

2020年11月16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)

2021年3月期の業績予想について

2021年3月期(2020年4月1日から2021年3月31日)における当社の業績予想は、次のとおりであります。

【個別】

(単位：百万円、%)

項目	決算期	2021年3月期 (予想)		2021年3月期 第2四半期累計期間 (実績)		2020年3月期 (実績)	
		対売上 高比率	対前期 増減率	対売上 高比率	対売上 高比率		
売上高	8,090	100.0	53.8	4,557	100.0	5,261	100.0
営業利益	438	5.4	158.0	332	7.3	170	3.2
経常利益	434	5.4	119.3	358	7.9	198	3.8
当期(四半期)純利益	350	4.3	143.7	251	5.5	143	2.7
1株当たり当期 (四半期)純利益	72円68銭		54円59銭		31円28銭		
1株当たり配当金	未定		0円00銭		0円00銭		

(注) 1. 当社は、連結財務諸表及び四半期連結財務諸表を作成しておりません。

2. 2020年9月4日付で、普通株式1株につき20株の株式分割を行っておりますが、2020年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期(四半期)純利益を算出しております。

3. 2020年3月期(実績)及び2021年3月期第2四半期累計期間(実績)の1株当たり当期(四半期)純利益は、期中平均発行済株式数により算出しております。

4. 2021年3月期(予想)の1株当たり当期純利益は、公募予定株式数(800,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算出し、オーバーアロットメントによる売出しに関する第三者割当増資分(最大210,000株)を考慮しておりません。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行及び自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧ください。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

【2021年3月期業績予想の前提条件】

1. 当社の見通し

当社は、「日本の未来をECでつくる」をミッションとして掲げ、ブランドメーカーや小売事業者等のEC事業を総合支援するサービスを提供しております。

EC市場は、ネット上での販売商品の多様化、市場参加者の増加、物流事業者による配達時間の大幅な短縮化、スマートフォンの普及、SNSによる情報流通量の増加等を背景に引き続き順調な市場拡大が見込まれております。経済産業省が2020年7月22日に発表した「令和元年度電子商取引に関する市場調査」によると、国内B2C-EC市場規模は、2018年時点で約18.0兆円であり、2019年は19.4兆円と堅調に推移しております。EC市場の拡大の中で、顧客の趣味嗜好の多様化によりECサイト及びその運営者は多種多様となっており、ECサイトを開設する運営事業者も増加しております。

当社が属するEC市場においては、新型コロナウイルスの感染リスク防止の観点から、外出自粛や在宅勤務により自宅からオンラインでのショッピングを行う消費者が増加しており、いわゆる「巣ごもり消費」が発生し、EC化率が上昇する形となっております。

このような状況の下、当社においては、引き続き広告費投下による新規顧客の獲得施策等の実施や、顧客企業の個別課題・ニーズにあわせたEC戦略の実行支援に取り組む等により、2021年3月期は、売上高8,090百万円（前年同期比53.8%増）、営業利益438百万円（前年同期比158.0%増）、経常利益434百万円（前年同期比119.3%増）、当期純利益350百万円（前年同期比143.7%増）となる見込みであります。

2. 業績予想の前提条件

当社は、2020年2月25日の取締役会で2021年3月期予算を決議し、第1四半期累計期間及び7月実績を踏まえ、8月以降の数値についてもそれまでの実績を勘案して計画値を見直し、2020年8月14日の取締役会において、2021年3月期予算の修正を行っております。当該修正については、主としてECマーケットプレイスサービスにおけるECビジネスパートナーの第1四半期累計期間及び7月実績数値が、当初の想定を大きく上回ったことが背景となっております。

(1) 売上高

売上高は、ECマーケットプレイスサービス、ECマーケティングサービスの売上高で構成されております。

① ECマーケットプレイスサービス

当サービスでは、ブランドメーカーのD2C（※）を総合支援する「ECビジネスパートナー」、及びEC専用のカスタマーサービス、倉庫保管・物流サービスを提供する「ECフルフィルメント」を提供しております。

ECビジネスパートナーの主な売上高は、当社がブランドメーカーから仕入れた商品をECプラットフォーム上のサイトでユーザーに販売することによる売上高になります。売上高予算は、既存取扱ブランドと新規取扱予定のブランドに区分して策定し、ブランドごとの積み上げで策定しております。

既存取扱ブランド売上予想については、さらに新規ユーザーからの売上高と既存ユーザーからの売上高に区分し、算出しております。

新規ユーザーからの売上高は、ブランドメーカーにて投下予定の広告予算と前期実績を基に設定した1件当たりの獲得単価（CPA）から新規客数を算出し、前期の平均単価実績を基に、料金改定などの施策を考慮の上設定した新規客平均単価を乗じることで算出しております。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株 式発行及び自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧ください。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

一方、既存ユーザーからの売上高は、前期実績に基づき既存客数を予測し、これに2019年3月期から2020年3月期の既存客単価の実績伸長率を加味した既存客単価を乗じることで算出しております。

新規取扱予定のブランド売上予想については、既存ブランドのうち、保守的に最も売上規模の小さい案件をロールモデルとして、2021年3月期においては既に商談が進んでおり、新たに受注確度が高いと見込まれる2ブランドの取扱いを開始する前提で売上高予算を策定しております。

また、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、政府より緊急事態宣言が発令され外出自粛や在宅勤務が実施されたことにより、消費者が購買チャネルをECへとシフトさせた影響を受け、第1四半期累計期間及び7月におけるECビジネスパートナーサービスの売上高は販売顧客数が昨年度比120%増と大幅に増加いたしました。当該実績を踏まえ、既存取扱ブランドに係る8月以降の販売顧客数を見直した結果、通期販売顧客数は昨年度比75%増で見積もっております。

ECフルフィルメントの売上高は、既存契約と新規契約見込による売上高で構成されております。既存契約においては、前期実績に基づき当社が予測する取扱い流通量を基に、新規契約見込については、商談が進んでおり、受注確度が高いと見込まれる8月以降の受注見込に応じてそれぞれ案件ごとに積み上げて策定しております。

以上より、ECマーケットプレイスサービスの売上高は、6,454百万円（前年同期比66.2%増）を見込んでおります。

② ECマーケティングサービス

顧客企業の個別課題・ニーズに合わせて、国内の複数のプラットフォームにおける、マーケティング・コンサルティング、デザイン、サイト運営等のEC業務をサポートし、顧客企業のEC戦略の実行を支援しているサービスです。

売上高は、契約に基づき継続的にサービス提供する取引先に対する収益である「ストック売上高」と、サイト制作をはじめとしたクリエイティブ支援等において発生する一時的な収益である「ショット契約」による売上高で構成されております。売上高予算は、これらをサービス別に区分した上で合算し、策定しております。ストック売上高は、ストック型のビジネスモデルであることから前期実績に基づきサービス別の平均単価を予測し、これに既存件数から新規見込件数と解約見込件数を加味した稼働件数を乗じることで算出しております。一方、ショット売上高は、前期過去実績に基づき算出した平均単価及び案件数により保守的に算出しております。

なお、新サービスであるECビックデータについては、契約済及び契約見込による売上見込額により策定しております。

以上より、ECマーケティングサービスの売上高は、1,636百万円（前年同期比18.3%増）を見込んでおります。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行及び自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧ください。また、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

上記の結果、各サービス別の2020年3月期通期売上高、2021年3月期第2四半期実績及び2021年3月期通期売上高（計画値）は下表のとおりとなっております。

（単位：百万円）

	2021年3月期 （予想）	2021年3月期 第2四半期累計期間 （実績）	2020年3月期 （実績）
EC マーケットプレイスサービス	6,454	3,762	3,883
EC マーケティングサービス	1,636	794	1,378
合計	8,090	4,557	5,261

※ D2C (Direct To Consumer)

メーカーが自社で企画、製造した商品を、中間流通を介さずに、自社の販売プラットフォーム（主にECサイト）で直接消費者へ販売するモデルのことです。

（2）売上原価、売上総利益

売上原価は、主として商品原価、楽天等へ支払うプラットフォームの手数料、物流業務委託先へ支払う物流費用、派遣・アルバイト費用などの外注費及び労務費であります。

商品原価は、売上高にブランド毎に契約で定められた仕入原価率を乗じて算出しております。外注費のうち、プラットフォームの手数料、物流費用は、販売計画に前期実績に基づいて算出した経費率を乗じて算出し、派遣・アルバイト費用は売上高から見込まれる社内工数を考慮し、サービス毎に社内工数以外に必要と見込まれる稼働工数に単価を乗じて算出しております。労務費は、直接部門の人件費に、労務費に配賦されている直近月（2020年7月）の実績率を乗じて、原価に配分される労務費を算出しております。

上記の結果、売上原価は6,153百万円（前年同期比62.0%増）、売上総利益は1,936百万円（前年同期比32.4%増）を見込んでおります。

（3）販売費及び一般管理費、営業利益

販売費及び一般管理費は、主として人件費、支払手数料、広告宣伝費、業務委託費で構成されております。

人件費は役員報酬に、間接部門と原価に配賦しなかった直接部門の給与、賞与及び法定福利費を加算したものであります。給与については既存人員に係る給与は前期実績を基に昇給率を考慮して作成しており、新規採用人員に係る給与は、採用計画による増加人員数に想定人件費を乗じて算出しております。2021年3月期の人件費は事業拡大に対応する人員採用を進めたほか、上場対応に必要な間接人員の拡大を織り込んだ結果、昨年度比170百万円増加する見込みであります。

支払手数料は主としてプラットフォームに対する課金決済手数料及びシステム使用料であります。2021年3月期の支払手数料はECビジネスパートナーサービスの拡大に伴い、課金決済手数料が大幅に増加した結果、昨年度比198百万円増加する見込みであります。

また、広告宣伝費は主として当社の顧客獲得のために支出される費用であり、当社の売上高予算を達成するために必要な見込客を獲得できるように策定しています。前期は当社ブランディングのための一時的な費用が発生していたことから、今期は前期比で2割程度減少する見込みです。業務委託費は主として会計や法務などの外部専門家に対する費用であります。社内人員拡充に伴い費用発生が

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行及び自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧ください。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

減少していることや、前期は IPO 準備のための一時的な費用が発生していることから、前期比で 2 割程度減少する見込みであります。

上記の結果、販売費及び一般管理費は 1,498 百万円（前年同期比 15.9%増）、営業利益は 438 百万円（前年同期比 158.0%増）を見込んでおります。

（4）営業外損益、経常利益

営業外収益は採択済みである JETRO 補助金等の補助見込額、テレワーク助成金、雇用助成金等を補助金収入として見込んでおります。営業外費用は上場関連費用、及び銀行借入金に係る支払利息を見込んでおります。

上記の結果、営業外収益として 45 百万円、営業外費用として 49 百万円、経常利益は 434 百万円（前年同期比 119.3%増）を見込んでおります。

（5）特別損益、当期純利益

特別利益は契約している役員の生命保険について、解約予定であり、当該解約による一時的な利益見込額 26 百万円を計上しております。税金費用は実効税率を基に算定し 110 百万円を予想しております。

以上の結果、当期純利益は 350 百万円（前年同期比 143.7%増）を見込んでおります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合がございます。

以 上

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株 式発行及び自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。