株式会社 E ストアー

2024 年 3 月期通期決算説明会

2024 年 5 月 20 日

登壇

司会：お時間になりましたので、これより株式会社Eストアー2024年3月期通期決算説明会を開催いたします。本日はご多忙の中、決算説明会にご参加いただき誠にありがとうございます。

開催に当たりまして、各種お願い、ご連絡事項を申し上げます。本説明会は、決算報告の後、質疑応答のお時間を設けております。質疑応答は、コントロールパネルのQ&A機能より、テキスト形式にて、13時40分まで受け付けいたします。13時40分頃から質疑応答に移らせていただき、頂戴したご質問を読み上げ、回答させていただきます。お時間の関係上、全ての質問にお答えできない場合もございます。あらかじめご了承ください。なお、チャット機能は使えませんので、何かお困りごとがございましたら、Q&A機能にてお知らせください。

また、説明会終了後、3分程度のアンケートをお願いしております。ご協力いただけますよう、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、これより2024年3月期通期決算について、株式会社Eストアー代表取締役COO社長、柳田要一よりご報告させていただきます。

柳田：こんにちは。ご聴講いただきましてありがとうございます。株式会社Eストアー代表取締役社長の柳田と申します。よろしくお願いします。

通期の決算説明資料ということで、ここに5月15日と書いてございますけれども、先週の水曜日に決算発表させていただいた日付が書いてございます。この資料に基づきましてご説明差し上げたいと思っております。

せっかく口頭でご説明する機会をいただきましたので、資料には直接書き込んでいないんですけれども、喋ることのメモを結構アニメーションで入れてまいりましたので、お付き合いいただきますよう、よろしくお願いいたします。

まず、本日申し上げたい点をここに四つ書かせていただきました。1点目は、決算についてです。24年3月期、この前終わったばっかりの期の決算でございますが、売上・利益ともに過去最高を記録して着地しております。

2 番目、今期の計画、25 年の 3 月期でございますけれども、これも引き続き好調を維持して、過去最高を予測しております。

3 番目、中計について、これは 21 年の 3 月期を初年度とした 5 年間の中計でございますが、途中戦略変更は、これまでもご案内してきたとおりございますけれども、比較的、戦略変更が功を奏しまして、計画どおり進んでいるという報告をさせていただくつもりでございます。

4 番目、経営の成果を示す指標として EBITDA を重視していますということが書いてございます。これは後でご説明差し上げようと思っております。ということが 4 点でございます。

もう少し補足させていただくと、私どもはセグメントを二つに分けておりまして、一つは EC 事業でございます。少し中身の話に入りますが、この赤いところに書いてありますように、DX 需要は引き続き旺盛でございます。特に大手企業の大型システム改修、投資というのが非常に旺盛でございまして、グループ会社のコマース 21 を中心に、取り込みがうまくいっているところが EC 事業のトピックでございます。

中計のところでも少し触れましたが、もともとはここに書いてございます、E ストアーとコマース 21 と WCA という三つの会社が、それぞれの強みを生かししてシナジーを取っていくところで成長する予定でございましたが、これは計画どおりとなっておらず、でございます。

むしろ、その間にというわけではないんですが、コロナを経まして DX 需要が非常に旺盛になってまいりましたので、シナジーをやみくもに追いかけるのではなく、個社個社の成長というところの需要の取り込みに軸足を移しているというメッセージがここに書いてございます。

HOI のほうでございますが、ハンズオンインキュベーション事業と呼んでおりますけれども、SHIFFON を 1 社、グループ会社に加えさせていただいております。先ほど EC の DX 需要の取り込みという話をいたしましたが、全体で申し上げると、HOI 事業のほうが追い風が吹いてきているという感覚を持ちまして、こちらに軸足を移した後半 2 年間を過ごしておるというところでございまして、こちらについては、収益の取り込みに成功しているというところが一つ目のポツ。

二つ目は、その追い風の調子は今後も変わらないとは思いますけれども、MA について言うと、不確定要素も結構ございますので、数値としては今回読み込んでおりません。水面下では動いておりますけれども、うまくいった場合にはプラスオンという形でご認識いただければと思っております。

それから、直接は関係ないですが、特にこの黄色のところ、コマース 21 と SHIFFON については、大きな MA だったんですけれども、E ストアーがもともと持っております経営ノウハウと、

DX 推進のノウハウのところをうまく提供できたと思っておりまして、この 2 社について MA が非常にうまくいっていることも補足させていただきます。

大体これが今日申し上げるメッセージです。あとは少し細かい話になるかもしれませんけれども、お付き合いいただければと思っております。

冒頭に、先行投資コスト控除前 EBITDA を重視という、先ほど今日申し上げたい点の四つ目に書かせていただいた話です。

一つ目、ここに書いてございますけれども、将来のための先行投資を積極的に推進しているフェーズだと、私どもはグループを位置づけております。それからもう一つは、先ほど少し触れましたが、EC から HOI に軸足をシフトしていっているというポイントがございます。

一つは、EBITDA とここにありますけれども、営業利益プラス償却分が構成されていますが、営利だけを見ていると、のれん償却費を気にしすぎてしまって積極的な MA に踏み切れないという、逆のベクトルが働くこともあろうかと思っていて、EBITDA を一つ指標としているということ。

もう一つは、利益確保のために積極投資に向かいにくいという力学も働きかねないということで、これも除いたところで先行投資、コストを控除する前の EBITDA をメインの経営指標として重視しておるというところを、まず冒頭に申し上げておきたいと思っております。

連結業績サマリーです。メッセージは同じです。読み上げますと、連結業績は増収増益、過去最高、EC 事業も HOI 事業もともに堅調と書かせていただきました。リードのところ、企業の旺盛な DX 需要の取り込み、特にコマース 21 の大型案件が伸長と、SHIFFON の通期連結開始により、EC 事業、HOI 事業ともに増収増益、過去最高というところでございます。EBITDA も同様でございます。

一つは、この緑で書かせていただいたところ、EC 事業の数値でございます。括弧に、内コマース 21 という数字を触れさせていただきましたが、コマース 21 が牽引しております。重複することが緑のところに書いてございますけれども、企業の DX が非常に旺盛で、それをうまく取り込むことができているというメッセージが一つ。

それから、中身の話に少しなるんですが、お客さんから言われたとおりの要求仕様を受けてそれを開発するという、一般的な SI 事業ではなく、収益化できるようなシステム構築の提案を、逆にこちらから行っています。これが比較的功を奏しておりまして、顧客との接点も非常に近くなり、利益率も大きく改善しているところ、売上の伸びに対して利益の伸びが大きいというところが言えると思っております。

キーワードは、ここに書いていますけれども、バリューチェーンの構築とロイヤルカスタマーの形成。バリューチェーンの構築というのは、EC というと、いわゆる表側の一番最初に売るところが注目されがちですが、大きくバリューチェーンを分けると、売るところと仕入れるところ、在庫を持つところで言うと、申し上げた在庫とか仕入れのところも少し工夫すると売上利益が上がりますよという提案を積極的にしているところが、バリューチェーンの構築というメッセージです。

ロイヤルカスタマーの形成というのは、これは e コマースで、特に D2C、自社の e コマース、モールとかを利用しないで行う自社の e コマース販売というところで言うと、新しいお客さんをたくさんたくさん獲得して、その人たちに買っていくというのももちろん大事ですけれども、それよりも、一度お客さんになっていただいた購入者に、何度も何度も買っていただくという意味合いで、ロイヤルカスタマーの形成と書いていますけれども、このあたりの提案が特にクライアントにうまく伝わりまして、利益率の高い仕事をさせていただいておるというところでございます。

下のほうにもちょっと触れさせていただきましたが、E ストアーで言うと、横ばいの業績です。お客様の顧客売上自体に大きく E ストアーの業績というのは影響されるんですけれども、残念ながらコロナが明けてから少し踊り場的な状況が続いておりまして、そういう結果になっております。

細かく見ていくと、括弧の中に書いてございますけれども、小規模のお客さんは少しマイナス気味。中堅、もしくはオンリーワンの商材を持っている、私どもが強いところですが、いうところはプラスに伸びていて、相殺して横ばいというところでございます。

先ほどコマース 21 の話でも触れましたが、一番下、D2C の肝である CRM、表現はご容赦いただきたいんですけれども、顧客集め、購入者集めと、その購入者を回しと書いていますが、何度も何度も買っていただくところが戦略の肝として位置づけておりまして、お客様にその戦略を実施していただくというところを強化してやってまいりました。

一方で、HOI のほうは、SHIFFON 単体の収益力は当然アップしているんですけれども、見え方で言うと、この前の年に SHIFFON を連結化し、PL に対するインパクトは半年でした。これが去年は 1 年になりましたので、数字が大きく伸びているように見えます。なので、そうコメントさせていただいておりますが、SHIFFON 自体の収益力も当然のように伸長しておるというところはコメントしておきます。

補足ですけれども、1 週間前の水曜日、この決算発表をした時に増配を発表させていただいております、というところは補足でございます。

次のページは、右肩に書いていますけども、今話したところをグラフにしただけです。書いてある文言も同じでございますので、特に説明はいたしません。一応、緑と赤で書かせていただいていますけれども、メッセージとしては同じでございます。

25 年 3 月期の業績予想についてでございます。ここが今説明した期で、進行期でございます。タイトルに書いてございますが、売上高・EBITDA ともに過去最高を見込んでおりますというところでございます。

中身で言うと、今申し上げたところと同じ、コマース 21 を中心とした EC 事業の DX 需要の取り組みで伸長するというところが一つ。前期 24 年 3 月期の決算で申し上げたことが、そのまま今期も続くであろうということでございます。

もう一つは、SHIFFON の成長ポテンシャルは当然あるんですが、そこと、今後の MA の案件については、冒頭申し上げましたけれども、今回は数字としては載せておりません。水面下ではいくつか当然動いておりまして、積極的に推進しておりますが、うまくいくケースとうまくいかないケースがはっきりしてございますので、今回は業績の予想の中には含めておりません、というところをコメントしておきます。

それから中計です。これもメッセージとしてはほぼ同じなります。冒頭に申し上げたことと重複いたしますが、売上は計画を超過見込み、EBITDA も射程圏。先ほど申し上げた業績予想だと、少し足りないんですけれども、プラスオンも当然狙えますので、射程圏という表現をしております。

読み上げます。全体としては計画どおり。シナジー戦略は実現せずとも、HOI に軸足シフトが奏功したと。これは先ほどから申し上げているとおりでございます。

それから EC 事業、当初想定したシナジー、マーケティングや決済領域は実現しなかったけれども、二つ目のポツ、既に DX 推進への機運が高まっているところに、コロナとか人手不足の影響が加わって、企業の DX 推進が加速度的に進んでおります。これによって、コマース 21 を中心として大型案件が増加して取り組めているというところ。

HOI 事業について言うと、DX の推進と経営ノウハウの取得のために MA を積極的に検討する小さい企業さんが増加しております。なので、これは私どもの HOI 事業にとっては非常に追い風となっておりまして、環境が広がっている要因と分析しております。これについては、昨年の決算発表時のメッセージと同内容でございまして、去年から引き続き、今年も同じような傾向が続いておると捉えていただければと思っております。

これは少し数字を絵にしたものでございまして、一番左、50 億 8,000 万と書いてある、これは中計の売上のページです。5 年前の売上計画値に対して、5 年後にこうなっていたい、100 億はやりたいという数値を掲げさせていただきました。

売上で言うと、もう既に決算期が終わったところで超えていまして、さらに伸長する見込みでございますので、超過の見込みという表現をさせていただいております。その中身で言うと、この青いところが e コマース事業で、茶色のところが HOI 事業になるんですけれども、もともとで言うと、e コマース事業で伸ばすと申し上げておりましたが、残念ながら内訳としては少し EC よりも HOI のほうが大きくなっておりまして、これは途中で戦略線変更したことが奏功していると思っております。

ここですが、もともとは 15 億ぐらいしか見ていなかったんですけれども、HOI 事業は 70 億ぐらいの見込みというところを示しております。e コマース事業については先ほど申し上げたとおりで、シナジーはちょっとうまくいかなかったけれども、DX の追い風でいきましたというところでございます。

こちらが、利益というか、EBITDA です。射程圏という表現を書かせていただきました。もともとは 6 億 2,000 万ぐらいのスケールだったんですが、21 億を目指してやっておりました。結果的に、来期は今のところ 19 億、20 億、1 億ぐらい足りないところでございますけれども、先ほど申し上げたとおり、HOI のポテンシャルを読み込んでございませんので、射程圏という表現にさせていただいております。メッセージは同じです。

これは前のページを表にしただけでございますので、説明は割愛いたします。細かい数字はこちらに書いてございますので、ご参考にしていただければと思っております。

大まかな冒頭に申し上げた四つの説明は以上でございまして、参考資料としていくつか付けさせていただいております。一つ目は、コマース 21 が伸びていますというお話がここに書いてございます。これは去年と同じ資料を使わせていただいております。

メッセージは、単なる受託ではなく、顧客の事業成長に寄与するシステムを提案したことにより、利益率が向上したということがこの紙に書いてございます。キーワードは、バリューチェーンの構築とロイヤルカスタマーの形成と、先ほど申し上げたとおりでございます。

次は、コマース 21 がまだまだ伸長するというところで、新規事業として二つ想定してございます。これは全く新しい分野で新規事業をゼロから生み出すというものではなく、これまでのお客様

のニーズで、これまでも少しは数字として実現されてございますけれども、ここが大きく伸長するであろうというところで、二つ掲げております。

ここが、今までの事業、EC の表向きの部分の事業で、新たに DX ソリューション事業とここに書いてございますけれども、これが先ほど申し上げた、仕入れとか在庫とかの適正化、効率化みたいなところを含めた e コマースをやっていただくと、クライアントが増収増益に寄与するというところを積極的にやっていこうというものでございます。私どもがお手伝いするバリューチェーンのカバレッジを拡大するという意味合いでございます。

濃い青のところ、これはクラウドソリューション事業と申し上げておりますけれども、お客さんにアプリケーション、ソフトウエアだけを提供しているわけではございませんで、当然そのインフラの部分も提供しておるんですけれども、これを自社のブランドでやっていこうというのが濃い青のところでございます。当然、収益率は高くなるところでございます。このようなことが書いてございます。

もう一つは、経営指標として、昨今話題になっております ROE とか、株主資本コスト、WACC、ROIC というものを一応算出してみました。比較的高い水準で推移しているというところと、右側も左側も、両方とも収益力は当然仕入れコストより高く推移しているというところがメッセージとして補足させていただきます。

大変駆け足ではございましたが、以上で一通りご説明させていただきました。ありがとうございます。

質疑応答

司会 [M]：それでは、お時間が少々早いんですけれども、質疑応答に移りたいと思います。ご質問のある方は、Zoom の Q&A 機能で、テキストで質問をお送りください。こちらで一ついただいております質問をお願いします。

質問者 [Q]：今期、経常利益から当期純利益の差が非常に大きいです。減損の金額が大きいものと思いますが、WCA の今期の減損というのは、これ以降も続くものなのでしょうか。

柳田 [A]：そうです。資料には入れていなかったんですけれども、減損を少しさせていただいております。質問者の方にありましたとおり、WAC ののれんを計上しているわけですけれども、それを減損会計しております。2 億弱ぐらいでございます。まず質問の答えから申し上げますと、今期だけでございます。なので、来期はありません。

減損の背景ですけれども、先ほど申し上げたんですが、D2C の e コマースの主流は明らかに CRM、つまり 1 回買っていただいたお客さんに何度も何度も買っていただくというところを強みにしていくことが肝になるんですけれども。これはすなわち、新しいお客さんを全く獲得しないわけではないのですが、新しいお客さんを獲得するために広告をばんばんばんばん打つのではなく、一旦買っていただいた、ないしは訪問していただいたお客さんを、コミュニケーションによってロイヤルカスタマー化していく戦略でございます。

これまでは、全社の新規顧客の獲得を私どものお客さんに提案するにおいて、WCA の広告マーケティングノウハウというのが非常に重要になってきておりましたが、これはグループでの意思決定をしておるんですけれども、CRM にシフトするということで、広告の営業を少し控えているわけではないのですが、新たなお客さんを獲得するための提案よりも、CRM を回していく提案を強化していますので、あえて広告の収益のところを、しゃがむ覚悟を持ってやっておりました。

その結果、当然この戦略は今後も続く予定でございますので、広告の収益はどうなるんだというところで言うと、この部分についてだけ言うと、残念ながらマイナスの結果になっておりますので、潔く減損しておるというところでございます。来期以降は継続いたしません。

メッセージとしては、継続しない、来期以降は減損がないというところと、グループ全体の事業戦略として、D2C の e コマースの鍵である CRM を回していくというところをお客さんに実践してい

ただくという戦略へのシフトが背景にございます。というところをご理解いただきたいと思っております。

司会 [M]：ありがとうございました。他にご質問ございませんでしょうか。

それでは、お時間は少々早いですけれども、株式会社 E ストアー2024 年 3 月期通期決算説明会を終了させていただきたいと思います。ごあいさつをお願いします。

柳田 [M]：ありがとうございました。ちょっと駆け足になってしまいましたけれども、ご説明差し上げたことが、今我々の置かれている現状でございます。今期以降も同様に頑張っていきたいと思っておりますので、応援ぜひよろしくお願いいたします。

以上でございます。ありがとうございました。

司会 [M]：ご参加ありがとうございました。冒頭でも申し上げましたが、終了後、アンケートへのご協力をお願いいたします。この後、画面が切り替わりアンケート画面が表示されます。アンケートへのご回答をお願いいたします。

本日はご多忙の中、ご参加いただきまして誠にありがとうございました。

［了］

脚注

1. 音声が不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載

2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。