



2021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

(東証一部 6535)

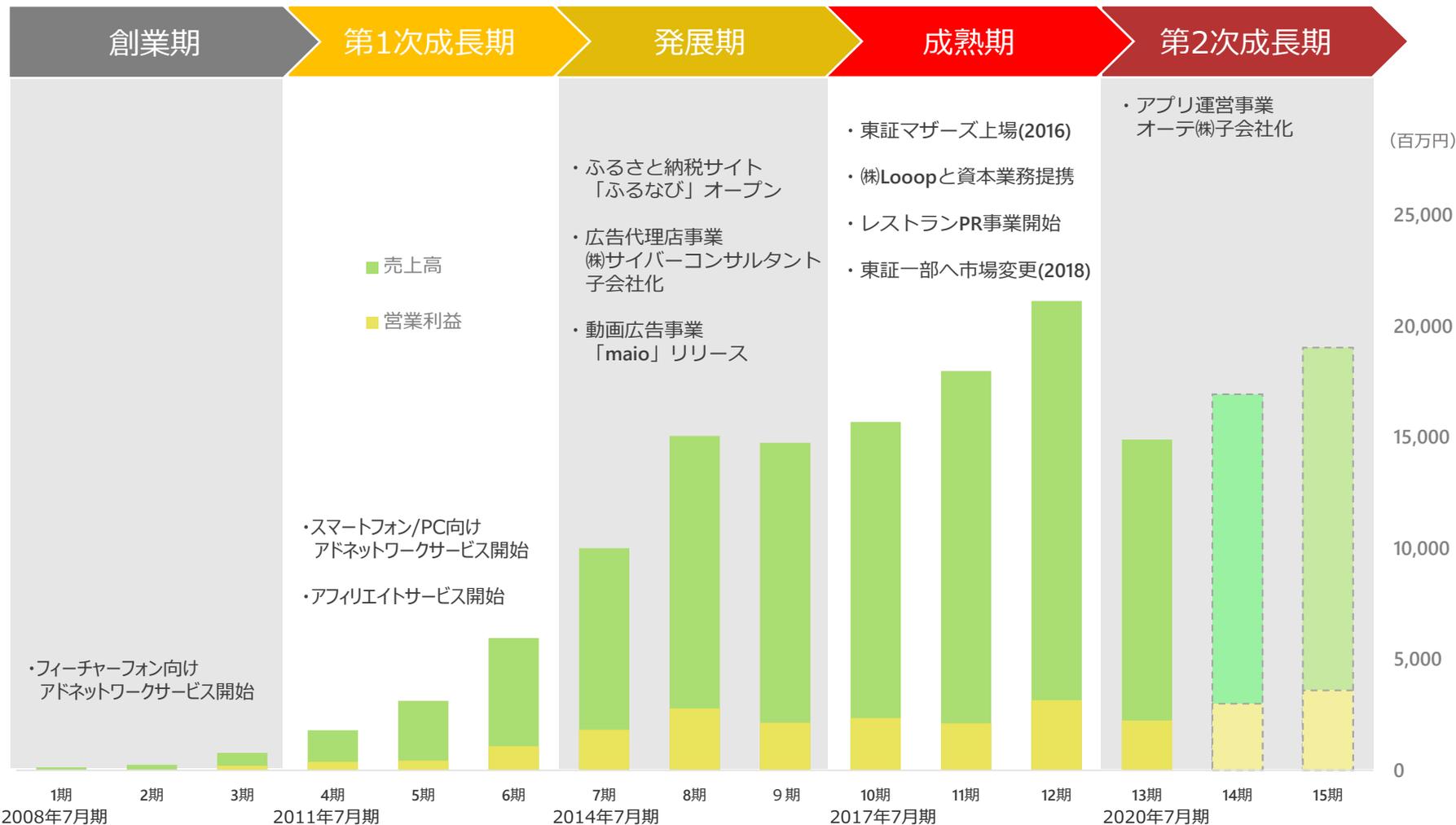
2021年6月10日

“ひとの未来に貢献する”
マーケティングを



沿革

アドネットワーク事業会社として創業。その後コンシューマ事業を加え、多角的にサービスを展開するデジタルマーケティング企業として発展。更なる成長を目指す



創業経営者



代表取締役会長 田中 俊彦

1979年生まれ。情報通信系企業、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、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。

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 「ふるなび」会員向けの宿泊サービス
		レストランPR事業	 ふるなび グルメポイント 「ふるなび」会員向けのレストラン予約サービス
		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  maio 運用型広告(ディスプレイ・ネイティブ・動画)の提供
		アフィリエイト事業	 i-mobile Affiliate 成果報酬型広告の提供
	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のソリューションサービス
	アプリ運営事業		 OHTE スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営

2021年7月期 第3四半期決算概要

前年同期比 増収増益

- ✓ 高収益事業への投資が奏功したことで、事業構造転換が進み、
売上総利益率及び営業利益率が大幅に上昇
- ✓ 今期業績予想の上方修正、増配(普通配当30円+記念配当70円)を決定
- ✓ 「ふるなび」は寄附受付件数が前年同期比2倍となり好成長を維持
- ✓ アプリ運営事業「オーテ」が収益に大きく寄与し、成長を続ける

重点戦略領域		既存事業 成長強化領域 (Organic growth)	成長事業 戦略投資領域 (Semi Organic growth)
	コンシューマ事業	ふるさと納税事業 	ふるなび周辺事業   
インターネット広告事業	アドネットワーク事業   Google Certified Publishing Partner	アプリ運営事業 	

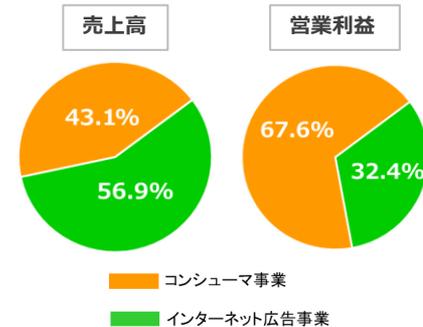
エグゼクティブサマリ②

項目		2020年7月期 3Q実績	2021年7月期 3Q実績	前年同期比	通期 修正予想	進捗率
連結業績※	売上高	12,014	14,196	+2,181 (+18.2%)	16,939	83.8%
	売上総利益	5,959	9,623	+3,663 (+61.5%)	11,029	87.3%
	営業利益	2,000	2,998	+998 (+49.9%)	3,000	99.9%
	当期利益	1,520	2,016	+495 (+32.6%)	1,947	103.5%

コンシューマ 事業	売上高	3,977	6,946	+2,969 (+74.7%)
	営業利益	1,304	2,027	+723 (+55.5%)
インターネット 広告事業	売上高	9,018	9,175	+157 (+1.7%)
	営業利益	643	971	+327 (+51.0%)

(単位：百万円)

<セグメント別構成比>



※売上高及び営業利益はセグメント間の調整額を控除した金額になっております
 ※当社は、セグメント別通期業績予想の開示は行っておりません

連結業績予想の上方修正

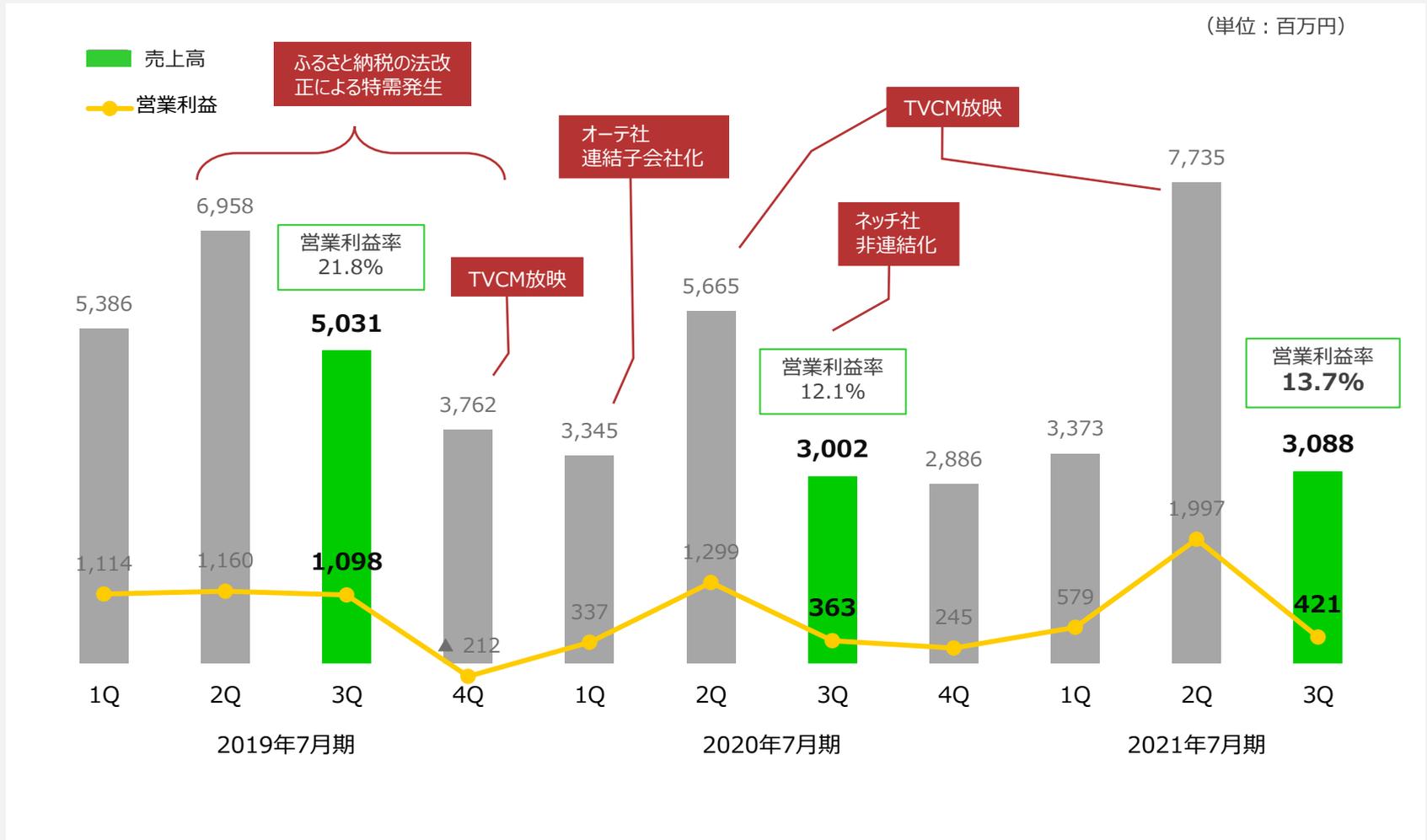
「ふるなび」における積極的な販促施策が奏功したことと、アプリ運営事業やMS事業が好調に推移したことで想定を上回る進捗結果となり、4月20日に**上方修正**を発表

連結業績 (単位：百万円)	当初予想 (A)	修正予想 (B)	増減額 (B-A)	増減率 (%)	前年比 (%)
売上高	13,715	16,939	+ 3,223	+ 23.5%	113.7%
売上総利益 (売上総利益率)	8,259 (60.2%)	11,029 (65.1%)	+ 2,769 (+4.9%)	+ 33.5%	151.2%
営業利益	2,500	3,000	+ 500	+ 20.0%	133.6%
親会社株主に 帰属する当期 純利益	1,783	1,947	+ 163	+ 9.1%	112.7%

※本業績予想は、本資料の発表日現在において新型コロナウイルス（COVID19）による経済への影響を含む入手可能な事実情報、及び現時点で判明している当社業績への直接的影響に基づき作成しております。今後の状況の変化によって当社業績への影響の範囲が特定され、合理的な算出が可能になり、業績予想に変更があった場合は速やかに公表いたします。

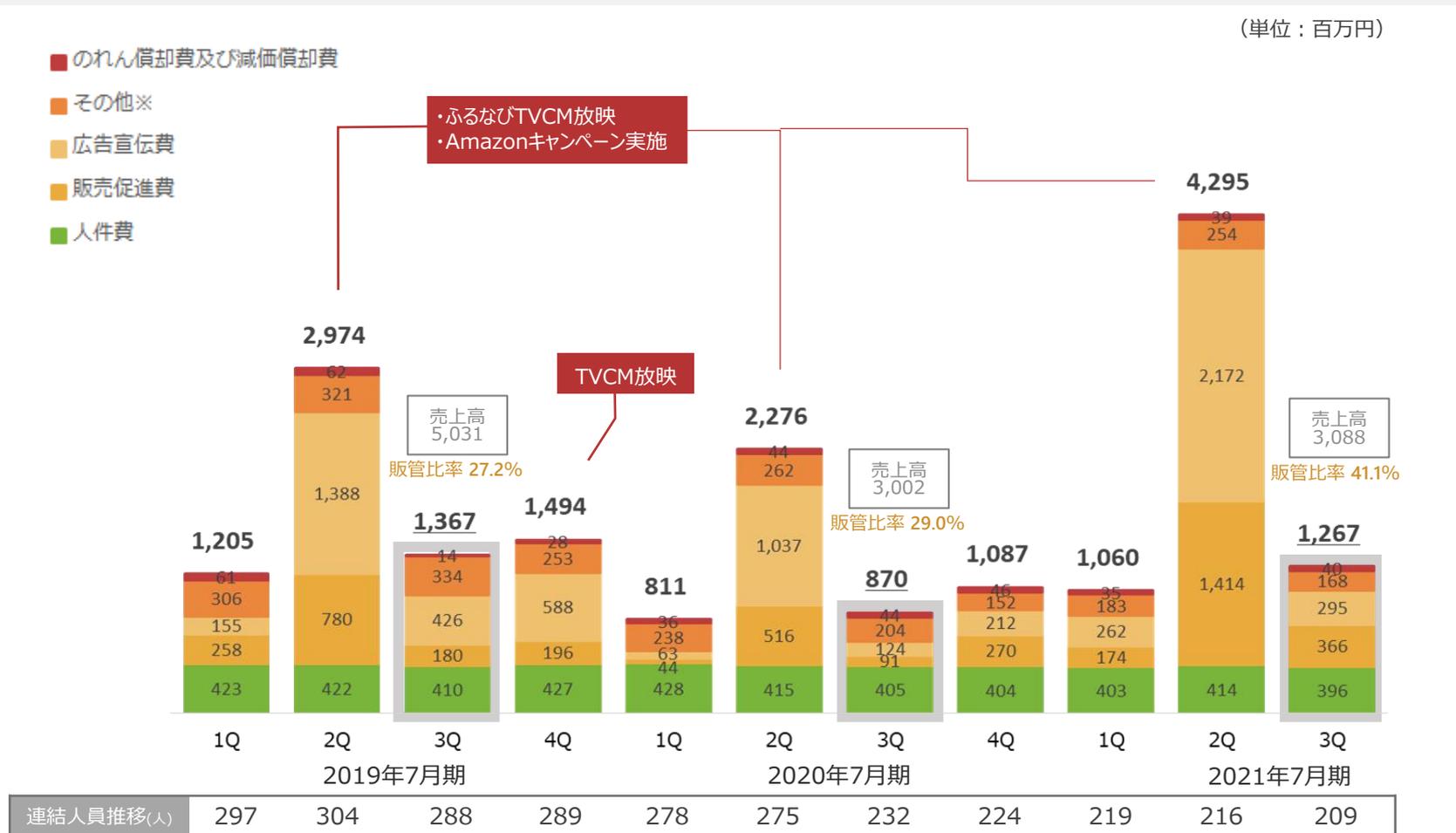
連結売上高及び営業利益推移

売上高は前年同四半期比103%の増収。一方、高利益率のふるさと納税事業やアプリ運営事業が利益に貢献し、同比116%と大幅な増益を達成



連結販売費及び一般管理費推移

成長市場領域に対する積極的なマーケティング活動により、広告宣伝費及び販売促進費は大きく増加



セグメント概況と成長戦略

コンシューマ事業

【コンシューマ事業】2021年7月期 重点戦略

ふるさと納税市場の拡大を受け、「ふるなび」のシェア拡大を図るため、新規会員獲得とリテンション率向上施策に加え、マーケティング力を活かした施策を実施

1 新規会員獲得とリテンション率の向上

TVCMやWEB広告による認知度の向上

キャンペーンによる潜在顧客の開拓

想起施策(CRM)による既存顧客との関係維持

2 顧客満足度の向上

契約自治体数と返礼品数の増加

機能拡充によるユーザービリティの向上

独自コンテンツやサービス等の拡大

3 競争優位性の構築

大手プラットフォームとの業務提携

自治体との協働による飲食・宿泊などの体験型返礼品の開発

災害支援等の社会貢献サービスの提供

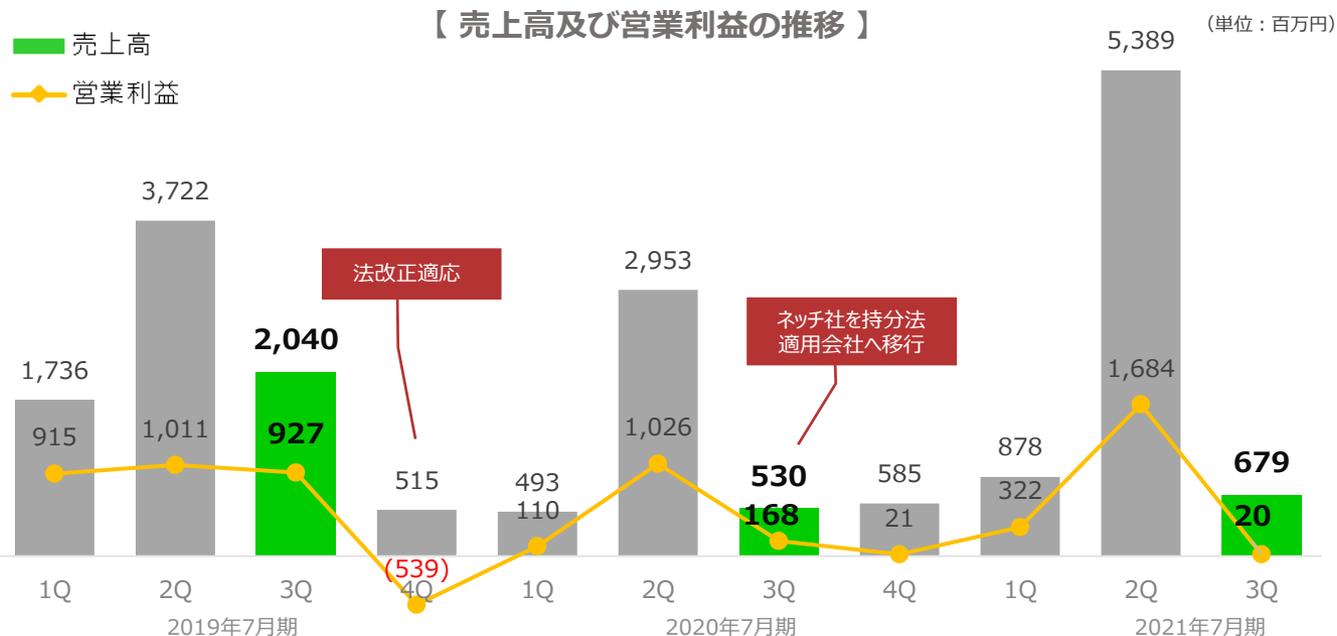
【コンシューマ事業】第3四半期の結果及び業績推移

ふるさと納税事業 ふるなび

- ✓ TVCMなどの**新規会員**獲得及び**既存顧客**への想起施策、並びにYahoo! JAPANとの連携プロモーションが奏功し、累計会員数が100万人を突破。寄附受付件数も前年同四半期比**148.8%**と増加
- ✓ ふるなび周辺事業のトラベル事業は、宿泊型返礼品の**提携ホテル・旅館**を413施設(6/1時点)に**拡大**

不採算子会社の整理

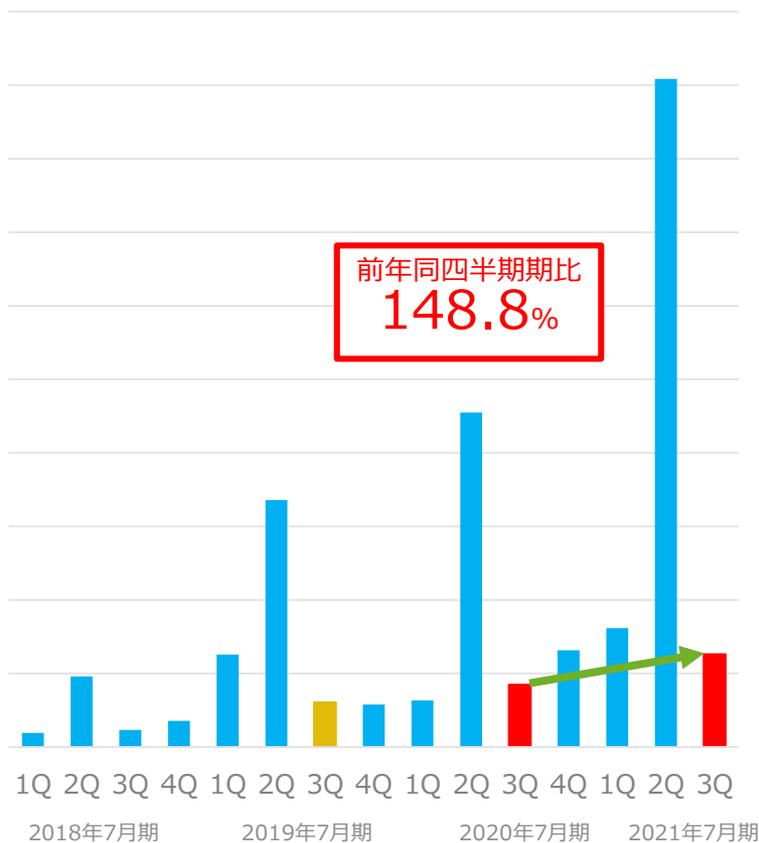
- ✓ 不採算子会社の整理を進めたことで前年同四半期比81百万円の減収、19百万円の増益効果をもたらし、セグメントの**収益が改善**



【コンシューマ事業】ふるさと納税事業の成長推移

寄附受付件数が前年同四半期比**148.8%**。会員数、契約自治体数も順調に増加

寄附受付件数の推移



会員数と契約自治体数の推移



【コンシューマ事業】ニュースリリース一覧（抜粋）

市場成長を見通したブランドイメージの浸透、確立に向け、「ふるなび」TVCMの放映によるプロモーション戦略を推進

日付	種類	記事
3月2日	雑誌	「ふるさと納税」の達人(得)ワザ6 ---週刊女性
4月5日	TV	報道ステーション (提供) ---テレビ朝日
4月26日	WEB	4都府県の緊急事態宣言に伴い、ふるさと納税代行サービス「ふるなびプレミアム」がオンライン無料面談を強化！ ---ニッポンふるさとプレス、PR TIMES
4月28日	WEB	ふるさと納税などメディア事業の好調による業績予想の上方修正を発表 ---Yahoo!ファイナンス(フィスコ)
5月18日	WEB	【宿数300件突破】ふるさと納税で人気のホテル・旅館に泊まれる「ふるなびトラベル」 ---PR TIMES
6月1日	WEB	【宿数400件突破】この夏行きたいホテル・旅館にふるさと納税で泊まれる「ふるなびトラベル」 ---PR TIMES



「ふるなび屋 接客編/調教編」

新TV-CM 特設ページ URL :
<https://furunavi.jp/c/cm2020>

<2021年7月期第4四半期における広告宣伝の予定について>

来期に向けた先行投資として、4Q期間中にも「ふるなび」のTVCM放映を実施する予定

セグメント概況と成長戦略

インターネット広告事業

【インターネット広告事業】2021年7月期 重点戦略

市場競争力を高めるべく、商品提案体制の強化と再構築を行い新規顧客獲得に注力
海外を含めた新市場への進出や、新しい成長軸への投資を積極的に実施

1

広告の価値を高める商品開発と提案

広告効果の高い商品と
最適な運用の提案

新しい広告
フォーマットの開発

新しいタイトルの
リリース

ÖHTE

2

新規顧客の開拓と海外市場への進出

デジタル広告が活用で
きていない顧客の開拓

アプリ運営事業者への
ユーザー獲得支援

海外顧客の獲得と
オーテの海外市場進出

ÖHTE

3

収益効率の改善

商品提案体制や
営業手法を再構築

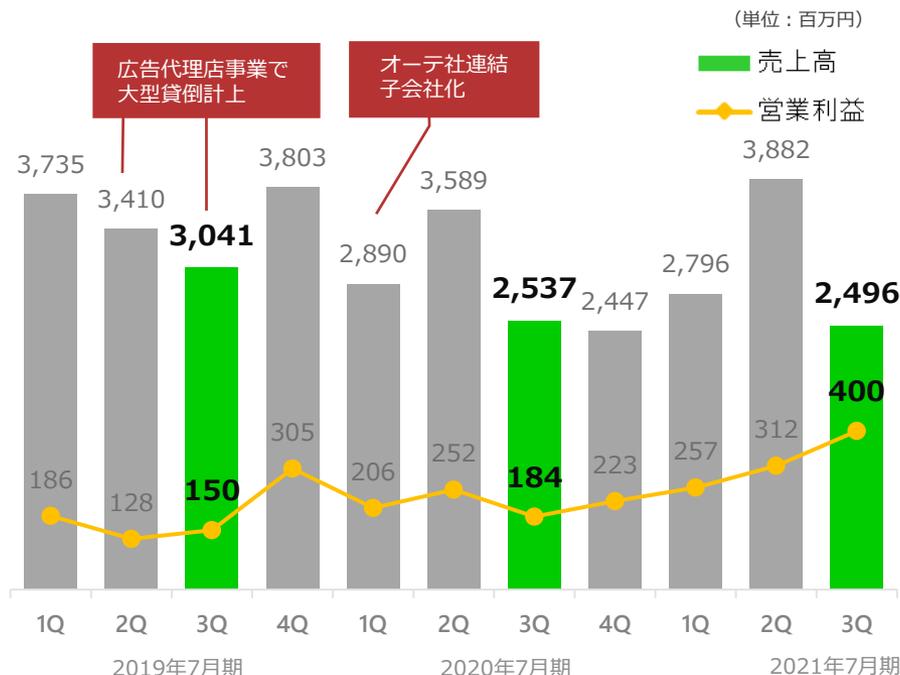
広告運用アルゴリズムの
改善による最適化

CAC※の最適化と
リテンション率向上

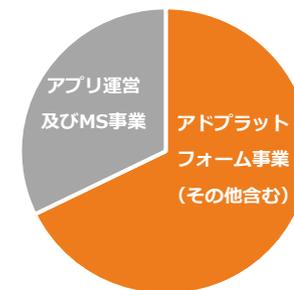
ÖHTE

【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

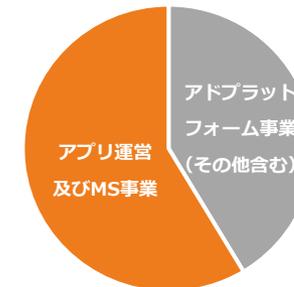
インターネット広告事業 売上高及び営業利益の推移



【売上高構成比（当第3四半期累計）】



【売上総利益構成比（当第3四半期累計）】



アドプラットフォーム事業※



- ✓ アドネットワーク事業は、海外営業の強化を図ったことで海外顧客による売上高が堅調に**増加**
- ✓ 広告効率の高いプレイアブル広告の売上高が、前年同四半期比**167%**と**増加**
- ✓ アフィリエイト事業はゲームやECなど、大型案件の継続的な受注が成功し**収益**に**貢献**

※ アドプラットフォーム事業:アドネットワーク事業及びアフィリエイト事業を指します

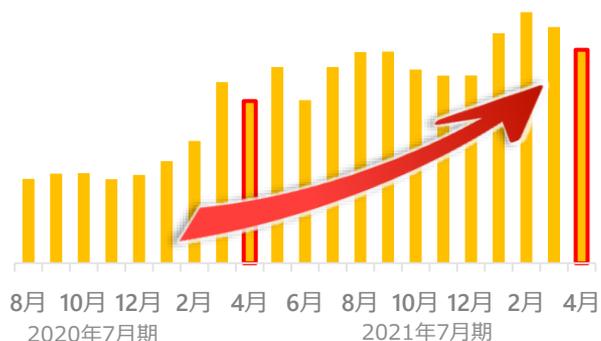
【インターネット広告事業】 第3四半期の結果及び業績推移

アプリ運営事業



- ✓ 新規ユーザーの獲得が進み、「パズルde懸賞」シリーズの累計ダウンロード数が850万を突破。MAU※は増加傾向が続いており、前年同四半期比で**132%**と**増加**を達成

アクティブユーザー数（MAU※）の動向



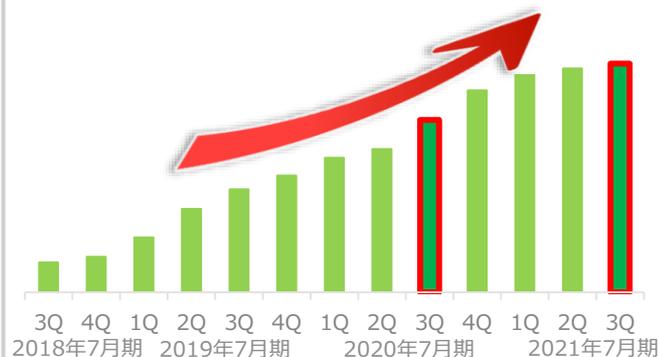
※ MAU: Monthly Active Usersの略。月あたりのアクティブユーザー数。グラフは月末28日平均数値の推移になります

メディアソリューション事業



- ✓ パブリッシャー向けプロダクトの導入アカウント数が前年同四半期比**133%**を**達成**。稼働パートナー数の増加がそのまま収益拡大に寄与し継続的な成長を維持している

稼働パートナー数の推移



資本政策・株主還元方針

資本政策・株主還元方針

2021年4月20日に期末配当予想の修正（増配）を発表

期末配当予想につきまして、当初の予想では1株当たり25円としておりましたが、当期の業績は順調に推移していることから、**1株当たり30円**※とさせていただきます。

※2021年6月10日開催の取締役会において、記念配当(70円)を決議し合計配当予想を**1株当たり100円**としております

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」による株主利益最大化を目指してまいります。

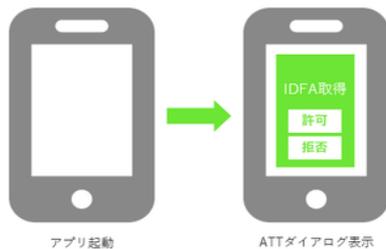
2. 株主還元策の実施

- ・事業基盤の維持及び持続的な成長のための原資を確保しつつ、業績の推移や財務状況、内部留保等を総合的に勘案し、機動的に実施してまいります。
- ・**配当性向30%**を目安とした安定的・継続的な配当の実施に、**自己株式の取得**を柔軟に加えた、**総還元による株主還元**を実施してまいります。

トピックス

【トピックス】サービス

◆ IDFA※取得制限に伴う「広告収益の低下」対策を無償サポート



iOS14.5のリリースによるIDFA※取得のオプトイン必須化に伴う広告収益の低下を最小限に抑えるための支援サービスを開始しました。

※ IDFA: Appleの広告配信用の識別子で、アプリがIDFAにアクセスする際、ユーザーに許可を求めることを必須化すると当社が発表しています

◆ 「ふるなび」と「Amazon Pay」が決済手段で連携



ふるさと納税事業「ふるなび」は、顧客利便性を高める決済手段として新たにオンライン決済サービス「Amazon Pay」を導入しました。

◆ 「ふるなび」が国税庁から「ふるさと納税に係る特定事業者」に指定



令和3年分から、確定申告時の手続きが簡素化され、さらに気軽に「ふるなび」でふるさと納税をご利用いただけるようになります。

【トピックス】新型コロナウイルス感染症による当社への影響

インターネット接触時間の増加などにより広告収益に好影響がある反面、緊急事態宣言により営業活動の一部に制限を受けるも、**事業全体への影響は限定的**

	プラス要因	マイナス要因
コンシューマ事業	緊急事態宣言の外出自粛傾向により、インターネット接触時間が増加	軽微 飲食・宿泊の需要減少
インターネット 広告事業	在宅時間増加による巣ごもり消費の増加	軽微 在宅勤務要請により、 営業活動に一部制限が出る
全社運営	リモートでの営業活動の実施など、業務遂行に支障なし	

<今後における当社への影響見込み>

コロナ禍における業績への影響は極めて限定的ではありますが、緊急事態宣言の延長による影響及び、未だ収束時期が見通せないことから、今後も国内外の経済を下振れさせるリスクに注意する必要がある状況と考えております。

參考資料

参考資料 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支援を紹介するポータルサイト



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。

参考資料 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「社会貢献」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

*P*ふるなび *Premium*

ふるさと納税コンサルサービス。
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。

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

社会貢献

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。

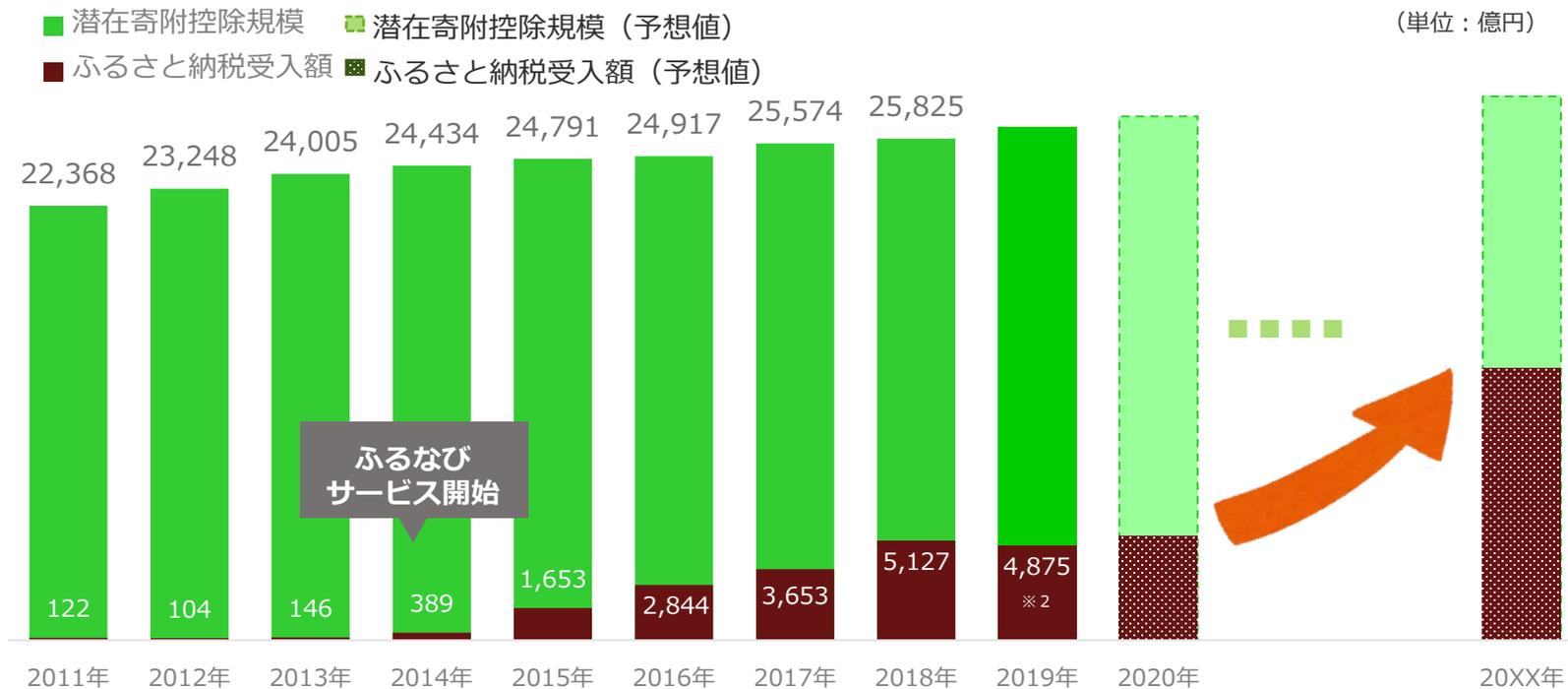
ふるなび災害支援

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。

※1 日本マーケティングリサーチ機構調べ 調査概要：2020年4月期_ブランドのイメージ調査

参考資料 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※1、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



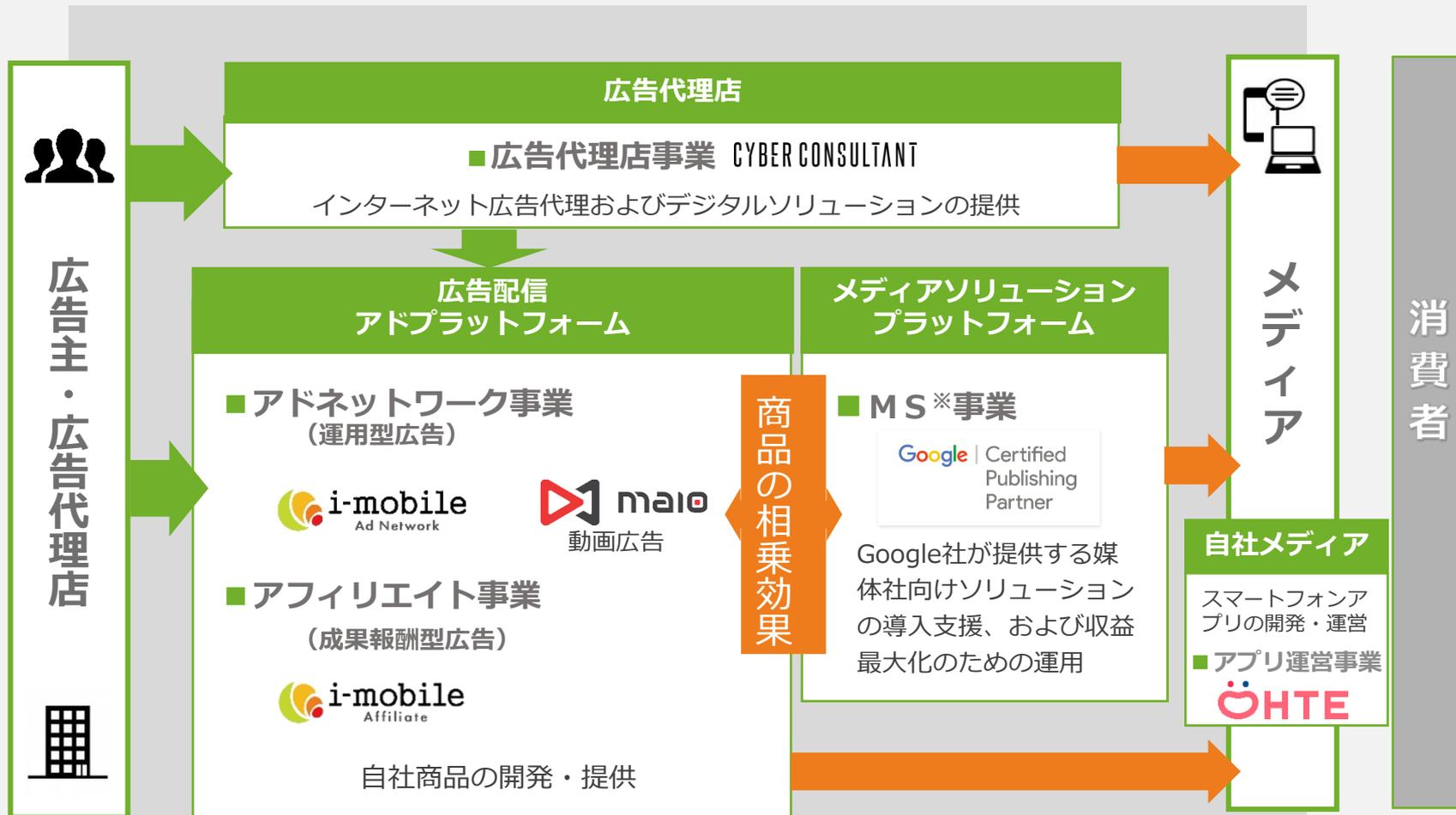
- 2011～2018年 潜在寄附控除規模は「総務省発行：地方財政の状況」を参考に当社にて算出（個人住民税歳入額×20%）
- 2011～2019年 ふるさと納税受入額は「ふるさと納税に関する現況調査結果」 総務省 令和2年8月5日を参照
- ※1 これらの算出は市場規模と成長性を当社基準で概算しているものであり、統計数値とは異なる部分があります

※2
市場見通し

ふるさと納税受入額等の実績は、住民税の計算期間と異なり、自治体の事業年度（2019年4月1日～2020年3月31日）の状況を集計したものであります。当社では、この期間に2019年6月1日からふるさと納税に係る指定制度が施行されることを見越した駆け込み需要が同年3月までに起こったことによる影響があることを踏まえ、市場は依然として堅調な成長を続けていると考えております。

参考資料 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業とメディア運営を行う



参考資料 ビジネスモデル：アプリ運営事業 オーテ株式会社

「パズル de 懸賞」シリーズを中心とした高品質なパズルと、懸賞品システムを融合したスマートフォンゲームアプリを提供。アイモバイル社のマーケティングマネジメント手法とプロダクトを活用し、メディアとして広告収益拡大に成功



参考資料 主要経営指標（通期）

I-1. 連結業績推移※

（百万円）

	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
売上高	15,688	17,981	21,138	14,901
売上総利益	4,930	5,820	10,202	7,292
販売費及び一般管理費	2,571	3,702	7,041	5,046
営業利益	2,359	2,118	3,160	2,246
経常利益	2,355	2,095	3,149	2,248
当期利益	1,539	1,165	1,367	1,727
総資産	14,155	15,465	16,911	15,359
純資産	10,871	12,040	13,145	13,222
純有利子負債	-10,572	-11,016	-13,974	-12,363

	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
売上総利益率	31.4%	32.4%	48.3%	48.9%
売上販管費率	16.4%	20.6%	33.3%	33.9%
営業利益率	15.0%	11.8%	14.9%	15.1%
経常利益率	15.0%	11.7%	14.9%	15.1%
当期利益率	9.8%	6.5%	6.5%	11.6%
自己資本比率	75.7%	76.0%	76.5%	86.1%

I-2. セグメント別業績推移

		2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
コンシューマ 事業	売上高	1,092	2,412	8,015	4,563
	営業利益	223	680	2,313	1,325
インターネット 広告事業	売上高	14,945	15,846	13,990	11,465
	営業利益	2,127	1,394	770	866

	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
営業利益率	20.4%	28.2%	28.9%	29.0%
営業利益率	14.2%	8.8%	5.5%	7.6%

II. 各指標の推移

	2017/07	2018/07	2019/07	2020/07
ROE	19.0%	10.2%	10.9%	13.1%
ROA	14.3%	7.9%	8.4%	10.7%
EPS (円)	75.0	55.0	57.3	76.6

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

※ 売上高及び営業利益はセグメント間の調整額を控除した金額になっております

※ 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

参考資料 会社概要

商号	株式会社アイモバイル	資本金	152百万円 (2021年4月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 209名 (2021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	取締役 溝田 吉倫 取締役 富重 眞栄 社外取締役 田中 邦裕 社外取締役 嶋 聡 常勤監査役(社外) 轟 幸夫 監査役(社外) 石本 忠次 監査役(社外) 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 アフィリエイト事業 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	主要 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”マーケティングを

