

# 2016年7月期第1四半期 決算説明資料

2015/12/11

株式会社アイリッジ

(コード番号 3917)

1. 2016年7月期第1四半期決算について P. 2
2. 成長戦略と取り組み状況について P. 15
3. (ご参考) 会社概要 P.19

# 1. 2016年7月期第1四半期決算について

---

## ✓ 業績ハイライト

売上高	229百万円	前年同期比	91.1%増加
営業利益	10百万円	前年同期比	109.3%増加
経常利益	10百万円	前年同期比	108.9%増加
四半期純利益	5百万円	前年同期比	66.5%増加

## ✓ ポイント

- 売上高、利益ともに前年同期比で大幅に増加

### ①売上は順調に成長

「月額報酬」 前年同期比 60.1%増加

ユーザー数の増加 14年7月 1,376万人 → 15年7月 2,403万人 → 15年10月 2,686万人

「アプリ開発、コンサル等」 前年同期比 108.5%増加

既存取引先との取引拡大、新規取引先の開拓により順調に受注を獲得

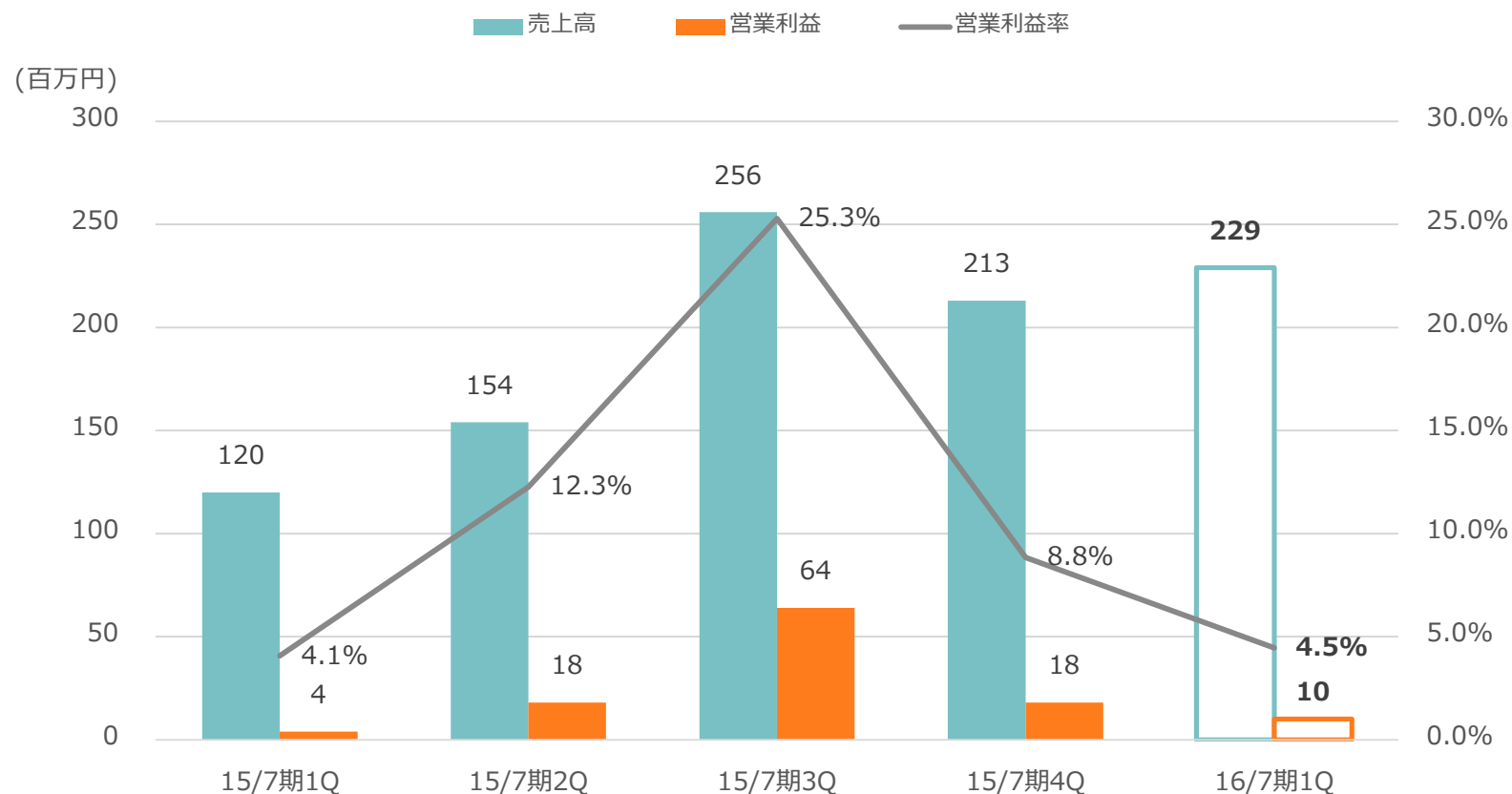
### ②利益率は前年同期並みを維持

営業利益率 15/7期第1四半期 4.1% → 16/7期第1四半期 4.5%

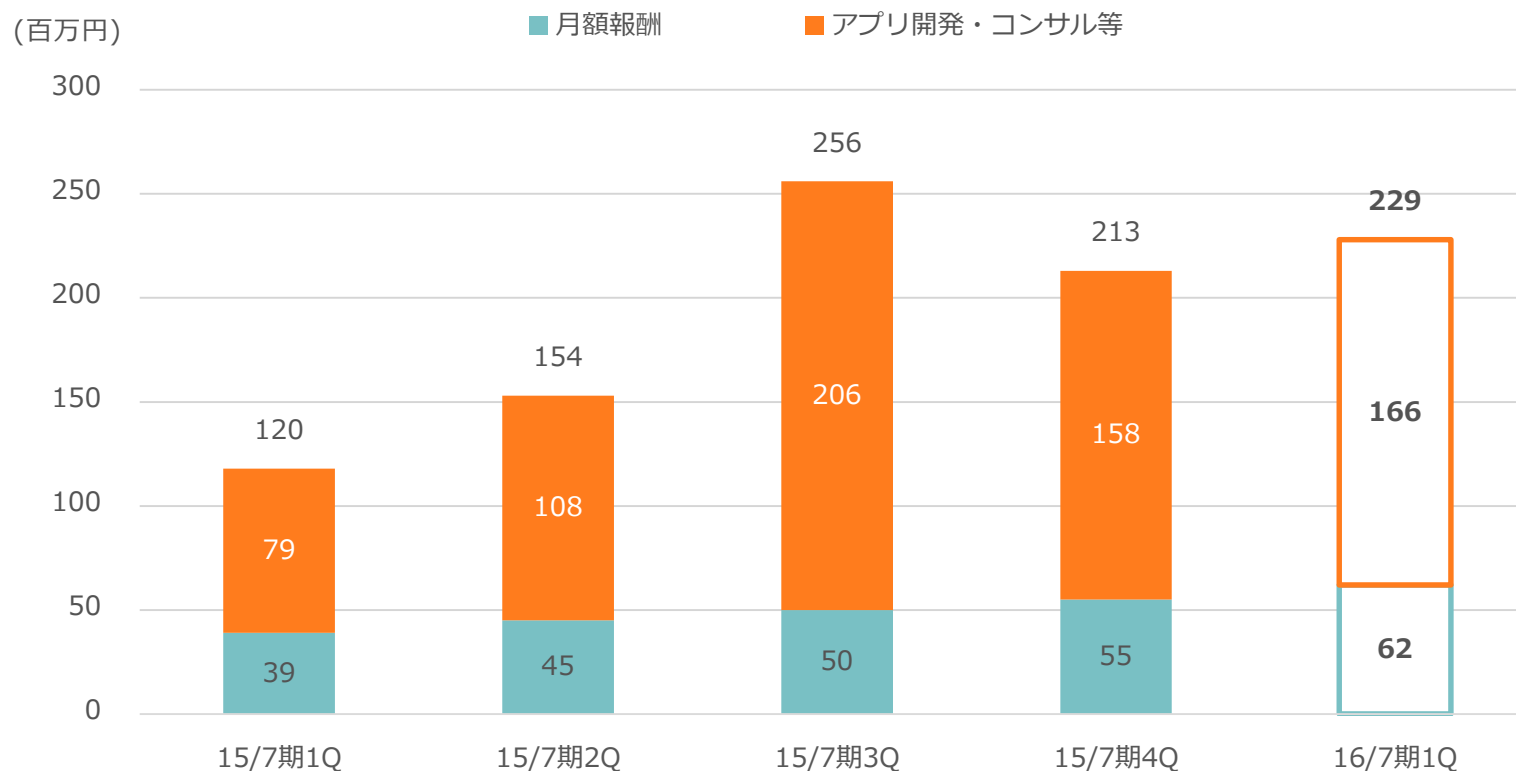
- 売上高、各利益ともに前年同期比で大幅に増加。
- 売上高は前四半期比でも順調に推移。
- 当四半期の売上原価率は、サービスラインナップ拡充の取り組み等により、前年同期比、前四半期比で上昇。前四半期比では営業利益率が低下したものの、前年同期比では同水準を維持。

(単位：百万円)	16/7期1Q 実績	15/7期1Q 実績	前年同期比 増減率	15/7期4Q 実績	前四半期比 増減率
売上高	229	120	+91.1%	213	+7.6%
売上原価	151	69	+118.4%	132	+14.5%
売上原価率	66.0%	57.8%	+8.3pt	62.1%	+3.9pt
売上総利益	77	50	+53.7%	80	△3.6%
粗利率	34.0%	42.2%	△8.3pt	37.9%	△3.9pt
販管費	67	45	+47.8%	62	+9.2%
販管費率	29.5%	38.2%	△8.6pt	29.1%	+0.4pt
営業利益	10	4	+109.3%	18	△45.8%
営業利益率	4.5%	4.1%	+0.4pt	8.8%	△4.4pt
経常利益	10	4	+108.9%	18	△45.4%
四半期純利益	5	3	+66.5%	13	△62.9%

- 売上高には季節変動があり、多くの取引先の決算月（3月）を含む第3四半期の売上高が大きい傾向。
- 前期の各四半期の売上高は「第3四半期>第4四半期>第2四半期>第1四半期」の順である中、当第1四半期は前第4四半期を上回り、順調に進捗。



- 売上高を「月額報酬」と「アプリ開発、コンサル等」に区分。
- 「月額報酬」は前年同期比で60.1%増加、「アプリ開発、コンサル等」は前年同期比で108.5%増加。
- アプリ開発、コンサル等の売上高166百万円のうち、8割強が継続取引先への販売高、2割弱が16/7期からの新規取引先への販売高。年間ベースでは、6割程度が継続取引先、4割程度が新規取引先の見込み。過年度進捗と比較し、堅調に推移。



(注) 15/7期の「その他売上」2百万円はグラフには表示していませんが、売上高合計には含めております。

- 売上原価率は、前年同期比で8.3ポイント上昇。
- 原価人件費比率、外注費比率の上昇は、主にサービスラインナップ拡充の取り組み等による先行費用及び、通常案件とは原価構造の異なる案件受注による影響。
- 今後も、適正な原価率の維持に努めるとともに、採用強化+内製化による原価率の改善を図る。

(単位：百万円)	16/7期1Q		15/7期1Q		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
<b>売上原価</b>	151	66.0%	69	57.8%	82	+8.3pt
原価人件費	44	19.6%	18	15.2%	26	+4.4pt
外注費	85	37.4%	41	34.2%	44	+3.2pt
その他原価	20	9.1%	10	8.4%	10	+0.7pt



- 販管費比率は、前年同期比で8.6ポイント改善。
- 販管費は、人件費が中心であり、その他コストも売上高の伸びに比べて感応度が低い。限界利益率の高いコスト構造。
- 採用活動が順調に推移しており、採用費が増加。
- その他経費の増加は、主に人員数の増加による経常コストの増加によるもの。また、新オフィス移転に伴うコスト4百万円を計上したことにより、その他経費の対売上高が上昇。

(単位：百万円)	16/7期1Q		15/7期1Q		増減額	増減pt
	実績	対売上高	実績	対売上高		
<b>販売費及び一般管理費</b>	67	29.5%	45	38.2%	21	△8.6pt
人件費	28	12.6%	26	21.9%	2	△9.3pt
採用費	9	4.3%	3	2.9%	6	+1.4pt
管理諸費・支払報酬	7	3.4%	6	5.4%	1	△2.0pt
その他経費	21	9.2%	9	7.9%	11	+1.3pt

- 業績は、前年同期と比較し同水準の進捗で堅調に推移。

- 2016年7月期

(単位：百万円)	1Q実績	2Q累計予想	2Q累計進捗率	通期予想	通期進捗率
売上高	229	477	48.1%	1,100	20.9%
営業利益	10	54	18.9%	200	5.1%
経常利益	10	54	19.1%	200	5.2%
四半期（当期）純利益	5	36	14.3%	133	3.9%

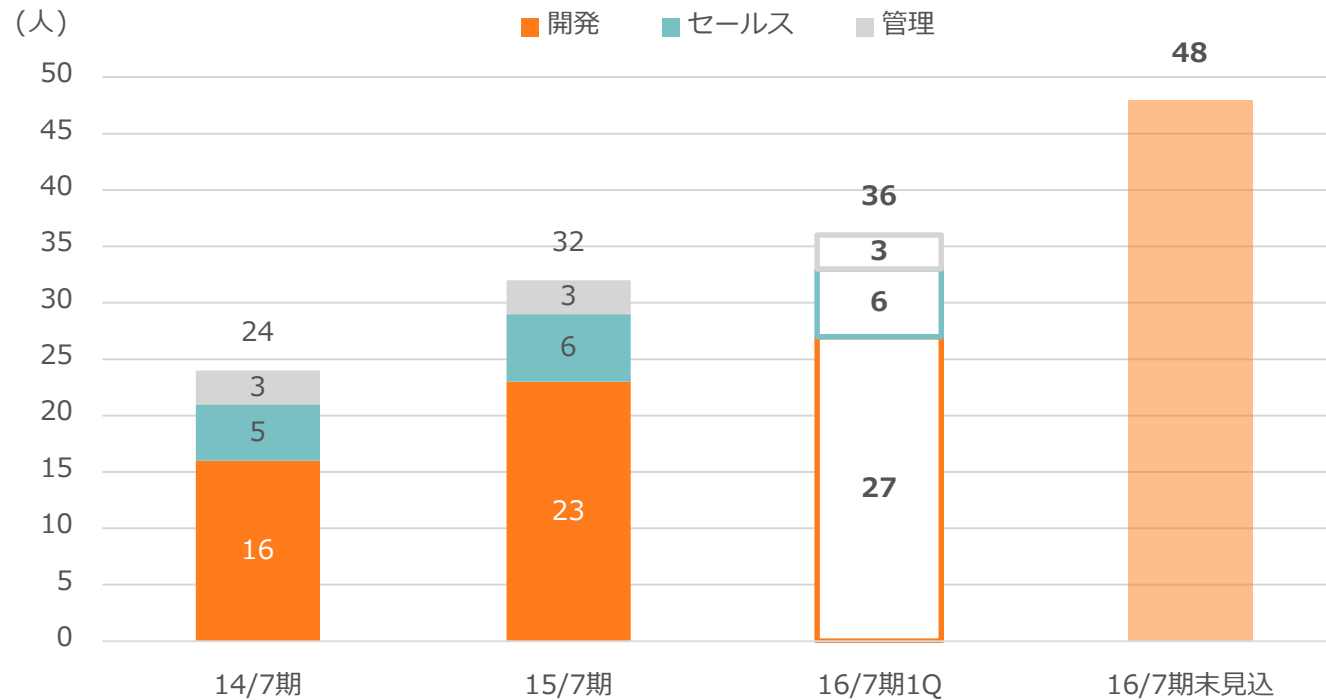
- 参考：2015年7月期

(単位：百万円)	1Q実績	2Q累計実績	2Q累計進捗率	通期実績	通期進捗率
売上高	120	274	43.8%	744	16.1%
営業利益	4	23	20.5%	107	4.5%
経常利益	4	23	20.7%	108	4.6%
四半期（当期）純利益	3	16	19.3%	72	4.3%

- 法人税等の支払42百万円及び新オフィスの敷金差入35百万円により、現金及び預金が減少。
- 敷金の増加により、投資その他の資産が増加。
- 未払法人税等の減少により、流動負債が減少。

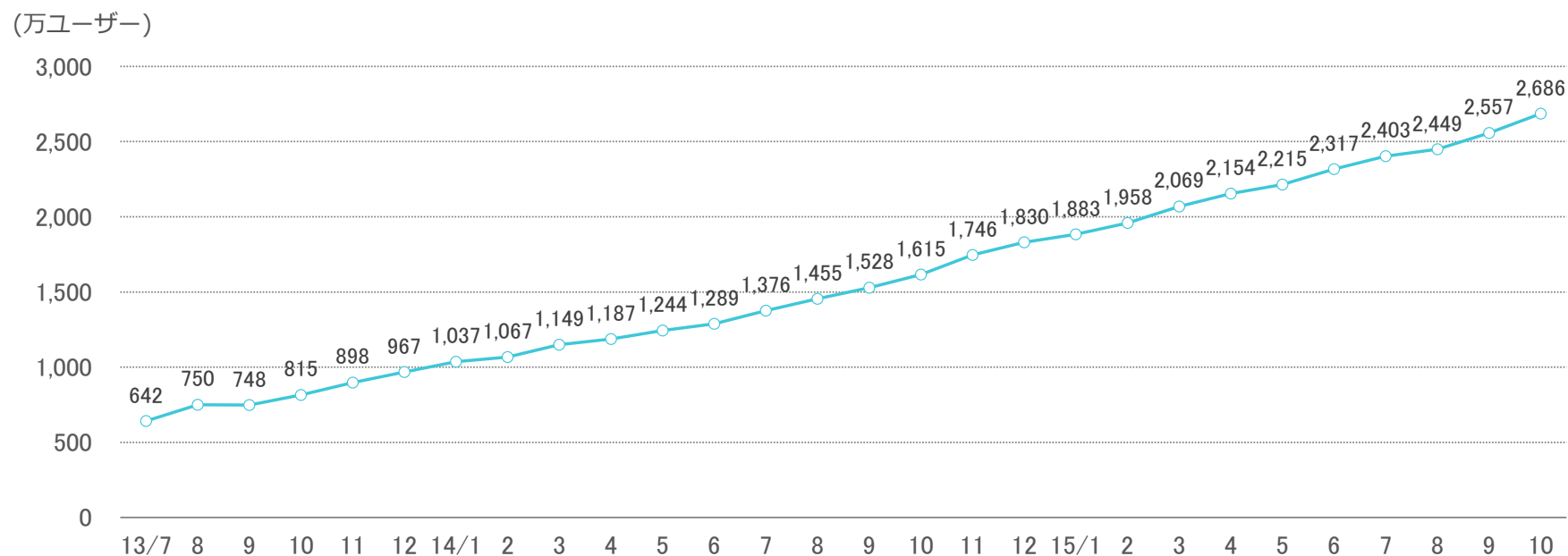
(単位：百万円)	16/7期 10月末実績	15/7期 期末実績	増減	増減率
流動資産	785	887	△102	△11.5%
現金及び預金	639	717	△78	△10.9%
売掛金	112	128	△16	△12.8%
仕掛品	16	18	△2	△14.8%
固定資産	121	77	+43	+55.7%
無形固定資産	72	65	+6	+10.3%
投資その他の資産	48	12	+35	+285.9%
資産合計	906	965	△58	△6.1%
流動負債	106	170	△63	△37.5%
買掛金	46	53	△7	△13.4%
固定負債	-	-	-	-
負債合計	106	170	△63	△37.5%
純資産	800	795	+5	+0.6%

- 16/7期末の人員目標48人に対し、15年10月末時点で4人増加し36人。
- 採用活動は順調に推移。引き続き注力して開発、セールス人員の増強に取り組み、サービスの拡充と売上増の推進を図る。



- 2015年10月末現在、popinfo利用ユーザー数は2,600万ユーザーを超え、順調に推移。

## popinfoを組み込んだアプリの利用ユーザー数



(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。

## 2015年8月以降の主なニュース

2015/8/3	「popinfo」を活用した、NTTデータの「アプリバンキング」が静岡銀行向けにサービス提供開始
2015/8/5	GUNDAM docks at Hong Kong II 公式アプリを企画・開発
2015/8/14	位置情報とソーシャルメディアを連携させた「Social Beacon」機能拡充
2015/8/25	湘南美容外科公式アプリを企画・開発
2015/9/30	山と溪谷社が提供する、日本初の登頂記念スタンプラリーアプリ「ヤマスタ」を開発
2015/10/1	経済産業省の設置する「クレジットカード産業とビッグデータビジネスに関するスタディグループ」の委員就任
2015/10/1	SHIPS公式アプリにO2Oソリューション「popinfo」を導入
2015/10/5	O2Oソリューション popinfoの利用ユーザー数が 2015年9月、2,500万ユーザーを突破！
2015/10/5	リニューアルされた「東急線アプリ」を開発
2015/10/9	GUアプリの新機能「GU-SHARE」を開発
2015/10/19	三井住友カード、デジタルガレージ、アイリッジが協業し「三井住友VISA太平洋マスターズ」公式アプリをリニューアル
2015/10/19	「popinfo」を活用した、NTTデータの「アプリバンキング」が 横浜銀行向けにサービス提供を開始
2015/10/20	第13回「日本テクノロジー Fast50」で5位を受賞 ～直近4年間で、763%の売上高成長～
2015/11/9	「GUハロウィンKIDSイベント@GU心齋橋店」を企画・運営
2015/11/24	本社を東京都港区に移転
2015/12/7	第14回「アジア太平洋地域テクノロジー Fast500」で233位を受賞
2015/12/7	台湾の商業施設向けアプリ「行動購物牆」とアイリッジのスタンプラリーアプリ「SmartRally」が連携

- 11月24日より、コーポレートロゴを変更しました。



社名の横にデザインされた「i」の連なったシンボルマークには、アイリッジの「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」という想いが込められています。

1. 「i」が輪になることで、今後の“アイリッジの広がり”を表現
2. 「i」が連なることで、社名の由来である“Ridge”（=地球のプレートが発生する海底山脈）を表現
3. 「i」のシェイプを人に近いものとするので、“人とのつながり”を表現

## 2. 成長戦略と取り組み状況について

---



- 外部環境や市場の変化を考慮した重点領域への取り組みを推進。



## 重点取組領域の考え方

### 外部環境

- スマートフォンの浸透  
⇒ 2018年度には、スマートフォン普及率は70%<sup>注</sup>に

### 市場の見通し

- O2Oマーケティングの活用企業が拡大  
⇒ 大企業だけでなく、中堅・中小企業・地方企業等を含め普及が拡大

### 当社ビジネスに 関連する 世の中の出来事

- 改正個人情報保護法の施行  
⇒ ビッグデータビジネスの発展
- 「2020」に向けて  
⇒ デジタルマーケティング  
市場の更なる発展  
⇒ インバウンド市場の拡大  
⇒ キャッシュレス社会の実現

1. 市場の成長にあわせて  
顧客層を拡大

2. 世の中の動きも  
見据えたサービス  
ラインナップの拡充

(注) 出所：MM総研「2015年上期国内携帯電話出荷概況」

## 1 顧客層の拡大

- ① 大手企業への深堀：コアクライアントの深堀、新規大手クライアントの獲得
- ② 中堅企業への拡大：モジュール化を活用し、効率的な中堅企業への拡大を図る

## 2 サービスラインナップの拡充

- ① O2O機能の拡充
- ② 決済領域
- ③ O2Oビッグデータ・O2O-DMP領域
- ④ インバウンド領域

サービスラインナップの拡充とともに、  
スケールするサービスを創出

## 重点取組領域

## 主な取り組み状況

### 1. 顧客層の拡大

- ①大手企業の深堀
- ②中堅企業への拡大

- 第1Qのアプリ開発、コンサル等は既存8割、新規2割。既存先である大手企業との関係は強化されており、取引は継続・拡大、売上を牽引。
- 新規については、案件の大型化により、第1Q～第2Qはアプリ設計やコンサル段階の案件が多く、順調に進めば、アプリリリースは第3Q～第4Qとなる見通し。
- 下記のサービスラインナップの拡充の一環として、モジュール化を進め、中堅企業展開へ準備。

### 2. サービスラインナップの拡充

- ①O2O機能の拡充
- ②決済領域
- ③O2Oビッグデータ・O2O-DMP領域
- ④インバウンド領域

- O2O機能の拡充として、クーポン、ポイント、アナリティクス、ゲーム等の機能改善・拡充を実施。既存先には機能拡充提案、新規先には初期提案内容の充実に繋がっており、案件化の状況としても良好。順調に進めば、第3Qで具体的案件として機能リリースできる見通し。
- アプリ決済は実証トライアル中。
- ビッグデータ・DMPについては、京セラコミュニケーションシステムとの業務提携を推進。
- 台湾アプリとの連携によるインバウンド領域への取り組み。

### 3. (ご参考) 会社概要

---

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（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><b>O2O関連事業（企業のO2O支援）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ O2Oアプリの企画・開発</li> <li>・ O2Oマーケティング（集客・販促等の企画・運用支援）</li> </ul>
資本金	3億56百万円（2015年10月末現在）
従業員数	36人（2015年10月末現在）

## 株主構成（2015年7月末現在）

小田健太郎	45.45%
DGインキュベーション	10.21%
NTTデータ	4.74%
三菱UFJC	3.46%
グローバル・ブレイン (KDDI系のCVC)	1.92%
SBI証券	1.65%
京セラコミュニケーションシステム	1.20%
クレディセゾン	1.09%
TBSイノベーション・パートナーズ	1.09%
日本証券金融	1.03%

# 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

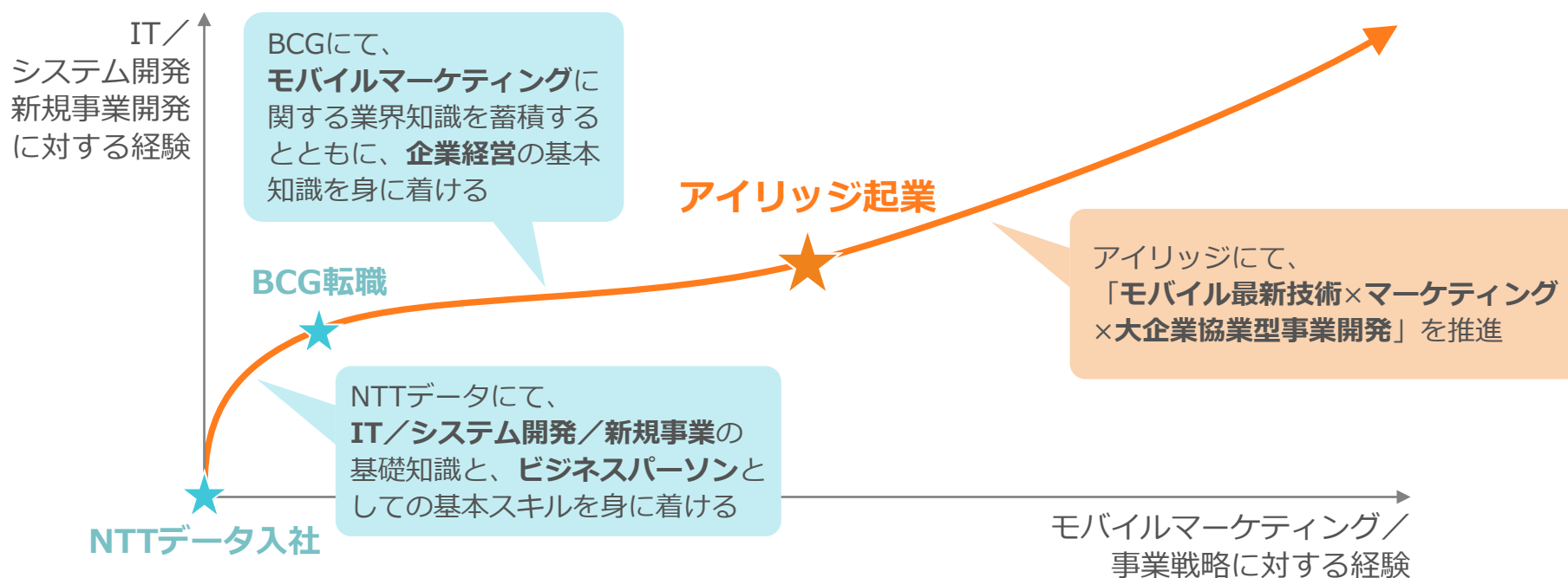
- 新しい価値を創り続けていくためには、新しいサービスを創り続けていく必要があり、それができる会社としてあり続けるように事業を推進してまいります。

### 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 (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

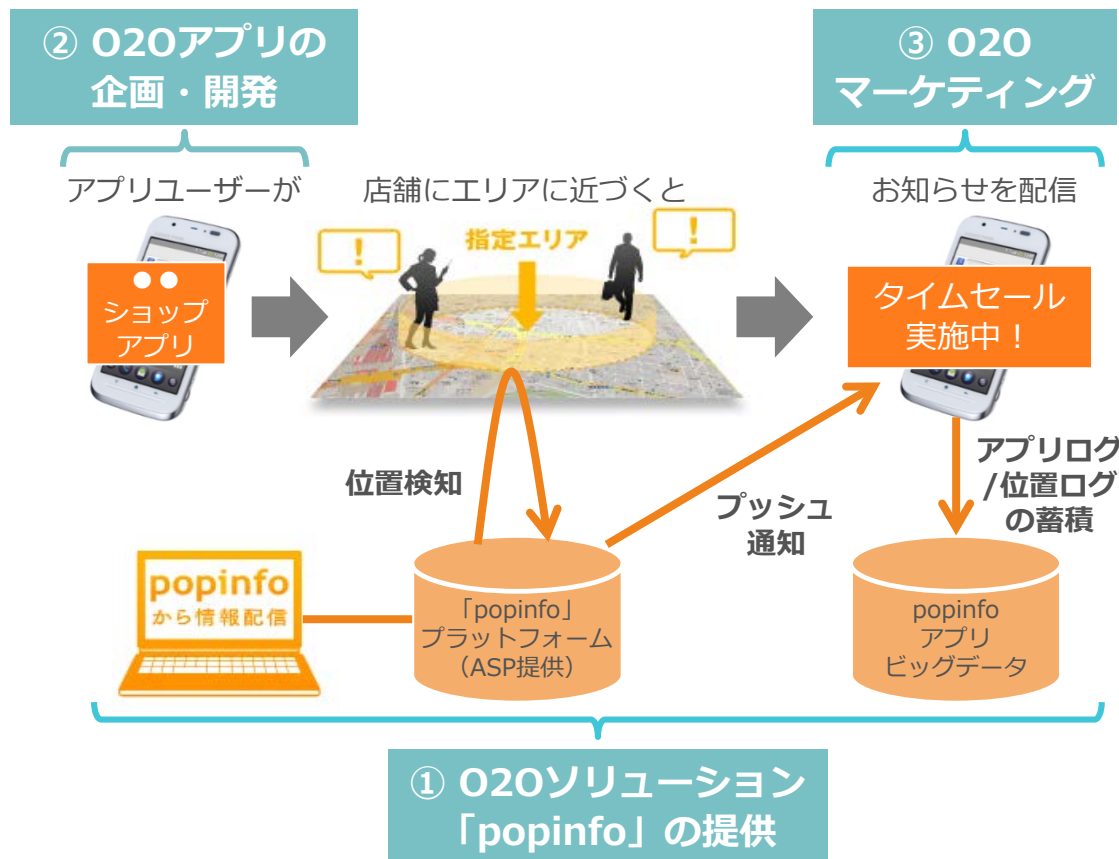
⇒ インフラ環境の整備に伴い、企業のスマートフォンを活用した実店舗への集客・販売促進が進んでいく

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



- 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】ジューシー、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2,600万人超

## 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。

- 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。

