



# 決算説明会資料

2009年9月期 第3四半期決算



株式会社ネットプライスドットコム

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

常務取締役 兼 CFO 中村 浩二

## 1. 第3四半期決算の概要

## 2. 業績予想

代表取締役社長 兼 グループCEO 佐藤 輝英

## 3. 各事業の概況

## 4. 今期の成長戦略

## 参考資料



# 1. 第3四半期決算の概要

常務取締役 兼 CFO 中村 浩二

# 第3四半期決算のサマリー

連結

## ■前四半期(1月 - 3月)比

- ・減収・減益（営業利益・経常利益ベースでは赤字）

## ■前年同期(10月 - 6月)比

- ・増収・増益

ギャザリング

## ■前四半期(1月 - 3月)比

- ・平均商品単価の低下等により減収
- ・商品粗利率・送料の引き下げにより減益

## ■前年同期(10月 - 6月)比

- ・一顧客あたりの購入単価が上昇し増収
- ・商品粗利率・送料の引き下げにより減益

コマース  
インキュベーション

## ■前四半期(1月 - 3月)比・前年同期(10月 - 6月)比

- ・各事業が伸長し、売上高は堅調に増加
- ・先行投資による販管費の増加に伴い、赤字幅拡大

# 【連結】第3四半期 損益の概要（前四半期比）

- 売上高は前四半期比で 1.6%減収、営業利益・経常利益ベースでは赤字
- 特別利益の計上により、純利益ベースでは黒字確保

単位：百万円	Q3/09 (4-6)	Q2/09 (1-3)	前四半期比
売上高	3,239	3,292	△ 1.6%
売上総利益	1,232	1,297	△ 5.0%
売上総利益率	38.0%	39.4%	△ 1.3p
販売費及び一般管理費	1,247	1,154	+8.1%
販管費率	38.5%	35.0%	+3.4p
営業利益	△ 14	143	-
営業利益率	△ 0.4%	4.3%	△ 4.8p
経常利益	△ 3	126	-
経常利益率	△ 0.1%	3.8%	△ 3.9p
特別利益	54	-	-
特別損失	7	2	+160.1%
四半期純利益	9	59	△ 84.1%
四半期純利益率	0.2%	1.7%	△ 1.5p

投資有価証券  
償還益

Q3/09 特別利益：投資有価証券償還益

特別損失：投資有価証券評価損

Q2/09 特別損失：固定資産の減損損失

※過去の推移は31ページ～34ページをご覧ください

# 【連結】第3四半期累計期間 損益の概要（前年同期比）

## ■ 増収・増益を確保

単位：百万円	Q3累計/09 (10-6)	Q3累計/08 (10-6)	前年同期比
売上高	9,980	8,916	+11.9%
売上総利益	3,881	3,511	+10.5%
売上総利益率	38.8%	39.3%	△ 0.5p
販売費及び一般管理費	3,578	3,240	+10.4%
販管費率	35.8%	36.3%	△ 0.4p
営業利益	302	271	+11.6%
営業利益率	3.0%	3.0%	△ 0.0p
経常利益	298	227	+30.9%
経常利益率	2.9%	2.5%	+0.4p
特別利益	54	37	+43.5%
特別損失	50	53	△ 5.5%
純利益	114	67	+70.1%
純利益率	1.1%	0.7%	+0.3p

Q3累計/09 特別利益：投資有価証券償還益  
特別損失：固定資産の除却等

Q3累計/08 特別利益：持分変動益（もしも社増資による）  
特別損失：本社移転費用・臨時償却（本社移転に伴う固定資産の一括減価償却）

# 第3四半期 事業セグメント別損益の概要（前四半期比）

## ■ギャザリング事業

- ・戦略的な商品単価の引き下げによる購入者増を狙ったが、購入者数が伸びず 3.1%減収
- ・商品粗利率の引き下げと送料引き下げによる変動費率の上昇により 営業利益は 66.2%減益、データセンターの移転による2日間の販売休止と一時的な移転費用の影響もあり

## ■コマースインキュベーション事業

- ・バリューサイクル事業を中心に、売上は 6.3%増と堅調に推移したが、海外関連事業への先行投資による販管費の増加により、赤字幅は拡大

単位:百万円	ギャザリング事業			コマースインキュベーション事業		
	Q3/09 (4-6)	Q2/09 (1-3)	前四半期比	Q3/09 (4-6)	Q2/09 (1-3)	前四半期比
売上高	2,726	2,815	△ 3.1%	524	493	+6.3%
売上総利益	979	1,046	△ 6.3%	253	251	+0.5%
売上高総利益率	35.9%	37.1%	△ 1.2p	48.2%	51.0%	△ 2.8p
販売管理費	940	928	+1.2%	296	268	+10.5%
販売管理费率	34.4%	32.9%	+1.5p	56.5%	54.4%	+2.1p
営業利益	39	117	△ 66.2%	△43	△16	-
営業利益率	1.4%	4.1%	△ 2.7p	△8.3%	△3.4%	△ 4.9p

※過去の推移は35ページをご覧ください

# 第3四半期累計期間 事業セグメント別損益の概要（前年同期比）

## ■ ギャザリング事業

- ・24バリューの拡大など、購入回数の増加により、一顧客あたりの購入単価が上昇し7.8%増収
- ・戦略的な粗利率と送料の引き下げにより営業利益は1.2%減益

## ■ コマースインキュベーション事業

- ・各事業が伸長し売上高は40.9%増と堅調に増加
- ・先行投資による販管費の増加に伴い赤字幅拡大

単位：百万円	ギャザリング事業			コマースインキュベーション事業		
	Q3累計/09 (10-6)	Q3累計/08 (10-6)	前年同期比	Q3累計/09 (10-6)	Q3累計/08 (10-6)	前年同期比
売上高	8,557	7,938	+7.8%	1,467	1,041	+40.9%
売上総利益	3,189	3,117	+2.3%	691	394	+75.4%
売上高総利益率	37.2%	39.2%	△ 2.0p	47.1%	37.8%	+9.2p
販売管理費	2,807	2,730	+2.8%	797	480	+66.0%
販売管理费率	32.8%	34.4%	△ 1.5p	54.3%	46.1%	+8.2p
営業利益	382	386	△ 1.2%	△ 105	△ 85	—
営業利益率	4.4%	4.8%	△ 0.4p	△ 7.1%	△ 8.2%	+1.0p

# 【連結】 資産・負債の推移

単位：百万円	2009 Q3末	2009 Q2末	2008 年度末	前四半期比
流動資産	4,451	4,259	3,537	192
現預金	2,743	2,708	1,944	34
売掛金	1,204	1,097	1,173	106
商品	137	82	122	55
固定資産	2,189	2,154	2,320	34
有形固定資産	185	203	213	△ 18
無形固定資産	587	574	574	12
投資等	1,416	1,376	1,533	40
流動負債	2,309	2,083	1,625	225
買掛金	963	902	837	61
短期借入金	750	600	200	150
固定負債	10	10	19	0
純資産	4,321	4,319	4,213	1
総資産	6,641	6,413	5,858	227

ギャザリング事業の  
売上債権の増加

バリューサイクル事業の  
拡大による買取増加

ベンチャーファンドの  
キャピタルコール等

コマースインキュベーション  
事業での借入

※主要な科目のみ表示しております

# 【連結】 キャッシュ・フローの推移

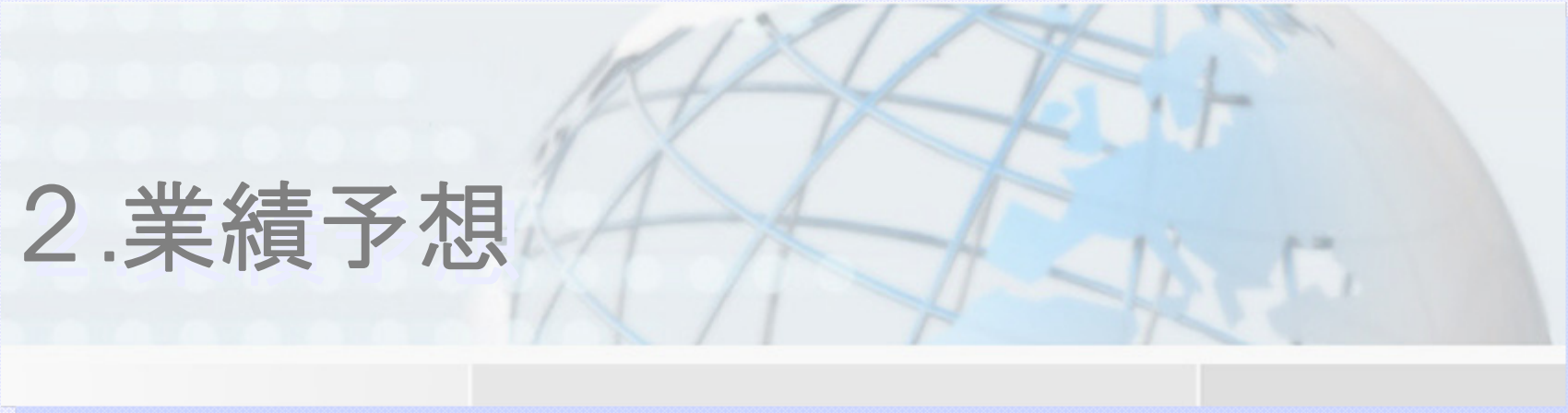
単位：百万円	Q3累計前年同期比較		四半期比較	
	Q3累計/09 (10-6)	Q3累計/08 (10-6)	Q3/09 (4-6)	Q2/09 (1-3)
営業活動による キャッシュ・フロー	359	424	△ 68	567
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 122	△ 975	△ 45	△ 2
財務活動による キャッシュ・フロー	550	500	150	100
現金及び現金同等物に 係る換算差額	12	△ 1	△ 1	25
現金及び現金 同等物の増減	798	△ 53	34	690
現金及び現金 同等物の期末残高	2,743	2,240	2,743	2,708

売上債権の増加

・ベンチャーファンドのキャピタルコール  
・ソフトウェアの取得

コマースインキュベーション  
事業での借入

## 2.業績予想



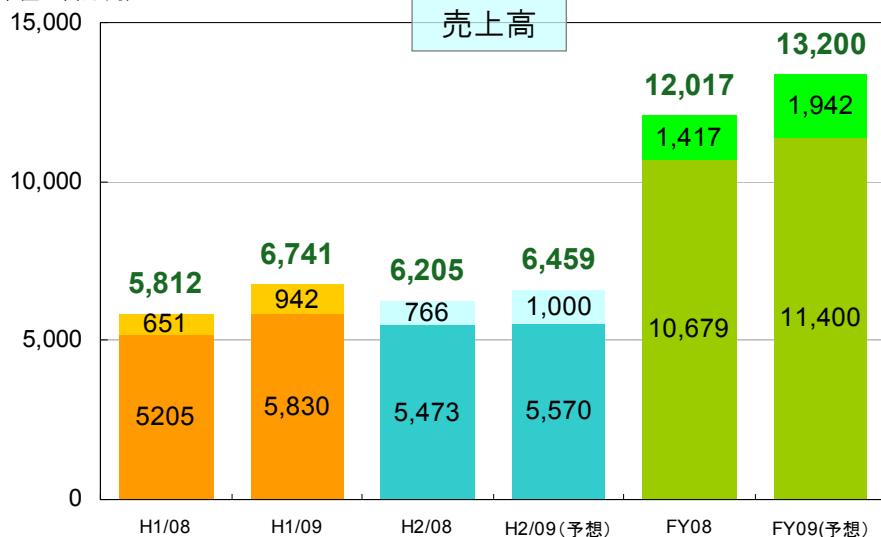
# 今期の連結業績予想

## ■業績予想は据え置き

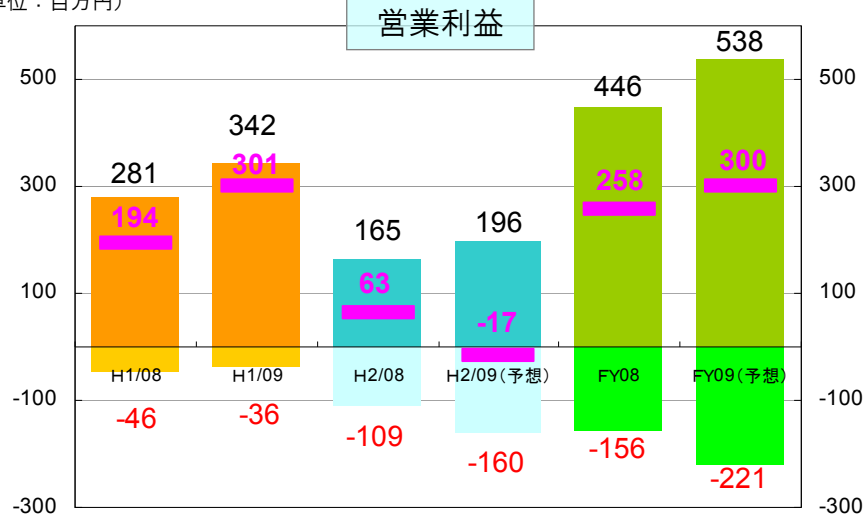
- ・景気低迷による消費動向は引き続き厳しいと判断
- ・海外関連事業への先行投資は継続
- ・株式市場の低迷や為替変動による減損リスク・為替差損の発生リスク等を考慮

単位：百万円	前期実績			今期業績予想		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	5,812	6,205	12,017	6,741	6,459	13,200
営業利益 (営業利益率)	194 3.3%	63 1.0%	258 2.1%	317 4.7%	△ 17 △ 0.2%	300 2.2%
経常利益	154	36	190	301	△ 21	280
当期純利益	35	△ 10	25	105	△ 85	20

(単位：百万円)



(単位：百万円)



※各事業の合計と連結の数値は本社費用と内部取引の消去により、異なり得ます

■ ■ ■ ガザリング事業
 ■ ■ ■ コマースインキュベーション事業
 ■ 連結営業利益

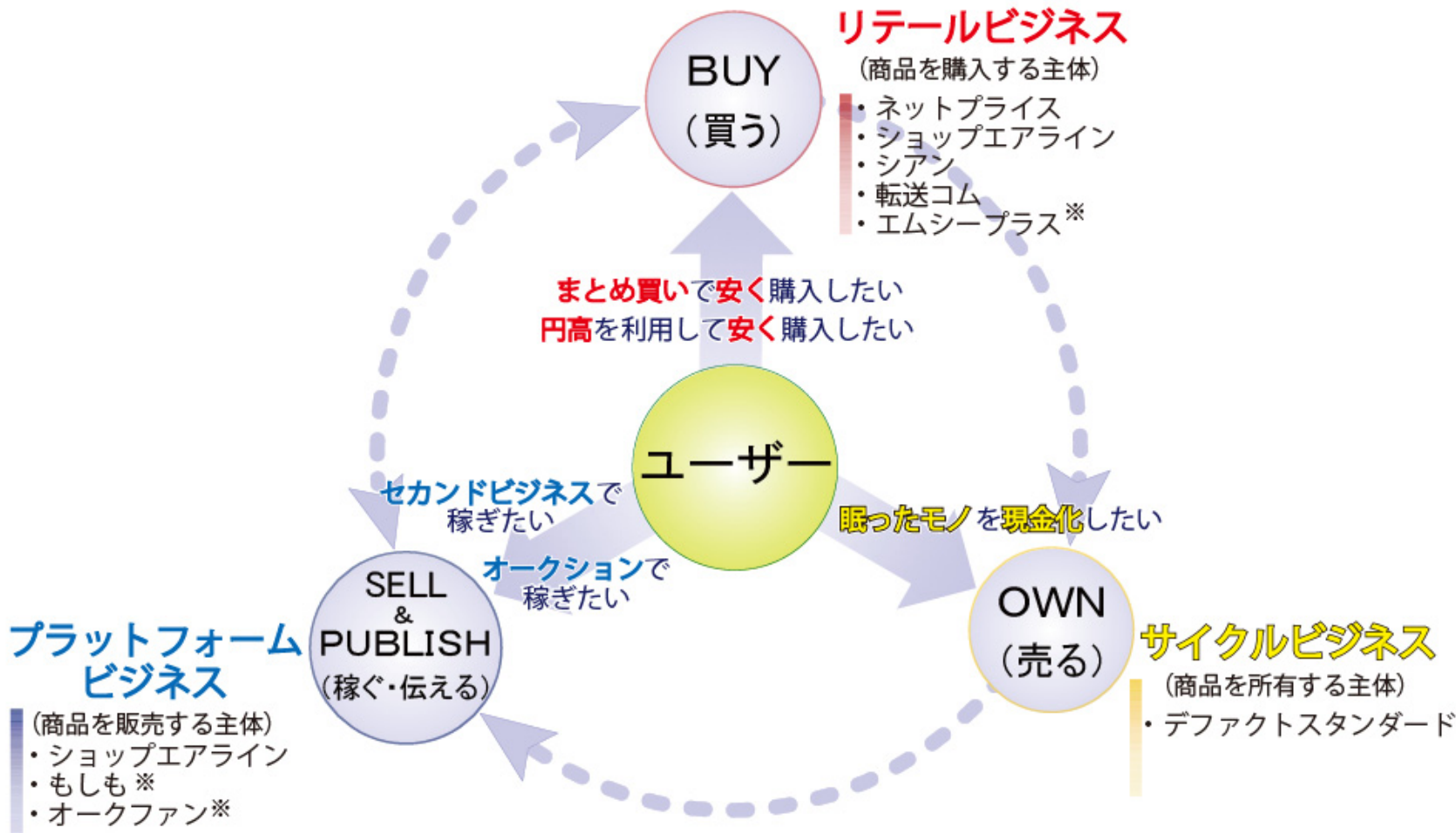


# 3.各事業の概況

代表取締役社長 兼 グループCEO 佐藤 輝英

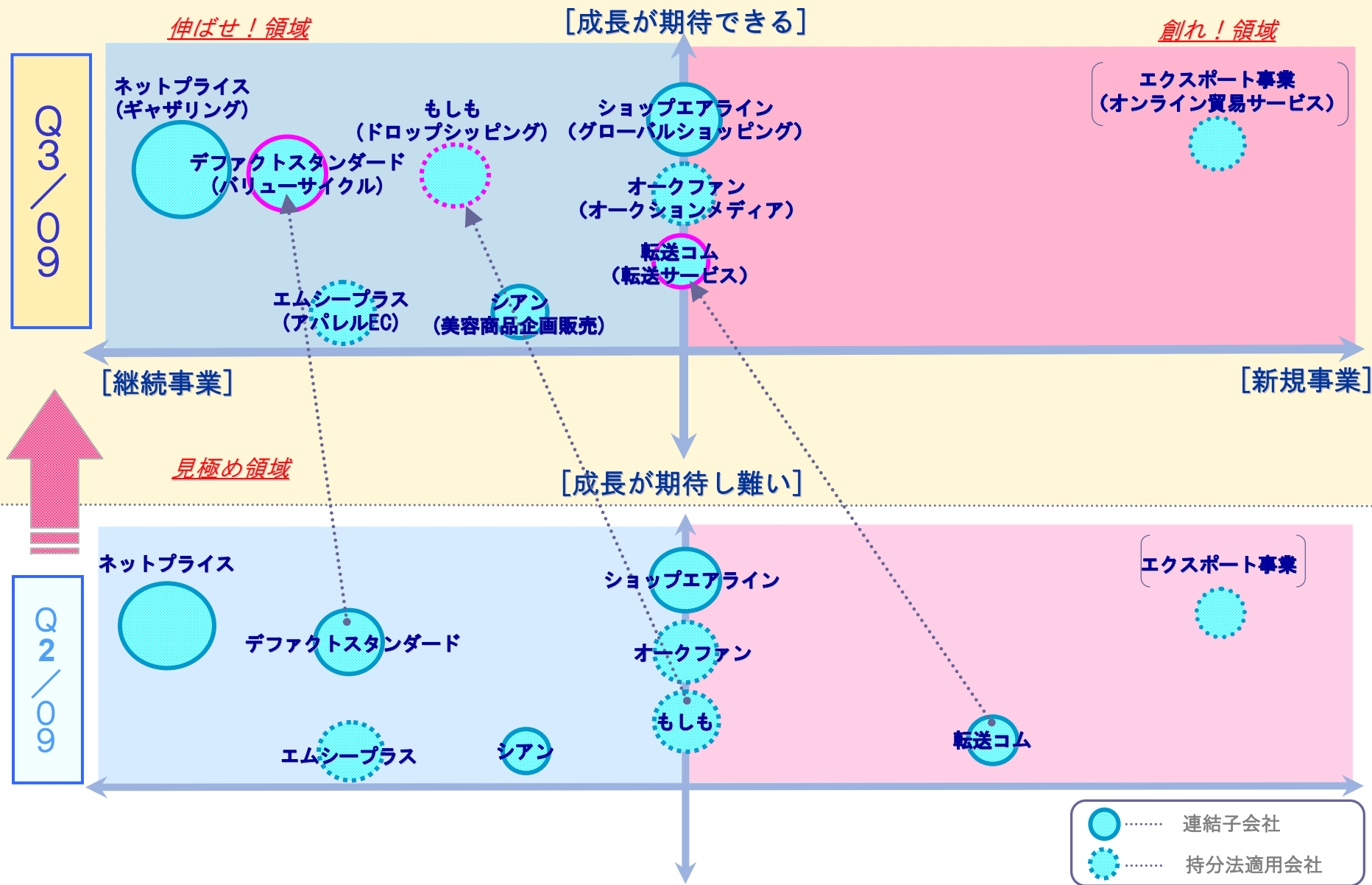
# 事業ポートフォリオと市場環境との関係

## 【ネット流通生態系戦略】



※…持分法適用会社

# グループ会社の状況





## 3-1. ギャザリング事業の状況

# 今期の重点テーマ

## ① 高回転構造・無在庫

- 24時間限定販売『24バリュー』にて毎日商品入れ替え
- 24バリューにて『底値宣言の実施』

## ② 低コストオペレーション

- 仕組化の追求
- 固定費の削減

## 戦略的な低価格の実現

## ③ お客様を意識した低価格・低粗利の設定

- とくせん商品（特別低価格商品）
- わけあり商品等



# 第3四半期 TOPICS

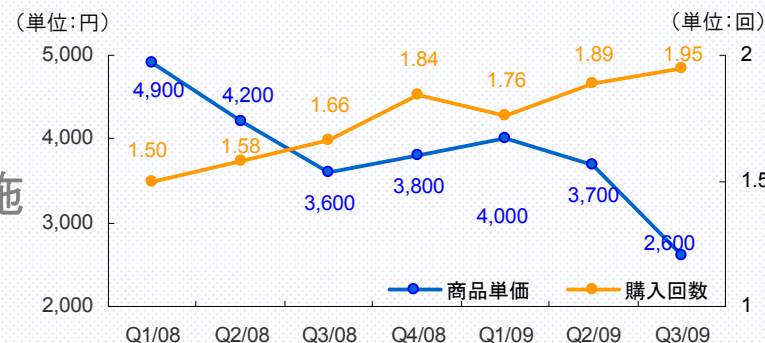
- ① 「とくせん商品」「わけあり商品」など  
 戦略的な低価格の実施  
 また、「24バリュ-」において『底値宣言』の実施

	2Q	3Q	増減
平均商品単価	3,700円	2,600円	(1,100円減)
24バリュ-受注高構成比	13.8%	18.4%	(4.6p増)
月平均購入回数	1.89回	1.95回	(0.06回増)

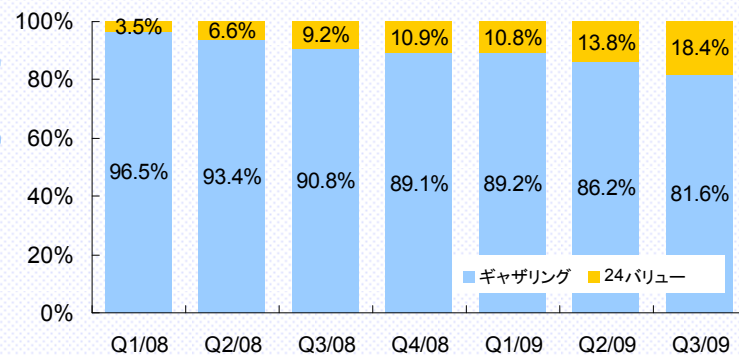
- ② 送料・ポイント等のキャンペーン実施

	2Q	3Q	増減
月平均購入者数 (ユニーク)	73千人	72千人	(1千人減)

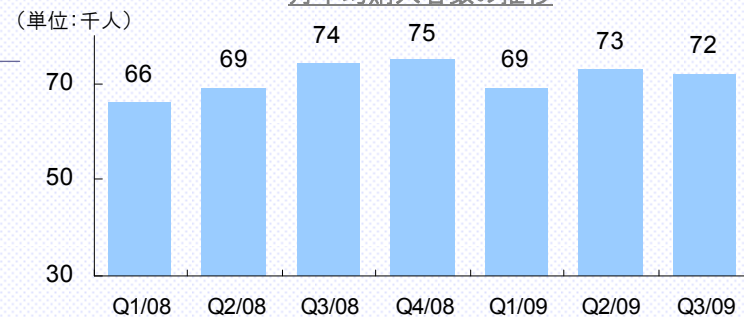
平均商品単価と平均購入回数の推移



受注高構成比の推移



月平均購入者数の推移





## 3-2-1. コマースインキュベーション事業 主な国内事業の状況

# バリューサイクル事業



## 株式会社デファクトスタンダード

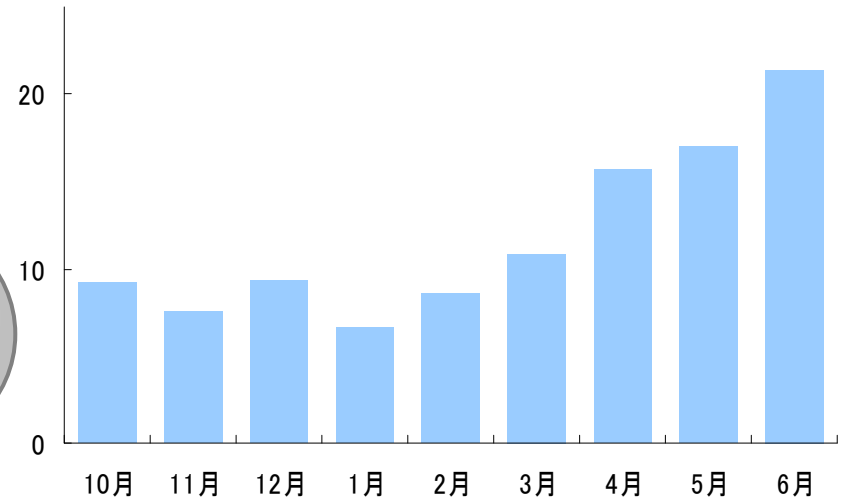
連結子会社

- ・宅配買取実績 No.1 バッグ・アパレル・時計等、買取商品点数 月間2万点超
- ・ブランド買取検索No.1 サイト「Brandear」にてネットメディア、ラジオ等との提携  
また、テレビなど多数のメディアへ取り上げられ、買取件数増加



(単位:千点)

Brandear 買取商品点数



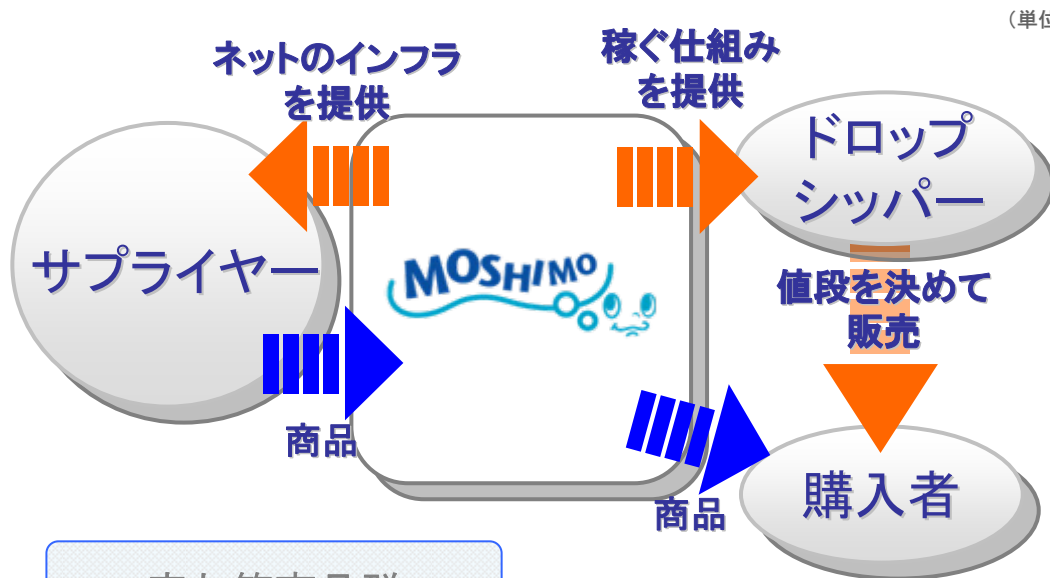
# ドロップシッピング事業



## 株式会社もしも

持分法適用会社

- ・ 販売ドロップシッパーは**27万人**を突破
- ・ 広告事業、ドロップシッパーのための教育事業も共に順調に伸長
- ・ 日本No.1のドロップシッピング企業



売れ筋商品群

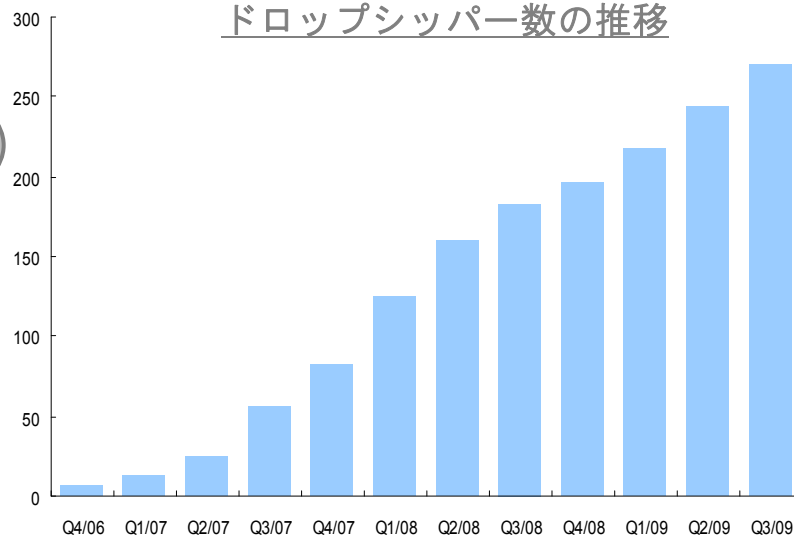
- 生活アイデアグッズ
- 睡眠関連グッズ
- ブランド品

- 食品
- 新作ゲーム(予約)

- キッチン用品
- 美容雑貨

等

(単位:千人)



# オークションメディア事業



株式会社オークファン

持分法適用会社

- ・データ分析ツール「AUCDATA」(有料課金)をリリース
- ・商品価値鑑定サイト「鑑定メカ」をリリース
- ・「セカイモン」とも提携。日米価格差を検索対象化
- ・オークションマーケットデータの国内標準
- ・ユニークな事業ドメインで、オンリーワン企業

月間利用ユーザー150万人 (PC)、30万人 (MOBILE)  
 落札商品データ数 約5億件  
 総流通データカバレッジ 約3兆円以上 国内データカバレッジ率35%

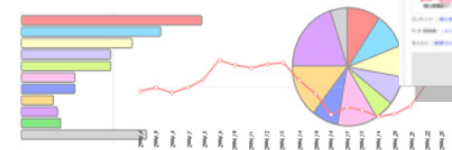



## ◆ 検索対象サイト

### 【オークション】



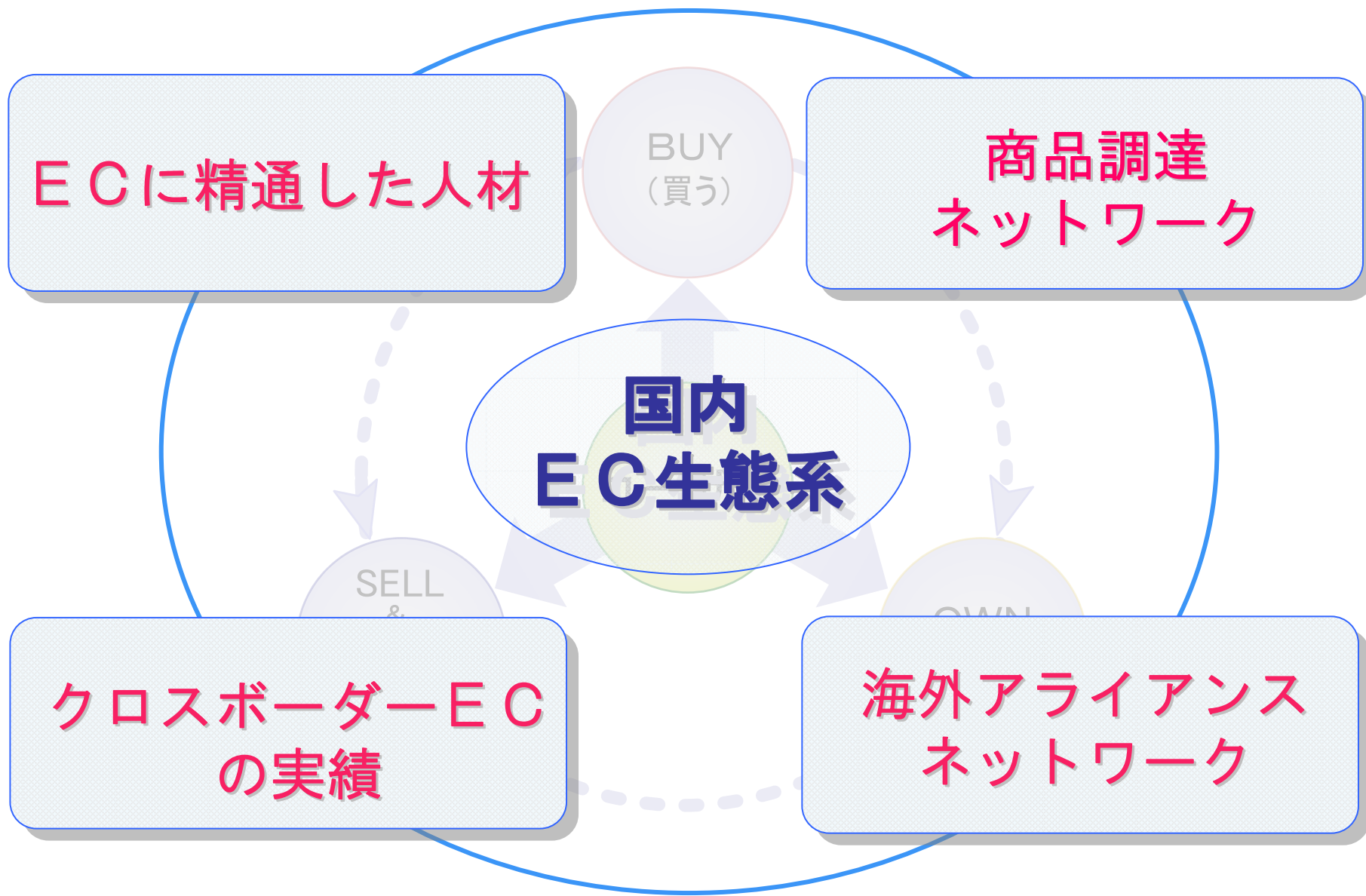
### 【ショッピング】





3-2-2. コマースインキュベーション事業  
グローバル関連事業の状況

# 当社グループのコアコンピタンス



# グローバルショッピング事業



## 株式会社ショップエアライン

連結子会社

- ・流通総額は年換算 2,800万ドル規模。(直近の月次トレンドをベースにした年換算額)
- ・大手ポイントサイト「ECナビ」をはじめ各ジャンルの専門サイトとの業務提携を開始。集客・拡大ステージへ
- ・H&M, Forever21など、海外ファッションブランドの日本進出に伴い現地から直接購入するユーザーが増加
- ・マイケルジャクソン等の限定CDをはじめ各種メモリアルアイテムのニーズが増加



\* ebay参考データ : ・流通総額 年間約6兆円 ・商品数 1億5千万点

### 人気検索キーワード

- ファッション  
コーチ(靴)、Forever21(衣類)、TUMI(靴)
- 楽器  
Gibson(ギター)、Ludwig(ドラム)
- 雑貨  
FireKing(食器)、Coleman(アウトドア)、  
ビンテージ(全般)
- 趣味  
スタートレック(映画)、Dead Dolls(玩具)
- スポーツ  
Campagnolo(自転車)、Heddon(釣具)  
他、自動車・バイクパーツ等

# 転送サービス事業



## 株式会社転送コム

連結子会社

- ・ 海外居住者向けに、日本の商品を海外発送代行（転送）するサービス  
日本のECの海外展開を促進
- ・ 国内ネット通販事業者の海外販売支援のツール提供開始
- ・ アジア向けECを展開する企業に総合的なソリューションを迅速に提供する  
「E Commerce for Asia Alliance」 (略称：ECAA)に参加
- ・ 44の国と地域に配送実績



# エクスポート事業



- ・アリババ株式会社（アリババグループ）と提携
- ・4月28日より中国向けオンライン貿易サービスを開始

\*アリババグループのBtoC及びCtoCマーケットプレイス「淘宝网（タオバオ）」参考データ

・会員数 約1億2000万人 ・流通総額 年間約1兆5000億円 ・出店企業、個人事業主 約170万以上



## 売れ筋商品群

○ベビー用品

○レディースアパレル

○コスメ

○ホビー

○ヘルスケア

等



## 4. 今期の成長戦略

# 今期の成長戦略

## ギャザリング事業

不景気対応型低価格戦略

## コマースインキュベーション(国内)事業

コマースインキュベーション事業  
既存事業を全社単月黒字化

## コマースインキュベーション(グローバル関連)事業

グローバル化の推進(今期は先行投資期間)

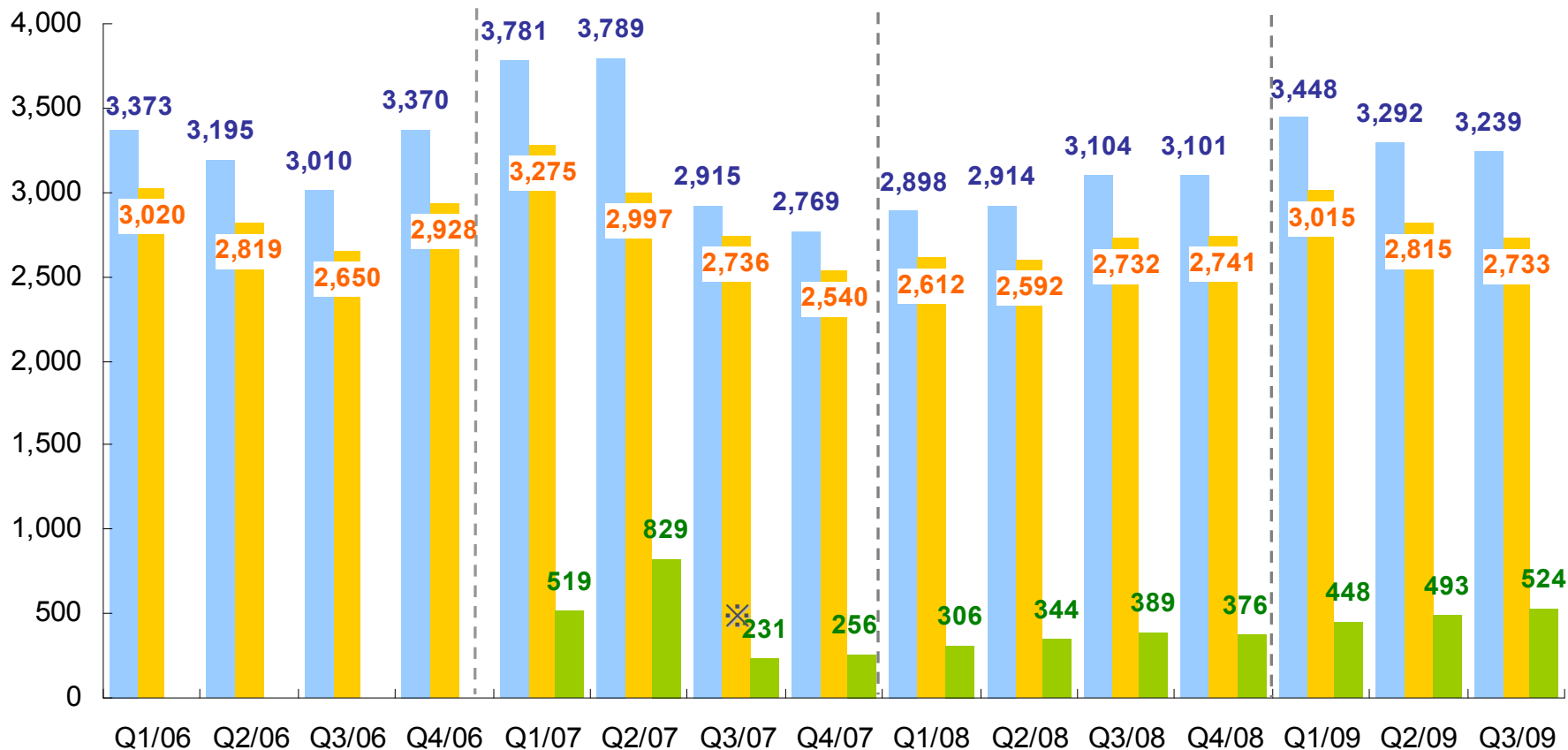
# 參考資料



# 【連結】 売上高の推移

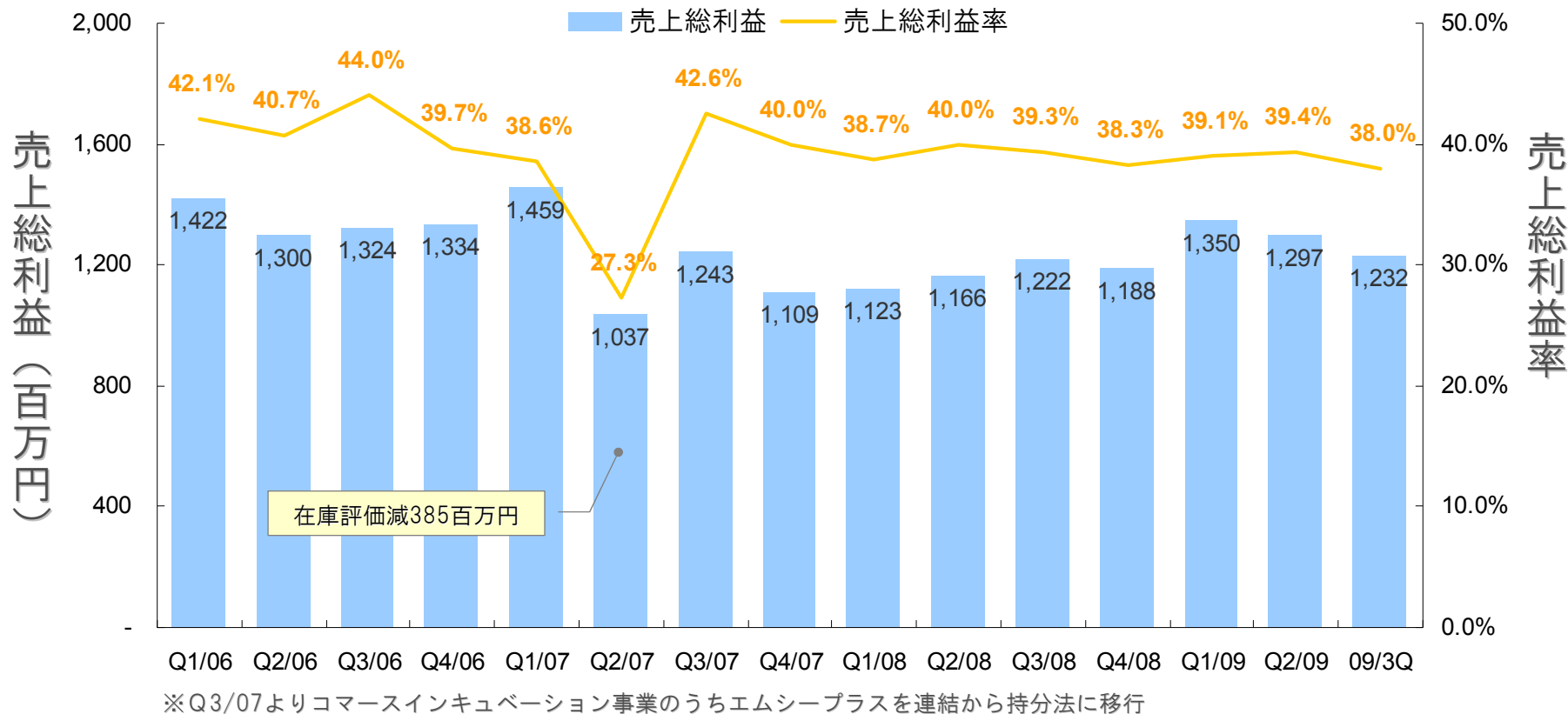
単位：百万円

■ 連結    ■ ギャザリング事業    ■ コマースインキュベーション事業

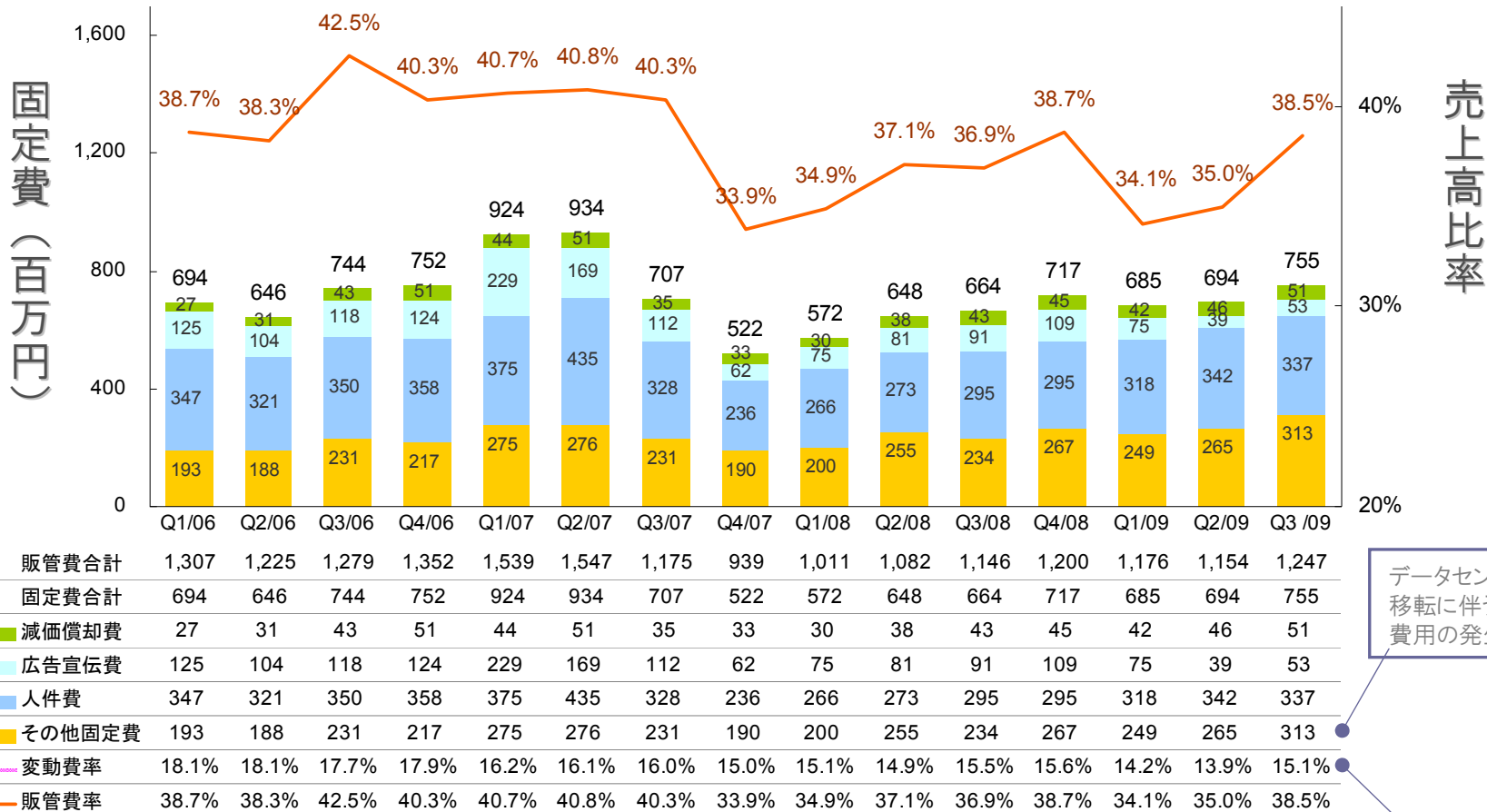


※Q3/07よりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行

# 【連結】 売上総利益の推移



# 【連結】 販売管理費の推移



データセンターの  
移転に伴う一時的な  
費用の発生

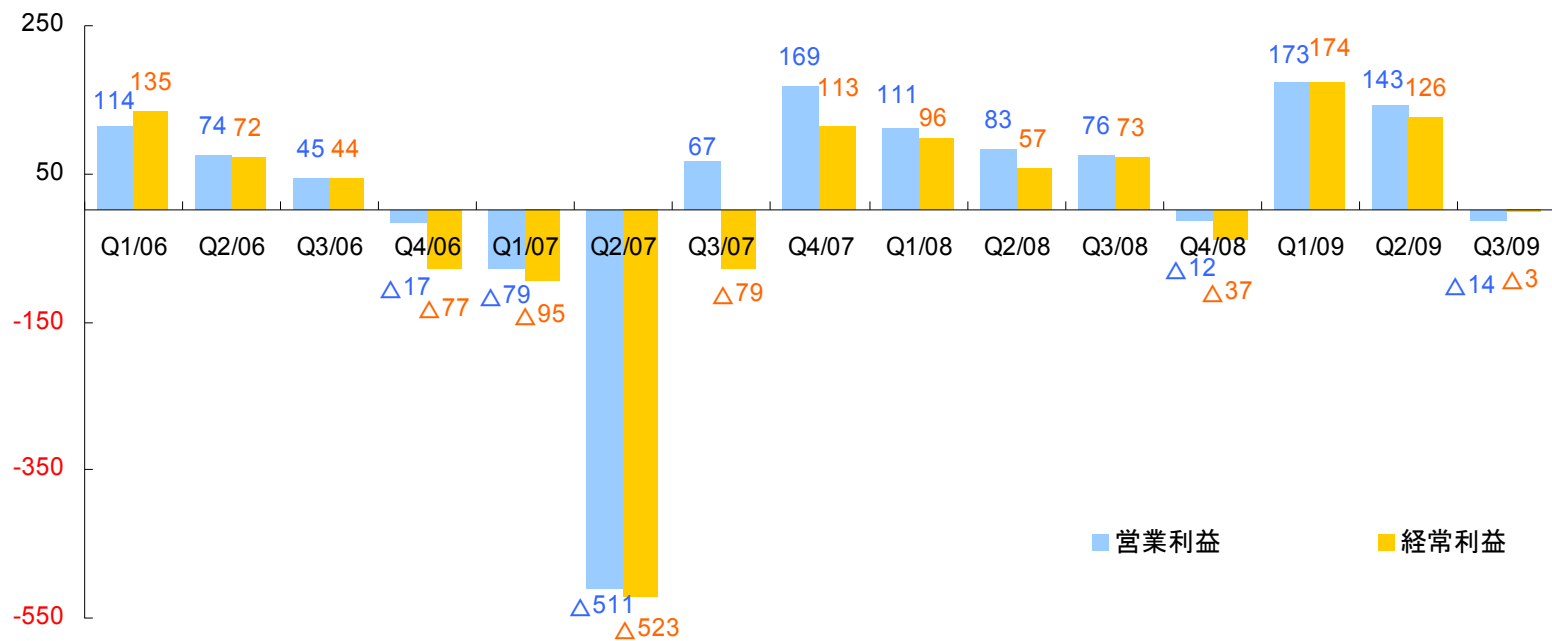
平均商品単価と  
送料の引き下げにより、  
売上高物流費用率が  
上昇

※Q3/07よりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行

※変動費は、売上原価を含まず、物流費用、決済費用（カード・代引）、販売手数料（提携先への支払手数料）、販売促進費（ポイント費用等）が含まれます。

# 【連結】 営業利益・経常利益の推移

(単位：百万円)



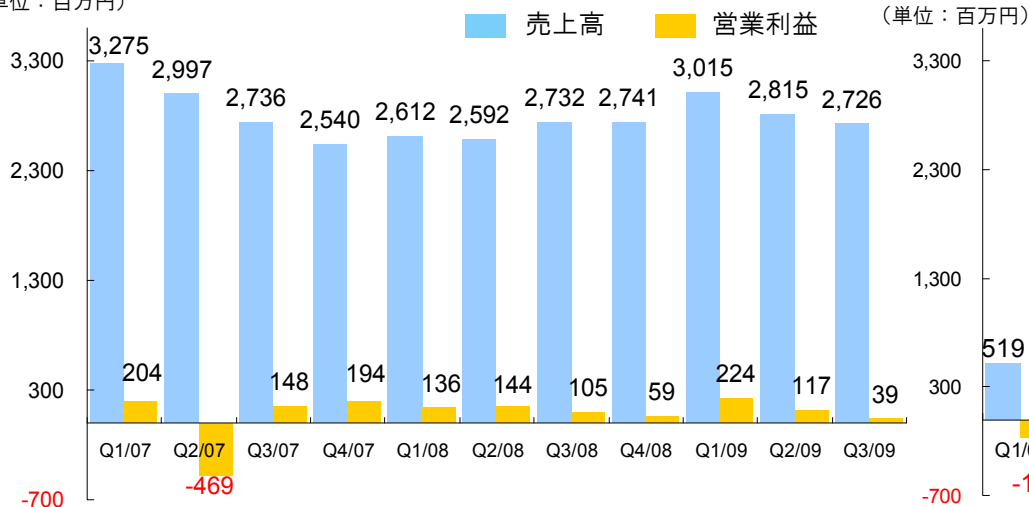
持分法投資損益      -1      -7      -19      -20      -14      -154      -67      -20      -18      -11      -21      -13      3      3

※Q3/07よりコマースインキュベーション事業のうちエムシープラスを連結から持分法に移行

# 事業セグメント別損益の推移

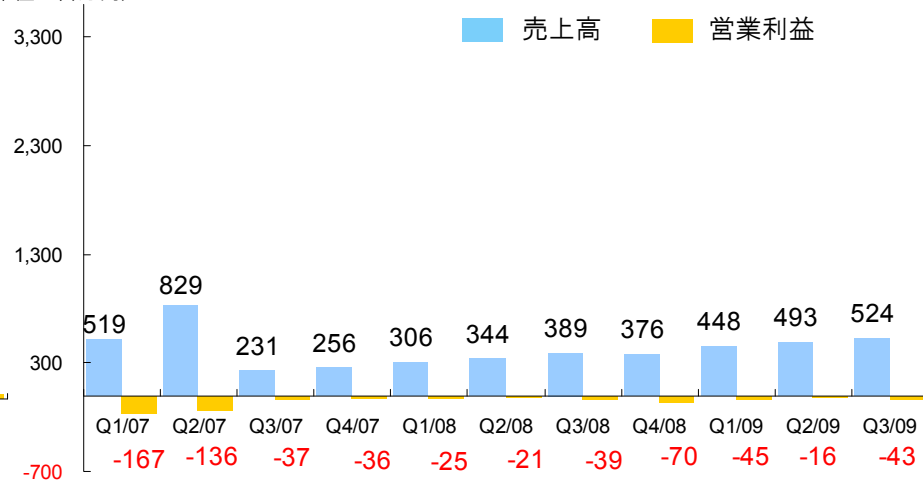
## ギャザリング事業 (Q推移)

(単位：百万円)



## コマースインキュベーション事業 (Q推移)

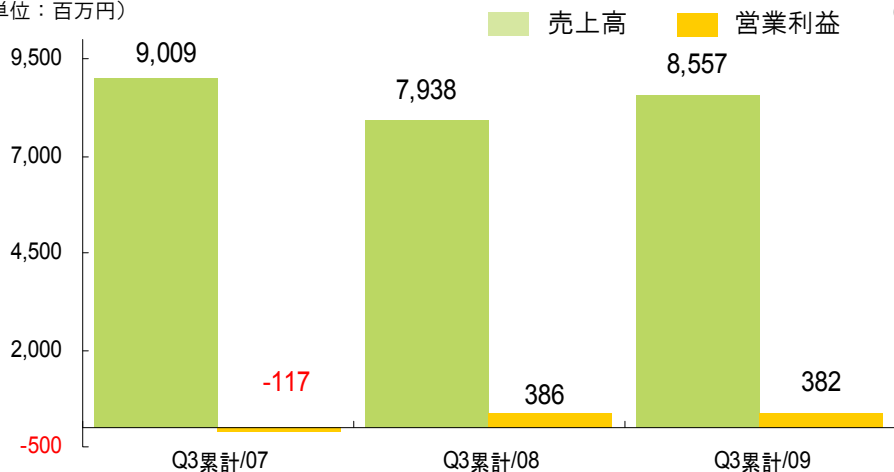
(単位：百万円)



※Q3/07よりエムシープラスを連結から持分法に移行

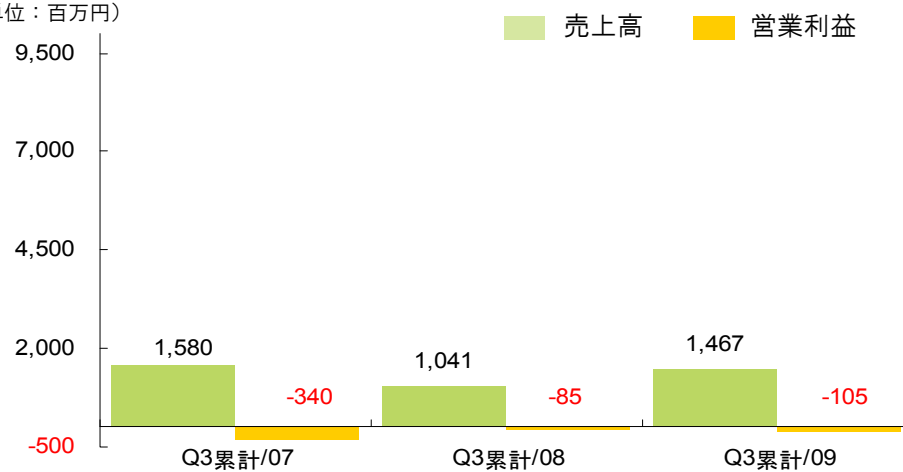
## ギャザリング事業 (Q3累計推移)

(単位：百万円)



## コマースインキュベーション事業 (Q3累計推移)

(単位：百万円)



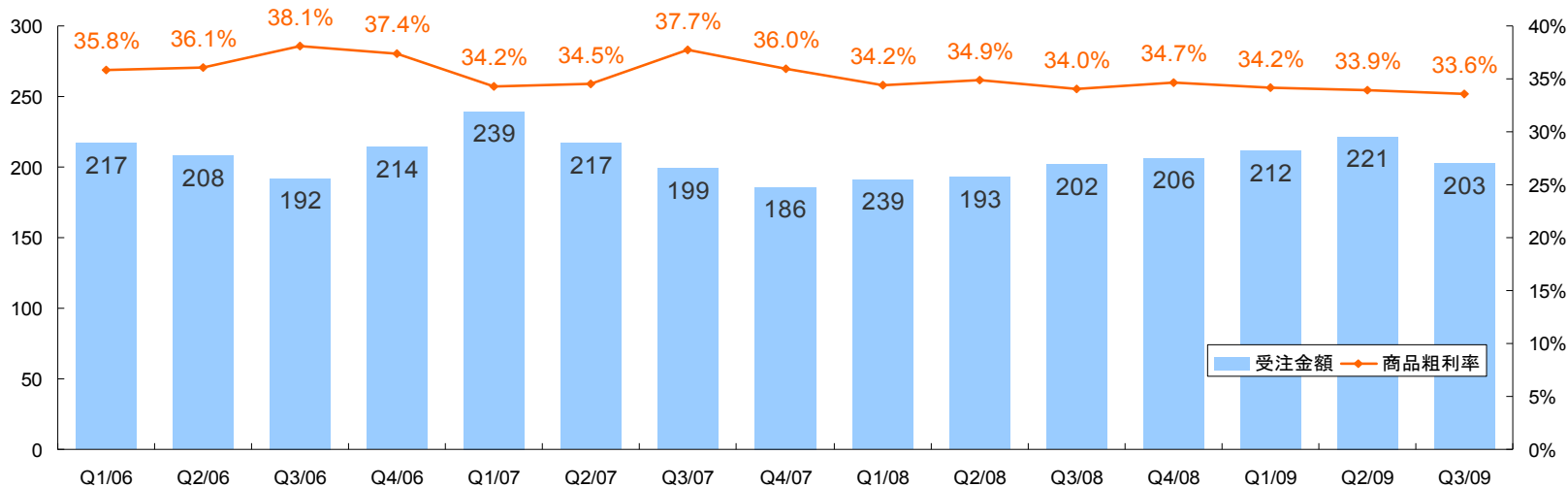
※Q3/07よりエムシープラスを連結から持分法に移行

# 【ギャザリング事業】

# 主要指標①

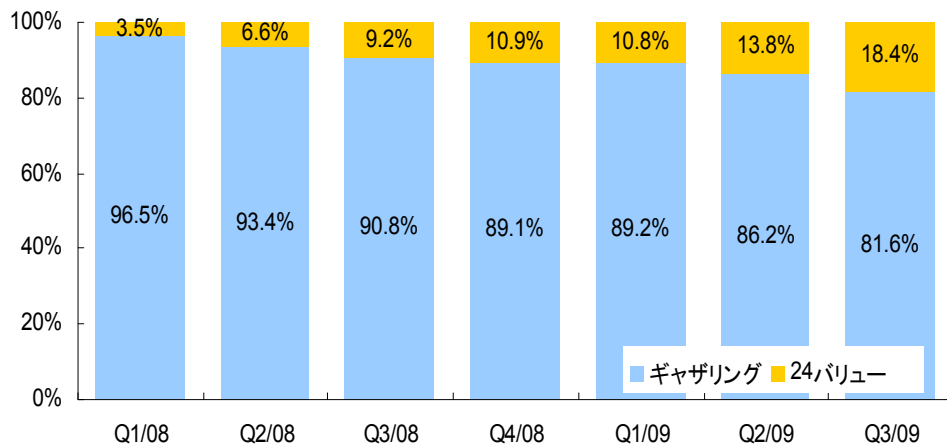
### 週平均受注高と商品粗利率の推移

(単位：百万円)



※商品粗利率…送料・手数料は含んでいないため、会計上の粗利率とは相違しております。  
 なお、商品の評価損は含んでおりません。

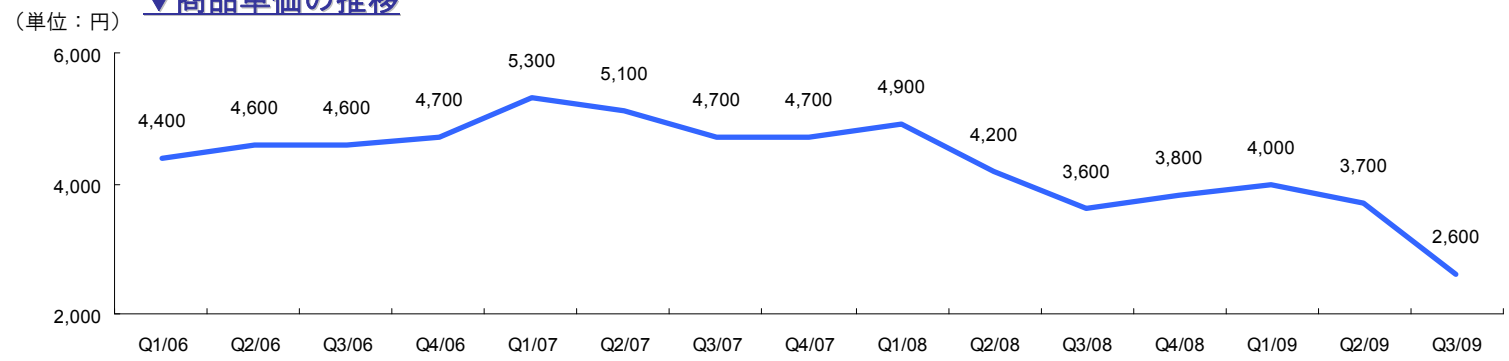
### 受注高構成比の推移



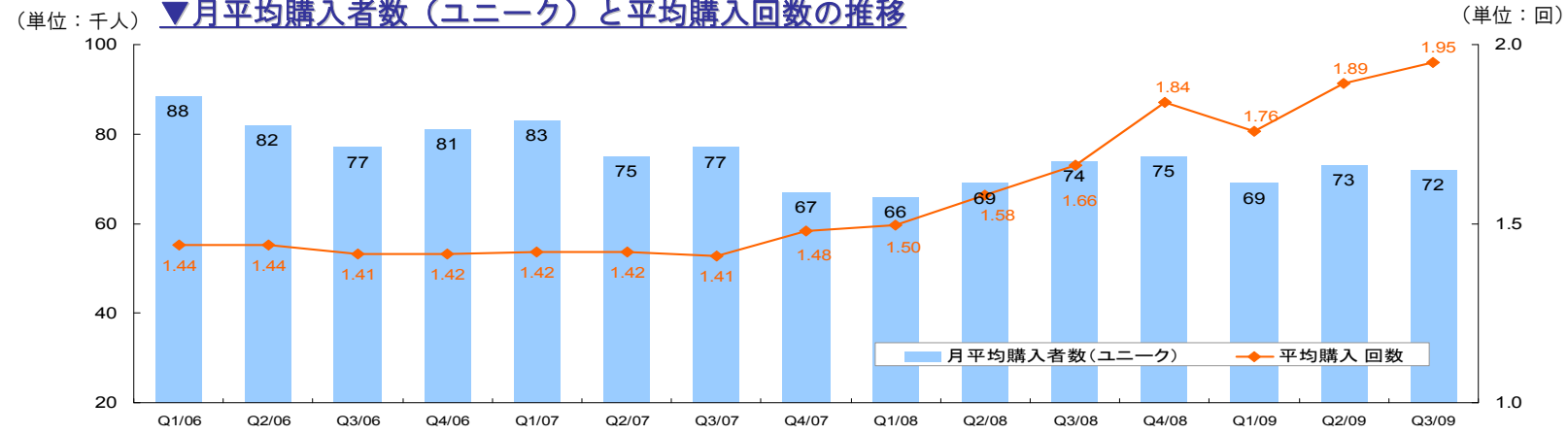
# 【ギャザリング事業】

# 主要指標②

## ▼商品単価の推移



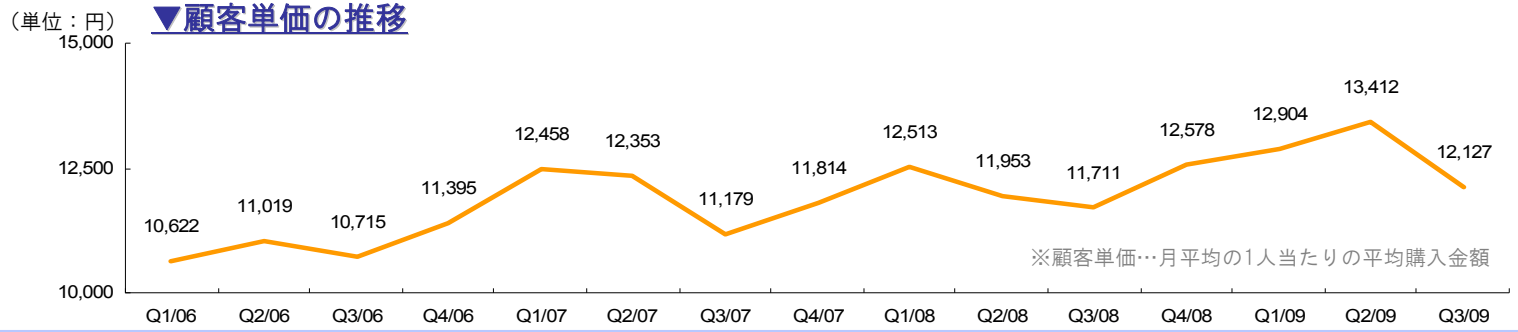
## ▼月平均購入者数(ユニーク)と平均購入回数の推移



※今回より、四半期単位から、月平均の数値へ変更しております。

※購入回数はトランザクション数を購入者数で除した数値です。

## ▼顧客単価の推移

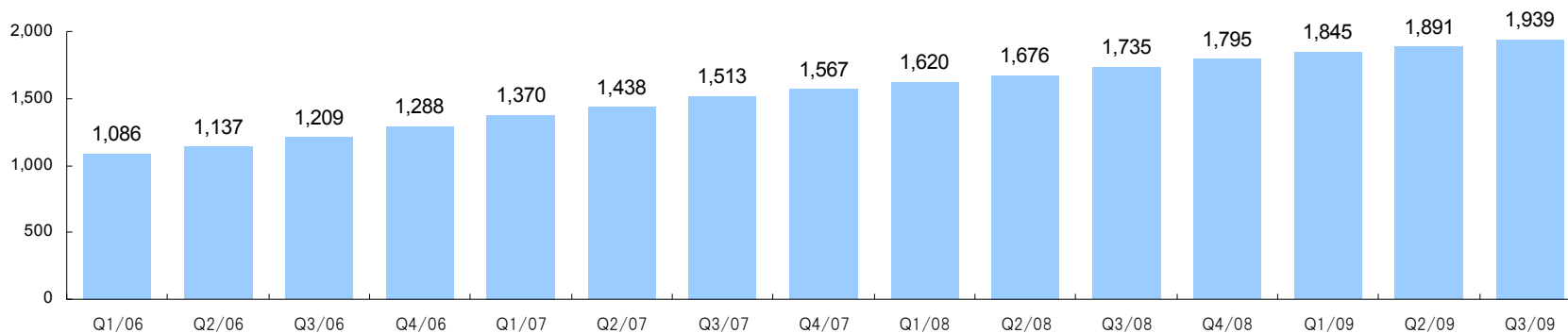


※顧客単価…月平均の1人当たりの平均購入金額

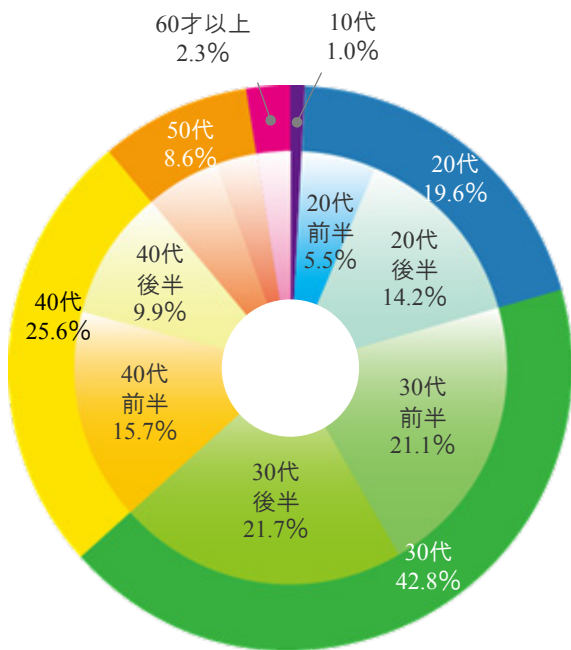
# 【ギャザリング事業】 主要指標③

## 累計購入者数（ユニーク）の推移

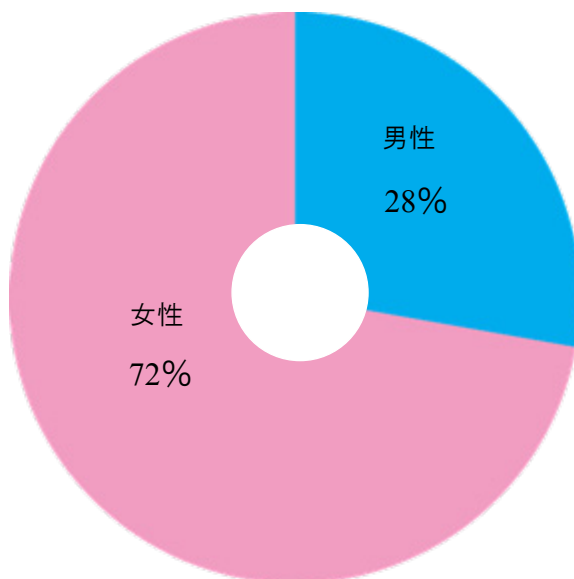
(単位：千人)



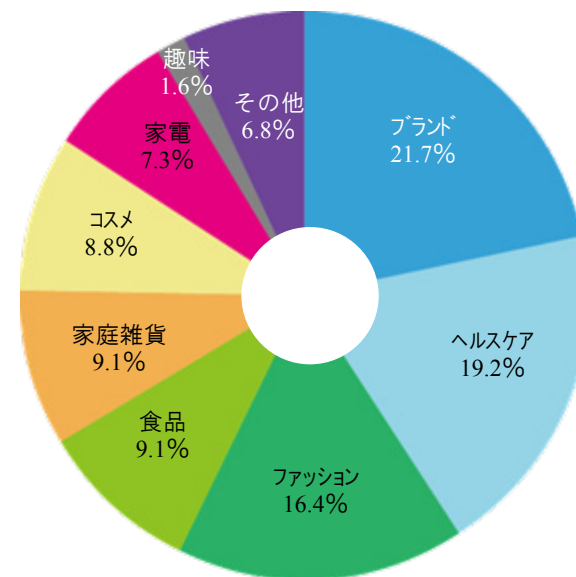
## 年齢別構成比



## 男女別構成比

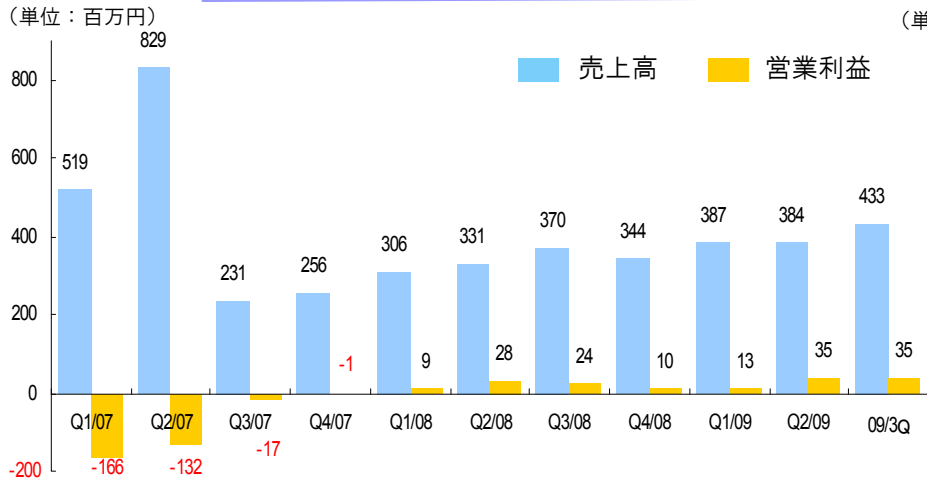


## ジャンル別売上高



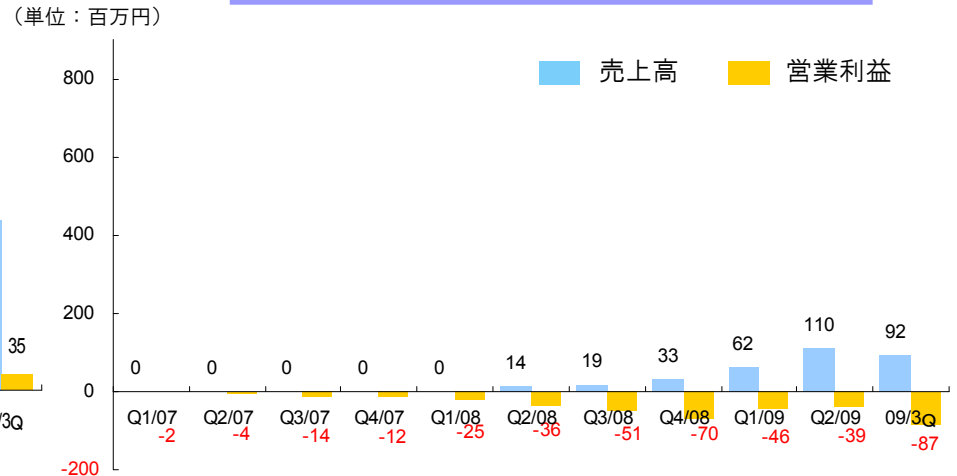
# コマースインキュベーション事業の内訳

## 国内事業 (Q推移)

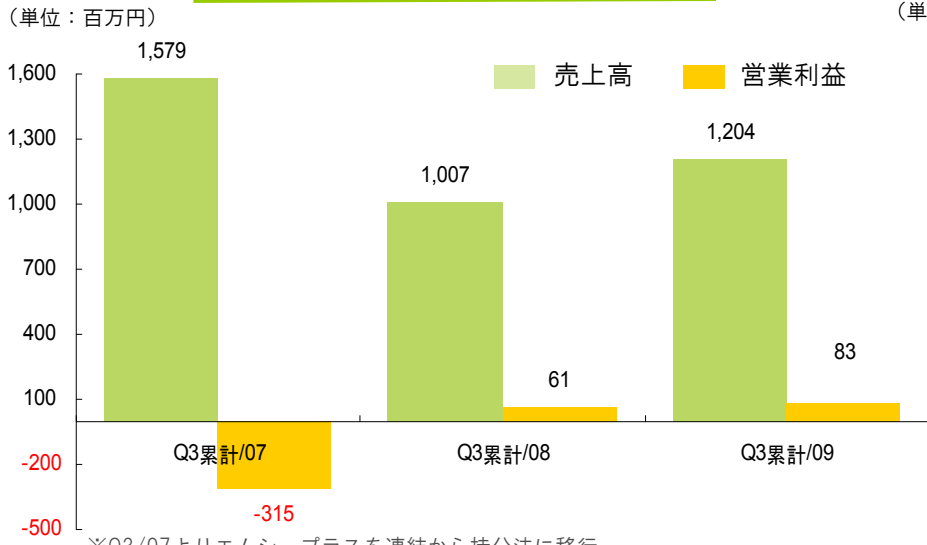


※Q3/07よりエムシープラスを連結から持分法に移行

## グローバル関連事業 (Q推移)

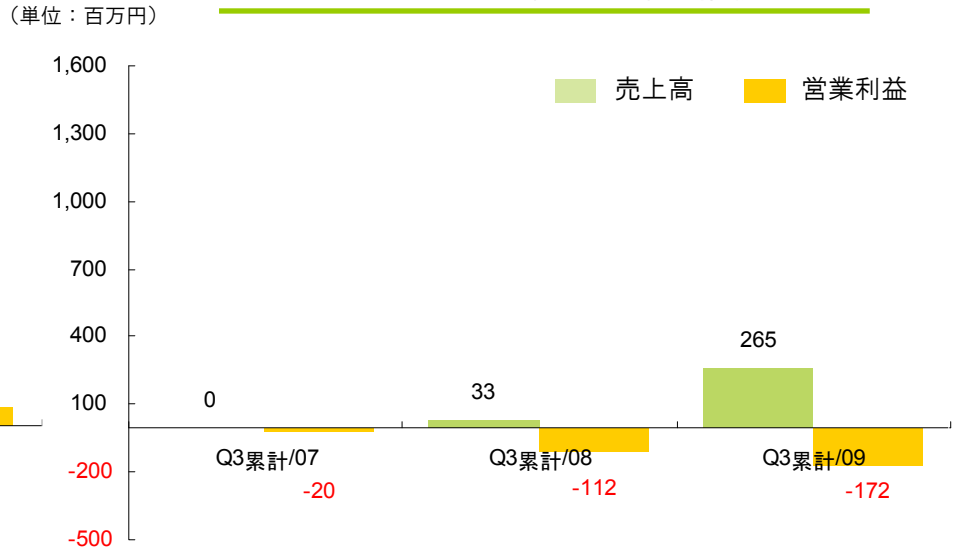


## 国内事業 (Q3累計推移)



※Q3/07よりエムシープラスを連結から持分法に移行

## グローバル関連事業 (Q3累計推移)

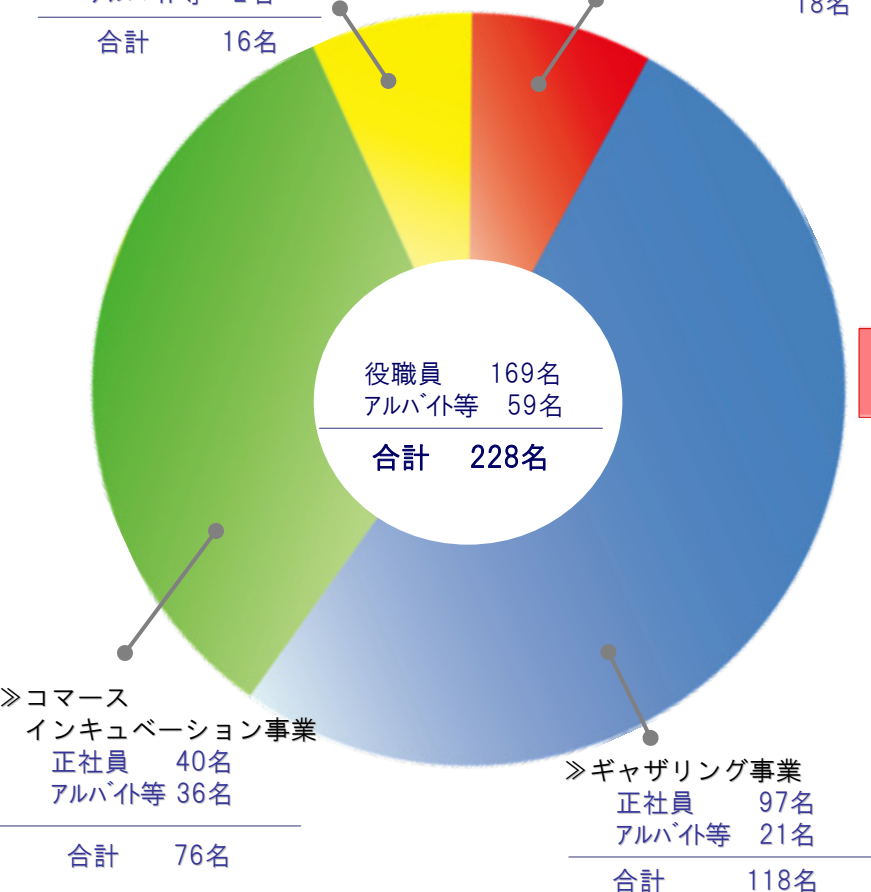


# グループ役職員の構成

09/Q2末

≫管理  
 正社員 14名  
 アルバイト等 2名  
 合計 16名

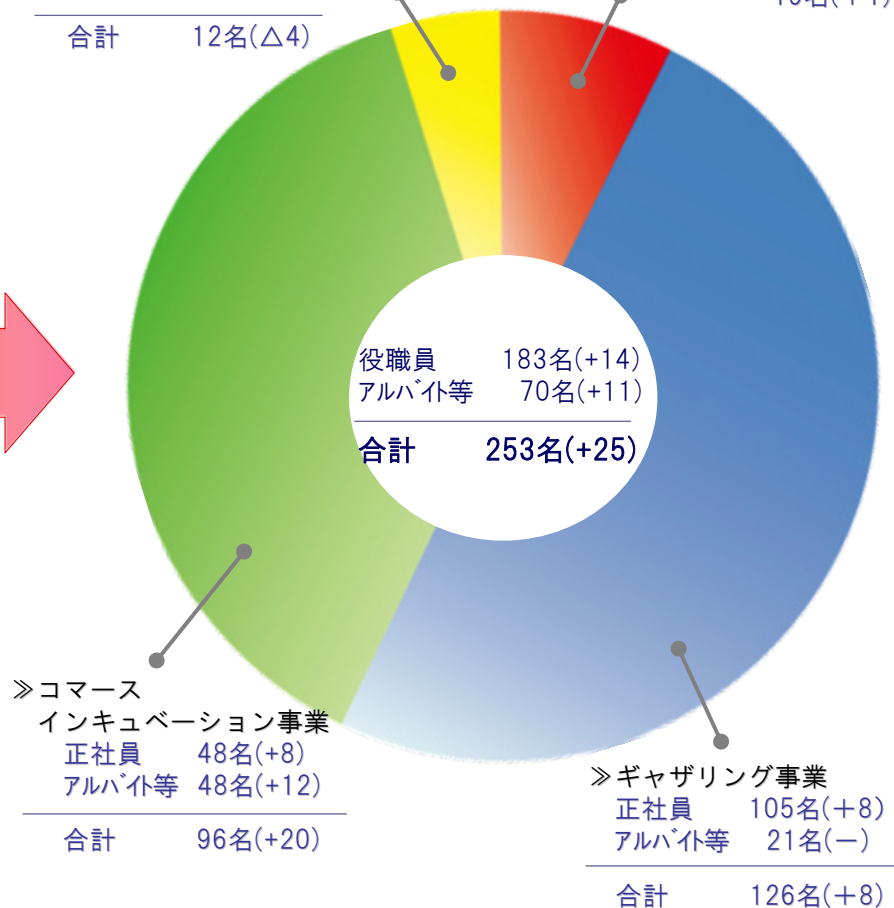
≫役員 (取締役・監査役)  
 18名



09/Q3末

≫管理  
 正社員 11名(Δ3)  
 アルバイト等 1名(Δ1)  
 合計 12名(Δ4)

≫役員 (取締役・監査役)  
 19名(+1)



※今回より、アルバイト等の人員数は、1日8時間換算で概数で記載しております。

※( )は前四半期比を記載しております。

# グループ各社の事業概要



ユーザーの自発的なコミュニケーション(口コミ)による集客力と、消費者の購買力(バイイングパワー)を活用したインターネットならではの販売モデル「ギャザリング」を展開



世界最大のオークションサイトeBayとの提携により、世界中の商品を日本にしながら購入できる「セカイモン」を運営



ブランド、時計、アパレル、アクセサリなどを、お客様からネットを通じて買取り、メンテナンス後、ネットオークション等のチャネルを通じてセカンダリー販売 CtoBtoCモデル(バリューサイクル)



ネットマーケティングを通じて、オリジナルの美容・化粧品を企画・開発 広範囲の販売チャネルを対象に卸販売



海外居住者向けに、日本の商品を海外発送代行するサービスを展開 現段階では、日本語・英語・中国語に対応



世界中のオークションサイトにおける商品情報を一括検索 情報提供に加えて、オークション出品管理ツールを提供



インターネット上の個人・法人を対象に、ネットショップ運営のための、商材および決済・物流も兼ね備えた販売システムを提供(ドロップシッピング)



モバイル、WEB、雑誌メディアを連動させた、アパレルECを展開 ティーン向けカジュアルからアラウンド30向けのハイブランドまでを網羅