

## Bridge Report ネットプライスドットコム (3328)

 佐藤 輝英 社長	会社名	(株)ネットプライスドットコム	
	証券コード	3328	
	市場	東証マザーズ	
	業種	小売業(商業)	
	社長	佐藤 輝英	
	所在地	東京都品川区北品川 4-7-35 御殿山トラストタワー	
	事業内容	インターネットショッピングの運営、中古アパレル・ブランド品の買取販売、米ネットオークション「イーベイ」の公式日本向けサービスなど、インターネット関連事業を展開。	
決算月	9月		
HP	<a href="http://www.netprice.com/">http://www.netprice.com/</a>		

### — 株式情報 —

株価	発行済株式数(自己株式を控除)	時価総額	ROE(実)	売買単位	
22,990円	111,324株	2,559百万円	-	1株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
-	-	-	-	33,754.05円	0.7倍

\*株価は10/26終値。発行済株式数は直近四半期末の発行済株式数から自己株式を控除。

### — 連結業績推移 —

(単位:百万円、円)

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	配当
2008年9月(実)	12,017	258	189	24	221.00	0.00
2009年9月(実)	13,140	277	249	65	590.13	0.00
2010年9月(実)	12,165	135	14	44	399.39	0.00
2011年9月(実)	10,790	-82	-300	-125	-	0.00
2012年9月(実)	9,949	-310	-130	-351	-	0.00

ネットプライスドットコムの2012年9月期決算について、ブリッジレポートにてご報告致します。

### — 目次 —

- [1. 会社概要](#)
- [2. 成長戦略](#)
- [3. 2012年9月期決算](#)
- [4. 2013年9月期業績予想](#)
- [5. 今後の注目点](#)

## 今回のポイント

- ・12/9期は前期比7.8%の減収、3億10百万円の営業損失(前期は82百万円の損失)。価格訴求型から価値訴求型へ事業の再創造に取り組んでいるギャザリング部門や一部の事業を整理したインキュベーション事業の売上が減少。既存事業の拡大や新規事業の育成に向けた先行投資が利益を圧迫した。
- ・業界全体の変化が大きい事及び同社の事業領域が多岐に渡っている事を踏まえて、今期より通期及び半期の業績予想の開示を止め、翌四半期の業績予想をレンジで開示する事とした。13/9期1Q(10-12月)予想は、売上高25億円~26億50百万円、営業損益△40百万円~0、経常損益△40百万円~0、当期純損益△60百万円~0。
- ・13/9期の業績予想は1Qのみにとどまったが、1Qの業績が予想の範囲内であれば、2Q以降の黒字転換が現実味を増してくる。また、1Qのポイントは事業の再創造に取り組んでいるギャザリング部門と思われるだけに、目先の業績だけでなく、中期的な方向性を考える上でも重要だ。

## 1. 会社概要

不特定多数の消費者による商品共同購入(「ギャザリング」として同社が商標登録済み)の国内パイオニア。「ギャザリング」とは共同購入方式のインターネットショッピングであり、販売期間中の申込数量の増加に応じて販売価格が段階的に引き下がる仕組み。また、第2、第3の事業の柱とするべく新規事業の開発・育成にも取り組んでおり、ブランド品やアパレルなどの中古品をインターネットで買い取り、メンテナンス後、オークションサイト等で販売するバリューサイクル部門や米国eBay(イーベイ)社との提携事業で国内居住者の海外商品購入を支援するクロスボーダー部門等が育ちつつある。

### 【沿革】

#### 第1ステージ ギャザリング事業の立ち上げと事業の拡大

1999年11月、インターネット上の電子商取引を目的に設立。2000年3月に国内初の共同購入方式によるショッピングサイト「ネットプライスギャザリング」を開始し、同年9月にはモバイル電子商取引サービス「ちびギャザ」をi-mode対応端末向けに開始した。02年9月には、(株)角川書店と提携し、全国総合情報誌「Tokyo Walker」など国内「Walker」シリーズ全8誌と「ちびギャザ」を連動させた商品販売サービスを開始する等、雑誌媒体等とのメディアミックスにも取り組み業容を拡大。04年7月に東証マザーズに株式を上場した。

#### 第2ステージ ギャザリング事業に次ぐ第2、第3の柱の育成(インターネットを使った新たな流通モデルの創出)

06年3月にはオークション事業を目的に(株)デファクトスタンダードの株式を取得し、07年2月に持株会社体制へ移行(事業は新設分割会社(株)ネットプライスが承継)。同年12月には米国eBay, Inc.(以下、eBay社)と業務提携し、(株)ショップエアライン(同年4月設立)を通じてグローバルショッピングサービス「sekaimon」を開始した。

12年9月末現在のグループは、純粋持株会社(株)ネットプライスドットコムその他、連結子会社11社(米、蘭、上海の海外3社を含む)及び持分法適用関連会社3社。

<b>純粋持株会社 (株)ネットプライスドットコム</b> 連結子会社(国内8社、海外3社) (株)ネットプライス、(株)デファクトスタンダード、(株)シアン、(株)ショップエアライン、(株)転送コム、モノセンス(株)、クレック(株)、(株)Netprice Partners、Shop Airlines America, Inc.(米国)、Shop Airlines Europe B.V.(オランダ)、納得福来速(上海)貿易有限公司等
持分法適用関連会社(国内2社、海外1社) (株)もしも、(株)Open Network Lab、Luce Asia Holding Limited.(グランドケイマン島)

### 【事業内容】

事業は、創業事業であるギャザリング部門を中心とするEコマース事業と「インターネットを使った新たな流通モデルの創出」をテーマに新しいEコマースモデルの創出・育成に取り組むインキュベーション事業に分かれ、12/9期の売上構成は、

それぞれ 97.6%、2.4%。Eコマース事業は、ギャザリング部門(同 62.4%)の他、インキュベーション事業において開発・育成したバリューサイクル部門(同 28.0%)及びクロスボーダー部門(同 7.2%)に分かれる。

## Eコマース事業

### ギャザリング部門

「ネットプライス(<http://www.netprice.co.jp/>)」を運営する(株)ネットプライスが手掛けている。「ギャザリング」とは、商品の購入申し込みが増える程に商品の価格が段階的に安くなるインターネットを使った共同購入の仕組み。00年3月に同社が日本でいち早くこの仕組みを実現し、「ギャザリング」と名づけた。「ギャザリング」はシステムの斬新さに加え、売り場の更新感や低価格が魅力となり消費者を惹き付け事業が急拡大したが、インターネットショッピングの普及や競合プレーヤーの増加で近年は収益力が低下していた。このため、11年4月に事業の再創造に着手し、現在、その途上にある。

### バリューサイクル部門

(株)デファクトスタンダードが、宅配買取サイト「<http://brandear.jp/>」や中古ブランドオークションサイト「<http://auction.brandear.jp/>」を運営。ブランド品、アパレル、アクセサリ等を買取り(商品の受渡しは宅配を利用)、メンテナンスを施した後にネットオークション等のチャネルを通じて販売する。事業の成否は「買取」にあり、適正価格で買取の事ができれば販売は容易。約2,000坪の物流倉庫を整備し、事業拡大に取り組んでいる。

### クロスボーダー部門

世界最大のマーケットプレイス「eBay.com」の運営企業である米国 eBay(イーベイ)社との提携事業である。(株)ショップエアラインが eBay 社の公式日本語オークションサイト「sekaimon」の運営を行っており、参加者は海外の人気商品を日本にいながらにして購入できる。具体的には、「eBay.com」に出品されている商品を「sekaimon」のユーザーが落札した際、「sekaimon」のスタッフが落札者の代わりに出品者と交渉を行い、日本のユーザーの元に配送。ユーザーは「sekaimon」に対して日本円で代金を支払う。子会社 Shop Airlines America, Inc. (米国)及び Shop Airlines Europe B.V.(所在地はオランダ)が現地対応の任に当たっている。11/9 期まではグローバルショッピング事業としてインキュベーション事業にセグメントされていたが、今後も継続的な事業の拡大が見込めることから12/9 期よりクロスボーダー部門として開示を開始した。

## インキュベーション事業

中長期的な視点から、一定の範囲内の投資で既存事業の基盤をフル活用した新規事業の創造に取り組んでおり、事業が軌道に乗り、中期的な事業拡大の目処が立った時点でEコマース事業にセグメントされ、個別の収益が開示される。現在、当事業で計上される収益の大半は(株)転送コムが手掛ける転送事業によるもので、海外居住者が日本国内の EC サイトで購入した商品を購入者の元へ届けるサービス「転送.com」を運営している(通常、国内の EC サイトでの購入は国内居住者に限られている)。84 の国と地域への配送実績を有し、累計登録会員数が12万人近くに達する等、事業は順調に拡大し利益体質が定着しつつある。この他、持分法適用会社(株)Open Network Lab が、ネットビジネスでの起業を目指すエンジニア支援を行っている他(12年9月現在15社を支援)、(株)Netprice Partners が米国でスタートアップ企業を対象にした投資事業を手掛けている。

事業区分	会社名	事業内容
ギャザリング部門	(株)ネットプライス	インターネットを利用した共同購入方式の通信販売
バリューサイクル部門	(株)デファクトスタンダード	インターネット上でのブランド品等中古品買取販売
クロスボーダー部門	(株)ショップエアライン Shop Airlines America, Inc. Shop Airlines Europe B.V.	米 eBay 社の公式日本語オークションサイトの「sekaimon」の運営。海外子会社2社が米国及び英国で現地対応。
インキュベーション事業	(株)転送コム モノセンス(株) クレック(株) (株)Netprice Partners (株)もしも※ (株)Open Network Lab※	海外転送事業 商品プロデュース事業 スマートフォンにおけるマーケティング・プロモーション事業 米国のスタートアップ企業への投資事業 ドロップシッピング事業 スタートアップに特化したインキュベーション事業

※持分法適用関連会社

## 2. 成長戦略 12/9期の取り組みと13/9期の課題

同社はギャザリング事業の育成と拡大により04年7月に株式上場を果たし、株式上場後は、ギャザリング事業に続くインターネットならではの新しい流通業態の開発・育成に取り組んできた。この結果、バリューサイクル部門やクロスボーダー部門といった新規事業の開発・育成に成功した他、転送事業も軌道化してきたが、類似サービスの増加や激しい価格競争を受けて創業事業であるギャザリング部門の苦戦が目立つようになってきた。

このため、11/9期はバリューサイクル部門及びクロスボーダー部門の基盤強化や転送事業の育成に取り組むと共に、ギャザリング部門の事業再創造に着手した。12/9期は事業再創造の途上にあるギャザリング部門の落ち込みと既存事業及び新規事業の先行投資負担で、売上高が99億49百万円と前期比7.7%減少し、営業損失が11/9期の82百万円から3億10百万円に拡大したが、13/9期以降、徐々に取り組みの成果が現れてくる見込みだ。

### (1) ギャザリング部門の事業再創造：(株)ネットプライス

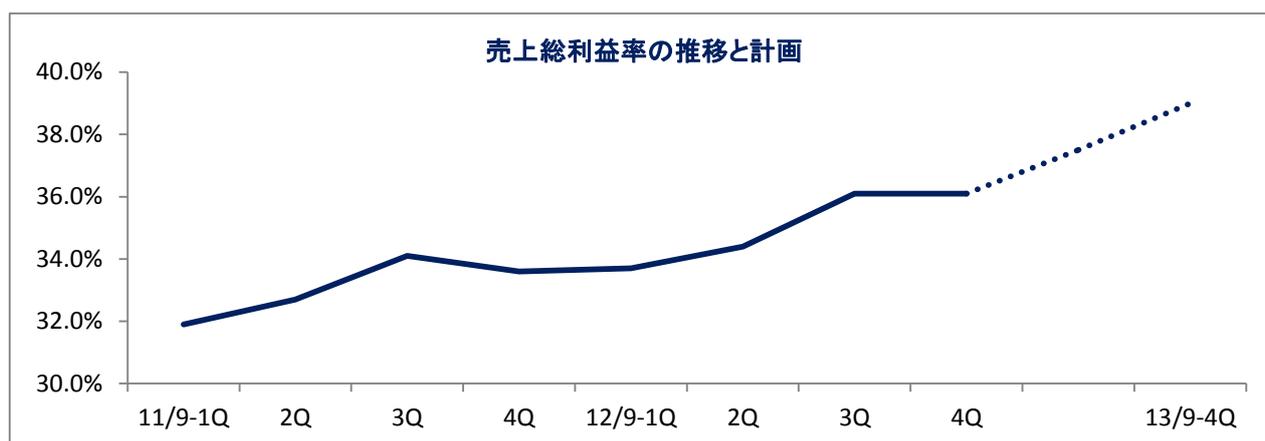
「価値創造・価値提案」をスローガンに価格訴求型から価値訴求型のビジネスモデルの転換を進めている。具体的には、商品、販売、集客の3つ面から「価値」の収益化に取り組んでおり、商品面では価値提案型のオリジナル商品を、販売面では顧客参加型販売スタイルを、集客面では顧客定着率の向上とスマートフォン対応の強化を、それぞれのテーマとしている。

12/9期は、価値訴求による差別化や売場の再創造に取り組むと共に、組織のスリム化を実施した。13/9期は、事業の再拡大に向け、商品面においてオリジナル商品の継続強化、販売面ではオンライン上の絆づくり、集客面ではスマートフォン施策の拡充とアライアンス強化に取り組む。取り組みの成果と今後の取り組みのポイントは次の通り。

#### ① 価値訴求による差別化

12/9期はオリジナル商品(価格比較され難い商品)のラインナップを拡充し粗利率の改善に努めると共に、リピート率の向上を目的に定期購入サービスを導入した。この結果、第4四半期(7-9月)にはオリジナル商品の受注比率が8.4%に上昇し、粗利率の改善も進んだ(夏物商材の利益率が総じて低い事もあり、第4四半期は足踏みを余儀なくされたが)。

13/9期はオリジナル商品の受注比率を期末までに20%程度に引き上げる事で、12/9期第4四半期は36%強だった粗利率を39%程度に高めたい考え。



#### ② 売場の再創造

商品面において、11/9期にアイテムを35%削減し商品の絞り込みを行い、12/9期は顧客一人一人に最適な提案ができるシステムや仕組みの構築に取り組んだ。具体的には、顧客ポートフォリオマネジメントによるメール配信のパーソナライズ化と商品セッションによるサイト表示のパーソナライズ化を図った。この結果、7-9月の対セッション・コンバージョンレート(購入比率)が前年同期比25%上昇した他、対商品ページ・コンバージョンレートは4%上昇した。

集客面では、12/9期の取り組みとして、休眠顧客の稼働率向上を念頭にFacebookやTwitterによるバイラルプロモーションを実施した他、メディア媒体との共同イベントを開催し、延べ3,000人の顧客の生の声にも耳を傾けた。また、スマートフォン対応強化の一環として、12年1月にタブレットへの対応を開始し、12年4月にはKDDIのキャリア決済サービス「auか

「んたん決済」を導入しユーザビリティの向上も図った(クレジットカードや代引以外の決済方法でも同社商品の購入が可能になった)。スマートフォン利用者の増加も追い風となり、12/9期のスマートフォン経由の売上は22.5%に上昇したが、各種のショッピング用アプリの投入やゲーム等を活用したソーシャルプロモーションの積極化で早期に40%程度に引き上げた考え。

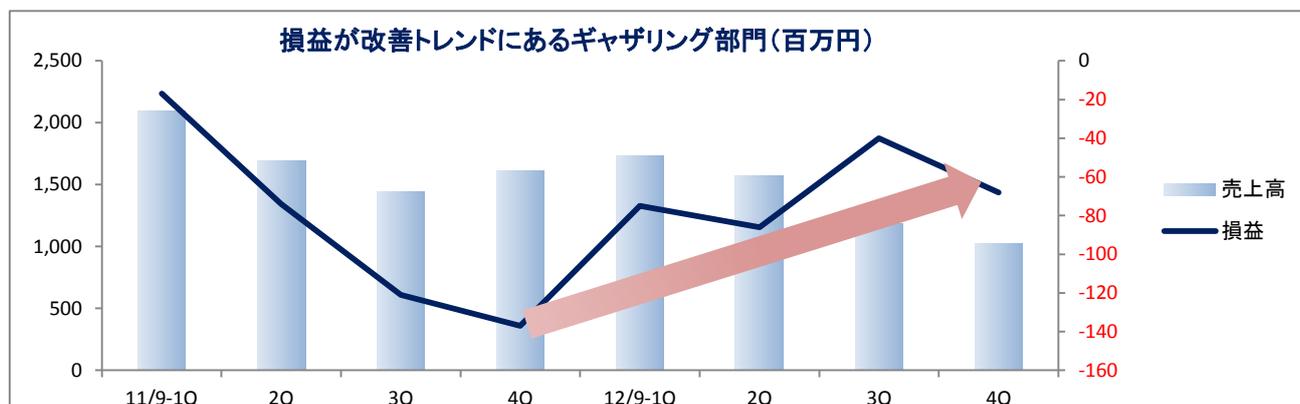
13/9期は、前期にオフラインで集めた延べ3,000人の顧客の生の声を活かし、オンライン上での絆づくりに取り組むと共にスマートフォン施策の拡充とアライアンス強化に取り組む。

### スマートフォン向けアプリの一例

タイトル	リリース	概要
BRAND TOWN	12年3月6日	20以上のファッションブランドの販売に特化したAndroidショッピングアプリ。
NEPCORN	12年4月2日	エムワープが提供するスマートフォン向けアプリ「POPCORN」のASPを活用した、iPhone用レコメンドショッピングアプリ。
24Value.com	12年4月11日	24時間限定でタイムセールを開催するフラッシュセールサイト『24value.com(ニヨンバリュードットコム)』のアプリ。
NetMileギャザリング	12年4月25日	日本最大級のインターネット共通ポイントサービス「ネットマイル」のAndroid用ポイント獲得ショッピングアプリ。
ドリームギャザリング	12年5月25日	スパイアが運営する「ドリームメール」のショッピングに特化したAndroidアプリ。
シュフモ×ちびギャザ	12年7月18日	ニフティ、サンケイリビング新聞社が運営する「シュフモ」のショッピングに特化したAndroidアプリ。

### ③組織のスリム化(経営構造の再創造)

組織を改編し、希望退職を募り固定費の削減にも取り組んだ結果、12/9期下期の固定費は前年同期比39.3%減少した。一方、戦略広告宣伝費には予算を重点的に配分していく考えで、コアターゲット層との親和性が高い媒体との提携を強化した。

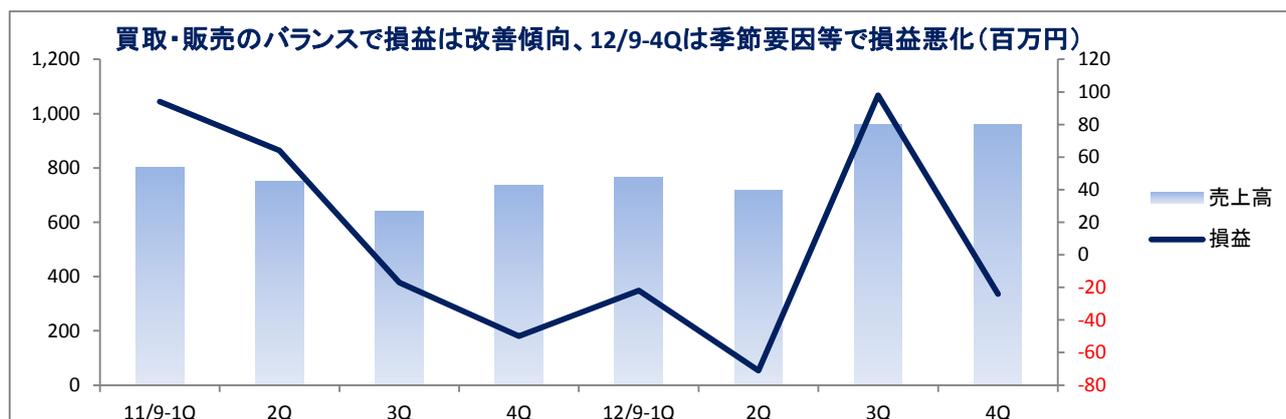


### (2)バリューサイクル部門:(株)デファクトスタンダード

取り扱いブランド5,000種を誇り、宅配便を使った買取では国内ナンバーワンとしての地位を固めつつあるが、更なる事業拡大に向け、地方局テレビでのCM放映等の広告戦略やアライアンス戦略を進めており、12年8月以降は、映画とのタイアップキャンペーンによるエンターテインメントとのクロスプロモーションを加速している。

12/9期は上期に買取と販売のバランスが崩れて損益が悪化したものの、営業体制を強化した事で下期は買取・販売がバランスしオペレーションの効率化が進むと共に商品単価の改善も進んだ。

13/9期は、買取提携の拡大とTVCM等の戦略的配信に取り組むと共に、買取と販売の一体体制を構築しバランスコントロールに注力する。また、平和島(東京都大田区)倉庫を増床して物流キャパシティの増強も図る。



### (3)クロスボーダー部門:(株)ショップエアライン

12/9 期は、地域の拡大、認知度の向上、及びグローバルオペレーション体制の強化に取り組み、12 年 1 月にはイギリス eBay 商品の取扱を開始し、期末には流通量全体の 10%程度がイギリス商品を占めるに至った。また、規模拡大とサービス機能拡張を念頭に米国で物流拠点の移転を進めた。

13/9 期は、引き続き認知度の向上に取り組むと共に、SEO 対策を強化しターゲット層の拡大を図る。物流面においては、米国で物流拠点の移転効果が期待できる。



### (4)インキュベーション事業における取り組み

#### ①転送事業の強化

(株)転送コムが手掛け転送事業が年間 20 億円規模(流通量)の事業に成長し、利益体質が定着してきた。同サービスは 84 の国と地域で利用されており、14 万人超の累計会員数を誇る。第 4 のコア事業としての期待が高まっており、12/9 期は、外国人利用の拡大を念頭に新規サービスの準備に着手した他、中小サイトを含めた国内 EC サイトとの提携も開始した。13/9 期は海外の非邦人の開拓を進めるべく、日本語が読めない人でも利用できる新サービスを開始する(現在、非邦人比率が 50%だが、マーケットの大きい非邦人の利用促進を図る)。

#### ②新規事業の育成

12/9 期は、新規事業育成の一環として、メディア事業及びスマートフォン向けマーケティング・プロモーション事業を手掛けるクレック(株)を設立した他、インドネシアにおいて 2 つのプロジェクトを開始した。

#### クレック(株)

12 年 7 月にメディア事業及びスマートフォン向けマーケティング・プロモーション事業を手掛けるクレック(株)を設立した。8 月にリリースした Android アプリ「docci(ドッチ)」が開始 1 か月で 2 万ダウンロードを突破し、Google Play 人気アプリカテゴリ別ランキングの 1 位にランキングされる等、立ち上がりは順調(10 月には iPhone 版をリリース)。「docci(ドッチ)」はスマートフォンを使ったメディアマーケティングサービスのツールであり、利用者は 2 択のアンケートに答える事で現金やギフト

券に交換可能なポイントを貯める事ができる。このサービスを通じてグループ全体のスマートフォン経由の売上比率向上につなげていきたい考え。

### インドネシアにおける2つのプロジェクト

1つは、ベリトランス、ミッドプラザグループ(インドネシア)との合併による新会社 PT MIDTRANS の設立である。PT MIDTRANS は、インドネシアのローカル企業、日系・外資企業を問わず、インドネシアの EC 市場へ進出する企業に対してオンライン決済サービスを提供する(12年10月にサービスを開始)。

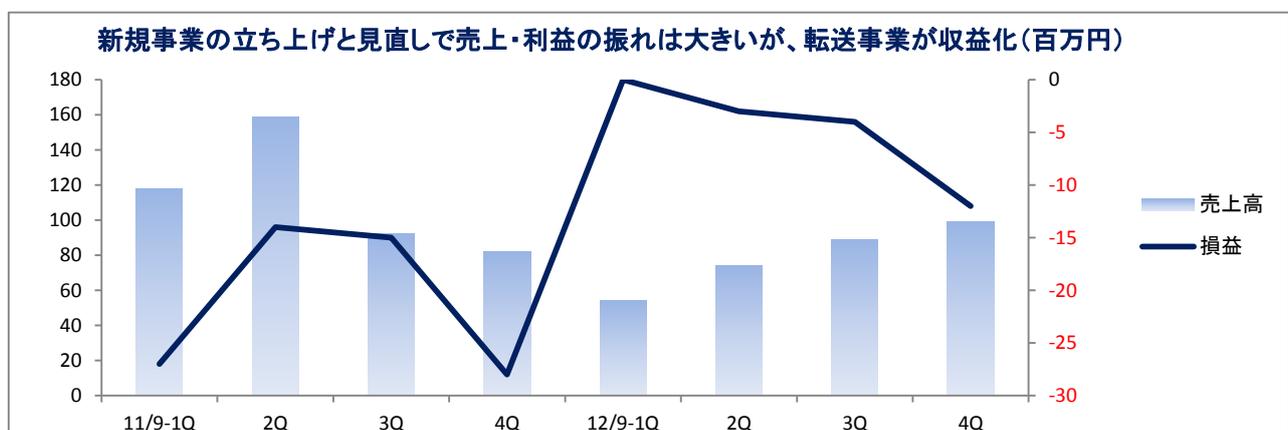
もう1つは、インドネシアでオンラインマーケットプレイスを展開している PT Tokopedia への出資(12年4月に実施。筆頭株主)。PT Tokopedia は、誰でもオンライン上で簡単に出品・出品する事が出来るプラットフォームを無料で提供している。サービス開始から順調に事業が拡大しており、インドネシア最大のマーケットプレイスとして発展中。12年9月時点の出品者数は2万1,000件、月間訪問者数80万人、月間取引総額約250億ルピア(約2億円。3月は99億ルピアだった)。尚、インドネシアは人口が2億48百万人と日本の約2倍で平均年齢も27.9歳と低い。インターネット普及率は約23%で、今後5年間で約60%へ上昇するとみられている。また、Facebook ユーザー数は4,973万人で世界4位(12年10月現在)。一般的に(米国、日本、欧州等での経験則を基に)、インターネット普及率が20%を超えると、関連ビジネスが加速度的に拡大すると言われている。

### インキュベーション活動

国内で(株)Open Network Lab がエンジニアの起業支援を行っており、海外では米国シリコンバレーでのイノベーションネットワークの構築を目的に、12年5月に(株)Netprice Partners を設立した。

(株)Open Network Lab は、グローバルなフィールドを舞台にネットビジネスでの起業を目指すエンジニアを支援している。10年4月に活動を開始し、12年9月現在の支援先は15社。年2回開催される海外進出支援プログラム「Speed Accelerato」が海外進出を支援するゲートウェイとしての役割を担い、現在、第6期参加チームを募集している(東京、京都、大阪、福岡でイベントを開催)。また、定期開催イベント「Open NetWork Live !」では、起業家とエンジニアの交流を推進している。

一方、(株)Netprice Partners は、米国でスタートアップ企業を対象にした投資事業を手掛ける。現地の著名なベンチャーキャピタリストをコ・インベスターと迎える事で、シリコンバレーの現地ネットワークの活用を可能にした(元来、日本企業はこうしたシリコンバレークラブの中に入る事は難しく、有益な投資情報を得る事ができない)。(株)Netprice Partners を通して、サービスやテクノロジーに関する最新情報の収集を行い、国内外における新規事業の創造に役立てていく共に、投資リターンも追及する考え。



## 3. 2012年9月期決算

## (1) 通期連結業績

(単位: 百万円)

	11/9 期	構成比	12/9 期	構成比	前期比	3Q 時予想	予想比
売上高	10,790	100.0%	9,949	100.0%	-7.8%	10,000	-0.5%
売上総利益	4,696	43.5%	4,471	44.9%	-4.8%	-	-
販管費	4,779	44.2%	4,782	48.0%	+0.0%	-	-
営業利益	-82	-	-310	-	-	-200	-
経常利益	-300	-	-130	-	-	-140	-
当期純利益	-125	-	-351	-	-	-250	-

※数値には(株)インベストメントブリッジが参考値として算出した数値が含まれており、実際の数値と誤差が生じている場合があります(以下同じ)。

## 前期比 7.7%の減収、1億30百万円の経常損失(前期は3億円の損失)

売上高は前期比 7.7%減の 99 億 49 百万円。バリューサイクル部門やクロスボーダー部門の売上が増加したものの、価格訴求型から価値訴求型へ事業の再創造に取り組んでいるギャザリング部門や一部事業の整理等で選択と集中を進めたインキュベーション事業の売上の減少をカバーできなかった。

営業損益は3億10百万円の損失。事業再創造の途上にあるギャザリング部門が損失となった他(ただ、人員削減でセグメント損失は前期の3億50百万円から2億69百万円に縮小)、バリューサイクル部門も買取と販売のバランスが崩れ損失。一方、クロスボーダー部門は米国と欧州での物流拠点整備等の先行投資を吸収して利益を確保した。インキュベーション事業も新規2事業の先行投資負担から損失となったものの、育成中の転送事業が通期で黒字転換した。

投資有価証券売却益2億12百万円の計上等で営業外損益が改善し経常損失は1億30百万円にとどまったが、ギャザリング部門の固定資産にかかる減損損失1億25百万円や特別退職金29百万円など1億63百万円を特別損失に計上したため、3億51百万円の当期純損失となった。

## セグメント売上高・利益

(単位: 百万円)

	セグメント売上高			セグメント利益	
	11/9 期	12/9 期	前期比	11/9 期	12/9 期
ギャザリング	6,833	5,524	-19.2%	-350	-269
バリューサイクル	2,934	3,405	+16.1%	90	-20
クロスボーダー	613	711	+15.9%	149	121
Eコマース	10,381	9,641	-7.1%	-111	-168
インキュベーション	452	318	-29.4%	-85	-12

## 財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)

期末総資産は前期末比7億54百万円減の60億24百万円。ギャザリング部門の売上減少で売上債権・仕入債務が減少した他、キャッシュ・フロー(CF)の悪化と有利子負債の削減で現預金も減少した。ただ、バランスシートがスリム化され、自己資本比率は62.4%と前期末比1.2ポイント改善。期末の現預金残高は30億60百万円と総資産の過半を占め、流動性も高い。

## 財政状態

(単位: 百万円)

## キャッシュ・フロー

(単位: 百万円)

	11年9月		12年9月			11/9 期		12/9 期	
	11年9月	12年9月	11年9月	12年9月		11/9 期	12/9 期	11/9 期	12/9 期
現預金	4,074	3,060	仕入債務	600	401	営業CF	300	-303	
売上債権	662	545	未払金	392	385	投資キCF	244	-501	
流動資産	5,378	4,557	有利子負債合計	1,233	908	フリーCF	545	-804	
有形・無形固定資産	425	437	負債	2,527	2,166	財務CF	500	-323	
投資その他	974	1,029	純資産	4,251	3,857	現金等期末残高	4,074	2,960	
固定資産	1,399	1,466	負債・純資産合計	6,778	6,024				

## (2) 四半期業績の推移

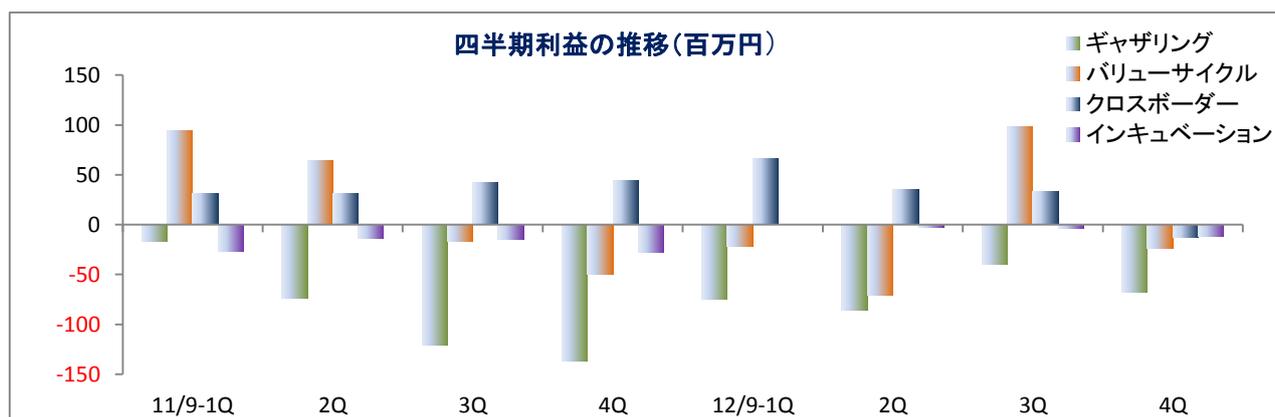
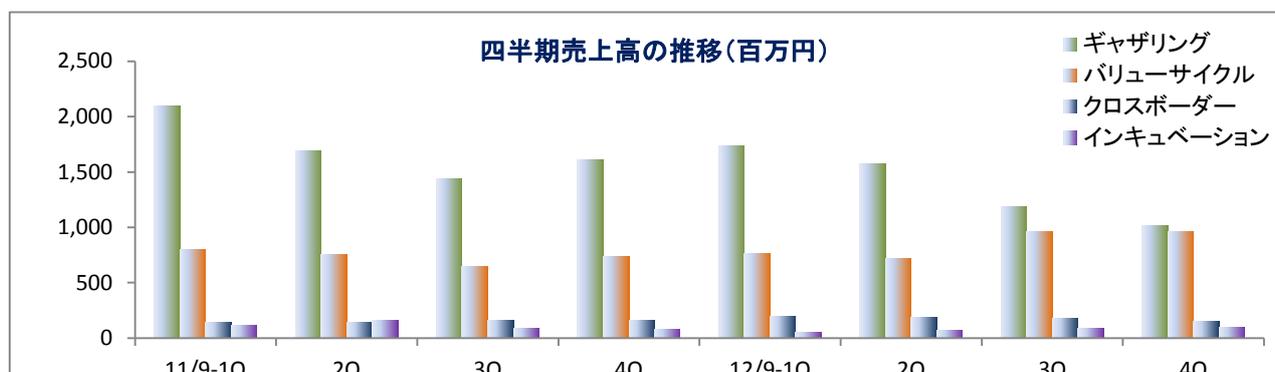
(単位:百万円)

	11/9-1Q	2Q	3Q	4Q	12/9-1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	3,147	2,735	2,327	2,579	2,754	2,552	2,414	2,228
売上総利益	1,324	1,181	1,076	1,114	1,162	1,132	1,163	1,012
販管費	1,216	1,145	1,164	1,253	1,224	1,267	1,116	1,173
営業利益	107	36	-88	-138	-62	-134	47	-161
経常利益	77	-41	-121	-156	-3	-128	47	-45
四半期純利益	-53	-113	-76	167	-39	-152	-11	-147
売上総利益率	42.1%	43.2%	46.2%	43.2%	42.2%	44.4%	48.2%	45.4%
販管費率	38.7%	41.9%	50.0%	48.6%	44.5%	49.6%	46.2%	52.7%

第4四半期(7-9月)は、事業再創造の途上にあるギャザリング部門の売上が第3四半期比で減少した他、SEOの再構築に伴いクロスボーダーの売上も減少。季節要因からバリューサイクル部門の売上も伸び悩んだ(販売件数が増加したものの、夏物商材は単価が低い)。一方、インキュベーション事業は転送事業をけん引役に売上が増加した。

損益面では、ギャザリング部門は第3四半期比で損失が増加したものの、前年同期比では半減。バリューサイクル部門は買取と販売のバランスが改善した事で第3四半期に利益を計上したものの、夏物商材の粗利率が低い事と広告宣伝費の増加で損失に転じた。クロスボーダー部門は米国及び欧州での物流拠点整備が負担となった。インキュベーション事業は新規2事業の先行投資が負担となり第3四半期比では損失が増加したが、利益体質が定着してきた転送事業の寄与で前年同期比では損失が減少した。

尚、第4四半期の連結ベースの売上総利益率は45.4%となり、第3四半期の48.1%を下回ったが、これは利益率の低い夏物商材でバリューサイクル部門の利益率が低下した事が要因。前年同期(43.2%)との比較では、ギャザリング部門の寄与等で2.2ポイント改善した。



#### 4. 2013年9月期業績予想

業界全体の変化が大きい事及び事業領域が多岐に渡っている事を踏まえて、今期より通期及び半期の業績予想の開示を止め、翌四半期の業績予想をレンジで開示する事とした。

13/9期第1四半期(10-12月)予想は、売上高25億円～26億50百万円、営業損益△40百万円～0、経常損益△40百万円～0、当期純損益△60百万円～0。国内Eコマース事業においては、再拡大と安定収益化に向けた足場固めを図ると共にスマートフォン関連の新たな創造に取り組む。一方、海外事業においては、既存事業、新規事業の両面で事業展開を加速する。

(単位:百万円)

	12/9-1Q	2Q	3Q	4Q	13/9-1 予
売上高	2,754	2,552	2,414	2,228	2,500～2,650
営業利益	-62	-134	47	-161	-40～0
経常利益	-3	-128	47	-45	-40～0
四半期純利益	-39	-152	-11	-147	-60～0

#### 5. 今後の注目点

当面の業績のポイントは売上構成比が最も大きいギャザリング事業だ。13/9期の業績予想は第1四半期のみにとどまったが、第1四半期の業績が予想の範囲内であれば、第2四半期以降の黒字転換が現実味を増してくる。また、第1四半期の業績が予想の範囲内であれば、それは「利益率を維持もしくは向上させつつ売上が順調に伸びた」という事になり、「ギャザリング事業が課題解決に向けて進みつつある」という事でもある。デフレ経済下だけに、トップラインの引き上げと利益率の改善を同時進行で進める事は同社に限らず難しい事であり、難易度は高い。しかし、バリューサイクル部門、クロスボーダー部門、更には転送事業と、新規事業のインキュベーションが順調なだけに、創業事業でもある主力のギャザリング事業が利益体質に転換すれば、目先の業績だけでなく中期的な方向性も見えてくる。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したのですが、その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2012 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(ネットプライスドットコム:3328)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、[www.bridge-salon.jp/](http://www.bridge-salon.jp/) でご覧になれます。