2022年3月4日

各　位

会 社 名　株式会社アマナ
代 表 者　代表取締役社長　　進藤　博信
（コード番号　2402　東証マザーズ）
問合せ先　取締役 Platform Design 部門担当
石亀　幸大
（TEL. 03-3740-4011）

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

○開催状況

開催日時	2022年３月４日（金） 15:00～16:00
開催方法	オンラインによる開催
説明会資料名	2021年12月期決算説明資料

【添付資料】

投資説明会において使用した資料

以　上

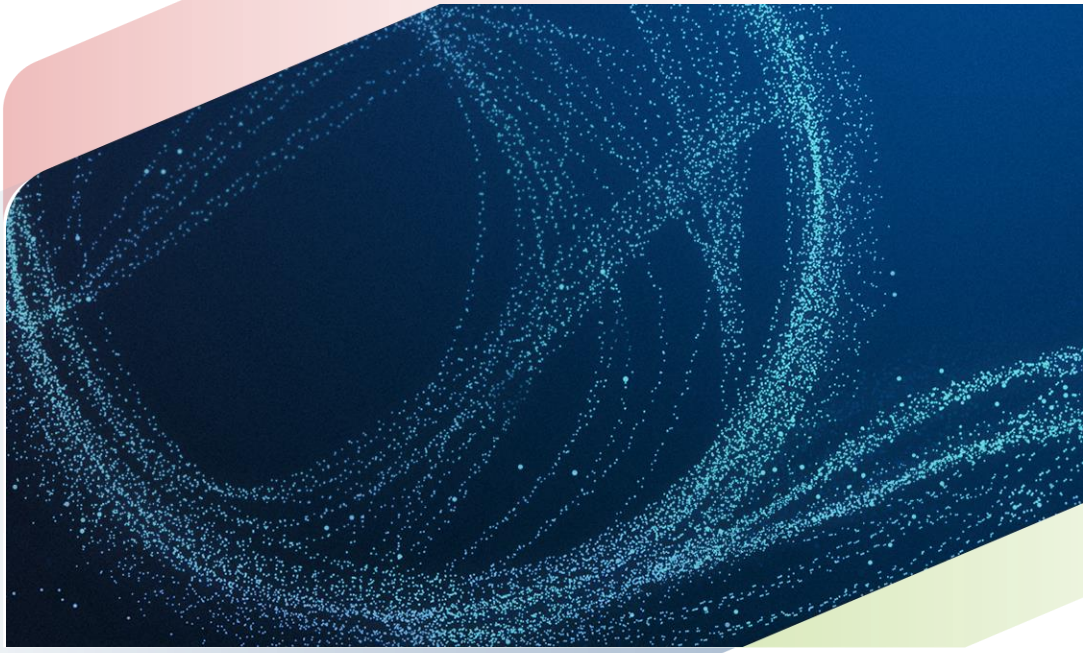
株式会社アマナ

2021年12月期

決算説明資料

(東証マザーズ 2402)

2022年3月



この資料に記載されている見通しや戦略などのうち、過去の事実以外は将来の見通しに関する記述であり、これらは現時点で入手可能な情報に基づき作成しています。
実際の業績等はこれら見通しと異なる結果となる可能性があります。

amana

本日の説明内容

- **2021年12月期　業績説明**
- **中期経営計画（2021-2023）｜2022年における重点テーマ**
- **2022年12月期　業績予想**

本日の説明内容

■ 2021年12月期　業績説明

■ 中期経営計画（2021-2023）｜2022年における重点テーマ

■ 2022年12月期　業績予想

2021年12月期　業績説明

単位：百万円	2021年 実績	2021年 計画	計画比	2020年 実績	前期比
売上高	17,748	19,470	91.2%	17,268	2.8%
売上総利益	7,723	8,720	88.6%	7,208	7.1%
販管費	7,560	8,315	90.9%	8,731	△13.4%
営業利益	163	405	40.3%	△1,523	–
経常利益	44	285	15.7%	△1,478	–
親会社株主に 帰属する 当期純利益	82	165	50.1%	△2,467	–

2021年12月期　業績説明

営業利益以下｜主な要因

単位：百万円	2021年 実績	2021年 計画	2021年実績｜主な要因
営業利益	163	405	為替差益 70 受取保険金 24 助成金収入 21 支払利息 156 シンジケートローン手数料 70
経常利益	44	285	投資有価証券売却益 87 関係会社株式売却益 15 法人税等合計 13 非支配株主帰属利益 44
親会社株主に 帰属する 当期純利益	82	165	

2021年12月期　業績説明

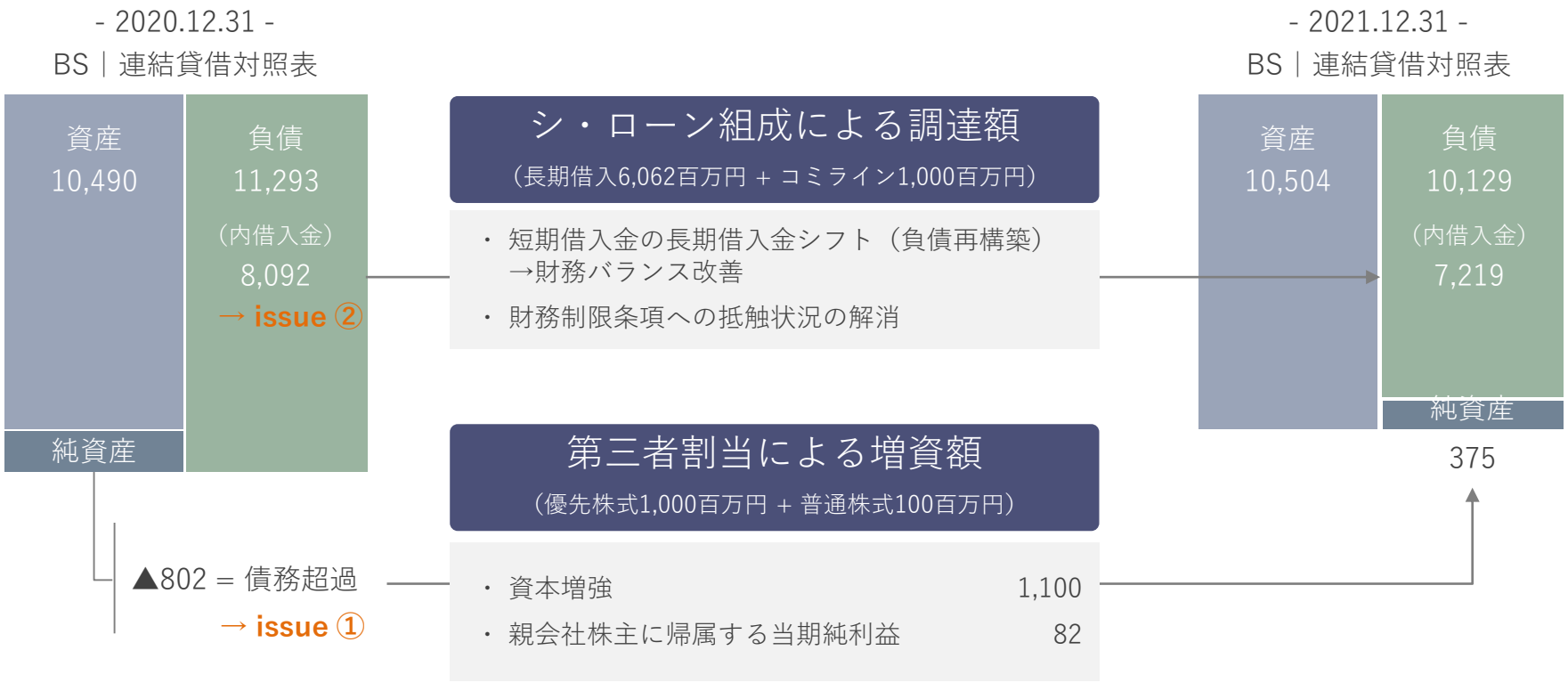
単位：百万円	2021年 実績	2021年 計画	計画比	2020年 実績	前期比
売上高	17,748	19,470	91.2%	17,268	2.8%
売上総利益	7,723	8,720	88.6%	7,208	7.1%
販管費	7,560	8,315	90.9%	8,731	△13.4%
営業利益	163	405	40.3%	△1,523	–
経常利益	44	285	15.7%	△1,478	–
親会社株主に 帰属する 当期純利益	82	165	50.1%	△2,467	–

2021年12月期の連結BSにおける純資産の部の合計額：375

2021年12月期　業績説明

財政状態

資本政策（資本増強及び負債再構築）の実施により issue ① 債務超過の解消 と issue ② 財務基盤の安定化 を実現

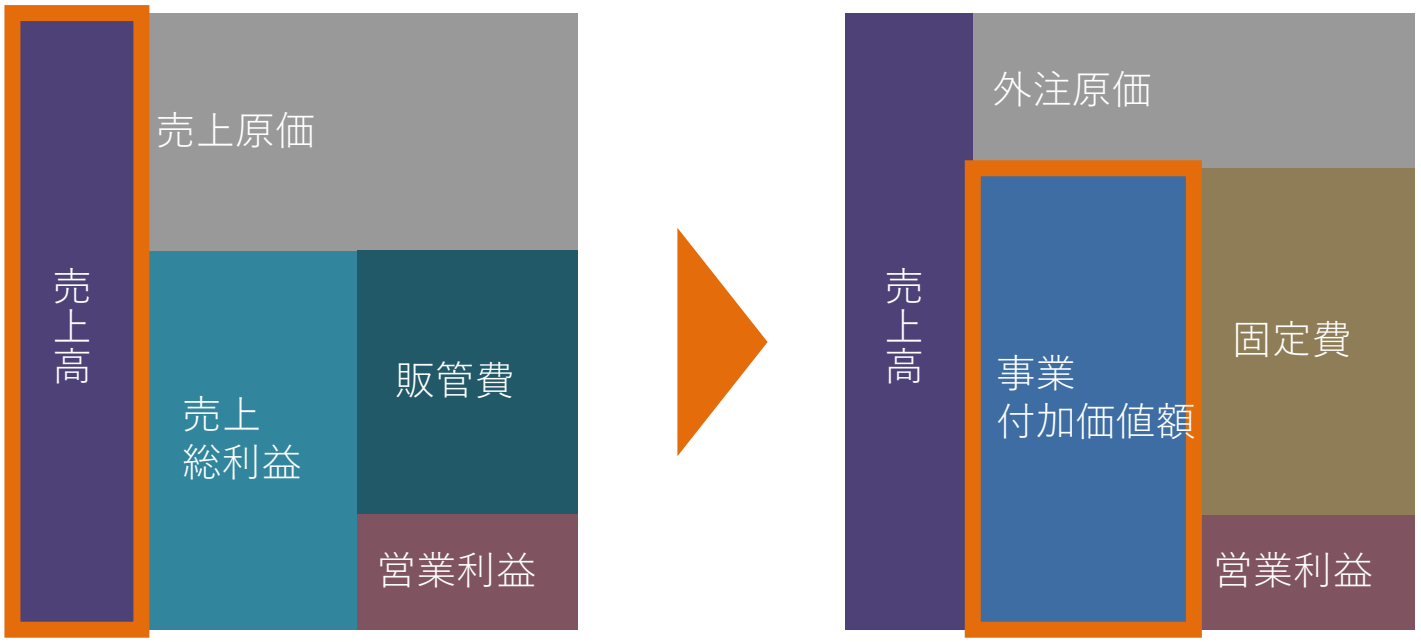


「継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような事象又は状況」を解消

重要指標｜事業付加価値額

提供するサービスが多岐にわたり、営業と制作がオーバーラップするモデル
→ 事業付加価値 と 固定費 の視点に基づくマネジメント手法を採用

事業付加価値額 ＝ 売上高 － 外注原価



※ 外注原価：外注費、制作材料費、ロケ出張費など、制作案件毎に発生する制作コスト

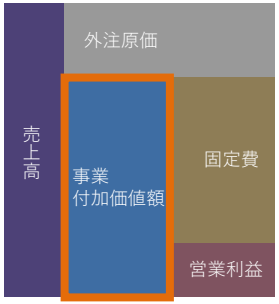
2021年12月期　業績説明

重要指標｜事業付加価値額

単位：百万円	2021年 実績
売上高	17,748
売上総利益	7,723
販管費	7,560
営業利益	163

	2021年 実績
売上高	17,748
事業付加価値額	9,382
固定費	9,219
営業利益	163





2021年12月期　業績説明

単位：百万円	2021年 実績	2021年 計画	計画比	2020年 実績	前期比
売上高	17,748	19,470	91.2%	17,268	2.8%
事業付加価値 %	9,382 52.9%	10,700 55.0%	87.7% △2.1pts	9,416 54.5%	△0.4% △1.7pts
固定費	9,219	10,295	89.5%	10,940	△15.7%
営業利益	163	405	40.3%	△1,523	－
稼働人員（人） ※期間平均	942	987		1,101	
1人あたり 事業付加価値額 ※月次平均 単位：千円	830	903	91.9%	712	16.5%

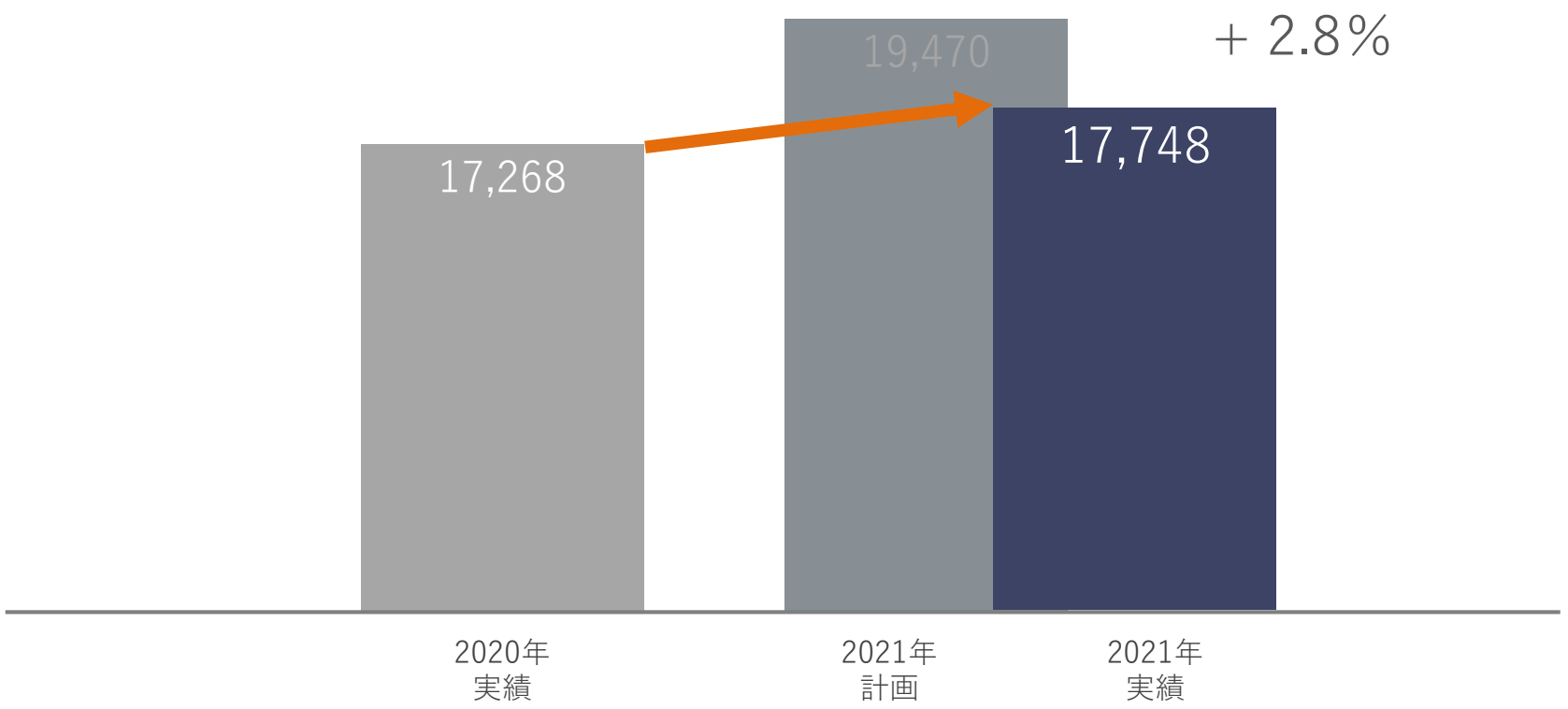
＊ 事業付加価値額＝売上高－外注原価　　＊固定費＝制作経費（制作人件費・家賃他）＋販管費

2021年12月期　業績説明

売上高｜　前期を上回ったものの計画水準には届かない進捗

・**外部要因：**新型**コロナウイルス**感染拡大等の影響を受けたマーケットトレンド

・**内部要因：**当社グループ財政状態（**債務超過**等）による与信観点での機会損失

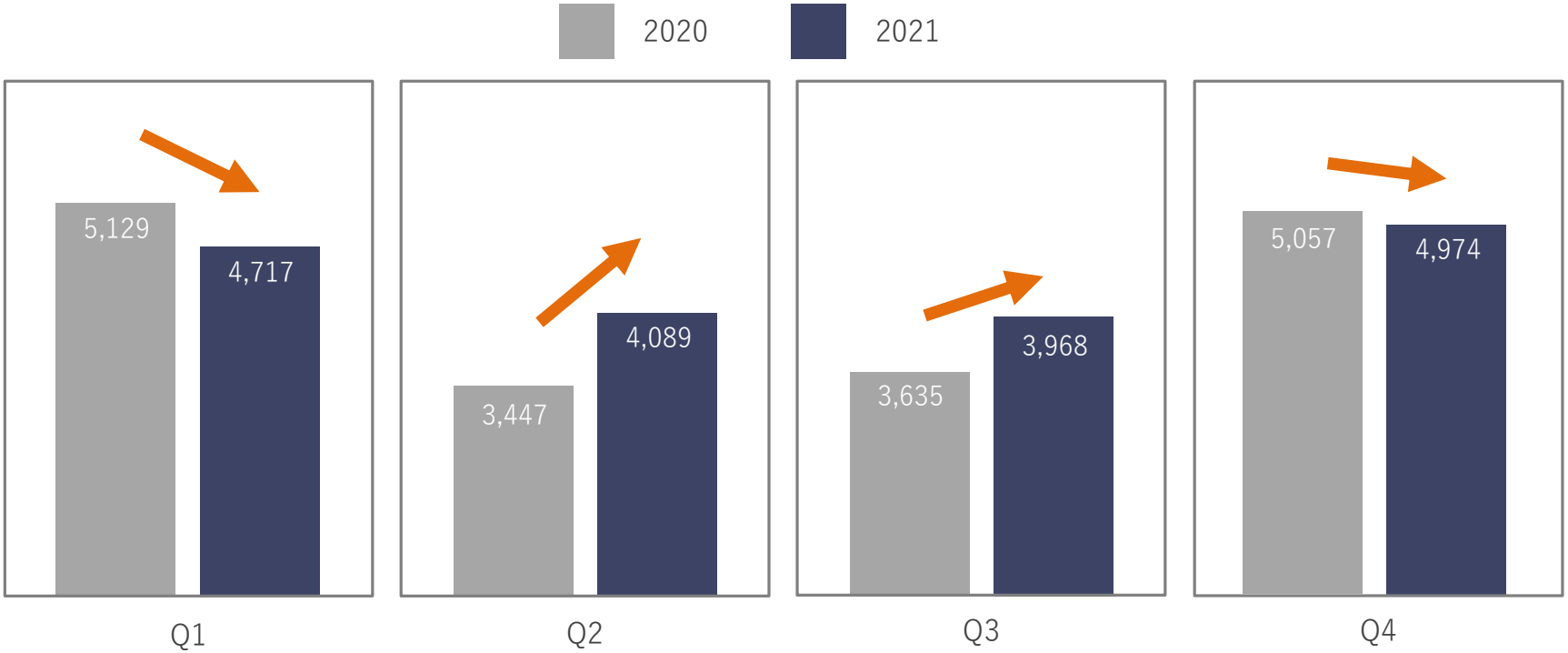


2021年12月期　業績説明

売上高｜　四半期別推移

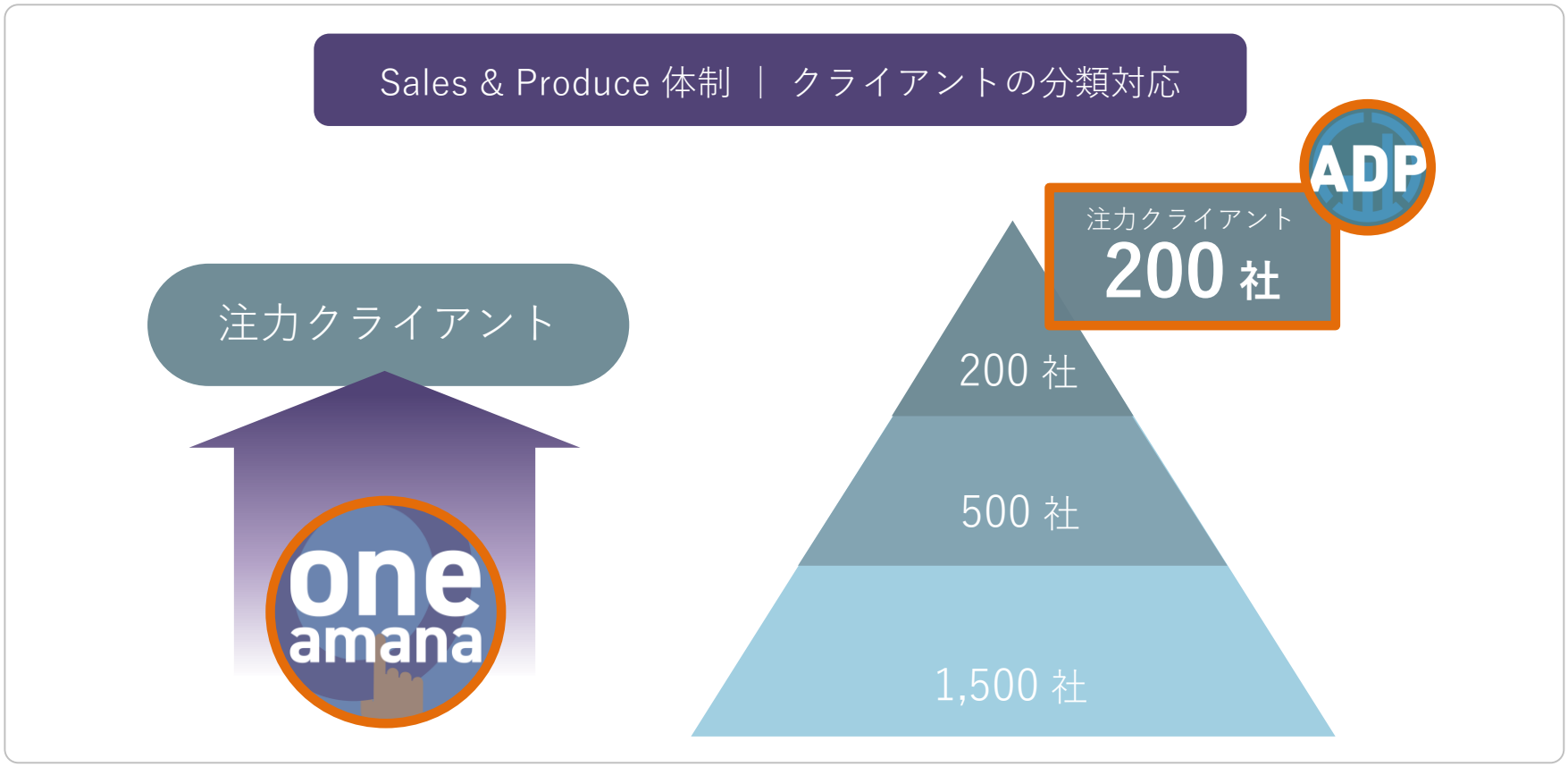
前年同期比では Q2・Q3 が増加となった一方で Q4 が減少

Q3が新型コロナウイルス感染再拡大（第 5 波）の期間にあたり、営業活動が一部制限を受け、
Q4の売上高の先行指標となる受注高の進捗が停滞したことも一要因



ABM
Account Based Model

One amana視点で 全社横断型の戦略的営業体制を構築
顧客単位で戦略を考える“アカウントベースドモデル”を採用



※1 ADP（Account Design Program）　アカウント単位（クライアント企業単位）でアカウントチームによるアカウントプランを策定のうえ全社で推進するPDCAの枠組み

2021年12月期　業績説明

Account Design Program

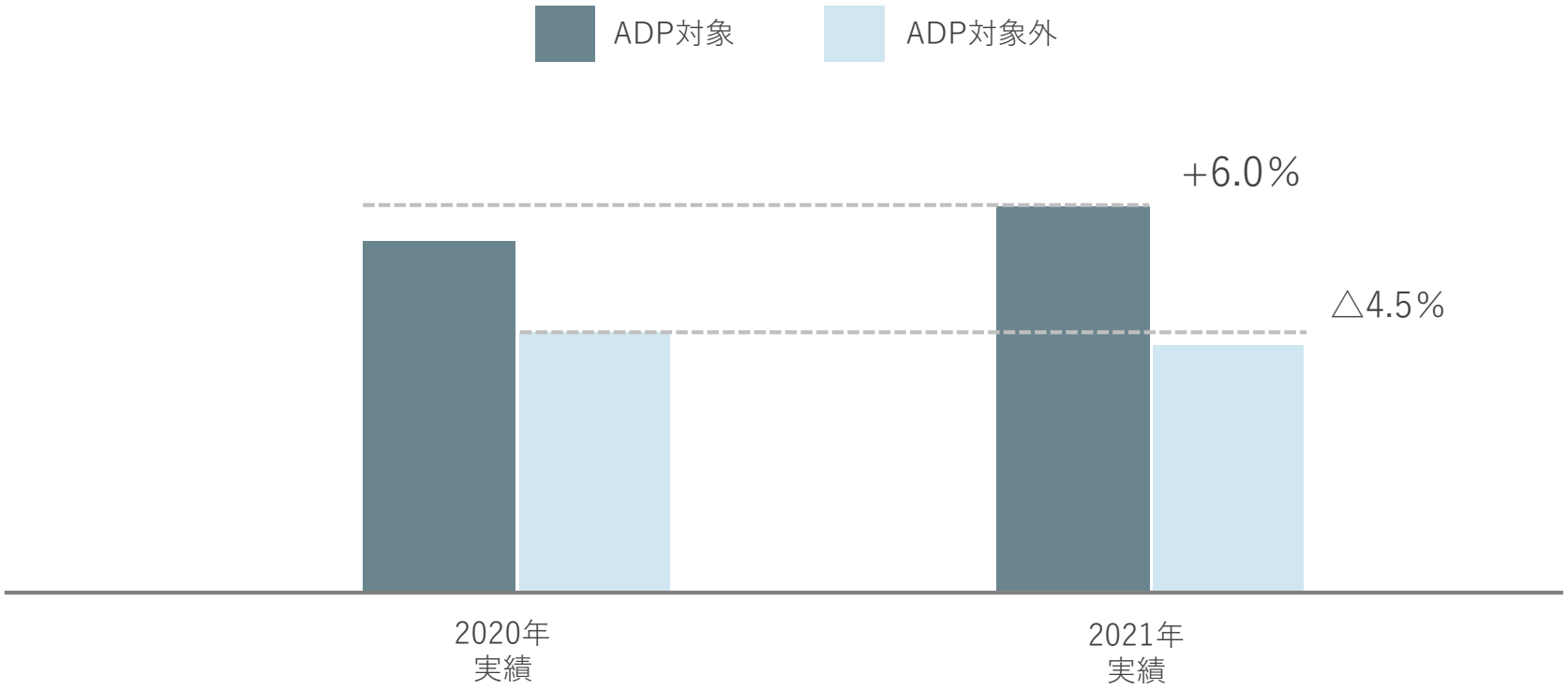
ADP対象企業宛の売上高は 売上高構成比60%程度を占め 回復傾向

（ADP対象外宛の売上高と比較して前期比の成長率が高くトップライン維持に寄与）

次期にむけて、ADP対象企業の拡大・再選定、対象企業別の戦略策定を強化

（2022年期初において 売上高構成比80%程度カバーを企図し ADP対象企業 330社 を選定）

→ トップライン再成長へ



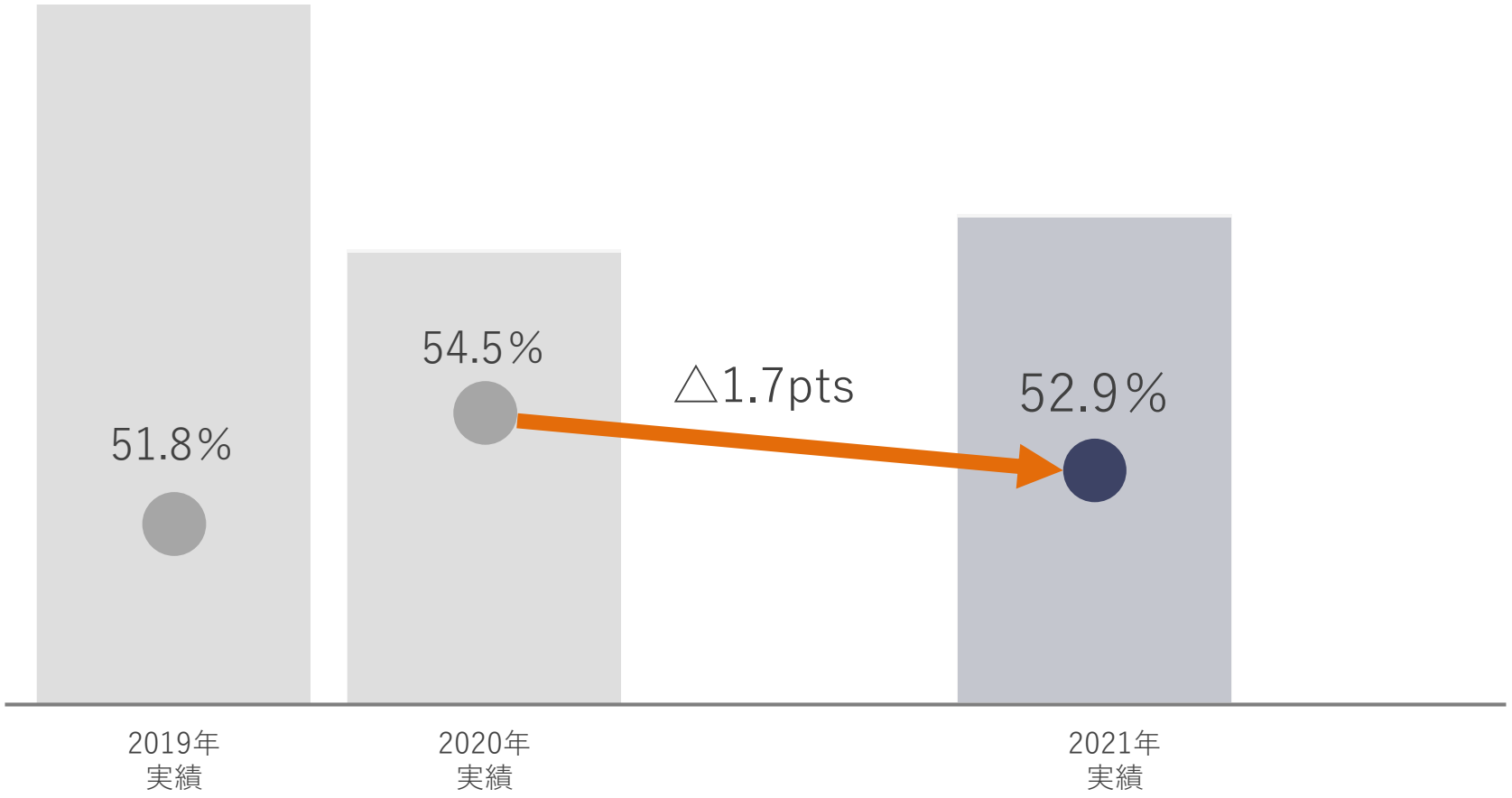
2021年12月期　業績説明

単位：百万円	2021年 実績	2021年 計画	計画比	2020年 実績	前期比
売上高	17,748	19,470	91.2%	17,268	2.8%
事業付加価値 %	9,382 52.9%	10,700 55.0%	87.7% △2.1pts	9,416 54.5%	△0.4% △1.7pts
固定費	9,219	10,295	89.5%	10,940	△15.7%
営業利益	163	405	40.3%	△1,523	－
稼働人員（人） ※期間平均	942	987		1,101	
1人あたり 事業付加価値額 ※月次平均 単位：千円	830	903	91.9%	712	16.5%

＊ 事業付加価値額＝売上高－外注原価　　＊固定費＝制作経費（制作人件費・家賃他）＋販管費

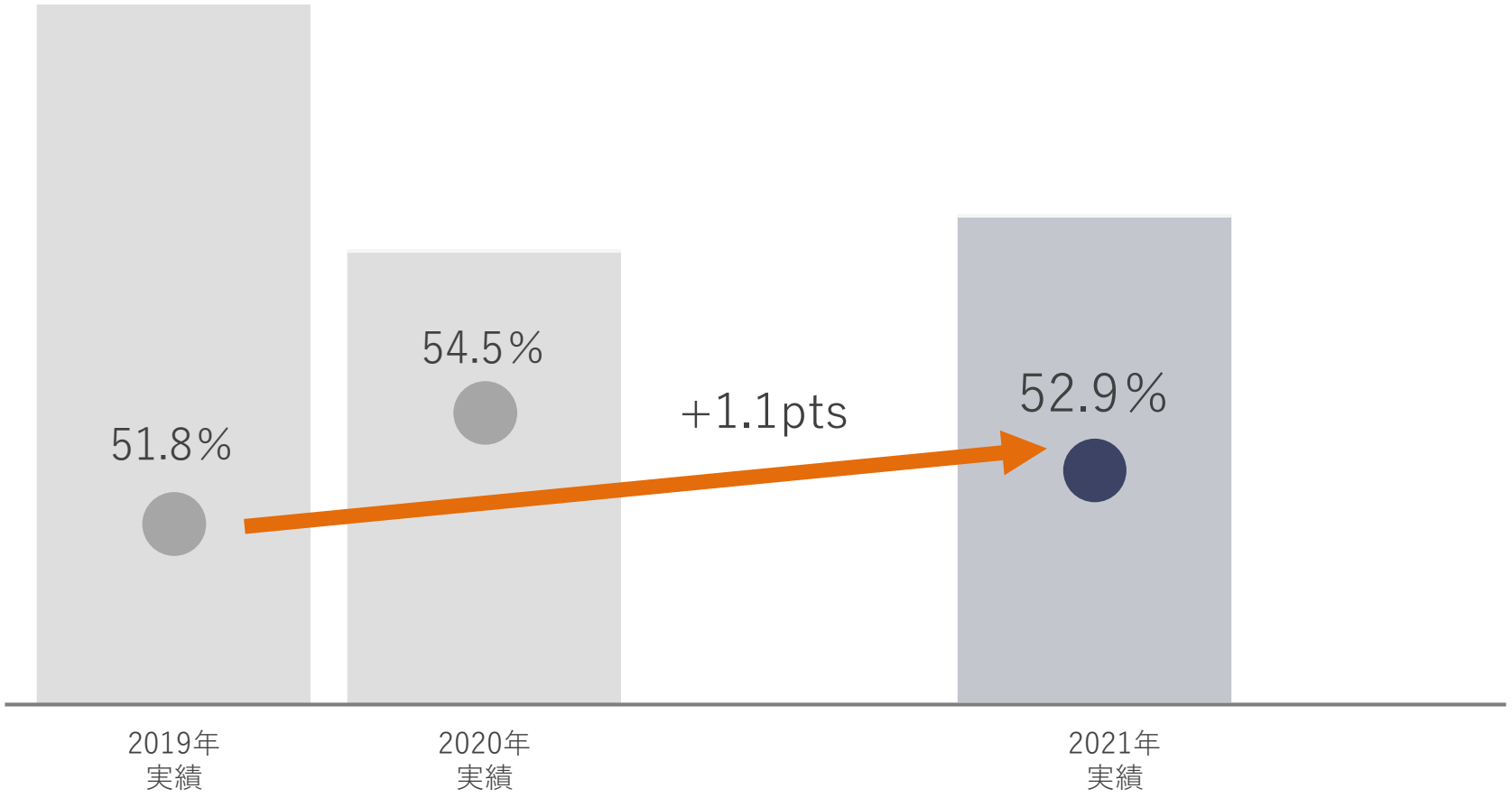
事業付加価値｜売上高の増加の一方で 事業付加価値額は前期を若干下回る

外注費コントロール施策の浸透と成果の顕在化に時間を要しており
事業付加価値率が前期を下回る

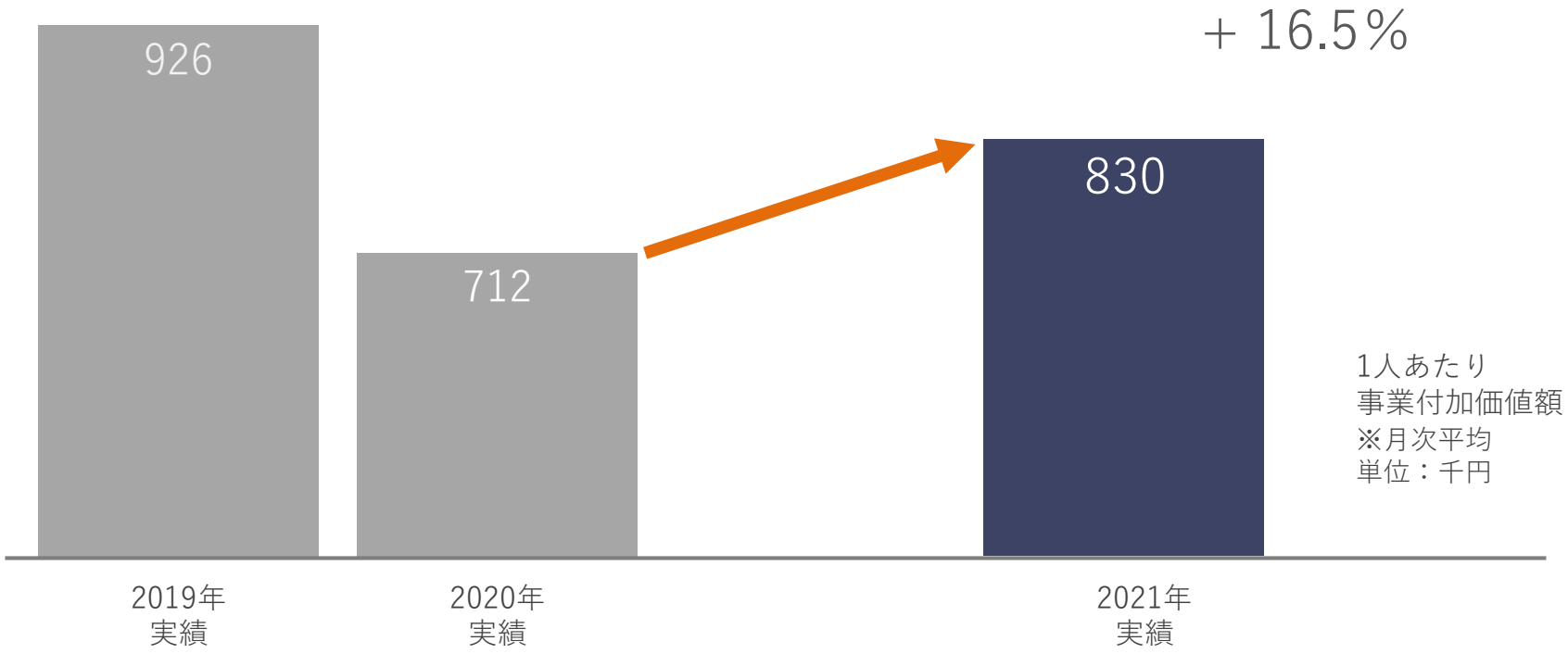


事業付加価値｜売上高の増加の一方で 事業付加価値額は前期を若干下回る

外注費コントロール施策の浸透と成果の顕在化に時間を要しており
事業付加価値率が前期を下回る

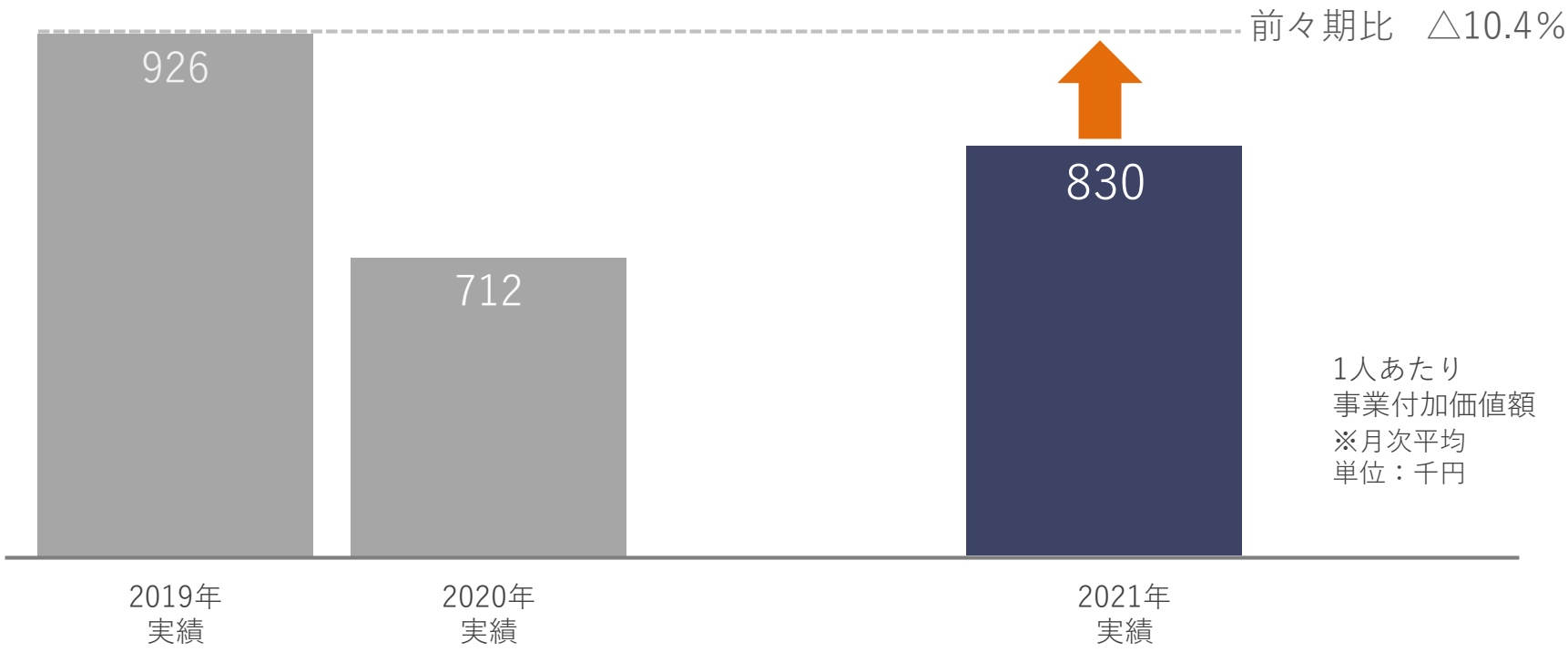


事業付加価値｜生産性の観点から重視している指標“一人あたり事業付加価値額”は前年同期を大きく上回る



事業付加価値｜生産性の観点から重視している指標“一人あたり事業付加価値額”は前年同期を大きく上回る

→ 2019年水準まで改善を図っていくことが 2022年数値計画の骨子

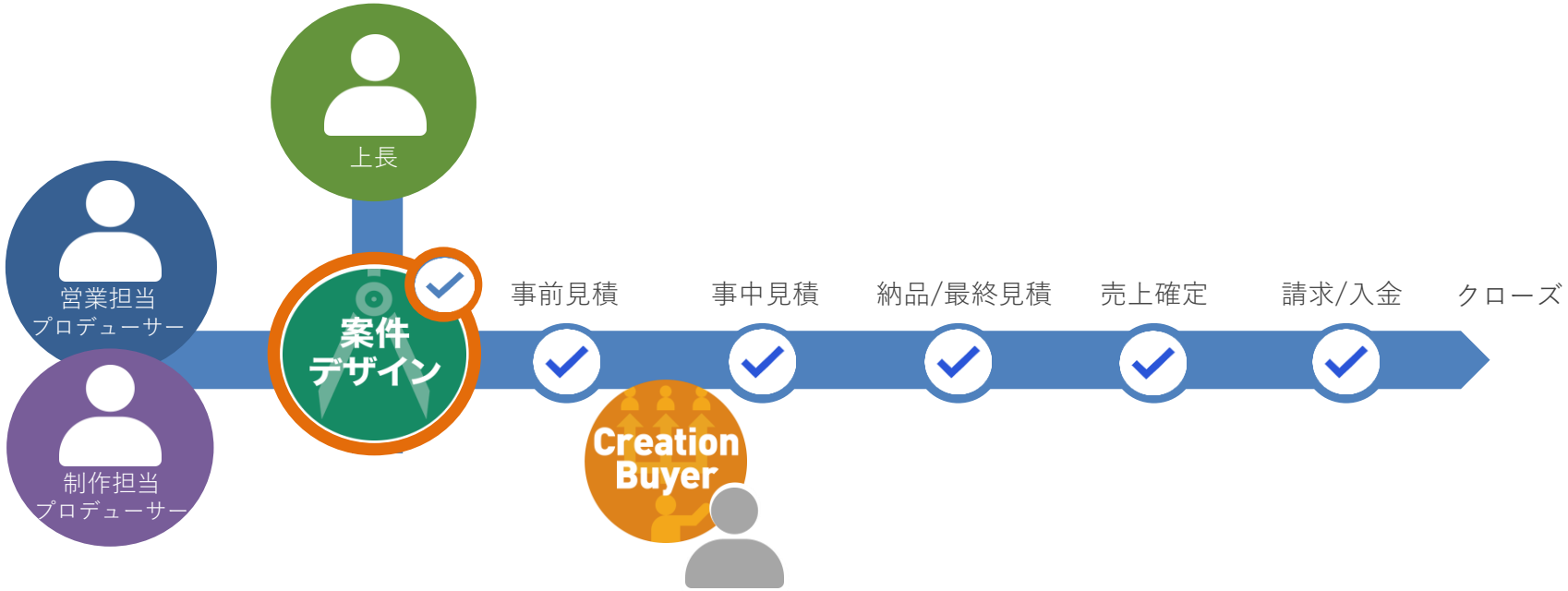


事業付加価値｜外注費コントロール施策の浸透と成果の顕在化に時間を要しており
事業付加価値率は前年同期を下回る

新販売管理システム
compass

→ 新販売管理システムのロンチを契機に“案件デザイン”を徹底

営業担当プロデューサーと制作担当プロデューサーの複眼的な体制での案件進行を徹底
上長他、案件担当以外メンバーも介在し客観的に利益管理に関する提案と実行支援を展開



受注前・受注時・制作中など 主に案件初期の各フェーズにおける“利益設計”に注力

2021年12月期　業績説明

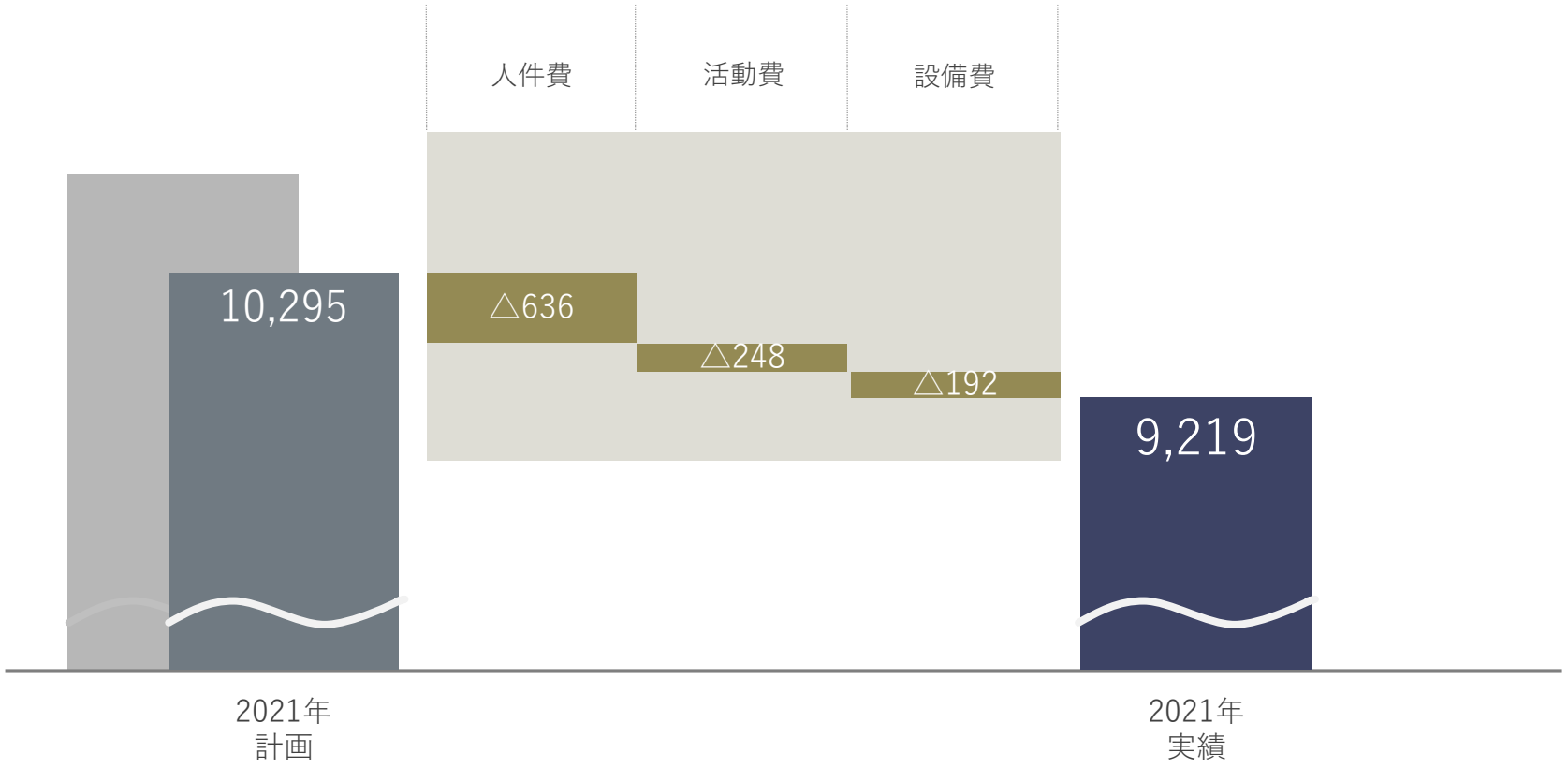
単位：百万円	2021年 実績	2021年 計画	計画比	2020年 実績	前期比
売上高	17,748	19,470	91.2%	17,268	2.8%
事業付加価値 %	9,382 52.9%	10,700 55.0%	87.7% △2.1pts	9,416 54.5%	△0.4% △1.7pts
固定費	9,219	10,295	89.5%	10,940	△15.7%
営業利益	163	405	40.3%	△1,523	－
稼働人員（人） ※期間平均	942	987		1,101	
1人あたり 事業付加価値額 ※月次平均 単位：千円	830	903	91.9%	712	16.5%

＊ 事業付加価値額＝売上高－外注原価　　＊固定費＝制作経費（制作人件費・家賃他）＋販管費

固定費｜　計画水準と比較してコントロールしている状態

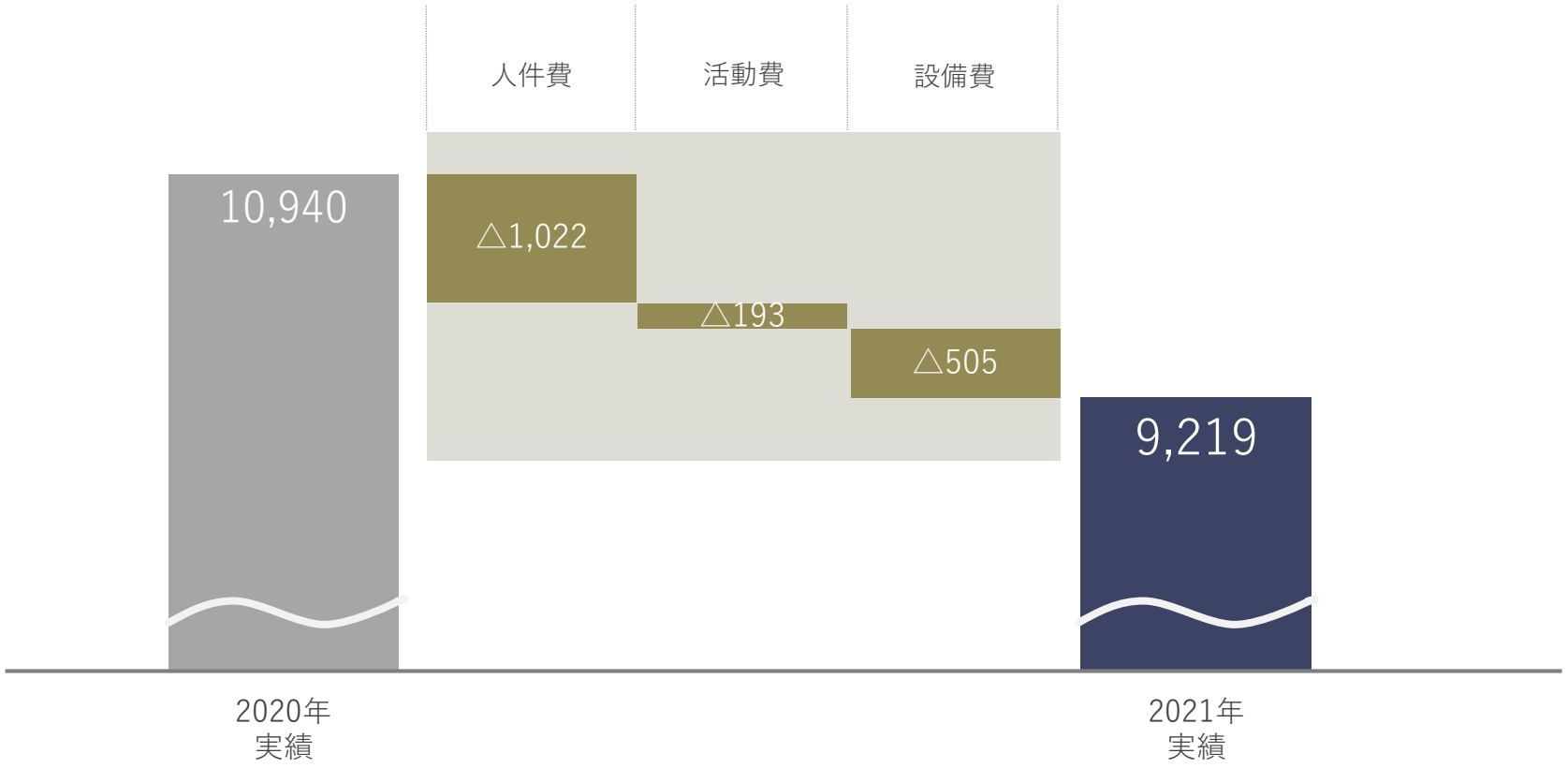
→ 営業利益の確保に向けて 売上高及び事業付加価値の計画未達を
固定費のコントロールにより 一部リカバリー

計画比 △10.5%



固定費｜　事業・組織のスクラップ＆ビルド推進による人件費のコントロール
ロケーション・ファシリティの最適化に伴う設備費の削減

前年同期比 △15.7％

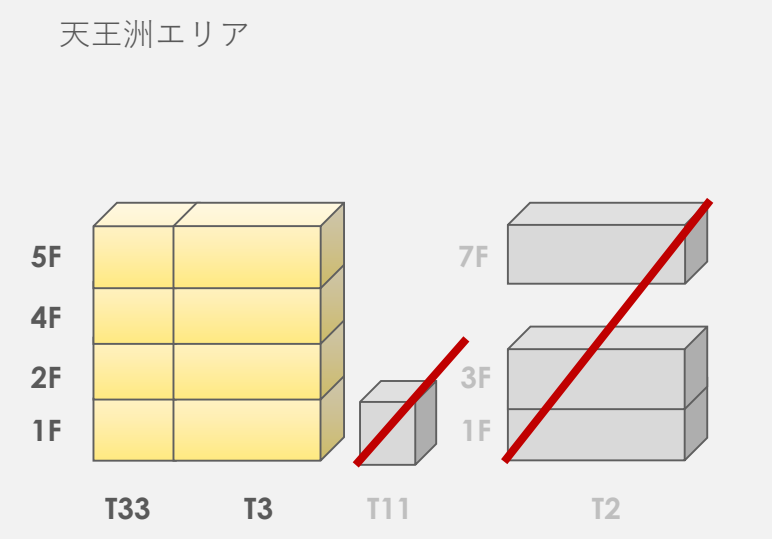


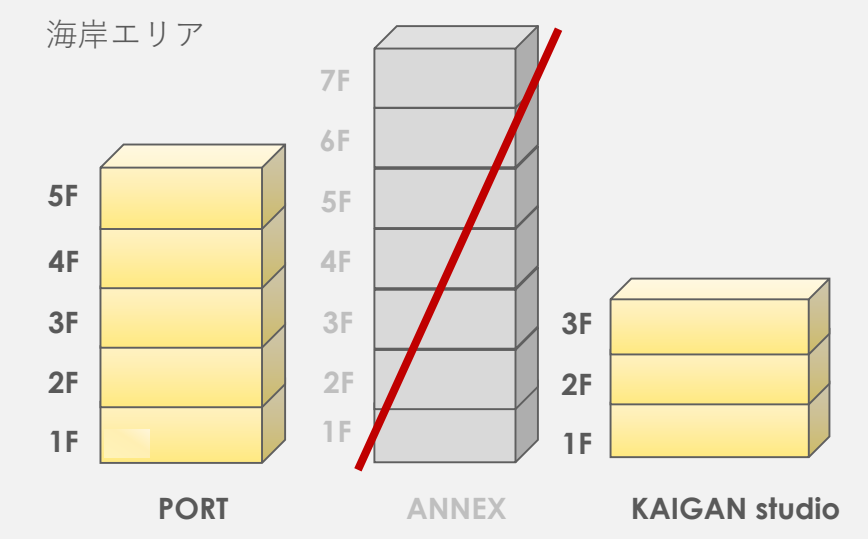
2021年12月期　業績説明

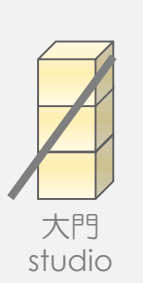
DX推進による働き方の進化を見据えた ロケーション・ファシリティの最適化

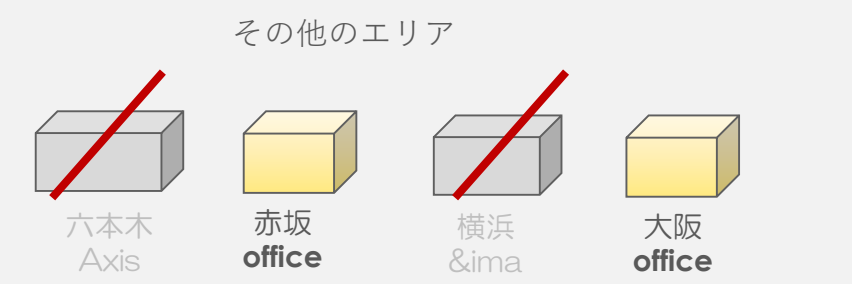
→ 前期末の退去により 家賃等の削減効果が 当期から大きく顕在化

（前年同期比｜家賃関連費▲444百万円）



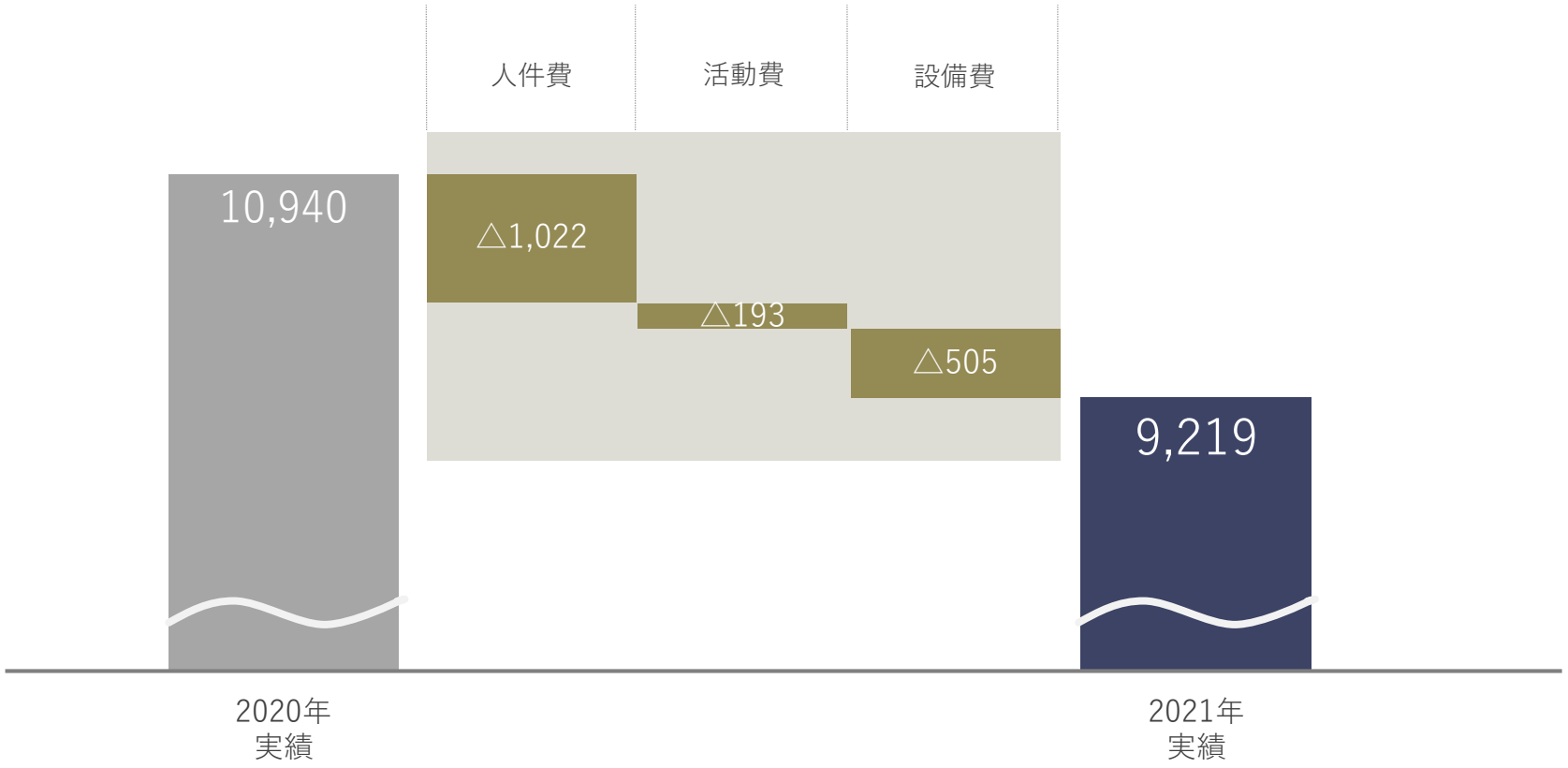






固定費｜　事業・組織のスクラップ＆ビルド推進による人件費のコントロール
ロケーション・ファシリティの最適化に伴う設備費の削減

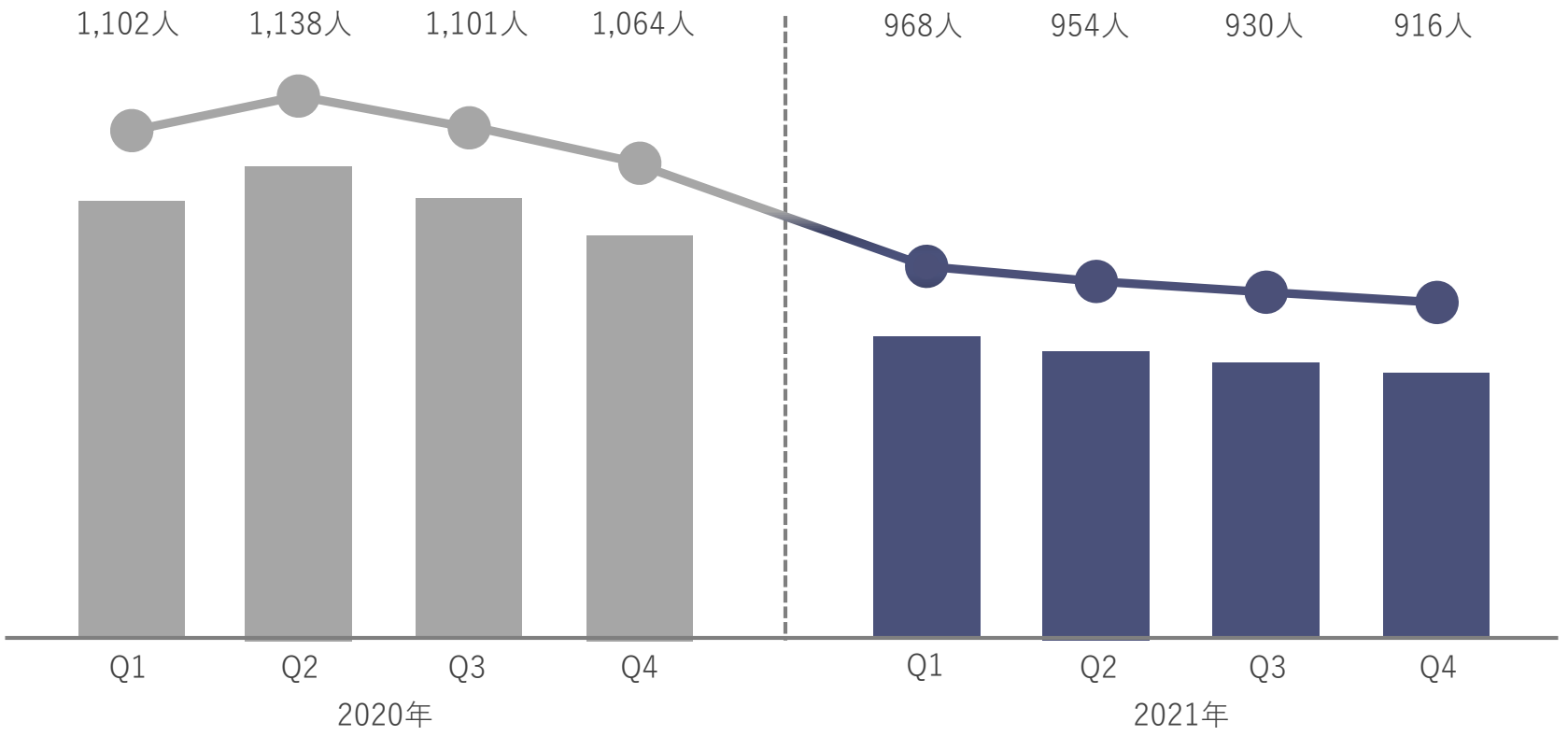
前年同期比 △15.7%



2021年12月期　業績説明

稼働人員数｜ 経営環境の変化に対応して事業・組織のスクラップ＆ビルド推進

→ 中期経営計画期（2021年-）に向けて人員数の最適化を図り
進行期においても業績進捗を勘案した人員数のコントロールを実施



※ 期中平均稼働人員数

本日の説明内容

■ 2021年12月期　業績説明

■ 中期経営計画（2021-2023）｜2022年における重点テーマ

■ 2022年12月期　業績予想

中期経営計画概要

中期経営計画｜目的・基本方針

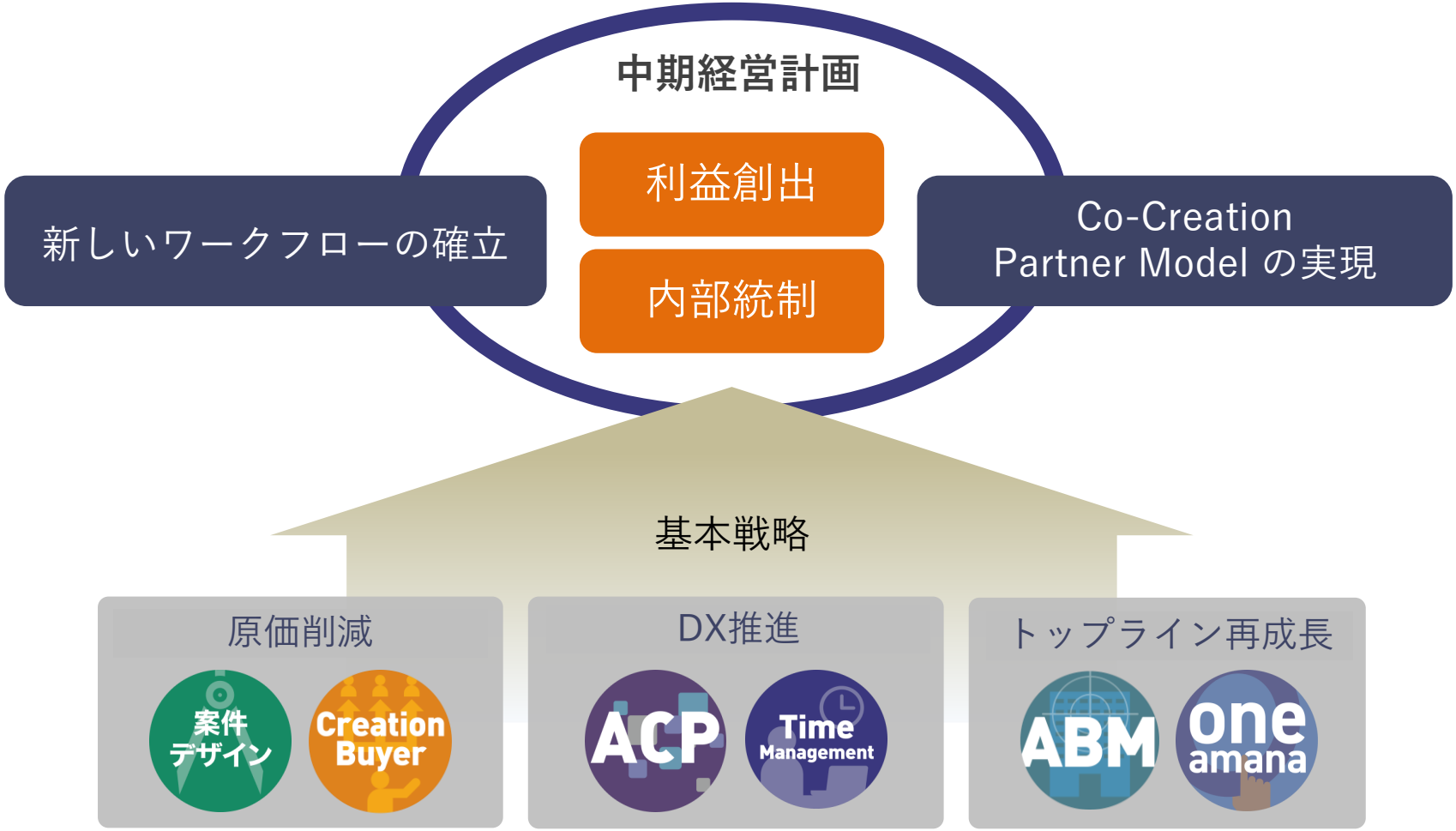
今、この不確実な時代に柔軟に対応して
持続的成長を実現するには
「利益創出」と**「内部統制」**の強化が必要です



この2つの課題解決を実現するプログラムが
「中期経営計画｜2021-2023」です

計画の基本方針は**「新しいワークフローの確立」**と
クライアントとの新たな関係値**「Co-Creation Partner Model の実現」**です

中期経営計画概要


中期経営計画
利益創出
内部統制
新しいワークフローの確立
Co-Creation
Partner Model の実現
基本戦略
原価削減
案件
デザイン
Creation
Buyer
DX推進
ACP
Time
Management
トップライン再成長
ABM
one
amana

中期経営計画｜2022年における重点テーマ

新しいワークフローの確立

利益創出

内部統制

Co-Creation
Partner Model の実現



中期経営計画｜2022年における重点テーマ

新しいワークフローの確立

利益創出

内部統制

Co-Creation
Partner Model の実現



中期経営計画｜2022年における重点テーマ

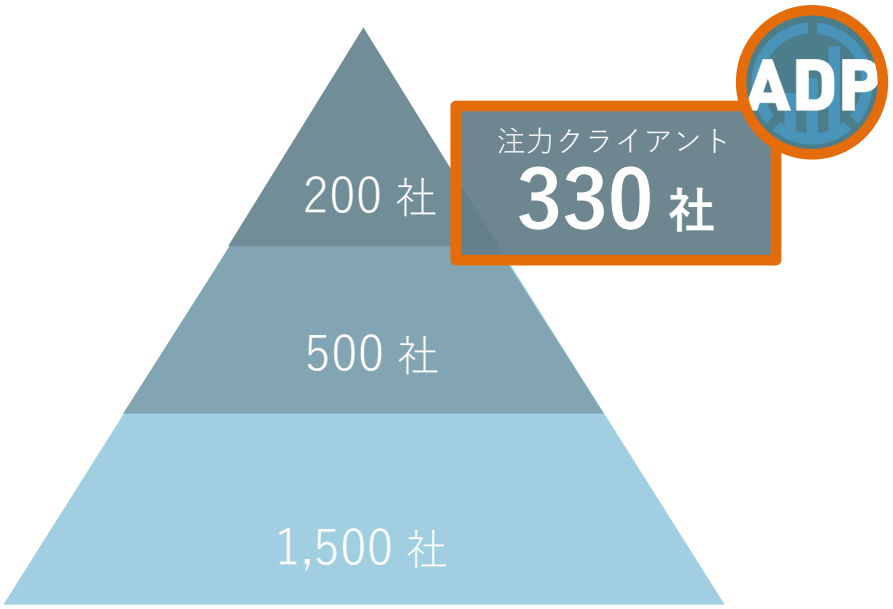
ABM
Account Based Model

One amana視点で 全社横断型の戦略的営業体制を構築
顧客単位で戦略を考える“アカウントベースドモデル”を採用

Sales & Produce 体制 ｜ クライアントの分類対応

注力クライアント

one amana



中期経営計画｜2022年における重点テーマ

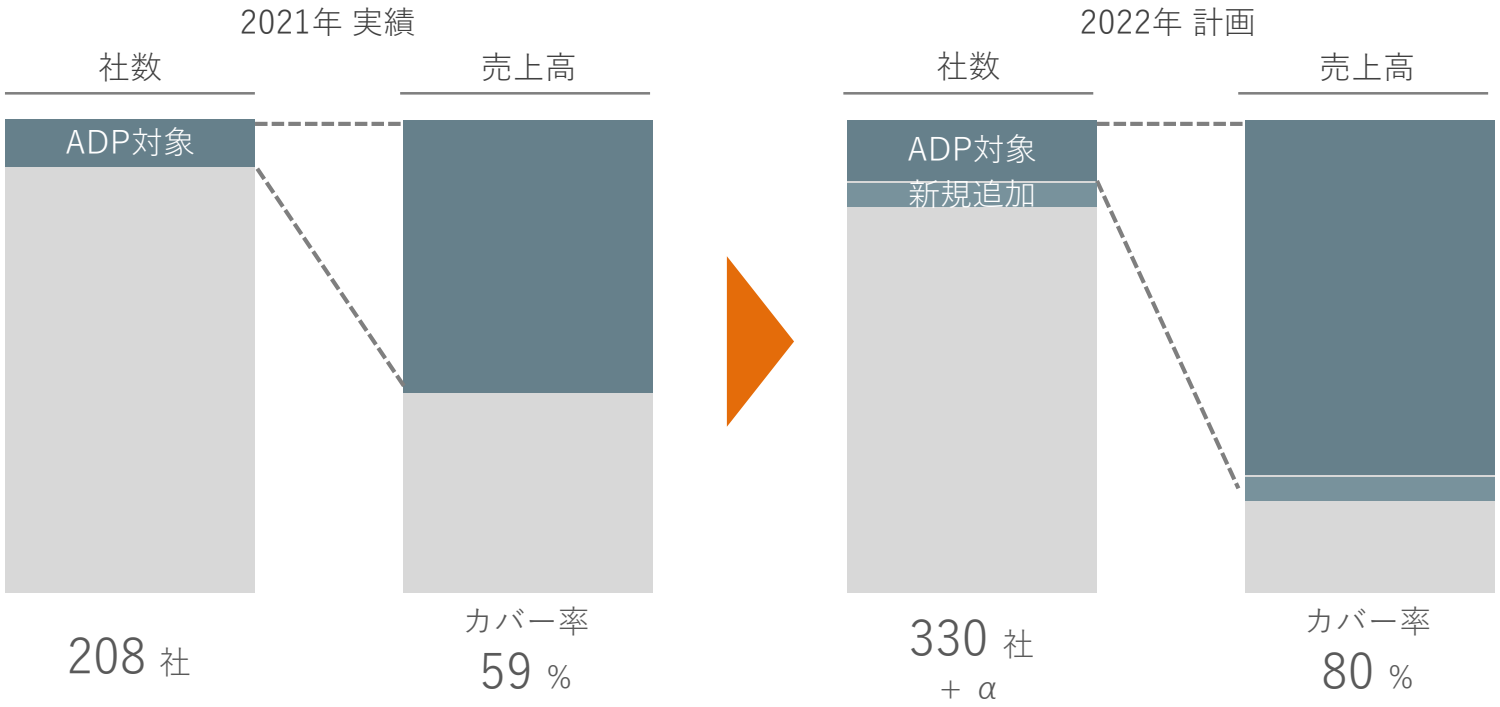
Account Design Program

アカウント単位（クライアント企業単位）でアカウントチームによる
アカウントプランを策定のうえ全社で推進するPDCAの枠組み

ADP対象企業の拡大・再選定、対象企業別の戦略の策定・遂行を強化

選択と集中による さらなる営業戦略の推進

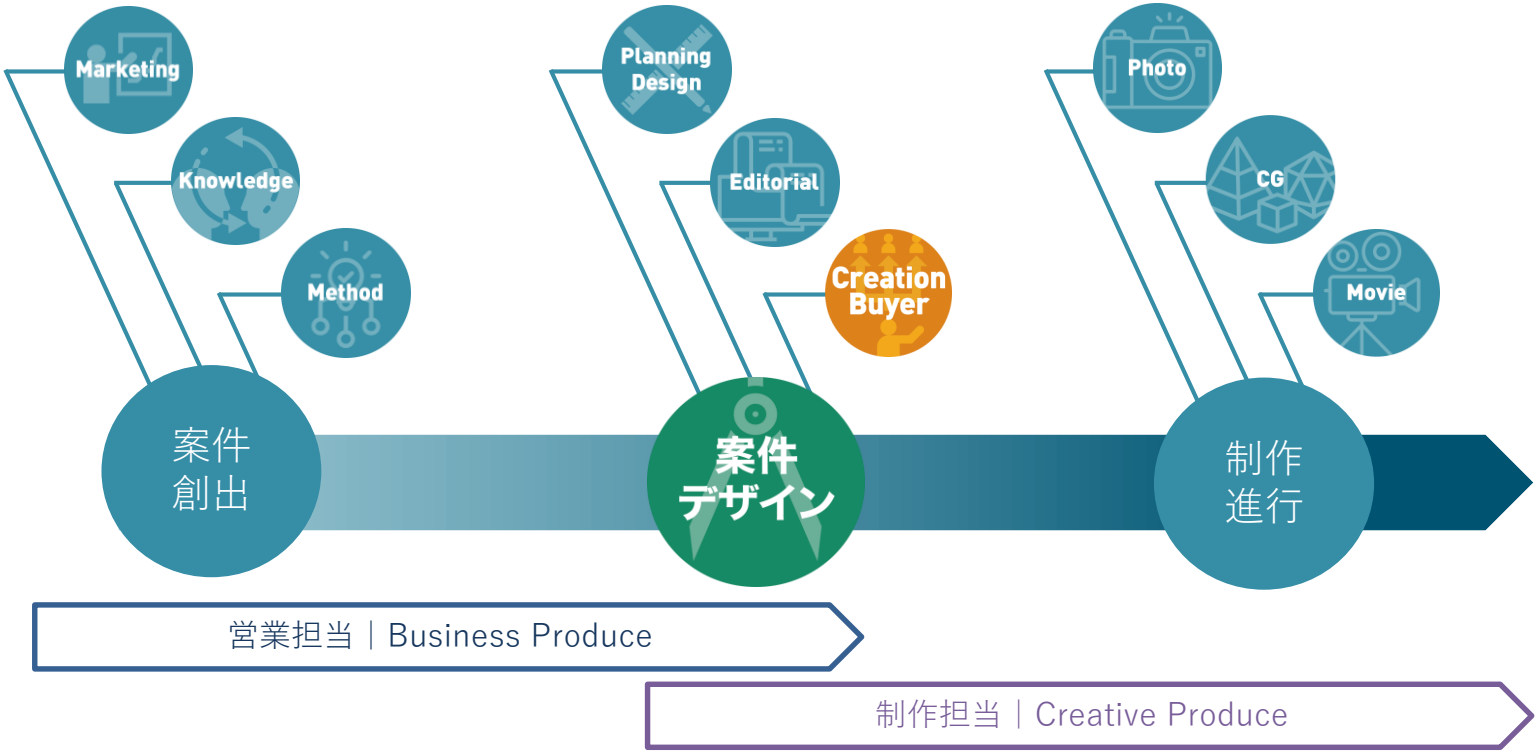
2022年期初において 売上高構成比80％程度カバーを企図し ADP対象企業 330社 を選定



中期経営計画｜2022年における重点テーマ

グループの総合力を活かし、対象企業との 継続的かつ発展的な関係構築 と 効率的なトップライン再成長・利益獲得 を企図

ADP推進｜案件フェーズにおける全社連携 （総合力を活かした戦い方）



中期経営計画｜2022年における重点テーマ

新しいワークフローの確立

利益創出

内部統制

Co-Creation
Partner Model の実現

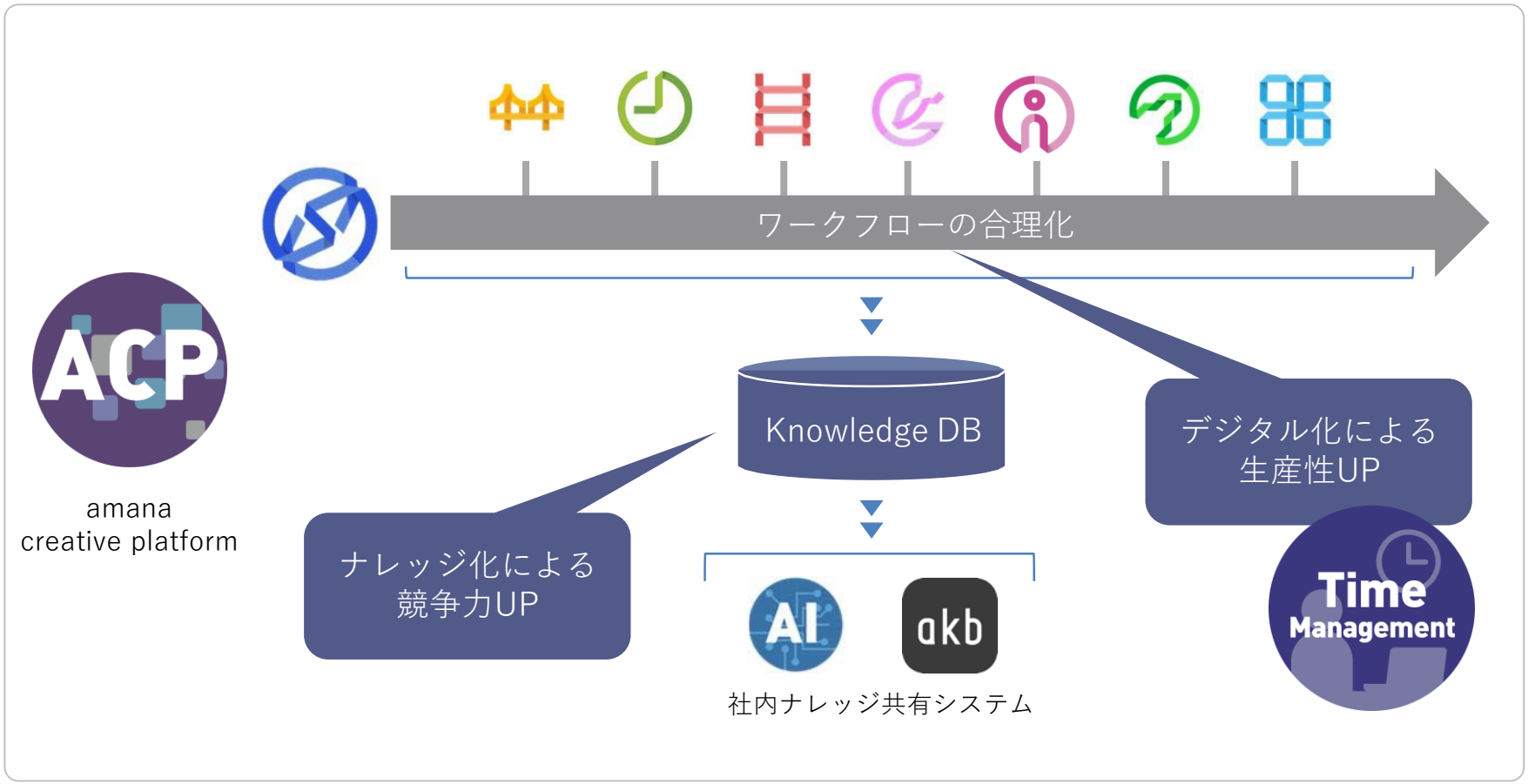


中期経営計画｜2022年における重点テーマ

新販売管理システム
compass

ACP（グループ独自のITプラットフォーム）の中心となるcompass（販売管理システム）のリニューアル

デジタル化による生産性の向上、ナレッジ活用による効率性と競争力の向上を実現するDXを推進

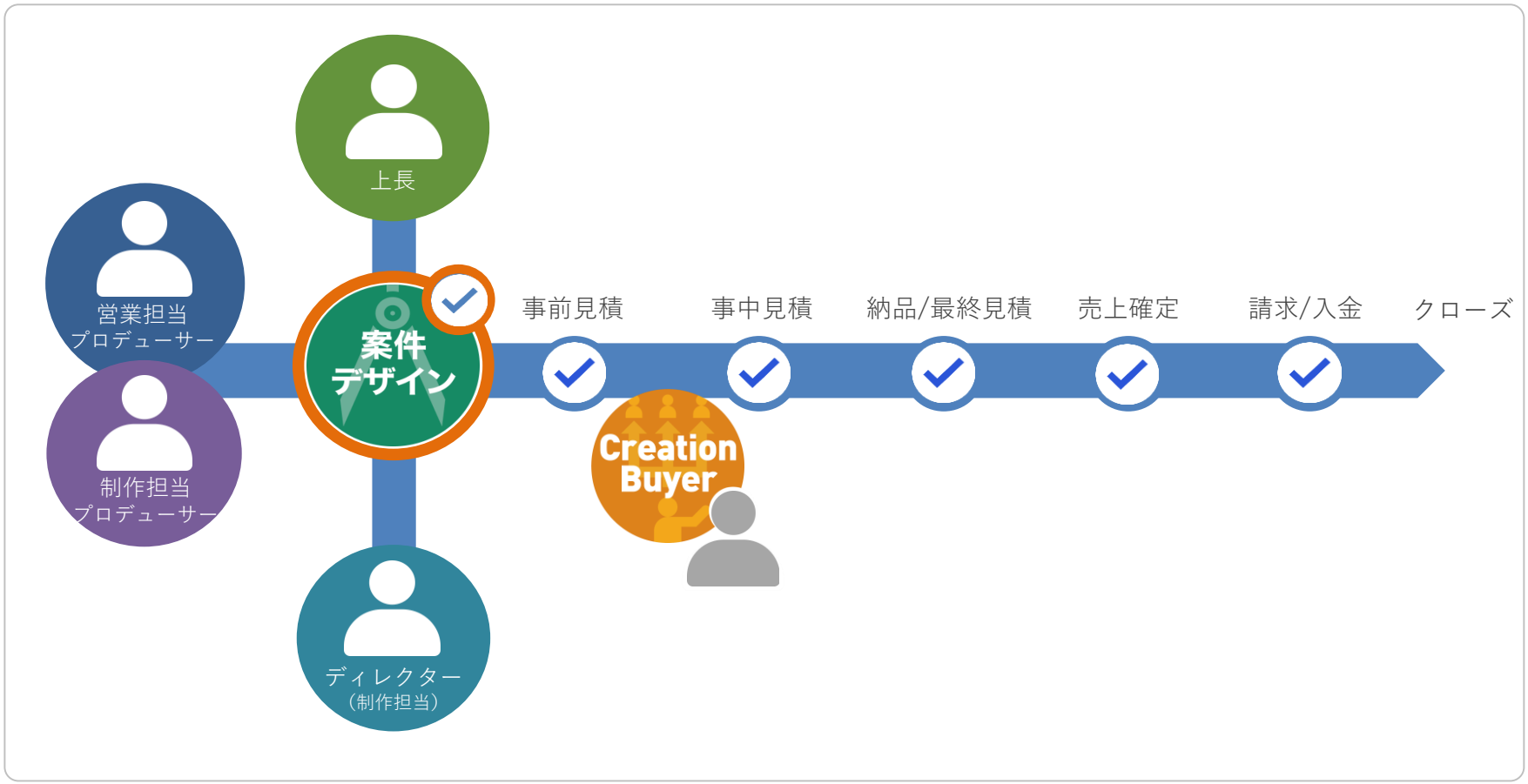


中期経営計画｜2022年における重点テーマ

新販売管理システム
compass

ACP（グループ独自のITプラットフォーム）の中心となるcompass（販売管理システム）のリニューアル

十分なチェック・モニタリングが機能するプロセスを構築し、案件毎の利益管理を徹底、外部発注プロセスの最適化による収益性の向上を企図



中期経営計画｜2022年における重点テーマ

新しいワークフローの確立

利益創出

内部統制

Co-Creation
Partner Model の実現



中期経営計画｜2022年における重点テーマ

セルフタイムマネジメントアプリ「sketch」をバージョンアップ

稼働状況（計画・実績）を即時に可視化。
生産性向上／働き方改革を両立させる施策をsketchで実現

sketch

タイムマネジメントの
ステップアップ

Step 1



全ての予定をカレンダーに入力することで、スタッフ一人一人の活動を可視化。

Step 2



Compassと連携。案件毎の稼働時間と中身を可視化。適正な人的リソース配分が可能に。

Step 3



内部コストと紐づき、案件毎の人的コストを可視化。案件デザインの計画と実績の比較レビューで収益の改善を加速。

- Q1：Compass連携開発
- Q2：Googleカレンダーと案件の連動
- Q3：ダッシュボード機能実装（案件情報連携）
- Q4：勤怠の自動取得

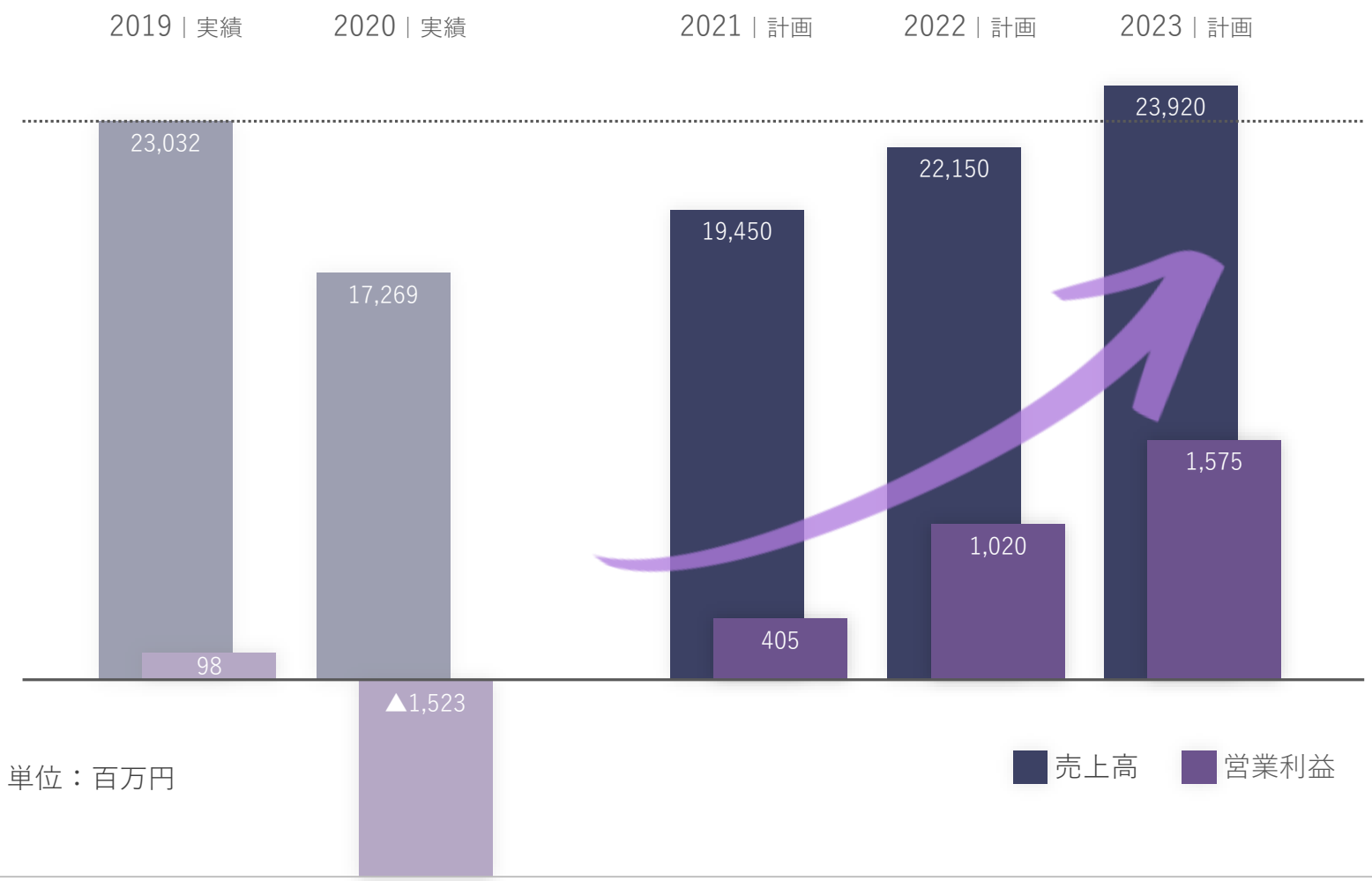
本日の説明内容

■ 2021年12月期　業績説明

■ 中期経営計画（2021-2023）｜2022年における重点テーマ

■ 2022年12月期　業績予想

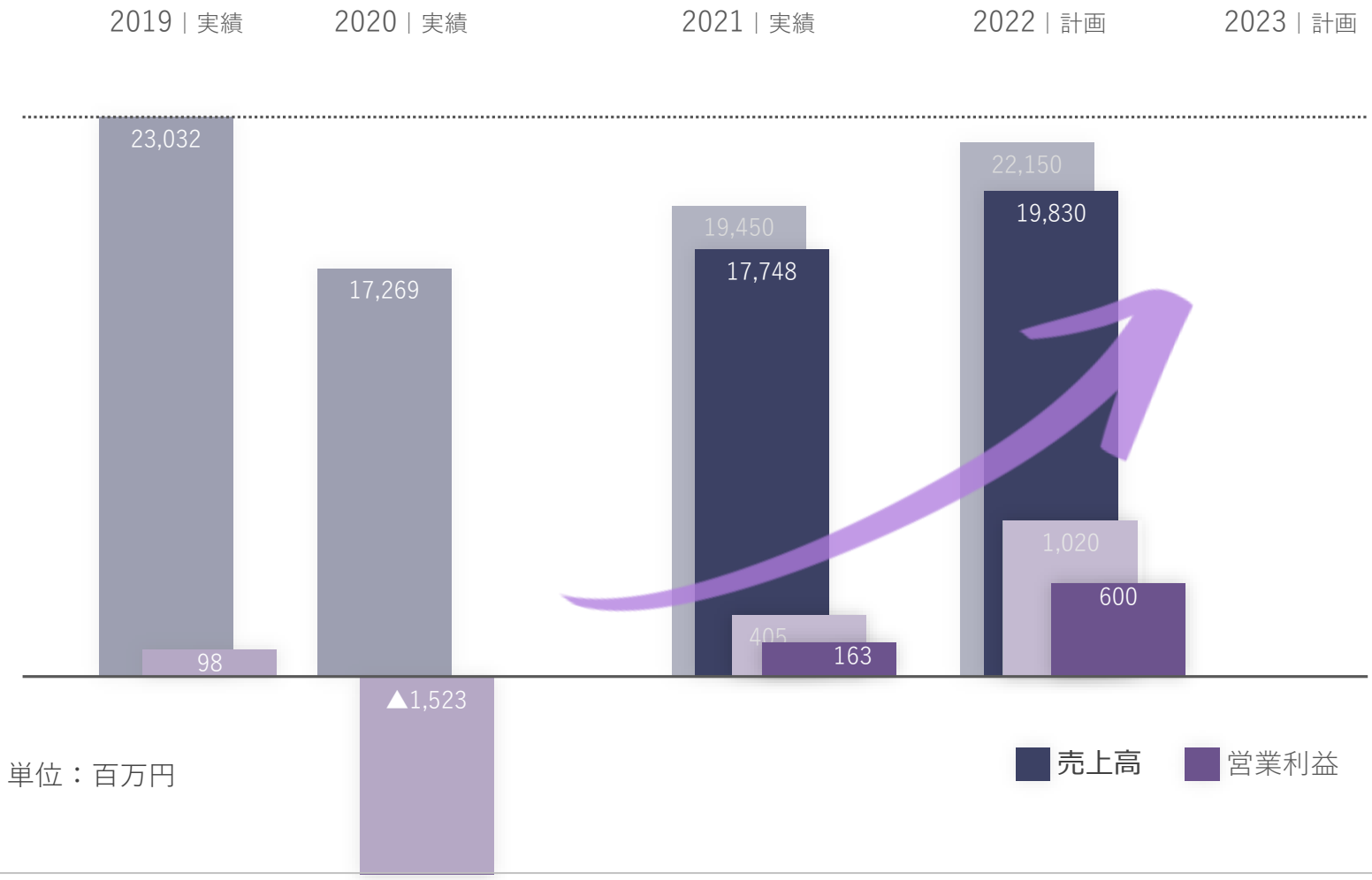
中期経営計画概要｜数値計画



中期経営計画概要｜数値計画

2021年の実績を起点に 2022年の数値計画を修正

外部環境や中期経営計画の戦略・施策・数値の進捗を鑑み 2023年の数値計画の変更を検討

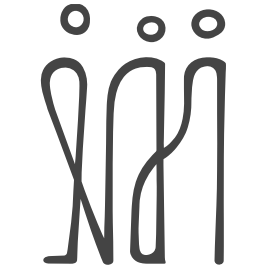


2022年12月期　業績予想

通期計画

単位：百万円

	2022年通期計画
売上高	19,830
営業利益	600
経常利益	390
親会社株主に帰属する当期純利益	280


amana