



# 会社紹介資料

D2C・E-COMMERCE MARKETING

2020.12 株式会社いつも

# 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	578,220千円
従業員数	174名（2020年12月現在）
事業内容	<b>ECワンプラットフォーム事業 （EC事業の総合支援）</b>



**坂本 守** 代表取締役社長

1999年に株式会社船井総合研究所（現株式会社船井総研HD）に中途入社。2007年に当社を設立し、代表取締役として業務に携わる。



**望月 智之** 取締役副社長

1999年に株式会社船井総合研究所（現株式会社船井総研HD）に入社。その後、坂本と共に当社を設立、取締役副社長として業務に携わる。2020年には当社ビジネス本部長も兼任。



**杉浦 通之** 取締役CFO

2006年にあずさ監査法人（現有限会社あずさ監査法人）に入社後、2010年に公認会計士登録。2020年に当社に入社、現在取締役CFO 兼管理本部長として業務に携わる。

**関 豊** 取締役  
**有本 康隆** 監査等委員  
**佐藤 義幸** 監査等委員

**五十棲 剛史** 社外取締役  
**上山 亨** 監査等委員

# EC事業の総合支援 – 支援体制の特徴

中小・大手メーカーに対して



化粧品



ベビー



食品



インテリア



日用品



家電



アパレル



ペット



**itsumo.**

①ECバリューチェーン全ての支援を実施

EC戦略の立案

サイトの  
構築・運営

デジタル  
マーケティング

カスタマー  
サービス

倉庫保管  
フルフィルメント

②各ECチャンネルへマルチ展開支援を実施

楽天市場

Amazon

Yahoo! ショッピング

自社EC

海外モール

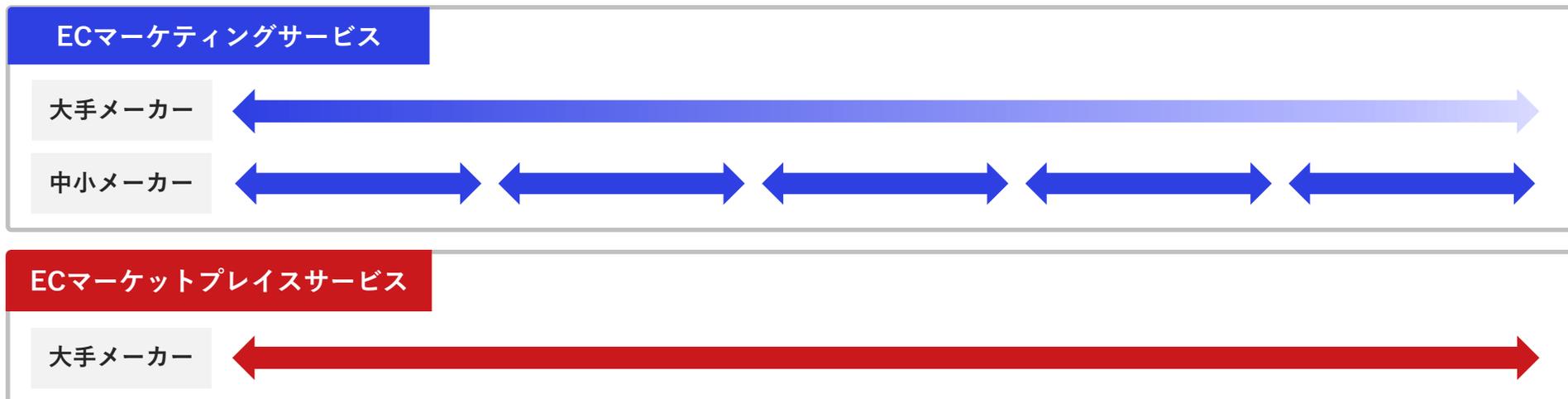
## EC事業の総合支援 – 2つのサービス①

	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
サービス内容	顧客の個別ニーズに合わせたEC事業支援	メーカー直販（D2C）支援
対象	中小から大手メーカー	大手メーカー
売上	ストック売上高(87.6%) <sup>注1</sup> ショット売上高	ブランド公式ECサイト売上高 ECフルフィルメントの売上高
2021年3月期 上半期実績	売上高 <b>794</b> 百万円 (構成比：17.4%)	売上高 <b>3,762</b> 百万円 (構成比：82.6%)
	売上総利益 <b>535</b> 百万円 (利益率： <b>67.4%</b> ) <sup>注2</sup>	売上総利益 <b>512</b> 百万円 (利益率： <b>13.6%</b> ) <sup>注2</sup>
	売上総利益 (535百万円) — 売上高 (794百万円)	売上総利益 (512百万円) — 売上高 (3,762百万円)

注1 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。

注2 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。

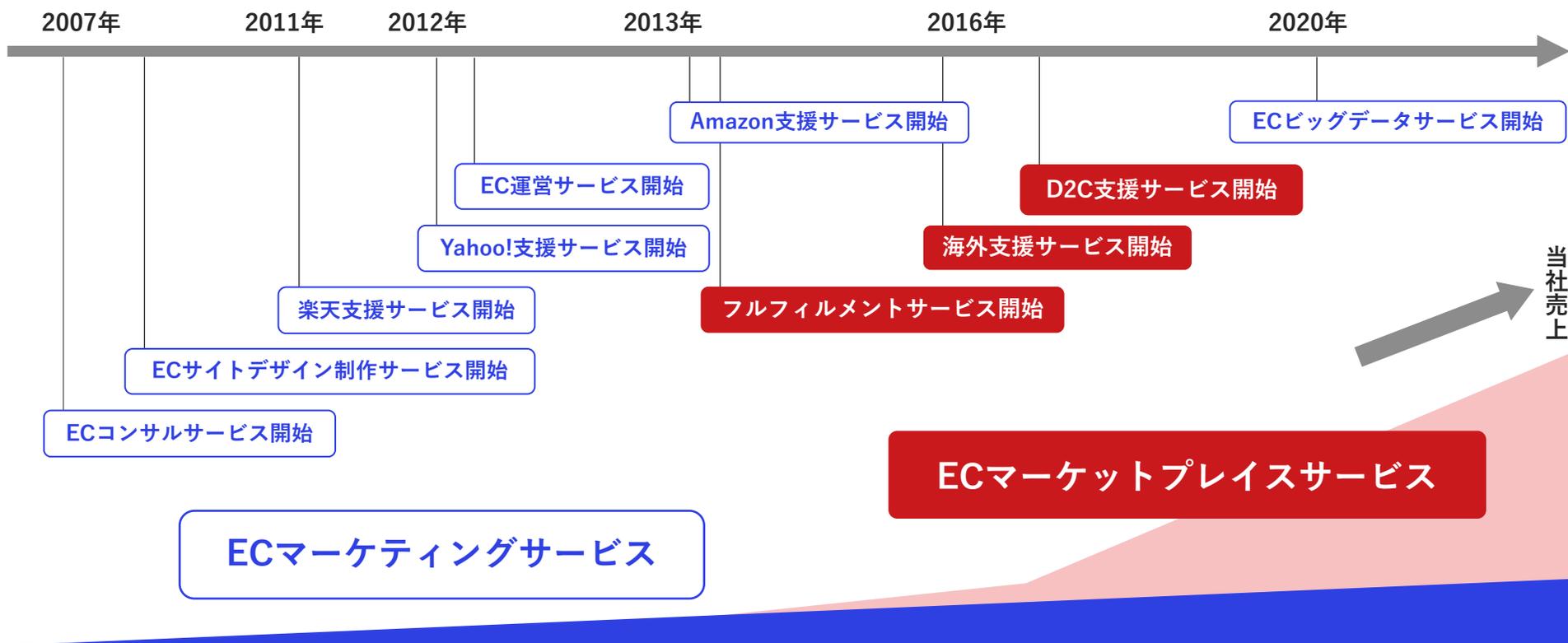
## EC事業の総合支援 – 2つのサービス②



## これまでの事業展開

創業以来各ECマーケティングサービスを提供してきた当社は

ECマーケットプレイスサービス（メーカー直販（D2C）支援）の展開以降、売上の成長フェーズに入っております。



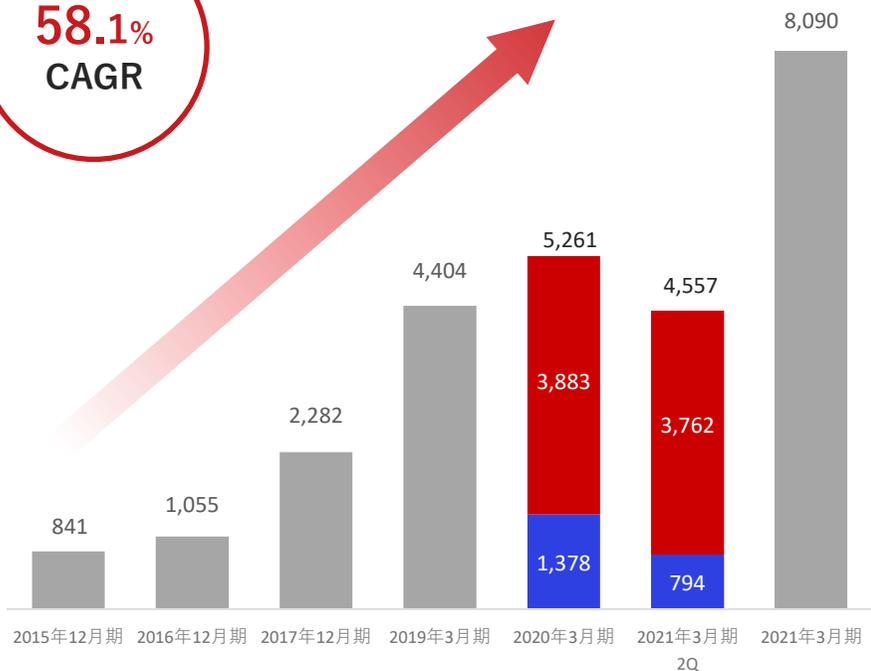
# 売上高・経常利益の成長

## 売上高

単位：百万円

■ ECマーケティング  
■ ECマーケットプレイス

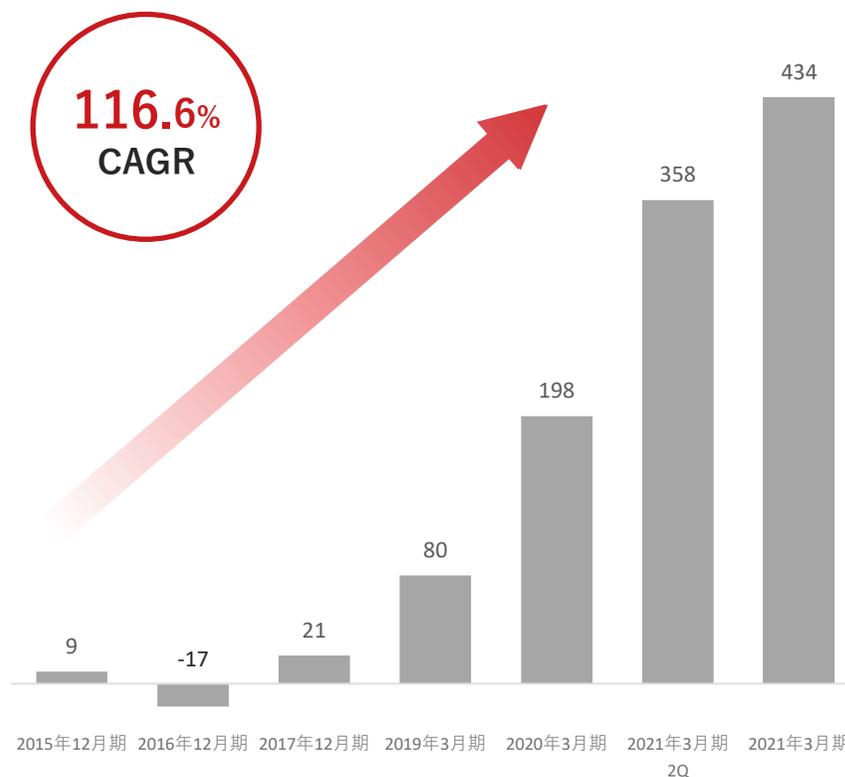
58.1%  
CAGR



## 経常利益

単位：百万円

116.6%  
CAGR



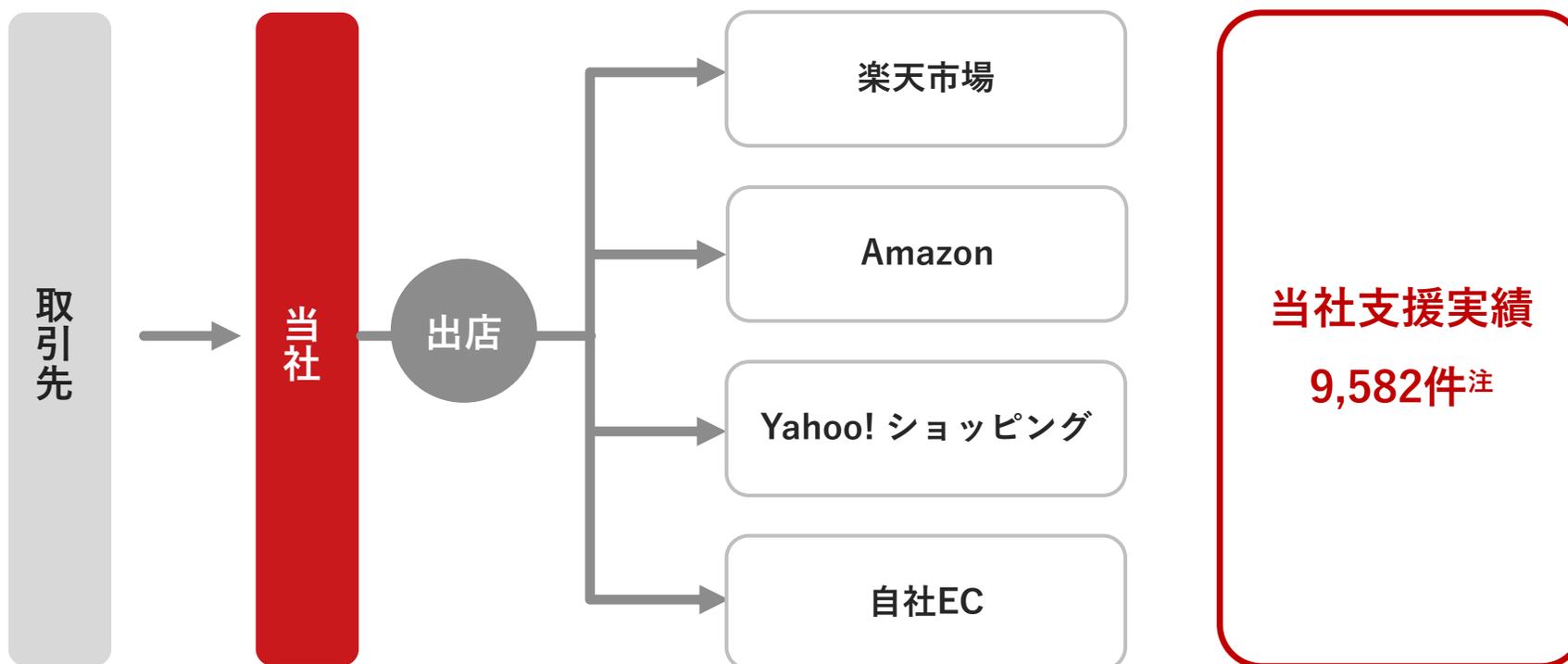
(注)2018年12月3日開催の臨時株主総会における定款一部変更の決議により、決算期を12月31日から3月31日に変更しております。したがって、2019年3月期は2018年1月1日から2019年3月31日までの15か月決算となっております。CAGRは2015年12月期と2020年3月期の比較で算出しております。

## 2. 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

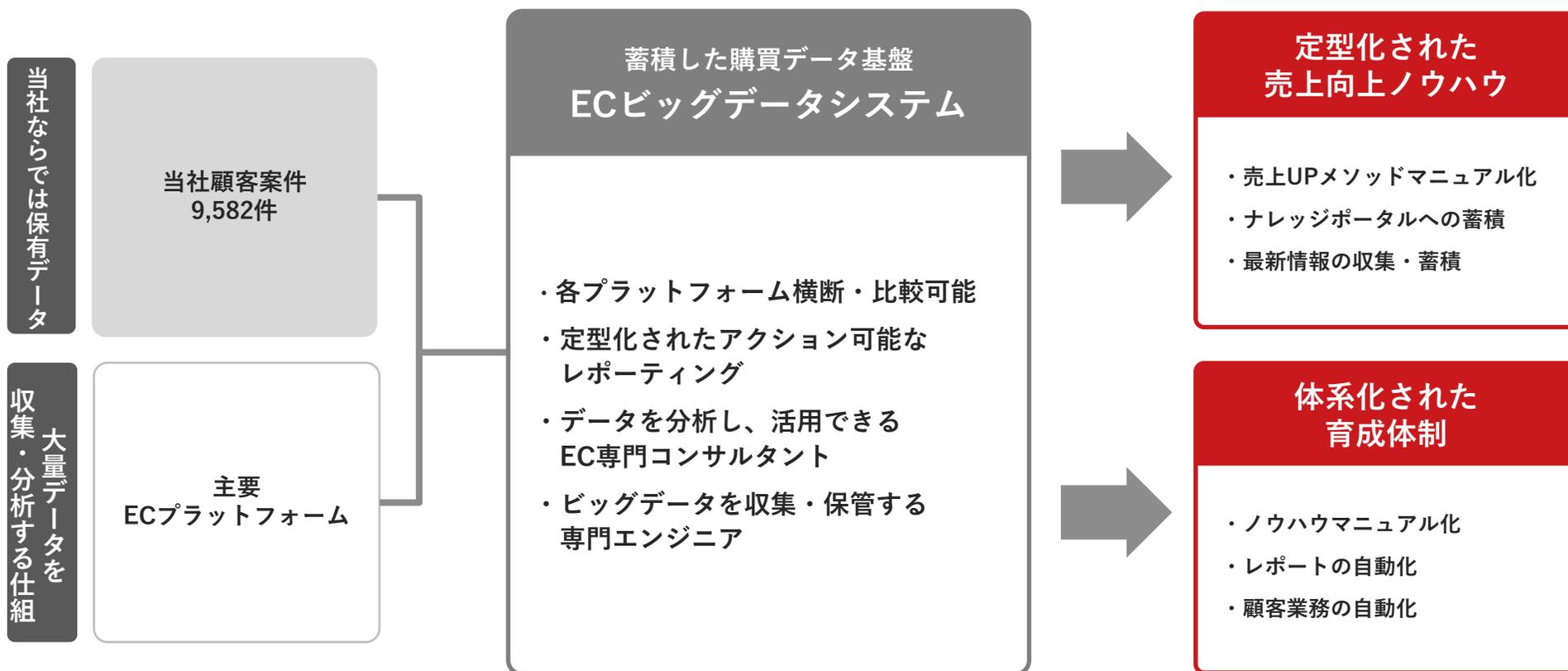
当社ではこれまで9,582件の支援実績がありますが、その多くがECプラットフォームに対する支援実績です。  
豊富な実績に基づき当社は取引先のECマルチチャネル展開を効果的に支援致します。



注：当社延べ支援案件数（2020年7月17日時点）

## 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の他、各ECプラットフォームの公開データを蓄積する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ノウハウや体系化された育成体制を保有しています。



## 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、提供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出店・成長に対する取引先課題

①取引先独力での メーカー直販  
（D2C）体制構築に課題

②資金リスク

③時間リスク

### 当社の支援するメーカー直販体制で解決

理由①

全てを  
当社が提供

- ① EC事業用インフラが不要
- ② 従来体制のままできる

理由②

初期投資が  
少ない

通常数千万円

当社  
売上歩合

理由③

契約から  
立上げまで  
スピーディー

通常約36か月前後

当社  
約6か月

## 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



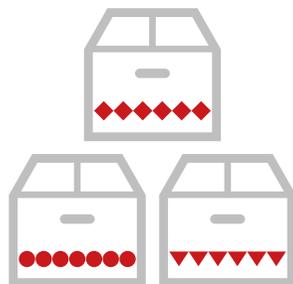
### 当社のインフラ①

物流コストを低減する  
全国16拠点の物流倉庫提携



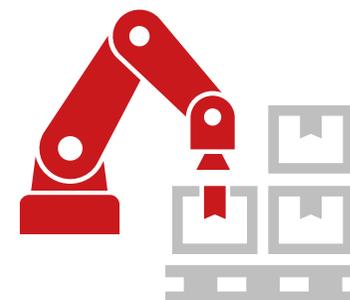
### 当社のサービス②

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

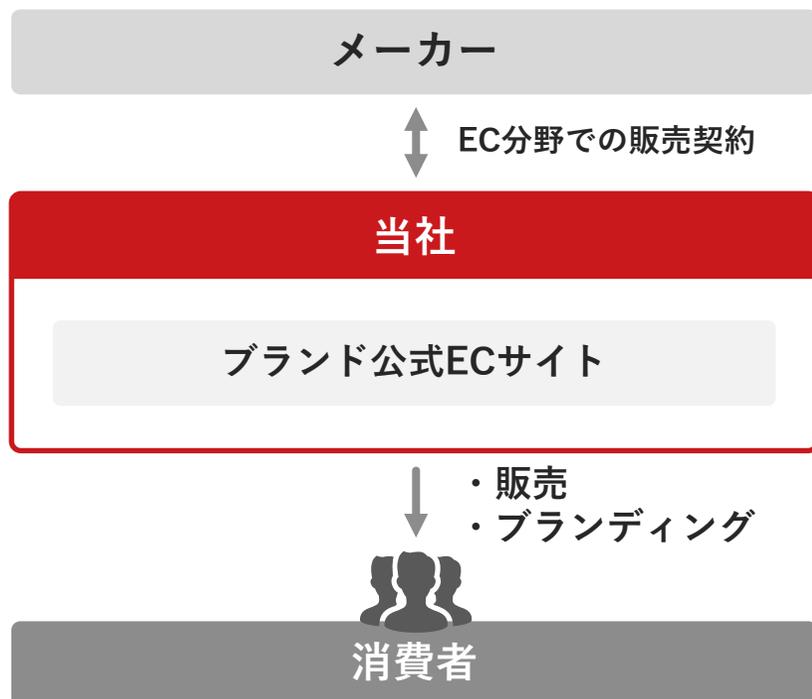


## ECマーケットプレイスサービスの特徴

# メーカーのブランド公式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、メーカーと強い関係性を有します。



## 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

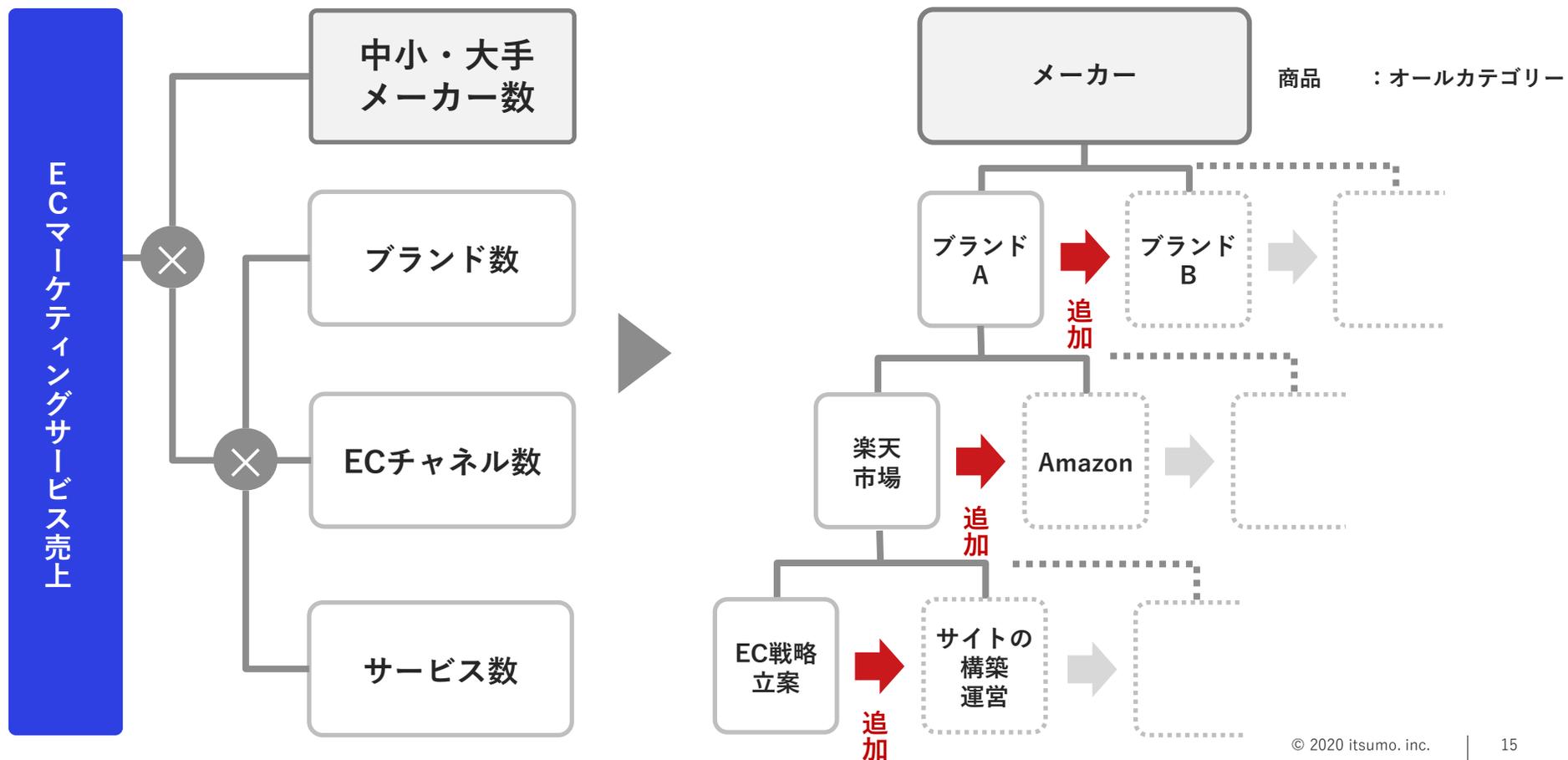
メーカーと共にブランドを  
長期的に育成する強い関係性

# 3. 成長戦略

---

## ①取引先あたりの平均単価の改善

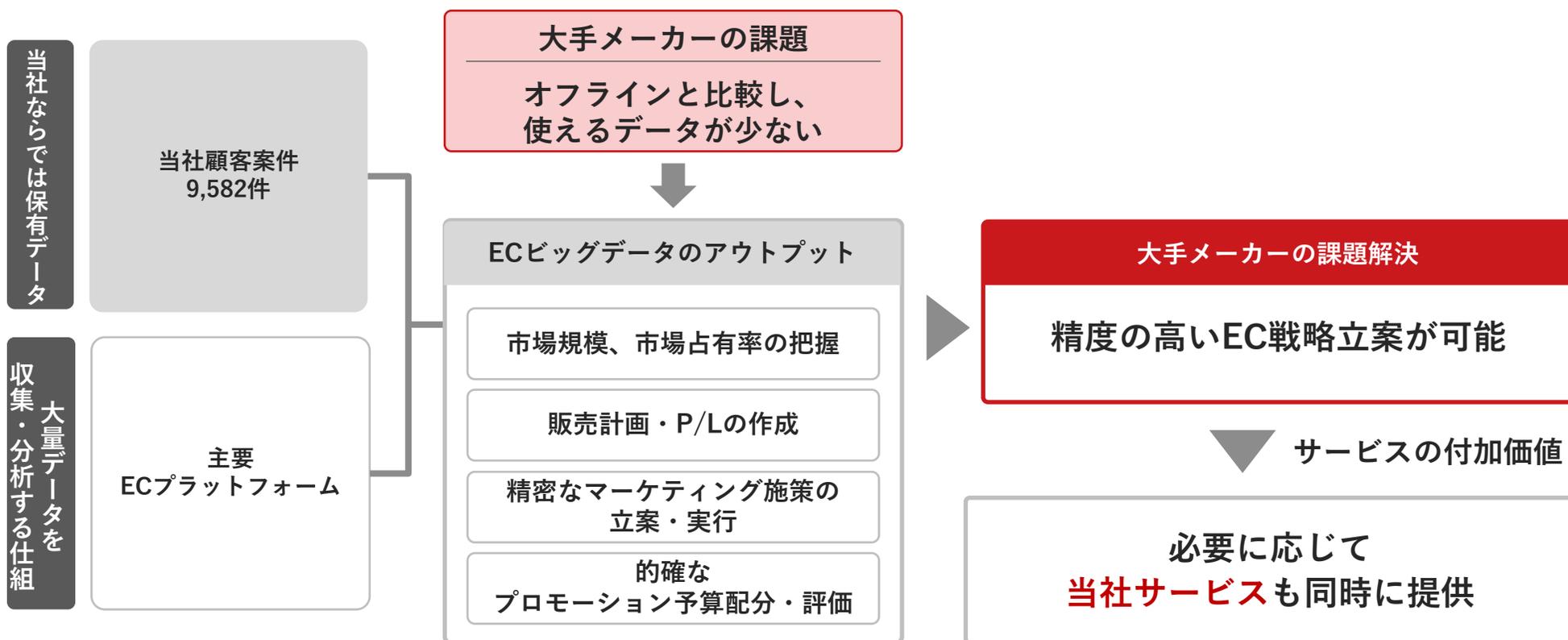
当社では中小・大手メーカーの取引先を増やす他、取扱ブランド数や展開ECチャネル数、サービス数を増加させ平均単価の改善を目指します。大手メーカーは多数のブランドを有しており、成長余地は大きいと考えています。



## ②ECビッグデータの拡販

オンライン上のマーケットデータを当社はECビッグデータを通じて補完できます。

大手メーカーにニーズの大きいECビッグデータの拡販余地は大きいと当社では考えています。



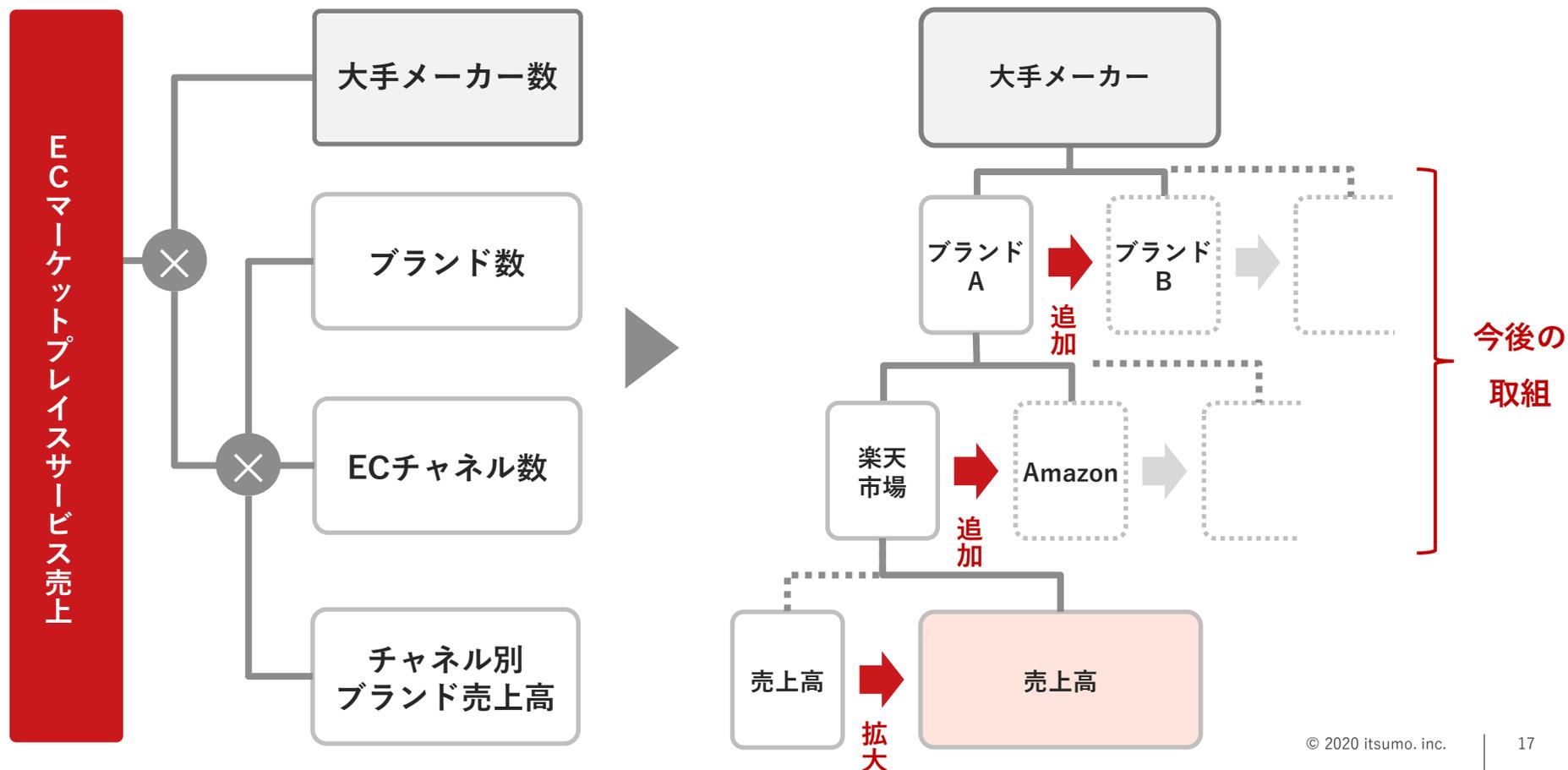
注：当社調べのECプラットフォーム出店ショップ数

## ECマーケットプレイスサービスの成長戦略

### ①取扱ブランド数やECチャンネル数の拡大

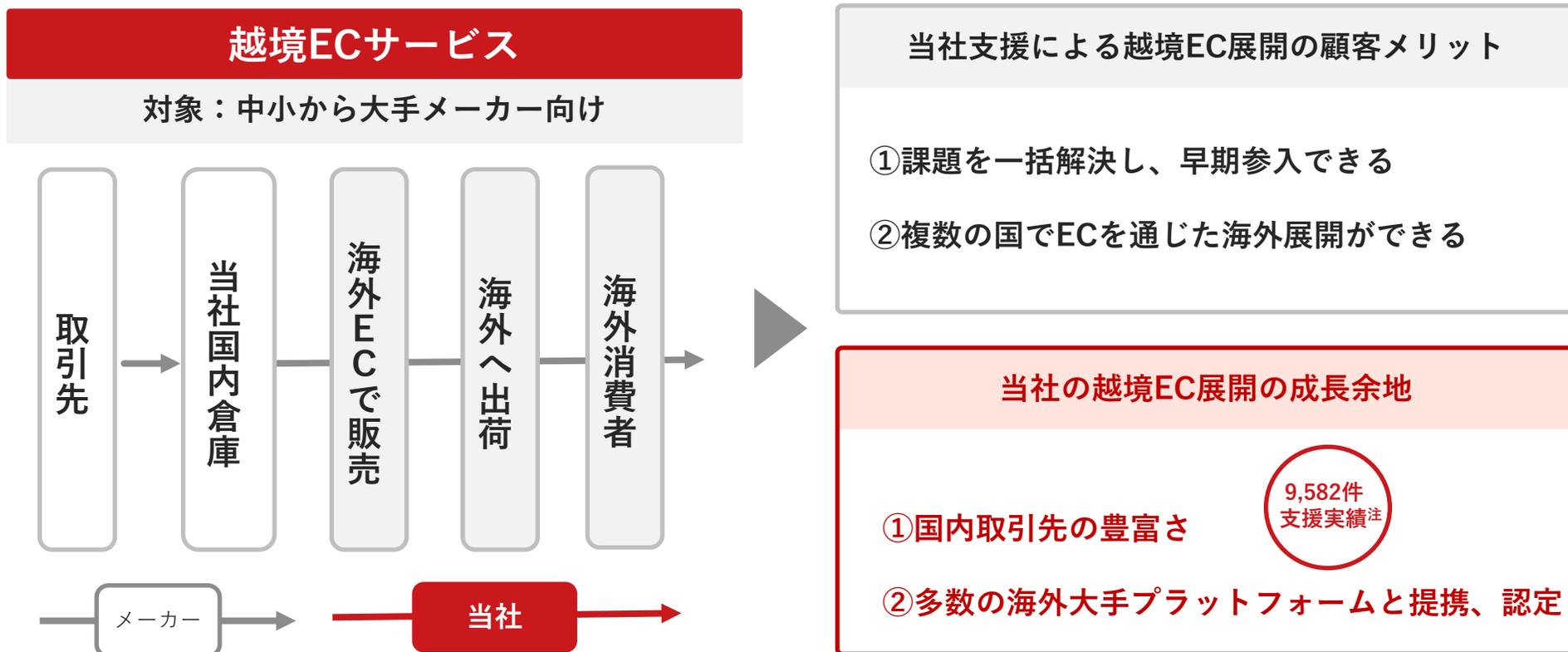
これまで当社では主としてチャンネル別ブランド売上高の成長を通じて、売上成長を実現して参りました。

今後は既存・新規取引先との関係性を深め、取扱ブランド数やECチャンネル数の増加を通じ更なる成長を目指します。



## ②越境EC事業の拡大

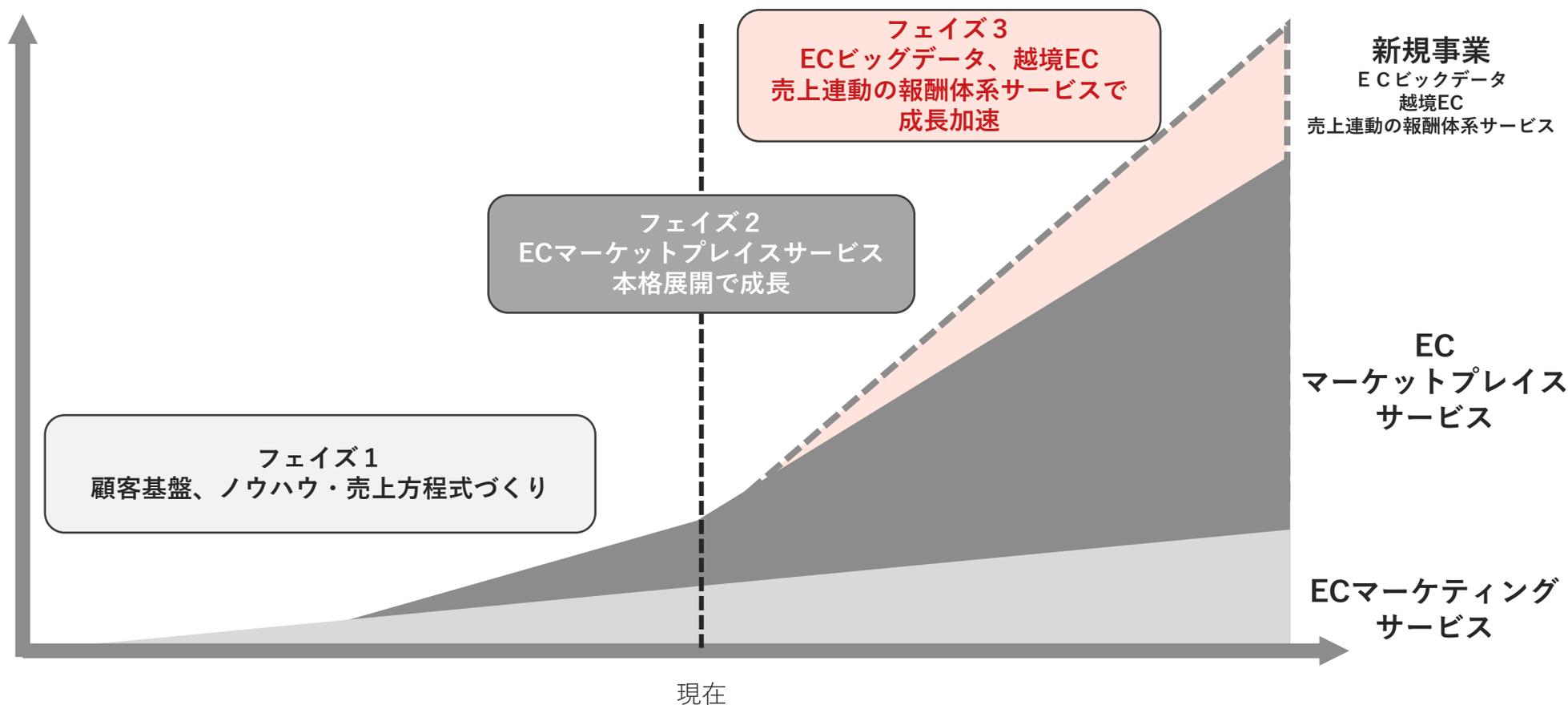
当社の越境EC事業は取引先は当社国内倉庫に商品を預けるだけで展開できることがその特徴です。  
当社はすでに国内取引先を豊富に有しており、大きな成長可能性があるものと考えています。



注：当社延べ支援案件数（2020年7月17日時点）

## 成長ストーリー

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。また、同時に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。





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。

---

## 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。