



2021年3月17日

各位

会社名 株式会社いつも
代表者名 代表取締役社長 坂本 守
(コード番号：7694 東証マザーズ)
問合せ先 取締役 CFO 管理本部長 杉浦 通之
(TEL 03-4580-1365)

(訂正)「2021年3月期第3四半期決算説明」の一部訂正に関するお知らせ

2021年2月17日に公表しました「2021年3月期第3四半期決算説明」の資料に、一部訂正すべき事項がございましたので、下記のとおりお知らせいたします。なお、訂正箇所には下線を付して表示しております。

記

1. 訂正理由

「2021年3月期第3四半期決算説明」の資料に記載の「売上高の推移」及び「販売費及び一般管理費の推移」において、集計の内容の一部に誤りがあることが判明したため、訂正するものであります。

2. 訂正内容

P9 「売上高の推移」

(訂正前)

ECマーケットプレイス

2021年3月期1Q 1,518 (百万円)

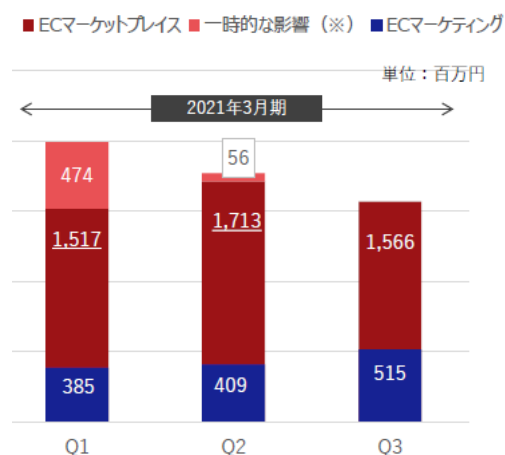
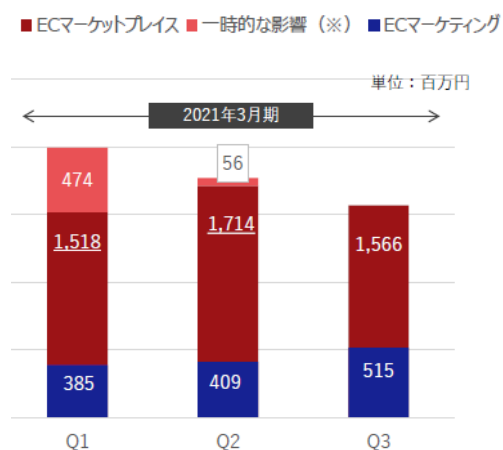
2021年3月期2Q 1,714 (百万円)

(訂正後)

ECマーケットプレイス

2021年3月期1Q 1,517 (百万円)

2021年3月期2Q 1,713 (百万円)



「ECマーケットプレイス」と「ECマーケティング」の記載が他ページの記載と反転しているため、添付の修正後の「2021年3月期第3四半期決算説明」の資料上では修正しております。

P11 「販売費及び一般管理費の推移」（単位：百万円）

（訂正前）

SGA 全体では、3Q ではYoY56.5%

2020年3月期1Q：人件費 112、広告宣伝費 19、減価償却費 9、その他 87

2020年3月期2Q：広告宣伝費 26、減価償却費 10、支払手数料 23

2020年3月期4Q：広告宣伝費 104、支払手数料 22、その他 120

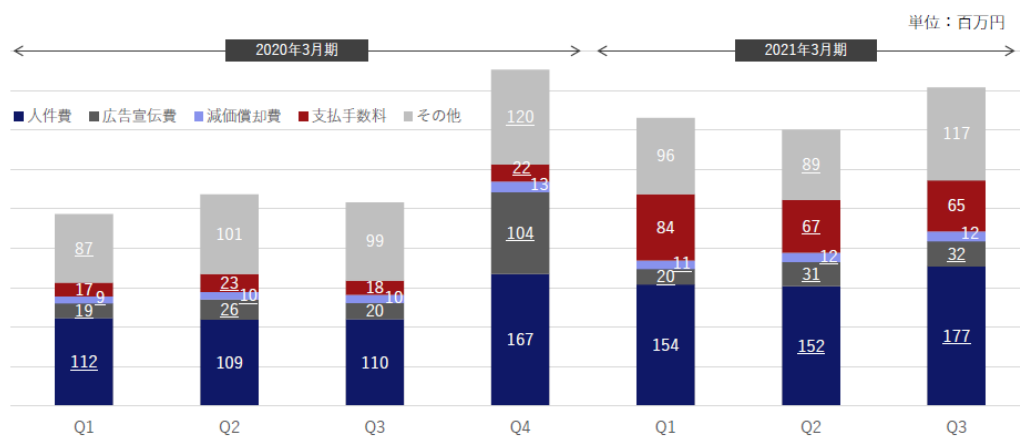
2021年3月期1Q：広告宣伝費 20、減価償却費 11

2020年3月期2Q：人件費 152、広告宣伝費 31、減価償却費 12、支払手数料 67、その他 89

2020年3月期3Q：人件費 177、広告宣伝費 32

販売費及び一般管理費の推移

- ・SGA全体では、3QではYoY56.5%
- ・人員増、業績に応じた賞与引当金の積み増しに伴い、3Q人件費は増加
- ・ECマーケットプレイスの成長に伴い、決済手数料（支払手数料）が増加



(注) 人件費には、賞与、採用関連費用を含んでいます。
支払手数料は、主にECマーケットプレイスサービスにおける決済手数料です。

(訂正後)

SGA 全体では、3Q では YoY56.2%

2020年3月期1Q：人件費 111、広告宣伝費 18、減価償却費 8、その他 86

2020年3月期2Q：広告宣伝費 25、減価償却費 9、支払手数料 22

2020年3月期4Q：広告宣伝費 103、支払手数料 119、その他 119

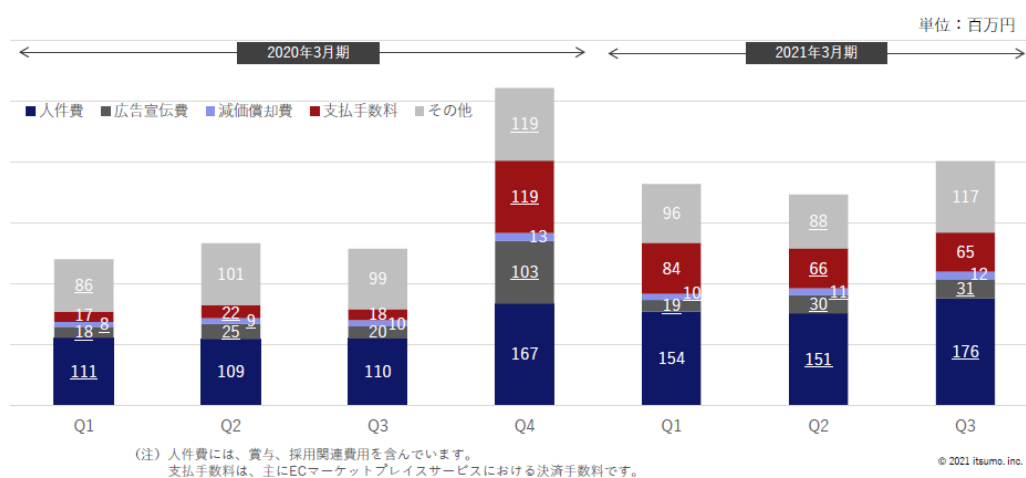
2021年3月期1Q：広告宣伝費 19、減価償却費 10

2020年3月期2Q：人件費 151、広告宣伝費 30、減価償却費 11、支払手数料 66、その他 88

2020年3月期3Q：人件費 176、広告宣伝費 31

販売費及び一般管理費の推移

- ・SGA全体では、3QではYoY56.2%
- ・人員増、業績に応じた賞与引当金の積み増しに伴い、人件費はQ3にて増加
- ・ECマーケットプレイスの成長に伴い、決済手数料（支払手数料）が増加



訂正後の決算説明資料を添付いたします。

以上

決算説明会資料

2021年3月期第3四半期



D2C・E-COMMERCE MARKETING

株式会社いつも

東証マザーズ：7694



ミッション

日本の未来をECでつくる

いつもは「日本の未来をECでつくる」をミッションに掲げ、
日本の中小から大手に至るまで幅広いメーカーへのEC事業の総合支援を行う会社です。
メーカーのECパートナーとして、EC戦略の立案からサイトの構築、フルフィルメントまで一貫してサポートします。

「人」と「テクノロジー」を組み合わせ、卓越した「Eコマースで売るチカラ」で人を活かし、
日本ブランドを世界に届けるお手伝いをします。

目次

| | | | |
|------------------|--------------------|-------|----|
| 1. 会社概要 | 会社概要 | ----- | 4 |
| | 当社のサービス内容 | ----- | 5 |
| 2. 2021年3月期第3四半期 | 決算概要 | ----- | 6 |
| 3. 事業内容について | ECマーケティングサービスの特徴 | ----- | 15 |
| | ECマーケットプレイスサービスの特徴 | ----- | 18 |
| 4. 成長イメージ | | ----- | 22 |

1. 会社概要

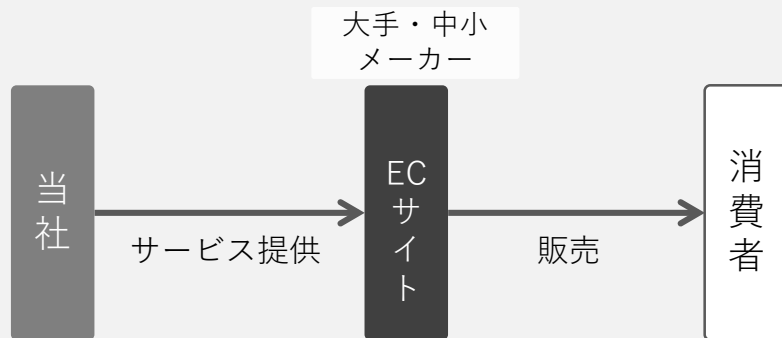
会社概要

| | |
|------|--|
| 会社名 | 株式会社いつも |
| 設立日 | 2007年2月14日 |
| 所在地 | 東京都千代田区有楽町一丁目12番1号 |
| 資本金 | 726,984千円 |
| 従業員数 | 217名（2020年12月現在）※執行役員、社員・契約社員、アルバイトを含む |
| 事業内容 | ECワンプラットフォーム事業（EC事業の総合支援） |

当社のサービス内容

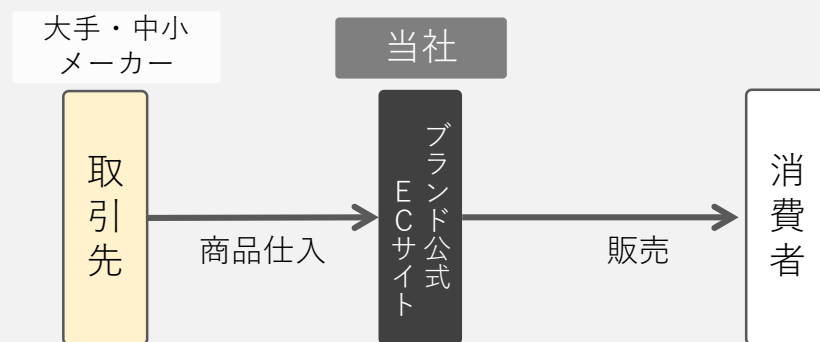
- 当社は「ECマーケティングサービス」と「ECマーケットプレイスサービス」の2つのサービスを提供しています

ECマーケティングサービス



- 取引先の個別ニーズに合わせたEC総合支援
- ECバリューチェーンの一部またはすべてを支援
- 売上は、安定的なストック売上高と、一時的な売上であるスポット売上の2種類に分類
- ストック売上高はマーケティングサービスにおける売上高のうち、継続契約を締結している取引先に係る売上高

ECマーケットプレイスサービス



- EC事業の全てを当社にて実施し、ECサイト運営者は当社
- 取引先より商品を仕入れ、ブランド公式ECサイトを通じ、消費者に直接販売
- 消費者に対する販売高 = 当社の売上高
- 商品仕入代金やECチャネルや物流業者などへの支払を売上原価として計上

2. 2021年3月期第3四半期 決算概要

2021年3月期 3Q（累計）業績ハイライト

全社業績

| | | | |
|---------|--------------|-----|-------------------|
| 売上高： | 6,638 | 百万円 | YoY +64.0% |
| 売上総利益： | 1,610 | 百万円 | YoY +57.8% |
| 売上総利益率： | 24.3 | % | YoY -1.0% |

サービス別 業績

| | ECマーケティングサービス | | ECマーケットプレイスサービス | |
|-----------|---|-----|--|--|
| 売上高： | 1,310 | 百万円 | YoY +27.3% | 5,328 百万円 YoY +76.5% |
| 売上総利益： | 913 | 百万円 | | 697 百万円 |
| ストック売上比率： | 88.4 | % | (注) | |
| Summary： | <ul style="list-style-type: none"> ・大型案件の受注等に伴いストック売上が着実に成長 ・年末のSALE等に伴うスポット契約も着実に取り込み 予算を上回る結果に ・年末のEC繁忙期で取引先の業績が好調に推移し、成果報酬型の売上が増加 | | <ul style="list-style-type: none"> ・各ブランド高成長を継続し着実に成長 ・3Qにて新規ブランドサイトOpenにより、取り扱いブランド数も増加 | |

(注) ストック売上高はマーケティングサービスにおける売上高のうち、継続契約を締結している取引先に係る売上高を指しております。当該ストック売上高には、従量課金による売上高も含まれております。当該数値については監査法人のレビューの対象外であります

PL 2021年3月期 3Q（累計）

売上高、各段階利益にて、前年同期比で大幅に成長
売上総利益額は **YoY+57.8%**

単位：百万円

| 会計年度 | 2020年3月期 3Q累計 | 2021年3月期 3Q累計 | 成長率 (%) |
|-------|------------------|------------------|---------------|
| 期 間 | 4 -12月 | 4 -12月 | YoY |
| 売上高 | 4,047 | 6,638 | 64.0% |
| 売上総利益 | 1,020 | 1,610 | 57.8% |
| 営業利益 | 251 | 491 | 95.8% |
| 経常利益 | 259 | 505 | 95.0% |
| 当期純利益 | 175 | 357 | 104.4% |

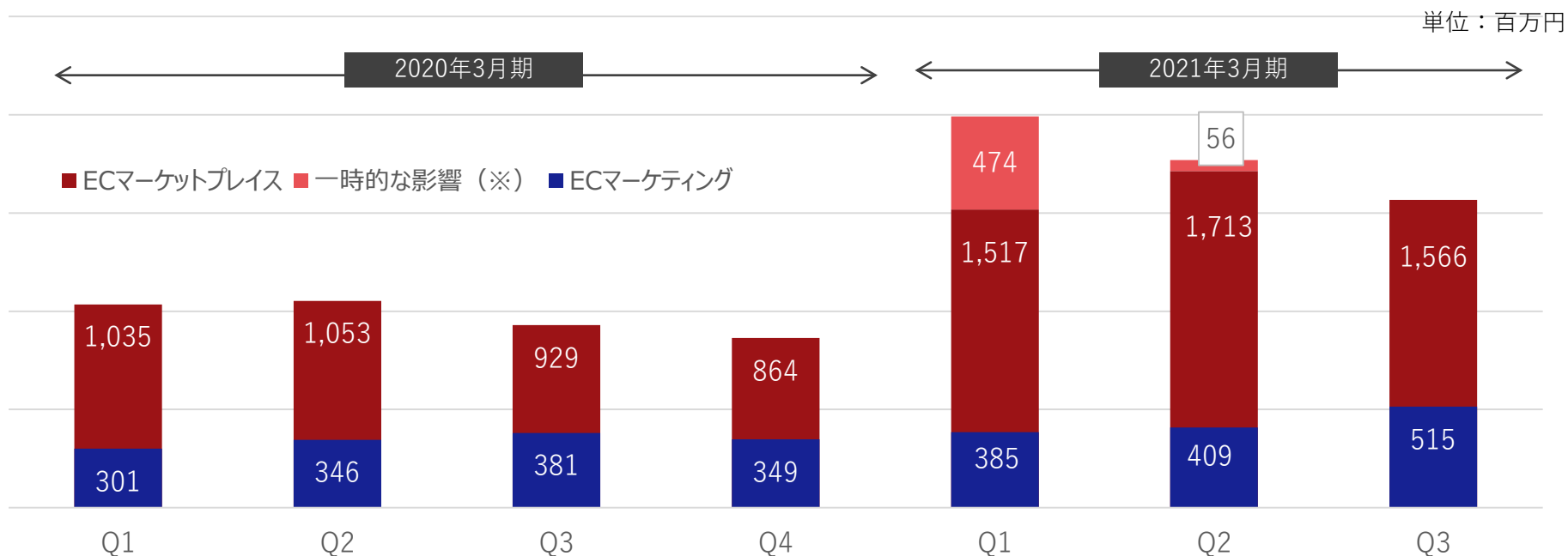
売上高の推移

ECマーケティング

- スtock売上の着実な積み上げにより **YoY+35.0%**
- 大型案件の受注、年末セール等に伴う受注が好調に推移
- 年末のEC繁忙期で取引先の業績が好調に推移し、成果報酬型の売上が増加したこと等により **Qでは過去最高益を達成**

ECマーケットプレイス

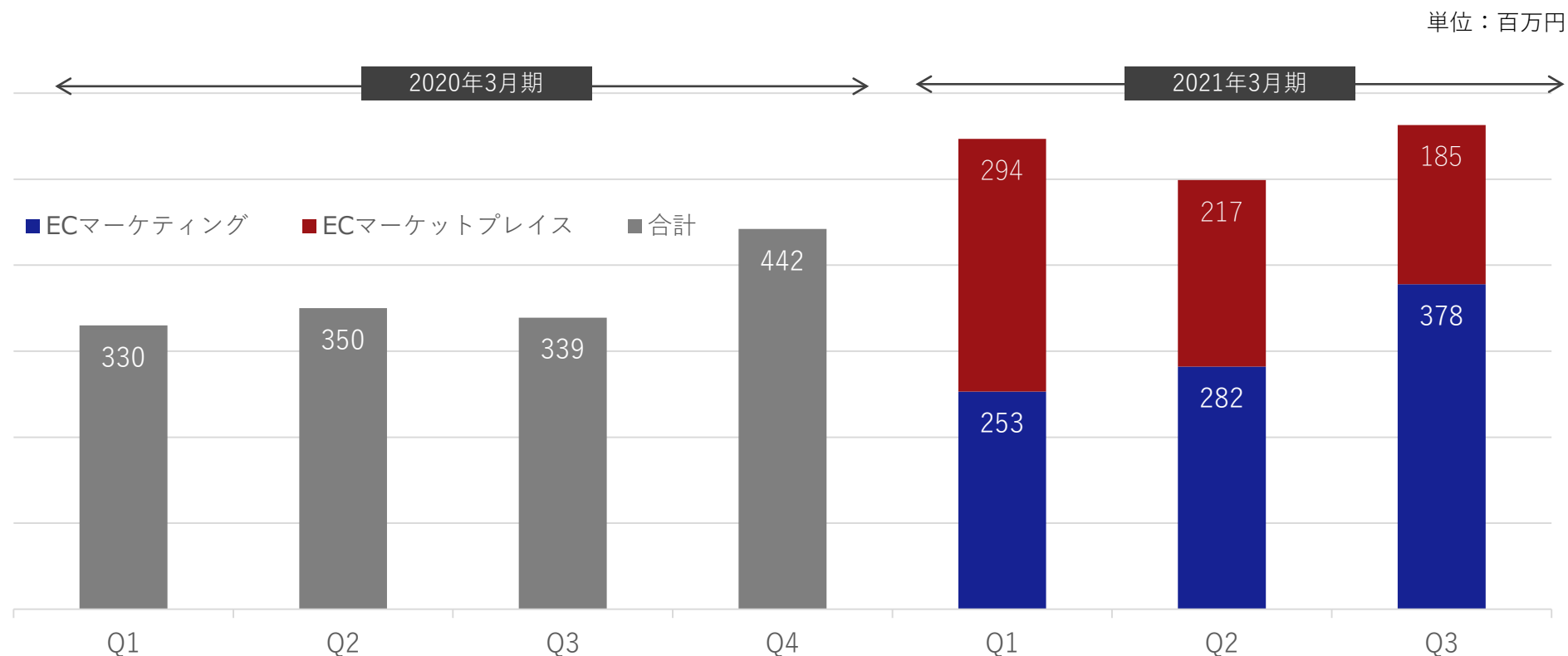
- 各ブランド高成長を継続し **YoY+68.6%**
- 1Q、2Qは、緊急事態宣言により実店舗が閉鎖された影響もあり需要が一時的に増加（※）したことに加え、春から夏に需要の高い高単価商品の季節的変動もあり、3Q売上高は1Q、2Qと比較し減収しているものの、各ブランド着実に成長



※ ECマーケットプレイスにおける売上高において、2020年4-5月における各ブランドの前年比成長率と、他の期間における前年成長率との差を一時的な需要増の影響額と仮定し当社にて試算したものです。

売上総利益の推移

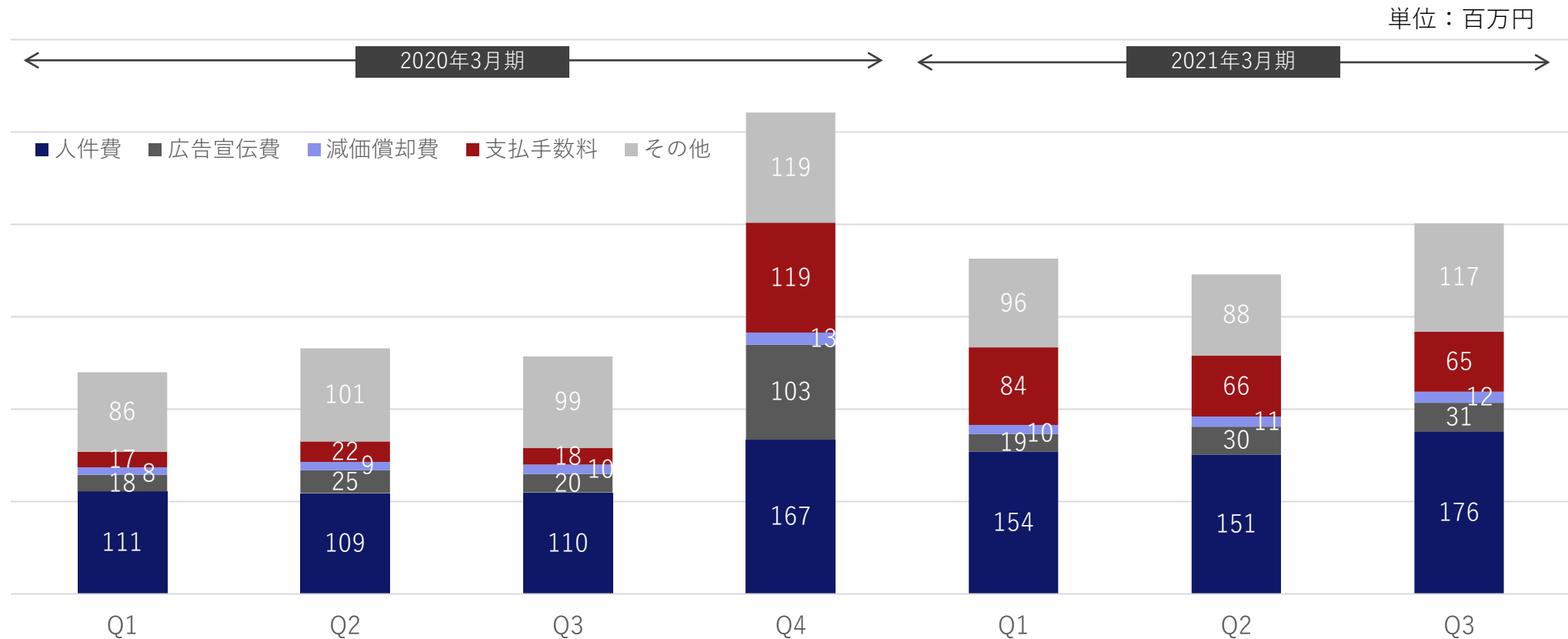
- Q3にて、売上総利益はYoY +65.7%
- 利益率の高いECマーケティングが着実に積み上がり利益に貢献
- ECマーケットプレイスは、一時的な需要、季節性もあり、QoQでは減少



(注) 2020年3月期は、サービス別の売上総利益の算出が困難であるため、合計額での記載となっております。なお、サービス別の売上総利益の数値については監査法人のレビューの対象外であります。

販売費及び一般管理費の推移

- ・ SGA全体では、3QではYoY56.2%
- ・ 人員増、業績に応じた賞与引当金の積み増しに伴い、人件費はQ3にて増加
- ・ ECマーケットプレイスの成長に伴い、決済手数料（支払手数料）が増加



(注) 人件費には、賞与、採用関連費用を含んでいます。
支払手数料は、主にECマーケットプレイスサービスにおける決済手数料です。

通期業績予想

- 通期業績予想は、3Qまでの進捗を鑑み以下のとおり修正
- 3Q時点での経常利益進捗は93% 4Qにて広告宣伝等による投資を積極的に行っていく方針

単位：百万円

| 会計年度 | 2021年3月期 | 2021年3月期 | 増減額 | 増減率 |
|-------|---------------|------------|-----|-------|
| | 12/21発表予想 (A) | 2/12発表 (B) | B-A | |
| 売上高 | 8,090 | 8,650 | 559 | 6.9% |
| 営業利益 | 438 | 527 | 88 | 20.2% |
| 経常利益 | 434 | 540 | 105 | 24.3% |
| 当期純利益 | 350 | 393 | 42 | 12.2% |

BS 2021年3月期3Q

- IPO時の資金調達により、自己資本比率は43.3%に改善

単位：百万円

| | 2020年3月期 4Q末 | 2021年3月期 3Q末 | 増減額 |
|---------|-----------------|-----------------|---------|
| 現金及び預金 | 1,077 | 2,255 | + 1,178 |
| 棚卸資産 | 339 | 493 | + 154 |
| 売掛金 | 424 | 701 | + 276 |
| 流動資産 | 1,917 | 3,540 | + 1,622 |
| 固定資産 | 342 | 312 | -30 |
| 資産 合計 | 2,260 | 3,852 | + 1,592 |
| 流動負債合計 | 1,134 | 1,426 | +292 |
| 固定負債 合計 | 949 | 758 | +191 |
| 純資産 合計 | 176 | 1,667 | + 1,491 |

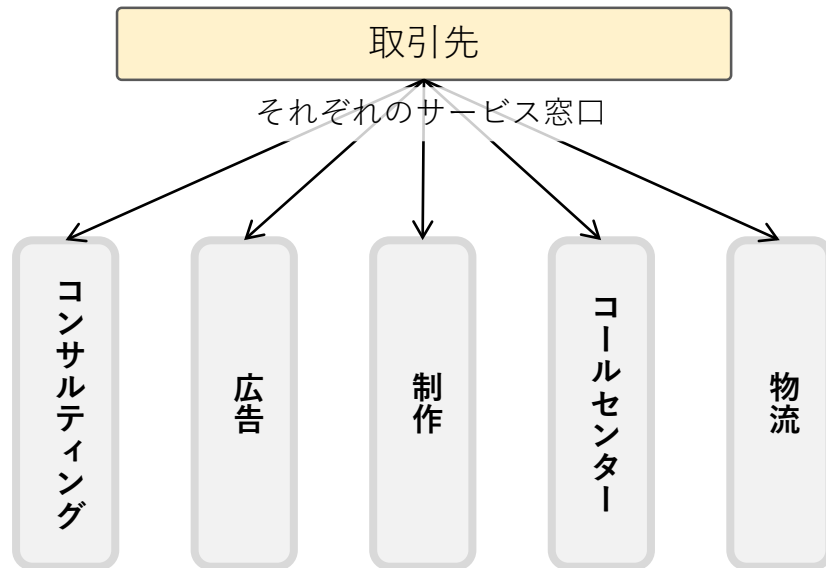
3. 事業内容について

ECマーケティングサービスの特徴

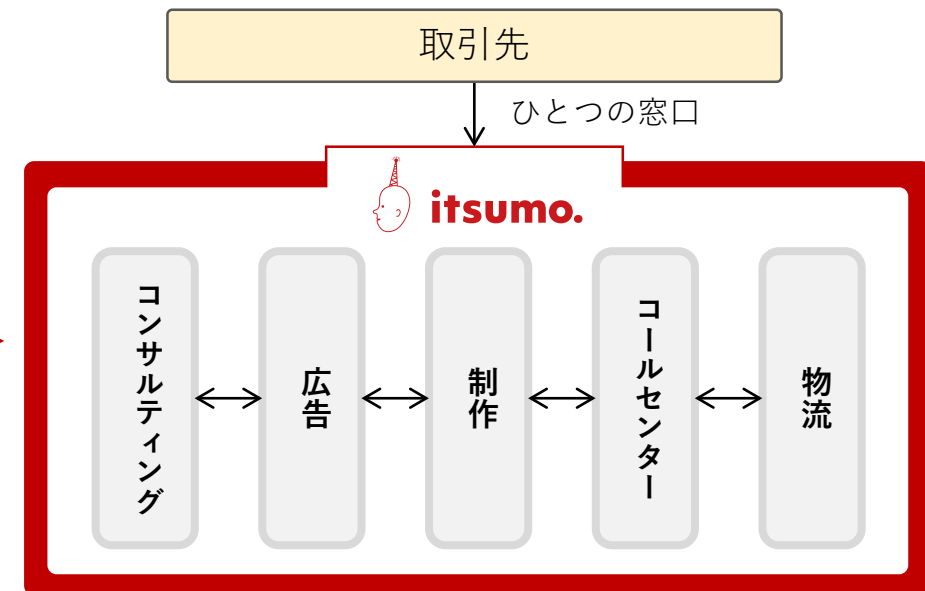
一気通貫のサービス提供

一気通貫でのサービス提供を行うことで、
当社は取引先に対して効率的かつ実効的なEC事業支援を実施しています。

※今までのケース



※当社に依頼する顧客メリット



ECマーケティングサービスの特徴

ECプラットフォームへの豊富な支援実績

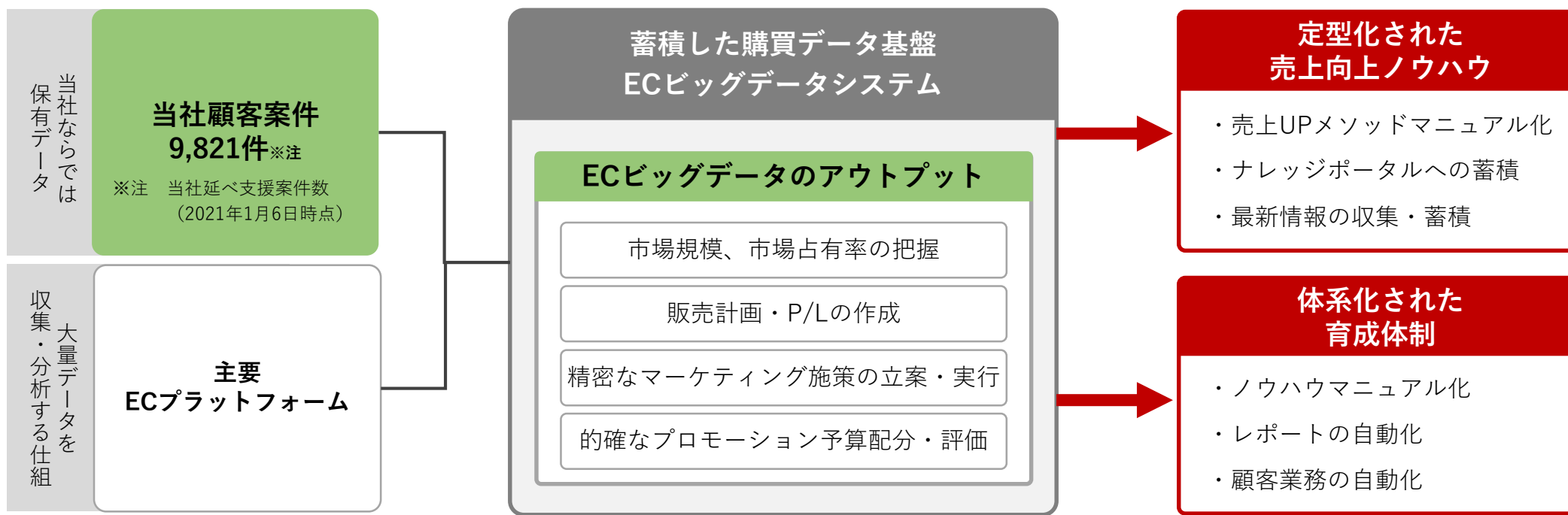
当社ではこれまで数多くの支援実績がありますが、その多くがECプラットフォームに対する支援実績です。
豊富な実績に基づき当社は取引先のECマルチチャネル展開を効果的に支援します。



ECマーケティングサービスの特徴

ECビッグデータシステム

当社では過去に対応した顧客案件情報や、各ECプラットフォームの各種データを蓄積するECビッグデータシステムを有しています。このシステムから当社は定型化された売上向上ノウハウや体系化された育成体制を得ています。

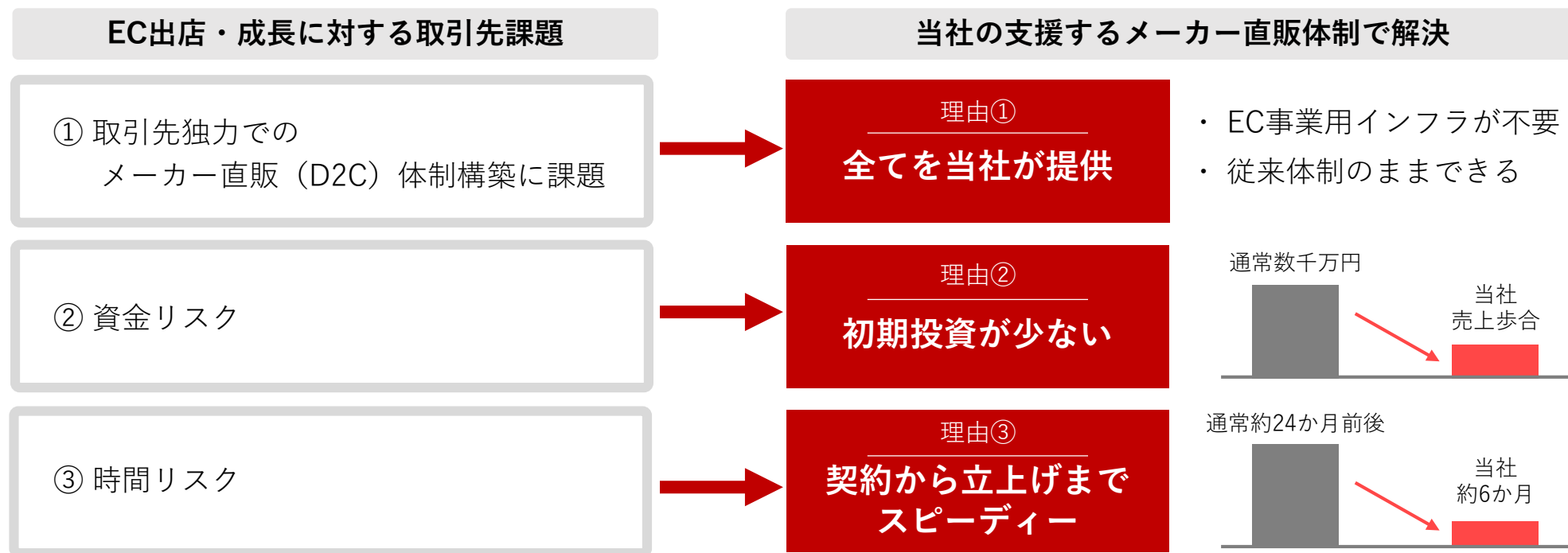


ECマーケットプレイスサービスの特徴

早期に、低リスクで、メーカー直販（D2C）体制を構築

当社ではメーカー直販（D2C）体制を早期に構築し、支援できる体制が整っております。

メーカーは当社のサービスを活用することで、早期に低リスクでメーカー直販（D2C）体制を構築できます。



ECマーケットプレイスサービスの特徴

売上を上げるための物流サービスとインフラ

当社では売上を上げるための物流サービスと、それを支えるインフラを外部企業との提携を通じて保有しています。

当社のサービス

1

翌日スピード出荷、
時間指定出荷を実現



当社のインフラ

1

物流コストを低減する
全国16拠点の
物流倉庫提携



当社のサービス

2

商材ごとに最適化した
高付加価値な
物流サービス



当社のインフラ

2

最新鋭の
自動化倉庫による
効率化

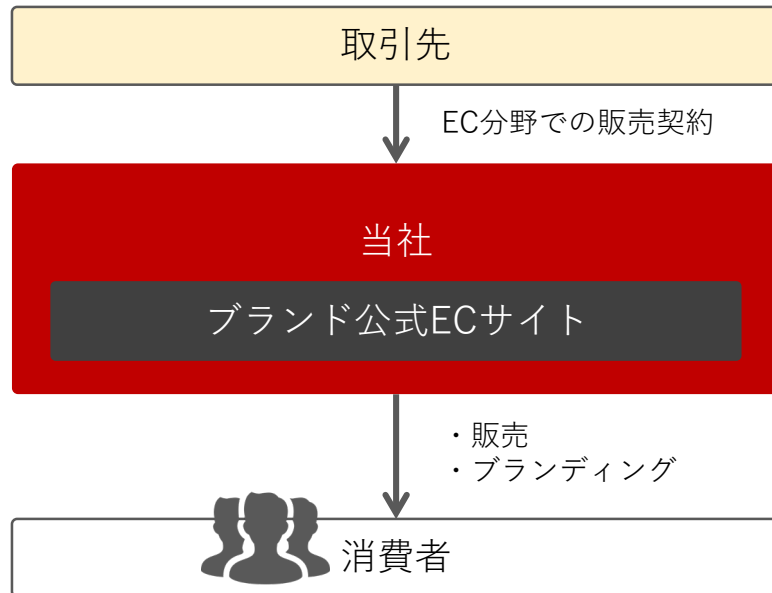


ECマーケットプレイスサービスの特徴

メーカー共同でブランド公式ECサイト運営

当社はメーカーの認めた公式ECサイトの運営を行います。

長期的なブランド価値の向上と売上アップを両立することで、ECビジネスパートナーとして支援します。



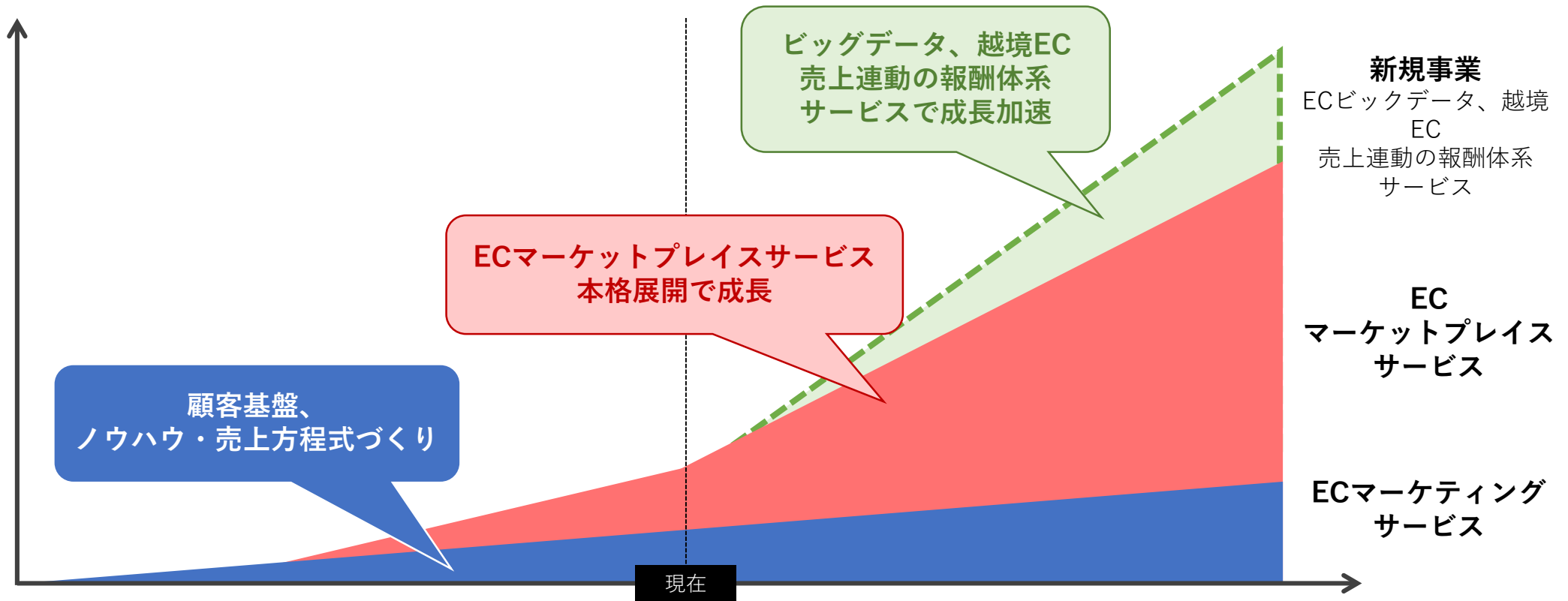
※当社が重視するポイント

- ①長期的なブランド価値の向上
- ②売上アップ

4. 成長イメージ

成長イメージ

当社では足元堅調に推移しているECマーケットプレイスサービスの拡大を通じた成長を目指します。
ECビッグデータの販売や越境ECの拡大、売上連動の報酬体系サービスの展開を通じて売上、利益の更なる成長を実現して参ります。



本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。