

@itami arts



itamiarts inc.

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

2025年1月期
決算説明資料

2025年3月14日

証券コード：168A

株式会社イタミアート

I N D E X

目次

1	会社概要	-----	2
2	当社の特徴と強み	-----	7
3	2025年1月期 決算情報	-----	19
4	今期の戦略と業績予想	-----	28
5	中長期の成長計画	-----	34
6	SDGsへの取り組み	-----	36

1 会社概要

代表取締役 伊丹 一晃

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

所在地 岡山市南区新保660-15
資本金 4億59百万円
決算期 1月
事業概略 メーカー機能を持ち、主にECサイトを
用いて、SP商材（販促品）を
小ロット・短納期・低価格にて販売
従業員 305名（うちパート191名）
※2025年1月末時点

経営陣

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

※2025年1月末時点



会社概要

ミッション

MISSION

「IT」×「モノづくり」の力で世の中を変える



取り扱い商品 多種多様な屋外広告（サイネージ）商品を中心に展開

のぼり旗



イベントブース一式



スポーツ幕



大型広告幕



大型広告シート



イベント出店装飾一式



タペストリー



店頭幕



のれん



A型看板



等身大パネル



大型懸垂幕



足場（工事現場）幕



屋外看板

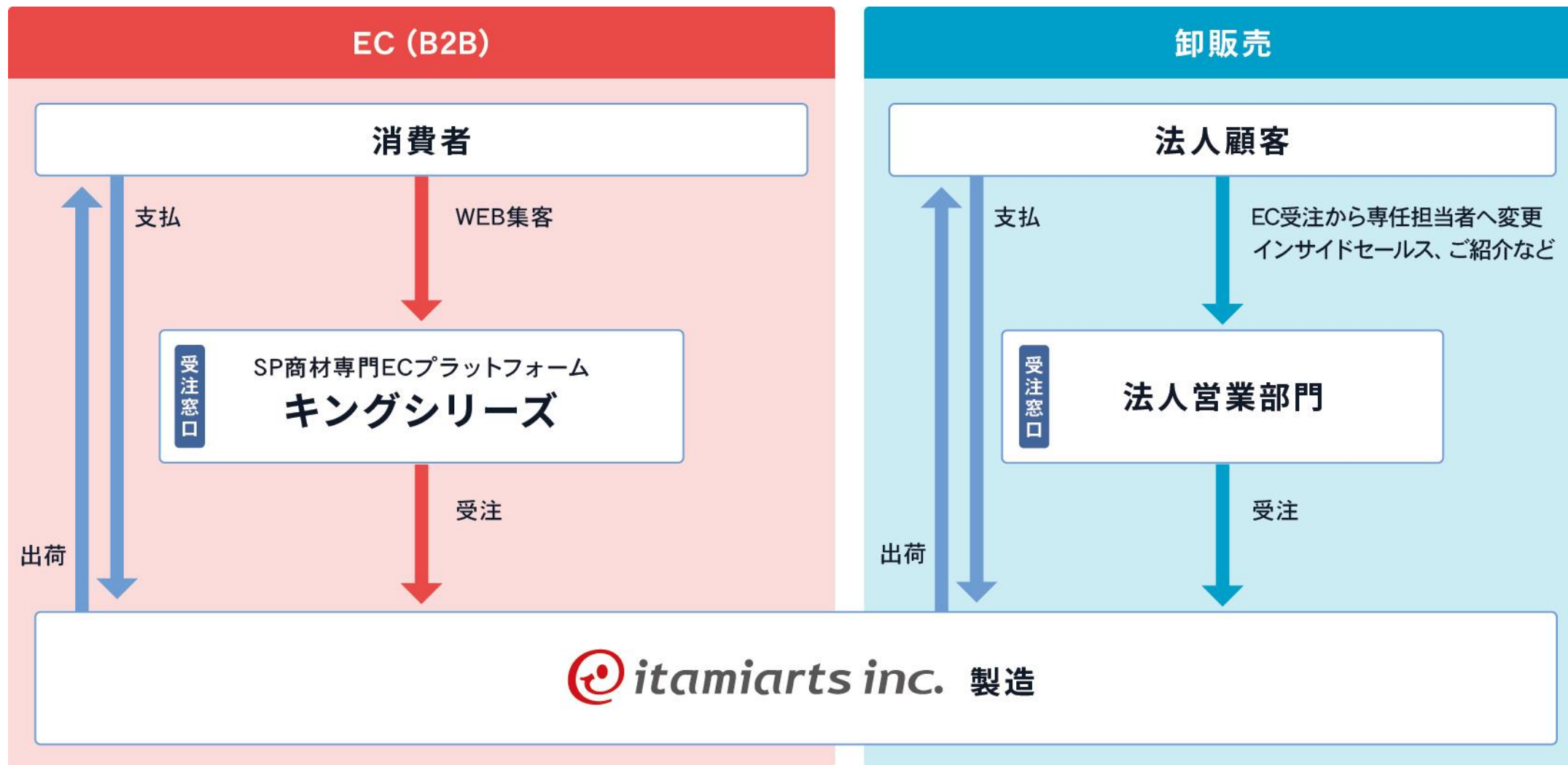


車用マグネットシート



事業構造

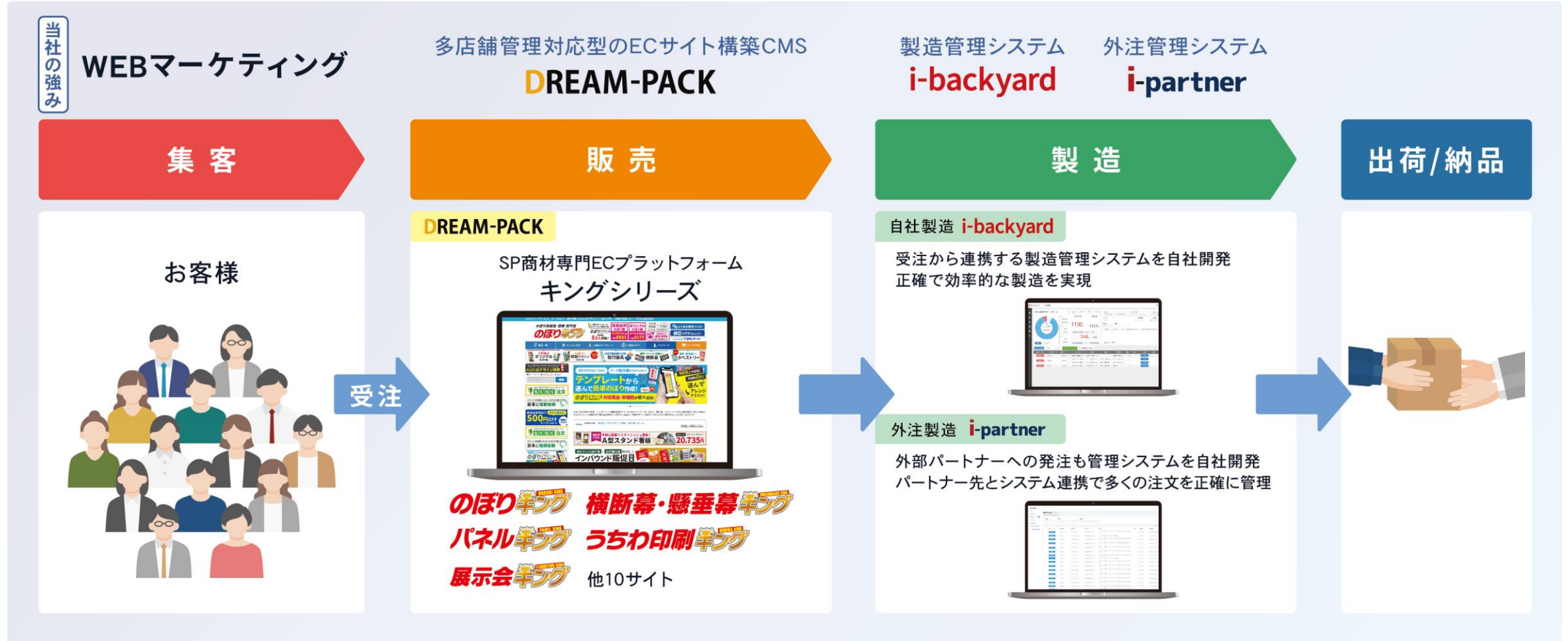
売上構成は少量多品種のEC（B2B）が約70%、中大ロットの卸販売が約30%



② 当社の特徴と強み

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

1 一気通貫のデジタル化によりローコストオペレーションを実現

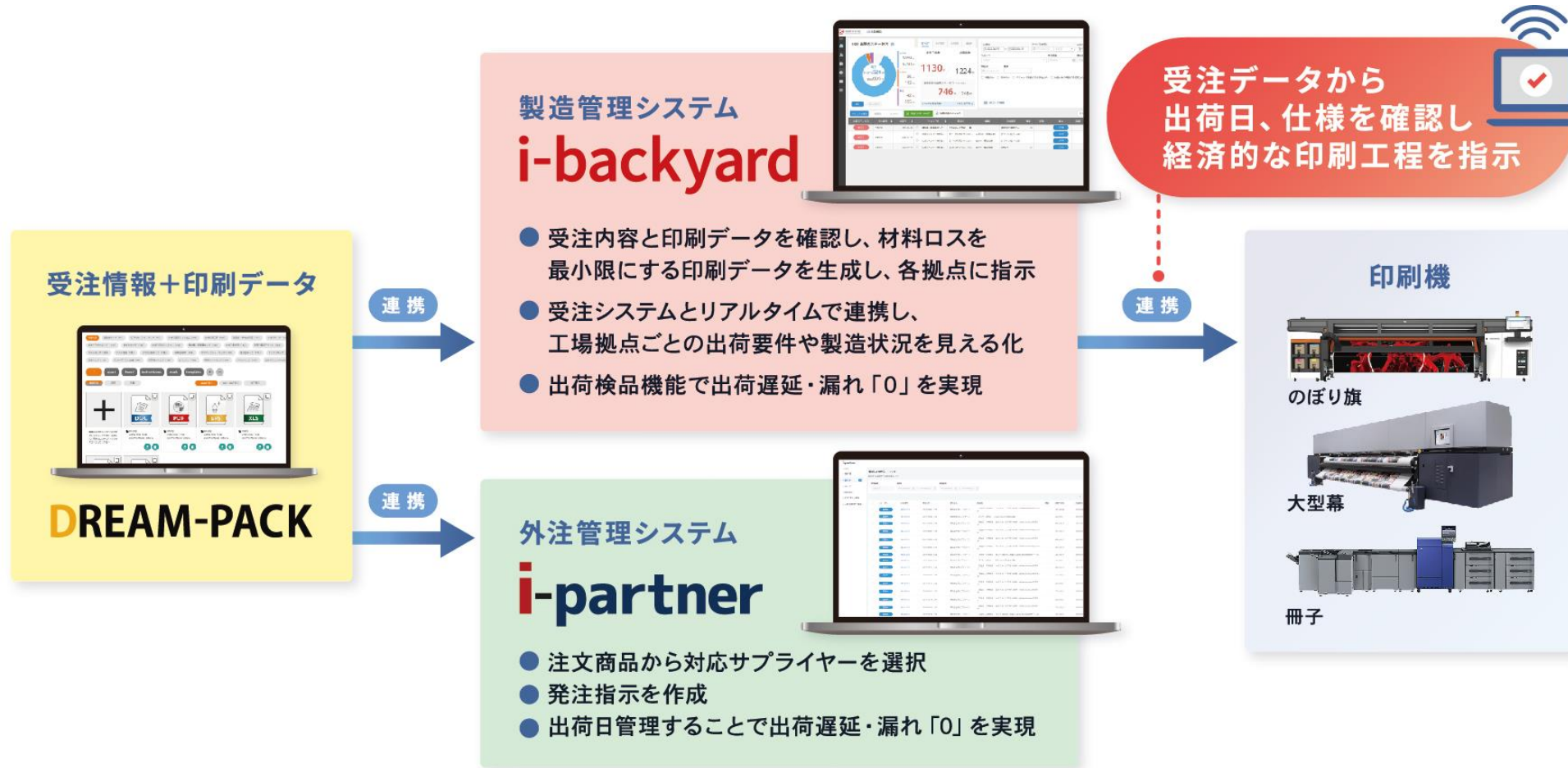


2 多店舗展開を可能にする販売システム『DREAM-PACK』



3 ITが実現する圧倒的な生産性

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



4 再現性の高い店舗規模の拡大戦略



多店舗展開のメリット

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

SP商材専門ECプラットフォーム「キングシリーズ」を15サイト運営

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

4 再現性の高い店舗規模の拡大戦略

のぼり旗、幕販売ECサイトでは**トップクラス**

年間流入数	累計顧客数	年間売上高	対前年売上成長率	リピーターからの売上比率
194万	23万人(1)	12億円	108%(2)	74%(3)

年間流入数	累計顧客数	年間売上高	対前年売上成長率	リピーターからの売上比率
193万	5.5万人	4.9億円	109%	64%

※2025年1月期実績

(1) 各ECサイトにおける開設から2025年1月末までの顧客数の累計 (2) 2024年1月期に対する2025年1月期実績値比較 (3) 購入回数が2回目以降の受注金額を集計

4 再現性の高い店舗規模の拡大戦略

他の店舗サイトもノウハウの共有でトップを目指して拡大中



年間流入数：**16.8万**
 累計顧客数：**3,800人**
 (1)
 対前年売上成長率：**189%**
 (2)
 リピーターからの売上比率：**29%**
 (3)



年間流入数：**59.1万**
 累計顧客数：**8,900人**
 対前年売上成長率：**137%**
 リピーターからの売上比率：**72%**



年間流入数：**12.7万**
 累計顧客数：**2,900人**
 対前年売上成長率：**187%**
 リピーターからの売上比率：**39%**



年間流入数：**23.0万**
 累計顧客数：**4,300人**
 対前年売上成長率：**123%**
 リピーターからの売上比率：**55%**



年間流入数：**23.4万**
 累計顧客数：**6,800人**
 対前年売上成長率：**140%**
 リピーターからの売上比率：**40%**

※2025年1月期実績

(1) 各ECサイトにおける開設から2025年1月末までの顧客数の累計 (2) 2024年1月期に対する2025年1月期実績値比較 (3) 購入回数が2回目以降の受注金額を集計

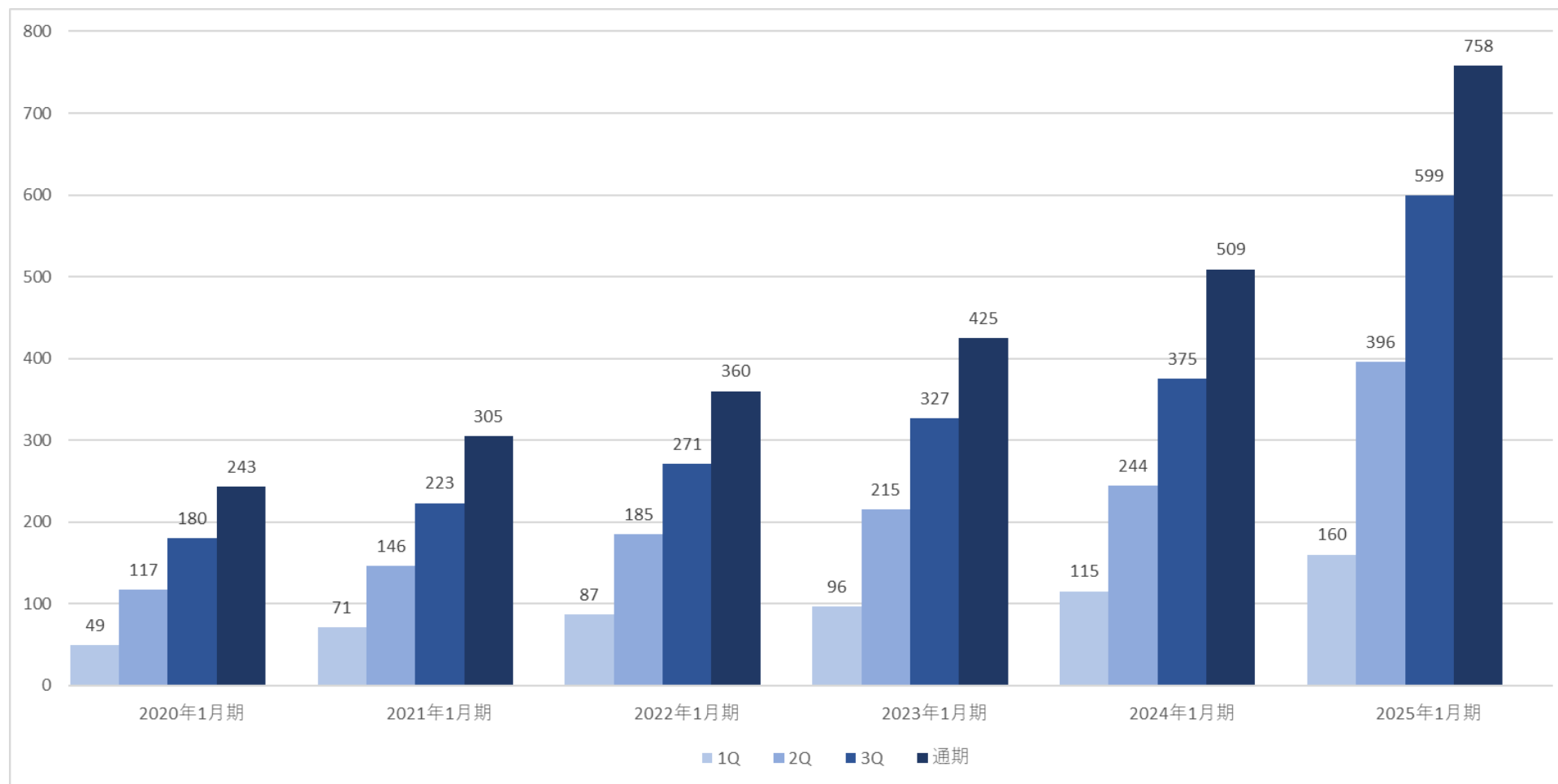
5 社内専門チームによるSEO最適化



※2025年1月実績
 ※検索順位チェックツールを用いて日別Google検索順位において調査月に一番表示日を多く獲得した順位を記載

5 社内専門チームによるSEO最適化

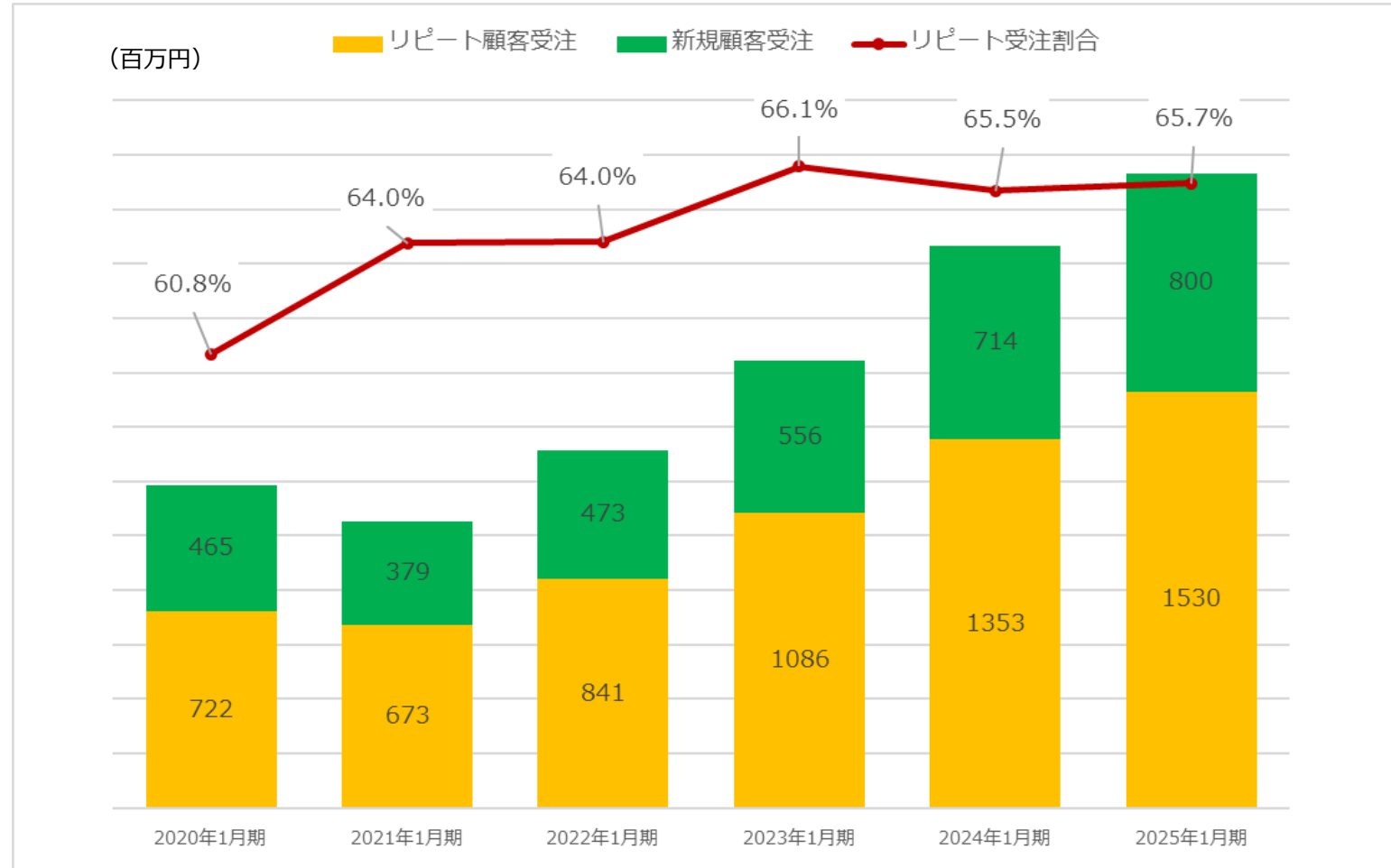
<セッション数 (単位: 万回) >



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

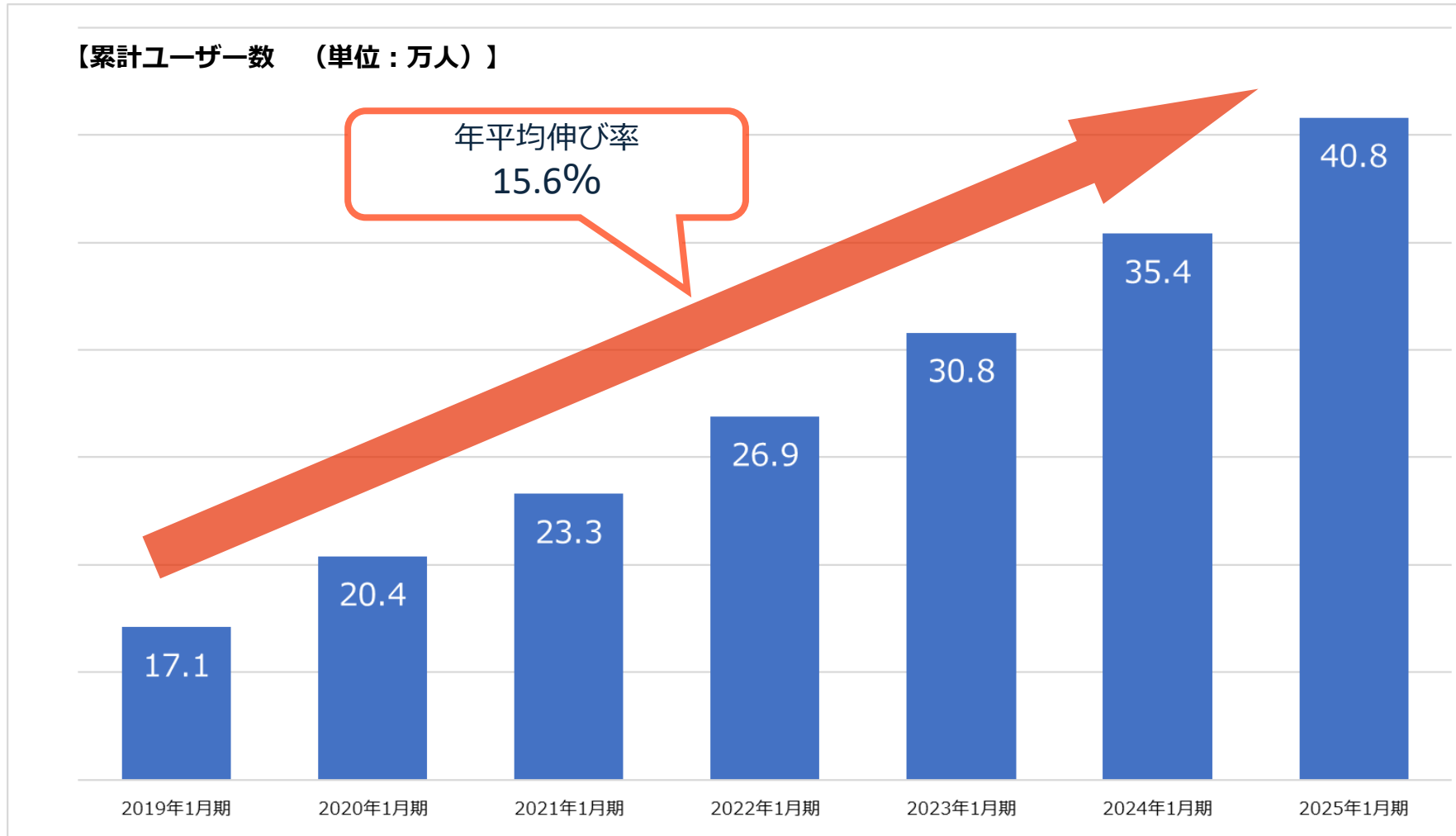
6 新規顧客の安定したリピート化

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



※顧客区分の集計が可能な全運営サイト受注実績より算出

6 新規顧客の安定したリピート化



※顧客数の集計が可能な全運営サイト受注実績より算出

7 ITと連動した最新鋭の大型印刷機による他社の引き離し

小規模他社では困難な大型印刷機の導入、さらに当社はITでそれらを自動化

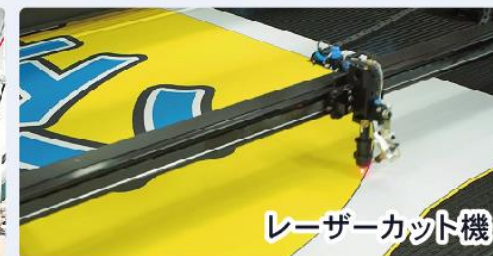
最新の大型デジタル印刷機を多数導入

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



作業工程をロボット化・自動化を推進 オペレーションコストを低減

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



3 2025年1月期 決算情報

損益計算書の概要

売上高は、積極的な新規顧客獲得策が奏功したことで卸販売強化で**計画以上となる**

営業利益及び経常利益は、売上高増加や原価低減策に加え、投資計画や人員計画の見直しで**当初計画を達成**

(単位：百万円)

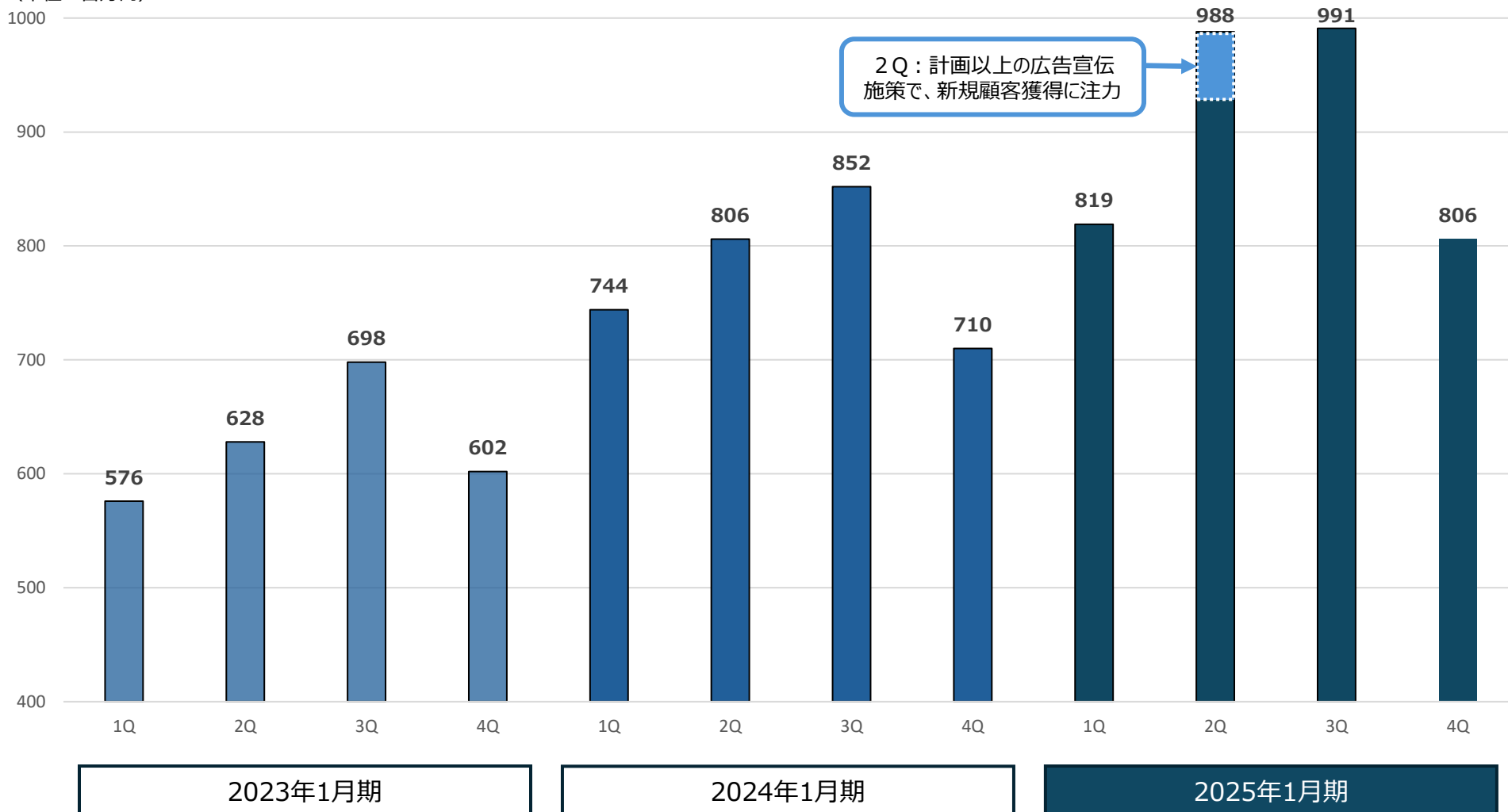
	<参考> 2025年1月期 当初計画	2025年1月期 修正計画	2025年1月期 実績	修正 計画比 増減率	修正 計画比 増減額	概要（修正計画に対して）
売上高	3,509	3,554	3,605	1.4%	+51	<ul style="list-style-type: none"> ▶ EC売上 <ul style="list-style-type: none"> ・積極的なプロモーションとSEO対策で新規顧客を獲得 ・高い水準で安定したリピート率を維持 ▶ 卸販売強化が功を奏す <ul style="list-style-type: none"> ・主要取引先への提携商品の強化 ・インサイドセールスによる新規獲得 ・既存客営業強化で、リピート発注／大口受注が増加
売上総利益 (率)	1,434 (40.9%)	1,392 (39.2%)	1,470 (40.8%)	5.7%	+78 (+1.6p)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 海外からの原材料生地仕入をドル取引から円取引に変更 ▶ 防災加工の内製化 ▶ 製造工程の改善により、製造ロスが大きく低減 ▶ 投資計画の見直しとシステム開発の前倒し
販管費	1,190	1,211	1,199	▲1.0%	▲12	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 業務フロー改善や製造工程の自動化などで人件費抑制 ▶ 売上変動費の計上
営業利益	244	180	271	50.2%	+90	
経常利益	240	165	244	47.3%	+78	
当期純利益	167	114	165	44.0%	+50	

四半期売上推移

前期：脱コロナ禍特需で大きく伸長
(前年比：24.2%増)

今期：特需があった前期を上回る
(前年比：15.8%増)

(単位：百万円)



売上の主な季節要因

極端な偏りは無いが、以下の傾向がある

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

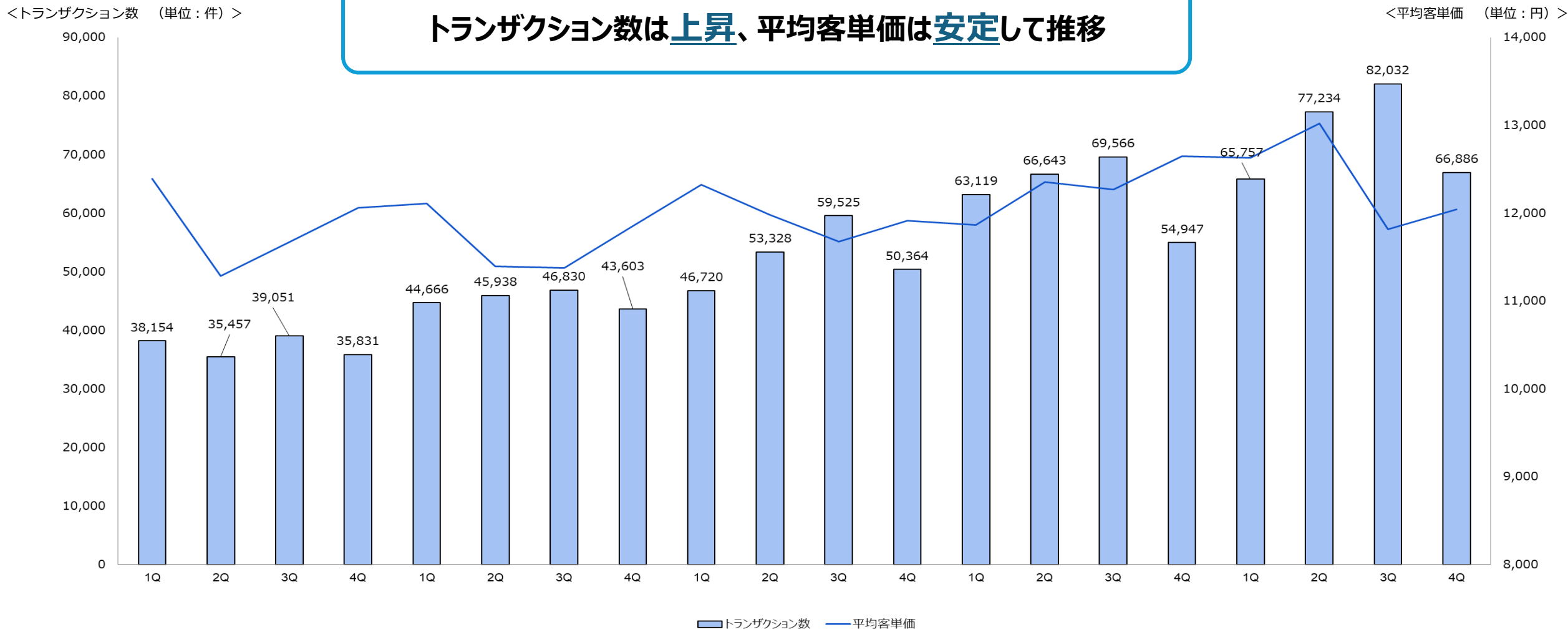
2Q：＜6月・7月＞
夏場のイベント需要増加に伴い、うちわなどの販売が増加

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

4Q：＜12月～1月＞
営業日数が少ない月であること、広告需要の閑散期

事業KPI: トランザクション数 × 平均客単価

トランザクション数は**上昇**、平均客単価は**安定**して推移



21/1期

22/1期

23/1期

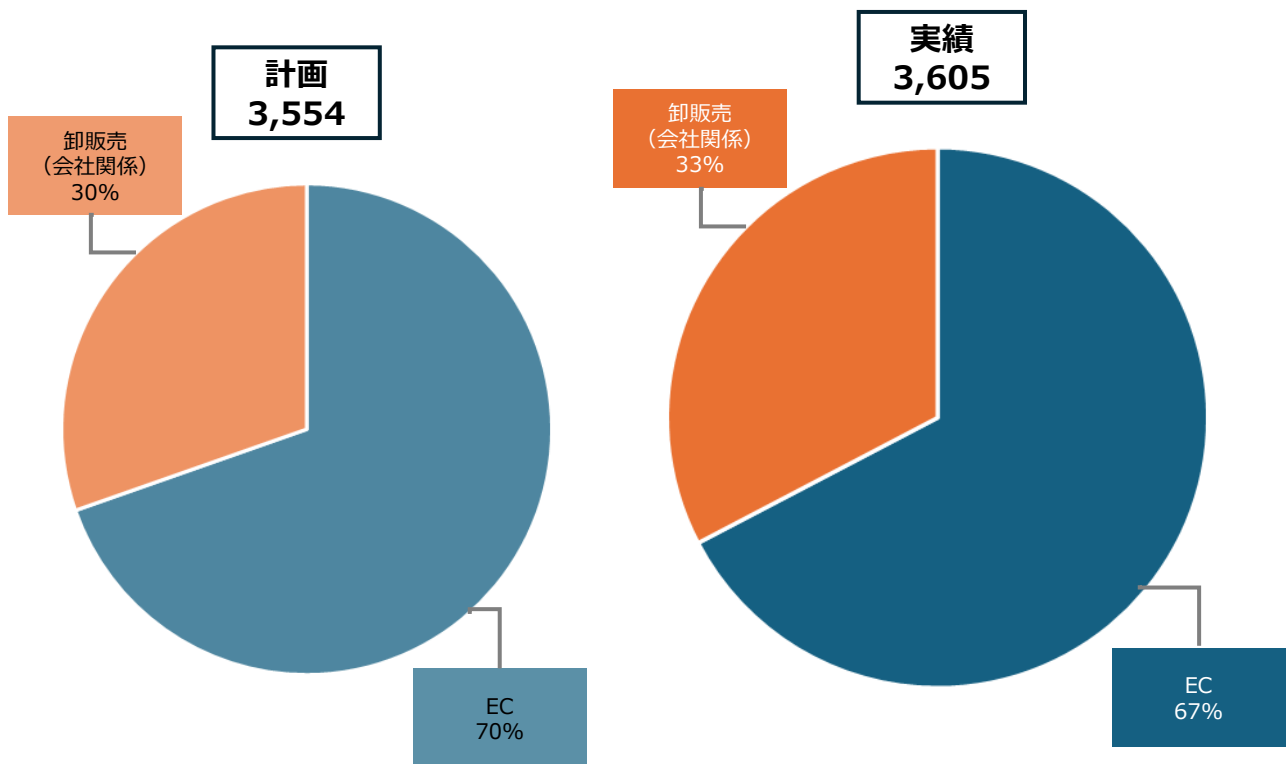
24/1期

25/1期

損益計算書の概要

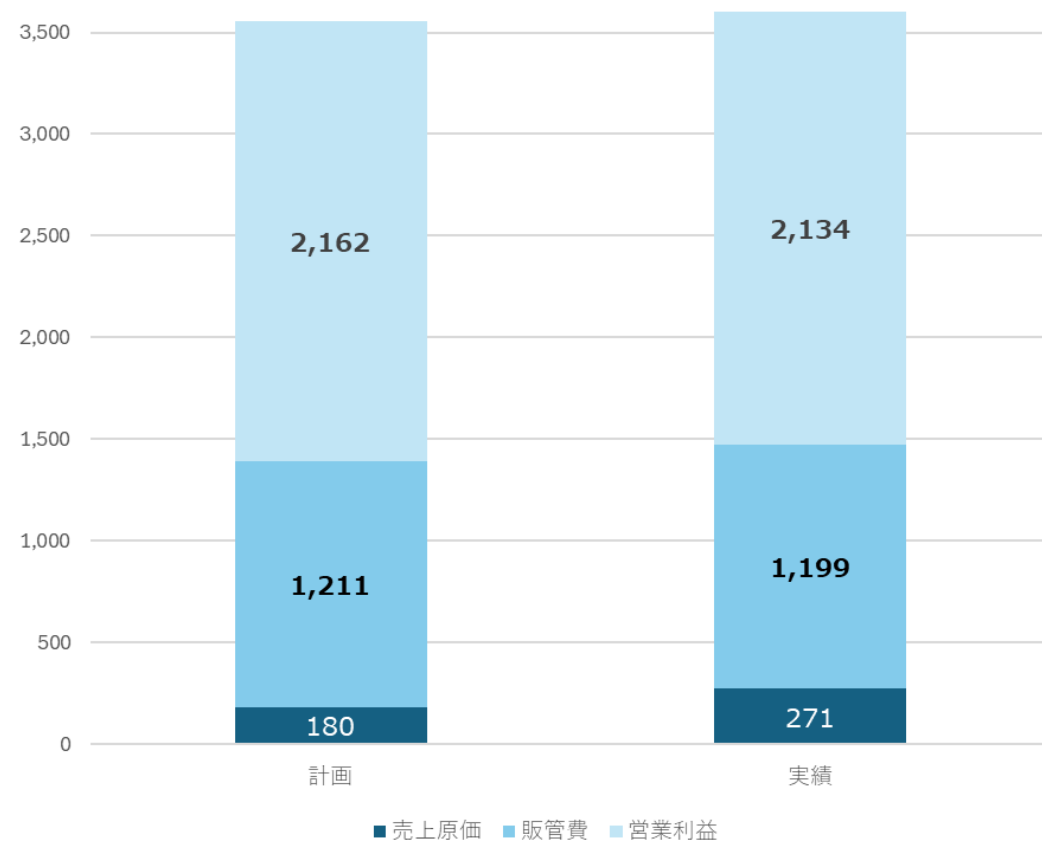
(単位：百万円)

売上高 (構成比)

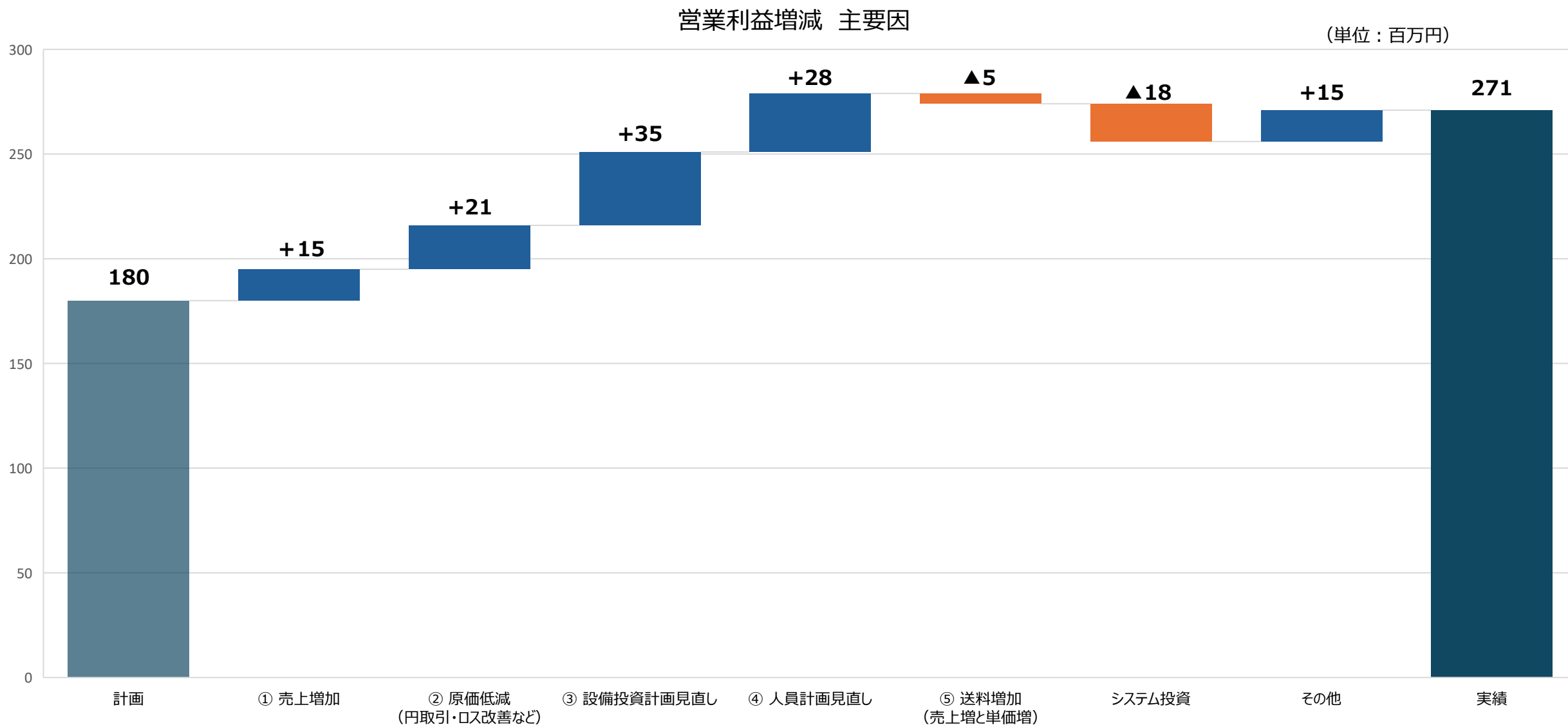


(単位：百万円)

利益構造



損益計算書の概要



損益計算書の概要

営業利益増減主要因 概要説明（修正計画比）

	概要	説明	営業利益影響額 (百万円)
①	売上増加	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上増加に伴う営業利益額の増加 	+15
②	原価低減	<ul style="list-style-type: none"> ■ 決済をドル建てから円建てに変更したことで材料費（輸入生地）の低減 ■ 防災加工の内製化 ■ 製造工程改善によるロス率の改善 	+21
③	設備投資計画見直し	<ul style="list-style-type: none"> ■ 設備投入計画の見直し（翌期に後ろ倒し）により減価償却費が減少 ■ 既存プリンタのメンテナンス費用が発生 	+35
④	人員計画見直し	<ul style="list-style-type: none"> ■ 業務フローの改善、製造工程の改善や自動化により人員計画を見直し、人件費を抑制 	+28
⑤	送料増加	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上増加に伴う荷造運賃の増加 ■ 単価上昇 	▲5

<その他トピックス>

- 将来の利益体制の構築のため、製造工程の自動化に向けてのシステム開発を計画通りに継続→約18百万円の費用が発生（計画通り）
- 電気代の削減など、費用抑制にも積極的に取り組む

貸借対照表の概要

(単位：百万円)

	2024年1月期 実績	2025年1月期 実績	増減額	主な増減要因
流動資産合計	897	1,165	+267	▶現金及び預金が176百万円増加 ▶未収還付消費税50百万円
固定資産合計	1,629	2,479	+850	▶工場増築などで建物が611百万円増加 ▶印刷機械などの機械設備が212百万円増加
資産合計	2,526	3,645	+1,118	
流動負債合計	810	768	▲41	
固定負債合計	1,295	1,672	+376	▶長期借入金が378百万円増加
純資産合計	421	1,204	+783	▶公募増資により、資本金及び資本剰余金がそれぞれ309百万円増加
負債・純資産合計	2,526	3,645	+1,118	
(自己資本比率)	16.7%	33.0%	+ 16.3pt	▶公募増資により自己資本比率が改善

キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位：百万円)

	2024年1月期 実績	2025年1月期 実績	主な要因
営業CF	236	283	
税引前当期純利益	224	245	
減価償却費	169	184	▶設備投資による償却費増加
売上債権増減額（▲は増加）	▲41	▲34	
仕入債務・未払金増減額（▲は減少）	28	23	
法人税等支払額	▲81	▲96	
その他	▲63	▲39	▶その他の増減を純額表示
投資CF	▲252	▲1,049	
有形固定資産取得	▲230	▲1,029	▶工場増築、印刷機などの製造設備取得 など
その他	▲22	▲20	
財務CF	129	929	
借入金増減額（純額）	152	454	▶工場増築、印刷機などの製造設備取得に備えるため
株式の発行による収入	-	609	
その他	▲23	▲135	▶社債の償還（▲100）、上場関連費用 など
期末現預金（定期預金除く）	339	502	▶期首から+163百万円

④ 今期の戦略と業績予想

- 1 スマートファクトリー化による利益率改善
- 2 【EC】売上拡大の取り組み
- 3 【卸販売】売上拡大の取り組み

今期の戦略

1 スマートファクトリー化による利益率改善



製造管理システムと連携可能なオリジナル印刷機の多数導入 主力商品のカットや縫製といった人的作業をロボット化

- **独自開発の主力商品（のぼり・幕）対応の印刷機を多数導入します。**
のぼり旗・幕向けに最適化した印刷機を独自開発・導入しました。本機の運用により、印刷ロスの低減、メンテナンス費用削減、省人化が実現可能となります。また印刷機内部のシステムも独自開発を行うことで自社システムと連携が可能となり、印刷オペレーションの自動化が実現可能となります。
- **人的作業のロボット化・自動化を積極的に推進します。**
現在人的作業となっている生地カットや縫製を自社開発で機械化・ロボット化を積極的に行います。自動化を推進することで、非稼働時間を無くし生産キャパシティを引き上げ、省人化によるコスト削減を目指します。



自社出荷の開始

- アウトソーシングしていた梱包出荷作業の約50%を内製化します。ピッキング・梱包に必要なコストを削減し利益率改善に繋がります。

今期の戦略

2 【EC】売上拡大の取り組み

売上成長率(月平均)

タペストリーキング

前期比 +87%

冊子製本キング

前期比 +37%

展示会キング

前期比 +89%

高成長サイトへの積極投資を実行

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

新商材



テンションファブリック デジタルサイネージ

ノベルティ商品追加



サーモボトル ハンディファン

新商品の継続追加

- テンションファブリック、デジタルサイネージなどの新商材の追加、既存のタオル、紙什器などの拡充を行います。
- 2025年1月にオープンした「ノベルティキング」でシーズン毎に新商品の定期追加を実施します。

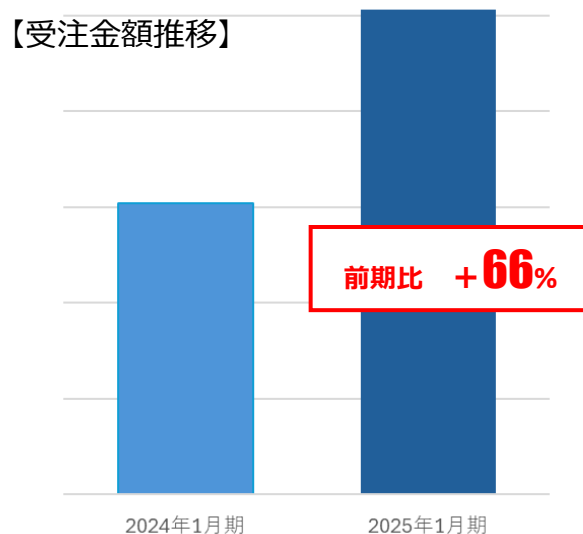
WEB上デザインサービス機能充実



- WEBデザイン利用の売上比率が年々増加しているため、機能を強化します。
- バナースタンドやタオルなどの対応商品を拡充し、さらに利便性向上を推進します。
- ログイン不要でプレートデザインの閲覧が可能な新機能を追加します。

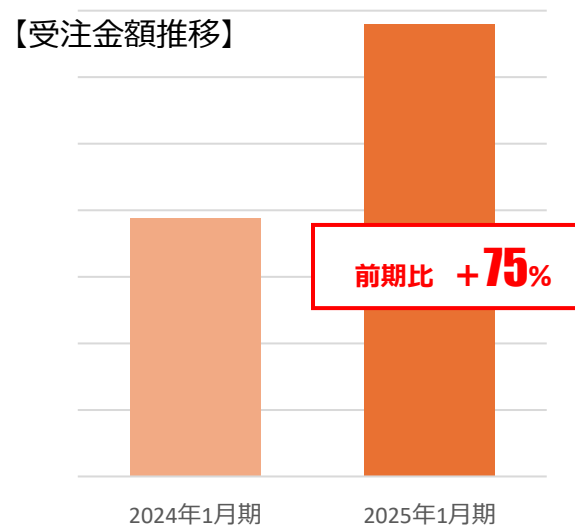
今期の戦略

3 【卸販売】売上拡大の取り組み



主要取引先との連携商品の強化

- 主力商品に加えて、パネルなどサインージ関連の商材の連携を開始しました。今後はさらに既存連携商品の仕様拡大、さらに新商品の提案を行っていきます。



インサイドセールス強化

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

2026年1月期 業績予想

2026年1月期の最大のポイントは、「**スマートファクトリー化の早期実現**」に向けた機械設備の導入減価償却の影響で減益予想だが、将来の会社成長と利益率改善のために**積極的な投資を進める**

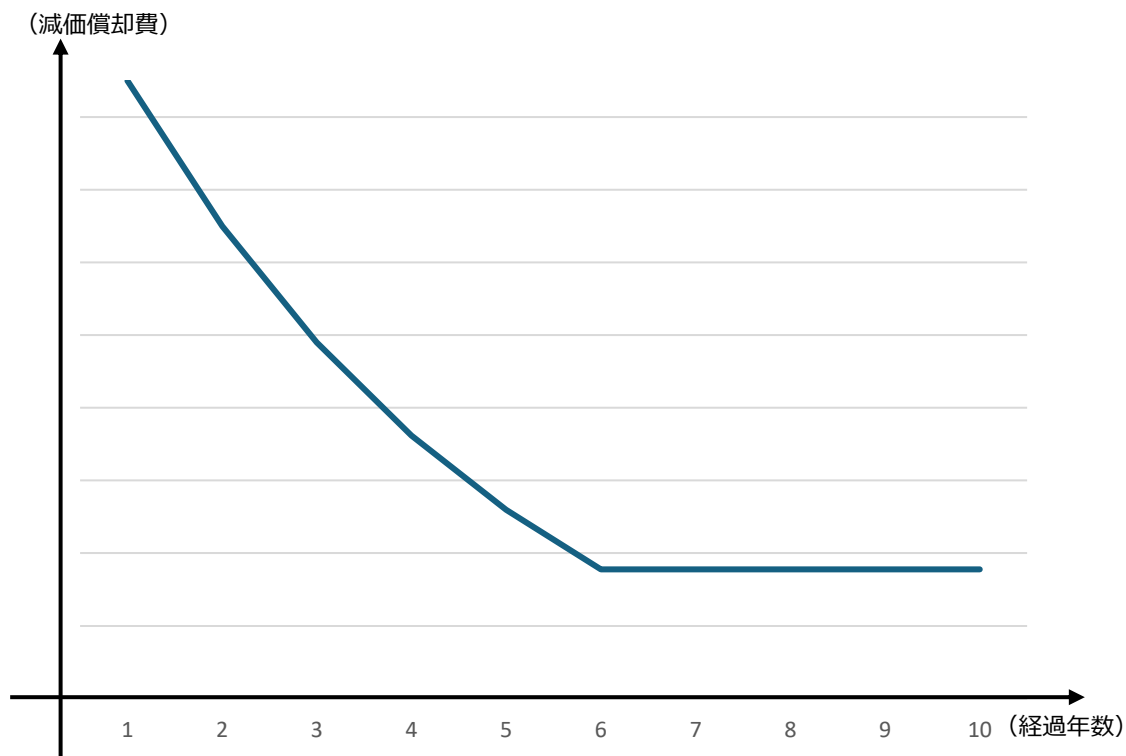
(単位：百万円)

	2025年1月期 実績	2026年1月期 計画	対前年 増減率	対前年 増減額	概要
売上高	3,605	4,027	11.7%	+422	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 高成長サイトへの積極投資 ▶ 新規取り扱い商品を拡充
売上総利益	1,470 (40.8%)	1,556 (38.6%)	5.8%	+85	▶ 機械設備の新規導入初年度の減価償却費負担が重い
販管費	1,199	1,398	16.6%	+198	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 売上拡大に合わせた新卒採用により人件費が増加 ▶ 売上獲得のための広告宣伝費投下 ▶ 売上変動費（送料など）の増加
営業利益	271	158	▲41.7%	▲113	▶ 積極的な投資による減価償却費の負担増による減益予想
経常利益	244	156	▲36.1%	▲88	
当期純利益	165	108	▲34.2%	▲56	

EBITDA (営業利益+減価償却費)	453	468	3.3%	+14	▶ 営業利益は減益計画だが、EBITDAは順調に増加
-------------------------------	------------	------------	-------------	------------	----------------------------

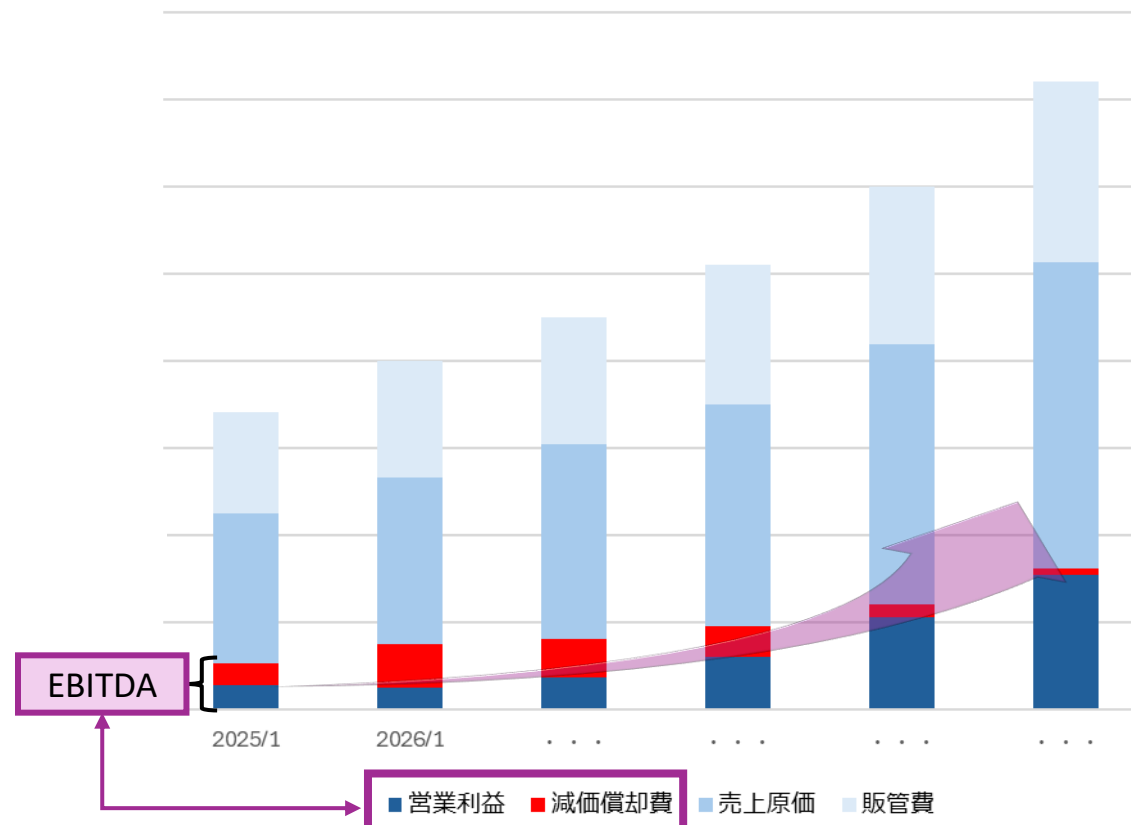
<参考> 減価償却費（定率法）イメージ

定率法による減価償却費は、取得直後は償却負担が重い
年数経過後に償却負担が軽くなる



その特徴を考慮した将来の利益構造イメージが下記のグラフ
(※新規投資は含んでいない)

将来の利益構造イメージ



5 中長期の成長計画

中 長 期 の 成 長 計 画 イ メ ー ジ

売上高

「商売繁盛応援企業、日本一！」を目指して

「のぼり旗」「幕」市場規模は400億～500億と予測



その他 ※1



幕



のぼり旗

主な施策と中期成長目標

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

※1：ノベルティ、パネル、冊子、うちわ、卸販売など

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

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

6 SDGsへの取り組み

取り組みの具体例

取り組み①

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



受賞歴

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



取り組み②

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

販売収益の一部をアーティストに。



取り組みの具体例

取り組み③

古くなったのぼり旗を回収しプラスチック原料へ再生を計画。



取り組み④

リサイクル素材や塩ビ・プラスチック代替え素材の採用

「エコ素材のぼり旗」



リサイクル繊維を66%以上使用した生地を使用。

「軽量エコパネル（看板の代替え素材）」



軽量エコパネル 施工事例



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

免 責 事 項

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

IRに関する
お問い合わせ先

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