

決算説明資料

2022年3月期（第24期）第2四半期



2021年11月25日

エストアーグループ
株式会社エストアー

1. 2022年3月期上期振り返り

経営
成績

- ・ 増収増益（売上高9%増、営業利益44%増）

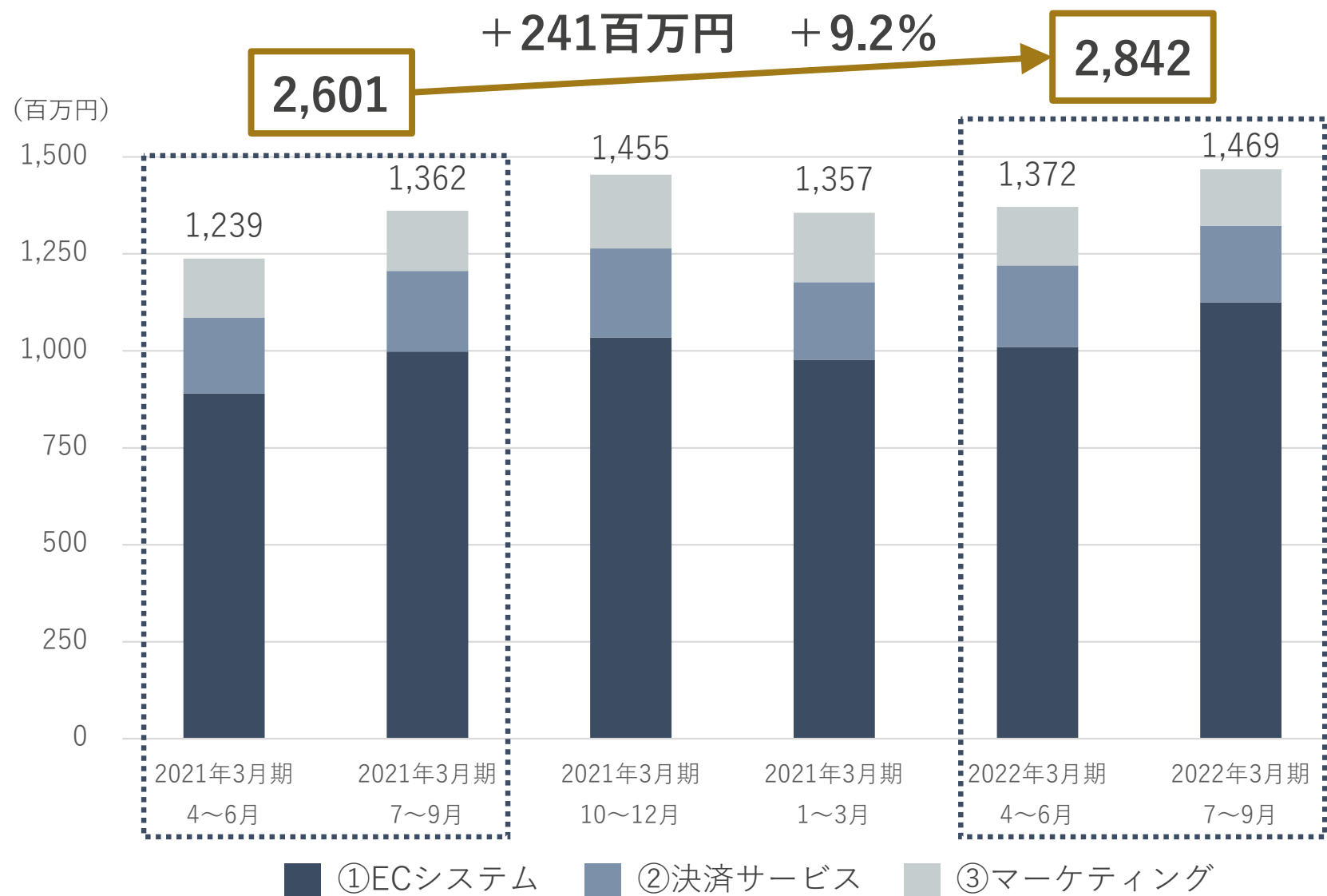
要因

- ・ E C消費は「巣ごもり」バブルの前年同期の水準には届かなかったものの、顧客企業のDX投資がOMOを中心に加速し、これが当社グループのノウハウと合致し、引き合いが増加した

先行
投資

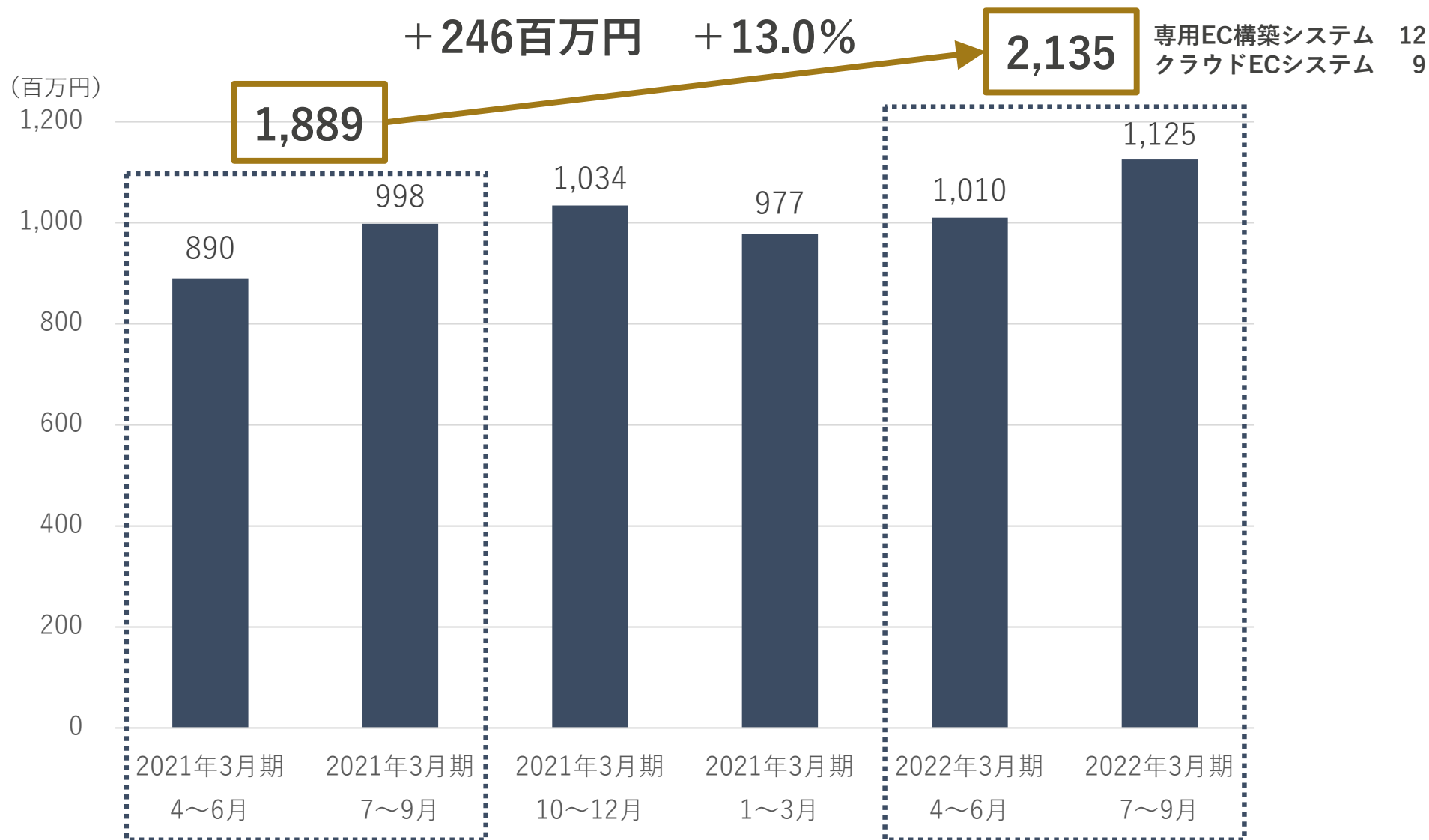
- ・ 将来の需要を見据え、システム開発を前倒し（新規連結会社の寄与）
- ・ 広告宣伝活動を強化（テレビCMなど）

■ 顧客企業のDX投資（OMO投資）を背景に増収



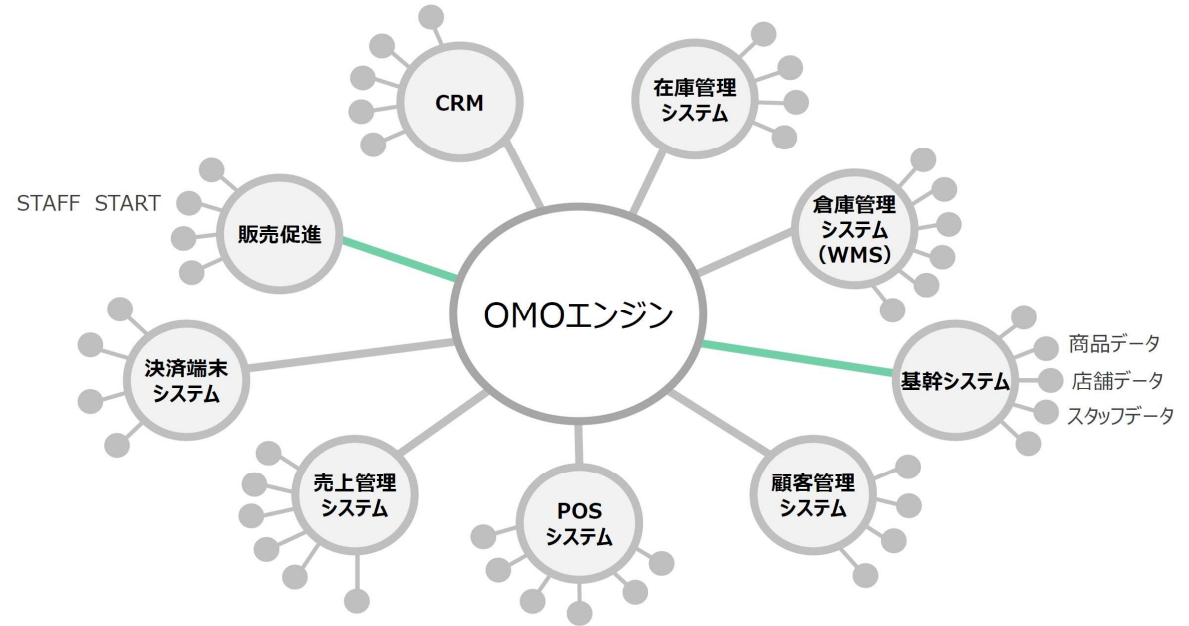
2022年3月期より収益認識基準を適用していますが、上記の2021年3月期の数値は遡及的に同基準を適用した場合の数値（但し監査対象外）を記載しています。代理人として行われる取引を総額表示から純額表示に組み替えを行っています。また、従前「その他」としていた内訳はマーケティングサービスに含めて集計しています。

■ 顧客企業のDX投資 (OMO投資) を背景に増収



■ 主なOMOニーズの取り込み

- ・ アダストリア
- ・ アルペン
- ・ パル
- ・ DCMホールディングス



OMO化へのポイント

- ・ OMOはオンラインとオフラインの長所を融合するため、柔軟性、拡張性があるシステムであることが重要
- ・ ECシステムがマイクロサービス化できるアーキテクチャになっているか？がキーワード

商流額・店舗数

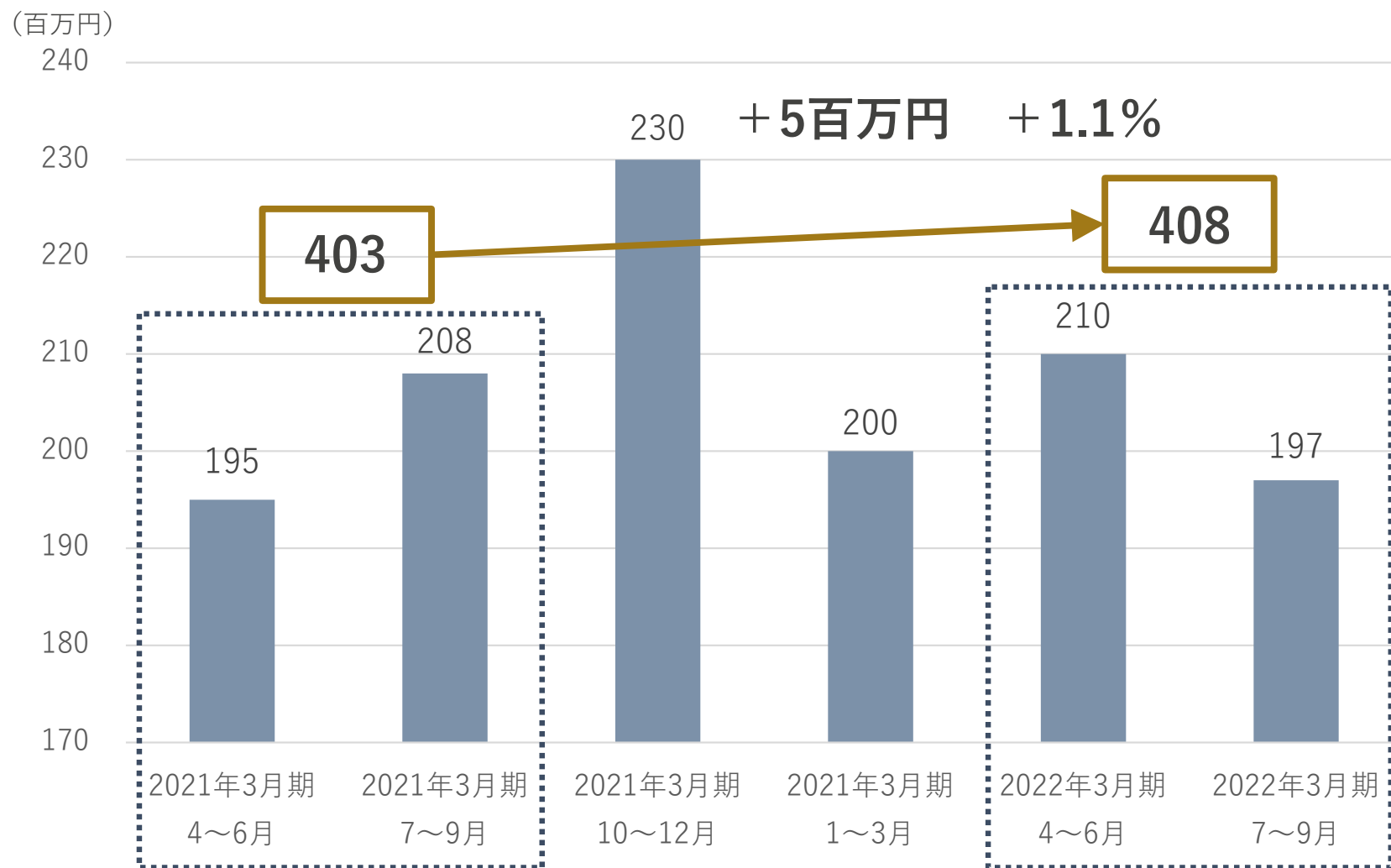
	2021年3月期					2022年3月期	
	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	通期	4～6月	7～9月
商流額 (十億円)	26.1	23.3	27.6	23.1	100.3	24.2	23.0
決済額 (十億円)	18.1	15.5	17.9	15.6	67.2	16.3	15.3
1店舗あたり商流額 (千円)	3,051	2,768	3,311	2,812	11,942	2,997	2,898
利用店舗数 (件) 期中平均	8,580	8,432	8,350	8,243	8,401	8,090	7,940
利用店舗数 (件) 期間末	8,528	8,399	8,314	8,204	8,204	8,029	7,909

※ Eストアーが提供するショッピングサーブを対象としています。コマースニジュウイチが提供するECシステムの商流額は含まれていません。

※ 「決済額」は、商流額のうち当社決済システムを通じた取引を対象としています。代引きや銀行振込等は対象としていません。

※ 「1店舗あたり商流額」は、2021年3月期以前の決算短信では、ショッピングサーブ以外のシステムも含んだ数値の記載でしたが、本表はショッピングサーブのみを対象としています。

■ E C消費は「巣ごもり」バブルの前年水準を下回る(次ページ参照)も、
これに連動する決済サービスの収益は横ばい

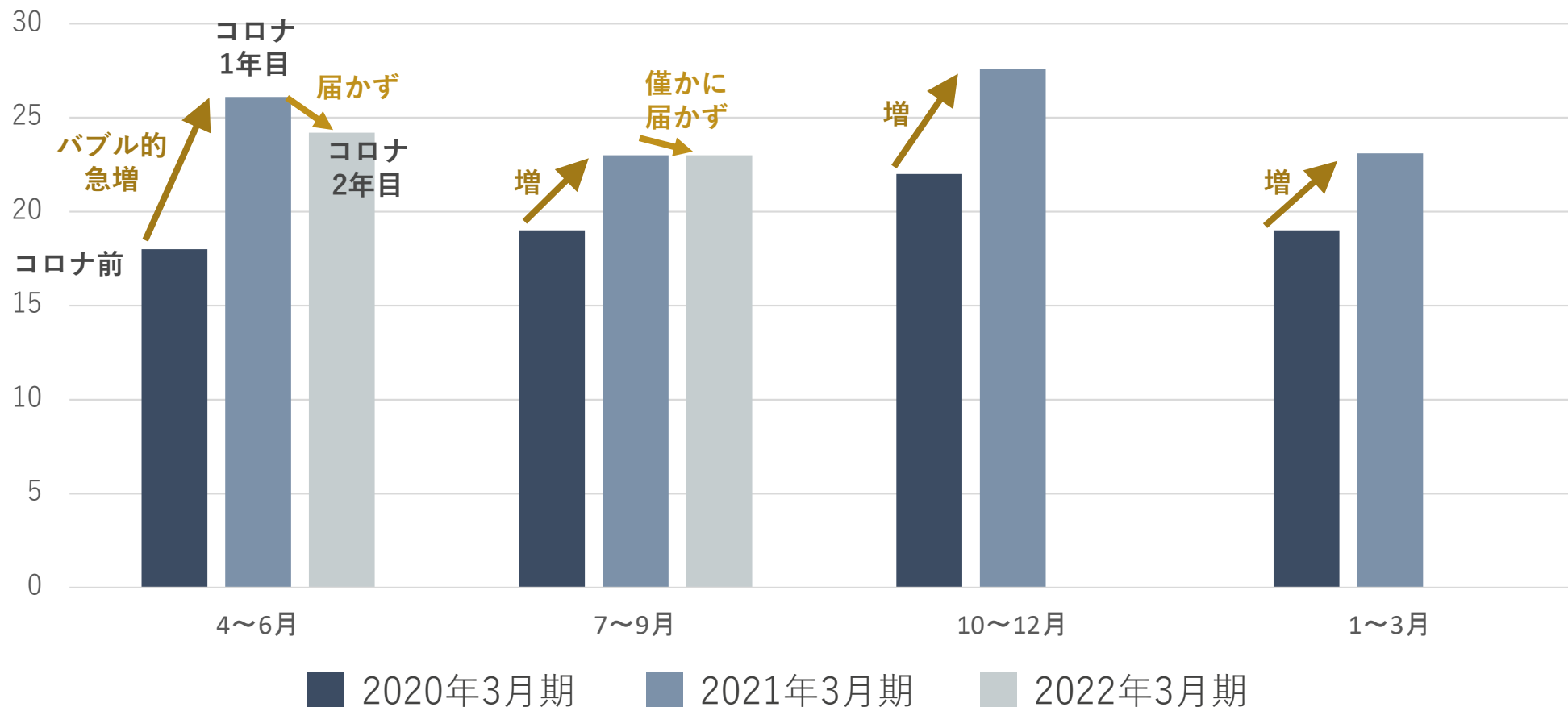


消費税率引上げ時のキャッシュレスキャンペーンに伴い一時的に決済手数料率を低く抑えていた反動。

■ 当上半期は、コロナ禍によってバブル的に急増した前上半期の水準には届かず。

ただし、(前年の)バブル期を脱した9月以降はプラス成長に転じている。

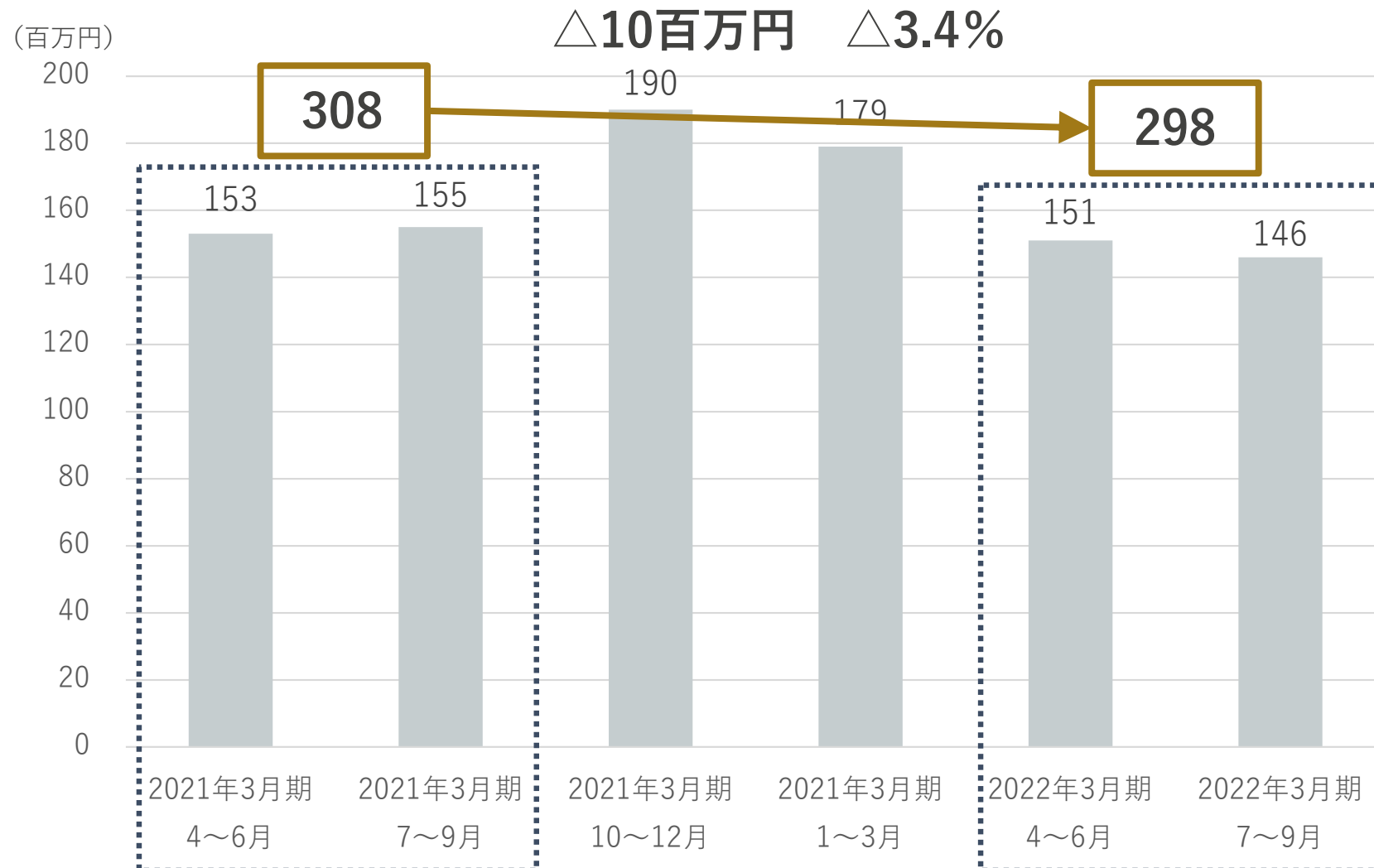
(10億円)



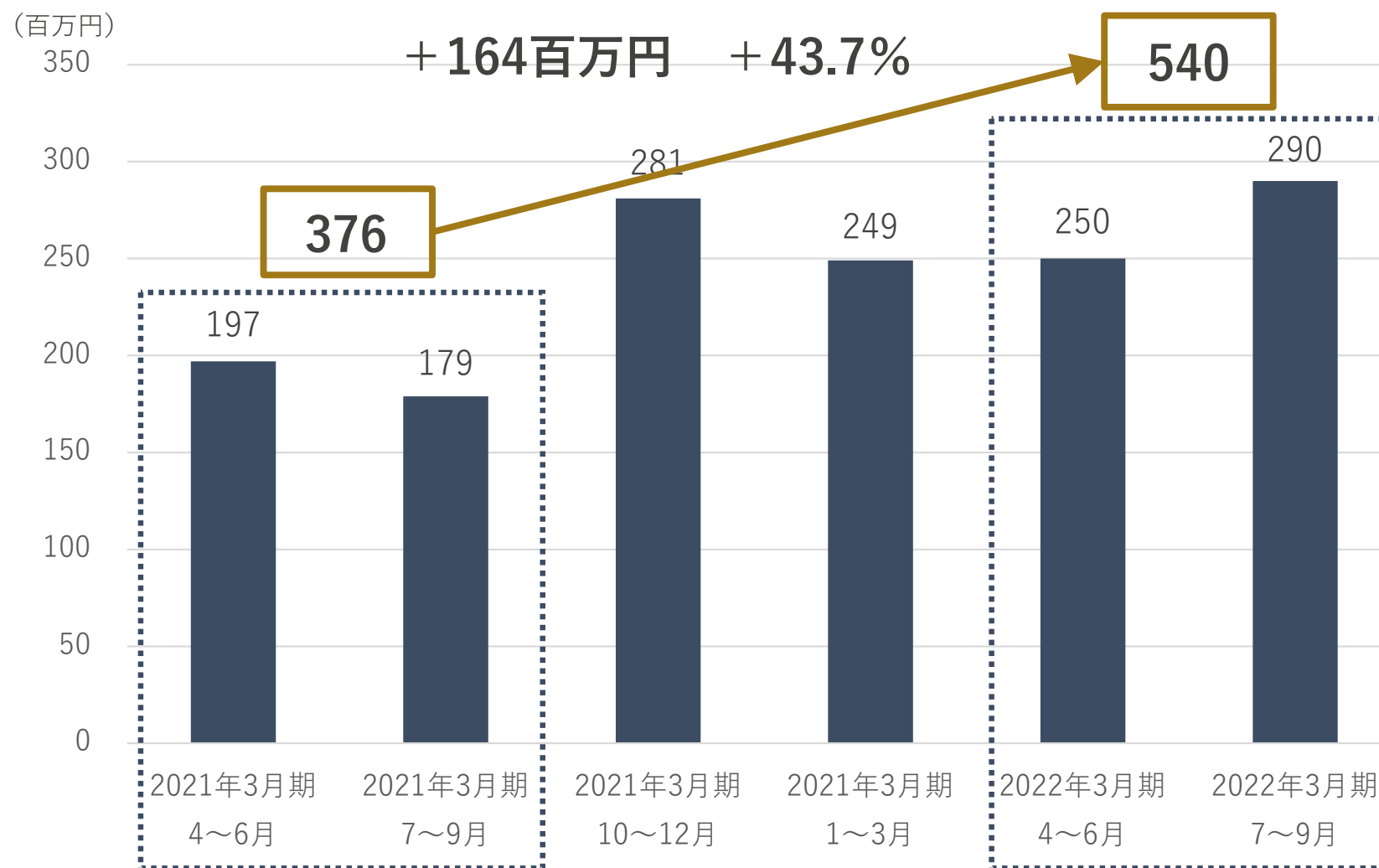
※ショップサービスの商流額。Sell Side Solutionの商流額は含まない。

1. 2022年3月期上期振り返り 連結売上高 (③マーケティングサービス)

■ コロナ禍によって冷え込んだ需要が戻りきらず



■ 開発の前倒し、広告宣伝の強化による費用負担を吸収して増益



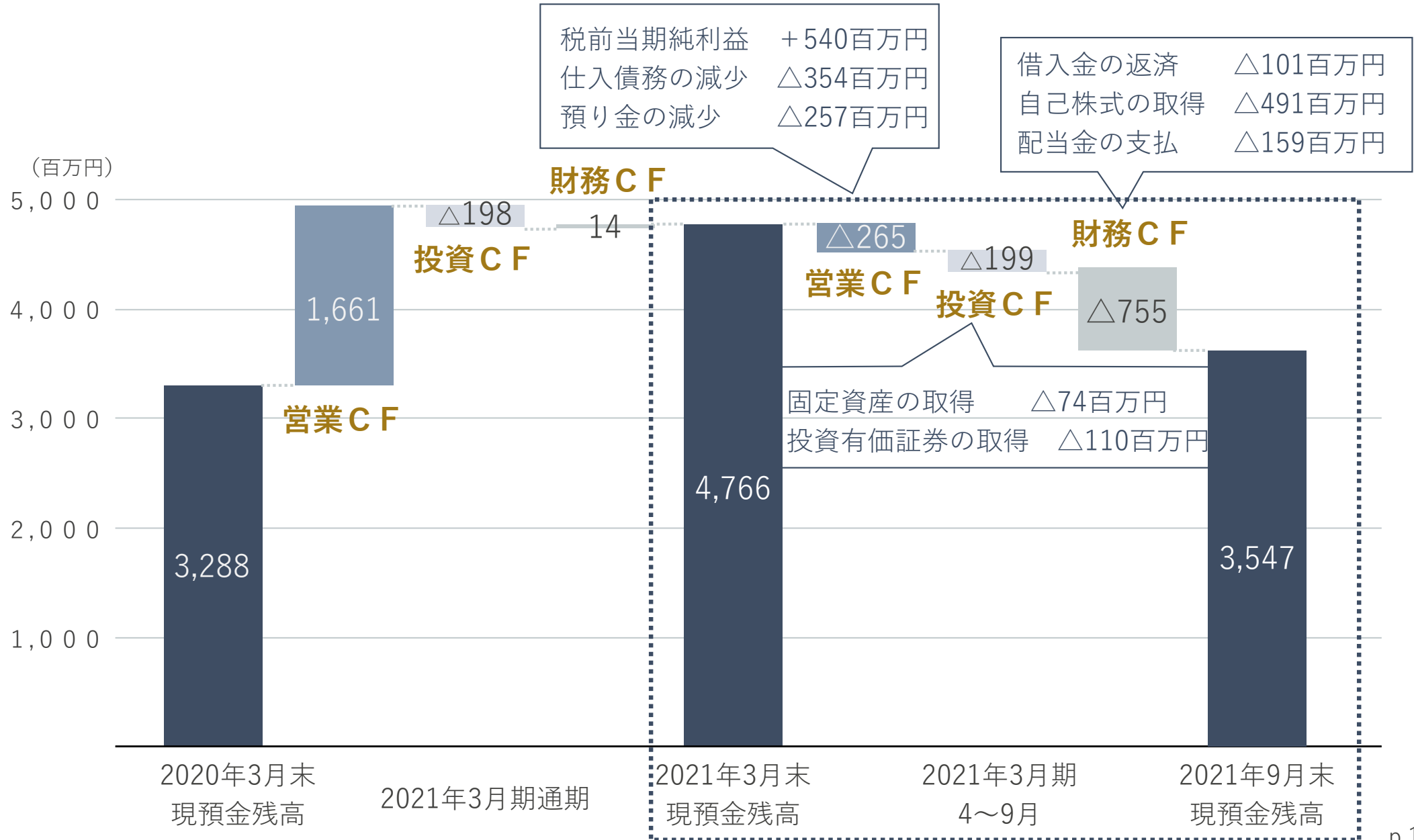
■ 自己資本比率31%と安定

69%	流動資産	5,237	流動負債	3,745	49%
	現預金	3,549	買掛金・未払金	603	
	売掛金・契約資産	1,492	短期・1年内返済借入	393	
	ほか	196	預り金	2,271	
			ほか	476	
			固定負債	1,455	19%
31%	固定資産	2,407	純資産	2,445	32%
	有形無形	1,296	株主資本	2,336	
	投資その他	1,110	ほか	108	
	資産合計	7,645	負債純資産合計	7,645	

長期借入金 706百万円
 転換社債 510百万円

自己資本比率 30.7%
 新株予約権付社債の株式転換により
 資本金・資本剰余金が224百万円増加

■ 営業キャッシュフローのマイナスはテンポラリー





① **自己株式の取得** (2021年5月25日)

240,000株 発行済株式総数 (自己株式を除く) に対する割合 4.79%

取得価格491百万円 (一株あたり2,049円)

② **国内ECベンダー初「3Dセキュア 2.0」を開始** EC事業者のチャージバック被害を回避 (2021年5月から提供開始)

③ **株式会社アーヴァイン・システムズの連結化** 開発体制を強化 (2021年7月より連結開始)

取得価格130百万円 (50.2%)

※混合対価：現金91百万円、当社株式39百万円

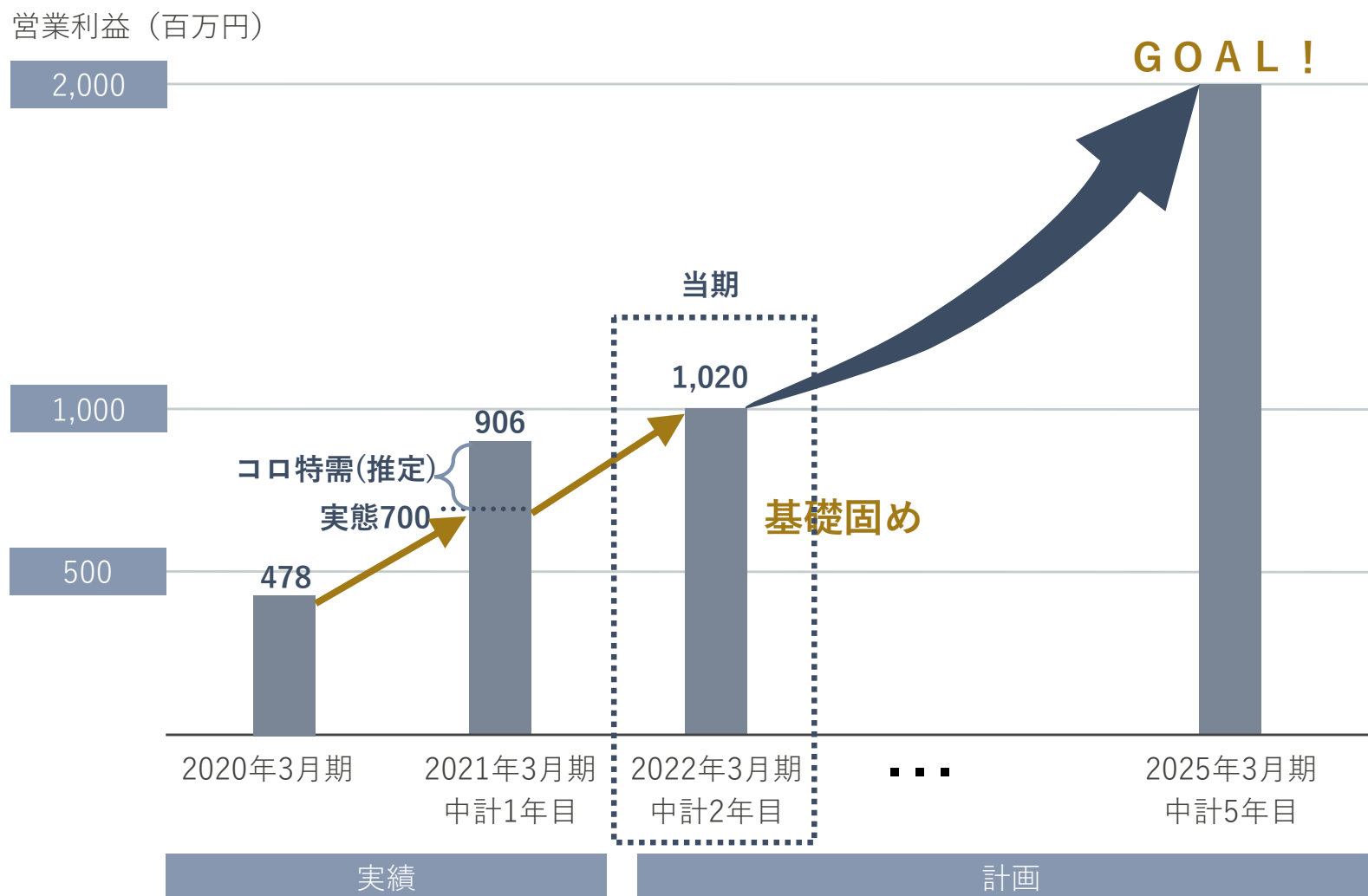
2. 業績見通し

■ 当期業績予想に対しても順調に進捗している。

	前期実績 2021年3月期	当期予想 2022年3月期	前期比	当4～9月実績 2022年3月期	進捗率 (百万円)
売上高	5,415	5,900	109.0%	2,842	48.2%
営業利益	906	1,020	112.6%	540	52.9%
経常利益	1,073	1,070	99.7%	540	50.5%
当期純利益	482	740	153.5%	348	47.0%

2. 業績見通し (参考) 中期経営計画 (2021年3月期～2025年3月期の5ヵ年計画)

■ 2025年3月期は営業利益20億円を目指す (2020年11月発表)



3. 參考資料

数値は2021年3月末

自社本店 E C 支援 2 3 年

支援メニューは、販売システム + 販促サービス
優位性はワンストップ



Position

カスタマーマーケティングを必要とする
コーポレート～エンタープライズ

プラットフォームEC
(モール)

アマゾン

楽天・ZOZO

メルカリ

本店ECシステム

専用構築ECシステム

パッケージECシステム

クラウドECシステム

ショッピングカート

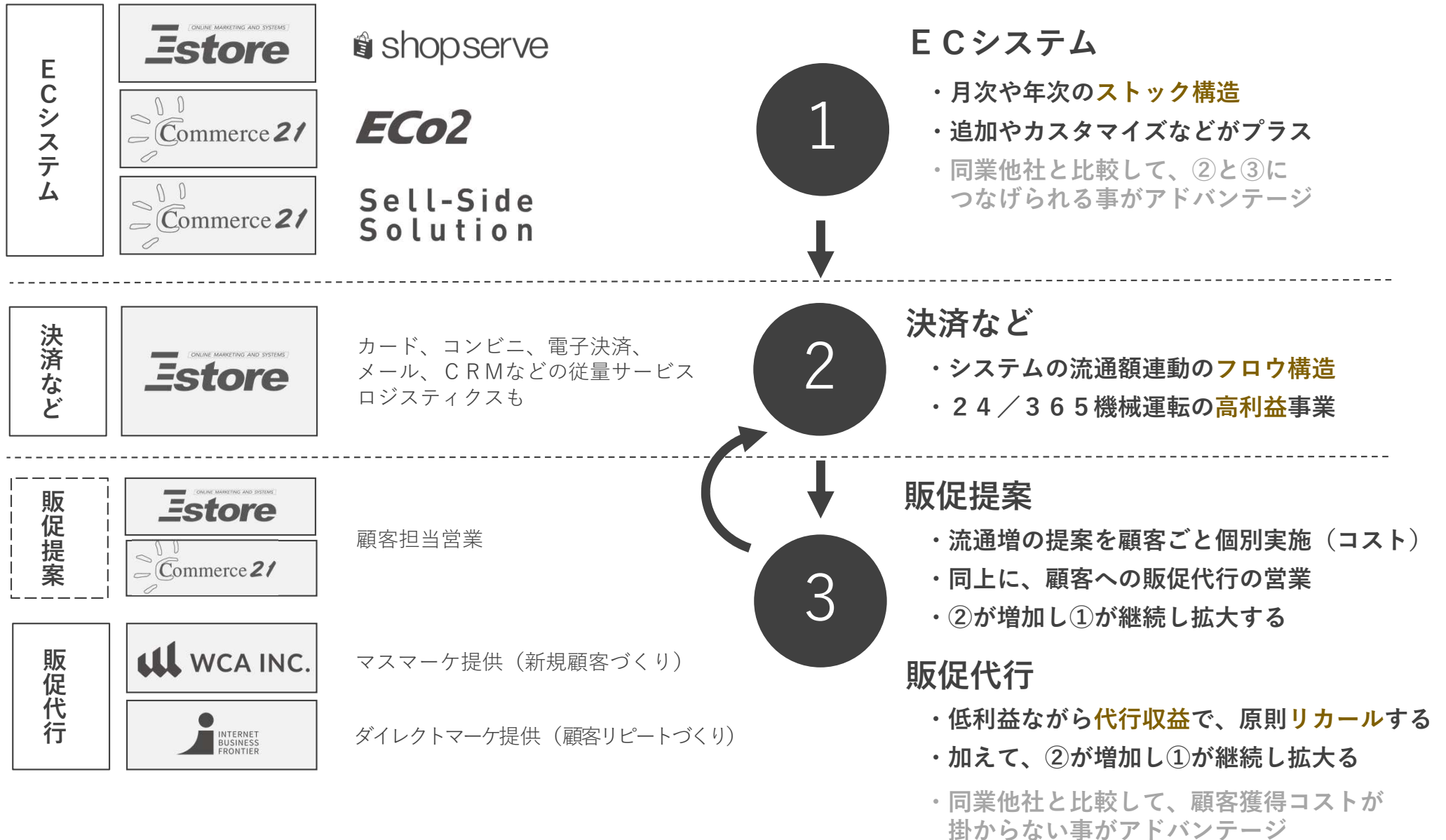
インスタントカート

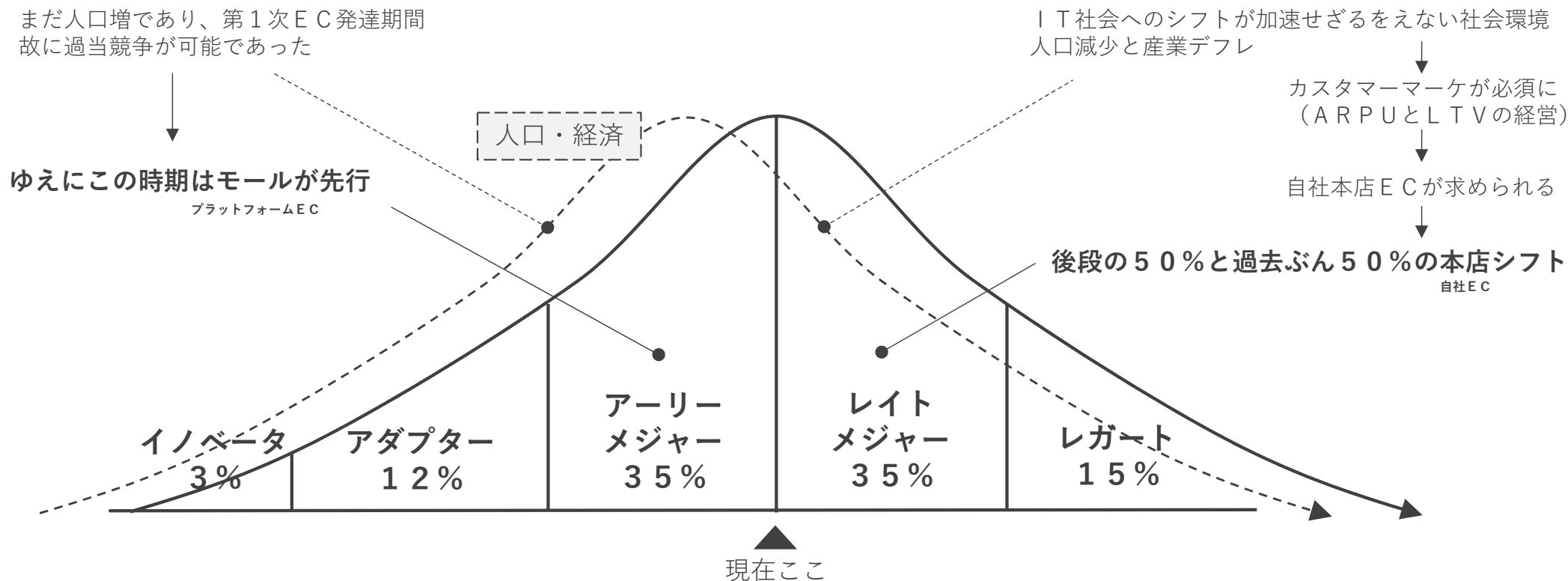
本店カートシステム

Sell-Side
Solution

ECo2

 shopserve





当社には、これからの顧客マーケットが大きい

- ① モールから本店へのシフトが加速、
- ② まだ低い国内 E C 化率の大きな伸び代、
- ③ レイトメジャーは大手参入が多いセオリー

E・ロジャースの産業発達曲線（市場面積）に、IT（E C）をなぞらえると、現在アーリーメジャーとレイトメジャーの中間。つまり当社の顧客市場面積の「山の頂上」にあると考える。ゆえにレイトメジャー以降の顧客マーケットはこれまでの20年と同サイズの市場である。加えて、国内における人口と経済では、既にピークを打って下降曲線にはいつている事から、社会的にも政策的にもデジタル推進は避けられず、現在わずか7%の国内 E C 化率（中国30%、米国20%、東南アジア15%）が、早いペースで（10年でレガートに到達）高まっていくと考えている。以上よりレイトメジャーに多い大型企業のマーケットが急速に発展すると予測している。

株式会社アダストリア
株式会社アルペン
株式会社パル
DCMホールディングス株式会社
日本トイザラス株式会社
株式会社講談社
株式会社ハーバー研究所
健康コーポレーション株式会社
株式会社F・O・インターナショナル
株式会社ワコール
マガシーク株式会社
株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン
ミズノ株式会社
株式会社コメリ
株式会社ディノス・セシール
サンワサプライ株式会社
株式会社コジマ
株式会社ピーシーデポコーポレーション
デロンギ・ジャパン株式会社
スカイネット株式会社