



MORE
SOLUTIONS
MORE
VALUE

明日の売り場を変える提案

I - 2017年3月期決算概要

II - 2018年3月期業績予想

III - 成長戦略

IV - 株主還元

V - 会社概要

VI - (参考) 事業概要

当期のトピック

東京証券取引所一部市場への市場変更

市場変更当日の2017年3月21日には、東証アローズで記念式典が行われました



I - 2017年3月期決算概要

I (損益計算書) 業績サマリー

(単位:百万円)

	2016年3月期	2016年3月期 売上高構成比	2017年3月期	2017年3月期 売上高構成比	増減額	増減率	
売上高	7,175	100.0%	7,574	100.0%	+398	+5.6%	
売上原価	5,470	76.2%	5,666	74.8%	+195	+3.6%	効率化や原価低減努力により伸びを抑制。
売上総利益	1,704	23.8%	1,907	25.2%	+202	+11.9%	
販売費及び一般管理費	951	13.3%	1,069	14.1%	+117	+12.4%	業容拡大に伴う人件費、採用費、新規事業への先行投資
営業利益	753	10.5%	838	11.1%	+85	+11.3%	
営業外収益	4	0.1%	2	0.0%	-2	-58.3%	
営業外費用	22	0.3%	17	0.2%	-4	-19.3%	市場変更関連費用約17百万円を計上
経常利益	735	10.3%	822	10.9%	+86	+11.8%	
特別利益	-	-	-	-	-	-	
特別損失	3	0.1%	17	0.2%	+13	345.7%	ソフトウェア減損損失15百万円を計上
税引前当期純利益	731	10.2%	804	10.6%	+72	10.0%	
法人税等	243	3.4%	240	3.2%	-3	-1.3%	
当期純利益	488	6.8%	564	7.5%	+76	+15.6%	

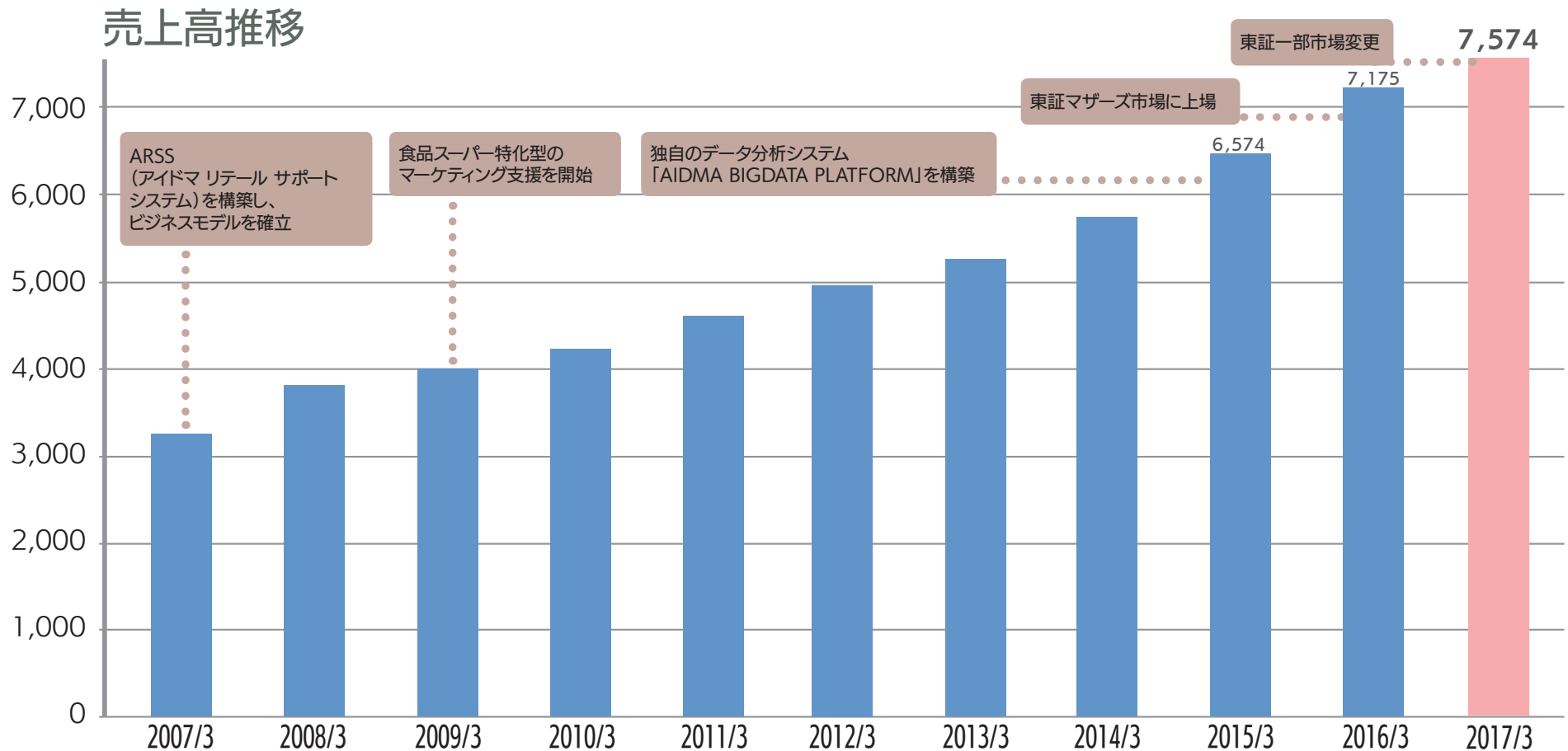
I 業績の概況①売上高推移

11期連続で売上規模を拡大

ビジネスモデル確立後、売上高を伸ばし続け、東証一部へ市場変更いたしました

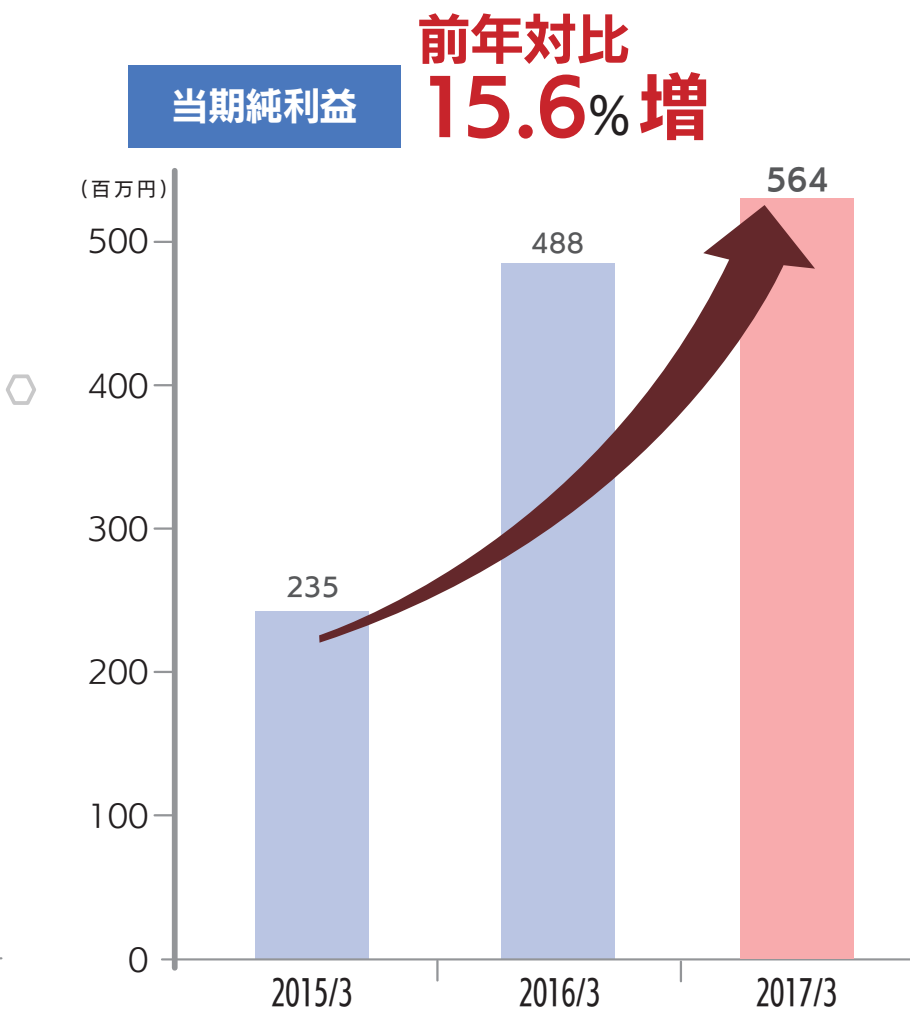
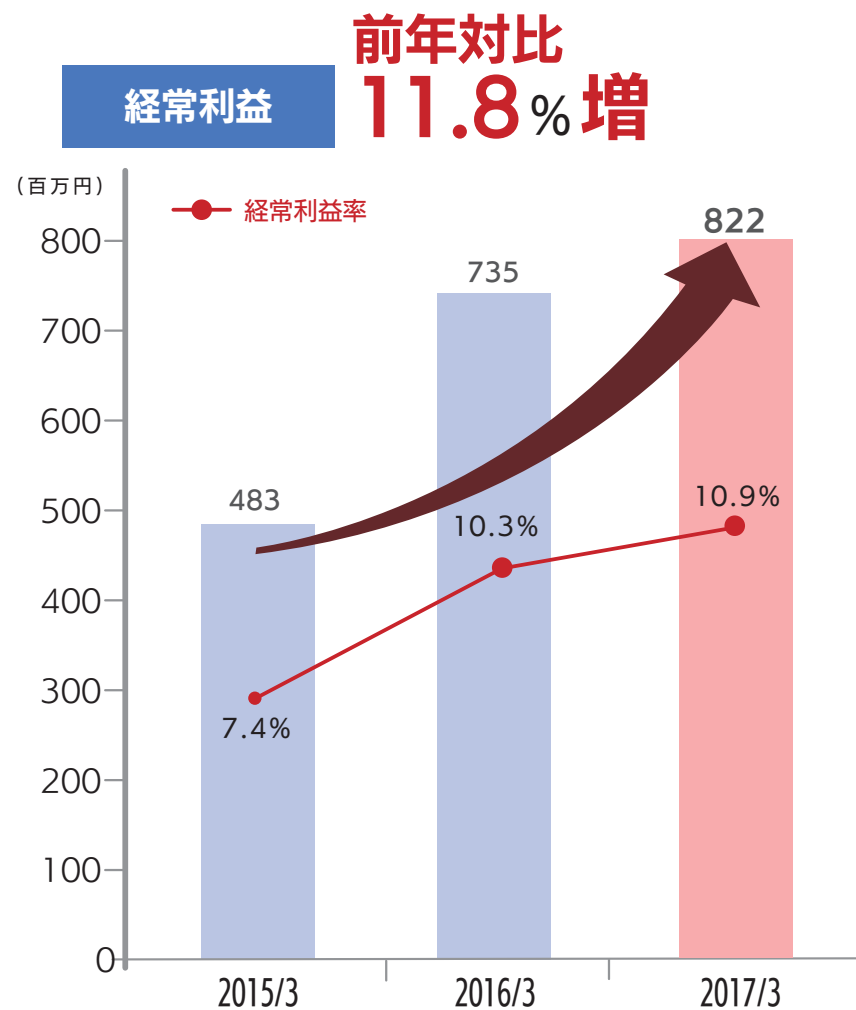
売上高 前年対比 5.6%増

(単位:百万円)



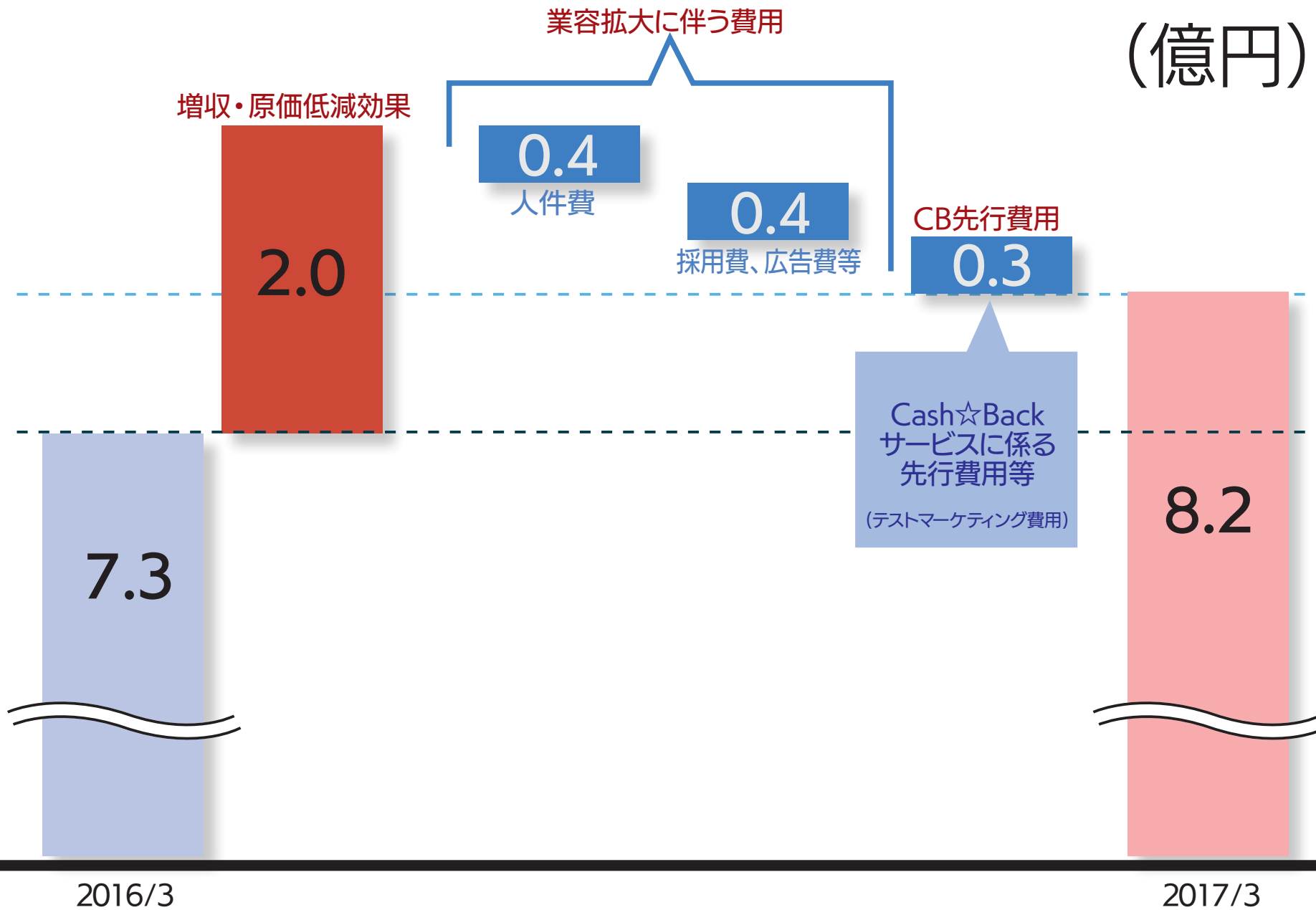
I 業績の概況②利益

スーパーマーケット・ドラッグストアの受注、原価低減効果に伴い、各利益とも過去最高益を更新



I 業績の概況③経営利益増減内容

(億円)



Ⅱ - 2018年3月期業績予想

II 2018年3月期業績予想

2018年3月期

2017年3月期に続き、連続の増収増益 最高益の更新を見込む

(単位：百万円)

	2017年3月期 実績	2018年3月期 通期予想	増減率	
売上高	7,574	8,000	+5.6%	既存クライアントや 新規クライアント 受注を見込む
営業利益	838	880	+5.0%	増収や効率化による費用低減、 Cash☆Backサービスの先行 費用を見込む
経常利益	822	880	+7.0%	市場変更費用17百万円の減少
当期純利益	564	620	+9.8%	9.8%の最終利益増加

Ⅲ - 成長戦略



主力事業と新規事業を2つの柱に

01

統合型販促支援事業 の拡大

- スーパーマーケット
→ クライアント層を全国へ拡大
- ドラッグストア
→ 大手チェーンを本格開拓



02

食品・飲料メーカーへの 支援サービス開始

- 食品・飲料メーカー
→ 販促費の効率活用提案へ

III 重点戦略-1：既存事業の拡販

福岡支店を中心に、北九州など西日本一帯を開拓

潜在市場規模 約**2,775**億円

※スーパーマーケット・ドラッグストアの売上高約18兆5千億円に、平均販促費率1.5%を乗じたもの

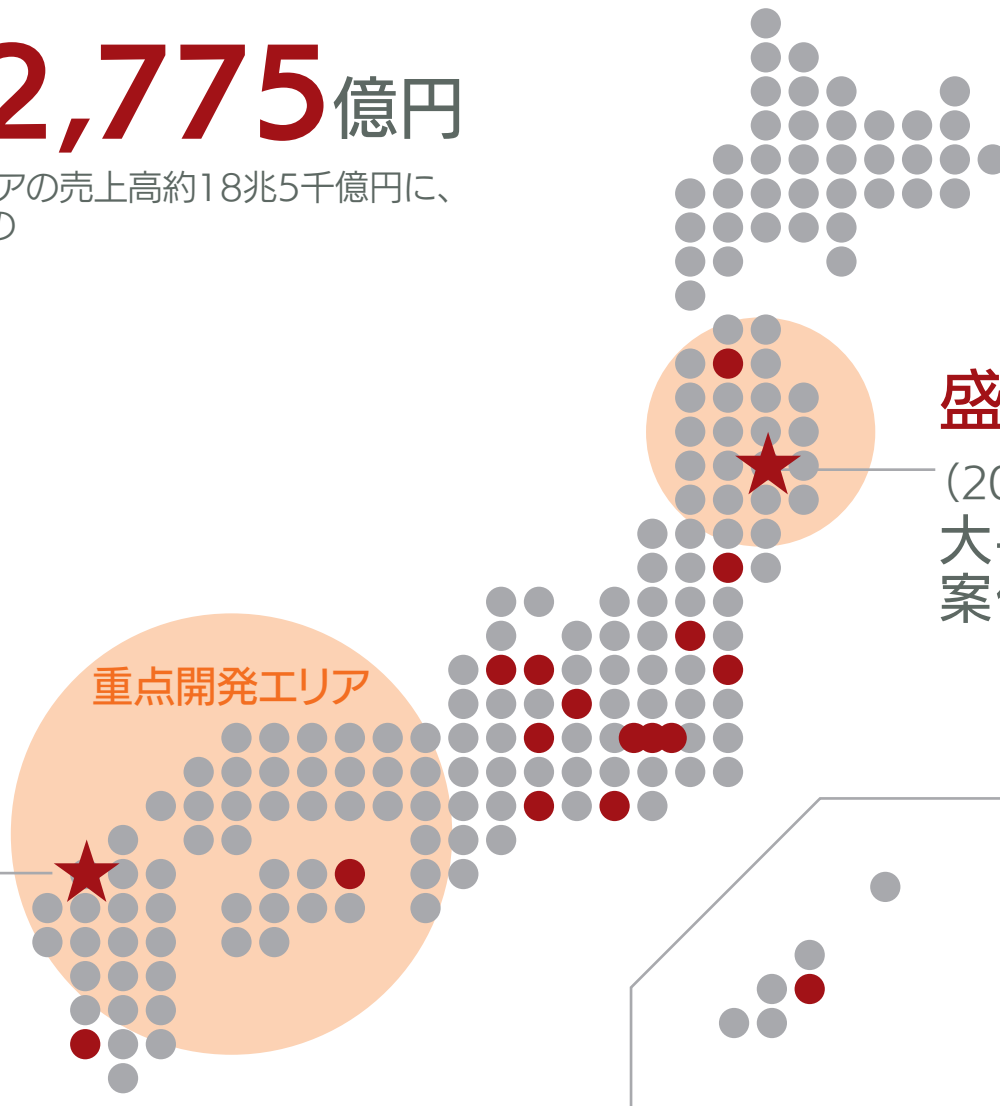
福岡支店

(2016年5月開設)
大手ドラッグストア
案件スタート

重点開発エリア

盛岡支局

(2017年4月開設)
大手ドラッグストア
案件スタート



重点戦略-2: 広告デザインの自動組成システムを自社開発

折込広告の制作をさらに効率化

独自開発の「ADPS(Automatic Digital Publishing System)」、運用開始へ

従来人力に頼っていた複雑な広告制作工程を自動化
 大手ドラッグストアのような制作面数が多い折込広告制作で、
 大幅な省力化、省人化を実現

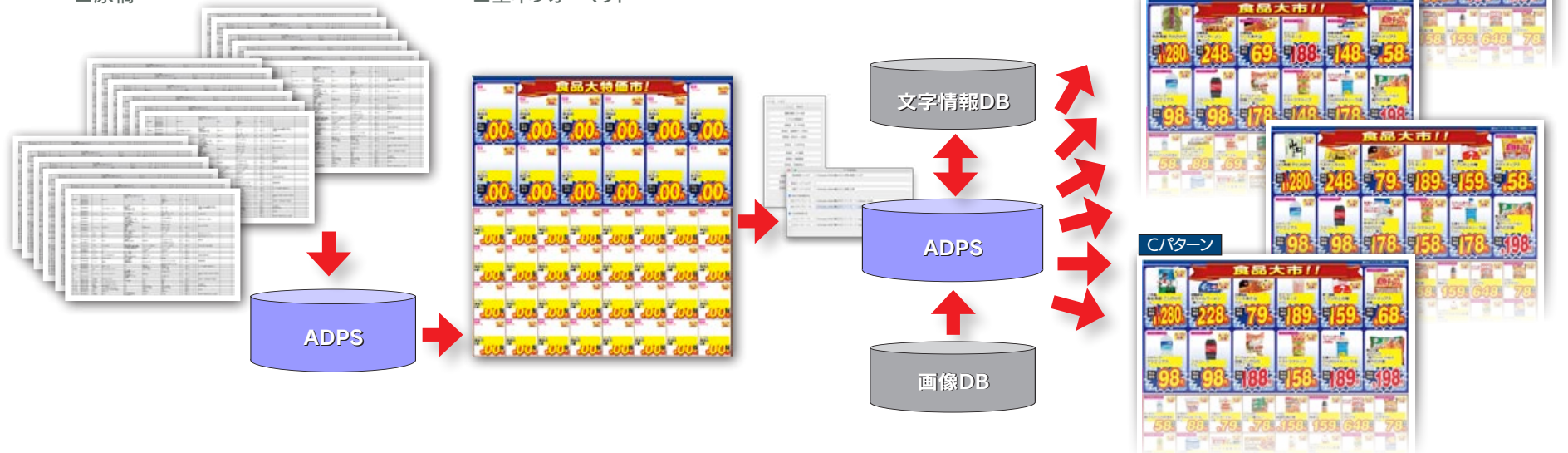


ADPS イメージ図

■原稿

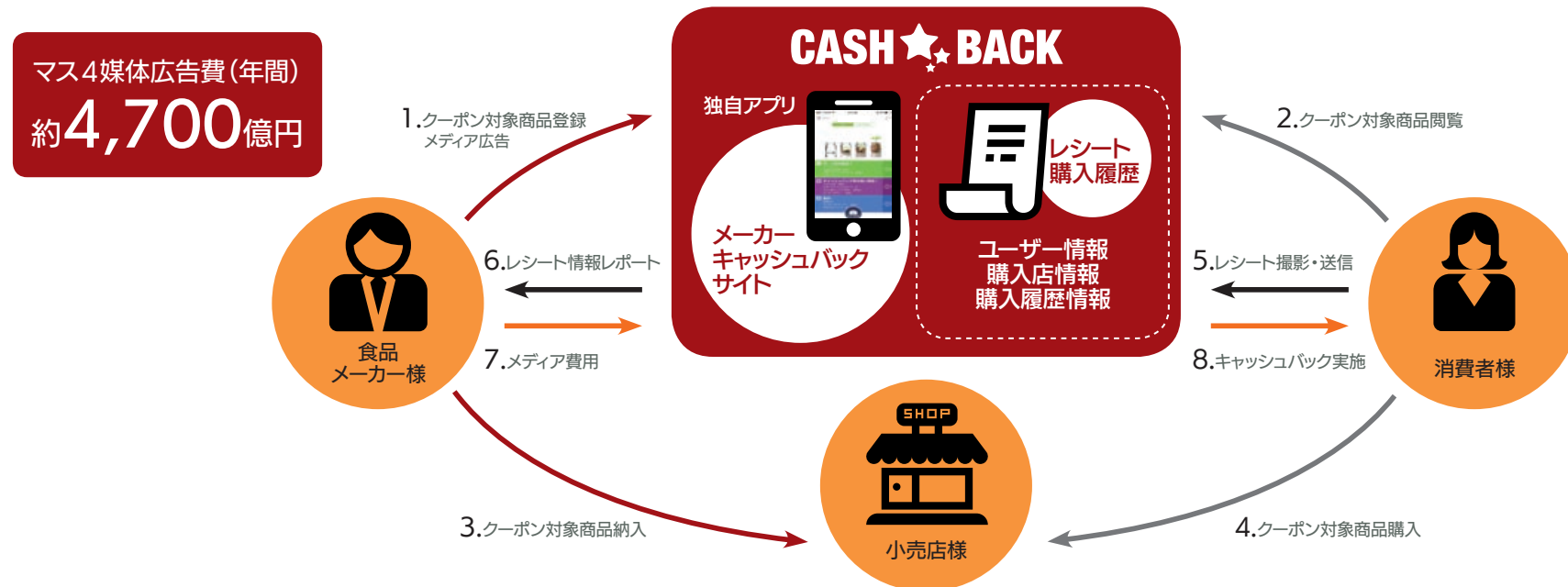
■基本フォーマット

■組版後



III 重点戦略-3: 食品メーカー向けキャッシュバックアプリ事業

従来の不特定多数の消費者に向けたマス媒体やキャンペーンとは違う消費者へダイレクトにリーチできる従量課金のキャッシュバック機能に、ブランディング機能、生活者の困り込み機能を有したメディア広告サービスです。



【メーカーメリット】

- ① 自社商品 (食品メーカー様) の全国シェアアップ (リピート購入促進)
- ② 自社商品 (食品メーカー様) の不振エリア活性化
- ③ 新商品のテストマーケティング (認知と購入促進)
- ④ 未展開エリア (自社商品の未販売地区) への販路拡大
- ⑤ レシート購入履歴データ分析によるマーケティング支援

重点戦略-3: 食品メーカー向けキャッシュバックアプリ事業

毎日のお買物をさらに「お得」にすることで、「メーカー」と「消費者」をつなげ家計を応援するアプリです。



現在、沖縄にてテストマーケティングを実施
今後、全国リリース予定



IV- 株主還元

IV 株主還元について

【株主還元方針】

株主の皆様への利益還元を重要な経営課題と位置付け、健全な財務体質の維持及び将来の事業拡大に備えるための内部留保とのバランスを図りながら、各期の経営成績及び財政状態を勘案して、利益配当による株主の皆様への利益還元の実施、中期的な視点で株主価値の最大化を図る。



会社概要 (2017年3月現在)

社名	株式会社アйдママーケティングコミュニケーション
本社	富山県富山市豊田町1丁目3番31号
設立年月日	1979年4月5日
代表者	代表取締役 蛭谷 貴
資本金	5億1,368万円
従業員	180名(2017年3月末現在)
事業内容	販売促進業務を中心とするリテールサポートサービス
拠点	富山本社含む全国17拠点 ※2017年4月 盛岡支局開設(全国18拠点)
監査法人	PwCあらた有限責任監査法人



VI- (参考) 事業概要



株式会社アイドママーケティングコミュニケーションは、
 大手食品スーパーマーケット・ドラッグストアなどに
 統合型の販売促進支援を提供するリテールサポート企業です。

We are Marketing Specialist

aidMa
MARKETING COMMUNICATION

“成果へと導くマーケティング・スペシャリスト”



VII 事業環境認識-1

流通小売業界の競争激化



新規出店競争から、既存商圈におけるシェア争いへ

消費者ニーズの把握とプロモーション能力の向上が課題に
～「売り場」の論理から「買い場」の論理へ～

マーケティング機能の強化ニーズが高まる
～アウトソーシングがひとつの受け皿に～

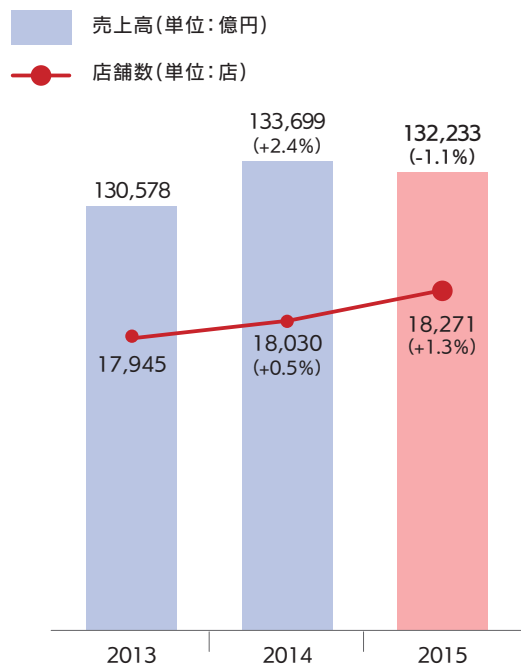
aidMaの統合型販促支援サービス
MARKETING COMMUNICATION

VII 事業環境認識-2

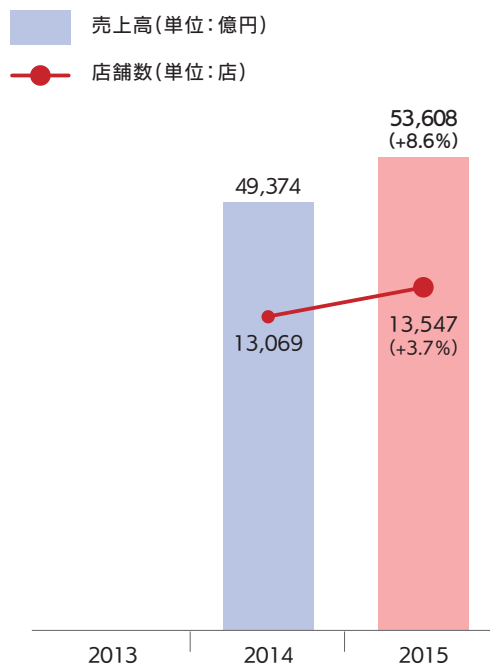
鈍化する出店ペース、変化する消費者

売上高が横ばいとなり、出店余地の縮小から店舗数の伸びが鈍化。
一方では、人口減少と世帯数増加が同時に起こっています

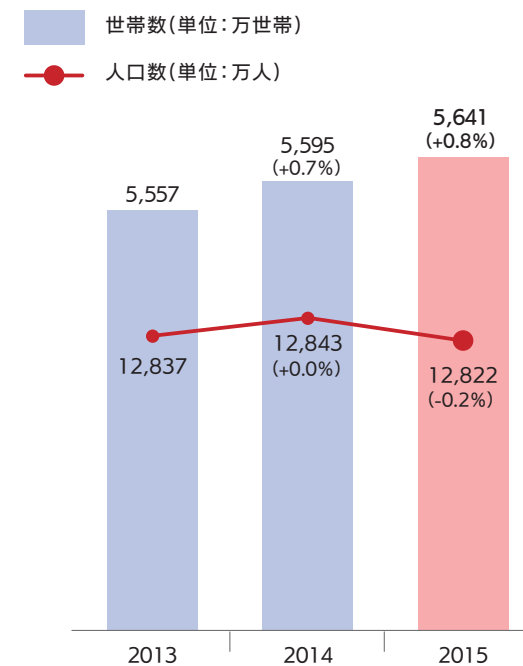
スーパーマーケット



ドラッグストア



世帯数+人口



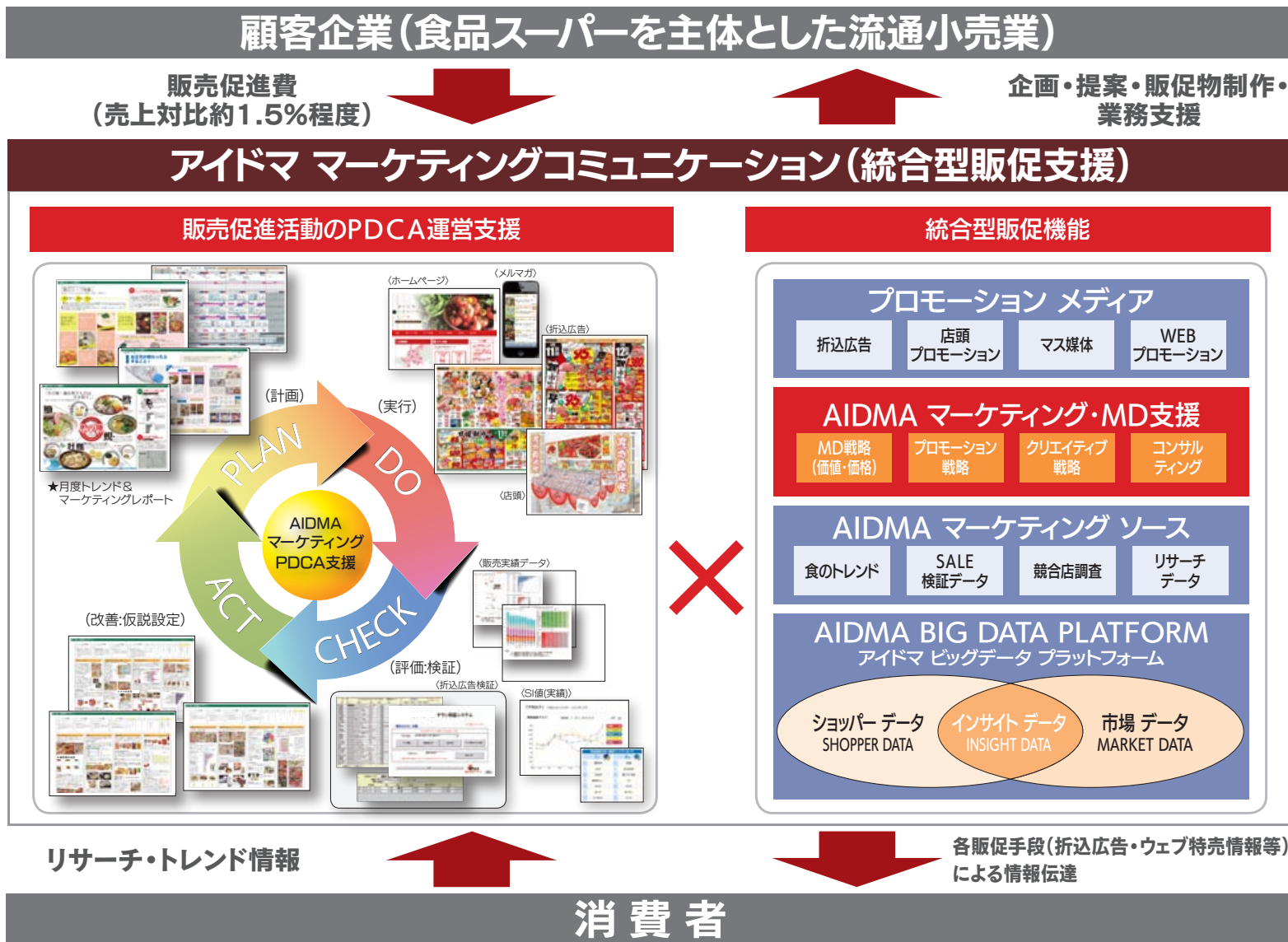
各売上高の出典: 経済産業省「商業動態統計」/スーパーマーケット店舗数の出典: 新日本スーパーマーケット協会「スーパーマーケット統計調査」

ドラッグストア店舗数の出典: 経済産業省「商業動態統計」(注)ドラッグストアの売上高については、分類方法の変更により2013年以前のデータが発表されていません。

世帯数・人口数の出典: 総務省統計局「日本の統計」

V ビジネスモデルの全体像

流通小売業向けの販促企画・提案・デザイン・販促物制作を、一気通貫で提供



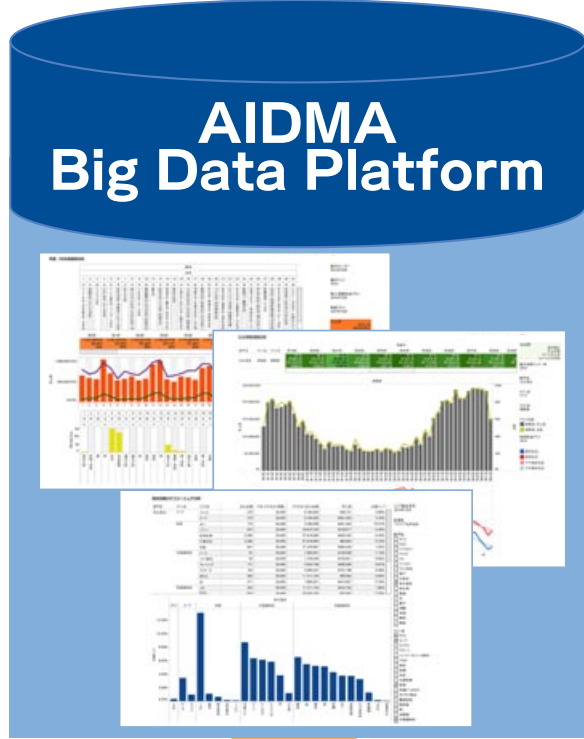
VII BIGデータプラットフォーム

独自分析システムによるノウハウをマーケティング・プロモーション支援に活用

流通 小売業 (SM・DRUG)



テーマ企画プロモーション提案
(データ分析+企画+販促デザイン)



構造化データ

+

■顧客・外部 POSデータ

流通小売業のPOSデータ

+

■競合店 販促・SPデータ ※AIDMA独自調査

SP・広告・アイテム価格調査データ

+

■オープンデータ・エリアデータ

気象データ	家計調査データ
消費支出データ	地域特性データ
行事・催事データ	各種マスターデータ

データ解析

SP・単品・併売解析	自社&他社実績の 対比解析	リサーチデータ解析
トレンド解析	メーカーシェア解析	SI値・ログ解析

エモーショナルデータ

■ネットリサーチシステム

+

■優良顧客女性モニター

+

■AIDMAトレンド調査データベース

スーパーマーケット・ドラッグストアに関する
TV・書籍・雑誌からの
旬なトレンド情報データベース

- ・消費者ライフスタイル動向
- ・話題、人気の食のトレンド情報
(レシピ・新商品・ヒット商品・食材の効用など)
- ・食べ合わせ、生活の知恵 等

+

■補足活用データ

◎検索実績データ(SI値)
検索履歴実績からの顧客嗜好分析

VII 月度テーマMDプロモーション提案

消費行動・リサーチ・トレンド情報・BIGデータ分析から、販促企画・デザインを提案

■生活カレンダー



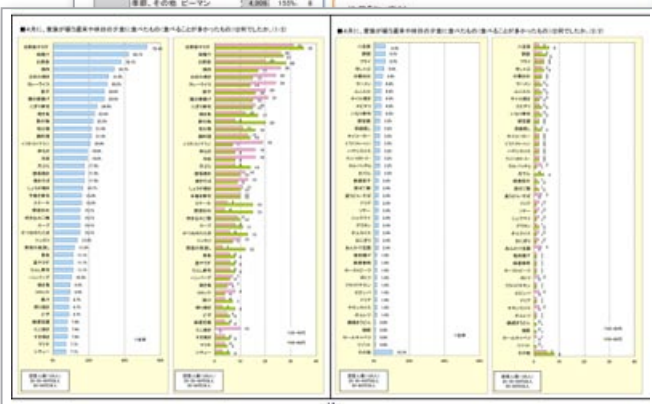
■データ分析-1

部門別の上位商材にて○○様の商品毎のポテンシャルを把握する。

2014年4月04週 部門別季節別ランキング上位カテゴリ

部門名	品名	数量	順位
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,758	123%
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,031	103%
肉類	豚肉 豚肩ロース	2,899	142%
肉類	豚肉 豚肩ロース	2,204	172%
肉類	豚肉 豚肩ロース	2,248	118%
肉類	豚肉 豚肩ロース	1,830	123%
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,448	120%
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,729	112%
肉類	豚肉 豚肩ロース	2,035	104%
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,983	134%
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,853	130%
肉類	豚肉 豚肩ロース	313	80%
肉類	豚肉 豚肩ロース	398	123%
肉類	豚肉 豚肩ロース	329	207%
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,298	124%
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,335	127%
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,335	120%
肉類	豚肉 豚肩ロース	3,408	133%

■リサーチデータ



■トレンド調査

「我が家の鉄板メニュー ホットプレート三昧」

「我が家のガッツリ鉄板メニュー」

■SI値分析

SI値データから東海地域の特徴を把握。またレシピを紹介。

キーワード	SI値	順位	異常	対全国比%
ソース	0.022	0.038	11.7%	
マヨネーズ	0.0033	0.0037	11.7%	
大根	0.0033	0.0030	11.3%	
大根	0.0033	0.0030	11.3%	
お好み焼き	0.0047	0.0068	11.4%	
山芋	0.045	0.063	11.4%	
たこ焼き	0.014	0.019	11.3%	
お好み	0.0078	0.010	11.3%	

■クリエイティブ提案

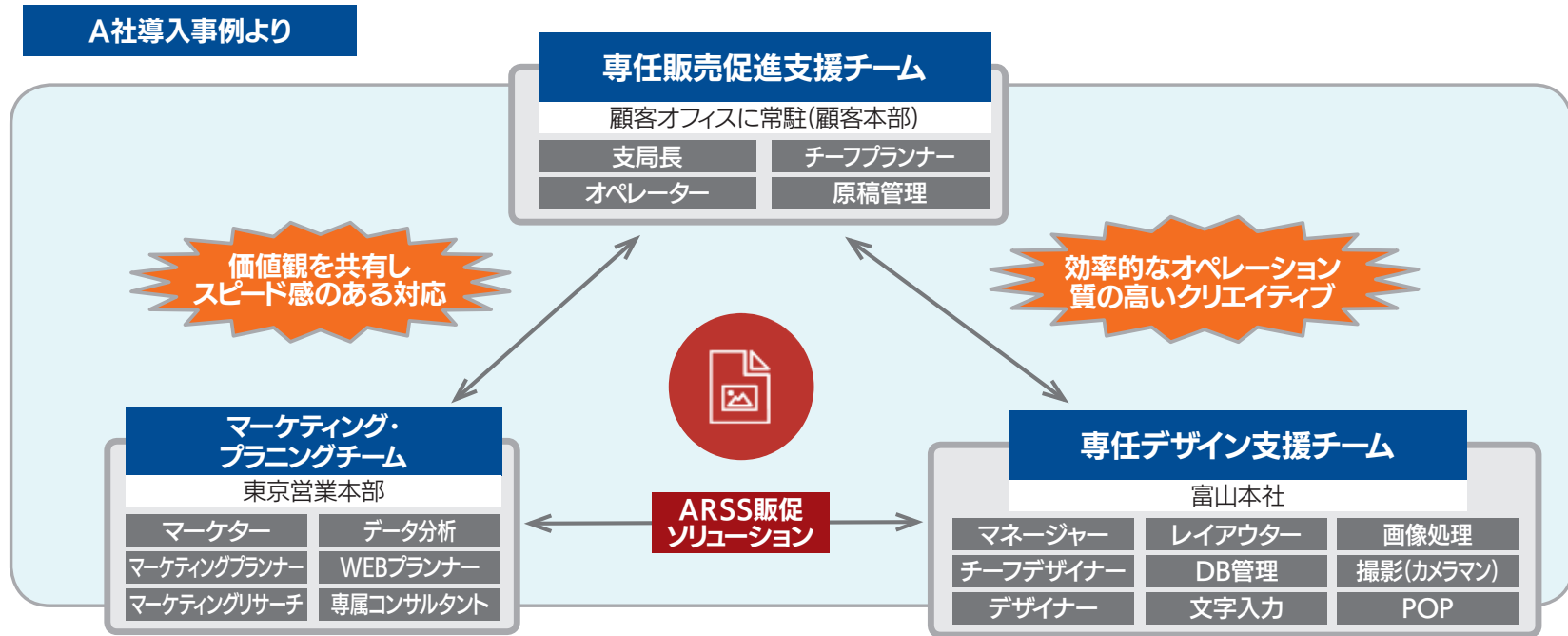
我が家でガッツリ鉄板

ホットプレート三昧

お米でホットプレートメニュー

V ARSSによる販促支援体制

「常駐」「専門分業体制」が、顧客との緊密な関係構築と顧客の販促効果向上に寄与



**常駐型
サービス**

・クライアント先への常駐により
商圈顧客の変化に即応した販促支援対応
顧客との価値観を共有した販促支援対応

・クライアント方針に沿った販促支援活動

**専門分業
体制**

・マーケティング企画の提案力・デザイン力
(ビッグデータ分析+販促テーマの融合等)

・集客・売上アップ寄与を目指す
マーケティング提案

VII ビジネスモデルの特徴

フローの高付加価値部分を、ワンストップで自社提供

流通プロモーションの ワークフロー	アйдママーケティングコミュニケーション 統合型販促支援
マーケティング支援	自社
MD提案	自社
SP企画立案	自社
BIGデータ分析	自社
クリエイティブ	自社
制作力	自社
ネット販促	自社
印刷	印刷会社とのパートナーシップ



スーパーマーケット・ドラッグストアの販促ニーズに対応したソリューション提供

VII アイドママーケティングコミュニケーションの強み

独自のビジネスモデルの強みを生かし
特定業界のリーディングカンパニーへ



1. 高いコストパフォーマンス

- 持たざる強み
(紙商社数社から独自の調達、
地域の優良な印刷会社とのアライアンス)
- 自社の制作アカデミーによる大量な制作物の生産体制
- 現場OJTによるスペシャリストの育成

2. 特定業界に特化したビジネスモデルの確立により参入障壁が高い

- SM業界・DRUG業界への特化
- 販促支援・マーケティング・クリエイティブを一気通貫で内製化

3. 安定した取引のビジネスモデル

- ストック性の取引モデル

4. 競合との差別化

- 各セクションでプロ集団を保有し大手等が実行出来ないビジネスモデル

本資料の取り扱いについて

本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本資料の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本資料に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

本資料ならびにIR関係のお問い合わせにつきましては、下記までお願いいたします。

株式会社アйдママーケティングコミュニケーション 経営管理部

TEL: 076-439-7880 FAX: 076-439-8677

MAIL: info@e-aidma.co.jp HP: <https://www.e-aidma.co.jp>