

2021年12月期 第2四半期決算説明資料

今期売上高130億円、営業利益16億円と大幅な増収増益を予想
中間決算予想数値も全指標で達成

インパクトホールディングス株式会社
東証マザーズ:6067
2021年8月13日

1

店舗DBの本格投入、迅速なコロナ対応により売上高・営業利益とも過去最高

※ 詳細はP4～22を参照

- ▶ AI機能を搭載した店舗DBの本格投入によりサービスの付加価値が高まり、案件受注率・収益率が向上
- ▶ 需要が高い事業へ経営資源(人・モノ・資金)を集中させたことで、グループ全体での販管費圧縮やコロナ禍での事業成長を促進
- ▶ 前期からグループ全体で正社員約50名のグループ会社間人事異動を実施

2

2021年12月期 通期業績予想は、連結売上高130億円、営業利益16億円

※ 詳細はP7を参照

- ▶ 飲食店を中心としたコロナ対策「第三者認証制度」審査代行、コロナワクチン接種会場への人材派遣等、自治体案件からの受注好調
- ▶ 付加価値の高いオンラインサインージ、非販促領域での受注増、オンラインASPサービス利用料とともに収益を牽引
- ▶ 飲食チェーン向けDX推進の一環として開始したテーブルトップオーダー端末の受注拡大を見込む

3

グループ内事業・組織再編「株impact connect」を設立 ※2021年8月30日～

※ 詳細はP29、30を参照

- ▶ 店頭販促のプランニング及び店頭販促と連動したデジタルマーケティング事業を展開する「株impact connect」を設立
- ▶ 店舗DBを基軸に店頭販促の企画立案から店頭実現までをグループ内でワンストップで行う“店頭データマーケティングカンパニー”を目指す

4

インド事業は、投資持分を全額減損処理しているため、当面の間業績にはプラスもマイナスも影響はない

※ 詳細はP35～38を参照

- ▶ 新型コロナウイルス感染拡大が収束するまでの当面の間は、コンビニへの業態転換に係る投資を控え、業態転換前のコーヒー豆販売事業の継続による資金繰りの改善及びコンビニ事業の収益改善を通じて早期の黒字化を目指す

1 2021年12月期 第2四半期決算概要

2 店舗DB

3 ESG経営、SDGsへの取り組み

4 事業トピックス

5 インド・コンビニ事業 直近の動向と計画

6 株主還元方針

7 会社概要

1

2021年12月期 第2四半期決算概要



PISTA
field tracking solution

第2四半期累計期間の連結売上高は5,976百万円(YoY +30.0%)で過去最高を更新
また、連結営業利益は682百万円(YoY +116.1%)で過去最高益

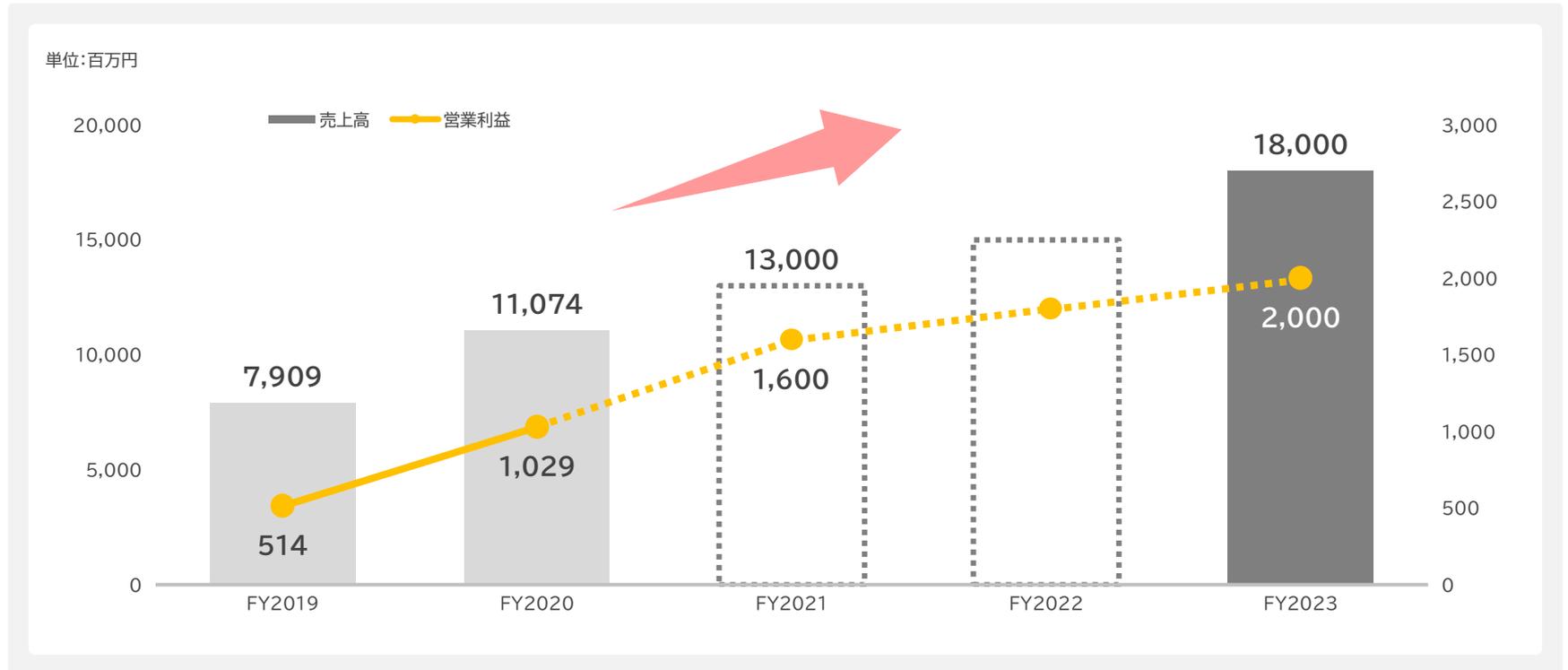
AI機能を搭載した店舗DBの本格投入によりサービスの付加価値が高まり、案件受注率・収益率が向上
また、需要が高い事業へ経営資源(人・モノ・資金)を集中させたことで、グループ全体での販管費圧縮やコロナ禍での事業成長を促進
前期からグループ全体で正社員約50名のグループ会社間人事異動を実施

単位:百万円 (構成比)	FY2019 2Q累計	FY2020 2Q累計	FY2021 2Q累計	YoY (前年同期比)
売上高	3,428	4,596	5,976	+30.0%
営業利益	105 (3.1%)	315 (6.9%)	682 (11.4%)	+116.1%
経常利益	-700 (- %)	142 (3.1%)	672 (11.2%)	+373.0%
当期純利益	-1,881 (- %)	67 (1.5%)	441 (7.4%)	+558.0%

第2四半期累計期間の業績予想に対して、売上高+4.8%、営業利益+13.7%で着地し、好調に進捗
 通期業績予想に対する進捗率は、売上高45.9%、営業利益42.6%で順調に推移

単位:百万円 (構成比)	FY2021 2Q累計予想	FY2021 2Q累計	2Q累計予想比	FY2021 通期業績予想	進捗率
売上高	5,700	5,976	+4.8%	13,000	45.9%
営業利益	600 (10.5%)	682 (11.4%)	+13.7%	1,600 (12.3%)	42.6%
経常利益	550 (9.6%)	672 (11.2%)	+22.1%	1,450 (11.1%)	46.3%
当期純利益	350 (6.1%)	441 (7.4%)	+26.0%	930 (7.1%)	47.4%

中期経営計画は、2023年12月期に売上高180億円、営業利益20億円
 売上高、営業利益が良好に推移しているため、計画の前倒し及び新たな5ヶ年の中期経営計画の策定を視野に入れている

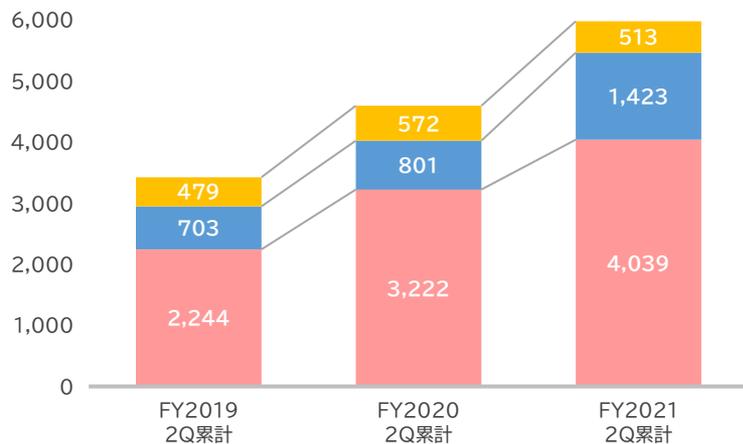


HRソリューション事業、IoTソリューション事業の増収増益が大きく寄与し、グループ全体として大幅な増収増益となった

【売上高】

単位:百万円

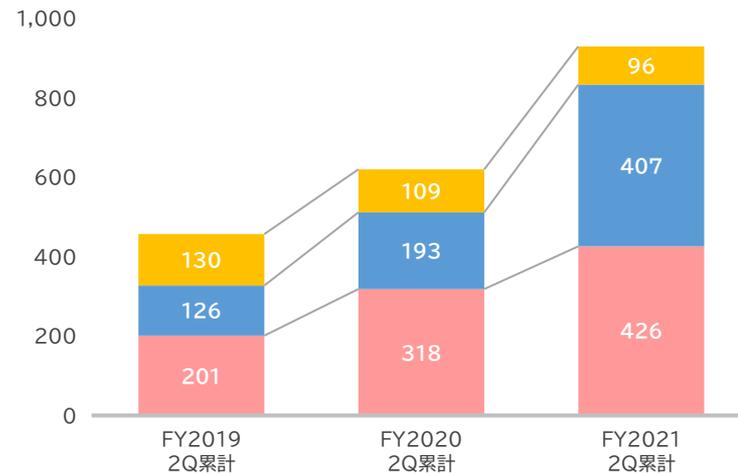
■HRソリューション ■IoTソリューション ■MRソリューション



【営業利益】

単位:百万円

■HRソリューション ■IoTソリューション ■MRソリューション



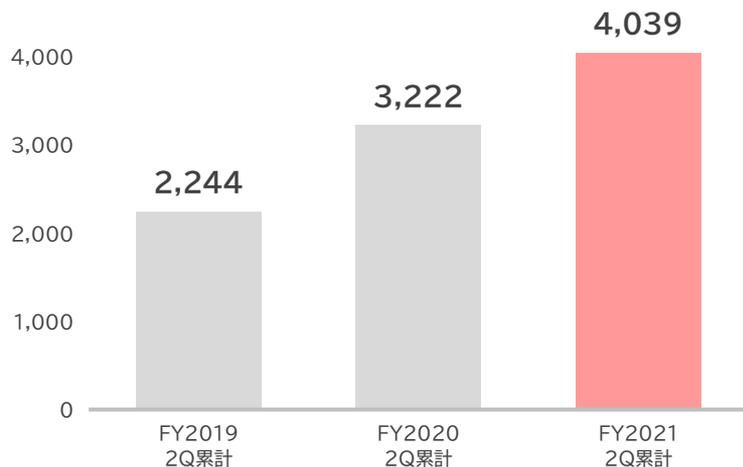
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

試食・試飲販売員派遣(マネキン)事業は、前期から取り組んでいた事業体制の整備と最適化により赤字幅を圧縮し、通期では黒字化の見通し
 ラウンダー事業は、店舗DBの本格投入によりサービスの付加価値が向上し、案件受注率・収益率が高まり、コロナ禍でも事業基盤を拡大

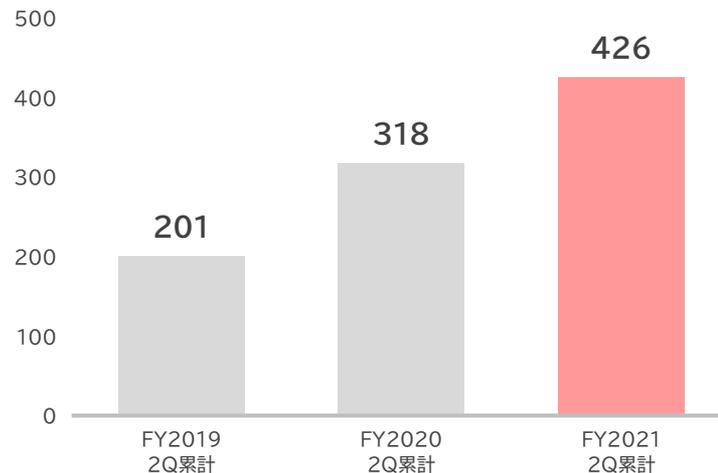
【売上高】 YoY 25.3%増

単位:百万円



【営業利益】 YoY 33.7%増

単位:百万円



※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

コロナ対策「第三者認証制度」の波及に伴い、店舗・施設の認証審査代行の依頼増加
全国28万人のメディアクルー(登録スタッフ)とこれまでの店舗巡回や調査ノウハウ・実績を活かし、高難易度案件の垂直立ち上げを実現

【コロナ対策「第三者認証制度」審査代行】



【認証基準の項目例（一部抜粋）】

- ▶ アクリル板等の設置(座席間隔の確保)
- ▶ 手指消毒の徹底
- ▶ 食事中以外のマスク着用の推奨
- ▶ 換気の徹底、CO2センサーの設置

年間50万件を超える店舗巡回実績

- ▶ 様々な業種・業態の店舗巡回をはじめ、店頭調査、売場メンテナンス、販促物設置・チェック、棚替え、新店・改装応援等の業務実績多数
- ▶ スタッフへの教育・研修、業務企画・設計、業務レポート管理等、独自のノウハウを蓄積

全国28万人のメディアクルー

- ▶ 全国28万人の人材ネットワークを活かし、適材適所に合ったスタッフを手配
- ▶ 単なる人材派遣ではなく、様々な業種・業態の店舗巡回や調査経験があるスタッフを採用
- ▶ 定期的に全国メディアクルー懇親会や座談会を開催し、モチベーションを管理

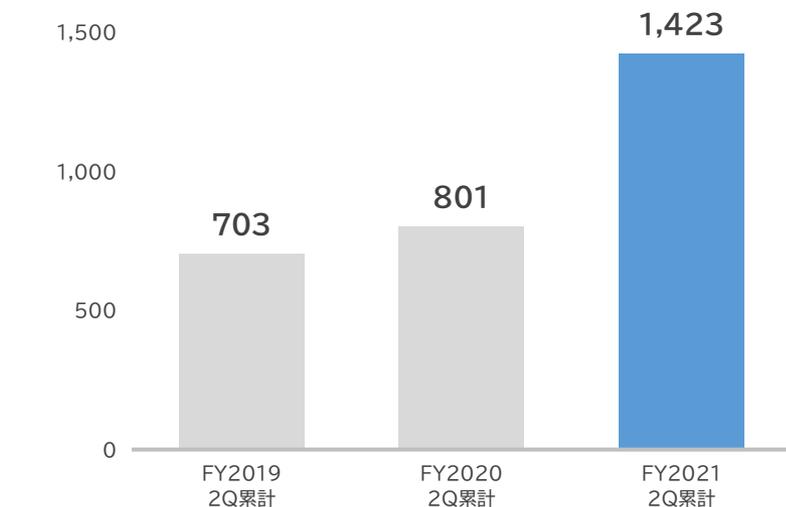
メディアクルー認定制度(理念共有型フラッグクルー)

- ▶ レポートの質、業務実施店舗数等を基にフラッグクルー(優良スタッフ)として認定
- ▶ 当社グループの理念や考え方を深く理解したフラッグクルーが約1,200名在籍
- ▶ 経験豊富なフラッグクルーが、他のメディアクルーのフォローや現場でのディレクション、店舗様との良好な関係を構築

高付加価値商材であるオンラインサイネージの需要が更に高まり、過去最高となる売上高14億円、営業利益4億円を記録
第3四半期以降も、店頭販促のDX推進を支援し、更なる成長を図る

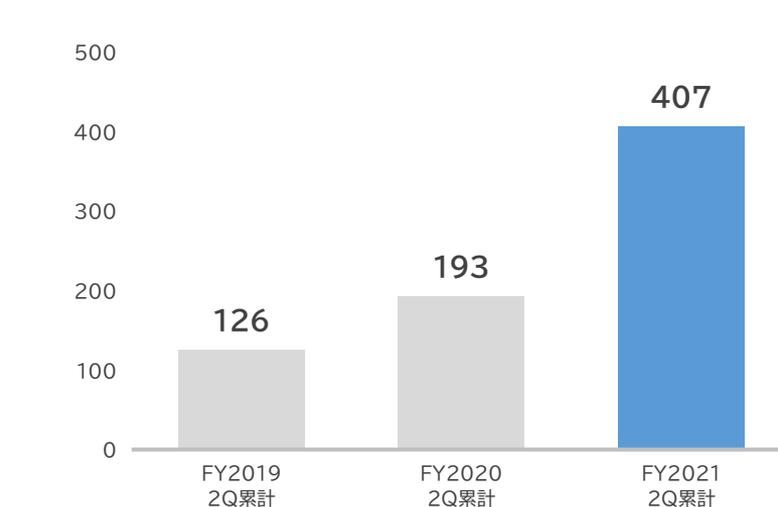
【売上高】 YoY 77.6%増

単位:百万円



【営業利益】 YoY 110.4%増

単位:百万円



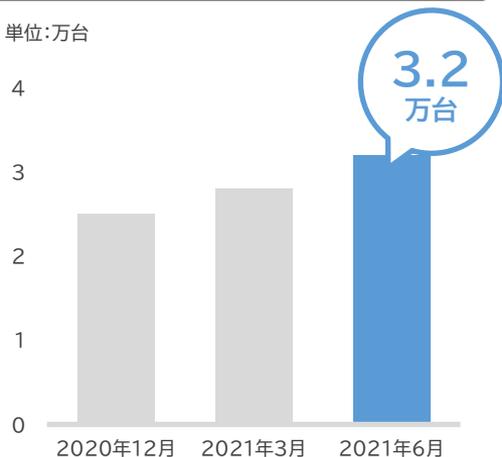
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

オンラインサイネージ稼働台数が3.2万台に到達、2021年12月末に4万台を目標に導入を促進
 オンラインASPサービス利用料のストック収益が着実に成長しており、今期も更に成長する見込み

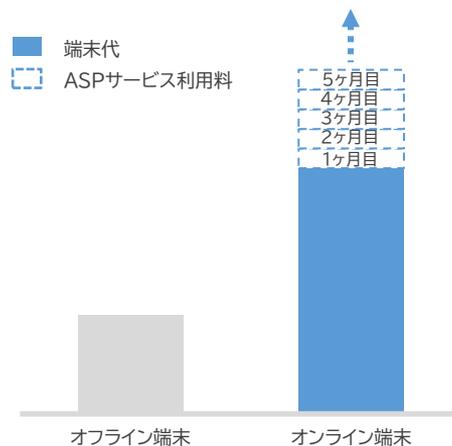
オンラインサイネージ稼働台数

単位:万台



- ▶ コロナ禍で店頭ツールのDX化が急加速
- ▶ 遠隔地から店頭の映像コンテンツ切り替えができるオンラインサイネージへの関心が急伸

オンラインサイネージ収益モデル



- ▶ オフライン端末と比較すると単価は約2~3倍
- ▶ 「ASPサービス利用料 × 契約台数」が月額ストック収益となる

オンラインサイネージ導入事例

食品メーカー様

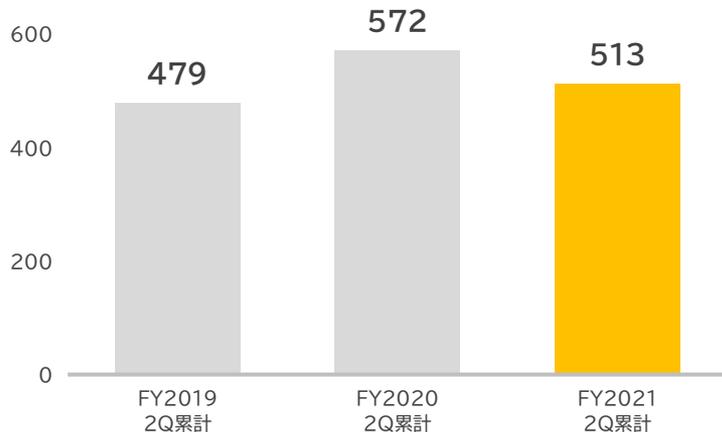


- ▶ 店頭販促のDXを推進、出荷台数は260台
- ▶ オンタイムで動画コンテンツを更新
- ▶ 人感センサーを有効活用した店頭オリジナルの動画コンテンツにより視聴率アップ

コロナ禍で影響を受けながらもコンプライアンス調査やホームユーステストの大型案件の積み上げはあったが減収減益で着地
緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等による影響が残るも、飲食・娯楽系以外の調査案件は回復基調

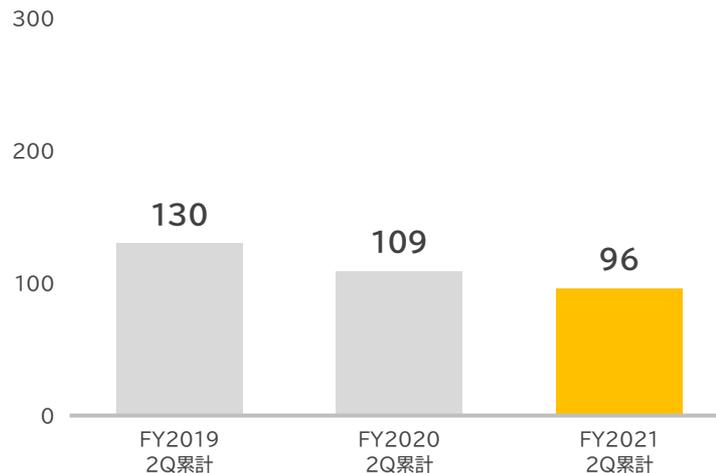
【売上高】 YoY 10.2%減

単位:百万円



【営業利益】 YoY 11.8%減

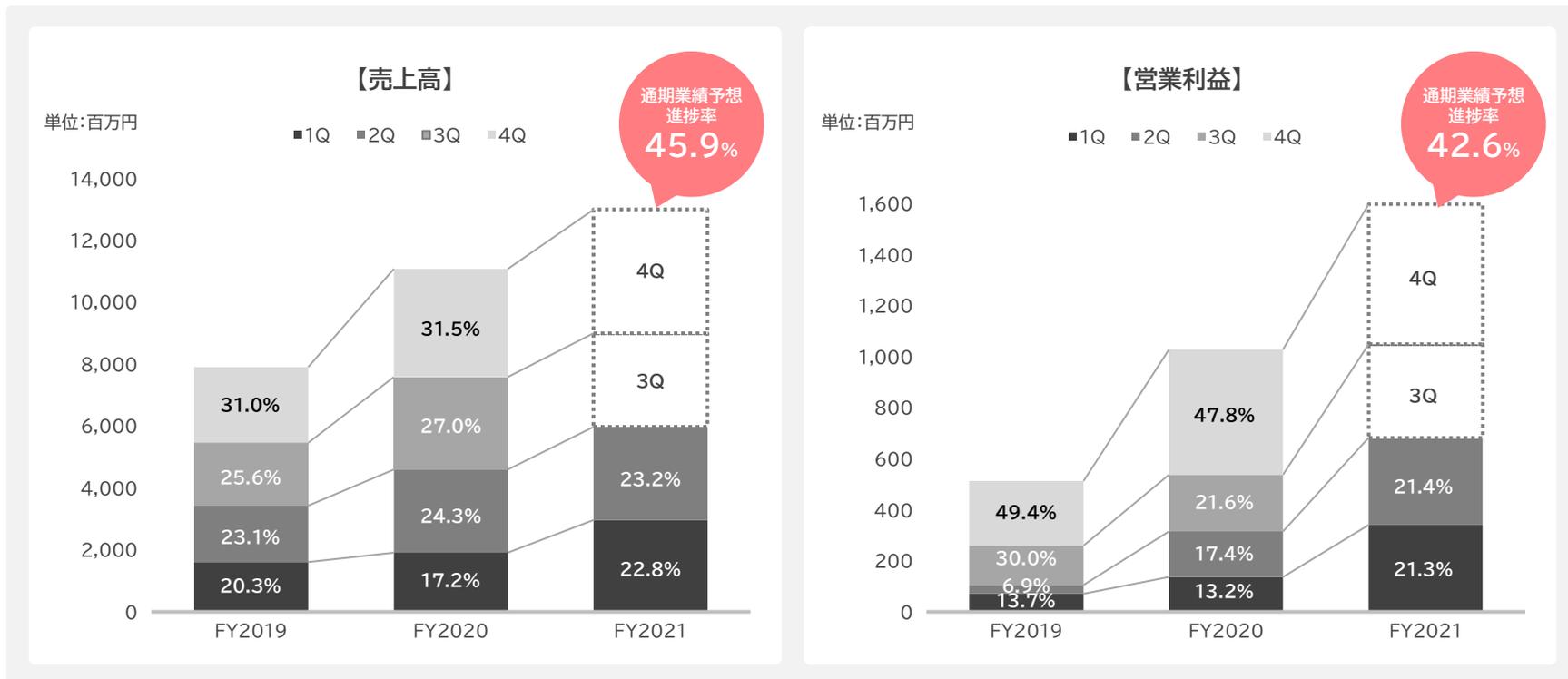
単位:百万円



※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

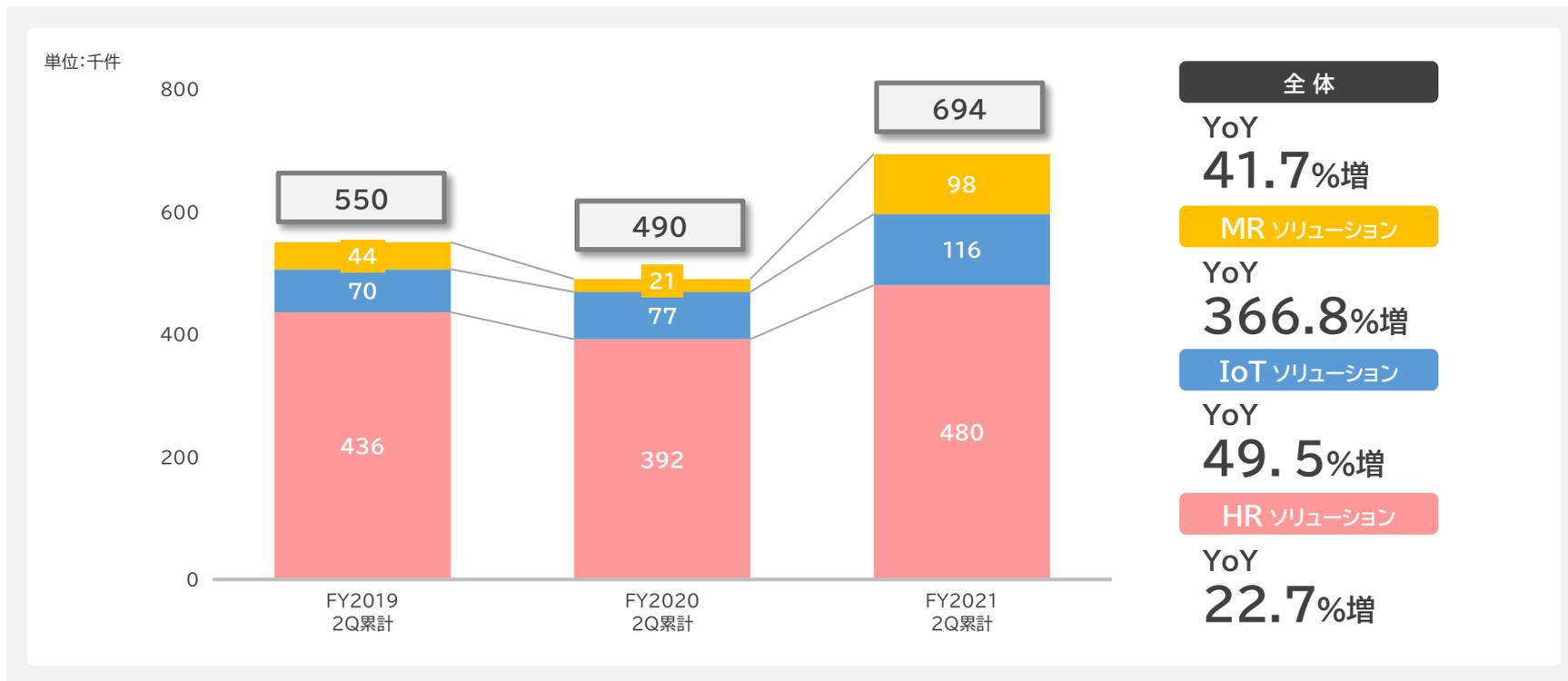
店舗DBの本格投入による提案力向上や、コロナ禍で需要が高い事業に経営資源(人・モノ・資金)を集中させたことが功を奏し、収益率が向上



純資産は2,681百万円から3,169百万円に増加、自己資本比率は31.1%から39.9%へ改善

単位:百万円	FY2020	FY2021 2Q末	増減
流動資産	7,266	6,626	△ 640
固定資産	1,329	1,292	△ 37
資産合計	8,595	7,918	△ 677
流動負債	3,084	2,300	△ 784
固定負債	2,829	2,448	△ 381
負債合計	5,913	4,748	△ 1,165
純資産合計	2,681	3,169	488
資本金	1,727	1,750	23
自己資本率	31.1%	39.9%	8.8%

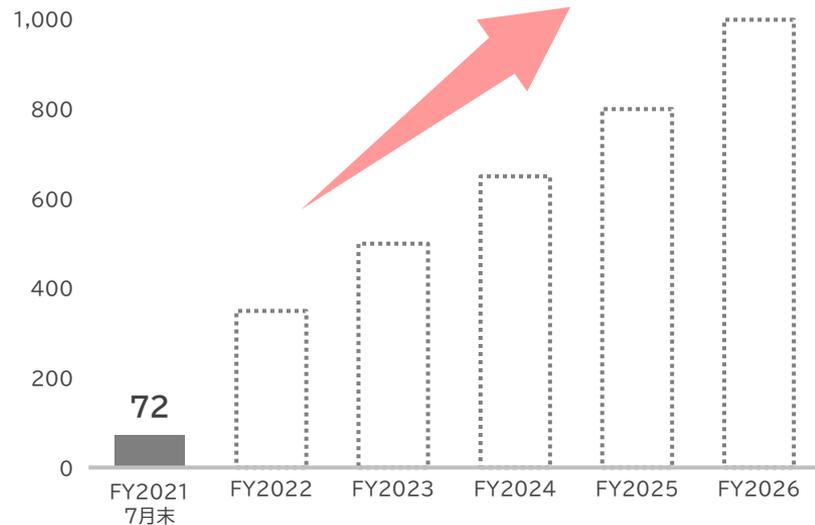
HRソリューション事業、IoTソリューション事業は、コロナ禍前(2019年)と比較しても大幅に伸長
 MRソリューション事業は、低コストで実施できるサンプリング調査「買いタメ」の大型スポット調査受注により稼働件数が366.8%増加



累計店舗DB利用企業数は2021年7月末時点で72社
 当面の間、当社サービスをご利用いただいている企業様に対しては無償で提供
 将来的には月額利用料を設定し、ストック収益モデルへの移行を視野に入れている

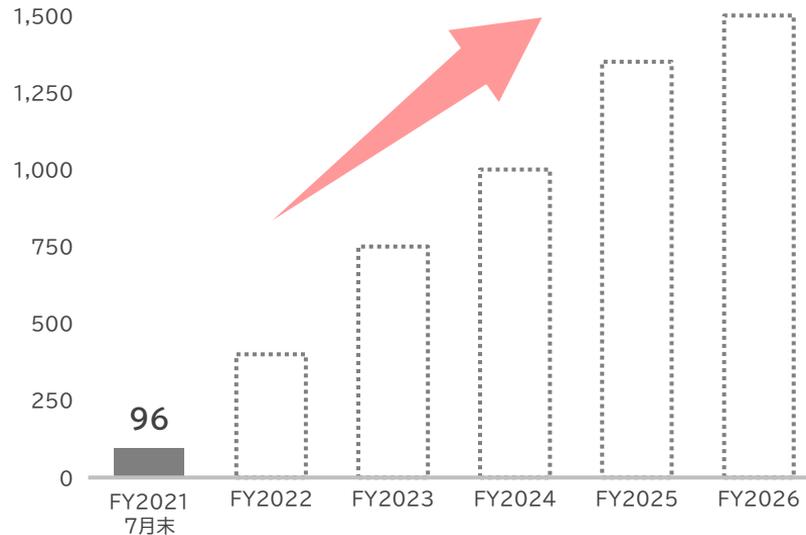
【利用企業数】

単位:社



【データ提供数】

単位:件



2 店舖DB



VPL	1,100	91,476,000				
KZE	1,100	6,347,000				
NAV	8,544	199,200,000				
GOV	4,802	102,248,000	1,426	1,562	1,230	7,264
Tik	890	36,877,000				
WIG	4,290	76,902,000	1,111	1,100	1,100	1,100
AHJ	2,434	57,410,000				

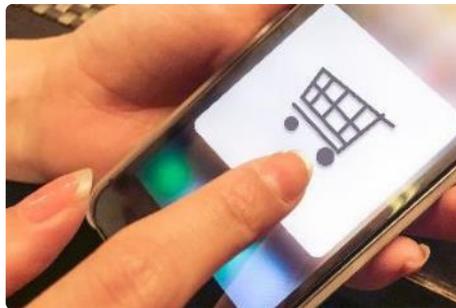
どのような販促プロモーションを行うのかと同様に、どこで販促プロモーションを行うのかが大事な時代より効率的かつ効果的な販促プロモーションが求められる

オーバーストア



- ▶ 流通小売店舗の改廃が世界一多い
- ▶ コンビニ、ドラッグストア等は店舗数が増加
- ▶ 全店舗で販促を行う予算には限界がある
- ▶ 販促効果が常に問われている
- ▶ 少子高齢化による人口減少

ECの台頭、店舗のショールーム化



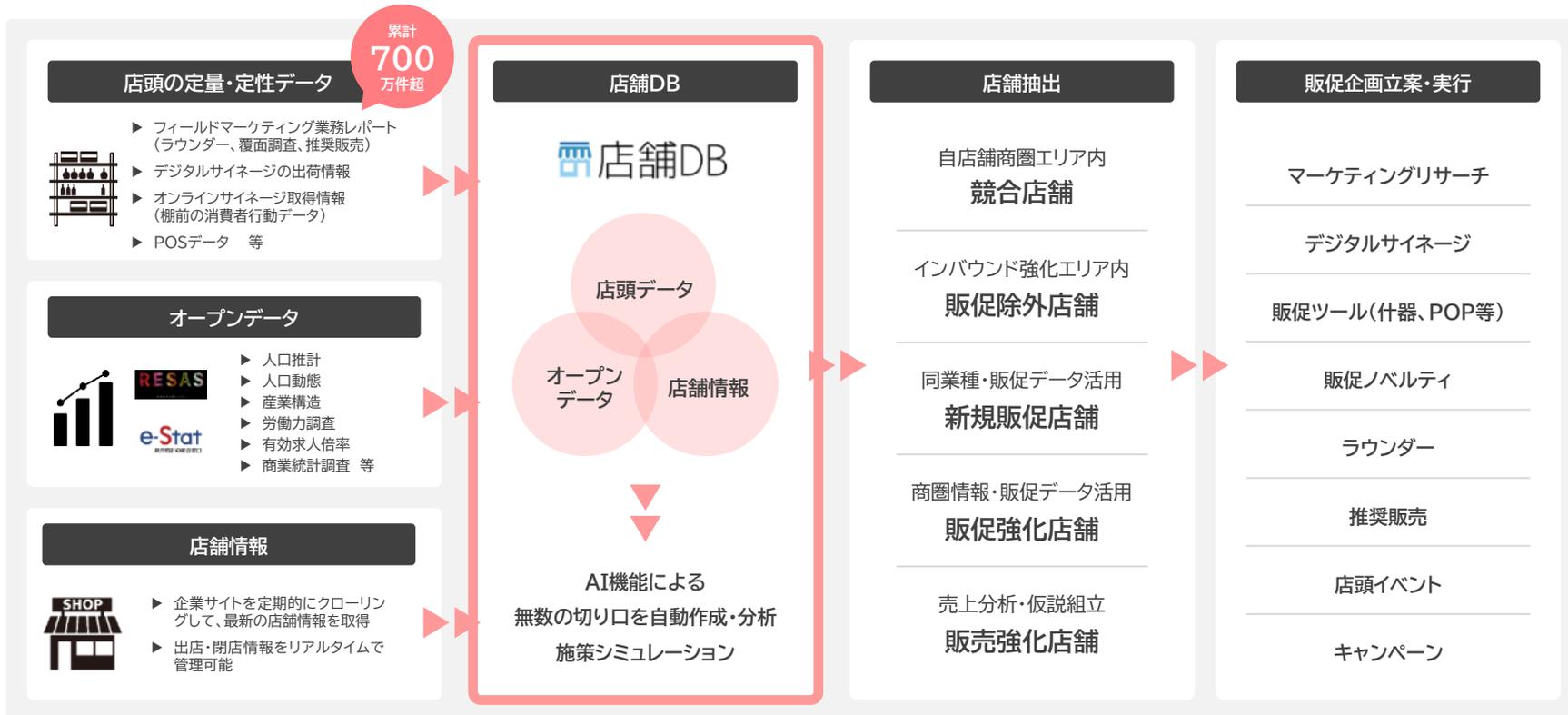
- ▶ リアル店舗の役割が変化
- ▶ コロナ禍でEC利用者が増加傾向
- ▶ ターゲット層と異なる店舗への販促は不要
- ▶ 省人化・非接触販促需要も拡大

コロナ禍で客層・客質・客数が変化



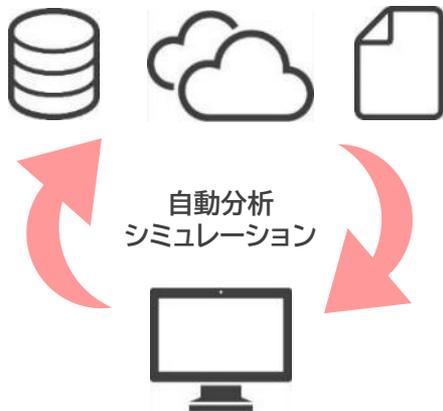
- ▶ コロナ禍で店舗の様相が全く異なっている
- ▶ 客層・客質・客数の変化
- ▶ インバウンド需要の変化
- ▶ 2年前のデータは当てにならない

創業から一元管理している累計700万件を超える店舗の売場・販促活動に関する定量・定性データ、オープンデータ、企業サイトから取得した最新の店舗情報を基に、最適な販促企画立案～実行までをプロデュース



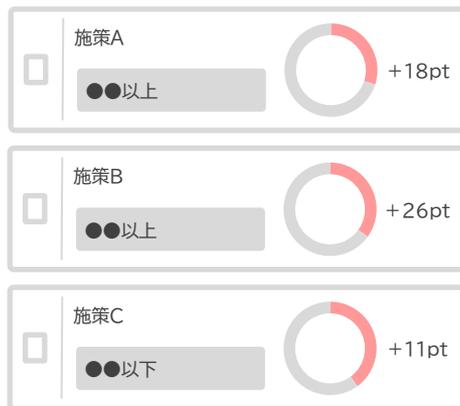
無数の切り口を自動作成し、機械学習で切り口の優先順位付けを行い、効率よく施策を企画・立案
 施策の改善効果をその場で試算することができるため、効果の高い施策に注力することが可能

無数の切り口を自動作成



- ▶ データを統合し、人では考えきれない無数の切り口を自動作成

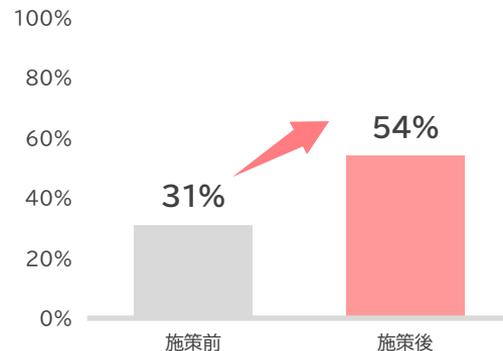
機械学習での優先順位付け



- ▶ 施策の切り口を機械学習で優先順位付け
- ▶ 効率よく打ち手を検討

施策のシミュレーション

月間の巡回数を1回から2回に増やすと
 売上が31%から54%上昇見込み



- ▶ 施策後の改善効果をその場で試算
- ▶ 効果の高い施策に注力

店舗DBを活用し、商品コンセプトやターゲット層、過去の販売実績及び店頭販促実績、課題・ニーズを踏まえて販促効果が高いと見込める店舗を抽出し、店頭販促企画立案～実行までをトータルサポート

定期巡回店舗の最適化

製薬メーカー様



Dgs/SM
101チェーン
1万店舗

【課題・ニーズ】

- ▶ ラウンダーのアウトソーシングに伴い、巡回店舗を効率かつ効果的に回るための店舗を選定したい

【店舗抽出条件】

- ▶ 過去の店舗巡回実績
- ▶ インバウンド強化店舗除外
- ▶ 小規模チェーン(10店舗以下)除外
- ▶ 僻地店舗除外

サイネージを活用した販促強化

食品メーカー様



SM/GMS
103チェーン
700店舗

【課題・ニーズ】

- ▶ 新たにサイネージを活用した売場での販促を検討しているが、どの店舗にサイネージを設置すべきか

【店舗抽出条件】

- ▶ 過去のサイネージ設置実績
- ▶ 過去の店舗巡回実績
- ▶ 30～50代が多く住むエリア
- ▶ 家族世帯が多いエリア

什器を活用した効果的な販促

家電メーカー様



家電量販店
26チェーン
3,000店舗

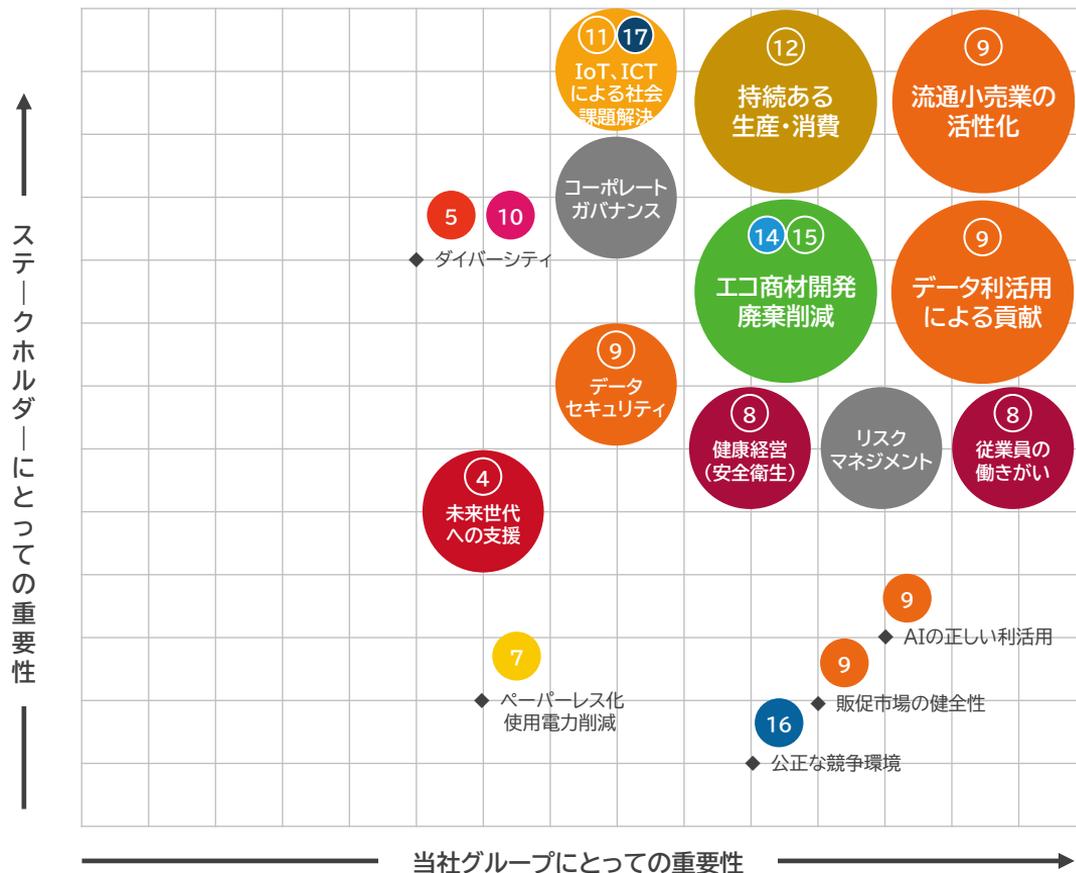
【課題・ニーズ】

- ▶ 新たに什器を製作したが、優先的に什器を設置する店舗を選定したい

【店舗抽出条件】

- ▶ 店舗ランクからAIを活用して店舗抽出
- ▶ 近隣にタワーマンションが多い店舗
- ▶ 過去の店舗巡回実績
- ▶ 30代～50代が多く住むエリア

3 ESG経営、SDGsへの取り組み



数字は持続可能な開発目標(SDGs)の番号ならびにアイコンの色に対応

- 4 質の高い教育をみんなに
- 5 ジェンダー平等を実現しよう
- 7 エネルギーをみんなに、そしてグリーンに
- 8 働きがいも経済成長も
- 9 産業と技術革新の基盤をつくろう
- 10 人や国の平等をなくそう
- 11 住み続けられるまちづくりを
- 12 つくる責任、つかう責任
- 14 海の豊かさを守ろう
- 15 陸の豊かさを守ろう
- 16 平和と公正をすべての人に
- 17 パートナーシップで目標を達成しよう

※ 大きい丸は、当社グループとステークホルダーにとって特に重要であり、注力して取り組むべき領域であると認識されるもの。



※ 数字は持続可能な開発目標(SDGs)の番号ならびにアイコンの色に対応。

店舗DBの活用で店頭販促の最適化・販促物の廃棄ロスを削減し、サステナブルな店頭販促スキームを構築

【当社グループのスタンス】

店舗DBを基に「使われない販促物」のムダを削減し、
メーカーや流通小売業の店頭販促の課題を解決するとともに、
お客様に支持される売場作りを実現



店頭実現率100%、販促費の有効活用(販促物破棄ロス撲滅)

- ▶ 五月雨式に店舗へ送られてくる販促物は約50%は使われないまま破棄されている
- ▶ 店舗DBを基に最適な販促企画立案から店頭実現までをワンストップで支援
- ▶ 販促費のムダを失くし、活かした販促費へ

POSデータからは読み取れない売場状況を可視化

- ▶ 店頭での施策実施可否、課題をレポートシステムを通じてリアルタイムで可視化
- ▶ POSデータからは読み取れない独自の定量・定性データを蓄積
- ▶ 最適な店頭販促施策を導き出すデータの精度を高め、サステナブルな店頭販促へ

店頭販促のDX推進やエコ商材の開発

- ▶ 販促物製作や設置、取り外しといった煩雑なオペレーションをデジタルの力で変革
- ▶ 使われないまま廃棄される販促物を削減し、店頭販促のDXを促進
- ▶ 環境にやさしいリサイクル素材やエコ商材の開発にも注力

4 事業トピックス



1 新会社「(株)impact connect」

2 シナジー営業の推進

3 店頭販促のDX推進

4 双日(株)との事業連携強化

(株)伸和企画を存続会社とし、(株)INSTORE LABO、当社の営業推進部、マーケティング部、店舗DBを吸収合併し「(株)impact connect」を設立
店舗DBを基軸に店頭販促の企画立案から店頭実現までをグループ内でワンストップで行う“店頭データマーケティングカンパニー”を目指す

【当社グループ 主力事業】

- ▶ ラウンダー事業
- ▶ マーケティングリサーチ(覆面調査を含む)事業
- ▶ デジタルサイネージ事業
- ▶ 推奨販売(マネキン)事業
- ▶ セールスプロモーション事業
- ▶ BPO・コールセンター事業

店頭販促支援事業領域では“唯一無二の存在”

【課題】

- ▶ 店頭販促プランニング事業
- ▶ 店頭販促と連動したデジタルマーケティング事業

【解決策(グループ内事業・組織再編)】

- ▶ (株)伸和企画
- ▶ (株)INSTORE LABO
- ▶ 当社 営業推進部、マーケティング部、店舗DB

【会社概要】

新商号	(株)impact connect	
商号変更日	2021年8月30日	
所在地	東京都渋谷区渋谷2-12-19 東建インターナショナルビル6F	
取締役	代表取締役社長	佐野 耕太郎
	代表取締役INSTORE LABO所長	秋田 晃周
	取締役	福井 康夫

単なる受託請負ではなく課題に並走する販促パートナーへ

- ▶ 上流レイヤーから関わりクライアントと共創しながら店頭販促を総合的に支援
- ▶ クライアントの成功体験を支援することで顧客ロイヤリティを向上
- ▶ クライアントの“販促費のムダ”をなくし、最適な店頭販促へ導くとともに、当社グループの事業成長を加速させる

【コーポレートロゴ】



結びつける
3つのC

Client (クライアント)

Channel (流通・店頭)

Consumer (消費者・生活者)

【コーポレートカラー】

株伸和企画のコーポレートカラーを継承。
業界的な流れであるECOやSDGsを意識したナチュラルなカラーを採用。

【ロゴに込めた想い】 ロゴ名称：コネクト・アンサンブル

モノやサービスを消費者に届けるためには、消費者施策だけ、流通施策だけの個別施策だけではなく、モノが届くまでのプロセスを調和をもって展開する必要。その流れをトータルでサポートするという意味をロゴで表現。

※ アンサンブル・・・小人数の合奏・合唱。また、合奏団・合唱団。演奏の調和のぐあい。

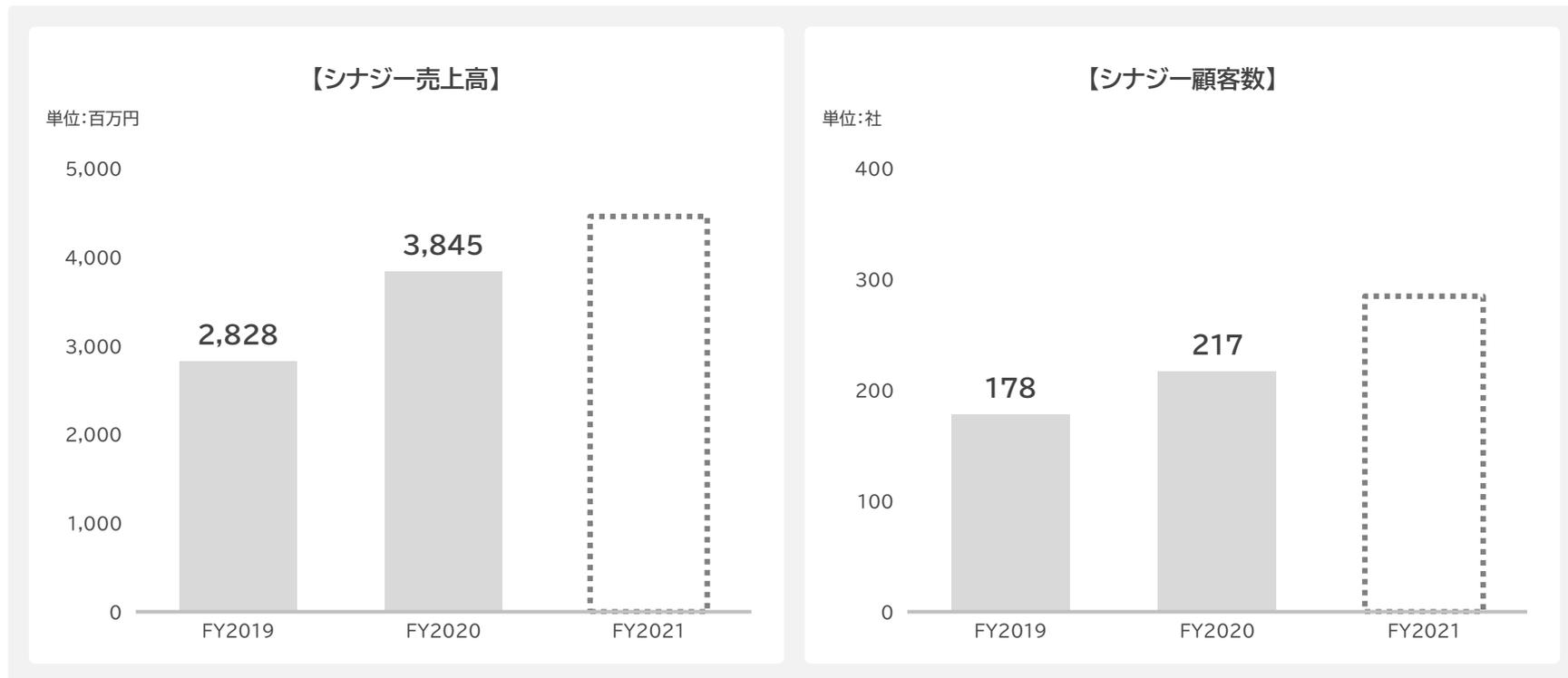
【商号に込めた想い】

impact connectの役割は、様々な人や機能をつなぐことで、クライアントの売上最大化とインパクトホールディングスグループの企業価値最大化を行うこと。

企業と消費者を結び、モノやサービスの価値を届け、売上と上質な買い物体験を提供する。
(企業) ←connect→ (流通) ←connect→ (消費者)

インパクトホールディングスグループの企業、グループ内のノウハウを結び付け、競合他社にはない価値を生み出し、グループの価値を向上させる。

シナジー営業の推進によりグループソリューションのクロスセルが進み、シナジー売上高・顧客数とも伸長



ラウンド業務と連動したデジタルサイネージ、販促ツール製作・管理・配送業務等は好調に推移
シナジー営業の推進で、今後も更なる事業拡大が見込める

オンラインサイネージ × ラウンダー

青果メーカー様



- ▶ オンライン運用での売場の可視化
- ▶ 遠隔での映像コンテンツ更新を実現
- ▶ 設置端末の死活監視・管理が遠隔で可能に
- ▶ サイネージの売場設置・メンテナンスも一括対応

サンプリング × リサーチ

日経メーカー様



- ▶ グループインタビューを基にお客様への確に響くトークスクリプトを作成
- ▶ 綿密な教育でスタッフの接客スキルの平均値を向上

キャンペーン × 覆面調査

大手飲食チェーン様



- ▶ 告知物、店頭装飾ツール製作、物流等一括対応
- ▶ キャンペーン期間中に覆面調査を実施
- ▶ お客様の声を収集
- ▶ 企画や店舗オペレーション等の改善へ繋げる

デジタルサイネージを構成する最新技術や海外生産のノウハウを応用し、店頭販促ツールとしての活用だけでなく、様々な施設や店舗での幅広いニーズにも対応

オンラインサイネージ

大手食品メーカー様



- ▶ マネキンに代わるオンライン配信コンテンツで売場鮮度を向上させる非接触販促ソリューション
- ▶ 商品目のレシピコンテンツ放映でクロス商品の同時購入も誘発、設置店全体での売上拡大へ
- ▶ 顔認識機能を活用した棚前消費者行動データの可視化も可能

テーブルトップオーダー端末(TTO)

大手飲食チェーン様



- ▶ 人的コストの削減や注文プロセスを効率化
- ▶ 端末からお客様自身でオーダーしていただくことにより、オーダーミスを削減
- ▶ 時間帯別や期間限定、新メニュー等、即時に切り替えや反映が可能
- ▶ 多言語対応で訪日外国人にも対応可能

トイレ向け密回避IoTサイネージ

AI、IoTソリューションベンダー様



- ▶ トイレの入退室をドアセンサーで検知し、滞在時間や利用頻度を管理
- ▶ 一定時間以上のトイレ滞在の場合は、利用客の安全確認が可能に
- ▶ トイレ利用時間や頻度等のデータ取得により、より効率的な清掃や備品管理等のオペレーション構築
- ▶ 個室内のサイネージに動画広告の配信も可能

双日株が展開する事業及び取引先に対して、当社グループの店頭販促ソリューションを提供することで、国内及び海外での事業拡大及び販路開拓・拡大を推進

那須ガーデンアウトレットDX化

双日商業開発(株)



- ▶ 那須ガーデンアウトレットで、AIカメラソリューションやデジタルサイネージを活用し、施設内のDX化プロジェクトが本格始動

販売員派遣・店舗運営

双日インフィニティ(株)



- ▶ アパレルブランドの販売員派遣や店舗運営業務移管に向けて、スタッフ採用・教育、オペレーション構築を開始

店頭販促支援

食品メーカー様



- ▶ 商品開発に資する在日外国人を対象としたグループインタビューを実施

流通小売チェーン様



- ▶ 一部エリアでSV代行業務を実施

5 インド・コンビニ事業 直近の動向と計画



1

複数の新しいパートナー候補へアプローチ継続中

2

コロナ禍のため一部店舗のみ短縮営業で営業継続

3

当面の間はコンビニへの業態転換を控え、収益改善を通じて黒字化を目指す

1,400万店舗存在する『キラナ』を近代化させ、インド国内の更なる消費活性化、デジタル経済化を促進
リアル店舗網を活かしながら、インド進出を検討されている日系企業の『日本』と『インド』の架け橋になるべく取り組みを強化

伝統的零細商店『キラナ』の近代化



【キラナの特徴】

- ▶ 全土に推定 1,400万店舗 存在
- ▶ 昔ながらのアナログな経営体制
- ▶ 廃業する店舗も多い
- ▶ IT化に課題が残る

コンビニテック
の活用



【キラナ(インド流通小売業)の近代化】

- ▶ モバイルオーダー
- ▶ スマート決済
- ▶ デリバリー、テイクアウト
- ▶ デジタルデバイス

日系企業の『日本』と『インド』の架け橋



大塚フーズインディア様
(大塚食品㈱様)



マルちゃん味の素インド様
(味の素㈱様と東洋水産㈱様の合併会社)



カイマニュアルファクトリアルインディア様
(貝印㈱様)

新型コロナウイルス感染拡大が収束するまでの当面の間は、コンビニへの業態転換に係る投資を控え、業態転換を一時的にストップ及び販売不振店舗は段階的に閉店し、既存店舗の収益改善に注力

287
店舗

コーヒー豆小売店舗 ※1



カフェ店舗



35
店舗

コンビニ店舗(プレミアム業態、キヨスク業態、オフィス業態、Shop in Shop業態)



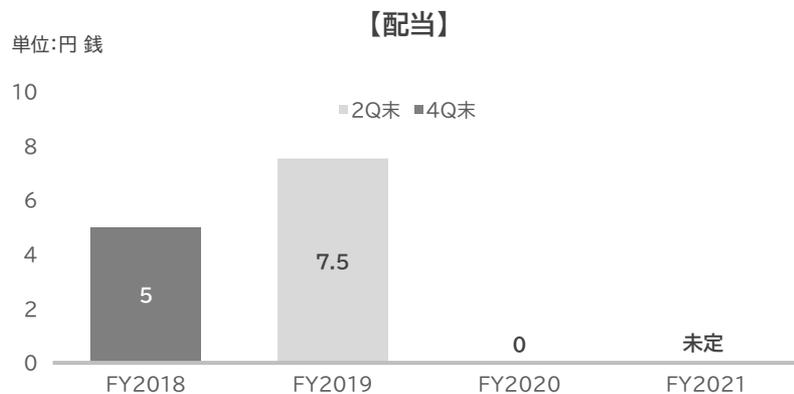
面積	70~150㎡	10~30㎡	~20㎡	~20㎡
SKU数	700~1,500	200~400	100~200	150~300
店舗概要 ※2	アッパーミドル層をターゲットとしたおしゃれな内装に加え、買いまわりの良い導線設計。カウンターフード、加工食品、インポート商品等の関連販売を誘因する施策等も実施。	カウンターフード、インポート商品等、標準店舗の販売構成の高い商品を中心に品揃え。	オフィスビル内に立地し、ターゲットはオフィス内の会社員。軽食、間食需要に対応する菓子類やドリンク類を中心とした品揃え。	カフェ店舗「Café Coffee Day」内に立地し、ターゲットはカフェ利用顧客。菓子類、飲料及び加工食品等、商品回転率が良い商品に特化した品揃え。

※1 コンビニスタイルへ転換が完了していない店舗は、既存店舗として運営を行っております。
 ※2 免許(お酒/タバコ/24H)に関しては、許認可の有無で取扱いがない店舗もあります。

6 株主還元方針



2021年12月期の配当は現時点では未定、株主優待「プレミアム優待倶楽部」は継続



単位:円 銭	年間配当金				
	1Q末	2Q末	3Q末	4Q末	合計
FY2018	-	0.00	-	5.00	5.00
FY2019	-	7.50	-	0.00	7.50
FY2020	-	0.00	-	0.00	0.00
FY2021	-	0.00	未定	未定	未定

【プレミアム優待倶楽部】

株数及び保有期間に応じポイント進呈

ポイント数に応じて商品と交換可能

掲載商品は2,000点以上

【優待商品(一例)】



7 会社概要



事業コンセプト

売場を元気に、日本を元気に、
そして世界を元気に！



経営理念

社会性ある事業の創造

社会性ある事業とは、従業員の幸せを追求すること。世の中の役に立つ仕事をする
こと。従業員の幸せとは、社会貢献を実感し、自己成長を続けつつ、対価としての報
酬を得ること。世の中の役に立つ仕事とは、顧客の期待を超える感動サービスを提
供し、社会に活力を与えること。

インパクトホールディングス メッセージ

お店が良くなれば、お客様も喜ぶ。流通業の発展に寄与することで、社会性ある事
業を創造する。インパクトホールディングスへの想い。インパクトホールディングス
メンバーへの想い。人間性重視の組織を構築する。会社の成長とともに一人ひとり
が自己成長を実現する組織。マネジメントは常に従業員の幸せを考える。そして、流
通業界に新しい風を吹き込むことに挑戦し続けていく。

所在地	東京都渋谷区渋谷2-12-19 東建インターナショナルビル6F
設立年月	2004年2月
資本金	1,750百万円 ※2021年6月末時点
拠点	渋谷本社、札幌、函館、太田、飯田橋、池袋、茅場町、新宿御苑、名古屋、一宮、豊橋、岡崎、多治見、四日市、京都、大阪、箕面、福岡、那覇、名護、上海(中国)、バンガロール(インド)
従業員数	1,025名(うち正社員408名) ※2020年12月末時点
連結子会社	インパクトフィールド株式会社 株式会社RJCリサーチ 株式会社impactTV cabic株式会社 株式会社サツキヤリ ジェイエムエス・ユナイテッド株式会社 ジェイ・ネクスト株式会社 株式会社MEDIAFLAG 株式会社impact connect (2021年8月30日より始動予定) 梅地亚福(上海)管理咨询有限公司 インパクト・リアルティ株式会社
関連会社	Coffee Day Consultancy Services Private Limited FPC株式会社
主要株主	福井康夫/その他役員・従業員 株式会社博報堂DYホールディングス KAPURI SINGAPORE PTE. LTD.(松本智) 共同印刷株式会社 CREDIT SUISSE AG(サリムグループオーナー) 松田公太(タリーズコーヒージャパン株式会社 創業者) 双日株式会社 坂本孝(ブックオフコーポレーション株式会社 創業者)
取引銀行	埼玉りそな銀行 川口支店 みずほ銀行 虎ノ門支店

代表取締役社長 福井 康夫 (ふくい やすお)

生年月日：1968年5月27日

最終学歴：早稲田大学法学部 卒業



略歴

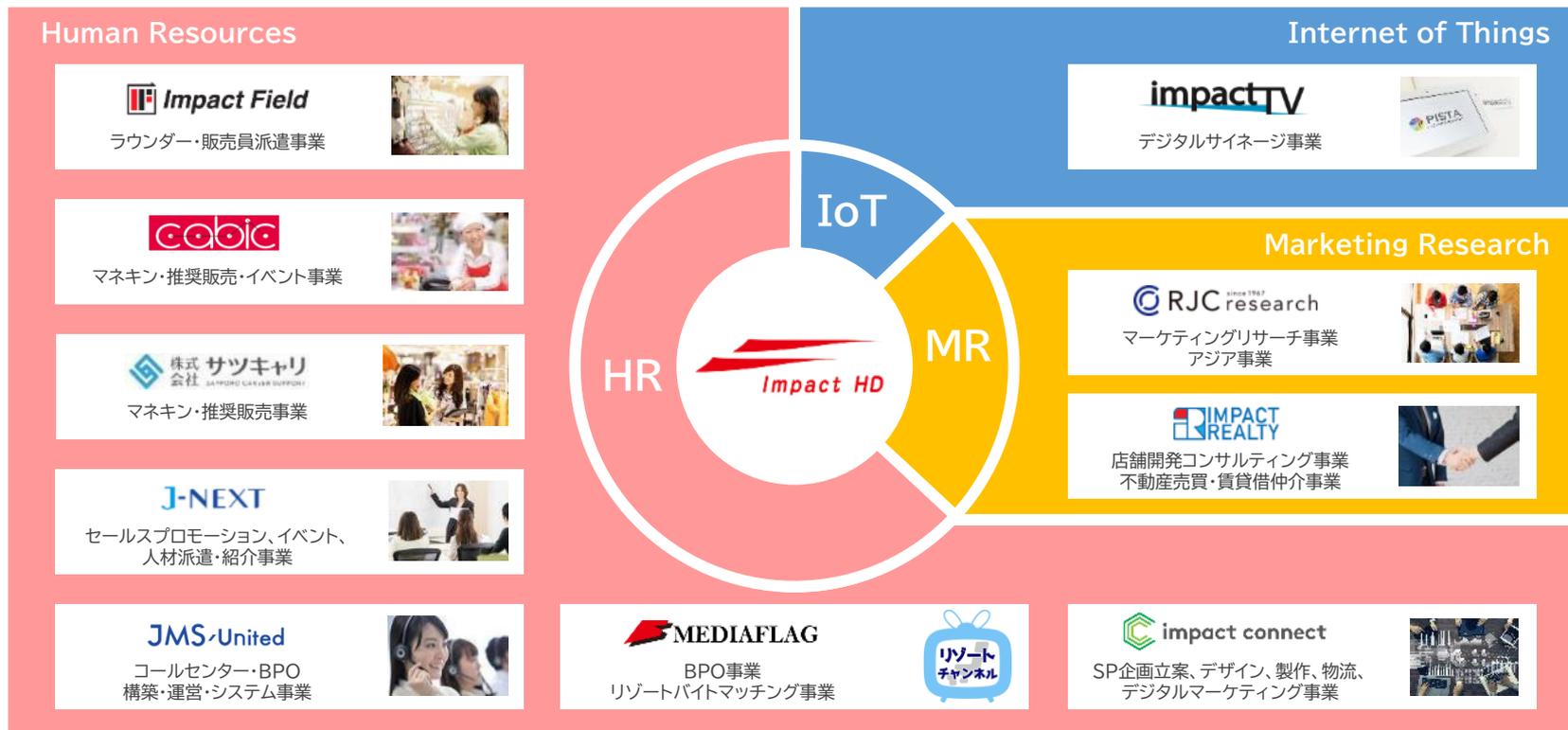
1991年	株式会社 三和銀行 土浦支店、神田支店にて、中小企業向け提案型融資営業業務を経験。
1995年	株式会社 セブン-イレブン・ジャパン 約1年間のコンビニ店長経験後、約3年間スーパーバイザーとして延べ約50店舗を担当。 その後、情報システム本部システム企画部へ配属。Eコマース新会社PJT(現セブン銀行を含む)を担当。
2001年	株式会社 セブンドリーム・ドットコム
2004年2月	株式会社 メディアフラッグ 設立
2019年4月	インパクトホールディングス株式会社 へ商号変更

取締役 / 執行役員

代表取締役副社長	寒河江 清人 (前職:株式会社ダイクマ)
取締役	石田 国広 (当社創業メンバー)
上級執行役員	砂金 智之 (双日株式会社より出向)
執行役員	村松 篤 (前職:株式会社セブン-イレブン・ジャパン)
執行役員	岡野 泰也 (cabic株式会社 創業者)
執行役員	川村 雄二 (前職:株式会社ゴールドウィン)
執行役員	守住 邦明 (前職:株式会社セブン-イレブン・ジャパン)
執行役員	野口 将和 (前職:映像関連会社)
執行役員	川上 友 (当社初期メンバー)
執行役員	佐野 耕太郎 (前職:株式会社ワイズインテグレーション)
社外取締役	小泉 豊 (双日株式会社)
社外取締役	松田 公太 (タリーズコーヒージャパン株式会社 創業者)
社外取締役	石川 剛 (霞が関法律会計事務所パートナー)
社外取締役	大久保 真弓 (株式会社ワンアンドオンリー 代表取締役)

『売場を元気に、日本を元気に、そして世界を元気に！』

フィールドマーケティングに関するソリューションをワンストップで提供する組織体制



取引社数
(グループ全体)

1,500

社

年間
フィールド業務

114

万件

累積店舗
データベース

726

万DB

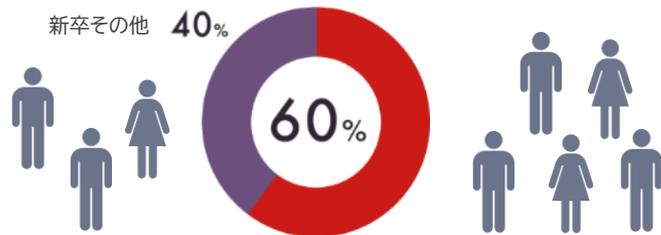
メーカー	1,100社
流通 (小売・飲食・サービス等)	300社
代理店ほか	100社

ラウンダー	53万件
デジタルサイネージ	19万件
推奨販売	13万件
覆面調査	6万件
販促ツール・ノベルティ	12万件
その他	11万件

ラウンダー	427万件
デジタルサイネージ	112万件
推奨販売	81万件
覆面調査	106万件

流通小売業出身者による業界知見と多くの巡回、調査経験による流通ノウハウを土台とした質の高いサービスを提供

流通小売業出身者 割合



流通小売業出身者 業界一覧

- ・コンビニエンスストア
- ・GMS
- ・スポーツショップ
- ・家電量販店
- ・スーパーマーケット
- ・ホテル
- ・ディスカウントストア
- ・飲食店
- ・その他
- ・ドラッグストア
- ・アパレル

流通経験豊富な従業員によるサービス提供が可能

フィールド業務 提供店舗数

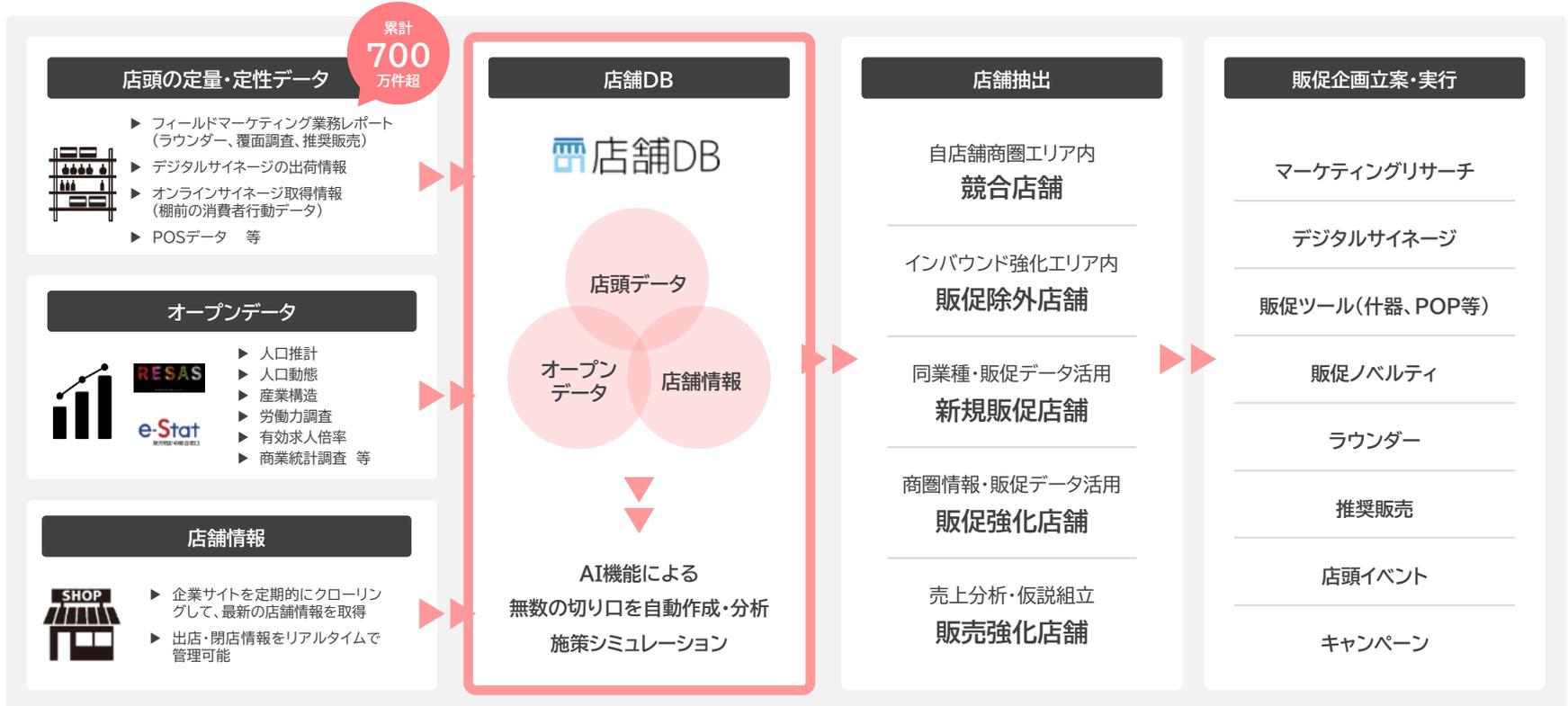


フィールド業務提供 業界一覧

- ・コンビニエンスストア
- ・スーパーマーケット
- ・カラオケ
- ・公共施設
- ・家電量販店
- ・ホームセンター
- ・アパレル
- ・クリーニング
- ・ディスカウントストア
- ・バラエティショップ
- ・金融機関
- ・その他
- ・ドラッグストア
- ・居酒屋
- ・不動産賃貸
- ・GMS
- ・飲食店
- ・カーディーラー

豊富な店舗業務の経験値が、
他サービスとの相乗効果を生み出す

創業から一元管理している累計700万件を超える店舗の売場・販促活動に関する定量・定性データ、オープンデータ、企業サイトから取得した最新の店舗情報を基に、最適な販促企画立案～実行までをプロデュース



北海道から沖縄まで網羅した約28万人の人材ネットワークから適正人材を選出

全国28万人のメディアクルー



稼働率の高い『店頭スペシャリスト人材』を
全国に1,800名保有

メディアクルーとの契約形態

	他社：モニター	当社：業務委託契約
支払い	ポイント	現金
登録	メールアドレスのみ	アドレス、電話番号、住所
機密保持契約	なし	あり
レポート	提出までが業務	検収終了までが業務

業務クオリティへの意識を高めるため
100%業務委託契約を締結

メディアクルーの帰属意識を高めるための仕組み



『売場を元気に、日本を元気に、そして世界を元気に！』



本資料に記載されている計画、見通し、戦略及びその他の歴史的事実でないものは、作成時点において入手可能な情報に基づく将来に関する見通しであり、既知または未知のリスク及び不確定性並びにその他の要因が内在しており、実際の業績とは大幅に異なる結果をもたらす恐れがあります。