



2021年8月11日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 識 学
代表者氏名 代表取締役社長 安藤広大
(コード番号7049 東証マザーズ)
問合わせ先 取締役経営推進部長 佐々木大祐
(TEL : 03 - 6821 - 7560)

識学1号ファンド、第6号投資案件として 株式会社イタミアートへ投資実行

株式会社識学(東京都品川区、代表取締役社長 安藤広大)は、当社の子会社である識学1号投資事業有限責任組合(以下、「識学1号ファンド」)が販促品に特化したECサイト運営事業を展開する株式会社イタミアート(岡山県岡山市、代表取締役 伊丹一晃「以下、イタミアート社」)が実施する第三者割当増資を引き受けることによる投資を実行したことをお知らせいたします。

【イタミアート社への投資背景】

日本のPOP広告市場は、広告費全体においてはニッチなマーケットではあるものの、常に一定の需要があり、安定的な市場であると考えております。(※図1参照)

また、国内のBtoBにおけるEC市場規模は2020年時点で約335兆円、EC化率は33.5%となっており、コロナ禍においては全国的なリモートワークの普及もあり、引き続き拡大傾向にあると考えております。(※図2参照)

イタミアート社は、販促品に特化した製造直販のECサイトを自社運営しております。商品企画から製造、販売まで一貫して行うことで顧客ニーズに素早く対応ができる「SPAモデル^{※1}×ECサイト」のビジネスモデルを展開しております。

業界内でいち早く販促品のEC販売に参入し、現在、のぼり分野に関してはシェア60%以上を有しており、日本一のポジションを確立しています。そして、自社の独自デザインソフト活用と製造機能の内製化により、「小ロット」「短納期」「低価格」での提供が可能となっており、これらの点において競争優位性を確立しております。

そして、販促品の市場規模の目安となるリアル店舗事業所数については、全体では近年増加傾向にあり、販促品に対するニーズは今後も安定的に発生すると見込まれます。(※図3参照) 加えて、同一店舗での買い替えやリピート需要、1チェーン獲得によるクロスセル等を想定すると、イタミアート社の成長可能性は高いと考えております。

のぼりで確立した「SPAモデル×ECサイト」のビジネスモデルを他商品へ横展開することで、販促品業界における「SPAモデル×ECサイト」のプラットフォーム企業となりうると考えております。

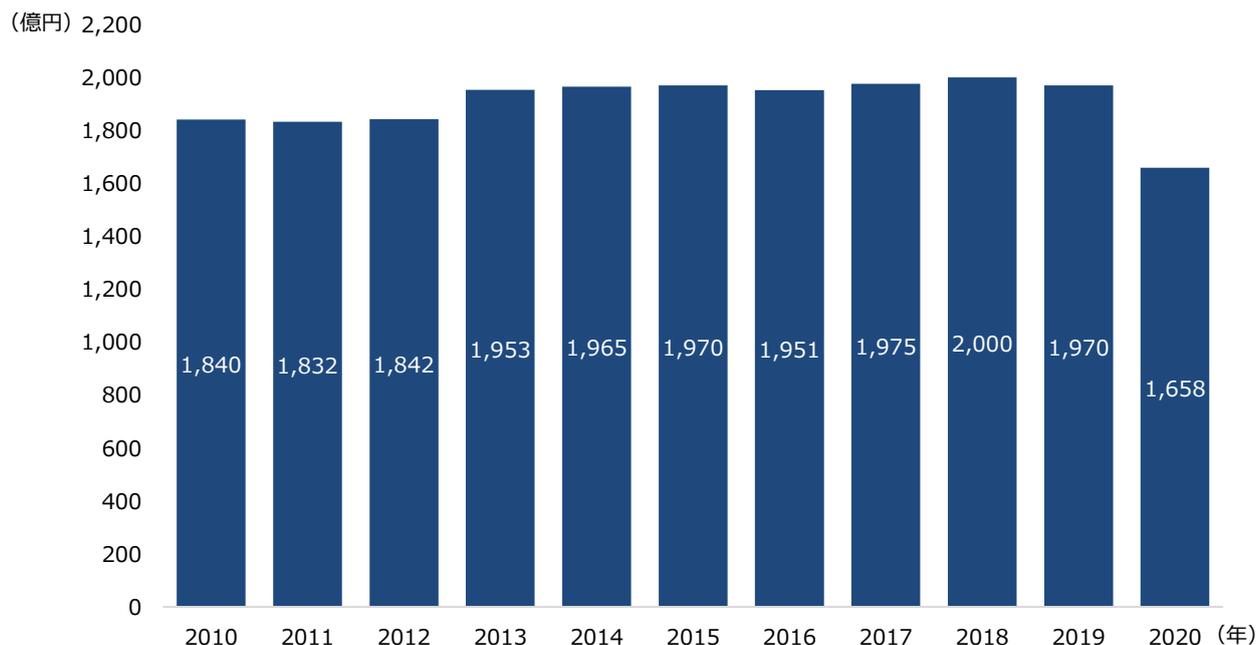
識学1号ファンドが投資及び組織力向上のための支援を行うことによって、仕組化された組織運営が実現する事で、組織の生産性向上によってイタミアート社の競争優位性をさらに強固なものとし、さらなる成長が見込まれると判断したことから今回の投資を実行いたしました。

【今後の見通し】

イタミアート社への投資に伴い識学 1 号ファンドが保有するイタミアート社の持株比率は約 3%となります。本件の投資に伴い、当社の損益状況及び財政状態に及ぼす影響は軽微と見込んでおります。今後、当社の業績等に重要な影響を与える新たな支出が発生した場合は、適宜開示いたします。

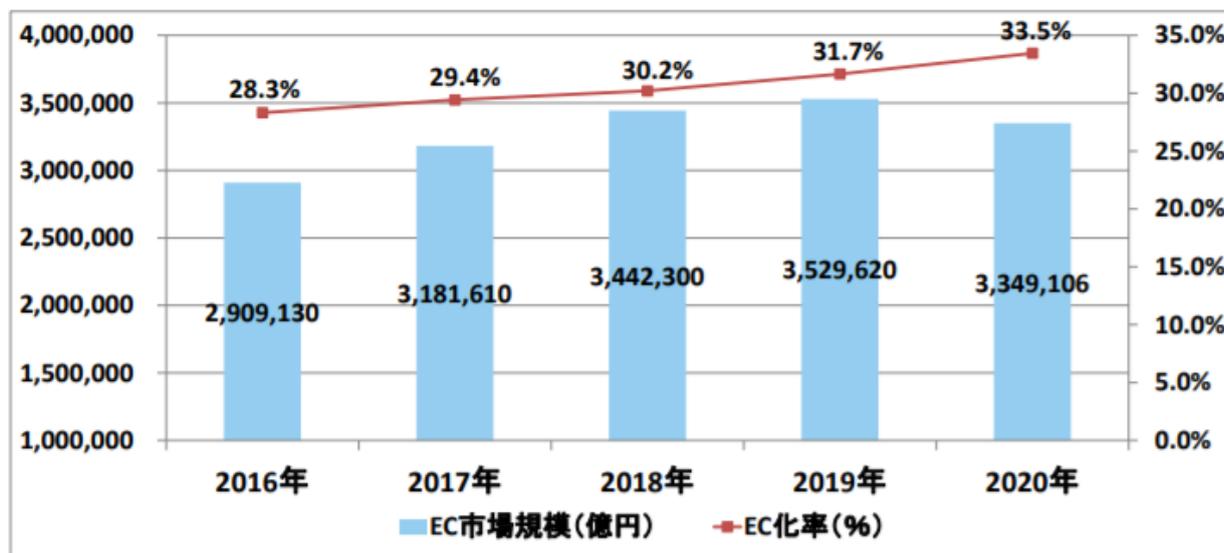
※1：SPA モデルとは、商品の企画から生産、販売までの機能を垂直統合したビジネスモデルで、日本語では「製造小売業」と訳されます。

※図 1 POP 広告費の推移



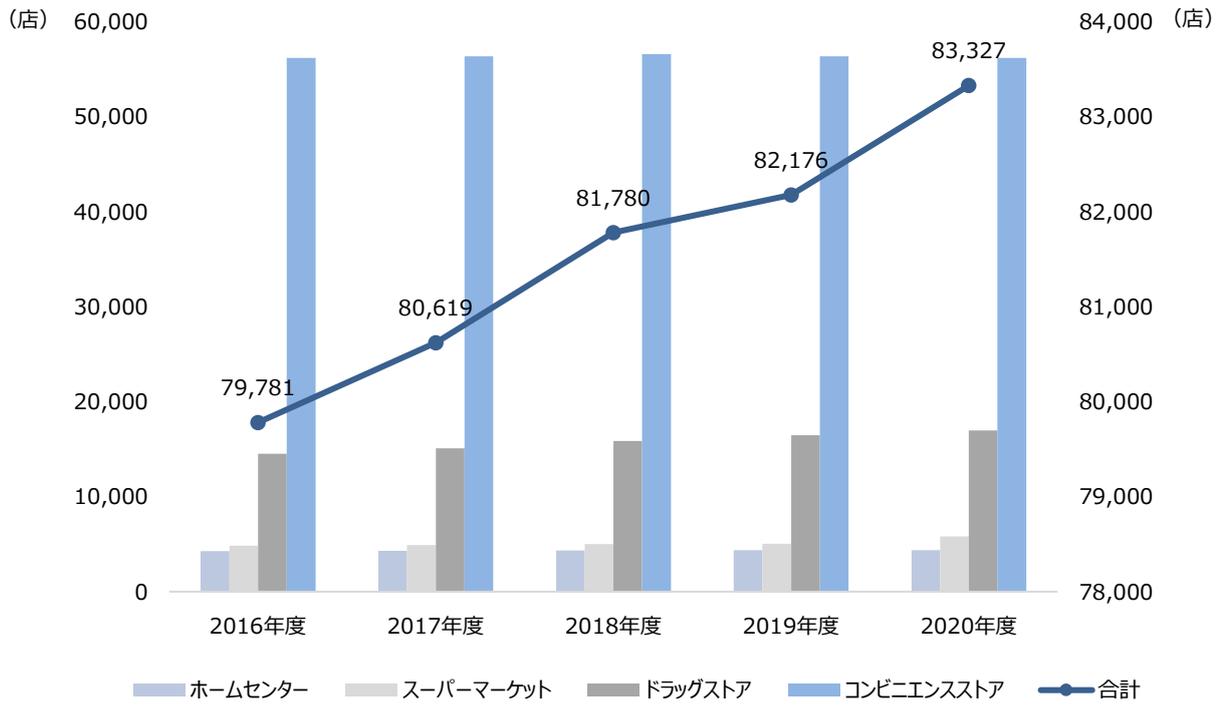
電通「ナレッジ&データ 日本の広告費」より弊社作成 (https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/)

※図 2 BtoB-EC 市場規模の推移



経済産業省 令和 2 年度産業経済研究委託事業 (電子商取引に関する市場調査)

※図3 リアル店舗事業所数（一部）



経済産業省「商業動態統計」より弊社作成

以上