



# 2022年3月期通期決算説明資料

株式会社アイリッジ  
(証券コード：3917)

2022/5/13

# 目次

---

1. 2022年3月期通期決算について
2. 主な経営/事業トピックス
3. 今後の成長戦略について
4. 中期的な財務目標と2023年3月業績予想について
5. 補足資料





# 1. 2022年3月期通期決算について

# 2022年3月期通期実績ハイライト

---

**売上高は前年同期比+24.3%の5,423百万円、  
売上総利益は+25.3%の1,927百万円、営業利益は+202.6%の342百万円。**

- デジタルマーケティング関連の事業環境は引き続き良好。  
リアルプロモーション関連も新型コロナウイルス感染症の影響から回復傾向。
- FANSHIP導入アプリのMAUは前年同期比+37.7%と順調に成長。

**4Q業績も順調に進捗し、修正業績予想を超える着地。  
中長期的な成長に向けた積極採用や新規事業への先行投資を継続。**

- 2022年2月10日公表の修正業績予想に対し、売上高は104.3%、営業利益は171.0%の達成。
- 連結従業員数は前年同期比で+ 28.8%拡大。新規事業への先行投資も継続。

## 2022年3月期 決算概要

売上高は+24.3%の増収、売上総利益は+25.3%の増益、営業利益は+202.6%の増益。良好な事業環境を鑑み、中長期的な成長に向けた積極採用や新規事業への先行投資を継続。

(百万円)	21/3期 連結		22/3期 連結		(ご参考) 22/3期 連結	
	通期	前年同期比	通期	前年同期比	4Q単独	前年同期比
売上高	4,363	-18.3%	5,423	+24.3%	1,459	+17.0%
売上総利益	1,538	+4.4%	1,927	+25.3%	550	+11.7%
売上総利益率	35.3%	+7.6pt	35.5%	+0.2pt	37.7%	-1.7pt
営業利益	113	-1.6%	342	+202.6%	141	+40.2%
営業利益率	2.6%	+0.4pt	6.3%	+3.7pt	9.6%	+1.6pt
経常利益	122	+6.9%	340	+178.8%	140	+39.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	12	—	255	+1,915.3%	129	+226.6%

## 2022年3月期 決算概要

4Q業績も順調に進捗し、2022年2月10日公表の修正業績予想を超える着地。

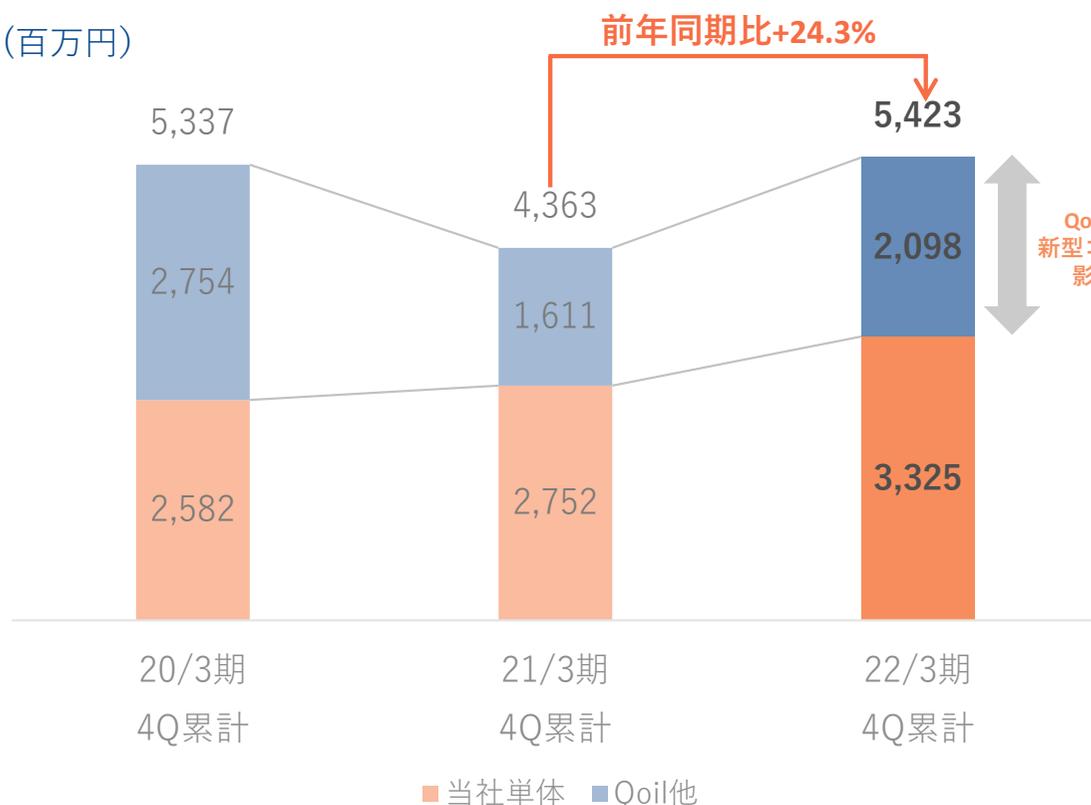
(百万円)	21/3期 連結	22/3期 連結			
	通期 実績	期初発表 予想	2月10日 修正予想 (A)	通期 実績 (B)	進捗率 (B/A)
売上高	4,363	4,800 ~5,500	5,200	<b>5,423</b>	<b>104.3%</b>
営業利益	113	150 ~200	200	<b>342</b>	<b>171.0%</b>

# 売上高の推移

連結売上高は前年同期比+24.3%。デジタルマーケティング関連の事業環境は引き続き良好なことに加え、Qoilの主要事業であるリアルプロモーション関連を中心に、新型コロナウイルス感染症拡大による業績影響が残るものの、21/3期に比べ回復傾向。

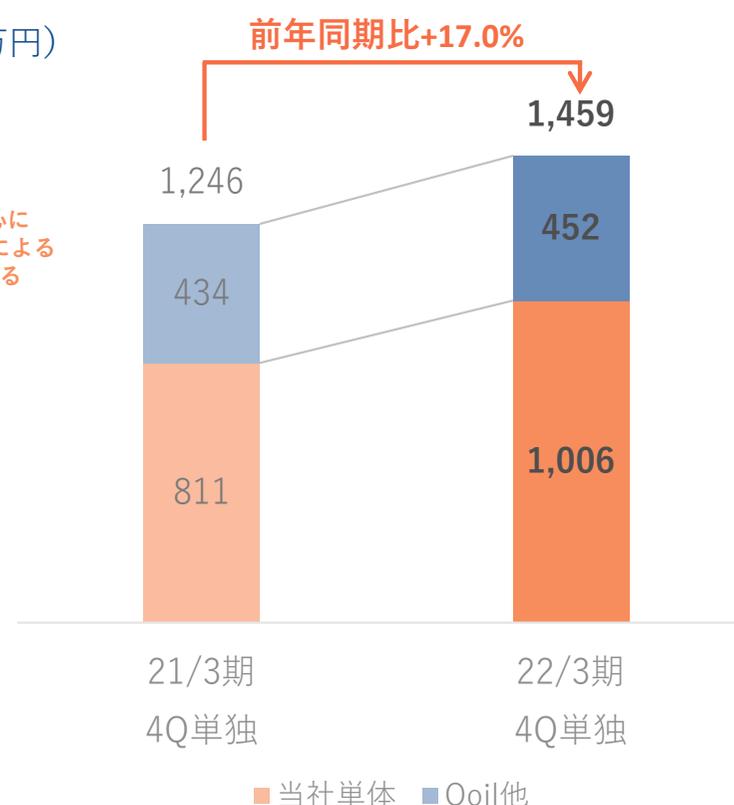
売上高（連結・単体、累計）

(百万円)



売上高（連結・単体、単独）

(百万円)



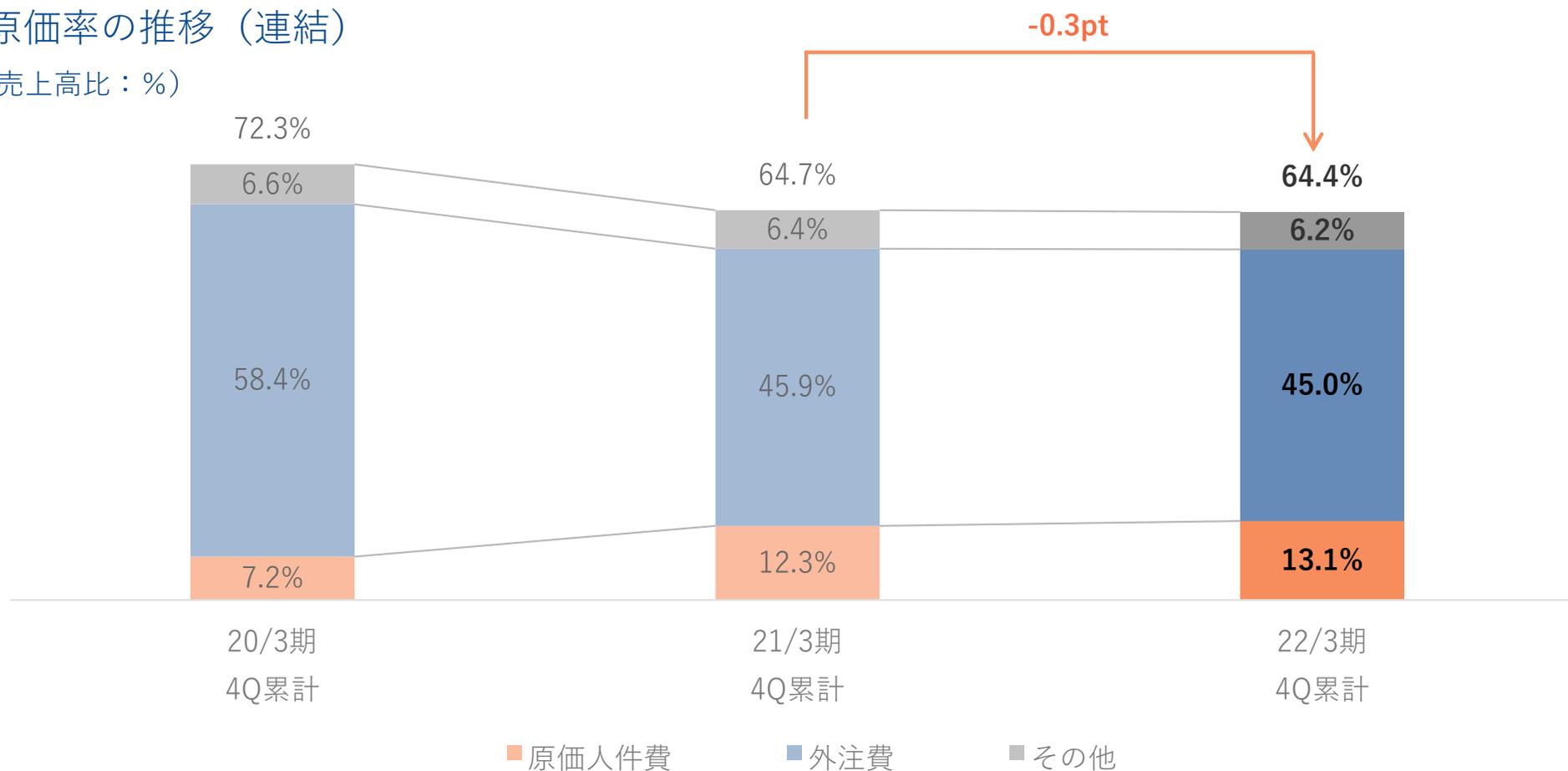
※1 Qoil他の数値は連結数値より当社単体数値を減じて算出しており連結修正を含む。

# 原価率（連結）の推移

21/3期からの継続した取り組みにより、売上原価率（連結）の改善は継続。

## 原価率の推移（連結）

(売上高比：%)

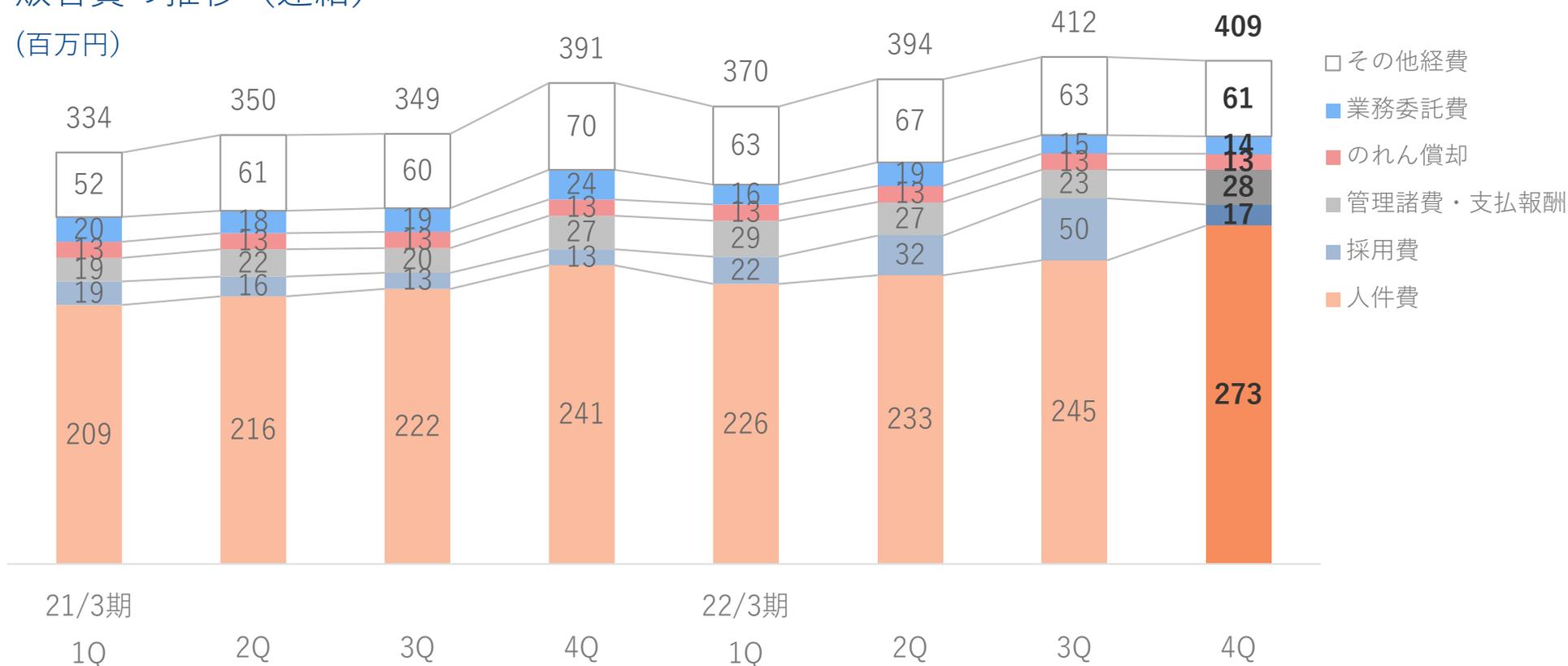


# 販売管理費（連結）の推移

デジタルマーケティング関連を中心に中長期的な事業成長を見据えた積極採用を継続しており、採用費及び人件費は増加傾向。順調な業績進捗を鑑み、22/3期4Qにおいて決算賞与約23百万円を計上。

## 販管費の推移（連結）

(百万円)

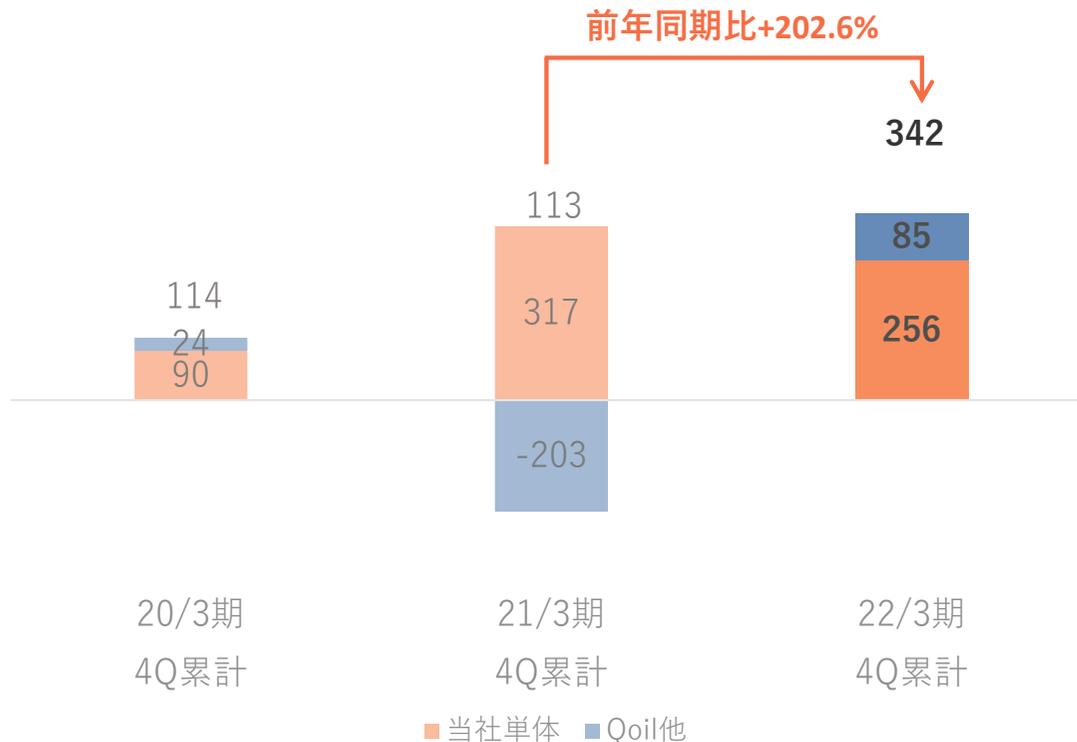


# 営業利益の推移

当社単体の業績が引き続き好調なことに加えて、Qoilを中心とした子会社の業績も改善傾向にあり、連結営業利益は前年同期比+202.6%と大きく改善。

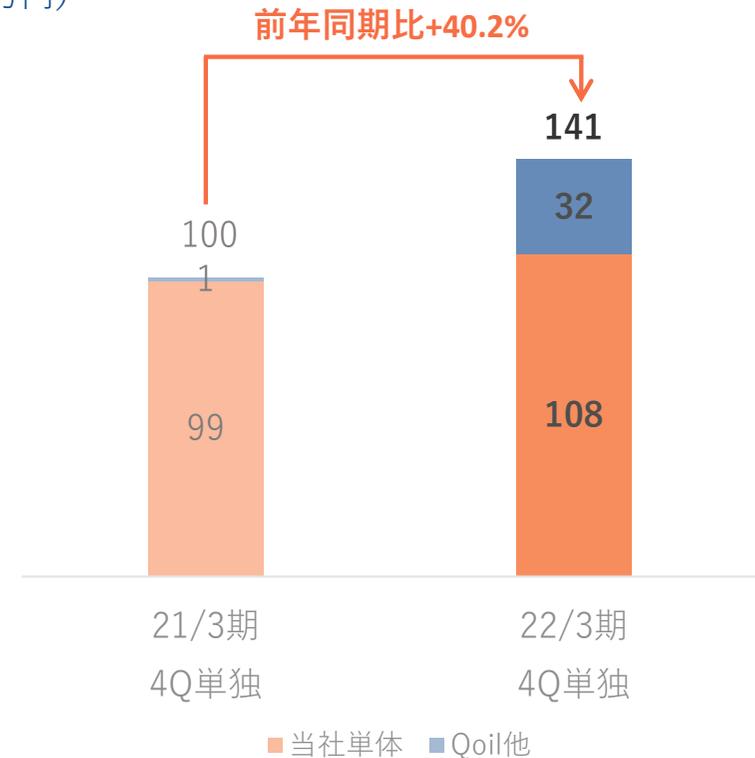
営業利益の推移（連結・単体、累計）

(百万円)



営業利益の推移（連結・単体、単独）

(百万円)

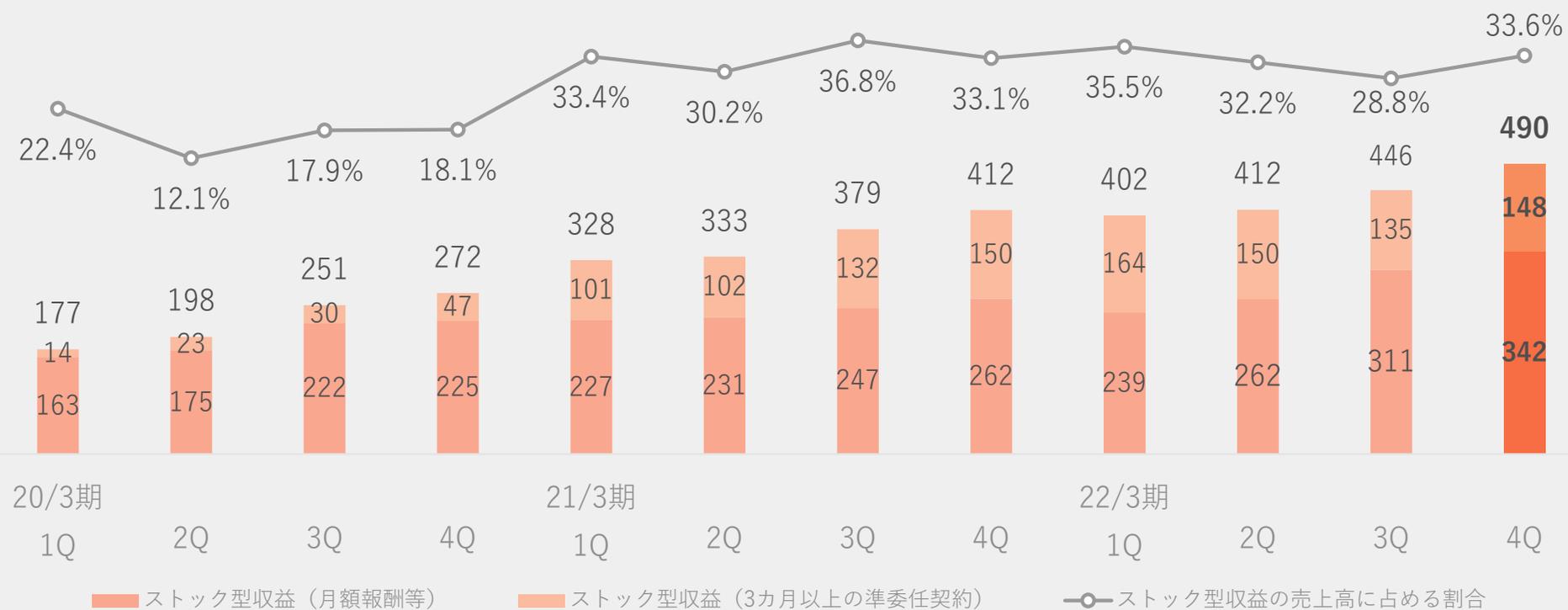


※1 Qoil他の数値は連結数値より当社単体数値を減じて算出しており連結修正を含む。

# ストック型収益の推移

大型アプリのリリース等に伴いFANSHIP導入アプリのMAUが増加し、4Qのストック型収益は490百万円と順調に増加（前年同期比+19.0%、前四半期比+10.0%）。

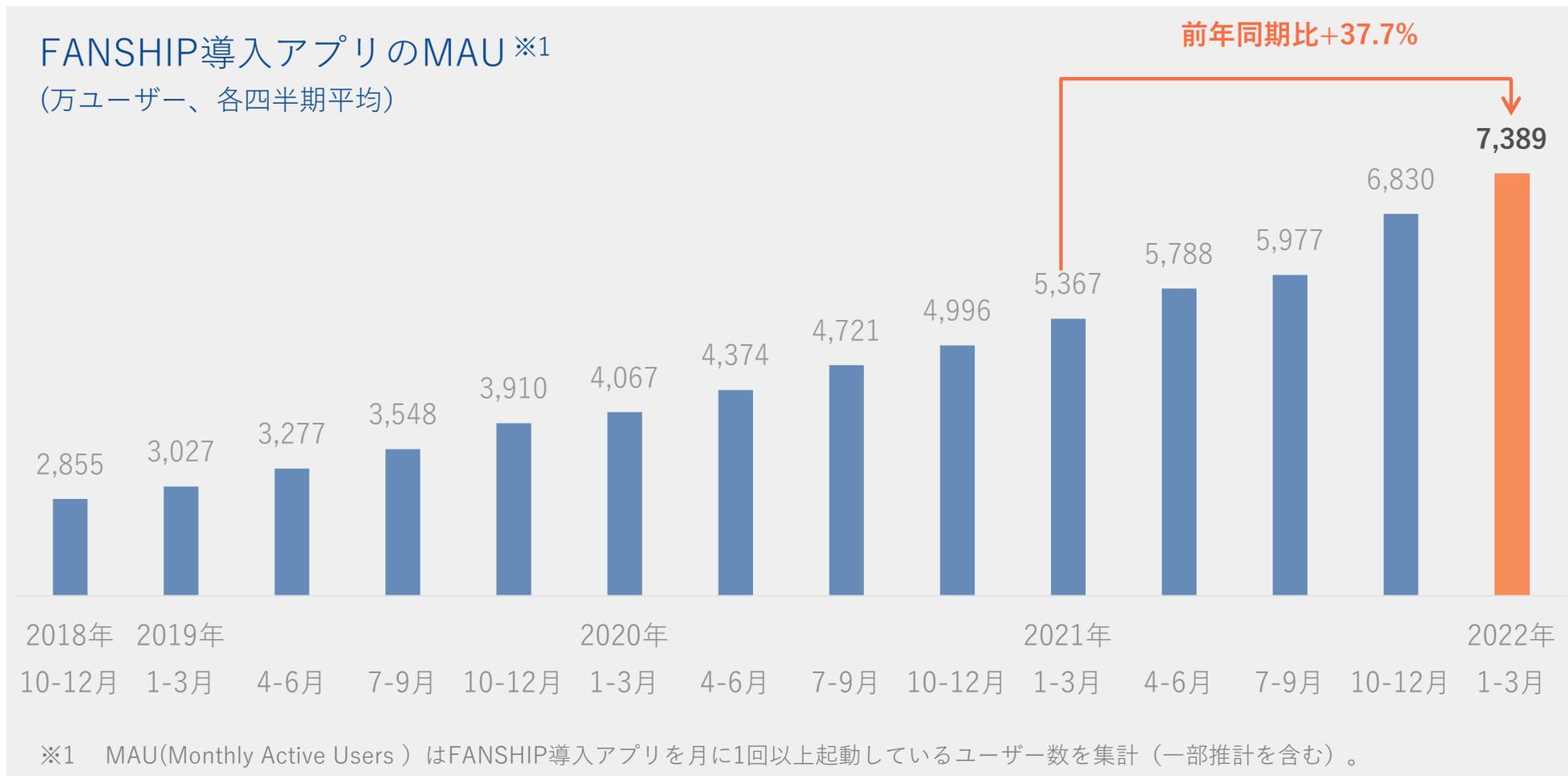
ストック型収益\*1及び構成比の推移（連結）



※1 3カ月以上の準委任契約及び月額報酬等（FANSHIPのサービス利用料やアプリのシステム保守料等）をストック型収益として分類。

# FANSHIP導入アプリのMAUの推移

大型アプリのリリース等により、FANSHIP導入アプリのMAUは前年同期比+37.7%と順調に成長。



# (ご参考) 四半期推移

	21/3期1Q 連結		21/3期2Q 連結		21/3期3Q 連結		21/3期4Q 連結		21/3期通期 連結 (20/4 ~21/3月)		22/3期1Q 連結		22/3期2Q 連結		22/3期3Q 連結		22/3期4Q 連結		22/3期通期 連結 (21/4 ~22/3月)	
	(4~6月)		(7~9月)		(10~12月)		(1~3月)				(4~6月)		(7~9月)		(10~12月)		(1~3月)			
(百万円)	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比
売上高	981	100.0%	1,104	100.0%	1,031	100.0%	1,246	100.0%	4,363	100.0%	1,135	100.0%	1,281	100.0%	1,546	100.0%	1,459	100.0%	5,423	100.0%
売上原価	675	68.8%	741	67.1%	653	63.4%	753	60.4%	2,824	64.7%	762	67.1%	810	63.2%	1,013	65.5%	908	62.2%	3,495	64.4%
原価人件費	122	12.4%	144	13.0%	125	12.1%	144	11.5%	536	12.3%	152	13.4%	165	12.9%	178	11.5%	216	14.8%	713	13.1%
外注費	489	49.8%	528	47.8%	456	44.3%	530	42.5%	2,005	45.9%	532	46.9%	565	44.0%	751	48.5%	594	40.7%	2,444	45.0%
その他原価	63	6.4%	68	6.2%	71	6.9%	78	6.3%	282	6.4%	76	6.7%	79	6.2%	83	5.4%	96	6.6%	337	6.2%
売上総利益	305	31.1%	363	32.8%	377	36.5%	492	39.5%	1,538	35.2%	373	32.8%	471	36.7%	533	34.4%	550	37.7%	1,927	35.5%
販管費	334	34.0%	350	31.6%	349	33.8%	391	31.4%	1,425	32.6%	370	32.5%	394	30.7%	412	26.6%	409	28.0%	1,585	29.2%
人件費	209	21.3%	216	19.6%	222	21.5%	241	19.4%	890	20.4%	226	19.8%	233	18.2%	245	15.8%	273	18.7%	978	18.0%
採用費	19	1.9%	16	1.5%	13	1.2%	13	1.1%	62	1.4%	22	1.9%	32	2.5%	50	3.2%	17	1.2%	123	2.2%
管理諸費・ 支払報酬	19	2.0%	22	2.0%	20	1.9%	27	2.1%	89	2.0%	29	2.5%	27	2.1%	23	1.5%	28	1.9%	108	1.9%
のれん償却	13	1.3%	13	1.2%	13	1.2%	13	1.0%	53	1.2%	13	1.1%	13	1.0%	13	0.8%	13	0.9%	53	0.9%
業務委託費	20	2.0%	18	1.6%	19	1.8%	24	2.0%	83	1.9%	16	1.4%	19	1.5%	15	1.0%	14	1.0%	66	1.2%
その他経費	52	5.3%	61	5.6%	60	5.8%	70	5.6%	245	5.6%	63	5.5%	67	5.2%	63	4.1%	61	4.2%	255	4.7%
営業利益	-28	-	13	1.1%	27	2.6%	100	8.0%	113	2.5%	3	0.2%	77	6.0%	120	7.8%	141	9.6%	342	6.3%
経常利益	-27	-	14	1.3%	34	3.3%	101	8.1%	122	2.8%	0	0.0%	78	6.1%	120	7.7%	140	9.6%	340	6.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	-24	-	13	1.2%	-15	-	39	3.1%	12	0.2%	-9	-	53	4.1%	82	5.3%	129	8.8%	255	4.7%

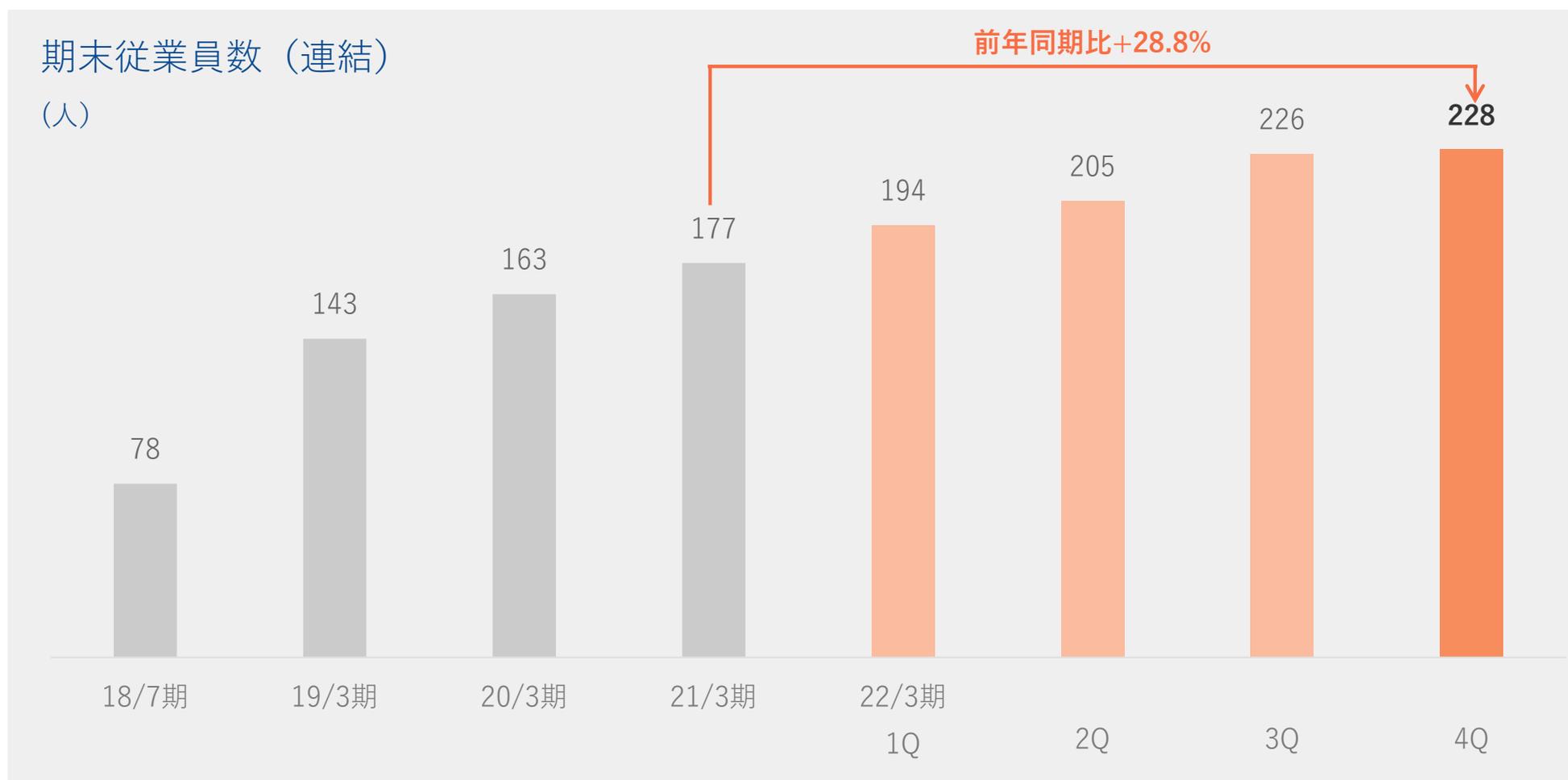
## (ご参考) 貸借対照表

(百万円)	22/3期 (連結)	
	期末実績	構成比 (%)
流動資産	2,808	62.1%
現金及び預金	1,433	31.7%
受取手形及び売掛金	1,172	25.9%
契約資産	120	2.7%
仕掛品	19	0.4%
固定資産	1,715	37.9%
のれん	421	9.3%
ソフトウェア	270	6.0%
繰延税金資産	484	10.7%
<b>資産合計</b>	<b>4,524</b>	<b>100.0%</b>
流動負債	935	20.7%
買掛金	351	7.8%
未払法人税等	83	1.8%
賞与引当金	201	4.4%
1年内返済長期借入金	100	2.2%
固定負債	285	6.3%
長期借入金	250	5.5%
<b>負債合計</b>	<b>1,220</b>	<b>27.0%</b>
<b>純資産合計</b>	<b>3,304</b>	<b>73.0%</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>4,524</b>	<b>100.0%</b>



## (ご参考) 従業員数の推移

デジタルマーケティング関連を中心に中長期的な事業成長を見据えた積極採用を継続。



## (ご参考) 2022年1月以降のニュース①

2022/1/5	LINE上でリピート購入とマーケティングDXを実現する「購入スタンプミニアプリ for メーカー」を提供開始
2022/1/6	浜名湖かんざんじ温泉のデジタル地域通貨を活用した実証実験「はまなこPay」にフィノバレーのデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」が採用
2022/1/28	フィノバレー 三菱電機とデジタル地域通貨事業及びスマートシティ/スーパーシティ事業に関する資本業務提携を実施
2022/2/3	Qoil 脳波計測に基づく”足を止める”POP制作からIoTカメラによる効果検証までワンストップで提供する「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」を提供開始
2022/2/16	「軽井沢・プリンスショッピングプラザアプリ」をFANSHIP for Multiで開発支援
2022/2/18	3/1～3/4開催「リテールテック JAPAN 2022」に出展
2022/2/21	日本電子決済推進機構が提供する銀行口座から直接支払いできるスマホアプリ「Bank Pay」にFANSHIP導入
2022/2/28	IT企業の「業務のクラウド化・デジタル化」調査 公表
2022/3/1	東急とNTTデータが提供する「.pay」と「FANSHIP」が2022年4月末に開業する大規模商業施設「カメイドクロック」のお客様向けアプリ「カメクロアプリ」に採用
2022/3/17	Qoil 食のECサイトがリアル出店・タッチポイントをハイブリッド化する実証事業として、「名店のお取り寄せグルメフェア Supported by 食べログmall」を町田マルイにて3/17～3/30にわたって開催
2022/3/22	世田谷区のデジタル地域通貨「せたがやpay」、運用開始から1年が経過し、加盟店2,000店舗を突破 流通総額は19億円超に拡大
2022/3/23	居住地不問の採用募集を本格化 副業・地方移住を解禁 新人事制度「Work Style for Next iRidge」を運用開始
2022/3/28	名古屋鉄道のMaaSアプリ「CentX」を開発支援 同アプリにFANSHIP導入
2022/3/31	京王鉄道の「京王アプリ」を開発支援 同アプリにFANSHIP導入

## (ご参考) 2022年1月以降のニュース②

2022/4/1	野村不動産の「カメクロアプリ」を開発支援 4月1日から提供開始
2022/4/4	阪急阪神百貨店 阪神梅田本店のLINEミニアプリを開発支援
2022/4/15	東電タウンプランニングの「B-Cocoon」専用アプリの開発支援
2022/4/18	全雇用形態対象のコロナ禍の社内コミュニケーション 10分間のニュース番組風「リモート朝礼」100回達成



## 2. 主な経営/事業トピックス

# 各事業領域における22/3期の取組み

22/3期の取組みは概ね順調に進捗。

## OMO領域

- ①クラウド（SaaS）型  
プロダクト/ソリューション  
の強化・拡充
- ②プロフェッショナルサービス  
によるDX支援の強化

- 22/3期ストック型収益は**17.5億円**、売上高に占める割合は**32.3%**に成長
- **LINEミニアプリ開発プラットフォーム「FANSHIP forミニアプリ」**を積極展開

- **金融、鉄道、商業施設**を中心にDX支援案件を積み上げ、各業界のノウハウを継続して蓄積
- **リテールDXプラットフォームの共同展開に関する業務提携**を実施。DX支援を強化する新たな取り組みを推進

## 新規事業領域

- ③新規事業の立上げ・収益拡大

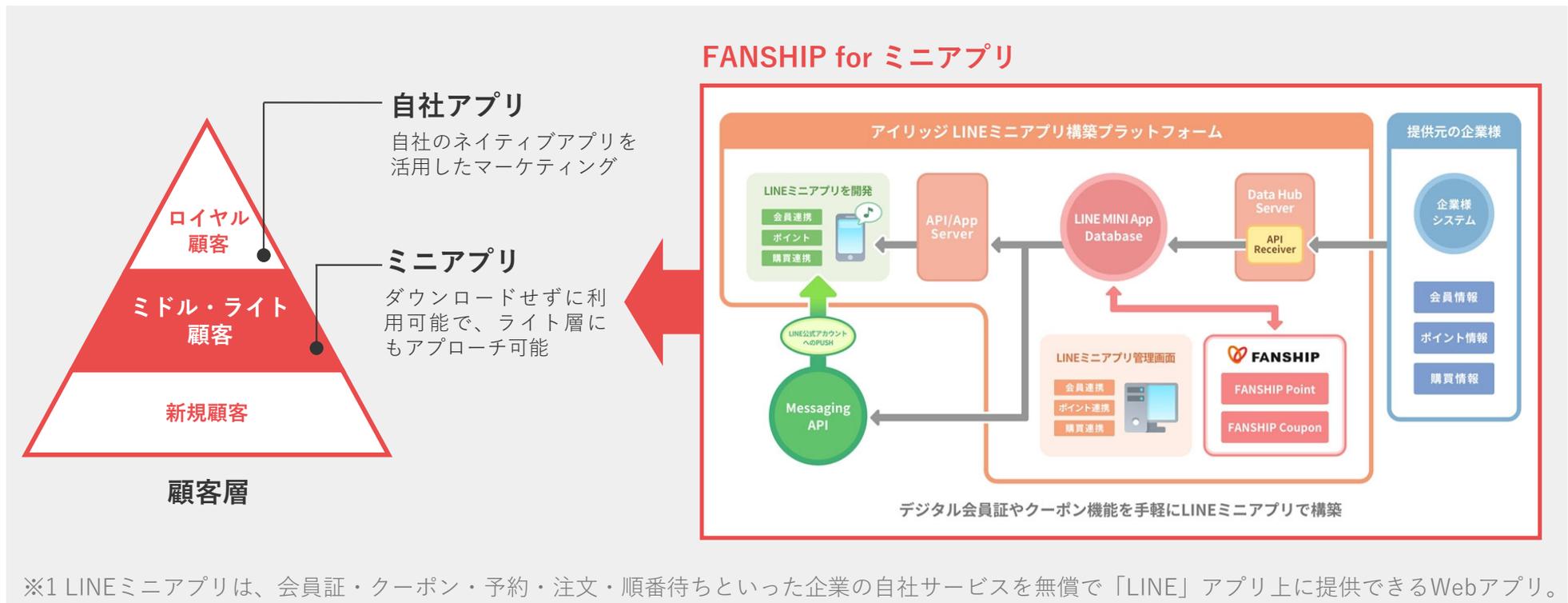
- デジタル地域通貨プラットフォームMoneyEasyの今期導入件数は**前期比2倍を超え**、フィノバレーは**通期黒字化**
- **三菱電機株式会社と資本業務提携**を実施するなど、**事業パートナーとのアライアンス**も強化

※1 事業内容をより明瞭にするため、従来「デジタル・フィジカルマーケティング領域」としていた名称を「OMO領域」に変更しています。

# 「FANSHIP for ミニアプリ」

企業がLINE上で自社サービスの提供を可能にするWebアプリ「LINEミニアプリ※1」において、会員証などの機能を提供できる、ミニアプリ開発・運用・分析プラットフォーム「FANSHIP for ミニアプリ」を提供。

ネイティブアプリに加え、中堅～大企業の拡大するミニアプリ需要に対応。



# 「FANSHIP for ミニアプリ」 案件続々リリース

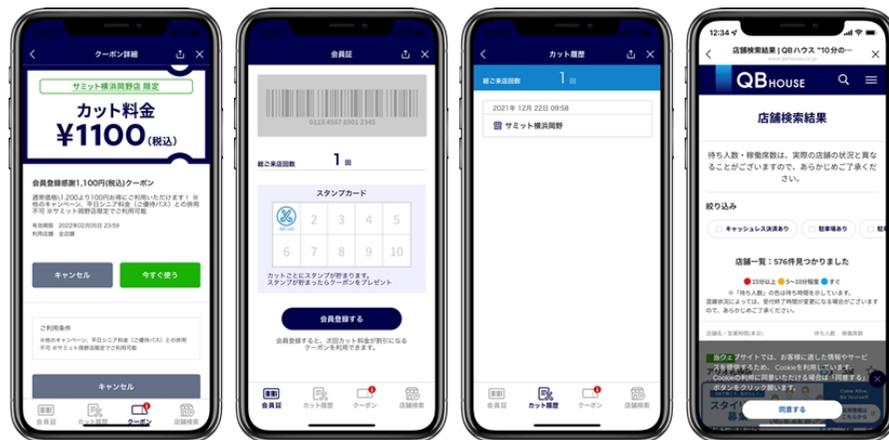
OMO領域

ミニアプリ開発・運用・分析プラットフォーム「FANSHIP for ミニアプリ」を用いて拡大するミニアプリ需要に対応。

## 低コスト・短納期を実現する「FANSHIP for ミニアプリ」を利用したLINEミニアプリが続々リリース

### 「QB HOUSE」LINEミニアプリ

(キュービーネット株式会社)



10分1,200円カットの「QB HOUSE」LINEミニアプリを開発支援。2022年夏にはスタイリスト向けアプリとCRMを追加開発の上、国内全500店舗展開へ

### 「阪急阪神百貨店 阪神梅田本店」LINEミニアプリ

(株式会社阪急阪神百貨店)



阪神梅田本店を利用するお客さま向けに、お知らせやクーポン、イベント予約機能などを提供し、売場の“ファンづくり”を行うLINEミニアプリを開発支援。店頭やアプリ上の行動に応じて趣味嗜好に合わせた接客も実現

阪急電鉄が2021年11月1日に提供を開始した「阪急沿線アプリ」の開発と、FANSHIP導入を支援。

## 今までよりも便利に、 阪急電車・阪急バス・阪急タクシーの利用が可能に

阪神電車の「阪神アプリ」&JR西日本の「WESTER」との相互連携機能も実装



### 阪急沿線アプリ

(阪急電鉄株式会社)

阪急電車の各駅の発車時刻に加え、列車の走行位置や遅延時分、到着見込み時刻などの鉄道情報を提供するアプリ

臨時列車の運行、ハイキングの開催、鉄道グッズの販売、沿線のお出かけ先などの各種情報や、阪急バス、阪急タクシーなどの交通情報とも連携

阪神電車の「阪神アプリ」やJR西日本の「WESTER」などの公式アプリとも相互連携



大規模商業施設「川崎ルフロン」及び「あびこショッピングプラザ」の来場者向けアプリの開発とFANSHIPの導入を支援。

## ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」で販促DXときめ細かな会員サービスを実現

「川崎ルフロン」「あびこショッピングプラザ」それぞれ独自のQRコード決済にも対応



### ルフロンアプリ

(三菱商事UBSリアルティ株式会社)



### あびアプリ

(三菱商事UBSリアルティ株式会社)



過去には三菱商事UBSリアルティが提供する「mozoワンダーシティ」向けの「mozoアプリ」や「京都ファミリー」向けの「京都ファミリーアプリ」も開発支援とFANSHIP導入を行っており、商業施設向けのノウハウを蓄積

イオンカード公式アプリ「イオンウォレット」及び日本電子決済推進機構「Bank Payアプリ」にFANSHIPが導入。

メガバンクを含む全国50以上の金融機関での導入実績に加え、導入スピードや柔軟性が高く評価され、金融業界において「FANSHIP」導入が拡大



**イオンウォレット**  
(イオンクレジットサービス株式会社)



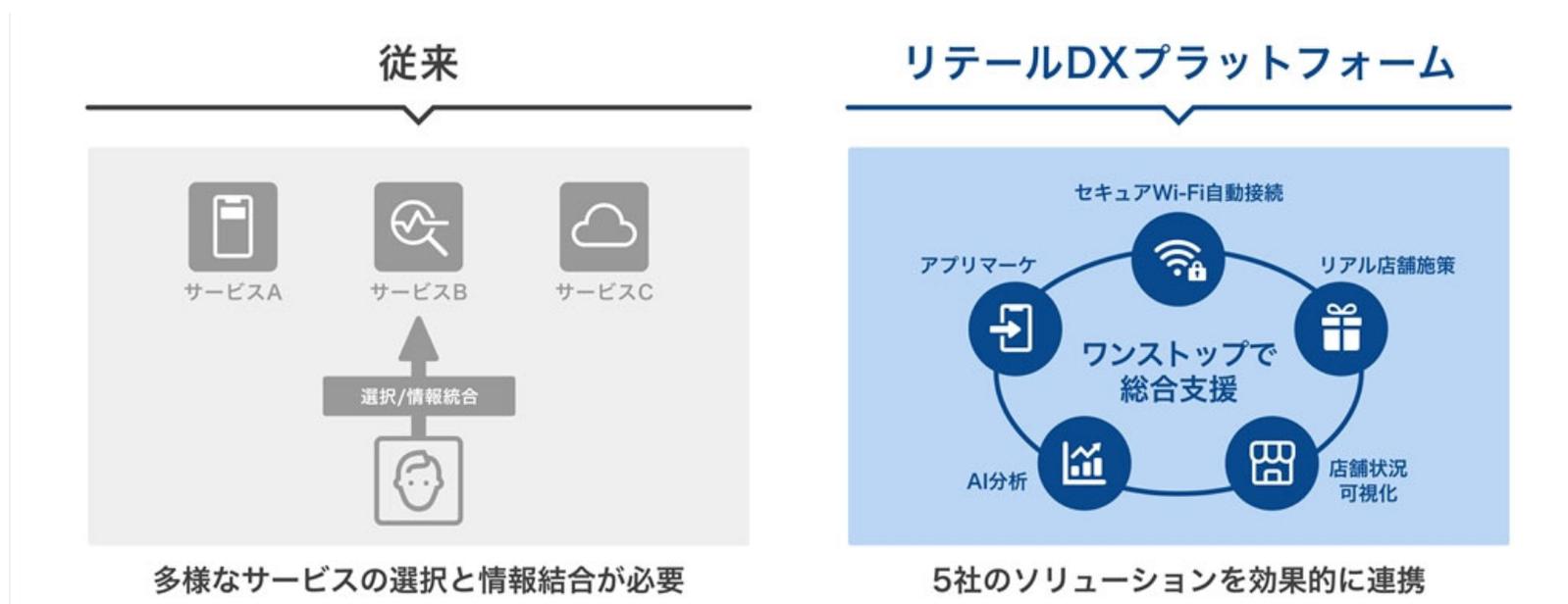
**「Bank Payアプリ」**  
(日本電子決済推進機構)



FANSHIPがイオンカード公式アプリ「イオンウォレット」に導入。国内有効会員数2,979万人（2021年8月末時点）を持つイオンカードのCRMシステムと連携したFANSHIPクーポン機能の実装も予定

「FANSHIP」が銀行口座から直接支払いできるスマホアプリ「Bank Pay」に導入。シナリオに沿った自動プッシュ通知やOne to Oneコミュニケーションを通じてマーケティング機能強化を支援予定

当社、ワイヤ・アンド・ワイヤレス、データセクション、Flow Solutions、及びQoilの5社は2021年8月にリテールDXプラットフォームの共同展開に関する業務提携契約を締結。



顧客企業はリテールDXプラットフォームを導入することで、自社のアプリユーザーが来店し、セキュアなWi-Fiに接続したことを契機に、各ユーザーに応じた最適な情報を配信することが可能に各ユーザーの同意のもと得られたデータを統合・可視化・分析し、データに基づく店頭マーケティング施策を実施することで、OMOマーケティングを実現

在宅需要で伸びるスマートスピーカーを活用したマーケティングキャンペーンを開発支援。

## Alexaへの呼びかけで Amazon.co.jp限定発売の新製品サンプルがご自宅に

在宅需要で伸びるAlexa利用に合わせたスターバックスの音声UIキャンペーンスキルを開発支援



## 在宅需要で伸びるスマートスピーカー をマーケティングに活用

スターバックスが2021年5月25日から提供を開始したAlexaスキル「スターバックスお試しサンプル」を開発支援

Amazon Echo等のAmazon Alexa対応デバイスに「アレクサ、スターバックスお試しサンプル」と呼びかけることで、同日発売開始のAmazon.co.jp限定新発売製品「スターバックス ブラックコーヒーショット」のサンプルをプレゼント

新型コロナウイルス感染症拡大に伴う在宅時間増加によって、スマートスピーカーの利用も拡大しており、マーケティングへの活用拡大も期待

京王電鉄と共同で、京王電鉄が展開する商業施設「キラリナ京王吉祥寺」にCo-Retailing（共同出店型）ショールーミング※1ストア「INSEL STORE」をオープン。

## コロナ禍で変わる購買行動に対応した 共同出店型ショールーミングストア

ニューノーマルな買い物体験を提供する、京王電鉄では初の体験型店舗



※1 ショールーミングとは、店舗には在庫を置かず、店舗で確認した商品をECで販売する方法のこと。

※2 D2C(Direct to Consumer)とは、自社で企画・製造した商品を自社ウェブサイトで直接消費者に販売するビジネスモデルのこと。

## D2C※2ブランドと消費者のリアル店舗での接点創出を支援

「INSEL STORE」は、出店者であるD2Cブランドと消費者のリアル店舗での接点創出を支援するサービス

購買行動が変化する消費者に向けて「ショールーミングによるショートタイムショッピング」や「直接試してから買えるEC」としてニューノーマルな買い物体験を実現

ウィズ/アフターコロナにおいてますます重要になる、OMOを実現するリアル店舗づくりを支援

当社と当社の資本業務提携先の株式会社Flow Solutionsは「mozo ワンダーシティ」（愛知県名古屋市）に新たにオープンしたサステナブル&OMO※<sup>1</sup>体験ポップアップストア「mozo SUSTAINABLE PARK」の実証実験プロジェクトに参画。

## 顧客体験をオフラインとオンラインで統合的に分析する 日本の商業施設における革新的な試み



※<sup>1</sup> OMO(Online Merges with Offline) とは、オンラインとオフラインの取組みを融合し、店舗とインターネットの垣根を越えた最適な顧客体験を提供するマーケティング施策のこと。

### 行動データをオフラインとオンラインで統合的に分析し、顧客体験向上を目指す

本実証実験ではポップアップストア内に設置された9個のカメラを通じて取得したオフライン行動データと「mozoアプリ」のチェックイン機能によって取得したアプリの顧客IDと紐づけることで、オフラインとオンラインを統合しながら顧客行動を分析

顧客単位での行動データの分析が可能になることで、リアル店舗と独自ECプラットフォームを有するSCならではの新しい買い物体験の魅力向上の実現を目指す

# 「MoneyEasy」の新規導入が継続して拡大

新規事業領域

フィノバレーが提供するデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」の新規導入が継続して拡大。今期導入件数は前期比2倍を超え、フィノバレーも通期黒字化。

## 2021年10月以降で5件の新規導入を実施

21年10月

**ぎふ旅コイン**  
(岐阜県)

21年11月

**すいすいコイン**  
(兵庫県神戸市灘区)

21年12月

**まつもとコイン**  
(長野県松本市)

21年12月

**きじうまコイン**  
(熊本県人吉市)

22年1月

**はまなこPay**  
(静岡県浜松市)



**MONEY EASY**

デジタル地域通貨PF

短期間かつ安価にデジタル地域通貨サービスを開始できるプラットフォーム

## コロナ禍における経済支援施策としての導入が加速

プレミアム商品券事業や観光消費支援事業など、コロナ禍における経済支援施策としてもデジタル地域通貨の導入が加速

決済インフラとしての機能に加え、投資インフラや情報インフラとしての活用や行政からの情報発信機能等への活用など、将来的な機能の拡張も目指す

# フィノバレーが三菱電機株式会社と資本業務提携を実施

新規事業領域

2022年1月、フィノバレーが三菱電機株式会社とデジタル地域通貨事業及びスマートシティ/スーパーシティ事業に関する資本業務提携を実施。

両社の技術を組み合わせ、自治体向けの新たなデジタル通貨サービスを共同開発



フィノバレーのデジタル地域通貨プラットフォーム「MoneyEasy」と三菱電機株式会社の先端技術を組み合わせ、自治体向けの新たなデジタル通貨サービスを共同開発することに加え、三菱電機株式会社のデータ連携基盤と連携させたスマートシティ/スーパーシティ関連システムの構築を目指す



### 3. 今後の成長戦略について

# 事業概要

当社グループの事業は「OMO領域」と「新規事業領域」から構成。

	OMO領域			新規事業領域
目指すもの	オンラインとオフラインの垣根を越えた体験から実現する 利便性の向上			テクノロジーによる昨日より一歩進んだ利便性の向上
接点	オンライン		オフライン	
サービス	アプリ開発	FANSHIP	来店計測・来店予測	デジタル地域通貨PF
	デジタルマーケティング	アプリ分析・運用支援	ショールーミングストア	クラウド型工数管理サービス
	LINEミニアプリ	店舗送客施策	リアルプロモーション	対面サービスDX

※1 事業内容をより明瞭にするため、従来「デジタル・フィジカルマーケティング領域」としていた名称を「OMO領域」に変更しています。

# OMO領域について

OMO領域においては、オンラインとオフラインとの垣根を越えた体験から実現する利便性の向上を通じ、企業と顧客間のコミュニケーションや顧客エンゲージメントの向上を支援する。



オンラインとオフラインとの垣根を越えた体験から実現する利便性の向上  
= 普遍的な「豊かさ」の提供

※1 事業内容をより明瞭にするため、従来「デジタル・フィジカルマーケティング領域」としていた名称を「OMO領域」に変更しています。

# 新規事業領域について

OMO領域での事業成長に加えて、テクノロジーを活用した様々な新規事業を創出。

## デジタル地域通貨PF



短期間かつ安価にデジタル地域通貨サービスを開始できるプラットフォーム

## クラウド型工数管理サービス



社内外人員の稼働管理やプロジェクトへのアサイン管理、人材調達が一つになった、リソース最適化プラットフォーム

## 対面サービスDX

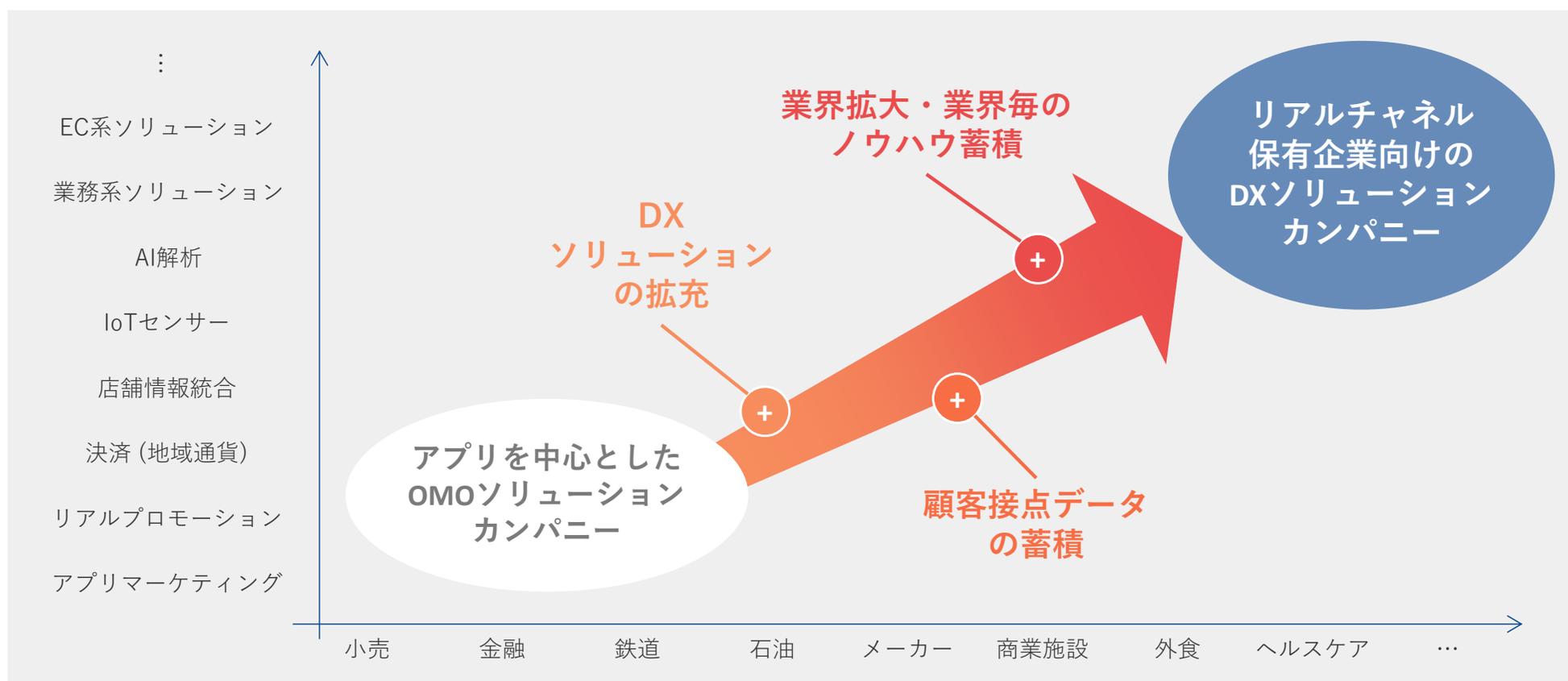
対面サービスのDXを実現するビデオ通話・課金機能付きマッチングプラットフォーム

テクノロジーによる昨日より一歩進んだ利便性の向上

= 普遍的な「豊かさ」の提供

# OMO領域における中期的成長方向性

OMO領域においては、①アプリ以外のDXソリューションの拡充、②顧客接点データの蓄積、③業界拡大及び業界毎のノウハウ蓄積を図り、アプリを中心としたOMOソリューションカンパニーから、リアルチャネル保有企業向けのDXソリューションカンパニーへ進化を目指す。



※1 事業内容をより明瞭にするため、従来「デジタル・フィジカルマーケティング領域」としていた名称を「OMO領域」に変更しています。

# 各領域における23/3期の重点取組み

良好な事業環境に対応するための積極採用、ストック型収益の中期的な拡大のためのFANSHIP等プロダクトへの投資拡大、新規事業の収益貢献が23/3期の重点取組み。

## OMO領域

### ①人材獲得のための積極投資による

#### プロフェッショナルサービスの拡大

- ・デジタルマーケティング関連を中心に積極採用を継続
- ・人材獲得のためのM&Aも継続して検討
- ・当社が得意とする業界毎のノウハウを蓄積し良好な事業環境に着実に対応

### ②ストック型収益の中期的な拡大実現のための投資強化

- ・当社のメインプロダクトであるFANSHIPへの投資強化
- ・LINEミニアプリプラットフォーム等、FANSHIP以外のプロダクトの拡充
- ・アプリ関連以外のDXソリューションの拡充。M&Aも継続して検討

良好な事業環境を追い風に、  
中期的な成長実現のための  
成長投資を拡大

## 新規事業領域

### ③新規事業の立上げ・収益拡大

- ・新規事業については早期の収益拡大を目指し、投資を継続
- ・事業パートナー等とのアライアンスについても継続して検討

新規事業の早急な立上げに  
よる連結収益貢献を目指す

※1 事業内容をより明瞭にするため、従来「デジタル・フィジカルマーケティング領域」としていた名称を「OMO領域」に変更しています。





## 4. 中期的な財務目標及び 2023年3月期業績予想について

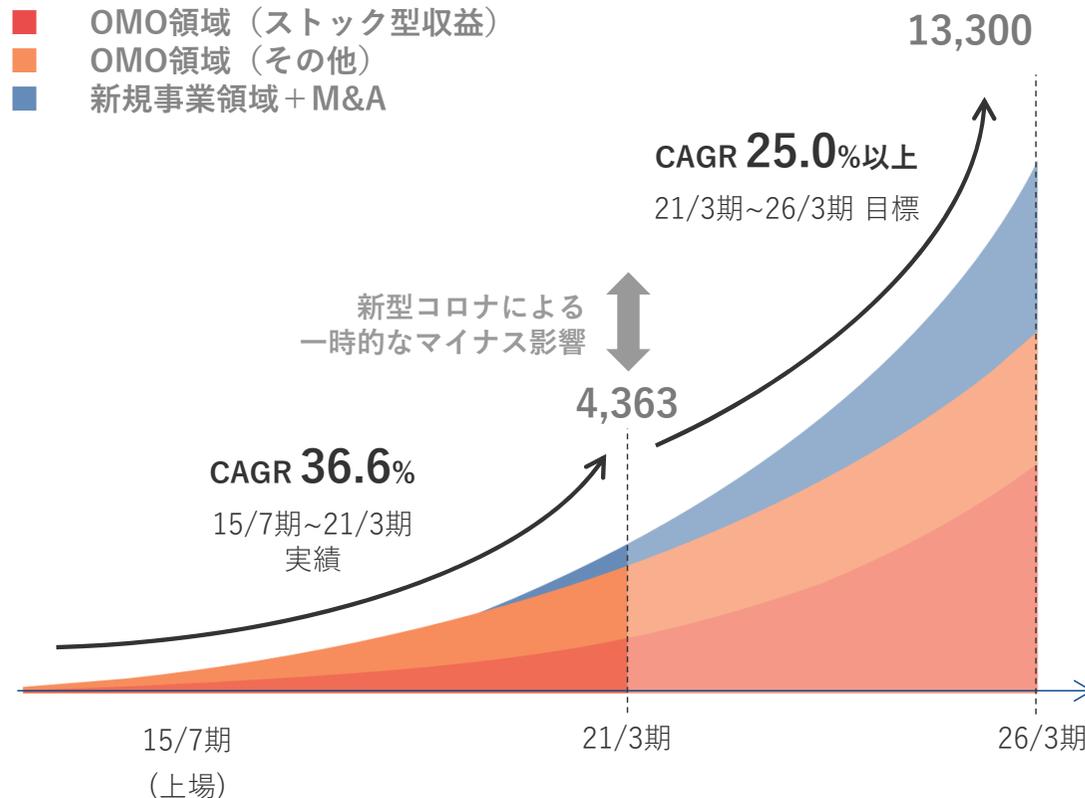


# 中期的な財務目標

21/3期以降の中期的な売上高成長率としてCAGR25.0%（26/3期の連結売上高133億円）以上の成長を目指す。

## 売上高（連結）の中期目標

(百万円)



## 中期的な財務目標

- ・ 21/3期以降の中期的な売上高成長率としてCAGR25.0%以上の成長を目指す
- ・ 良好な事業環境が期待される「OMO領域」において確実に積み上げるとともに、新規事業及びM&Aによる売上拡大を推進
- ・ 当面は採用費用や新規事業への先行投資費用の増加が見込まれるものの、販管費を適切にコントロールし、連結営業利益は每期着実に増益を目指す

※1 事業内容をより明瞭にするため、従来「デジタル・フィジカルマーケティング領域」としていた名称を「OMO領域」に変更しています。

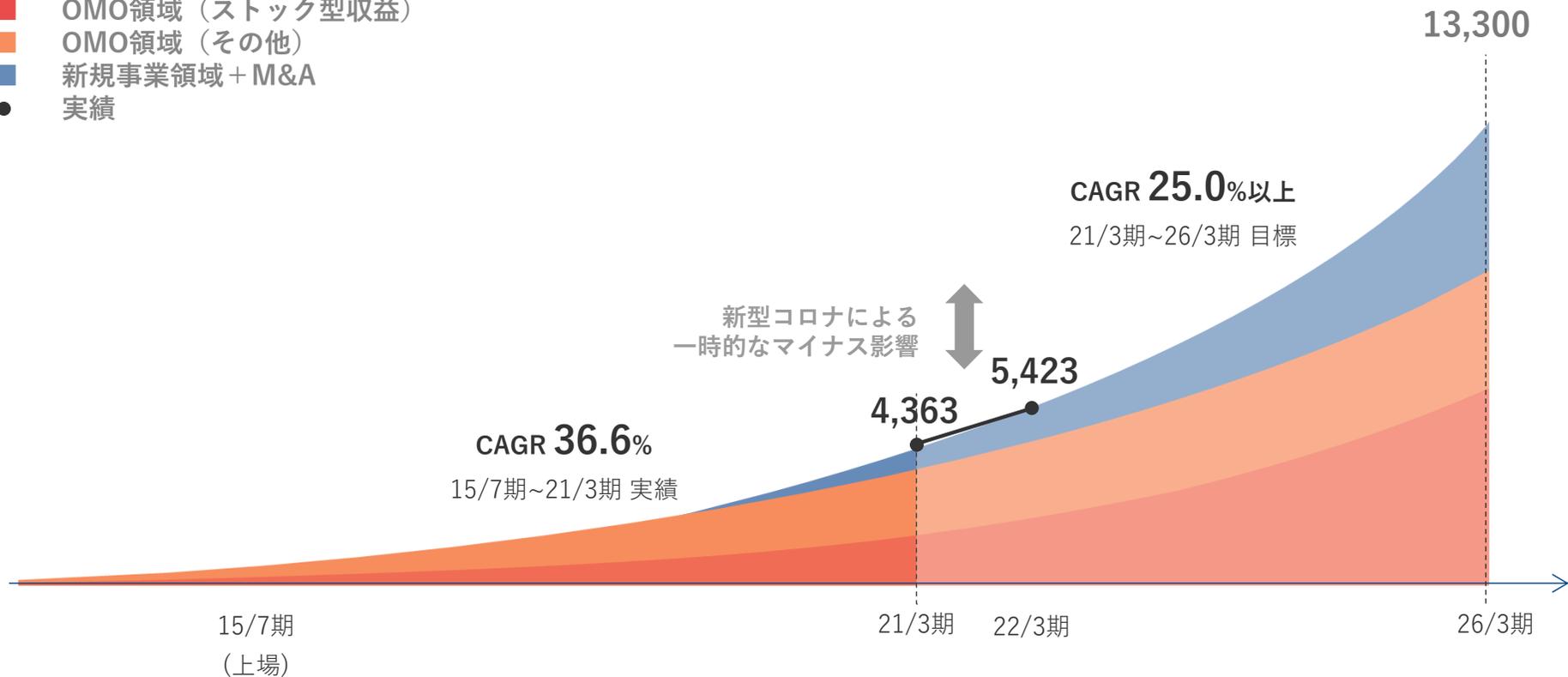
# 中期的な財務目標に対する進捗

21/3期及び22/3期において、リアルプロモーション関連を中心に新型コロナウイルス感染症によるマイナス影響を受けているものの、中期的な売上高目標に対して順調に進捗。

## 売上高（連結）の中期目標と進捗

(百万円)

- OMO領域（ストック型収益）
- OMO領域（その他）
- 新規事業領域 + M&A
- 実績



※1 事業内容をより明瞭にするため、従来「デジタル・フィジカルマーケティング領域」としていた名称を「OMO領域」に変更しています。

# 2023年3月期連結業績の見通し

23/3期の通期業績見通しは、新型コロナウイルス感染症拡大によるリアルプロモーション関連へのマイナス影響により、中期的な財務目標（前述）よりも成長率は一時的に鈍化する見通し。足元は、コロナ後の成長率の再加速を見据えた投資の強化を図り、中期的な財務目標の達成を目指す。

	22/3期 (連結)	23/3期 (連結)	
(百万円)	通期 実績	通期 見通し	前年 同期比
売上高	5,423	6,300 ~6,800	+16.2% ~+25.4%
営業利益	342	375 ~475	+9.6% ~+38.8%

## 通期見通しの前提等

売上高：

- ・新型コロナウイルス感染症拡大による、連結子会社Qoilの主要事業であるリアルプロモーション関連への影響を勘案し、レンジで設定
- ・レンジ下限は、23/3期を通じて22/3期程度の影響があった場合を想定
- ・レンジ上限は、23/3期上期においては一定の業績へのマイナス影響が生じるが、下期を通じてほぼマイナス影響が生じていないことを想定
- ・回復は、上期より下期に偏重の見込み

営業利益：

- ・前述の通り、当面は採用費用や新規事業への先行費用等の成長投資を継続
- ・業績進捗を踏まえて、販管費のコントロールを行う

※1 経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益についても黒字の計上を見込んでいますが、現在は中期的な株主価値及び企業価値の最大化に向けて、積極的な投資を実行しているフェーズであり、一部の営業外損益等の合理的な見積りが困難であることから、具体的な予想数値の開示は行っていません。



## 5.補足資料

# 基本情報

## 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	
経営陣	代表取締役社長	小田 健太郎
	取締役	渡辺 智也
	取締役CFO	森田 亮平
	社外取締役(監査等委員)	松本 雄大(公認会計士)
	社外取締役(監査等委員)	有賀 貞一
	社外取締役(監査等委員)	隈元 慶幸(弁護士)
連結子会社	株式会社Qoil、株式会社フィノバレー	
資本金	11億75百万円	
従業員数	228人(2022年3月末、連結)	

## 株主構成(2022年3月末現在)

小田 健太郎	32.6%
Nomura PB Nominees Limited Omnibus-margin (Cash PB)	4.5%
日本カストディ銀行(信託口)	3.3%
楽天証券	3.2%
SBI証券	2.0%
NTTデータ	1.9%
五味 大輔	1.6%
山田 英治	1.5%
初雁 益夫	1.4%
柏木 拳志	1.2%



# Tech Tomorrow

テクノロジーを活用して、  
わたしたちがつくった新しいサービスで、  
昨日よりも便利な生活を創る。

# 免責事項

---

## 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。