

@itami arts



itamiarts inc.

*Advertisement Planning, Graphic Design
Web Design, and Web Marketing, Visual Identification*

2025年1月期 中間期
決算説明資料

2024年9月20日

証券コード：168A

株式会社イタミアート

I N D E X

目次

1	会社概要	2
2	当社の特徴と強み	7
3	2025年1月期 中間期決算情報	19
4	今期の戦略	28
5	中長期の成長計画	35
6	SDGsへの取り組み	37

1 会社概要

代表取締役 伊丹 一晃

- 1970年生まれ。岡山県出身。2015年、大阪市立大学大学院 修了
- 1990年に印刷会社に入社、営業を担当、トップクラスの成績を残し、独立を志し退社
- 1999年に有限会社イタミアートを設立

所在地 岡山市南区新保660-15
資本金 4億59百万円
決算期 1月末日
事業概略 SP商材（販促品）を、メーカー機能を持ち、主にECサイトを用いて、小ロット・短納期・低価格にて販売
従業員 310名 ※臨時雇用者数含む
(2024年7月末時点)

経営陣

代表取締役	伊丹 一晃
取締役	渡邊 淳也
取締役	伊丹 亮平
取締役	河田 肇
取締役	一ノ瀬 達也
社外取締役	稲葉 雄一
社外取締役	田丸 浩昭
常勤社外監査役	野瀬 洋輔
社外監査役	上田 宗則
社外監査役	村島 雅弘

(2024年7月末時点)



会社概要

ミッション

MISSION

「IT」×「モノづくり」の力で世の中を変える



取り扱い商品 多種多様な屋外広告（サイネージ）商品を中心に展開

のぼり旗



イベントブース一式



スポーツ幕



大型広告幕



大型広告シート



イベント出店装飾一式



タペストリー



店頭幕



のれん



A型看板



等身大パネル



大型懸垂幕



足場（工事現場）幕



屋外看板

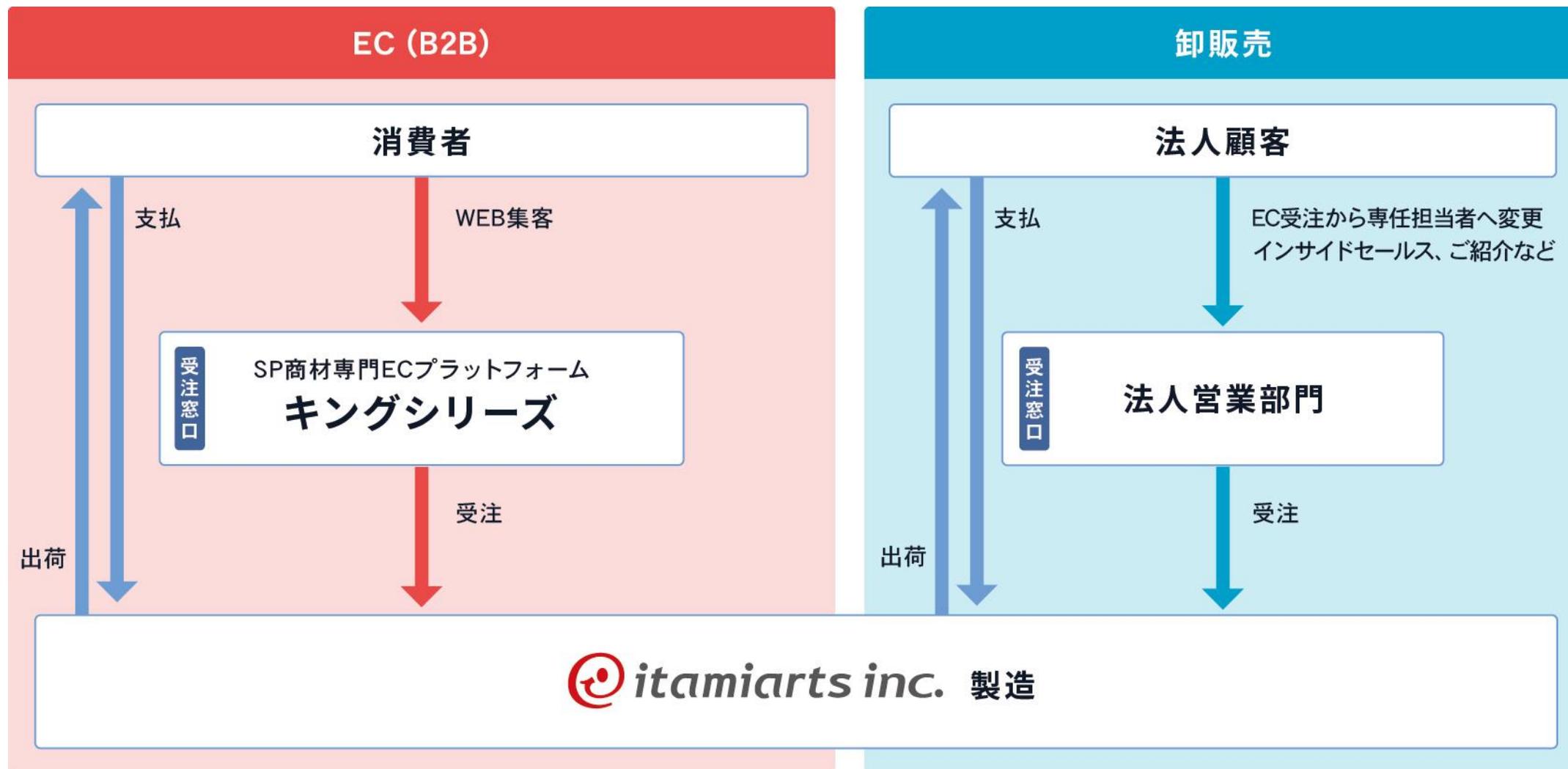


車用マグネットシート



事業構造

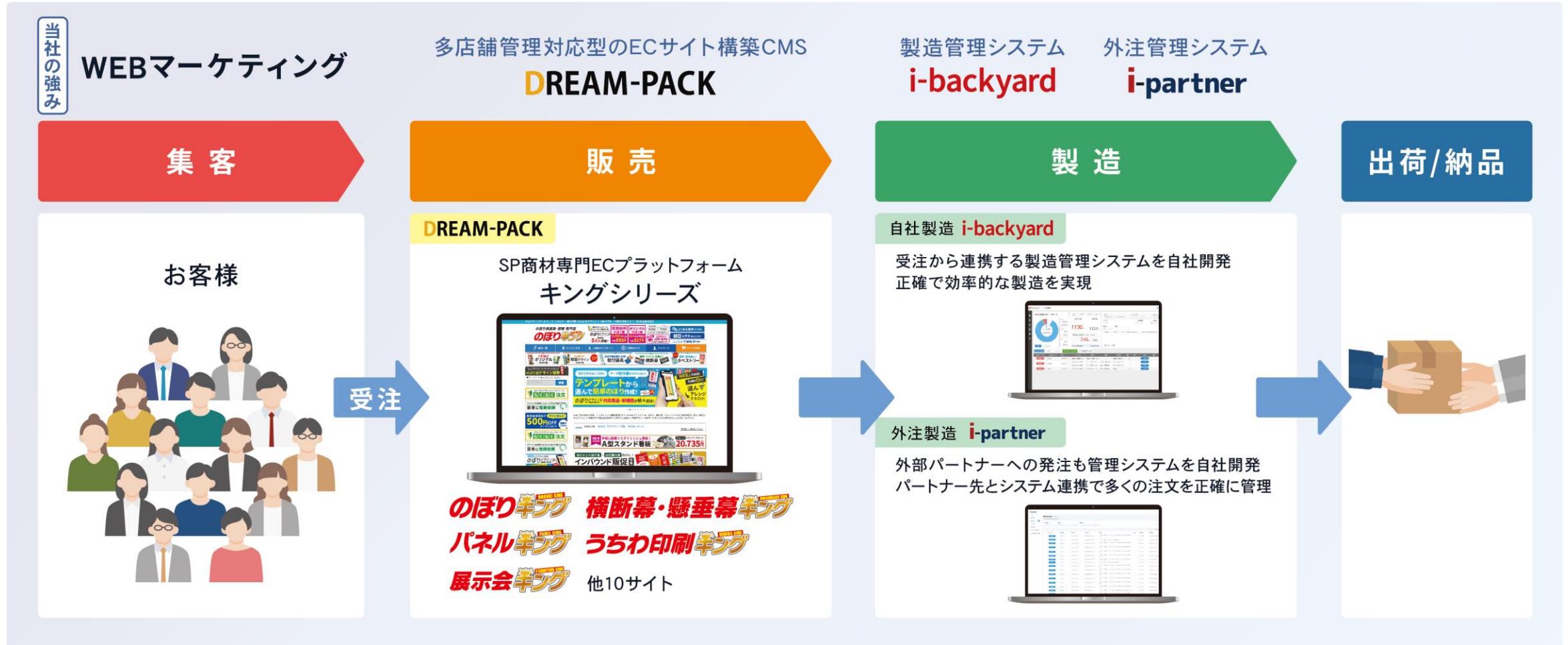
売上構成は少量多品種のEC（B2B）が約70%、中大ロットの卸販売が約30%



② 当社の特徴と強み

- 1 一気通貫のデジタル化によりローコストオペレーションを実現
- 2 多店舗展開を可能にする販売システム『DREAM-PACK』
- 3 I T が実現する圧倒的な生産性
- 4 再現性の高い店舗規模の拡大戦略
- 5 社内専門チームによるS E O最適化
- 6 新規顧客の安定したリピート化
- 7 I T と連動した最新鋭の大型印刷機による他社の引き離し

1 一気通貫のデジタル化によりローコストオペレーションを実現

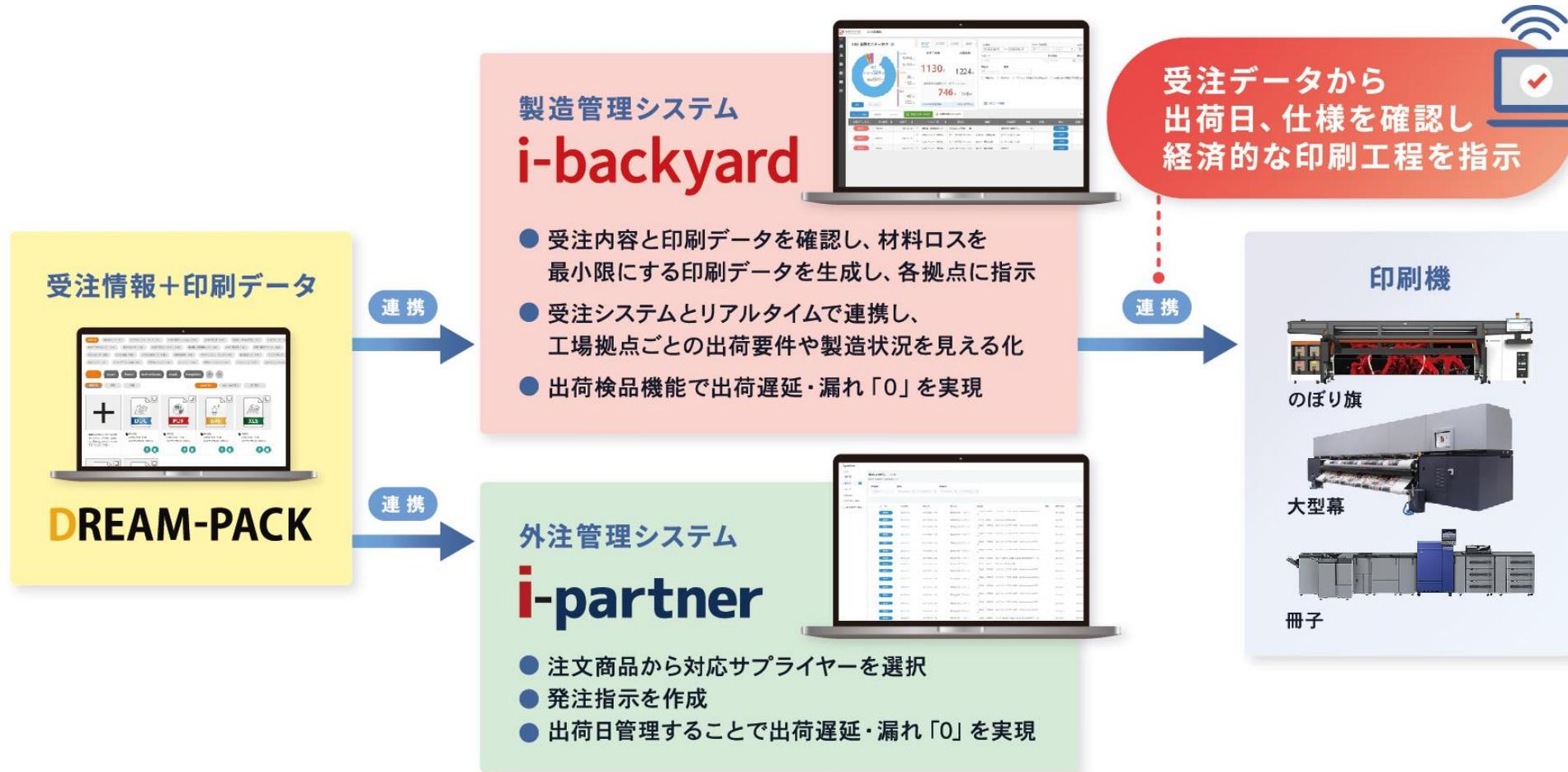


2 多店舗展開を可能にする販売システム『DREAM-PACK』



3 ITが実現する圧倒的な生産性

印刷機を導入するだけでなく、前プロセスと連動させることで、最速かつ自動化されたオペレーションを実現



4 再現性の高い店舗規模の拡大戦略



多店舗展開のメリット

- 主力商品＝ECサイト名にすることで、SEO（自然検索）による流入を効率的に獲得可能
- 専門サイトなのでユーザーは分かりやすく、購入し易い
- マーケティングのノウハウや商品の横展開が可能

SP商材専門ECプラットフォーム「キングシリーズ」を15サイト運営

- のぼりキング** **横断幕・懸垂幕キング** **現場シートキング** **パネルキング** **展示会キング**
タペストリーキング **Tシャツキング** **マグネットシートキング** **冊子製本キング** **のれんキング**
うちわ印刷キング **手作りうちわキング** **名入れカレンダーキング** **販促キング** **運動会キング**

4 再現性の高い店舗規模の拡大戦略

のぼり旗、幕販売ECサイトでは**トップクラス**

年間流入数	累計顧客数	年間売上高	対前年売上成長率	リピーターからの売上比率
173万	20万人(1)	11.3億円	117%(2)	75%(3)

年間流入数	累計顧客数	年間売上高	対前年売上成長率	リピーターからの売上比率
142万	4.5万人	4.6億円	131%	62%

※2024年1月期実績

(1) 各ECサイトにおける開設から2024年1月末までの顧客数の累計 (2) 2023年1月期に対する2024年1月期実績値比較 (3) 購入回数が2回目以降の受注金額を集計

4 再現性の高い店舗規模の拡大戦略

他の店舗サイトもノウハウの共有でトップを目指して拡大中



年間流入数：**22.9万**

累計顧客数：**10,000人**
(1)

対前年売上成長率：**181%**
(2)

リピーターからの売上比率：**35%**
(3)



年間流入数：**44.8万**

累計顧客数：**6,200人**

対前年売上成長率：**160%**

リピーターからの売上比率：**69%**



年間流入数：**12.2万**

累計顧客数：**3,200人**

対前年売上成長率：**113%**

リピーターからの売上比率：**48%**



年間流入数：**14万**

累計顧客数：**7,600人**

対前年売上成長率：**136%**

リピーターからの売上比率：**40%**



年間流入数：**22.6万**

累計顧客数：**3,700人**

対前年売上成長率：**161%**

リピーターからの売上比率：**48%**

※2024年1月期末実績

(1) 各ECサイトにおける開設から2024年1月末までの顧客数の累計 (2) 2023年1月期に対する2024年1月期末実績値比較 (3) 購入回数が2回目以降の受注金額を集計

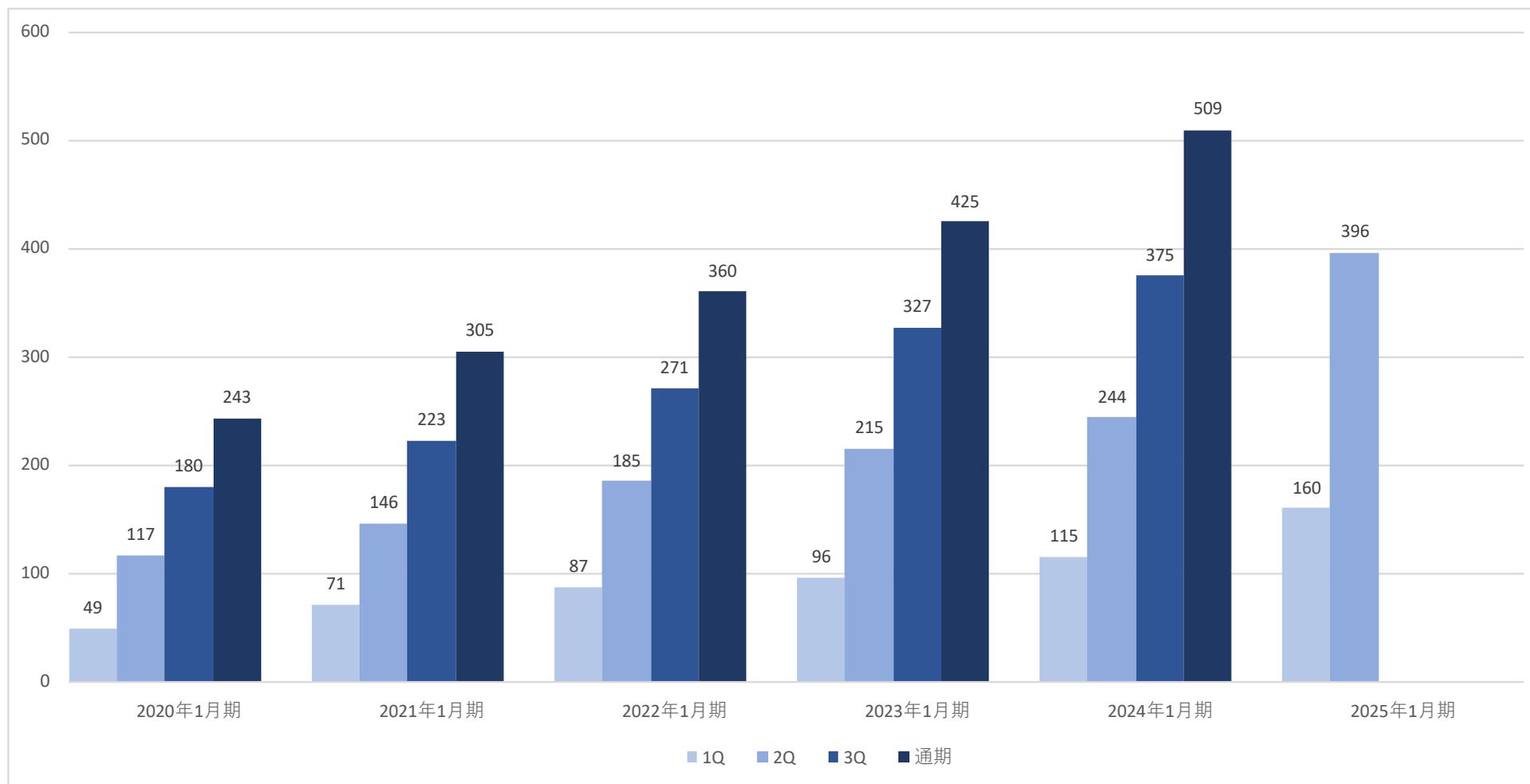
5 社内専門チームによるSEO最適化



※2024年1月実績
 ※検索順位チェックツールを用いて日別Google検索順位において調査月に一番表示日を多く獲得した順位を記載

5 社内専門チームによるSEO最適化

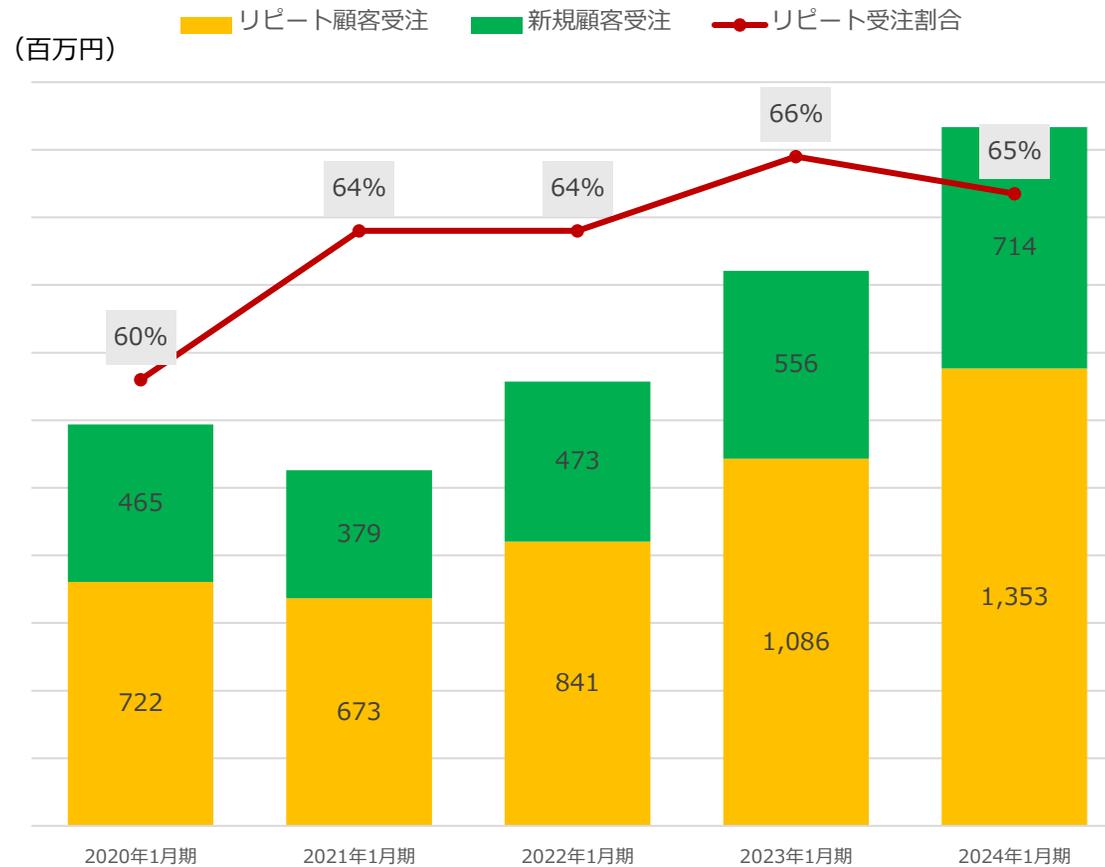
<セッション数 (単位: 万回) >



※Googleアナリティクスを用いたセッション数 ※セッションが集計可能な全運営サイトより算出

6 新規顧客の安定したリピート化

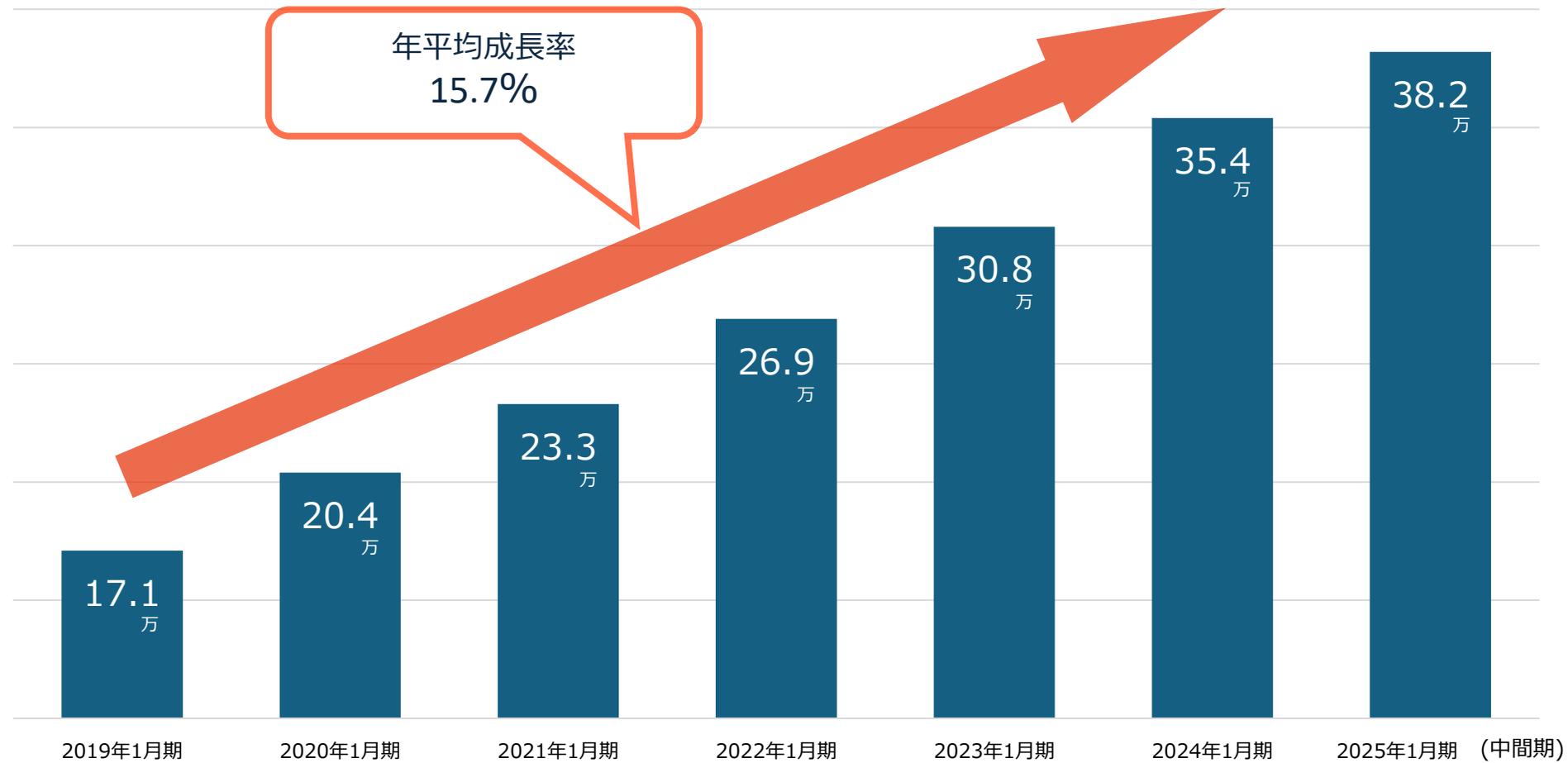
リピート顧客（1年間に2回以上購入）からの売上構成は65%となり上昇傾向、高い定着性を実現



※顧客区分の集計が可能な全運営サイト受注実績より算出

6 新規顧客の安定したリピート化

<累計ユーザー数 (単位: 万人) >



※顧客数の集計が可能な全運営サイト受注実績より算出

7 ITと連動した最新鋭の大型印刷機による他社の引き離し

小規模他社では困難な大型印刷機の導入、さらに当社はITでそれらを自動化

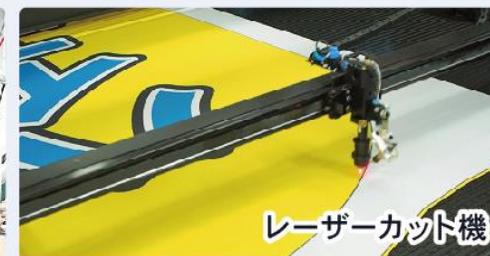
最新の大型デジタル印刷機を多数導入

- 国内導入が少ない、5m幅の超特大印刷機を導入
- 最新の印刷設備を定期的に導入
- 多面付け印刷で小～中型印刷を経済的に印刷



作業工程をロボット化・自動化を推進 オペレーションコストを低減

- 生産管理システムにより、常に安定した生産を実現
- 工場全体のシステム化・自動化を推進
- 生産性とスケールメリットを活かし、高収益構造を構築



3 2025年1月期 中間期決算情報

損益計算書の概要

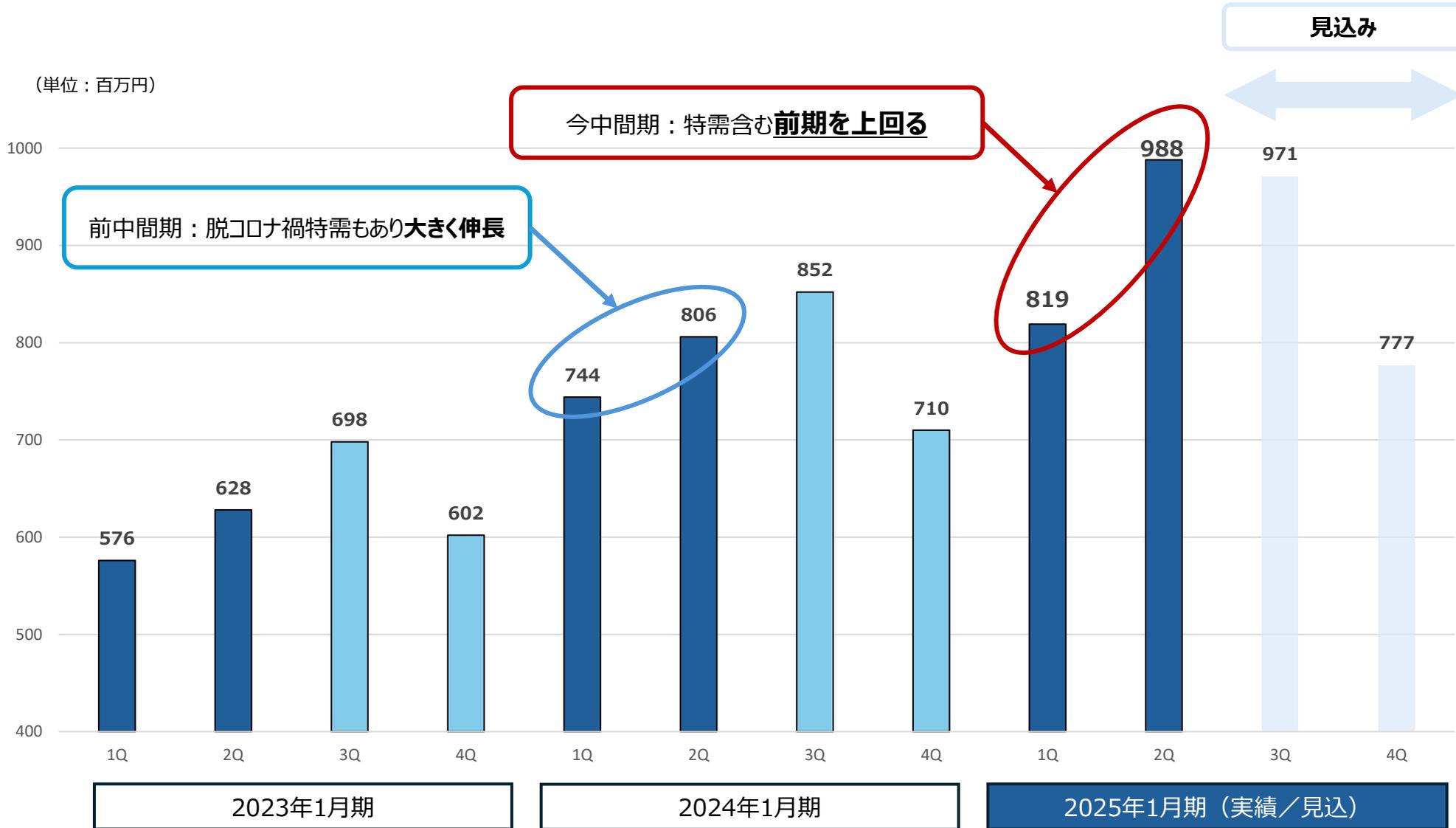
売上高は、卸販売強化策を戦略的に加速し、計画以上となる

利益は、予想外の課題対応と将来への投資を加速したことで計画を下回るも、前期とほぼ同水準

(単位：百万円)

	2025年1月期 中間期 計画	2025年1月期 中間期 実績	計画比 増減率	計画比 増減額	概要
売上高	1,761	1,807	2.6%	+45	<ul style="list-style-type: none"> ▶ EC売上は前期の脱コロナ禍の特需を上回る水準 ▶ 卸販売強化が功を奏す <ul style="list-style-type: none"> ・主要取引先への提携商品の強化 ・インサイドセールスによる新規獲得 ・既存客営業強化で、リピート発注／大口受注が増加
売上総利益	1,019	1,107	▲5.8%	▲42	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 想定以上の円安の影響と原材料価格の高騰を受けた ▶ 防炎加工の内製化を後ろ倒しにした影響 ▶ 新型プリンタ稼働遅延 ▶ システム開発の前倒し
販管費	587	607	3.5%	20	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 戦略的な費用の投下 ▶ 売上変動費の計上
営業利益	155	92	▲40.8%	▲63	
経常利益	149	74	▲50.1%	▲75	▶ 上場関連費用（営業外費用）計上の影響
四半期純利益	104	51	▲50.8%	▲52	

四半期売上推移



売上の主な季節要因

極端な偏りは無いが、以下の傾向がある

1Q：＜3月＞
企業の年度末駆け込み需要の増加や新生活に向けた販促活動が活発化

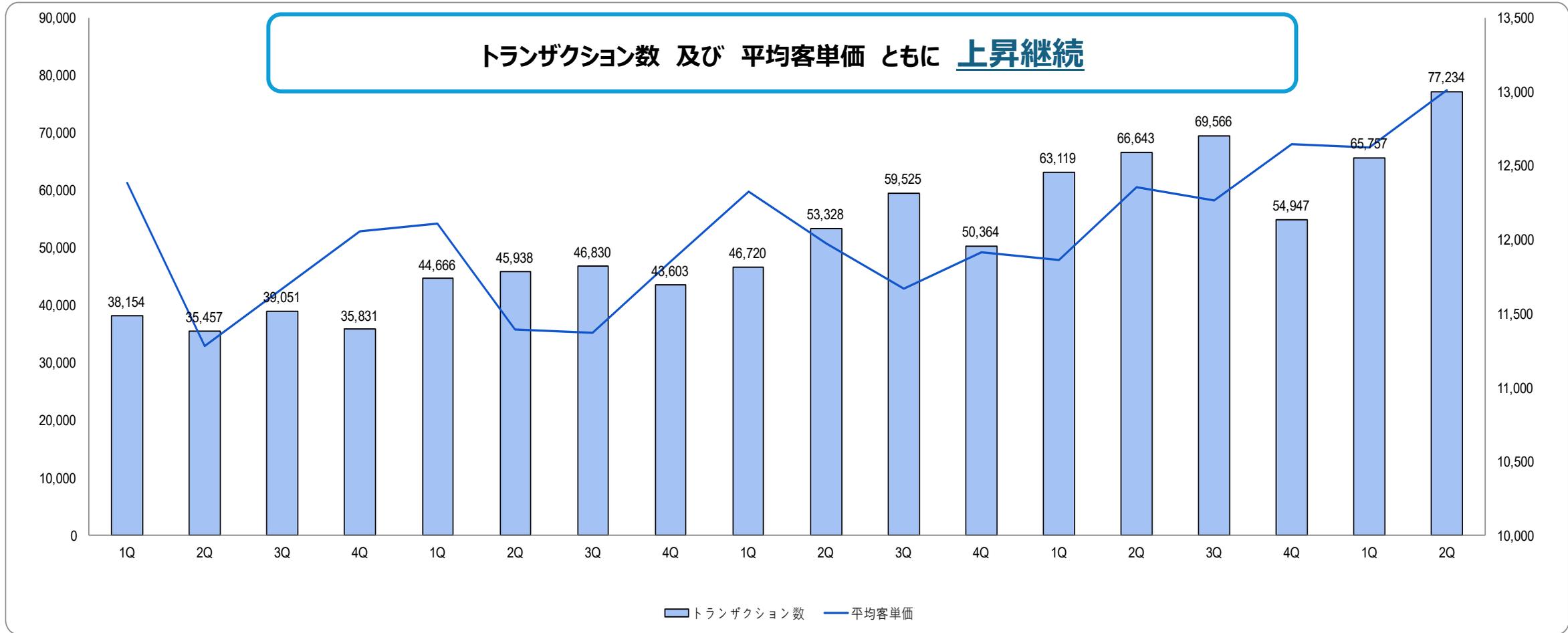
2Q：＜6月・7月＞
夏場のイベント需要増加に伴い、うちわなどの販売が増加

3Q：＜9月・10月＞
秋冬商戦に向けた販促物入れ替え需要などで、のぼり旗や横断幕の需要が増加

事業KPI: トランザクション数 × 平均客単価

<トランザクション数 (単位: 件)>

<平均客単価 (単位: 円)>



21/1期

22/1期

23/1期

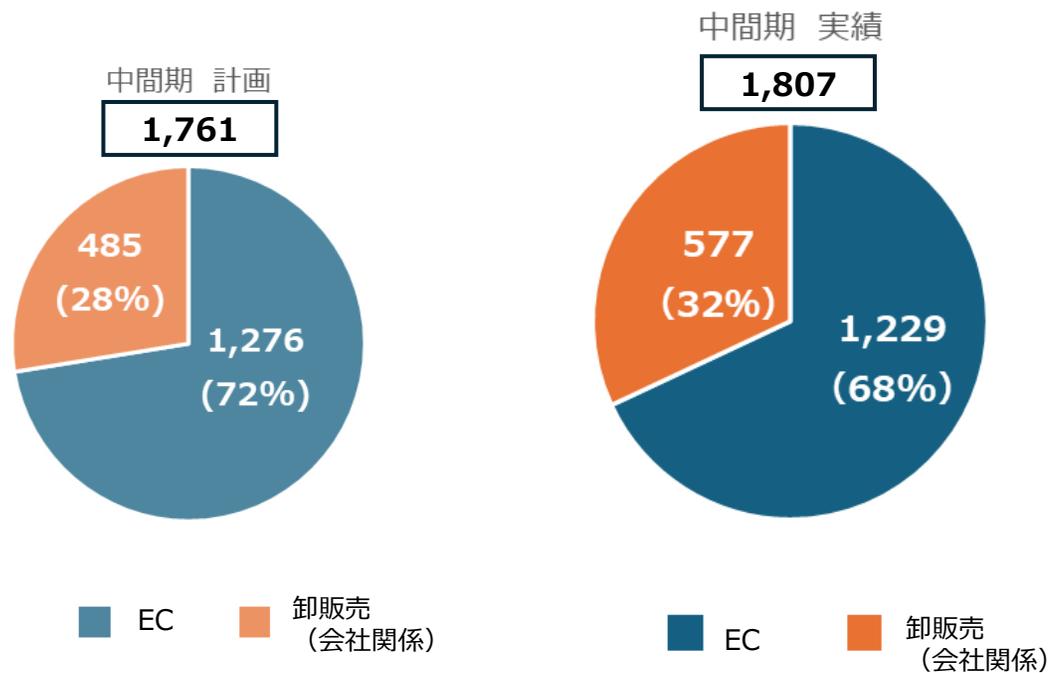
24/1期

25/1期

損益計算書の概要

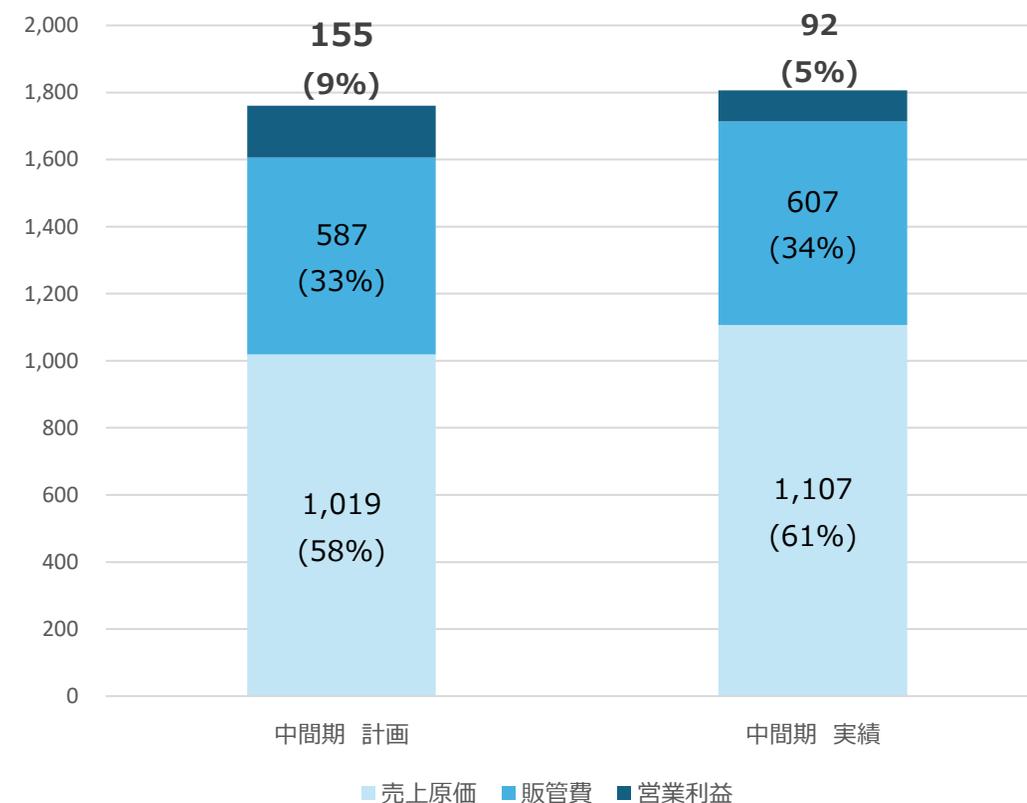
(単位：百万円)

売上高 (構成比)



(単位：百万円)

利益構造



損益計算書の概要

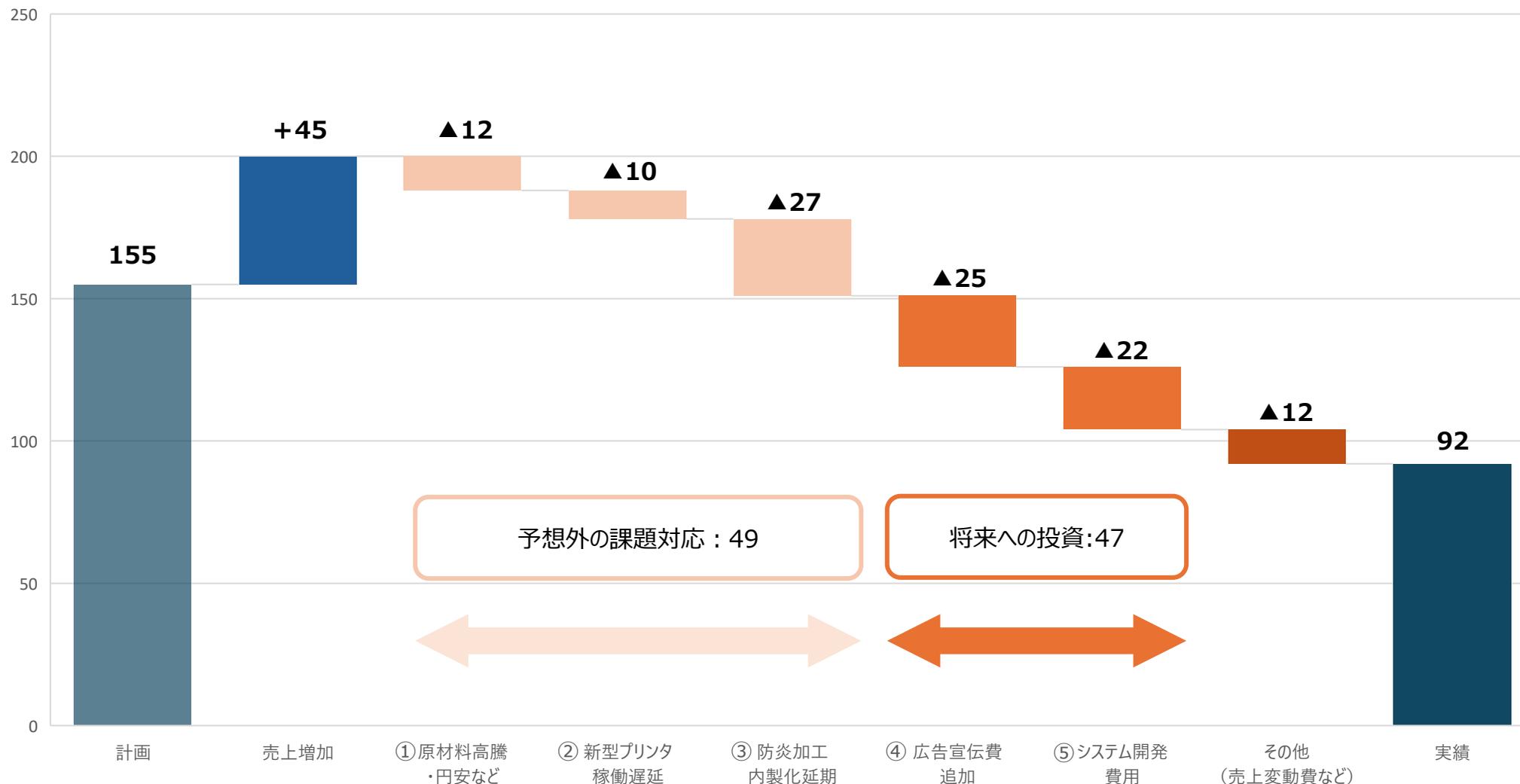
営業利益減益要因の詳細

	概要	説明	上期影響額 (百万円)
①	円安や原材料価格の高騰	<ul style="list-style-type: none"> ■ 海外からの商品仕入や原材料生地仕入における為替レートを1ドル = 140円で計画していたが、1ドル = 150円~160円で推移したことで原価が高騰 ■ うちわ（夏場の主力商品）の外注費が高騰 	12
②	新型プリンタ稼働の遅延	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新しい大型プリンタの導入で製造工程が効率化され、原価低減を見込んでいたが、設置環境に改善点が見つかり、メーカーへ改善を要求するも想定通りの稼働が遅延 	10
③	防災加工内製化の遅延	<ul style="list-style-type: none"> ■ 生地（のぼり旗用）の防災加工を内製化することで原価低減を見込んでいたが、保管環境の整備が必要となり製造開始時期が遅延 ■ 改善のため、防湿倉庫の整備を優先し、下期に内製化を再開する予定 	27
④	広告宣伝費の投下	<ul style="list-style-type: none"> ■ 積極的なPR活動やSEO対策を実施し、新規顧客の獲得に注力 ■ 新規顧客の獲得は、来期以降のリピート売上につながる 	25
⑤	システム開発の前倒し実施	<ul style="list-style-type: none"> ■ 製造工程を効率化するため、製造工程自動化の拡大を前倒しで実施 ■ 業務量増加への対応と利益体制の早期構築のため 	22

損益計算書の概要

営業利益 増減要因分析

(単位：百万円)



貸借対照表の概要

(単位：百万円)

	2024年1月末	2024年7月 (中間期) 末	増減額	主な増減要因
流動資産合計	897	1,554	657	▶現金及び預金が504百万円増加
固定資産合計	1,629	2,136	506	▶工場増設など建設仮勘定が501百万円増加
資産合計	2,526	3,690	1,164	
流動負債合計	810	1,304	494	▶短期借入金（一年内含）が406百万円増加
固定負債合計	1,295	1,295	0	
純資産合計	421	1,090	669	▶公募増資により、資本金及び資本剰余金がそれぞれ309百万円ずつ増加
負債・純資産合計	2,526	3,690	1,164	
(自己資本比率)	16.7%	29.5%	+ 12.8pt	▶公募増資により自己資本比率が改善

キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位：百万円)

	金額	主な要因
営業CF	93	
税引前中間純利益	74	
減価償却費	81	
売上債権増減額（▲は増加）	▲157	▶売上増に伴うもの
仕入債務・未払金増減額（▲は減少）	148	▶売上増に伴うもの
法人税等支払額	▲55	
その他	1	▶その他増減を純額表示
投資CF	▲616	
有形固定資産取得	▲607	▶工場増設、印刷設備取得等
その他	▲9	
財務CF	1,019	
借入金増減額（純額）	412	▶工場増設等に備えるため
その他	607	▶新株発行による収入 + 618百万円
期末現預金（定期預金除く）	836	▶期首から + 496百万円

4 今期の戦略

- 1 利益率改善の取り組み
- 2 【EC】売上拡大の取り組み
- 3 【卸販売】売上拡大の取り組み
- 4 将来への投資

今期の戦略

1 利益率改善の取り組み



データチェックサービスを一部有料化

- 主要商材で既にリリースをしている自動データチェックサービスの利用率が70%を超えていることを背景にオペレーターチェック入稿を有料化
- 自動データチェックサービスの更なる利用者拡大、データチェック担当者の省人化も実現



経済的な印刷を自動設定 印刷オペレーションの自動化

- 印刷データの自動割付システムを拡張
経済効率の良い印刷指示をシステムが自動的に行う
- 奇数丁付けも自動割付対象にすることで
より無駄を省いた印刷工程を実現
- オペレーターの負荷軽減、省人化も実現

最新型プリンタを導入

プリンタ再検討中

徹底してムダを削減 生産性を圧倒的に向上

印刷スピード 印刷不良率
※レギュラーのほ 効率化する方針に変更は無し
具体的な数字は検証中
従来機の 10倍 従来機の 1/4

- 印刷不良として廃棄していた製品を大幅に削減、利益率の向上を目指す
- 印刷工程が削減される為、省人化も実現

今期の戦略

2 【EC】売上拡大の取り組み

売上成長率(月平均)

パネルキング

前年同期比 **+22%**

冊子製本キング

前年同期比 **+48%**

展示会キング

前年同期比 **+108%**



高成長サイトへの積極投資を実行

- 売上進捗の好調なサイトにはSEO施策やWEB広告投資を積極的に実施。成長を加速させる

**新商品の継続追加
新サイトのOPEN**

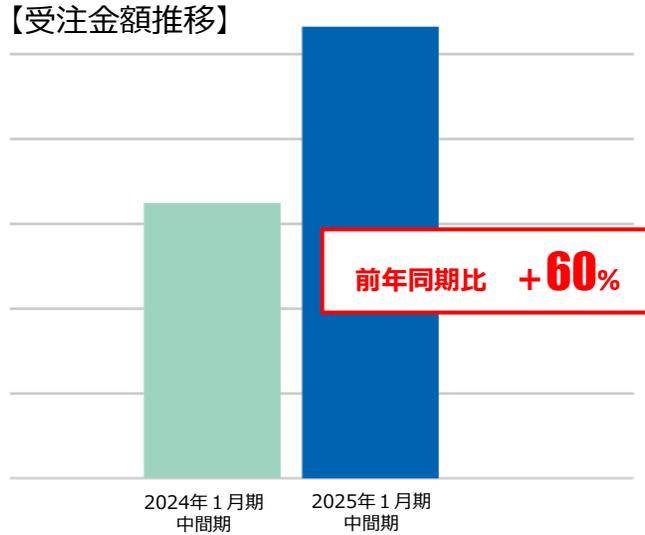
- エコバックの販売をのぼりキング、展示会キングにて販売開始。新商品販売を継続的に実施
- ノベルティなどグッズ関連を取り揃える「ノベルティキング」の2024年内OPENを目指す

**当日出荷
短納期出荷の対応**

- 新型印刷機稼働による生産性向上を背景にこれまで実現できなかったのぼり旗の当日出荷を実現。これまでリーチ出来ていなかった需要獲得を目指す。
- 競争力のあるサービス確立で、販売単価を見直し、利益確保につなげる。

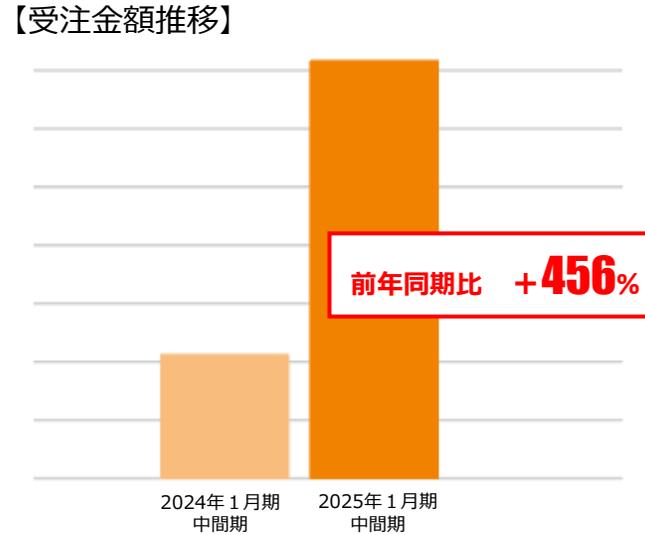
今期の戦略

3 【卸販売】売上拡大の取り組み



主要取引先との連携商品の強化

- 主要商品であるのぼり旗のみならず、当社の幅広い商品ラインナップを積極的に提案。のぼり旗の仕様追加、幕の対応生地追加、タペストリー、パネルなど卸販売先との連携商品の幅を拡大していく



インサイドセールス強化

- テレアポにより商談機会を創出、新規取引先の獲得を目指す
- 営業人員の増員により対応速度や対応品質が向上、既存顧客からのリピート注文の獲得や新たな大口注文の受注を狙う

4 将来への投資（一部計画見直し）

<工場増設後完成予想図>

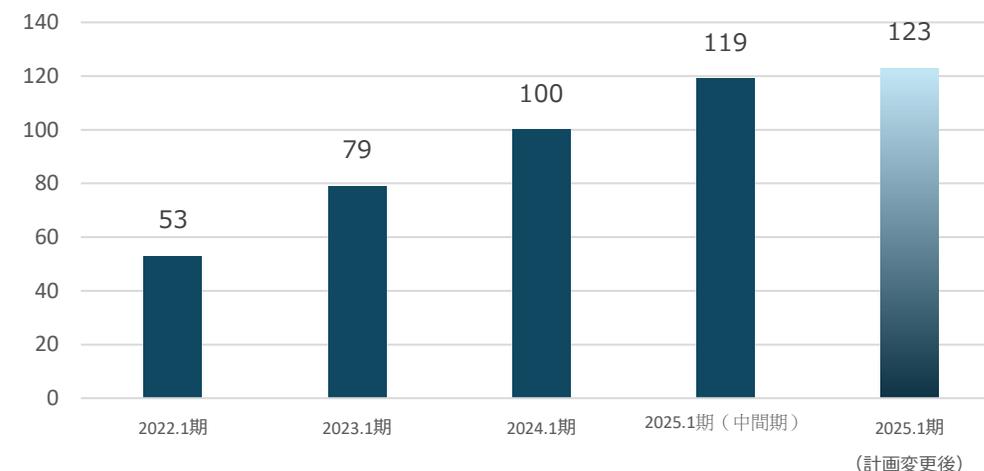


工場増設による 生産量大幅増と効率化

- 総工費約6億円規模の工場増設をしており、今秋竣工予定
 - 生産能力は約3倍となる見込み
 - 現在2か所に分かれている工場を統合し、工場経営の効率化を図る
- ⇒（変更）大型幕の売上好調を背景に、幕専用工場を残し生産能力拡大と効率化のバランスを図る

正社員数 推移

(単位：人)



採用は順調だが、 下期人員計画は見直し

- 新卒採用及び中途採用の両面から積極的に採用活動を実施
- 岡山県内では新卒就職先の人気上位
- 管理職の育成が課題であるが、中途（キャリア）採用での補充も
- システム開発による製造工程自動化を見据えて、採用計画は見直し

業績予想

上期の減益を考慮し、下期は当初計画通りとして、通期業績予想を修正
 将来の会社成長のために、今期は緩めることなく投資を進める

(単位：百万円)

	2024年1月期 実績	2025年1月期 計画	前期比 増減率	前期比 増減額	概要
売上高	3,112	3,554	14.2%	+442	▶ 上期施策を継続し、EC売上・卸販売ともに順調な伸長を見込む
売上総利益	1,207	1,392	15.3%	+184	▶ 円取引開始で為替影響を受けにくくなる ▶ 防災加工内製化開始が11月に遅延 ▶ システム開発は継続 ▶ 主力商品の販売単価見直し ▶ 人員計画・工場移設計画の見直し
販管費	1,014	1,211	19.4%	+197	▶ 上場関連費用（販管費）計上の影響 ▶ 人員計画見直し
営業利益	192	180	▲6.2%	▲12	
経常利益	221	165	▲25.1%	▲55	▶ 上場関連費用（営業外費用）計上の影響 ▶ 前期、為替差益計上が19百万円
当期純利益	153	114	▲25.2%	▲38	

損益計算書の概要

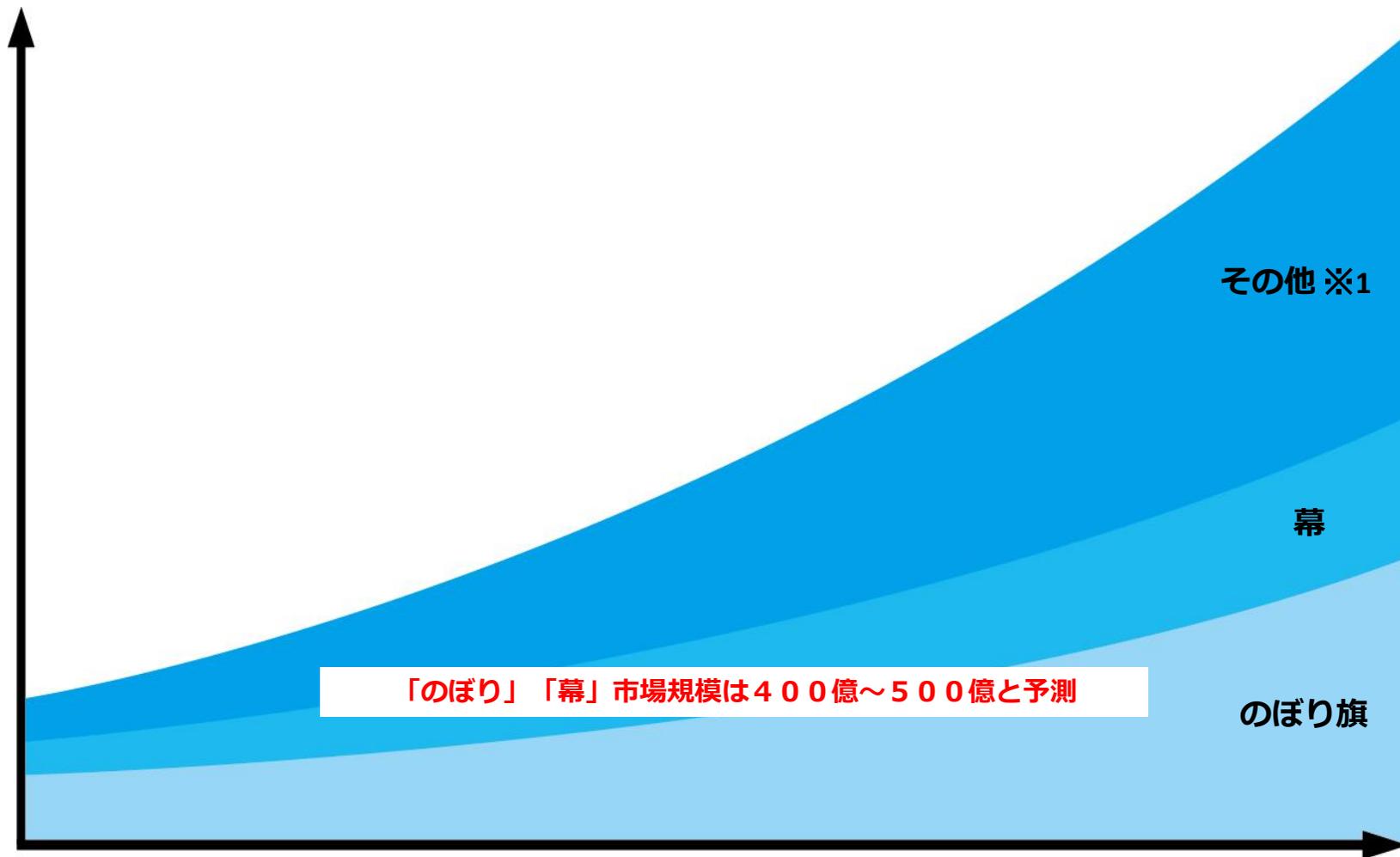
下期営業利益確保

	概要	下期の対策や計画の概要	当初計画との差 (百万円)
①	円安や原材料価格の高騰	<ul style="list-style-type: none"> ■ 海外からの原材料生地仕入をドル取引から円取引に変更し（既に完了）、為替の影響を受けにくくなる ■ オフシーズンのため、うちわ（夏場の主力商品）の外注費高騰の影響は僅少 	±0
②	新型プリンタ稼働の遅延	<ul style="list-style-type: none"> ■ 購入するプリンタのメーカー変更も視野に入れ、下期中に製造効率向上を実現する計画 ■ 下期設備投資は、当初計画内で実行する 	±0
③	防災加工内製化の遅延	<ul style="list-style-type: none"> ■ 防湿倉庫の整備完了予定が11月のため、8月～10月は防災生地の購入を予定 	14
④	システム開発の前倒し実施	<ul style="list-style-type: none"> ■ 上期に続いて、製造工程自動化に向けてシステム開発を継続 	18
⑤	当初計画外の利益確保	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主力商品の販売単価見直し ■ 人員計画見直し ■ 工場移設計画見直し 	③④を吸収

5 中長期の成長計画

中長期の成長計画

売上高



新規サイトのOPEN、プロダクトラインの拡張、積極的なマーケティング施策により25%程度の成長を目指す。

※1：ノベルティ、パネル、冊子、うちわ、卸販売など

プロダクトラインの拡張、積極的なマーケティング施策により45%程度の成長を目指す。

プロダクトラインの拡張、積極的なマーケティング施策により30%程度の成長を目指す。

「のぼり」「幕」市場規模は400億～500億と予測

6 SDGsへの取り組み

SDGsへの取り組み

取り組み①

製造工程で発生する「ハギレ」をハンディキャップアーティストに提供しエシカル商品に再生し販売。廃材削減とアーティストの収入向上を実現。



受賞歴

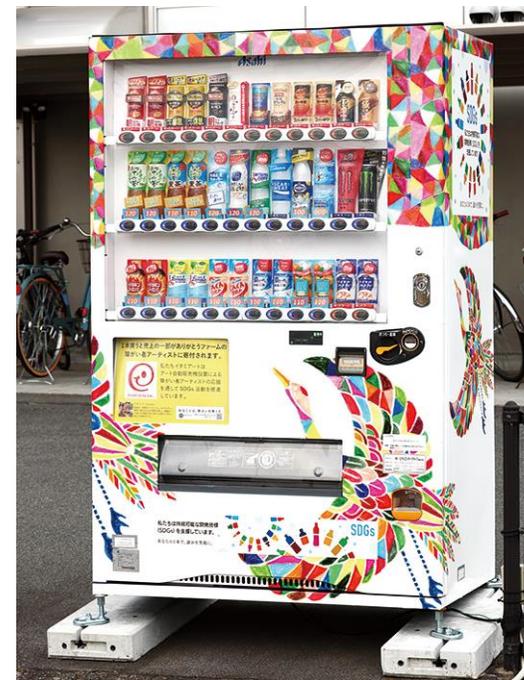
おやましんきんSDGsアワード2020 大賞
 おやまSDGsアワード2020 受賞
 ESD岡山アワード2019 受賞



取り組み②

SDGsの啓蒙を目的として、ハンディキャップアーティストへデザインを依頼し、当社敷地内の自動販売機をラッピング。

販売収益の一部をアーティストに。



SDGsへの取り組み

取り組み③

古くなったのぼり旗を回収しプラスチック原料へ再生



取り組み④

リサイクル素材や塩ビ・プラスチック代替え素材の採用

「エコ素材のぼり旗」



リサイクル繊維を66%以上使用した生地を利用。

「軽量エコパネル（看板の代替え素材）」



軽量エコパネル 施工事例



アルミやプラスチック製看板を厚手シートに代替え。廃棄時には、FRP燃料として再利用が可能。

免 責 事 項

- 本資料は、株式会社イタミアートに関する情報提供を目的とし、投資家の皆様にご理解いただくために作成したものであり、当社が発行する有価証券に対する投資を勧誘することを目的としたものではありません。
- 本資料を作成するにあたっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、内容の正確性、完全性を保証するものではありません。
- 本資料中の情報によって生じた損害については、当社は一切責任を負いません。
- 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであり、その情報の正確性、完全性を保証し、また確約するものではありません。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは異なる結果となることがあり、また予告なしに変更されることがある点を認識された上でご利用ください。

IRに関する
お問い合わせ先

株式会社イタミアート 管理本部：一ノ瀬
TEL : 086-805-4150
E-mail : itami.ir@itamiarts.co.jp