



2025年7月期

第2四半期決算説明資料

株式会社アイモバイル
(東証プライム市場 6535)

2025年3月13日





Vision

Creating a Business for the Future

“ひとの未来”に貢献する事業を創造し続ける

- Mission

Enhancing User Experience with Internet Marketing

マーケティングで価値ある体験を提供し続ける

- Values

Smile × Growth × Team

笑顔 × 成長 × チーム

2025年7月期

第2四半期決算概要



エグゼクティブサマリー①

四半期会計期間・累計期間ともに 過去最高の売上高、営業利益を達成



売上高： 前期比 **114.5%** 計画比 **92.6%**
営業利益： 前期比 **108.2%** 計画比 **92.2%**



前期比：顧客獲得や既存客定着のためのプロモーションが奏功。独自返礼品やサービスの伸長効果もあり、過去最高の寄附受付金額を達成し増収増益
計画比：競合対策は効果を発揮したが、新規顧客獲得数が想定を下回り計画未達



新規タイトルのリリースが順調に進み、ポイ活*ゲーム市場の拡大を背景に、他社との協業効果が収益を押し上げ、業績は堅調に推移

* 「ポイント活動」の略で、ポイントを貯めたり、貯まったポイントを活用することなどの総称

エグゼクティブサマリー②

(単位：百万円)

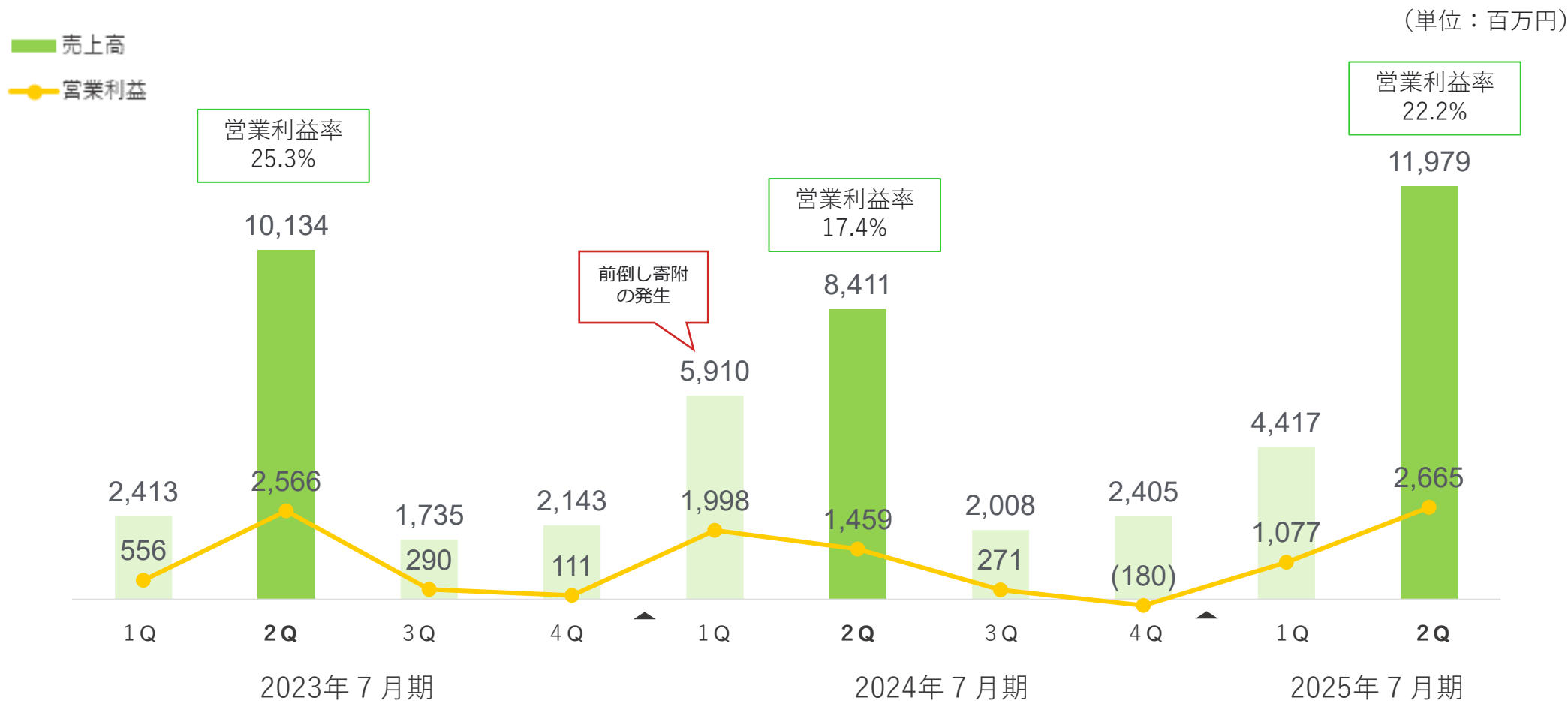
		2024年7月期 2Q累計	2025年7月期 2Q累計	前期比	計画比
連結実績	売上高	14,321	16,397	114.5%	92.6%
	営業利益 (営業利益率)	3,458 (24.1%)	3,742 (22.8%)	108.2%	92.2%
	中間純利益*	2,415	2,561	106.1%	92.5%
コンシューマ 事業	売上高	12,867	15,133	117.6%	92.6%
	営業利益 (営業利益率)	3,268 (25.4%)	3,736 (24.7%)	114.3%	94.4%
インターネット 広告事業	売上高	1,444	1,243	86.0%	91.4%
	営業利益 (営業利益率)	259 (18.0%)	77 (6.2%)	29.8%	57.3%

【参考】コンシューマ事業の第2四半期累計期間の営業利益率推移：FY23：25.9%、FY24：25.4%、FY25：24.7%

※本ページにおける「中間純利益」とは、「親会社株主に帰属する中間純利益」を示しております。

連結売上高及び営業利益推移

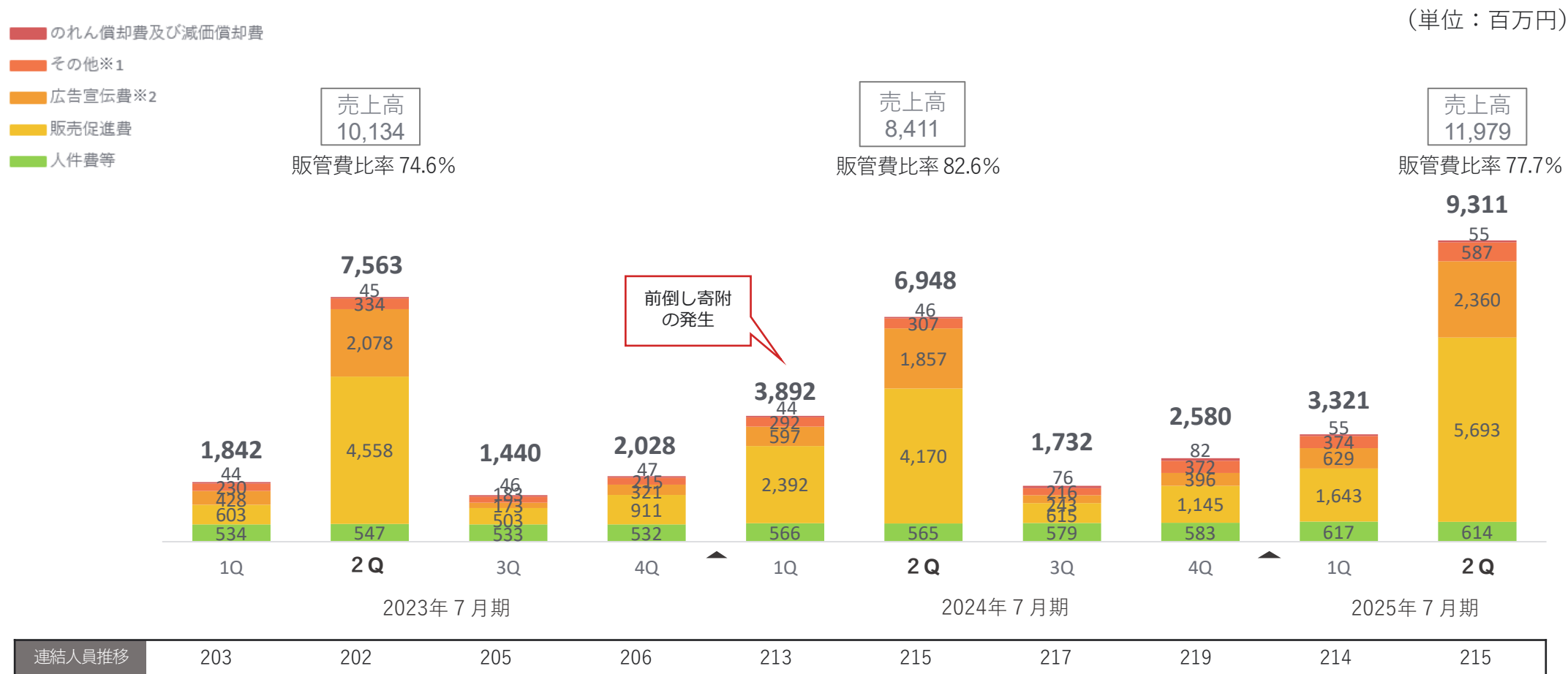
ふるさと納税事業の最需要期は計画通りに進捗。インターネット広告事業は減収となるも、第2四半期会計期間の売上高は前々年比※でも約118%と過去最高を達成し、営業利益も過去最高



※本ページの「前々年比」は当年の四半期会計と前々年の同四半期会計期間を比較するものです。

連結販売費及び一般管理費推移

売上高プロモーションコスト比率は前年並みに推移するも、決済手数料などの売上に伴って増加する費用や、本社家賃を含む人的資本への投資強化などにより前年同四半期比で販管費は増加



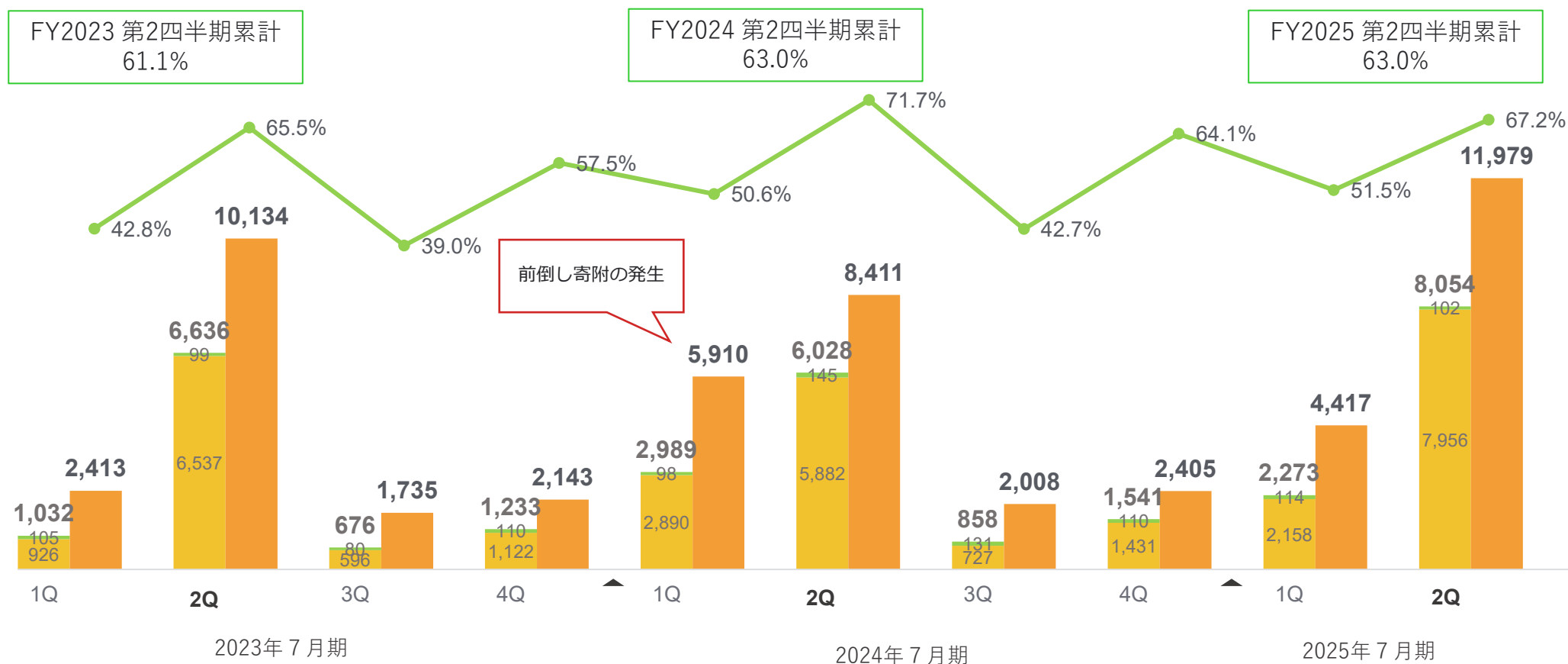
※1 主に通信費、支払手数料、決済手数料、地代家賃、旅費交通費等にて構成しております。

※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。2023年7月期：1Q～4Q/2024年7月期：1Q～2Q/2025年7月期1Q～2Q

プロモーションコスト(対売上高比率)の推移

- 連結売上高
- インターネット広告プロモーションコスト
- コンシューマプロモーションコスト
- 対売上高プロモーションコスト比率

(単位：百万円)



セグメント概況

コンシューマ事業



ふるさと納税ポータルサイト「ふるなび」

ふるなびの競争優位性

- 1 自治体との協働によるオリジナル返礼品の企画開発
 - 2 適時、即時に実施できる顧客ファーストの 프로모ーション戦略やサービス開発
-
- 3 祖業のデジタルマーケティングノウハウを活かした高い集客と成約率
 - 4 商品やサービスをスピーディーに開発・実装できる社内開発体制

サービス沿革

2014年	ふるさと納税専門サイト「ふるなび」オープン	 ふるなび
2015年	高額納税者向けふるさと納税代行サービス「ふるなびプレミアム」をリリース	
2017年	宿泊など、旅行で使えるオリジナル返礼品を提供する「ふるなびトラベル」をリリース	
2018年	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	
2018年	寄附者の想いをよりダイレクトに届けられる「ふるなびクラウドファンディング」をリリース	
2019年	あとでゆっくり選べるポイント制ふるさと納税「ふるなびカタログ」をリリース	
2020年	地方の食材と都市部を結びつける飲食体験型返礼品「ふるなび美食体験」をリリース	
2021年	ふるさと納税で“電気代”が支払える！「電力ポイント」の取扱を開始	
2024年	寄附の申し込みや控除手続きがスムーズに「ふるなびアプリ」をリリース	

第2四半期の結果及び業績推移

重点施策

競争優位性の早期確立

シェア20%の獲得で市場影響力の確保



1 ユーザーの利便性向上

ふるなびアプリは累計ダウンロード数50万を突破し、顧客との関係強化に寄与

2 自治体との連携強化

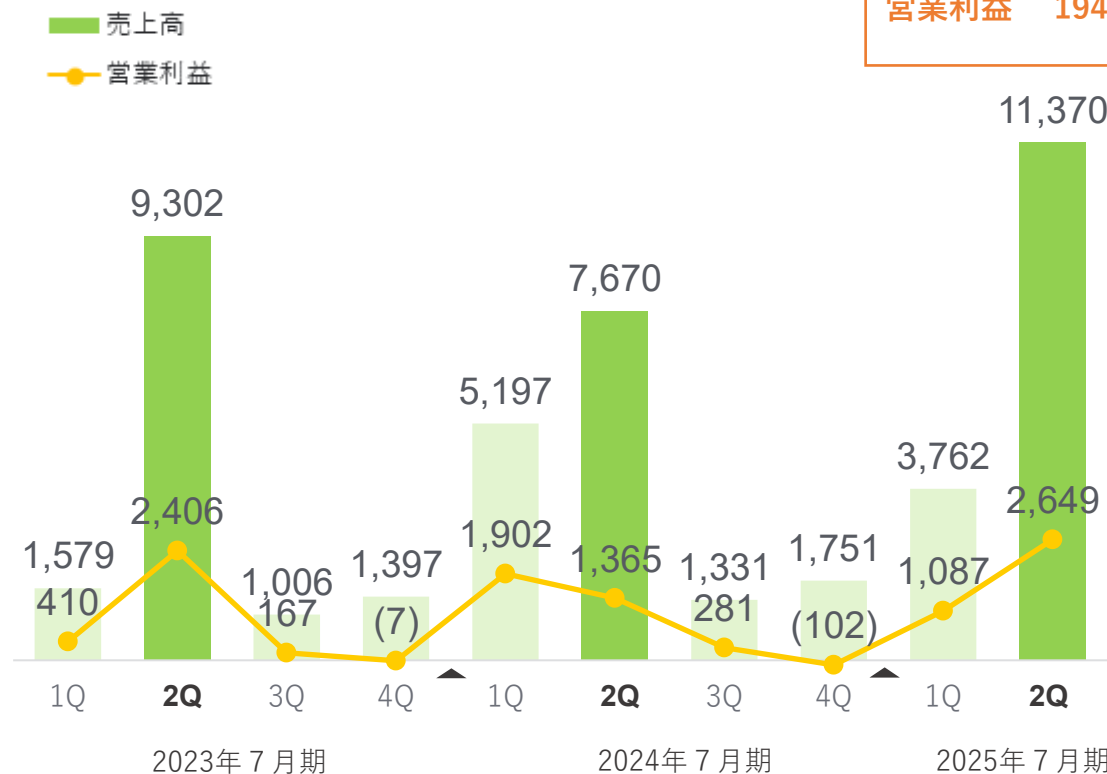
ふるさと納税業務代行サービス※1は計画通りに進捗。寄附受付額が顕著に増加し収益に寄与

3 周辺事業の拡大

交流人口の拡大や地域の魅力向上に寄与するふるなびトラベルやカタログなどが順調に拡大

【売上高及び営業利益の推移】

(単位：百万円)



2Q 前年同四半期比※2
 売上高 148.2%
 営業利益 194.0%

※1 ふるさと納税業務代行サービス：ポータルサイトへの掲載、配送管理、事業者及び寄附者対応など複雑なふるさと納税の運営業務を代行

※2 本ページの「前年同四半期比」は四半期会計期間を比較するものです。

ふるさとと納税事業の成長推移



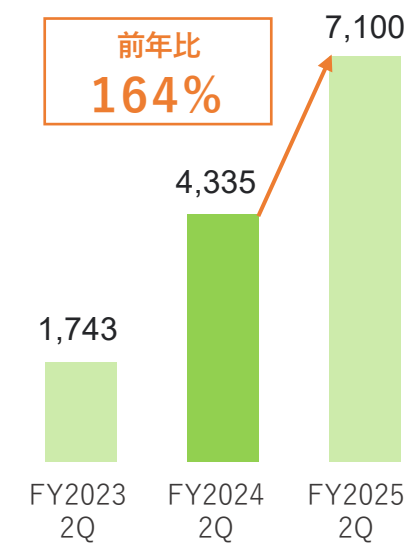
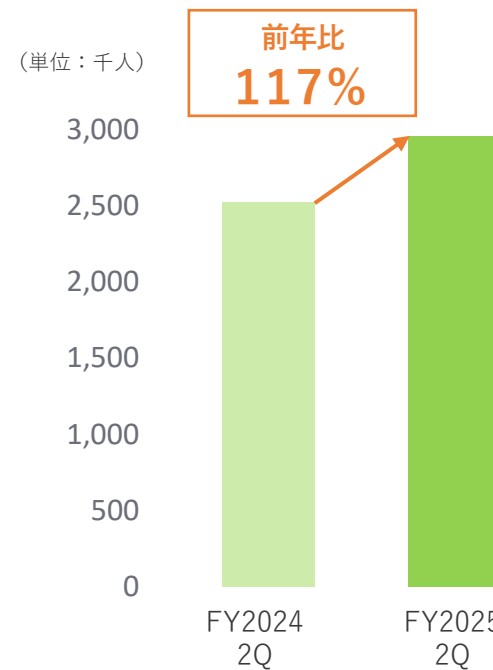
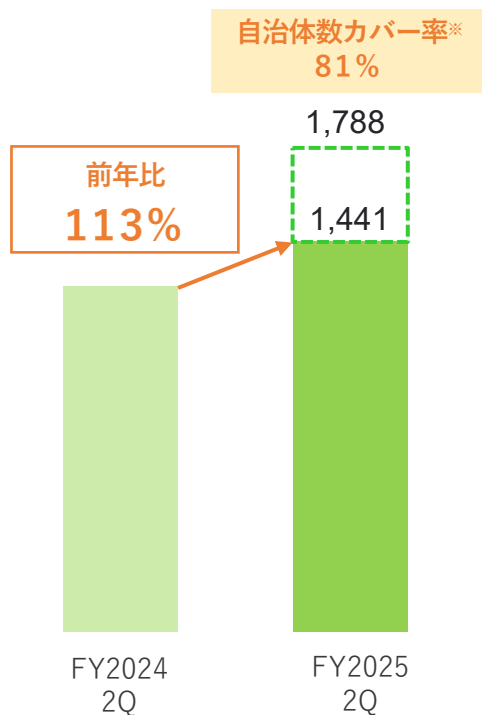
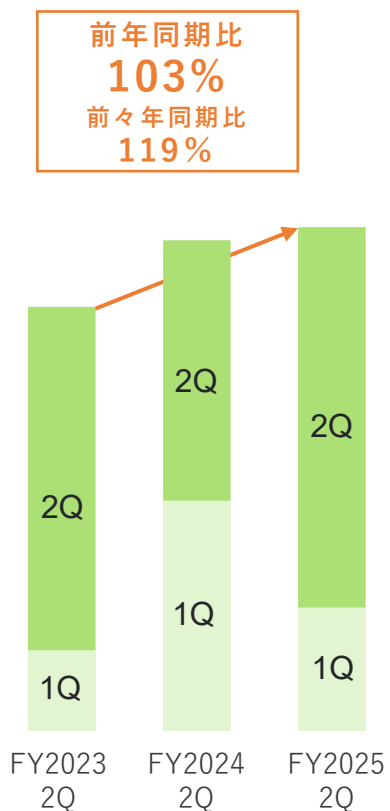
寄附受付件数の推移

契約自治体数の推移

会員数の推移

売上高 **181%**
(前年同四半期比)

提携施設数の推移



■ 本ページの「前年比」は、2025年1月末と2024年1月末の数値を比較、「前年同期比」は、2025年7月期第2四半期連結累計期間と2024年7月期第2四半期連結累計期間を比較、「前年同四半期比」は四半期会計期間を比較するものです。

※ 環境省公表の「第四次環境基本計画」に基づく調査より、自治体総数は1,788として算出しております。

第2四半期の取り組み

■ 「ふるなび」が、CM好感度ランキング総合4位、業類別1位を獲得

「CM好感度調査※」において、貴乃花さんの親しみやすさとユニークな演出が好感を得て、全2,221銘柄中総合4位・業類別（企業・公共・他業類）で195銘柄中1位を獲得

※CM総合研究所が東京キー5局でオンエアされた全CMを対象に集計



■ 「ふるなびアプリ」、累計アプリダウンロード数50万ダウンロードを突破

返礼品の検索や人気商品のチェックが簡単にできるとの評価を得て、公開から約2ヶ月で累計アプリダウンロード数50万を突破



■ 「ふるなびトラベル」提携施設数が7,000件を突破

旅行体験型の独自返礼品「ふるなびトラベル」において、提携施設数が前年同月比164%となり、お客様にとっての選択肢が増えたことでより使いやすくなりました



第2四半期 テレビメディア露出実績

日付	テレビ局		番組名
2024年 12月 1日	フジテレビ	(CX)	Mr.サンデー
12月 6日	朝日放送	(ABC)	本日はダイアンなり
12月 7日	読売テレビ	(YTV)	ピーチCafé
12月 13日	日本テレビ	(NTV)	ねこ団長
12月 17日	毎日放送	(MBS)	ビズらいよん
12月 20日	テレビ東京	(TX)	ガイアの夜明け
12月 22日	TBSテレビ	(TBS)	サンデージャンクション
12月 22日	朝日放送	(ABC)	M-1グランプリ (決勝)
12月 22日	朝日放送	(ABC)	M-1グランプリ (敗者復活戦)
12月 29日	朝日放送	(ABC)	M-1グランプリ アナザーストーリー



2024年12月22日放送 TBSテレビ「サンデージャンクション」

ふるなびの地域課題の解決と支援

ふるさと納税の経済効果は約1兆2,221億500万円※¹と推定され、地方自治体の財源となるだけでなく、地域産業を活性化させ地方創生につながる制度です。当社は事業を通じた社会課題の貢献としても、各種取り組みを実施しております。

■ ふるなび災害支援 / 代理寄附

ふるなび 災害支援

「災害支援」は災害発生時に被災自治体へふるさと納税を活用して自治体へダイレクトに支援をすることができます。また、被災地の事務負担軽減や、迅速な対応を目的に、被災自治体に代わって他の自治体が寄附を受付けてくれるのが「代理寄附」です。ふるさと納税を通じた自治体同士の助け合いを当社は支援しております。

※ふるなび災害支援では、決済手数料を含め、自治体から一切の手数料をいただいております

2024年の災害支援22,460件 (うち代理寄附13,442件)

現在受付中の
災害支援実施先
(一例)

- ・ 令和6年1月能登半島地震
- ・ 令和6年7月豪雨 (秋田県・山形県など)
- ・ 令和6年8月台風・豪雨 (岩手県・宮崎県など)
- ・ 令和6年9月能登豪雨
- ・ 令和6年11月豪雨 (沖縄県)

【石川県 (県庁)】令和6年能登半島地震 災害支援 (代理: 茨城県境町)

ふるなび 災害支援

石川県 (県庁) (代理: 茨城県境町)
茨城県境町

総額 42,107,727 円
寄付人数 1,691 人

寄付をする

ふるなび災害支援では、追加からの複数回も一切いただいておりません。

最新更新日時: 2024年12月04日 01時00分

シェアする

令和6年能登半島地震 災害支援

各被災自治体では代理寄附も受け付けております。

令和6年能登半島地震
石川県金沢市
【支援寄附金受付】

【石川県かほく市】令和6年能登半島地震 災害支援

【石川県金沢市】令和6年能登半島地震 災害支援

【石川県加賀市】令和6年能登半島地震 災害支援

【石川県羽咋市】令和6年能登半島地震 災害支援

詳細はこちら

※¹ 株式会社ふるさと納税総合研究所、関西大学、桃山学院大学が分析した結果
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000043.000104918.html

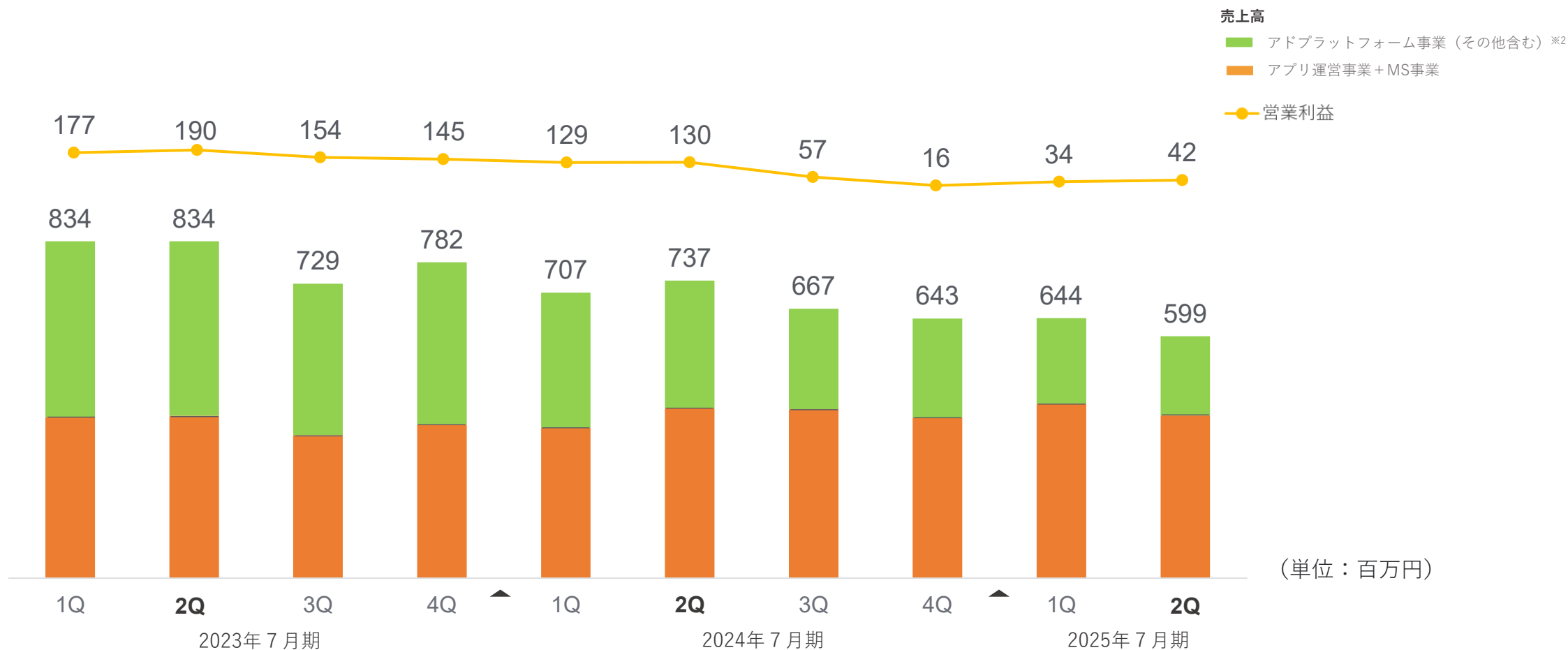
セグメント概況

インターネット広告事業



第2四半期の結果及び業績推移 ①

成長領域のアプリ運営事業及びMS^{※1}事業は引き続き堅調に推移するものの、アドネットワーク事業の影響が大きく減収減益。厳しい市場環境の中、同事業の収益基盤回復に向けた対策を継続



※1 MS:メディアソリューション

※2 メディアソリューション事業のうち、自社プラットフォームを利用した売上をアドプラットフォーム事業に組み替えて計算しております

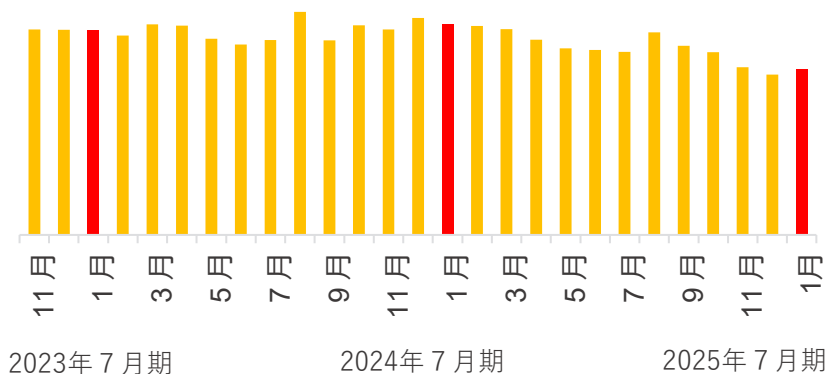
第2四半期の結果及び業績推移 ②

1 アプリ運営事業

- ✓ 「クロスワードde懸賞2」のリリース効果もありMAU※1は安定推移。既存タイトルの収益力の再強化を進める
- ✓ トリマとの協業第二弾「トリマナンプレ」の提供を開始し業績は順調に拡大



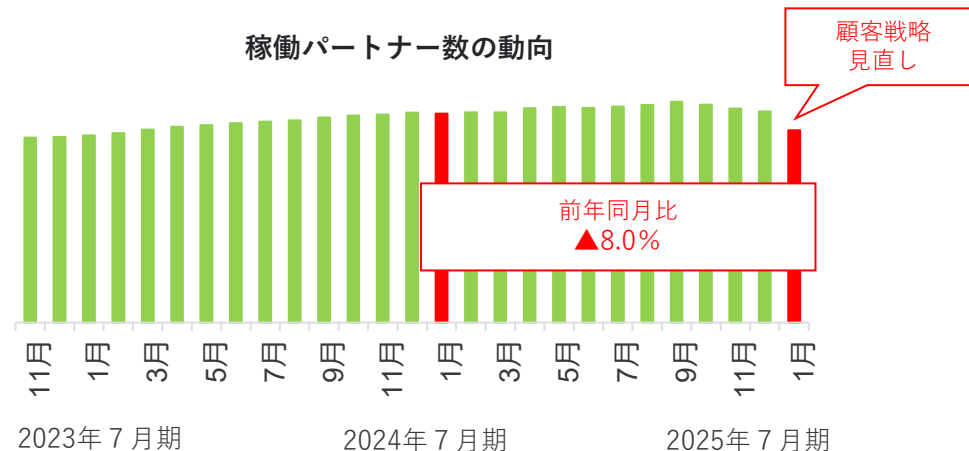
アクティブユーザー数(MAU)の動向



2 メディアソリューション事業

- ✓ 大手顧客への営業活動が順調に推移し、収益は堅調
- ✓ 収益基盤の再構築による収益拡大を企図し、顧客戦略を見直し、収益機会の拡大と市場に即した施策を推進

稼働パートナー数の動向



3 アドプラットフォーム事業 **Action**

- ✓ 成長市場であるIF事業※2でブランドレーダー※3の追加機能開発や「BeReal.」を活用したプロモーション施策などの事業投資を継続し、収益基盤の早期確立を図る一方、アドネットワーク事業のアセットを活かした収益基盤の再構築を目指す

※1 MAU: Monthly Active Usersの略。月あたりのアクティブユーザー数で、グラフは各月末から月初にかけて起算した30日間の平均数値に基づく推移です。なお、トリマソリティアの数値は上記グラフに含んでおりません。

※2 IF事業：インフルエンサーマーケティング事業

※3 SNSマーケティング領域において、ステルスマーケティング規制への対応をサポートするなど、ブランド価値向上をサポートするツール

第2四半期の取り組み

■ 「パズルde懸賞」と「コクヨ」が初のコラボキャンペーンを開催

ユーザーのリテンション向上施策として、コクヨ社とコラボレーションキャンペーンを開催



■ 「BeReal.」 広告による若年層への効果的な認知拡大を実施

映画『矢野くんの普通の日々』にてZ世代SNS「BeReal.」を活用した国内初の映画プロモーションを実施



■ アプリ内フルスクリーン動画広告においてオーディエンス配信機能の提供を開始

フルスクリーン動画広告にオーディエンス配信機能を組み合わせることにより、ターゲットユーザーへより効果的かつ印象的な広告メッセージの伝達が可能



■ 「i-mobile Ad Network」のアプリ内広告を刷新したmaio SDK ver.2の提供を開始

iOS版に続き、Android版の提供を開始したことで、ユーザーへスムーズな視聴体験の提供が可能に。ユーザー体験の向上や広告効果の最大化を図り、従来版より収益性が向上



新規事業概況

グリーンエネルギー事業[※]



取り組みの進捗について

脱炭素社会をマーケティングとテクノロジーで推進し、地方創生を実現

■ 太陽光発電施設の建設状況

新たに栃木県那須烏山市において21か所目の発電所の稼働を開始
 計画中の90施設が全て完成すると総発電容量は10MW※を超える

※一般家庭の3,000世帯分の電力に相当



- 2024.12.18 当社発電所21か所目（栃木県那須烏山市・営農型）売電開始
- 2024.09.12 宮崎県新富町とのエネルギーマネジメント連携協定を締結
- 2024.08.26 当社初の高圧太陽光発電所が茨城県桜川市にて稼働開始
- 2024.06.13 丸紅新電力株式会社及び株式会社サンヴィレッジと協業開始
- 2023.02.17 三重県明和町との包括連携協定を締結
- 2021.12.23 みんな電力と業務提携
 ふるさと納税の返礼品として「電力ポイント」の提供を開始
- 2017.03.22 株式会社 Loop との資本業務提携
- 2016.05.31 当社発電所 1 か所目（茨城県小美玉市・野立て型）売電開始



**ふるなび
EVチャージ**

■ EV充電サービス「ふるなびEVチャージ」の設置状況

ふるさと納税事業で培った地方自治体や宿泊施設などとの連携を活かし、EV充電スタンド「ふるなびEVチャージ」を展開中

その他(トピックス・資本政策)



最近のサステナビリティへの取り組み

■ 「アイモバイル サステナビリティレポート2024」を発行

当社の取り組みや成果、課題に対する透明性を確保し、ステークホルダーの皆様に対してより適切な情報提供を行い、中期的な視点でサステナビリティへの取り組みを加速すべく、「アイモバイル サステナビリティレポート2024」を発行いたしました。



「アイモバイル サステナビリティレポート2024」はこちらをご覧ください
<https://www.i-mobile.co.jp/sustainability/report.html>



■ 人的資本データを開示

人材の育成と社内環境整備に関する指標及び目標をより明確に示し、人的資本経営の取り組みを推進することを目的に、「人的資本データ」を開示いたしました。



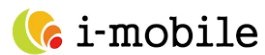
アイモバイルの人的資本データ
<https://www.i-mobile.co.jp/sustainability/diversity.html>



ANA グループと地方創生を推進する事業提携の基本合意書締結

5社※の協働により、地方創生に資する事業を展開

自治体が抱える課題を解決し、地方創生への貢献を加速



- 1 ふるさと納税サイト「ふるなび」における旅行関連返礼品の連携
- 2 地域の観光資源を活用した高付加価値商品及び富裕層向け旅行商品の協働開発
- 3 ふるなびでの ANA トラベラーズ旅行商品の販売の連携
- 4 ふるなびコイン及びふるなびトラベルポイントと ANA マイレージとの交換
- 5 ふるさと納税の利用拡大と地域経済の活性化に関する事業

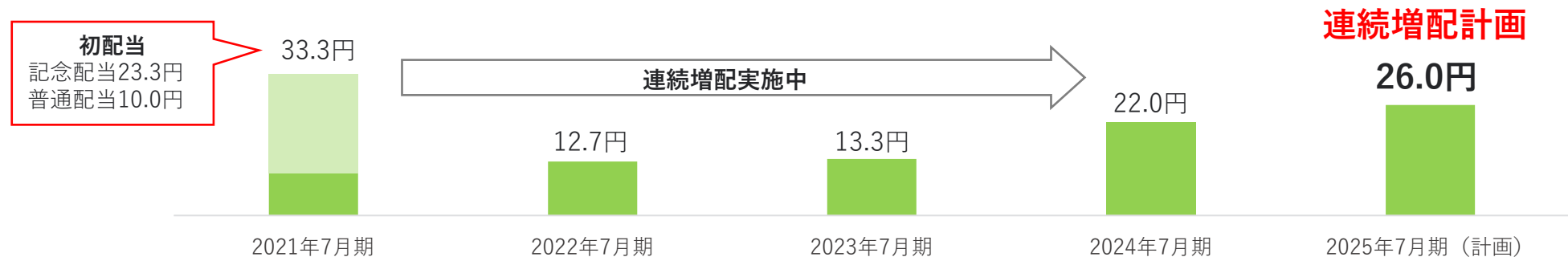
資本政策・株主還元方針

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. 株主還元方針

- ・ 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、2024年7月期から2027年7月期までの4年間は配当性向50%を目安とした配当の実施に、株価水準や市場環境等に応じた機動的な自己株式の取得を加えた、総還元※による株主還元を実施してまいります。



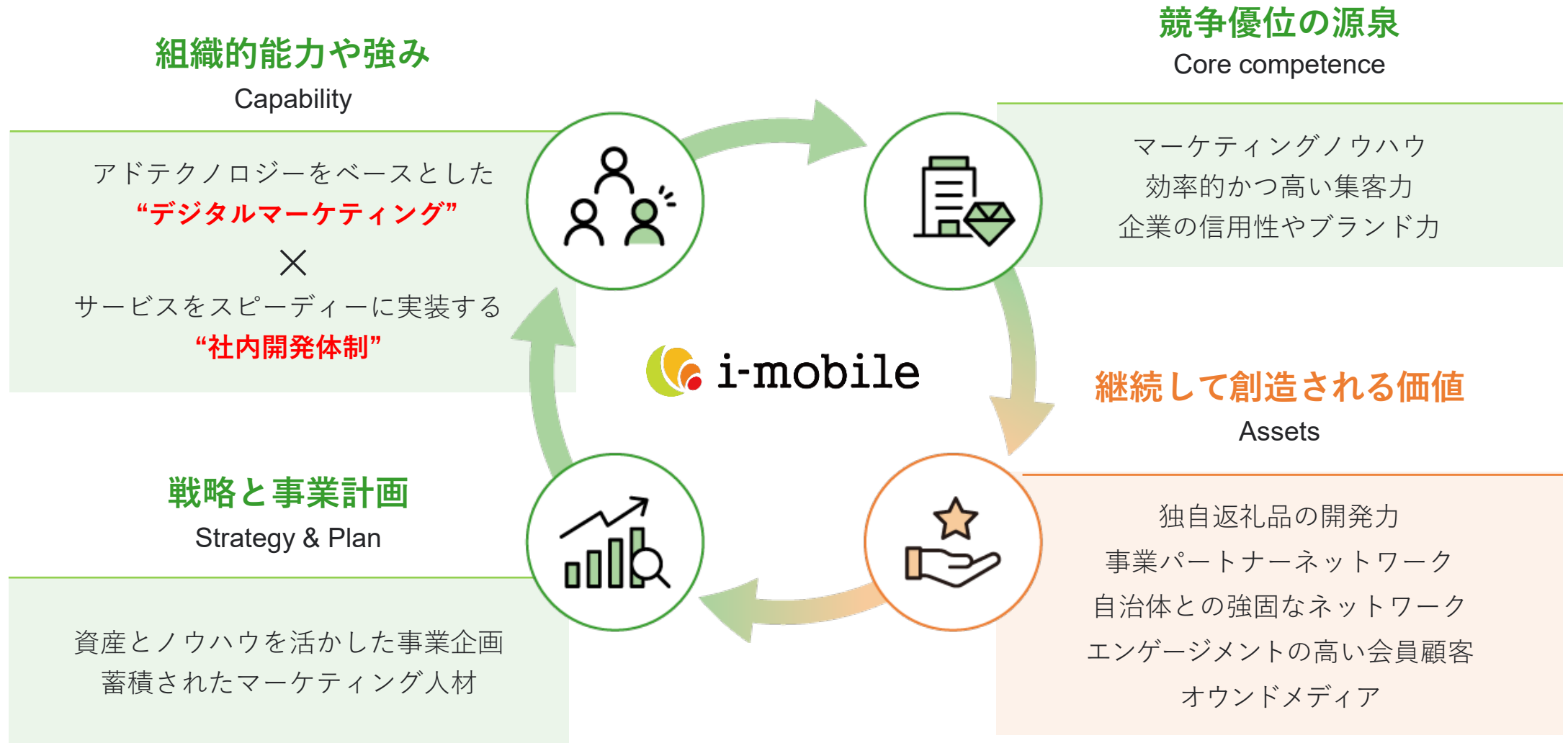
■当資料における配当金額は、2023年11月1日付の株式分割の影響を考慮して記載しております。

※ n 期総還元性向 = (n 期の年間配当金額) + (n + 1 期の自社株式取得額) / n 期の親会社株主に帰属する当期純利益

参考資料(事業戦略)



事業成長のループ



2025年7月期 連結業績予想

ふるさと納税事業の基盤強化による中長期的な安定収益化に向けた市場優位性の確保と、戦略領域であるアプリ運営事業等や新規事業の推進、人的資本への投資に注力し、増収増益を目指す

(単位：百万円)

項目	2024年7月期 通期実績	新方式			従来方式			
		2025年7月期 通期予想 ^{※2}	前期比	増減率	(ご参考) 2025年7月期 通期予想 ^{※2}	前期比	増減率	
連結 業績	売上高	18,735	23,000	+ 4,264	+ 22.8%	22,280	+ 3,544	+ 18.9%
	営業利益 (営業利益率)	3,549 (18.9%)	4,500 (19.6%)	+ 950	+ 26.8%	3,800 (17.1%)	+ 250	+ 7.1%
	当期利益 ^{※1} (当期利益率)	2,420 (12.9%)	2,950 (12.8%)	+ 529	+ 21.9%	2,500 (11.2%)	+ 79	+ 3.3%

※1 本ページにおける「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。

※2 コンシューマ事業においては、自治体による寄附申込の承認（受諾）の都度、収益計上を行っており、自治体の承認（受諾）時期によっては期ずれが発生しておりました。

2025年7月期においては、自治体との契約変更等によりこれまで期末に翌月（翌期）へ期ずれしていた売上が当月（期中）に計上される特殊要因が発生する見込みです。

2025年7月期 セグメント別 業績予想

コンシューマ事業では、機能向上と販促による市場シェアの拡大、周辺事業の推進により増収増益
インターネット広告事業では、アプリ運営事業の収益力強化により前年並みの利益水準を計画

項目	2024年7月期 通期実績	新方式			従来方式			(単位：百万円)
		2025年7月期 通期予想※	前期比	増減率	(ご参考) 2025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	15,950	20,200	+ 4,249	+ 26.6%	19,480	+ 3,529	+ 22.1%
	営業利益	3,446	4,200	+ 753	+ 21.9%	3,500	+ 53	+ 1.5%
	(営業利益率)	21.6%	20.8%	—	—	18.0%	—	—
インター ネット 広告事業	売上高	2,756	2,760	+ 3	+ 0.1%	2,760	+ 3	+ 0.1%
	営業利益	333	340	+ 6	+ 2.1%	340	+ 6	+ 2.1%
	(営業利益率)	12.1%	12.3%	—	—	12.3%	—	—

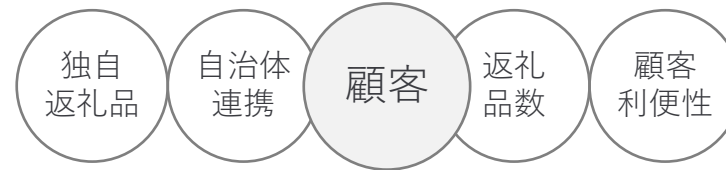
■当社の発表資料におけるセグメントの営業利益はセグメント利益と表示している場合があります

※ コンシューマ事業においては、自治体による寄附申込の承認（受諾）の都度、収益計上を行っており、自治体の承認（受諾）時期によっては期ずれが発生しておりました。


2025年7月期においては、自治体との契約変更等によりこれまで期末に翌月（翌期）へ期ずれしていた売上が当月（期中）に計上される特殊要因が発生する見込みです。

制度の認知度向上による市場の拡大及び、競争優位性の早期確立

市場シェア20%の獲得が中期的な目標



新規顧客獲得に向けたプロモーションとユーザー利便性の向上

-  ふるなびトラベル 宿泊予約システムのリリース
- ふるなびアプリのリリース
- 市場の成長余地を見据え、新規顧客獲得に向けた販促施策



自治体との連携強化による地方創生の推進と健全な成長

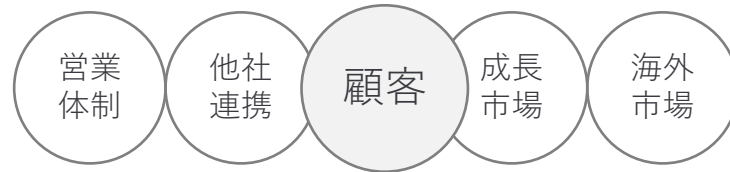
- ふるさと納税業務代行サービス*の推進。地域の事務業務の効率化、魅力発信強化



周辺事業の拡大と独自返礼品の強化、返礼品数や契約自治体数の増加

2025年7月期 事業戦略(インターネット広告事業)

事業ポートフォリオの再構築と新規事業への成長投資を促進



アプリ運営事業の顧客層や市場、収益モデルの拡大

- 海外など新市場への進出による収益モデルの多様化や新規顧客の獲得
- 既存タイトルの機能改善と既存顧客の想起施策によるLTV※1の向上



ADPF※2事業ポートフォリオの領域のシフト

- アドネットワーク事業における成長市場の顧客層へのシフトと事業体制の最適化
- インフルエンサーマーケティング事業への戦略投資による収益化



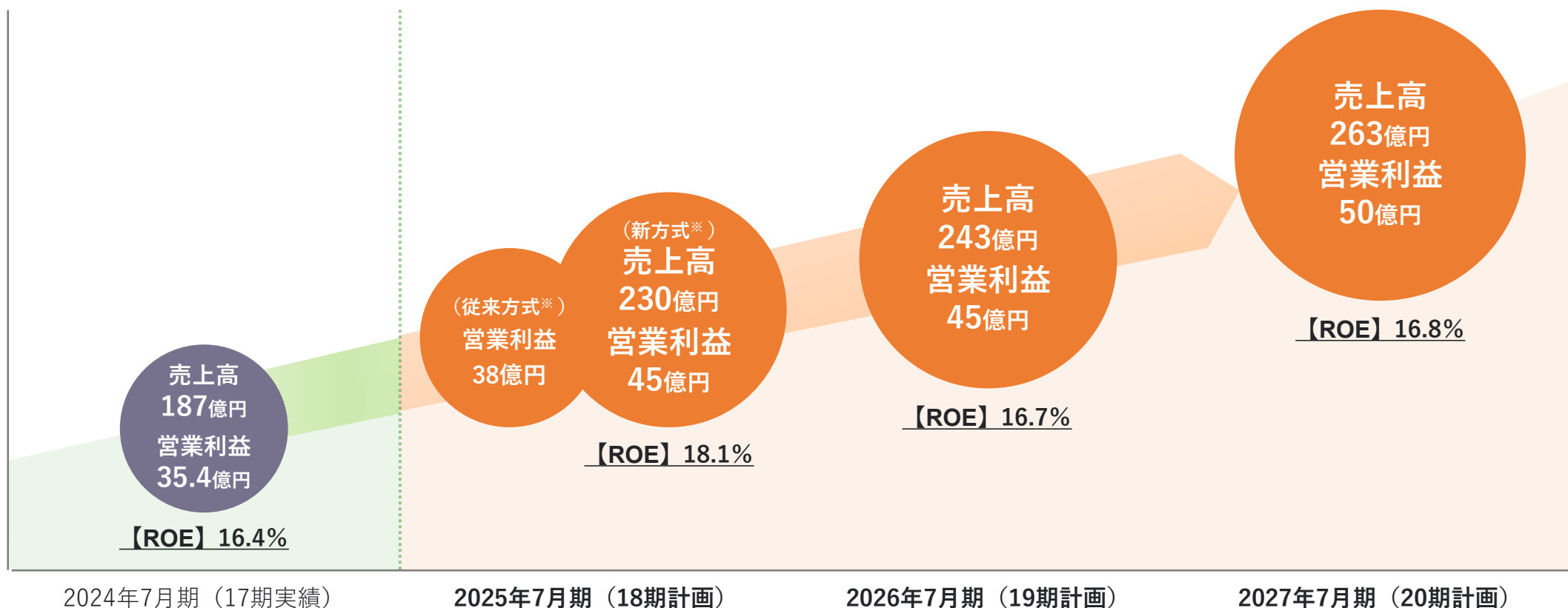
新領域の顧客開拓によるMS事業の提携パートナー数の拡大

※1 LTV：顧客生涯価値（Life Time Value）の略。顧客が利用開始から終了までの期間に、自社がその顧客から得られる利益を示す指標

※2 ADPF：アドプラットフォームの略

中期3か年計画 (2025年7月期－2027年7月期)

ふるさと納税事業を基盤収益とした、周辺事業や新規事業の拡大による成長



ふるさと納税制度の法改正に伴う影響による計画修正があった場合は、速やかに開示いたします

※ コンシューマ事業においては、自治体による寄附申込の承認（受諾）の都度、収益計上を行っており、自治体の承認（受諾）時期によっては期ずれが発生しておりました。
2025年7月期においては、自治体との契約変更等によりこれまで期末に翌月（翌期）へ期ずれしていた売上が当月（期中）に計上される特殊要因が発生する見込みです。

中期3か年事業戦略

中期戦略



ふるなび

“ふるなび” 事業LTVの向上

- 長期的な収益基盤の最大化に向けた競争優位性の獲得

戦略

ふるなび周辺事業成長への投資

- アセットを活用した新規事業の展開

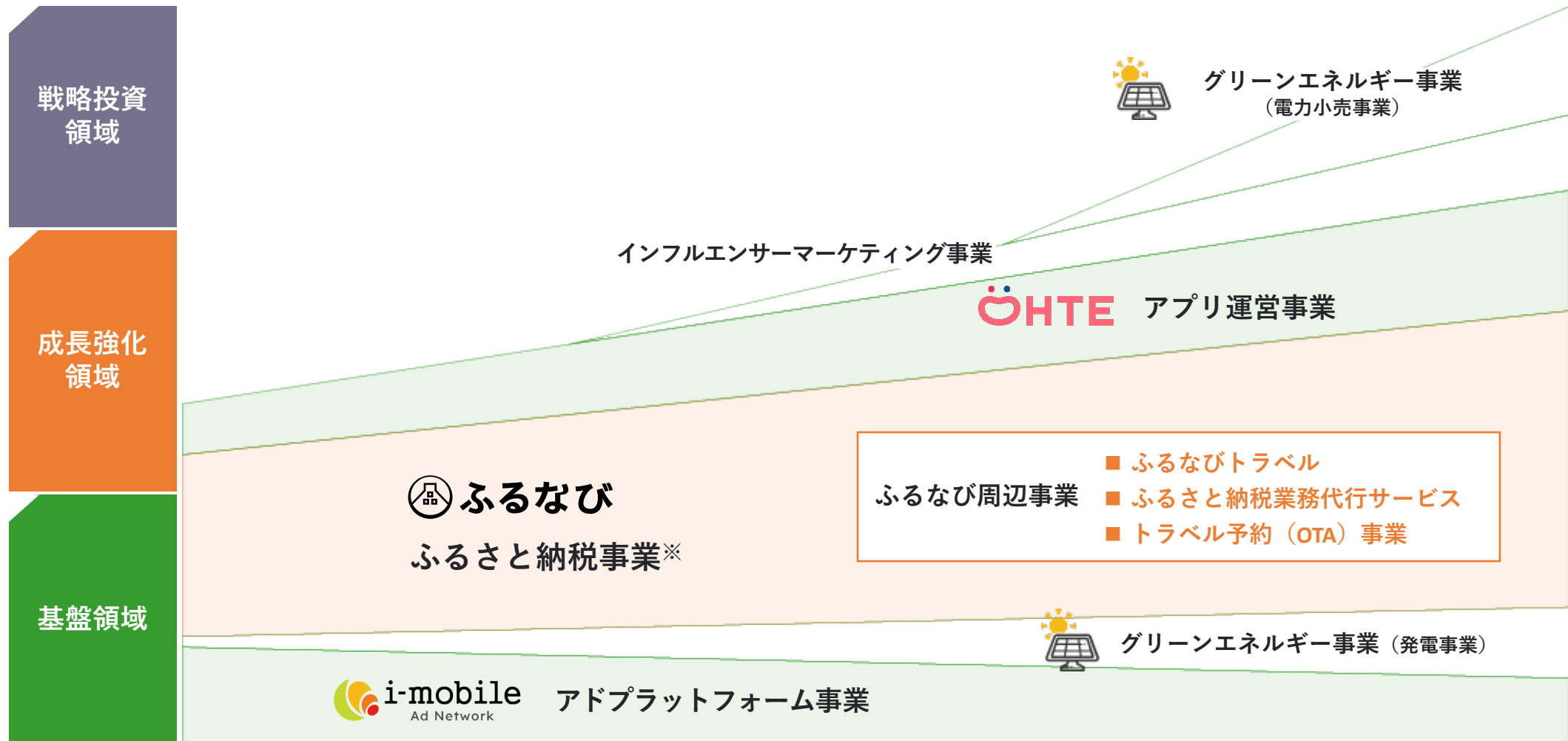
戦略

インターネット広告事業

ポートフォリオ再構築

中長期的成長曲線

安定した収益基盤の確保と新規事業投資による収益の多層化で成長を実現する



※ふるさと納税事業：ふるさと納税プラットフォームによる手数料収入

参考資料(会社情報)



主要サービス一覧

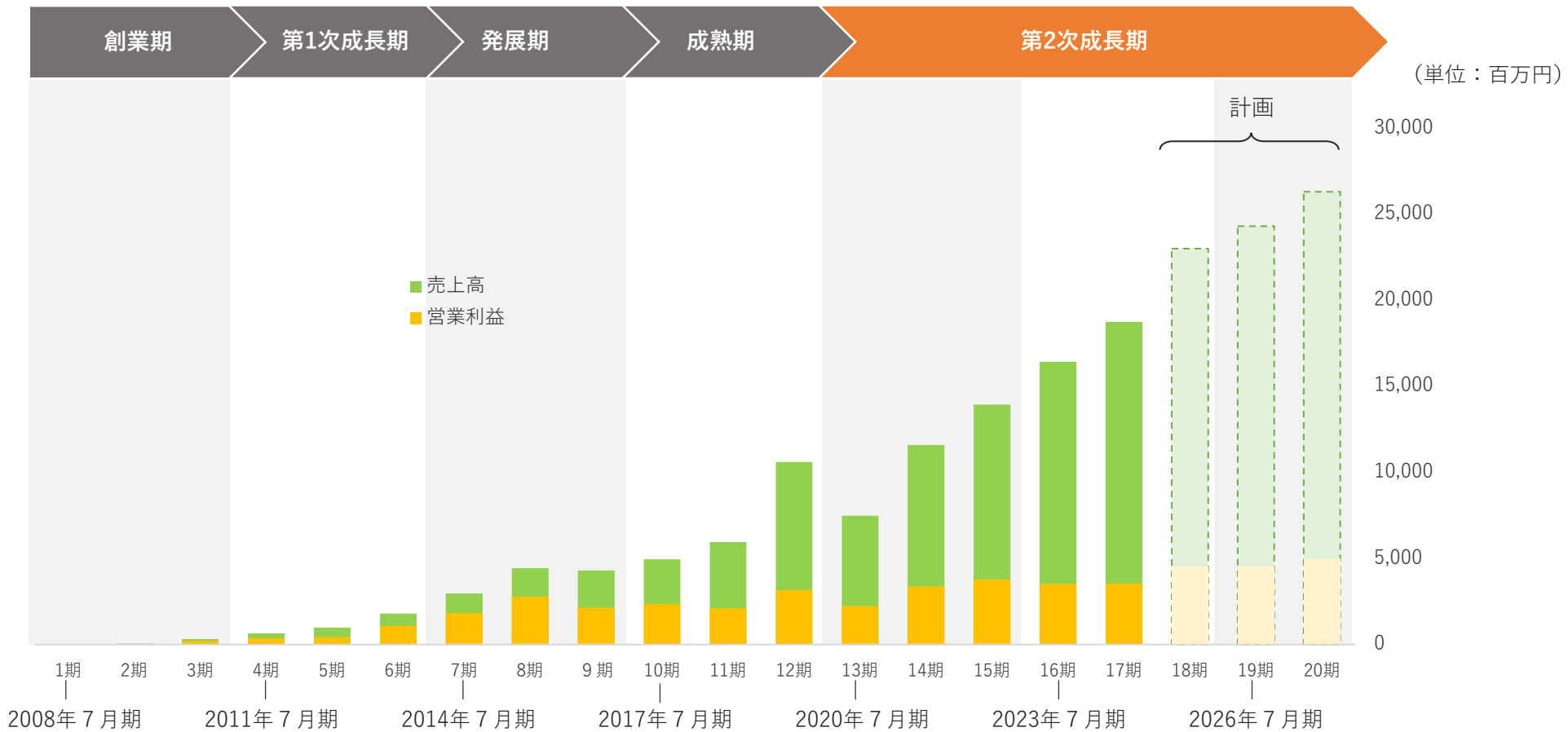
「コンシューマ事業」と「インターネット広告事業」の2つの事業ポートフォリオを持ち、アセットの最適配分と相乗効果で、高い収益性と競争力をもって成長を実現する

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	 美食体験	ふるさと納税によって地方の食材と都市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
		インフルエンサーマーケティング事業※	 i-mobile SNS Marketing Action  i-mobile Affiliate	インフルエンサーマーケティング及び成果報酬(アフィリエイト)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	 i-mobile Media Solution	GCPPアプリスペシャリストとして、メディアの収益最大化のためのソリューションサービス	
	アプリ運営事業	 OHTE シンプルダイエツ	スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営	

※2024年7月期より「アフィリエイト事業」の名称を「インフルエンサーマーケティング事業」に変更。なお、同事業には従来のアフィリエイト事業活動も含まれます。

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、その後もアセットを活かした多角的な事業ドメインの変更を加え順調に成長を継続。今後も積極投資により、更なる収益拡大を目指す



■ 金額はすべて新収益認識基準を適用したものとなっております。

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事業を紹介し支援を促すポータルサイト



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。

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「社会課題の解決」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と制度認知の拡大

Premium ふるなび

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。



寄附先の食材を用いた料理を都内飲食店等で楽しめる。地域事業者と都市部の恒久的関係性の創出を目的とし、地域事業者と店舗を支援。

🏠 ふるなび

社会課題の解決

🤝 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。



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。

ふるなびの地域課題の解決と支援

■ 企業版ふるさと納税（地方創生応援税制）

企業が地方自治体の実施する「地域創生事業」に寄附をすると企業の法人関係税が控除される仕組みです。国家課題における地方が実施する事業や地域の課題解決を支援し、地方創生を活性化させる目的があります。

令和5年度寄附実績		
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
栃木県	栃木県	元気なとちぎの未来創造プロジェクト
群馬県	群馬県	群馬県まち・ひと・しごと創生推進計画
神奈川県	箱根町	箱根町まち・ひと・しごと創生推進計画
神奈川県	湯河原町	湯河原町企業版ふるさと納税推進計画
長野県	長野県	長野県地域再生計画～確かな暮らしを守り、信州からゆたかな社会を創る～
岐阜県	飛騨市	元気であんきな誇りの持てるふるさと飛騨市づくり～人口減少時代の処方箋～
静岡県	熱海市	熱海市まち・ひと・しごと創生推進計画
静岡県	伊東市	伊東市まち・ひと・しごと創生推進計画
愛知県	名古屋市	名古屋市まち・ひと・しごと創生推進計画
三重県	志摩市	志摩市創生総合戦略推進計画
三重県	明和町	第2期明和町まち・ひと・しごと創生推進計画
島根県	海士町	関係人口創出、拡大による島の担い手育成プロジェクト
沖縄県	沖縄県	沖縄21世紀ビジョンゆがふしまづくり計画
沖縄県	名護市	第2期名護市まち・ひと・しごと創生推進計画
沖縄県	宮古島市	宮古島市まち・ひと・しごと創生推進計画

■ ふるさと納税地方創生協働ラボ

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」と「地方創生支援」を実証します。



昨年引き続き、つくばみらい市と協働で「ひとり親家庭への支援事業」を実施

第4回「物価高騰に苦しむひとり親家庭を支援する事業」を実施し、当年3月に支援米を発送予定。

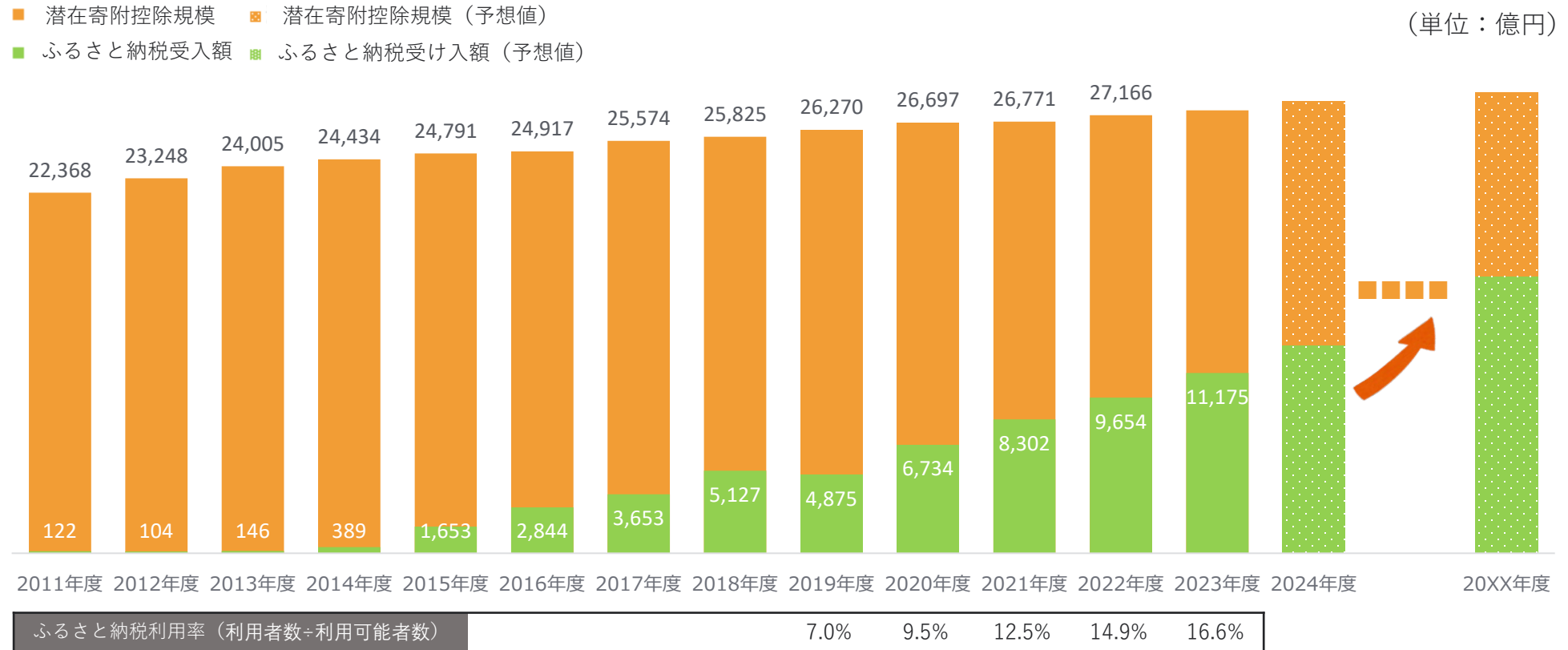
第3回までの取り組みでは、つくばみらい市で収穫された累計約61トンのお米を、延べ12,335世帯の東京のひとり親家庭に向けて発送いたしました。



お米をもらって笑顔の子供たち

市場動向(ふるさと納税市場の推移)

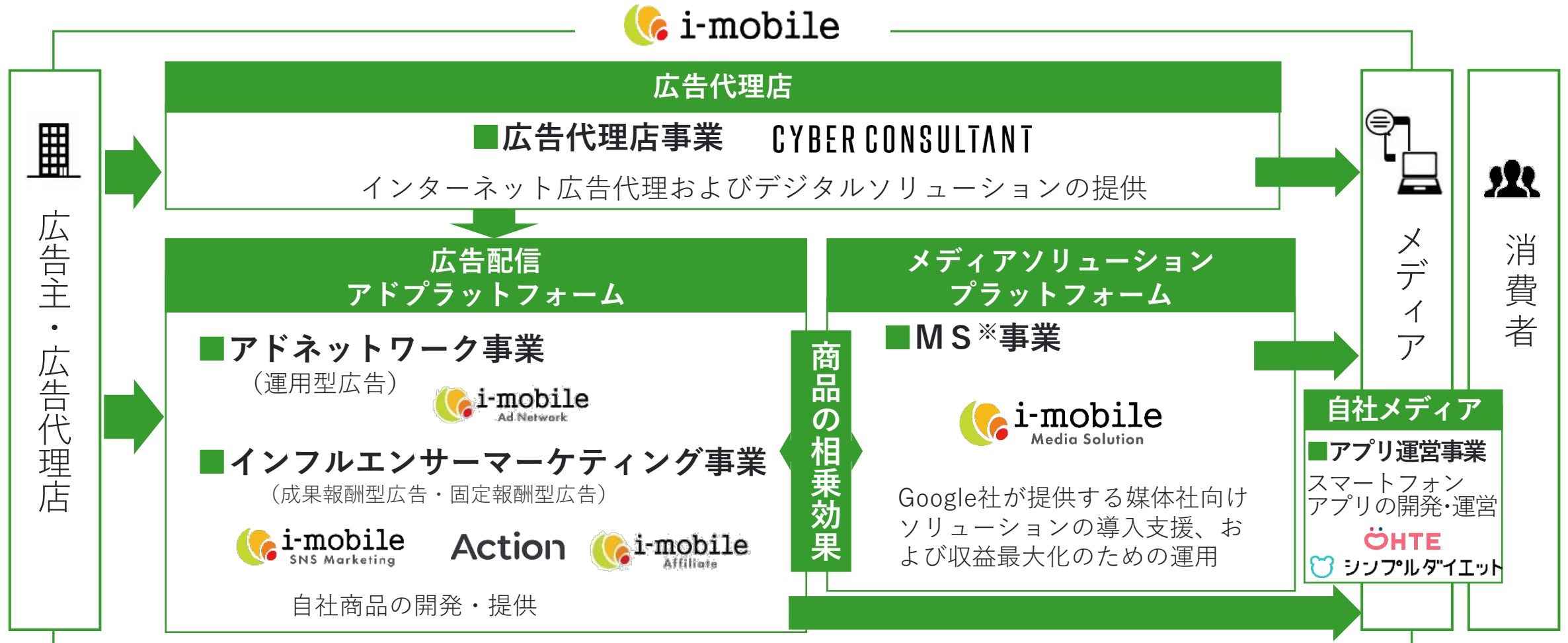
ふるさと納税受入額は順調に伸長。潜在寄附控除規模からみると拡大余地は大きく※、
制度の安定化と認知度の向上による更なる市場の成長を見込む



■ 2011~2022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%）。
 ■ 2011~2023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6年8月2日を参照。
 ■ ふるさと納税の利用率は「総務省発刊：各年度の課税における住民税控除額の実績等」及び「総務省発刊：各年度の市町村税課税状況等の調」を参考に当社にて算出。
 ※ 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。

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



※ MS:メディアソリューション

ビジネスモデル:アプリ運営事業 オーテ株式会社

高品質なパズルゲームと懸賞システムを融合したスマートフォンゲームアプリ「パズル de 懸賞」シリーズを提供。アイモバイル社の技術力を活かした商品（タイトル）開発とマーケティングマネジメント手法により自社メディアとしての広告収益拡大に成功



累計DL数

約1,800万回以上

※2025年1月末時点




グリーンエネルギー事業について

“ひとの未来”に向けた脱炭素社会の実現という社会課題に取り組む

強み
Strength

- 顧客基盤
- 自治体とのネットワーク
- 宿泊施設とのネットワーク
- 上場企業としての強固な財務基盤

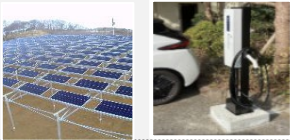


 **発電事業**

- 営農型発電
- 野立て型発電
- オンサイトPPA

EV充電事業

- 充電設備の設置・運営



- 農産業**
- 電力小売事業**
- オフサイトPPA事業**
- 自治体支援事業※1**

付帯事業

- EPC事業
- O&M事業
- 保険代理店事業

※1 グリーンエネルギーを使った地場産品製造や公共施設への電力の供給



機会
Opportunity

- EV車市場の成長
- 再生可能エネルギーへのシフト※2
- 地方創生の機運
- ふるさと納税事業**

 - ポータルサイト運営
 - 企業版ふるさと納税
 - クラウドファンディング

脱炭素社会をマーケティングとテクノロジーで推進し、地方創生を実現

※2 EV (BEV+PHEV) の市場成長と増加に伴う約5兆円と言われるガソリンスタンド市場のゲームチェンジの可能性と、政府が掲げる2030年度の温室効果ガス46%削減に向けた目標に伴い、約20兆円と言われる電力市場の構造変更を示しております。

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)



人々のQOLの向上

社会的価値の創造

持続可能な街づくり

地域の魅力創出



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

主要経営指標推移

I-1.連結業績推移 ※1

(百万円)

会計年度	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07	2024/07
売上高	7,485	11,592	13,933	16,426	18,735
売上総利益	7,292	11,584	13,918	16,401	18,702
売上総利益率	97.4%	99.9%	99.9%	99.8%	99.8%
販売費及び一般管理費	5,046	8,202	10,125	12,875	15,153
売上販管費率	67.4%	70.8%	72.7%	78.4%	80.9%
営業利益	2,246	3,382	3,793	3,525	3,549
営業利益率	30.0%	29.2%	27.2%	21.5%	18.9%
経常利益	2,248	3,366	3,839	3,434	3,459
経常利益率	30.0%	29.0%	27.6%	20.9%	18.5%
当期利益 ※2	1,727	2,299	2,678	2,404	2,420
当期利益率	23.1%	19.8%	19.2%	14.6%	12.9%
総資産	15,359	18,992	18,193	21,721	24,488
純資産	13,222	14,720	13,406	14,079	15,633
純有利子負債	▲ 12,363	▲ 15,422	▲ 14,268	▲ 16,218	▲ 18,602
自己資本比率	86.1%	77.4%	73.3%	64.3%	63.3%

I-2.セグメント別業績推移 ※3

会計年度		2020/07	2021/07 ※4	2022/07	2023/07	2024/07
コンシューマ事業	売上高	4,485	7,708	9,916	13,285	15,950
	営業利益	1,325	1,974	2,495	2,976	3,446
	営業利益率	29.6%	25.6%	25.2%	22.4%	21.6%
インターネット広告事業	売上高	3,037	3,935	4,065	3,180	2,756
	営業利益	866	1,451	1,415	667	333
	営業利益率	28.5%	36.9%	34.8%	21.0%	12.1%

II.各指標の推移

会計年度	2020/07	2021/07	2022/07	2023/07	2024/07
ROE	13.1%	16.5%	19.0%	17.6%	16.4%
ROA	10.7%	13.4%	14.4%	12.1%	10.5%
EPS (円) ※5	25.6	35.8	41.7	39.9	42.1

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

※1 金額はすべて新収益認識基準を適用したものとっております。

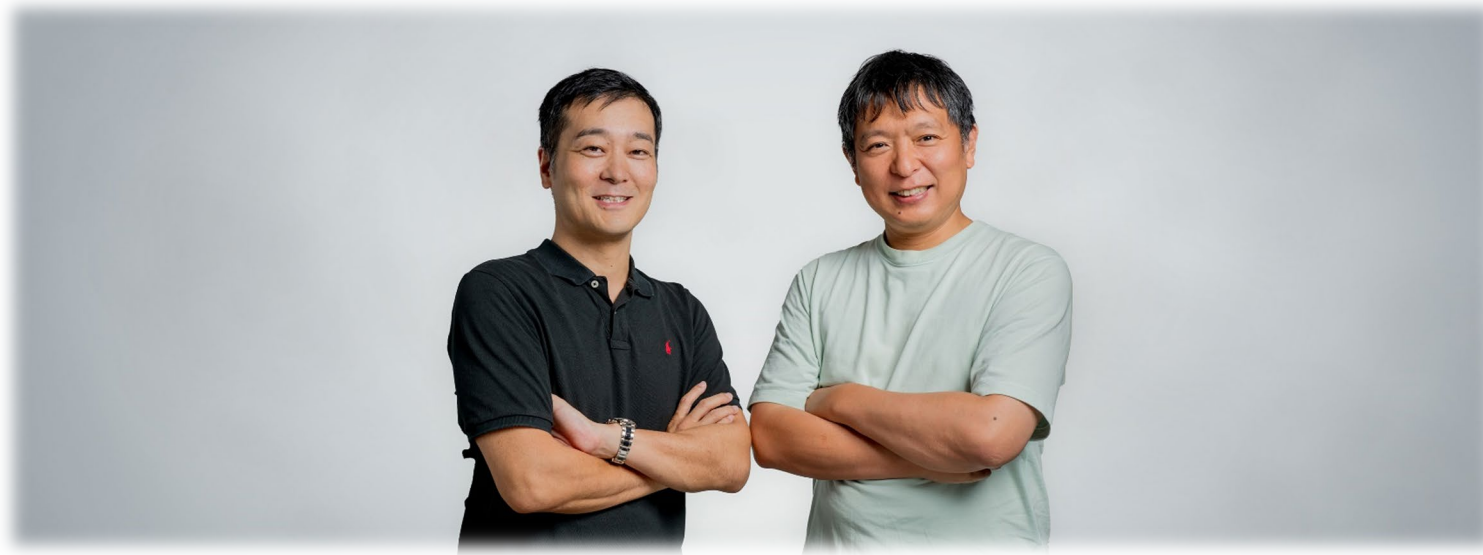
※2 本ページにおける「当期利益」とは、「親会社株主に帰属する当期純利益」を示しております。

※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となっております。

※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。

※5 当資料におけるEPSは、株式分割の影響を考慮して記載しております。

創業経営者



代表取締役会長 田中 俊彦

1979年生まれ。情報通信系企業や広告代理店を経て、インターネットの市場の拡がりから次代を見据えて、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・ディ・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。

会社概要

商号	株式会社アイモバイル	資本金	152百万円 (2025年1月末時点)
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 215名 (2025年1月末時点)
本社所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目26番20号 関電不動産渋谷ビル 8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 関西オフィス	取締役	専務取締役 文田 康博 取締役 溝田 吉倫 筆頭社外取締役 田中 邦裕 社外取締役 嶋 聡 社外取締役 崔 真淑 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 インフルエンサーマーケティング事業 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

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 

