



BUSINESS REPORT

第8期 株主通信

2006年10月1日から2007年9月30日まで

株式会社ネットプライスドットコム

グループビジョン

テーマは「ネット時代の流通」。
インターネットを使って、
流通を核に、流通を超える「超」流通企業集団を創る。

当社グループは、“インターネットと流通(コマース)”をキーワードに、新たな業態の創造と育成を図り、国内外の消費者と商品提供者との間に新しい関係を築くことで、「楽しく」、「賢く」、「便利に」商品を買うことができる仕組みを構築し、流通業界の革新的な牽引役として新しい市場を創造していく企業集団となることを目指しています。

目次

- 1 株主のみなさまへ
- 2 ギャザリング事業の状況と事業再構築プラン
- 4 事業ハイライト
- 8 財務ハイライト
- 9 株式の状況／会社情報

株主のみなさまへ



株主のみなさまにおかれましては、益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。

さて、早速ではございますが、はじめに、前回の事業報告書でご報告しました当社業績のその後の動向についてご報告申し上げます。当社グループの中核を形成するインターネット上での通信販売事業「ギャザリング事業」においては、当初の利益率悪化および生産性の低下などの問題点を改善するため、今下半期は全社を挙げて事業再構築プランに取り組み、本来の強みを取り戻してまいりました。また、コマースインキュベーション事業(旧事業区分名「インキュベーション事業」)においては、不採算事業は売却・撤退を行うことで事業の選択と集中を遂行いたしました。一方で、各新規事業においては、徐々に黒字化も実現し、順調に事業を拡大しております。

これらの取り組みの結果、今期の当社グループの連結業績は、下半期の回復により、売上高は13,256百万円と前期比で2.5%増となった一方で、中間期における商品の評価損の計上やアパレルEコマース事業子会社の赤字などにより営業損失として353百万円を計上することとなりました。また、当初の計画に比べて成長に遅れが見える事業においては、保守的に固定資産の減損・除却損やのれん代の減損を行い、あわせて事業再構築計画に基づく事業再構築損を特別損失として計上したことにより、今期は純損失として676百万円を計上いたしました。

来期に向けて、ネットプライスグループは、企業価値のさらなる向上を目指し、グループ内事業領域の拡大、および各事業の連携強化によるシナジー効果の増大に注力してまいります。お客様を「消費者」であると同時に情報の「発信者」、またモノの「保有者」として多面的に捉え、さまざまな面からアプローチすることで、多様な事業機会を生み出す「ネット流通の生態系」を創出していく考えです。

「インターネット」と「流通」。このキーワードのもとに、ネットプライスグループは、来期もインターネットをフルに活用した新しい流通業態の創出と育成に力を注いでまいります。株主のみなさまにおかれましては、今後も一層のご支援、ご指導を賜りますよう、お願い申し上げます。

2007年12月

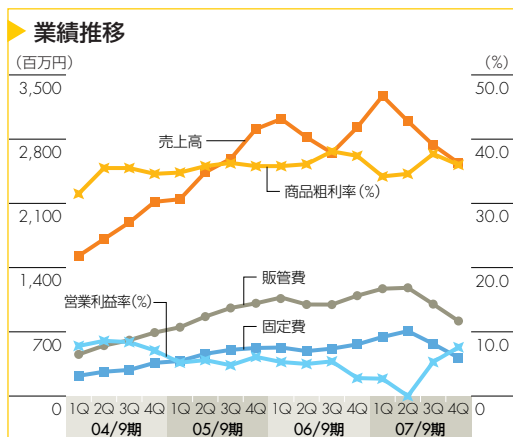
株式会社ネットプライスドットコム
代表取締役社長兼グループCEO

佐藤 輝英

ギャザリング事業の状況と事業再構築プラン

原点に戻って、ネットプライス本来の「持たない」強さを活かしたビジネスモデルに。

● 再構築プランの遂行



※ 会社分割前後の連続性を持たせるため、販管費はネットプライスドットコム、ネットプライス、ネットプライスインキュベーションの合算数値であるため、連結数字とは異なります。

※ 07/9期2Qの在庫の評価減は除いています。

ネットプライスグループでは、今下半期、グループの中核事業である「ギャザリング事業」において当ビジネスモデルの原点に立ち返った現状分析を行い、事業基盤の再構築を図るためのドラスティックな改革を実行いたしました。

「ギャザリング事業」本来の強みである、「在庫や店舗を持たない」ビジネスモデルへの回帰に向けた施策として、商品面では、従来の高い商品回転率に戻すべく、在庫を大幅に償却。あわせて在庫を保有することを前提とした関連システムを一括して除却いたしました。

また、売り場戦略においては、ネットの仕組みによる集客への改革を進めるとともに、売り場効率の改善を推し進め、広告宣伝費、販売促進費を約50%、オペレーションに要していた人件費は希望退職制度により約40%削減いたしました。

これらの結果、事業モデル本来の「持たない」強みの再現を図り、固定費を大幅に削減。営業利益率も四半期ごとの順調な回復を見せております。

● ネットプライスグループの成長戦略

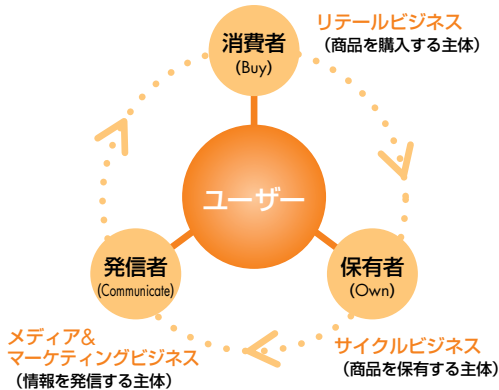
- 顧客にとって魅力的な商品の厳選
- 回転率を重視した商品戦略の遂行
- 売り場効率の追求と生産性の向上
- ネット型集客への集中

【ギャザリング事業からネット流通生態系ビジネスへの展開】

当社グループのコア事業である「ギャザリング事業」では、再構築プランにより「持たざる」経営に回帰し、再び利益を創出できる事業構造へと転換を果たしました。そして今後も当事業では、左記の重点戦略を引き続き強化していくことによって新たなビジネスモデルの創出を続けるとともに、グループ全体の進化・拡大を牽引してまいります。

当社グループは、この「ギャザリング事業」をコアとしつつ、新規事業の集合体であるコマースインキュベーション事業(旧事業区分名「インキュベーション事業」との連携を強め、シナジー効果を追求できるビジネスモデルを創出していきます。

▶ 当社の目指すネット流通生態系



当社の各事業においては、お客様を左記のように考えます。例えばドロップシッピング事業では、「消費者」であるとともに商品を販売する情報の「発信者」でもあります。また、オークション事業では、当社に商品を提供するモノの「保有者」となります。このように、お客様の多様な特性とニーズを的確に捉え、各事業を通じたさまざまなアプローチと、新しいネット流通の仕組み、すなわち当社が目指す「ネット流通生態系」を通じて、新たな事業機会の創出が可能であると考えています。

また、成長を加速させる新たな柱を確立するためには、人材の育成と確保が重要課題です。コマースインキュベーション事業では「5年以内に30人の経営者を育成する」ことを目標とし、グループ内における事業オーディション制度「ビジネスチャレンジ制度」などの仕組みを通じて人材育成に注力し、新規事業プランの

発掘、支援、育成、管理を進めてまいります。一方で、新規事業においては「撤退のルール」も明確にし、成長軌道に乗ることができない、また成長が望めない事業については、当社独自のルールに基づいてその可能性をすみやかに見極め、事業の再構築あるいは撤退を行い、リソースの最適化を進めていく考えです。

【コマースインキュベーション事業における新規事業の展開】

「ギャザリング事業」を軸としたグループ全体の成長加速化のための施策としては、新規事業の創出だけでなく、既存事業間の連携シナジーによる拡大を進めております。例えば、「ギャザリング事業」で販売し好調だった商品を、個人がネット上で商品販売するのに支援する「ドロップシッピング事業」に投入しています。これによって、大量・瞬間販売を強みとする「ギャザリング事業」の弱みであった継続・少量販売を、「ドロップシッピング事業」に引き継ぎ、カバーします。「ドロップシッピング事業」とっては、「ギャザリング事業」で売れた実績のある魅力的な商品の品揃えが可能になり、個人のユーザーでも販売しやすい環境を構築できるようになります。その他、商品レビューを集約する「モノペディア事業」では、グループ内の各サイトを通じてお客様のリクエスト、意見などの収集に注力し、顧客ニーズに合致した商品・サービスの開発へとつなげていきます。

事業ハイライト

「インターネット」と「流通」。この2つのキーワードのもとに、中核である「ギャザリング事業」と、「ギャザリング」に続く次世代の新たな流通モデルの創出・育成に注力するコマースインキュベーション事業を展開しています。

【ギャザリング事業】



(株)ネットプライス

お客様が集まるごとに、商品の価格が安くなるインターネット上での通信販売「ギャザリング」事業を、パソコンおよび携帯電話インターネット上で展開。口コミなどを通じた一般ユーザーによる集客力と、雑誌・テレビなどのマスメディアとの連携力が強み。毎週、専属バイヤーが厳選する約500商品の殆どを更新。インターネットならではの販売手法により、美容・化粧品・インテリア・雑貨・お取り寄せグルメなどを取り扱う。



※「ギャザリング」「ギャザ」は(株)ネットプライスの登録商標です。

【コマースインキュベーション事業(旧事業区分名「インキュベーション事業」)】

(株)ネットプライス
インキュベーション

Eコマース関連各種事業の投資・育成を展開。

グループ各社の新規Eコマース関連事業の支援および法人化前の新規プロジェクトへの育成・管理。また国内外のグループ外企業への事業投資を展開。

▶ ドロップシッピング事業



(株)もしも

インターネット上での個人ユーザーなどが、簡単にネットショップを開始・拡大できるよう、ECシステム、商材などを提供する新しい流通モデル「ドロップシッピング」を展開。

ショップ数約100,000店、商品数約20,000点を超え、日本No.1のドロップシッピング企業に成長。有力メディアを通じた販売チャネルの拡大も推し進める。



オークションメディア事業



(株)オークファン

「ヤフーオークション」・「モバオク」・「楽天」・「eBay」など、世界中の有名オークションサイトの情報を集約。リアルタイムで一括して商品検索が可能なオークションポータルサイト「aucfan.com」を企画・運営。月間ユーザーは120万人超。有力広告メディアとして事業展開しており、最近では、複数オークションサイトへの出品ツールも提供開始。



ネットSPA事業



(株)エムシープラス

女性向けファッションアパレルのEコマースサービスを、パソコンおよび携帯電話インターネット上で展開し、国内外のさまざまなブランドを取り扱う。女性向けの各種ファッション雑誌とのメディアミックスを得意とし、ネットと雑誌などを連動させたショッピングモデルを構築。



クロスボーダーEC事業

(株)ショップエアライン
Shop Airlines America, Inc.

インターネットの特徴の1つである「海外とのつながり」に着目した、海外関連のEコマース事業の企画・開発、また、海外Eコマース市場・インターネット市場からの情報収集を展開。東京とシリコンバレーに事業拠点を構える。

(株)シアン、(株)デファクトスタンダードの戦略と方向性について、各社長にインタビューしました。

美容・化粧品の企画開発・販売



(株)シアン

“ お客様が使いたくなるアイデア、使い続けたいくなる実感を形にした、美容・コスメ商品の企画開発・販売を行っています。

(株)シアン 代表取締役社長 加藤 忍

”



Q1. シアンを立ち上げたきっかけはどのようなことだったのですか。

私は、ネットプライスで数年間美容関連商品のバイヤーを担当していました。当時、買い付けてきた商品を販売すると、販売数量はインターネット上だけでも1週間に数千個を超えていました。それをヒントに、インターネット上での売れ筋商品を計画的に企画・開発し、それをインターネットだけでなく、実店舗やその他の媒体で販売できれば、商品のブームを創ることができるのではと思い、それを事業としたのがきっかけです。

Q2. シアンのビジネスモデルについて教えてください。

自社オリジナル化粧品を開発し、まずはグループ各社のECチャンネル上で販売し、その結果を踏まえ特徴・強み・マーケティングデータなどを把握した上で、その後幅広い販路にて商品を拡販するビジネスモデルです。具体的には、インターネット、実店舗、TV、ラジオ、通信販売誌などのチャンネルと提携して販売を行っています。

インターネット上での消費者の動向を的確に判断し、他にないユニークな化粧品創りをするをモットーにしています。

Q3. 今後の戦略について教えてください。

たくさんの物が溢れ、どの化粧品を使っていいのかわからない昨今だからこそ、お客様が使いたくなるアイデア、使い続けたいくなる実感をもたせた化粧品創りに注力していきます。多くの媒体で計画的に商品展開を仕掛け、また、海外からの輸入商品など目新しく面白い商品の取り扱いも積極的に検討していきたいと考えています。さらに化粧品研究者、美容ライター、メイクアップアーティスト、ドクターなどの美容従事者と協力し、時代のニーズに合った商品を創り上げていきます。



アムールローズ

▶ バリューサイクル事業



(株)デファクトスタンダード

“ 「モノの価値を見出し」、「モノに価値を与え」、
「モノを通じて人と人とをつなぐ」、新しい業態
「バリューサイクルビジネス」を創造します。 ”

(株)デファクトスタンダード 代表取締役社長 竹内 拓



Q1. デファクトスタンダードのビジネスモデルについて教えてください。

「ブランドキング」(<http://www.brandking.jp/>)をはじめとするインターネット専門の買い取りサービスを展開しています。ブランド品を中心にアパレル、雑貨などの商品を個人から買い取り、メンテナンス後、インターネットオークション、モバイルサイトなどの販路を通じて販売展開しています。

Q2. デファクトスタンダードの特徴と強みは何ですか？

インターネットをフル活用したマーケティングにより、市場ニーズのタイムリーな反映、効率的な集客を実現できています。実店舗を持たないため、その分の経費は買い取り価格に反映させることができ、商品提供主と当社双方にとってメリットがあります。また、情報のデータベース化など、徹底したシステム化および仕組み化により、スピーディーな経営判断と、人の経験に依存しない業務体制の構築をしています。

Q3. 事業を進めるにあたり大切にしていることを教えてください。

インターネット専門だからこそできる、「敏速な対応」、「信頼」、「適正な査定」をモットーとしています。単に商品をお金に換金するためだけの質屋とは異なり、お客様の人生をより豊かにできるサービスを提供することを第一に考え、売る人にも買う人にも納得していただける新しいシステムを創っていきたく思います。地球環境にやさしい循環型社会、つまりあらゆる面で無駄を出さないシステムを通じて環境問題にも貢献していきたいと考えています。



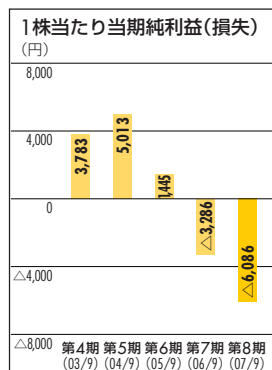
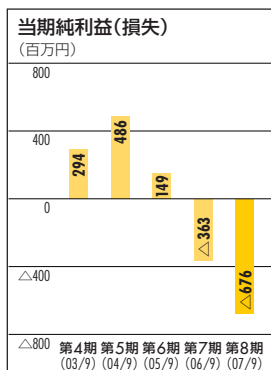
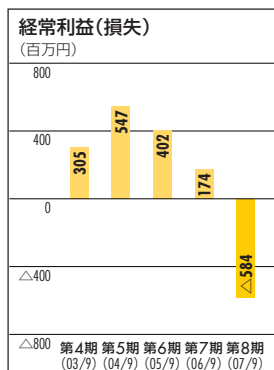
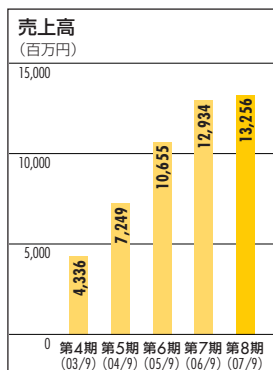
YOMIURI ONLINEのエコ企画(SMILE ECO)にも参加。

財務ハイライト

● 主な連結財務指標

(単位:百万円)

区分	2006年9月期	2007年9月期	2008年9月期(予想)
営業収益(売上高)	12,934	13,256	12,000
営業利益	217	△353	160
税引前利益	△186	△861	-
当期純利益	△363	△676	20
総資産	7,090	5,372	-
純資産	5,493	4,162	-



※上記中、1株当たり当期純利益(損失)につきましては、比較の便を考慮し、遡及修正を行って表示しております。

※金額は単位未満を切り捨てて表記しております。

※第5期(04/9)より連結財務諸表数値となっております。

● 事業セグメント別損益の概要 (2007年9月期)

(単位:百万円)

	ギャザリング事業	インキュベーション事業	全社又は消去	連結
売上高	11,549	1,837	△130	13,256
売上原価	7,329	1,145	△130	8,407
売上総利益	4,156	692	-	4,848
売上総利益率	36.0%	37.7%	-	36.6%
販売管理費	4,079	1,069	53	5,202
販売管理費率	35.3%	58.2%	-	39.2%
営業利益(損失)	76	△377	△53	△353
営業利益率	0.6%	-	-	-

株式の状況 (2007年9月30日現在)

● 株式の概況

発行可能株式総数	155,040株
発行済株式の総数	112,964株
株主数	3,520名

● 所有株数別分布表

	株主数 (名)	構成比 (%)
1～99株	3,494	99.26
100～499株	18	0.51
500～999株	1	0.03
1,000～4,999株	4	0.11
5,000～9,999株	1	0.03
10,000株以上	2	0.06
	3,520	100.00

● 所有者別分布表

	株式数 (株)	構成比 (%)
政府・地方公共団体	0	0.00
銀行	0	0.00
信託銀行	3	0.00
生命保険会社	0	0.00
損害保険会社	0	0.00
その他金融機関	67	0.06
証券会社	537	0.48
その他の法人	67,152	59.45
外国法人等	373	0.33
個人・その他	42,832	37.92
自己名義株式	2,000	1.77
合計	112,964	100.00

● 大株主(上位2名)

株主名	持株数 (株)	議決権比率 (%)
株式会社サイバーエージェント	54,840	49.4
佐藤輝英	22,824	20.5

※議決権比率は小数点第2位以下切り捨ての数値です。

会社情報 (2007年9月30日現在)

- **社名** 株式会社ネットプライスドットコム
- **英文社名** netprice.com, Ltd.
- **本社所在地** 〒150-0013
東京都渋谷区恵比寿1丁目19番19号
恵比寿ビジネスタワー17F
- **設立** 1999年11月
- **サービス開始** 2000年1月
- **連結従業員数** 171名(契約社員・アルバイトを含む)
- **資本金** 23億3,072万円
- **代表者** 代表取締役社長兼グループCEO
佐藤 輝英
- **取引銀行** 三菱東京UFJ銀行 渋谷支店



株式会社ネットプライスドットコム

〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-19-19

恵比寿ビジネスタワー17F

TEL.03-5739-3360(代表) FAX.03-5739-3800

株主メモ

事業年度	10月1日から翌年9月30日まで
定時株主総会	12月
基準日	9月30日
中間配当を行う場合の基準日	3月31日
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱所	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
郵便物送付先 お問い合わせ先	〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711(通話料無料)
同取次所 [各種お手続き用紙のご請求]	三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店 電話 0120-244-479(通話料無料) ホームページ http://www.tr.mufg.jp/daikou/
公告掲載紙	日本経済新聞 (当社は決算公告に代えて、貸借対照表ならびに損益計算書を当社のホームページ(http://www.netprice.com)に掲載いたしております。)

