



2021年12月期 第1四半期決算説明資料

第1四半期は売上高・営業利益とも過去最高、営業利益は前年同期比2.4倍
コロナ禍においてデジタルサイネージのオンライン化が急速に進み、利益成長が加速

インパクトホールディングス株式会社
東証マザーズ:6067
2021年5月14日

1

売上高・営業利益とも過去最高、営業利益は前年同期比2.4倍

※ 詳細はP4～30を参照

- ▶ 700万件超の店舗DBにAI機能を実装し、店頭販促企画の自動分析からシミュレーションまでを実現
- ▶ 非販促領域でのオリジナルサイネージ需要が更に拡大
- ▶ クロスオフィサー制度の導入、マーケティング部を新設

2

ESG経営、SDGsへの取り組みを開始

※ 詳細はP17～19を参照

- ▶ 店頭販促支援サービスの事業プロセスの中でSDGsに貢献できる事業モデルへシフトしていく予定

3

双日(株)との事業連携強化に向けた取り組みを推進

※ 詳細はP29を参照

- ▶ 第17期定時株主総会・第1号議案「取締役1名選任の件」の採決に伴い、4月から双日(株)より社外取締役1名を受け入れ
- ▶ 事業連携強化に向けて、プロジェクトごとのタスクフォースチームを立ち上げ、プロジェクトを推進中

4

インド事業は、前期末に投資持分を全額減損処理したため、損失計上はなし

※ 詳細はP31～36を参照

- ▶ 新型コロナウイルス感染拡大が収束するまでの当面の間は、コンビニへの業態転換に係る投資を控え、業態転換前のコーヒー豆販売事業の継続による資金繰りの改善及びコンビニ事業の収益改善を通じて早期の黒字化を目指す。

1

2021年12月期 第1四半期決算概要

2

2021年12月期 通期業績予想 及び 中期経営計画達成に向けて

3

ESG経営、SDGsへの取り組み

4

事業トピックス

5

インド・コンビニ事業 直近の動向と計画

6

株主還元方針

7

会社概要

1 2021年12月期 第1四半期決算概要



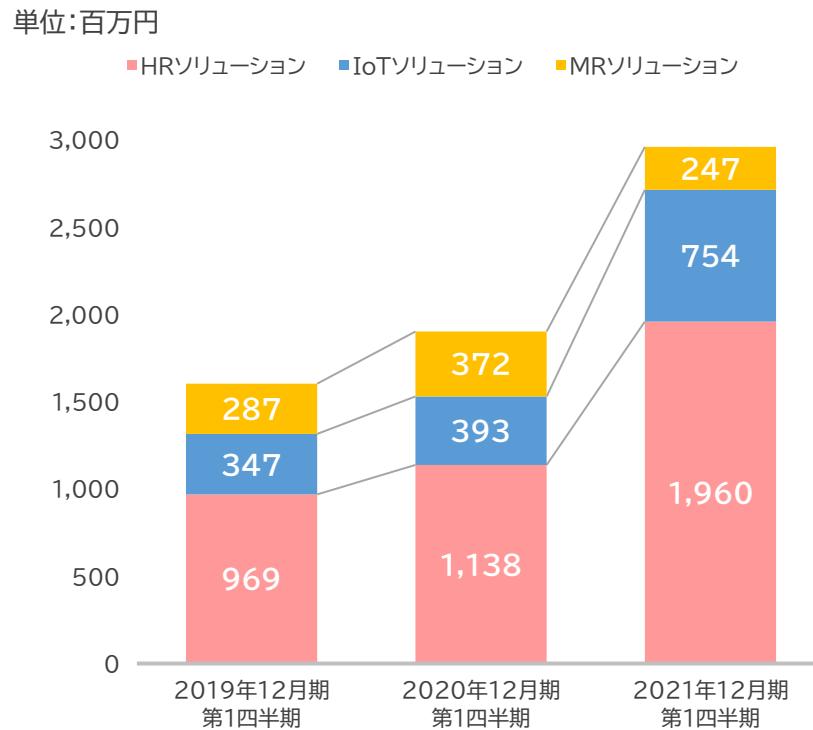
第1四半期連結売上高は2,962百万円(前年同期比+55.5%)で過去最高を更新
 また、連結営業利益は340百万円(前年同期比+149.0%)で過去最高益

2度目の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による影響を受けながらも、需要の高い事業に経営資源(人・モノ・資金)を集中させたことや、昨期グループ入りしたジェイエムエス・ユナイテッド^(株)及びジェイネクスト^(株)の第1四半期の業績取込、3月本決算企業の駆け込み需要取込等により、売上高・営業利益とも大幅に伸長

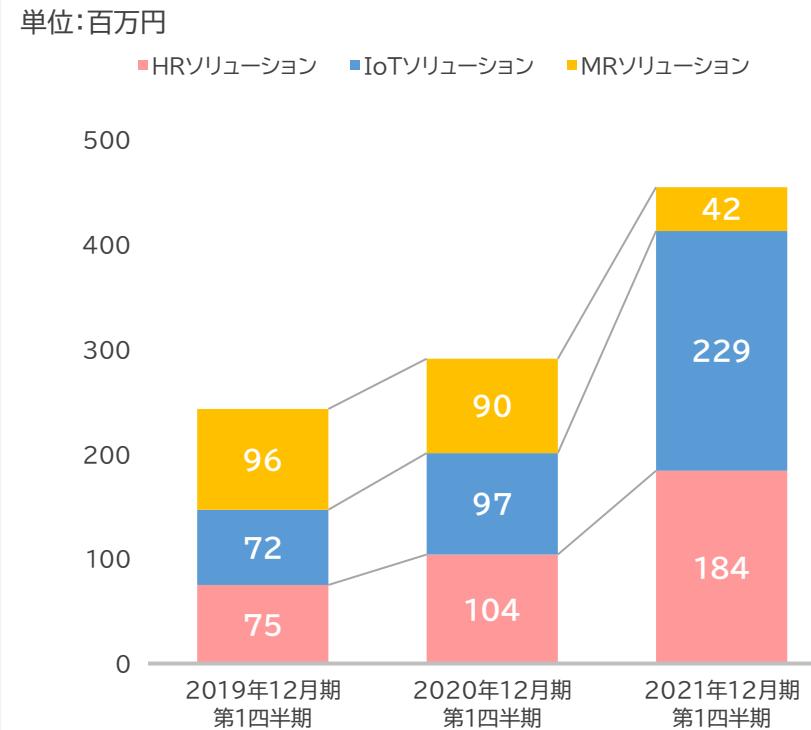
単位:百万円 (構成比)	2019年12月期 第1四半期 実績	2020年12月期 第1四半期 実績	2021年12月期 第1四半期 実績	前年同期比
売上高	1,605	1,904	2,962	+55.5%
営業利益	70 (4.4%)	136 (7.2%)	340 (11.5%)	+149.0%
経常利益	71 (4.4%)	69 (3.6%)	331 (11.2%)	+379.2%
純利益	36 (2.2%)	77 (4.0%)	208 (7.0%)	+170.9%

MRソリューション事業は減収減益となったものの、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し、グループ全体として大幅な増収増益となった

【売上高】



【営業利益】



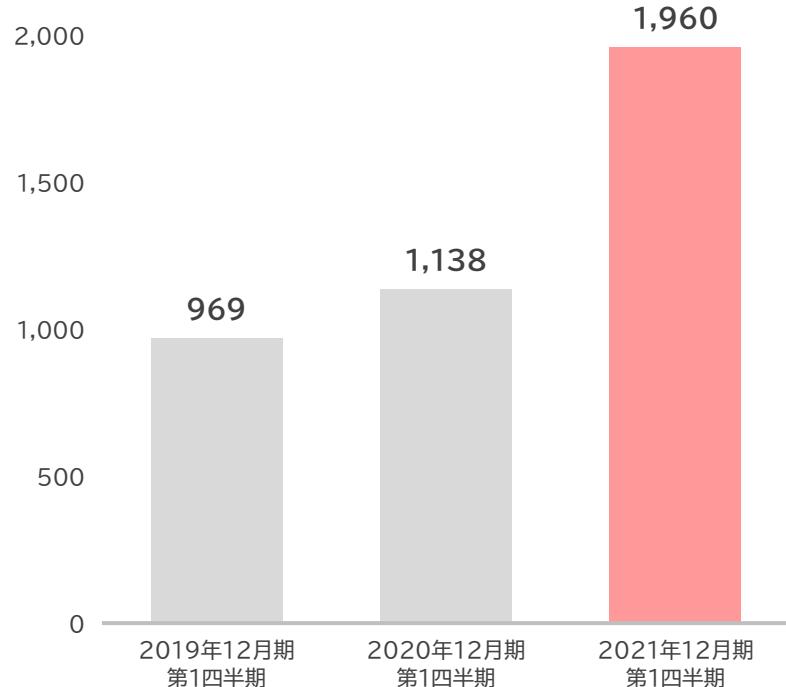
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

昨期グループ入りしたジェイエムエス・ユナイテッド(株)及びジェイネクスト(株)の第1四半期の業績取込により、売上高・営業利益とも伸長
試食・試飲販売員派遣(マネキン)事業は、他事業への人事異動や販管費の削減により、赤字幅を圧縮
ラウンダー事業は、2度目の緊急事態宣言下で一部巡回規制等はあったものの、売上高は昨期と同水準で推移

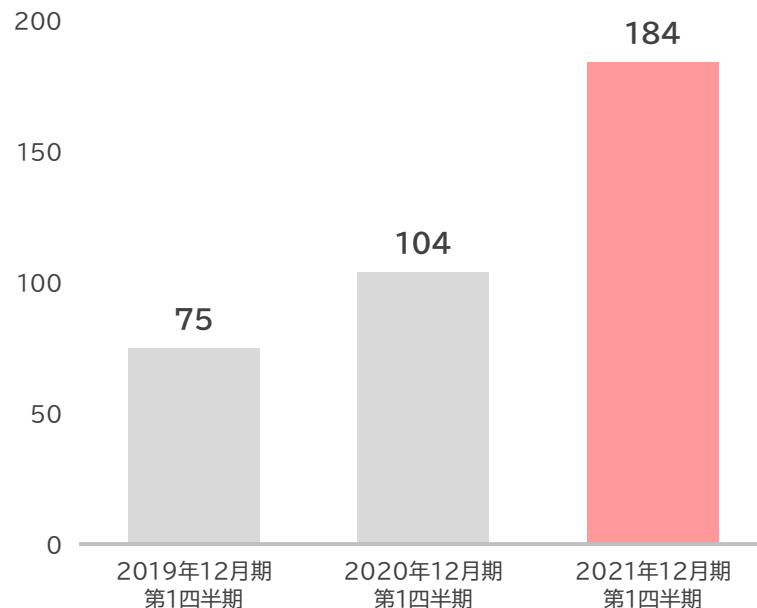
【売上高】前年同期比 72.1%増

単位:百万円



【営業利益】前年同期比 76.9%増

単位:百万円



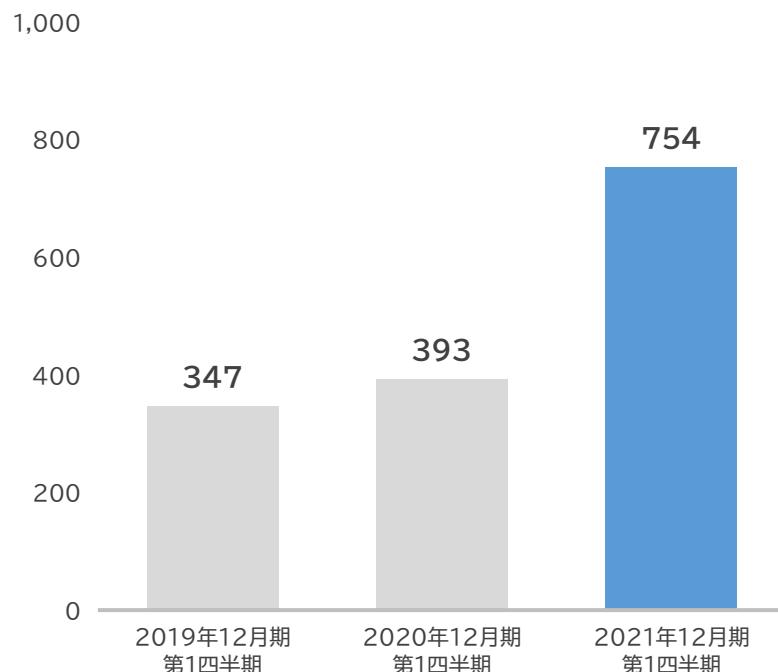
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

オンラインサイネージやオリジナルサイネージの大口受注、3月本決算企業の駆け込み需要取込により過去最高益を更新
また、オンラインサイネージやオリジナルサイネージの需要は第2四半期以降も継続する見通し

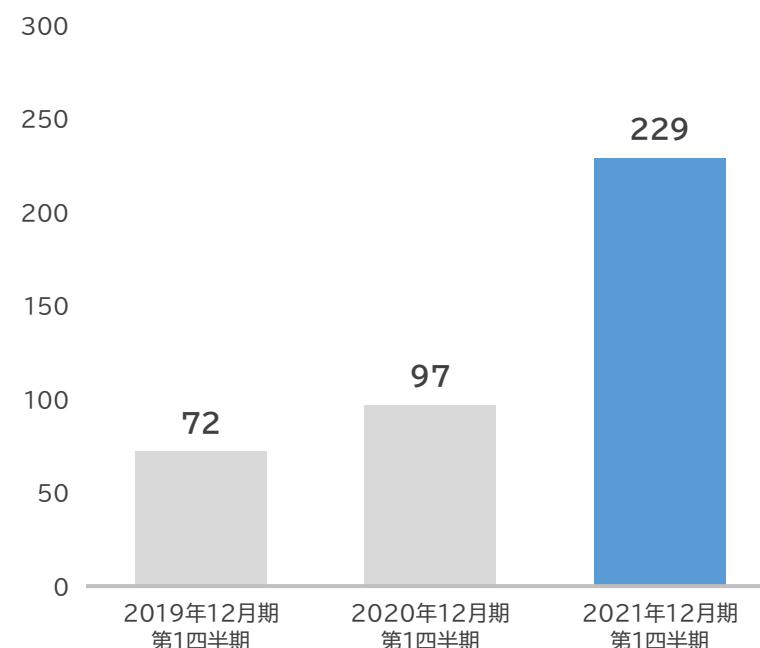
【売上高】前年同期比 91.8%増

単位:百万円



【営業利益】前年同期比 136.6%増

単位:百万円



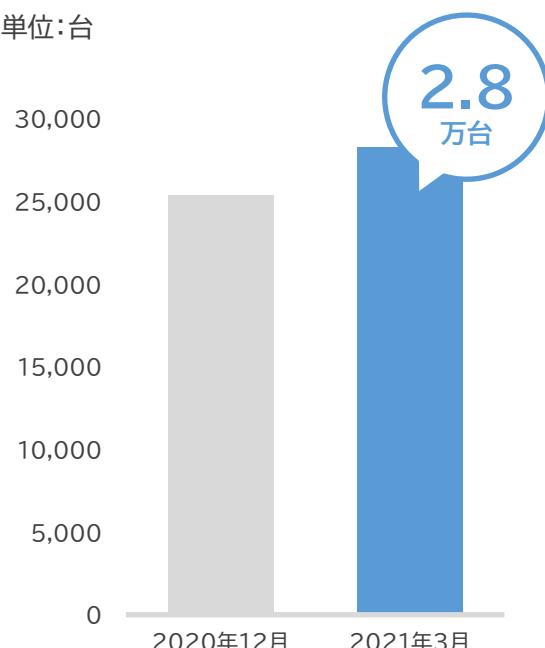
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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おりません。

新型コロナウイルスが追い風となり、オンラインサイネージの稼働台数が堅調に推移
オンラインサイネージ稼働台数が2.8万台に到達し、第2四半期には3万台へ到達見込み
オンラインASPサービス利用料のストック型収益が着実に成長しており、今期もストック収益が伸長する見込み

オンラインサイネージ稼働台数

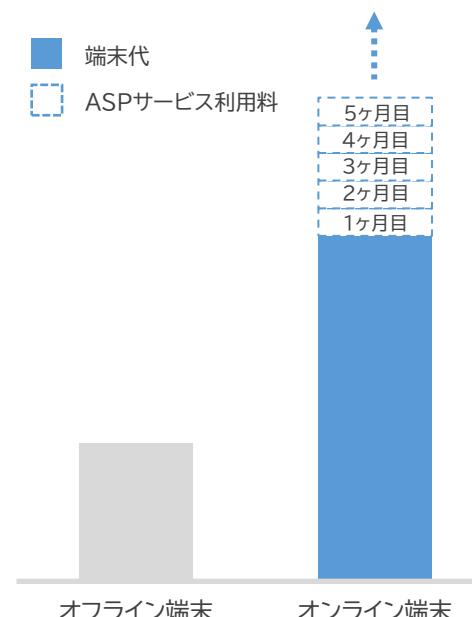
単位:台



- ▶ コロナ禍で店頭ツールのDX化が急加速
- ▶ 遠隔地から店頭の映像コンテンツ切り替えができるオンラインサイネージへの関心が急伸

オンラインサイネージ収益モデル

■ 端末代
□ ASPサービス利用料



- ▶ オフライン端末と比較すると単価は約2~3倍
- ▶ 端末代に加えて、月額で「ASPサービス利用料 × 契約台数」がストック収益となる

店頭メディアサイネージ

広告メディア事業者様

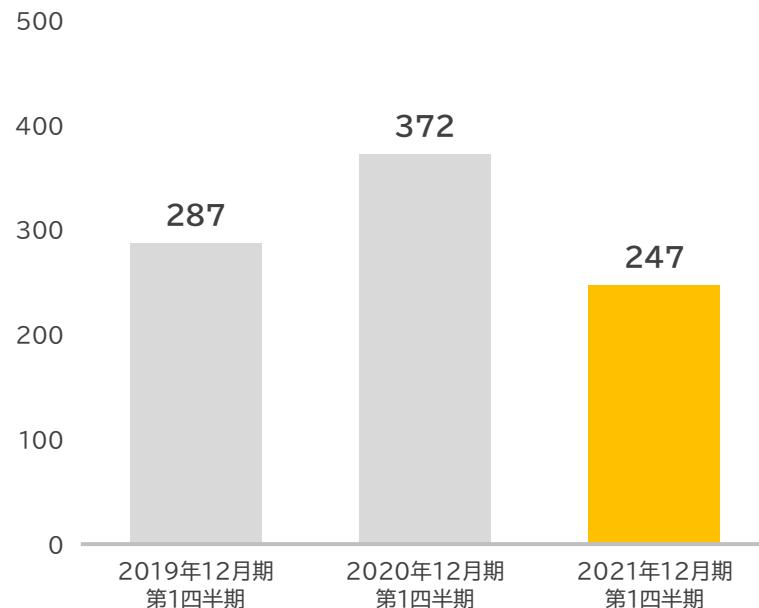


- ▶ アプリを用いて店頭でレシピ動画を配信
- ▶ 端末にSIMを搭載しており、Wi-Fi環境に左右されずに運用が可能
- ▶ 販売点数・売上が30%以上向上

リアル店舗を対象とするコンプライアンス調査や内部監査代行、低コストかつライトなサンプリング調査「買いタメ」の大型受注はあったものの、新型コロナウイルスの影響による外食産業の停滞や小売業の営業時間短縮等の影響による案件中止等が響き、MRソリューション事業全体では減収減益で着地

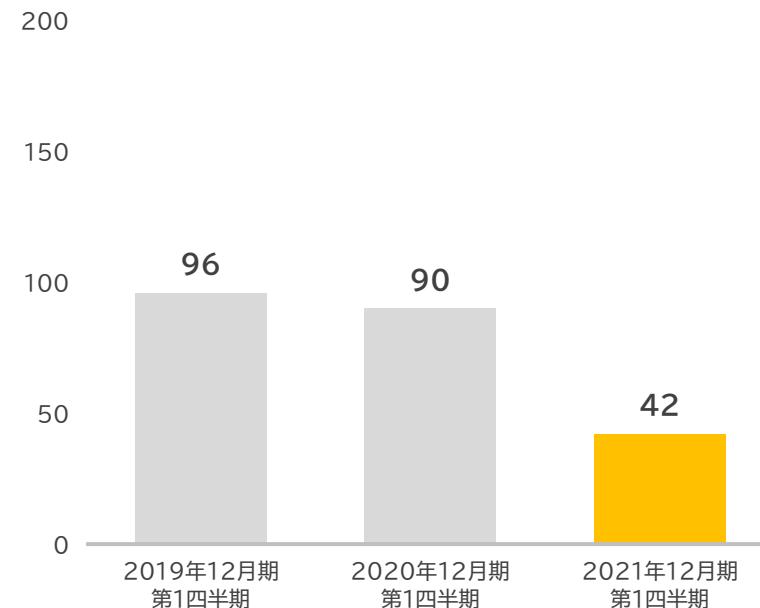
【売上高】前年同期比 33.4%減

単位:百万円



【営業利益】前年同期比 53.6%減

単位:百万円



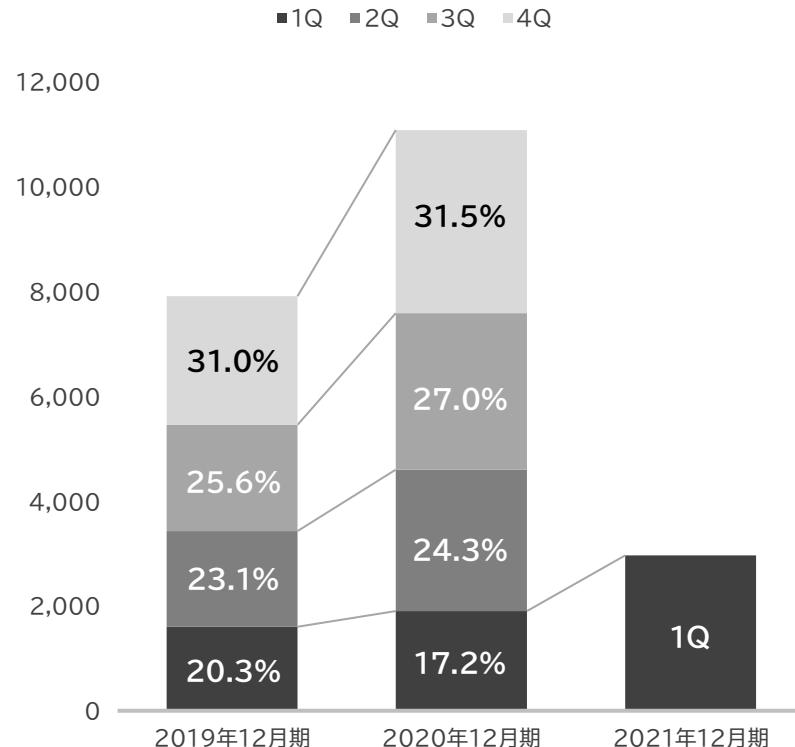
※ 売上高については、セグメント間の内部売上高の数値は含まれておりません。

※ 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。

昨期、第1四半期の業績に含まれていなかったジェイエムエス・ユナイテッド(株)及びジェイ・ネクスト(株)の業績取込、デジタルサイネージ事業の成長等により、緊急事態宣言下で影響を受けながらも売上高・営業利益とも順調な滑り出し

【売上高】

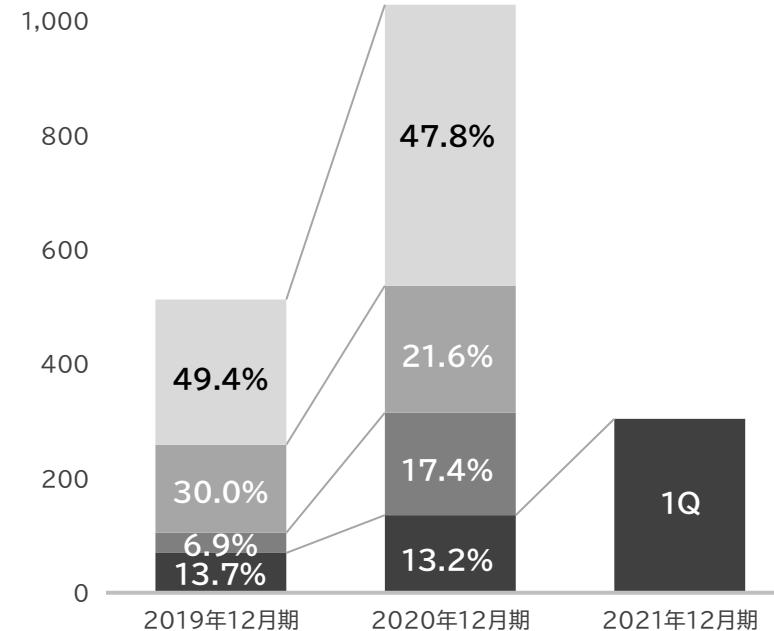
単位:百万円



【営業利益】

単位:百万円

■1Q ■2Q ■3Q ■4Q



連結子会社の金融機関からの短期借入金の返済等を行ったことで財務改善
 純資産は2,681百万円から2,893百万円に増加、自己資本比率は31.1%から38.4%へ改善

	2020年12月期 期末		2021年12月期 第1四半期末		増減
	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	
流動資産	7,266	84.5%	6,227	82.9%	△ 1,039
固定資産	1,329	15.5%	1,282	17.1%	△ 47
資産合計	8,595	100.0%	7,509	100.0%	△ 1,086
流動負債	3,084	35.9%	2,009	26.8%	△ 1,075
固定負債	2,829	32.9%	2,606	34.7%	△ 223
負債合計	5,913	68.8%	4,615	61.5%	△ 1,298
資本金	1,727	20.1%	1,728	23.0%	1
純資産合計	2,681	31.2%	2,893	38.5%	212
負債・純資産合計	8,595	100.0%	7,509	100.0%	△ 1,086

累計稼働件数(セグメント別)

4月以降に展開する新商品や季節商品展開に伴う店頭販促施策、3月本決算企業の駆け込み需要により、IoTソリューション事業のデジタルサイネージ出荷台数が84.0%増加

またMRソリューション事業は、リアル店舗を対象とするコンプライアンス調査や内部監査代行、ライトかつ低成本で実施できる非接触型サンプリング調査「買い物タメ」の大型スポット調査受注により稼働件数が328.6%増加

単位:千件

400

300

200

100

0

247

24

39

184

272

16
38

218

322

68

70

184

2019年12月期
第1四半期

2020年12月期
第1四半期

2021年12月期
第1四半期

全 体

前年同期比

18.6%増

MR ソリューション

前年同期比

328.6%増

IoT ソリューション

前年同期比

84.0%増

HR ソリューション

前年同期比

15.5%減

2

2021年12月期 通期業績予想 及び中期経営計画達成に向けて



2021年12月期の通期業績予想の見通しにつきましては、新型コロナウイルス感染拡大による影響が長期化しており、当社グループの業績に与える影響を見通すことが困難であるため、公表しておりません。今後合理的な予想が可能となった時点で、速やかに開示いたします。

下記が2021年12月期のセグメント戦略です。

HRソリューション事業

- ▶ 店舗DBを基にした効率的かつ効果的な販促需要の取り込み
- ▶ 店頭販促DX(デジタルサイネージ一体型什器、デジタル推奨販売等)の拡大

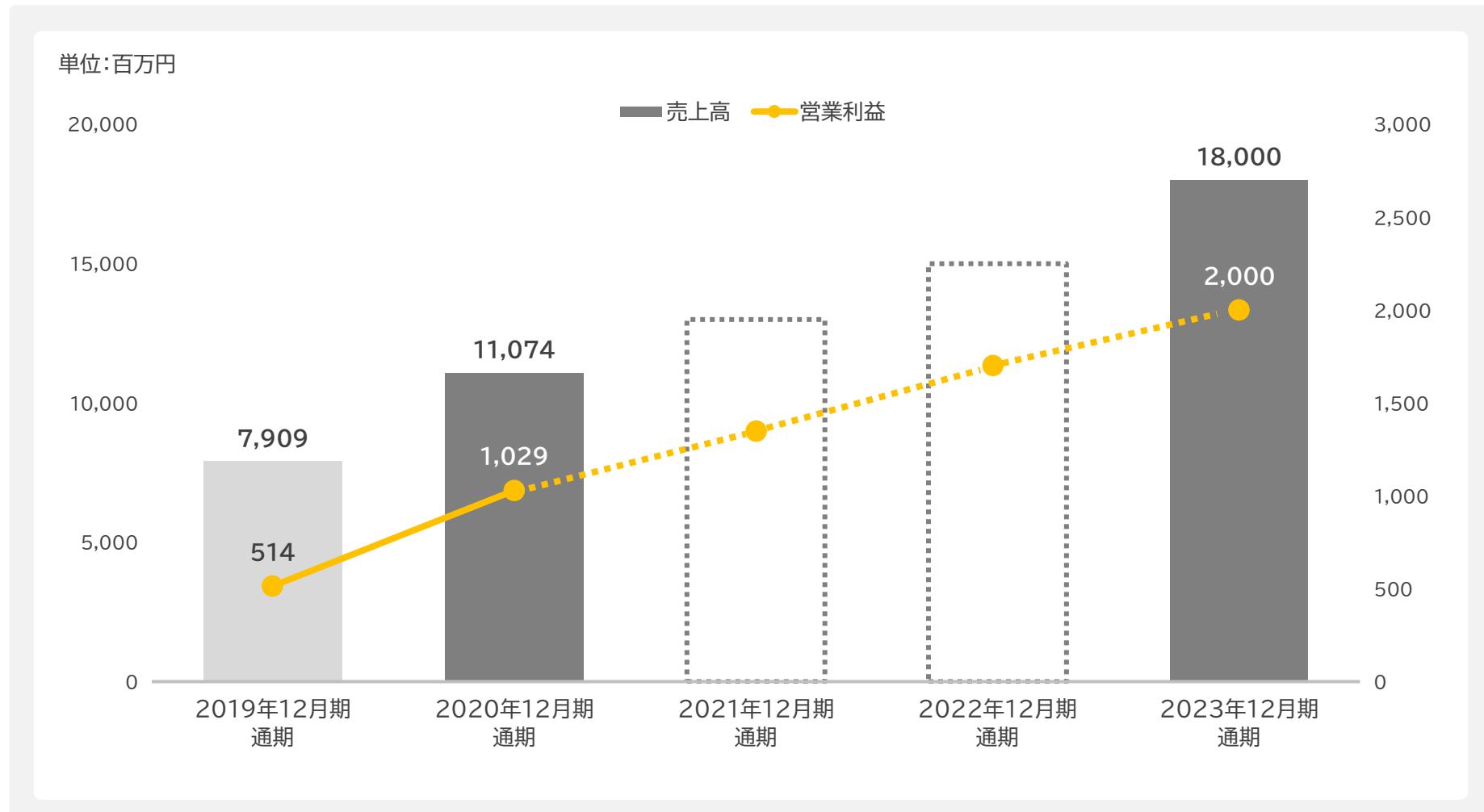
IoTソリューション事業

- ▶ コロナ禍でオンラインサイネージ導入加速
- ▶ 非販促領域の防犯カメラ機能付きメディアサイネージ、テーブルトップオーダー端末の拡大

MRソリューション事業

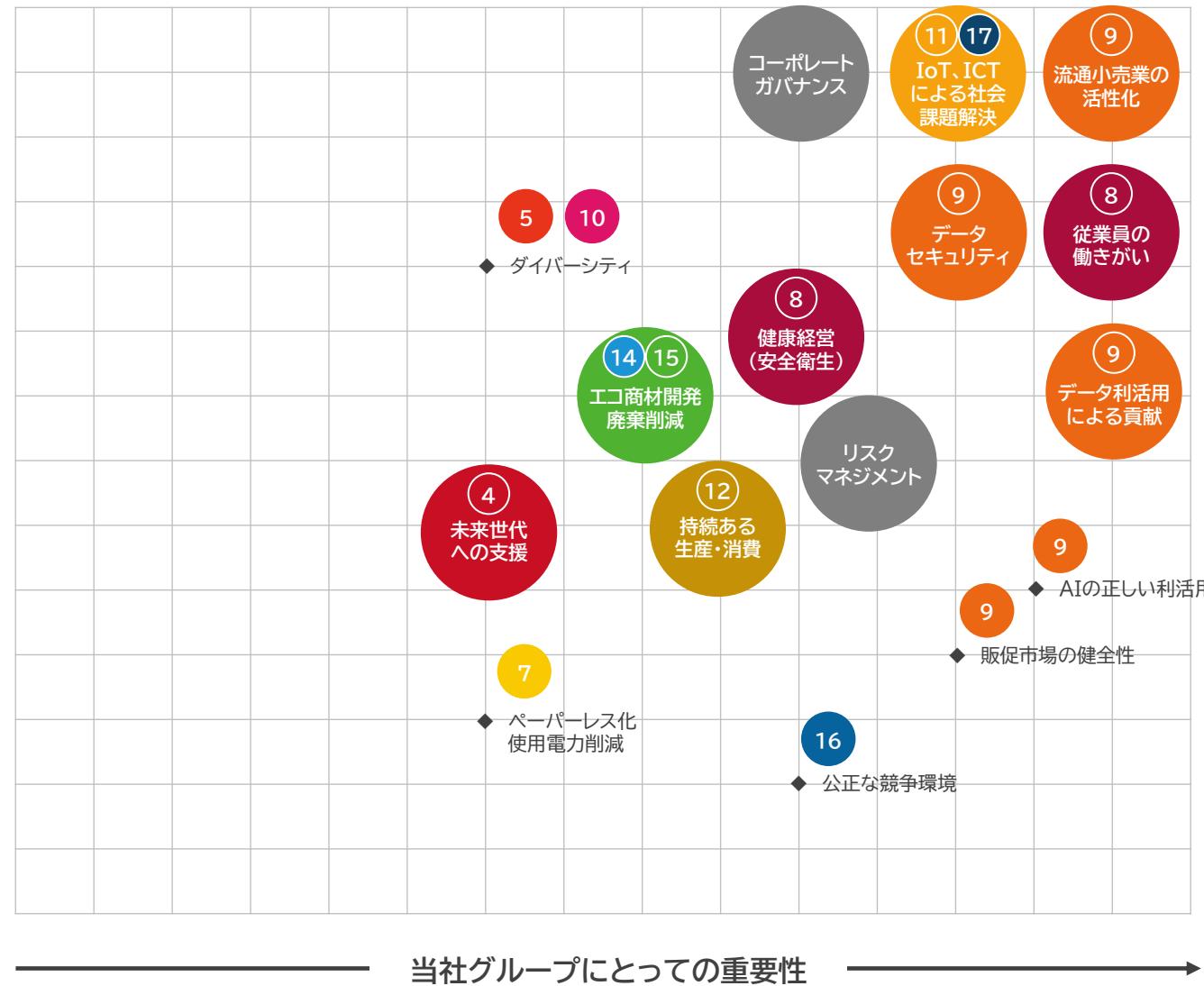
- ▶ コロナ禍で飲食店向け覆面調査需要は落ち込むものの、内部監査代行需要等を代替サービスとして取り込み
- ▶ 消費財メーカー向けマーケティングリサーチ案件をグループシナジーにより獲得

中期経営計画として2023年12月期に売上高180億円、営業利益20億円とすることを掲げております。これを実現するため、既存事業の収益基盤拡大のみならず、M&A等による周辺事業領域への拡大についても積極的に取り組んでおります。なお、売上高・営業利益が良好に推移しているため、計画の見直しも視野に入れております。



3

ESG経営、SDGsへの取り組み



数字は持続可能な開発目標(SDGs)
の番号ならびにアイコンの色に対応

- 4 質の高い教育をみんなに
- 5 ジェンダー平等を実現しよう
- 7 エネルギーをみんなに、そしてグリーンに
- 8 働きがいも経済成長も
- 9 産業と技術革新の基盤をつくろう
- 10 人や国の平等をなくそう
- 11 住み続けられるまちづくりを
- 12 つくる責任、つかう責任
- 14 海の豊かさを守ろう
- 15 陸の豊かさも守ろう
- 16 平和と公正をすべての人に
- 17 パートナーシップで目標を達成しよう

※ 大きい丸は、当社グループとステークホルダーにとって特に重要であり、注力して取り組むべき領域であると認識されるもの。

	SDGsへの貢献	価値創造	ステークホルダー
#01 流通小売業及び情報技術社会の発展	9 産業と技術革新の基盤をつくろう	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 店頭販促のDX推進 ▶ 店舗DBを中心としたデータの利活用による社会貢献 ▶ デジタル販促ツール、デジタルプレミアムグッズ等の開発 	
#02 スマートシティの実現	11 住み続けられるまちづくりを 17 パートナーシップで目標を達成しよう	<ul style="list-style-type: none"> ▶ IoT、ICTテクノロジーでスマートシティのインフラを支え、社会・環境にインパクトを与える 	
#03 持続可能な社会への挑戦	12 つくる責任、つかう責任 14 海の豊かさを守ろう 15 陸の豊かさも守ろう	<ul style="list-style-type: none"> ▶ リサイクル素材の使用、エコ商材の開発 ▶ 販促物のムダ、在庫削減 	
#04 誰もが活躍できる社会の実現	5 ジェンダー平等を実現しよう 8 働きがいも経済成長も	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ダイバーシティの推進 ▶ 新しい働き方の実現 ▶ 人材開発、育成 	

※ 数字は持続可能な開発目標(SDGs)の番号ならびにアイコンの色に対応。

4 事業トピックス



1

シナジー営業の推進

2

店舗DB

3

店頭販促のDX推進

4

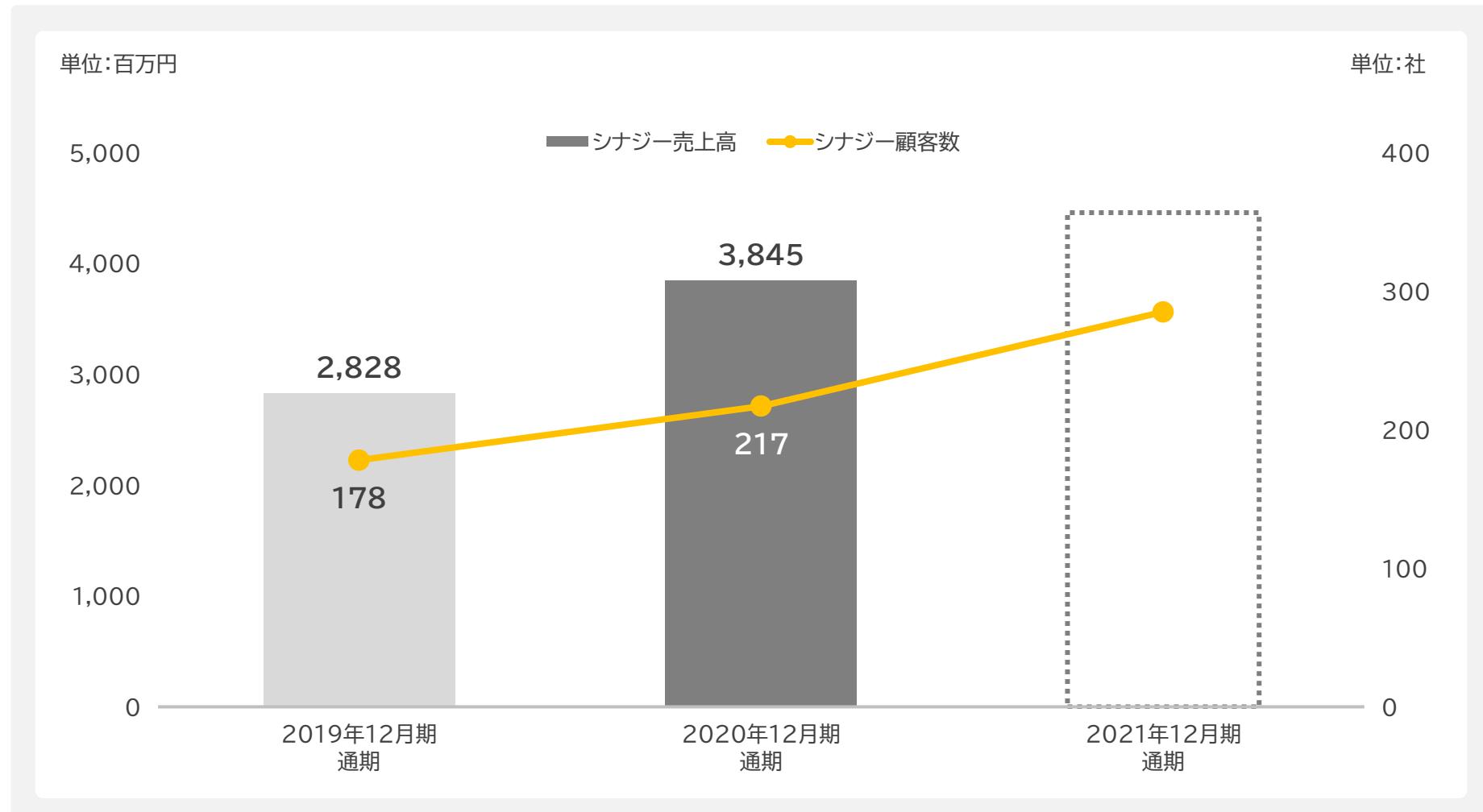
双日(株)との事業連携強化

5

クロスオフィサー制度導入、マーケティング部新設

①シナジー営業の推進 ー 導入実績

シナジー営業の推進によりグループソリューションのクロスセルが進み、シナジー売上高・顧客数とも伸長



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

推奨販売 × 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ークスクリプトを作成
- ▶ 綿密なスタッフ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

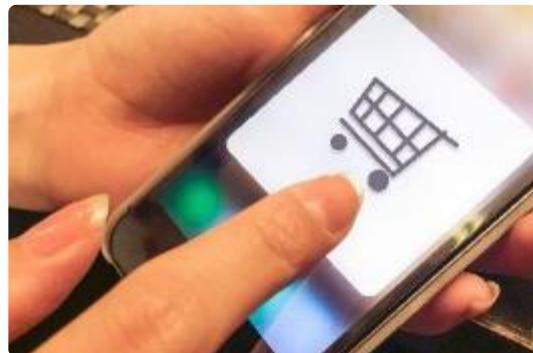
どのような販促プロモーションを行うのかと同様に、どこで販促プロモーションを行うのかが大事な時代
より効率的かつ効果的な販促プロモーションが求められる

オーバーストア



- ▶ 流通小売店舗の改廃が世界一多い
- ▶ コンビニ、ドラッグストア等は店舗数が増加
- ▶ 全店舗で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

ECの台頭、店舗のショールーム化



- ▶ リアル店舗の役割が変化
- ▶ コロナ禍でEC利用者が増加傾向
- ▶ ターゲット層と異なる店舗への販促は不要
- ▶ 省人化・非接触販促需要も拡大

コロナ禍で客層・客質・客数が変化



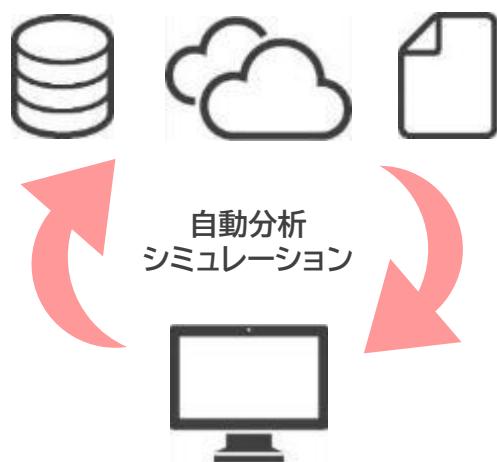
- ▶ コロナ禍で店舗の様相が全く異なっている
- ▶ 客層・客質・客数の変化
- ▶ インバウンド需要の変化
- ▶ 2年前のデータは当てにならない

②店舗DB – AIを搭載した独自の自動分析・シミュレーション機能を開発



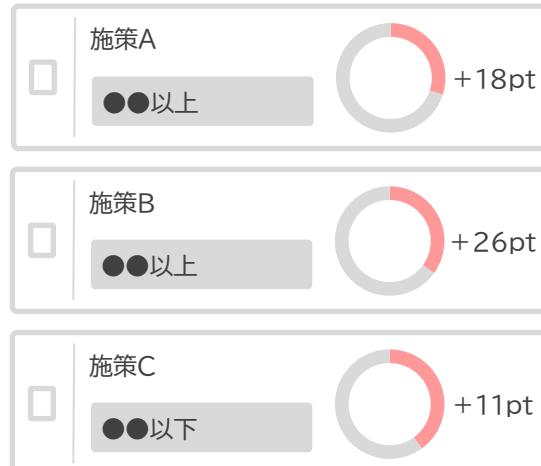
無数の切り口を自動作成し、機械学習で切り口の優先順位付けを行い、効率よく施策を企画・立案
施策の改善効果をその場で試算することができるため、効果の高い施策に注力することが可能

無数の切り口を自動作成



- ▶ データを統合し、人では考えきれない無数の切り口を自動作成

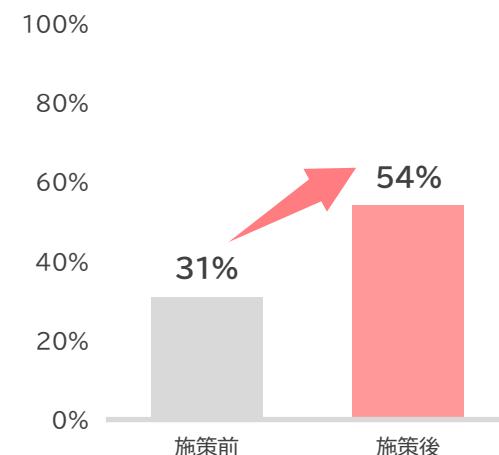
機械学習での優先順位付け



- ▶ 施策の切り口を機械学習で優先順位付け
- ▶ 効率よく打ち手を検討

施策のシミュレーション

月間の巡回数を1回から2回に増やすと
売上が31%から54%上昇見込み

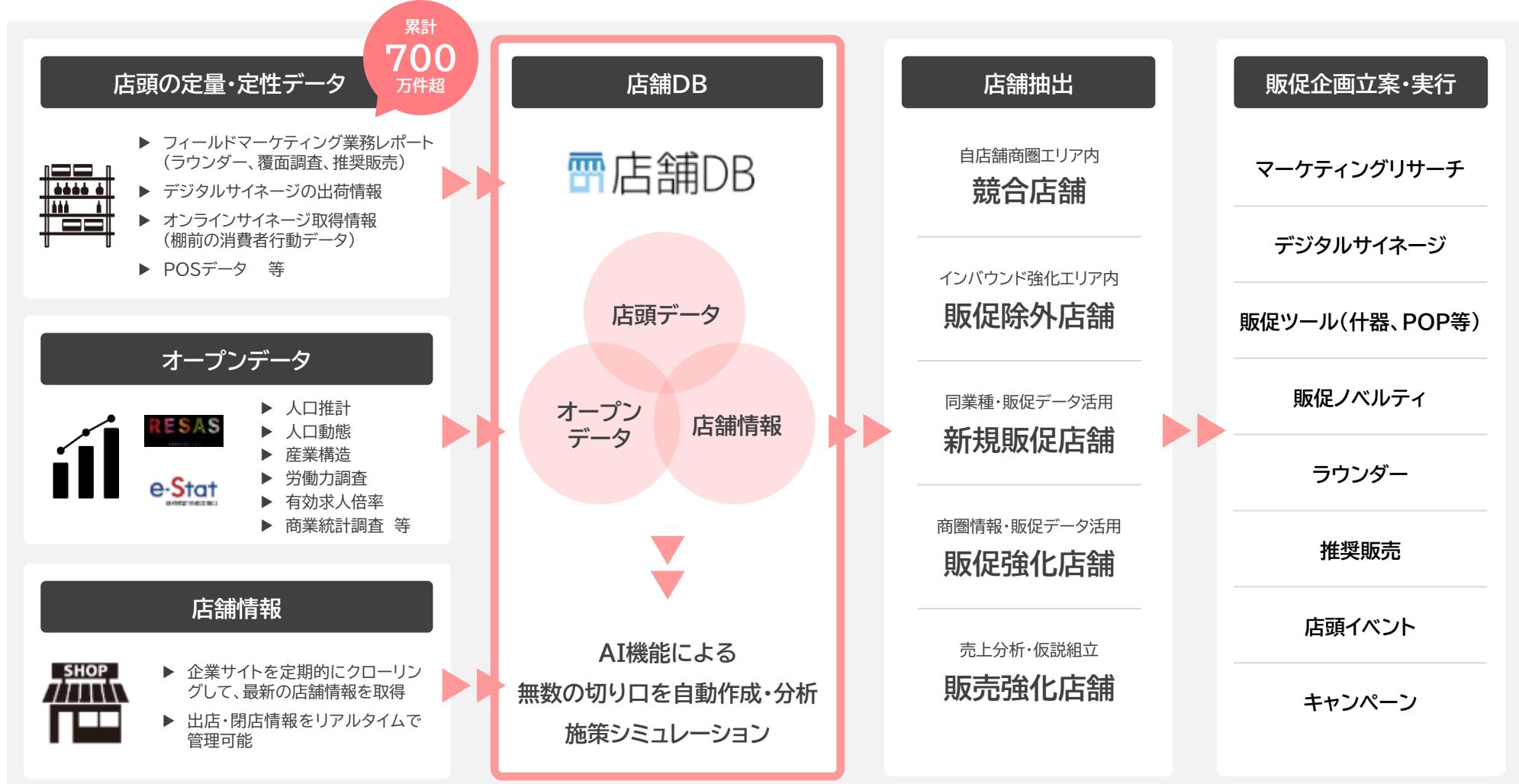


- ▶ 施策後の改善効果をその場で試算
- ▶ 効果の高い施策に注力

②店舗DB ー 店舗DBとは



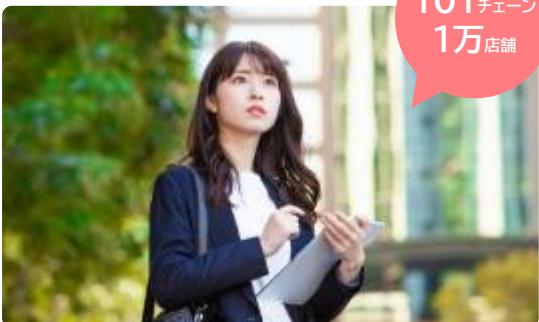
創業から一元管理している累計700万件を超える店舗の売場・販促活動に関する定量・定性データ、オープンデータ、企業サイトから取得した最新の店舗情報を基に、最適な販促企画立案～実行までをプロデュース



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～実行までをトータルサポート

定期巡回店舗の最適化

製薬メーカー様



101
チェーン
1万
店舗

【課題・ニーズ】

- ▶ ラウンダーのアウトソーシングに伴い、巡回店舗を効率かつ効果的に回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
- ▶ インバウンド強化店舗除外
- ▶ 小規模チェーン(10店舗以下)除外
- ▶ 働地店舗除外

サイネージを活用した販促強化

製薬メーカー様



33
チェーン
1,300
店舗

【課題・ニーズ】

- ▶ 新たにサイネージを活用した売場での販促を検討しているが、どの店舗にサイネージを設置すべきか

【店舗抽出条件】

- ▶ 過去の店舗巡回実績
- ▶ インバウンド強化店舗除外
- ▶ 昼間人口が多いエリア
- ▶ 30～50代の働く世代が多く集まるエリア

新商品の販売促進

食品メーカー様



61
チェーン
400
店舗

【課題・ニーズ】

- ▶ 私鉄沿線沿い駅近店舗で売れる傾向だが、それ以外の店舗では売れ行きが伸び悩んでいる

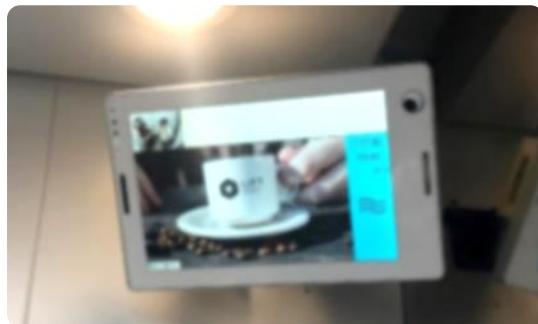
【店舗抽出条件】

- ▶ 30～60代が多く住むエリア
- ▶ 平均年収が高いエリア
- ▶ 関連商品の販促を強化している店舗

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対応

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、5,000台
⇒ 早期に10,000台の設置を目指す
- ▶ 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

テーブルトップオーダー(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

大型サイネージ

商業施設様



たて型
43インチ

- ▶ 施設のフロアガイドや案内板として活用
- ▶ オンライン機能も搭載しているため、コンテンツの更新作業も容易
- ▶ 顔認識機能で防犯や迷子を検知

双日(株)との事業連携強化に向けて、各プロジェクトがスタート

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化

双日商業開発(株)



- ▶ 那須ガーデンアウトレットで、AIカメラソリューションやデジタルサイネージを活用し、施設内のDX化プロジェクトをスタート

販売員派遣・店舗運営

双日インフィニティ(株)



- ▶ 紳士・婦人・子供のカジュアルウェアブランドを起点とした共同での販売員派遣事業や店舗運営事業等の協業に向けて検討開始

店頭販促支援

双日食料(株)



- ▶ 食品メーカー様の商品開発に資する在日外国人を対象としたグループインタビューを実施



- ▶ 受発注、在庫・運行管理、店舗・本部・仕入先からの問い合わせ対応等、24時間365日対応多機能型サポートセンター体制構築に向けて検討開始

⑤クロスオフィサー制度導入、マーケティング部新設

グループシナジー最大化及び次世代の経営者人材育成を目的としてクロスオフィサー制度を導入
また、店頭販促企画の上流工程から案件獲得を目的としてマーケティング部を新設

クロスオフィサー制度導入



【クロスオフィサー制度導入の主な目的】

- ▶ グループシナジーの最大化
- ▶ 次世代の経営者人材の育成
- ▶ グループ会社間での人材交流の活性化
- ▶ グループソリューションの相互理解

マーケティング部新設



【マーケティング部の主な役割】

- ▶ 店頭販促企画の上流工程からの案件獲得
- ▶ 店舗DBを活用した店頭販促のプランニング
- ▶ 店頭販促ソリューションのパッケージサービスの企画・開発
- ▶ サービス紹介資料、企画書、成果物の最適化

5 インド・コンビニ事業 直近の動向と計画



1

複数の新しいパートナー候補へアプローチ中

- ▶ CDEL社及びCDGL社に代わり、当社と共にインド・コンビニ事業を推進する現地パートナー企業を募り、既に複数のパートナー候補へアプローチ中。

2

インド各地でロックダウン発令、当社店舗は短縮営業等で営業継続

- ▶ バンガロールを州都とするインド南部カルナータカ州政府は4月26日、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、翌27日午後9時から5月12日午前6時までの2週間、終日外出禁止を実施されたが、更にロックダウン延長。その他、各州でロックダウンが発令。

【バンガロール ロックダウン主な内容】

- ・ メトロ、タクシーの運行は原則禁止。既に予定されている航空便の運航と鉄道の運行は認めるが、これらを利用するための空港・駅への移動については、乗車券の提示により、タクシー等の利用を許可。
- ・ 緊急治療が必要な患者と付き添い者、ワクチン接種予定者の移動は許可。
- ・ ホテル、レストラン等からの食料持ち帰り、生活必需品の輸送、デリバリーサービスは許可(Eコマースを含む)。
- ・ 食料品、酒の販売店の営業は午前6時から午前10時まで許可(店内での飲食は禁止)。
- ・ 生活必需品産業、電子関連の表面実装等、連続生産が必要な工場に限って許可。
- ・ IT関連業のオフィスワーカーは原則として自宅勤務をしなければならないが、厳に必要な最少人員の事務所勤務は許可。

3

今後のインド・コンビニ事業の対応

- ▶ 新型コロナウイルス感染拡大が収束するまでの当面の間は、コンビニへの業態転換に係る投資を控え、業態転換前のコーヒー豆販売事業の継続による資金繰りの改善及びコンビニ事業の収益改善を通じて早期の黒字化を目指す。

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

伝統的零細商店『キラナ』



【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

【客層/品揃え】

- ▶ 所得階層が低い
- ▶ つけ払いが行われている
- ▶ 客単価が低い
- ▶ 基本的には国内品
- ▶ 品揃えはマンネリ化

キラナは今後の時代変化に取り残される業態

コンビニ『Coffee Day essentials』

コンビニテック
の活用



- ▶ 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

このような業態を展開している店舗は少なく
インド流通小売業のフロンティア

新型コロナウイルス感染拡大が収束するまでの当面の間は、コンビニへの業態転換に係る投資を控え、業態転換を一時的にストップ及び販売不振店舗は段階的に閉店し、既存店舗の収益改善に注力

287
店舗

コーヒー豆小売店舗 ※1



カフェ店舗



35
店舗

コンビニ店舗(プレミアム業態、キヨスク業態、オフィス業態、Shop in Shop業態)



プレミアム業態



キヨスク業態



オフィス業態



Shop in Shop業態

面積	70~150m ²	10~30m ²	~20m ²	~20m ²
SKU数	700~1,500	200~400	100~200	150~300
店舗概要 ※2	アッパー・ミドル層をターゲットとしたおしゃれな内装に加え、買いまわりの良い導線設計。カウンターフード、加工食品、インポート商品等の関連販売を誘因する施策等も実施。	カウンターフード、インポート商品等、標準店舗の販売構成の高い商品を中心に品揃え。	オフィスビル内に立地し、ターゲットはオフィス内の会社員。軽食、間食需要に対応する菓子類やドリンク類を中心とした品揃え。	カフェ店舗「Café Coffee Day」内に立地し、ターゲットはカフェ利用顧客。菓子類、飲料及び加工食品等、商品回転率が良い商品に特化した品揃え。

※1 コンビニスタイルへ転換が完了していない店舗は、既存店舗として運営を行っております。

※2 免許(お酒/タバコ/24H)に関しては、許認可の有無で取扱いがない店舗もあります。

新型コロナウイルスの影響による販売不振店舗は段階的に閉店し、早期の黒字化に向けて業態転換前のコーヒー豆小売事業は運営継続による資金繰りの改善及びコンビニ事業の収益改善を推進中

また、現在新しいパートナー企業からの資金調達及び事業スキームを構築中のため、今後の出店計画に関しては詳細が確定次第開示予定



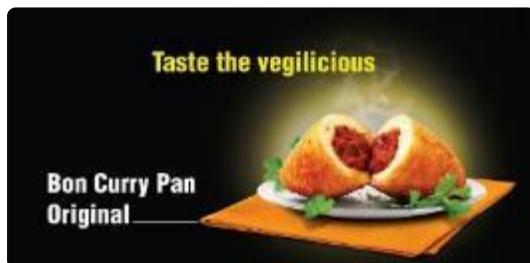
コーヒー豆小売事業は業態転換を行わず
運営継続による資金繰りの改善に注力



コンビニ事業は品揃えを絞り、経営効率化を図る

インド現地で展開する「Coffee Day essentials」の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

大塚フーズインディア様
(大塚食品株様)



ボンカレーパンの取り扱い開始

マルちゃん味の素印度様
(味の素株様と東洋水産株様の合弁会社)



即席麺の取り扱い開始

カイマニュファクチュアリング印度様
(貝印株様)



KAI Kamisori

KAI Tsumekiri

カミソリ、爪切り、包丁等の取り扱い開始

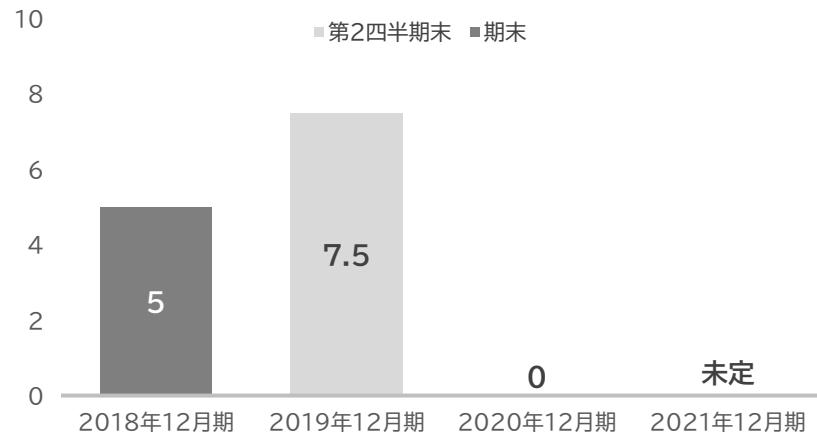
6 株主還元方針



2021年12月期の配当は現時点では未定、株主優待「プレミアム優待俱楽部」は継続

2021年12月期 配当

単位:円 錢



単位:円 錢	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
2018年12月期	-	0.00	-	5.00	5.00
2019年12月期	-	7.50	-	0.00	7.50
2020年12月期	-	0.00	-	0.00	0.00
2021年12月期	-	未定	未定	未定	未定

プレミアム優待俱楽部

株式数及び
保有期間に応じ
ポイント進呈



ポイント数に応じて
商品と交換可能

【優待商品(一例)】



掲載商品は
2,000
点以上

7

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6F
設立年月	2004年2月
資本金	1,728百万円 ※2021年3月末時点
拠点	渋谷本社、札幌、函館、太田、飯田橋、池袋、茅場町、新宿御苑、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、上海(中国)、バンガロール(インド)
従業員数	1,025名(うち正社員408名)※2020年12月末時点
連結子会社	インパクトフィールド株式会社 株式会社RJCリサーチ 株式会社impactTV cabic株式会社 株式会社サツキヤリ ジェイエムエス・ユナイテッド株式会社 ジェイ・ネクスト株式会社 株式会社MEDIAFLAG沖縄 株式会社伸和企画 株式会社INSTORE LABO 梅地亚福(上海)管理咨询有限公司 インパクト・リアルティ株式会社
関連会社	Coffee Day Consultancy Services Private Limited FPC株式会社
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 KAPURI SINGAPORE PTE. LTD.(松本智) 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 坂本孝(ブックオフコーポレーション株式会社 創業者)
取引銀行	埼玉りそな銀行 川口支店 みずほ銀行 虎ノ門支店

代表取締役社長 福井 康夫(ふくい やすお)

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

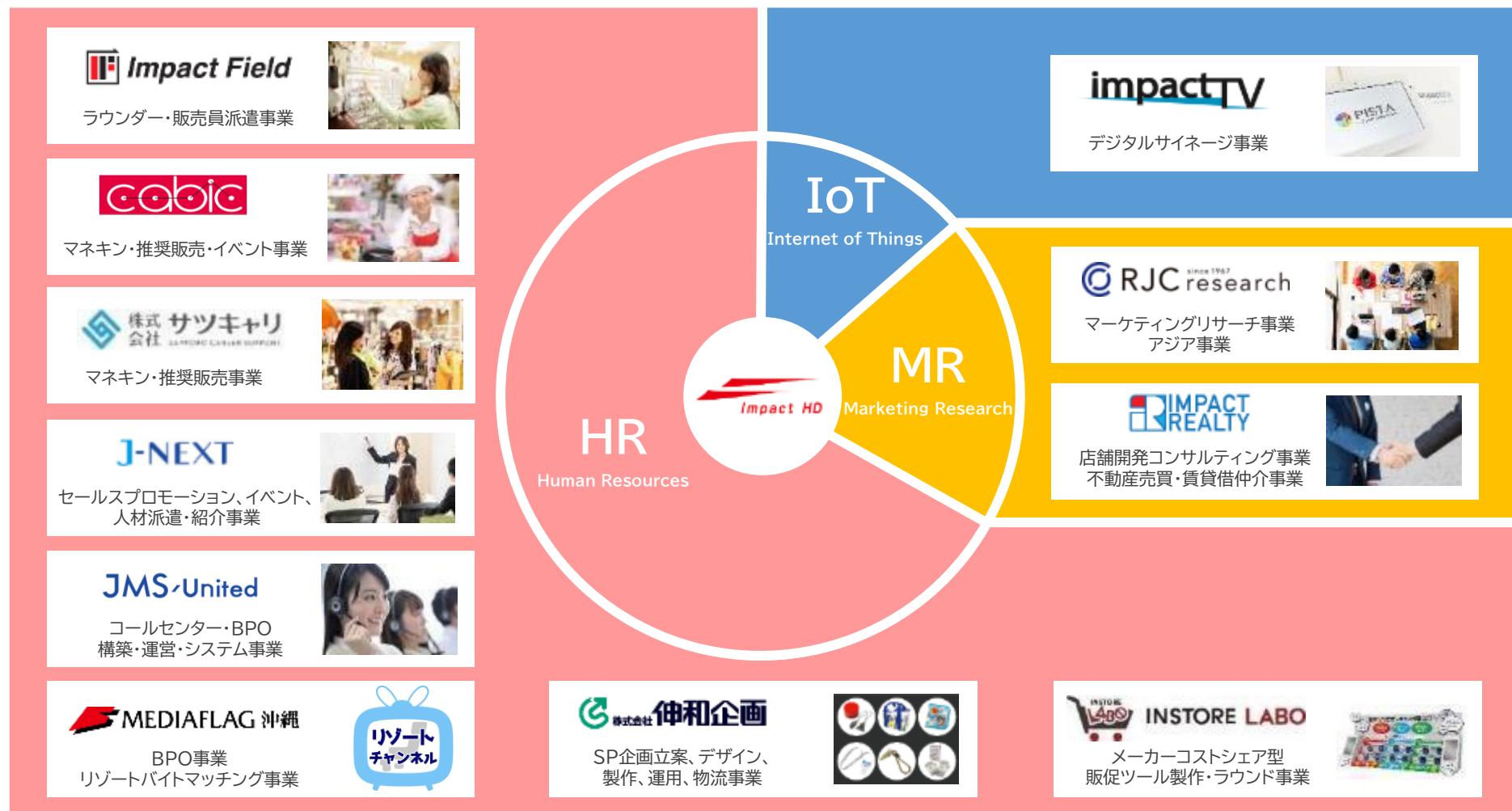
1991年	株式会社 三和銀行 土浦支店、神田支店にて、中小企業向け提案型融資営業業務を経験。
1995年	株式会社 セブン-イレブン・ジャパン 約1年間のコンビニ店長経験後、約3年間スーパーバイザーとして延べ約50店舗を担当。 その後、情報システム本部システム企画部へ配属。 Eコマース新会社PJT(現セブン銀行を含む)を担当。
2001年	株式会社 セブンドリーム・ドットコム
2004年2月	株式会社 メディアフラッグ 設立
2019年4月	インパクトホールディングス株式会社 へ商号変更

取締役 / 執行役員

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	石田 国広 (当社創業メンバー)
上級執行役員	砂金 智之 (双日株式会社より出向)
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)
執行役員	川村 雄二 (前職:株式会社ゴールドウイン)
執行役員	守住 邦明 (前職:株式会社セブン-イレブン・ジャパン)
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)
執行役員	佐野 耕太郎 (前職:株式会社ワイスインテグレーション)
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)
社外取締役	石川 剛 (霞が関法律会計事務所パートナー)
社外取締役	大久保 真弓 (株式会社ワンアンドオンリー 代表取締役)

『売場を元気に、日本を元気に、そして世界を元気に！』

フィールドマーケティングに関するソリューションをワンストップで提供する組織体制



※2020年実績

取引社数
(グループ全体)

1,500
社

年間
フィールド業務

114
万件

累積店舗
データベース

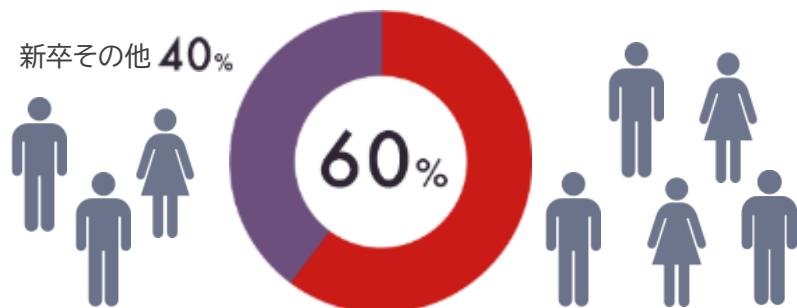
726
万DB

メーカー	1,100社	ラウンダー	53万件	ラウンダー	427万件
流通 小売・飲食 サービス等	300社	サイネージ	19万件	サイネージ	112万件
代理店ほか	100社	推奨販売	13万件	推奨販売	81万件
		覆面調査	6万件	覆面調査	106万件
		販促ツール・ノベルティ	12万件		
		その他	11万件		

当社は、流通店舗(リアルショップ)におけるフィールドマーケティング事業をコアビジネスとする
店頭実現ビジネスパートナーです

流通小売業出身者による業界知見と多くの巡回、調査経験による流通ノウハウを土台とした質の高いサービスを提供

流通小売業出身者 割合



フィールド業務 提供店舗数



流通小売業出身者 業界一覧

- ・コンビニエンスストア
- ・GMS
- ・スポーツショップ
- ・家電量販店
- ・スーパー・マーケット
- ・ホテル
- ・ディスカウントストア
- ・飲食店
- ・アパレル
- ・ドラッグストア
- ・その他

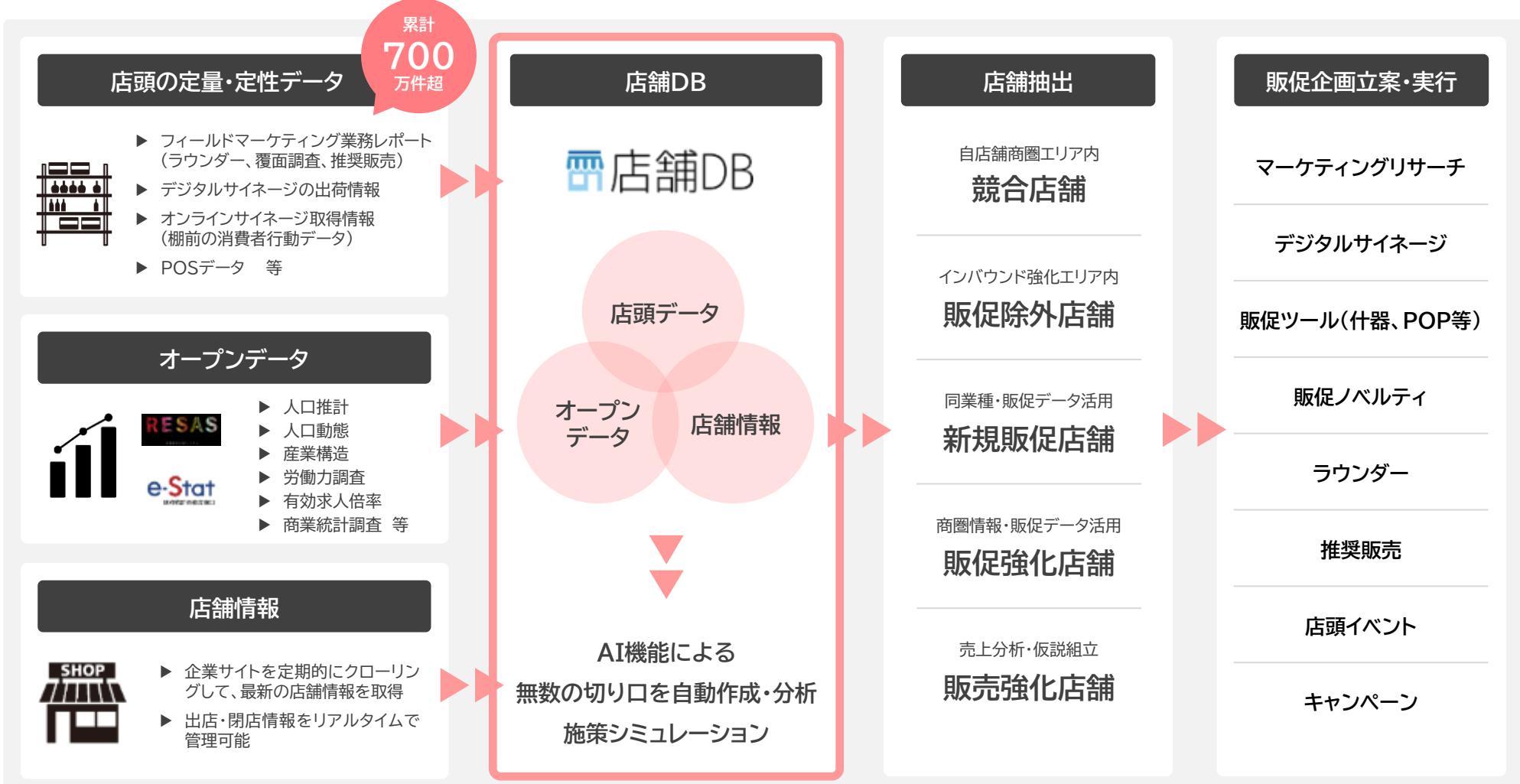
流通経験豊富な従業員による
サービス提供が可能

フィールド業務提供 業界一覧

- ・コンビニエンスストア
- ・スーパー・マーケット
- ・カラオケ
- ・家電量販店
- ・ホームセンター
- ・アパレル
- ・ディスカウントストア
- ・バラエティショップ
- ・金融機関
- ・ドラッグストア
- ・居酒屋
- ・不動産賃貸
- ・GMS
- ・飲食店
- ・カーディーラー
- ・公共施設
- ・クリーニング
- ・その他

豊富な店舗業務の経験値が、
他サービスとの相乗効果を生み出す

創業から一元管理している累計700万件を超える店舗の売場・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、最適な販促企画立案～実行までをプロデュース



北海道から沖縄まで網羅した約28万人の人材ネットワークから適正人材を選出

全国28万人のメティアクルー



稼働率の高い『店頭スペシャリスト人材』を
全国に1,800名保有

メティアクルーとの契約形態

他社:モニター

- 支払い:ポイント
- 登録:メールアドレスのみ
- 機密保持契約:無し
- レポート:提出までが業務



当社:業務委託

- 支払い:現金
- 登録:アドレス、電話番号、住所
- 機密保持契約:有り
- レポート:検収終了までが業務



業務クオリティへの意識を高めるため
100%業務委託契約を締結

メティアクルーの帰属意識を高めるための仕組み

①日報システム



業務日報を素早く共有
コミュニケーションを行う

②評価制度



年4回の人事考課で
適正評価

③全国懇親会



年に2回代表との
コミュニケーション

④SV現場巡回



流通出身者による
指導と管理

『売場を元気に、日本を元気に、そして世界を元気に！』



本資料に記載されている計画、見通し、戦略及びその他の歴史的事実でないものは、作成時点において入手可能な情報に基づく将来に関する見通しであり、既知または未知のリスク及び不確定性並びにその他の要因が内在しており、実際の業績とは大幅に異なる結果をもたらす恐れがあります。

これらの記述は本資料発行時点のものであり、経済情勢や市場環境によって当社の業績に影響がある場合、将来予想に関する記述を更新して発表する義務を負うものではありません。また、本資料に記載されている当社及び当社グループ以外の企業等に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、情報の正確性等について保証するものではありません。