

2020年6月期 第2四半期決算説明資料

2020年2月7日

株式会社AmidAホールディングス

(東証マザーズ：7671)

1

事業概要

2

2020年6月期 第2四半期 決算概要

3

2020年6月期 業績予想

4

今後の成長戦略

5

参考資料

1 事業概要

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。



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**

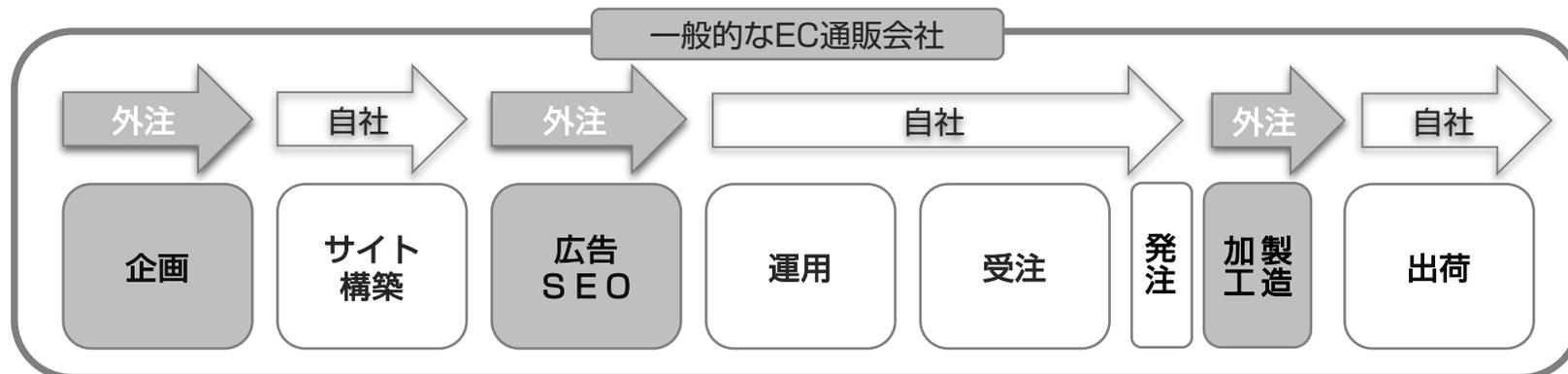
EC通販事業

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。



事業概要/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ております。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。



2019年6月期 2020年6月期第2四半期

ECモール：楽天市場



ECモール：Yahoo!ショッピング



ECモール：Amazon



※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 (%)

2

2020年6月期 第2四半期 決算概要

業績ハイライト

売上高	1,378百万円	(前年同期比	4.6%増、	計画比	1.2%増)
営業利益	119百万円	(前年同期比	53.1%増、	計画比	193.3%増)
四半期純利益	132百万円	(前年同期比	194.3%増、	計画比	77.5%増)

トピックス

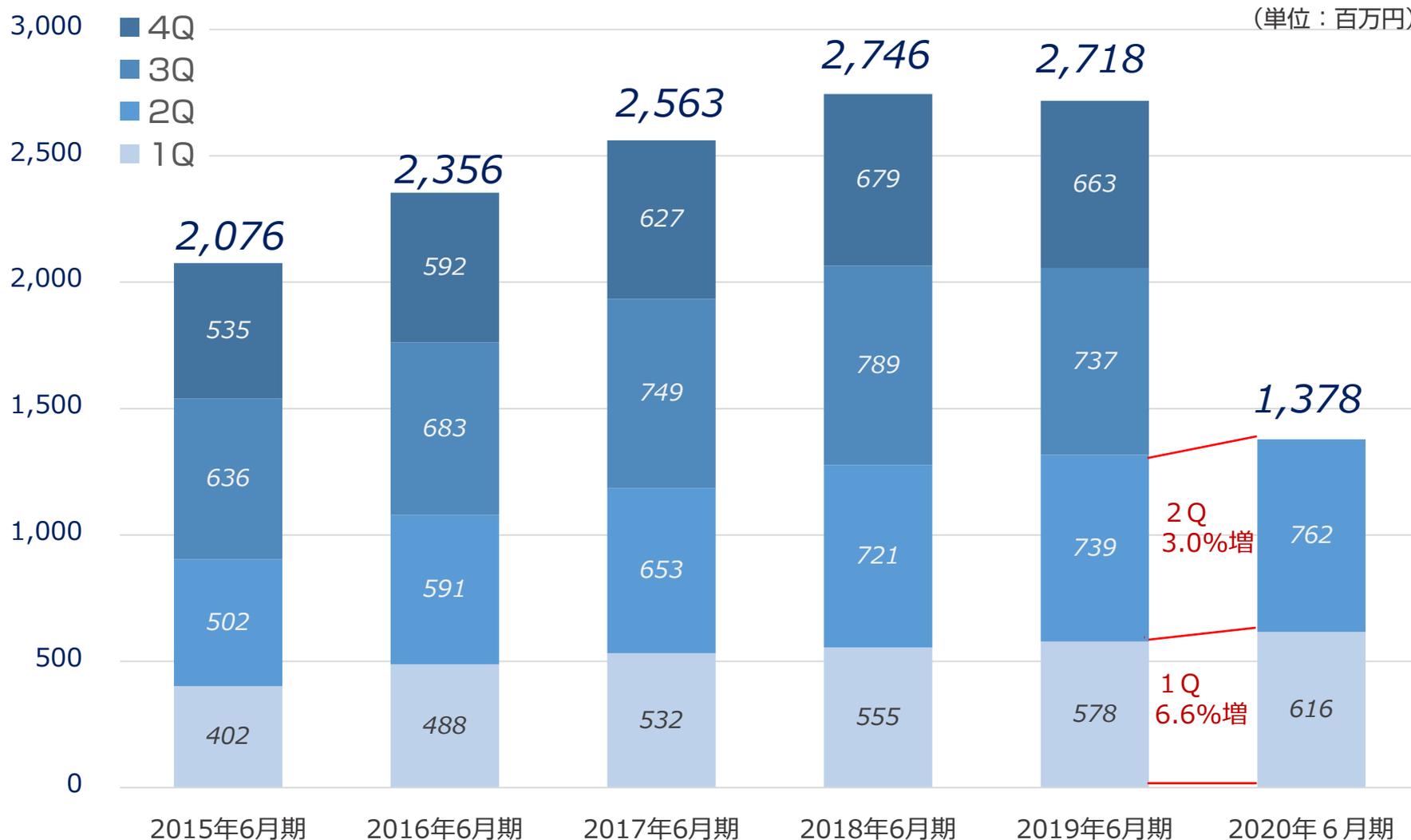
EC通販事業

- ・ EC通販事業本部体制に変更
「外部との連携構築を主体とする本部を設置」
- ・ 自然災害等での出荷対応策の構築

デジタルマーケティング事業

- ・ WEB広告のみに依存しない体制変更（自然検索順位の安定）
- ・ 新価格戦略に向けたサイトプロセスの検討の実施

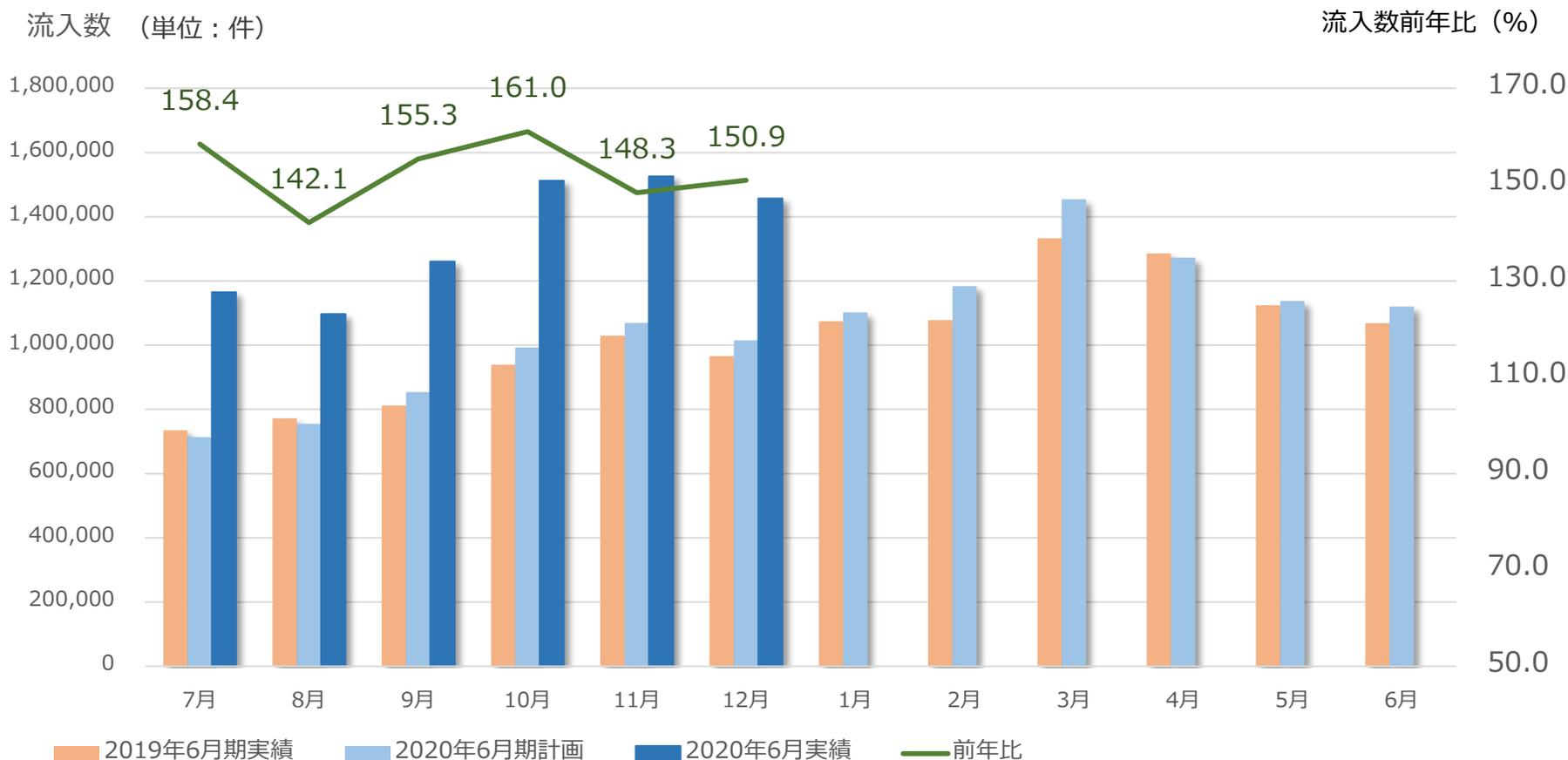
売上高の推移



KPI 流入数



ユーザーが当社グループのWEBサイトに訪問する数 801万6,919人 (52.6%増)

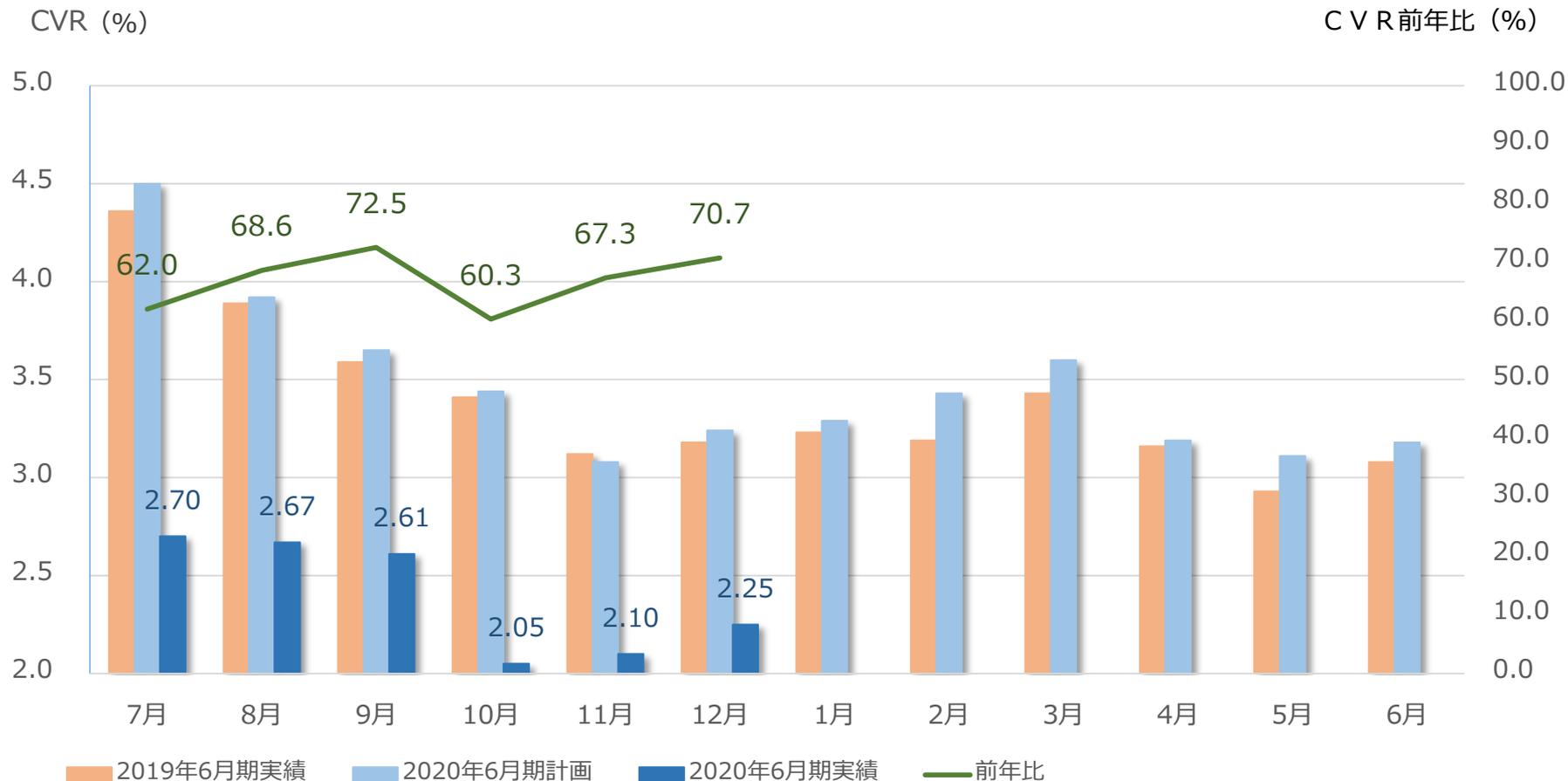


- ▶ 情報系ページ「印鑑うんちく事典」や「お役所手続き事典」などの流入数 増加
- ▶ 販売系ページ「商品掲載ページ」なども流入数が増加

KPI CVR (Conversion Rate)



流入数のうち、購入に至った割合 半期累計 2.36% (33.3%減)



▶ 購入を検討する段階の情報系サイトの流入が増加したことで、CVRが低下

KPI 受注件数



流入数のうち、購入に至った件数 受注件数合計 18万9,473件 (1.8%増)



▶ 購入を検討する流入が増加したことでCVRが低下し、購入に至った件数が減少

BIGキーワード 検索表示順位



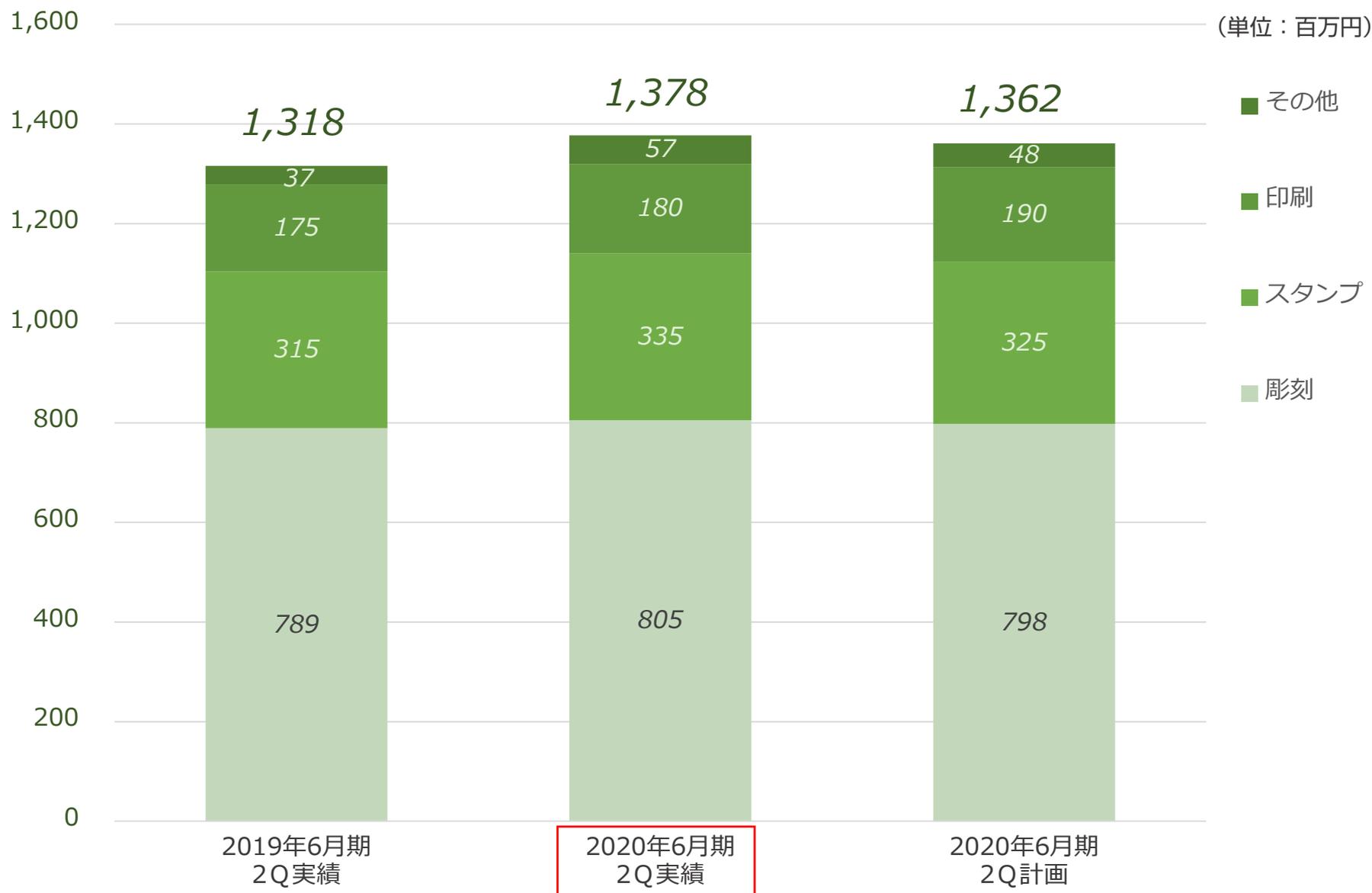
(2020年6月期)

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	2Q 平均
印鑑	2.5	2.8	2.3	1.4	1.3	1.2							1.9
はんこ	2.6	3.2	2.0	1.8	1.5	1.2							2.0
実印	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0							1.0
平均	2.1	2.3	1.7	1.4	1.2	1.1							1.7
前年差	↑0.3	↑1.3	↑2.6	↑2.7	↑3.0	↑3.2							↑2.1

(2019年6月期)

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	2Q 平均
印鑑	3.2	4.4	5.0	5.0	4.8	5.1	5.3	4.7	3.9	3.6	2.8	3.7	4.6
はんこ	2.9	4.3	4.9	4.3	4.6	4.8	4.9	4.2	4.6	4.5	3.4	3.1	4.3
実印	1.0	2.0	2.9	3.1	3.1	3.1	2.9	2.6	2.0	3.2	1.0	1.0	2.5
平均	2.4	3.6	4.3	4.1	4.2	4.3	4.4	3.8	3.5	3.8	2.4	2.6	3.8

E C通販事業 商材区分別売上



2020年6月期第2四半期 業績概要

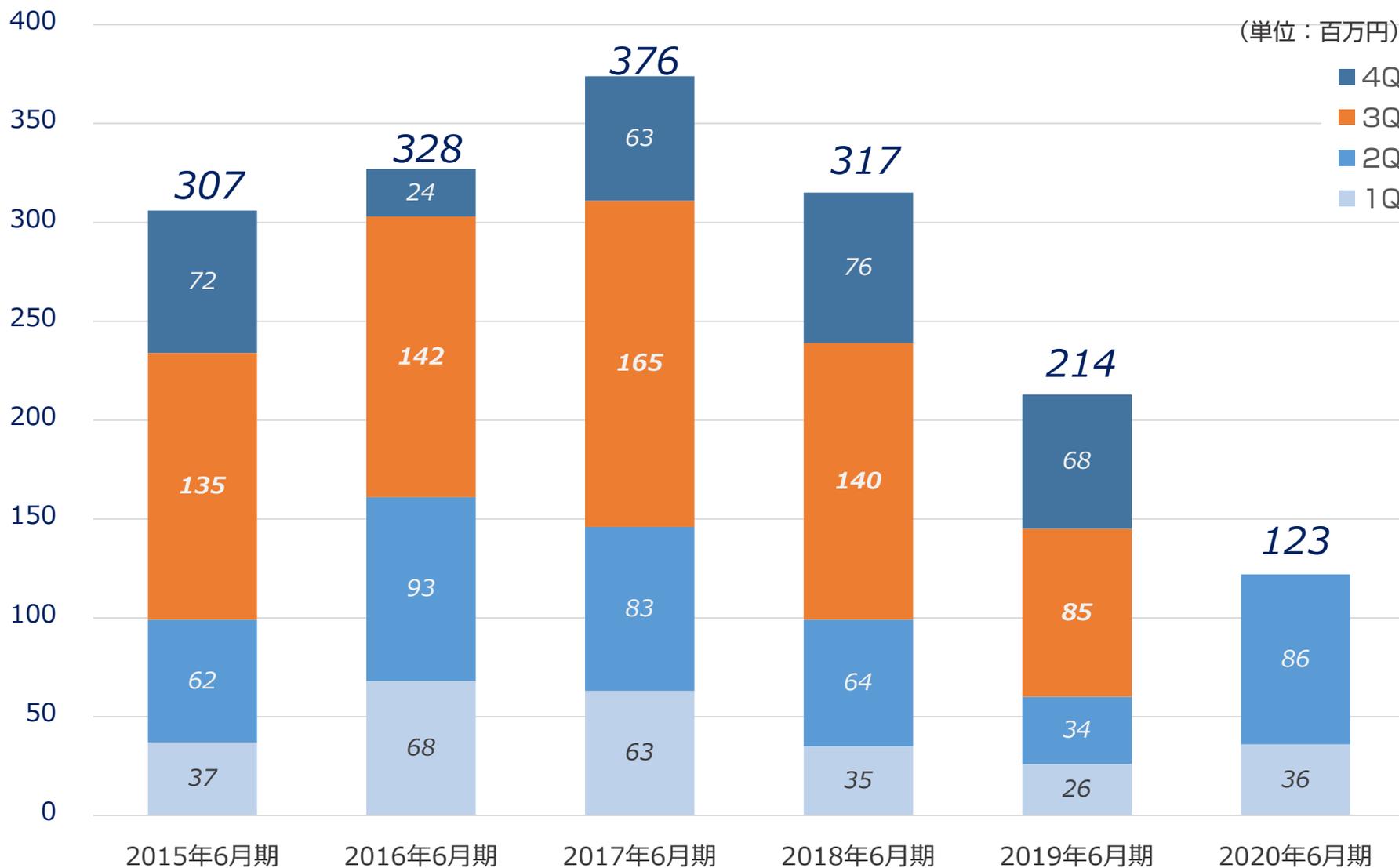


(単位：百万円)

	2019年6月期 2Q	2020年6月期 2Q	前年同期比
売上高	1,318	1,378	104.6%
売上総利益	671	703	104.8%
販売費及び一般管理費	593	584	98.4%
営業利益	78	119	153.1%
経常利益	60	123	202.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	45	132	294.3%

- ▶ 売上高 E C通販事業におけるスタンプで客数が増加したこと及び彫刻、スタンプ、印刷において客単価が増加したことにより売上高が増加。
- ▶ 売上総利益 E C通販事業における製造コストの増加により売上原価は増加したものの、売上高の増加により売上総利益が増加
- ▶ 販売費及び一般管理費 人員増加により人件費は増加。広告運用の見直しにより販売促進費を削減、広告等の直接販売費比率は1.2%改善
- ▶ 四半期純利益 特別利益50百万円計上による増加

経常利益の推移



季節変動要因（参考:前期 2019年6月期）



EC通販事業では、需要期の異なる商材を取り扱っていることから、売上の構成に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により、季節変動性の要因となっております。2019年6月期の変動推移は以下のとおりです。

	2019年6月期連結会計年度(自 2018年7月1日 至 2019年6月30日)				
	第1四半期 (7~9月)	第2四半期 (10~12月)	第3四半期 (1~3月)	第4四半期 (4~6月)	合計 (通期)
売上高 (百万円)	578	739	737	663	2,718
構成比 (%)	21.3	27.2	27.1	24.4	100.0
経常利益 (百万円)	26	34	85	68	214
構成比 (%)	12.6	15.8	40.0	31.6	100.0

連結貸借対照表



(単位：百万円)

	2019年6月期末	2020年6月期 第2四半期末	増減額
流動資産	1,350	1,495	145
固定資産	490	458	△32
資産合計	1,840	1,953	112
流動負債	295	326	30
固定負債	132	81	△50
純資産	1,413	1,545	132
負債・純資産合計	1,840	1,953	112

- ▶ 流動資産 現金及び預金 159百万円増加、
原材料及び貯蔵品 21百万円、商品及び製品 4百万円減少
- ▶ 固定資産 有形固定資産 19百万円、無形固定資産 10百万円減少
- ▶ 負債 買掛金30百万円増加、役員退職慰労引当金 50百万円減少
- ▶ 純資産 四半期純利益 132百万円増加

キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)

	2019年6月期 第2四半期	2020年6月期 第2四半期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	30	165	134
投資活動による キャッシュ・フロー	△40	△5	34
財務活動による キャッシュ・フロー	111	-	△111
現金及び現金同等物の増減額	102	159	57
現金及び現金同等物の期末残高	863	1,128	+265

- ▶ 営業活動によるキャッシュ・フロー 税金等調整前当期純利益 173百万円
- ▶ 投資活動によるキャッシュ・フロー 無形固定資産の取得による支出 5百万円

3 2020年6月期業績予想

2020年6月期連結業績予想



(単位：百万円)

	2019年6月期 実績	2020年6月期 計画	前年同期比
売上高	2,718	2,832	104.2%
売上総利益	1,441	1,498	104.0%
販売費及び一般管理費	1,208	1,335	110.5%
営業利益	232	163	70.3%
経常利益	214	163	76.0%
親会社株主に帰属する 当期期純利益	148	152	102.9%

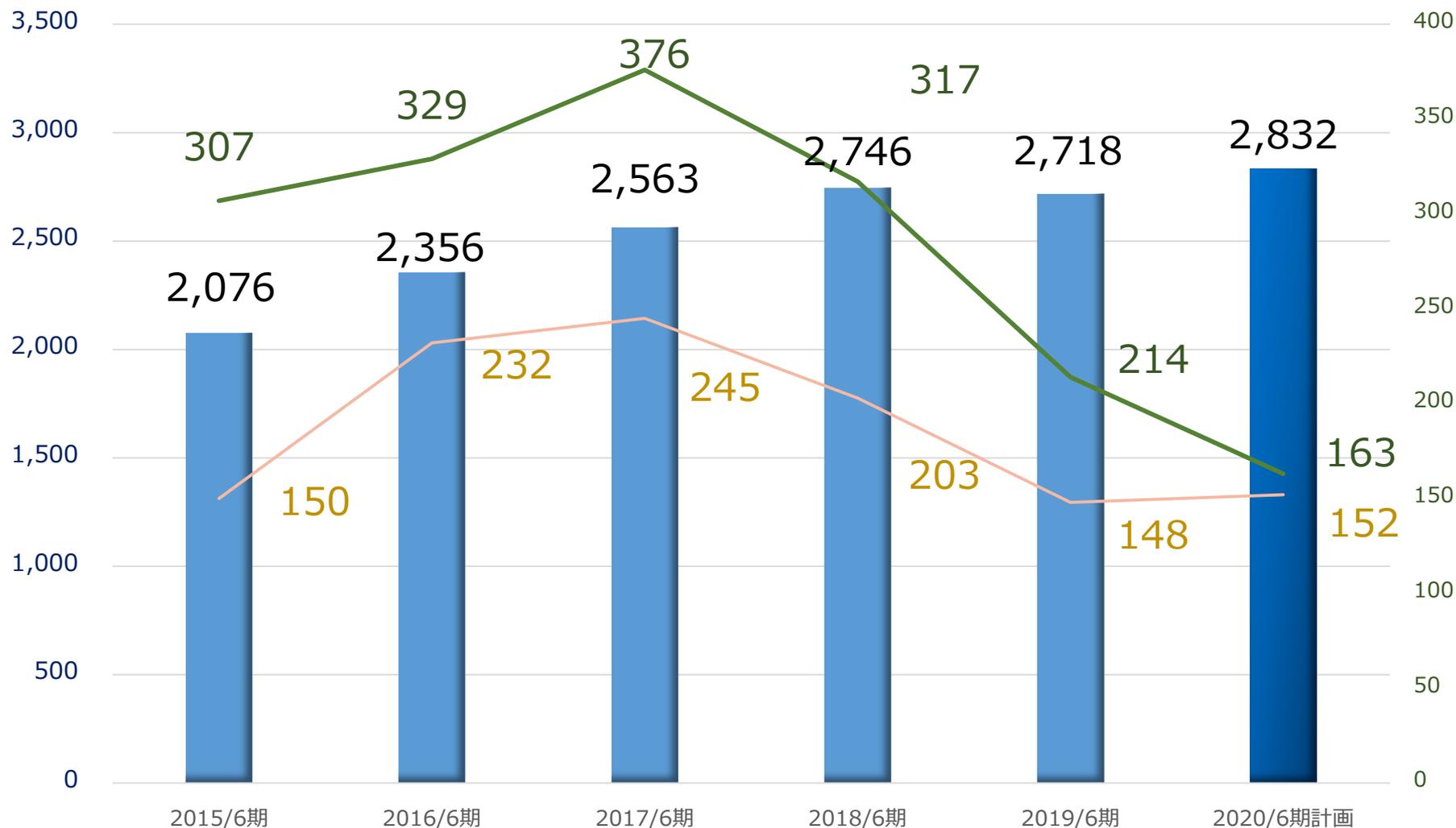
- ▶ 売上高 流入数前期比3.7%増、CVR前期比0.1%増、客単価前期比1.4%減を見込んでおります。
- ▶ 販売費及び一般管理費 ブランディングプロモーション費用として50百万円を見込み、販売費前期比16.3%増、人件費前期比9.9%増
- ▶ 特別利益 役員退職慰労引当金戻入益を50百万円計上しております。

2020年6月期連結業績予想



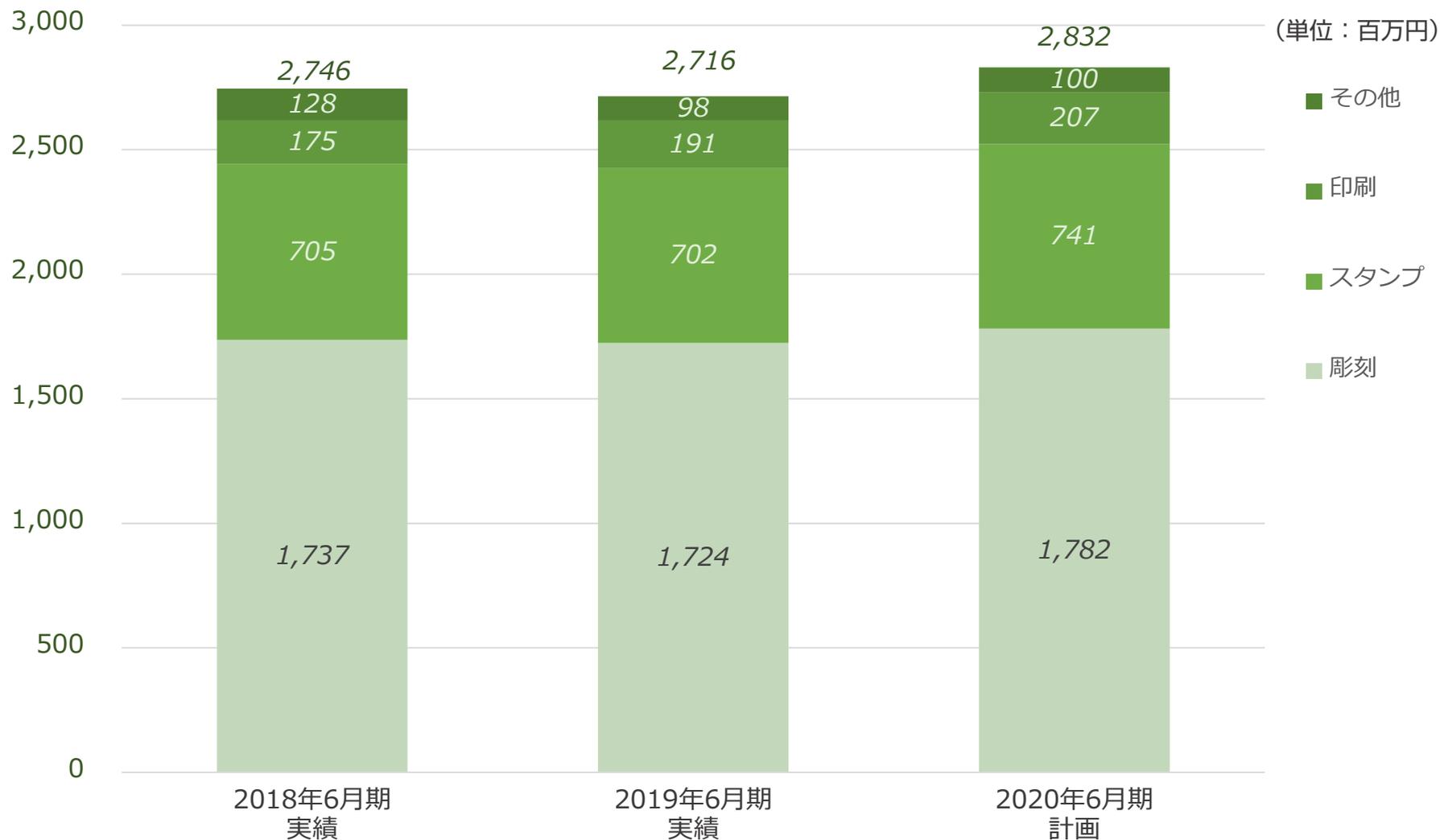
売上高／経常利益／親会社株主に帰属する当期純利益

(単位：百万円)



2016/6期までは連結財務諸表を作成していないため、単体決算の実績数値です

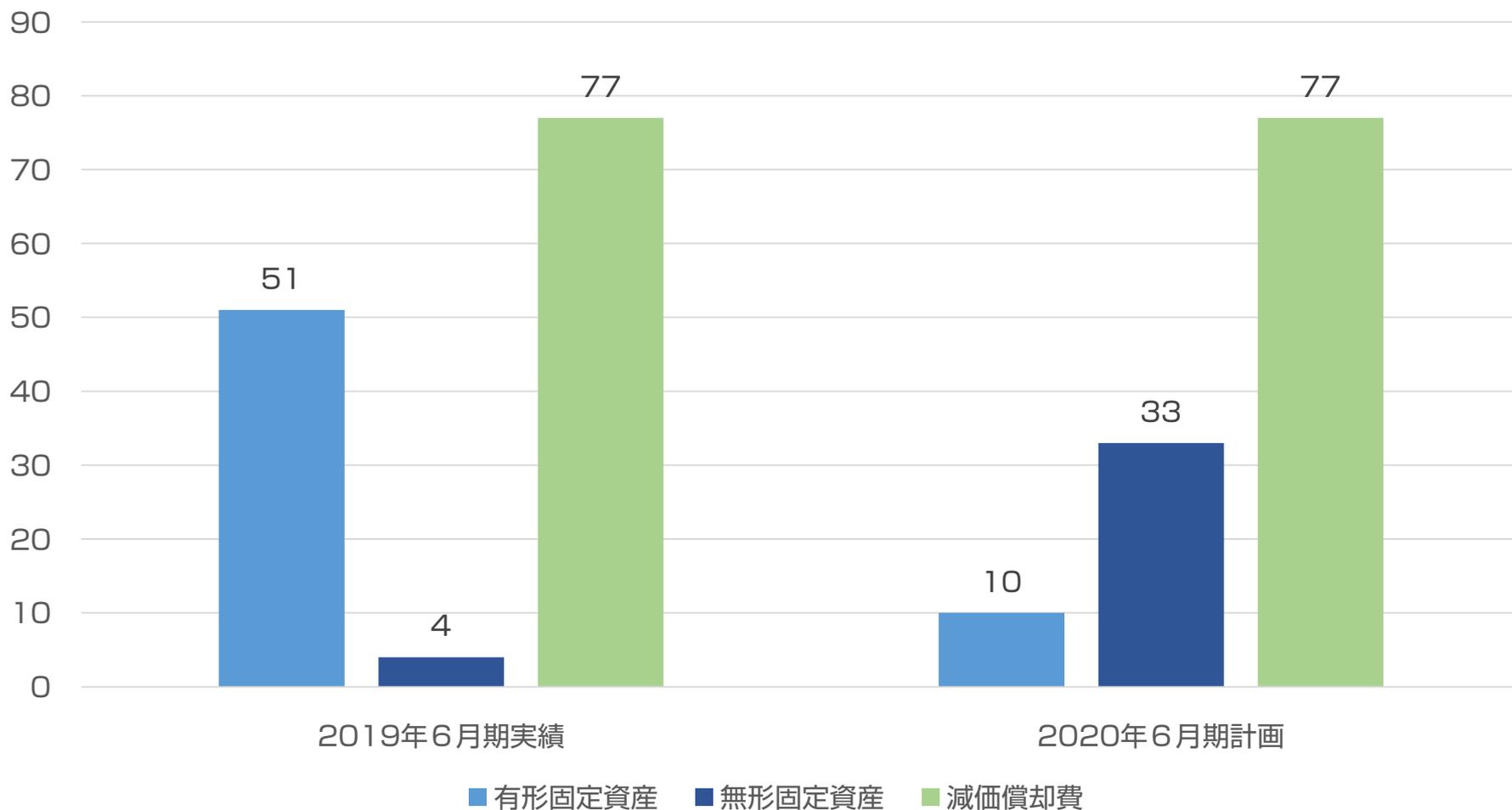
E C 通販事業 商材区分別売上予想



設備投資額及び減価償却費



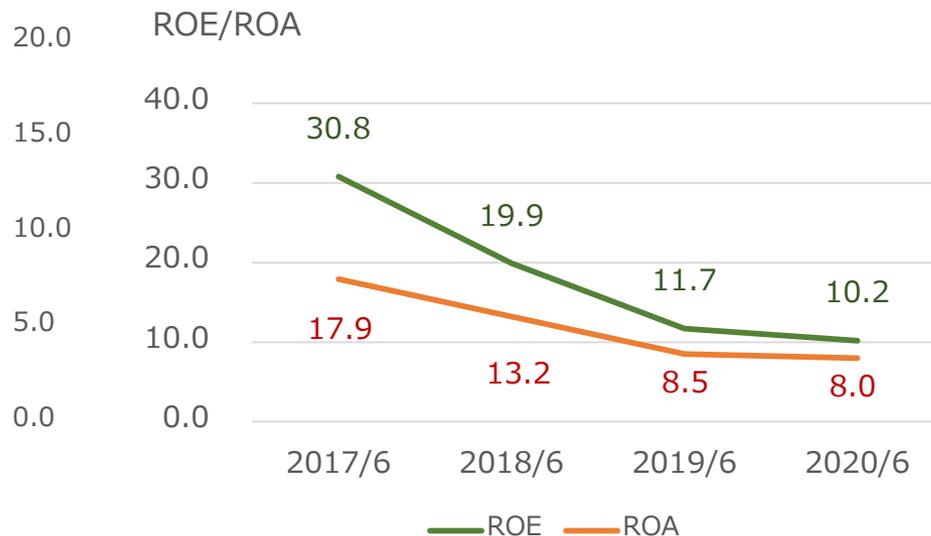
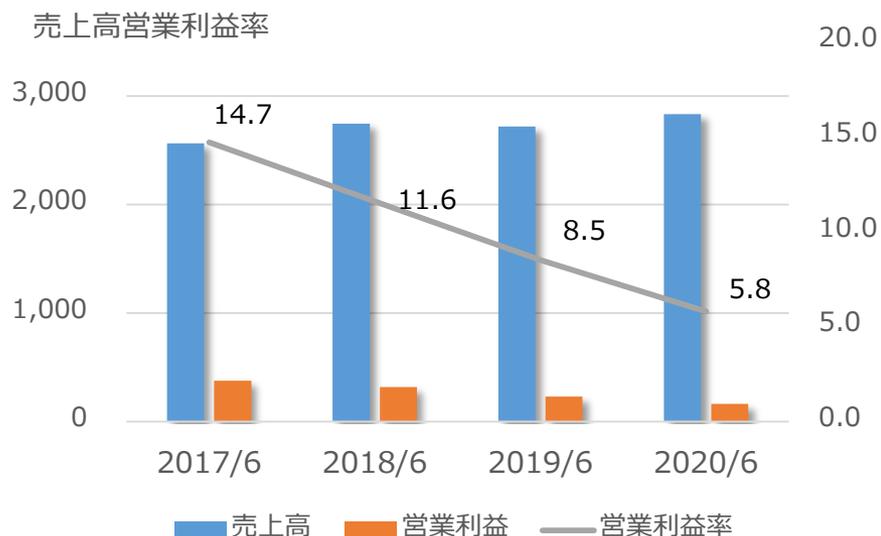
(単位：百万円)



經營指標



(単位：%)



	2017年度6月期 実績	2018年度6月期 実績	2019年度6月期 実績	2020年度6月期 計画
売上高前年対比	108.8	107.1	99.0	104.2
売上高 営業利益率	14.7	11.6	8.5	5.8
自己資本利益率 (ROE)	30.8	19.9	11.7	10.2
総資産利益率 (ROA)	17.9	13.2	8.5	8.0

4 今後の施策

販売サイト施策

▶ 価格戦略

ハンコヤドットコムサイト 高価格帯のプライスゾーン（プライスリーダー）
本店サイトのリニューアル

はんこ工房kaguraサイト 新プライスゾーン（お手ごろ価格）
2020年3月頃に延期、リニューアルオープン
※新たな客層の獲得

▶ 新サイトの構築及び既存サイトの再構築

新価格戦略に向けたサイトプロセスの構築及び既存サイトの販売戦略を再構築

▶ 商品の強化

顧客ニーズに合った新商品の開発
取扱商品を増やし、商品力を高める

▶ 押印文化にとらわれない商品の販売

アニメキャラクターの印鑑やはんこの販売強化
英語等を漢字に変換し、商品化するサービス

マーケティング施策

▶ 自然検索順位の改善

SEO対策の強化（上位表示の安定化対応）
情報系サイトから販売サイトへの誘導を促進

▶ 広告コスト増加への対応

広告運用を最適化し、流入経路の多様化による影響を抑える

▶ ブランディング強化

メディアミックス戦略による指名検索の拡充（SNS・CM・イベント企画等）

その他施策

▶ システム

データベースを活用した戦略的ITの活用

▶ 新規事業

Pokepon事業において、安定した顧客基盤の構築、アライアンスによる拡散

日本のEC化率 6.22%

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。



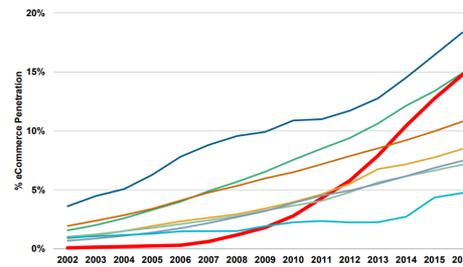
成長比率	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
EC化率	111.6%	107.3%	113.2%	113.5%	108.7%	114.3%	106.6%	107.4%
市場規模	108.6%	112.5%	117.4%	114.6%	107.6%	109.9%	109.0%	109.0%

海外のEC化率 (小売市場全体)

- 中国 : 20.4%
- 韓国 : 18.8%
- アメリカ : 11.8%
- 台湾 : 10.4%
- シンガポール : 5.4%
- 日本 : 7.9%

※経済産業省「平成30年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」
図表 8-8 主要国 EC 市場における市場全体の EC 化率と小売市場の業種別 EC 化率

B2C eCommerce as % of Retail Sales by Country, 2002 - 2016



今後の事業成長/ターゲットの拡大



電子スタンプカード pokepon

お店もお客もみんな簡単。
アプリ不要のスタンプカード。

お店さまは1分でカードを作成できて、
お客さまは10秒でダウンロード完了。

インストール
いりません

特別な機器
いりません

お客様登録
10秒で完了

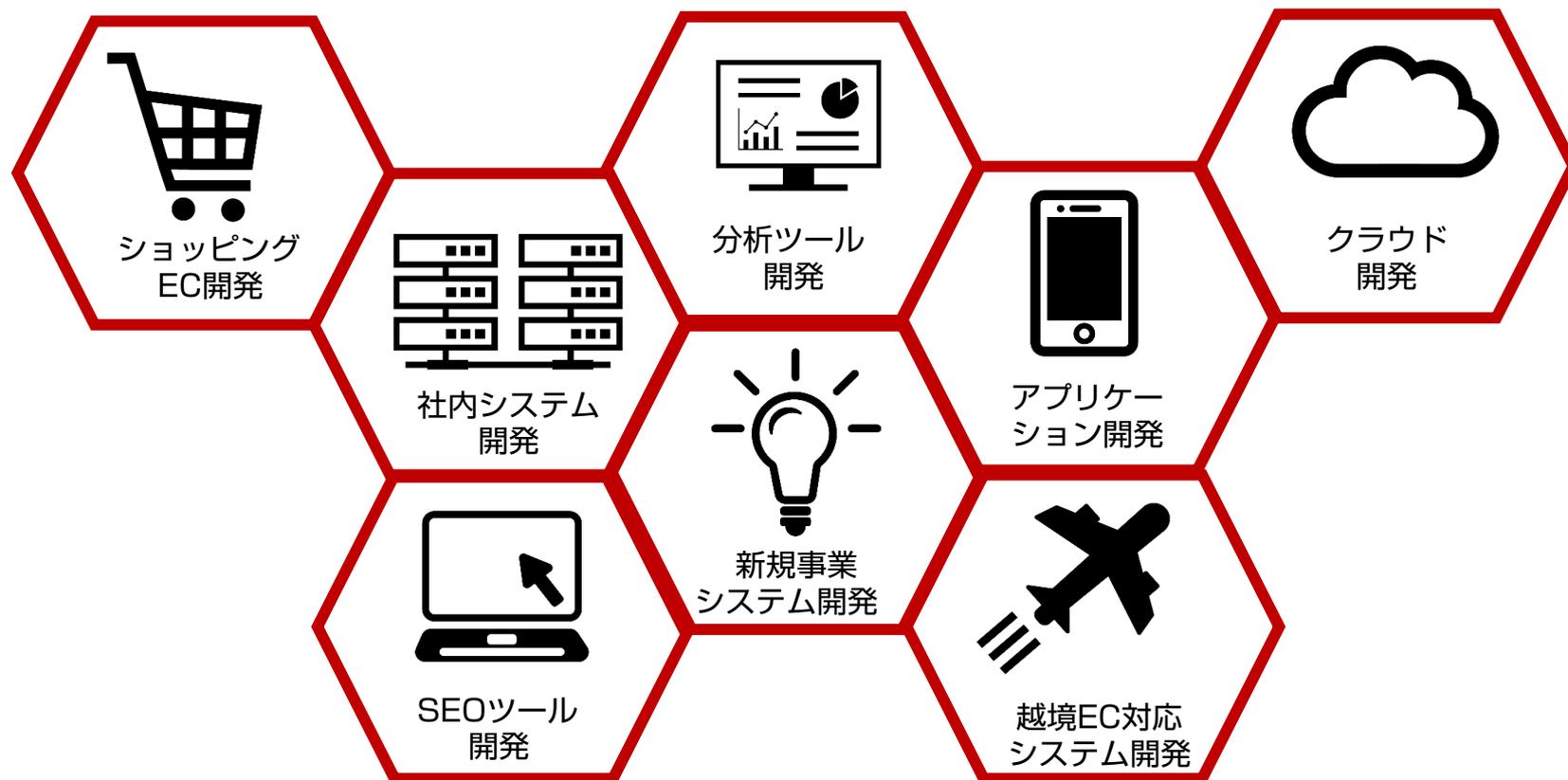


店舗のポイントカードやスタンプラリーで使える
専用アプリインストール不要のスタンプカード
スマホ標準アプリにスタンプカードを登録



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。自社サービスの開発スピード向上を目的としています。



販売商材の拡大による事業成長



安定したEC事業（通信販売事業）を基盤に、グローバルに拡大するEC市場に視野を広げ、物販、サービスという分野に問わず、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さらなる展開

【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

5 參考資料

事業の強み/デジタルマーケティングの対応力



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、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。

① ECサイトへの集客

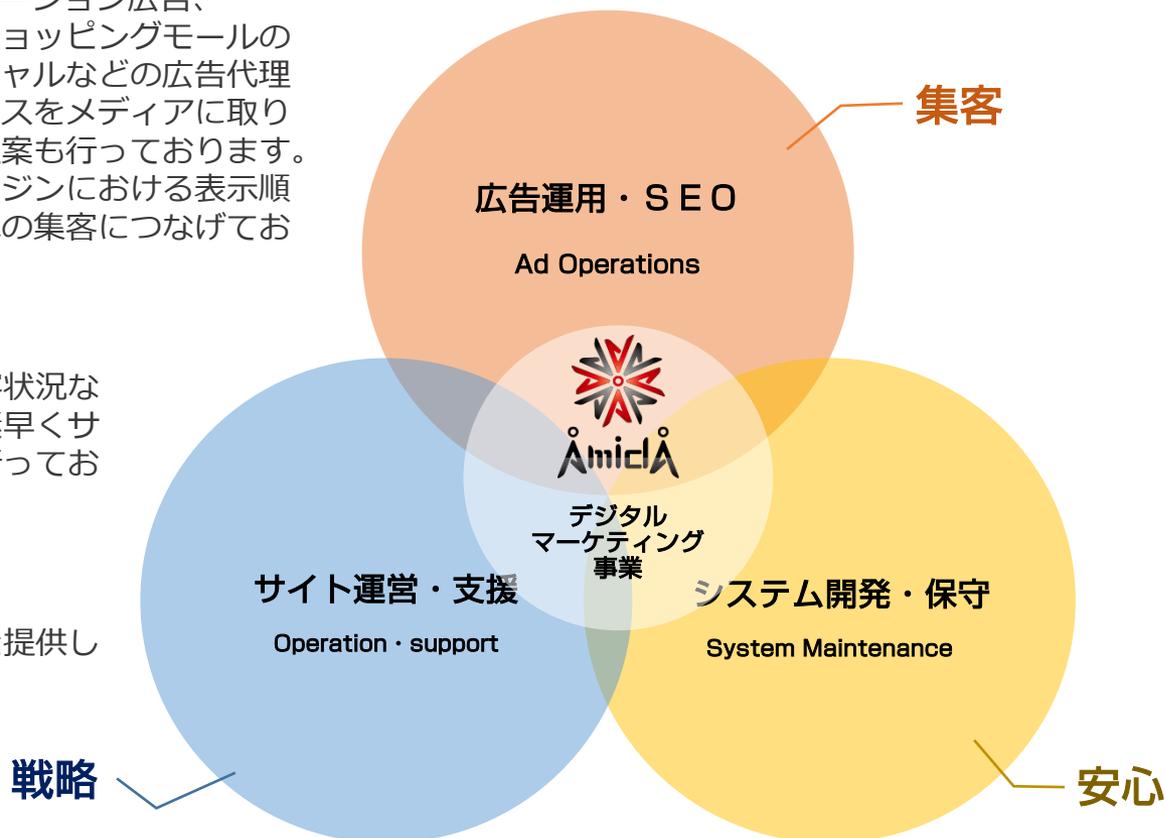
インターネット広告（Yahoo!プロモーション広告、Google広告、インターネットショッピングモールの広告）の最適化提案やテレビコマーシャルなどの広告代理店業を行っており、新商品・新サービスをメディアに取り上げてもらうためのプロモーション提案も行っております。さらに、SEO対策として、検索エンジンにおける表示順位の改善案を行う事で、ECサイトへの集客につなげております。

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/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



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。

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います。

東京1拠点・大阪2拠点の3拠点から全国出荷
(合計40万件以上※第20期)

日本国内約90%以上の地域に
翌日午前中配達が可能！

北大阪物流センター

ヤマト関西GATEWAY
2018年7月稼働

大阪

東京

東京物流センター

ヤマト羽田CHRONOGATE
2014年8月稼働

本社物流センター

(大阪市西区)

製造拠点契約を締結
(東京・大阪)

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	7,991万円 (2020年1月末日現在)
従業員	113名 (連結 2019年12月31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

本資料のお取扱い上のご注意



本資料は、業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。

また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしております。

本資料の内容には当社の判断が含まれており、情報の正確性を保証するものではなく、今後様々な要因により実際の業績や結果と異なることがあります。本資料及びその記載内容につきまして、当社の書面による事前の同意なしに、第三者が、その他の目的で公開または利用することはご遠慮ください。

本資料及び当社 IR に関するお問い合わせ先

株式会社 Am i d Aホールディングス グループ統括管理本部

TEL : 06-6449-5510

Email : contact@amida.holdings