

# 決算説明資料

2022年3月期（第24期）



2022年6月9日

Eストアグループ

株式会社Eストアー

2022年3月期より収益認識基準を適用していますが

本資料における2020年3月期、2021年3月期の数値は参考値として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

# 1. 2022年3月期決算概要

経営  
成績

- ・ 増収増益 短信表紙では減収に見えますが  
これは取引を総額表示から純額表示に組み替えたためです。
- ・ 売上高 5,746百万円（6%増）
- ・ 営業利益 1,051百万円（16%増） 売上高営業利益率18.3%

要因

- ・ 顧客企業のDX投資が加速
- ・ 大型EC向けシステムのけん引
- ・ EC消費は前期巣ごもりバブルを超え順調に推移

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）

## ECからUC（ユニファイド）へ移行中

### ■ 大型シフトの目論見どおりのEストアー

従前より進めている「店舗数減&店舗質アップ」のとおり大型店は獲得が解約の数倍の成果

### ■ バックヤードシフトのCOMARS 21社

UCを軸とした『ECフロント』に加え、  
サプライチェーンの帳合システムなど『バックヤード』も強化

### ■ EC特化型シフトのWCA社

効果低下の『運用型広告』から『LTV着目の集客』にシフト、ハンズオンに大きく寄与

### ■ 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

取得価格130百万円（過半）、2021年7月連結開始、  
対価の一部に金庫株（39百万）を活用（株式交付）

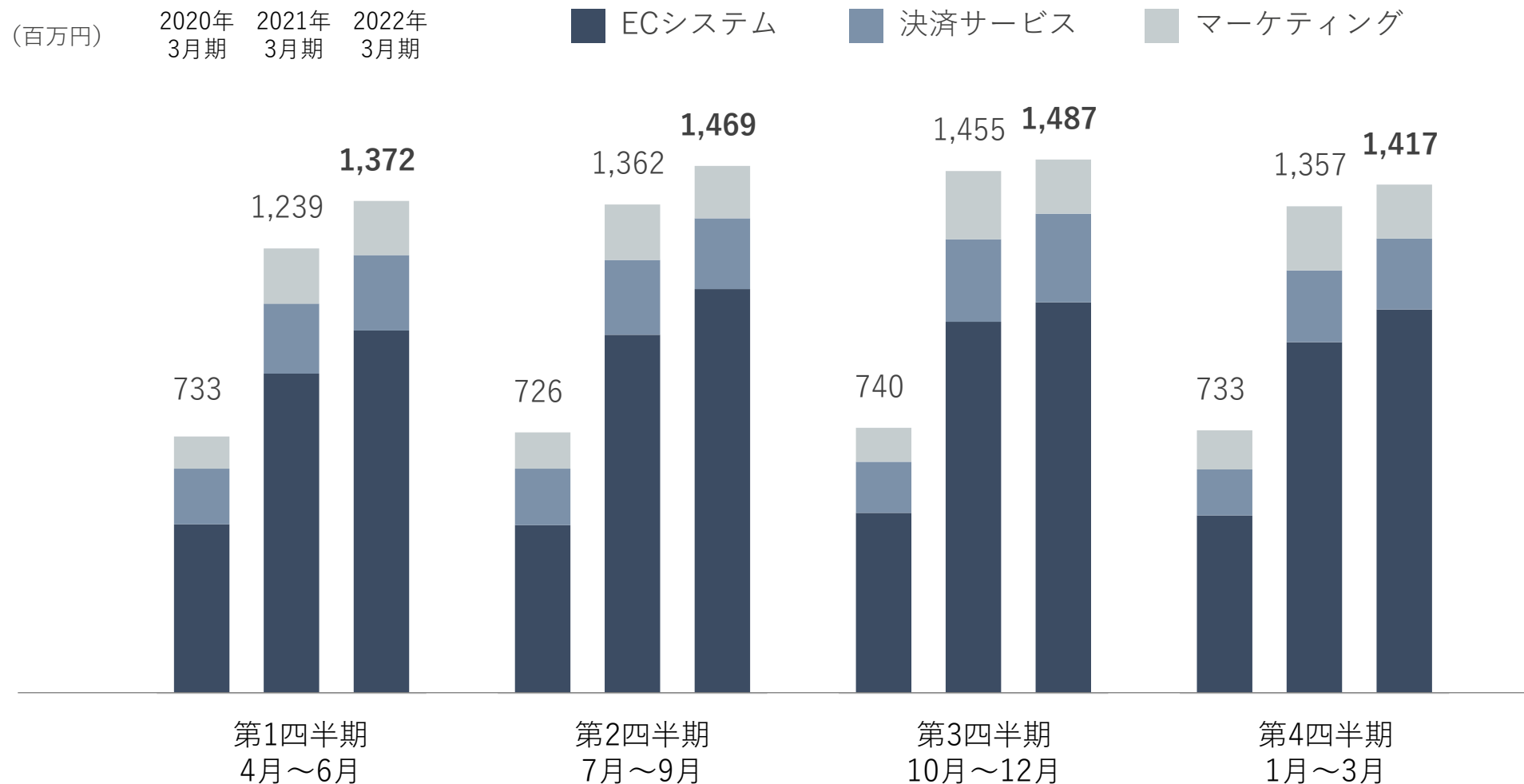
### ■ 順調推移の中期経営計画（2025年3月期）

2021年3月期からの5ヵ年計画の2／3が計画どおりに推移

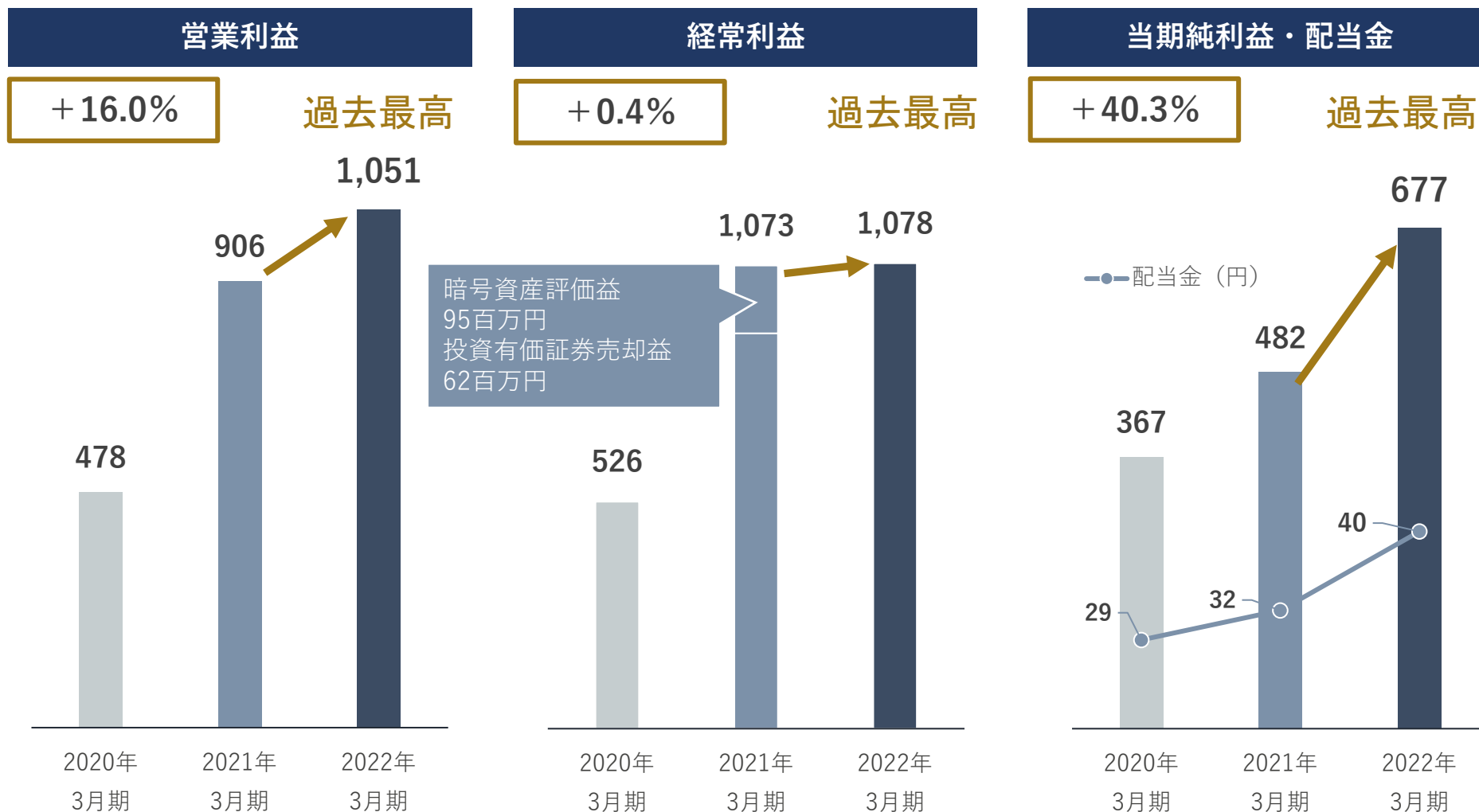
### ■ 自己株式の取得

240,000株、発行済株式総数（自己株除く）に対し4.79%、取得価格491百万（一株2,049円）

企業のDX投資を背景に年度を通じ好調



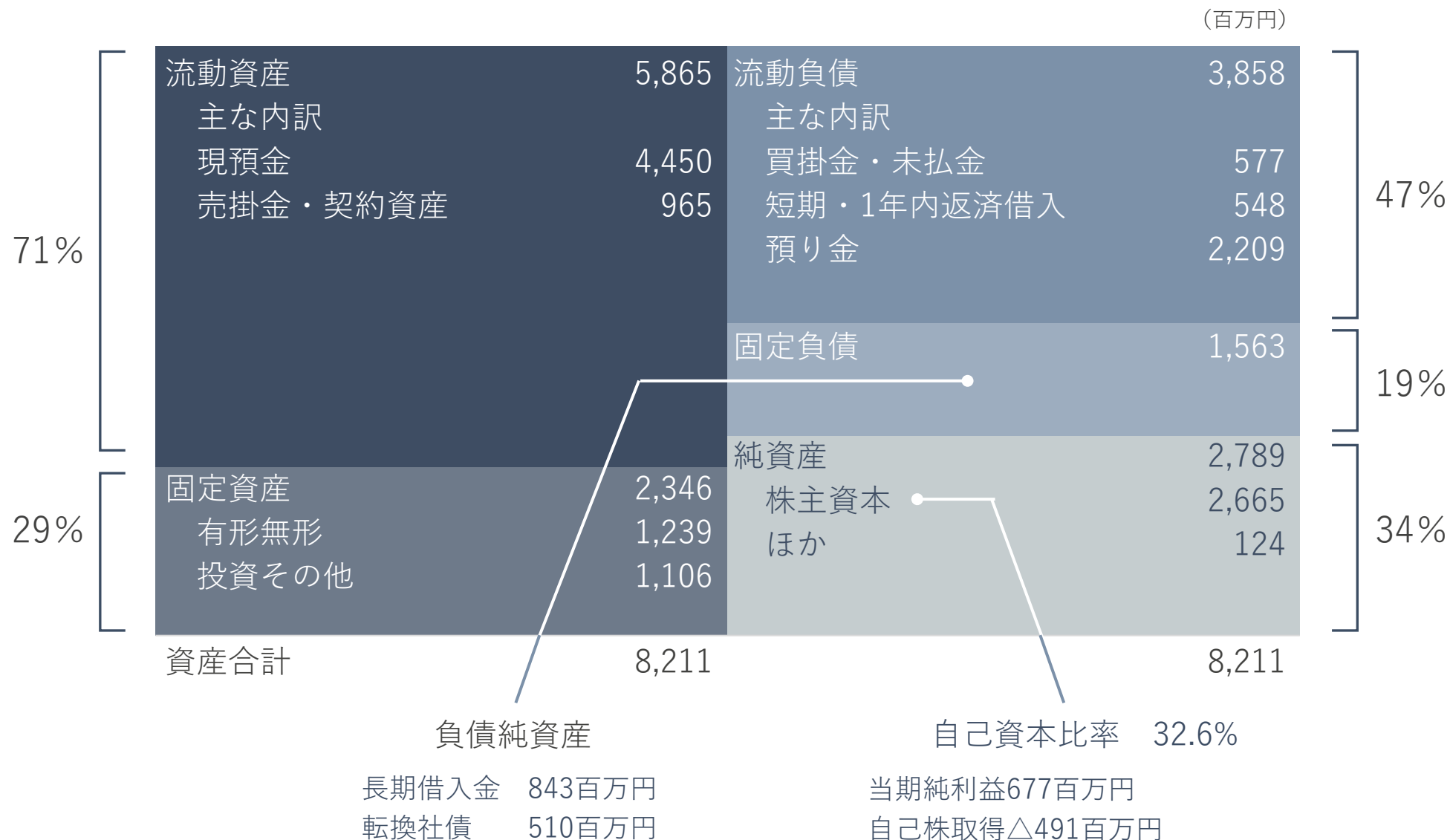
2期連続 最高益更新 期初予想32円を上回る40円の配当



※ 親会社株主に帰属する当期純利益

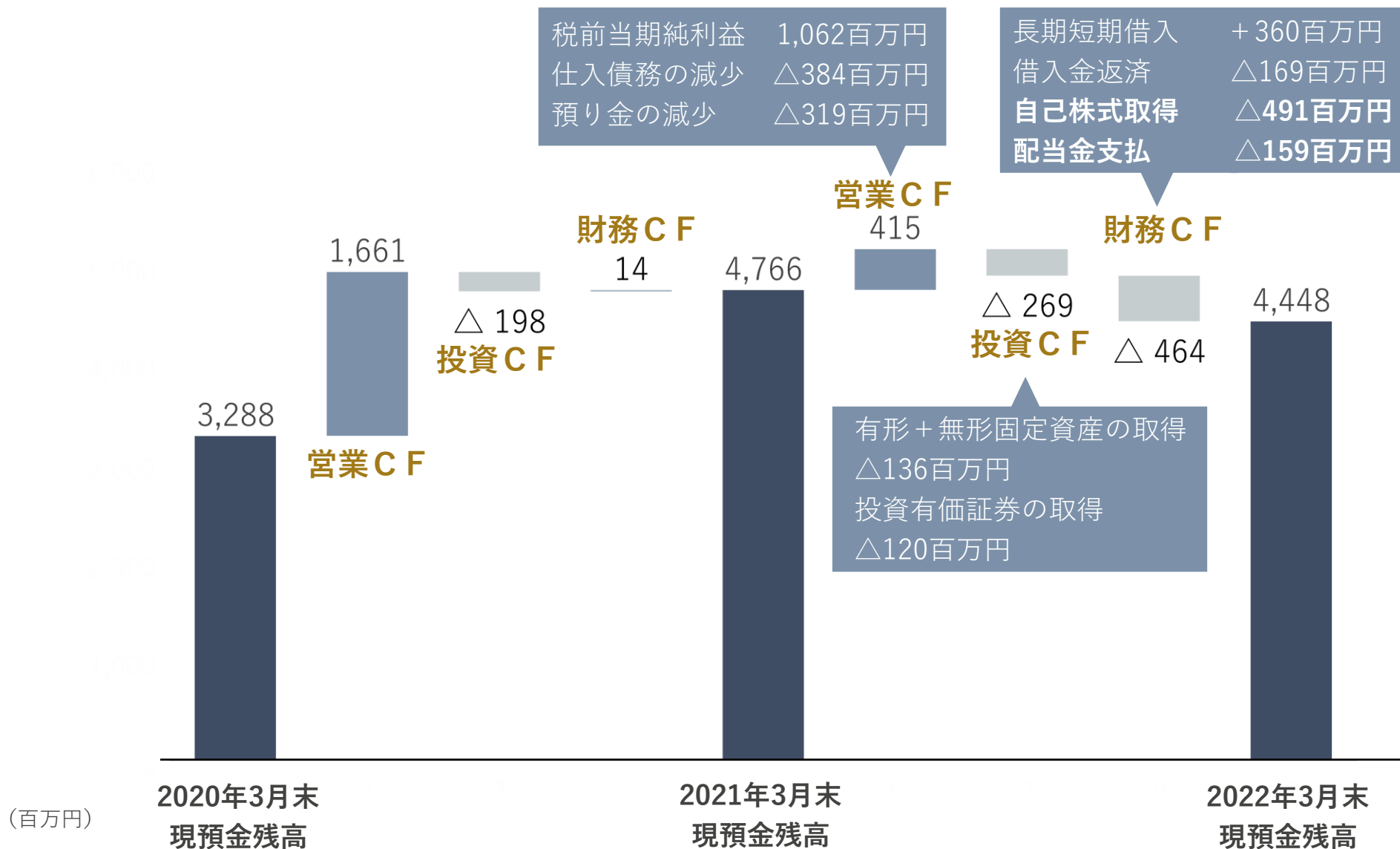
単位：百万円

自己資本比率 32.6% 前期比 + 5.4pt





自己株式取得 + 配当金支払い 650百万円



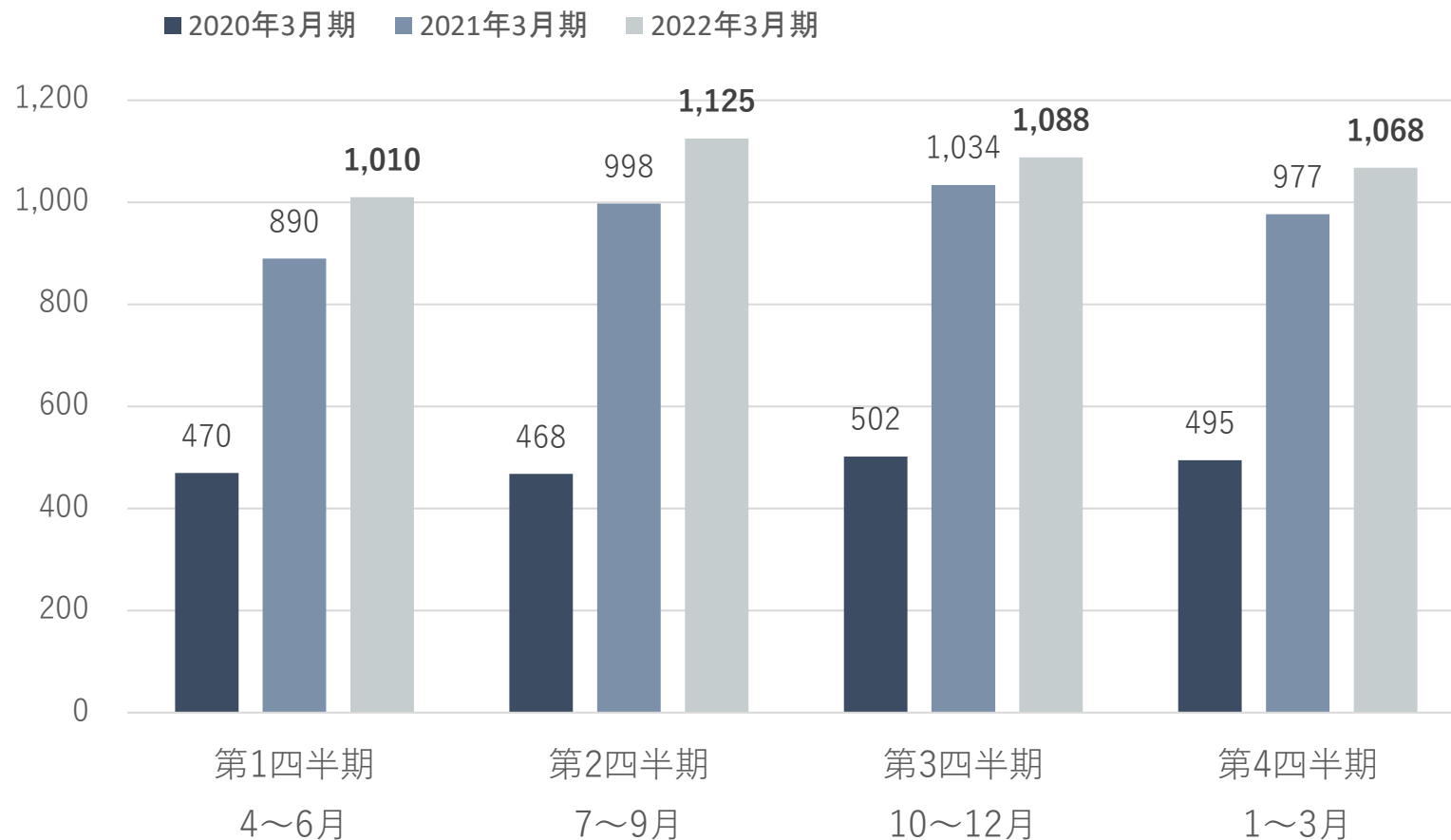
## 2. 収益モデル別の状況

■ 顧客企業のDX投資 を背景に年度を通し好調 増収

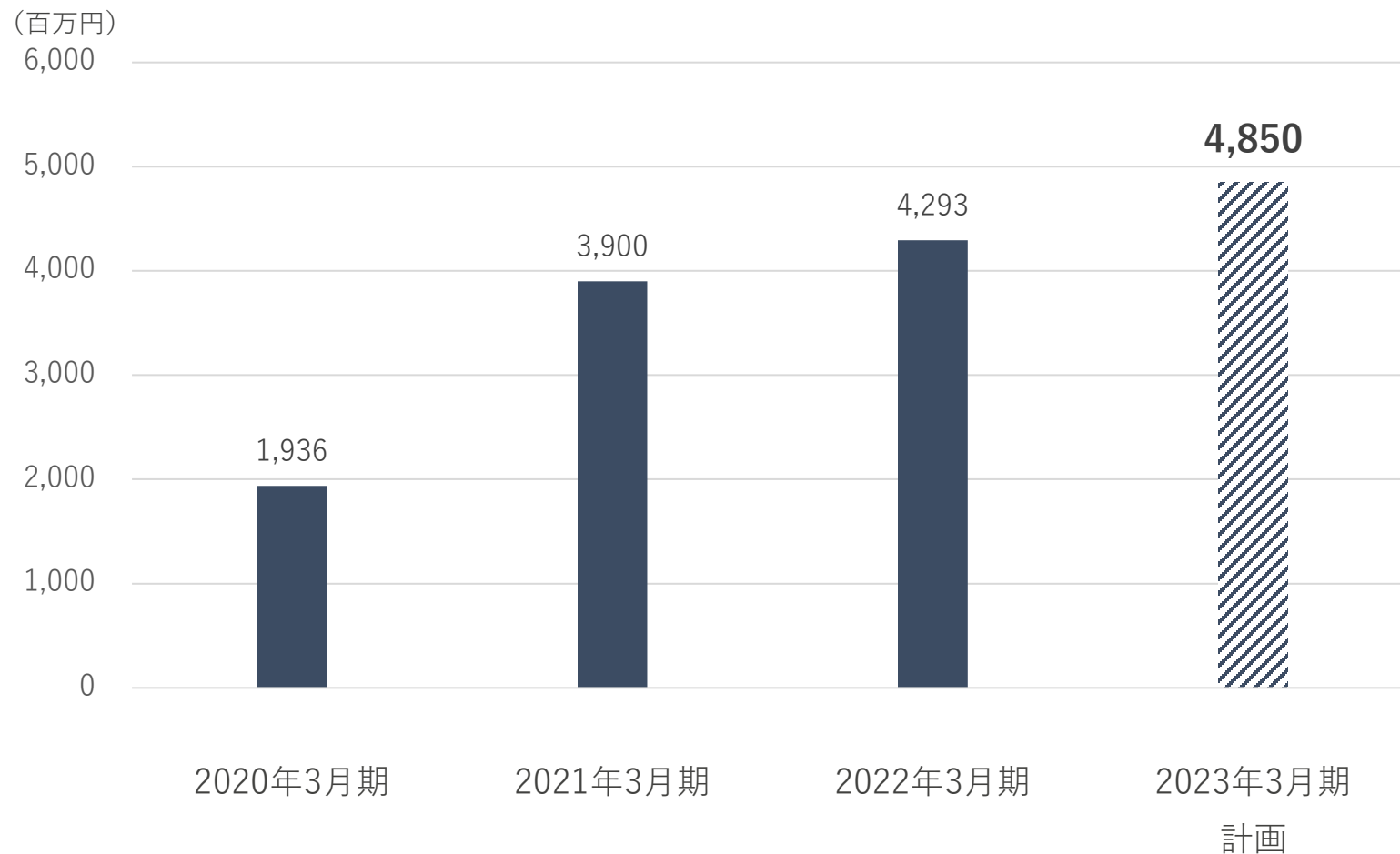
売上高：4,293百万円

前期比+10.1%

(百万円)



■ 顧客企業のDX投資意欲旺盛。二桁増収を見込む。

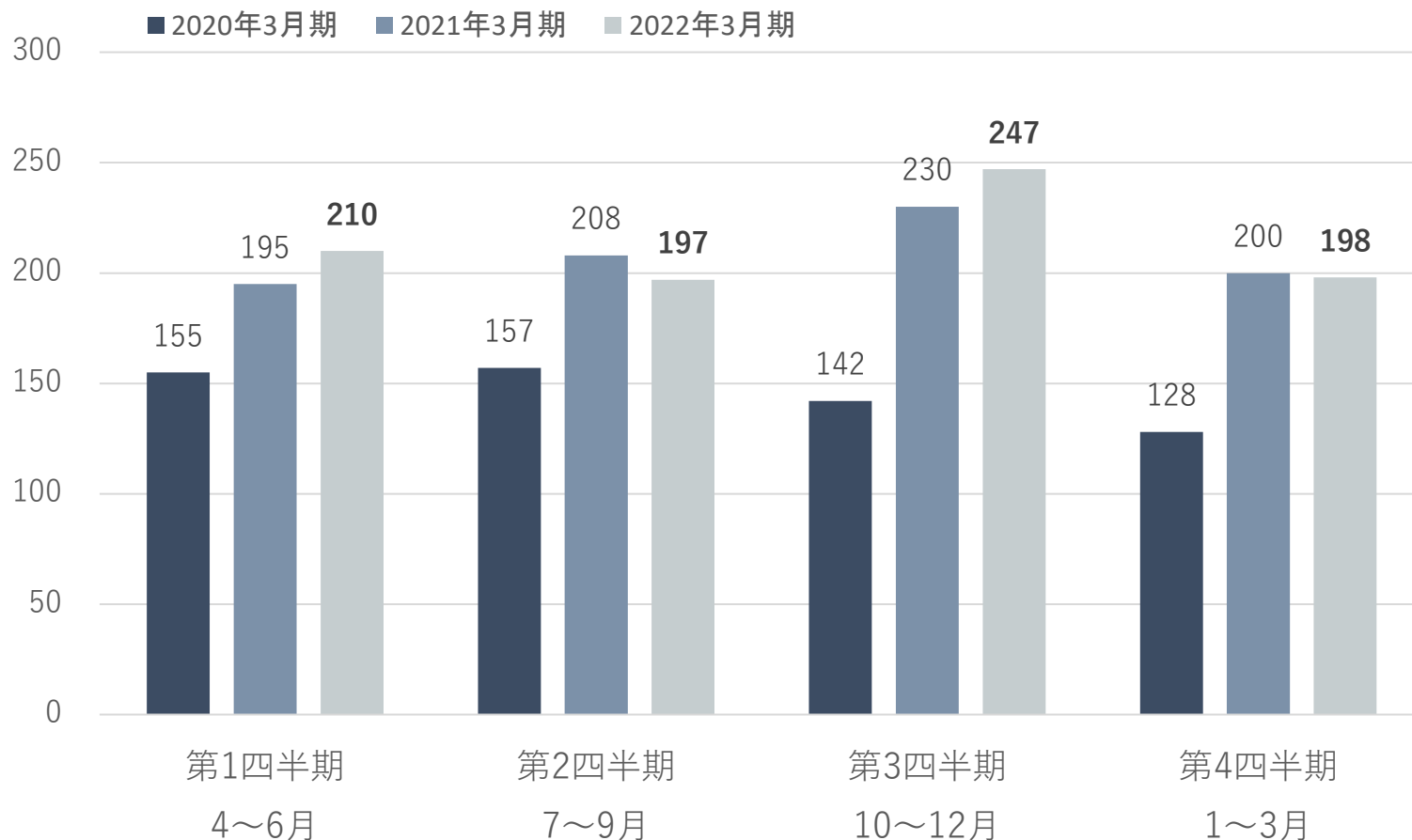


## E C消費は前期の「巣ごもり」反動は軽微、むしろE C定着

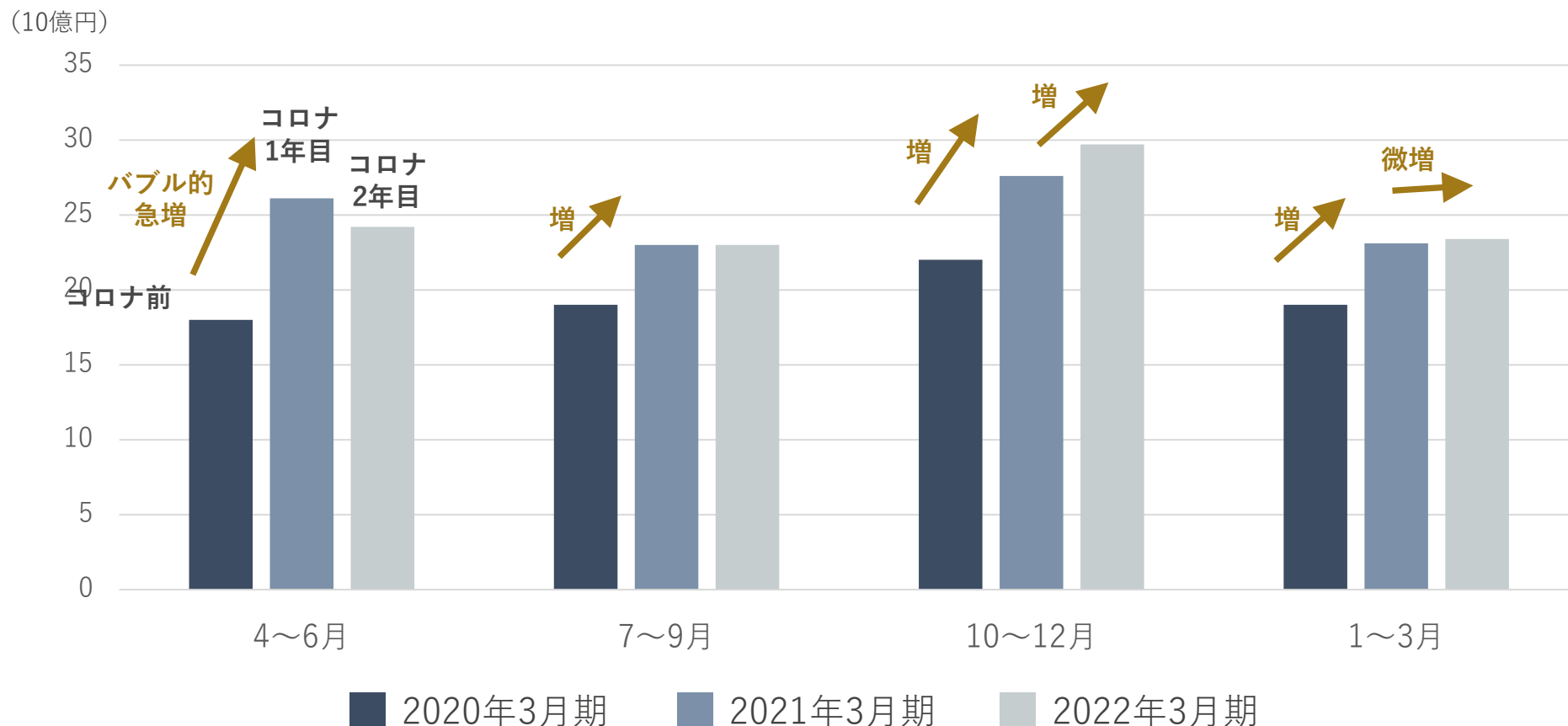
売上高：854百万円

前期比+2.2%

(百万円)

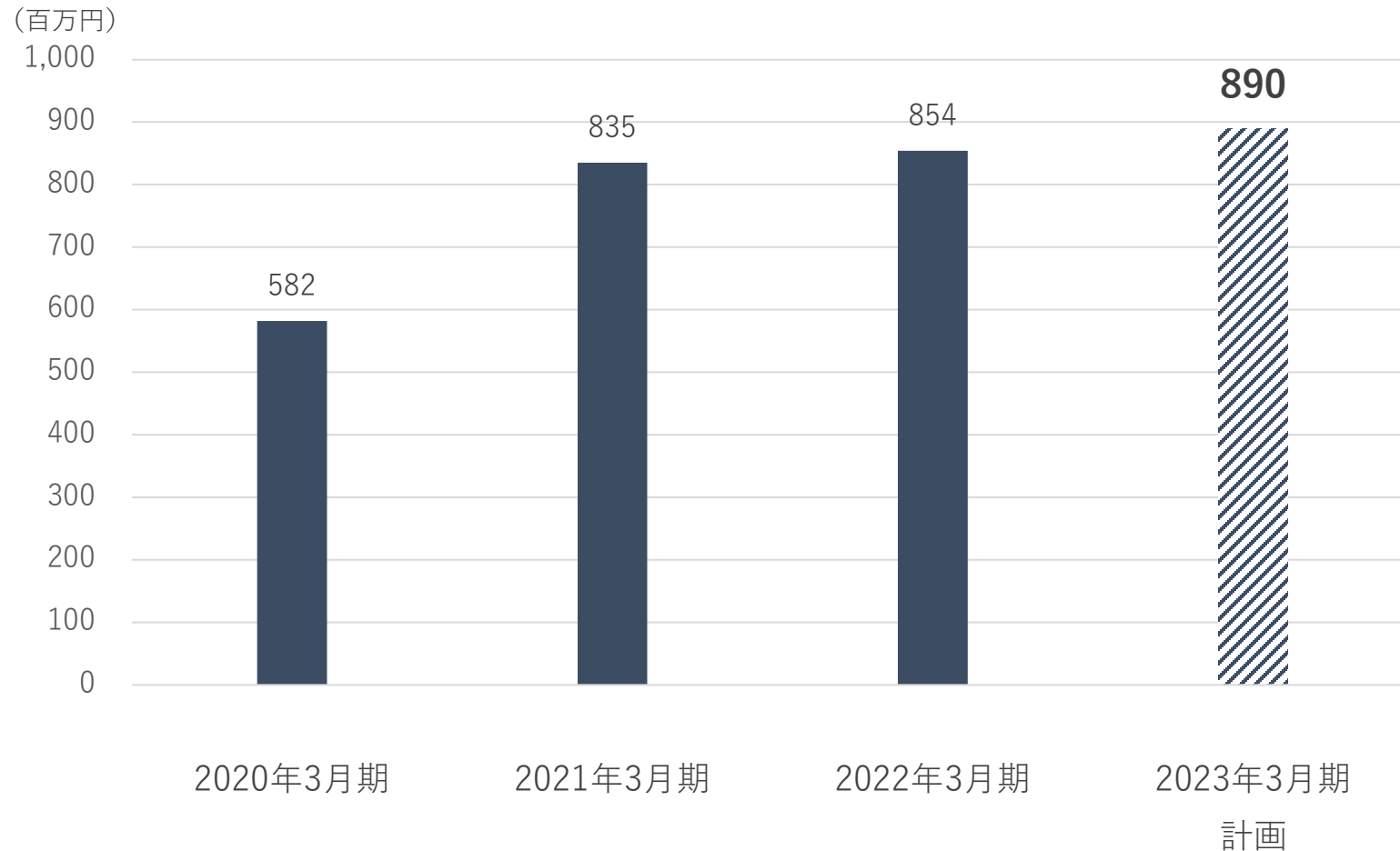


上半期は、コロナ禍急増した前上半期の水準には届かず、下半期は堅調に推移



※ショップサーブの商流額。Sell Side Solutionの商流額は含まない。

E C消費は引き続き堅調を維持する見通し

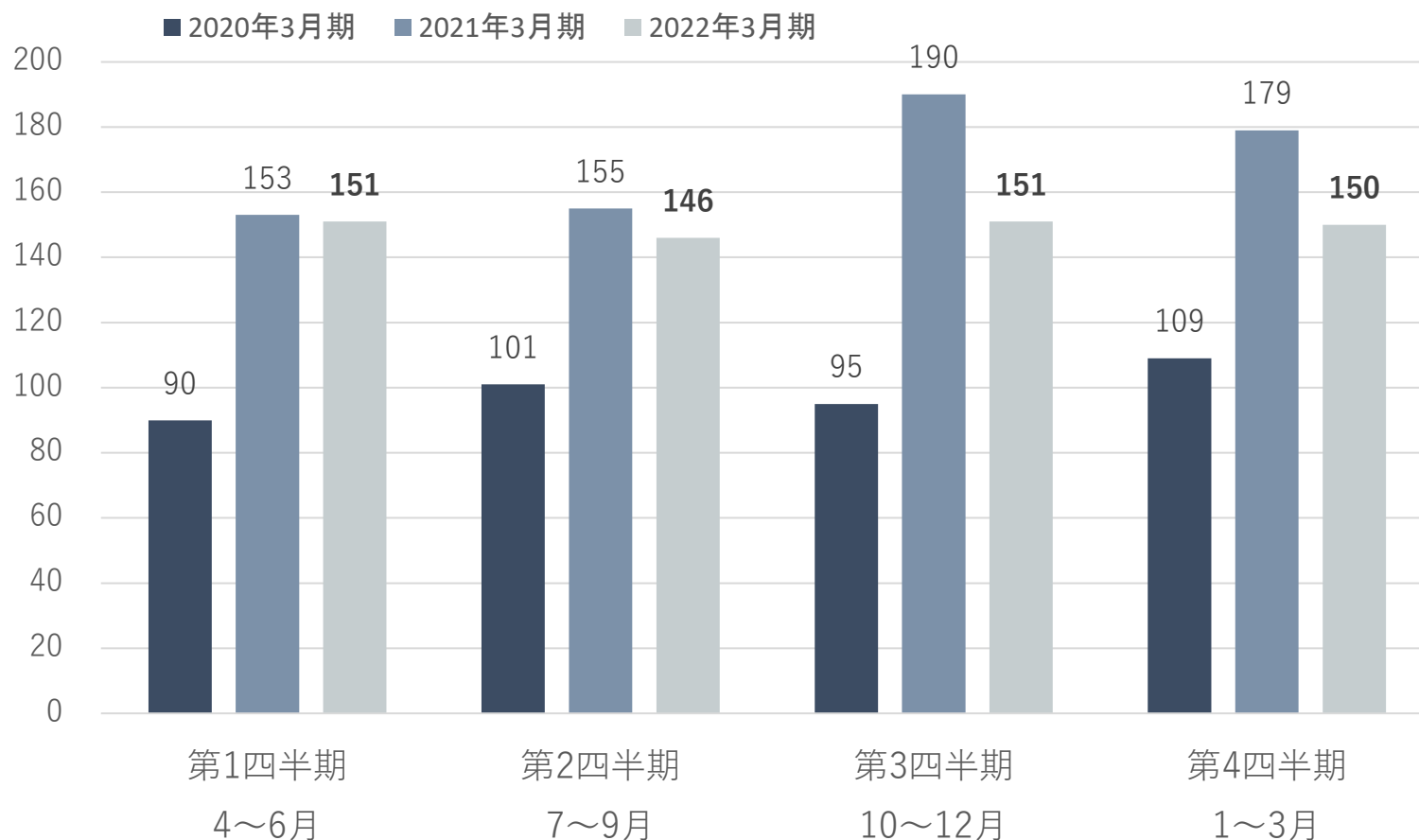


## E C向けネットプロモーションにシフト、純額表示に変更

売上高：599百万円

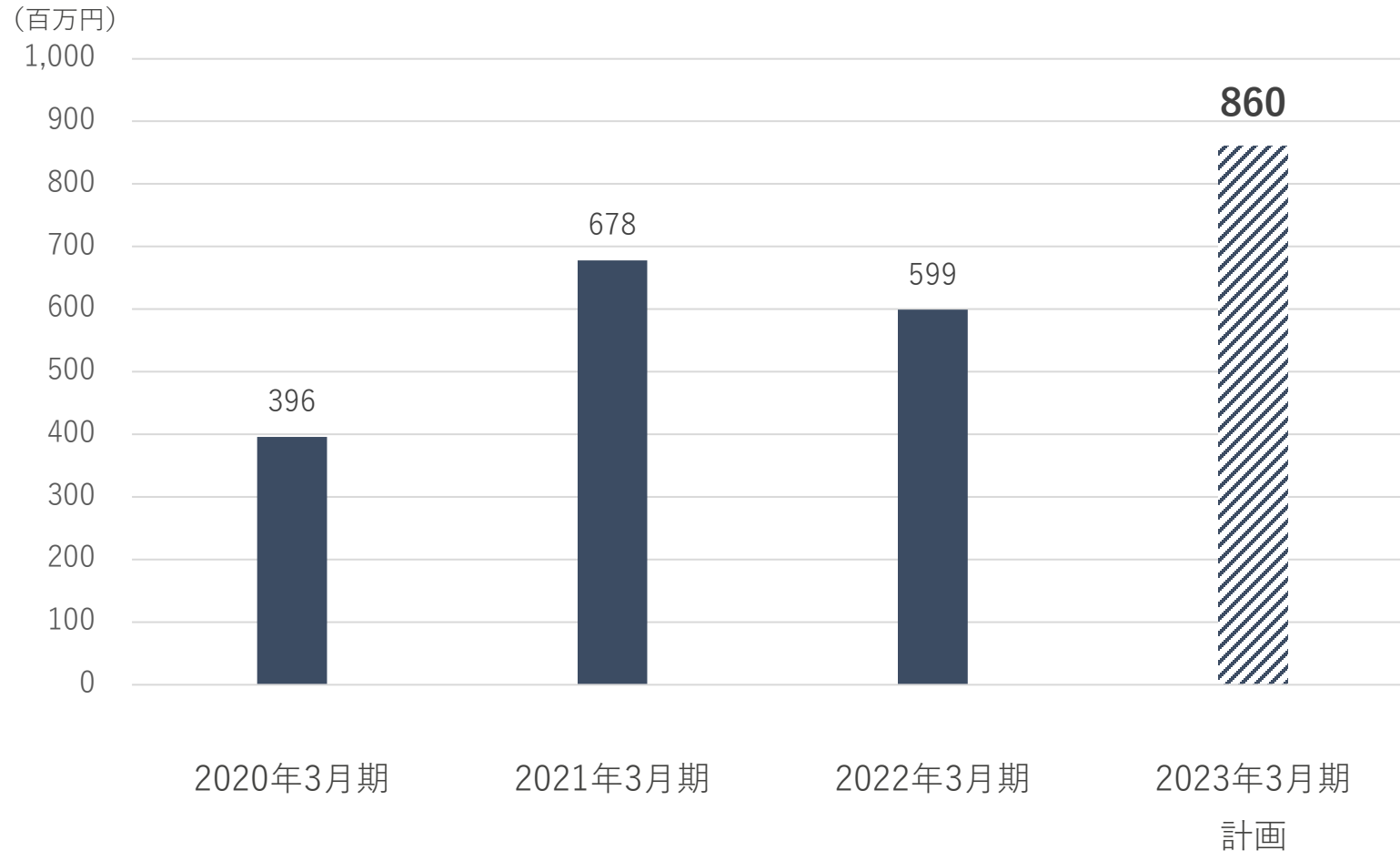
※ 純額表示とすべき取引が増加したことにより前年度比較が困難であるため増減率は記載していません。

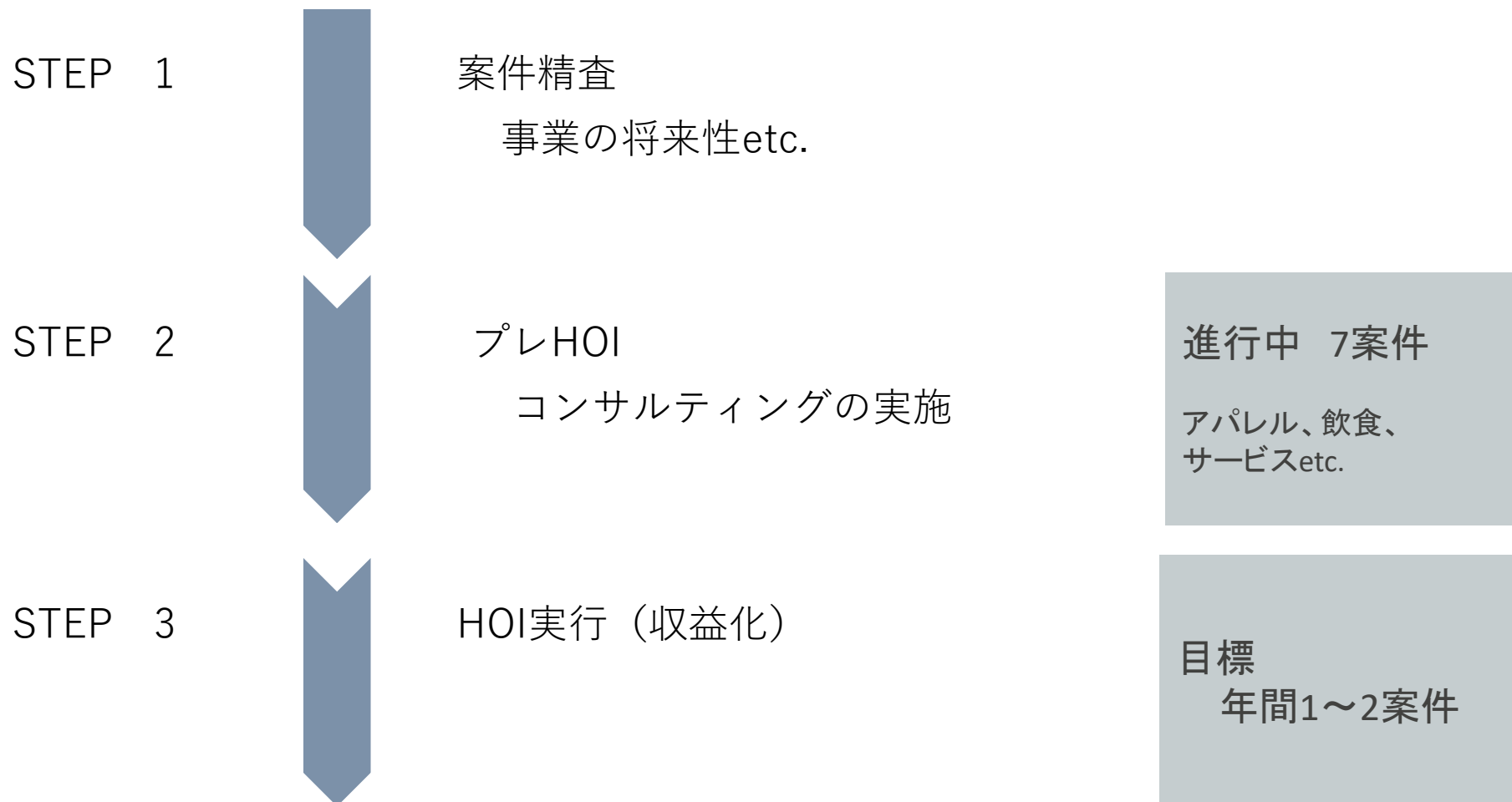
(百万円)





ハンズオンインキュベーション（HOI）事業の収益化も見込む





## 3. 業績計画

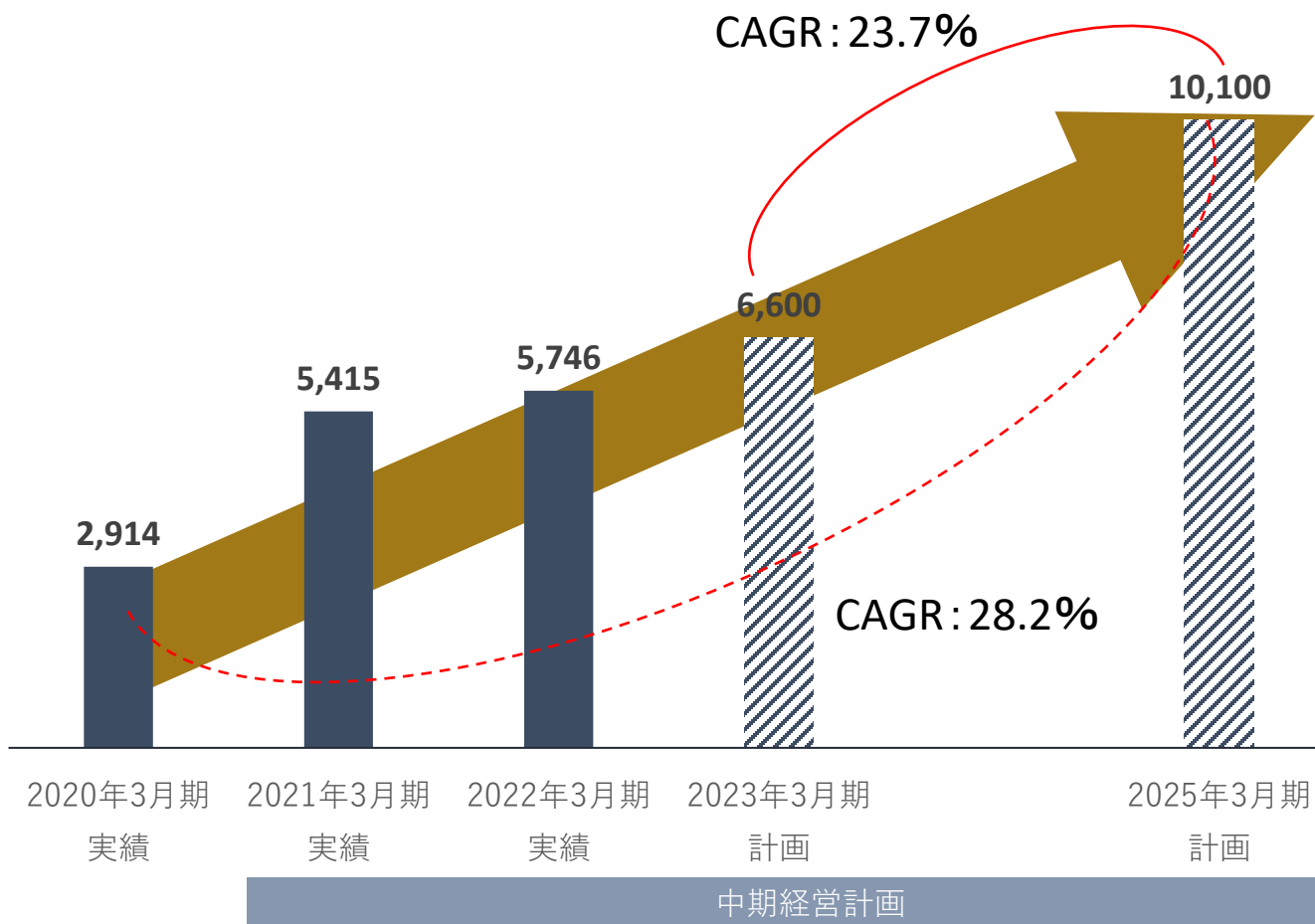
- 拡大基調が続く E C 消費と更に活発化が見込まれる企業の D X 投資を背景に増収・増益の計画。3期連続となる最高益更新を見込む。

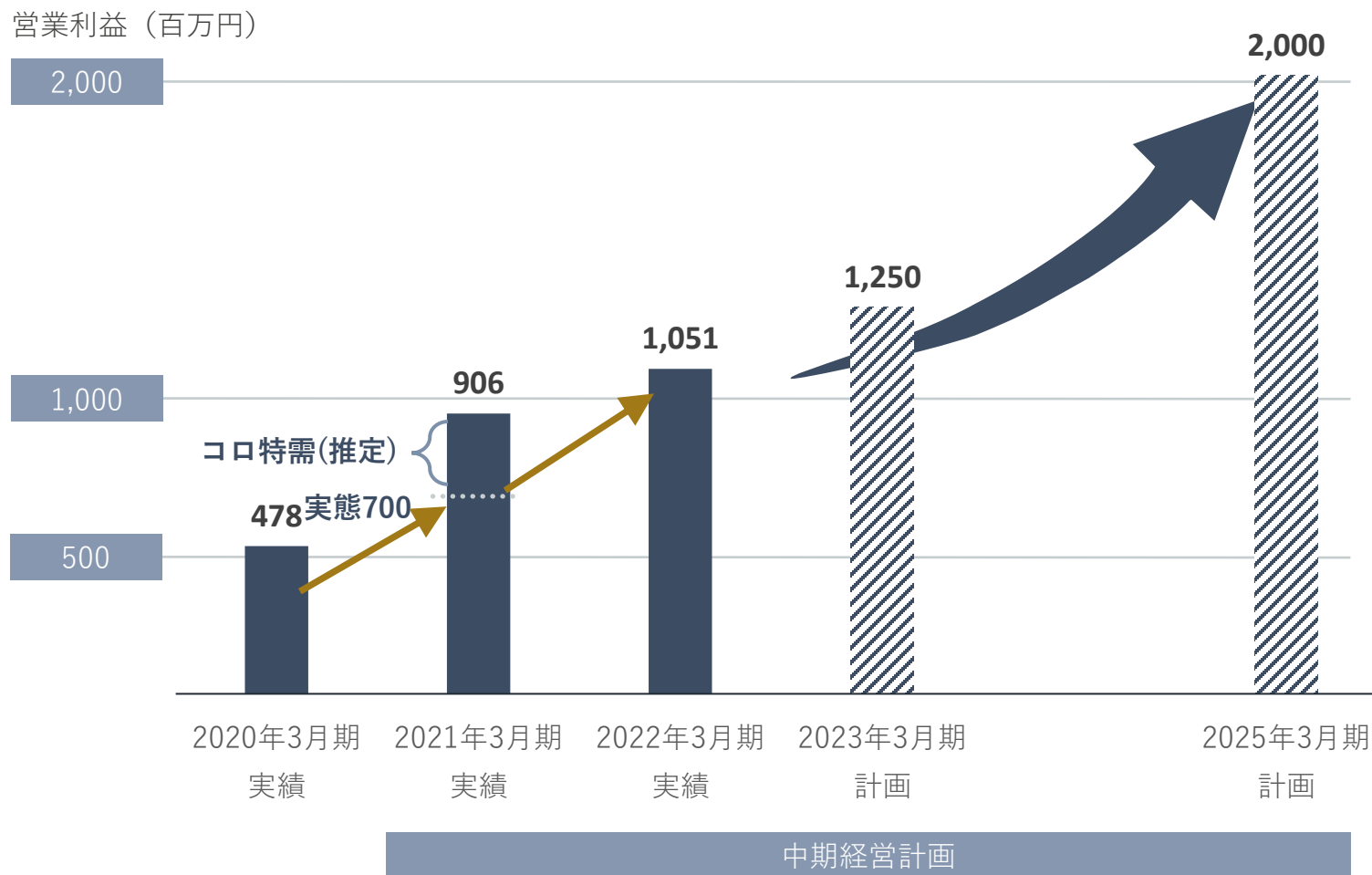
	前期実績 2022年3月期	当期予想 2023年3月期	前期比 (百万円)
売上高	5,746	<b>6,600</b>	114.8%
営業利益	1,051	<b>1,250</b>	118.9%
経常利益	1,078	<b>1,270</b>	117.8%
当期純利益※	677	<b>800</b>	118.1%

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

## ■ 大型EC向けシステムを中心にDX投資需要旺盛。

中期経営計画に沿った増収計画。





## 4. 參考資料

数値は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

クラウドECシステム

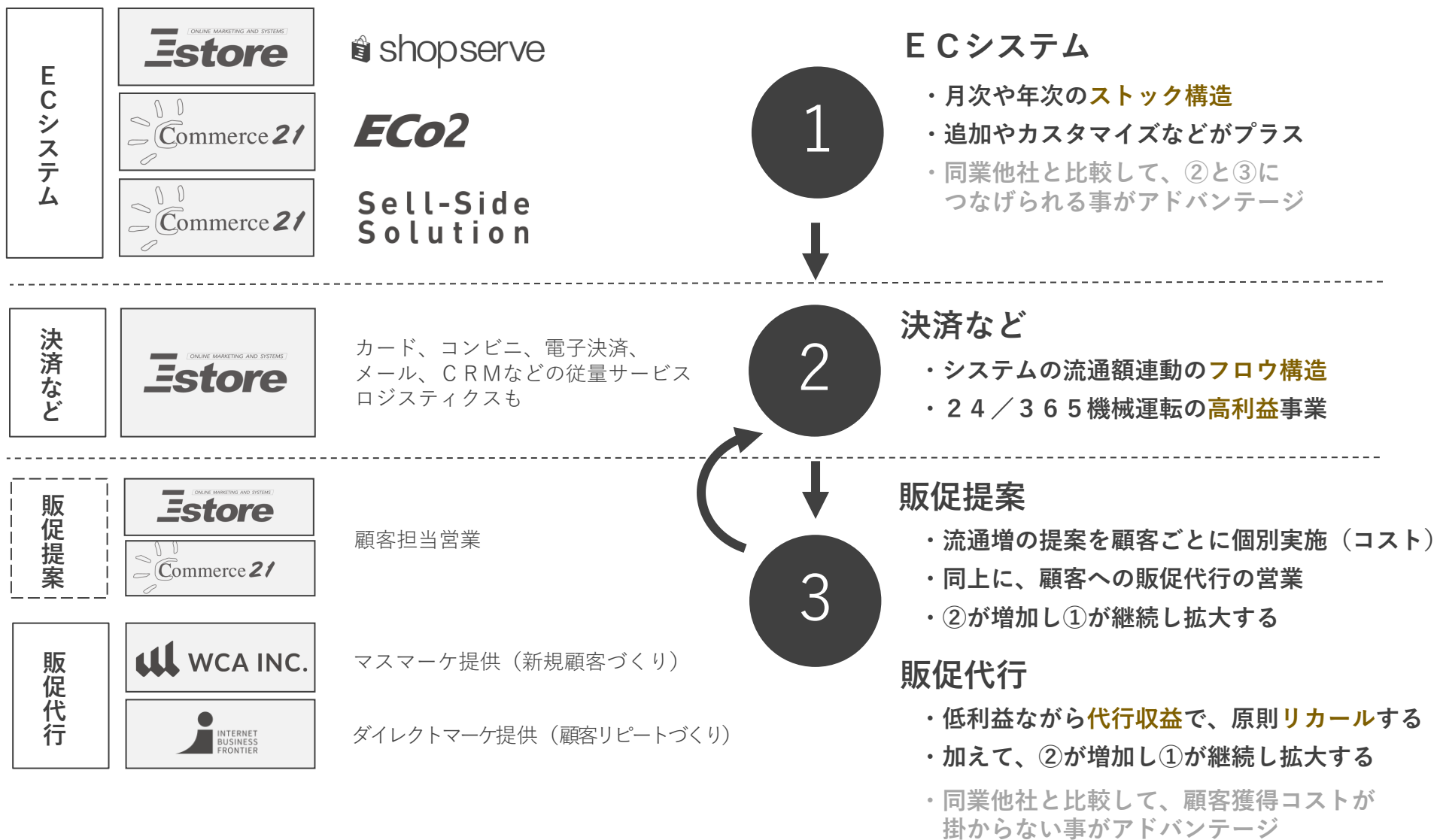
ショッピングカート

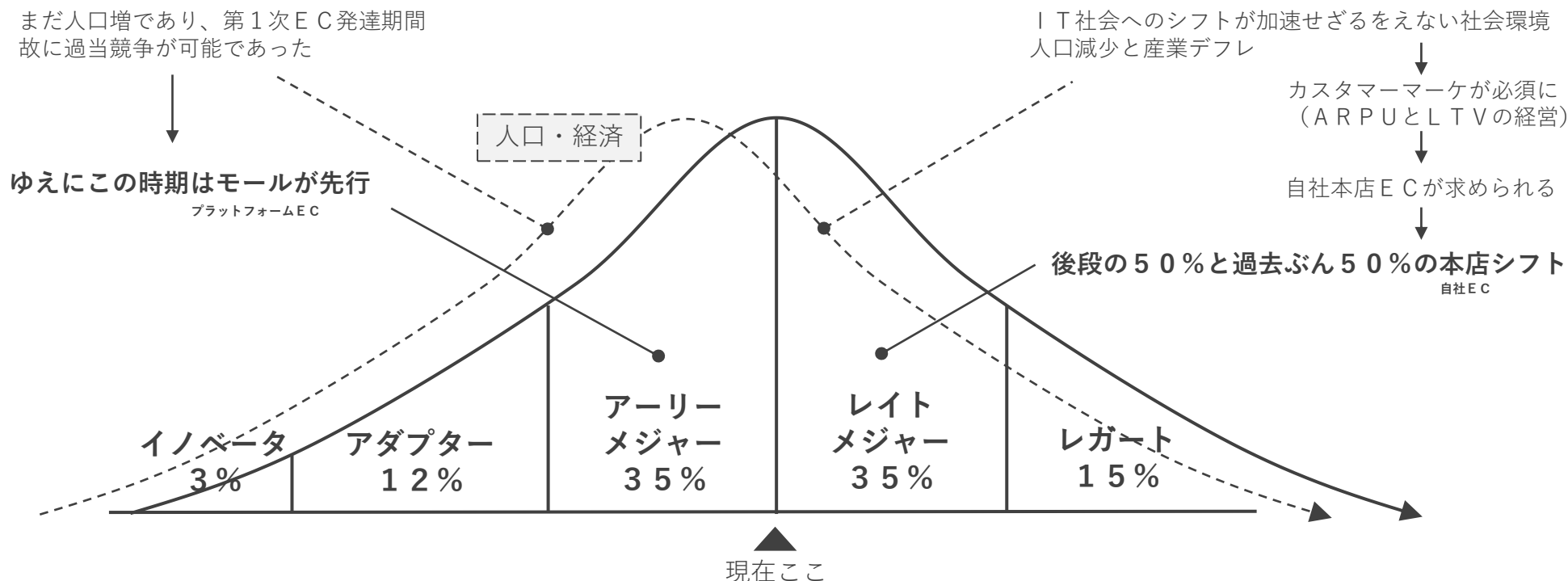
インスタントカート

本店カートシステム

Sell-Side  
Solution

 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（EC）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EC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。

マガジンハウス



dinos



ヒューマンアカデミー

Pioneer

au Online Shop



A D A S T R I A

BOOK・OFF Online



FranceBed

講談社

GDO



Alpen Group



モランボン

accessell



読売IS

PAL CLOSET  
ONLINE STORE



HABA Online Shop



WACOAL WEB STORE

他約9,000社ご支援