

決算説明資料

2008年9月期 第2四半期(1-3月)



株式会社ネットプライスドットコム

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることを御承知おき下さい。

常務取締役 兼 CFO 中村 浩二

1. 第2四半期の概要

代表取締役社長 兼 グループCEO 佐藤 輝英

2. 各事業の概況

3. 今後の事業戦略

4. 今期の業績予想

参考資料

1. 第2四半期決算の概要

常務取締役 兼 CFO 中村 浩二

第2四半期のハイライト



連 結

売上高は微増だが、本社移転に伴う一時的な費用の発生等により減益

売上高 : 2,914百万円 (前Q比 0.5%増)
営業利益 : 83百万円 (前Q比 25.1%減)
経常利益 : 57百万円 (前Q比 40.1%減)

ギャザリング事業

売上高横ばい

売上高 : 2,592百万円 (前Q比 0.7%減)

購入者数増加
平均単価低下
購入回数の増加

ユニーク購入者数: 155千人 (前Q比 4.5%増)
平均単価: 4,200円 (前Q比 14.2%減)
購入回数: 3.9回 (前Q比 14.7%増)

営業利益横ばい

営業利益 : 144百万円 (前Q比 5.9%増)

コマースインキュベーション事業

売上高は順調に増加
営業損失は減少

売上高 : 344百万円 (前Q比 12.3%増)
営業損失 : 21百万円 (前Qは25百万円の損失)

【連結】 損益の概要

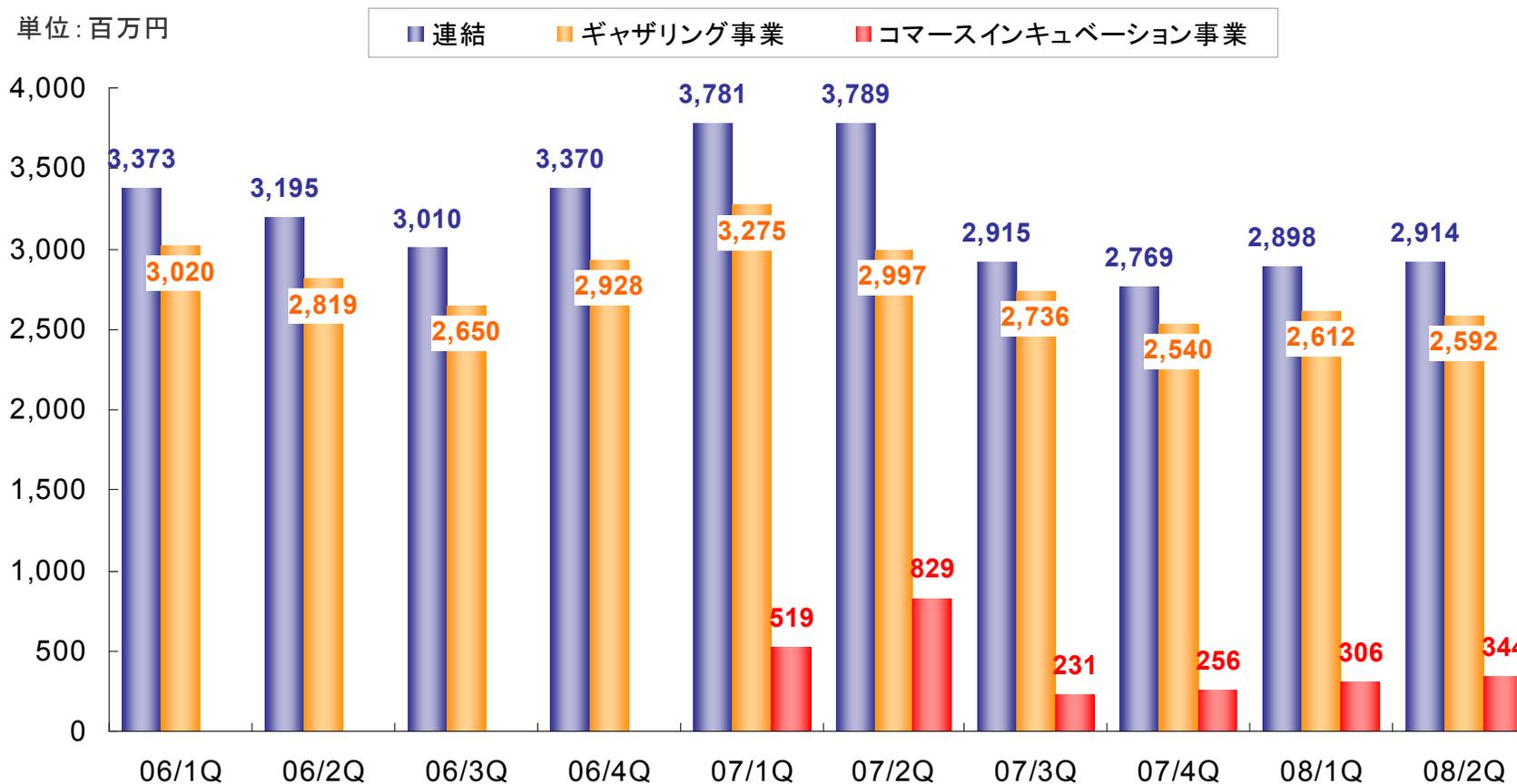
- 売上高は、前Q比で0.5%増と横ばい
- 本社移転関連費用の一時的な発生により、販管費が増加し、営業利益は25.1%減（移転費用を除くと営業利益は実質139百万円と増益）

単位：百万円	前四半期 08年1Q (10-12月)	当四半期 08年2Q (1-3月)	前Q比	前年同期 07年2Q (1-3月)	前年同期比
売上高	2,898	2,914	0.5%	3,789	△ 23.1%
売上総利益	1,123	1,166	3.8%	1,035	12.5%
売上総利益率	38.7%	40.0%	1.2p	27.3%	12.6p
販売費及び一般管理費	1,011	1,082	7.0%	1,547	△ 30.0%
販管费率	34.9%	37.1%	2.2p	40.8%	△ 3.6p
営業利益	111	83	△ 25.1%	△ 511	-
営業利益率	3.8%	2.8%	△ 0.9p	△ 13.5%	16.3p
経常利益	96	57	△ 40.1%	△ 523	-
経常利益率	3.3%	1.9%	△ 1.3p	△ 13.8%	15.7p
特別利益	37	0	-	111	-
特別損失	21	32	55.8%	208	△ 84.2%
当期純利益	60	△ 25	△ 141.2%	△ 567	-
当期純利益率	2.1%	△ 0.8%	△ 2.9p	△ 14.9%	14.1p

- ①特別利益 08/1Q : 持分変動益(もしも)の発生
07/2Q : 子会社株式(エムシープラス)の売却益
- ②特別損失 08/2Q : 本社移転費用(原状回復費、固定資産の除却の発生)
08/1Q : 臨時償却(移転に伴う固定資産の一括減価償却)
07/2Q : システム関連の除却及び減損

【連結】 売上高の推移

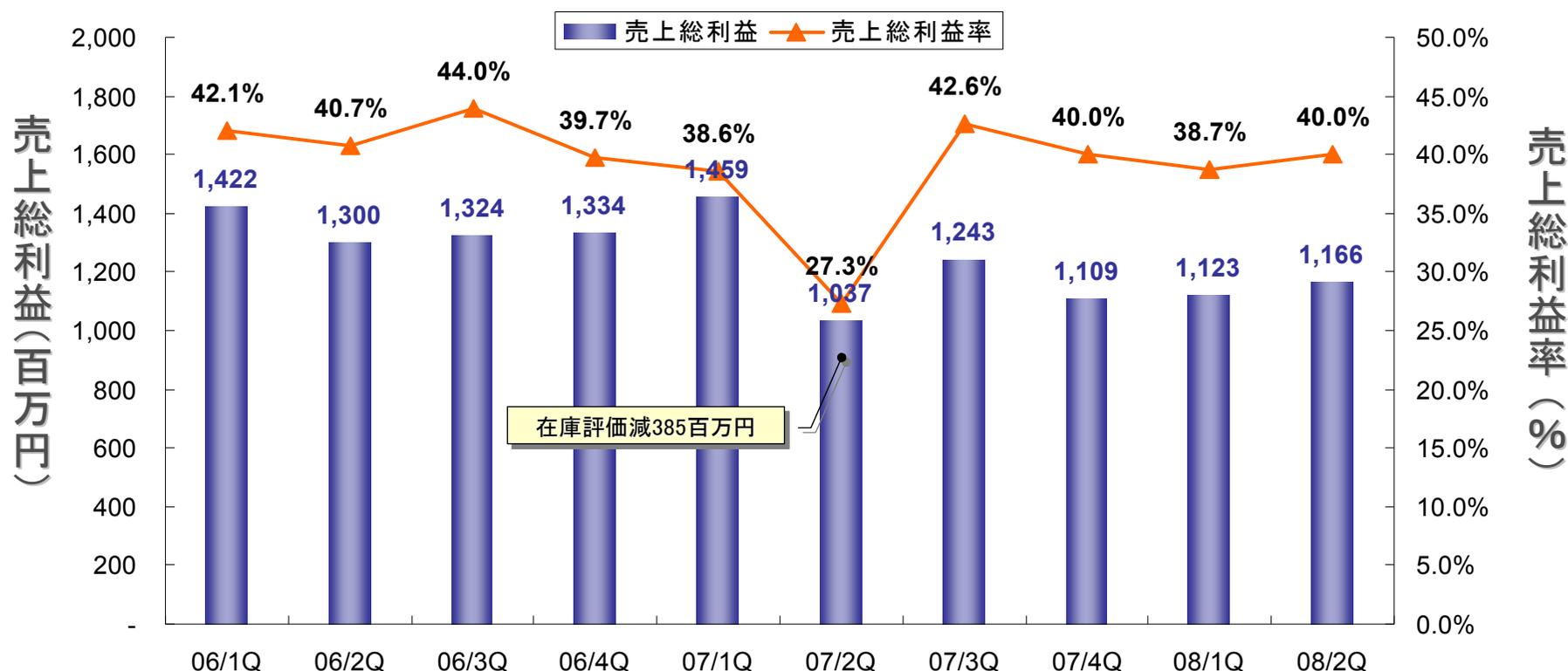
- 連結売上高、ギャザリング事業売上高ともに横ばい傾向
- コマースインキュベーション事業売上高は着実に増加



※07/3Qよりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行

【連結】 売上総利益の推移

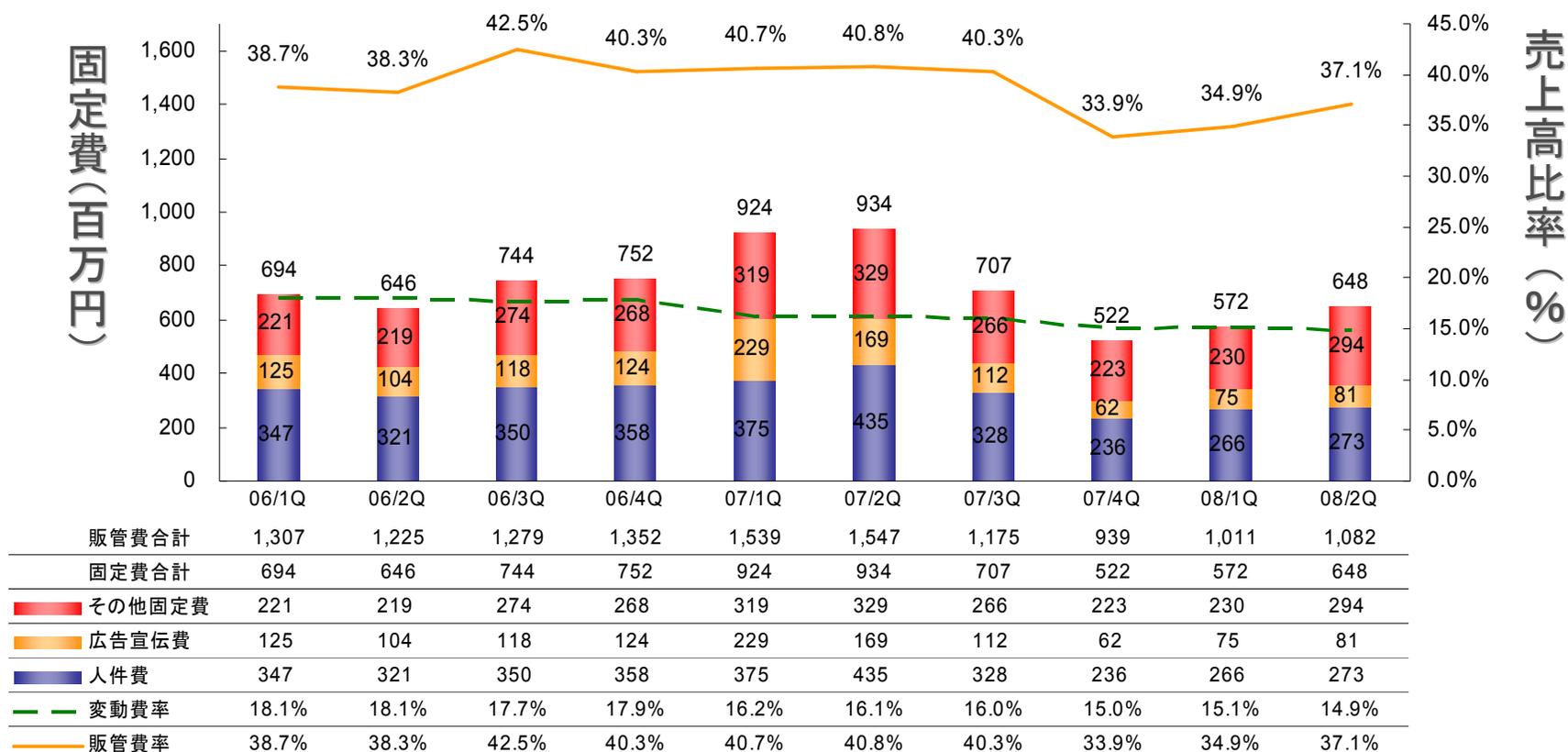
ー ギャザリング事業の商品粗利率改善(前Qは年末商戦により低粗利)に加えて、
 コマースインキュベーション事業のうち、オークション販売事業の粗利を重視した
 出品施策により売上総利益率が上昇



※07/3Qよりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行

【連結】 販管費の推移

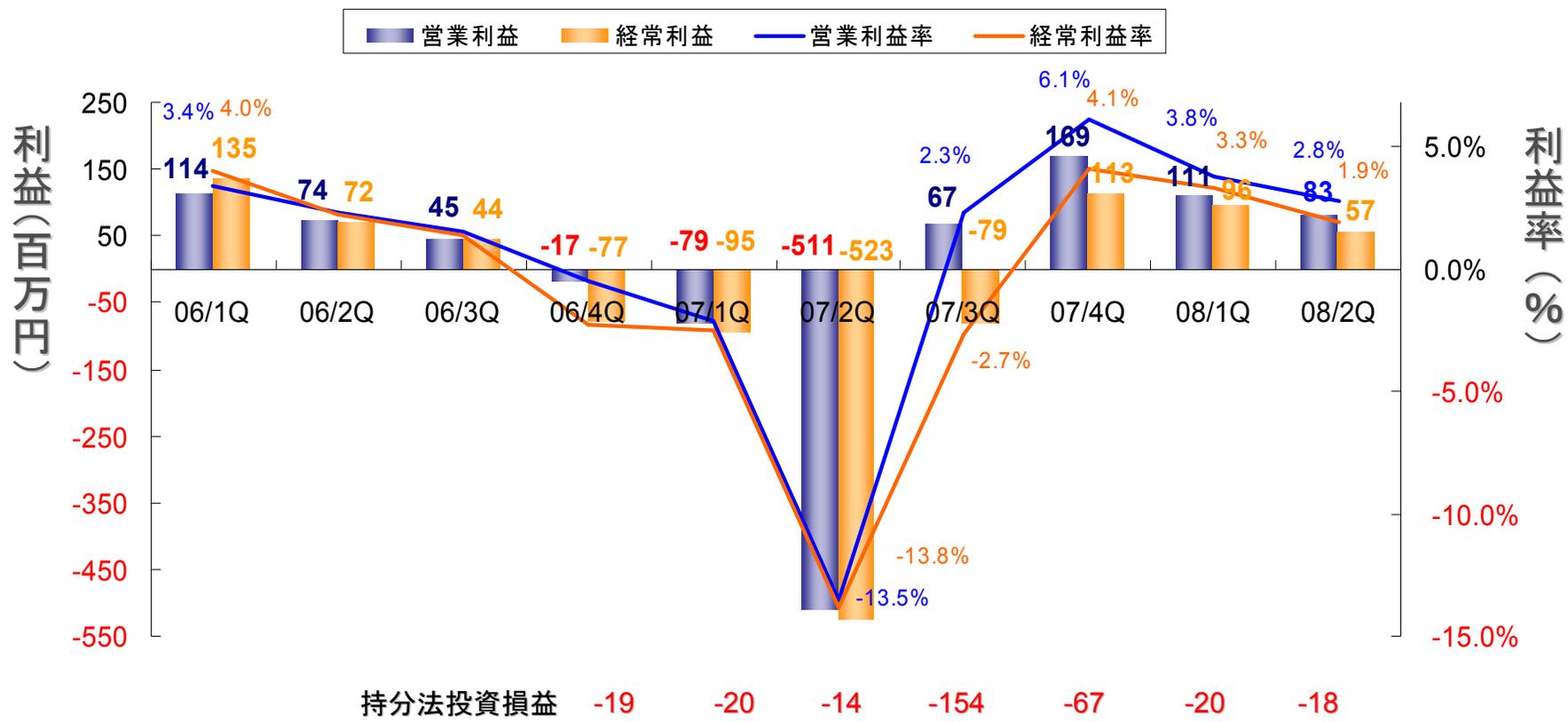
- 移転関連費用が約56百万円発生
(販管費率を1.9ポイント押し上げ、移転費用を除くと販管費率は35.2%)
- 再成長に向けた広告宣伝費やシステム開発費等が増加
- 配送単価の見直しにより、物流費用が削減され、変動費率が0.2ポイント低下



※07/3Qよりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行
 ※変動費は、売上原価を含まず、物流費用、決済費用(カード・代引)、販売手数料(提携先への支払手数料)、販売促進費(ポイント費用等)が含まれます。

【連結】 営業利益・経常利益の推移

- 移転に伴う販管費の増加があり営業利益は減益
- 持分法投資損失は改善したが、投資事業組合（ベンチャーファンド）運用損が発生し、経常利益も減益



※07/3Qよりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行

事業セグメント別損益の概要

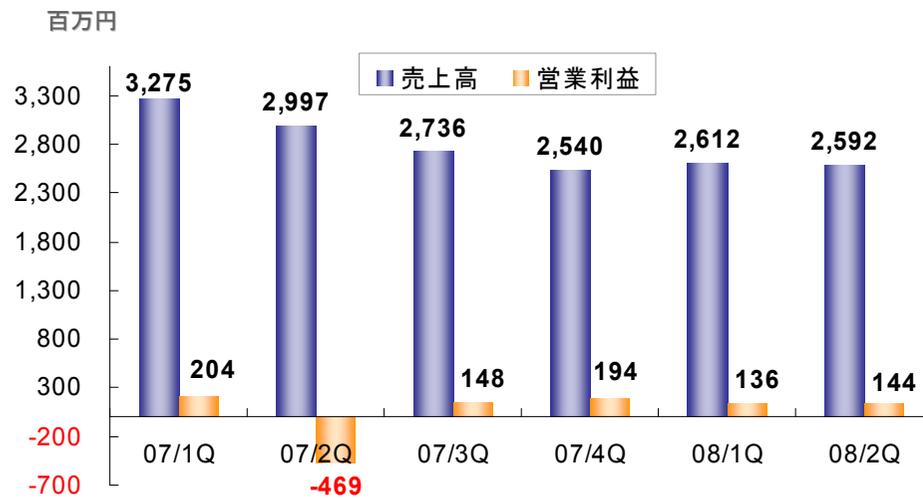
- ー ギャザリング事業は売上、利益ともに横ばい
- ー コマースインキュベーション事業は、12.3%増収、オークション販売事業の利益増加が、他新規事業の費用増加を吸収し赤字幅減少

単位：百万円	ギャザリング事業			コマースインキュベーション事業		
	当四半期 08年1Q (10-12月)	当四半期 08年2Q (1-3月)	前Q比	当四半期 08年1Q (10-12月)	当四半期 08年2Q (1-3月)	前Q比
売上高	2,612	2,592	△ 0.7%	306	344	12.3%
売上総利益	1,017	1,027	0.9%	105	137	30.0%
売上総利益率	38.9%	39.6%	0.6p	34.4%	39.8%	5.4p
販売管理費	881	883	0.2%	131	158	20.9%
販売管理费率	33.7%	34.0%	0.3p	42.7%	46.0%	3.2p
営業利益	136	144	5.9%	△ 25	△ 21	—
営業利益率	5.2%	5.5%	0.3p	△ 8.3%	△ 6.1%	2.1p

事業セグメント別損益の推移

- ギャザリング事業は収益構造転換し利益安定化
- コマースインキュベーション事業は、赤字幅減少

ギャザリング事業



コマースインキュベーション事業



※07/3Qよりエムシープラスを連結から持分法に移行

【連結】 資産・負債の推移

- － 本社移転に伴う設備の取得、海外企業への出資により、固定資産が増加
- － グループ会社への投融資に備え、短期借入金発生

単位：百万円	当四半期末 08年1Q末 (12月末)	当四半期末 08年2Q末 (3月末)	前Q比	増減内容
流動資産	3,602	4,101	498	
現預金	2,054	2,610	556	短期借入金の増加 500
売掛金	1,224	1,130	△ 83	
商品	86	111	24	
固定資産	1,952	2,308	356	
有形固定資産	128	236	108	本社移転に伴う設備増 77(NET)
無形固定資産	577	567	△ 9	
投資等	1,247	1,504	256	投資有価証券の増加 369
流動負債	1,334	2,224	889	
買掛金	935	819	△ 116	
短期借入金	-	500	500	グループ会社への投融資目的
固定負債	1	0	△ 1	
純資産	4,218	4,184	△ 33	
総資産	5,554	6,409	854	

【連結】 キャッシュ・フローの推移

－ グループ会社への投融資に備えた借入金500百万円発生

単位：百万円	前四半期 08年1Q (10-12月)	当四半期 08年2Q (1-3月)	前Q比	増減内容
営業活動による キャッシュ・フロー	188	166	△ 21	売上債権の減少 87 法人税の還付 104
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 427	△ 106	320	ソフトウェア取得 48 ベンチャーファンド追加 50
財務活動による キャッシュ・フロー	—	500	500	短期借入金の増加 500
現金及び現金 同等物の増減	△ 238	556	795	
現金及び現金 同等物の期末残高	2,054	2,610	556	

2. 各事業の概況

代表取締役社長 兼 グループCEO 佐藤 輝英

2-1. ギャザリング事業の状況

重点課題の進捗 ①

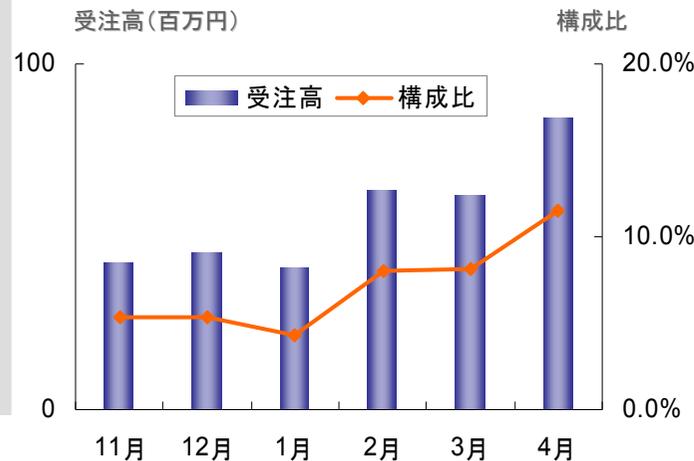
回転率のアップ(商品) | 「年間52回転」からさらに高回転構造へ



1週間単位のギャザリングに加えて、24時間限定販売の「24バリュー」を週6回開催

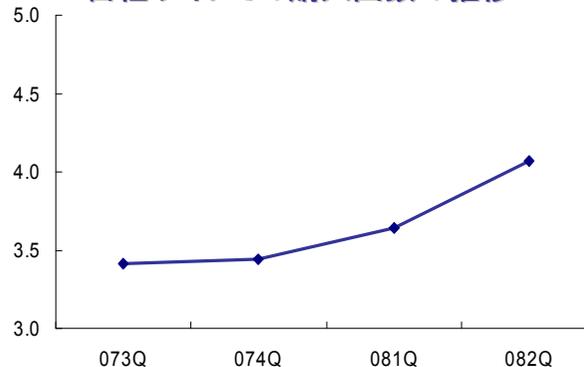
- ・過去ヒット商品の限定値下げ
- ・在庫数が少ない商品
- ・レアもの などを販売

24バリューの受注高と構成比の推移



受注高は順調に増加
受注全体に占める
構成比は10%超に拡大
当面の目標は20%

自社サイトでの購入回数の推移



毎日開催(商品入替れ)
により自社サイトの購入
回数が増加
(提携サイトは含まず)

重点課題の進捗 ②

プラットフォーム化(売場) | ギャザリングの新しい使い方の開発



24バリューの商品情報の登録は、自社ではなく、商品パートナー(仕入先)様がウェブ上で行うことで、開催数や商品数の増加に伴うオペレーションを軽減さらなるプラットフォーム化を目指す



チャリティー絵本を一般発売に先駆けてギャザリングで先行予約実施(販売代金の一部が支援基金)書籍としては、集まれば安くなる初の試み

その他、メーカー向け商品開発としてのプラットフォームを提供(一定数以上の受注後で生産が可能)

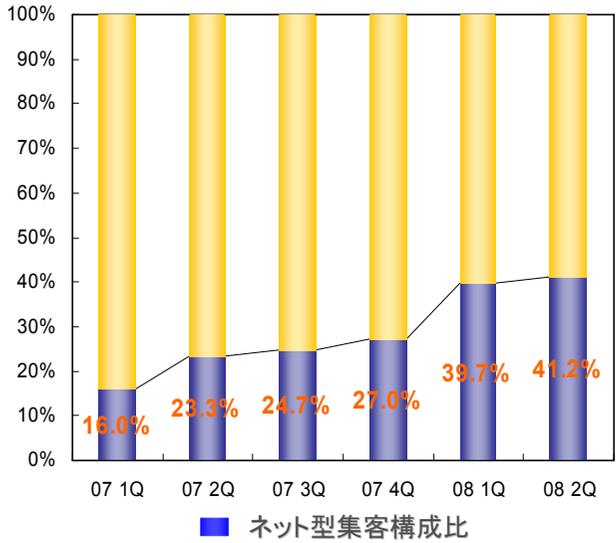
「集まれば安くなる」+「集まれば手に入る」

重点課題の進捗 ③

ネット型集客拡大(顧客) | レビュー集約サイトやコミュニティサイトからの集客の拡大



コミュニティサイトでの
お客様の声をもとに
商品販売を実現

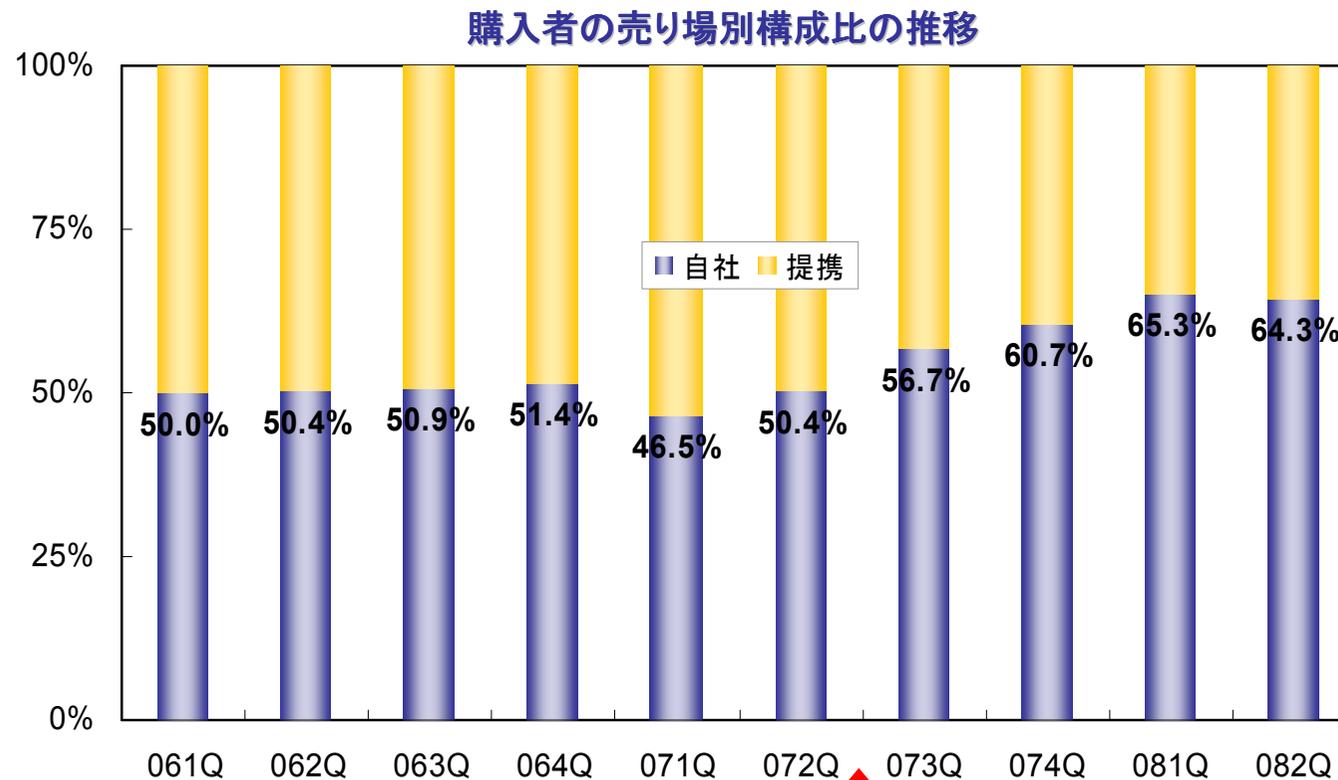


SEO、SEMによる集客を中心に、ネット型集客の全購入者に占める割合は40%超

※ネット型集客は、SEM、SEO、アフィリエイト、CGMメディア、クロスメディア(TV連動)経由の集客

事業再構築による構造変化

- 提携先の絞りこみにより自社顧客構成比が増加、9月までに70%を目標
- 自社顧客の方が、リピート率、購入回数、顧客単価が高い
- 自社サイトでの売上は販売手数料がなく利益率が高い

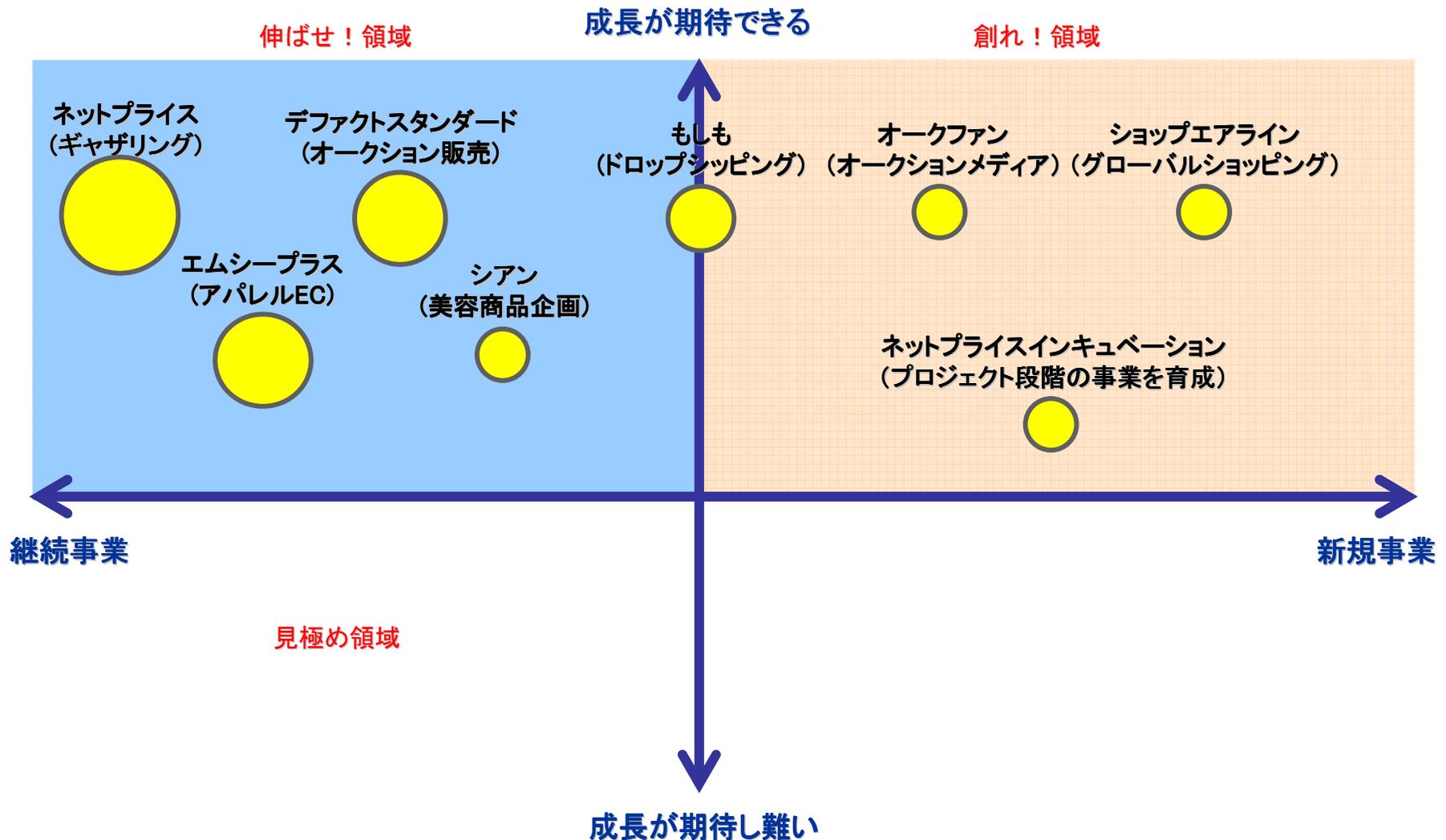


事業再構築

2-2. コマースインキュベーション 事業の状況

コマースインキュベーション事業の状況

— ニッチ市場でNo.1を目指す新業態を積極的に開発



Defacto **株式会社デファクトスタンダード** 連結子会社
standard

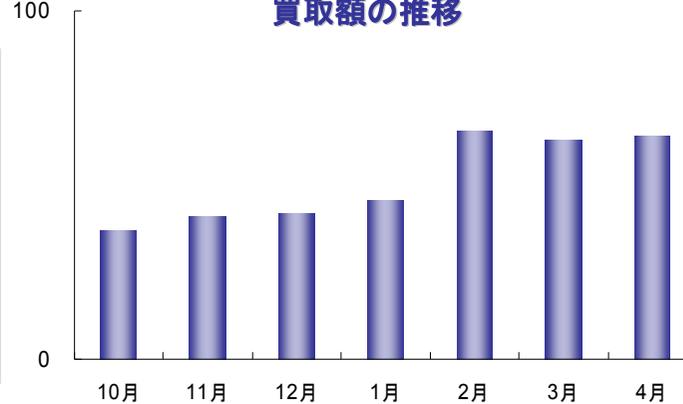
ブランド品、時計、アクセサリなどを、お客様からネットを通じて買取り、メンテナンス後、ネットオークション等のチャネルを通じてセカンダリー販売（バリューサイクル）

ブランドキング(買取サイト)



百万円

買取額の推移



Defacto Estate(販売サイト)



- ・ ブランド買取検索No.1サイト「ブランドキング」による集客に注力し、買取額拡大、売上も増加
- ・ 粗利率重視のオークション出品施策により利益も拡大
- ・ 黒字事業

S y a n 株式会社シアン

連結子会社

ネットマーケティングを通じて、オリジナルの美容・化粧品を企画・開発
広範囲の販売チャネルを対象に卸販売

アムールローズ(バスソルト)



アムールローズ(リップグロス)



ラヴィジア(ヘアオイル)



- ・ 有名美容院とのコラボレーションによる商品開発なども開始
- ・ 黒字事業



株式会社もしも

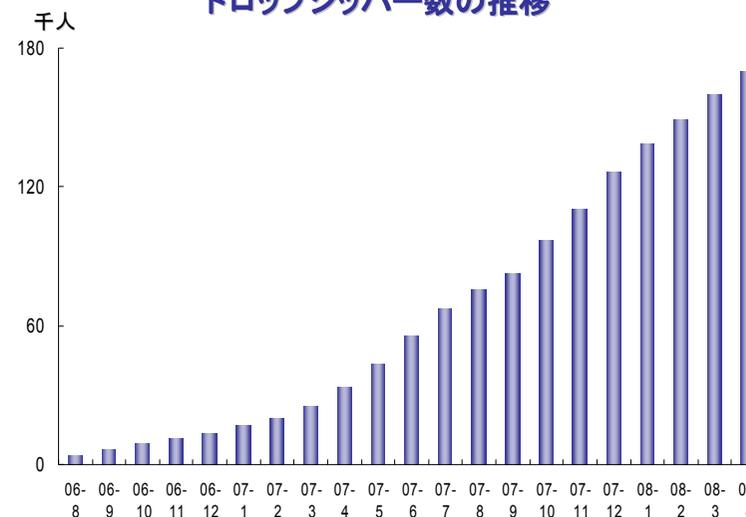
持分法適用会社

インターネット上の個人・法人を対象に、ネットショップ運営のための、
商材および決済・物流も兼ね備えた販売システムを提供

できすぎくん
(初心者向けサイト作成支援)



ドロップシッパー数の推移



- ・ 販売ドロップシッパーは17万人を突破(月平均1万人増加)
- ・ 初心者向け販売サイト作成支援サービスが好評
- ・ 3月に単月黒字化達成、日本No.1のドロップ SHIPPING 企業

オークションメディア事業



株式会社オークファン

持分法適用会社

(2007年6月にデファクトスタンダードから分社化)

世界中のオークションサイトにおける商品情報を一括検索
 情報提供に加えて、オークション出品管理ツールを提供

aucfan(オークション比較サイト)



プレミアム会員サービス(有料)



- ・ 月間利用ユーザー135万人 落札商品データ数 3億2000万件
- ・ オークションの入札や出品が便利になる有料会員サービス開始
- ・ ユニークな事業ドメインで、オンリーワン企業



株式会社エムシープラス

持分法適用会社

モバイル、WEB、雑誌メディアを連動させた、アパレルECを展開
 ティーン向けカジュアルからアラウンド30向けのハイブランドまでを網羅

LOVE EX バーゲン
 (モバイルサイト)



LOVE EXPRESS (WEBサイト)



- ・ 昨年の構造改革により、在庫コントロールが適正化(年間12回転)
- ・ 雑誌との連動によるキャンペーンも展開
- ・ 黒字事業



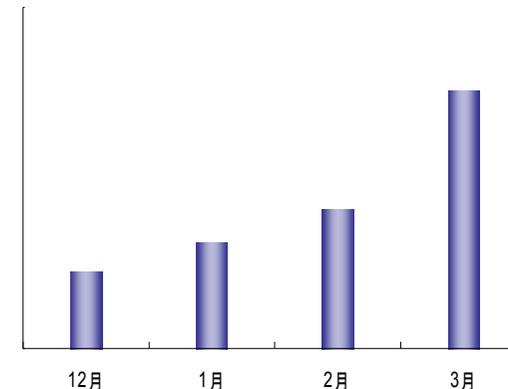
株式会社ショップエアライン 連結子会社

世界最大のオークションサイトeBayとの提携により、世界中の商品を日本にしながら購入できる「セカイモン」を運営

セカイモン(eBay公認サイト)



流通総額の伸び



- ・スタートして5ヶ月で流通総額は年換算1,000万ドル規模に拡大
売上高は流通総額ではなく、代行手数料のみ計上
- ・ユニーク顧客数も順調に増加
- ・Yahooオークションとの連携は遅れ(年内中のスタートを目指す)



株式会社ショップエアライン 連結子会社

最近のトピックス

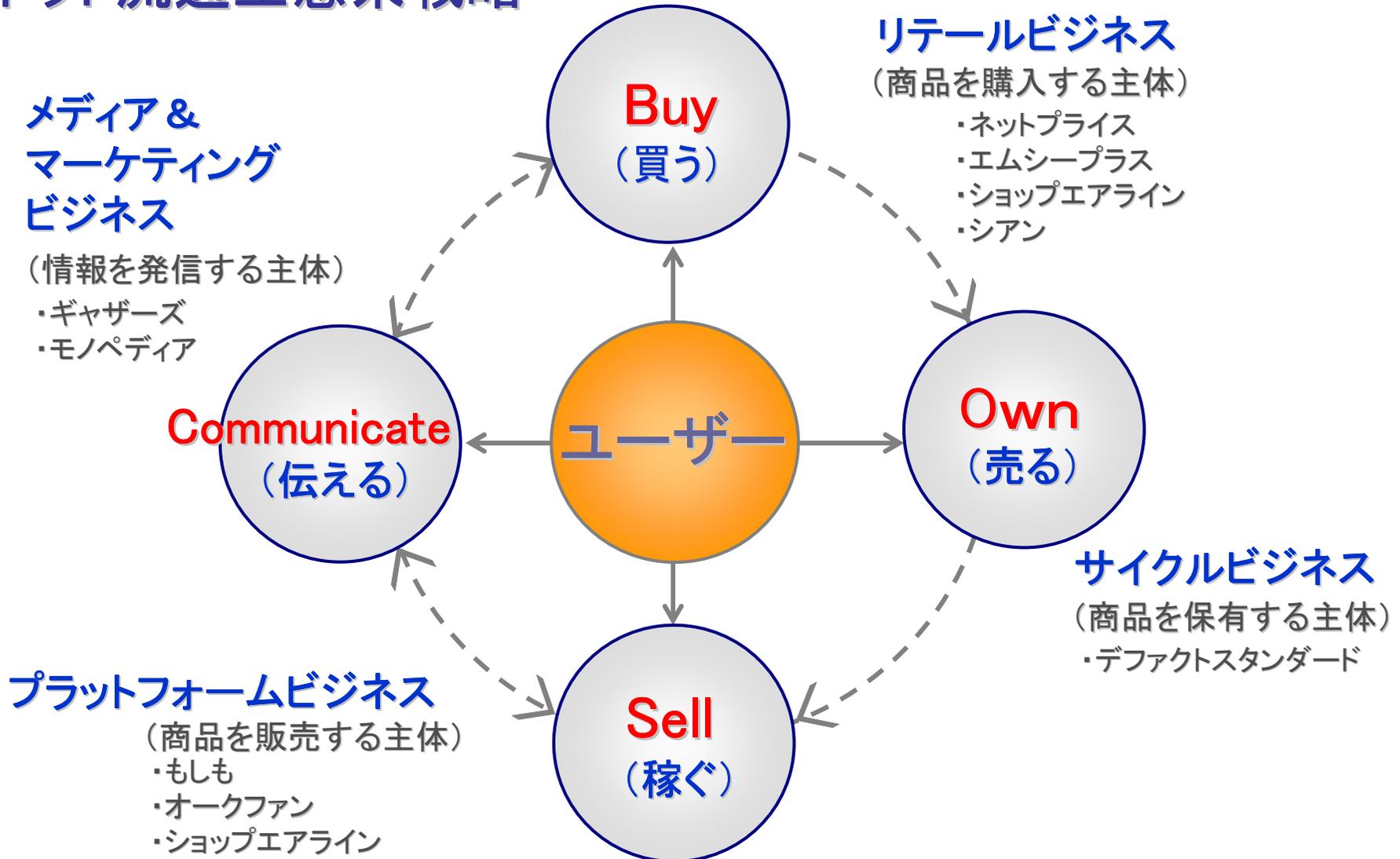
- ・ ブログ・SNS等における「口コミ」による拡がり
- ・ 40代前後の男性顧客の比率が、グループ他社のECと比較して大きい
- ・ 円高傾向により、内外価格差がより顕著に
- ・ MLBの人気に連動して受注数も増加

今後の予定・戦略

- ・ 検索リスティング広告展開の開始、SEO／SEM対策の強化
- ・ グループ内外メディアとの提携による集客の強化

3. 今後の事業戦略について

ネット流通生態系戦略



4. 今期の業績予想

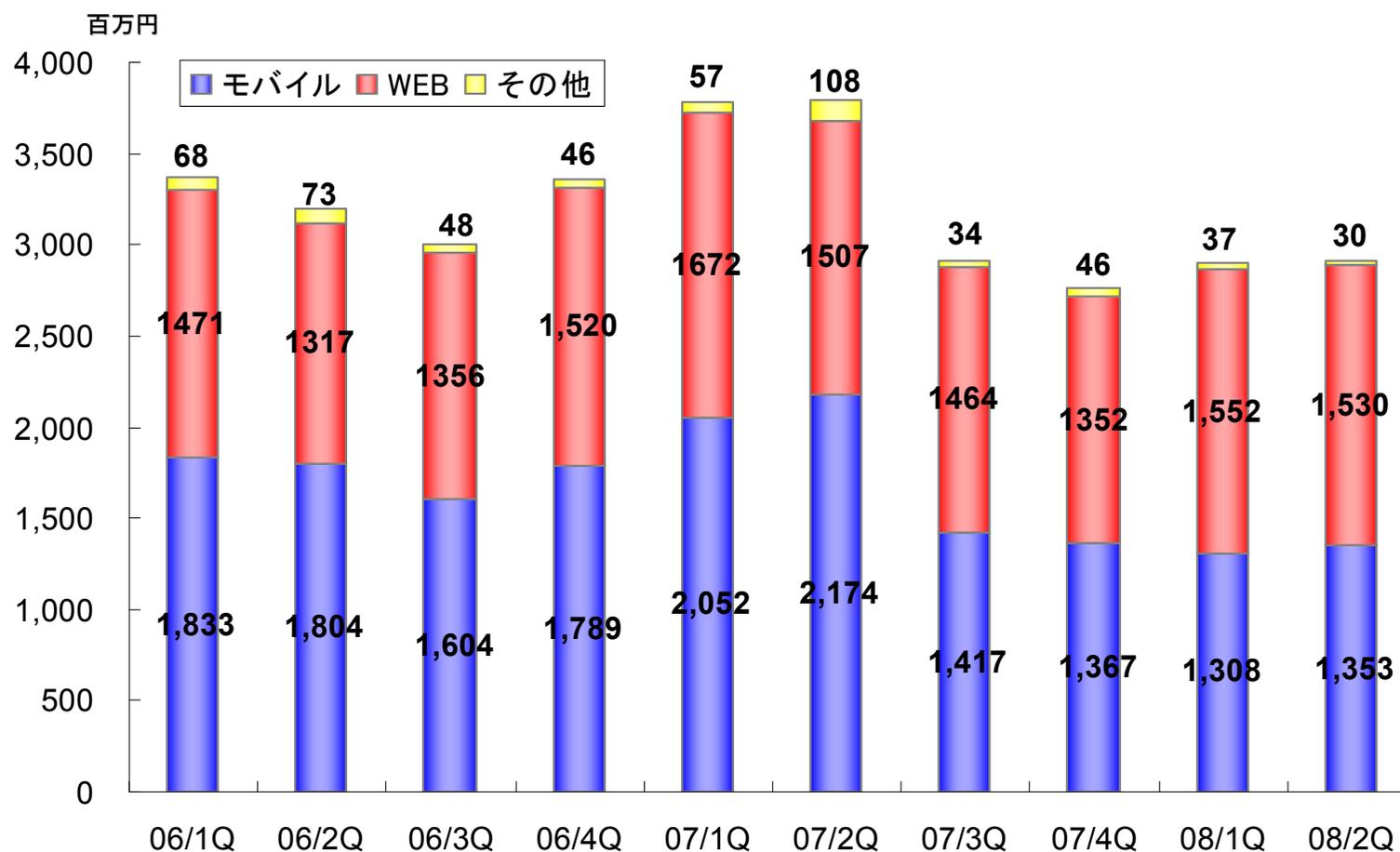
今期の連結業績予想

- ー ギャザリング事業の中間期の実績をふまえ、通期の営業利益を上方修正、
経常利益以下は据え置き
- ー ショップエアライン中心に新規事業(コマースインキュベーション事業)に対して
先行投資を行っていく方針

単位:百万円	2月修正予想		今回修正	
	中間期(予想)	通期(予想)	中間期(実績)	通期(予想)
売上高	5,800	12,000	5,812	12,000
ギャザリング事業	5,150	10,400	5,205	10,400
コマースインキュベーション事業	700	1,650	651	1,650
営業利益	120	160	194	210
(営業利益率)	2.1%	1.3%	3.3%	1.8%
ギャザリング事業	200	400	281	460
(営業利益率)	3.9%	3.8%	5.4%	4.4%
コマースインキュベーション事業	△ 70	△ 200	△ 46	△ 200
経常利益	100	100	154	100
当期純利益	60	20	35	20

参考資料

販売チャネル別売上高の推移(連結)

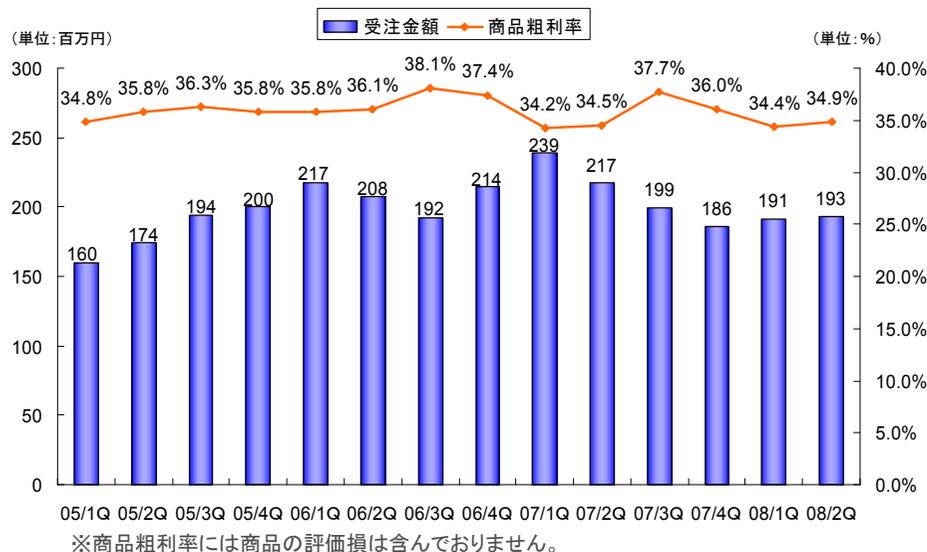


※07/3Qよりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行

ギャザリング事業 主要指標①



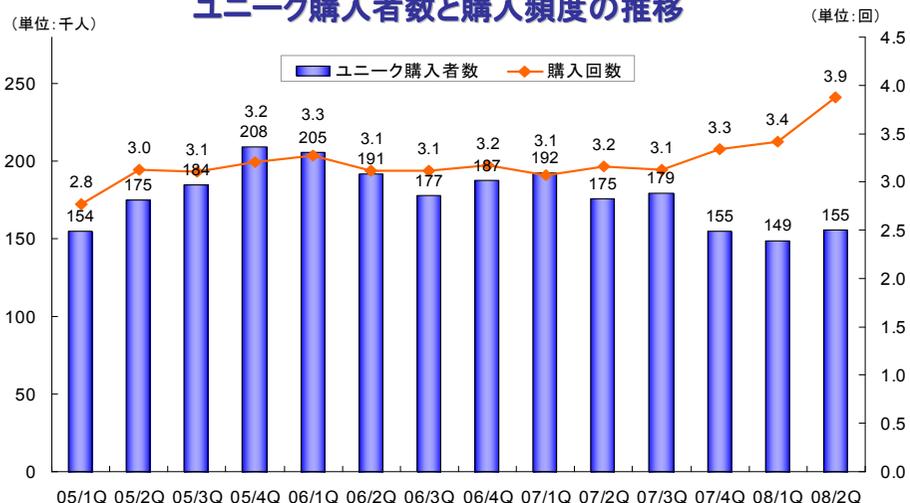
週平均受注高と商品粗利率の推移



— 週平均受注高は、微増ながらも増加

— 商品粗利率は、0.5ポイント改善も、今後も低水準で推移する見込

ユニーク購入者数と購入頻度の推移

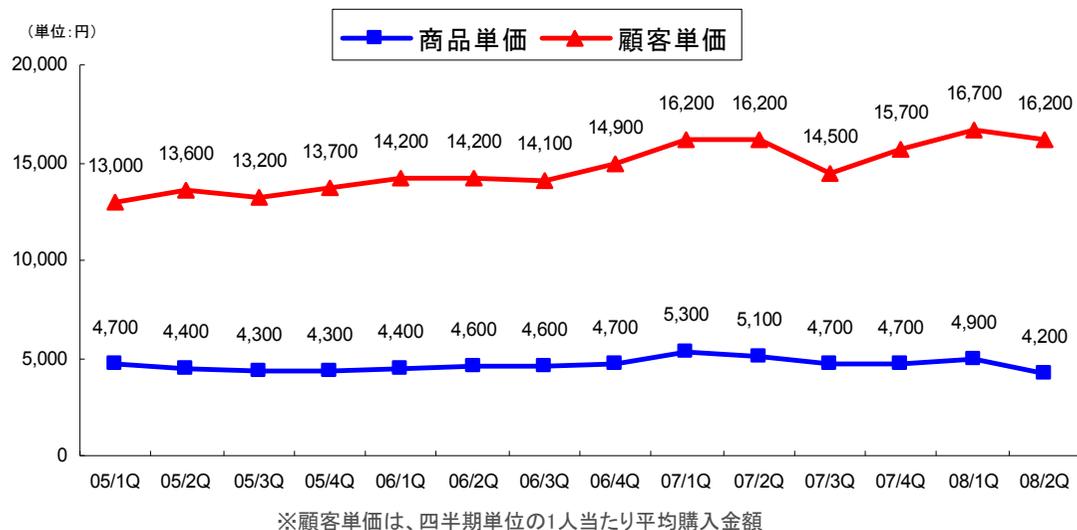


— ユニークユーザー数は、提携サイトの絞込みによる減少が下げ止まり、3Qぶりに増加

— 前Qに引き続き、24バリュー(24時間限定販売)の開催により1顧客あたり平均購入回数が増加

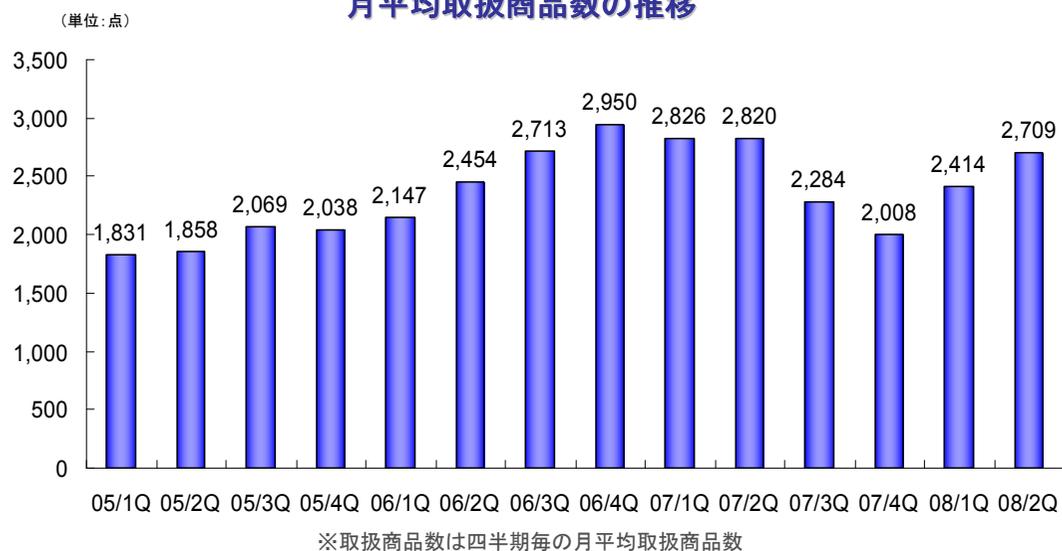
ギャザリング事業 主要指標②

商品単価と顧客単価の推移



— 価格訴求型商品による集客施策により商品単価及び顧客単価が低下

月平均取扱商品数の推移



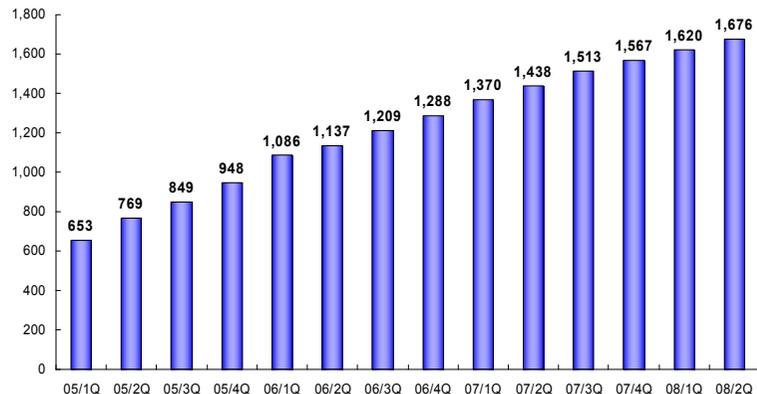
— 07年度下期から取扱商品の絞込みを実施してきたが、24バリュー(24時間限定販売)による開催回数増により月平均取扱商品数が増加ただし、常時陳列している商品数は変わらず

ギャザリング事業 主要指標③



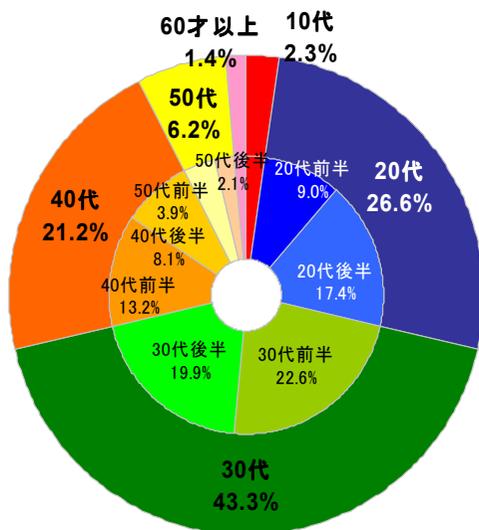
ユニークユーザー数の推移

(単位:千人)

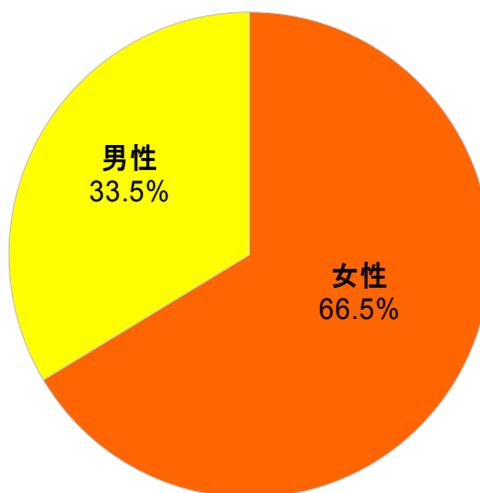


— 新規顧客数の増加は56千人

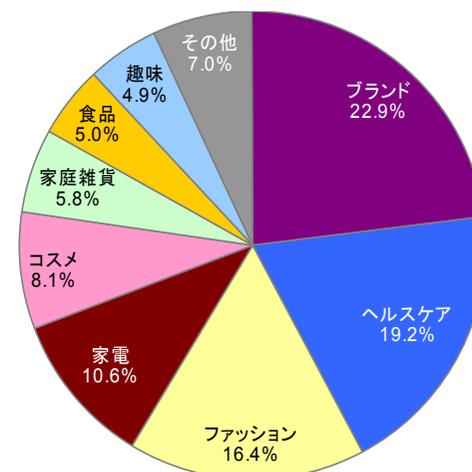
年齢別構成比



男女別構成比



ジャンル別売上高



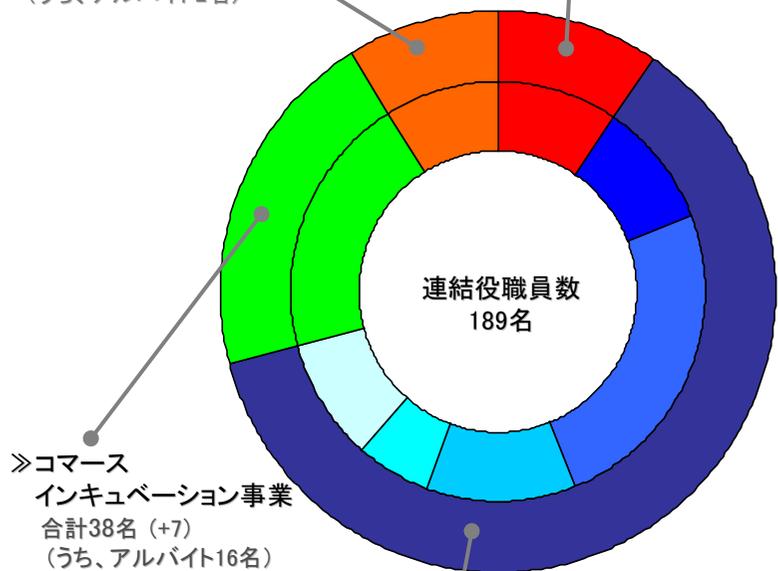
グループ役職員の構成

081Q末

連結役職員数189名(うち アルバイト44名)

※管理部門 合計17名(Δ2)
 (うち、アルバイト2名)

※役員(取締役・監査役・執行役員) 合計18名(Δ1)



※ギャザリング事業 合計116名(Δ4)
 ・システム部門 18名
 ・販売部門 47名
 ・商品部門 22名
 ・フルフィルメント 11名
 ・カスタマーサポート 18名
 (うち、アルバイト26名)

- 役員
- ギャザリング事業全体
- インキュベーション事業全体
- 管理部門全体
- システム部門
- 販売部門
- 商品部門
- フルフィルメント
- カスタマーサポート

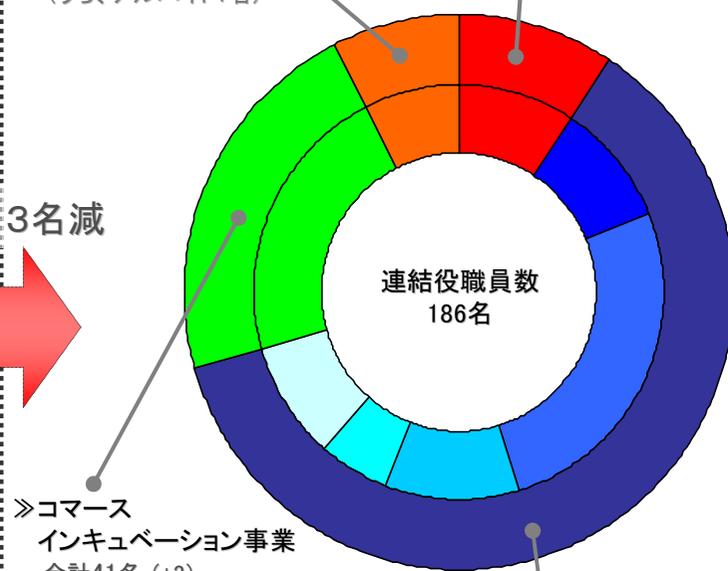
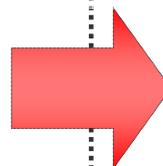
082Q末

連結役職員数186名(うち アルバイト39名)

※管理部門 合計14名(Δ3)
 (うち、アルバイト1名)

※役員(取締役・監査役・執行役員) 合計17名(Δ1)

前Q比 3名減



※コマース
 インキュベーション事業 合計41名(+3)
 (うち、アルバイト16名)

※ギャザリング事業 合計114名(Δ2)
 ・システム部門 18名
 ・販売部門 49名
 ・商品部門 21名
 ・フルフィルメント 10名
 ・カスタマーサポート 16名
 (うち、アルバイト22名)

※()内は前Q比