



2021年12月期 第3四半期決算説明資料

第3四半期は連結売上高・営業利益とも過去最高

地球環境に配慮したSDGsへの関心の高まりは当社グループの業績にとってポジティブ要因、店舗DBを基軸に更に「SDGs販促」を推進

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11月12日

1

第3四半期は連結売上高・営業利益とも過去最高、営業利益は2020年12月期の通期営業利益1,029百万円超え

※ 詳細はP5～15を参照

- AI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・収益率が上昇
- 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

2

新市場区分として「グロース市場」を選択

※ 詳細はP3を参照

- 2021年7月9日付で株式会社東京証券取引所より、2022年4月4日に移行が予定されている新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果の通知を受領
- 2021年10月20日開催の取締役会において、新市場区分として「グロース市場」を選択することを決議

3

店舗DBを基軸にSDGs販促を推進する「(株)impact connect」を設立 ※2021年8月30日～

※ 詳細はP36を参照

- 当社グループのソリューションを統括するプランニング部門として販促戦略・現状の課題に応じたリアル・デジタル双方の販促企画から展開店舗の抽出、運用までをトータルサポート
- グループ会社を跨いだ組織横断SDGs推進プロジェクトチームも発足

当社は、2021年7月9日付で株式会社東京証券取引所より、2022年4月4日に移行が予定されている新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果の通知を受領し、当社が「グロース市場」の上場維持基準への適合を確認いたしました。この結果に基づき、当社は2021年10月20日開催の取締役会において、新市場区分として「グロース市場」を選択することを決議いたしましたので、お知らせいたします。

今後は株式会社東京証券取引所が定める申請スケジュールに基づき、新市場区分の選択申請に係る所定の手続きを進めてまいります。会社概要、市場環境、事業内容、成長戦略等の詳細に関しては、2021年10月20日に開示をしている「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」をご覧ください。

1. 2021年12月期 第3四半期決算概要
2. ESG・SDGsに関する取り組み
3. 成長戦略
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
8. 当社グループの特徴・競合優位性

1

2021年12月期 第3四半期決算概要

第3四半期累計期間の連結売上高は9,199百万円(YoY +21.2%)で過去最高を更新
 また連結営業利益は1,048百万円(YoY +94.9%)、第3四半期時点で2020年12月期の通期営業利益を上回り、順調に推移

単位:百万円 (構成比)	FY2019 3Q累計	FY2020 3Q累計	FY2021 3Q累計	YoY
売上高	5,455	7,586	9,199	+21.2%
営業利益	260 (4.8%)	537 (7.1%)	1,048 (11.4%)	+94.9%
経常利益	-550 (-%)	368 (4.9%)	1,027 (11.2%)	+179.1%
当期純利益	-1,766 (-%)	216 (2.9%)	666 (7.2%)	+207.4%

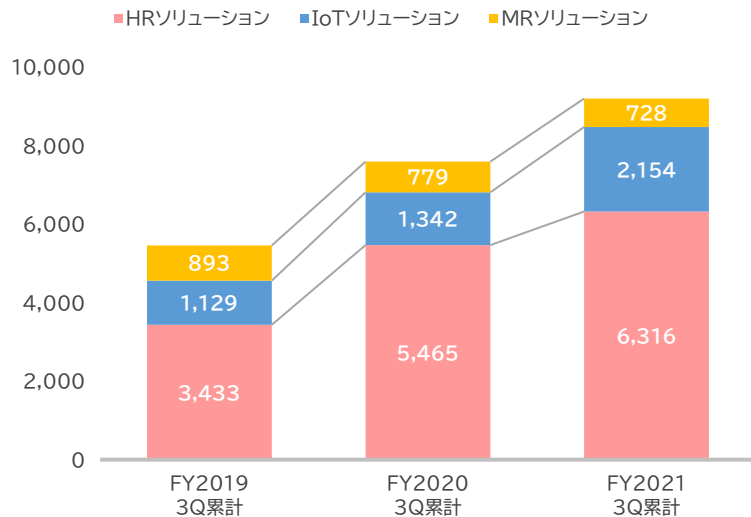
通期業績予想に対する進捗率は、売上高70.7%、営業利益65.5%で順調に推移

単位:百万円 (構成比)	FY2021 通期業績予想	FY2021 3Q累計	進捗率
売上高	13,000	9,199	70.7%
営業利益	1,600 (12.3%)	1,048 (11.4%)	65.5%
経常利益	1,450 (11.1%)	1,027 (11.2%)	70.8%
当期純利益	930 (7.1%)	666 (7.2%)	71.6%

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

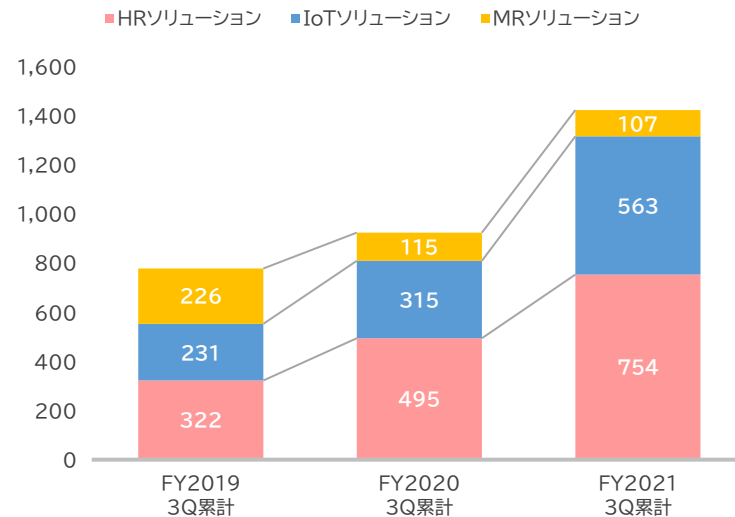
【売上高】

単位:百万円



【営業利益】

単位:百万円

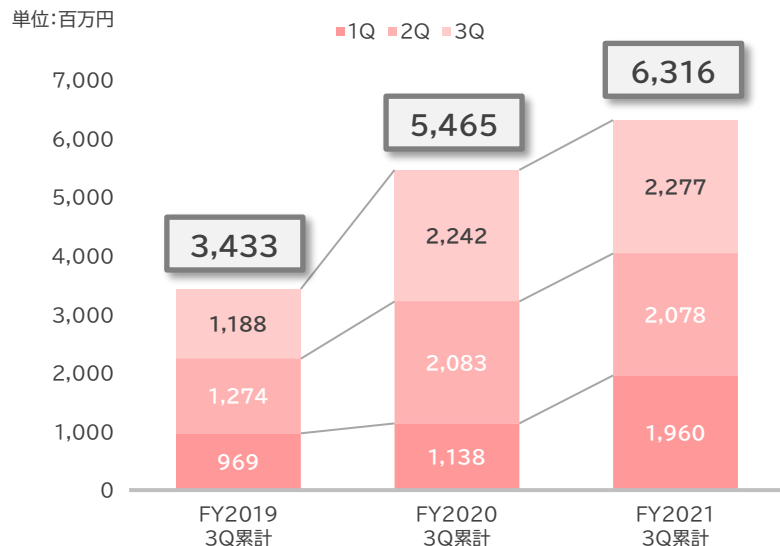


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

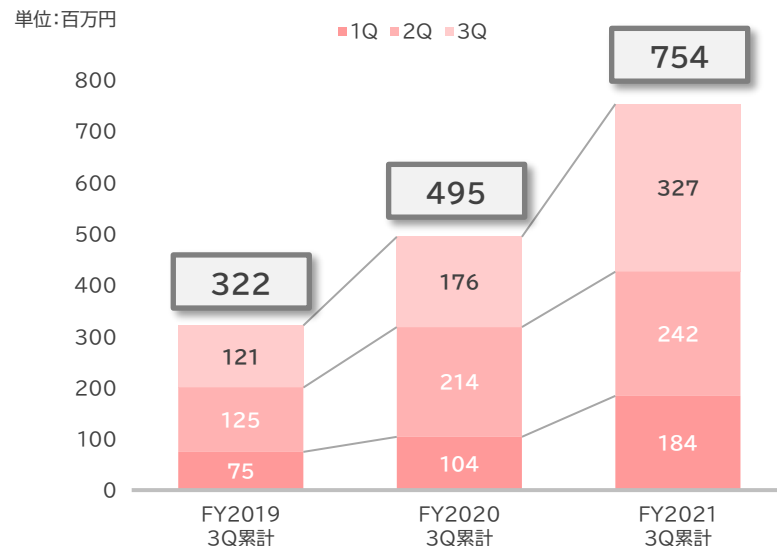
※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

試食・試飲販売派遣(マネキン)事業は、前期から取り組んでいた事業体制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、利益率が上昇

【売上高】 YoY 15.5%増



【営業利益】 YoY 52.2%増



※ 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

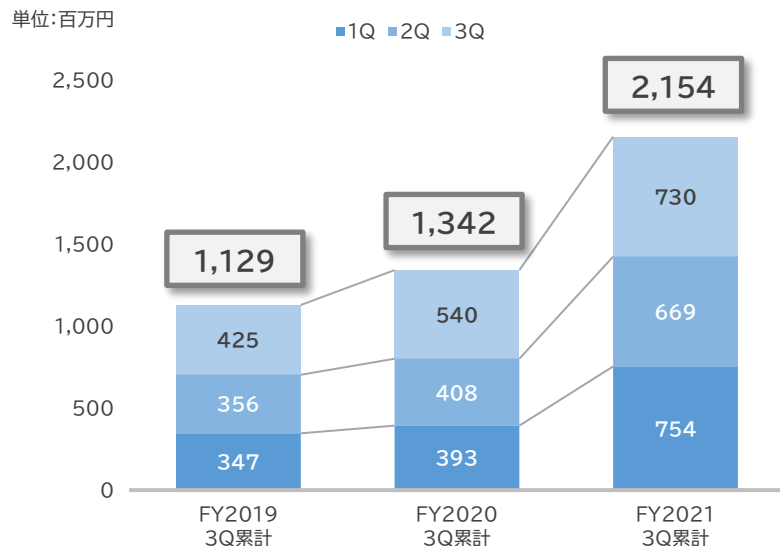
- 全国28万人の人材ネットワークを活かし、適材適所に合ったスタッフを手配
- 単なる人材派遣ではなく、様々な業種・業態の店舗巡回や調査経験があるスタッフを採用
- 定期的に全国メディアクルー懇親会や座談会を開催し、モチベーションを管理

メディアクルー認定制度(理念共有型フラッグクルー)

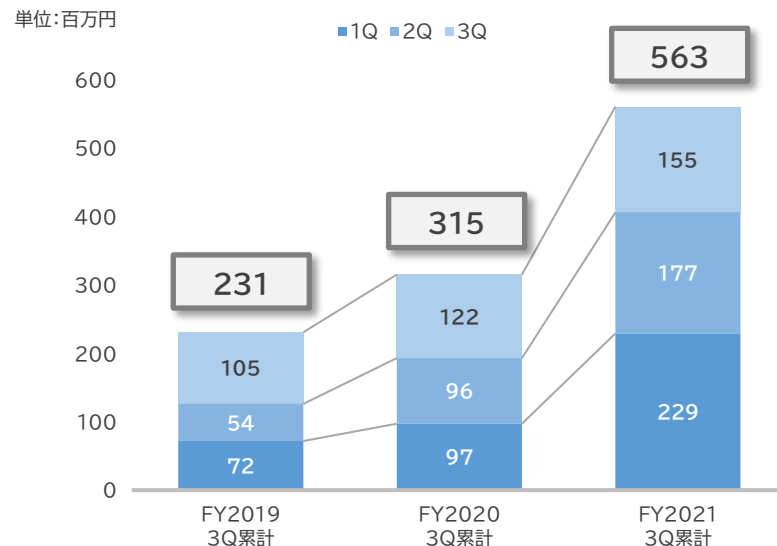
- レポートの質、業務実施店舗数等を基にフラッグクルー(優良スタッフ)として認定
- 当社グループの理念や考え方を深く理解したフラッグクルーが約1,200名在籍
- 経験豊富なフラッグクルーが、他のメディアクルーのフォローや現場でのディレクション、店舗様との良好な関係を構築

第3四半期時点で2020年12月期の通期売上高2,083百万円、営業利益499百万円を達成
オンラインサインージ稼働台数も3.7万台まで増加し、ストック収益も堅調に推移

【売上高】 YoY 60.4%増



【営業利益】 YoY 78.4%増



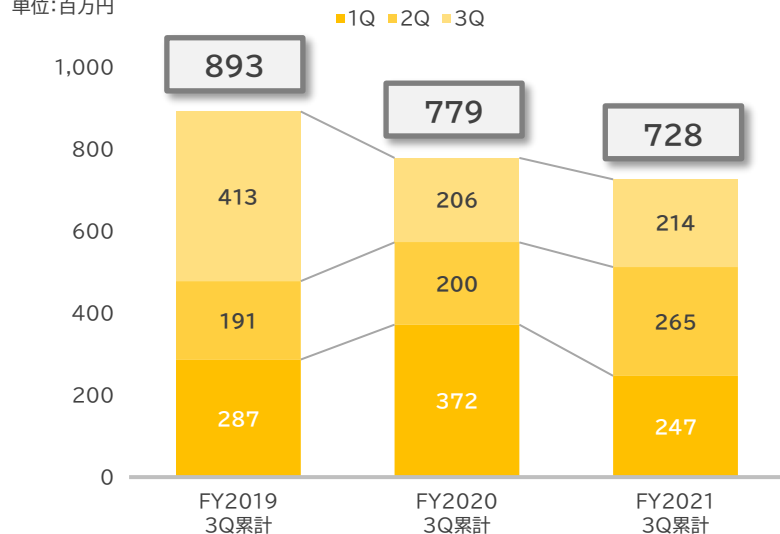
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

リアル店舗を対象とするコンプライアンス調査や内部監査代行等、利益率の高い案件が業績を下支え
第4四半期は、緊急事態宣言も全面解除となり、飲食チェーン等の覆面調査需要も徐々に回復する見通し

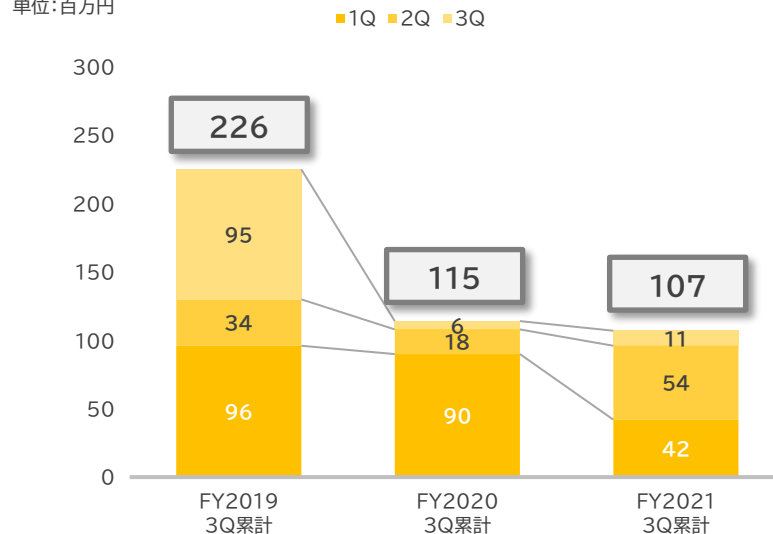
【売上高】 YoY 6.5%減

単位:百万円



【営業利益】 YoY 7.0%減

単位:百万円



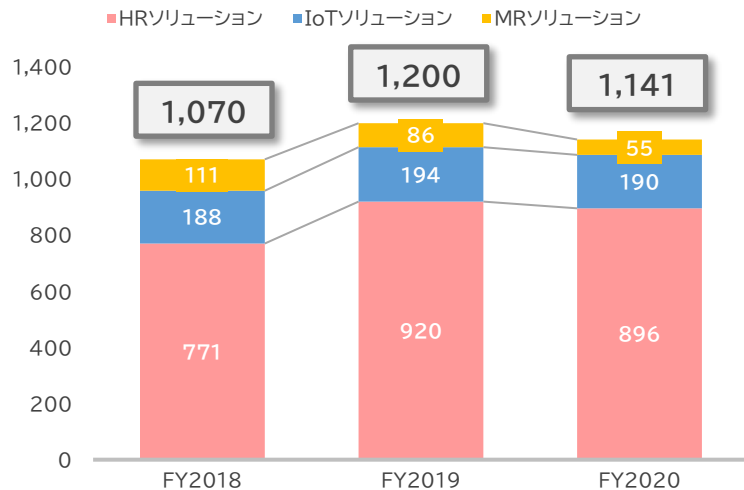
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

4期連続で年間累計稼働件数100万件を達成
2021年12月期は、第3四半期時点で100万件を突破

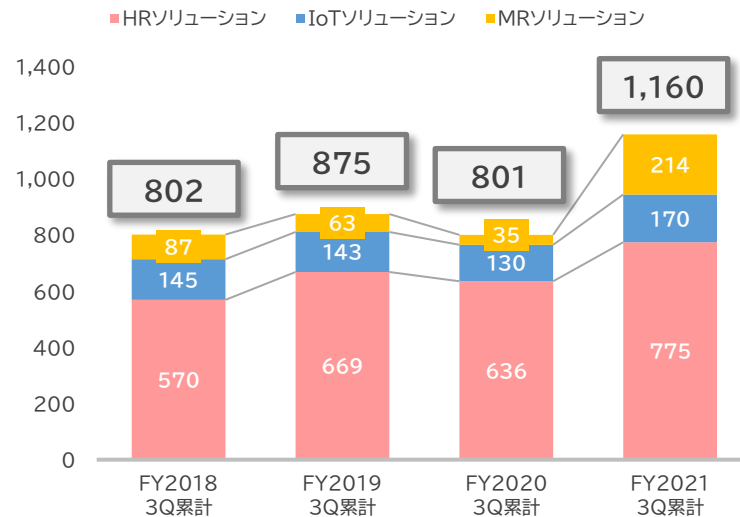
【通期】

単位:千件

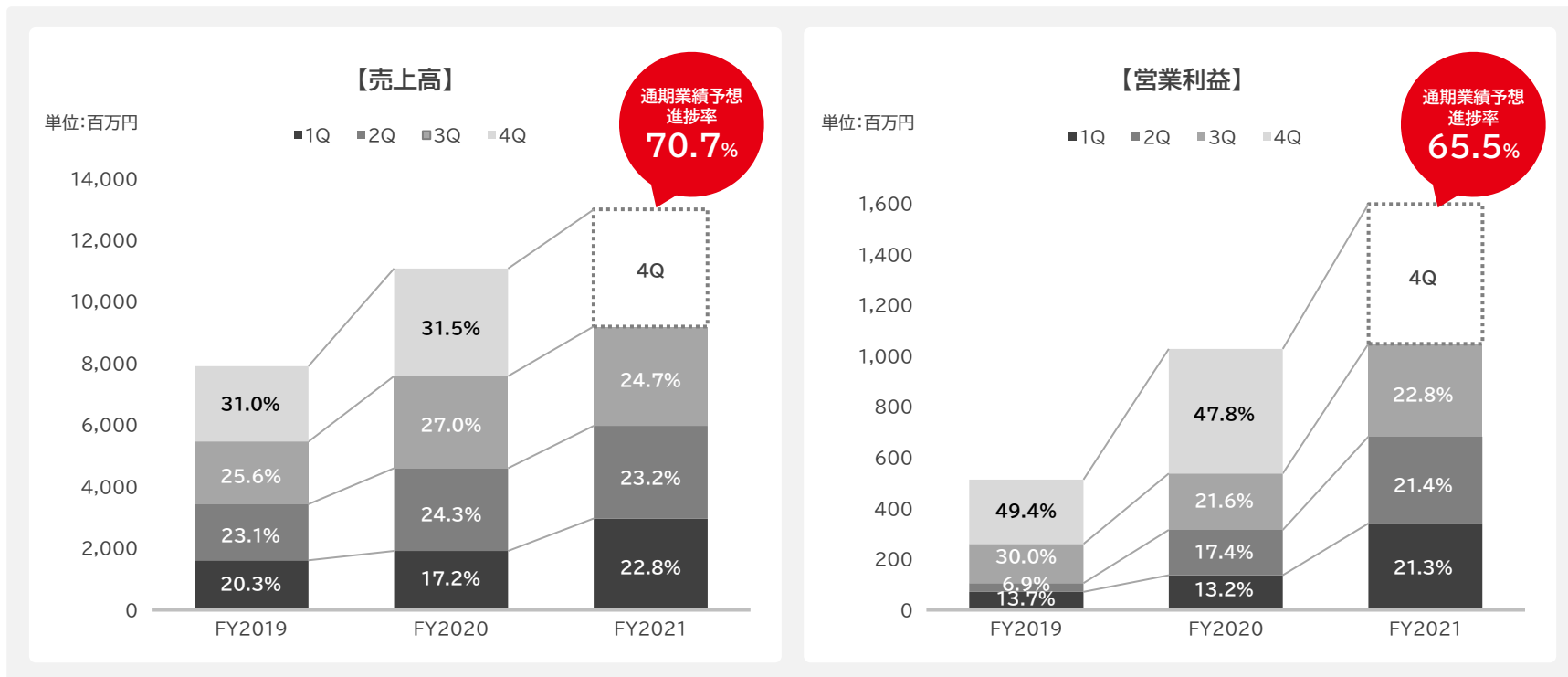


【3Q累計】

単位:千件



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、収益率が上昇

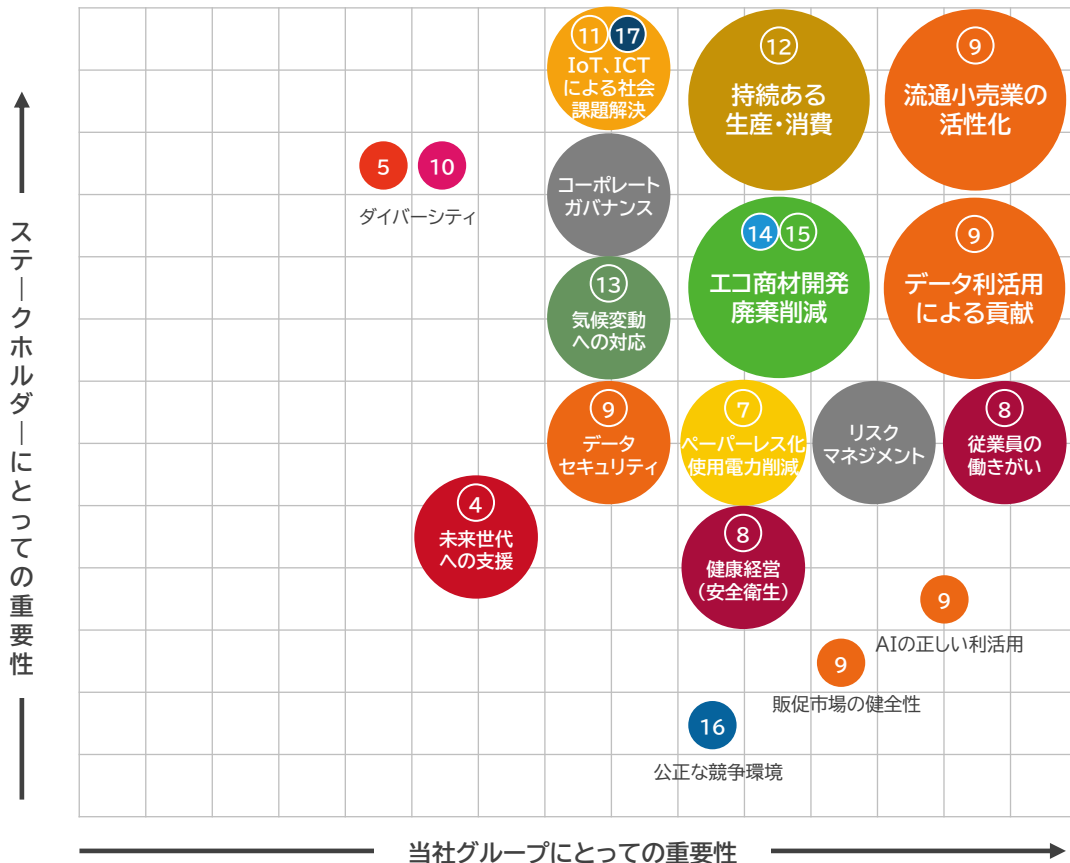


純資産は2,681百万円から3,464百万円に増加、自己資本比率は31.1%から40.5%へ改善

単位:百万円	FY2020	FY2021 3Q末	増減
流動資産	7,266	7,227	△ 39
固定資産	1,329	1,304	△ 25
資産合計	8,595	8,532	△ 63
流動負債	3,084	2,370	△ 714
固定負債	2,829	2,697	△ 132
負債合計	5,913	5,067	△ 846
純資産合計	2,681	3,464	783
資本金	1,727	1,786	59
自己資本比率	31.1%	40.5%	9.4%

2

ESG経営・SDGsに関する取り組み



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 人や国の不平等をなくそう
- 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
- 13 気候変動に具体的な対策を
- 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。

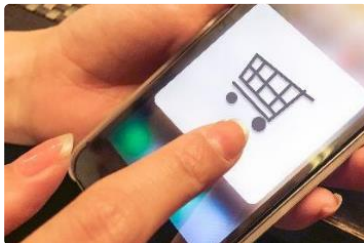
どのような販促プロモーションを行うのかと同様に、どこで販促プロモーションを行うのかが大事な時代より効率的かつ効果的な店頭プロモーションが求められる

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大きく変化
- 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

EC台頭、店舗のショールーム化



- コロナ禍でEC利用者が増加
- 売らない店舗が増加
- リアル店舗の役割が変化
- 省人化・非接触販促需要も拡大

オーバーストア



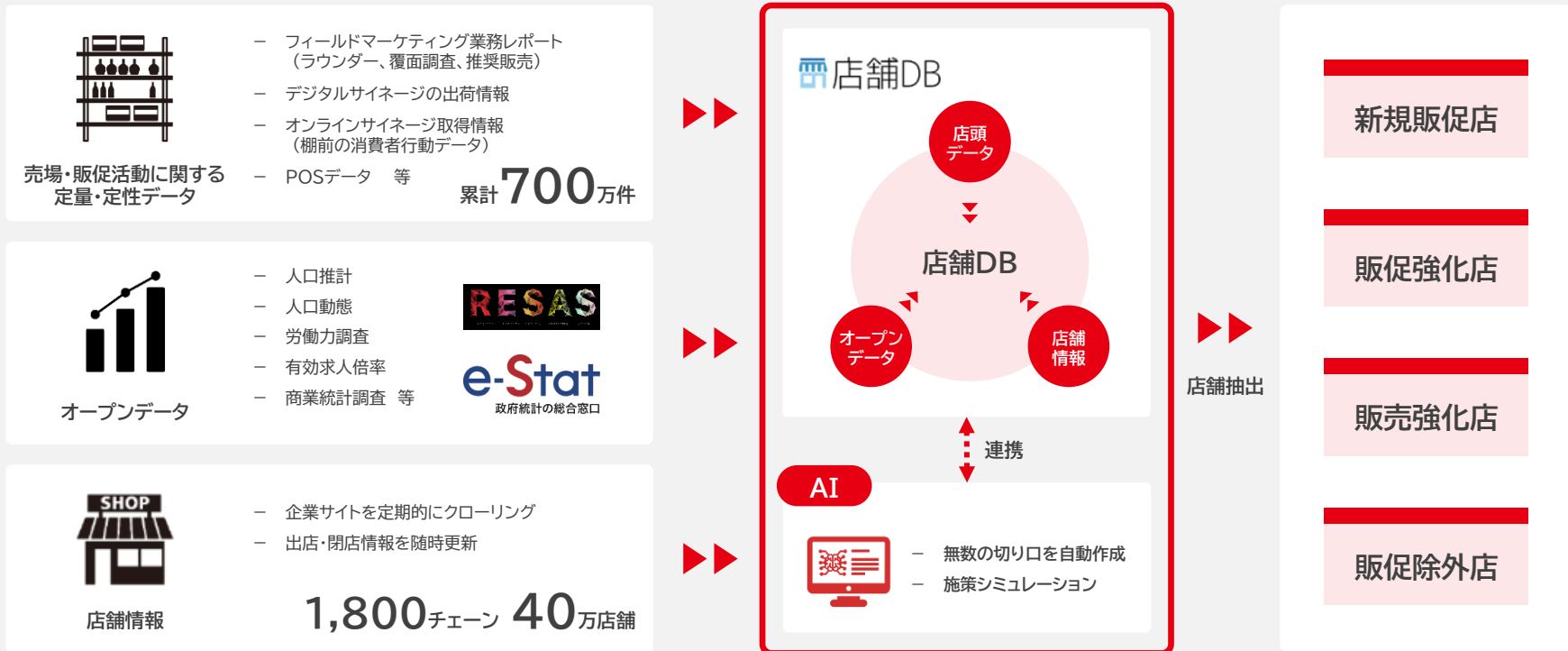
- 流通小売の改廃が世界一多い
- 販促を行う予算には限界がある
- 販促効果が常に問われている
- 少子高齢化による人口減少

販促の「非効率」「ムダ」



- ターゲットのズレた店舗での展開
- 販促効果の低いツールの使用
- ツールの約40%が使われずに廃棄（未使用）
- 大量に廃棄される紙のツール類（使い捨て）
- 様々なツールがバラバラに納品（埋没・紛失）

創業から一元管理している累計700万件を超える「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」を基に販促に最適な店舗を抽出



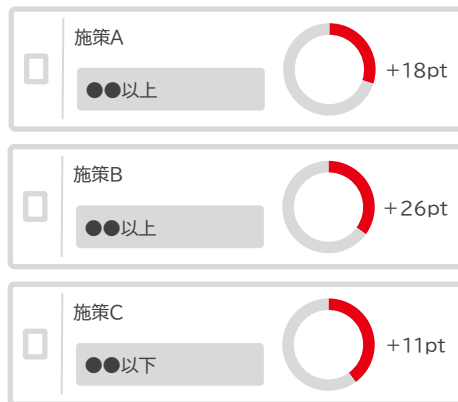
無数の切り口を自動作成し、機械学習で切り口の優先順位付けを行い、効率よく施策を企画・立案
 施策の改善効果をその場で試算することができるため、効果の高い施策に注力することが可能

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

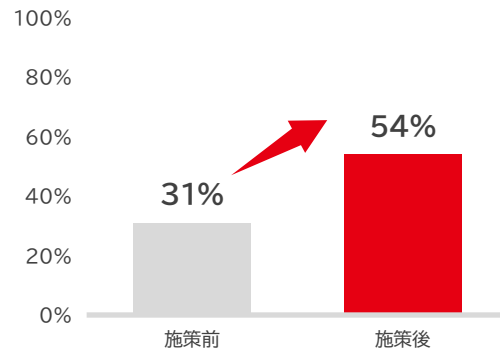
機械学習での優先順位付け



- 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を基軸に「販促の効率化」「ムダの削減」を行い、メーカーや流通小売が抱える販促プロモーションの課題を解決し、消費者に支持される売場作りを実現

販促の効率化

どこで販促をするか？

— 店舗DB

(販促効果の高い店舗抽出)



×

ムダの削減

どうムダを省くか？

— デジタルサイネージ

(販促ツールのペーパーレス化)

— リユース什器

(紙ツールの使い捨て削減)

— 販促専門物流

(物流のムダ削減)

— ラウンダー

(廃棄ロス削減、設置率向上)

=

SDGs販促

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、店頭販促企画立案から店頭実現までをトータルサポート

巡回店舗の最適化

製菓メーカー様



DgS/SM
101チェーン
1万店舗

【課題・ニーズ】

定期ラウンダーのアウトソーシングを行うにあたり、効率的かつ効果的に巡回す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販促を実施するにあたり、サイネージの設置店舗を選定したい

【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

什器設置による効果的な販促

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】

新たに什器を活用した売場での販促を実施するにあたり、販促効果が高いと見込め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

ムダ削減、工数削減(省人化)、持続可能な販促
デジタルサイネージ活用による店頭ツールのペーパーレス化を推進

×ポスター ⇒ ◎大型サイネージ

飲食チェーン様



ポスター
店頭サインの
ペーパーレス化

【課題・ニーズ】

ポスター代を節約し、作業工数を減らしたい

【対応】

様々なポスターを1台のサイネージに集約しコスト削減
USB更新で貼付作業がなくなり工数削減

【機材】

大型サイネージ (43インチ)

×TOPボード ⇒ ◎デジタルサイネージ

食品メーカー様



TOPボード
POPの
ペーパーレス化

【課題・ニーズ】

TOPボードを継続的に活用できるようにしたい

【対応】

TOPボードにサイネージを組込み、ボードは変えずに
コンテンツを更新することで継続的な運用が可能

【機材】

デジタルサイネージ(15インチ) + TOPボード

×卓上メニュー ⇒ ◎タブレット端末

飲食チェーン様



飲食店
メニューの
ペーパーレス化

【課題・ニーズ】

メニュー表の印刷を削減し、更新時の工数を削減したい

【対応】

メニュー表をペーパーレス化しコスト削減
接客工数を減らし省人化

【機材】

テーブルトップオーダー端末(10インチ)

3

成長戦略

1. SDGs販促の推進
2. 販促・店舗DX推進
3. 双日(株)との事業連携強化
4. M&A方針

SDGs販促を推進する「**ℓ**impact connect」が当社グループのソリューションを統括するプランニング部門として販促戦略・現状の課題に応じたリアル・デジタル双方の販促企画から展開店舗の抽出、運用までをトータルサポート

何を・どこで・どのように展開するのが効果的か

ヒアリング

戦略理解
・
課題確認

何を

販促企画

- 誰に
- 何を
- どのように

×

どこで

店舗抽出

- どの店舗で展開すべきか
- どの店舗なら展開できるか

効率的でムダのない運用

【店頭クリエイティブ】

- キークリエイティブ
- 店頭ツールデザイン・製作

【消費者キャンペーン】

- ノベルティ企画・製作
- 事務局運営

【販促専門物流】

- 店頭ツールの一元管理
- 個店別ピッキング～配送

【ラウンダー】

- 店頭ツール設置率の向上
- 店舗交渉・発注業務

【デジタルサイネージ】

- 店頭ツールのペーパーレス化
- 棚前の見える化
- タイムリーなコンテンツ配信

【デジタル施策】

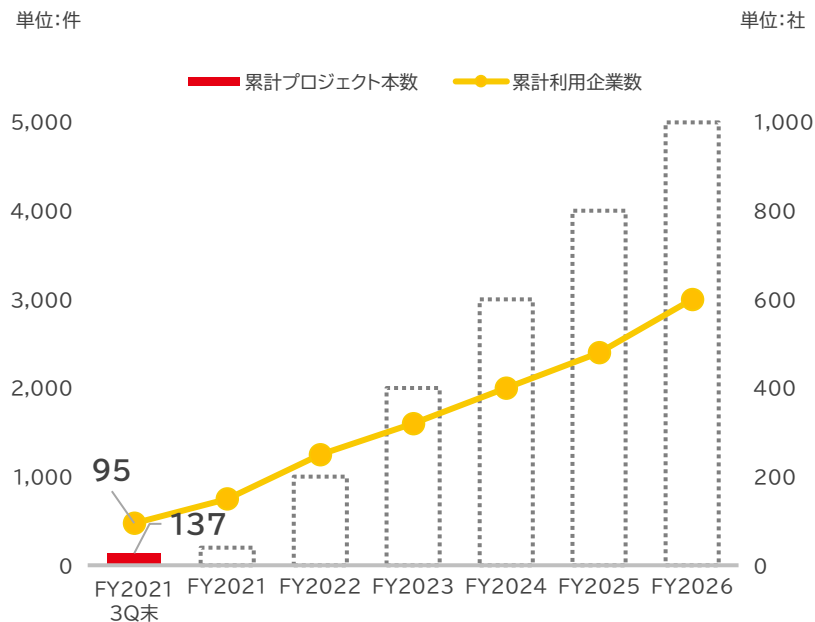
- SNS、GEO広告、デジタルキャンペーン等を活用した、トライアル購入・リピート購入の促進

店頭

デジタルを活用した
売上の最大化

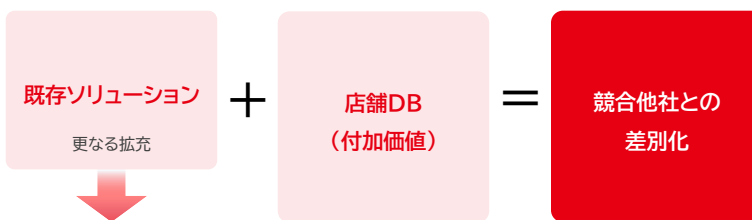
EC

当面の間、店舗DBは既存ソリューションの発注を前提条件に無償で提供、既存ソリューションで収益化
 現在のフェーズでは、利用企業の拡大及びデータ・仮説の精度を高める取り組みに注力
 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



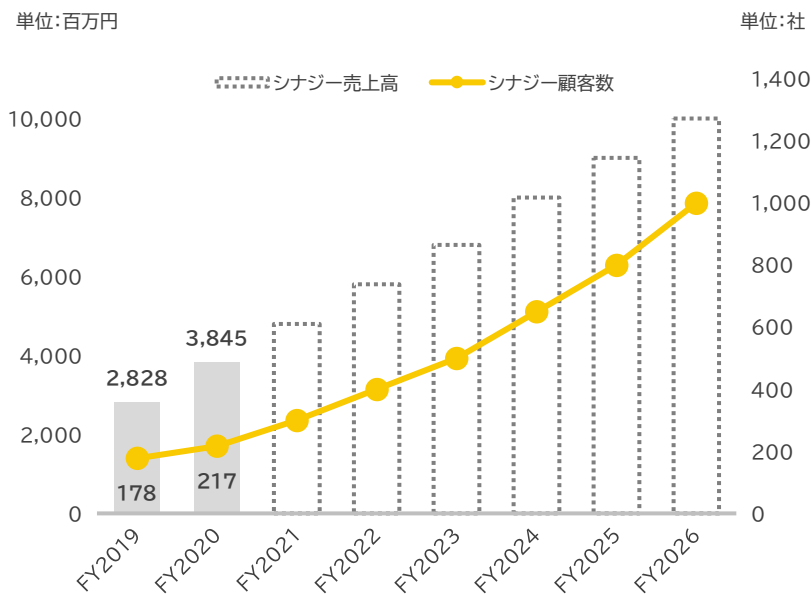
- 店舗DBを付加価値にし、受注率・利益率を向上させる
 - 既存クライアント(消費財メーカー)へ導入促進
 - 営業スタイルとしては、見積提出時にサンプルデータも合わせて提出
正式発注後に、抽出した残りの店舗リストデータを提出
- ※ サンプルデータは抽出店舗数の10%、最大100店舗を上限とする

「ソリューションの拡充」と「店舗DBの付加価値」で競合他社との差別化を図る
 店頭販促をプランニングする上で、必要不可欠なデータベースへ



グループ各社の顧客資産を共有し、既存顧客へのクロスセルを推進、1社あたりの請求金額を伸ばしていく
店舗DBを基軸に販促企画から店頭実現までをワンストップで支援することで、サービスの付加価値を高め、競合他社との差別化を図る
また当社グループの営業効率化、営業コスト削減へ繋げるとともに、販促ご担当者の業務管理工数を削減

【シナジー売上高及び顧客数推移】



【シナジー営業 イメージ】

ソリューション	A社	B社	C社	D社	理想顧客
販促企画立案	○				○
ラウンダー	○	○	○		○
試飲・試食販売		○	○		○
店頭イベント	○		○		○
店舗運営			○		○
人材派遣・紹介		○			○
ノベルティ				○	○
販促ツール		○			○
BPO		○			○
倉庫・物流				○	○
店頭活動システム	○	○	○	○	○
デジタルサイネージ	○				○
覆面調査				○	○
店頭調査			○		○
消費者調査		○			○

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

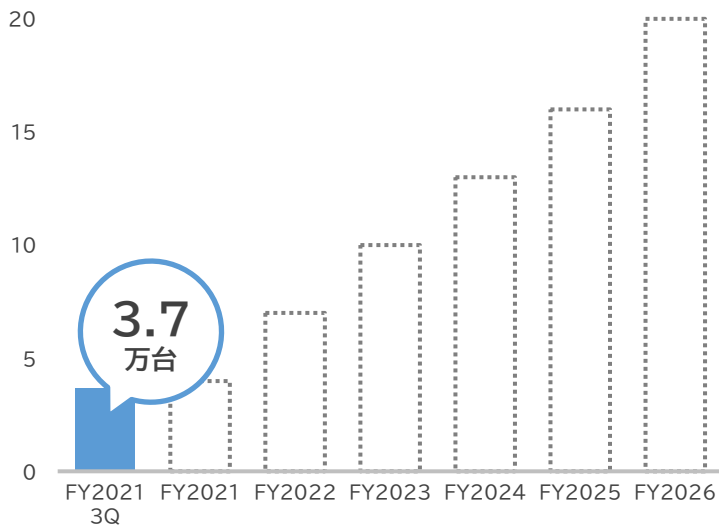


- 告知物、店頭装飾ツール製作、物流等一括対応
- キャンペーン期間中に覆面調査を実施
- お客様の声を収集
- 企画や店舗オペレーション等の改善へ繋げる

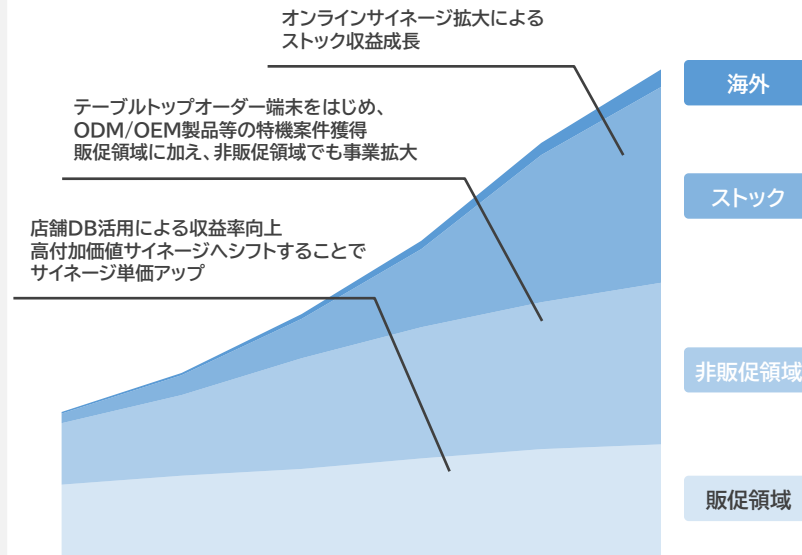
サイネージのオンライン化(IoT化)により、棚前の見える化やタイムリーなコンテンツ配信できめ細やかな販促を実現
 オンラインサイネージ(高付加価値サイネージ)へシフトすることで、サイネージ単価アップ及び継続的なストック収益の成長が見込める
 また、販促領域で培った技術や海外生産のノウハウを応用し、非販促領域でのDX需要を取り込むことで更なる事業拡大を目論む

【オンラインサイネージ稼働台数】

単位:万台



【デジタルサイネージ事業 成長イメージ】



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

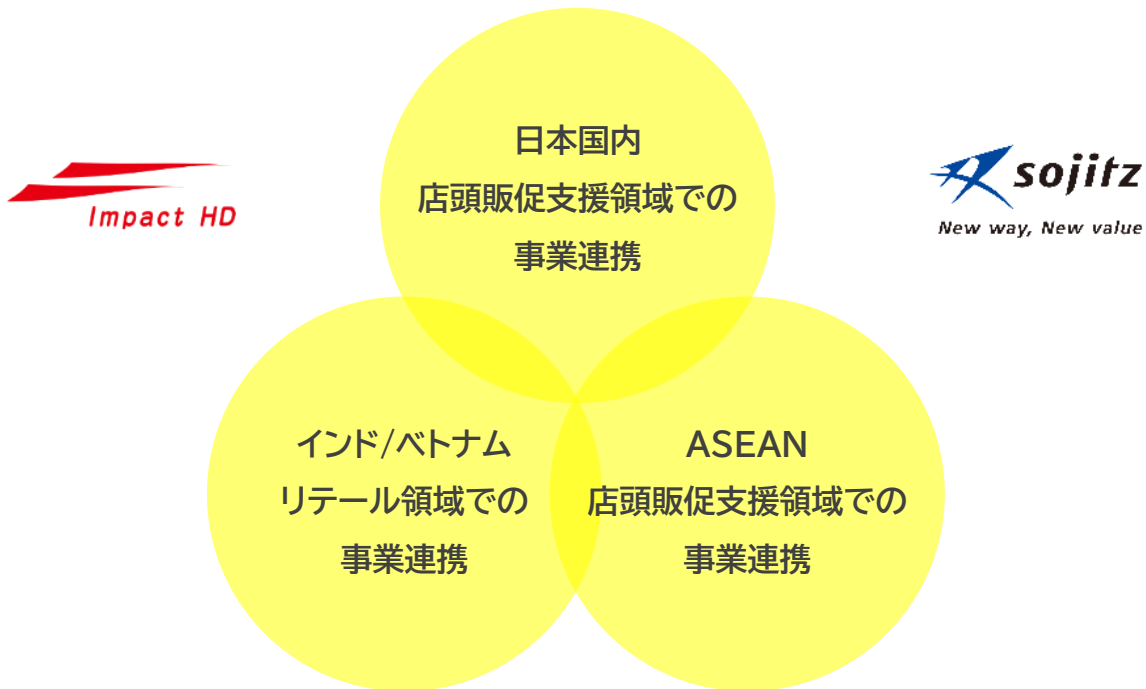
トイレ向け密回避IoTサイネージ

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

インパクトホールディングス株式会社



双日株式会社

国内及び海外で強固な経営基盤を構築

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

M&A方針はこれまでの方針と変わらず、店頭販促及び周辺領域で事業展開する企業がターゲット
今後はディールサイズも重視し、グループの更なる事業規模拡大に向けて中・大規模案件を中心に検討



シナジー

店頭販促及び周辺領域を展開する企業で
当社グループへ参画することにより
事業シナジーが見込める企業



理念経営

当社グループの成長ドライバーである
理念経営及びグループ横断型組織体制に
共感していただける企業



中・大規模

これまでは小・中規模案件が中心だったが
今後は中・大規模案件を中心に検討し、
更なる事業規模拡大を狙う

※ ディールサイズとは、M&Aにおける売買価格の規模を表す用語。

※ 小規模案件とは売買価格が1億円以下、中規模案件とは数億円から数十億円、大規模案件とは数百億円台を表しているケースが一般的。

4

事業トピックス

(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ワンストップでサポートし、SDGs販促を推進

【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
- 試飲・試食販売(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
代表者	代表取締役社長 佐野 耕太郎

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

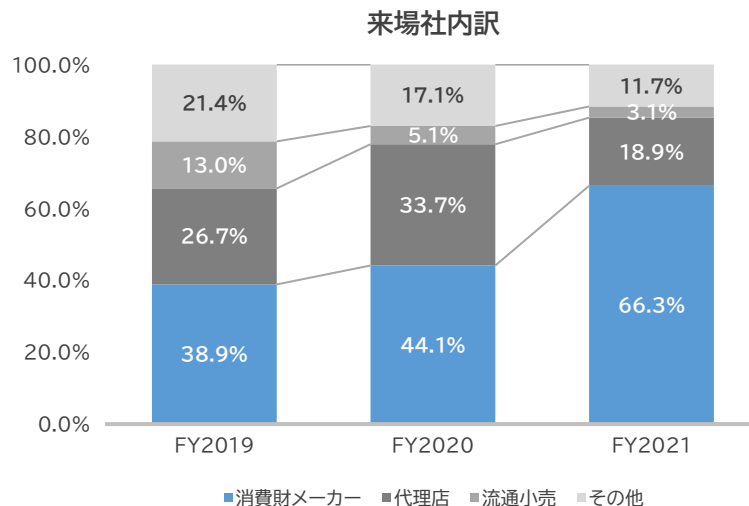
- 上流レイヤーから関わりクライアントと共創しながら店頭販促を総合的に支援
- クライアントの成功体験を支援することで顧客ロイヤリティを向上
- クライアントの“販促費のムダ”をなくし、最適な店頭販促へ導くとともに、当社グループの事業成長を加速させる

渋谷本社オフィスにて「iTV Private Show 2021」を開催、メーカーを中心に1ヶ月間でのべ291社来場
また、11月8日(月)～11月30日(火)の間、大阪オフィスでも開催



展示カテゴリの主な内容

- 店舗DB (AI分析による販促効果の高い店舗・ツール分析デモ)
- 販促DX (デジタル化による資材の使い捨て削減とプロモーション効果を両立させるツール)
- 業務用ICT及びIoT製品 (持続可能でより良い社会の実現につながる機材・ソリューション)



ジェイエムエス・ユナイテッド(株)、ジェイ・ネクスト(株)の東京拠点を段階的に渋谷本社オフィスへ統合
更なる「グループ間シナジーの創出」、「理念経営の徹底」を図る



【住所】 東京都渋谷区渋谷2-12-19 東建インターナショナルビル8F (約330坪)

5

インド・コンビニ事業 直近の動向と計画

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



【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㈱様の合弁会社)



カイマニュファクチャリングインディア様
(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
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



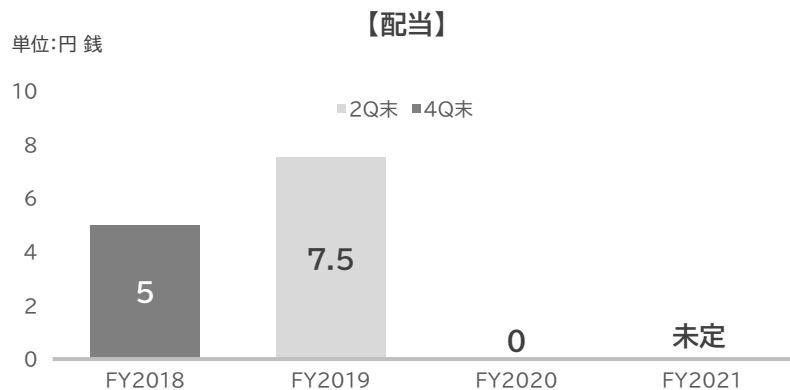
面積	70~150㎡	10~30㎡	~20㎡	~20㎡
SKU数	700~1,500	200~400	100~200	150~300
店舗概要 ※2	アッパーミドル層をターゲットとしたおしゃれな内装に加え、買いまわりの良い導線設計。カウンターフード、加工食品、インポート商品等の関連販売を誘因する施策等も実施。	カウンターフード、インポート商品等、標準店舗の販売構成の高い商品を中心に品揃え。	オフィスビル内に立地し、ターゲットはオフィス内の会社員。軽食、間食需要に対応する菓子類やドリンク類を中心とした品揃え。	カフェ店舗「Café Coffee Day」内に立地し、ターゲットはカフェ利用顧客。菓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

【プレミアム優待倶楽部】

株式数及び
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

【優待商品(一例)】



掲載商品は
2,000
点以上

7

会社概要



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事。
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。



『売場を元気に、日本を元気に、そして世界を元気に！』

私たちインパクトホールディングスは「売場を元気に、日本を元気に、そして世界を元気に！」を事業コンセプトに消費財メーカーや流通小売店舗(リアル店舗)に対してフィールドマーケティングサービスをワンストップで提供する店頭実現ビジネスパートナーです。

『SDGs販促』

販促プロモーションには多くの「非効率」「ムダ」が存在しています。私たちインパクトホールディングスは「販促の効率化」「ムダの削減」を追求し、企業のESG経営、SDGsに貢献いたします。

販促の効率化

×

ムダの削減

=

SDGs販促



商号	インパクトホールディングス株式会社
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
上場年月	2012年9月 東証マザーズ上場
決算月	12月
資本金	1,786百万円 ※2021年9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
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)



代表取締役社長 福井 康夫

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

代表取締役副社長 寒河江 清人

前職：株式会社ダイクマ

上級執行役員 砂金 智之

双日株式会社より出向

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 佐野 耕太郎

前職：株式会社ワイズインテグレーション

執行役員 川上 友

当社初期メンバー

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

取締役 石田 国広

当社創業メンバー

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 野口 将和

前職：映像関連会社

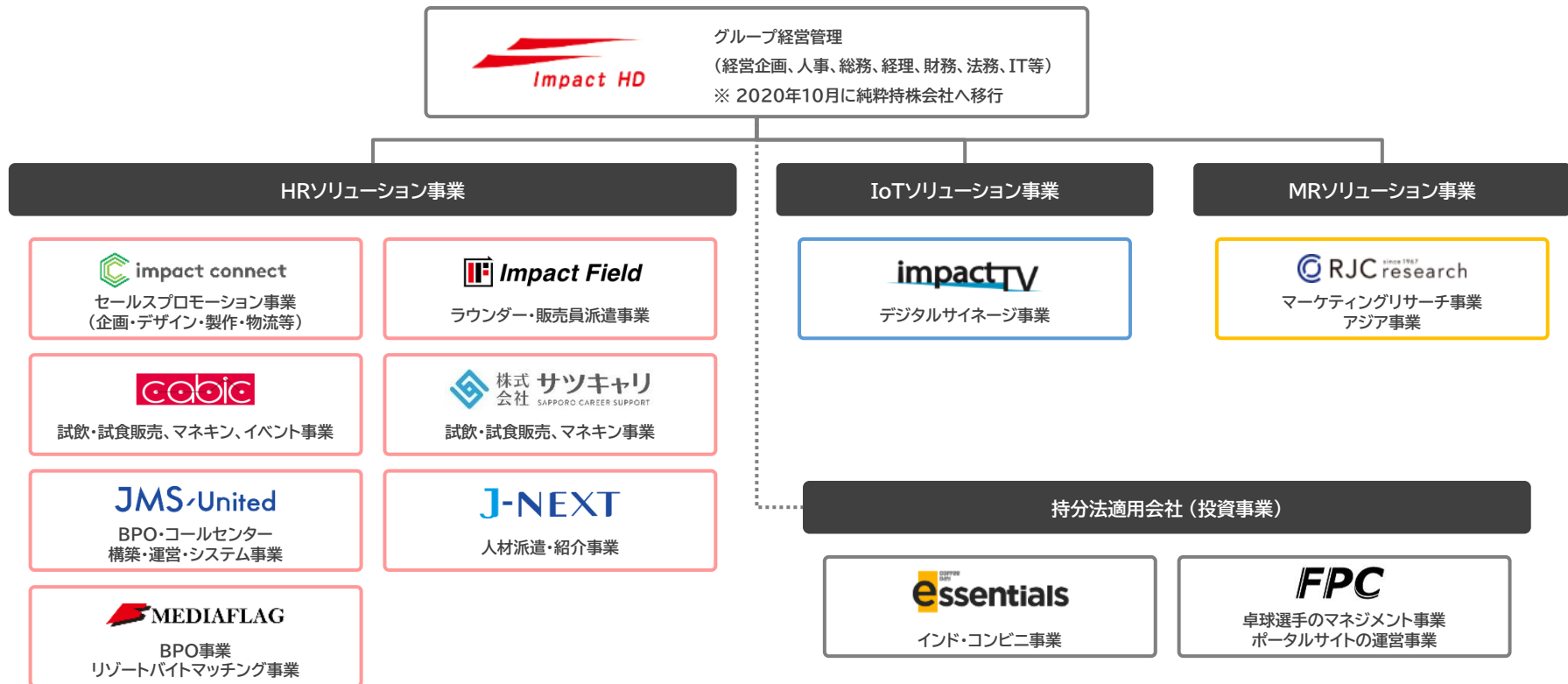
社外取締役 小泉 豊

双日株式会社

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

消費財メーカーや流通小売向けに、店舗・店頭にて特化した店頭販促支援事業を展開
HRソリューション事業、IoTソリューション事業、MRソリューション事業の3セグメント構成



8

当社グループの特徴・競合優位性

企業名	HRソリューション事業						IoTソリューション事業		MRソリューション事業		
	店頭 プロモーション	ラウンダー	試食・試飲 販売	店舗運営	人材派遣 人材紹介	BPO	デジタル サイネージ	店頭活動 システム	覆面調査	店頭調査	消費者調査
 Impact HD	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
SP会社 L社	○			○							
広告代理店 D社	○	○	○				○				○
広告代理店 H社	○	○	○				○				○
印刷会社 T社	○	○	○				○				
ラウンダー派遣会社 S社		○	○		○			○	○	○	
人材派遣会社 B社	○	○	○		○						
人材派遣会社 H社		○	○		○				○	○	
BPO事業会社 T社						○					
IT機器の開発・製造会社 J社							○				
サイネージ開発・製造会社 G社							○				
覆面調査会社 M社								○	○		○
マーケティングリサーチ会社 C社										○	○
マーケティングリサーチ会社 I社									○	○	○
マーケティングリサーチ会社 M社										○	○

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

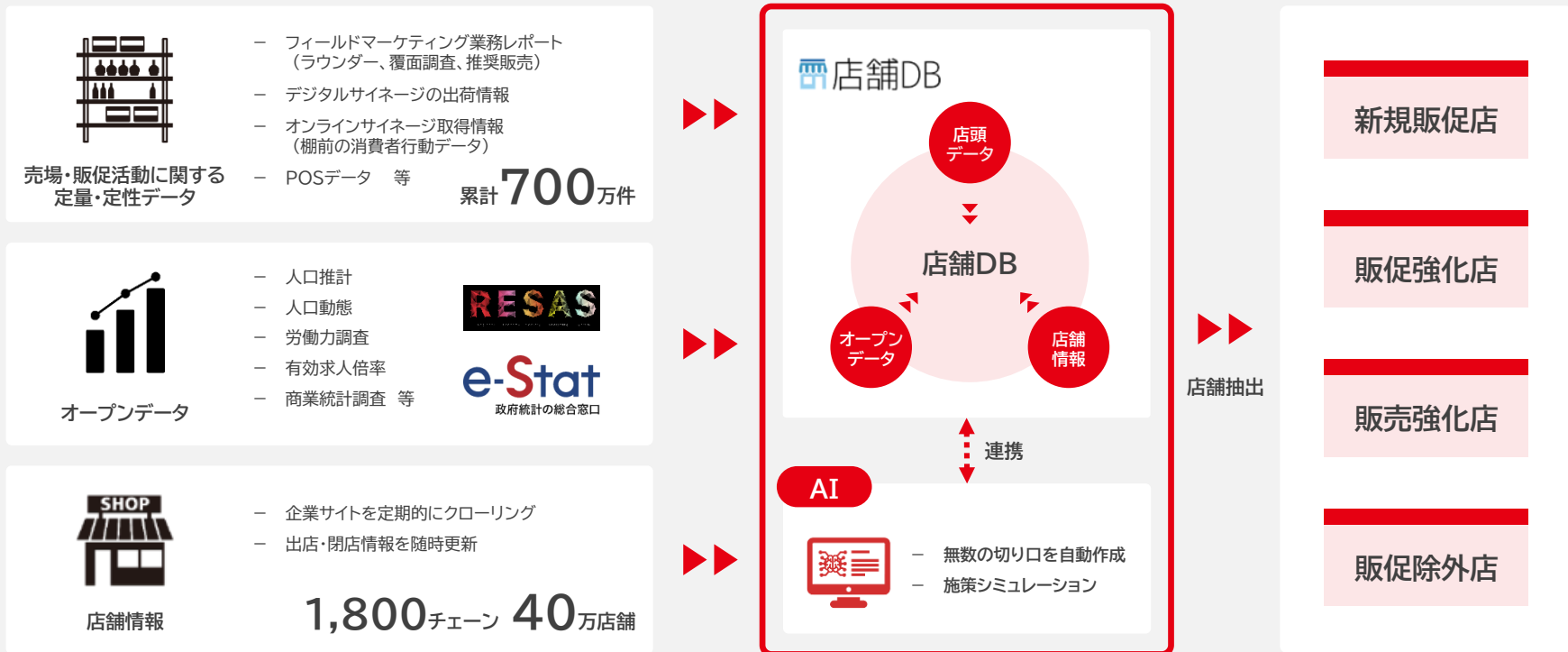
メーカー	1,100社
流通 (小売・飲食・サービス等)	300社
代理店ほか	100社

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

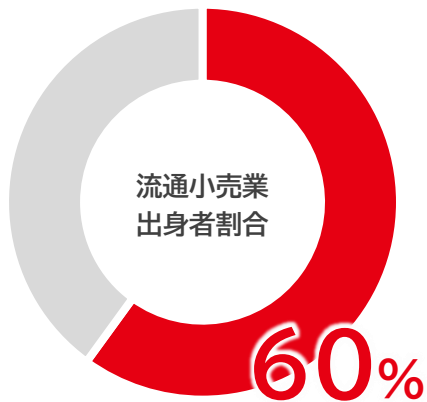
累計700万件を超える売場・販促活動データ(店舗DB)

創業から一元管理している累計700万件を超える「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」を基に販促に最適な店舗を抽出



流通小売業出身者による業界知見と数多くの店舗巡回・店頭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
北海道から沖縄まで網羅した全国28万人のメディアクルーが販促の店頭実現を担う（月間約5,000人がアクティブに稼働）

流通ノウハウ・指導力

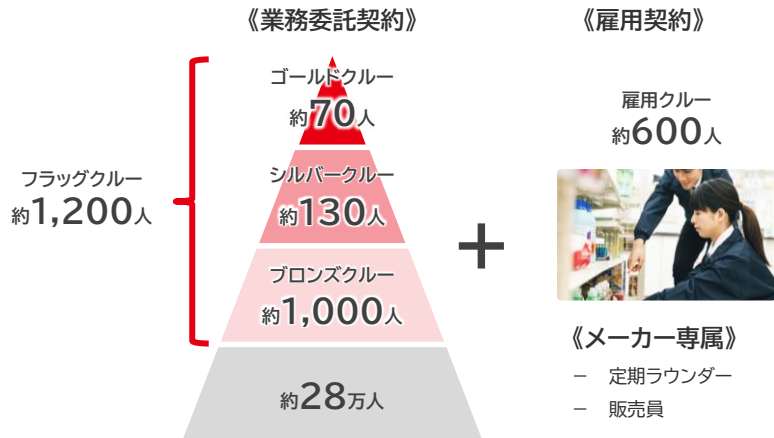


《流通小売業出身者一覧》

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

流通経験豊富な従業員による業務管理

全国28万人のメディアクルー



『店頭スペシャリスト人材』が全国に1,800名在籍
業務クオリティへの意識を高めるため100%業務委託契約

独自開発したシステムインフラがフィールドマーケティング業務のスピード、クオリティを担保

スタッフ管理システム



《主な機能》

- リクルート機能
- ダウンロード機能
- 試食・試飲会の発注
- 機材キット管理

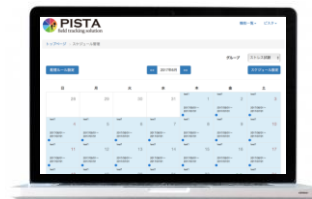
業務レポート管理システム



《主な機能》

- レポート作成・検索
- 画像一覧
- 集計機能
- コミュニケーション機能

サイネージ管理システム



《主な機能》

- コンテンツ管理
- アカウント管理
- 配信スケジュール管理
- 配信ログ管理

コンタクトセンターシステム

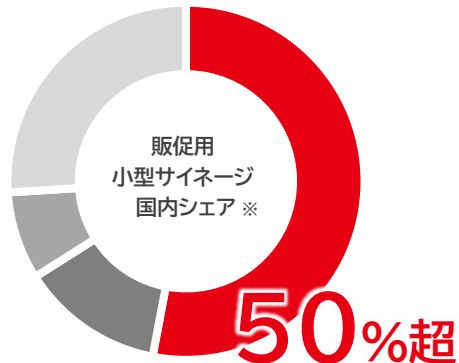


《主な機能》

- PBX、IVR
- 通話録音
- CMS管理
- 音声のテキスト化

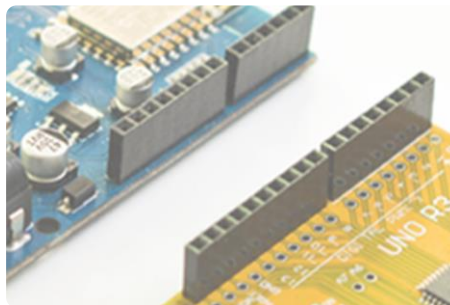
30年間、売場の「現場」「現物」「現実」の3現主義によって培った提案力(売場適応力)、開発力、運用力が強み

国内シェア



- 販促用小型サイネージのパイオニアとして市場を牽引
- 現場での成功・失敗事例が豊富
- 様々な売場環境に対応しうる豊富なラインナップから最適な製品を選定し、売場に導入

フレキシブルな開発



- 当該業界で唯一設計・開発部門を設置
- 開発は部品表レベルから自社で設計
- 製造は明確な品質管理基準を設定
- プロダクトデザイン(特機対応)チームを設置

サポート体制



- 専用キットセンターで仕様に応じたカスタマイズ・出荷前全数検査を実施
- シリアルNoを基に端末情報を把握した上でサポート
- 設置・撤去サポートによる売場構築支援体制

※ 出所:株式会社中日社「2018年度小型サイネージ/電子POP端末全体の国内出荷台数シェア」。

様々な素材を幅広く用いて、総合的に販促ツール・ノベルティ製作の企画・デザイン・製作が可能
販促ツール専門物流倉庫「ミノックス」は、佐川物流センター内に立地していることによる運賃・出荷スケジュールメリットで競合他社と差別化

デザイン・クリエイティブ



- 様々な素材を用いて、企画・デザイン・製作が可能
- 日本プロモーション・マーケティング協会会員であり、POP AWARDにおいて数々の入賞実績

提携工場



- 縫製品を得意とする青島未知力工贸有限公司と提携し、独自の生産ラインを確保
- その他国内外での多数の提携工場を保有

販促ツール専門物流倉庫



保有面積
1,500
坪

- 大阪府箕面市の佐川物流センター内に立地
- 運賃のコストダウンや遅い時間までの受付が対応可能
- 個店単位でのピッキング作業にも柔軟に対応
- 倉庫敷地内に事務所を併設、作業員が常駐

- － 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- － 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知及び未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予想とは大きく異なる可能性があります。
- － これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社グループが事業展開する業界の動向等が含まれますが、これらに限定されるものではありません。
- － また、当社グループ以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。

お問い合わせ インパクトホールディングス株式会社

TEL : 03-5464-8321 FAX : 03-5464-8322 e-mail : ir@impact-h.co.jp

コーポレートサイト : <https://impact-h.co.jp/> サービスサイト : <https://impact-h.jp/>