



2024年9月13日

各 位

会社名 株式会社イタミアート
代表者名 代表取締役社長 伊丹 一晃
(コード番号：168A 東証グロース)
問合せ先 取締役管理本部長 一ノ瀬 達也
(TEL：086-805-4150)

2025年1月期第2四半期(中間期)業績予想と実績の差異及び
通期業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、2024年4月8日に公表いたしました2025年1月期第2四半期(中間期)業績予想と実績に差異が生じたので、下記の通りお知らせいたします。また、2024年4月8日に公表いたしました2025年1月期業績予想につきましても、最近の業績動向を踏まえ、下記の通り修正いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 2025年1月期第2四半期(中間期)業績予想と実績の差異
(2024年2月1日~2024年7月31日)

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	中間純利益	1株当たり 中間純利益
前回発表予想(A)	1,761	155	149	104	78円73銭
今回実績(B)	1,807	92	74	51	38円98銭
増減額(B-A)	45	▲63	▲75	▲52	
増減率(%)	2.6	▲40.8	▲50.1	▲50.8	

2. 2025年1月期業績予想の修正(2024年2月1日~2025年1月31日)

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想(A)	3,509	244	240	167	119円91銭
今回修正予想(B)	3,554	180	165	114	82円28銭
増減額(B-A)	45	▲63	▲75	▲52	
増減率(%)	1.3	▲26.0	▲31.2	▲31.6	
(ご参考)前期実績 (2024年1月期)	3,112	192	221	153	145円90銭

3. 2025年1月期第2四半期（中間期）業績予想と実績の差異及び通期業績予想の修正の理由

2025年1月期第2四半期（中間期）の売上高につきましては、戦略的に卸販売事業の強化及びECサイトでの新規顧客の獲得に注力したことで、前回予想を上回る結果となりました。

具体的には、主要取引先との提携を強化したことや、インサイドセールス強化により新規顧客の獲得ができたことに加え、積極的なプロモーション活動やSEO対策によって来期以降のリピート売上も期待できるECサイトを利用する新規顧客も獲得することができたため、売上高は前回予想を上回る結果となりました。

一方で、主に以下の①～⑤などの理由により、営業利益・経常利益・中間純利益は前回予想を下回る結果となりました。

① 円安や原材料価格の高騰など

当初計画では、海外からの商品仕入や原材料生地仕入における為替レートを、1ドル＝140円と想定して計画しておりましたが、1ドル＝150円～160円で推移したことで、仕入原価が予想を上回って推移いたしました。また、夏場の主力商品であるうちのわの外注費（印刷原価）が想定より高騰しました。これらによる営業利益への影響額は合計で約12百万円となりました。

② 新型プリンタの稼働の遅れ

新しく設備投資をした大型のプリンタが正常に稼働することで、製造工程が効率化され、原価が低減することを見込んでおりました。しかし、設置環境に改善が必要な点が見つかり、販売元のメーカーに改善を要請しましたが想定通りに稼働しておらず、効率化を見込んだ計画と実績が乖離することとなりました。この原価の低減効果が発現しなかったことによる営業利益への影響額は約10百万円となりました。

③ 生地の防災加工の内製化の遅れ

前期までは、主力商品であるのぼり旗の原材料生地に防災加工が施されたものを購入しておりましたが、今期は生地の防災加工を内製化することで、原価の低減を計画しておりました。しかし、自社で防災加工した生地の保管環境が高温多湿であったことで良質なのぼり旗の製造が効率的にできなかったため、保管環境の整備を優先し、防災生地の内製化を11月から開始することといたしました。そのため、防災加工が施された生地を、前期と同様に購入した結果、営業利益への影響額は約27百万円となりました。

④ 積極的なプロモーション活動やSEO対策の実施

上記記載の通り、積極的なプロモーション活動やSEO対策により、新規顧客の獲得に注力いたしました。その結果、計画を上回る新規顧客を獲得するに至りましたが、当初計画を約25百万円上回る広告宣伝費の支出となりました。

⑤ 製造工程自動化に向けたシステム投資を前倒しで講じたこと

当社は、製造工程の効率化による利益率向上を経営課題のひとつと捉えております。具体的には、製造工程の自動化部分をこれまで以上に早期に拡大していくことで、将来の利益体制を早期に構築できると考えております。また、業務量が拡大している背景もあり、来期以降に本格導入を計画しておりました製造工程の自動化を前倒しで実施したため、システム開発費用約 22 百万円が先行投資として発生いたしました。

通期業績予想につきましては、以下の (1) ～ (5) の施策により、2025 年 1 月期下期 (2024 年 8 月 1 日から 2025 年 1 月 31 日) 予想は 2024 年 4 月 8 日に公表した予想通りとし、通期業績予想を上記の通り修正いたします。

(1) 原材料の一部を円取引に変更

海外からの原材料生地の仕入について、ドル取引から円取引への変更が既に完了しております。このことから想定外の為替変動の影響を受けにくくなり、当初計画通りとなる見込みです。

(2) 新型プリンタ導入計画の見直し

新型プリンタの導入につきましては、購入するプリンタのメーカー変更も視野に入れ、下期中には製造効率が向上するプリンタを導入する予定であります。なお、下期の投資金額は当初計画内となる見込みです。

(3) 生地の防災加工の内製化開始

加工した防災生地の保管環境の整備を早急に完了させ、防災生地の内製化を 11 月より開始することができる見込みですが、8 月から 10 月の間は上期同様、防災加工が施された生地を購入する予定のため、営業利益への影響額は約 14 百万円となる見込みです。

(4) 製造工程自動化に向けたシステム投資の継続

将来の利益体制の構築のため、上期と同様に、製造工程の自動化に向けてのシステム開発を継続するため、約 18 百万円の費用が発生する見込みです。

(5) 主力商品の販売単価見直しと人員計画の見直し

当初計画に織り込んでいなかった主力商品の販売単価の見直しや、製造工程の自動化部分を早期に拡大することに伴う人員計画の見直し及び工場増築に伴う設備移設の見直しなどで、上記 (3) 及び (4) などの新たに発生するコストは吸収できる見込みです。

なお、上記の業績予想は本資料発表日現在において入手可能な情報に基づいて作成したものであり、今後様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

以 上