

2021年6月期 第2四半期決算説明資料

2021年2月15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

2021年6月期 第2四半期 決算概要

3

2021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。

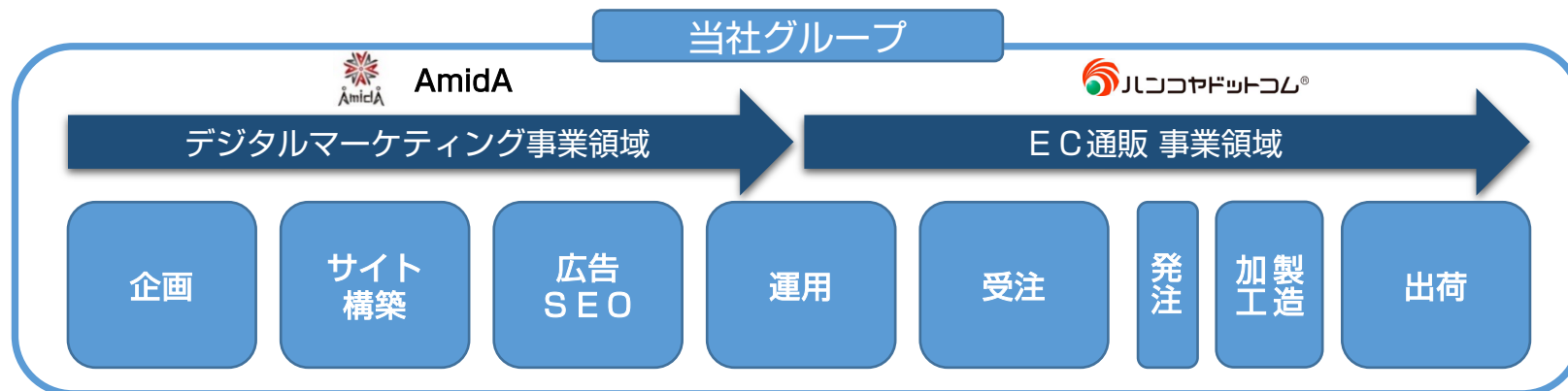
デジタルマーケティング事業

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**



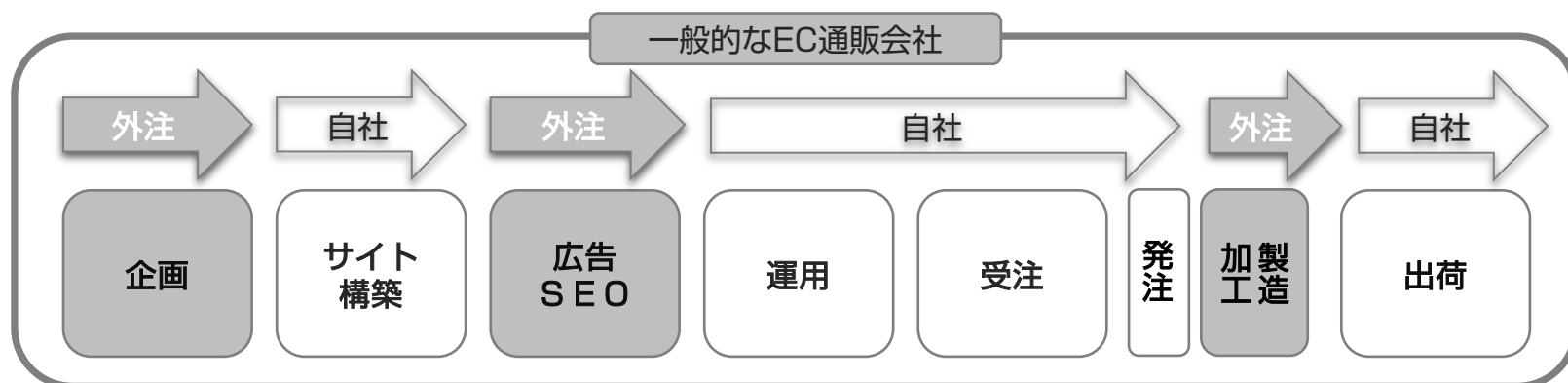
EC通販事業 ハンコヤドットコム®

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。



2020年6月期 2021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

2021年6月期 第2四半期 決算概要

業績ハイライト

売上高	1,577百万円（前年同期比 14.4%増、計画比 16.5%増）
営業利益	216百万円（前年同期比 80.5%増、計画比 241.1%増）
四半期純利益	145百万円（前年同期比 9.3%増、計画比 268.9%増）

トピックス

EC通販事業

- ・名入れ販促品専門サイトの展開
公開：トートバック 2020年8月7日、タンブラー 2021年1月19日
予定：ボールペン、ほか文具など
- ・各種感染症や自然災害等の対応策の継続

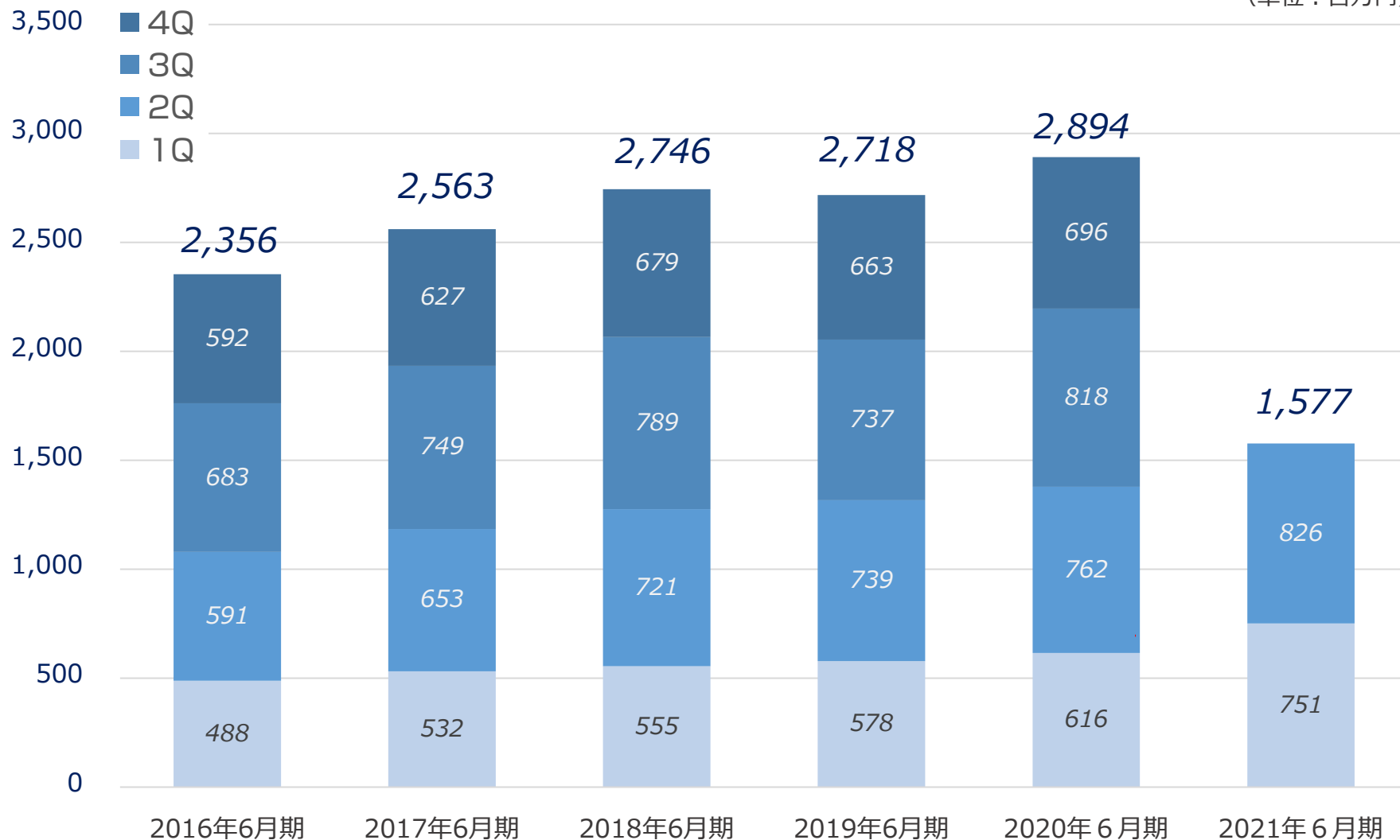
デジタルマーケティング事業

- ・デジタルマーケティング戦略本部体制に変更
- ・検索上位表示の安定を図るためのSEO対策の強化
- ・広告コスト増への対策として、社内運用比率の最適化を実施
- ・新価格戦略のサイトプロセスの再構築

売上高の推移



(単位：百万円)

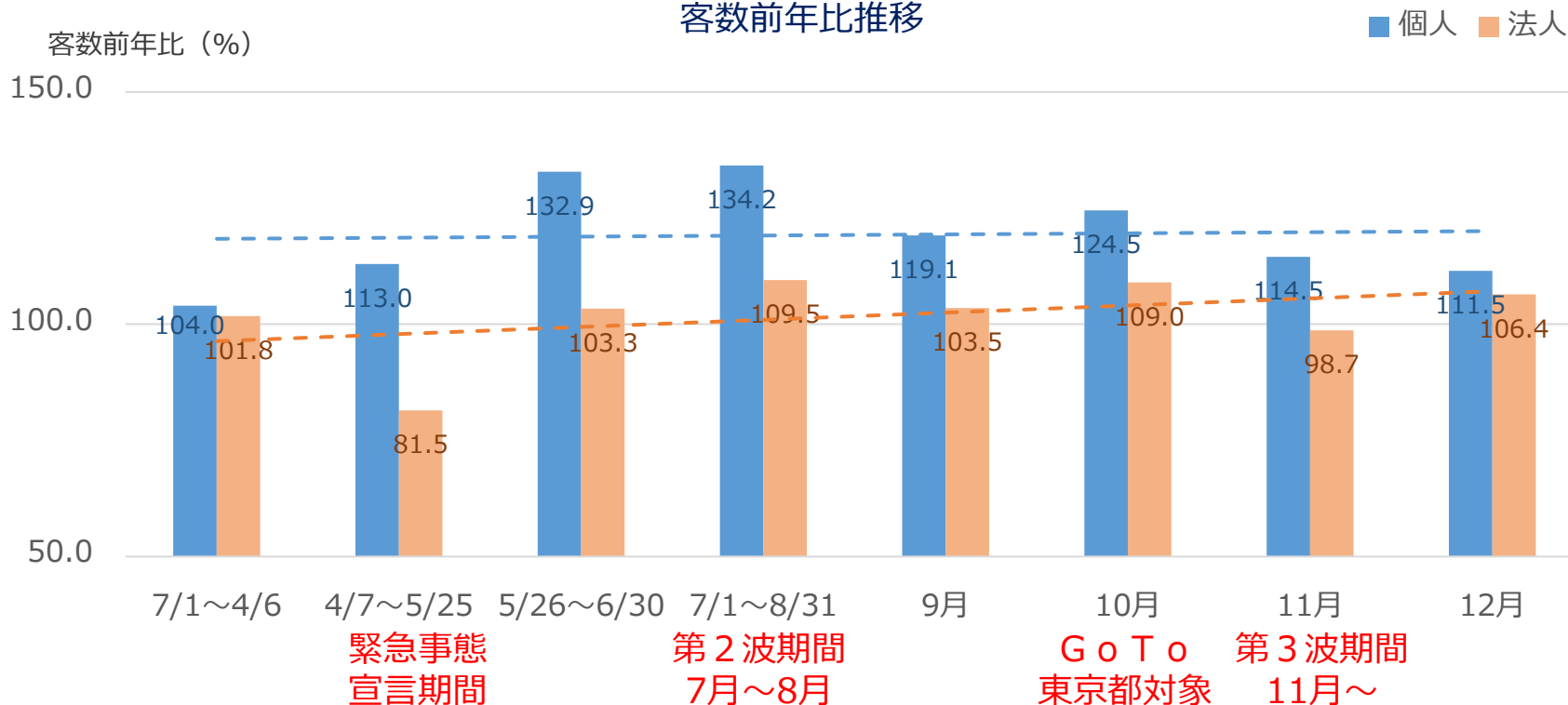


新型コロナウイルス感染症による個人・法人客数の変化



新型コロナウイルス感染症の拡大により生活スタイルが変化し
個人顧客は接触回避の利便性により購入経路がEC通販にシフト
巣ごもり消費からGoToキャンペーンによる消費動向の変化

客数前年比推移

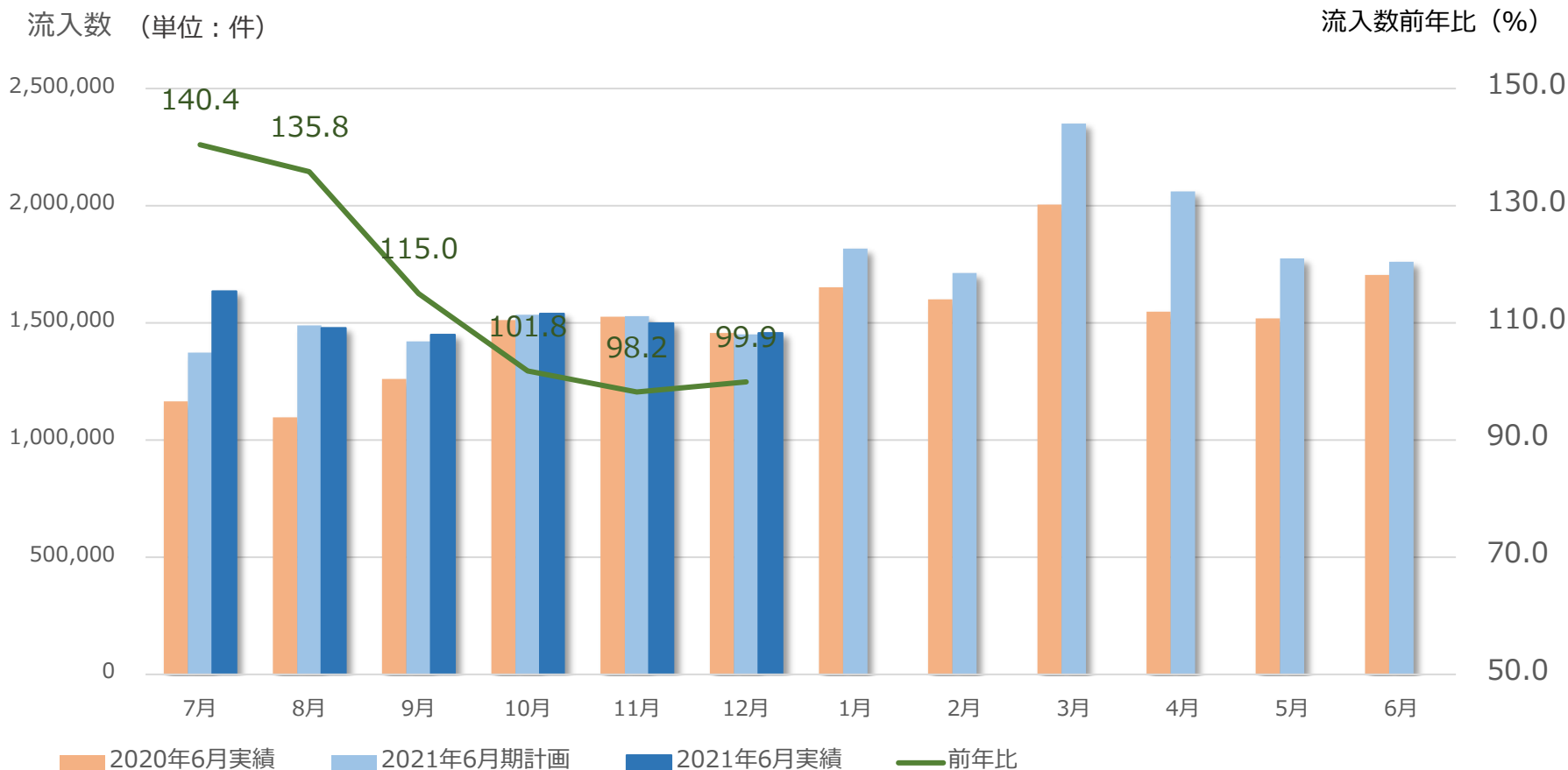


▶前期9月は増税前の駆け込み需要により伸び率は低下しておりますが引き続き、個人需要は拡大傾向が継続しております。

KPI 流入数



ユーザーが当社グループのWEBサイトに訪問した数 906万7,566人 (前年比113.1%)

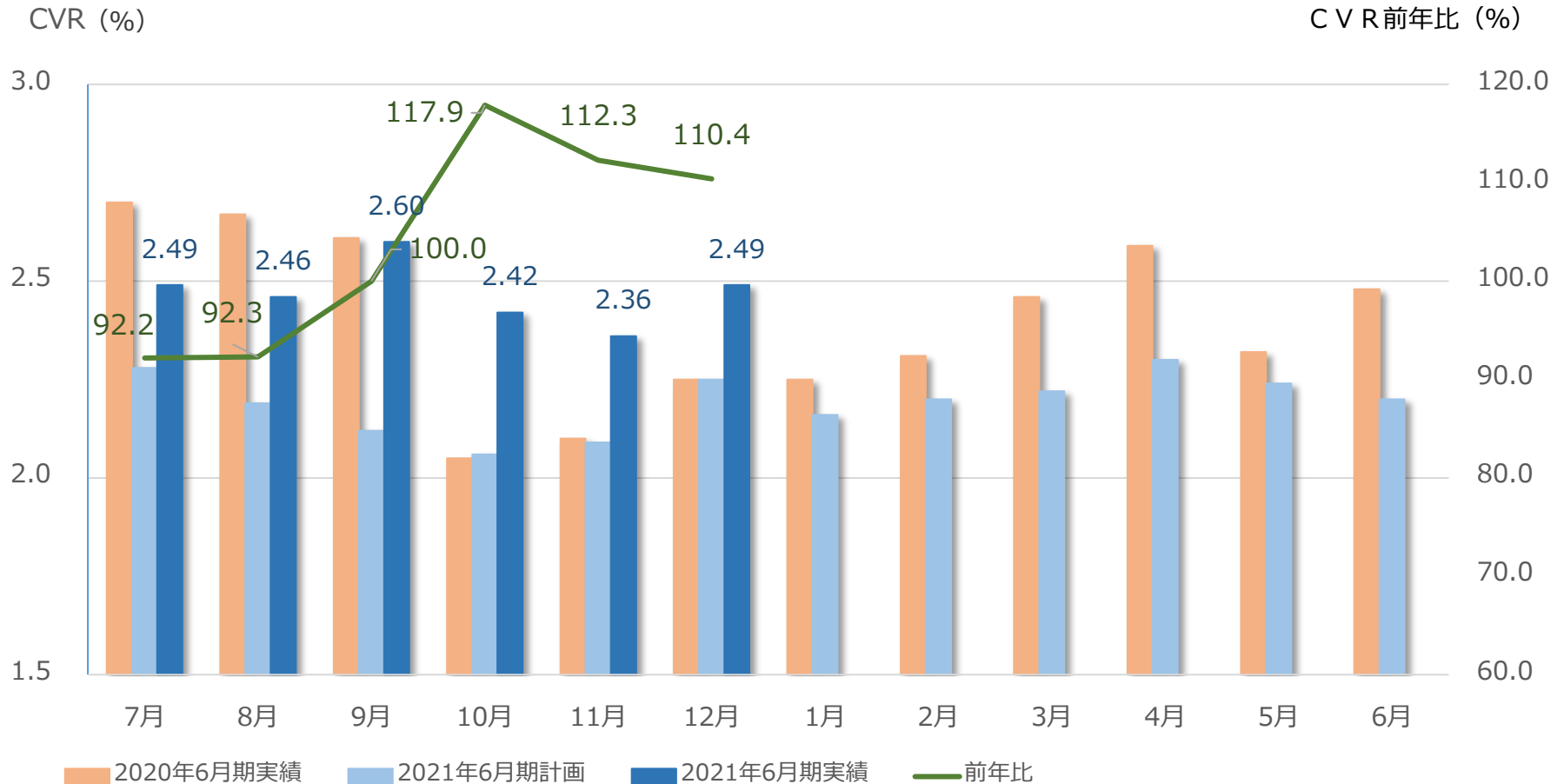


- ▶ 前期9月は増税前の駆け込み需要があったため伸び率が低下
- ▶ キーワード検索順位の安定化とWEB広告によって占有率が向上し流入数は増加
- ▶ 販売系ページ 5,392,196件 前年同期比 18.0%増 820,618件増加
- ▶ 情報系ページ 3,675,361件 前年同期比 6.7%増 230,726件増加

KPI CVR (Conversion Rate)



流入数のうち、購入に至った割合 2.5% (0.1ポイント増加)

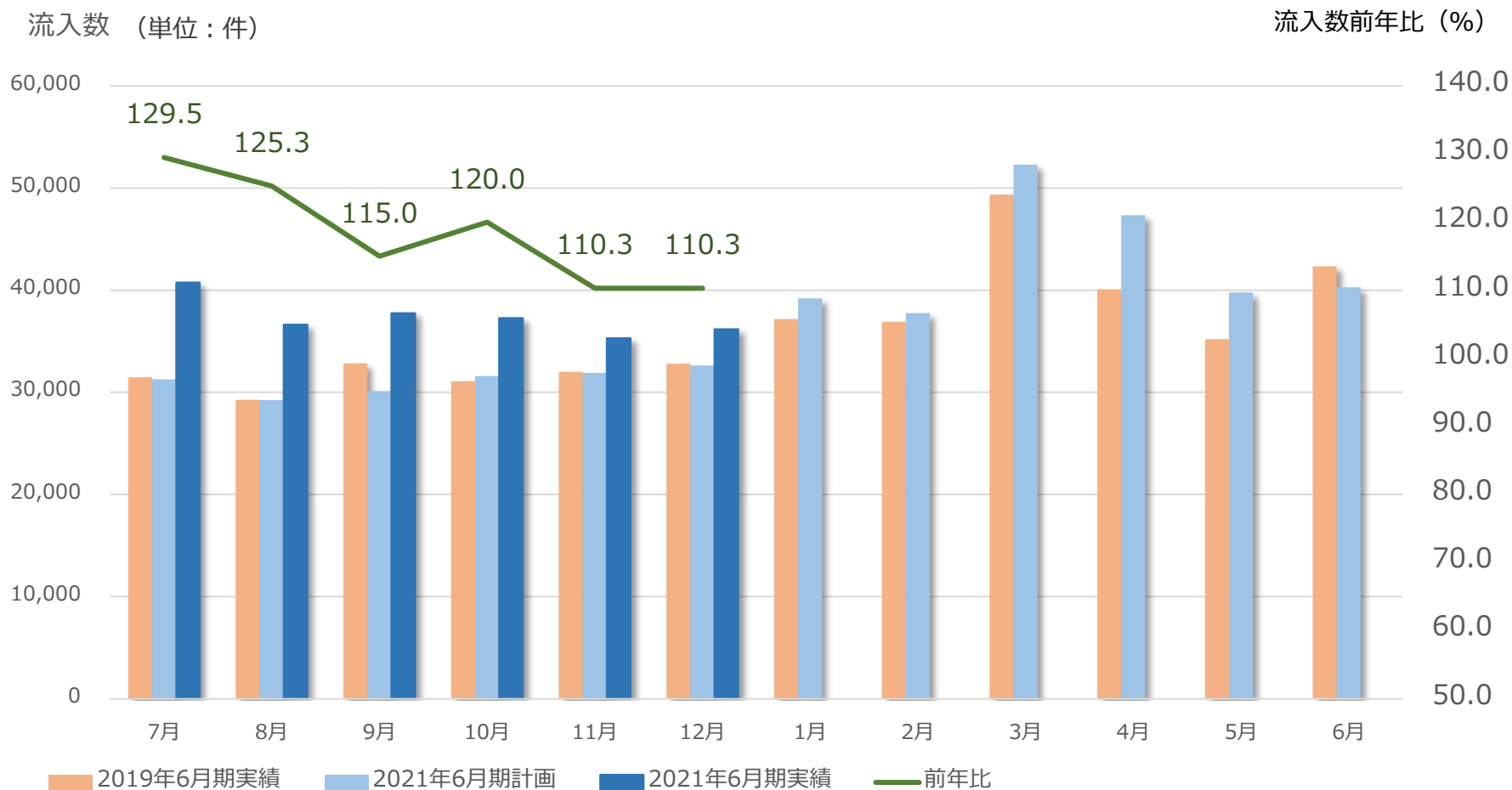


▶ 購入を検討する段階の情報系サイトの流入の伸びが安定したことで、CVRは回復傾向 (参考：情報ページ 0.1% 販売系 3.7%)

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 22万3,965件 (18.2%増)



- ▶ 前期9月は増税前の駆け込み需要があったため伸び率が低下
- ▶ 販売系ページへの流入数が増加及びCVRの改善したため、購入に至る件数も増加

BIGキーワード 検索表示順位



(2021年6月期)

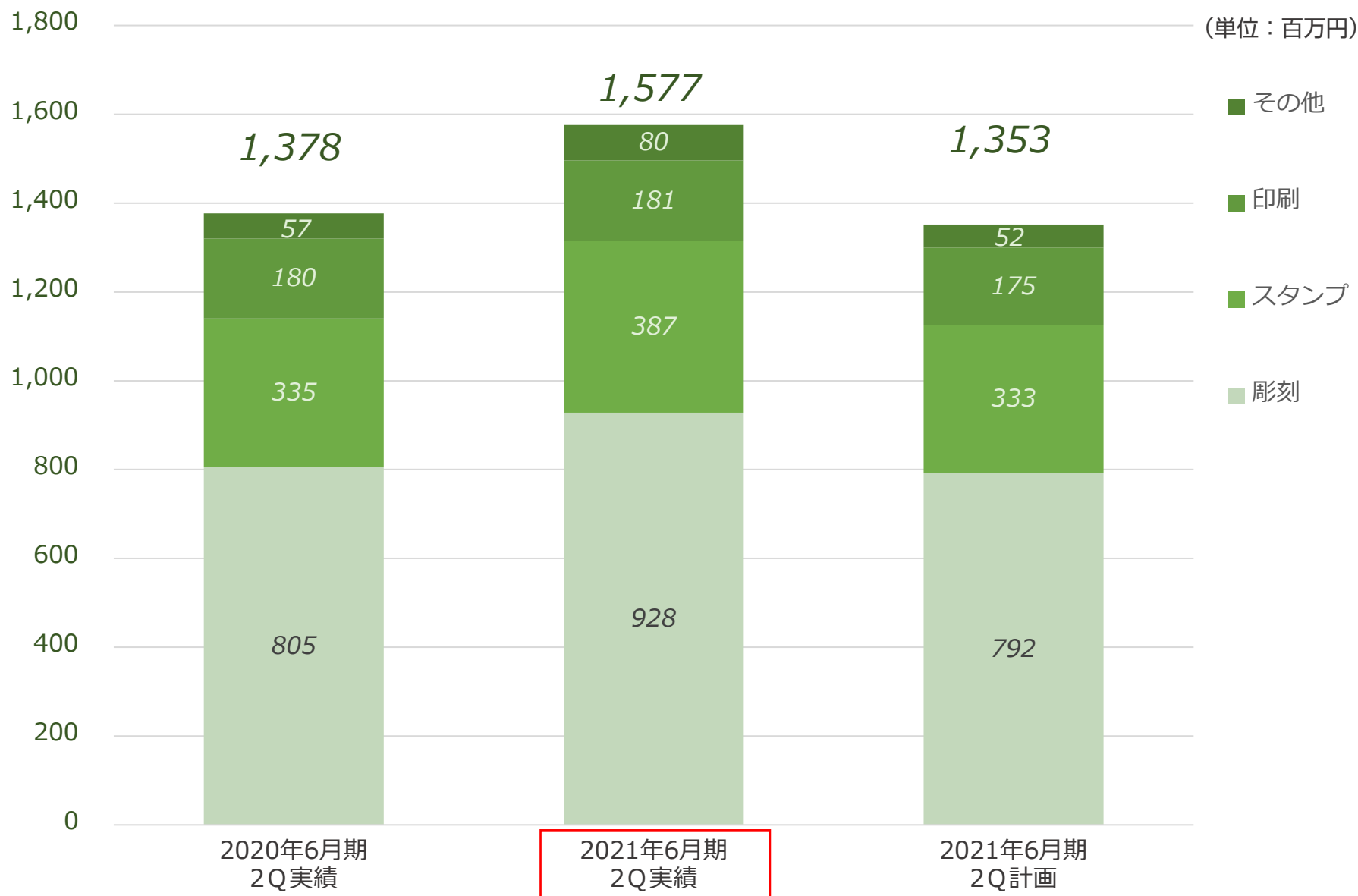
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間平均
印鑑	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0							1.0
はんこ	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0							1.0
実印	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0							1.0
平均	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0							1.0
前年差	Up↑ 1.1	Up↑ 1.3	Up↑ 0.7	Up↑ 0.4	Up↑ 0.2	Up↑ 0.1							Up↑ 0.6

(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	年間平均
印鑑	2.5	2.8	2.3	1.4	1.3	1.2	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.5
はんこ	2.6	3.2	2.0	1.8	1.5	1.2	1.1	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.6
実印	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	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	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.3



E C通販事業 商材区分別売上



2021年6月期第2四半期 業績概要



(単位：百万円)

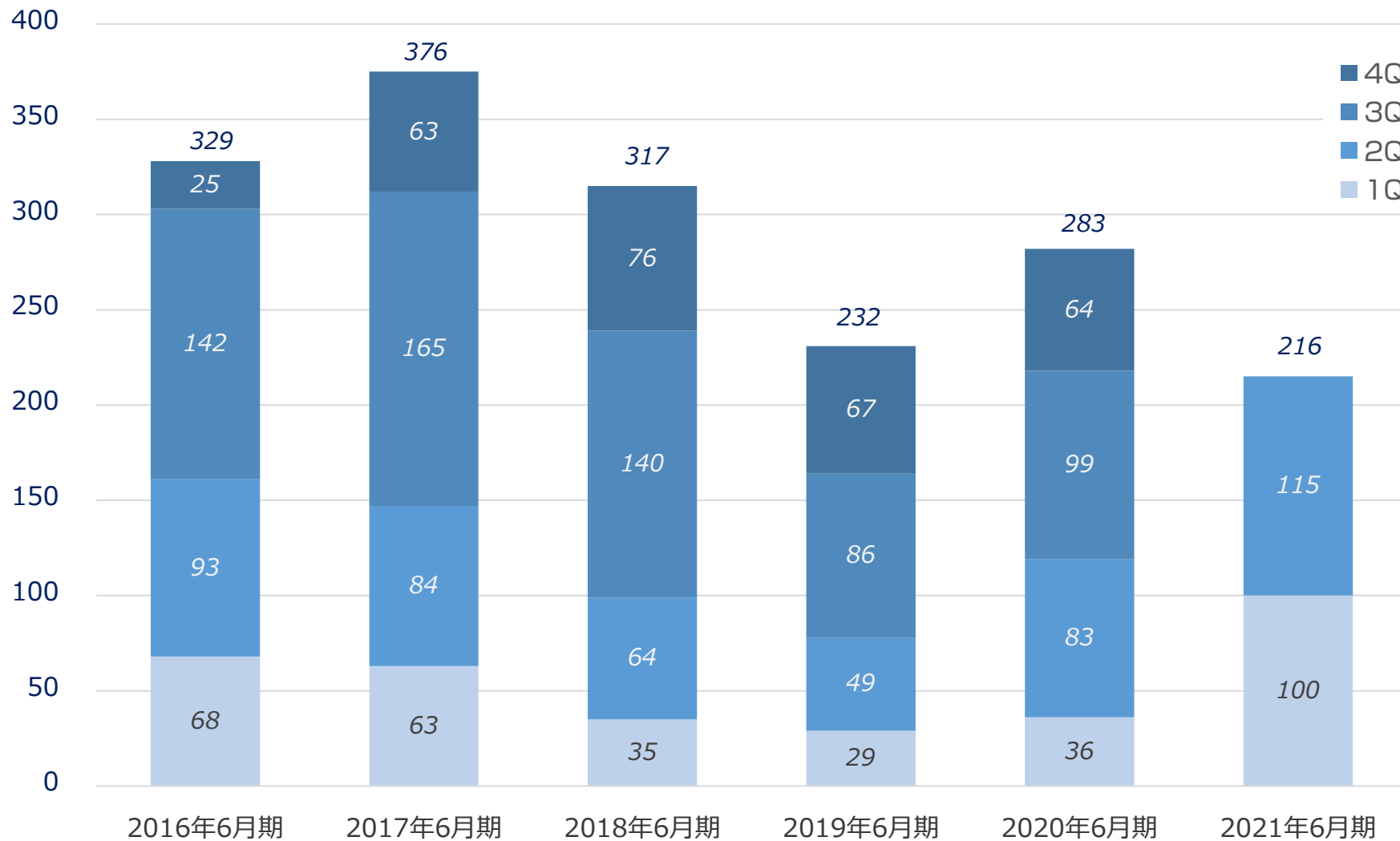
	2020年6月期 2Q	2021年6月期 2Q	前年同期比
売上高	1,378	1,577	114.4%
売上総利益	703	811	115.3%
販売費及び一般管理費	584	595	102.0%
営業利益	119	216	180.5%
経常利益	123	219	177.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	132	145	109.3%

- ▶ 売上高 E C通販事業における販売系サイトへの流入数の増加（前期比18.0%増）に伴い、販売客数が増加（前期比18.3%増）したことにより売上高が増加。客単価は微減（前期比2.5%減）。
- ▶ 販売費及び一般管理費 売上増加による決済手数料の増加、サーチワード広告費の増加。但し、広告等の直接販売費比率は1.3%改善。
- ▶ 四半期純利益 法人税等74百万円。前期は特別利益50百万円を計上。

営業利益の推移



(単位：百万円)



季節変動要因



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。2020年6月期の変動推移は以下のとおりです。

	2020年6月期連結会計年度(自 2019年7月1日 至 2020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)	616	762	818	696	2,894
構成比 (%)	21.3	26.3	28.3	24.1	100.0
営業利益 (百万円)	36	83	99	64	283
構成比 (%)	12.9	29.3	35.0	22.8	100.0

連結貸借対照表



(単位：百万円)

	2020年6月期末	2021年6月期 第2四半期末	増減額
流動資産	1,671	1,847	+176
固定資産	425	439	+13
資産合計	2,096	2,287	+190
流動負債	356	403	+46
固定負債	77	76	△1
純資産	1,662	1,807	+144
負債・純資産合計	2,096	2,287	+190

- ▶ 流動資産 現金及び預金 215百万円、原材料及び貯蔵品 18百万円増加、
売掛金 32百万円、商品及び製品 12百万円減少
- ▶ 固定資産 有形固定資産 2百万円、無形固定資産 10百万円増加
- ▶ 純資産 四半期純利益 145百万円増加

キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)

	2020年6月期 第2四半期	2021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	165	247	+82
投資活動による キャッシュ・フロー	△5	△32	△26
財務活動による キャッシュ・フロー	—	△0	△0
現金及び現金同等物の増減額	159	215	+55
現金及び現金同等物の期末残高	1,128	1,471	+342

- ▶ 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 219百万円
- ▶ 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 25百万円

3 2021年6月期業績予想

2021年6月期連結業績予想



(単位：百万円)

	2020年6月期 実績	2021年6月期 計画	前年同期比
売上高	2,894	2,928	101.2%
売上総利益	1,536	1,545	100.5%
販売費及び一般管理費	1,253	1,291	103.0%
営業利益	283	253	89.6%
経常利益	297	254	85.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	249	157	63.1%

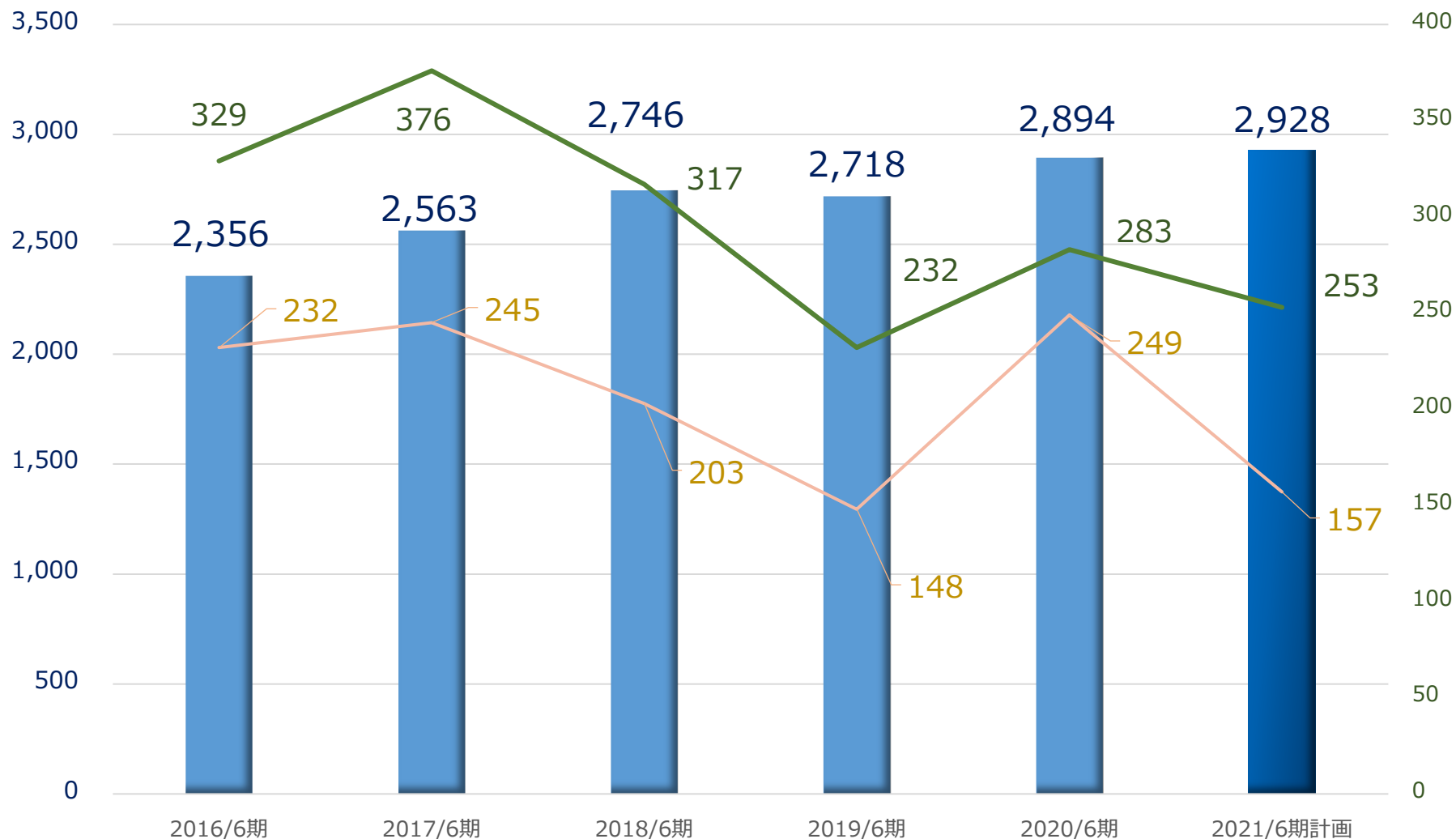
- ▶ 売上高 流入数前期比11.5%増、CVR前期比0.2%減、客単価前期比1.4%減を見込んでおります。
- ▶ 販売費及び一般管理費 ブランディングプロモーション費用として13百万円を見込むものの、販売費前期比1.9%減、人件費前期比6.4%増

2021年6月期連結業績予想



売上高／営業利益／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

4 今後の成長戦略

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）
ブランドイメージ強化と購入体験のさらなる向上 |
| はんこ工房KAGURAサイト | 新たな客層の獲得のための施策
お手ごろ価格帯のプライスゾーン
お客様の新しい関心を惹きつける商品を展開 |

▶ 商品展開

- 顧客ニーズに合わせた商品の拡充
- ノベルティー商品の強化

▶ 専門店サイトの新設

- お客様の社名・名前を扱うことにこだわった名入れ販促品専門サイト
- オープン後の順位施策や商品の見直し等の展開など
- （公開済：トートバック、タンブラー 予定：ボールペン、ほか文具など）

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）、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

社内運用比率の拡大と最適化、流入経路の多様化によるバランス運用

▶ サイト改善

顧客ニーズに適應した商品開発とサイトのグルーピング化の実施

▶ 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・雑誌）

マーケティング施策

▶ブランディング強化の企画内容

2021年1月～6月の予定

- YouTube広告
- FMラジオ
- BSテレビ
- CSテレビ
- 雑誌

合計 32百万円

前期2020年1月～6月実績

- はんこサミット
- FMラジオ
- Tver
- NewsTV
- 梅田駅デジタルサイネージ

合計 40百万円

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
感染症の拡大や自然災害等の発生時に事業活動が停止しない仕組みの構築

デバイス毎の「使いやすさ」を追求したEC通販機能の充実

住所印のご注文

印面内容をご入力いただくと、プレビュー表示されます。確認画面で表示したままでお作り致します。

作成イメージ 実寸ではありません

大阪市西区靱本町一丁目13番1号
株式会社 ハンコヤドットコム
代表取締役 藤田 優
TEL 06-6225-2110 FAX 06-6225-2133

書体を選ぶ

一段目

住所 1行 4号：幅 約59 x 高さ4mm
大阪市西区靱本町一丁目13番1号

二段目

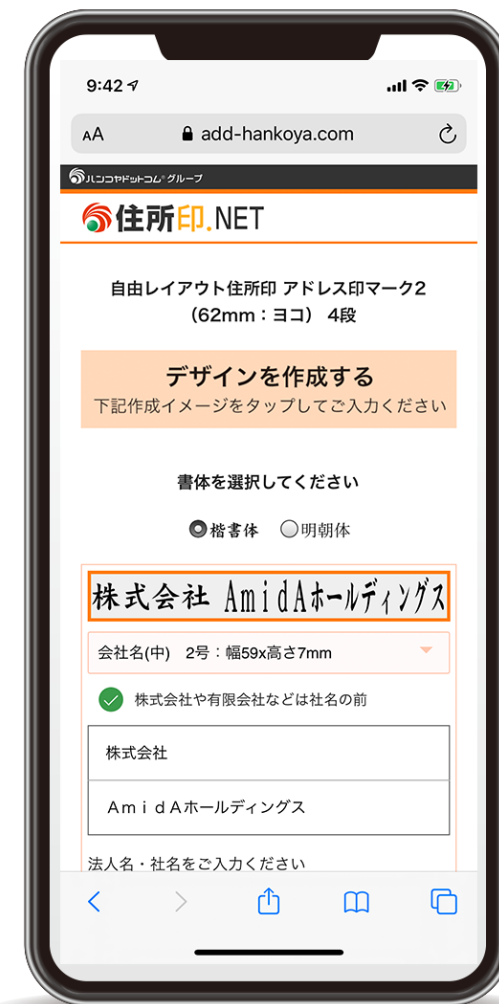
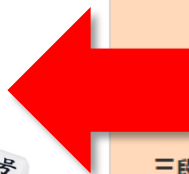
会社名 (小) 3号：幅 約59 x 高さ5mm
 会社形態 株式会社
ハンコヤドットコム

三段目

氏名 (中) 2号：幅 約59 x 高さ7mm
代表取締役
藤田 優

四段目

TEL FAX 4号：幅 約59 x 高さ4mm
06-6225-2110
06-6225-2133



※画像はオンライン製版の入力画面です。

今後の事業成長/ノベルティ販促品の展開



「名入れ」を軸としたノベルティ販促商品の横展開を強化

2020年8月7日
「名入れトートバッグ館」
サイト公開

2021年1月19日
「名入れタンブラー館」
サイト公開

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）

ノベルティ商品の展開
（商品の横展開）

【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

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12月末日現在)
従業員	110名 (連結 2020年12月末日現在)
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

5 参考資料

法人設立数に対する設立セット販売シェア



法人設立登記数	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上半期
2020年度	10,789	9,208	10,062	10,980	9,660		50,699
2019年度	11,155	8,989	8,849	11,033	9,931	9,626	59,583
2018年度	9,911	9,472	8,304	10,361	9,315	9,313	56,676
法人設立登記数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間
2020年度							
2019年度	10,979	8,794	10,558	10,020	7,831	9,332	117,097
2018年度	9,792	8,697	9,366	10,936	10,275	9,883	115,625
法人設立セット販売数	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上半期
2020年度セット数	1,060	954	1,049	1,055	984		5,102
シェア率	9.8%	10.4%	10.4%	9.6%	10.2%		10.1%
2019年度セット数	1,044	890	995	939	970	991	5,829
シェア率	9.4%	9.9%	11.2%	8.5%	9.8%	10.3%	9.8%
2018年度セット数	977	959	886	955	963	904	5,644
シェア率	9.9%	10.1%	10.7%	9.2%	10.3%	9.7%	10.0%
法人設立セット販売数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間
2020年度セット数							
シェア率							
2019年度セット数	1,134	1,015	1,141	850	802	1,021	11,792
シェア率	10.3%	11.5%	10.8%	8.5%	10.2%	10.9%	10.1%
2018年度セット数	964	972	1,231	1,086	1,049	1,093	12,039
シェア率	9.8%	11.2%	13.1%	9.9%	10.2%	11.1%	10.4%

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