



2022年7月期 決算説明資料

株式会社アイモバイル

(東証プライム市場 6535)

2022年9月7日



Vision

“ひとの未来”に貢献する

事業を創造し続ける

Creating a Business for the Future

Mission

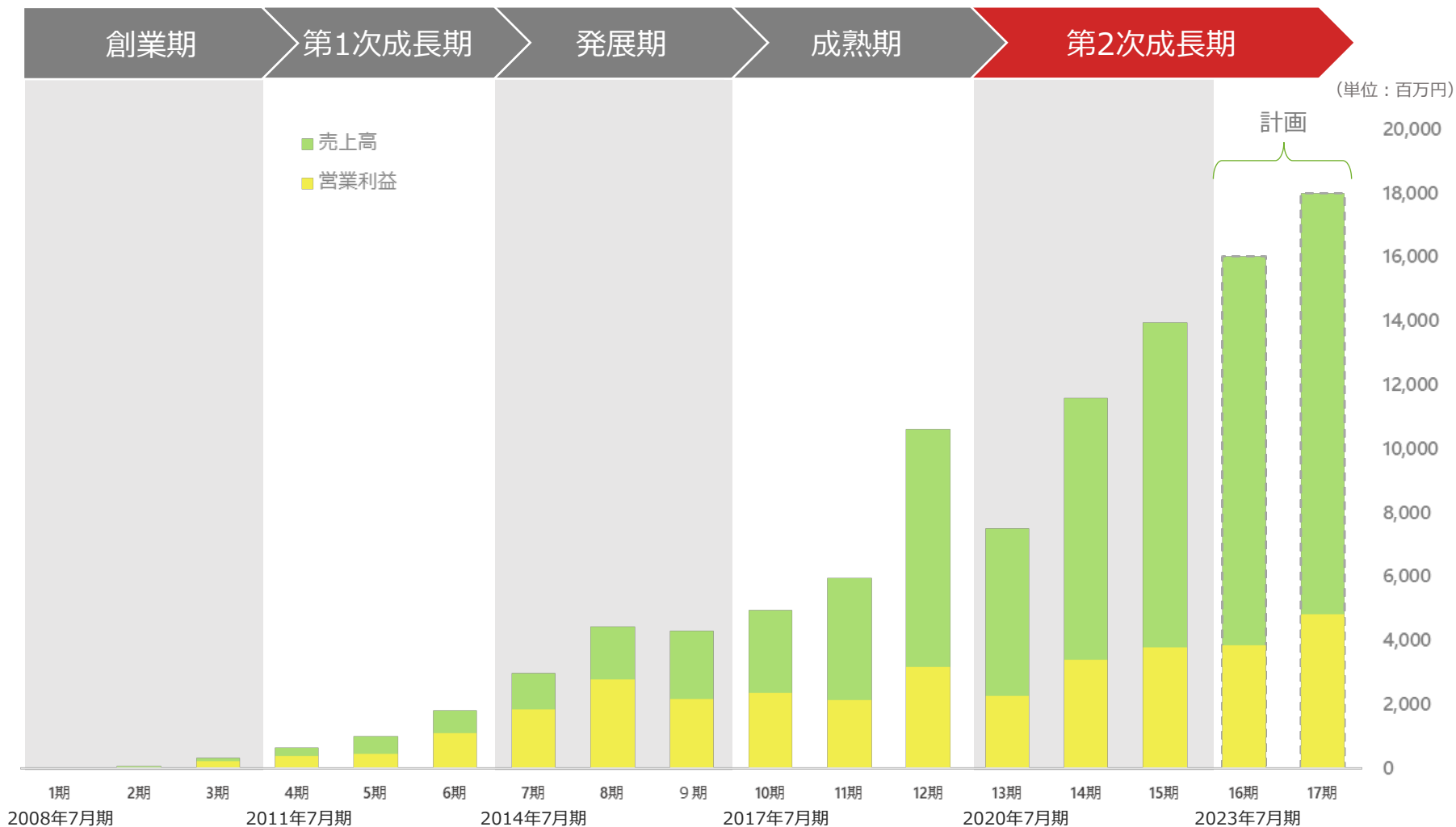
マーケティングで価値ある体験を提供し続ける

Values

笑顔 × 成長 × チーム

業績推移と将来計画

アドネットワーク事業会社として創業し、その後も多角的にアセットを活かした事業ドメインの変更を加え順調に成長。今後も積極投資により、更なる収益拡大を目指す



2022年7月期 決算概要

過去最高の通期連結売上高・営業利益を達成

I 売上高前期比120%、営業利益同112%の大幅な増収増益

インターネット広告事業の堅調な推移と、市場拡大を続ける
コンシューマ事業の大幅な収益貢献により、過去最高益を更新

II 営業利益、当期利益の当初計画を達成

事業投資及び人的資本への投資を積極的に推進しつつも、
当初計画比で営業利益101.2%、当期利益106.9%の達成

III 総還元性向100%を超える株主還元を実施

約20億円（約147万株）の自己株式取得及び消却を実施。当期
利益が計画を上回ったため、期末配当を38円（3円増配）とする

エグゼクティブサマリ②

(単位：百万円)

項目		2021年7月期 通期実績	2022年7月期 通期実績	前期比	当初計画	達成率
連結業績※	売上高	11,592	13,933	+2,340 (+20.2%)	14,270	97.6%
	営業利益	3,382 (29.2%)	3,793 (27.2%)	+411 (+12.2%)	3,750	101.2%
	当期利益	2,299	2,678	+378 (+16.5%)	2,504	106.9%
コンシューマ 事業	売上高	7,708	9,916	+2,207 (+28.6%)	10,102	98.2%
	営業利益 (営業利益率)	1,974 (25.6%)	2,495 (25.2%)	+520 (+26.4%)	2,398	104.0%
インターネット 広告事業	売上高	3,935	4,065	+130 (+3.3%)	4,173	97.4%
	営業利益 (営業利益率)	1,451 (36.9%)	1,415 (34.8%)	▲35 (▲2.4%)	1,436	98.6%

※ 本資料に掲載する金額はすべて新収益認識基準を適用したのとなっております。
また、全社費用のセグメントへの配賦方法を見直しており、過去の数値も変更後の配賦方法に組み替えております。

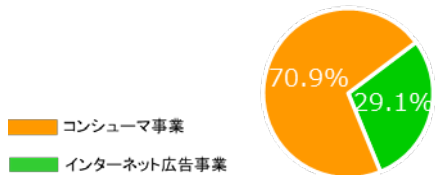
【通期】 連結売上高及び営業利益推移

ふるさと納税事業、アプリ運営事業の順調な成長により売上高、営業利益共に**2期連続**で**過去最高**を更新。直近4年間の売上高CAGRは23.7%を達成

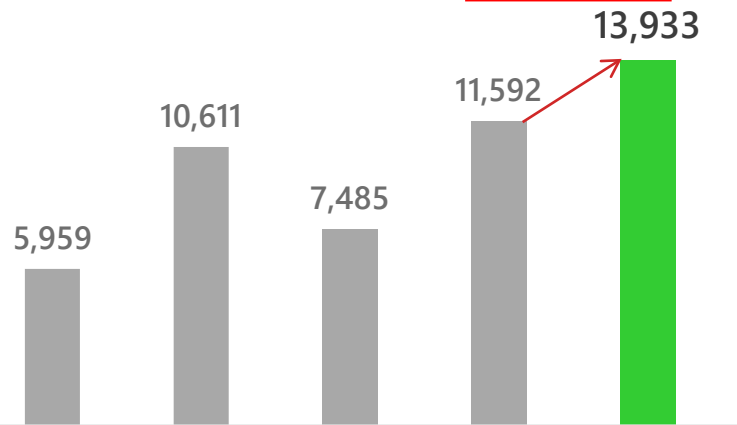
売上高

(単位：百万円)

2022年7月期 売上高
セグメント別構成比



+20.2%

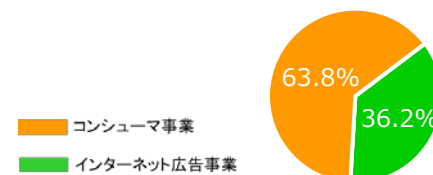


2018年7月期 2019年7月期 2020年7月期 2021年7月期 2022年7月期

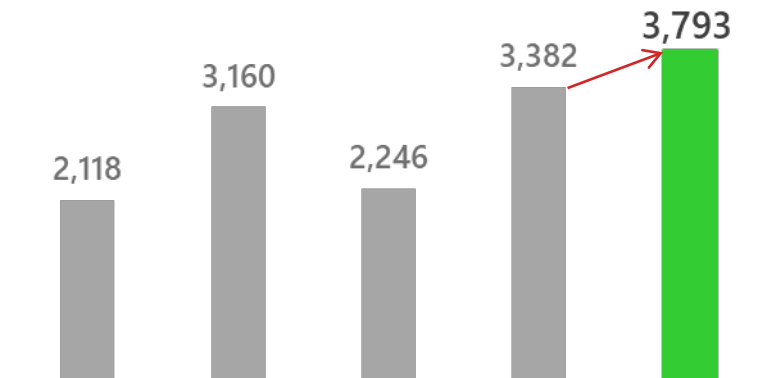
営業利益

(単位：百万円)

2022年7月期 営業利益
セグメント別構成比



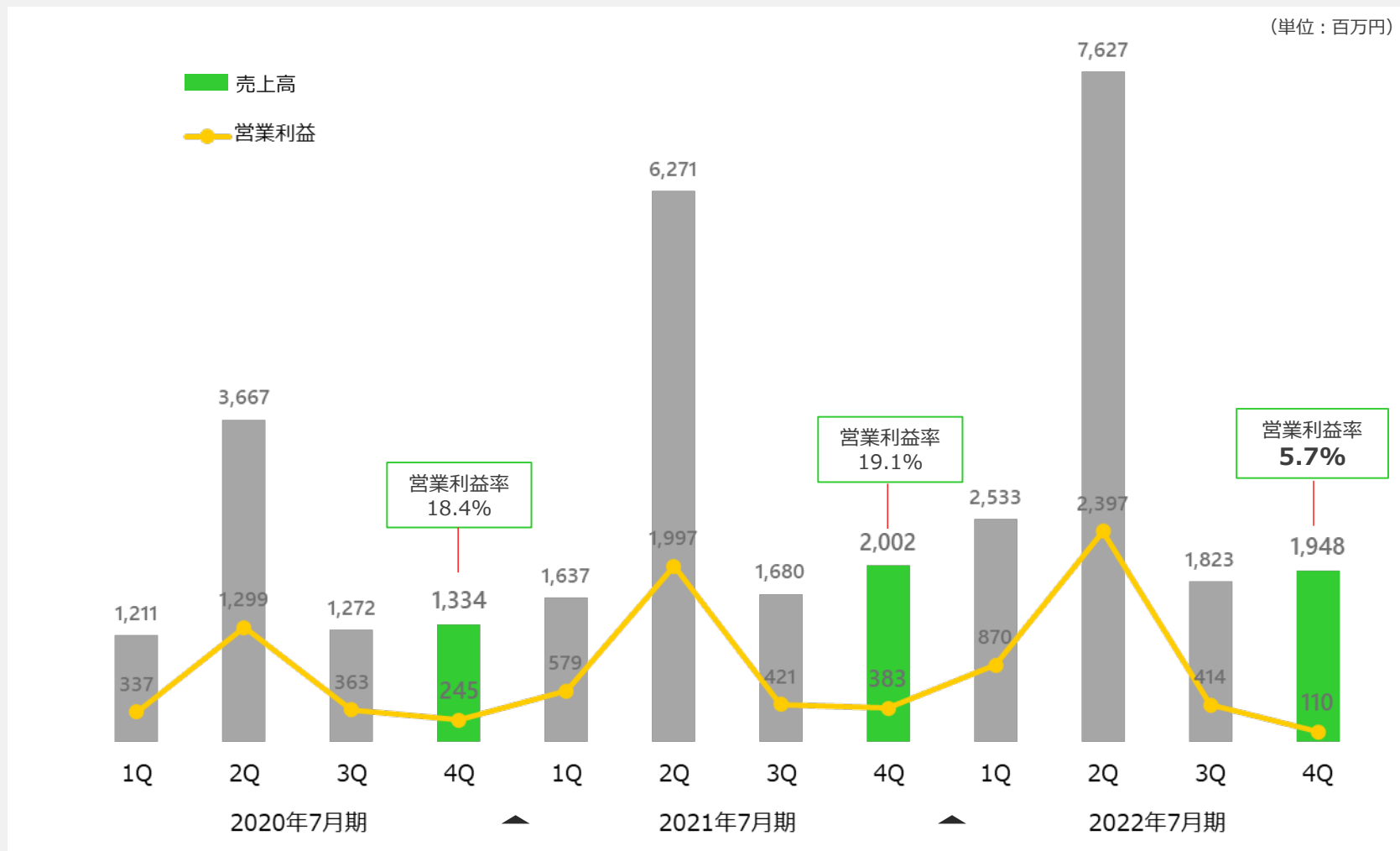
+12.2%



2018年7月期 2019年7月期 2020年7月期 2021年7月期 2022年7月期

【四半期】 連結売上高及び営業利益推移

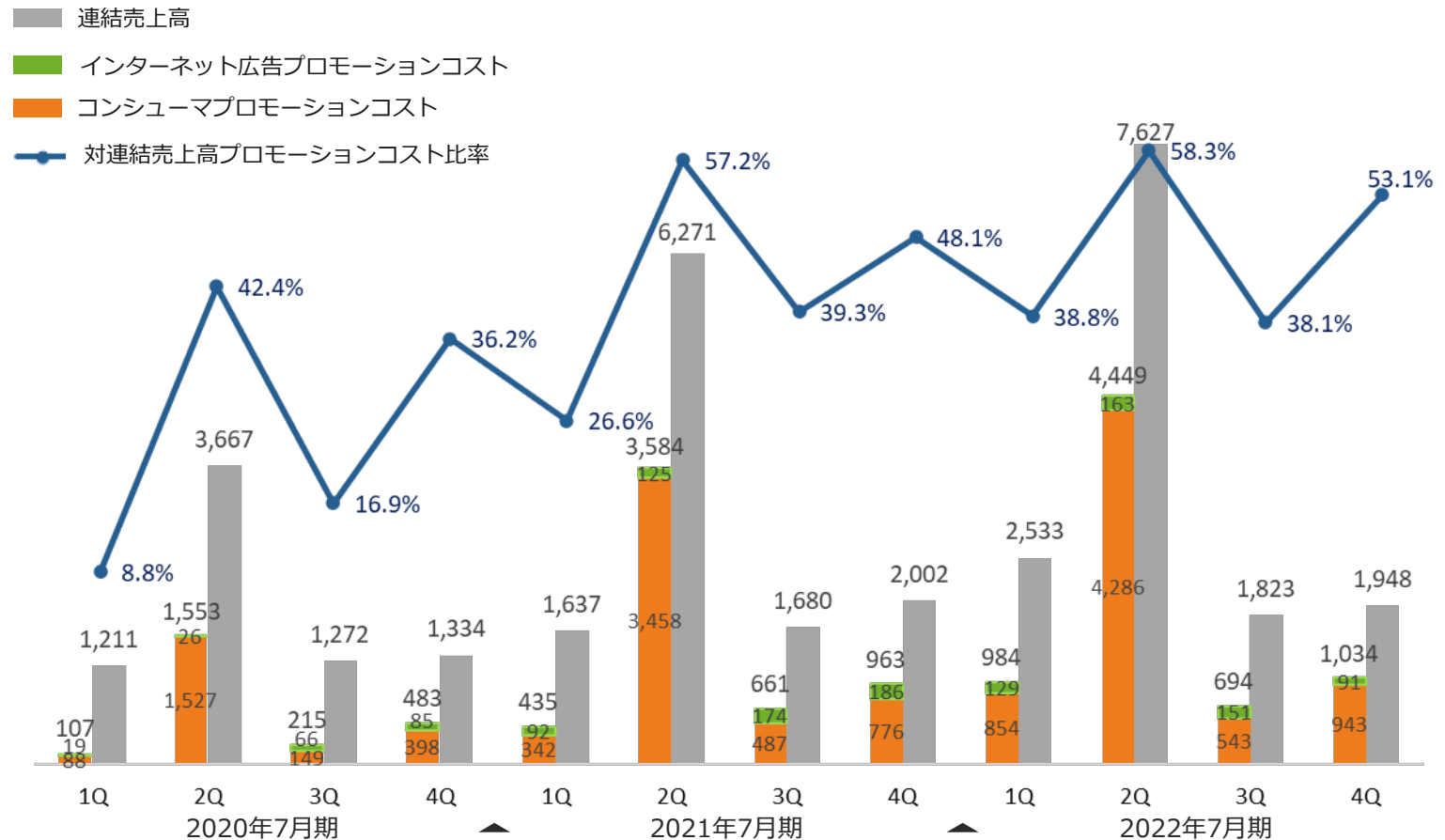
成熟領域の安定した収益貢献に加え、ふるさと納税事業の需要期に合わせた戦略投資による利益の積上げが次の成長に向けた先行投資を可能にしている



【四半期】プロモーションコスト（対売上高比率）の推移

費用対効果を最適化したプロモーションを積極的に展開。成長市場に対しての収益機会を創造し、中期的成長につなげていく戦略を推進している

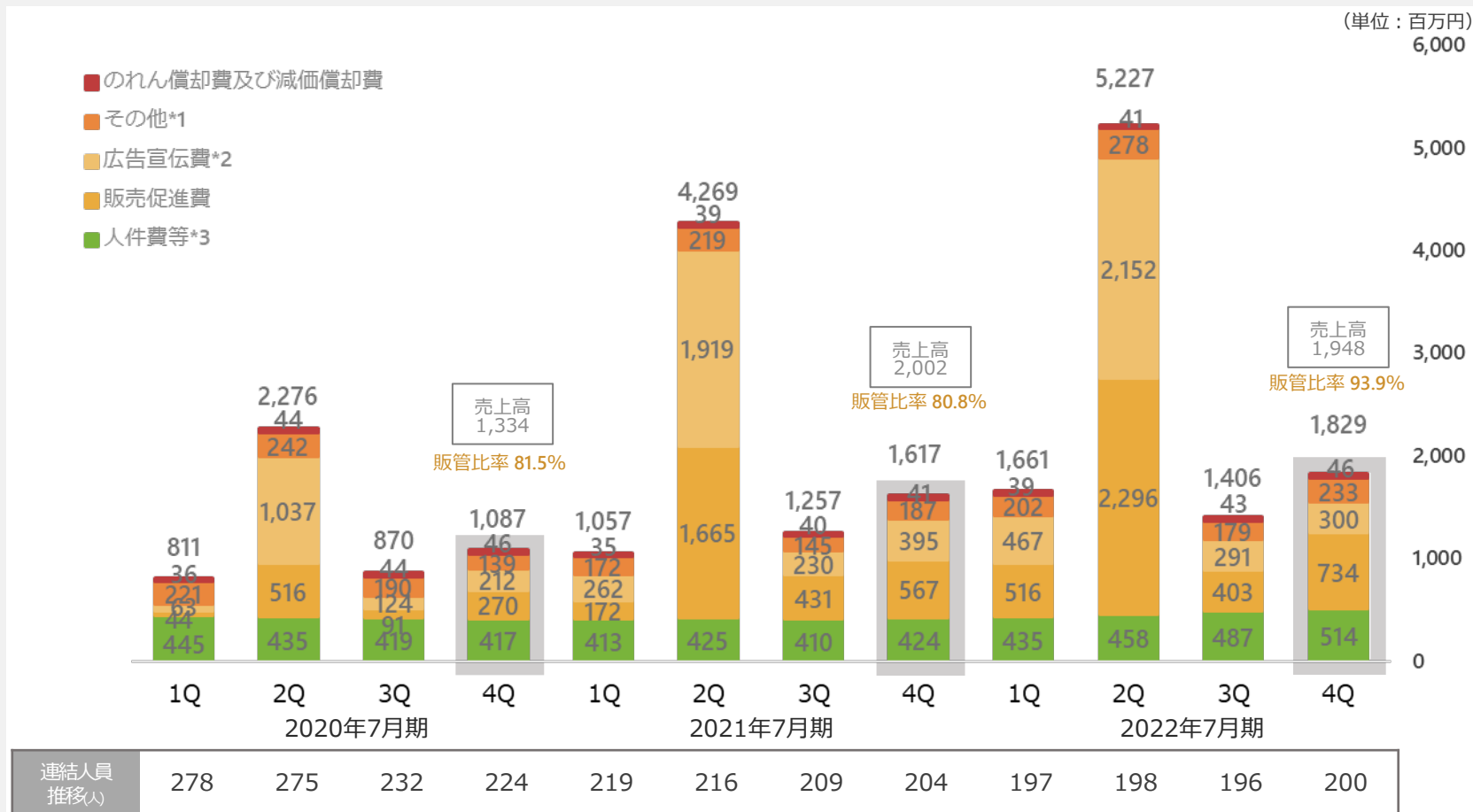
(単位：百万円)



※ プロモーションコスト：販売促進費+広告宣伝費

【四半期】 連結販売費及び一般管理費推移

持続的な成長を担う**人的資本強化**のための投資や、事業成長のための先行投資により、売上高販管費比率は前年同四半期比で増加傾向



※1 主に通信費、支払手数料、地代家賃、旅費交通費等にて構成。

※2 広告宣伝費はTVCM費用を含んでおり、右記の期間で放映を実施しております。2020年7月期：2Q / 2021年7月期：2Q～4Q / 2022年7月期：1Q～3Q

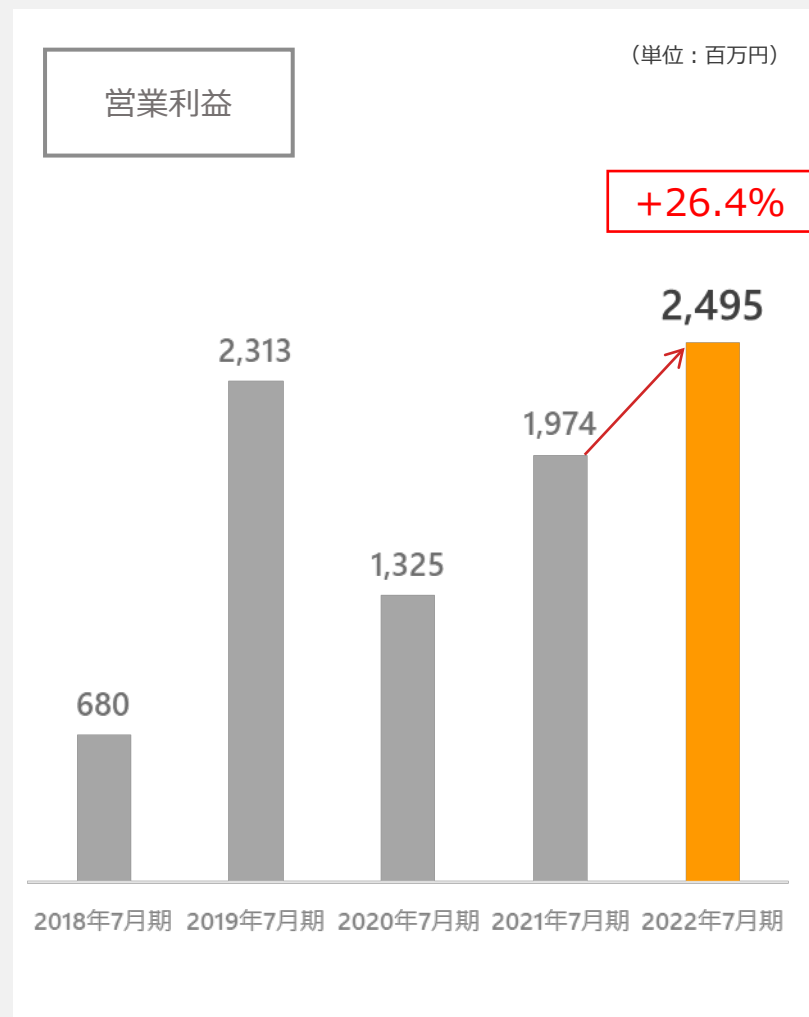
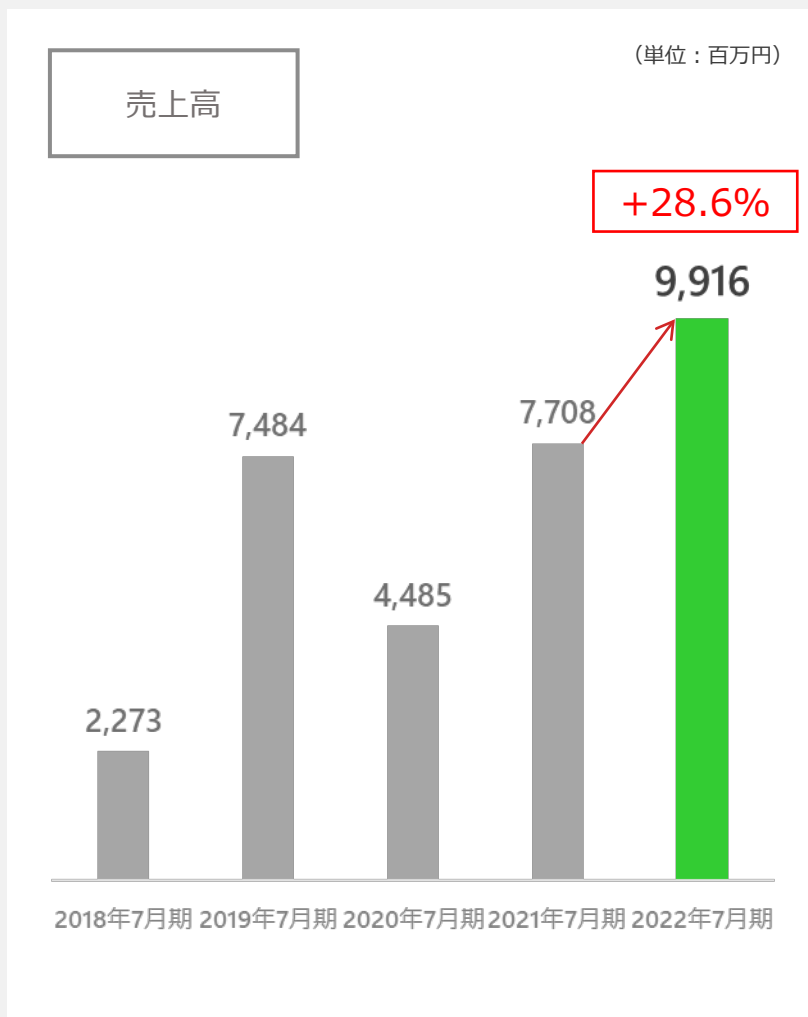
※3 2022年7月期4Qより、これまで「その他」の区分に含めていた業務委託費、人材派遣料を「人件費等」に含めております。
 なお、2022年7月期3Q以前の数値についても同様に組み替えております。

セグメント概況

コンシューマ事業

【コンシューマ事業】2022年7月期通期業績推移

契約自治体の増加や新規会員獲得及びリテンションのためのプロモーション施策の奏功に加え、ふるなび周辺事業における独自返礼品の拡大により増収増益を達成



【コンシューマ事業】2022年7月期の結果及び業績推移

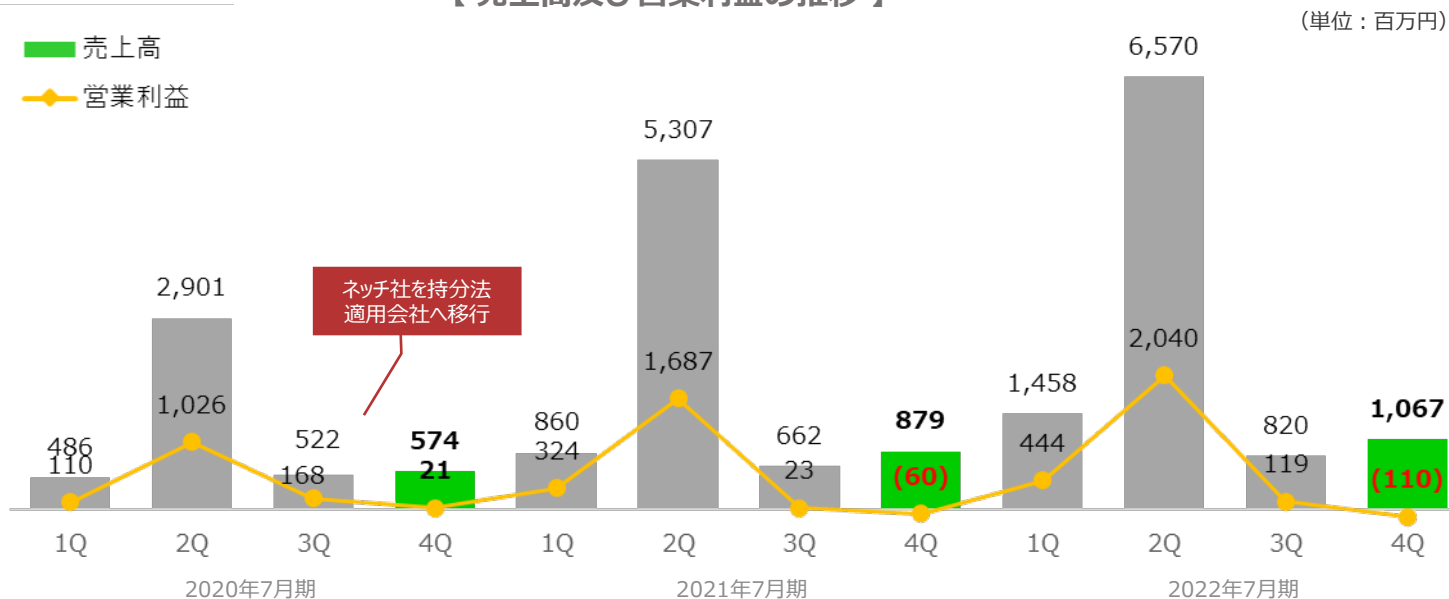
ふるさと納税事業 ふるなび

- ✓ 巣ごもり需要などに起因した市場成長を背景に、TVCMやWEB広告、新規顧客向けのキャンペーンなどのプロモーション施策を実施。会員数、自治体数の増加と共に寄附件数が増加し、前年同四半期比増収を継続

ふるなび周辺事業

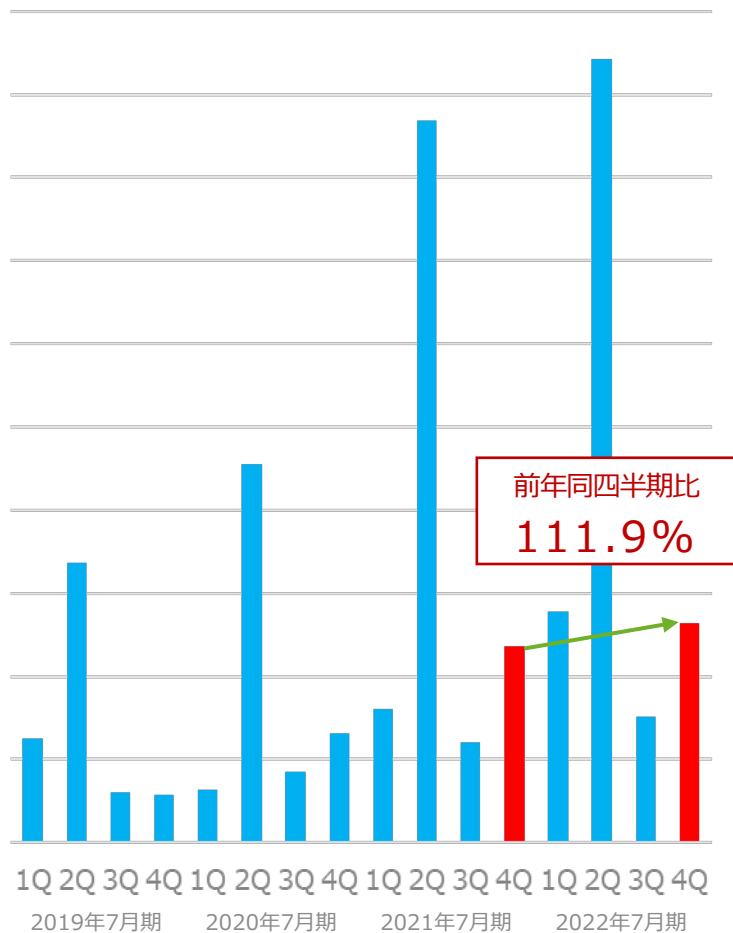
- ✓ トラベル事業の契約自治体、提携宿泊施設共に着実に規模を広げ、前期比2倍以上の1,000施設を突破。寄附件数の増加と共に、コロナ禍の各種行動規制の緩和などによる利用者の増加に伴い収益も拡大
- ✓ レストランPR事業の掲載店舗数は前期比1.8倍と順調に拡大し、収益も増加。今後は新サービスも展開予定

【売上高及び営業利益の推移】

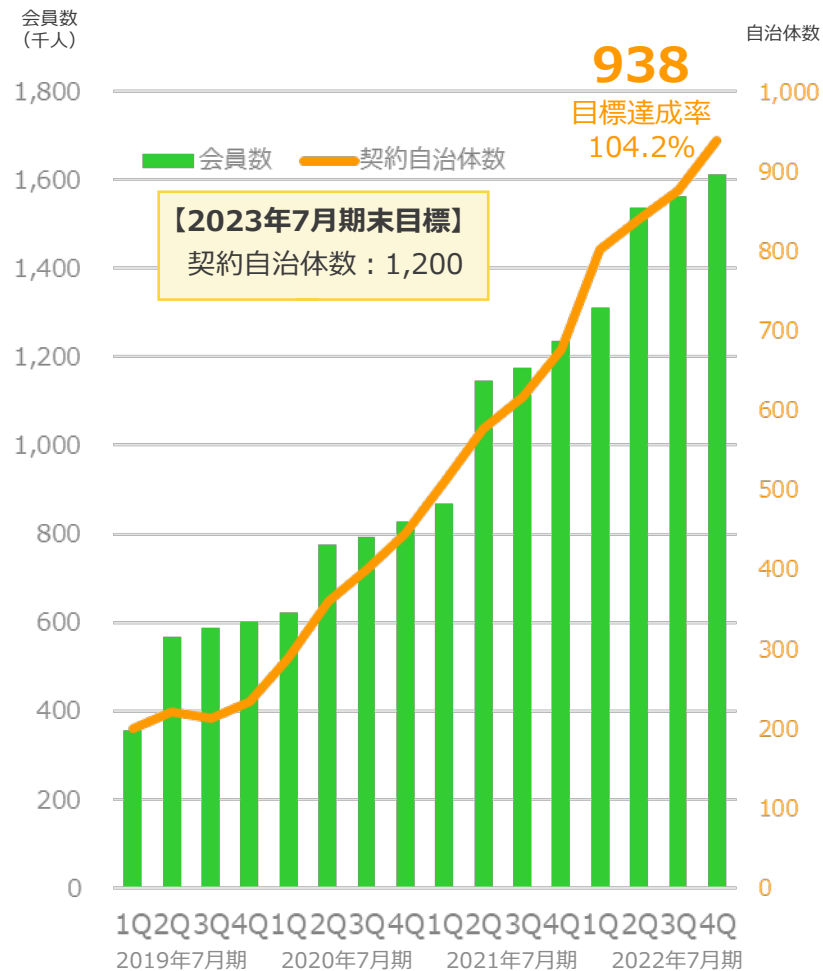


【コンシューマ事業】ふるさと納税事業の成長推移

寄附受付件数の推移

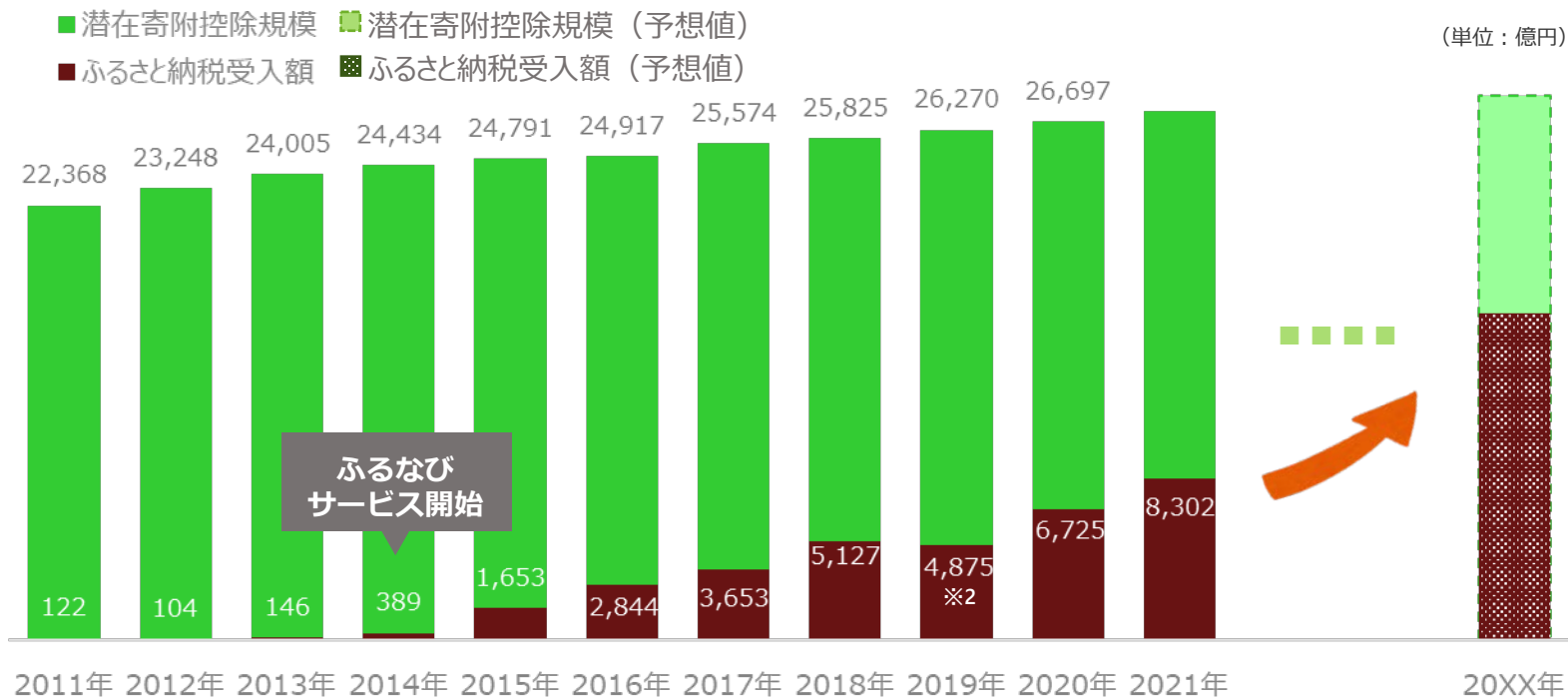


会員数と契約自治体数の推移



【コンシューマ事業】ふるさとと納税市場の推移

ふるさと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



■ 2011~2020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%）
 ■ 2011~2021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4年7月29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
市場見直し

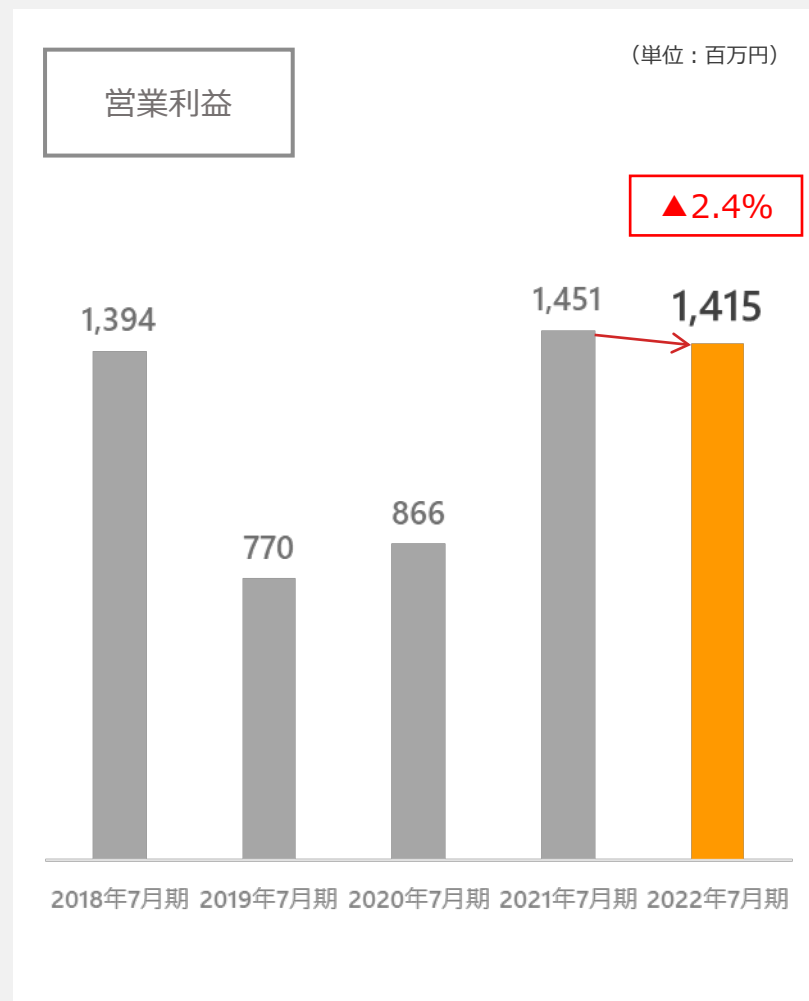
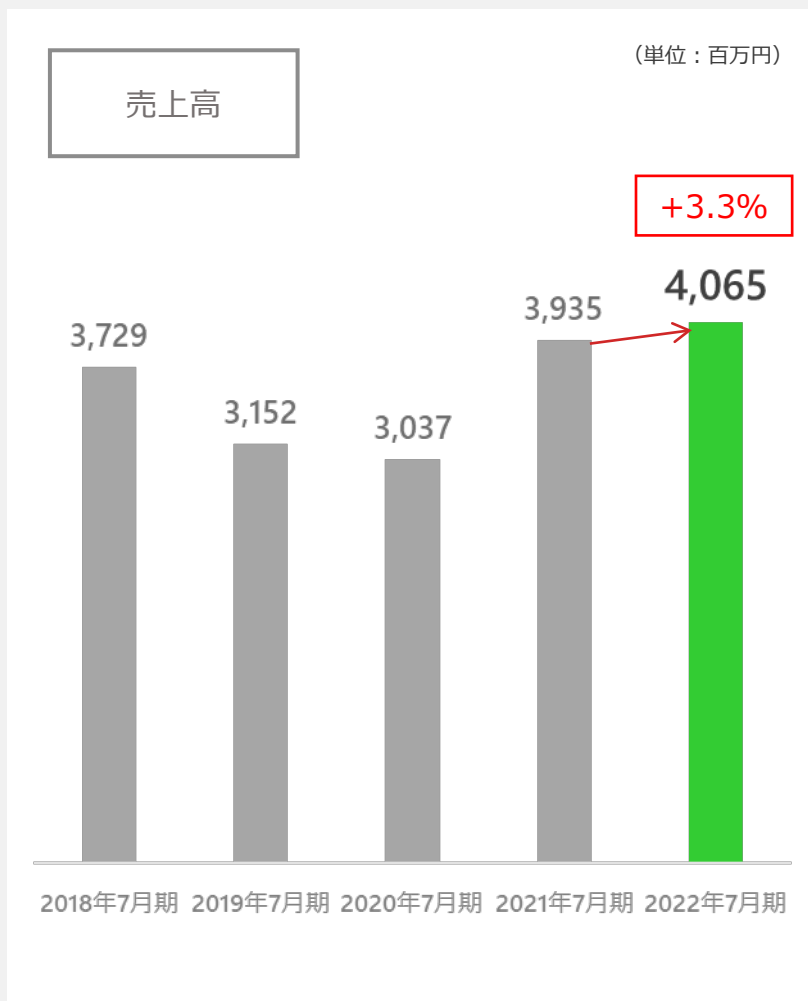
ふるさと納税受入額等の実績は、住民税の計算期間と異なり、自治体の事業年度(4月1日~翌年3月31日)の状況を集計したものであります。当社では、2019年6月1日からふるさと納税に係る指定制度が施行されることを見越した駆け込み需要が2018年末から2019年3月末にかけて起こったことによる影響があったものと考え、2018年度から2019年度にかけての実績数値の減少は、市場自体の縮小を示すものではないと考えております。

セグメント概況

インターネット広告事業

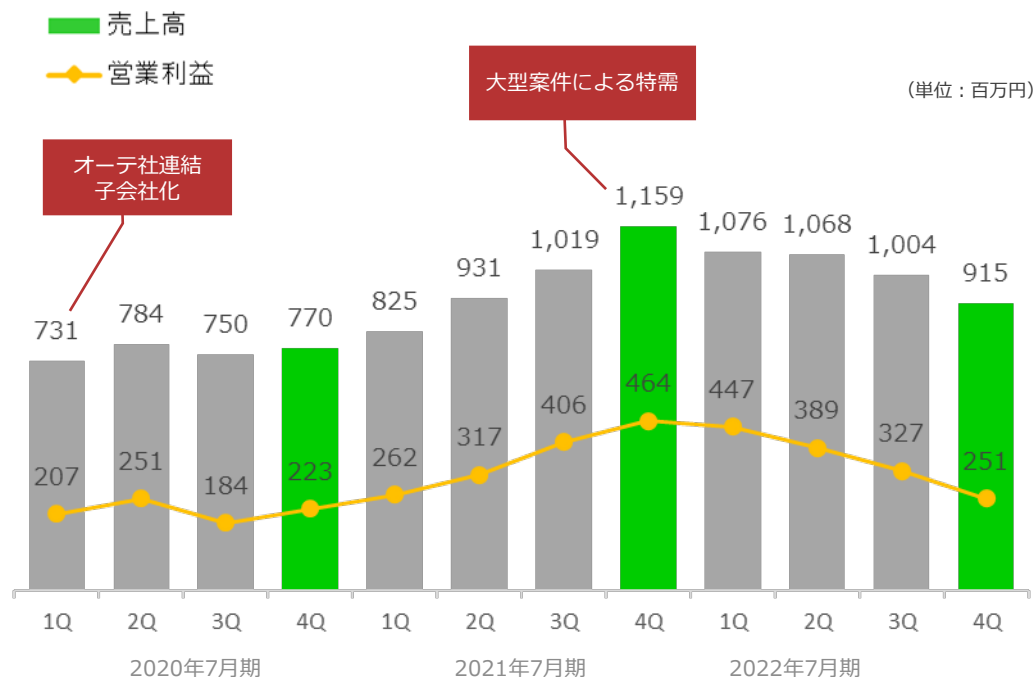
【インターネット広告事業】 2022年7月期通期業績推移

アプリ運営事業やMS事業※1の業績は堅調に推移し、ADPF事業における前期の特需の剥落や社会環境の影響など受けるも売上高、営業利益共に前期水準を確保した

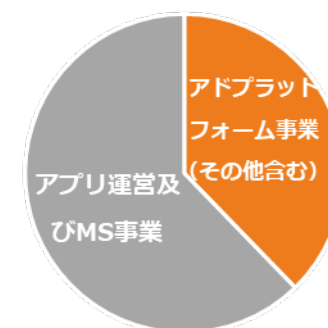


【インターネット広告事業】2022年7月期の結果及び業績推移①

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 (2022年7月期累計)】



1 アドプラットフォーム事業※



- ✓ 前期の特需案件の剥落や、コロナ禍の行動規制の緩和によるインターネット接触時間の減少、更には社会的事案による影響などにより売上高、営業利益共に前期を割る厳しい結果となったが、新たな収益源として成長が見込める広告形態や広告主の回帰などにより、収益回復を目指す

※ 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。

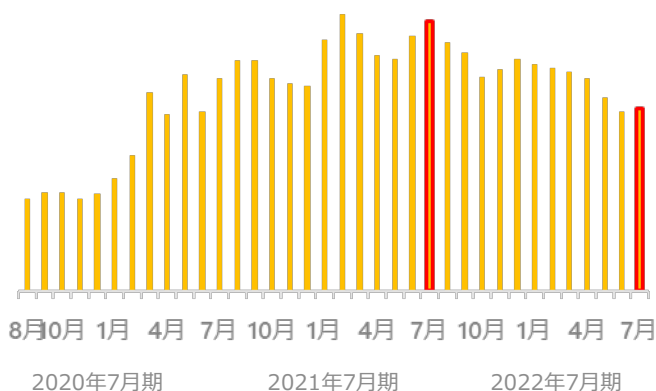
【インターネット広告事業】2022年7月期の結果及び業績推移②

2 アプリ運営事業



- ✓ コロナ禍の各種行動規制の緩和などによるMAU低下やIDFAの影響により収益力が低下。今後は新しいタイトルのリリースや、プラットフォームの改善、プロモーションなどの投資を進め、収益の改善を図る

アクティブユーザー数(MAU^{※1})の動向



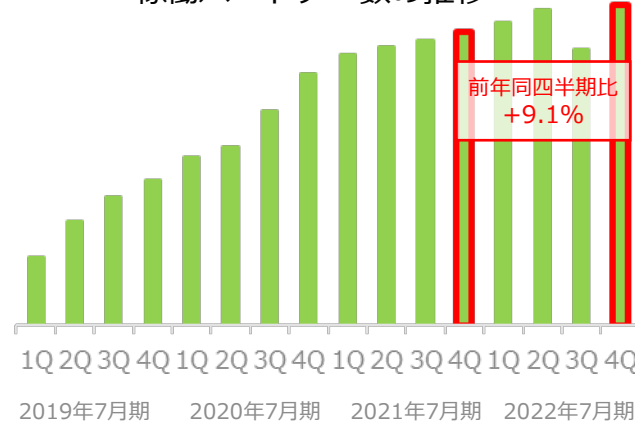
※1 MAU: Monthly Active Usersの略。月あたりのアクティブユーザー数。グラフは月末30日平均数値の推移になります。

3 メディアソリューション事業



- ✓ Googleの旧Adx^{※2}が終了した事に伴うパートナー数の一時的減少がみられたものの、新規パートナーの獲得が進み、過去最高を記録し、業績は堅調に推移

稼働パートナー数の推移



※2 Adx: Googleが運営する世界最大のAd Exchange (アドエクスチェンジ) 広告枠を、1インプレッション単位で売買するプラットフォーム

2023年7月期 業績予想

2023年7月期 連結業績予想

中期的な成長の実現に向けた事業、人的資本、システム開発投資を進めつつ、ふるさと納税市場の成長を取り込むためのマーケティング投資の実施に加え、戦略投資領域であるメディア関連事業の事業育成やM&Aに注力することで増収増益を見込む

(単位：百万円)

項目		2022年7月期 通期実績	2023年7月期 通期予想	前期比	増減率
連結業績	売上高	13,933	16,000	+2,066	+14.8%
	営業利益 (営業利益率)	3,793 (27.2%)	3,850 (24.1%)	+56	+1.5%
	当期利益 (当期利益率)	2,678 (19.2%)	2,705 (16.9%)	+26	+1.0%

2023年7月期 セグメント別 業績予想

コンシューマ事業では積極的なプロモーションと当社独自の体験型返礼品の拡大に注力し**増収増益**。インターネット広告事業では、次の成長に向けた事業基盤を強化しつつ、営業体制の最適化による顧客の積上げと、アプリ運営事業での新タイトルの上市、キャンペーン強化により**前期と同水準**の収益を確保する

(単位：百万円)

項目		2022年7月期 通期実績	2023年7月期 通期予想	前期比	増減率
コンシューマ 事業	売上高	9,916	12,000	+2,083	+21.0%
	セグメント利益	2,495	2,650	+154	+6.2%
	(営業利益率)	25.2%	22.1%		
インター ネット 広告事業	売上高	4,065	4,100	+34	+0.8%
	セグメント利益	1,415	1,350	▲65	▲4.7%
	(営業利益率)	34.8%	32.9%		

中期経営計画

(2022年7月期 – 2024年7月期)

中期3か年計画(2022年7月期－2024年7月期)

成熟領域の安定的収益を確保しつつ、成長強化領域を短中期的な成長ドライバーとし、アセットを活用した戦略投資領域の収益化によって、営業利益45億円の達成を目指す

成長投資を加速するため計画を修正

(単位：百万円)

項目		2022年7月期 通期実績	2023年7月期 通期計画	前期比	当初 計画比	2024年7月期 通期計画	前期比	当初 計画比
連結 業績	売上高	13,933	16,000	+14.8%	+4.6%	17,800	+11.3%	+10.9%
	営業利益 (営業利益率)	3,793 (27.2%)	3,850 (24.1%)	+1.5%	▲8.3%	4,500 (25.3%)	+16.9%	±0.0%
	当期利益	2,678	2,705	+1.0%	▲3.8%	3,100	+14.6%	+3.0%
	EPS (円)	125.0	134.4	-	-	154.0	-	-



※ 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

当社グループの強み、市場の機会と成長戦略

アドプラットフォーム事業で安定収益を確保しつつ、成長事業であるふるさと納税やアプリ運営事業を強化。中長期の成長を実現するため、アセットを活かした事業育成にも注力



当社グループのコアコンピタンス

アドプラットフォーム事業で培ったマーケティングノウハウや人材などを活かし、高い収益力を誇る事業への構造転換を推進し、持続的成長力の維持を図る



アドプラットフォーム運用



アドネットワーク事業



アフィリエイト事業

CYBER CONSULTANT

広告代理店事業

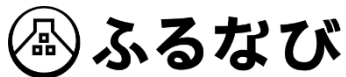
アセット（マーケティングノウハウ、人材・顧客）の活用

メディア収益最大化支援



メディアソリューション事業

プラットフォーム運営



ふるさと納税事業



ふるなび美食体験

送客

オウンドメディア運営



アプリ運営事業



ポイントサービス事業

持続的成長力の維持

サステナビリティ

ROEの維持向上

トピックス

【トピックス】株主還元の実施について

1 自己株式の取得及び消却結果

今般の当社の株価水準を総合的に勘案し、資本効率の向上と株主還元の充実を図ることで株主価値を高めるため、自己株式の取得及び消却を実施いたしました。

(1) 取得・消却した株式の総数（種類）	1,465,800株（当社普通株式）
(2) 株式の取得価額の総額	1,999,901,100円
(3) 取得期間	2022年5月9日～2022年7月14日
(4) 取得株式の消却日	2022年7月25日

2 2022年7月期配当実績と2023年7月期配当計画

2022年7月期の通期連結業績は、営業利益、経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益がいずれも過去最高益となりました。株主還元方針とこの結果を踏まえ、期末配当は、配当予想の1株当たり35円から**3円増配**し、1株当たり**38円**といたします。

2023年7月期は株主還元方針※に沿い、1株当たり**40円**の配当を計画しております。











※当社は配当性向30%及びDOE 5%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】サステナビリティへの取り組み

企業版ふるさと納税を活用した官民連携によるアプローチと、ふるさと納税を活用した個人のアプローチによる「社会課題の解決」、「地方創生支援」を推進しております

■ 2022年度寄附実績 10自治体

北海道札幌市		さっぽろ未来創生プロジェクト	:雇用創出と魅力的な都市づくり
宮城県仙台市		仙台市まち・ひと・しごと創生推進計画	:交流人口の拡大と地域経済の活性化
茨城県つくばみらい市		つくばみらい市まち・ひと・しごと創生推進計画	:域内農業支援
神奈川県		神奈川県まち・ひと・しごと創生推進計画	:芸術による地域活性化
三重県度会町		度会町まち・ひと・しごと創生推進計画	:安心して暮らせる生活環境づくり
大阪府		大阪府まち・ひと・しごと創生推進計画	:環境保全
沖縄県那覇市		那覇市まち・ひと・しごと創生推進事業	:暮らし働けるまち、魅力向上
沖縄県石垣市		石垣市まち・ひと・しごと創生推進計画	:観光産業
沖縄県本部町		本部町まち・ひと・しごと創生推進計画	:雇用の創出、安心して働ける環境の実現
沖縄県恩納村		恩納村まち・ひと・しごと創生推進計画	:特性を活かした魅力あるしごとを創出

当年度は  ふるさと納税 地方創生 協働ラボ の活動を通じて約32トンのお米を東京都のひとり親家庭へ寄贈しました

【トピックス】 その他①

◆ふるなびでの寄附で「楽天ポイント」が貯まる！使える！



寄附の決済手段として、楽天が提供する「楽天ペイ（オンライン決済）」を、また、ふるなびコイン※の交換先に「楽天ポイント」を追加いたしました。

これにより、ふるなびでの寄附に楽天ポイントを使うことや貯めることが可能になりました。

◆ふるさと納税の旅行返礼品「ふるなびトラベル」提携宿1,000軒突破！



提携ホテル・旅館数が1,000軒を突破。全国の有名観光地でふるさと納税による集客を実現しています。

ふるなびトラベルは、地域の雇用創出や活性化に大きな役割を果たす宿泊施設を、自治体の観光資源として紹介し、交流人口の増加を支援します。

※ふるなびコイン：ふるなびでのふるさと納税やレビュー投稿、ふるなび関連サービスの条件に応じて獲得できるコインで、貯まったコインは各種ポイントに交換可能です。

【トピックス】 その他②

◆北海道白糠町で「土俵プロジェクト」開催



全国の市町村に土俵をつくり、相撲文化の普及を目指す同プロジェクトが北海道白糠町で開催されました。本イベントにかかる費用は「ふるなびクラウドファンディング」にて調達され、第65代横綱貴乃花さんを特別ゲストにお迎えし、子どもたちと交流するイベントが開催されました。

◆kyozon主催「地方創生サミット2022」に代表取締役会長 田中が登壇

▶ 私のふるさと京都市へのふるなびの取組み



SDGsと地方創生を目指す国内最大級オンライン展示会「地方創生サミット2022」に、当社代表取締役会長の田中が登壇いたしました。サミットでは、自身のふるさとへの思いと、ふるなびを通じた自治体との地方創生への取り組みについてトークセッションを行いました。

※kyozon : 株式会社コムクスが運営する法人向けクラウドサービス・SaaS・IT製品の比較・資料請求サイト

【トピックス】新規サービス Action を正式リリース！

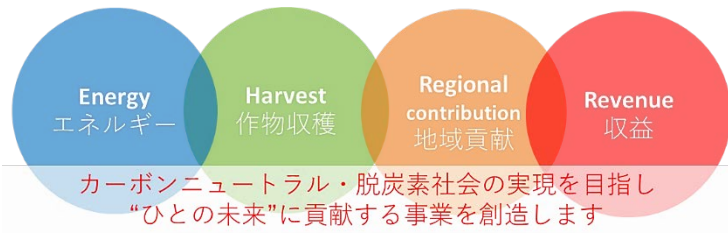
商品やサービスをPRしたい企業とインフルエンサーをつなぐマーケティングプラットフォーム **Action** により、広告主とインフルエンサーの利益を最大化します

事業内容・ビジネスモデル



新規事業領域への進出 ～グリーンエネルギー事業の実証実験

アイモバイルは再生可能エネルギーを活用することで、地方創生による経済活性化と環境保護、食糧自給率の低下問題に取り組みます



エネルギー事業への多角的参入

Phase1 【実証実験】

太陽光発電事業

野立型



茨城県小美玉市
(稼働中)

営農型※

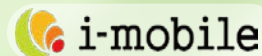


栃木県小山市・真岡市・
芳賀町・福島県西白河郡
(稼働準備中)

Phase2 【事業拡大】

グリーンエネルギー事業の拡大

- 自治体と連携した施策の展開
- ふるさと納税事業との連携
- ブロックチェーン技術の活用による電力取引



マーケティング
テクノロジー



ふるさと納税
ポータルサイト

パートナーシップ
みんぱ電力



自治体との
共創ネットワーク

社会課題における
事業機会



農地や耕作放棄地の活用



※ソーラーシェアリングともいい、農地の上に太陽光パネルを設置し、農業と太陽光発電の両方を行う仕組みで、効率的に収益を高める事ができる仕組み

參考資料

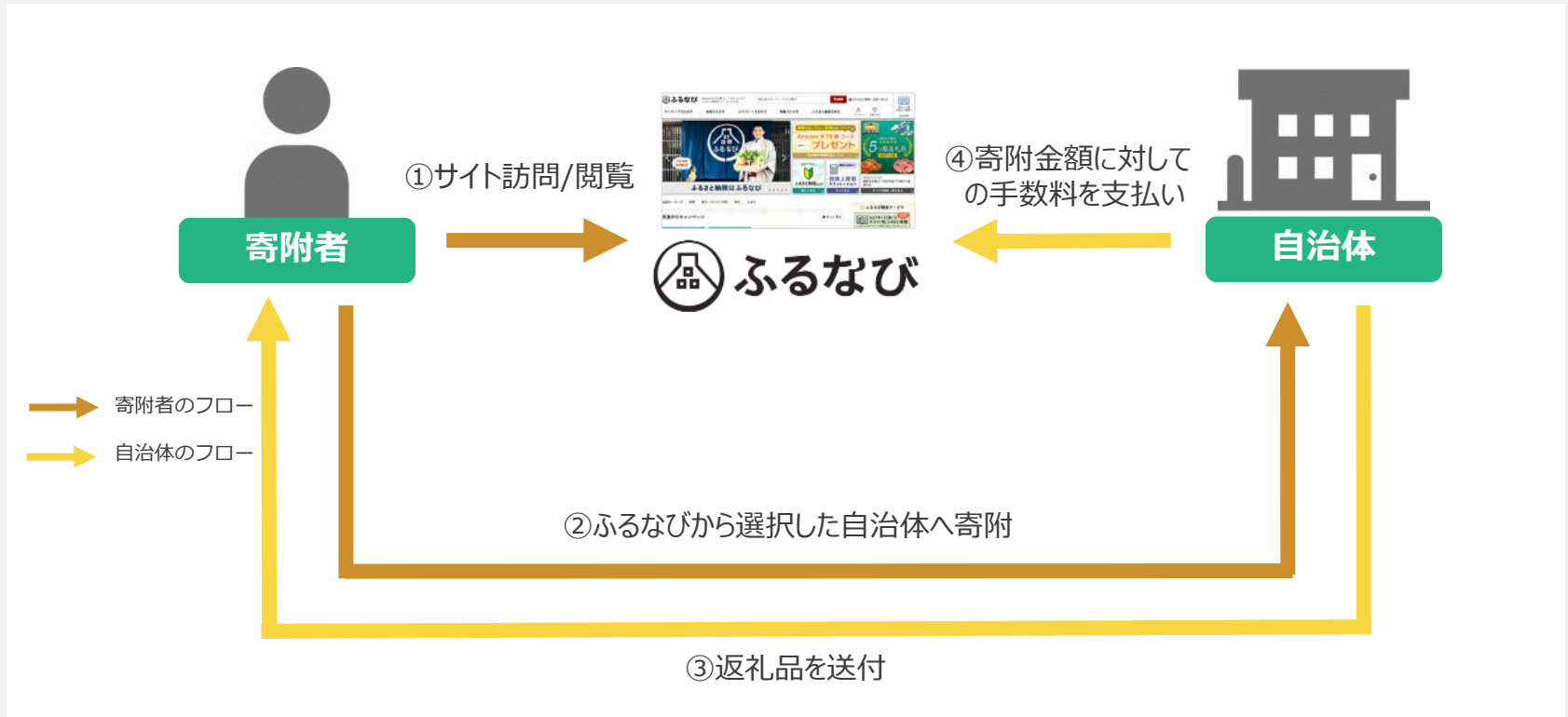
参考資料 主要サービス一覧

「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	宿泊など、旅行で使えるオリジナル返礼品の提供
		レストランPR事業	ふるなび美食体験	ふるさと納税によって地方の食材と都心部の飲食店を結びつけるサービス
		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	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にソリューションサービス	
	アプリ運営事業	 Ohte  simple APP STUDIO	スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営	

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。

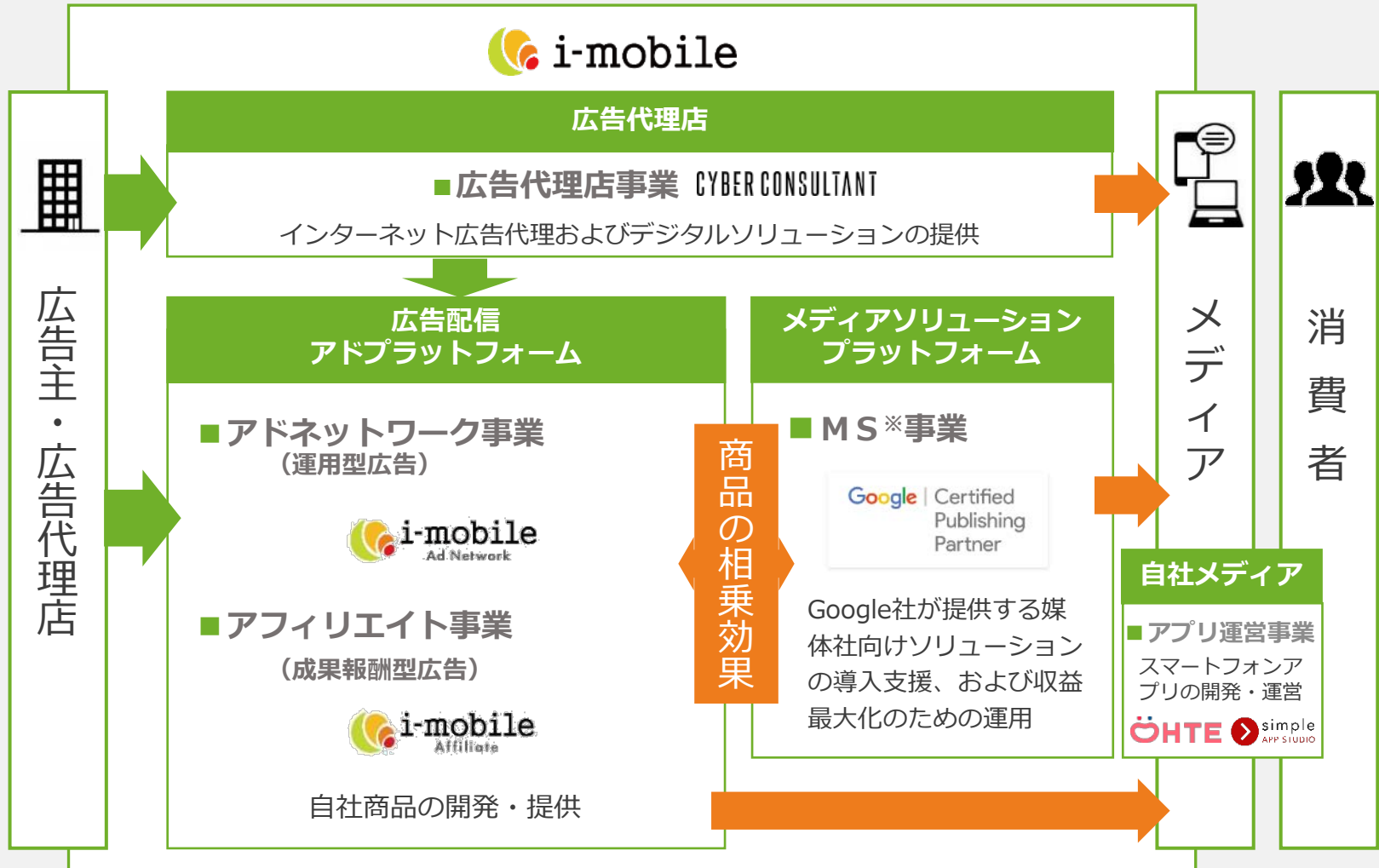
ふるさと納税 地方創生 協働ラボ

企業版ふるさと納税を起点にした、社会課題の解決と地方創生を目指す。

※1 日本マーケティングリサーチ機構調べ 調査概要：2021年8月期_ブランドのイメージ調査

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店とアプリ運営事業を行う



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、自社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1,200万回以上

※2022年7月末時点



ÖHTE



参考資料 主要経営指標推移

I-1. 連結業績推移 注1

(百万円)

会計年度	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07	2022/07
売上高	5,959	10,611	7,485	11,592	13,933
売上総利益	5,820	10,202	7,292	11,584	13,918
売上総利益率	97.7%	96.1%	97.4%	99.9%	99.9%
販売費及び一般管理費	3,702	7,041	5,046	8,202	10,125
売上販管費率	62.1%	66.4%	67.4%	70.8%	72.7%
営業利益	2,118	3,160	2,246	3,382	3,793
営業利益率	35.5%	29.8%	30.0%	29.2%	27.2%
経常利益	2,095	3,149	2,248	3,366	3,839
経常利益率	35.2%	29.7%	30.0%	29.0%	27.6%
当期利益注2	1,165	1,367	1,727	2,299	2,678
当期利益率	19.6%	12.9%	23.1%	19.8%	19.2%
総資産	15,465	16,911	15,359	18,992	18,193
純資産	12,040	13,145	13,222	14,720	13,406
純有利子負債	▲ 11,016	▲ 13,974	▲ 12,363	▲ 15,422	▲ 14,268
自己資本比率	76.0%	76.5%	86.1%	77.4%	73.3%

I-2. セグメント別業績推移 注3

会計年度		2018/07	2019/07	2020/07	2021/07 注4	2022/07
コンシューマ事業	売上高	2,273	7,484	4,485	7,708	9,916
	営業利益	680	2,313	1,325	1,974	2,495
	営業利益率	29.9%	30.9%	29.5%	25.6%	25.2%
インターネット広告事業	売上高	3,729	3,152	3,037	3,935	4,065
	営業利益	1,394	770	866	1,451	1,415
	営業利益率	37.4%	24.4%	28.5%	36.9%	34.8%

II. 各指標の推移

会計年度	2018/07	2019/07	2020/07	2021/07	2022/07
ROE	10.2%	10.9%	13.1%	16.5%	19.1%
ROA	7.9%	8.4%	10.7%	13.4%	14.4%
EPS (円)	55.0	57.3	76.6	107.4	125.0

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

注1 金額はすべて新収益認識基準を適用したのとなっております

注2 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

注3 売上高及び営業利益はセグメント間取引等調整前の金額になっております

注4 2022年7月期に配賦方法を見直しており、2021年7月期の営業利益は変更後の配賦方法に組み替えております。

1. 新型コロナウイルス感染症拡大による当社への影響

一部の営業活動に制限を受けるが、インターネット接触時間の増加などによる広告収益への好影響などもあり、**事業全体への影響は限定的**で、会社運営についても特段の支障はありません。

2. ロシア・ウクライナ情勢による当社への影響

現段階においては、当社グループの**業績に与える影響はありません**。

<今後における当社への影響見込み>

新型コロナウイルス感染症拡大及び、ロシア・ウクライナにおける社会情勢においては、引き続き国内外の経済を下振れさせるリスクなどを注視しており、情勢の長期化などにより当社業績に大きな影響が見込まれる場合は速やかにお知らせします。

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」による中長期的な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を実現するための原資を確保しつつ、業績推移や財務状況、内部留保等を総合的に勘案し、機動的な株主還元を実施してまいります。
- ・ 具体的には、配当性向30%及びDOE 5%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目指します。

参考資料 アイモバイルグループのサステナビリティ

サステナビリティ基本方針

私たちは、グループビジョン「ひとの未来」に貢献する事業を創造し続ける」の実現に向け、事業を始めとした企業活動を通じ、社会課題の解決に取り組み、全てのステークホルダーにとって魅力的な企業として、継続的な企業価値の向上を目指します

- (1) 社会課題の解決に資するビジネスの推進
- (2) 地域創生に向けた地方自治体やコミュニティと協働した活動支援
- (3) サステナビリティ推進に向けた社員への教育・啓発

4つのマテリアリティ（重要課題）



ふるさと納税事業「ふるなび」と「企業版ふるさと納税」を活用した活動支援を行っております

参考資料 新収益認識基準の適用

15期より「収益認識に関する会計基準」を適用し、主にインターネット広告事業で、概ね従来の売上総利益が売上高に変更されましたが、営業利益への影響はありません

セグメント	事業	旧収益認識基準（変更前） 2021年7月期（14期）以前	新収益認識基準（変更後） 2022年7月期（15期）以降
コンシューマ 事業	ふるさと納税事業	ネット計上 （一部グロス計上あり）	ネット計上
	ふるなび周辺事業	ネット計上 （一部グロス計上あり）	ネット計上 （一部グロス計上あり）
インターネット 広告事業	アドプラットフォーム 事業	グロス計上	ネット計上
	広告代理店事業	グロス計上	ネット計上
	メディアソリューション 事業	グロス計上	ネット計上
	アプリ運営事業	グロス計上	グロス計上

※ 新収益認識基準は連結会計年度の期首（2021年8月1日）から適用。

参考資料 創業経営者



代表取締役会長 田中 俊彦

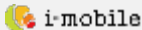




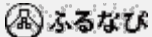











1979年生まれ。情報通信系企業、広告代理店を経て、インターネットの市場の拡がりから、次代を見据え、モバイル事業の起業を企図。2007年に野口と当社を共同設立し代表取締役社長に就任。モバイルに特化したインターネット広告事業を展開し、国内最大級のアドネットワーク規模へと成長させた。卓越した先見性により事業の兆しをとらえ、ふるさと納税事業にも参入。現在も新たな事業を創出し続け、複数のプロジェクトを率いる。



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・デイ・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。

参考資料 事業沿革

2007年	8月	東京都目黒区に設立	
2011年	1月	パソコン向けアドネットワークサービス「i-mobile for PC」をリリース	
	5月	スマートフォン向けアドネットワークサービス「i-mobile for SP」をリリース	
2013年	3月	成果報酬型広告サービス「i-mobile for Affiliate」をリリース	
	8月	キャラクター版権管理事業を開始	
2014年	6月	広告代理店事業の株式会社サイバーコンサルタントを子会社化	
	7月	ふるさと納税ポータルサイト「ふるなび」のサービスを開始	
2015年	7月	人材紹介事業の株式会社オープンキャリアを設立	
	8月	DSP（デマンドサイドプラットフォーム）事業の株式会社Evoryを設立	
	9月	動画広告サービス「maio」をリリース	
2016年	7月	ふるなび会員向けレストラン予約サービス「ふるなびグルメポイント」をリリース	
	10月	東京証券取引所マザーズ市場に上場	
	12月	デジタルサイネージアドネットワークサービス「SCEEN」をリリース	
2017年	2月	モバイルアプリの収益最大化支援マーケティングツール「LogBase」をリリース	
	10月	ふるなび会員向け宿泊サービス「ふるなびトラベル」をリリース	
	11月	デジタルマーケティング事業の株式会社TAGGYを子会社化	
2018年	1月	ネットキャッチャー事業の株式会社ネッチを子会社化	
	7月	東京証券取引所市場第一部へ市場変更	
	7月	ふるなび会員向けポイントサービス「たまるモール」をリリース	
2019年	8月	スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営事業のオーテ株式会社を子会社化	
2020年	10月	ふるさと納税で旅行にいこう！「ふるなびトラベル」を独自サービスとしてリニューアル	
	12月	ふるなびが国税庁から「ふるさと納税に係る特定事業者」に指定される	
2021年	10月	体重管理アプリの運営を行うSimple App Studio株式会社を子会社化	

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 (2022年7月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 200名 (2022年7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 文田 康博 筆頭社外取締役 田中 邦裕 社外取締役 嶋 聡 社外取締役(常勤監査等委員) 轟 幸夫 社外取締役(監査等委員) 石本 忠次 社外取締役(監査等委員) 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	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%) Simple App Studio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”に貢献する事業を創造し続ける 

