

インパクトホールディングス株式会社

東証グロース 証券コード:6067

2022/8/31

GCC経営™分析による2.4倍のアップサイドの可能性

経営陣に緊急ヒアリング実施。第二四半期決算後の暴落の要因はあくまで一時的。インド・コンビニ事業のリスクはゼロ。

2022年6月2日発行GCC経営™分析レポートの更新

本レポートは、2022年6月2日発行前回レポートの一部をアップデートしたものである。

https://j-phoenix.com/wp-content/uploads/2022/06/6067_ImpactHD_AnalystReport_JPR_20220602.pdf

店舗現場データ&AIでの販促提案「店舗DB」に強み

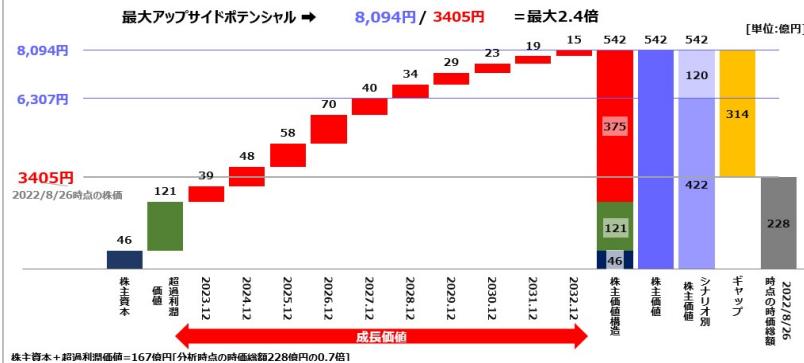
福井社長は銀行、セブン-イレブンを経て2004年に当社の前身となる株式会社メディアアラウンドを創業した。店舗の現場を観察する覆面調査事業、メーカーの売上アップの販促企画を支援するラウンダー事業などで高成長を実現し、2012年にはマザーズに上場した。2019年にはインド・コンビニ事業に進出したが、事業化が困難で投資は減損し、株価は大きく低迷した。その後同じく2019年には、創業当初からPOSデータと組み合わせることで、精度の高い販促策の仮説構築につながるために蓄積した店舗現場データをAI解析して販促策を提案する「店舗DB」を軸にした事業展開を開始した。

今回のアップデート：投資家が不安視する要因にQ&Aで回答

今回のフォローアップレポートでは、以前から株価押し下げの要因となっているインド事業の解説に加え、直近の第2四半期の開示内容を踏まえ投資家が不安視しているであろう要因についてインパクトHDの経営陣に質問し、その結果について加えた。更に、インパクトHDの成長のコアである店舗DBの取り組みと一つとして、SDGs販促に関わるニュースも加えた。なお、インベストメントサマリーは分かりやすさを求めて全面的に改編した。

成長シナリオの実現により、最大アップサイドポテンシャル2.4倍

IT企業でデータベースを活用しSDGs等への貢献があり、高成長で高い投下資本利益率を達成している企業の多くは10年後に創出されるキャッシュフローを織り込んだ株価形成がなされる場合がある。そのような視点で株主価値を試算した結果、現状の時価総額の2.5倍の500億円超と推計された。高成長・高収益、SDGs貢献型IT企業だと認知されることで、今後1年で大幅株価アップサイドが実現される可能性は十分であろう。



ベーシックレポート

編集・執筆 ジェイ・フェニックス・リサーチ

宮下修・柏尾陽介

<https://www.j-phoenix.com/>

会社概要

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
代表者	福井 康夫
設立年月	2004/2/19
資本金	1818百万円
上場日	2012/9/28
URL	https://impact-h.co.jp
業種	サービス業

主要指標 2022/8/26現在

株価	3,405円
52週高値	4,705円
52週安値	2,287円
発行済株式数	6,703,994株
売買単位	100株
時価総額	20,468百万円
会社予想配当	20円
予想当期利益ベースEPS	210.96円
予想PER	14.39倍
実績BPS (2022年3月末)	666.26円
実績PBR	4.59倍

業績動向	売上高 (百万円)	前期比 %	営業利益 (百万円)	前期比 %	経常利益 (百万円)	前期比 %	純利益 (百万円)	前期比 %	EPS (円)	株価	
										高値(円)	安値(円)
2018年12月期通期実績	6,277	3.8%	406	46.6%	405	59.2%	330	△32.2	66.85	2,250	665
2019年12月期通期実績	7,909	26.0%	514	26.6%	△306	-	△1,581	-	△288.62	6,220	1,242
2020年12月期通期実績	11,074	40.0%	1,029	100.2%	28	-	△187	-	△30.08	4,035	928
2021年12月期通期実績	13,333	20.3%	1,678	62.9%	1,648	58.9%	1,208	-	184.91	4,705	1,961
2022年12月期2Q実績累計	6,963	16.5%	865	26.8%	859	27.8%	573	29.9%	86.88	3,770	2,287
2022年12月期会社計画	16,000	20.0%	2,200	31.1%	2,000	21.3%	1,400	0.158	210.96	-	-

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧説を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

目次

1.インベストメントサマリー	3P
Topics : 前回レポート発行からの新規トピックス	11P
2.会社概要	12P
3.未来ストーリー	17P
4.投下資本利益率の動向	32P
5.事業セグメント	33P
6.2022年12月期第2四半期レビュー	43P
7.市場環境	45P
8.参考資料-比較会社の財務予測	50P
参考	52P

1.インベストメントサマリー

株主価値 分析

時価総額の最大アップサイドは2.4倍

超過利潤法による試算

10年成長シナリオを最大限反映した株主価値544億円

株主価値をGCC経営™のフレームワークにより「超過利潤法（「2.参考資料」参照）」で試算した。試算結果を可視化したものが以下の図表である。前提の条件については次ページ以降で解説する。6ページで詳細を説明するが、マーケティング関連でデータベースを活用し高成長を実現している企業は、10年後の成長まで織り込まれているケースが多い。しかし、当社においてはその成長価値はほとんど織り込まれていない。

株主価値の分析

時価総額

228億円

バリューギャップ

→ 時価総額の最大アップサイド = **2.4倍**

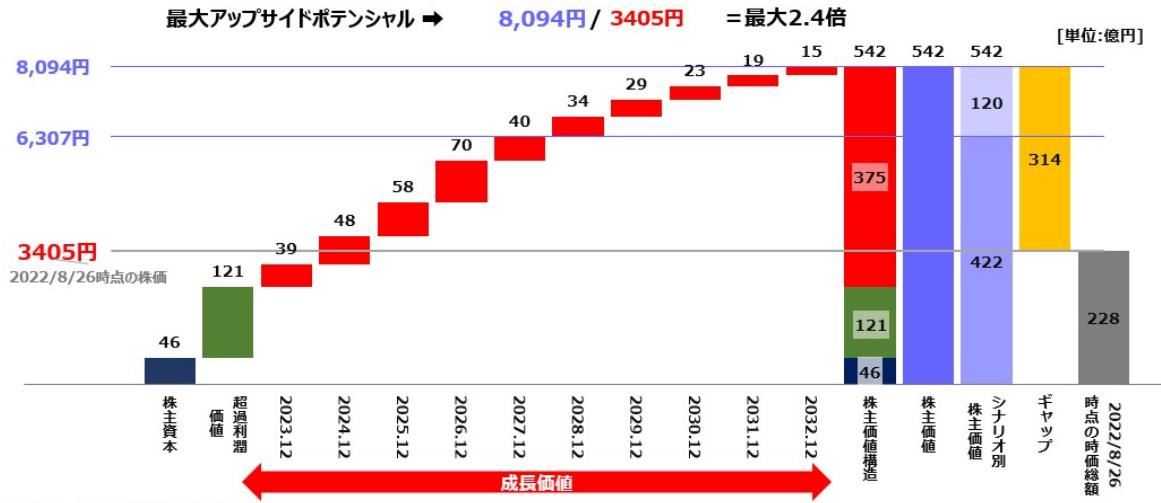
10年成長シナリオを最大限反映した株主価値

株主資本44億円+超過利潤価値119億円+成長価値382億円= **544** 億円

株主資本	超過利潤価値	成長価値
44億円	119億円	382億円

[出所]JPR作成 補注：四捨五入のため各数値の合計値は一致しない場合がある。

超過利潤法による株主価値構造とバリューギャップ分析



[出所]JPR作成 2022年8月26日時点

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照

【単位】	今期	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後	6年後	7年後	8年後	9年後	10年後	永久価値
	2022.12	2023.12	2024.12	2025.12	2026.12	2027.12	2028.12	2029.12	2030.12	2031.12	2032.12	
売上高	160	187	219	256	300	346	388	426	460	489	513	
営業利益	22.0	28.3	36.3	46.7	60.0	69.2	77.7	85.3	92.0	97.7	102.6	
営業利益率	13.8%	15.1%	16.6%	18.2%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	
売上高成長率	20.0%	17.0%	17.0%	17.0%	17.0%	15.3%	12.3%	9.8%	7.8%	6.3%	5.0%	
NOPATマージン	9.5%	10.4%	11.5%	12.6%	13.8%	13.8%	13.8%	13.8%	13.8%	13.8%	13.8%	
投下資本売上高比率	43.2%	43.2%	43.2%	43.2%	43.2%	43.2%	43.2%	43.2%	43.2%	43.2%	43.2%	
WACC	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	
ROIIC=NOPATマージン+投下資本売上高比率	22.0%	24.2%	26.5%	29.2%	32.0%	32.0%	32.0%	32.0%	32.0%	32.0%	32.0%	
ROIIC/WACC (1円の元手で創出する価値)	¥2.7	¥3.0	¥3.3	¥3.6	¥4.0	¥4.0	¥4.0	¥4.0	¥4.0	¥4.0	¥4.0	
NOPAT	15.21	19.55	25.12	32.28	41.48	47.84	53.70	58.96	63.59	67.57	70.97	
投下資本×WACC	5.54	6.49	7.59	8.88	10.39	11.99	13.45	14.77	15.93	16.93	17.78	
超過利潤	9.67	13.06	17.53	23.40	31.09	35.85	40.25	44.19	47.66	50.64	53.19	
超過利潤 = NOPAT-投下資本×WACC	9.67	13.06	17.53	23.40	31.09	35.85	40.25	44.19	47.66	50.64	53.19	
各年で創造する価値	121	42	56	73	96	59	55	49	43	37	32	
ディスクонтレート	100%	93%	86%	79%	73%	68%	63%	58%	54%	50%	46%	
超過利潤の現在価値	121	39	48	58	70	40	34	29	23	19	15	
投下資本① 元手	69											
超過利潤価値（今期の超過利潤の永久価値）②	121											
成長価値（超過利潤の増加分の現在価値）③	375											
非事業資産価値④	6											
企業価値=①+②+③+④	571											
有利子負債等	-29											
株主価値	542											

[出所]FactSet等よりJPR作成。時価総額は8月26日終値ベース。

定量的な 株主価値 分析の前提

2026年以後は売上
成長20%で仮定

規模拡大
効率性向上で
ROIC改善

WACCは維持

GCC経営™のフレームワークによる前提

Growth:店舗DB販促開始による売上増加は今後もより期待される

インパクトHD開示の2026年12月期目標売上300億円は対前年目標の20%成長であり、以後の年度も更なる成長は期待されるが、保守的に20%で同等の成長を以後の年度もすると仮定した。

Connection:規模拡大と効率性向上によりROIC改善

売上高と同じく、営業利益率も保守的に2026年12月期の数値20%を固定で以後の年度も置いた。投下資本売上高比率については将来的に必要とする大きな投資が想定されないため、現状と同じ規模を固定として43.8%で仮定したが、規模の経済メリットにより減少も想定される。

Confidence:WACCは低位な水準を維持

規模充分に拡大すればWACCの低下はあり得るが、競合のWACC水準等も考慮して保守的に現状維持とした。

GCC経営™分析による10年の未来ストーリーの財務分析のまとめ

Growth	Connection	Confidence
売上高 160億円 → 534億円	ROIC 21.7% → 31.6% NOPAT 9.5% → 13.8% 投下資本売上高比率 43.8%	WACC 8.1%

[出所]JPR作成 * 2023年3月期計画とJPR試算の10年後予想値との比較

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照

未来ストーリーから見た株主価値

『売場を元気に、日本を元気に、そして世界を元気に！』

創業以来の860万調査に基づく店舗観察データベースが強み

店舗現場の「原因」データによるAI解析で精度の高い販促策を提案

当社は、2004年の創業以来蓄積した現場店舗の行動観察データ「店舗データベース（店舗DB）」ベースにAIを活用した販促提案を2019年に開始した。2019年12月期から2021年12月期で売上が1.69倍、営業利益は3.3倍と高成長を遂げている。当社は、2026年12月期に売上高300億円、営業利益60億円を掲げている。この数字を前提に株主価値を試算したところ544億円となった。現状の時価総額200億円の2.5倍というアップサイドがポテンシャルとして存在している。この株主価値を創出する未来ストーリーをまとめたのが以下の表である。なお、当社のような事業で高成長を遂げている企業は10年後のキャッシュフローまで株価に織り込まており、次項において比較類似会社の分析を解説する。

現状の時価総額の2.5倍のアップサイド

■ 経営陣との対話を踏まえた未来ストーリーの循環サイクルと株主価値

Growth → Connection → Confidence

価値観

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

売場を元気に、
日本を元気に、
そして世界を元気に！

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

売上成長

2026年12月期に連結売上高300億円
営業利益60億円
その後も10%程度で安定的に成長

株主価値の推計

533億円

戦略・ビジネスモデル

店舗DBを活用しAI分析、
効率的・効果的な販促を立案

店舗DBの活用とSDGs販促の推進で
取引先の費用削減・利益増大に貢献

店舗DB・AI分析の強化を担う
人材・採用の積極投資

投下資本利益率

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
高付加価値化・シナジー・事業体制効率
化によりROIC30%を実現

実現可能性の条件

投資家に対する
ビジネスモデルの理解の浸透

持続可能性

SDGs販促による効率化・無駄の排除・流
通業の発展に寄与する社会性ある事業を
創造し、人間性重視の組織を構築する

流通小売業及び情報技術社会の発展
スマートシティの実現
持続可能な社会への挑戦
ダイバーシティ＆インクルージョンの体現

お客様の喜びを励みに
データ利活用による販売促進の提案・企
画・立案と実行
その効果検証の持続可能な成長サイクル
強化

事業リスク

事業リスクは今後低下へ
安定的成長サイクルとストック化の契約の積
み上げにより、コロナ禍でも、安定時期でも
成長

投資リスク

低い
WACCは7%台から6%台へ低下すると
予想

[出所]会社ヒアリングによりJPR作成

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照

比較類似会社 分析

**データベースを活用した
マーケティング支援で高
成長、高収益を実現し
ている会社は10年に生
み出される価値が現在
の株価に反映**

マーケティング支援でデータベース活用する上場6社と比較

当社が最も割安

当社と類似の、マーケティング関連でデータベースを活用し高成長・高収益（高い投下資本利益率）を実現している企業は、10年後の成長まで織り込まれているケースが多い。そのような企業を以下の表のように6社選んだ、次ページ以降で可視化したグラフ及び、参考資料で財務根拠を詳細を示している。これらの企業では高成長による10年後のキャッシュフローの価値が現在の時価総額に織り込まれていることが可視化グラフで示すことができる。それが20倍から50倍という高いPERにつながっている。当社もいずれこのような評価への変化が期待される。

マーケティング関連類似会社との比較

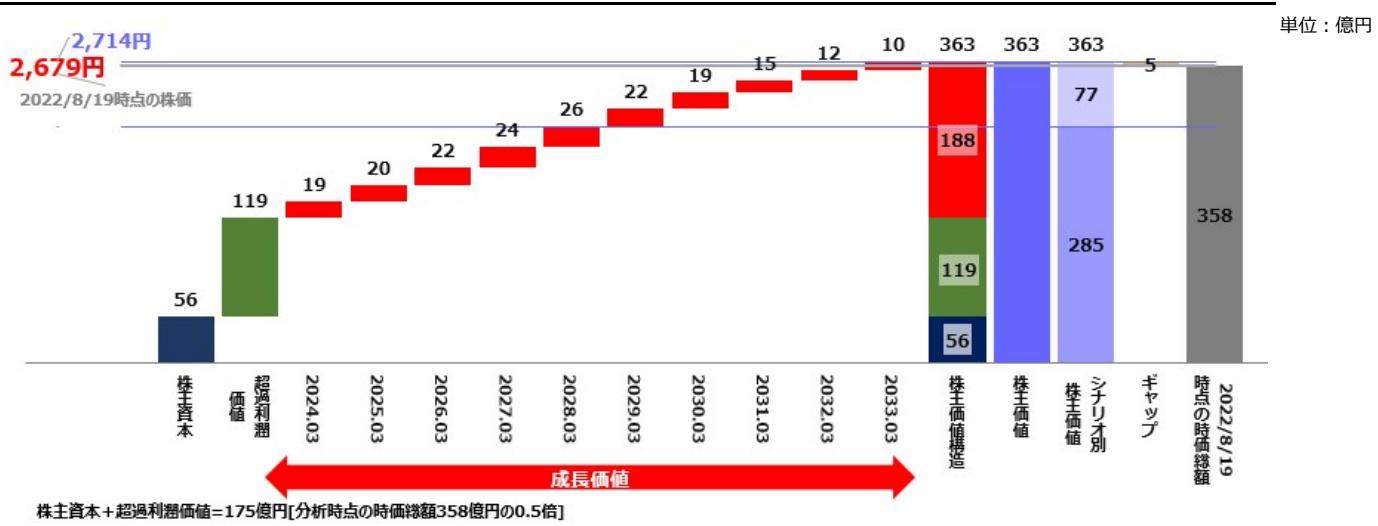
CODE	会社名	事業内容
2130	(株)メンバーズ	国内大手企業向けにデジタルマーケティング分野の戦略立案、企業Webサイトの構築・運用、ソーシャルメディア活用などの支援を行うほか、ベンチャー企業向けに製品、サービスの開発や成長支援を行う。
6067	インパクトホールディングス(株)	全国に多数の業務委託契約の登録人材を擁し、店頭・店舗の流通ノウハウや店舗データベースを生かして、店頭マーケティングや店頭調査で顧客をサポートする。
4499	(株)Speee	消費者行動が複雑化し、企業の扱うデータも多種多様化。難しさを増すマーケティング活動に対し、データを収集・統合・分析し、利活用するノウハウを提供する企業。顧客の状況に合わせ、柔軟に対応できることが強み。
6533	(株)Orchestra Holdings	顧客企業のデジタルマーケティング施策に関するトータルソリューションを提供するインターネット広告代理業務を中心、企業や自治体などのデジタルトランスフォーメーションの支援を行う。
3655	(株)ブレインパッド	ビッグデータ活用サービス、デジタルマーケティングサービス（インターネットやIT技術などデジタルを活用したマーケティング手法）を手掛ける。
3983	(株)オロ	クラウドサービスにより提供されるERPパッケージ（統合基幹業務システム）の開発・販売等を通じて企業の経営効率化を支援。デジタルを基軸にした企業のマーケティング支援なども行う。
9246	(株)プロジェクトカンパニー	企業におけるデジタルトランスフォーメーション（DX）の実現を、コンサルティングサービス、マーケティングサービス、UI/UX（ユーザーインターフェース/ユーザーエクスペリエンス）サービスの3本柱により一気通貫で支援する。

会社名	売上高		営業利益		ROIC	当期利益	時価総額	予想PER				
	今期 会社計画	過去2年間 のCAGR	今期 会社計画	過去2年間 のCAGR								
			百万円	百万円								
(株)メンバーズ	18,200	31.0%	2,200	33%	45.8%	1,573	35,793	22.5				
インパクトホールディングス(株)	16,000	42.2%	2,200	107%	25.3%	1,400	21,352	15.0				
(株)Speee	12,485	29.7%	1,501	175%	35.3%	977	30,193	30.8				
(株)Orchestra Holdings	10,000	3.5%	1,670	78%	37.6%	950	27,413	28.9				
(株)ブレインパッド	8,600	23.1%	1,210	7%	30.4%	800	26,092	32.1				
(株)オロ	6,180	10.9%	2,050	24%	87.7%	1,435	26,674	18.6				
(株)プロジェクトカンパニー	3,500	129.6%	670	331%	88.4%	470	36,855	59.0				

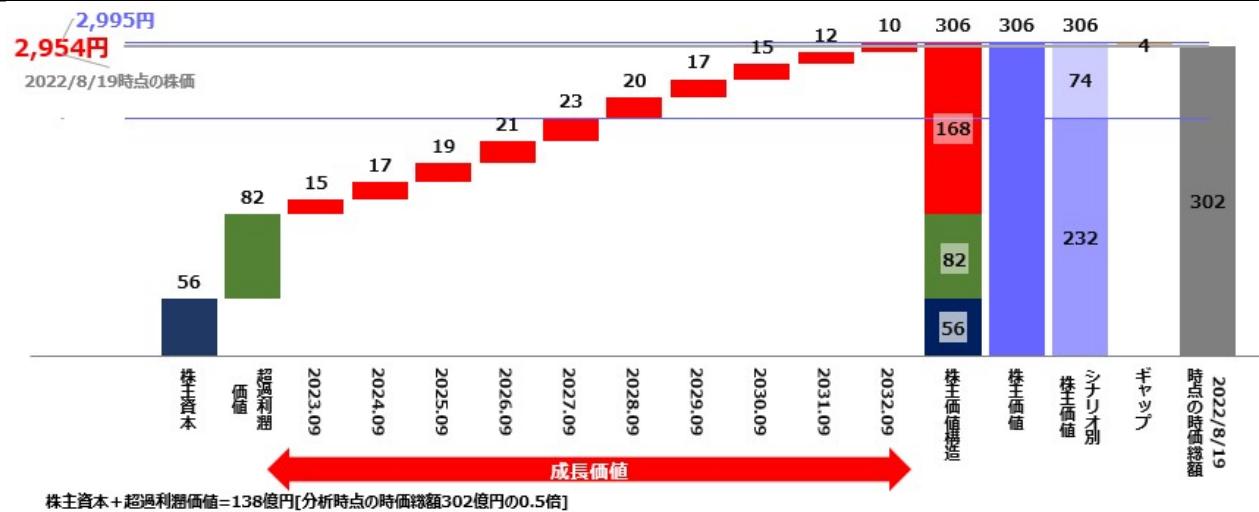
[出所]FactSet等よりJPR作成。時価総額は8月19日終値ベース。

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照

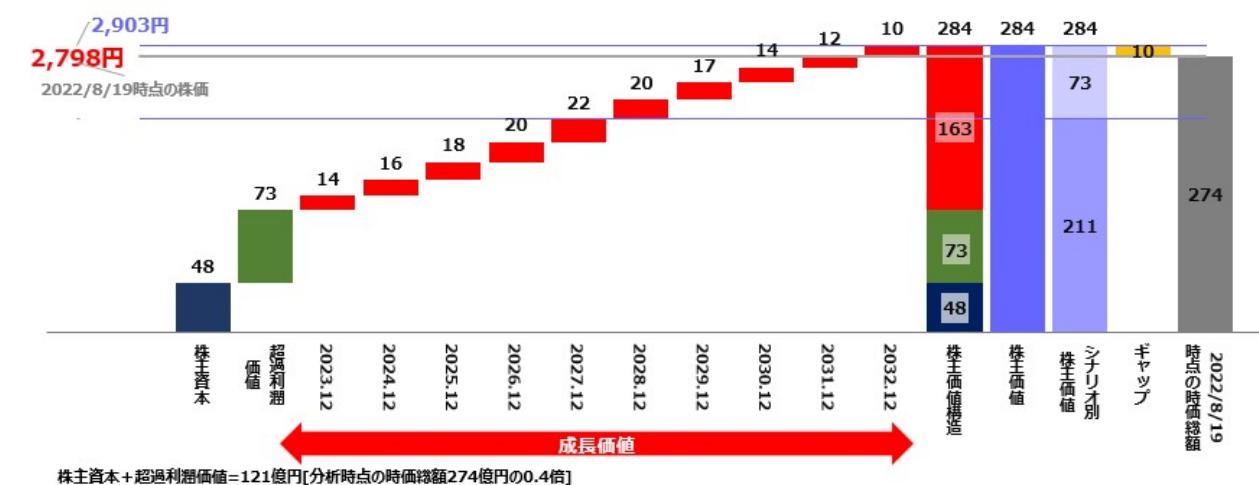
■ 2130:メンバーズ



■ 4499: Speee

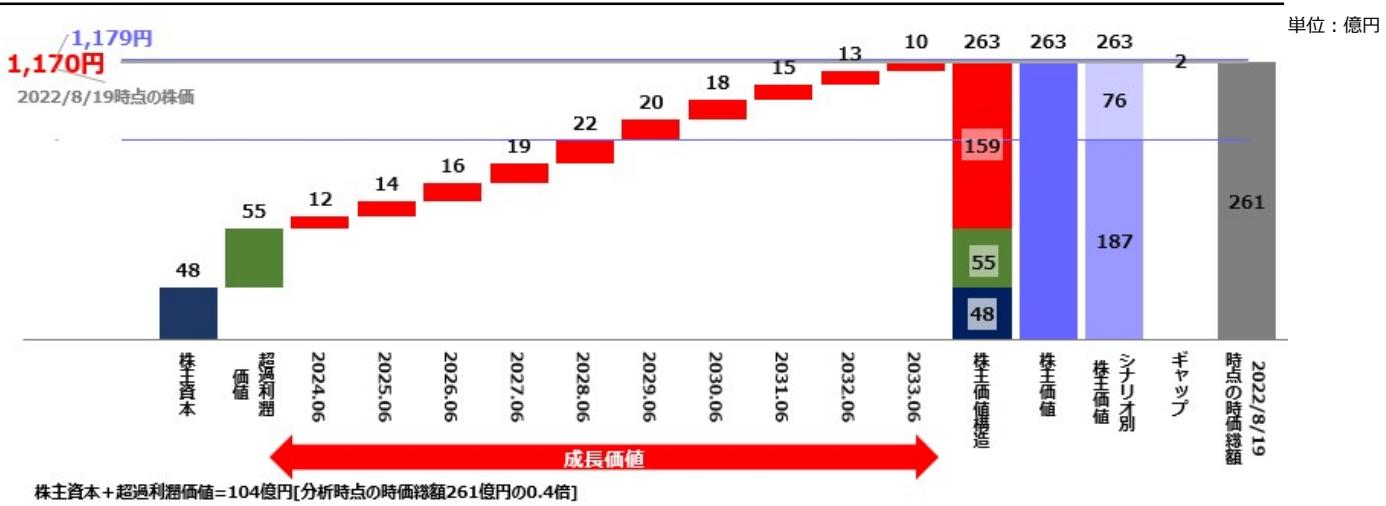


■ 6533: Orchestra Holdings

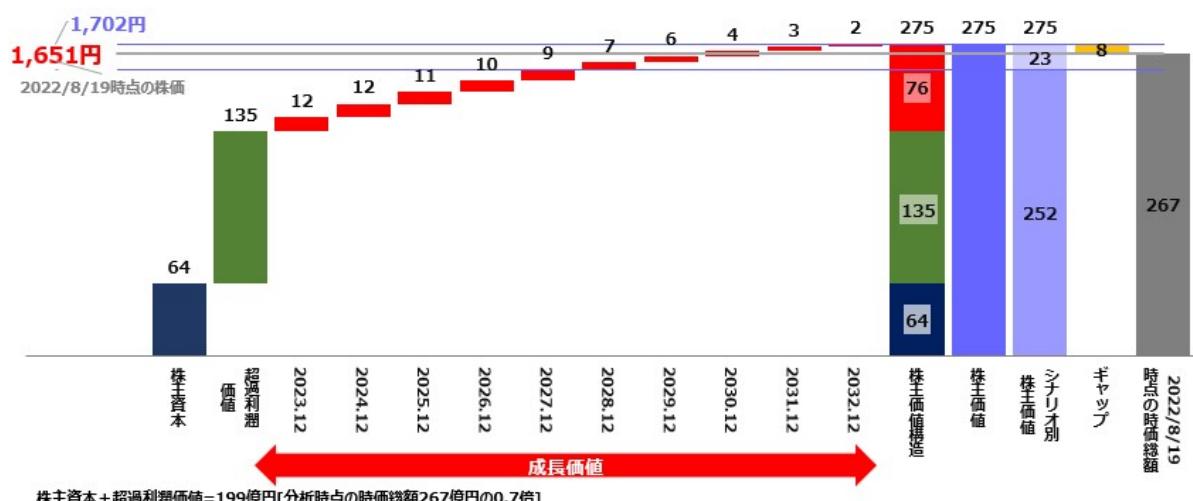


本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照

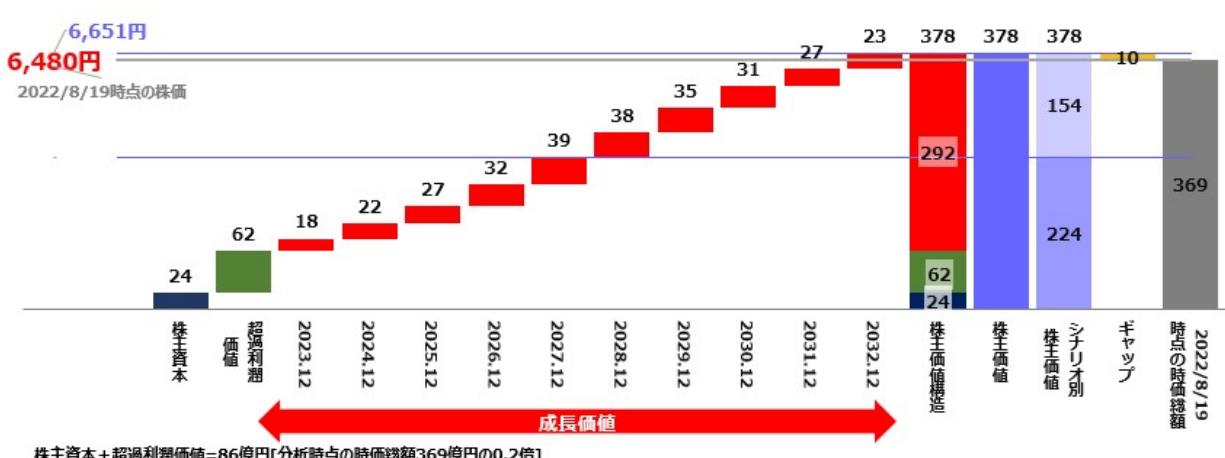
■ 3655:ブレインパッド



■ 3983:オロ



■ 9246:プロジェクトカンパニー



本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照

なぜ割安 なのか？

**インド・コンビニ事業が
むしろアップサイドしか
ないことが投資家に幅
広く認識されれば大
幅なアップサイドの実
現が期待される**

インド・コンビニ事業の不安要素がまだ影響しているのでは？

プラス効果が期待できるインドコンビニ事業

2019年に当社はインド・コンビニ事業に進出したが、未だ事業化には至らず大幅な減損を実施した。下記のグラフで示すように、進出当初は株価に大きくプラスになったが、減損時は逆に大きくマイナスとなった。一方で、本業である店頭販促支援事業は四半期売上の推移を見ると順調に推移しているが、その増大に比べて株価の回復は追いついていない。これは、インド・コンビニ事業の不安が株価にマイナスを与えていていると予測できる。しかし、インド・コンビニ事業においては、今後減損が発生するリスクは無い。但し撤退したわけではないので、アップサイドしかない。この事実について投資家の認識が進めば、10年後の成長が素直に株価に反映される株価形成が期待できる。

■ 株価と四半期売上高の推移



[出所]FactSet等よりJPR作成。

暴落の原因に対する経営陣とのQ&A

店舗DBが引き続き成長を牽引

カスタマイズ品が急激な円安の影響あくまで一時的、今後の円安の影響はすべて顧客に転嫁可能なので、問題なし

インド事業の株主価値への影響は無し当面、アップサイド/ダウンサウドの可能性は低い

2022年12月期第2四半期の実績に対する疑問への回答

市場が不安視する項目をインパクトHDにヒアリング

JPRによる証券アナリストレポートが2022年6月2日に発行されて以来、インパクトHDの株価は発行時の3055円から最大3790円まで上がり、インパクトHDの成長ポテンシャルが市場に一定程度評価されたが、2022年8月12日の第2四半期決算発表後に最安値で3040円とレポート発行時点の価格まで下落した。そこで、JPRが市場が不安視していると思われる要因を3つ提示し、インパクトHDの経営陣に回答を求めた。そのインタビューの結果をまとめた。

Q : 第2四半期の実績は成長の鈍化を示しているのではないか？

A : IoT事業が円安影響で下がったが、主力のHR事業は絶好調

IoT事業の要因は事項で説明するが、IoT事業の鈍化により見かけ上、今期の進捗率が下がったように見えている。一方で、成長ドライバーである店舗DBを擁するHRソリューション事業は売上は対前年17.4%増加、営業利益は対前年47.0%増加と大きく牽引しており、インパクトHDにおいて最も注目すべきは本事業であるため、むしろ予定通り以上に進捗しているとJPRは見ている。

Q : IoT事業の特に営業利益の落ち込みの要因は何か？

A : カスタマイズ品の特機は為替影響を受けたが、基本は価格転嫁している

海外製造品の機器を扱うIoT事業は為替影響を受けるが、原則価格転嫁をしている。標準品である在庫品は売上計画に基づき事前に調達しているため、為替影響だけでなく半導体不足なども影響せずに当期計画しているの売上分は達成が可能。一方で、カスタマイズ品の特機は急激な為替変動に弱く、今回は円安により利益を押し下げる要因となった。これはあくまで一時的要因であり、通期予算達成への動きは限定的である。

Q : インド事業の説明が説明会資料に記載が無いが隠しているのか？

A : 進捗がプラス・マイナスいずれもない

インド事業については特筆事項がないため決算説明会資料には記載されていない。繰り返し言及している通り、インド事業は減損で簿価が0のためこれ以上マイナスとなる要因は無い。減損したものの、投資した事業基盤は顕在であり、新規のチャンスがあれば、追加投資ゼロで事業機会のアップサイドを追求できる。また、可能性がある限りは撤退しない意向ではあるものの、主力事業は店舗DBへと舵を切っており、インドにおいて新規投資は予定されていない。よって、ダウンサイドが今後も含め一切無い中で、何かアップサイドな動きがあればすぐに開示をすること。

Topics : 前回レポート発行からの新規トピックス

トピックス

SDGs販促

更なる「SDGs販促」の認知度向上及び導入促進を目的

SDGs販促を推進

「SDGs販促」のロゴ策定

インパクトHDは6月5日の「世界環境デー」を契機とした「環境月間」にあわせて、「SDGs販促」のロゴを策定した。SDGs を形づくる「17の目標」を17色の正方形で表現。SDGs販促のテキストと組み合わせ、シンプルでありながら一目でサステナブルなイメージを表現したロゴとなった。

渋谷本社オフィスのミニショールームをリニューアル

コロナ禍で、店頭販促施策も変動的な状況であるということや販促・店舗DXへの流れの加速により、デジタルサイネージを活用した販促施策をはじめ、インパクトHDグループへの販促ソリューションの問い合わせが増えている。しかし、デジタルサイネージや販促什器は、店頭での設置や運用のイメージがつきにくい課題があった。

このような背景から、実際の売場でどのように販促プロモーションが行われているのかが体験できるように渋谷本社オフィスのミニショールームがリニューアルされた。疑似売場を構築し、実際に売場で使用されている販促ツールに触れながら施策を考えることができ、「SDGs販促」の世界観を表現した体感型ミニショールームである。900mmゴンドラに商品、サイネージ、POPなどを設置し、実際の売場を再現するとともに、オンラインサイネージのデモ配信やセンサーを活用した製品など、様々な製品や事例を取り揃えて展示されている。

渋谷本社オフィスのミニショールーム



[出所]インパクトHDウェブサイト

2.会社概要

会社概要

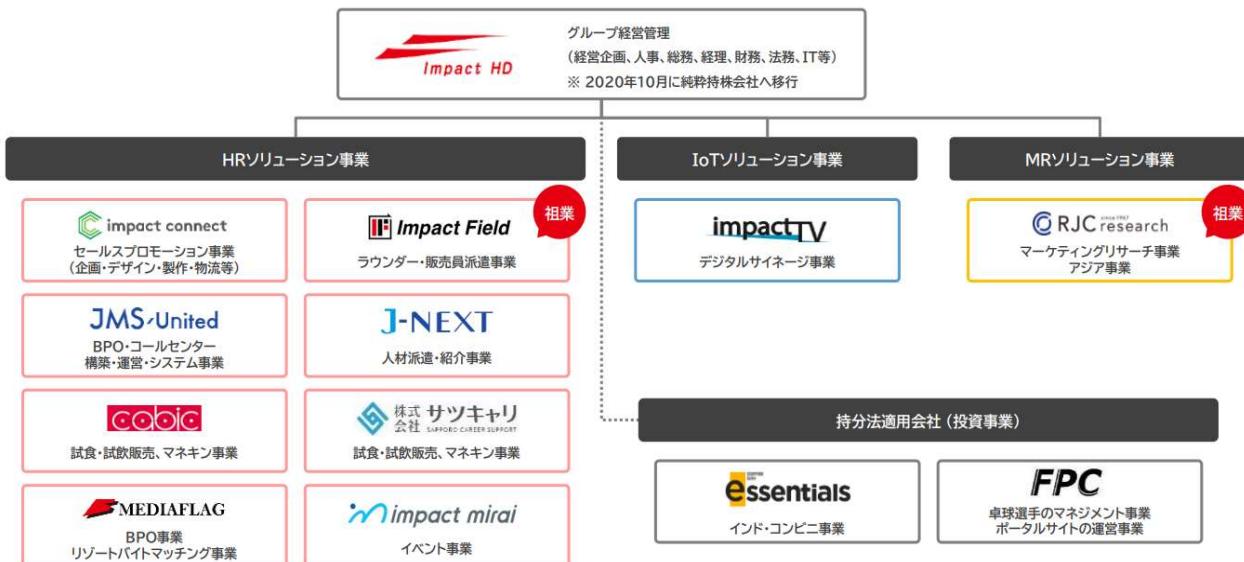
会社概要

概要

会社名	インパクトホールディングス株式会社
設立年月	2004年2月19日
代表取締役	福井 康夫
本社所在地	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
資本金	1,818,121千円
従業員	381人
決算期	12月
主要事業	HRソリューション、IoTソリューション、MRソリューション
上場日	2012年9月28日
上場証券取引所	東京証券取引所グロース市場

[出所]会社資料等よりJPR作成 ※2021年12月末時点

事業系統図



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

沿革

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
	10月	ASP事業を開始
2005年	3月	覆面調査事業、ラウンダー事業を開始
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
2012年	9月	東京証券取引所マザーズ市場に上場
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）
	11月	株式会社十勝（現：株式会社十勝たちはな）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	株式会社十勝たちはなの全株式を譲渡、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）
	2月	株式会社INSTORE LABOを設立
	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）
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）
	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
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粹持株会社へ移行
	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）

[出所]会社資料等よりJPR作成

本レポートは、ジェイ・エヌ・エックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

■ 主な連結子会社・グループ会社

事業系統	会社名	事業概要	資本金	出資比率
HRソリューション	(株)impact connect	店舗・店頭に特化。グループソリューションを活用し、店頭販促の企画立案から店頭実現までをワンストップで提案	80百万円	100%
	インパクトフィールド(株)	流通小売店舗（リアル店舗）における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	10百万円	100%
	ジェイエムエス・ユナイテッド(株)	コールセンターなどのビジネス・ソリューションサービスを提供	100百万円	100%
	ジェイ・ネクスト(株)	主要事業は人材サービス。人材紹介・人材派遣を展開	150百万円	100%
	cabic(株)	セールスプロモーションに特化した人材サービス会社	88百万円	100%
	(株)サツキキャリア	北海道に特化した人材紹介会社	10百万円	100%
	(株)MEDIAFLAG	グループのBPO事業、フィールドマーケティング事業を主体に設立。その後、沖縄企業として独自事業を開始	10百万円	100%
IoTソリューション	(株)impact mirai	「イベントの効率化 × 廃棄物削減 × DX」の3要素を科学し、イベント参加者・来場者のより良いイベント体験の場を提供	10百万円	100%
	(株)impactTV	電子POP・デジタルサイネージを中心とした製品提供をはじめとする店頭販促トータルソリューションの提供	360百万円	100%
	(株)RJCIサーチ	独立系マーケティングリサーチ会社	12百万円	100%
持分的用法会社 (投資事業)	Coffee Day Econ Private Limited	インドカルナータカ州ベンガルール市に所在、コンビニエンスストア運営事業を展開	103.67 Crore	49%
	FPC(株)	スポンサー企業との交渉、TV番組などの各種メディアへの出演交渉、アスリート関連のSNS運営、ブランディング事業を展開	600万円	33%

[出所]会社資料等よりPR作成

■ 主なM&A一覧

年月	対象企業	出資比率	取得の背景・目的
2013/8/1	キャピック株式会社 (現cabic(株))	51% →100%	関西地区でセールスプロモーションやイベントキャンペーンのスタッフ派遣を手がけているキャピックのノウハウを活かし、推奨販売事業の効率化と全国展開を目指す。
2013/11/1	(株)十勝 (現(株)十勝たちはばな)	100% →0%	十勝は和菓子を製造・販売。消費者接点やチャネルを拡大することで各種マーケティング業務とのシナジー拡大を図った。 2017年7月31日に経営資源を集中させるため売却。
2014/7/1	(株)シアーズ (現(株)impactTV)	100.0%	当社の創業以来、シアーズのデジタルサイネージを店頭に設置管理する業務を受託する関係にあった。完全子会社化によりグループ企業として連携を強化し、フィールドマーケティング事業の一層の拡大を目指す。
2018/1/31	(株)札幌キャリアサポート (現(株)サツキャリ)	100.0%	札幌キャリアサポートは1957年創業以来、店頭販売員派遣業者として実績を積んできた。北海道内での推奨販売事業の充実などを期待しており、持続的な成長基盤の構築を目指す。
2018/12/1	FPC(株)	33.4%	2018年より日本のプロ卓球リーグであるTリーグ（T.LEAGUE）の開幕や、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催等により卓球市場は拡大傾向にあり、今後も成長が見込める市場であるため、新たな成長分野への積極的投資の一環として実施。
2018/12/1	(株)伸和企画 (現(株)impact connect)	100.0%	セールスプロモーション事業において、伸和企画の提供する付加価値の高いサービスと当社グループの持つノウハウ、経営資源を合わせることにより、より一層顧客へのサービスの向上及び両社の更なる発展を目指す。
2019/4/1	(株)RJCIリサーチ	100.0%	リサーチ＆コンサルティング事業において、R J Cリサーチの提供する付加価値の高いサービスと当社グループの持つノウハウ、経営資源を合わせることにより、より一層顧客へのサービスの向上及び両社の更なる発展を目指す。
2019/4/1	Coffee Day Econ Private Limited	49.0%	インドのコーヒーチェーン最大手の運営会社Coffee Day Enterprises Limited.との合併によりカフェ店舗をコンビニに転換し、インド最大手のコンビニチェーンを目指す。
2019/12/1	ジェイエムエス・ユナイテッド(株)	100.0%	HRソリューション事業において、JMS社の提供する付加価値の高いサービスと人材などの豊富な営資源を活用することで、より一層顧客へのサービスの向上及び両社の更なる発展を目指す。

[出所]会社資料等よりPR作成

■ 主な業務提携一覧

年月	相手先	提携先の概要	提携目的
2018年6月	(株)unerry	日本最大級のBeaconネットワークを中心とした、オンライン行動データプラットフォーム「Beacon Bank®」を運営	日本でNo1のBeaconインフラを保有するunerry社が友好なパートナーシップを構築し、より緊密に連携した業務を行う
2018年7月	フルテック(株)	販売代理店	フィックスガードサイネージの共同開発・販売を目指す
2018年8月	(株)Nextreme	AIソリューション	対話型AIサイネージソリューションの共同開発・販売を目指す
2018年10月	共同印刷(株)	総合印刷	店頭販促領域におけるソリューションサービスの充実を目指す
2018年11月	(株)カチコ	動画事業	動画供給事業、デジタルサイネージ事業の協業
2019年1月	FLY HORSES	中国全土に3,000以上のクライアントを持つ現地企業、業務コンサルティングサービスや研修・講義等のサービスを提供	当時中国の最大手フルーツ販売チェーンへのコンサルティングサービスを行っており、更に双方で中国国内でのサービス領域の拡大を狙った
2019年3月	GMO-Z.com RUNSYSTEM	ベトナム・ハノイのソフトウェア開発企業	ベトナム小売業におけるデジタルソリューションのデファクト・スタンダードとなる事業モデルの構築を目指す
2020年11月	双日(株)	総合商社	リテール関連事業、IoT 事業、DX 事業などにおいて相互に営業シナジーを創出
2020年4月	ピー・ビーシステムズ	コンピューターソフトウェア開発会社	テレワーク導入支援サービスにおける販路拡大ならびに相互補完を図る
2021年4月	(株)日本商業不動産 保証、(株)メディカルネット	不動産信用事業、歯科医療プラットフォームビジネス	イニシャルコストを抑えてスムーズに開業できる支援策を提供し、開業医のサポートを実現する

[出所]会社資料等よりJPR作成

3.未来ストーリー

創業から価値観 形成の歴史

セブン-イレブンでの
経験を活用して
2004年に創業

創業時から店舗現場
に密着した店舗販促
に直結する「人」と「I
T」事業に参入し、
長期的な視点で店舗
DBを構築

店舗DBの原点は、セブン-イレブンのビジネスモデル

長期的な視点による店舗データベースの構築の歴史

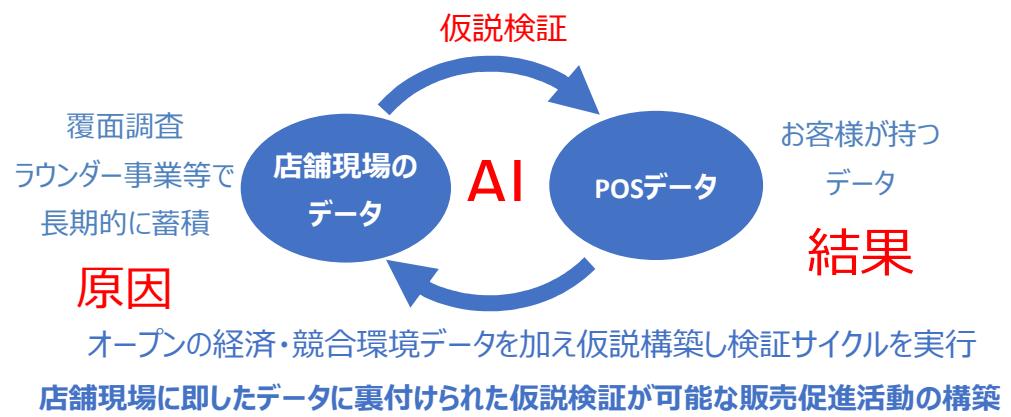
創業の経緯：POSデータ+現場データの利活用

当社の創業者の福井社長は三和銀行に入行後、セブン-イレブンを経て2004年に35歳で起業し当社を設立した。福井社長が出身のセブン&アイ・ホールディングスではPOSデータの活用が盛んであるが、POSデータは人間の購買行動の結果を示すに過ぎない。購買行動の仮説をつくるためには、リアルな店舗現場の経験や顧客の人間観察のデータが必要であるが、その部分は店長の勘と経験に依存されておりデータベース化する動きはなかった。

創業時からデータの重要性を意識して店舗DBの構築を目指す

こうした中、福井社長は店舗の現場の観察データを長期的にデータベースとして蓄積することで、店舗販売促進支援を事業化できると考え、まずは2004年に覆面調査事業で創業した。セブン-イレブンで培われたデータ分析力や人を生かす経営による高成長を実現し、創業8年でマザーズ上場を果たした。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であったが、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事業等をM&Aや新規事業立ち上げにより拡張した。「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」と、流通業界の発展に寄与する事業領域を拡大してきた。そして同時に店舗の現場の観察データを長期的にデータベース（店舗DB）として蓄積してきた。この蓄積により、2020年12月期から店舗DBと、POSデータ、経済環境や地域出店情報などのオープンデータを加えて販売促進策を提案を展開し始めた。

店舗販促の仮説構築に必要な店舗DBの長期的構想



[出所]JPR作成

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧説を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

価値観

流通業の全体最適化

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。

当社は「売場を元気に、日本を元気に、そして世界を元気に！」と掲げているが、福井社長が小売時代に経験した販促プロモーションにおける課題意識が原点にある。デフレや景気の波に左右されやすい小売・流通業界では、必要な販促施策を、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であり、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。良い商品が良いお店の適切な販売活動により消費者に知られ、購買される、こうした好循環の創出を目指している。

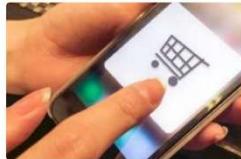
■ 日本の流通小売及び販促プロモーション業界の現状

コロナ禍で客層・客質・客数が変化

EC台頭、店舗のショールーム化

オーバーストア

販促の「非効率」「ムダ」



- 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
- インバウンド需要の変化
- 2年前のデータは当てにならない

- 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

- 流通小売の改廃が世界も多い
- 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

- 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）

[出所] 2022.04.06 個人投資家向けオンライン会社説明会資料

従業員の幸せを重視

リアル情報を活用し AI時代の霸者へ

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。

当社の価値源泉は店舗DBにあるが、その情報の収集に貢献するのはフィールドマーケティングを支える全国28万人のメディアクルーを中心とした人材。彼らに活躍してもらうために、「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こと。」を目指している。従業員の幸せは、「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。」、とそれぞれ定義している。

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

当社は覆面調査から事業を始めたこともあり、リアル店舗における新商品・ブランドチェンジを支援する企業のイメージがあるかもしれないが、オンラインも活用したリピート購買の支援にも乗り出している。オンラインの販促支援はOMO（Online Merges with Offline）等の支援をする企業は沢山あるものの、IT化出来ていないリアルな情報に強い企業が今後のAI時代の勝者となりえる。当社はリアルで蓄積したデータを活用して流通業界に新風を起こそうとしている。

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

戦略 ビジネスモデル

現場と接する当社ならではの店舗現場のデータを収集・蓄積

10年成長シナリオを最大限反映した株主価値

当社の成長の鍵となる店舗DBとは何か

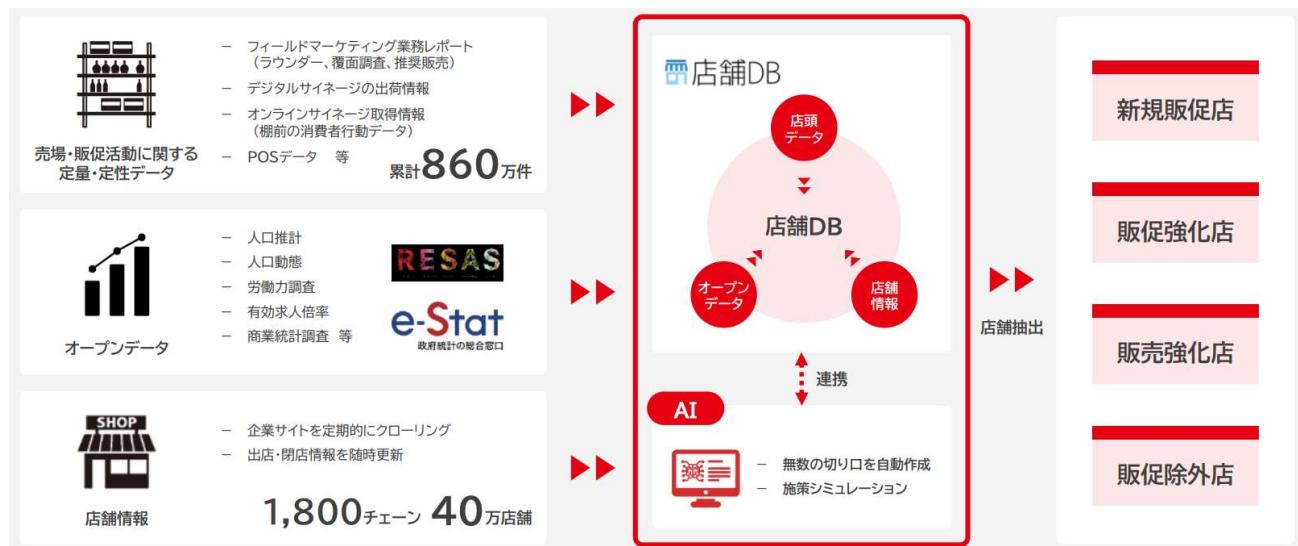
店舗DB：現場と接する当社ならではの現場のデータを収集

店舗DBとは、当社が創業期よりフィールド業務を通じて収集した店舗の現場情報を収集したデータベースを指す。店舗DBを中心として、オープンデータやPOSデータなどの店舗情報を合わせ、それらの情報を総合してAIで自動解析をする。AIによる解析では「何を」「どこで」販売すればよいかといった仮説を立てる。この仮説を元に最適な販促企画を立案し、実行、顧客の売上増大に貢献する。この効果が絶大として当社の店舗DBは小売業界で注目を集めている。

当社のビジネスモデルに比類する企業は今のところ無し

当社のビジネスモデルは、セブン-イレブン等の大手流通の本質を理解した者であれば構築可能であるが、大手流通の外に飛び出しそのモデルを体現しようとする企業がなかったため競争環境とはならずこれまで先行に成功した。一方で、近年のITの進化やAIの進展もあり大手販促企業を中心に追従が目指され始めているが、10数年に及び蓄積した過去のリアルデータは遡って取れないため、大きなアドバンテージがある。

店舗データベースを中心とした販促企画を立案するプロセス



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報、資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

店頭売場で活用される デジタルサイネージ



店舗DBにより精度高く、3つの推論方法を自由自在に操れるようになる。

販促企画において宝の山である店舗DBの詳細解説

店舗DBの情報源は、当社の事業活動そのものにある。当社の取引先はメーカー・流通業界を中心に1,500社超。それらの取引先に対して創業事業であるランダー・店頭調査を中心に、最近ではIoTソリューション事業のデジタルサイネージも好調と店舗の販促に密接なフィールド業務を拡大しており、年間160万件超のサービスを提供している。これらフィールド業務を通じて得られる店舗現場のリアルな情報を収集したのが店舗DBである。

推論の3手法を自由自在にあやつる提案活動が可能に

長期的な視点による店舗データベースの構築の歴史

推論方法には、①演繹法、②帰納法、③仮説検証法、がある。推論は、A.原因・小前提、B.メカニズム・大前提（仮説）、C.結果（予測・観察事項）の3つから構成される。演繹法は未知のA、帰納法は未知のBを、仮説検証法は未知のCを分析する手法である。この3つを組み合わせることで、A,B,Cのすべてを精度高く分析していくことで再現性のある有用な知識をえることができる。POSデータは購買行動のC.結果のデータベースを提供するが、購買動向のA.原因是実際に消費者の購買動機をヒアリングしなければデータベースとして得ることができない。店舗DBでは、A.の原因について精度の高い860万件の調査案件に基づく構造化されたデータがある。店舗DBをすることでより精度の高い販売促進策を作れることになる。店舗DBにより自由自在に3つの推論方法が精度高く活用できる。

3つの推論方法と店舗DBの役割

推論方法	A.原因 小前提	B.メカニズム 大前提（仮説）	C.結果・予測 観察事項
①演繹法 (Deduction)	既知	既知	不明
②帰納法 (Induction)	既知	不明	既知
③仮説検証法 (Abduction)	不明	仮説として構築	望みたい内容
店舗 データベース の役割	店舗DBが提供	仮説として構築	POSデータ等が提供

[出所] JPR作成。

模倣困難な競争優位性

こうした3つの推論の組み合わせを活用した提案と、さらにそれを現場で実行して3つの推論を組み合わせてPDCAサイクルを回すことができる当社の競争優位性は極めて高いと言えよう。店舗現場データを持たない他のマーケティング支援会社と比較して模倣が困難な競争優位性と言える。

長期的な視点による店舗データベースの構築の歴史

当社は当面の間、店舗DBを既存ソリューションの発注を前提条件に無償で提供している。既存ソリューションをベースとしてリスク回避をしながら将来の成長の種を蒔き、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している。

■ フィールドマーケティング業界での実績



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

■ 店舗DB利用企業数、プロジェクト件数は今後も拡大が見込まれる



[出所] 2022.05.12 2022年12月期 第1四半期決算説明資料

■ オープンデータとも連携

地域経済分析システム「RESAS（リーサス）」や政府統計ポータルサイト「e-Stat（イースタット）」等の産業構造、人口動態、人口推計、国勢調査等、各省庁が開示している統計に関するオープンデータとも連携している。

オープンデータは過去データのためあくまでも販促立案の仮定に対する補助として活用される。現在では顧客の信頼を積み上げている当社であるが、実績が少なかつた段階や新規取引先においてはオープンデータやPOSデータ等の店舗情報に対する信頼感の方が相対的に高いため、そうしたデータを活用し取引先の安心感や納得感を得る。入口さえ突破すれば当社の店舗DBの効果を体感してもらえる。そして実績を積み上げた。

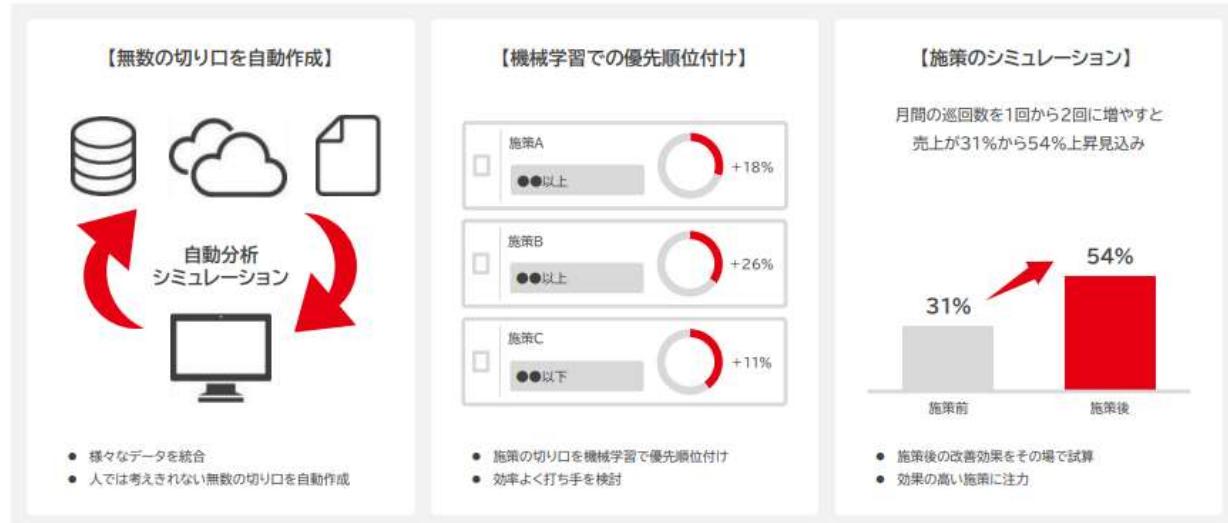
■ 最新のAIトレンドとも親和性が高く有望な店舗DB

AIの活用により、効率よく効果的な販促試作の立案が可能

店舗DBを基にAIと連携して分析、効率的かつ効果的な店頭販促企画を実施するための店舗を抽出する。AIは自動分析のため人が切り口を考える必要はない。また、機械学習により販促試作の優先付けがされ、これにより効率的・効果的な販促が実現可能となる。

収集したデータを
AIで分析

■ AIを搭載した自動分析・シミュレーション機能



[出所] 2022.05.12 2022年12月期 第1四半期決算説明資料

**店舗DBは
当社の独自データ**

店舗DBの情報はプラットフォーマーや大手企業でも取得しえない独自データ

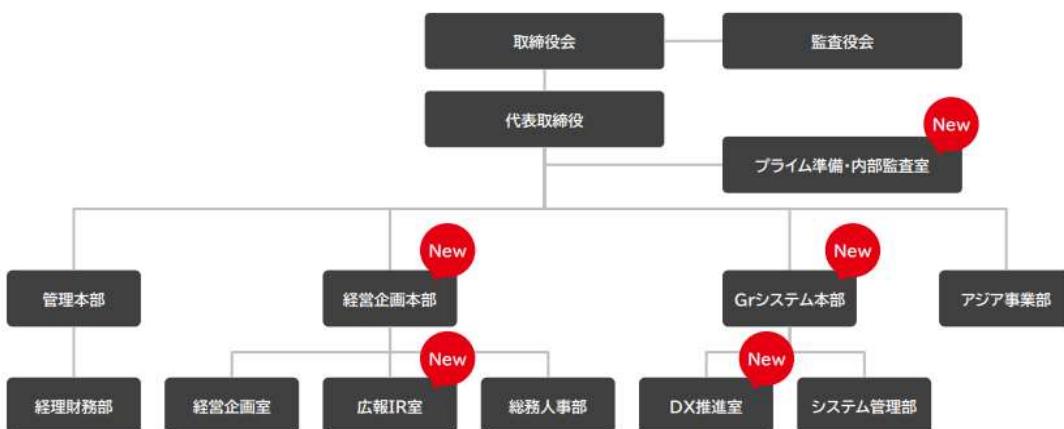
AIは従来、言語化され数学化が可能なデータを中心に活用されてきたが、その分野では資金力が鍵のためGoogleなどのプラットフォーマーが強い。

一方で、当社が保有する売場画像や棚占有率のような定性・定量データは、Googleや大手WEBマーケティング企業でも取得しえない独自データであるため、宝の山であり、飛躍の鍵となる。

プライム移行準備とともにGr.システム本部、DX推進室を設置

現在は東証グロース市場に上場しているが、プライム移行を視野に組織体制を変更した。組織変更に合わせ、Gr.システム本部、DX推進室を設置しており、これはこれまで説明した店舗DBのさらなる活用や、前項で説明した宝の山である独自データのAI分析においてより推進が期待される。

■ プライム市場への指定替えを視野に入れた組織体制変更



[出所] 2022.05.12 2022年12月期 第1四半期決算説明資料

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

どこでの絞り込み
が可能

企画と実行が一体化

■ 株主資本44億円+超過利潤価値119億円+成長価値 382億円=

■ 取引先の費用削減・利益増大に貢献する店舗DB

販促には多くの「非効率」「ムダ」が存在 -「何を」に加え「どこで」を特定する店舗DB-

販促における「非効率」「ムダ」は、過去の販促実績を頼りに今回も同様の販促をしよう、といったように企画在りきの販促にある。その点、当社の店舗DBは「どこで」の絞り込みが出来る。競合は「何を」にあたる販促企画をメインとしている場合がほとんどのため、当社は圧倒的な優位性を持つ。

立案した戦略は当社一社で実行可能 -更なる情報の集積-

更なるポイントは、当社は企画立案のみならず実行まで可能な点。大手は企画提案はするものの実行は別会社と分かれている場合がほとんどだが、当社は一社完結のためトータルで支援可能である。これより、「非効率」「ムダ」を省くだけでなく、現場データの集積により当社の優位性をより強固とする。

■ 「何を」「どこで」の戦略立案と実行を当社一社で完結



[出所] 2021年12月期通期決算説明資料

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘の目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

環境・働く人にやさしい

SDGs販促の推進

以上の取り組みにより「非効率」「ムダ」を排除する、環境・働く人に優しい「SDGs」販促が可能になる。

■ 販促プロモーションの常識を覆すSDGs販促

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
(販促ツールのベーバーレス化)
- 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
(廃棄口数削減、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

[出所] 2022.05.12 2022年12月期 第1四半期決算説明資料

コロナ禍、物価高等と市場が不透明だからこそ必要とされる販促

景況が悪化すると企業は出費を減らしたくなるが、物が売れないと死活問題のため販促費用は安定している。例えばデフレ化の中で材料費の高騰で値上げせざるをえない、こうした状況では販促に力を入れ売上減少を防ごうと努力をする。とはいえ、逆境下で無闇に販促費用はかけられない。このような環境だからこそ、「非効率」「ムダ」を省き、効率的・効果的な販促を支援する当社が求められる。

■ 販促をトータルで支援する体制を確立

当社は創業から上場時まで覆面調査・ラウンダー事業を生業としていたが、現在はIoTソリューションやMRソリューションと事業領域を拡大しており、現場の販促支援はほぼ当社のみで完結可能とする事業ポートフォリオを構築してきた。

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

■ フィールドマーケティング業界での実績

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	店舗活動 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								○	○		

[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

販促の「何を」に「どこで」を加え効果的な販促を支援

通常の販促支援会社は「何を」するか提案する。顧客側も過去の販促を例として、今回も同様の販促をしようといった企画に重点を置き販促を実施してきた。こういった販促での効果は予測が難しい。その点当社の「どこで」が加わるとピンポイントでの販促により無駄を省き効果も積極的に狙って実施可能となる。

■ 「何を」「どこで」の戦略立案と実行を当社一社で完結



[出所] 2021年12月期通期決算説明資料

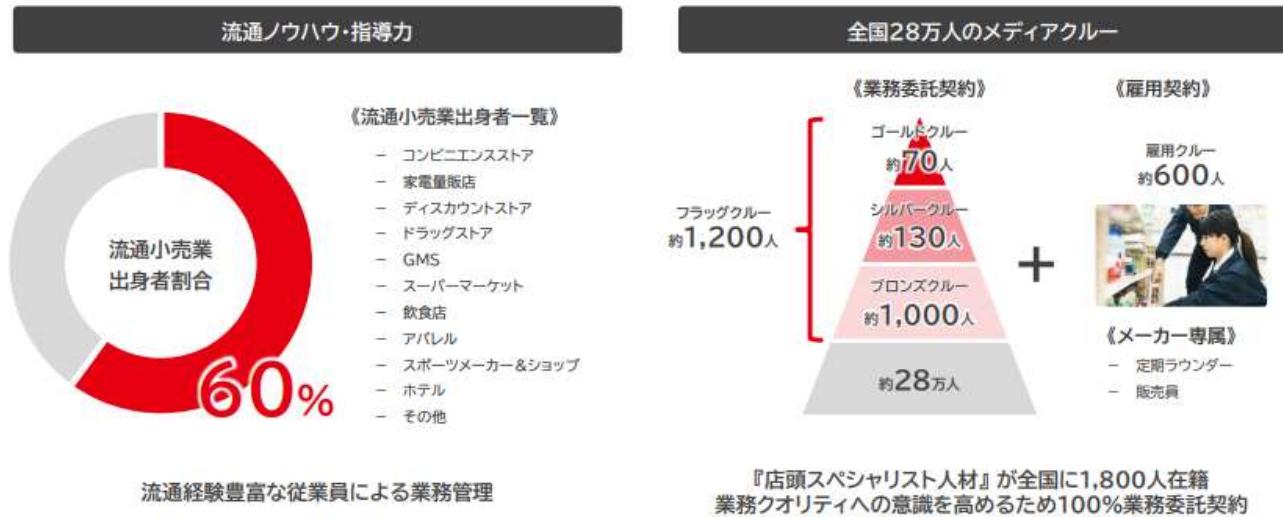
本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

店舗DB・AI分析の強化を担う人材・採用の積極投資

独自のビジネスモデルにより流通業界の人材が集結

効果的な販促手段を
流通業界に広めたい
優秀な人材が集結

従業員の60%が流通小売業出身者、全国28万人のメティアクルー



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

クルーのモチベーション
維持が重要

業務委託契約であるメティアクルーの帰属意識を高める取り組み

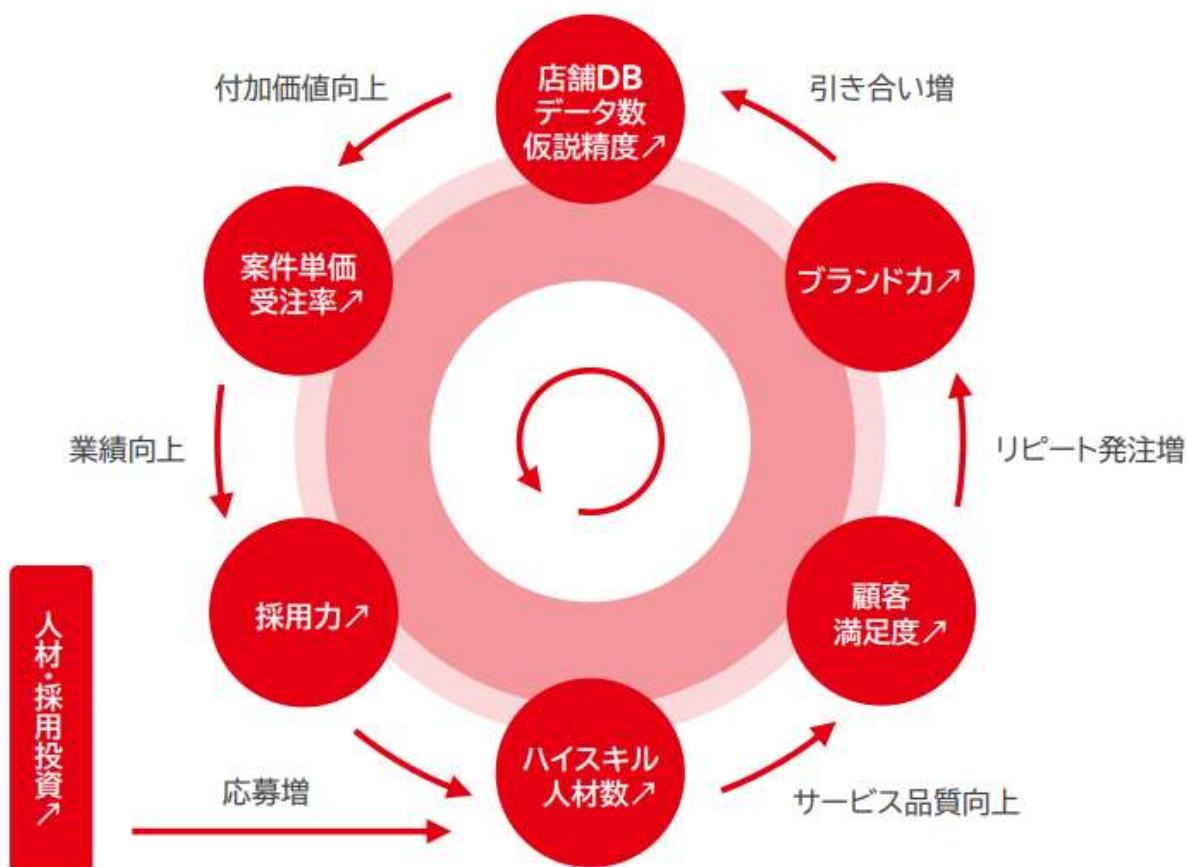
当社が創業以来大切にしてきたのが全国に28万人いるメティアクルーのモチベーション維持。福井社長は2009年より定期的に各エリアに赴いて懇親会や研修を開催し、メティアクルーに当社の考え方を理解してもらう、「理念共有型」のネットワークを構築してきた。この取り組みにより、当社への帰属意識を高めることに繋がり、「人がやめない組織」の構築に繋がっている。

人材の自由自在な配置が可能に

横展開を可能にする人材マネージメント

事業の好不調の波により人員余剰といったケースも通常なら想定される。しかし当社のメディアクルーは最初は覆面調査で入るケースが多いが、ラウンダーなどその他の領域も興味に応じて異動可能。これにより、事業環境や事業ステージに応じて人員適正化が可能となり、当社の収益性の高さの一因として貢献している。

人材投資による持続的成長が見込める好循環



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

持続可能性 (ESG)

本業がSDGsに直結

社会性ある事業の創造

経営理念に基づく事業活動そのものが、持続可能な社会の実現に資する

当社は、「社会性ある事業の創造」という経営理念に『世の中の役に立つ仕事をすること』『従業員の幸せを追求すること』という想いを込めて、企業活動を行ってきた。日本社会、そして地球全体の一構成員として、サステナブルな社会を実現するため、当社はESG/SDGsの取り組みを推進している。

当社の特定したマテリアリティ



「出所」当社ウェブサイト

当社が実現したい5つの取り組み



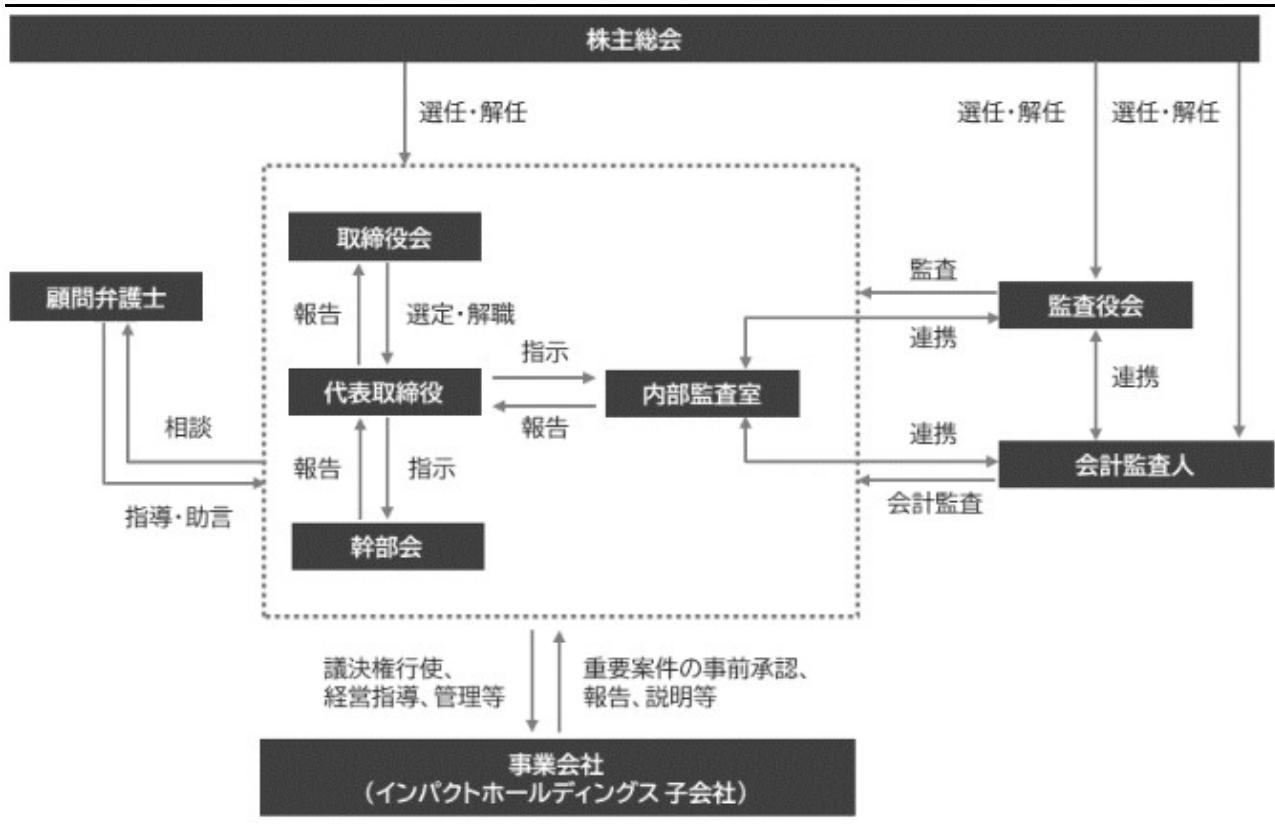
[出所] 当社ウェブサイト

監査役会設置会社

コーポレートガバナンス体制

当社のコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方は、社会・経済環境の変化に即応した的確な意思決定やリスクマネジメントのできる組織・機能を確立する、としている。また、経営の公正性・効率性・透明性を高め、コンプライアンス体制の充実、アカウンタビリティー（説明責任）を強化してコーポレート・ガバナンスの一層の強化を目指している。

コーポレートガバナンス体制



[出所] 当社ウェブサイト

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報、資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

4.投下資本利益率の動向

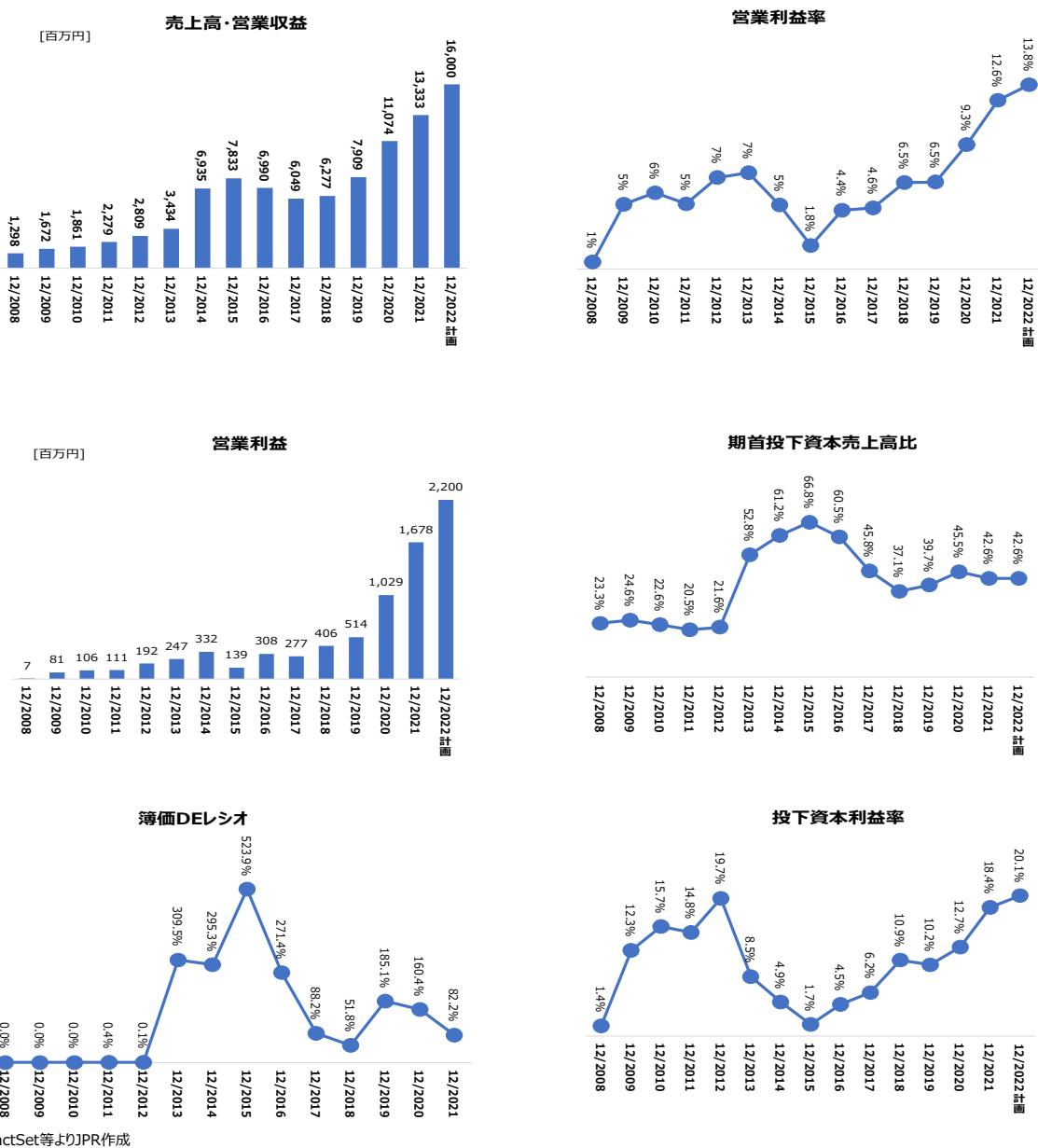
**20%の投下資本
利益率**

店舗DBの本格活用で成長

すべての指標がよりよい数字へ

店舗DBの本格活用が開始された2019年12月期以降、投下資本利益率(ROIC)に関連するすべての指標が改善傾向を示している。ROICは20%と極めて高い水準である。

■ ROIC関連指標



[出所] FactSet等よりJPR作成

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

5.事業セグメント

HRソリューション 事業

バックオフィスから店頭まで最適な販促を導く

事業概要

全国28万人のフィールドネットワークから最適な人材を派出し、ラウンダー・マネキン・販売員として派遣。また、店舗運営やPOP什器製作、ノベルティ製作、ロジスティックス等、店頭販促支援サービスをワンストップで提供。

主な提供サービス

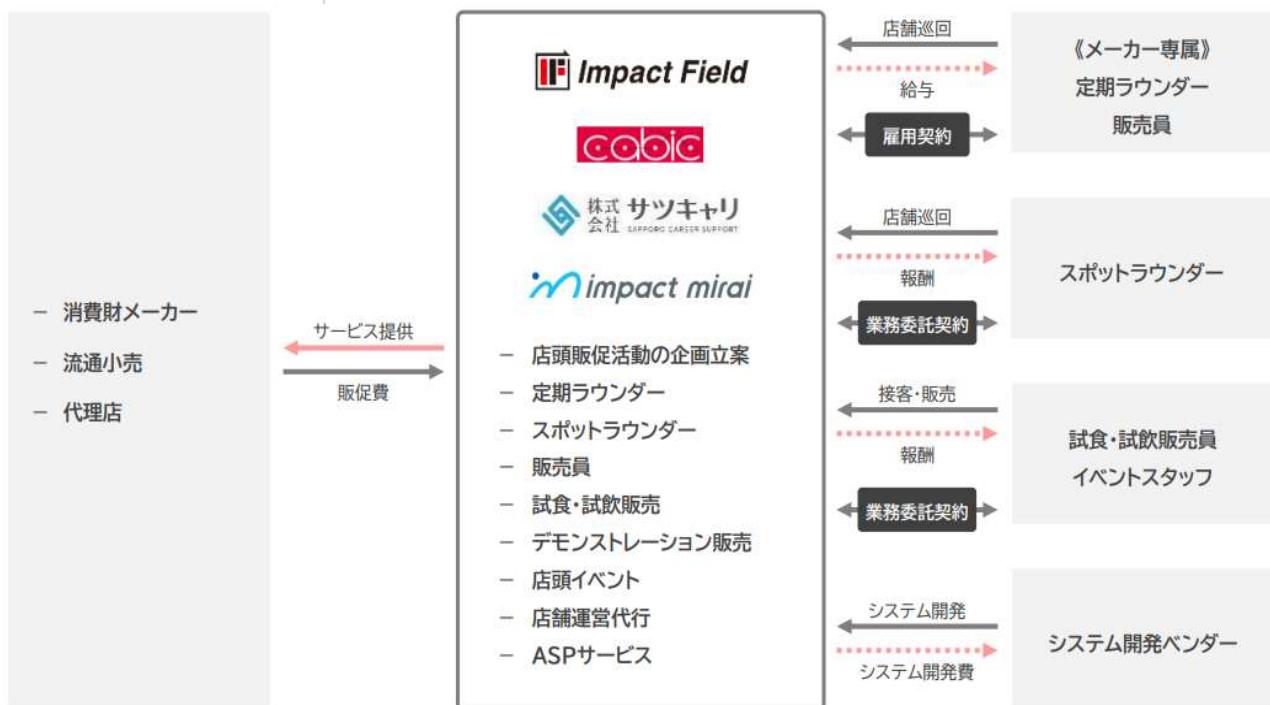
ラウンダー（店舗巡回）

ラウンダー事業

ドラッグストア、バラエティショップ、GMS、スーパーマーケット、家電量販店、アパレルショップ等の店舗を巡回し、本部の決定事項に従い売場構築を行う。また、店長や商品カテゴリー担当者、店舗運営担当者との関係を構築し、有利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、販売目標の共有等、ルート営業としての営業支援活動を行う。

店舗巡回を通じ、現場から得た要望や競合他社の情報をフィードバックし、店舗店頭の状況をリアルタイムで可視化。また、キャンペーンや新商品発売に伴い、短期間での販促物・販促什器の設置やポップアップストアの立ち上げもサポート。

ラウンダー事業、試食・試飲販売事業 収益モデル



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

試食・試飲販売、マネキン

ドラッグストア、バラエティショップ、GMS、スーパー・マーケット、家電量販店、等の店頭や店内で行われる販促活動の一種。商品の販売員が来店客に対して、実際に商品を使って見せ、その商品の機能や性能、使用方法や使い心地等を消費者に直接訴えかけることで、購買に結び付ける販売手法。マネキン販売、デモンストレーション販売（デモ販）、実演販売等とも呼ばれる。食品や飲料をはじめ、調理器具や家電、化粧品等によく利用されている。

■ ラウンダー事業、試食・試飲販売事業 導入事例

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 × キャラクター版権会社様



- 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

[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

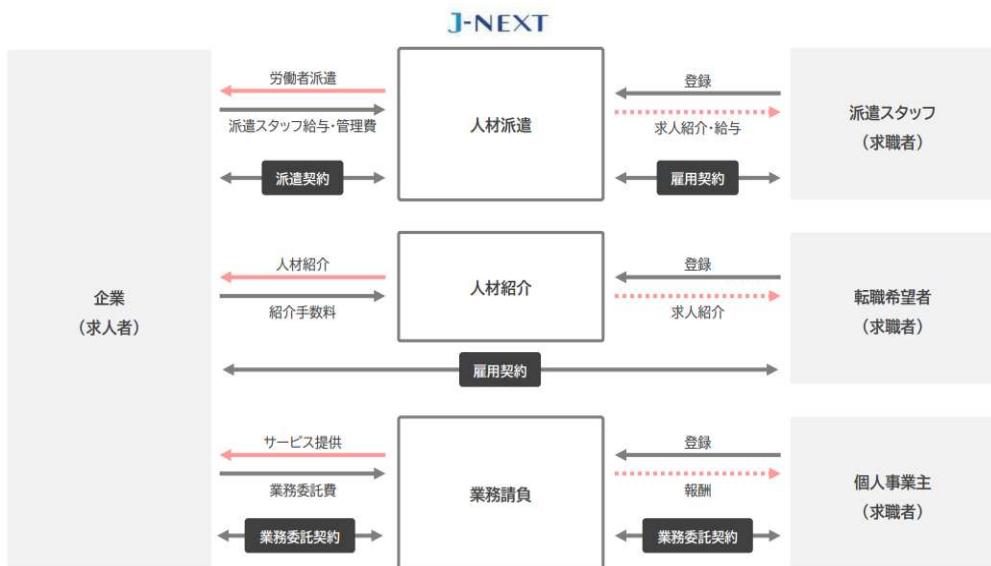
本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

人材派遣・紹介事業

人材派遣・紹介

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。

人材派遣・紹介事業 収益モデル



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

セールスプロモーション 事業

セールスプロモーション

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。

セールスプロモーション事業 収益モデル



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

■ セールスプロモーション事業 導入事例

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



- デジタルサイネージを什器内蔵
- 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 日雑メーカー様



- グループインタビューを基にお客様への的確に響くトクスクリプトを作成
- 紹介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

[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

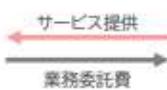
BPO事業

BPO（コールセンター・デバッグ等）

長年の実績があるコールセンターをはじめとしたBPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）を提供。取引先の「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。

■ BPO事業 収益モデル

企業



JMS United

MEDIAFLAG

- コールセンター
- バックオフィスサポート
- カスタマーサポート
- キャンペーン事務局
- コールセンターシステム
- 品質調査
- 梱包・配送
- システム開発・エンジニア派遣
- ゲーム死活監視・検証テスト
- 情報提供

電話お問い合わせ

回答

メールお問い合わせ

回答

WEBお問い合わせ

回答

申し込み・応募

連絡、商品発送

エンドユーザー

[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

BPO事業 導入事例

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件あたりの応対業務時間を約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マートなセミナー・検定試験の運営を実施

[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

HRソリューション事業関連グループ会社

会社名	事業概要	資本金	出資比率
株式会社impact connect	店舗・店頭に特化。グループソリューションを活用し、店頭販促の企画立案から店頭実現までワンストップで提案	80百万円	100%
インパクトフィールド株式会社	流通小売店舗（リアル店舗）における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	10百万円	100%
cabic株式会社	セールスプロモーションに特化した人材サービス会社	88百万円	100%
株式会社サツキャリ	北海道に特化した人材紹介会社	10百万円	100%
株式会社MEDIAFLAG	グループのBPO事業、フィールドマーケティング事業を主体に設立。その後、沖縄企業として独自事業を開始	10百万円	100%
ジェイエムエス・ユナイテッド株式会社	コールセンターなどのビジネス・ソリューションサービスを提供	100百万円	100%
ジェイ・ネクスト株式会社	主要事業は人材サービス。人材紹介・人材派遣を展開	100百万円	100%
株式会社impact mirai	「イベントの効率化 × 廃棄物削減 × DX」の3要素を科学し、イベント参加者・来場者のより良いイベント体験の場を提供。イベント主催者の“イベントの効率化”と“ムダの削減”を追求し、地球環境にやさしい持続可能なイベントの企画・運営を目指す	10百万円	100%

[出所]会社資料等よりJPR作成

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

IoT ソリューション 事業

小型デジタルサイネージ市場シェア50%の成長事業

事業概要

IoTソリューション事業では、流通小売業向けに小型デジタルサイネージを年間約26万台提供している。当事業の主なサービスは以下の4つに分けられる。

主な提供サービス

デジタルサイネージ

子会社のimpactTVが提供。impactTVは約30年に渡り「売れる売場の環境づくり」を提案している。デジタルサイネージとは電子看板を指し、当社のデジタルサイネージは商品目前の生活者に対し音と映像で視認性を高め、商品情報提供を通じて実売を促進する販促用として活用される。また、デジタルサイネージだけでなく、映像制作や什器制作、導入支援、導入後の運用サービスをワンストップで提供。

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。

■ デジタルサイネージ事業 収益モデル



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依頼したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

■ デジタルサイネージ事業 製品ラインナップ[°]

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、製品ライナップの一部です。

[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

■ デジタルサイネージ事業 導入事例

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
- オンライン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

1,000 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

6,800 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

22,000 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

[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

■ IoTソリューション事業関連グループ会社

会社名	事業概要	資本金	出資比率
株式会社impactTV	電子POP・デジタルサイネージを中心とした製品提供をはじめとする店頭販促トータルソリューションの提供	360百万円	100%

[出所]会社資料等よりPR作成

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

MR ソリューション 事業

リアル店舗をたすける

ECに負けない売り場作り・接客のための祖業

事業概要

覆面調査、出口調査、コンプライアンス調査等の店頭調査や各種マーケティング・リサーチ等、ニーズに合わせた調査メニューを提供。ここで抽出された課題に対し、ワークを含む参加型セミナーを具体的な知識を持って実施することで課題解決を支援する。また「日本のおもてなしを世界へ」をテーマに、現地企業の業務支援コンサルティングに加え、投資事業を展開。

主な提供サービス

マーケティングリサーチ（覆面調査含む）

子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

■ MRソリューション事業 収益モデル



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

■ MRソリューション事業 導入事例

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をチェック
- 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

[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

連結子会社

■ MRソリューション事業関連グループ会社

会社名	事業概要	資本金	出資比率
株式会社RJCリサーチ	独立系マーケティングリサーチ会社	12百万円	100%

[出所]会社資料等よりPR作成

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

投資事業

関連会社

事業概要

1,400万店舗存在する『キラナ』を近代化させ、インド国内の更なる消費活性化、デジタル経済化を促進。リアル店舗網を活かしながら、インド進出を検討されている日系企業の『日本』と『インド』の架け橋になるべく取り組みを強化している。

■ インド事業の概況(コンビニ)

【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
(大塚食品株様)



マルちゃん味の素印度様
(味の素㈱様と東洋水産㈱様の合弁会社)



カイマニュファクチュアリングインディア様
(貝印㈱様)



[出所] 2022.05.12 2022年12月期 第1四半期決算説明資料

■ その他事業：持ち分法適用会社

会社名	事業概要	資本金	出資比率
Coffee Day Econ Private Limited	インドカルナータカ州ベンガルール市にあるインパクトホールディングスの持分法適用関連会社で、コンビニエンスストア運営事業を展開	103.67 Crore	49%
FPC株式会社	スポンサー企業との交渉、TV番組などの各種メディアへの出演交渉、アスリート関連のSNS運営、ブランディング事業を展開	25百万円	33%

[出所]会社資料等よりJPR作成

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報、資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

6.2022年12月期第2四半期レビュー

連続最高益更新

収益構造改革が進む

セグメント全体として 增收増益

為替の影響で增收な がらも減益

収益性の改善などか ら大幅増益

連結売上高、営業利益ともに過去最高を更新

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を連続更新となった。店舗データベース（店舗DB）を基軸に着実に成長が続き、高収益化に向けて収益構造改革も進んでいる。2021年から本格投入した店舗DBを基軸に着実に成長している。連結売上高6,963百万円、営業利益865百万円で、上半期は概ね計画通りに進捗した。高収益化に向けて収益構造改革が進み、営業利益率は2020年と比べ約1.8倍となった。

HRソリューション事業

コロナ禍でも事業基盤を拡大

ラウンダーサービスや販促ツール製作は店舗DBを軸にした販促施策提案によりサービスの付加価値が高まり、大型案件の受注や収益の向上が見られる。

グループ内シナジー効果で収益性が向上

買収したコールセンターやBPO、デバッグサービスを展開するジェイエムエス・ユナイテッド株式会社及び人材派遣・紹介サービスを展開するジェイ・ネクスト株式会社における、当社グループ内への経営統合・業務統合・意識統合により営業面・業務面でグループ内シナジー効果が高まり収益性が向上した。

IoTソリューション事業

半導体部材高は価格転嫁で吸収

店舗DBの活用で製品の付加価値を高めることに成功し、半導体部材高などを価格転嫁で吸収することができた。

急速な円安の進展による為替変動が営業減益要因

オンラインサイネージシステムやテーブルトップオーダー端末、大型サイネージなどの高単価端末の出荷増もあり前年同期比9.3%の増収。ただ、前期下期に受注していた一部顧客の要望に応じてオリジナルで製造する端末の案件で円安の進展による影響があり、営業利益は前年同期比20.2%減。

MRソリューション事業

覆面調査の収益性が改善

物販・サービス業向けの内部監査代行やコンプライアンス調査が伸長、コロナ禍で覆面調査の主要顧客層が入れ替わったことで収益性が改善し、增收増益。

セグメント別の業績

セグメント	売上高（千円）	前期比(%)	営業利益（千円）	前期比(%)
HRソリューション事業	4,793,584	17.9	626,963	47.0
IoTソリューション事業	1,573,154	9.3	325,222	△20.2
MRソリューション事業	661,863	27.9	176,093	82.3
全社	6,963,110	16.5	865,553	26.8

[出所]有価証券報告書よりJPR作成

■ 前期との比較

店舗DBを基軸に着実に成長、YoYで売上高は+16.5%、営業利益は+26.8%
高収益化に向けて収益構造改革が進み、営業利益率はFY2020と比べ約1.8倍

単位:百万円 (構成比)	FY2020 2Q累計	FY2021 2Q累計	FY2022 2Q累計	YoY
売上高	4,596	5,976	6,963	16.50%
営業利益	315 (6.9%)	682 (11.4%)	865 (12.4%)	26.80%
経常利益	142 (3.1%)	672 (11.2%)	859 (12.3%)	27.90%
当期純利益	67 (1.5%)	441 (7.4%)	573 (8.2%)	29.9%

■ 事業計画比

2Q累計業績計画比では売上高・営業利益ともに計画通りに進捗経常利益・当期純利益は想定を上回る水準で推移

単位:百万円 (構成比)	FY2022 2Q累計業績計画	FY2022 2Q累計	業績計画比
売上高	6,800	6,963	2.3%
営業利益	800 (11.7%)	865 (12.4%)	8.0%
経常利益	780 (11.4%)	859 (12.3%)	10.2%
当期純利益	500 (7.3%)	573 (8.2%)	14.5%

■ 進捗率

上半年期は概ね計画通りに進捗

(前期上半期の進捗率は売上高が44.8%、営業利益が40.7%)

単位:百万円 (構成比)	FY2022 通期業績予想	FY2022 2Q累計	進捗率
売上高	16,000	6,963	43.5%
営業利益	2,200 (13.7%)	865 (12.4%)	39.3%
経常利益	2,000 (12.5%)	859 (12.3%)	42.9%
当期純利益	1,400 (8.7%)	573 (8.2%)	40.9%

[出所] 2022.08.12 個人投資家向けオンライン会社説明会資料

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家の情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

7. 市場環境

PEST分析¹

より良い商品や
サービスを選べる
環境を保護

表示と景品に
係る規制

2009年の消費者庁発
足以後、厳格化が進
展中

政治・法律

景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）

1 : PEST分析とは、政治的法律的原因（Politics）、経済的原因（Economy）、社会的原因（Society）、技術的原因（Technology）の4つの要因から、自社を取り巻く外部環境を分析するフレームワークです。

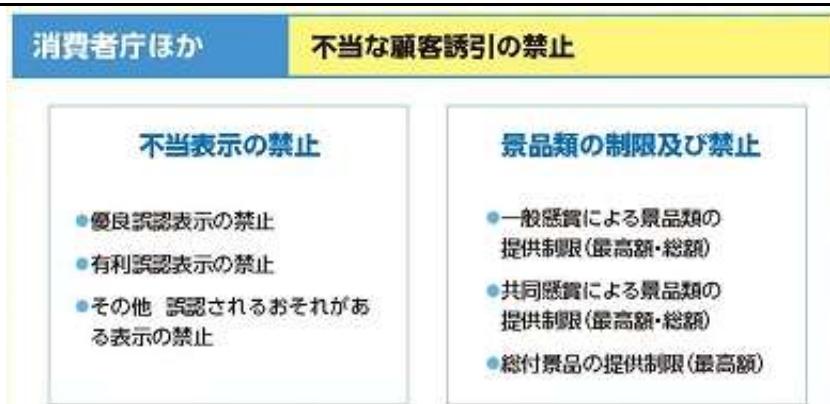
目的

生活者はより良い商品やサービスを求めるが、実際より良く見せかける表示が行われたり、過大な景品付き販売が行われる場合がある。景品表示法は、商品やサービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを厳しく規制するとともに、過大な景品類の提供を防ぐために景品類の最高額を制限することなどにより、生活者がより良い商品やサービスを自主的かつ合理的に選べる環境を守る。

概要

景品表示法は大きく二つの禁止事項がある。一つは、不当表示の禁止。不当表示は、産地偽装のように実際より良い物と偽った表示などによる「優良誤認の表示」と、比較条件を隠し他社より安い、実際にはほとんど変わらないのに他より内容量が多いといった表示をする「有利誤認表示」がある。もう一方は景品類の制限及び禁止で、景品につられて質の悪い・割高な製品・サービスの購入により不利益を被らないように、過大な景品の提供を禁止している。

景品表示法の概要



[出所] 消費者庁ウェブサイト：https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/

昨今の改正の状況

景品表示法は消費者保護の観点でここ十数年で大きく変化した。景品表示法は従来、独占禁止法の一部であり、不当な取引をBtoB、BtoCとともに規制していた。しかし、2009年の消費者庁発足に合わせ、公正取引委員会の管轄から移管され、消費者法として改めて規定された。これにより、法律を改変したのではなく、消費者に関わる事項がよりクローズアップされた。

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をならん保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

厳格な法規制対応には、データに基づく根拠が必要に

根拠がより必要に

店舗DBの価値が増大へ

店頭プロモーション市場約8,200億円

変化の激しい時代に信頼できるDBの価値は増大へ

更に、2016年に景品表示法が改正され、事業者のコンプライアンス体制の確立、監視指導体制の強化と課徴金制度の導入が決定され、前二つは同年施行、課徴金制度は2018年より施行された。この改正により、規制が厳格化されたとともに、監視体制の構築も必要となった。よって企業はこれまで以上に表示に配慮しないと、例え故意ではなかったとしても表示の誤りを見過ごした責任に対するリスクを負う。

不正競争防止法

不正競争防止法は、企業間の公正な競争を保つことにより経済の健全な発展に寄与することを目的としている。販促に関する事項は、有名ブランドのロゴや形状などを真似たものを販売したり広告に使用したりする、などの著名表示冒用行為、また、商品やサービスの説明で原産地、品質、内容、製造方法などを広告などにおいて、誤認を与えるような表示をする、誤認惹起行為が該当する。

当社への影響

販促に関する法規制は生活者保護の観点から今後も厳格化していくと思われるが、非常に製品数が多い小売分野では対応への労力が莫大に必要となり、故意でなくとも漏れにより法規に抵触するリスクがある。こうした環境では、当社の店舗DBと実行を担う28万人のメティアクリーの処理能力・対応能力がより効果的と考えられる。店舗DBは攻めの販促だけでなく、リスク低減の面でも大きく期待されている。

経済

景気変動の影響が小さい販促業界

逆境下でも売り場の支えとして必要とされる販促

国内の店頭プロモーション市場は当社算出値で約8,200億円。企業が出費する販促費用は経済環境に影響を受けそうに一見思えるが、実際は変動が少ない。例えば広告費用は企業の業績に応じて減額されやすいが、販促費用を下げてしまうと売場に影響が出やすくなります。売上が下がるリスクがある。それでは企業は困るために、東日本大震災のような日本中が苦境に陥る状況でも販促市場は比較的早期に回復し、コロナ禍でも同様の状況で、売場が苦しい時にこそむしろ必要とされるのが販促だ。

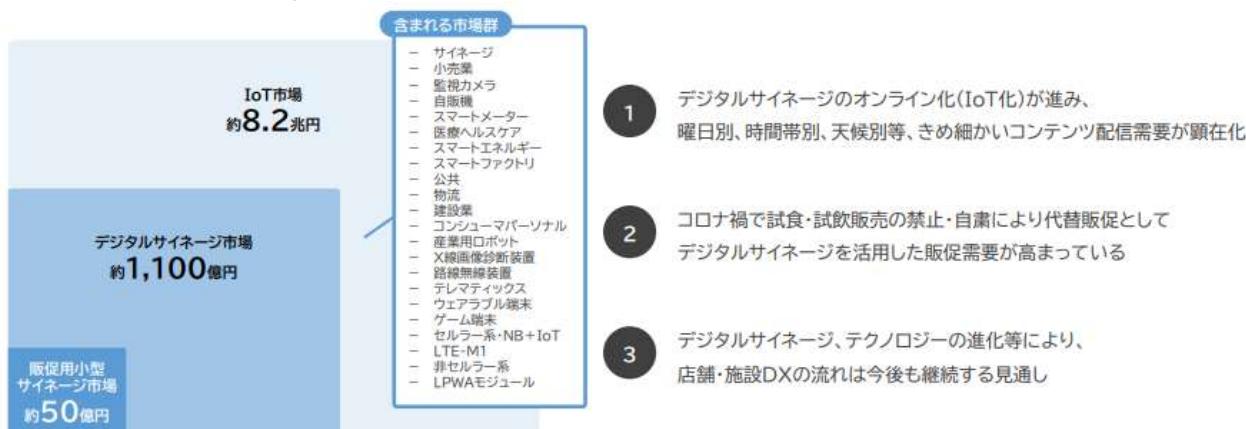
インフレなど変化する時にこそ必要とされる販促

デフレ化が長い日本においては材料費の高騰があった場合でも消費者心理が考慮され値上げは中々生じない。しかし、企業努力に限界が生じ、値上げに迫られる状況がある。こうした場合に消費者離れを生じさせないように販促で対策する。企業にとっては苦境化であっても販促費用を削減するようでは自分の首を絞めることにもなりかねないため、売上維持のためにも販促が求められる。

SDGs販促が脱物質・脱技術に貢献

IoT/AIの進展は当社にとってプラス

IoT市場環境



※ 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。
富士キメラ総研「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。

[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

5フォース分析

5フォース分析

唯一無二の存在でほとんど競争が存在しない

当社グループがターゲットにしている市場



[出所] 2022.03.29 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

業界内の競合

当社のように大手流通出身者で、店舗DBのような店舗情報を活用して販促に活用するビジネスモデルを構築した企業はなく、当社と同等規模での競争環境はない。

販促支援業界は、販促企画と販促運用で実行する企業が分かれている場合が通常で、大元の販促企画は大手広告会社や大手印刷会社が受注する。当社の今後の競争相手はそうした大手となるが、「何を」を中心とする競合に対し、「どこで」を店舗DBの活用で提案出来る当社は独自性で優位に立つ。

また、大手は販促運用を別会社に流す場合が通常であるが、当社は運用までワンストップで実行可能な優位性がある。運用に直接関わることで、店舗現場のリアルな情報を収集可能となり、店舗DBが強化される。このサイクルにより当社は業界内でトップクラスになり得るポテンシャルがある。

代替品の脅威

販促企画においては、当社は活用出来ていない店舗や売場の写真などを多数保有しており、それらのAI分析による上積みポテンシャルがある。同様に眠っているリアルデータがあり、新たな分析手法がもたらせられれば代替になり得るが、現状は当社以外で見当たらない。

販促運用においては、デジタルサイネージのような新たな販促手段がIoTの進化で今後も考えられる。また、ECの拡大によりオンラインの販促手法の多様化やオフラインと連動するOMOは今後も進展するであろうが、代替ではなく手法の高度化・多様化として、各社取り入れていくと思われる。

店舗の現場ベースの
データベースにおいて
質と量で競合はいな
い

い

代替困難

現場の幅広いアクティビティの動向を分析する必要があるため新規参入は困難

買い手と共に親密な関係を構築

契約社員から見て当社は魅力的

新規参入者の脅威

新規参入は、当社と同じく店舗現場のデータを収集し、データベース化し、AI分析をすれば可能であり、AI等の技術の進展から当社のような活動は注目されている。しかし、店舗の数は数多く、店舗に訪れる人のアナログな行動のデータ収集にはかなり労力や店舗の協力が必要である。また、当社は創業以来10数年のデータ蓄積があるが、新規参入者は過去のデータは保有者から購入せざるを得ないがデータの有無すら分からず。よって、ほとんどの場合は新規参入者は一からのデータ収集が必要で、当社から10数年遅れた非常にビハインドな状態のため、参入のハードルは非常に高い。

買い手の交渉力

コロナ前後でむしろ売上・営業利益を伸ばし、唯一無二の店舗DBの有用性が示されている。詳細の売値は不明だが、平均30%の高い投下資本利益率からの推定では値下げ交渉の影響は見られない。今後、眠っている現場データのAI分析が進めば、更に高付加価値なビジネスモデルとなる上積み要素もある。

売り手の交渉力

当社における調達は、ラウンダー・覆面調査のような契約社員の人員。創業以来、当社の価値観において人を大切にする組織構築を目指しており、当社の業績も順調に成長してきたため、同業と比較しても魅力的な職場と推察する。28万人の登録者がその証左となろう。

デジタルサイネージの調達は特段優位性ではなく、さらにメイン材料である半導体の調達は現在需要がひつ迫しているため売り手次第となる。当社は今期分の在庫は確保しているとのことであるが、来期については今後の市場環境と調達努力による。

8.参考資料-比較会社の財務予測

■ 2130:メンバーズ

[億円]	今期	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後	6年後	7年後	8年後	9年後	10年後	11年後	12年後	永久価値
	2023.03	2024.03	2025.03	2026.03	2027.03	2028.03	2029.03	2030.03	2031.03	2032.03	2033.03	2034.03	2035.03	
売上高	182	213	249	291	341	399	453	503	546	584	617	617	617	
営業利益	22.0	25.7	30.1	35.2	41.2	48.2	54.8	60.8	66.0	70.6	74.6	74.6	74.6	
営業利益率	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	
売上高成長率	21.8%	17.0%	17.0%	17.0%	17.0%	17.0%	13.6%	10.9%	8.7%	7.0%	5.6%	0.0%	0.0%	
NOPATマージン	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	8.4%	
投下資本売上高比率	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	35.0%	
WACC	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	
ROIC=NOPATマージン×投下資本売上高比率	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	23.9%	
ROIC/WACC (1円の元手で創出する価値)	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	¥2.9	
超過利潤の現在価値	119	19	20	22	24	26	22	19	15	12	10	4	0	
投下資本①：元手	64													
超過利潤価値（今期の超過利潤の永久価値）②	119													
成長価値（超過利潤の増加分の現在価値）③	188													
非事業資産価値④	0													
企業価値⑤=①+②+③+④	371													
有形子負債等	-8													
株主価値	363													

[出所]FactSet等によりJPR作成。以下同様。

■ 4499: Speee

[億円]	今期	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後	6年後	7年後	8年後	9年後	10年後	11年後	12年後	永久価値
	2022.09	2023.09	2024.09	2025.09	2026.09	2027.09	2028.09	2029.09	2030.09	2031.09	2032.09	2033.09	2034.09	
売上高	125	150	180	216	259	311	360	407	448	485	517	517	517	
営業利益	15.0	18.0	21.6	25.9	31.1	37.3	43.3	48.9	53.9	58.3	62.1	62.1	62.1	
営業利益率	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	12.0%	
売上高成長率	-1.6%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	16.0%	12.8%	10.2%	8.2%	6.6%	0.0%	0.0%	
NOPATマージン	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%	
投下資本売上高比率	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	37.1%	
WACC	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	
ROIC=NOPATマージン×投下資本売上高比率	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	22.4%	
ROIC/WACC (1円の元手で創出する価値)	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	¥2.8	
超過利潤の現在価値	82	15	17	19	21	23	20	17	15	12	10	4	0	
投下資本①：元手	46													
超過利潤価値（今期の超過利潤の永久価値）②	82													
成長価値（超過利潤の増加分の現在価値）③	168													
非事業資産価値④	20													
企業価値⑤=①+②+③+④	317													
有形子負債等	-10													
株主価値	306													

■ 6533: Orchestra Holdings

[億円]	今期	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後	6年後	7年後	8年後	9年後	10年後	11年後	12年後	永久価値
	2022.12	2023.12	2024.12	2025.12	2026.12	2027.12	2028.12	2029.12	2030.12	2031.12	2032.12	2033.12	2034.12	
売上高	100	121	146	177	214	259	303	344	381	413	442	442	442	
営業利益	16.7	20.2	24.5	29.6	35.8	43.3	50.6	57.4	63.6	69.0	73.8	73.8	73.8	
営業利益率	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	
売上高成長率	-39.9%	21.0%	21.0%	21.0%	21.0%	21.0%	16.8%	13.4%	10.8%	8.6%	6.9%	0.0%	0.0%	
NOPATマージン	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	
投下資本売上高比率	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	69.9%	
WACC	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	
ROIC=NOPATマージン×投下資本売上高比率	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	
ROIC/WACC (1円の元手で創出する価値)	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	¥2.0	
超過利潤の現在価値	73	14	16	18	20	22	20	17	14	12	10	4	0	
投下資本①：元手	70													
超過利潤価値（今期の超過利潤の永久価値）②	73													
成長価値（超過利潤の増加分の現在価値）③	163													
非事業資産価値④	-0													
企業価値⑤=①+②+③+④	306													
有形子負債等	-22													
株主価値	284													

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

3655:ブレインパッド

[単位]	今期	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後	6年後	7年後	8年後	9年後	10年後	11年後	12年後	永久価値
	2023.06	2024.06	2025.06	2026.06	2027.06	2028.06	2029.06	2030.06	2031.06	2032.06	2033.06	2034.06	2035.06	
売上高	103	128	158	196	244	302	360	415	466	512	552	552	552	
営業利益	11.0	13.6	16.9	21.0	26.0	32.2	38.4	44.3	49.8	54.7	59.0	59.0	59.0	
営業利益率	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	10.7%	
売上高成長率	20.3%	24.0%	24.0%	24.0%	24.0%	24.0%	19.2%	15.4%	12.3%	9.8%	7.9%	0.0%	0.0%	
NOPATマージン	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	7.4%	
投下資本売上高比率	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	41.6%	
WACC	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	
ROIC=NOPATマージン÷投下資本売上高比率	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	17.8%	
ROIC/WACC（1円の元手で創出する価値）	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	¥2.3	
NOPAT	7.61	9.43	11.69	14.50	17.98	22.30	26.58	30.66	34.43	37.81	40.78	40.78	40.78	
投下資本×WACC	3.31	4.11	5.09	6.32	7.83	9.71	11.58	13.36	15.00	16.47	17.77	17.77	17.77	
超過利潤	4.29	5.32	6.60	8.18	10.15	12.58	15.00	17.30	19.43	21.34	23.02	23.02	23.02	
超過利潤=NOPAT-投下資本×WACC	4.29	5.32	6.60	8.18	10.15	12.58	15.00	17.30	19.43	21.34	23.02	23.02	23.02	
各年で創造する価値	55	13	16	20	25	31	31	30	27	25	22	0	0	
デスクランクレート	100%	93%	86%	80%	74%	69%	64%	59%	55%	51%	47%	44%	41%	
超過利潤の現在価値	55	12	14	16	19	22	20	18	15	13	10	4	0	
投下資本×1元手	43													
超過利潤価値（今期の超過利潤の永久価値）②	55													
成長価値（超過利潤の増加分の現在価値）③	150													
非事業部成長価値④	7													
企業価値⑤=①+②+③+④	264													
有利子負債等	-1													
株主価値	263													

3983: オロ

[単位]	今期	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後	6年後	7年後	8年後	9年後	10年後	11年後	12年後	永久価値
	2022.12	2023.12	2024.12	2025.12	2026.12	2027.12	2028.12	2029.12	2030.12	2031.12	2032.12	2033.12	2034.12	
売上高	62	68	74	81	87	93	98	103	106	109	112	112	112	
営業利益	20.5	22.5	24.6	26.7	28.8	30.8	32.6	34.0	35.2	36.2	37.1	37.1	37.1	
営業利益率	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	33.2%	
売上高成長率	11.7%	9.6%	9.6%	8.6%	7.8%	7.0%	5.6%	4.5%	3.6%	2.9%	2.3%	0.0%	0.0%	
NOPATマージン	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	22.9%	
投下資本売上高比率	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	62.1%	
WACC	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	8.2%	
ROIC=NOPATマージン÷投下資本売上高比率	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	36.9%	
ROIC/WACC（1円の元手で創出する価値）	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	¥4.5	
NOPAT	14.17	15.53	17.02	18.49	19.92	21.32	22.51	23.52	24.36	25.05	25.63	25.63	25.63	
投下資本×WACC	3.15	3.45	3.78	4.10	4.42	4.73	5.00	5.22	5.41	5.56	5.69	5.69	5.69	
超過利潤	11.03	12.08	13.24	14.39	15.50	16.59	17.51	18.30	18.95	19.49	19.94	19.94	19.94	
超過利潤=NOPAT-投下資本×WACC	11.03	12.08	13.24	14.39	15.50	16.59	17.51	18.30	18.95	19.49	19.94	19.94	19.94	
各年で創造する価値	135	13	14	14	14	13	11	10	8	7	5	0	0	
デスクランクレート	100%	92%	85%	79%	73%	67%	62%	58%	53%	49%	45%	42%	39%	
超過利潤の現在価値	135	12	12	11	10	9	7	6	4	3	2	1	0	
投下資本×1元手	38													
超過利潤価値（今期の超過利潤の永久価値）②	135													
成長価値（超過利潤の増加分の現在価値）③	76													
非事業部成長価値④	33													
企業価値⑤=①+②+③+④	282													
有利子負債等	-7													
株主価値	275													

9246:プロジェクトカンパニー

[単位]	今期	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後	6年後	7年後	8年後	9年後	10年後	11年後	12年後	永久価値
	2022.12	2023.12	2024.12	2025.12	2026.12	2027.12	2028.12	2029.12	2030.12	2031.12	2032.12	2033.12	2034.12	
売上高	42	54	71	94	123	160	200	240	278	313	345	345	345	
営業利益	9.1	11.9	15.6	20.5	26.8	35.1	43.8	52.5	60.8	68.6	75.5	75.5	75.5	
営業利益率	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	21.9%	
売上高成長率	94.4%	31.0%	31.0%	31.0%	31.0%	31.0%	31.0%	24.8%	19.8%	15.9%	12.7%	10.2%	0.0%	0.0%
NOPATマージン	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	15.1%	
投下資本売上高比率	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	45.3%	
WACC	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	7.8%	
ROIC=NOPATマージン÷投下資本売上高比率	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	33.4%	
ROIC/WACC（1円の元手で創出する価値）	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	¥4.3	
NOPAT	6.29	8.24	10.80	14.14	18.53	24.27	30.29	36.30	42.07	47.41	52.22	52.22	52.22	
投下資本×WACC	1.46	1.91	2.51	3.28	4.30	5.64	7.03	8.43	9.77	11.01	12.13	12.13	12.13	
超過利潤	4.83	6.33	8.29	10.86	14.23	18.64	23.26	27.87	32.30	36.40	40.10	40.10	40.10	
超過利潤=NOPAT-投下資本×WACC	4.83	6.33	8.29	10.86	14.23	18.64	23.26	27.87	32.30	36.40	40.10	40.10	40.10	
各年で創造する価値	62	19	25	33	43	57	60	60	57	53	48	0	0	
デスクランクレート	100%	93%	86%	80%	74%	69%	64%	59%	55%	51%	47%	44%	41%	
超過利潤の現在価値	62	18	22	32	39	38	35	31	27	23	4	0	0	
投下資本×1元手	19													
超過利潤価値（今期の超過利潤の永久価値）②	62													
成長価値（超過利潤の増加分の現在価値）③	292													
非事業部成長価値④	8													
企業価値⑤=①+②+③+④	381													
有利子負債等	-3													
株主価値	378													

本レポートは、ジェイ・エニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

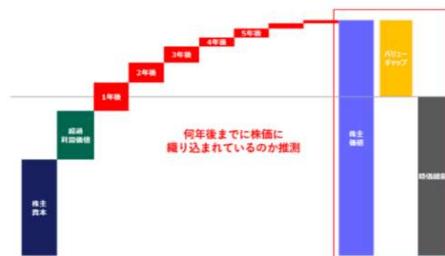
参考

超過利潤による企業価値評価

超過利潤分析のフレームワーク

超過利潤もしくは、経済付加価値は、東京証券取引所の第5回企業価値向上表彰で大賞となった花王株式会社が導入するなど、世界的に企業価値を推計する指標として普及している。超過利潤による計算では、企業価値を投下資本、超過利潤価値、成長価値、非事業資産の4つに分解し、より深く企業価値の創出構造を理解することが可能となる。時価総額が理論的な株主価値より大きければ、割高の可能性、低ければ割安の可能性を示唆する。各年度別の企業価値への貢献を次の図のようにビジュアル化することが可能である。次の図では株主資本=投下資本+非事業資産-有利子負債等として試算し、よりシンプルに示している。このようにすると何年後までの成長が株価に織り込まれているのかも推測可能である。

超過利潤による企業価値分解



[出所] JPR

超過利潤は、利用している投下資本に対して、投資家の満足するリターンを超えた利益を推計する。その現在価値が「超過利潤価値」となり、超過利潤が成長していく場合は、「成長価値」となる。また、事業に利用されていない資産を非事業資産価値として加算し、理論的な企業価値を推計する。理論的にはディスカウントキャッシュフロー法（DCF法）と超過利潤による企業価値推計値は同じになる。本レポートでは、簡易的に次のように計算した数値を用いて超過利潤を計算している。

超過利潤 = 税引き後営業利益(NOPATマージン) - 投下資本×加重平均資本コスト
税引き後営業利益 (Net Operating Profit After Tax:NOPAT) = 営業利益 X (1-実効税率)
投下資本 = 総資産 - 非事業資産価値 - (余剰資金の合計、有利子負債以外の流動負債の金額を比較し、大きい金額)
非事業資産価値 = 繰り延べヘッジ損益 + 土地再評価額金 + 為替調整勘定
余剰資金の合計 = 売上高の月商1.5ヶ月を超える現預金 + 短期有価証券 + 投資有価証券
加重平均資本コスト = 税引き後有利子負債利子率 X (D/(E+D)) +
株主資本コスト X (E/D+E) 株主資本コスト = 0.5% + 5% × β
β = TOPIXと対象企業株価の5年間の日次リターンの一次回帰式の傾き
E = 計算時点での時価総額
D = 計算時点での直近決算の短期有利子負債 + 固定負債 + 少数株主持ち分

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。

免責事項

本レポートは、株式会社ティー・アイ・ダヴリュ/株式会社アイフィスジャパン（以下、発行者）が、「ANALYST NET」のブランド名（登録商標）で発行するレポートであり、外部の提携会社及びアナリストを主な執筆者として作成されたものです。

- 「ANALYST NET」のブランド名で発行されるレポートにおいては、対象となる企業について従来とは違ったアプローチによる紹介や解説を目的としております。発行者は原則、レポートに記載された内容に関してレビューならびに承認を行っておりません（しかし、明らかな誤りや適切ではない表現がある場合に限り、執筆者に対して指摘を行っております）。
- 発行者は、本レポートを発行するための企画提案及びインフラストラクチャーの提供に関して対価を直接的または間接的に対象企業より得ている場合があります。
- 執筆者となる外部の提携会社及びアナリストは、本レポートを作成する以外にも対象会社より直接的または間接的に対価を得ている場合があります。また、執筆者となる外部の提携会社及びアナリストは対象会社の有価証券に対して何らかの取引を行っている可能性あるいは将来行う可能性があります。
- 本レポートは、投資判断の参考となる情報提供のみを目的として作成されたものであり、有価証券取引及びその他の取引の勧誘を目的とするものではありません。有価証券及びその他の取引に関する最終決定は投資家ご自身の判断と責任で行ってください。
- 本レポートの作成に当たり、執筆者は対象企業への取材等を通じて情報提供を受けておりますが、当レポートに記載された仮説や見解は当該企業によるものではなく、執筆者による分析・評価によるものです。
- 本レポートは、執筆者が信頼できると判断した情報に基づき記載されたものですが、その正確性、完全性または適時性を保証するものではありません。本レポートに記載された見解や予測は、本レポート発行時における執筆者の判断であり、予告無しに変更されることがあります。
- 本レポートに記載された情報もしくは分析に、投資家が依拠した結果として被る可能性のある直接的、間接的、付随的もしくは特別な損害に対して、発行者ならびに執筆者が何ら責任を負うものではありません。
- 本レポートの著作権は、原則として発行者に帰属します。本レポートにおいて提供される情報に関して、発行者の承諾を得ずに、当該情報の複製、販売、表示、配布、公表、修正、頒布または営利目的での利用を行うことは法律で禁じられております。

本レポートは、ジェイ・フェニックス・リサーチ株式会社（以下、JPR）が、投資家への情報提供を目的として作成したものであり、証券売買の勧誘を目的としたものではありません。JPRが信頼できると判断した情報・資料に基づいておりますが、掲載された内容の正確性・信頼性・完全性・適合性・適時性をなんら保証するものではありません。JPRは本レポートを利用したことまたは依拠したことによる直接的・間接的な損害を含むいかなる結果に対しても一切の責任を負いません。有価証券並びにその他の取引に関する責任は投資家自身にあります。注意事項の詳細については最終ページをご参照ください。