

## 第6期中間事業報告書

2004年10月1日から2005年3月31日まで

株式会社ネットプライス

# 企業理念

私達ネットプライスは、インターネットという新しいメディアの特性を活かした“インターネットリテラー”として、消費者、商品サプライヤーの間に新しい関係を築き、楽しく、賢く、便利に物を買うことができる仕組みの創造を通じて、当社自身の成長を実現するとともに、新しい市場を創出していくことを目指します。

## 目次

- 1 株主のみなさまへ
  - 2 「ギャザリング」のビジネスフロー
- 4 社長対談
  - 8 事業紹介
- 9 財務ハイライト
  - 10 営業概況
- 12 財務諸表
  - 14 アンケート結果
- 16 株式の状況
  - 17 会社情報



当社では、2005年6月1日より、「ネットプライスグループ」としての確たるブランド構築を目指して、ロゴマークの刷新を行いました。

「買ひものほど、オモシロイ遊びはない。」のコーポレートメッセージと新しいロゴは、当社が設立以来目指してまいりました「ショッピング」といった最高のエンターテインメントの実現、そしてインターネットを軸とした更なる成長を表現しています。当社では、改めてサービスの原点を見つめなおし、組織の求心力を強めることで、一丸となってサービスの向上と成長に邁進してまいります。

## 株主のみなさまへ



株主のみなさまにおかれましては、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

当社は、1999年の設立以来、インターネットを最大限に活用した独自の流通モデルである「ギャザリング」といった共同購入の仕組みを構築してまいりました。

消費者のライフスタイルが大きく変化する中、お客様のニーズをインターネットを通じて収集し、またインターネットを使って消費者のバイイングパワーを集約することで、「いい商品をお手ごろな価格で販売できる」ギャザリング。

当社はこのギャザリングを軸に、飛躍的に成長するEコマース市場において、商品・サービスの拡充、そしてユーザー数増大のための、さまざまな施策を行っております。

今中間期は、昨年2004年7月の東証マザーズ上場にて株主さまからお預かりした資金をもとに、仕入・販売部門を中心とした人材の採用、金融サービスを実施する子会社の設立、そして2005年1月にはギャザリングシステムの全面リニューアルといった集中的な事業投資を行いました。

その結果、投資関連費用の計上による一時的な利益への影響により当初の利益計画を修正し、株主のみなさまにはご心配をおかけいたしましたこと深くお詫び申し上げます。しかしながら、3月以降は新規システムの効果や、新規採用メンバーの活躍などにより、さらなるスピードアップを図ってきております。

2005年9月期中間期の業績は、連結売上高が前年同期単体業績比41.7%増の4,591百万円と飛躍いたしました。営業利益は上記の投資により、22.4%減の206百万円、当期利益は74.0%減の77百万円となりました。

今後は、新規ギャザリングシステムを基盤に、さらなる顧客マーケティング、販売チャネルの拡大、物流の効率化を図り、成長を加速化してまいります。

株主のみなさまにおかれましては、今後とも一層のご支援、ご指導を賜りますようお願い申し上げます。

2005年6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**

# 「ギャザリング」のビジネスフロー

「ギャザリング」とは、購入者が増える程に販売価格が下がるという、当社独自のインターネットを利用した共同購入方式です。お客様の購買力をインターネットを通じて集約することで、価格メリットはもちろん、お客様のニーズに即した商品開発などが可能となっています。

～商品の仕入れからお届けまで～

## 1. 仕入

「いかに旬の商品を発掘するか」。これが当社MD(バイヤー)のミッションです。時には、日本未発売の商品を買い付けにパリやミラノへ直接交渉に行くこともあります。また、お客様から寄せられる月間約5,000件もの商品リクエストや、ベンダー(メーカー・商社など)からの商品提案をもとに商品を選定し、ギャザリングならではの契約(受注後発注)によって格安での仕入れを行っています。特に、2004年7月に株式上場した後は企業としての信用力が上がり、大手ナショナルメーカーから直接商品提案を頂くケースが増えました。また、各メーカーでは、未発売商品のテストマーケティングとしても、ギャザリングのニーズが高まってきています。当社は、商品を購入するユーザーの属性・動向(性別、年齢、地域分布など)などのマーケティングデータをベンダーと共有することで、より良い商品をより安く仕入れることができるのです。

## 2. 商品掲載・販売

ギャザリングの販売期間は1週間(\*)。モバイルとWEBの自社メディアおよび雑誌やラジオをはじめとする約90の提携メディアで、毎週合計600点程の商品掲載を行っています。商品はそれぞれのメディアの利用者属性に適した商品を選定して掲載しています。現在、購入時の決済方法は、クレジットカードと商品代引きの2通りです。

## 3. 販売期間終了・受注決定

毎週火曜日13時、受注の締めと次に販売する商品への入れ替えを行います。ギャザリングでは、お客様からの受注個数が確定した後で各ベンダーへ発注するため、基本的に在庫は発生しません。

## 4. 仕入から発送

毎週木曜になると、その週の火曜日に受注を締めた商品が、物流面での提携を行っているヤマト運輸株式会社の物流工場へ、全国の各ベンダーから到着します。すべての商品を検品した後、梱包作業を行い、週末までにはご注文頂いた全国のお客様へ一斉発送しています。

\* 一部雑誌などの提携媒体では、2週間の販売期間を設けている場合があります。

## ・「ギャザリング」のビジネスフロー



## ・「ギャザリング」におけるプライスダウンの一例

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

現在の購入申し込み数 ..... 48個  
 現在の販売価格 ..... ¥8,800  
 申し込み数があと2個増えれば価格は**¥7,800**になる

※「ギャザリング」、「ギャザ」は、当社の登録商標です。  
 当社は現在「ギャザリング」に関する複数の特許を出願しています。

## 社長対談

写真左：当社社長 佐藤 輝英

写真中：提携メディア統括マネージャー 山本 えりか

写真右：自社メディア統括マネージャー 濱田 祐介



ロゴマークも一新し、さらなる成長を目指すネットプライスグループの現状と戦略について、社長の佐藤と提携メディア担当の山本、自社メディア担当の濱田が語ります。

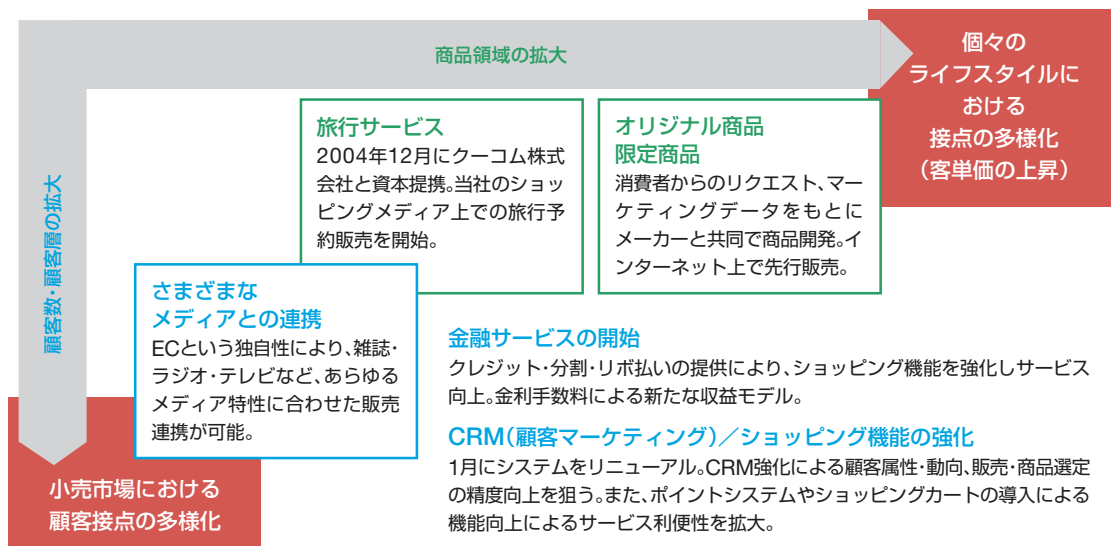
**社長** 今期は、当社の商品販売チャネルである提携メディアの数、また取り扱い商品カテゴリの数がともかなり拡大しましたが、現場を統括している二人は、どのように感じているのでしょうか。

**山本** 私は、提携メディアと連動した売場を担当していますが、今期は特にJCBカードをはじめとするクレジットカード会社やニッポン放送のようなラジオ局、そしてロッセリアのようなリアル店舗などの提携が印象的でした。ハンバーガーを食べながら、「ちびギャザ」でグッチの時計を買うことができるのです(\*)。2001年に角川書店の女性向け情報誌「ChouChou」と初めて連動企画を行って以来、さまざまな雑誌やWEB・モバイルのサイトを中心に提携を進めてきましたが、今期は新たなジャンルの提携メディアが増えたことで、ギャザリングの可能性が広がったように感じています。

**濱田** 私は、WEBとモバイルの自社メディア上での売場を担当しています。今期は、国内外メーカーとのオリジナル商品が多数新たに加わったことが大きな変化でした。これまでの取扱い商品は、巷で噂の優れものであったり、ブランド商品であったりと既に流通している商品が中心でしたが、最近ではメーカーと共同でオリジナルモデルのアクセサリを作ったり、お客様からのリクエストに応じて代理店として(海外のメーカーから)当社が国内総販売代理店として商品を輸入するなど、ギャザリングの面白さが増してきたと思います。

\* ロッセリアの全国601店舗(2005年1月末現在)において、お盆の上に敷かれているトレーマット上に当社と株式会社ロッセリアが共同で運営するモバイルショッピングサイト「ロッセリアギャザリング」を紹介し、アクセス頂いたお客様がショッピングを楽しめるサービスです。

## 「ギャザリング」の今後の方向性



### 社長

確かに、当社の事業戦略の機軸である「顧客数・顧客層の拡大」と「商品領域の拡大」に則って、ギャザリングは順調に進化してきていますね。また、今中間期は子会社のネットプライスファイナンスを設立してお客様向けの金融サービスを提供したり、年間売上300億円規模まで対応できる新しいギャザリングシステムを開発し、ショッピングカート機能やポイント制度、顧客マーケティングシステムを導入するなど、マーケティング力とサービスレベルの向上にも取り組んできました。こうした機能強化に対して、売場での反響はどうか。

### 山本

2000年にギャザリングを立ち上げた当初からは想像できないほど、スピード感のある進化を遂げてきたような気がしています。特に今期は、新しいショッピングカート機能やポイント制度を通じて、複数の商品を同時にご購入頂きやすくなり、またギャザリングのリピーター率も増えてきていると思います。提携媒体を通してギャザリングのネットワーク、そしてお客様へのブランディングも大きく広がっているのを感じますね。

### 濱田

システム面に加えて、MD(バイヤー)をはじめとするスタッフも充実してきましたので、ますますお客様のリクエストに応えやすくなってきていると思います。自社サイトの見せ方をさらに工夫して、より魅力的な商品をより楽しくお買い上げ頂けるようにしていきたいと思います。

**社長** また、6月1日からは、当社の方向性や思いをしっかりと示すため、新しくロゴマークとコーポレートメッセージ「買いものほど、オモシロイ遊びはない。」をリリースして、改めてCI(コーポレートアイデンティティ)の明確化を行いました。新しいロゴの形は二人には何に見えますか？

積み木、アイデアの積み重ね、商品やメンバーの多様性、そして、おでんなどさまざまな声を聞きますが(笑)、いろいろイメージできて楽しいですね。

今回のロゴは、この「楽しさ」といったネットプライスの原点を改めて表現すると同時に、上に向かって積み重なる「成長性」を明示しました。インターネットを使った新しい流通モデルの構築といった社会的に重要な役割を担う中で、お客様にはこの「楽しさ」を軸とした商品・サービスを提供していきたいと考えています。

**山本** そうですね。私は、2000年の立ち上げから全力疾走でギャザリングモデルを創り上げてきましたが、新しいメンバーも加わった今、ロゴマーク作成とCIの明確化によって改めて社員全員が一丸となって取り組んでいける基盤が整ったように感じます。

**濱田** 私も新しいCIロゴと「買いものほど、オモシロイ遊びはない。」のメッセージは、私たちが創り上げてきたギャザリングをはじめとするネットプライスのサービスの楽しさ・ユニークさをうまく表現していると思います。

最近、新しい事業案件として、美容・雑貨系の大手実店舗でも当社のオリジナル商品を販売しはじめていますが、インターネットを軸に、もっともっと小売市場全体に私たちの商品・サービスの楽しさを広めていきたいですね。

**社長** これからもネットプライスグループ一丸となって、ギャザリングを極めていきましょう。



【東京ウォーカー】「03.1.28号」  
【シュシュ】「04.3.22号」  
【週刊サテテレビジョン】「04.3.5号」  
©Kadokawashoten 2004  
【東京カレンダー】「04.11.28号」  
©アクセス・パブリッシング

©2004 News Service Center Co., Ltd.  
©2004 THE MAINICHI NEWSPAPERS.  
©2004 Nippon Broadcasting System, Inc.  
©2000-2004 メルプロジェクト、シャープ株式会社

©2001-2004 NetMile, Inc.  
©2002-2004 CYBER AGENT, LTD.  
©COOCOM Co., Ltd.  
©2004 The Sankei Shimbun.

## 2005年9月期中間期の主な事業トピックス

### 1 株式会社ニッポン放送と業務提携(2004年9月27日)

株式会社ニッポン放送のラジオ番組「HOT'n HOT もうすぐお気に入り」に追加(毎週月～木曜日午後9時から放送)とモバイルショッピングサイト「HOT'nギャザ」の連動により、ラジオ番組とモバイルインターネットを連動させたギャザリングを展開しています。

### 2 クレジットカード会社、証券会社との業務提携

クレジットカード会社や証券会社のホームページを1つのメディアと捉え、2004年10月以降、株式会社ジェシービー(企画サイト名「JCBギャザ!」)、株式会社オーエムシーカード(「くらし快適! OMCギャザ」)、株式会社オリエントコーポレーション(「Oricoギャザ」)、株式会社アプラス(「アプラスギャザリング」)および国内最大手のオンライン証券会社であるイー・トレード証券株式会社(「ETギャザリング」)と業務提携し、各社のカード会員やユーザーを対象とした専用のショッピングサービスを提供して、新たな顧客層の開拓を図っています。

### 3 クーコム株式会社の株式取得(2004年11月、12月)

インターネット上で旅行予約サイトを運営するクーコム株式会社の株式20.1%を取得し、インターネット旅行ビジネスへ参入しました。クーコムの運営する日本最大のインターネット直前割引旅行サイト「トクトラベル」上で「トクーギャザリング」を展開すると同時に、当社のショッピングネットワーク上で旅行商品のギャザリングを開始いたします。

### 4 子会社「株式会社ネットプライスファイナンス」の設立(2004年12月27日)

当社のお客様向けに金融サービスを提供し、ショッピングの利便性向上によって販売力強化を行うべく、100%子会社を設立しました。将来的には、当社の仕入先企業に対するコーポレートファイナンスサービスも開始する予定です。

### 5 ショッピングサービス利用者向けのポイントサービス「とくポイント」の提供開始(2005年1月11日)

当社の自社サイトおよび提携サイトを通じてショッピングして頂いたお客様に、100円につき1ポイントを提供し、貯まったポイントを1ポイント1円として現金の代わりに使用できるサービスを開始しました。また「ハッピーバースデークーポン」などプロモーションのための幅広いツールとして活用し、お客様満足度の向上と購入促進を図ります。

### 6 リアル店舗などとの業務提携開始

2005年2月18日、リアル店舗である株式会社ロッセリアとの業務提携により、お盆の上に敷かれた「トレーマット」に掲載される商品をすぐに購入できるモバイルコマースサービス「ロッセリアギャザリング」を開始しました。また、同4月29日より、株式会社フォーシーズが展開する宅配ピザサービス「ピザーラ」においてピザ専用ボックスに添付のリーフレットを利用したモバイルコマースサービス「ピザーラ・ギャザリング」も開始し、インターネットを越えたメディア上でのギャザリングを展開しています。

## 事業紹介

### モバイルコマース事業

当社のモバイルコマース事業では、手元の携帯電話からいつでもどこからでもアクセスできる、モバイルインターネットを通じた通信販売事業を行っています。お客様は、当社の運営するモバイルショッピングサイト「ちびギャザ」をはじめ、雑誌やラジオ、モバイルなどの提携メディアを通して、毎週厳選してご紹介する約600点の商品から、ギャザリング方式でショッピングを楽しむことができます。当社では、各メディアのユーザー属性にマッチした商品紹介を行い、より魅力あるサイト作りによりユーザー数の拡大を図っています。

また、第三世代携帯電話の普及や、通信料金の定額化によるモバイルインターネット利用者の増加を追い風に、当社の「ちびギャザ」へのアクセス数は飛躍的に増大しています。現在、「ちびギャザ」は、NTTドコモの「iモード」、KDDIの「EZweb」、ボーダフォンの「Vodafone live!」など、すべてのモバイルキャリアの公式サイトに採用されており、アクセス数では業界トップクラスにランキングされています。

モバイルコマース事業は、当社売上の約60%を占める中核事業となっています。国内のモバイルインターネット市場の規模は継続して拡大を続けており、モバイル物販の市場規模はその伸びを上回る勢いを見せていることから、今後のさらなる事業拡大が期待できます。

### WEBコマース事業

WEBコマース事業では、パソコンのWEBサイトにおけるインターネット通信販売事業をギャザリング方式で展開しています。当社で運営するサイト「ショッピング&ギャザリング ネットブライス」や、新たに提携したクレジットカード会社、証券会社などのサイトを通して、「ファッション」「ブランド」「美容・コスメ」「生活雑貨」「メンズファッション」「グルメ」などのカテゴリーの商品を販売しています。サイト上では、社内の専門カメラマンの撮影による商品写真や、ライターチーム制作の商品説明文を通じて商品の魅力を伝えており、より多くのお客様に商品を購入して頂く工夫をしています。さらに、まとめ買いに便利なショッピングカート機能や、ポイント制度を導入するといったサービスの充実により、平均購入単価やリピート率の向上を図っています。

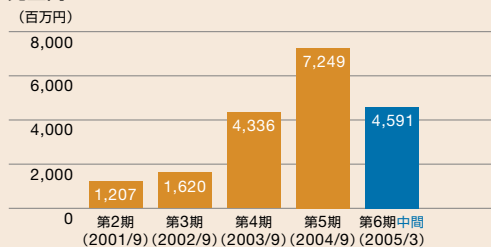
当社は、インターネットリテラシーとして必要な(1)インターネット上での集客力、(2)商品の調達力、(3)システム開発力の3つの要素を兼ね備えており、これらを大きな強みとしています。国内のインターネット通信販売市場は、今後も継続して成長を続けることが見込まれており、WEBコマース事業では、独自の強さを活かして市場の成長率以上の事業拡大を目指しています。



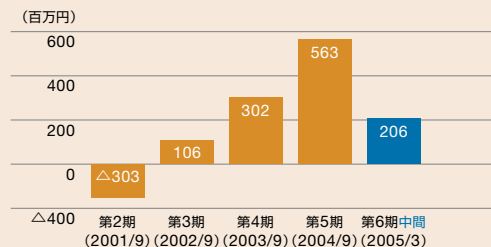
# 財務ハイライト

2004年7月に連結子会社として株式会社メディアン、また2004年12月に株式会社ネットプライスファイナンスを設立したため、当中間事業報告書記載の2004年9月期以降の実績は、すべて連結業績となっております。また、前会計年度との比較は、前会計年度単体実績との比較を行っています。

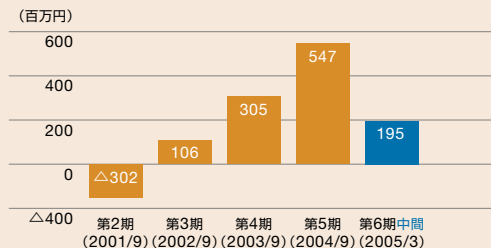
## 売上高



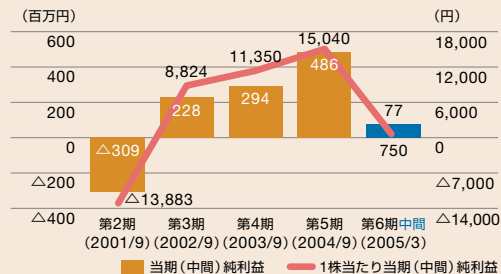
## 営業利益



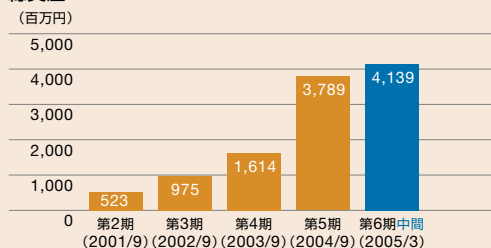
## 経常利益



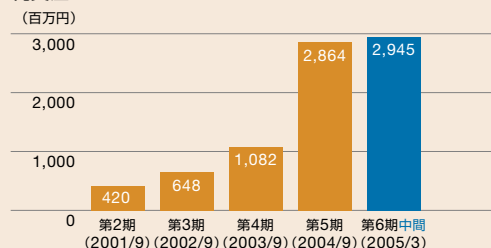
## 当期(中間)純利益/1株当たり当期(中間)純利益



## 総資産



## 純資産



※上記中、1株当たり当期(中間)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。

## 営業概況

2004年7月に連結子会社として株式会社メディアン、また2004年12月に株式会社ネットプライスファイナンスを設立したため、当中間事業報告書記載の2005年9月期以降の実績は、すべて連結業績となっております。また、前会計年度との比較は、前会計年度単体実績との比較を行っています。

### 2005年9月期中間期の業績

当期、国内のインターネット関連業界は、前年度に引き続き飛躍的に成長しました。中でもモバイルインターネットの利用者数は**2004年12月末で7,503万人**を超え、2005年3月現在、第三代携帯電話の普及はNTTドコモ(FOMA)だけで1,000万台を突破しました。WEBやモバイルのインターネット通信環境が向上し、利用者数の増加が進む中、当社の属するEC市場は今後もさらなる拡大が見込まれます。

このような環境下において、当社は積極的な新規提携メディアの開拓による販売チャンネルの拡大を進めるとともに、「より良い商品をより安く」ご提供できるようベンダー（仕入先）数の拡大にも取り組んできました。この結果、当中間期の業績は、**売上高は4,591,366千円、営業利益は206,452千円、経常利益は195,814千円、中間純利益は77,168千円**となりました。

### セグメント別の業績

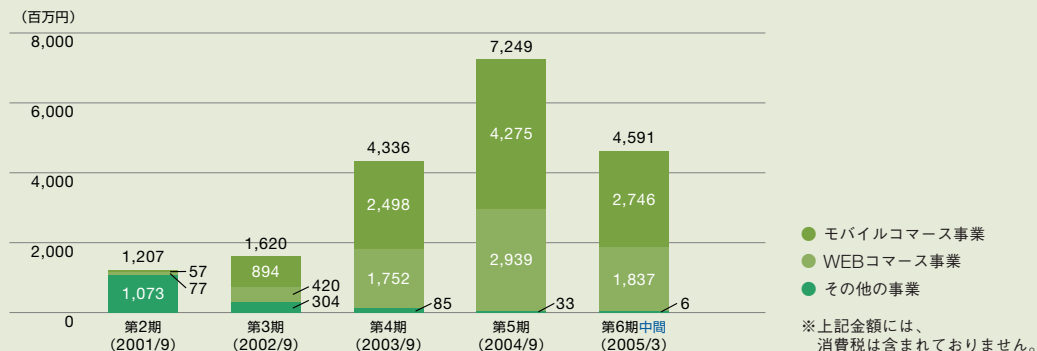
#### モバイルコマース事業

当期のモバイルコマース事業は、雑誌やラジオ、他社のモバイルメディアに加え、リアル店舗であるロトテリア（トレーマットを活用した「ロトテリアギャザリング」を展開）などと提携を進め、新規顧客増加を図ってきました。また、自社で運営するモバイルメディア「ちびギャザ」では既存顧客によるリピート率が向上し、当中間期の**モバイルコマース事業の売上高は2,746,362千円**となりました。うち、**自社のモバイルメディア経由での売上高は1,848,327千円、提携メディア経由での売上高は898,035千円**でした。

#### WEBコマース事業

WEBコマース事業においては、JCBカードをはじめとするクレジットカード会社やイー・トレード証券など

### 部門別売上高の推移



と新たに提携、またクーコム株式会社との提携による旅行商品の販売を開始したりするなど、幅広い顧客層獲得に取り組みました。これにより、当中間期のWEBコマース事業の売上高は1,837,626千円、そのうち自社WEBメディア経由での売上高は860,748千円、提携メディア経由での売上高は976,877千円となりました。

#### その他の事業

当社の子会社である株式会社メディアンの運営する無料ポータルサイト(mediaX事業)において、モバイルサイトの構築を行った結果、当中間期のその他の事業の売上高は6,829千円となりました。なお、株式会社ネットプライスファイナンスは当中間期が設立初年度の準備期間であったため、売上計上はありませんでした。

#### キャッシュ・フロー

当中間期のキャッシュ・フローは、営業活動により119,276千円増加し、投資活動により797,237千円減少、また財務活動により3,360千円増加しました。その結果、現金及び現金同等物は1,867,265千円となり、前期末に比べて674,600千円減少しました。

各キャッシュ・フローの状況は、以下の通りです。

#### ・営業活動によるキャッシュ・フロー

主な支出要因として、売上債権の増加297,457千円、たな卸資産の増加24,605千円がありました。税金等調整前中間純利益122,259千円、仕入債務の増加129,813千円といった収入により営業活動によるキャッシュ・フローは119,276千円の増加となりました。

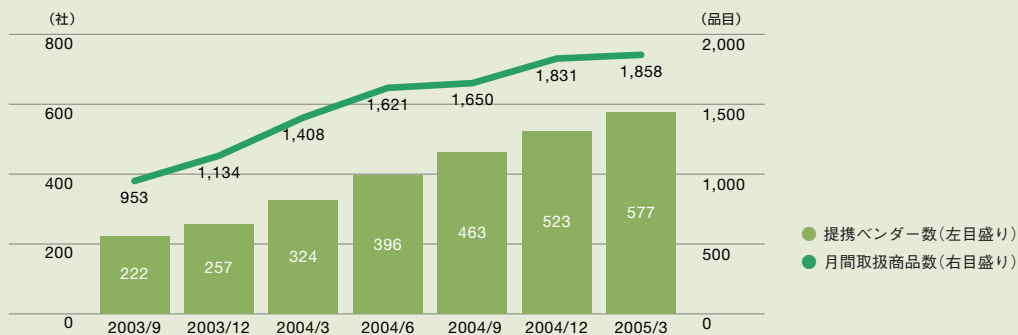
#### ・投資活動によるキャッシュ・フロー

新規ギャザリングシステムの開発に伴う有形及び無形固定資産(サーバーやソフトウェア)の取得による支出156,294千円、長期性預金の預入(手元資金の運用)による支出300,000千円、クーコム株式会社の投資有価証券の取得による支出285,000千円などにより、投資活動に使用したキャッシュ・フローは797,237千円の減少となりました。

#### ・財務活動によるキャッシュ・フロー

役職員による第1回新株予約権の新株予約権の一部行使により、財務活動によるキャッシュ・フローは3,360千円の増加となりました。

提携ベンダー数/月間取扱商品数の推移(平均)



## 財務諸表

2004年7月に連結子会社として株式会社メディアン、また2004年12月に株式会社ネットプライスファイナンスを設立したため、当中間事業報告書記載の2005年9月期以降の実績は、すべて連結業績となっております。また、前会計年度との比較は、前会計年度単体実績との比較を行っています。

### 中間連結貸借対照表

(単位:千円)

科 目	第5期中間連結会計年度末 (2004年3月31日)	第6期中間連結会計年度末 (2005年3月31日)
<b>資産の部</b>		
流動資産	2,116,676	2,921,800
固定資産	237,551	1,217,754
有形固定資産	94,363	236,418
無形固定資産	12,791	125,587
投資その他の資産	130,396	855,748
資産合計	2,354,227	4,139,554

科 目	第5期中間連結会計年度末 (2004年3月31日)	第6期中間連結会計年度末 (2005年3月31日)
<b>負債の部</b>		
流動負債	779,498	1,194,382
固定負債	-	-
負債合計	779,498	1,194,382
<b>資本の部</b>		
資本金	636,434	1,114,114
資本剰余金	346,505	972,935
利益剰余金	591,788	858,122
資本合計	1,574,728	2,945,172
負債・資本合計	2,354,227	4,139,554

## 中間連結損益計算書

(単位:千円)

科 目	第6期中間連結会計期間	
	第5期中間連結会計期間 (自 2003年10月1日 至 2004年3月31日)	第6期中間連結会計期間 (自 2004年10月1日 至 2005年3月31日)
売上高	3,239,721	4,591,336
<b>売上総利益</b>	<b>1,269,376</b>	<b>1,863,207</b>
販売費及び一般管理費	1,003,247	1,656,755
<b>営業利益</b>	<b>266,129</b>	<b>206,452</b>
営業外収益	1,763	5,055
営業外費用	4,066	15,693
<b>経常利益</b>	<b>263,826</b>	<b>195,814</b>
特別損失	21,388	73,554
<b>税金等調整前中間純利益</b>	<b>242,437</b>	<b>122,259</b>
法人税、住民税及び事業税	1,146	81,827
法人税等調整額	△ 56,306	△ 36,735
<b>中間純利益</b>	<b>297,598</b>	<b>77,168</b>
前期繰越利益	294,189	-
<b>中間未処分利益</b>	<b>591,788</b>	<b>-</b>

## 中間連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:千円)

科 目	第6期中間連結会計期間	
	第5期中間連結会計期間 (自 2003年10月1日 至 2004年3月31日)	第6期中間連結会計期間 (自 2004年10月1日 至 2005年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	291,343	119,276
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 94,030	△ 797,237
財務活動によるキャッシュ・フロー	189,692	3,360
<b>現金及び現金同等物の増加(減少:△)額</b>	<b>387,005</b>	<b>△ 674,600</b>
現金及び現金同等物の期首残高	1,020,204	2,541,865
<b>現金及び現金同等物の中間期末残高</b>	<b>1,407,210</b>	<b>1,867,265</b>

## 中間連結剰余金計算書

(単位:千円)

科 目	第6期中間連結会計期間	
	第5期中間連結会計期間 (自 2003年10月1日 至 2004年3月31日)	第6期中間連結会計期間 (自 2004年10月1日 至 2005年3月31日)
<b>(資本剰余金の部)</b>		
資本剰余金期首残高		971,255
資本剰余金増加高		1,680
<b>資本剰余金中間期末残高</b>		<b>972,935</b>
<b>(利益剰余金の部)</b>		
利益剰余金期首残高		780,954
利益剰余金増加高		77,168
<b>利益剰余金中間期末残高</b>		<b>858,122</b>

# アンケート結果

約300通のご回答ありがとうございました。

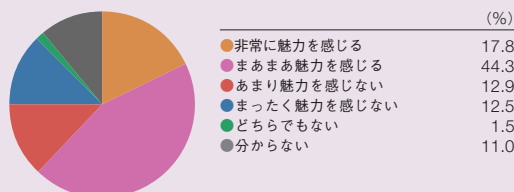
今後とも、みなさまの貴重なご意見を今後のさまざまな活動に反映させていきたいと考えておりますので、引き続きご協力のほどよろしくお願いいたします。

主な項目についての結果は下記の通りです。

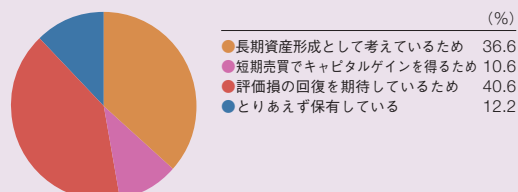
## Q1. 当社株式を購入された理由をお聞かせください。(複数回答可)



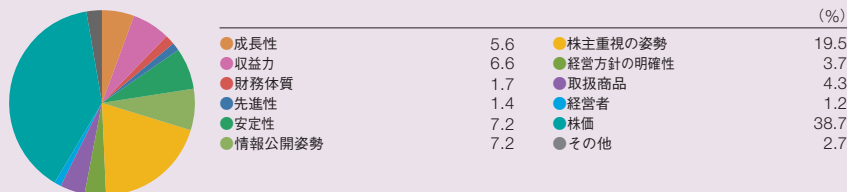
## Q2. 現在当社にどの程度投資魅力を感じますか？



## Q3. 現在、当社株式を保有している理由を1つ選択してください。

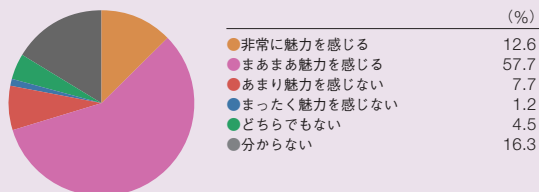


## Q5. 当社に対してご不満を感じていることをいくつかも選択してください。

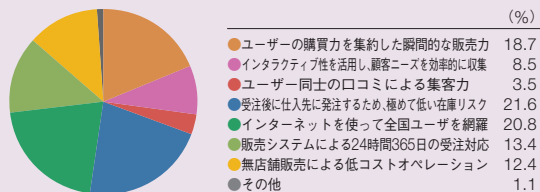


## Q6. 当社が行っているギャザリングについてお聞かせください。

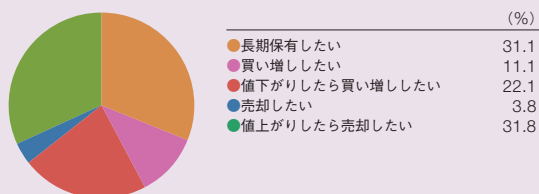
1. 当社ギャザリングの強みについて、どの程度魅力を感じますか？



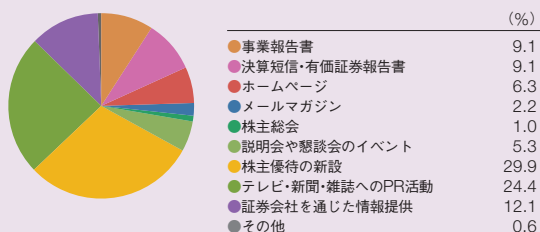
2. また、どのような点で魅力を感じますか？1つ選択してください。



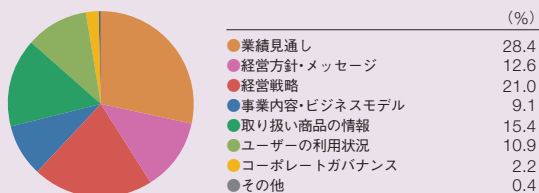
Q7. 今後の当社株式の所有方針を教えてください。



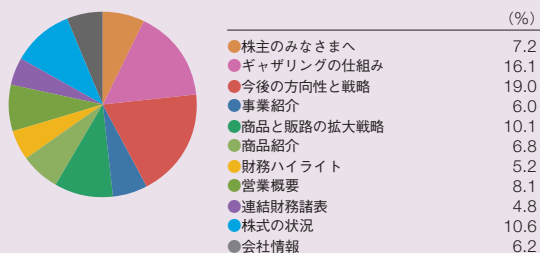
Q8. 当社からのIR活動として何を充実させて欲しいですか？(複数回答可)



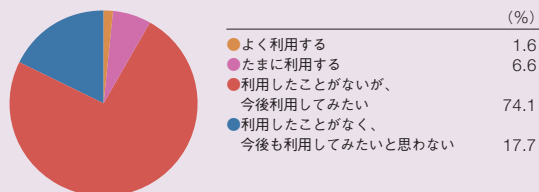
Q9. 今後どのような情報の充実を望まれますか？(複数回答可)



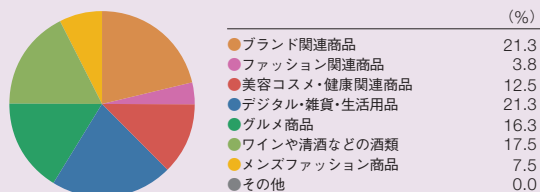
Q10. 本事業報告書の中で、興味を持たれた内容はどれでしたか？(複数回答可)



Q11. 当社のサービスを利用したことがありますか？



Q12. 当社が提供している商品について、よく購入される商品は何ですか？(複数回答可)

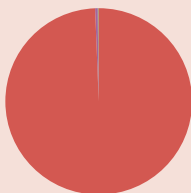


# 株式の状況 (2005年3月31日現在)

## ● 株式の概況

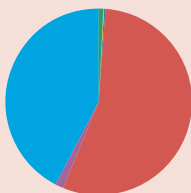
会社が発行する株式の総数	155,040株
発行済株式の総数	103,020株
株主数	3,705名

## ● 所有株数別分布状況



	株主数 (名)	構成比 (%)
● 1~99株	3,682	99.38
● 100~499株	16	0.43
● 500~999株	3	0.08
● 1,000~4,999株	2	0.05
● 5,000~9,999株	0	0.00
● 10,000株以上	2	0.05
合 計	3,705	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
● 長銀・都銀・地銀	0	0.00
● 信託銀行	817	0.79
● 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	143	0.14
● 証券会社	233	0.23
● その他の法人	56,738	55.07
● 外国法人等	1,458	1.42
● 個人・その他	43,631	42.35
● 自己名義株式	0	0.00
合 計	103,020	100.00

## ● 大株主(上位10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	53.23
佐藤輝英	21,564	20.93
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	4,956	4.81
ソフトバンク・インターネット・ テクノロジー・ファンド3号	1,194	1.15
ネットプライス従業員持株会	623	0.60
三井物産株式会社	600	0.58
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	538	0.52
みずほキャピタル株式会社	480	0.46
ザバンクオブニューヨーク ジャスディックトリーティアアカウント	396	0.38
竹内拓	349	0.33

※比率は第3小数点以下切捨ての数値です。

# 会社情報

(2005年3月31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** 167名(契約社員・アルバイトを含む)
- **資本金** 11億1,411万円
- **代表者** 代表取締役社長 佐藤 輝英
- **役員** 取締役 永塚 新  
取締役 新宮 浩  
取締役 池本 克之  
監査役(常勤) 小泉 正己  
監査役 近藤 希望  
監査役 高橋 由人
- **関連会社** 株式会社メディアン  
(TV・ラジオとモバイルインターネット  
を連動させた企画・開発)  
株式会社ネットプライスファイナンス  
(金融サービス)
- **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・インベストメント株式会社  
三井物産株式会社 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  
ドイツ銀行 東京支店  
UFJ銀行 渋谷支店  
東京三菱銀行 青山支店  
りそな銀行 赤坂支店

## モバイルサイト開設のお知らせ

このたび当社では、携帯電話での企業情報開示サイトをオープンいたしました。  
今般開設いたしましたモバイルサイトページにおきましては、当社の最新ニュースや財務データ、日々の株価の動きなどがご覧頂けます。つきましては、下記のモバイル用URL、もしくはQRコードにてアクセスして頂きページをご覧ください。  
どうぞよろしくお願いたします。

### QRコードで簡単アクセス!

(カメラ付携帯のバーコードリーダーをお使いください)



<http://m-ir.jp/c/3328/>

※ QRコードに関する詳しい操作などにつきましては、ご利用の携帯電話の取扱説明書をご覧ください。

パソコンからご覧頂けるIRサイトはこちらです。

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

## ● 株主メモ

- 決算期 9月30日
- 利益配当金受領  
株主確定日 9月30日
- 中間配当金受領  
株主確定日 3月31日
- 定時株主総会 毎年12月中
- 1単元の株式数 1株
- 名義書換代理人 東京都千代田区丸の内  
一丁目4番3号  
UFJ信託銀行株式会社
- 同事務取扱所 (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  
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 UFJ信託銀行株式会社  
全国各支店  
(各種お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.ufjtrustbank.co.jp/>
- 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>



QRコード



携帯画面

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



WEBサイト画面

「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。

「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。