

事業計画及び成長可能性に関する事項



株式会社 AmidAホールディングス

(東証グロース：7671)

2023年9月28日

当社は、2023年8月10日開催の取締役会において、ラクスル株式会社（以下「公開買付者」といいます。）による当社の普通株式（以下「当社株式」といいます。）に対する公開買付け（以下「本公開買付け」といいます。）に賛同の意見を表明するとともに、当社の株主の皆様に対して、本公開買付けへの応募を推奨することを決議いたしましたので、お知らせいたします。

なお、上記取締役会決議は、公開買付者が本公開買付け及びその後の一連の手続きにより当社を公開買付者の完全子会社とすることを企図していること、並びに当社株式が上場廃止となる予定があることを前提として行われたものです。

また、2023年9月26日付「ラクスル株式会社による当社株式に対する公開買付けの結果並びに親会社、主要株主である筆頭株主及び主要株主の異動に関するお知らせ」で開示のとおり、本公開買付けは成立しております。

詳細については、「ラクスル株式会社による当社株式に対する公開買付けに関する賛同の意見表明及び応募推奨のお知らせ」及び「ラクスル株式会社による当社株式に対する公開買付けの結果並びに親会社、主要株主である筆頭株主及び主要株主の異動に関するお知らせ」をご参照ください。

1

会社概要

2

2023年6月期 決算概要

3

市場環境

4

特徴・強み

5

成長戦略

6

リスク情報

7

サステナビリティ課題への取り組み

1 会社概要

社名	株式会社AmidAホールディングス (AmidA Holdings Co., Ltd.)
本社	大阪府大阪西区靱本町一丁目13番1号 ドットコムビル
設立	2000年3月
代表者	藤田 優
資本金	7,991万円 (2023年6月末日現在)
従業員	109名 (連結 2023年6月末日現在「派遣含む延べ人数」)
事業内容	EC通販事業 (印鑑及びスタンプを中心とした商材を自社グループサイトを中心としたインターネット通販サイトで販売) を展開するグループ会社の経営管理及びそれに付帯する業務
監査法人	EY新日本有限責任監査法人
グループ会社	株式会社ハンコヤドットコム 株式会社AmidA

- 2000年3月 大阪市中央区に株式会社ハンコヤドットコム（現 株式会社AmidAホールディングス）（資本金10,000千円）を設立
- 2000年6月 Yahoo!ショッピングセレクトショップ、楽天市場へ出店
- 2001年2月 社団法人日本通信販売協会（現 公益社団法人日本通信販売協会）のオンラインマーク取得
- 2001年5月 製造・出荷拠点を大阪市中央区難波から大阪市西区阿波座に移転
- 2002年7月 本社を大阪市中央区難波から大阪市西区阿波座に移転
- 2002年12月 個人情報保護認証TRUSTeを取得
- 2005年11月 100%子会社の株式会社オフィススクエア（現 株式会社AmidA）（低価格名刺、はがきを中心に販売するサイトを構築のための、ドメイン取得会社）を大阪市中央区難波に設立
- 2008年5月 社団法人日本通信販売協会（現 公益社団法人日本通信販売協会）に加入（JADMA）
- 2008年11月 本社を大阪市西区靱本町に移転
- 2014年9月 当社を株式会社AmidAに商号変更し、新設分割により株式会社ハンコヤドットコム（現 連結子会社）を設立、大阪支社を大阪市西区靱本町に開設
- 2016年7月 吸収分割により持ち株会社体制へと移行
当社を株式会社AmidAホールディングスに商号変更、EC通販事業部分を株式会社ハンコヤドットコムに、マーケティング事業を株式会社オフィススクエア（現 連結子会社）に分割し、同社の商号を株式会社AmidA（現 連結子会社）に変更、本店所在地を大阪市西区靱本町に変更、株式会社日本印章社を当社に吸収合併
- 2018年12月 東京証券取引所マザーズ市場（現 東京証券取引所グロース市場）に上場
- 2021年7月 株式分割の実施 普通株式1株につき2株の割合をもって分割
- 2022年4月 東京証券取引所の市場区分の見直しにより、マザーズからグロース市場へ移行
- 2023年8月 株式会社ラクスルから完全子会社とすることを目的としたTOBが発表



株式会社AmidAホールディングス

代表取締役社長 CEO 藤田 優

代表取締役社長 藤田優 からみなさまへのあいさつ

平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

1998年に大阪の地で創業してより、主にE C事業、広告運用事業を生業とし、これまで多くのお客様に支えられ、おかげさまでグループ100名以上の企業に成長することができました。

創業よりEC事業会社としてしっかりと歩み、私たちの経営方針にある『インターネットビジネスの可能性を追求』し続けた過程には多くの創造があり、それを実現するために、当社はホールディングス体制を構築することで、事業別に会社を分割し、子会社の持ち株管理会社として株式会社AmidAホールディングスの設立に至りました。

インターネット黎明期から現在、私たちを取り巻く環境は急速に変化しています。またインターネットが身近になるにつれ、ユーザーから求められる要素は複雑化する一方、高いパフォーマンスやクオリティーも同時に求められる時代にあります。多様化した市場のニーズに対し、柔軟に挑戦し続ける。そして多くのサービス、情報を展開する力こそ、それが私たちの存在価値です。

株式会社AmidAホールディングスグループは、インターネットをビジネスフィールドに、IT関連事業を通じてその利便性・楽しさ・文化的な豊かさを創造し、世界中のお客様の期待を超える『+αの価値創出』を追求するべく日々取り組んでおります。創業の原点でもある『インターネットビジネスの可能性を追求』し続けながら、私たちは新たな未来を歩み始めます。今後も、情報化社会のさらなる発展に貢献して参りますので、より一層のご支援、ご指導を賜りますようお願い申し上げます。

経営理念 - Philosophy

全社員の物心両面の幸福を追求すると同時に、人類の進歩発展と平和に貢献し、時代を先取る積極経営を展開します。

経営方針 - Mission

インターネットビジネスの可能性を追求し、一人でも多くの方にその利便性・楽しさ・文化的な豊かさを伝え、グローバルな経営に取り組みます。

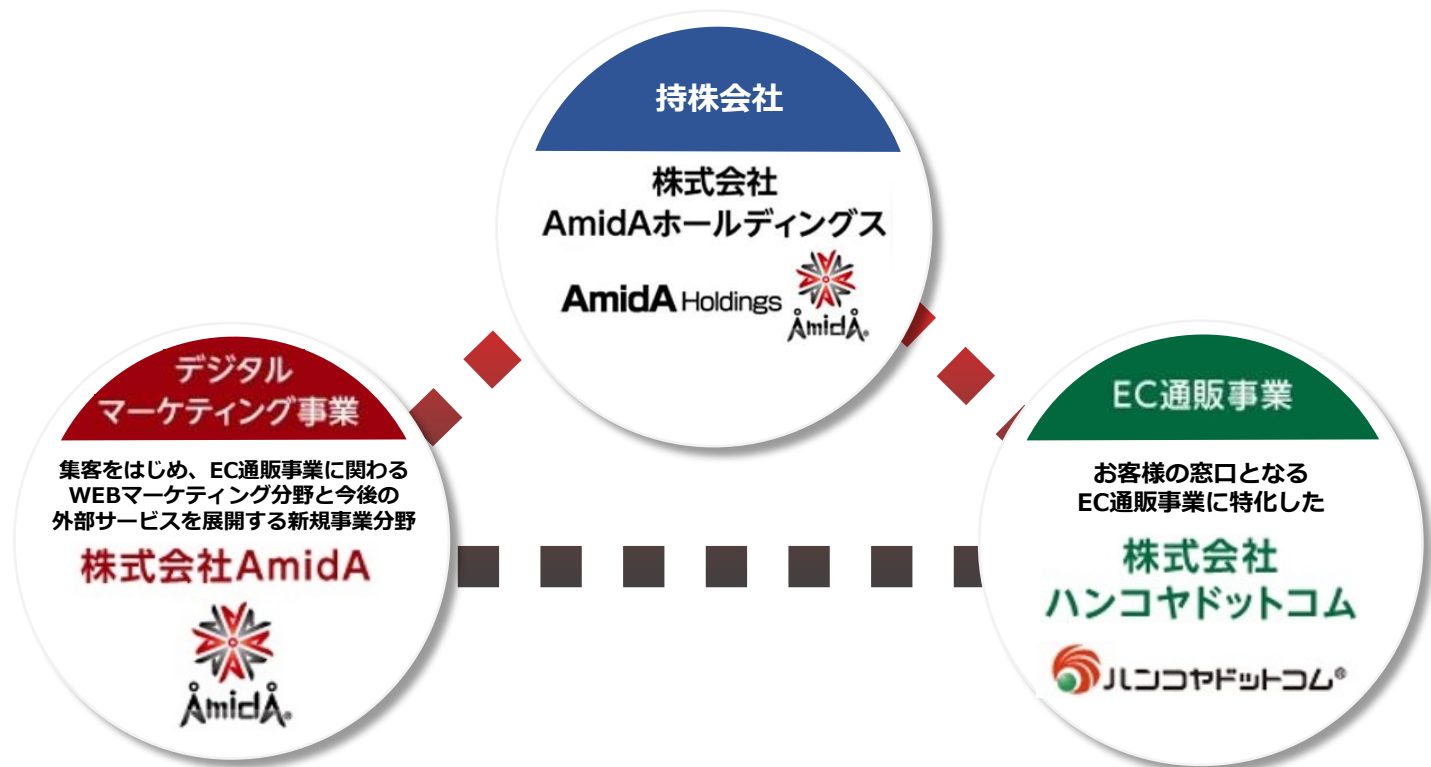
会社概要 / 組織図



当社グループは、当社と連結子会社2社で構成され、当社は持株会社であります。子会社の株式会社ハンコヤドットコムにおいて、印鑑を中心としたEC通販事業を行っており、現在の主軸事業となっております。

なお、株式会社AmidAにおいて、WEBマーケティング分野におけるノウハウを活用し、ECサイトの集客・接客・データ分析・改善及び開発からシステム保守までWEBマーケティングの全プロセスを、グループ会社に提供しております。

また、新規事業分野では、外部サービスの展開を検討しております。



2

2023年6月期 決算概要

業績ハイライト

売上高 3,011百万円（前年同期比 1.4%減、計画比 1.6%減）

営業利益 443百万円（前年同期比 1.3%増、計画比 27.3%増）

当期純利益 293百万円（前年同期比 1.1%増、計画比 30.7%増）

※計画との差異要因につきましては、P-13をご参照ください

トピックス

EC通販事業

- ・ EC通販事業の基幹システムのリニューアルに着手し、2023年8月から運用開始
- ・ ミコミルサイト（販促・ノベルティ関連サイト）の商品追加等による再構築を実施
- ・ 各種感染症や自然災害の対策をすることで、事業活動への影響を最小限に軽減

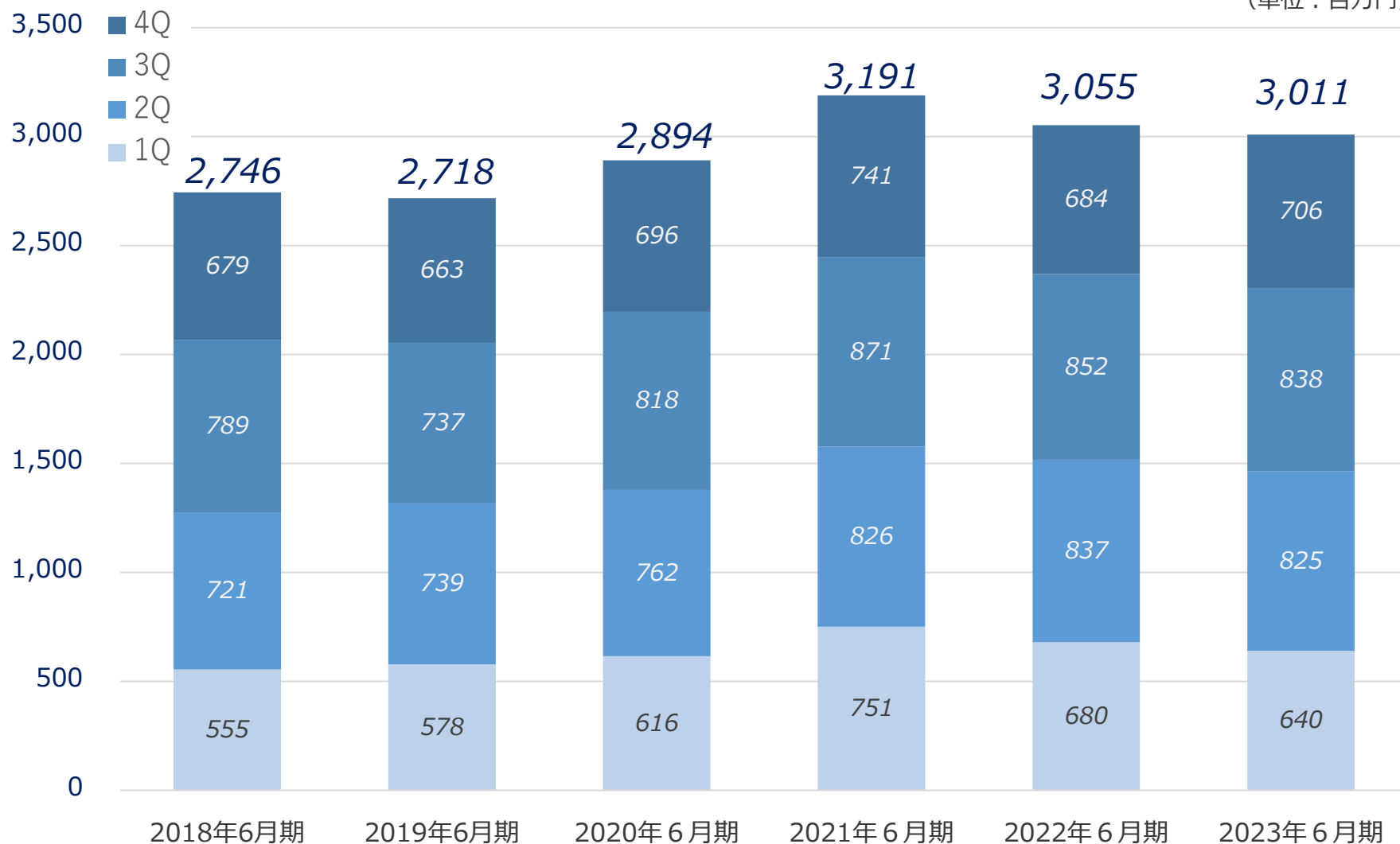
デジタルマーケティング事業

- ・ 自然検索順位の維持と集客広告のバランス運用を実施
- ・ ブランディング強化の継続
- ・ サイトの利便性向上
モバイルサイトの流入割合増加に対応して、スマホ後払決済追加が完了
TOPページの導線強化を継続し、離脱率を改善
- ・ 流入数の向上を目的にGoogleショッピング欄への掲載強化

決算概要/売上高の推移



(単位：百万円)

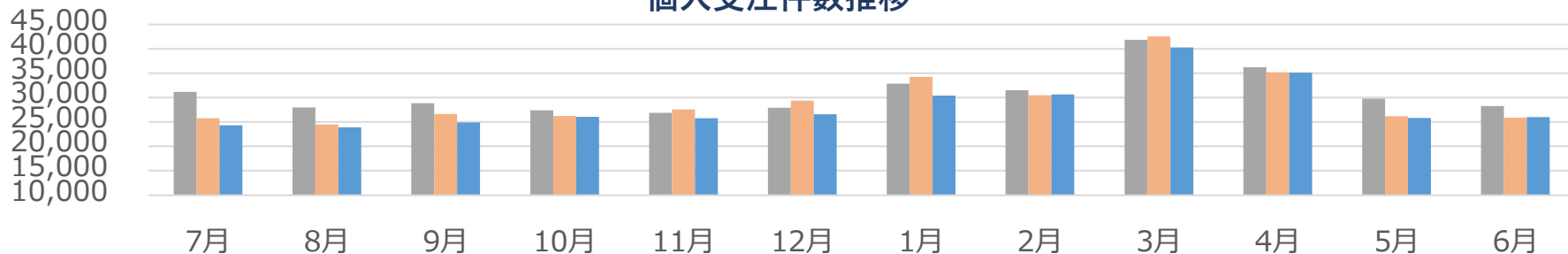


新型コロナウイルス感染症等による個人・法人客数の月別推移

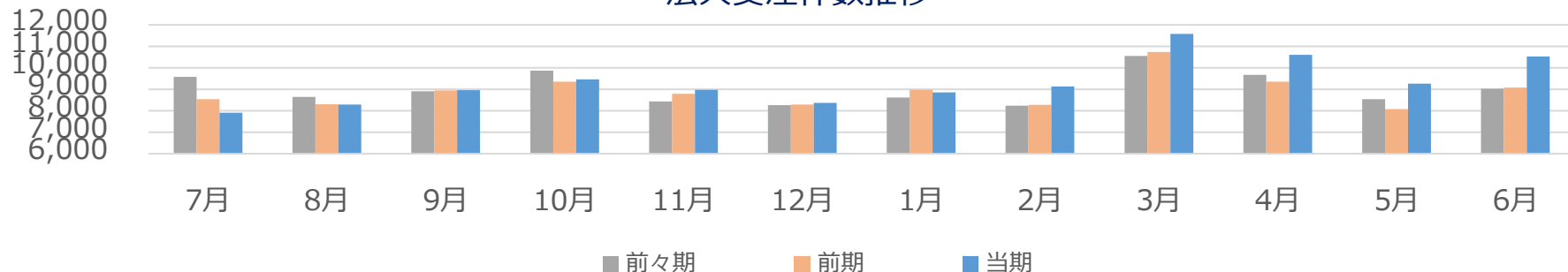


新型コロナウイルス感染症の影響による行動制限は緩和され、経済活動は回復傾向にあるものの、円安により原材料費は高い水準で推移した結果、生活必需品の値上げが継続し、個人の消費は第3Qまでは低下傾向にありましたが、第4Qから下げ止まりの兆しがでてきました。一方、法人は経済活動が正常化に戻り、第2Qから段階的に回復傾向で推移いたしました

個人受注件数推移



法人受注件数推移



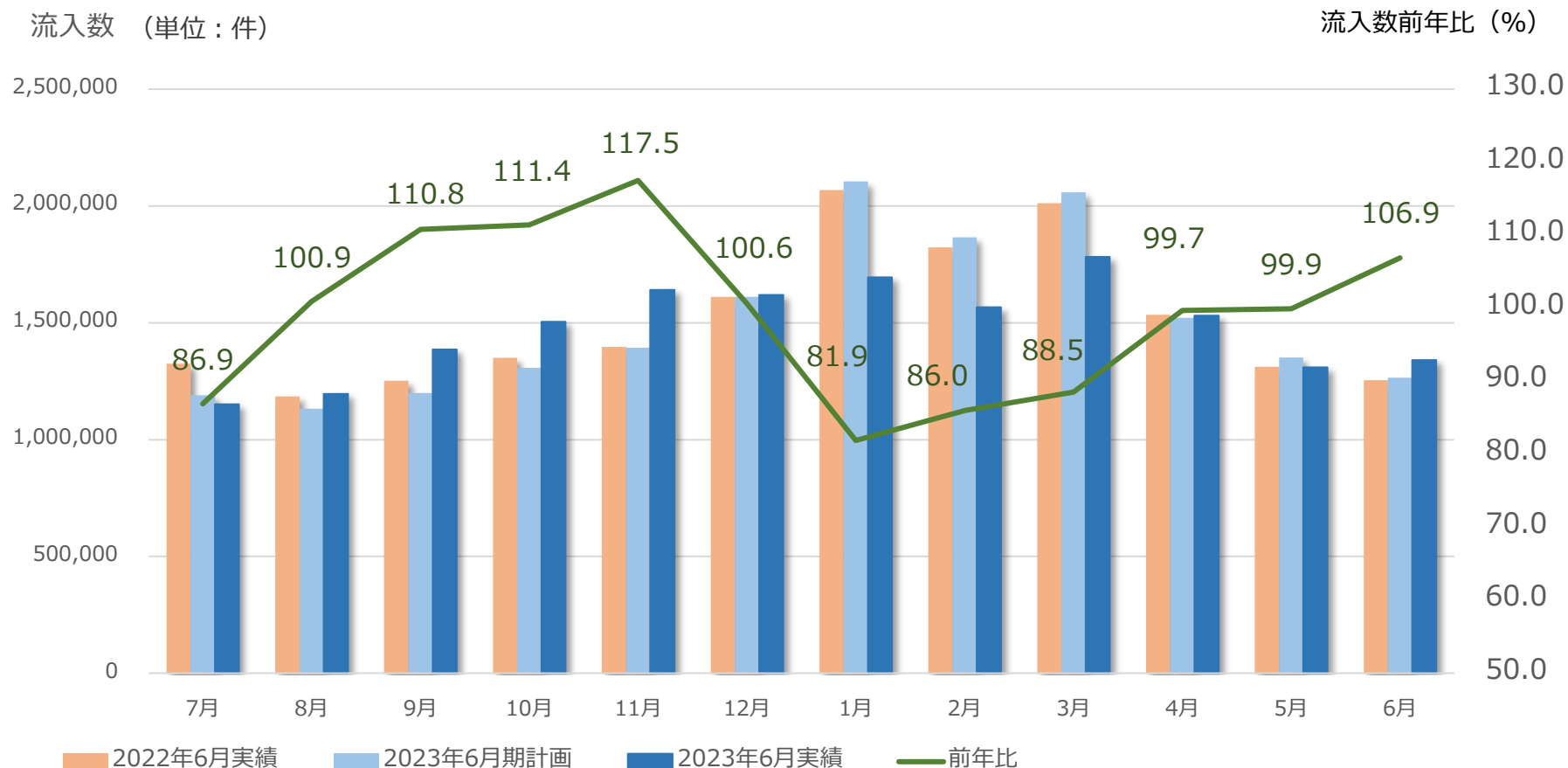
物販系分野のBtoC – EC市場推移状況

物販系分野	2018年6月期	2019年6月期	2020年6月期	2021年6月期	2022年6月期	2023年6月期
E C 化率BtoC	5.79%	6.22%	6.76%	8.08%	8.78%	9.13%
BtoC市場伸び率	7.45%	8.12%	8.09%	21.71%	8.61%	5.37%

決算概要 / KPI 流入数



ユーザーが当社グループのWEBサイトに訪問した数 1,771万9,670件（前年同期比2.2%減）

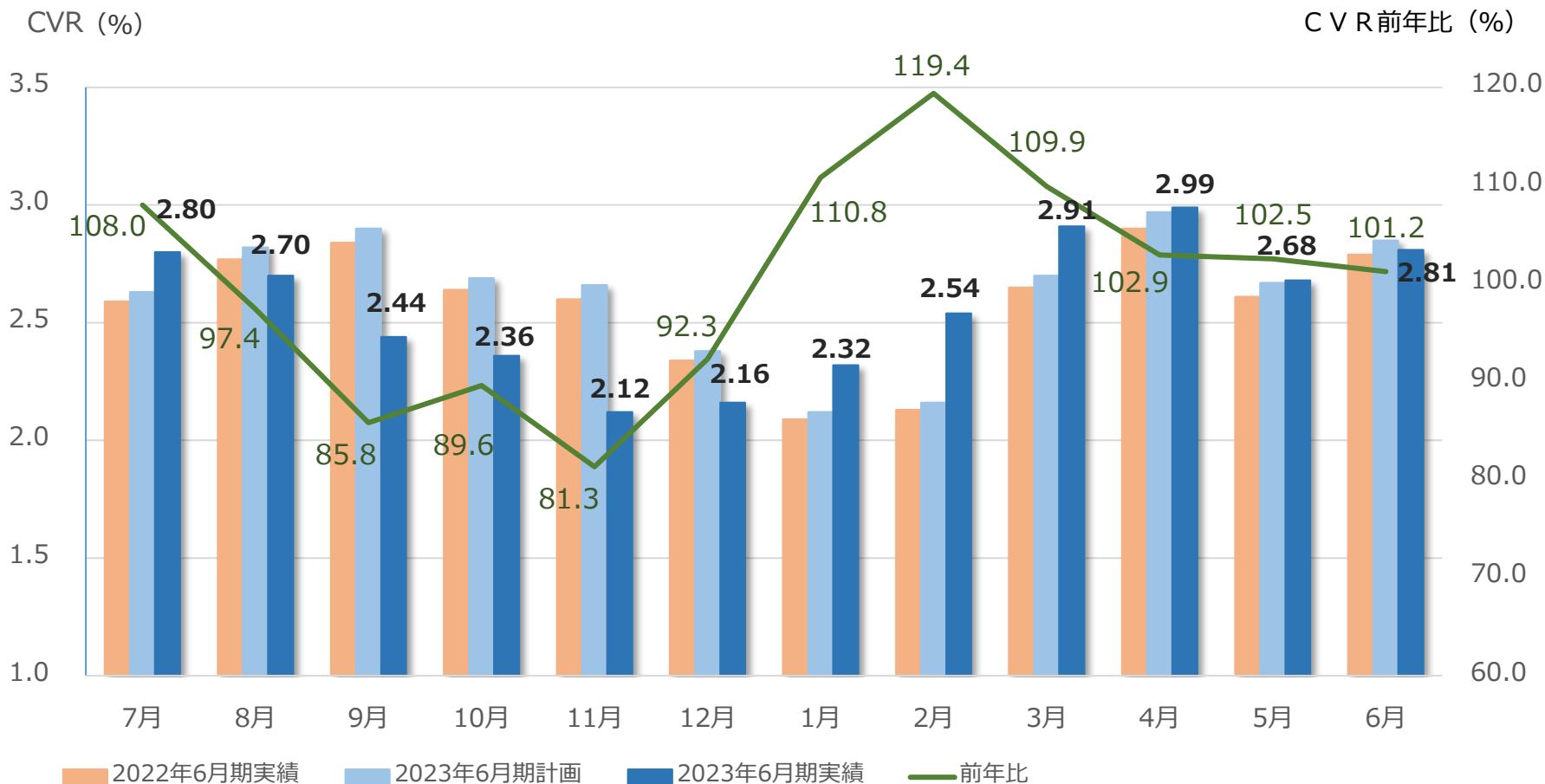


- ▶ 生活必需品の値上によって、個人の消費マインドが低下したため、購買意欲の高い顧客層に向けた広告に集約
- ▶ キーワード検索順位安定化は継続しており、WEB広告はROASを重視した運用を継続
- ▶ 販売系サイト 11,891,570件 前年同期比 1.1%減 136,634件減少
- ▶ 情報系サイト 5,828,027件 前年同期比 4.3%減 264,543件減少

決算概要 / KPI CVR (Conversion Rate)



流入数のうち、購入に至った割合 2.55% (0.00ポイント増加)



- ▶ 1月の繁忙期よりDisplay広告からリスティング広告のインプレッション強化に努め、加えてショッピング広告を強化したことで、購買意欲の高い顧客層の流入数が増加し、CVRは改善いたしました。その結果、全体ROASに基づく効率を考慮した運用に努めました。
- ▶ 参考：情報系サイト 0.14% 販売系サイト 3.00%

決算概要 / KPI 受注件数



流入数のうち、購入に至った件数 受注件数合計 45万1,722件 (2.1%減)

受注件数(単位：件)

受注件数前年比 (%)



- ▶ 円安により物価が上昇し、個人の消費マインドが低下したことで受注件数は減少、一方、広告運用を当社のグループ内でおこなうことで、状況に応じて広告掲載種別を即時に見直すことができる体制があり、繁忙期はニーズの高い顧客層を中心にアプローチを実施

決算概要 / BIGキーワード 検索表示順位



(2023年6月期)

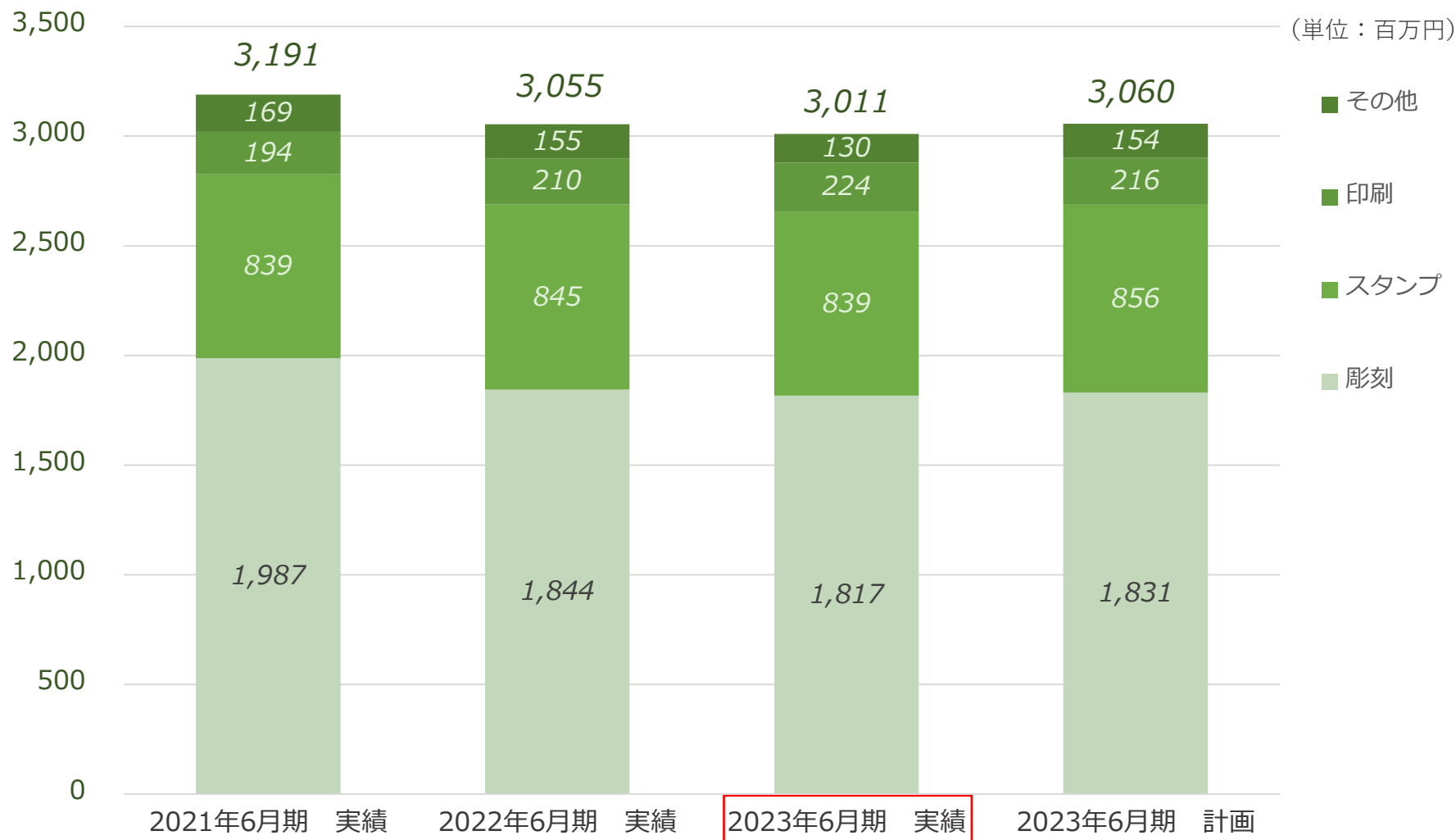
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間平均
印鑑	1.1	1.1	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
はんこ	1.4	1.3	1.2	1.1	1.5	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.2
実印	1.3	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0
平均	1.3	1.2	1.1	1.0	1.2	1.0	1.0	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	1.1
前年差	Down ↓ 0.2	Down ↓ 0.1	Down ↓ 0.1	- 0.0	Down ↓ 0.2	- 0.0	- 0.0	Down ↓ 0.1	Down ↓ 0.1	UP ↑ 0.1	- 0.0	- 0.0	Down ↓ 0.0



(2022年6月期)

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間平均
印鑑	1.0	1.1	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.0	1.1	1.0
はんこ	1.1	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.0	1.1	1.1
実印	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
平均	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0

決算概要 / E C 通販事業 商材区分別売上



※売上高の計画との差異要因につきましては、P-13をご参照ください

決算概要 / 2023年6月期業績概要



(単位：百万円)

	2022年6月期	2023年6月期	前年同期比
売上高	3,055	3,011	98.6%
売上総利益	1,633	1,605	98.3%
販売費及び一般管理費	1,195	1,161	97.2%
営業利益	438	443	101.3%
経常利益	438	439	100.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	290	293	101.1%

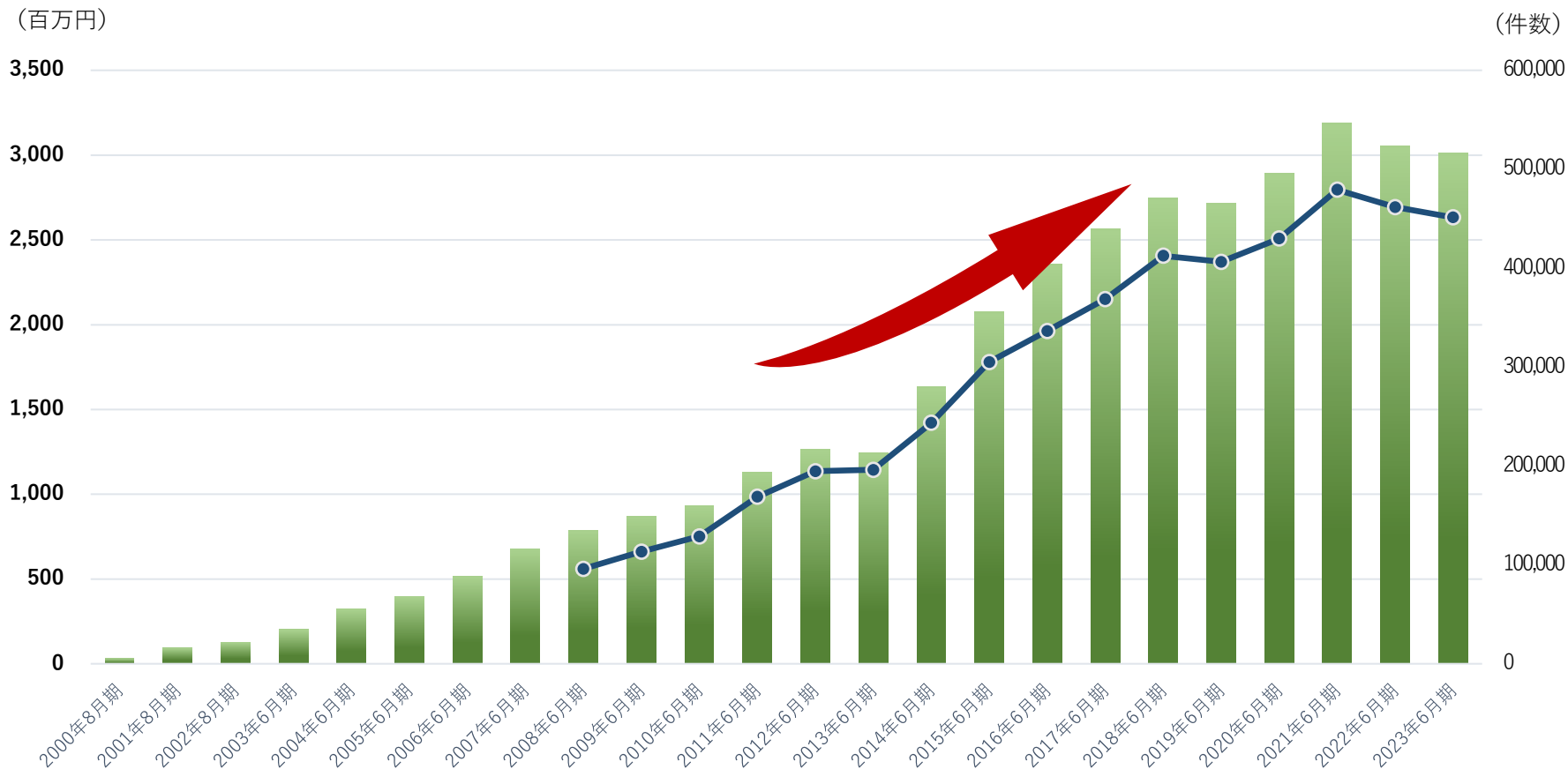
- ▶ **売上高** 下半期よりDisplay広告からショッピング広告とリスティング広告のインプレッション強化に変更し流入数を適正化、購買意欲の高い顧客流入を増やしCVRの低下を抑制しましたが、個人消費の低下によって売上件数は前年同期比2.3%減、客単価は微増（前期同期比0.8%増）のため売上高は減少
- ▶ **販売費及び一般管理費** WEB広告の効率的な運用及び減価償却費の減少等により、販売費及び一般管理費は減少
- ▶ **当期純利益** 法人税等145百万円を計上（賃上げ促進税制の適用による法人税額の軽減等）¹⁹

決算概要/売上及び売上件数の推移 (連結)



EC事業の利用客は着実に拡大し、安定した成長ビジネスモデルを実現

2023年6月期：売上高 ⇒ 30億11百万円 売上件数 ⇒ 約45万件



(注) 2000年8月期は6ヶ月決算、2003年6月期は10ヶ月決算となっております。

決算概要/客単価の推移



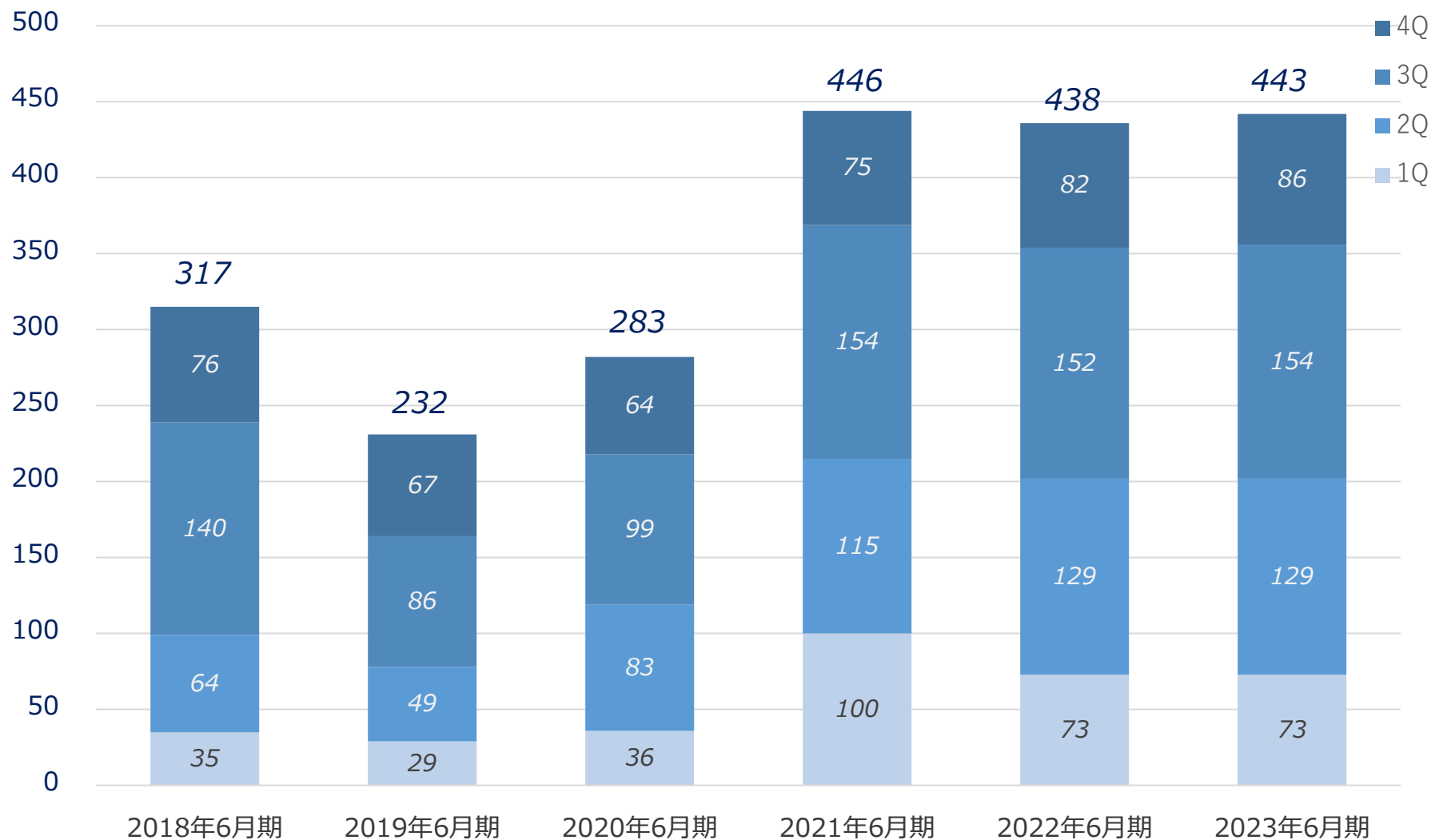
(単位：円)



決算概要/営業利益の推移



(単位：百万円)



季節変動要因



EC通販事業では、需要期の異なる商材を取り扱っていることから、売上の構成に一定の季節変動があります。また、利益面においては、商材によって売上総利益率が異なることにより、季節変動性の要因となっております。2023年6月期の変動推移は以下のとおりです。

なお、2023年6月期については、巣ごもりから日常生活への変化や、第4Qでは原油高騰等で物価が上昇し、消費マインドが低下したことが要因としてあります。

	2023年6月期連結会計年度(自 2022年7月1日 至 2023年6月30日)				
	第1四半期 (7~9月)	第2四半期 (10~12月)	第3四半期 (1~3月)	第4四半期 (4~6月)	合計 (通期)
売上高 (百万円)	640	825	838	706	3,011
構成比 (%)	21.3	27.4	27.9	23.4	100.0
営業利益 (百万円)	73	129	154	86	443
構成比 (%)	16.6	29.1	34.9	19.4	100.0

決算概要/季節変動要因



EC通販事業では、需要期の異なる商材を取り扱っていることから、売上の構成に一定の季節変動があります。また、利益面においては、商材によって売上総利益率が異なることにより、季節変動性の要因となっております。2022年6月期の変動推移は以下のとおりです。

なお、2022年6月期については、巣ごもりから日常生活への変化や第4Qでは原油高騰等で物価が上昇し、消費マインドが低下したことが要因としてあります。

	2022年6月期連結会計年度(自 2021年7月1日 至 2022年6月30日)				
	第1四半期 (7~9月)	第2四半期 (10~12月)	第3四半期 (1~3月)	第4四半期 (4~6月)	合計 (通期)
売上高 (百万円)	680	837	852	684	3,055
構成比 (%)	22.3	27.4	27.9	22.4	100.0
営業利益 (百万円)	73	129	152	82	438
構成比 (%)	16.8	29.6	34.9	18.7	100.0

決算概要/連結貸借対照表



(単位：百万円)

	2022年6月期末	2023年6月期末	増減額
流動資産	2,182	2,296	113
固定資産	402	525	122
資産合計	2,585	2,821	236
流動負債	332	352	20
固定負債	76	76	—
純資産	2,176	2,392	215
負債・純資産合計	2,585	2,821	236

- ▶ 流動資産 現金及び預金 122百万円、前払費用 16百万円の増加、原材料及び貯蔵品 25百万円の減少
- ▶ 固定資産 有形固定資産 26百万円の減少及び無形固定資産 146百万円の増加
- ▶ 純資産 当期純利益 293百万円増加、配当金の支払 77百万円

3

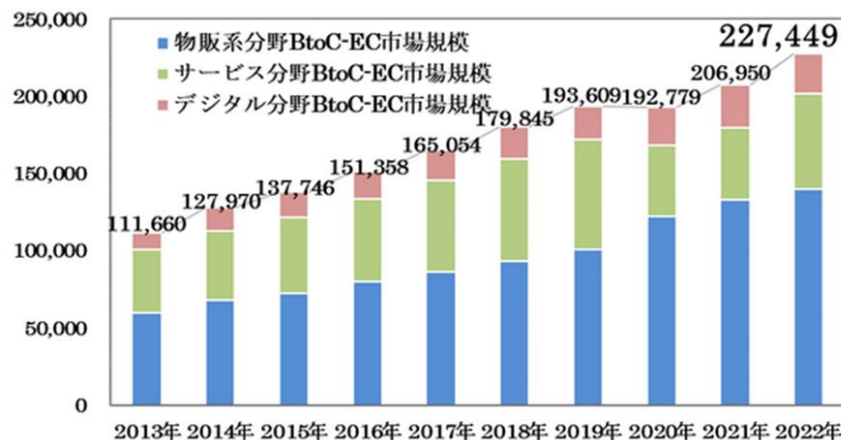
市場環境

E C通販市場は、2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大によって生活スタイルが変化し、巣ごもり需要でE C化率（全ての商取引のうち、電子商取引が占める割合）の上昇につながり、2022年は巣ごもりからコロナ禍前の日常生活に少しずつ戻る傾向と原油高騰等による物価上昇で個人の消費マインドは厳しい傾向にあります。

その中、印章業界市場全体では、デジタル化の促進等により電子契約やグループウェアが普及し、更に、国・地方自治体の諸手続きの電子化によって押印の機会が減少する方向にあるため、市場規模も減少傾向にあり、今後は一定範囲の顧客を各社が取り合う構造となることから、企業間競争はさらに激しくなる状況が想定されます。

一方、当社グループのE C通販事業分野では、購入チャネルとして拡大を続けているE C通販市場の中で独自ドメインサイトでの販売が94.8%を占めており、その規模は、印章業界においても大手に属しております。

BtoC-EC市場規模の経年推移（単位：億円）



※経済産業省 電子商取引に関する市場調査の結果のまとめ 2023年 8月31日発表

BtoC-ECの市場規模及び各分野の伸長率

	2021年	2022年	増減率
A. 物販系分野	13兆 2,865 億円 (EC化率 8.78%)	13兆 9,997 億円 (EC化率 9.13%)	5.37%

図表 4-4：物販系分野の BtoC-EC 市場規模及び EC 化率の経年推移
(市場規模の単位：億円)



※経済産業省資料 2022年

4 特徴・強み

特徴・強み/一気通貫ビジネスモデル



専門性を持ったグループ会社が連携する一気通貫型ECビジネスモデルを実現。

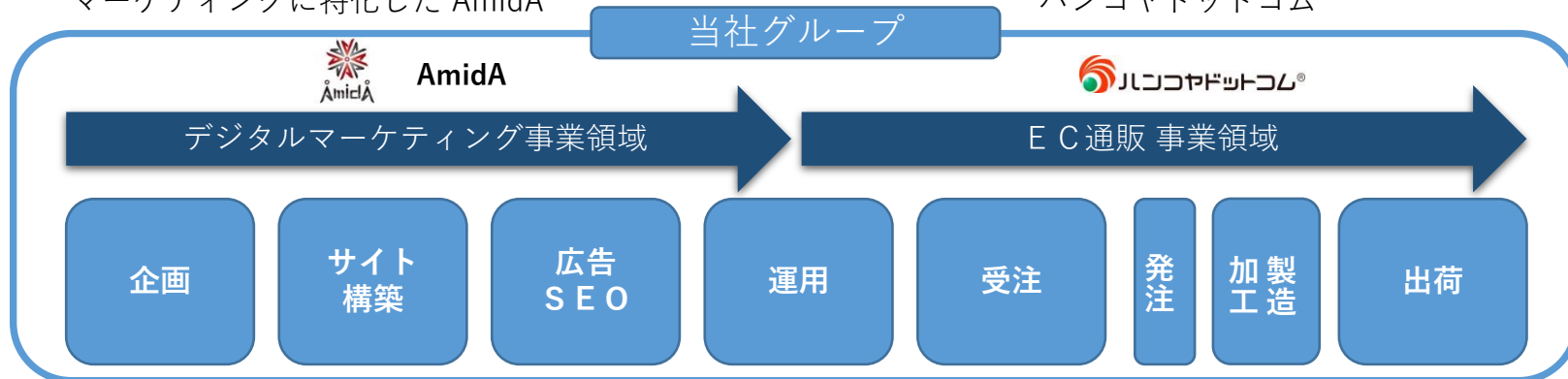
デジタルマーケティング事業

集客をはじめ、EC通販事業に関わるWEBマーケティングに特化した AmidA



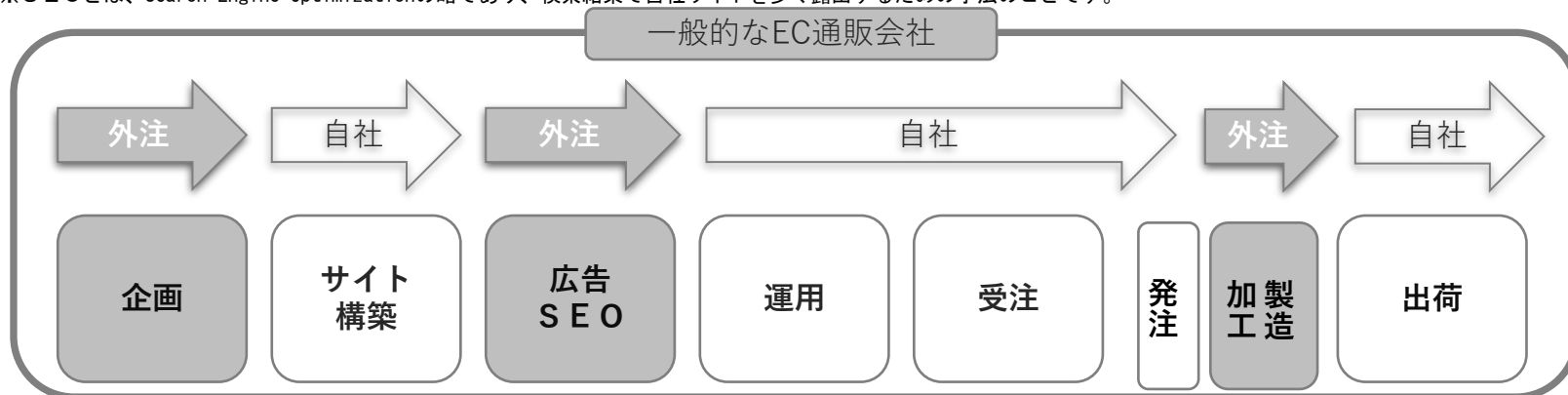
EC通販事業

お客様の窓口となるEC通販事業に特化したハンコヤドットコム



EC通販事業に特化した株式会社ハンコヤドットコムとEC通販事業に関わるWEBマーケティングに特化した株式会社AmidAという、それぞれ専門性を持ったグループ会社が連携、グループ会社内で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（受注、製造、加工、発注、出荷）までを行う一気通貫型ECビジネスモデルを構築しております。それにより、原価率の低減や当日又は翌日出荷を実現する体制を特徴としております。

※SEOとは、Search Engine Optimizationの略であり、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です。



特徴・強み/デジタルマーケティング



WEBマーケティング分野における内容は以下のとおりであります。
なお、2023年6月現在のサービス提供先は株式会社ハンコヤドットコムのみとなっております。

①ECサイトへの集客

インターネット広告（Yahoo!プロモーション広告、Google広告、インターネットショッピングモールの広告）の最適化提案やテレビコマーシャルなどの広告代理店業を行っており、新商品・新サービスをメディアミックスで周知できるプロモーションの提案も行っております。さらに、SEO対策として、検索エンジンにおける表示順位の改善案を行う事で、ECサイトへの集客につなげております。

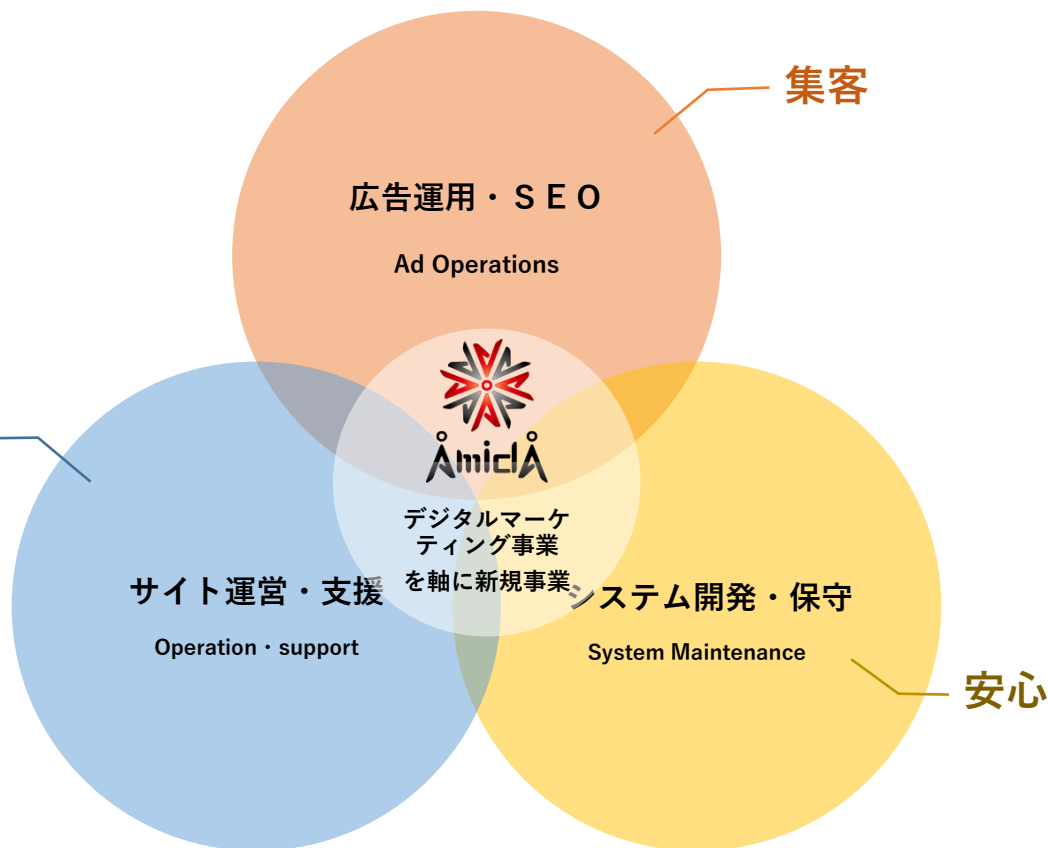
②データ分析・改善提案

EC通販事業におけるサイトへの集客状況などのデータを分析し、改善点などを素早くサイト運営に反映できるような提案を行っております。

③システムの開発・保守

システム開発から保守サービスまでを提供しております。

戦略



事業概要/独自ドメインの集客力

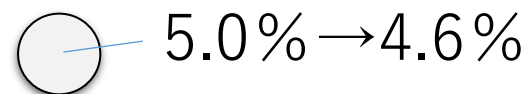


WEBマーケティング分野におけるノウハウを活用し、自社グループサイトへ集客をすることで、顧客の多くが自社グループサイトを利用しています。またECモールに出店している店舗は、価格の店舗比較表示がされるなど、価格競争に陥りやすい状況ですが、自社グループサイトで運営することで抑制することができております。ECモールサイトに頼らない、自社グループサイトへの集客を実現することで、自社グループサイトと各モールの売上構成比は、以下の通りとなっております。

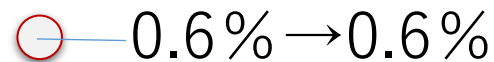


2022年6月 2023年6月期
期

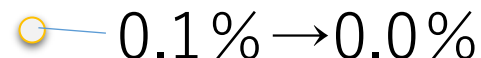
ECモール：楽天市場



ECモール：Yahoo!ショッピング



ECモール：Amazon

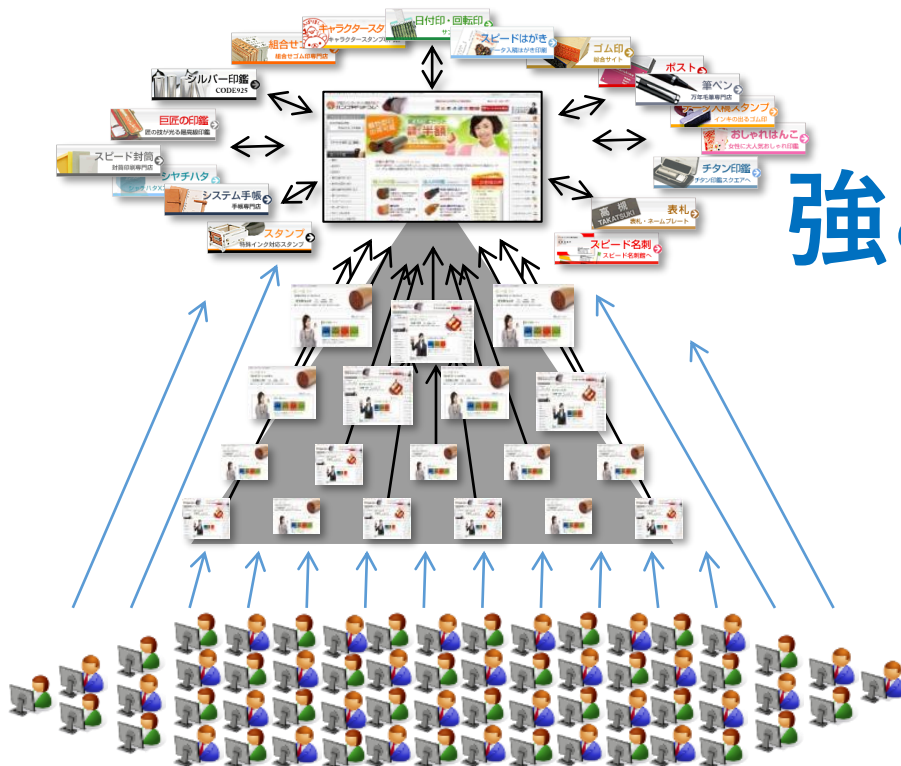


※ハンコヤドットコム グループサイト
ショッピングモール売上割合 (%)

特徴・強み/集客力

SEM（サーチエンジンマーケティング）の圧倒的な集客力の構築

- ・SEOでは、アルゴリズムへの対応力による安定した上位表示の実現
- ・Web広告では、受注全体のROASをKPIとした運用
- ・物価の上昇などで個人顧客のアクセスが減少しましたが、一定数の集客はできております。



強みは集客力にあり

2023年6月期

1,771万アクセス (年間)

2022年6月期

1,812万アクセス (年間)

特徴・強み/ハンコヤドットコム概要



EC通販事業では、商材毎に35以上の専門店化を行うことで幅広いユーザーニーズに対応。また多くの専門サイトでも利用可能な共通のショッピングカート、会員ポイントサービスなども充実。今後は名入れを中心とした商品の横展開と各専門店サイトをカテゴリー別にグループ化することでカテゴリー総合専門店に集約し、品揃え等の充実で顧客満足度の拡大を目指しています。



チタン印鑑スクエア

キレイはんこ



※運営サイト(一部抜粋)

シヤチハタ館

サンビー館

住所印.NET

ゴム印ドットコム

表札館

お名前つけ



国内最大のオーダーメイドEC通販事業を目指し、創業以来順調に成長を継続しています

特徴・強み/ハンコヤドットコム概要



「名入れ」を軸としたノベルティ販促商品の横展開を強化
 2021年11月からノベルティ商材の総合店化に向けた取り組みを実施、
 2024年6月期においても引き続き、商品アイテムの強化と内製化を継続



販促品・ノベルティ一覧

<p>タンブラー・ポトル・マグ 479円(税込)~</p>	<p>ペン 78円(税込)~</p>	<p>除菌グッズ 163円(税込)~</p>
<p>カトラリー 321円(税込)~</p>	<p>時計 308円(税込)~</p>	<p>マスク 176円(税込)~</p>
<p>付箋 154円(税込)~</p>	<p>防災グッズ 271円(税込)~</p>	<p>うちわ 41円(税込)~</p>

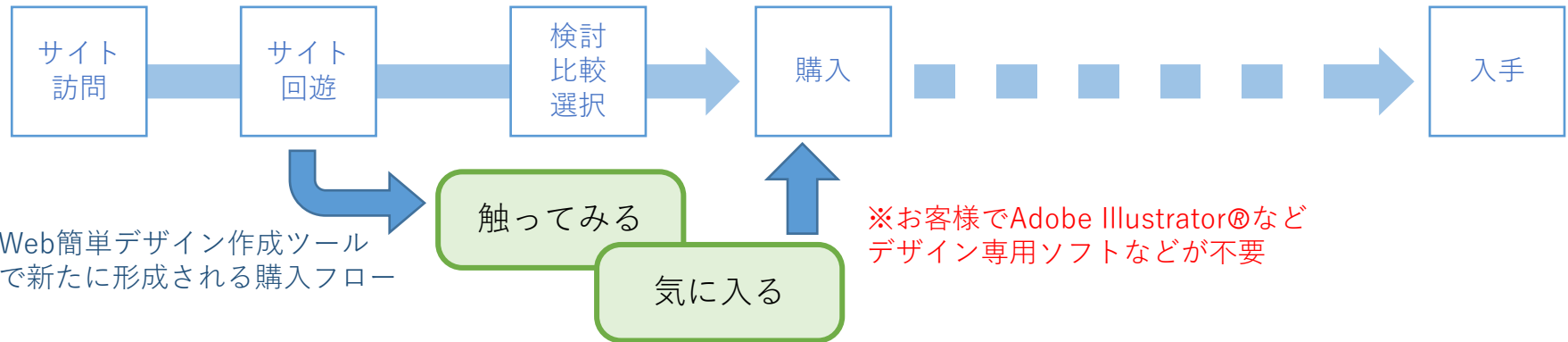
(小ロットによる顧客層の開拓及びプライスラインの見直しも予定)

特徴・強み/ハンコヤドットコム概要



Web簡単デザイン作成ツールの拡充により、より直観的な「使いやすさ」を追求

(お客様の購入プロセス)



商品の特性にあわせたデザイン機能を実現



定型タイプ

定型的な文字情報を左右上下で揃えて配置



テンプレートタイプ

飾り枠や背景を選択して好みの文字を配置



自由レイアウトタイプ

大きさは配置を自由にデザイン

東京・北大阪の物流センター及び本社の3拠点から全国に出荷

当社グループの主軸事業であるEC通販事業が属するe-コマース市場は、EC化率の増加によって拡大しておりますが、印章業界全体の市場規模は維持からやや減少傾向にあり企業競争は更に強まる状況が続くと考えております。

一方、当グループでは、インターネットの利便性を活かし、翌日午前中配達のエリア拡大を行っております。

東京1拠点・大阪2拠点の3拠点から全国出荷
(合計45万件以上 ※2023年6月期)

日本国内約90%以上の地域に翌日午前中配達が可能



(参考) 法人設立数に対する設立セット販売シェア

法人設立登記数	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上半期
2023年6月期	10,701	10,509	9,632	10,500	11,498	10,225	63,065
2022年6月期	10,947	10,111	10,606	11,873	10,917	10,047	64,501
2021年6月期	10,789	9,208	10,062	10,980	9,660	10,786	61,485
法人設立登記数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間
2023年6月期	11,911	9,787	12,064	12,563	11,409	11,581	132,380
2022年6月期	12,122	9,490	11,419	11,638	10,220	11,544	130,934
2021年6月期	10,821	9,472	11,158	14,290	9,648	12,453	129,327

法人設立セット販売数	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上半期
2023年6月期セット数	870	891	924	995	1,028	1,110	5,818
シェア率	8.1%	8.5%	9.6%	9.5%	8.9%	10.9%	9.2%
2022年6月期セット数	977	963	1,034	953	914	1,060	5,901
シェア率	8.9%	9.5%	9.7%	8.0%	8.4%	10.6%	9.1%
2021年6月期セット数	1,060	954	1,049	1,055	984	1,033	6,135
シェア率	9.8%	10.4%	10.4%	9.6%	10.2%	9.6%	10.0%
法人設立セット販売数	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間
2023年6月期セット数	1,038	1,063	1,377	1,099	1,041	1,152	12,588
シェア率	8.7%	10.9%	11.4%	8.7%	9.1%	9.9%	9.5%
2022年6月期セット数	970	939	1,145	931	907	1,002	11,795
シェア率	8.0%	9.9%	10.0%	8.0%	8.9%	8.7%	9.0%
2021年6月期セット数	976	997	1,295	1,056	947	1,063	12,469
シェア率	9.0%	10.5%	11.6%	7.4%	9.8%	8.5%	9.6%

5 成長戦略

当社は、2023年8月10日開催の取締役会において、ラクスル株式会社（以下「公開買付者」といいます。）による当社の普通株式（以下「当社株式」といいます。）に対する公開買付け（以下「本公開買付け」といいます。）に賛同の意見を表明するとともに、当社の株主の皆様に対して、本公開買付けへの応募を推奨することを決議いたしましたので、お知らせいたします。

なお、上記取締役会決議は、公開買付者が本公開買付け及びその後の一連の手続きにより当社を公開買付者の完全子会社とすることを企図していること、並びに当社株式が上場廃止となる予定があることを前提として行われたものです。

また、2023年9月26日付「ラクスル株式会社による当社株式に対する公開買付けの結果並びに親会社、主要株主である筆頭株主及び主要株主の異動に関するお知らせ」で開示のとおり、本公開買付けは成立しております。

当社株式に対する公開買付けは成立しており、その後の方針等が未確定のため、2024年6月期の業績予想を非開示とさせていただいております。それに伴い、今後の成長戦略については記載しておりません。

詳細については、「ラクスル株式会社による当社株式に対する公開買付けに関する賛同の意見表明及び応募推奨のお知らせ」及び「ラクスル株式会社による当社株式に対する公開買付けの結果並びに親会社、主要株主である筆頭株主及び主要株主の異動に関するお知らせ」をご参照ください。

新規事業戦略本部の創設3年目

昨年の課題を考慮し、ターゲット層を広げ、各種サービス毎に検討し、テストマーケのちに事業成長ストーリーを構築できるかを判断

2023年6月期の取り組み

年商数億円以上が期待できる新規事業の立ち上げを2023年6月末までに新規事業の構築には至らなかった。

検討した主な事業事例

- ①インバウンド向けとして外国人向け日本酒アプリを検討
- ②「副業」に着目しサービス提供の可能性を検討
- ③「リフォーム向け工務店見積もり案」「インボイス制度にともなう個人事業主の法人化支援アプリ案」を検討

事業の合意に至らなかった経緯

- ①市場が未成熟もしくは自社での未経験分野のため、成長イメージにたどりつかなかったこと
- ②先行者が既に存在し、今から参集しても競争力を発揮できない懸念が大きく存在したこと
- ③自社の強みを活用できなかったこと

成長戦略/商品の横展開への取り組み



EC通販事業における新サイトの見直し

新たな体制から新戦略を構築し、新アイテムから新サイト構築

販促・ノベルティサイトの販売戦略の再構築の取り組みを実施

2023年6月期の取り組み

新体制として、プロジェクトチームの構築を実施しましたが、実績数値に寄与するまでの成果には至らなかった

取り組みをした主な事例

- ・ 2022年6月期に採用したメンバーを含めた、プロジェクトチーム発足
- ・ MD戦略を強化した上で、商品アイテムの強化に取り組み
- ・ 販売戦略の見直し
 - ① サイトパフォーマンスの向上（画像・サーバー等の読込速度の改善など）
 - ② ユーザビリティの向上（動線の再整理・情報構成の見直し、商品説明の充実など）
 - ③ 販売促進（メルマガの実施、同梱チラシの配布など）
 - ④ 短期納期を目的とした内製化を開始
 - かんたんデザイン入稿導入
 - タンブラーの内製化を実施
 - ボールペンの内製化を実施

事業成長に至らなかった要因

上記の取り組みを実施したが、集客の拡大につながらなかったこと

6 リスク情報

リスク情報/事業に関するリスク



(1) E C通販事業への依存について

リスクの顕在化する可能性	中	顕在化の時期	中長期	顕在化した場合の影響	高
リスク	当社グループはE C通販事業を展開しております。インターネットの環境整備等に関して予測のつかない事態が発生した場合や、利用に関する法的規制強化又は新たな法的規制の導入、通信コストの改定や技術革新の遅れ等の理由により、インターネット関連市場の発展が阻害される場合には、当社グループの事業存続及び経営成績に重要な影響を及ぼす可能性があります。				
対応	今後新たな柱となる事業を育成し、収益力の分散を図ることに努めて参ります。				

(2) 検索エンジンへの集客依存について

リスクの顕在化する可能性	高	顕在化の時期	短期	顕在化した場合の影響	高
リスク	インターネットショッピングユーザーの多くが、検索エンジンを使って、必要に応じて情報を検索しているため、特に検索エンジンでの表示ランキングが集客及び新規顧客獲得に影響を及ぼす可能性があります。 当社グループは、検索エンジンからの集客数を確保するため、S E O対策を実施しておりますが、検索エンジンにおける検索アルゴリズム変更等により、当該S E O対策が有効に機能しなかった場合、当社グループ運営サイトへの顧客流入数が想定数を下回り、当社グループの財政状態及び経営成績に多大な影響を及ぼす可能性があります。				
対応	デバイス（スマートフォンの利用率拡大など）の変更によるアルゴリズムの変更に伴う対応力強化とブランディング強化による指名検索の拡大に努めております。				

(3) システム障害について

リスクの顕在化する可能性	中	顕在化の時期	中長期	顕在化した場合の影響	大
リスク	<p>当社グループの事業は、WEBサイトの管理をはじめ、受注、発注、仕入、在庫、発送、売上までのほとんどの業務を業務管理システムに依存しております。これらのシステムでは、それぞれ予備系統や予備データの保有機能等の二重措置やファイヤウォール、ウイルスチェック等、外部からの攻撃を回避するための対策を講じております。しかしながら、想定を超えるアクセス数の急激な増加やコンピュータウイルスの侵入、人為的な破損行為又は構築したアプリケーション内の不具合、不正アクセス等によるシステム障害が発生した場合、復旧に要する期間等によっては当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>				
対応	<p>システムの冗長化により、トラブルの事前防止を図るとともに、常時監視等の強化に努めております。</p>				

(4) 新規事業について

リスクの顕在化する可能性	高	顕在化の時期	中長期	顕在化した場合の影響	中
リスク	<p>当社グループでは、今後も持続的な成長を実現するために、新規事業の創出と拡大に積極的に取り組んでいきたいと考えております。しかしながら、新規事業を遂行していく過程では、急激な事業環境の変化をはじめとした様々な予測困難なリスクが発生する可能性があり、その結果、当初計画した範囲を超える損失が発生した場合、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>				
対応	<p>会社の規模感に応じた投資を行うことで、巨額損失とならぬように努めて参ります。</p>				

リスク情報/事業に関するリスク



(1) デジタル社会の実現に向けた重点計画等について

リスクの顕在化する可能性	高	顕在化の時期	中長期	顕在化した場合の影響	大
リスク	デジタル社会の実現に向けた重点計画・情報システム整備計画・官民データ活用推進基本計画の変更について「令和4年6月7日閣議決定」により、行政手続きのデジタル化の推進や本人確認・認証手段の変更等により、印鑑の需要減少が想定範囲を超える場合には、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。				
対応	主力商品である印鑑の利用機会が減少する可能性があり、商品の横展開と新たなサービス事業の構築に努めて参ります。				

(2) 自然災害について

リスクの顕在化する可能性	中	顕在化の時期	短期	顕在化した場合の影響	大
リスク	当社グループは、大阪に事務所及び製造拠点と、東京に製造拠点を設けております。当社グループの事務所及び製造拠点において大地震や津波、台風、洪水等の自然災害及び事故、火災等の発生により、設備の損壊や電力供給の制限等の事業活動に支障をきたす事象が発生し、業務を停止することとなった場合には、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。				
対応	テレワーク業務の範囲を拡大及び製造・物流拠点の分散によるリスク回避に努めております。				

(3) 各種感染症の流行について

リスクの顕在化する可能性	高	顕在化の時期	短期	顕在化した場合の影響	中
リスク	当社グループは、各種感染症拡大の状況により、政府・地方自治体を示す方針及び各種要請等を踏まえ、当社グループの判断で事業活動の一部又は全部を停止することとなった場合には、財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。				
対応	政府・地方自治体を示す方針及び各種要請等を踏まえ、業務停止する部分を最小限になるよう努めております。				

(4) 法律、規制等の変更について

リスクの顕在化する可能性	中	顕在化の時期	中長期	顕在化した場合の影響	中
リスク	当社グループは、国内で事業展開していくうえで、不当景品類及び不当表示防止法、特定商取引に関する法律、不正競争防止法等様々な法的規制の適用を受けております。 当社グループでは、管理体制の構築等によりこれら法令を遵守する体制を整備しておりますが、これらの法律、規制等が改正又は新たな法令等が制定され、当社グループの事業が制限を受けた場合、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。				
対応	コンプライアンス委員会によるモニタリングの実施及び、法律改正等では顧問弁護士と連携によるリスク回避に努めております。				

7 サステナビリティ課題への取り組み

サステナビリティ課題への取り組み

私たちは、印章という日本文化を継承しながらもデジタル化が進むことは世の中の流れだととらえ、デジタル化社会とハンコ文化のそれぞれの特性を融合し共存できる文化を継承してまいります。

環境面の取り組み

環境にやさしい エコ印材など
環境にやさしい 梱包資材のコンパクト化



女性が活躍できる機会 を作れる企業文化への 取り組み

当社グループの男女従業員比率は約男3:女7という
女性比率が高く、女性が活躍できる職場の提供

今後は知識・経験を積み女性の管理職への道筋も
構築

本資料のお取り扱い上のご注意



本資料は当グループをご理解いただくために作成されたもので、当グループへの投資勧誘を目的としておりません。本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、本資料中の業績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、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。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大きく異なる結果となることをご承知おきください。