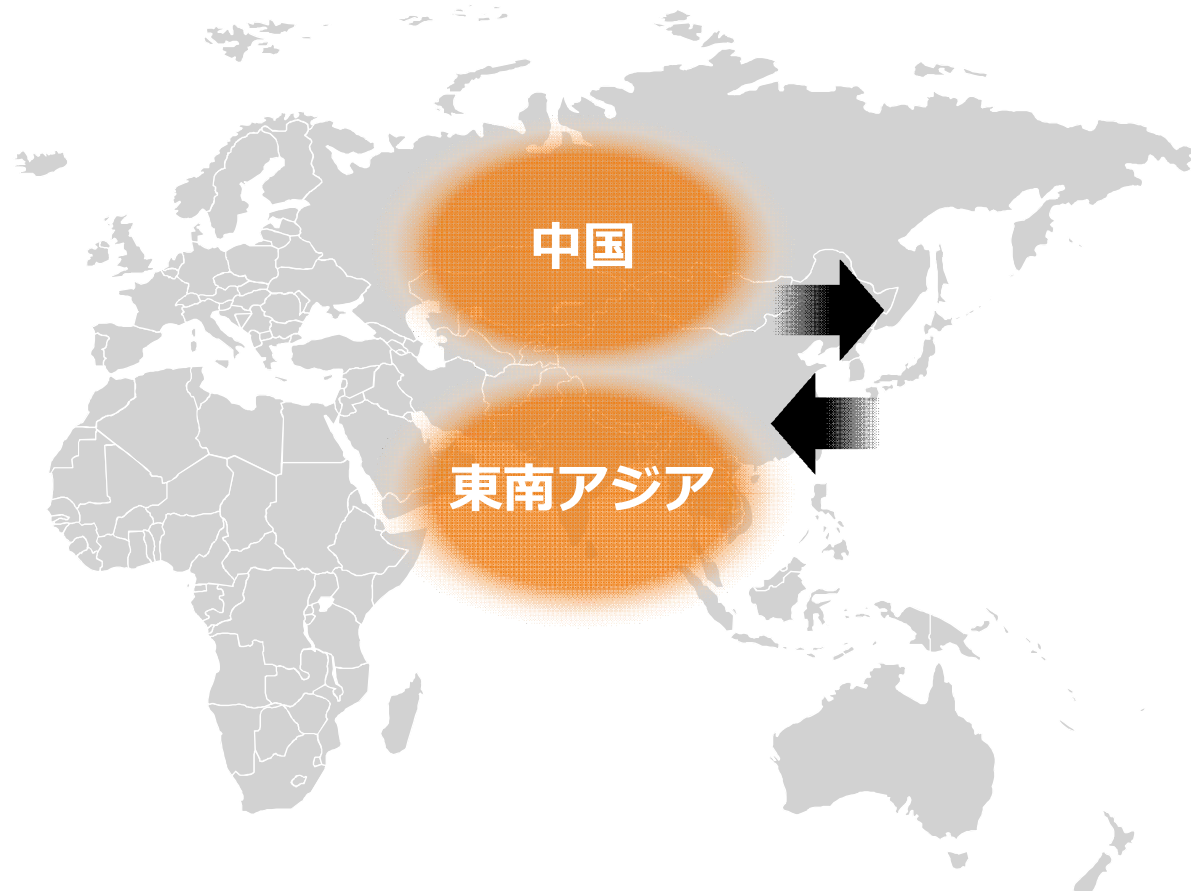


- ユーザーの行動解析によるO2Oデータの活用により、従来よりも精度の高いターゲティングを実現
- O2O DMP（データマネジメントプラットフォーム）サービスの提供

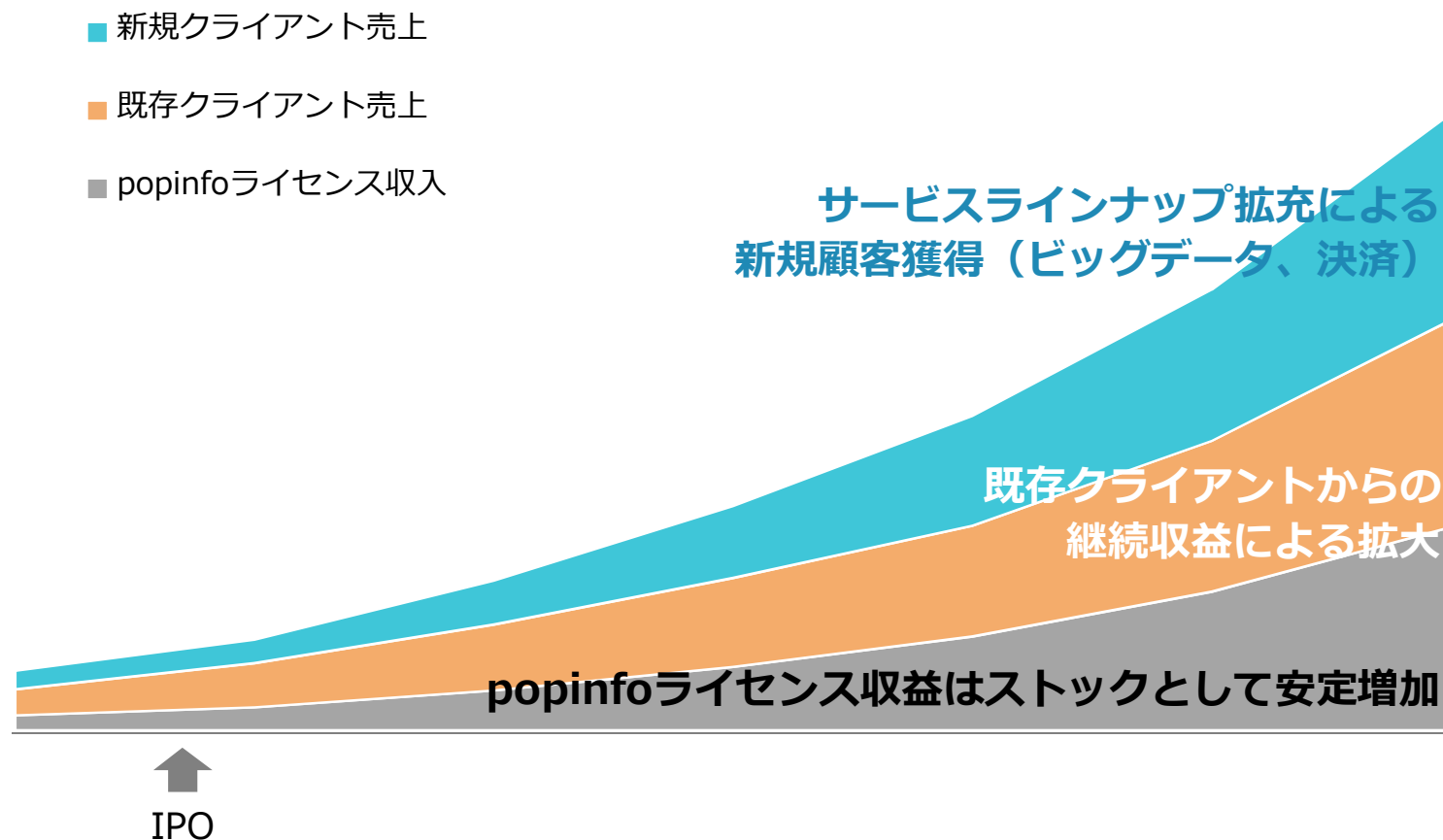


(注) DMP(Data Management Platform)とは、ネット上のビッグデータや自社データ等を一元管理・分析し、ユーザーへの情報配信の最適化を実現するためのプラットフォーム。

- **インバウンド対応 :** アジア圏からの訪日旅行客をターゲットに、化粧品、ドラッグストア、百貨店、飲食店など、日本の店舗への集客をサポートしていく
- **海外展開 :** パートナーとのアライアンスにより、中国・東南アジアより開拓



- 新規 + 既存 + ライセンスにより中長期にわたり安定的に収益を拡大を見込む



- 既存クライアントからの継続収益は安定成長
- 加えて、サービスラインナップの拡充と顧客層の拡大により、更なる成長を見込む

- 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、当社は最新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。