



2022年6月期
決算説明資料

2022年8月10日

株式会社AmidAホールディングス

(東証グロース:7671)

1

事業概要

2

2022年6月期 決算概要

3

2023年6月期 業績予想

4

今後の成長戦略

5

サステナビリティ課題への取り組み

6

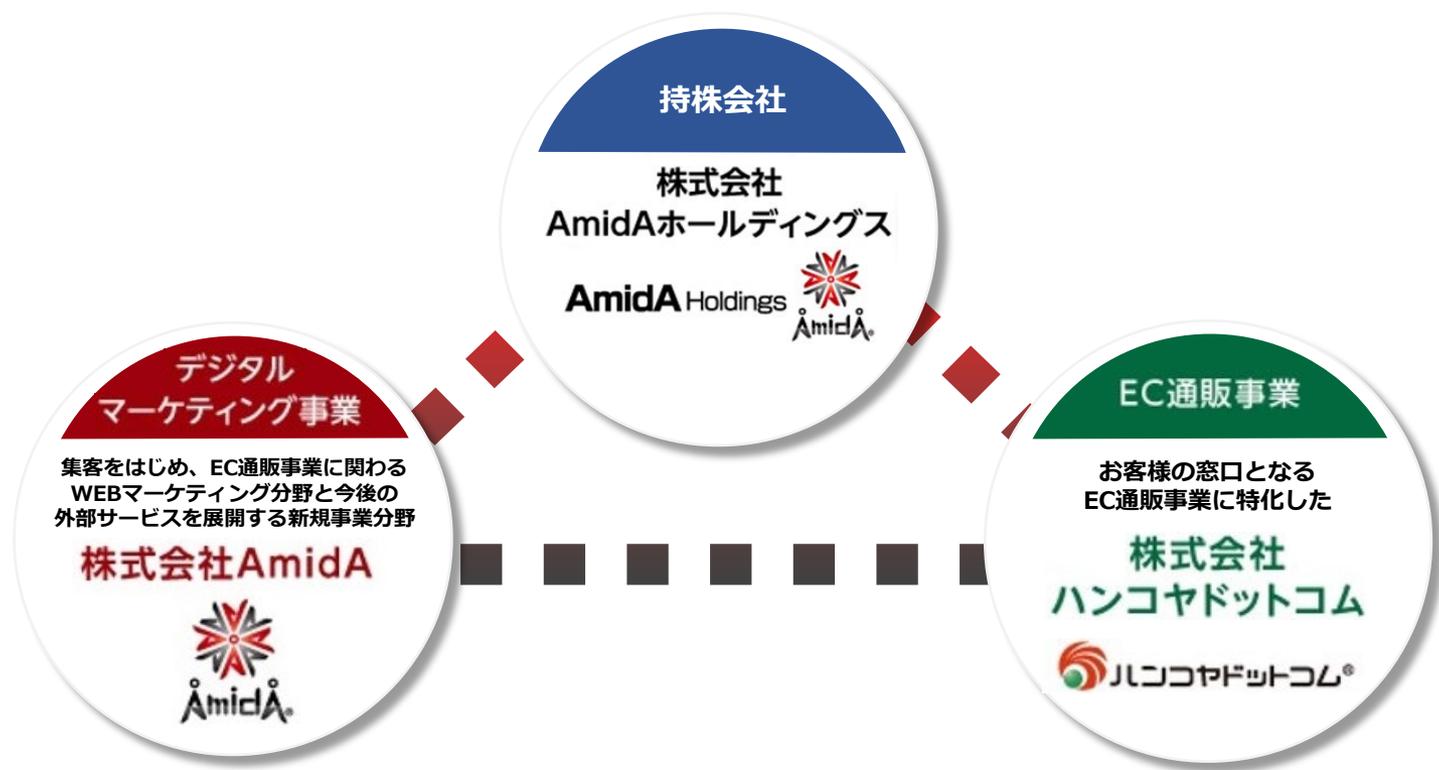
参考資料

1 事業概要

事業概要/組織図



当社グループは、当社と連結子会社2社で構成され、当社は持株会社であります。子会社の株式会社ハンコヤドットコムにおいて、印鑑を中心としたEC通販事業を行っており、現在の主軸事業となっております。なお、株式会社AmidAにおいて、WEBマーケティング分野におけるノウハウを活用し、ECサイトの集客・接客・データ分析・改善及び開発からシステム保守までWEBマーケティングの全プロセスをワンストップで提供するデジタルマーケティング事業を展開しております。また、新規事業分野では、外部サービスの展開を検討しております。



事業概要 / 一気通貫ビジネスモデル



専門性を持ったグループ会社が連携する一気通貫型ECビジネスモデルを実現。

デジタルマーケティング事業

集客をはじめ、EC通販事業に関わるWEBマーケティングに特化した **AmidA**



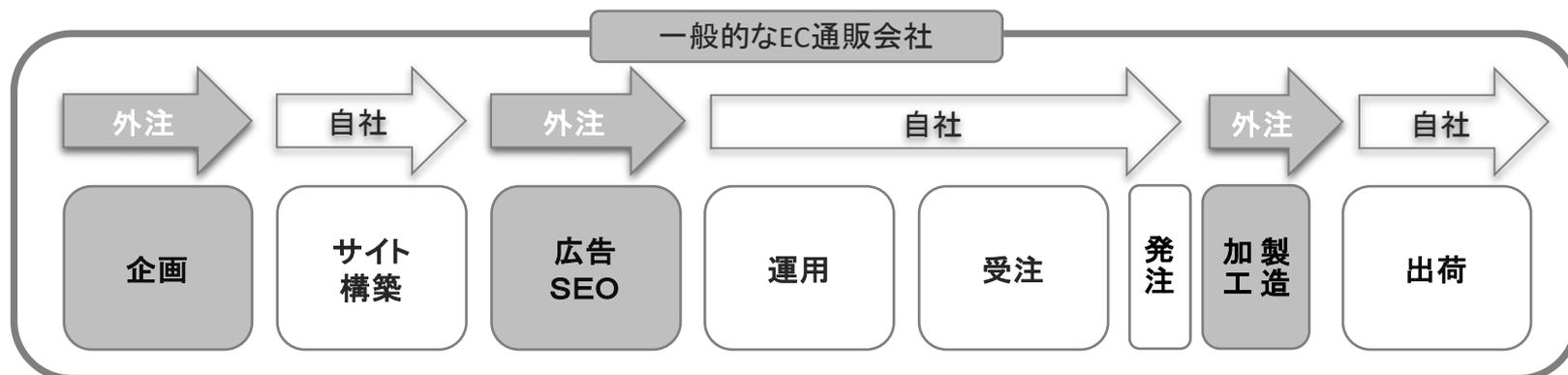
EC通販事業

お客様の窓口となるEC通販事業に特化した **ハンコヤドットコム**



EC通販事業に特化した株式会社ハンコヤドットコムとEC通販事業に関わるWEBマーケティングに特化した株式会社AmidAという、それぞれ専門性をもったグループ会社が連携、グループ会社内で販売戦略の企画からECサイトの構築、広告・SEO対策※等のサイト集客、EC通販事業（受注、製造、加工、発注、出荷）までを行う一気通貫型ECビジネスモデルを構築しております。それにより、原価率の低減や当日又は翌日出荷を実現する体制を特徴としております。

※SEOとは、Search Engine Optimizationの略であり、検索結果で自社サイトを多く露出するための手法のことです。



事業概要/独自ドメインの集客力



WEBマーケティング分野におけるノウハウを活用し、自社グループサイトへ集客をすることで、顧客の多くが自社グループサイトを利用しています。またECモールに出店している店舗は、価格の店舗比較表示がされるなど、価格競争に陥りやすい状況ですが、自社グループサイトで運営することで抑制することができております。ECモールサイトに頼らない、自社グループサイトへの集客を実現することで、自社グループサイトと各モールの売上構成比は、以下の通りとなっております。



2021年6月期 2022年6月期

ECモール：楽天市場



ECモール：Yahoo!ショッピング



ECモール：Amazon



※ハンコヤドットコム グループサイト
ショッピングモール売上割合(%)

2

2022年6月期 決算概要

業績ハイライト

売上高 3,055百万円(前年同期比 4.3%減、計画比 7.3%減)

営業利益 438百万円(前年同期比 1.8%減、計画比 3.1%減)

当期純利益 290百万円(前年同期比 3.6%減、計画比 0.9%減)

※参考：売上高 前々年同期比 5.6%増、営業利益 前々年同期比 154.6%増

トピックス

EC通販事業

- ・ ミコミル総合サイト（販促・ノベルティ商材）への展開として2021年11月にオープン（6月までに商品アイテムの強化：ペン・ボトル・時計・防災グッズ・うちわなどを実施、7月以降にバック専用サイトから移行）
- ・ 各種感染症や自然災害等の対応策の継続

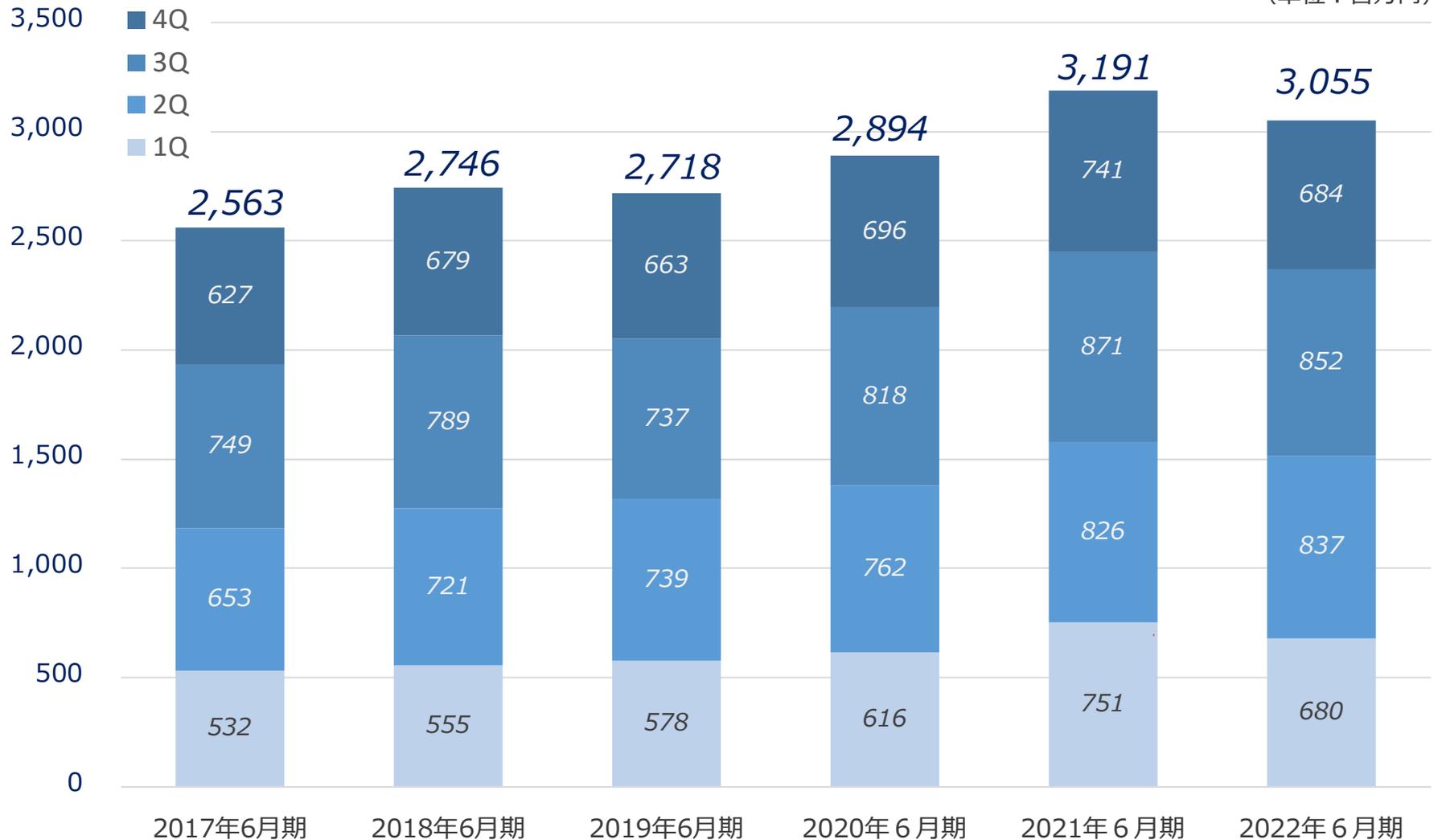
デジタルマーケティング事業

- ・ 検索上位表示の安定を図るためのSEO対策の強化
- ・ 広告コスト増への対策として、社内運用比率の最適化を実施
- ・ 新価格戦略のサイトプロセスの再構築

売上高の推移



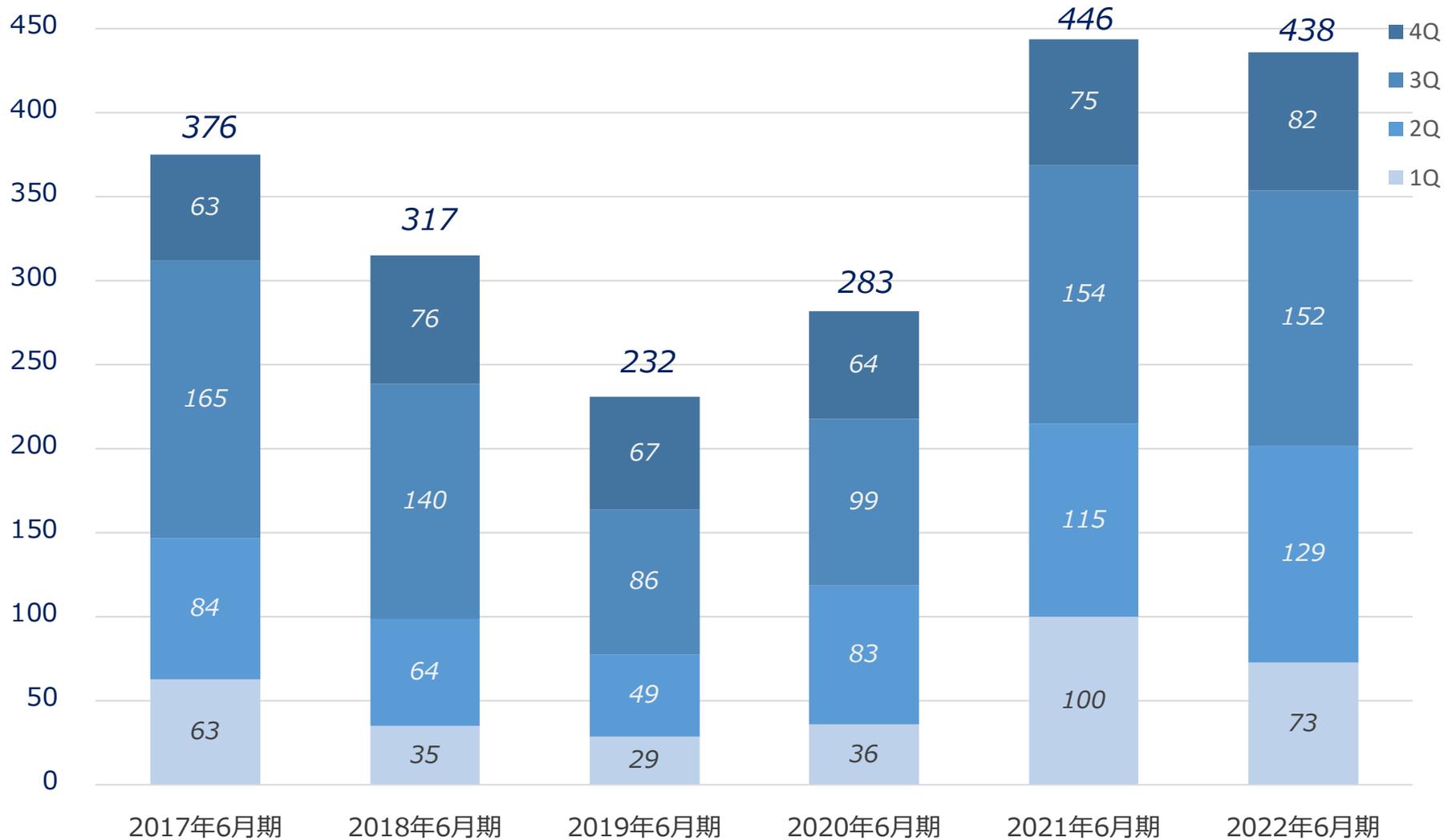
(単位：百万円)



営業利益の推移



(単位：百万円)

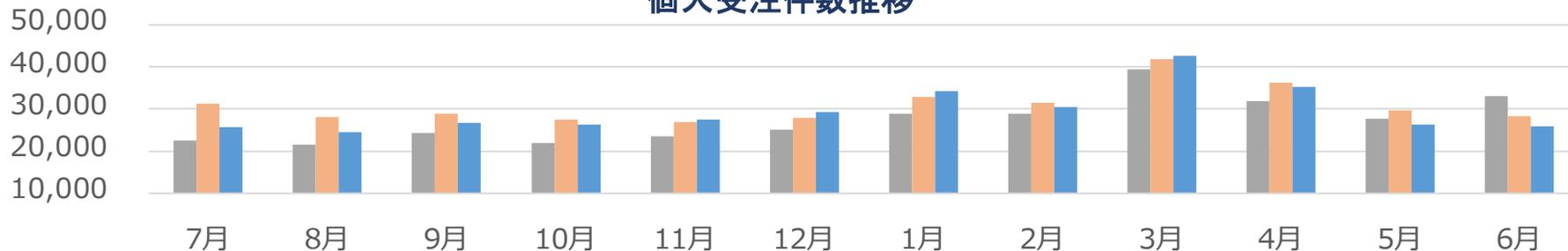


新型コロナウイルス感染症等による個人・法人客数の月別推移



前年同期においては、新型コロナウイルス感染症の影響により、購入経路が急激なECへのシフトとなり、当年は巣ごもりから新しい生活様式に変化し、揺り戻しの影響で減少推移となりました。なお、第3Qまでは前々年同期からは一定範囲の伸び率は継続しておりますが第4Qでは原油高等による物価上昇で個人の消費マインドは厳しい状況で推移しました。

個人受注件数推移



法人受注件数推移



物販系分野のBtoC – EC市場推移状況

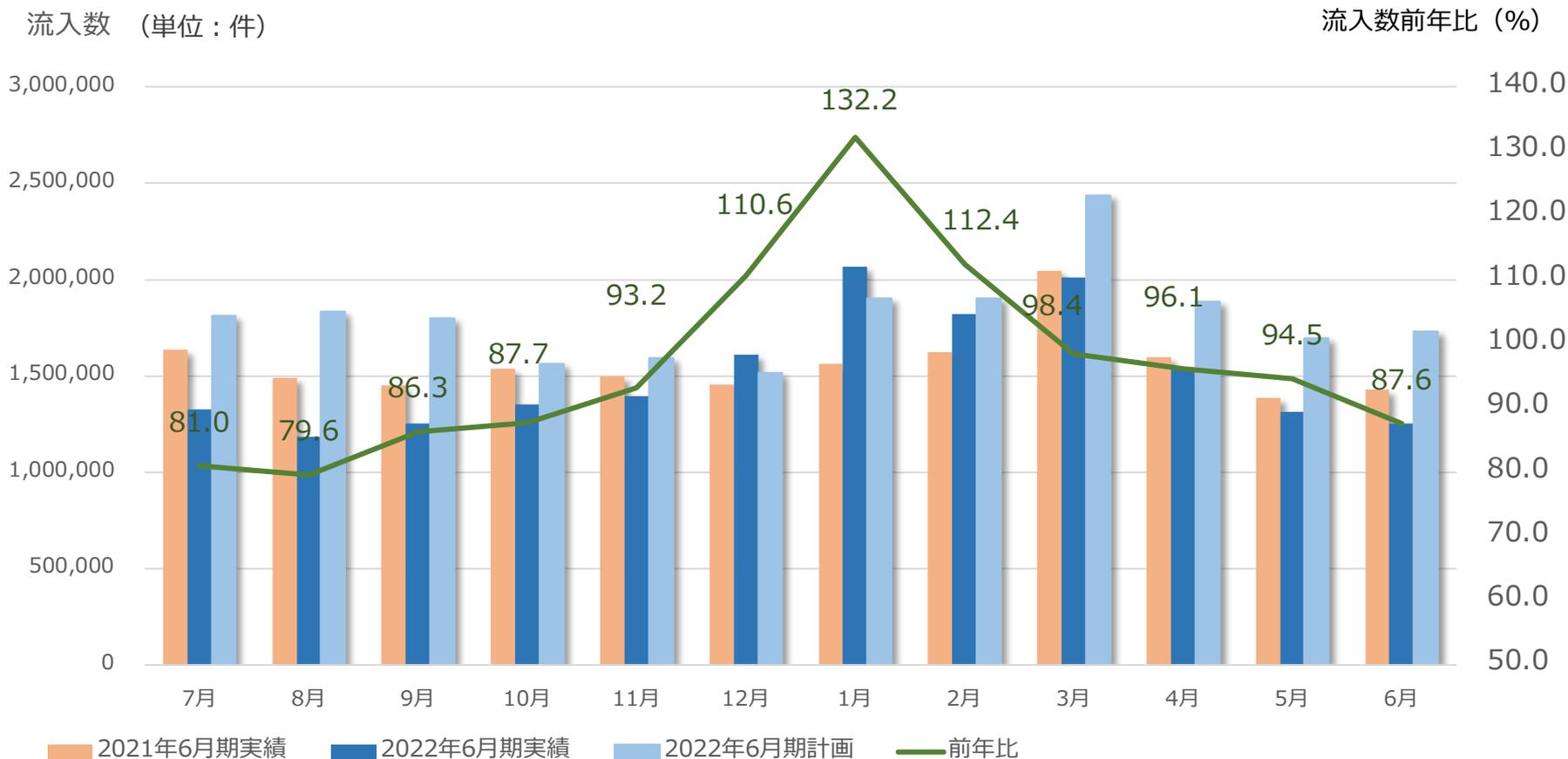
物販系分野	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
EC化率BtoC	5.43%	5.79%	6.22%	6.76%	8.08%
BtoC市場伸び率	110.56%	107.45%	108.12%	108.09%	121.71%

KPI 流入数



ユーザーが当社グループのWEBサイトに訪問した数

1,812万853件(前年同期比3.2%減)

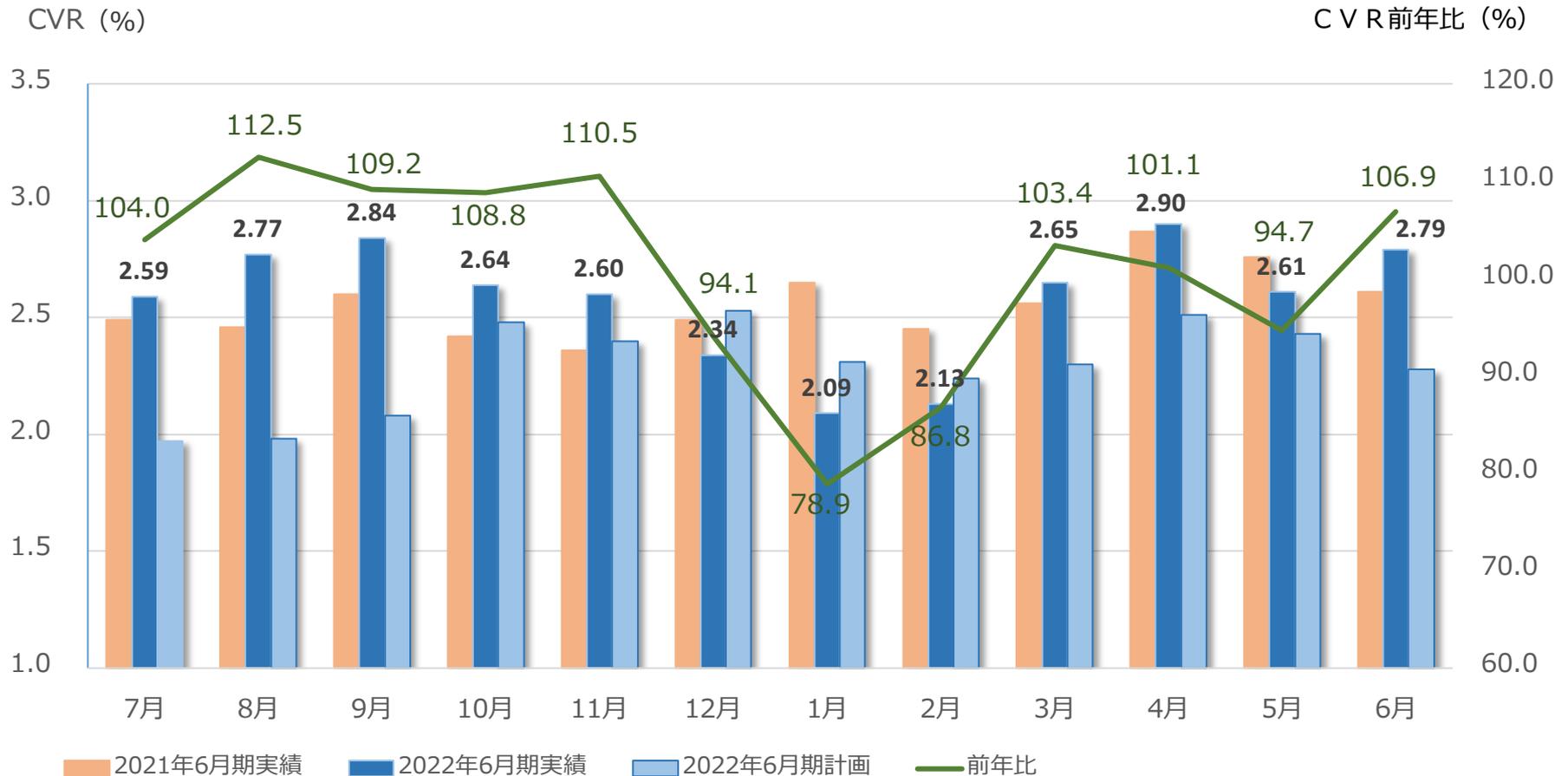


- ▶ 前期は巣ごもり消費による購入経路の変化や特別給付金の実施等で需要拡大、当期は揺り戻しで伸び率が低下
- ▶ キーワード検索順位の安定化は継続しており、WEB広告はROASを重視した効率運用により流入数は減少
- ▶ 販売系サイト 12,028,204件 前年同期比 10.0%増 1,092,438件増加
- ▶ 情報系サイト 6,092,570件 前年同期比 21.7%減 1,688,046件減少

KPI CVR(Conversion Rate)



流入数のうち、購入に至った割合 2.55%(0.01ポイント減少)

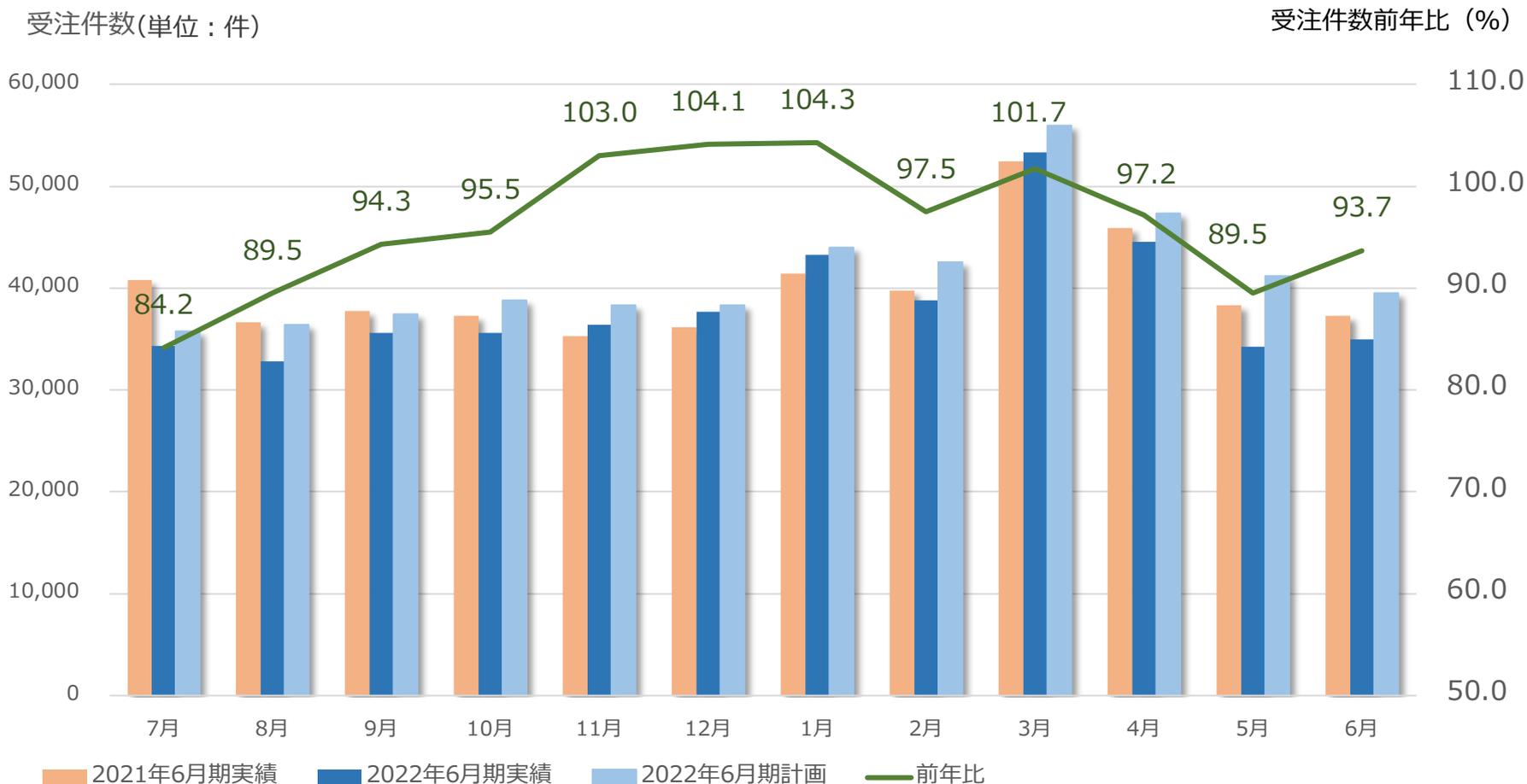


▶ スマートフォンでの購入割合が約7割まで上昇することで、CVRは低くなる傾向がありますが、ROASの状況を加味した運用をした結果、CVRは前年とほぼ同水準維持できました。
(参考：販売系サイト 3.25% 情報系サイト 0.16%)

KPI 受注件数



流入数のうち、購入に至った件数 受注件数合計 46万1,429件 (3.7%減)



▶ 前期は巣ごもり消費による購入経路の変化や特別給付金の実施等で需要拡大しましたが、当期は巣ごもり消費も落ち着き、揺り戻しの影響で受注件数は減少となりました。

BIGキーワード 検索表示順位



(2022年6月期)

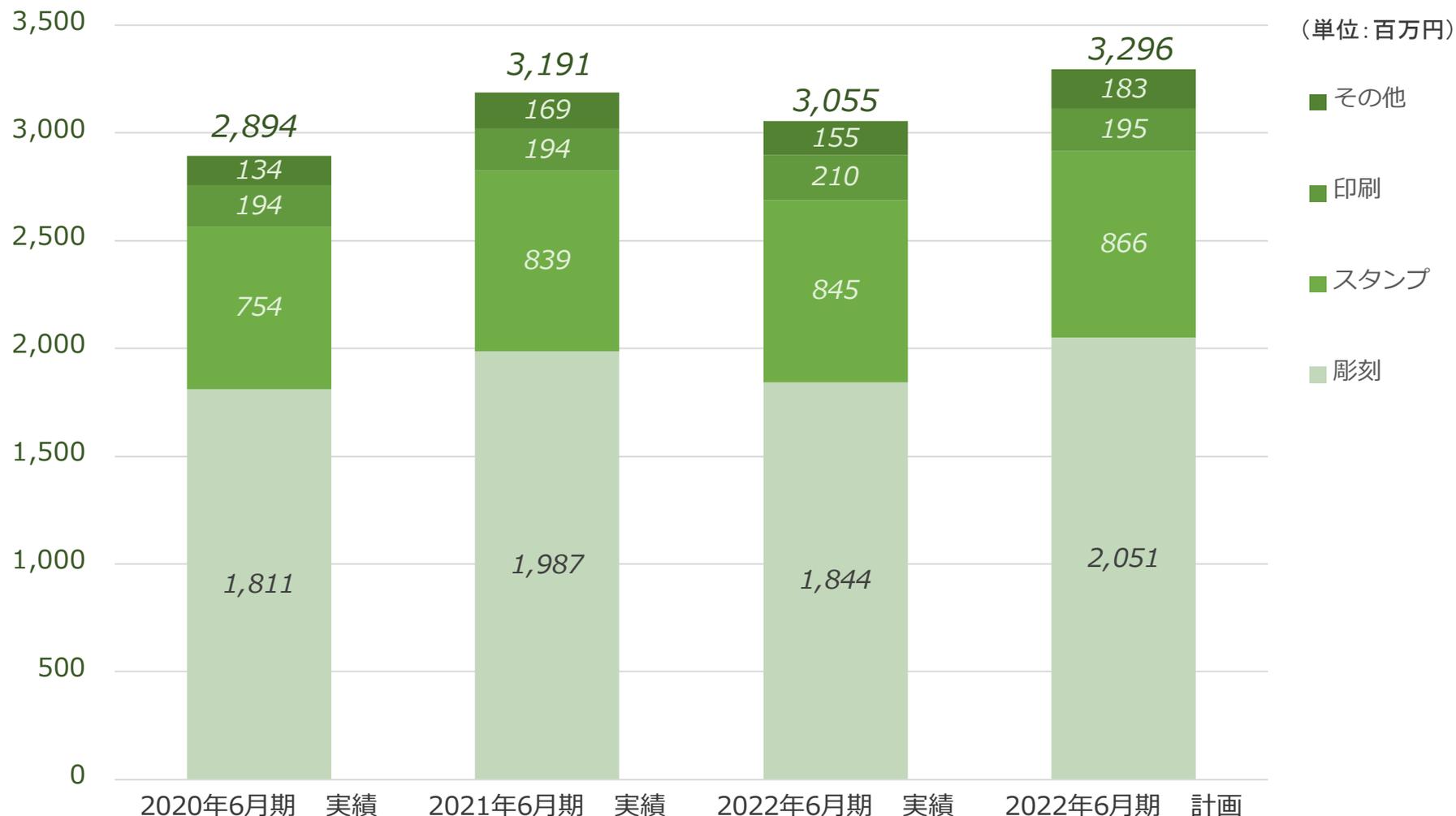
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間平均
印鑑	1.0	1.1	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.0	1.1	1.0
はんこ	1.1	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.0	1.1	1.1
実印	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
平均	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0
前年差	-0.0	-0.0	Up↑ 0.1	-0.0	-0.0	-0.0	-0.0	-0.0	Down↓ 0.1	-0.0	-0.0	-0.0	-0.0



(2021年6月期)

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間平均
印鑑	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.0
はんこ	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.2	1.1	1.1	1.1
実印	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
平均	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0

EC通販事業 商材区分別売上



2022年6月期 業績概要



(単位:百万円)

	2021年6月期	2022年6月期	前年同期比
売上高	3,191	3,055	95.7%
売上総利益	1,696	1,633	96.3%
販売費及び一般管理費	1,250	1,195	95.6%
営業利益	446	438	98.2%
経常利益	449	438	97.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	301	290	96.4%

▶ 売上高 E C通販事業においては、巣ごもりから日常生活への揺り戻しや、第4Qでは原油の高騰等で物価が上昇し消費マインドが低下したことで、流入数は前年同期比3.2%減少、CVRは0.01ポイント悪化し、受注件数は前年同期比3.7%減となり、累計の売上高は減少。

▶ 販売費及び一般管理費 採用時期が下期になったことによる人件費の減少、売上減少による決済手数料の減少及び効率的な運用を行い広告費用が減少。

▶ 当期純利益 法人税等147百万円を計上。

季節変動要因



EC通販事業では、需要期の異なる商材を取り扱っていることから、売上の構成に一定の季節変動があります。また、利益面においては、商材によって売上総利益率が異なることにより、季節変動性の要因となっております。2022年6月期の変動推移は以下のとおりです。

なお、2022年6月期については、巣ごもりから日常生活への変化や、第4Qでは原油高騰等で物価が上昇し、消費マインドが低下したことが要因としてあります。

	2022年6月期連結会計年度(自 2021年7月1日 至 2022年6月30日)				
	第1四半期 (7~9月)	第2四半期 (10~12月)	第3四半期 (1~3月)	第4四半期 (4~6月)	合計 (通期)
売上高(百万円)	680	837	852	684	3,055
構成比(%)	22.3	27.4	27.9	22.4	100.0
営業利益(百万円)	73	129	152	82	438
構成比(%)	16.8	29.6	34.9	18.7	100.0

連結貸借対照表



(単位:百万円)

	2021年6月期末	2022年6月期末	増減額
流動資産	1,989	2,182	192
固定資産	438	402	△36
資産合計	2,428	2,585	156
流動負債	388	332	△55
固定負債	76	76	—
純資産	1,964	2,176	212
負債・純資産合計	2,428	2,585	156

- ▶ 流動資産 現金及び預金 189百万円、原材料及び貯蔵品 8百万円、売掛金 4百万円の増加
- ▶ 固定資産 無形固定資産 29百万円、有形固定資産 6百万円の減少
- ▶ 純資産 当期純利益 290百万円増加、配当金の支払 77百万円

3

2023年6月期 業績予想

2023年6月期連結業績予想



(単位：百万円)

	2022年6月期 実績	2023年6月期 計画	前年同期比
売上高	3,055	3,060	100.2%
売上総利益	1,633	1,612	98.7%
販売費及び一般管理費	1,195	1,263	105.7%
営業利益	438	348	79.6%
経常利益	438	348	79.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	290	224	77.3%

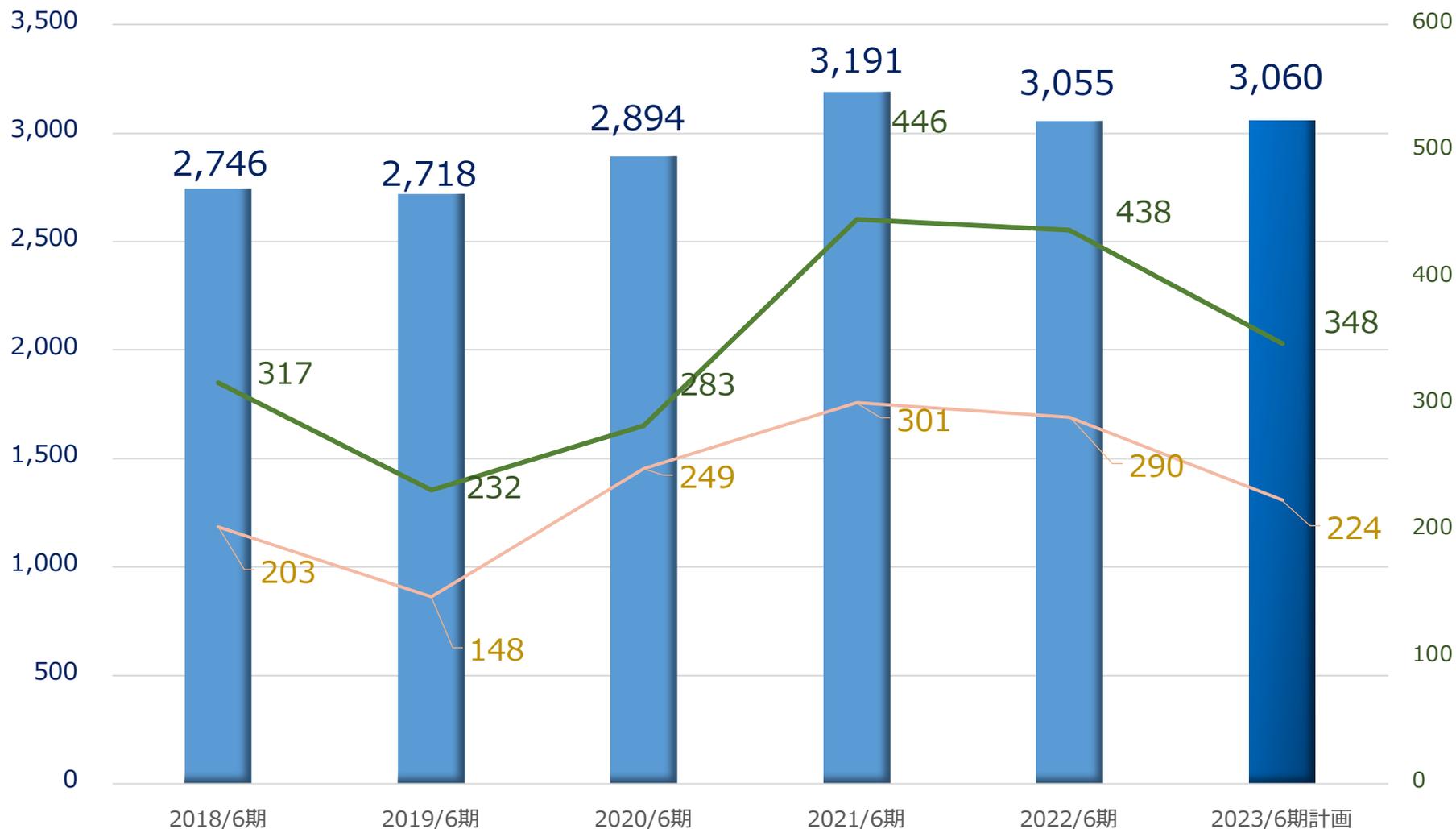
- ▶ 売上高 受注獲得状況については、流入数0.7%減、CVR1.7%増、受注件数1.0%増、受注客単価1.2%減を見込んでおり、その結果出荷売上高0.2%増を見込んでおります。（%は対前期増減率）
- ▶ 販売費及び一般管理費 ブランディングプロモーション費用として49百万円を見込み、販売費3.5%増、人件費9.7%増、その他販管費2.6%増（%は対前期増減率）

2023年6月期連結業績予想



売上高／営業利益／親会社株主に帰属する当期純利益

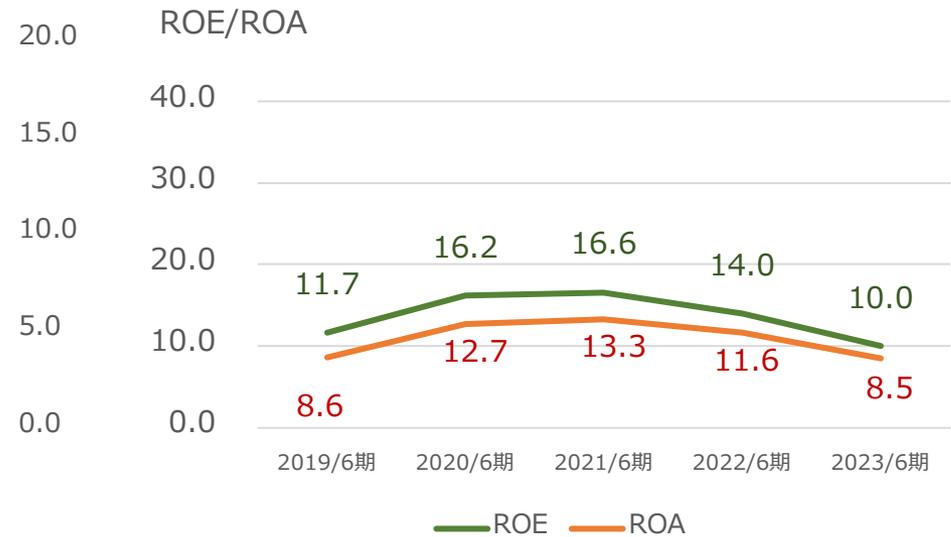
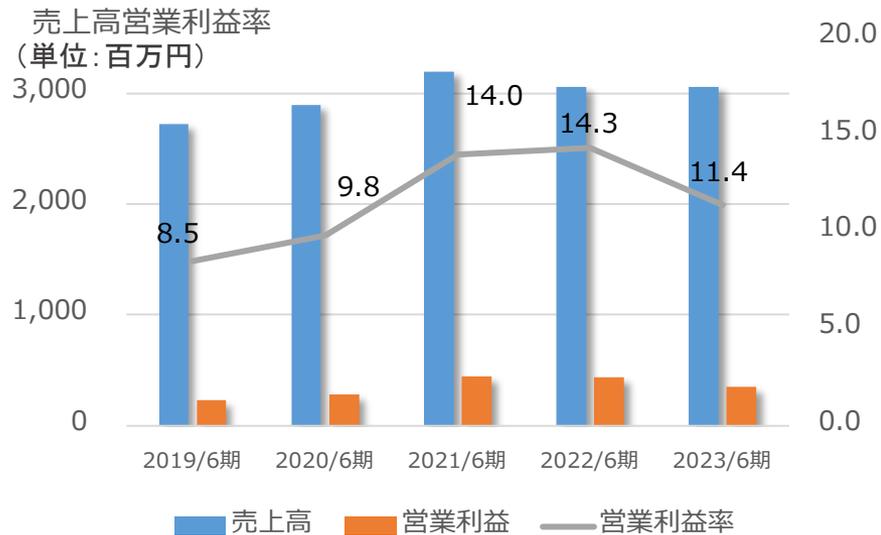
(単位：百万円)



事業計画/経営指標



(単位: %)



(単位: %)

	2019年6月期 実績	2020年6月期 実績	2021年6月期 実績	2022年6月期 実績	2023年6月期 計画
売上高前年対比	99.0	106.5	110.2	95.7	100.2
売上高 営業利益率	8.5	9.8	14.0	14.3	11.4
自己資本利益率 (ROE)	11.7	16.2	16.6	14.0	10.0
総資産利益率 (ROA)	8.6	12.7	13.3	11.6	8.5

主要な設備投資計画



項目		明細	
1. 機械装置関連	10,800千円	ゴム印製版	2,800千円
		名刺印刷機	5,500千円
		封筒印刷機	2,500千円
2. ソフトウェア関連	178,016千円	Web作成ツール	1,800千円
		予算システム	3,600千円
		インボイス対応	3,000千円
		新システム開発	169,616千円

4 今後の成長戦略

今後の成長戦略/新規事業への取り組み



新規事業戦略本部の創設 2 年目

サービスのテストマーケを実施しながら事業のストーリーが構築できるかを判断
2024年6月期内の事業化実現に向けた取り組みを実施

2022年6月期の取り組み

グループ内の知見等を活用した新規事業への道筋を構築を予定していた

実績

グループ会社であるハンコヤドットコム[®]の法人顧客(起業直後の法人)をターゲットとしたマッチングプラットフォーム事業を検討
プラットフォーム上で利用できるサービスの構築を模索したが、
テストマーケに繋げるだけの構築に至らず

テストマーケの実施に至るまでの展開ができなかった原因

プラットフォーム事業を検討する中で、ターゲットを絞りすぎたため、展開の広がりにつなげることができなかったと分析



2023年6月期の取り組み

ターゲット層を広げ、各サービス毎で検討し、テストマーケを実施したのちに事業成長ストーリーを構築できるか、今後の事業成長性の有無を判断する形に変更

2024年6月期の取り組み

投資すべき事業を選択
新規事業として計画に織り込める状況の構築

今後の成長戦略/商品の横展開への取り組み



EC通販事業における新サイトの見直し
新たな商品アイテムへのチャレンジを実施できる体制づくりの構築
商品の横展開に向けた取り組みを実施

2022年6月期の取り組み

販促・ノベルティサイトの構築は実現
実績数値に寄与する成果までには至らなかった

2022年6月期の下半期に以下の取り組みを実施

- 先行して、販売戦略のための人材強化
- ・2023年6月期に向けた体制づくりのため外部から2名の採用を実施
- ・デジタルマーケティング本部機能の充実
 - マーケティング戦略担当、MD戦略担当、IT戦略担当の3名体制に変更
- ・組織における本部機能の役割への取り組み

2023年6月期の取り組み

新たな体制から新戦略を構築し、新アイテムからの新サイト構築
販促・ノベルティサイトの販売戦略の再構築の実施

今後の成長戦略/ノベルティ販促品の展開



「名入れ」を軸としたノベルティ販促商品の横展開を強化
2021年11月からノベルティ商材の総合店化に向けた取り組みを実施し、
2023年6月期においては商品アイテム数の強化引き続き実施

新商品続々追加！オリジナル付箋・オリジナル紙製グッズの取り扱いを開始しました！
見込み客が来る！ノベルティ・販促品・記念品通販
30,000円以上で送料無料
0120-858-606 電話受付時間：10～16時
（日祝・当社休業日を除く）

ご注文ガイド | ミコミルメディア | 会社概要 | お問い合わせ

商品一覧
マスク >
カトラリー >
除菌グッズ >
付箋 >

専門店一覧
カレンダー >
タオル >
メモ帳・ノート >
トートバッグ・不織布 >
タンブラー・マグカップ >
シャツ・ウェア >
ステッカー >
クリアファイル >
のぼり >

最小価格 @82円(税込) 最小10個から試せる 販促・ノベルティ総合店

1周年記念 NOVELTY PRESENT! 10周年記念

最小10個から試せる・選べる！ミコミルは販促品・ノベルティの通販サイトです

ミコミルは、見込み客が来る・増える・売れるをテーマに、お客様の販促活動を支援するノベルティグッズを製造販売する通販サイトです。ロイヤルカスタマーの深耕施策や、マーケットリーチにもお使いいただけるよう、最小10個からの名入れノベルティの作成が可能です。見込客獲得から最終客の育成まで、お客様の反応を見ながら施策を展開するお手伝いをいたします。会社の設立から販促活動まで、ハンコヤドットコムは企業の伴走者として共に歩みます。

商品一覧

マスク	50個時 @94円(税込)~	カトラリー	100個時 @233円(税込)~
除菌グッズ	10個時 @84円(税込)~	付箋	30個時 @82円(税込)~

専門店一覧
送料やお支払い方法が異なるため、個別にお買い求めください。

トートバッグ・不織布	200個時 @33円(税込)~	タンブラー	100個時 @143円(税込)~	名入れカレンダー	100冊時 @179円(税込)~	名入れメモ	8000冊時 @32円(税込)~
オリジナルタオル	120枚時 @155円(税込)~	クリアファイル	1000枚時 @16円(税込)~	のぼり	300枚時 @612円(税込)~	封筒	3000枚時 @5.5円(税込)~

(小ロットによる顧客層の開拓及びプライスラインの見直しも予定)

今後の成長戦略/機能の充実

Web簡単デザイン作成ツールの利用アイテムの拡充により「使いやすさ」を追求



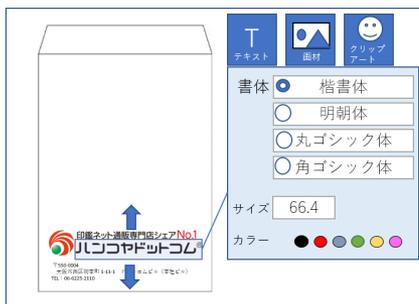
テキスト入稿

(ゴムイン等で文字を入力すると該当商品のデザイン入稿ができる機能)



プレビュータイプ

(商品プレビューを見ながら決められた位置に好きな文字やロゴなどを入稿できる機能)



自由レイアウト

(多種多様な商品に自由にデザイン入稿できる機能)

今後の成長戦略/機能の充実



多種多様な商品アイテムに対応できるように、現行システムを一新する計画

目標期間

- 2022年7月から要件定義を開始
- 2023年6月に完成を目指す

課題

- 現状のシステムは内製品を中心とした仕組みで構成されている結果、商品マスター等が複雑化していることで、サイト開発に時間を要している

改善

- サイト開発のスピード化及びシステム保守の効率化を図るためには、フロント及びバックヤードシステムを一新することで課題解決を目指す

新規事業について

▶ サービス事業

新規事業戦略本部を創設から2年目となり、各サービスのテストマーケができる状況を目指し、3年目には事業化できるサービスの展開をしてまいります。

※上記の施策はコストのみを計画に計上しております。

▶ 商品の横展開

商品の横展開を実施するための体制強化を実現し、新アイテムからの新サイト構築や、ミコミルサイト（販促・ノベルティ関連サイトの統合店）の再構築を実施してまいります。

デジタルマーケティング事業について

▶ 今後の方針

WEBマーケティング分野では、一気通貫型のEC通販事業モデルを継承するため、専門分野における人材の採用を前期積極的に行い、今後もグループ会社への戦略的提案をサービスとして提供し向上を図る方針であります。また、来期に向け、EC通販事業のシステムを1年間でリニューアルし、競争力強化に努めてまいります。

販売サイト施策

▶商品強化

メディアミックス戦略による指名検索の拡充（SNS・CM・雑誌）
ミコミルサイトについては引き続き商品アイテムの強化

▶既存サイト見直し

現在の商品別サイトからカテゴリ別サイトへの移行構築を実施し、顧客ニーズに合った提供サイトになるよう再構築を検討

▶価格戦略

ハンコヤドットコムサイト 高価格帯のプライスゾーン（プライスリーダー）
本店サイトのリニューアル検討開始

はんこ工房KAGURAサイト 新たな客層の獲得のための施策
ハンコヤドットコムサイトとの住み分け対策

マーケティング施策

- ▶ 自然検索順位の維持と集客広告運用の効率強化
SEO対策の強化、情報系サイトからの誘導を促進、広告運用の指標の見直し
- ▶ 顧客ニーズへの対応力強化
顧客が感動できる商品の提案など
- ▶ ブランディング強化
メディアミックス戦略による指名検索の拡充（SNS・CM・雑誌）

2023年6月期予定	前期2022年6月期実績
<input checked="" type="checkbox"/> YouTube広告	<input checked="" type="checkbox"/> YouTube広告
<input checked="" type="checkbox"/> FM・AMラジオ	<input checked="" type="checkbox"/> FMラジオ
<input checked="" type="checkbox"/> 新聞・雑誌	<input checked="" type="checkbox"/> 新聞・雑誌
合計 49百万円	合計 35百万円
- ▶ サイト改善
顧客ニーズに適応した商品開発とサイト利便性の改善・実施

5 サステナビリティ課題への取り組み

サステナビリティ課題への取り組み



私たちは、印章という日本文化を継承しながらもデジタル化が進むことは世の中の流れだととらえ、デジタル化社会とハンコ文化のそれぞれの特性を融合し共存できる文化を継承してまいります。

環境面の取り組み

環境にやさしい エコ印材など
環境にやさしい 梱包資材のコンパクト化



女性が活躍できる機会 を作れる企業文化への 取り組み

当社グループの男女従業員比率は約男3:女7という
女性比率が高く、女性が活躍できる場の提供
今後は知識・経験を積み女性の管理職への道筋も
構築

販売商材の拡大による事業成長

安定したEC事業(通信販売事業)を基盤に、グローバルに拡大するEC市場に視野を広げ、物販、サービスという分野に問わず、常にインターネットビジネスの可能性を追求し事業拡大、成長を目指します。



新規事業(サービス分野)

ノベルティ商品の展開
(商品の横展開)

【基盤】

印鑑を中心としたEC通販事業
WEBマーケティング事業

現在

会社概要



社名	株式会社AmidAホールディングス (AmidA Holdings Co., Ltd.)
本社	大阪府大阪市西区靱本町一丁目13番1号 ドットコムビル
設立	2000年3月
代表者	藤田 優
資本金	7,991万円 (2022年6月末日現在)
従業員	113名 (連結 2022年6月末日現在)
事業内容	EC通販事業 (印鑑及びスタンプを中心とした商材を自社グループサイトを中心としたインターネット通販サイトで販売) を展開するグループ会社の経営管理及びそれに付帯する業務
監査法人	EY新日本有限責任監査法人
グループ会社	株式会社ハンコヤドットコム 株式会社AmidA

6 參考資料

法人設立数に対する設立セット販売受注シェア



法人設立登記数	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上半期
2022年6月期	10,947	10,111	10,606	11,873	10,917	10,047	64,501
2021年6月期	10,789	9,208	10,062	10,980	9,660	10,786	61,485
2020年6月期	11,155	8,989	8,849	11,033	9,931	9,626	59,583
法人設立登記数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間
2022年6月期	12,122	9,490	11,419	11,638	10,220		119,390
2021年6月期	10,821	9,472	11,158	14,290	9,648	12,453	129,327
2020年6月期	10,979	8,794	10,558	10,020	7,831	9,332	117,097

法人設立セット販売数	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上半期
2022年6月期セット数	977	963	1,034	953	914	1,060	5,901
シェア率	8.9%	9.5%	9.7%	8.0%	8.4%	10.6%	9.1%
2021年6月期セット数	1,060	954	1,049	1,055	984	1,033	6,135
シェア率	9.8%	10.4%	10.4%	9.6%	10.2%	9.6%	10.0%
2020年6月期セット数	1,044	890	995	939	970	991	5,829
シェア率	9.4%	9.9%	11.2%	8.5%	9.8%	10.3%	9.8%
法人設立セット販売数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間
2022年6月期セット数	970	939	1,145	931	907		10,793
シェア率	8.0%	9.9%	10.0%	8.0%	8.9%		9.0%
2021年6月期セット数	976	997	1,295	1,056	947	1,063	12,469
シェア率	9.0%	10.5%	11.6%	7.4%	9.8%	8.5%	9.6%
2020年6月期セット数	1,134	1,015	1,141	850	802	1,021	11,792
シェア率	10.3%	11.5%	10.8%	8.5%	10.2%	10.9%	10.1%

本資料のお取扱い上のご注意



本資料は、業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。

また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしております。

本資料の内容には当社の判断が含まれており、情報の正確性を保証するものではなく、今後様々な要因により実際の業績や結果と異なることがあります。本資料及びその記載内容につきまして、当社の書面による事前の同意なしに、第三者が、その他の目的で公開または利用することはご遠慮ください。

本資料及び当社 IR に関するお問い合わせ先

株式会社 Am i d Aホールディングス グループ統括管理本部

TEL : 06-6449-5510

Email : contact@amida.holdings