



新中期経営計画(FY27~29)

株式会社アイモバイル
(東証プライム 6535)

2026年9月11日

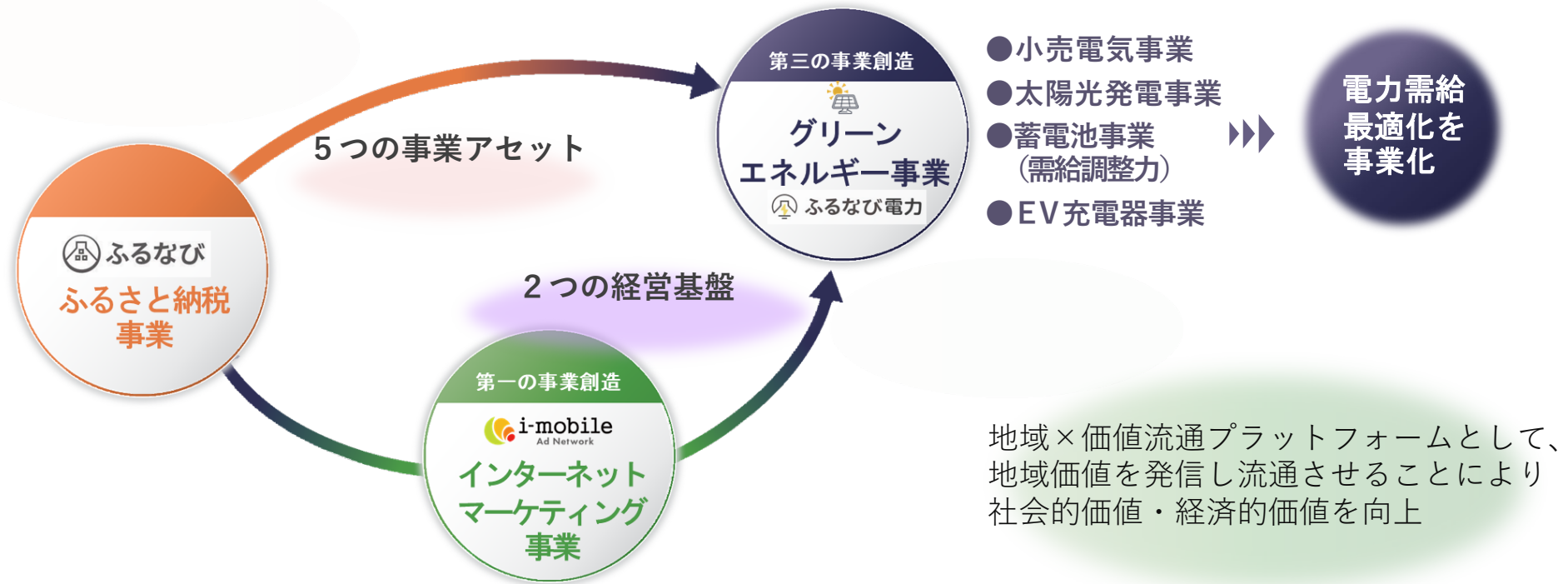
新中期経営計画(FY27～29) 戦略概要



事業融合による相互作用効果を活かし、第三の事業創造を実現

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

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。



※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

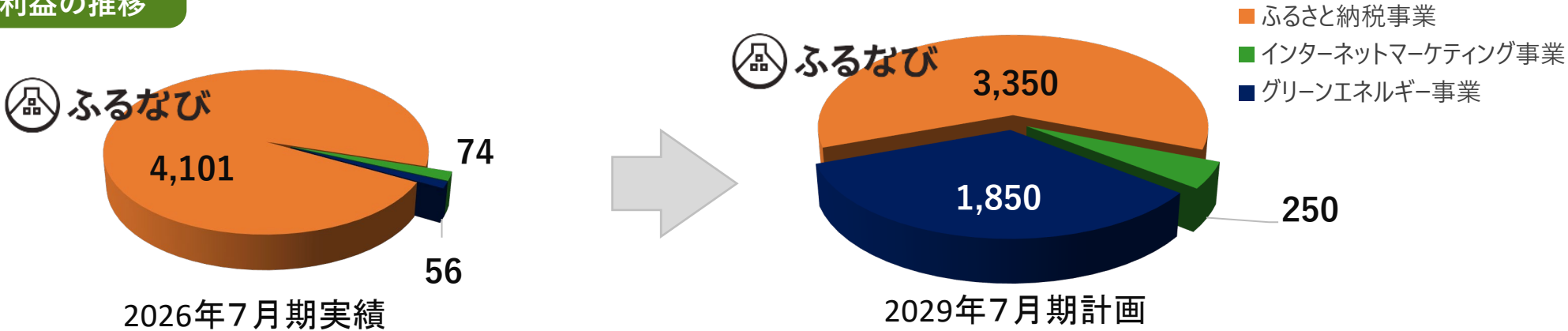
新中期経営計画(FY27~29) 数値計画

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

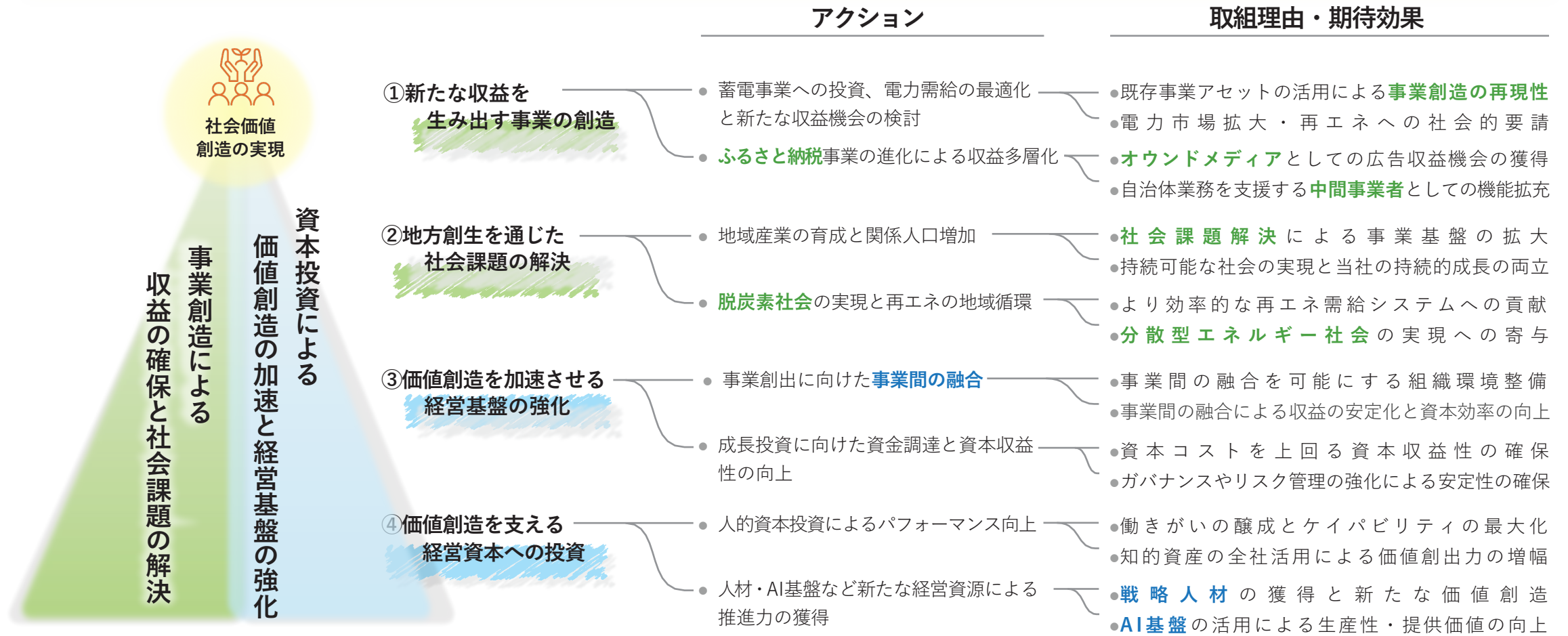


※ 本ページにおける「当期利益」とは、「親会社株主に帰属する当期純利益」を示しております。

©2026 i-mobile Co., Ltd. 5

アイモバイルグループの重要経営課題

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

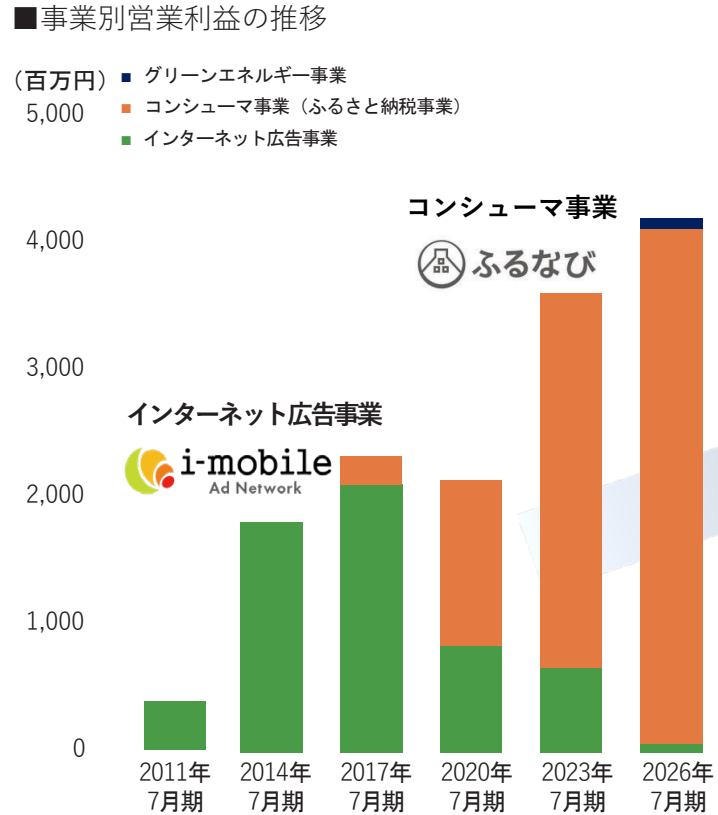


重要経営課題（マテリアリティ）の選定プロセス／当社グループではSASBスタンダード（産業別ガイダンス）その他の各種ガイドライン類を参照し、重要なトピックを検討した上で経営成績や財政状態に影響を与える可能性の高いテーマを重要経営課題（マテリアリティ）として選定いたしました。

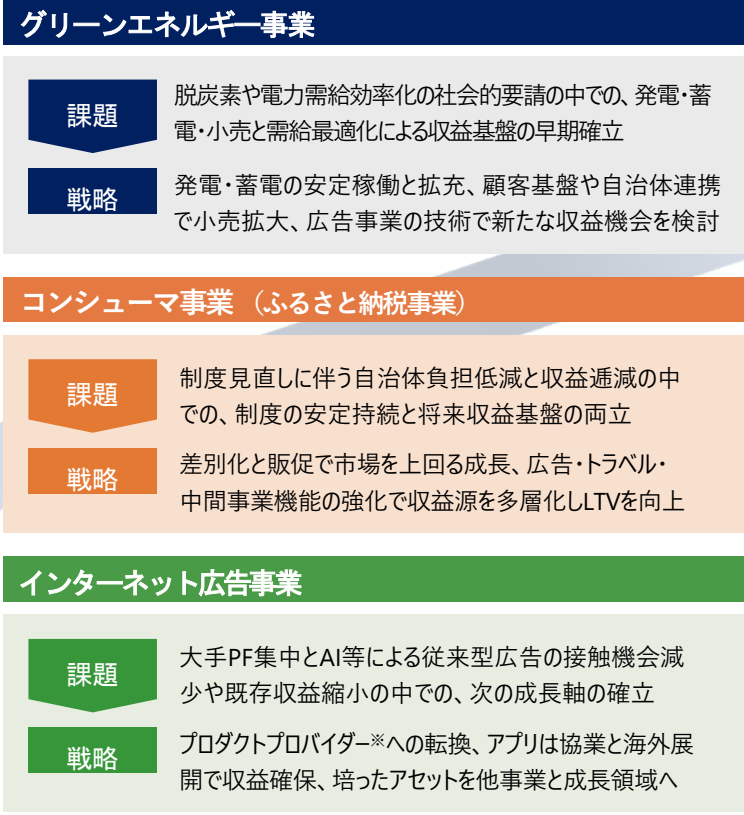
アイモバイルグループの2つの事業創造と次の成長シナリオ

2つの事業創造で得た再現性のあるプロセスで第三の事業創造を実現し、新中期経営計画の達成確度を高める

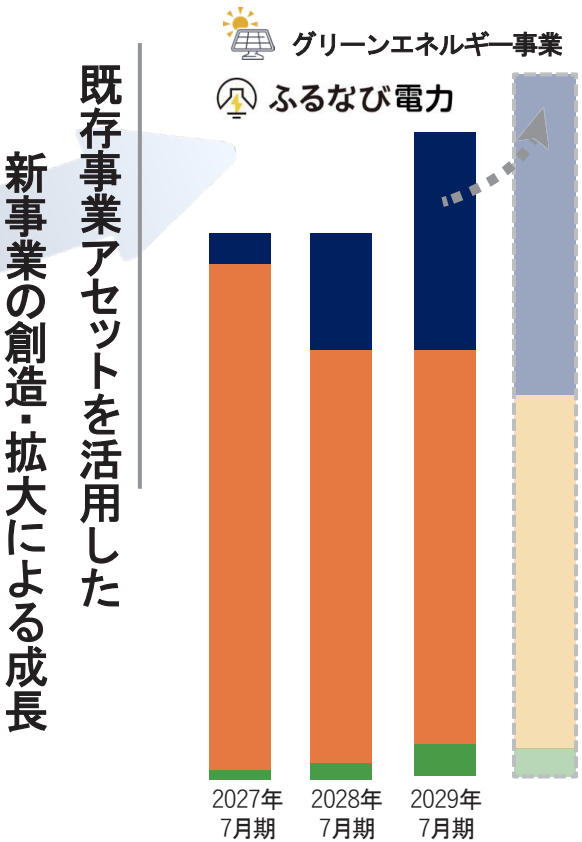
これまでの事業創造の実績



課題と戦略

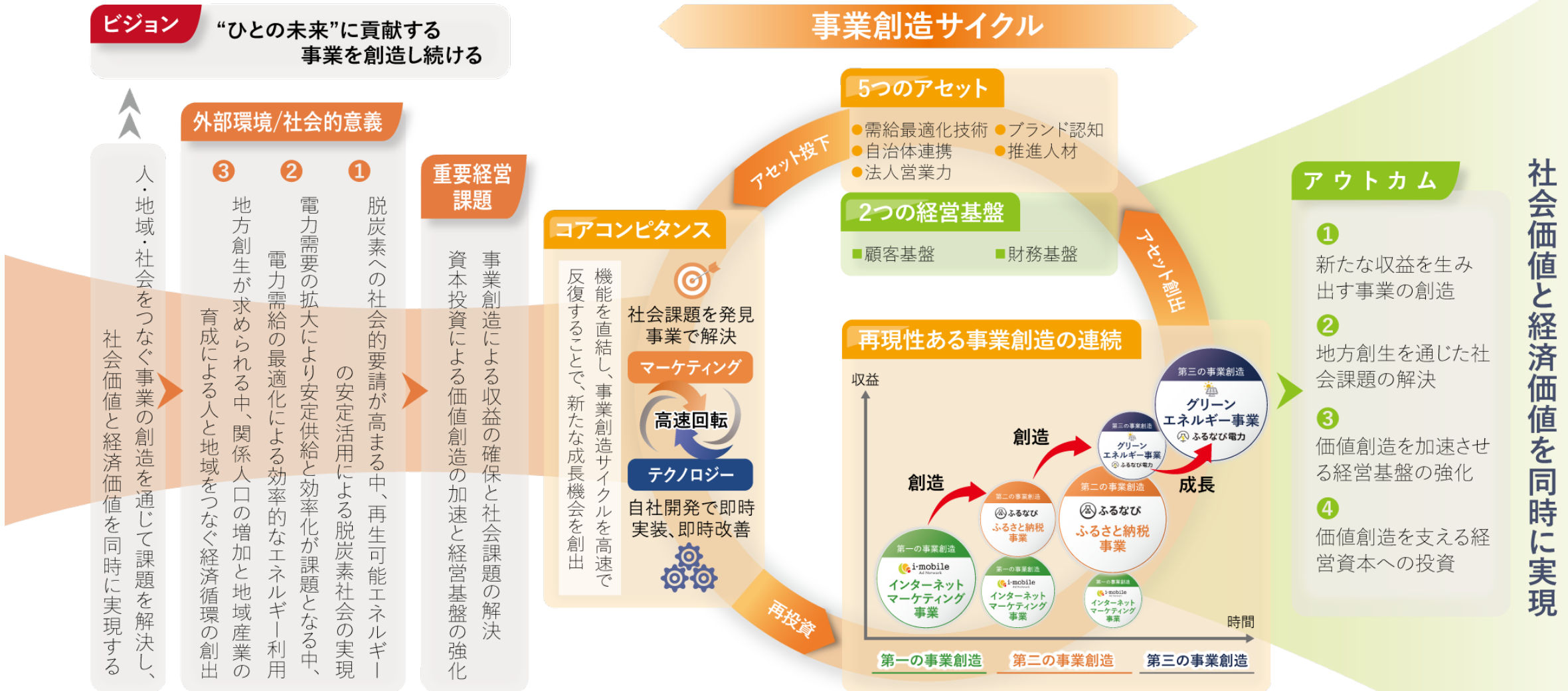


第三の事業創造へ

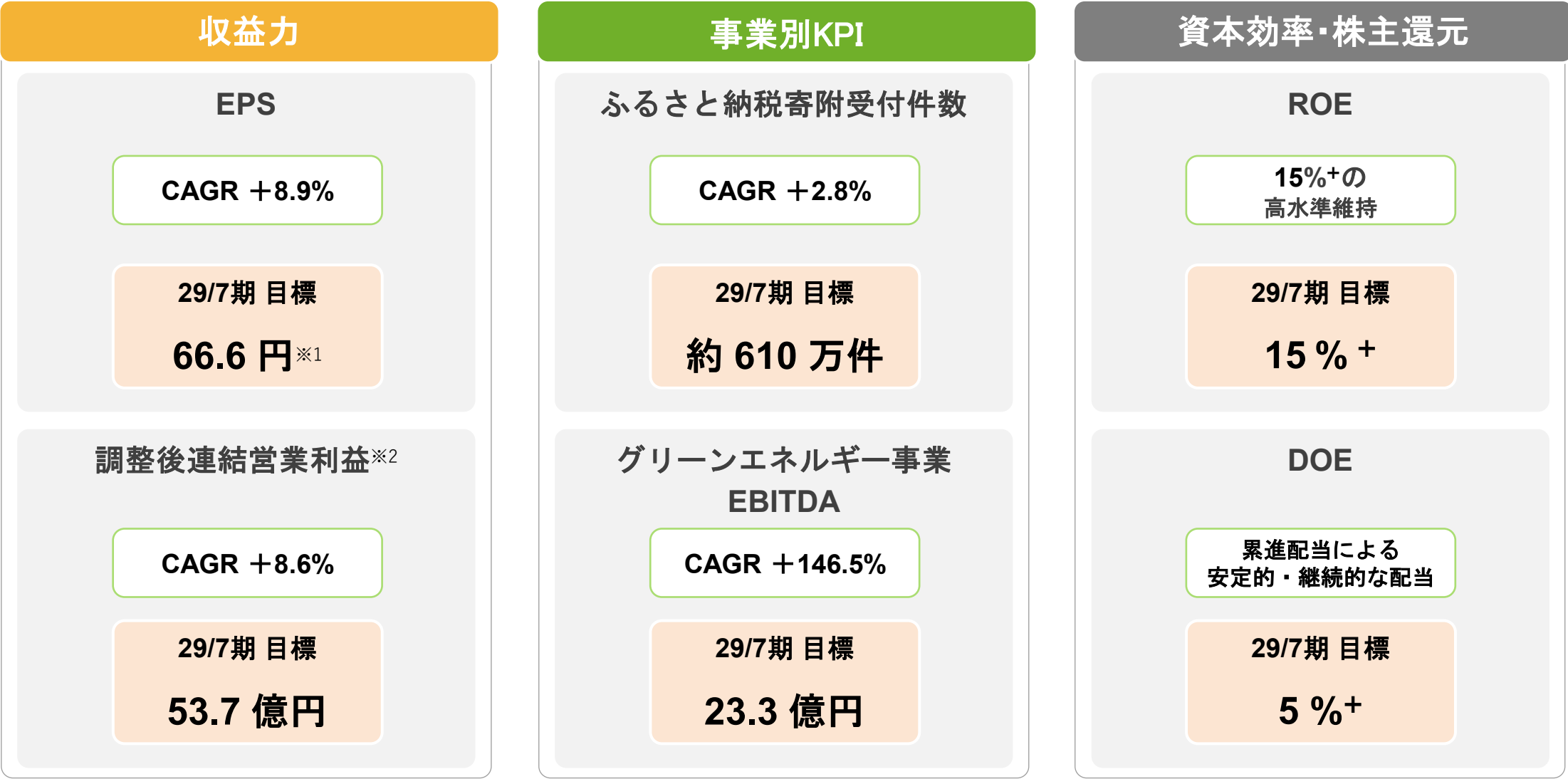


※ プロダクトプロバイダー＝自社技術をプロダクトとして他社に提供する事業形態

持続的成長を生み出す価値創造プロセス



新中期経営計画(FY27~29) 主要KPI目標



※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

新中期経営計画(FY27～29) 事業別戦略



コンシューマ事業(ふるさと納税事業) 市場環境分析・課題

制度見直しによる市場環境の変化を見据え、収益逡減を織り込んだ上で、
制度の安定持続と、将来の収益基盤構築によるLTV※の最大化を両立

市場環境分析

市場環境

- 制度浸透、所得増に伴う控除枠増加と物価高下の節約志向による市場拡大

制度見直し

- 高所得者向けの規制や制度改正等により、市場は緩やかな安定成長へ移行

ふるさと納税受入額の推移（億円）



出典：受入額は総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果」による。全体利用率は総務省が各年度に公表した「課税における住民税控除額の実績等」及び「市町村税課税状況等の調」を参考に当社にて算出

課題

① 市場を上回るオーガニック成長の実現



- 成長余地の残る既存事業で市場成長を取り込みつつ、競争優位性の強化でシェアを拡大し、ポジションを確立することが必要

② 収益源の多層化とアセット活用による将来収益の拡大

- 既存収益の逡減に備え、独自返礼品や周辺事業などの新たな収益源を育成するとともに、顧客基盤やブランドを他事業の成長に活かし、将来の収益拡大につなげる必要がある

③ 制度持続に向けた運営コストの適正化と収益性の両立

- 自治体の負担低減を先行し、一定の収益逡減を織り込み、自社コストの効率化で補い、長期的な収益の継続を図ることが必要

コンシューマ事業(ふるさと納税事業) 中期目標と事業戦略

差別化施策と販促で市場成長を上回り、収益源を多層化し、運営コストの適正化で制度の持続を支えることで、将来収益基盤を構築し、LTVの最大化を目指す

中期目標

事業の位置づけ

- ・環境変化を成長機会と捉え、積極的に事業を拡大し、安定収益基盤を確立
- ・社会課題を解決する事業として、制度との長期的な共存でLTVを最大化

FY26実績及び3か年計画

(億円)	FY26	FY27	FY28	FY29
売上高	195.4	190.0	172.0	164.0
営業利益	41.0	43.0	35.0	33.5
営業利益率	21.0%	22.6%	20.3%	20.4%

事業戦略・打ち手

① 市場を上回るオーガニック成長

- ・独自返礼品や決済手段で差別化し、プロモーションとデータ活用で新規獲得と継続利用を促し、寄附受付を拡大しポジションを確立

② 収益源の多層化とアセットの全社活用

- ・メディアとしての広告収益獲得とトラベル・中間事業者機能の拡充
- ・顧客基盤を活かした小売電気事業の拡大と、グループサービス間の送客

③ 制度の持続可能性を高める運営コストの適正化

- ・自治体負担の適正な分担・業務代替と自社の事業運営の効率化で、制度全体の運営コストを低減し、制度の趣旨に沿った運営の実現

インターネット広告事業 市場環境分析・課題

Web検索・サイト閲覧から変化した情報接触行動による従来型広告の縮小を織り込み、プロダクトプロバイダーへのモデル転換とアプリ事業の新市場開拓で次の成長軸を確立

市場環境分析

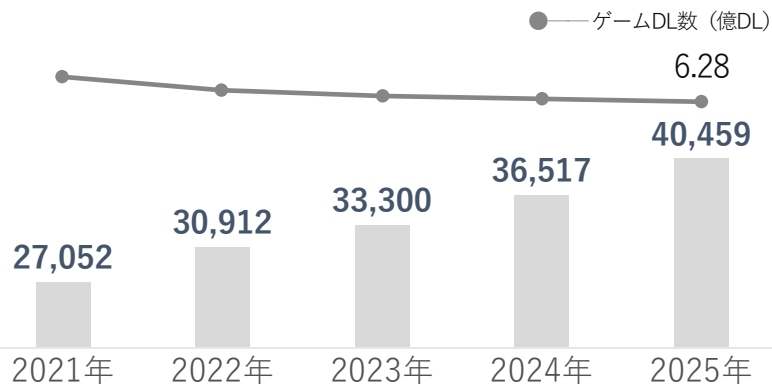
市場環境

- インターネット広告費市場は拡大傾向が続き、リテールメディア領域が急伸
- 国内ゲーム市場は成熟期で横ばい推移

情報接触行動の変化

- 大手PF※¹やアプリ、AI検索へ消費者の接触機会が移行し従来型広告が縮小

インターネット広告費の推移（億円）



出典：電通「2025年 日本の広告費」、Sensor Tower「2025年日本のゲーム市場インサイト」
CARTA HD/デジタルインファクト『リテールメディア広告市場調査』

課題

① 広告接触機会減少に対応する事業モデルの転換

- 行動変化で国内ADNW※²の事業範囲が縮む一方、自社データを持つメディアの広告事業化が収益機会となり、自社プロダクトや技術の外部提供（プロバイダー）による収益基盤の再構築が必要



② 成熟市場下での新たな成長機会の開拓

- アプリ事業の既存収益が逡減する中、既存事業の収益堅持に加え、協業や海外展開による新市場・新規顧客層の開拓が必要



■ 本ページにおけるプロダクトプロバイダーとは、自社技術を実業として他社に提供する事業形態を示します

※1 PF=プラットフォーム

※2 ADN=アドネットワーク

インターネット広告事業 中期目標と事業戦略

既存事業を堅持しつつ、プロダクトプロバイダーへの転換と他社協業や海外展開で収益確保
培った技術・知的資産を他事業へ応用し事業化と成長を促し、次の成長軸の確立を目指す

中期目標

事業の位置づけ

- 広告仲介のプラットフォーマーに加え、技術提供のプロダクトプロバイダーへ
- 培った技術・知的資産で全事業の成長と事業創造を牽引

FY26実績及び3か年計画

(億円)	FY26	FY27	FY28	FY29
売上高	23.2	22.8	24.8	26.7
営業利益	0.7	0.6	1.3	2.5
営業利益率	3.2%	2.6%	5.2%	9.4%

事業戦略・打ち手

① プロダクトプロバイダーへの事業モデル転換

- リテールメディア市場への「アドネットワークOEM」で事業領域拡大
- 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

② アプリ事業の新たな成長機会の開拓

- 「パズルde懸賞」シリーズの機能拡充による既存収益の堅持
- 協業ドメインでの新規タイトル投入と海外市場でのプロダクト改善・販促強化による収益拡大



③ 技術・知的資産の活用によるグループ成長の牽引

- 需給最適化技術の応用による電力需給の最適化と新たな収益機会の検討
- 広告配信技術と営業・マーケティングの知的資産をふるなびに活用

グリーンエネルギー事業(電力事業) 市場環境分析

脱炭素や電力需給効率化の社会的要請を成長機会と捉え、
既存事業アセットを活かした発電・蓄電・小売と需給最適化で収益基盤を早期に確立

市場環境分析

市場環境と社会的要請

- データセンターや半導体工場の増設に脱炭素に向けた電化も加わり、電力需要は増加
- 再エネ比率の引き上げで、出力変動を吸収する蓄電・調整力の需要が拡大

全国10社需要電力量見通し (億kWh)



2024年度

2034年度

出典：資源エネルギー庁「今後の電力需要の見通しについて」(2025年1月)

電源構成に占める再生可能エネルギー比率

2024年度実績 23.1%

2040年度見通し 40~50%

出典：資源エネルギー庁「第7次エネルギー基本計画」／「総合エネルギー統計」
2024年度確報(2026年4月公表)

課題

① 脱炭素社会の実現に向けた小売電気事業の拡大

- 既存事業アセット(顧客基盤・自治体連携・ブランド)を活かし、脱炭素を進める企業・自治体の再エネ電力需要の獲得が必要



② 電力需要増に応える発電・蓄電施設の拡充と収益化

- 電力と調整力需要の拡大を受け、既存施設の安定稼働に加え、計画中の施設の早期稼働と新設を通じた収益基盤の拡充が必要

③ 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

- 脱炭素に向けた再エネ・分散型電源の拡大で調整力需要が高まる中、広告事業で培った技術を応用し、事業化の検討が必要

グリーンエネルギー事業(電力事業) 中期目標と事業戦略

発電・蓄電の安定稼働・拡充、アセット活用で小売を拡大し収益基盤を早期確立
自社技術の応用で収益機会を検討し、第三の事業創造として全社の成長牽引を目指す

中期目標

事業の位置づけ

- 脱炭素という社会課題の解決を通じて、第三の事業創造を実現し、ビジョンを体現
- 電力需給を結ぶ流通業で資本効率を保ちつつ新収益源を築き、企業価値を高める

FY26実績及び3か年計画

(億円)	FY26	FY27	FY28	FY29
売上高	2.9	8.8	26.0	38.0
営業利益	0.5	2.5	10.0	18.5
EBITDA	1.6	5.0	13.5	23.3
EBITDA マージン	53.1%	56.8%	51.9%	61.3%

事業戦略・打ち手

5つの事業アセットと2つの経営基盤で第三の事業創造を実現

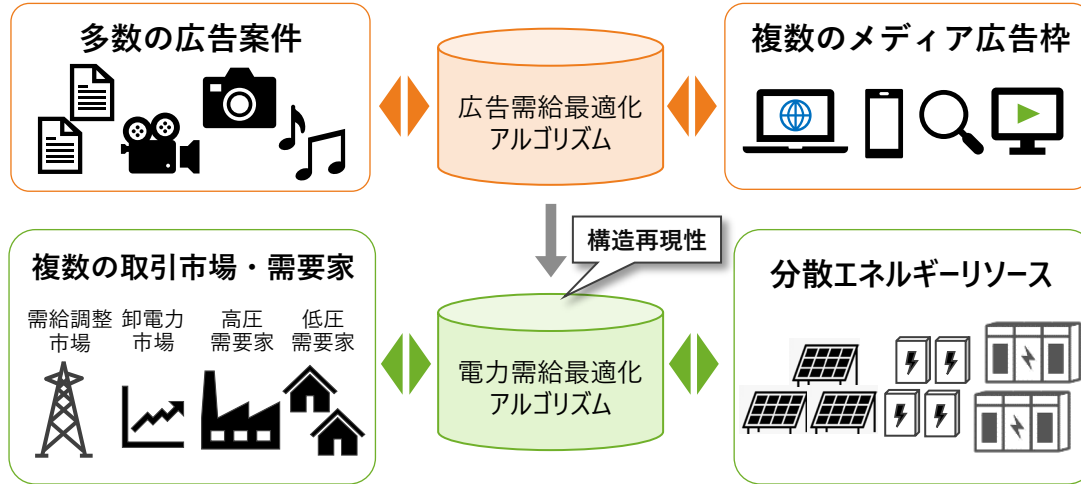
- ① **顧客：既存事業アセットを活かした小売電気事業の拡大**
 - 顧客基盤やブランド、広告・販促ノウハウによる顧客獲得と、脱炭素を進める企業や地域との連携による需要の獲得
- ② **設備：発電・蓄電施設の拡充と早期収益化**
 - 既存施設の安定稼働と計画中の太陽光発電所・系統用蓄電所の連系、財務基盤を活かした規律ある投資による新規施設の開発
- ③ **需給：最適化技術の応用による新たな収益機会の検討**
 - 広告事業で培った需給予測・最適化技術を活かし、電力領域での事業化に向けた検討

需給最適化技術の応用、コアコンピタンス×AI活用

■ 広告事業で培った需給最適化技術の応用

- 多数の広告案件と枠を即時に最適配分する技術は、電力の需要と供給を結び最適化するアルゴリズムと共通構造

複数リソースの集約、需給予測、入札・約定と成約・配信の即時性、複数提供先への最適配分



- 技術の応用による競争優位
 - ✓ 需給予測・最適配分のアルゴリズム精度
 - ✓ 大規模・高負荷下で即時性が要求されるシステムの運用

■ コアコンピタンス

マーケットインを実装する自社開発のスピード

- 市場に顕在化していない社会課題を「マーケティング」が構想し、「テクノロジー」が即座に実装し事業化。実装結果を反映し磨く高速サイクルが事業創造の源泉



■ AI活用による開発効率・業務品質がもたらす成長

- 開発・品質保証・業務プロセスにAIを組み込み、実装から改善までのサイクルをさらに短縮
- AIを組み込んだ自社プロダクトを既に提供
 - AIインフルエンサーマッチ
 - ファンサーチ (AI画像・動画解析)
- 広告配信・入札最適化、アドフラウド (広告不正) 防止

資本コストを意識した経営戦略



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



最適な資本配分

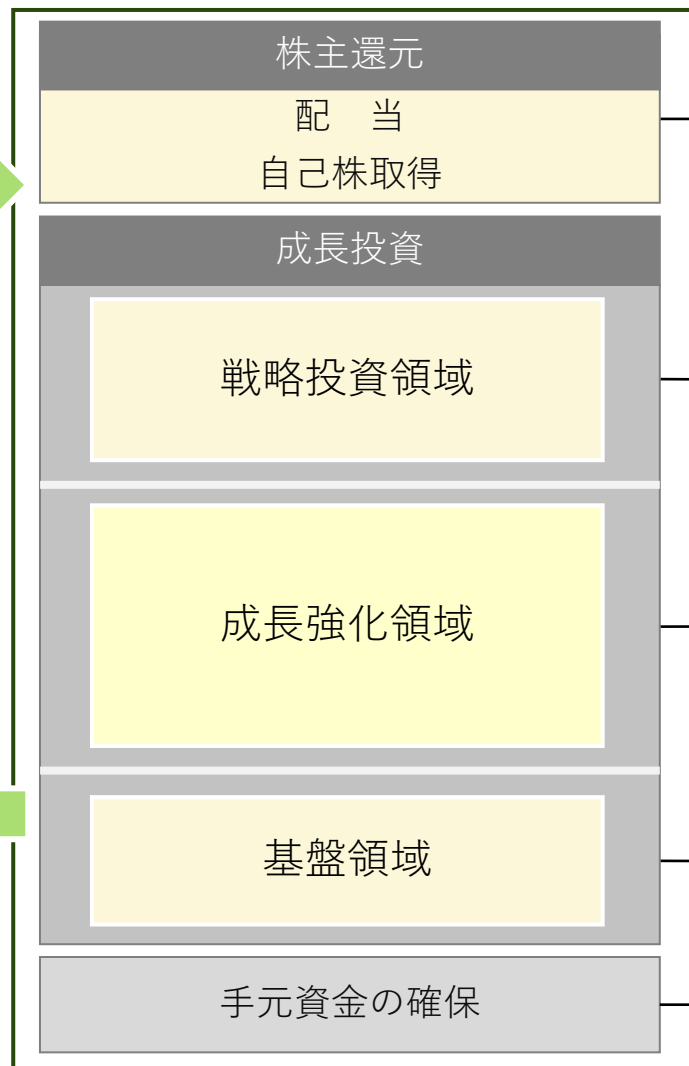
企業価値向上

目標

ROE : 15%+

(FY26時点のCoE : 8.77%)

FCF創出力の拡大



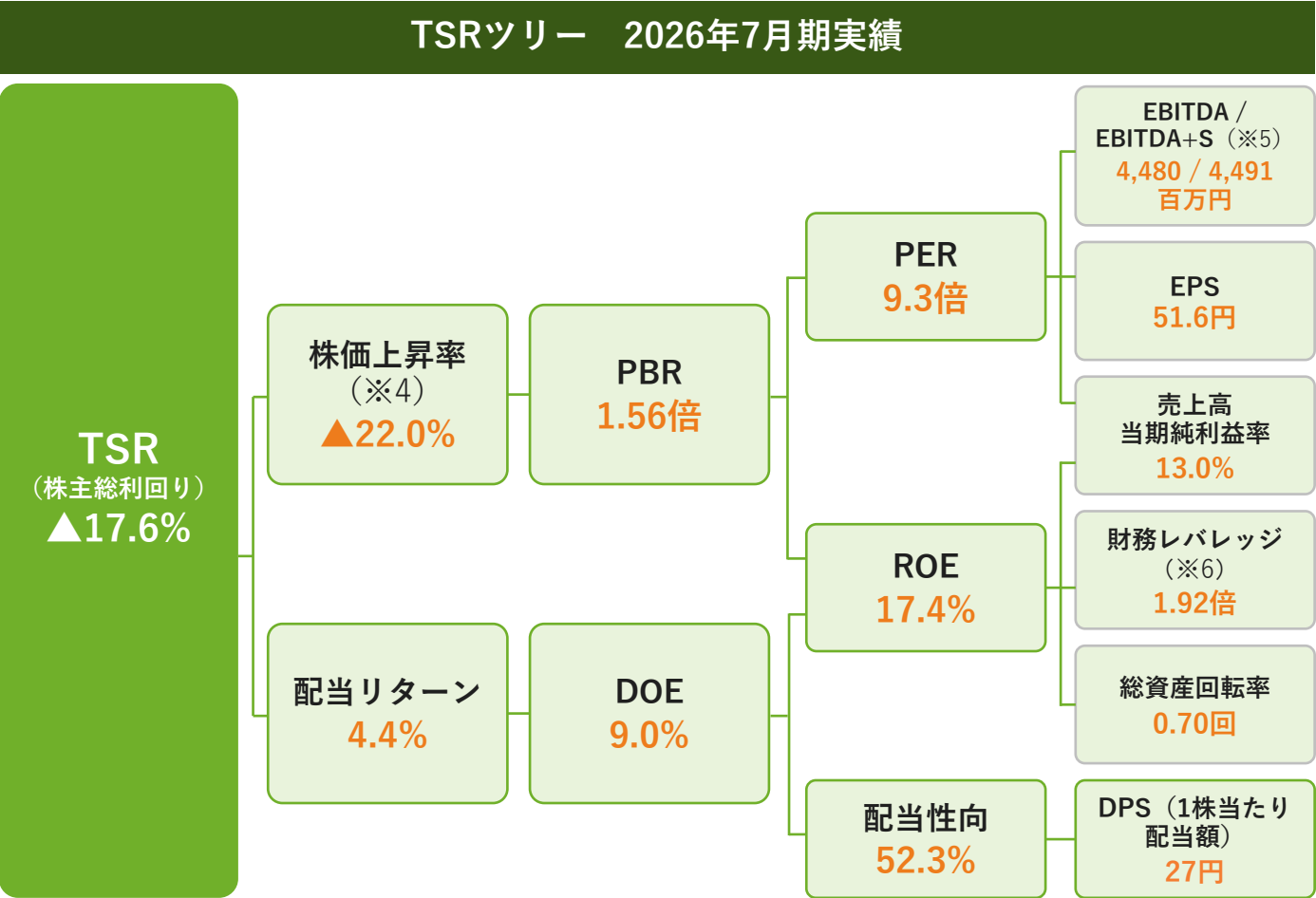
- 自己株取得を含めた総還元を実施
- FY27まで：配当性向50%を目安として実施
- FY28から：安定的・継続的な配当のため、累進配当へ移行（DOE 5%+を目安）
- 中長期の収益基盤となる事業創造の実現
- 蓄電事業（需給調整力）への投資、電力需給の最適化と新たな収益機会の検討
- M&Aを活用した事業基盤や機能の獲得
- 既存事業の競争力・収益力を強化
- ふるさと納税事業の収益多層化
- 地域産業の育成や関係人口増加
- 脱炭素社会の実現と再エネの地域循環
- 既存事業アセットの活用による事業創出
- 資金調達の実施、資本収益性の向上
- 人的資本や技術・知的資産への継続投資
- 新たな資源（人材やAI）による推進力の獲得
- 運転資金の確保
- 財務安全性の確保

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 非支配株主要因の価値減額を25%と想定し、永久成長率を2.0%と仮定した上で、②に上乘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

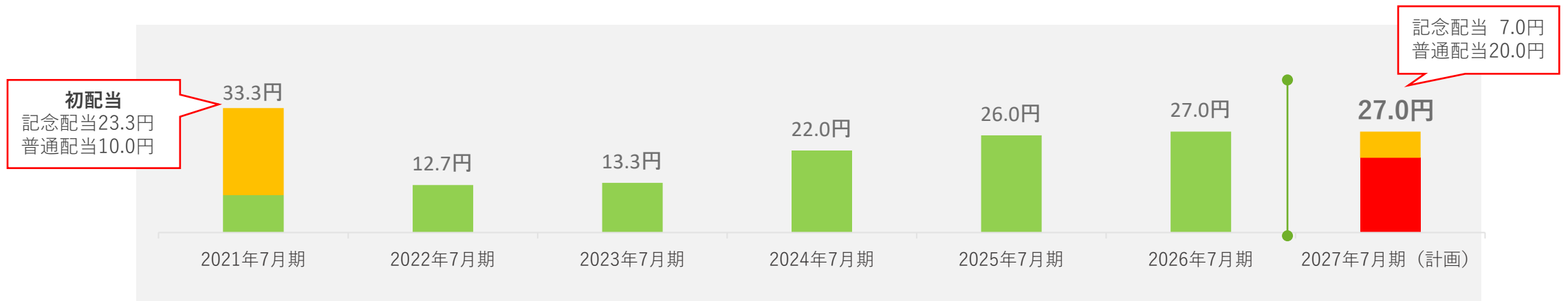
- ・ 事業基盤の維持及び持続的な成長を実現するための原資を確保しつつ、業績推移や財務状況、内部留保等を総合的に勘案し、機動的な株主還元を実施してまいります。
- ・ 具体的には、2024年7月期から2027年7月期までの4年間は配当性向50%を目安とした配当の実施に、株価水準や市場環境等に応じた機動的な自己株式の取得を加えた、総還元※による株主還元を実施してまいります。

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。

人的資本に対する考え方とサステナビリティ



アイモバイルグループの人的資本についての考え方

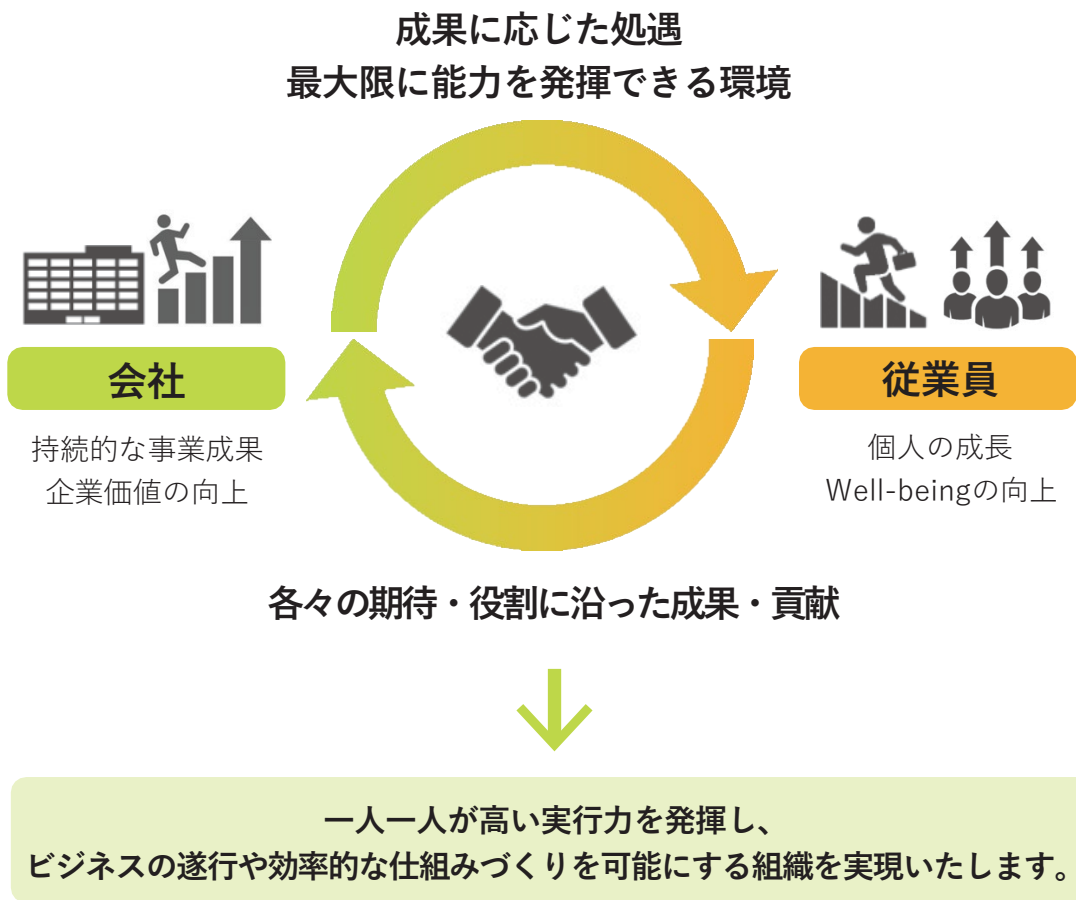
アイモバイルの人事ポリシー

『Let's Sync Growth Together!』
～“会社の成長”が“自分の成長”だと実感できる～

私たちは「ひとの未来」に貢献する事業を創造し続ける」というビジョンのもと、「マーケティングで価値ある体験を提供し続ける」ことを目指しています。

実現のための源泉は、“人”。
一人の行動の変化が会社の変化につながる。
自らの成長を通じて会社の成長を実感できる環境を整えていきます。

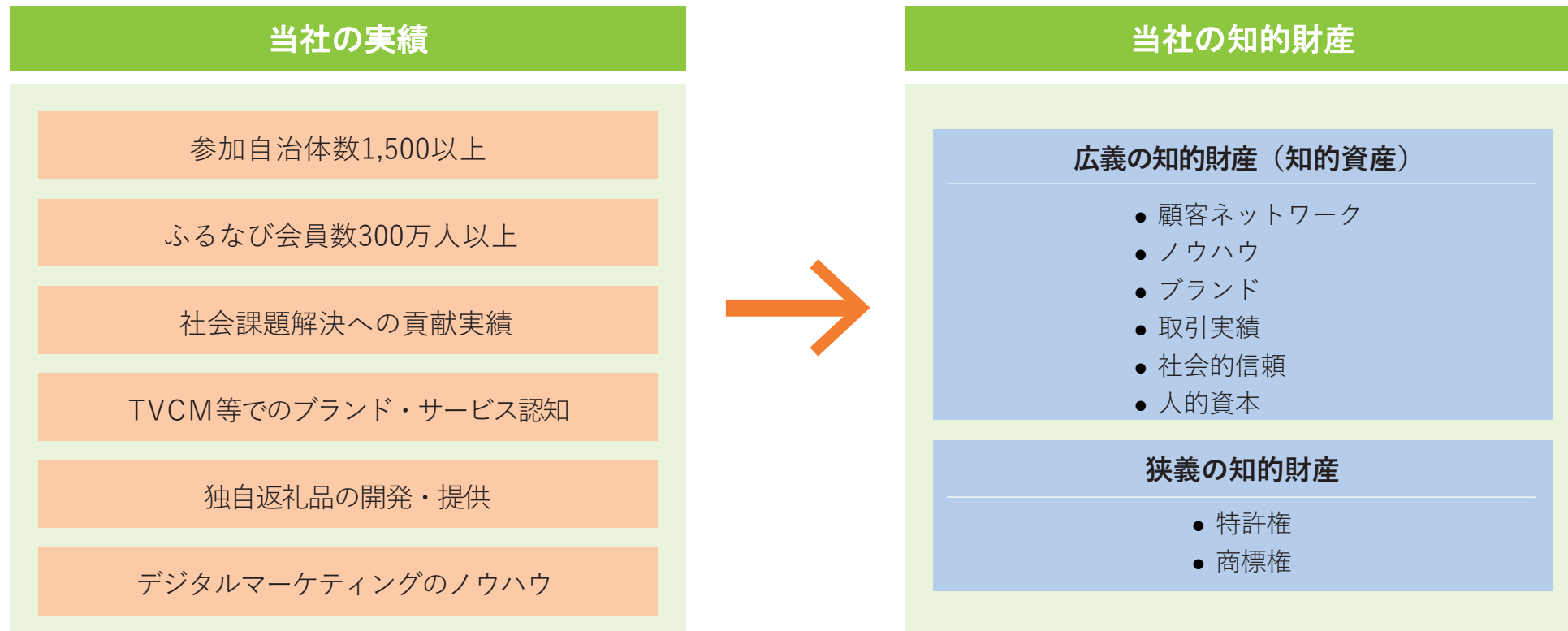
一人一人のパフォーマンスを最大化するために、お互いを理解し、仲間との連帯感を高め、誰もが安心・安全に活躍できる環境を提供します。



知財戦略の推進による持続的成長の実現

当社グループは、特許権、著作権等のいわゆる狭義の知的財産のみならず、事業を通じて獲得した顧客とのネットワーク、ノウハウ、ブランド等の知的資産も含めて広く知的財産と捉え、これらを有効に組み合わせて活用することが事業成長と収益拡大につながると考えております。

当社グループでは、上記を踏まえた知財戦略として、これらの知的財産を創出・拡大するための人材の獲得及び育成、特許権・商標権等の知的財産権の取得推進、ブランドの価値向上を目的とした広告宣伝、機密保持のための情報セキュリティ体制の構築等に対する投資を実施しております。



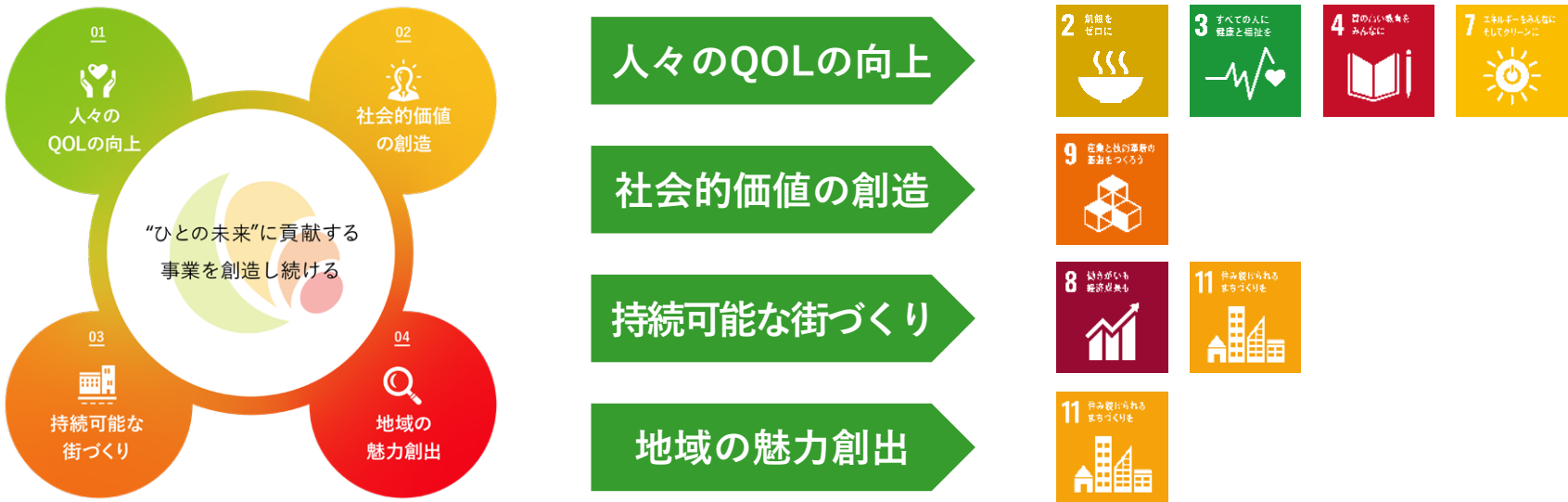
アイモバイルグループのサステナビリティ

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

サステナビリティにおける4つの重点課題（マテリアリティ）

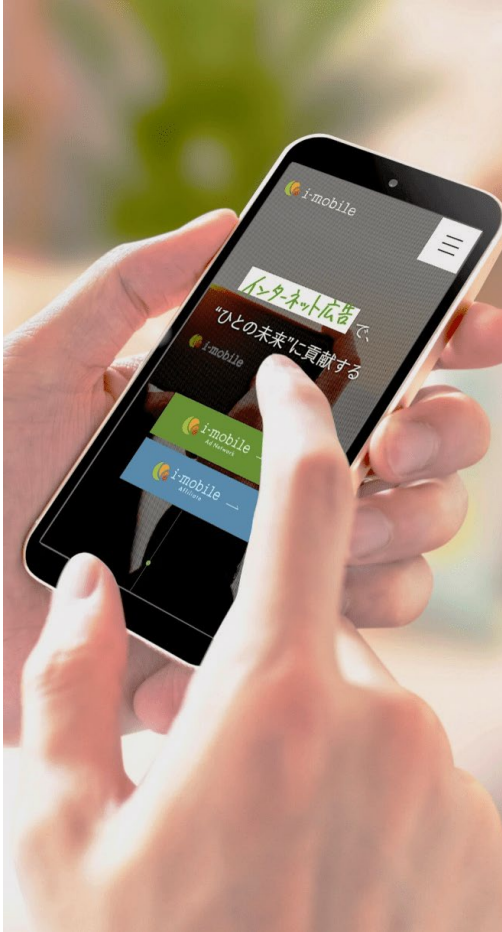


ふるさと納税事業「ふるなび」と「企業版ふるさと納税」を活用した活動支援を行っております。

会社概要・沿革



経営理念



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

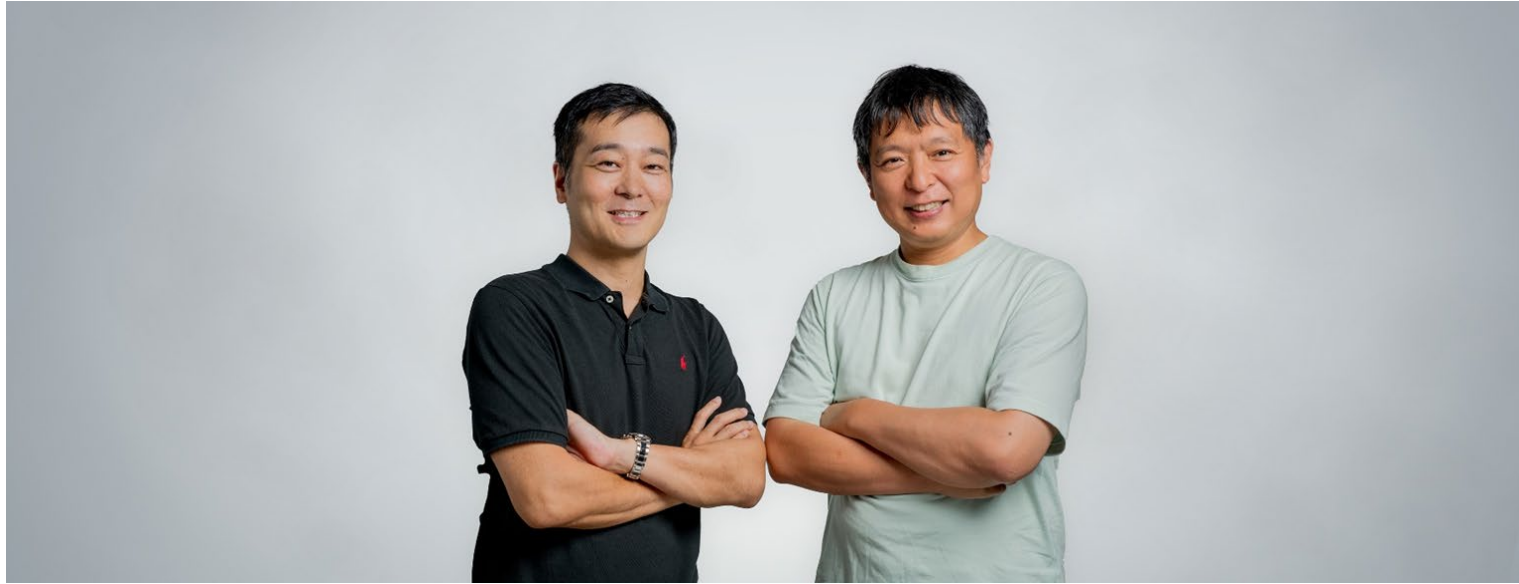
マーケティングで価値ある体験を提供し続ける

- Values

Smile × Growth × Team

笑顔 × 成長 × チーム

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。

役員略歴



代表取締役会長 田中 俊彦

情報通信系企業や広告代理店を経て、2007年に当社を共同設立し、代表取締役社長に就任。卓越した先見性により、アドネットワーク事業、ふるさと納税事業を牽引。2017年より代表取締役会長に就任し、新たな事業創出に向け、複数のプロジェクトを率いる。



社外取締役（常勤監査等委員） 轟 幸夫

ヤフー株式会社（現LINEヤフー株式会社）社外監査役、株式会社SBI証券常務取締役を歴任。上場企業の役員としての豊富な経験に基づき、モニタリング機能を発揮。税理士。



代表取締役社長 野口 哲也

日本アイ・ビー・エム株式会社、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。2007年に当社を共同設立、取締役CTOに就任し、独自の広告配信システムを開発。その後も当社の成長を牽引し、2017年に代表取締役社長就任。



社外取締役（監査等委員） 石本 忠次

税理士としての長年の税務・会計分野の知見と法人経営の経験を有する。社外取締役としての豊富な経験に基づき、モニタリング機能を発揮。税理士。



専務取締役 文田 康博

大手小売業やIT、TV通販などの上場企業で商品企画部長や経営企画部長を歴任。経営戦略やコーポレート業務に精通し、当社では管理部門全般及び経営・資本戦略をマネジメントしている。



社外取締役（監査等委員） 高木 明

大手監査法人、法律事務所を経て、当社社外監査役に就任。会計、内部統制及び法律に関する知見に基づき、モニタリング機能を発揮。公認会計士。



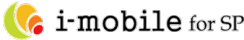
社外取締役 崔 真淑

大和証券にてマーケットエコノミストを務めた後に独立。その後、株式会社カオナビ等の社外取締役を歴任。コーポレート・ファイナンスに精通し、博士号（Ph.D. in Finance）を有する。経営の監督及び経営全般に対する助言を行う。

主要事業／サービス一覧

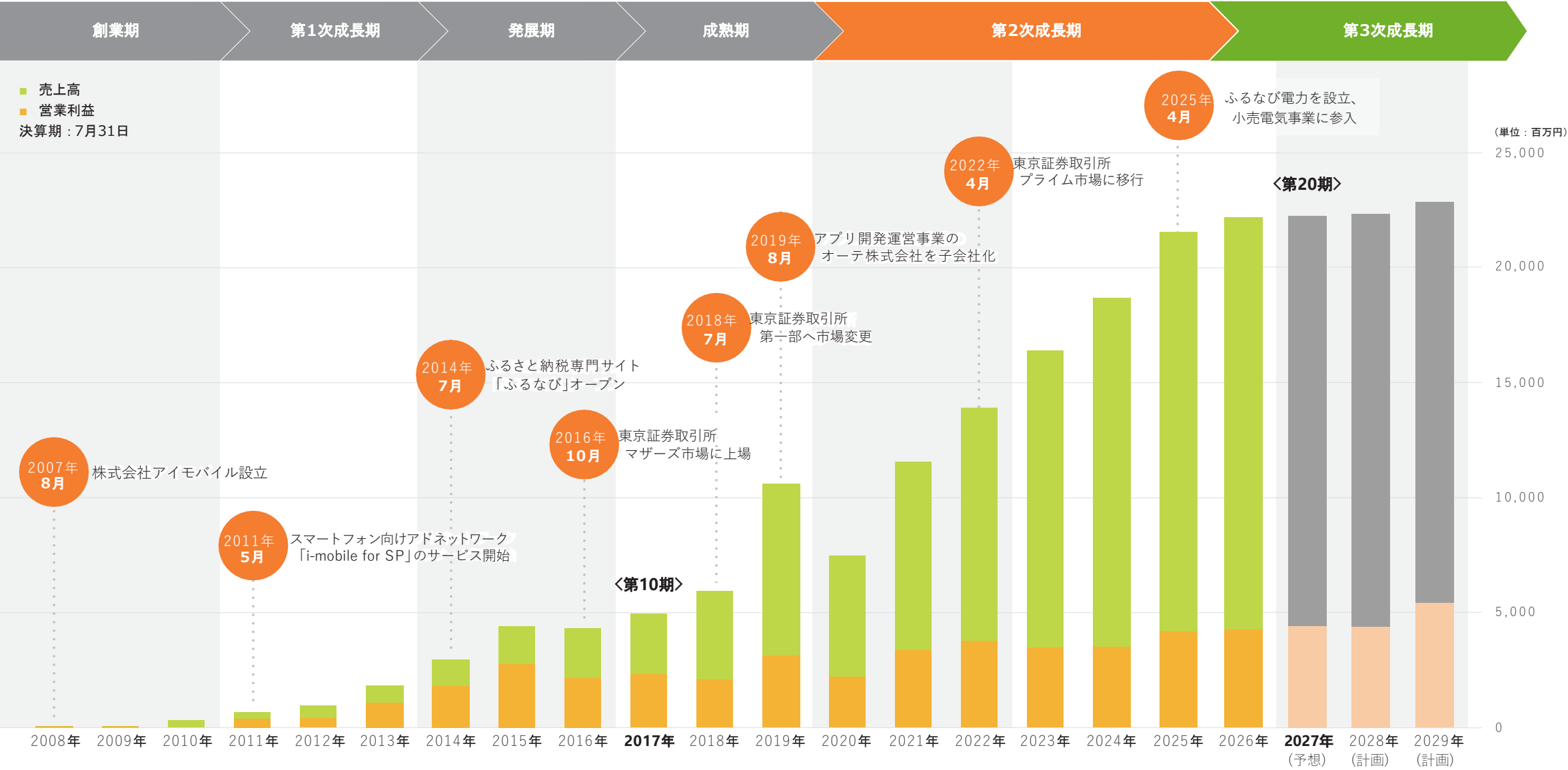
事 業			主なサービス内容	
コンシューマ事業	ふるさと納税事業		 ふるなび	ふるさと納税のポータルサイト
	ふるなび周辺事業	トラベル事業	 ふるなびトラベル	宿泊など、旅行で使えるオリジナル返礼品の提供
			 ふるなびトラベル予約	「ふるなびトラベルポイント」が使える宿泊予約サイト
		レストランPR事業	 ふるなび グルメポイント	「ふるなびグルメポイント」が使えるレストラン優待サービス
		ポイントサービス事業	 たまるモール byふるなび	「ふるなび」会員向けのポイントサービス
インターネット広告事業	インターネットマーケティング事業	アドネットワーク事業		運用型広告(ディスプレイ・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	  アフィリエイト	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		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  シンフルダイエット	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（株式会社ふるなび電力）		 ふるなび電力	法人・家庭向けの電力の提供

事業沿革

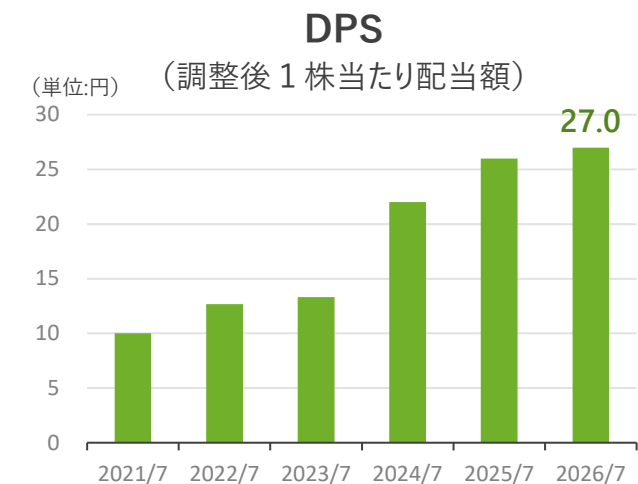
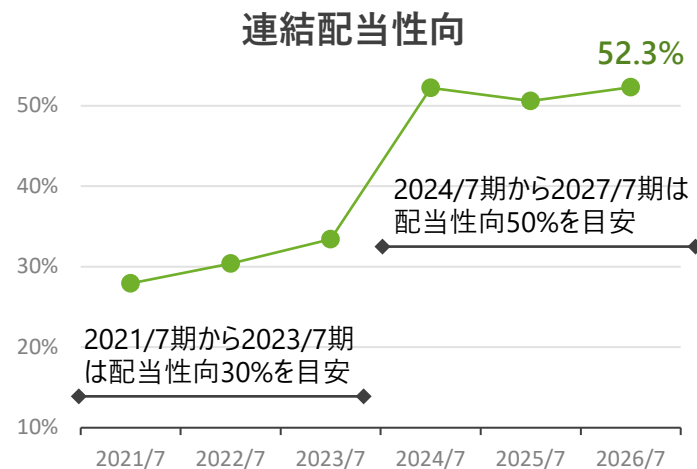
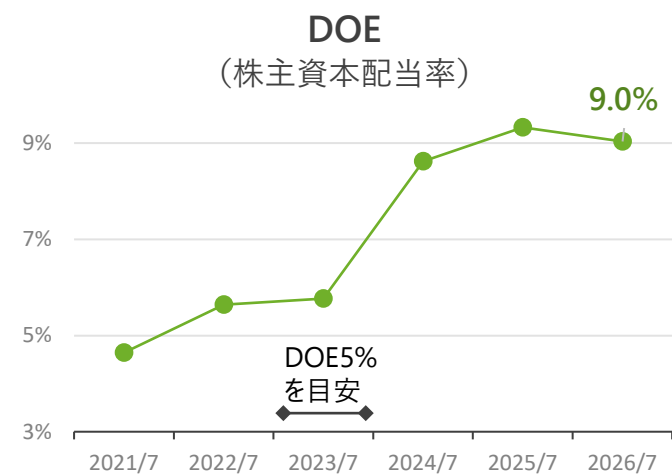
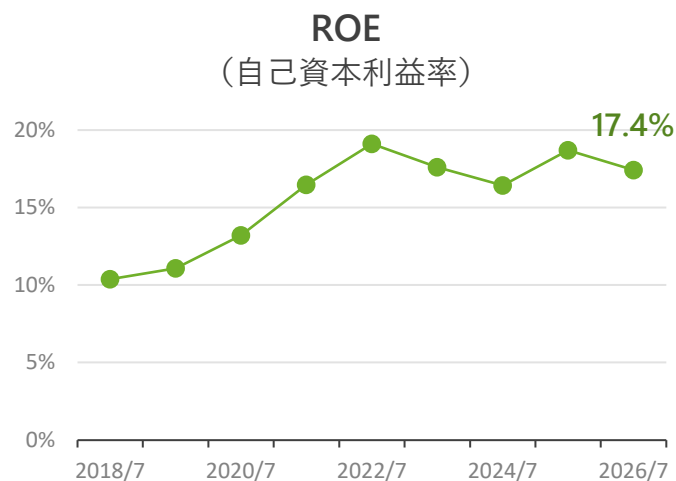
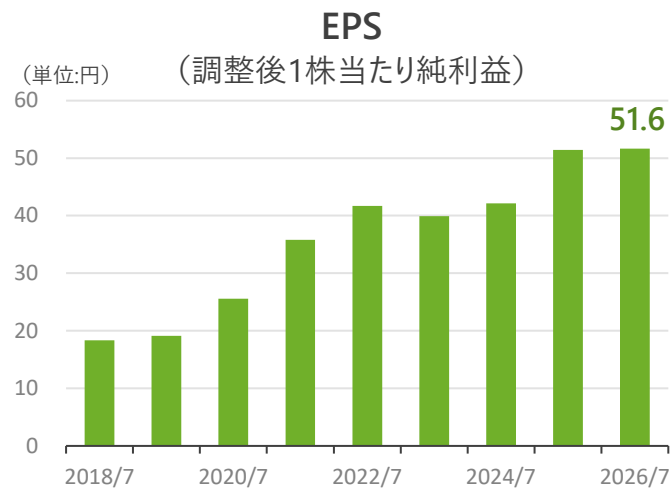
2007	8月 株式会社アイモバイル設立 9月 モバイルアドネットワーク「i-mobile for MB」サービス開始	
2011	5月 スマートフォン向けアドネットワーク「i-mobile for SP」のサービス開始	
2013	3月 成果報酬型サービス「i-mobile for AF」のサービス開始	
2014	7月 ふるさと納税専門サイト「ふるなび」オープン	
2015	11月 高額寄附者向けふるさと納税代行サービス「ふるなびプレミアム」をリリース	
2016	7月 メディアソリューション事業を開始 10月 東京証券取引所マザーズ市場に上場	
2017	10月 ふるなび会員向け宿泊サービス「ふるなびトラベル」をリリース	
2018	4月 ふるなび会員向けポイントサービス「たまるモール」をリリース 7月 東京証券取引所市場第一部へ市場変更	

2019	8月 スマートフォン向けアプリ開発運営事業のオーテ株式会社を子会社化 10月 「ふるなびカタログ」をリリース	 
2020	6月 「美食体験」をリリース	
2021	7月 コンシューマ事業の売上・営業利益がインターネット広告事業を上回る	
2022	4月 東京証券取引所の市場再編に伴い東証プライム市場に移行 12月 「ふるなび」の会員数が200万人を突破	
2023	12月 「ふるなびトラベル」の提携施設が4,000件を突破	
2024	9月 SNSマーケティング領域のブランド価値向上サポートツール「ブランドレーダー」を提供開始 10月 NTT東日本サービス、エヌ・ティ・ティ エムイーによる地方創生をめざした協働事業検証実施 12月 ANAグループとの地方創生を推進する事業提携の基本合意書締結 12月 「ふるなびトラベル」の提携施設が7,000件を突破	
2025	3月 「ふるなびトラベル予約」をリリース 4月 株式会社ふるなび電力を設立、小売電気事業に参入 12月 「ふるなびトラベル」の提携施設が10,000件を突破	 

事業成長の軌跡



主要KPI実績



主要経営指標推移

I-1.連結業績推移 ※1			(百万円)		
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%

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
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) ※4	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のとなっております。
※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 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。

“ひとの未来”に貢献する事業を創造し続ける 

