

決算説明資料

2008年9月期 第4四半期(7-9月)及び通期



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4四半期及び通期決算の概要

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. 今期の成長戦略と業績予想

参考資料

1. 第4四半期及び通期決算の概要

常務取締役 兼 CFO 中村 浩二

連 結

売上高は前Q同水準、
新規事業の先行投資により
赤字

売上高 : 3,101百万円 (前Q比 0.1%減)
営業利益 : △12百万円 (前Q比 116.1%減)
経常利益 : △37百万円 (前Q比 150.5%減)

ギャザリング事業

売上高は前Q同水準

売上高 : 2,741百万円 (前Q比 0.3%増)

購入者数同水準

ユニーク購入者数: 164千人 (前Q比同数)

平均単価上昇

平均単価: 3,800円 (前Q比 5.5%増)

購入回数増加

購入回数: 4.7回 (前Q比 4.6%増)

営業利益減益

営業利益 : 59百万円 (前Q比 43.3%減)

コマースインキュベーション事業

売上高は季節性あり微減
営業損失は新規事業分拡大

売上高 : 376百万円 (前Q比 3.2%減)
営業損失 : △70百万円 (前Qは△39百万円の損失)

【連結】 損益(四半期)の概要

- 一 売上高は、前Q同水準
- 一 新規事業への先行投資により、営業利益以下は赤字

単位:百万円	前四半期 08年3Q (4-6月)	当四半期 08年4Q (7-9月)	前Q比	前年同期 07年4Q (7-9月)	前年同期比
売上高	3,104	3,101	△ 0.1%	2,769	11.9%
売上総利益	1,222	1,188	△ 2.8%	1,109	7.1%
売上総利益率	39.3%	38.3%	△ 1.0p	40.0%	△ 1.7p
販売費及び一般管理費	1,146	1,200	4.7%	939	27.8%
販管費率	36.9%	38.7%	1.7p	33.9%	4.8p
営業利益	76	△ 12	△ 116.1%	169	△ 107.2%
営業利益率	2.4%	△ 0.4%	△ 2.8p	6.1%	△ 6.5p
経常利益	73	△ 37	△ 150.5%	114	△ 132.6%
経常利益率	2.3%	△ 1.2%	△ 3.5p	4.1%	△ 5.3p
特別利益	0	57	-	32	73.6%
特別損失	0	32	-	209	△ 84.5%
当期純利益	31	△ 42	△ 232.9%	57	△ 173.8%
当期純利益率	1.0%	△ 1.3%	△ 2.3p	2.0%	△ 3.4p

①特別利益 07/4Q : 持分変動益(オークファンの増資による)
08/4Q : 持分変動益(もしもの増資による)

②特別損失 07/4Q : 投資有価証券評価損
08/4Q : 投資有価証券評価損

事業セグメント別損益(四半期)の概要

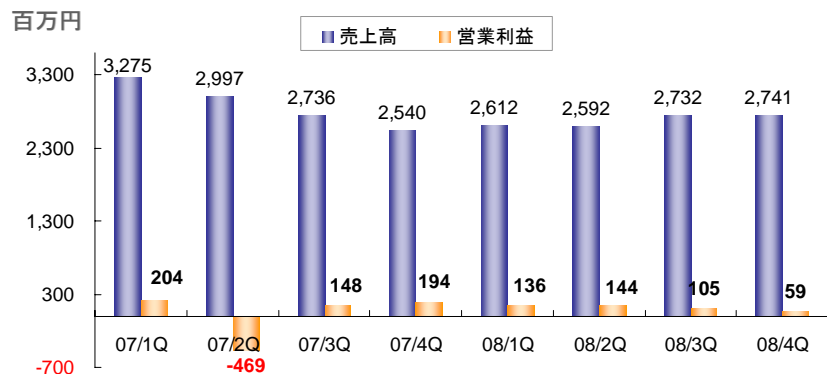
- ー ギャザリング事業は売上高微増となったが、低価格戦略による売上高総利益率の低下(1.0ポイント)と広告宣伝費、システム開発費等販管費の増加により営業利益は減益
- ー コマースインキュベーション事業は、季節性があり、売上高は微減、新規事業(グローバル関連事業)の準備コストが先行し、損失幅は拡大

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3Q (4-6月)	当四半期 08年4Q (7-9月)	前Q比	前四半期 08年3Q (4-6月)	当四半期 08年4Q (7-9月)	前Q比
売上高	2,732	2,741	0.3%	389	376	△ 3.2%
売上総利益	1,072	1,046	△ 2.3%	151	142	△ 5.5%
売上高総利益率	39.2%	38.1%	△ 1.0p	38.7%	37.8%	△ 0.9p
販売管理費	966	986	2.1%	190	213	12.3%
販売管理費率	35.3%	36.0%	0.6p	48.8%	56.6%	7.8p
営業利益	105	59	△ 43.3%	△ 39	△ 70	—
営業利益率	3.8%	2.1%	△ 1.6p	△ 10.0%	△ 18.8%	△ 8.7p

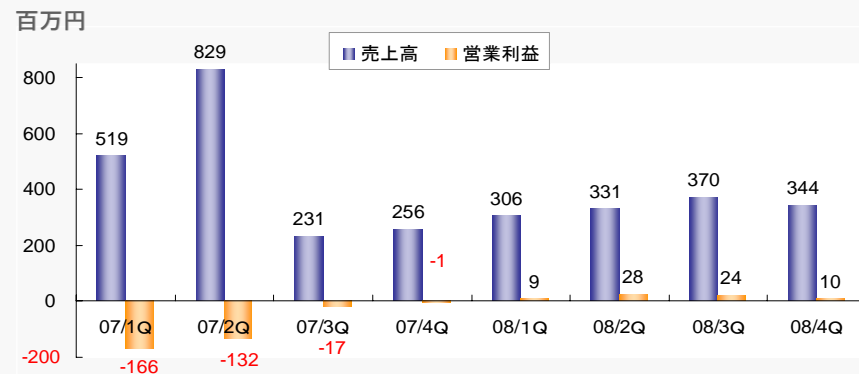
事業セグメント別損益(四半期)の推移

ー コマースインキュベーション事業は、新規事業の先行投資により赤字幅が拡大

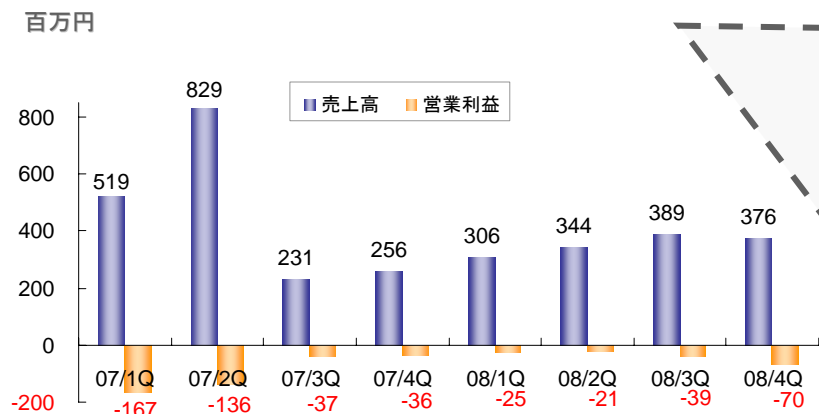
ギャザリング事業



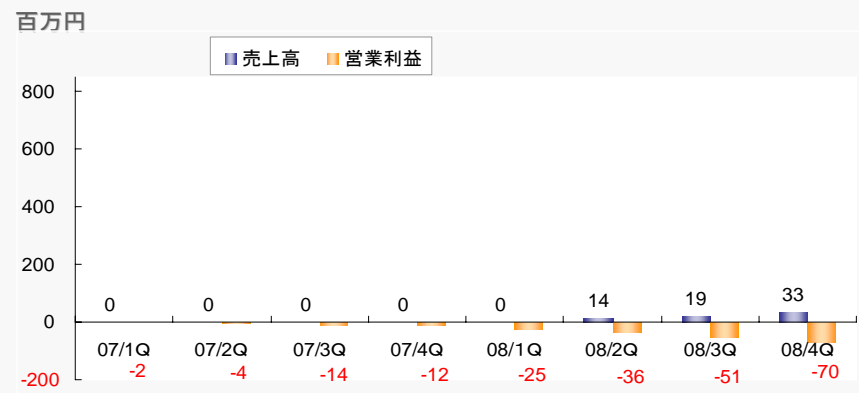
国内事業



コマースインキュベーション事業



グローバル関連事業



※07/3Qよりエムシープラスを連結から持分法に移行

【連結】 損益(通期)の概要

- ー 売上高は、前期比で9.3%減
- ー 営業利益以下は、前期の構造改革により、赤字から黒字転換

単位:百万円	発表予想 08年9月期	当期実績 08年9月期	予想比	前期 07年9月期	前期比
売上高	12,000	12,017	0.1%	13,256	△ 9.3%
売上総利益	-	4,700	-	4,848	△ 3.0%
売上高総利益率	-	39.1%	-	36.6%	2.5p
販売管理費	-	4,441	-	5,202	△ 14.6%
販管费率	-	36.9%	-	39.2%	△ 2.2p
営業利益	210	258	22.9%	△ 353	-
営業利益率	1.8%	2.1%	0.4p	△ 2.7%	4.8p
経常利益	100	190	90.0%	△ 584	-
経常利益率	0.8%	1.5%	0.7p	△ 4.4%	6.0p
特別利益	-	94	-	315	△ 69.9%
特別損失	-	86	-	592	△ 85.4%
当期純利益	20	25	25.0%	△ 676	-
当期純利益率	0.2%	0.2%	0.0p	△ 5.1%	5.3p

①特別利益 今期 : 持分変動益(もしも、オークファン)
 前期 : 関係会社株式売却益(エムシープラス)

②特別損失 今期 : 投資有価証券評価損、本社移転に伴う臨時償却
 前期 : 投資有価証券評価損、システム等の減損損失、事業再構築損失

事業セグメント別損益(通期)の概要

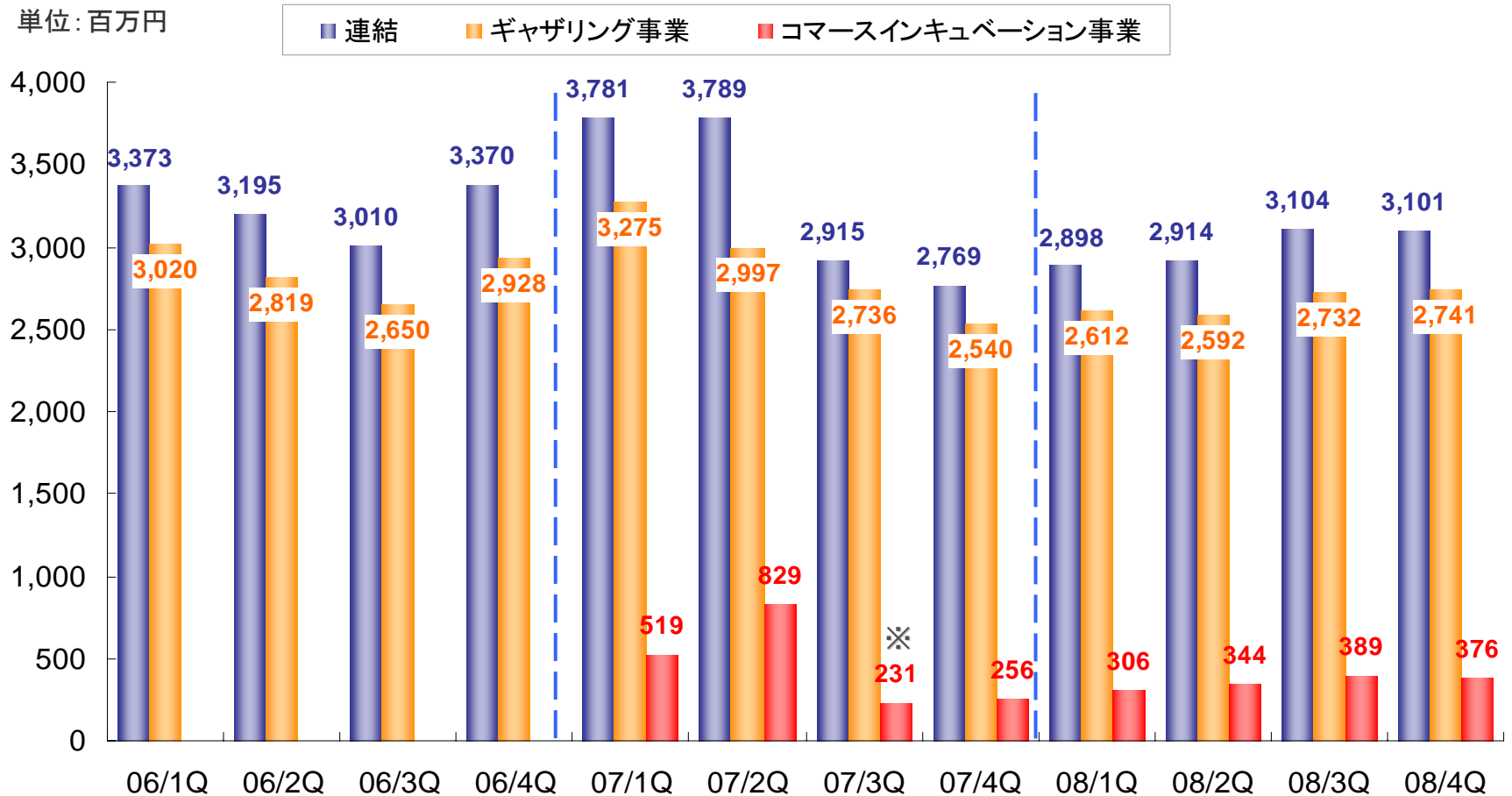
- ー ギャザリング事業は、前期の構造改革で、非効率な売り場の統廃合等を実施したため、売上高は減少したが、営業利益はコスト削減により大幅に改善
- ー コマースインキュベーション事業は、エムシープラスの連結子会社から持分法適用会社への移行により、売上高は減少したが、営業損失は大幅に減少

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		
	前期 07年9月期	当期 08年9月期	前期比	前期 07年9月期	当期 08年9月期	前期比
売上高	11,549	10,679	△ 7.5%	1,837	1,417	△ 22.8%
売上総利益	4,156	4,164	0.1%	692	537	△ 22.4%
売上高総利益率	35.9%	38.9%	3.0p	37.6%	37.8%	0.2p
販売管理費	4,079	3,717	△ 8.8%	1,069	693	△ 35.1%
販売管理费率	35.3%	34.8%	△ 0.5p	58.1%	48.9%	△ 9.2p
営業利益	76	446	480.1%	△ 377	△ 156	—
営業利益率	0.6%	4.1%	3.5p	△ 20.5%	△ 11.0%	9.4p

【連結】 売上高の推移

- ーギャザリング事業は、厳しい市場環境の中、堅調に推移
- ーコマースインキュベーション事業は、バリューサイクル事業の季節性があり微減

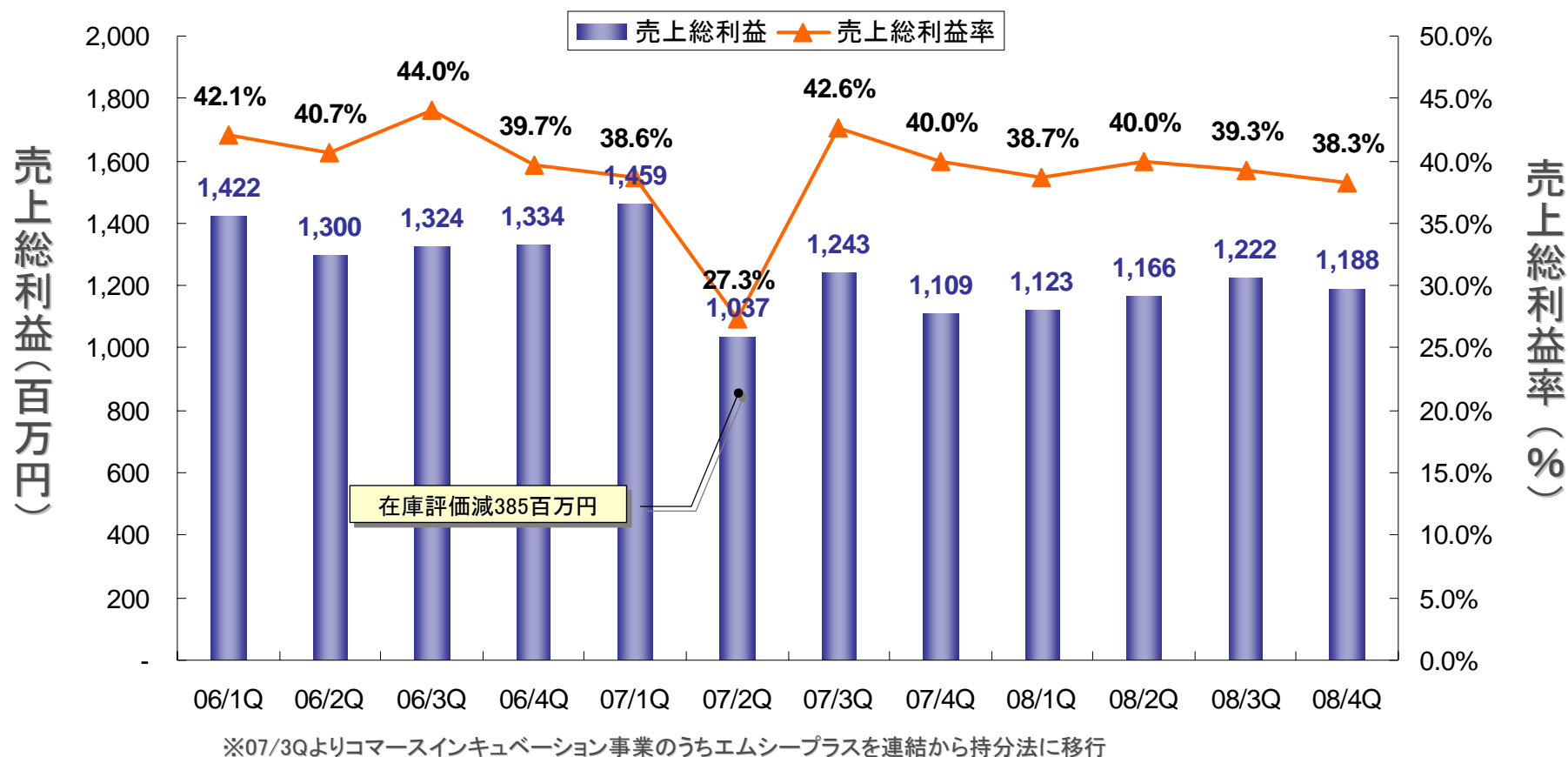
単位: 百万円



※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

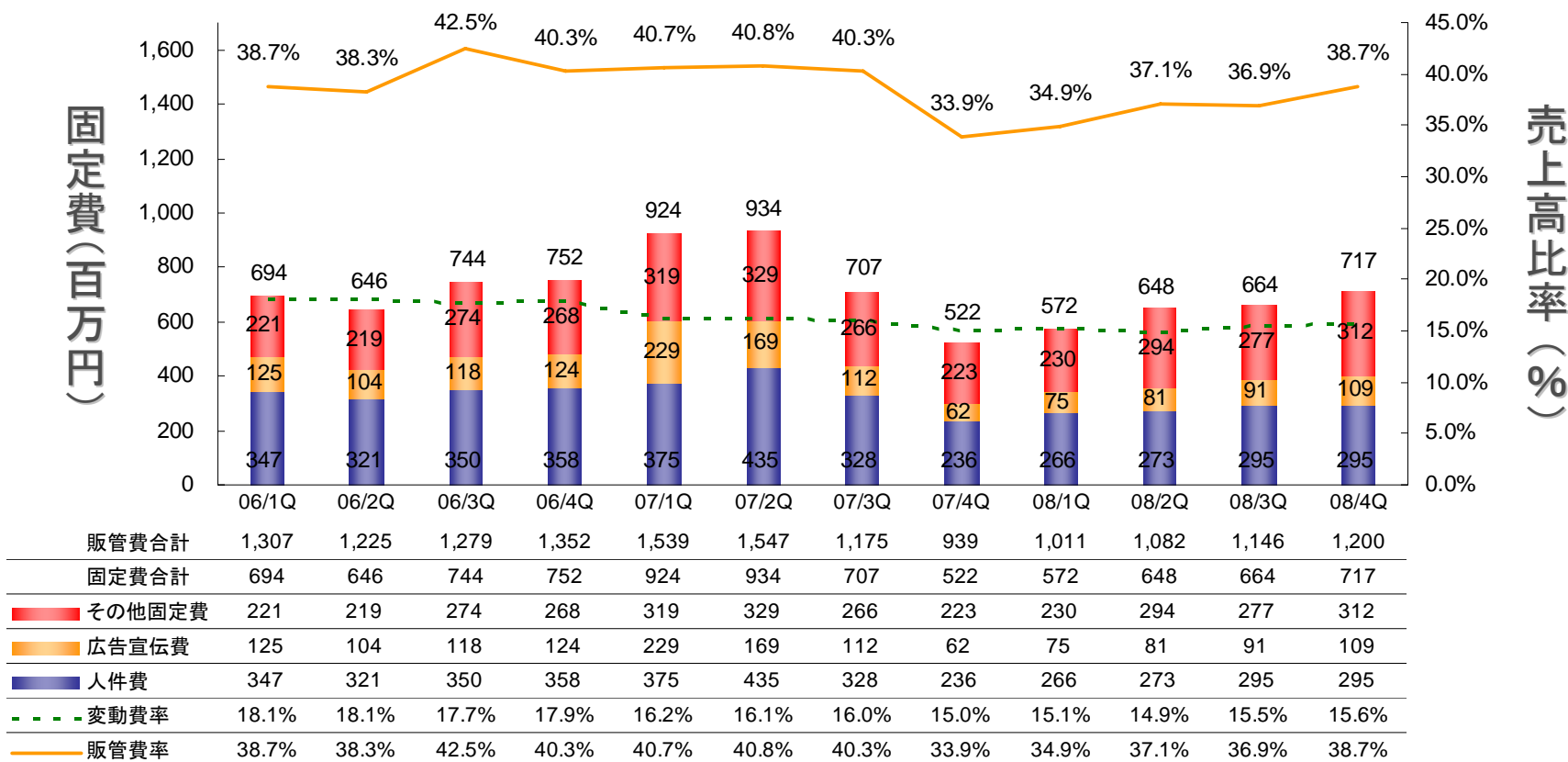
【連結】 売上総利益の推移

ー ギャザリング事業において、低価格戦略に対応した施策等により売上高総利益率が1.0ポイント低下



【連結】 販管費の推移

- 一 販管費率は1.9ポイント上昇
 広告宣伝費の増加(一部計上タイミングの変更による増加)、システム開発費等が増加
- 一 変動費率は前Q同水準



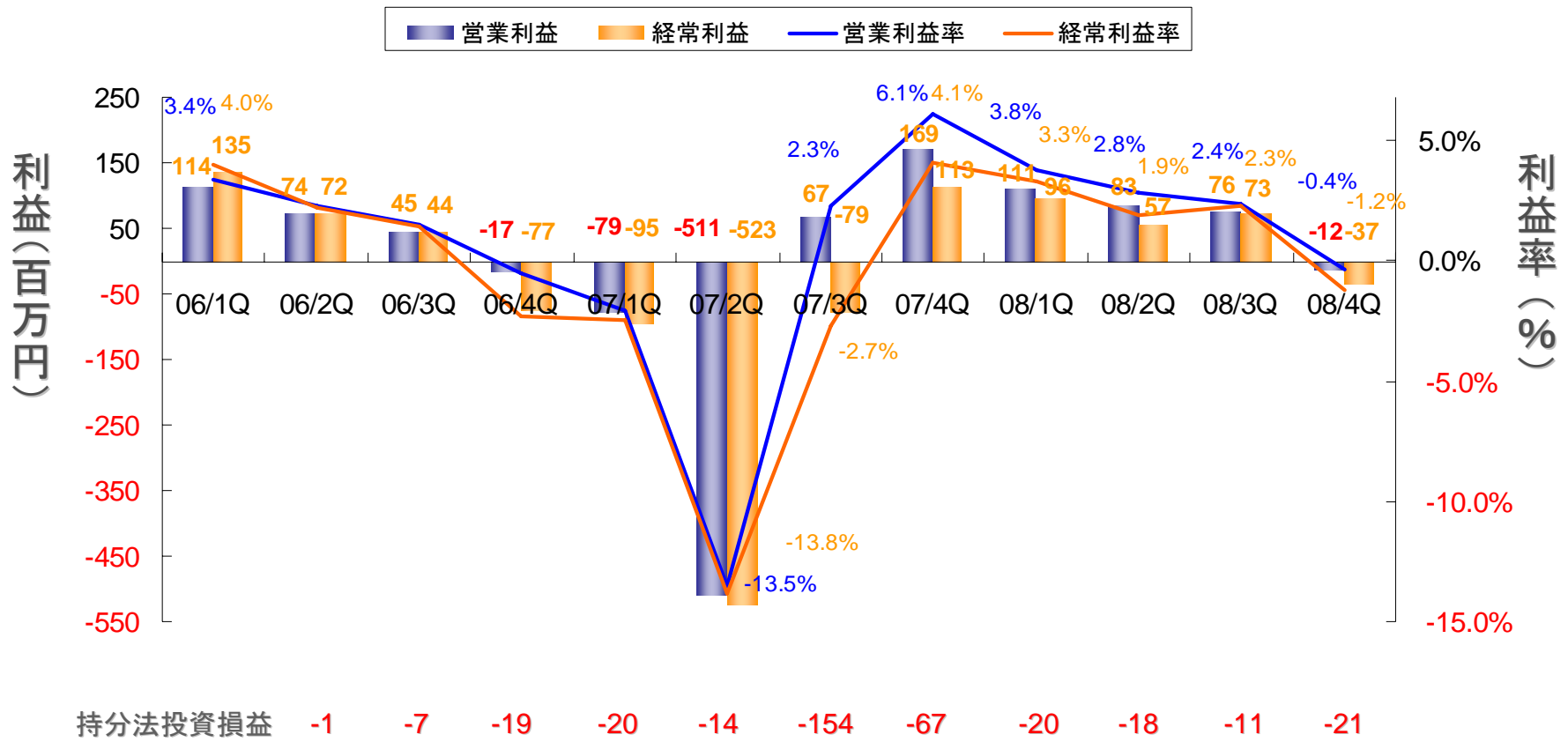
※07/3Qよりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行

※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

ー ギャザリング事業の粗利率の低下(低価格戦略)と販管費の増加(広告宣伝費、システム開発費等の増加等)による営業利益の減益とコマースインキュベーション事業(グローバル関連事業)の先行投資による営業損失

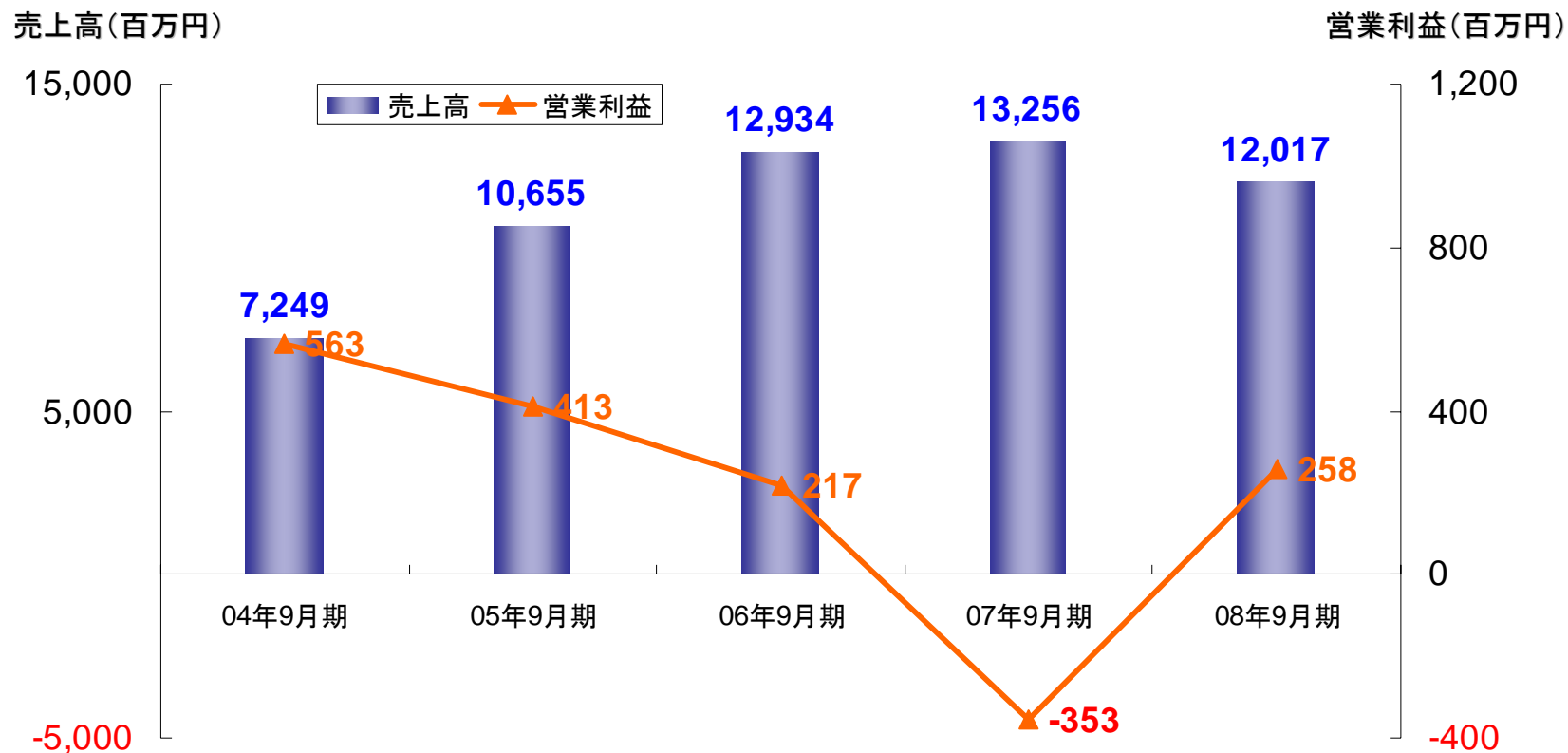
ー 季節性による持分法投資損失の拡大による経常損失



※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】 通期 売上高・営業利益の推移

－ 前期の構造改革により、売上は減少となるも、営業利益は黒字転換



【連結】 資産・負債の推移

ー バランスシートの改善のため短期借入金を一部返済

単位:百万円	前四半期末 08年3Q末 (6月末)	当四半期末 08年4Q末 (9月末)	前Q比	増減内容
流動資産	3,919	3,537	△ 382	
現預金	2,240	1,944	△ 296	短期借入金の返済
売掛金	1,262	1,173	△ 89	
商品	128	122	△ 6	
固定資産	2,331	2,320	△ 10	
有形固定資産	221	213	△ 8	
無形固定資産	554	574	19	
投資等	1,555	1,533	△ 21	
流動負債	1,990	1,625	△ 365	短期借入金の返済
買掛金	941	837	△ 104	
短期借入金	500	200	△ 300	
固定負債	20	19	△ 1	
純資産	4,240	4,213	△ 26	
総資産	6,251	5,858	△ 393	

【連結】 キャッシュ・フローの推移

ー バランスシートの改善のため短期借入金を一部返済

単位：百万円	前四半期 08年3Q (4-6月)	当四半期 08年4Q (7-9月末)	前Q比	増減内容
営業活動による キャッシュ・フロー	69	29	△ 40	
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 441	△ 45	396	
財務活動による キャッシュ・フロー	0	△ 280	△ 280	短期借入金の返済
現金及び現金 同等物の増減	△ 372	△ 298	—	
現金及び現金 同等物の期末残高	2,240	1,994	△ 246	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

市場環境

ユーザーのニーズ

不景気
&
円高

まとめ買いで
安く購入したい

ギャザリング事業

持ち物を現金化したい

バリューサイクル事業

円高を利用して
安く購入したい

グローバルショッピング事業

セカンドビジネスで
稼ぎたい

ドロップ SHIPPING 事業

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

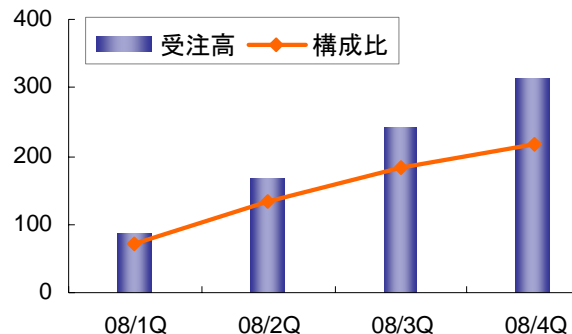
1週間単位のギャザリングに加えて、24時間限定販売の「24バリュー」を毎日開催



- 過去のヒット商品の限定値下げ・在庫数の少ない商品・レアもの等を販売
- 「最速」「最安」をテーマに掲げ、お客様とサプライヤー双方にメリットの高いサービスを提供

24バリューの受注高と構成比の推移

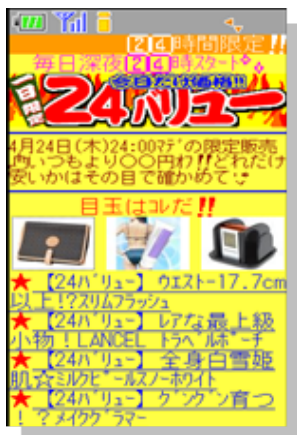
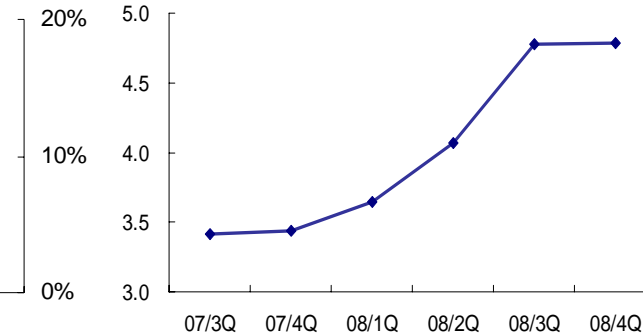
受注高(百万円)



自社サイトでの購入回数の推移

構成比

回



受注高は順調に増加
当面、構成比20%を目標

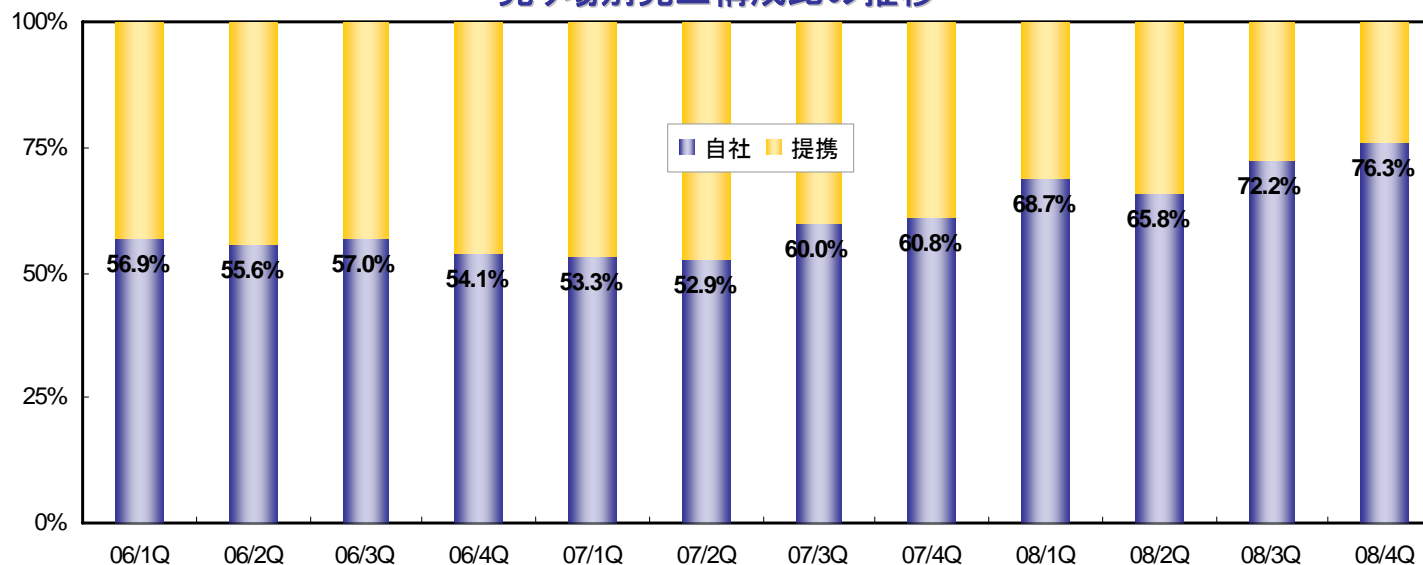
毎日開催(商品入替え)
により自社サイトの購入
回数が増加

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



「商品企画ギャザ」

タレントと共にオリジナルTシャツを企画し、
2,000枚以上販売

1,200枚以上の注文で初めて制作する
集まれば手に入るギャザリング

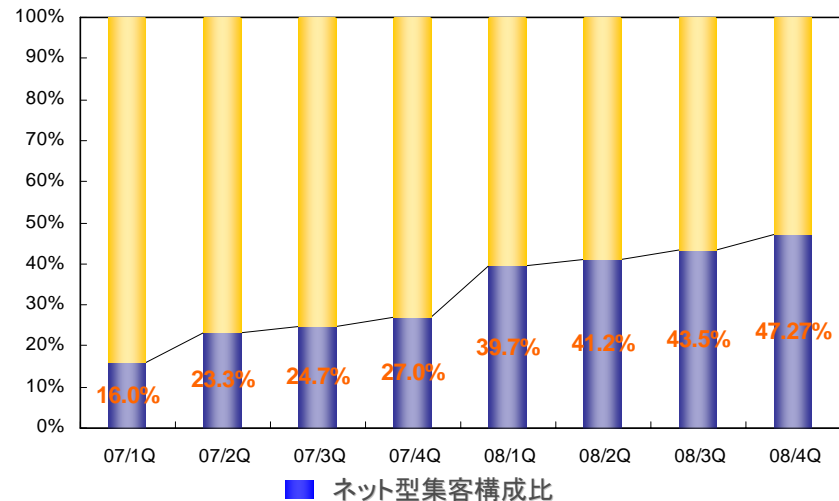


「商品企画ギャザ」

タレントとブランドとのコラボレーションにより
ネットプライス限定バージョンのバッグを販売
受注数に応じて特典が増えるギャザリング

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



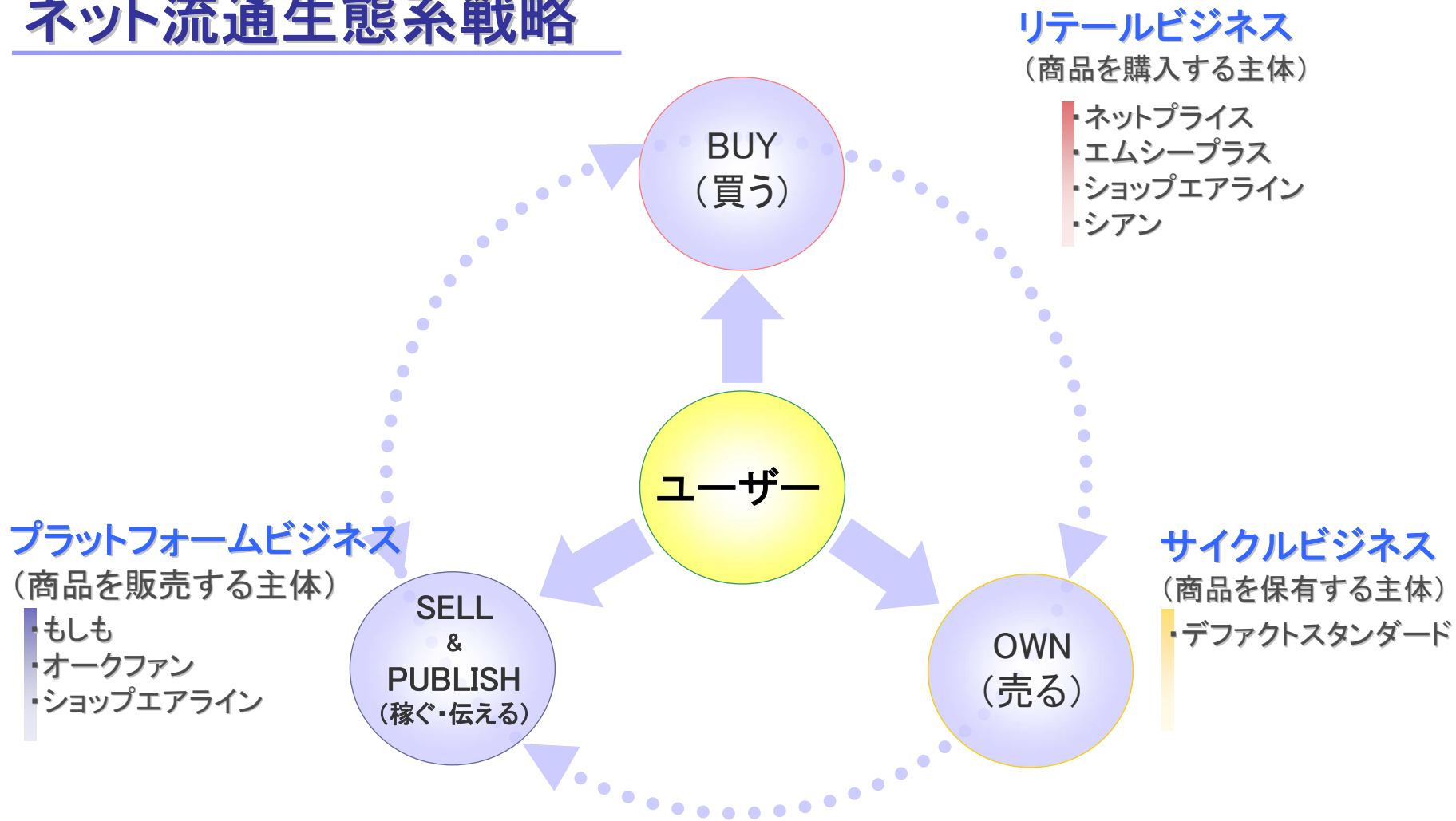
コミュニティの評価・コメントを
ランキングとして反映
購入時の参考情報として、
購入のしやすさを充実

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47%

※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

ネット流通生態系戦略



グループ各社の事業概要



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

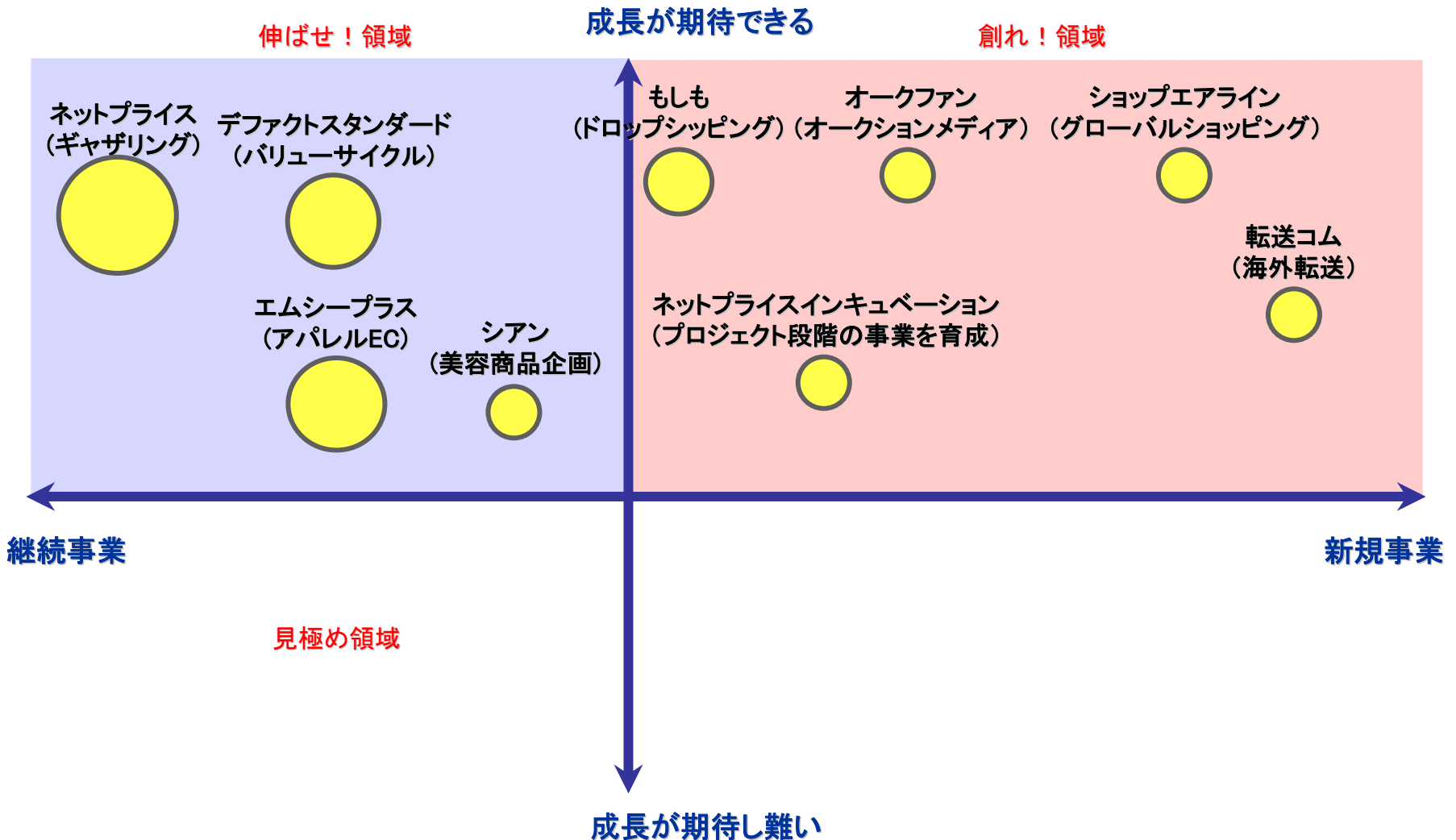


モバイル、WEB、雑誌メディアを連動させた、アパレルECを展開 ティーン向けカジュアルからアラウンド30向けのハイブランドまでを網羅



海外居住者向けに、日本の商品を海外発送代行するサービスを展開 現段階では、日本語・英語・中国に対応

ー ニッチ市場でNo.1を目指す新業態を積極的に開発



2-2-1. コマースインキュベーション 主な国内事業の状況

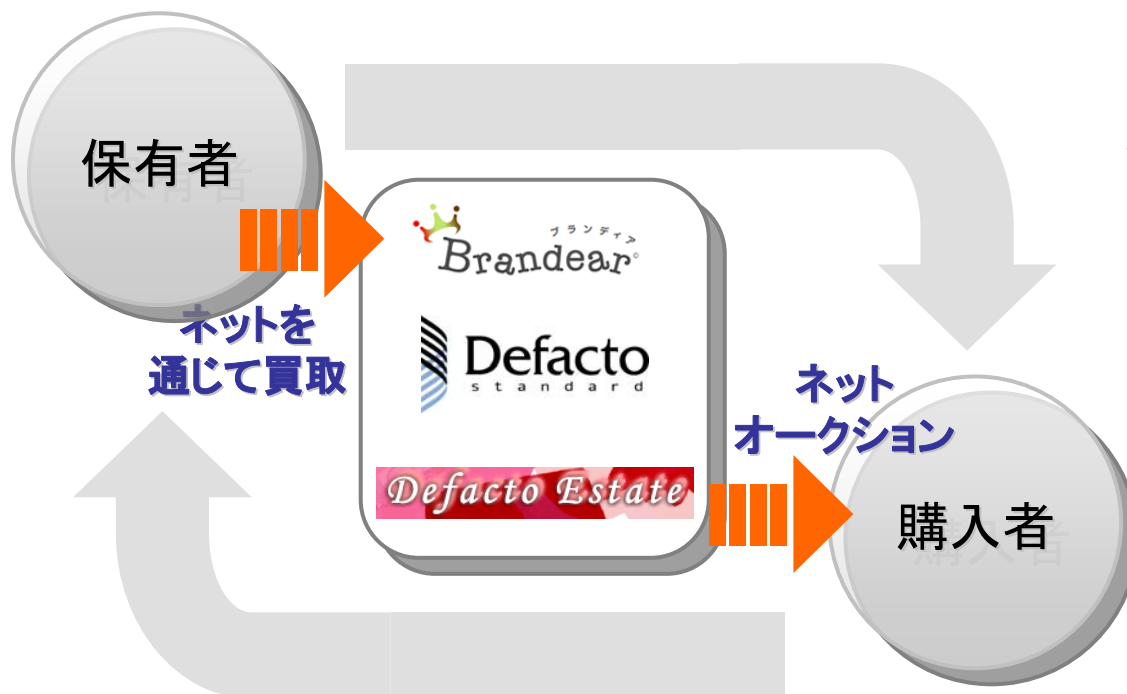


株式会社デファクトスタンダード

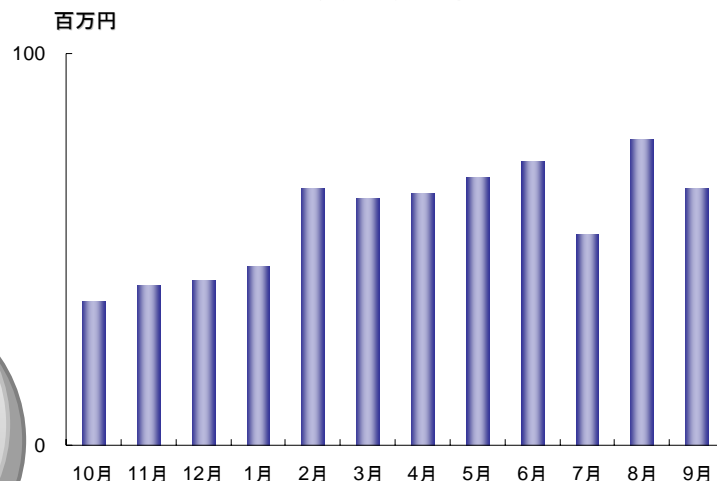
(連結子会社)

ネット買取
NO.1

ネットを使った循環型ビジネス
ブランド買取検索No.1サイト「ブランディア」にてニッポン放送
とも提携し買取額拡大
(黒字事業)



買取額の推移

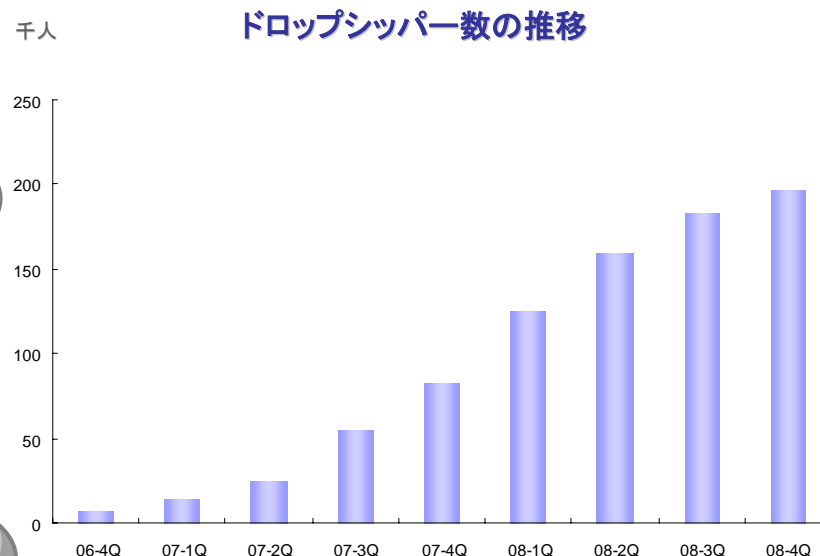
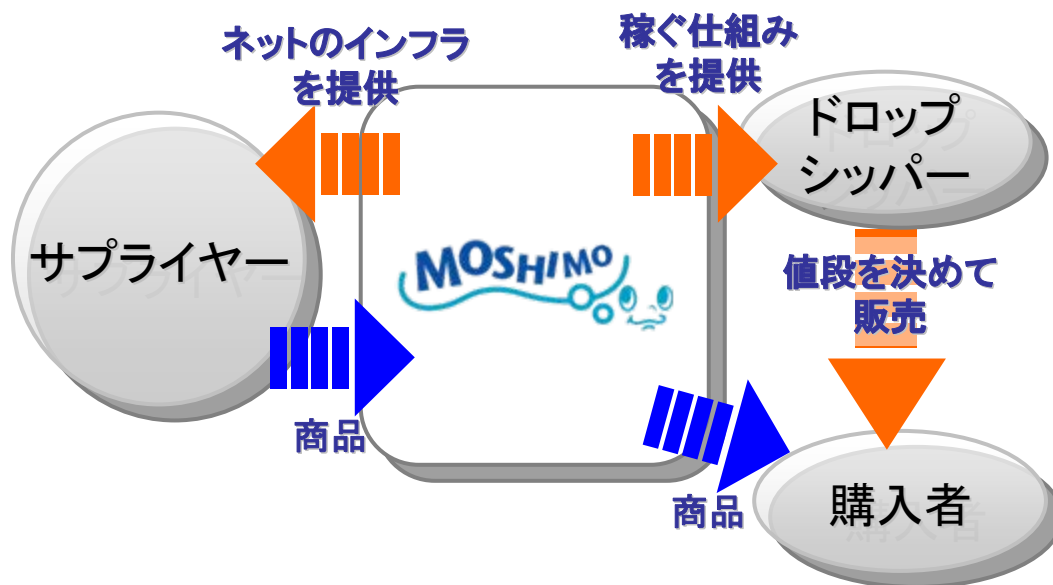




株式会社もしも
(持分法適用会社)

ドロップ
SHIPPING
NO.1

- ・ 販売ドロップシッパーは**20万人**を突破
- ・ 初心者向け販売サイト作成支援サービスをさらに改善(**超できすぎ君**)
- ・ **日本No.1**のドロップSHIPPING企業





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

- ・月間利用ユーザー150万人(PC)、30万人(MOBILE)
- ・落札商品データ数 4億1000万件
- ・総流通データカバレッジ 2兆4000億円以上
- ・オークションマーケットデータの国内標準
- ・Yahooウォレットと連携
- ・ユニークな事業ドメインで、オンリーワン企業

◆ 検索対象サイト

【オークション】



【ショッピング】



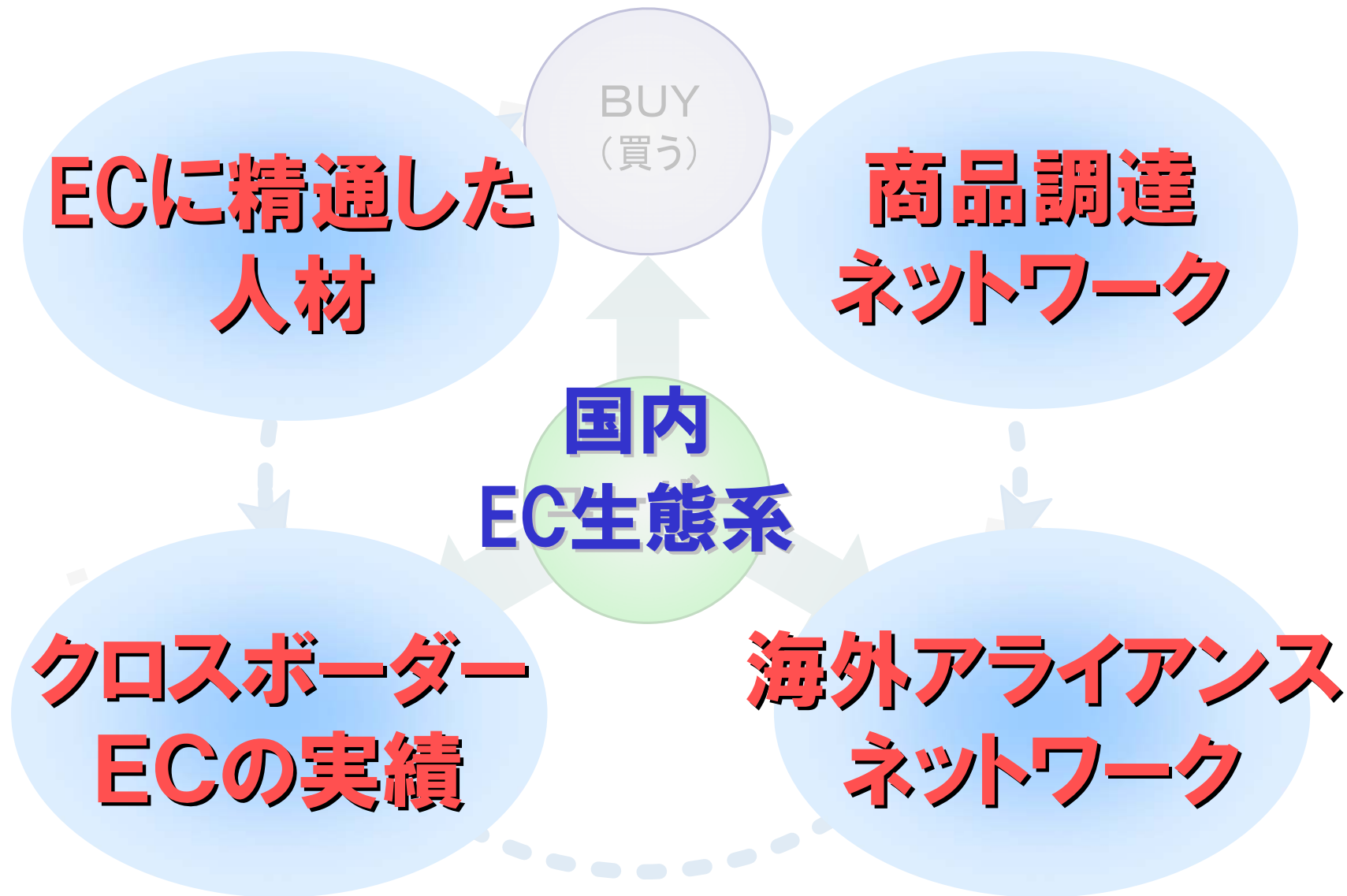
aucfan (オークション比較サイト)



aucfan widget



2-2-2. コマースインキュベーション 新規(グローバル関連)事業の状況



サプライヤーの課題

- ・海外チャンネルが作れない
- ・海外ノウハウ、人材がない
- ・国内環境が一気に悪化

この課題をそれぞれに解決する
ネットを使った
Intermediate (仲介、媒介) 的
サービスを構築

クロスボーダー ビジネス に対するニーズ

セラーの課題

- ・海外ノウハウ、人材がない
- ・海外ユーザーからの信用構築が困難
- ・海外顧客の獲得が難しい

ユーザーの課題

- ・国境を越える取引の不安感
- ・国境を越えて商品を販売してくれるセラーの不足
- ・取引コストが高い



株式会社ショップエアライン

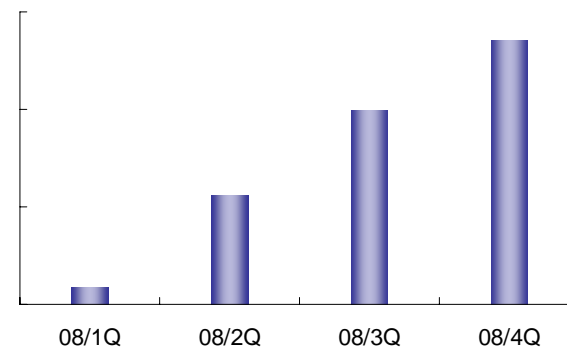
(連結子会社)

グローバル
ショッピング
NO.1

- ・円高ドル安を背景に、流通総額が増加中
売上高は流通総額ではなく、代行手数料のみ計上
- ・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
- ・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

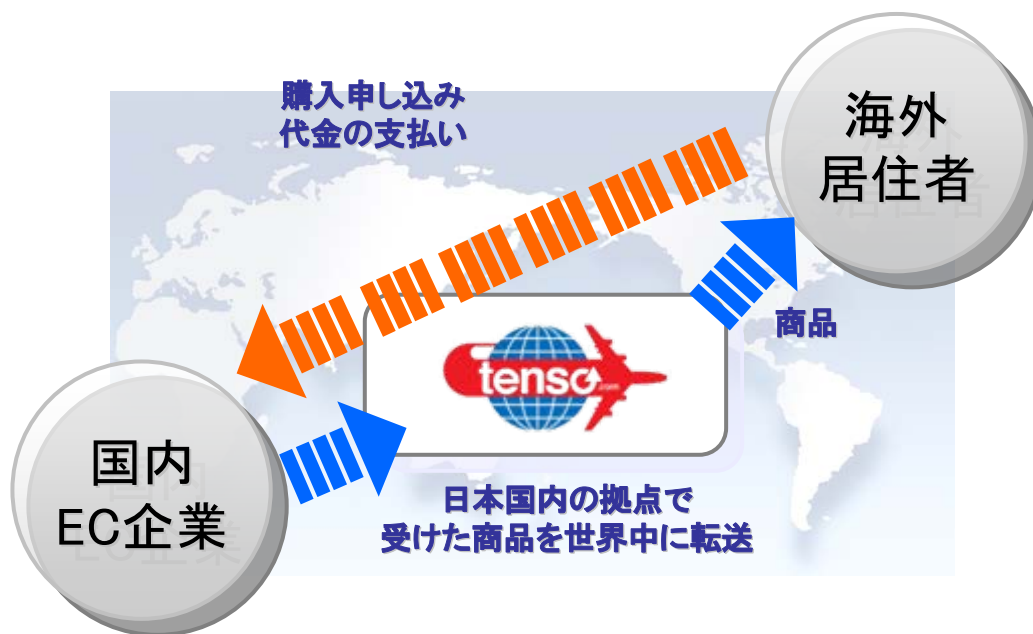




株式会社転送コム

(連結子会社)

- ・海外居住者向けに、日本の商品を海外発送代行(転送)するサービス
日本のECの海外展開を促進
- ・10月からサービス開始(日本語・英語・中国語)
- ・中国オンライン決済サービス大手アリペイ(支付宝)と事業連携



3. 今期の成長戦略と業績予想

- ① 不景気対応型低価格戦略
- ② コマースインキュベーション事業
の国内事業を全社単月黒字化
- ③ グローバル化の推進

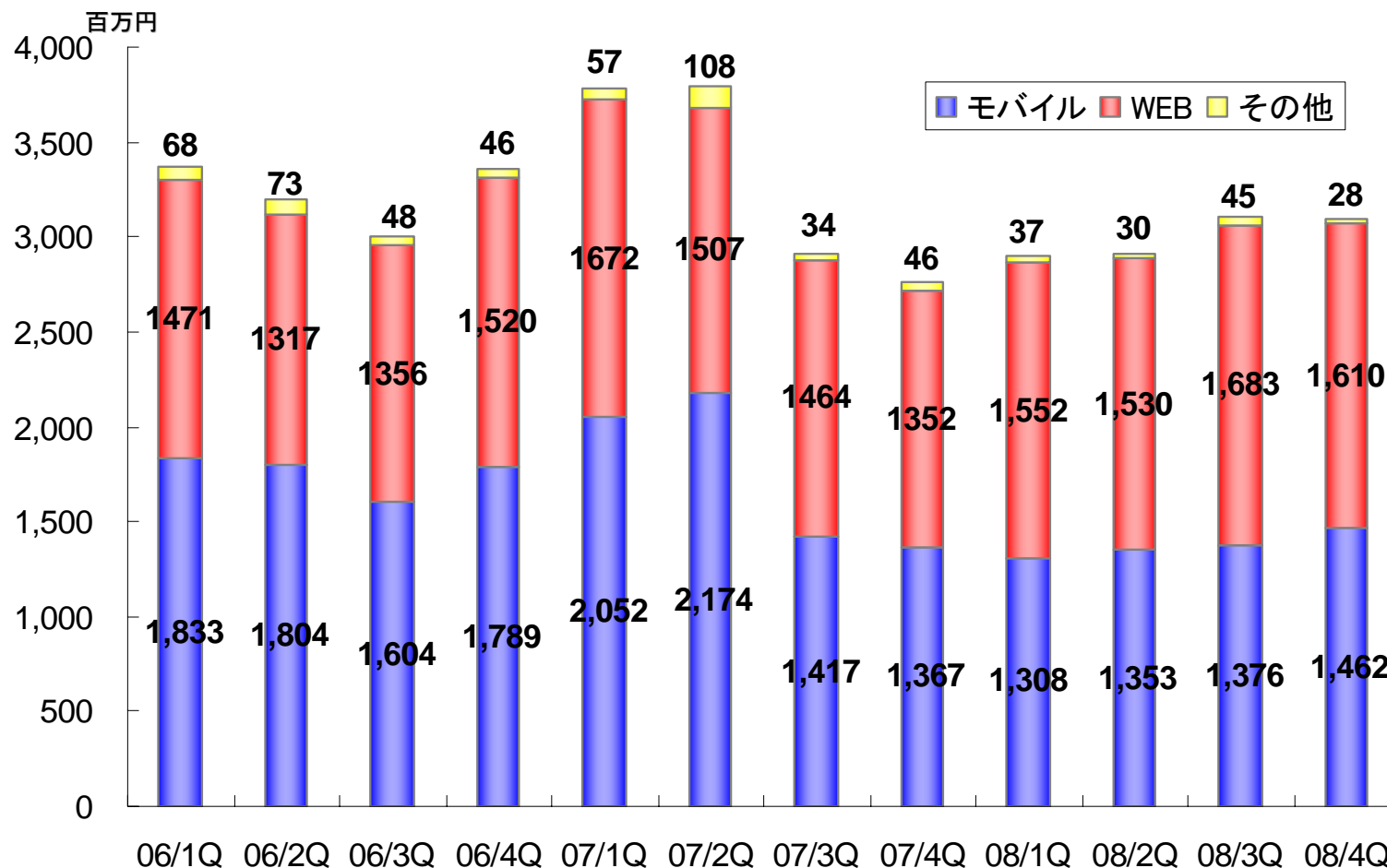
今期の連結業績予想

- ー 連結では増収減益予想
- ー ギャザリング事業は、市場環境が厳しいながらも、低価格戦略を推し進め増収増益を見込む
- ー コマースインキュベーション事業は、国内事業については今期中の
全社単月黒字化を見込み、グローバル関連事業は先行投資を見込む
特に上期においてコスト先行を見込む

単位：百万円	08年月9期(実績)			09年9月期(予想)			前期比
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	
売上高	5,812	6,205	12,017	6,400	6,800	13,200	9.8%
ギャザリング事業	5,205	5,473	10,679	5,600	5,800	11,400	6.7%
コマースインキュベーション事業	651	766	1,417	800	1,000	1,800	34.5%
営業利益	194	63	258	57	143	200	△ 22.7%
(営業利益率)	3.3%	1.0%	2.1%	0.9%	2.1%	1.5%	△ 0.6%
ギャザリング事業	281	165	446	235	261	496	11.0%
(営業利益率)	5.4%	3.0%	4.1%	4.2%	4.5%	4.3%	0.1%
コマースインキュベーション事業	△ 46	△ 109	△ 156	△ 140	△ 73	△ 213	-
経常利益	154	36	190	36	138	174	△ 8.8%
当期純利益	35	△ 10	25	0	20	20	△ 20.6%

参考資料

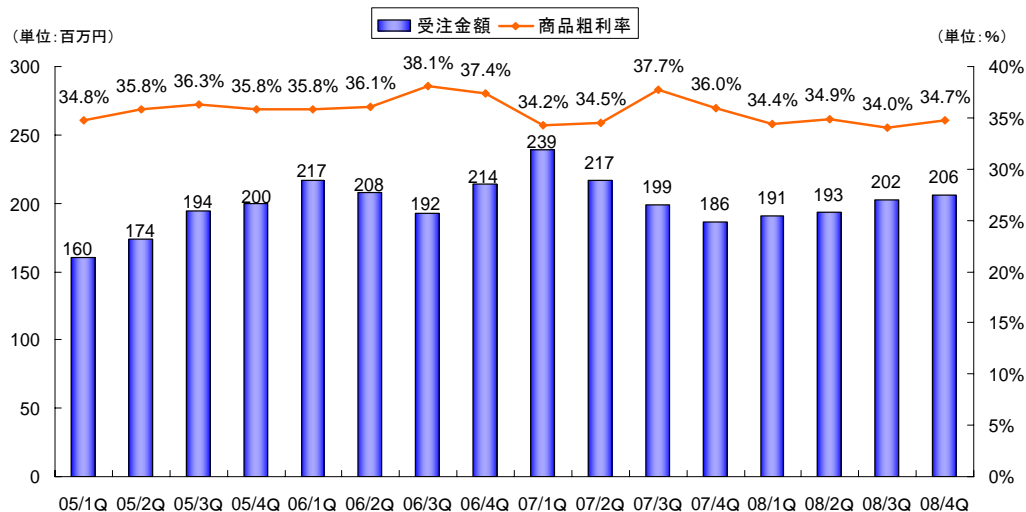
販売チャネル別売上高の推移(連結)



※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

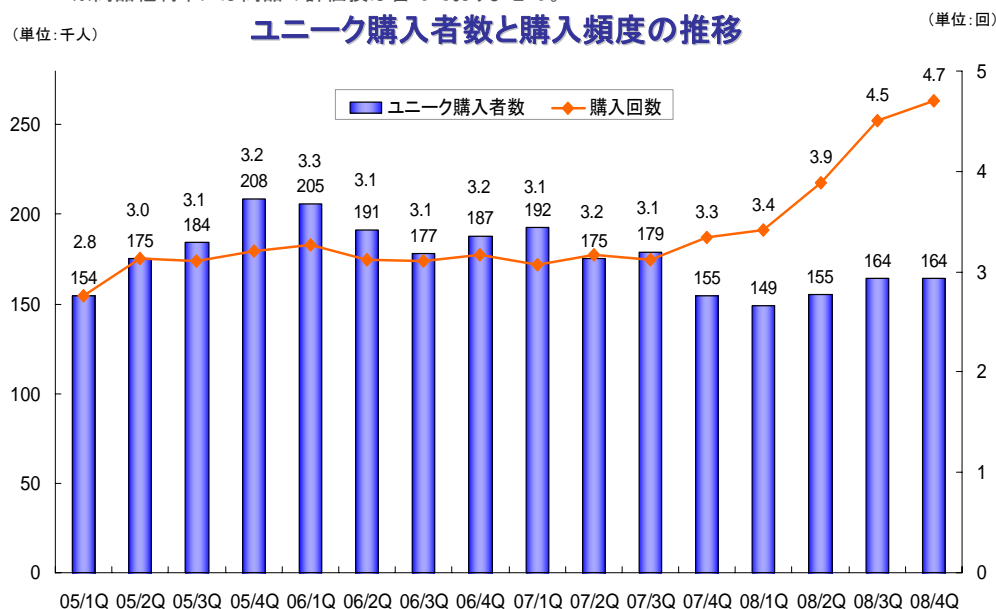
週平均受注高と商品粗利率の推移



一 週平均受注高は、堅調に増加

※商品粗利率には商品の評価損は含んでおりません。

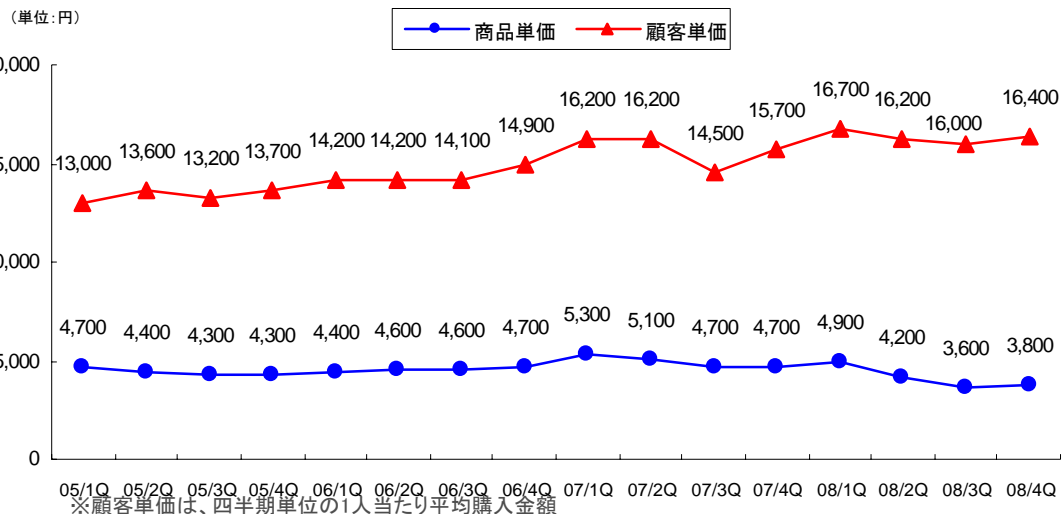
ユニーク購入者数と購入頻度の推移



一 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

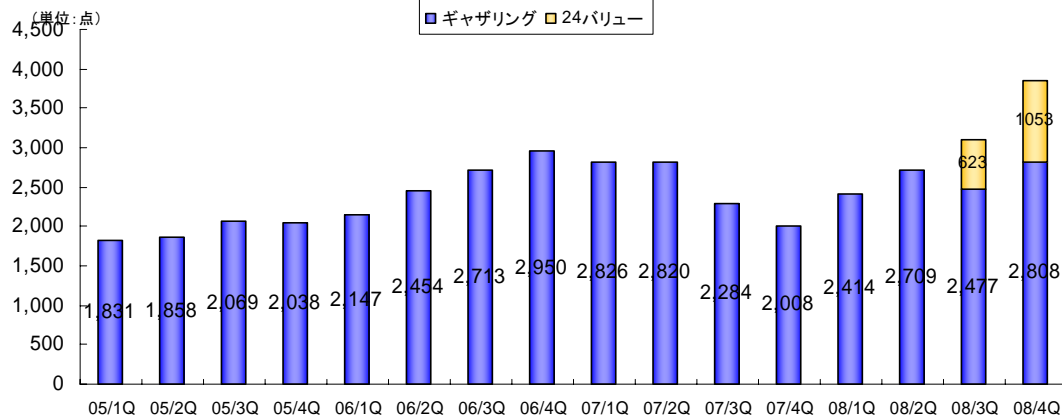
ギャザリング事業 主要指標②

商品単価と顧客単価の推移



ー 低価格戦略により商品単価が低下

月平均取扱商品数の推移



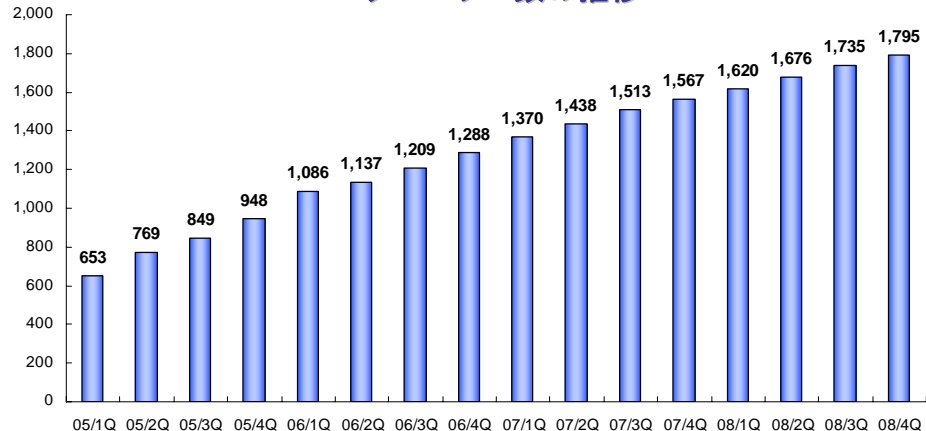
ー 24バリュー(24時間限定販売)による開催回数増により月平均取扱商品数が増加

※取扱商品数は四半期毎の月平均取扱商品数

ギャザリング事業 主要指標③

(単位:千人)

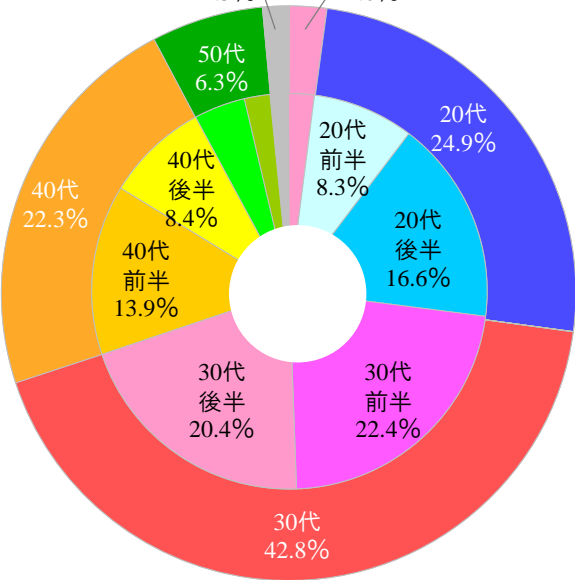
ユニークユーザー数の推移



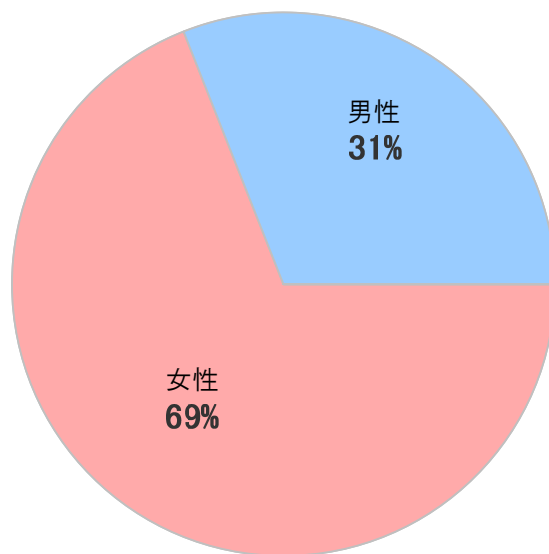
— 新規顧客数の増加は59千人

年齢別構成比

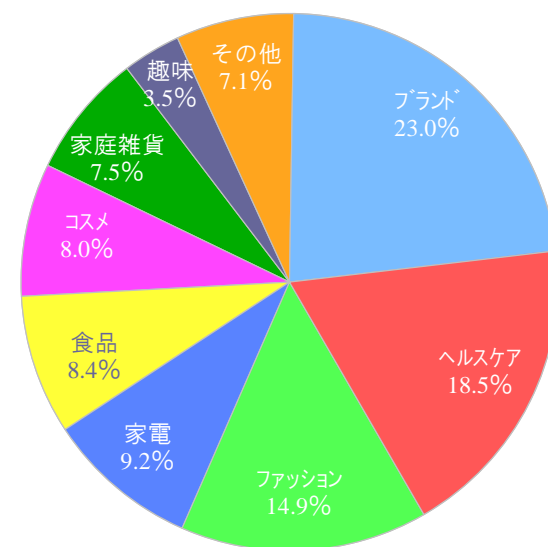
60才以上 1.5%
10代 2.0%



男女別構成比



ジャンル別売上高

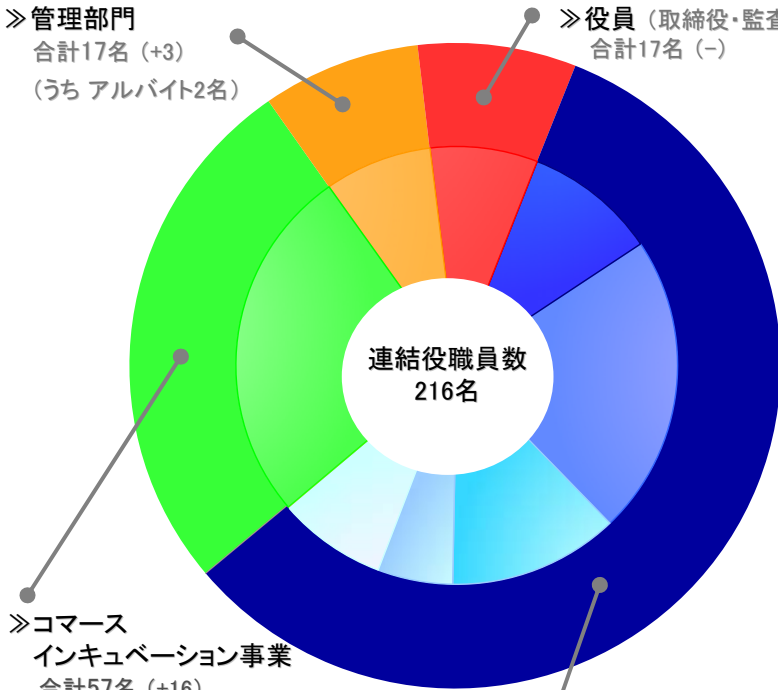


グループ役職員の構成

08 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)

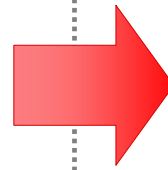
>> 管理部門 合計17名 (+3)
(うち アルバイト2名)
 >> 役員 (取締役・監査役・執行役員) 合計17名 (-)



>> 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)

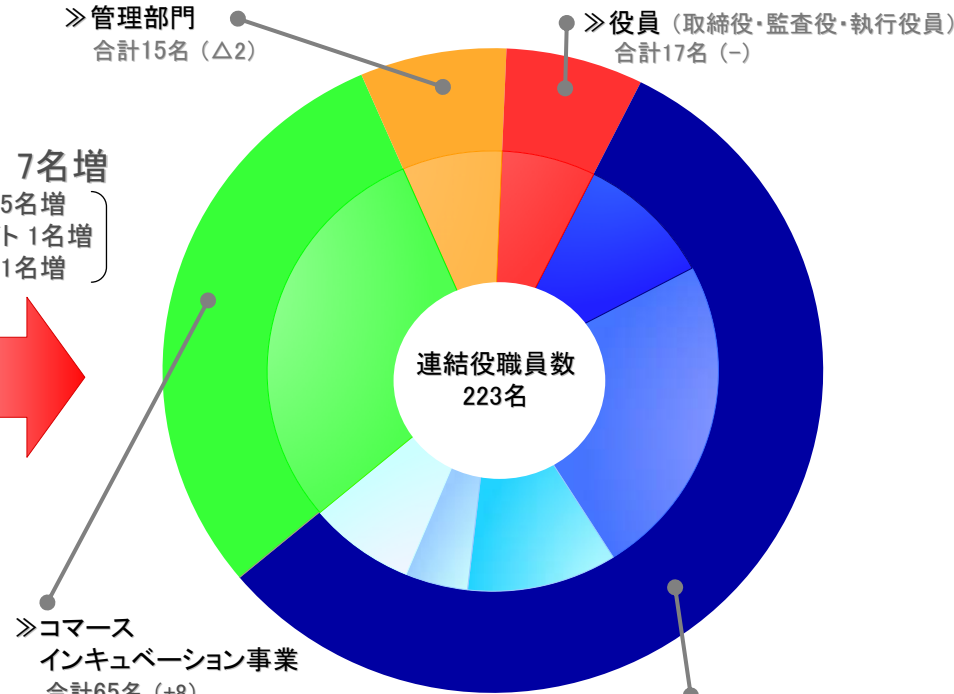
前Q比 7名増
(社員 5名増
アルバイト 1名増
派遣 1名増)



08 4Q末

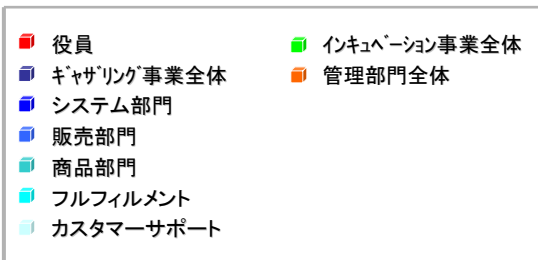
連結役職員数223名
(うち アルバイト55名)
(うち 派遣社員 3名)

>> 管理部門 合計15名 (△2)
 >> 役員 (取締役・監査役・執行役員) 合計17名 (-)



>> コマース
インキュベーション事業
合計65名 (+8)
(うち アルバイト32名)
(うち 派遣社員 3名)

>> ギャザリング事業
合計126名 (+1)
 ・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23名)



※()内は前Q比