



2020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)

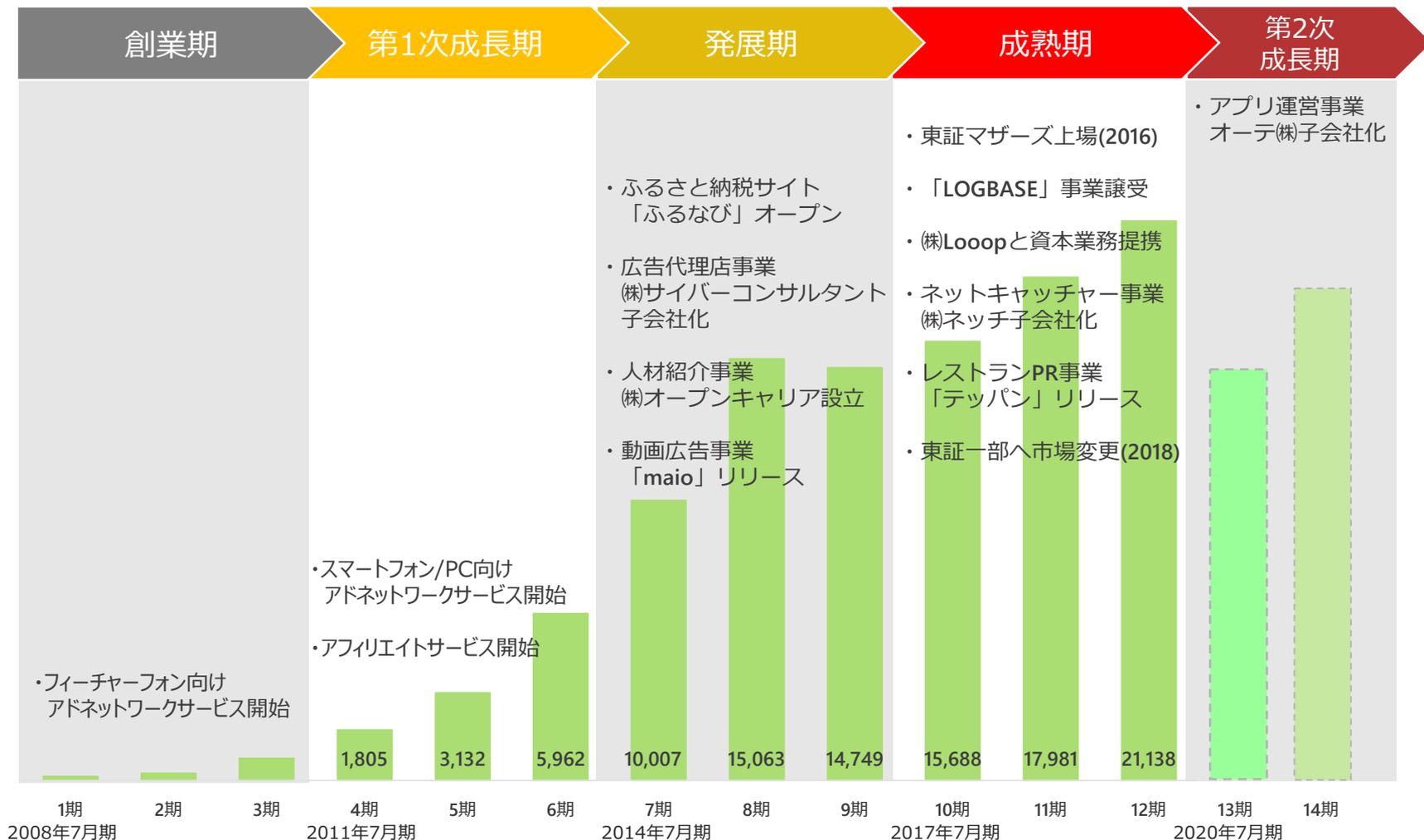
2020年6月11日

“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

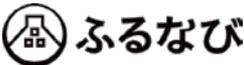
1979年生まれ。情報通信系企業、広告代理店を経て、インターネットの市場の拡がりから、次代を見据え、モバイル事業の起業を企図。2007年に野口と当社を共同設立し代表取締役社長に就任。モバイルに特化したインターネット広告事業を展開し、国内最大級のアドネットワーク規模へと成長させた。卓越した先見性により事業の兆しをとらえ、ふるさと納税事業にも参入。現在も新たな事業を創出し続け、複数のプロジェクトを率いる。

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	サービス名/会社名	サービス(会社)ロゴ	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」	 ふるなび	ふるさと納税のポータルサイト
コンシューマ事業	テッパン	 テッパン	幹事の方にキャッシュバックというメリットがある「利用者のレストラン」を繋ぐサービス
コンシューマ事業	ふるなびグルメポイント	 ふるなび グルメポイント	ふるさと納税サイト「ふるなび」会員向けのレストラン予約サービス
コンシューマ事業	たまるモール	 たまるモール byふるなび	ふるさと納税サイト「ふるなび」会員が利用することができるポイントサービス
インターネット 広告事業	i-mobile Ad Network	 i-mobile Ad Network	CPC課金型広告の提供
インターネット 広告事業	i-mobile Affiliate	 i-mobile Affiliate	CPA課金型広告の提供
インターネット 広告事業	maio	 maio	アプリに特化した動画広告の提供
インターネット 広告事業	Media Solution	 Google Certified Publishing Partner	Google認定パートナーとして、Googleが提供するプロダクトを駆使した長期的なメディア収益向上の為のソリューションを提供
インターネット 広告事業	(株)サイバーコンサルタント	CYBER CONSULTANT	インターネット広告代理店事業の提供
インターネット 広告事業	オーテ(株)	 Ohte	スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営

新型コロナウイルスの感染拡大に対する当社の取り組み

1. 当社グループの対応

当社グループは、有事への対応を早期から検討し、社会の安全・健康を確保するため、全拠点での在宅勤務など、新たな体制に移行しつつ、通常時と同じパフォーマンスを実現しております。

2. ふるなびを使った支援の実施

新型コロナウイルス感染症によって被害にあわれた方々の支援のため、当社グループの『ふるさと納税制度』を活用し、自治体に代わり寄附金の受付を行っております。

	・新潟県燕市	・兵庫県市川町	・宮崎県都城市
	・兵庫県洲本市	・京都府亀岡市	・静岡県島田市
	・佐賀県神崎市	・兵庫県西脇市	・岐阜県高山市
	・山形県長井市		

	「守ろう東京・新型コロナ対策医療支援寄附金」 寄附すると1件につき100円をふるなびから「守ろう東京・新型コロナウイルス対策医療支援寄附金」へ支援金として献金します。
--	---



兵庫県市川町「子供や高齢者などの市民・事業者・生産者の皆さんを守りたい！」

ふるなび災害支援

災害発生時に自治体が「ふるさと納税」の制度を利用して復興のための資金を募ります。

※ふるなび災害支援では、自治体からの手数料はいただいておりません。

2020年7月期 第3四半期 決算概要

エグゼクティブサマリ① –2020年7月期の方針と第3四半期の総括–

連結業績予想と今期の重点領域

(単位：百万円)

2020年7月期	連結業績予想 (3/12修正)		コンシューマ事業	インターネット広告事業
売上高	14,712	既存事業	 ふるなび	 maio 
営業利益	1,773	成長事業	 テッパン	



- 

コンシューマ事業、インターネット広告事業共に堅調に推移し、**売上高・営業利益**ともに当四半期**目標を大幅に上回った**。一方、ふるさと納税事業「ふるなび」で、前年の法改正による特需効果が剥落した影響が大きく、前年同期比では減収減益となった。
- 

ふるさと納税事業「ふるなび」では市場拡大のためのキャンペーン施策が奏功した事に加え、ブランド認知度の高まりを受け、**寄附件数**が前年同四半期比で**大幅に増加**。
- 

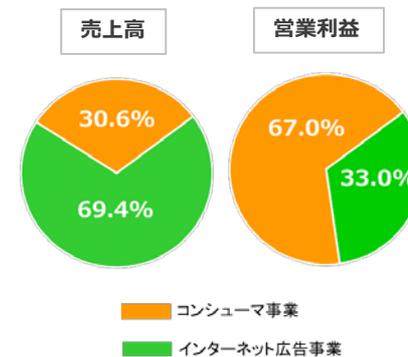
新型コロナウイルス感染症による外出自粛は、外出を伴うサービスを提供するクライアントの広告費削減などをもたらしたが、一方で、インターネット接触時間の増加によってゲーム広告などが収益に寄与し、**事業全体への影響は限定的**に留まった。

エグゼクティブサマリー② –第3四半期累計期間決算概況–

(単位：百万円)

項目		2019年3Q 累計実績	2020年3Q 累計実績	前年同期比	通期計画 (3/12修正)	進捗率
連結業績	売上高	17,376	12,014	69.1%	14,712	81.7%
	営業利益	3,373	2,000	59.3%	1,773	112.8%
	当期利益	1,883	1,520	80.8%	1,168	130.2%
コンシューマ 事業	売上高	7,499	3,977	53.0%		
	営業利益	2,853	1,304	45.7%		
インターネット 広告事業	売上高	10,186	9,018	88.5%		
	営業利益	465	643	138.3%		

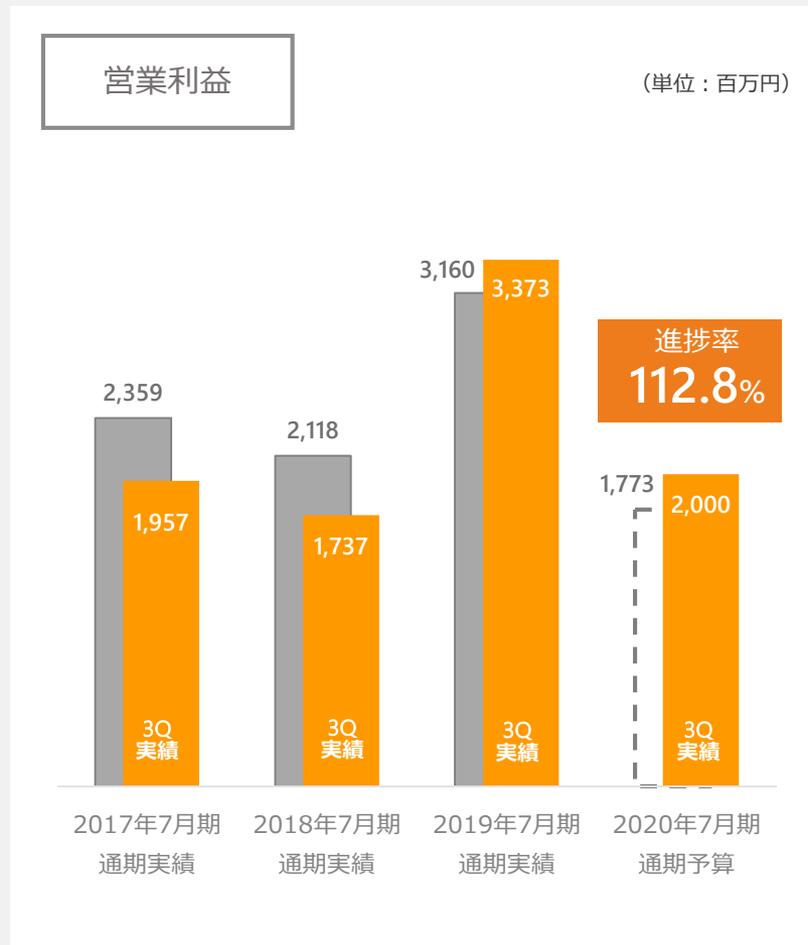
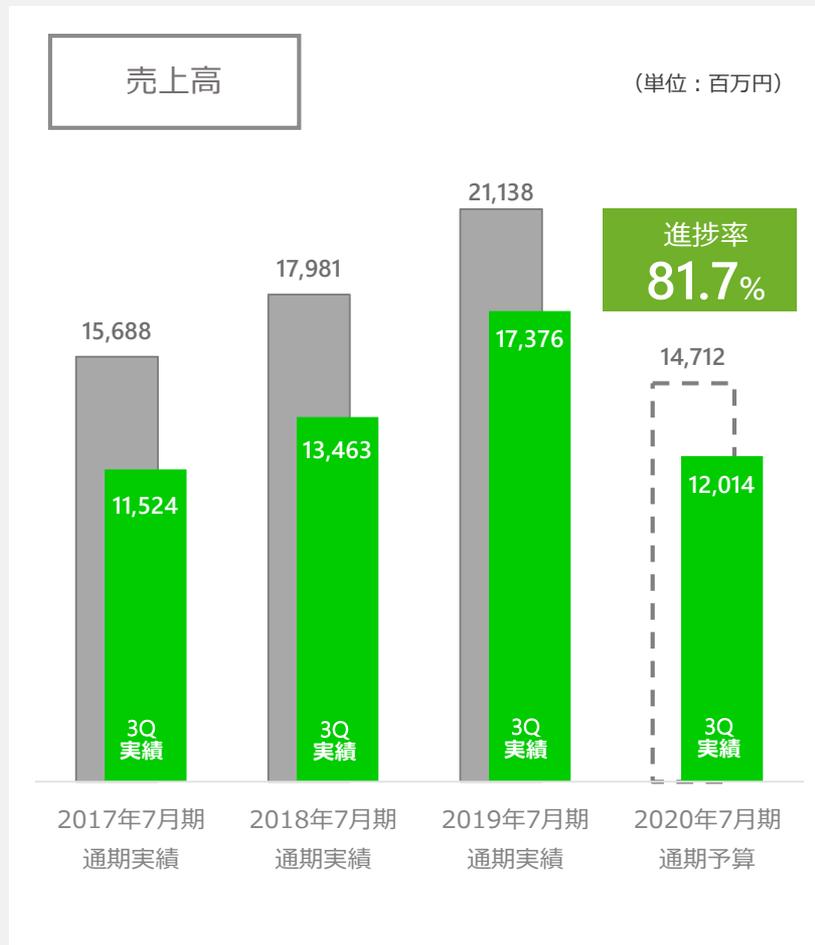
<セグメント別構成比>



※連結業績の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いません

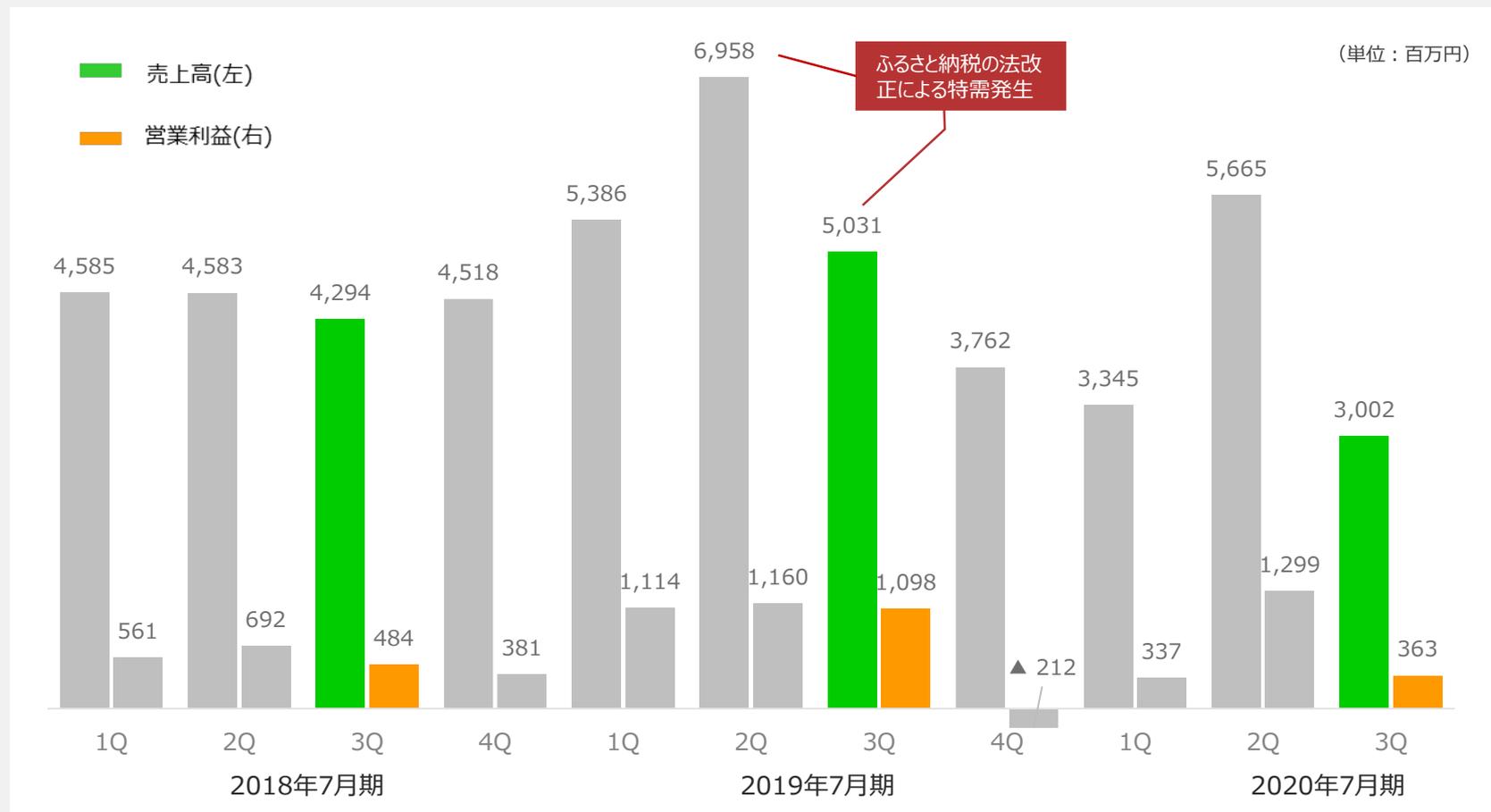
連結業績予想に対する進捗率

ふるさと納税事業の好調により、修正計画に対して売上高進捗率は81.7%、営業利益進捗率は112.8%と順調に推移



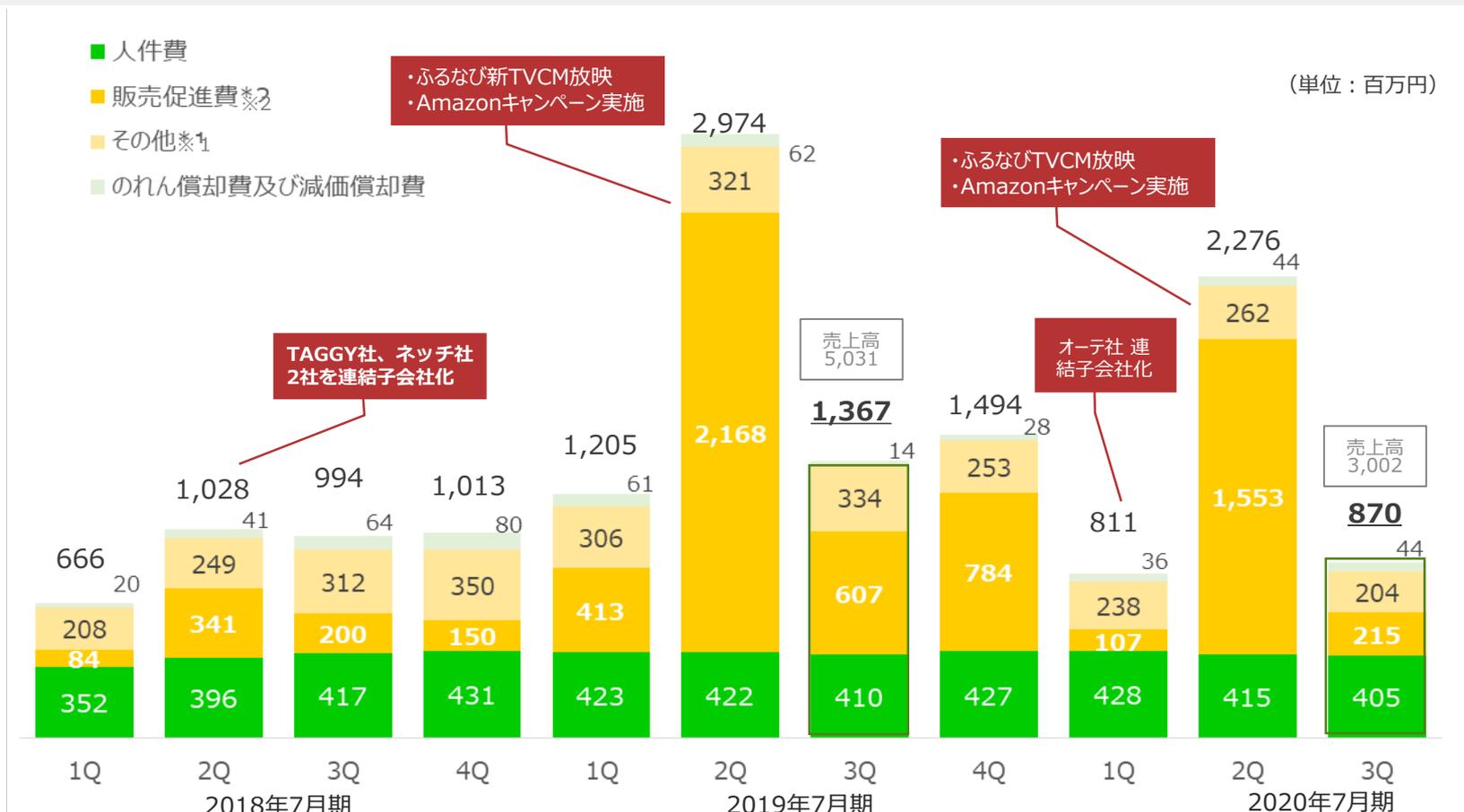
四半期 連結売上高及び営業利益推移

ふるさと納税事業における前年の駆け込み特需効果が剥落した影響が大きく、売上高は前年同四半期比▲2,028百万円、営業利益は同▲734百万円と減収減益となった



四半期 連結販売費及び一般管理費推移

在宅勤務を早期に実施したがコスト増にはならず、不採算子会社の事業停止や非連結化などにより一般管理費を削減(前年同四半期比▲105百万円)し、売上高販管費率は29.0%

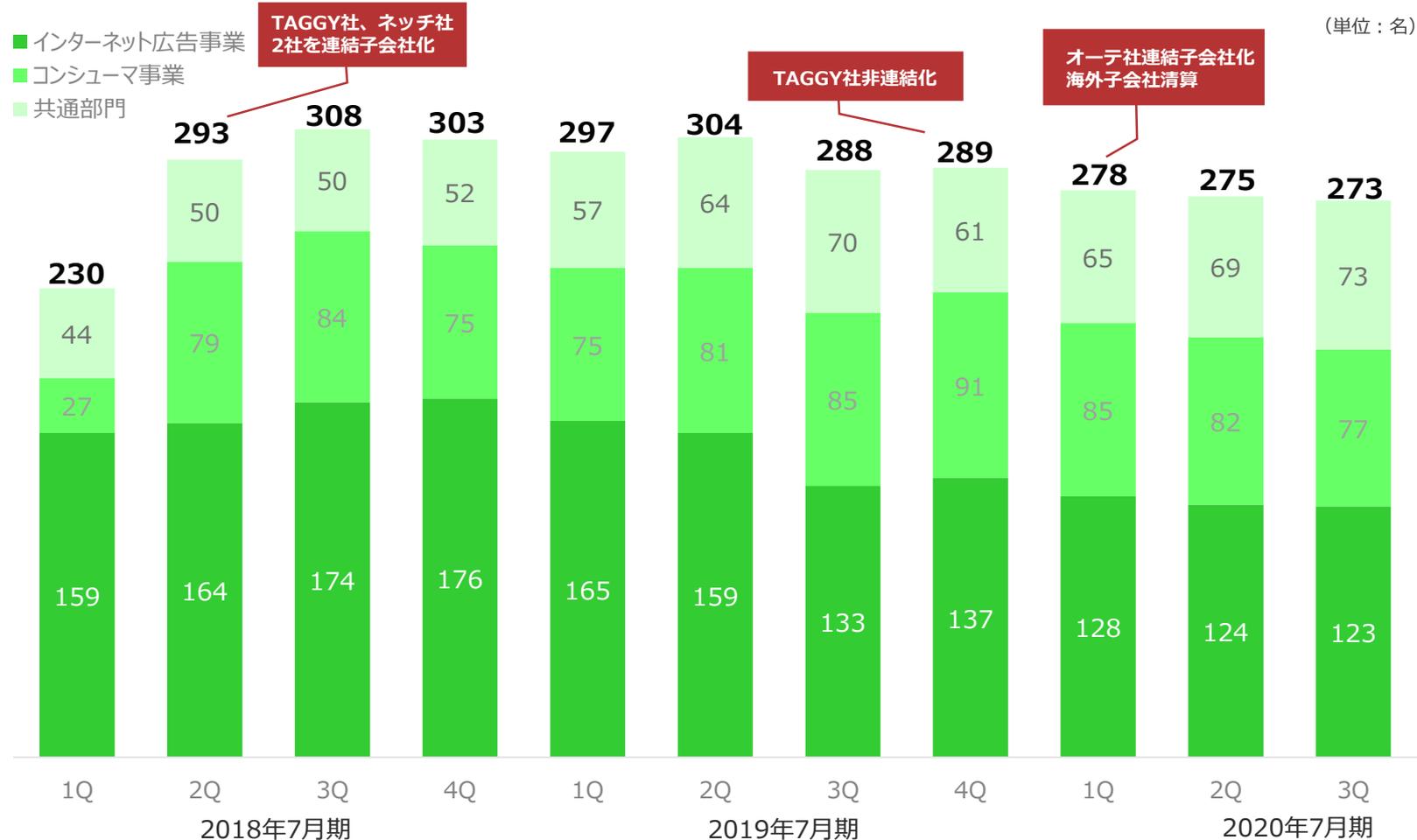


※1：主に通信費、支払手数料、地代家賃、荷造運賃、旅費交通費等にて構成

※2：広告宣伝費、販売促進引当金繰入額を含む

四半期 連結人員推移

海外を含む子会社の清算や非連結化により、前年同四半期比で人員は減少したものの、人員配置の見直しと新卒社員の入社によって**必要な人員は安定的に確保**し続けている

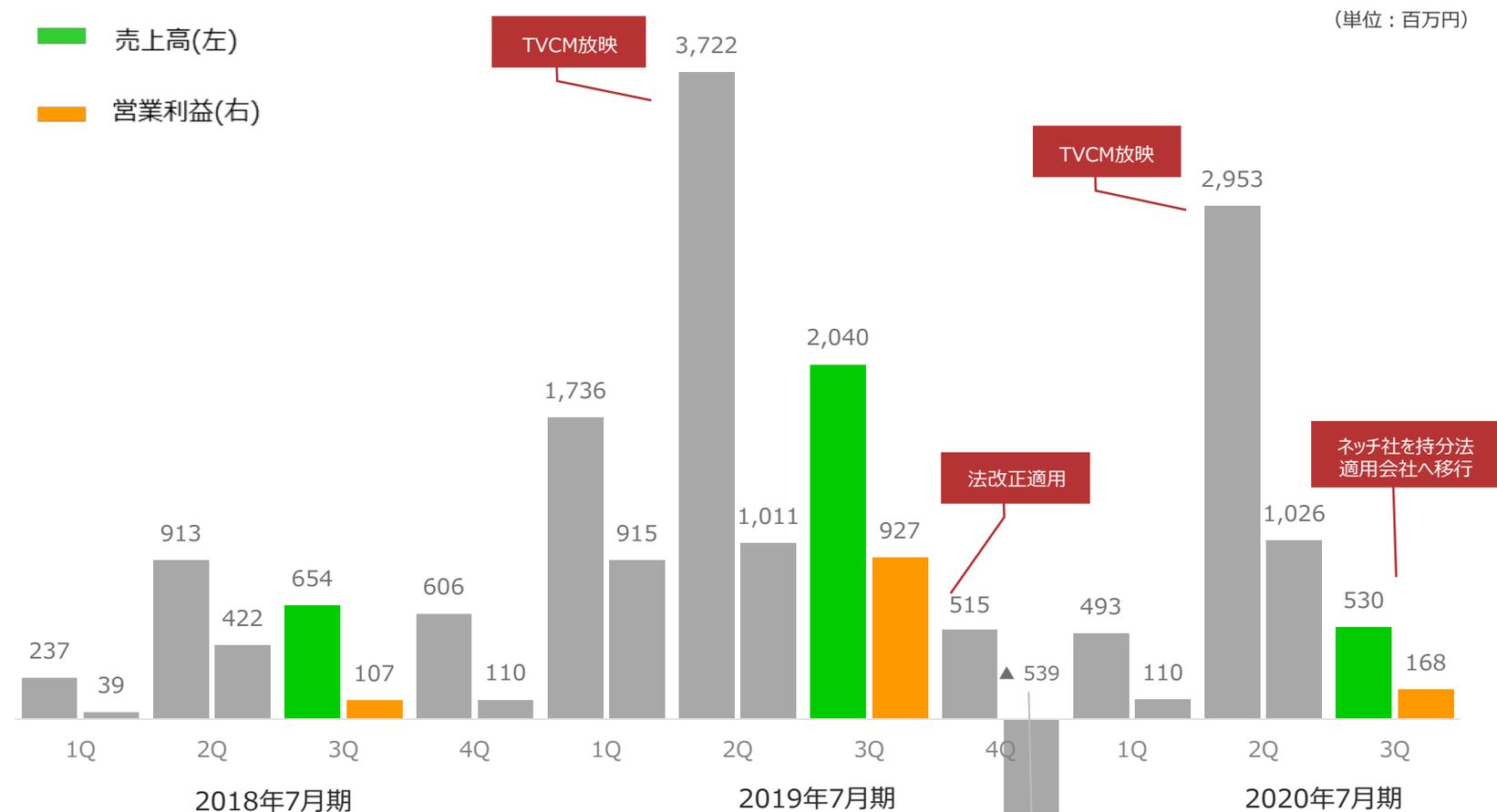


セグメント概況及び成長戦略

コンシューマ事業

コンシューマ事業 業績推移

ふるさと納税事業での法改正による駆け込み特需効果の剥落に加え、不採算子会社の事業停止などで減収減益となった。一方で、キャンペーン効果や、外出自粛要請による**巣ごもり消費が追い風**となり、業績は堅調に推移し、計画を上回る結果となった

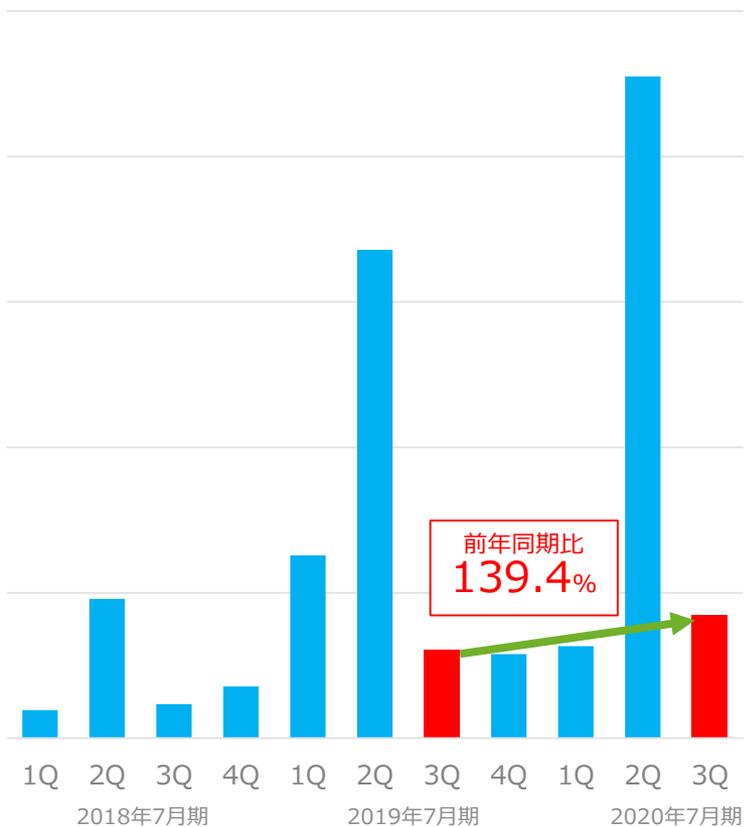


ふるさと納税事業の成長推移

寄附受付件数は前年同四半期比約40%増となるなど、会員数、契約自治体数とも堅調に増加し、制度の浸透と収益拡大に貢献している。

今後もふるさと納税制度の浸透に努めると共に、自治体の支援に取り組んでいく

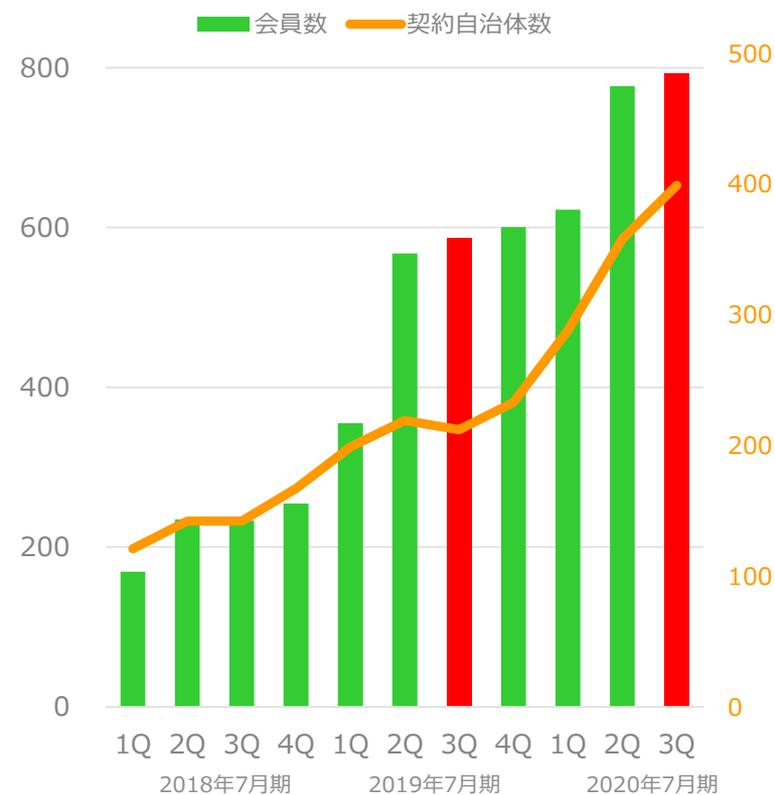
寄附受付件数の推移



会員数 (千人)

会員数と契約自治体数の推移

自治体数



重点領域 コンシューマ事業への成長投資

レストラン事業で新型コロナによる業績への影響が出たが、「ふるなび」ブランドの強化と、会員向けサービスの拡充、ポイントの流通活性化のための投資を続けていく

強化施策

ふるなび

ブランド認知度と市場の拡大

- ✓ 制度の浸透を図るためのキャンペーンの実施
- ✓ リテンション率向上のための想起施策の実施
- ✓ クラウドファンディングなど自治体支援策の実施

機能とコンテンツの拡充

- ✓ ユーザビリティ向上のため施策を実施
 - レビュー投稿プロモーション
 - ふるなび自治体アワードを公開



- ✓ ふるなびカタログ掲載自治体と取扱高の拡大

ふるなび **グルメポイント**



サービスの利便性向上

- ✓ 新型コロナ感染症の拡大による外出自粛要請により、業績に大きな影響を受け、事業は停滞



- ✓ 今後はサブスクリプションモデルの導入店舗数の拡大と、飲食店支援のため、サービス拡充を推進し、ポイント流通の活性化と収益拡大を図る

たまるモール by ふるなび

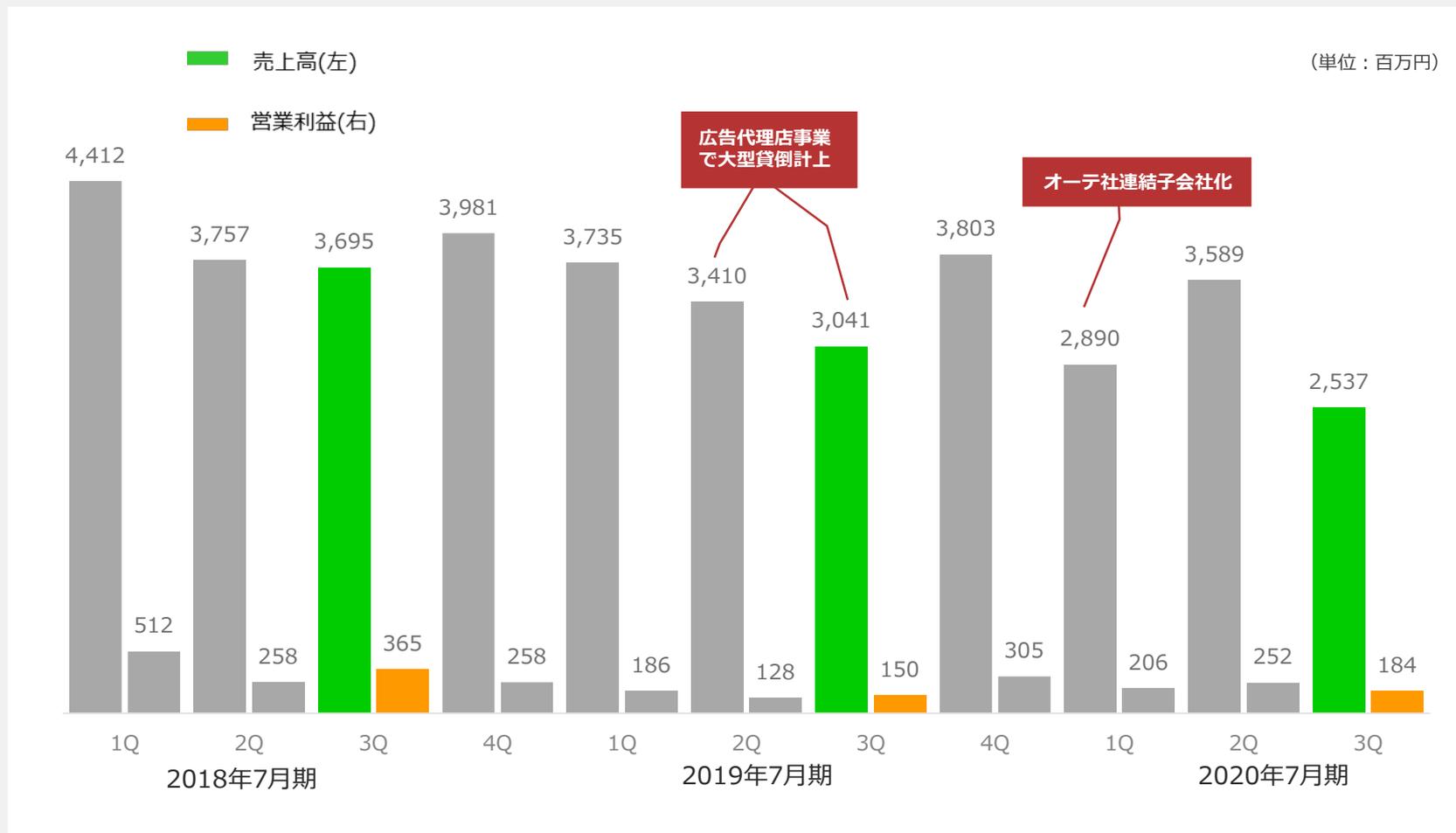
- ✓ 「ふるなび」の会員向けサービス「たまるモール」では、提携企業の増加と、出展企業向けマーケティングサービスの開始によって業績は堅調に推移

セグメント概況及び成長戦略

インターネット広告事業

インターネット広告事業 業績推移

アプリ運営事業が引き続き好調だったものの、広告審査基準の厳格化でEC企業、大手ゲーム企業の予算減など厳しい状況となり、前年同四半期比で減収増益となった



重点領域 インターネット広告事業への成長投資

オーテは外出自粛要請が追い風となり、メディアとしての広告収益が好調。MS事業の提携メディア数も堅調に推移した。一方で、動画広告事業では広告審査厳格化、MS事業では新型コロナウイルスによる大手企業の広告自粛によりCPM※1の低下につながった



海外顧客の獲得

- ✓ 海外営業の強化を進めた結果、大手ゲーム案件などの契約が進み収益に貢献

動画広告掲載量の増加

- ✓ メディア在庫の獲得は堅調だったものの、アウトストリーム動画広告が減少。新しい広告フォーマットの開発は進行中



ユーザー数の増加と収益性の向上

- ✓ 対費用効率の指標化による積極的な広告を実施したことで新規顧客の獲得が進む
- ✓ 外出自粛の影響で利用時間やリテンション率が上がり、LTV ※2が向上し、収益に貢献

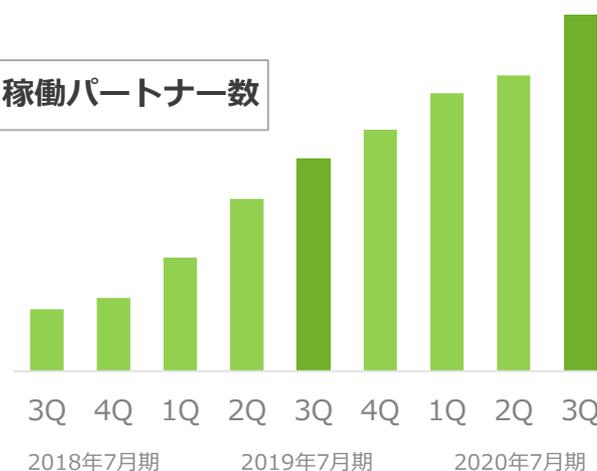
重点領域



MS(メディアソリューション) 事業の強化

- ✓ 提携メディア数の増加に対応し、パブリッシャー向けプロダクトの導入アカウント数が、前年同四半期比約170%に増加

稼働パートナー数



※1 CPM(コストパーミル): 広告掲載回数1,000回あたりにかかる料金

※2 LTV(ライフタイムバリュー): 一人の顧客がその取引期間を通じて企業にもたらすトータル価値

参考資料

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

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。

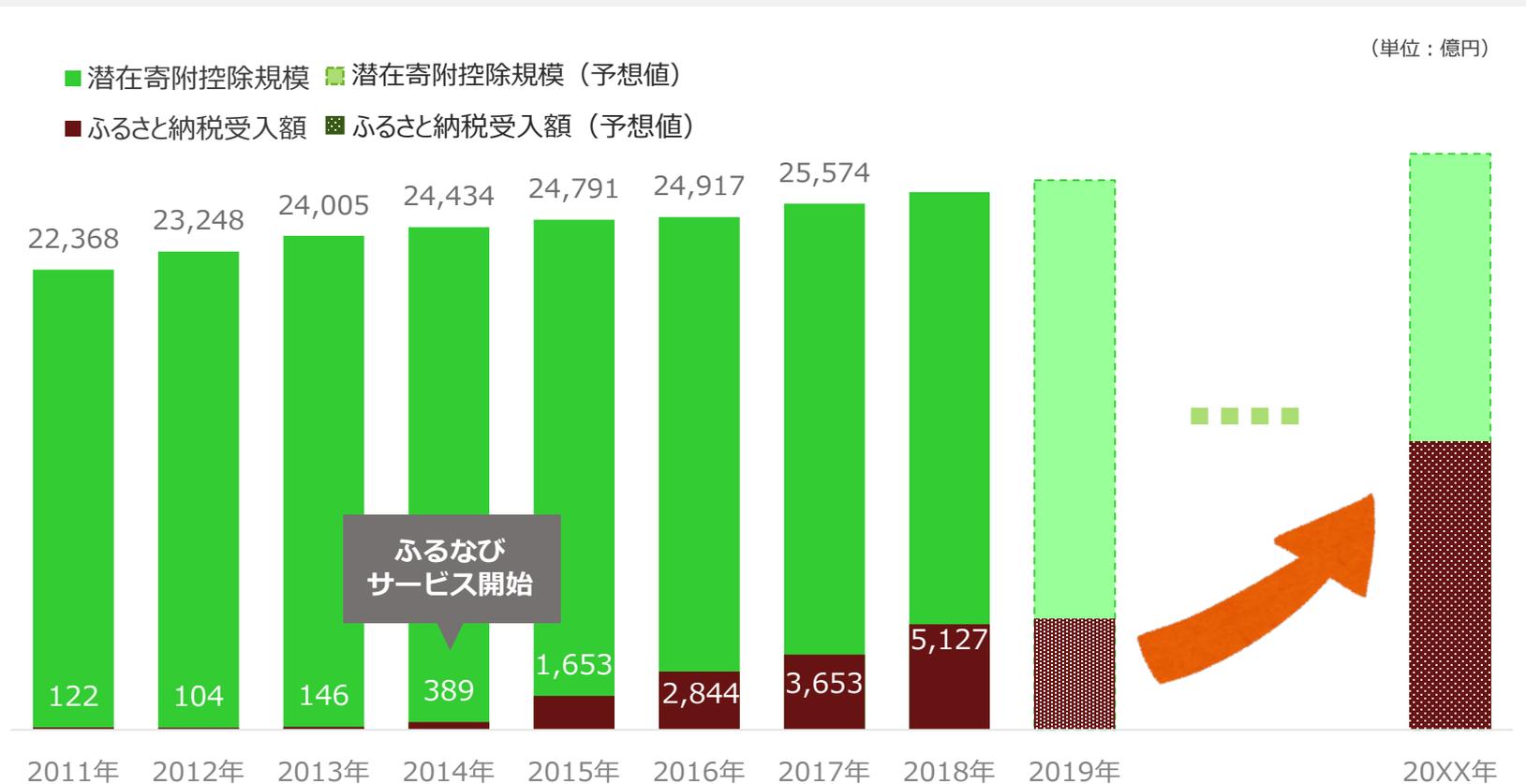
ふるなび災害支援

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：2019年8月期_ブランド名のイメージ調査

参考資料 ふるさと納税市場の推移

ふるさと納税受入額総計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※、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



- 2011~2017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%）
- 2011~2018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 令和元年8月2日を参照
- ※ 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

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



「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

事業内容・ビジネスモデル

累計DL数 約400万回
※2020年4月時点



成長戦略



- 新規アプリリリース
- 広告収益力の最大化
- 新規ユーザー獲得
- アクティブ率の最大化



- 1 シナジーによる収益向上
- 2 ユーザー基盤の拡大

参考資料 会社概要

商号	株式会社アイモバイル	資本金	137百万円 (2020年4月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 273名 (2020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 関西支社 九州支社	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	アドネットワーク事業 アフィリエイト事業 動画広告事業 インターネット広告代理店事業 アプリ運営事業 ふるさと納税事業 レストランPR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 (100.0%) オーテ株式会社 (100.0%)

※当社グループは事業再編を進めており、4月より株式会社ネッチを連結子会社から持分法適用会社へ移行しております。

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

