

コマース21の株式取得による
子会社化に関するお知らせ『補足資料』

M&Aの目的

EC1.0の開店の時代から、EC2.0の広宣の時代を経て、EC3.0という、より強固なECが求められる時代へ対応。

ポートフォリオ

当社コア事業のひとつであるECシステムについて、従前の中小企業向けASP（汎用システム）に加え、大企業のニーズに強いコマース21のパッケージ型インテグレーションECシステムが加わることで、多様な顧客ニーズに対応可能となる。

シナジー

Eストアー

当社が現在強化している、大型の販促サービス（マーケティングの代行）に対して、要望が多い大型のシステム開発（自由設計のスクラッチ開発システム）に応えることが叶い、Eストアーは新規営業力強化になり、収益拡大が見込まれる。

シナジー

コマース21

コマース21の主要顧客である大企業や、新規顧客への対応に対して、当社が注力している販促サービスを同社のシステムとセットで提供可能となり、コマース21は既存顧客の満足度向上や新規営業力強化になり、収益拡大が見込まれる。

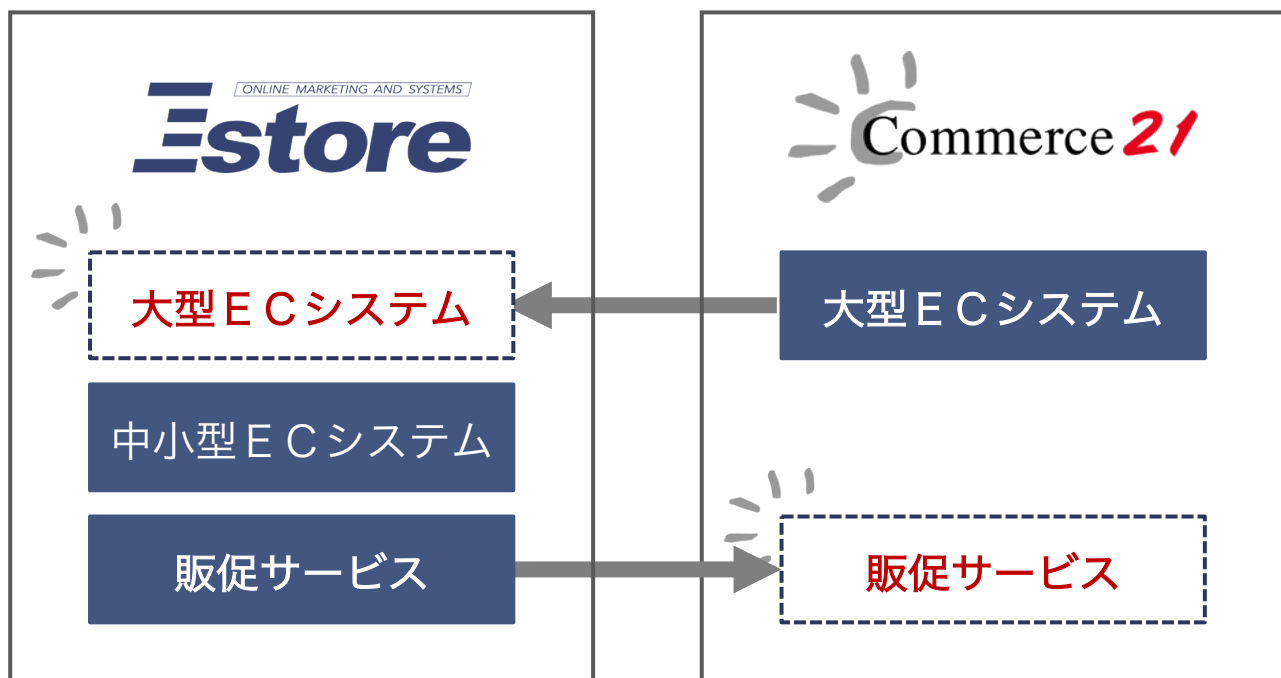
当社の中期戦略

より大型案件 & より販促サービスを強化

スローガン

『EC強化と人手不足を同時に解決』 EC事業部代行

相互シナジーの発生



ともに企業の『自社本店EC』20年の実績

当社が強化している大型販促サービス（ページ制作や集客プロモーションの販促代行事業）に対して、要望が多い大型ECシステム開発に応えることが叶い、Eストアーは新規営業力強化になり、収益拡大が見込まれます。

コマース21の主要顧客である大企業に対して、当社が注力している販促サービスが提供可能となり、コマース21は既存顧客の満足度向上や新規営業力強化になる事で、収益拡大が見込まれます。

当社の中期戦略

より大型案件 & より販促サービスを強化

スローガン

『EC強化と人手不足を同時に解決』 EC事業部代行

中期戦略の加速

コマース21の主要顧客である大企業に対して、当社が注力している販促サービス（マーケティングの代行）を提供可能となり、Eストアとしては大口案件獲得によって、戦略強化中の販促サービスの収益拡大が見込まれます。



販促サービスとは、クライアントのEC業務代行業のこと。前提として、各代行には単なる作業ではなく、その効果を得るための企画戦略と、それに必要となる調査分析が含まれており、常に改善を繰り返します。●ページや広告宣伝などのビジュアルクリエイション●集客のための広告宣伝●リピートのためのメルマガやキャンペーンの実施●流通に関わる倉庫や配送のアレンジ●受注や決済●ECシステムの連携とERPの連携など

当社の中期戦略

より大型案件 & より販促サービスを強化

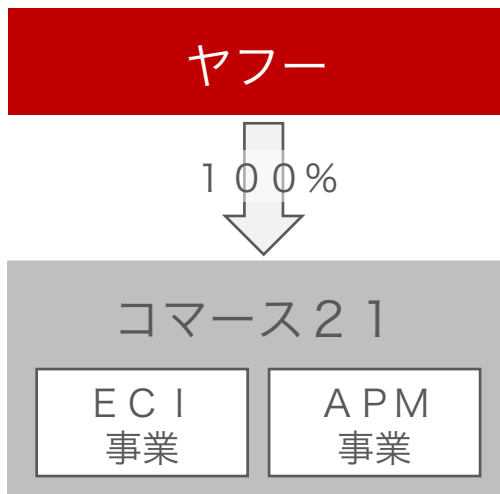
スローガン

『EC強化と人手不足を同時に解決』 EC事業部代行

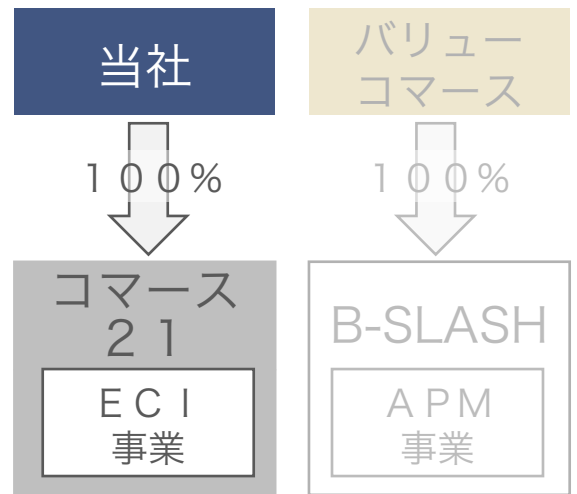
M&Aのスキーム

これまでコマース21の事業内にあったAPM事業を切り出して会社分割を行いバリューコマースに移管。引き続きECパッケージインテグレーション事業を保有するコマース21の株式をヤフーからEストアーが譲受する事によってEストアーはコマース21を100%子会社化しました。

本M&Aの前



本M&Aの後



コマース21の業績見通し

下記はコマース21単体の業績見通しです。のれん償却費用や、経営統合等のPMIにかかる費用、その他ディール費用は以下には織り込んでいません。

単位：百万円	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期
売上高	1,891	2,077	2,266
営業利益	137	200	265
営業利益率	7%	10%	12%