2021年5月14日

会　社　名　株式会社アイリッジ
代表者名　代表取締役社長　小田　健太郎
（コード番号：3917 東証マザーズ）
問合せ先　取締役 CFO　森田　亮平
（ TEL. 03-6441-2325 ）

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時	2021年5月14日　15：30～16：30
開催方法	オンラインによるライブ配信 視聴者からオンライン上でテキストでの質問を受付け、回答を実施
説明会資料名	2021年3月期　決算説明資料

【添付資料】

・投資説明会において使用した資料

2021年3月期 決算説明資料

2021/5/14

株式会社アイリッジ

（証券コード：3917）

INDEX

1. 2021年3月期決算について
2. 今後の成長戦略について
3. 2021年3月期の主なトピックス
4. 中期的な財務目標と2022年3月期業績予想について
5. 補足資料

1. 2021年3月期決算について

2021年3月期通期実績ハイライト

連結売上高は前年同期比-18.3%の減収となったものの、連結売上総利益率は+7.6pt増と大幅に改善し、連結売上総利益は過去最高益。

- 連結子会社Qoil※1の主業であるオフラインプロモーション領域において、新型コロナウイルス感染症拡大による外出自粛等が影響し、連結売上高は減収。
- 一方で、顧客企業のDX（デジタル・トランスフォーメーション）推進強化やデジタル投資の拡大を背景に、アプリ開発関連は好調で、当社単体売上は過去最高を更新。
- 当社単体を中心とした原価率の改善が寄与し、連結売上総利益率は20/3期から＋7.6pt改善し、連結売上総利益は過去最高益。

販管費抑制にも努め、連結営業利益は前年とほぼ同水準で着地。親会社に帰属する当期純利益も通期黒字化。当社単体でも売上総利益及び営業利益で過去最高益。

- 連結営業利益は、前年同期比1百万円減の113百万円（前年同期比-1.6%）。
- 当社単体の利益率も大きく改善。21/3期の当社単体売上総利益は前年同期比+41.5%、同営業利益は前年同期比+252.1%と大幅に増益し、当社単体としては過去最高益。

※1 株式会社DGマーケティングデザインは2021年4月1日付で株式会社Qoilに商号変更。

2021年3月期 決算概要

連結売上高は前年同期比-18.3%の減収となったものの、売上総利益率は+7.6pt増と大幅に改善し、連結売上総利益は過去最高益。販管費の抑制にも努め、連結営業利益は前年とほぼ同水準で着地。新規事業に係る一部ソフトウエア等の減損を実施したものの、親会社に帰属する当期純利益も通期黒字化。

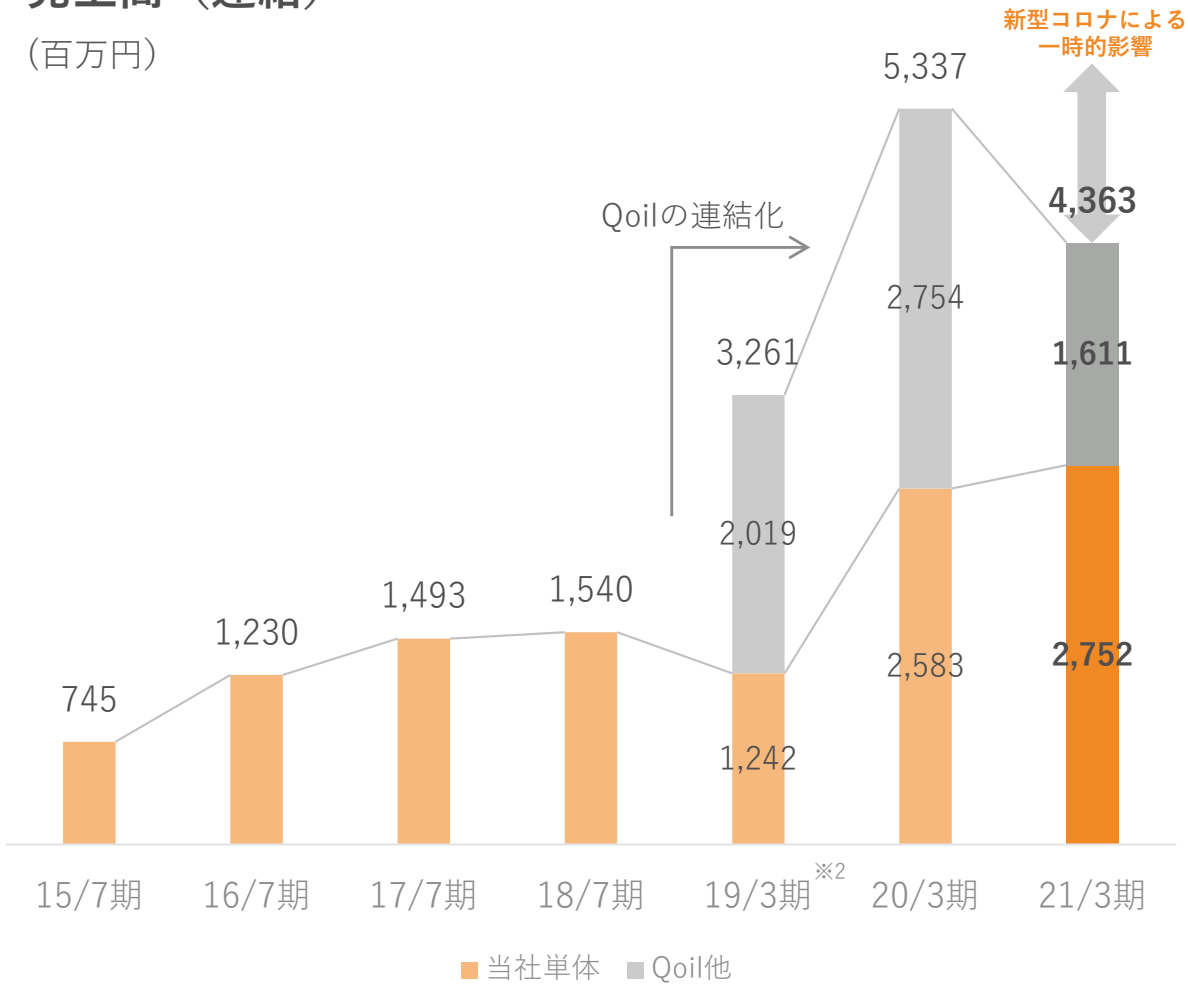
（百万円）	20/3期（連結）	21/3期（連結）		（ご参考）21/3期（連結）	
	通期実績	通期実績	前年同期比	4Q実績	前年同期比
売上高	**5,337**	**4,363**	**-18.3%**	**1,246**	**-17.2%**
売上総利益	**1,474**	**1,538**	**+4.4%**	**492**	**0.6%**
売上総利益率	27.6%	35.3%	+7.6pt	39.5%	+7.0pt
営業利益	**114**	**113**	**-1.6%**	**100**	**-37.9%**
営業利益率	2.2%	2.6%	+0.4pt	8.1%	-2.7pt
経常利益	114	122	+6.9%	101	-37.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	-81	12	–	39	–

売上高の推移

連結売上高は、当社連結子会社のQoil※1を中心に、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、21/3期は通期減収。当社単体売上高は、アプリ開発を中心に好調で、過去最高を更新。

売上高（連結）

（百万円）



Qoilを中心に、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受ける

- 新型コロナウイルス感染症拡大による外出自粛等が、連結子会社Qoilの主業であるオフラインプロモーション領域に大きく影響
- 当社単体においては、アプリ開発を中心としたデジタルマーケティング領域で一部顧客に影響があったものの、概ね好調に推移

※1 株式会社DGマーケティングデザインは2021年4月1日付で株式会社Qoilに商号変更。
※2 19/3期は決算期変更により8カ月の変則決算。

サービス別の売上高

月額報酬：ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」の機能拡充・ソリューション強化を中心とした取組みを20/3期から継続。前年同期比+27.7%増と高い成長率を維持。

アプリ開発、コンサル、プロモーション等：アプリ開発を中心としたデジタルマーケティング領域は好調だが、新型コロナウイルス感染症拡大によるオフラインプロモーション減少が大きく影響し、前年同期比-26.1%の減収。

（百万円）	20/3期 通期（連結）		21/3期 通期（連結）		
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比
月額報酬	782	14.7%	998	22.9%	+27.7%
アプリ開発、コンサル、プロモーション等	4,555	85.3%	3,364	77.1%	-26.1%
合計	5,337	100.0%	4,363	100.0%	-18.3%

月額報酬

- FANSHIPのサービス利用料
  （利用ユーザー数に応じた従量課金制）
- アプリのシステム保守料等

アプリ開発、コンサル、プロモーション等

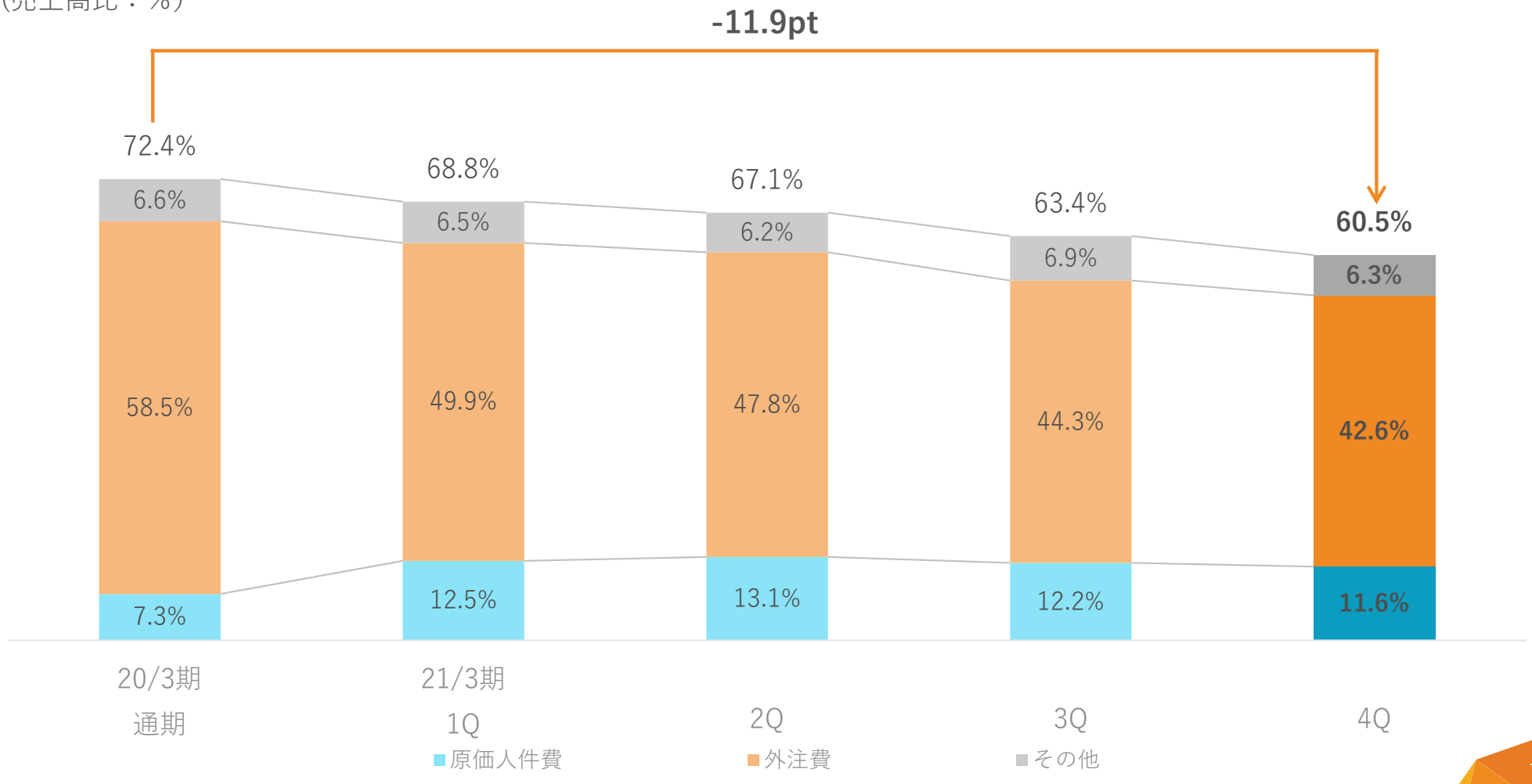
- アプリの企画・開発に伴う収入
- アプリマーケティングに伴う収入
- 広告・販売プロモーションに伴う収入

原価率（連結）の推移

売上原価率（連結）は継続して改善傾向にあり、21/3期第4Q単独では20/3期通期と比較して、-11.9ptと大幅に改善。

原価率の推移（連結）

（売上高比：%）

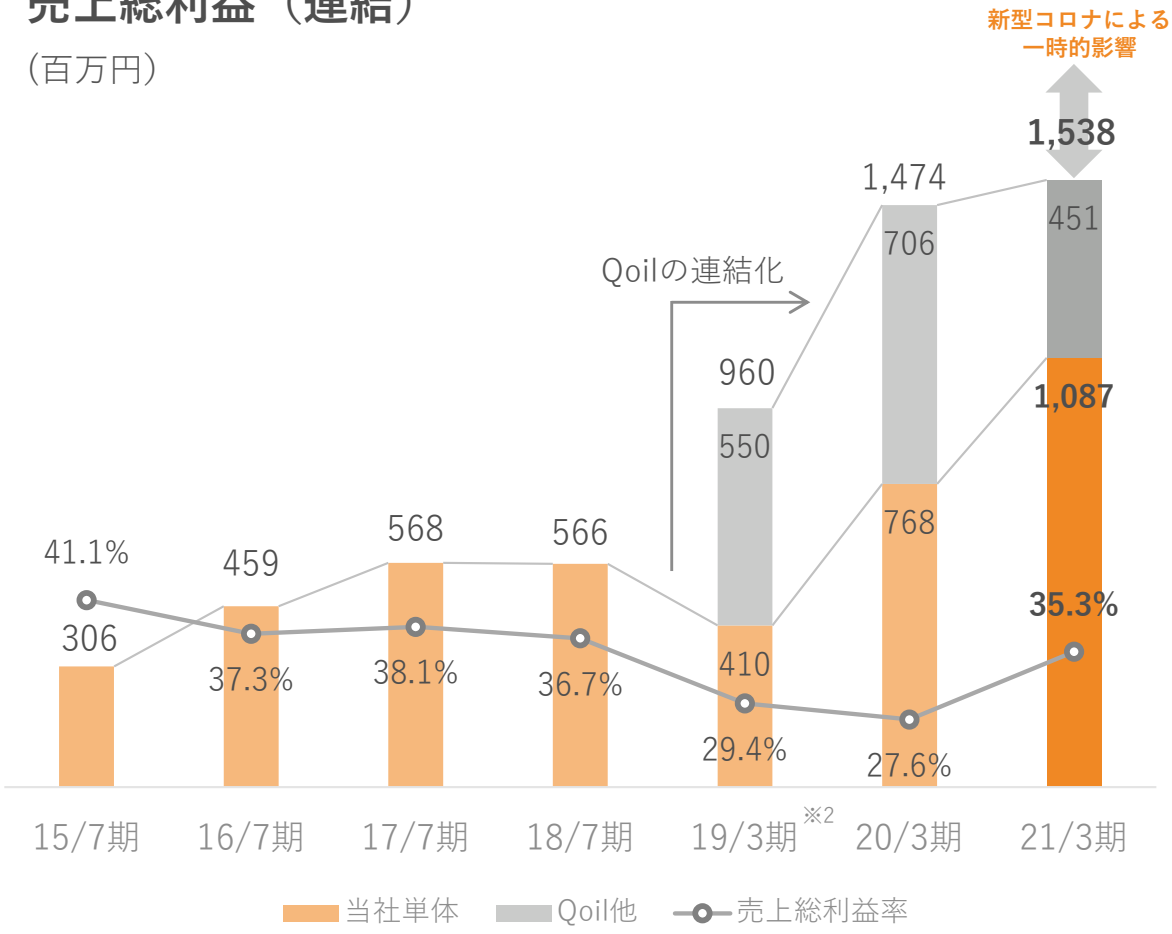


売上総利益の推移

連結売上総利益は、新型コロナウイルス感染症拡大による一時的な減収の影響があるも、連結売上総利益率が20/3期から大きく改善し、過去最高益。

売上総利益（連結）

（百万円）



売上総利益（連結）は過去最高益

- 新型コロナウイルス感染症拡大による外出自粛等が、連結子会社Qoil※1の主業であるオフラインプロモーション領域に大きく影響
- 当社単体を中心とした原価率の改善が寄与し、売上総利益率は20/3期から＋7.6pt改善
- 連結でも、当社単体の売上総利益拡大が寄与し、過去最高益

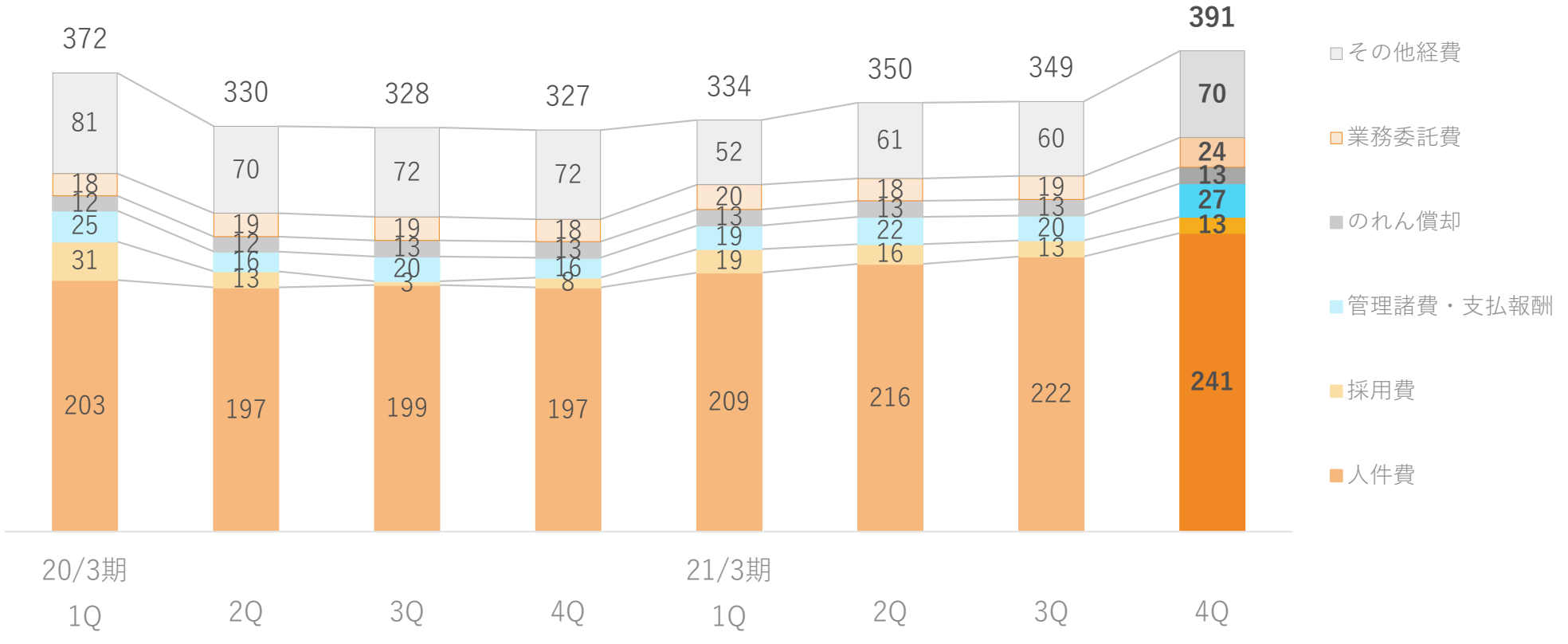
※1 株式会社DGマーケティングデザインは2021年4月1日付で株式会社Qoilに商号変更。
※2 19/3期は決算期変更により8カ月の変則決算。

販売管理費（連結）の推移

販管費は安定的に推移。決算賞与約23百万円の影響で、21/3期4Qの人件費が増加。

販管費の四半期推移（連結）

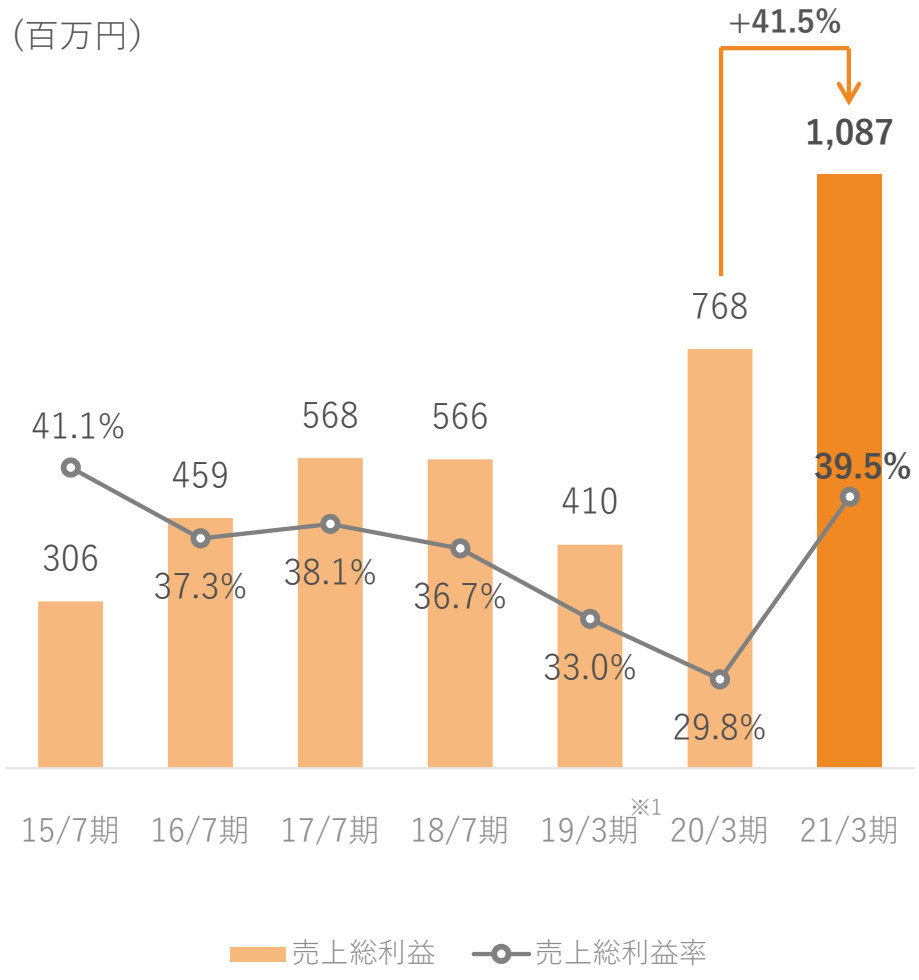
（百万円）



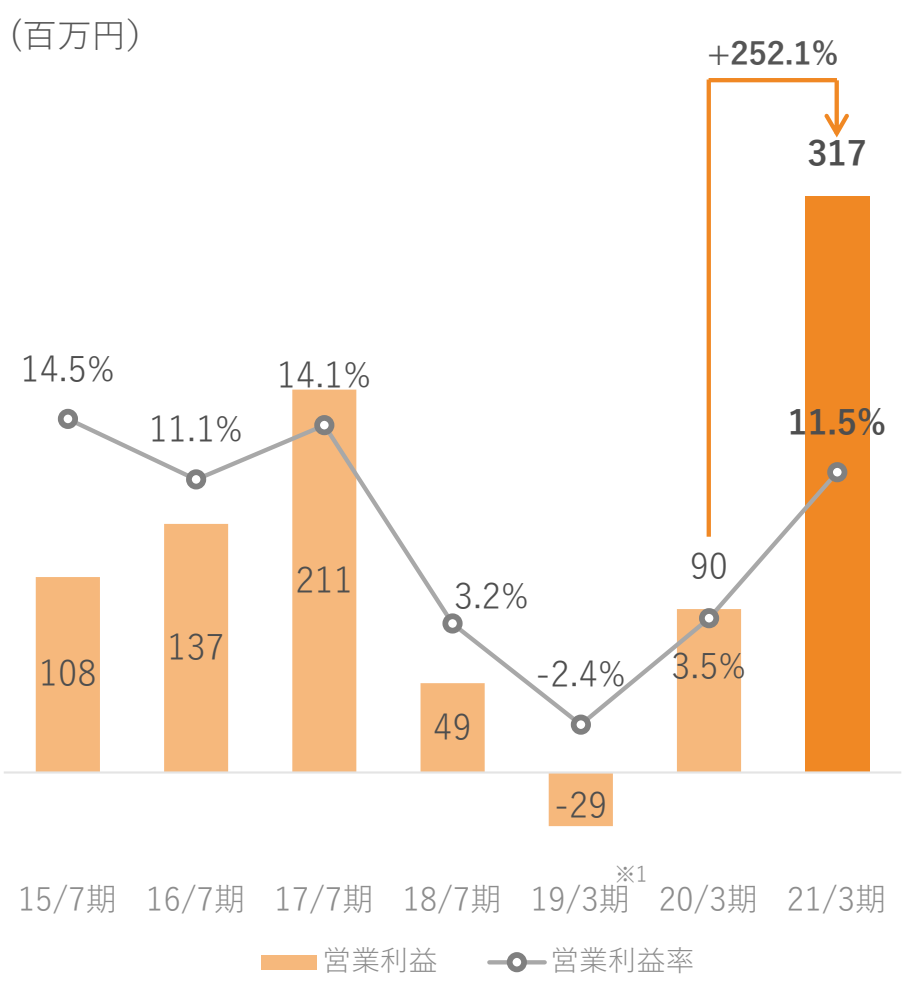
（ご参考）当社単体売上総利益・営業利益の推移

当社単体の利益率も大きく改善。21/3期の当社単体売上総利益は前年同期比+41.5%、同営業利益は前年同期比+252.1%と大幅に増益し、当社単体としては過去最高益。

売上総利益（単体）



営業利益（単体）



※1 19/3期は決算期変更により8カ月の変則決算。

（ご参考）四半期推移

（百万円）	20/3期1Q 連結 (4～6月) 実績	構成比	20/3期2Q 連結 (7～9月) 実績	構成比	20/3期3Q 連結 (10～12月) 実績	構成比	20/3期4Q 連結 (1～3月) 実績	構成比	20/3期通期 連結 (19.4～20.3月) 実績	構成比	20/3期1Q 連結 (4～6月) 実績	構成比	21/3期2Q 連結 (7～9月) 実績	構成比	21/3期3Q 連結 (10～12月) 実績	構成比	21/3期4Q 連結 (1～3月) 実績	構成比	21/3期通期 連結 (20.4～21.3月) 実績	構成比
売上高	**788**	**100.0%**	**1,638**	**100.0%**	**1,404**	**100.0%**	**1,505**	**100.0%**	**5,337**	**100.0%**	**981**	**100.0%**	**1,104**	**100.0%**	**1,031**	**100.0%**	**1,246**	**100.0%**	**4,363**	**100.0%**
売上原価	591	75.0%	1,209	73.8%	1,046	74.5%	1,016	67.5%	3,863	72.4%	675	68.8%	741	67.1%	653	63.4%	753	60.5%	2,824	64.7%
原価人件費	57	7.3%	109	6.7%	110	7.8%	110	7.3%	388	7.3%	122	12.5%	144	13.1%	125	12.2%	144	11.6%	536	12.3%
外注費	457	58.0%	1,017	62.1%	828	59.0%	818	54.3%	3,121	58.5%	489	49.9%	528	47.8%	456	44.3%	530	42.6%	2,005	46.0%
その他原価	76	9.7%	81	5.0%	107	7.7%	87	5.8%	353	6.6%	63	6.5%	68	6.2%	71	6.9%	78	6.3%	282	6.5%
売上総利益	**197**	**25.0%**	**428**	**26.2%**	**358**	**25.5%**	**489**	**32.5%**	**1,474**	**27.6%**	**305**	**31.2%**	**363**	**32.9%**	**377**	**36.6%**	**492**	**39.5%**	**1,538**	**35.3%**
販管費	372	47.2%	330	20.2%	328	23.4%	327	21.8%	1,359	25.5%	334	34.0%	350	31.7%	349	33.9%	391	31.5%	1,425	32.7%
人件費	203	25.8%	197	12.0%	199	14.2%	197	13.1%	797	14.9%	209	21.3%	216	19.6%	222	21.6%	241	19.4%	890	20.4%
採用費	31	4.0%	13	0.8%	3	0.2%	8	0.6%	57	1.1%	19	1.9%	16	1.5%	13	1.3%	13	1.1%	62	1.4%
管理諸費支払報酬	25	3.2%	16	1.0%	20	1.5%	16	1.1%	79	1.5%	19	2.0%	22	2.0%	20	2.0%	27	2.2%	89	2.1%
のれん償却	12	1.6%	12	0.8%	13	1.0%	13	0.9%	51	1.0%	13	1.4%	13	1.2%	13	1.3%	13	1.1%	53	1.2%
業務委託費	18	2.4%	19	1.2%	19	1.4%	18	1.2%	76	1.4%	20	2.1%	18	1.7%	19	1.9%	24	2.0%	83	1.9%
その他経費	81	10.3%	70	4.3%	72	5.2%	72	4.8%	297	5.6%	52	5.3%	61	5.6%	60	5.9%	70	5.7%	245	5.6%
営業利益	**-175**	**－**	**98**	**6.0%**	**29**	**2.1%**	**162**	**10.8%**	**114**	**2.2%**	**-28**	**－**	**13**	**1.2%**	**27**	**2.7%**	**100**	**8.1%**	**113**	**2.6%**
経常利益	-174	－	99	6.1%	29	2.1%	160	10.7%	114	2.1%	-27	－	14	1.4%	34	3.3%	101	8.1%	122	2.8%
親会社株主に帰属する四半期純利益	-132	－	52	3.2%	8	0.6%	-10	－	-81	－	-24	－	13	1.2%	-15	－	39	3.2%	12	0.3%

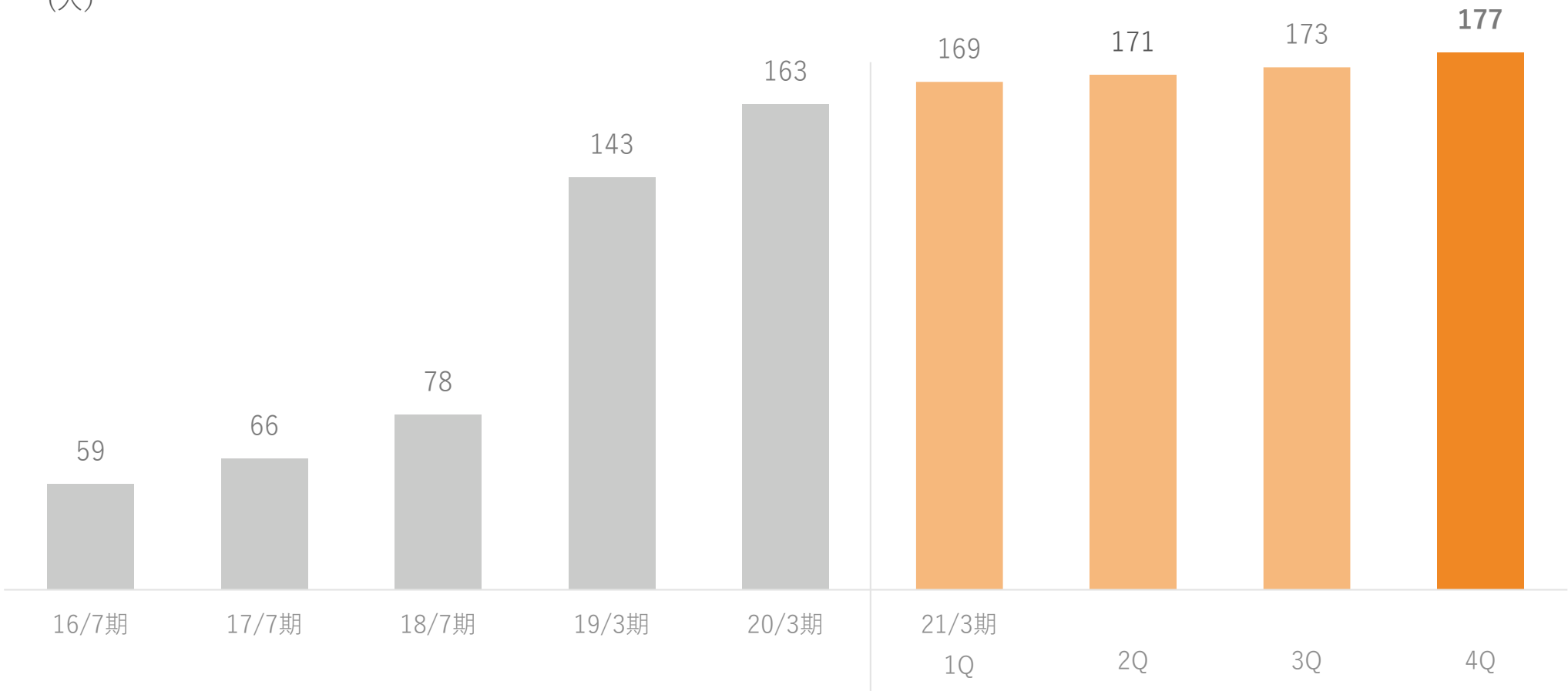
（ご参考）貸借対照表

（百万円）	21/3期 通期（連結） 期末実績	構成比（%）
流動資産	2,496	60.3%
現金及び預金	1,440	34.8%
受取手形及び売掛金	811	19.6%
仕掛品	128	3.1%
固定資産	1,646	39.7%
のれん	475	11.5%
ソフトウエア・仮勘定	208	5.0%
繰延税金資産	441	10.7%
資産合計	**4,142**	**100.0%**
流動負債	844	20.4%
買掛金	335	8.1%
未払法人税等	82	2.0%
賞与引当金	161	3.9%
1年内返済長期借入金	100	2.4%
固定負債	385	9.3%
長期借入金	350	8.4%
負債合計	**1,229**	**29.7%**
純資産合計	**2,913**	**70.3%**
負債・純資産合計	**4,142**	**100.0%**

従業員数の推移

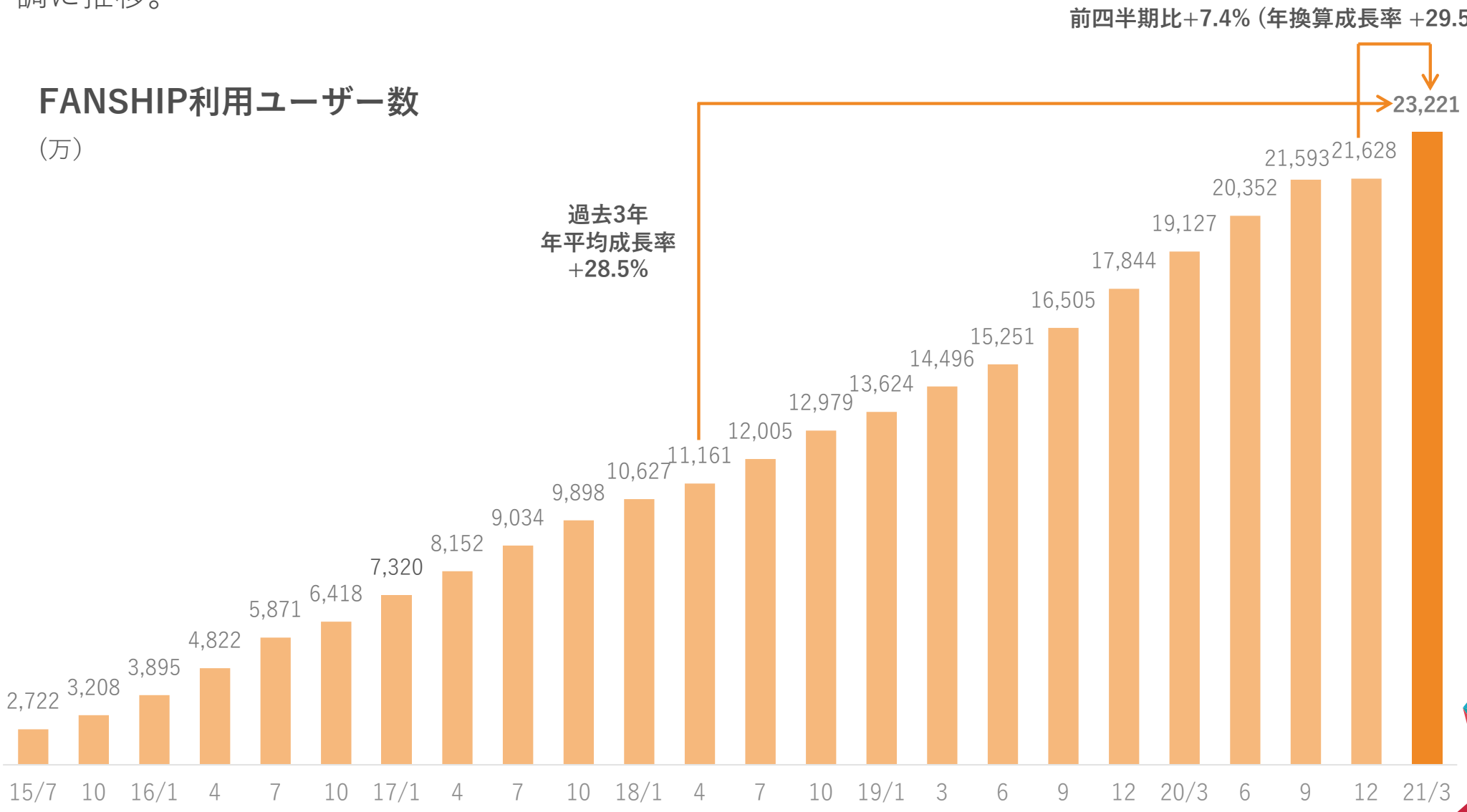
新型コロナウイルス感染症拡大による外出自粛期間中もオンライン面接等を活用し採用は継続。

期末従業員数（連結）



利用ユーザー数の推移

企業のデジタルマーケティングへの取組みは引き続き良好であり、当社の利用ユーザー数※1も堅調に推移。



※1　利用ユーザー数は、ID 発行数（アプリを初回起動したタイミングで発番される ID 数でアプリごとにカウント）を使用。

（ご参考）2021年1月以降のニュース①

2021/1/13	DGマーケティングデザイン、外出控えの消費者にブランドスイッチを促せるダイレクトサンプリング「スナイパーパッケージ」提供開始
2021/1/26	TBMのLINEミニアプリ「CirculeXアプリ」を開発支援　ポイントで使用済みプラスチック製品などの回収を促進
2021/1/29	DGマーケティングデザイン、三密回避とリアルの体験を両立するランニングイベント「Music Aid Run 2021 in TOKYO」にSoundMapを提供
2021/2/1	九州初の本格デジタル地域通貨　南島原市のMINAコインを提供開始　コロナ経済支援策で50％プレミアムも
2021/2/1	第45回日本ショッピングセンター全国大会　オンライン展示会「SC BUSINESS FAIR 2021 ONLINE」に出展
2021/2/5	自社スマホアプリを手軽に導入できるショッピングセンター向け顧客システム連携ソリューションの提供開始について
2021/2/12	相談から口腔内チェックまで歯科のDXを実現　業界初・口腔内カメラを活用した「デンタルオンライン」提供開始
2021/2/12	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を企業向けに提供開始
2021/2/19	世田谷区のデジタル商品券・地域通貨　せたがやPayを提供開始　全国のセブン銀行ATMでチャージ可能
2021/2/26	熊本県人吉市のスーパーシティ構想に係る公募型プロポーザルでフィノバレーが連携事業者に選定
2021/3/17	相鉄・ＪＲ直通線の列車走行位置・時刻情報表示を新たに開始　「相鉄線アプリ」バージョンアップを開発支援
2021/3/19	アイリッジの工具管理DX「RFID Tool Management」、東急アクセラレートプログラム2020 Demo DayでSOIL賞受賞
2021/3/29	DGマーケティングデザイン、GPS連動の非接触式観光案内「おともたび　三保松原編」にSoundMapを提供
2021/3/31	岐阜県飛騨高山地域のさるぼぼコイン、「地方創生に資する金融機関等の特徴的な取組事例」で大臣表彰を受賞

（ご参考）2021年1月以降のニュース②

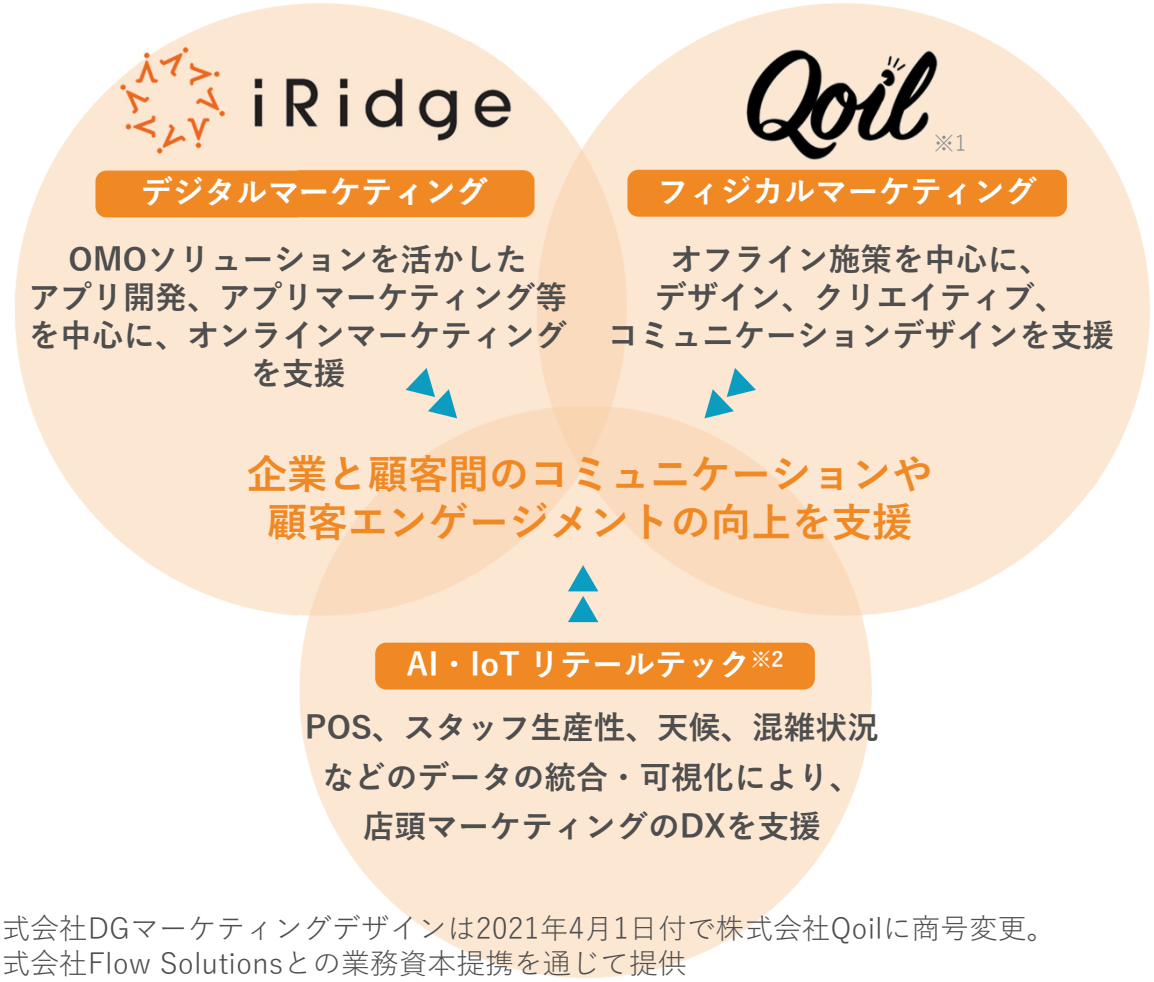
2021/4/1	子会社DGマーケティングデザインの「Qoil」への社名変更ならびに新コーポレートサイト・ロゴのお知らせ
2021/4/8	アイリッジ テクノロジー企業ランキングプログラム 2020年 アジア太平洋地域テクノロジー　Fast 500で225位を受賞
2021/5/10	日本初・車載用音声AI「Echo Auto」向け イーデザイン損保のスキルをノーコード開発「NOID」で開発支援
2021/5/14	DXプロジェクトに必要な人材調達・稼働管理などの業務効率を改善 外部企業とのコラボレーションを促進する「Co-Assign」提供開始

2.今後の成長戦略について

アイリッジグループの事業ポートフォリオ

当社グループの事業は、「アプリ開発×O2O/OMOソリューション」を強みに、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「デジタル・フィジカルマーケティング領域」と、デジタル地域通貨プラットフォームを中心とした「新規事業領域」から構成。

デジタル・フィジカルマーケティング領域



新規事業領域

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

Co-Assign コーアサイン

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

※1 株式会社DGマーケティングデザインは2021年4月1日付で株式会社Qoilに商号変更。
※2 株式会社Flow Solutionsとの業務資本提携を通じて提供

今後の成長戦略

FANSHIPを中心としたクラウド（SaaS）型プロダクト/ソリューションの強化・拡充と、顧客企業のニーズに合わせたプロフェッショナルサービスの強化を両輪に、リアルチャネルを活用する企業に対してDXを通じた事業成長を支援。

デジタル・フィジカルマーケティング領域

①クラウド（SaaS）型プロダクト/ソリューションの強化・拡充（月額報酬/継続契約拡大）

- FANSHIPやLINEミニアプリプラットフォーム等を中心としたプロダクトの強化
- アプリ関連以外のDXソリューションの拡充

②プロフェッショナルサービスによるDX支援の強化（テクノロジー×クリエイティブ）

- アイリッジ＝Qoil※1の融合促進により、企画・クリエイティブ~デザイン~システム開発等を一気通貫してサービス提供
- 業界毎のノウハウの蓄積
- ハイスキル人材の採用拡充

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

顧客企業のビジネス成長やDXを支援できる組織力を強みに
月額報酬とフロー収入の拡大を両輪とした成長を目指す

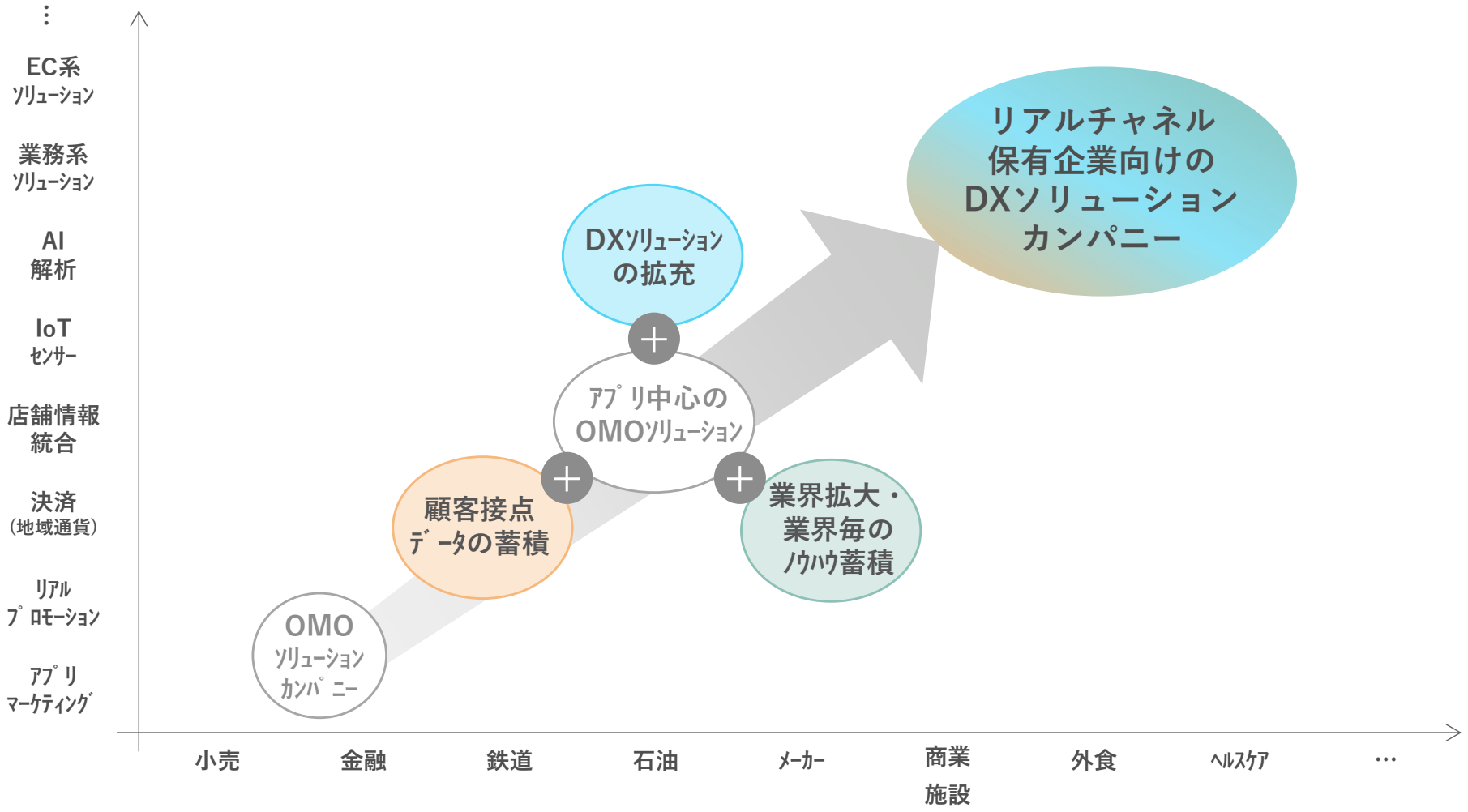
＋

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 株式会社DGマーケティングデザインは2021年4月1日付で株式会社Qoilに商号変更。

デジタル・フィジカルマーケティング領域における中期的成長方向性

①DX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、これまでの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。



3. 2021年3月期の主なトピックス

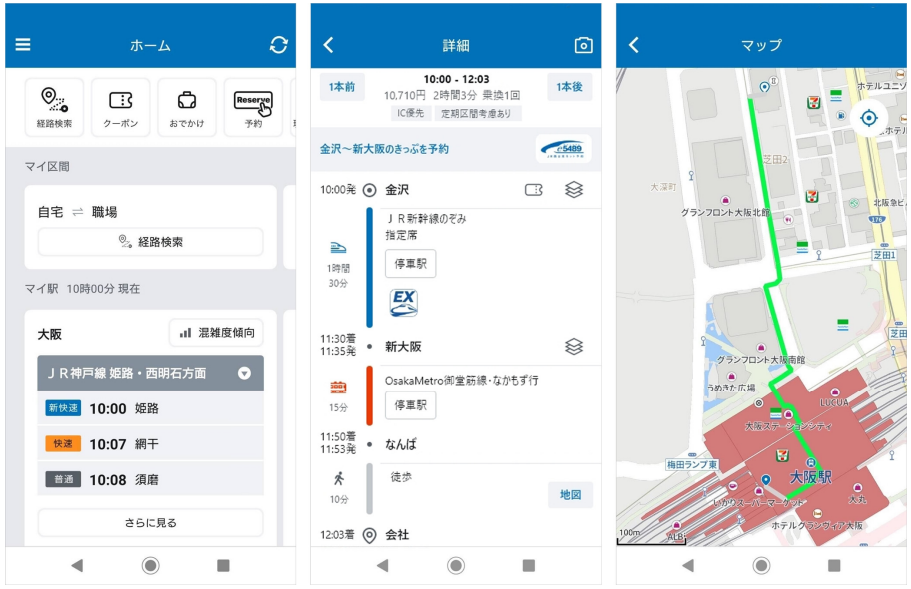
デジタル・フィジカルマーケティング

モビリティ業界へのMaaS関連ソリューションを企画開発支援

業界に特化した専門知見を継続蓄積し、顧客ニーズに応じてカスタマイズされたソリューションを提供。注力領域の１つであるモビリティ業界においてMaaS ※1関連のソリューションを企画開発支援。

ＪＲ西日本のMaaSアプリ「WESTER」

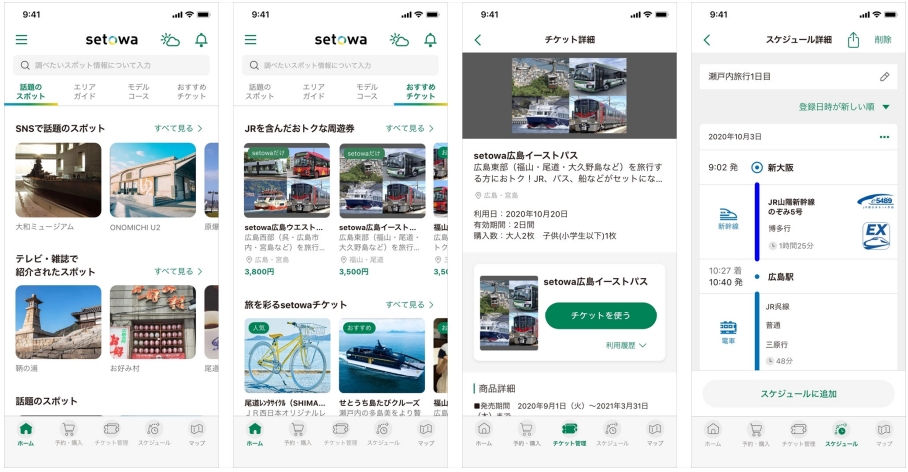
- JR西日本のMaaSアプリ「WESTER」を企画開発支援
- JR西日本グループの移動・生活サービスをアプリ１つでシームレスに提供し、新常態（ニューノーマル）に対応した新たな価値を創出



「移動」にまつわる様々な情報と機能を一つのアプリに

ＪＲ西日本の観光型MaaS「setowa」

旅マエから旅ナカまでの移動・観光を一つのアプリで



- せとうちエリアへの観光誘客拡大に向けてＪＲ西日本が提供する観光型MaaS「setowa」の企画開発とUI/UX ※2・マーケティングを支援
- 各種交通機関/ホテルの予約・手配～観光/体験の案内・チケットレス予約・キャッシュレス決済までを１つのアプリで提供

※1　MaaS：Mobility as a Serviceの略。様々な移動手段を情報通信を活用し1つにまとめて提供するモビリティサービス。
※2　UI ：User Interfaceの略。製品/サービスのインターフェイスを表す。
　　UX：User Experienceの略。製品/サービスを使ったときに得られる体験/価値を表す。（出所：経済産業省）

デジタル・フィジカルマーケティング

株式会社Flow Solutionsと資本業務提携による AI×IoT技術を活用したリテールテックソリューションの強化

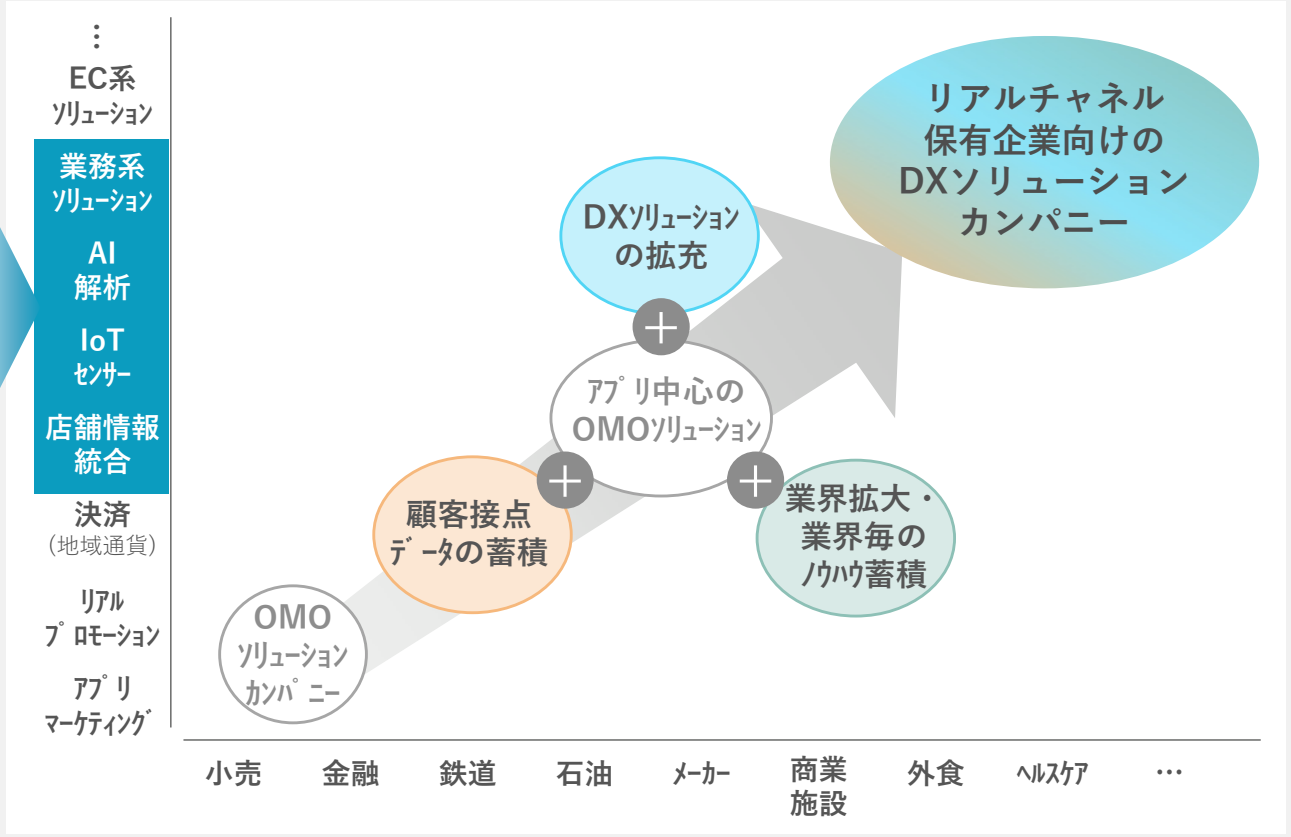
新たな成長領域であるAI×IoT技術を活用したリテールテックソリューションの強化に向け、株式会社Flow Solutionsと資本業務提携を実施。企業のOMO領域におけるDX推進ソリューションとして、当社の既存サービスと連携して取組みを推進。

Flow Solutions 概要



- AI×IoT技術を活用したSaaS型オンラインプラットフォームを運営
- POS、スタッフ生産性、IoT、天候などのデータをリアルタイムに統合・可視化を行い、AI技術を活用した顧客購買行動の分析や省人化などのソリューションを提供

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の進化

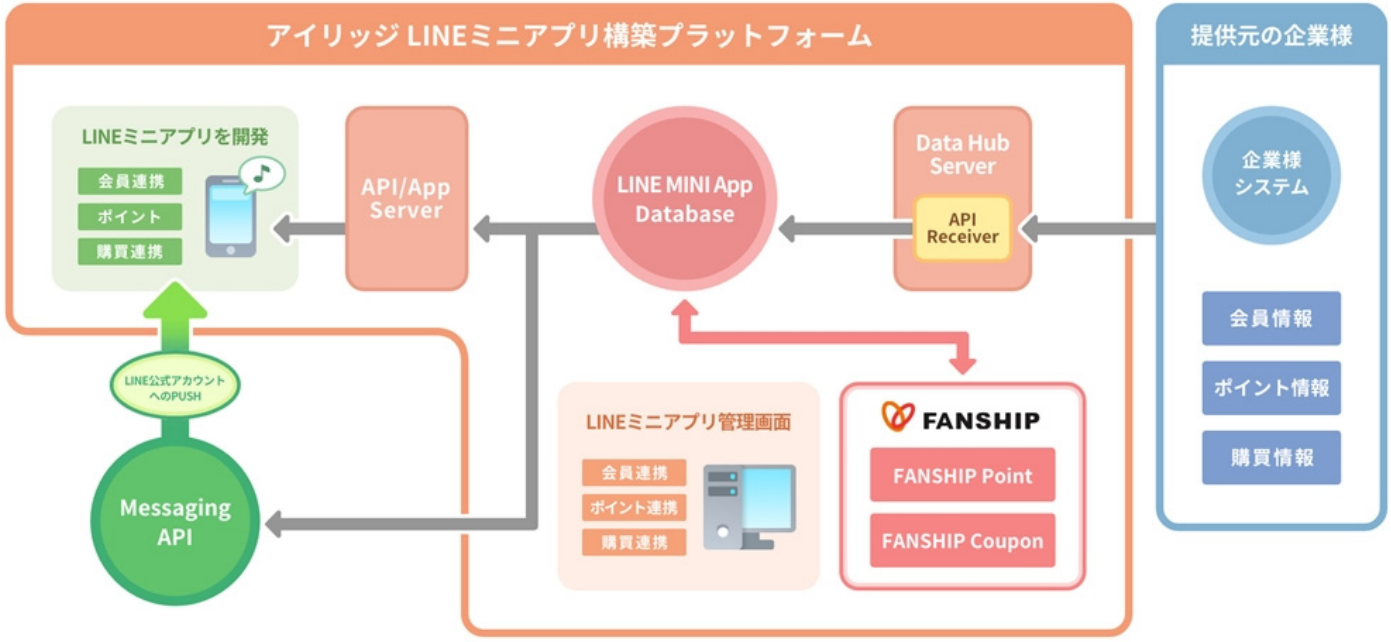


デジタル・フィジカルマーケティング

「LINEミニアプリ構築プラットフォーム」提供開始

LINE上で企業の自社サービスを提供可能にする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「LINEミニアプリ構築プラットフォーム」を提供開始。中堅企業のアプリニーズ拡大に備え、月額報酬の拡大を目指す。

「LINEミニアプリ構築プラットフォーム」提供開始



デジタル会員証やクーポン機能を手軽にLINEミニアプリで構築

- 「LINEミニアプリ構築プラットフォーム」は、当社がクラウド型で提供するファン育成プラットフォーム「FANSHIP」の機能を活用したプラットフォームで、会員証機能を持つLINEミニアプリの短期間かつ安価な開発が可能に
- 2021年1月には株式会社TBMのLINEミニアプリ「CirculeXアプリ」を開発支援。同アプリでは、ペットボトルキャップなどを提供したユーザーにECなどで使えるポイントを付与

※1 LINEミニアプリは、会員証・クーポン・予約・注文・順番待ちといった企業の自社サービスを無償で「LINE」アプリ上に提供できるWebアプリ。

東京都世田谷区のデジタル商品券・地域通貨「せたがやPay」にフィノバレーの「MoneyEasy」が採用

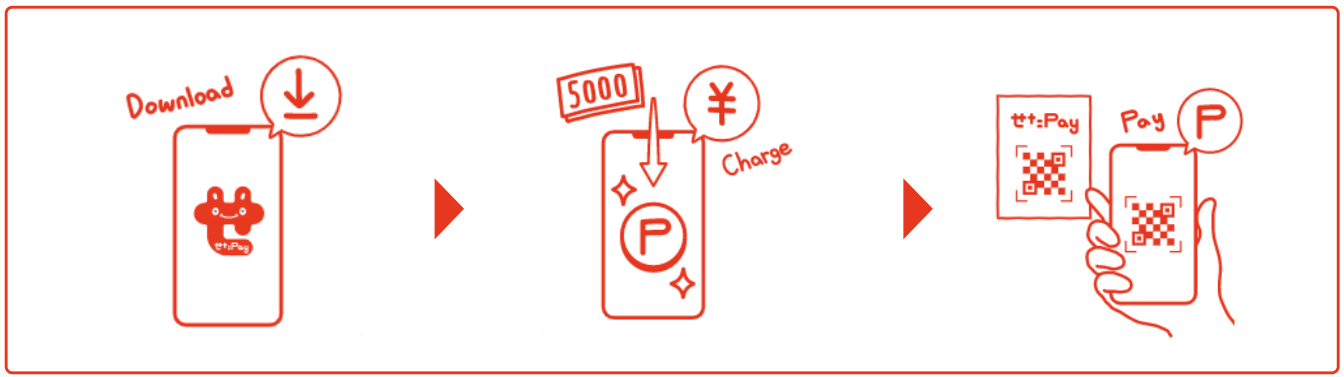
これまで紙で管理・運用していたプレミアム商品券を、当社の連結子会社フィノバレーの「MoneyEasy」を用いて、電子化を支援。東京都世田谷区のデジタル商品券・地域通貨である「せたがやPay」に採用され、2021年2月から提供。

デジタル地域通貨プラットフォーム

MONEY EASY

これまで紙で管理・運用していたプレミアム商品券をデジタル化

地元のお店を応援するキャッシュレスな地域通貨「せたがやPay」



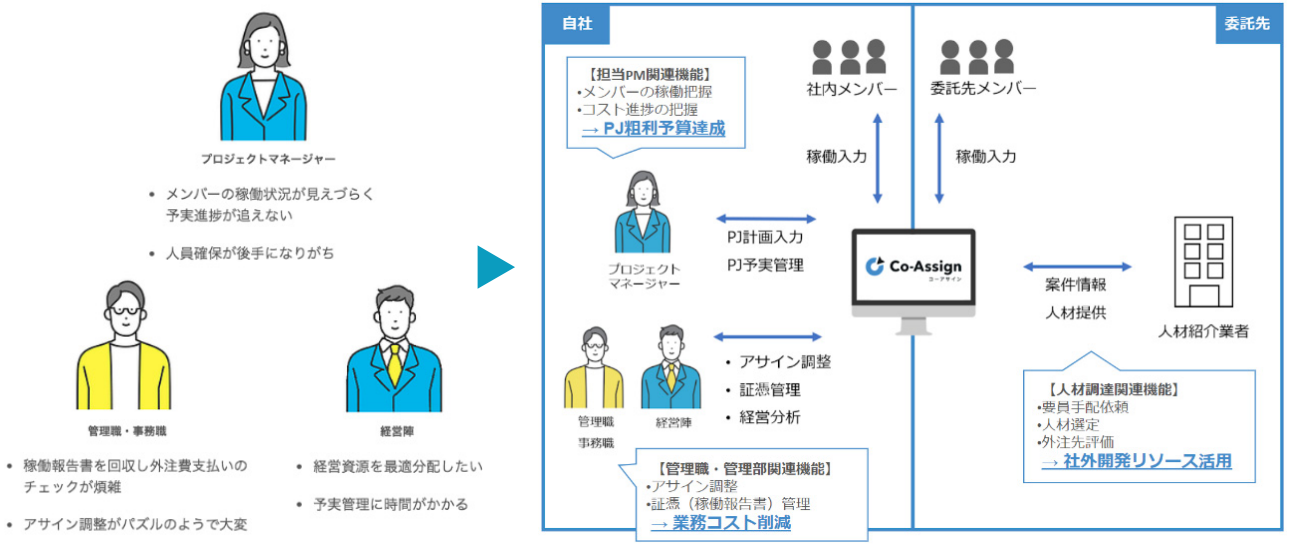
クラウド型工数管理サービス

外部企業とのコラボレーションを促進する「Co-Assign」提供開始

「Co-Assign」は、クラウド（SaaS）型で提供する、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。

プロジェクトを成功させたい
PMのための
クラウド型工数管理サービス。
リソース管理をクラウドで解決





DXプロジェクトに必要な
人材調達・稼働管理などの
業務効率を改善し、
外部企業との
コラボレーションを促進

対面サービスのDXを実現する、ビデオ通話機能付き接客・相談・学習指導プラットフォームを提供開始

対面サービスDX

対面サービスを行う企業が、オンラインで接客・相談・学習指導等を行うことができる、ビデオ通話や課金機能付きのプラットフォームを提供開始。

導入第1弾として、 2021年2月より株式会社メディカルネットと共同で歯科オンライン診察サービス「デンタルオンライン」をスタート。

ビデオ通話機能付き対面サービスプラットフォーム

マッチング機能　ビデオ通話　チャット機能　予約機能　課金機能

金融系企業様での活用イメージ

金融系企業さまスタッフ
- 資産運用コラムの掲載
- チャットでの無償相談
- ビデオ電話での有償サポート



コラムを通じた「顧客創出」 ›› チャットでの「簡易相談」 ›› ビデオ通話での「オンライン相談」

歯科オンライン診察サービス「デンタルオンライン」

導入第1弾として、2021年2月スタート



新規患者の獲得

ポータルサイトを利用した
オンライン相談ツール



リピート獲得

口腔内カメラを
利用し遠隔で診察

21/3期の重点活動領域の振り返り

21/3期の重点活動領域は順調に進捗。

1 アプリ開発案件の粗利率改善維持と高付加価値化

21/3期 売上総利益率（連結）

前年同期比 **+7.6pt**

- アプリ開発案件を中心とした粗利率改善の取組は順調に進捗
- MaaS関連ソリューションやリテール業界向けのOne to Oneマーケティングの取組みを深化。顧客企業のDX支援による高付加価値化を実現

2 ストックシフト：月額報酬売上高の向上

21/3期 月額報酬売上高（連結）

前年同期比 **+27.7%**

- アプリマーケティング支援、FANSHIPの機能強化・外部ツールとの連携等の取組みにより、月額報酬は順調に拡大
- 住宅メーカー向けのアプリパッケージ「FANSHIP for Sumai」、LINEミニアプリ構築プラットフォーム、アプリ開発・運用・販促をローコードで提供するアプリプラットフォーム「FANSHIP for Multi」と連携した商業施設向けのDXソリューション・パッケージ等をリリース

3 事業環境変化への対応

（22/3期以降の再成長のための打ち手）

- リモートワーク等の導入により、働き方の変化に柔軟に対応を実施
- デジタル地域通貨サービス「MoneyEasy」を用いたプレミアム商品券のデジタル化や、新規事業としてクラウド型工数管理サービス「 Co-Assign 」及び対面サービスの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をリリース

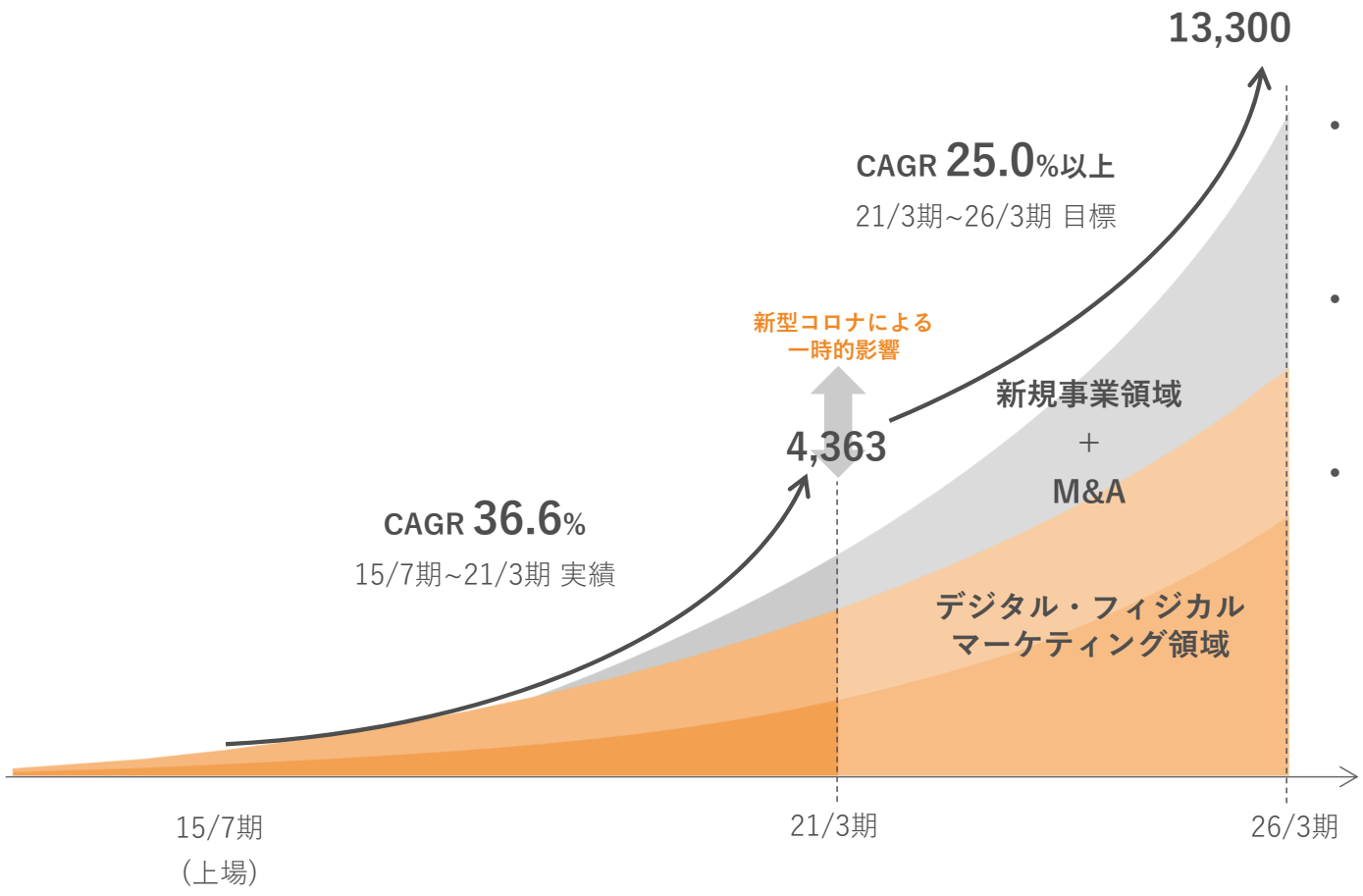
4. 中期的な財務目標と
2022年3月期業績予想について

中期的な財務目標

当社連結の売上高目標として、2026年3月期において133億円+α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期は新型コロナウイルス感染症拡大による一時的な影響があったものの、上場（15/7期）以降これまでのCAGRは36.6%と、高成長を実現
- 22/3期もQoil※1において新型コロナウイルス感染症拡大による影響が見込まれるが、**中期的にはCAGR25.0%以上の成長を目指す**
- 引き続き高い成長が期待される「デジタル・フィジカルマーケティング領域」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、連結営業利益は毎期着実に増益を目指す**

※1 株式会社DGマーケティングデザインは2021年4月1日付で株式会社Qoilに商号変更。

2022年3月期連結業績の見通し

2022年3月期の通期業績の見通しは、2021年4月23日の首都圏における緊急事態宣言再発出に伴うQoil事業への影響により、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。

（百万円）	21/3期（連結） 通期実績	22/3期（連結） 通期見通し	前年同期比
売上高	4,363	4,800 ~5,500	+10.0% ~+26.1%
営業利益	113	150 ~200	+32.7% ~+76.9%

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外出自粛等による、**連結子会社Qoilの主業であるオフラインプロモーション領域への影響**を勘案し、レンジを設定
- レンジ下限は、**22/3期を通じて21/3期程度の影響があった場合**を想定
- レンジ上限は、22/3上半期においては一定の業績へのマイナス影響が生じるが、**下半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：

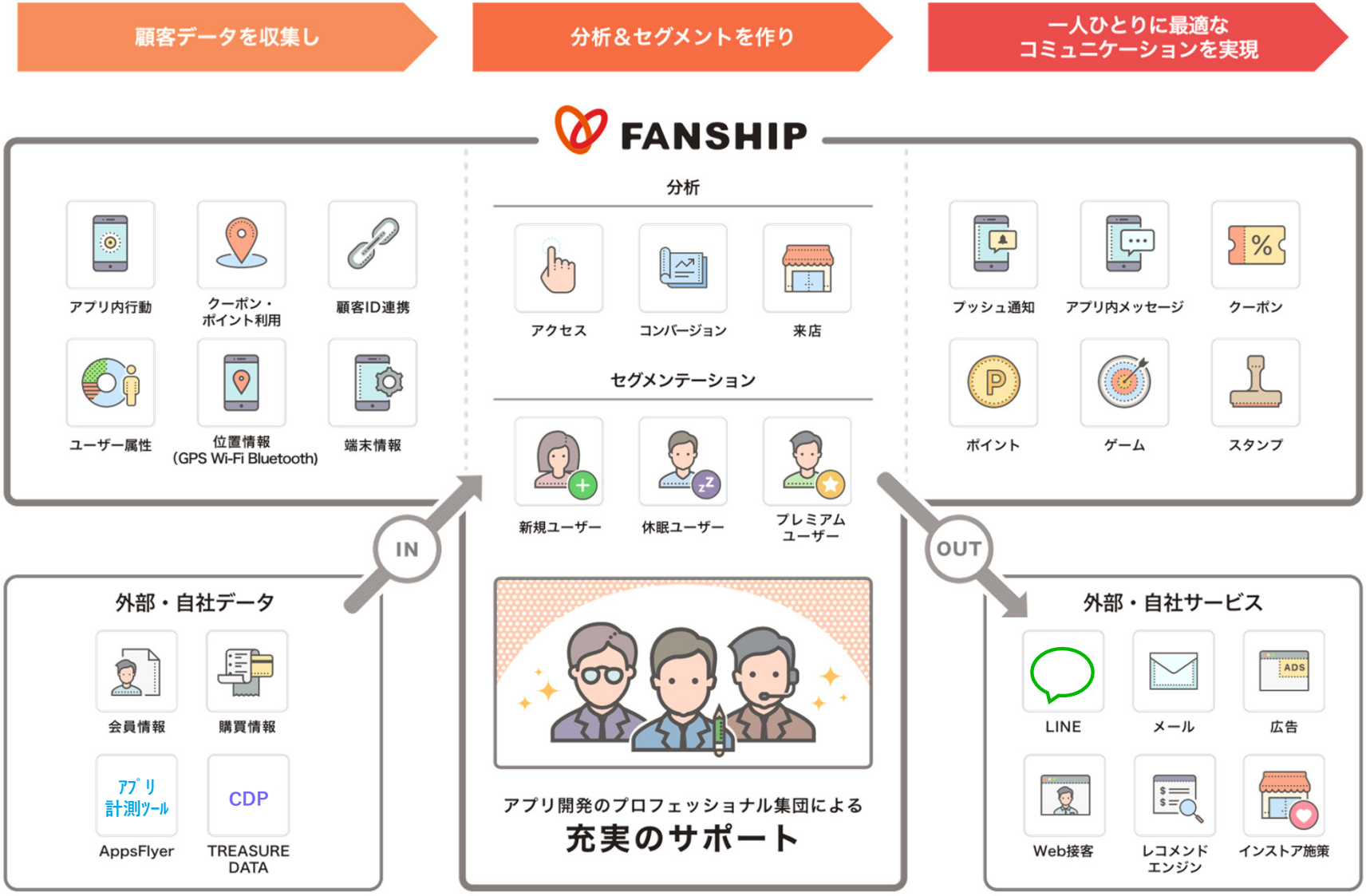
- 前述の通り、**当面は採用費用や新規事業への先行費用等の成長投資を継続**
- 売上高の進捗を踏まえて、販管費のコントロールを行う

※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

ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」概要

単なるアプリ開発だけでなく、ファン育成プラットフォーム「FANSHIP」を用いて、顧客のオンライン行動履歴（アプリ上の操作履歴等）とオフライン行動履歴（位置情報等）を取得・分析する事で、最適なアプリマーケティング施策を提供する事が可能に。



会社概要（2021年3月末現在）

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
代表者	代表取締役社長　小田 健太郎
事業内容	O2O関連事業（企業のO2O支援） • 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 • Ｏ２Ｏアプリの企画・開発 • Ｏ２Ｏマーケティング （集客・販促等の企画・運用支援）
連結子会社	株式会社Qoil※1、株式会社フィノバレー
資本金	11億69百万円
従業員数	単体：121人　連結：177人

※1 株式会社DGマーケティングデザインは2021年4月1日付で株式会社Qoilに商号変更。

株主構成（2021年3月末現在）

小田　健太郎	32.7%
Nomura PB Nominees Limited Omnibus-margin (Cash PB)	4.9%
NTTデータ	1.9%
日本カストディ銀行	1.8%
五味　大輔	1.6%


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。

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。