



2022年12月期 第1四半期決算説明資料

第1四半期は連結売上高・営業利益ともに過去最高を更新、業績予想に対しても順調な滑り出し
店舗DBを基軸に着実に成長、高収益化に向けて収益構造改革が進む

インパクトホールディングス株式会社

東証グロース:6067

2022年5月12日

1

2022年12月期通期業績予想は、連結売上高160億円、営業利益22億円

※ 詳細はP11を参照

- 現時点において新型コロナウイルスの感染拡大が収束しないことを前提に置いた既存事業のオーガニックな成長計画

2

第1四半期は連結売上高・営業利益ともに過去最高を更新

※ 詳細はP7～19を参照

- 2021年から本格投入した店舗DBを基軸に着実に成長
- 連結売上高3,587百万円、営業利益512百万円で、第1四半期は順調な滑り出し
- 高収益化に向けて収益構造改革が進み、営業利益率は2020年と比べ約2倍

3

新市場区分「グロース市場」へ移行

※ 詳細はP3を参照

- 東京証券取引所の市場再編に伴い、2022年4月4日よりグロース市場へ移行
- 今後も成長を継続し、プライム市場に上場する企業として相応しい企業体となったタイミングでの指定替えを計画

4

3期ぶりに復配、2022年12月期の1株当たりの配当金を20円（中間10円、期末10円）へ修正

※ 詳細はP54を参照

- 第18期 定時株主総会で「資本準備金の額の減少の件」の議案が承認され、資本準備金からその他資本剰余金への振替を行い、配当予想を修正
- 配当に加え、今後自己株式の取得等の資本政策も検討

東京証券取引所の市場再編に伴い「グロース市場」へ移行

今後も成長を継続し、プライム市場に上場する企業として
相応しい企業体となったタイミングでの指定替えを計画

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

旧市場区分

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

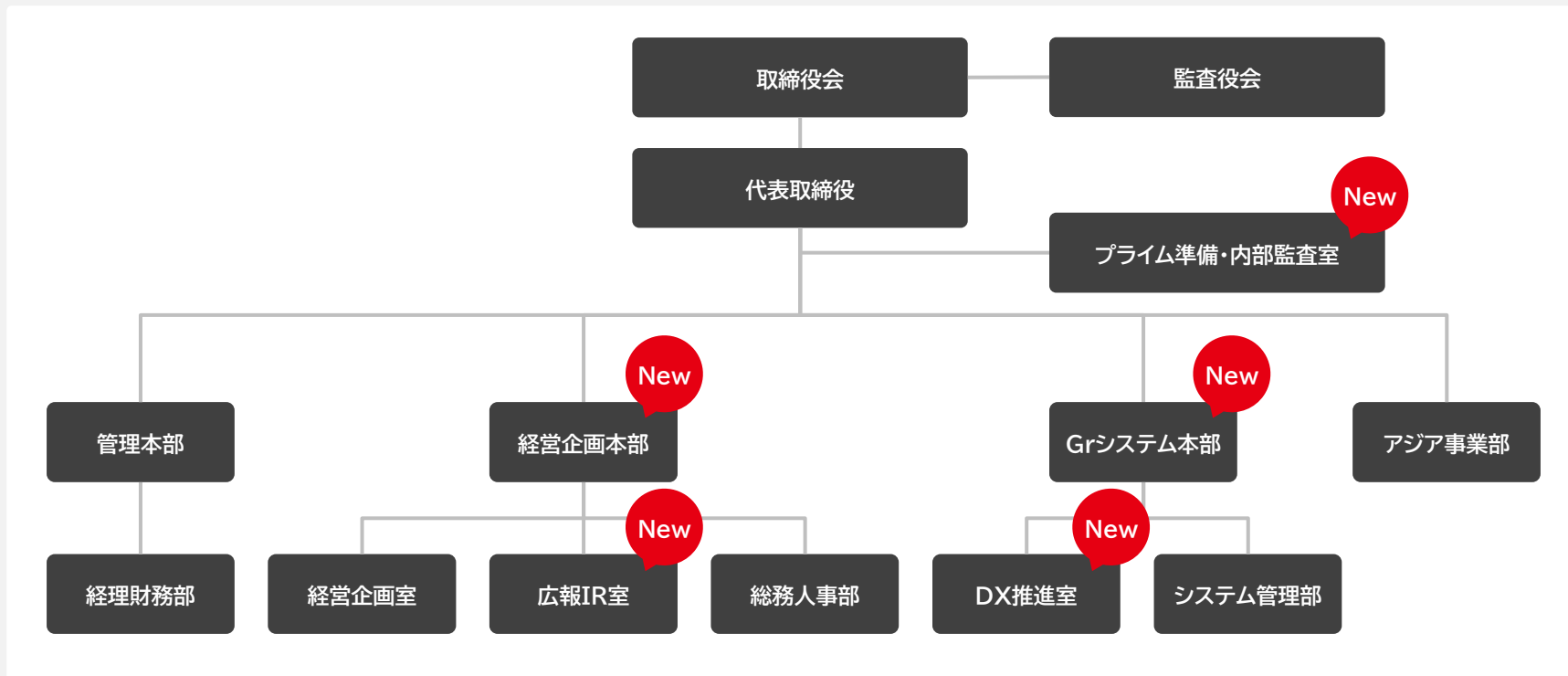
スタンダード

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

プライム市場への上場準備業務及び内部監査を専業とする「プライム準備・内部監査室」を新設
 「経営企画本部」を新設し、その傘下に「経営企画室」「広報IR室」「総務人事部」を設置
 「Grシステム本部」を新設し、その傘下に「DX推進室」「システム管理部」を設置



2019年、2020年に投資資金全額を営業外費用として損失計上、貸付債権全額を特別損失（貸倒引当金繰入額）として計上済み

アップサイドではあるが、株式市場では未だインド・コンビニ事業がネガティブ要因となり、当社株価の足を引っ張っている
現在、新しいパートナー・スキームを模索中だが、今後の中期的な成長過程においてインド・コンビニ事業は+αのポジティブ要因でしかない

【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)



カイマンファクチュアリングインディア様
(貝印㈱様)

1. 2022年12月期 第1四半期決算概要
2. 事業トピックス
3. ESG経営・SDGsに関する取り組み
4. 成長戦略（中期経営計画2022－2026）
5. 株主還元方針
6. 会社概要
7. 当社グループの特徴・競合優位性
8. Q&A

1

2022年12月期 第1四半期決算概要

まん延防止等重点措置の全面解除で、店頭（リアル）での販促プロモーション需要は上昇トレンド
経営資源（人材、モノ、資金）の最適化、グループ全体で顧客貢献の最大化に努め、更なる事業拡大を目指す

	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	業績寄与度
HR	ラウンダー事業	巡回規制は限定的、消費財メーカーからのラウンダー需要増	▶ 売場構築、棚替え業務等の依頼増加、業績にはプラス要因	▲
	試飲・試食販売、マネキン事業	一部チェーンで試飲・試食販売再開に向けた動きあり	▶ 試飲・試食販売再開に向けた動きはあるが時間がかかる見通し 化粧品、日雑、家電等の推奨販売の需要は回復基調	▼
	イベント事業	まん延防止等重点措置の解除でリアルイベントが徐々に再開	▶ イベント会場への人材派遣、ブース運営業務等が増加見込み	▶
	人材派遣・紹介事業	医療や物流、食品工場、ITエンジニアの人材需要が高い	▶ コールセンターや物流、ワクチン接種会場等への人材派遣は継続的に需要が高い	▶
	セールスプロモーション事業 （企画・デザイン・製作・物流等）	メーカー、流通小売ともに新たな販促を模索している	▶ 販促の効率化、ムダの削減を行うSDGs販促の需要増	▲
	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	▶ SNSキャンペーン事務局、BPO業務の需要は継続的に高い	▲
IoT	デジタルサイネージ事業	コロナ禍で販促・店舗DXへの流れが加速	▶ 販促・店舗DXの流れで相対的にマイナス影響は受けにくい状況	▲
MR	マーケティングリサーチ事業 （覆面調査含む）	中止・延期になっていた飲食チェーンの覆面調査や 会場調査、訪問調査等、対面・リアルでの調査が徐々に再開	▶ オンライン調査からリアル調査への切り替えて調査単価増	▶

店舗DBを基軸に着実に成長、YoYで売上高は+21.1%、営業利益は+50.7%
 高収益化に向けて収益構造改革が進み、営業利益率は2020年と比べ約2倍

単位:百万円 (構成比)	FY2020 1Q累計	FY2021 1Q累計	FY2022 1Q累計	YoY
売上高	1,904	2,962	3,587	+21.1%
営業利益	136 (7.2%)	340 (11.5%)	512 (14.3%)	+50.7%
経常利益	69 (3.6%)	331 (11.2%)	505 (14.1%)	+52.4%
当期純利益	77 (4.0%)	208 (7.0%)	322 (9.0%)	+54.4%

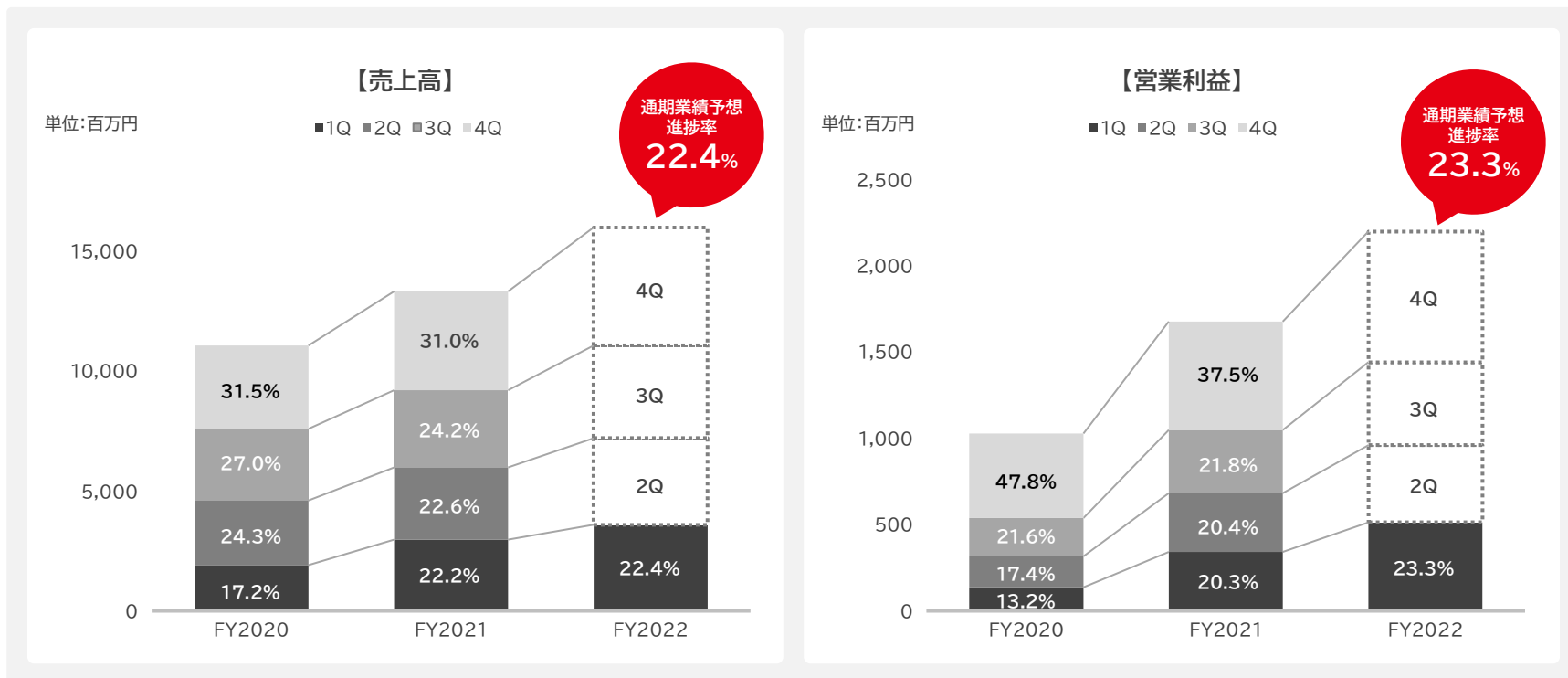
第1四半期の業績計画比では、売上高は計画通りに進捗利益3指標は、業績計画の想定を上回る水準で推移

単位:百万円 (構成比)	FY2022 1Q業績計画	FY2022 1Q累計	業績計画比
売上高	3,552	3,587	+1.0%
営業利益	446 (12.5%)	512 (14.3%)	+14.8%
経常利益	440 (12.3%)	505 (14.1%)	+14.9%
当期純利益	293 (8.2%)	322 (9.0%)	+10.1%

2022年12月期の通期業績予想は、売上高160億円、営業利益22億円
第1四半期は、売上高・営業利益ともに順調な滑り出し

単位:百万円 (構成比)	FY2022 通期業績予想	FY2022 1Q累計	進捗率
売上高	16,000	3,587	22.4%
営業利益	2,200 (13.7%)	512 (14.3%)	23.3%
経常利益	2,000 (12.5%)	505 (14.1%)	25.2%
当期純利益	1,400 (8.7%)	322 (9.0%)	23.0%

第1四半期は、売上高・営業利益ともに順調に推移
 第2四半期以降も、2021年と同水準の割合で進捗していく想定



HR

HRソリューション事業
(Human Resources)

- 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
- 昨期に引き続き、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

IoTソリューション事業
(Internet of Things)

- 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

MRソリューション事業
(Marketing Research)

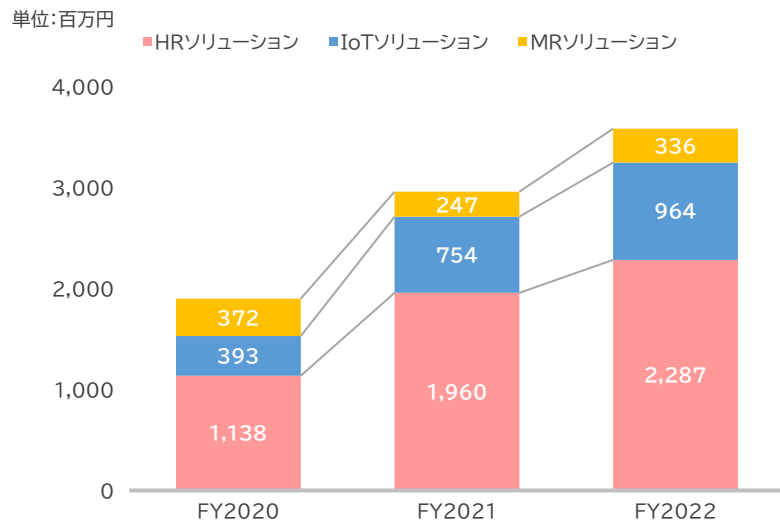
- コンプライアンス調査、内部監査代行等の高難易度案件拡大による利益成長
- 認知拡大、トライアー獲得、リピーター育成を目的とした店頭送客、サンプリング調査の案件拡大
- メーカー向けマーケティングリサーチメニューの拡充、顧客開拓

※ 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。

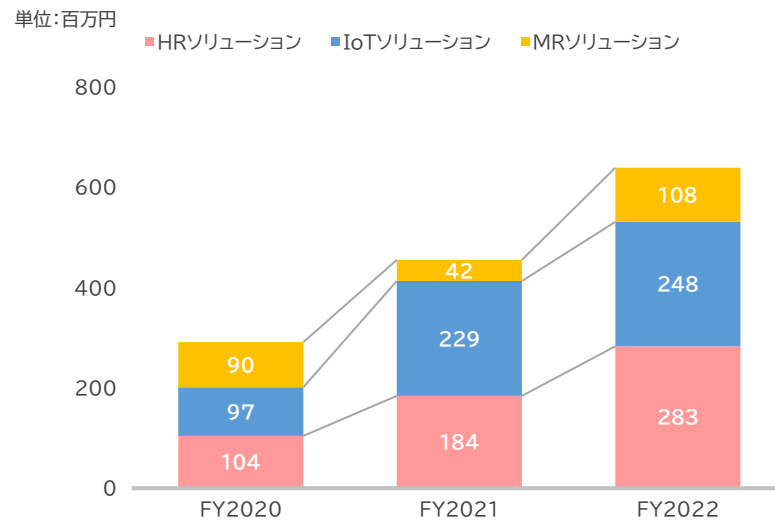
※ ODMとは、Original Design Manufacturingの略語で、委託者のブランドで製品を設計・製造することを指します。

2020年から経営資源（人材、モノ、資金）の最適化に努めており、グループ全体で販管費をコントロール
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が牽引

【売上高】



【営業利益】



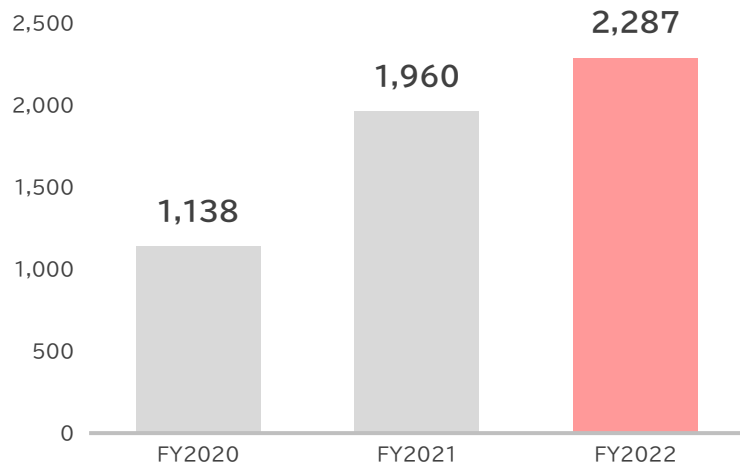
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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を軸とした販促施策提案により、販促ツール製作やラウンダーの収益性は着実に向上、大型案件の受注も増加
試食・試飲販売は一部流通小売で再開する動きはあるが回復には時間がかかる見通し、化粧品、日雑、家電等の推奨販売の需要は回復基調

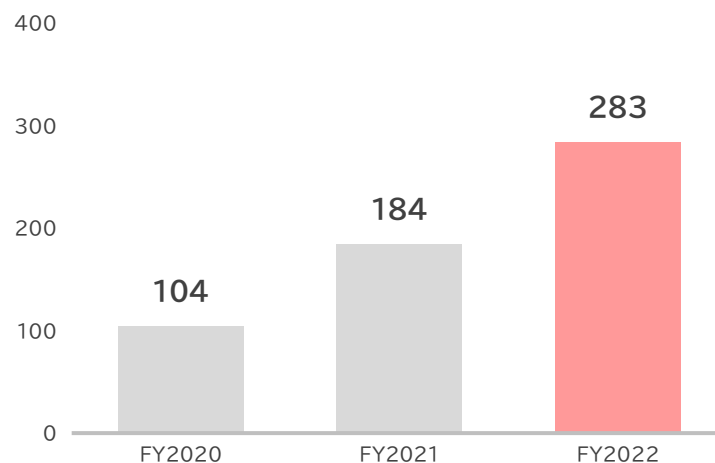
【売上高】 YoY 16.6%増

単位:百万円



【営業利益】 YoY 53.8%増

単位:百万円



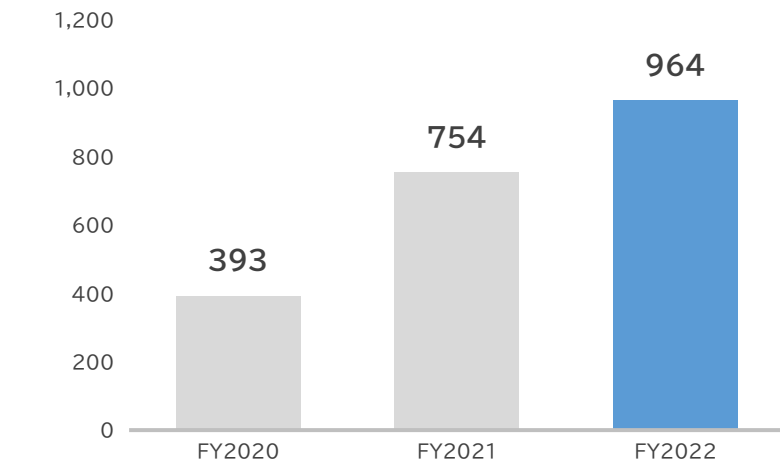
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

半導体不足の影響による部材原価の高騰はあったが、店舗DBを付加価値にして単価アップ及び利益水準を維持
 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、大型サイネージ等、非販促領域での受注も好調

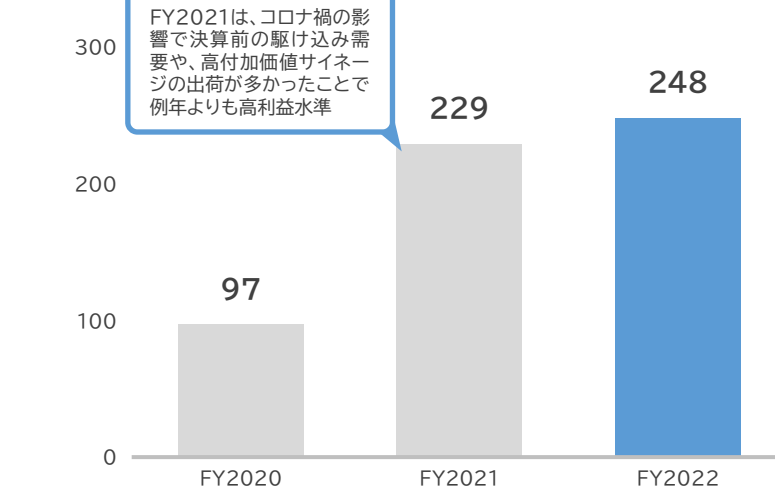
【売上高】 YoY 27.8%増

単位:百万円



【営業利益】 YoY 8.0%増

単位:百万円



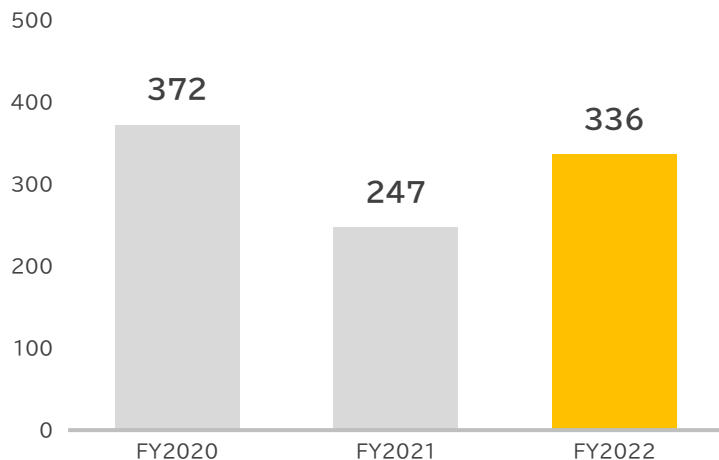
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

携帯ショップやカーディーラーのコンプライアンス調査や内部監査代行等、高収益案件を継続受注
前期下期から実施している世論調査の継続受託、ホームユーステストやサンプリング調査の大型案件の積み上げにより増収増益

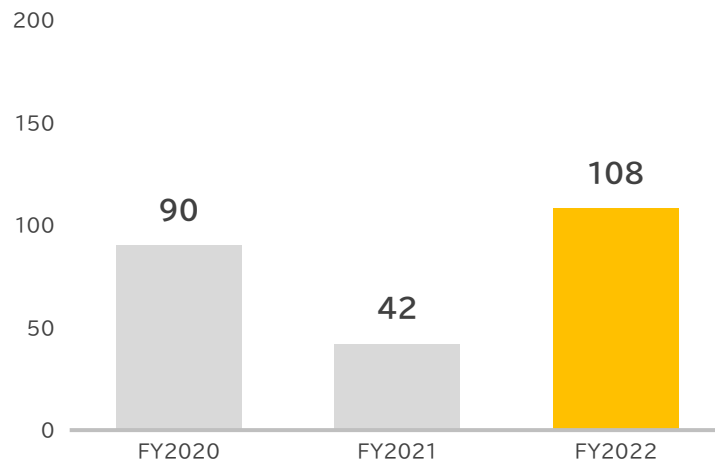
【売上高】 YoY 35.7%増

単位:百万円



【営業利益】 YoY 156.8%増

単位:百万円

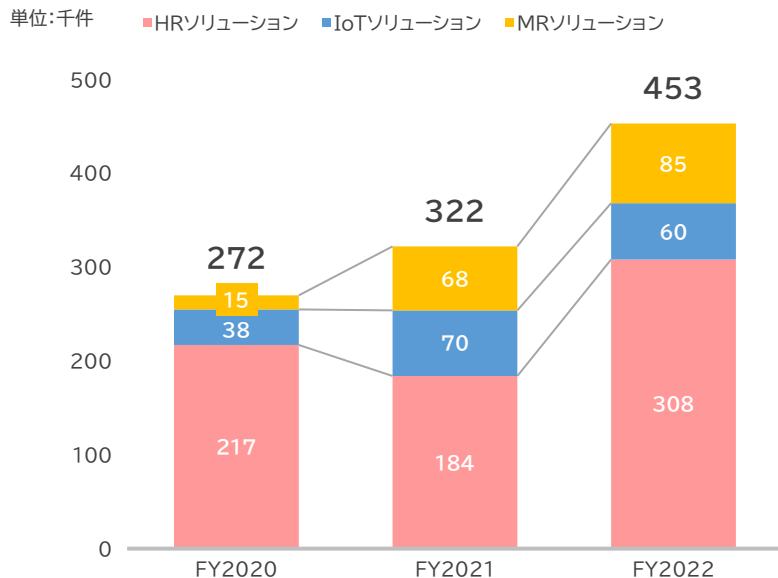


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

第1四半期の累計稼働件数は45.3万件、YoY 40.7%増
HRソリューション事業のラウンダーを中心に稼働件数が大幅に増加

【内訳】



【YoY】

MR

- YoY 24.5%増
- サンプル調査「買いタメ」やコンプライアンス調査の調査件数が増加し、前年越え

IoT

- YoY 13.6%減
- 出荷台数はやや減少しているが、高単価端末や特機の出荷が好調

HR

- YoY 67.4%増
- 売場メンテナンスや棚替え、第三者認証審査代行等の積み上げにより、大幅に増加

純資産は4,071百万円から4,400百万円に増加、自己資本比率は45.6%から48.6%へ改善

単位:百万円	FY2021	FY2022 1Q末	増減
流動資産	7,531	7,744	213
固定資産	1,371	1,302	△ 69
資産合計	8,902	9,047	145
流動負債	2,354	2,417	63
固定負債	2,477	2,228	△ 249
負債合計	4,831	4,646	△ 185
純資産合計	4,071	4,400	329
資本金	1,818	1,823	5
自己資本比率	45.6%	48.6%	3.0%

2

事業トピックス

渋谷本社オフィス8Fにあるミニショールームをリニューアル

疑似売場を構築し、実際に店頭で使用されている販促ツールに触れながら販促施策を考えることができる体感型ミニショールームへ



「イベントの効率化 × 廃棄物削減 × DX」の3要素を科学し、イベント参加者・来場者のより良いイベント体験の場を提供
イベント主催者の“イベントの効率化”と“ムダの削減”を追求し、地球環境にやさしい持続可能なイベントの企画・運営を目指す



商号	株式会社impact mirai
代表者	代表取締役社長 水島 啓太
設立月	2022年1月（2022年4月より事業開始）
資本金	10百万円
事業内容	イベント、セールスプロモーションの企画・制作・運営 国家試験・検定試験・模試等の研修・運営 データ入力・照合・補筆・発送の事務局運営 商業施設・レジャー施設等の案内・受付・誘導等の運営 倉庫内・事務所内での軽作業請負業務
主要株主	インパクトホールディングス株式会社 100%

【商号の由来】

impact miraiは、単なる「mirai(未来)」を意味するだけでなく、「mix(ミックス):混ぜる、多種多様な事業展開」「rally(ラリー):熱意を掻き立てることを意図した人の集まり」「interesting(インタレスティング):面白い、興味深い」の3つの言葉を合わせた造語です。

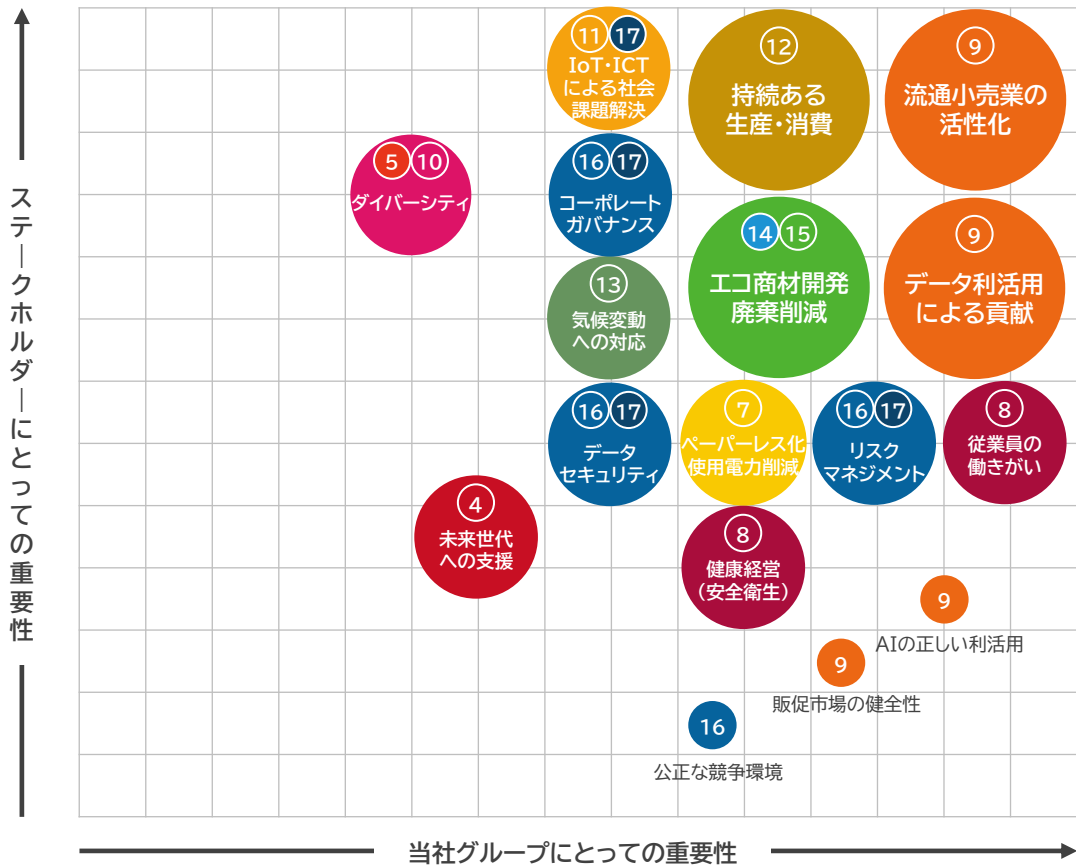
将来、イベント参加者・来場者、イベント主催者、従業員など、全てのステークホルダーから「多岐に渡って興味深い会社」だと思ってもらえるような会社を目指したいという想いを込めております。

【ロゴの由来】

ロゴは、社名の頭文字である「m」を強調し、右側が大きくなっているアイコン的なデザインは、「未来に向かって右肩上がりに跳ね上がる」というimpact miraiの事業に対する成長志向を表しています。

3

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。

	SDGsへの貢献	価値創造
#01 流通小売業及び情報技術社会の発展	9 産業と技術革新の基盤をつくろう	<ul style="list-style-type: none"> ● 流通小売業の活性化 ● データ利活用による社会貢献 ● 販促・店舗DXの推進
#02 スマートシティの実現	11 住み続けられるまちづくりを 17 パートナーシップで目標を達成しよう	<ul style="list-style-type: none"> ● IoT・ICTテクノロジー活用によるスマートシティ化
#03 持続可能な社会への挑戦	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	<ul style="list-style-type: none"> ● 店舗DBを基軸にしたSDGs販促の推進 ● リサイクル素材の使用 ● エコ商材開発 ● 販促ツールのムダ、廃棄削減
#04 ダイバーシティ&インクルージョンの体現	5 ジェンダー平等を実現しよう 8 働きがいも経済成長も 10 人や国の不平等をなくそう	<ul style="list-style-type: none"> ● ダイバーシティの推進 ● 新しい働き方の実現 ● 人材開発、育成
#05 コーポレートガバナンス/コンプライアンス	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	<ul style="list-style-type: none"> ● コーポレート・ガバナンスに関わる実行体制・施策 ● コンプライアンス・リスクに関わる実行体制・施策 ● セキュリティに関わる実行体制・施策 ● データプライバシーに関する実行体制・施策

経営資源

事業活動

ステークホルダー

消費者

従業員

株主・
投資家

取引先

地域社会

未来世代

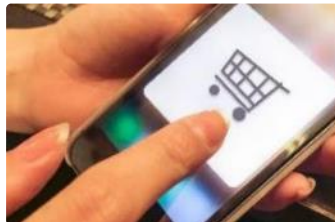
どのような販促プロモーションを実施するのと同様に、どこで販促プロモーションを実施するのか という視点も重要な販促施策を、必要なタイミングで、必要な店舗・売場へ、必要な量だけ届くような販促プロモーションの全体最適が必要不可欠

コロナ禍で客層・客数に変化



- コロナ禍で店舗の様相が大きく変化
- 客層・客数の変化
- インバウンド需要の変化
- コロナ禍前のデータは当てにならない

EC台頭、店舗ショールーム化



- 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



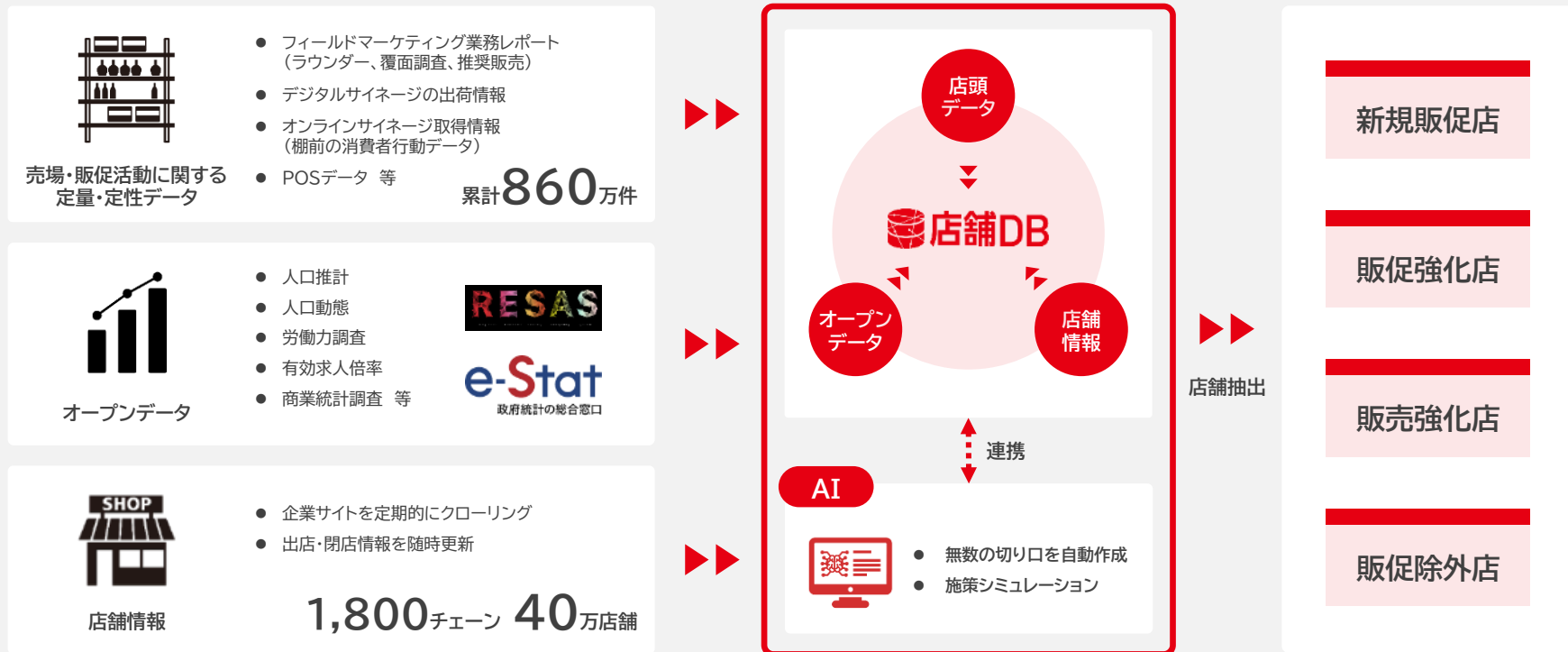
- 流通小売の店舗改廃が多い
- 販促を行う予算には限界がある
- 販促効果が常に問われている
- 少子高齢化による人口減少

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を使用
- ツールの約40%が使われずに廃棄
- 大量に廃棄されるツール類
- 様々なツールがバラバラに納品

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



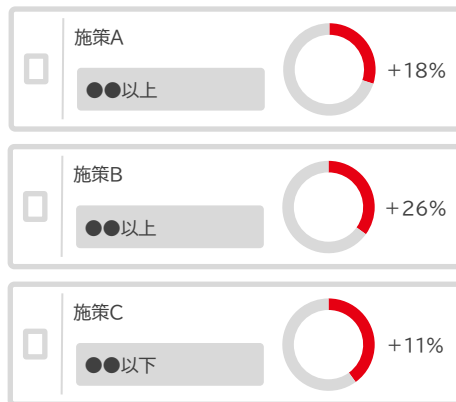
無数の切り口を自動作成し、機械学習で切り口の優先順位付けを行い、効率よく施策を企画・立案
 施策の改善効果をその場で試算することができるため、効果の高い施策に注力することが可能

【無数の切り口を自動作成】



- 様々なデータを統合
- 人では考えきれない無数の切り口を自動作成

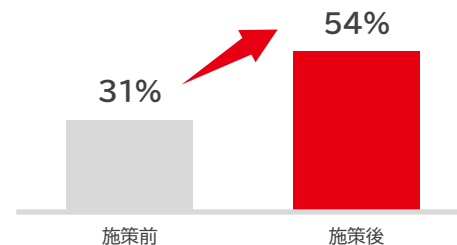
【機械学習での優先順位付け】



- 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

店頭（リアル）における販促プロモーションには「非効率」「ムダ」が多く、旧来の手法から脱却できていない
店舗DBを基軸に当社グループの販促ソリューションを組み合わせることで、販促プロモーションの全体最適を図る

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 / リノベ什器
(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

販促プロモーションの全体最適

SDGs販促

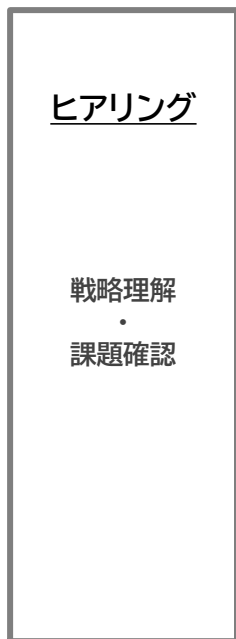


これまで「非効率」「ムダ」が多かった店頭（リアル）における販促プロモーションを効率化し、ムダを削減していくことで、他社には真似できない唯一無二の販促プロモーション会社を目指す

カテゴリ	これまで（レガシーな販促）	当社グループの価値	実現できること
サステイナブル	販促施策後、大量に廃棄される販促ツール 販促ツールが使われずに捨てられることも多い	当社グループの販促ソリューションで 販促の効率化、ムダを削減	不要な販促ツールを製作しない リユースや廃棄ロス削減で環境負荷低減
販促施策	チェーン全店で同一の販促施策を展開	店舗ごとにポテンシャルを可視化	データに基づいて店舗ごとに ターゲット層にマッチした販促施策を企画立案
店舗	営業担当者の経験や勘で販促実施店舗を選定 もしくはチェーン全店で展開	860万件を超える売場・販促活動に関する 定量・定性データ	販促効率・効果が高いと見込める店舗を抽出
価格	広告代理店へ一括依頼や 業務ごとに外注先を選定することで ムダなコスト・工数が発生	販促企画から店頭実現までを 当社グループ内でワンストップ提供	マージン費用10～20%を削減 同額の販促費で販促効果を高められる

(株)impact connectが当社グループのソリューションを統括するハウスエージェンシーとしてSDGs販促を推進
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店頭実現までをトータルプランニング

何を・どこで展開するのが効果的か



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
- 販促ツールデザイン・製作

【デジタルサイネージ】

- 販促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

【消費者キャンペーン】

- ノベルティ企画・製作
- 事務局運営

【デジタル施策】

- SNS、GEO広告等を活用
- トライアル/リピート購入の促進

【販促専門物流】

- 販促ツールの一元管理
- 個店別ピッキング～配送

店頭

デジタルを活用した
売上の最大化

EC

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

日雑メーカー様



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

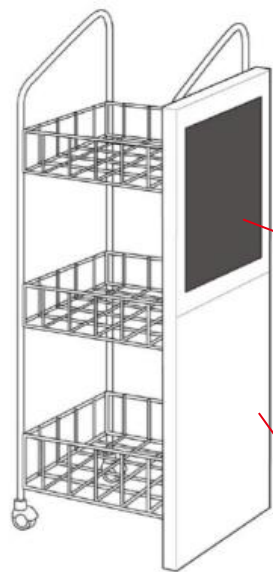
倉庫で眠っているラックをリノベーションし、サイネージ付プロモーション什器として再利用
ラックの廃棄ロス・保管費削減に加え、コストをかけずに必要最低の資材でリノベーションを実施
また、店舗DBで抽出した販促効果が高いと見込める店舗へ設置することで“販促の効率化”と“ムダの削減”を追求

飲料メーカー様

展開チェーン：GMS

製作数：155台

仕様：H1,000×W500（紙製）



19インチ 縦型映像



ラックに什器を引っ掛けるだけで
簡単に使用可能

【課題・ニーズ】

- 倉庫に眠っているラックを再利用したい
- 可能であれば、既存のサイネージも活用して効果的な販促を実施したい
- あまりコストをかけずに、短納期で施策を実施したい

【対応】

- 倉庫からラックを1台お借りして、リノベーション什器をご提案
- ラックは廃棄せず、リノベーションして再利用
- 紙製なので短納期と低コストで製作可能
- 1度型を作成すれば、2回目は型代不要
- すでに保有している19インチサイネージを使用し、縦型映像を制作

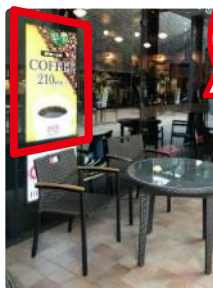
【効果】

- ラックは廃棄せず、継続的に利用可能
- 必要最低限の資材でリノベーション
- 倉庫に眠っていたラックを再利用することで、年間保管費も削減

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）

×トップボード ⇒ ◎デジタルサイネージ

食品メーカー様



トップボードの
ペーパーレス化

【課題・ニーズ】

- トップボードを継続的に活用できるようにしたい

【対応】

- トップ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）+トップボード

×卓上メニュー ⇒ ◎タブレット端末

飲食チェーン様



メニュー表の
ペーパーレス化

【課題・ニーズ】

- メニュー表の印刷、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）

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
シナジーを生み出す文化づくり、グループ全体で顧客貢献最大化に取り組むことで、従業員同士のコミュニケーション及び組織活性化を促す

【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・案件受注率を向上させる
- 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・幅を広げることが可能
- 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。

当社は創業来、老若男女問わず、特別なスキルや資格を必要としない、多種多様なお仕事をメディアクルーへ継続的に提供
労働意欲は高いが、育児や介護を理由に定職に就けない方を中心に、働く場所や時間に捉われない「雇用関係によらない新しい働き方」を推奨

【メディアクルーへの約束】

**価値ある
労働機会の提供**

新しい価値ある労働機会を、
幅広く数多く提供し続けることを約束します。

**消費活性化による
社会貢献**

フィールド活動を通し、消費活性化を中心とした
社会貢献を約束します。

**コンプライアンス
遵守**

法令・社会規範の遵守を徹底し、
誠実な企業活動の推進を約束します。

【お仕事例】



ラウンダー



覆面調査（ミステリーショッパー）



試食・試飲販売、推奨販売



在宅ワーク（事務作業）

※ メディアクルーとは、当社お仕事紹介サイト「MediF」に登録しているスタッフのことを指します。

4

成長戦略（中期経営計画2022－2026）

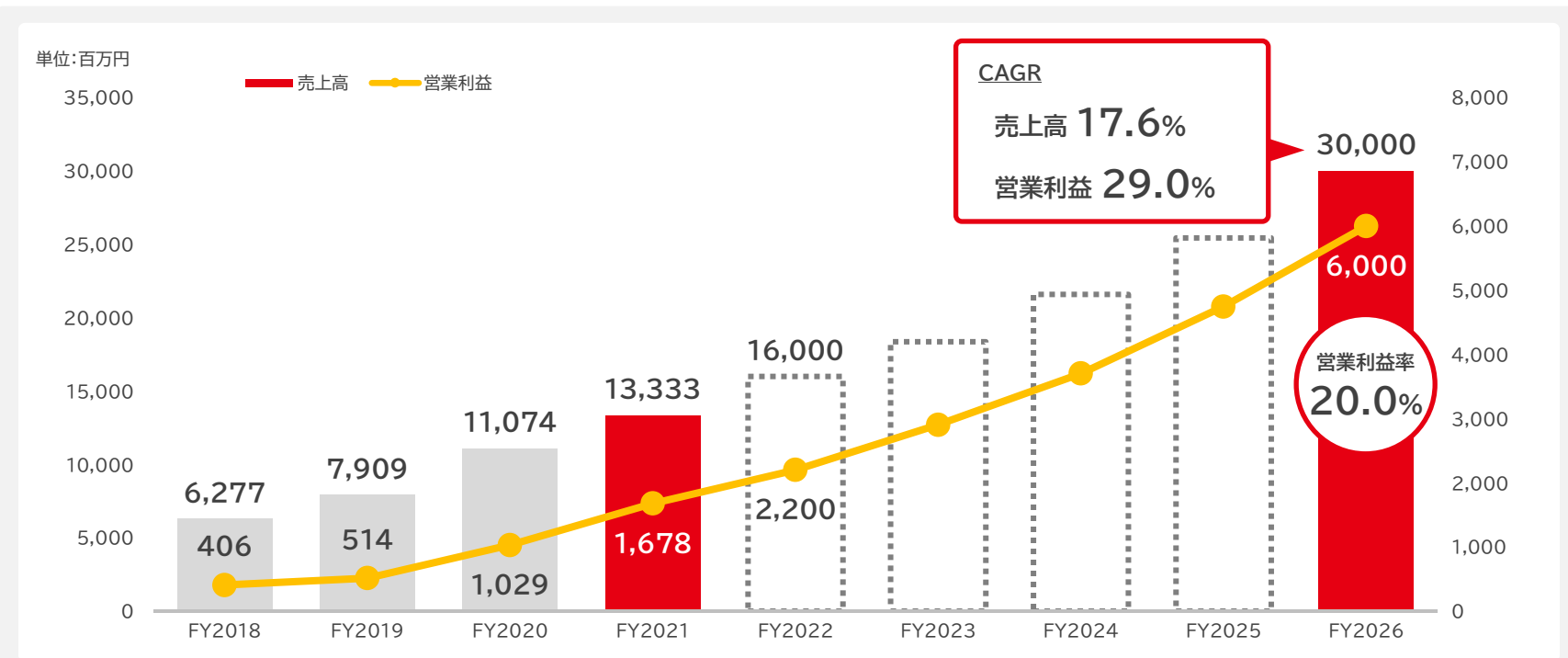
1. 中期経営計画2022－2026
2. SDGs販促の推進
3. 販促・店舗DX推進
4. 双日㈱との事業連携強化
5. M&A方針

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㈱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

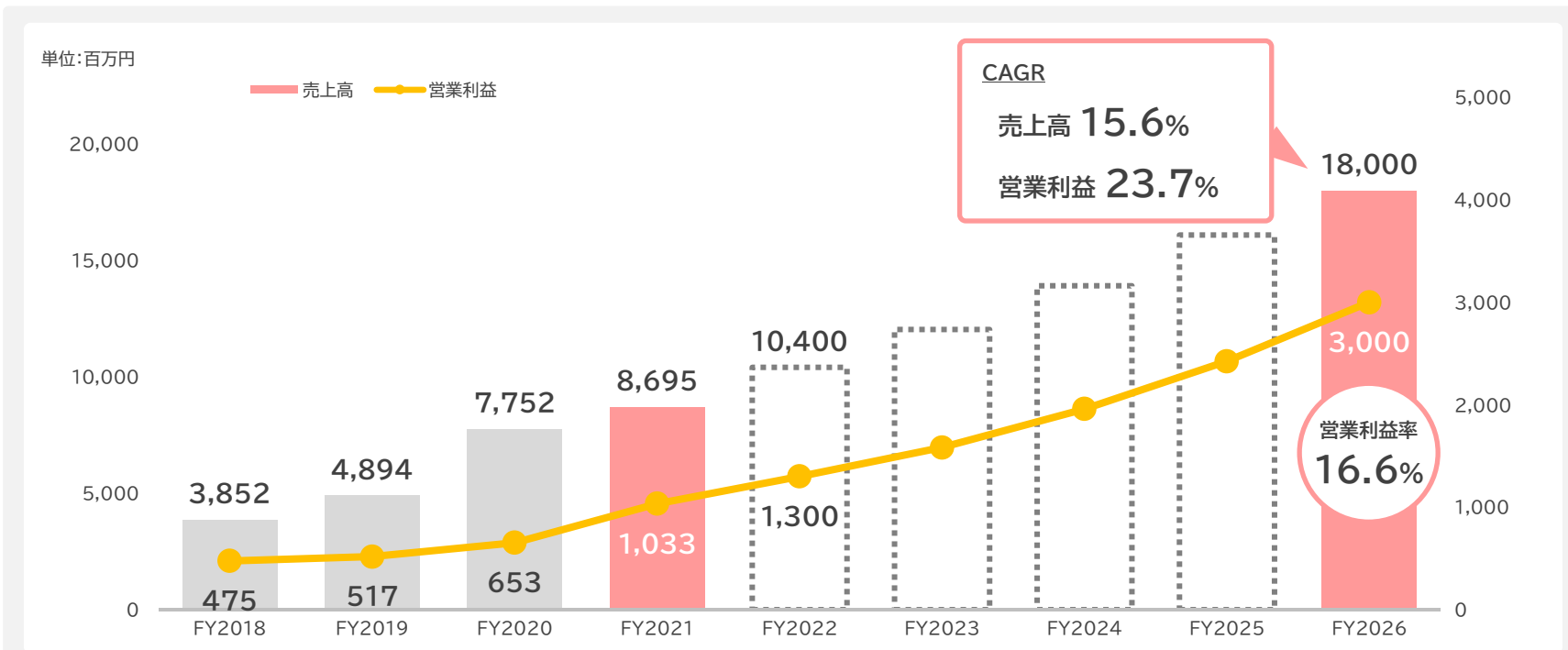
HRソリューション事業の売上高拡大、IoTソリューション事業の収益成長を柱に、営業利益率20%達成に向けて事業を推進



※ 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

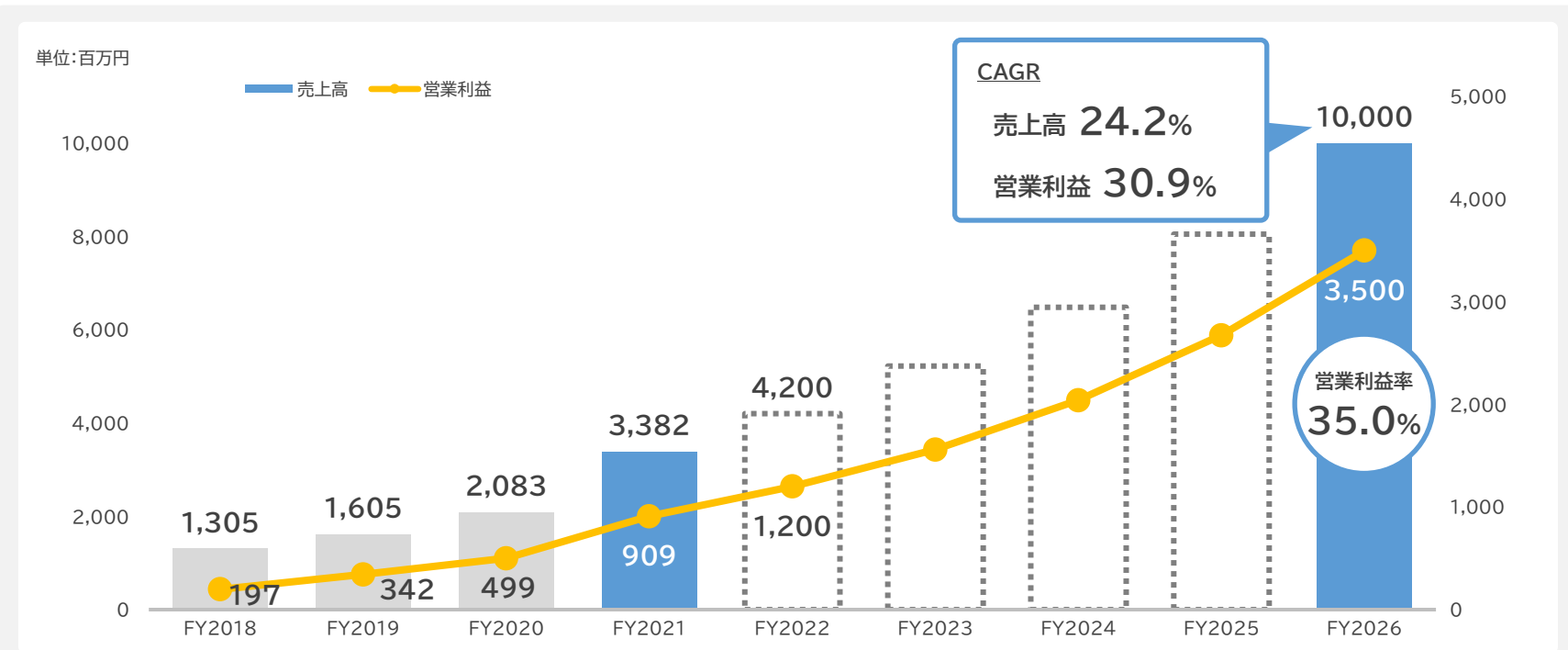


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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)。

高付加価値サインージ拡大による単価アップ、オンラインサイン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

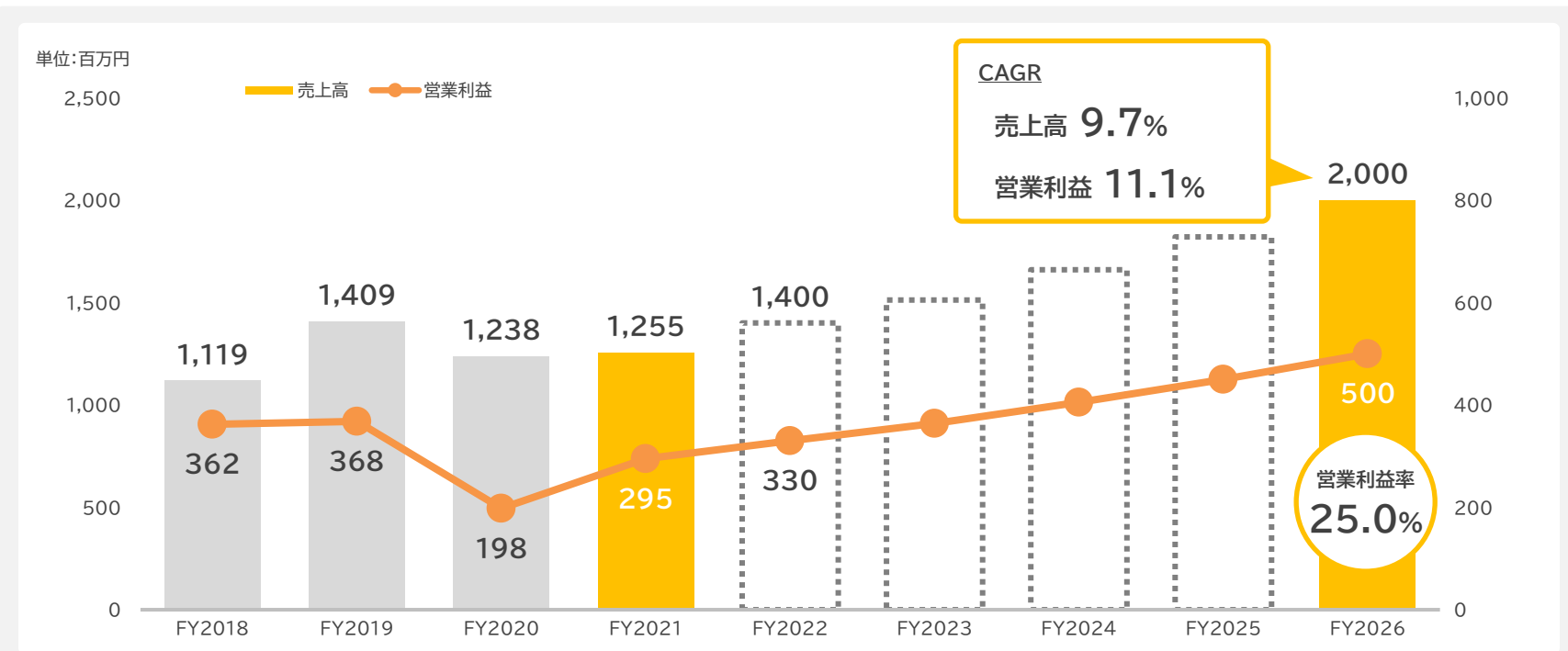


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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

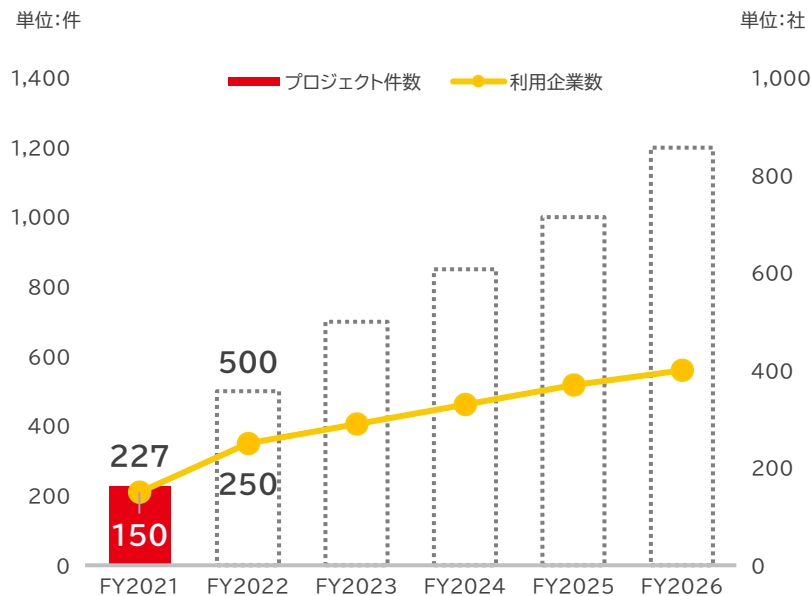


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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)。

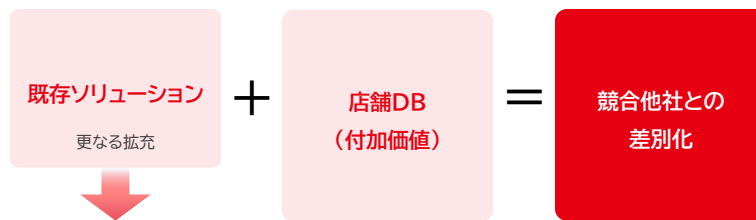
当面の間、店舗DBは既存ソリューションの発注を前提条件に無償で提供、既存ソリューションで収益化
現在のフェーズでは、利用企業の拡大及びデータ・仮説の精度を高める取り組みに注力



※ 店舗DBの利用企業数、プロジェクト件数は単年での累計社数、件数です。

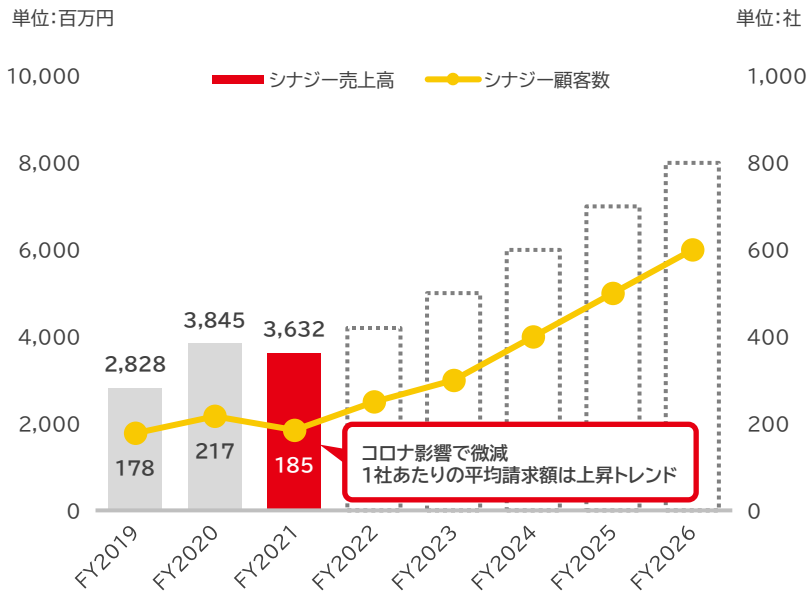
- 店舗DBを付加価値にし、受注率・利益率を向上させる
 - 既存クライアント（消費財メーカー）へ導入促進
 - 営業手法としては、見積提出時にサンプルデータも合わせてご提供
 - 正式発注後に、抽出した残りの店舗リストデータをご提供
- ※ サンプルデータは抽出店舗数の10%、最大100店舗を上限とする

「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

日雑メーカー様



- グループインタビューを実施
- 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

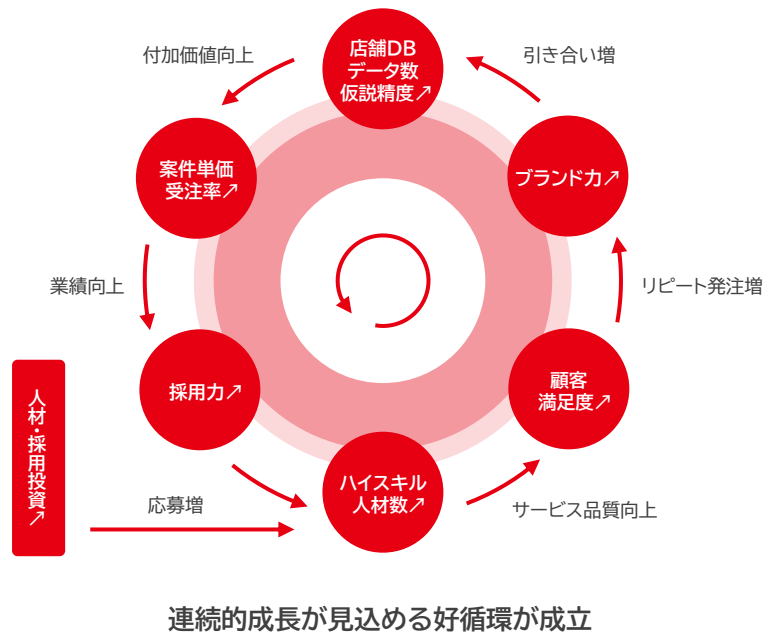
課題に並走する販促プロモーションパートナーとしての地位を確立すべく、競争力の源泉である人材・採用へ積極投資
販促領域における総合力を高め、大手広告代理店に肩を並べるポジションを目指す

1 人材投資

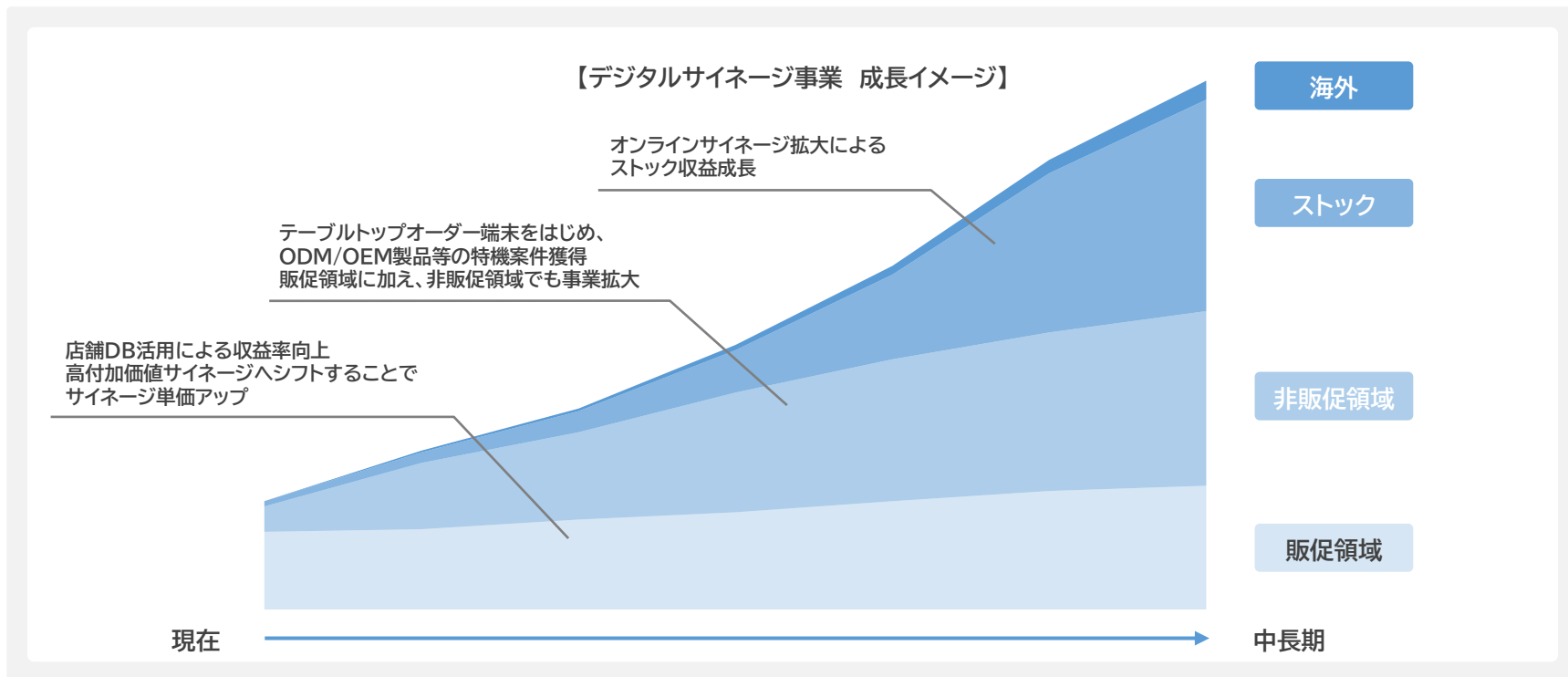
- 中核会社として位置づけている「㈱impact connect」で、リアル・デジタルプロモーションができる人材を積極的に採用
- 新卒・若手人材の採用も行い、積極的に成長機会を提供
- グループ会社間の出向・転籍による配置転換で組織を活性化

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
- リファラル採用も積極的に推進
- 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

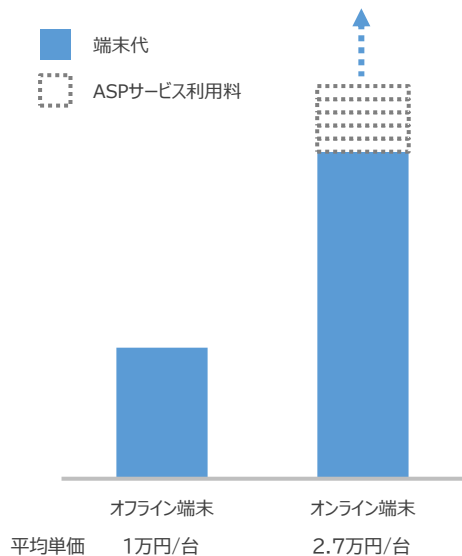


サイネージのオンライン化（IoT化）により、棚前の見える化やタイムリーなコンテンツ配信できめ細やかな販促を実現
オンラインサイネージ（高付加価値サイネージ）へシフトすることで、サイネージ単価アップ及び継続的なストック収益の成長が見込める
また、販促領域で培った技術や海外生産のノウハウを応用し、非販促領域でのDX需要を取り込むことで更なる事業拡大を目論む

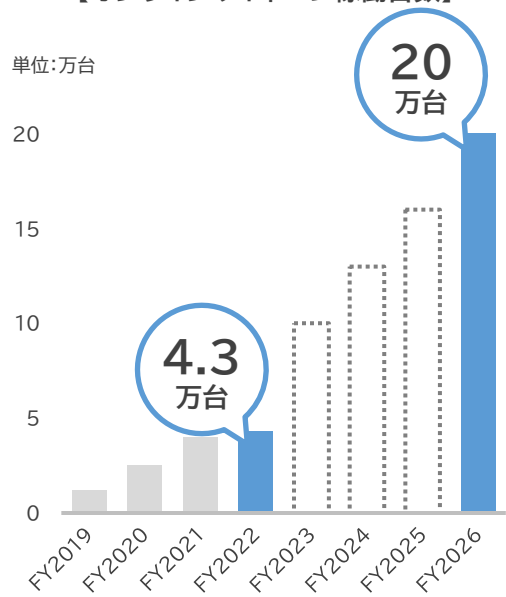


2022年3月末時点でオンラインサイネージの稼働台数が4.3万台まで伸長
2026年にはオンラインサイネージ稼働台数を20万台へ拡大する計画

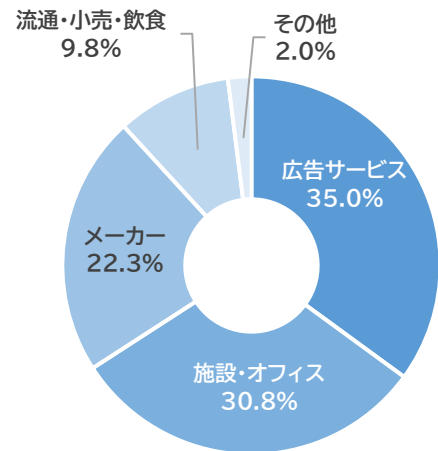
【オンラインサイネージ収益モデル】



【オンラインサイネージ稼働台数】



【導入企業 業種内訳】



※ 2022年3月末時点

※ 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

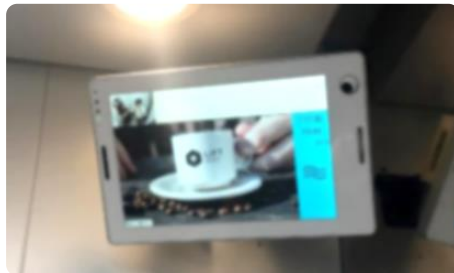
大手飲食チェーン様



- 人的コストの削減や注文プロセスを効率化
- 端末を活用することで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1万台
- 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

大型サイネージ

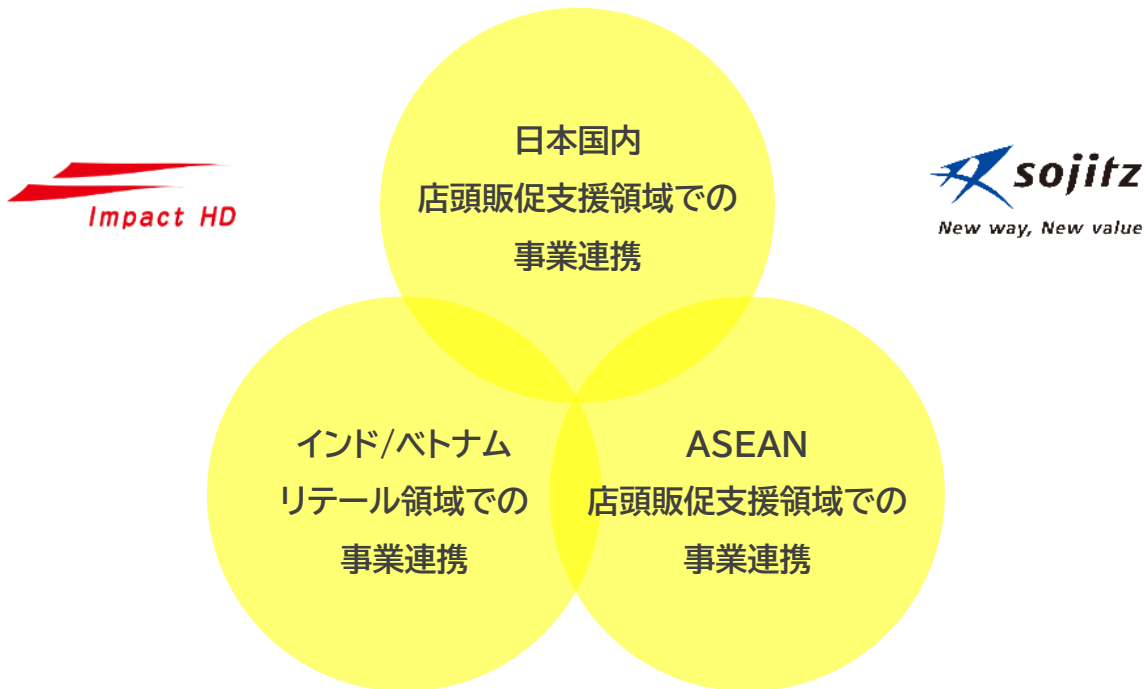
商業施設様



たて型
43インチ

- 施設のフロアガイドや案内板として活用
- オンライン機能も搭載しているため、コンテンツの更新作業も容易
- 顔認識機能で防犯や迷子を検知

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支援

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・設計を支援

店頭販促及び周辺領域で事業展開する企業に加え、データベース連携により「店舗DB」の付加価値向上が見込め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



DB連携

データベース連携により
「店舗DB」の付加価値向上が見込める企業



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。

5

株主還元方針

経営体質強化及び今後の事業展開などを勘案した上で、株主の皆様へ長期的な視点に立った配当を行うことを基本方針としております
 3期ぶりに復配、2022年12月期の1株当たりの配当金を20円（中間10円、期末10円）へ修正
 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		
	中間	期末	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)	10.00	10.00	20.00

【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

6

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。

$$\text{販促の効率化} \times \text{ムダの削減} = \text{SDGs販促}$$
The SDGs logo, consisting of a horizontal row of 17 small colored squares in various colors (red, green, blue, yellow, purple, etc.) representing the 17 Sustainable Development Goals.



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（2022年4月より東証グロースへ移行）
決算月	12月
資本金	1,823百万円 ※2022年3月末時点
拠点	渋谷本社、札幌、函館、太田、飯田橋、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、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

取締役 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 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

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

取締役 石田 国広

当社創業メンバー

取締役 川村 雄二

前職：株式会社ゴールドウィン

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

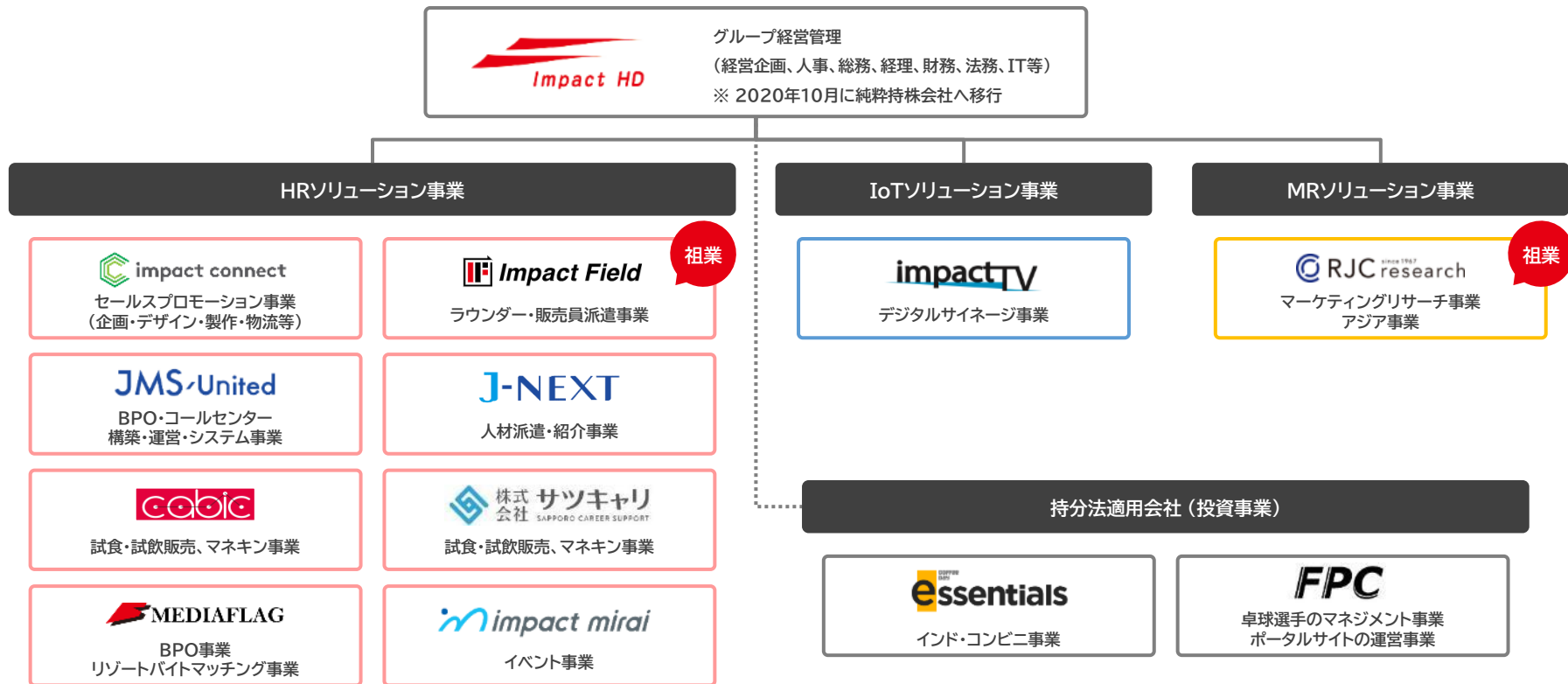
社外取締役 砂金 智之

双日株式会社

社外取締役 石川 剛

霞が関法律会計事務所パートナー

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

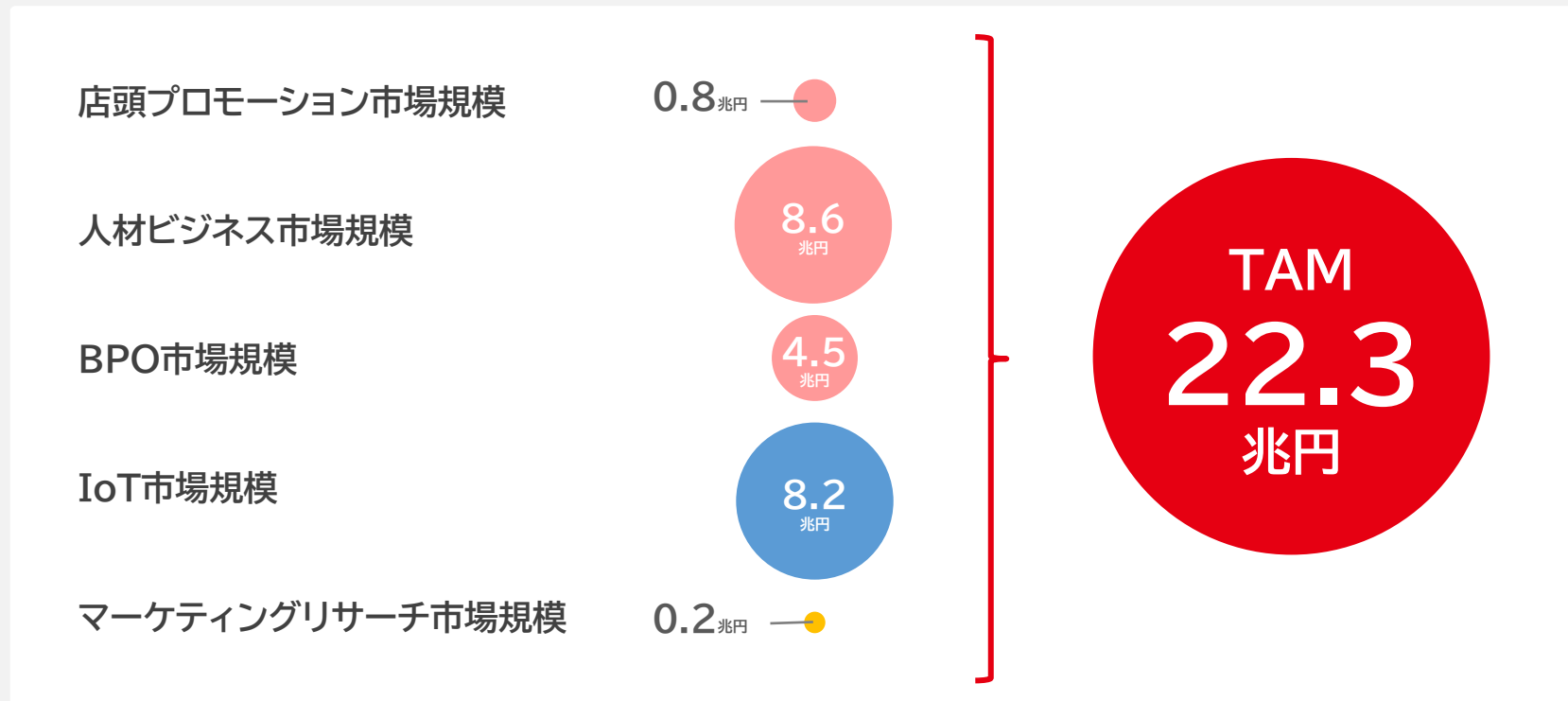
創業から培った販促ノウハウを活用した
M&Aや新規事業立ち上げ

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。


当社グループがターゲットにしている販促領域及び周辺領域には巨大なマーケットが存在
TAMが大きく、当社グループの成長余地も大きい



※ 出所:P74に記載。

7

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



- フィールドマーケティング業務レポート（ラウンダー、覆面調査、推奨販売）
- デジタルサイネージの出荷情報
- オンラインサイネージ取得情報（棚前の消費者行動データ）
- POSデータ 等



売場・販促活動に関する
定量・定性データ

累計 **860** 万件



- 人口推計
- 人口動態
- 労働力調査
- 有効求人倍率
- 商業統計調査 等

オープンデータ

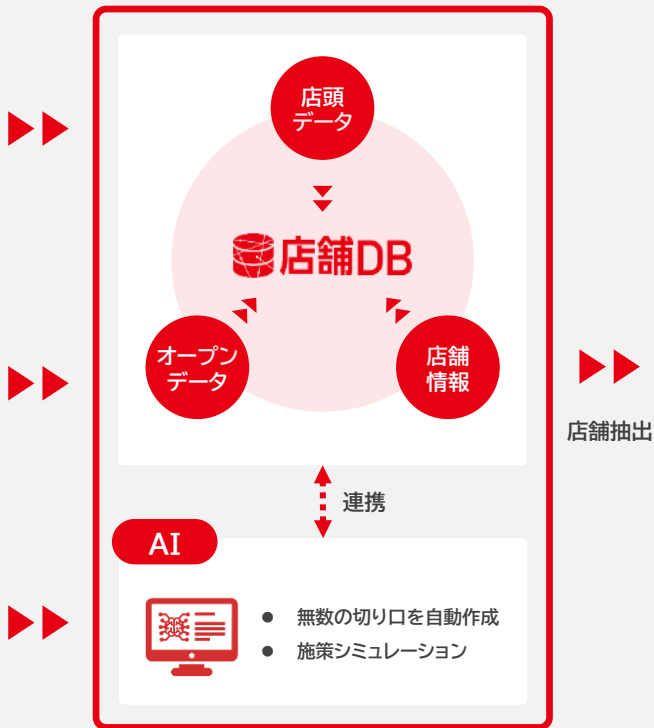
政府統計の総合窓口



- 企業サイトを定期的にクロールリング
- 出店・閉店情報を随時更新

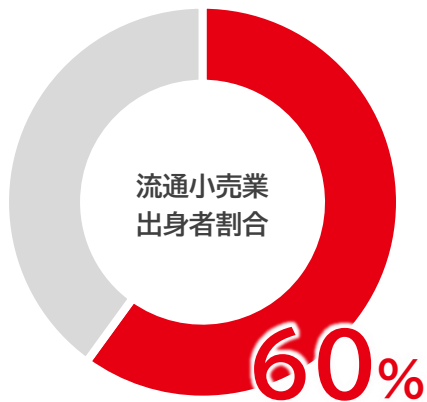
店舗情報

1,800チェーン **40**万店舗



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

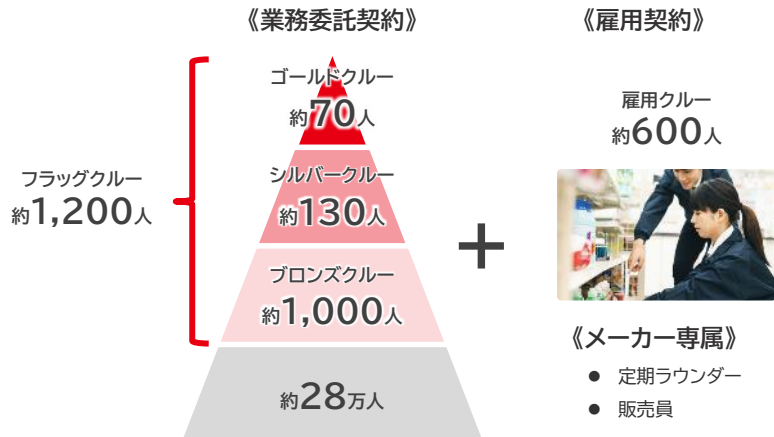


《流通小売業出身者一覧》

- 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人在籍
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

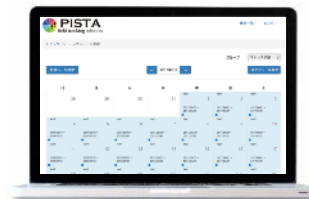
業務レポート管理システム



《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

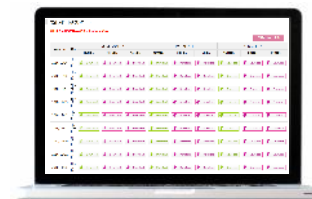
サイネージ管理システム



《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

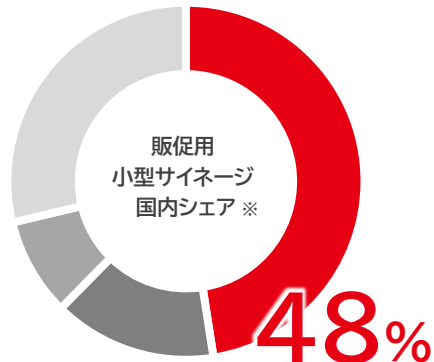


《主な機能》

- PBX、IVR
- 通話録音
- CMS管理
- 音声のテキスト化

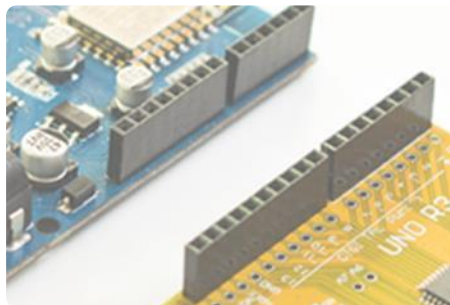
30年間、売場の「現場」「現物」「現実」の3現主義によって培った提案力（売場適応力）、開発力、運用力が強み

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itting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「2019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

8

Q&A

カテゴリ	質問	回答
全社	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)	2022年4月よりグロース市場へ移行しました。将来的にはプライム市場への指定替えを検討しておりますが、現段階で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、プライム市場の形式基準と同水準、もしくは基準に達していない部分があります。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、プライム市場に上場する企業として相応しい企業体となったタイミングでの指定替えを計画しております。
全社	業績の季節性について	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。
全社	稼働件数と業績の連動性について	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。
全社	店舗DBのストック収益化について	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。

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、及びデータベース連携により店舗DBの付加価値向上が見込め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。
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。
MR	覆面調査事業について	まん延防止等重点措置が解除されたことにより、飲食系の調査は一部再開をしておりますが、回復には時間がかかると想定しております。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。
海外事業	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(株)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(株)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。

P62 当社グループがターゲットにしている市場環境

店頭プロモーション市場規模	株式会社電通「2021年 日本の広告費」をベースに当社にて算出。
人材ビジネス市場規模	株式会社矢野経済研究所「人材ビジネス市場に関する調査(2021年)」。
BPO市場規模	株式会社矢野経済研究所「BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)市場に関する調査(2021年)」。
IoT市場規模	一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会「IoT市場動向調査報告」よりIoT市場を作成。
マーケティングリサーチ市場規模	一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会「第46回 経營業務実態調査」。

- 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。

noteで見る

インパクトホールディングス 公式note
フォローはこちら！



URL : <https://note.impact-h.co.jp/>

Twitterで見る

インパクトホールディングス 公式Twitter
フォローはこちら！



ユーザーID : @impacthd_ir

LINEで受け取る (月1~3回程度配信)

インパクトホールディングス IR LINE
友だち追加はこちら！



LINE ID : @impacthd_ir

お問い合わせ インパクトホールディングス株式会社 (東証グロース:6067)

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/>