

# 個人投資家説明会

株式会社Eストアー

平成29年10月



**JASDAQ** 4304

# 個人投資家説明会

会社概要 **1**

市場環境と当社 **2**

収益構造と当社戦略 **3**

足元の業績 **4**

今後の計画 **5**

株主還元について **6**

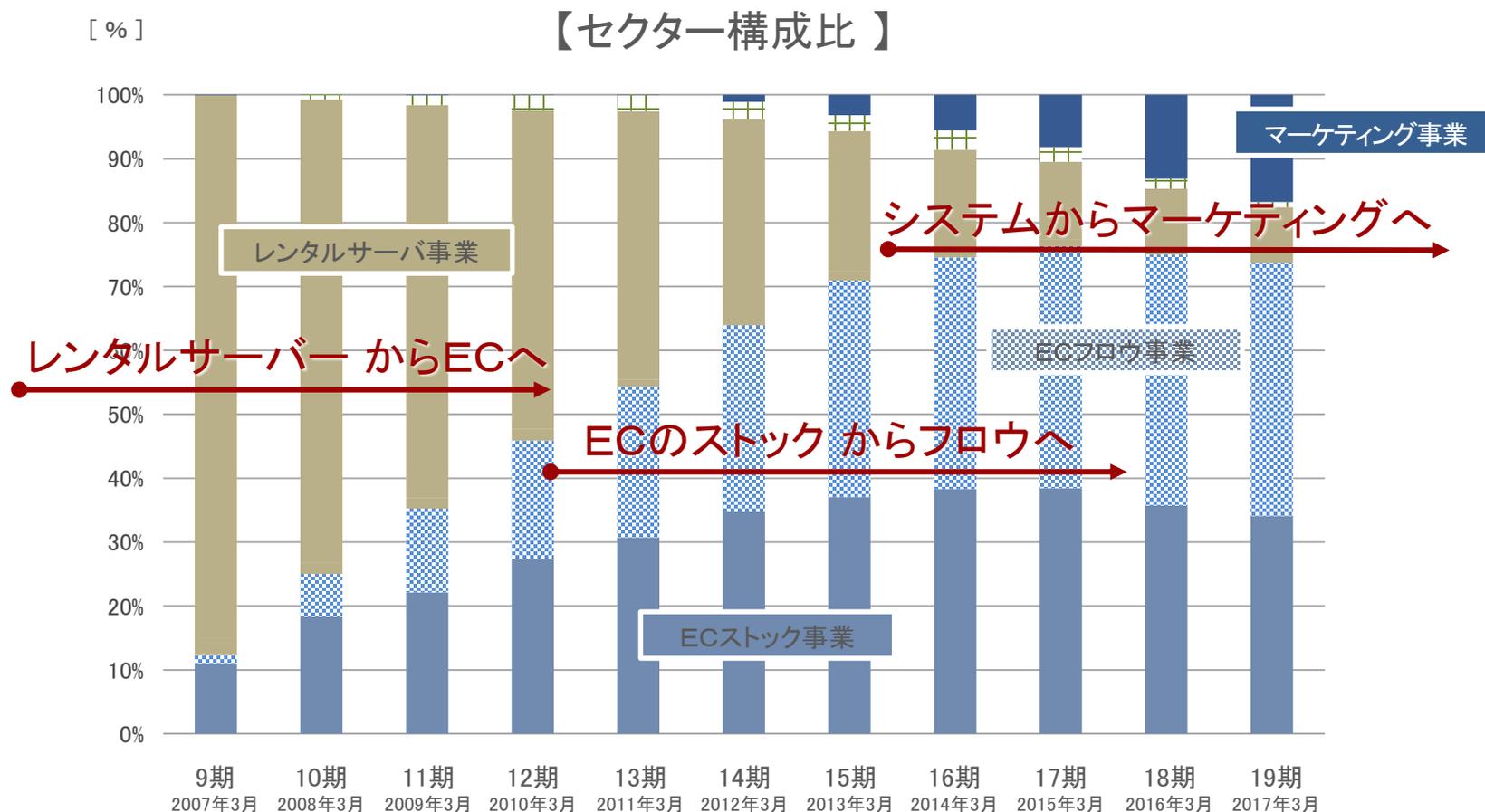


## 株式会社Eストアー 4304 (JASDAQ)

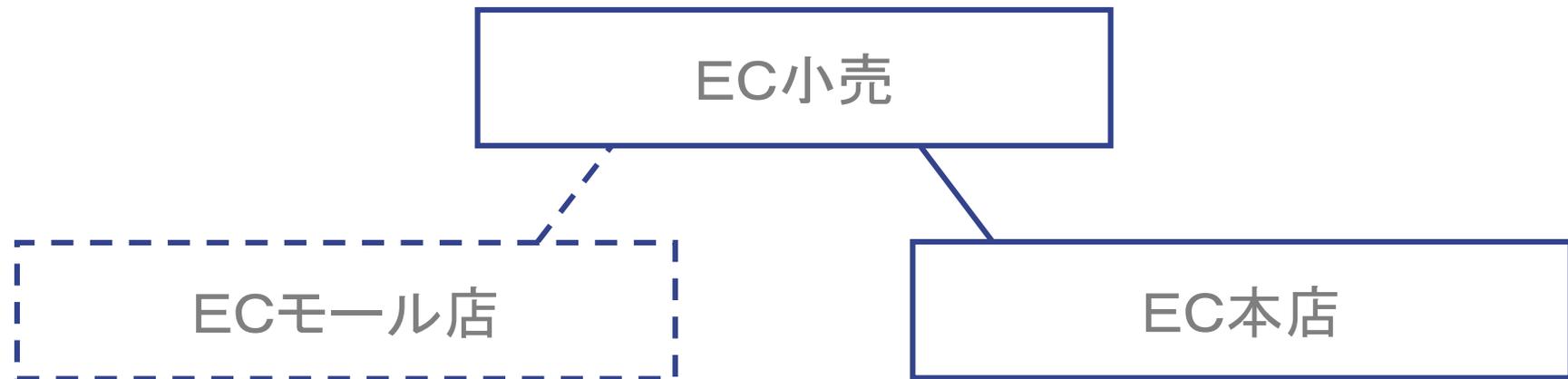
- 設立年月日 1999年2月17日 (2001年9月19日上場)
- 事業内容 本店ECのシステムとマーケティング提供
- 資本金 5億2,332万円、時価総額 80億円 (17年8月末)
- 取締役 代表 石村賢一、今村文哉、柳田要一
- 従業員数 250名(前期比+25) 2017年3月末現在
- 本社 東京都港区西新橋1-10-2 住友生命西新橋ビル
- 拠点 札幌、大阪、福岡、ホーチミン(開発センター)

# 過去より事業シフトで成長を続けている

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

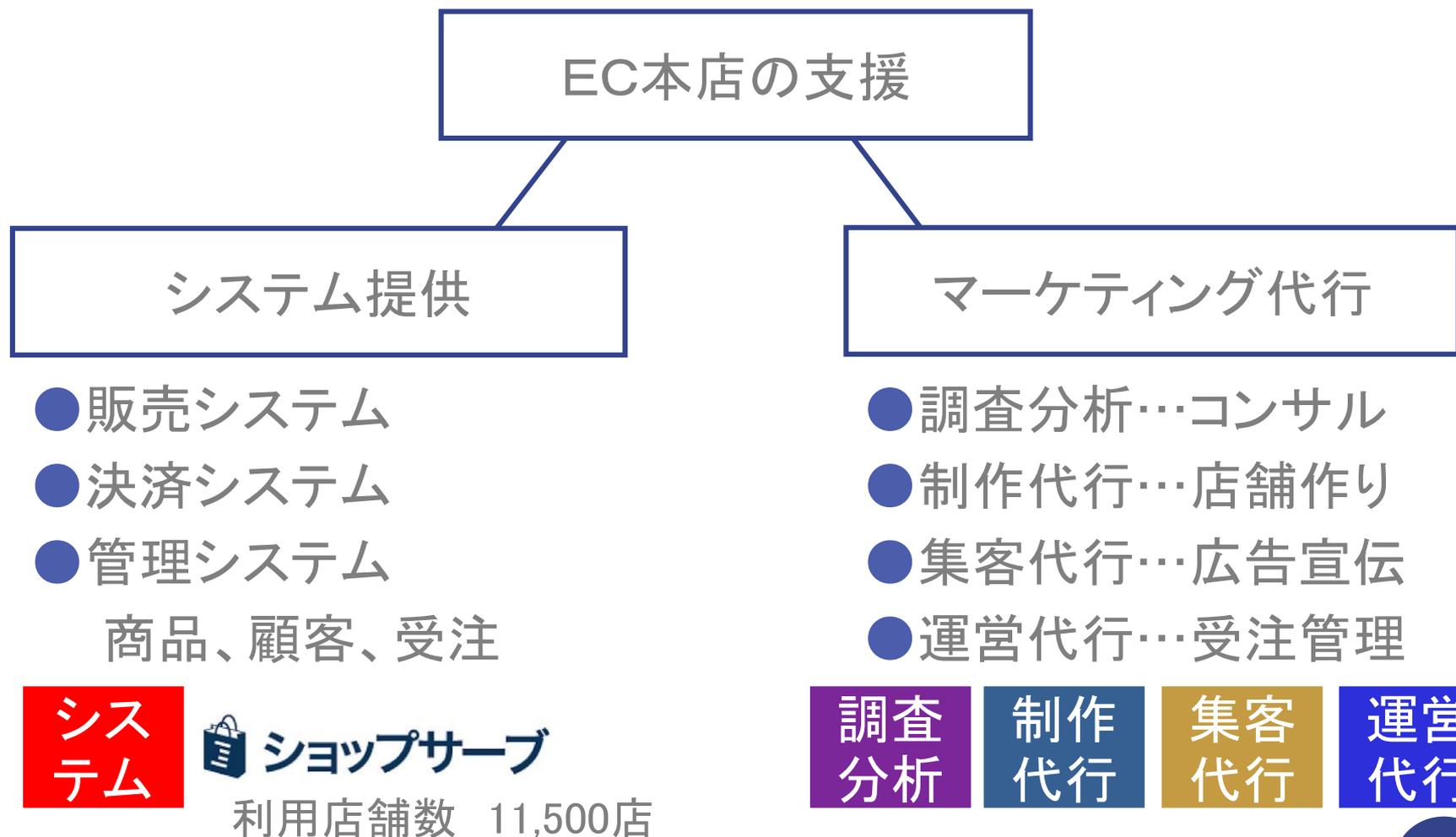


(主催社)



(支援社)

## 当社の商品は『2ジャンル5つ』



## 他社と比較して、ワンストップが当社の特徴

	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、  
 商売最適なので、当社は全域をカバーしている

クライアント例



# 個人投資家説明会

会社概要 1

市場環境と当社 2

収益構造と当社戦略 3

足元の業績 4

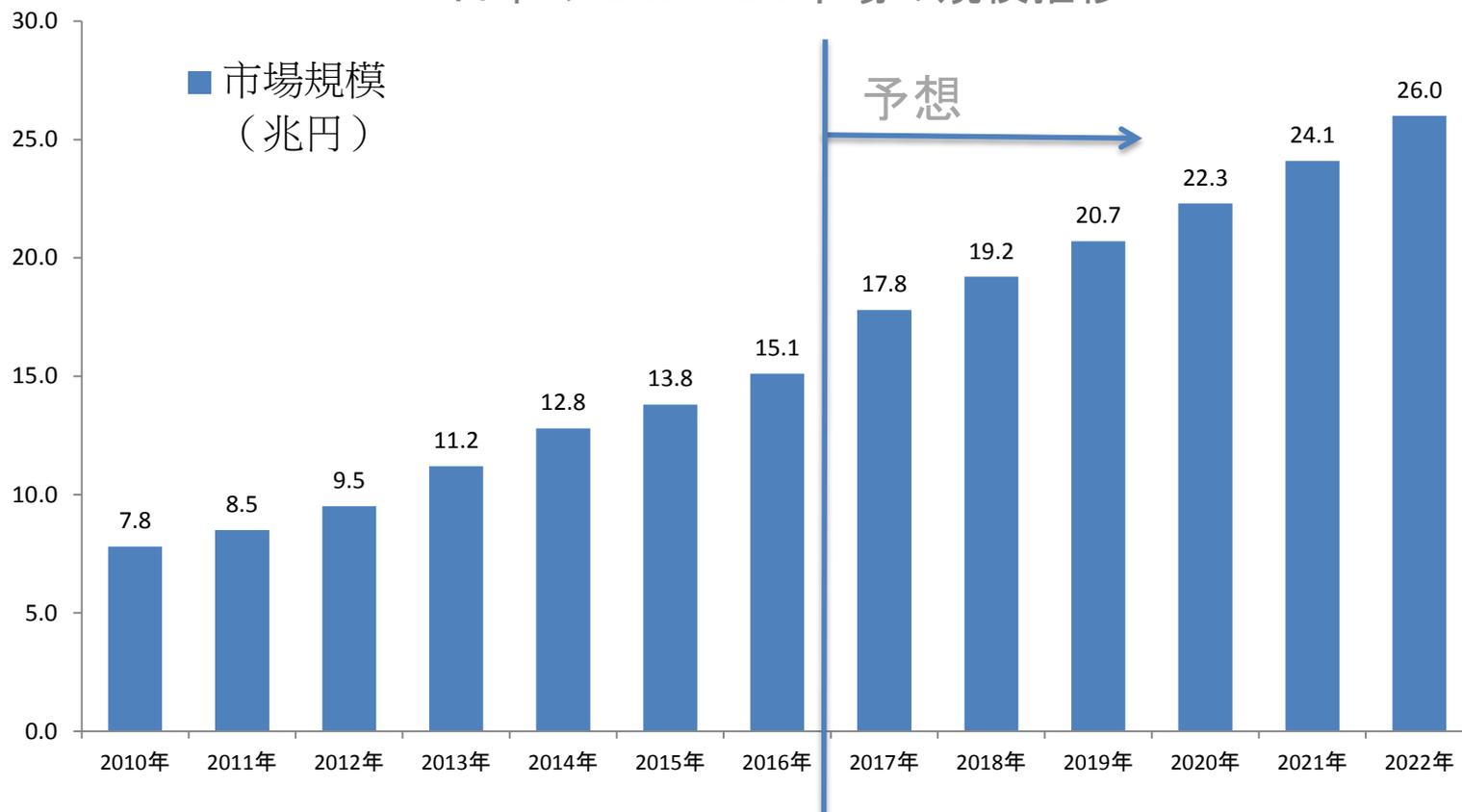
今後の計画 5

株主還元について 6



# 成長し続ける市場。2022年に26兆円の予想

日本の BtoC EC市場の規模推移



出展: 日本のBtoC-EC市場規模の推移 (経済産業省 2017年4月)  
 出展: EC市場規模の予測 (野村総合研究所 2016年11月)

- すでに消費軸は、モノからコトへ ..... 専門品
- 満たされ過ぎた結果、百貨から専門へ ..... 専門店
- 昭和の大量時代は、とうに終息の方向へ .... 少量
- 情報化社会は、直販を可能にした ..... 直販
- 人手不足とデフレから企業も直販シフト .... 直販

消費者は良いものを少し。サプライヤーは直接取引を求める。

当社は『直営型』『専門店』ECを20年続けている

リアル店ネット店も「コンビニ型, 専門店型, イベント型」に

- **コンビニ型** … 今すぐ欲しい生活用品需要、品質は普通に
  - ▶ モール事業社のエリア
- **専門店型** …… 品質、価値、貴重、オリジナルを求める
  - ▶ 当社の事業エリア
- **イベント型** … 楽しさと一体感的な空気に人が集まる
  - ▶ フェス、イベント、マルシェのエリア

ネットはそのリアルの延長動線に過ぎないが、誰でも彼でもでない為、専門店型に軍配があがる。

# 個人投資家説明会

会社概要 1

市場環境と当社 2

収益構造と当社戦略 3

足元の業績 4

今後の計画 5

株主還元について 6





通販システム

店舗ページ、各種決済、受注と顧客管理のシステム  
同業他社と比較して、オールインワンが特徴

システム商品



調査分析・  
戦略設計

売上増の調査分析。  
20年間の、取引データ1兆円、経験値5万店舗

マーケティング商品



制作代行

店舗ページの制作を代行。  
モール内競争法でなく、ネット上繁盛のノウハウ



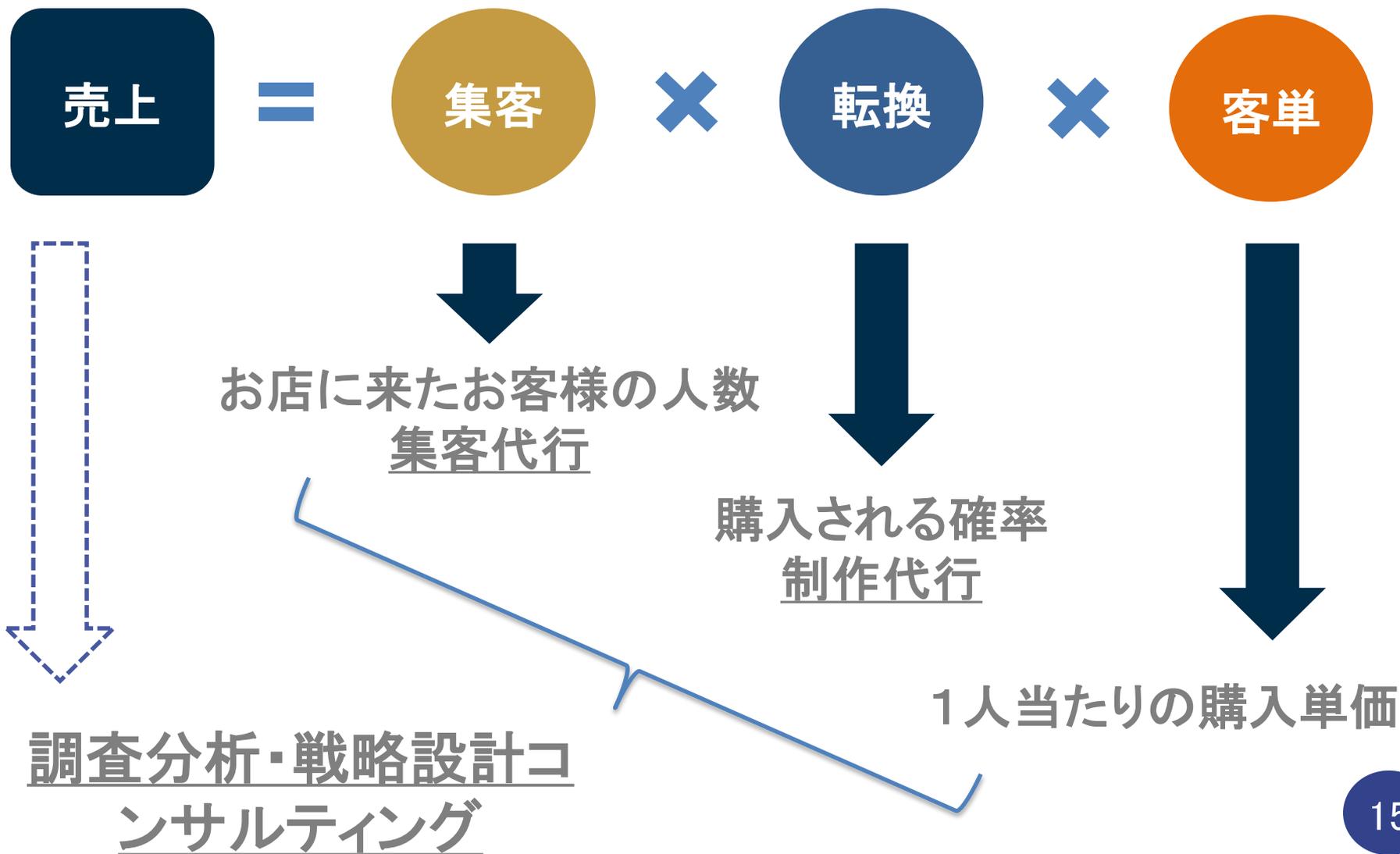
集客代行

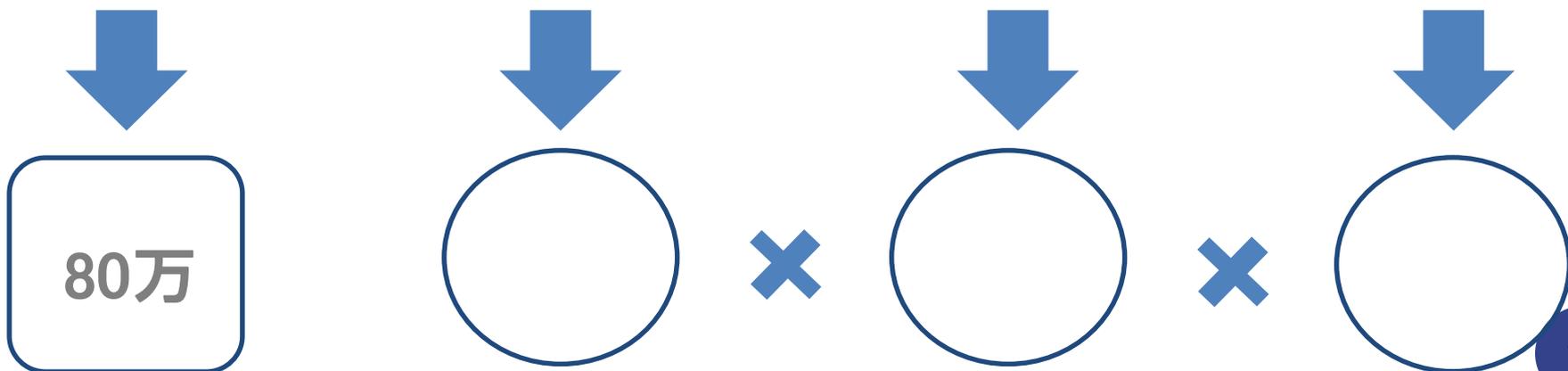
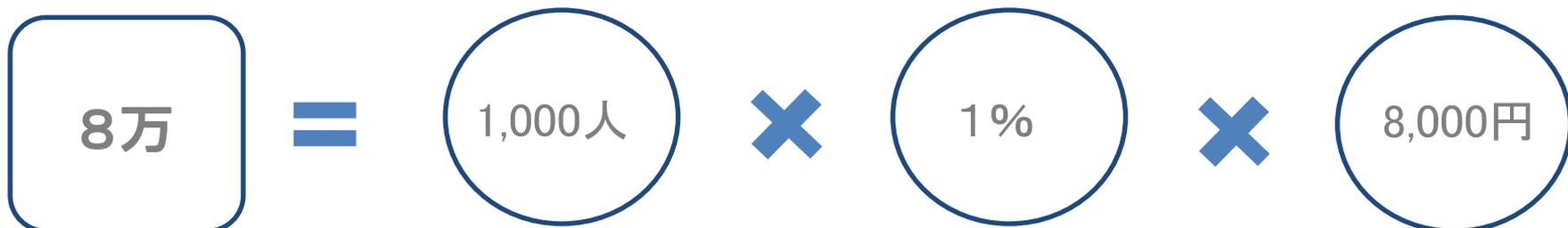
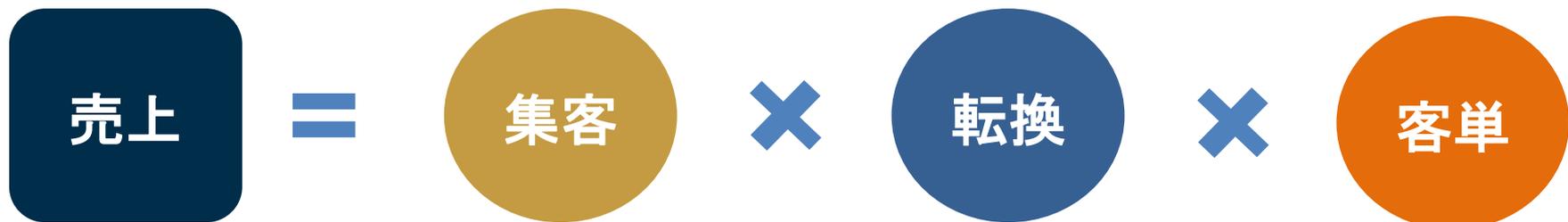
店舗への集客を代行。  
調査分析で培われた経験値を投入



運営代行

店舗運営を代行。  
他と同様に、人材不足に対応





# 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



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

システム商品に連動

- 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

マーケティング商品に連動

- メディア、その他売上

## EC市場の急激な成長

- 6年ほど前から、後発のシステム提供業者が徐々に増え、獲得、価格競争に陥り始める
- 費用大、獲得減に転じる判断。
- 主戦場をマーケティング支援へ変更

・事業シフトの中身は、

顧客数より顧客質へ、システムからマーケティングへ

## 顧客数よりも顧客質を重視

- 店舗数に連動するストック売上
- スtock市場は、成熟期へ  
優良店舗へ偏重させた営業強化
- マーケティング売上、フロウ売上に寄与

- ・ スtock売上構成比は下げてゆく
- ・ マーケティング売上増により、結果的に上がる可能性も

## 決済手段と決済機会の増幅

- クレジットカード決済
- コンビニ決済(前払・後払)
- ヤフーウォレット、楽天ペイ、アマゾンペイなど
- 仮想通貨、ビットコイン決済(2017年3月～)

上記のすべてを標準装備

- ・フロウ売上の構成比を伸ばしてゆく
- ・またマーケティング売上増で、結果的に上がる可能性

倍増するEC市場は、ノウハウと人手不足

- ECノウハウと人手、市場のニーズに対応
- 調査分析・戦略設計のノウハウをサービス化、制作、集客、運営代行により、人手不足に対応
- ニーズを捉えたため、前年度は大きく投資主に人材投資を行い体制構築中

- ・マーケティング売上構成比は上げてゆく
- ・フロウ売上にも寄与、ストックにも寄与可能性

## 当社はなぜマーケティングに強いのか？

- 直営型専門店ECに特化した20年

モールの楽天に次ぐ社歴、本店ECのパイオニア

- 累計5万社の事例をつくり

- 累計流通額1兆円のデータを生んだ

しかもデータと経験は、  
モール内などと違い、  
インターネットオーガニック

膨大なデータ

比類ない経験

20年の蓄積

# 個人投資家説明会

会社概要 1

市場環境と当社 2

収益構造と当社戦略 3

足元の業績 4

今後の計画 5

株主還元について 6



## 『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
フロウ	1,967	103%	+52
マーケティング	788	132%	+192
メディア事業	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

## 事業シフトが計画を上回り進行中

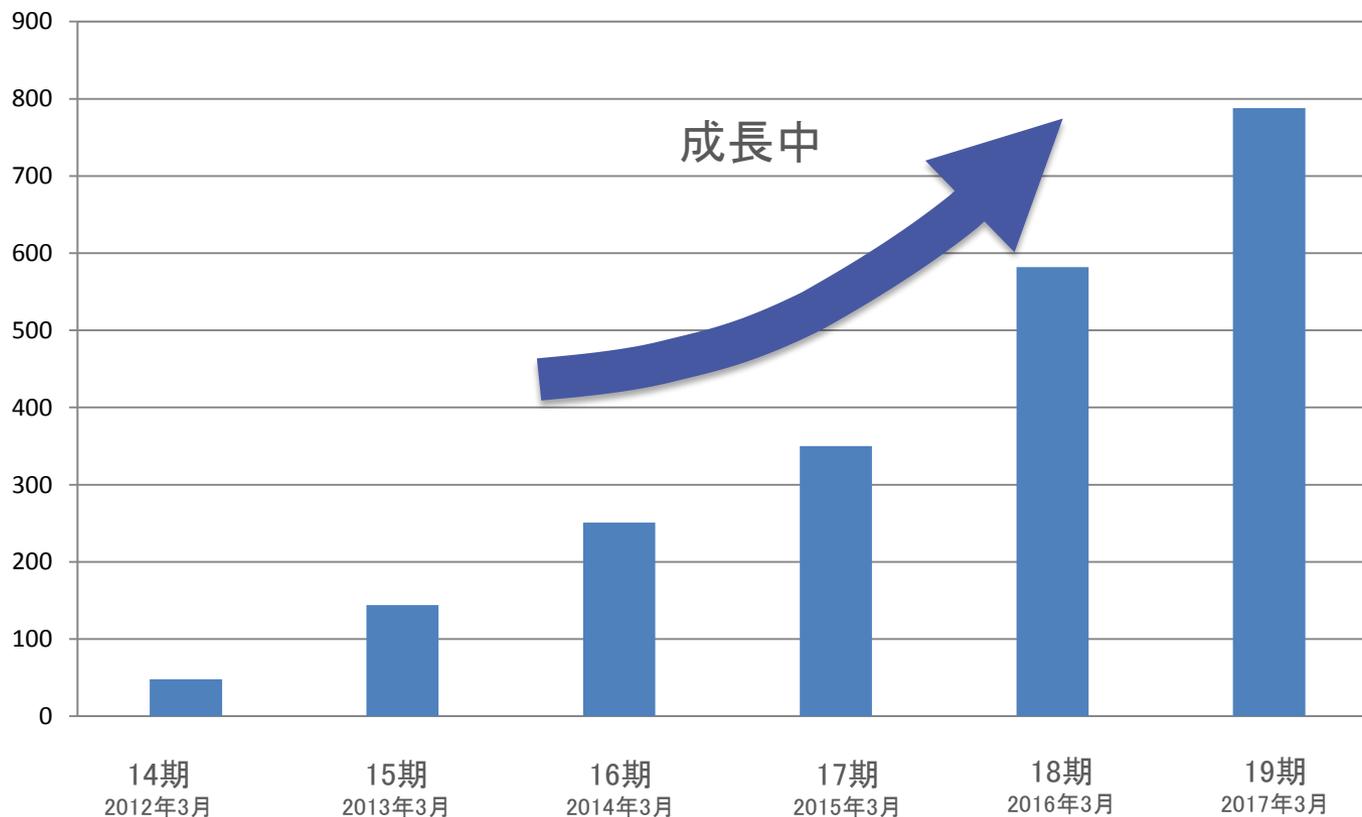
個別損益	実績	対前年比(%)	対前年増減額
売上高	1,218	106%	+63
ストック	476	95%	△25
フロー	495	105%	+27
マーケティング	238	142%	+70
メディア	9	50%	△9
営業利益	108	89%	△13
経常利益	106	89%	△14
当期純利益	72	88%	△10

※ 単位百万円、表示桁数未満を四捨五入

# マーケティングの成長が顕著に

19期(2017年3月期) 決算説明資料より

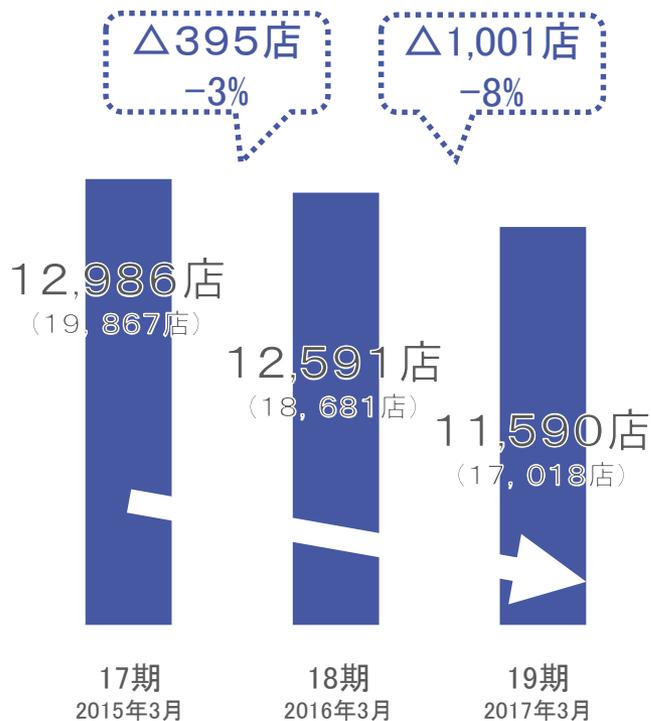
[百万円]



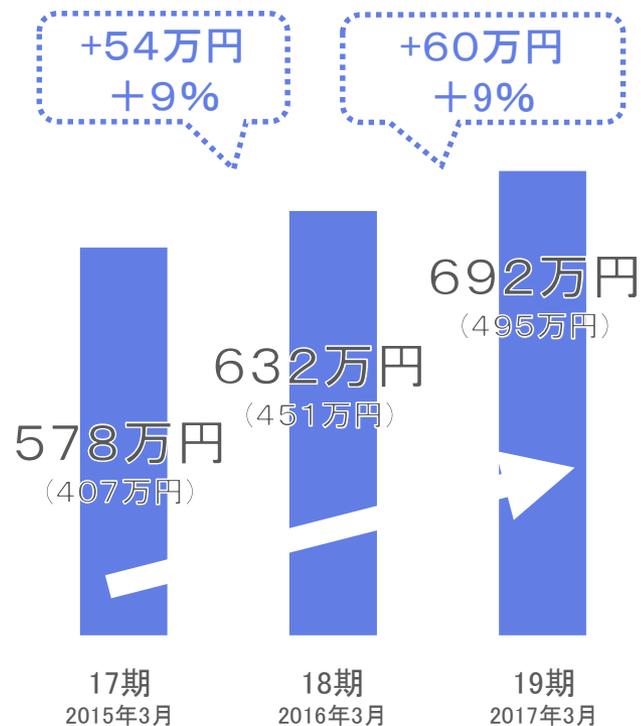
# 店舗数は減少、店舗業績は増大へ

19期(2017年3月期) 決算説明資料より

【店舗数】



【店舗あたり年商】

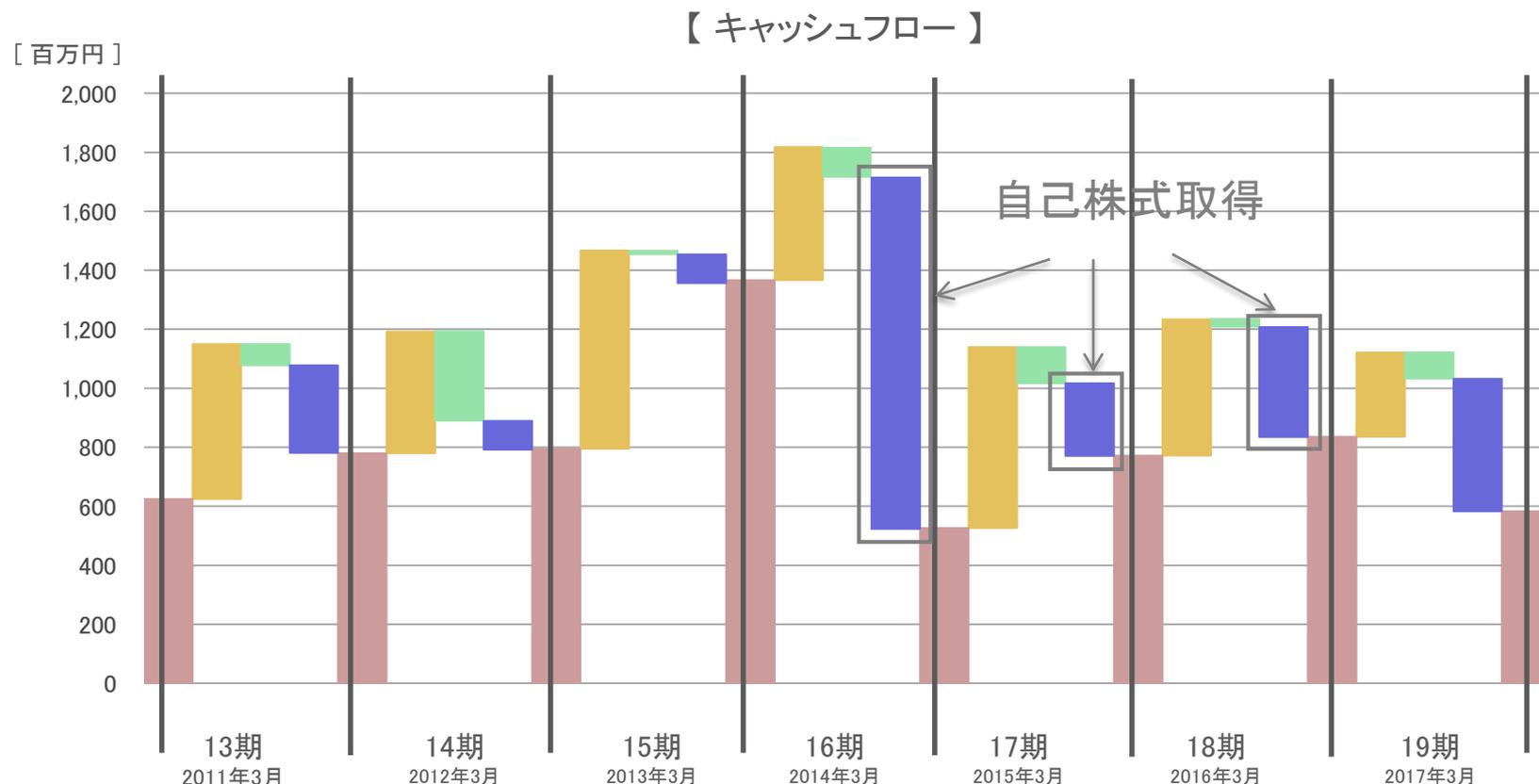


※ 数値はメインサービスのショップサーブ(大口店舗除く)  
 ※ カッコ内の数値は事業全体

※ 表示桁数未満を四捨五入しています。

# 借入金の返済するも、キャッシュは比較的潤沢

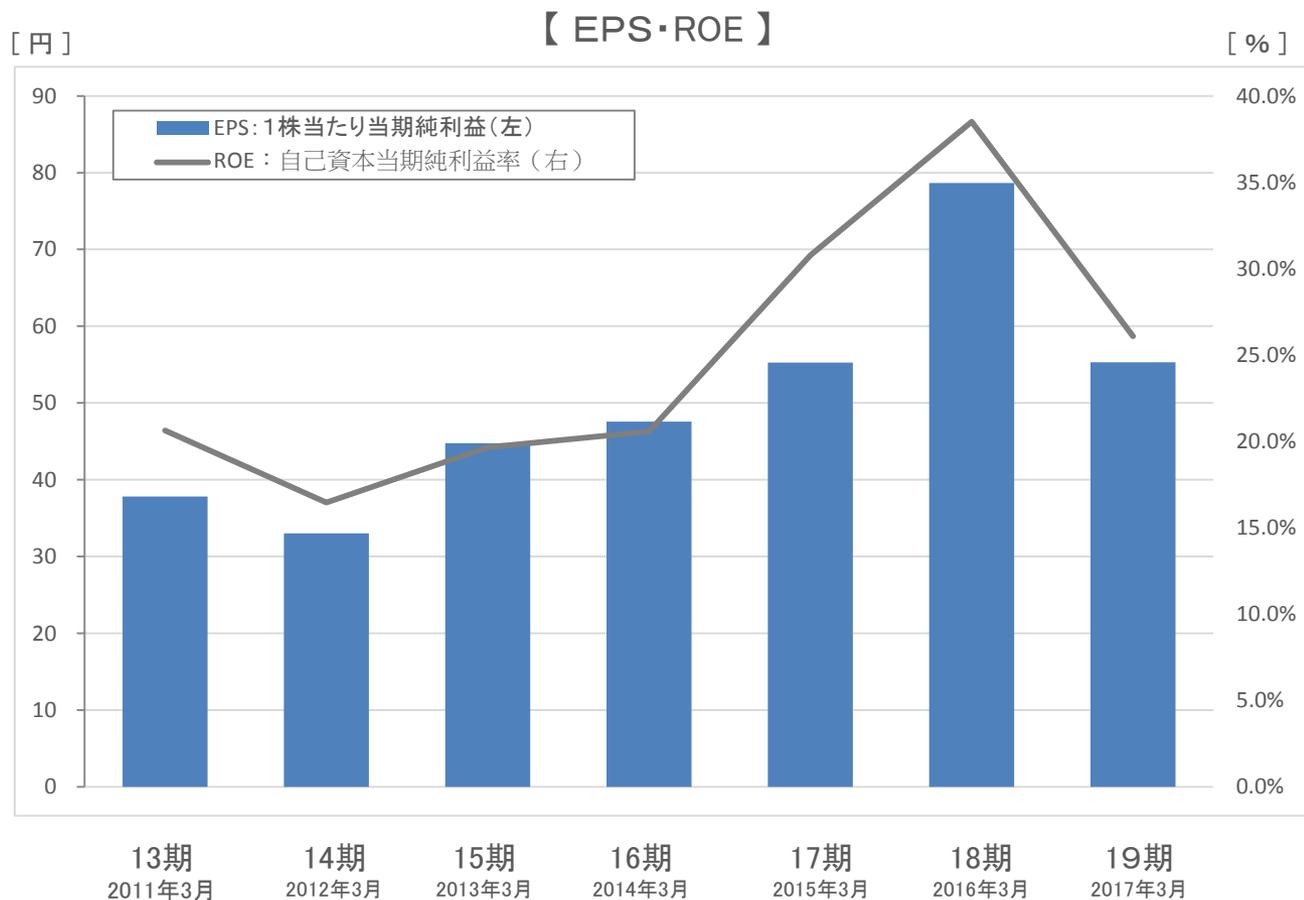
19期(2017年3月期) 決算説明資料より



※ 当連結累計期間において、影響排除した「顧客預り金」は 1,729 百万円 になります  
 ※ 当期間以前においても、「顧客預り金」と「定期預金」の影響を排除  
 ※ 表示桁数未満を四捨五入

将来の利益拡大を目的に意図した減益のため  
1株当たり当期純利益、ROEともに前年度に比べ低下

19期(2017年3月期) 決算説明資料より



# 個人投資家説明会

会社概要 1

市場環境と当社 2

収益構造と当社戦略 3

足元の業績 4

今後の計画 5

株主還元について 6



●顧客ニーズに応え顧客店舗業績の拡大を図る

- ・マーケティングサービスへの傾注
  - ▶ 営業の拡大(量ではなく質を追求)
  - ▶ 人員の育成強化
- ・通販システム開発強化

●2018年3月期、業績予想

- ・売上高 4,990百万円(微増)
- ・営業利益 403百万円(同等)

- ▶ 顧客ニーズの中心にある店舗業績拡大、事業集中
- ▶ 前年度の先行投資(主に人材の育成)、収益化を図る

# 個人投資家説明会

会社概要 1

市場環境と当社 2

収益構造と当社戦略 3

足元の業績 4

今後の計画 5

株主還元について 6

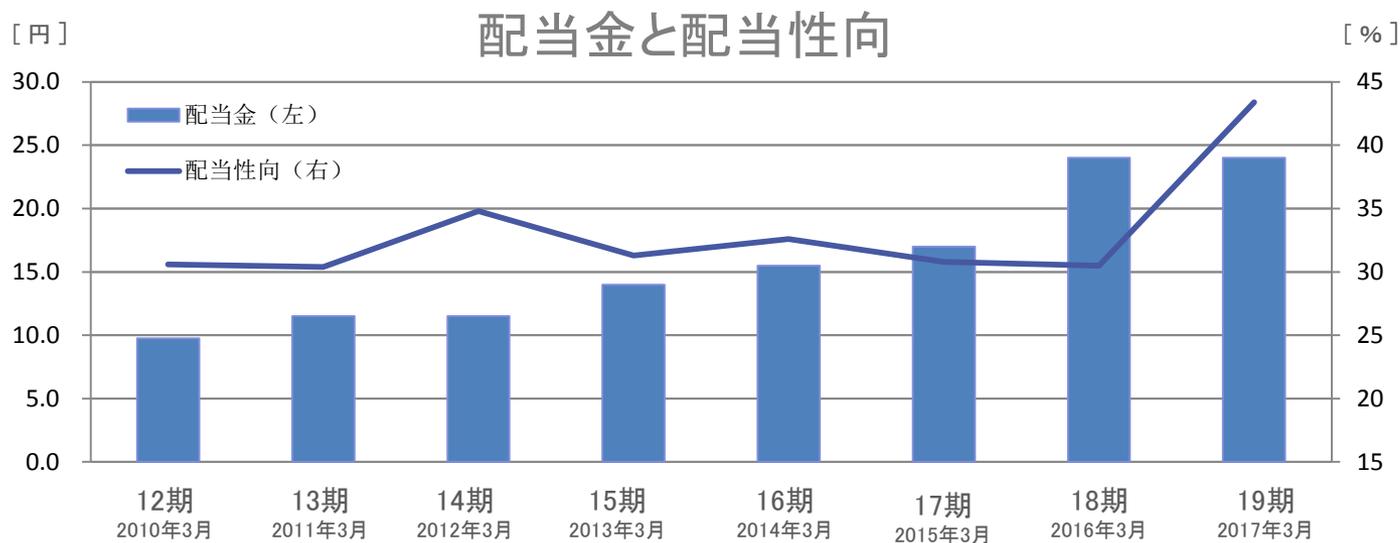


1) 利益の三者山分け理念(株主、顧客、社員) 良い時も悪い時も

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考えられます。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して下さいますよう、お願い申し上げます。なお、読読性を考慮し、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。