



株式会社AmidAホールディングス

(東証マザーズ:7671)
2018年12月20日

1 会社概要

2 事業概要

3 当社の強み・特徴

4 今後の成長戦略

1 会社概要

会社概要



社名	株式会社AmidAホールディングス (AmidA Holdings Co., Ltd.)
本社	大阪府大阪西区靱本町一丁目13番1号 ドットコムビル
設立	2000年3月
代表者	藤田 優
資本金	1,000万円 (2018年7月1日現在)
従業員	120名 (連結 2018年7月1日現在)
事業内容	EC通販事業 (印鑑及びスタンプを中心とした商材を自社グループサイトを中心としたインターネット通販サイトで販売) を展開するグループ会社の経営管理及びそれに付帯する業務
監査法人	EY新日本有限責任監査法人
グループ会社	株式会社ハンコヤドットコム 株式会社AmidA

会社概要/沿革



- 2000年3月 大阪市中央区に株式会社ハンコヤドットコム（現 株式会社AmidAホールディングス）（資本金10,000千円）を設立
- 2000年6月 Yahoo!ショッピングセレクトショップ、楽天市場へ出店
- 2001年2月 社団法人日本通信販売協会（現 公益社団法人日本通信販売協会）のオンラインマーク取得
- 2001年5月 製造・出荷拠点を大阪市中央区難波から大阪市西区阿波座に移転
- 2002年7月 本社を大阪市中央区難波から大阪市西区阿波座に移転
- 2002年12月 個人情報保護認証TRUSTeを取得
- 2003年11月 100%子会社の株式会社ヴァランス（平成28年2月に清算）（鞆、貴金属、衣料、靴等の輸入販売サイト構築のためのドメイン取得会社）を大阪市西区阿波座に設立
- 2004年7月 100%子会社の株式会社日本印章社（低価格印章等の販売サイト構築のためのドメイン取得会社）を大阪市阿倍野区文の里に設立
- 2005年11月 100%子会社の株式会社オフィススクエア（現 株式会社AmidA）（低価格名刺、はがきを中心に販売するサイトを構築のための、ドメイン取得会社）を大阪市中央区難波に設立
- 2008年5月 社団法人日本通信販売協会（現 公益社団法人日本通信販売協会）に加入（JADMA）
- 2008年11月 本社を大阪市西区靱本町に移転
- 2014年9月 当社を株式会社AmidAに商号変更し、新設分割により株式会社ハンコヤドットコム（現 連結子会社）を設立、大阪支社を大阪市西区靱本町に開設
- 2016年7月 吸収分割により持ち株会社体制へと移行
当社を株式会社AmidAホールディングスに商号変更、EC通販事業部分を株式会社ハンコヤドットコムに、マーケティング事業を株式会社オフィススクエア（現 連結子会社）に分割し、同社の商号を株式会社AmidA（現 連結子会社）に変更
本店所在地を大阪市西区靱本町に変更
株式会社日本印章社を当社に吸収合併

経営理念 – Philosophy

全社員の物心両面の幸福を追求すると同時に、人類の進歩発展と平和に貢献し、時代を先取る積極経営を展開します。

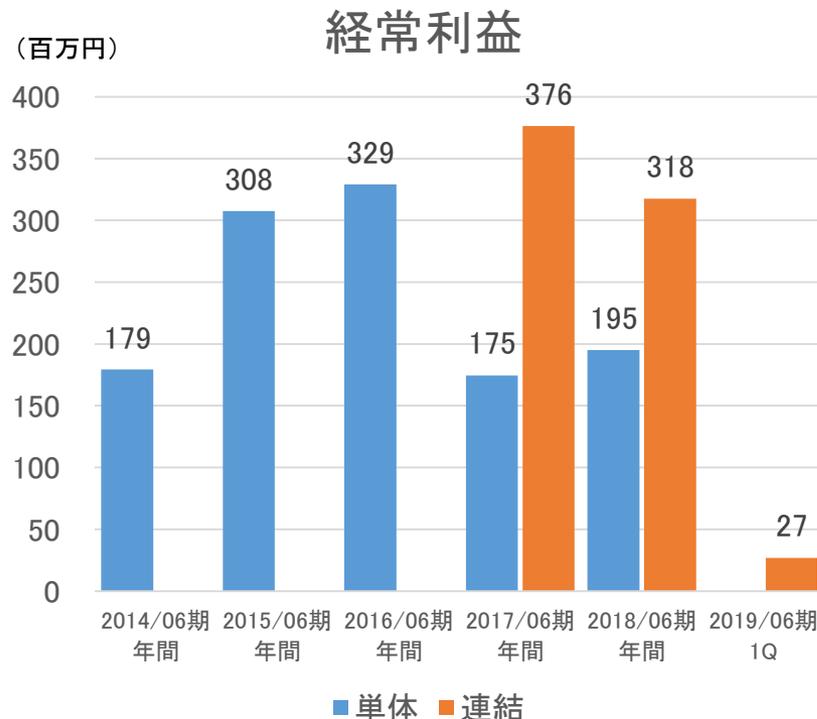
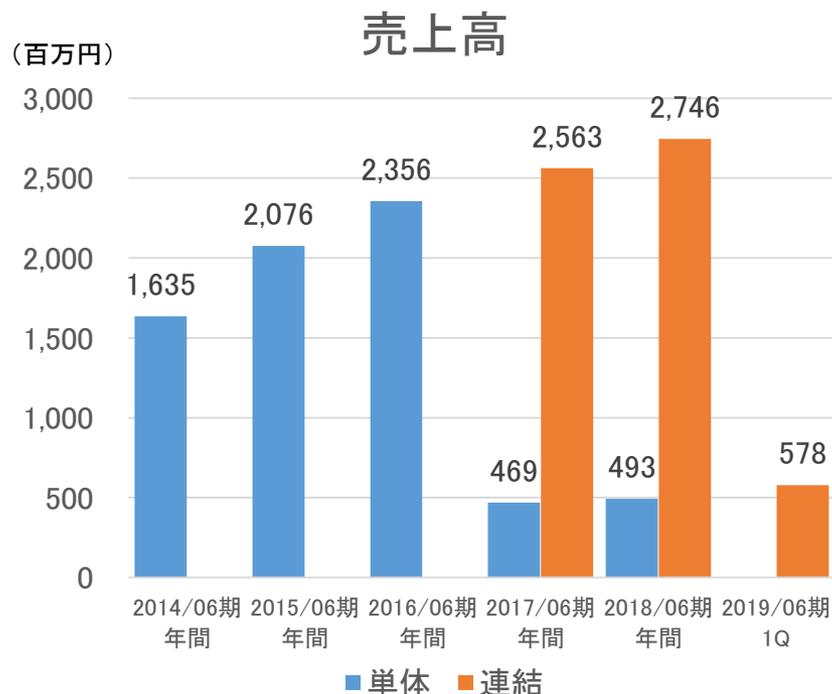
経営方針 – Mission

インターネットビジネスの可能性を追求し、一人でも多くの方にその利便性・楽しさ・文化的な豊かさを伝え、グローバルな経営に取り組みます。

会社概要/業績推移



売上高・直近の利益動向（売上総利益/経常利益）



◆ 当社は、2016年7月1日付で会社分割を実施し、持株会社体制へと移行しております。

◆ 当社グループの需要期の異なる商材を取り扱っていることから、売上の構成が一定の季節変動があります。

また、利益面においては、商材によって売上総利益率が異なることから、季節変動性の要因となっておりますので、2018年6月期の変動推移を参考に記載しております。

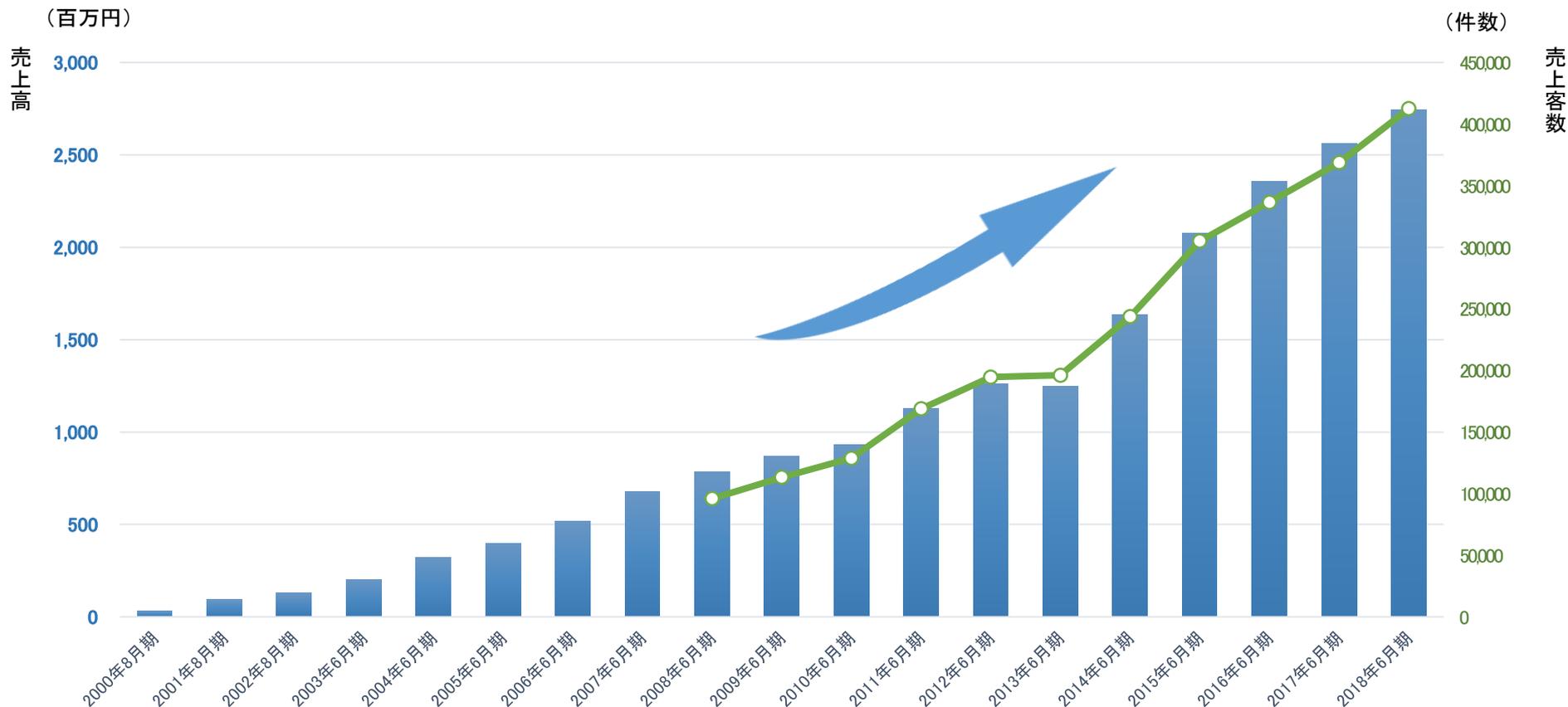
	2018年6月期連結会計年度(自 2017年7月1日 至 2018年6月30日)				
	第1四半期 (7~9月)	第2四半期 (10~12月期)	第3四半期 (1~3月期)	第4四半期 (4~6月期)	合計 (通期)
売上高(千円)	555,173	721,898	789,593	679,543	2,746,209
構成比(%)	20.2	26.3	28.8	24.7	100.0
経常利益(千円)	35,564	64,980	140,757	76,367	317,670
構成比(%)	11.2	20.5	44.3	24.0	100.0

会社概要/売上及び売上客数の推移(連結)



EC事業の利用客を着実に拡大し、安定した成長ビジネスモデルを実現 2018年

6月期：売上高 ⇒ 27億46百万円 売上件数 ⇒ 約41万件



(注)2000年6月期は6ヶ月決算、2003年6月期は10ヶ月決算となっております。

2 事業概要

事業概要/組織図



当社グループは、当社と連結子会社2社で構成され、当社は持株会社であります。子会社の株式会社ハンコヤドットコムにおいて、印鑑を中心としたEC通販事業を行っており、現在の主軸事業となっております。また、株式会社AmidAにおいて、WEBマーケティング分野におけるノウハウを活用し、ECサイトの集客・接客・データ分析・改善及び開発からシステム保守までWEBマーケティングの全プロセスをワンストップで提供するデジタルマーケティング事業を展開しております。

持株会社

株式会社 AmidAホールディングス



EC通販事業

株式会社ハンコヤドットコム



デジタルマーケティング事業

株式会社 AmidA



事業概要 一気通貫ビジネスモデル



専門性を持ったグループ会社が連携する一気通貫型ECビジネスモデルを実現。

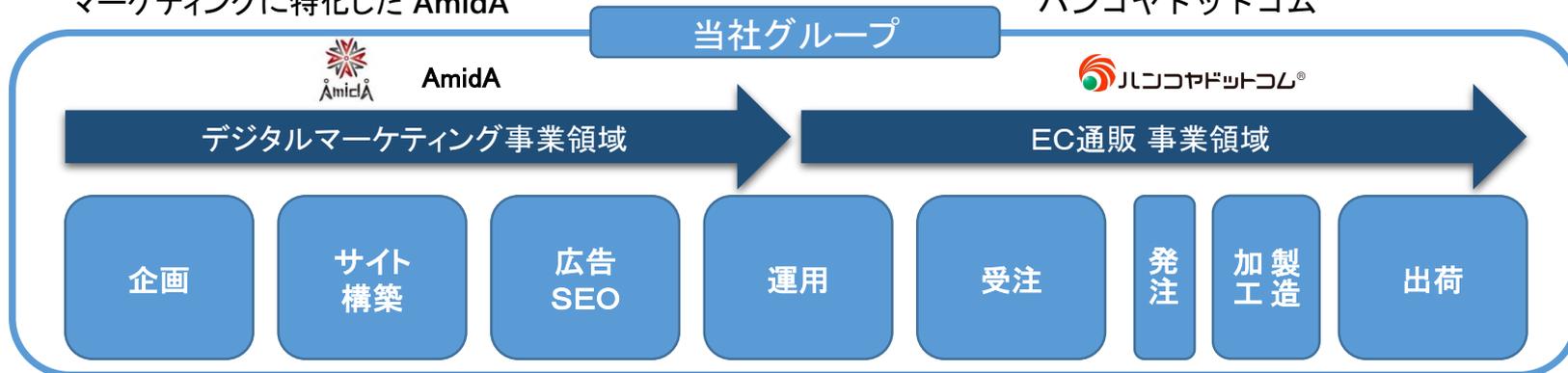
デジタルマーケティング事業

集客をはじめ、EC通販事業に関わるWEBマーケティングに特化した AmidA



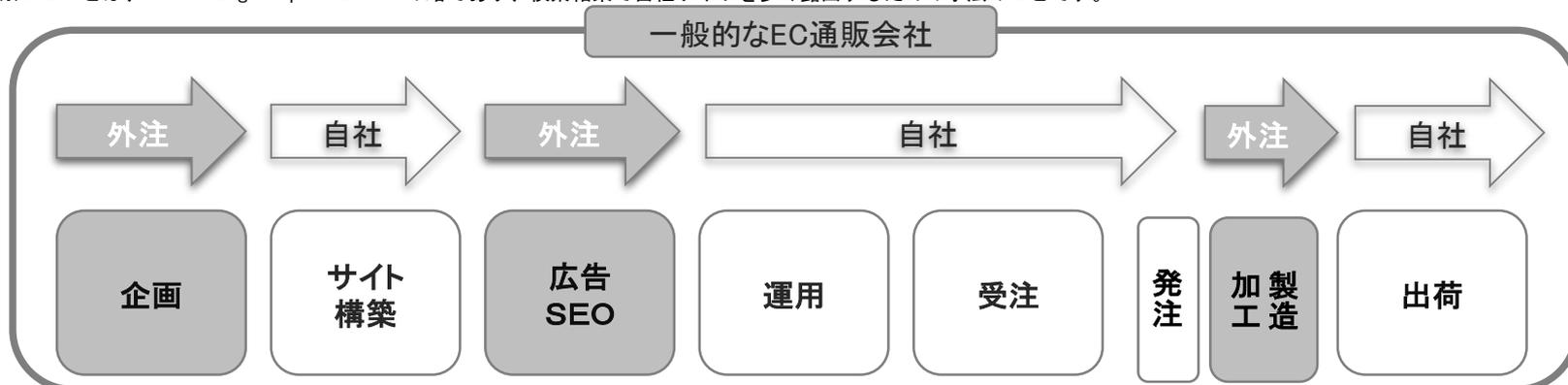
EC通販事業

お客様の窓口となるEC通販事業に特化したハンコヤドットコム



EC通販事業に特化した株式会社ハンコヤドットコムとEC通販事業に関わるWEBマーケティングに特化した株式会社AmidAという、それぞれ専門性をもったグループ会社が連携、グループ会社内で販売戦略の企画からECサイトの構築、広告・SEO対策※等のサイト集客、EC通販事業(受注、製造、加工、発注、出荷)までを行う一気通貫型ECビジネスモデルを構築しております。それにより、原価率の低減や当日又は翌日出荷を実現する体制を特徴としております。

※SEOとは、Search Engine Optimizationの略であり、検索結果で自社サイトを多く露出するための手法のことです。



3 当社の強み・特徴

一気通貫型ECビジネスモデル

事業の強み/デジタルマーケティング



WEBマーケティング分野における内容は以下のとおりであります。
なお、2018年11月現在のサービス提供先は株式会社ハンコヤドットコムのみとなっております。

①ECサイトへの集客

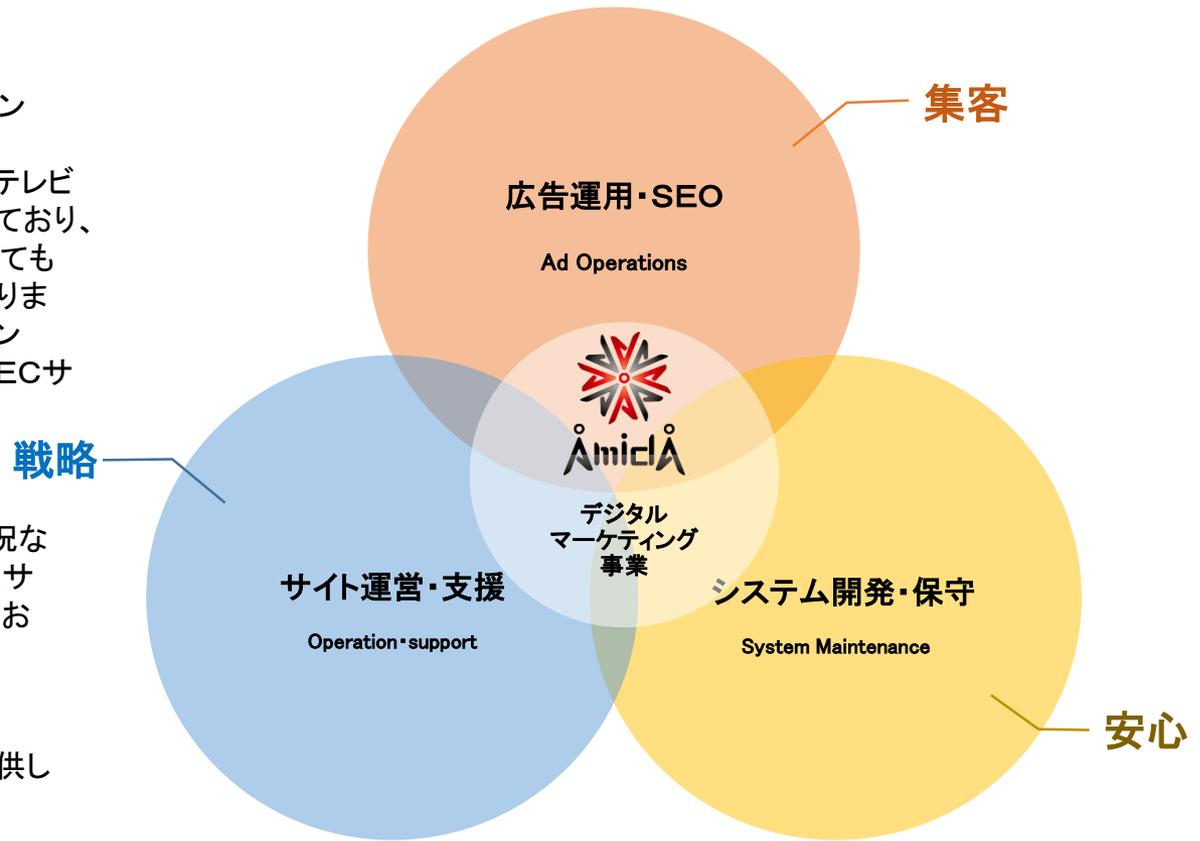
インターネット広告(Yahoo!プロモーション広告、Google広告、インターネットショッピングモールの広告)の最適化提案やテレビコマーシャルなどの広告代理店業を行っており、新商品・新サービスをメディアに取り上げてもらうためのプロモーション提案も行っております。さらに、SEO対策として、検索エンジンにおける表示順位の改善案を行う事で、ECサイトへの集客につなげております。

②データ分析・改善提案

EC通販事業におけるサイトへの集客状況などのデータを分析し、改善点などを素早くサイト運営に反映できるような提案を行っております。

③システムの開発・保守

システム開発から保守サービスまでを提供しております。



事業の強み/独自ドメインの集客力

WEBマーケティング分野におけるノウハウを活用し、自社グループサイトへ集客をすることで、顧客の多くが自社グループサイトを利用しています。またECモールに出店している店舗は、価格の店舗比較表示がされるなど、価格競争に陥りやすい状況ですが、自社グループサイトで運営することで抑制することができます。ECモールサイトに頼らない、自社グループサイトへの集客を実現することで、自社グループサイトと各モールの売上構成比は、以下の通りとなっております。



ECモール: 楽天市場



ECモール: Yahoo! ショッピング

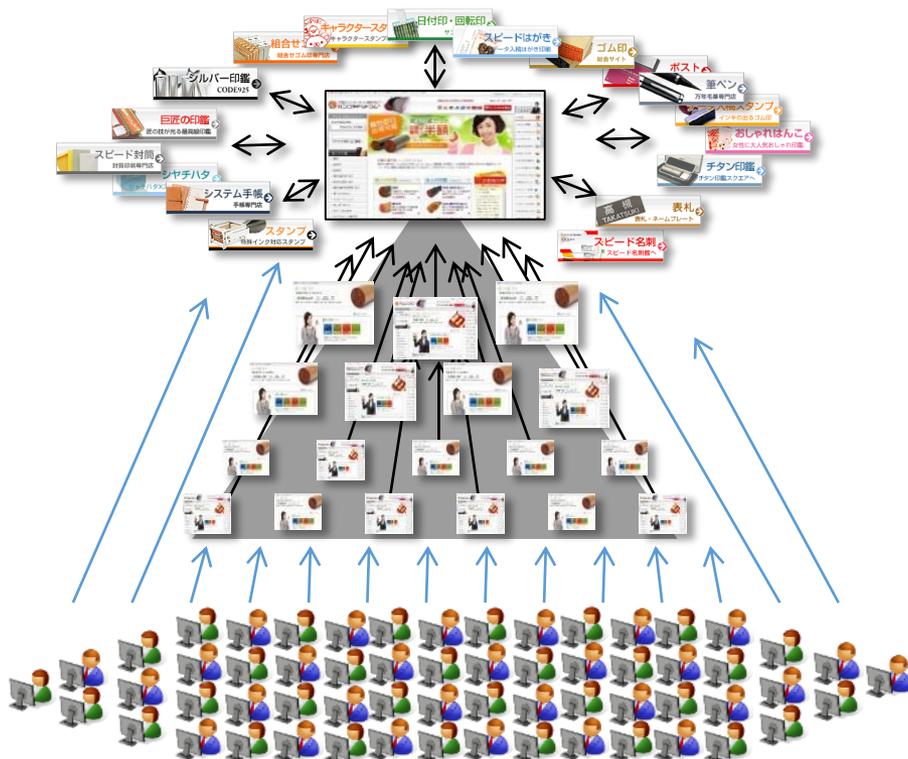


ECモール: Amazon. co. jp

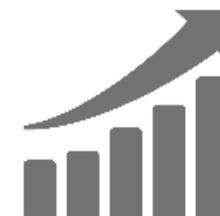


※ハンコヤドットコム グループサイト
ショッピングモール売上割合(%)
(2017年7月~2018年6月)

SEM(サーチエンジンマーケティング)の圧倒的な集客力の構築



強みは
集客力
にあり



1,010万アクセス (年間)

※2017年9月1日～2018年8月31日

事業の強み/ハンコヤドットコム概要



EC通販事業では、商材毎に35以上の専門店化を行うことで幅広いユーザーニーズに対応。また多くの専門サイトでも利用可能な共通のショッピングカート、会員ポイントサービスなども充実。今後もオーダーメイドを軸に、専門店サイトの拡大を目指しています。



チタン印鑑スクエア

キレイはんこ

住所印.NET

サンビー館

名入れ
カレンダー印刷.com



ゴム印ドットコム

お名前つけ

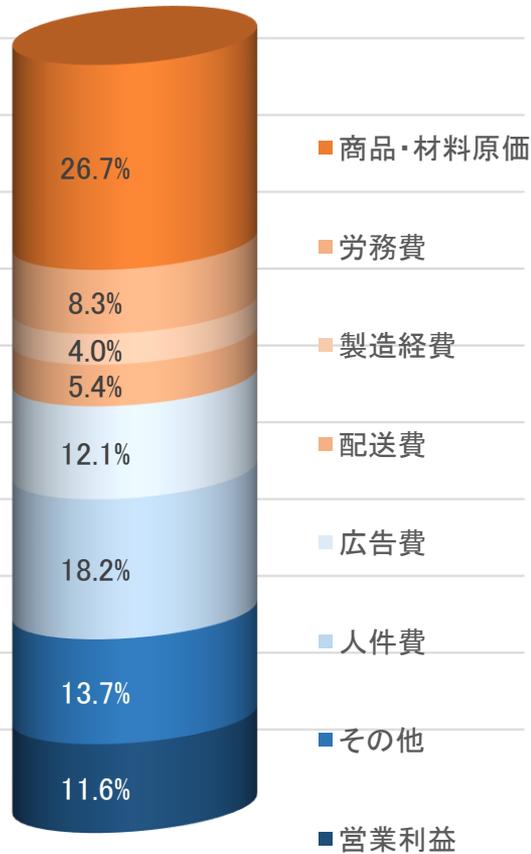
※運営サイト（一部抜粋）



国内最大のオーダーメイドEC通販事業を目指し、創業以来順調に成長を継続しています。

事業の強み/粗利率が高い理由

粗利率が高い理由は、内製化による原価コントロールにあり



原
価

粗
利

強みは
粗利率
にあり
55%
以上

※2017年7月~2018年6月実績

事業の強み/配送エリア拡大

東京・北大阪の物流センター及び本社の3拠点から全国に出荷

当社グループの主軸事業であるEC通販事業が属するeコマース市場は、EC化率の増加によって拡大しておりますが、印章業界全体の市場規模は維持からやや減少傾向にあり企業競争は更に強まる状況が続くと考えております。

一方、当グループでは、インターネットの利便性を活かし、翌日午前中配達のエリア拡大を行っております。

東京1拠点・大阪2拠点の3拠点から全国出荷
(合計41万件以上※第19期)

日本国内約90%以上の地域に翌日午前中配達が可能



4 今後の成長戦略

今後の事業成長/多店舗展開拡大



印鑑及びスタンプを中心とした商材他、名刺や封筒、表札、名入れカレンダーなど約20万アイテムを超える商品をインターネット通販サイトで販売しております。それぞれの商材に特化した専門店サイトを運営することにより、より詳しい情報を提供しています。商材に特化した専門店サイト展開を今後も継続しておこなうことで、ユーザーへの回遊する楽しさ、豊富な品揃えから選択できる利便性を高め、さまざまな専門サイトを展開して参ります。

The image shows a screenshot of the Hancodot.com website, which is a specialized e-commerce platform for stamps and stationery. The website interface includes a search bar, navigation tabs for 'Personal', 'Titan', and 'Company' stamps, and a grid of product listings with prices and promotional tags. Overlaid on the website are numerous colorful banners for various product categories, each featuring the Hancodot logo and the text '年間36万4,971件の出荷実績' (Annual shipping volume of 364,971 items). The banners include:

- 巨匠の逸品 (Master's Masterpiece)
- キレいはんこ (Sharp Stamp)
- PEED名刺館 (PEED Business Card Shop)
- Speed封筒館 (Speed Envelope Shop)
- PEEDはがき館 (PEED Postcard Shop)
- スタンプカード.com (Stamp Card.com)
- ちタン印鑑スクエア (Titan Stamp Square)
- ハンコケース.com (Stamp Case.com)
- 印鑑ケース.com (Stamp Case.com)
- シャチハタ館 (Shachihata Shop)
- 住所印NET (Address Stamp NET)
- ゴム印ドットコム (Gum Stamp Dot Com)
- お名前つけ.NET (Name Tagging .NET)
- 表札館 (Nameplate Shop)
- 筆ペン.com (Fountain Pen.com)
- 手帳屋.com (Notebook House.com)
- 郵便ポスト館 (Post Office Post Shop)
- のほりドットコム (Nohori Dot Com)
- 手揚げ袋.com (Handmade Bag.com)
- 名入れカレンダー.com (Personalized Calendar.com)
- オリジナルウェア.com (Original Wear.com)
- ステッカー作成.com (Sticker Making.com)
- IDカード.com (ID Card.com)
- ハンソット印刷.com (Hansot Printing.com)
- オリジナルウェア.com (Original Wear.com)
- ブルーナイト (Blue Knight)
- ステッカー作成.com (Sticker Making.com)
- 名入れカレンダー.com (Personalized Calendar.com)
- 手揚げ袋.com (Handmade Bag.com)

日本のEC化率は、まだ 5.79%

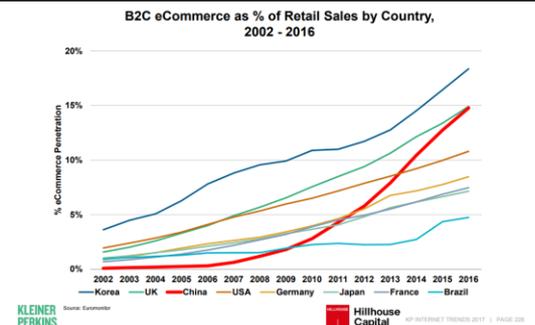
EC事業の利用客を着実に拡大し、安定した成長ビジネスモデルを実現。



海外のEC化率

韓国 : 18%
 イギリス : 15%
 中国 : 15%
 アメリカ : 11%
 ドイツ : 8%
 フランス : 7%
 ブラジル : 5%

※Euromonitor 2016



今後の事業成長/ターゲットの拡大

ターゲットの拡大による事業成長/海外進出に向け

日本の文化を世界へ！

国内市場で培ったノウハウを活かし、グローバルなEC市場へ。
日本の文化を世界へ続く挑戦を始めます。



今後の事業成長/システム開発

システム開発 本社/パートナー会社(ベトナム)2拠点

EC事業、マーケティング事業などで展開する多種多様なプログラム開発を行っています。自サービス開発スピード向上を目的としています。



今後の事業成長/事業成長の展開

事業成長の展開

EC通販事業(通信販売事業)を基盤に、グローバルに拡大するEC市場にも視野を広げる取り組みをしてまいります。

新規事業(デジタル化分野)による収益基盤の拡大は、主力事業であるEC通販事業に次ぐ新たな収益基盤となる新規事業の展開が必要であると考えております。インターネットを通じて、一人でも多くの方にその利便性・楽しさ・文化的な豊かさを伝えるという経営方針のもと、事業化に向けた取り組みをしてまいります。

具体的には、世の中に存在する身の回りの“不便”をインターネットやスマートフォンなどを活用し、デジタル化することで便利に変換するビジネス(例えば、ポイントカードが複数枚あり、管理や整理ができないという不便に対して、スマートフォンを活用することで、ポイントカードをデジタル化し一元管理できるようにするというデジタルへの置き換え事業)に取り組む予定であります。

常にインターネットビジネスの可能性を追求し事業拡大、成長を目指します。



デジタルマーケティング事業
新規事業(デジタル化分野)

オーダーメイド商品の展開

【基盤】

印鑑を中心としたEC通販事業
WEBマーケティング事業

本資料のお取扱い上のご注意



本資料は当グループをご理解いただくために作成されたもので、当グループへの投資勧誘を目的としておりません。本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当グループは一切責任を負いません。

本資料中の業績ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。