

平成16年9月期

決算短信(連結)

平成16年11月11日

上場会社名 株式会社ネットプライス

上場取引所

東証マザーズ

コード番号 3328

本社所在都道府県

東京都

(URL http://www.netprice.co.jp/)

代表者 役職名 代表取締役社長兼
最高経営責任者 氏名 佐藤 輝英

問合せ先責任者 役職名 執行役員経営本部長 氏名 新宮 浩 TEL (03) 5739 - 3360 (代表)

決算取締役会開催日 平成16年11月11日

親会社名 (コード番号: 4751)

親会社における当社の株式保有比率 53.36%

株式会社サイバーエージェント

米国会計基準採用の有無 無

1. 平成16年9月期の連結業績(平成15年10月1日～平成16年9月30日)

(1) 連結経営成績

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

	売上高		営業利益		経常利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
16年9月期	7,249	-	563	-	547	-
15年9月期	-	-	-	-	-	-

	当期純利益		1株当たり 当期純利益		潜在株式調整後 1株当たり当期純利益		株主資本 当期純利益率	総資本 経常利益率	売上高 経常利益率
	百万円	%	円	銭	円	銭	%	%	%
16年9月期	486	-	15,040	38	14,806	07	24.7	20.3	7.6
15年9月期	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(注) 持分法投資損益 16年9月期 - 百万円 15年9月期 - 百万円
 期中平均株式数(連結) 16年9月期 32,364株 15年9月期 - 株
 会計処理の方法の変更 無
 売上高、営業利益、経常利益、当期純利益におけるパーセント表示は、対前期増減率であります。

(2) 連結財政状態

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

	総資産	株主資本	株主資本比率	1株当たり株主資本	
	百万円	百万円	%	円 銭	
16年9月期	3,789	2,864	75.6	83,624	60
15年9月期	-	-	-	-	-

(注) 期末発行済株式数(連結) 16年9月期 34,256株 15年9月期 - 株

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

(注) 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
16年9月期	617	369	1,274	2,541
15年9月期	-	-	-	-

(4) 連結範囲及び持分法の適用に関する事項

連結子会社数 1社 持分法適用非連結子会社数 - 社 持分法適用関連会社数 - 社

(5) 連結範囲及び持分法の適用の異動状況

連結(新規) 1社 (除外) - 社 持分法(新規) - 社 (除外) - 社

2. 平成17年9月期の連結業績予想(平成16年10月1日～平成17年9月30日)

	売上高	経常利益	当期純利益
	百万円	百万円	百万円
中間期	5,196	329	179
通期	10,955	764	451

(参考) 1株当たり予想当期純利益(通期) 4,392円33銭

上記に記載した予想数値は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、業況の変化等により、上記予想数値と異なる場合があります。

1．企業集団の状況

当社(株式会社ネットプライス)グループは、当社、連結子会社(1) 1社によって構成されており、モバイルコマース事業、WEBコマース事業、その他の事業を展開しております。当社グループの事業内容および当社と子会社の事業に係る位置付けは次のとおりであります。

(1) モバイルコマース事業

当社が運営するモバイルメディア「ちびギャザ」および提携企業の運営する各種メディア上において、携帯電話端末等でアクセスするモバイルインターネットを通じた商品販売サービスの提供を行っております。「モバイルコマース事業」は、商品販売を行う媒体の属性別に、自社メディアコマースおよび提携メディアコマースの2つの区分により構成されております。

(2) WEBコマース事業

当社が運営するパソコンインターネット上でのWEBサイト「ショッピング&ギャザリング ネットプライス」および提携企業の運営する各媒体上において、WEBサイトを通じた商品販売サービスの提供を行っております。

また、「WEBコマース事業」は、「モバイルコマース事業」と同様、商品販売を行うWEB媒体の属性別に、自社メディアコマースおよび提携メディアコマースの2つの媒体区分により構成されております。

(3) その他の事業

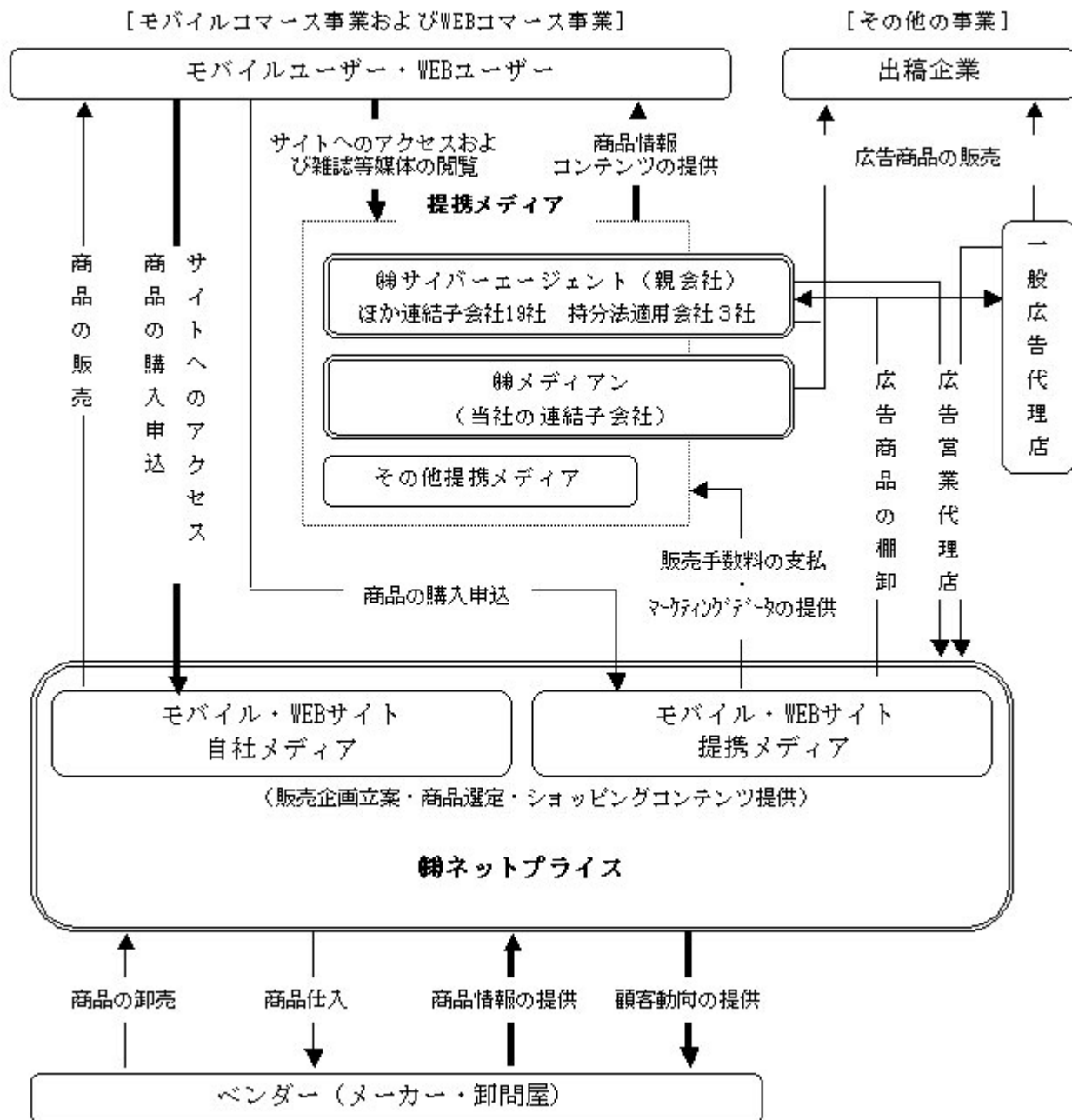
当社が運営するWEBサイト「ショッピング&ギャザリング ネットプライス」等において広告販売を行っております。また、当社子会社(1) が運営する無料ポータルサイトにおける広告販売(mediaX事業)、各メディアとの番組連動コンテンツの制作(メディアソリューション事業)等を行っております。

1 株式会社メディアン(資本金 100,000千円 議決権の所有割合 100.0%)

携帯電話とテレビ、ラジオ等の各種メディアとの連動を図り、視聴者が喜ぶサービスの提供を目的として、平成16年7月16日に設立されました。

[事業系統図]

〔事業系統図〕



2. 経営方針

1. 経営の基本方針

当社グループは、インターネットに代表される新しいメディアの特性を活かした各種サービスの提供を行い、“インターネットリテラー”として、消費者、商品サプライヤーの間に新しい関係を築き、楽しく、賢く、便利に物を買うことができる仕組みの創造を通じて、当社自身の成長を実現するとともに、流通業界の牽引役となり、新しい市場を創造していくことを目指しています。

2. 利益分配に関する基本方針

当社は、財務体質の強化と積極的な事業展開に備えるため設立以来、利益配当は実施しておりませんが、株主の皆様に対する利益還元は重要な経営課題の一つと認識しております。今後は当社の事業領域であるインターネットを活用した商品販売サービスの拡充に努めるために内部留保を充実させることを勘案しながら、各期の経営成績を考慮に入れて積極的に利益還元について検討してまいります。

3. 投資単位引き下げに関する考え方および方針等

当社は、継続的な企業価値の増大に加え、株式の流通活性化および適切な投資単位を維持することが、株主の増加および適切な株価水準の維持に繋がると考えております。今後は、株価の推移に注視し、株主数および株式需給環境等を総合的に勘案し、投資単位に関する施策に関して検討していきたいと考えております。

4. 目標とする経営指標

当社グループが重要と考えている経営指標は、売上高および売上高営業利益率であり、具体的には売上高営業利益率10%以上を達成することを目標としております。

5. 中長期的な経営戦略

当社はギャザリングモデルを今後さらに国内市場に浸透させていくことにより、平成17年9月期には売上高100億円、そして中長期的には1,000億円の規模まで拡大させていきます。

その実現に向けた戦略の一つめは、販売ジャンルを増やすことで、ビジネスの領域を拡大させることです。現在は、ファッション、ブランド、美容、健康、雑貨、家電、食品、ベビー・キッズ用品などの商品カテゴリーがありますが、これらカテゴリー枠を増やしていくことで、取扱商品を横に拡大していきます。二つめは、販売ジャンルごとのニーズを深掘りしていくものです。ギャザリングの瞬間的パイニングパワーを背景に、当社が発掘した商品をお客様に提案していく販売形態を主としております。これに加え、インターネットのインタラクティブ性をより活用し、お客様のリクエストに基づいた商品を提供する販売形態を拡大させていきたいと考えております。

また、当社の連結子会社（ 1 ）につきましては、テレビ番組等のメディアと携帯電話を使ったモバイルインターネットを連動させたコンテンツ及びシステムの企画・開発・運用を推進してまいります。このことで当社の商品販売における集客力の強化を図り、事業基盤の拡大を目指していきたいと考えております。

1 株式会社メディアン（資本金 100,000千円 議決権の所有割合 100.0%）

携帯電話とテレビ、ラジオ等の各種メディアとの連動を図り、視聴者が喜ぶサービスの提供を目的として平成16年7月16日に設立されました。

6. 対処すべき課題

当社ではお客様のニーズに適合する商品、サービスの提供を行うため「利用者数ならびに利用者層の拡大」、「お客様との接点の強化」の2点を軸に、具体的には（ 1 ）提携ベンダー数および商品ジャンルの拡充、（ 2 ）提携媒体数の拡大による販売力の強化、（ 3 ）サービスレベルの強化の3点を主な経営課題と認識し、企業価値の拡大を図ってまいります。

（ 1 ）提携ベンダー数および商品ジャンルの拡充：

お客様の多様化する商品のニーズに応えるため、来期も引き続き商品の供給元である取引メーカー・ベンダーの数を拡大させることで取扱商品を充実させ、1商品あたりの販売可能個数の増加に対応し得る安定的な商品供給体制を構築し、また、オリジナル商品、プライベートブランドの開発に取り組み、高利益の獲得を確立してまいります。

（ 2 ）提携媒体数の拡大による販売力の強化：

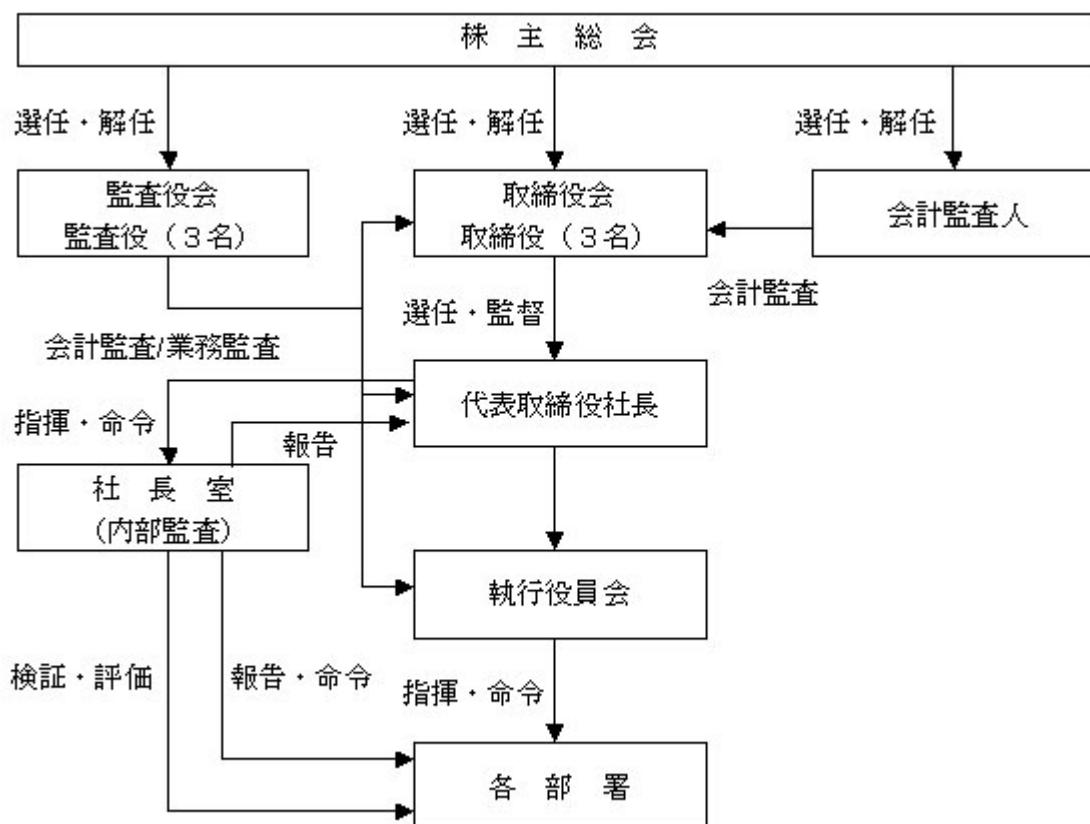
1商品あたりの集客力ひいては販売個数を増加させ、1週間という短い期間に商品を瞬間的に販売し、一括して大量発注する、「高回転 + 高ロット」のギャザリング効果を精練し、販売価格の引き下げによる顧客満足度の向上、仕入原価の圧縮による当社の利益向上を促進するため、来期も引き続き幅広い特性、顧客属性を持つ媒体との積極的な提携を行い、利用者の拡大および販売力の強化を図ってまいります。

（ 3 ）サービスレベルの強化：

お客様の購買記録やお客様から寄せられる商品のリクエスト、既に購入された商品に対するお客様からのご意見は、購買行動の傾向をつかむ貴重な資料として社内に蓄積され、商品選定の上で重要な指標となっております。この顧客データの蓄積とともに提供商品の質を高め、媒体上におけるショッピングエンターテインメント性を拡充し、ショッピングカートおよびポイント制度導入等、販売システム機能の改善および安定化を図り、顧客対応体制の充実等、サービス内容を向上させ、お客様の利用頻度を上げることを推進してまいります。

7. コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方およびその施策の実施状況

当社の経営組織その他のコーポレート・ガバナンス体制の概要は次のとおりであります。



（１）コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、継続的な成長、企業価値の向上に向け、経営意思決定の迅速化、適時情報開示等による経営の透明性の確保、経営の監督機能の強化等、コーポレート・ガバナンスの充実が重要であると認識し、体制の強化に努めております。

（２）コーポレート・ガバナンスに関する施策の実施状況

当社では、定時取締役会を月に１回のほか、必要に応じて臨時取締役会を開催しております。取締役会には独立性を保持した監査役が出席し、業務執行に関する意思決定を監督しております。

監査役会は、常勤監査役１名、非常勤監査役２名で構成され、月に１回定時監査役会を開催し、取締役の業務執行状況の監査を行っております。なお、監査役は全て社外監査役であり、当社との間で特別の利害関係にはありません。

内部監査につきましては、代表取締役社長の直轄部署である社長室が行っております。監査役会との相互協力の上、経営管理組織・制度が経営目的に照らして適切であるかを客観的に検証・評価し、その結果および改善案を代表取締役社長に報告しております。

また、当社は執行役員制度を採用し、取締役会が決定した経営の基本方針に従って、機動的な業務執行権限の委譲や集約を行うことによる最適な業務執行体制を敷いております。

8. 関連当事者（親会社等）との関係に関する全体的な方針

当社は、株式会社サイバーエージェント（平成16年９月30日現在、当社の発行済株式総数の53.36%を保有する筆頭株主、以下「CA社」）の連結子会社であります。

CA社とは、CA社グループとの関係の強化のため取締役１名の受け入れ、CA社の運営する媒体上での商品販売提携契約および当社の販売サイト上における広告枠の営業代理委託契約を締結しております。

当該取締役受け入れおよび両契約は今後も引き続き継続していく考えであります。

9. 当社の事業内容に関するリスクについて

(1) インターネット通信販売事業への依存について

現在、当社は主にインターネット通信販売事業に経営資源のほとんどを投入した事業展開を行っており、当社の事業はインターネット通信販売事業に大きく依存しております。インターネット業界は、歴史が浅く、その環境整備等で予測のつかない事態が発生した場合や、利用に関する法的規制の強化や技術革新等の要因によって、インターネット利用者が増加しなくなった場合やインターネット上の通信販売事業が困難になった場合には、当社の事業継続に重大な影響を及ぼす可能性があります。

(2) 二重価格表示等による販売について

二重価格表示による販売

当社が提供するインターネット通信販売では、商品の販売価格を当社の販売サイトにおいて表示するとともに、消費者に対する商品購入時の参考情報として、その比較対象価格となる希望小売価格（製造業者等により設定され、あらかじめ公表されている価格）や、参考価格（製造業者等が小売業者に広く提示している小売の参考となる価格）を提示しており、いわゆる二重価格表示を行っております。

公正取引委員会は、二重価格表示を行う場合には、「不当景品類及び不当表示防止法」（景品表示法）において禁止されている不当表示に該当することの無いよう、ガイドライン「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」を公表しており、当該ガイドラインにおいては、小売業者が二重価格表示を行う際には一般消費者が価格を誤認しないように適正な希望小売価格及び参考価格を表示する必要があるとされております。そのため、当社では、二重価格表示を行う場合には、当該ガイドラインに基づく表示を徹底し、消費者の誤認を避けるための方策を行っております。

具体的には、当社が二重価格表示を行う際は、公正取引委員会のガイドラインに基づき、希望小売価格及び参考価格の定義を販売サイト上に表記するとともに、ベンダーに対して証明書類の提示を求める等、その価格の妥当性の確認を販売部門である営業推進グループ及び管理部門である経営本部において厳格に行っております。なお、当該価格情報が、ガイドラインに反する疑義がある場合には、当社は、二重価格の表示を行っておりません。さらには、商品の仕入担当者などを対象とした景品表示法に関する定期的な勉強会を開催するとともに、内部監査等における実施状況等の確認を随時行っております。

「底値」の表記の使用

当社は、販売サイト上におけるギャザリングにおいて、通常2～3段階に設定されている商品の販売価格のうち最終到達価格（最安値の価格）を「底値（そこね）」と表記しております。一般に、底値とは、複数の流通経路で販売されている同一商品のうち最も安い販売価格や、季節的な要因で変動する商品価格の中で最も安い価格という意味をあらわすと考えられることから、当社のサイト上の底値という表記を消費者が市場における一般的な底値をさしていると誤認する可能性があります。このため、当社は、販売サイト上における底値の定義が当社サイト上のギャザリングによる最終到達価格（最安値の価格）である旨の注記を明示することで、底値に関する消費者の誤認が生じないよう努めております。

以上の施策をとるにも拘らず、当社が行う二重価格表示に関して希望小売価格及び参考価格の確認が不十分であった場合や、また、消費者による底値の誤認が生じた場合には、景品表示法において禁止されている不当表示に該当する可能性とともに、当社サイトの信頼を喪失する等、当社の経営成績及び財政状態に悪影響を与える可能性があります。

(3) 仕入体制に関するリスクについて

当社は、全てのベンダーとの取引開始前に基本取引契約書の締結を義務付けており、当該契約書において、当社が販売した商品に瑕疵もしくは著作権等の権利の侵害が発生した場合に当社が被る一切の損害をベンダーに対して賠償請求できる旨を定めております。更に、当社が販売しているいわゆる高級ブランド品については、偽造品の取り扱いを排除するため、仕入先を原則として並行輸入取扱業者の業界団体である日本流通自主管理協会（AACD）加盟企業に限定しており、そのため仕入先は特定の大手企業に集中しております。

また、化粧品及び健康食品（以下、「ビューティ＆コスメ」）については、仕入先が比較的小規模な事業者に分散しておりますが、当社では、取り扱うビューティ＆コスメの安全確認に万全を期すため、「ビューティ＆コスメ関連商品取扱マニュアル」に基づき、原則として取扱商品の販売開始前に化粧品の公的な製造許可等の取得を確認しております。また、健康食品については財団法人日本食品分析センター等による成分分析の分析結果の確認を行っております。

なお、当社は、平成15年10月より地方名産品等の食品の販売を、また平成15年12月からは酒類の販売を開始しておりますが、現時点においては販売アイテム数が極めて限定的なため、取扱商品の安全性確認については生産工場の実地調査等により個別に対応しております。また、将来の取扱い数量の拡大に備えて、当社ではマニュアルの整備等の準備を進めております。

なお、当社が販売した商品に法令違反及び瑕疵等があり、当該商品の安全性等に問題が生じた場合には、当社は商品を販売した顧客に対して損害賠償責任等が生じる可能性があります。そのため、当社では前述の通り基本

取引契約書を締結するとともに、さらにビューティ＆コスメについては、原則として商品の販売開始前にベンダーと誓約書を交わし、当該商品に関して法令違反や成分分析データに問題がないことを表明させております。しかしながら、ビューティ＆コスメを取り扱うベンダーは比較的事業規模が小さい事業者が多く、必ずしも当社が生じた損害を賠償する能力を有するとは限りません。

また、当社が販売した商品の安全性に問題が生じた場合には、当社が損害賠償を負担するとともに、当社が運営するサイトの信頼を喪失することによって、当社の経営成績及び財政状態に悪影響を与える可能性があります。

(4) 顧客の嗜好への対応

当社では、食品及び酒類等、新しいジャンルの商品を随時販売開始することで、従来の主な対象顧客層とは違った中高年層や、男性を対象としたプロモーションを行い、利用顧客層の拡大を進めております。

また、当社のギャザリングでは原則として1週間ごとに販売商品を更新するため、適宜消費者の嗜好を見据えた商品の選定が可能であり、顧客の嗜好の変動に対応することが容易な販売モデルであると当社は考えております。しかしながら消費者の嗜好は常に変動しており、何らかの理由により、当社の販売サイトにおける取扱商品や、ギャザリングによる販売方法が、当社の登録会員や一般消費者に受け入れられなくなった場合、当社の経営成績及び財政状態には悪影響が生じる可能性があります。

(5) 提携関係について

株式会社ディーエヌピーロジスティクスとの関係

当社は、ベンダーから納品される商品の管理作業、商品発送時の梱包等の発送作業、戸別配送業者への商品の受け渡しにつき、平成13年12月より大日本印刷株式会社の連結子会社である株式会社ディーエヌピーロジスティクスとの業務委託契約に基づき同社に業務委託しております。当社は、これらの物流業務については、株式会社ディーエヌピーロジスティクスに全面的に依存しており、同社におけるサービスの遅延及び障害等が発生した場合には、直接的な損害は業務委託契約に基づき同社に賠償請求できるものの、顧客に対する当社の信用低下等によっては、当社の財政状態及び経営成績に悪影響を与える可能性があります。

一方で、当社事業の中核に位置する物流システムは、当社がその設計及び開発を行っていることから、その技術及びノウハウは当社内部に保有しており、そのため当社は株式会社ディーエヌピーロジスティクスとの取引について他社への代替は可能と考えております。しかしながら、何らかの不測の事態が発生し、同社との取引関係が突然解消された場合、当社が直ちにその代替先を確保することができる保証は無いため、一時的に当社の業務に支障が生じる可能性があります。

なお、当該業務委託契約の概要は、以下のとおりであります。

契約の名称 : 業務委託契約

契約年月日 : 平成13年12月1日

契約期間 : 平成15年12月1日～平成16年11月30日(以降1年毎自動更新)

契約内容 : 販売商品の物流業務全般を業務委託

各提携媒体との関係

当社は、CA社が保有・運営するインターネット媒体を含め、各種提携媒体を重要な販売チャネルと位置付けており、雑誌、モバイル、WEB及びラジオ等の各種媒体との提携を実施しております。そのため、これらの提携企業における事業方針の変更等に伴い、各提携メディアにおける連動が困難になった場合、当社の業績に重大な影響を与える可能性があります。

各モバイルキャリアとの関係

当社の「モバイルコマース事業」における「ちびギャザ」は、全ての国内モバイルキャリアの公式メニューに登録されており、当社は、モバイルインターネットユーザーを「ちびギャザ」に集客するためのチャネルの一つとして、当該公式メニューを位置付けております。

なお、当社は「ちびギャザ」の商品代金決済にモバイルキャリアの課金システムを使用しておらず、また、公式メニューからの集客以外にもモバイル広告への出稿等のプロモーションを実施していることから、当該公式メニューに対して過度に依存している事実はないと認識しておりますが、何らかの理由により「ちびギャザ」が当該公式メニューの登録を抹消された場合、「ちびギャザ」の利用者の減少等により当社の業績に影響を与える可能性があります。

また、いわゆる第3世代携帯電話の本格的な普及期を迎え、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモのFOMAに代表される携帯電話端末の新機種発売等に伴い、各モバイルキャリアのシステムは随時更新されており、さらに将来的には技術革新によるシステム的大幅変更もあり得ます。当社では、これらの技術革新に対応するべく、技術部門であるソリューショングループを社内を設置し、技術革新への対応力を一段と強化するべく社内体制の構築を行っておりますが、これらの各モバイルキャリアのシステム変更や、通信料金の定額制導入等によるユーザーの利用環境の変化に当社が適切に対応できなかった場合には、当社の事業戦略及び業績に影響を与える可能性があります。

(6) 競合について

当社は、インターネット上の通信販売を行う事業者のみならず、カタログ販売やテレビ番組を通じた通信販売や、既存の店舗において小売事業を行う多数の事業者との間に、販売商品やサービスの利便性及び価格等を巡る激しい競合が生じております。

小売事業は市場への参入が比較的容易とみられることから、競合他社の継続的な市場参入による競争の激化が予想され、これらの競合は、価格の低下や提供サービスのレベル向上に伴うコスト増加等をもたらす可能性があります。このため、当社ではインターネットを活用した販売に特化することで運営コストの縮小を図り、且つギャザリングによる「受注後発注」の採用により原則として在庫を保有しないビジネスモデルを展開し、小売市場における競争力の強化を図っております。

また、インターネット上での通信販売市場の拡大に伴い、一部の小売事業者が表面的に当社のギャザリングに類似した販売方法を採用しており、さらに当社と同様のビジネスモデルを本格的に展開する可能性があります。

なお、当社はギャザリングに関する2件のビジネスモデル特許の出願を行うことで、同業他社に対する牽制を図っております。また、ギャザリングの運営には、インターネットの技術を使った販売システムの開発力及び運営力、インターネット上での集客・プロモーション力、及びギャザリングにより販売する商品の調達力が同時に必要となることから、当社は、他社によるギャザリングへの本格的参入は容易ではないと考えております。

なお、今後小売市場における競合において当社が適時にかつ効率的に対応できない場合、もしくは同業他社によるギャザリングへの本格的参入が行われた場合は、当社の業績に影響を与える可能性があります。

(7) 個人情報の保護について

当社は事業運営に際して、当社のサービスを利用する顧客にIDの登録を認めており、当社のデータベースサーバーには、氏名、住所、電話番号、メールアドレス等の個人情報がデータとして蓄積されております。これらの情報については、当社において守秘義務があり、当社が知り得た情報については、データへアクセスできる人数の制限、ID登録及び外部侵入防止のためのシステム等の採用により当社のシステム部門であるソリューショングループを中心に漏洩防止を図っております。しかし、社内管理体制の問題または社外からの侵入等によりこれらのデータが外部に漏洩した場合、当社への損害賠償請求や当社の信用低下等によって当社の財政状態及び経営成績に悪影響を与える可能性があります。

当社では、個人情報の管理に関して社内規程を作成し、当社が取得・保有する個人情報の取扱方法及び個人情報データベースへのアクセス制限について定めるなど、個人情報の漏出を防止するための方策を実施しておりますが、当社が実施している上記方策にもかかわらず、当社からの個人情報の漏出を完全に防止できないという保証はありません。今後、当社の保有する個人情報データベースへの不正侵入等を原因として、当社が保有する個人情報社外に漏出した場合には、当社の風評の低下による購入件数の減少、当該個人からの損害賠償請求等が招来し、当社の経営成績及び今後の事業展開に影響を受ける可能性があります。

また、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とした法令には「個人情報の保護に関する法律」があり、同法の個人情報を取り扱う事業者を直接規制する部分については平成17年4月1日より施行される予定となっております。当該部分が施行された場合、当社は、同法を遵守して個人情報を取り扱いますが、「個人情報保護法」の内容及びその解釈・適用の状況によっては、個人情報の利用などが制限され、その結果、当社の経営成績及び今後の事業展開に影響を受ける可能性があります。

(8) 知的所有権等について

当社の知的所有権

当社は、当社の事業分野においてギャザリングに関する2件のビジネスモデル特許の出願を行っております。米国等においては既にビジネスモデル特許が一般化しており、国内においてもビジネスモデル特許の認定が進むと予想されることから、当社においても、これらの状況に適切に対応し、当社が保有する知的財産権を十分保護しうよう体制を整備していく所存であります。しかしながら、当社の申請したこれらの権利の登録出願が認められない可能性もあり、その場合には当社の今後の事業活動に悪影響を与える可能性があります。

また、情報化社会の進展に伴いソフトウェアの重要性が高まり、著作権法改正によりソフトウェアに関する知的財産権の保護が大幅に強化されました。当社では管理部門である経営本部並びにシステム部門であるソリューショングループのメンバーにより、知的財産権の管理体制を強化しておりますが、当社の知的財産権が侵害された場合は、解決までに多くの時間と費用が発生する等、当社の業績に影響を与える可能性があります。

当社による第三者の知的所有権の侵害

当社は、平成16年9月30日現在において第三者より知的所有権に関する侵害訴訟等を提起されたり、そのような通知を受けておりません。しかし、将来、当社の事業活動に関連して第三者が知的所有権の侵害を主張する可能性がないとはいえません。当社の属する市場が大きくなり、ITの進展とあいまって、事業活動が複雑多様

化するにつれ、競合も進み、知的所有権をめぐる紛争件数は増加する可能性があります。

前述の通り、当社は知的財産権に対する社内管理体制を強化しておりますが、当社が第三者から知的財産権侵害の訴訟を受けた場合は、解決までに多くの時間と費用が発生する等、当社の業績に影響を与える可能性があります。

(9) 法的規制等について

当社は、通信販売全般に関して、主に「特定商取引に関する法律」、「不当景品類及び不当表示防止法」及び「不正競争防止法」の規制を受けており、また、取り扱う商品により「薬事法」、「健康増進法」、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」及び「食品衛生法」の規制を受けております。具体的には、当社が販売する商品の情報をWEBサイト上に記載する場合には、価格表示及び商品の機能や効果等の記載に関しては前述の「不当景品類及び不当表示防止法」、香水等の化粧品及び健康食品の販売におけるその効果効能等の記載に関しては「薬事法」、且つ、健康食品を含む食品全般の販売に際しては「健康増進法」、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」及び「食品衛生法」等の法的規制をそれぞれ受けております。当社では、これらの法律を遵守するべく、社内での定期的な勉強会を開催するとともに、商品情報のWEBサイトへの掲載にあたっては、営業推進グループ及び経営本部において記載内容の確認を行っております。

また、酒類の販売に際しては、「酒税法」の規制を受けており、当社では平成15年12月12日付けで、通信販売酒類小売業免許（許認可番号：洪酒741）を取得しております。なお、未成年者に対する酒類の販売防止策として

は、未成年者飲酒禁止法及び酒税法等の関連法規に基づき、専任の酒類販売管理者の管理のもと、酒類商品の販売サイト上において、未成年者への酒類の販売が法律で禁止されている旨、及び当社が未成年者への酒類の販売を行わない旨を記載する等、未成年者飲酒防止のための注意の喚起を行い、また、酒類の販売サイトにおいては、他の商品とは異なる購入申し込み手順をとり、購入者が成年であることを確認するチェック項目の追加を行う等、申し込み者の年齢確認の徹底を行っております。

また、当社が登録会員に向けて配信しているメールマガジンの配信については、平成14年4月17日に「特定電子メールの送信の適正化に関する法律」が制定（平成14年7月1日施行）され、新たに表示義務などが課されている他、「消費者契約法」、「不当景品類及び不当表示防止法」などの一般的な関係法令を遵守する必要があります。

当社ではこれらの法的規制等については、顧問弁護士との契約による定期的な情報交換、また、日本通信販売協会等の業界団体への加盟により、積極的な情報の収集及び対応を行っておりますが、今後、各省庁等における現行の法解釈に何らかの変更が生じた場合、もしくは新たに当社の事業または営業方法を規制する法律等が制定・施行された場合、その内容によっては当社の事業が制約を受けたり、当社が新たな対応を余儀なくされる可能性があります。このような場合には、当社の経営成績または今後の事業展開に影響を受ける可能性があります。

(10) システムリスクについて

当社の事業は、コンピュータシステムを結ぶ通信ネットワークに依存しており、自然災害や事故などによって、通信ネットワークが切断された場合には、当社の営業は困難な状況になります。また、アクセス増などの一時的な過負荷によって当社あるいはプロバイダーのサーバーが作動不能に陥ったり、当社、提携インターネット媒体、購入者、もしくはその他のシステム利用者のハードウェアまたはソフトウェアの欠陥により、正常な取引が行なわれなかったり、システムが停止する可能性があります。さらには、外部からの不正な手段によるコンピュータ内への侵入などの犯罪や役職員の過誤などによって、当社や提携インターネット媒体のサイトが書き換えられたり、重要なデータを消去または不正に入手されたりするおそれもあります。これらの障害が発生した場合には、当社の直接損害が生じるほか、当社のサーバーの作動不能や欠陥に起因する取引の停止等については、当社システム自体への信頼性の低下を招きかねず、当社の事業に重大な影響を及ぼす可能性があります。

10. 当社の事業体制に関するリスクについて

(1) 経営者への依存について

当社の代表取締役社長である佐藤輝英は、当社の最高経営責任者として経営方針及び事業戦略を決定するとともに、ビジネスモデルの構築から事業化に至るまで極めて重要な役割を果たしております。また、佐藤輝英のインターネット通信販売業界における精通の度合いは、当社の経営において重要な役割を担っております。そのため、今後も当社の業務全般においては、佐藤輝英の経営手腕に依存する部分が大いと考えられます。

従って、何らかの理由により佐藤輝英がその職を退任する等して当社業務の継続が困難となった場合、今後の当社の事業展開に悪影響を与える可能性があります。

(2) 事業の拡大に伴う経営管理体制の確立について

平成16年9月30日現在における当社組織は役員6名及び従業員69名と小規模であり十分な人的資源があるとはいえず、内部管理体制もこのような規模に応じたものとなっております。従って、経営陣はもとより、人材の社外流出により当社業務上の支障が生じた場合、代替要員の不在、事務引継手続の遅延等の理由によって当社の業務

に支障が生じるおそれがあります。

今後は事業拡大に伴い、人員の増強等、内部管理体制の一層の充実を図る方針であります。当社が適時に人材を確保できず、その対応に遅れた場合、事業機会を失う可能性もあり、その場合、当社の財政状態及び経営成績に悪影響を与える可能性があります。また、当社が事業の拡大や人員の増強に即応して、内部管理体制の整備をはじめ適切かつ十分な対応ができない場合は、組織的効率が低下する可能性があります。

当社は、今後もインターネット上での商品販売を中心とした事業をさらに拡大していくことを考えておりますが、これらの事業を成長させていくうえでは、役職員には流通及びインターネット上でのビジネスに関する高度な専門的知識が求められると考えております。従って当社の事業を今後拡大・発展させるには、当社が要望するスキルを有した優秀な人材を、いかに確保ないし教育していくかが重要な課題であると考えております。もし必要な人材を十分に確保または教育できない場合、今後の事業の拡大に支障をきたす可能性があるとともに、財政状態及び経営成績に悪影響を与える可能性があります。

(3) 人材の確保及び育成について

当社が展開するインターネット通信販売事業は、何れも魅力的な商品の仕入れに関するノウハウを必要とし、かつ個人への依存度が高い事業であります。当社は商品選定におけるマーケティング分析の体制化を図り、1個人への依存度の軽減を進めておりますが、それでもなお、優秀な社員を数多く確保し、育成することは、当社の事業展開を図る上で重要であります。

インターネット通信販売業界を含め、小売業界全般においては、優秀なバイヤーは高まる需要に対して依然不足傾向にあり、業界各社は人材獲得競争を繰り広げております。当社も、社内教育体制の構築を行う等、優秀な社員の獲得と育成に向けて取り組んでおりますが、十分な数のバイヤーを確保することが出来ない場合、当社の事業展開に影響を及ぼす可能性があります。

3. 経営成績及び財政状態

1. 経営成績

当連結会計年度におけるわが国経済は、アジア地域の需要拡大等により輸出が伸び、民間設備投資も増加、株式市場も活況となるなど、回復に向けた緩やかな動きが見られたものの、雇用環境は依然として厳しい状況で、本格的な回復には至りませんでした。

消費者のモノ・サービスに対する選別傾向は多様化し、商品を提供する小売業者は、消費者ニーズを的確に把握した上でスピーディーにタイミング良く、消費者が納得する価格での商品提供が求められ、業者間の競争も激しさを増しております。

当社の事業領域であるインターネット関連市場におきましては、ネットワークインフラの整備が進む中、ブロードバンド（FTTH、DSL、ケーブルインターネット、無線等）およびモバイルインターネット契約数は増加し、着実に普及を続けております。総務省の発表によりますと、平成15年度末にはブロードバンド契約数は1,495万契約、モバイルインターネット契約数は携帯電話契約数8,152万の内6,973万契約に達しております。また、幅広い利用者層への普及に伴い、利用状況も変化し、同発表によりますと、平成15年度末におけるインターネット利用人口約7,730万人（対前年度比11.1ポイント増）の内、パソコンからのみの利用が3,106万人（対前年構成比15.8ポイント減）、携帯情報端末のみからの利用が1,453万人（対前年構成比3.5ポイント増）、パソコンおよび携帯情報端末からの利用が2,834万人（対前年構成比13.2ポイント増）、ゲーム機・テレビ等からの利用が339万人（対前年構成比0.8ポイント減）と複数の端末経由でインターネットを利用する傾向へと変化しております。

また、インターネットの利用目的も多岐にわたり、常時接続環境の急速な普及や利便性の高さにより、電子メールやサービス等の情報収集だけでなく、様々な商品やサービスの購入、ネットオークションの参加、そして決済サービスといった実際の消費行動として利用するなど、今や生活必需品になっており、今後も利用者の生活に与える影響力は高まるものと思われます。

消費者向電子商取引（BtoC EC）市場におきましても、順調に市場規模が拡大しております。経済産業省の発表では、平成15年は4兆4千億円（前年比64.8%増）、内モバイルBtoC EC市場は7,770億円（前年比242.1%増）となっており、携帯端末が商品購買チャネルの一つとしての利用が定着したことが、市場拡大に貢献しているといえます。

そのような環境のもと、当社はインターネット（WEB・モバイル）上での集客・マーケティングにより、話題の人気商品をお買い求め易い価格でお客様に提供する「ギャザリング」（1）モデルを軸とした消費者向けサービスに注力し、自社媒体の販売カテゴリーの拡充および提携媒体（インターネットサイト、雑誌、ラジオ、テレビ）の拡大等、積極的に事業領域の拡大を図ってまいりました。

その結果、当連結会計年度の売上高は7,249,489千円、営業利益は563,374千円、経常利益は547,508千円、当

期純利益は486,764千円となり、今後の更なる事業拡大を視野にいたした財務基盤を確立することができました。来期も引き続き、高利益率の収益構造を維持・拡大すると共に、更なる財務体質の強化を図り、企業価値向上を目指してまいります。

1 ギャザリング

不特定多数のインターネットユーザーによる一種の共同購入方式であります。

事業の種類別セグメントの業績を示すと以下のとおりです。

(1) モバイルコマース事業

当社の自社モバイル媒体および提携媒体との連動によるモバイルインターネットを利用した『モバイルコマース事業』は、自社モバイル媒体の販売カテゴリー拡充および提携媒体数の拡大に伴う新規顧客の継続的増加、また、既存顧客の利用頻度（リピート率）向上に伴う客単価の増加等により大幅に躍進し、当期の売上高は4,275,677千円、営業利益は500,363千円となりました。そのうち、自社モバイルサイト「ちびギャザ」上における「自社メディア」の売上高は3,266,480千円に、また雑誌、ラジオ、モバイルインターネット等の他社提携媒体における「提携メディア」の売上高は1,009,197千円となりました。

(2) WEBコマース事業

当社の自社WEB媒体および提携媒体上での『WEBコマース事業』におきましては、モバイルコマース事業と同様、新規顧客の継続的増加、既存顧客の利用頻度（リピート率）の向上により、当期の売上高は2,939,990千円、営業利益は211,461千円となりました。そのうち、自社WEBサイト「ショッピング&ギャザリング ネットプライス」上における「自社メディア」の売上高は1,568,970千円に、他社のWEB・HTMLメール・TEXTメール等の提携媒体における「提携メディア」の売上高は1,371,019千円となりました。

(3) その他の事業

その他の事業では当社が運営するWEBサイト「ショッピング&ギャザリング ネットプライス」等において広告販売等を行っております。

当期の売上高は33,821千円、営業利益は16,872千円となっております。

なお、当社子会社が運営する無料ポータルサイトにおける広告販売（mediaX事業）、各メディアとの番組連動コンテンツの制作（メディアソリューション事業）等におきましては、その他の事業に属しますが、当連結会計年度におきましては、設立初年度の準備期間であるため、売上の計上はありません。

事業別売上状況は次のとおりであります。

区 分		第 4 期 (平成15年9月期)		第5期(当期) (平成16年9月期)		前期比	
		金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
		千円	%	千円	%	千円	%
モバイル コマース事業	自社メディア	1,931,404	44.5	3,266,480	45.1	1,335,075	69.1
	提携メディア	567,260	13.1	1,009,197	13.9	441,936	77.9
WEB コマース事業	自社メディア	779,681	18.0	1,568,970	21.7	789,289	101.2
	提携メディア	972,921	22.4	1,371,019	18.9	398,098	40.9
その他の事業		85,194	2.0	33,821	0.4	51,373	60.3
合計		4,336,462	100.0	7,249,489	100.0	2,913,027	67.1

2. 財政状態

当連結会計年度のキャッシュ・フローの状況

当連結会計年度末における現金及び現金同等物（以下「資金」という）は、2,541,865千円となりました。なお、当期が連結初年度であるため、前年同期比の記載はしておりません。

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

当連結会計年度において営業活動の結果得られた資金は617,023千円となり、その主な収入要因は、税引等調整前当期純利益526,120千円、仕入債務の増加288,396千円であり、支出要因は、売上債権の増加303,751千円、棚卸資産の増加額15,720千円であります。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

当連結会計年度において投資活動の結果使用された資金は369,668千円となり、その主な支出要因は、有形及び無形固定資産の取得による支出201,871千円、敷金・保証金の支払いによる支出82,410千円であります。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

当連結会計年度において財務活動の結果得られた資金は1,274,306千円となり、株式の発行によるものであります。

	第1期 平成12年9月期	第2期 平成13年9月期	第3期 平成14年9月期	第4期 平成15年9月期	第5期 平成16年9月期
株主資本比率	- %	- %	- %	- %	75.6%
時価ベースの株主資本比率	- %	- %	- %	- %	21.1%

(注) 1. 各指標は下記の算式に基づき算出しております。

株主資本比率：株主資本 / 総資産

時価ベースの株主資本比率：株式時価総額 / 総資産

2. 各指標は、連結ベースの財務数値により算出しております。

3. 株式時価総額は、期末日株価終値 × 期末発行済株式総数（自己株式控除後）により算出しております。

4. 当社は第5期が連結初年度であるため、第1期から第4期に関しましては、各指標の記載を省略しております。

5. 当社は有利子負債及び利払いがないため、債務償還年数及びインタレスト・カバレッジ・レシオについては記載を省略しております。

3. 今後の見通し

今後の見通しといたしまして、当社の属するインターネット市場は、第三世代携帯電話（3G携帯）やブロードバンド等の新たなインフラの普及により、益々拡大するものと考えられます。当社におきましても、これらのインフラを、商品の提供者とお客様を結ぶためのパイプライン、そして商品販売のための効率的なメディアとして最大限に活用し、サービスレベルの強化を図ってまいります。特に、モバイルインターネットにおいては、テレビ、ラジオ、雑誌などの提携媒体との連動も強化し、販売広い顧客層と対象とした、販売力の拡大を進め、インターネットコマースの更なる可能性を追求してまいります。

4．連結財務諸表等

(1) 連結貸借対照表

		当連結会計年度 (平成16年9月30日)		
区分	注記 番号	金額(千円)		構成比 (%)
(資産の部)				
流動資産				
1. 現金及び預金			2,541,865	
2. 受取手形及び売掛金			628,638	
3. たな卸資産			43,713	
4. 繰延税金資産			15,158	
5. その他			33,957	
貸倒引当金			262	
流動資産合計			3,263,071	86.1
固定資産				
(1) 有形固定資産				
1. 建物及び構築物		40,025		
減価償却累計額		3,173	36,852	
2. 工具器具備品		210,354		
減価償却累計額		57,731	152,622	
有形固定資産合計			189,474	5.0
(2) 無形固定資産			62,541	1.7
(3) 投資その他の資産				
1. 投資有価証券			86,880	
2. 繰延税金資産			13,752	
3. その他			173,312	
投資その他の資産合計			273,945	7.2
固定資産合計			525,961	13.9
資産合計			3,789,033	100.0

		当連結会計年度 (平成16年9月30日)		
区分	注記 番号	金額(千円)		構成比 (%)
(負債の部)				
流動負債				
1. 支払手形及び買掛金			666,616	
2. 未払金			209,129	
3. 未払法人税等			2,319	
4. その他			46,323	
流動負債合計			924,388	24.4
負債合計			924,388	24.4
(資本の部)				
資本金			1,112,434	29.4
資本剰余金			971,255	25.6
利益剰余金			780,954	20.6
資本合計			2,864,644	75.6
負債・資本合計			3,789,033	100.0

(2) 連結損益計算書

		当連結会計年度 (自 平成15年10月1日 至 平成16年9月30日)		
区分	注記 番号	金額(千円)		百分比 (%)
売上高	1		7,249,489	100.0
売上原価			4,370,558	60.3
売上総利益			2,878,931	39.7
販売費及び一般管理費			2,315,556	31.9
営業利益			563,374	7.8
営業外収益	2			
1.受取利息		165		
2.受取手数料		704		
3.新株引受権戻入		210		
4.雑収入		4,147	5,228	0.1
営業外費用				
1.新株発行費		19,852		
2.雑損失		1,241	21,094	0.3
経常利益			547,508	7.6
特別損失				
1.固定資産除却損		11,777		
2.移転費用		9,611	21,388	0.3
税金等調整前当期純利益			526,120	7.3
法人税、住民税及び事業税		2,320		
法人税等調整額		37,035	39,355	0.6
当期純利益			486,764	6.7

(3) 連結剰余金計算書

		当連結会計年度 (自 平成15年10月1日 至 平成16年9月30日)	
区分	注記 番号	金額(千円)	
(資本剰余金の部)			
資本剰余金期首残高			248,315
資本剰余金増加高			
増資による新株の発行		624,750	
新株引受権の権利行使		75,709	
新株予約権の権利行使		22,480	722,939
資本剰余金期末残高			971,255
(利益剰余金の部)			
利益剰余金期首残高			294,189
利益剰余金増加高			
当期純利益		486,764	486,764
利益剰余金期末残高			780,954

(4) 連結キャッシュ・フロー計算書

		当連結会計年度 (自 平成15年10月1日 至 平成16年9月30日)
区分	注記 番号	金額(千円)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益		526,120
減価償却費		29,479
貸倒引当金の増加額		262
受取利息及び受取配当金		165
新株発行費		19,852
固定資産除却損		11,777
新株引受権戻入益		210
売上債権の増加額		303,751
たな卸資産の増加額		15,720
仕入債務の増加額		288,396
未払金の増加額		60,738
未払消費税等の増加額		14,246
その他		13,209
小計		617,818
利息及び配当金の受取額		155
法人税等の支払額		950
営業活動によるキャッシュ・フロー		617,023
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出		156,851
無形固定資産の取得による支出		45,019
投資有価証券の取得による支出		77,280
敷金・保証金の支払による支出		82,410
敷金・保証金の返還による収入		30,824
保険積立金の支払による支出		30,096
貸付けによる支出		15,500
貸付けの回収による収入		6,665
投資活動によるキャッシュ・フロー		369,668
財務活動によるキャッシュ・フロー		
株式の発行による収入		1,274,306
財務活動によるキャッシュ・フロー		1,274,306
現金及び現金同等物の増加額		1,521,660
現金及び現金同等物の期首残高		1,020,204
現金及び現金同等物の期末残高	1	2,541,865

連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項

項目	当連結会計年度 (自 平成15年10月1日 至 平成16年9月30日)
1. 連結の範囲に関する事項	連結子会社の数 1社 主要な連結子会社 株式会社メディアン 株式会社メディアンにつきましては、 当期連結会年度に新規設立したことに伴 ない、当連結会計年度より連結の範囲に 含めております。
2. 連結子会社の事業年度等に 関する事項	連結子会社の事業年度末と連結決算日は 一致しております。
3. 会計処理基準に関する事項 (1)重要な資産の評価基準及び評 価方法	イ 有価証券 その他有価証券 時価のないもの 移動平均法による原価法 ロ たな卸資産 商品、貯蔵品 個別法による原価法
(2)重要な減価償却資産の減価償 却の方法	イ 有形固定資産 定率法 なお、主な耐用年数は以下の とおりであります。 建物及び構築物 15年 工具器具備品 5年～10年 ロ 無形固定資産 自社利用のソフトウェアにつつま しては社内における利用見込可能期 間(5年)に基づく定額法
(3)重要な引当金の計上基準	貸倒引当金 債権の貸倒れによる損失に備えるため 一般債権につきましては、貸倒実績率に より、貸倒懸念債権等の特定の債権につ きましては個別に回収可能性を勘案して 回収不能見込額を計上しております。
(4)重要なリース取引の処理方法	リース物件の所有権が借主に移転する と認められるもの以外のファイナンス・ リース取引については、通常の賃貸借取 引に係る方法に準じた会計処理によって おります。
(5)その他連結財務諸表作成のた めの基本となる重要な事項	消費税等の会計処理 税抜方式によっております。

項目	当連結会計年度 (自 平成15年10月1日 至 平成16年9月30日)
4. 連結子会社の資産及び負債の評価に関する事項	該当事項はありません。
5. 利益処分項目等の取扱いに関する事項	連結剰余金計算書は、連結会計年度中に確定した利益処分又は損失処理に基づいて作成しております。
6. 連結キャッシュ・フロー計算書における資金の範囲	連結キャッシュ・フロー計算書における資金(現金及び現金同等物)は、手許資金、随時引き出し可能な預金及び容易に換金可能であり、かつ、価値の変動について僅少なりスクしか負わない、取得日から3ヶ月以内に償還期限の到来する短期投資からなっております。

注記事項

(連結貸借対照表関係)

- 1 コミットメントライン (借入限度額) 契約
 運転資金の機動的な調達を行うため、取引銀行 1 行
 と貸出コミットメント契約を締結しております。
 当期連結会計年度末の借入未実行残高は次のとおり
 であります。

貸出コミットメントの総額	500,000千円
借入実行残高	—
差引額	500,000千円

(連結損益計算書関係)

当連結会計年度
 (自 平成15年10月 1 日
 至 平成16年 9 月30日)

- 1 販売費及び一般管理費の主要な費目及び金額は次
 のとおりであります。

給与手当	321,193千円
広告宣伝費	206,199千円
販売手数料	260,190千円
物流費用	681,042千円
回収手数料	230,996千円

- 2 固定資産除却損は、建物及び構築物6,073千円、
 工具器具備品5,561千円、ソフトウェア142千円で
 あります。

(連結キャッシュ・フロー計算書関係)

当連結会計年度
(自 平成15年10月 1 日
至 平成16年 9 月30日)

1 . 現金及び現金同等物の期末残高と連結貸借対照表に
掲記されている科目の金額との関係

(平成16年 9 月30日現在)

現金及び預金勘定	2,541,865千円
現金及び現金同等物	<u>2,541,865千円</u>

リース取引

当連結会計年度
(自 平成15年10月1日
至 平成16年9月30日)

リース物件の所有権が借主に移転すると認められるもの以外のファイナンス・リース取引

1.リース取引の取得価額相当額、減価償却累計額相当額及び期末残高相当額

	取得価額 相当額	減価償却 累計額 相当額	期末残高 相当額
工具器具備品	千円 7,035	千円 703	千円 6,332
合計	7,035	703	6,332

2. 未経過リース料期末残高相当額

1 年内 1,466千円

1 年超 5,132千円

合計	6,598千円
----	---------

3. 支払リース料、減価償却費相当額及び支払利息相当額

支払リース料 733千円

減価償却費相当額 703千円

支払利息相当額 53千円

4.減価償却費相当額の算定方法

リース期間を耐用年数とし、残存価額を零とする定額法によっております。

5. 利息相当額の算定方法

リース料総額とリース物件取得価額相当額との差額を利息相当額とし、各期への配分方法については、利息法によっております。

有価証券

当連結会計年度（自 平成15年10月1日 至 平成16年9月30日）

時価評価されていない主な有価証券の内容

区分	連結貸借対照表計上額（千円）
その他有価証券	
非上場株式（店頭売買株式を除く）	86,880
合計	86,880

デリバティブ取引

当連結会計年度（自 平成15年10月1日 至 平成16年9月30日）

当社グループは、デリバティブ取引を全く利用していないため、該当事項はありません。

税効果会計

当連結会計年度
(自 平成15年10月1日
至 平成16年9月30日)

1. 繰延税金資産の発生的主要原因別内訳

繰延税金資産（流動）

繰越欠損金	11,815千円
その他	3,343千円
合計	15,158千円

繰延税金資産（固定）

繰越欠損金	4,169千円
一括償却資産損金不算入	5,705千円
減価償却超過額	8,421千円
小計	18,296千円
評価性引当額	4,544千円
合計	13,752千円

2. 法定実効税率と税効果会計適用後の法人税等の負担率との間に重要な差異があるときの、当該差異の原因となった主要な項目別の内訳

法定実効税率	42.05%
（調整）	
評価性引当額	35.42%
その他	0.85%
税効果会計適用後の法人税等の負担率	7.48%

セグメント情報

a. 事業の種類別セグメント情報

当連結会計年度（自 平成15年10月1日 至 平成16年9月30日）

	モバイルコ マース事業 （千円）	WEBコマー ス事業 （千円）	その他の事 業 （千円）	計 （千円）	消去又は全 社（千円）	連結 （千円）
売上高及び営業損益						
売上高						
(1) 外部顧客に対する売上高	4,275,677	2,939,990	33,821	7,249,489	-	7,249,489
(2) セグメント間の内部売上 高又は振替高	-	-	-	-	-	-
計	4,275,677	2,939,990	33,821	7,249,489	-	7,249,489
営業費用	3,775,314	2,728,528	16,948	6,520,791	165,323	6,686,114
営業利益	500,363	211,461	16,872	728,697	165,323	563,374
資産、減価償却費及び資本 的支出						
資産	598,342	446,720	93,618	1,138,681	2,650,351	3,789,033
減価償却費	16,034	11,395	132	27,562	1,917	29,479
資本的支出	123,026	84,970	5,383	213,380	7,745	221,126

（注）1. 事業区分の方法

事業は、商品の通信販売を行うメディアの種類別に区分しております。

2. 各区分に属する主要な媒体

事業区分	主 要 媒 体
モバイル事業	「ちびギャザ」（自社媒体） 自社媒体以外のモバイル及び雑誌等提携媒体
WEB事業	「ショッピング&ギャザリング ネットプライス」（自社媒体） 自社媒体以外のインターネット及び雑誌等提携媒体
その他の事業	メディアン（広告販売等）

3. 営業費用のうち、消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用の金額は165,323千円であり、その主なものは経理・総務部門等の管理部門に係る費用であります。

4. 資産のうち、消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額は、2,650,351千円であり、その主なものとしては、親会社の余資運用資金（現金及び預金）及び長期投資資金（投資有価証券）等であります。

b. 所在地別セグメント情報

当連結会計年度において、本邦以外の国又は地域に所在する連結子会社及び重要な在外支店がないため、該当事項はありません。

c. 海外売上高

当連結会計年度において、海外売上高がないため該当事項はありません。

関連当事者との取引

当連結会計年度（自 平成15年10月1日 至 平成16年9月30日）

親会社及び法人主要株主等

重要性がないため、記載を省略しております。

(1 株当たり情報)

当連結会計年度 (自 平成15年10月 1 日 至 平成16年 9 月30日)	
1 株当たり純資産額	83,624円60銭
1 株当たり当期純利益金額	15,040円38銭
潜在株式調整後 1 株当たり当期純利益金額	14,806円07銭

(注) 1 株当たり当期純利益金額及び潜在株式調整後 1 株当たり当期純利益金額の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

項目	当連結会計年度 (自 平成15年10月 1 日 至 平成16年 9 月30日)
1 株当たり当期純利益金額	
当期純利益 (千円)	486,764
普通株主に帰属しない金額 (千円)	-
普通株式に係る当期純利益 (千円)	486,764
期中平均株式数 (株)	32,364
潜在株式調整後 1 株当たり当期純利益金額	
当期純利益 (千円)	486,764
当期純利益調整額 (千円)	-
普通株式増加数 (株)	512

(重要な後発事象)

当連結会計期間
(自 平成15年10月 1 日
至 平成16年 9 月30日)

(1) 平成16年 8 月 9 日開催の取締役会において、株式分割を行う決議をいたしました。その概要は次のとおりであります。

平成16年11月19日付をもって普通株式 1 株を 3 株に分割します。

イ. 分割により増加する株式数 68,512株

ロ. 分割後の発行済株式総数 102,768株

ハ. 分割方法

平成16年 9 月30日現在の株主名簿に記載された株主の所有株式数を 1 株につき 3 株の割合を持って分割する。

配当起算日 平成16年10月 1 日

また、当該株式分割が当連結会計年度期首に行われたと仮定した場合の当連結会計年度における 1 株当たり情報については、以下のとおりとなります。

1 株当たり純資産額 27,874円87銭

1 株当たり当期純利益 5,013円46銭

潜在株式調整後 1 株当 4,935円41銭

たり当期純利益金額

5．生産、受注及び販売の状況

(1) 商品仕入実績

当連結会計期間における商品仕入実績を事業区分及び媒体区分別に示すと、次のとおりであります。

期 別	当連結会計年度 (自 平成15年10月 1 日 至 平成16年 9 月30日)
事業区分及び媒体区分	
モバイルコマース事業	2,600,874
うち自社メディアコマース	2,008,042
うち提携メディアコマース	592,831
WEBコマース事業	1,778,258
うち自社メディアコマース	949,704
うち提携メディアコマース	828,554
その他の事業	5,761
合 計	4,384,894

(注) 1. 上記の金額には消費税等は含まれておりません。

2. 当連結会計期間は連結財務諸表の作成初年度であるため、前年同期比較は行っておりません。

(2) 販売実績

当連結会計期間における販売実績を事業区分及び媒体区分別に示すと、次のとおりであります。

期 別	当連結会計年度 (自 平成15年10月 1 日 至 平成16年 9 月30日)
事業区分及び媒体区分	
モバイルコマース事業	4,275,677
うち自社メディアコマース	3,266,480
うち提携メディアコマース	1,009,197
WEBコマース事業	2,939,990
うち自社メディアコマース	1,568,970
うち提携メディアコマース	1,371,019
その他の事業	33,821
合 計	7,249,489

(注) 1. 上記の金額には消費税等は含まれておりません。

2. 当連結会計期間は連結財務諸表の作成初年度であるため、前年同期比較は行っておりません。