



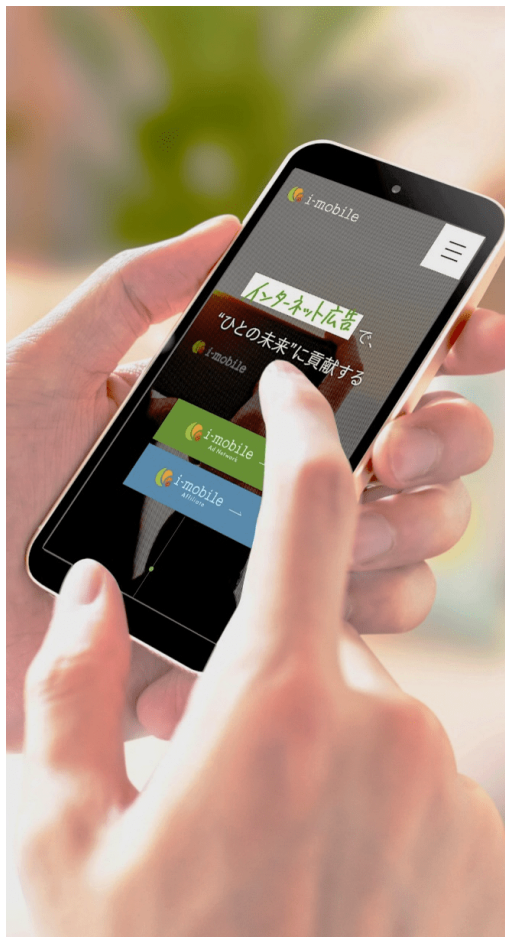
2025年7月期

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)

2025年9月11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
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



前 期 比：市場拡大を背景に、プロモーション強化とユーザー利便性向上が既存顧客の利用を押し上げ、寄附受付金額は過去最高を更新し、増収増益

計 画 比：新規顧客の伸びが想定を下回り、売上・利益ともに計画未達



アプリ運営事業は他社との協業と新市場開拓による新規顧客獲得が堅調に拡大し好調を維持。一方、インターネット広告事業全体は既存事業低迷により減収減益

株主還元

資本効率の向上と株主価値の最大化を目的に自己株式の取得（発行済株式総数に対する割合として約3%）を実施。期末配当は26円とし、計画通りの増配を実現

エグゼクティブサマリ②

		2024年 7 月期 通期実績	2025年 7 月期 通期実績	前期比	(単位：百万円)	
					計画	達成率
連結実績	売上高	18,735	21,528	114.9%	23,000	93.6%
	営業利益 (営業利益率)	3,549 (18.9%)	4,133 (19.2%)	116.5%	4,500 (19.6%)	91.9%
	当期利益※	2,420	2,957	122.2%	2,950	100.2%
コンシューマ 事業	売上高	15,950	19,059	119.5%	20,200	94.4%
	営業利益 (営業利益率)	3,446 (21.6%)	4,021 (21.1%)	116.7%	4,200 (20.8%)	95.7%
インターネット 広告事業	売上高	2,756	2,411	87.5%	2,760	87.4%
	営業利益 (営業利益率)	333 (12.1%)	153 (6.4%)	46.2%	340 (12.3%)	45.2%

【参考】 コンシューマ事業の通期累計期間の営業利益率推移 ： FY23：22.4%、FY24：21.6%、FY25：21.1%

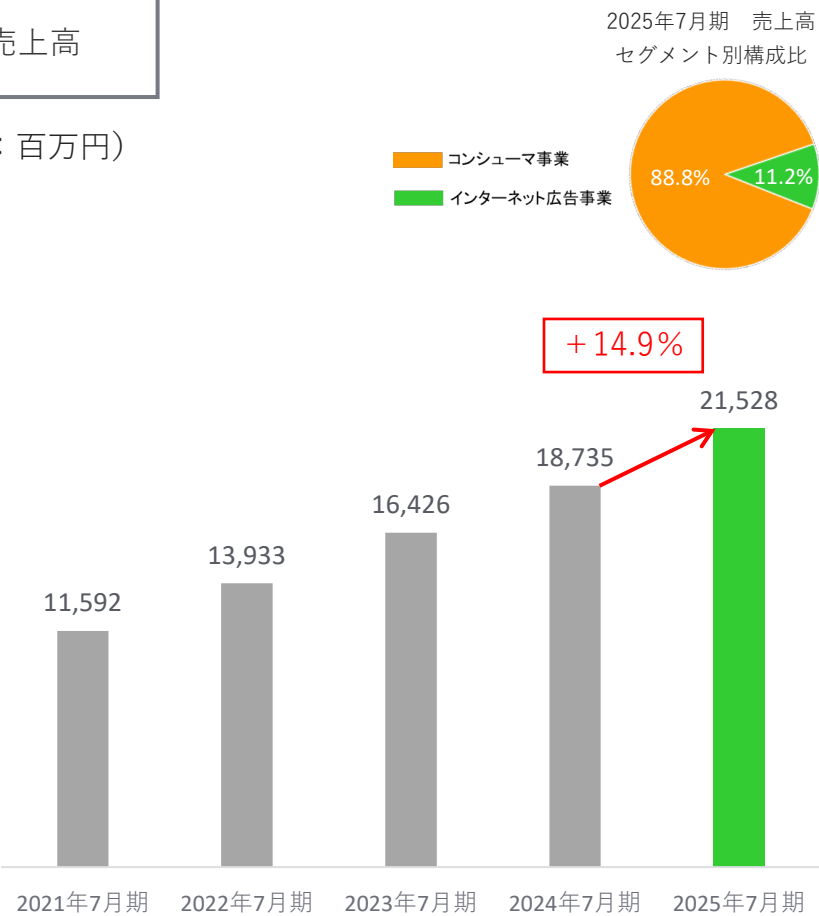
※ 本ページにおける「当期利益」とは、「親会社株主に帰属する当期純利益」を示しております。

【通期】 連結売上高及び営業利益推移

ふるさと納税事業の好調が成長を牽引し、新たな収益機会の開拓・拡充を進め、売上高は大きく伸長。
本社移転費用を含む人的資本投資や事業再構築費用、決済手数料の増加があるものの、営業利益も増加

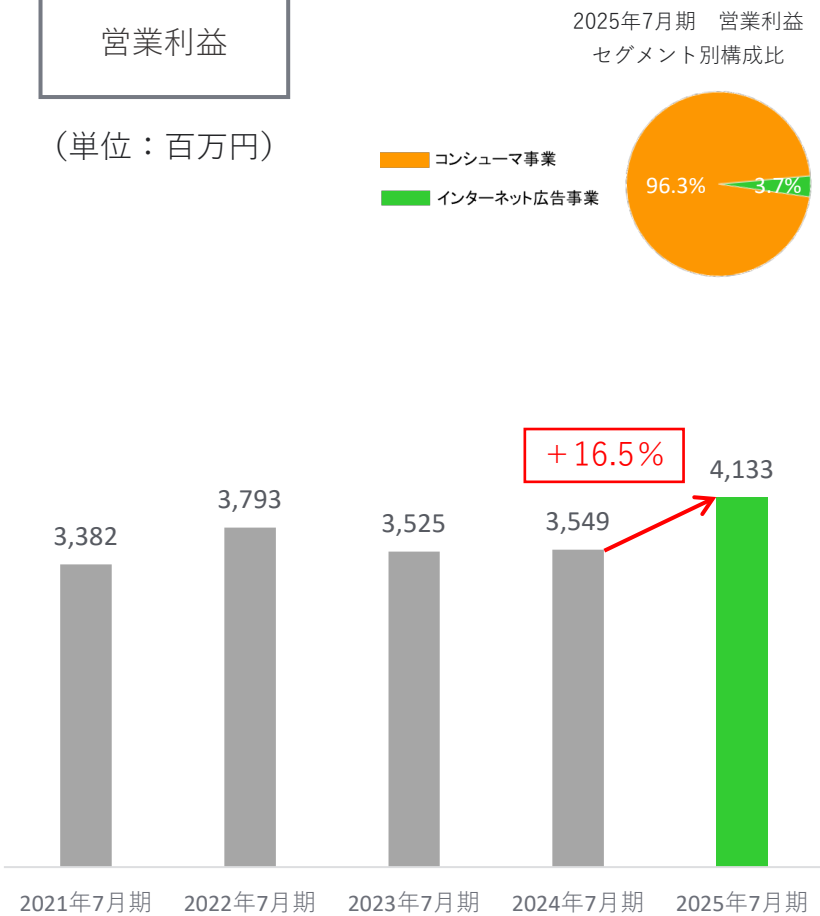
売上高

(単位：百万円)



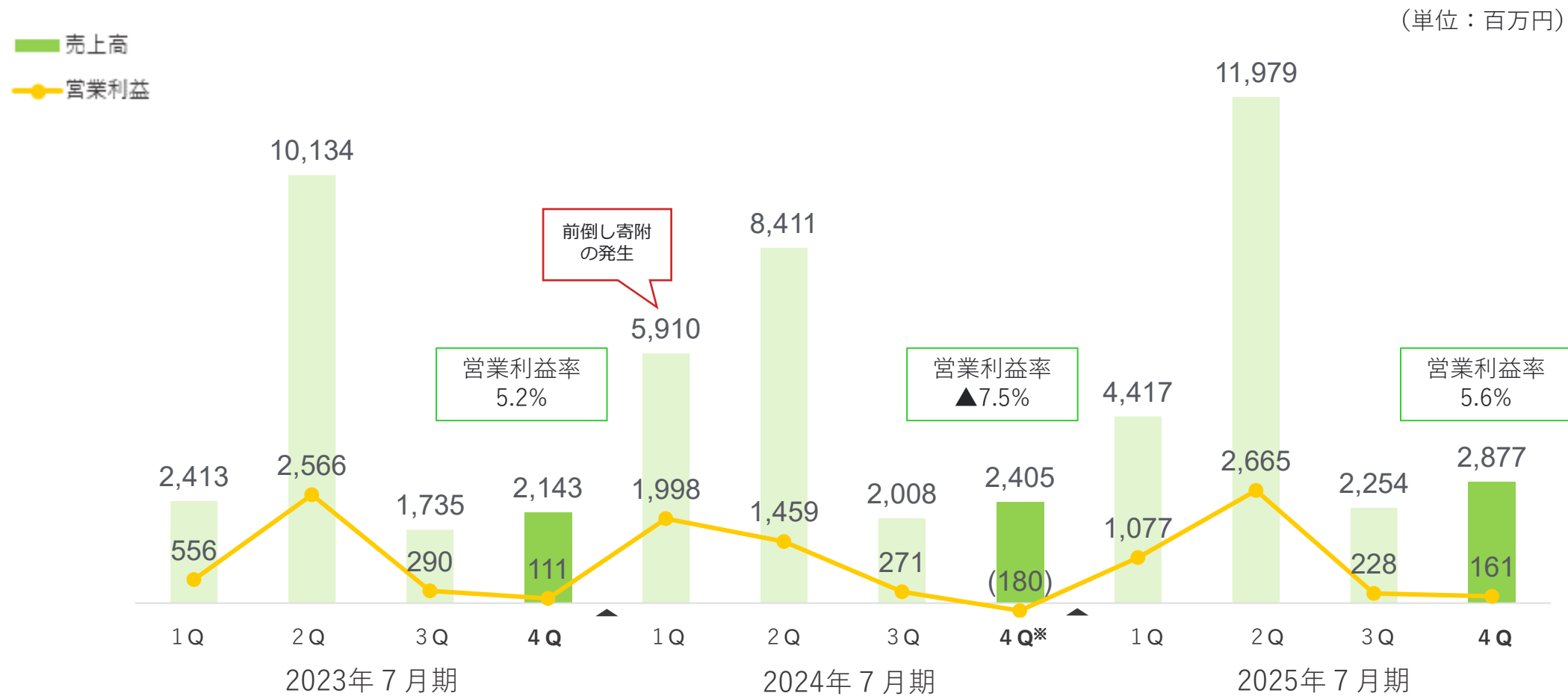
営業利益

(単位：百万円)



連結売上高及び営業利益推移

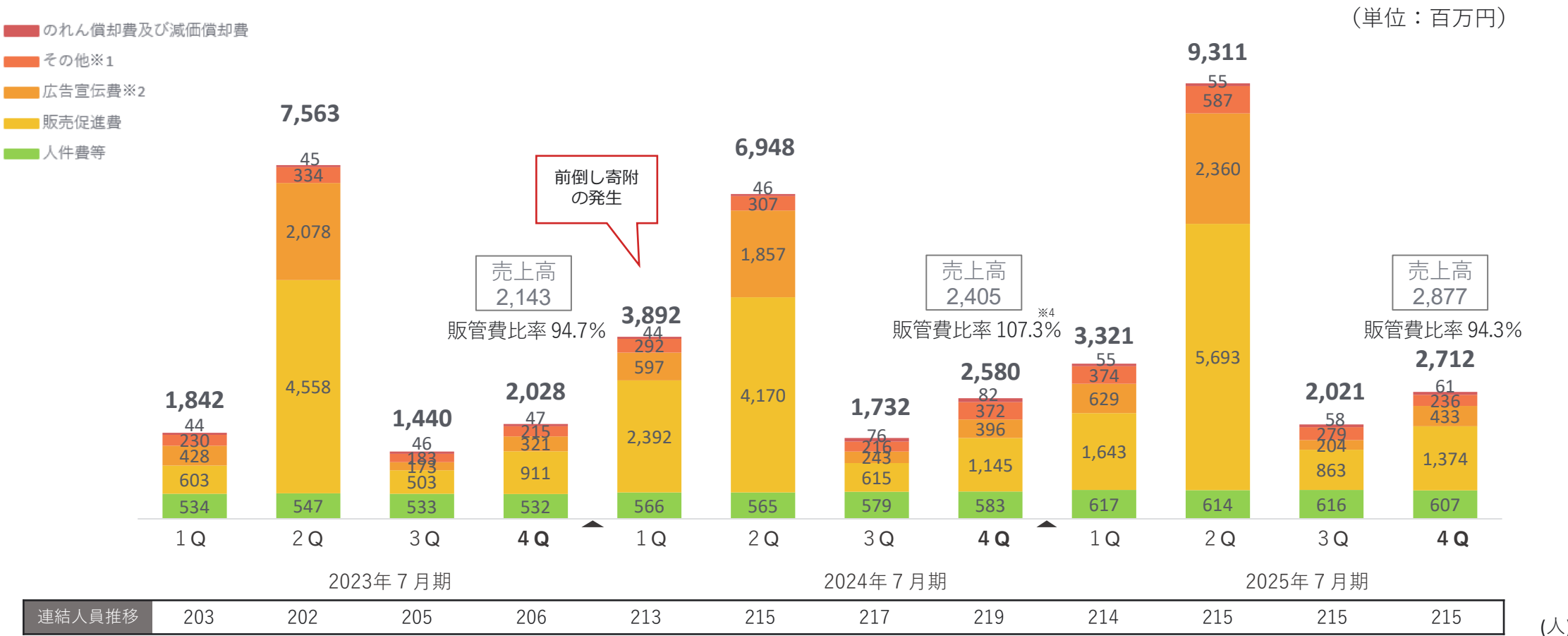
前年のふるさと納税事業における前倒し需要の影響で売上高のピーク分散が発生したものの、各四半期ともに売上・利益は順調に推移



※ 本社移転に伴う臨時費用の増加により、例年より営業利益が大幅に落ちています。

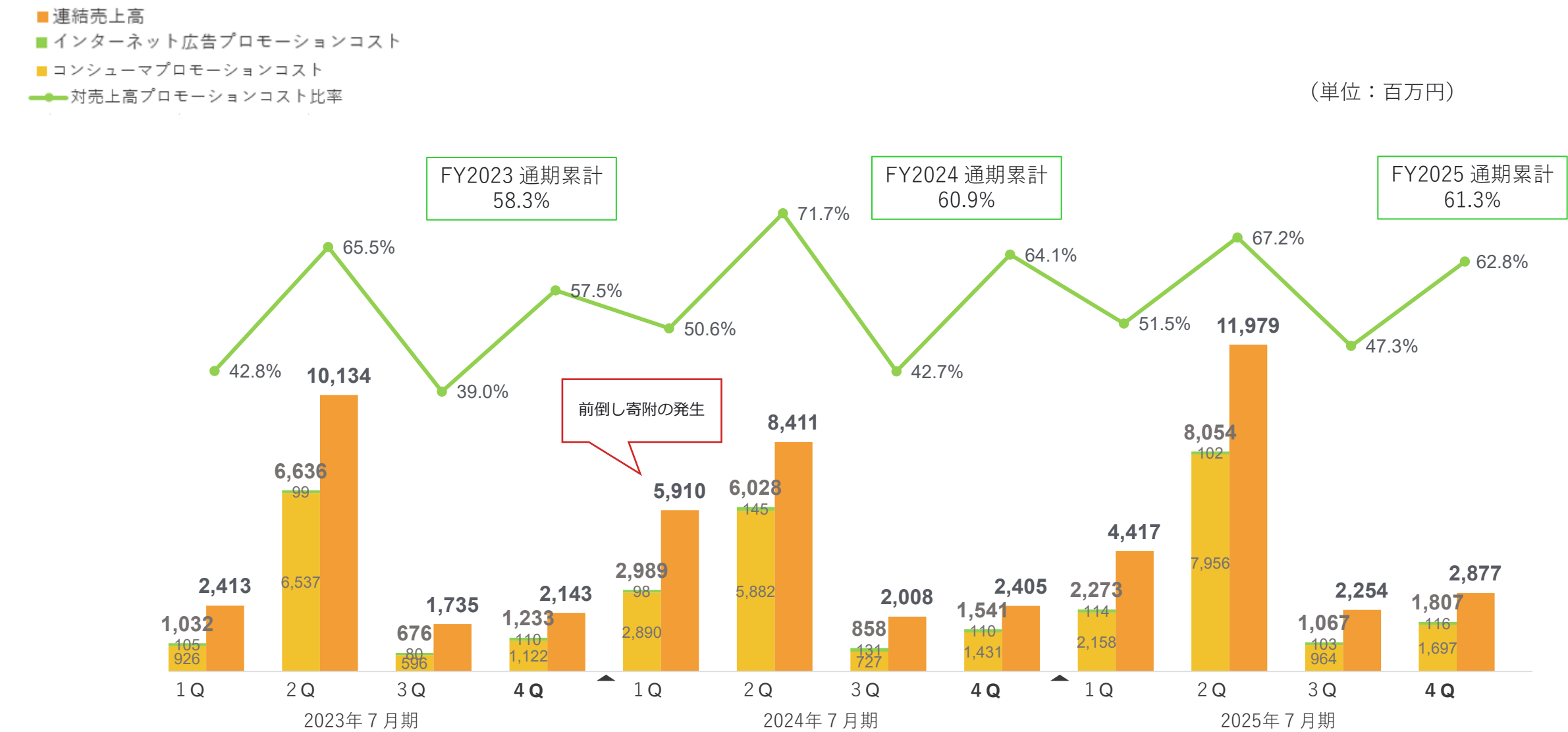
連結販売費及び一般管理費推移

ふるなびのキャンペーンに伴う販促費や決済手数料など、売上に伴い増加する費用及び本社移転を含む人的資本強化への投資等により、販管費は前年同四半期比※³で増加するも、当初計画通りに推移



※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、4Q
※3 本ページの「前年同四半期比」は当年の第4四半期会計期間と前年の第4四半期会計期間を比較するものです。
※4 オフィス移転に伴う家賃の二重計上や、販促費計上の変更、少額資産の一括計上などの理由から、2024年7月期の販管費比率は例年より高い水準となっております。

プロモーションコスト(対売上高比率)の推移



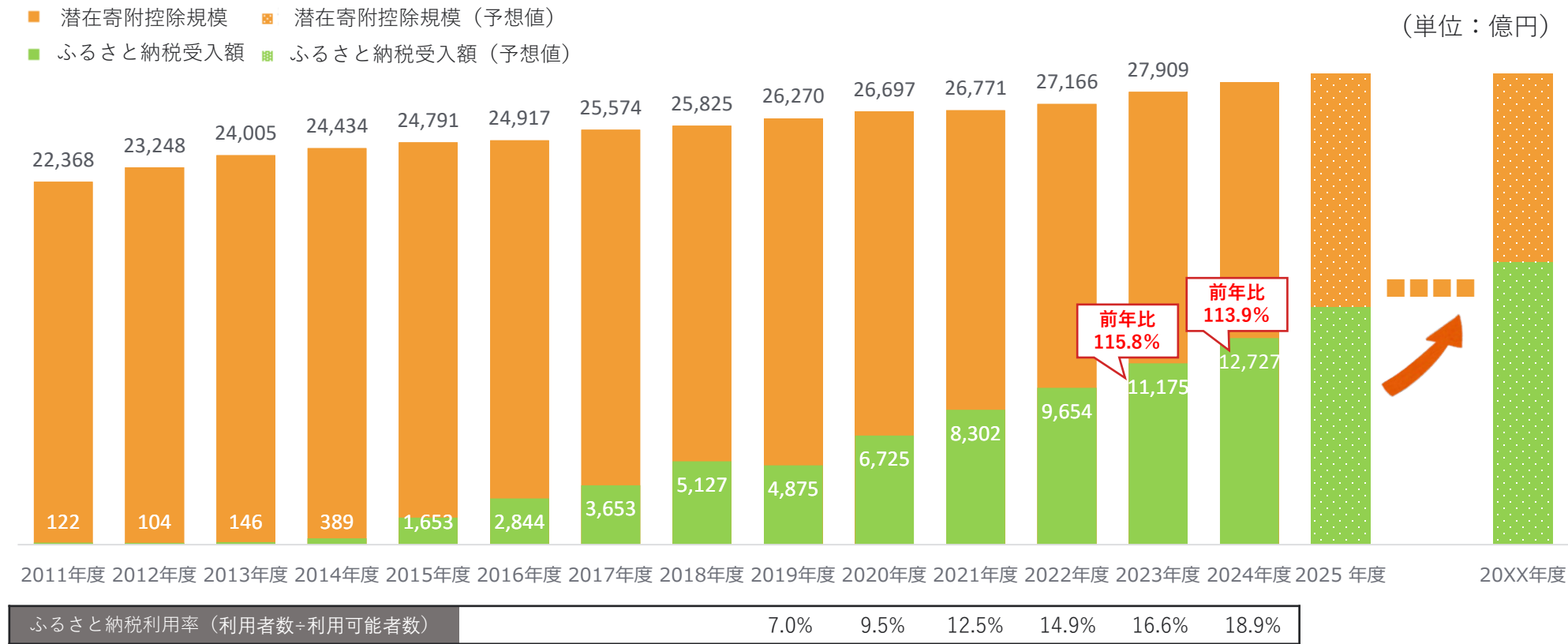
セグメント概況

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 ～ 2023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 ～ 2024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7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。

2025年7月期 通期業績推移

2025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



----- 2025年7月期の評価 -----

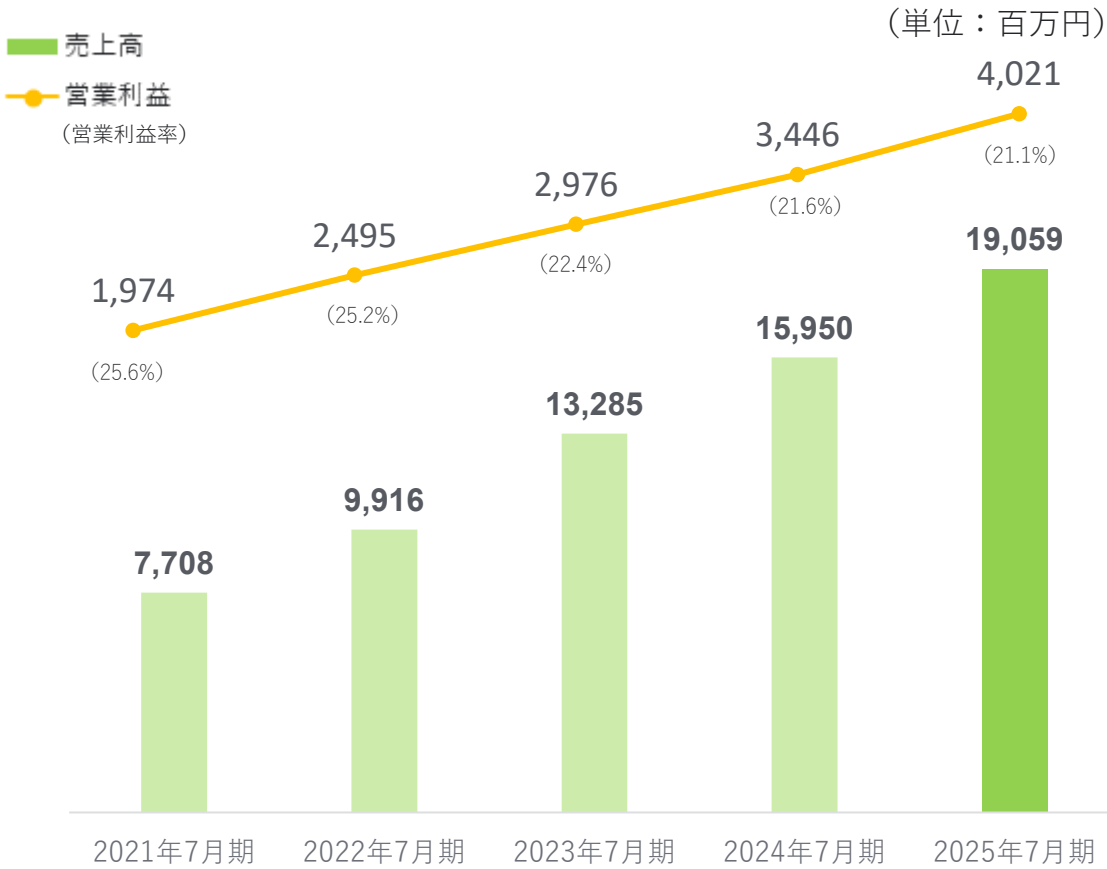
- ・新規顧客獲得のための販促強化とユーザー利便性の向上
- ・自治体との連携強化
- ・周辺事業の拡大と独自返礼品の強化



売上高：前期比 **119.5%** 計画比 **94.4%**

営業利益：前期比 **116.7%** 計画比 **95.7%**

【売上高及び営業利益の推移】



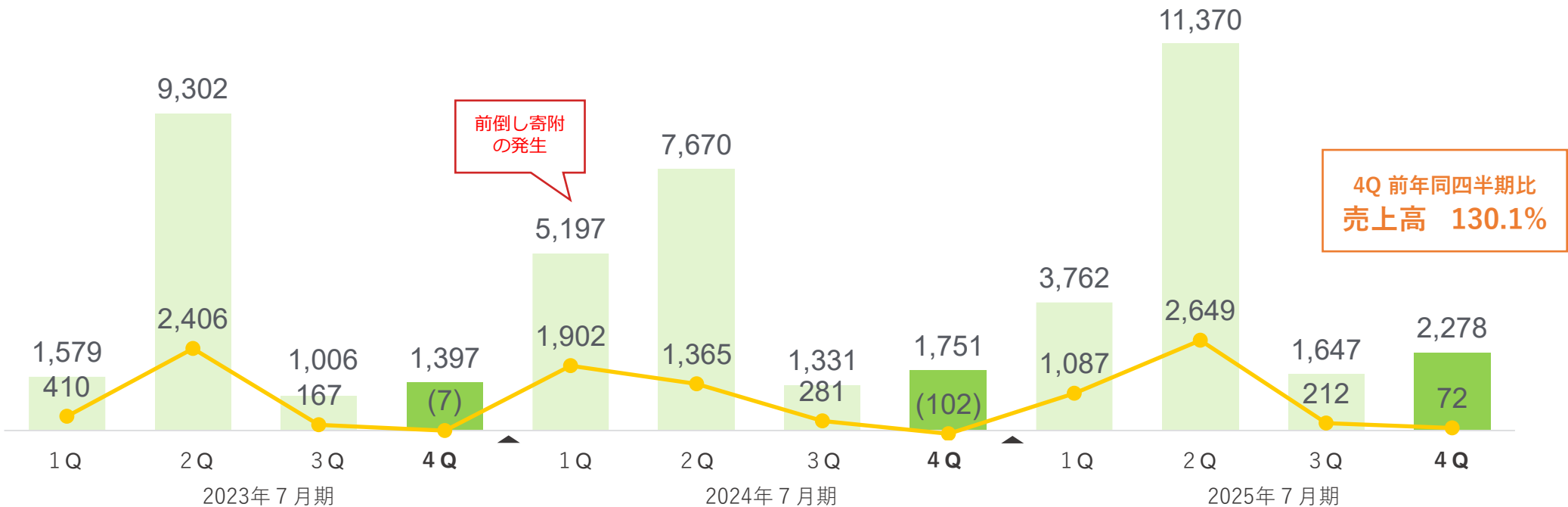
第4四半期の結果及び業績推移

ふるさと納税市場の成長を背景に、独自返礼品やプロモーション施策の奏功と、アプリや「ふるなびトラベル予約」の効果でリテンションが増加。高額返礼品の寄附増加も寄与し、前年同四半期比※で増収増益

■ 売上高
● 営業利益

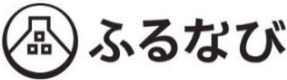
【 売上高及び営業利益の推移 】

(単位：百万円)

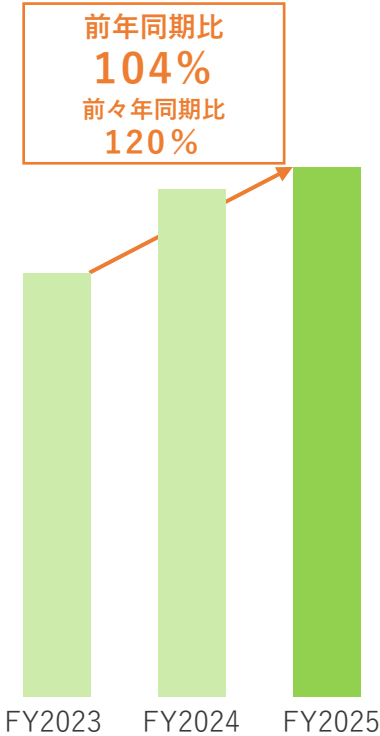


※本ページの「前年同四半期比」は四半期会計期間を比較するものです。

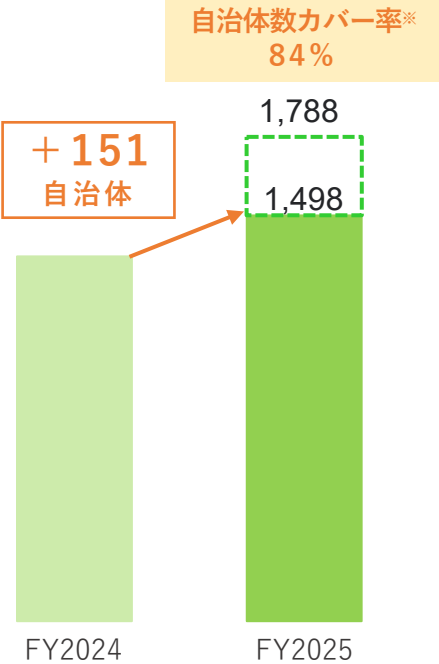
ふるさと納税事業の成長推移



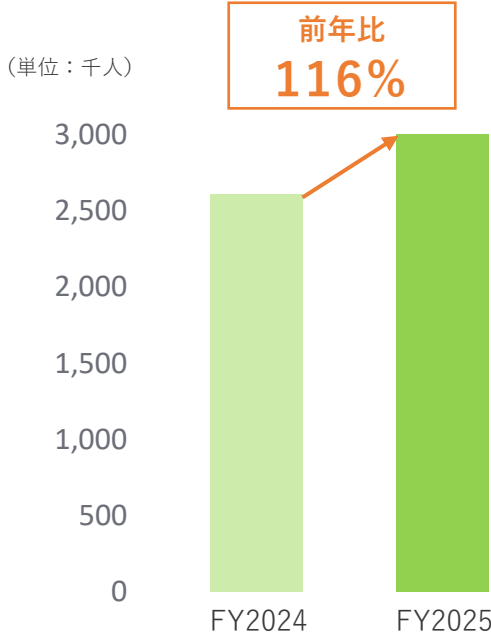
寄附受付件数の推移



契約自治体数の推移

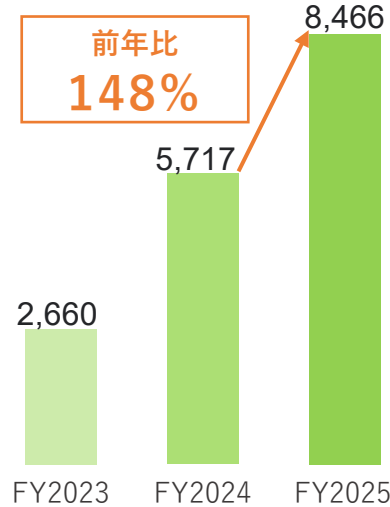


会員数の推移



売上高 158%
(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7月末と2024年7月末の数値を比較、「前年同期比」は、2025年7月期連結累計期間と2024年7月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。尚、寄附金額上位98.6%の自治体のカバーは92.8%です。

第4四半期の取り組み

■ ふるなび 新TV-CMの放映を開始

7年連続で、第65代横綱貴乃花さんを起用したテレビCMを開始。

巨大口デオマシンに乗りながらセリフ・歌をこなそうと奮闘する貴乃花さんに注目



■ 「ふるなびトラベル」の東京都23区での施設数が拡大

東京都千代田区的全返礼品の中で「ふるなびトラベル」が寄附金額において第1位を獲得。新たに東京都渋谷区も「トラベルポイント」の提供を開始



■ 電気料金の支払いが可能な「ふるなび電力ポイント」の寄附受付を開始

ふるなび電力が提供する「茨城県産再生可能エネルギー100%」の電気料金に充当できる返礼品が登場。環境と地域にやさしい“新しいふるさと納税のかたち”を実現



セグメント概況

インターネット広告事業



2025年7月期 通期業績推移

2025年7月期 重点施策

事業ポートフォリオの再構築

収益の多角化を推進



----- 2025年7月期の評価 -----

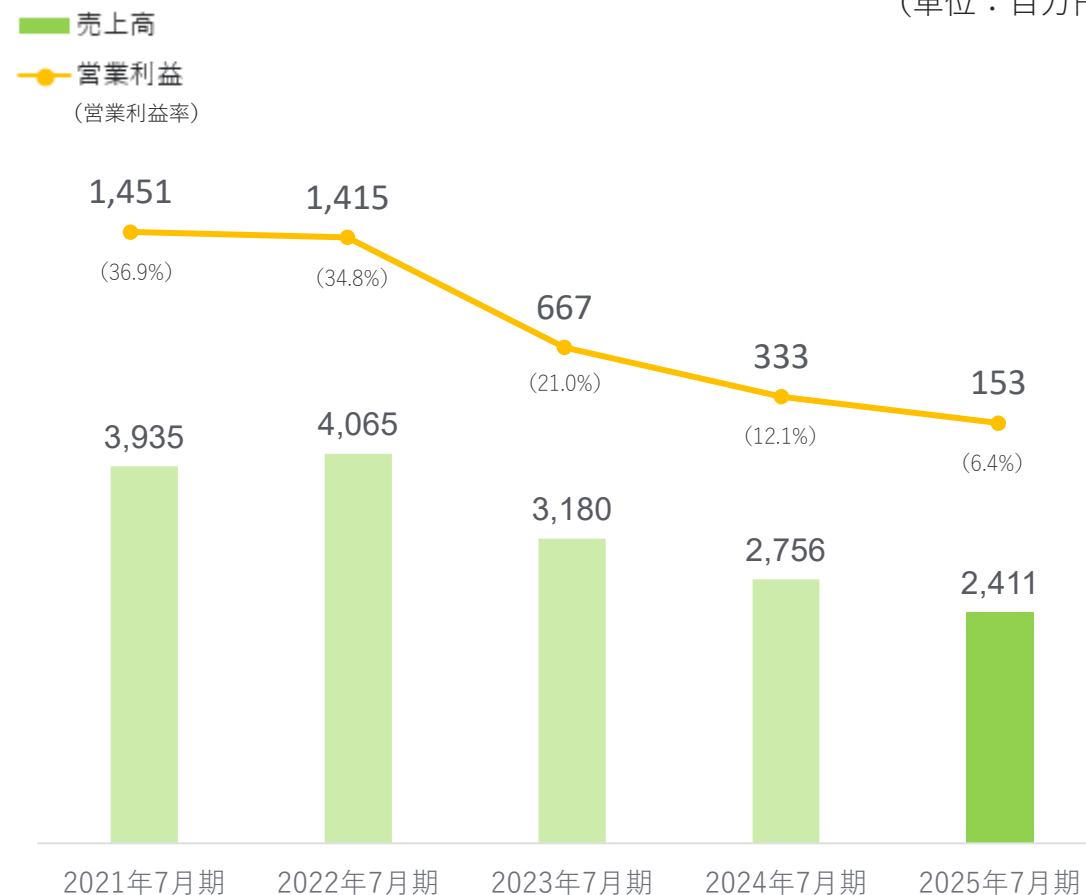
- ・ アプリ運営事業の顧客層や市場、収益モデルの拡大 ➤ ○
- ・ ADPF※1事業ポートフォリオ領域のシフト ➤ ○
- ・ MS事業※2のimp拡大※3 ➤ △

売上高：前期比 **87.5%** 計画比 **87.4%**

営業利益：前期比 **46.2%** 計画比 **45.2%**

【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、2025年7月期連結会計年度と2024年7月期連結会計年度を比較するものです。

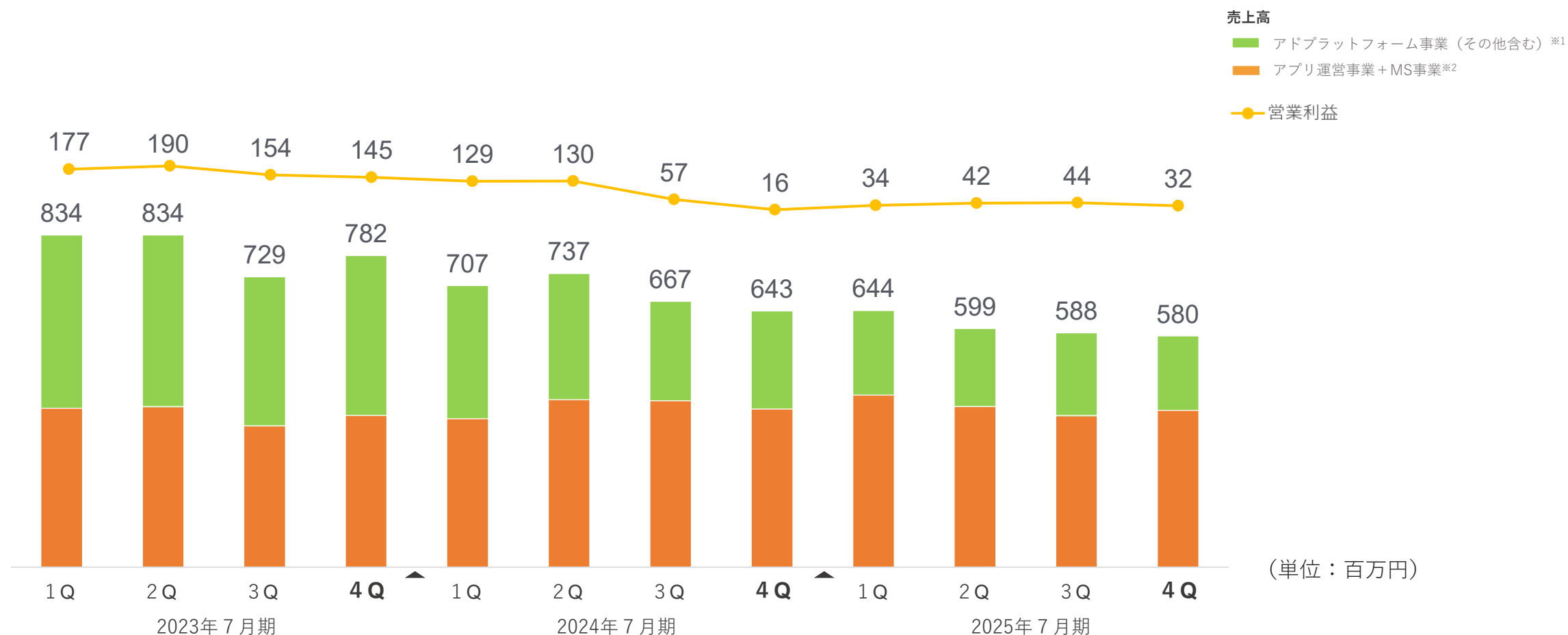
※1 ADPF事業:アドプラットフォーム事業

※2 MS事業:メディアソリューション事業

※3 当四半期より業績把握の明確化を図るため、KPIを売上との相関性が高いimp（インプレッション）に変更しております。

第4四半期の結果及び業績推移 ①

アプリ運営事業は堅調に推移するものの、厳しい市場環境が続くアドネットワーク事業の影響が大きく、事業育成費用も重しとなり減収減益。事業ポートフォリオの再構築で、早期の収益回復を図る



※1 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

※2 MS事業:メディアソリューション事業

第4四半期の結果及び業績推移 ②

1 アプリ運営事業

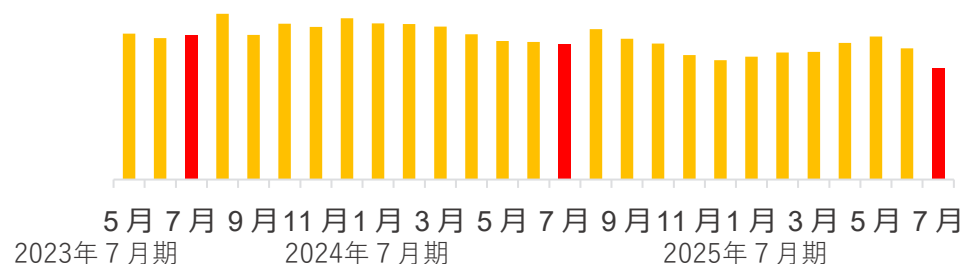
✓ 新たな収益機会の開拓

海外市場や他社との協業など新たな収益機会を開拓。
トリマと協業でリリースしたアプリ 3 本が好調に進捗し、収益に貢献

✓ リテンション施策を実施

パズルde懸賞におけるユーザーロイヤルティ向上を促す機能の実装など、既存アプリの改善を通じ収益の回復を目指す

アクティブユーザー数(MAU※1)の動向



2 メディアソリューション事業

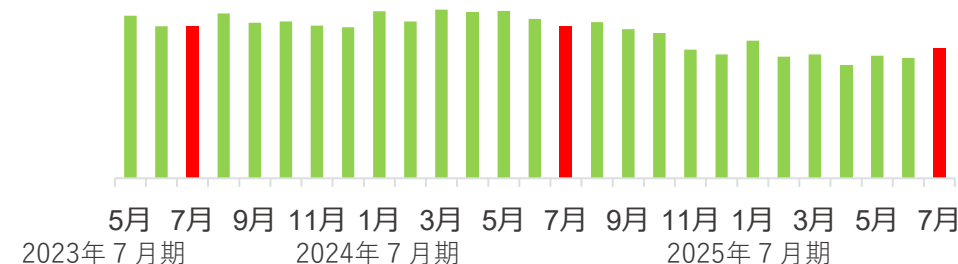
✓ 収益に貢献するサービスをアップデート

パートナー収益の拡大を可能にするWebサイト向け独自ソリューション「スマートタグ」を大幅アップデート

✓ impは回復の傾向

営業の効率化を実施し、収益基盤の再構築を図る

imp※2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※3ではインフルエンサーとの業務提携を開始。SNSマーケティングの包括的サポート体制を構築することで収益基盤の強化を図る。アドネットワーク事業では既存アセットを活用し、事業基盤の再構築による収益の回復を目指す

※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、トリマの数値は上記グラフに含んでおりません。

※2 当四半期より業績把握の明瞭向上を図るため、KPIを売上との相関性が高いimp（インプレッション）に変更しております。

※3 IF事業：インフルエンサーマーケティング事業

第4四半期の取り組み

■ Actionが、人気インフルエンサー柴崎七虹氏と業務提携

訪日客増加を背景に、インバウンド領域におけるインフルエンサーマーケティングを強化するため、SNS総フォロワー190万人超の人気インフルエンサー柴崎七虹氏と業務提携

※TikTok140万人、Instagram47.6万人ものフォロワーを抱える人気インフルエンサー。
特にショート動画やライブ配信を得意とし、インドネシアでは「"Nachan"」の愛称で広く親しまれています。

Action



■ Webサイト向け独自ソリューションのタグマネージャー「スマートタグ」を大幅アップデート

パブリッシャーの作業工数削減・収益最大化を支援する「スマートタグ」に、収益機会を拡大する新機能を実装。パブリッシャーの広告収益向上の機会を提供



■ 「パズルde懸賞」が11周年 シリーズ累計1,900万DLを超えるロングセラーに

オーテ社の「パズルde懸賞」が提供開始から11周年を迎え、シリーズ累計アプリDL数1,900万、パズルクリア数22億回を突破し、多くのユーザーに愛されるアプリに



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

©2025 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

■ 太陽光発電所・系統蓄電所※1の建築状況

22か所の発電所が稼働中
 計画中の63施設が全て完成すると総発電容量は11MW※2を超える



- 2025.07.25 当社発電所22か所目（栃木県足利市大沼田町・野立て型）売電開始
- 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
- 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 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



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

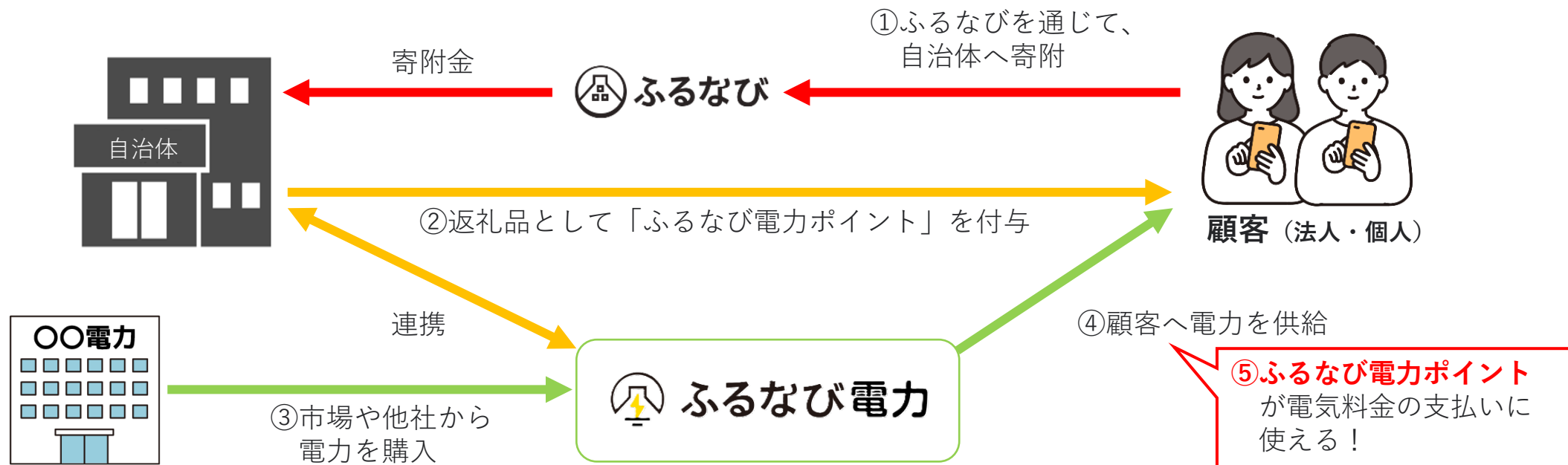
※1 2025年秋に系統蓄電所連携予定
 ※2 一般家庭の3,300世帯分の電力に相当

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

- ✓ ふるさと納税での寄附により付与される、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

法人向けに加え、個人向けのサービスを開始



2026年7月期
業績予想



2026年7月期 連結業績予想

ふるさと納税制度の改正を踏まえたマーケティング施策と収益多角化施策に加え、アプリ運営事業を含む広告事業のポートフォリオ再構築を進めることで、新たな収益基盤の強化と増収増益を目指す

(ご参考)

項 目 (単位：百万円)		2025年7月期※2			2026年7月期		2025年7月期※2		2026年7月期	
		通期実績			通期予想		通期実績		通期予想	
		(新方式)					(従来方式)			
		①			②		④		⑤ = ② / ④	
連結 業績	売上高	21,528			22,000		21,002		104.7%	
	営業利益 (営業利益率)	4,133 (19.2%)			4,500 (20.5%)		3,613 (17.2%)		124.5%	
	当期利益※1 (当期利益率)	2,957 (13.7%)			3,120 (14.2%)		2,596 (12.4%)		120.2%	

※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す。

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しております。

2026年7月期 セグメント別 業績予想

ふるさと納税市場の継続的な成長を見込むなか、顧客ロイヤルティ向上施策により収益拡大を図る。
広告事業では新市場開拓による収益機会の拡大と事業開発投資の継続で、収益基盤の再構築を進める

(ご参考)

項 目 (単位：百万円)		2025年7月期※	2026年7月期	前期比	2025年7月期※	前期比
		通期実績 (新方式)	通期予想		通期実績 (従来方式)	
		①	②		④	⑤ = ② / ④
コンシューマ 事業	売上高	19,059	19,750	103.6%	18,532	106.6%
	営業利益 (営業利益率)	4,021 (21.1%)	4,600 (23.3%)	114.4%	3,501 (18.9%)	131.4%
インター ネット 広告事業	売上高	2,411	2,300	95.4%	2,411	95.4%
	営業利益 (営業利益率)	153 (6.4%)	60 (2.6%)	39.0%	153 (6.4%)	39.0%

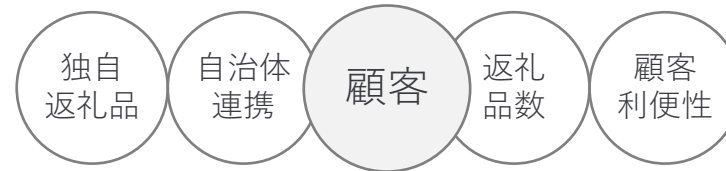
■当社の発表資料におけるセグメントの営業利益はセグメント利益と表示している場合があります
※ コンシューマ事業においては、自治体による寄附申込の承認（受諾）の都度、収益計上を行っており、自治体の承認（受諾）時期によっては期ずれが発生しておりました。
2025年7月期においては、自治体との契約変更等によりこれまで期末に翌月（翌期）へ期ずれしていた売上が当月（期中）に計上される特殊要因が発生しております。

2026年7月期 事業戦略(コンシューマ事業)



長期的な収益基盤の最大化に向けた 競争優位性 の獲得

市場シェア20%の獲得が中期的な目標



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

- ユーザーの寄附意欲を喚起する施策による既存顧客の定着と潜在顧客の獲得



ユーザー利便性向上によるロイヤルティ基盤の構築

- 「ふるなびアプリ」や「ふるなびトラベル予約」などの機能強化
-  ふるなびトラベル、 ふるなびトラベル予約の提携施設拡大や電力など独自返礼品の強化

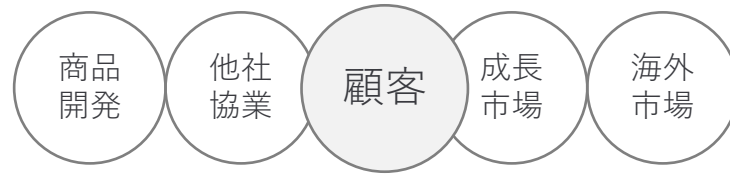


自治体との連携強化を通じた、地方創生と持続的成長基盤の確立

- 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

2026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；新市場や顧客層の開拓、収益モデルの拡大

- 海外市場や他社との協業による新市場開拓と新規顧客の獲得
- 既存「パズルde懸賞シリーズ」への機能追加などによる収益回復とLTV※¹の向上



ADPF※²事業；収益ポートフォリオの再構築

- アドネットワーク事業における広告商品の開発と収益基盤の再構築
- 広告主やインフルエンサーの収益力をあげる機能の開発投資と実装



MS事業；アセットを活用した新市場開拓による事業領域の拡大

※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

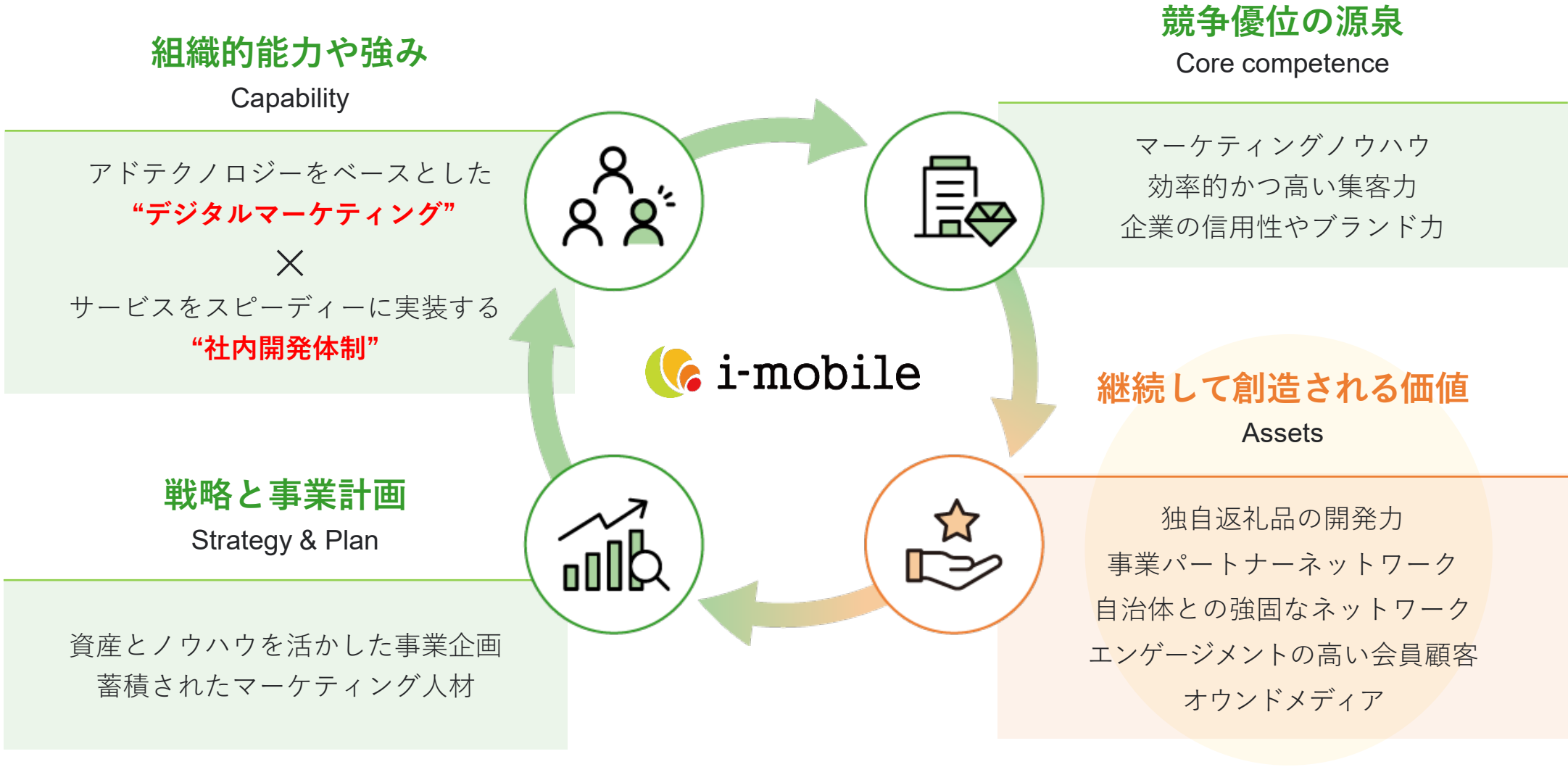
※2 ADPF：アドプラットフォームの略

2025年7月期～2027年7月期

新中期経営計画

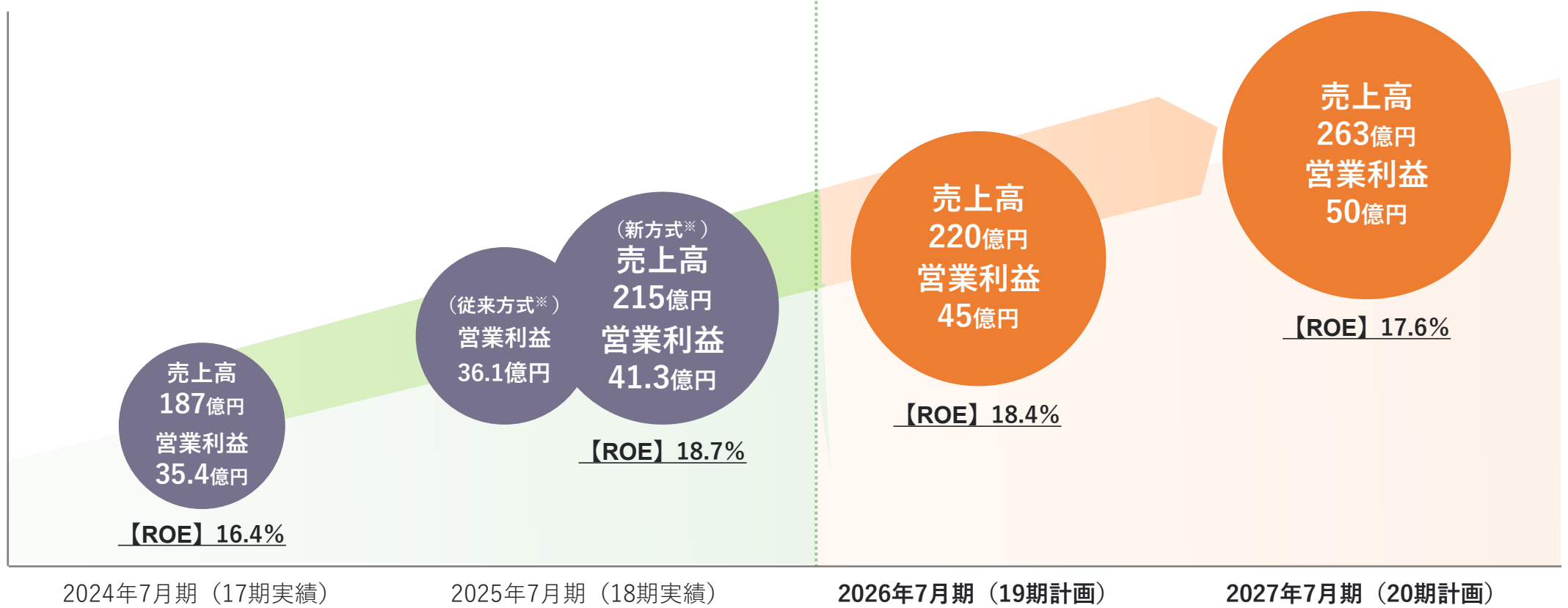


事業成長のループ



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



※ コンシューマ事業においては、これまで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しております。

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

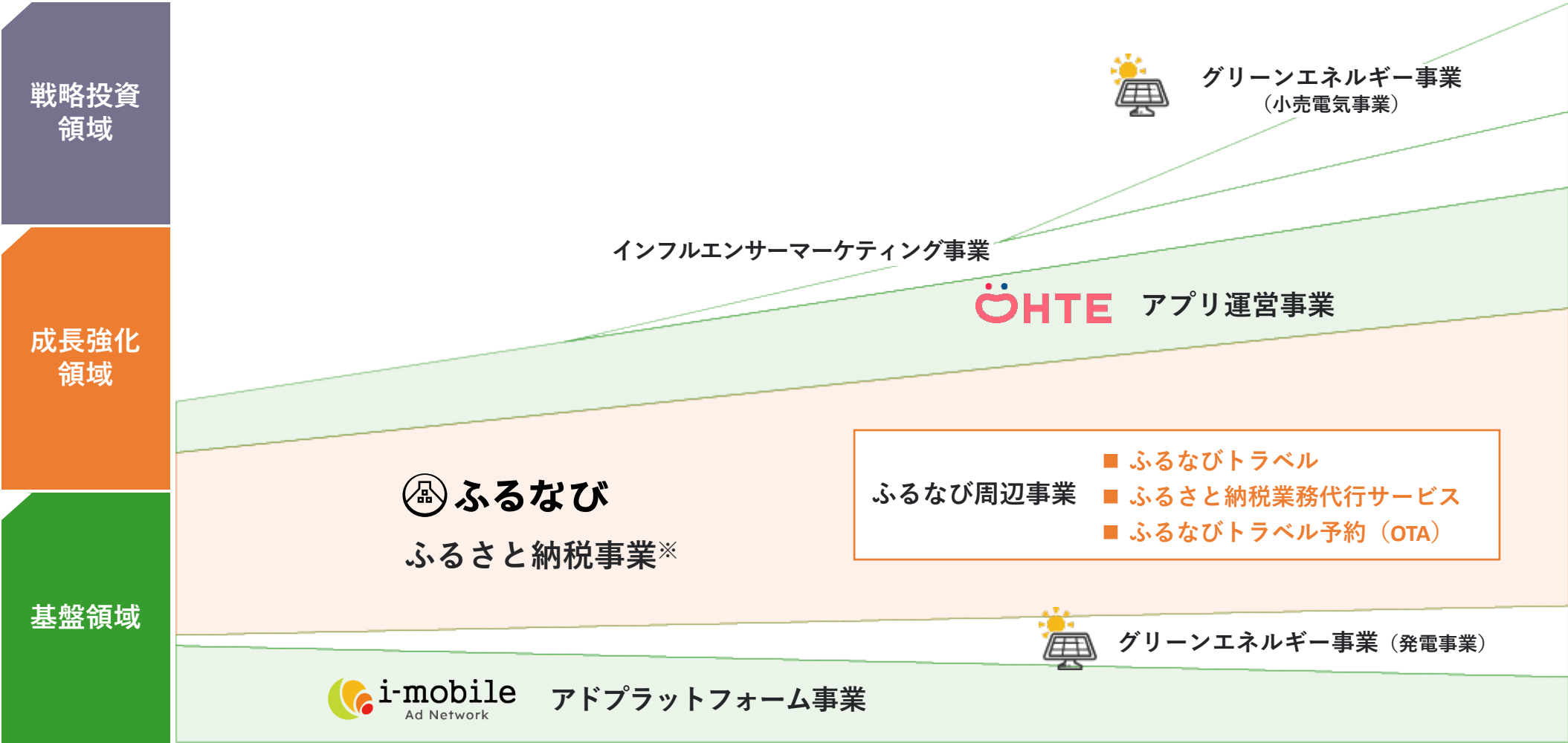
戦略

インターネット広告事業の再構築

- 新市場開拓とポートフォリオ再構成

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

資本コストを意識した経営



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。

株主還元方針の実施について

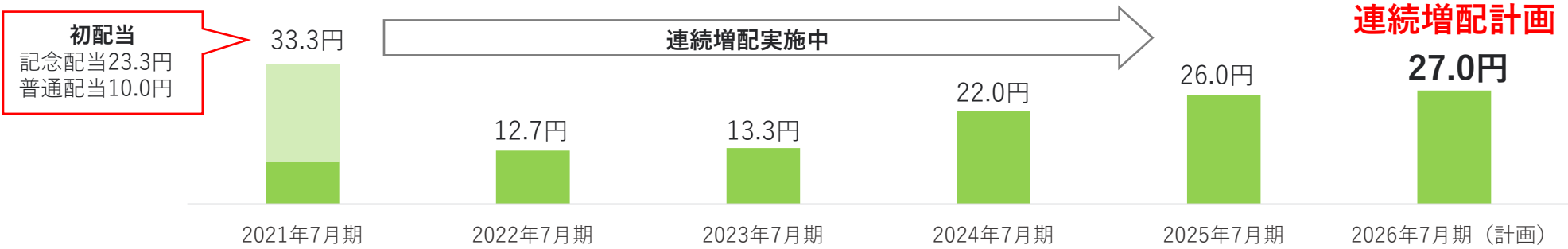
1. 自己株式の取得について

当社の株価水準を総合的に勘案し、資本効率の向上と株主還元の充実を図ることで株主価値を高めるため、自己株式を取得

- (1) 取得した株式の総数 1,800,000 株
 - (2) 株式の取得価額の総額 1,124,248,100円
 - (3) 取得期間 2025年6月12日～2025年6月23日
 - (4) 取得方法 東京証券取引所における市場買付及び自己株式立会外買付取引（ToSTNeT-3）
- 取得した株式は今後消却を予定しております。

2. 2025年7月期配当実績と今後の配当計画

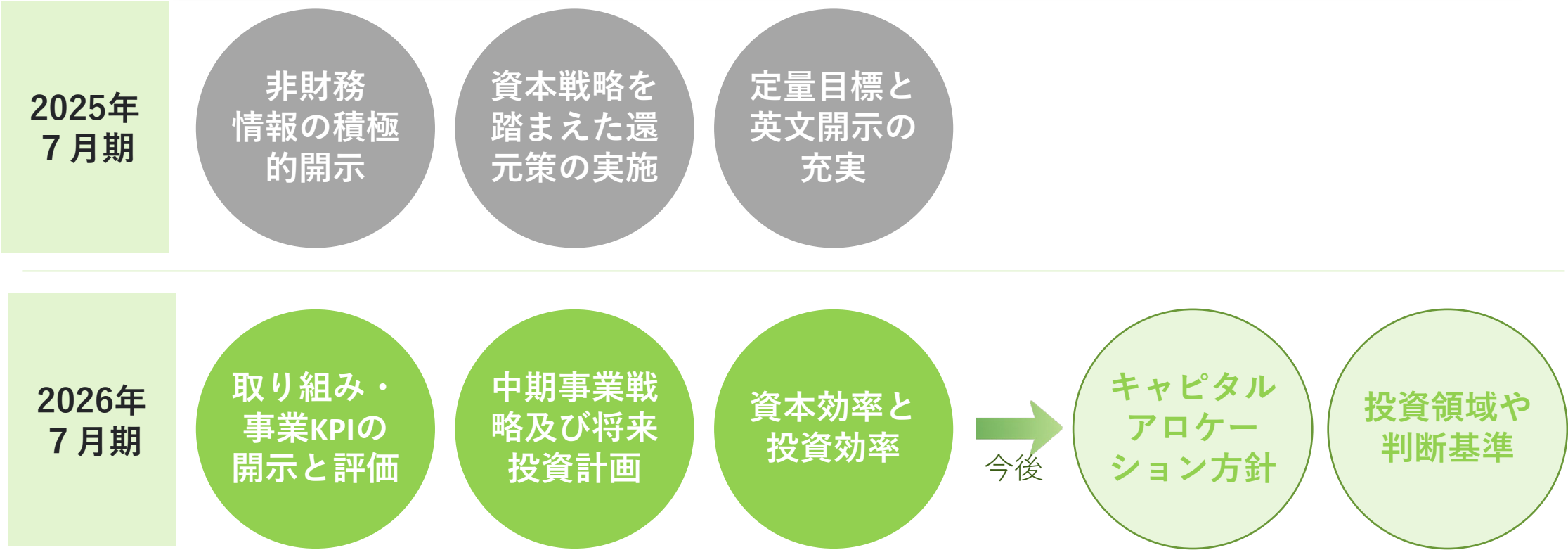
2025年7月期の通期連結実績と株主還元方針を踏まえ、計画通り26.0円といたします。
なお、2026年7月期におきましては、1株当たり27.0円と増配を計画しております。



資本コストを意識した経営 課題認識

投資家に当社の企業価値を的確にご理解いただけるよう、将来の成長期待の形成に資する開示を拡充します。また、中期事業戦略と併せ、資本コストを踏まえた経営を重点課題として取り組んでまいります

課題認識とアクション ➡



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

参考資料(会社情報)



主要サービス一覧

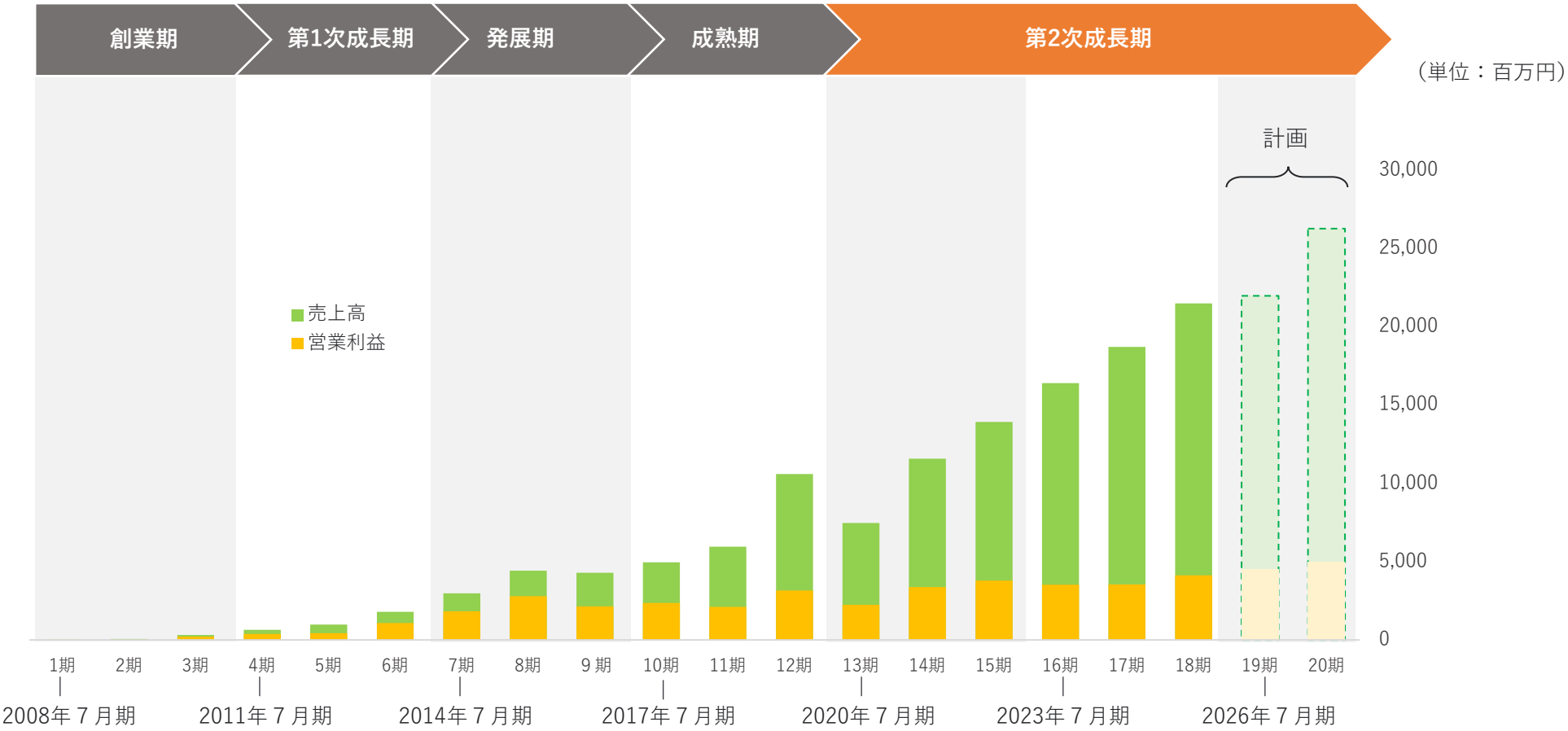
「コンシューマ事業」と「インターネット広告事業」の2つの事業ポートフォリオを持ち、アセットの最適配分と相乗効果で、高い収益性と競争力をもって成長を実現する

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
			 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 	「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	アドプラットフォーム (ADPF) 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※	 i-mobile SNS Marketing Action 	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			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

※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。

*P*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

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。



昨年に続き、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

これまでにつくばみらい市で収穫された約65トンのお米を、延べ13,134世帯の東京のひとり親家庭にお届けしました。第4回目では、“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

【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）

〒970-8001 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、自治体から手数料を一切いただいております。

最新更新日時：2024年12月04日 01時00分

[シェアする](#)

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（石川県）
- ・ 令和 6 年 9 月能登豪雨（石川県）
- ・ 令和 7 年 1 ・ 2 月豪雪（福島県・岐阜県・青森県）
- ・ 令和 7 年 2 ・ 3 月山林火災（愛媛県・岩手県）
- ・ [緊急] 令和 7 年渇水（山形県）
- ・ [緊急] 令和 7 年 8 月豪雨（秋田県・熊本県・鹿児島県）

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。



【石川県金沢市】令和6年能登半島地震 災害支援

【支援寄附金受付】

石川県金沢市

令和6年能登半島地震発生後、令和6年11月1日16時6分ごろに発生した、能登半島を震源とするマグニチュード7.6、最大震度7の「令和6年能登半島地震」により、建物の破損等による被害が発生...

[詳細はこちら](#)



【石川県加賀市】令和6年能登半島地震 災害支援

石川県加賀市

令和6年能登半島地震発生後、令和6年11月1日16時6分ごろに発生した、能登半島を震源とするマグニチュード7.6、最大震度7の「令和6年能登半島地震」により、建物の破損等による被害が発生...

[詳細はこちら](#)



【石川県羽咋市】令和6年能登半島地震 災害支援

石川県羽咋市

令和6年能登半島地震発生後、令和6年11月1日16時6分ごろに発生した、能登半島を震源とするマグニチュード7.6、最大震度7の「令和6年能登半島地震」により、建物の破損等による被害が発生...

[詳細はこちら](#)



【石川県白山市】令和6年能登半島地震 災害支援

石川県白山市

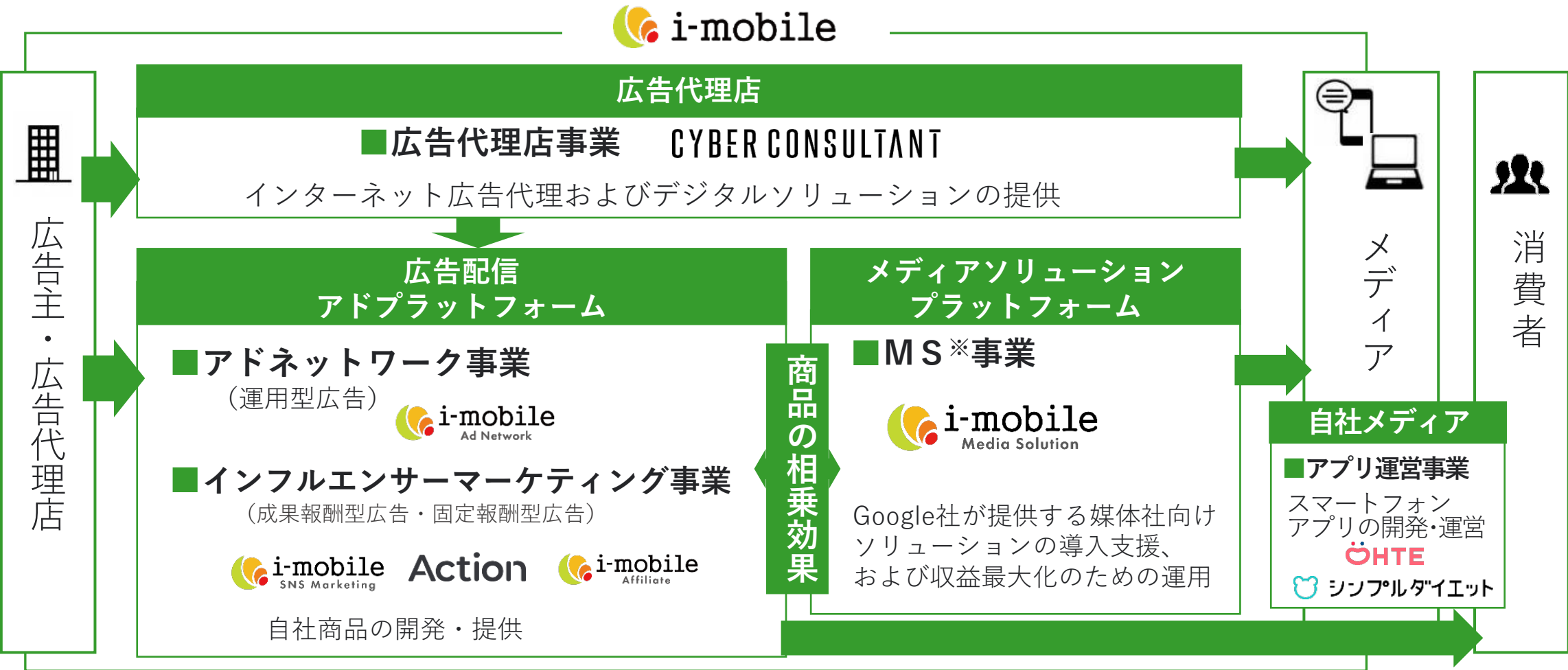
令和6年能登半島地震発生後、令和6年11月1日16時6分ごろに発生した、能登半島を震源とするマグニチュード7.6、最大震度7の「令和6年能登半島地震」により、建物の破損等による被害が発生...

[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、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1,900万回以上
※2025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



(1) パズルクリア
(3) 懸賞参加

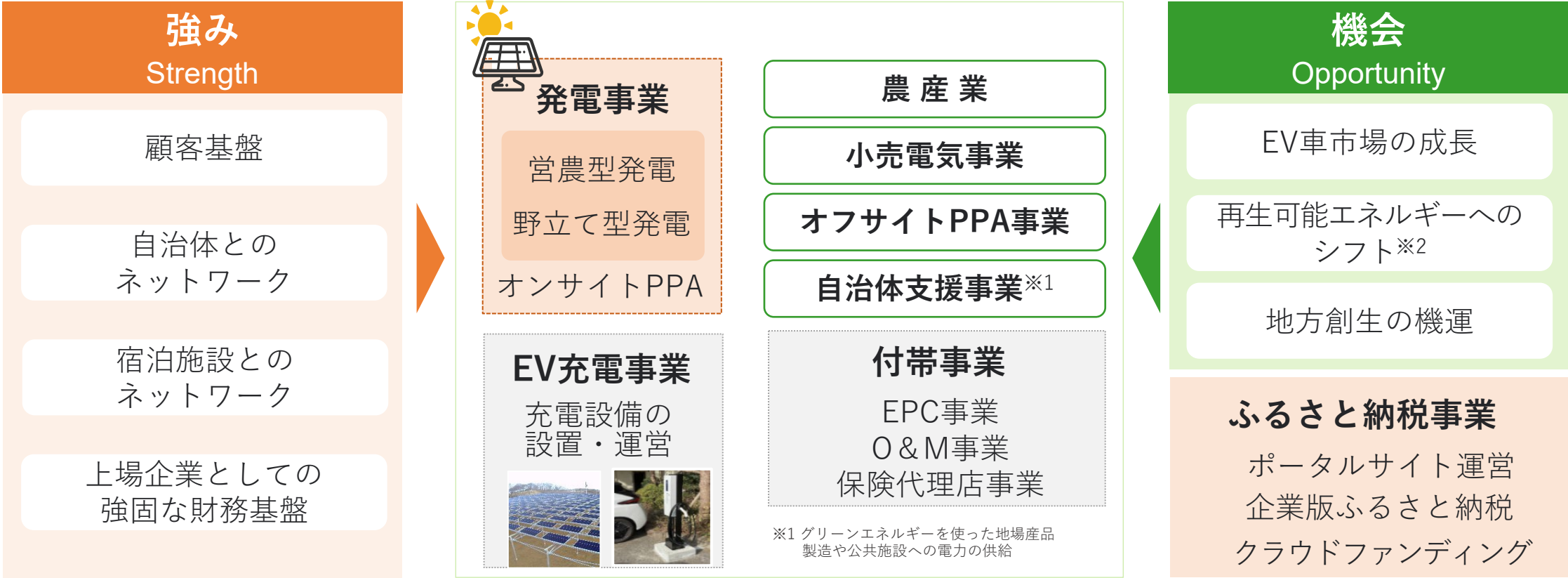
(2) 懸賞参加ポイント
(4) 当選者に発送



(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

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	2021/07	2022/07	2023/07	2024/07	2025/07
売上高	11,592	13,933	16,426	18,735	21,528
売上総利益	11,584	13,918	16,401	18,702	21,500
売上総利益率	99.9%	99.9%	99.8%	99.8%	99.9%
販売費及び一般管理費	8,202	10,125	12,875	15,153	17,367
売上販管費率	70.8%	72.7%	78.4%	80.9%	80.7%
営業利益	3,382	3,793	3,525	3,549	4,133
営業利益率	29.2%	27.2%	21.5%	18.9%	19.2%
経常利益	3,366	3,839	3,434	3,459	4,069
経常利益率	29.0%	27.6%	20.9%	18.5%	18.9%
当期利益 ※2	2,299	2,678	2,404	2,420	2,957
当期利益率	19.8%	19.2%	14.6%	12.9%	13.7%
総資産	18,992	18,193	21,721	24,488	27,264
純資産	14,720	13,406	14,079	15,633	16,221
純有利子負債	▲ 15,422	▲ 14,268	▲ 16,218	▲ 18,602	▲ 20,496
自己資本比率	77.4%	73.3%	64.3%	63.3%	59.3%

会計年度		2021/07 ※4	2022/07	2023/07	2024/07	2025/07
コンシューマ事業	売上高	7,708	9,916	13,285	15,950	19,059
	営業利益	1,974	2,495	2,976	3,446	4,021
	営業利益率	25.6%	25.2%	22.4%	21.6%	21.1%
インターネット広告事業	売上高	3,935	4,065	3,180	2,756	2,411
	営業利益	1,451	1,415	667	333	153
	営業利益率	36.9%	34.8%	21.0%	12.1%	6.4%

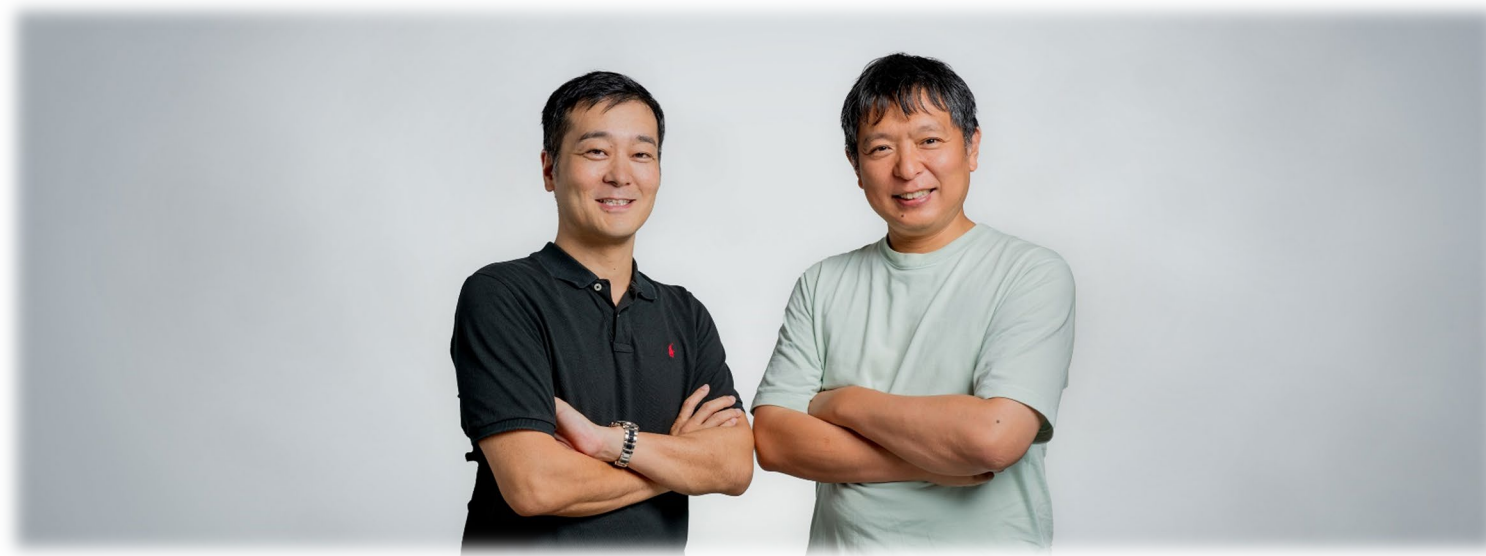
II.各指標の推移

会計年度	2021/07	2022/07	2023/07	2024/07	2025/07
ROE	16.5%	19.0%	17.6%	16.4%	18.7%
ROA	13.4%	14.4%	12.1%	10.5%	11.4%
EPS (円) ※5	35.8	41.7	39.9	42.1	51.4

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7月末時点）
設立	2007年 8月 17日	従業員数	連結 215名（2025年7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	株式会社サイバーコンサルタント（100%） 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 

