

株式会社ネットプライス 決算説明資料

2005年9月期決算
(2004年10月～2005年9月)

株式会社ネットプライス
代表取締役社長CEO 佐藤輝英

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。



目次

はじめに

2005年9月期の業績

2006年9月期の見通し

成長スピードを加速化させる

3つのキーファクター

ご質問・ご回答



はじめに

会社設立後初めての増収減益。

単体でのシステム投資、人材採用。
連結での新規事業・M & Aによる
一時的な固定費増による減益。

来期06年9月期は再び増収増益に。

2005年9月期の業績



連結決算:

売上高	10,655百万円
前年度比	(47.0%増)
経常利益	402百万円
前年度比	(26.5%減)
当期純利益	149百万円
前年度比	(69.2%減)

単体決算:

売上高	10,079百万円
前年度比	(39.0%増)
経常利益	548百万円
前年度比	(1.8%減)
当期純利益	304百万円
前年度比	(38.8%減)

売上高の状況:

- ・ モバイルコマースをはじめEC市場全体が急速に拡大。
- ・ 先行者メリット、上場効果等による認知度が向上。
- ・ 積極的な業務提携を通じた雑誌、ラジオ、インターネット等、新規有力媒体との連携を実施。
- ・ ベンダーネットワークの拡がりによる商品力の充実。
- ・ 連結対象子会社が2社増加。
うち1社(株)エムシープラスはM & Aにより05年6月にグループ化。販売チャネルの拡大に大きく貢献。
(変則決算により05年4月～8月の5ヶ月分計上)

利益の状況:

- ・ 年初の計画通り、今期は投資の年と位置づけ、高回転経営のための事業プラットフォームの基盤構築を完了。
- ・ M & A、バイヤー等人材の大幅採用、ギャザリングシステムの全面リニューアル等の投資を実施。
- ・ 今回のシステムは300億円の年間売上高まで対応。
- ・ 04年9月期で設立以来の繰延税金資産を解消。今期より事業法人税を計上。



2005年9月期の業績

売上高は昨年度比で**34億円増**(今年度より連結)。

昨年度29億円増(単体)と比較して売上増加スピードは加速化している。

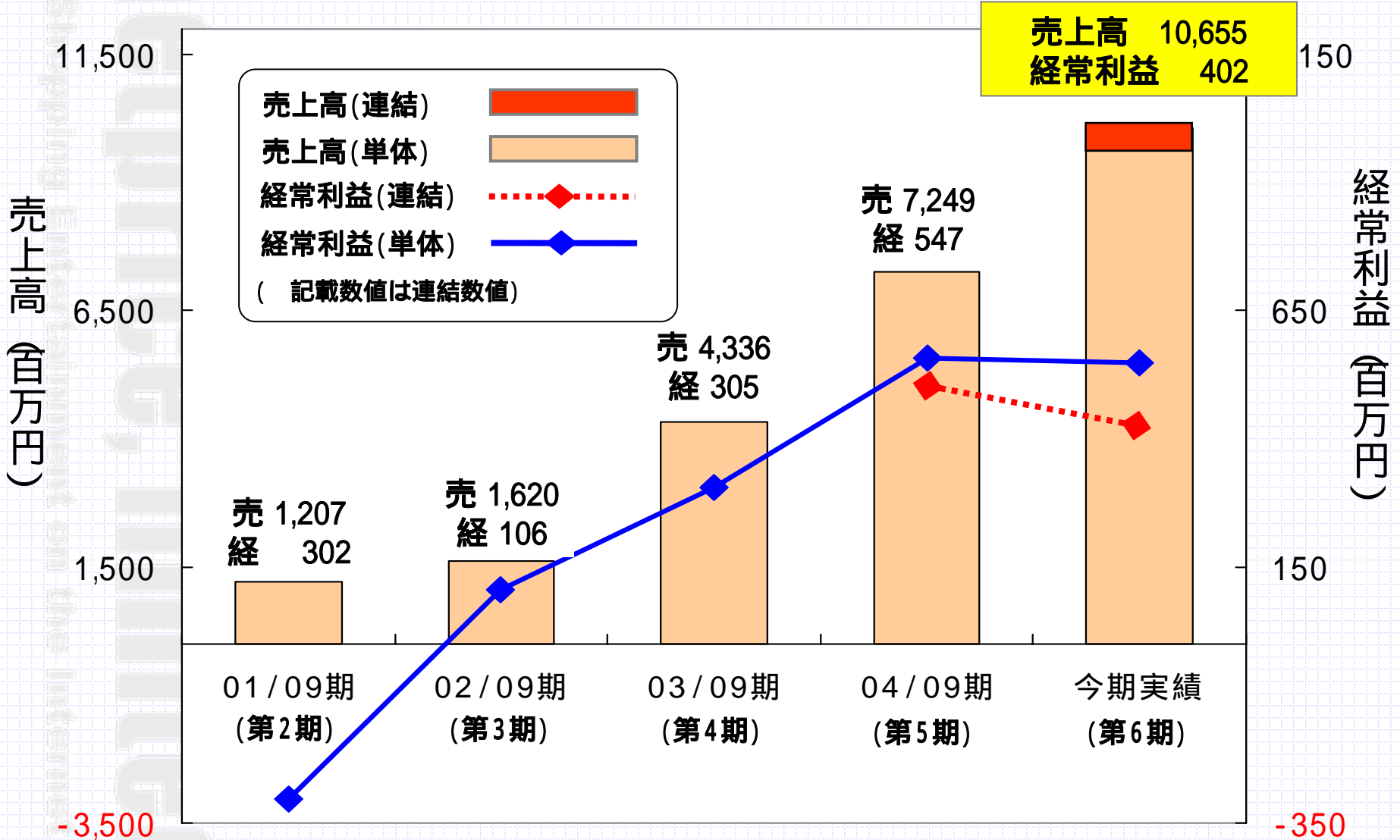
一時的に固定費を増加させた事業投資も一通り完了。

(百万円)

	(第4期) 03.09期	(第5期) 04.09期	(第6期) 05.09期		
	実績	実績	04年11月発表 当初見通し	05年5月発表 修正見通し	実績
(連結)					
売上高		7,249	10,955	10,008	10,655
経常利益		547	764	436	402
当期利益		486	451	209	149
(単体)					
売上高	4,336	7,249	10,769	9,875	10,079
経常利益	305	558	763	477	548
当期利益	294	497	450	250	304



2005年9月期の業績



当社は2004年9月期から連結財務諸表の作成をおこなっております。





各連結子会社の進捗

株式会社メディアン

(TV・ラジオ・リアル媒体とモバイルの融合を目的とした企画・開発)

設立は04年7月。05年9月期4Qに黒字化達成。

株式会社ネットプライスファイナンス(金融事業)

(ネットプライスのショッピングユーザーを対象としたパーソナルファイナンスサービスの提供)

設立は04年12月。05年5月にGEMoney社と合併会社「株式会社ネットプライスカード」を設立。05年10月より一般ユーザー向けにクレジットカード「シンカ」を本格発行開始。

株式会社エムシープラス

(ティーンズ顧客層向けのモバイルコマースを展開)

05年6月からM&Aにて連結対象。10代後半～20代女性顧客を対象としたショッピングサービスを展開。

ネットプライス本体との以下の3つの軸でのシナジー効果を追求中。

商品の共同仕入 プロモーションの共同展開 システムの共有



2006年9月期の見通しについて

年末商戦期を前に保守的な見通し。商戦期を経た状況を加味し、5月中旬の中間決算発表時に、中長期計画の発表を予定。

(百万円)

	(第4期) 03.09期	(第5期) 04.09期	(第6期) 05.09期	(第7期) 06.09期	
(連結)					(前期比)
売上高		7,249	10,655	14,959	(+40.3%)
経常利益		547	402	713	(+77.1%)
当期利益		486	149	426	(+184.5%)
(単体)					
売上高	4,336	7,249	10,079	13,039	(+29.3%)
経常利益	305	558	548	776	(+41.4%)
当期利益	294	497	304	510	(+67.4%)

成長スピードを加速化させる 3つのキーファクター



当社の成長スピードを成長させるキーファクター

05年9月期は、今後の事業拡大のためのプラットフォームを構築完了。
06年9月期は、以下の3つの軸における**高回転経営**の初年度として、
更なる成長のスピードアップ化を狙う。

売場軸

販売チャネルの拡大
既存店の回転力UP

商品軸

ベンダーネットワークの拡大
既存ベンダーとのパイプの強化

顧客軸

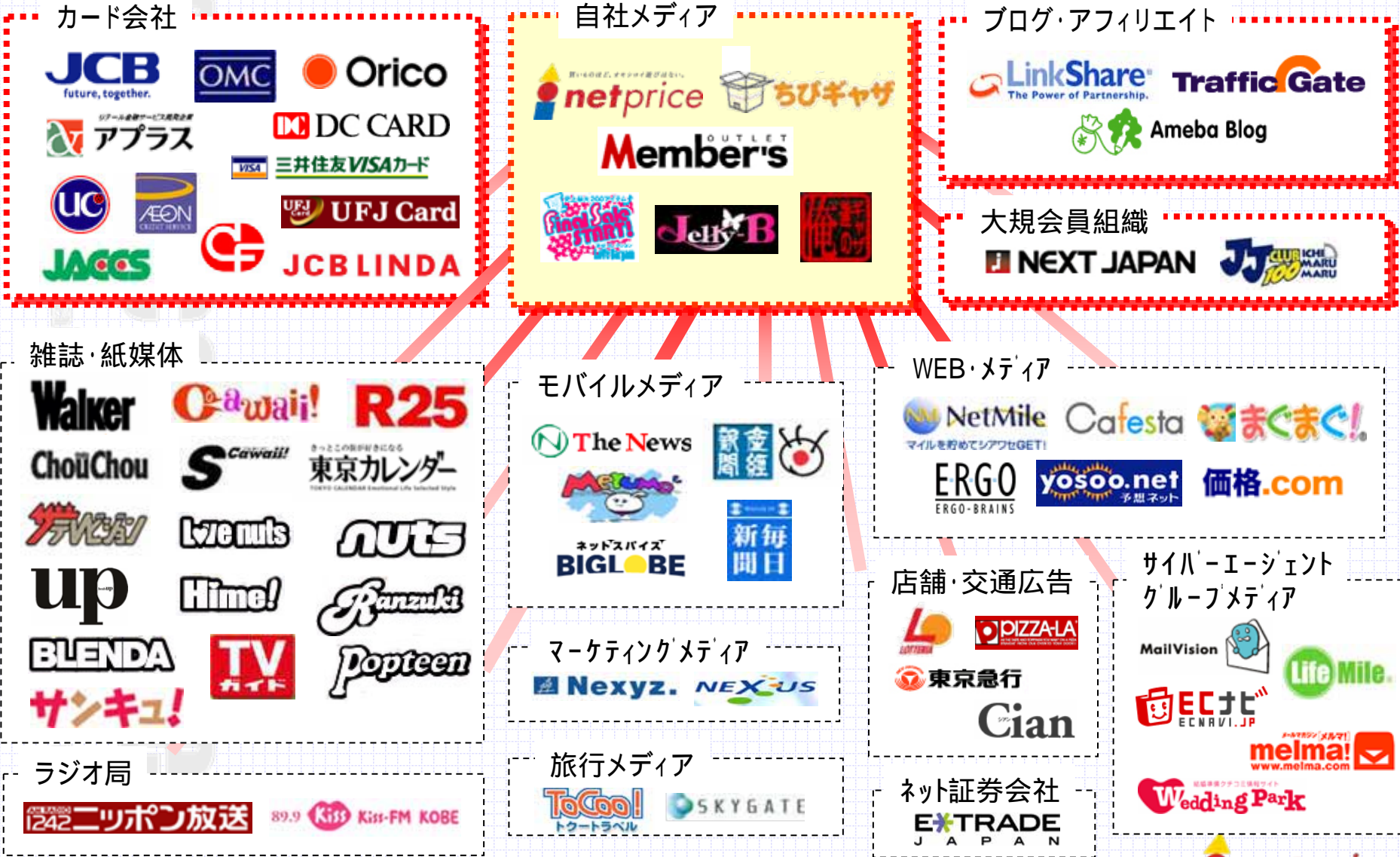
新規顧客の獲得
CRMの深堀り

売場軸での回転



【売場軸】当社のユーザーネットワークの概況

今期強化する提携メディアネットワーク



買いものほど、オモシロイ遊びはない。





【売場軸】各カード会社との提携強化

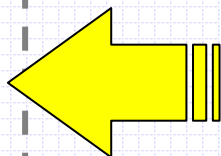
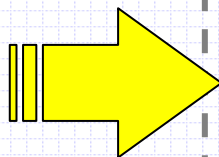
各カード会社の会員を対象とした専門ショッピングサービスを提供。

会報誌やリーフレット等集客メディアも多様化

各カード会社との提携

	JCBカード (04年10月提携開始)
	OMCカード (04年11月提携開始)
	アプラスカード オリコカード (05年3月提携開始)
	UCカード セゾンカード (05年4月提携開始)
	三井住友VISAカード イオンクレジット DCカード (05年5月提携開始)
	UFJカード (05年7月提携開始)
	ジャックスカード CFカード (05年9月提携開始)

各社の媒体
から専門の
ショッピング
サイトへ集客



各社専門のショッピングサイト
(例: JCBギヤザ)



売上に応じて
販売マージンを提供。
出来高ベースでの
プロフィットシェアモデル。

各社ポイントと当社ポイントの
連動も視野に入れたアライアンス。

【売場軸】アフィリエイト/ブログメディアとの連動強化

個人アフィリエイトサイトやブログなど、ユーザー自身が発信する、CGM (Consumer Generated Media) との連動を強化。消費者の口コミによる新たな集客チャネルを拡大。

ブログ(日記)サイト群

アフィリエイトネットワーク



当社の商品販売ページに
各サイトからリンクが張られている



【売場軸】構築した販売メディアのポートフォリオ

商品特性・顧客特性・ニーズに合致した販売チャンネルネットワーク

		10代	20代	30代	40代	50代
総合 ギャザリング サイト	【モバイル】	ちびギャザ (総合)				
	【WEB】	ショッピング&ギャザリング ネットプライス (総合)				
顧客対象別 サイト	【男性向け】	漢(おとこ)のギャザ (WEB・モバイル) (メンズファッション)				
	【女性向け】	ラブバーゲン (ティーンズ)	Jelly - B (ギャル)			
ジャンル別 サイト	【全顧客対象】	ラブ・ビューティー (美容健康)	美味しいものギャザ (グルメ)	ブランドファッション (有名ブランド)		
		雑誌・紙媒体 (Walker等)	旅行・メディア (トクー等)	カード会社 (JCB等)		
各種 提携媒体	【各媒体顧客 対象】	ラジオ局 (ニッポン放送等)	ニュース・情報 (TheNews等)	ブログ・アフィリエイト (AmebaBlog等)		



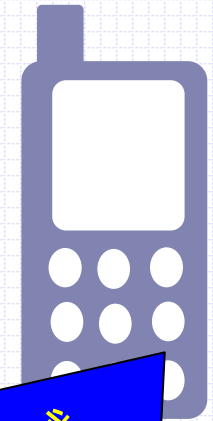
【売場軸】株式会社ネクストジャパンとのJVの設立

社名 株式会社アミューズボックス
 資本金 9,000万円
 株主構成 (株)ネットプライス 50.0%
 (株)ネクストジャパン 50.0%

- ・ ネクストジャパンの運営するレジャー施設「JJCLUB100」の、全国600万人超の会員を対象としたモバイルコマースを実施。
- ・ 12月からサービス開始の計画。



JJCLUB100会員の
専用モバイルショッピング



店舗での
会員登録

大型会員組織
からの集客

店舗会員データ
ベースとの連動

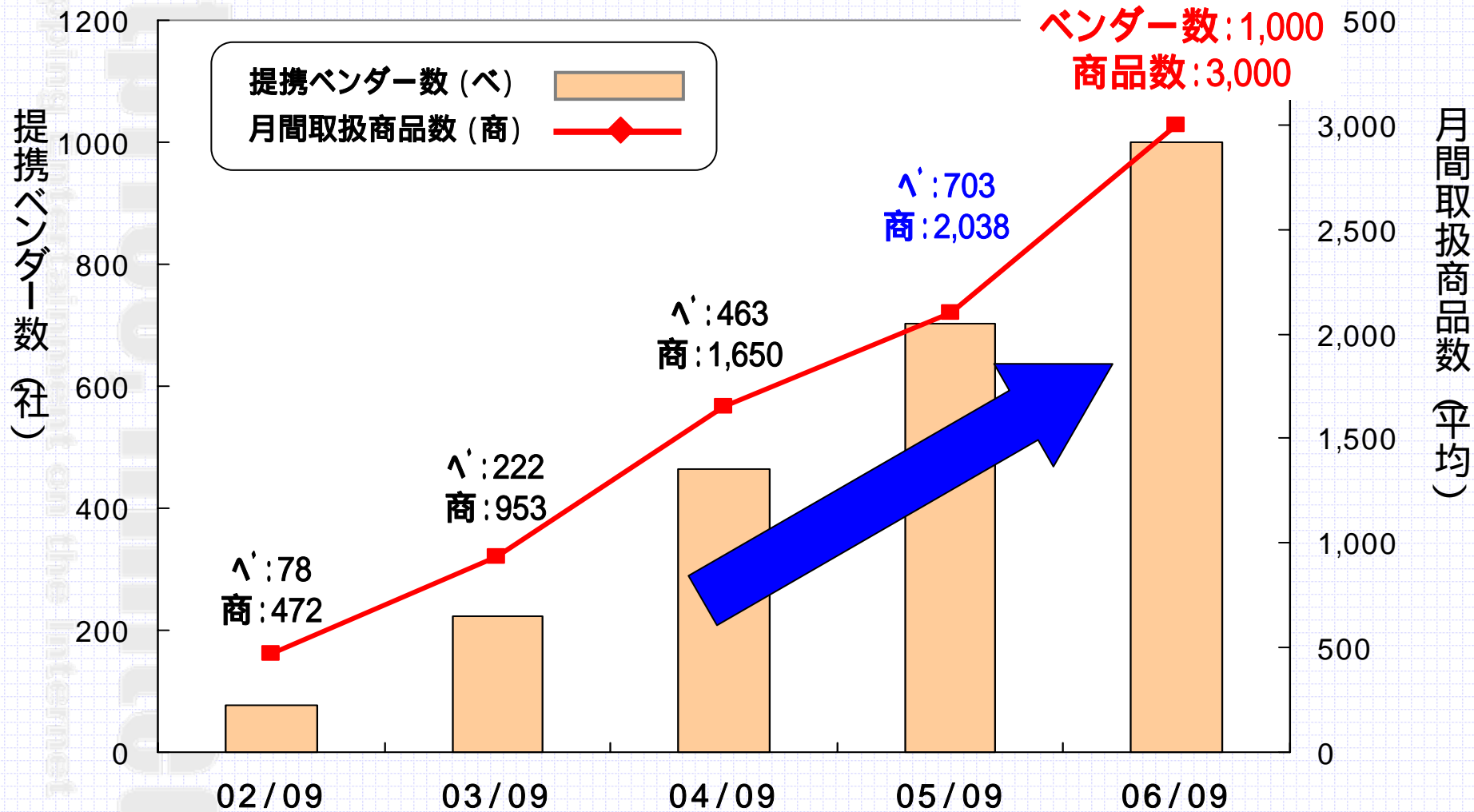


商品軸での回転

【商品軸】提携ベンダー数と取扱商品数の推移

ベンダー数は1年間で**240社増加** 商品数も順調に拡大

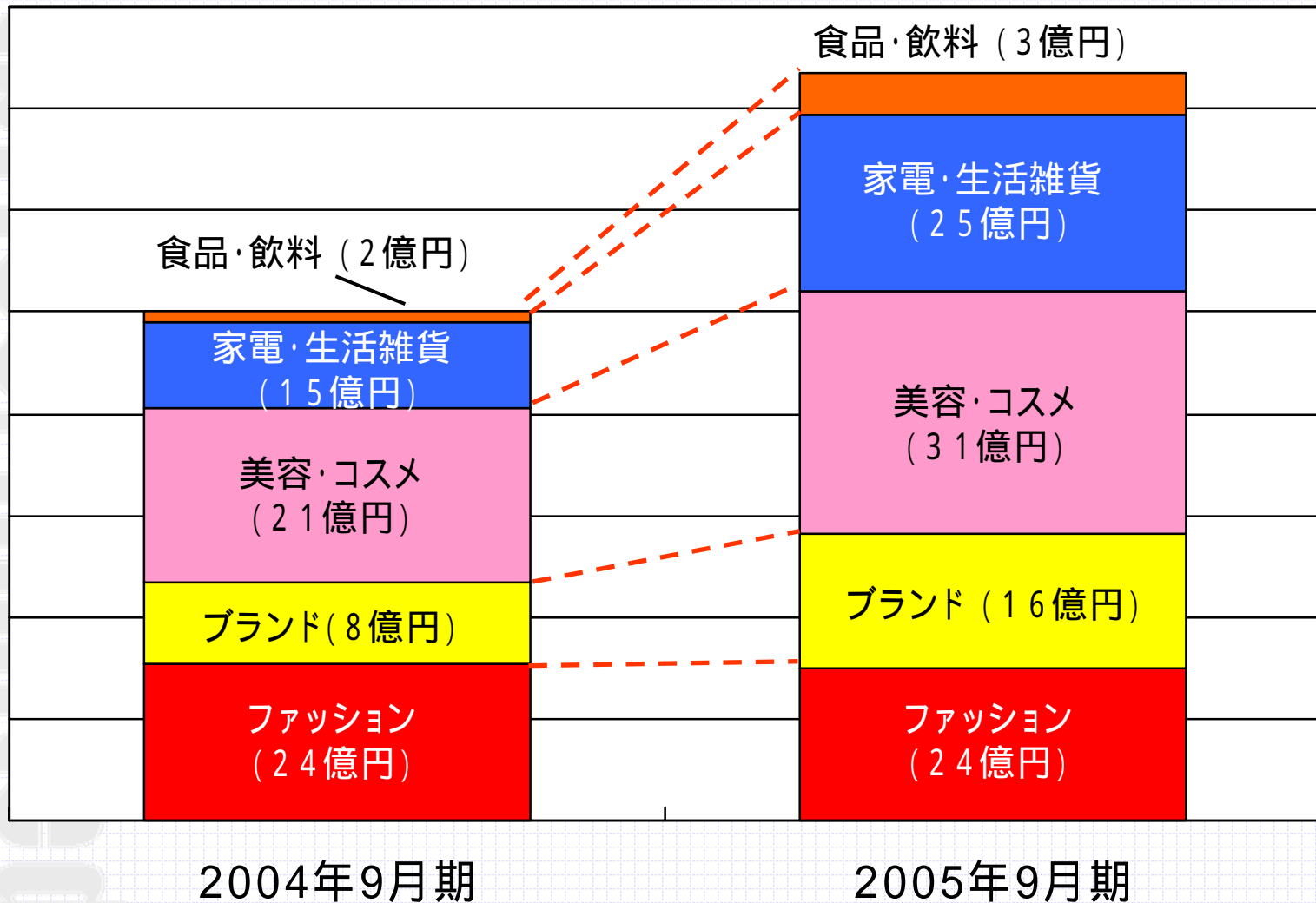
2006年9月期末は、取引ベンダー数1000社を目標とする。



【商品軸】商品カテゴリごとの構成比の変化

家電・生活雑貨、グルメ等新たに取り扱いが開始された商品ジャンルを中心に全体的に成長。

取り扱い金額
(億円)





【商品軸】最近の主な商品取り扱い事例

ギャザリングの提供する各メリットにあわせて、**取り扱い商品の「幅」が拡大。**

「瞬間的大量販売」 効果の事例



コントレックス:

合計: 75万6,000本を販売

著名ブランドの 取り扱い事例



(主なブランドの販売個数)

Dior	14,736個
Coach	6,397個
Gucci	5,991個
Burberry	3,925個
BVLGARI	1,749個

メーカーとの オリジナル商品の開発事例



きれいシリーズ(生活雑貨)
27,578セットを販売。
リアルでの販売も開始予定。

顧客軸での回転

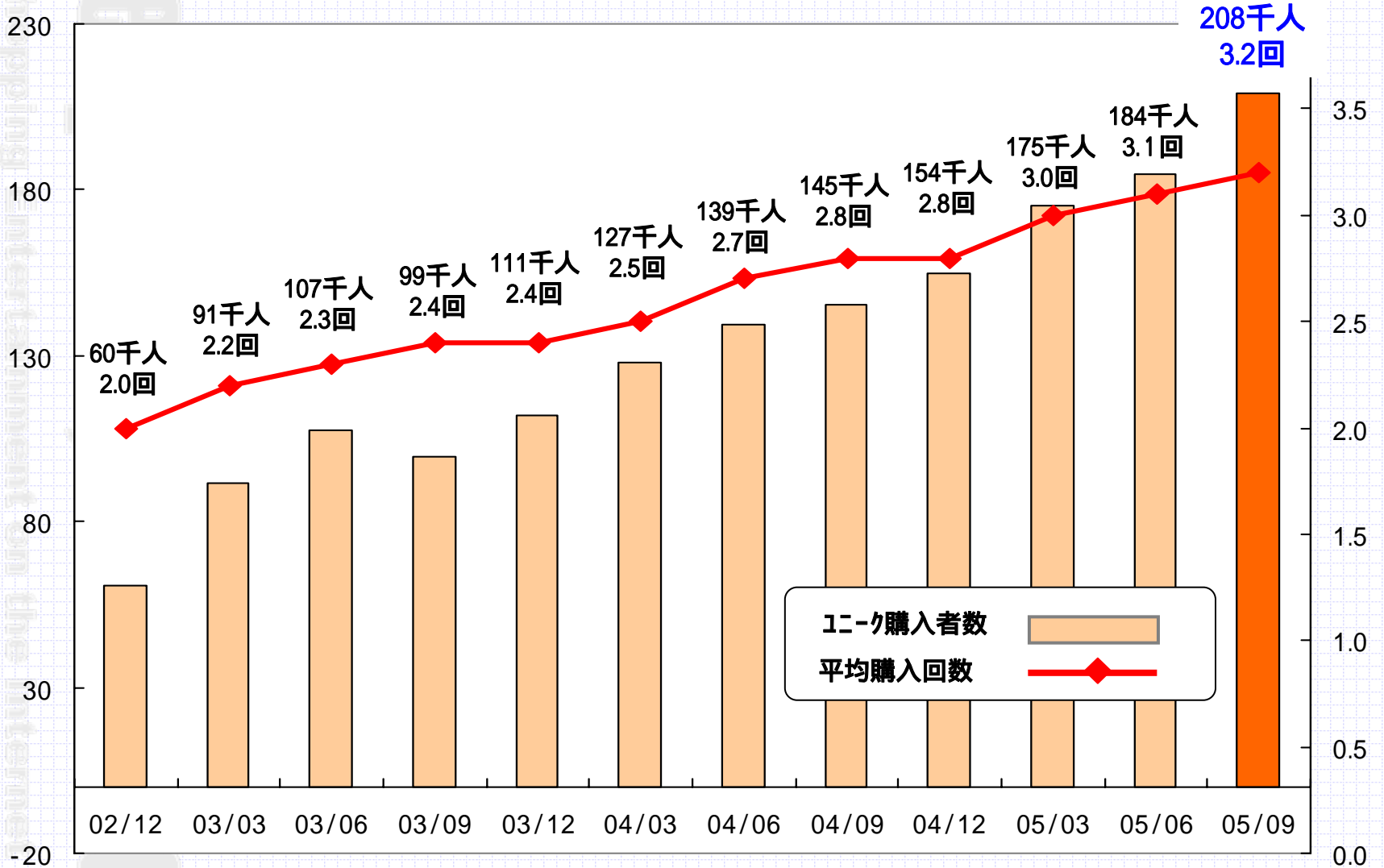


【顧客軸】ユニーク購入者数・購入頻度は共に増加

05年9月末時点での合計ユニーク購入者数は約948千人

ユニーク購入者数(千人)

平均購入回数(回)



ユニーク購入者数
平均購入回数

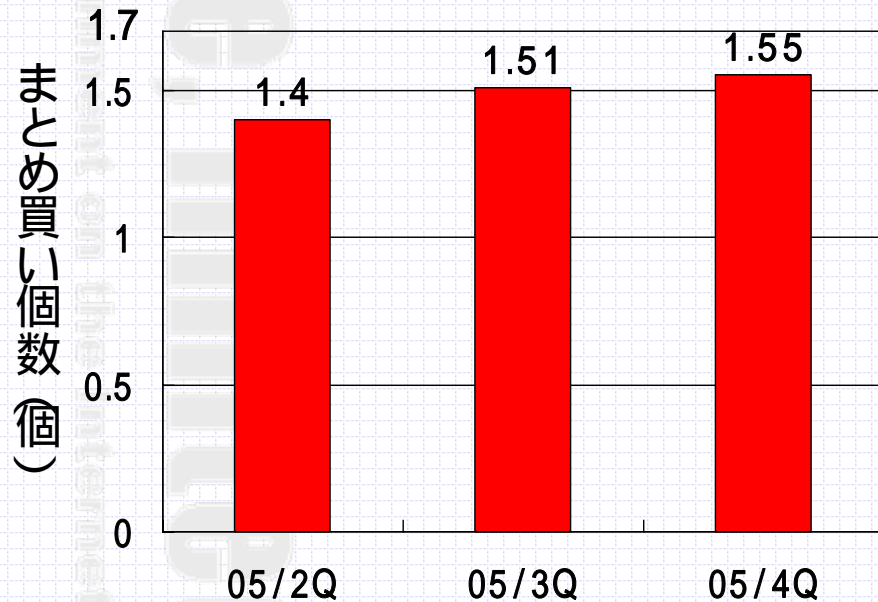




【顧客軸】新システムのリリース後リピート率が更に向上

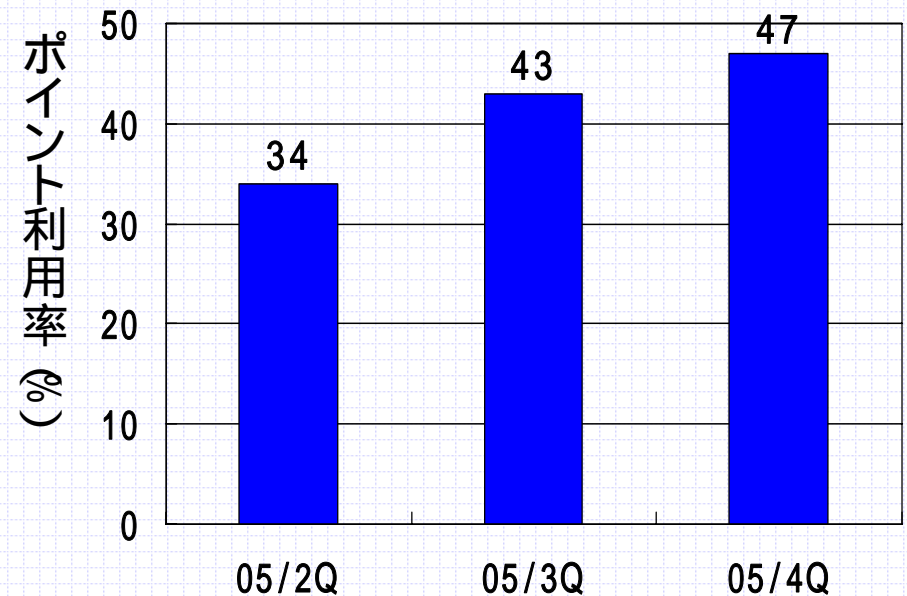
ショッピングカート機能

ショッピングカートにより、
複数商品のまとめ買いが可能に。
3個以上まとめ買いの場合には
送料分ポイント付与の施策も効果あり。



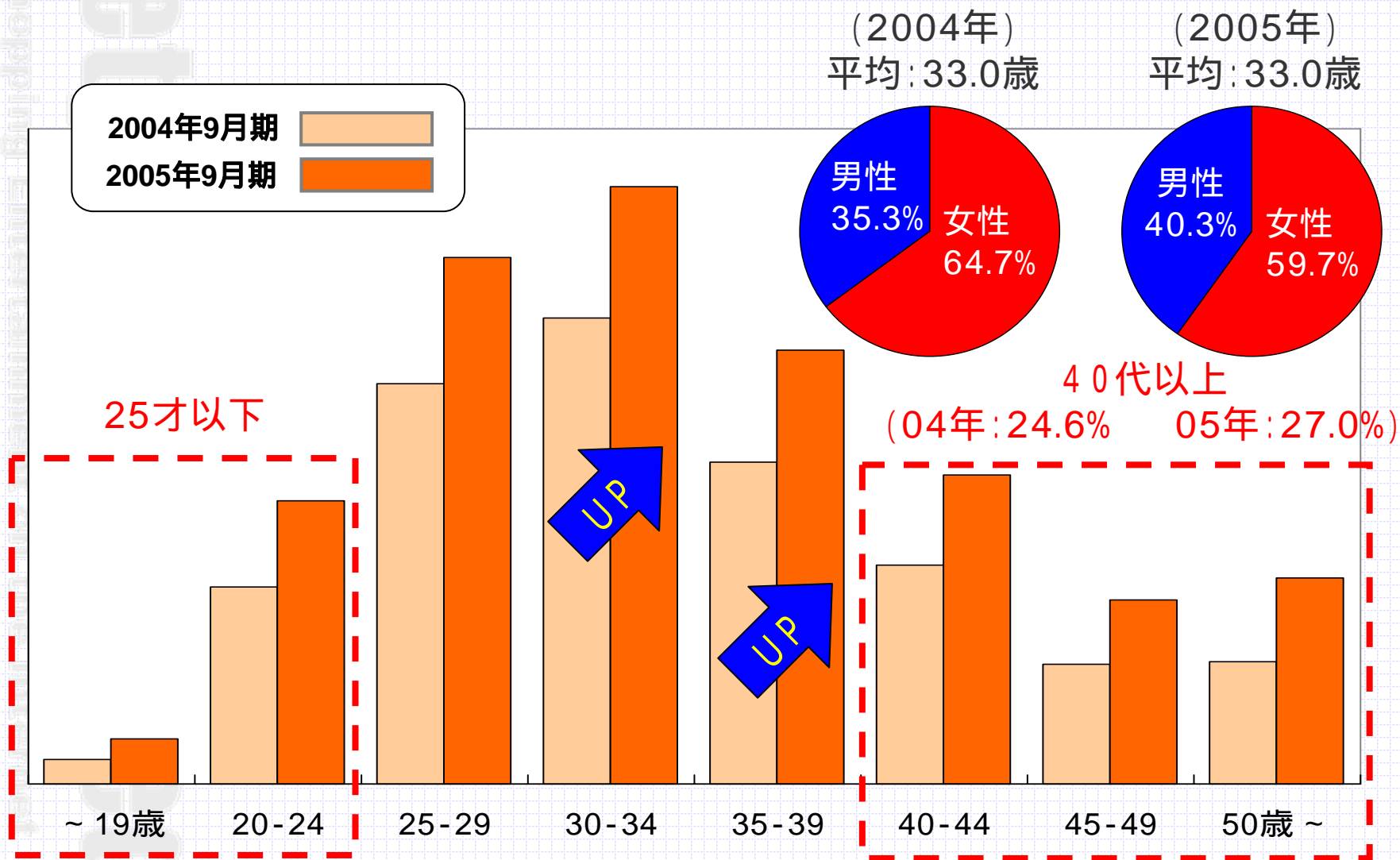
ポイント・クーポンシステム

4Qのポイント利用率は47%。
リピート率の増加に貢献。



【顧客軸】利用者ポートフォリオの拡がり

販売チャネルの拡大、取扱商品の多様化により対象顧客層は幅広く拡大



2005年の構成は、2004年の構成に顧客数の成長を踏まえたものを表示致しております。

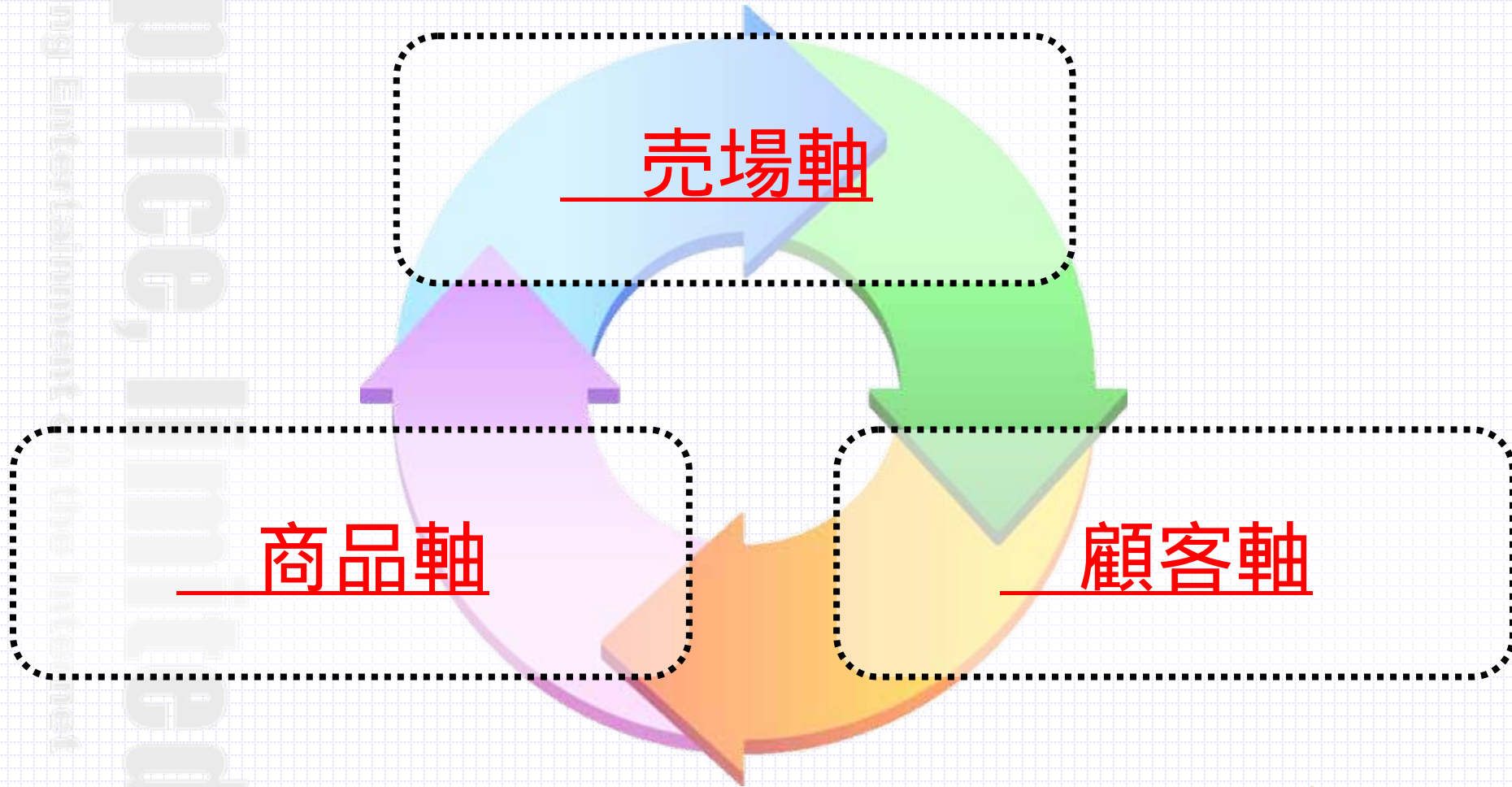
年齢層





3つの成長キーファクター

3つの重点軸を中心に、事業の更なる「高速回転」を実現し
事業成長のスピードアップを図る





(連結)

売上高:	14,959 百万円	(前期比 + 40.3%)
経常利益:	713 百万円	(前期比 + 77.1%)
当期利益:	426 百万円	(前期比 + 184.5%)

(単体)

売上高:	13,039 百万円	(前期比 + 29.3%)
経常利益:	776 百万円	(前期比 + 41.4%)
当期利益:	510 百万円	(前期比 + 67.4%)

インターネットによる 新しい流通モデルを通じて 小売市場の牽引役に

買いものほど、オモシロイ遊びはない。



netprice

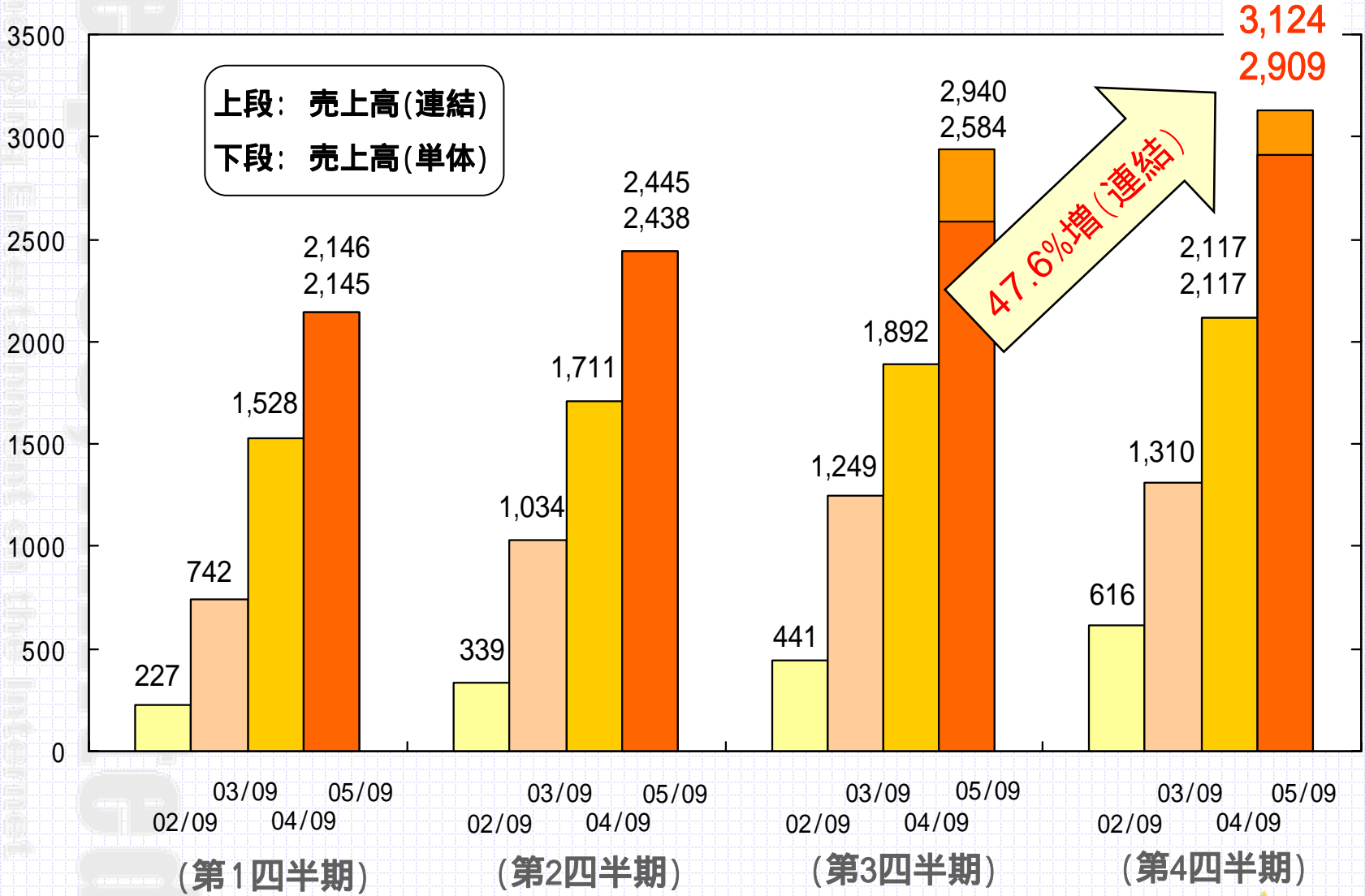
ご参考資料 (数値資料他)



直近の売上高の推移

05 / 4Q連結売上高は前年同期比47.6%増 前四半期比6.2%増

売上高
(百万円)

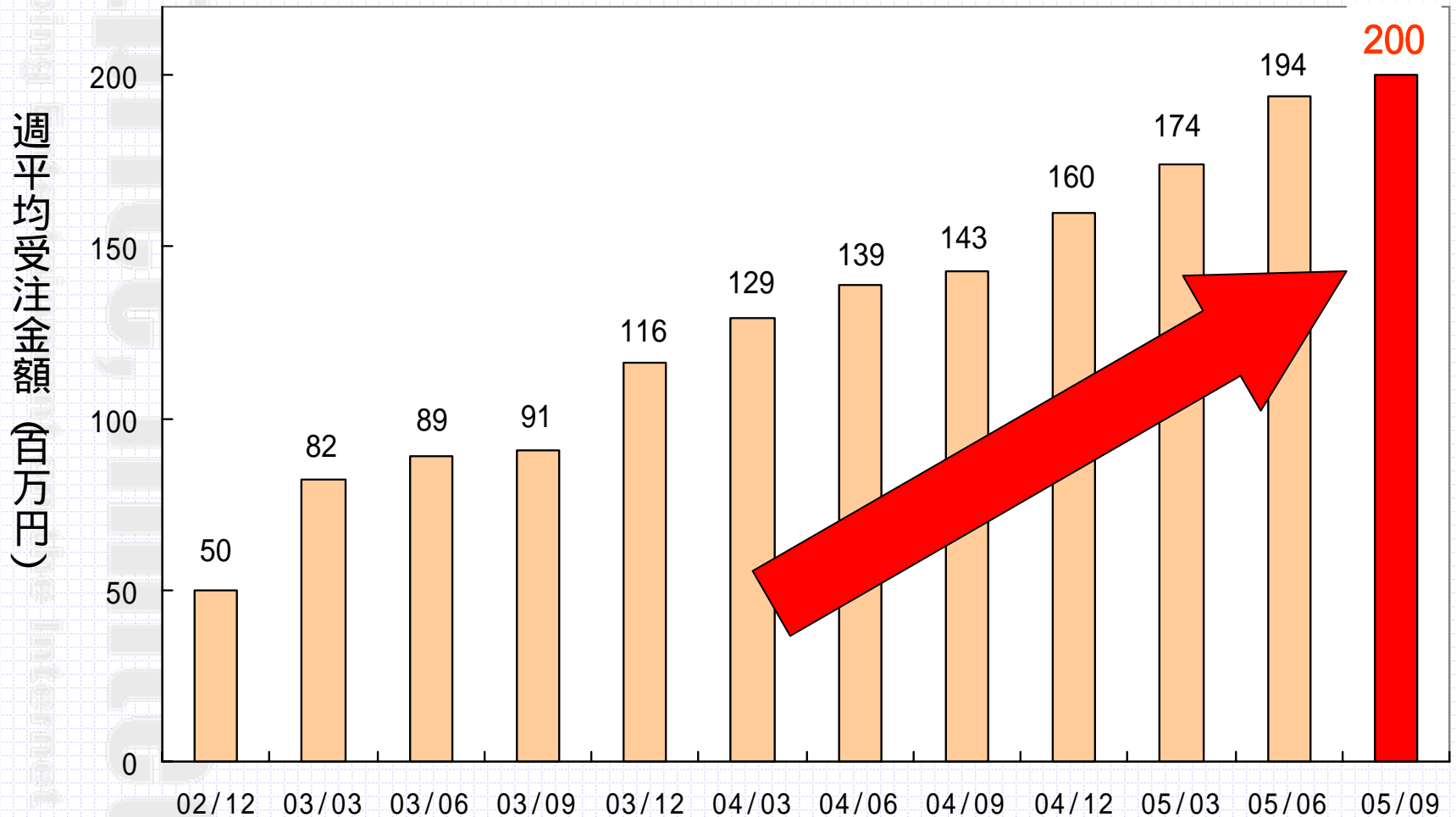




直近の受注金額 (NP単体) の推移 (1週間の平均受注金額)

受注金額は、7月・8月の季節要因に伴う一時的な落ち込みがあったものの9月の決算セールが牽引し安定成長。

(7月:188百万円 8月:196百万円 9月:218百万円 合計:前Q比4.2%増)



受注金額には、送料・手数料分の金額は含まれておりません。



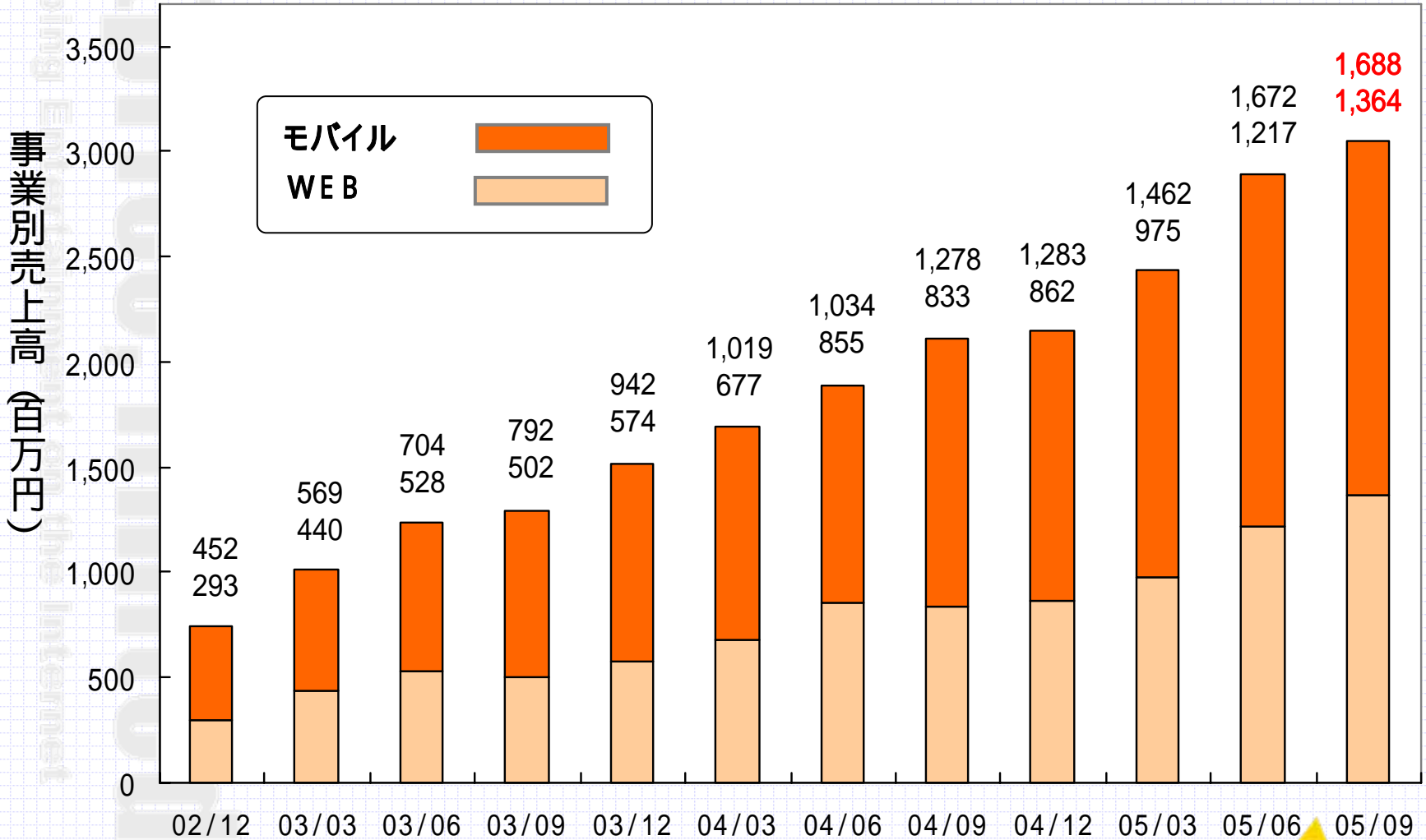


事業別 (WEB・モバイル) 売上高の推移

モバイルコマース事業 (前Q比: 0.9% 構成比: 54%)

モバイルコマース事業に属するエムシープラスの売上が2ヶ月計上のため

WEBコマース事業 (前Q比: 12.0% 構成比: 43%)

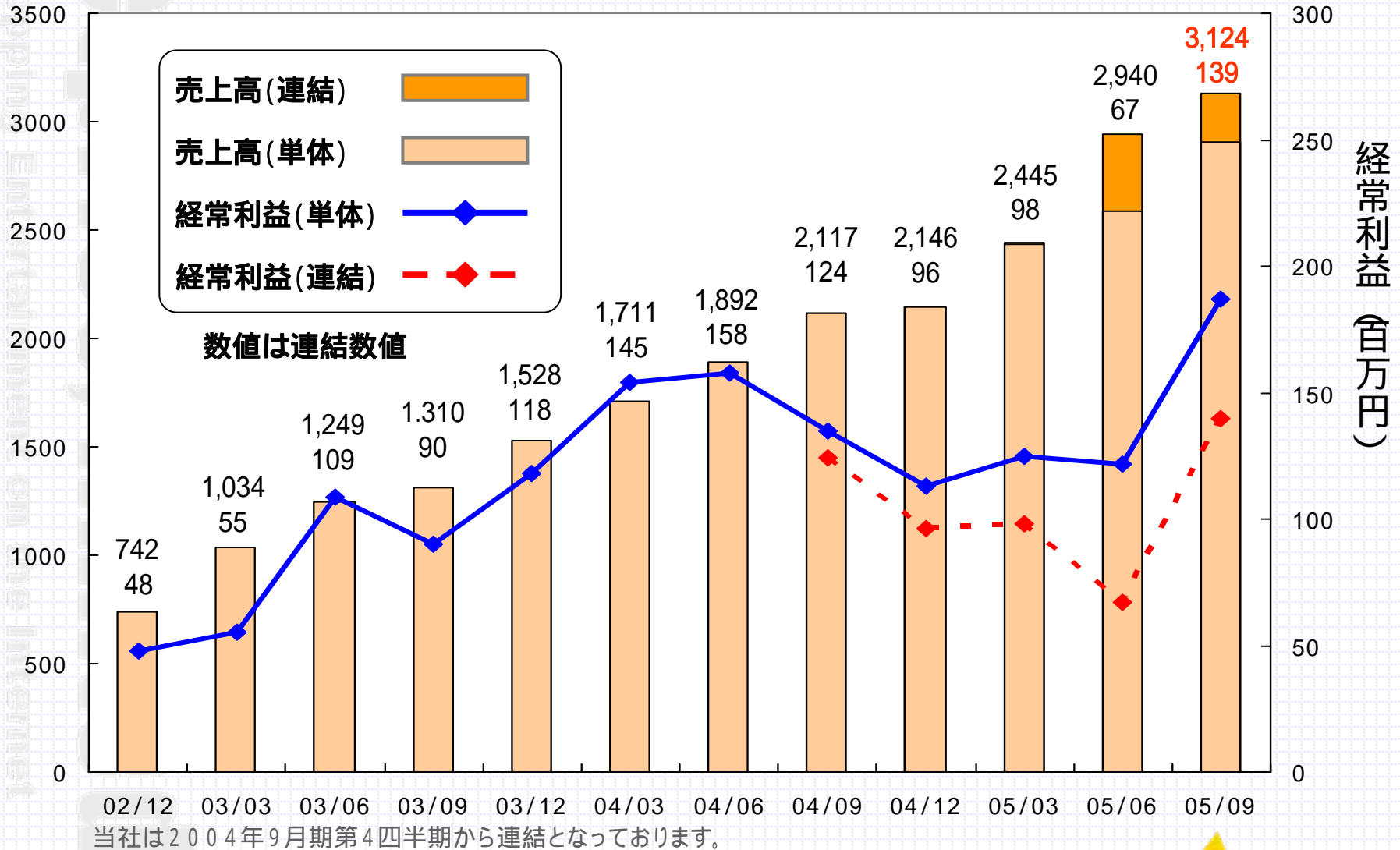




直近の業績の推移

事業投資(システム・人材)による一時的な固定費の増加がひと段落し、
 利益率が連結・単体共に上昇。経常利益は単体187百万円 / 連結139百万円。

売上高
(百万円)





費用構成(固定費)の推移

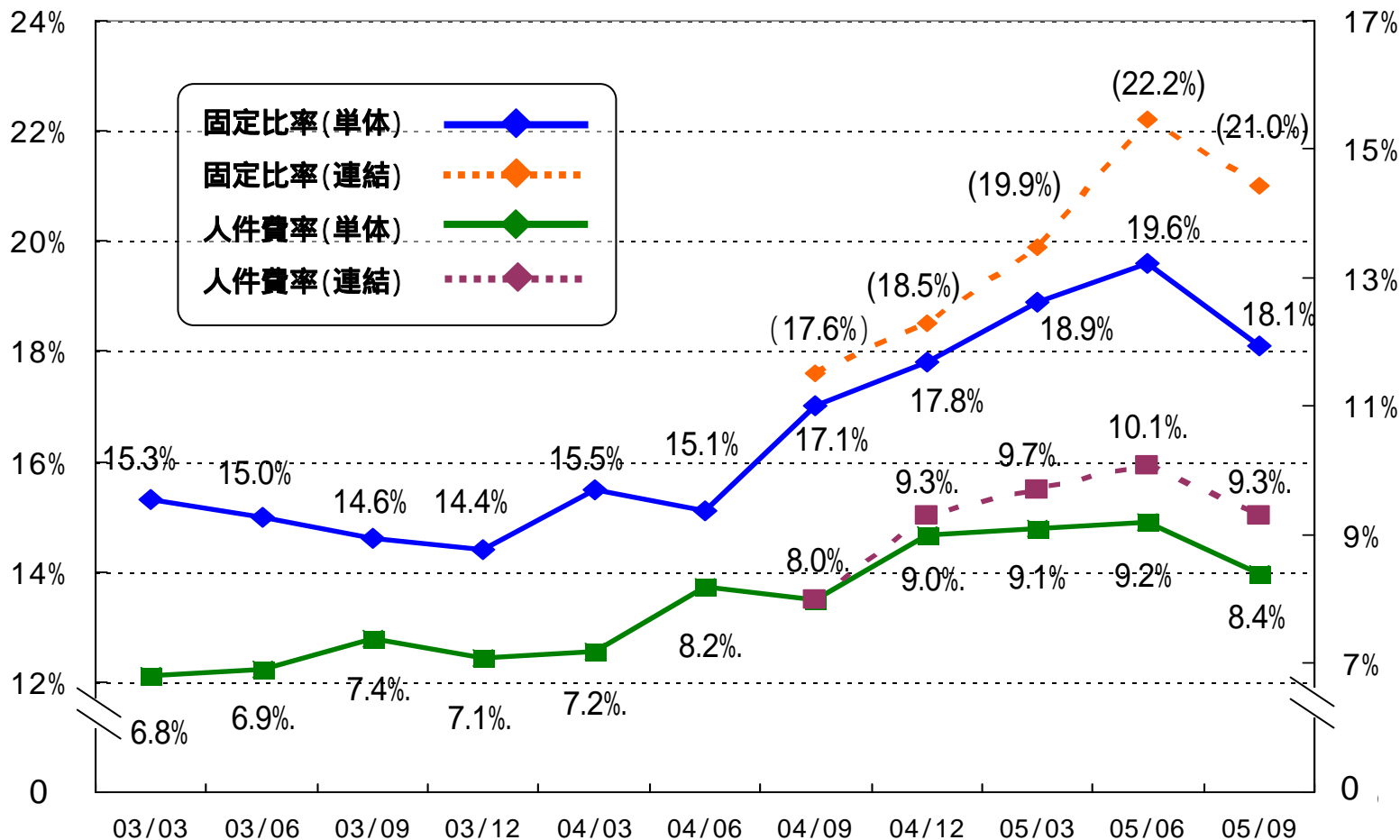
上半期からの人材採用投資等の固定費増はひと段落。

新規事業の一つである(株)メディアンは05/09期4Qに黒字化達成。

(固定費:連結:21.0%:NP単体:18.1%)

固定費率
(%)

人件費率
(%)



当社は2004年9月期から連結となっておりますため、前年単体実績との比較となります。

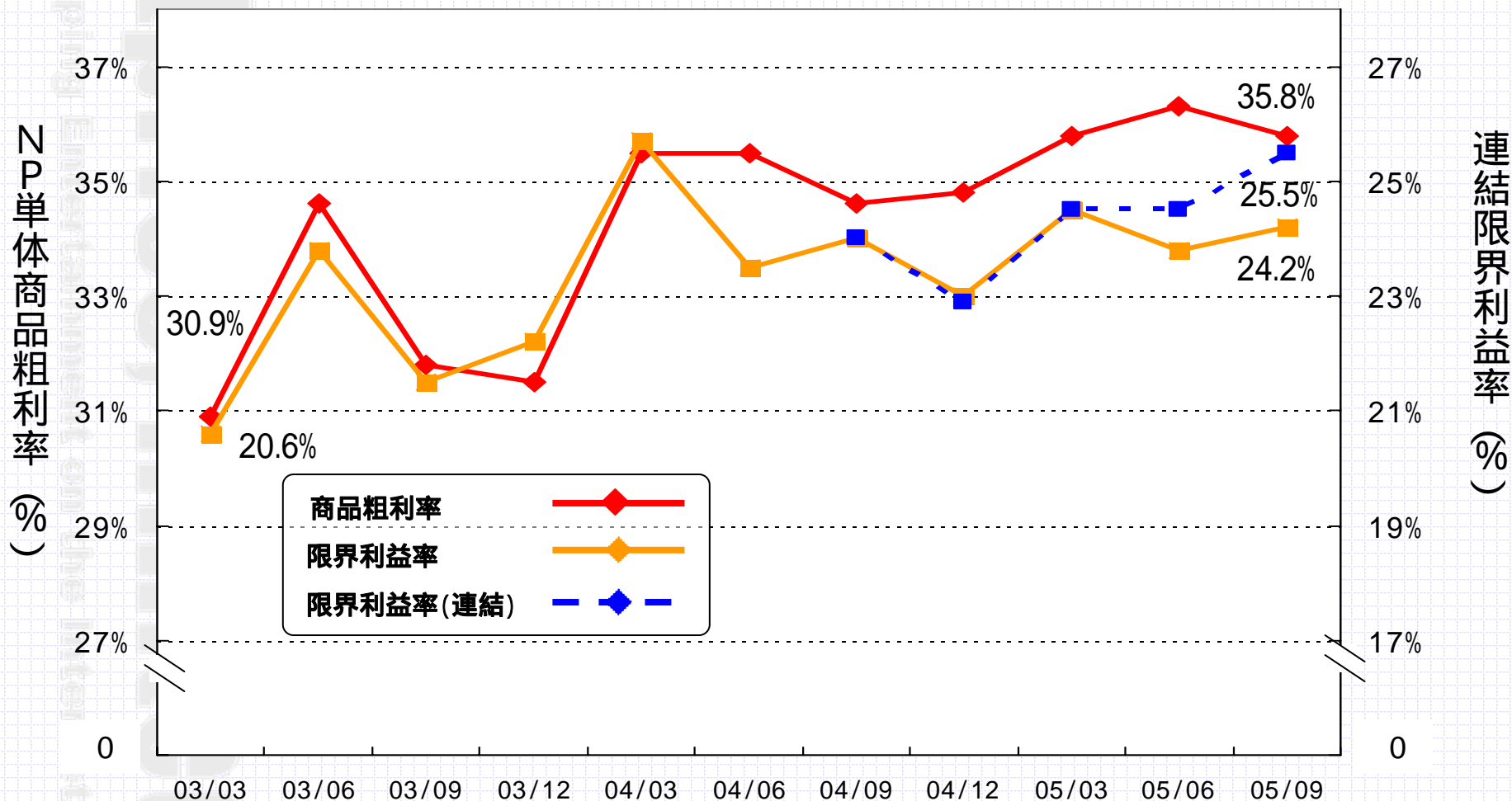


収益構成(連結限界利益・NP単体商品粗利)の推移

9月の決算セールにより商品粗利は35.8%で着地。

一方で物流コスト等の変動費が改善し、限界利益率は単体・連結共に改善。

メーカーと共同で商品開発するオリジナル商品の4Qの売上構成は15.1%。



当社は2004年9月期から連結となっておりますため、前年単体実績との比較となります。

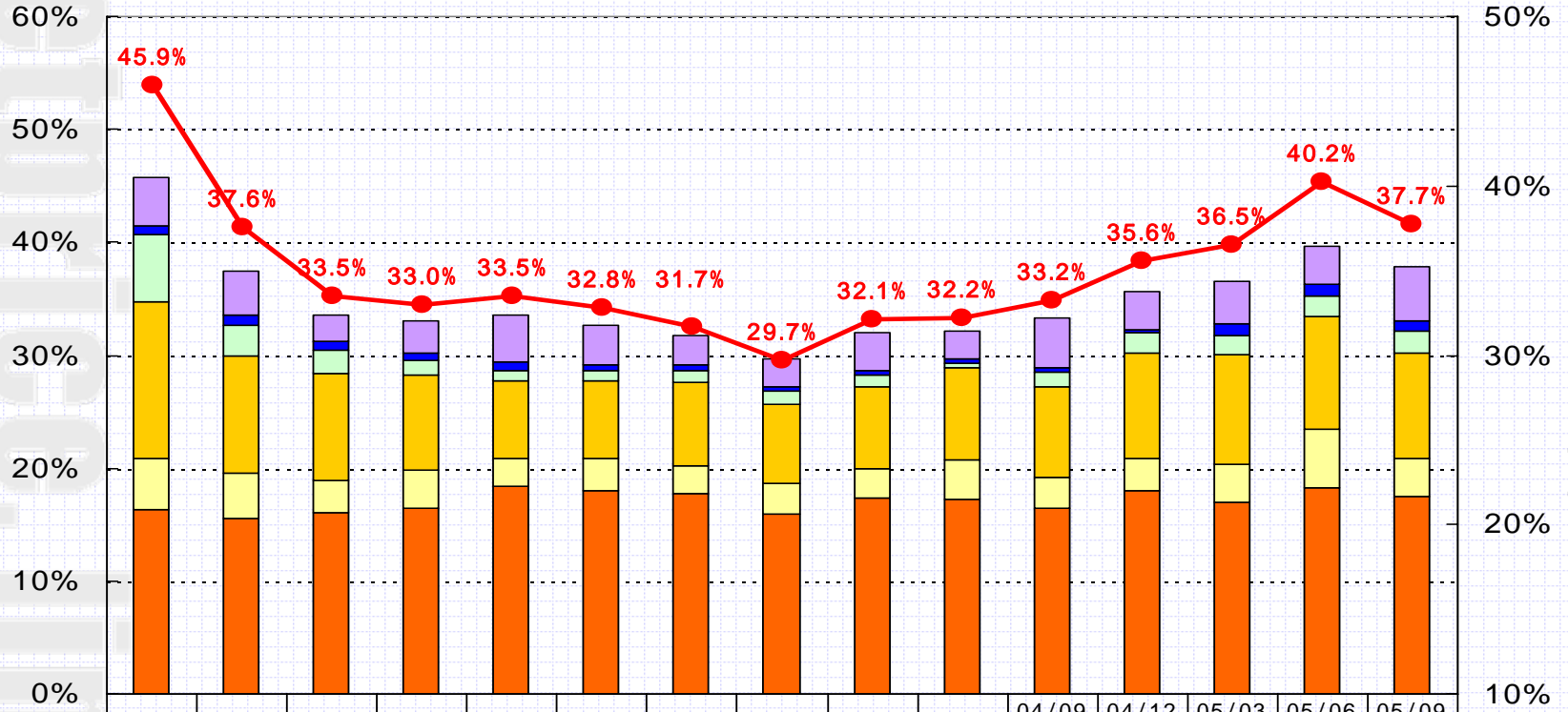


販売管理費率の推移 (連結)

05 / 4 Qは 販売管理費率 前年同期比4.3%増・前Q比2.5%減

各販管費売上比率 (%)

販売管理費率 (%)



■ その他	4.3%	4.0%	2.3%	2.8%	4.1%	3.5%	2.5%	2.5%	3.3%	2.5%	4.4%	3.3%	3.8%	3.3%	4.8%
■ 減価償却費	0.8%	0.8%	0.8%	0.6%	0.7%	0.6%	0.6%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	1.0%	1.0%	0.9%
■ 事務所関連費用	6.0%	2.7%	2.0%	1.4%	1.0%	0.9%	1.0%	1.1%	1.1%	0.4%	1.3%	1.8%	1.8%	1.9%	1.9%
■ 人件費	13.9%	10.4%	9.5%	8.4%	6.8%	6.9%	7.4%	7.1%	7.2%	8.2%	8.0%	9.3%	9.7%	10.0%	9.3%
■ 広告宣伝費	4.5%	4.1%	2.8%	3.3%	2.5%	2.8%	2.4%	2.6%	2.6%	3.4%	2.8%	2.9%	3.3%	5.1%	3.4%
■ 販売関連費	16.3%	15.5%	16.1%	16.5%	18.4%	18.0%	17.8%	16.0%	17.4%	17.3%	16.4%	18.0%	17.0%	18.3%	17.5%
● 販売管理比率	45.9%	37.6%	33.5%	33.0%	33.5%	32.8%	31.7%	29.7%	32.1%	32.2%	33.2%	35.6%	36.5%	40.2%	37.7%

販売関連費には、物流費用、回収手数料(カード決済・代引決済費用)、販売手数料(提携媒体への支払いマージン)、販売促進費(ポイント費用含)が含まれます。





単体業績の推移 (P / L)

単位 (千円)	(第4期4Q: 単体) 04.09期	(第5期3Q: 単体) 05.06期	(第5期4Q: 単体) 05.09期	前四半期比	備考
売上高	2,117,105	2,584,972	2,909,972	325,000	
売上総利益	841,360	1,083,483	1,199,465	115,981	8月停滞期における 購買促進のための セールの実施による 商品粗利の一時的な低下 人件関連費 0.8% 広告宣伝費 1.7%
全社粗利率	(39.7%)	(41.9%)	(41.2%)	(0.7%)	
商品粗利率	(34.6%)	(36.3%)	(35.8%)	(0.5%)	
販売管理費率	(32.7%)	(37.2%)	(34.8%)	(2.4%)	
固定比率	(17.1%)	(19.6%)	(18.1%)	(1.5%)	
限界利益率	(24.0%)	(23.8%)	(24.2%)	(0.4%)	
営業利益	149,284	122,997	187,312	64,315	
営業利益率	(7.1%)	(4.8%)	(6.4%)	(1.7%)	
経常利益	135,927	122,429	187,695	65,265	
当期利益	77,430	74,204	110,569	36,365	

全社粗利率 財務諸表上の連結売上総利益率
 商品粗利率 物販事業売上のうち送料・手数料売上を除いた商品売上に対する商品粗利率
 当社は2004年9月期第4四半期から連結となっております。





連結業績の推移 (P / L)

単位 (千円)	(第4期4Q:連結) 04.09期	(第5期3Q:連結) 05.06期	(第5期4Q:連結) 05.09期	前四半期比	備考
売上高	2,117,105	2,940,525	3,124,049	183,524	
売上総利益	841,360	1,249,293	1,320,121	70,827	
全社粗利率	(39.7%)	(42.5%)	(42.3%)	(0.2%)	
販売管理費率	(33.2%)	(40.2%)	(37.8%)	(2.5%)	
固定比率	(17.6%)	(22.2%)	(21.0%)	(1.3%)	
限界利益率	(24.0%)	(24.5%)	(25.5%)	(1.0%)	
営業利益	138,097	66,414	140,766	74,325	
営業利益率	(6.5%)	(2.3%)	(4.5%)	(2.2%)	
経常利益	124,752	67,423	139,431	72,007	
当期利益	66,225	20,351	52,320	31,968	

全社粗利率 財務諸表上の連結売上総利益率

商品粗利率 物販事業売上のうち送料・手数料売上を除いた商品売上に対する商品粗利率

当社は2004年9月期第4四半期から連結となっております。



業績の推移 (B/S)

単位 (千円)	(第4期4Q:連結) 04.09期	(第5期3Q:連結) 05.06期	(第5期4Q:連結) 05.09期	前四半期比	備考
流動資産	3,263,071	2,420,626	2,636,580	215,953	
現金及び預金	2,541,865	1,105,777	1,080,240	25,536	・期末最終日の出荷により 売掛金が増加
売掛金	628,638	909,638	1,235,655	326,017	
固定資産	525,961	2,117,549	2,148,296	30,747	
有形固定資産	189,474	224,345	217,430	6,915	・MC+連結調整勘定分
無形固定資産	62,541	1,004,722	990,482	14,239	
投資等	273,945	888,481	940,383	51,902	
総資産	3,789,033	4,538,176	4,784,876	246,700	
流動負債	924,388	1,551,180	1,669,362	118,181	
買掛金等	666,616	963,915	1,015,709	51,794	
未払金	209,129	360,300	317,315	42,985	
固定負債	0	11,240	10,810	430	
長期借入金	0	9,750	9,250	500	・MC+の保有する借入金の 返済
株主資本	2,864,644	2,966,324	3,096,453	130,129	
資本金	1,112,434	1,114,514	1,153,049	38,534	・新株引受権の行使による 資本金・発行済株数の 増加
発行済株式数	34,256	103,080	107,040	3,960	





業績の推移 (C / F)

単位 (千円)	(第4期4Q:連結) 04.09期	(第5期3Q:連結) 05.06期	(第5期4Q:連結) 05.09期	前四半期比	備考
営業活動 によるCF	248,335	187,134	5,730	193,746	
投資活動 によるCF	138,268	748,202	96,375	651,827	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィス増床による敷金の支払い (29M円) ・保険積立金 (34M円)
財務活動 によるCF	1,084,614	200,419	76,568	276,988	<ul style="list-style-type: none"> ・新株引受権 / 予約権の行使による増資 ・3QにM&A先で保有していた長期借入金を返済
現金等物 の増減	1,194,681	761,487	25,536	735,951	<ul style="list-style-type: none"> ・3Qに既存株主からの株式取得によるM&Aを実施
現金等物 の期末残高	2,541,865	1,105,777	1,080,240	25,536	

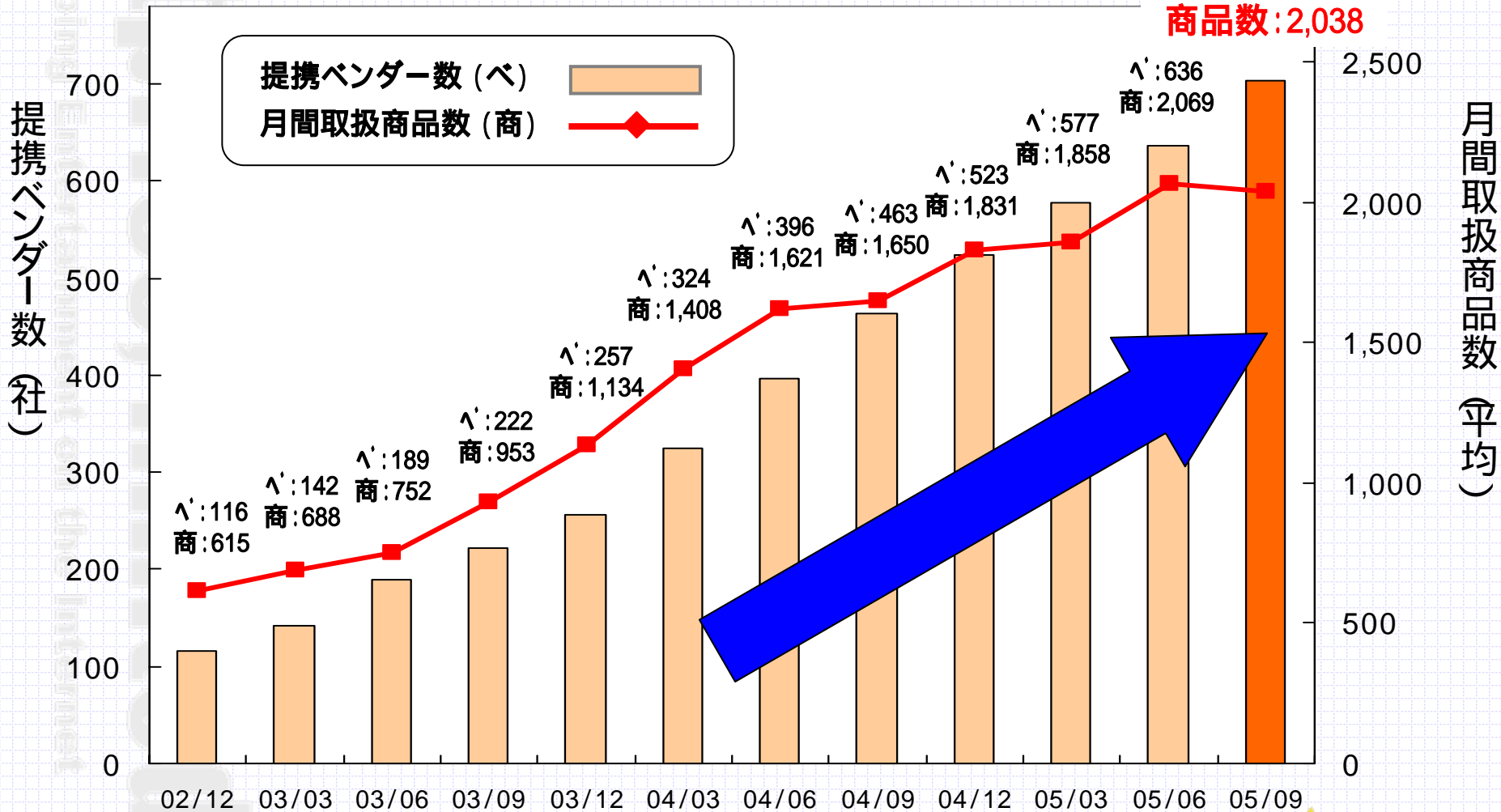




提携ベンダー数と取扱商品数の推移

ベンダー数は**67社増加** 商品数も順調に拡大。

8月に季節的な落ち込みにより商品数が減少するも、受注はセールでカバー。



ベンダー数: 703

商品数: 2,038

提携ベンダー数 (社)

月間取扱商品数 (商)

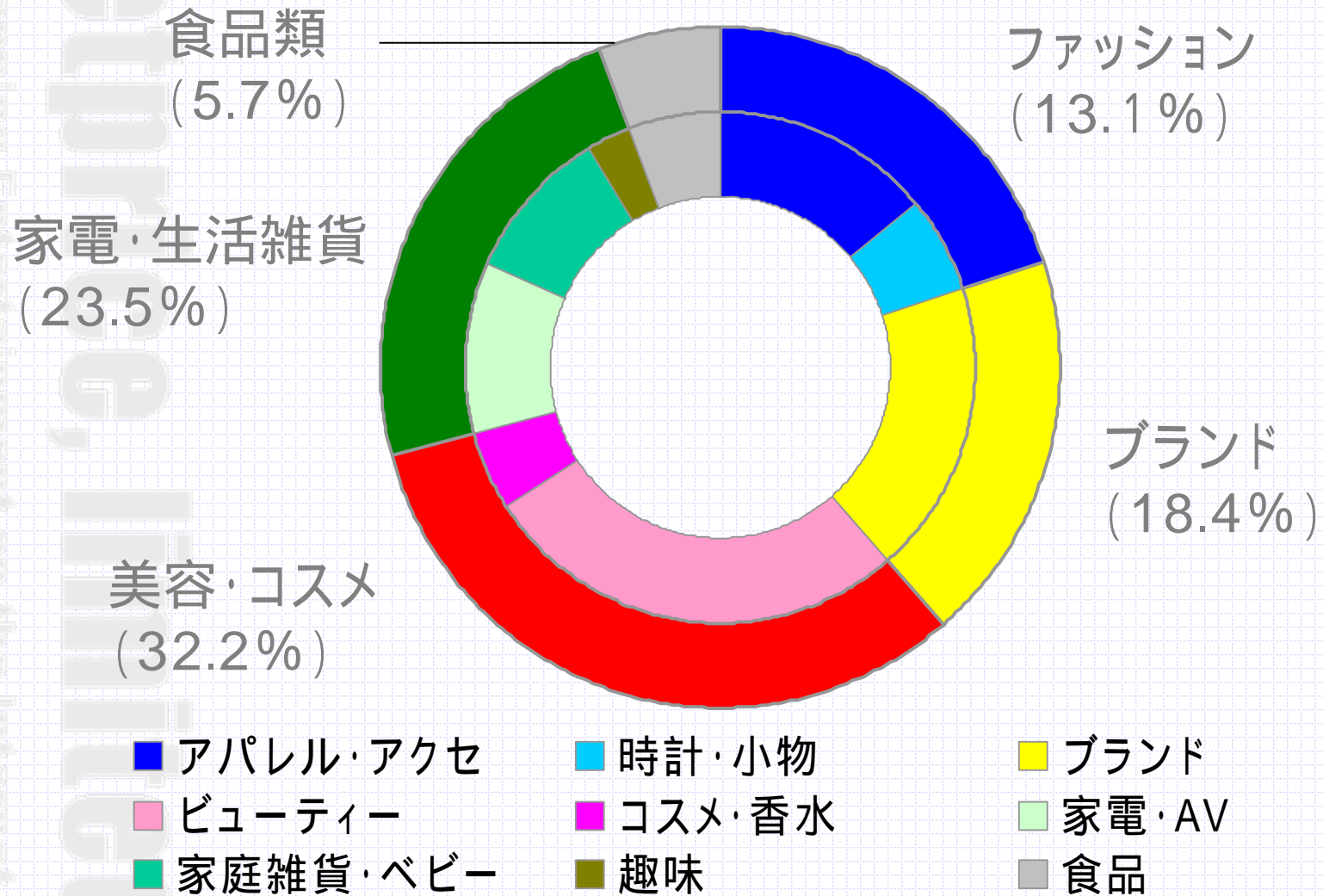
提携ベンダー数 (社)

月間取扱商品数 (平均)



商品カテゴリごとの構成比

(2005年7 - 9月期)

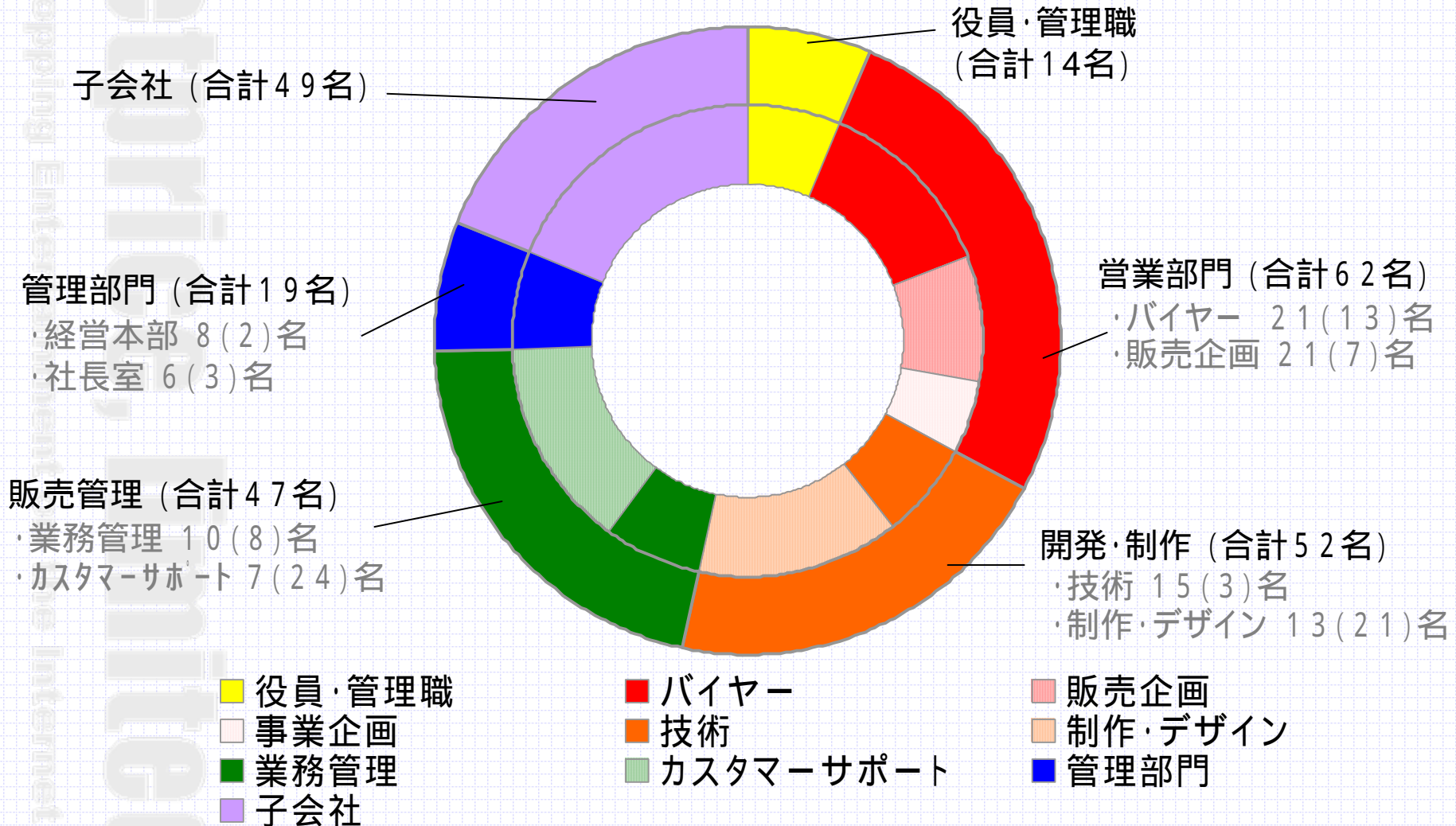


Shopping Entertainment on the Internet



役職員の構成

2005年9月末時点の連結役員数245名(うち契約・アルバイト90名)の構成



会社概要

netprice, limited
Shopping Entertainment on the Internet



会社概要

社名	<u>株式会社ネットプライス</u> (英語名: netprice, Ltd.)	
本店所在地	〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-19-19 恵比寿ビジネスタワー17階	
設立	1999年11月25日	
サービス開始	2000年1月	
従業員数	234名 (グループ合計・2005年9月末日現在)	うち社員144名
資本金	11億53百万円 (百万円以下切り捨て)	
取締役会	代表取締役社長	佐藤 輝英
	取締役	永塚 新
	取締役	新宮 浩
	取締役	池本 克之
	取締役	日高 裕介
	監査役(常勤)	小泉 正己
	監査役	近藤 希望 (公認会計士)
	監査役	高橋 由人 (元野村総合研究所副社長)
子会社	株式会社メディアン 株式会社ネットプライスファイナンス 株式会社ネットプライスカード 株式会社エムシープラス	
主な株主	株式会社サイバーエージェント 佐藤輝英 ソフトバンク・インターネットテクノロジー・ファンド2号・3号 (2005年9月末日現在 合計3,607名)	



モバイル・PCインターネット上でのショッピングサイト



全てのキャリアにおいて
公式ショッピングサイトとして登録

携帯(モバイル)インターネット上の当社サイト
「ちびギャザ」(<http://m.netprice.co.jp>)



PCインターネット上の当社サイト
「ネットプライス」(<http://www.netprice.co.jp>)





ギャザリングとは？

ユーザーの購買力をインターネットを使って集約。
ネットプライス独自の新しいショッピングスタイル

ギャザリングとは：

購入申し込み人数が多くなるごとに、商品がプライスダウンしていく、新しい買い物方式。
(1商品のギャザリング開催期間は、通常1週間)

販売価格	購入申し込み数
¥9,800	1 ~ 9個
¥8,800	10 ~ 49個
¥7,800	50 ~ 100個

現在の購入申込数： 48個
現在の確定販売価格： 8,800円

**申し込み数があと2個増えれば
価格は7,800円に！**

「ギャザリング」は、ネットプライスの登録商標です。

ネットプライスでは、「ギャザリング」に関する複数のビジネスモデル特許を出願中です。

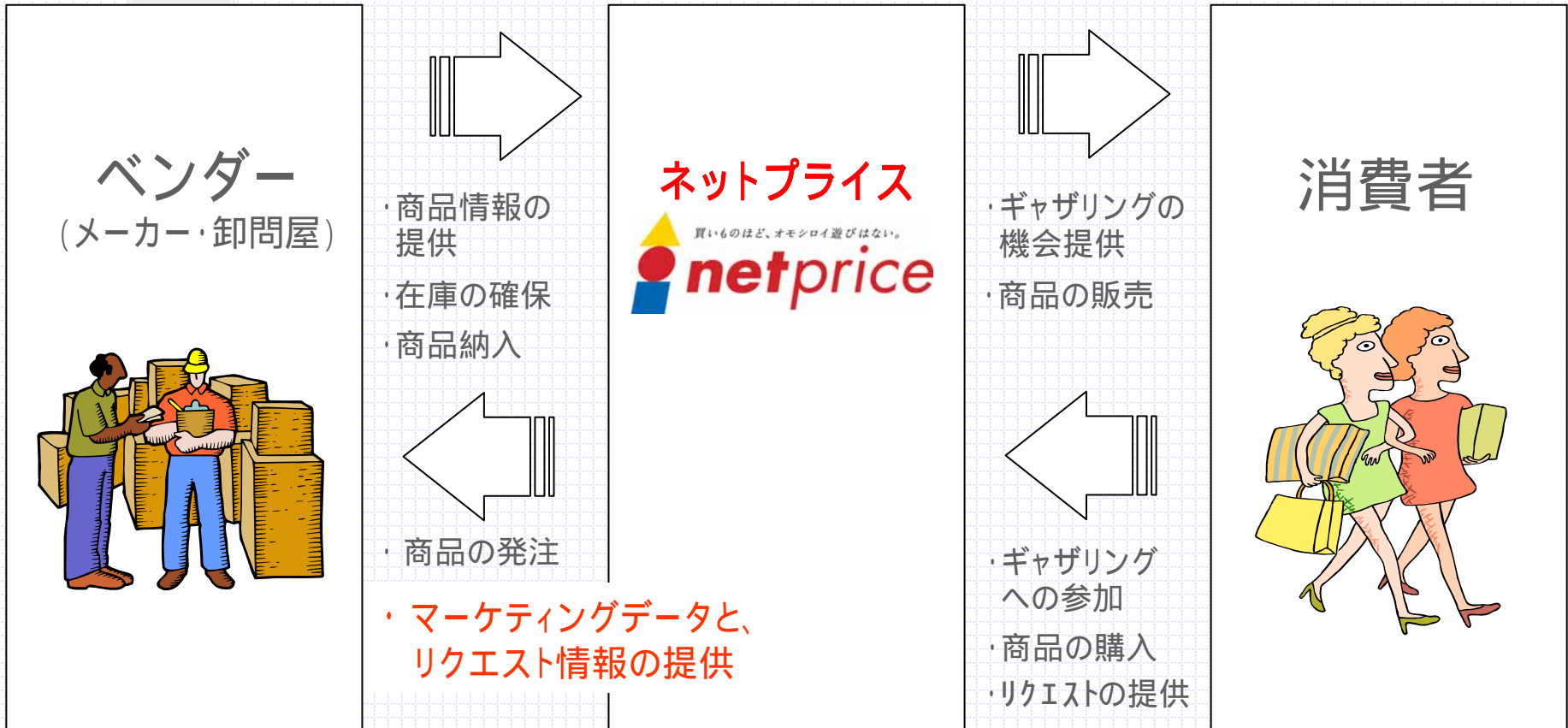


ギャザリングのビジネスフロー

毎週商品を更新。旬の商品だけを厳選して販売。

年間52回の商品選定で高度なマーチャンダイジングを実現。

商品は、受注を受けてからベンダーに発注 極めて低い在庫リスク

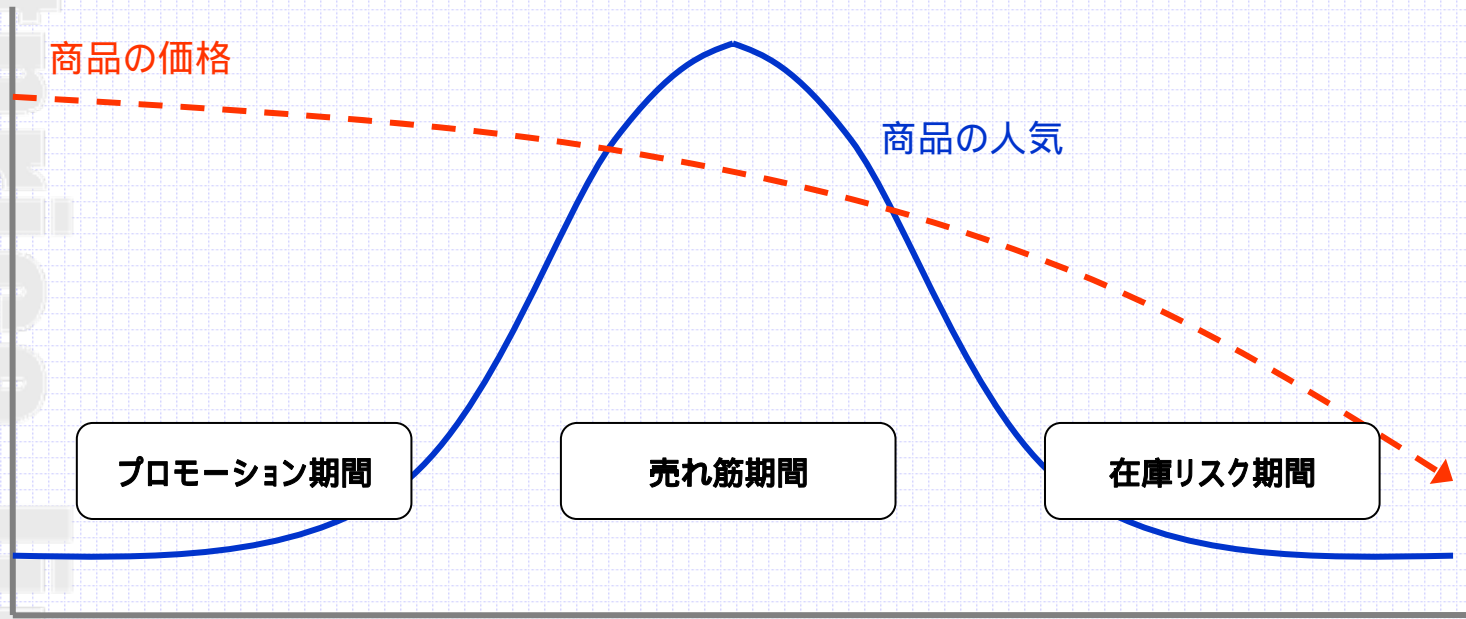




商品ライフサイクルにおけるギャザリングの優位性



商品の価格・人気サイクル



ギャザリングの優位性

テストマーケティングパワー

当社の自社・提携メディアを活用したプレマーケティングにより、動的調査機能を提供可能
(対ベンダー)

最新の商品をいち早く入手可能
(対消費者)

瞬間的バイイングパワー

全国の消費者を網羅する強力な販売ルートを確認可能
(対ベンダー)

スピードマーケティングパワー

ベンダーにとって在庫リスクが懸念される時期に、スピード感をもって販売可能。処分損を回避することができる
(対ベンダー)





ネット・リテールソリューションへの進化

インターネット上の「ショッピングサイト（店舗）」から

インターネットを使った「リテール・ソリューション（小売機能）」への進化

ベンダー・メーカー

メーカー
(商品の企画)

一般ベンダー
(キャッシュリングによる
効率的な販売)

海外ベンダー
(国内販売代理)

ネットプライス



消費者

自社メディア
(自社店舗での販売)

提携メディア
(コマース機能の提供)

実店舗
(ヒット商品の提供)

インターネットを活用した
各機能の提供

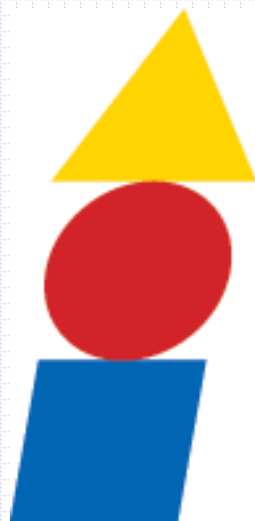
テストマーケティング
機能の提供

瞬間的販売力



在庫一掃による流通の活性化

買いものほど、オモシロイ遊びはない。



netprice



netprice