

第6期事業報告書

2004年10月1日から2005年9月30日まで

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。



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。

「買いのほど、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さら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。

目次

- | | |
|--------------|------------|
| 1 株主のみなさまへ | 10 営業概況 |
| 2 ギャザリングの仕組み | 12 財務諸表 |
| 4 社長インタビュー | 14 アンケート結果 |
| 8 事業紹介 | 16 株式の状況 |
| 9 財務ハイライト | 17 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、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

当社は、インターネットを活用した独自の流通モデルである「ギャザリング」の仕組みを確立し、1999年の設立以来順調に事業規模を拡大、おかげさまで2004年7月には東証マザーズ市場への上場を果たすことができました。

これまでの成長により、事業規模に見合った基盤を再構築する必要があるとの認識から、当期は年初より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を構築することに注力しました。ギャザリングシステムの全面リニューアルや顧客マーケティングシステムの構築、バイヤーをはじめとする人材の大幅採用を実施し、現在の約3倍となる年間300億円の売上に対応できる体制を整えてまいりました。

こうした事業展開のなか、当期の業績は、連結売上高が前期比47.0%増の10,655百万円となりました。一方で上記先行投資による費用の増加、および当期からの本格的な事業法人税の計上開始にともない経常利益は前期比26.5%減の402百万円、当期純利益は前期比69.2%減の149百万円と、初めての減益を経験しました。しかし、売上が大幅に増加している中での減益の要因は、前述の一時的な固定費増によるものです。今後は当期の投資が確実に業績に反映されるものと考えており、2006年9月期は再び増収増益を見込んでおります。

来期より当社では、この整備された基盤上で、「売場軸」「商品軸」「顧客軸」に焦点を当てた施策をそれぞれ実施し、成長スピードの加速化を実現させていきます。そして、ギャザリングの魅力さをさらに向上させ、「インターネットリテラー」としてのプレゼンスを高めることにより、継続的に安定した成長を実現してまいります。

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

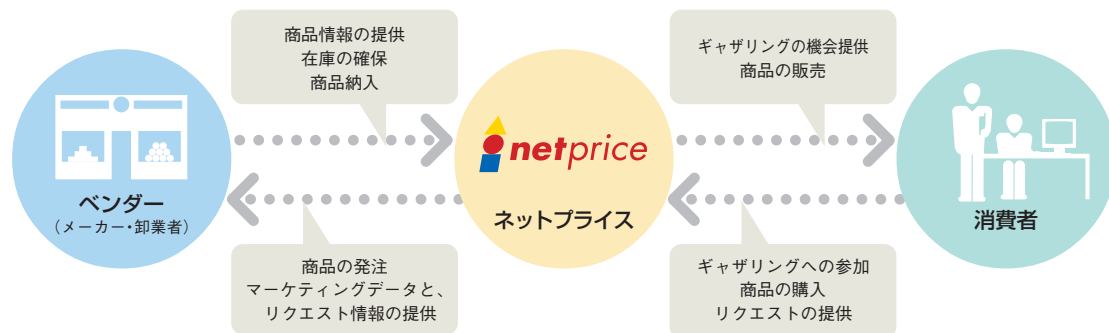
株式会社ネットプライス

代表取締役社長兼CEO 佐藤 輝英



ギャザリングの仕組み

・「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

ギャザリングとはどんなもの？

「ギャザリング」とは、購入者数が増えれば販売価格が下がるという、インターネット上で行う当社独自の共同購入方式です。商品の購入申し込み数に応じて販売価格を3~4段階に設定し、申し込み数が設定数量に達すると価格が下がります。

ギャザリングでは原則として1週間を販売期間としており、毎週合計850点の商品を掲載しています。お客様はインターネットで24時間いつでも購入を申し込みすることができます。商品の代金はクレジットカードか商品代引のどちらかでお支払い頂いています。

一般のインターネットショッピングサイトと当社のギャザリングの違いは、ギャザリングでは売り場の提供だけでなく、商品の仕入から発送までを自社で行っている点にあ

ります。当社は最近ではベンダー（メーカーや商社など）と共同でオリジナル商品の開発も手がけています。

集客の方法は？

ギャザリングの商品は、当社のモバイルサイト「ちびギャザ」やWEBサイト「ショッピング&ギャザリング ネットプライス」などで購入申し込みを受け付けています。同時に、雑誌、ラジオをはじめとする約120の提携メディアにも商品やサイトの案内を掲載し、対象となるお客様の目に触れる機会を増やしています。最近ではJCBカードなどのクレジットカード会社や外食のフランチャイズ店舗などとの提携も拡大し、共同でショッピングサイトを運営するなどしてギャザリングの可能性を広げています。



ベンダー(メーカー・卸業者):
情報収集、販路の拡大、的確な
商品開発につながっています。



消費者:
ゲーム感覚で楽しみながら
「いいものを安く」購入できます。



ネットプライス:
在庫を持たずに強い販売力を
持つことができます。



2005年9月末現在の提携ベンダー数は703社となり、ネットワークの拡大とともに、お客様のギャザリングに対する認知度も着実に高まっています。

どんなメリットが?

ギャザリング独自のメリットとしては、まず、お客様は、担当バイヤーが掲載している個性豊かな商品説明を楽しみながらゲーム感覚でネットショッピングができます。アクセス時点の商品受注数や販売価格、お客様からのコメントなどもリアルタイムで表示されており、目新しい商品を発見する喜びと価格決定に自分も参加できる楽しさが評価され、お客様のリピート率は着実に高まっています。

また、当社にとっての最大のメリットは、在庫を抱えるリスクを負わなくてもよい点にあります。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に発注するため、在庫を手元に置く必要がありません。また、1週間という短期間にまとまった数の商品を一括して発注しますので、仕入れ価格を抑えることもできます。さらに、お客様からの声をダイレクトに収集でき、人気の商品を揃えることが可能となっています。

一方ベンダーにとっては、まず短期間に大量の商品をさばくことができる点が一番の魅力です。また、商品を購入するユーザーの属性(性別、年齢、地域分布など)・動向などのマーケティングデータやお客様から月間約5,000件も寄せられる商品リクエストなどの情報を当社と共有することも大きなメリットとなっています。最近では、ギャザリングが商品のテストマーケティングや、新商品の企画・開発などに利用されるケースも出てきました。

社長インタビュー

今後の方向性と戦略について

2004年7月に東証マザーズに上場してから2期目を迎えるネットプライス。今2005年9月期を振り返りつつ、今後のさらなる成長に向けての具体的な戦略と方向性について、代表取締役社長の佐藤にインタビューしました。



(1) 今期を振り返って

今期を振り返った結果はどうか？

第6期(2005年9月期)は、次の成長基盤作りのための「事業投資年」と位置づけ、①人材の採用と②新ギャザリングシステムの開発といった二つの投資を行いました。また事業面では販売チャネル拡大のための業務提携を引き続き推し進め、この1年で今後にもむけた事業基盤が構築できたと考えています。

人材への投資ということですが、具体的にどれくらいの規模の採用を行ったのですか？

人材の採用に関しては今期社員・アルバイト合計で約70名の採用を行いました。また2005年6月に実施した株式会社エムシープラスとのM&Aを通じて、約30名、連結合計で約100名の増員を行いました。

週変わり様で様々な商品の仕入れを行うバイヤーチーム、120以上の提携媒体を含めた各ショップを担当する売場担当チーム、また購入に際してお客様からの問い合わせに対応するカスタマーサポートチームを中心に、強固な体制を整えることができました。

システム投資の方はどうですか？

システムの方は2005年1月に約3.5億円かけて、ギャザリングの販売システムを一新しました。これによって、ポイントシステムの導入、物流機能のパワーアップなど、集客や物流業務の効率化ができたと考えています。以前のシステムはパッチワークのようにサーバーを後から継ぎ足していったものでしたので、新システムによって耐久性、またセキュリティ面での安定性がかなり向上しました。ちなみに、この新システムでは年間300億円の売上高規模まで対応できるように設計しています。

子会社をはじめとする新規事業のほうは順調ですか？

はい。当社では三つの子会社を連結対象としていますが、それぞれ着実に成長してきています。

まず2004年7月に設立した株式会社メディアンは、テレビ番組とモバイルインターネットを連動させる企画やシステム開発を行っていますが、メディアンは今期第4四半期（2005年7～9月）に黒字化を達成しました。テレビとインターネットの連動は業界内でも大きく注目されている部分ですが、当社もコマースの軸を通じてテレビといった有力メディアとの親和性を高めていきたいと思っています。

次に、2004年12月に設立した株式会社ネットプライスファイナンスは、2005年5月に米国GEグループとの合弁会社、株式会社ネットプライスカードを設立し、10月からネットプライスのお客様を対象としたクレジットカード事業を開始しました。ショッピングユーザーを対象とした個人金融事業は、今後の成長が期待できる分野です。

また、2005年6月には、10代から20代の若年層の女性を対象としたモバイルコマース事業を展開する株式会社エムシープラスを、M&Aによってグループ化しました。エムシープラスはまだ立ち上げ時期にある企業のため、今期はまだ利益への貢献はありませんでしたが、販売チャネル拡大の一つの鍵として、売上高には期中から大きく貢献してきています。

(2) 来期以降の戦略・方向性

来期以降の方向性についても教えてください。

「事業投資年」から「高回転経営年」へ

前述の通り、当社では今期2005年9月期を今後の成長スピード加速化のための、「事業投資年」と位置づけ、様々な基盤作りに専念してきました。そして、来期2006年9月期はこれらの基盤の上でさらなるジャンプアップを図る「高回転経営」の初年度と位置づけ、「売場軸」「商品軸」そして「顧客軸」の三つの軸を中心とした展開を行ってまいります。

それでは、まず「売場軸」での展開について教えてください。

売場軸での回転

お客様が集まれば集まるほどに商品の価格が安くなる、当社オリジナルの販売モデル「ギャザリング」。この効果を拡大するためには、より多くのお客様にギャザリングに参加頂くべく「売場軸」での販売力強化が必要になります。

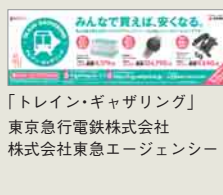
来期は、「ちびギャザ」などの自社の媒体、および雑誌、ラジオ、インターネット、交通広告、リアル店舗など、合計約120の既存提携媒体からの集客に注力してまいります。特に今期集中的に提携を広げてきたクレジットカード各社とは、効果的な提携が実現できており、来期も各社のWEBサイトおよび会報誌、ちらしなど、様々なチャネルからの集客を強化してまいります。



「JCB ギャザリング」
Copyright ©1997-2005,
JCB Co., Ltd.



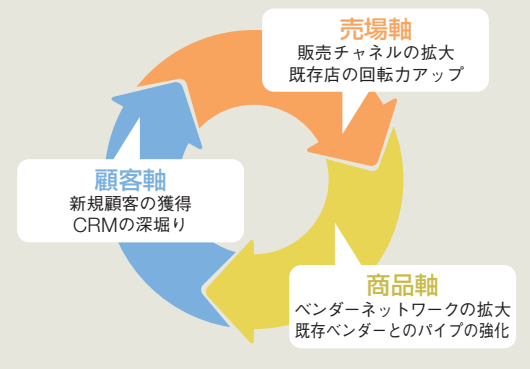
「ショップザニュース」
©News Service
Center Co., Ltd.



「トレイン・ギャザリング」
東京急行電鉄株式会社
株式会社東急エージェンシー

・ 成長を加速させる3つのキーファクター

2006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、さらなる成長のスピードアップを狙います。



また、昨今新たなインターネットメディアとして注目が大きいブログ(個人の日記サイト)や個人サイトなどの消費者発信型のインターネットメディア(コンシューマージェネレイテドメディア=CGM)、さらに先般、提携を発表いたしました株式会社ネクストジャパンの運営するアミューズメント施設などの大規模会員組織との提携も、新規の取り組みとして力を入れて行きたい部分です。

次に「商品軸」についても教えてください。

商品軸での回転

商品の販売チャネルが「売場軸」であれば、その売場で販売する「商品」の充実が、当社にとってのもう一つの重要な軸になります。そのための施策が「商品軸」での展開です。

当社では2005年9月末時点で約700社のメーカー、ベンダーとの取引がありますが、来期は、多様化するお客様の商品ニーズに対応すべく、このネットワークをさらに拡大し、取引ベンダー数も1,000社を目指していきたいと思えます。また一方で、ギャザリングの瞬間大量販売のメリットをフルに活用し、既存ベンダーとの関係性を深め、メーカーとのオリジナル商品の開発や、お客様に喜んで頂ける、びっくりするような低価格の実現を狙ってまいります。



最後に「顧客軸」での展開についてはどうでしょうか？

顧客軸での回転

三つ目の軸である「顧客軸」については、今期の1月に完成しました新ギャザリングシステムを通じた深掘りが可能になりました。具体的には、ポイント・クーポンシステムなどの機能を通じて、お客様一人一人の属性にあわせた特典の提供が可能になりました。

あわせて、新たに導入したCRM(顧客管理システム)を通じて、それぞれのお客様の属性・購入履歴などに合致した個別の商品提案もできるような仕組みも現在構築中です。

これら顧客軸での各施策を通じてお客様からのご要望により的確にお応えし、一方で継続的なプロモーション展開による新たなお客様へのアプローチも促進してまいります。

以上三つの軸を通じて、来期は「高回転経営」初年度として、もっともっと大きな成長を実現していくべく、社員一同邁進していくつもりです。引き続き株主のみなさまのご支援の程、何卒よろしくお願いたします。

事業紹介

モバイルコマース事業

モバイルコマース事業では、携帯電話などのモバイル端末上でのショッピングサイト「ちびギャザ」や、当社子会社のエムシープラスが運営する「渋谷コレクション Love Bargain」を通じた通信販売事業を行っています。雑誌やラジオ、モバイルなど幅広いメディアと提携し、時計、香水、アクセサリ、美容関連商品、バッグをはじめとする各種ブランド品など毎週約850点の商品を紹介しています。ワイン・清酒など、嗜好性の高いアイテムも好評を得ており、20才代から30才代の女性を中心とする購入ユーザー全体の50%超がリピーターとして定着しています。

第三世代携帯電話の普及や通信料金の定額化に伴い、「ちびギャザ」「渋谷コレクション Love Bargain」へのアクセス数は飛躍的な成長を遂げています。「ちびギャザ」は、2000年9月に市場に先駆けてiモード上に登場、現在ではすべてのモバイルキャリアにおける公式サイトに採用され、モバイル単体の総合物販サイトとしては、業界トップクラスの売上実績を記録しています。

モバイルコマース事業は、当社の売上高の6割近くを占めるコア事業です。モバイルインターネット市場の規模は継続して拡大が見込まれ、モバイル物販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されます。



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、「ショッピング&ギャザリング ネットプライス」で、インターネット通信販売事業を展開しており、ユーザーの人気の高い商品を市場価格より平均で約20%~30%割引いた価格で提供しています。インターネットの利用によって店舗運営費・広告宣伝費を抑えた低コストオペレーションが可能で、ユーザーからの受注後に商品発注をかけるため、在庫リスクをほとんど伴わないことから、低価格での商品提供が可能となっています。また、専門のカメラマンやライターによる写真や商品説明文が、商品をわかりやすく魅力的に紹介しており、商品を手にとって見られないという通信販売のデメリットを十分にカバーしています。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の導入で、平均購入単価やリピート率の向上を図っています。

インターネット通信販売市場は今後も継続した成長が見込まれており、WEBコマース事業においても、インターネットリテラーとしての当社独自の強みを活かしてさらなる成長を目指しています。

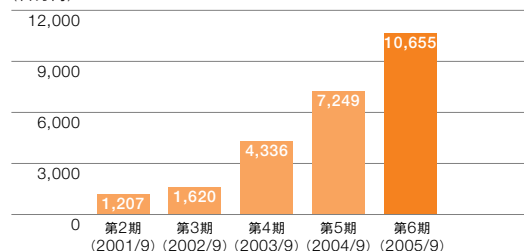


財務ハイライト

2004年7月に連結子会社として株式会社メディアン、2004年12月に株式会社ネットプライスファイナンス、2005年5月に株式会社ネットプライスカード、また2005年6月に株式会社エムシープラスを設立したため、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ます。

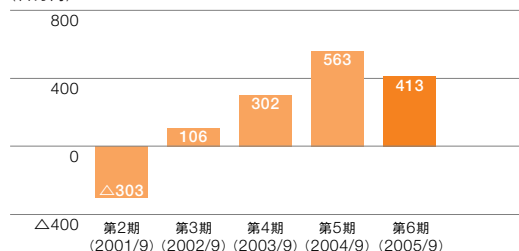
売上高

(百万円)



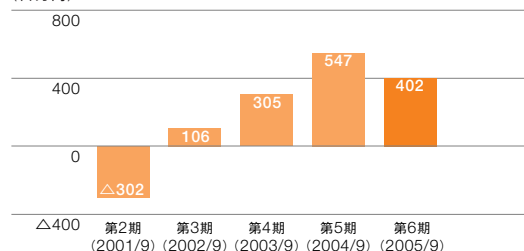
営業利益

(百万円)



経常利益

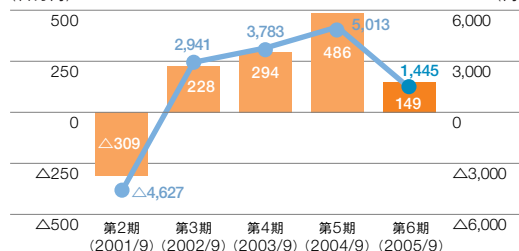
(百万円)



当期純利益／1株当たり当期純利益

(百万円)

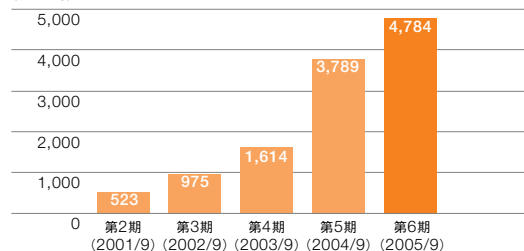
(円)



■ 当期純利益 (左目盛り) ● 1株当たり当期純利益 (右目盛り)

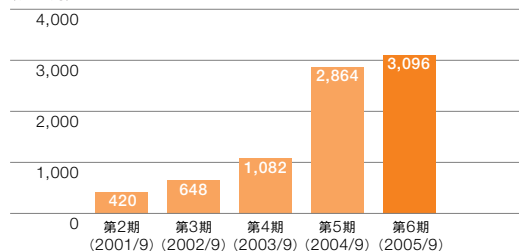
総資産

(百万円)



純資産

(百万円)



※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。

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、2004年12月に株式会社ネットプライスファイナンス、2005年5月に株式会社ネットプライスカード、また2005年6月に株式会社エムシープラスを設立したため、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ます。

2005年9月期の業績

当期、国内の景気は企業業績の改善を軸に回復の兆しが見られるようになりました。

当社の事業領域である国内のインターネット関連市場においても、ブロードバンドインターネットおよび携帯電話を使ったモバイルインターネットともに、利用者数が飛躍的に増加し、安定した普及の拡大が見られました。

今後もインターネット利用者数、利用料金の定額制や通信の高速化に伴い、さらに拡大していくことが見込まれ、当社にとって事業環境はより一層整備される方向に進むことが予測されます。

その中で、当社の売上高は前期比47.0%と大きく増加して10,655,911千円となりました。利益面では、グループ企業の連結調整勘定の償却負担および人員採用を中心とした先行投資の影響により、営業利益は前期比26.6%減の413,633千円、経常利益は前期比26.5%減の402,669千円となりました。また、当期純利益は、投資有価証券の評価損の発生、および、前期までの税務上の繰越欠損金の解消による税負担の発生の影響で、前期比69.2%減の149,839千円となりました。

セグメント別の業績

・モバイルコマース事業

モバイルコマース事業では、当社の自社モバイル媒体の充実および雑誌などの提携媒体数の増加にあわせて、当期より株式会社エムシープラスの運営する「渋谷コレクション Love Bargain」が加わったことにより当期、販売力が大きく拡大しました。また、市場の成長、新規顧客の獲得、既存のお客様のリピート率の向上にともない、事業は大きく躍進しました。

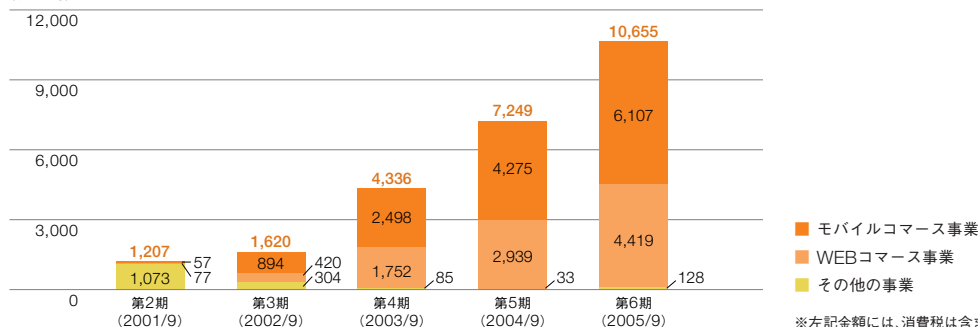
売上高は前期比42.9%増の6,107,880千円で、そのうち自社媒体による売上高は前期比29.9%増の4,242,212千円、また、提携媒体による売上高は前期比84.9%増の1,865,667千円でした。

・WEBコマース事業

WEBコマース事業では当期、当社の自社媒体および他社のメールなどの提携媒体によって構成される販売ネットワークに、新たに株式会社エムシープラスの運営する「LuvXpress」が加わりました。また、モバイルコマース事業と同様、新規のお客様が増加し、既存のお客さまのり

セグメント別売上高の推移

(百万円)



※左記金額には、消費税は含まれておりません。

ピート率も向上したことにより、当期の売上高は前期比50.3%増の4,419,160千円となりました。そのうち自社媒体による売上高は前期比26.2%増の1,980,591千円、提携媒体による売上高は77.9%増の2,438,569千円でした。

財政状態

2005年9月期、売上の拡大による売掛金の増加および順調な投資による有形固定資産、無形固定資産の着実な増加により、期末の総資産は前期より995,843千円増加して4,784,876千円となりました。

キャッシュ・フロー

・営業活動によるキャッシュ・フロー

売上高の継続的な増加に伴う売上債権の増加による支出が553,875千円、たな卸資産の増加による支出が64,503千円と大きかったものの、一方で、税金等調整前当期純利益310,518千円、仕入債務の増加261,277千円などがプラス要因となり、営業活動によるキャッシュ・フローは300,681千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

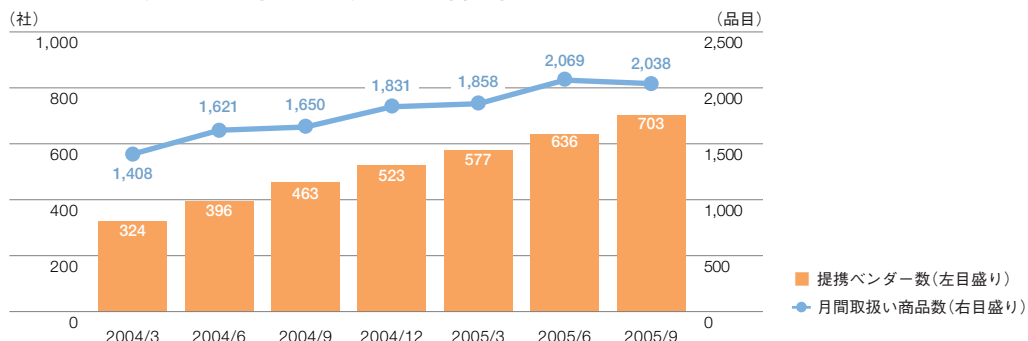
長期性預金の預入による支出300,000千円、投資有価証券の取得による支出310,000千円、また連結範囲の変更に伴う子会社株式取得による支出739,892千円などにより、投資活動に使用したキャッシュ・フローは1,641,815千円となりました。

・財務活動によるキャッシュ・フロー

新株予約権の行使による、株式の発行にともなう収入が81,229千円あったものの、M&Aによりグループ化した子会社による短期借入金返済の支出50,400千円、および長期借入金返済による支出161,270千円などがあったため、財務活動に使用したキャッシュ・フローは120,490千円となりました。

以上の結果、当期末の現金及び現金同等物の残高は1,080,240千円となり、前期より1,461,625千円減少しました。

提携ベンダー数／月間取扱い商品数の推移(平均)



財務諸表

2004年7月に連結子会社として株式会社メディアン、2004年12月に株式会社ネットプライスファイナンス、2005年5月に株式会社ネットプライスカード、また2005年6月に株式会社エムシープラスを設立したため、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ます。

連結貸借対照表

科 目	第5期会計期間末 (2004年9月30日)	第6期会計期間末 (2005年9月30日)
資産の部		
流動資産	3,263,071	2,636,580
固定資産	525,961	2,148,296
有形固定資産	189,474	217,430
無形固定資産	62,541	990,482
投資その他の資産	273,945	940,383
資産合計	3,789,033	4,784,876

(単位:千円)

科 目	第5期会計期間末 (2004年9月30日)	第6期会計期間末 (2005年9月30日)
負債の部		
流動負債	924,388	1,669,362
固定負債	-	10,810
負債合計	924,388	1,680,172
少数株主持分		
少数株主持分	-	8,251
資本の部		
資本金	1,112,434	1,153,049
資本剰余金	971,255	1,012,609
利益剰余金	780,954	930,793
資本合計	2,864,644	3,096,453
負債、少数株主持分及び資本合計	3,789,033	4,784,876

連結損益計算書

(単位:千円)

科 目	第5期会計期間 (2003年10月1日から 2004年9月30日まで)	第6期会計期間 (2004年10月1日から 2005年9月30日まで)
売上高	7,249,489	10,655,911
売上原価	4,370,558	6,223,289
売上総利益	2,878,931	4,432,622
販売費及び一般管理費	2,315,556	4,018,989
営業利益	563,374	413,633
営業外収益	5,228	12,198
営業外費用	21,094	23,162
経常利益	547,508	402,669
特別損失	21,388	92,150
税金等調整前当期純利益	526,120	310,518
法人税、住民税及び事業税	2,320	211,934
法人税等調整額	37,035	△49,557
少数株主損失	-	1,698
当期純利益	486,764	149,839

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:千円)

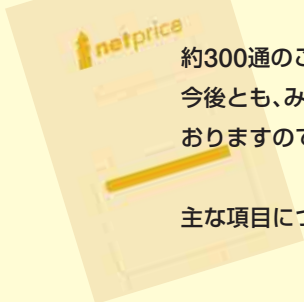
科 目	第5期会計期間 (2003年10月1日から 2004年9月30日まで)	第6期会計期間 (2004年10月1日から 2005年9月30日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	617,023	300,681
投資活動によるキャッシュ・フロー	△369,668	△1,641,815
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,274,306	△120,490
現金及び現金同等物の増加額	1,521,660	△1,461,625
現金及び現金同等物の期首残高	1,020,204	2,541,865
現金及び現金同等物の期末残高	2,541,865	1,080,240

連結剰余金計算書

(単位:千円)

科 目	第6期会計期間 (2004年10月1日から 2005年9月30日まで)
(資本剰余金の部)	
資本剰余金期首残高	971,255
資本剰余金増加高	41,354
資本剰余金期末残高	1,012,609
(利益剰余金の部)	
利益剰余金期首残高	780,954
利益剰余金増加高	149,839
利益剰余金期末残高	930,793

アンケート結果

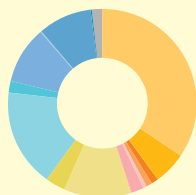


約300通のご回答ありがとうございました。

今後とも、みなさまの貴重なご意見を今後の様々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。

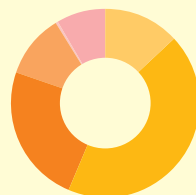
主な項目についての結果は下記の通りです。

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)



	(%)		(%)
成長性	34.4	証券会社からの情報提供	16.8
収益力	5.6	家族・知人の奨め	2.0
安定性	1.2	インターネット関連企業だから	9.8
企業規模	1.0	小売企業だから	0.2
ブランド・知名度	0.6	新規公開企業だから	9.2
経営方針	2.2	当社サービスを利用しているから	0.2
事業内容	11.6	その他	1.8
株価水準	3.4		

Q2 現在当社にどの程度投資魅力を感じますか？



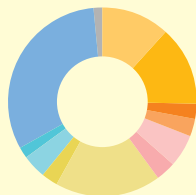
	(%)
非常に魅力を感じる	13.0
まあまあ魅力を感じる	43.3
あまり魅力を感じない	23.9
全く魅力を感じない	10.9
どちらでもない	0.4
分からない	8.4

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。



	(%)
長期資産形成として考えているため	31.4
短期売買でキャピタルゲインを得るため	12.7
評価損の回復を期待しているため	43.7
とりあえず保有している	12.2

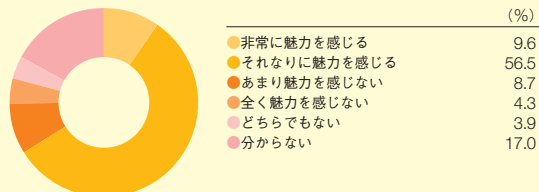
Q5 当社に対してご不満を感じていることをいくつでも選択してください。(複数回答可)



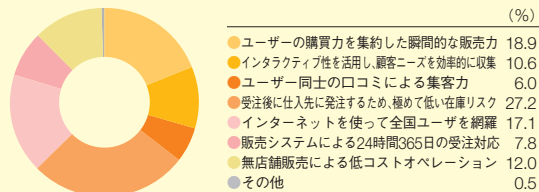
	(%)		(%)
成長性	11.7	株主重視の姿勢	18.1
収益力	13.6	経営方針の明確性	2.8
財務体質	2.6	取扱い商品	4.1
先進性	3.0	経営者	1.9
安定性	5.6	株価	31.6
情報公開姿勢	3.4	その他	1.5

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。

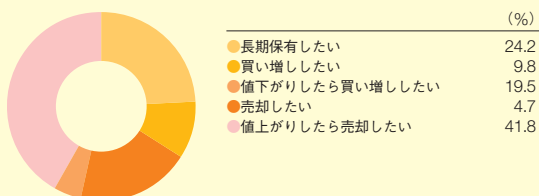
1. 当社ギャザリングの強みについて、どの程度魅力を感じますか？



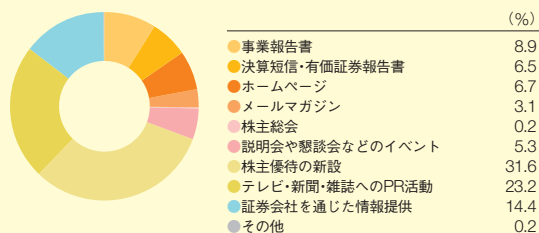
2. また、どのような点で魅力を感じますか？1つ選択してください。



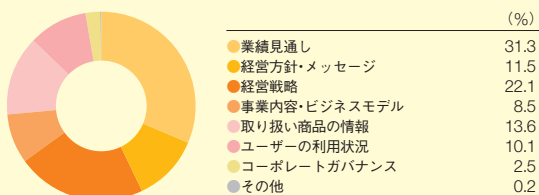
Q7 今後の当社株式の所有方針を教えてください。



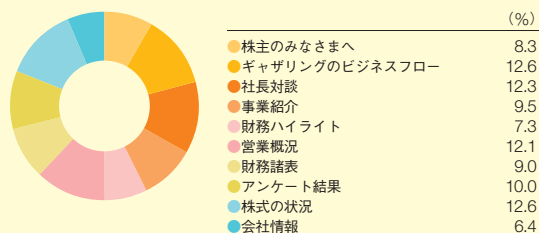
Q8 当社からのIR活動として何を充実させて欲しいですか？(複数回答可)



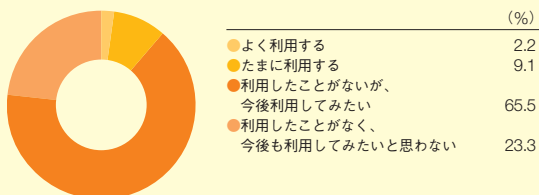
Q9 今後どのような情報の充実を望まれますか？(複数回答可)



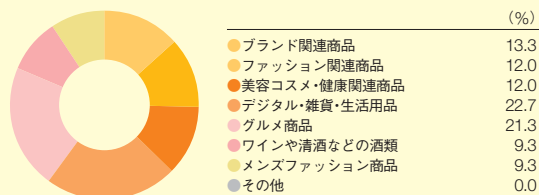
Q10 本事業報告書の中で、興味を持たれた内容は何でしたか？(複数回答可)



Q11 当社のサービスを利用したことがありますか？



Q12 (Q11で1と2にお答えいただいた方のみ) 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)

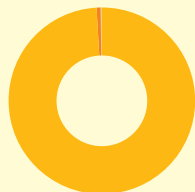


株式の状況 (2005年9月30日現在)

● 株式の概況

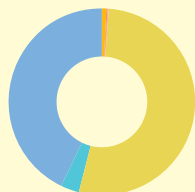
会社が発行する株式の総数	155,040株
発行済株式の総数	107,040株
株主数	3,607名

● 所有株数別分布状況



	株主数 (名)	構成比 (%)
● 1～99株	3,574	99.08
● 100～499株	25	0.69
● 500～999株	3	0.08
● 1,000～4,999株	3	0.08
● 5,000～9,999株	0	0.00
● 10,000株以上	2	0.05
合 計	3,607	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	850	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	162	0.15
● 証券会社	261	0.24
● その他の法人	56,513	52.80
● 外国法人等	3,446	3.22
● 個人・その他	45,808	42.80
● 自己名義株式	0	0.00
合 計	107,040	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	51.23
佐藤輝英	22,824	21.32
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	4.63
日高裕介	2,500	2.33
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	1.11
三井物産株式会社	600	0.56
ビービー エイチフォー フィデリティー パシフィック ベーション エクスジャパン コレクティブトラスト	584	0.54
ネットプライス従業員持株会	564	0.52
みずほキャピタル株式会社	480	0.44
ザチェースマンハッタンバンク エヌエイロンドン	455	0.42

※所有比率は小数点第3位以下切捨での数値です。

会社情報 (2005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** 234名(契約社員・アルバイトを含む)
- **資本金** 11億1,530万円
- **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
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

● 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.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>



QRコード

「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。



携帯画面



<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。



古紙配合率100%再生紙を使用しています



Printed in Japan