



2024年12月期第1四半期 決算説明資料  
(兼事業計画及び成長可能性に関する事項)

株式会社アイビス

2024年5月



日本企業発のアプリとして  
**欧米のアクティブユーザ数 4年連続No.1**  
全世界でも4年連続トップ3以内にランクイン

■P2/P3調査概要

調査方法：モバイルデータ分析ツール「data.ai Intelligence」よりデータを収集

調査対象：iPhone&Android Phone上の全カテゴリの国産アプリ

対象地域：全世界及び国連による世界地理区分に準拠した5州のうち、「data.ai Intelligence」で取得できる国（ヨーロッパ州 27か国、アメリカ州 12か国、アジア州 26か国、アフリカ州 3か国、オセアニア州 2か国）が対象。なお、上記の「欧米」とはヨーロッパ州+アメリカ州のことを指す。

調査期間：2019年から2023年までの5年間各年の利用状況を集計

調査データ：各年のMAU（月次アクティブユーザ）の平均

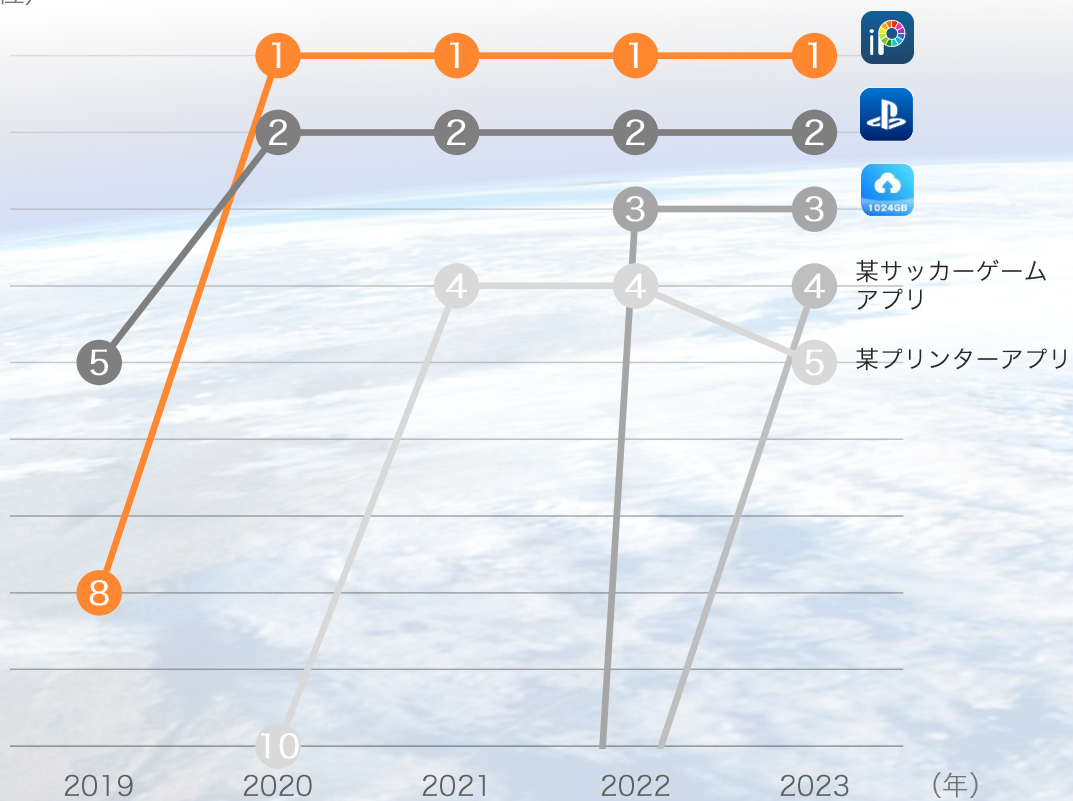
調査日：2024年2月1日

# 栄枯盛衰が激しい世界（特に欧米）のアプリ市場の中で当社がMade in Japanを牽引

## 2023年アクティブユーザ国産上位5アプリの推移

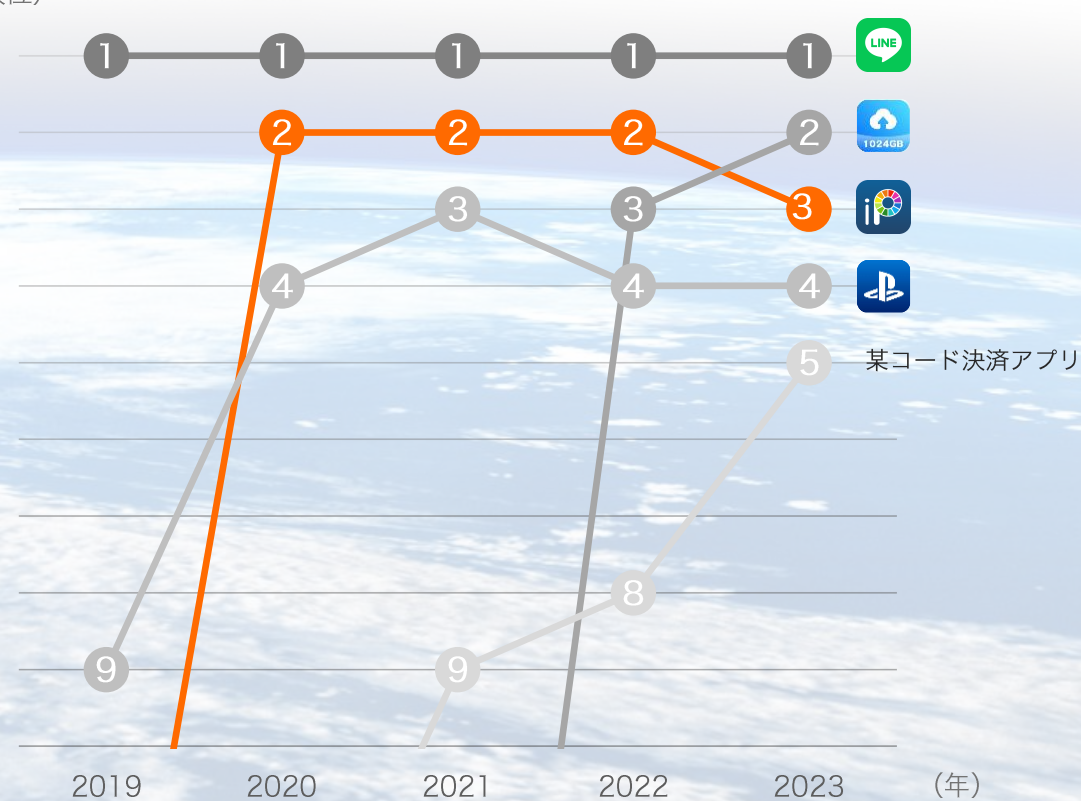
### 欧米（欧州+米州）

(順位)




### 全世界（5州）

(順位)



※ アプリ名（開発企業）：TeraBox（フレックステック株式会社）、PlayStation App（株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント）、LINE（LINEヤフー株式会社）、以上あいうえお順。  
 ※ 調査概要はP2参照。

- 
- An anime-style illustration of a young girl with short, layered blue hair and large, expressive blue eyes. She has a soft smile and is wearing a light-colored dress. Several vibrant blue butterflies are fluttering around her, some near her hair and others near her chest. The background is a soft, ethereal blue and white, with faint outlines of flowers and a glowing halo around her head. The overall mood is gentle and whimsical.
1. FY2024/12 1Q決算
  2. FY2024/12計画
  3. 事業計画及び成長可能性に関する事項
    - 1) 会社概要
    - 2) 事業特徴
    - 3) 市場・競合分析
    - 4) 成長戦略
  - Appendix

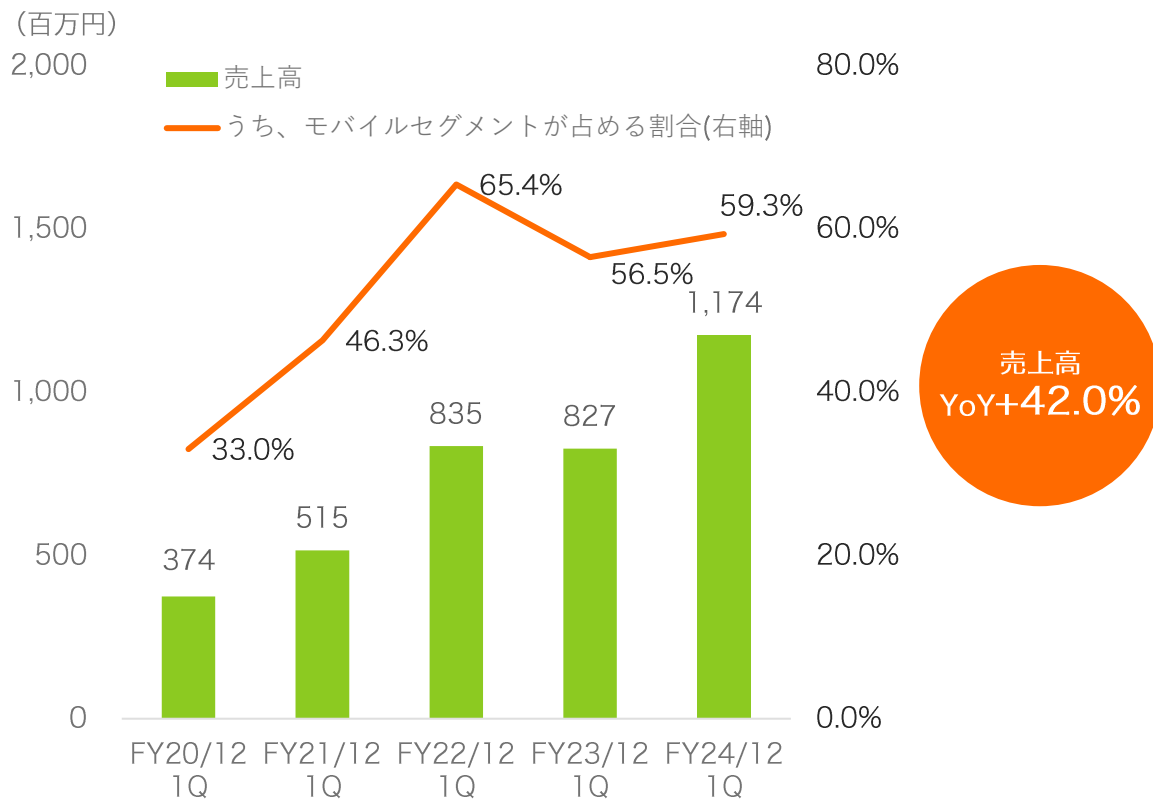
# 1. FY2024/12 1Q決算

## 営業利益額・率及びサブスク売上は過去最高、売上高は1Q過去最高を更新

	FY2023/12 1Q実績	FY2024/12 1Q実績		YoY
売上高	8.2億円	11.7億円	➔	+42.0%
営業利益	1.3億円	2.5億円	➔	+87.7%
営業利益率	16.7%	22.0%	➔	+32.2%
ibisPaintシリーズ サブスクリプション 売上	0.6億円	1.2億円	➔	+99.1%

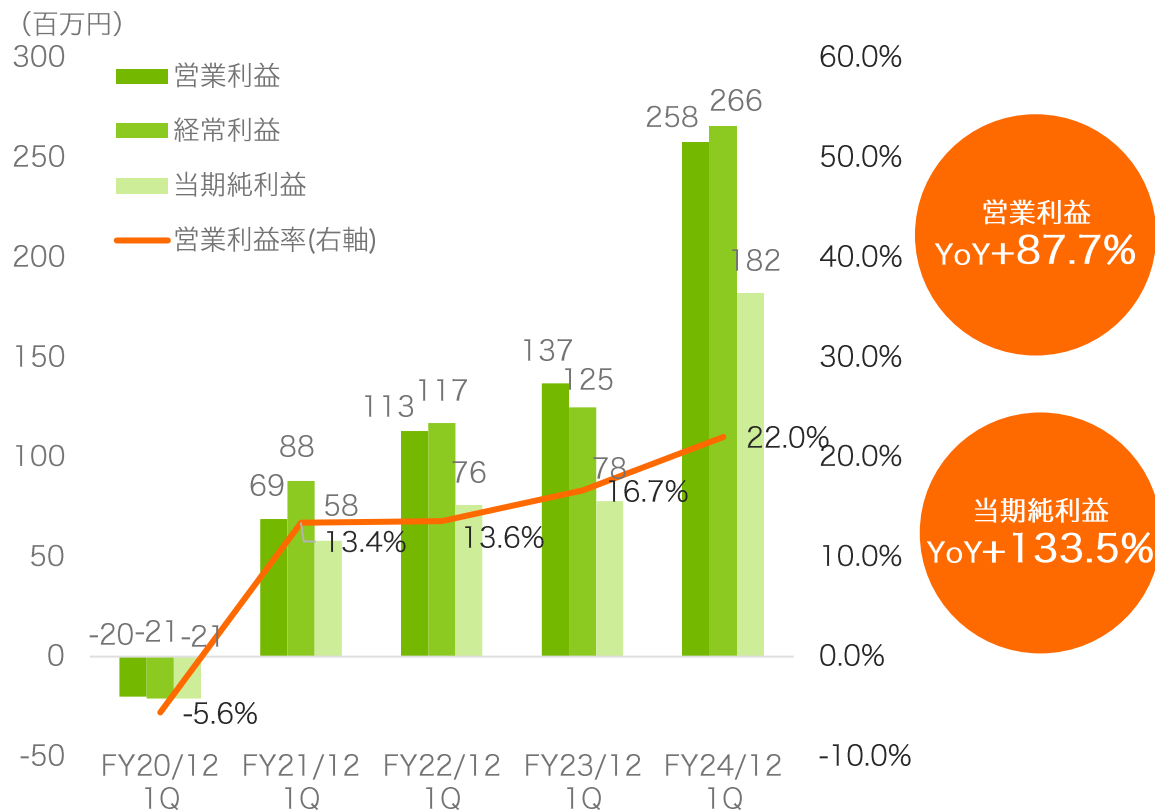
# 増収増益の牽引役はモバイル、利益率上昇により各種利益は約2倍に伸長

### 売上高推移



✓売上高はYoYで+42.0%、モバイルセグメントが占める割合は2.8pt上昇

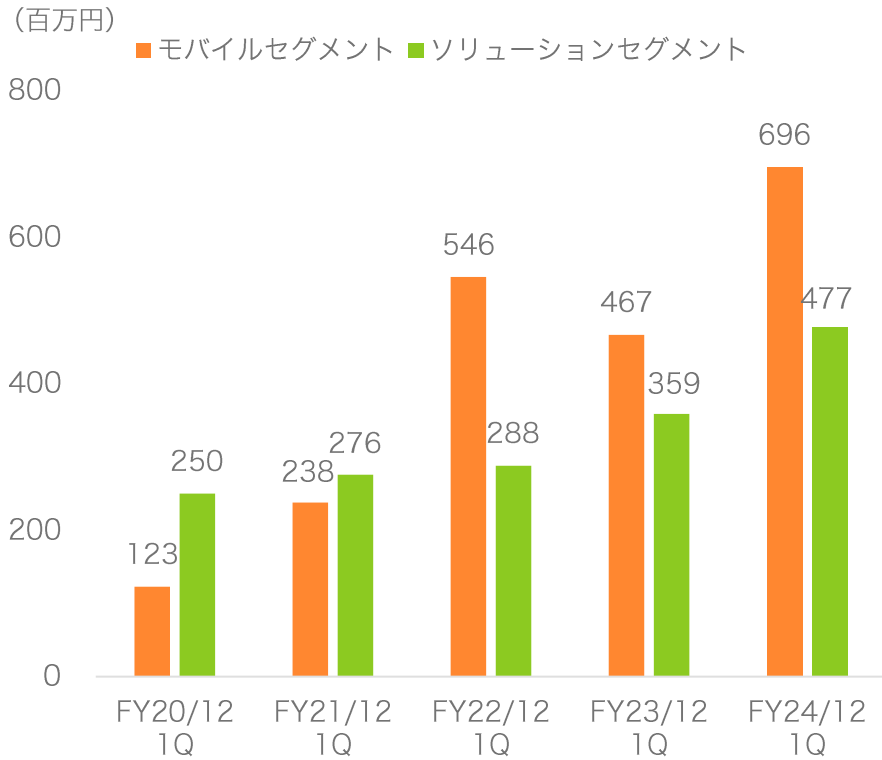
### 各種利益推移



✓営業利益はYoYで+87.7%、経常利益は+111.8%、当期純利益は+133.5%、営業利益率は5.4pt上昇

# モバイルは売上・利益共に約1.5倍へ増大、特に利益は過去最高を更新

売上高推移

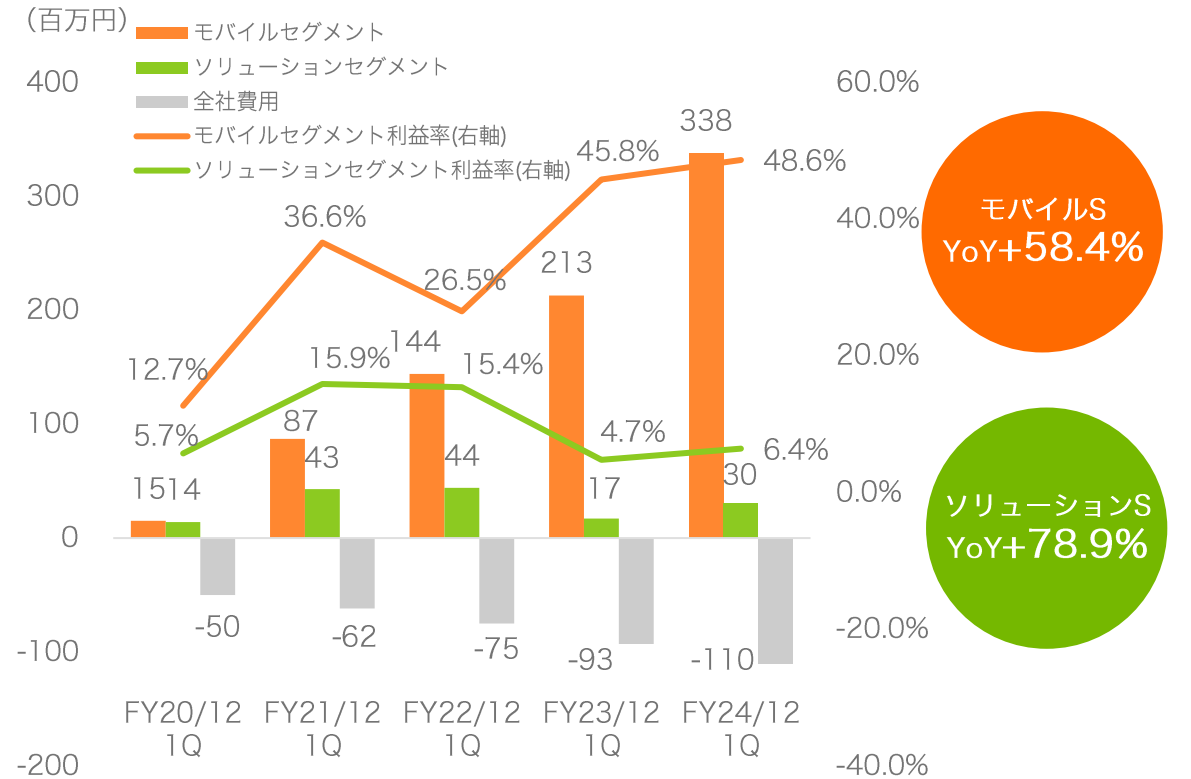


モバイルS  
YoY+49.1%

ソリューションS  
YoY+32.8%

- ✓モバイルセグメント売上高はYoYで+49.1%
- ✓ソリューションセグメント売上高はYoYで+32.8%

セグメント利益推移



モバイルS  
YoY+58.4%

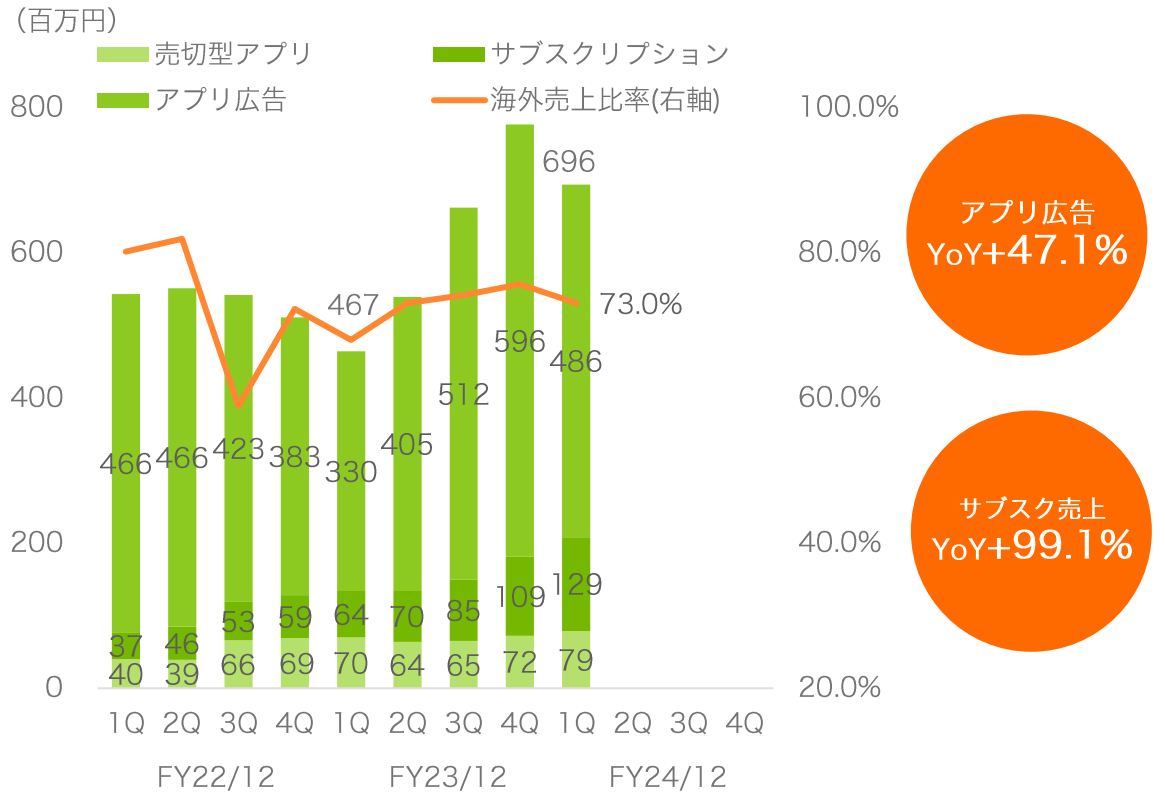
ソリューションS  
YoY+78.9%

- ✓モバイルセグメント利益は引き続き効果的な広告投資を行ったため、YoYで+58.4%
- ✓ソリューションセグメント利益は開発人材投資を継続したものの、YoYで+78.9%
- ✓モバイルセグメント利益率は2.9pt上昇、ソリューションセグメント利益率は1.6pt上昇
- ✓モバイル・ソリューション共に、セグメント利益は売上高を上回る成長率を確保



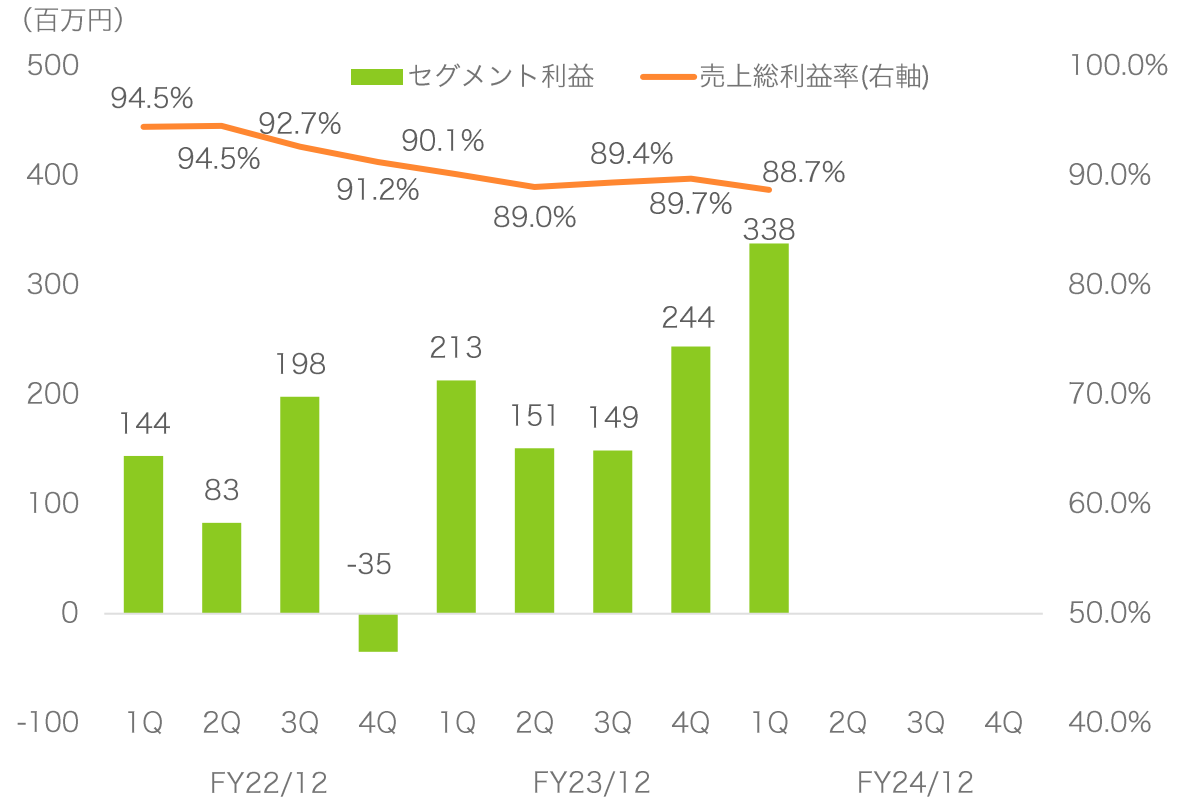
# サブスク売上が約2倍と過去最高を更新、売上総利益率も88%と高い率を維持

区分別売上高・海外売上比率推移



- ✓モバイルセグメント全体の売上はYoYで+49.1%
- ✓アプリ広告売上はYoYで+47.1%、好調な広告市況と2023年中に実行した広告表示回数増大施策を背景に順調に増加（季節変動のため前4Q>今1Qは通常どおり）
- ✓サブスク売上はYoYで+99.1%、引き続きプレミアム会員への誘導策強化等が奏功
- ✓売切型アプリ売上はYoYで+13.0%、PC（Windows）版売上が下支え

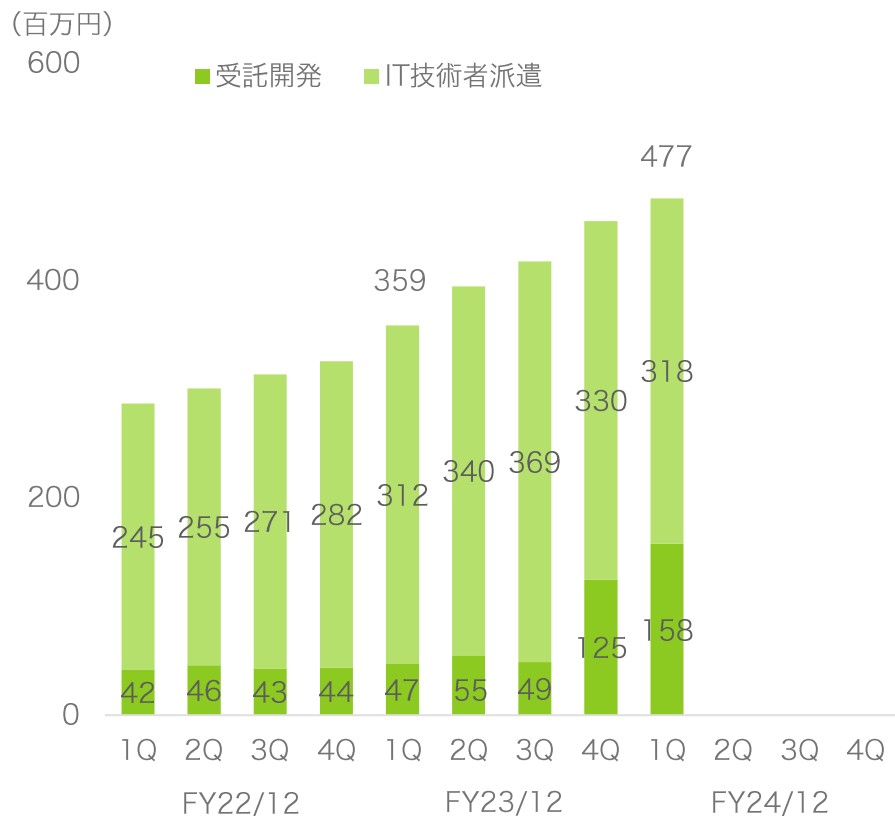
セグメント利益・売上総利益率推移



- ✓セグメント利益はYoYで+58.4%
- ✓売上総利益率は開発人材投資を進めたこと等によりYoYで1.4pt低下したものの88.7%と高い売上総利益率を維持

# 開発人材投資・受託開発強化が奏功し、売上高は過去最高を更新

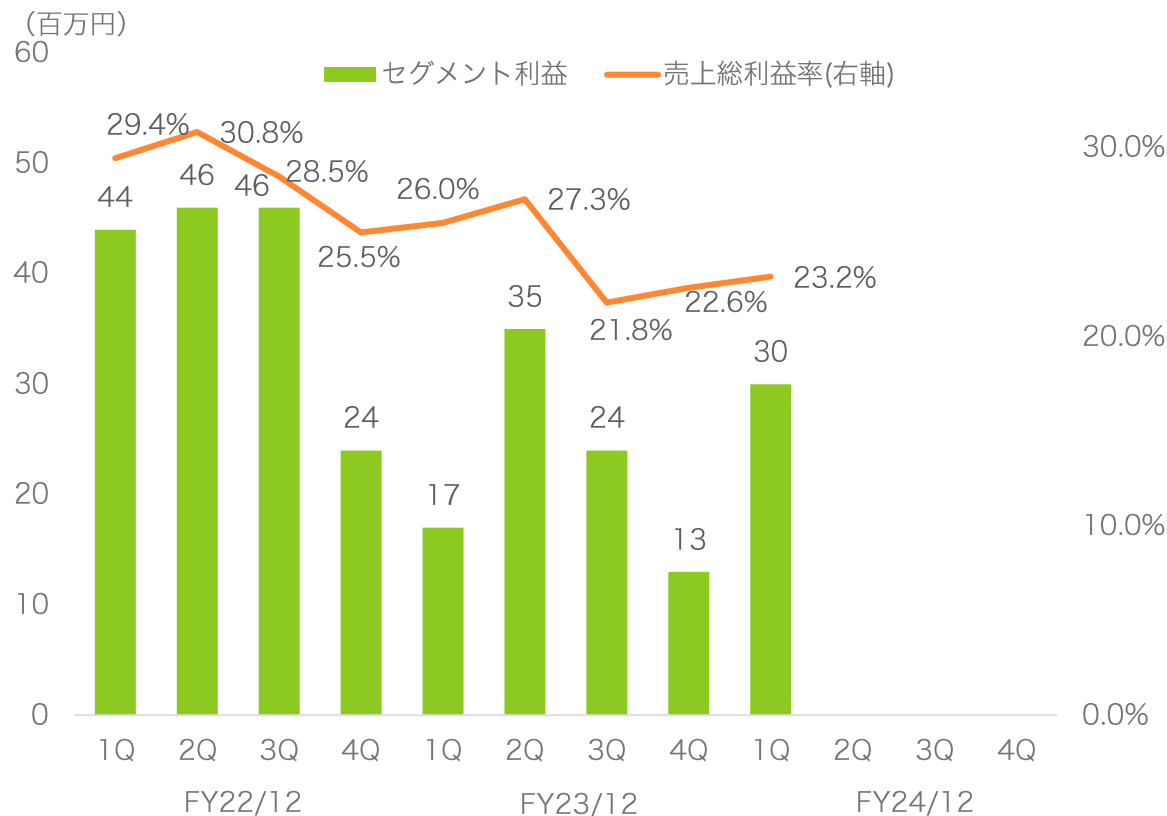
区分別売上高推移



IT技術者派遣売上  
YoY+2.1%

受託開発売上  
YoY+234.3%

セグメント利益・売上総利益率推移



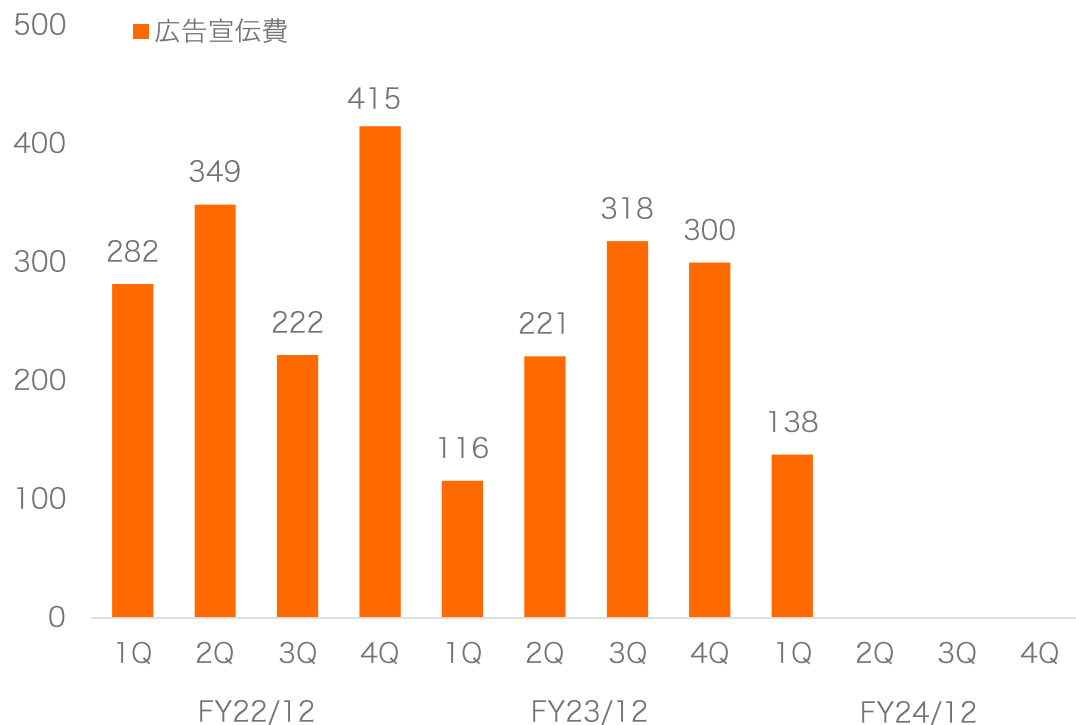
✓セグメント利益はYoYで+78.9%  
 ✓売上総利益率は開発人材投資を進めたこと等によりYoYで2.8pt低下したもののFY23/12 3Qの21.8%（最低率）より1.4pt改善

✓ソリューションセグメント全体の売上はYoYで+32.8%  
 ✓IT技術者派遣売上はYoYで+2.1%である一方、受託案件の営業を強化したことにより、受託開発売上はYoYで+234.3%と大きく増加

## 継続的な成長のため、広告宣伝投資・開発人材投資を戦略的に実行

### 広告宣伝投資推移

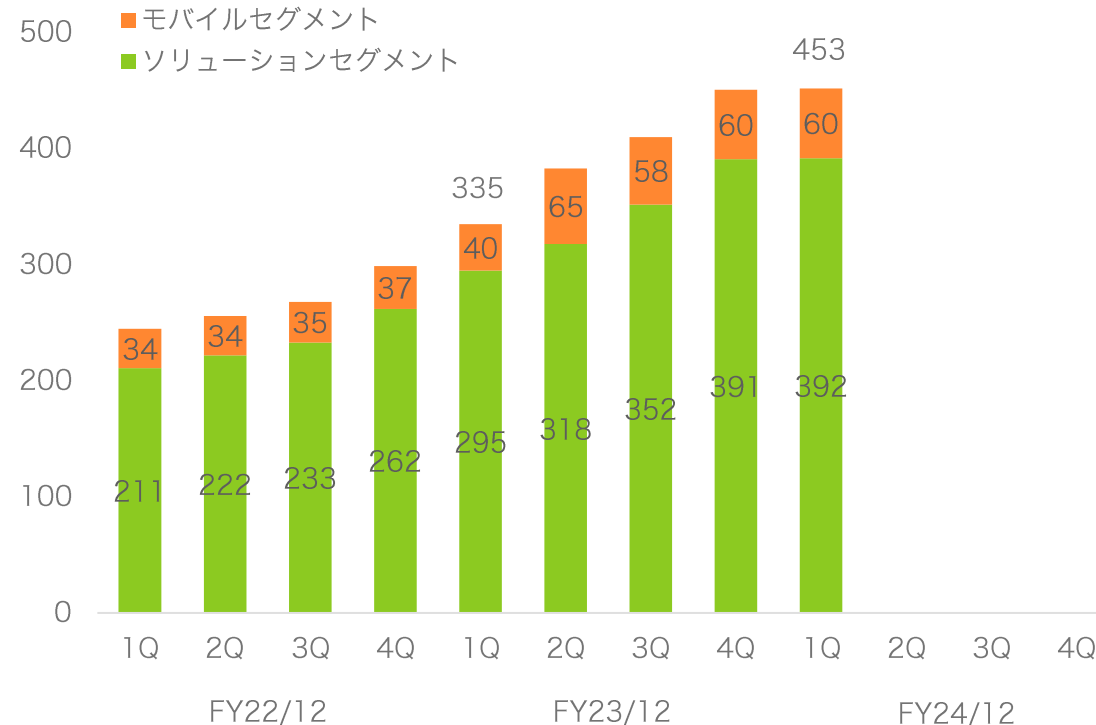
(百万円)



- ✓ 広告宣伝費は主にモバイルセグメントで発生、今1Qはアプリ広告売上が想定以上に上振れたため、その分、広告宣伝費もYoY+19.6%と投資を増額、ただし、通期では計画どおりのYoY△52.6%の4.5億円を投資する予定
- ✓ 1DAU当たりの売上高を重視し、時機を見た機動的な広告投資を実行

### 開発人材投資推移

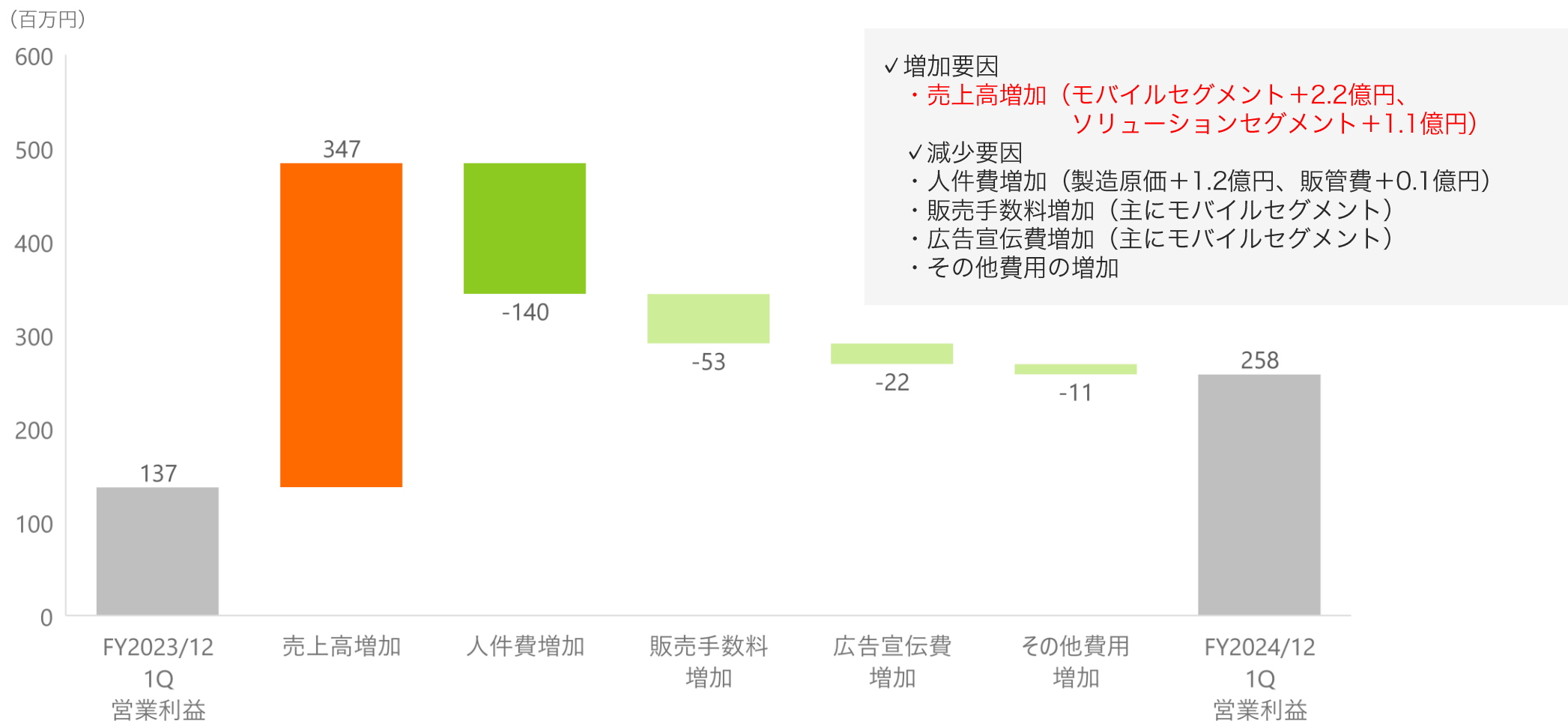
(百万円)



- ✓ モバイルセグメントは1Qで60百万円、YoYでは+50.5%
- ✓ ソリューションセグメントは1Qで392百万円、YoYでは+33.1%

# 売上高の増加が各種費用の増加を上回り、大幅な増益を達成

営業利益の増減要因分析 (FY2023/12 1QとFY2024/12 1Qとの比較)

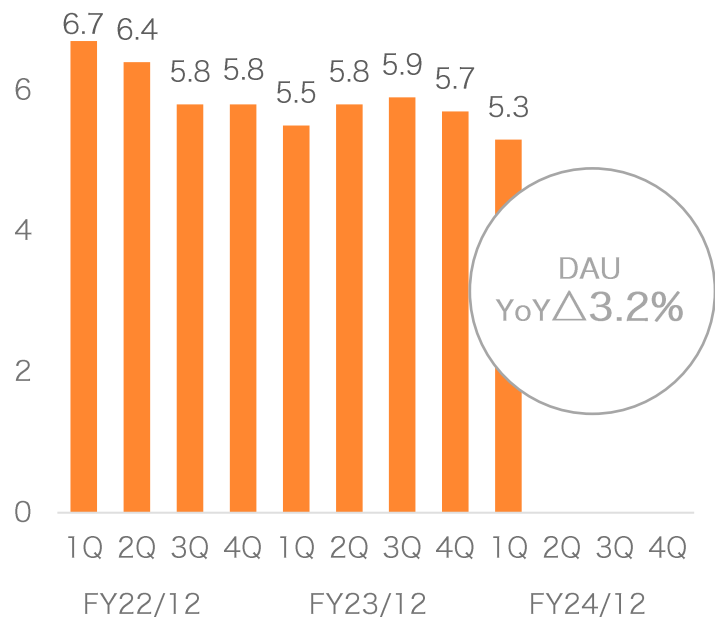


# サブスク契約数・ITエンジニア数は順調に増加、DAUは微減も安定推移

## モバイルセグメント

### DAU

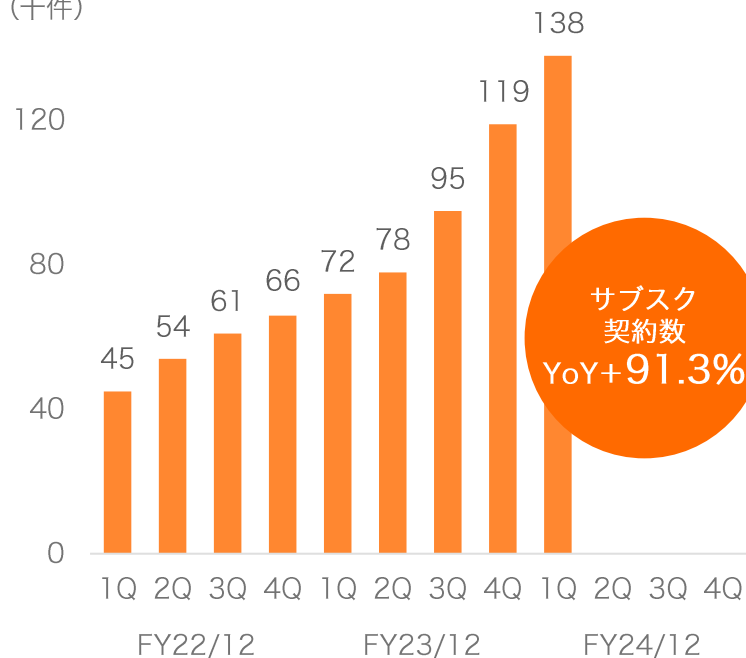
(百万人)



✓DAUは先進国を中心にYoYΔ3.2%と微減となったが、売上高創出には影響無し

### サブスクリプション契約数

(千件)

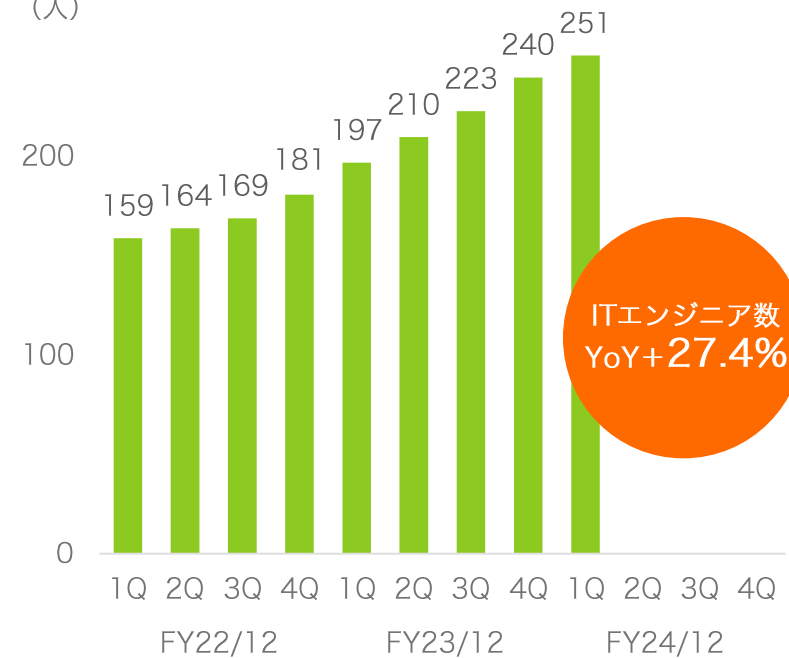


✓サブスク契約数はYoY+91.3%となり、1年前の同四半期YoY+60.8%と比較すると大幅に加速している

## ソリューションセグメント

### ITエンジニア数

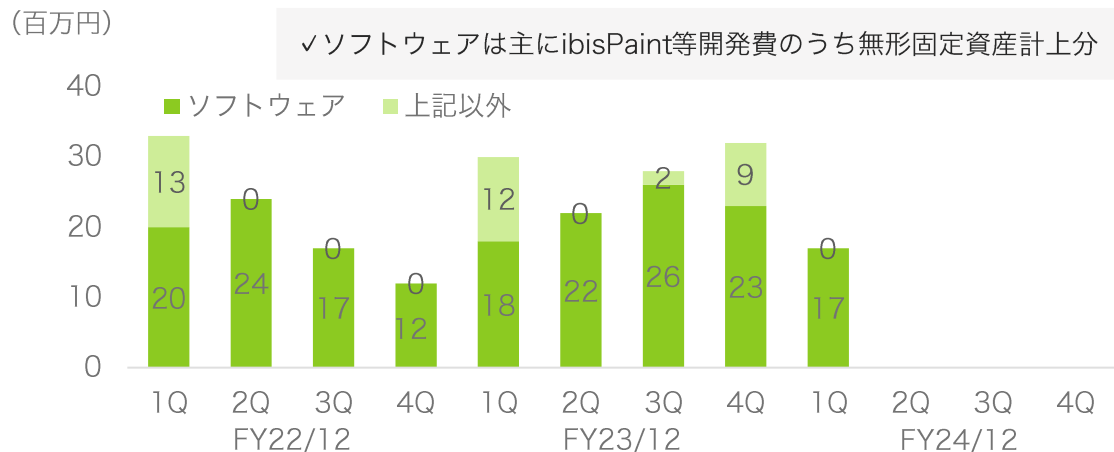
(人)



✓ 期初計画では通期でYoY+1.3%（純増数3人）の243人としていたが、採用時期の前倒しと採用投資増のため、今1Qで既に当該人数を大幅に達成  
 ✓（前期ほどではないが）ITエンジニアの厳選採用を継続

## 投資の中心はソフトウェア資産、機能強化継続のため減価償却費は増加傾向

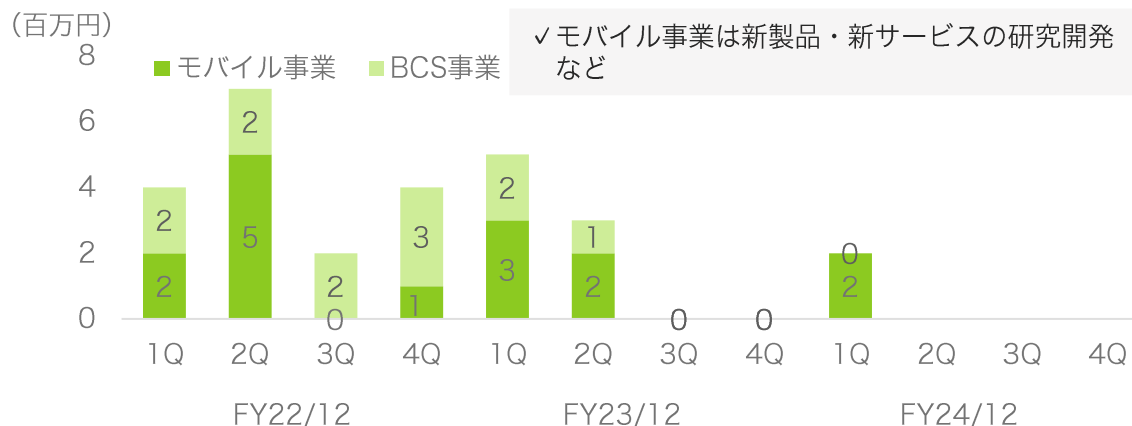
### 設備投資額推移



### 減価償却費推移



### 研究開発費推移

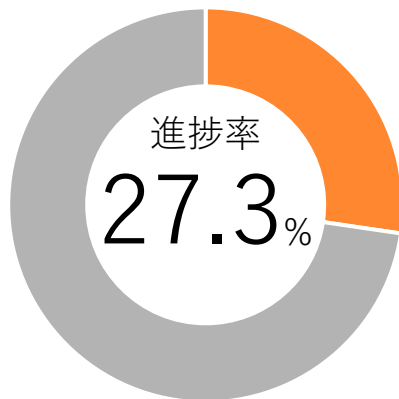


### ドル円為替レート

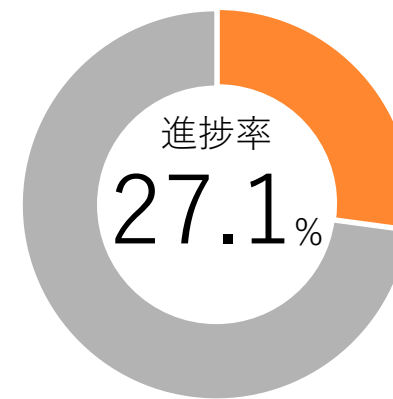


# 売上高・利益共に1/4強の進捗率と順調であるものの通期業績予想は変更無し

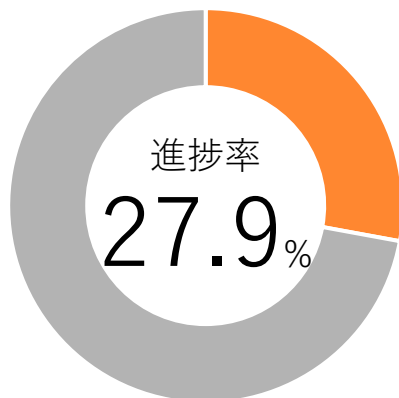
売上高



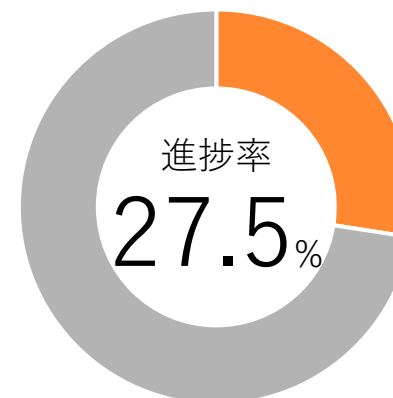
営業利益



経常利益



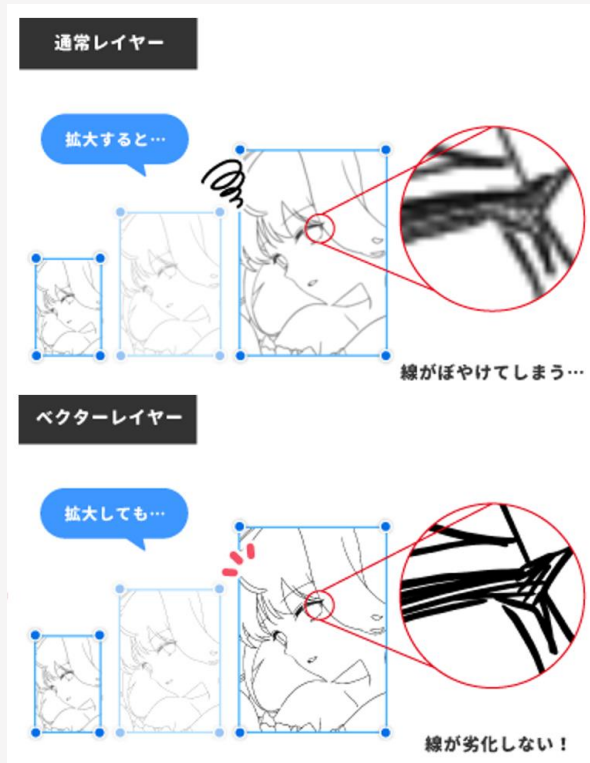
当期純利益



- ✓売上高・営業利益・経常利益・当期純利益いずれも、通期予想の1/4を若干上回る進捗状況
- ✓期末迄の為替動向、広告市況が読み切れないため、通期業績予想は変更無し

# ibisPaint (Ver.12.0.0) 及びPC (Windows) 版プレミアム会員機能リリース

## ベクターレイヤー機能



■拡大・縮小しても劣化せず、ペンの種類や太さなどを再編集できる。ユーザーから要望の多い機能の一つで、主にプレミアム会員向けとして実装。

## 履歴取り出し機能



■タイムラプス（作画工程の動画）の中から作品の任意の時点を選んで保存できる。作品のバックアップとして活用できる無料の新機能。

## PC版プレミアム会員

	無料体験モード	プロアドオン (買い切り)	プレミアム会員 (サブスクリプション)
利用時間	1日1時間まで	無制限	無制限
広告	なし	なし	なし
基本機能	✓	✓	✓
ベクターツール	✓	✓	✓
プロフィールター	×	✓	✓
作品並べ替え	×	✓	✓
キャンバス画面背景色設定	×	✓	✓
プレミアム素材	×	×	✓
プレミアムフォント	×	×	✓
プレミアム紙質	×	×	✓
クラウドストレージ	64MB	64MB	20GB
価格	無料	3,450円	月額300円 年額2,950円

■買い切りの有料版のみの提供だったPC (Windows) 版が、モバイル版プレミアム会員と同内容のサブスクリプションサービスを提供開始。



## 2. FY2024/12計画

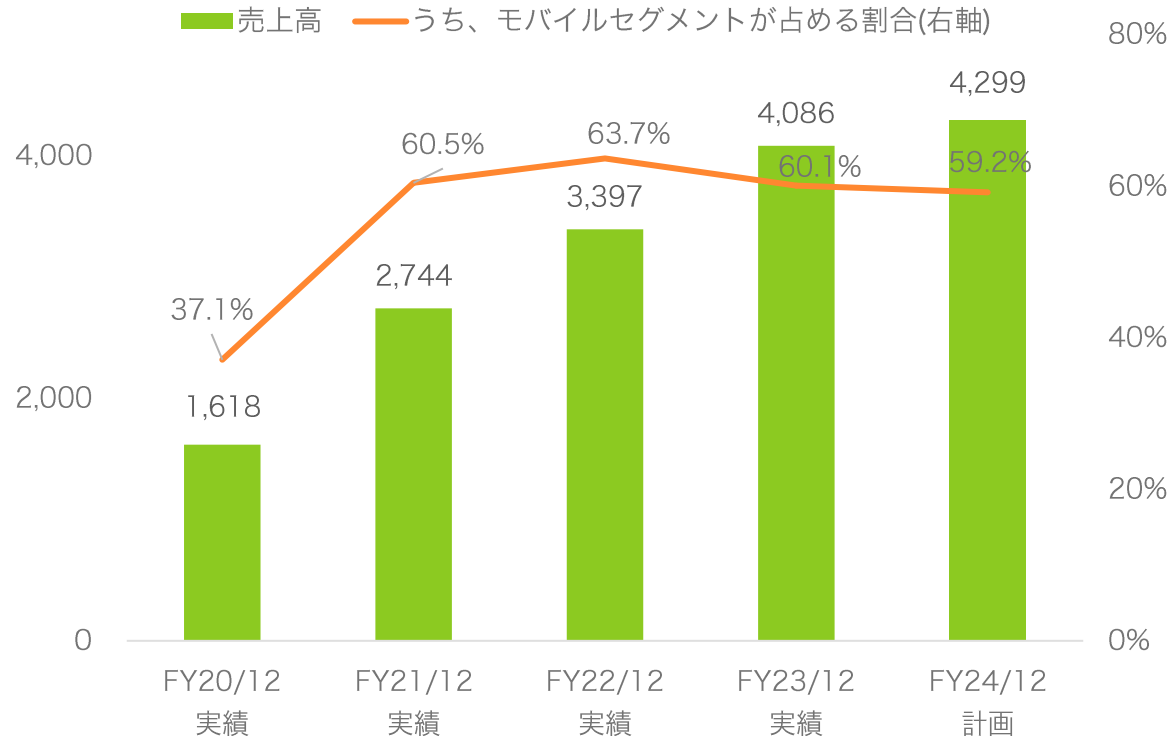
## 過去最高の営業利益の額・率を計画し、高収益な経営体質への転換を図る

	FY2023/12 実績	FY2024/12 計画		YoY
売上高	40.8億円	42.9億円	➔	+5.2%
営業利益	4.3億円	9.5億円	➔	+119.6%
営業利益率	10.6%	22.2%	➔	+109.4%
ibisPaintシリーズ サブスクリプション 売上	3.3億円	5.1億円	➔	+57.0%

# 売上高は5%の成長と固く見積りつつも各種利益は2倍以上の創出を計画

売上高推移

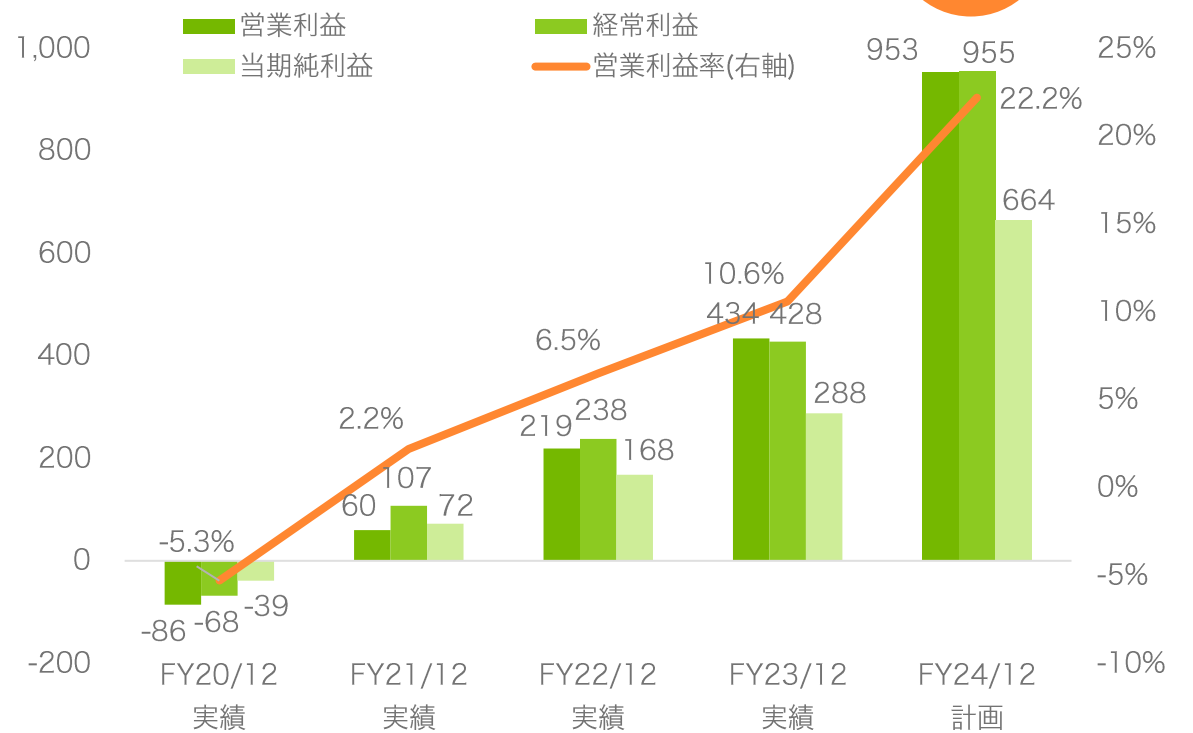
(百万円)



- ✓売上高はYoYで+5.2%と計画、事業基盤を固めつつ着実な成長を継続する
- ✓モバイルセグメントが占める割合は60%前後を維持

各種利益推移

(百万円)

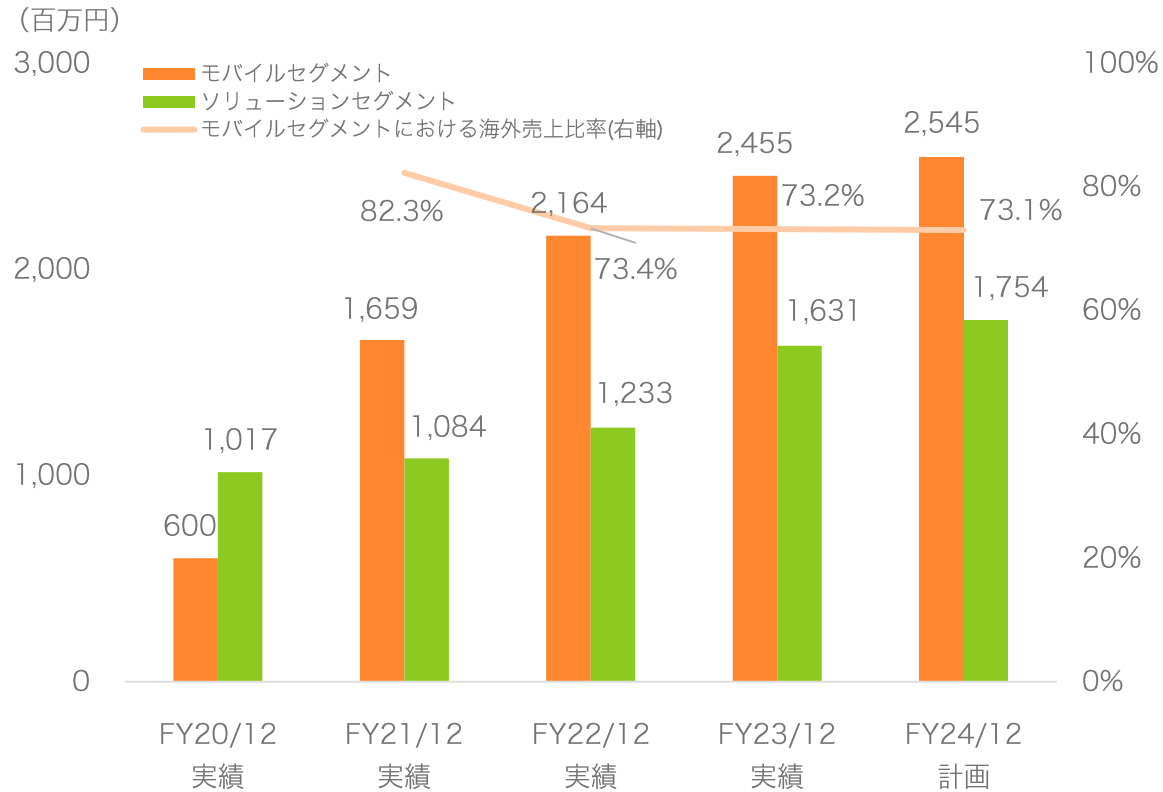


営業利益率  
22.2%  
計画

- ✓営業利益はYoYで+119.6%、経常利益は+123.3%、当期純利益は+130.1%と計画
- ✓営業利益率は22.2%と初の20%超えを計画
- ✓売上の拡大を図るとともに、広告投資等のコストを計画的に管理していく

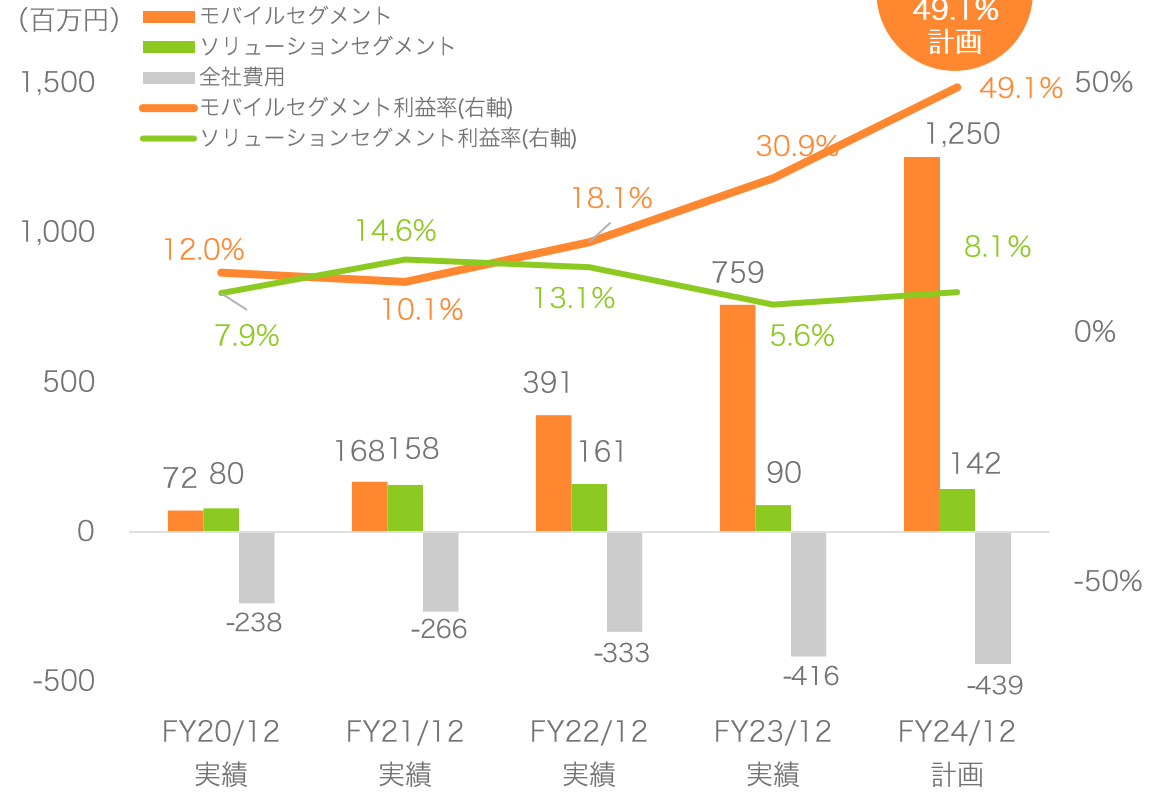
## 利益の伸長は成長分野であるモバイルセグメントが牽引

売上高推移



- ✓モバイルセグメントはYoY+3.6%、多数のアクティブユーザの支持を背景に継続的な成長を目指す
- ✓ソリューションセグメントはYoY+7.5%、今後、受託開発要員としての更にハイスキルのITエンジニアを採用することにより、高採算な受託案件の獲得を進める

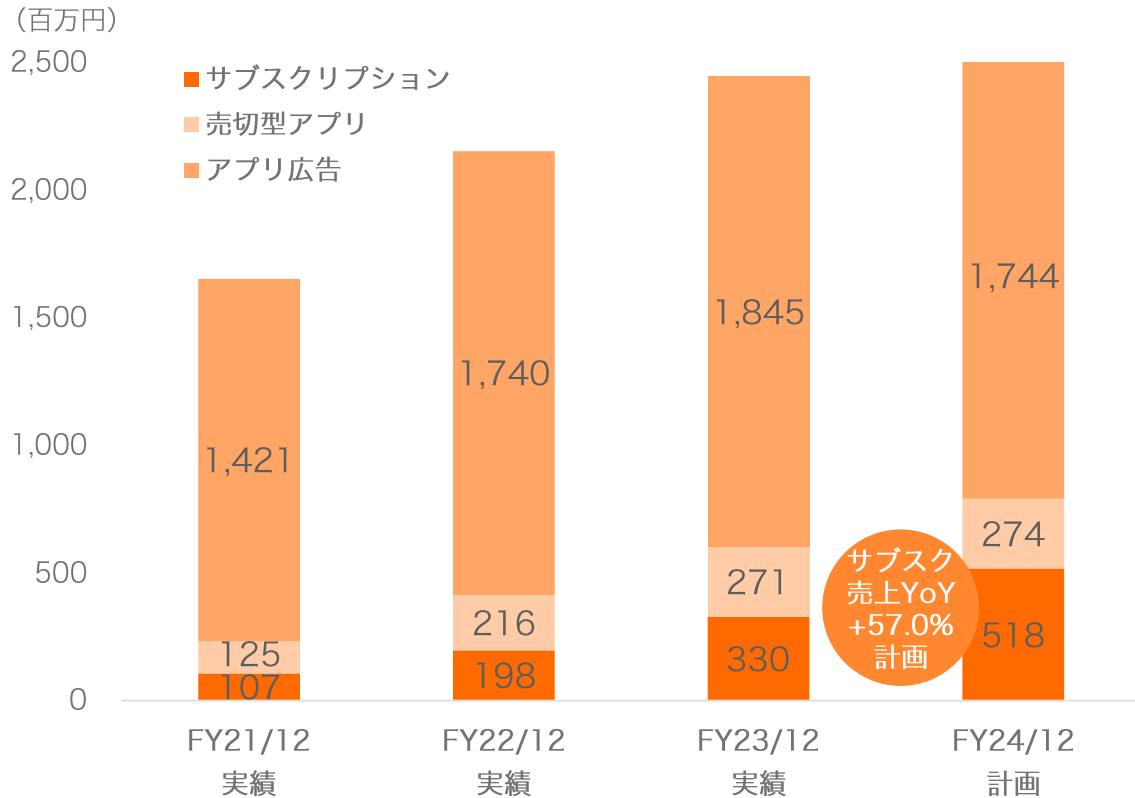
セグメント利益推移



- ✓モバイルセグメントはYoY+64.6%、新規ユーザ獲得のための先行的な広告投資というフェーズを越えたため、広告宣伝費が相対的に減少
- ✓モバイルセグメント利益率は49.1%と初の50%近くを計画
- ✓ソリューションセグメントはYoY+57.0%、積極的な開発人材投資によりコストは上昇するも、それを上回る収益の獲得を見込む

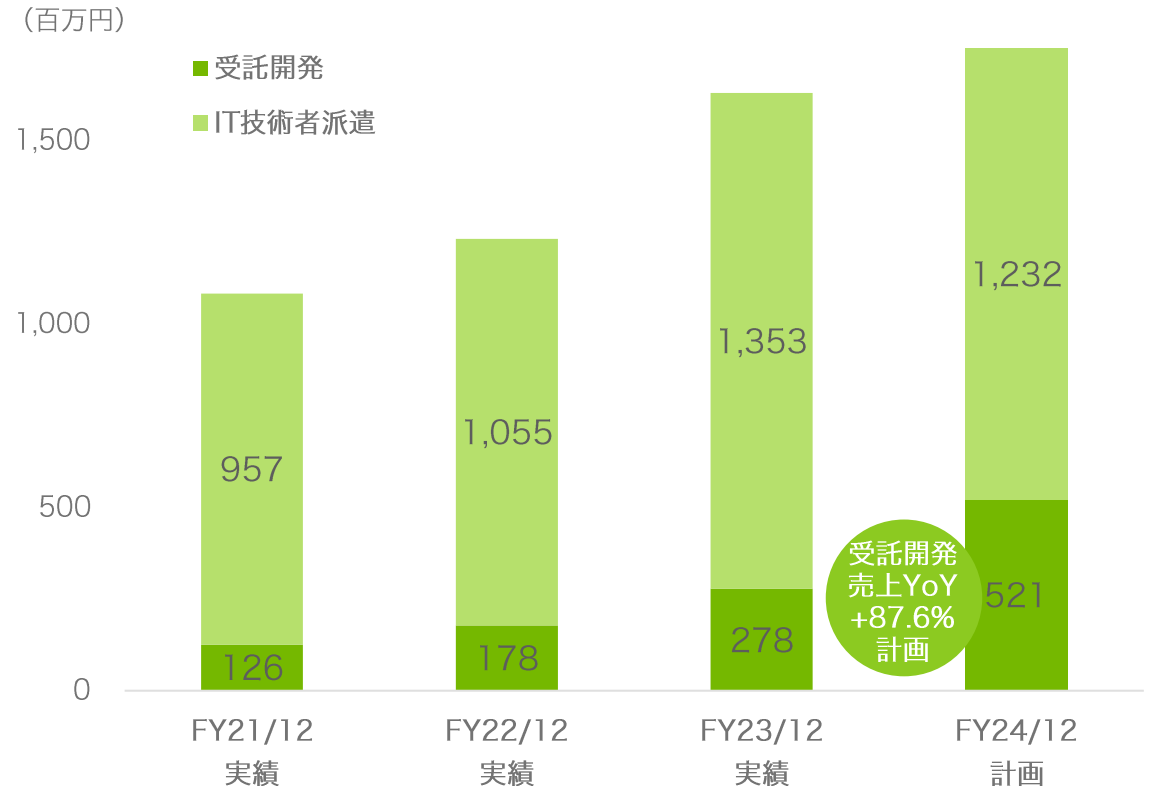
# モバイルはサブスクリプション、ソリューションは受託開発が成長ドライバー

## モバイルセグメント



- ✓サブスクリプション売上はYoY+57.0%、サブスクリプション契約数の増加に注力する
- ✓売切型アプリ売上はYoY+0.8%、Window版売上がモバイル版売上を超過と予想
- ✓アプリ広告収入はYoY△5.5%、ドルベースではYoY+3%程の成長率を計画していたが、2024年は急激に円高が進むものとして（2024年9月末のTTBを133.3円と予測しそれまでは線形で円高が進むものとして）収益の減少を織り込む

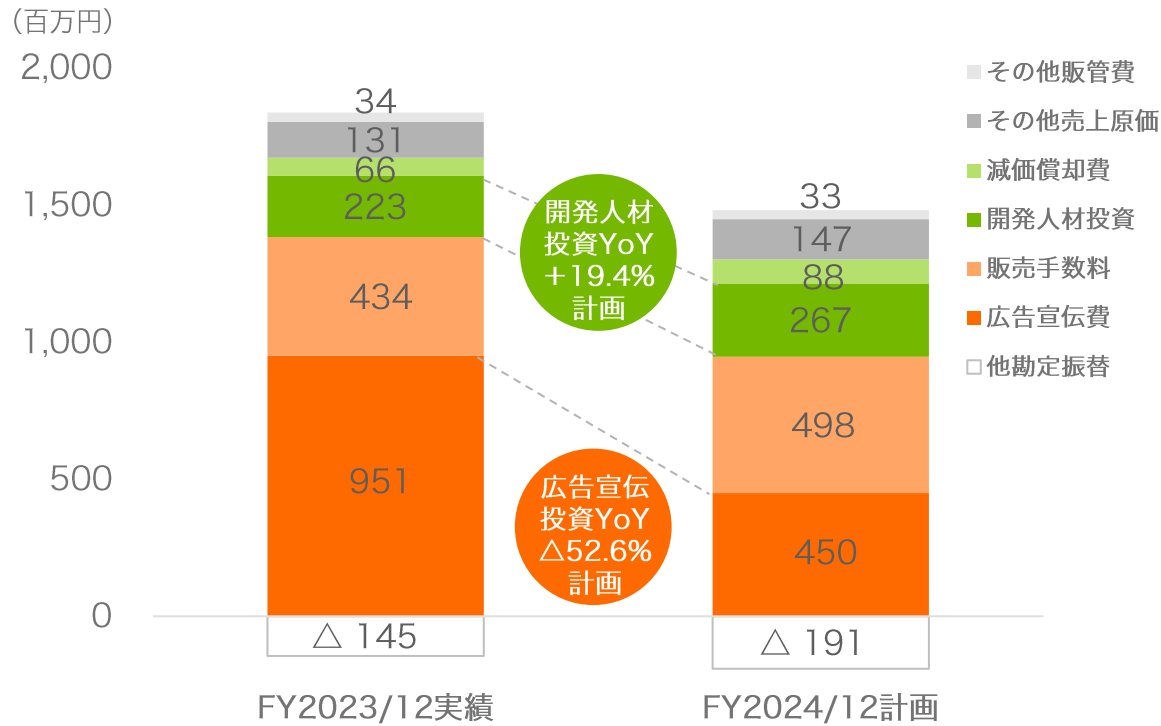
## ソリューションセグメント



- ✓受託開発売上はYoY+87.6%、IT技術者派遣売上はYoY△8.9%。ソリューションセグメントの成長ドライバーは受託開発
- ✓Sler化を進め、高採算な受託案件の獲得に注力する

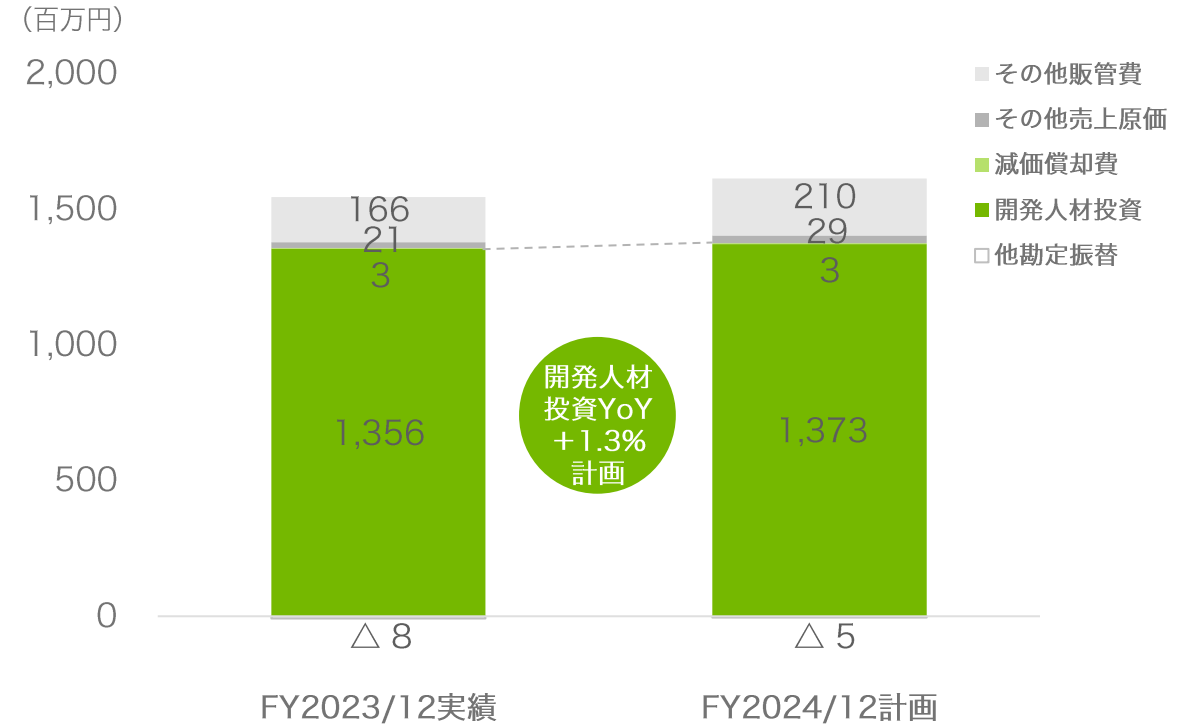
# 広告宣伝投資は1/2弱へ低減するも開発人材投資は両セグメント共に継続

## モバイルセグメント



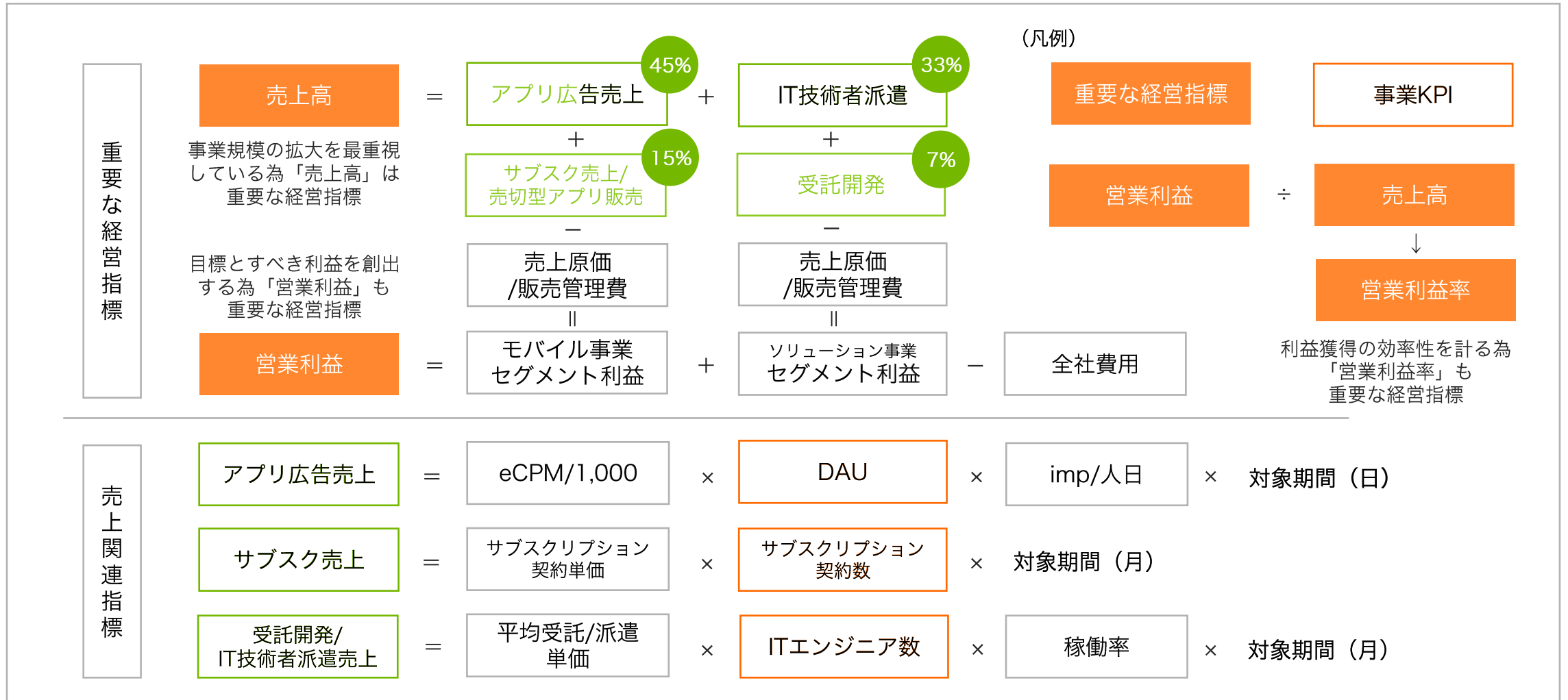
- ✓ 新規ユーザ獲得のための先行的な海外プロモーション投資のフェーズを超えたため、広告宣伝投資（広告宣伝費）はYoY△52.6%と1/2弱に減少
- ✓ 成長の源泉である開発人材投資は強化継続のためYoY+19.4%の計画

## ソリューションセグメント



- ✓ 開発人材投資はYoY+1.3%の計画、2023年に80人ものITエンジニアを大量採用したため、純増3人の243人を予定
- ✓ 2023年からの大幅な開発人材投資により2023年から2024年にかけて売上総利益率が一時的に低下するも（売上総利益率は22.4%を計画）、2025年以降は本格稼働する見込み

# シンプルな経営指標と持続的成長のための事業KPI



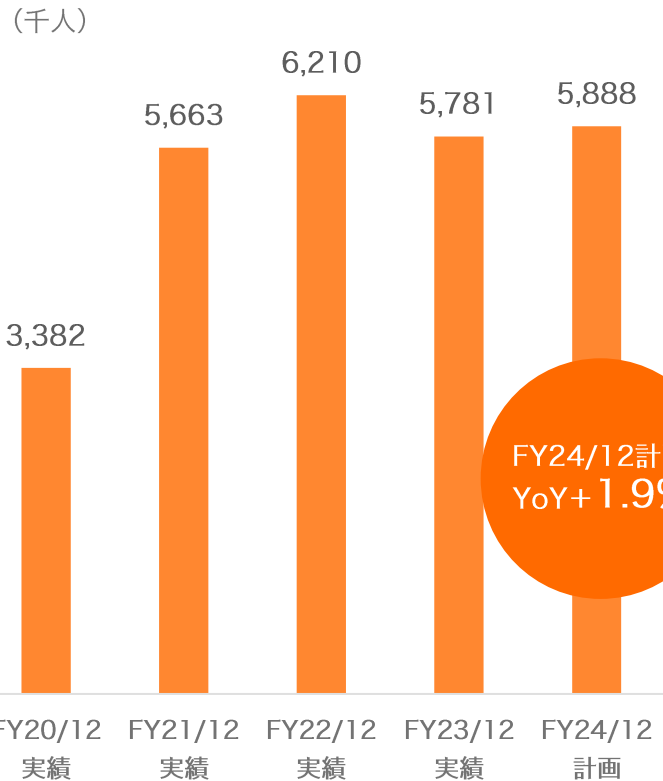
※ 白抜き丸印のパーセンテージは売上高比率を表し、2023/12期（実績値）の数値。  
 ※ eCPMとは「effective Cost Per Mille」の略で、広告表示1,000回あたりの事実上の費用（当社にとっては売上単価）を指す。  
 ※ DAUは「Daily Active Users」の略で一日あたりのアクティブユーザを表す。  
 ※ impとは「impression」の略で、広告表示回数のこと。ここでは人日で割り戻した一人あたり且つ一日あたりの広告表示回数を表す。

# サブスクリプション契約数の伸びが成長の源泉

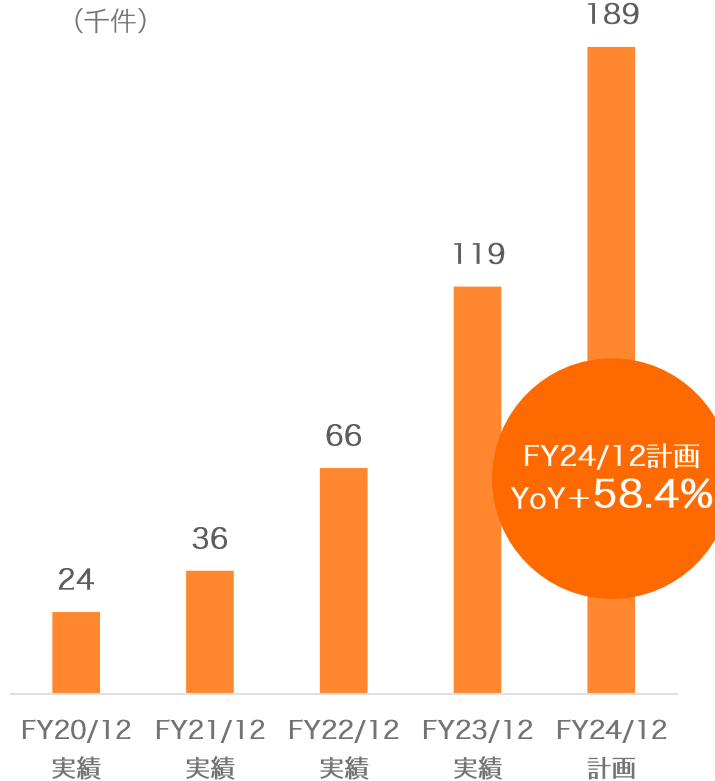
## モバイルセグメント

## ソリューションセグメント

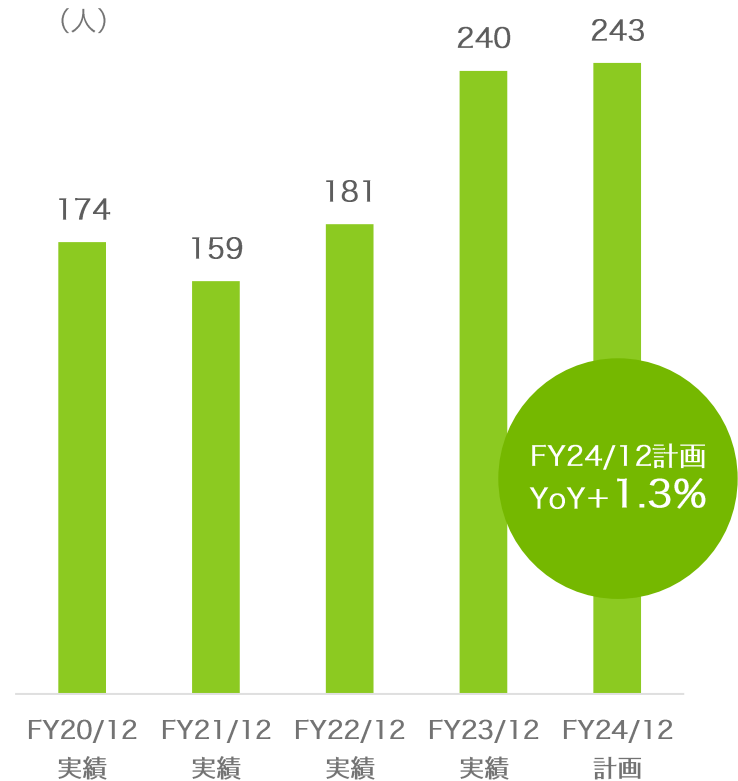
### DAU



### サブスクリプション契約数



### ITエンジニア数





## 成長投資と配当還元のハイブリッド方針を継続

FY2023/12 実績	FY2024/12 計画	YoY (期初計画からのYoY)
-----------------	-----------------	---------------------

配当金  
(1株当たり)

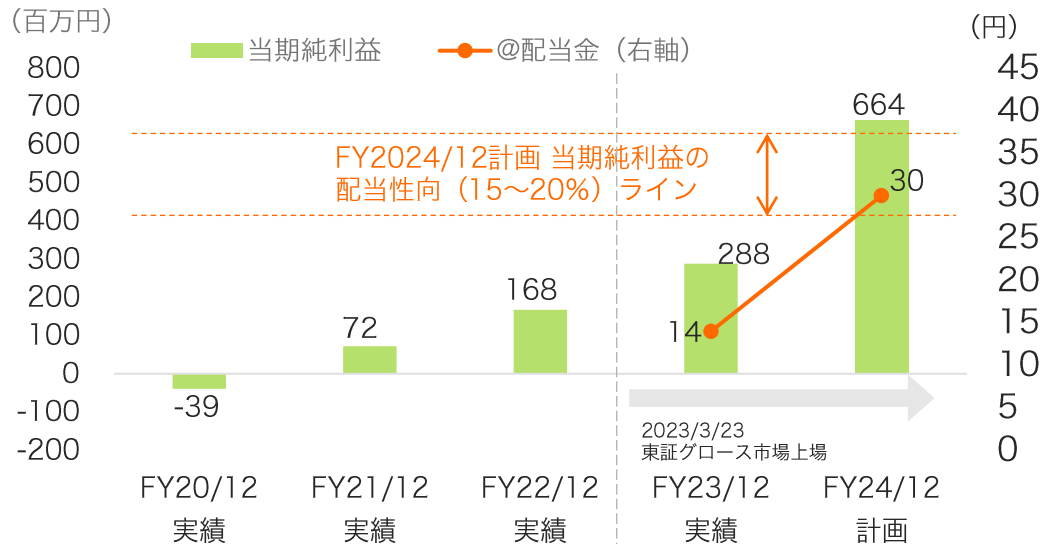
14円  
(利益上方修正により  
10円から増配)

30円



+114.3%  
(+200.0%)

### 当期純利益及び@配当金推移



今後も利益成長に応じた  
株主還元 (増配) を検討

### **3.事業計画及び成長可能性に関する事項**

# 1) 会社概要

MISSION

モバイル**無双**で

世界中に“**ウォ!**”を創り続ける  
delivering **WOW** experience on mobile

アイビスはモバイルに精通した技術者集団

イラストは 言語も 民族も 宗教も ジェンダーも関係ない

モバイルペイントアプリで世界のコミュニケーションを創造する

VISION

**Boost Japanese Tech to the World**

アイビスは世界での Made in Japan のプレゼンスを上げていく

VALUE



**CHALLENGE**

高い技術の  
エキスパート集団

最新の技術を習得し続け、  
高度な技術のエキスパート  
集団であるという自覚を持ち、  
社会の課題を解決する



**SPEED**

スピーディな  
意思決定と実行

スピーディに動作するソフト  
ウェアを開発するのみならず、  
スピーディに意思決定を行い  
実行する



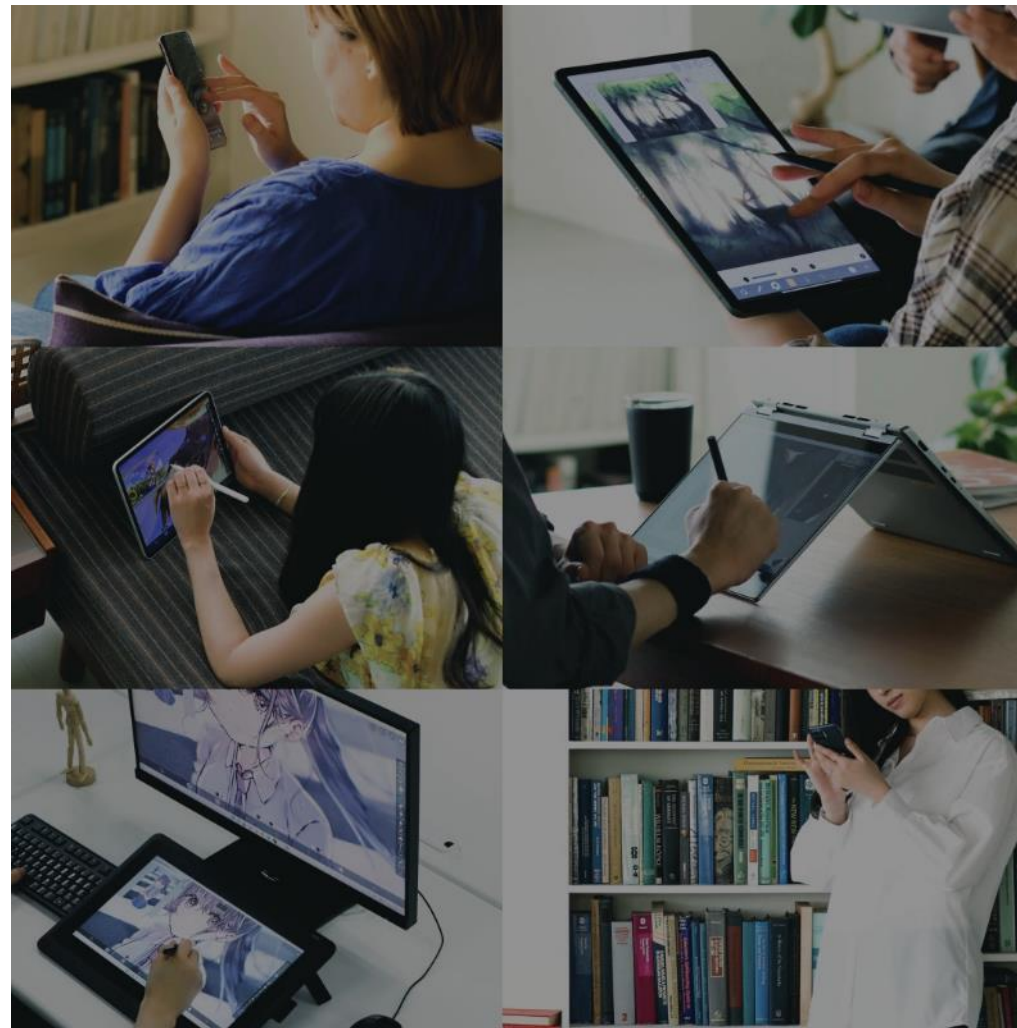
**EXPERTS**

継続的な  
チャレンジ

スピードを緩めることなく  
チャレンジし続けることにより、  
新しい価値を創り出す

## 会社概要

会社名	株式会社アイビス ibis inc.
設立	2000年5月11日
資本金	382,069,511円
本店所在地	愛知県名古屋市中村区名駅三丁目17番34号
従業員数	334名（内、ITエンジニア数287名）
事業内容	モバイル事業、ソリューション事業（受託開発、IT技術者派遣）
許認可	労働者派遣事業 許可番号（派23-302244）
取締役	代表取締役社長：神谷 栄治 常務取締役：村上 和彦 取締役：丸山 拓也 取締役：安井 英和 取締役（監査等委員）：中山 靖之 社外取締役（監査等委員）：宮崎 陽平（公認会計士） 社外取締役（監査等委員）：近藤 直生（弁護士）
上場市場	東京証券取引所グロース市場（証券コード：9343）
決算日	12月末日
主要株主 （持株比率）	神谷 栄治（47.7%）、村上 和彦（10.2%）



## 創業来20年以上、モバイルアプリ開発に注力

2000年5月	静岡県浜松市にて有限会社アイビス設立 (モバイル事業 開始)
2001年4月	愛知県名古屋市で株式会社へ組織変更 (ソリューション事業 受託開発サービス 開始)
2001年12月	特定労働者派遣 (特23-020430) 認定 (ソリューション事業 IT技術者派遣サービス 開始)
2002年10月	東京営業所開設
2005年6月	フィーチャーフォン用フルブラウザアプリ「ibisBrowser」リリース
2005年9月	フィーチャーフォン用フルメーラーアプリ「ibisMail」リリース
2007年3月	資本金を9592万5000円に増資
2008年9月	プライバシーマーク (PMS) 取得
2011年6月	「ibisPaint」の初代バージョンをリリース
2014年4月	大阪支社開設
2018年3月	労働者派遣事業 (派23-302244) 許可取得
2020年10月	「ibisPaint」ダウンロード数が全世界で1億突破
2021年12月	「ibisPaint」ダウンロード数が全世界で2億突破
2023年1月	「ibisPaint」ダウンロード数が全世界で3億突破
2023年3月	東京証券取引所グロース市場上場 (証券コード: 9343)

### 神谷 栄治 / 代表取締役社長



1973年愛知県名古屋市生まれ

名古屋工業大学工学部電気情報工学科卒

小学生の頃からプログラミングが得意で、学生時代からオリジナルソフトウェアを企画から設計・販売し、起業のための資金を調達する

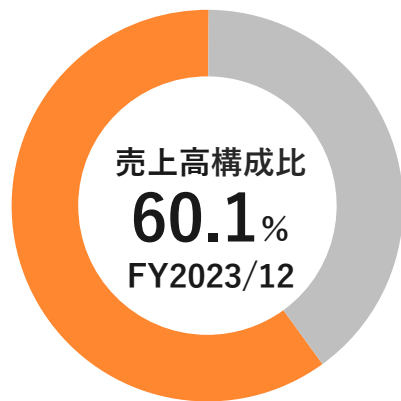
大学卒業後、開発者として数年間会社員経験をするもNTTドコモからのi-mode登場を機にモバイルの時代が来ることを予感し株式会社アイビスを設立

## モバイルとソリューション、2つの事業を展開

アイビスは自社製品のモバイル事業だけではない

長年培ってきたモバイル開発技術・ノウハウを余すことなく企業に提供するソリューション事業も展開

### モバイル事業

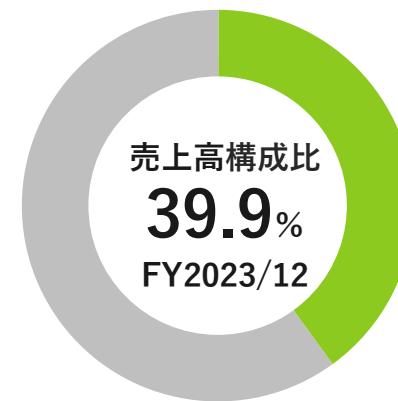


モバイルペイントアプリ  
ibisPaintの開発／運営

収益性を重視した自社製品のセグメント

高成長事業

### ソリューション事業



国内企業向けの  
受託開発／IT技術者派遣

創業来高い評価を受ける会社基盤のセグメント

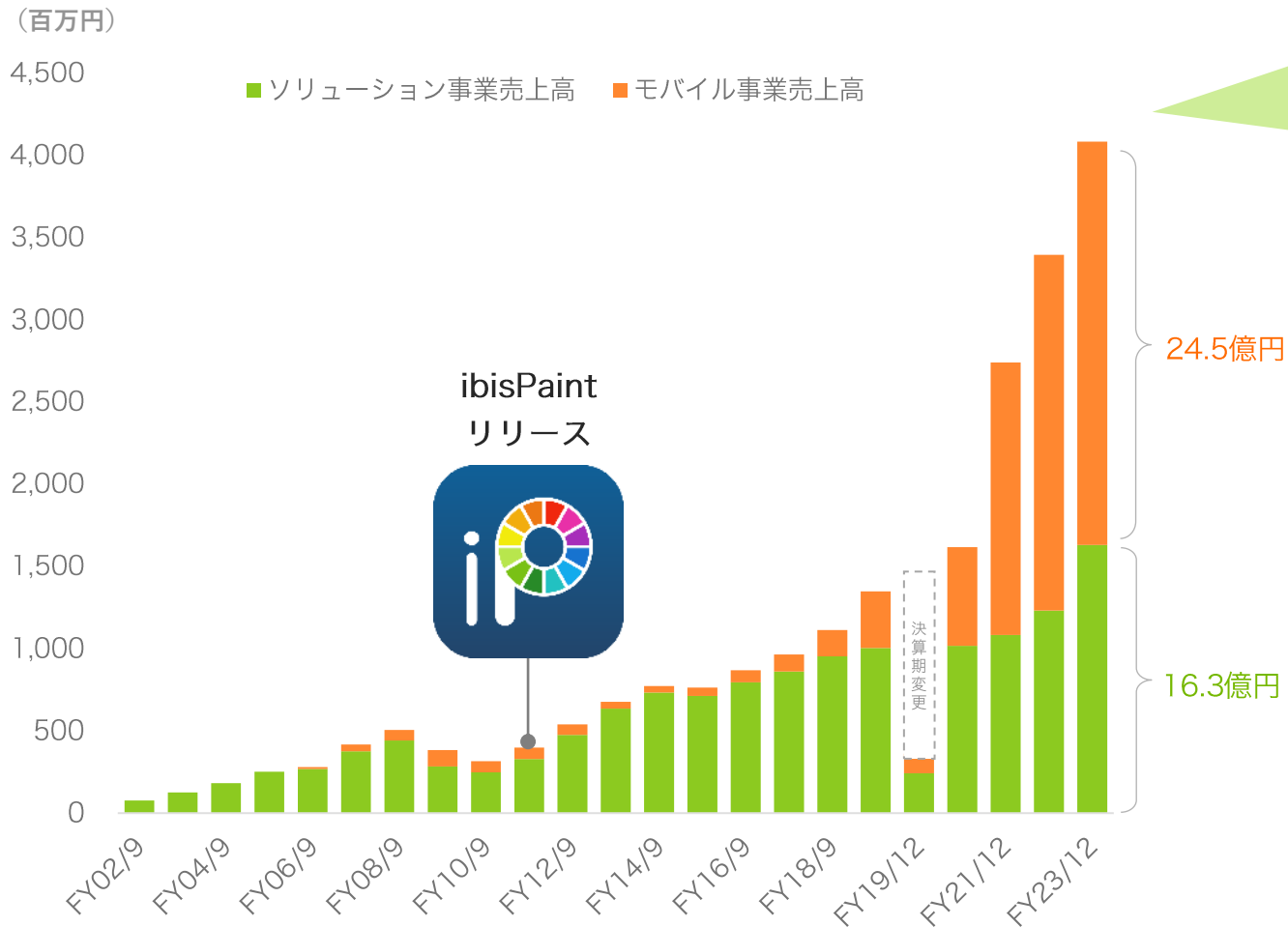
安定成長事業

※ FYは「Fiscal Year」の略で事業年度を指す。



# 売上高はFY2016/9以降、過去最高を更新中

売上高の設立来推移



FY2023/12  
売上高  
40.8億円

ソリューション事業の安定的な成長に加えて、  
2011年のibisPaintのリリース、  
海外ダウンロード数拡大により  
モバイル事業が成長ドライバーに

※ FY2017/9からFY2019/9のモバイル事業売上高については、株式会社アイビスモバイルの売上高を表示（分社化中であったため財務諸表数値には含まれていない）。  
 ※ 株式会社アイビスモバイルは、2016年12月1日に吸収分割契約により当社からモバイル事業に係る権利義務を承継した新設会社であり、2016年12月から2019年9月までモバイルペイントアプリ「ibisPaint」の開発／運営を行っていたが、株式上場を見据え、2019年9月30日に当社があらためて株式会社アイビスモバイルを吸収合併した。  
 ※ FY2019/12は、決算日を9月末から12月末へ変更したことに伴い、当会計期間は12か月間ではなく3か月間となっている。

## 2) 事業特徴

モバイルペイントアプリ「ibisPaint」とは【モバイル事業】

「世界中のユーザに、思い思いの場所・タイミングで  
自由にイラストを描いてほしい」  
そんな気持ちから、充実した基本機能を無料で提供

新たな収益源としてのPC (Windows) 版も展開中

2022年6月  
リリース



モバイルペイントアプリNo.1  
のibisPaintユーザが更なる作  
業環境の拡張をする際に使い  
慣れたUIを選ぶことができる  
デジタルイラストのファース  
トアプリから、次の選択肢も  
ibisPaintとなることを目指す

※製品ラインナップ詳細は  
[Appendix \(P61\)](#) 参照

## 基本機能は無料で使い放題 さらなる高機能を有料会員へ提供

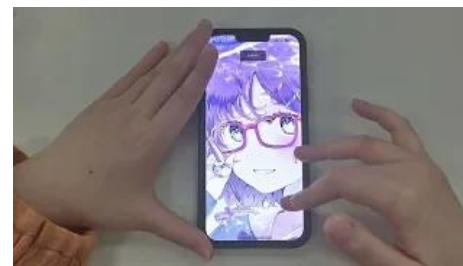
### PC並みの高機能をモバイルに搭載

プロのイラストレーター等が使用するPCのペイントソフト  
並みの高度な機能を搭載

### AIやディープラーニングなど最先端の技術を活用

AI自動色塗り機能 (2017年リリース)、AI超解像度機能・  
AI背景透過機能 (共に2023年リリース) など、今後も継続  
してユーザの期待を超える革新的な機能を開発予定

### 指で描く直感的な操作性とibisPaintで実現できる クオリティを動画でご確認ください



「ibisPaint」の利用イメージ動画 (20秒)

19言語に翻訳され、世界200以上の国と地域にユーザを持つ  
指一本で本格的なイラストが描けるスマホ/タブレット端末用ペイントアプリ

## 基本機能は無料

無料の基本機能はお絵描きユーザのファーストアプリとして。  
有料会員にはさらに高度な機能を提供し、無料版との差別化も図る。

## コミュニティ

ユーザが制作したイラストを自由に投稿できる「ibispaint.com」でイラストを見てもらう喜びから更なるエンゲージメントを創出。



## 海外ユーザ数

累計ダウンロード数の9割以上は海外からの利用。イラストの非言語的コミュニケーションで国境を越えて利用されるアプリ。

## Z世代

始めてスマホを持つ中高生の最初のイラストアプリに。お絵描きだけでなく写真の加工や推し活など新しいトレンドにもマッチする。

## 高品質な無料ペイントアプリが多方面で高評価を得る

「スマホを使って指で描く」というペイントアプリの新しい常識を打ち立てたibisPaintはユーザの高い顧客満足度を実現し、さらに関連媒体での高評価や事業に対する賞を受賞



「ibisPaint」  
アプリストア評価

AppStore 4.7/5

Google Play 4.6/5  
※1



「ibisPaint」  
YouTube登録者数

272万人  
突破  
※2



内閣府 クールジャパン・  
プラットフォームアワード  
2023

優秀賞  
受賞  
※3

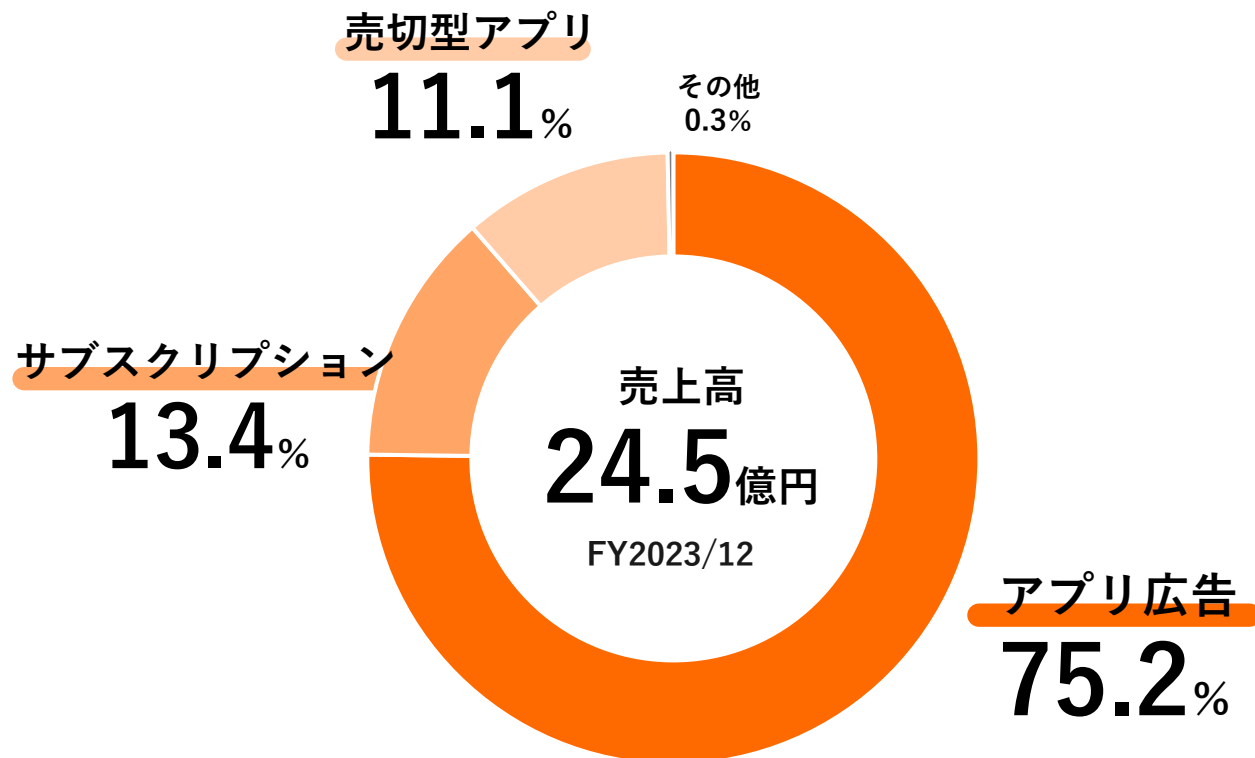


EOY 2023 Japan  
東海・北陸地区

Accelerating部門  
大賞  
受賞  
※4

## アプリ広告売上を軸にしたフリーミアムモデル

### モバイル事業売上構成



#### アプリ広告

- ✓ 無料版アプリ上において、複数のSSP (Supply Side Platform) 事業者からバナー広告や動画広告等を表示することによる収益化

#### サブスクリプション

- ✓ 広告非表示機能を含む追加機能や追加素材等が利用できるサブスクリプション型 (プレミアム会員) サービスの提供
- ✓ ユーザ課金による収益化

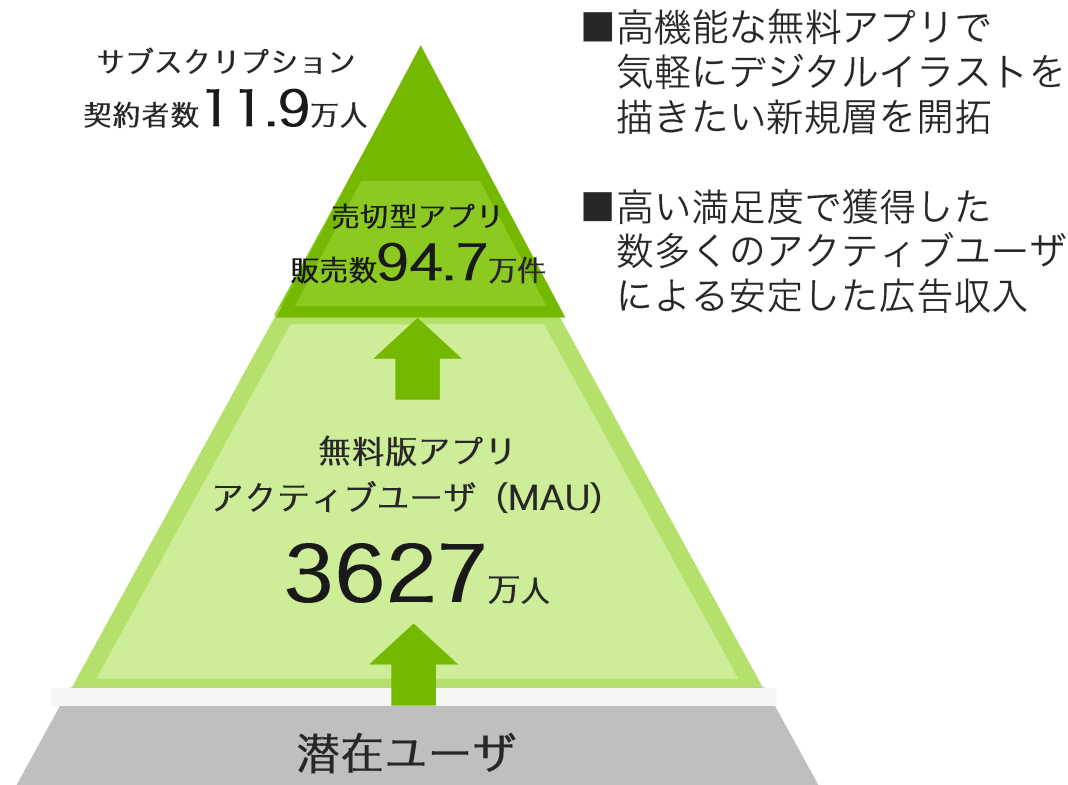
#### 売切型アプリ

- ✓ 広告非表示機能付有料版アプリの提供
- ✓ 無料版アプリにおける広告除去機能アドオンの提供
- ✓ ユーザ課金による収益化

※製品ラインナップ詳細はAppendix (P61) 参照

## 現在は無料版ユーザへの広告配信が収益の柱

### ユーザー構成

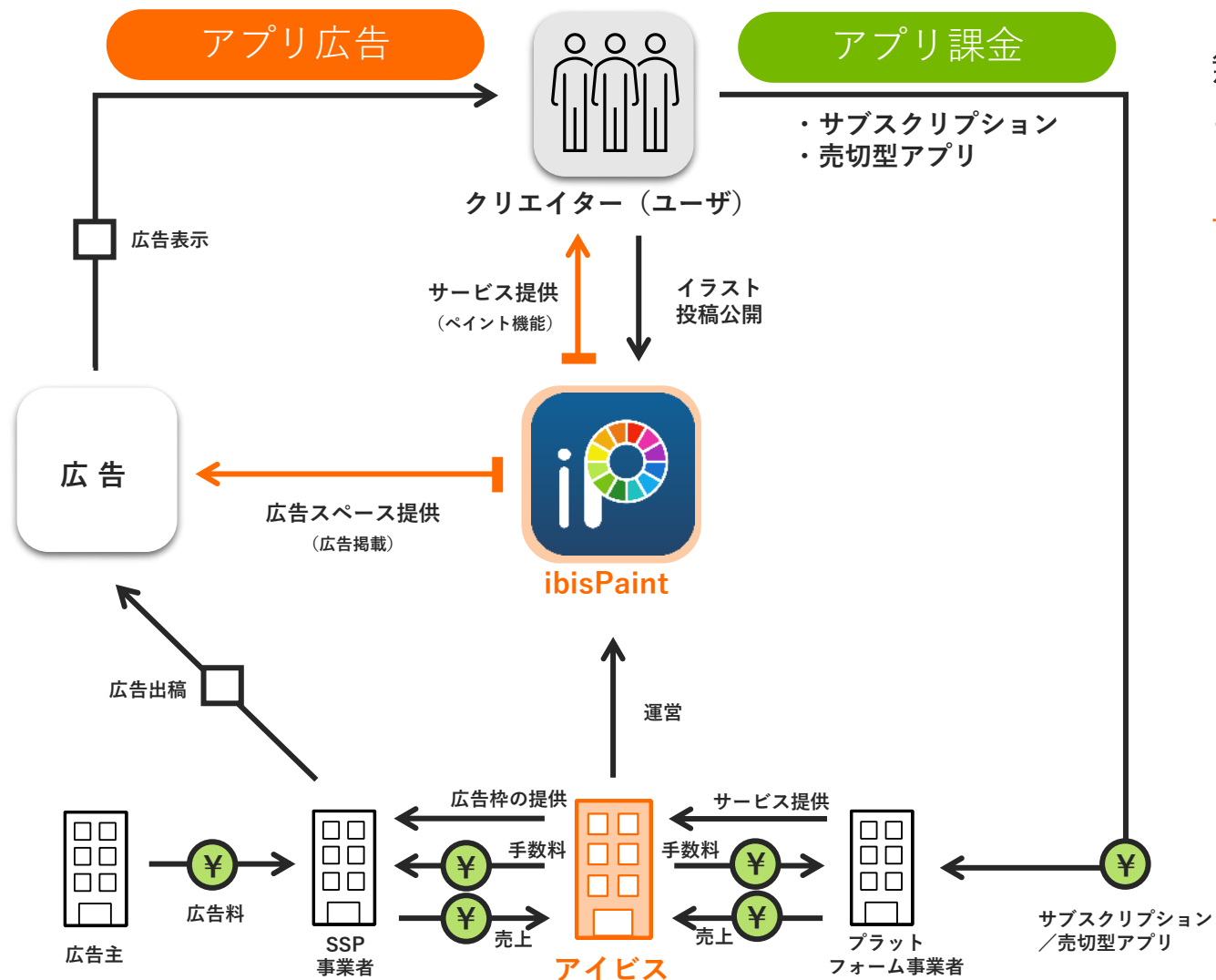


### フリーミアムモデルの仕組み

原則無料の**フリーミアムモデル**だからこそ、アプリ広告売上を得られるため、高い費用をユーザから徴収しなくても豊富な機能を提供できる

高い満足度がさらなるアプリダウンロードに繋がり**安定的な広告収入**をもたらす

## アプリ広告売上とアプリ課金収入のふたつが収益源



無料版向けのアプリ広告売上だけでなく、  
 プレミアム会員サービスのサブスクリプション売上や  
 売切型アプリ販売などのアプリ課金収入もあり、  
 収益源の多様化を実現

■ 主な取引先

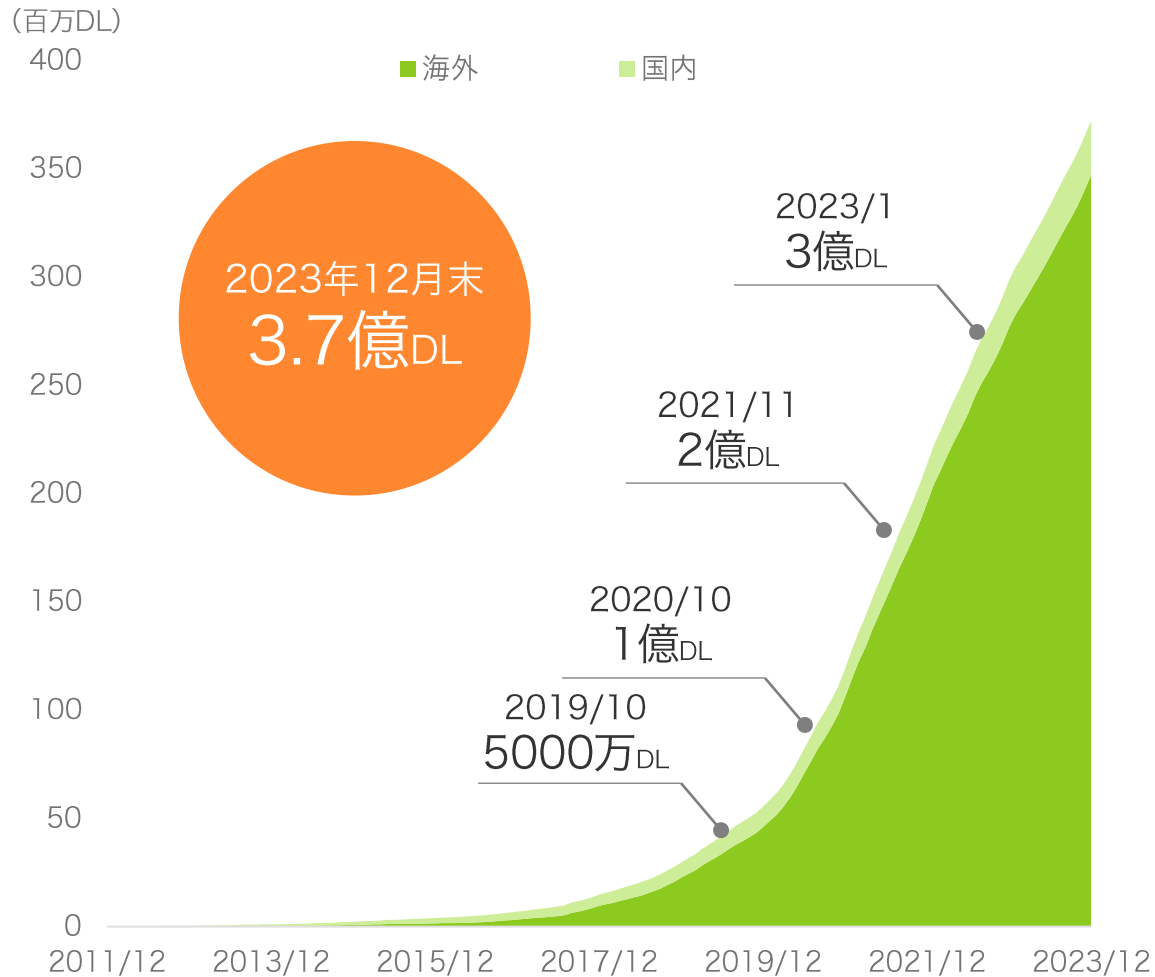
- Google
- Apple
- GMOペイメントゲートウェイ株式会社

※ プラットフォーム事業者とは、「Google Play」を運営するGoogle LLCや「App Store」を運営するApple Inc.等のこと。

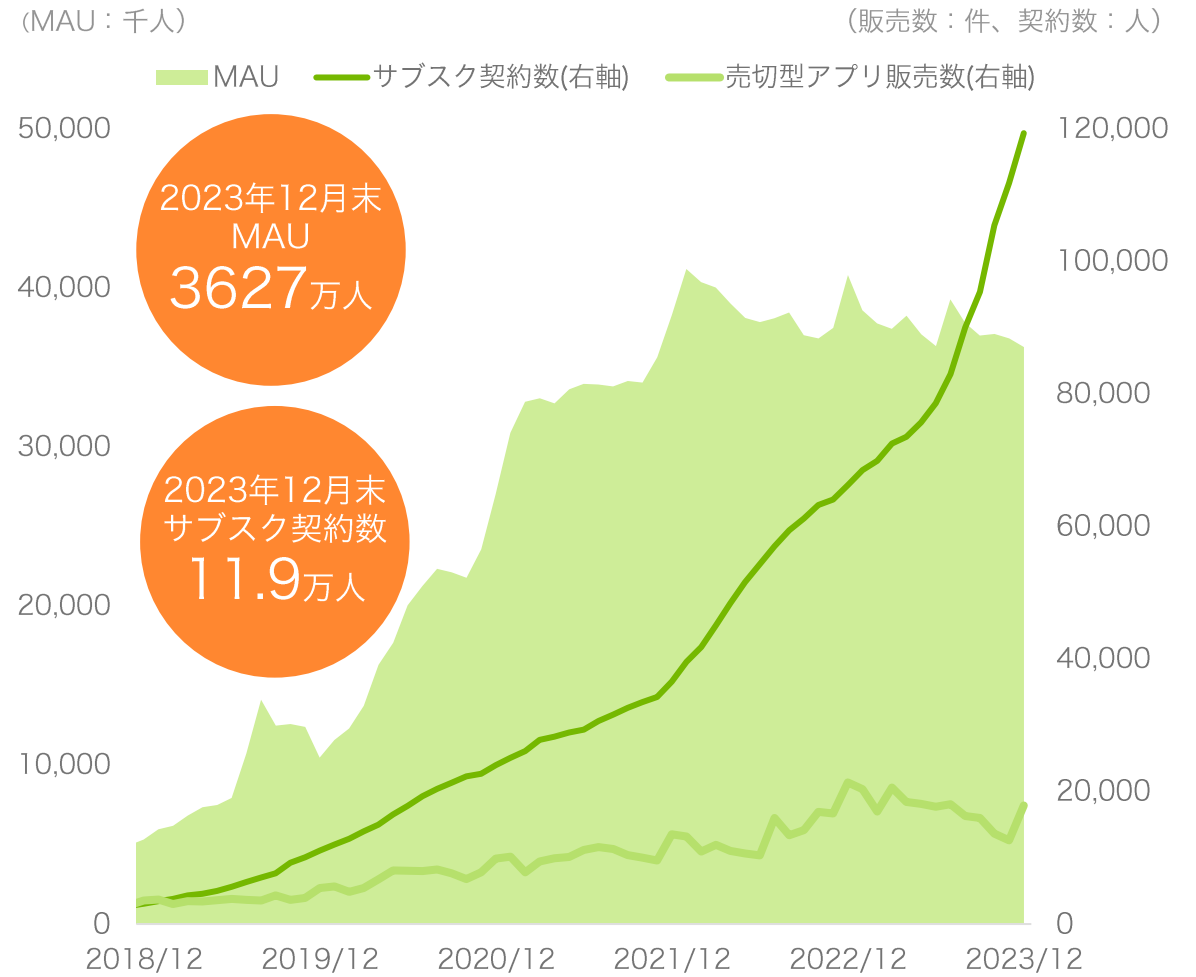


## コアなデジタルペイントユーザの獲得・維持が収益の源泉

シリーズ累計ダウンロード数

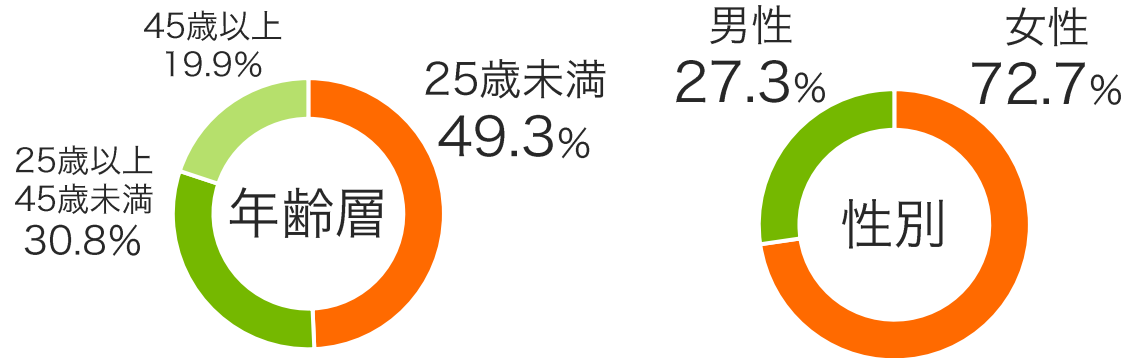


MAU、サブスク契約数、売切型アプリ販売数



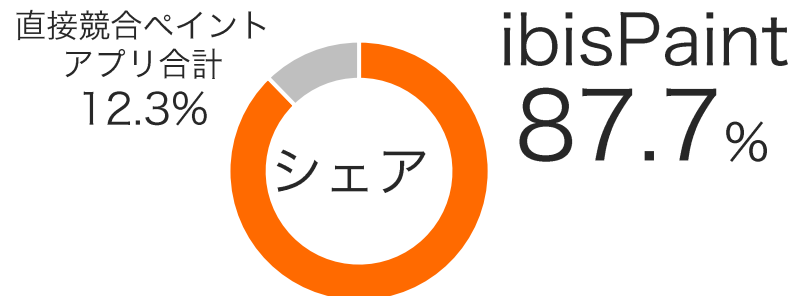
## ユーザはZ世代が中心・25歳未満のアクティブユーザシェアNo.1

### IbisPaint ユーザ属性



趣味としてイラストを愛好するユーザ（ノンプロ）が中心

### 25歳未満のアクティブユーザシェア



### Z世代に支持されていることの利点

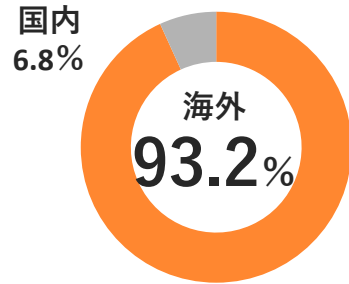
- Z世代のSNS等の発信力を活用して口コミによるユーザ増加を見込める
- ペイントアプリの中では、「ibisPaint」がZ世代のファーストアプリとしてダウンロードされることが多い  
また、ペイントアプリは一度使い始めるとアプリ特有の操作方法を習熟して使い込むため、他社アプリへの乗換が起きにくい

これからの消費動向を左右するZ世代からの長期的な収益が見込める

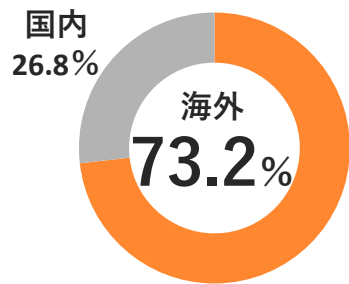
# 海外での積極的なプロモーションの結果、海外売上高が7割以上と急増

## 海外比率

### 累計DL数

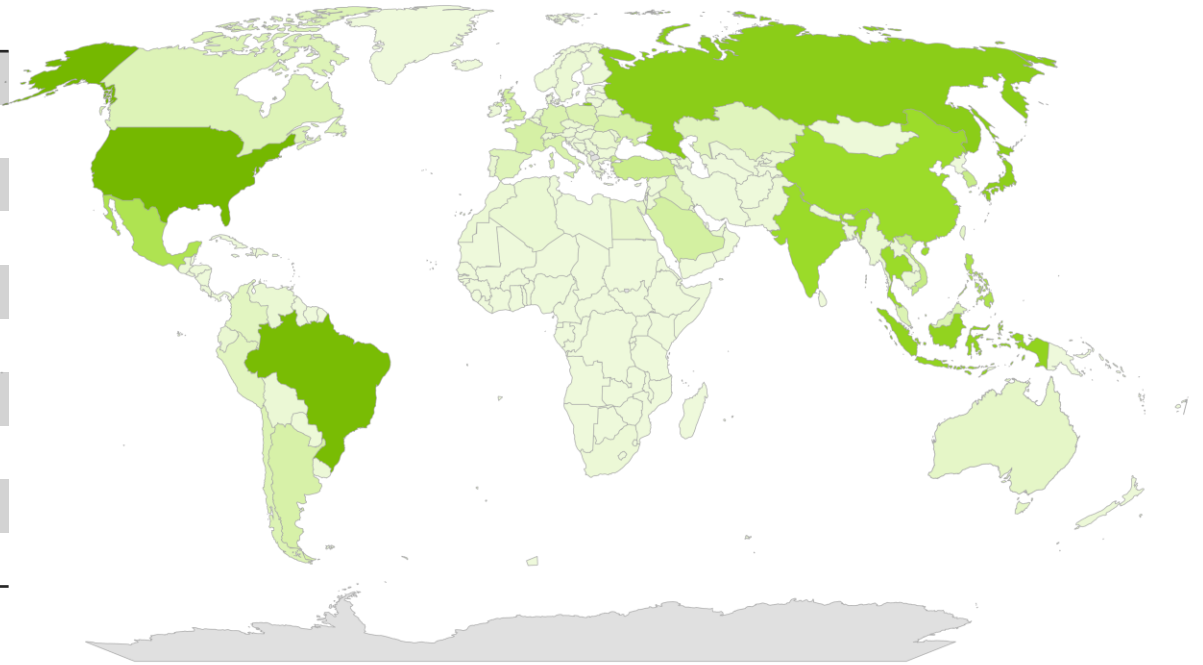


### 売上高



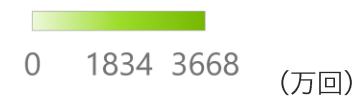
## 累計ダウンロード数

順位	国名	累計DL数
1	アメリカ	3668万
2	ブラジル	3487万
3	EU (27か国)	3275万
4	ロシア	2643万
5	日本	2517万
6	インドネシア	2352万
7	タイ	1919万
8	インド	1918万
9	中国	1861万
10	フィリピン	1476万



提供元: Bing  
© Australian Bureau of Statistics, GeoNames, Geospatial Data Edit, Microsoft, Navinfo, Open Places, OpenStreetMap, TomTom, Zenrin

累計DL数 (2023.12末)



※ 上記数値は全てFY2023/12の値。

※ 累計DL数のうち、Huawei分については国別データを取得できないため、便宜上、提供国である中国が属する「海外」に全て計上。

## 最新の技術を駆使したモバイルアプリ開発支援が強み

### 最新の技術

強みであるITエンジニアの採用力を土台に、スマートフォンやタブレットなどのインターネット端末におけるアプリケーション開発支援において最新の技術を提供

### クラウド環境

クラウドコンピューティング技術等の急速な進化の後押しもあり、クラウドサーバ構築・移行（サーバレス環境構築を含む）の支援が得意

### 高い顧客満足度

情報通信業、製造業、エネルギー業、小売業、サービス業など多岐にわたる法人や地方自治体からのアプリケーション開発の受注が増加し、いずれも高い顧客満足度を実現

### エンジニア成長力

基礎から高度な技術まで幅広い分野をマスターするための多種多様な教育カリキュラムを提供し、OJTで実践（技術系e-ラーニングシステムで約8000講座が受け放題）

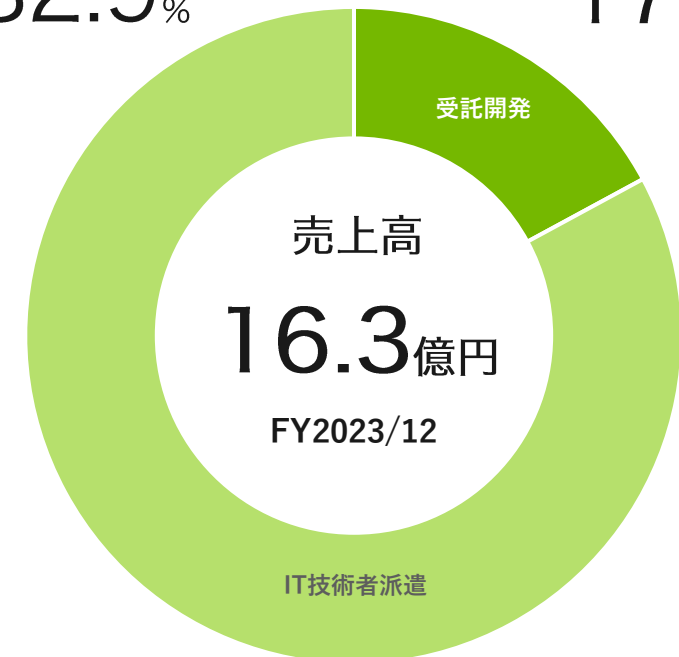
### ソリューション事業売上高内訳

IT技術者派遣

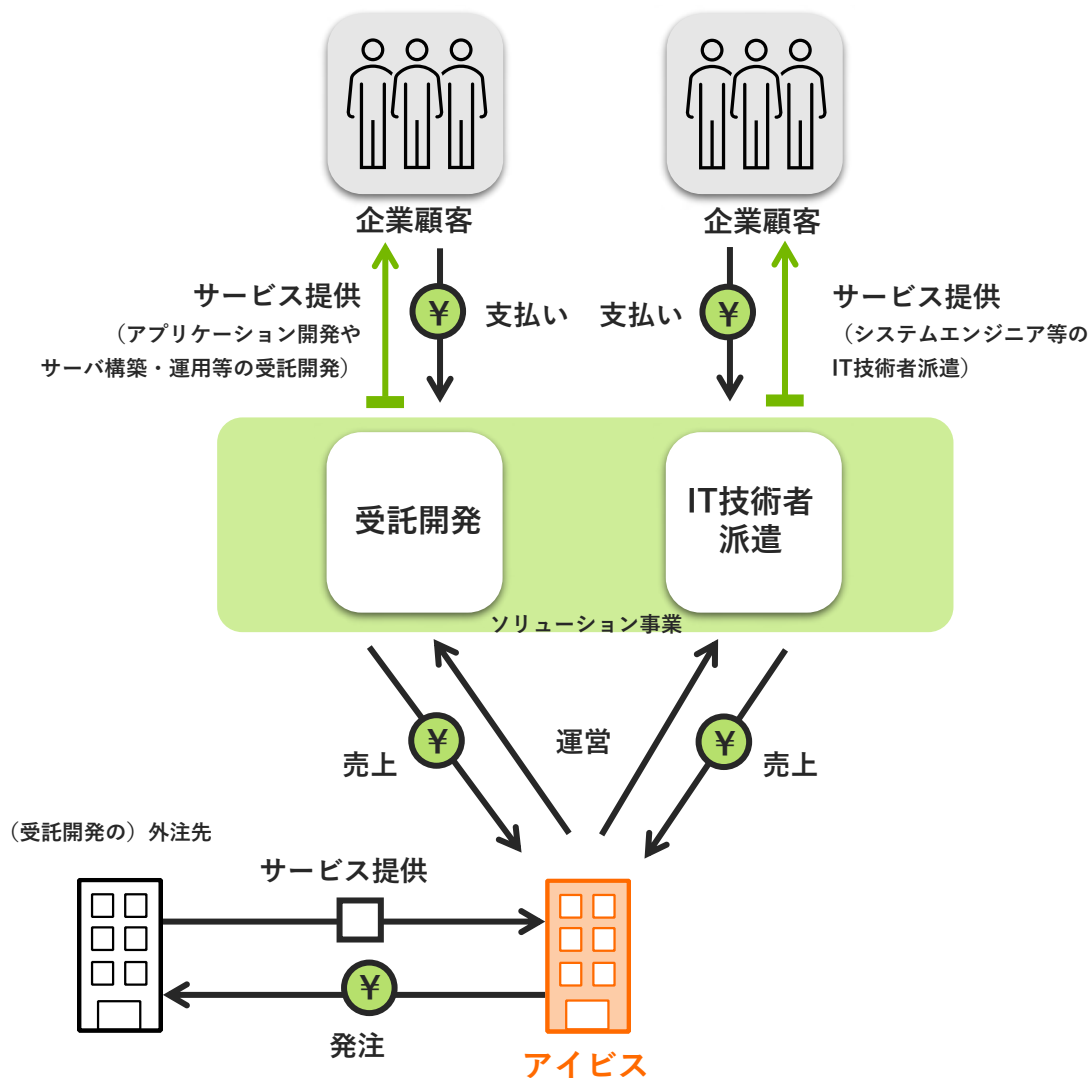
82.9%

受託開発

17.1%



## 創業来高い評価を受ける2つのアプリケーション開発支援

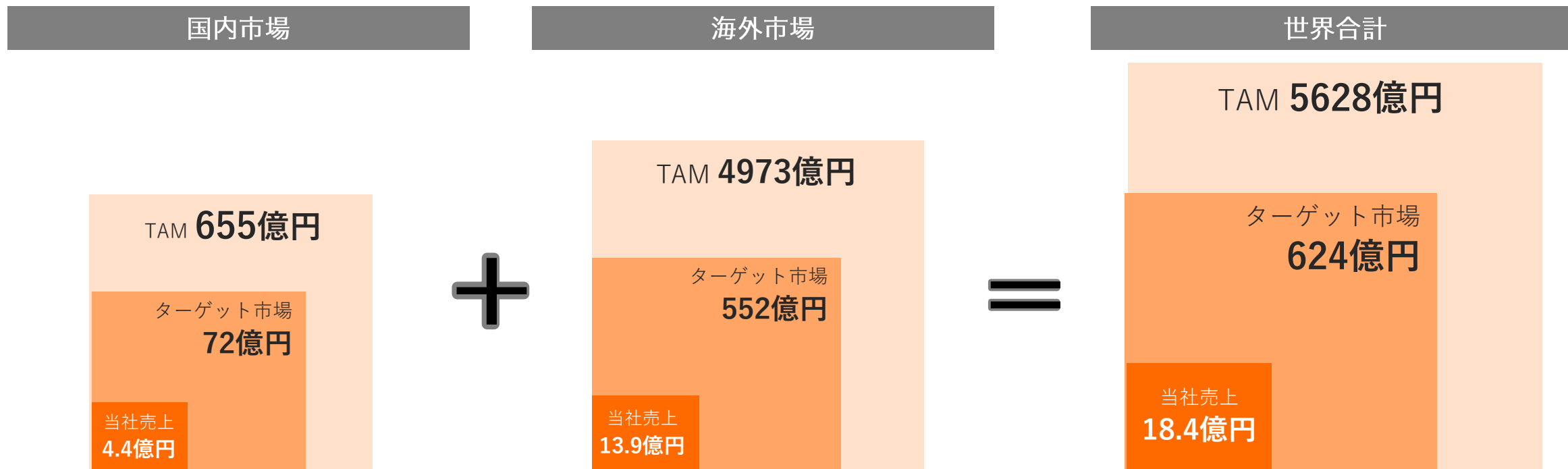


スマートフォンやタブレットなどのインターネット端末のアプリケーション開発、クラウドサーバ環境構築及び運用保守等の受託開発、並びにシステムエンジニア等のIT技術者派遣サービスを運営

- 主な取引先
  - ・ KDDI株式会社
  - ・ 本田技研工業株式会社
  - ・ 株式会社本田技術研究所
  - ・ 株式会社朝日新聞社
  - ・ 株式会社ドワンゴ

### 3) 市場・競合分析

## ペイントアプリ×ネット広告市場の市場規模は大きい



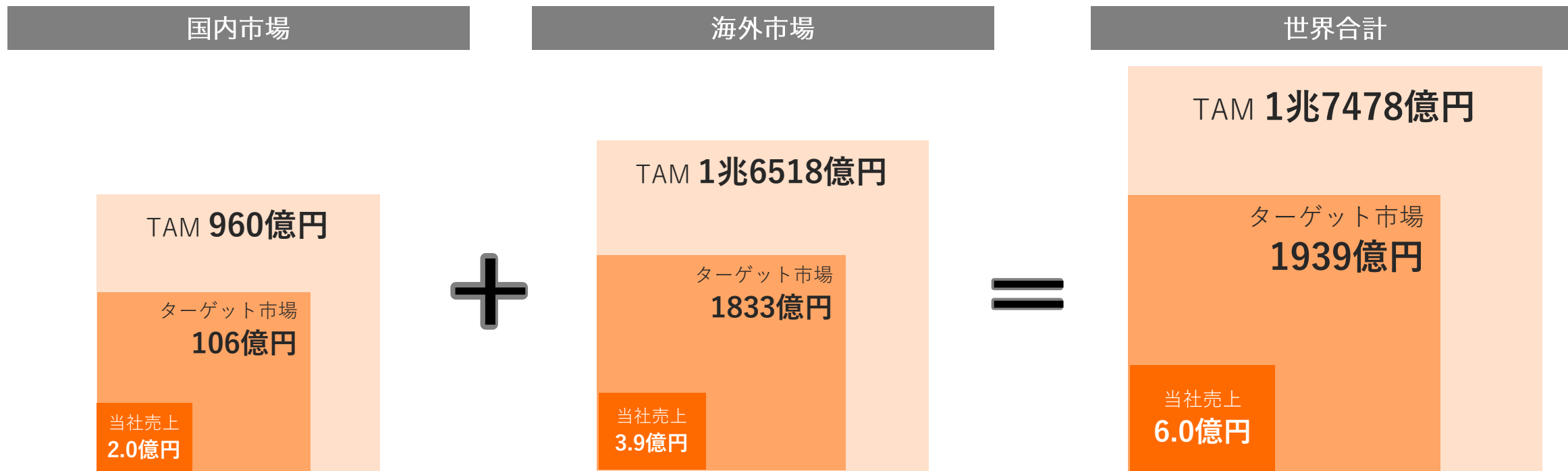
### 【算出根拠】

- ネット広告市場（国内）におけるTAM※の額655億円は、株式会社電通が発表した調査レポート「2022年日本の広告費」上での2022年の「インターネット広告媒体費」2兆4801億円のうち、ディスプレイ広告7372億円・動画広告5920億円・成果報酬型広告965億円、以上合計1兆4257億円に、総務省が発表した「令和5年版 情報通信白書（第4章第11節）」上でのスマートフォンの保有割合77.3%、及び経済産業省が発表した調査レポート「電子商取引に関する市場調査の結果（2023年8月31日公表）」上での2022年の「デジタル系分野のBtoC-EC市場規模 > ⑤その他」の割合6.0%の乗算結果4.6%を掛けて算出。又、ターゲット市場の額72億円は、2022/3/25～2022/3/28に株式会社クロス・マーケティング経由で実施した日本でのイラストアプリに関するアンケート調査上で、母集団（N=5,154）のうち、デジタルイラストを描く顕在層・潜在層の割合11.1%をネット広告市場（国内）におけるTAMの額に掛けて算出。
- ネット広告市場（海外）におけるTAMの額4973億円は、Grand View Research, Inc.が発表した「In-app Advertising Market Report Scope」上での「Market size value in 2022」21兆2794億円（USD 151.1billion。円へは2023/12/29時点のTTB140.83円で換算）に、便宜上、1. の2022年の「インターネット広告媒体費」に対する前述の媒体費3種類の割合57.5%、及び乗算結果4.6%を掛けて算出した額5628億円から国内のTAMの額655億円を差し引いて算出。又、ターゲット市場の額552億円は、前述のデジタルイラストを描く顕在層・潜在層の割合11.1%をネット広告市場（海外）におけるTAMの額に掛けて算出。

※ TAMとは「Total Addressable Market」の略で、市場の中で獲得できる可能性のある最大市場規模のこと。

※ 当社売上はFY2023/12の実績数値。

## ペイントアプリ×アプリ課金市場の市場規模は大きい



【算出根拠】

- アプリ販売市場（国内）におけるTAMの額960億円は、経済産業省が発表した調査レポート「電子商取引に関する市場調査の結果（2023年8月31日公表）」上での2022年の「デジタル系分野のBtoC-EC市場規模 > ⑤その他」1242億円の、総務省が発表した「令和5年版 情報通信白書（第4章第11節）」上でのスマートフォンの保有割合77.3%を掛けて算出。又、ターゲット市場の額106億円は、前ページのデジタルイラストを描く顕在層・潜在層の割合11.1%をアプリ販売市場（国内）におけるTAMの額に掛けて算出。
- アプリ販売市場（海外）におけるTAMの額1兆7478億円は、Grand View Research, Inc.が発表した「Mobile Application Market Report Scope」上での「Market size value in 2022」29兆1306億円（USD 206.85 billion。円への換算方法は前ページと同じ）から、便宜上、前ページの2022年の「デジタル系分野のBtoC-EC市場規模 > ⑤その他」の割合6.0%を掛けて算出した額1兆7478億円から国内のTAMの額960億円を差し引いて算出。又、ターゲット市場の額1833億円は、前ページと同様、デジタルイラストを描く顕在層・潜在層の割合11.1%をアプリ販売市場（海外）におけるTAMの額に掛けて算出。



## 無料アプリでイラストを気軽に始めたいユーザ層を開拓

高機能かつモバイルに最適化されたアプリを無料で提供しており  
気軽にお絵描きを始めたいユーザを獲得

### 「ibisPaint」の優位性

- 無料アプリで、気軽にお絵描きを始めたいユーザ層を開拓、取り込み
- アプリ広告で収益を得ているため、高機能のアプリを無料で提供できる
- 顧客満足度が高いため、口コミなど自然流入のアプリダウンロードが多かつMAUが高い
- 無料版だけでなく有料版（サブスク、売切型）を展開し、ユーザの利便性を追求する機能・サービスを提供



ユーザにおけるプロのイラストレーターの比率

# モバイルネイティブ、優秀な人材、スピードへのこだわりが三位一体となって、 経営・開発力・サービス運営で差別化

## モバイル最適化



モバイル画面を前提とした  
シンプルかつ使いやすいUI

操作性が高く快適なUX

GPUの活用やデバイス固有の  
メモリ管理など高いアプリ性能

優れたUI/UXや性能で  
他アプリとの競争優位性を創出

## 優秀なエンジニア



画像処理技術を調査・研究・実装  
するための論理的思考力  
及び科学的リテラシー

高い専門性を有する  
理系出身者が数多く在籍

最先端技術を学び、各自が発表  
する勉強会を月1回以上開催

成長を支える人材基盤を形成

## スピードへのこだわり



ユーザからのニーズを把握し、  
製品へ反映するスピード

高機能アプリをサクサク動かす  
ためのスピード

ソーシャル機能を重視し、  
作品や口コミが拡散するスピード

スピーディな対応で  
ユーザの満足度を向上

## 受託開発・IT技術者派遣市場の市場規模は大きい



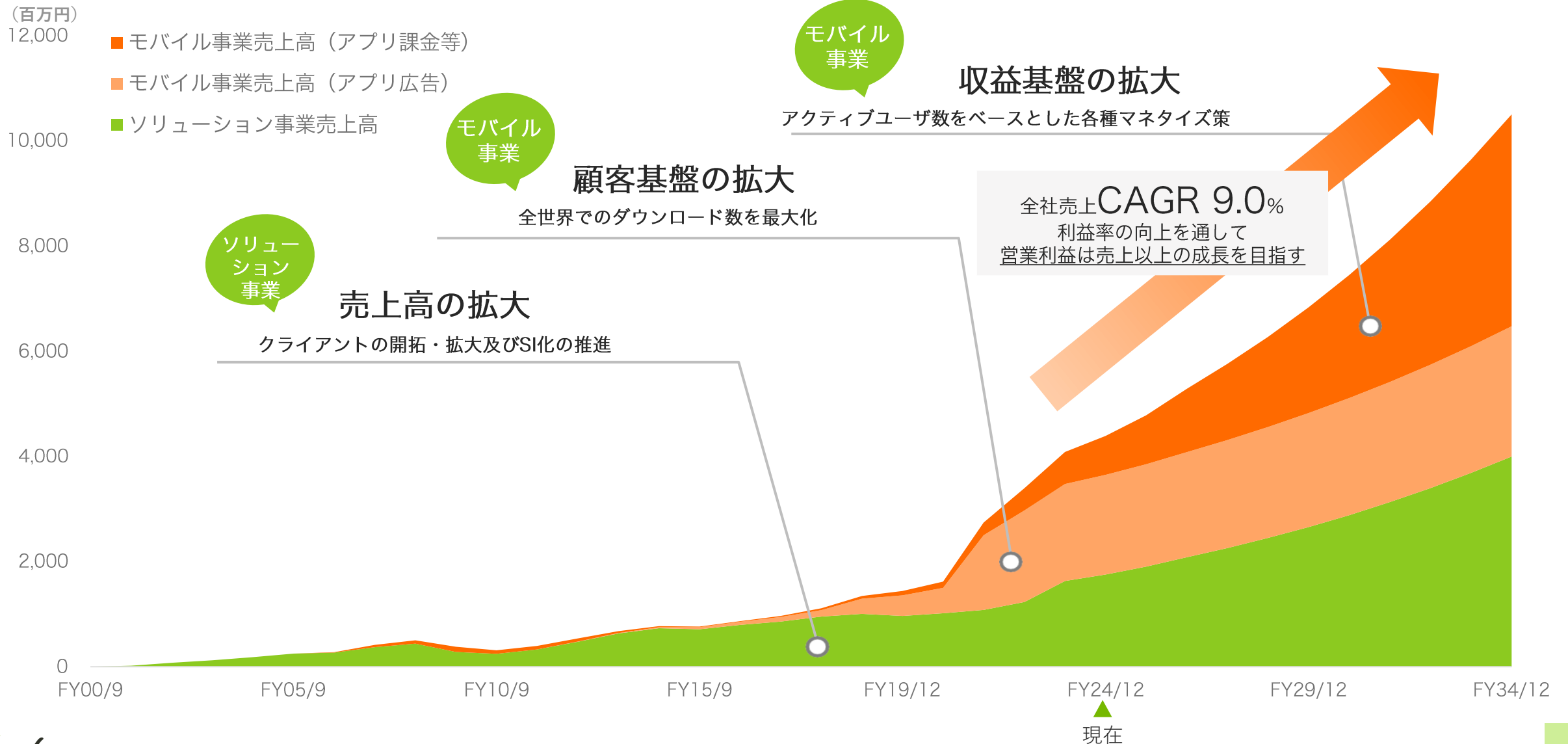
【算出根拠】

- 受託開発市場におけるTAMの額8兆7673億円は、総務省が発表した「2021年情報通信業基本調査」上での2020年の市場規模の内、「受託開発ソフトウェア業」の額より抜粋。又、ターゲット市場の額5兆7338億円は、経済産業省が発表した「平成30年特定サービス産業実態調査（経済産業省）」上の当社の事業所が存在する都道府県の「受注ソフトウェア開発」の年間売上高（東京都4兆7585億円、愛知県6245億円、大阪府1兆4億円）の合計の額6兆3834億円を「受注ソフトウェア開発」の年間売上高9兆7661億円を除して算出した割合65.4%をTAMの額に掛けて算出。
- IT技術者派遣市場におけるTAMの額1兆3405億円は、厚生労働省が発表した「令和3年度 労働者派遣事業報告書の集計結果」上の情報処理・通信技術者1日当たりの平均派遣料金32,394円を×20日×12ヶ月として算出した額と「労働者派遣事業の令和4年6月1日現在の状況」上の情報処理・通信技術者派遣労働者数172,445人を積算して算出。又、ターゲット市場の額1兆53億円は、前述の一つ目の資料上の当社の事業所が存在する都道府県の年間売上高（南関東3兆7276億円、東海1兆2042億円、近畿1兆2433億円）の合計の額6兆1751億円を労働者派遣事業に係る総売上高8兆2363億円を除して算出した割合75.0%をTAMの額に掛けて算出。。

※ 当社売上はFY2023/12の実績数値。

## 4) 成長戦略

# モバイルとソリューションの両事業、売上・利益共に引き続き成長させていく



## 高機能戦略と開発人材投資継続

<ibisPaintの将来構想>



- 中長期的にAIやディープラーニングなど最先端且つ高度な機能・サービスを提供し続けることが必要
- そのため、開発人材投資（モバイルアプリ開発エンジニアの労務費+採用費の合計）は同エンジニアの量（人数）及び質（能力及び経験）をいずれも増加させるため、FY2024/12はYoY+19.4%として計画
- 中長期的に成長の源泉である開発力の総量を増やし続けていく
- 更なる事業拡大の可能性を追求するべく、FY2024/12 2QよりM&Aの調査を開始

## サブスクリプション強化継続

### 中長期戦略

更なる持続的な成長を目指して、サブスク売上含む  
アプリ課金がアプリ広告収入を超えること目指す

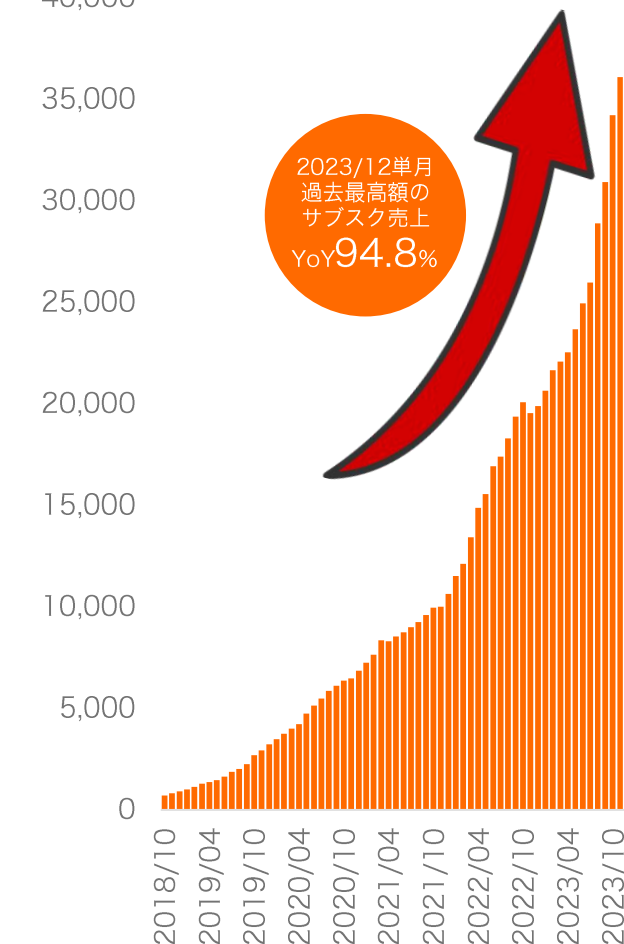
今後の成長ドライバーである  
サブスクリプション課金（プレミアム会員サービス）  
の契約数は順調に増加

ヘビーユーザのニーズに即した  
プレミアム会員専用サービスの開発により  
利用したいと思う高度な機能を提供し続ける

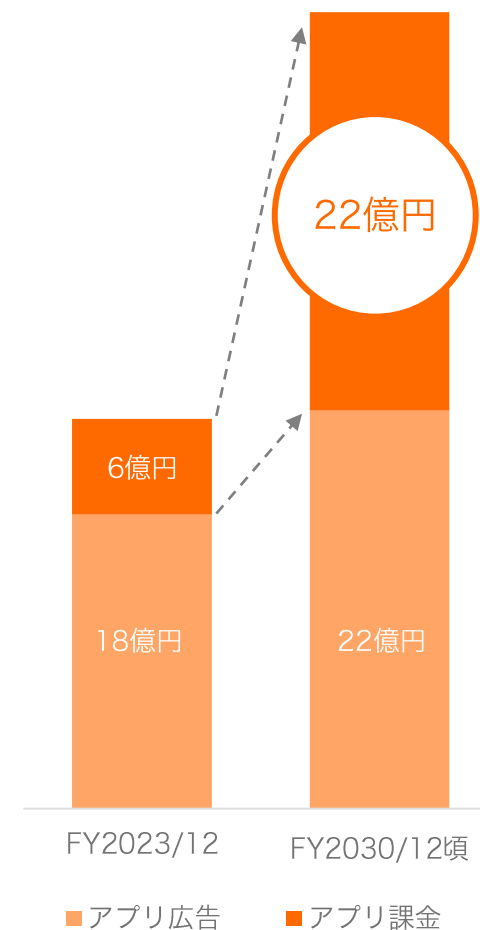
結果として、線形ではなく非線形モデルでの曲線で  
プレミアム会員サービス数・サブスク売上共に  
伸びの角度自体を上昇させていく

(売上：千円)

サブスク売上推移



売上イメージ



※ データは2023/12/31時点での数値。

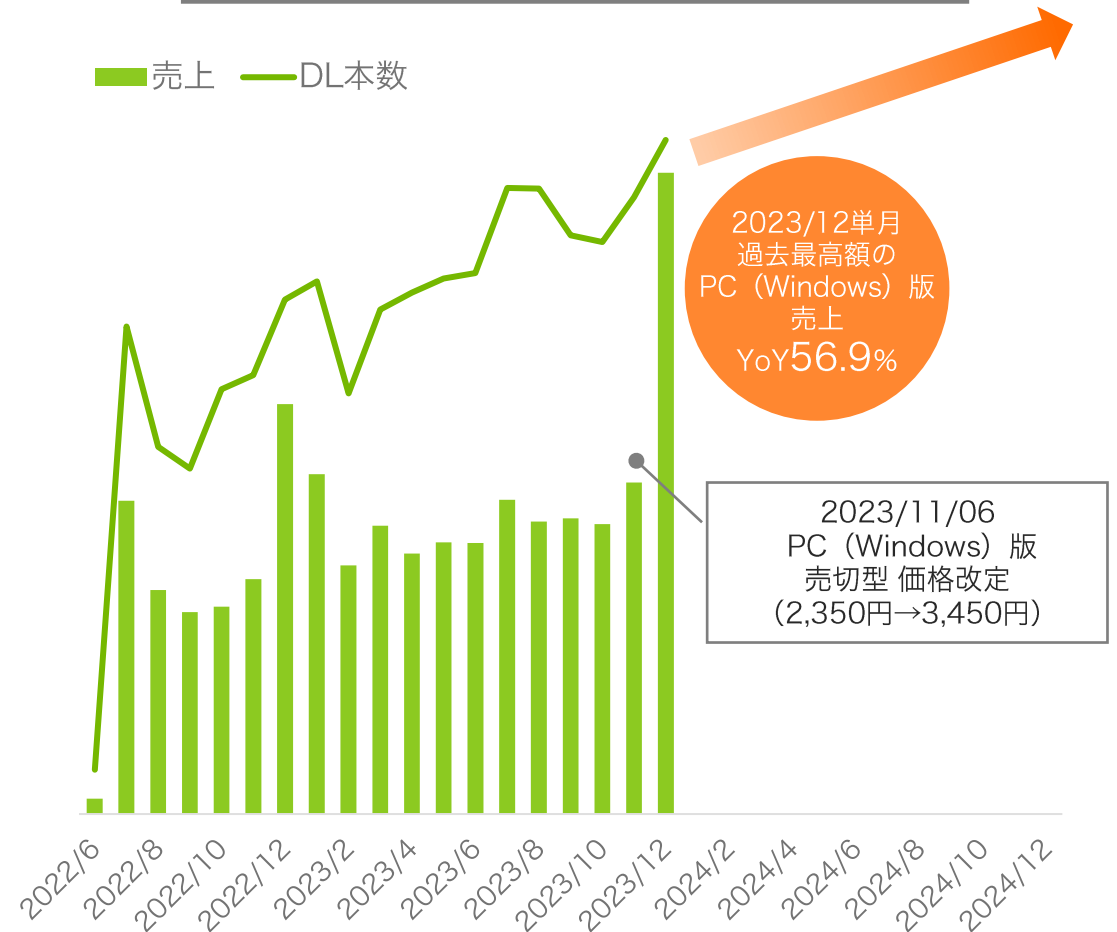
## プロマーケット開拓継続

- 2022年6月にリリースしたPC (Windows) 版はDL本数、売上共に順調
- 従前の売切型に加え、2024年3月にサブスクリプションによるプレミアム会員サービスを開始
- PC (Windows) 版専用プロモーションを実施中
- クリエイターの求める機能を今後搭載し続けることで、長期的にはプロ向け利用も想定  
→PC版を持つ競合他社ドメインに進出しシェアを獲得



全デバイスで「ibisPaint」ブランドを確立  
新たな収入源を獲得

PC (Windows) 版のDL本数と売上推移



※ データは2023/12/31時点での数値。



## オーガニック成長（グロース）への転換

### 認知度向上による口コミ効果

- 8年にわたる海外プロモーション投資の効果により、オーガニック成長（口コミのみでのユーザ獲得）できる土壌が世界レベルで整った
- 口コミで獲得したユーザは、広告で獲得したユーザよりも、売上創出のためのアクティブ化（=ヘビーユーザ化）が維持しやすい
- 直近ではヘビーユーザがDAUの約9割を占めており、広告で獲得したユーザのDAU貢献率は、相対的に低下傾向にある

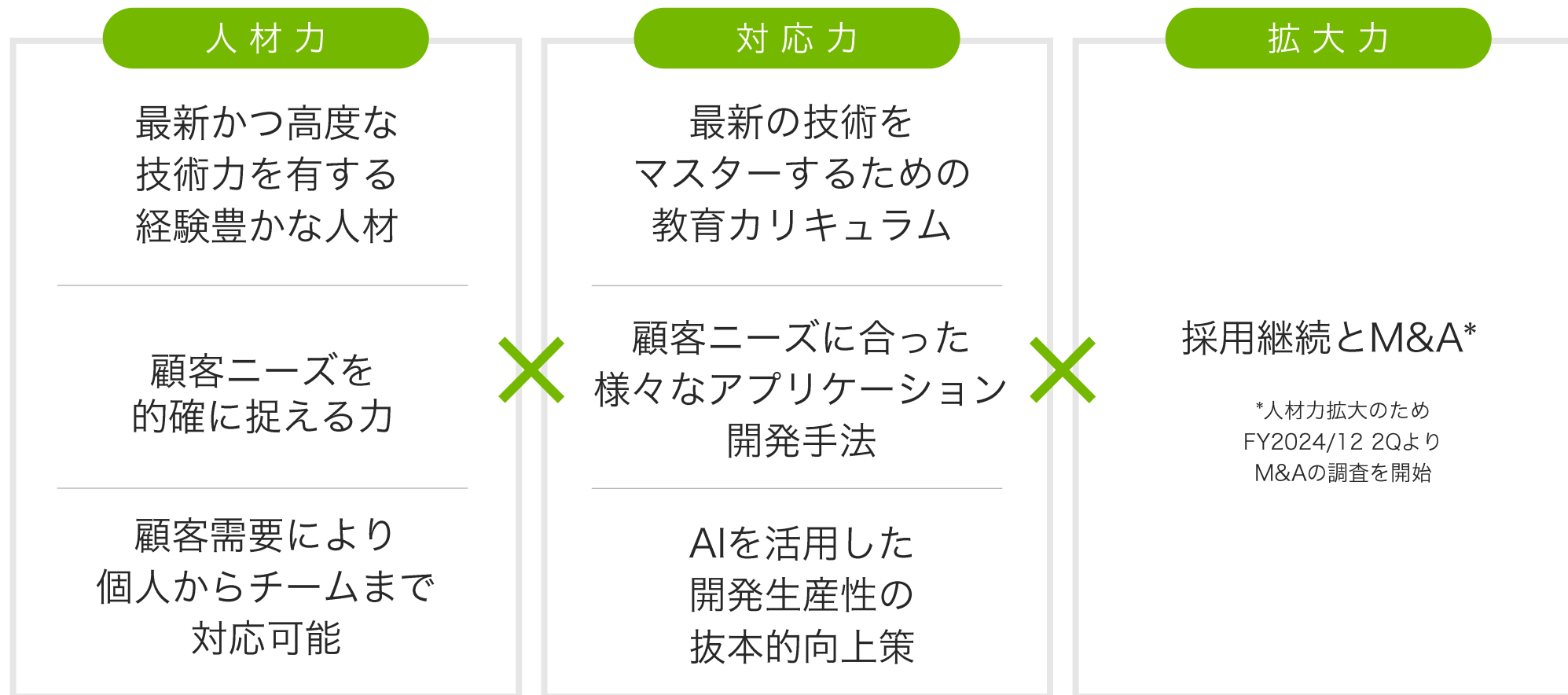
### マーケットシェアの占有状況

- 全世界でのibisPaintのアクティブユーザ数における対直接競合シェアは2023年で83.9%
- COVID-19による巣籠り需要が後押しした結果、インド・中国以外の世界の主要な国々において、モバイル端末でデジタルイラストを描く顕在ユーザ層は、2023年迄で概ね獲得できたと判断



- ✓ 広告宣伝費を半減しても**売上高の成長にほぼ影響しない**
- ✓ 半減させた広告宣伝費は毎年ほぼ定額、売上は増加するため**営業利益の額と率は毎年伸びていく**

## 受託開発を強化し利益率が高いSI体制の構築を目指す



## 認識する主要なリスク及び対応策

主要なリスク	カテゴリ	概要	発生可能性	影響度	対応策
インターネット広告市場動向の変化	モバイル事業	広告市場は市場変化や全世界の景気動向の変動による影響を受けやすく、今後、急激な景気の変化等が生じた場合	高	大	モバイル事業において広告市場の影響を抑えるような収益構造を目指し、サブスクリプション収入向上やその他マネタイズ策の立案を目指す
法的規制	全社	不正競争防止法、労働者派遣法、国内外の個人情報保護法など当社に関係する法的規制に抵触し想定どおりに事業展開できない可能性が生じた場合	中	大	関連する法令等の情報を適宜収集し、定期的な内部監査やコンプライアンス研修により法令順守に努める
ユーザ嗜好の変化	モバイル事業	当社が提供するモバイルアプリがユーザのニーズ及びトレンドの変化にスピーディに対応できなかった場合	中	大	既存ユーザからの意見の適時収集等を通じて、アプリの開発、改良を行い、最適なアプリの提供に努めることで事業の継続及び拡大を図る
「ibisPaint」への依存について	モバイル事業	当社は「ibisPaint」という特定の自社製品に特化していることから、製品に重大な問題や、市場ニーズとの大きな乖離が発生した場合	中	大	リスクヘッジとしてソリューション事業を拡大すると共に、中長期的には第2の収益の柱となる別の自社製品を企画、開発する
海外展開について	モバイル事業	ユーザの嗜好や商慣習等が国ごとに大きく異なることがありアプリの提供停止や想定どおりに事業展開できない可能性が生じた場合	中	大	海外展開にあたっては左記のリスクが発現しないように、引き続き、定期的かつ綿密な調査・情報収集、及びサービスの実装等を行う
人材の確保及び育成	全社	想定どおりの採用が進まない等優秀な人材の獲得が困難となる場合や、現在在職する人材の社外への流出が生じた場合	中	中	人材確保については、配属部署を超えたローテーション等を検討し、在職人材の社外流出については、従業員満足度向上施策を行う
サービスの健全性	モバイル事業	当社が提供するモバイルアプリ上やオンラインギャラリー上、公序良俗に反する広告やイラストが掲載されてしまう場合	中	中	SSP事業者との取引開始時や運用時の当社の広告掲載基準、及びイラスト投稿時のイラスト投稿基準の各遵守状況のチェックの量・質双方を拡充する
システム投資動向の変化	ソリューション事業	経済状況の変化や景気低迷により、当社の予測に反してシステム投資動向が抑制傾向になった場合	中	中	顧客ニーズに的確に対応できる人材確保のためにITエンジニアへの研修及び優秀な人材の採用と育成を推進することで事業の継続及び拡大を図る

※ 上記に記載のないその他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載。

# Appendix

	モバイル向け			PC (Windows) 向け		
	無料版	有料版		無料版	有料版	有料版
収益区分	アプリ広告	売切型アプリ	サブスクリプション	-	プロアドオン (売り切り)	サブスクリプション
サービス分類	無料版アプリ	有料版アプリ 広告除去アドオン	プレミアム会員 サービス	無料体験モード	プロアドオン	プレミアム会員 サービス
利用時間	無制限	無制限	無制限	1日1時間まで	無制限	無制限
広告	有	無	無	無	無	無
基本機能	○	○	○	○	○	○
プレミアム機能	×	×	○	×	○	○
プレミアム素材	×	×	○	×	×	○
クラウド ストレージ	64MB	64MB	20GB	64MB	64MB	20GB
ユーザ費用	無料	1,500円~1,600円 (ストアによる)	月額300円 年額3,000円	無料	3,450円	月額300円 年額2,950円

旧P18 (情報削除)

自社オンラインギャラリー「ibispaint.com」【モバイル事業】

ibisPaintで作り出されたイラストを投稿できる「ibispaint.com」

サイト利用料金の徴収や広告掲載はしておらず収入源とはならないものの、ユーザが制作したイラストを自由に閲覧できるため世界中のお絵描き好きが盛り上がり、エンゲージメント創出に貢献

ibisPaintへのエンゲージメントの創出

ibisPaintからの操作で、簡単に自社オンラインギャラリーに作品投稿することが可能かつ、その作品に対して「いいね」やコメントなどユーザ同士でのコミュニケーションが簡単にできるためコアユーザー層が活発に行われ、エンゲージメントを創出

ibisPaint利用時間の向上やアプリ操作習熟に貢献

投稿された作品の画像（静止画）だけでなく、作画の工程を記録した動画も閲覧できる（タイムラプス機能）ため、アプリの操作方法を共有したり、学ぶことができる

- ✓ 「自社オンラインギャラリー「ibispaint.com」【モバイル事業】」ページについて、現時点では同媒体はマネタイズ化しておらず、中期的にもその予定がないため、一旦削除
- ✓ 今後、マネタイズ化する方針となった際に、ページの記載内容を進化させた上であらためて開示する予定

旧P20 (情報削除)

グローバル展開【モバイル事業】

8年間にわたる海外広告投資により、圧倒的なユーザーシェアを確立

- 2016年9月から海外61か国のインターネット広告に出資を開始
- SNSマーケティングとしてYouTube、TikTok、Instagram、Twitter等を活用。特にYouTubeの公式チャンネル登録者数は2023年、外国人のロコミを顕著させながら、ダウンロード数を増加させてきた
- 独自の広告運用ノウハウ（広告出稿アークを統計学を駆使して高コンバージョン率を行うこと）により、投資効率が高い国・地域に柔軟に出稿を行った
- 海外プロモーションに投資し続けた結果、日本企業のアプリとしては過去に例のないほどの海外ユーザを保有

モバイルイベント分野において  
圧倒的No.1の世界アクティブユーザーを確立

- ✓ 「グローバル展開②【モバイル事業】」ページについて、P57に記載のとおり、今期から「投資フェーズ」から「刈り取りフェーズ」へ事業方針を大きく転換したため、過去の海外広告投資に関する本情報は、現時点、相対的に重要性が低くなったと判断し、削除

旧P32 (情報削除)

競合分析【主な国内ペイントアプリのリリース時期比較】

「ibisPaint」はモバイルネイティブ

性能・使い勝手（UI/UX）がモバイルに最適化されているペイントアプリ開発の経験値からPC版を2022年にリリース（将来的にプロ向け利用も想定）

- ✓ 「競合分析【主な国内ペイントアプリのリリース時期比較】」ページにおいて、グローバル展開中である当社にとって、国内アプリのみとの比較情報はそもそも重要性が低いと判断し、削除

旧P50 (情報削除)

FY2023/12決算 調達後資金の活用

「販促・人材」という収益力向上の種への投資、計画通り完了

海外プロモーション  
インターネット広告の量・質の拡大にさらにスピードに海外シェアの拡大を目指す。  
(投資先別) 4.4億円  
(投資先別) 4.4億円

開発人材の拡充  
開発力が両事業ともコア業務、開発人材を拡充することで、開発速度を加速させる。  
(投資先別) 1億円  
(投資先別) 1億円

- ✓ 「FY2023/12決算 調達後資金の活用」ページにおいて、本情報は2023年3月23日東証グロース市場上場時の調達後資金の活用に関する情報であり、1年超経っているため、現時点、相対的に重要性が低くなったと判断し、削除

新P11 (情報修正)

全社 FY2024/12 1Q 主要な費用項目

継続的な成長のため、広告宣伝投資・開発人材投資を戦略的に実行

- ✓ 「全社 FY2024/12 1Q 主要な費用項目」ページにおいて、右側のグラフ上、採用費のみであると開発人材投資の一部しか表せておらず、情報として中途半端であったため、今回開示分より「採用費推移」から、技術職の「労務費」を含めた「開発人材投資推移」へ修正

新P22 (情報修正)

FY2024計画 セグメント別費用内訳

広告宣伝投資は1/2弱へ低減するも開発人材投資は両セグメント共に継続

- ✓ 「FY2024計画 セグメント別費用内訳」ページにおいて、両グラフ上、以下の2点を修正
- 1) 旧P56では「開発人材投資」と記載しつつも技術職だけでなく営業職・技術職人件費も含まれていたため（注釈ではその旨補足していた）
- 2) 「売上原価明細書」上の「他勘定振替高」はマイナス表記へ修正

# 免責事項

別段の記載がない限り、本資料に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の作成時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しており、当社はそのような一般に公知の情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

次回の本資料のアップデートは2024年12月期第2四半期決算発表（2024年8月）を目途として開示を行う予定です。



delivering **WOW** experience on mobile