



個人投資家向けオンライン会社説明会

インパクトホールディングス株式会社
証券コード:6067



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	1,818百万円 ※2021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、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

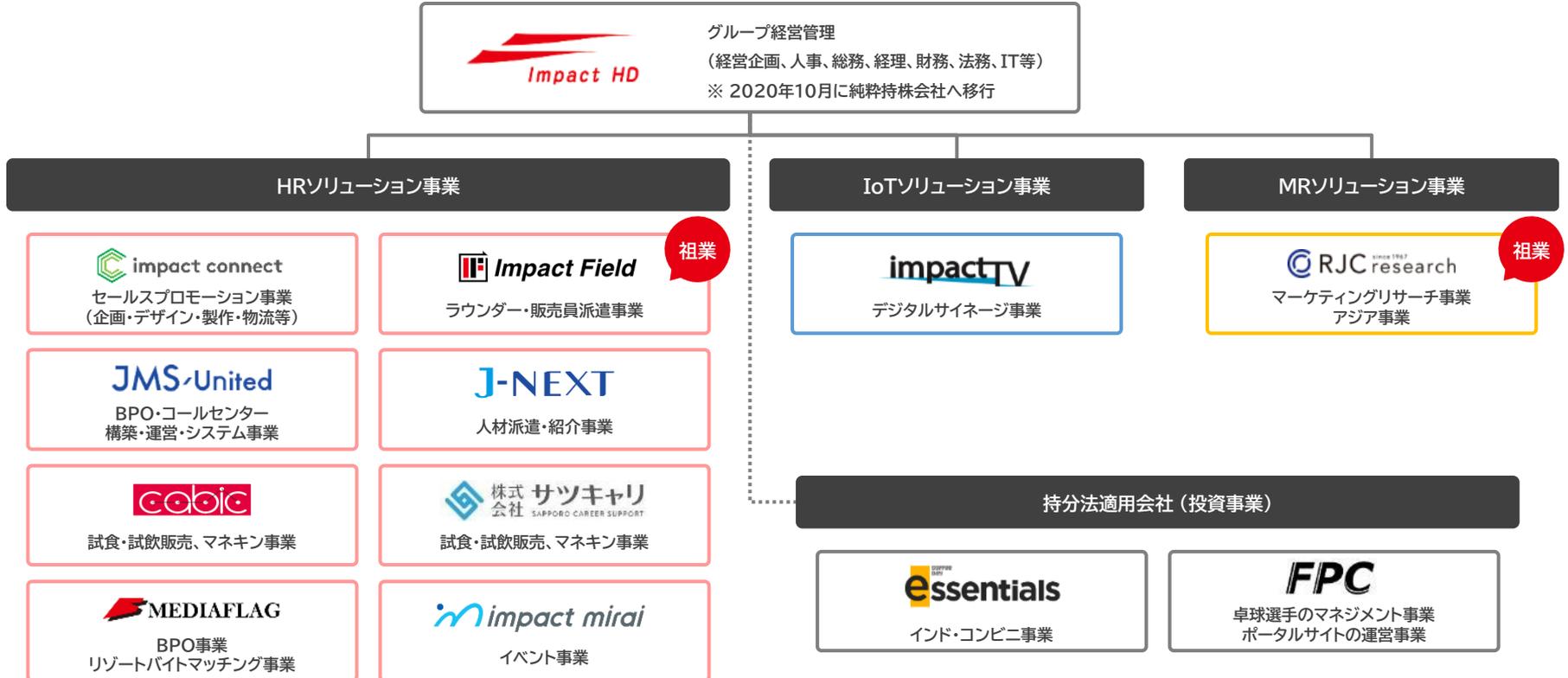
社外取締役 砂金 智之

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



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
 インド・コンビニ事業に関する投資簿価(関係会社株式)は0円になっているため、当面の間PL/BSへの影響はない

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㈱様の合併会社)



カイマニュファクチャリングインディア様
 (貝印㈱様)

1

2021年12月期は、連結売上高・営業利益とも過去最高を更新

- AIを搭載した店舗DBの本格投入によりサービスの付加価値が高まり、案件受注率・収益率が上昇
- 需要が高い事業へ経営資源(人材・モノ・資金)を集中させたことで、グループ全体での販管費圧縮やコロナ禍での事業成長を促進

2

経営のセンターピンである「店舗DB」を源泉に更なる収益向上を目指す

- 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
- 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、2年目となる2022年12月期は250社、500データの提供を目指す

3

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

- 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

4

「中期経営計画2022-2026」を策定、2026年12月期に連結売上高300億円、営業利益60億円

- M&A及びインド・コンビニ事業の業績及び計画は含まない、既存事業のオーガニックな成長を前提とした成長計画

5

データベース連携により「店舗DB」の付加価値が高まるM&Aを積極的に検討

- 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
- 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実施していく予定（今後もワラントによる資金調達は実施しない方針）

試食・試飲販売事業を中心に落ち込んでいる事業は、需要回復まで時間がかかると想定されるため、コロナ禍でも需要が高まっているデジタルサイネージ事業やラウンダー事業等へ経営資源(人材・モノ・資金)を集中

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
HRソリューション事業	ラウンダー事業	1回目の緊急事態宣言時と比較し、影響は限定的
	試食・試飲販売、マネキン事業	新型コロナウイルスの感染拡大防止、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の影響により全面的に中止
	イベント事業	1回目の緊急事態宣言時と比較し、影響は限定的
	人材派遣・紹介事業	業界全体としては影響は大きい、景気に左右されないITエンジニア、医療、介護等は需要が高まっている
	セールスプロモーション事業（企画・デザイン・製作・物流等）	消費活性化に向けてメーカー、流通小売ともに新たな販促を模索している
	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
IoTソリューション事業	デジタルサイネージ事業	試食・試飲販売の代替策としてデジタルサイネージによる販促需要が高まっている
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）	覆面調査業界全体としては需要が3～4割程度減少

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、他社との差別化、企業価値の向上を図る

【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・案件受注率が向上
- 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・幅を拡げることが可能
- 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。

コロナ禍で目まぐるしく変化する需要を捉え力強く伸長、YoYで売上高は+20.3%、営業利益は+62.9%
 営業利益率は12.6%へ上昇、高収益化に向けて順調に収益構造改革が進行中
 当期純利益は1,208百万円と経営体質を大幅に改善、3期ぶりの最終黒字着地

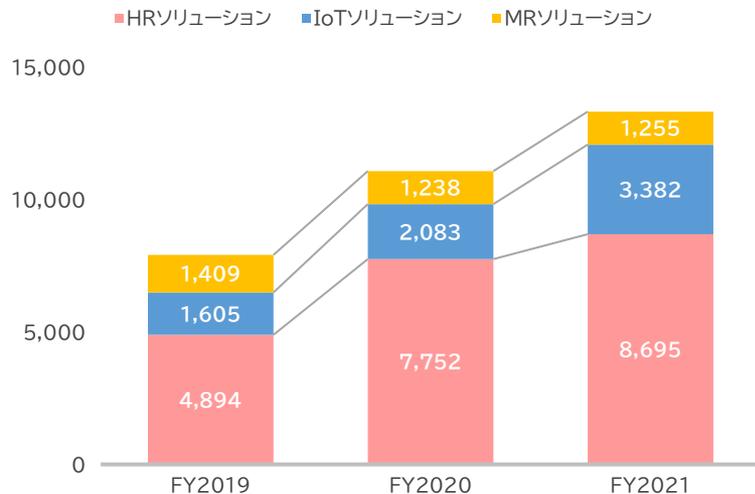
単位:百万円 (構成比)	FY2019	FY2020	FY2021	YoY
売上高	7,909	11,074	13,333	+20.3%
営業利益	514 (6.5%)	1,029 (9.3%)	1,678 (12.6%)	+62.9%
経常利益	-306 (-%)	28 (0.3%)	1,648 (12.4%)	-
当期純利益	-1,581 (-%)	-187 (-%)	1,208 (9.1%)	-

※ FY2019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。
 ※ FY2020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。
 現在、インド・コンビニ事業に関する投資簿価(関係会社株式)は0円になっているため、当面の間PL/BSへの影響はありません。

コロナ禍で影響を受けながらも、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の増収増益が大きく寄与

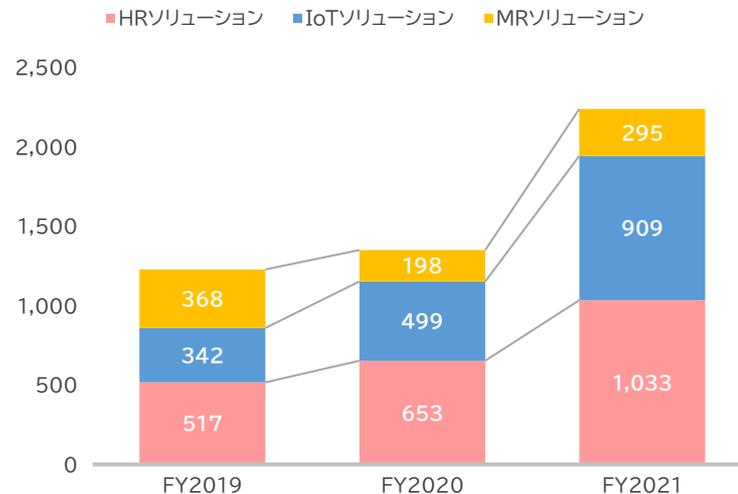
【売上高】

単位:百万円



【営業利益】

単位:百万円

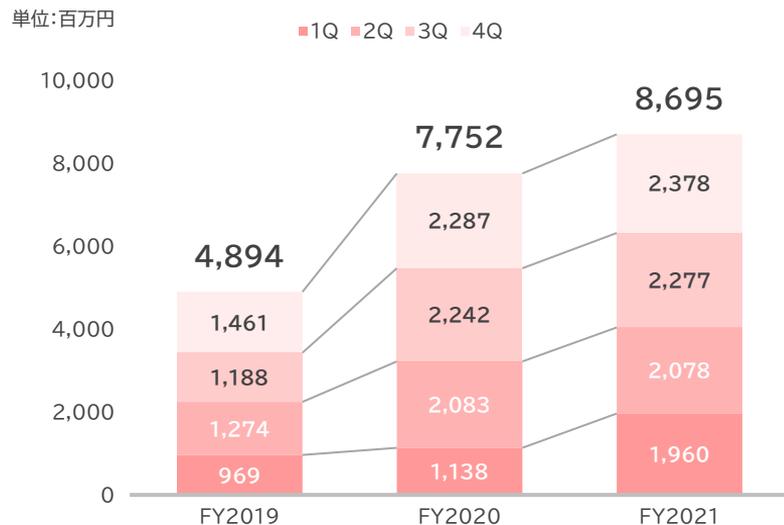


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

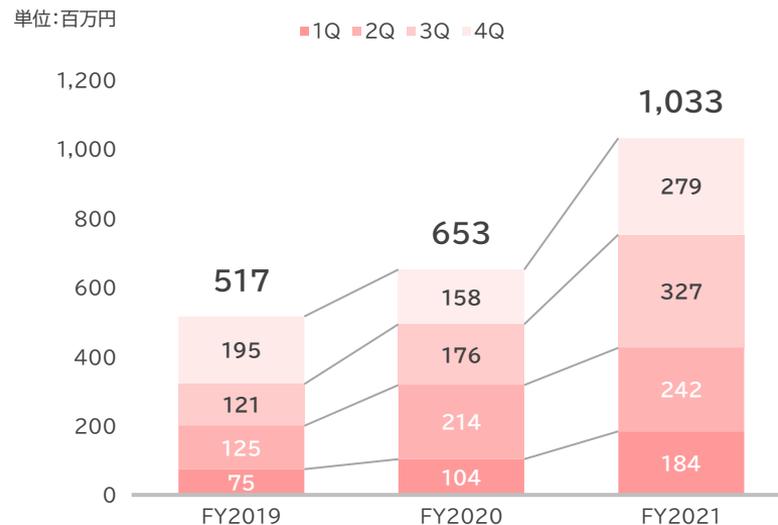
※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

ラウンダー事業は、店舗DBの本格投入によりサービスの付加価値が向上し、利益率が上昇
 試食・試飲販売派遣(マネキン)事業は、前期から取り組んでいた事業体制整備と最適化が功を奏し、通期で黒字着地

【売上高】 YoY 12.1%増



【営業利益】 YoY 58.0%増

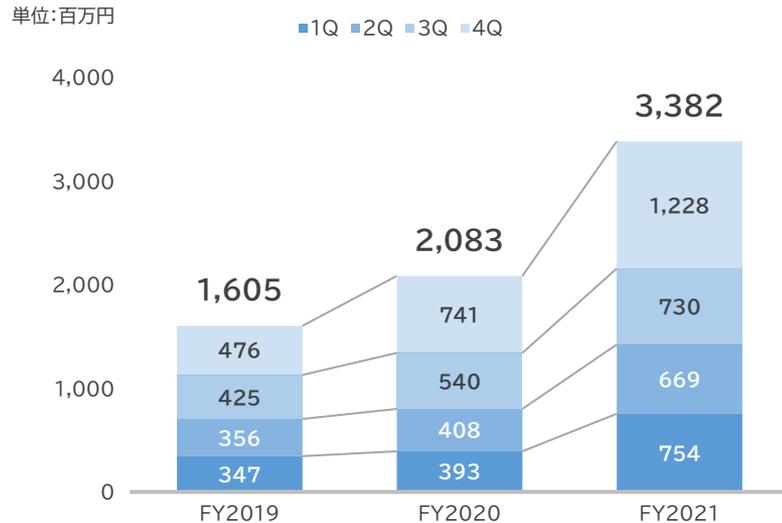


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

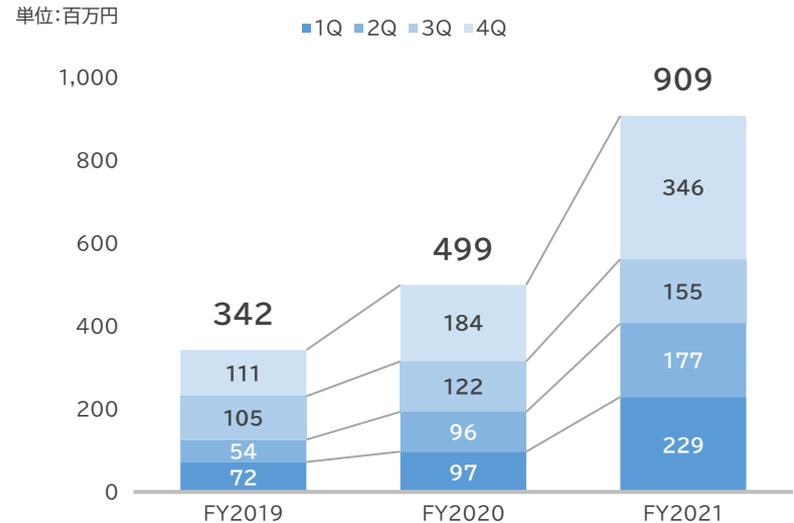
※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

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等、非販促領域での事業拡大が業績へ大きく貢献
オンラインサイネージ稼働台数が4万台を突破し、ストック収益も堅調に推移

【売上高】 YoY 62.3%増



【営業利益】 YoY 81.9%増



※ 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。

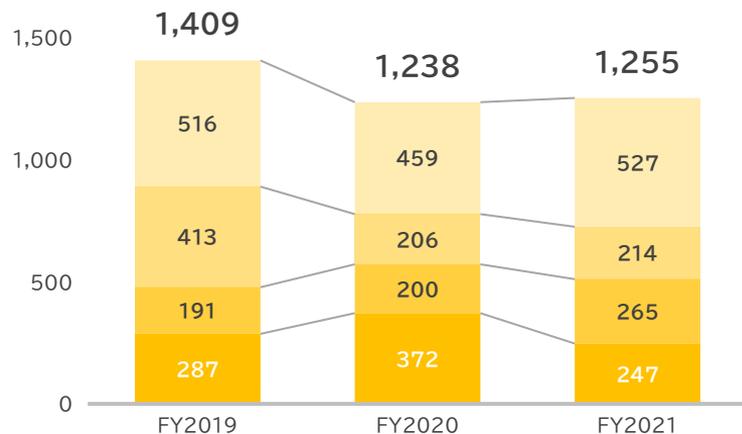
※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

携帯ショップやカーディーラーを中心としたコンプライアンス調査や内部監査代行等、高収益案件の拡大により増収増益で着地
 コロナの影響を一定程度受ける覆面調査をホームユーステスト、世論調査、買いタメ等の新規案件でリカバー

【売上高】 YoY 1.3%増

単位:百万円

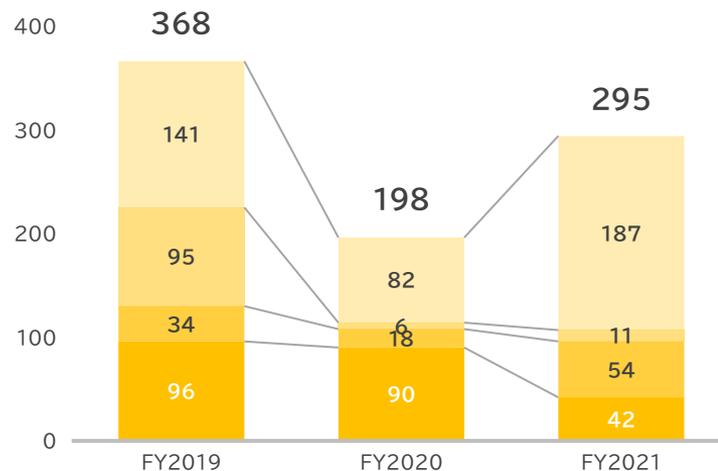
■1Q ■2Q ■3Q ■4Q



【営業利益】 YoY 48.5%増

単位:百万円

■1Q ■2Q ■3Q ■4Q

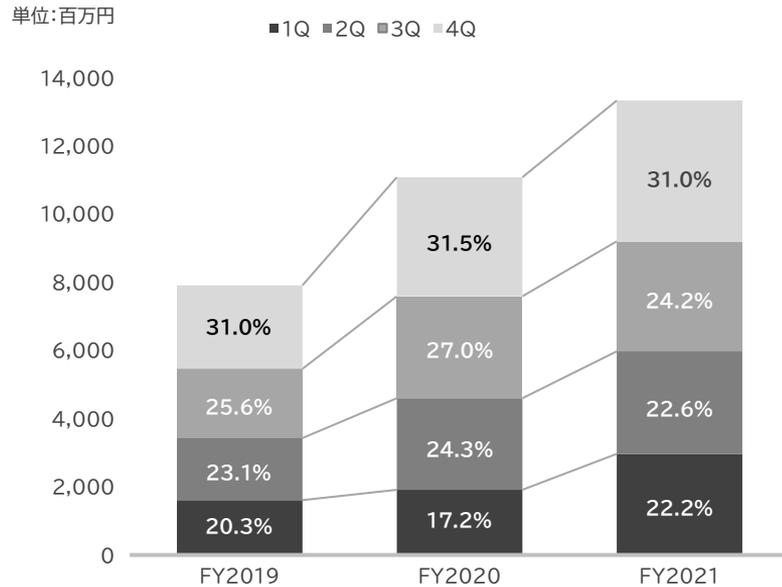


※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

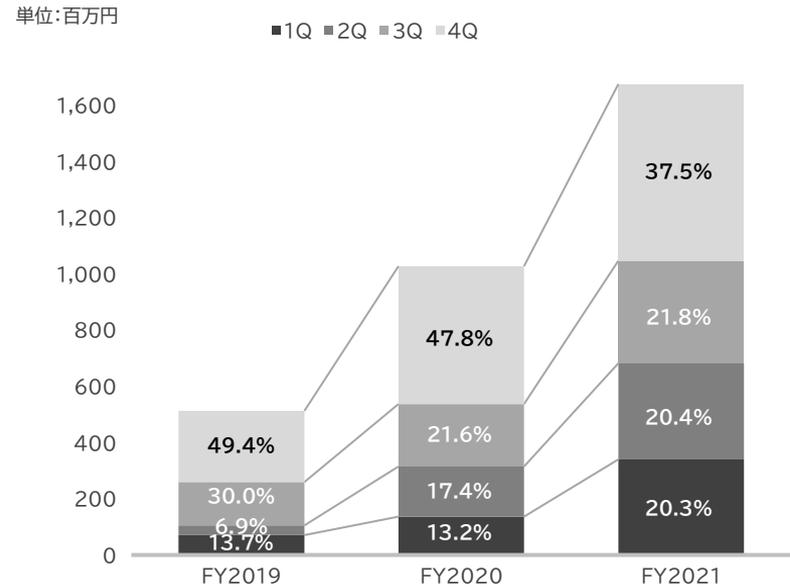
※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。

店舗DBの本格投入による提案力向上や、コロナ禍で需要が高い事業に経営資源(人材・モノ・資金)を集中させたことが功を奏し、収益率が上昇

【売上高】



【営業利益】



純資産は2,681百万円から4,071百万円に増加、自己資本比率は31.1%から45.6%へ改善

単位:百万円	FY2020	FY2021	増減
流動資産	7,266	7,531	265
固定資産	1,329	1,371	42
資産合計	8,595	8,902	307
流動負債	3,084	2,354	△ 730
固定負債	2,829	2,477	△ 352
負債合計	5,913	4,831	△ 1,082
純資産合計	2,681	4,071	1,390
資本金	1,727	1,818	91
自己資本比率	31.1%	45.6%	14.5%

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
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

単位:百万円 (構成比)	FY2021 通期実績	FY2022 通期業績予想	YoY
売上高	13,333	16,000	+20.0%
営業利益	1,678 (12.6%)	2,200 (13.8%)	+31.1%
経常利益	1,648 (12.4%)	2,000 (12.5%)	+21.3%
当期純利益	1,208 (9.1%)	1,400 (8.8%)	+15.8%

2022年12月期のセグメント別の事業方針は下記の通りです。

HRソリューション事業

- 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
- 昨年に引き続き、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ソリューション事業

- 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

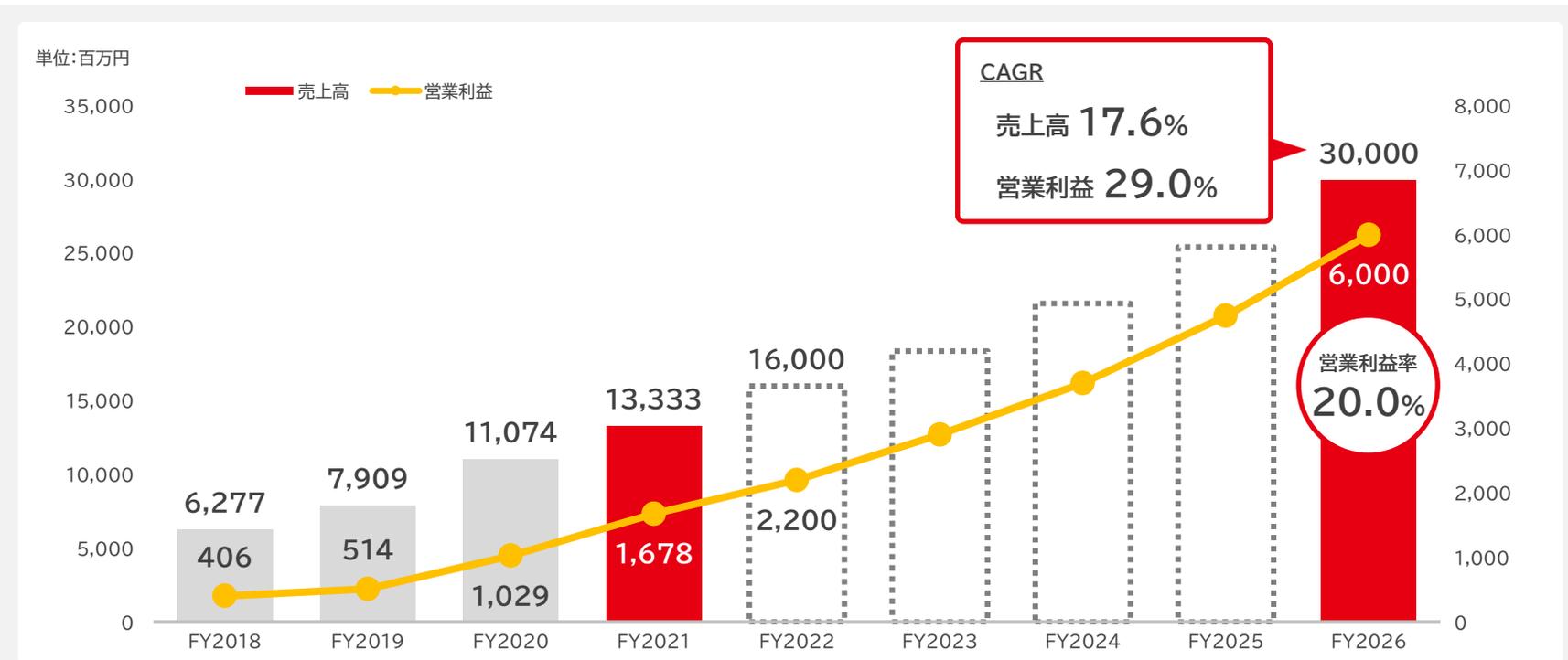
MRソリューション事業

- 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、トライアール獲得、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。

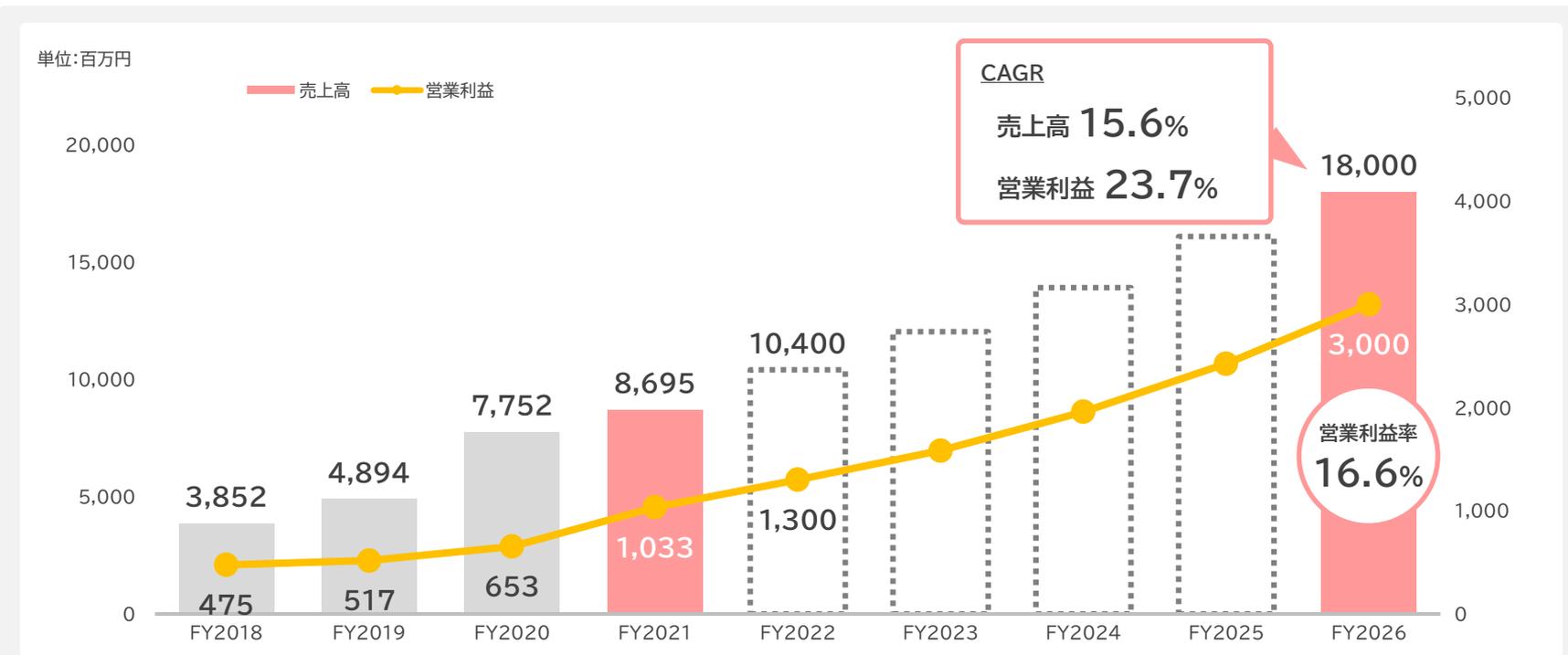
※ ODMとは、Original Design Manufacturingの略語で、委託者のブランドで製品を設計・製造することを指します。

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



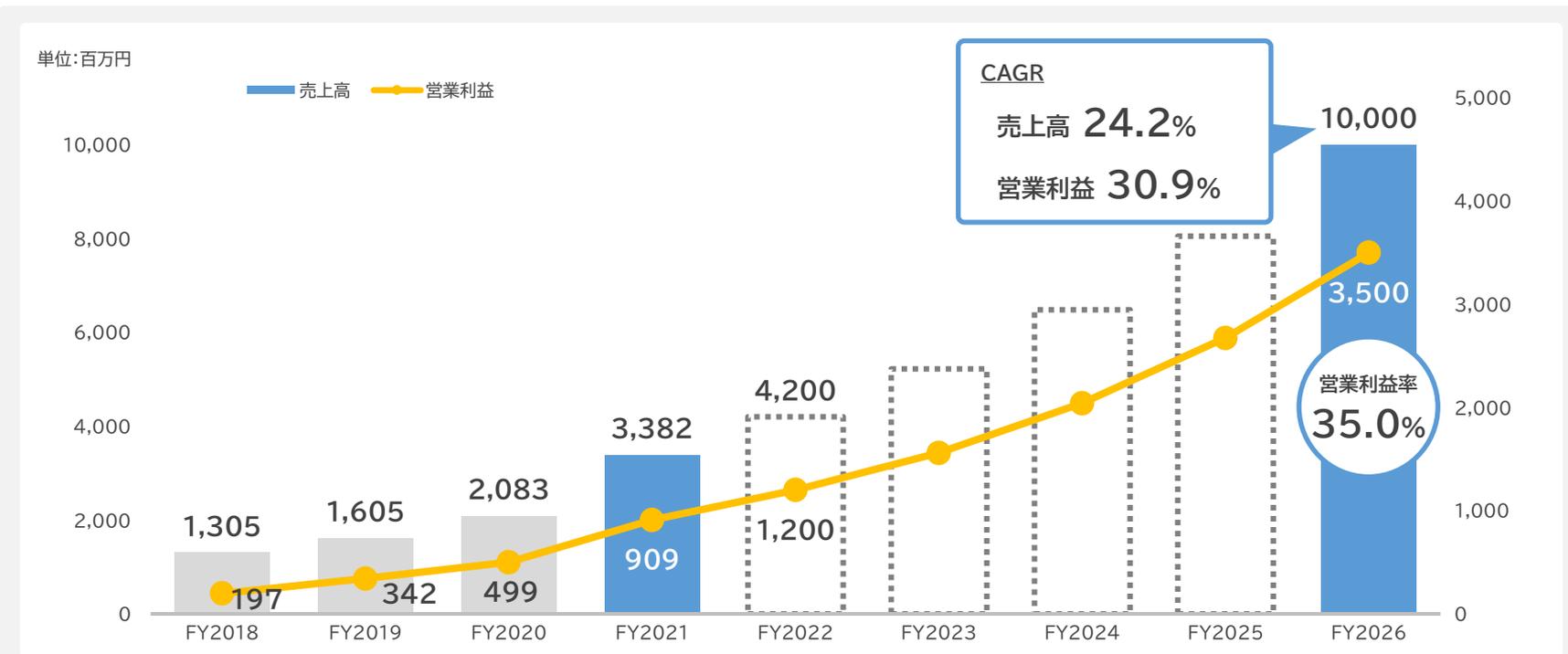
※ 全社費用等の調整額については、FY2026では1,000百万円を想定しております。(参考：FY2020が322百万円、FY2021が560百万円)
 ※ 「中期経営計画2019-2023」で掲げていた業績目標値は、連結売上高180億円、営業利益20億円。

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



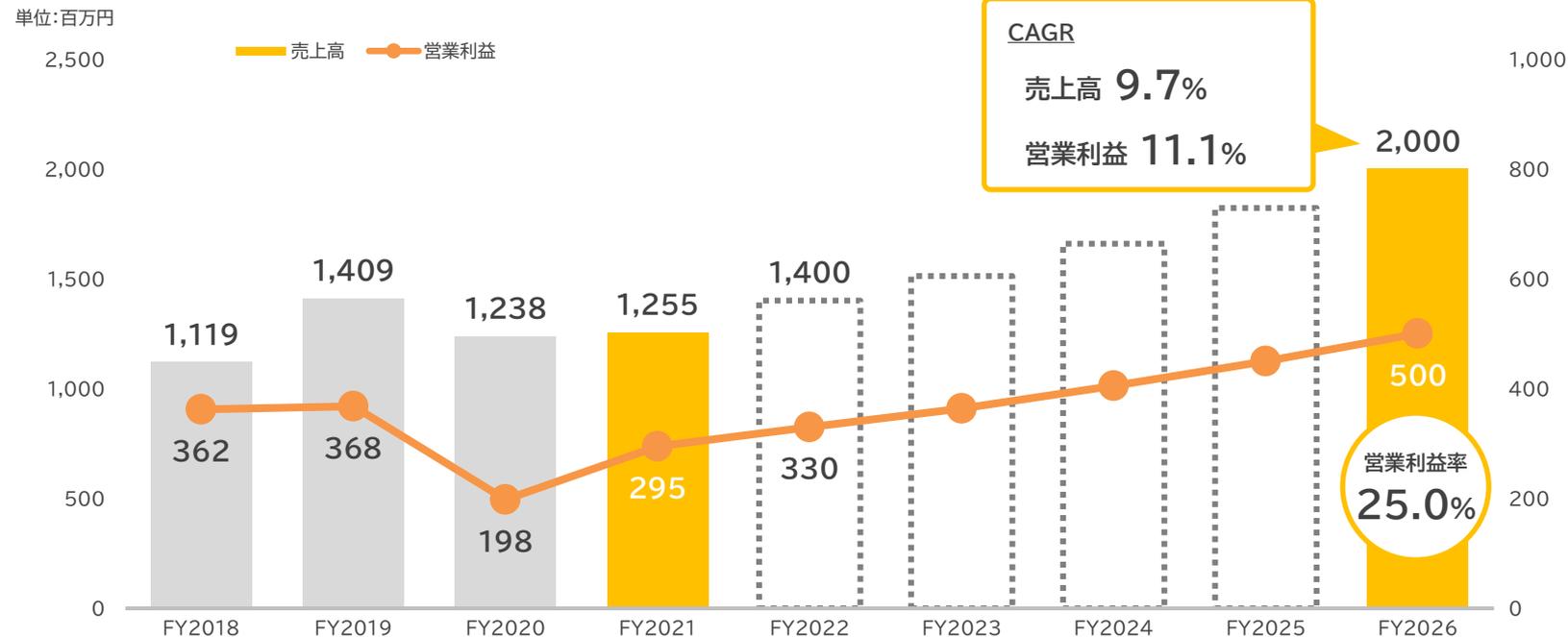
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。
 ※ 営業利益については、各報告セグメントに配賦していない全社費用等、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費の数値は含まれておりません。
 ※ 「中期経営計画2019-2023」で掲げていた業績目標値は、売上高80億円、営業利益4億円(全社費用等の数値が含まれております)。

高付加価値サイネージ拡大による単価アップ、オンラインサイネ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)。

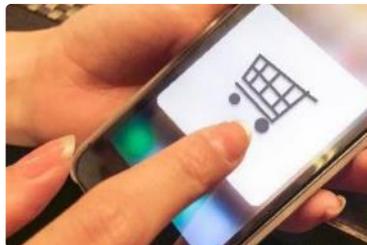
どのような販促プロモーションを行うのかと同様に、どこで販促プロモーションを行うのかが重要な販促施策を、必要なタイミングで、必要な店舗・売場へ、必要な量だけ届くような販促プロモーションの全体最適が必要不可欠より効率的かつ効果的な販促プロモーションが求められている

コロナ禍で客層・客質・客数が変化



- コロナ禍で店舗の様相が大きく変化
- 客層・客質・客数の変化
- インパウンド需要の変化
- 2年前のデータは当てにならない

EC台頭、店舗のショールーム化



- 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



- 流通小売の改廃が世界一多い
- 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の使用
- ツールの約40%が使われずに廃棄（未使用）
- 大量に廃棄される紙のツール類（使い捨て）
- 様々なツールがバラバラに納品（埋没・紛失）

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



売場・販促活動に関する
定量・定性データ

- 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
- 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

累計 **860** 万件



オープンデータ

- 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



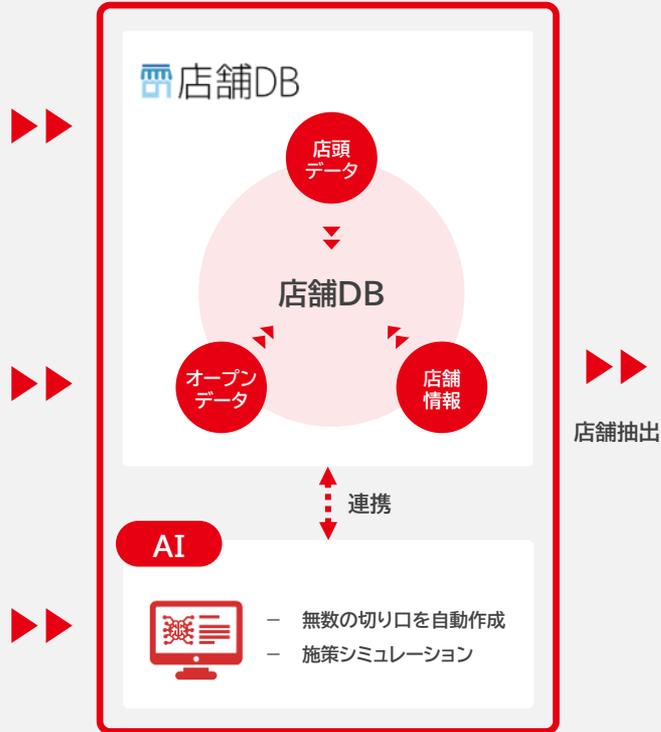

政府統計の総合窓口



店舗情報

- 企業サイトを定期的にクロール
- 出店・閉店情報を随時更新

1,800チェーン **40** 万店舗



The final box shows the results of the store selection process, categorized into five types of stores:

- 新規販促店 (New promotional store)
- 販促強化店 (Promotional reinforcement store)
- 販売強化店 (Sales reinforcement store)
- 販促除外店 (Promotional exclusion store)

店舗DBを基軸に「販促の効率化」「ムダの削減」を行い、メーカーや流通小売が抱える販促プロモーションの課題を解決し、消費者に支持される売場作りを実現

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)

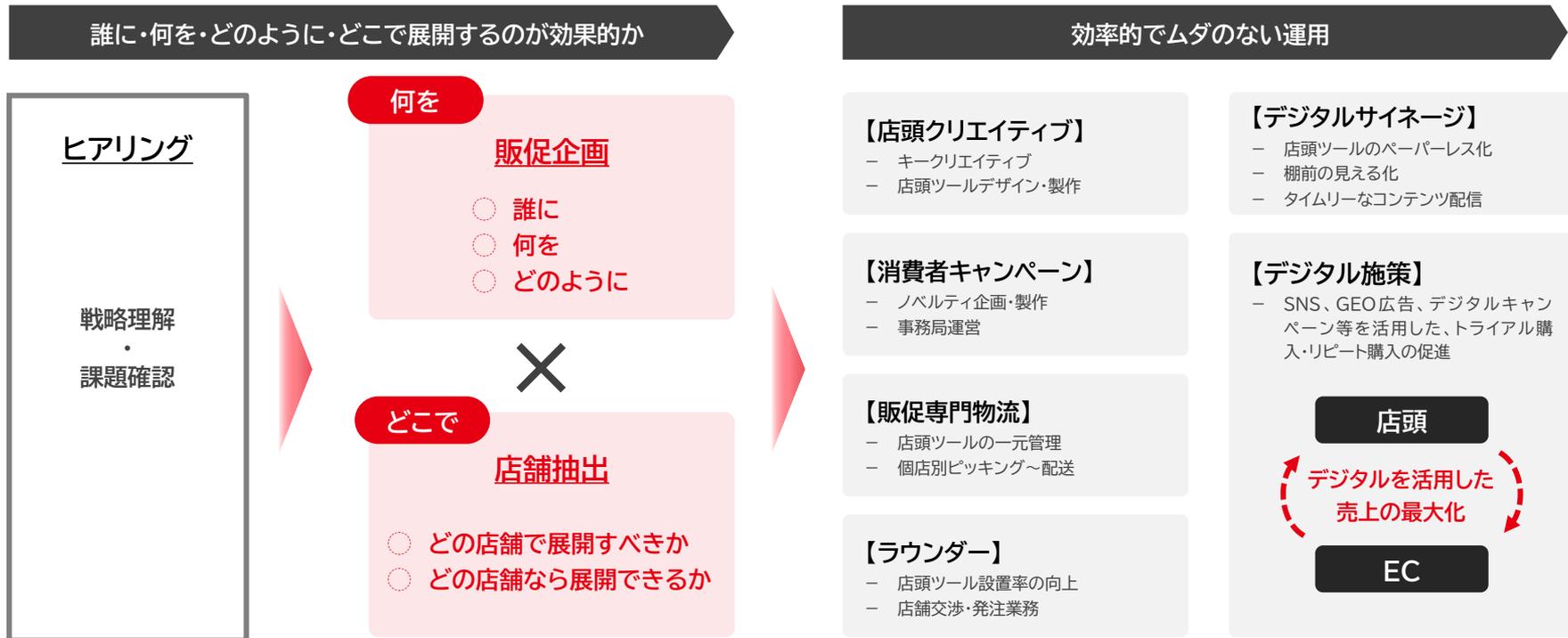
— ラウンダー

(廃棄ロス削減、設置率向上)

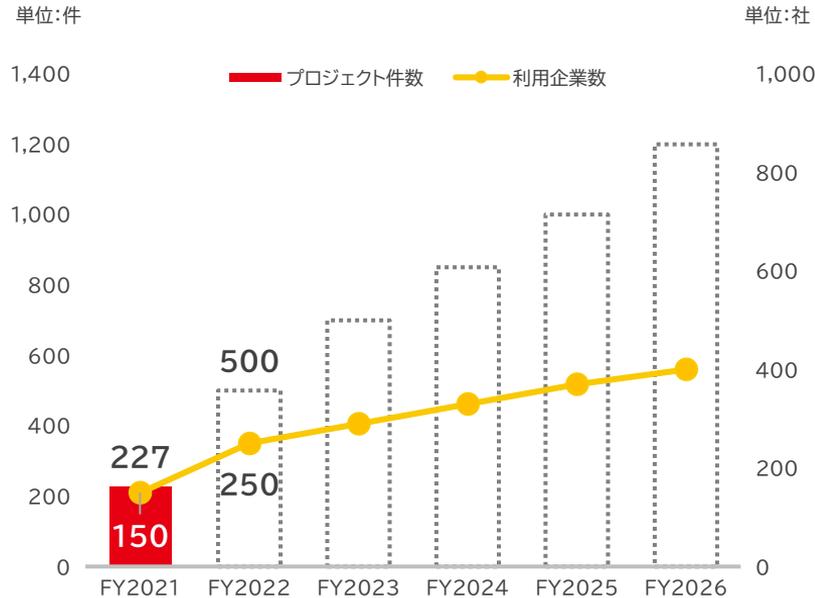
=

SDGs販促

SDGs販促を推進する「**ℓ**impact connect」が当社グループのソリューションを統括するプランニング部門として販促戦略・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展開店舗の抽出、運用までをトータルサポート



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
 将来的には月額利用料を設定し、ストック収益モデルへの移行も視野に入れている



※ 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
 - 営業スタイルとしては、見積提出時にサンプルデータも合わせて提出
 正式発注後に、抽出した残りの店舗リストデータを提出
- ※ 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



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

日経メーカー様



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

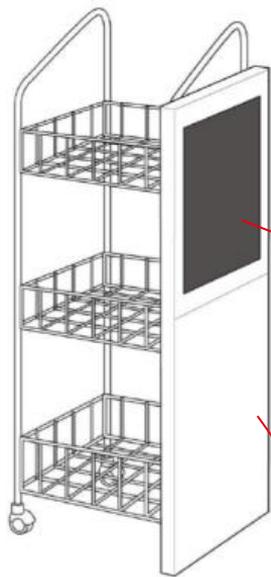
倉庫で眠っているラックをリノベーションし、サイネージ付プロモーション什器として再利用
ラックの廃棄ロス・保管費削減に加え、コストをかけずに必要最低の資材でリノベーションを実施
また、店舗DBで抽出した販促効果が高いと見込める店舗へ設置することで“販促の効率化”と“ムダの削減”を追求

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

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



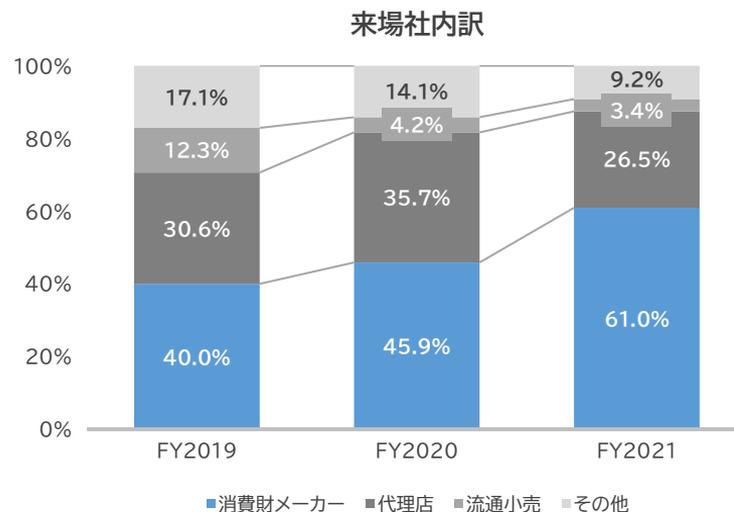
- 告知物、店頭装飾ツール製作、物流等一括対応
- キャンペーン期間中に覆面調査を実施
- お客様の声を収集
- 企画や店舗オペレーション等の改善へ繋げる

渋谷本社オフィス及び大阪オフィスにて「iTV Private Show 2021」を開催
メーカーを中心に約2ヶ月間でのべ415社、793名が来場



展示カテゴリの主な内容

- 店舗DB (AI分析による販促効果の高い店舗・ツール分析デモ)
- 販促DX (デジタル化による資材の使い捨て削減とプロモーション効果を両立させるツール)
- 業務用ICT及びIoT製品 (持続可能でより良い社会の実現につながる機材・ソリューション)



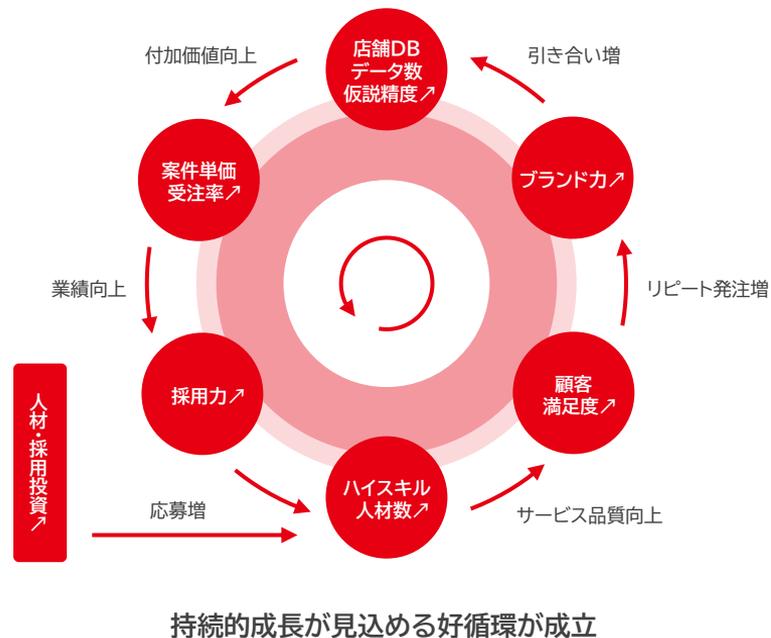
課題に並走する販促プロモーションパートナーとしての地位を確立すべく、競争力の源泉である人材・採用へ積極投資
販促領域における総合力を高め、大手広告代理店に肩を並べるポジションを目指す

1 人材投資

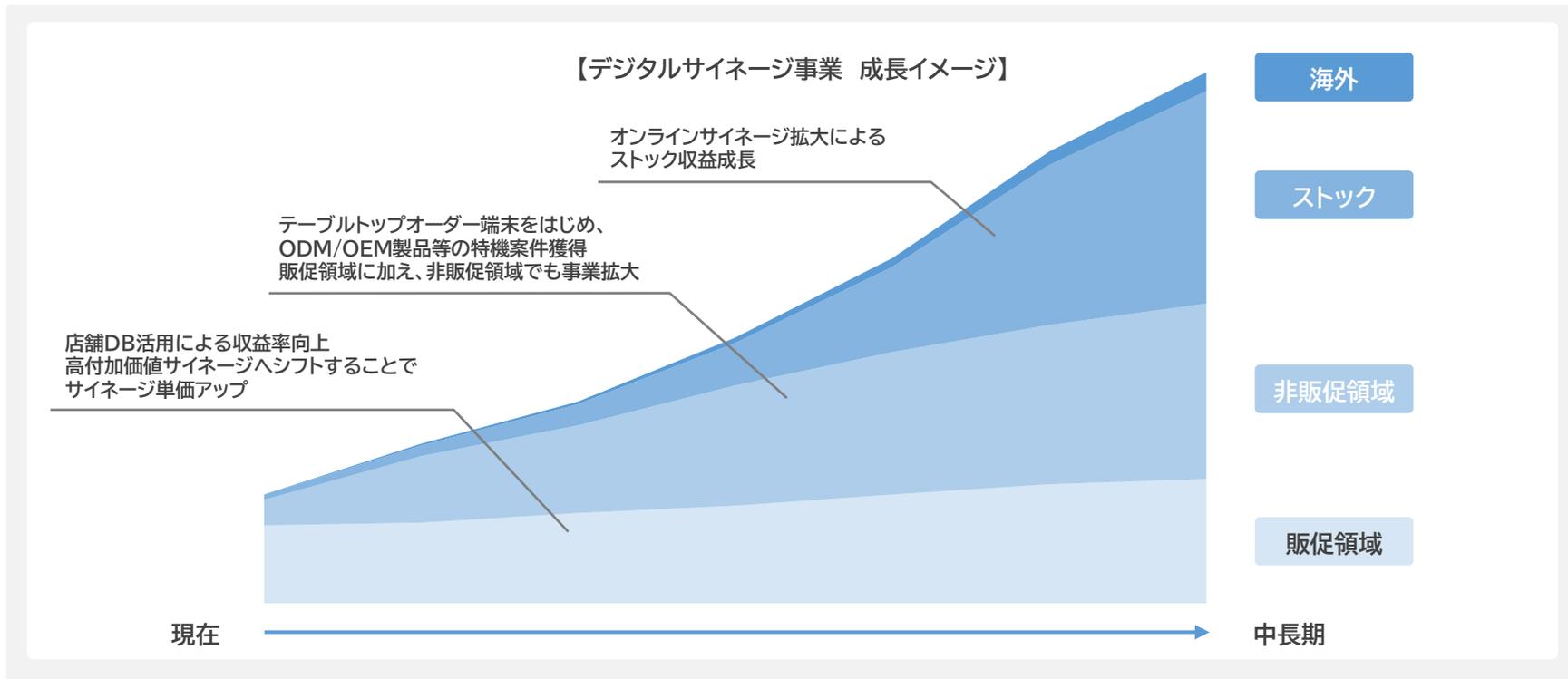
- 中核会社として位置づけている「㈱impact connect」で、リアル・デジタルプロモーションができる人材を積極的に採用
- 新卒・若手人材の採用も行い、積極的に成長機会を提供
- グループ会社間の出向・転籍による配置転換で組織を活性化

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
- 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

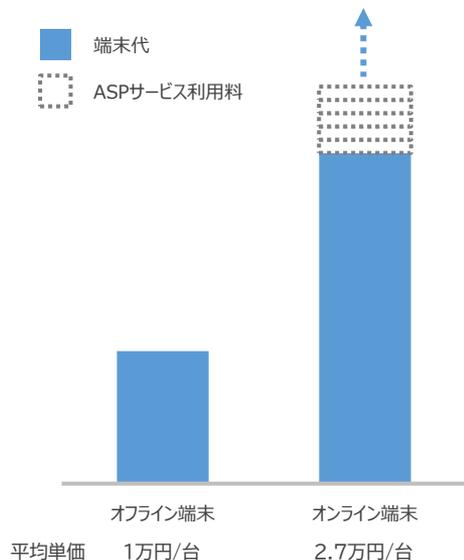


サイネージのオンライン化(IoT化)により、棚前の見える化やタイムリーなコンテンツ配信できめ細やかな販促を実現
 オンラインサイネージ(高付加価値サイネージ)へシフトすることで、サイネージ単価アップ及び継続的なストック収益の成長が見込める
 また、販促領域で培った技術や海外生産のノウハウを応用し、非販促領域でのDX需要を取り込むことで更なる事業拡大を目論む

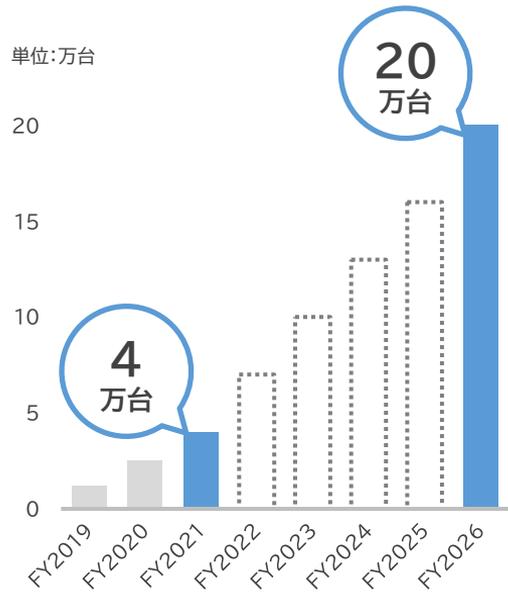


2021年12月末時点でオンラインサイネージの稼働台数が4万台まで伸長
2026年にはオンラインサイネージ稼働台数を20万台へ拡大する計画

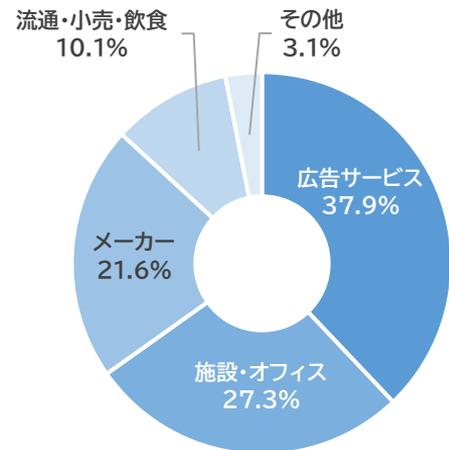
【オンラインサイネージ収益モデル】



【オンラインサイネージ稼働台数】



【導入企業 業種内訳】



※ 2021年12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(TTO)

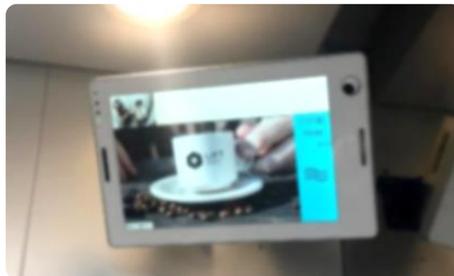
大手飲食チェーン様



- 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
- 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、6,800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

トイレ向け密回避IoTサイネージ

AI、IoTソリューションベンダー様



- トイレの入退室をドアセンサーで検知し、滞在時間や利用頻度を管理
- 一定時間以上のトイレ滞在の場合は、利用客の安全確認が可能に
- トイレ利用時間や頻度等のデータ取得により、より効率的な清掃や備品管理等のオペレーション構築
- 個室内のサイネージに動画広告の配信も可能

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策定中

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・設計を策定中

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。

- － 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。

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/>