

個人投資家説明会

株式会社Eストアー

平成30年3月



個人投資家説明会

会社概要 1

収益構造と当社戦略 2

足元の業績 3

今後の計画 4

株主還元について 5

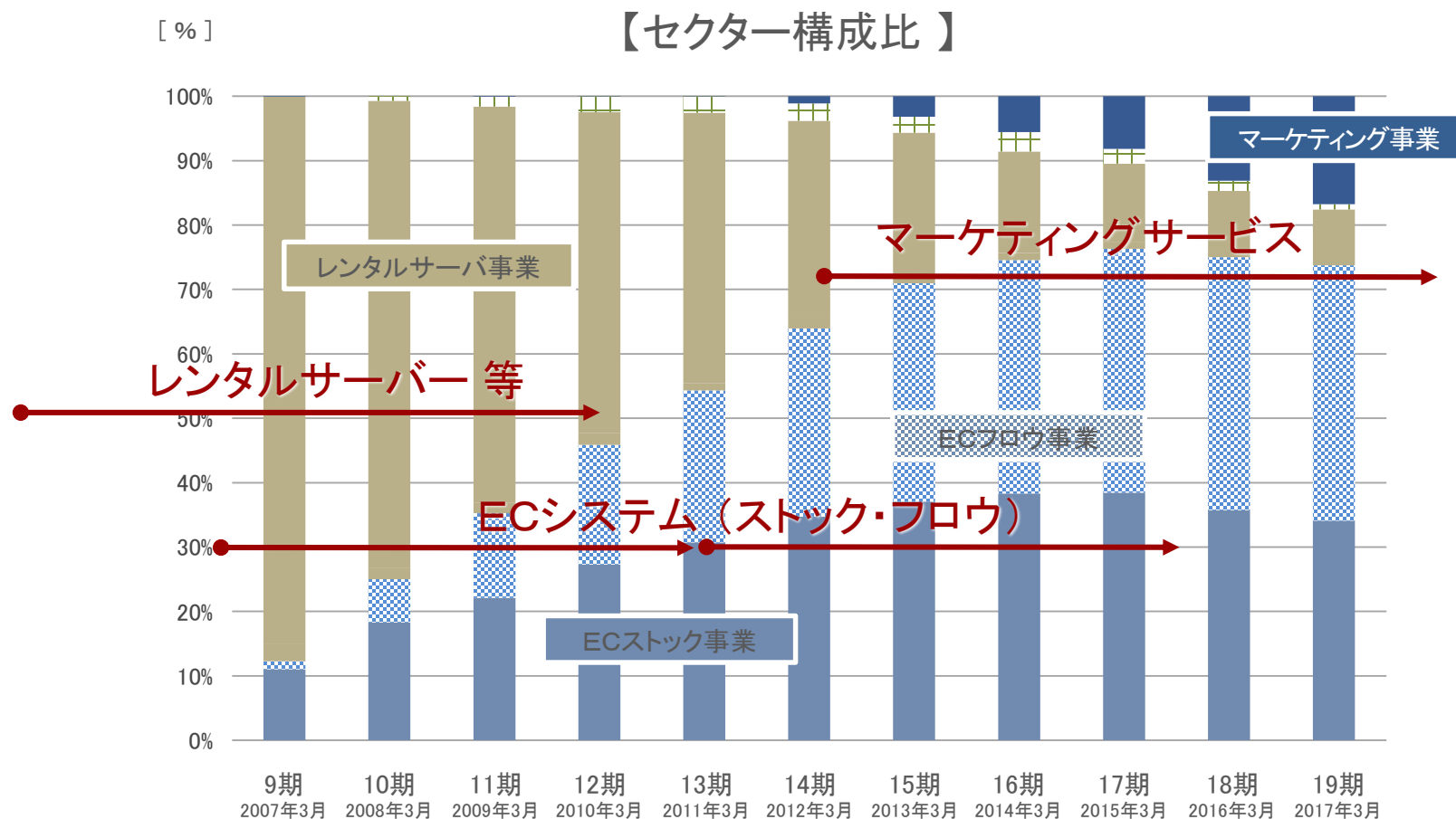


株式会社Eストアー 4304 (JASDAQ)

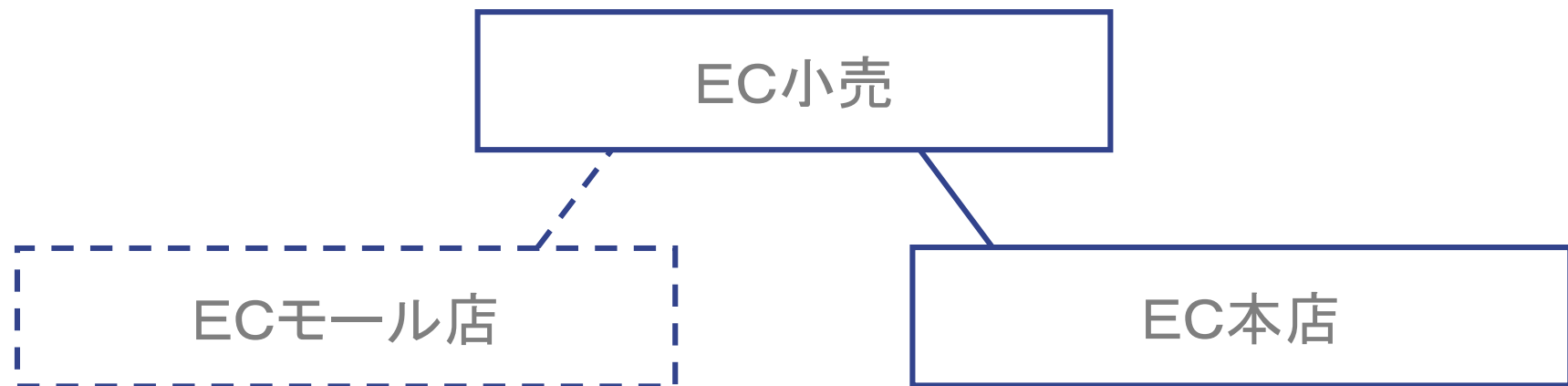
- 設立年月日 1999年2月17日 (2001年9月19日上場)
- 事業内容 本店ECのシステムとマーケティング提供
- 資本金 5億2,332万円、時価総額 106億円 (18年2月末)
- 取締役 代表 石村賢一、今村文哉、柳田要一
- 従業員数 250名 (前期比+25) 2017年3月末現在
- 本社 東京都港区西新橋1-10-2 住友生命西新橋ビル
- 拠点 札幌、大阪、福岡、ホーチミン (開発センター)

約7年刻みで新しい収益軸づくりをおこない、事業成長を続けている

19期(2017年3月期) 決算説明資料より



EC業界の黒子として『EC本店』を支援する



総合通販 & 大衆商品

直販通販 & 専門商品



(主催社)



(支援社)

楽天/ヤフー/DeNA/Eストアー 受賞店舗からみえてくる、特徴

総合賞

楽天		Yahoo!		DeNA		Eストアー	
1位	爽快ドラッグ	1位	Joshin web	グランプリ	神戸レタス	金賞	厳選特産品専門店 匠本舗
2位	Joshin web 家電とPCの大型専門店	2位	コジマYahoo!店	2位	爽快ドラッグ	銀賞	授乳服とマタニティウェアの通販専門店【スイートマミー】本店
3位	エディオン 楽天市場店	3位	爽快ドラッグ	3位	Joshin web	銅賞	Lanits OFFICIAL WEB SHOP「L-MART」
4位	ビックカメラ楽天市場店	4位	ソフマップYahoo!店				
5位	charm 楽天市場店	5位	カメラのキタムラ				
6位	NetBabyWorld(ネットベビー)						
7位	soulberry						
8位	澤井珈琲Beans&Leaf						
9位	オシャレウォーカー osharewalker						
10位	くらしのeショップ						

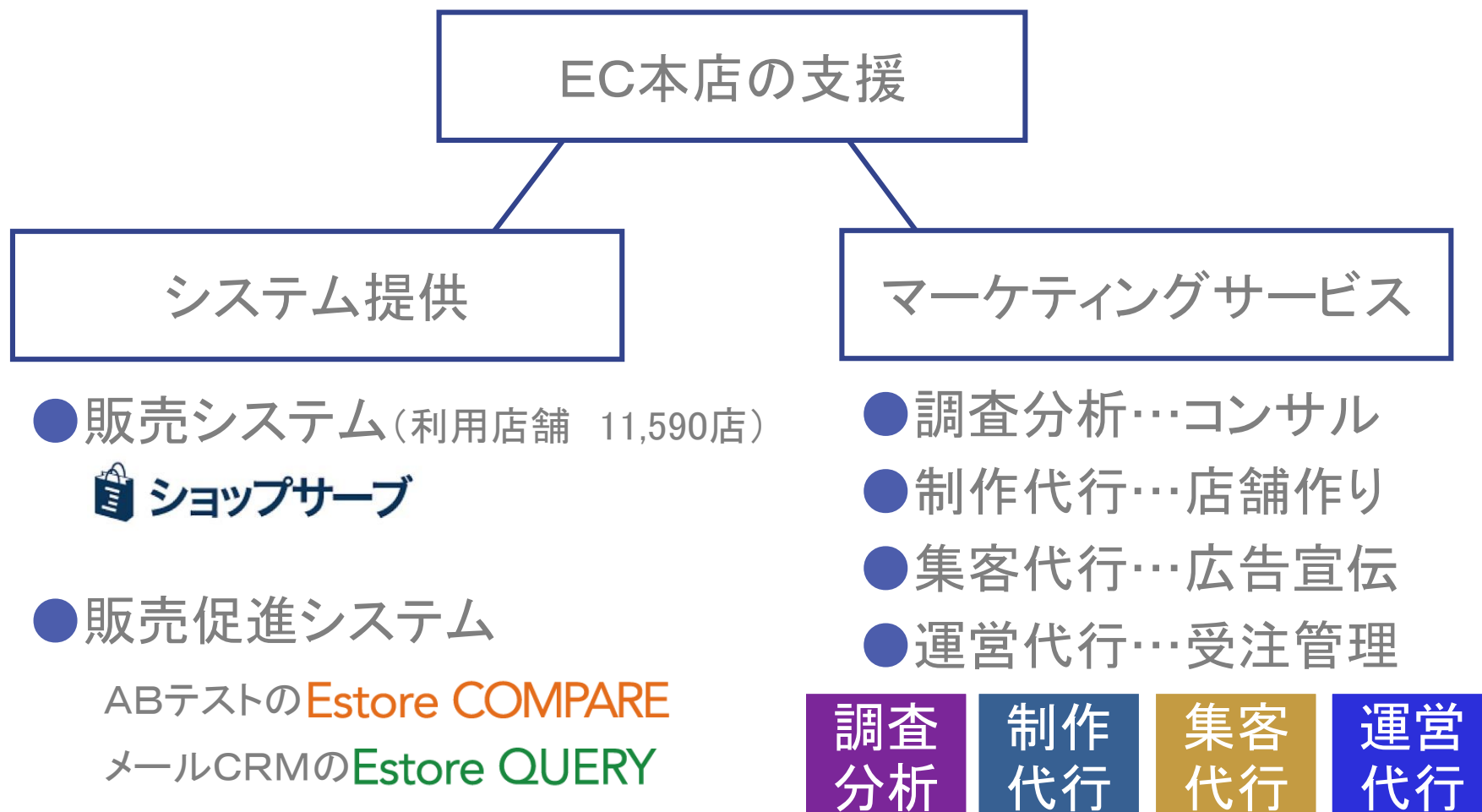
ウェブメディア「ECのミカタWEB」
2015年 各モール総合賞の比較。各社サイトより

モール店は、家電やドラッグストアなど大量生産向きの商品が強い
本店は、強い独自性を持つ店舗とオリジナル商品が強い

本店とモール店の経営メリット・デメリット

	独自ドメイン店(本店)	モール店
早期売上アップ	上げにくい	上げやすい
集客力	低い	高い
粗利益率	高い	低い
購入動機	目的買い	衝動買い
再来店	しやすい	しにくい
価格競争	起こりにくい	起こりやすい
名簿	保有・管理可能	保有・管理不能
主な集客法	SEO、リスティング広告など	ランキング、モール内広告、検索など
認知	「〇〇という店で買った」	「〇〇モールで買った」
重要ページ	トップページ	商品ページ

EC本店の総合支援サービス



クライアント例



個人投資家説明会

会社概要 1

収益構造と当社戦略 2

足元の業績 3

今後の計画 4

株主還元について 5



- 店舗数に連動する**ストック売上**
通販システム月額利用料 × 店舗数

システム提供に連動



- 店舗の業績に連動する**フロー売上**

店舗売上の一定割合を徴収(受注手数料、決済手数料)

- 店舗の販促支援による**マーケティング売上**

コンサル、制作、集客などの役務提供料

調査
分析

制作
代行

集客
代行

運営
代行

マーケティング代行に連動

- メディア、その他売上

- EC市場の成長(EC化率)

- EC参入事業者増

- 後発の販売システム業者増

※競争激化、過当競争

- 費用拡大、獲得減に転じる（成熟期へ）

- 主戦場をマーケティング支援へ変更（成長期へ）



マーケティング支援による業績改善



米穀専門店 独自商品で一点突破

● 売上、顧客、マーケットの分析

● オリジナル商品開発

● ペルソナの設定

● 販売戦略

● もう一つの戦略

ネットショップ「米のさくら屋」のトップページ

ロイヤルパークホテルの認知向上をサポート

● レストラン、ウェディング需要の認知向上

● 現状分析

● ミレニウム世代

● Facebook、Instagram

● 当社ユーザー企業とのコラボレーション

ロイヤルパークホテル Facebookで公開している動画



他社と比較して、ワンストップが当社唯一

	システム	データ	調査分析	制作	集客	運営
Ｅストアー	◎	◎	◎	◎	◎	◎
他のASP会社	◎	当社より遥かに少ない	◎			
モール会社	◎	モール内データのみ	◎			
SIベンダー	◎	自社のみ		◎		
広告代理店		自社のみ	◎		◎	
ECコンサル		自社のみ	◎	◎	◎	
物流会社		自社のみ				◎

顧客から見た時に得られる物事

顧客の目的 は、部分最適ではなく、**商売最適**。

EC本店に特化し20年、累計5万社の事例、累計流通額1兆円のデータ

- 店舗数に連動する**ストック売上** 
販売システム支援業者ではなく、EC総合支援業者へ
- 店舗の業績に連動する**フロー売上** 
EC支援により顧客店舗業績向上が見込める
- 店舗の販促支援による**マーケティング売上** 
コンサル、制作、集客などの役務提供料
- メディア、その他売上 

個人投資家説明会

会社概要 1

収益構造と当社戦略 2

足元の業績 3

今後の計画 4

株主還元について 5



『質』と『マーケティング』への事業シフトに大きく投資

19期(2017年3月期) 決算説明資料より

個別損益	実績	対前年比(%)	対前年増減額
売上高	4,775	102%	+115
ストック	1,967	96%	△80
フロー	1,967	103%	+52
マーケティング	788	132%	+192
メディア・その他	54	52%	△49
営業利益	407	65%	△222
経常利益	402	64%	△227
当期純利益	286	68%	△135

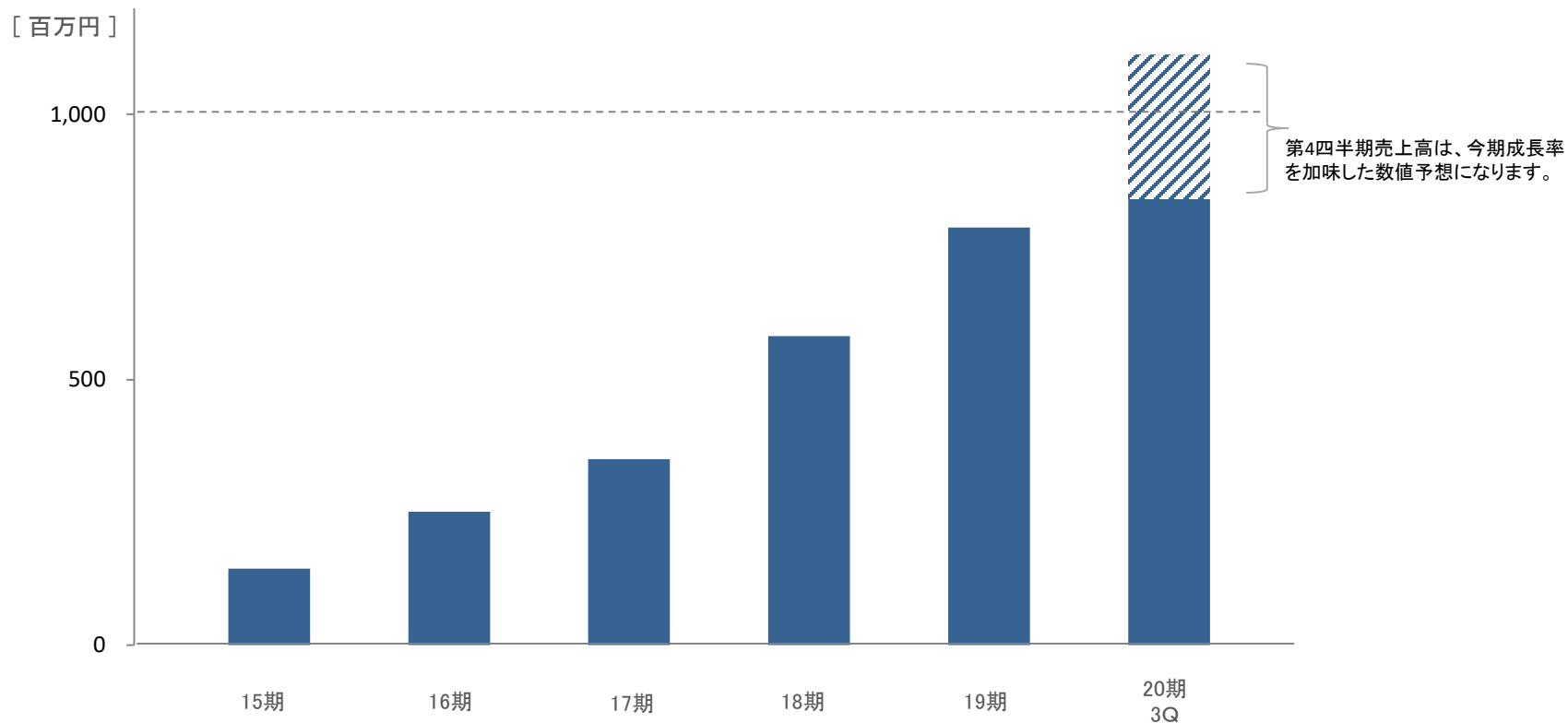
※ 単位百万円、表示桁数未満を四捨五入

マーケティングが続伸
売上高は、前年同期間比107%の38.2億円

個別損益	実績	対前年比(%)	対前年増減額
売上高	3,816	107%	+241
ストック	1,405	95%	△80
フロウ	1,543	104%	+62
マーケティング	842	149%	+277
メディア・その他	26	57%	△18
営業利益	419	127%	+90
経常利益	447	138%	+123
当期純利益	306	138%	+85

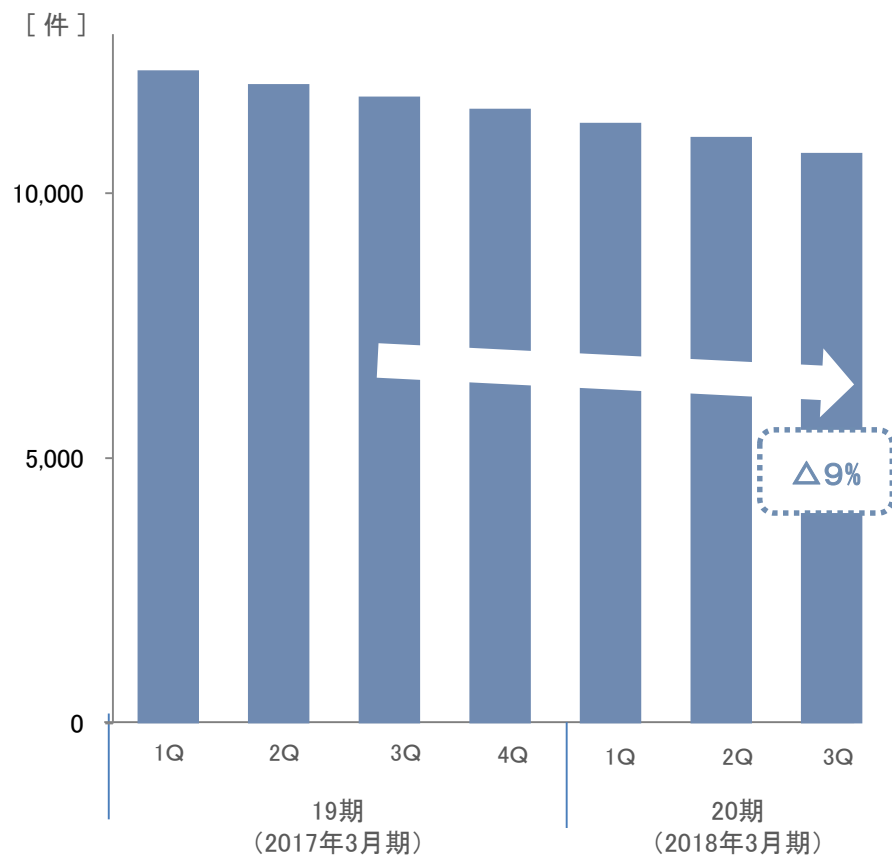
※ 単位百万円、表示桁数未満を四捨五入

マーケティング売上高は、前年同期間比49%成長
通期で10億円を超える見通し

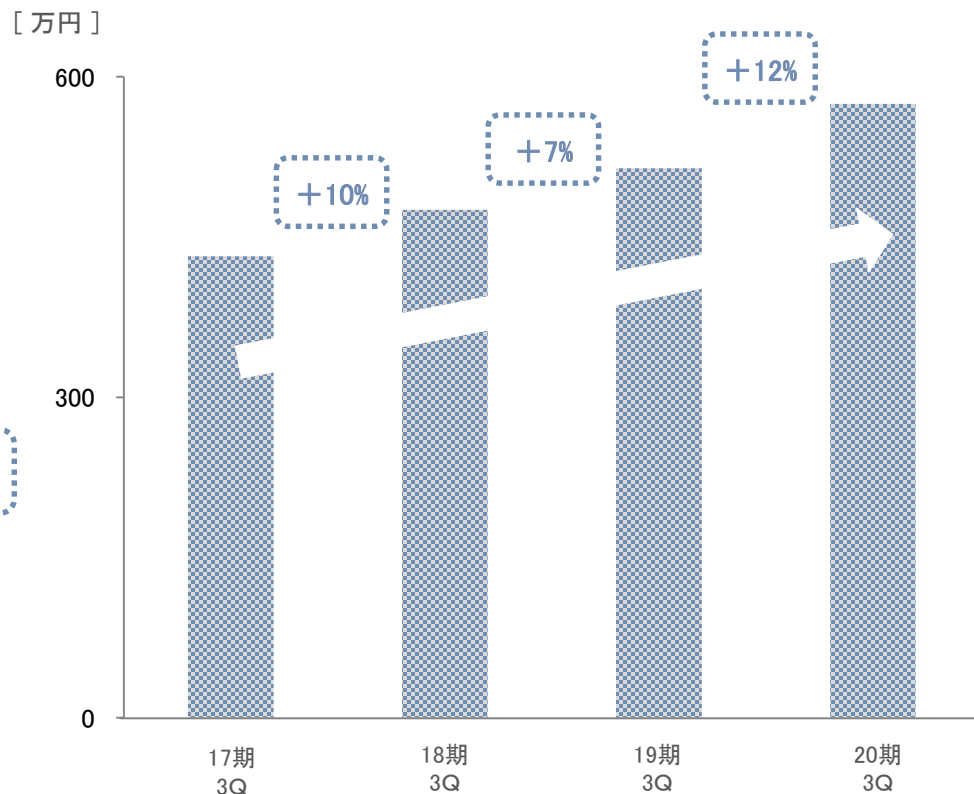


顧客店舗数は継続的に減少（前年同期間比9%減少）、
ただし、顧客店舗業績は伸長

【顧客店舗数】



【1顧客店舗当たり 第3四半期累計業績】



個人投資家説明会

会社概要 1

収益構造と当社戦略 2

足元の業績 3

今後の計画 4

株主還元について 5



● 期初に掲げた全体方針は変更なし

方針: マーケティングサービスへの傾注

施策: 次世代に向けた、人材、システムへの投資を継続

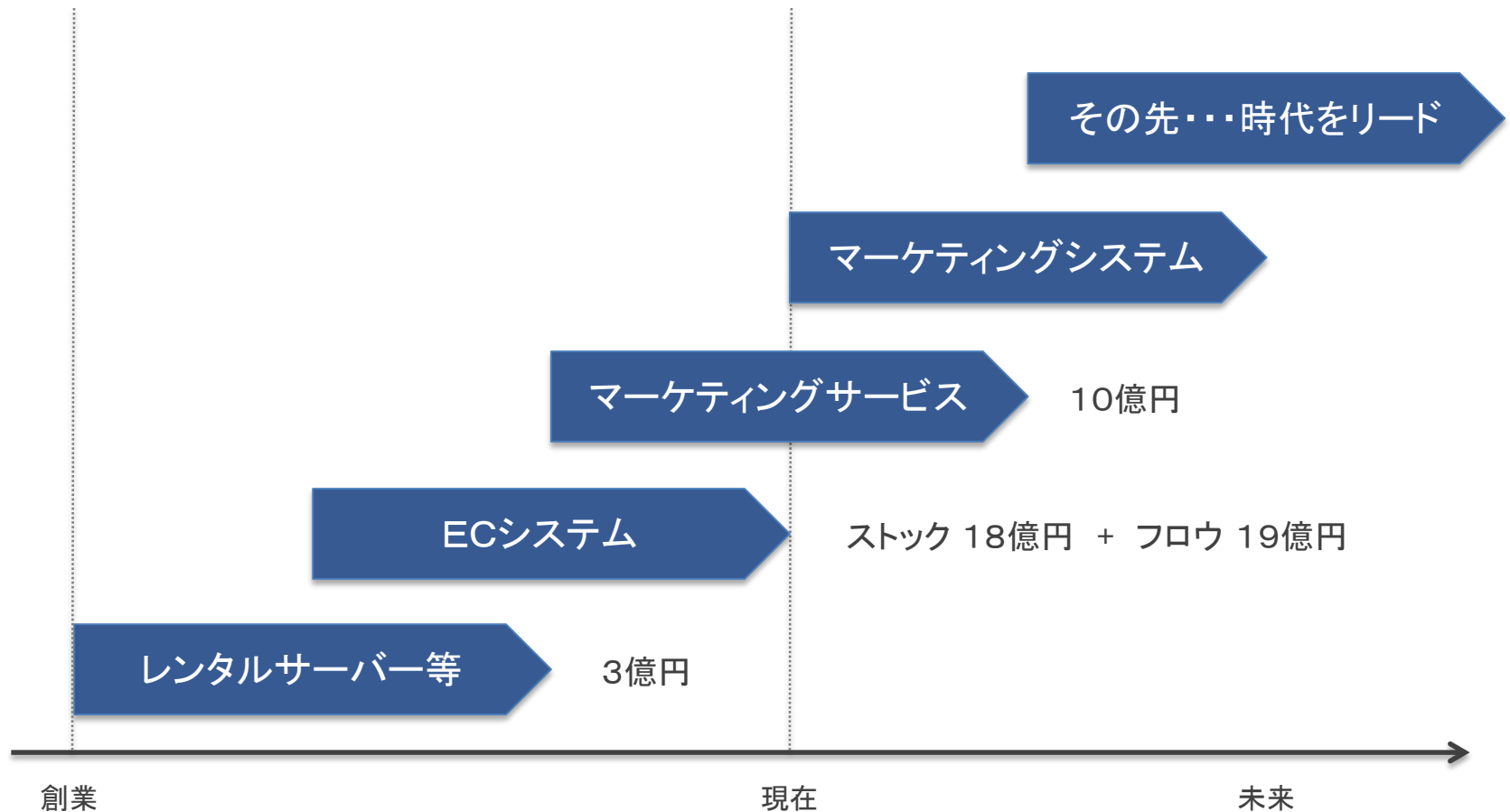
● 売上高は、対前年比5%の成長

営業利益は、前年度並みを維持しつつ、次世代への投資を強化

	前年実績	今期実績	対前年比(%)	対前年 増減額
売 上 高	4,775	4,990	105%	+215
営 業 利 益	407	403	99%	△4

※ 単位百万円、表示桁数未満を四捨五入

4つめの循環に向けた、マーケティングシステム事業が始動より早く大きく、時代をリードしてゆく計画



※ 数値は上期業績を通期にスプレッドした場合の現在の概算

個人投資家説明会

会社概要 1

収益構造と当社戦略 2

足元の業績 3

今後の計画 4

株主還元について 5

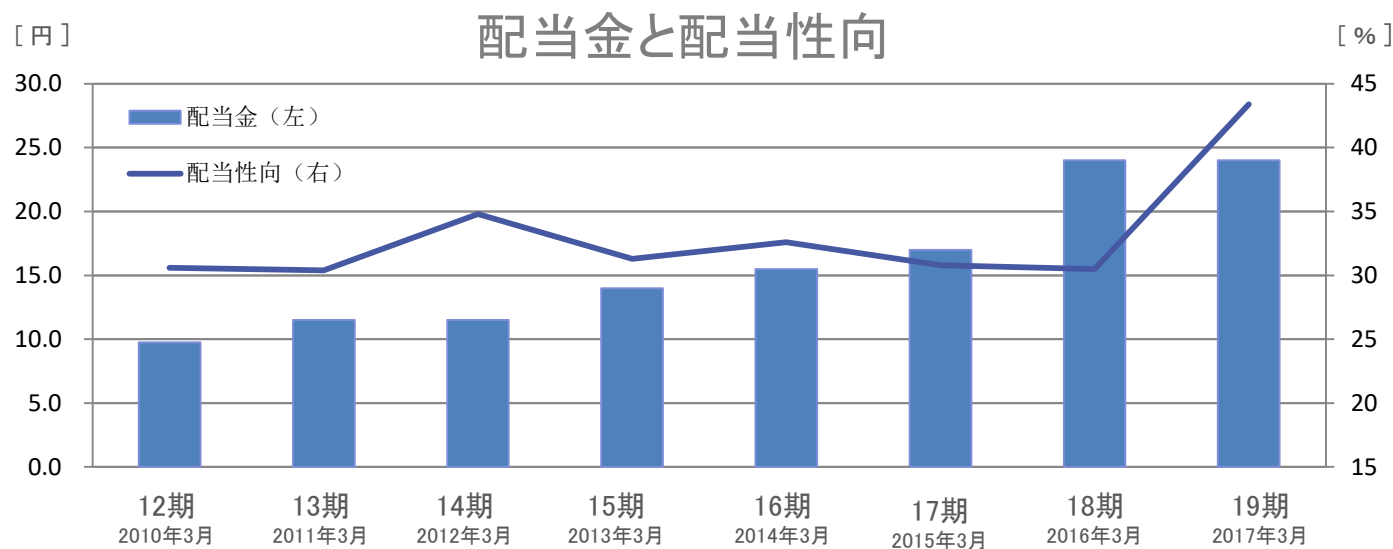


1) 利益の三者山分け理念(株主、顧客、社員) 良い時も悪い時も

2) 短期ではなく長期を大切にする

3) 株価も大切ながら、配当など安定還元を重視

上場より継続中 前年度より優待制度(クオカード)実施



ステークスホルダー全員の力で実現して参ります！

創業理念

日本中をウェブショップだらけにしたい
モールは小売ではなく卸売なのでこの理念に非ず

事業テーマ

EC強化と人手不足を一気に解決
デフレ社会、労働力減、IT社会化への回答

価値原則

最先端のモノ作りよりも、地に足が着いたコト

評価原則

アタマで考えず ココロで想わず ハラで動く 胆力を評価



本資料および説明会での内容については、現在入手可能な情報から説明しておりますが、事業環境が大きく変動することもあります。投資のご判断の際には、本資料に併せて、有価証券報告書などの法定開示書類をご参考になさいますよう、お願い申し上げます。なお、閲読性を考慮し、掲載されている取引先様の機関名、会社名など敬称を省略させて頂いております。