

BUSINESS REPORT

第7期事業報告書

2005年10月1日から2006年9月30日まで



CONTENTS

| | | | |
|----------------------------|---|---------------|----|
| 株主のみなさまへ | 1 | 営業概況 | 10 |
| ホールディング カンパニー体制への移行 ... | 2 | 財務諸表 | 12 |
| 社長インタビュー | 6 | アンケート結果 | 14 |
| 財務ハイライト | 9 | 株式の状況 | 16 |
| | | 会社情報 | 17 |

企業理念

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、そして商品提供者それぞれ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。



イビザ キャシー・グエッタ

フランスのセレブ、「キャシー・グエッタ」プロデュースの香水。世界的に注目度が高く、海外高級百貨店でセレブに愛されている香り。



夢吟醸 桜子

全国新酒鑑評会で9回の金賞受賞を誇る「副将軍」を生み出した蔵元、明利酒類株式会社の新作。伝説の杜氏土屋桜子さんプロデュースの銘酒。



福箱

わずか1週間足らずで1,600個以上販売した人気の企画商品。靴シリーズ、洋服シリーズなどさまざまな“福箱”を販売。

大豆のちからシリーズ

オリジナル基礎化粧品ブランド「大豆のちからシリーズ」を大幅リニューアル。ローション・ジェル・石鹸なども発売され、今では女性用だけでなく、男性用も発売。



株主のみなさまへ



株主の皆様におかれましては、益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。

今期、当社グループの連結業績は、売上高が12,934百万円と前期比で21.4%増加したものの、経常利益は前期比56.6%減の174百万円、当期利益は前期実績149百万円に対して363百万円の損失となりました。

当社グループの中核であ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)を軸に、新規のEコマース関連事業をグループ各社において次々に立ち上げるにあたり、今期はグループ全体での事業規模が大きく拡大し、売上高については増収を達成いたしました。

しかし一方で、これらの新規事業においては、収益化に当初の計画より時間を要しており、この度当社では保守的な判断から、各新規事業に携わるグループ会社の、連結調整勘定の減損および事業に関連するソフトウェアやネットワーク機器等のシステム資産価値の一部を償却し、一時的な特別損失として462百万円を計上したことで、最終利益が損失となりました。

インターネットの環境は劇的な変化を続けており、最近では「Web2.0」とも言われる消費者発信型、消費者主導型のメディア等、新たな潮流の到来が話題となっております。当社では、これらの環境の変化を事業機会として先んじて捉え、グループ全体で更なる成長を実現するべく、2007年2月には持株会社体制に移行する予定です。新体制では、業界を牽引するギャザリング事業を軸に、新たな「業態」の創出・早期育成を促す組織編制とし、グループにおける事業領域の拡大とシナジーの創出、そして企業価値の増大を進めてまいります。

従来の考え方にに基づき、お客様を「消費者」としてだけでなく、同時に「情報発信者」として、またモノの「保有者」として多面的に捉えることで、様々な面からお客様に接する仕組みをインターネットを通じて築き上げ、その中から様々な事業機会を創り出す「ネット生態系ビジネス」を構築していきたいと考えております。

「インターネット」と「流通」をキーワードに新たな業態を創る。このテーマの元に、経営陣、従業員一同、更なる邁進を図って参りたいと存じます。

株主の皆様におかれましては、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。

2006年12月

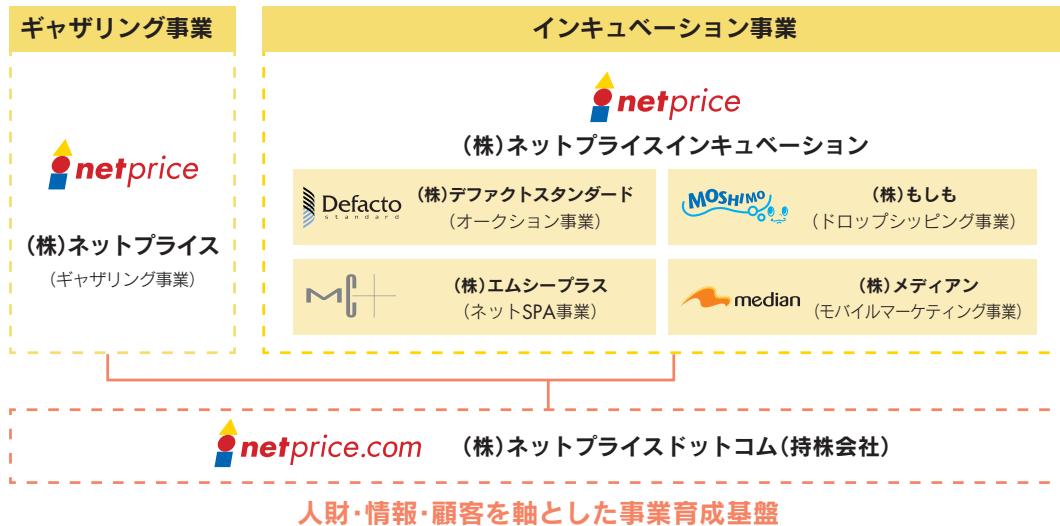
株式会社ネットプライス
代表取締役社長兼CEO 佐藤 輝英

グループ共通の「成長基盤」として

新たなスタイルのホールディングカンパニーを設立

新たなグループ組織体制

「ギャザリング事業」を中核としながらインターネットの変化を先行して捉えた新たな「業態」創出のための組織づくり



▶ 2007年2月から新たな組織体制へ

当社は、2006年12月18日に開催の当社定時株主総会での承認をもって、2007年2月1日より、持株会社体制へと移行する計画です。

当社は持株会社として商号を「株式会社ネットプライスドットコム(予定)」に変更し、コア事業である「ギャザリング事業」と次世代のEコマース業態を創り上げる「インキュベーション(育成)事業」を支える各事業のグループ基盤的存在となります。100%子会社(株)ネットプライスファイナンスが、(株)ネットプライスと名称を変更し、同社が従来の「ギャザリング事業」を継承しさらなる成長・拡大を目指します。同時に、ギャザリングに続く新たなEC業態を4つの事業会社及び今後新たに創出・育成していく新規事業により展開していきます。

▶ インキュベーション専門の事業会社が育成事業を支援

新組織体制における当社グループの活動領域は、核となる「ギャザリング事業」と新規事業の集合体である「インキュベーション事業」に分かれます。「インキュベーション事業」では、2006年11月に設立した(株)ネットプライスインキュベーション(以下、NPI)が統括し、持株会社である(株)ネットプライスドットコムと連動して新規事業の立ち上げと事業化を推進します。

NPIはその名の通り、新規事業の育成を行う専門の事業会社となり、事業の立ち上げ時期には同社が社内における1プロジェクトとして管理し、収益化して法人化できるようになった時点で持株会社の直接子会社に移行させる予定です。また法人化の後も事業が確立するまでは、NPIが継続してその事業の成長をサポートします。

現在、NPIが統括する事業会社は(株)デファクトスタンダード、(株)もしも、(株)エムシープラス、(株)メディアンの4社となっており、今後も新たな事業の創出を進めてまいります。

▶ 「人財」「情報」「顧客」の共有：「ネット生態系グループ」

インキュベーション事業では、「インターネット」を活用して新たな「流通」のモデルを創り上げる、各新規事業を育成・サポートします。ビジネスを「点」ではなく「円」で捉え、お客様を「消費者」としてだけでなく、同時に「情報発信者」、「モノの所有者」としても捉えることで、インターネット等を通じた、リクエスト、意見等の収集に注力し、顧客ニーズに合致した商品・サービスの開発を進めます。グループの各事業を通じて、お客様を囲い込むように、多様な面から接することで、継続的な事業機会の創出と、お客様にとっての「なくてはならない存在」を目指します。

グループが有する「人財」「情報」「顧客」を共通の基盤とし、社会の中のさまざまなビジネスチャンスを広くカバーできる「ネット生態系グループ」として、グループ内のシナジーを最大化しながら成長して参りたいと考えます。

新たなネットプライスグループのあり方

「人財・情報・顧客」を求心力としたネット生態系グループ



ギャザリングに続く

次世代型の新たなEC業態を担うグループ会社

当社事業紹介

ギャザリング事業



(株)ネットプライス

商品の購入申し込みが増えるごとに値段が安くなる当社独自の流通モデル「ギャザリング」を、パソコン・携帯電話を通じたインターネット、雑誌、テレビ、ラジオなどの幅広いメディアで展開し人気の商品を販売。



グループ会社事業紹介

オークション事業



(株)デファクトスタンダード

日本で唯一、世界中のオークション情報を一括して検索できるサイト「Aucfan.com (オークファン・コム)」を運営。各オークションサイトと連動し、商品の出品者と購入者を結ぶ横断的なビジネスを拡大中。



ドロップ SHIPPING 事業



(株)もしも

2006年8月のサービス開始後2ヶ月でショップ数が1万店を突破し、日本で最大のドロップ SHIPPING ネットワークに。メーカー、商社など商品供給パートナーを充実させ、サービスを拡大中。



ネットSPA事業



(株)エムシープラス

モバイル・Web・雑誌、そして表参道にて展開するリアル店舗を連動させたマーケティングを通じて、オリジナルアパレルブランド「Beverly Hills Choppers」を中心とした企画・製造・販売戦略を展開。



モバイル事業



(株)メディアン

携帯電話を通じたモバイルインターネット上における、知識情報データベースなどのユーザー参加型メディア(モバイル2.0)の企画・開発・運営、およびIPOなど、事業者向けの広告ソリューションを開発・販売。



TOPICS

ネットとリアルの連動で新たなSPA戦略を展開

(株)エムシープラスはPCサイト「LOVE EXPRESS」と、携帯サイト「LOVE EXバーゲン」を運営しています。さらに2006年9月にはLAブランド「Beverly Hills Choppers (BHC)」の旗艦店を表参道にオープンさせました。

PCサイトでは国内外の人気ブランドをはじめ、ファッション小物、雑貨、コスメなど最も旬のアイテムを提供。携帯サイトでは10~20代をターゲットに「1年中バーゲン」をテーマに商品を紹介しており、それぞれ個性的なサイトとして絶大な支持を得ています。ここに雑誌とリアル店舗が加わったことにより、ネットとリアルを連動させたSPA戦略の体制が完成しました。今後も、当社グループの強みを背景とした独自のビジネスモデルを展開していきます。



ギャザリング事業の強化とともに 戦略的な商品調達と新規事業に注力しています

Q ネットプライスの今後の成長戦略をどのように考えていますか？

当社はインターネットを活用した通信販売の仕組みとしてギャザリングのビジネスモデルを構築し、2000年から事業を展開してきました。これまでは仕組みの構築と規模の拡大、サービスの充実やベンダー・顧客数の増加など、ギャザリング事業にリソースやエネルギーを集中させてきました。

しかし、着実な売上の伸びと事業規模の拡大を背景に、足元が固まったという確かな実感が得られるようになった今、ギャザリングを中核として、さらなる成長を目指すチャンスだとも感じています。そして、今回当社では**1.ギャザリング事業の進化**、**2.ヒット商品の戦略的調達**、**3.新規事業の育成・サポート**、という3つの戦略を掲げました。これにより、ギャザリング事業のさらなる充実と成長、そして新規事業の育成による事業領域の拡大にチャレンジすることにより、今後も従来以上の成長を目指します。

1 ギャザリング事業の進化

2 ヒット商品の戦略的調達

3 新規事業の育成・サポート



ギャザリング事業の進化とは、具体的にどのように実現していくのでしょうか？

ギャザリング事業は、2000年の「立ち上げ期」以来、認知度の高まりと社会的なインターネット普及の加速があいまって、順調に売上規模を拡大することができました。この間のギャザリング事業のステージを「1.0期」とすれば、今後の数年間はギャザリング「2.0期」として、いっそう成長を加速させたいと考えています。

具体的には、ギャザリングにおける「消費者主導型の売り方」を再度徹底追求していきます。これまではギャザリングから情報を発信するという構造でしたが、今、Webの世界

ではソーシャルネットワーク(SNS)やブログなど、個人が情報を発信し、そこに参加するユーザーがコミュニティーを形成する、「Web 2.0」と呼ばれるインターネットの新しい潮流が急速に広まっています。こうした「口コミ」の世界をギャザリング事業にも活かすことによって、究極のユーザー参加型ショッピングを構築していこうと考えています。

ギャザリング事業進化の変遷

ギャザリングはこれまでも進化し続け
今後も変革を重ねて拡大を続ける

ギャザリング 「2.0期」

- ・究極のユーザー参加型ショッピングの構築
- ・ネットならではの集客の仕組みの再構築

ギャザリング 「1.0期」

(月間売上高6億円)

- ・サービスの定着
- ・取り扱い商品ジャンルの拡大
- ・ベンダー数の伸長
- ・利用者数の増加

ギャザリングの 「立ち上げ期」

(月間売上高6万円)

- ・ビジネスモデルの確立
- ・スキーム構築のための投資

次の時代に向けての
「進化」

2000年 2006年 2010年

ヒット商品の戦略的調達とは、具体的にはどのようなことを意味していますか？

商品の調達においても戦略的スキームを構築することによって、ギャザリングをより楽しく、魅力的なものにしていこうという考えです。

たとえば、ベンダーとの共同商品戦略を強化し、商品を「取り引き」する関係から一緒に「取り組む」パートナーとして、ベンダーごとの商品企画戦略の深堀や販売量の拡大に合わせた安定的な商品調

ソーシャルネットワーク上でのWeb2.0的マーケティング&集客 SNSコミュニティを通じた口コミ／プロモーション集客とECの連動

日本最大のSNS「mixi」内にコミュニティ「ネットプライス」を開設。コミュニティ上でのユーザー参加型の商品開発企画を実施。あわせて、SNS内での広告プロモーションとコミュニティを連動させた集客プロモーションを展開。



口コミを誘う「バナナ広告」を通じた集客プロモーション



コミュニティ内でのユーザー参加型商品プロモーション企画「ためしてパンジー」

達スキームの確立を図っていきます。すでにオリジナル香水「リュクスアローズ」やシーズン商品企画としての「福箱」の展開など、こうした取り組みから生まれた商品がいくつもあります。

また、インターネットを使ったユーザー参加型商品開発モデルの追求によっても集客力の向上を図ります。Web2.0を活用した自社媒体「ネットプライスライブラリ」や「みんなのアフィリエイト」を通じて、消費者であり、発信者でもあるユーザーの声を集約・分析し、商品・サービス企画のプロモーションに活かしていきます。

持株会社体制へ移行することで、どのような変化が期待できますか？

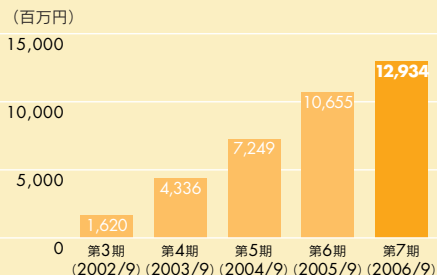
今までの単体経営から、持株会社を基盤としたグループ経営へ移行することで、グループ全体のシナジーを図りながら、個々の事業の投資・育成が管理しやすくなり、早期の事業創出が可能になるものと考えています。

ギャザリング事業をグループの「中核」とし、当事業自体への投資・成長を促しながら、同時に、新規事業群によって創られる新たなグループの核と共に「ネット生態系」を構築して参ります。2007年2月から、ギャザリング事業とインキュベーション事業は、それぞれが独立した事業となり、上場費用など、グループ内の間接コストが分かれて計上されるようになるため、それぞれの事業における収益性や投資効果がより明確になります。これまで以上に成長戦略や将来の方向性を確かなものとし、グループ全体の飛躍を目指したいと考えています。

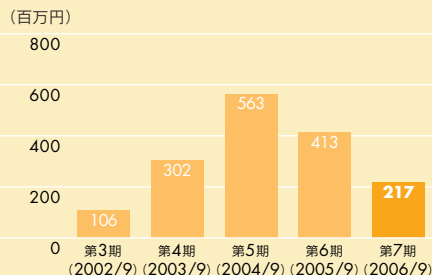
財務ハイライト

当事業報告書記載の2004年9月期以降の実績は、すべて連結業績となっており、2006年9月期は子会社5社および関連会社3社の実績が加算されております。

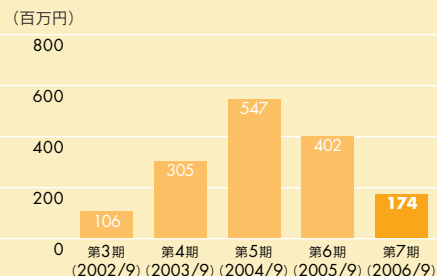
売上高



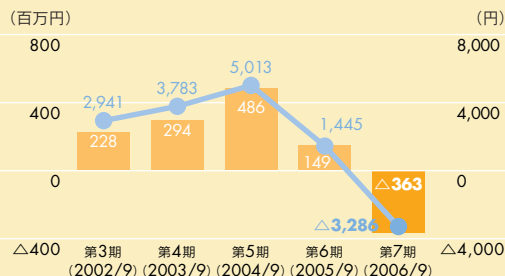
営業利益



経常利益

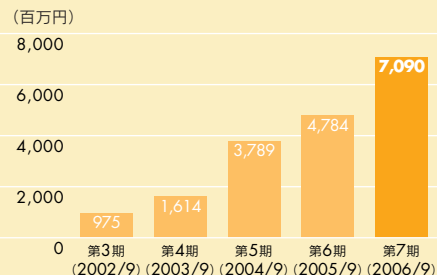


当期純利益/1株当たり当期純利益

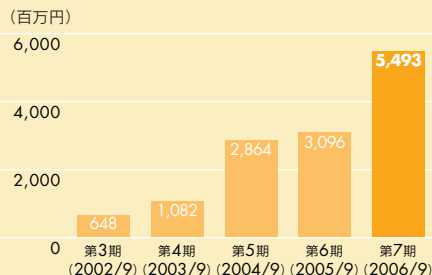


■ 当期純利益 (左目盛り)
● 1株当たり当期純利益 (右目盛り)

総資産



純資産



※上記中、1株当たり当期純利益につきましては、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。

営業概況

2006年9月期の業績

当期、当社グループの事業領域である国内のインターネット関連業界は、前事業年度に引き続き、ブロードバンドインターネットを中心とした成長が進みました。2006年6月末現在のブロードバンドの利用者数は約2,421万人であり、2005年6月末の約2,055万人に比べ、約366万人(約17.8%増)増加しています。また、2006年6月末現在のモバイルインターネットの利用者数も約8,291万人となり、2005年6月末の約7,775万人に比べ、約516万人(約6.6%増)増加しています。

今後もインターネット利用者数は利用料金の定額制や通信の高速化に伴いさらなる増加が期待され、当社の属するEC(エレクトロニック・コマース=電子商取引)市場につきましても一層の拡大が見込まれます。

当期の売上高は前期比21.4%増の12,934,878千円となりました。しかしながら、関係会社の事業成長に当初の計画と比較して遅れが生じていることを受け、保守的な判断により連結調整勘定の減損や固定資産の減損を計上しました。またソフトウェアやネットワーク機器の除却および売却

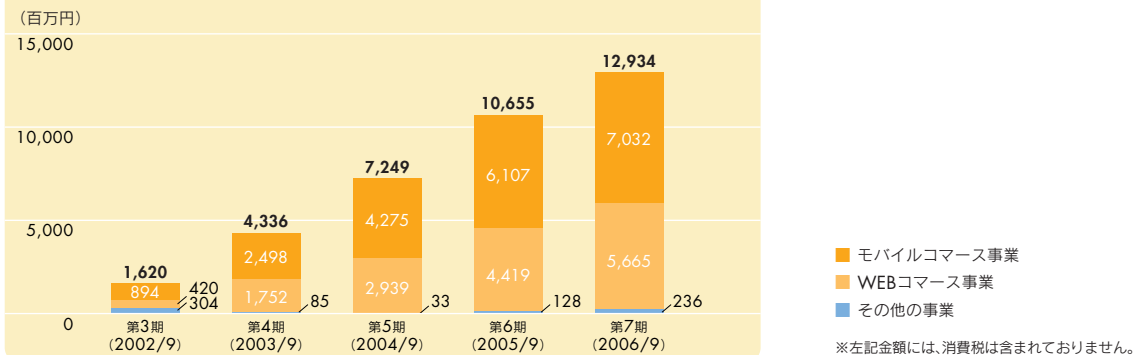
に伴う費用処理、関係会社のたな卸資産評価損計上により、462,823千円の特別損失を計上いたしました。これらを受けまして、利益面に関しましては、新システム構築および広告宣伝費、人材採用を中心とした先行投資の影響で営業利益は47.5%減少の217,141千円、経常利益は前期比56.6%減の174,703千円となりました。また、当期純損失に関しましては、363,073千円となりました。

モバイルコマース事業

当社の自社モバイル媒体「ちびギャザ」および雑誌、ラジオ、モバイルインターネットなどの他社媒体との提携に、株式会社エムシープラスの運営する「Love EXバーゲン」を加えた「モバイルコマース事業」は、購入者および会員の積極的な獲得による新規顧客の継続的増加と、既存顧客による利用度の向上により大きく進展しました。

当事業の売上高は前期比15.1%増の7,032,367千円となりました。そのうち、自社モバイル媒体の売上高は前期比23.4%増の5,233,701千円、提携媒体の売上高は前期比3.6%減の1,798,665千円となりました。

セグメント別売上高の推移



WEBコマース事業

当社の自社WEB媒体「ショッピング&ギャザリング ネットプライス」および他社のWEB・HTMLメール・TEXTメール等の媒体との提携に、株式会社エムシープラスの運営する「Love Express」、株式会社デファクトスタンダードのオークションサイト「Defacto Estate」を加えた「WEBコマース事業」は、「モバイルコマース事業」と同様、新規顧客の増加、既存顧客の利用頻度の向上により、当連結会計年度における売上高は前期比28.2%増の5,665,641千円となりました。そのうち、自社WEB媒体の売上高は前期比35.6%増の2,685,657千円、提携媒体の売上高は前期比22.2%増の2,979,984千円となっております。

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは328,231千円の支出となりました。収入要因では、未払金の増加34,670千円、支出要因では、たな卸資産の増加308,186千円、売上債権の増加78,483千円などがあげられます。

投資活動によるキャッシュ・フロー

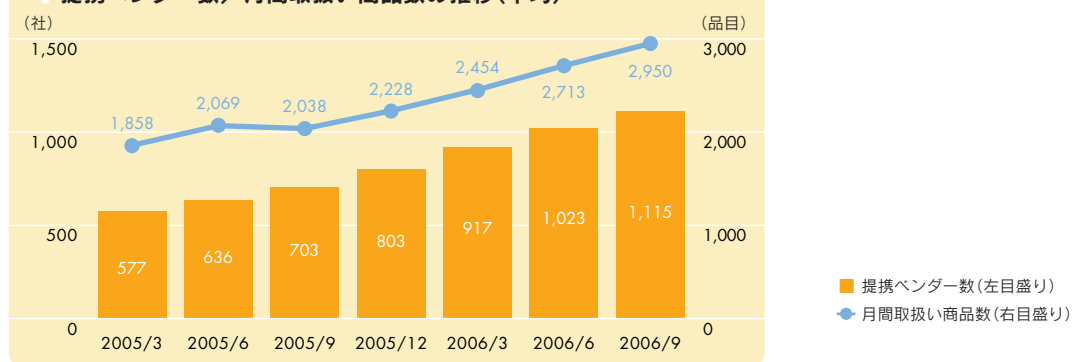
投資活動に使用したキャッシュ・フローは510,011千円となりました。収入要因では、投資有価証券の売却による収入915,565千円、支出要因では、連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出235,407千円、投資有価証券の取得による支出860,205千円などが主な要因です。

財務活動によるキャッシュ・フロー

主に株式の発行による収入2,333,437千円により、財務活動により得たキャッシュ・フローは、3,237,500千円となりました。

以上の結果、当期末の現金及び現金同等物の残高は3,479,497千円となり、前期末比2,399,257千円増加しました。

提携ベンダー数／月間取扱い商品数の推移(平均)



財務諸表

連結貸借対照表

(単位:千円)

| 科目 | 第6期連結会計期間末 (2005年9月30日) | 第7期連結会計期間末 (2006年9月30日) |
|-------------|----------------------------|----------------------------|
| 資産の部 | | |
| 流動資産 | 2,636,580 | 5,535,461 |
| 固定資産 | 2,148,296 | 1,555,323 |
| 有形固定資産 | 217,430 | 330,310 |
| 無形固定資産 | 990,482 | 443,473 |
| 投資その他の資産 | 940,383 | 781,539 |
| 資産合計 | 4,784,876 | 7,090,785 |

| 科目 | 第6期連結会計期間末 (2005年9月30日) | 第7期連結会計期間末 (2006年9月30日) |
|--------------|----------------------------|----------------------------|
| 負債の部 | | |
| 流動負債 | 1,669,362 | 1,561,306 |
| 固定負債 | 10,810 | 36,233 |
| 負債合計 | 1,680,172 | 1,597,539 |
| 少数株主持分 | 8,251 | - |
| 純資産の部 | | |
| 資本金 | 1,153,049 | 2,324,975 |
| 資本剰余金 | 1,012,609 | 2,184,542 |
| 利益剰余金 | 930,793 | 567,720 |
| 評価・換算差額等 | - | △1,712 |
| 新株予約権 | - | 75 |
| 少数株主持分 | - | 417,644 |
| 純資産合計 | 3,096,453 | 5,493,245 |
| 負債・純資産合計 | 4,784,876 | 7,090,785 |

連結株主資本等変動計算書 (2005年10月1日から2006年9月30日まで)

(単位:千円)

| | 株主資本 | | | | 評価・換算差額等 | | 新株予約権 | 少数株主持分 | 純資産合計 |
|-------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|------------------|----------------|-------|---------|-----------|
| | 資本金 | 資本剰余金 | 利益剰余金 | 株主資本合計 | その他有価証券 評価差額金 | 評価・換算 差額等合計 | | | |
| 2005年9月30日残高 | 1,153,049 | 1,012,609 | 930,793 | 3,096,453 | - | - | 82 | 8,251 | 3,104,787 |
| 連結会計年度中の変動額 | | | | | | | | | |
| 新株の発行 | 1,171,925 | 1,171,932 | - | 2,343,858 | - | - | - | - | 2,343,858 |
| 当期純損失 | - | - | △363,073 | △363,073 | - | - | - | - | △363,073 |
| 株主資本以外の項目の 連結会計年度中の変動額(純額) | - | - | - | - | △1,712 | △1,712 | △7 | 409,393 | 407,673 |
| 連結会計年度中の変動額合計 | 1,171,925 | 1,171,932 | △363,073 | 1,980,785 | △1,712 | △1,712 | △7 | 409,393 | 2,388,458 |
| 2006年9月30日残高 | 2,324,975 | 2,184,542 | 567,720 | 5,077,238 | △1,712 | △1,712 | 75 | 417,644 | 5,493,245 |

連結損益計算書

(単位:千円)

| 科 目 | 第6期連結会計期間 (2004年10月1日から 2005年9月30日まで) | 第7期連結会計期間 (2005年10月1日から 2006年9月30日まで) |
|-------------------|---|---|
| 売上高 | 10,655,911 | 12,934,878 |
| 売上総利益 | 4,432,622 | 5,382,391 |
| 販売費及び一般管理費 | 4,018,989 | 5,165,250 |
| 営業利益 | 413,633 | 217,141 |
| 営業外収益 | 12,198 | 57,231 |
| 営業外費用 | 23,162 | 99,669 |
| 経常利益 | 402,669 | 174,703 |
| 特別利益 | - | 101,904 |
| 特別損失 | 92,150 | 462,823 |
| 税金等調整前当期純利益(△純損失) | 310,518 | △186,215 |
| 法人税、住民税及び事業税 | 211,934 | 197,171 |
| 法人税等調整額 | △49,557 | 43,534 |
| 少数株主損失 | 1,698 | 63,848 |
| 当期純利益(△純損失) | 149,839 | △363,073 |

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:千円)

| 科 目 | 第6期連結会計期間 (2004年10月1日から 2005年9月30日まで) | 第7期連結会計期間 (2005年10月1日から 2006年9月30日まで) |
|---------------------|---|---|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 300,681 | △328,231 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △1,641,815 | △510,011 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △120,490 | 3,237,500 |
| 現金及び現金同等物の増加(減少:△)額 | △1,461,625 | 2,399,257 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 2,541,865 | 1,080,240 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,080,240 | 3,479,497 |

会社法における会計について

「連結貸借対照表」「貸借対照表」について

2006年5月1日施行の会社法により、「資本の部」が廃止され、「純資産の部」が新設されました。これは、貸借対照表上、資産性を持つものを「資産の部」、負債性を持つものを「負債の部」に記載し、それらに該当しないものを資産と負債との差額として「純資産の部」に記載するものです。これにより、会社の支払能力などの財政状態を、より適切に表示することが可能となりました。

「連結株株主資本等変動計算書」

「株主資本等変動計算書」について

2006年5月1日施行の会社法により、「連結株株主資本等変動計算書」新設されるとともに、「利益処分計算書」が廃止され、「株主資本等変動計算書」が新設されました。これは、貸借対照表の純資産の部の中で、主として株主の皆様に帰属する株主資本について、その1会計期間における変動事由と変動額を、ご報告するために作成する計算書類です。

アンケート結果

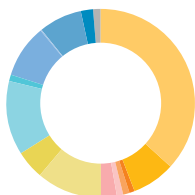


アンケートのご回答ありがとうございました。
 今後も、みなさまの貴重なご意見を今後のさまざまな活動に反映させていきたいと考えておりますので、引き続きご協力のほどよろしくお願いいたします。

主な項目についての結果は下記のとおりです。

Question

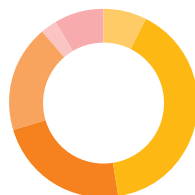
01. 当社株式を購入された理由をお聞かせください。(複数回答可)



| | (%) |
|-------------------|------|
| ● 成長性 | 36.7 |
| ● 収益力 | 7.4 |
| ● 安定性 | 0.9 |
| ● 企業規模 | 1.1 |
| ● ブランド・知名度 | 1.1 |
| ● 経営方針 | 2.7 |
| ● 事業内容 | 11.2 |
| ● 株価水準 | 4.9 |
| ● 証券会社からの情報提供 | 12.7 |
| ● 家族・知人の奨め | 1.1 |
| ● インターネット関連企業だから | 9.1 |
| ● 小売企業だから | 0.2 |
| ● 新規公開企業だから | 7.4 |
| ● 当社サービスを利用していただけ | 2.1 |
| ● その他 | 1.3 |

Question

02. 現在の当社にどの程度投資魅力を感じますか？



| | (%) |
|--------------|------|
| ● 非常に魅力を感じる | 7.4 |
| ● まあまあ魅力を感じる | 40.1 |
| ● あまり魅力を感じない | 22.9 |
| ● 全く魅力を感じない | 18.3 |
| ● どちらでもない | 2.8 |
| ● 分からない | 8.5 |

Question

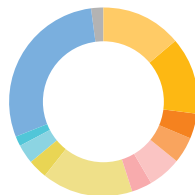
03. 現在、当社株式を保有している理由を一つ選択してください。



| | (%) |
|----------------------|------|
| ● 長期資産形成として考えているため | 27.7 |
| ● 短期売買でキャピタルゲインを得るため | 4.2 |
| ● 評価損の回復を期待しているため | 55.4 |
| ● とりあえず保有している | 12.6 |

Question

05. 当社に対してご不満に感じていることをいくつでも選択してください。(複数回答可)

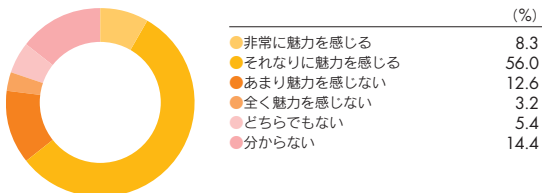


| | (%) |
|------------|------|
| ● 成長性 | 13.8 |
| ● 収益力 | 13.2 |
| ● 財務体質 | 4.3 |
| ● 先進性 | 4.5 |
| ● 安定性 | 5.7 |
| ● 情報公開姿勢 | 3.5 |
| ● 株主重視の姿勢 | 15.6 |
| ● 経営方針の明確性 | 3.3 |
| ● 取扱い商品 | 3.3 |
| ● 経営者 | 1.7 |
| ● 株価 | 28.9 |
| ● その他 | 2.1 |

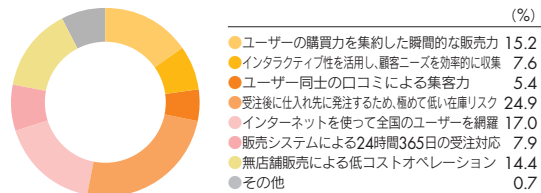
Question

06. 当社が行っているギャザリングについてお聞かせください。

1. 当社ギャザリングの強みについて、どの程度魅力を感じますか？

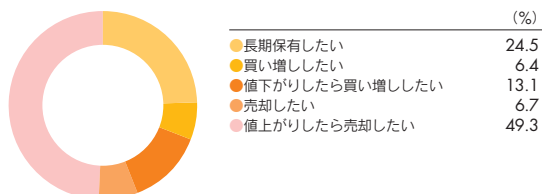


2. また、どのような点で魅力を感じますか？一つ選択してください。



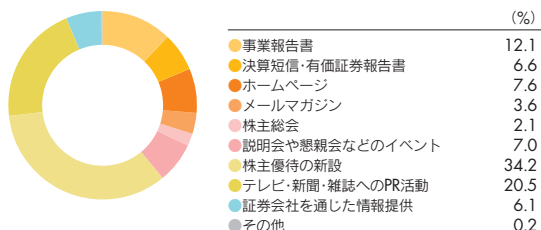
Question

07. 今後の当社株式の所有方針を教えてください。



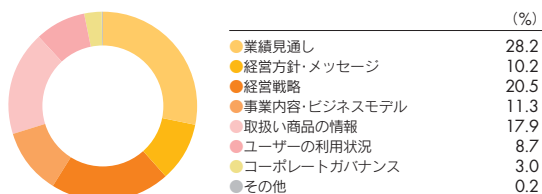
Question

08. 当社からのIR活動として何を充実させて欲しいですか？(複数回答可)



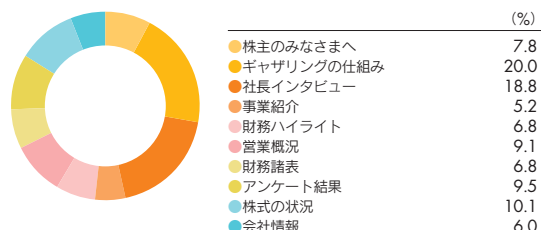
Question

09. 今後どのような情報の充実を望まれますか？(複数回答可)



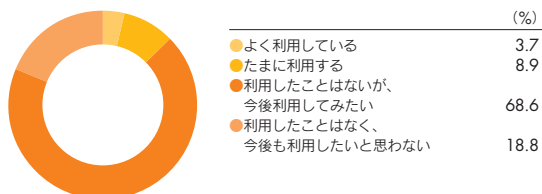
Question

10. 本事業報告書の中で、興味を持たれた内容はどれでしたか？(複数回答可)



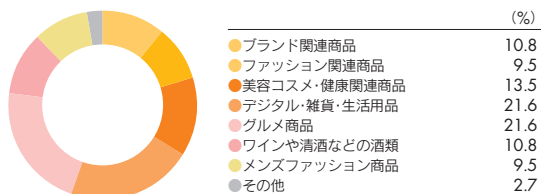
Question

11. 当社のサービスを利用したことはありますか？



Question

12. Q11で「利用したことがある」とお答え頂いた方にお聞きします。当社が提供している商品について良く購入される商品は何ですか？(複数回答可)

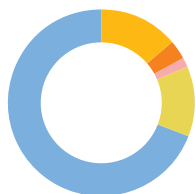


株式の状況 (2006年9月30日現在)

株式の概況

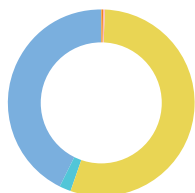
| | |
|----------|----------|
| 発行可能株式総数 | 155,040株 |
| 発行済株式の総数 | 112,298株 |
| 株主数 | 3,973名 |

所有株数別分布状況



| | 株主数 (名) | 構成比 (%) |
|----------------|------------|------------|
| ● 1~99株 | 15,398 | 13.71 |
| ● 100~499株 | 3,731 | 3.32 |
| ● 500~999株 | 1,855 | 1.65 |
| ● 1,000~4,999株 | 13,650 | 12.16 |
| ● 5,000~9,999株 | 0 | 0.00 |
| ● 10,000株以上 | 77,664 | 69.16 |
| 合計 | 112,298 | 100.00 |

所有者別分布状況



| | 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 | 46 | 0.04 |
| ● 生命保険会社 | 0 | 0.00 |
| ● 損害保険会社 | 0 | 0.00 |
| ● その他の金融機関 | 311 | 0.28 |
| ● 証券会社 | 350 | 0.31 |
| ● その他の法人 | 61,432 | 54.70 |
| ● 外国法人等 | 2,244 | 2.00 |
| ● 個人・その他 | 47,915 | 42.67 |
| ● 自己名義株式 | 0 | 0.00 |
| 合計 | 112,298 | 100.00 |

大株主 (上位2名)

| 株主名 | 持株数 (株) | 所有比率 (%) |
|----------------|------------|-------------|
| 株式会社サイバーエージェント | 54,840 | 48.83 |
| 佐藤輝英 | 22,824 | 20.32 |

※所有比率は小数点第3位以下切捨ての数値です。

会社情報 (2006年9月30日現在)

| | |
|--------|--|
| 社名 | 株式会社ネットプライス |
| 英文社名 | netprice, 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17階 |
| 大阪営業所 | 〒542-0083 大阪府大阪市中央区東心斎橋 1丁目5番9号 東心斎橋ビル8階 |
| 設立 | 1999年11月 |
| サービス開始 | 2000年1月 |
| 従業員数 | 224名(契約社員・アルバイトを含む) |
| 資本金 | 23億2,400万円 |
| 代表者 | 代表取締役社長兼CEO 佐藤 輝英 |
| 役員 | 取締役副社長 池本 克之 取締役 永塚 新 取締役 新宮 浩 取締役 日高 裕介 監査役(常勤) 小泉 正己 監査役 近藤 希望 監査役 高橋 由人 |

| | |
|------|--|
| 関係会社 | 株式会社メディアン (モバイルマーケティング事業) 株式会社ネットプライスファイナンス (金融サービス) 株式会社ネットプライスカード (クレジットサービス) 株式会社エムシープラス (ファッションアパレル商品の販売) 株式会社アフファクトスタンダード (インターネットオークション関連事業) 株式会社アミューズボックス*1*2 (レジャー施設利用者向けの各種 エンターテインメントサービス) 株式会社葡萄ラボ*1 (化粧品企画開発及び販売) 株式会社もしも*1 (ドロップショッピング事業) *1持分法適用会社 *210月1日付で株式会社メディアンと合併 |
|------|--|

| | |
|------|--|
| 株主構成 | 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 株式会社電通 他 |
| 事業内容 | ・各種EC(WEB・モバイル・メールなど) サービスのプロデュース ・ショッピング&ギャザリング 「ネットプライス」の企画・運営 ・ケータイギャザリングサイト 「ちびギャザ」の企画・運営 |
| 取引銀行 | みずほ銀行 青山支店 三菱東京UFJ銀行 青山支店 ドイツ銀行 東京支店 三井住友銀行 渋谷駅前支店 |

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 | 毎年9月30日 |
| 中間配当を行う 場合の基準日 | 毎年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 | 三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店 (各種手続き用紙のご請求) 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.co.jp/ 》に掲載いたしております。) |



株式会社ネットプライス

〒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

ギャザリング/アクセス方法



<http://m.netprice.co.jp>



アクセス用バーコード



携帯画面

「ちびギャザ」は携帯電話専用のサービスとなっております。



<http://www.netprice.co.jp/>



WEBサイト画面

「ショッピング&ギャザリング ネットプライス」はパソコンからご覧頂けます。