

# 2018年3月期 決算説明会資料

2018 Financial Result Briefing

株式会社 アイドママーケティングコミュニケーション

(東証第一部: 9466)



**MORE**  
**SOLUTIONS**  
**MORE**  
**VALUE**

# A g e n d a

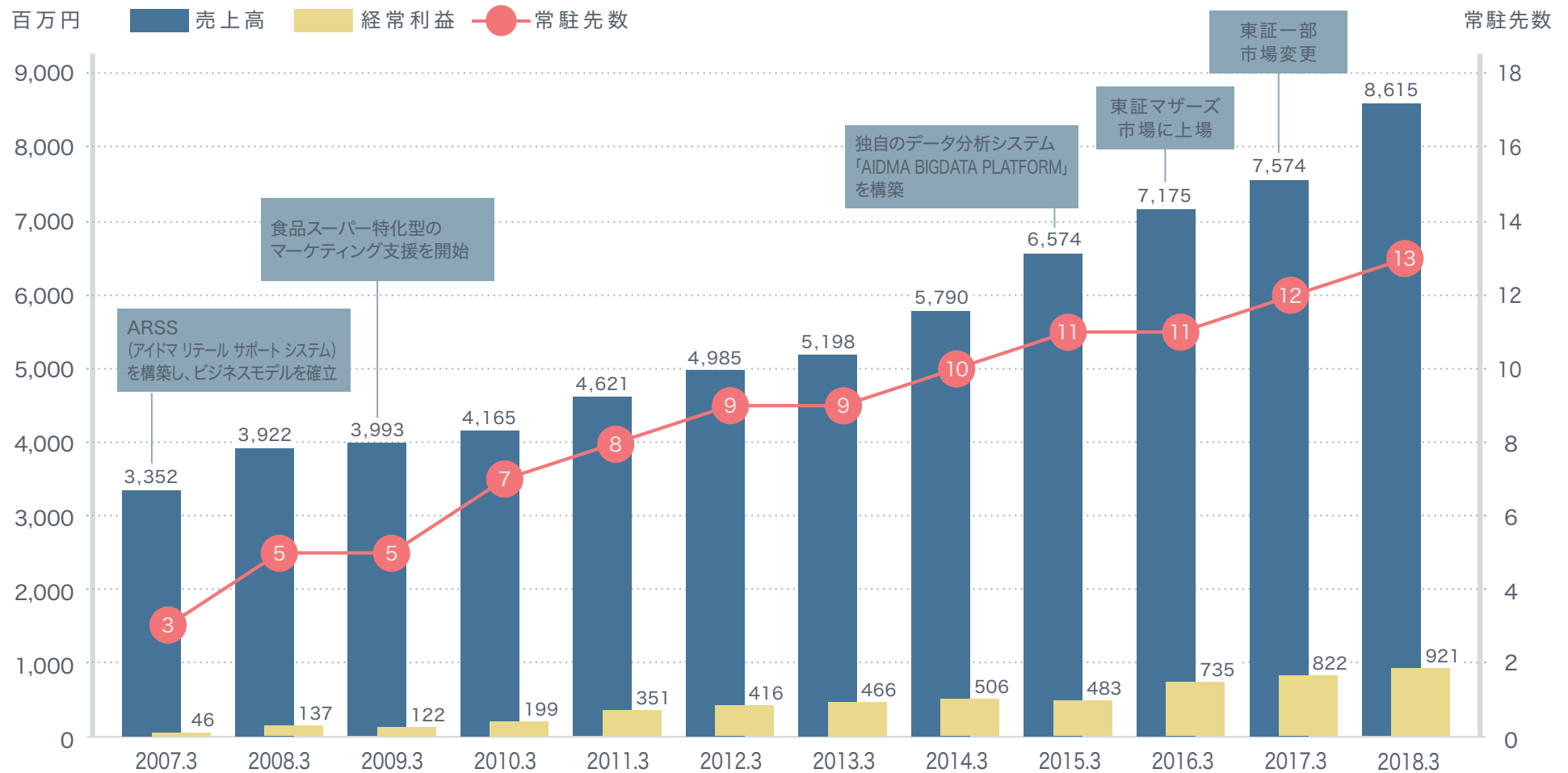
- ① 2018年3月期 決算概要
- ② 2019年3月期 業績予想
- ③ 成長戦略
- ④ 株主還元
- ⑤ 会社概要他

- 過去最高売上高、最高益を達成
- 2016年3月の株式上場後、全ての期で増収増益かつ業績予想を達成

(百万円)	2017年3月期 実績	2018年3月期 実績	増減額	前期比	2018年3月期 業績予想	達成率
売上高	7,574	8,615	1,041	113.7%	8,000	107.7%
売上総利益	1,907	1,997	89	104.7%	-	-
販管費	1,069	1,079	9	100.9%	-	-
営業利益	838	918	79	109.5%	880	104.3%
経常利益	822	921	98	112.0%	880	104.7%
当期純利益	564	628	63	111.3%	620	101.3%

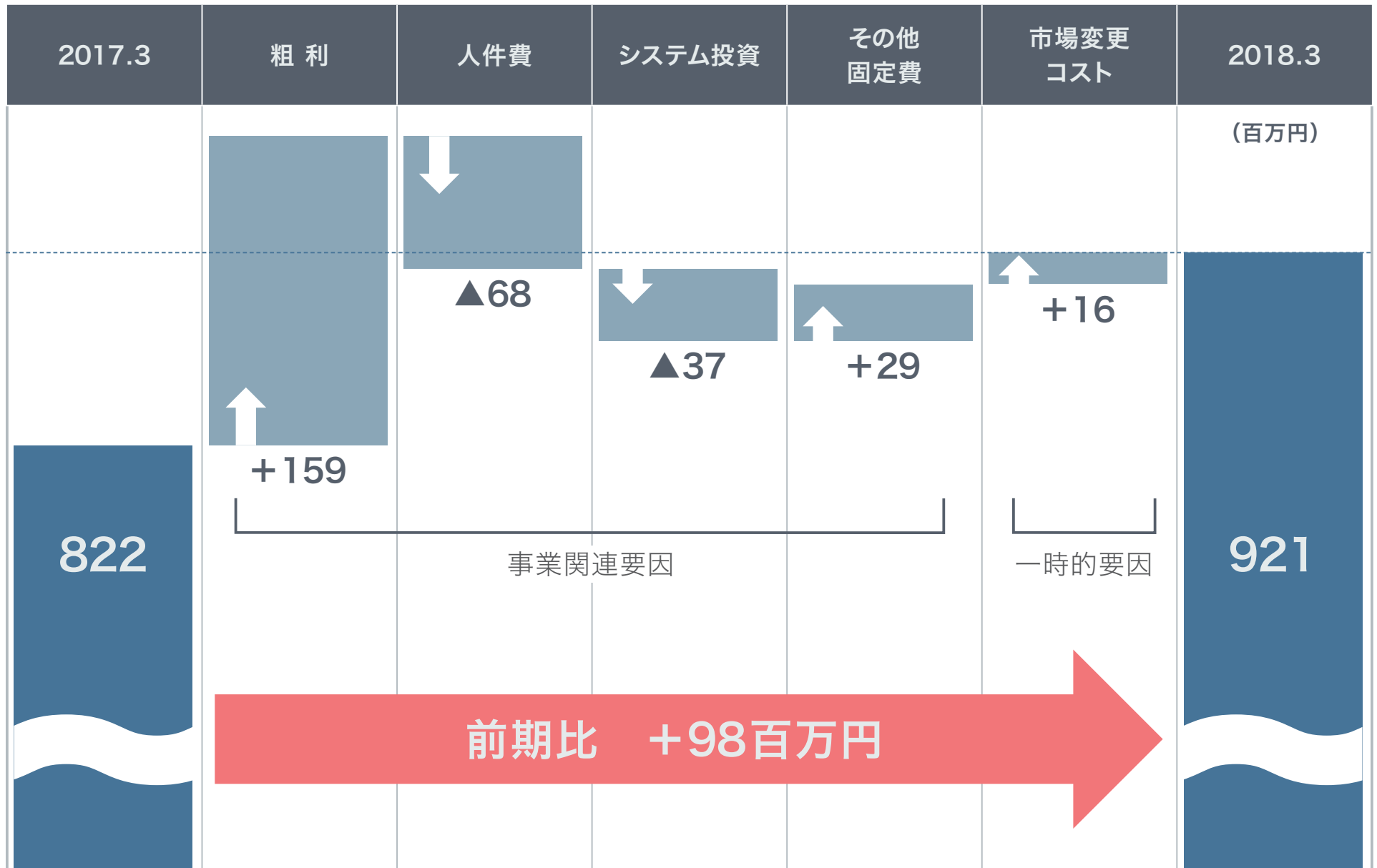
# 売上高・経常利益推移

- ☑ 12期連続で過去最高売上高、3期連続で過去最高益を更新中
- ☑ 売上高は年平均9.0%の成長
- ☑ 経常利益は年平均31.3%の成長と、売上高の成長を大幅に上回る



# 経常利益の増減分析

7 2018年3月期 決算概要



① 2018年3月期 決算概要

② 2019年3月期 業績予想

③ 成長戦略

④ 株主還元

⑤ 会社概要他

 引き続き、過去最高売上高、最高益の更新を見込む

(百万円)	2018年3月期 実績	2019年3月期 業績予想	前期比
売上高	8,615	9,200	106.8%
売上総利益	1,997	—	—
販管費	1,079	—	—
営業利益	918	1,000	108.9%
経常利益	921	1,000	108.5%
当期純利益	628	680	108.2%

① 2018年3月期 決算概要

② 2019年3月期 業績予想

③ 成長戦略

④ 株主還元

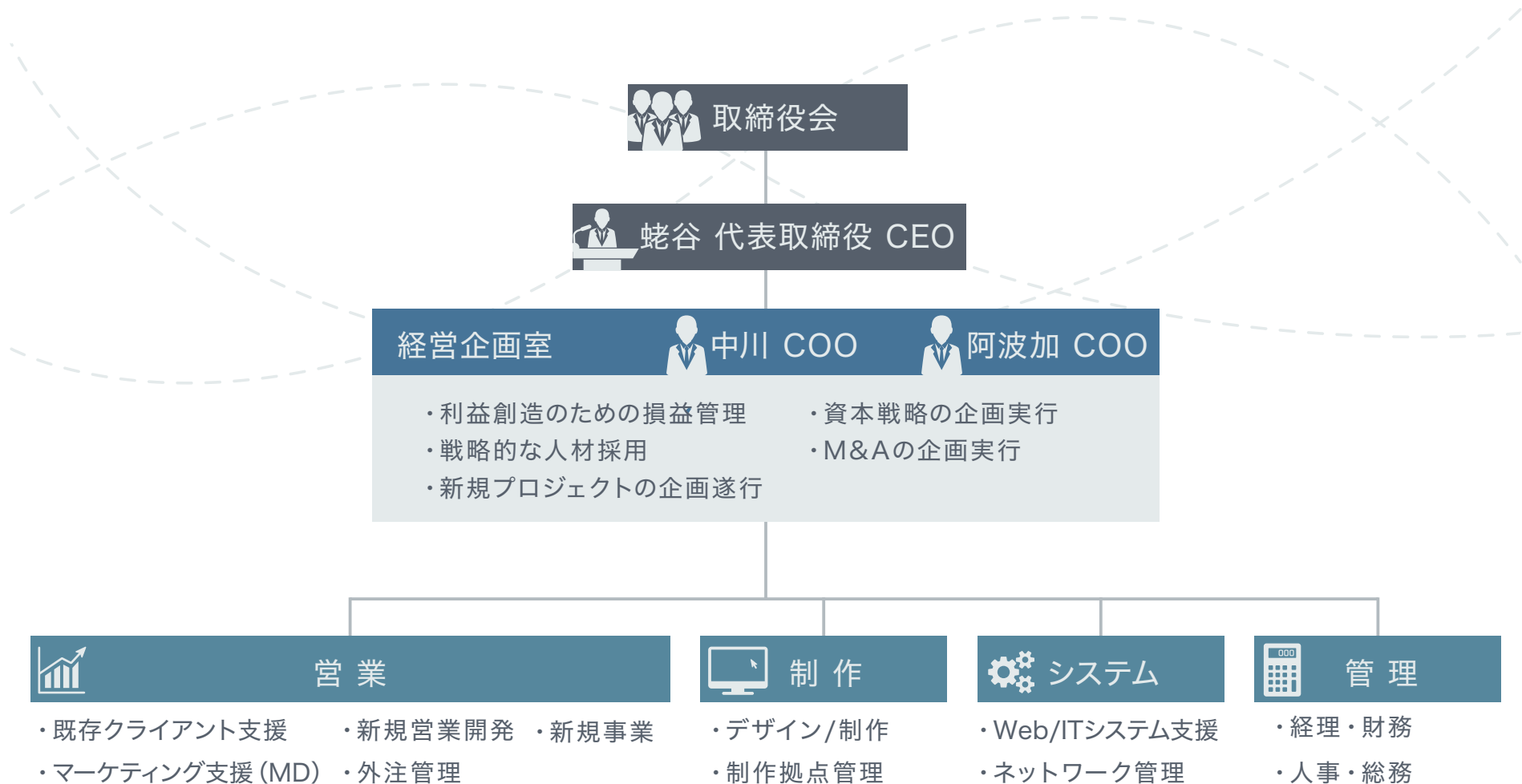
⑤ 会社概要他





# I 経営体制の変革

- ☑ 東京営業本部内に、新たに経営企画室を設置する
- ☑ 変革のための組織を組成し、スピード感&コスト感を持ち機動的に事業推進



## II-1 (成長ビジョン) 既存事業の拡大

- ☑ 北海道・東北エリアと西日本エリアを重点拡販地域として、リアル販促×デジタル販促による統合型販促支援の営業推進

販促費規模 約**3,000**億円

※スーパーマーケット・ドラッグストアの売上高約19兆6千億円に、平均販促費率1.5%を乗じたもの  
出典:「日本スーパー名鑑2017」(株)商業界



仮に、10%の割合で、約300億円

||  
当社売上高の  
約**4**倍水準



# II-2 (成長ビジョン) マーケティングサービス

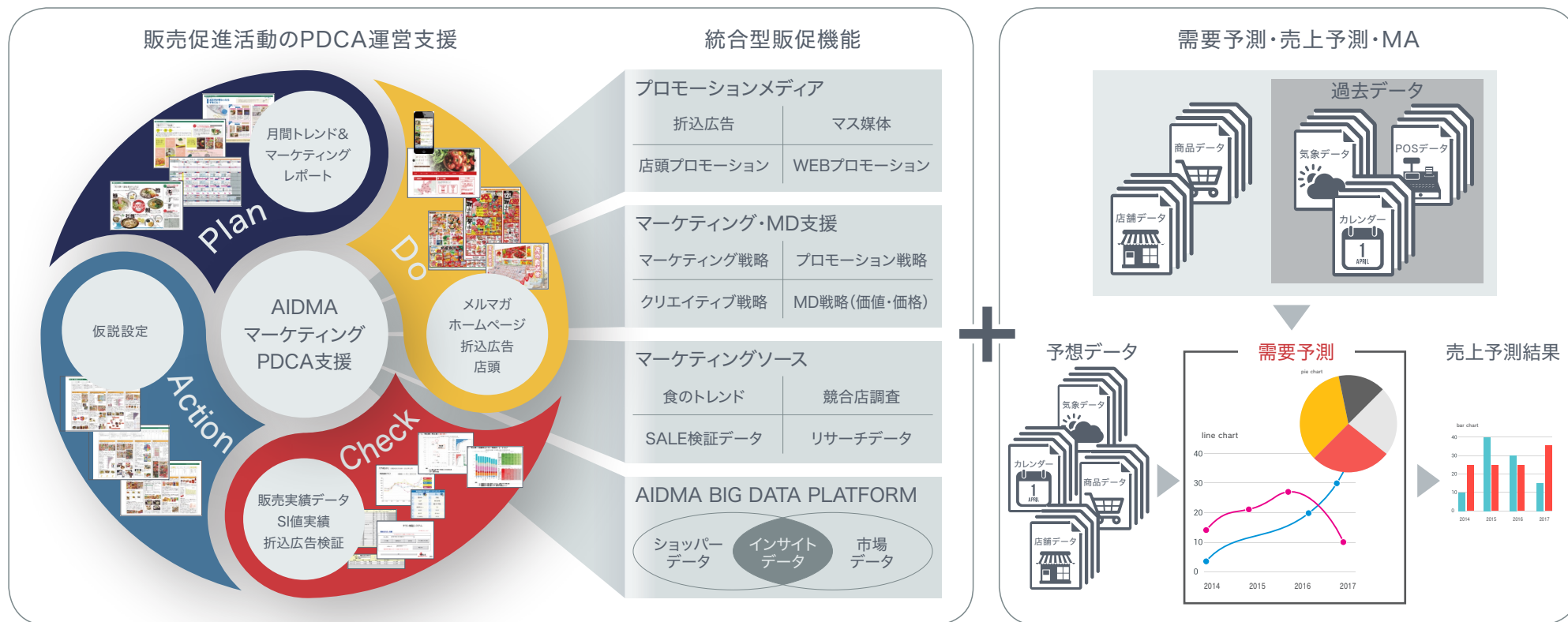
☑ 需要予測、売上予測を含めたMA(マーケティングオートメーション)の高度化、構築→技術提携、協業の促進

## 顧客企業(食品スーパーを主体とした流通小売業)

販売促進費  
(売上対比約1.5%程度)

企画・提案・販促物制作・業務支援

## 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)



リサーチ・トレンド情報

各販促手段による情報伝達

消費者・購買者

## II-3 (成長ビジョン) デジタルサービス①

- ☑ 新たなデジタル技術を用い、各エリア・年代層へ最適な販促アプローチ  
 MD提案を起点とし、チラシクリエイティブを活用したデジタルデバイスにおけるUIを最適化。広告バイイングまでをオールインワンパッケージで提供し、折込チラシの届かないエリア・年代層へももれなくリーチ

世帯カバー率70%の折込では商圈全てをカバーできない

①



店舗を中心とする商圈全体の居住者に対し、各種アプリ向けにバナー広告を表示

②

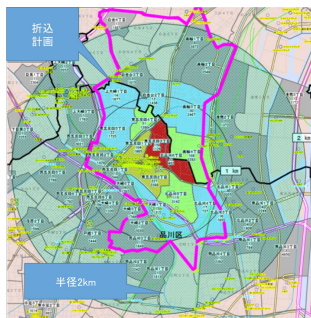


広告に興味を持ったユーザーのみバナー広告をクリックすることでランディングページへ遷移(広告費発生)

③



クーポン表示などを活用することで、広告効果検証も同時に実現



首都圏エリアでの例  
 新聞折込計画では48,500世帯に対し、31,500部折込であったが、商圈を半径2kmと設定することで、理論上最大109,200世帯へのリーチへ拡大

## II-3 (成長ビジョン) デジタルサービス②

- ☑ チラシクリエイティブを活用したサイネージ用動画制作および配信管理  
レシピ動画サービスとの連動も開始→売場活性化を推進



Before (POP)



After (デジタルサイネージ)

静止画ではなく動画で訴求することにより、より視覚的にイメージを伝えることが可能となる



告知とレシピが動画で  
繰り返し再生



① 2018年3月期 決算概要

② 2019年3月期 業績予想

③ 成長戦略

④ 株主還元

⑤ 会社概要他

## 〈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。

項目	2016年3月期 (実績)	2017年3月期 (実績)	2018年3月期 (見込)	2019年3月期 (見込)
普通配当(円)	－	10	17	18
記念配当(円)	7.5	5	－	－
計	7.5	15	17	18
配当性向	18.7%	35.9%	36.6%	35.8%



① 2018年3月期 決算概要

② 2019年3月期 業績予想

③ 成長戦略

④ 株主還元

⑤ 会社概要他

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	約259名(正社員 190名・パート社員 69名)
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18拠点
監査法人	PwCあらた有限責任監査法人

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>