



itamiarts inc.

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

事業計画及び成長可能性に関する説明事項

| 2025年4月 |



代表取締役

伊丹 一晃

大阪市立大学 大学院 創造都市研究科 修了
インターネットビジネスに早くから取り組み、
DX、システム開発に積極的に投資を続け、
SP商材ECビジネスモデルを確立

当社は1999年2月、広告プロダクションとして設立しました。

設立当初より、費用対効果を重要視し、お客様に常に価値のある広告を提供したい、そんな思いから「商売繁盛応援企業、日本一」というビジョンを掲げています。

その想いを岡山から日本全国へお届けするため、SP（セールスプロモーション）商材専門のECサイトを開設し、特に商品とサービスの開発ならびにWEBマーケティングに力を入れてまいりました。

SP商材ECには、紙媒体を主とする小型のチラシやDMなどの印刷物を取り扱うサイトは多く存在し、薄利多売の競争構造となっています。しかし、当社の主要商材である「のぼり旗」や「幕」など大型なサイン&ディスプレイ商材は、店舗や集客の顔となる必需品でありながら、サイズの大きさや仕様の複雑さから、価格や納期が不明瞭でEC化が進んでいない分野です。そこに当社は、利便性の高いサイト、1枚からの小ロット販売、低価格、短納期を軸としたECサイトを多店舗展開し、多くのお客様がを見つけ、購入が簡単にできる環境を「IT」の力を使い提供しております。

当社は、岡山から日本全国を商売繁盛で元気にすべく、どんな商品が求められるかを考え、それらを多くの方に、簡単に早く安く提供する世界を「IT×モノづくり」の力を最大限に利用し実現していきます。

VISION

商売繁盛応援企業、日本一

経営理念

- 一、私達は共に力を合わせ、お客様の繁盛づくりに貢献します。
- 一、私達は新たな商品と市場の開拓に挑戦します。
- 一、私達は仕事を通じて、自己研鑽を重ね、共に成長し夢を実現します。

会 社 名 株式会社イタミアート

所 在 地 岡山市南区新保660-15

資 本 金 4億5,962万円（2025年1月現在）

決 算 期 1月31日

事業概略 SP商材（販促品）を、メーカー機能を持ち、
主にECサイトを用いて、
小ロット・短納期・低価格にて販売

従 業 員 305名 ※パート含む（2025年1月現在）

会 社 HP <https://www.itamiarts.co.jp/>

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 田丸 浩昭

社外取締役 稲葉 雄一

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

MISSION

「IT」×「モノづくり」の力で 世の中を変える

消費の速い販促品だからこそ無駄なく、必要な時に必要な分だけを
低価格かつ迅速に生産する世界を
「IT技術」と「モノづくり」の融合により実現します。

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS



創業期 1999 - 2004

- 1999**
 - 有限会社イタミアート設立
- 2001**
 - うちわキット、オリジナルハガキ等
カタログ通販開始
- 2004**
 - 株式会社イタミアートに改組・設立

EC開始、キングシリーズ 2006 - 2014

- 2006**
 - インターネット通販開始
- 2009**
 - 自社でECサイト構築システム
「DREAM-PACK」を開発
 - のぼりキングOPEN
- 2011**
 - 製造設備を導入、のぼり旗自社製造開始
 - キングシリーズの開始
- 2012**
 - 横断幕・懸垂幕キングOPEN
- 2013**
 - TシャツキングOPEN
- 2014**
 - のれんキングOPEN

事業の確立 2015 - 2019

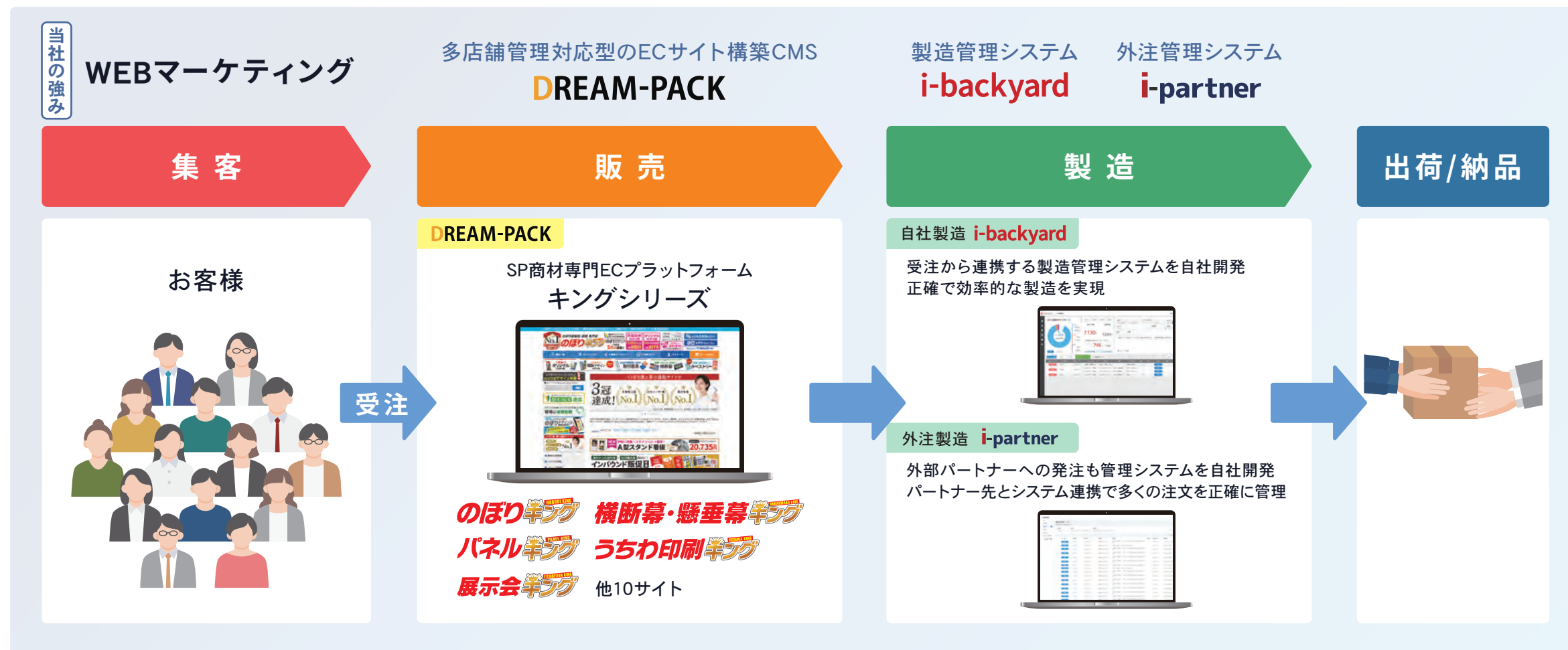
- 2015**
 - 横断幕、懸垂幕の自社製造開始
 - データ処理自動化システムを開発
 - マグネットシートキング、展示会キング
名入れカレンダーキングOPEN
- 2016**
 - 販促キングOPEN
 - ノンコードデザインシステム
「のぼりデザイン」サービス開始
- 2017**
 - 紙オンデマンド印刷の開始
 - 「幕デザイン」「うちわデザイン」の
サービス開始
- 2018**
 - 冊子製本キングOPEN
 - のぼりキングのリニューアル
(スマホ対応・サービス強化)
- 2019**
 - 横断幕キングのリニューアル
(スマホ対応・サービス強化)
 - 業務フローシステム化に向け、
i-backyard/i-surpportシステムを開発

シェア拡大を目指して 2020 - 現在

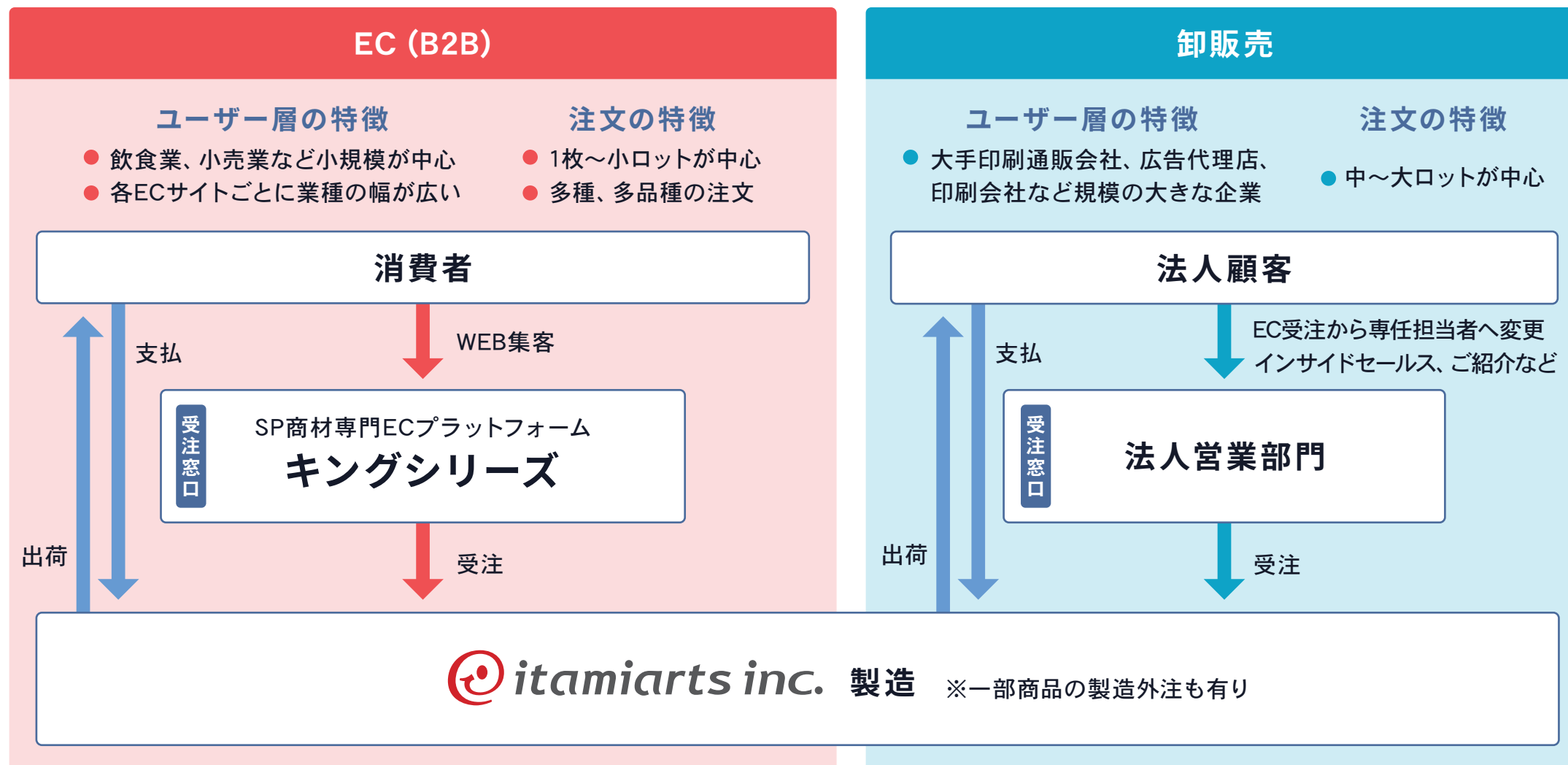
- 2020**
 - 現場シートキングOPEN
 - パネルキングOPEN
 - オウンドメディア「マネケル」開始
- 2021**
 - マグネットシートキングのリニューアル
(スマホ対応・サービス強化)
 - i-partnerシステム運用開始
- 2022**
 - タペストリーキングOPEN
 - 名入れカレンダーキングのリニューアル
(スマホ対応・サービス強化)
- 2023**
 - Tシャツキング、冊子製本キングのリニューアル
(スマホ対応・サービス強化)
- 2024**
 - のれんキングのリニューアル
(スマホ対応・サービス強化)
- 2025**
 - ノベルティキングOPEN

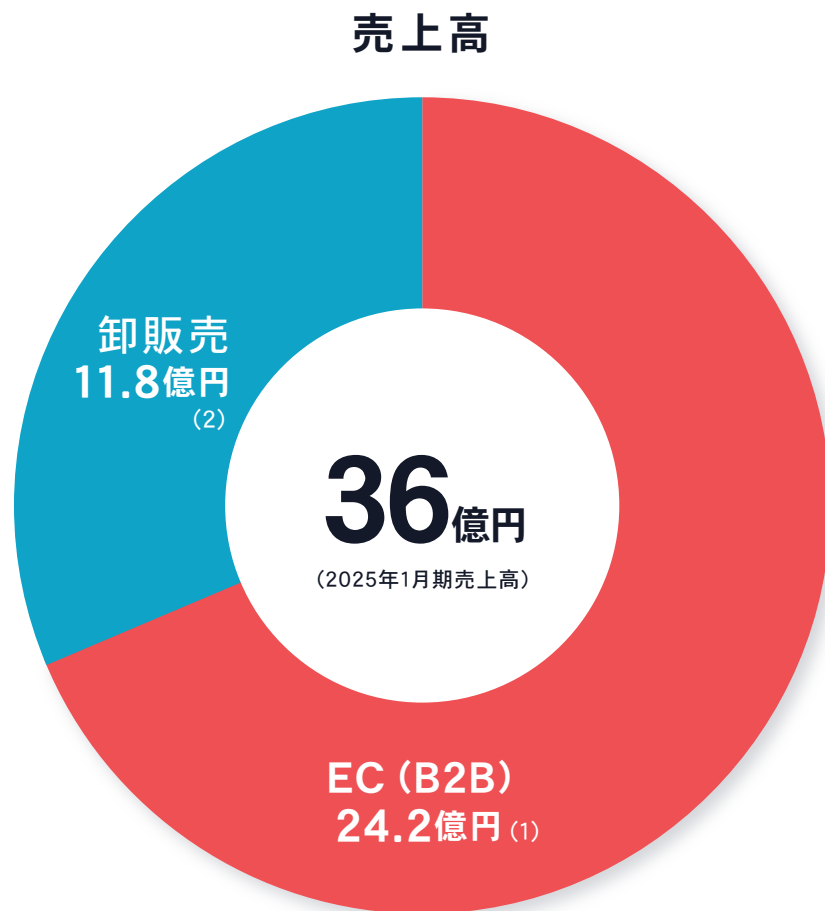
ECサイトの多店舗運営と独自のマーケティングで効率的に需要を獲得。

複雑で多様な製造管理もシステム制御で高い生産性と効率を実現。SP商材のワンストップソリューションを提供しています。



ECと法人営業を掛け合わせたハイブリット型の営業で小口から大口まで受注を獲得





(1) 当社運営ECサイトを經由した販売額
(2) 当社運営ECサイトを經由しない販売額

収益

営業利益⁽¹⁾

2.7 億円

経常利益⁽¹⁾

2.4 億円

EBITDA⁽¹⁾

4.5 億円

ECサイト

展開サイト数⁽³⁾

18

成長率

売上高成長率⁽²⁾

115 %

経常利益成長率⁽²⁾

110 %

イタミアート

設立

1999 年

従業員数⁽³⁾

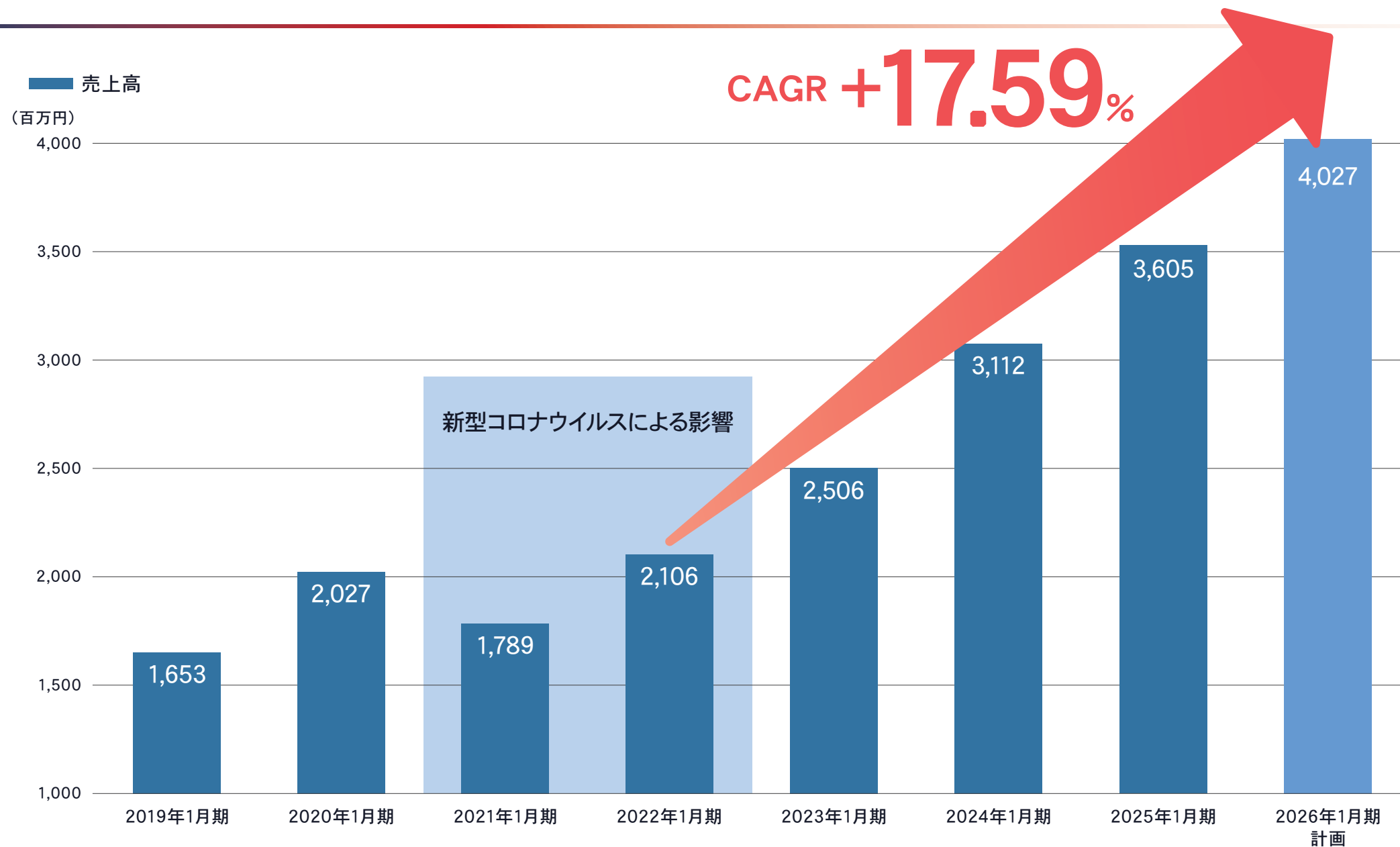
305 名

(1) 2025年1月期実績値

(2) 2024年1月期に対する2025年1月期実績値比較

(3) 2025年1月末時点

売上推移



1

カテゴリトップを狙えるSP商材専門ECサイトを多店舗展開。主要2サイトでは、多くの固定客を獲得。

2

WEBマーケティングのノウハウを横展開することで、各サイトが高い再現性をもって成長を実現。

3

自社独自のシステムが販売から生産まで、全てのバックオフィス業務をDX化。
ローコストオペレーションを実現し参入障壁を構築。

4

最新の設備とオペレーションのロボット化により高い収益性を実現。

5

長年培った独自のWEB集客を活かし、業界のEC化でシナジーを創出。

6

カテゴリ拡大戦略を取り続けることで、
各サイトの成長性×カテゴリ数拡大×取り扱い商品の横展開による3軸で売上成長を実現。

カテゴリートップを狙えるSP商材専門ECサイトを多店舗展開。主要2サイトでは、多くの固定客を獲得。

BtoB ECサイトで「キングシリーズ」を多店舗展開

商品ごとにサイトを切り分けた店舗展開。カテゴリ検索の顕在ニーズを効率よく獲得できる仕組みを再現性高く実現。

多店舗展開の メリット

- 購入確度の高い「商品名検索」でサイトを表示できる
- 効率良くマーケットにリーチが可能
- 専門サイトなのでユーザビリティが高い
- サイト別の様々なユーザー層にクロスセルが可能

- 各ECサイト別にマーケティング施策を積極的に実施、高い集客力と販売力を再現
- ECサイトの多店舗の運営は自社システムDREAM-PACKを活かし
サイト運営の効率化、ローコストオペレーションを実現



SP商材専門ECプラットフォーム「キングシリーズ」15サイト運営

主要サイトではすでに多くの固定客を獲得し、流入数も増加

長年培ってきたのぼりキングと横断幕・懸垂幕キングの年間流入数は、大手サイトにも引けをとらない。




年間流入数

194万

累計顧客数

23万人⁽¹⁾

年間売上高

12億円

対前年
売上成長率108%⁽²⁾リピーターからの
売上比率74%⁽³⁾

年間流入数

193万

累計顧客数

5.5万人

年間売上高

4.9億円

対前年
売上成長率

109%

リピーターからの
売上比率

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

WEBマーケティングのノウハウを横展開することで、各サイトが高い再現性をもって成長を実現。

どのカテゴリーでも高い成長率を実現、
ECサイトを通じた販売スキームの再現性は高い



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

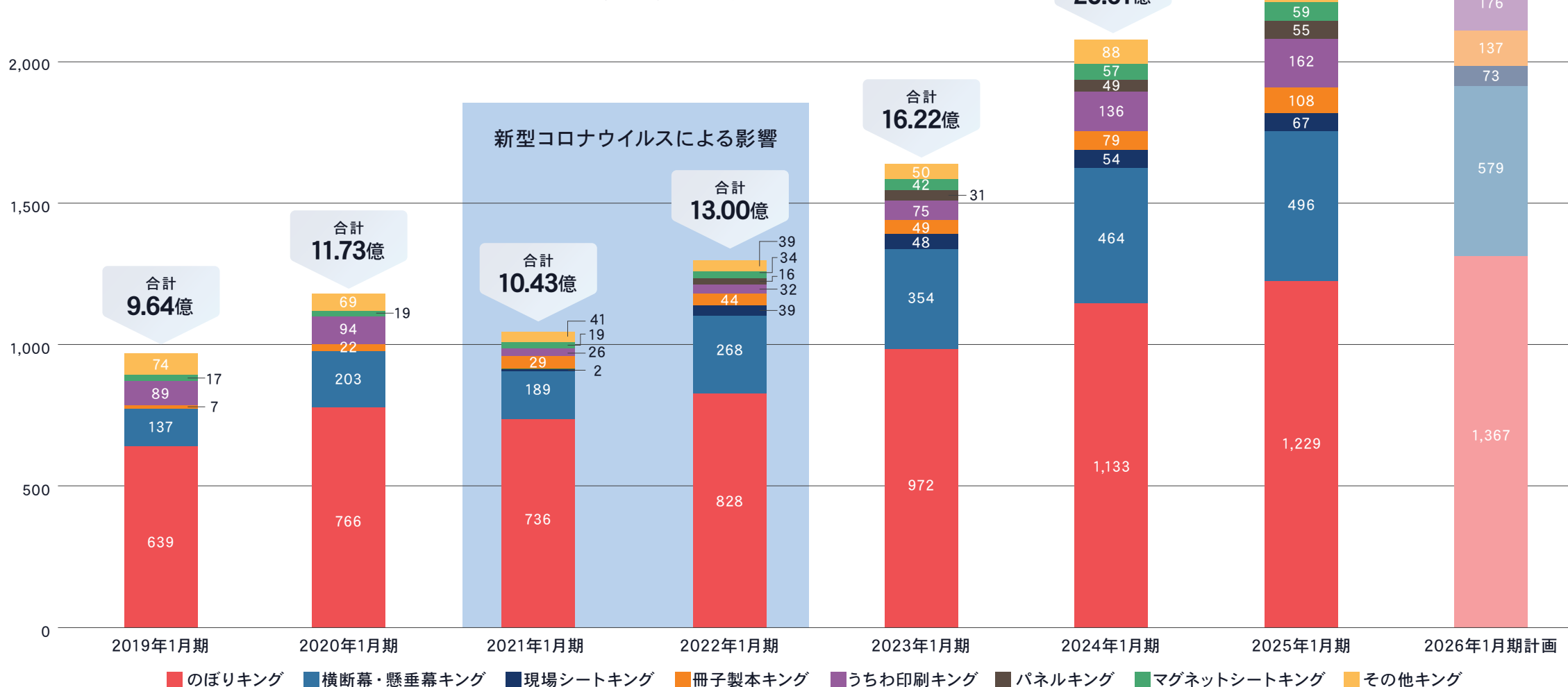
(1) 各ECサイトにおける開設から2025年1月末までの顧客数の累計 (2) 2024年1月期に対する2025年1月期実績値比較 (3) 購入回数が2回目以降の受注金額を集計

専門サイト別、着実に再現性の高い成長を実現

(百万円)

2,500

ECサイト「キングシリーズ」の売上高推移・構成比



※キングシリーズの売上高合計額には、卸販売事業等の売上高が含まれない為、損益計算書の売上高と一致しません

BtoB EC市場(印刷)における競合比較

「のぼり」検索や「横断幕」検索など、購入先が決まっていないユーザーの検索による顕在ニーズを商品ごとに分けた専門性の高い多店舗展開で、初見でも分かりやすく、買いやすくを実現しています。

	当社	大手印刷通販
店舗展開	18サイト	1サイト
サイトの専門性	主力商品についての情報が豊富で 専門性が高い	商品展開の幅が広い為 一部の商品に特化した情報は少ない
販売価格	1,296円	2,460円
納期	1～4日	3～7日
集客経路	SEO(自然検索)・WEB広告 ⁽¹⁾ が中心	マス広告、WEB広告が中心
広告宣伝費用	検索連動での獲得がメインになるため 広告宣伝費を抑えて獲得可能	認知広告も積極的に行うため 広告宣伝費が高くなりやすい
顧客対応の速度	自社製造商品をメインに展開しているため 素早く確認と対応が可能	商品展開の幅が広くまた仕入れ商品も多く扱うため 問い合わせ対応に時間が必要になる場合がある

(1)費用を伴う広告枠でのサイト表示ではなく、GoogleやYahoo!などでユーザーが「キーワード」検索を行った際、検索エンジンの評価によりサイトが自然表示されること

SEO(自然検索)対策には社内専門チームを設置

主要サイトはGoogle自然検索において「1位」を獲得。キングシリーズ各サイトで主要な検索キーワードで上位表示を実現。日々変わるノウハウにも最新の情報を常にキャッチアップしています。

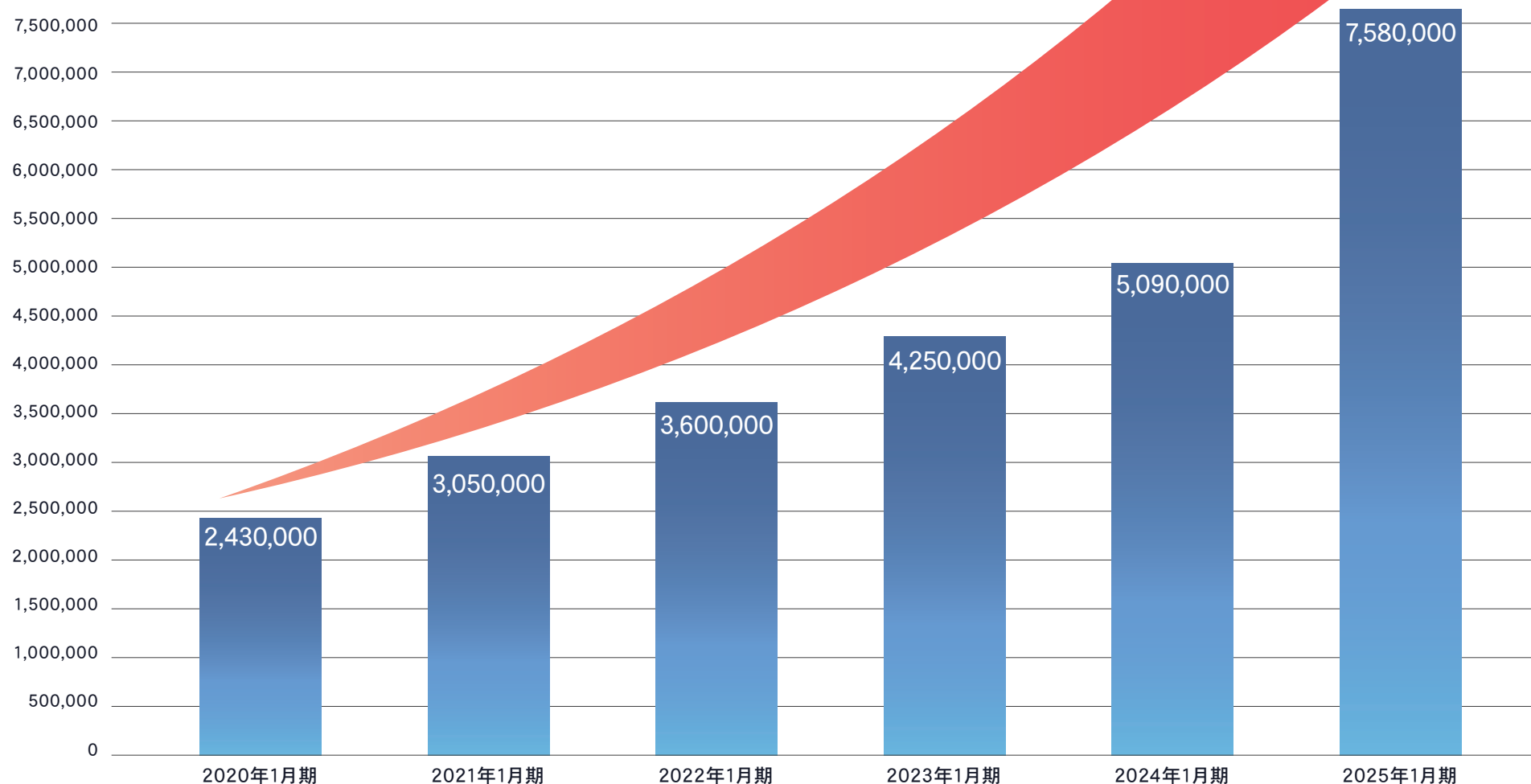


※2025年1月実績

※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

増え続けるECサイトへの流入数

750万セッションを超える流入を獲得。5年で212%増。

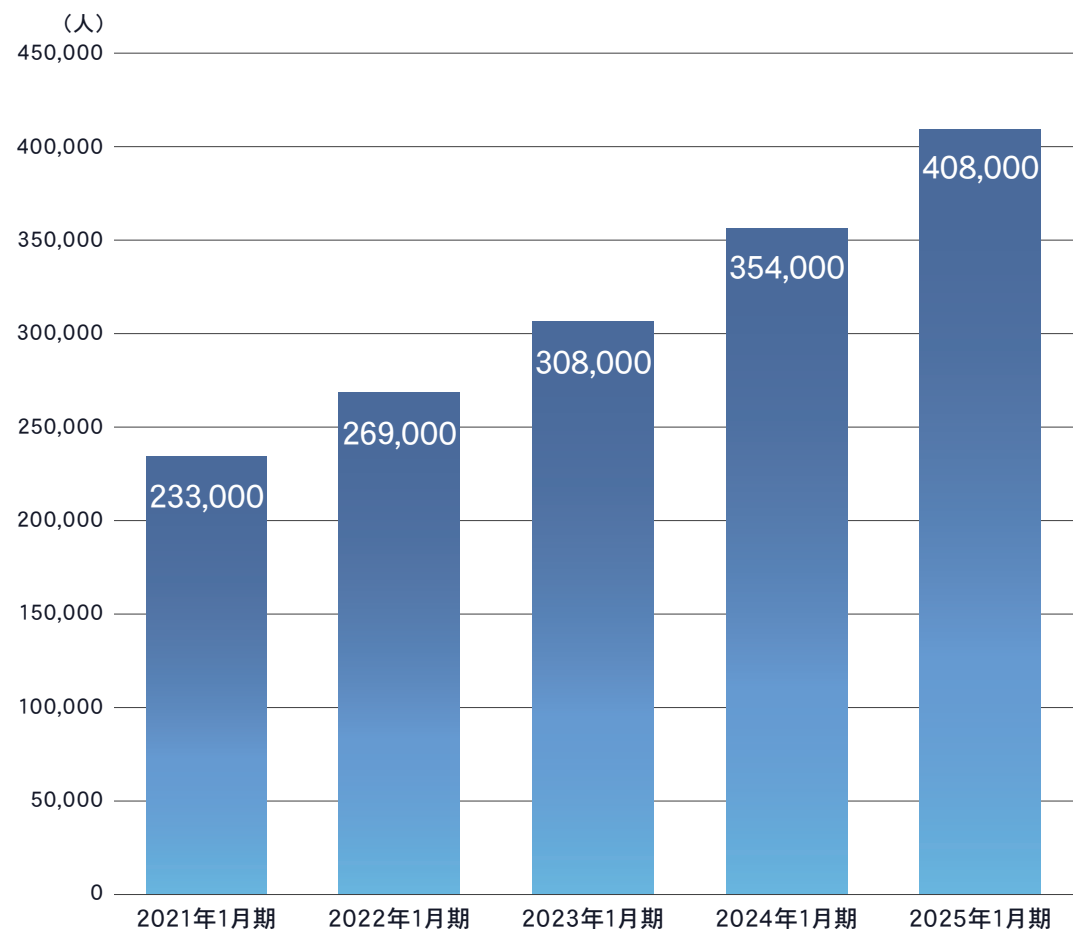


※Googleアナリティクスを用いたセッション数 ※セッションが集計可能な全運営サイトより算出

40万を超える顧客基盤を保有。

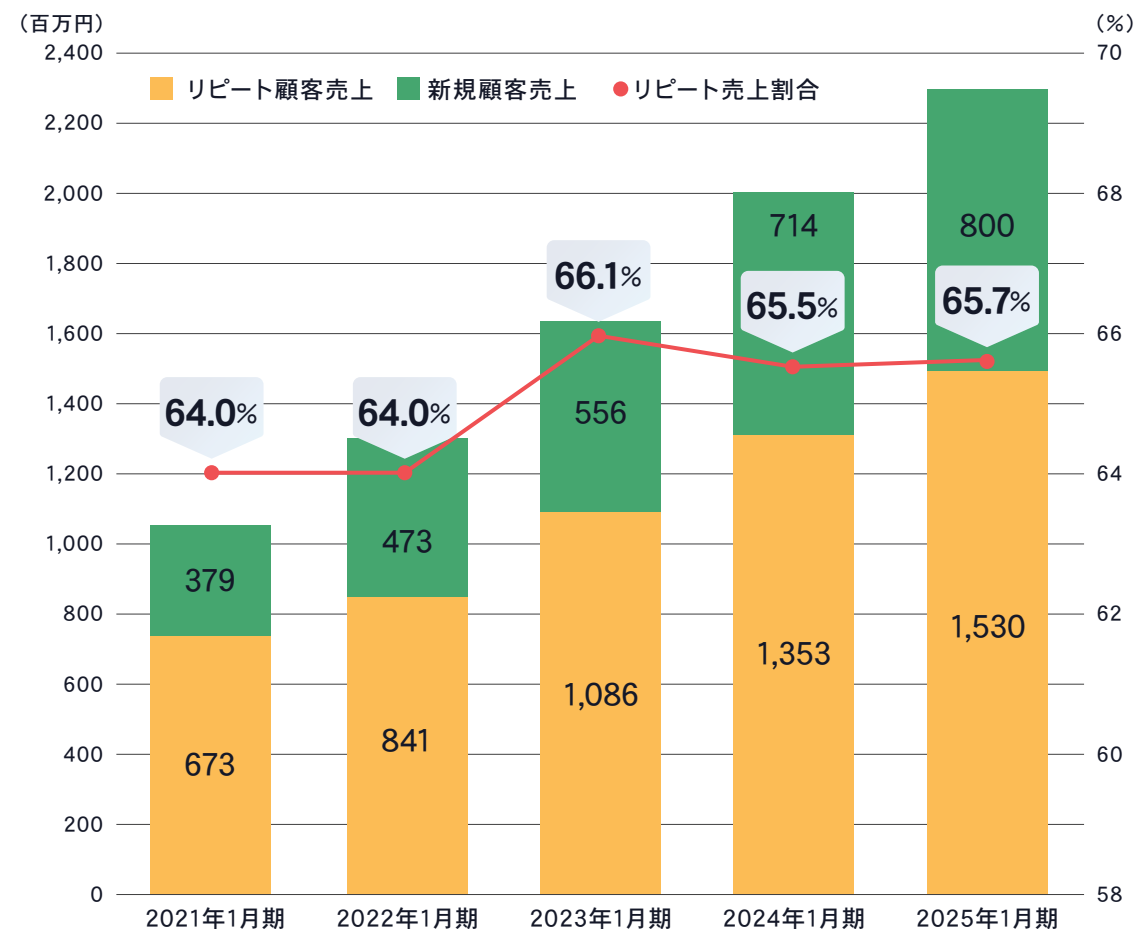
リピート顧客からの売上構成は65%超となり高い定着性を実現。

累計顧客数の推移



※顧客数の集計が可能な全運営サイト受注実績より算出

新規／リピート顧客売上 構成推移



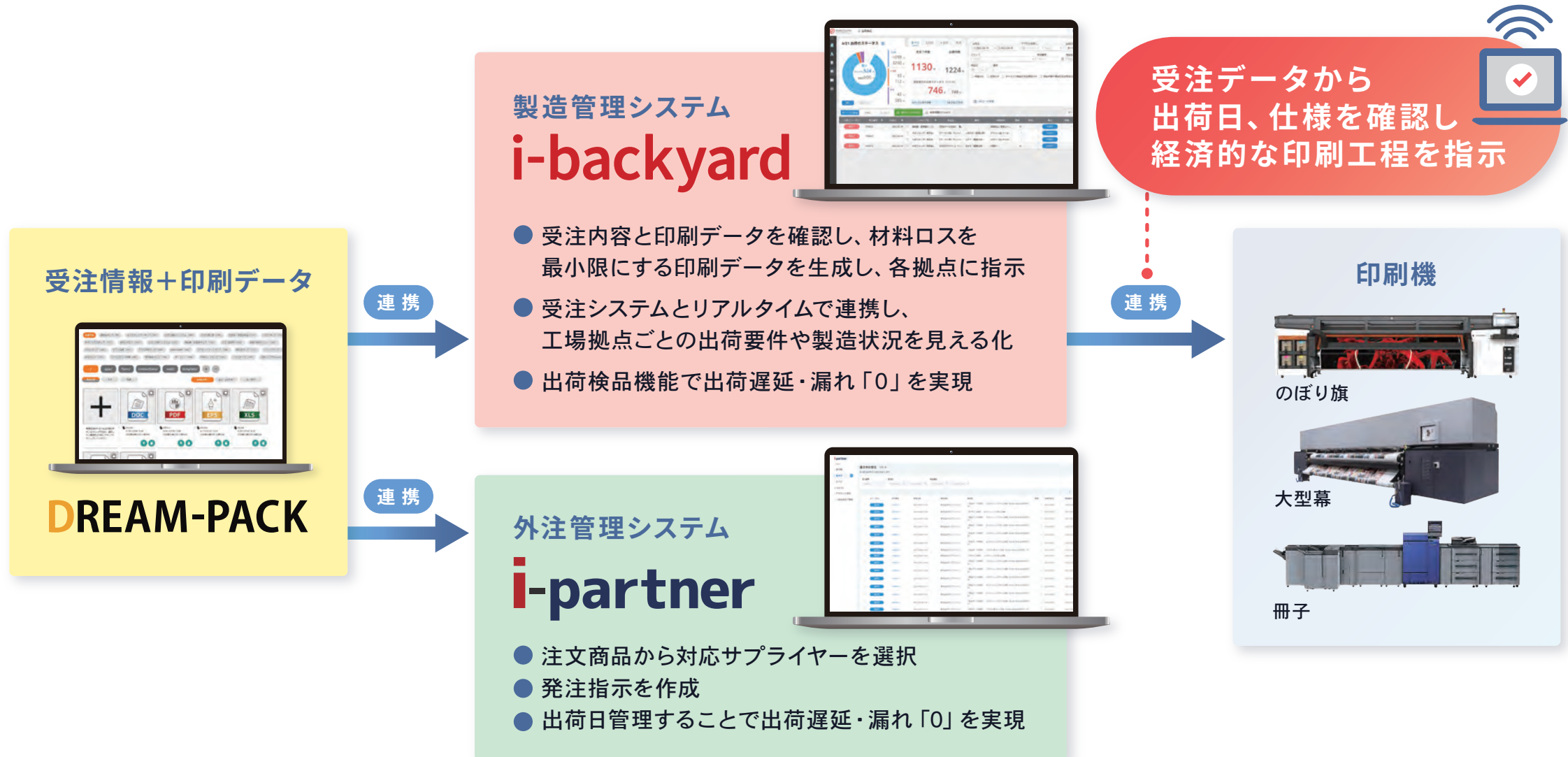
※顧客区分の集計が可能な全運営サイト受注実績より算出

自社独自のシステムが販売から生産まで、全てのバックオフィス業務をDX化。 ローコストオペレーションを実現し参入障壁を構築。

EC販売に必要なオペレーション／マーケティングをシステムが支援、拡張性の高いローコストオペレーションを実現
商品サプライヤーへ自動発注、自社製造システムへ製造指示の連携も行います



受注情報と連携する製造管理システムが、経済効率の良い印刷工程を指示 ローコストオペレーションを製造現場でも実現



最新の設備とオペレーションのロボット化により高い収益性を実現。

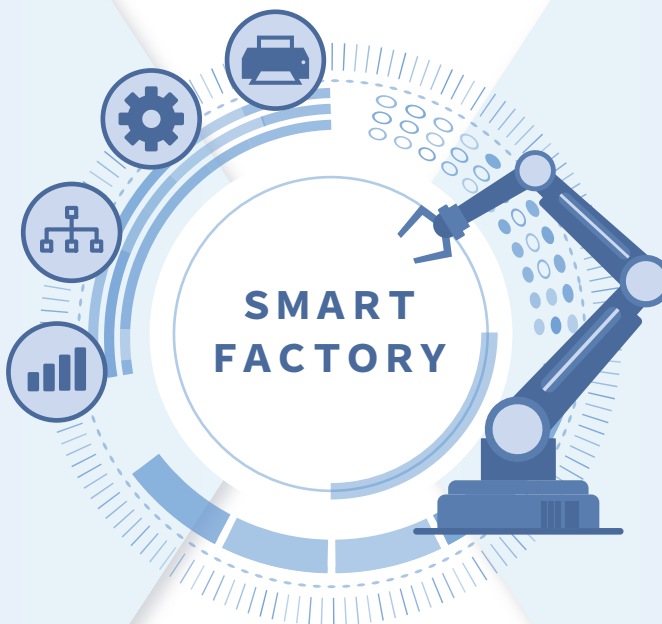
最新の印刷設備と生産管理システムを連動させ、経済性の高いオペレーションを自動化。
人的作業をロボット化し、スマートファクトリー化を推進

独自開発の主力商品(のぼり旗・幕) 対応の印刷機を多数導入

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、省人化が実現可能になります。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の連携が可能となり、印刷オペレーションの自動化も実現可能となります。



※写真は従来機になります。



人的作業の積極的な ロボット化・自動化を開始

現在人的作業となっている生地カットや縫製の機械化・ロボット化を積極的に自社開発で行います。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。

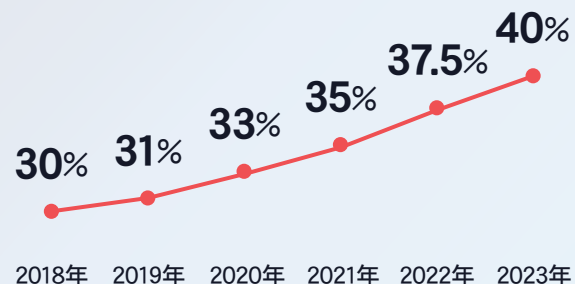


成長戦略

長年培った独自のWEB集客を活かし、業界のEC化でシナジーを創出。

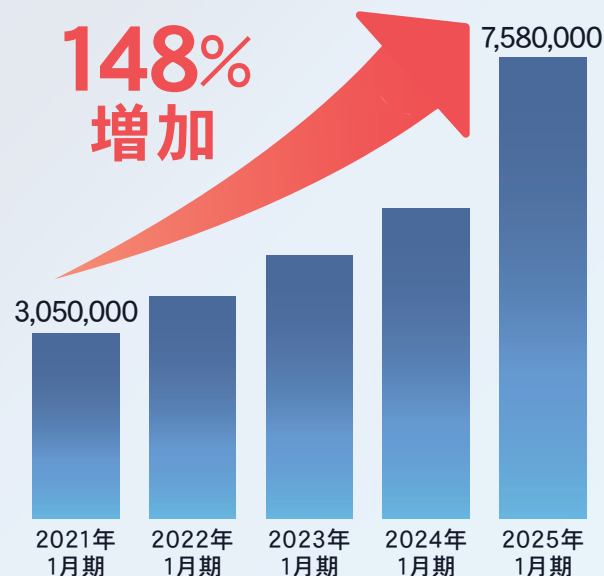
WEB集客に抜群の強みを持っており、流入数も年々増加。
マーケットから高い取り込みが見込める。

伸び続けるBtoB-EC化率⁽¹⁾



継続的なSEO対策により向上

伸び続ける流入数



サイトの改善・リピート施策・
リニューアル施策により向上

成約率

4.8%

のぼりキング2025年1月期平均値

ユーザーへの提供価値

- 1枚からの小ロット低価格販売
- 最短翌日出荷の短納期
- WEB上でデザイン作成
- 仕様や材質を豊富に選べる
- 専門サイトなので
ユーザビリティが高い

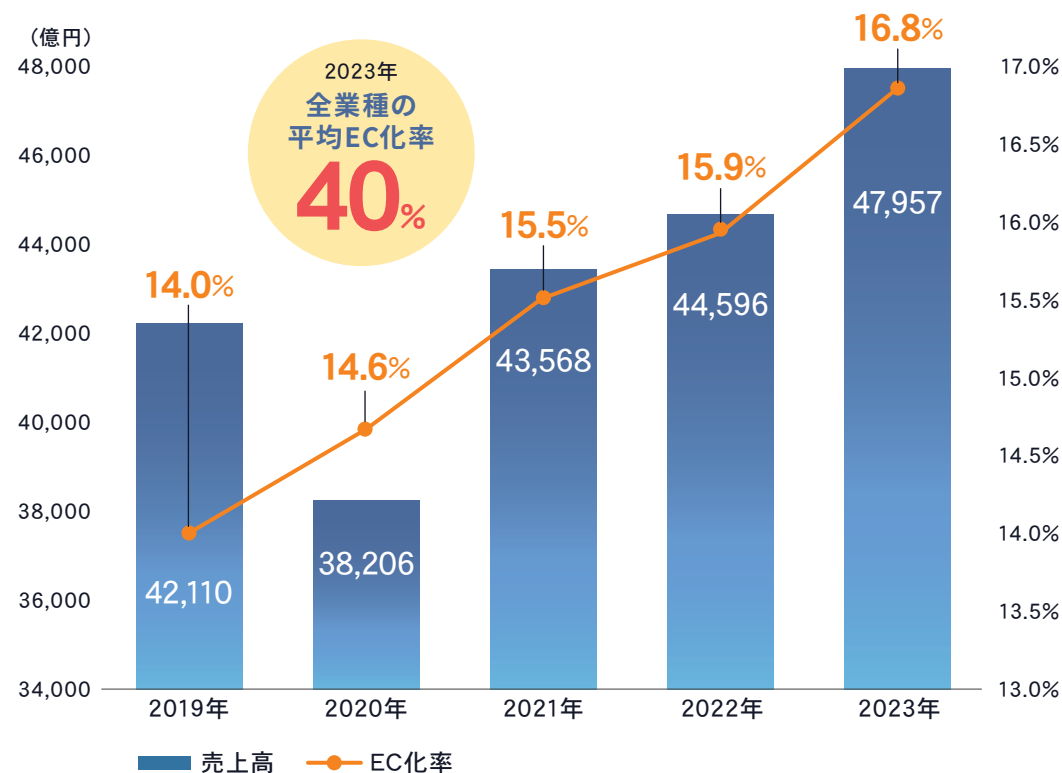
(1) 出所：令和5年度 電子商取引に関する市場調査 報告書 経済産業省 商務情報政策局 情報経済課

BtoB EC広告市場は堅調に推移、EC化率上昇による市場成長ポテンシャル

広告分野のEC化率は全業種平均EC化率に比べ、2倍以上の差が存在しており、広告分野におけるEC市場は、今後の拡大が期待できる。

EC化率の上昇を背景に、SP(セールスプロモーション)商材のEC通販が一般化。商品追加を継続的に行うことで、SP商材全般の市場へのアプローチが可能。

BtoB EC市場 広告・物品賃貸業の売上高とEC化率



大型広告市場



出所：令和4年度 電子商取引に関する市場調査 BtoB EC 市場規模の業種別内訳のうち、広告・物品賃貸業
令和5年度 電子商取引に関する市場調査 BtoB EC 市場規模の業種別内訳のうち、広告・物品賃貸業
出所：株式会社電通 2024年 日本の広告費

カテゴリー拡大戦略を取り続けることで、
各サイトの成長性×カテゴリー数拡大×取り扱い商品の横展開による3軸で売上成長を実現。

新商品の定期投入で売上を拡大。異なる販売チャネルで幅広いユーザーにリーチ。

商品の横展開で売上を積み上げる

幅広い商品ラインナップ



豊富な販売チャネル



販売チャネルごとに異なるユーザーを保有

既存商材の多軸展開で売上の積み上げを実現

類似ターゲットを持つ複数サイトへの横展開に加え、既存商材のサイズ・オプション対応や、セット販売による商品提案強化を実施。新規開発に依存せず、確実な売上積み上げを実現。

横展開・新商品の登録実施実績

年間10商品

※2025年1月期実績

事例
1

横断幕・懸垂幕 **のぼりキング** メイン商材「幕」を横展開



横断幕

[ターゲット]

飲食・小売り・デザイン事務所

登録先

のぼりキング

受注実績

14,510万円

※2025年1月期の受注実績より算出

事例
2

うちわ印刷 **のぼりキング** メイン商材「うちわ」を横展開



うちわ

[ターゲット]

小売り・デザイン事務所
飲食業・サービス業

登録先

のぼりキング
横断幕・懸垂幕 **のぼりキング**
展示会 **のぼりキング**累計
受注実績

2,068万円

※2022年～2025年1月の受注実績より算出

既存商材の
サイズ・オプション追加や
セット販売による商品提案強化



- 両面印刷
- アルミフレーム加工など

パネル

3月～7月リリース

パネルキング
のぼりキング
展示会キング

展示会セット販売

6月～7月リリース

展示会キング

メガタペストリー

8月リリース

のぼりキング
横断幕・懸垂幕キング

新商品の積極投入で新規ユーザー・新市場を開拓

実績のある売れ筋商品の横展開に加え、市場の動向やオフラインでのニーズをもとに、EC展開による成長を見込む商材も継続的に投入し、カテゴリ拡大と新規流入で売上の新たな将来の柱候補を育成。

≡ 今期も継続的に新商品をリリース予定

実績のある売れ筋商品の横展開



タオル

6月～7月リリース

のほりキッズ
横断幕・懸垂幕キッズ



Tシャツ

6月～7月リリース

のほりキッズ
Tシャツキッズ

既存需要に親和性のある商材追加



催事グッズ

4月リリース

展示会キッズ

- ゲートフラッグ 5月リリース
- 日よけのれん 6月～7月リリース



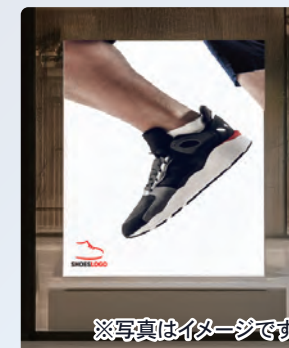
ノベルティ

5月・8月・11月
シーズン毎にリリース

ノベルティキッズ

市場ニーズをECに取り込む新カテゴリ

顧客のPR多様化ニーズに応え、
用途別提案が可能なカテゴリへ拡張中。



※写真はイメージです

テンション ファブリック

7月～8月リリース



※写真はイメージです

デジタル サイネージ

9月リリース

WEB上デザイン機能の強化で利便性向上・CV率アップへ

当社ECサイトでは、ブラウザ上でデザインを作成できる「WEB上デザイン機能」を提供
ソフト不要で手軽に注文でき、デザインから選べるテンプレートもあり、売上構成比も年々増加中のサービス

強化の背景

- 前年同期比でWEB上デザイン経由の売上は約25～30%増。構成比も前年の15.1%から17.7%へ上昇し、EC成約の重要チャネルに成長している
- 売上実績の高い商材で対応商品を拡大、テンプレートデザインの充実によって利便性と成約率の向上を図り、さらなる売上の積み上げを目指す

事例 1

WEB上デザイン経由ののぼり旗



受注実績

1億6,408万円

※2025年1月期の受注実績より算出

事例 2

WEB上デザイン経由の横断幕



受注実績

1億1,972万円

※2025年1月期の受注実績より算出

テンプレートデザイン機能 対象商品拡充



パネル

受注実績 7,461万円



のぼり旗



マグネット

※定型需要の高い商材

WEB上デザイン対応商品追加



バナースタンド

受注実績 8,384万円



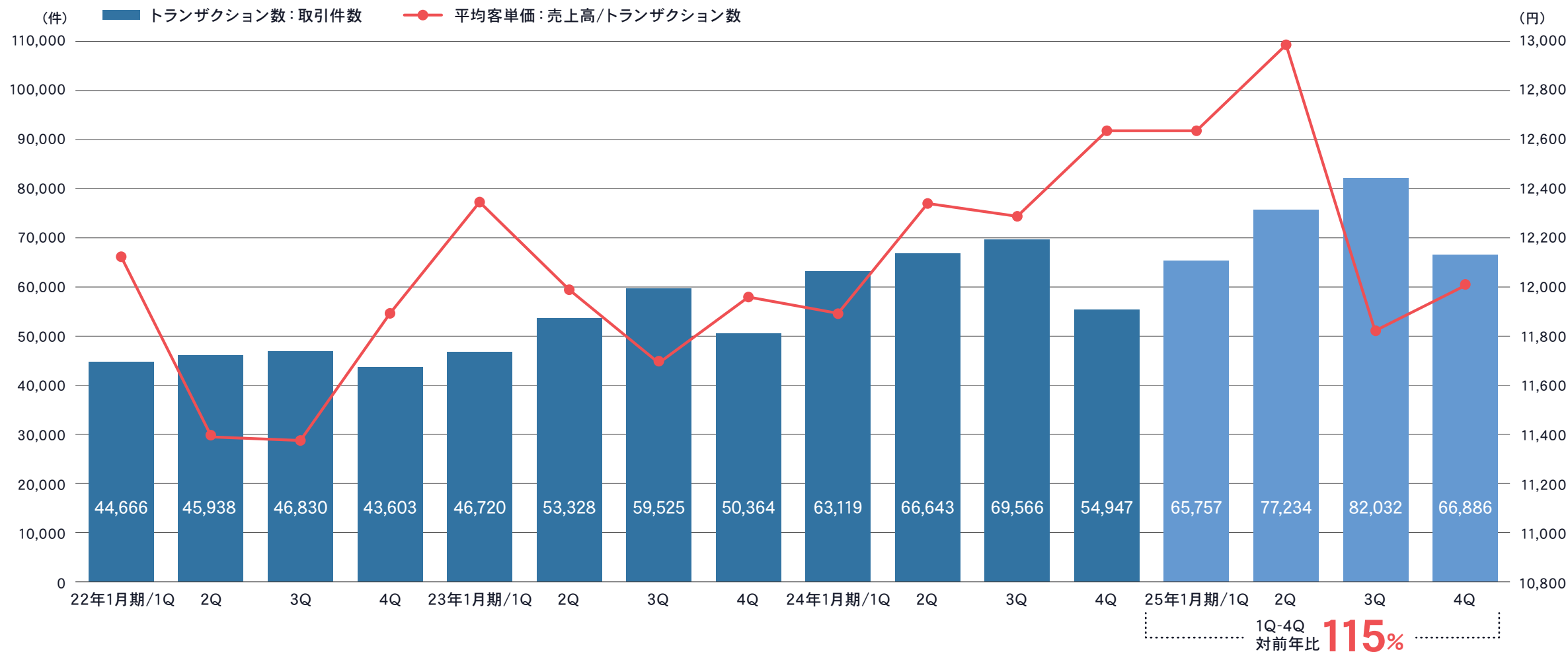
タオル

受注実績 700万円

※2025年1月期の受注実績より算出

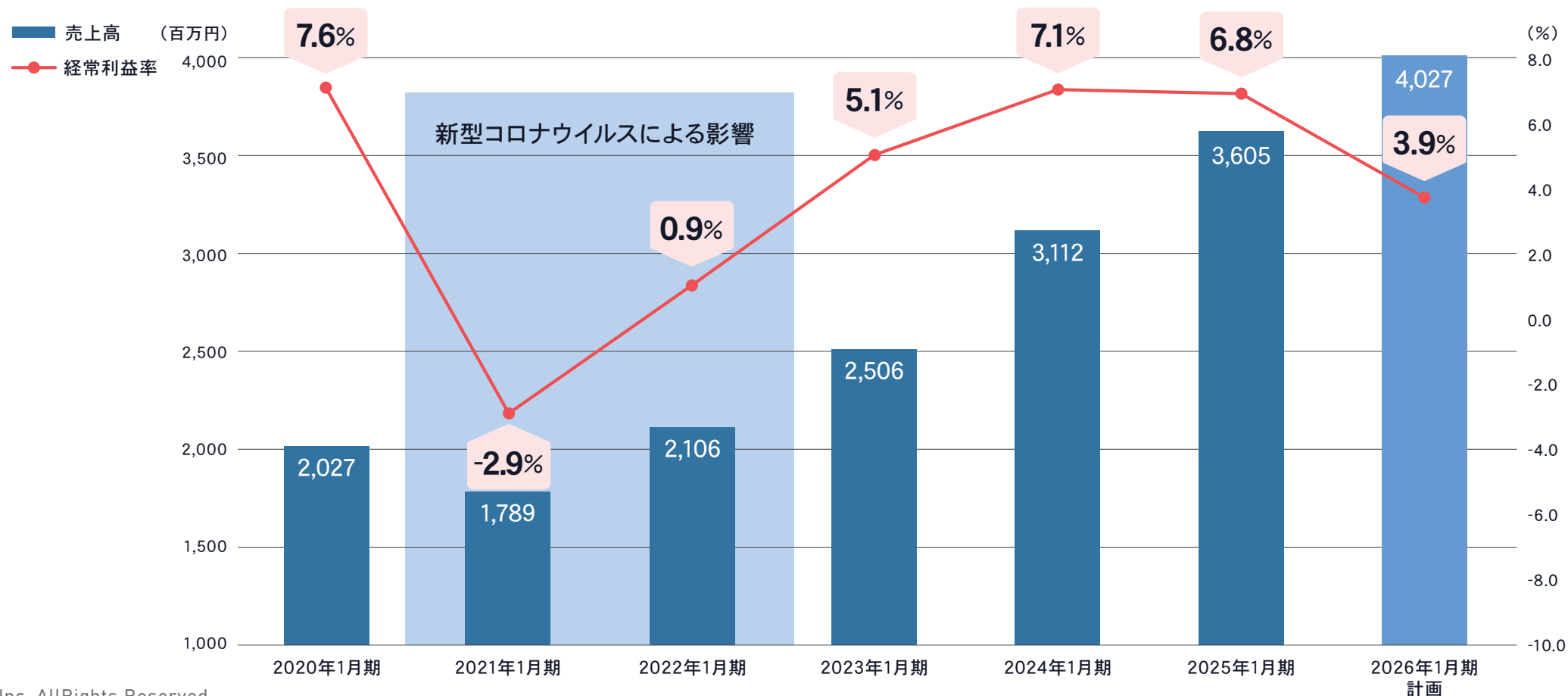
事業KPIの推移

卸売販売による主要取引先と新たな商品連携が開始、主力商品である、のぼり旗や幕よりも単価の低い商品の為、平均客単価は減少したが、売上、受注件数は増加



財務サマリー

新型コロナウイルス蔓延による各界販促営業活動自粛による影響を大きく受けたものの、順調に回復。
 売上はその後も伸長を続け、2026年1月期の計画は、2020年(コロナ前)比で約2.0倍となる見込み。
 今後はさらに売上成長局面を活かし、スマートファクトリー化による利益率の改善を早期に実現すべく、積極的な投資を進める。
 設備投資による減価償却費の負担増を見込み、2026年1月期は減益の計画。

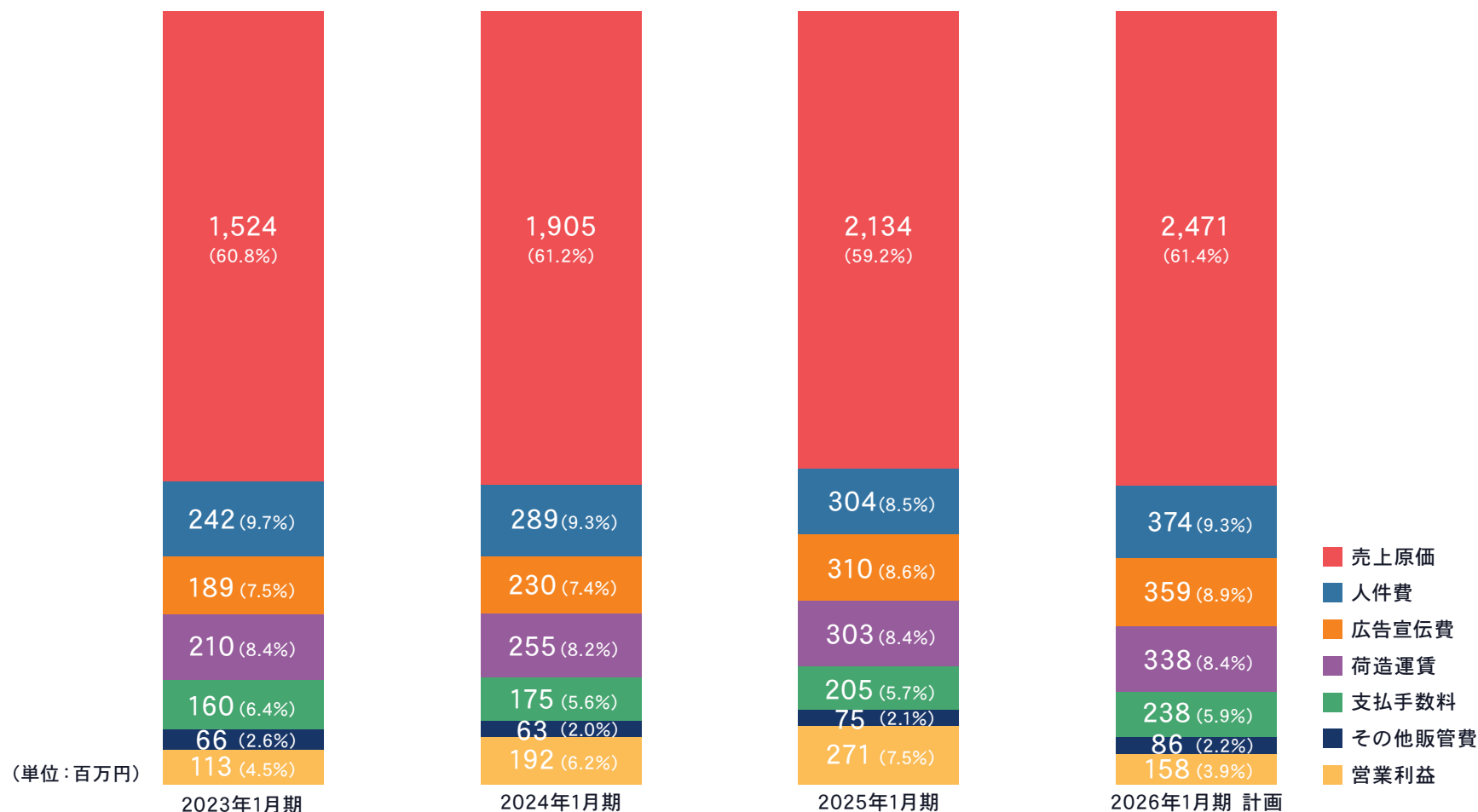


損益計算書の推移

	実績						今期計画		
(単位: 千円)	2023年1月期	前年比	2024年1月期	前年比	2025年1月期	前年比	2026年1月期	前年比	
売上	2,506,542	119.0%	3,112,305	124.2%	3,605,561	115.8%	4,027,704	111.7%	毎年、10%~20%前後の大幅増収を継続 今期は、高成長サイトへの積極投資と 新規取り扱い商品を拡充
売上総利益	981,797	120.7%	1,207,074	122.9%	1,470,729	121.8%	1,556,518	105.8%	今期は、機械設備の新規導入初年度の 減価償却費負担増
売上総利益率	39.2%	+0.6p	38.8%	-0.4p	40.8%	+2.0p	38.6%	-2.1p	
販管費	867,818	106.0%	1,014,218	116.9%	1,199,160	118.2%	1,398,067	116.6%	売上増のための投資であり、増加傾向は継続 今期は、売上拡大に合わせた新卒採用、顧客獲得の ための広告宣伝費投下、送料の増加などを見込む
営業利益	113,979	-	192,856	169.2%	271,569	140.8%	158,451	58.3%	今期は、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	127,096	709.7%	221,504	174.3%	244,397	110.3%	156,206	63.9%	
経常利益率	5.1%		7.1%		6.8%		3.9%		
当期純利益	91,817	612.5%	153,192	166.8%	165,042	107.7%	108,563	65.8%	

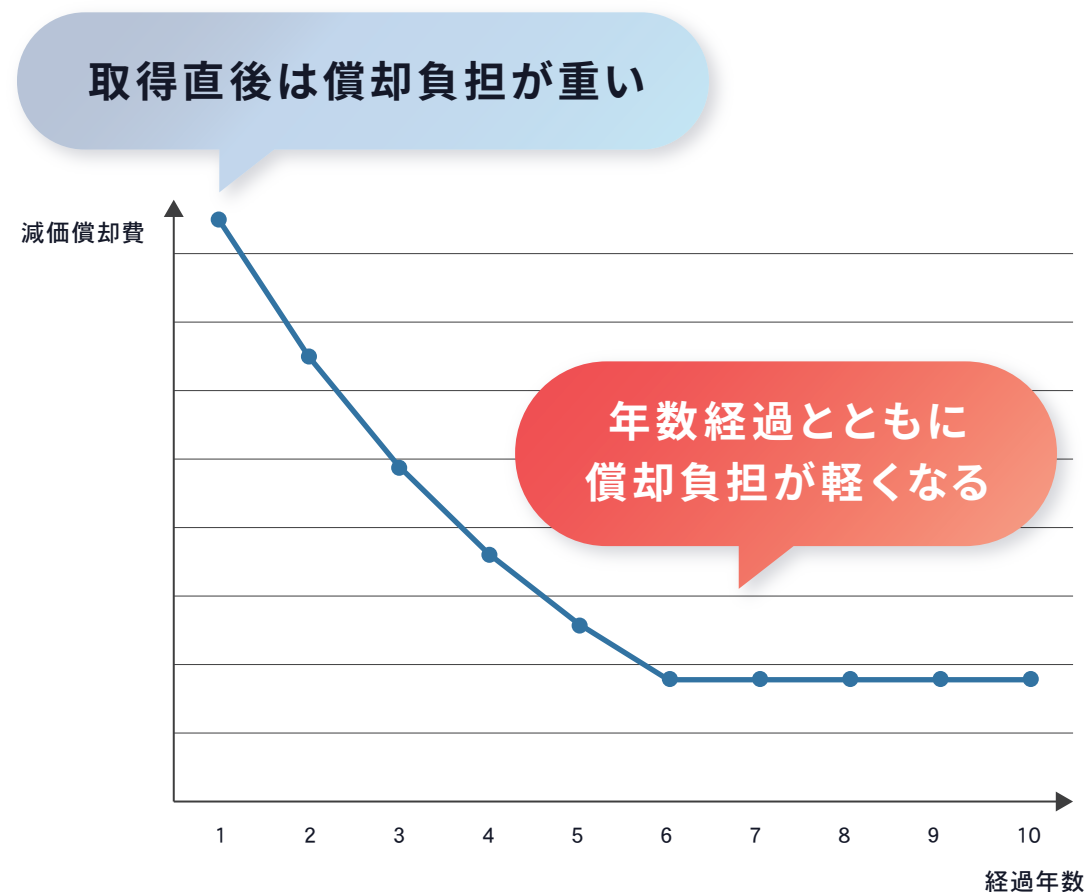
収益構造

受注から出荷まで自社開発のシステムを利用し徹底した効率化を進めており、約60%と比較的低い原価率水準。
今後は、製造工程の自動化に向けて一定の設備投資やシステム投資による減価償却費の増加を見込みますが、
一方で、ロス率の改善や製造工程人員配置の効率化などで原価率の低減を図ります。
また、WEBマーケティング機能を内製化していることにより、販管費率を一定水準を保ちながら、多店舗EC展開で売上を積み上げていきます。



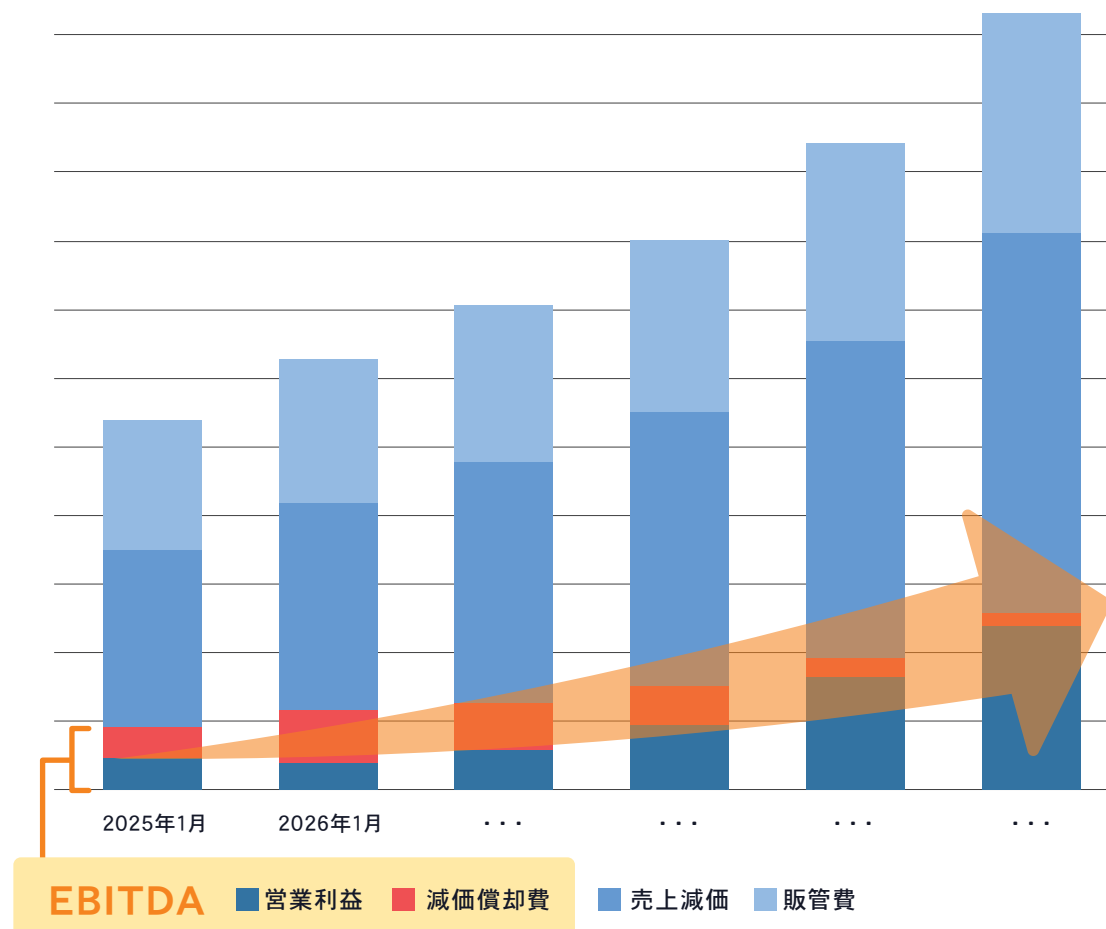
減価償却費（定率法）イメージ

定率法による減価償却費イメージ



将来の利益構造イメージ

※新規投資は含んでいない



上場時における資金調達の使途

上場時に計画しておりました資金調達の金額は736,096千円でしたが、実績は618,240千円となりました。
使途につきましては、計画通り、七日市工場の増設と印刷機購入費用として全額使用いたしました。

(単位:千円)

具体的な使途	2025年1月期(計画)	2025年1月期(実績)
七日市工場の増設	432,000	432,000
のぼり旗、横断幕等の印刷機購入費用	304,096	186,240
合計	736,096	618,240

貸借対照表、キャッシュ・フロー計算書

貸借対照表

(単位: 千円)	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期
現預金	312,773	449,001	625,764
売掛金	199,298	237,361	271,065
流動資産	662,900	897,785	1,165,488
有形固定資産	1,502,711	1,527,054	2,378,810
固定資産	1,564,351	1,629,058	2,479,721
資産合計	2,227,252	2,526,843	3,645,209
短期借入金 (一年内返済済)	385,482	333,354	409,380
流動負債	750,907	810,579	768,663
長期借入金	1,046,732	1,251,664	1,630,466
固定負債	1,206,162	1,295,175	1,672,175
負債合計	1,957,069	2,105,755	2,440,838
純資産	270,182	421,087	1,204,370
負債・純資産	2,227,252	2,526,843	3,645,209

キャッシュ・フロー計算書

(単位: 千円)	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期
営業CF	153,942	236,849	283,135
投資CF	-94,389	-252,570	-1,049,342
財務CF	-25,214	129,540	929,735
換算差額	7,382	5,504	-467
期首現預金	178,228	219,950	339,276
期末現預金	219,950	339,276	502,336

リスクの種類	リスク内容と事業に与える影響	発生可能性	影響度	時期	当社の対策
他社との競合等の影響について	現在、国内で印刷 EC 事業を展開する競合企業が複数存在しており、一定の競争環境があるものと認識しております。価格競争力、サービス力、新たな技術やビジネスモデルを有する競合事業者の参入等により、当社のサービス内容や価格・技術に優位性がなくなった場合には、当社の事業活動並びに財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	特定時期なし	当社は、幅広い顧客ニーズに対応できる商品ラインナップの拡充を進めるとともに、積極的なマーケティング活動やカスタマーサポートの充実、提供サービスの拡大及び品質向上に取り組んでおり、市場における優位性を構築し、競争力を向上させてまいりました。今後もユーザー目線に立ってサービスをより充実させていくと同時に、知名度向上に向けた取り組みを積極的に行ってまいります。
獲得顧客の鈍化について	社会・経済情勢による顧客ニーズの変化、他の事業者との競合の激化、当社のマーケティング手法が効果的でない等の要因によって当社の登録ユーザー数の伸びが従来と比べて低いものとなった場合には、売上高の増加ペースが鈍ること、もしくはマーケティング費用が上昇することにより、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	中	大	特定時期なし	当社の売上高は、当社の EC サイトへの流入数、成約率、客単価、LTV（顧客生涯価値：顧客が生涯を通じて企業にもたらす利益）により変動します。当社はマーケティング手法別に効果測定を行いつつ、新規ユーザーの獲得、既存ユーザーへの追加販売、既存ユーザーの離脱防止を図る施策を継続的に実施してまいります。
検索エンジンの検索順位アルゴリズムの変更について	当社 EC サイトへの流入の多くは自然検索より得ております。自然検索流入数は主要な検索キーワードにおける表示順位に影響を受けるため、当社の事業において「Google」等の主要なメディアが定期的に行なう検索エンジンのアルゴリズムの判定要素の更新については、その判定要素が対外的に公開されていないため、検索エンジンのアルゴリズムの判定要素の大規模な変更が行われた場合には、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	高	大	特定時期なし	当社では、アルゴリズム変更または更新への対応を適時適切に行なうため、対応部署の増設など社内体制の強化、検索順位の日時確認体制といった業務フロー改善、検索アルゴリズムの専門家などによるコンサルティングを取り入れることで、対策を講じてまいります。
原材料及び商品の価格の変動について	のぼり旗や横断幕の生地や注水台等の原材料及び商品の価格が高騰した際、それをタイムリーに販売価格に転嫁できなかった場合には、当社の財政状態や経営成績に影響を与える可能性があります。また、原材料及び商品の一部を海外からの外貨建てによって調達していることから、為替相場が変動した場合には、当社の財政状態や経営成績に影響を与える可能性があります。	(原材料) 中 (商品) 高	中 小	特定時期なし	当社は、原材料の価格変動に対し、社内で生地の防炎加工することや、生地の両端をカットする追加工することで、原価低減を図ることが可能であり、また大型印刷物は価格弾力性も高く、販売価格への転嫁も検討してまいります。また、為替相場の変動リスクを可能な限り回避する目的で金融機関との間で通貨オプション契約を締結しております。
著作権等知的財産権について	当社は、顧客により入稿されたデザインを加工・印刷する事業を行っております。入稿データに当社の認識していない知的財産権の侵害があり、信用失墜や損害賠償請求等が発生した場合には、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	中	低	特定時期なし	顧客に対しては、著作権、商標権等の第三者の知的財産権を侵害しないようサービスサイト上で注意喚起するほか、利用規約により、知的財産権を侵害したデザインの入稿を禁止しております。また、入稿されたデザインを社内基準に従って審査を行っております。

有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。上記を含めたリスク情報の詳細は有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照ください。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。

これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。

さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。

実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

本資料の更新は本決算の発表時期（毎年4月末予定）を目途として開示を行う予定です。