

2016年3月期

決算説明会資料



株式会社アイドマ

マーケティングコミュニケーション

東証マザーズ: 9466

2016年5月17日



MORE
SOLUTIONS
MORE
VALUE

明日の売り場を変える提案

I - 事業概要

II - 2016年3月期決算実績

III - 2017年3月期業績予想

IV - 成長戦略

V - 株主還元

VI - 会社概要



株式会社アイドママーケティングコミュニケーションは、
 大手食品スーパーマーケット・ドラッグストアなどに
 統合型の販売促進支援を提供するリテールサポート企業です。



当期のトピック

東証マザーズ市場に上場

上場当日の2016年3月18日には、東証アローズ(東京都中央区)で記念式典も行われました



I - 事業概要

I 事業環境認識-1



流通小売業界の競争激化



新規出店競争から、既存商圈におけるシェア争いへ



消費者ニーズの把握とプロモーション能力の向上が課題に
 ～「売り場」の論理から「買い場」の論理へ～



マーケティング機能の強化ニーズが高まる
 ～アウトソーシングがひとつの受け皿に～



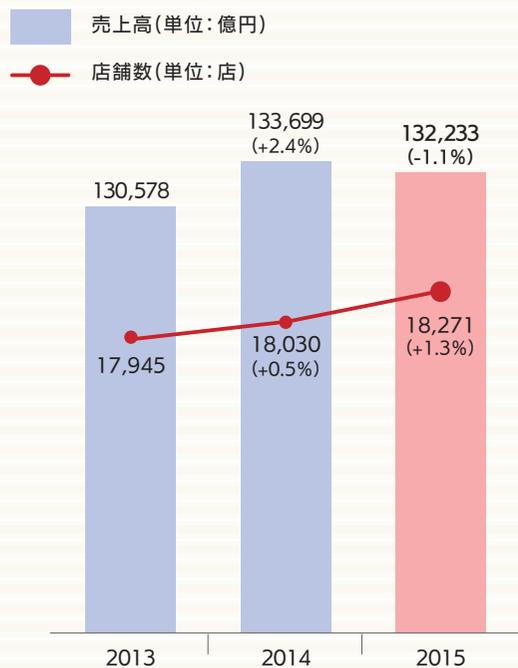
aidMaの統合型販促支援サービス
MARKETING COMMUNICATION

I 事業環境認識-2

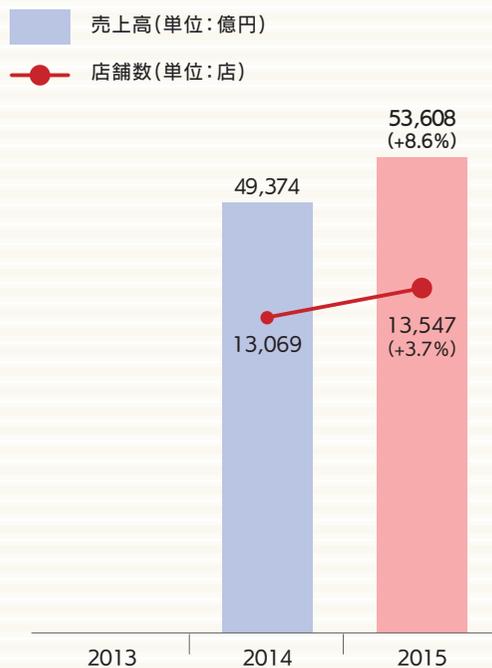
鈍化する出店ペース、変化する消費者

**売上高が横ばいとなり、出店余地の縮小から店舗数の伸びが鈍化。
一方では、人口減少と世帯数増加が同時に起こっています**

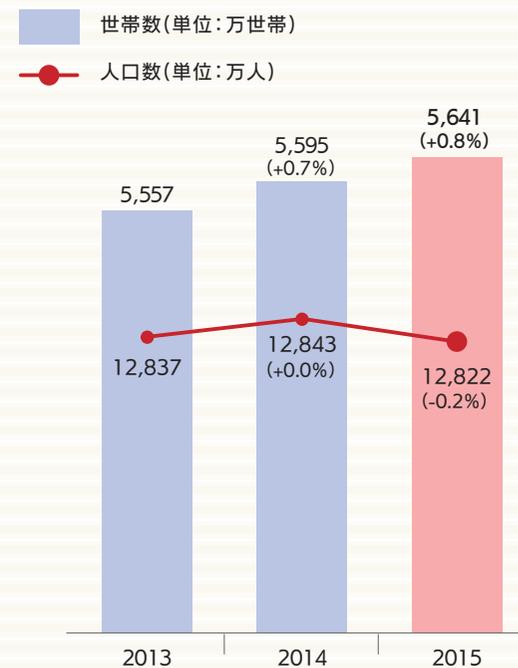
スーパーマーケット



ドラッグストア



世帯数+人口



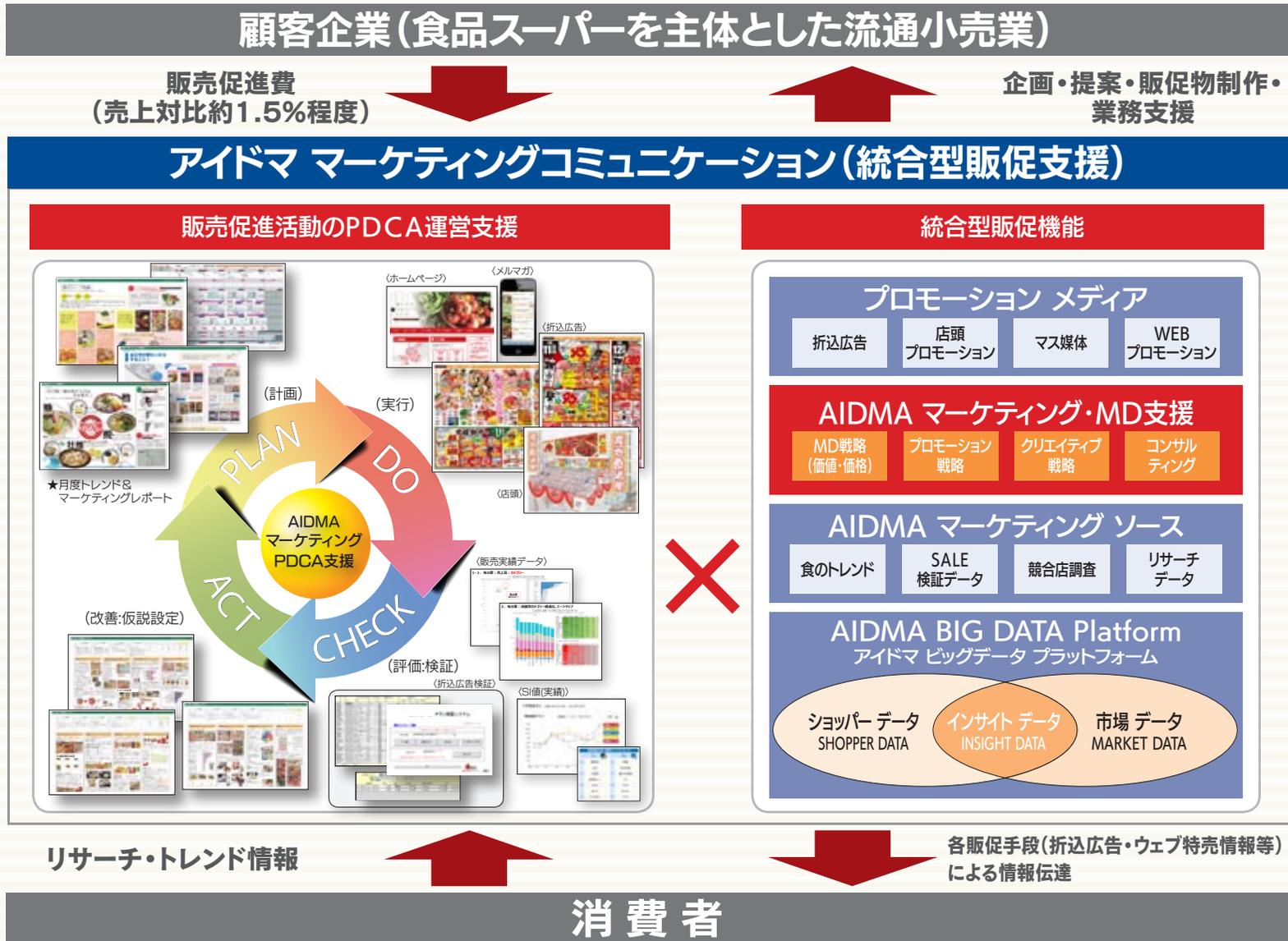
各売上高の出典: 経済産業省「商業動態統計」/スーパーマーケット店舗数の出典: 新日本スーパーマーケット協会「スーパーマーケット統計調査」

ドラッグストア店舗数の出典: 経済産業省「商業動態統計」(注)ドラッグストアの売上高については、分類方法の変更により2013年以前のデータが発表されていません。

世帯数・人口数の出典: 総務省統計局「日本の統計」

I ビジネスモデルの全体像

流通小売業向けの販促企画・提案・デザイン・販促物制作を、一気通貫で提供



BIGデータプラットフォーム

独自分析システムによるノウハウをマーケティング・プロモーション支援に活用

流通 小売業 (SM・DRUG)



テーマ企画プロモーション提案
(データ分析+企画+販促デザイン)

構造化データ

+

■顧客・外部 POSデータ

流通小売業のPOSデータ

+

■競合店 販促・SPデータ ※AIDMA独自調査

SP・広告・アイテム価格調査データ

+

■オープンデータ・エリアデータ

気象データ	家計調査データ
消費支出データ	地域特性データ
行事・催事データ	各種マスターデータ

AIDMA Big Data Platform

データ解析

SP・単品・併売解析	自社&他社実績の 対比解析	リサーチデータ解析
トレンド解析	メーカーシェア解析	SI値・ログ解析

エモーショナルデータ

■ネットリサーチシステム

+

■優良顧客女性モニター

+

■AIDMAトレンド調査データベース

スーパーマーケット・ドラッグストアに関する
TV・書籍・雑誌からの
旬なトレンド情報データベース

- ・消費者ライフスタイル動向
- ・話題、人気の食のトレンド情報 (レシピ・新商品・ヒット商品・食材の効用など)
- ・食べ合わせ、生活の知恵 等

+

■補足活用データ

◎検索実績データ (SI値)
検索履歴実績からの顧客嗜好分析

I 月度テーマMDプロモーション提案

消費行動・リサーチ・トレンド情報・BIGデータ分析から、販促企画・デザインを提案

■生活カレンダー



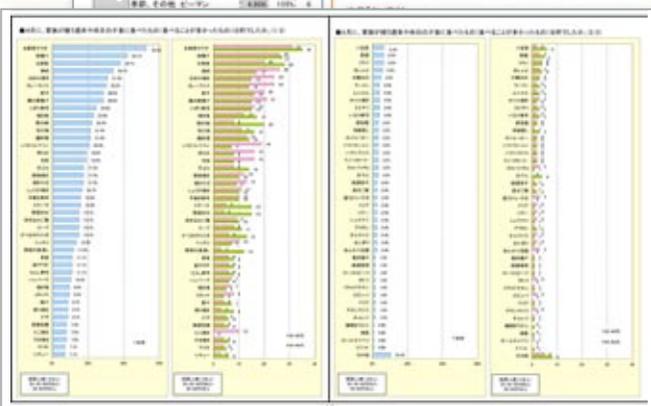
■データ分析-1

部門別の上位商材にて○○様の商品毎のポテンシャルを把握する。

2014年4月04週 部門別季節ランキング上位カテゴリ

部門名	全額	総額	比率	順位
肉類	1,700	1,700	100%	1
魚類	1,200	1,200	100%	2
野菜	800	800	100%	3
卵類	500	500	100%	4
調味料	300	300	100%	5
飲料	200	200	100%	6
その他	100	100	100%	7

■リサーチデータ



■トレンド調査

■SI値分析

SI値データから東海地域の特徴を把握。またレシピを紹介。

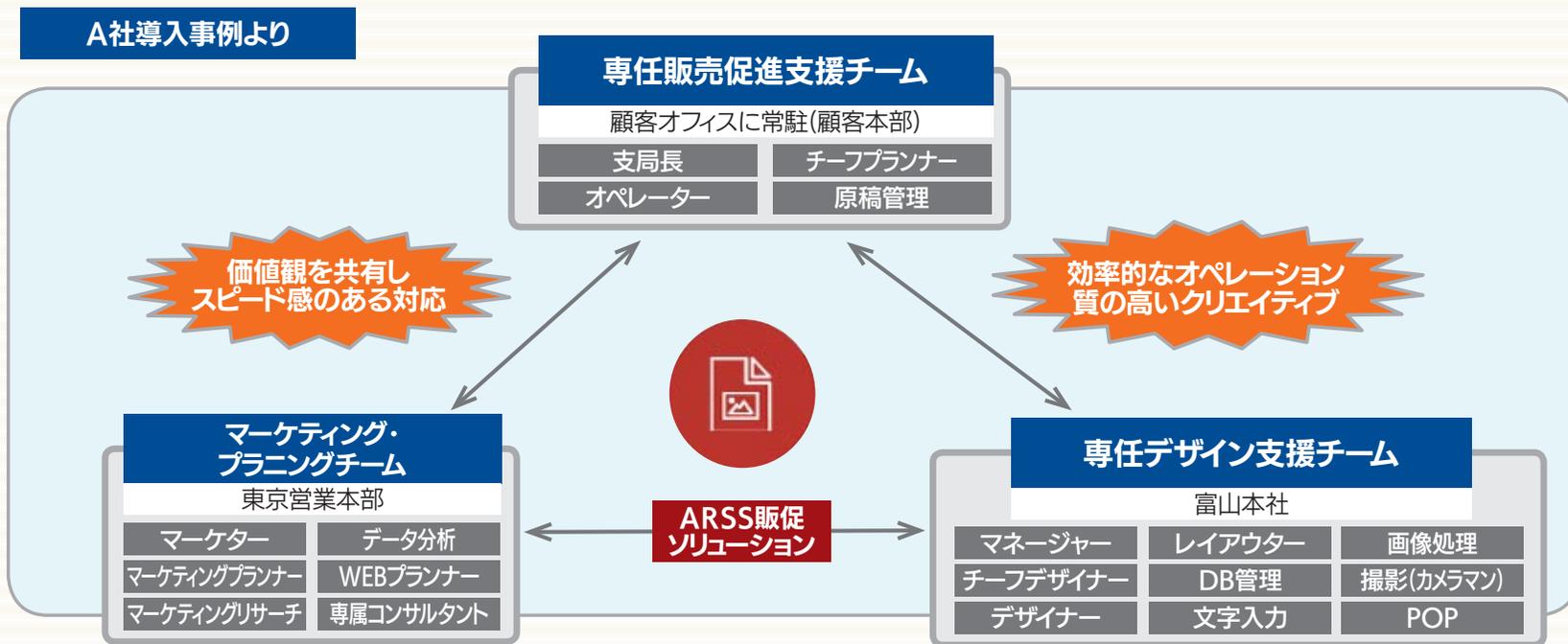
キーワード	検索数	競合	掲載	掲載率
ステーキ	0.022	0.026	0.026	100%
ステーキ肉	0.022	0.027	0.027	123%
ステーキ肉	0.022	0.027	0.027	123%
ステーキ肉	0.022	0.027	0.027	123%
ステーキ肉	0.022	0.027	0.027	123%
ステーキ肉	0.022	0.027	0.027	123%
ステーキ肉	0.022	0.027	0.027	123%
ステーキ肉	0.022	0.027	0.027	123%
ステーキ肉	0.022	0.027	0.027	123%
ステーキ肉	0.022	0.027	0.027	123%

東海地域の検索ランキングでは「お弁当」「大福」等のキーワードがランキン。お弁当の検索数と相性の良さが見て取れる。

■クリエイティブ提案

I ARSSによる販促支援体制

「常駐」「専門分業体制」が、顧客との緊密な関係構築と顧客の販促効果向上に寄与



- | | | |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 常駐型
サービス | <ul style="list-style-type: none"> ・クライアント先への常駐により 商圈顧客の変化に即応した販促支援対応 ・顧客との価値観を共有した販促支援対応 | ・クライアント方針に沿った販促支援活動 |
| 専門分業
体制 | <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング企画の提案力・デザイン力 (ビッグデータ分析+販促テーマの融合等) | ・集客・売上アップ寄与を目指す
マーケティング提案 |

I ネット支援サービス

ITを駆使したスマホ販促・ネットリサーチ・SNS事業

■スマホ販促

お得な情報をスマホでGET!!
スマホDE販促

流通小売に特化したO2O販促支援システム
「アйдマお買物支援スマホサイト」
お客様のライフスタイル・ニーズに
マッチした新たな販促手法の提案。

店舗
WEBサイト
折込チラシ

新聞をとっていない世帯にも有効!

いつでも、どこでも、
チラシをチェック!

Function 1 最新のチラシを届ける
顧客が使いやすい形式を自由に選べる。「画像タイプ」「テキストタイプ」の2種類を掲載し、お気に入りとして保存。

Function 2 便利なお買物メモ
テキストチラシの裏に、お買物メモを記入して保存。

Function 3 店舗への誘導を促すQRコード機能
顧客の来店を助けるQRコードを印刷して店頭に掲示。

Function 4 幅広いデバイスをサポート
スマートフォン・タブレット端末に対応。

デモサイト
「アйдマお買物支援スマホサイト」
<http://aidma.org/origin/>
※デモサイト閲覧には別途パスワードが必要です。

運営支援
スマホ販促のシナリオ・戦略構築から、
スマホ販促展開を実行し、効果検証による
最適なスマホ販促展開構築に向けてリアルで
ご支援させていただきます。

aid
Ma
MARKETING
COMMUNICATION

■ネット・リサーチ



- 新商品の開発調査
- 商品購入者サービス利用者に対する満足度調査
- 商品ブランドイメージに関する調査
- 商品広告に関する調査
- サンプル調査(製品テスト)
- パッケージ評価
- 商品購入動機調査
- プロモーション・キャンペーンの効果検証
- 購買プロセスの実態調査
- 商品購入者の満足度調査
- WEBや広告など顧客接点の利用評価

食をテーマとした パネル調査&ユーザー参加型リサーチサービス

食卓日記
各家庭の食卓メニューの実態を把握する日記調査

ネットアンケート
「食」と「地域」に特化したユーザー参加型リサーチ

食卓に登場するメニューの出現率の統計処理

アンケート サンプリング



■SNSアプリ「お弁当食べたい!」

お弁当食べたい!

お弁当を
見せ合って楽しむ、みんなで上手になる!
コミュニティメディアです。

写真や記事をアップ
※2015年12月時点ではiPhone専用です。

コミュニケーション メニュー・レシピを探す 投稿を読む

■媒体ユーザーデータ

■利用ユーザー属性

女性55歳以上	11.3%
女性18-25歳	6.8%
女性26-35歳	1.3%
女性36-45歳	41.5%
女性46-55歳	39.1%

ユーザーはほぼ全員女性。
36~55歳が8割。
※同じFacebookからの流入分に関するデータ

■参考データ

利用デバイスはスマホが最多。

パソコン	42.5%
携帯電話	12.7%
スマートフォン	77.1%
タブレット	9.9%
その他	2.8%

国内のSNS利用者は引き続き増加傾向。

2011	4,289	45.1%
2012		
2013		
2014		
2015 (F)	6,454	53.7%

ICT活用 [2014年度 SNS活用率向上に関する調査] より

I ビジネスモデルの特徴

フローの高付加価値部分を、ワンストップで自社提供

流通プロモーションの ワークフロー	アйдママーケティングコミュニケーション 統合型販促支援
マーケティング支援	自社
MD提案	自社
SP企画立案	自社
BIGデータ分析	自社
クリエイティブ	自社
制作力	自社
ネット販促	自社
印刷	印刷会社とのパートナーシップ



スーパーマーケット・ドラッグストアの販促ニーズに対応したソリューション提供

I アイドママーケティングコミュニケーションの強み

独自のビジネスモデルの強みを生かし
特定業界のリーディングカンパニーへ



1. 高いコストパフォーマンス

- 持たざる強み
(紙商社数社から独自の調達、
地域の優良な印刷会社とのアライアンス)
- 自社の制作アカデミーによる大量な制作物の生産体制
- 現場OJTによるスペシャリストの育成

2. 特定業界に特化したビジネスモデルの確立により参入障壁が高い

- SM業界・DRUG業界への特化
- 販促支援・マーケティング・クリエイティブを一気通貫で内製化

3. 安定した取引のビジネスモデル

- 他社への切り替え実績がなく積上げ式

4. 競合との差別化

- 各セクションでプロ集団を保有し大手等が実行出来ないビジネスモデル

Ⅱ - 2016年3月期決算実績

II 業績の概況①過去10期の売上高

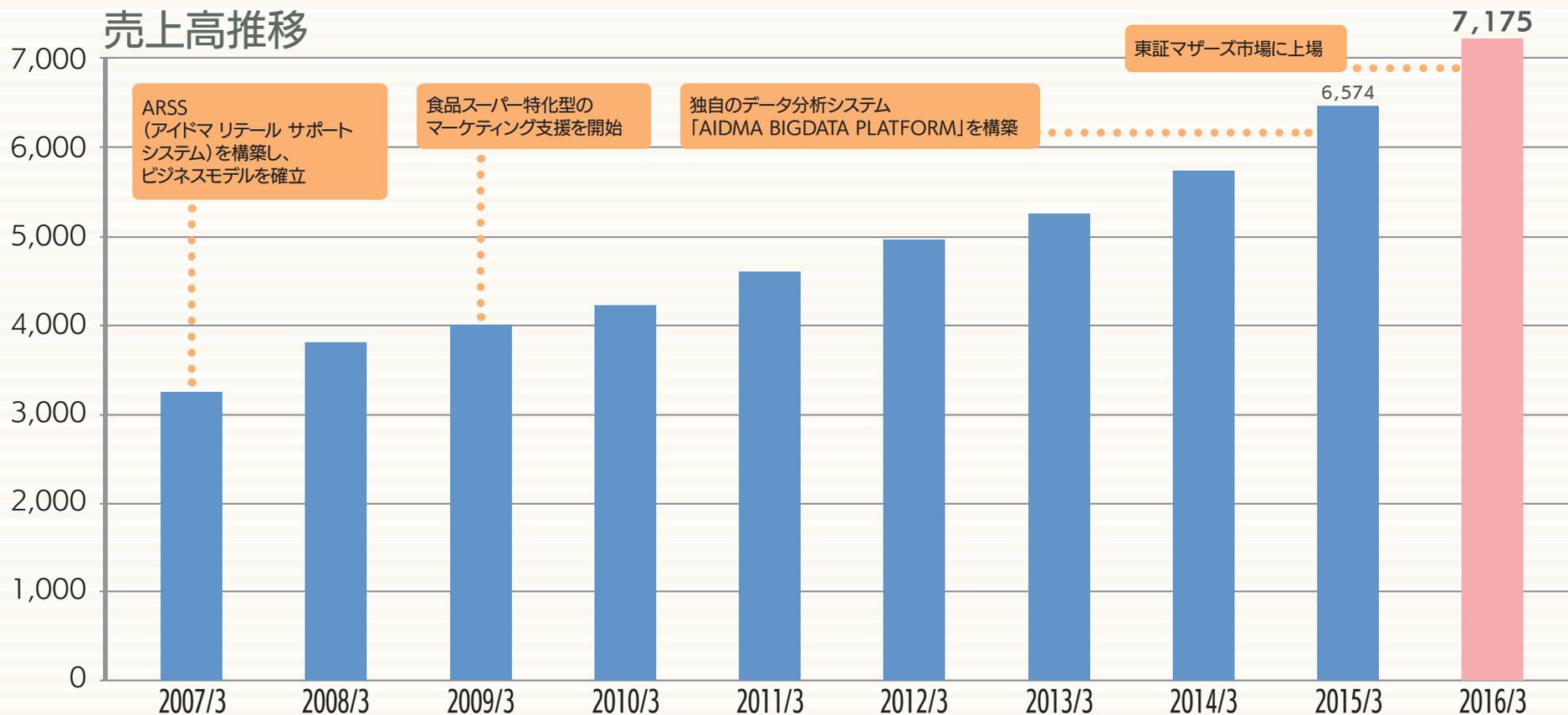
10期連続で売上規模を拡大

ビジネスモデル確立後売上高を伸ばし続け、東証マザーズ市場への上場に至りました

売上高

前年対比 **9.1%増**

(単位:百万円)



II 業績の概況②利益 2016年3月期

経常利益は1.5倍、当期純利益は2倍を超える

関東大手スーパーマーケット受注、原価低減効果に伴い、各利益とも順調に成長しました

経常利益 前年対比 **52.2% 増**



当期純利益 前年対比 **107.2% 増**



II 損益計算書

(単位：百万円)

	2015年3月期	2015年3月期 売上高構成比	2016年3月期	2016年3月期 売上高構成比	増減額	増減率
売上高	6,574	100%	7,175	100%	+601	+9.1%
売上原価	5,110	77.7%	5,470	76.2%	+360	+7.0%
売上総利益	1,463	22.3%	1,704	23.8%	+241	+16.5%
販売費及び一般管理費	983	15.0%	951	13.3%	-32	-3.3%
営業利益	479	7.3%	753	10.5%	+273	+57.0%
営業外収益	9	0.1%	4	0.1%	-4	-47.5%
営業外費用	5	0.1%	22	0.3%	16	+306.6%
経常利益	483	7.4%	735	10.3%	+252	+52.2%
特別利益	2	0.0%	-	-	-2	-100.0%
特別損失	101	1.6%	3	0.1%	-98	-96.1%
税引前当期純利益	383	5.8%	731	10.2%	+348	+90.7%
法人税等	148	2.3%	243	3.4%	+95	+64.4%
当期純利益	235	3.6%	488	6.8%	+252	+107.2%

制作センター稼働に伴う効率化や原価低減努力により伸びを抑制。

各種経費の効率化を通じて削減。

上場関連費用約20百万円を計上。

Ⅲ - 2017年3月期業績予想



当期実績と来期予想



2017年3月期も既存クライアントからの安定的な受注や新規獲得で増収増益を見込む

(単位：百万円)

	2016年3月期	2017年3月期 通期予想	2017年3月期 売上高構成比	増減率
売上高	7,175	7,352	100.0%	+2.5%
営業利益	753	822	11.1%	+9.2%
経常利益	735	809	11.0%	+10.0%
当期純利益	488	526	7.1%	+7.8%

IV - 成長戦略

主力事業と新規事業を2つの柱に

主力事業の統合型販促支援事業の規模拡大を目指す一方で、
飲料・食品メーカーへの支援事業を新たに立ち上げます

01

統合型販促支援事業 の拡大

- スーパーマーケット
→ クライアント層を全国へ
拡大
- ドラッグストア
→ 大手チェーンを本格
開拓



02

食品・飲料メーカーへの 支援開始

- 食品・飲料メーカー
→ 販促費の効率活用提案へ

IV

当社既存事業の潜在市場規模



2016年5月、福岡支店を開設し、さらなるエリア拡大を目指す

各売上高の出典：経済産業省「商業動態統計」



年間経常利益成長率 **10%** へ (統合型販促支援事業のみで)

統合型販促支援事業の潜在市場規模は約2,775億円*。拡大余地が大きい。

※スーパーマーケット・ドラッグストアの売上高約18兆5千億円に、
平均販促費率1.5%を乗じたもの。

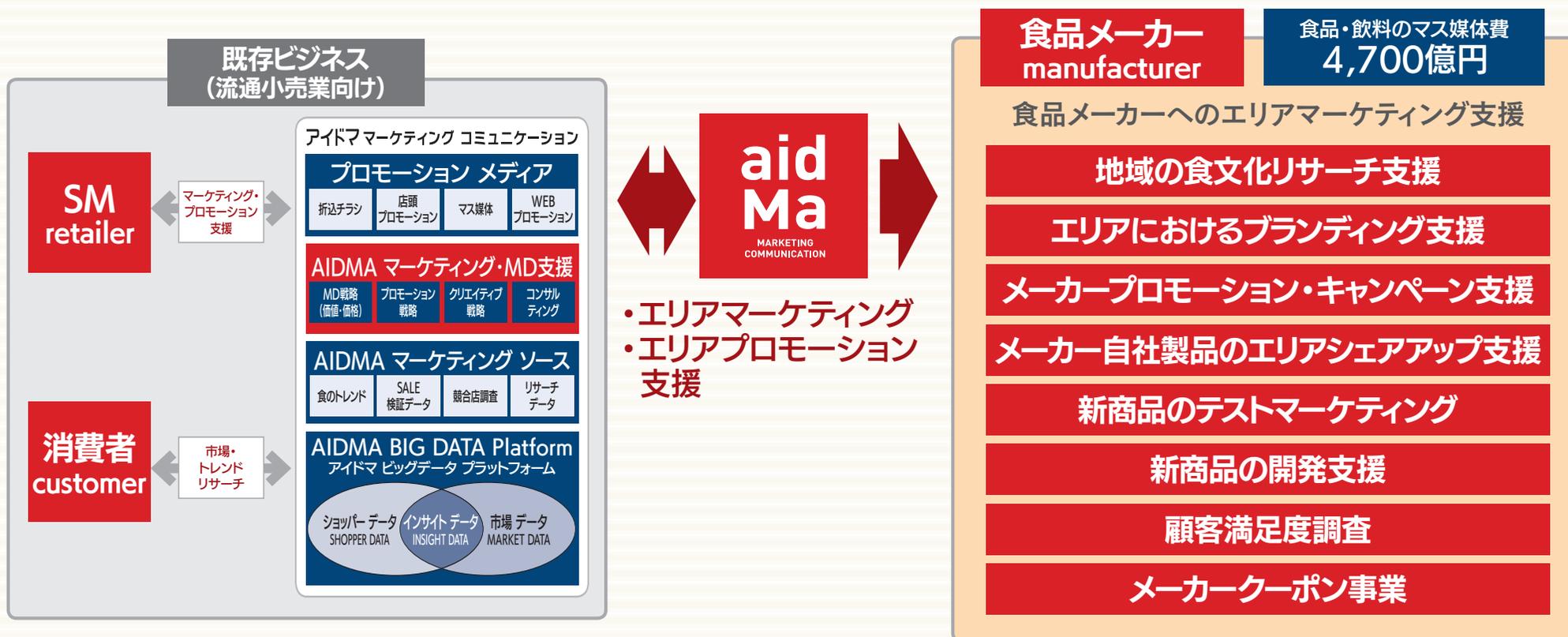
IV

食品メーカー広告市場への参入に向けて



食品・飲料メーカー マス媒体費:4,700億円 過去3年の平均成長率0.9%

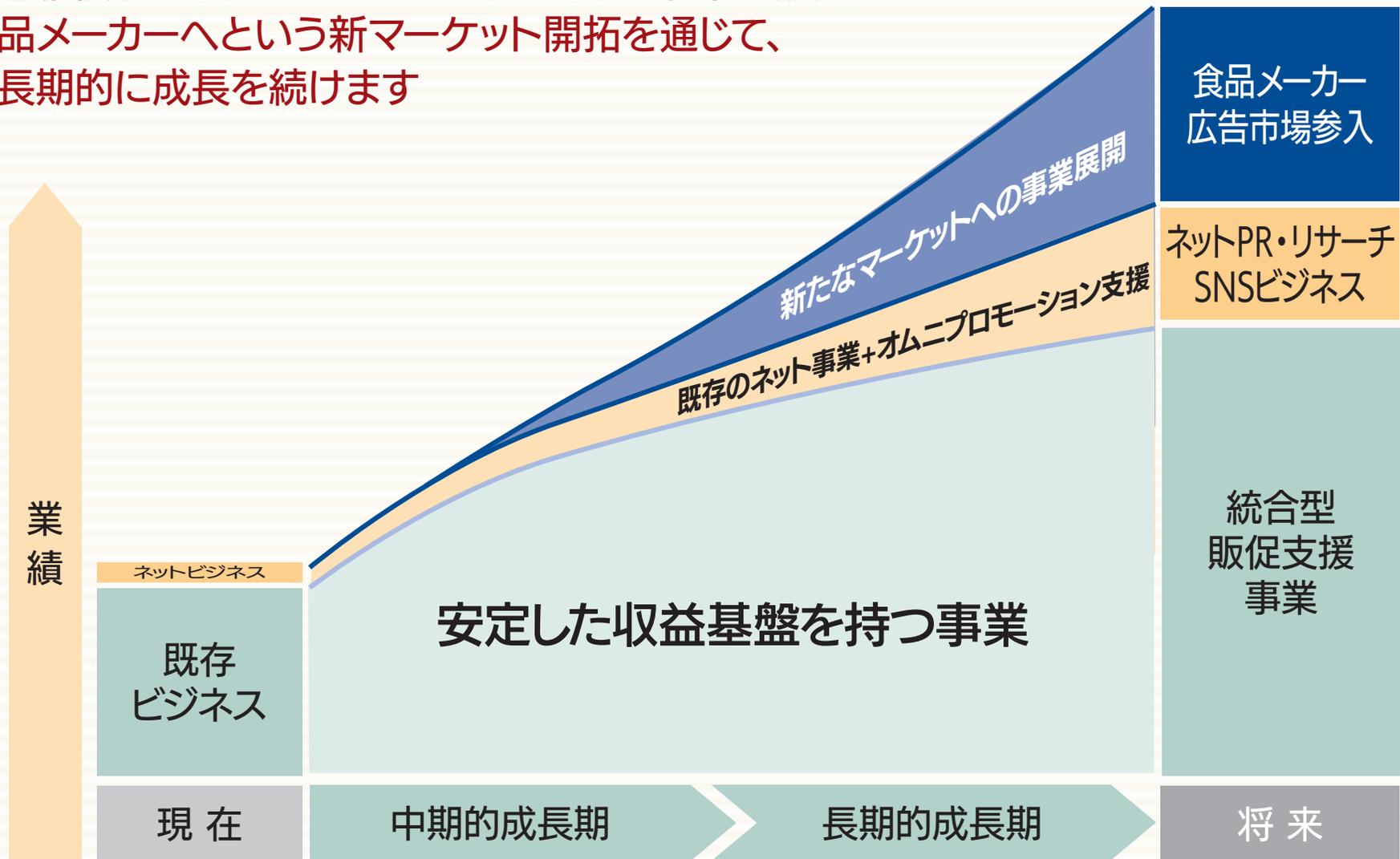
消費者視点のマーケティング戦略に軸足を置き、「購買データ」と「市場データ」による独自のBIGデータ分析をベースに、セール検証・トレンド情報・リサーチデータを駆使して、消費者インサイト(消費者心理洞察)からの一気通貫でのエリアマーケティング・MD支援を食品メーカーへ提供します。



※出典：電通「2014年日本の広告費」より

Ⅳ 今後の成長シナリオ

流通小売業への統合型販促支援事業をベースに、
ITを駆使したネットプロモーション・ネット事業の拡大、
食品メーカーへという新マーケット開拓を通じて、
中長期的に成長を続けます



V - 株主還元

V 配当方針

当社は、株主の皆様への利益還元を重要な経営課題と認識しており、健全な財務体質の維持及び将来の事業拡大に備えるための内部留保とのバランスを図りながら、各期の経営成績及び財政状態を勘案して、利益配当による株主の皆様への利益還元を実施していくことを基本方針としております。



1株当たり

15円



1株当たり

15円



1株当たり

18.7%

VI- 会社概要

会社概要 (2016年3月現在)

社名	株式会社アйдママーケティングコミュニケーション
本社	富山県富山市豊田町1丁目3番31号
設立年月日	1979年4月5日
代表者	代表取締役 蛭谷 貴
資本金	5億1,368万円
従業員	179名(2016年3月末現在)
事業内容	販売促進業務を中心とするリテールサポートサービス
拠点	富山本社含む全国16拠点 ※2016年5月 福岡支店開設(全国17拠点)
監査法人	PwCあらた監査法人



本資料の取り扱いについて

本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本資料の記載と著しく異なる可能性があります。

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。

当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

本資料ならびにIR関係のお問い合わせにつきましては、下記までお願いいたします。

株式会社アйдママーケティングコミュニケーション 経営管理部

TEL: 076-439-7880 FAX: 076-439-8677

MAIL: info@e-aidma.co.jp HP: <https://www.e-aidma.co.jp>