



2021年12月期 通期決算説明資料

店舗DBを基軸にした「SDGs販促」の推進が功を奏し、通期業績予想の全指標を達成、過去最高業績
新たに策定した『中期経営計画2022-2026』では、2026年12月期に連結売上高300億円、営業利益60億円を目指す

インパクトホールディングス株式会社
東証マザーズ:6067
2022年2月14日

1

通期連結売上高・営業利益とも過去最高を更新

※ 詳細はP5～11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(人材・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「グロース市場」を選択

※ 詳細はP3を参照

- 2021年7月9日付で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

「中期経営計画2022-2026」を策定、2026年12月期に連結売上高300億円、営業利益60億円

※ 詳細はP33～50を参照

- 2021年11月24日付で「中期経営計画2022-2026」を開示
- 既存事業のオーガニックな成長を前提とした成長計画

4

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P19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型シナジー営業推進(SDGs販促推進)プロジェクトチームも発足

東京証券取引所の市場再編に伴い「グロース市場」を選択
市場環境、事業内容等の詳細に関しては、2021年11月24日付の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」をご参照ください

マザーズ市場に上場している当社は
東京証券取引所の市場再編に伴い「グロース市場」を選択

今後も成長を継続し、プライム市場の要件に適合次第、
プライム市場へ移行する方針

当社におけるプライム市場の上場基準適合の主な要件

- ・コーポレートガバナンス・コードの適用
- ・経営成績(利益額)
- ・時価総額及び売買代金

現在

市場第一部

市場第二部

マザーズ

新市場区分

(2022年4月4日～)

プライム

スタンダード

グロース



- ※ グロース市場は、高い成長性を有する企業向けの市場
- ※ プライム市場は、グローバルな投資家との建設的な対話を中心に据えた企業向けの市場

1. 2021年12月期 通期決算概要
2. 2022年12月期 通期業績予想及び事業方針
3. 事業トピックス
4. ESG・SDGsに関する取り組み
5. 成長戦略（中期経営計画2022－2026）
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
9. Q&A

1

2021年12月期 通期決算概要

コロナ禍で目まぐるしく変化する需要を捉え力強く伸長、YoYで売上高は+20.3%、営業利益は+62.9%
 営業利益率は12.6%へ上昇、高収益化に向けて順調に収益構造改革が進行中
 当期純利益は1,208百万円と経営体質を大幅に改善、3期ぶりの最終黒字着地

単位:百万円 (構成比)	FY2019	FY2020	FY2021	YoY
売上高	7,909	11,074	13,333	+20.3%
営業利益	514 (6.5%)	1,029 (9.3%)	1,678 (12.6%)	+62.9%
経常利益	-306 (-%)	28 (0.3%)	1,648 (12.4%)	-
当期純利益	-1,581 (-%)	-187 (-%)	1,208 (9.1%)	-

- ※ FY2019は、インド・コンビニ事業に対する投資持分のうち、のれん相当額である807百万円を営業外費用として計上しております。
 また、貸付債権全額に相当する1,121百万円を特別損失(貸倒引当金繰入額)として計上しております。
- ※ FY2020は、インド・コンビニ事業に対する投資持分のうち、簿価相当額である917百万円を営業外費用として計上しております。
 現在、インド・コンビニ事業に関する投資簿価(関係会社株式)は0円になっているため、当面の間PL/BSへの影響はありません。

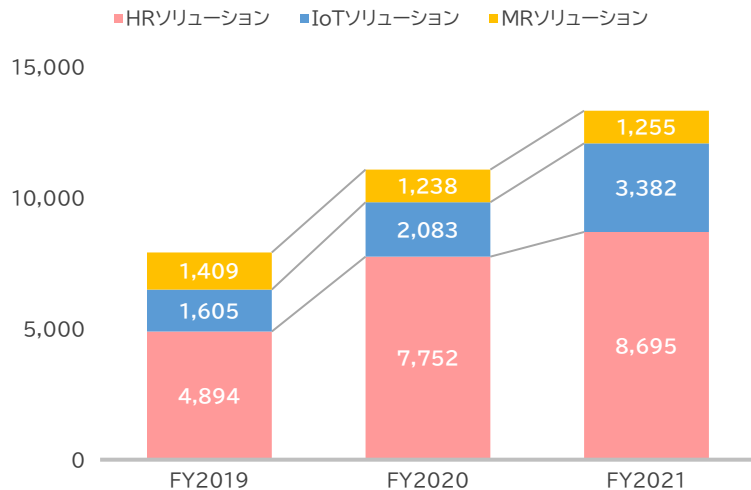
人材・採用投資を行いながらも全指標で業績予想を達成
 当期純利益は業績予想を大きく上回り、創業来初となる10億円を突破

単位:百万円 (構成比)	FY2021 通期業績予想	FY2021 通期実績	達成率
売上高	13,000	13,333	102.5%
営業利益	1,600 (12.3%)	1,678 (12.6%)	104.9%
経常利益	1,450 (11.1%)	1,648 (12.4%)	113.6%
当期純利益	930 (7.1%)	1,208 (9.1%)	129.9%

コロナ禍で影響を受けながらも、全セグメントで増収増益
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

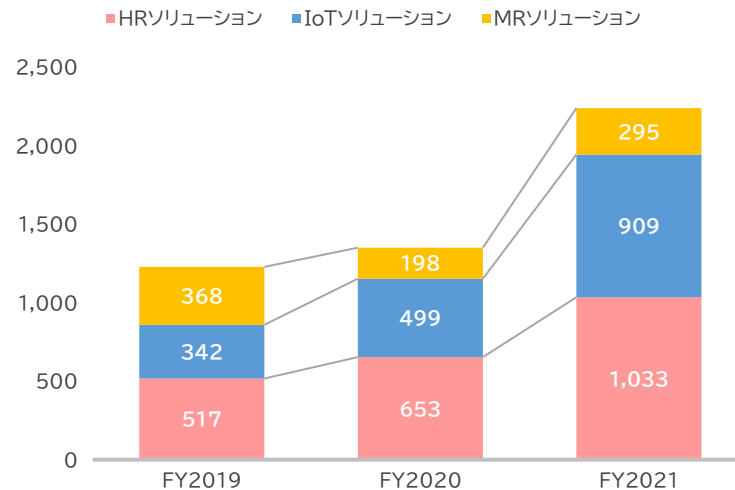
【売上高】

単位:百万円



【営業利益】

単位:百万円

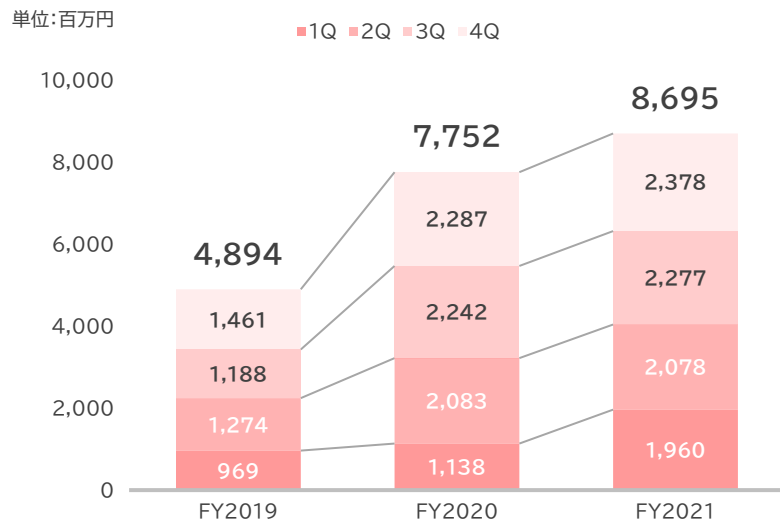


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

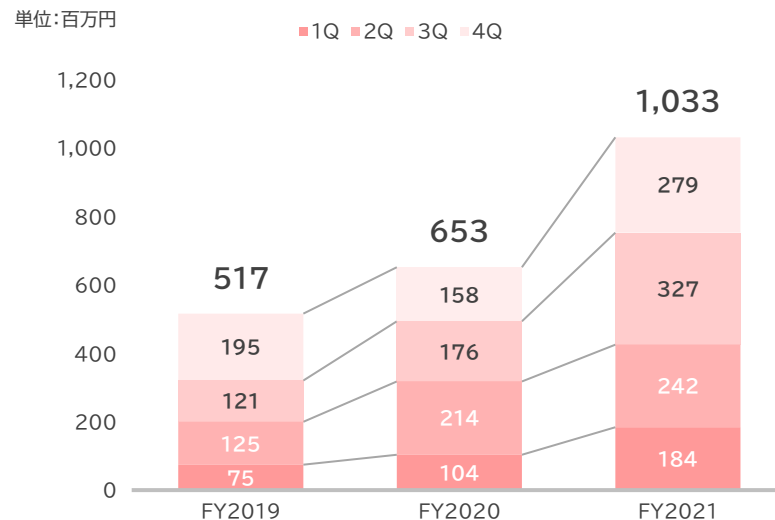
※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

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
 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が功を奏し、通期で黒字着地

【売上高】 YoY 12.1増



【営業利益】 YoY 58.0%増

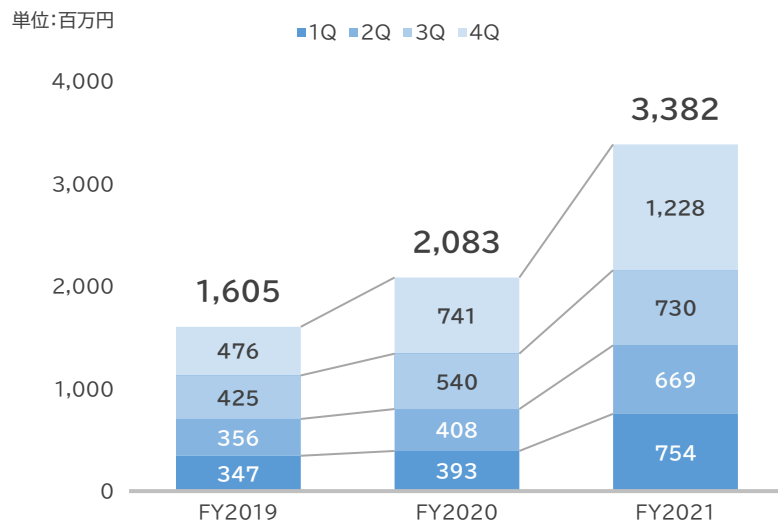


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

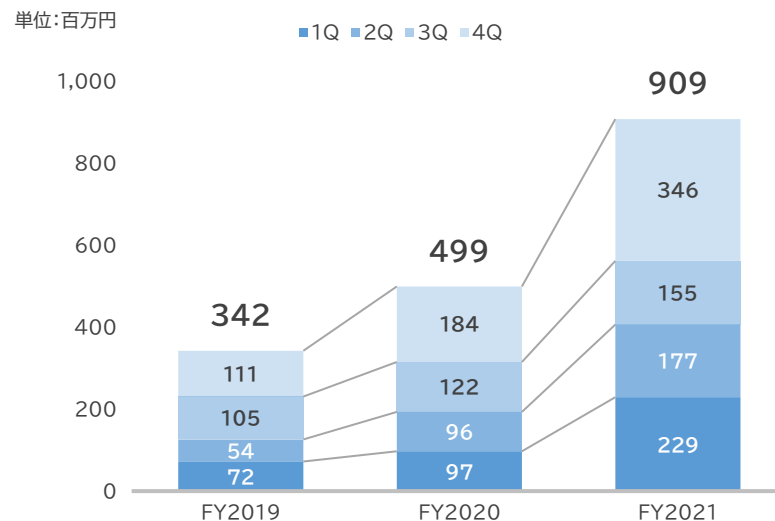
※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

飲食店向けテーブルトップオーダー端末や広告メディアサイネージ等、非販促領域での事業拡大が業績へ大きく貢献
オンラインサイネージ稼働台数が4万台を突破し、ストック収益も堅調に推移

【売上高】 YoY 62.3%増



【営業利益】 YoY 81.9%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。

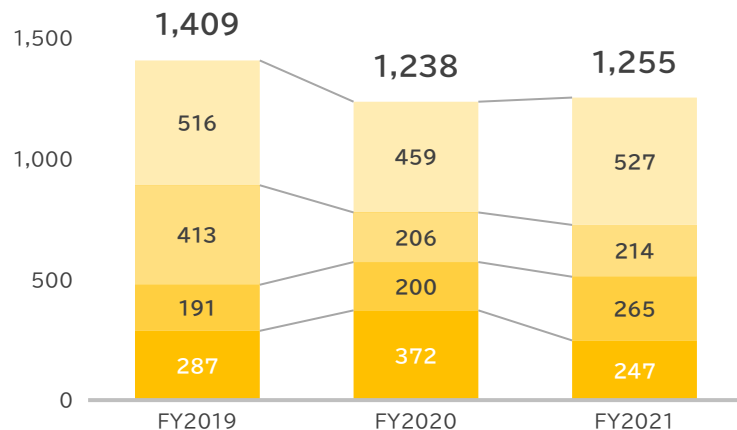
※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

携帯ショップやカーディーラーを中心としたコンプライアンス調査や内部監査代行等、高収益案件の拡大により増収増益で着地
 コロナの影響を一定程度受ける覆面調査をホームユーステスト、世論調査、買いタメ等の新規案件でリカバー

【売上高】 YoY 1.3%増

単位:百万円

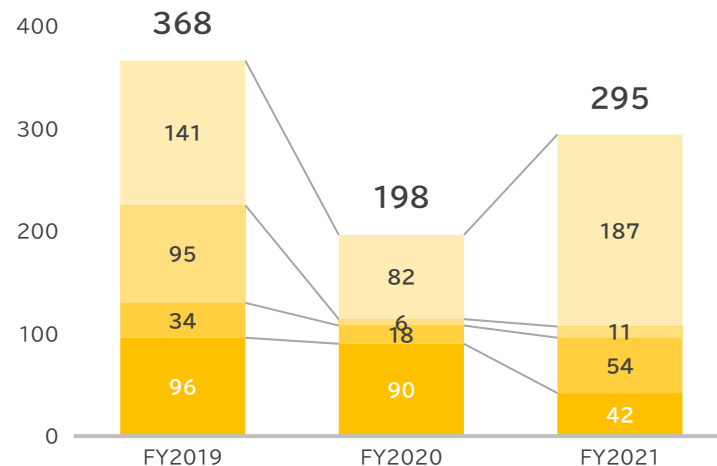
■1Q ■2Q ■3Q ■4Q



【営業利益】 YoY 48.5%増

単位:百万円

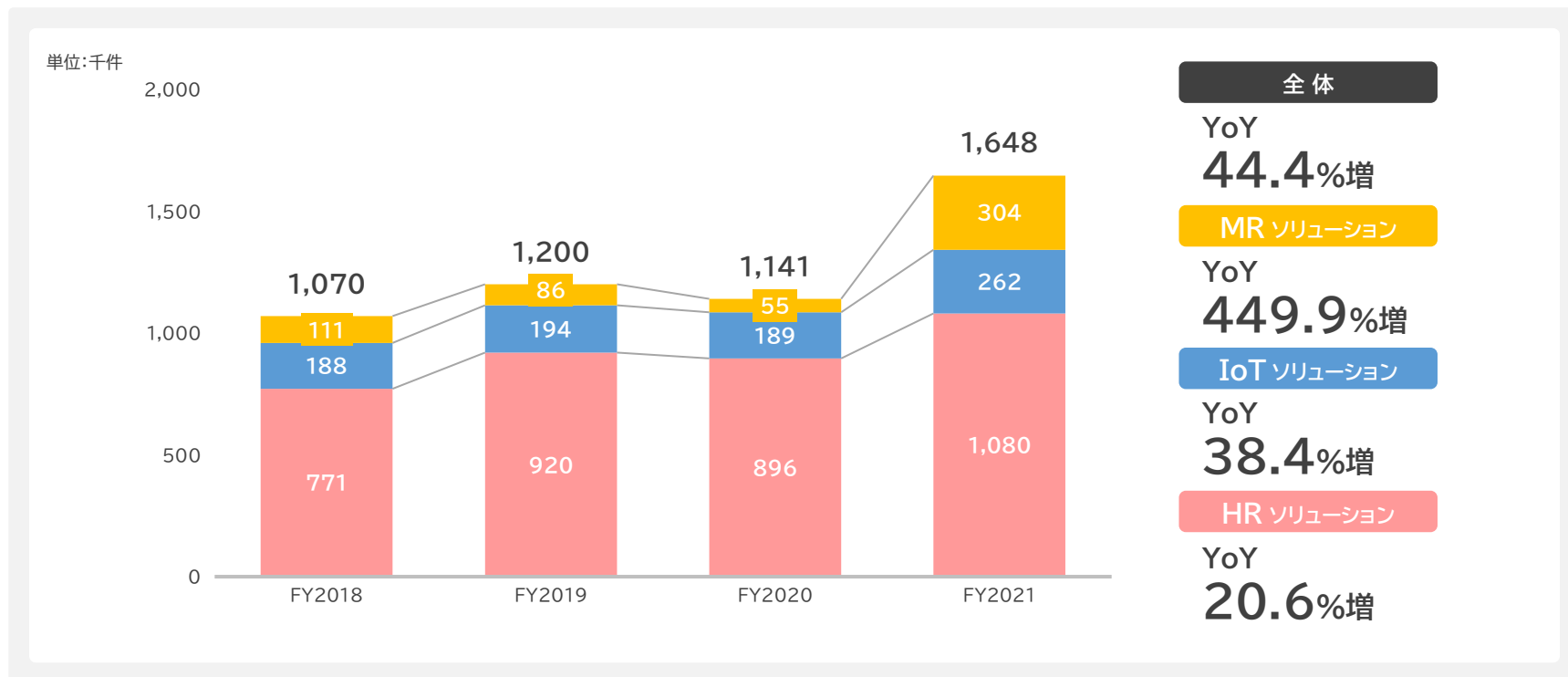
■1Q ■2Q ■3Q ■4Q



※ 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

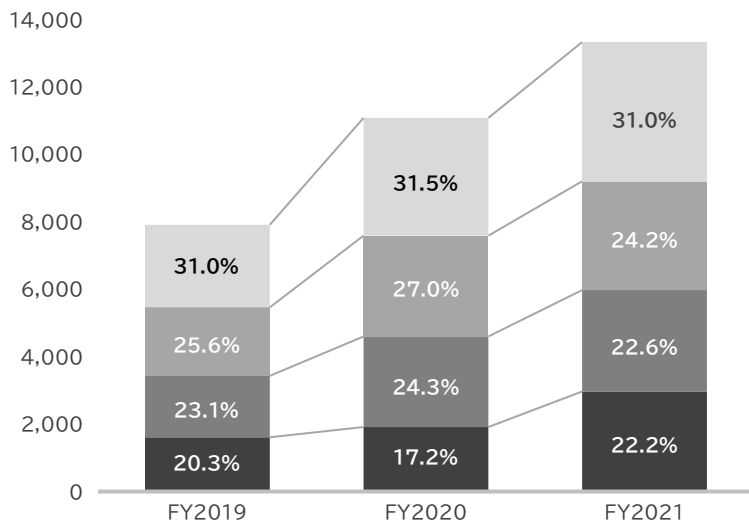


店舗DBの本格投入による提案力向上や、コロナ禍で需要が高い事業に経営資源(人材・モノ・資金)を集中させたことが功を奏し、収益率が上昇

【売上高】

単位:百万円

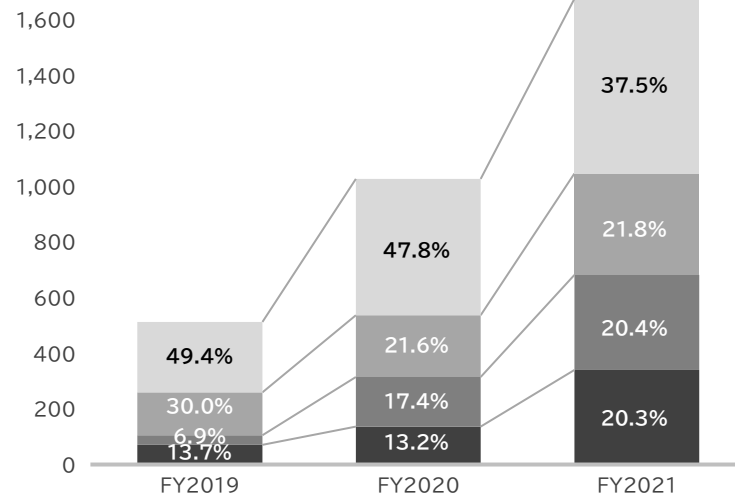
■1Q ■2Q ■3Q ■4Q



【営業利益】

単位:百万円

■1Q ■2Q ■3Q ■4Q



純資産は2,681百万円から4,071百万円に増加、自己資本比率は31.1%から45.6%へ改善

単位:百万円	FY2020	FY2021	増減
流動資産	7,266	7,531	265
固定資産	1,329	1,371	42
資産合計	8,595	8,902	307
流動負債	3,084	2,354	△ 730
固定負債	2,829	2,477	△ 352
負債合計	5,913	4,831	△ 1,082
純資産合計	2,681	4,071	1,390
資本金	1,727	1,818	91
自己資本比率	31.1%	45.6%	14.5%

試飲・試食販売事業を中心に落ち込んでいる事業は、需要回復まで時間がかかると想定されるため、コロナ禍でも需要が高まっているデジタルサイネージ事業やラウンダー事業等へ経営資源(人・モノ・資金)を集中

事業	業界への影響（当社認識）	当社グループのビジネスへの影響
HRソリューション事業	ラウンダー事業	1回目の緊急事態宣言時と比較し、影響は限定的 
	試飲・試食販売、マネキン事業	新型コロナウイルスの感染拡大防止、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の影響により全面的に中止 
	イベント事業	1回目の緊急事態宣言時と比較し、影響は限定的 
	人材派遣・紹介事業	業界全体としては影響は大きい、景気に左右されないITエンジニア、医療、介護等は需要が高まっている 
	セールスプロモーション事業（企画・デザイン・製作・物流等）	消費活性化に向けてメーカー、流通小売ともに新たな販促を模索している 
	BPO事業（コールセンター・デバッグ等）	新型コロナウイルスの影響によるオペレーション変更で、お問い合わせ窓口代行等の需要が高まっている 
IoTソリューション事業	デジタルサイネージ事業	試飲・試食販売の代替策としてデジタルサイネージによる販促需要が高まっている 
MRソリューション事業	マーケティングリサーチ事業（覆面調査含む）	覆面調査業界全体としては需要が3～4割程度減少 

2

2022年12月期 通期業績予想及び事業方針

通期業績予想の見通しについては今期も引き続き、新型コロナウイルス感染拡大の長期化による影響に加え、HRソリューション事業のセールスプロモーション事業に軸足を置いた新規事業立ち上げやM&Aを視野に入れており、グループ全体としては現状堅調に推移しておりますが、成長期にある事業ということから成長の予見及び当社グループの業績に与える影響を見通すことが困難であるため、公表しておりません。

2022年12月期のセグメント別の事業方針は下記の通りです。

HRソリューション事業

- ラウンダー事業、セールスプロモーション事業を中心に店舗DBを活用した「SDGs販促」を推進
- 販促企画領域、デジタルプロモーション領域のソリューション強化・拡充、人材・採用へ積極投資
- 昨年に引き続き、第三者認証制度代行、ワクチン接種会場運営・派遣等の需要取り込み

IoTソリューション事業

- 店舗DBを活用した付加価値提供、高付加価値サイネージ拡大による単価アップ・利益成長
- 広告メディア事業者によるロケーション(店舗・施設)メディア化需要の取り込み
- 非販促領域の拡大、飲食店向けテーブルトップオーダー端末をはじめ、OEM・ODM製品の特機案件獲得

MRソリューション事業

- コンプライアンス調査、内部監査代行等の高難易度案件拡大による利益成長
- 認知拡大、トライアー獲得、リピーター育成を目的とした店頭送客、サンプリング調査の案件拡大
- メーカー向けマーケティングリサーチメニューの拡充、顧客開拓

※ OEMとは、Original Equipment Manufacturingの略語で、他社ブランドの製品を製造すること(あるいはその企業)を指します。

※ ODMとは、Original Design Manufacturingの略語で、委託者のブランドで製品を設計・製造することを指します。

3

事業トピックス

(株)仲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
 当社グループとして販促プロモーションにおける上流領域でのプレゼンス(存在感)を拡大
 単なる受託請負ではなく課題に並走する販促プロモーションパートナーへ



impact
connect

- ① 販促プロモーションにおける上流領域でのプレゼンス(存在感)を拡大
- ② グループ会社間での事業シナジーを加速
- ③ 販促の効率化、ムダの削減を追求する「SDGs販促」を推進



(株)仲和企画

- ・セールスプロモーション企画立案
- ・デザイン制作
- ・販促ツール製作
- ・ノベルティ製作
- ・販促専門物流センターの運営



(株)INSTORE LABO

- ・流通主導のプロモーション企画立案
- ・コストシェア型販促ルーツ製作
- ・コストシェア型ラウンダー
- ・ドラッグストアコンサル



インパクトホールディングス(株)

- ・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

事業内容

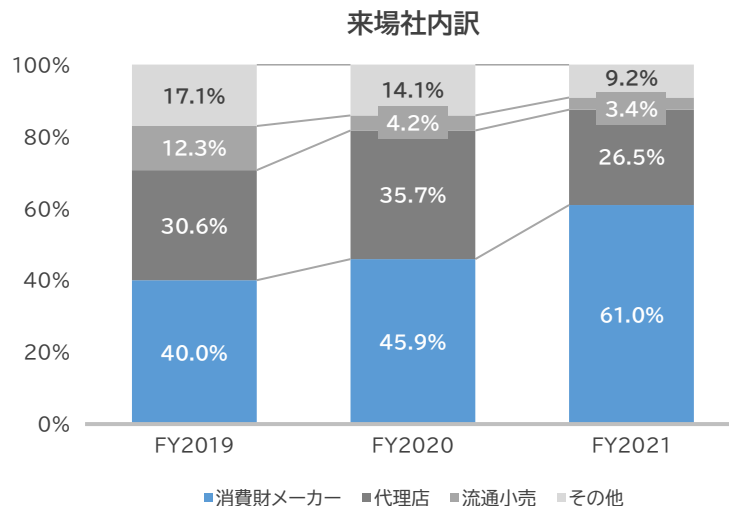
- ・店舗DBを基軸とした店頭販促の企画立案
- ・デザイン制作
- ・販促ツール製作
- ・ノベルティ製作
- ・販促専門物流センターの運営
- ・店頭販促と連動したデジタルマーケティング
- ・キャンペーン事務局の運営
- ・ドラッグストアコンサル

渋谷本社オフィス及び大阪オフィスにて「iTV Private Show 2021」を開催
メーカーを中心に約2ヶ月間でのべ415社、793名が来場



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）



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60万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

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



大塚フーズインドア様
(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ドア様
(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

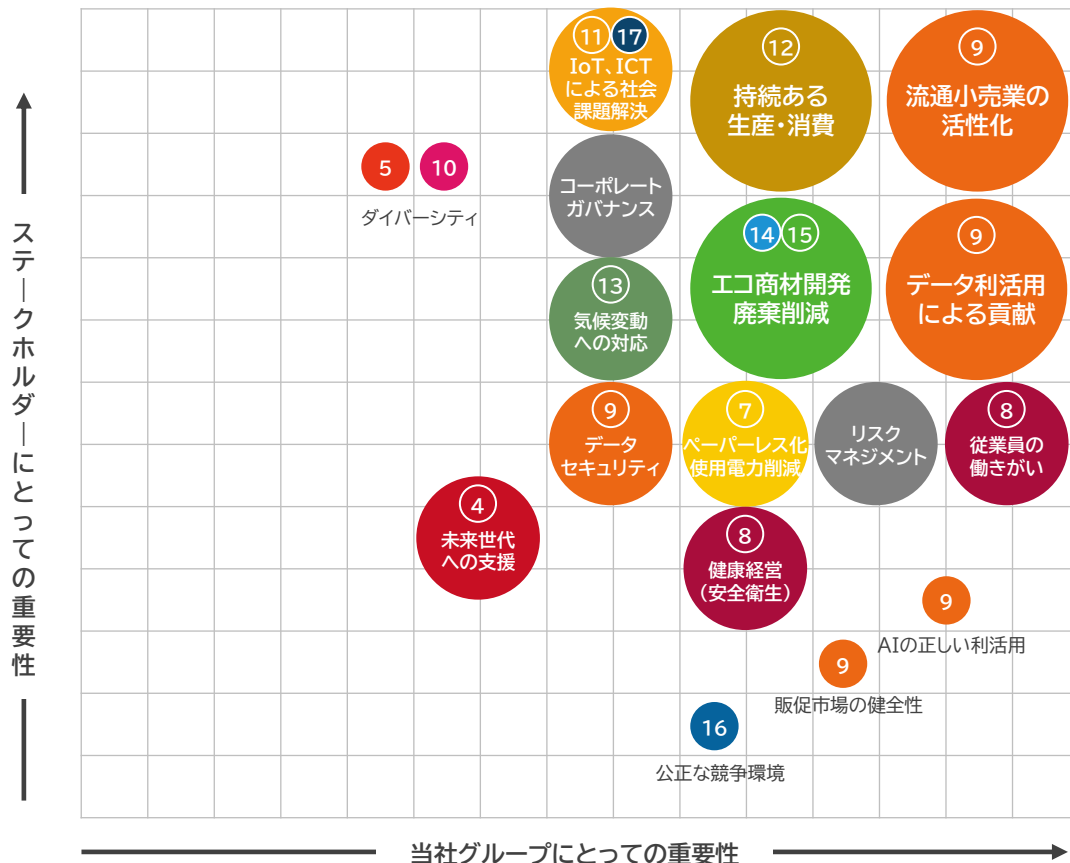


面積	70~150㎡	10~30㎡	~20㎡	~20㎡
SKU数	700~1,500	200~400	100~200	150~300
店舗概要 ※2	<p>アッパーミドル層をターゲットとしたおしゃれな内装に加え、買いまわりの良い導線設計。カウンターフード、加工食品、インポート商品等の関連販売を誘因する施策等も実施。</p>	<p>カウンターフード、インポート商品等、標準店舗の販売構成の高い商品を中心に品揃え。</p>	<p>オフィスビル内に立地し、ターゲットはオフィス内の会社員。軽食、間食需要に対応する菓子類やドリンク類を中心とした品揃え。</p>	<p>カフェ店舗「Café Coffee Day」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

※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。

4

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 陸の豊かさでも守ろう
- 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。

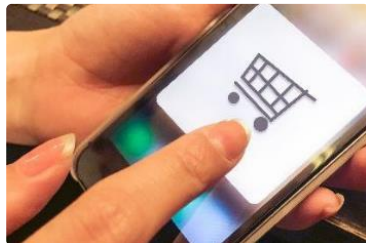
どのような販促プロモーションを行うのかと同様に、どこで販促プロモーションを行うのかが大事な時代より効率的かつ効果的な販促プロモーションが求められる

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
- インパウンド需要の変化
- 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



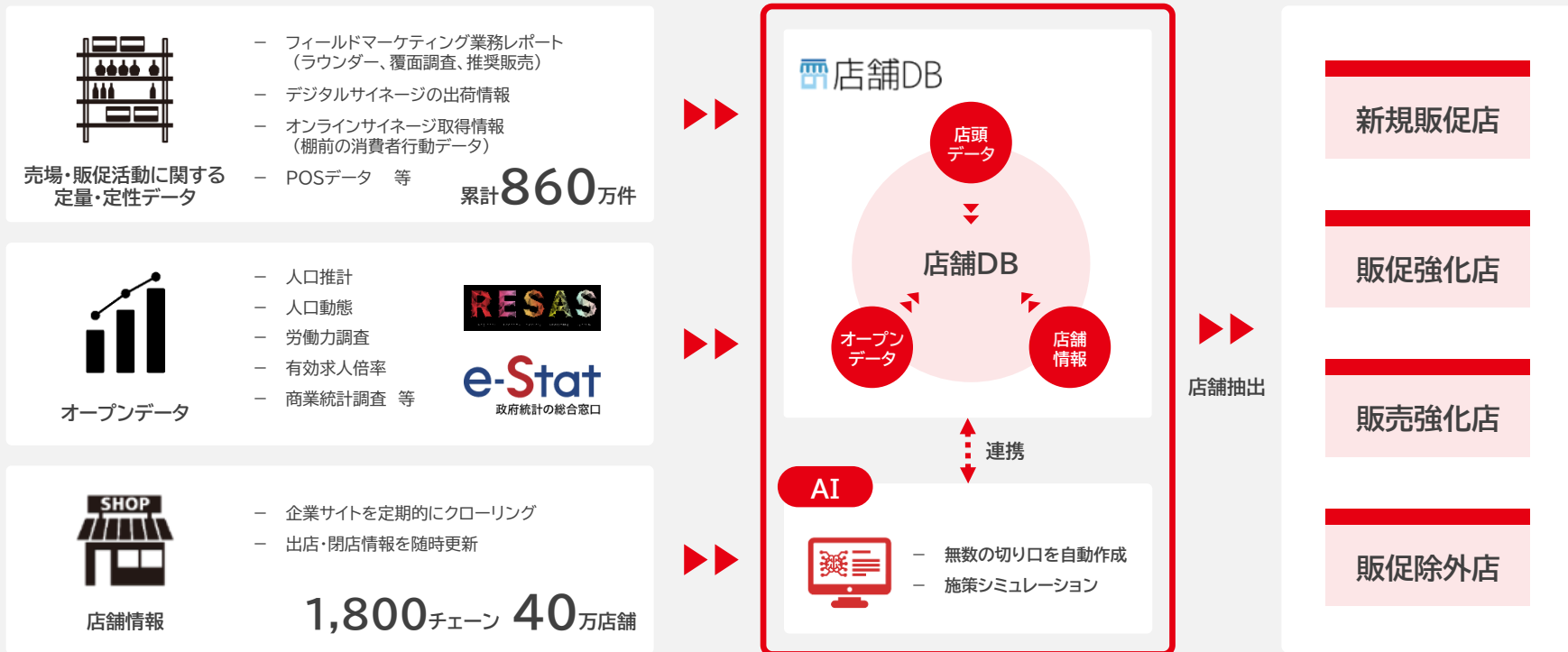
- 流通小売の改廃が世界一多い
- 販促を行う予算には限界がある
- 販促効果が常に問われている
- 少子高齢化による人口減少

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860万件を超える「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



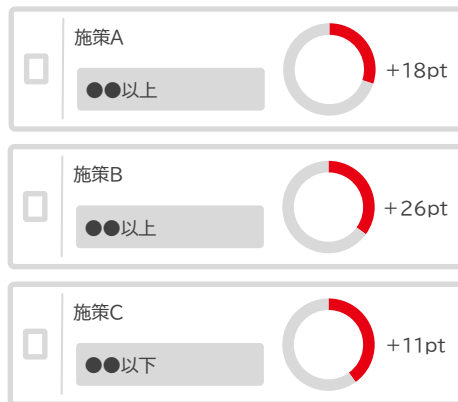
無数の切り口を自動作成し、機械学習で切り口の優先順位付けを行い、効率よく施策を企画・立案
 施策の改善効果をその場で試算することができるため、効果の高い施策に注力することが可能

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

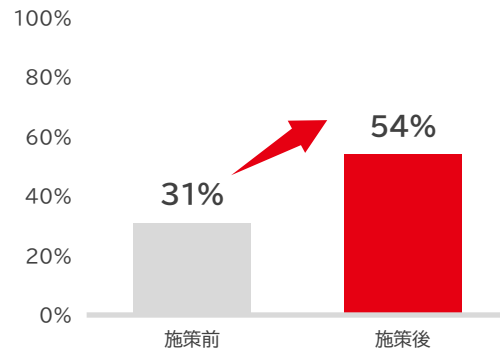
機械学習での優先順位付け



- 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

デジタルサイネージ

食品メーカー様



SM/GMS
177チェーン
1,700店舗

【課題・ニーズ】

デジタルサイネージを活用した販促を実施するにあたり、販促強化店舗を選定したい

【店舗抽出条件】

- 過去のサイネージ設置実績
- 過去の推奨販売実績
- 20~30代が多く住むエリア
- 近隣にフィットネスクラブが多いエリア

定期ラウンダー

雑誌メーカー様



DgS/GMS/HC
330チェーン
7,000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
- 過去のサイネージ設置実績
- インバウンド強化店舗除外
- 小規模チェーン(10店舗以下)、僻地店舗除外

プロモーション什器

家電メーカー様



家電量販店/GMS
18チェーン
2,200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】

- 近隣に高級ディーラーがある店舗
- 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)

5

成長戦略（中期経営計画2022－2026）

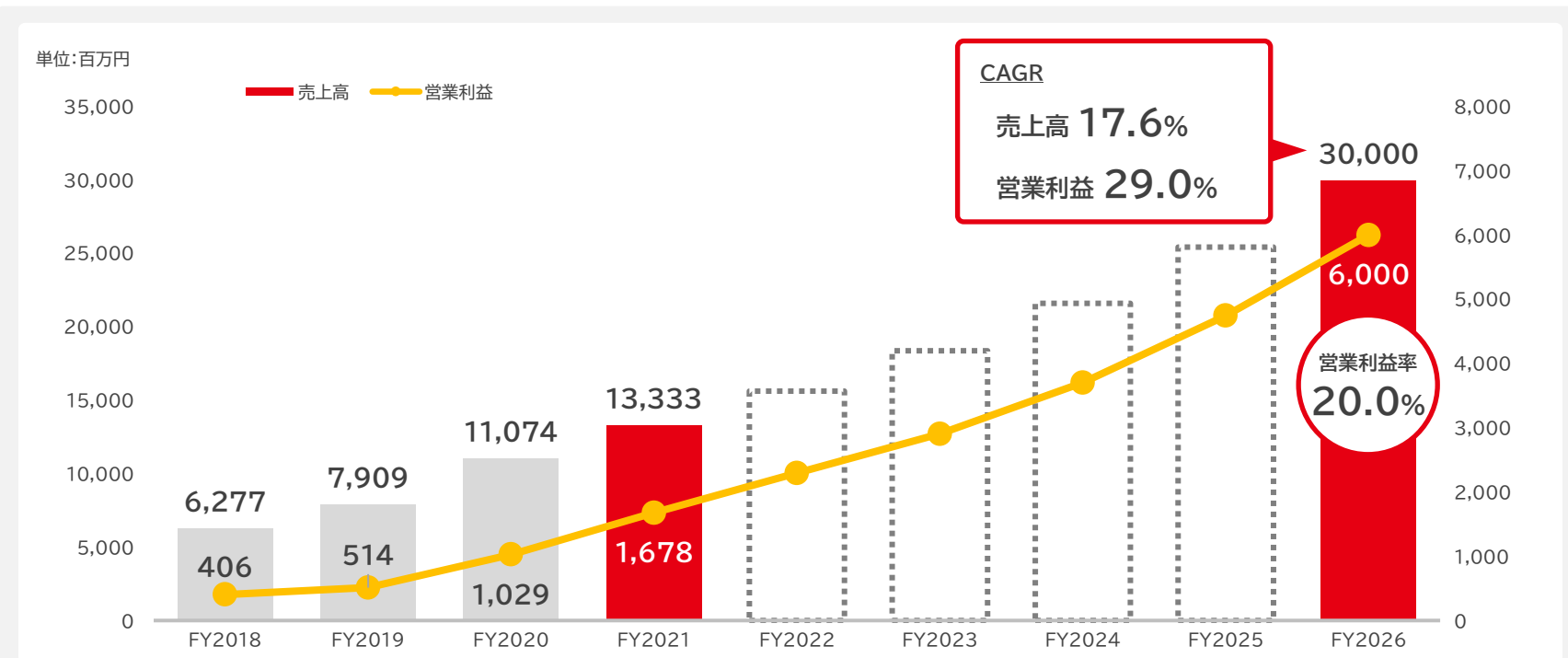
1. 中期経営計画2022－2026
2. SDGs販促の推進
3. 販促・店舗DX推進
4. 双日㈱との事業連携強化
5. M&A方針

策定における前提条件

- 2021年11月24日付で開示した「中期経営計画2022-2026」は、当面の間新型コロナウイルスの影響が続くことを想定しており、現時点で推定可能な範囲で計画を策定しております。
- M&Aに関しては、案件規模・実施時期により業績への寄与度が大きく変動するため、本計画では既存事業のオーガニックな成長を前提とした計画です。
- インド・コンビニ事業に関しては、業績及び計画は含まれておりません。双日(株)とともに、現パートナー企業である「Coffee Day Group」に代わる新たなインド現地パートナー企業、事業スキームを模索しております。詳細が決定次第、速やかに適宜開示いたします。

2026年12月期に連結売上高300億円、営業利益60億円を計画

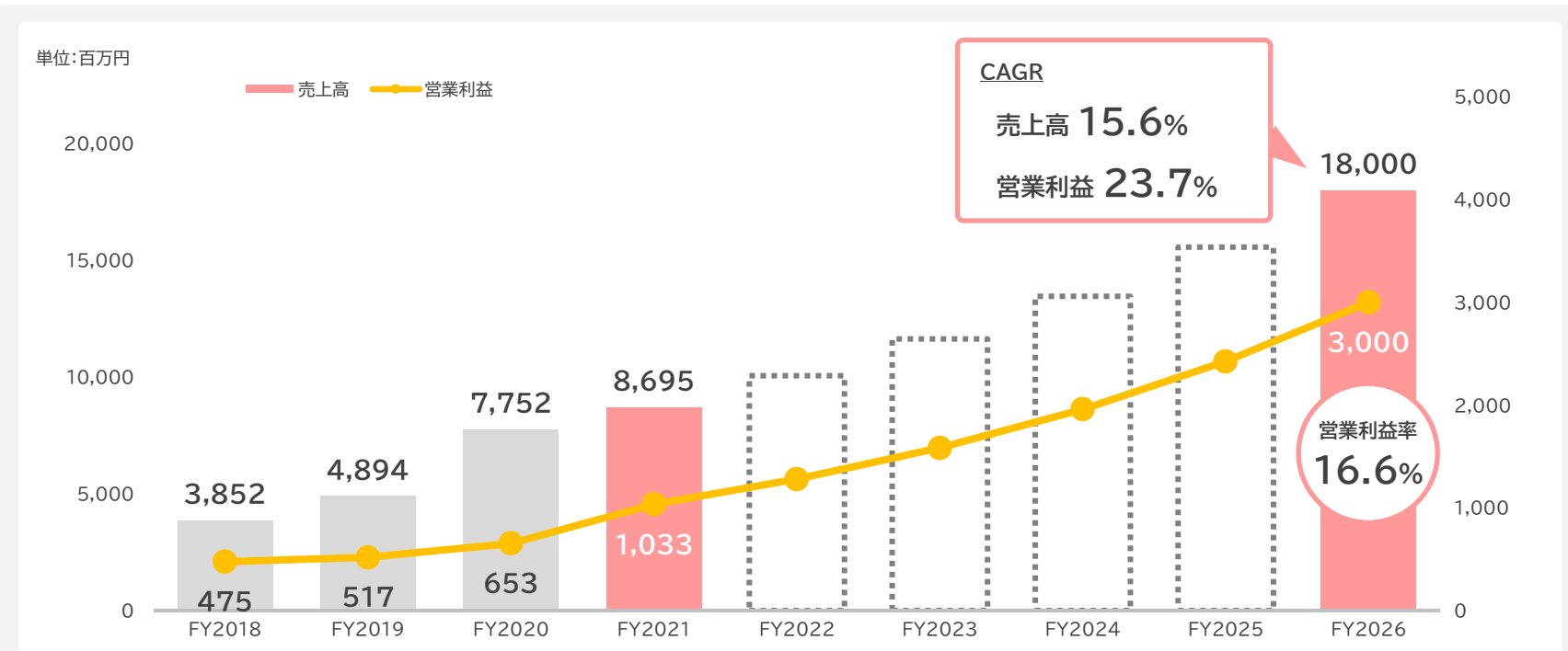
HRソリューション事業の売上高拡大、IoTソリューション事業の収益成長を柱に、営業利益率20%達成に向けて事業を推進



※ 全社費用等の調整額については、FY2026では1,000百万円を想定しております。(参考：FY2020が322百万円、FY2021が560百万円)

※ 「中期経営計画2019-2023」で掲げていた業績目標値は、連結売上高180億円、営業利益20億円。

事業規模拡大によるトップラインの成長で、グループ全体の売上高を牽引
店舗DBを基軸に「販促の効率化」「ムダの削減」を行うSDGs販促を推進、サービスの付加価値を高め、利益率向上にも注力

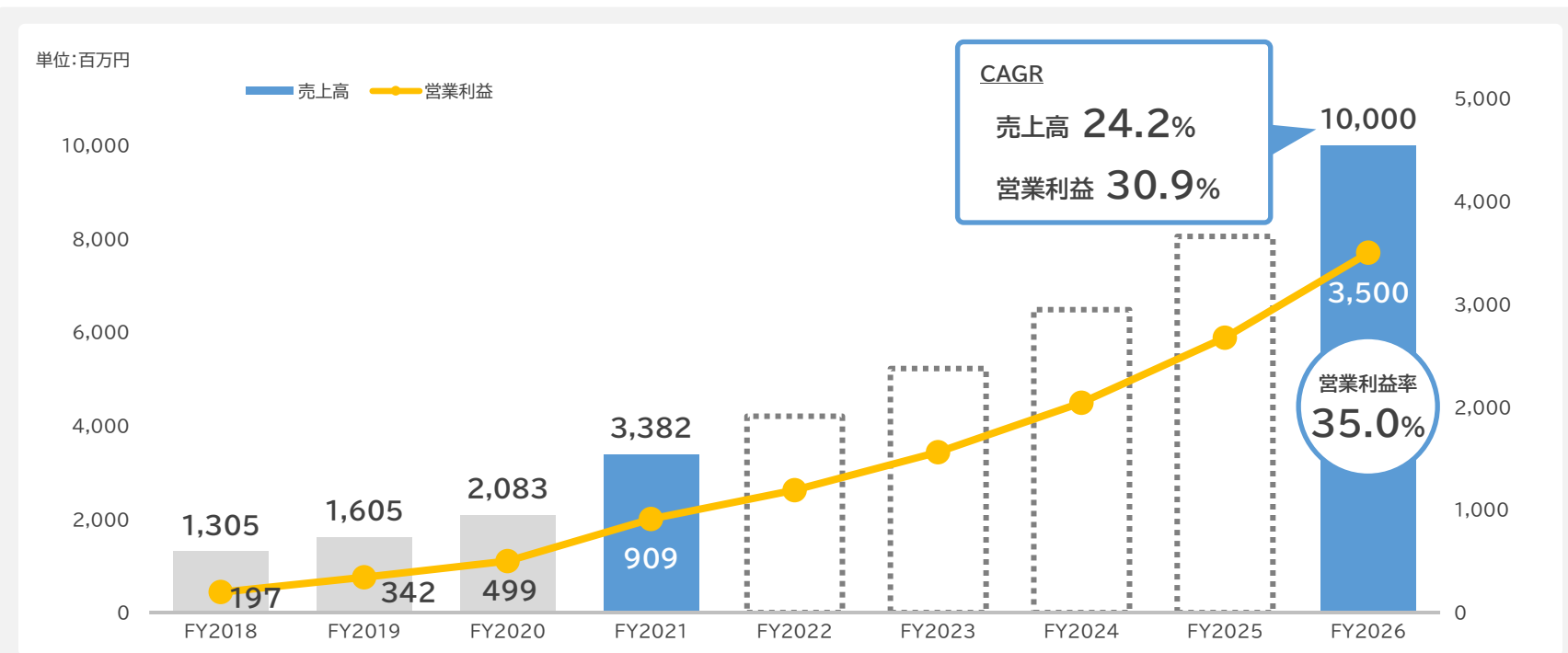


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

※ 「中期経営計画2019-2023」で掲げていた業績目標値は、売上高80億円、営業利益4億円(全社費用等の数値が含まれております)。

高付加価値サイネージ拡大による単価アップ、オンラインサイネージ稼働台数増加によるストック収益成長でグループ全体の収益を牽引
またODM/OEM製品等の特機案件獲得により、非販促領域での需要を取り込むことで事業成長を加速させる

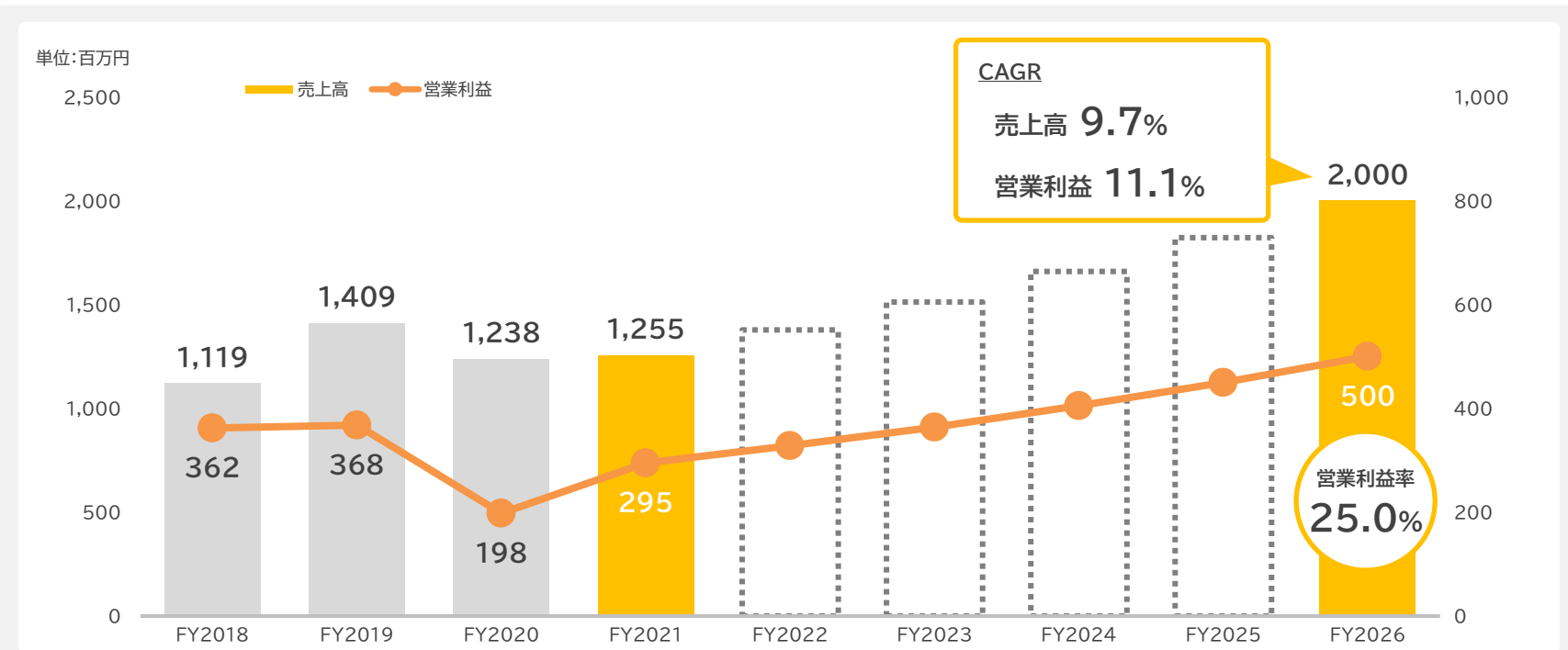


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

※ 「中期経営計画2019-2023」で掲げていた業績目標値は、売上高50億円、営業利益10億円(全社費用等の数値が含まれております)。

HR・IoTソリューション事業の主要取引先であるメーカー中心に、リサーチメニュー及び販路拡大を目論む新型コロナウイルスの影響を鑑み、MRソリューション事業は他セグメントと比較すると緩やかな成長計画



※ 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。

※ 「中期経営計画2019-2023」で掲げていた業績目標値は、売上高50億円、営業利益6億円(全社費用等の数値が含まれております)。

SDGs販促を推進する「**株式会社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】

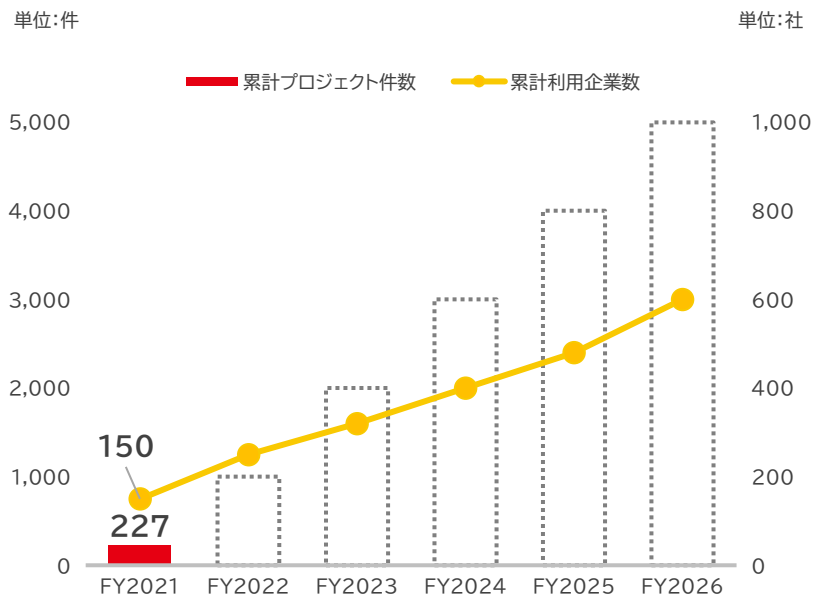
- SNS、GEO広告、デジタルキャンペーン等を活用した、トライアル購入・リピート購入の促進

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も視野に入れている



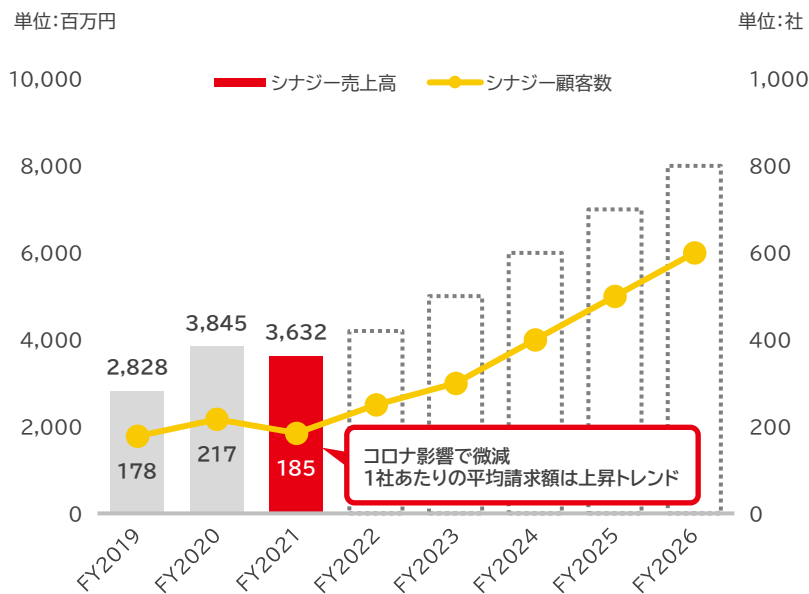
- 店舗DBを付加価値にし、受注率・利益率を向上させる
 - 既存クライアント(消費財メーカー)へ導入促進
 - 営業スタイルとしては、見積提出時にサンプルデータも合わせて提出
正式発注後に、抽出した残りの店舗リストデータを提出
- ※ サンプルデータは抽出店舗数の10%、最大100店舗を上限とする

「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	E社	F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

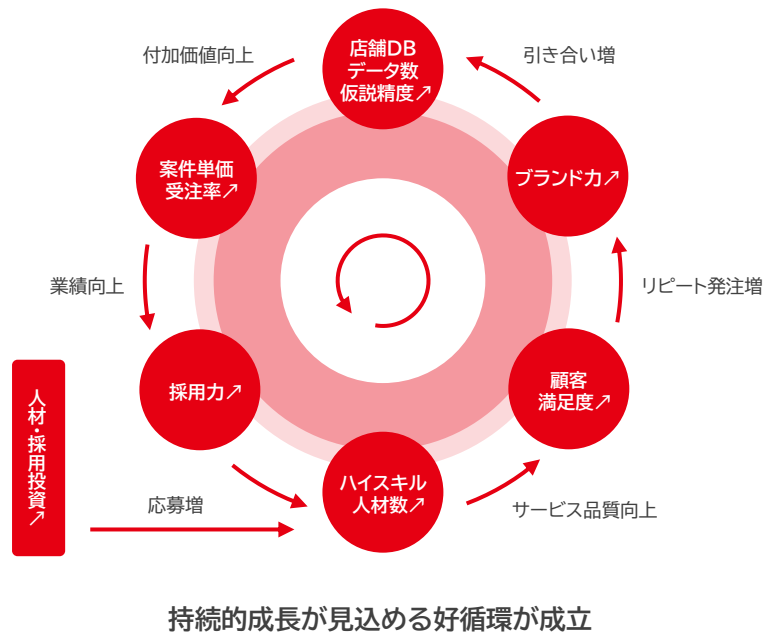
課題に並走する販促プロモーションパートナーとしての地位を確立すべく、競争力の源泉である人材・採用へ積極投資
販促領域における総合力を高め、大手広告代理店に肩を並べるポジションを目指す

1 人材投資

- 中核会社として位置づけている「㈱impact connect」で、リアル・デジタルプロモーションができる人材を積極的に採用
- 新卒・若手人材の採用も行い、積極的に成長機会を提供
- グループ会社間の出向・転籍による配置転換で組織を活性化

2 採用投資

- グループ横断型採用チームを設置し、採用体制を強化
- 人材紹介事業を展開する「ジェイ・ネクスト㈱」を積極的に活用し、採用シナジーを創出、採用工数・コストを削減



2021年よりクロスオフィサー制度の導入、シナジー営業推進(SDGs販促推進)プロジェクトチームを発足
更なるグループシナジーの創出により、他社との差別化、企業価値の向上を図る

【クロスオフィサー制度】

1 事業シナジー創出

- 中堅社員を執行役員に抜擢、別のグループ会社で執行役員を兼務
- 管掌部門を複数社持つことで必然的に事業シナジーを創出

2 タスク型ダイバーシティ

- 多様性の受容と活用を通じ、個人と組織のパフォーマンスを最大化
- 組織や事業に新しいイノベーションを起こす機会を創出

3 次世代の経営者人材育成

- 次世代の経営者人材育成の一環として実施
- 帰属意識や貢献意欲を意味する「エンゲージメント」の向上へ

【シナジー営業推進(SDGs販促推進)プロジェクト】

4 各社よりプロジェクトメンバーを選任

- プロジェクトメンバーが主体となり、サービス勉強会を実施
- 相互のサービス理解を深めることで営業力を強化

5 顧客資産の最大化

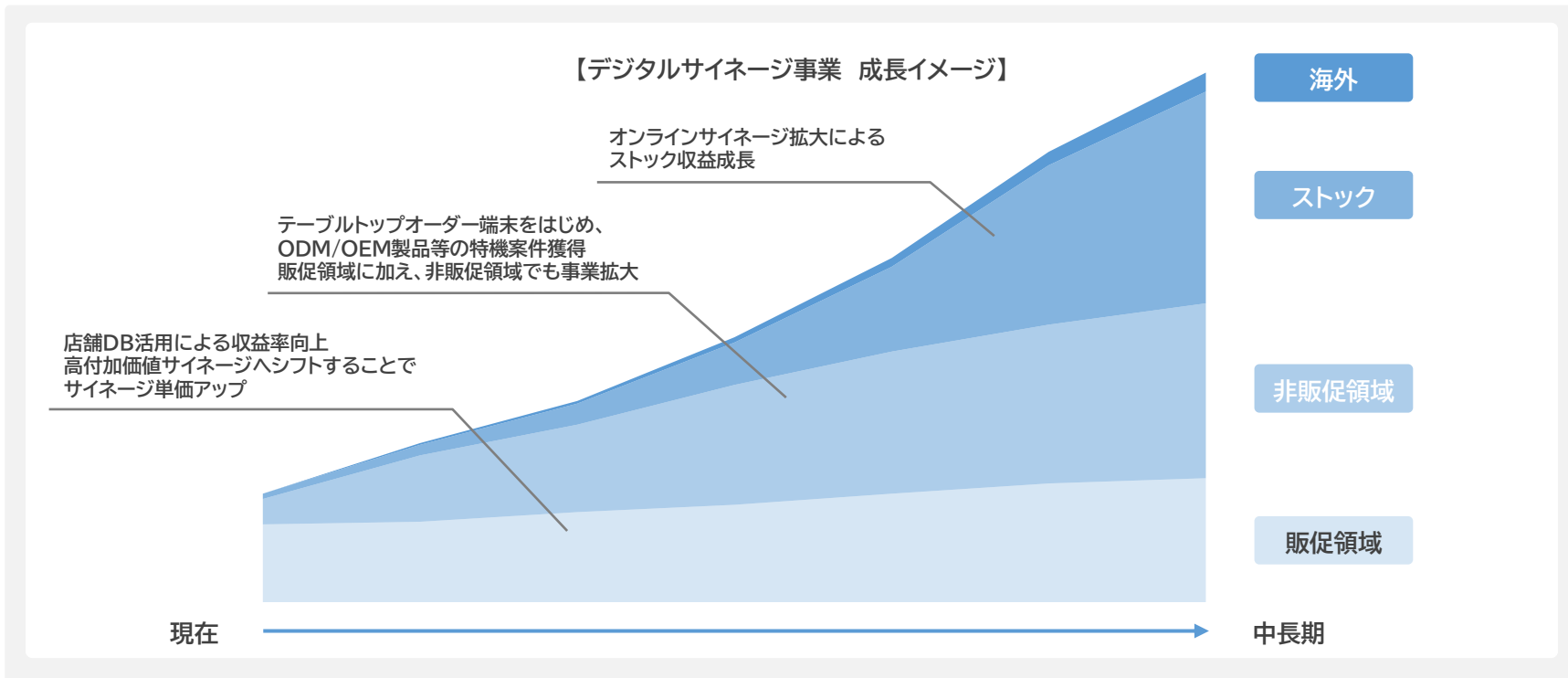
- グループ間での相互送客により、営業効率・案件受注率が向上
- 特に新規口座開設(新規取引開始)のハードルが低下

6 現場レベルでの取り組みや課題を共有

- 顧客からのオリエン内容を共有し、提案の深さ・幅を拡げることが可能
- 週次で営業活動の進捗状況を共有し、機会ロスを低減

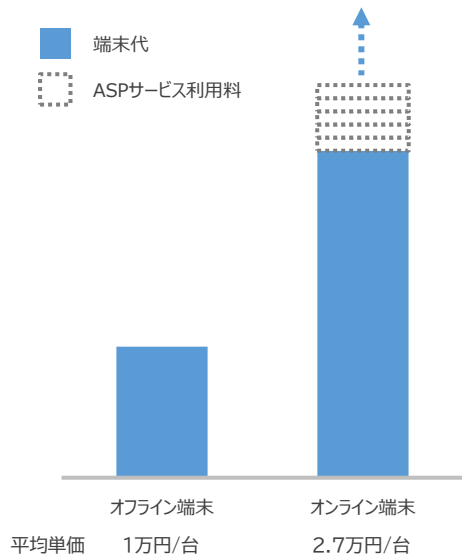
※ タスク型ダイバーシティとは、能力・経験・知識等、実力の多様性のことを指します。

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

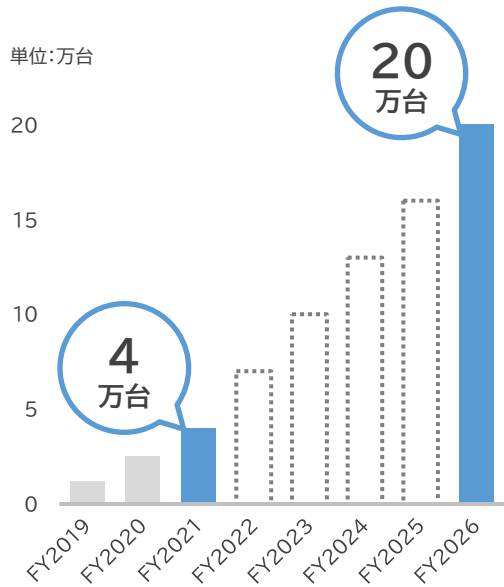


2021年12月末時点でオンラインサイネージの稼働台数が4万台まで伸長
2026年にはオンラインサイネージ稼働台数を20万台へ拡大する計画

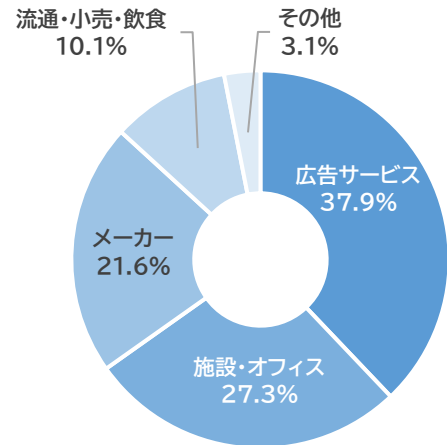
【オンラインサイネージ収益モデル】



【オンラインサイネージ稼働台数】



【導入企業 業種内訳】



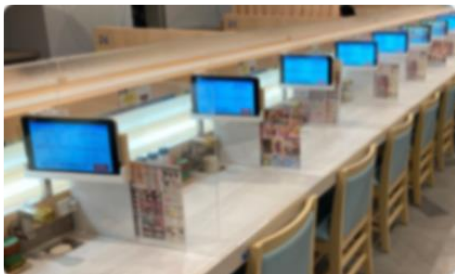
※ 2021年12末時点

※ デジタルサイネージの単価は、半導体・部材の調達時期や為替変動等の影響により随時変動しているため、あくまで参考値としてご参照ください。

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

テーブルトップオーダー端末(TTO)

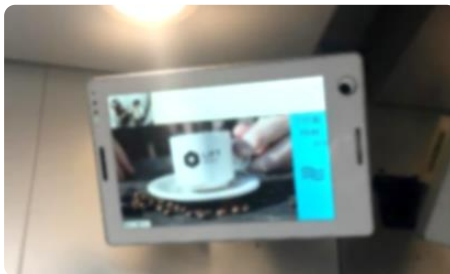
大手飲食チェーン様



- 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

防犯カメラ機能付きメディアサイネージ

エレベーター管理会社様



- 累計出荷台数は、6,800台
- 日時・天気の基本情報や、エレベーターの点検情報等、利用者に役立つ情報を配信
- 様々なコンテンツを配信し、日々の搭乗時間に+αの価値を提供

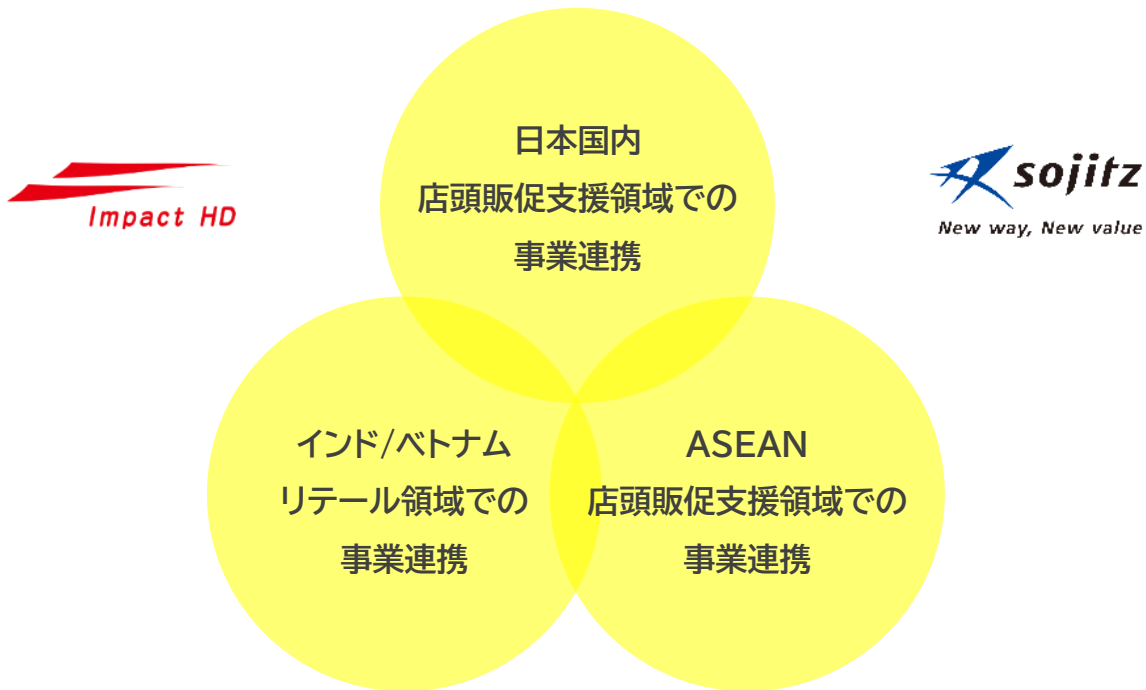
トイレ向け密回避IoTサイネージ

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プロジェクト

双日商業開発(株)



- 那須ガーデンアウトレットで、AIカメラやデジタルサイネージを活用し、施設のDXプロジェクトが本格始動
- 店内に設置したAIカメラ、デジタルサイネージ等から取得した来館者行動データを分析し、施設での年間プロモーション企画を策定中

販売員派遣・店舗運営

双日インフィニティ(株)



- Phase1として、アパレルブランド28店舗の販売員派遣及び店舗運営代行を開始
- 当社が独自開発した日報システムやレポートティングシステムを導入し、業務の構造改革を推進
- Phase2として、全店約230店舗の運営移管に向けて検討協議を開始

店頭販促支援

食品素材製造加工事業者様



- 新商品企画・開発、店頭プロモーション案件が始動
- 商品コンセプトづくりの一環で、潜在ターゲット層に対し、デプスインタビューを実施
- 商品コンセプト・ラインナップ、ロゴ・パッケージデザイン製作、店頭プロモーションの企画・設計を策定中

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で事業展開する企業で
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。

6

株主還元方針

2021年12月期は配当原資の確保が困難なため無配
 2022年12月期の配当については未定、株主優待「プレミアム優待倶楽部」は継続

【配当】

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	－	0.00	0.00
FY2022 (予想)	－	未定	－	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	1,818百万円 ※2021年12月末時点
拠点	渋谷本社、札幌、函館、太田、飯田橋、池袋、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	957名(うち正社員381名) ※2021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 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



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

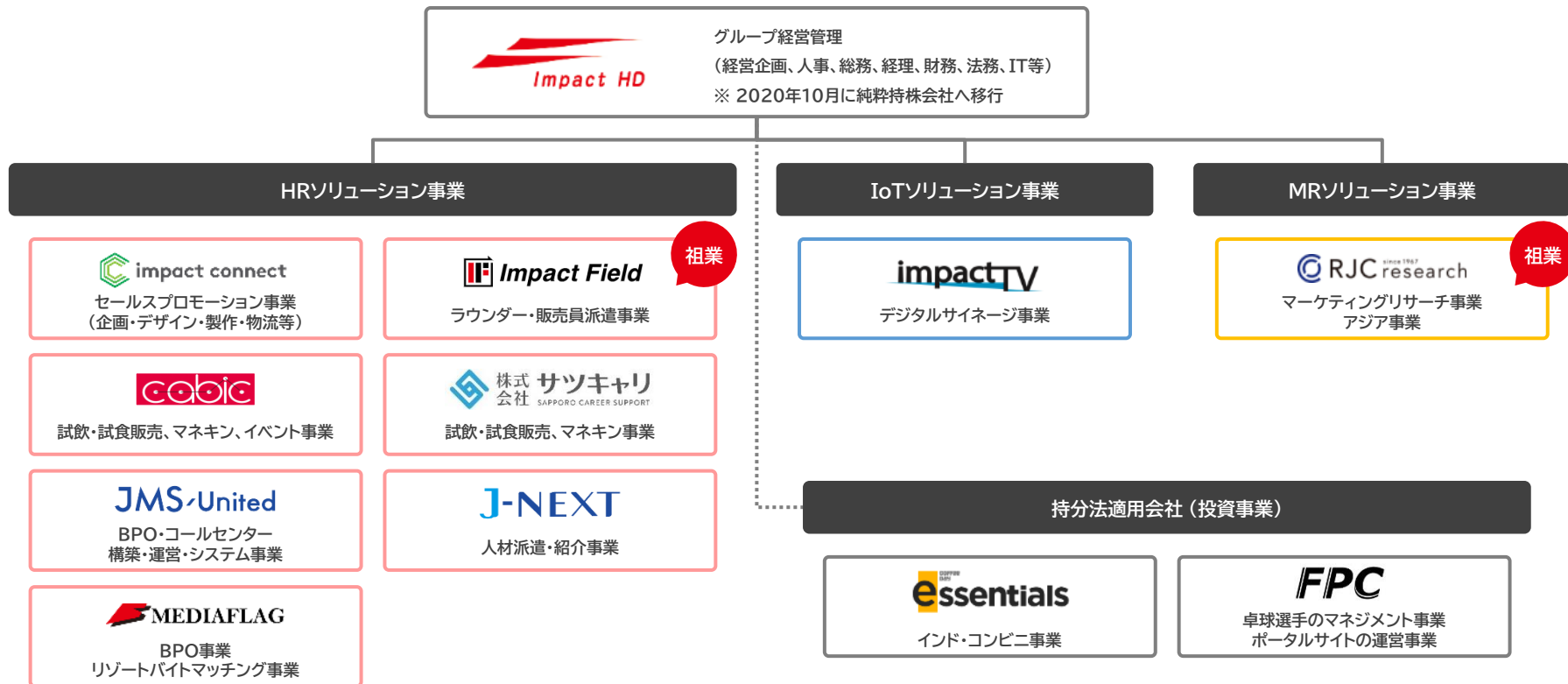
社外取締役 小泉 豊

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



販促領域でのTAMを拡張していくために、複数事業のポートフォリオ経営を前提とした体制

シナジー

顧客資産の共有、サービスインフラ、
事業ノウハウ、コーポレート機能の共有

顧客貢献

販促の企画立案から店頭実現までを
ワンストップで支援

再現性

創業から培った販促ノウハウを活用した
M&Aや新規事業立ち上げ


採用/資金
調達力

グループ全社体制で事業展開することで
競争力を確保

※ TAMとは「Total Addressable Market」の略。ある市場の中で獲得できる可能性のある最大の市場規模、つまり商品・サービスの総需要のこと。

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

社超

年間
フィールド業務

160

万件超

累積店舗
データベース

860

万DB超

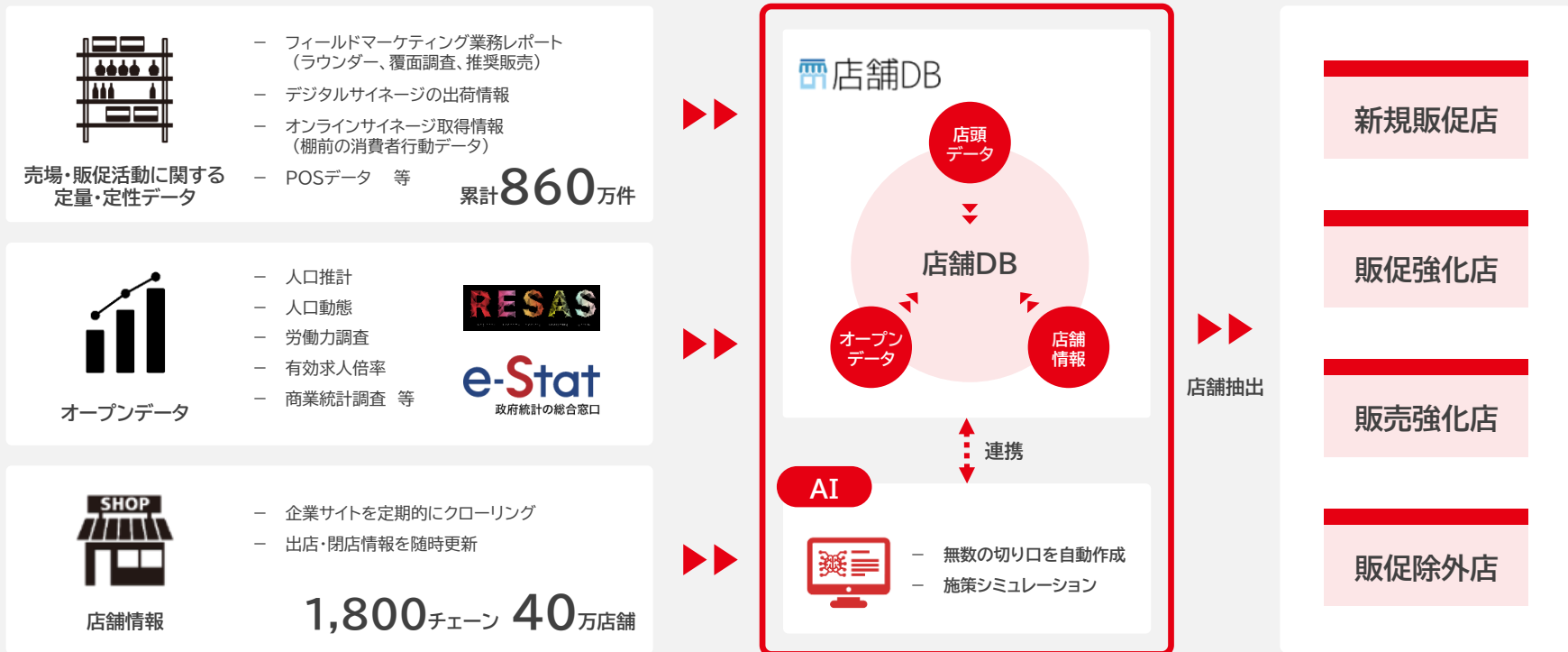
メーカー	1,100社
流通 (小売・飲食・サービス等)	300社
代理店ほか	100社

ラウンダー	68万件
デジタルサイネージ	26万件
店頭調査	30万件
推奨販売	11万件
販促ツール・ノベルティ	12万件
その他	17万件

ラウンダー	495万件
デジタルサイネージ	138万件
店頭調査	136万件
推奨販売	92万件

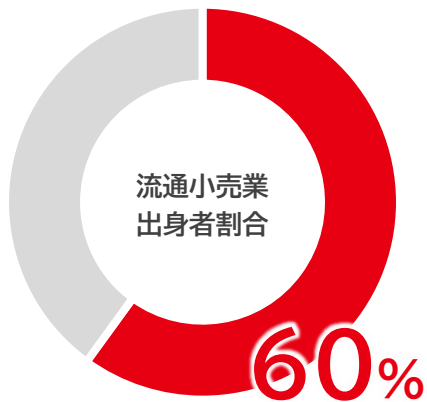
累計860万件を超える売場・販促活動データ(店舗DB)

創業から一元管理している累計860万件を超える「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

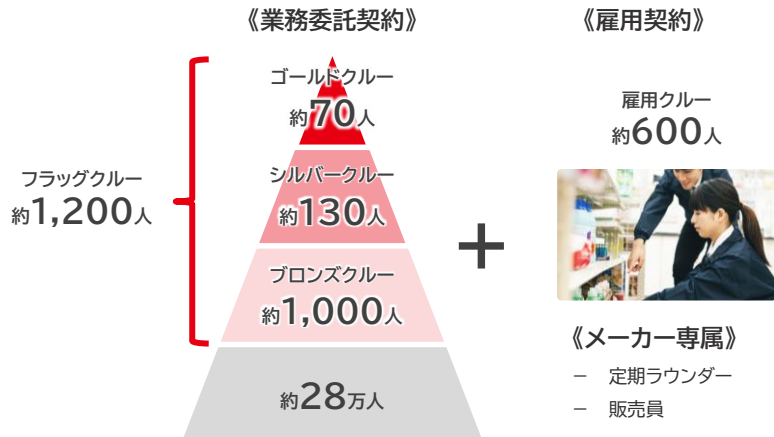


《流通小売業出身者一覧》

- 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

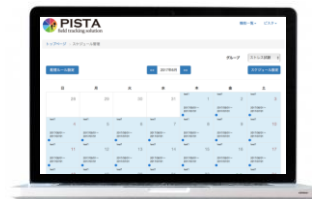
業務レポート管理システム



《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

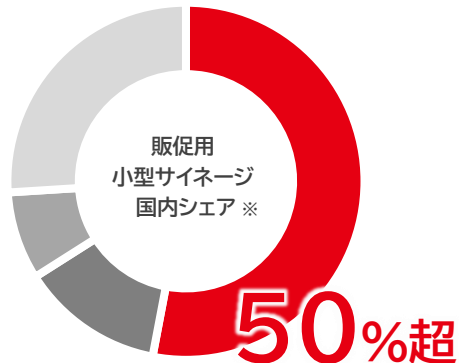


《主な機能》

- PBX、IVR
- 通話録音
- CMS管理
- 音声のテキスト化

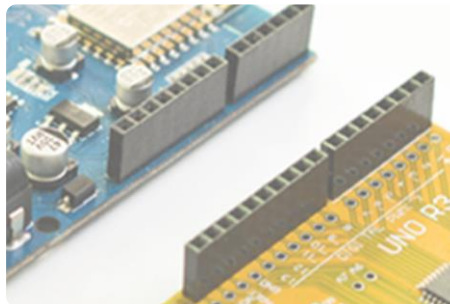
30年間、売場の「現場」「現物」「現実」の3現主義によって培った提案力(売場適応力)、開発力、運用力が強み

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



- 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

9

Q&A

カテゴリ	質問	回答
<p>全社</p>	<p>東京証券取引所の新市場区分について (グロース市場を選択した理由について)</p>	<p>2022年4月よりグロース市場を選択することが決定しておりますが、将来的にはプライム市場への市場変更を目指しております。プライム市場の形式基準は、利益額や時価総額、売買代金、コーポレートガバナンス・コードの適用等、基準と同水準、もしくは基準に達していない部分があるため、更なる経営成績・時価総額の向上、コーポレートガバナンス・コードの強化を行い、事業成長・企業価値の向上を図ってまいります。</p>
<p>全社</p>	<p>業績の季節性について</p>	<p>毎期、第4四半期(10~12月)が最も売上高・営業利益が高くなる傾向があります。1年の中で最も消費が活性化する年末商戦にかけて、消費財メーカーを中心に売場構築、棚替え、販促用サイネージをはじめとした販促ツールの製作・設置、販売員の派遣等の需要が高まります。また第4四半期(10~12月)は、年間の40%近い営業利益を計上する収益構造になっております。</p>
<p>全社</p>	<p>稼働件数と業績の連動性について</p>	<p>案件により売上計上月が翌月、翌々月等になる場合もあり、稼働件数と売上計上月は連動していません。以前に比べ、提供ソリューションのライナップが増加しており、ソリューションごとで1件あたりの単価が大きく変動いたします。そのため、稼働件数が多い場合でも売上への寄与度が小さかったり、稼働件数が少ない場合でも売上への寄与度が大きかったりする等、稼働件数と売上は連動していません。あくまで参考データとしてご参照ください。</p>
<p>全社</p>	<p>店舗DBのストック収益化について</p>	<p>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しております。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しているため、当面の間は無償での提供を継続していく方針です。</p>

カテゴリ	質問	回答
全社	今後のM&Aの方針について	店頭販促及び周辺領域で事業展開する企業をターゲットにしています。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を進めております。
HR	試食・試飲販売(マネキン)事業について	コロナ禍以前は食品・飲料系の試食・試飲販売(マネキン)が売上の70~80%を占めておりましたが、現在は化粧品・日雑・家電系の推奨販売、サンプリングを主軸とした収益構造となっております。また、当社グループで業績が好調なラウンダー事業やデジタルサイネージ事業を中心に人材の配置転換を行い、経営資源(人材、モノ、資金)の最適化に努め、赤字幅を圧縮。試飲・試食販売(マネキン)事業は、2021年12月期は通期で黒字化しております。
IoT	2021年12月期 第3四半期(7~9月)のデジタルサイネージ事業の利益率が低い理由について	第3四半期(7~9月)にかけて、飲食店向けテーブルトップオーダー端末の大型納品が集中したことが影響しております。既製品より利益率がやや低いため全体の利益率を押し下げておりますが、売上高・営業利益の額では業績に大きく寄与しております。また、品質管理部門等の人材への投資も影響しております。そのほか、第1四半期(1~3月)において、3月本決算企業の駆け込み需要が例年よりも多く、高付加価値サイネージの出荷が重なったこともあり、第1四半期(1~3月)は例年より利益率が高くなっております。
IoT	半導体不足の影響について	半導体の部材高騰等も発生しておりますが、店舗DBが付加価値となり、デジタルサイネージの売価に反映が来ております。ただ、世界情勢的な問題で当社だけではコントロール出来ない部分もあるため、状況に応じて機会ロスが発生しないよう適切なタイミングでの部材調達・仕入れ・製造及び売価設定に努めてまいります。

カテゴリ	質問	回答
MR	覆面調査事業について	緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等の影響により、飲食系の調査は依然として厳しい状態が続いております。一方で携帯ショップやカーディーラーを中心とした収益率の高いコンプライアンス調査や内部監査代行等の需要取り込みにより、結果として収益の改善を図ることができております。
インド事業	インド・コンビニ事業ならびに海外事業の展開について	現在はインド・コンビニ事業の立て直しを最優先事項としております。双日㈱とともに、インド・コンビニ事業の現パートナーである「Coffee Day Group」に代わる新しいインド現地パートナー企業、事業スキームを模索しております。インド・コンビニ事業が軌道に乗るまでは、海外での事業展開は予定しておりません。将来的には、双日㈱とベトナムやインドネシアをはじめとしたASEANで、日本国内で事業拡大している店頭販促支援サービスの輸出も視野に入れていきます。

- － 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/>