ホリスティック企業レポート AmidAホールディングス 7671 東証マザーズ

アップデート・レポート 2021年10月8日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター 審査委員会審査済 20211005

発行日:2021/10/8

印鑑及びスタンプを中心にインターネット通販サイトで販売する EC 通販事業を行う 主力商材の堅調な販売により 22 年 6 月期は小幅な営業増益を計画

> 要旨

◆ 事業内容

・AmidAホールディングス(以下、同社)は、連結子会社2社を傘下に持つ持株会社である。子会社のハンコヤドットコムは、印鑑やスタンプなどをインターネット通販サイトで販売する EC 通販事業を行っており、主力サイトは「ハンコヤドットコム」である。もうひとつの子会社であるAmidAは、EC サイトの集客状況に関するデータ分析からシステム開発、保守までをトータルで行っているが、外部顧客との取引はない。

◆ 21年6月期決算の概要

・21/6 期の売上高は前期比 10.2%増の 3,191 百万円、営業利益は同 57.5%増の 446 百万円であった。新型コロナウイルス感染症拡大の 影響によりリアル店舗から EC 通販に顧客の購入経路がシフトした ことが増収につながった。Web 広告に関する費用は増加したものの、 販売促進費のコントロールを強化したことで大幅な営業増益となった。

◆ 22 年 6 月期の業績見通し

- ・22/6 期の会社計画は売上高 3,296 百万円 (前期比 3.3%増)、営業利益 452 百万円 (同 1.3%増)である。主力商材の伸びにより増収を維持し、プロモーション費用や人件費の増加を吸収して小幅な営業増益を計画している。
- ・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、21/6 期実績及び同社の取り組みを踏まえて22/6 期業績の前回予想を増額修正した。

◆ 事業戦略と中期業績見通し

- ・同社は、価格戦略の強化、商品の拡大、ブランディングの強化などに 取り組んでいる。21/6期はノベルティー販促商品などの専門サイト を開設し、はんこ以外の商材の拡販も開始している。
- ・当センターでは、効果的な広告宣伝の実施や取扱商材の拡大により客数の増加が続くと考えており、23/6 期以降も増収増益が続くと予想している。

アナリスト:佐々木 加奈 +81(0)3-6812-2521 レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【主要指標】

	2021/10/1
株価 (円)	638
発行済株式数 (株)	4,208,200
時価総額 (百万円)	2,685

	前期実績 今	期予想 来	期予想
PER (倍)	8.9	8.9	8.5
PBR (倍)	1.4	1.2	1.1
配当利回り(%)	2.9	2.9	2.9

【株価パフォーマンス】

	1 カ月	3 カ月	12カ月
リターン(%)	-1.1	-4.5	-5.3
対TOPIX (%)	1.1	-8.6	-24.7

【株価チャート】



【 7671 Amid Aホールディングス 業種:小売業】

決算期	売上高	前期比	営業利益	前期比	経常利益	前期比	純利益	前期比	EPS	BPS	配当金
次异规	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(円)	(円)	(円)
2020/6	2,894	6.5	283	22.1	297	38.6	249	68.4	59.3	395.1	0.0
2021/6	3,191	10.2	446	57.5	449	50.9	301	20.8	71.6	466.8	18.5
2022/6 CE	3,296	3.3	452	1.3	452	0.6	293	-2.8	69.6	-	18.5
2022/6 E	3,300	3.4	460	3.1	460	2.3	302	0.3	71.8	520.2	18.5
2023/6 E	3,390	2.7	477	3.7	477	3.7	317	5.0	75.3	577.2	18.5
2024/6 E	3,479	2.6	497	4.2	497	4.2	331	4.4	78.7	637.6	18.5

(注) CE:会社予想、E:証券リサーチセンター予想。2021年7月1日付で1:20株式分割を実施、過去のEPS、BPS、配当金は株式分割を考慮して修正 2018年12月の上場時に100,000株の公募増資、2019年1月に4,100株のオーバーアロットメントに伴う第三者割当増資を実施

アップデート・レポート

2/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失

発行日:2021/10/8

> 事業内容

た陰影を指し、はんこ自体のことではない。はんこは正確には

印章であるが、印鑑=印章(はん こ)という認識が拡がっており、

同義で使用されることが多いた

め、当レポートでは印鑑をはん

この意味で使用している。

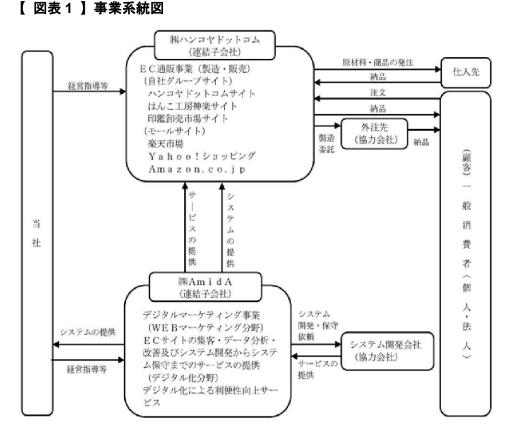
◆ EC 通販事業及びデジタルマーケティング事業を行う

AmidAホールディングス(以下、同社)は、ハンコヤドットコムとAmidAの連結子会社2社を傘下に持つ持株会社である。

注1) 印鑑 ハンコヤドットコムは、印鑑^{注1} 及びスタンプを取扱商材の中心とす 印鑑とは本来は紙や書類に押し る EC 通販事業を行っている。

AmidAは、EC サイトの集客状況などに関するデータ分析からシステム開発や保守までの Web マーケティングに関するサービス及びシステムをハンコヤドットコムに提供するデジタルマーケティング事業を行っている (図表 1)。尚、マーケティング事業におけるサービスの提供先は同社グループのみで、外部顧客との取引はない。

地区元は同日



(出所) Amid Aホールディングス有価証券報告書

> ビジネスモデル

◆ EC 通販事業では印鑑やスタンプが主力商材

EC 通販事業では印鑑及びスタンプを中心として、名刺、ハガキや封筒、表札、看板、カレンダー、文具、ノベルティ商品など、幅広い商材を取り扱っている(図表 2)。

アップデート・レポート

3/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥 当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失

【 図表 2 】EC 通販事業の取扱商材

商材区分	取扱商材
	金属系(チタン印鑑、シルバー印鑑、アルミ印鑑など)
	角牙系(黒水牛印鑑、牛角印鑑など)
	樹脂系(琥珀印鑑など)
彫刻	木材系(薩摩本柘印鑑、玄武印鑑、彩樺印鑑、楓印鑑など)
	プラスチック系(おしゃれはんこ、ラクト印鑑(合成樹脂素材の印鑑)など)
	ケース(口締め袋、印鑑ケース、法人収納ケースなど)
	その他(印鑑アタリ(押印の際に上下を示す目印となるもの)、宝石など)
	シャチハタ ^(注) 製品(ネーム印、Xスタンパー、ネームペン、データネーム印、ゴム印、補充インキ、スタンプ台など)
	サンビー ^(注) 製品(ネーム印、日付印、住所/アドレス印など)
スタンプ	タイヨートマー ^(注) (どっとこむスタンパーなど)
	ヒカリスタンプ ^(注) (マイボールスタンプなど)、ビバリー ^(注) 商品
	住所印、ゴム印、差替式ゴム印、お名前付けスタンプなど
印刷	名入れカレンダー、名入タオル、名刺、封筒、お名前シールなど
表札	天然石表札、天然銘木表札、ガラス表札、金属表札、タイル表札、プラスチック表札、法人用看板、表札関連商品など
その他	文具、ノベルティ商品など

⁽注)シャチハタ、サンビー、タイヨートマー、ヒカリスタンプは、スタンプ、ゴム印、印章及び印章用品などを製造販売 するメーカー、ビバリーはジグゾーパズルなどを製造販売するメーカー

(出所) Amid Aホールディングス有価証券報告書を基に証券リサーチセンター作成

同社グループは法人・個人を含む一般消費者に、自社グループサイト を始めとするインターネット通販サイトで販売しており、主力サイト は「ハンコヤドットコム」である。その他商材ごとに「住所印.NET」、 「SPEED 名刺館」、「表札館」、「ゴム印ドットコム」など35以上のサ イトを運営している。

21/6 期の商材別販売実績では、彫刻が売上高の 62.3%を占めている (図表 3)。

(単位:百万円)

【 図表 3 】商材別の販売実績と売上構成比

売上高区分	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期	前期比
彫刻(印鑑が中心)	1,737	1,724	1,811	1,987	9.8%
スタンプ	705	702	754	839	11.3%
印刷	175	191	194	194	-0.1%
その他	128	98	134	169	25.8%
合計	2,746	2,718	2,894	3,191	10.2%



(注) 19/6 期の合計にはデジタルマーケティング事業の売上高1百万円を含む(その他の期には当事業の売上高はない) (出所) Amid Aホールディングス有価証券報告書、決算短信を基に証券リサーチセンター作成

アップデート・レポート

4/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥

当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失 利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあり ます。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

彫刻に区分されている主力商材の印鑑は、ほぼ全ての製品を同社グル ープ(大阪)及び外注先(大阪、東京)の3拠点で製造している。印 鑑の販売本数に占める同社グループ及び外注先で製造したものの割 合は、21/6 期実績で99.0%(印鑑ケース、マットを除く)である。

印鑑の素材となる印材については、高価格素材である象牙製品は国際 取引の原則禁止により取扱いを停止しているが、軽くて耐久性、耐食 性に優れた超合金系(主にチタン)の製品を象牙製品と同価格帯で販 売している。また、京セラ(6971 東証一部)と共同開発したチタンを 上回る耐久性・耐食性を持ち捺印性が高い(朱肉の乗りが良く、軽い 力で印影を残せる)合金新素材であるコバルトクロムモリブデンなど、 様々な素材を使用したオリジナル商品を取り揃えている(図表 4)。

【 図表 4 】オリジナル商品の一例



(出所) AmidAホールディングス決算説明会資料

また、同社はスタンプ商材の取引先であるシャチハタ(愛知県名古屋 市) から機械を購入し、グループ内でシャチハタ製品を製造できる体 制を構築しており、同社サイトで販売されるスタンプのうち 70.4% (21/6 期実績) が同社グループ内での製造となっている。同社は、シ ャチハタ別注品(オーダーメイド品)が作成できる専用の加工機を導 入している企業団体である「シャチハタレーザ・パートナー・クラブ」 の一員であり、既製品についてはシャチハタから仕入れる一方、別注 品は原材料を仕入れて製造加工を行っている。

◆ EC サイトの高い集客力を支えるデジタルマーケティング事業

グループ内のみにサービスを提供しているデジタルマーケティング 事業では、1) EC サイトへの集客、2) データ分析・改善提案、3) シ ステムの開発・保守を行っている。尚、外部売上のないデジタルマー

アップデート・レポート

5/15

京都才

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥 当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失 ケティング事業を別会社が行っているのは、AmidAがこれまでに蓄積したノウハウを活かしてデジタル化分野における新規事業を行う考えを持っているためである。AmidAは 19/6 期には飲食店や小売店のポイントカードをスマートフォン上の電子スタンプカードにして利用するサービスを実験的に行っていたが、収益化が難しいとの判断から中止している。

1) EC サイトへの集客

Yahoo!広告、Google 広告、インターネットショッピングモール広告の最適化提案やテレビ CM などの広告代理業、新商品や新サービスをメディアに取り上げてもらうためのプロモーション提案などを行っている。また、SEO ^{建2}対策として、検索エンジンにおける表示順位の改善提案をハンコヤドットコムに対して行い、EC サイトへの集客を促している。

注 2) SEO

Search Engine Optimization の略で、検索結果で自社サイトを多く露出するための手法のこと。

2) データ分析・改善提案

運用するサイトの集客状況などのデータを分析し、改善点を抽出して 迅速な改善につながる提案を継続的に行っている。

3) システムの開発・保守

AmidAには、Web デザイナーや SEO ディレクター、アプリエンジニアといった技術職を含めた社員が 33 名在籍しており、システムの開発から保守サービスまでをトータルで行っている。

◆ 一気通貫型のオーダーメイド EC 事業を実現

同社グループでは、EC 通販事業に特化したハンコヤドットコムと、Web マーケティングに特化したAmidAが連携し、販売戦略の企画からEC サイトの構築、広告・SEO 対策等のサイト集客、EC 通販事業における一連の業務(受注、発注、製造・加工、出荷)に対応できる仕組みを構築している(図表 5)。

【 図表 5 】 Amid Aホールディングスグループの一気通貫型 EC ビジネスモデル



(出所) AmidAホールディングス決算説明会資料

アップデート・レポート

6/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失

主力商材である印鑑の場合、顧客は、「実印」、「銀行印」、「認印」といった種類ごとに、「印材(素材)」、「サイズ」、「書体」、「名前」を選択して注文する。同社グループは、印鑑の受注から出荷に至る過程をほぼ内製化に近いかたちでコントロールしているため、確かな品質のオーダーメイド商品を注文当日もしくは翌日に出荷することが可能となっている。また、内製化することにより原価率の低減も実現している。

物流については、本社物流センター及びヤマトホールディングス (9064 東証一部) のグループ会社が運営するヤマト関西 GATEWAY (北大阪物流センター)、ヤマト羽田 CHRONOGATE (東京物流センター)を利用し、国内の約 90%以上の地域に、注文の翌日午前中まで に配送が可能な体制を確立している。

◆ 印鑑の商材特性に合ったデジタルマーケティング戦略を推進

印鑑には、素材や品質によるランク付けがある一方で確立された商品 ブランドが存在しない、新生活を始める前の時期に需要が集中する、 納期が重視されるといった商材特性がある。同社はこの特性を踏まえ たデジタルマーケティング戦略を推進している。

デジタルマーケティング戦略の第一の目的は、「ハンコヤドットコム」をブランドとして広く認知してもらうことである。同社はそのために、00年に Yahoo!バナー広告、02年に Google 広告、05年にアフィリエイト 26 3、08年にテレビ CM と、印鑑販売事業者としては異例のブランディング戦略を次々と実施してきた。この効果で「ハンコヤドットコム」の知名度が上昇し、現在のサイトへのアクセスは指名検索 26 が中心となっている。

また、同社は自社グループサイトだけではなく、Yahoo!ショッピング、楽天市場、Amazon といった大型ショッピングモール内でも EC 通販事業を行っているが、AmidAと連携して自社サイトの集客力向上に注力してきた結果、自社グループサイト経由の売上高が全体の 94.3%を占めている(21/6 期実績)。自社グループサイト経由の販売比率が高いことには、ショッピングモール運営企業に支払う費用が抑制できる、モールをあげて開催されるセールや送料無料キャンペーンなどの販促活動が収益に与える悪影響を受けにくいといったメリットがある。

◆ 販売費及び一般管理費の大きなものは人件費や広告宣伝費

EC 通販事業の売上高は、各サイトにおける購入顧客数×客単価の合計である。

注3) アフィリエイト

報酬型広告を活用するマーケティング手法のこと。商品を紹介する Web サイト等から EC 通販サイトに顧客を誘導し、顧客が当該商品を購入した場合に広告主から商品紹介者に一定の報酬が支払われる仕組み。

注 4) 指名検索

店名や会社名を検索キーワード として入力して検索すること。 一般的にブランド名の認知度が 高まれば、指名検索によるアク セスが増加する。

アップデート・レポート

7/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失 売上原価は、材料費及び商品の仕入原価、製造に係るコスト(同社グループの労務費、外注先の労務費、物流コスト)が主である。原価率は、18/6期が44.5%、19/6期が47.0%、20/6期が46.9%、21/6期が46.8%と推移している。19/6期の上昇は労務費や物流コストを含む製造経費の上昇が要因で、20/6期以降は、ほぼ横ばいを維持している。商材別の原価率は開示されていないものの、内製化が進んでいる彫刻やスタンプは印刷やその他より低いと推測される。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)の大きなものは広告宣伝費、人件費(給与及び手当)、カード会社に支払う手数料で、21/6 期実績では広告宣伝費が販管費の32.3%、人件費(給与及び手当)が17.8%、支払手数料が13.1%を占めている。販管費率は、18/6 期が44.0%、19/6 期が44.5%、20/6 期が43.3%、21/6 期が39.2%である。採用コストを含む人件費の増加、プロモーション強化に伴う広告宣伝費の増加などが要因で上昇傾向にあったが、20/6 期は採用費や販売促進費のコントロールを強化した効果で低下し、21/6 期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により顧客の購入経路がリアル店舗からEC通販にシフトして売上高が順調に伸びたことで固定費負担が軽減して低下している。

> 強み・弱みの分析

◆ SWOT 分析

同社の内部資源(強み、弱み)、および外部環境(機会、脅威)は、図表6のようにまとめられる。

【 図表 6 】 SWOT 分析

強み (Strength)	・集客力の高い自社サイトを運営しており、自社サイト経由の売上比率が高いこと ・受注、製造・加工、出荷という過程を自社で行う一気通貫体制を構築していること ・多様な素材を使用したオリジナル商品を取り扱っていること ・社内にサイト構築や運用に関する技術者を有していること
弱み (Weakness)	・特定人物(代表取締役社長)への依存度が高い事業運営 ・事業規模が小さいこと ・印鑑やスタンプといった商材への依存度が高いこと
機会 (Opportunity)	・日本の物販系分野におけるEC化率の中期的な上昇が見込まれること ・新商品や新サービス拡大の可能性があること ・上場による人材確保の容易化や知名度向上による顧客獲得の容易化
脅威 (Threat)	・競合先 の増加による事業環境の悪化 ・アクセスの急増やコンピューターウィルスなどによりシステムの安定稼働に支障が出る可能性があること ・行政手続きのデジタル化の流れが加速し、印鑑の需要が縮小すること

(出所) 証券リサーチセンター

アップデート・レポート

8/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失

発行日:2021/10/8

> 知的資本分析

◆ 知的資本の源泉は一気通貫型の EC 事業体制を構築したこと

同社の競争力を、知的資本の観点で分析した結果を図表7に示し、 KPI の数値をアップデートした。

知的資本の源泉は、印鑑というニッチな商材で一気通貫型のオーダ ーメイド EC 事業を行う体制を構築し、組織資本を拡充してきたこ とにある。

【 図表 7 】知的資本の分析

	15 D	Δ4C6±π	КРІ				
	州日	刀机和未	項目	数値			
			・ユーザー訪問数(運営サイト合計)	1,871万6,426人			
	ユーザー		·客数	47万9,433人			
	(ECサイトを利用するユーザー) 「ハンコヤドットコム」 「チタン印鑑スクエア」 「ゴム印ドットコム」など ・「ハンコヤドットコム」自社サイトの高い集客力 ・子会社と連携し、一気通貫型EC通販モデルを実現 ・商品の仕入先 ・外注先(協力会社) ・商品開発における協力会社 ・大手ECモール ・ECサイトの構築、広告・SEO対策等によるサイトへの集客 ・受注、製造・加工、出荷、配送 ・蓄積されたノウハウ ・代表取締役社長がインターネットビジネスに関する豊富な対 識と経験を有する ・自社で構築したEC通販の仕組み ・現代表取締役社長下での体制 ・インセンティブ	·客単価	6,656円				
	ブランド	・運営するECサイト 「チタン印鑑スクエア」	・運営サイト数	35以上			
		一ザー	・自社サイトの売上構成比	94.3%			
関係資本		・子会社と連携し、一気通貫型EC通販モデルを実現	·子会社数	2社			
		·商品の仕入先	・カサイ、シャチハタ、サンビーなど	特になし			
		·外注先(協力会社)	·製造拠点(東京、大阪)	特になし			
	ネットワーク	・商品開発における協力会社	・京セラなど	特になし			
			·楽天市場	00年6月に出店			
	・大手ECモール		·Yahoo!ショッピング	00年6月に出店			
			·Amazon.co.jp	08年8月に出店			
		・ECサイトの構築、広告・SEO対策等によるサイトへの集客	・グループ会社及び協力会社が連携し、ユーザーが印材(素材)、書体、サイズなどを選択	日本国内90%以上の地域に翌日午前中			
	Jucx	・受注、製造・加工、出荷、配送	して注文した印鑑を注文当日又は翌日出荷する 体制を構築				
組織資本	プランド	·蓄積されたノウハウ	・98年に社長が印鑑のネット販売を開始した以 来蓄積したノウハウ	23年			
		・代表取締役社長がインターネットビジネスに関する豊富な知 識と経験を有する	・同社設立前からインターネット通販を開始	特になし			
		・自社で構築したEC通販の仕組み	・貸借対照表上のソフトウェア	53百万円			
		・現代表取締役社長下での体制	·在任期間	21年			
	経営陣	・インセンティブ	・代表取締役社長の保有 (資産管理会社を含む)	1,202千株(57.2%)			
		1525745	・役員報酬総額(取締役) *社外取締役は除く	176百万円(4名)			
人的資本	・インセンティブ		·従業員数	109名			
	職と経験を有する ・自社で構築したE ・現代表取締役社E ・インセンティブ ・企業風土 (Webマーケティ		·平均年齢	41.5歳 ※単体10名平均			
	従業 員	(1100、 ファイフフガガツ紅灰白のC と原図外用)	·平均勤続年数	7.3年 ※単体10名平均			
	ル 木只		・女性が長く働ける環境を構築	直近3年の育休取得率100%			
		・インセンティブ	・決算賞与を導入	特になし			
			・資格取得支援制度を導入	特になし			

(注) KPI の数値は、特に記載がない場合は21/6 期か21/6 期末のもの

(出所) Amid Aホールディングス有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料、株主総会招集通知書、ヒアリング を基に証券リサーチセンター作成

アップデート・レポート

9/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥

発行日:2021/10/8

> 決算概要

◆ 21 年 6 月期決算概要

21/6 期の売上高は前期比 10.2%増の 3,191 百万円、営業利益は同 57.5% 増の 446 百万円、経常利益は同 50.9%増の 449 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同 20.8%増の 301 百万円であった。

商材区分別の販売実績は、彫刻が前期比 9.8%増の 1,987 百万円、スタンプが同 11.3%増の 839 百万円、印刷が同 0.1%減の 194 百万円、その他が同 25.8%増の 169 百万円であった。

「ハンコヤドットコム」の自然検索順位が上昇し、サイトへの流入数が順調に増加した。EC 通販事業の客数は 479,433 人(前期比 11.5%増)となり、客単価の若干の低下をカバーして増収となった(客単価は前期より 1.1%低下の 6,656 円)。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により顧客の購入経路がリアル店舗から EC 通販にシフトしたことが客数の伸びにつながった。尚、印刷が小幅な減収となったのは、テレワークの普及に伴い名刺の販売が低迷したためで、その他の大幅な増収は、ノベルティー販促商品の販売開始が寄与したためである。

売上総利益率は、彫刻やスタンプの売上が伸びたことで前期比 0.1%ポイント改善した。Web 広告に関する費用は増加したものの、販売促進費のコントロールを強化したことで販管費は 20/6 期の 1,253 百万円から 1,250 百万円に減少し、販管費率は同 4.1%ポイント改善した。

親会社株主に帰属する当期純利益の伸び率が低いのは、20/6 期には取締役 2 名から役員退職慰労金の一部を放棄する旨の申し入れがあったために役員退職慰労引当金戻入額 50 百万円を特別利益に計上したが、21/6 期は大きな特別利益がなかったためである。

同社は期初に公表した計画(売上高 2,928 百万円、営業利益 253 百万円)を 21 年 4 月 15 日に増額修正しており、修正計画(売上高 3,171 百万円、営業利益 400 百万円)を上回る結果となった。

発行日:2021/10/8

> 事業戦略の進捗

◆ 価格戦略の強化や商品の拡大などに注力

同社は事業戦略として、1) 価格戦略の強化、2) 商品の拡大、3) ブランディングの強化などを掲げている。

1) 価格戦略の強化

同社の主力サイト「ハンコヤドットコム」では、チタンやコバルトクロムモリブデンといった素材を使用した高価格のオリジナル商品の販売を強化している。21/6 期は外部環境が EC 通販に追い風だったことに Web 広告の効果も加わり、「ハンコヤドットコム」の客数は順調に伸び、高価格品を含めて販売は好調であった。今後は、商品の魅力を分かりやすくアピールして集客効果を高めるために本店サイトのリニューアルを行う考えで、詳細についての検討を開始している。

また、20年3月にリニューアルオープンした「はんこ工房 kagura」では、従来品より一段低い価格帯の商品を充実し、新たな客層の獲得を図っている。21/6期には大きな成果はなかったが、引き続き検索順位を上げて訪問客数を増やすことなどに取り組んでいる。

2) 商品の拡大

同社は、顧客の名前を入れたノベルティー販促商品を強化しており、 20年8月に専門サイト「名入れトートバッグ館」、21年1月に「名入 れタンブラー館」を開設している。

「名入れトートバッグ館」は、様々な素材やサイズ、形から希望のものを選択し、店名などを入れたオリジナルバッグをリーズナブルな価格で作ることが可能なサイトである。20年7月からレジ袋の有料化が始まったこともあり、販促品やノベルティグッズ、ギフトなどへの利用が拡大することを見込んでいる。

「名入れタンブラー館」は、日常的に使用するタンブラーやボトルを 機能やデザイン、容量から選択し、希望の文字や図形を印刷してオリ ジナル商品を作ることができるサイトである。環境意識の高まりを受 けて使い捨てペットボトルからのシフトが進み、需要が拡大すると同 社は見ている。

尚、ノベルティー関連サイトは21年12月末までに統合して総合店化し、マグカップやうちわ、ボールペンなど、商品展開を加速していく考えを示している。

3) ブランディングの強化

消費者が、店名や会社名をキーワードとして入力して検索する指名検索の一層の増加を図るため、複数のメディアを使用したプロモーショ

アップデート・レポート

11/15

発行日:2021/10/8

ンを積極的に行っている。21/6 期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により大規模イベントの開催はなかったものの、テレビやラジオ、雑誌などによる広告を実施した。22/6 期も You Tube やラジオ、雑誌・新聞などを活用した広告を実施する予定である。

> 業績予想

◆ 22 年 6 月期は小幅な営業増益となる会社計画

22/6 期の会社計画は、売上高 3,296 百万円(前期比 3.3%増)、営業利益 452 百万円(同 1.3%増)、経常利益 452 百万円(同 0.6%増)、親会社株 主に帰属する当期純利益 293 百万円(同 2.8%減)である(図表 8)。

【 図表 8 】 22 年 6 月期会社計画

(単位:百万円)

	19/6期	20/6期	21/6期	22/6期	
	実績	実績	実績	会社計画	前期比
売上高	2,718	2,894	3,191	3,296	3.3%
商材区分別					
(彫刻)	1,724	1,811	1,987	-	-
(スタンプ)	702	754	839	-	-
(印刷)	191	194	194	-	-
(その他)	98	134	169	-	-
売上総利益	1,441	1,536	1,696	1,757	3.6%
売上総利益	率 53.0%	53.1%	53.2%	53.3%	-
営業利益	232	283	446	452	1.3%
営業利益	率 8.5%	9.8%	14.0%	13.7%	-
経常利益	214	297	449	452	0.6%
経常利益	率 7.9%	10.3%	14.1%	13.7%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	148	249	301	293	-2.8%

(出所) Amid Aホールディングス決算短信、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

商材別の売上高についての開示はないが、効果的な広告宣伝の効果で「ハンコヤドットコム」の客数が増加し、主力商材である彫刻及びスタンプが小幅な増収となることを見込んでいる模様である。

彫刻の販売が堅調なことから、売上総利益率は前期比 0.1%ポイントの 改善を見込んでいる。広告宣伝費や人件費の増加により販管費率は同 0.4%ポイントの悪化を見込んでいる。

同社は、成長重視の投資を優先するという判断から、20/6 期まで無配を継続してきたが、21/6 期に 1 株当たり 18.5 円 (21 年 7 月 1 日に実施した 1:2 の株式分割考慮後)を実施した。22/6 期も 1 株当たり 18.5 円を計画している。

<u>アップ</u>デート・レポート

12/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥 当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失

発行日:2021/10/8

◆ 証券リサーチセンターの業績予想

当センターでは 21/6 期実績を踏まえ、22/6 期業績予想を増額修正した。 22/6 期の売上高は 3,300 百万円 (前期比 3.4%増)、営業利益は 460 百万円 (同 3.1%増)、経常利益は 460 百万円 (同 2.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は 302 百万円 (同 0.3%増)と予想する (図表 9)。前回予想 (売上高 3,180 百万円、営業利益 394 百万円)との差は、21/6 期実績を踏まえて客単価を前回予想の 6,725 円から 6,656 円に引き下げた一方、広告宣伝の効果で客数を前回予想の 472,900 人から 495,800 人に引き上げ、大規模なプロモーションの実施がないことで販管費を前回予想より 9 百万円減額したためである。

当センターでは、業績予想を策定する上で、以下の想定をした。

1) 商材区分別の売上高については、彫刻が 2,053 百万円(前期比 3.3% 増)、スタンプが 850 百万円(同 1.3%増)、印刷が 195 百万円(同 0.5% 増)、その他が 202 百万円(同 19.5%増) と予想した。

EC 通販事業の客数は、495,800 人 (前期比 3.4%増)、客単価は前期と同じ 6,656 円と想定した。効果的な広告宣伝により客数は増加する一方、客単価は高価格帯と低価格帯の商材の両方に重点を置くことから横ばいを見込んでいる。

- 2) 売上総利益率は、売上構成比の大きな変動がないことから 21/6 期と変わらず 53.2%と予想する。
- 3) 販管費率は、広告宣伝費と人件費の増加により前期比 0.1%ポイント悪化の39.3%と予想した。期末従業員数は21/6期末より8名増加の117名とし、これに伴い人件費(給与及び手当)は21/6期より40百万円増加の262百万円と予想した。広告宣伝費は21/6期より19百万円増加の422百万円と予想した。

<u>アップデート・レポート 13/15</u>

発行日:2021/10/8

【 図表 9 】証券リサーチセンターの業績予想 (損益計算書)

(単位:百万円)

		20/6	21/6	22/6CE	22/6E (前回)	22/6E	23/6E (前回)	23/6E	24/6E
益計算書									
売上高		2,894	3,191	3,296	3,180	3,300	3,260	3,390	3,479
	前期比	6.5%	10.2%	3.3%	2.4%	3.4%	2.5%	2.7%	2.6%
商材区分別									
(彫刻)		1,811	1,987	-	2,000	2,053	2,040	2,095	2,134
(スタンプ)		754	839	-	790	850	810	860	880
(印刷)		194	194	-	210	195	215	195	195
(その他)		134	169	-	180	202	195	240	270
売上総利益		1,536	1,696	1,757	1,698	1,755	1,744	1,806	1,857
	前期比	6.6%	10.4%	3.6%	2.7%	3.5%	2.7%	2.9%	2.8%
	売上総利益率	53.1%	53.2%	53.3%	53.4%	53.2%	53.5%	53.3%	53.4%
販売費及び一般管理費		1,253	1,250	1,305	1,304	1,295	1,336	1,329	1,360
	販管費率	43.3%	39.2%	39.6%	41.0%	39.3%	41.0%	39.2%	39.1%
営業利益		283	446	452	394	460	408	477	497
	前期比	22.1%	57.5%	1.3%	3.4%	3.1%	3.6%	3.7%	4.2%
	営業利益率	9.8%	14.0%	13.7%	12.4%	13.9%	12.5%	14.1%	14.3%
経常利益		297	449	452	395	460	409	477	497
	前期比	38.6%	50.9%	0.6%	3.4%	2.3%	3.5%	3.7%	4.2%
	経常利益率	10.3%	14.1%	13.7%	12.4%	13.9%	12.5%	14.1%	14.3%
親会社株主に帰属する当期純利益		249	301	293	263	302	272	317	331
	前期比	68.4%	20.8%	-2.8%	3.5%	0.3%	3.4%	5.0%	4.4%

		20/6	21/6	22/6CE	22/6E (前回)	22/6E	23/6E (前回)	23/6E	24/6E
EC通販事業購入客数	(人)	429,927	479,433	-	472,900	495,800	482,900	508,987	522,000
客単価	(円)	6,732	6,656	-	6,725	6,656	6,750	6,660	6,665

⁽注) CE:会社予想 E:証券リサーチセンター予想

> 中期業績予想

◆ 証券リサーチセンターの中期業績予想

当センターでは、22/6 期予想も増額修正し、24/6 期予想を新たに策定 した。22/6 期予想の修正要因は、効果的な広告宣伝により客数の増加 基調が続くと考え、前回予想より客数を引き上げたことである。23/6期 の売上高は前期比 2.7%増の 3,390 百万円、営業利益は同 3.7%増の 477 百万円、24/6期の売上高は同2.6%増の3.479百万円、営業利益は同4.2% 増の497百万円と予想する。

予想の前提は以下の通りである。

1) 商材区分別の売上高については、23/6 期は彫刻が 2,095 百万円(前 期比 2.0%増)、スタンプが 860 百万円 (同 1.2%増)、印刷が 195 百万円 (前期並み)、その他が 240 百万円 (同 18.8%増)、24/6 期は彫刻が 2,134 百万円(前期比 1.9%増)、スタンプが 880 百万円(同 2.3%増)、印刷が 195 百万円 (前期並み)、その他が 270 百万円 (同 12.5%増) と予想し た。EC 通販事業の客数は、継続的に行う広告宣伝やプロモーションの 効果で 23/6 期に前期比 2.7%、24/6 期に同 2.6%の伸び、客単価は 23/6 期が 6,660 円、24/6 期が 6,665 円と予想している。

アップデート・レポート

14/15

⁽出所) Amid Aホールディングス決算短信、決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

- 2) 売上総利益率は、増収効果により毎期 0.1%ポイントの改善を予想する。
- 3) 販管費率は、人件費の増加を売上増で吸収して毎期 0.1%ポイントの改善を予想した。23/6 期の広告宣伝費は 433 百万円(対売上高比12.8%)、24/6 期は 445 百万円(同 12.8%)と予想した。期末従業員数は 6名ずつ増加し、それに伴い人件費(給与及び手当)は毎期 30 百万円程度の増加を想定した。

> 投資に際しての留意点

◆ システムの安定性について

同社グループの事業は、ほとんどの業務を業務管理システムに依存しているため、システムの安定的な稼働が必要不可欠である。しかし、 人為的なミスや通信ネットワーク機器の故障、アクセス数の急激な増大、コンピューターウィルスや自然災害等によるシステム障害が発生した場合には事業運営に影響が出る可能性がある。

◆ 個人情報の管理について

同社は、Web サイト利用者の個人情報を保有している。個人情報保護については、社内でのアクセス権限の設定や、システムのセキュリティ強化などを実施している。しかし、個人情報の管理に関しては一定のリスクがつきまとうことに留意する必要がある。

◆ 業績の季節変動について

同社グループの主要商材である印鑑及びスタンプは、新生活開始に向けた各種手続きが必要となる1月から4月が需要期となる。一方、カレンダーなど、需要期が異なる商材があるため売上高は平準化する傾向にあるが、販売商材の利益率の違いにより通期の営業利益に対する構成比は1月から3月の第3四半期が高くなる傾向があることに留意する必要がある。

◆ 印鑑の需要減少が生じる可能性について

政府が行政手続きのデジタル化を推進していることや、捺印や署名の 電子化を進める企業が増加していることが印鑑の需要減少につながり、 同社を含む業界全体の事業成長に悪影響を及ぼす可能性がある。

同社は、行政手続きのデジタル化は進むものの、文化的要素もある印鑑は全廃されるわけではなく、デジタルと文化がそれぞれの特性を融合して共存していくと考えている。また、足元は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で EC 通販での購入が促進されていることが、同社には追い風であるとしている。

<u>アップ</u>デート・レポート

15/15

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所 みずほ証券株式会社 有限責任監査法人トーマツ 日本証券業協会 監査法人 A&A パートナーズ

SMBC 日興証券株式会社 有限責任あずさ監査法人 三優監査法人 日本証券アナリスト協会 宝印刷株式会社 大和証券株式会社 EY 新日本有限責任監査法人 太陽有限責任監査法人 エイチ・エス証券株式会社 株式会社プロネクサス 野村證券株式会社 株式会社 ICMG 株式会社 SBI 証券 いちよし証券株式会社

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧 されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート 内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因に より、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するもので はありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の 損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなけ ればならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。