

2023年6月期
第2四半期決算説明資料

2023年1月27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

2023年6月期第2四半期決算概要

3

2023年6月期業績予想

4

今後の成長戦略

5

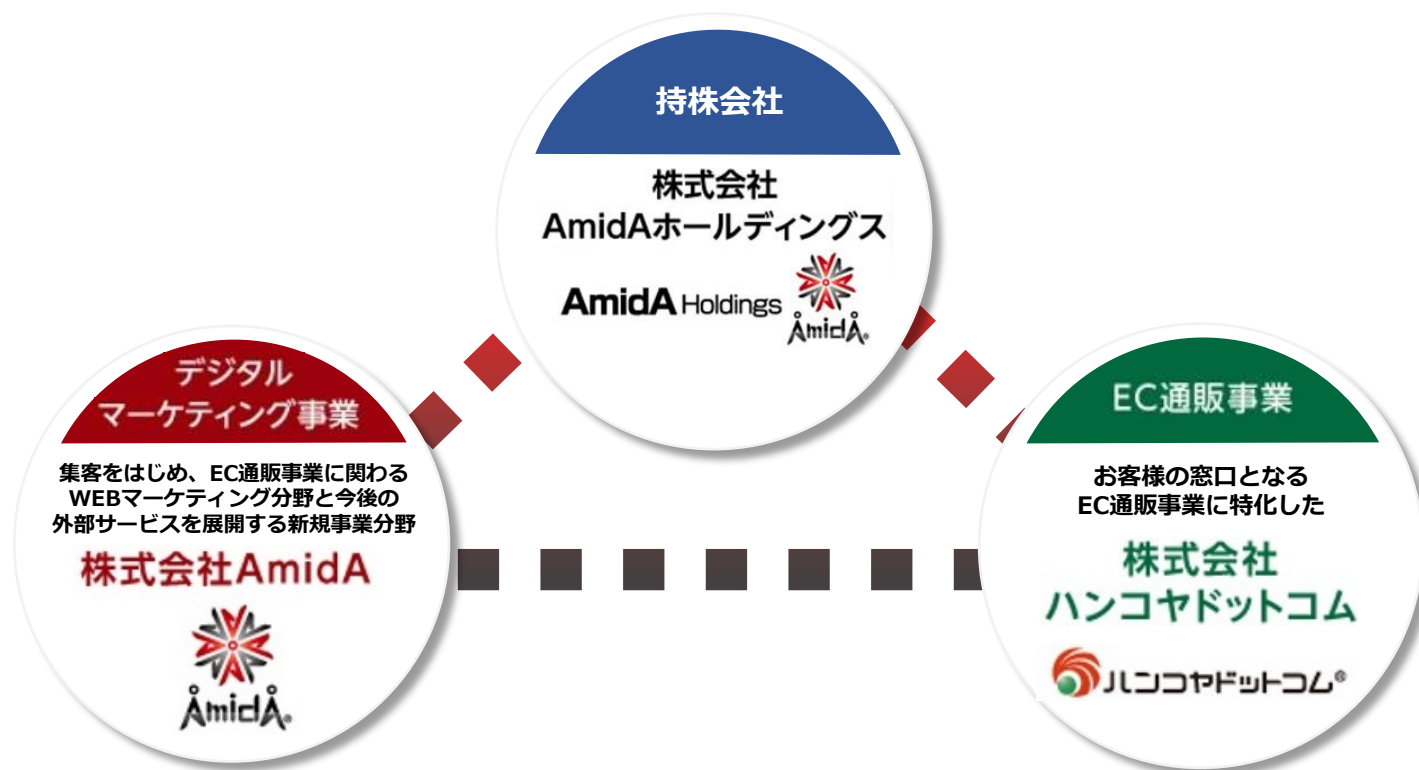
サステナビリティ課題への取り組み

6

参考資料

1 事業概要

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。また、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。



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。

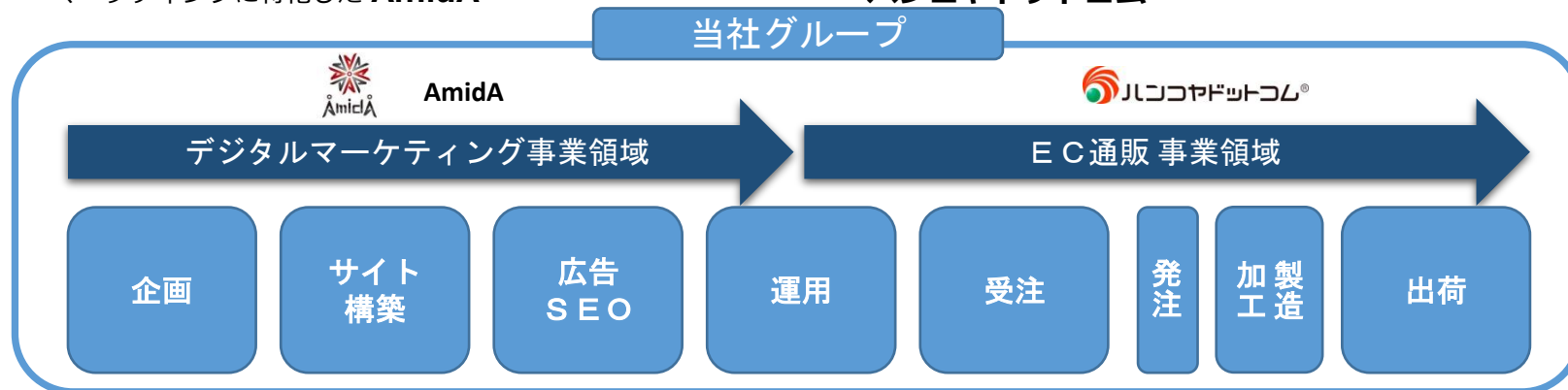
デジタルマーケティング事業

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**



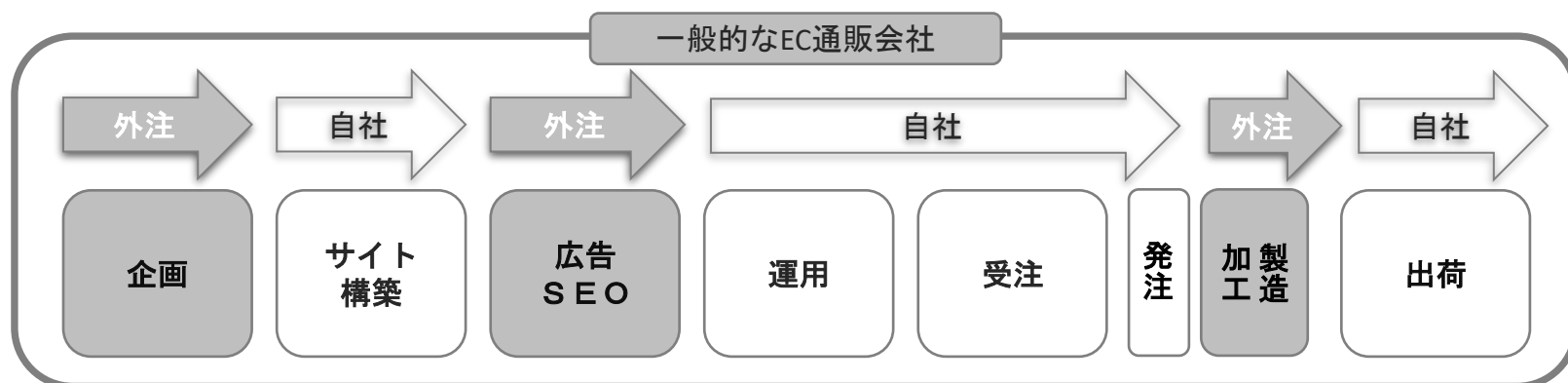
EC通販事業

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

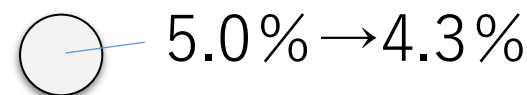


WEBマーケティング分野におけるノウハウを活用し、自社グループサイトへ集客をすることで、顧客の多くが自社グループサイトを利用しています。またECモールに出店している店舗は、価格の店舗比較表示がされるなど、価格競争に陥りやすい状況ですが、自社グループサイトで運営することで抑制することができております。ECモールサイトに頼らない、自社グループサイトへの集客を実現することで、自社グループサイトと各モールの売上構成比は、以下の通りとなっております。

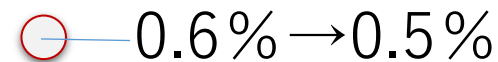


2022年6月期 2023年6月期
第2四半期 第2四半期

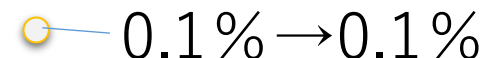
ECモール：楽天市場



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

2023年6月期第2四半期 決算概要

業績ハイライト

売上高	1,466百万円	(前年同期比 3.4%減、計画比 1.2%減)
営業利益	202百万円	(前年同期比 0.2%減、計画比 53.0%増)
四半期純利益	134百万円	(前年同期比 0.2%増、計画比 58.0%増)

トピックス

EC通販事業

- ・ E C通販事業の基幹システムのリニューアル着手
- ・ ミコミルサイト（販促・ノベルティ関連サイト）の商品追加等による再構築を実施
- ・ 各種感染症や自然災害の対策をすることで、事業活動への影響を最小限に軽減

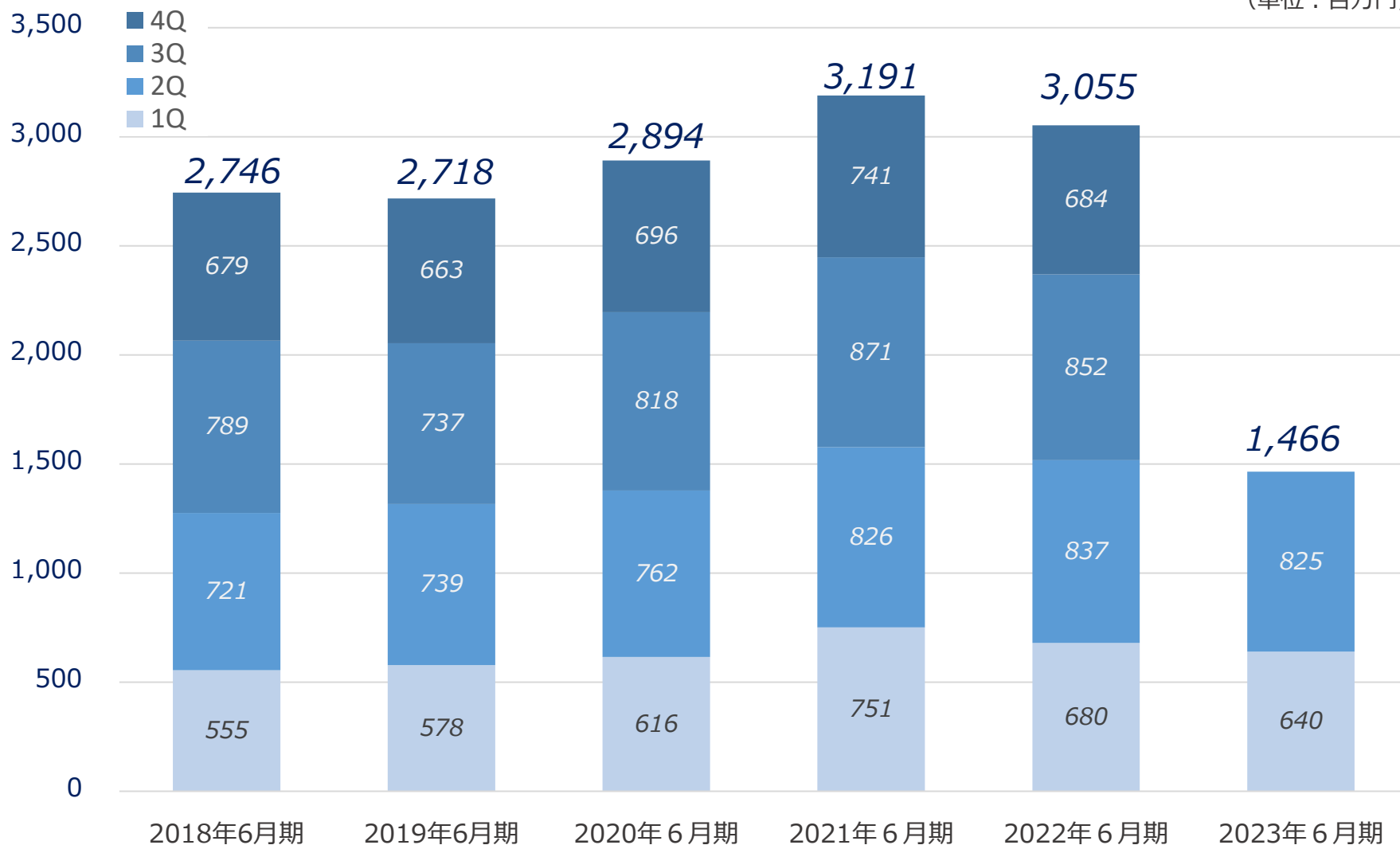
デジタルマーケティング事業

- ・ 自然検索順位の維持と集客広告のバランス運用を実施
- ・ ブランディング強化の継続
- ・ サイトの利便性向上
モバイルサイトの流入割合増加に対応して、スマホ後払決済追加が完了、TOPページの導線強化を継続し、離脱率を改善
- ・ 流入数の向上を目的にGoogleショッピング欄への掲載強化

売上高の推移



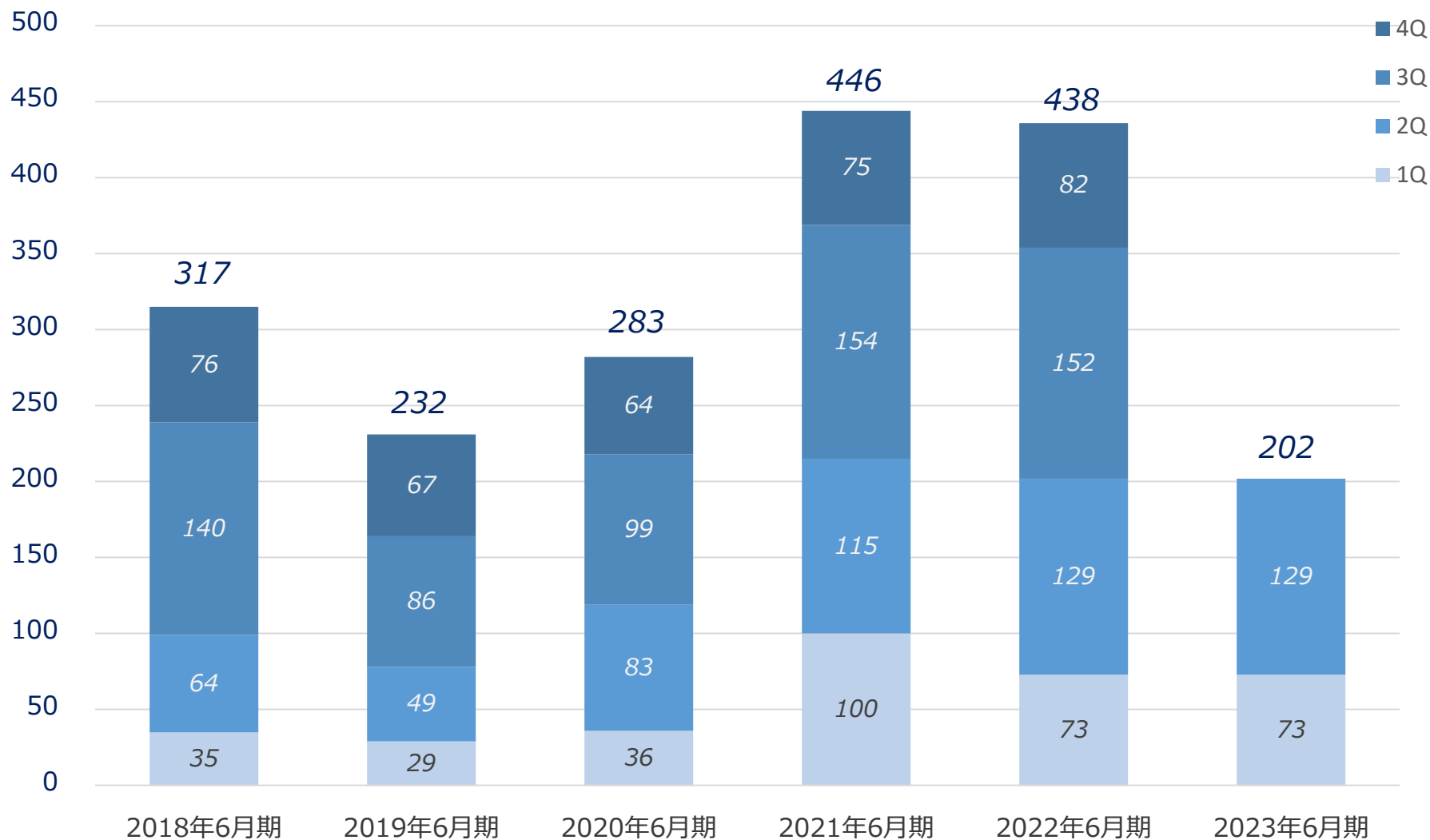
(単位：百万円)



営業利益の推移



(単位：百万円)

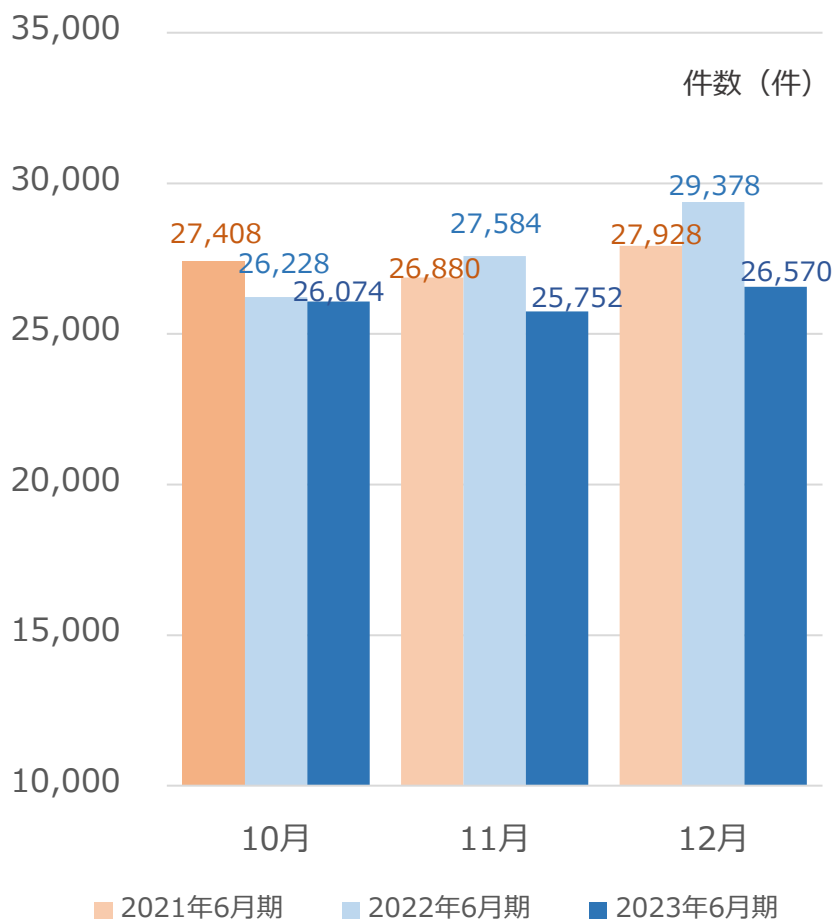


新型コロナウイルス感染症等による個人・法人客数の変化

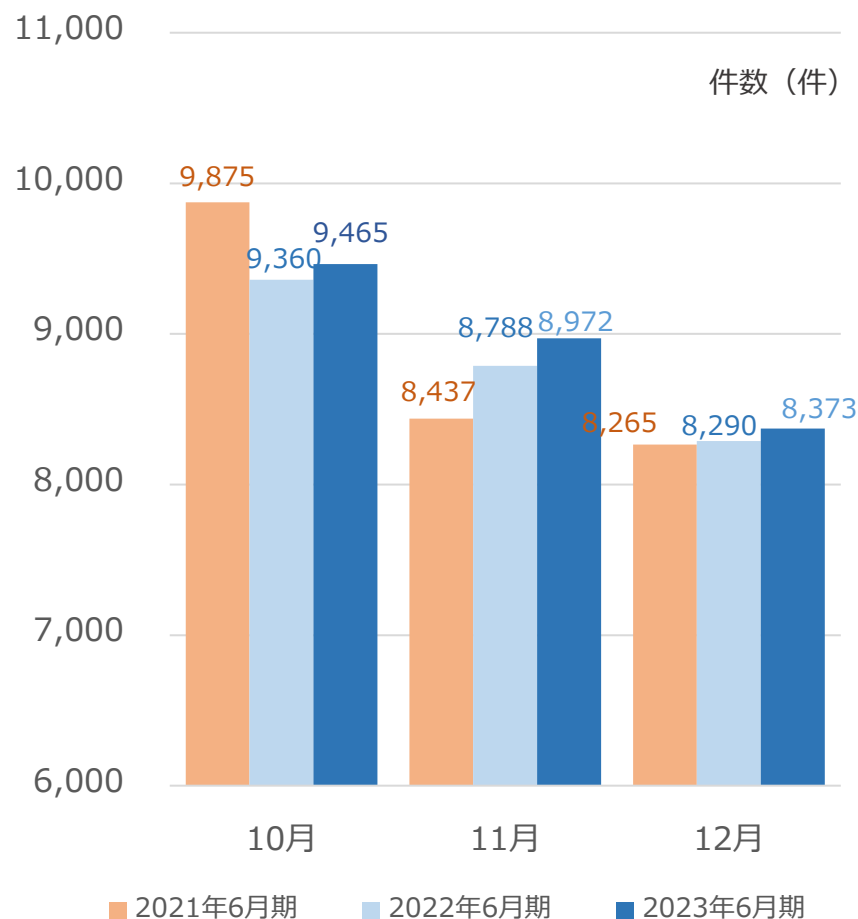


新型コロナウイルス感染症の再拡大の懸念や、為替変動及び原油高による原材料費の高騰で物価が上昇し、個人の消費マインドは低下が継続しましたが、法人は回復傾向で推移致しました

個人受注件数推移



法人受注件数推移



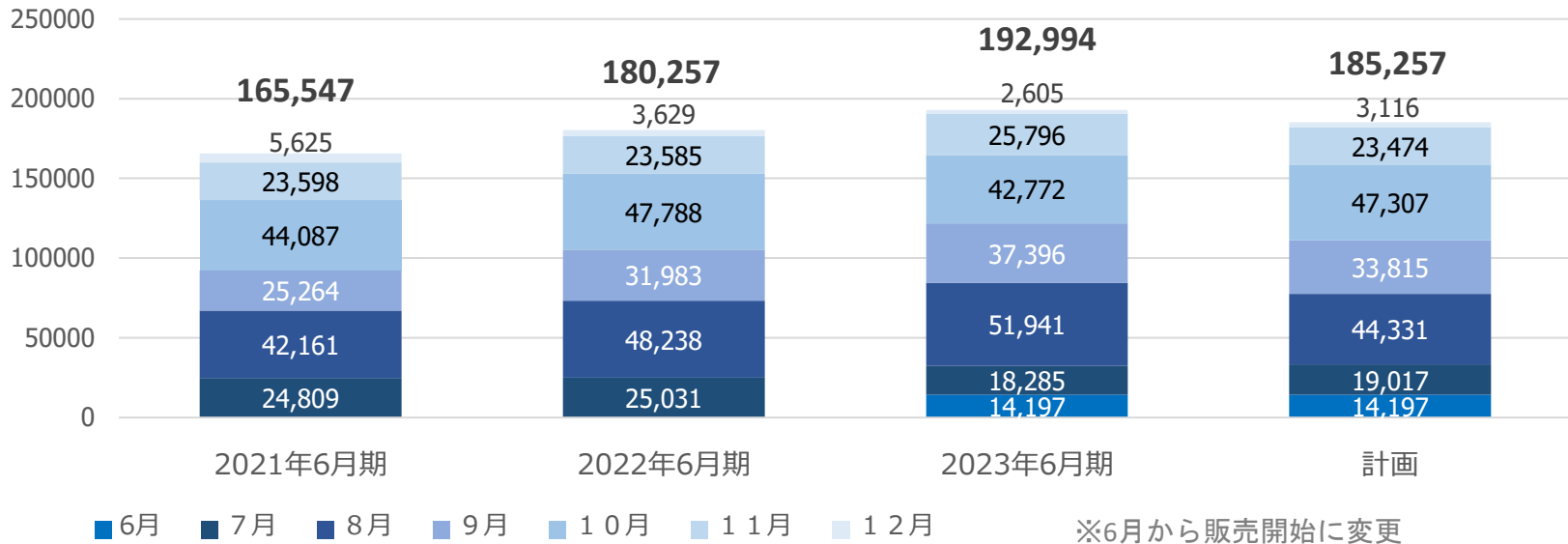
新型コロナウイルス感染症等による個人・法人客数の変化



政府の感染再拡大の抑制と社会経済活動の両立を目指す取り組みによって、法人向けの季節商品（カレンダー）は昨年同様に改善される状況で推移しました

季節商材（カレンダー）受注推移状況

単位：千円



受注・出荷状況

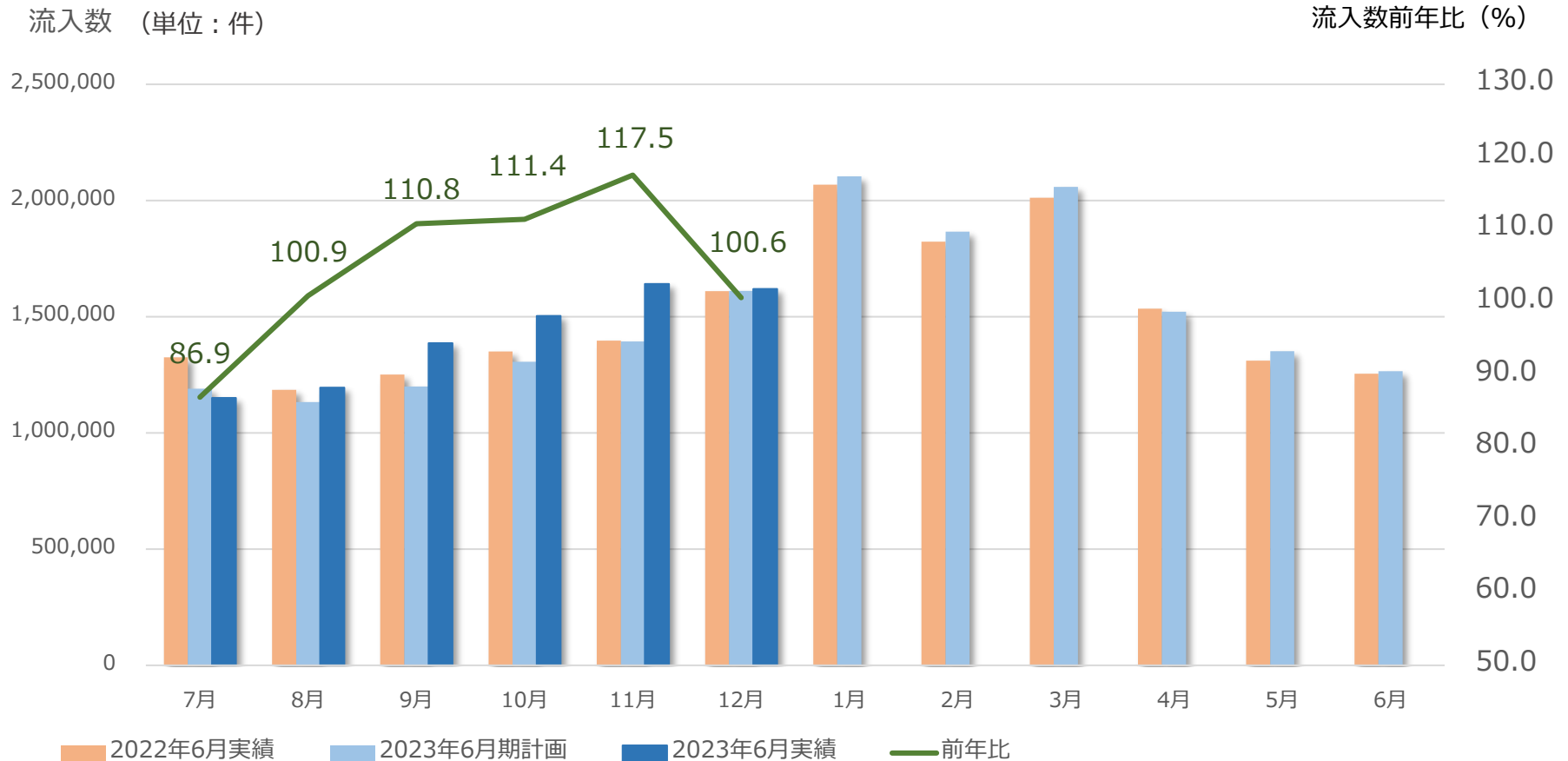
単位：千円

	当期受注	前期受注	差額	当期出荷	前期出荷	差額	当期残高	前期残高	差額
繰越	14,197	—	14,197				14,197	—	14,197
第1Q	107,623	105,254	2,369	24,648	20,499	4,149	97,172	84,755	12,416
第2Q	71,173	75,003	△3,830	168,265	159,743	8,522	80	15	64
累計	192,994	180,257	12,736	192,914	180,242	12,671	—	—	—

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 849万6,460件（前年同期比4.7%増）

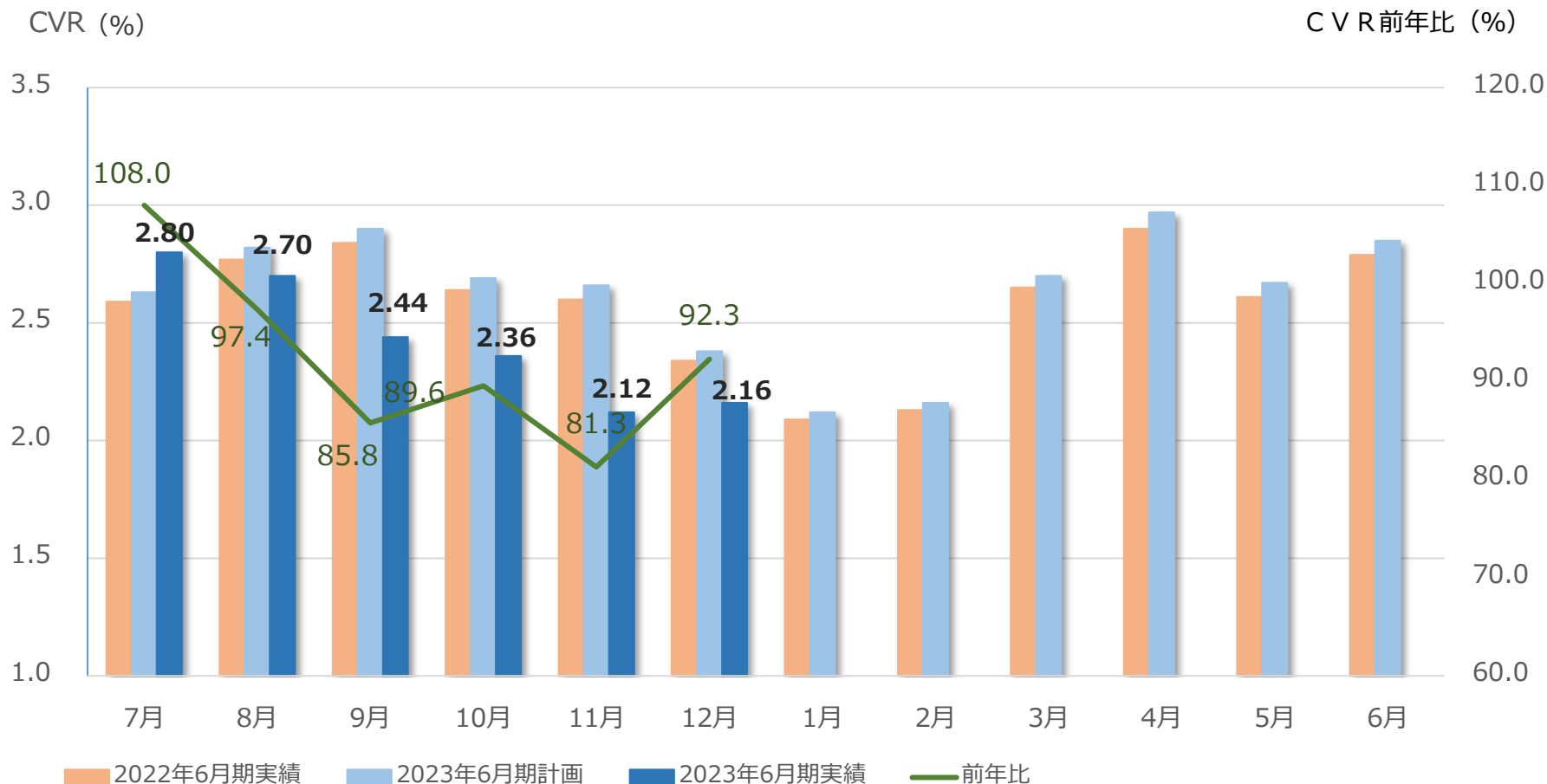


- ▶ 為替変動及び原油高等で物価が上昇し、個人の消費マインドが低下したため、流入窓口を拡大
- ▶ キーワード検索順位が安定化は継続しており、WEB広告はROASを重視した運用を継続
- ▶ 販売系サイト 5,795,958件 前年同期比 11.5%増 597,202件増加
- ▶ 情報系サイト 2,700,472件 前年同期比 7.5%減 218,664件減少

KPI CVR (Conversion Rate)



流入数のうち、購入に至った割合 2.39% (0.22ポイント減少)

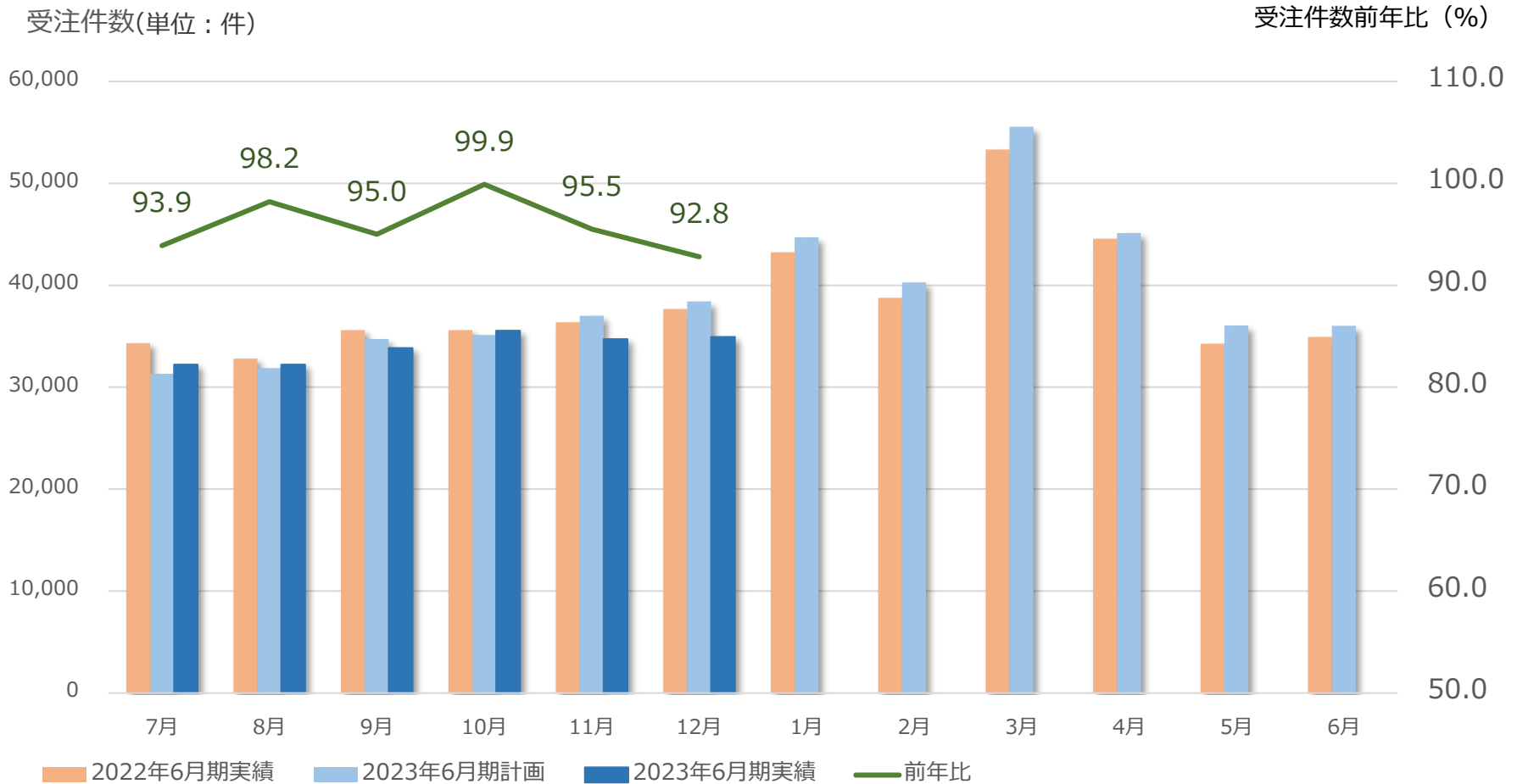


- ▶ 9月よりDisplay広告を強化し認知向上を図ったことで、流入数は増加したものの、CVRは低下いたしました。一方、全体ROASに基づく運用は継続 (参考：情報系サイト 0.14% 販売系サイト 2.81%)

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 20万3,471件（4.2%減）



▶ 急激な為替変動及び原油高や原材料の高騰により物価が上昇し、個人の消費マインドが低下したことで受注件数は減少、引き続きDisplay広告等で見える機会を拡大させ、購入につなげる施策は継続

BIGキーワード 検索表示順位



(2023年6月期)

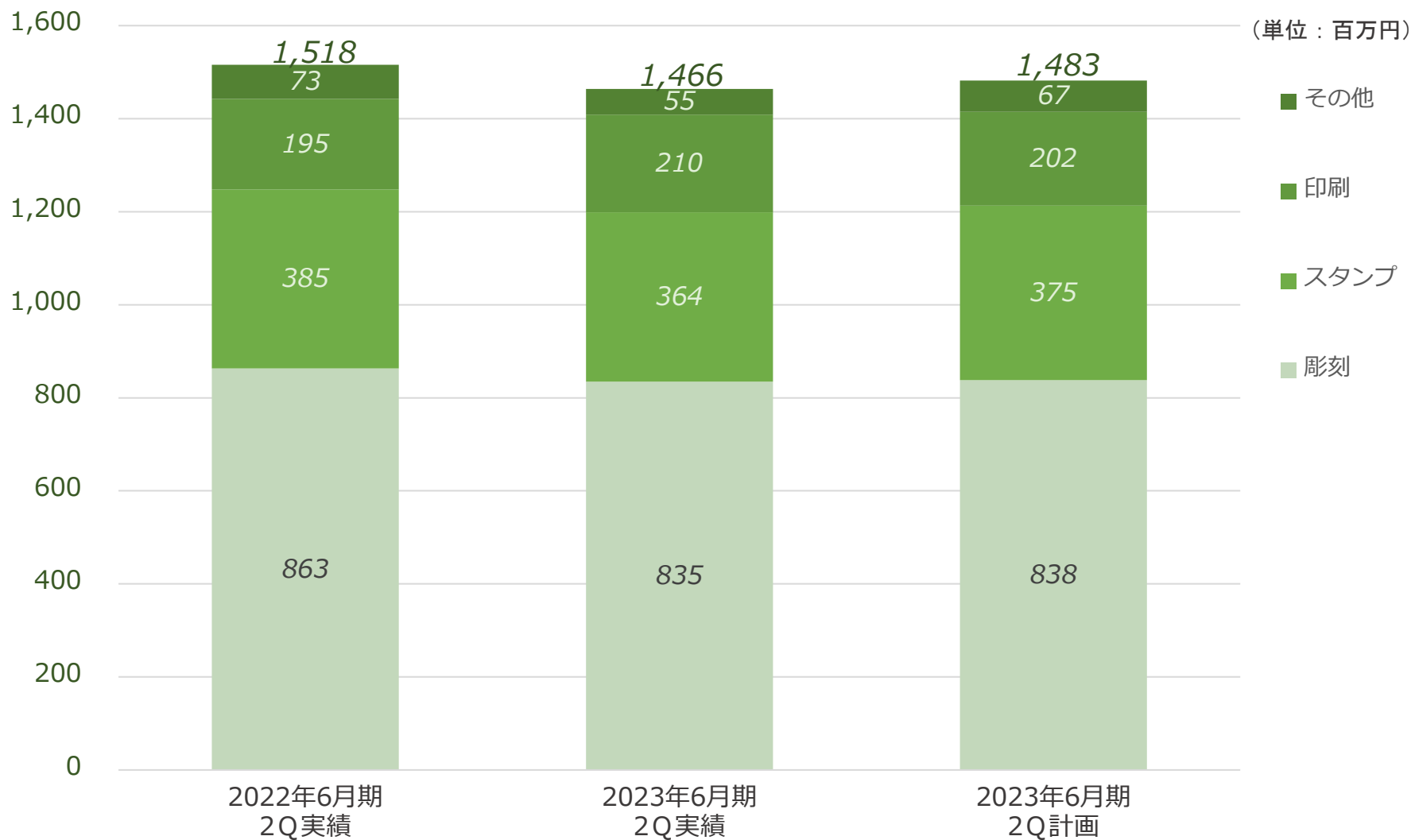
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間平均
印鑑	1.1	1.1	1.0	1.0	1.2	1.0							1.1
はんこ	1.4	1.3	1.2	1.1	1.5	1.0							1.2
実印	1.3	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0							1.1
平均	1.3	1.2	1.1	1.0	1.2	1.0							1.1
前年差	Down↓ 0.2	Down↓ 0.1	Down↓ 0.1	— 0.0	Down↓ 0.2	— 0.0							Down↓ 0.1



(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

E C通販事業 商材区分別売上



2023年6月期第2四半期業績概要



(単位：百万円)

	2022年6月期 2Q	2023年6月期 2Q	前年同期比
売上高	1,518	1,466	96.6%
売上総利益	781	754	96.5%
販売費及び一般管理費	578	551	95.4%
営業利益	203	202	99.8%
経常利益	203	203	100.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	134	134	100.2%

- ▶ 売上高 Display広告の強化で流入数は増加（前年同期比4.7%増）、購買意欲の低い顧客流入増でCVRは低下し売上件数は減少（前年同期比4.4%減）、客単価は微増（前期比1.0%増）のため売上高は減少
- ▶ 販売費及び一般管理費 減価償却費の減少やWEB広告比率及び人件費比率の削減により販売費及び一般管理費は減少
- ▶ 四半期純利益 法人税等69百万円を計上

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)

	2022年6月期末	2023年6月期 第2四半期末	増減額
流動資産	2,182	2,231	48
固定資産	402	446	43
資産合計	2,585	2,677	92
流動負債	332	367	35
固定負債	76	76	—
純資産	2,176	2,233	56
負債・純資産合計	2,585	2,677	92

- ▶ 流動資産 現金及び預金 22百万円、商品及び製品 3百万円、売掛金 16百万円の増加
- ▶ 固定資産 有形固定資産 10百万円の減少及び無形固定資産 53百万円の増加
- ▶ 純資産 四半期純利益 134百万円増加、配当金の支払 77百万円

キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)

	2022年6月期 第2四半期	2023年6月期 第2四半期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	143	163	+20
投資活動による キャッシュ・フロー	△13	△63	△50
財務活動による キャッシュ・フロー	△77	△77	+0
現金及び現金同等物の増減額	52	22	△29
現金及び現金同等物の期末残高	1,620	1,780	+160

- ▶ 営業活動によるキャッシュ・フロー 税金等調整前当期純利益 203百万円
- ▶ 投資活動によるキャッシュ・フロー 無形固定資産の取得による支出 57百万円
- ▶ 財務活動によるキャッシュ・フロー 配当金の支出額 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%

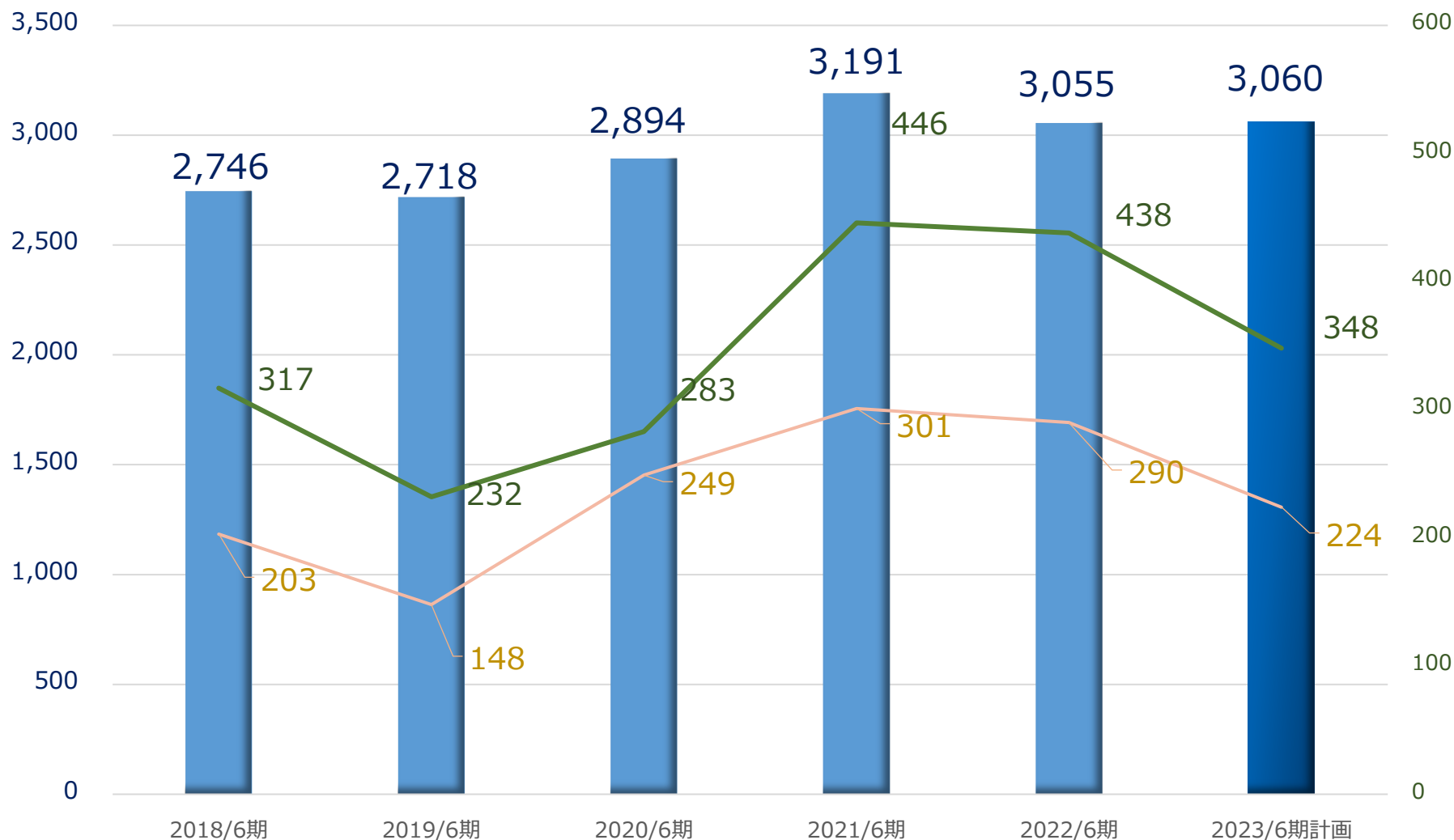
- ▶ 売上高 受注獲得状況については、流入数0.7%減、CVR1.7%増、受注件数1.0%増、受注客単価1.2%減を見込んでおり、その結果出荷売上高0.2%増を見込んでおります。（%は対前期増減率）
- ▶ 販売費及び一般管理費 ブランディングプロモーション費用として49百万円を見込み、販売費3.5%増、人件費9.7%増、その他販管費2.6%増（%は対前期増減率）

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

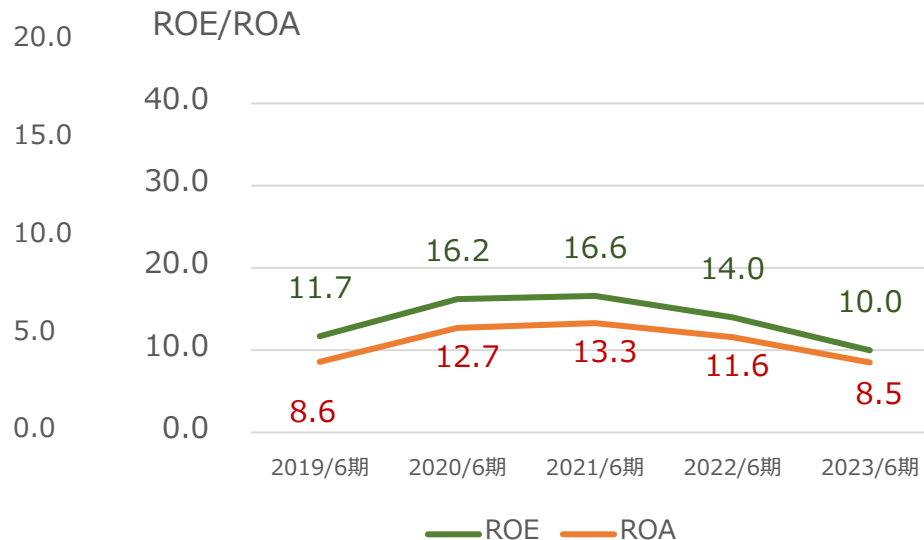
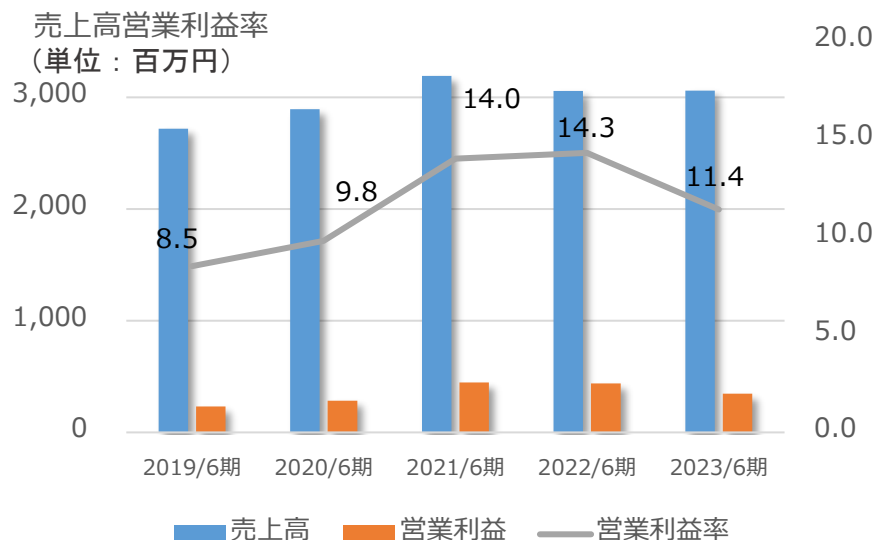
(単位：百万円)



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ティング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

前期テストマーケティングの実施に至るまでの展開ができなかった原因を踏まえ

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ぐ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、テストマーケティング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にチャレンジするための体制づくりを実施し、商品の横展開を実施

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

2023年6月期に以下の取り組みを実施

- ・ デジタルマーケティング本部の機能充実
外部採用後の体制始動の実施
各担当の役割の明確化
マーケティング戦略担当：EC通販事業における販売戦略とお客様向けサービス拡充の取り組み
MD戦略担当：商品化戦略を強化し、商品競争力の向上および商品展開を企画実施
IT戦略担当：EC機能の開発戦略および基幹システムの再構築などを含めた包括的な拡充
- ・ 実施項目
他社との差別化を目的としたサービスの拡充
販促品・ノベルティ・ギフト等の商品充実（法人と個人を区分したサイト構築の検討）
購入時のデザイン投稿が簡単にできるWeb作成ツールやカート機能の拡充
現行基幹システムのリニューアルの実施

今後の成長戦略/販促・ノベルティ商材の拡大



「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、
 2023年6月期においても引き続き、商品アイテムの強化と内製化を継続



販促品・ノベルティ一覧

<p>タンブラー・ボトル・マグ 479円(税込)~</p>	<p>ペン 78円(税込)~</p>	<p>除菌グッズ 163円(税込)~</p>
<p>カトラリー 321円(税込)~</p>	<p>時計 308円(税込)~</p>	<p>マスク 176円(税込)~</p>
<p>付箋 154円(税込)~</p>	<p>防災グッズ 271円(税込)~</p>	<p>うちわ 41円(税込)~</p>

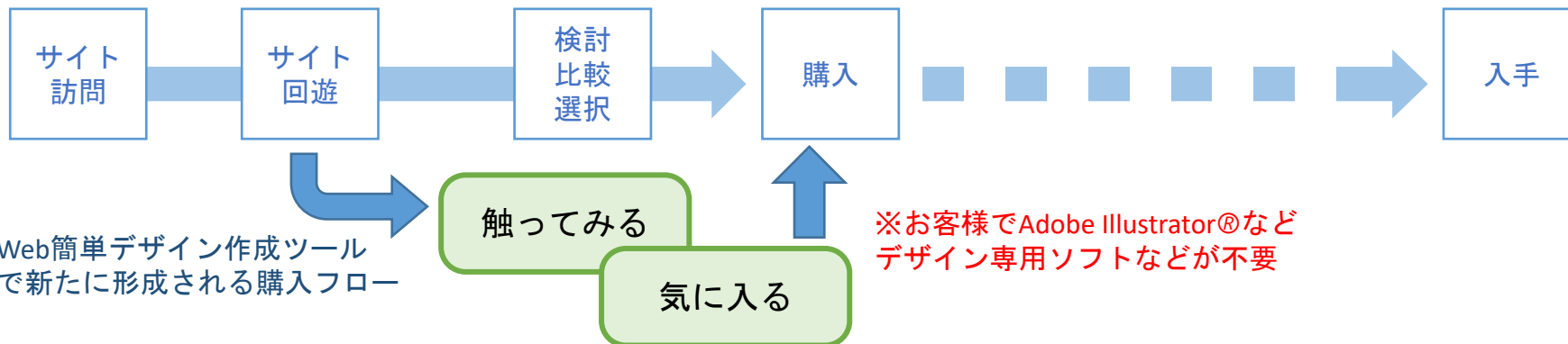
(小ロットによる顧客層の開拓及びプライスラインの見直しも予定)

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拡充により、より直観的な「使いやすさ」を追求

(お客様の購入プロセス)



商品の特性にあわせたデザイン機能を実現



定型タイプ

定型的な文字情報を左右上下で揃えて配置



テンプレートタイプ

飾り枠や背景を選択して好みの文字を配置



自由レイアウトタイプ

大きさは配置を自由にデザイン

多種多様な商品アイテムに対応できるように、現行基幹システムを改修する計画

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

※上記の施策はコストのみを計画に計上

▶ 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

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

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、競争力強化につなげる方針

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12月末日現在)
従業員	105名 (連結 2022年12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
2023年6月期	10,701	10,509	9,632	10,500	11,498		52,840
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
法人設立登記数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間
2023年6月期							
2022年6月期	12,122	9,490	11,419	11,638	10,220	11,544	130,934
2021年6月期	10,821	9,472	11,158	14,290	9,648	12,453	129,327

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
2023年6月期セット数	870	891	924	995	1,028		4,708
シェア率	8.1%	8.5%	9.6%	9.5%	8.9%		8.9%
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%
法人設立セット販売数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間
2023年6月期セット数							
シェア率							
2022年6月期セット数	970	939	1,145	931	907	1,002	11,795
シェア率	8.0%	9.9%	10.0%	8.0%	8.9%	8.7%	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%

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