



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

インパクトホールディングス株式会社

東証グロース:6067

2023年3月29日

当社は、2023年1月26日開催の取締役会において、以下のとおり、いわゆるマネジメント・バイアウト（MBO）の一環として行われる株式会社BCJ-70（以下「公開買付者」）による当社の発行済普通株式（以下「当社株式」）及び本新株予約権に対する公開買付け（以下「本公開買付け」）に賛同の意見を表明し、かつ、当社の株主及び本新株予約権の所有者の皆様に対して、本公開買付けへの応募を推奨することについて決議いたしましたので、お知らせいたします。

なお、当該取締役会決議は、**公開買付者が本公開買付け及びその後の一連の手続を経て当社を非公開化することを企図していること並びに当社株式が上場廃止となる予定であることを前提として行われたものであります。**

また、2023年3月11日付「株式会社BCJ-70による当社株券等に対する公開買付けの結果並びに親会社及び主要株主である筆頭株主の異動に関するお知らせ」で開示の通り、本公開買付けは成立しております。

詳細については、「MBOの実施及び応募の推奨に関するお知らせ」及び「株式会社BCJ-70による当社株券等に対する公開買付けの結果並びに親会社及び主要株主である筆頭株主の異動に関するお知らせ」をご参照ください。



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。

1. 会社概要
2. 市場環境
3. 事業内容
4. 当社グループの特徴・競合優位性
5. 業績・財務ハイライト
6. ESG・SDGsに関する取り組み
7. 成長戦略
8. 補足資料
9. リスク情報

1

会社概要



『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（2022年4月より東証グロースへ移行）
決算月	12月
資本金	1,852百万円 ※2022年12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
従業員数	1,050名（うち正社員370名） ※2022年12月末時点
主要株主	株式会社BCJ-70 (Bain Capital Private Equity Japan, LLC) 福井康夫



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 川上 友

当社初期メンバー

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

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

社外取締役 松田 公太

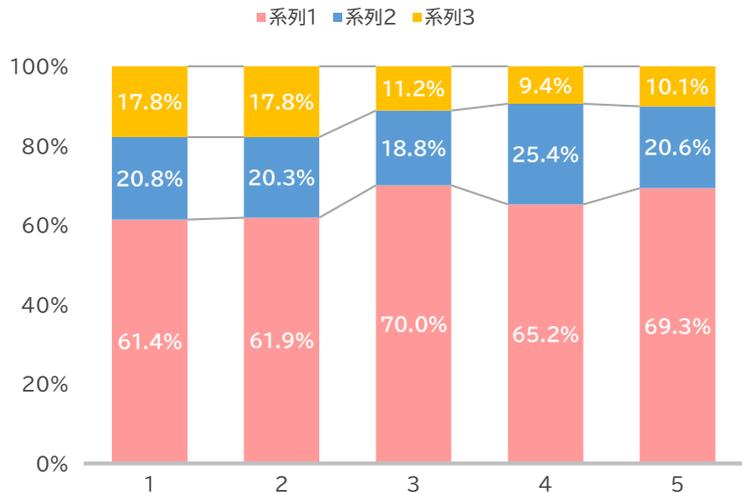
タリーズコーヒージャパン株式会社 創業者

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
クライアントの課題の変化に合わせ、多面的・長期的支援が可能なソリューションを提供

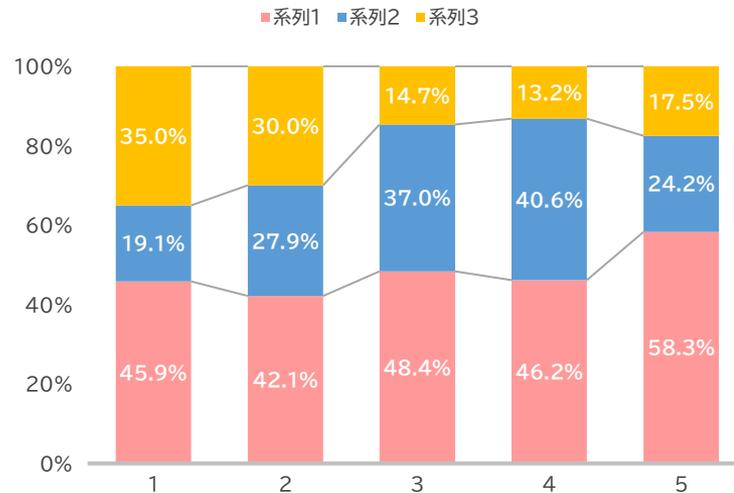


HRソリューション事業が売上高の約70%、営業利益の約60%を占める構成比

【売上高 構成比】



【営業利益 構成比】



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。

上場時は覆面調査事業を主力とした事業ポートフォリオ

上場後は店頭販促支援事業へシフトし、デジタルサイネージ事業、試食・試飲販売事業、セールスプロモーション事業、BPO事業等、M&Aや新規事業立ち上げによりTAMを拡張

上場時 (FY2012)

現在 (FY2023)

ビジネスモデル

BtoBアウトソーシング、受託請負

単なる受託請負ではなく、顧客の課題に並走する販促プロモーションパートナーへ

事業ドメイン

覆面調査事業

ラウンダー事業

セールスプロモーション事業
(企画・デザイン・製作・物流等)

ラウンダー事業

BPO事業
(コールセンター・デバッグ等)

人材派遣・紹介事業

試食・試飲販売、マネキン事業
(イベント含む)

その他 (2~3事業)

デジタルサイネージ事業

マーケティングリサーチ事業
(覆面調査含む)

事業構築手法

内製のみ

内製 + M&A/出資

単なる受託請負ではなく、上流レイヤーから関わり顧客と共創しながら販促を総合的に支援
 販促のムダを削減し、最適な販促へ導くとともに、当社グループの事業成長を促進

	事業	導入前の課題	導入後
HRソリューション事業	セールスプロモーション事業 (企画・デザイン・製作・物流等)	<ul style="list-style-type: none"> ● 外注先を見つけるのに手間がかかる ● 業務ごとに様々な外注先に発注しており管理が手間 	<ul style="list-style-type: none"> ● 販促企画から店頭実現までをワンストップ対応 ● グループ会社間連携により、販促担当者の管理工数を削減
	ラウンダー事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 営業担当だけでは全国の流通小売店舗を巡回できない ● スタッフの採用・教育・管理が非効率 	<ul style="list-style-type: none"> ● 売場・キャンペーン等の一斉立ち上げを実現 ● 人件費をはじめとしたコスト、スタッフの管理工数を削減
	試食・試飲販売、マネキン事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費者にサービス商品の魅力・良さを知ってもらいたい ● お客様のナマの声が聞きたい 	<ul style="list-style-type: none"> ● 店頭で実際にサービス・商品を体感してもらうことで、ファンになってもらうためのきっかけづくりを創出
	BPO事業 (コールセンター・デバッグ等)	<ul style="list-style-type: none"> ● 限りある経営資源をよりコア業務に集中させたい ● 設備投資や人件費等のコスト削減をしたい 	<ul style="list-style-type: none"> ● バックオフィス業務を丸ごと委託できる ● 業務量の増減に応じて人員・体制を調整
	人材派遣・紹介事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 雇用リスクを減らしたい ● スキルの高い人材を採用したい 	<ul style="list-style-type: none"> ● 業務量の変動に合わせた契約が可能 ● 即日～2週間程度で入職可能で、業務も早く始められる
IoTソリューション事業	デジタルサイネージ事業	<ul style="list-style-type: none"> ● コロナ禍で試食・試飲販売ができない ● 販促物をペーパーレス化したい 	<ul style="list-style-type: none"> ● 売場に販売員がいなくとも商品の魅力・良さを訴求 ● ペーパーレス化による廃棄資材の削減
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)	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費者のナマの声が聞きたい ● 第三者目線でチェック・評価してほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ● 今まで把握出来ていなかった課題を抽出 ● サービス・商品の品質改善に繋がる気づきを促す

上場時と比較し、キャッシュポイントを強化・分散化

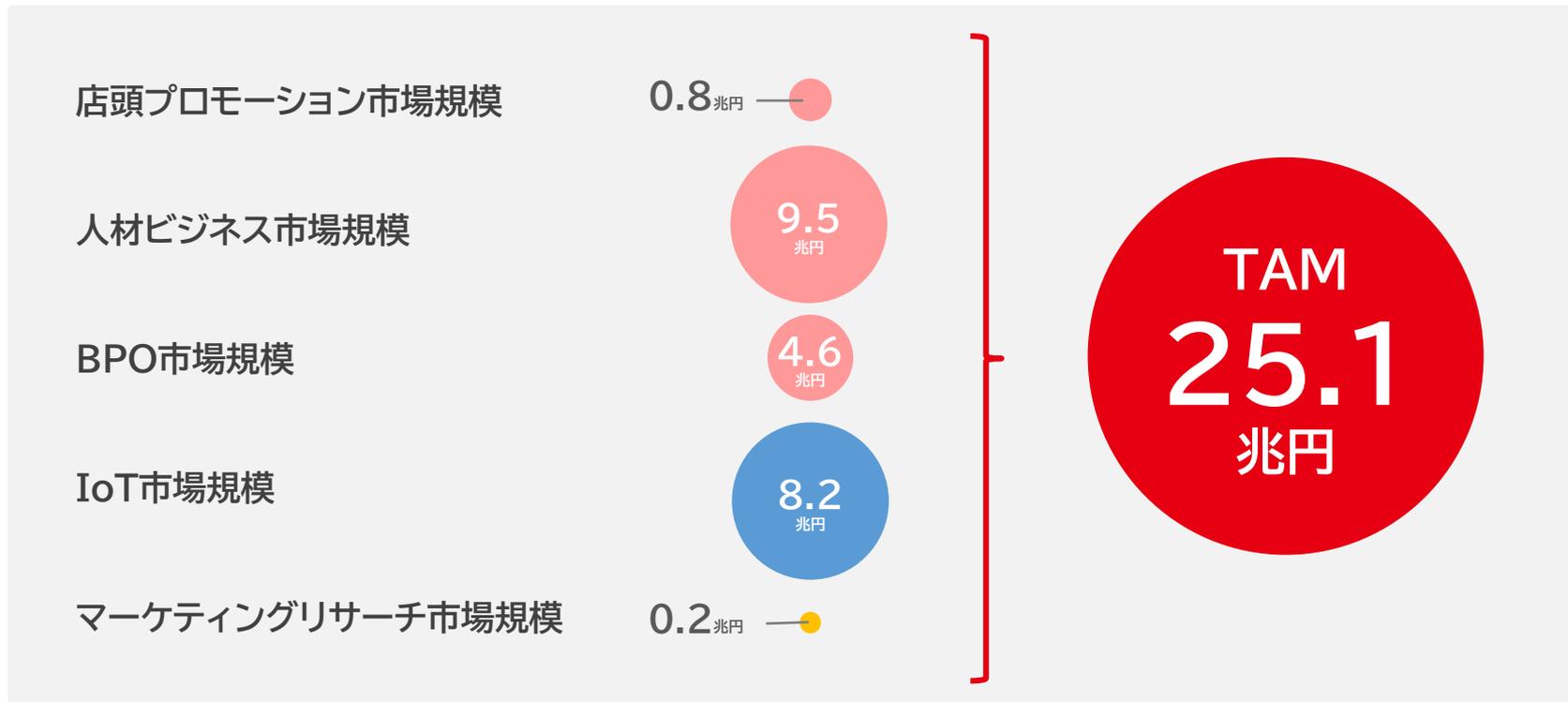
今後もM&Aや新規事業立ち上げにより、探索・成長フェーズの事業を拡大

投資方針	成長投資（探索フェーズ）	成長投資（成長フェーズ）	CF創出（収益フェーズ）
ポートフォリオの位置づけ	成長フェーズに移行可能な事業	経営状態が健全な状態	安定収益、安定成長
HRソリューション事業	<div data-bbox="444 467 819 538">試食・試飲販売、マネキン事業 (イベント含む)</div> <div data-bbox="691 560 1066 631">人材派遣・紹介事業</div> <div data-bbox="444 658 819 729">その他（2～3事業）</div>	<div data-bbox="940 467 1315 538">セールスプロモーション事業 (企画・デザイン・製作・物流等)</div>	<div data-bbox="1437 467 1812 538">ラウンダー事業</div> <div data-bbox="1437 560 1812 631">BPO事業 (コールセンター・デバッグ等)</div>
IoTソリューション事業			<div data-bbox="1437 805 1812 876">デジタルサイネージ事業</div>
MRソリューション事業			<div data-bbox="1437 928 1812 999">マーケティングリサーチ事業 (覆面調査含む)</div>

2

市場環境

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:P17~ 21に記載。

コロナ禍からの回復に伴い行動制限の緩和や国や自治体による全国旅行支援施策の実施などもあり、各種イベントや従来型の広告販促キャンペーンが再開したものの、通年では減少

店頭プロモーション市場
約**7,883**億円

1

デジタルサイネージやスマートフォン利用施策に代表される
双方向コミュニケーションツール、リアル店舗の強みを生かした
体験型のPOP施策などの活用が進む

2

各種展示会の開催や百貨店、複合型商業施設、企業PR施設などの
エンタメ施設の新装・改装、催事などにより広告需要は高まっている

3

原材料費(用紙・インク・版など)やエネルギー関連コストの高騰により、
印刷会社各社が価格転嫁を実施したが、印刷ロットの減少やサイズダウン、
実施回数減の影響を受けている

※ 出所:株式会社電通「2022年 日本の広告費」をベースに当社にて算出。

2021年度の人材ビジネス(人材派遣業、人材紹介業、再就職支援業)市場は約9.5兆円



1

コロナ禍以降、同一労働同一賃金制度による派遣スタッフ一人あたりの請求単価上昇や雇用維持の動きによって市場拡大が続いている

2

人材需要の高まりや、コロナ禍以前から需要が高く保たれている専門性が高いIT人材を扱うサービス等が堅調

3

特定の業種や人材層の派遣に特化した人材派遣サービスを展開する総合人材派遣事業者が増加

※ 出所: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を実施(2022年)」。

※ 事業者売上高ベース。

2022年度のBPO市場は約4.6兆円まで成長する見込み、ターゲットにしている非IT系BPO市場は約1.9兆円と推定



- 1 外出自粛に伴うテレワークの普及・拡大に合わせて、働き方改革やDXの推進を通じた業務変革に取り組む企業が増加
- 2 社内人員の再配置を含めた業務オペレーションの抜本的な見直しを加速させていることなどが当該市場の追い風となっている
- 3 民間企業に加えて、官公庁のアウトソーシング機運が高まっていることも当該市場の拡大をけん引する成長ドライバーとなっている

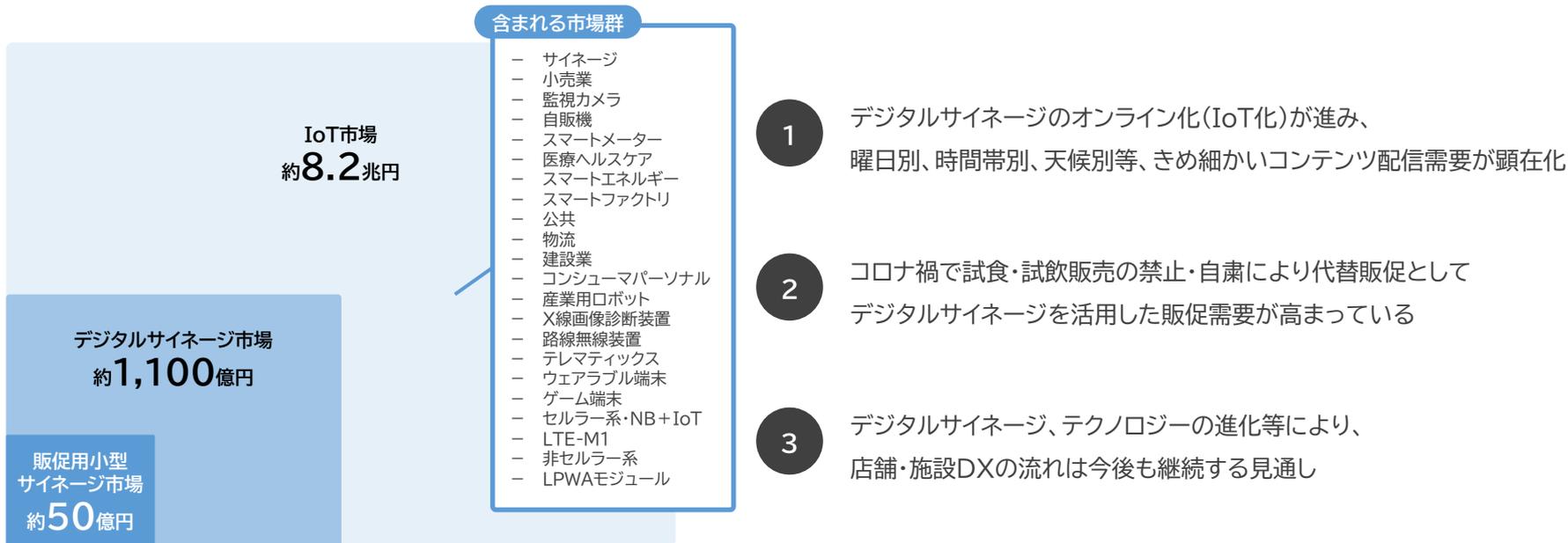
※ 出所:株式会社矢野経済研究所「BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)市場に関する調査を実施(2022年)」。

※ IT系BPOとは発注企業からシステム運用管理業務を委託され代行するサービスとし、非IT系BPOとはその他の業務を委託され代行するサービスとする。

※ 事業者売上高ベース。2022年度の予測値。

当社グループが展開するIoTソリューション事業界隈には拡大が見込まれる巨大なマーケットが存在

2021年度のIoT市場全体では約8.2兆円と推定



※ 出所：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。2021年度の予測値。
富士カメラ総研「デジタルサイネージ市場総調査 2021」をベースにデジタルサイネージ市場を当社にて算出。2021年度の予測値。
※ 販促用小型サイネージ市場は、事業者売上高ベースで当社にて算出。

2021年度の国内マーケティングリサーチ市場は約2,357億円、うちアドホック(単発)調査は約1,365億円



1

スマートフォン、タブレットの普及により、インターネット調査を中心にオンライン形式での調査ニーズが高まっている

2

質的調査の分野でもオンライン化が急速に進む

3

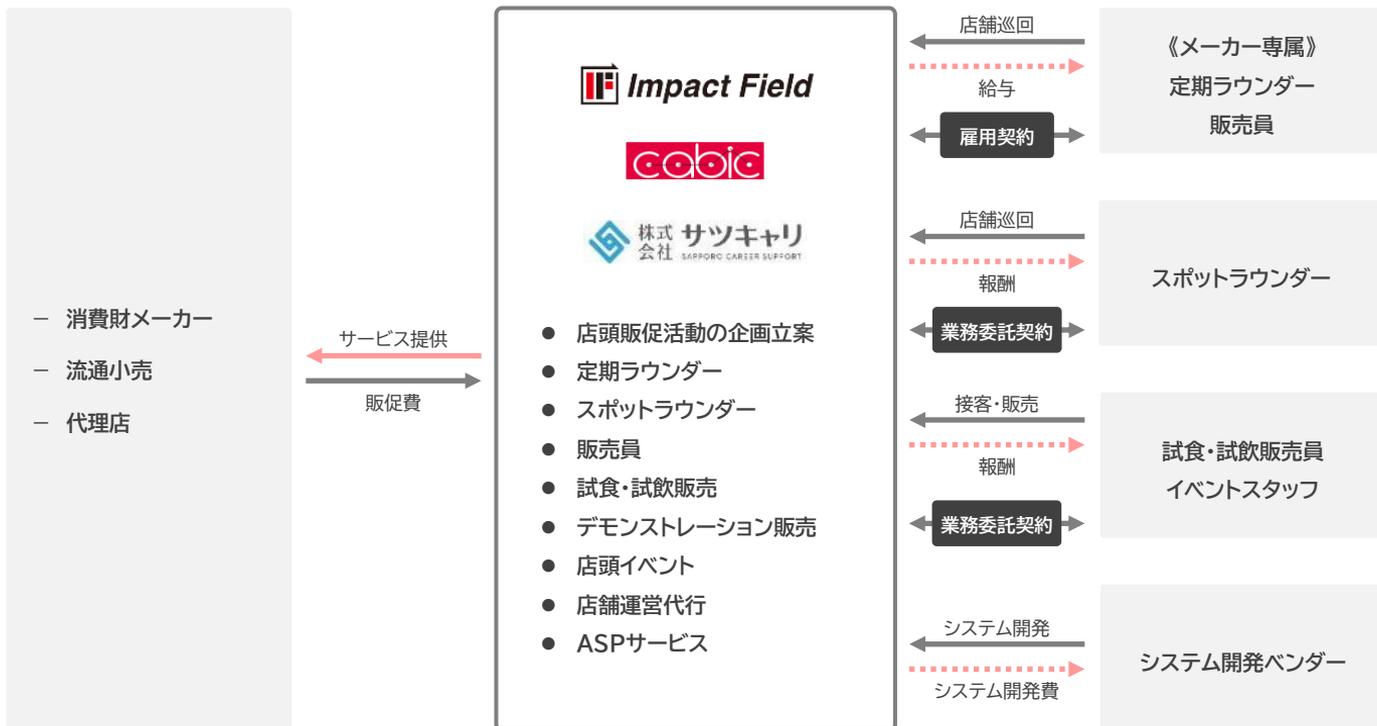
ワクチンの普及等、医療対策の進捗に伴い、対面式調査ならではのニーズも遠からず復調してくるものと見込まれている

- ※ 出所:一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会「第47回 経營業務実態調査」。
- ※ アドホック調査は、特定の調査目的のために、その時ごとに実施される単発調査のことを指します。
- ※ 覆面調査市場は、事業者売上高ベースで当社にて算出。

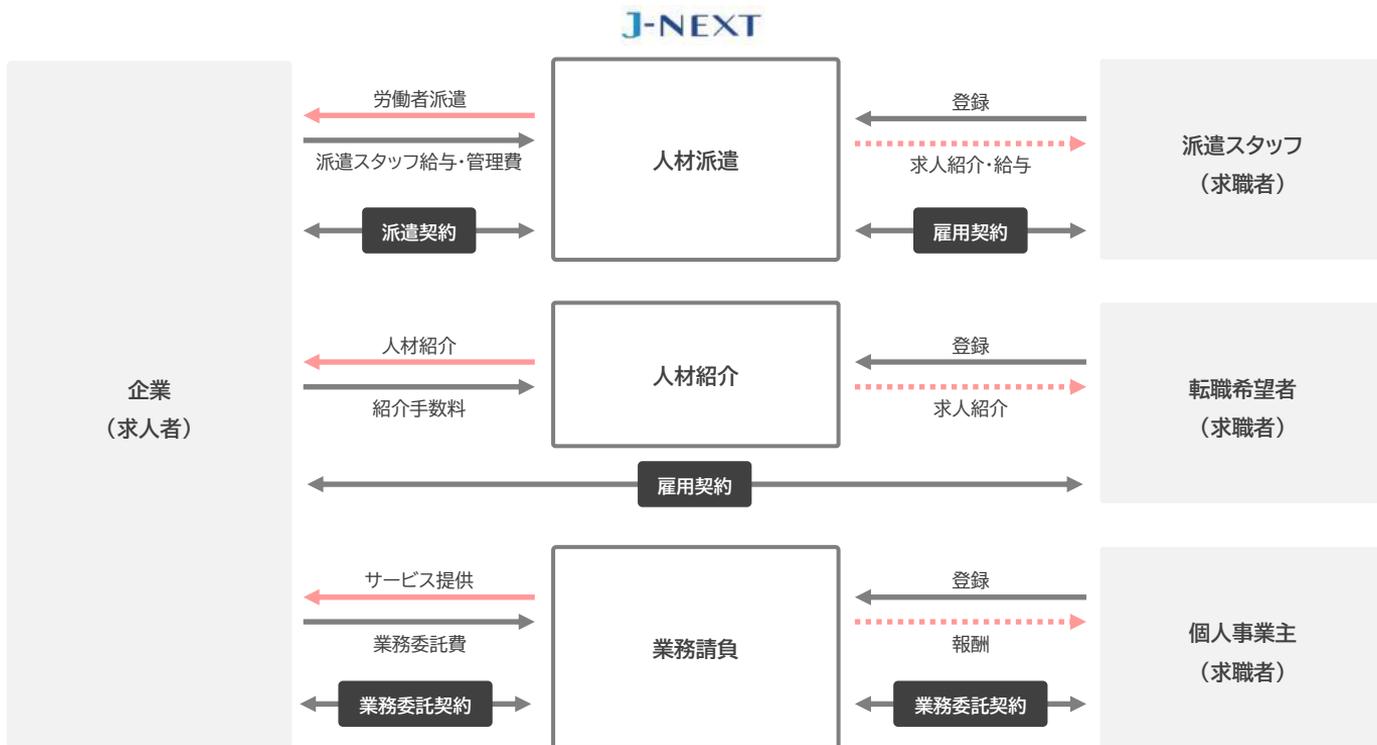
3

事業内容

ラウンダーとは、メーカーの営業担当者に代わり、流通小売店舗を巡回し、優位な商品陳列の交渉や商品拡販に向けた店頭販促の企画立案、店長や商品カテゴリー担当者等と関係構築、販売目標の共有等、ルート営業としての営業活動を支援
また試食・試飲販売は、「おいしい」の体験機会を創出し、商品購買に結び付ける効果的な店頭プロモーション手法



人材派遣、人材紹介、業務請負(工場系、物販系、イベント系)等、人材サービスに特化したビジネスを展開



定期ラウンド 青果メーカー様



- 店舗訪問時の交渉で機会ロス軽減、発注増
- 流通施策導入に向けた商談を実施
- 店舗コミュニケーションによる関係性の向上

毎月 **900** 店舗

新商品立上げスポットラウンド 健康食品メーカー様



- CMと連動した売場構築を実現
- 店舗直送時の未使用販促物の削減
- 自社商品展開売場のデータベース取得

5,000 店舗

試飲会スタッフ 飲料メーカー様



- マニュアル統一化で全国同水準で実施
- オーダーシステム導入により発注、請求、レポート等を本部で一括管理
- 試飲会実施後の検証、報告を短縮化

年間 **6,000** 店舗

店頭イベント 玩具メーカー様 × キャラクター著作権会社様



- イベントを通じてファンを拡大
- 事前研修を徹底することで、ディレクターを配置することなく、高品質かつ安価でイベントを実施

全国 **50** 店舗一斉開催

店頭販促企画の内容に応じて、縫製品からプラスチック等成形品、陶器、電子製品その他、様々なノベルティグッズ製作や、商品特性・売場環境に合わせた販促ツール等を製作し、納品まで一貫してプロデュース&サプライ



物流 × ラウンダー 健康食品メーカー様



- 新商品展開やキャンペーンの立上げに使用する販促ツールを一括管理
- ラウンダー巡回店舗や巡回日と連動して管理
- 販促ツールのムダ(紛失や未使用等)を削減

販促什器 × サイネージ × ラウンダー 電子機器メーカー様



19インチ

10インチ
タッチパネル

- デジタルサイネージを什器に内臓
- 視認性や訴求性が高いデザイン・機能設計
- 店舗スタッフの省人化への対応
- 店頭への什器設置までを一括対応

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



- 企画、景品・告知物製作、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

お客様のニーズに合わせた“初めて”でも安心してお任せいただけるBPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)を提供
「コスト削減」「業務改善・効率化」「人手不足」等の課題解決に向けてトータルサポート



キャンペーン事務局運営 調味料メーカー様



- 応募から窓口、賞品発送まで一括対応
- 業務を一括管理することで管理工数を削減
- 応募から結果分析まで個人情報に触れることなく事務局を委託

店舗応募総数 **数千** 名、当選 **200** 名

抽選会・ヒーローショー等のイベント運営事務局 商業施設様



- 多数の商業施設での運用実績から様々なパターンに対応
- 配置したチーフと連携を取りながらスムーズな運営を実現
- 急なイベントスタッフの欠員等にも対応

コールセンターシステム「Infinitalk」 情報機器メーカー様



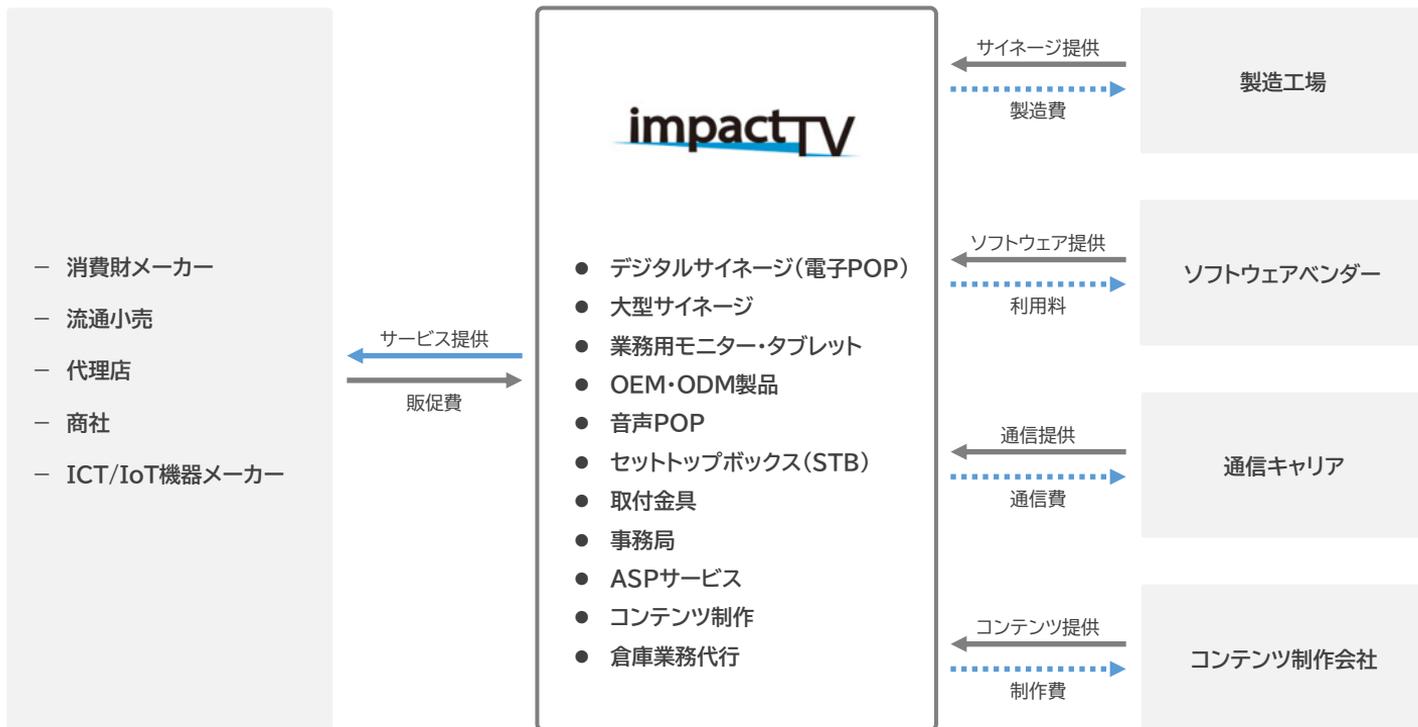
- 在宅勤務へシフトできる運用体制を構築
- 各メンバーのステータス管理と着信呼自動分配装置の組み合わせにより業務を平準化
- 1件あたりの対応業務時間を約2分圧縮

セミナー・検定試験運営事務局 セミナー開催企業様



- 様々なセミナー・検定試験運営実績から当日のイレギュラーにも柔軟に対応
- 試験内容の事前研修や経験者の配置によりスムーズなセミナー・検定試験の運営を実施

デジタルサイネージのファブレスメーカーとして、消費財メーカーを中心に販促用小型サイネージを提供
 広告メディア事業者が運用するサイネージ広告メディアのインフラ、飲食チェーン向けテーブルトップオーダー端末等、非販促領域へ事業領域を拡大
 また、ODM/OEM開発ベンダーとして小ロットでのオリジナル製品開発・提供も柔軟に対応



棚の形状や売場規模等、現場環境に対応した最適なデジタルサイネージの選定・導入を全面サポート
小型デジタルサイネージ業界の市場シェアは50%超

店頭販促用小型サイネージ



4インチ 電子POP



10インチ PISTA
(オンラインサイネージ)



デジタル仕切
POP



4インチ マルチSlimPOP
(シンクロサイネージ)



19インチ ディスプレイサイネージ

大型サイネージ



43インチ たてナビ



55インチ 大型サイネージ

オリジナルサイネージ(特機)



美容室向け広告メディアサイネージ



飲食店向けテーブルトップオーダー端末

※ 上記製品は、製品ラインナップの一部です。

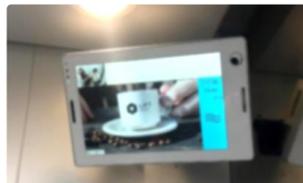
オンラインサイネージ 食品メーカー様



- 店頭販促のDXを推進
- オンタイムで動画コンテンツを更新
- 人感センサーを有効活用した店頭オリジナルの動画コンテンツにより視聴率アップ
- 端末代+ASPサービス利用料

1,500台

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



- 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
- 端末代+ASPサービス利用料

15,000台

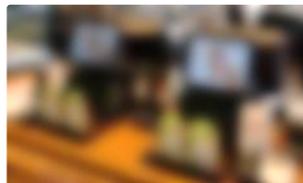
テーブルトップオーダー端末 (TTO) 大手飲食チェーン様



- 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
- 端末代のみ

26,000台

レジ前ディスプレイ 大手カフェチェーン様



- オリジナル仕様で企画設計・製造
- 店舗の空間デザインにマッチした筐体のカラー、サイズ、画面輝度等を調整
- レジ前で商品、キャンペーン情報等を訴求
- 端末代のみ

3,500台

企業のあらゆるマーケティング課題に対して、有効な意思決定をサポートするための科学的な調査・分析サービスを提供



コンプライアンス調査 携帯キャリアショップ様



- 正しい料金プランの説明が出来ているかや違法な契約を行っていないか等チェック
- 第三者目線でのチェックを行い、調査の公平性を担保

1,500 店舗

ホームユーステスト 化粧品メーカー様



- 試作品を一定期間使用していただき、刺激や肌トラブル等の問題がないかチェック
- 対象者の管理方法等、蓄積したノウハウを調査企画に活かし、スケジュール面等でクライアントの希望に柔軟に対応

150 サンプル

グループインタビュー スポーツクラブ様



- 事業の強みと弱み、既存顧客の未充足ニーズの把握を行い、事業拡大へ向けた課題を抽出
- 調査報告をもとにエリアマネージャー、店長を対象とした経営改善のワークショップを実施
- 新たな需要へ向けたプログラム開発も開始

24 サンプル (4G×6名)

ネットリサーチ (LINEリサーチ) キャラクタービジネス会社様



- アプリの利用状況、キャラクターグッズの購入状況等、ユーザーの様々なステータスでの分析を実施
- グッズ開発に関する基礎データとして活用

スクリーニング 12,000 サンプル
 本調査 400 サンプル

4

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

175

万件超

累積店舗
データベース

1,000

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	94万件
デジタルサイネージ	20万件
店頭調査	22万件
推奨販売	14万件
販促ツール・ノベルティ	12万件
その他	13万件

ラウンダー	575万件
デジタルサイネージ	175万件
店頭調査	150万件
推奨販売	100万件

累計1,000万件を超える売場・販促活動に関するビッグデータ（店舗DB）

店舗の特性、販売ポテンシャルを把握するための様々な定量・定性データをデータベース化、AIを活用した仮説設計
店舗DBを駆使したデータマーケティングにより販促効果を高め、顧客提供価値で差別化

店舗DB



売場・販促活動に関する
ビッグデータ

- 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
- 棚前の消費者行動データ
- POSデータ 等

累計 **1,000** 万件



商品特性を把握する
オープンデータ

- 学校、病院、駅、公園、喫煙所等の施設情報
- 人口推計
- 昼間人口、労働力人口
- 世帯数、世帯年収
- 在日外国人数



店舗情報

- 企業サイトを定期的にクローリング
- 出店・閉店情報を随時更新

1,800チェーン **40**万店舗

AIを活用した仮説設計

クライアント様の
販促・マーケティング課題



店舗DB



AIを活用した
店舗分析

効率的かつ効果的な店舗と施策

注力すべき店舗リスト

- 販促強化店
- 新規販促店
- 販促除外店

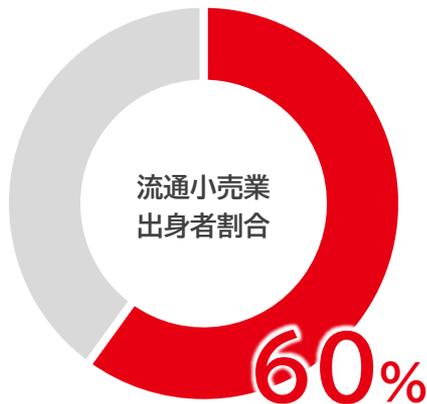


最適な販促施策

- 定期ラウンダー
- 推奨販売（マネキン）
- デジタルサイネージ
- 店頭ツール・プロモーション

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30万人のメディアクルーが販促の店頭実現を担う（月間約7,000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30万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

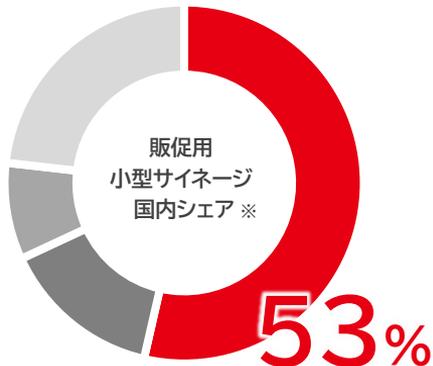


《主な機能》

- PBX、IVR
- 通話録音
- CMS管理
- 音声のテキスト化

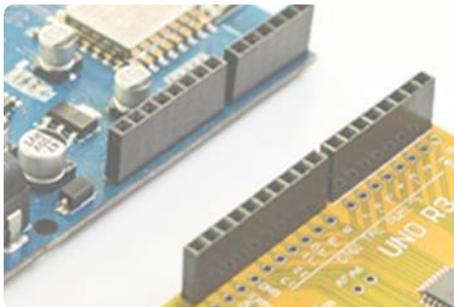
30年間、売場の「現場」「現物」「現実」の3現主義によって培った提案力（売場適応力）、開発力、運用力が強み

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「2020年小型サイネージ/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貿有限公司と提携し、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

5

業績・財務ハイライト

コロナ禍で目まぐるしく変化する需要を捉え、店舗DBを基軸に着実に成長
連結売上高、営業利益ともに過去最高連続更新

単位:百万円	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022
売上高	6,277	7,909	11,074	13,333	14,588
営業利益	406	514	1,029	1,678	1,750
営業利益率	6.5%	6.5%	9.3%	12.6%	12.0%
経常利益	405	△ 306	28	1,648	1,731
当期純利益	330	△ 1,581	△ 187	1,208	1,238

※ 2019年12月期は、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。
※ 2020年12月期は、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。

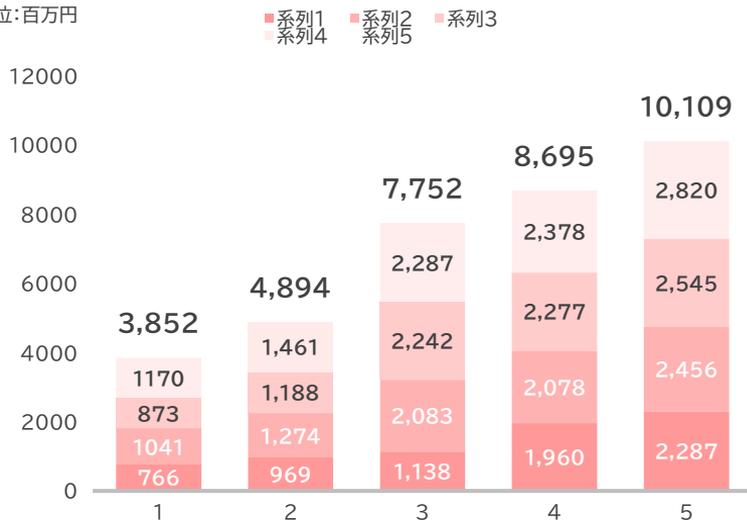
ラウンダー事業中心に店舗DBの導入が進み、収益性が向上

試食・試飲販売（マネキン）事業は、商品サンプリングや店頭イベントなどの受注増により、事業単体での営業黒字継続

セールスプロモーション事業は、先行投資で進めている新規事業が本格的に立ち上がり、収益化フェーズへ

【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。

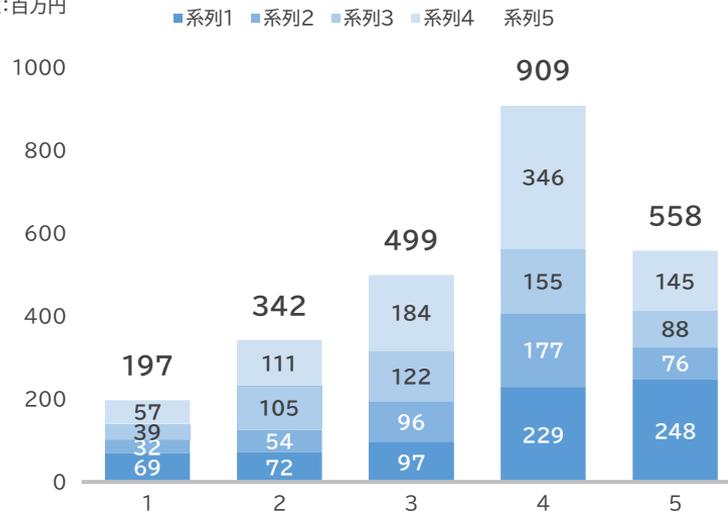
売上高は消費財メーカー向けサインエージ一体型仕器の大型案件や特機案件の納品が先方都合により来期にずれ込んだことで大幅に下振れ
営業利益は売上高の下振れと、円安進展により原価押上げが大きく影響

【売上高】



【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。

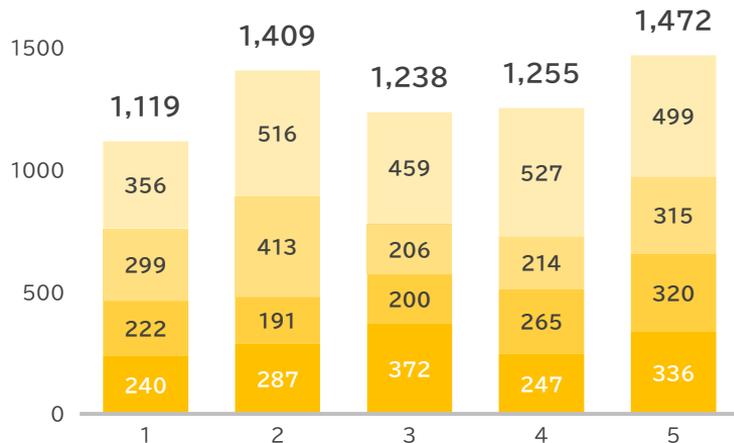
※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

物販・サービス業向けのコンプライアンス調査、テーマパーク向けのマーケティングリサーチ、世論調査など、年間を通じた定例調査案件が増加
 主要顧客層が入れ替わり収益性も改善し、コロナ禍前の業績水準まで回復

【売上高】

単位:百万円

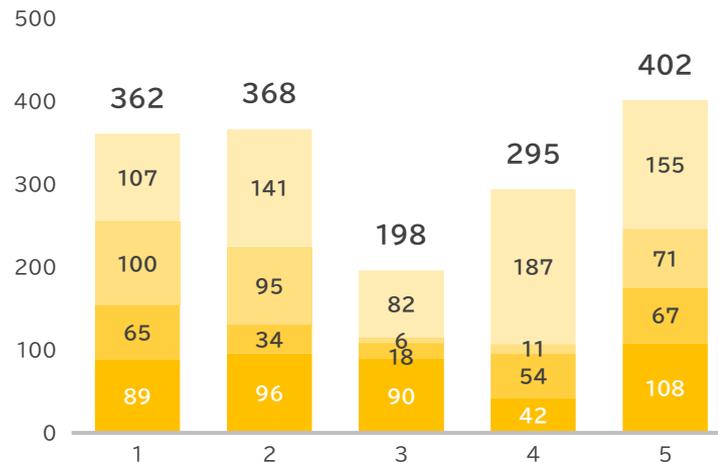
■系列1 ■系列2 ■系列3 ■系列4 ■系列5



【営業利益】

単位:百万円

■系列1 ■系列2 ■系列3 ■系列4 ■系列5



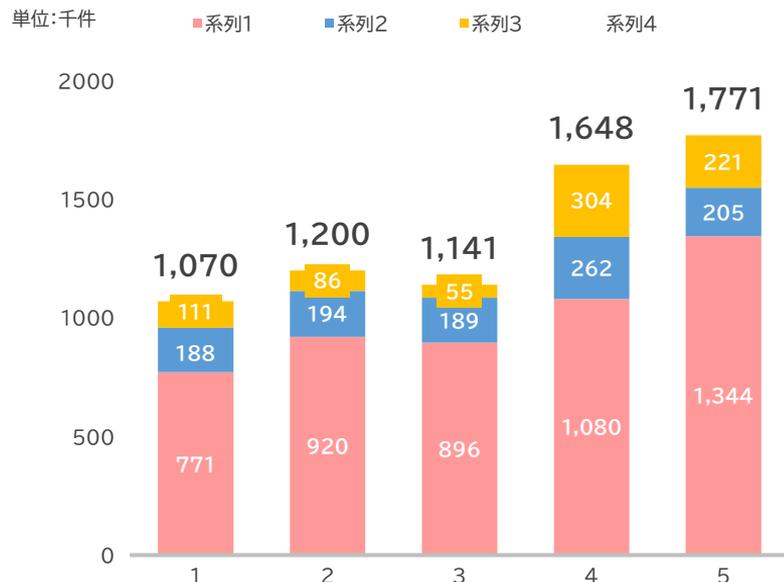
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

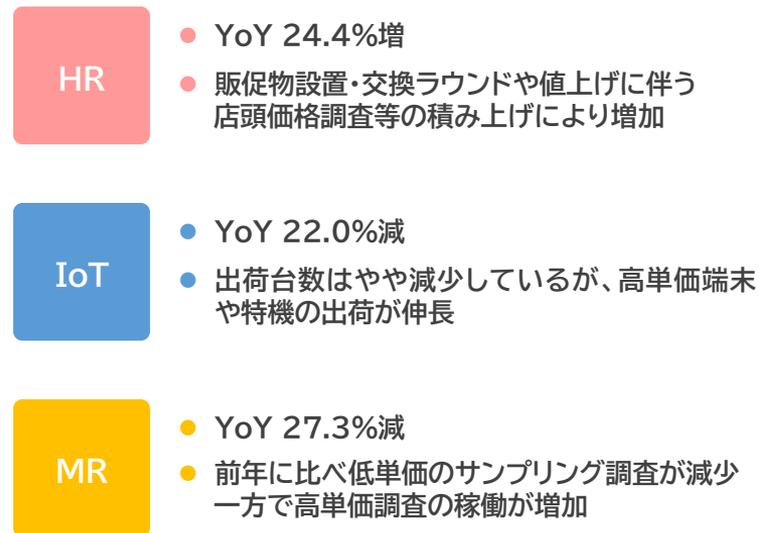
FY2022の累計稼働件数177万件、YoY 7.5%増

特に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】

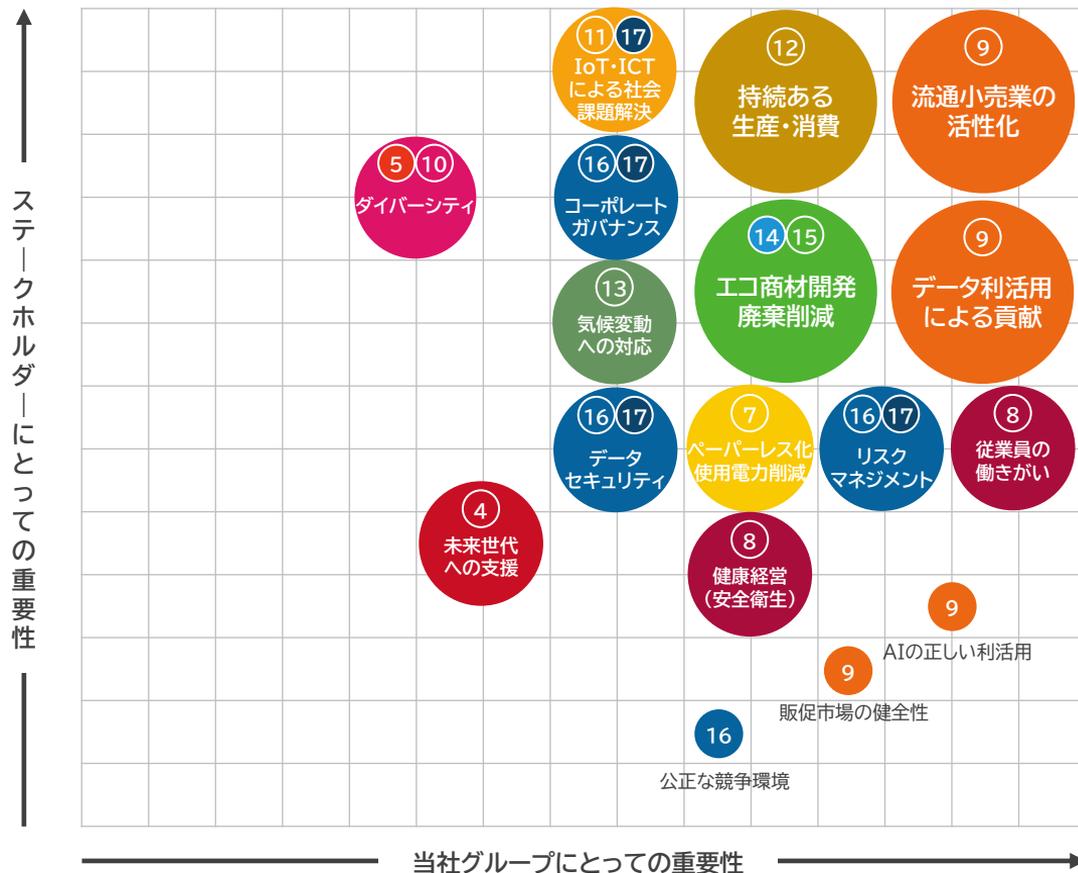


事業成長を重視しつつも、自己資本比率30～40%前後を維持しながら、事業ポートフォリオの構築と資本効率の両方を追求していく
M&Aに関わる資金調達に関しては、デッドファイナンス(借入)を上手く活用しながらM&Aを実施していく方針

単位:百万円	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022
流動資産	3,191	3,778	7,266	7,531	8,084
固定資産	426	1,738	1,329	1,371	1,229
資産合計	3,617	5,516	8,595	8,902	9,313
流動負債	1,064	1,877	3,084	2,354	2,450
固定負債	627	2,041	2,829	2,477	1,607
負債合計	1,692	3,918	5,913	4,831	4,058
純資産合計	1,925	1,597	2,681	4,071	5,255
資本金	354	1,056	1,727	1,818	1,852
自己資本比率	51.6%	28.2%	31.1%	45.6%	56.4%

6

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



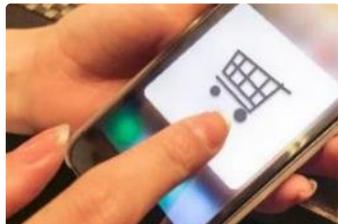
どのような販促プロモーションを実施するのと同様に、どこで販促プロモーションを実施するのか という視点も重要な販促施策を、必要なタイミングで、必要な店舗・売場へ、必要な量だけ届くような販促プロモーションの全体最適が必要不可欠

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

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



仮説・検証サイクル

仮説設計

企画 → 実行

効果検証 (AI分析)

改善計画



店舗DB



ラウンダー

推奨販売

サインージ

店頭ツール



店舗DB



【効果がある店舗を抽出】



店舗ID	店舗名	抽出理由	効果スコア
10000001	〒100-0001 東京都千代田区千代田 1-1-1	強化・見切・新規店	1.2
10000002	〒100-0002 東京都千代田区千代田 1-1-2	効率的なコール数 (店舗巡回頻度)	1.1
10000003	〒100-0003 東京都千代田区千代田 1-1-3	売上が見込める商材 (機会損出している商材)	1.3
10000004	〒100-0004 東京都千代田区千代田 1-1-4	サインージ取り付け効果のある店舗	1.0
10000005	〒100-0005 東京都千代田区千代田 1-1-5	最適な商品構成	1.1

【売上・店頭実現に影響のある因子をAIで分析】

- どの店舗が効率が良い？ (強化・見切・新規店)
- 効率的なコール数 (店舗巡回頻度) は？
- 売上が見込める商材 (機会損出している商材) は？
- サインージ取り付け効果のある店舗は？
- 最適な商品構成は？

検証を繰り返し
効果を上げ続ける

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	1,000万件を超える売場・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る

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

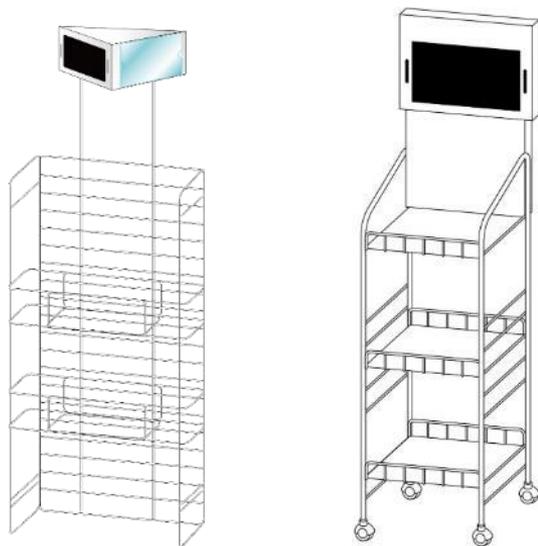
【店舗抽出条件】

- 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

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して再利用

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（製作数：2,000台）



【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

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。

7

成長戦略

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. M&A方針

当社は、2022年3月29日に「**中期経営計画2022-2026**」を公表しており、2026年12月期に売上高300億円、営業利益60億円とすることを掲げておりますが、2023年1月26日に公表した「**MBOの実施及び応募の推奨に関するお知らせ**」に記載の通り、公開買付者が本公開買付け及びその後の一連の手続を経て当社を非公開化することを企図していること並びに当社株式が上場廃止となる予定であることと、同日「**セルフオーダートータルシステム事業の会社分割（吸収分割）による承継に関する吸収分割契約締結のお知らせ**」で公表したワールドピーコム株式会社より承継予定であるセルフオーダートータルシステム事業の合理的な業績予想の算定が現段階では困難なことから2023年以降の中期経営計画（業績計画）を非開示とさせていただきます。

(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

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
- 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】

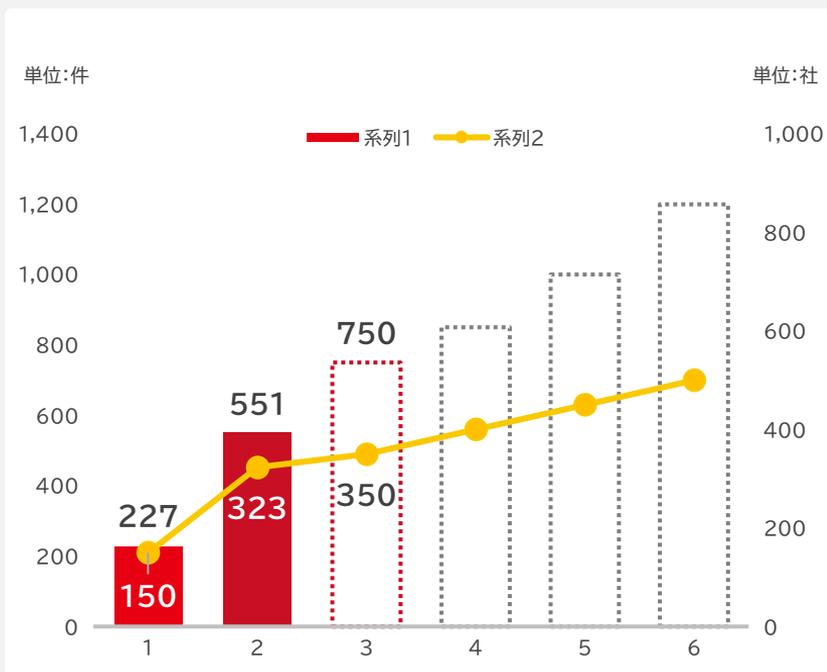
- 販促ツールの一元管理
- 個店別ピッキング～配送

店頭

デジタルを活用した
売上の最大化

EC

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



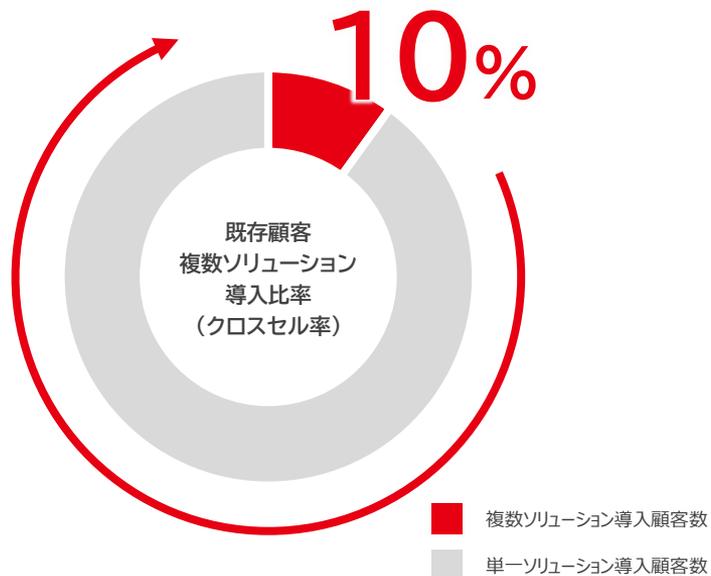
複数ソリューション導入顧客数拡大による売上高アップ、1社あたりの顧客単価アップを目論む

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

【クロスセル 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					○		○

【既存顧客 クロスセル率】



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

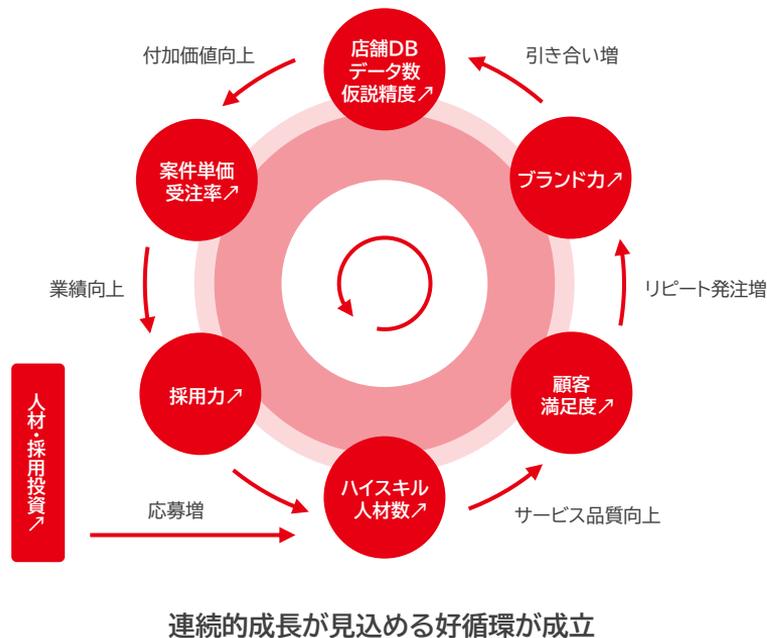
課題に並走する販促プロモーションパートナーとしての地位を確立すべく、競争力の源泉である人材・採用へ積極投資
 販促領域における総合力を高め、大手広告代理店に肩を並べるポジションを目指す

1 人材投資

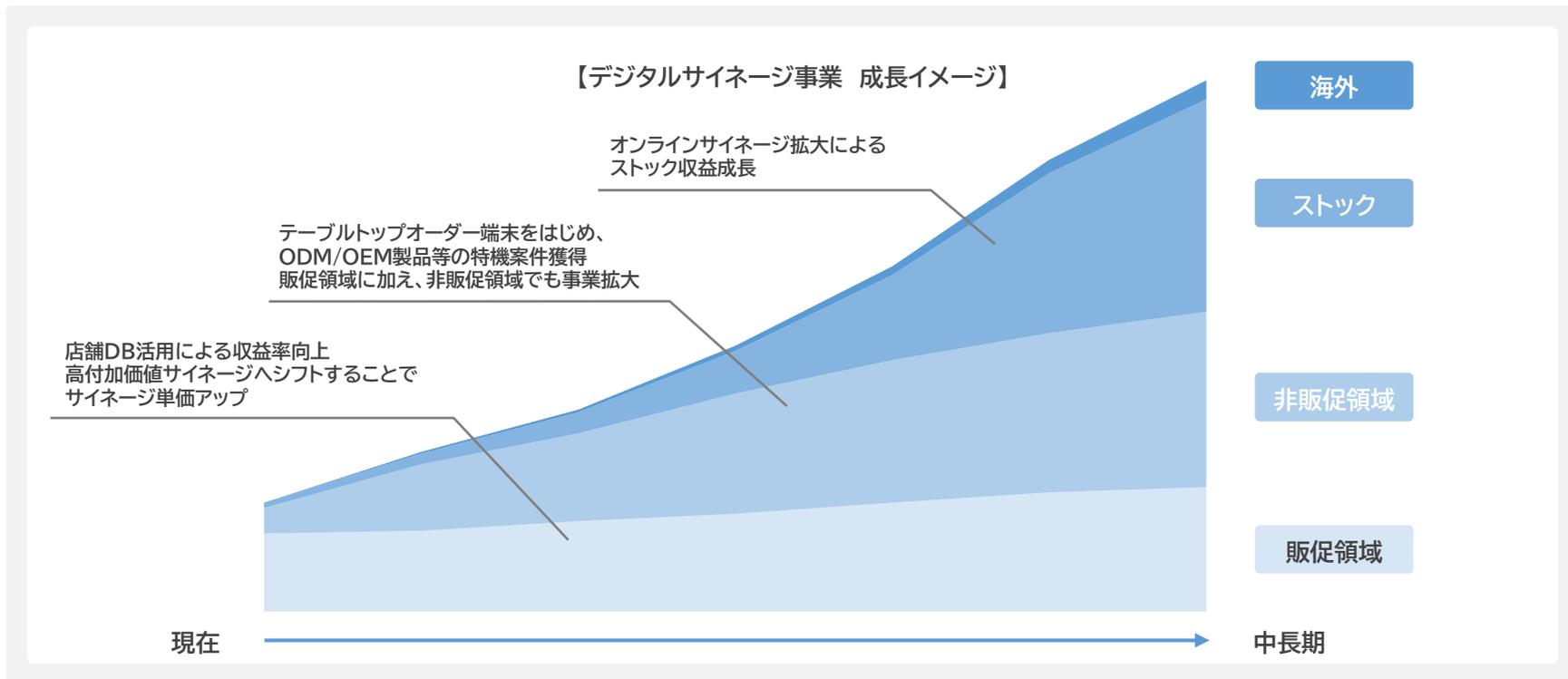
- 中核会社として位置づけている「㈱impact connect」で、リアル・デジタルプロモーションができる人材を積極的に採用
- 新卒・若手人材の採用も行い、積極的に成長機会を提供
- グループ会社間の出向・転籍による配置転換で組織を活性化

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



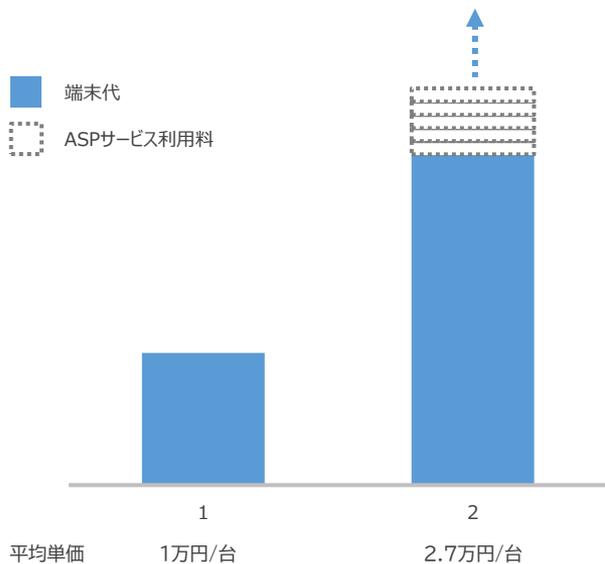
オンラインサインージ（高付加価値サインージ）へシフトすることで、サインージ単価アップ及び継続的なストック収益の成長を見込む
また、販促領域で培った技術や海外生産のノウハウを応用し、非販促領域でのDX需要を取り込むことで更なる事業拡大を目論む



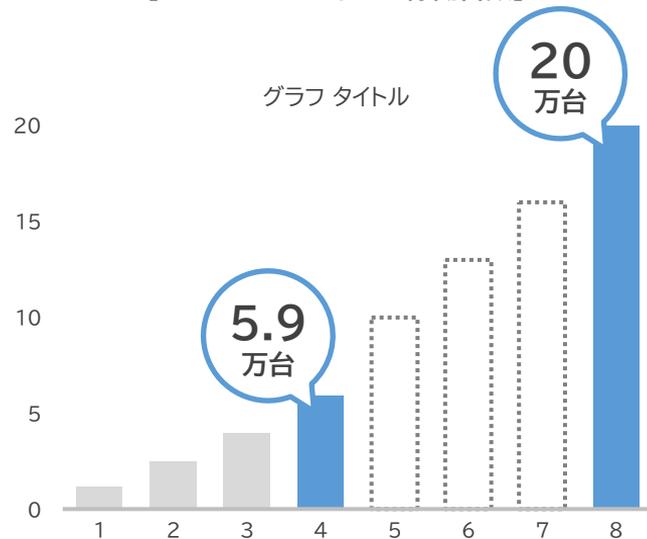
2022年12月末時点でオンラインサイネージの稼働台数が5.9万台まで伸長

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】



※ 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。

販促領域での実績やノウハウを活かし、様々な施設や店舗での幅広いニーズにも対応
IoTセグメントの成長を加速させるために、ICTソリューションベンダーのM&Aを模索
飲食チェーン向けテーブルトップオーダー端末をはじめ、非販促領域での大型案件受注拡大を目論む

テーブルトップオーダー端末

大手外食チェーン様



省人化

サイズ	10インチ
出荷台数	37,000台
使用用途	メニューのデジタル化 オーダ端末

AI顔認証+手洗いサイネージ

大手ファストフードチェーン様



HACCP
衛生サポート

対象製品	10インチ or 7インチ (カスタマイズ)
予定数	5,000台
使用用途	スタッフの手洗い促進/実施状況把握

レジ前ディスプレイ

大手カフェチェーン様



フル
カスタマイズ

対象製品	フルスクラッチ10インチ
出荷台数	国内全店 (約1,400店×複数台)
使用用途	レジ前での商品訴求を目的とした商品、 キャンペーン情報等を配信

厨房内キッチンタイマー

大手ファストフードチェーン様



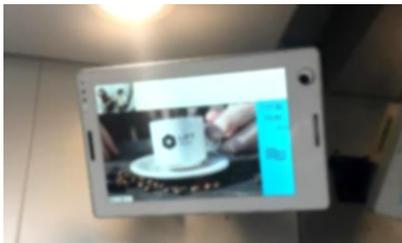
厨房内

対象製品	7インチ×専用アプリ
出荷台数	全店導入前35台POC中
使用用途	厨房内での複数調理食材一括 タイマー管理

店舗や施設でサイネージを活用した広告メディアを運用する会社に対し、広告メディアサイネージのインフラとして、サイネージ端末及びコンテンツ配信の仕組みを提供

エレベーターメディアサイネージ

エレベーター管理会社様



サイズ	10インチ（カスタマイズ）
出荷台数	15,000台
使用用途	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

大型メディアサイネージ

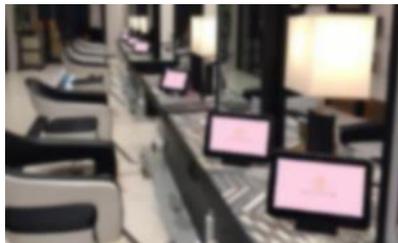
商業施設様



対象製品	43インチ or 32インチ
予定数	500台
使用用途	フロアガイドや案内板としての活用 に加え、イベント情報なども配信

美容室メディアサイネージ

広告メディア事業者様



対象製品	10インチ（ODM）
出荷台数	12,000台
使用用途	ヘアメイク、料理レシピ、旅行、エンタメ 情報などを配信

店頭メディアサイネージ

広告メディア事業者様



対象製品	10インチ
出荷台数	6,000台
使用用途	店頭でレシピ動画を配信

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。

目まぐるしく変化する販促領域で、バリューチェーンを垂直および水平方向へ拡張

上流の販促企画・戦略領域へ垂直拡張

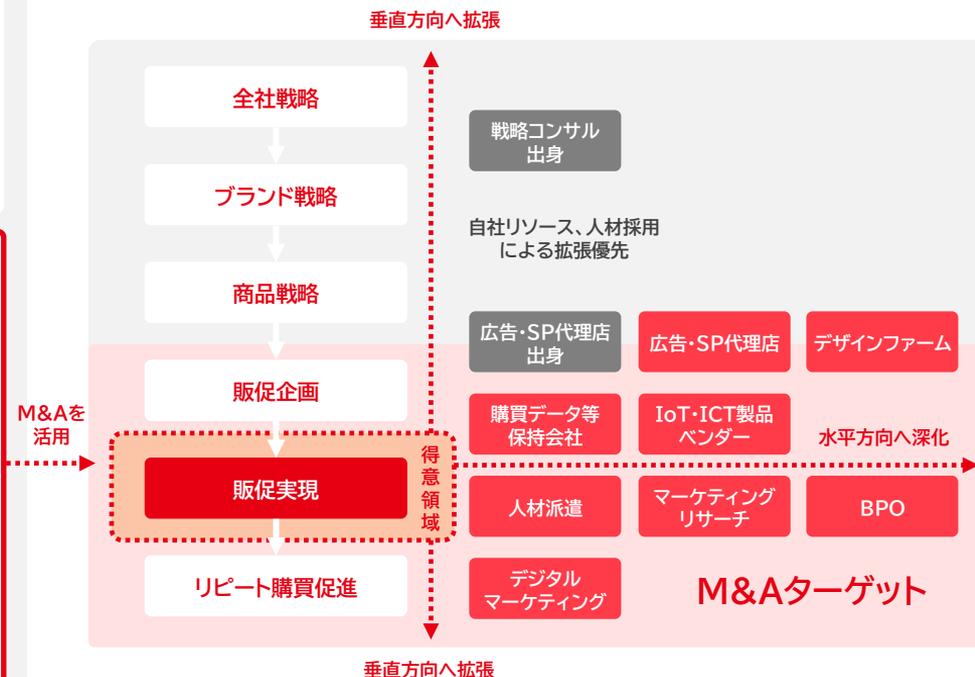
- 広告・SP代理店、戦略コンサル出身等を採用
- 顧客のLTV(顧客生涯価値)向上、より魅力的な大型案件を獲得

デジタルマーケティング領域へ垂直拡張

- 店頭とECの連動施策強化
- リピート購買促進施策など後工程へ領域拡張

販促実現領域を水平深化

- 人材規模を拡大し、提供能力を向上
- 案件獲得間口を広げて、より多くの企業にリーチ



8

補足資料

当社創業者である代表取締役社長の福井が2004年2月に株式会社メディアフラッグ（現：インパクトホールディングス株式会社）を設立

2004年2月	株式会社メディアフラッグ（現：インパクトホールディングス株式会社・東京都目黒区駒場、資本金：3百万円）を設立
2004年10月	ASP事業を開始
2004年12月	本社を東京都渋谷区円山町に移転
2005年3月	覆面調査事業、ラウンダー事業を開始
2005年4月	フィールドマーケティングシステム「Market Watcher」のリニューアル
2006年9月	本社を東京都渋谷区道玄坂に移転
2007年12月	株式会社博報堂DYホールディングス、住友商事株式会社の資本参画
2008年8月	プライバシーマーク（JISQ15001：2006準拠）取得
2009年12月	本社を東京都渋谷区渋谷に移転
2011年5月	フィールドマーケティングシステム「Market Watcher」スマートフォン対応の開始
2012年9月	東京証券取引所マザーズ市場に上場

2012年9月に東証マザーズ上場後、販促領域に軸足を置き、M&Aや新会社設立により事業を拡大

2012年10月	株式会社MEDIAFLAG沖縄（現：株式会社MEDIAFLAG）を設立 梅地亚福（上海）管理咨询有限公司（メディアフラッグ上海）を設立
2013年8月	キャビック株式会社（現：cabic株式会社）の株式取得（子会社化）
2013年11月	株式会社十勝（現：株式会社十勝たちばな）の株式取得（子会社化）
2014年7月	株式会社シアーズ（現：株式会社impactTV）の株式取得（子会社化）
2017年8月	株式会社十勝たちばなの全株式を譲渡、和菓子製造販売事業の廃止
2018年1月	株式会社札幌キャリアサポート（現：株式会社サツキャリ）の株式取得（子会社化）
2018年2月	株式会社INSTORE LABOを設立
2018年10月	共同印刷株式会社と資本業務提携
2019年1月	株式会社伸和企画の株式取得（子会社化）

2019年4月、株式会社メディアフラッグからインパクトホールディングス株式会社へ商号変更

2020年10月、インパクトホールディングス株式会社を純粋持株会社へ移行

2019年4月	株式会社メディアフラッグからインパクトホールディングス株式会社へ商号変更 インド・コンビニ事業開始 株式会社RJCリサーチの株式取得（子会社化）
2020年1月	ジェイエムエス・ユナイテッド株式会社及び同社の子会社であるジェイ・ネクスト株式会社の株式取得（子会社化）
2020年8月	祖業である覆面調査事業を会社分割により株式会社RJCリサーチへ承継
2020年10月	インパクトフィールド株式会社を設立し、祖業であるラウンダー事業を会社分割により同社へ承継 インパクトホールディングス株式会社を純粋持株会社へ移行
2020年11月	双日株式会社と資本業務提携
2021年8月	株式会社伸和企画を存続会社とし、株式会社INSTORE LABOを吸収合併、株式会社impact connectへ商号変更
2022年1月	株式会社impact miraiを設立し、cabic株式会社のイベント事業を会社分割により同社へ承継（2022年4月より事業開始）
2023年1月	双日株式会社と資本業務提携解消 ワールドピーコム株式会社のセルフオーダーータルシステム事業を会社分割により株式会社impact miraiが承継することに 関する吸収分割契約を締結（2023年5月1日承継予定）

リスク情報

- ※ 投資者の判断にとって特に重要であると当社グループが考える事項について記載しています。
- ※ 本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。
- ※ 当社グループはこれらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生の回避及び発生した場合の迅速な対応に努める方針です。
- ※ 本項記載以外のリスクについては、有価証券報告書をご参照ください。

リスク項目	認識するリスク	リスク対応策
市場について 顕在化する可能性・時期 低～中程度・常時	当社グループはリアル店舗での店頭販促市場を事業領域としていることから、自然災害や重大な事故等の事情で消費財メーカー及び流通小売業が店頭に掛ける販促費を大幅に絞った場合には当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	店頭販促支援事業で培ったノウハウを活用し、デジタルサイネージ事業を中心に非店頭販促領域への事業拡大に努めております。
競合について 顕在化する可能性・時期 低～中程度・常時	当社グループの事業全体として競合になる企業は現状ありませんが、各事業における競合が店頭販促全般的な事業展開を進めた場合、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。また、「リアル店舗のショールーム化」と言われるようになり、仮に消費者のECサイトでの購買がすべての消費活動において主流となった場合には当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社グループもリアル一辺倒の事業モデルではなく、デジタルサイネージのオンライン化やPISTA等、リアルとネットを融合させる商材ラインナップの拡充に努めております。
消費者の購買行動について 顕在化する可能性・時期 低～中程度・常時	ECサイトでの購買の盛り上がりによりドラッグストア・スーパーマーケット・アパレルショップ・家電量販店等の小売業においてはその業績に大きな影響が及んでおり、当社の見立てでは個店レベルの採算で見た場合半数近い店舗が業績不振に苦しんでいるのではないかと考えております。リアル店舗の不振が続く閉店・倒産が著しく増加した場合には当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	店頭にしかない商品・体験・接客でいかに店頭活性化を実現するかという観点で、M&Aや新規会社設立により提供可能なソリューションの拡大を推進しております。また、店頭販促支援事業で培ったノウハウを活用し、デジタルサイネージ事業を中心に非店頭販促領域への事業拡大に努めております。
メディアクルーの確保について 顕在化する可能性・時期 低～中程度・常時	当社グループでは、HRソリューション事業・MRソリューション事業ともメディアクルーの活用を前提とした事業モデルを推進しております。短納期・広域・高難易度案件のニーズが高まりつつある中で、メディアクルーを各都道府県において適正人数確保し、更に新規登録数を増加させていくことが必要となります。このような取り組みにも拘らず、店頭における調査需要や販促需要の急激な増加や調査対象地域の偏りによりクライアントニーズに適合したメディアクルーが十分に確保できない場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	各種WEB媒体等を通じ、学生や主婦層をターゲットとした募集チャネルを活用した登録募集を推進し、メディアクルーの登録者数確保に努めております。

リスク項目	認識するリスク	リスク対応策
システム障害について 顕在化する可能性・時期 低～中程度・常時	当社グループでは、HRソリューション事業及びMRソリューション事業において人材リクルートを管理する「人材くん」、店舗巡回や調査のレポートや自動集計分析等の機能搭載する「Market Watcher」、コールセンターシステム「InfiniTalk」、IoTソリューション事業においてデジタルサイネージのコンテンツ管理や配信プログラムを管理する「PISTA CMS」を活用しています。大規模地震等の天災や通信会社による大規模通信障害等により社内システムが稼働できない場合には当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	サーバー停止やネットワーク機器の故障及び自然災害や事故火災等によるシステムトラブルの発生を回避するために、サーバーの負荷分散や定期的なバックアップ等の手段を講じることでシステムトラブルの防止及び回避に努めております。
製品製造について 顕在化する可能性・時期 低～中程度・常時	当社グループでは、現在デジタルサイネージの筐体製造を主に海外で行っており、年間約20万台の仕入を実施しております。また、ノバルティや販促ツールも海外で製造を行っているため、製造拠点到大きな影響を与えかねない地政学・疫病等のリスクが発生し、予定していた質・量・コストで製品が製造できなくなった場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	年間を通じての生産計画に基づいて、市場の状況を適切に見極めながら、計画的に必要な部材調達に努めております。 また、日本及び海外での新たな製造拠点を開拓することで、製品の製造過程におけるリスクを最小化し、地政学・疫病等のリスクが発生し、予定していた質・量・コストで製品が製造できる体制構築に努めております。
為替相場の変動について 顕在化する可能性・時期 低～中程度・常時	当社グループでは、海外取引先との間で外貨建てによる製品仕入、業務委託等を行っているため、予想外の為替変動が生じた場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	製品製造と同様、市場での需要供給のバランスを見ながら、適切なタイミングで、適切な数量の必要部材の調達に努めております。

- － 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。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。
- － 次回開示予定：仮に上場が維持された場合は、2024年3月頃を予定

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/>