

投資家向け説明会資料

Investor Presentation Materials



株式会社 アイドママーケティングコミュニケーション

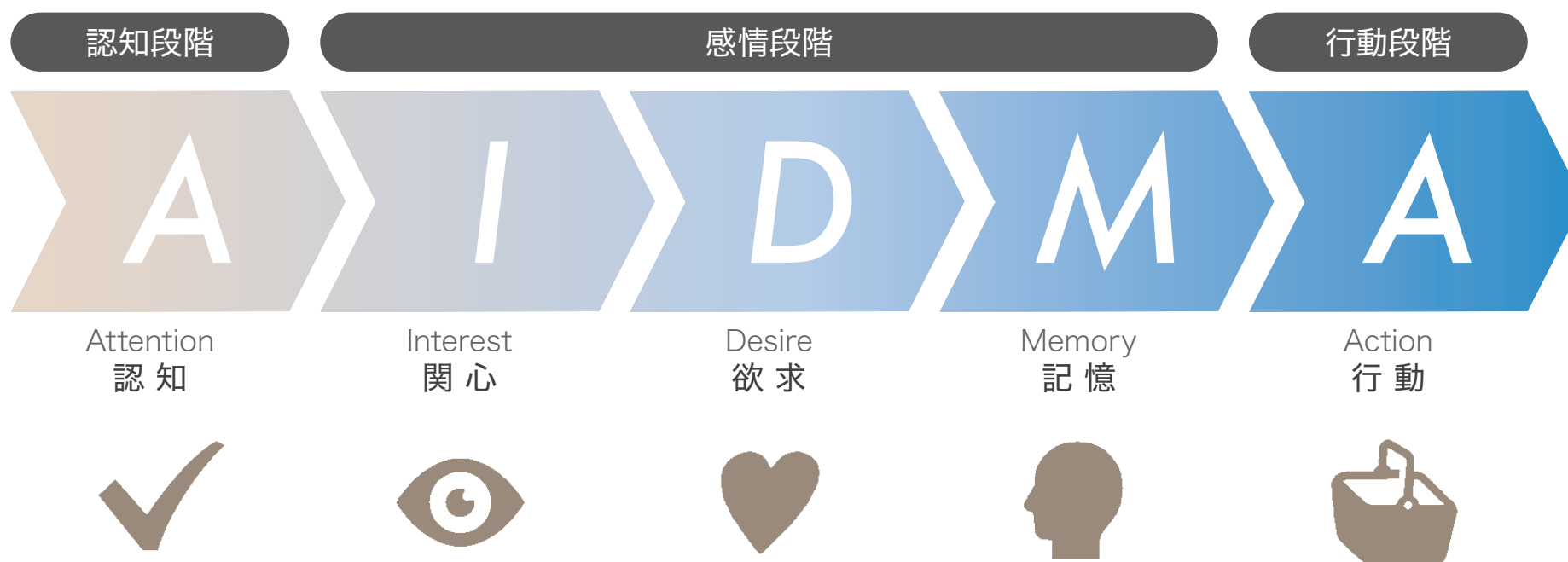
東証スタンダード: 9466

1. ÄÏDÄÄ (アイドマ)とは

当社の社名にも使われているAIDMA(アイドマ)とは、消費者の購買行動プロセスを説明する代表的なモデルの一つです。1920年代にアメリカのローランド・ホール氏が提唱し、マーケティングを志す方には広く知られています。

このAIDMAのモデルから派生したものや、別の視点で考案された購買行動モデルも数多く存在します。しかし、当社ではAIDMAの考え方を根幹の一つとして捉えています。

What is AIDMA?



2. 会社概要・主要取引先

Purpose

明日の売り場を“変える”提案。

販促効果の
最大化



店舗の
省力化・省人化

1977年の創業以来、私たちは流通小売領域のセールスプロモーション分野に特化したマーケティング・カンパニーとして成長を続けてきました。

Locations



Partners

｜ 主要取引先 ｜

株式会社 バロー岐阜県
株式会社 ライフコーポレーション東京都
株式会社 サンエー沖縄県
株式会社 エコス東京都
株式会社 ウオロク新潟県
株式会社 リオン・ドール コーポレーション福島県
株式会社 綿半ホームエイド長野県
株式会社 コスモス薬品福岡県
中部薬品 株式会社岐阜県
株式会社 薬王堂岩手県
他多数



｜ 会社概要 ｜

会社名 株式会社アйдマ
マーケティングコミュニケーション

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

設立 1979年4月5日

代表者 代表取締役 蛭谷 貴

資本金 513,680千円

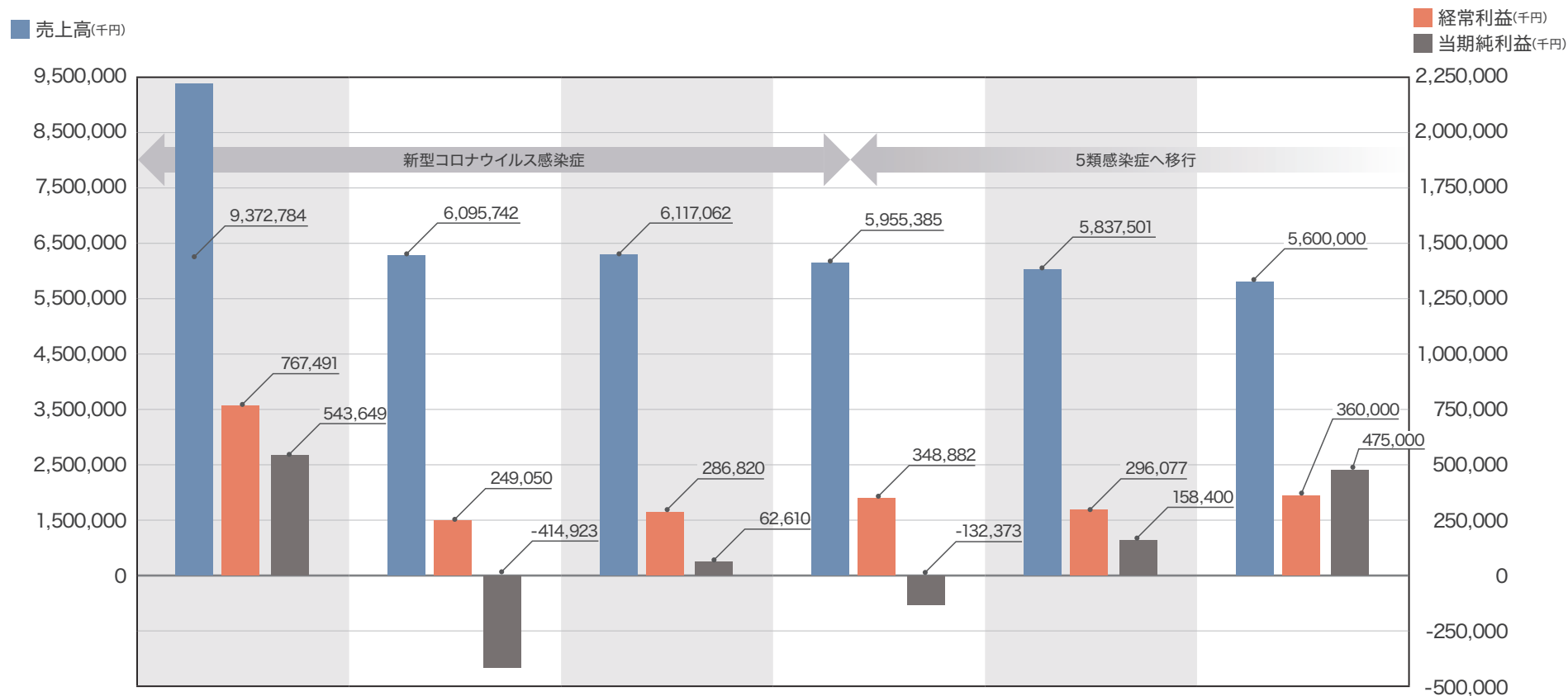
本社 〒931-8313
富山県富山市豊田町1丁目3番31号

拠点 福島県、茨城県、栃木県、
東京都、新潟県、長野県、
岐阜県、静岡県、福岡県、
鹿児島県、沖縄県、
海外(中国:大連)

グループ会社 株式会社ジャム・コミュニケーションズ
〒810-0023
福岡県福岡市中央区天神3-15-24 三天第一ビル102

3. 業績推移

コロナ禍以降、販促活動の自粛により、2023年3月期まで厳しい状況が続いておりましたが、流通小売業様に向けた従来のマーケティングやチラシに、デジタルサイネージ、SNS、電子棚札などのデジタル領域を融合させた、オールメディア・プロモーションの提案が徐々に受入れ一定の成果が現れ始めています。



決算年月	2020年3月	2021年3月	2022年3月	2023年3月	2024年3月	2025年3月(予想)
売上高 (千円)	9,372,784	6,095,742	6,117,062	5,955,385	5,837,501	5,600,000
経常利益 (千円)	767,491	249,050	286,820	348,882	296,077	360,000
親会社株主に帰属する 当期純利益 (千円)	543,649	-414,923	62,610	-132,373	158,400	475,000

4. オールメディア・プロモーション



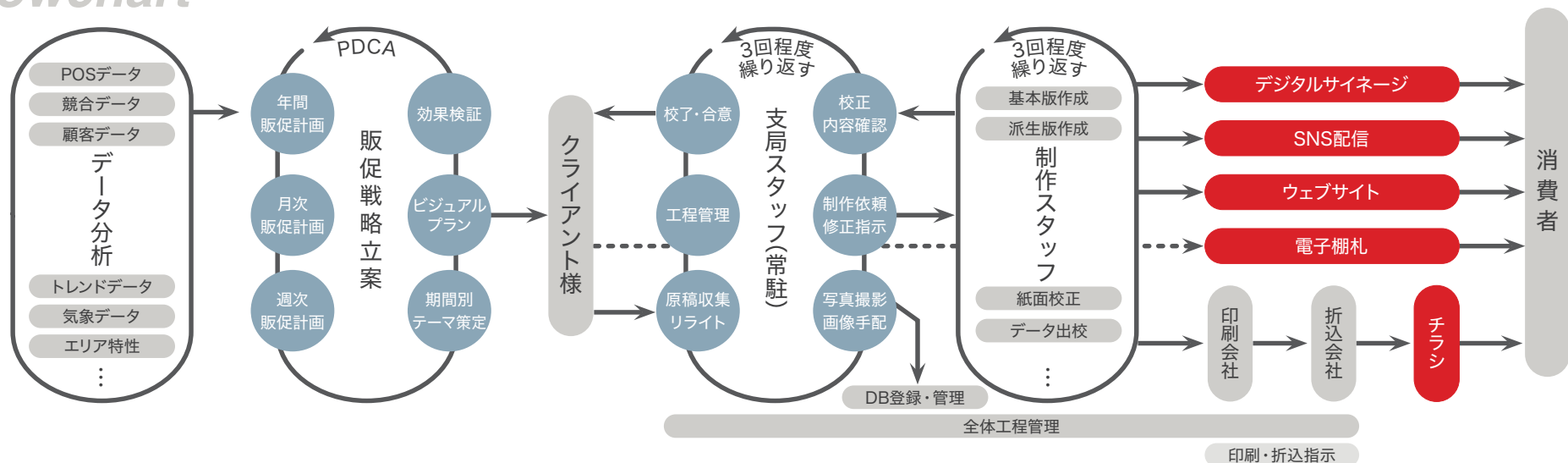
Overview

オールメディア・プロモーションとは

当社のサポート範囲は **データ分析** ～ **各種プロモーション** までの「印刷」「折込」を除くほぼすべての領域に及びます。

上流のデータ分析と販促戦略を基に、多数のチャンネルに水平展開する一連の流れを当社では「オールメディア・プロモーション」として主にスーパーマーケット、ドラッグストア様に提供しております。

Flowchart



5. 一般的なチラシとの違い

Common Flyer

| 一般的なチラシ |



各コーナーでグリッド化され見やすく感じる。一方で色や形の強弱がなく
お店を利用されるお客様にとってどの商品が価値あるものであるかがわか
りにくい。

Our Flyer

当社のチラシ



バックデータ(食卓出現率や季節指数、トレンドなど)から導き出されるベストアイテムを最適な大きさ表現で配置。それに付随した形で関連商品をクロスセルで訴求。また、色や形の選定のみならず視線の誘導やシズル感のある写真の選定などで購買意欲を高めます。

6. 「電子棚札」「サイネージ」「SNS」について

電子棚札とは

従来の「紙製の値札」をデジタル化し、動的に商品名や価格が変更できるツール



デジタルサイネージとは

遠隔操作で映像モニターに様々なコンテンツを瞬時に放映することができるツール



SNS(インスタグラム)とは

ファン層に向けて様々な情報を届けられるインターネット上のコミュニティサービス



7. 現在の取り組みについて

電子棚札 × デジタルサイネージ

ダイナミック
サイネージ

Dynamic signage

買い物客に伝えたい電子棚札
の価格変更情報を大画面のデ
ジタルサイネージに同時に反映
できる



デジタルサイネージ

リアルタイム
サイネージ

Real time signage

店舗スタッフがボタン1つで、新商品情報やタイムセールなど、タイムリーな情報をデジタルサイネージに表示できる



SNS × デジタルサイネージ

SNS
サイネージ

SNS
signage

SNSに投稿したコンテンツの中からサイネージに放映したいものを選択して自動的に放映できる。通常の放映コンテンツの間に差し込むこともできる

展開イメージ

Instagramコンテンツ 表示例





2025 年 3 月 4 日

株式会社アйдマーケティングコミュニケーション

代表取締役：蛸谷貴

証券コード：9466

ヨークベニマル全店舗に電子棚札を提供

株式会社アйд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)は、株式会社ヨークベニマル(本社：福島県郡山市谷島町 5 番 42 号)が展開するスーパーマーケット事業の全店舗を対象に、電子棚札の導入を順次進めております。

ヨークベニマル店舗での電子棚札の実証実験を通じて、多店舗展開時の当社専用サーバーの拡張性とデータ更新から表示切替までの速度が評価され、2024 年 10 月より本運用が開始されました。今回は特に業務負荷の集中しやすい青果部門において導入・展開しましたが、今後、他部門への導入拡大も検討しております。

また、電子棚札を使用したダイナミックプライシングによる値下・タイムセールの省人化や、電子棚札表示情報と連動するデジタルサイネージなどの実証実験を一部店舗で開始・または準備しており、店舗業務の効率化を目指し、さらなる複合的な活用を推進して参ります。

今後は、様々なシステムとの連携により、電子棚札の可能性はさらに拡大していくものと考えております。多様な可能性を検討し、新たなサービスの提供により、ヨークベニマルの効率的な店舗運営および顧客満足度の向上を支援して参ります。

●ヨークベニマルでの電子棚札展開の様子



本件に関する お問い合わせ先

株式会社アйдマーケティングコミュニケーション経営管理部 広報 IR 担当

WEB サイト： <http://www.e-aidma.co.jp/>

E-mail： info@e-aidma.co.jp

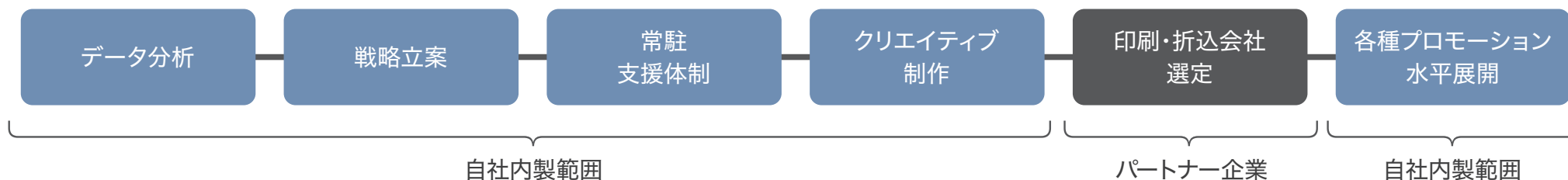
1. 株式会社ヨークベニマルの概要

- (1) 設立 1947 年 6 月 12 日
- (2) 資本金 9,927,000 千円
- (3) 代表者 代表取締役社長 大高 耕一路
- (4) 従業員数 19,371 名(令和 6 年 2 月末現在)
- (5) 事業内容 食料品を中心としたスーパーマーケット経営 (248 店舗)
- (6) WEB サイト <https://yorkbenimaru.com/>

2. 株式会社アйдマーケティングコミュニケーションの概要

- (1) 設立 1979 年 4 月
- (2) 資本金 513,680 千円
- (3) 代表者 代表取締役 蛸谷 貴
- (4) 従業員数 224 名 (令和 7 年 2 月末現在)
- (5) 事業内容 流通小売業向けの統合型販売促進支援サービス (国内 14・海外 1 拠点)
- (6) WEB サイト <https://www.e-aidma.co.jp>

8. 当社の強み



Our Advantages

01 効率性の向上

- データ分析から企画・制作・プロモーションまで一貫して管理することで、煩雑なやり取りを削減。
- クライアント常駐支援体制により、迅速な意思決定と対応が可能。

02 統合された戦略立案

- データ分析に基づいた企画立案が可能で、ターゲットに最適なプロモーション戦略を実現。
- デジタルと紙媒体を組み合わせたクロスメディア施策をスムーズに展開可能。

03 迅速な対応と柔軟性

- 自社クリエイティブチームであるため、修正や変更に対応可能。
- 複数印刷会社をコントロールすることで、納期やイレギュラーに対応。

04 品質管理の一元化

- クライアントCIおよびトーン&マナーなどの一貫性の維持が容易。
- 印刷会社選定時に、コストと品質の最適なバランスを確保可能。

05 コスト削減と予算管理

- 各印刷会社で印刷用紙を共通化し、当社から納入することで、用紙コストを圧縮。
- 外注費用を最適化しつつ、制作内製化により全体コストをコントロール。

06 データ保有によるメリット

- 一貫性 施策ごとの成果分析がしやすく、PDCAサイクルを回しやすい。
- 再利用性 過去データを活用し、類似施策を迅速に展開可能。
- 最適化 クライアントごとに最適化し、効果的なマーケティングを提案。

07 出力チャネルの発展性

- データを社内で一元管理しているため、新たなメディア展開が容易。
- 各種プロモーションの水平展開がスムーズ。
- 将来的にECサイトやアプリ連携、AI活用などにも展開可能。

08 ナレッジとノウハウの蓄積

- 一貫して担うことで、業界特化型の知見やノウハウが蓄積。
- マーケティング事例や手法をクライアントごとに最適提案可能。
- プロモーション効果を分析し、より高いROIを生む施策を継続的に実行可能。