



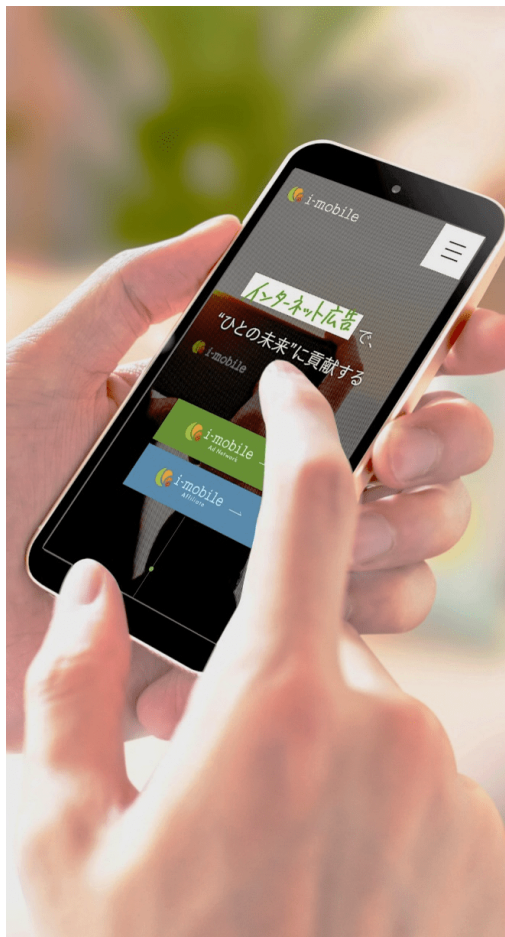
2026年7月期

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)

2026年9月10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

2026年7月期
決算概要



エグゼクティブサマリ①

連結売上高・営業利益ともに累計期間で“過去最高”を達成



売上高 増収

販促費増も増益堅持

市場環境の変化や制度変更に対応した戦略とサービスによる差別化が奏功し、寄附受付金額は過去最高を達成し、シェア拡大

第1四半期の寄附増加に伴い販促費が上振れしたことに加え、前年の収益計上時期ずれ※影響もあったものの、前年比で増益を達成



アプリ運営事業は市場拡大戦略が奏功し、増収基調で推移。アドネットワーク事業は、計画は達成したものの、既存アセットを活用した新規事業モデルへの収益構造改革の途上で減益

株主還元

自己株式の取得（発行済株式総数に対する割合として1.8%）を実施したことで、総還元性向は68.8%と高水準の還元を実施。また、年間配当は27円とし、計画どおりの増配

エグゼクティブサマリ②



(単位：百万円)

		2025年 7 月期 4Q累計	2026年 7 月期 4Q累計	前期比		
					計画	達成率
連結実績	売上高	21,528	22,146	102.9%	22,000	100.7%
	営業利益 (営業利益率)	4,133 (19.2%)	4,177 (18.9%)	101.1%	4,500 (20.5%)	92.8%
	当期利益※ (当期利益率)	2,957 (13.7%)	2,890 (13.0%)	97.7%	3,120	92.6%
コンシューマ 事業	売上高	19,059	19,538	102.5%	19,750	98.9%
	営業利益 (営業利益率)	4,021 (21.1%)	4,101 (21.0%)	102.0%	4,600 (23.3%)	89.2%
インターネット 広告事業	売上高	2,411	2,316	96.0%	2,300	100.7%
	営業利益 (営業利益率)	153 (6.4%)	74 (3.2%)	48.6%	60 (2.6%)	124.5%

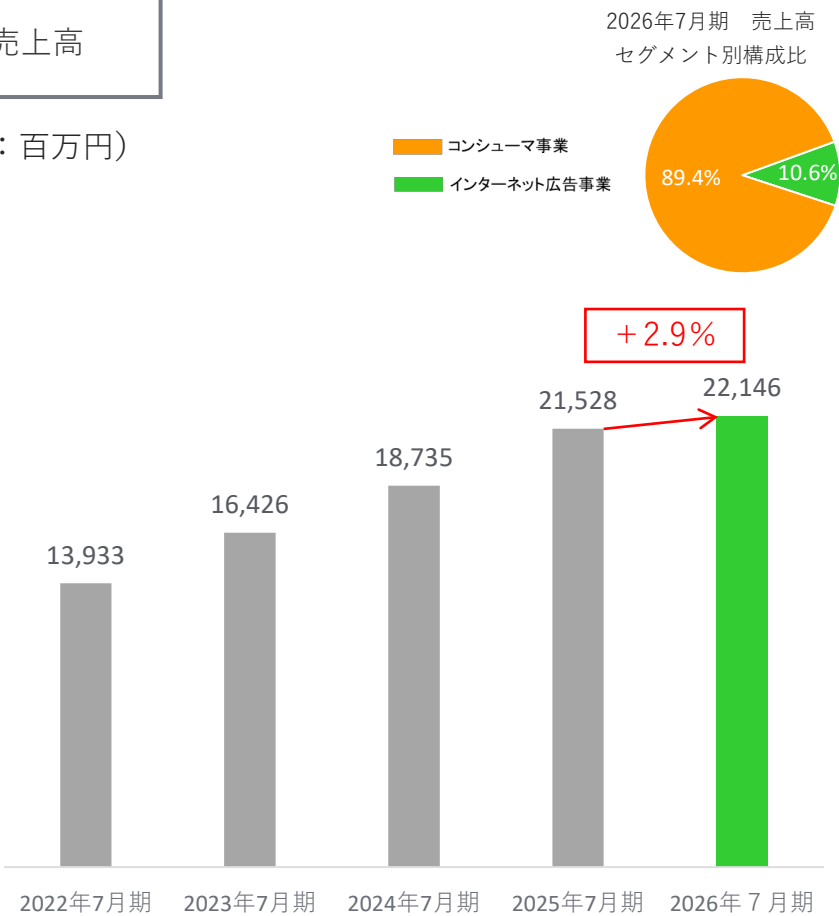
※ 本ページにおける「当期利益」とは、「親会社株主に帰属する当期純利益」を示しております。

【通期】 連結売上高及び営業利益推移

ふるさと納税事業の寄附受付金額の拡大やアプリ運営事業の好調により、売上高は前期比102.9%と増収
第1四半期の販促費の上振れの影響を増収効果で吸収し、営業利益も前年同期を上回る

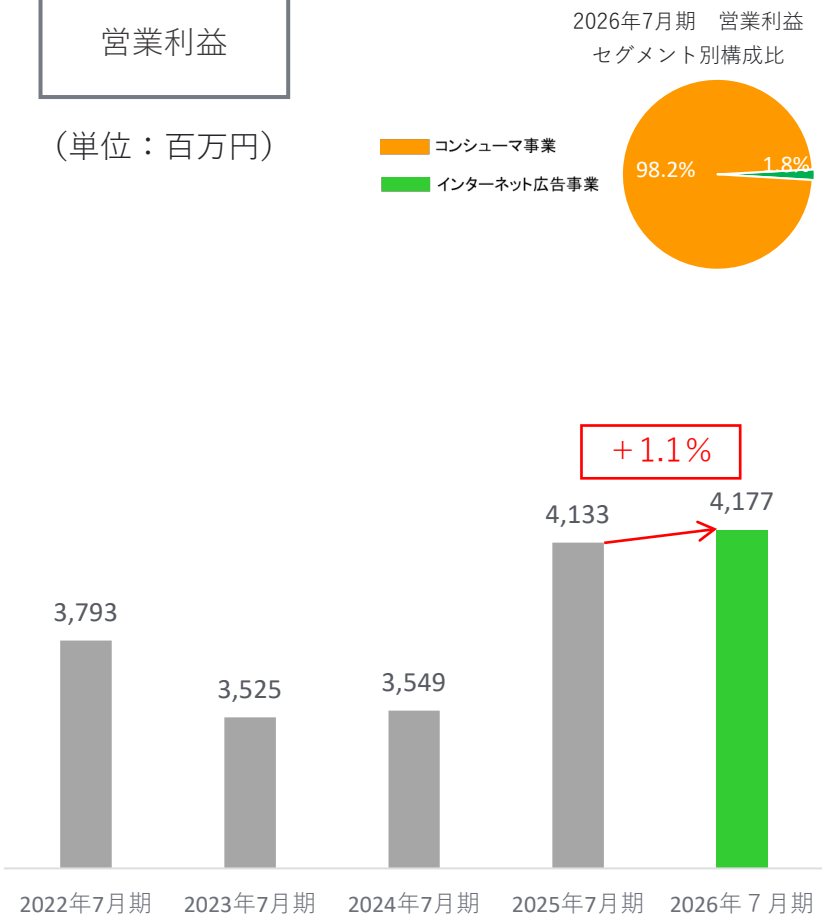
売上高

(単位：百万円)

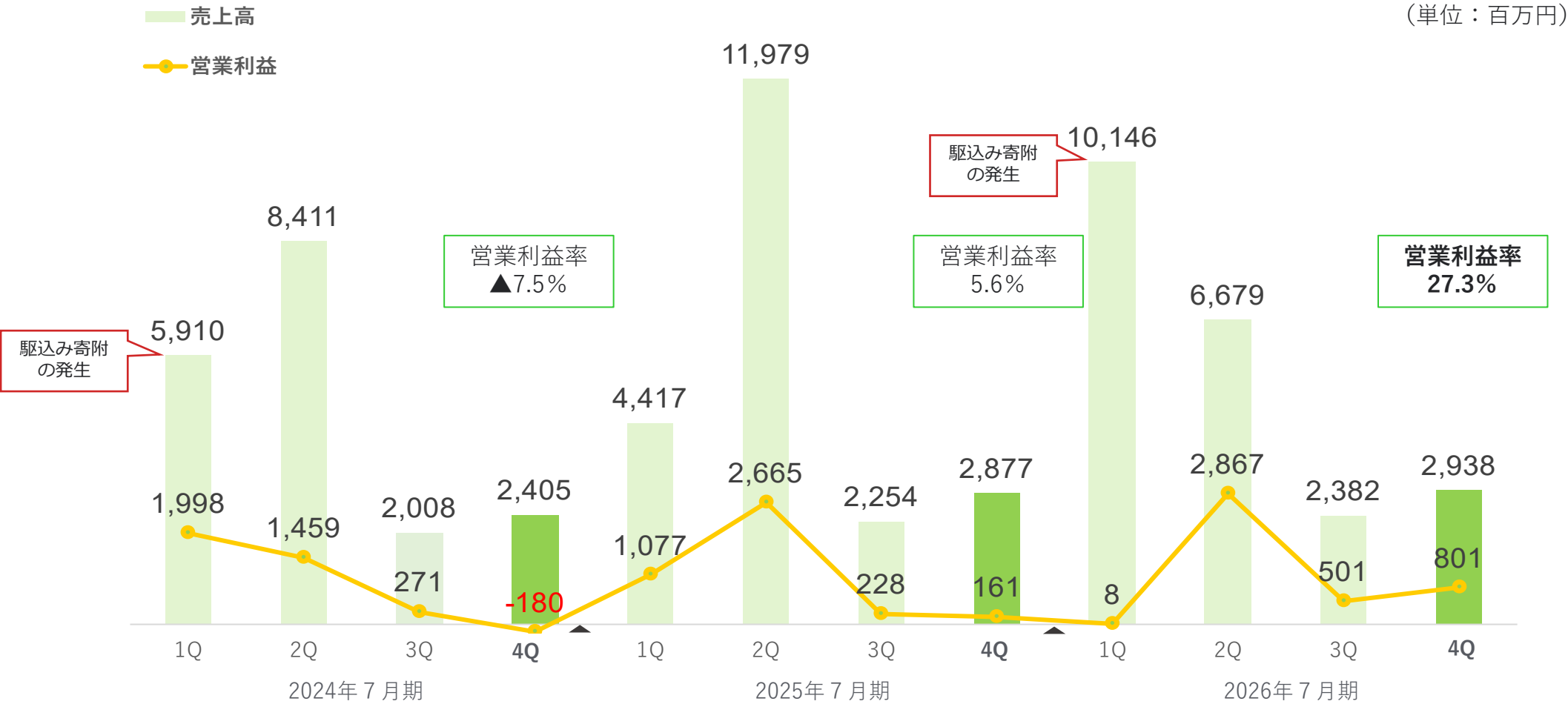


営業利益

(単位：百万円)

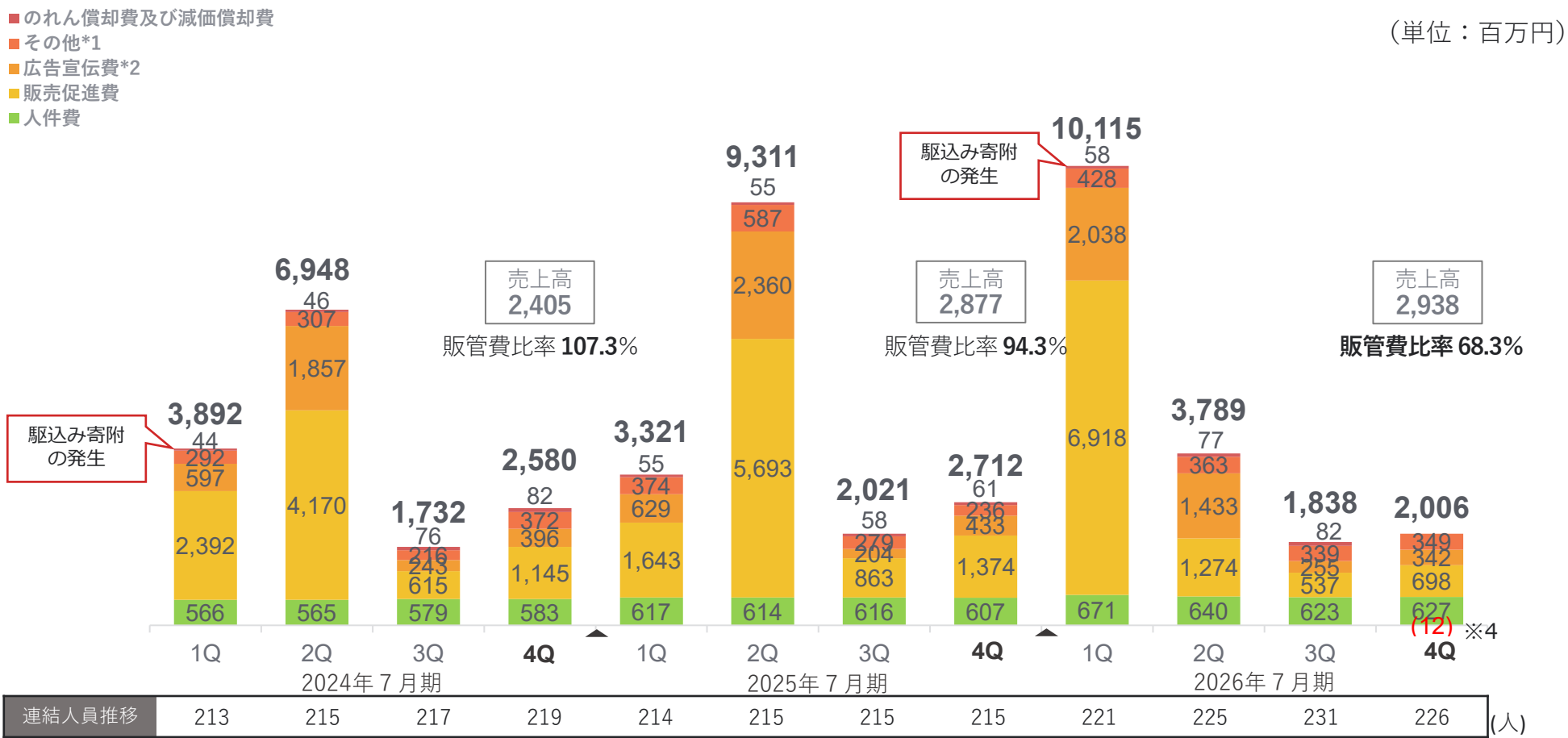


連結売上高及び営業利益推移



連結販売費及び一般管理費推移

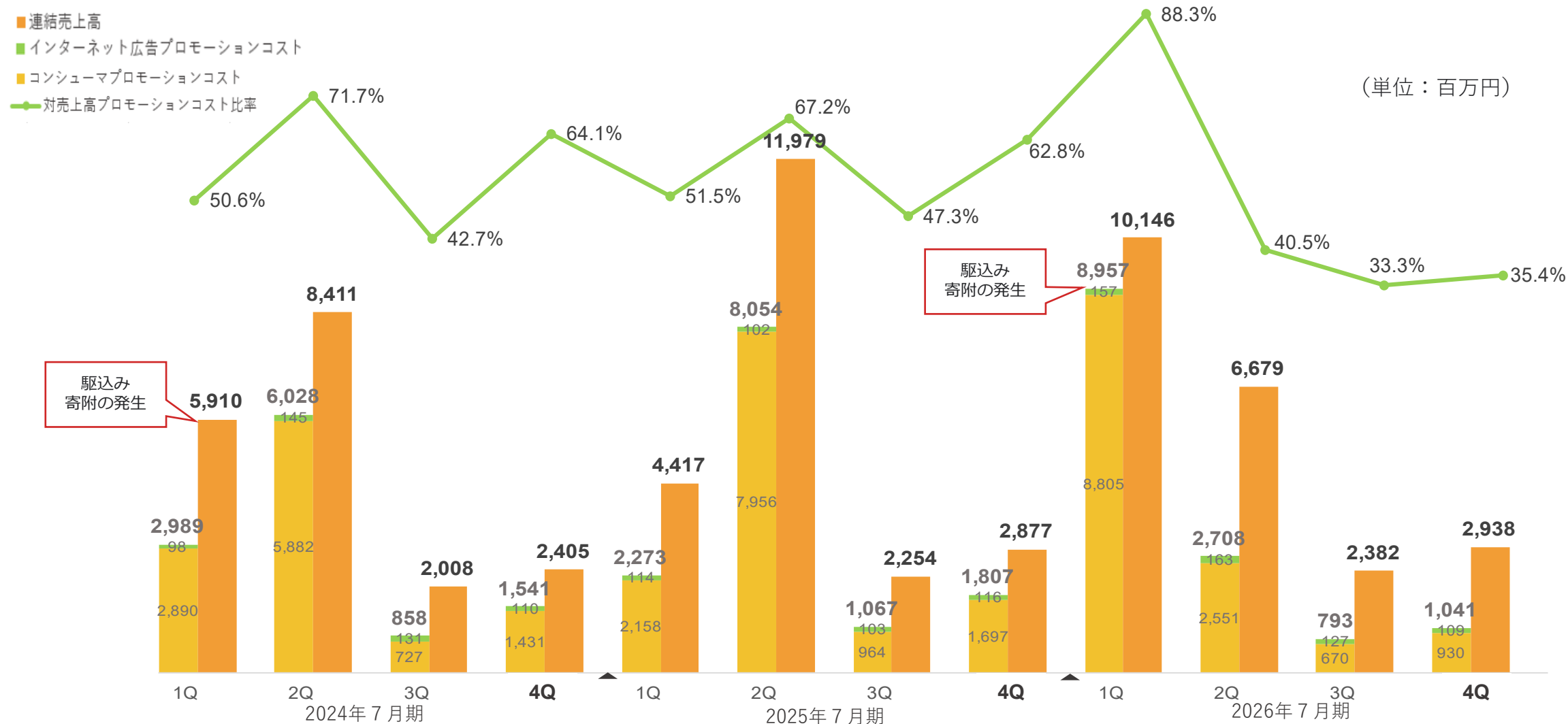
駆け込み寄附需要に対応した販促費のほか、インターネット広告事業の収益基盤再構築費用や人的資本投資の影響で、累計期間では前年比※3で増加



※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。2024年7月期：1Q～2Q／2025年7月期1Q～2Q、4Q／2026年7月期1Q～2Q
 ※3 本ページの「前年比」は、当年の第4四半期連結累計期間と前年の第4四半期連結累計期間を比較するものです。
 ※4グリーンエネルギー事業に係る減価償却費を販管費から売上原価へ振替えたことに伴い、販管費の「のれん償却及び減価償却費」は当第4四半期会計期間に▲12百万円となりました。

プロモーションコスト(対売上高比率)の推移

制度変更に伴い、第2四半期以降のプロモーションコスト※¹比率は、前年同四半期※²と比べて低下傾向が続く



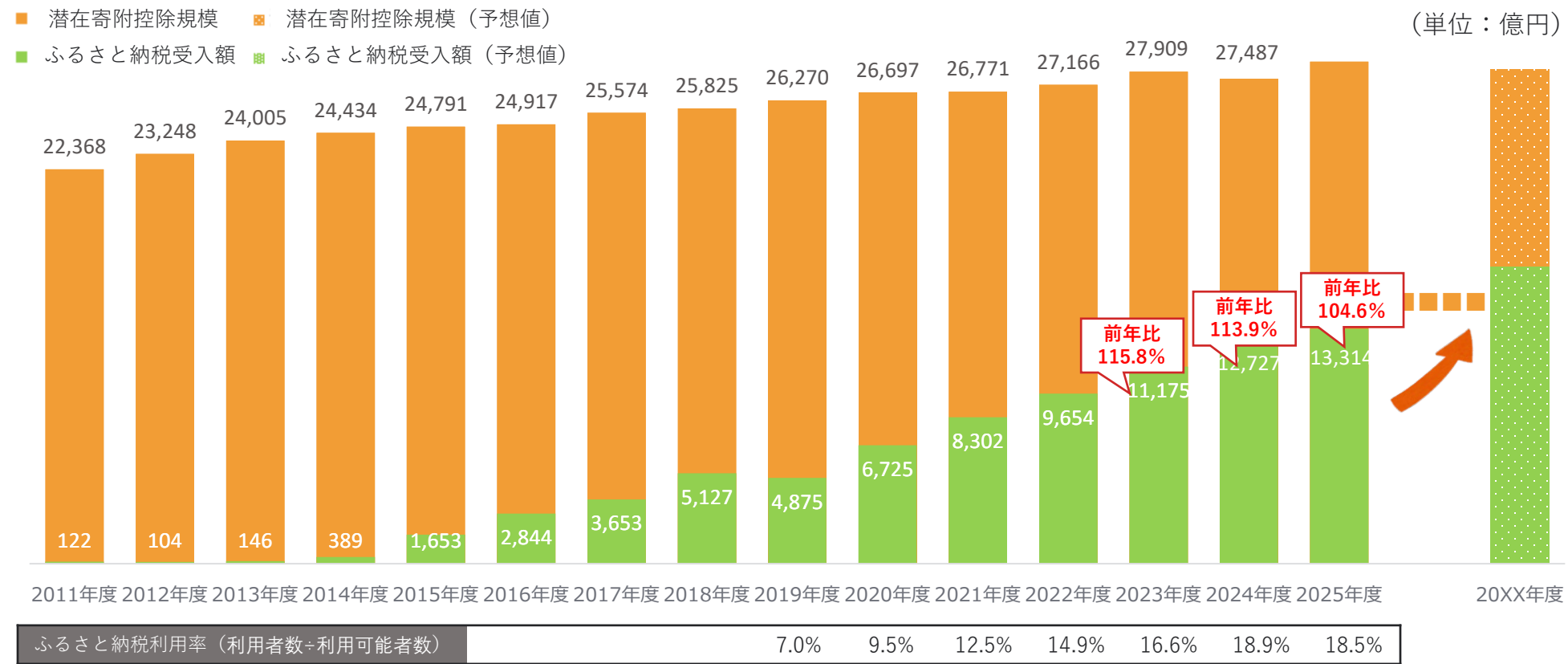
セグメント概況

コンシューマ事業



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。潜在寄附控除規模や利用率からみると市場の拡大余地は大きく※、
制度の認知度の向上と安定化によって更なる拡大成長を見込む



■ 2011～2024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%）。
 ■ 2011～2025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8年7月31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。

2026年7月期 通期業績推移

2026年7月期 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



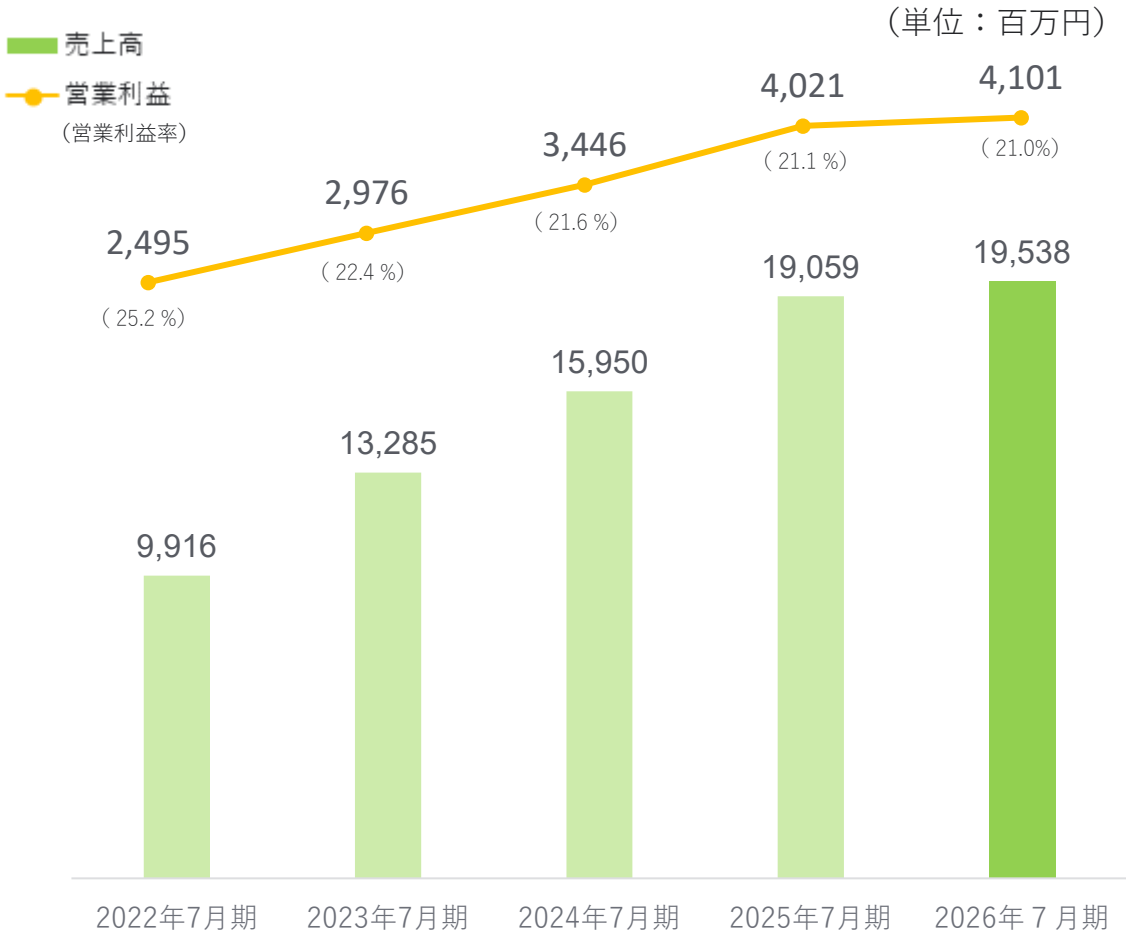
----- 2026年7月期の評価 -----

- ・ 制度改正を踏まえたマーケティング施策による顧客の獲得 ➤
- ・ ユーザー利便性向上によるロイヤルティ基盤の構築 ➤
- ・ 自治体との連携強化を通じた地方創生と持続的成長基盤の確立 ➤

売上高：前期比 **102.5%** 計画比 **98.9%**

営業利益：前期比 **102.0%** 計画比 **89.2%**

【売上高及び営業利益の推移】



通期結果及び業績推移

2026年 7 月期 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 制度改正を踏まえたマーケティング施策による顧客の獲得

市場環境に対応したプロモーションと決済サービスの投入で新規顧客を獲得し、会員数は前年同期末比14%増

2 ユーザー利便性向上によるロイヤルティ基盤の構築

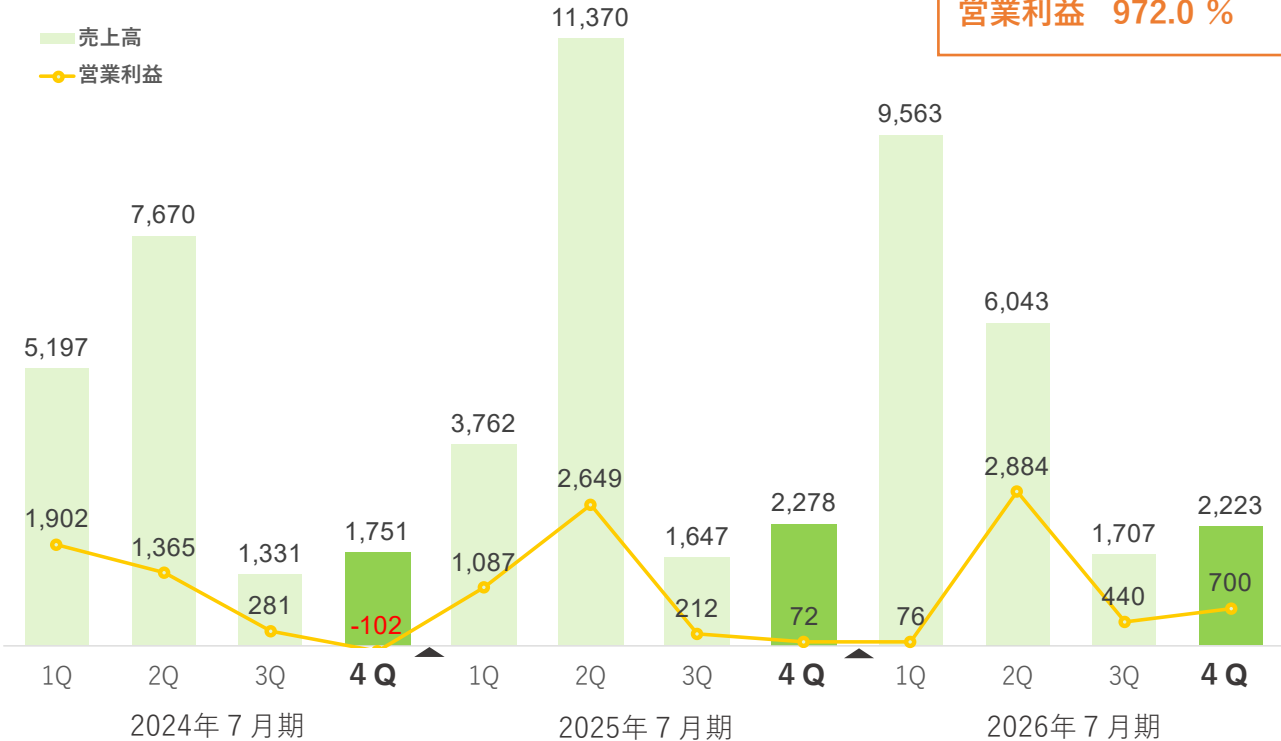
アプリ等を通じた顧客エンゲージメント向上により既存顧客の継続利用を促進し、顧客基盤を拡大

3 自治体との連携強化を通じた地方創生と持続的成長基盤の確立

ふるさと納税業務代行サービス※1の契約自治体数、カタログの掲載数が順調に拡大

【売上高及び営業利益の四半期推移】

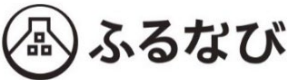
(単位：百万円)



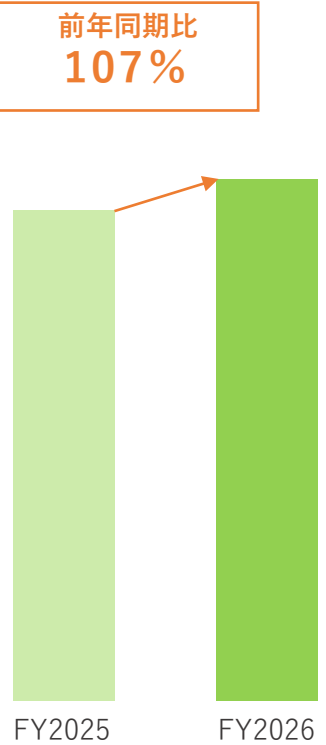
4 Q 前年同四半期比※2
売上高 97.6 %
営業利益 972.0 %

※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。

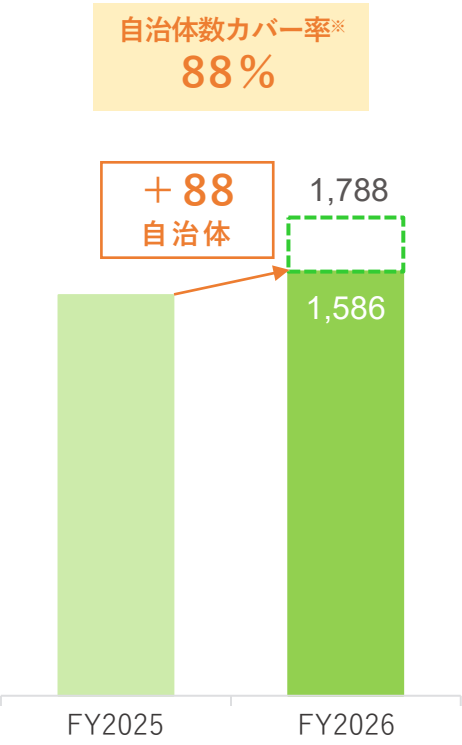
ふるさと納税事業の成長推移



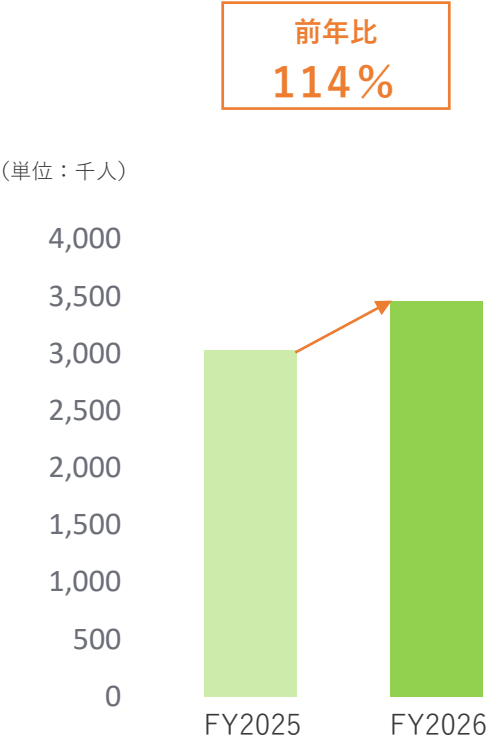
寄附受付件数の推移



契約自治体数の推移



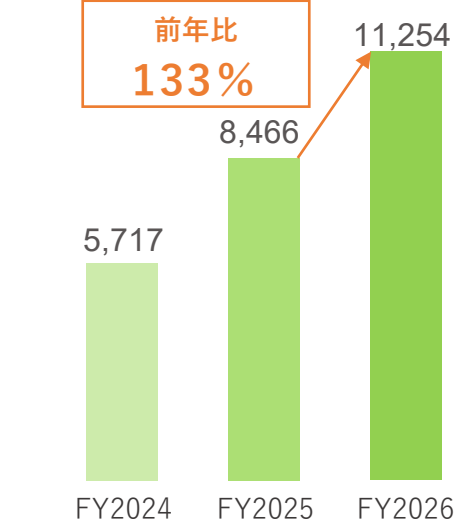
会員数の推移



売上高 94%
(前年同期比)

税制改正に伴う高額寄附者の減少

提携施設数の推移



■ 本ページの「前年比」は、2026年7月末と2025年7月末の数値を比較、「前年同期比」は、2026年7月期連結累計期間と2025年7月期連結累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。尚、総務省公表の「令和8年度ふるさと納税に関する現況調査結果」より、令和7年度における寄附総額の99%を占める自治体のカバー率は95%です。

セグメント概況

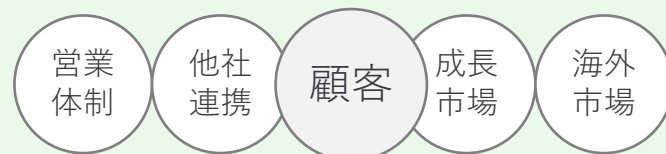
インターネット広告事業



2026年7月期 通期業績推移

2026年7月期 重点施策

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



----- 2026年7月期の評価 -----

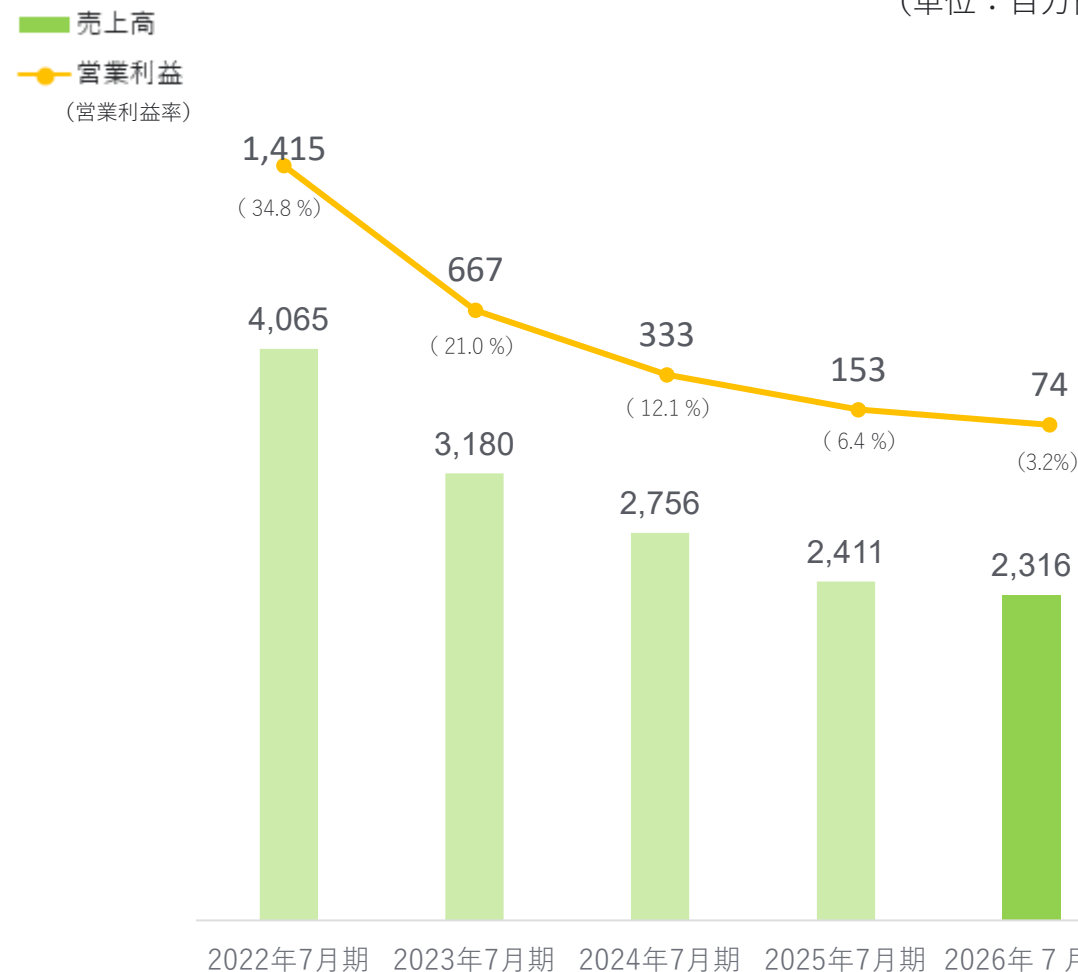
- ・アプリ運営事業：新市場や顧客層の開拓、収益モデルの拡大
- ・ADPF事業※1：収益ポートフォリオの再構築
- ・MS事業※2のアセットを活用した新市場開拓による事業領域の拡大

売上高：前期比 **96.0%** 計画比 **100.7%**

営業利益：前期比 **48.6%** 計画比 **124.5%**

【売上高及び営業利益の推移】

(単位：百万円)



■本ページの「前期比」は、2026年7月期連結会計年度と2025年7月期連結会計年度を比較するものです。

※1 ADPF事業:アドプラットフォーム事業

※2 MS事業:メディアソリューション事業

通期結果及び業績推移

1 注力領域1：アプリ運営事業



新たな収益モデルによる事業拡大

トリマ※2との提携に加え、ハルメク※3との協業を開始したことで収益力が拡大。海外市場開拓も堅調に推移し、収益に寄与

リテンション施策による既存アプリの収益回復

IP※4を活用した利用促進や利用体験の向上策によりユーザーエンゲージメントを強化し、離脱を抑制

2 注力領域2：アドネットワークOEM



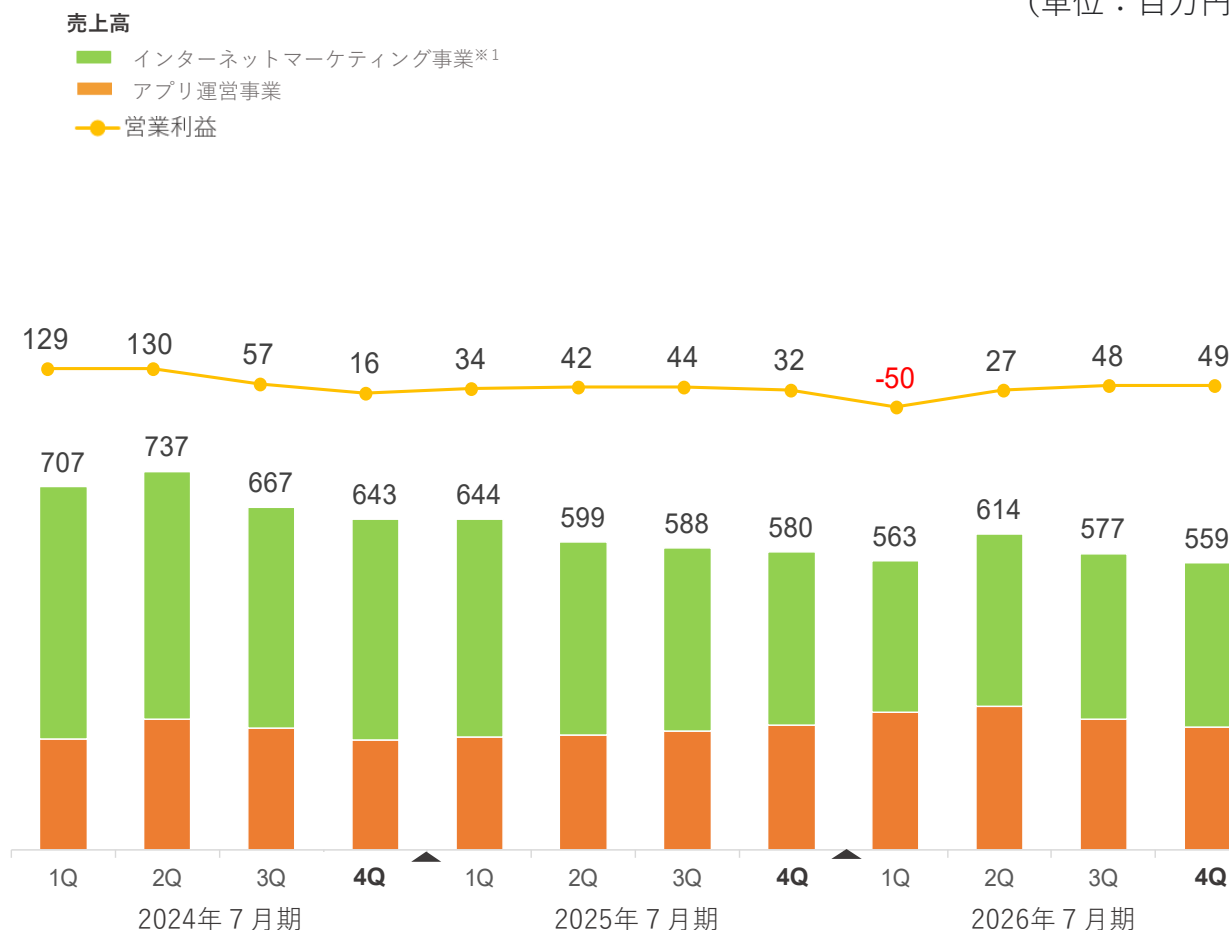
アドネットワーク事業のノウハウと基盤を活用したOEM提供を推進。新規導入案件の獲得および顧客開拓が本格化

3 注力領域3：ブランドリーダー※5



画像解析AI搭載の「ファンサーチ※6」の実装による競争優位性を活かした提案を推進し、大手企業への導入を実現

(単位：百万円)



※1 2026年2月1日付で、インターネット広告事業セグメントのアドネットワーク、インフルエンサーマーケティング、及びメディアソリューションの3事業を統合し、インターネットマーケティング事業へと再編

※2 ジオテクノロジー株式会社が発行する移動距離や歩数に応じて「マイル」が貯まるポイ活アプリ

※3 株式会社ハルメクが展開する、50歳以上の女性を対象にした国内販売部数No.1（日本ABC協会発行社レポート（2025年1月～6月））の雑誌を中心とする情報コンテンツ

※4 Intellectual Property（知的財産）の略称で、著作権・商標権等により保護されたキャラクターやコンテンツ

※5 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支援するなど、ブランド価値向上をサポートするツール

※6 特許出願中の機能で、独自アルゴリズムにより、ハッシュタグやキャプションに頼らず画像データからブランド接点を直接解析

新規事業概況

グリーンエネルギー事業[※]



※グリーンエネルギー事業は報告セグメントに含まれておりません

©2026 i-mobile Co., Ltd.

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

- 小売電気事業（株式会社ふるなび電力）で家庭向け電気料金メニューの契約受付  ふるなび電力
- 太陽光発電所・系統用蓄電所の建築状況

低圧・高圧を合わせて、合計51か所の発電所が稼働中
 計画中の64施設が全て完成すると総発電容量は10MW※を超える
 2026年3月、系統用蓄電池（蓄電所）が需給調整市場へ参入し、収益化を開始



- 2026.05.15 当社51か所目の発電所（栃木県さくら市・野立て型）で売電開始
- 2025.11.12 家庭向け低圧電気料金メニュー「スマートプライスプラン」受付開始
- 2025.07.23 返礼品としてふるなび電力ポイントの提供を開始
- 2025.04.01 小売電気事業を担う、「株式会社ふるなび電力」を設立
- 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
- 2024.06.13 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し、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 Looop 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



2027年7月期
業績予想



2027年7月期 連結業績予想

ふるさと納税制度改正に対応した差別化戦略によるシェア拡大と販促投資効率の向上に加え、グリーンエネルギー事業の収益貢献及び広告事業の収益モデル転換により、増収増益を実現

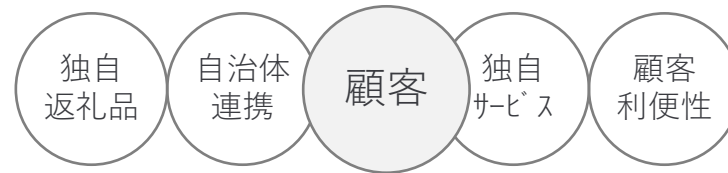
項 目 (単位：百万円)		2026年 7 月期 通期実績	2027年 7 月期 通期予想	前期比
連結業績	売上高	22,146	22,200	100.2%
	営業利益 (営業利益率)	4,177 (18.9%)	4,500 (20.3%)	107.7%
	当期利益※1 (当期利益率)	2,890 (13.0%)	3,140 (14.1%)	108.6%
コンシューマ事業	売上高	19,538	19,000	97.2%
	営業利益 (営業利益率)	4,101 (21.0%)	4,300 (22.6%)	104.8%
インターネット広告事業	売上高	2,316	2,280	98.4%
	営業利益 (営業利益率)	74 (3.2%)	60 (2.6%)	80.3%

※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 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。

2027年7月期 事業戦略(コンシューマ事業)



シェア拡大による市場影響力の獲得と競争優位性により長期収益を最大化



独自決済サービス「ふるなびマネー」の利用促進による顧客基盤の拡大

- 寄附意欲を喚起する施策により、既存顧客の継続利用と新規顧客の獲得



自治体との連携強化を通じた、地方創生と持続的成長基盤の確立

- 事務効率化や魅力発信強化を担う「ふるさと納税業務代行サービス」※の展開強化

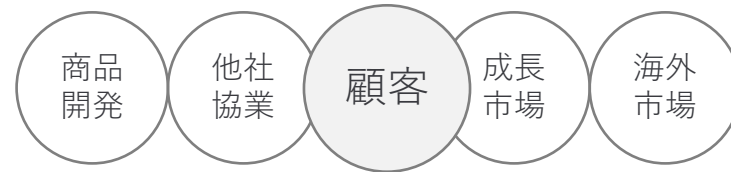


需要期に合わせたプロモーション展開による効果の最大化と費用の効率化

- 「ふるなびアプリ」の機能強化を通じた顧客接点の深化とリテンションの向上

2027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の加速



プロダクトプロバイダーへの収益モデル転換

- リテールメディア市場への「アドネットワークOEM」の展開強化による事業領域の拡大
- 顧客支援機能を強化した「ブランドレーダー」の新規顧客開拓の推進

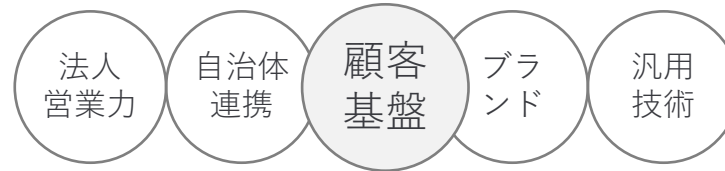


新市場・新規顧客層の開拓および収益モデルの更なる拡大

- 協業ドメインにおけるプロモーション強化と新規タイトルの投入による収益の拡大
- 「パズルde懸賞」シリーズの新タイトル投入・機能拡充によるリテンション向上
- 海外市場におけるプロダクト改善およびプロモーションの強化を通じた収益の拡大

2027年7月期 事業戦略(グリーンエネルギー事業)

発電・蓄電の収益拡大と既存事業のアセット活用で電力事業の収益基盤を早期に確立



発電・蓄電アセット（設備）の安定稼働と収益拡大

- 既存施設の安定運営による収益確保に加え、太陽光発電所・系統蓄電所の建設と連系を進め、収益基盤を拡充



グリーンエネルギー事業



脱炭素社会の実現に向けた電力小売の拡大

- 既存事業のアセットを活かした電力小売業の顧客獲得と自治体との連携推進



ふるなび電力



自社技術を活かした電力需給の最適化と新たな収益機会の検討

- 広告事業で培った自社技術を基に、電力領域での事業化に向けた準備を推進

2027年7月期～2029年7月期

新中期経営計画



新中期経営計画(FY27～29)における戦略概要

当社グループの更なる企業価値向上に向け、第三の事業創造を実現する

安定収益を生み出すふるさと納税事業のさらなる成長を図るとともに、「ふるなび」が有するアセットと、祖業であるインターネット広告事業※1で培ったテクノロジー・事業ノウハウにより、第三の事業創造となるグリーンエネルギー事業※2へ本格参入します。同事業を新たな成長ドライバーとして育成し、企業価値の持続的な向上を目指します。



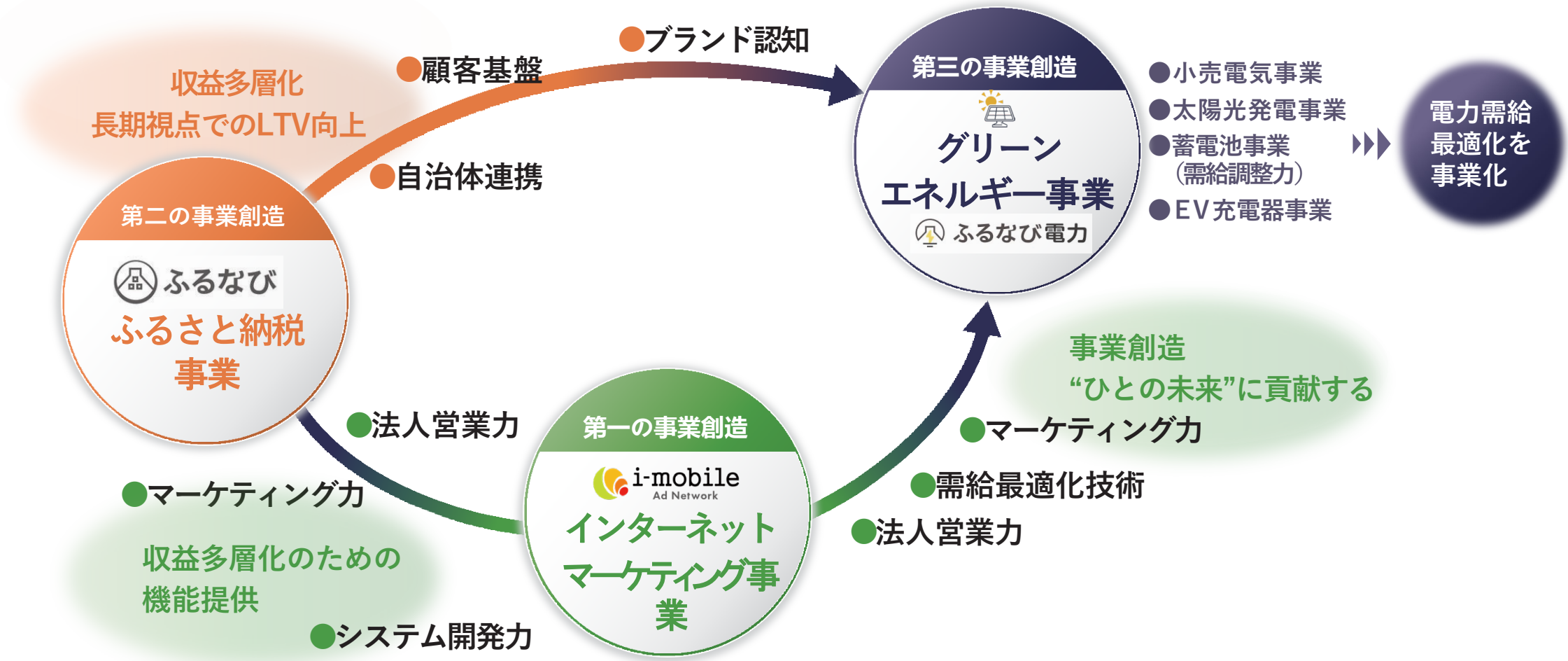
「人・地域・社会をつなぐ事業の創造を通じて課題を解決し、社会価値と経済価値を同時に実現する」

※1 本資料における「インターネット広告事業」には、オーテ株式会社が展開するアプリ運営事業が含まれます

※2 本資料における「グリーンエネルギー事業」には、株式会社ふるなび電力が展開する小売電気事業が含まれます

事業融合により第三の事業創造の成功へ

事業融合により相互作用効果を強化し、事業創造の再現性を高め、「第三の事業創造」成功の蓋然性を上げる
 地域×価値流通プラットフォームとして、地域価値を発信し流通させることにより社会的価値・経済的価値を向上する



※ 「グリーンエネルギー事業」には、株式会社ふるなび電力が展開する小売電気事業が含まれます。

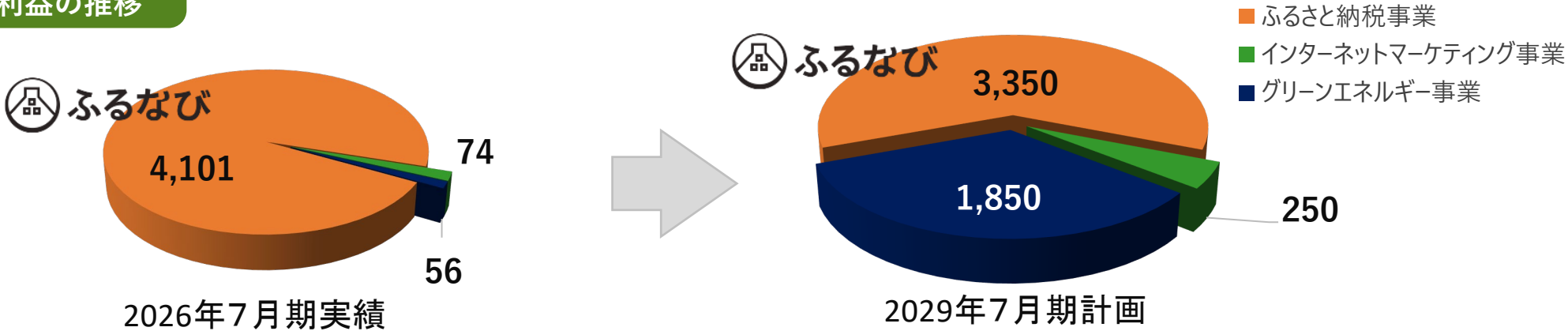
新中期経営計画(FY27~29)数値計画

連結業績

単位：百万円

項 目		2026年 7 月期	2027年7月期	前期比	2028年7月期	前期比	2029年7月期	前期比
		通期実績	通期予想		計画		計画	
連結業績	売上高	22,146	22,200	100.2%	22,300	100.5%	22,900	102.7%
	営業利益 (営業利益率)	4,177 (18.9%)	4,500 (20.3%)	107.7%	4,500 (20.2%)	100.0%	5,300 (23.1%)	117.8%
	当期利益※ (当期利益率)	2,890 (13.0%)	3,140 (14.1%)	108.6%	3,140 (14.1%)	100.0%	3,670 (16.0%)	116.9%

事業別営業利益の推移



※ 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。

新中期経営計画(FY27～29)数値計画(事業別)

	2027年7月期	2028年7月期	2029年7月期
コンシューマ事業※	売上高 190.0 億円 営業利益 43.0 億円 前期比 104.8%	売上高 172.0 億円 営業利益 35.0 億円 前期比 81.4%	売上高 164.0 億円 営業利益 33.5 億円 前期比 95.7%
インターネット広告事業	売上高 22.8 億円 営業利益 0.6 億円 前期比 80.3%	売上高 24.8 億円 営業利益 1.3 億円 前期比 216.7%	売上高 26.7 億円 営業利益 2.5 億円 前期比 192.3%
グリーンエネルギー事業	売上高 8.8 億円 営業利益 2.5 億円 EBITDA 5.0 億円	売上高 26.0 億円 営業利益 10.0 億円 EBITDA 13.5 億円	売上高 38.0 億円 営業利益 18.5 億円 EBITDA 23.3 億円

※ 本資料における「コンシューマ事業」は、ふるさと納税事業及びふるなび周辺事業の総称です

新中期経営計画(FY27～29)における主要KPI目標

収益力

EPS

CAGR +8.9%

29/7期 目標

66.6 円^{※1}

調整後連結営業利益^{※2}

CAGR +8.6%

29/7期 目標

53.7 億円

事業別KPI

ふるさと納税寄附受付件数

CAGR +2.8%

29/7期 目標

約 610 万件

グリーンエネルギー事業 EBITDA

CAGR +146.5%

29/7期 目標

23.3 億円

資本効率・株主還元

ROE

15%+の
高水準維持

29/7期 目標

15%+

DOE

累進配当による
安定的・継続的な配当

29/7期 目標

5%+

※1 EPS目標値は、2026年7月期末の発行済株式数（自己株式控除後）55,085千株を母数として算定（将来の自己株式取得等による株式数の変動は織り込んでいない）

※2 調整後連結営業利益とは、有価証券報告書に記載される連結営業利益に、当該事業年度に計上された新株予約権に係る株式報酬費用を加算した額をいう

資本コストを意識した経営

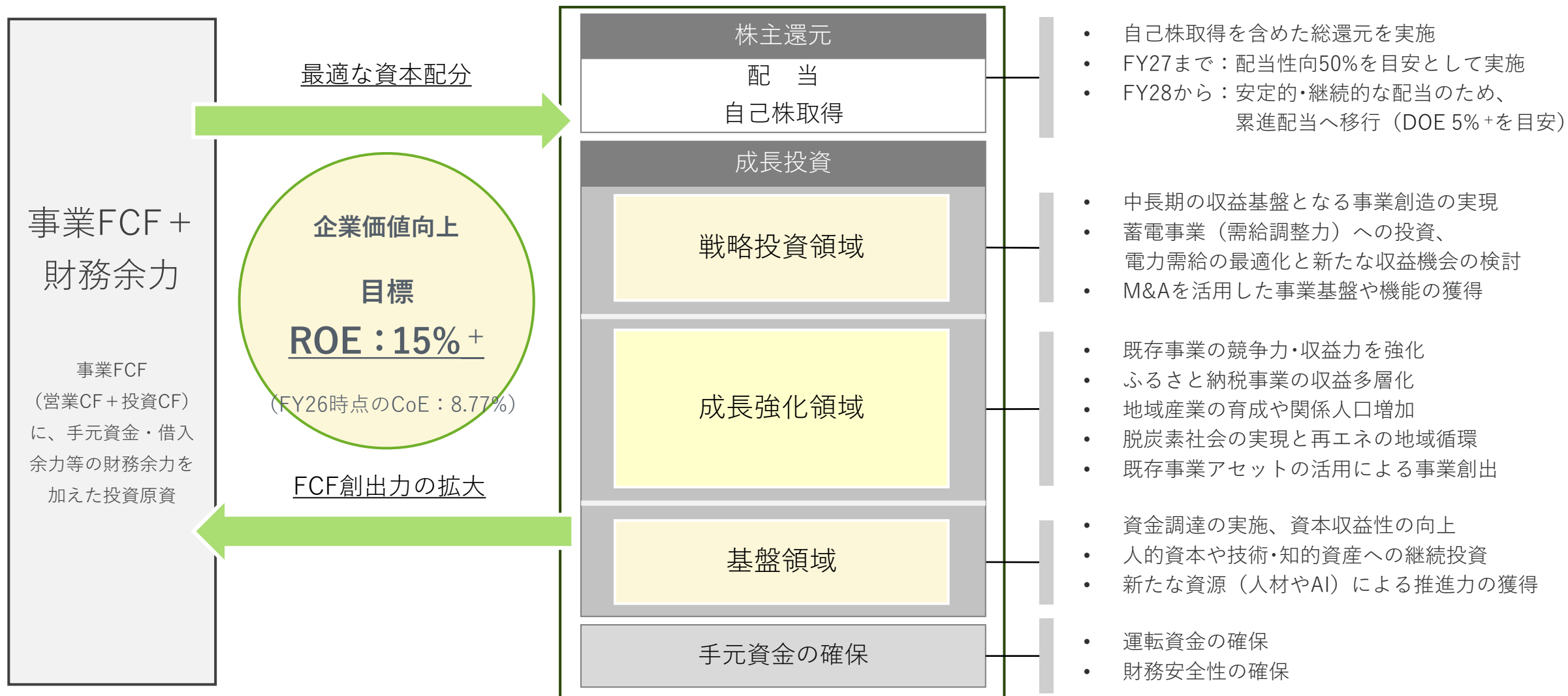


資本コストと株価を意識した経営(キャピタルアロケーション方針)

キャッシュイン

キャピタルアロケーション

3か年の重点方針

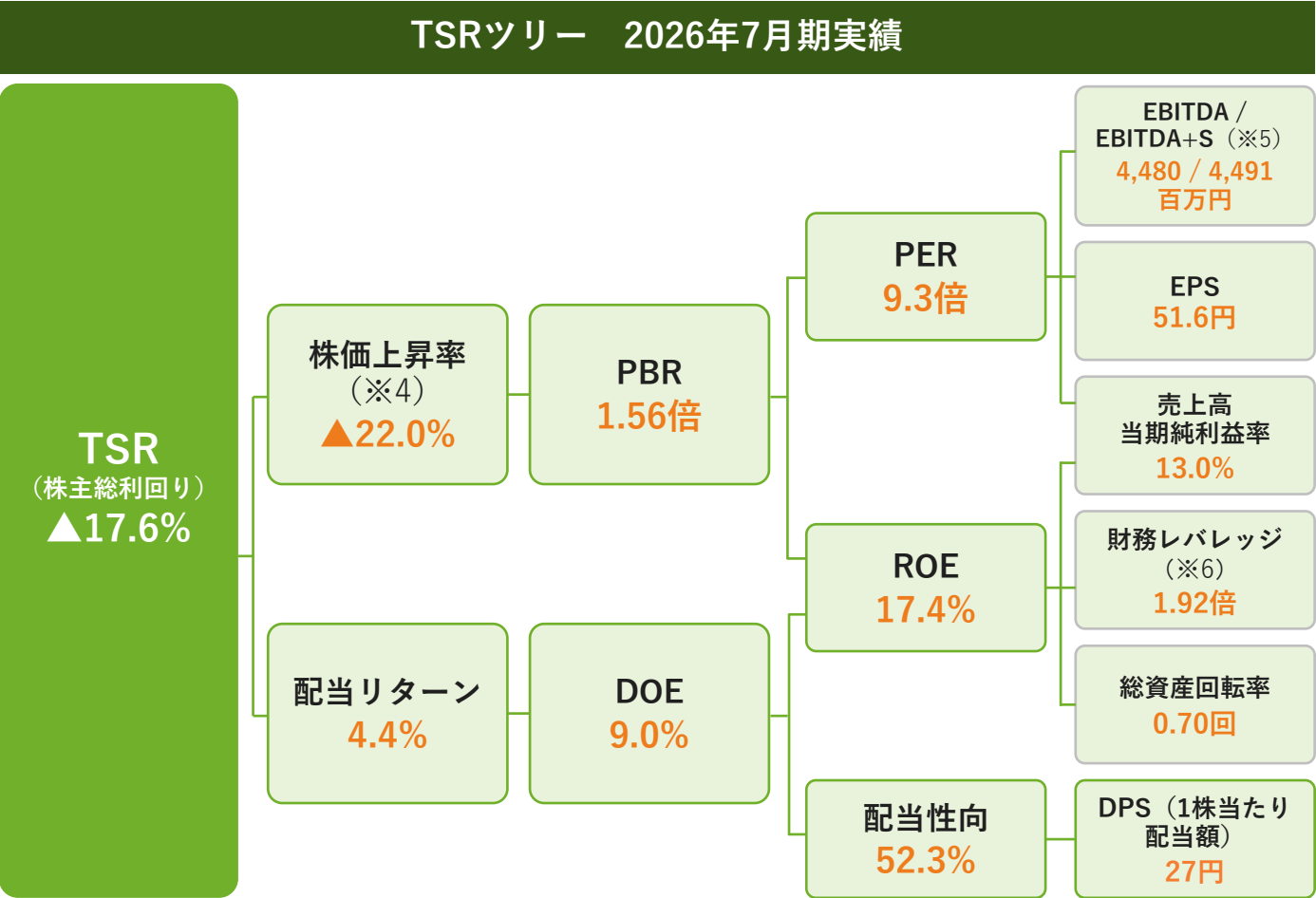


資本コストと株価を意識した経営(資本コストとTSRツリー)

既存事業の収益力向上と、第三の柱となるグリーンエネルギー事業の創造により、収益源を多層化し、成長を加速します。利益成長と規律ある株主還元を通じてEPSを持続的に高め、PER9.3倍にとどまる市場評価の向上を目指します。

株主資本コスト（CoE）の算定	
CoE = リスクフリーレート + β × マーケットリスクプレミアム + サイズプレミアム + 非支配株主リスクプレミアム = 8.77% (2026年7月期)	
リスクフリーレート (10年国債金利：2026年7月時点)	2.80%
β (2年週次・配当込み)	0.464
マーケットリスクプレミアム (※1)	6.00%
① CAPMベース株主資本コスト リスクフリーレート (2.8%) + β (0.464) × MRP (6%)	5.58%
サイズプレミアム (※2)	+ 1.50%
② サイズ調整後株主資本コスト (①+サイズプレミアム)	7.08%
非支配株主リスクプレミアム (※3)	+ 1.69%
③ 株主資本コスト (CoE) (②+非支配株主リスクプレミアム)	8.77%

※1 IESEビジネススクール調査（2026年版）に基づき設定
※2 Kroll CRSP Size Study（2024年末）およびJapan Size Premia Report 2019のLow-Cap水準（1.0%~1.3%）を踏まえ、該当レンジ1.0%~2.0%の中央値を採用
※3 永久成長率2.0%（2026年7月期）の仮定の下で②に上乗せすべきプレミアムを逆算して算定



※4 株価上昇率 = (期末株価/期首株価-1) *100
※5 EBITDA+SはEBITDAに株式報酬費用（Stock-based compensation）を加算した指標
※6 財務レバレッジは、期中平均総資産額÷期中平均自己資本額により算定

TOPICS - 持続的成長と「第三の事業創造」を加速させる資本政策を実施

既存事業の収益力向上と、新たな成長エンジンとなる「第三の事業創造」を共に推進するため、機動的な株主還元、役職員のコミットメント強化、成長を支える財務基盤の拡充を一体で進め、持続的成長の実現確度を高める経営基盤を整備しました。

■ 自己株式取得による機動的な株主還元の実施（2026年6月）

- ▽ 目的：株主還元の充実、財務・資本効率の向上及びプライム市場の上場維持基準への継続的な適合
- ▽ 概要：ToSTNeT-3及び市場買付により、自己株式約101万株（502百万円）を取得

2026年7月1日公表 <https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS02942/68d4196c/9267/4e0e/b428/8aeda3efa318/140120260630585154.pdf>

■ 100億円のコミットメントラインによる財務基盤の拡充（2026年8月）

- ▽ 目的：事業規模の拡大に伴う資金需要や不測の支払資金に備え、必要時に速やかに資金調達できる体制を確保
- ▽ 概要：三菱UFJ銀行をアレンジャー兼エージェントとする、期間3年の無担保コミットメントライン契約を締結

2026年8月31日公表 <https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS02942/90996561/fc0e/43b5/887c/113880293172/140120260831528558.pdf>

■ 有償・無償新株予約権の付与による目標達成への実行力強化（2026年9月）

- ▽ 目的：中長期的な企業価値向上へのコミットメントを明確化し、株主との利害を共有
- ▽ 概要：事業を推進する責任者（資産管理会社）及び役職員に自己資金による有償型、幹部層に税制適格の無償型を付与し、業績・株価等に連動する行使条件を設定（合計343.5万株、発行済株式総数比5.91%）※行使時は原則、自己株式を充当予定

2026年8月24日公表 <https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS02942/a41534ab/c1eb/40eb/a5e9/444dad56ebf3/140120260822524733.pdf>

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実施することにより自己資本利益率（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

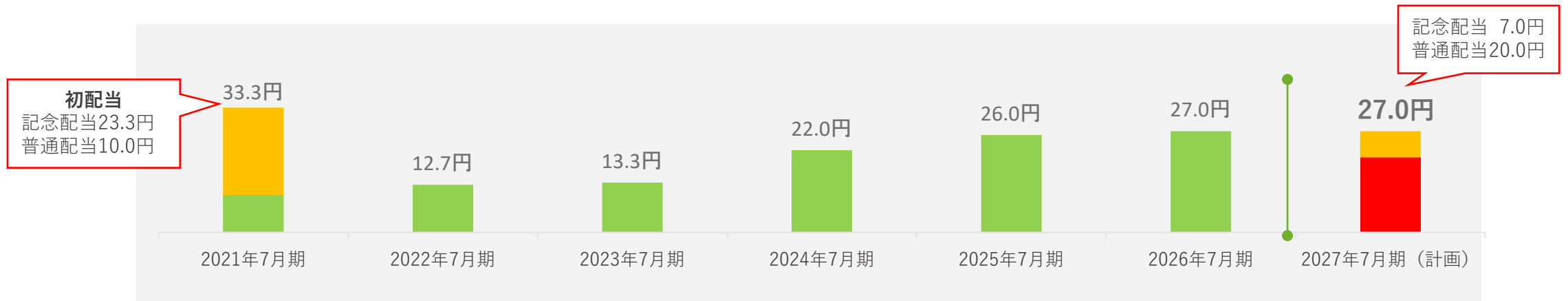
- ・ 事業基盤の維持及び持続的な成長を実現するための原資を確保しつつ、業績推移や財務状況、内部留保等を総合的に勘案し、機動的な株主還元を実施してまいります。
- ・ 具体的には、2024年7月期から2027年7月期までの4年間は配当性向50%を目安とした配当の実施に、株価水準や市場環境等に応じた機動的な自己株式の取得を加えた、総還元※による株主還元を実施してまいります。

2026年7月期配当実績と今後の配当計画

1. 2026年7月期配当実績と今後の配当計画

2026年7月期の年間配当は、通期連結業績及び株主還元方針を踏まえ、計画どおり1株当たり**27.0円**といたしました。

2027年7月期は、株主還元方針に基づき、1株当たり**年間27.0円**（普通配当20.0円、記念配当7.0円）を計画しております。



2. 新中期経営計画（FY27～29）期間中の配当方針

当社は、持続的な企業価値向上と新中計（FY27～29）の実現に向け、既存事業の成長と「第三の事業創造」への先行投資を進めます。成長投資と一時的な業績変動に左右されない安定的な株主還元を両立するため、計画期間中は普通配当20.0円を起点（2027年7月期は記念配当7.0円を加算予定）とする**累進配当**を基本方針とすることを決定いたしました。

IR・SRの活動基本方針

アイモバイルグループは、適時適切で公正な開示と建設的な対話を通じ、透明性の高い経営の推進と株主・投資家の皆様との信頼関係を構築することで、投資家の皆様の当社の企業価値への理解を深めます

	IR (Investor Relations)	SR (Shareholder Relations)
対象	主に、国内外の機関投資家、証券アナリスト及び各種金融機関など	主に、国内外の既存株主（個人株主・機関株主）、議決権行使助言会社及びカストディアンなど
目的	投資家の的確な理解の醸成を通じ、企業価値の持続的向上と適正な評価の獲得、また、流動性の確保と安定的かつ多様な投資家基盤を獲得	株主への適時・適切かつ正確な情報開示により、信頼を醸成し、企業の状況や魅力への理解を深めることで、安定的で最適な株主構成を維持・拡大
主な活動	業績及び戦略、資本政策等、経営戦略の理解の深化 ・対話機会（決算説明会、投資家等との面談） ・財務・非財務情報にかかる資料の開示 ・IRサイトやブログによる発信 ・投資家意向の経営へのフィードバック展開	ガバナンス、資本政策及び株主総会議案の趣旨に対する理解と支持の拡大 ・対話機会（主要株主、助言会社などとの面談） ・総会・議決権に関する資料の開示 ・個人投資家向け説明会、株主通信などの発信 ・株主意向のガバナンス及び資本政策の経営へのフィードバック展開

その他トピックス



総務省の要請に関する当社回答(2026年8月28日開示)

当社は、総務省からの要請に対する回答書を、8月28日付で提出しました。
要旨は以下のとおりです。

1. 当社は、本要請に先立ち、前年から自主的に手数料の引下げを実施しております。
2. 2030年を目標として、実質的な手数料水準を約4ポイント引き下げるよう、段階的な見直しを進めます。
3. 自治体が自ら行った集客による寄附について、手数料率を3%程度に引き下げます。

当社は、自治体の費用負担の軽減と制度の持続可能性の確保に向けて、関係者との対話を重ねながら、継続的な改善に取り組んでまいります。



2026年8月28日

各位

会社名	株式会社アイモバイル
代表者	代表取締役社長兼 上席執行役員 野口 哲也 (コード番号: 6535 東証プライム市場)
問合せ先	専務取締役兼 上席執行役員 コーポレート統括本部長 文田 康博 (TEL: 03-5766-7230) (E-mail: imr@i-mobile.co.jp)

総務省「ふるさと納税のポータルサイト手数料の引下げについて（要請）」に対する当社回答に関するお知らせ

当社は、2026年5月22日付で総務省より受領した「ふるさと納税のポータルサイト手数料の引下げについて（要請）」に対し、本日、以下のとおり回答いたしましたので、お知らせいたします。
当社は今後も、自治体や関係者の皆様との対話を重ねながら、自治体の費用負担及び業務負担の軽減を図るとともに、ふるさと納税制度の健全な発展と地方創生への貢献に真摯に取り組んでまいります。

【回答の要旨】

1. 基本的な考え方
 - ・ふるさと納税制度は地域産業の振興や自治体の課題解決を通じて、地方創生に資する重要な公的制度であると認識しております。
 - ・本要請を、制度の健全性及び持続可能性を高めるためのものとして、真摯に受け止めております。
2. 手数料水準の見直しに関する対応方針
 - ・本要請に先立ち、前年度より手数料の自主的な引き下げを段階的に実施してまいりました。
 - ・自治体が自ら保有するウェブサイトや広報媒体等を通じて募集した寄附を対象に、通常より低い手数料体系[※]を適用するシステムの導入を進めております。
 - ・2030年を目標に、寄附受付額全体に対する実質手数料水準を現在より4ポイント程度低減できるよう、制度運営の安全性・安定性を確保しつつ、段階的な見直しに取り組んでまいります。
3. ポータルサイトが担う役割と手数料水準に関する考え方
 - ・ふるさと納税ポータルサイトは、寄附申込・決済、寄附データ・証憑の管理、自治体・返礼品提供事業者への支援等の広範な役割を担っており、その提供には、当社が負担する決済関連費用のほか、税控除・ワンストップ特例申請に関する情報処理や、寄附集中時にも安定稼働を確保するためのシステム・運用体制の維持等に係る制度固有の費用が発生します。
 - ・自治体の費用負担軽減と制度の持続可能性の両立を図るため、サービスの品質及び安全性を維持しながら、業務の効率化と手数料体系の見直しに継続的に取り組んでまいります。

※ 当該手数料率は、3%程度の水準を目安として検討を進めております。

以上

参考資料(会社情報)

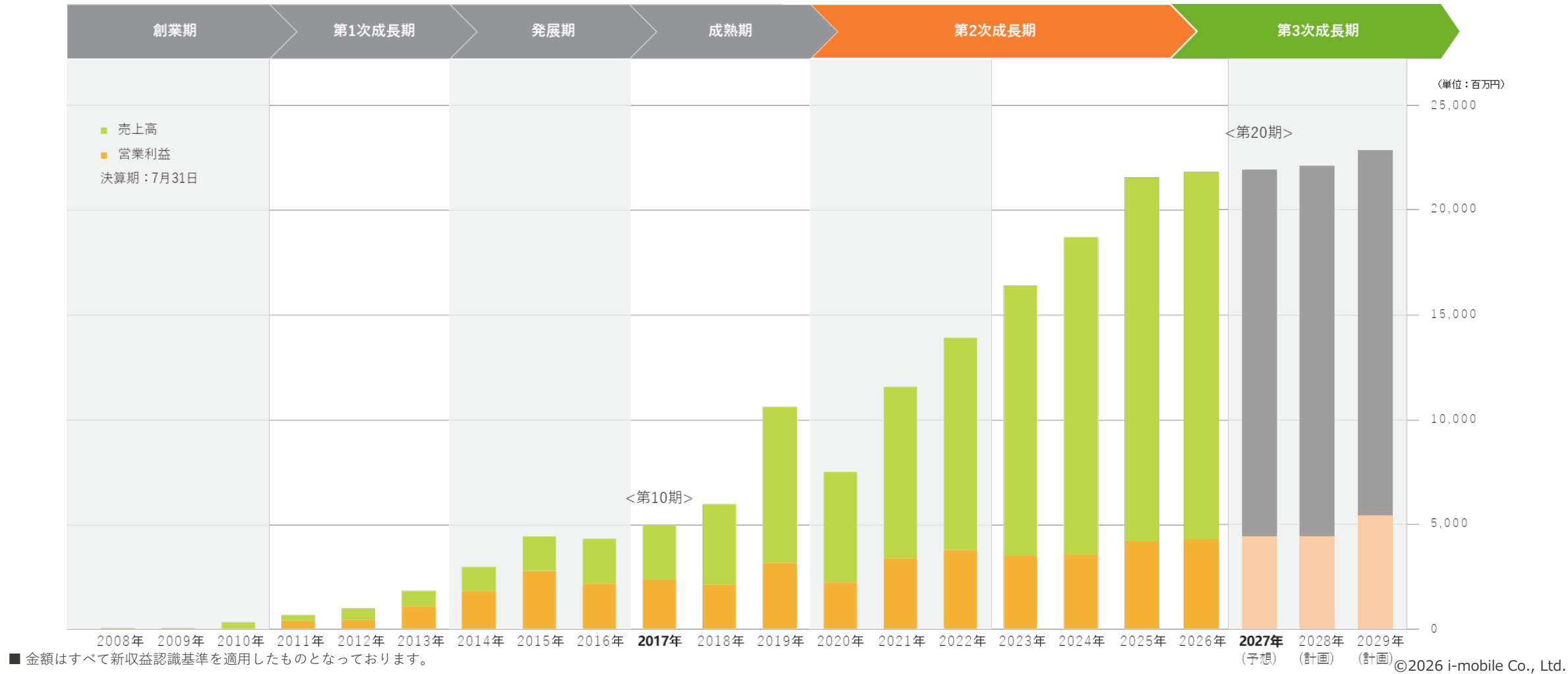


主要サービス一覧

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
			 ふるなびトラベル予約	「ふるなびトラベルポイント」が使える宿泊予約サイト
		レストランPR事業	 ふるなび グルメポイント	「ふるなびグルメポイント」が使えるレストラン優待サービス
		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	インターネットマーケティング事業	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  i-mobile Affiliate Action @ ブランドレージャー	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
		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 シンプルダイエット	スマートフォン向けアプリの企画・開発・運営
電力事業	グリーンエネルギー事業		 グリーンエネルギー事業	太陽光発電所及び系統用蓄電所の運営
	小売電気事業		 ふるなび電力	法人・家庭向けの電力の提供

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に事業ドメインの変更を加えながら、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



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、寄附者が自由に選べることも大きな魅力です。住所地へ納める住民税の一部を実質的に移転する効果がありますが、寄附金税制を活用しているため、法律上は、寄附とそれに伴う税額控除を組み合わせた仕組みとされています。

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

ふるなびトラベル

ふるなびトラベル予約

寄附で取得したポイントを、各地の宿泊施設等で利用できるふるなび「オリジナル返礼品」。ポイントを利用したシームレスな予約ができる「宿泊予約サイト」の運営。

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。

ふるなびカタログ

寄附によって任意の時期にポイントに変えた後、自由なタイミングで返礼品と交換が可能。

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。

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。

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プロモ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	
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ことができる「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	
2025年	ふるさと納税と宿泊予約を一連の流れとして提供する「ふるなびトラベル予約」をリリース	

ふるなびの地域課題の解決と支援①

■ 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。
国全体の課題にもつながる地域課題の解決を企業が支援し、地方創生を活性化させることを目的としています。

令和7年度寄附実績		
北海道	旭川市	観光プロモーション推進事業
北海道	美唄市	第3期美唄市まち・ひと・しごと創生推進事業／商工業振興事業／中小企業の活性化と経営基盤の強化
山形県	天童市	渇水対策事業
茨城県	古河市	農業支援もしくは再エネ関連事業
栃木県	真岡市	人材を育て、しごとをつくり、安心して働ける環境を作る事業
千葉県	館山市	たてやまの経済発展をめざす事業
神奈川県	横須賀市	地域の食材魅力発信事業
神奈川県	南足柄市	産業の発展と創出で選ばれるまち
山梨県	甲府市	産業振興や雇用環境の整備等を図り、人材の確保と新しいひとの流れをつくる事業
山梨県	南アルプス市	地域産業の振興
山梨県	甲州市	甲州市に根ざした地域ブランドの創出と魅力あるしごと、未来を担う人材の育成事業
長野県	豊丘村	遊休荒廃農地解消事業
兵庫県	豊岡市	経済が活性化するまちをつくる事業
兵庫県	香美町	地域資源を活かし賑わいを創出するまちづくり事業
和歌山県	橋本市	産業の振興と雇用を創出し定住できるまち事業
愛媛県	愛南町	活力ある産業を育てるまちづくり事業
佐賀県	上峰町	地域内経済循環を実践するまちづくり事業
熊本県	八代市	地の利・人の利を活かしたまちづくりに資する事業
鹿児島県	曾於市	持続可能な未来を支える基盤を整える事業

■ 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。



昨年につき、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
これまでにつくばみらい市で収穫された約68トンのお米を、延べ13,862世帯の東京のひとり親家庭にお届けしました。第5回では、“支援を実感する機会”として、実際に届くお米の田植え＆稲刈り体験も、返礼品として提供いたしました。



田植えの様子

ふるなびの地域課題の解決と支援②

ふるさと納税の経済効果は約 1 兆 2 千億円※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解決への貢献としても、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け付ける仕組みが「**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年の例
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）

- ・ [緊急]令和8年8月台風・豪雨（千葉県）
- ・ 令和8年7月熊本地震（熊本県）
- ・ 令和8年7月土砂災害（滋賀県）
- ・ 令和8年7月豪雨（山形県、福岡県、群馬県、栃木県）
- ・ 令和8年6月地震（青森県）

【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

寄附総額 **42,107,727 円**
寄附人数 **1,691 人**

寄附をする

ふるなび災害支援では、自治体から手数料は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。

【石川県加賀市】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

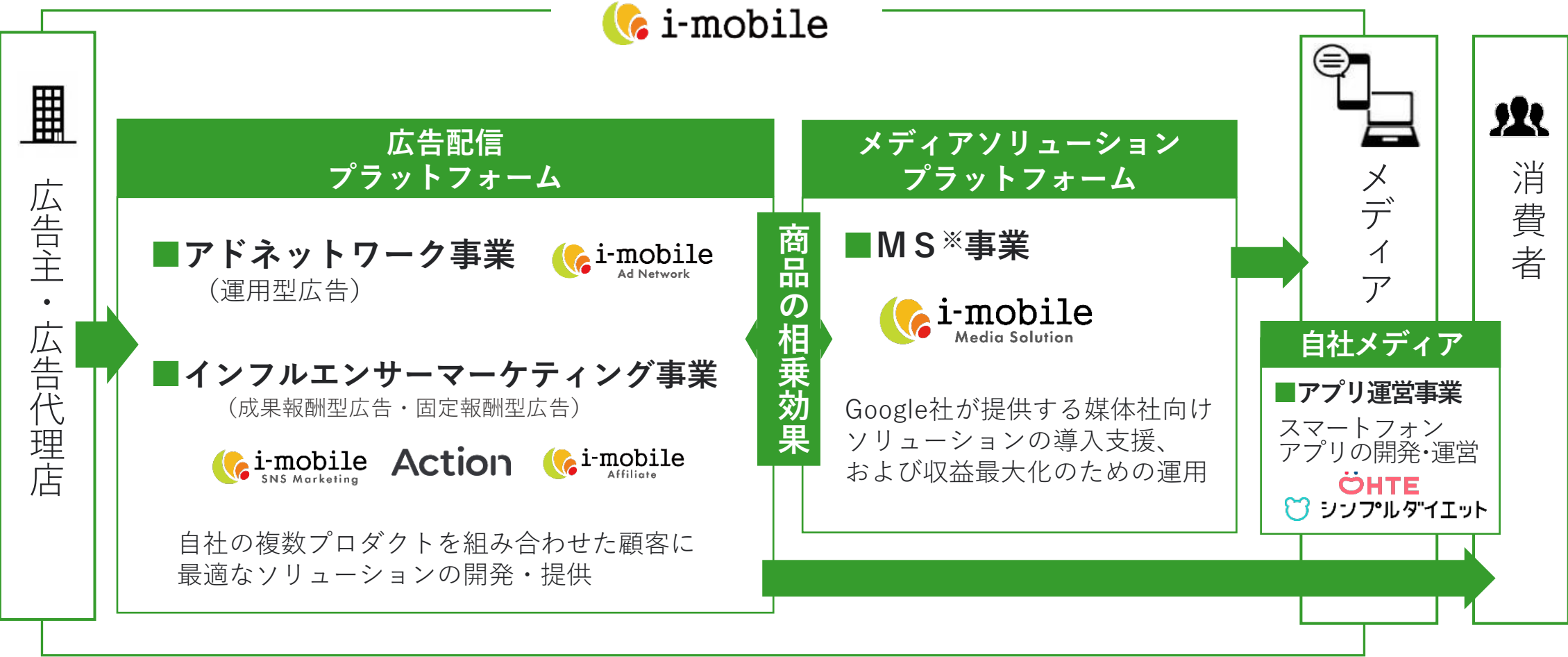
【石川県加賀市】令和6年能登半島地震 災害支援

【石川県羽咋市】令和6年能登半島地震 災害支援

※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、約 1 兆 2,221 億 500 万円と推定されております。
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000043.000104918.html>

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
2,000万回以上
※2026年7月末時点



広告配信事業者

① 広告枠提供

② 広告掲載料

パズルゲーム
×
懸賞

(1) パズルクリア
(3) 懸賞参加

(2) 懸賞参加ポイント
(4) 当選者に発送

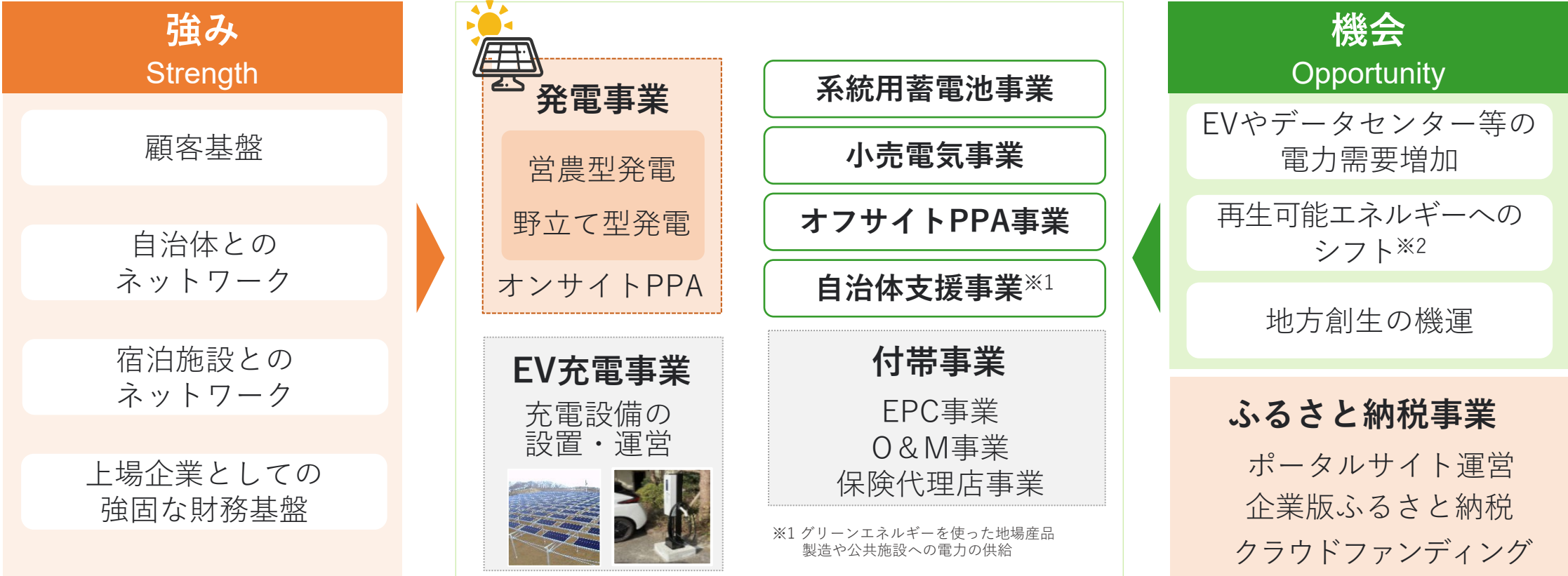


ユーザー

(アプリ内課金なし※)

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



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

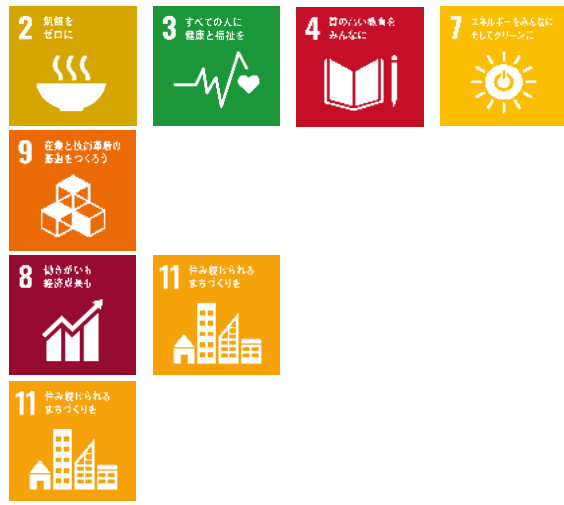
私たちは、グループビジョン「ひとの未来」に貢献する事業を創造し続ける」の実現に向け、事業を始めとした企業活動を通じ、社会課題の解決に取り組み、全てのステークホルダーにとって魅力的な企業として、継続的な企業価値の向上を目指します

- (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

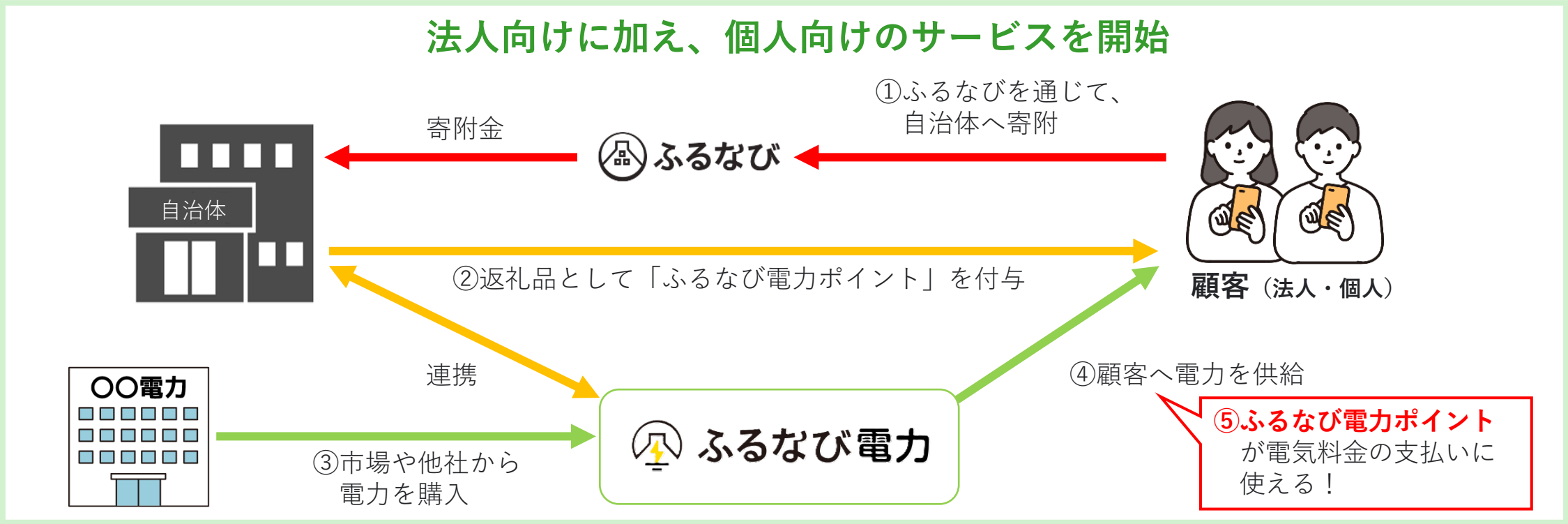


ふるさと納税事業「ふるなび」と「企業版ふるさと納税」を活用した活動支援を行っております

子会社「ふるなび電力」を設立 小売電気事業へ本格参入

マーケティングノウハウと自治体とのネットワークを活かし、電力を通じて地方創生に貢献

- ✓ ふるさと納税で毎月の電気料金のお支払いに使える「ふるなび電力ポイント」
- ✓ 好きなタイミングで寄附ができ、有効期限がない「ふるなび電力ポイント」
- ✓ 再生可能エネルギー100%の電力で、持続可能な未来へ貢献



主要経営指標推移

I-1.連結業績推移 ※1

(百万円) I-2.セグメント別業績推移 ※3

会計年度	2022/07	2023/07	2024/07	2025/07	2026/07
売上高	13,933	16,426	18,735	21,528	22,146
売上総利益	13,918	16,401	18,702	21,500	21,926
売上総利益率	99.9%	99.8%	99.8%	99.9%	99.0%
販売費及び一般管理費	10,125	12,875	15,153	17,367	17,749
売上販管費率	72.7%	78.4%	80.9%	80.7%	80.1%
営業利益	3,793	3,525	3,549	4,133	4,177
営業利益率	27.2%	21.5%	18.9%	19.2%	18.9%
経常利益	3,839	3,434	3,459	4,069	4,277
経常利益率	27.6%	20.9%	18.5%	18.9%	19.3%
当期利益 ※2	2,678	2,404	2,420	2,957	2,890
当期利益率	19.2%	14.6%	12.9%	13.7%	13.0%
総資産	18,193	21,721	24,488	27,264	36,226
純資産	13,406	14,079	15,633	16,221	17,098
純有利子負債	▲ 14,268	▲ 16,218	▲ 18,602	▲ 17,496	▲ 19,973
自己資本比率	73.3%	64.3%	63.3%	59.3%	47.0%

会計年度		2022/07	2023/07	2024/07	2025/07	2026/07
コンシューマ事業	売上高	9,916	13,285	15,950	19,059	19,538
	営業利益	2,495	2,976	3,446	4,021	4,101
	営業利益率	25.2%	22.4%	21.6%	21.1%	21.0%
インターネット広告事業	売上高	4,065	3,180	2,756	2,411	2,316
	営業利益	1,415	667	333	153	74
	営業利益率	34.8%	21.0%	12.1%	6.4%	3.2%

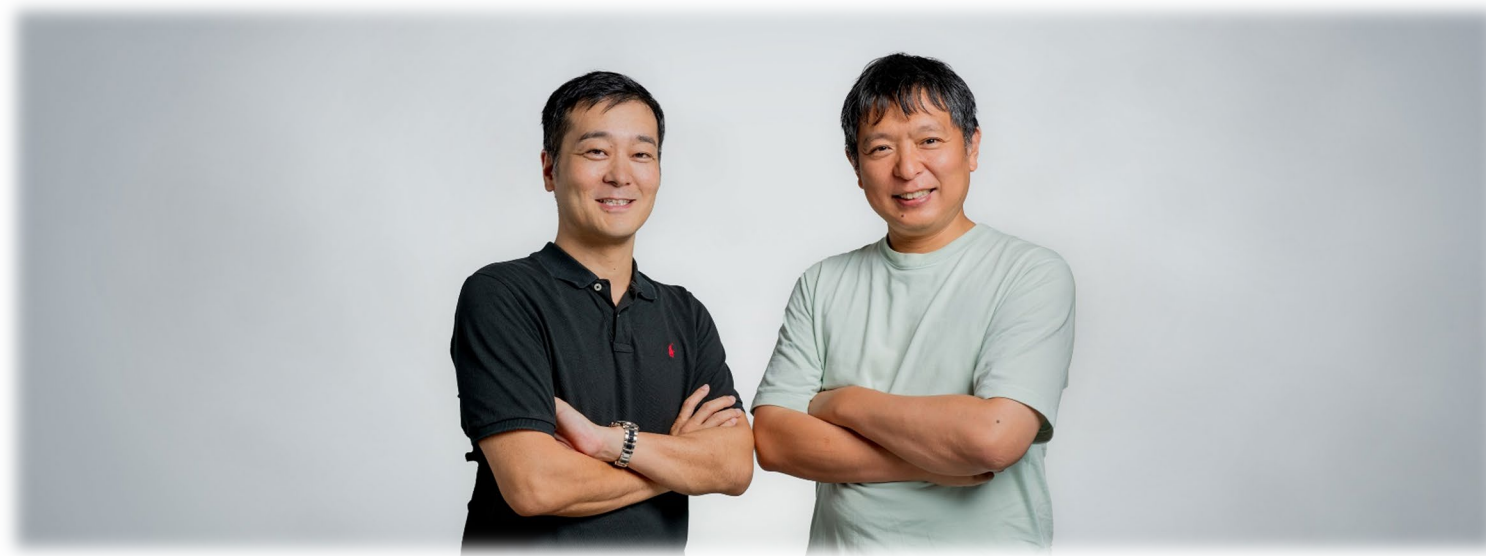
II.各指標の推移

会計年度	2022/07	2023/07	2024/07	2025/07	2026/07
ROE	19.0%	17.6%	16.4%	18.7%	17.4%
ROA	14.4%	12.1%	10.5%	11.4%	9.1%
EPS (円)	41.7	39.9	42.1	51.4	51.6

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になっております。
※4 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



代表取締役会長兼上席執行役員 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。

代表取締役社長兼上席執行役員 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
設立	2007年 8 月 17日
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
営業拠点	東京本社 関西オフィス
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 インターネットマーケティング事業 アプリ運営事業 グリーンエネルギー事業 小売電気事業（株式会社ふるなび電力）

資本金	152百万円 （2026年 7 月末時点）
従業員数	連結 226名 （2026年 7 月末時点）
代表者	代表取締役会長 兼 上席執行役員 田中 俊彦 代表取締役社長 兼 上席執行役員 野口 哲也
取締役	専務取締役 兼 上席執行役員 文田 康博 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
連結子会社	オーテ株式会社（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 

