

# 決算説明資料

2008年9月期 第3四半期(4-6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3四半期決算の概要

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. グループ成長戦略

## 4. 今期の業績予想

## 参考資料

# 1. 第3四半期決算の概要

常務取締役 兼 CFO 中村 浩二

## 連 結

売上高は増加、粗利率の低下により、営業利益段階では減益

売上高 : 3,104百万円 (前Q比 6.5%増)  
営業利益 : 76百万円 (前Q比 8.4%減)  
経常利益 : 73百万円 (前Q比 27.3%増)

## ギャザリング事業

売上高増加

売上高 : 2,732百万円 (前Q比 5.3%増)

購入者数増加

ユニーク購入者数: 164千人 (前Q比 5.6%増)

平均単価低下

平均単価: 3,600円 (前Q比 14.2%減)

購入回数増加

購入回数: 4.5回 (前Q比 15.8%増)

営業利益減益

営業利益 : 105百万円 (前Q比 27.1%減)

## コマースインキュベーション事業

売上高は順調に増加

売上高 : 389百万円 (前Q比 12.9%増)

営業損失は新規事業分拡大

営業損失 : 39百万円 (前Qは21百万円の損失)

# 【連結】 損益の概要

- 一 売上高は、前Q比で6.5%増収
- 一 不景気を前提とした価格訴求戦略により粗利率が低下し、営業利益は前Q比8.4%減益

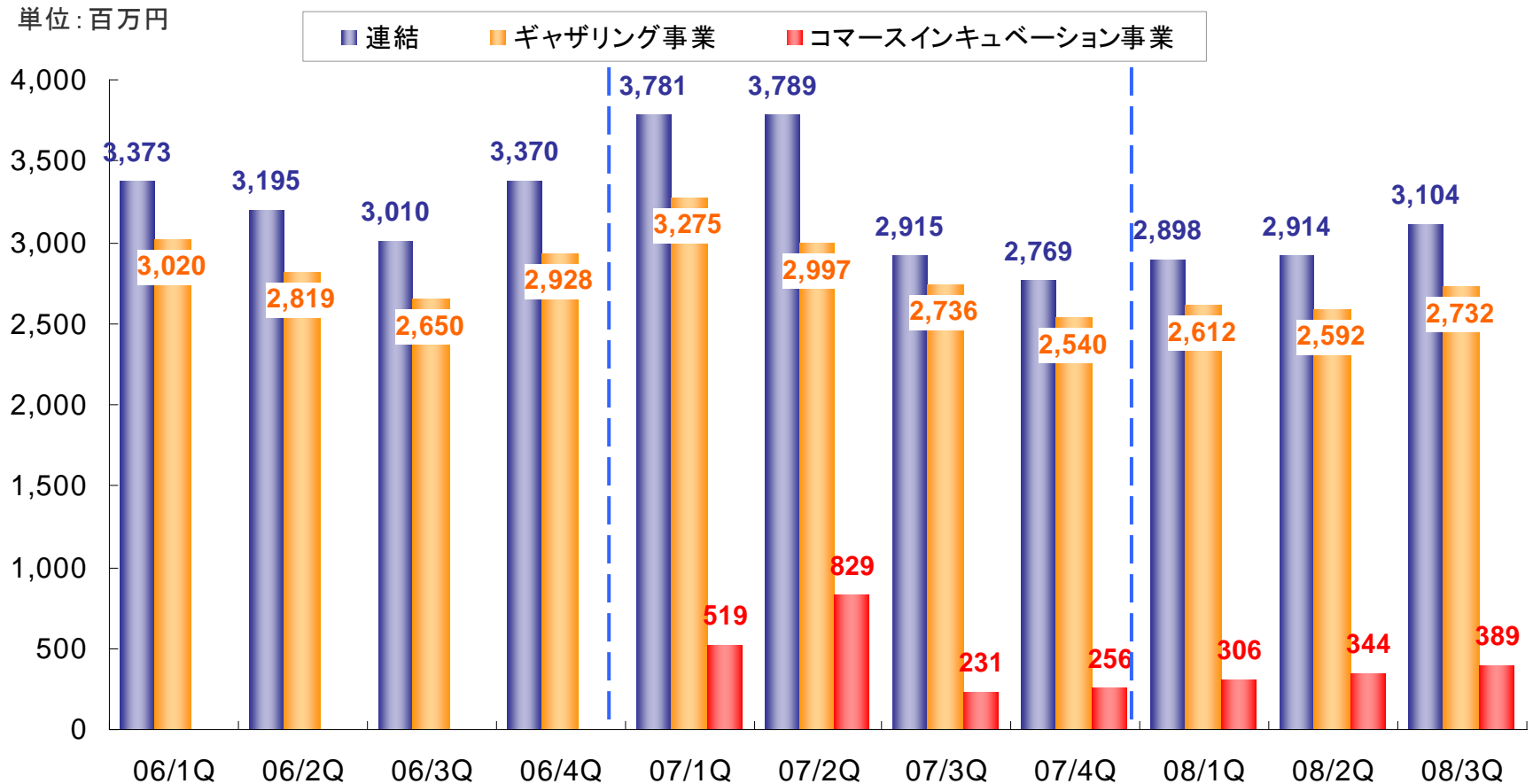
単位：百万円	前四半期 08年2Q (1-3月)	当四半期 08年3Q (4-6月)	前Q比	前年同期 07年3Q (4-6月)	前年同期比
売上高	2,914	3,104	6.5%	2,915	6.4%
売上総利益	1,166	1,222	4.8%	1,243	△ 1.7%
売上総利益率	40.0%	39.3%	△ 0.6p	42.6%	△ 3.2p
販売費及び一般管理費	1,082	1,146	5.8%	1,175	△ 2.5%
販管费率	37.1%	36.9%	△ 0.2p	40.3%	△ 3.4p
営業利益	83	76	△ 8.4%	67	12.4%
営業利益率	2.8%	2.4%	△ 0.4p	2.3%	0.1p
経常利益	57	73	27.3%	△ 79	-
経常利益率	1.9%	2.3%	0.3p	△ 2.7%	5.1p
特別利益	0	0	-	154	-
特別損失	32	0	-	174	-
当期純利益	△ 25	31	-	△ 109	-
当期純利益率	△ 0.8%	1.0%	1.8p	△ 3.7%	4.7p

①特別利益 07/3Q : 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)  
07/3Q : 事業再構築損

# 【連結】 売上高の推移

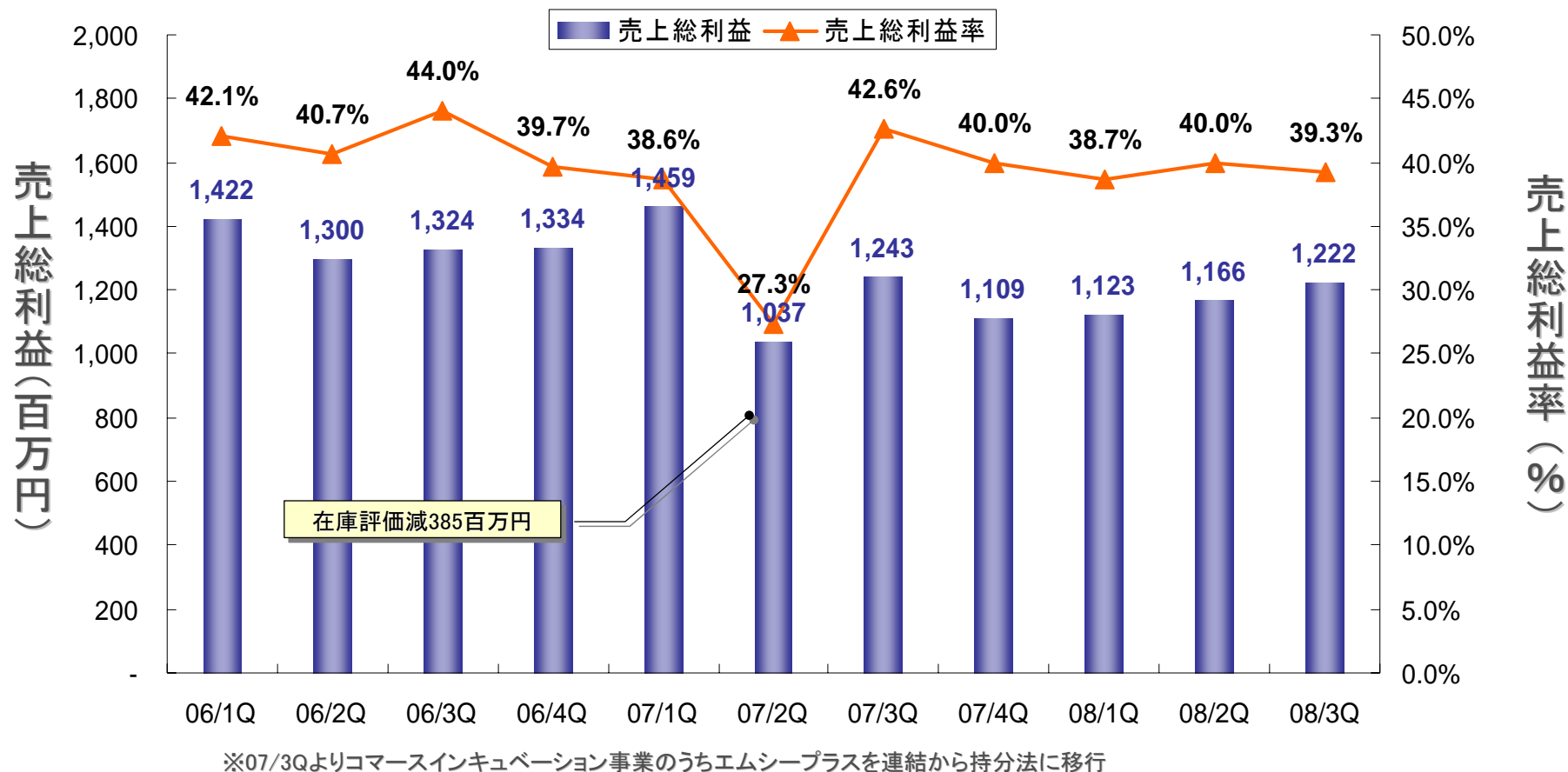
- 連結売上高は3四半期連続増収
- 07年2Q以来、前年同期比較でも増収(6.4%増)



※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

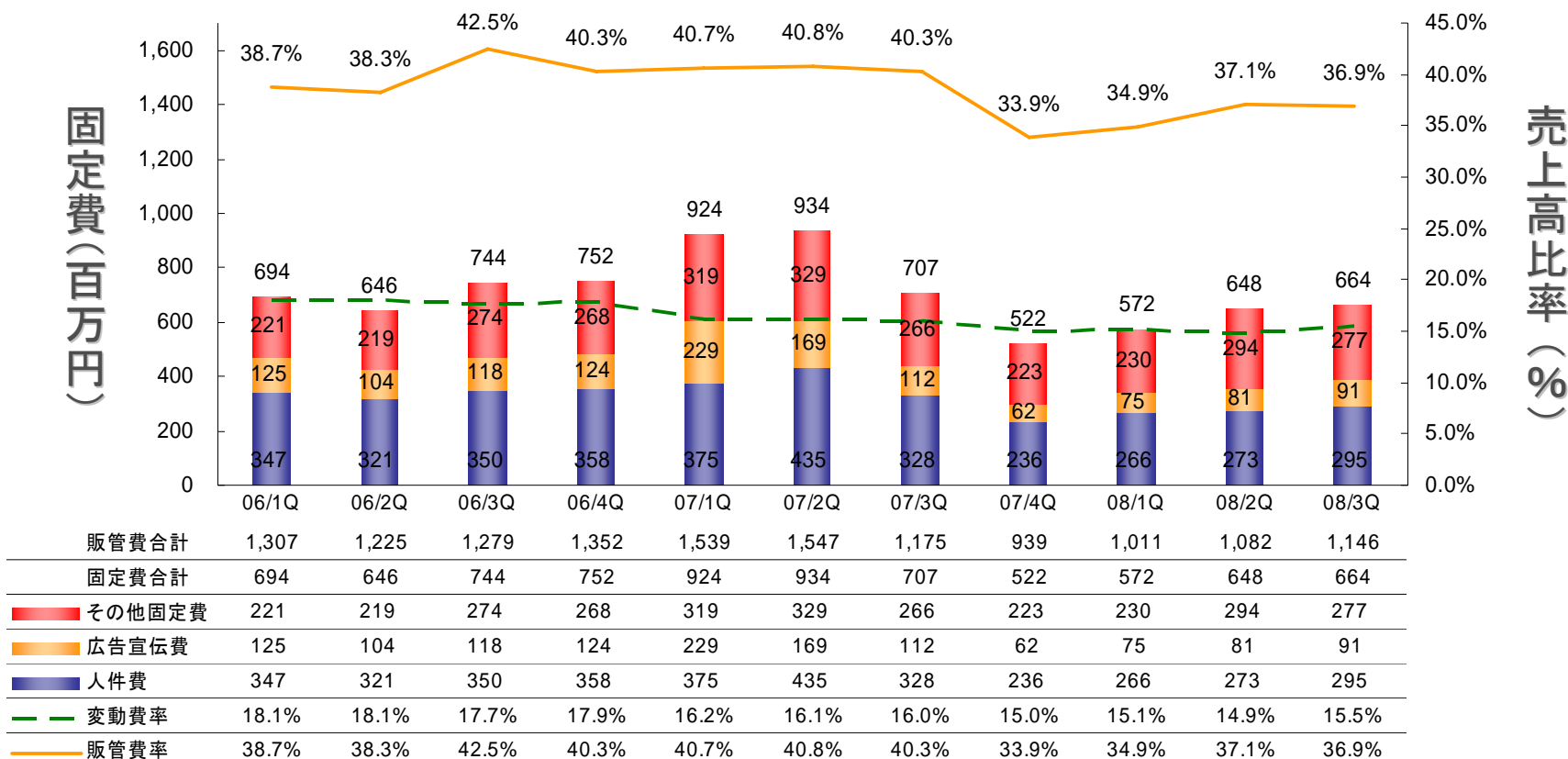
# 【連結】 売上総利益の推移

- 連結売上総利益は3四半期連続増益
- 不景気を前提とした価格訴求戦略により粗利率が低下



# 【連結】 販管費の推移

- 販管費率は0.2ポイント低下(前Qは本社移転に伴う一時費用あり)
- 人件費(新卒10名+新規事業での採用)、広告宣伝費(SEM)、減価償却費(移転による影響)が増加
- 商品単価の低下により、結果として物流費用率(変動費率)が上昇



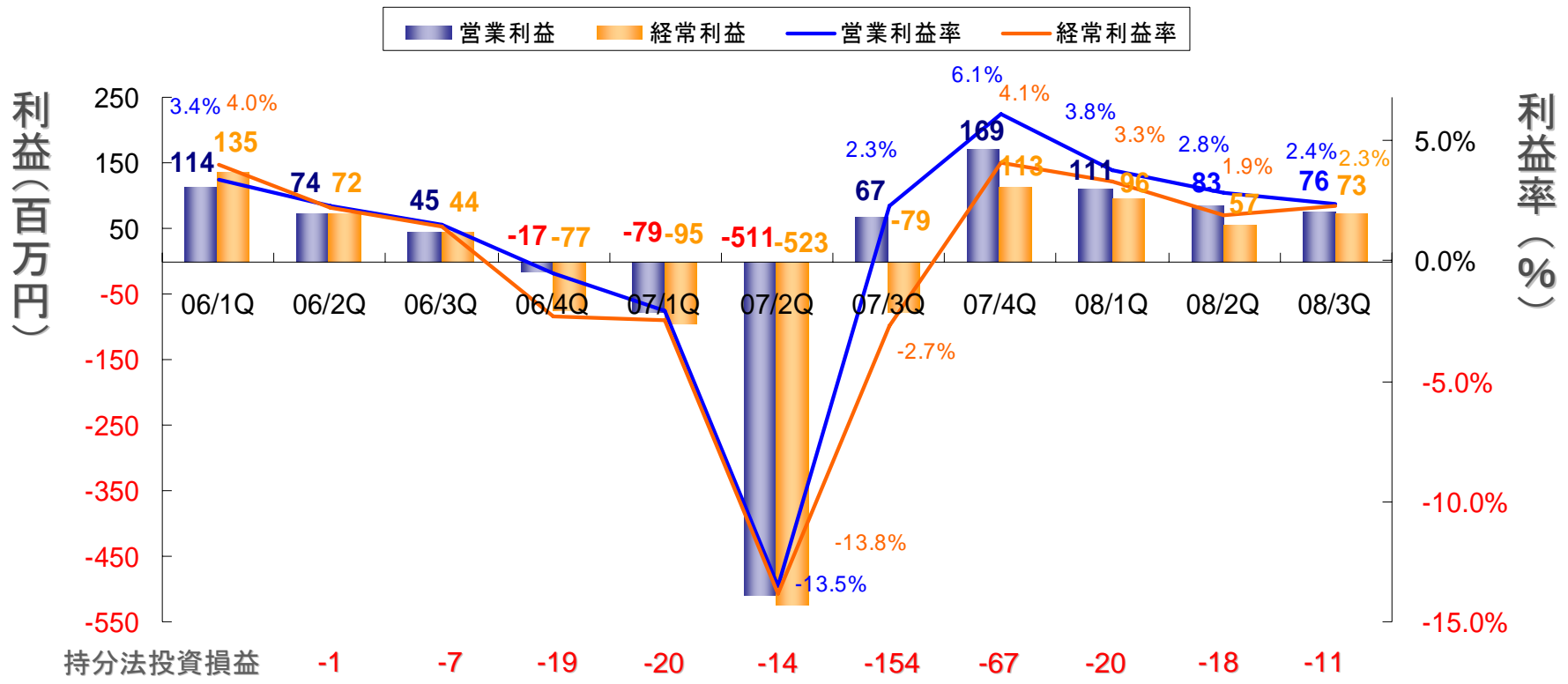
※07/3Qよりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行

※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

一 持分法投資損失の改善により、経常利益ベースでは増益  
 (中間期では投資事業組合(ベンチャーファンド)運用損等20百万円発生)



※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

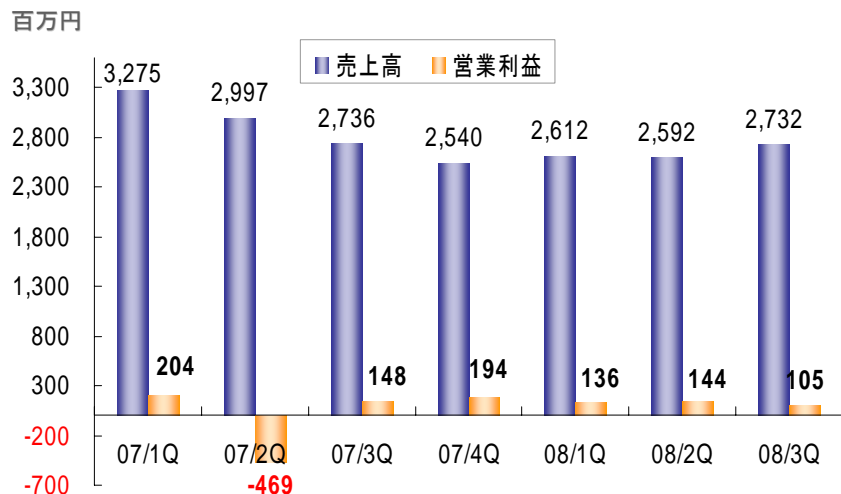
- ー ギャザリング事業は売上増となったが、戦略的な価格訴求型商品による集客等の結果、粗利率が低下。本社移転に伴う固定費増加も加わり営業利益は減益。
- ー コマースインキュベーション事業は12.9%増収、一方、海外関連の新規事業の準備コストが先行し、損失幅は拡大。

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		
	前四半期 08年2Q (1-3月)	当四半期 08年3Q (4-6月)	前Q比	前四半期 08年2Q (1-3月)	当四半期 08年3Q (4-6月)	前Q比
売上高	2,592	2,732	5.3%	344	389	12.9%
売上総利益	1,027	1,072	4.3%	137	151	9.8%
売上総利益率	39.6%	39.2%	△ 0.4p	39.8%	38.7%	△ 1.1p
販売管理費	883	966	9.4%	158	190	19.7%
販売管理费率	34.0%	35.3%	1.3p	46.0%	48.8%	2.7p
営業利益	144	105	△ 27.1%	△ 21	△ 39	—
営業利益率	5.5%	3.8%	△ 1.7p	△ 6.1%	△ 10.0%	△ 3.8p

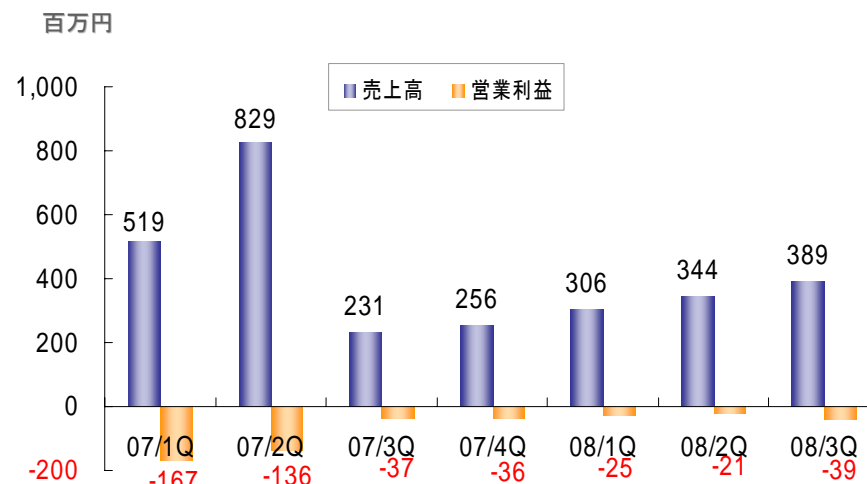
# 事業セグメント別損益の推移

- ギャザリング事業は毎四半期1億円以上の利益を創出
- コマースインキュベーション事業は、引き続き新規事業創造に投資していく方針

## 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

単位：百万円	前四半期末 08年2Q末 (3月末)	当四半期末 08年3Q末 (6月末)	前Q比	増減内容
流動資産	4,101	3,919	△ 181	
現預金	2,610	2,240	△ 370	投資有価証券の取得(支払)
売掛金	1,130	1,262	131	
商品	111	128	17	
固定資産	2,308	2,331	23	
有形固定資産	236	221	△ 15	
無形固定資産	567	554	△ 13	
投資等	1,504	1,555	51	
流動負債	2,224	1,990	△ 233	未払金(投資有価証券)の減少
買掛金	819	941	122	
短期借入金	500	500	0	
固定負債	0	20	20	
純資産	4,184	4,240	55	
総資産	6,409	6,251	△ 158	

# 【連結】 キャッシュ・フローの推移

単位：百万円	前四半期 08年2Q (1-3月)	当四半期 08年3Q (4-6月末)	前Q比	増減内容
営業活動による キャッシュ・フロー	166	69	△ 97	
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 106	△ 441	△ 335	前Q末に取得した投資有価証券の支払
財務活動による キャッシュ・フロー	500	0	△ 500	
現金及び現金 同等物の増減	556	△ 372	—	同上
現金及び現金 同等物の期末残高	2,610	2,240	△ 370	同上

## 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

- ① 回転率のアップ（商品）
- ② 自社売り場の強化（売場）
- ③ プラットフォーム化（売場）
- ④ ネット型集客の拡大（顧客）

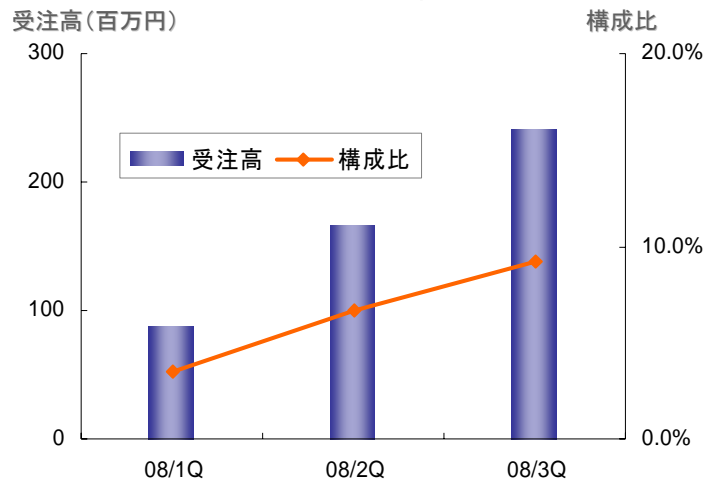


## 回転率のアップ(商品)

## 「年間52回転」からさらに高回転構造へ



### 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  
当面、構成比20%を目標

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  
毎日開催

- ・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

### 自社サイトでの購入回数の推移



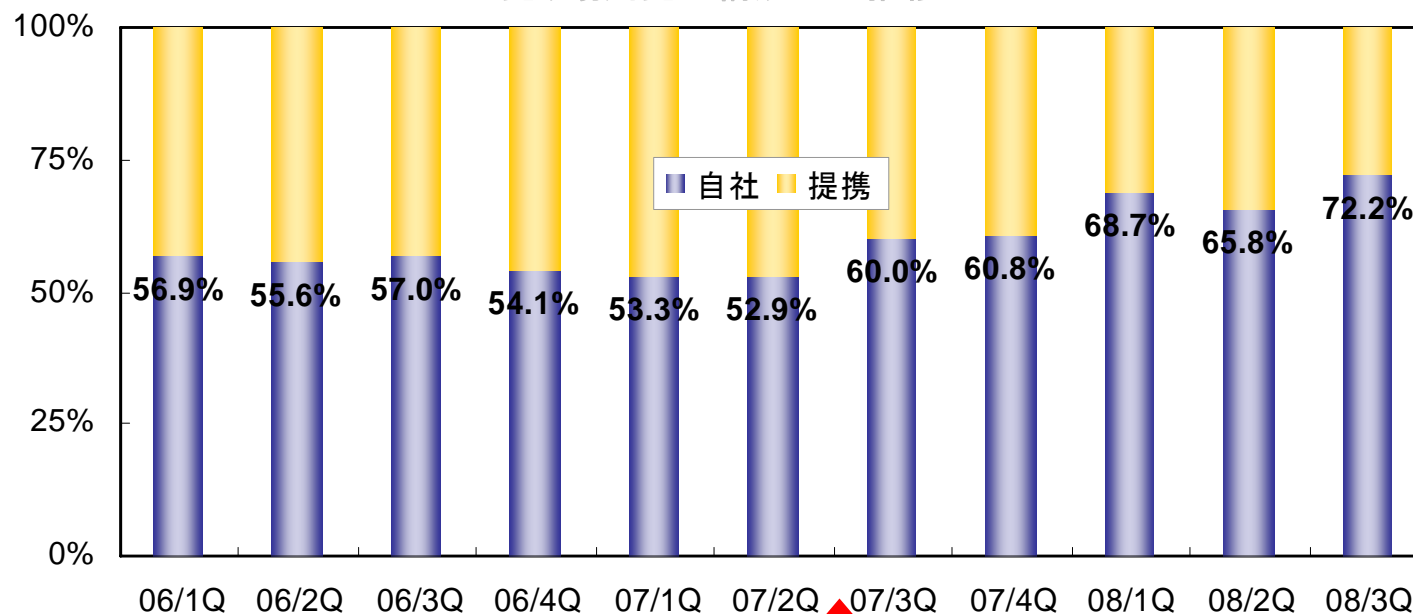
毎日開催(商品入替れ)  
により自社サイトの購入  
回数が顕著に増加

## 自社売り場の強化(売場)

## 効率のよい売場への集中

- 提携先の絞りこみと、自社売場の強化により、自社売上構成比が上昇
- 自社顧客の方が、リピート率、購入回数、顧客単価が高い
- 自社売場での売上は販売手数料がなく利益率が高い

売り場別売上構成比の推移



事業再構築

## 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

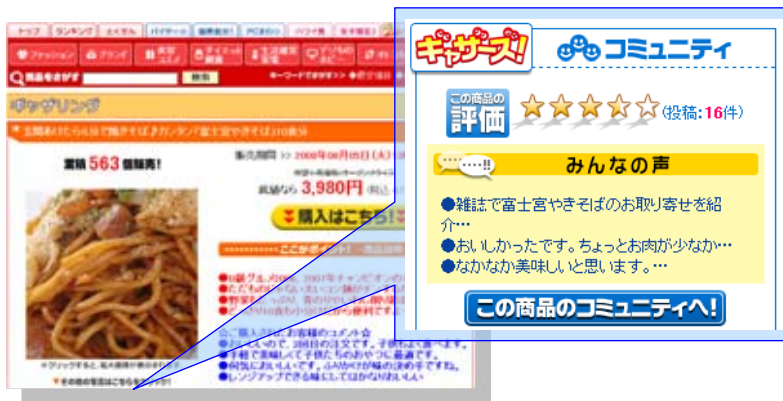


「募金ギャザ」  
ギャザリングを使っての初めての募金を実施

その他にも、売上の一部を寄付するギャザリングも開催

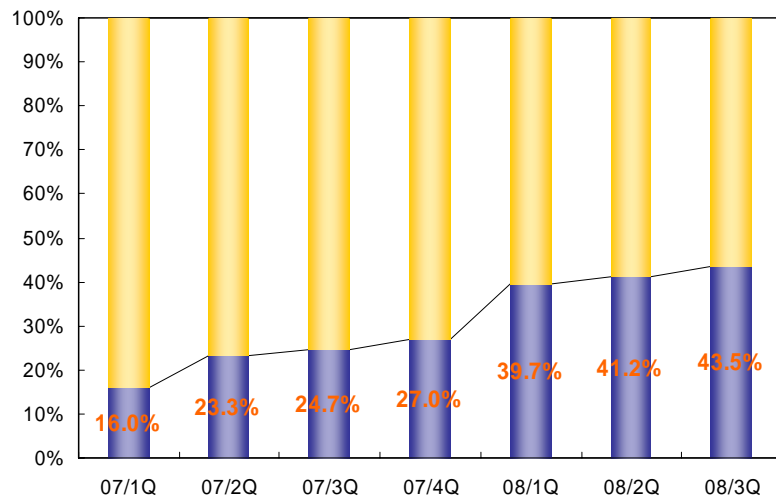
## ネット型集客拡大(顧客)

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



販売サイトの商品ページにもコミュニティのみんなの声を反映

コミュニティサイトのレビューランキングからの購入も増加



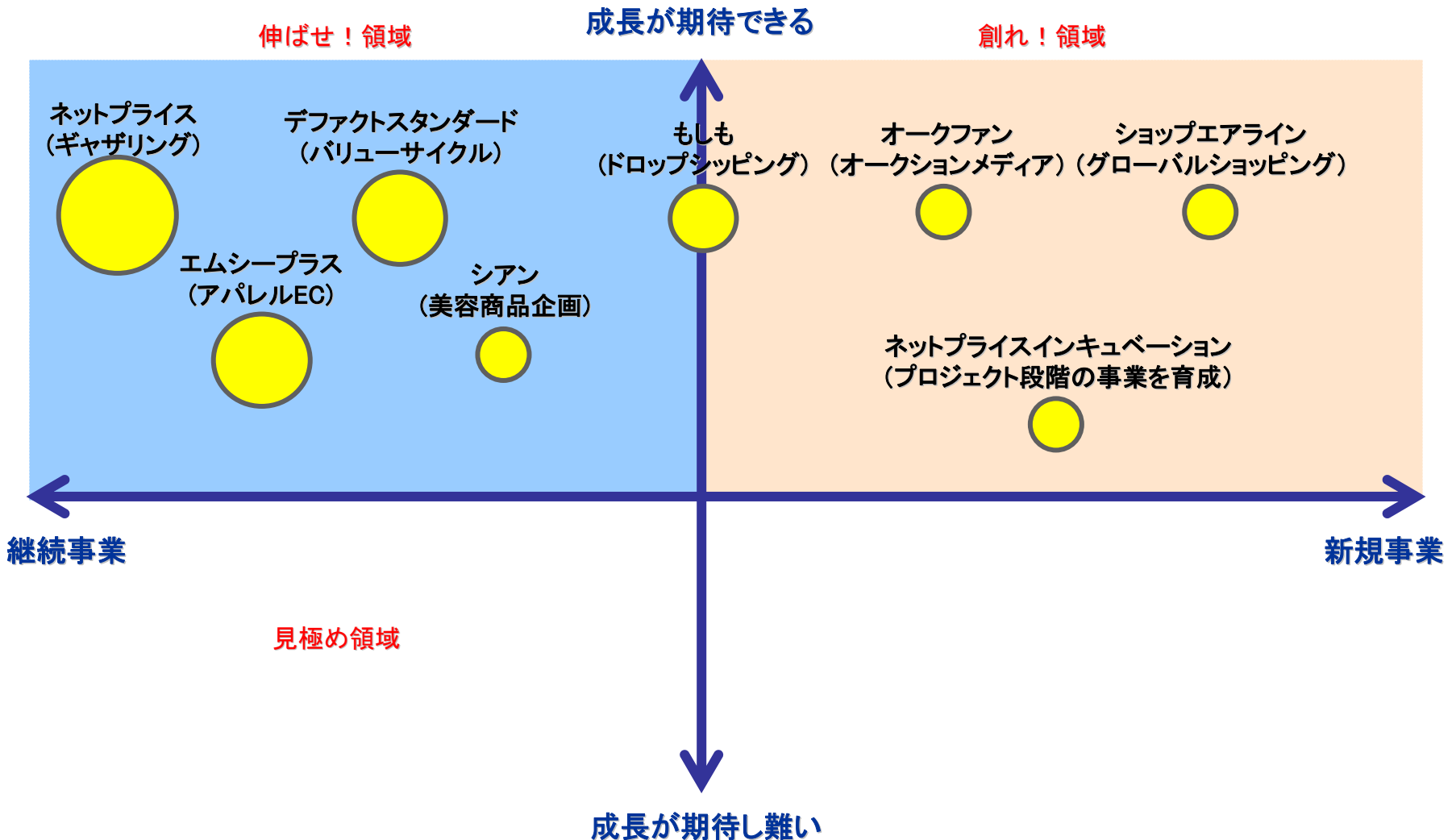
SEO、SEMによる集客を中心に、ネット型集客が拡大  
全購入者に占める割合は43%

■ ネット型集客構成比

※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

## 2-2. コマースインキュベーション 事業の状況

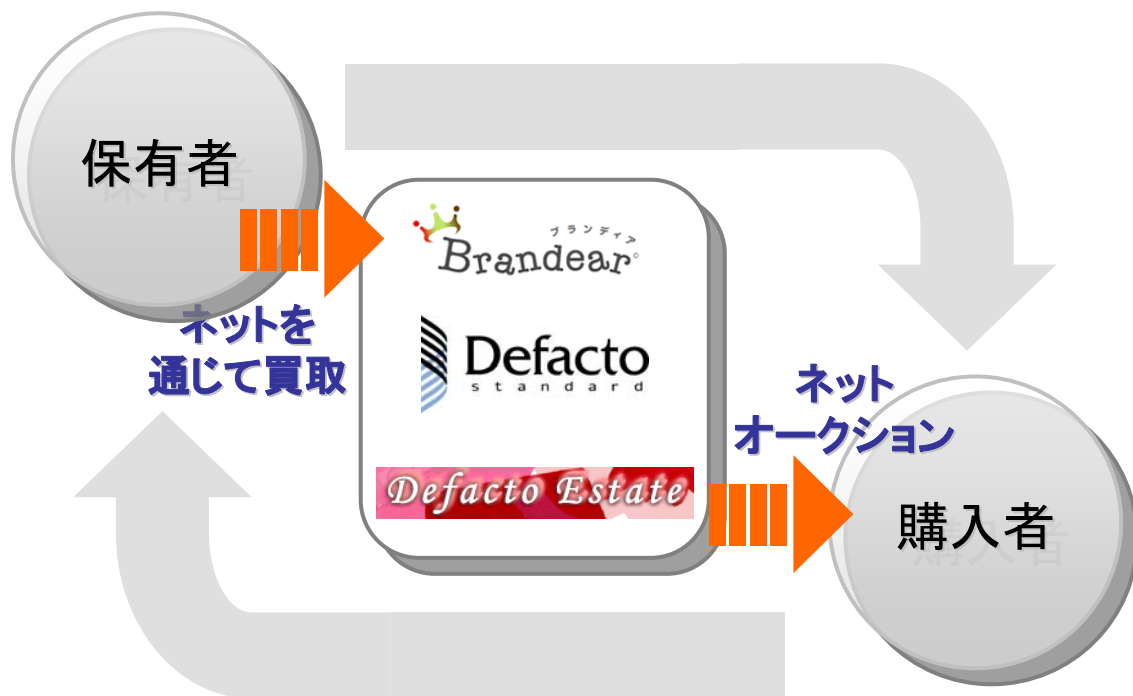
## ー ニッチ市場でNo.1を目指す新業態を積極的に開発



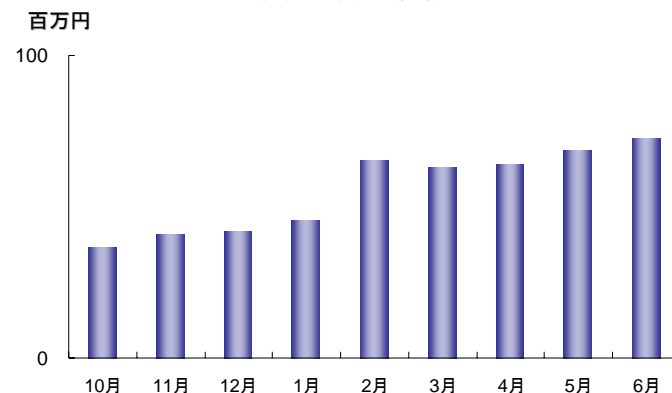


ネット買取  
NO.1

ブランド買取検索No.1サイト「ブランディア」からの集客により買取額拡大  
ネットを使った循環型ビジネス  
(黒字事業)



買取額の推移



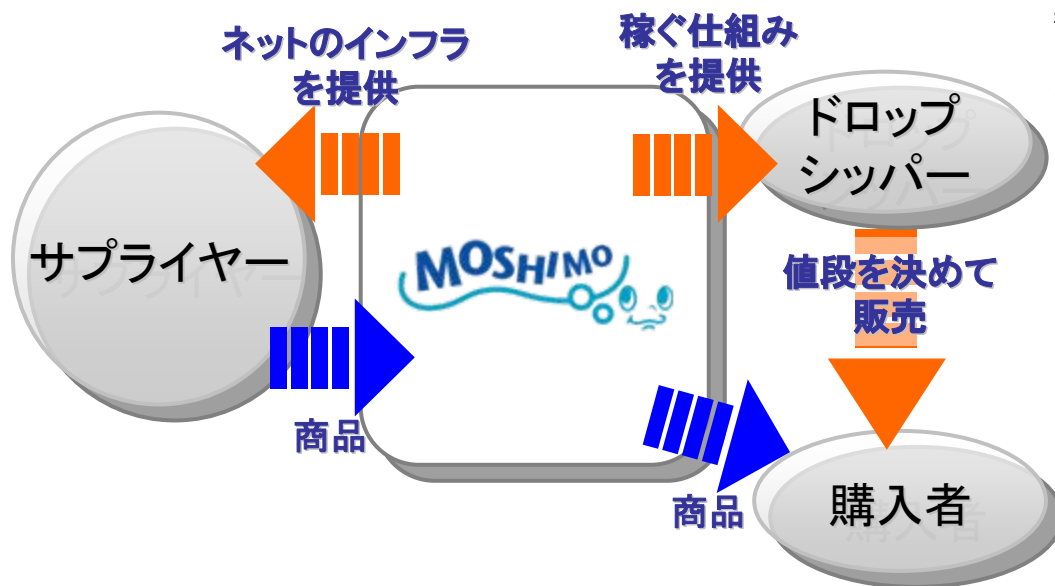


## 株式会社もしも

(持分法適用会社)

ドロップ  
SHIPPING  
NO.1

- ・ 販売ドロップシッパーは**18万人**を突破
- ・ 初心者向け販売サイト作成支援サービスが好評
- ・ **日本No.1**のドロップSHIPPING企業



ドロップシッパー数の推移







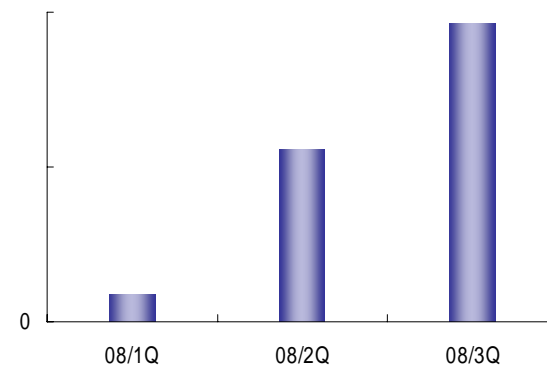
## 株式会社ショップエアライン (連結子会社)

グローバル  
ショッピング  
NO.1

- ・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
- ・オークファン、eBayと共同でオークションセミナーを開催するなど  
グループ内の連携も強化
- ・Yahooオークションとの連携は年内中のスタートを目指す



流通総額の伸び



## aucfan.com 株式会社オークファン (持分法適用会社)

オークション  
ポータル  
NO.1

- ・「セカイモン」とも提携。日米価格差を検索対象に
- ・オークションセミナーを主催(ショップエアライン、eBay参加)
- ・月間利用ユーザー **135万人**
- ・落札商品データ数 **3億2000万件**
- ・オークションマーケットデータの **国内標準**
- ・ユニークな事業ドメインで、オンリーワン企業

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)





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 CtoBtoCモデル(バリューサイクル)



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



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いながら購入できる「セカイモン」を運営



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



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



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

### 3. ネットプライスグループの 成長戦略について

## ネット流通生態系戦略

### メディア & マーケティング ビジネス

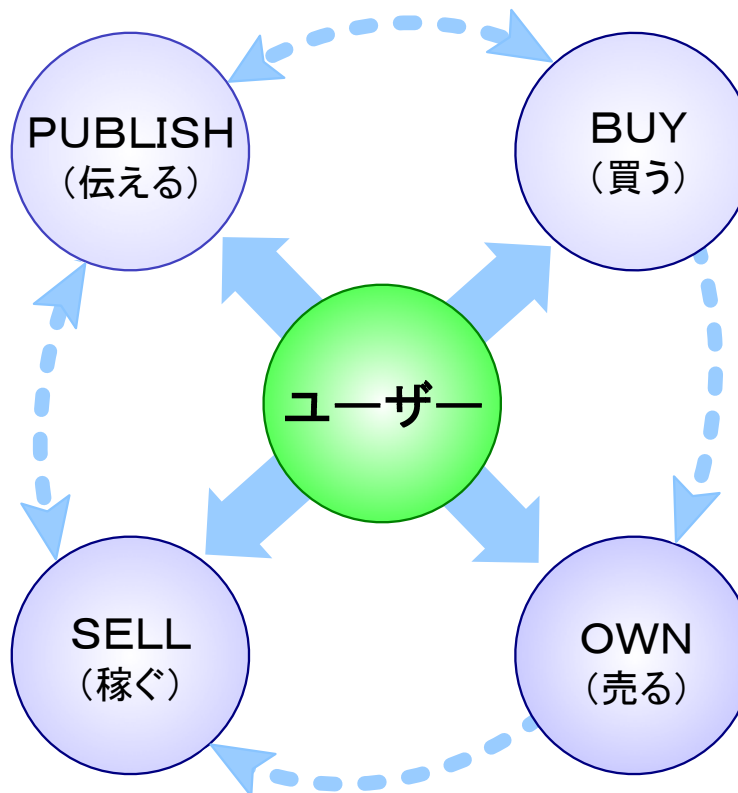
(情報を発信する主体)

- ・ギャザーズ
- ・モノペディア

### リテールビジネス

(商品を購入する主体)

- ・ネットプライス
- ・エムシープラス
- ・ショップエアライン
- ・シアン



### プラットフォームビジネス

(商品を販売する主体)

- ・もしも
- ・オークファン
- ・ショップエアライン

### サイクルビジネス

(商品を保有する主体)

- ・デファクトスタンダード

## 4. 今期の業績予想

# 今期の連結業績予想

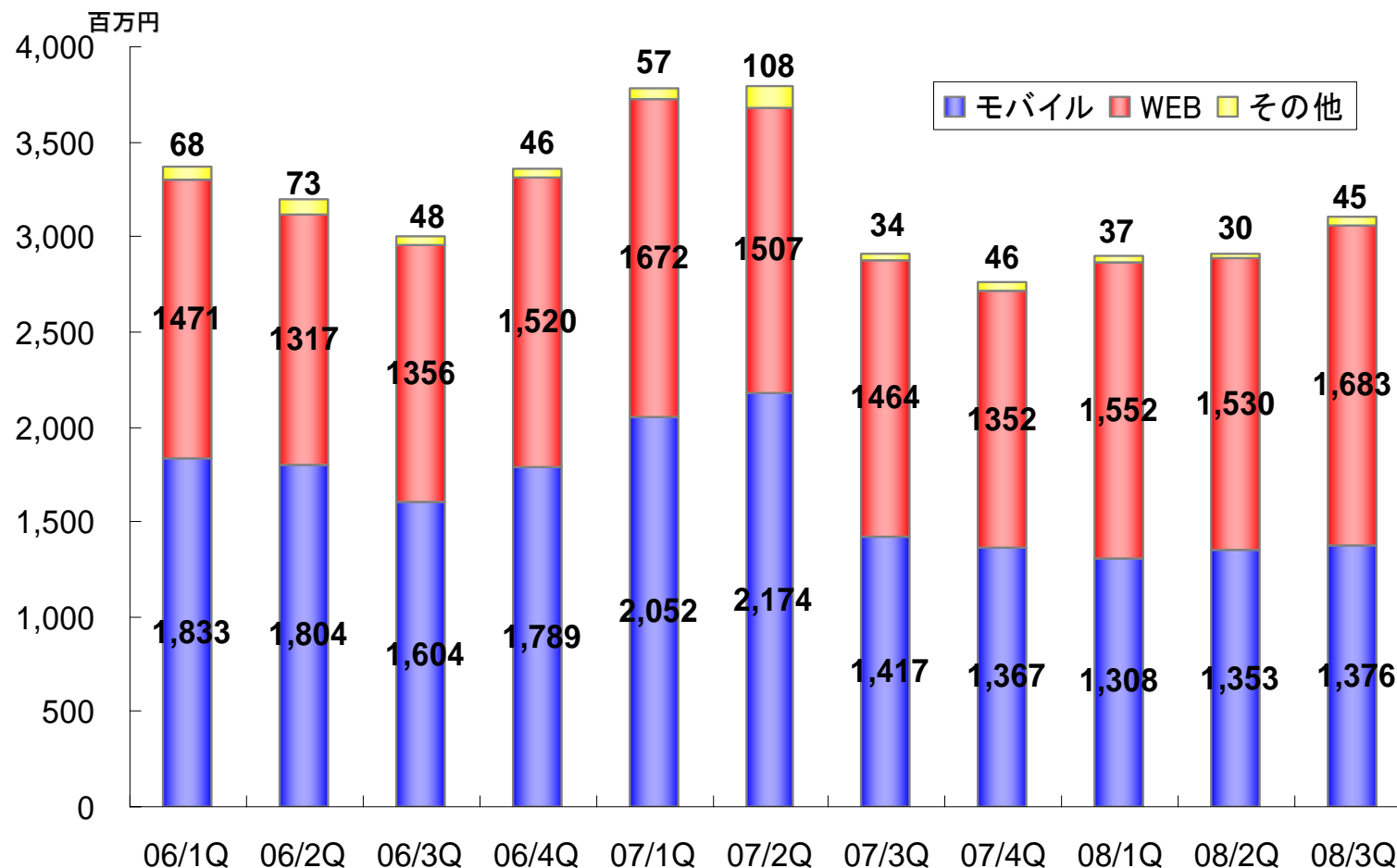
- － 売上高予想は、連結では変更なし、セグメント別を修正
- － 利益は、3Q累計で既に通期予想を上回っているが、
  - ・引き続き、ショップエアライン、海外関連新規事業に先行投資を行っていく方針であること
  - ・投資事業組合運用損等の下振れリスクも考慮し、通期予想は据え置く

単位：百万円	第3Q累計（実績）	通期（予想）
<b>売上高</b>	8,916	12,000
ギャザリング事業	7,938	10,700
コマースインキュベーション事業	1,041	1,460
<b>営業利益</b>	271	<b>210</b>
（営業利益率）	3.0%	1.8%
ギャザリング事業	386	460
（営業利益率）	4.8%	4.3%
コマースインキュベーション事業	△ 85	△ 200
<b>経常利益</b>	227	100
<b>当期純利益</b>	67	20

# 参考資料



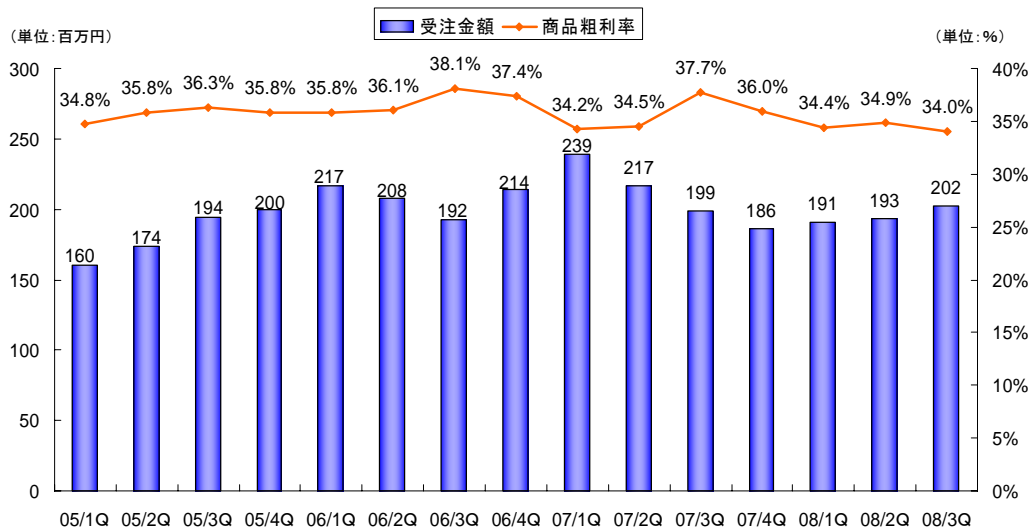
# 販売チャネル別売上高の推移(連結)



※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

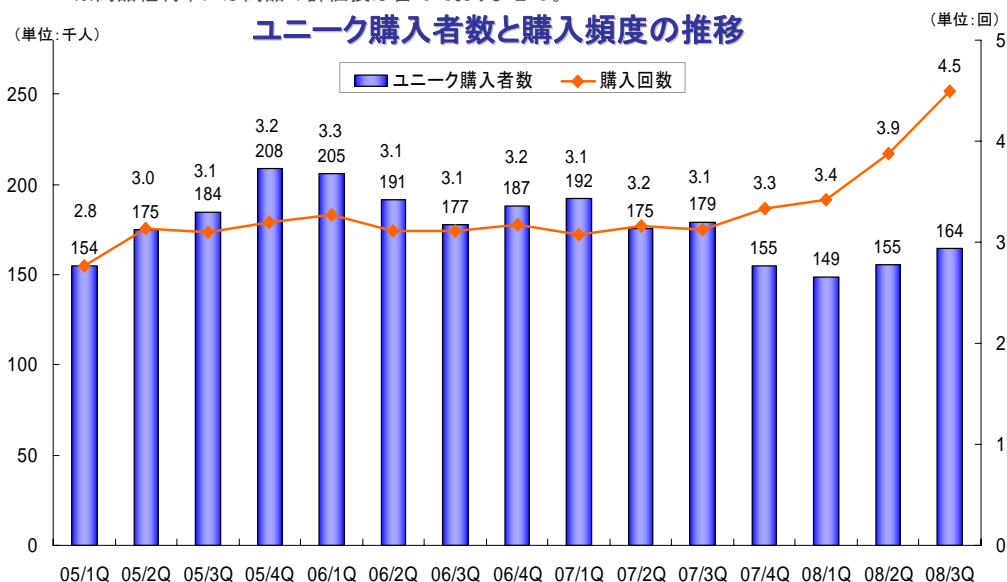
## 週平均受注高と商品粗利率の推移



- ー 週平均受注高は、3四半期連続増加  
3Qとしては過去最高
- ー 商品粗利率は、戦略的な低価格商品  
による集客の結果、0.9ポイント低下

※商品粗利率には商品の評価損は含んでおりません。

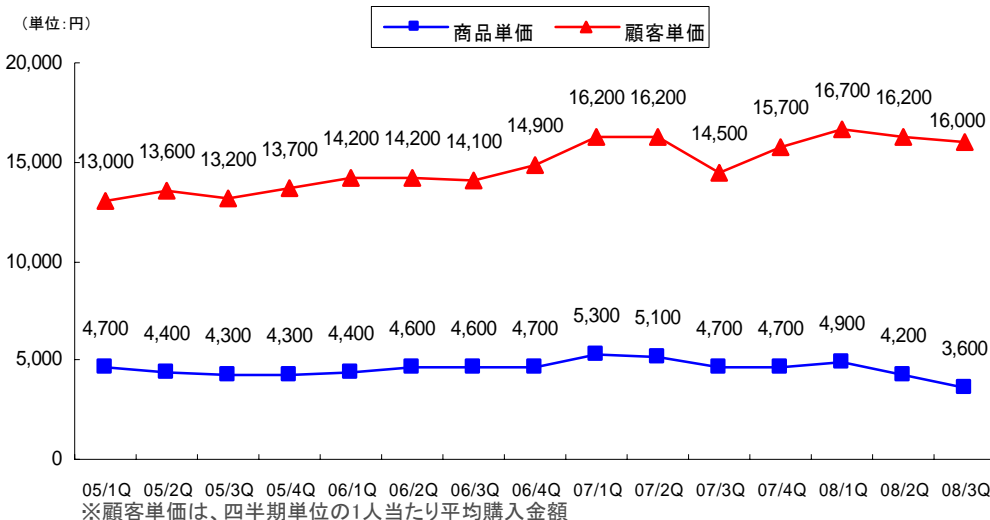
## ユニーク購入者数と購入頻度の推移



- ー ユニークユーザー数は、増加傾向
- ー 24バリュー(24時間限定販売)が、  
好調に推移し、1人あたり平均購入  
回数が増加

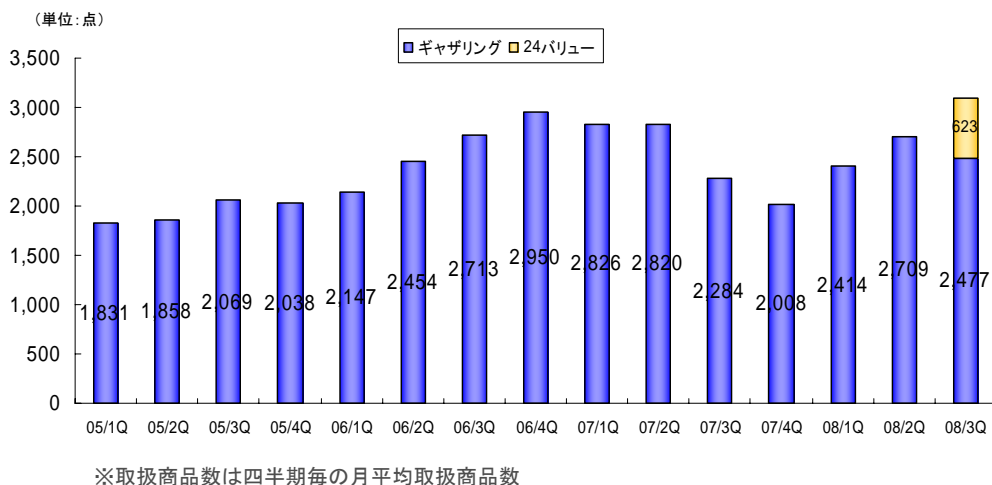
# ギャザリング事業 主要指標②

## 商品単価と顧客単価の推移



一 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傾向

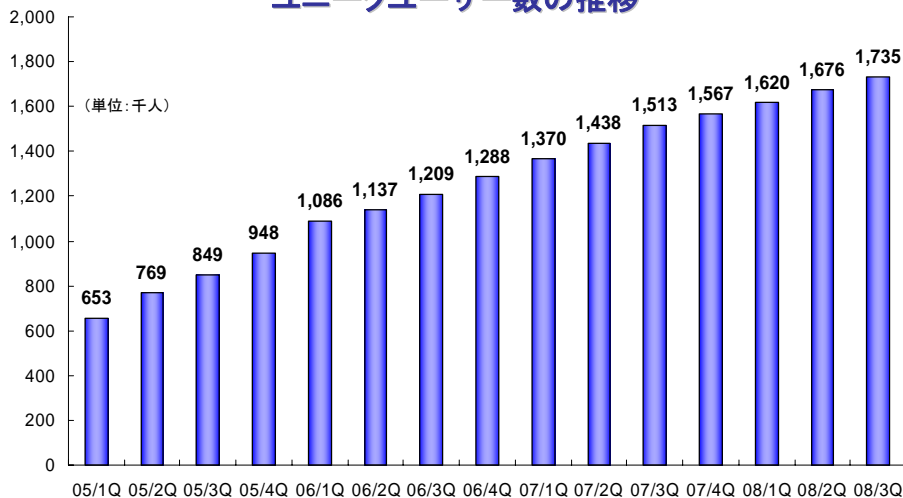
## 月平均取扱商品数の推移



一 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

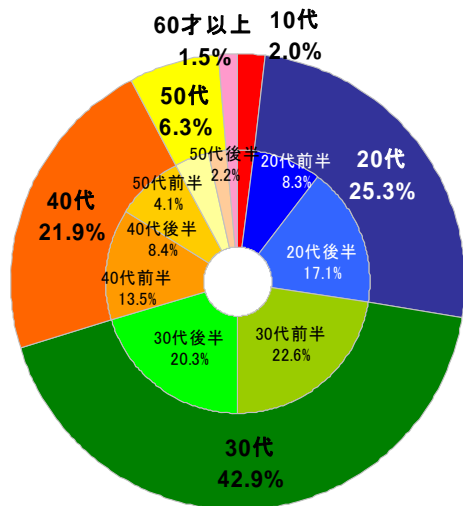
# ギャザリング事業 主要指標③

ユニークユーザー数の推移

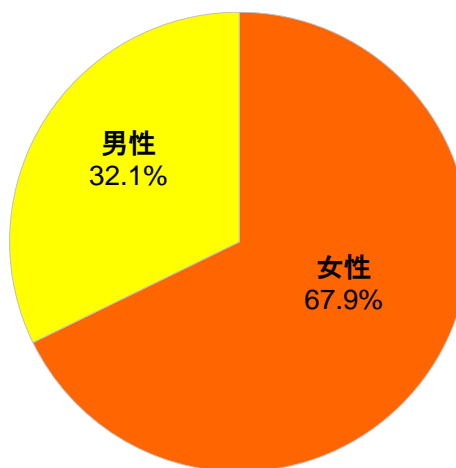


— 新規顧客数の増加は58千人

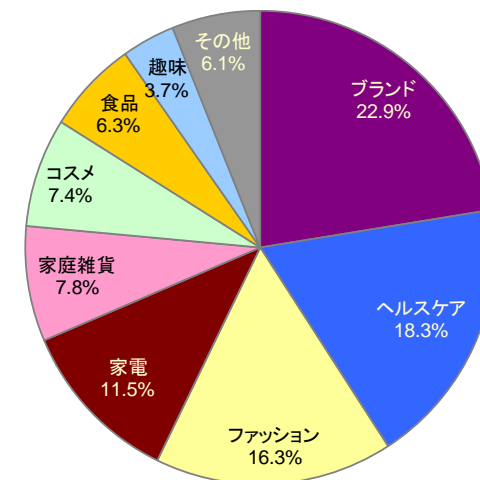
年齢別構成比



男女別構成比



ジャンル別売上高



# グループ役職員の構成

08 2Q末

連結役職員数186名  
(うち アルバイト39名)

08 3Q末

連結役職員数216名  
(うち アルバイト54名)  
(うち 派遣社員 2名)

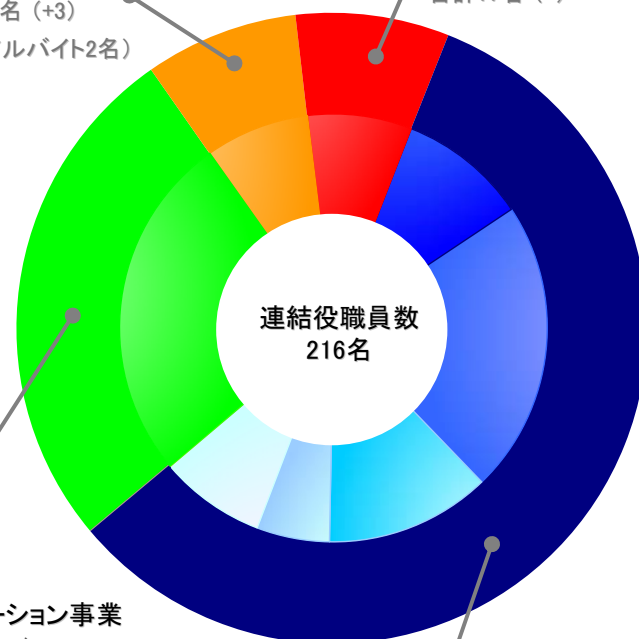
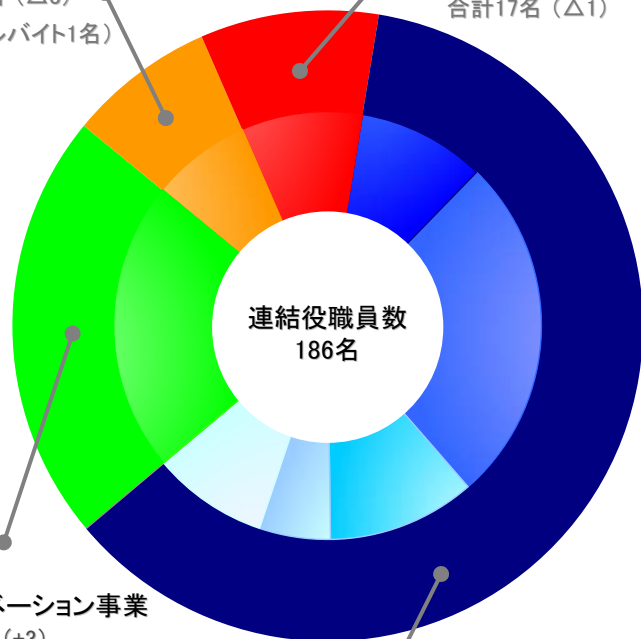
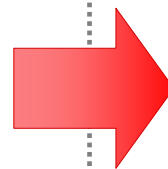
≫ 管理部門  
 合計14名 (Δ3)  
 (うち アルバイト1名)

≫ 役員 (取締役・監査役・執行役員)  
 合計17名 (Δ1)

≫ 管理部門  
 合計17名 (+3)  
 (うち アルバイト2名)

≫ 役員 (取締役・監査役・執行役員)  
 合計17名 (-)

前Q比 30名増  
 (社員 13名増  
 アルバイト15名増  
 派遣 2名増)



≫ 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)

≫ コマース  
 インキュベーション事業  
 合計57名 (+16)  
 (うち アルバイト28名)  
 (うち 派遣社員 2名)

≫ ギャザリング事業  
 合計114名 (Δ2)

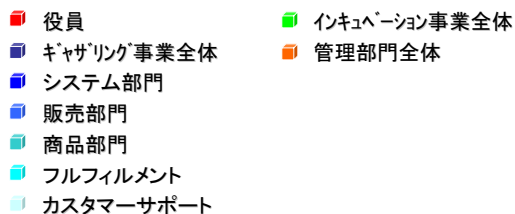
- ・システム部門 18名
- ・販売部門 49名
- ・商品部門 21名
- ・フルフィルメント 10名
- ・カスタマーサポート 16名

(うち、アルバイト22名)

≫ ギャザリング事業  
 合計125名 (+11)

- ・システム部門 21名
- ・販売部門 48名
- ・商品部門 27名
- ・フルフィルメント 12名
- ・カスタマーサポート 17名

(うち アルバイト24名)



※( )内は前Q比