



# 決算説明会資料

---

2010年9月期  
中間決算及び第2四半期決算



株式会社ネットプライスドットコム

【東証マザーズ 証券コード:3328】

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 グループCFO 中村 浩二


## 1. 中間決算及び第2四半期決算の概要

## 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

## 参考資料



# 1.中間決算及び第2四半期決算の概要

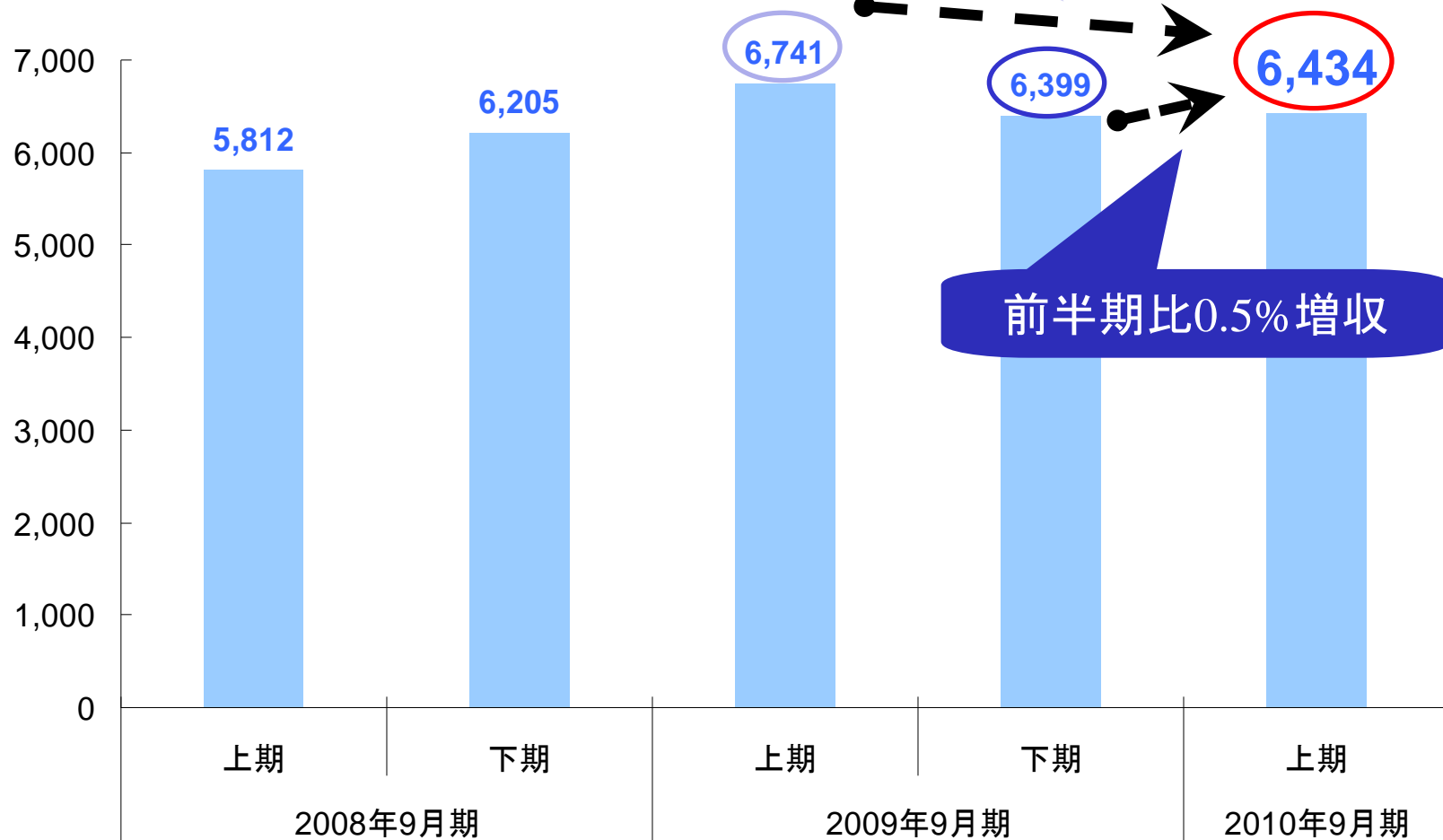
常務取締役 兼 グループCFO 中村 浩二

# 1-1.中間決算の概要

連結	売上高・営業利益の推移
	損益の概況
事業セグメント別	売上高・営業利益の推移
	損益の概況

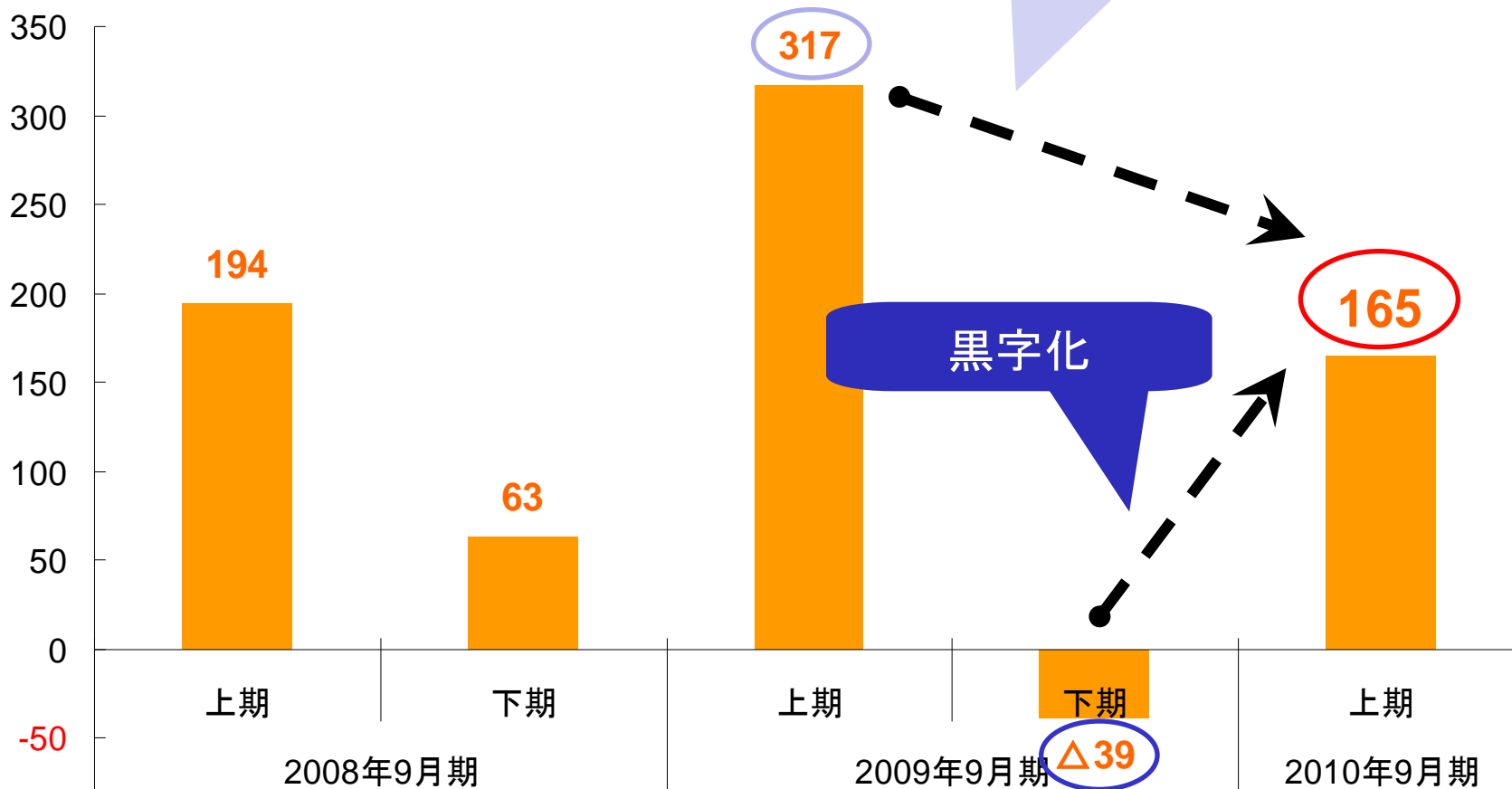
# 【中間決算】 連結 売上高の推移

(単位：百万円)



# 【中間決算】 連結 営業利益の推移

(単位：百万円)



# 【中間決算】 連結 損益の概況（前年同期比）

■売上高は4.5%減収。バリューサイクル事業の広告宣伝の強化等  
販管費の増加（2.2ポイント増加）により営業利益は47.9%減少。

単位:百万円	2010年上期 (10-3)	2009年上期 (10-3)	前年同期比
売上高	6,434	6,741	△ 4.5%
売上総利益	2,534	2,648	△ 4.3%
売上総利益率	39.3%	39.2%	+0.1p
販売費及び一般管理費	2,369	2,331	+1.6%
販管费率	36.8%	34.5%	+2.2p
営業利益	165	317	△ 47.9%
営業利益率	2.5%	4.7%	△ 2.1p
経常利益	160	301	△ 46.9%
経常利益率	2.4%	4.4%	△ 1.9p
特別利益	25	-	-
特別損失	5	43	△ 88.3%
四半期純利益	123	105	+16.7%
四半期純利益率	1.9%	1.5%	+0.3p

H1/09 特別損失：固定資産除却損（ソフトウェア等）

# 【中間決算】 事業セグメント別 売上高の推移

## ギャザリング事業

前年同期比**16.7%**減収  
前半期比**8.7%**減収

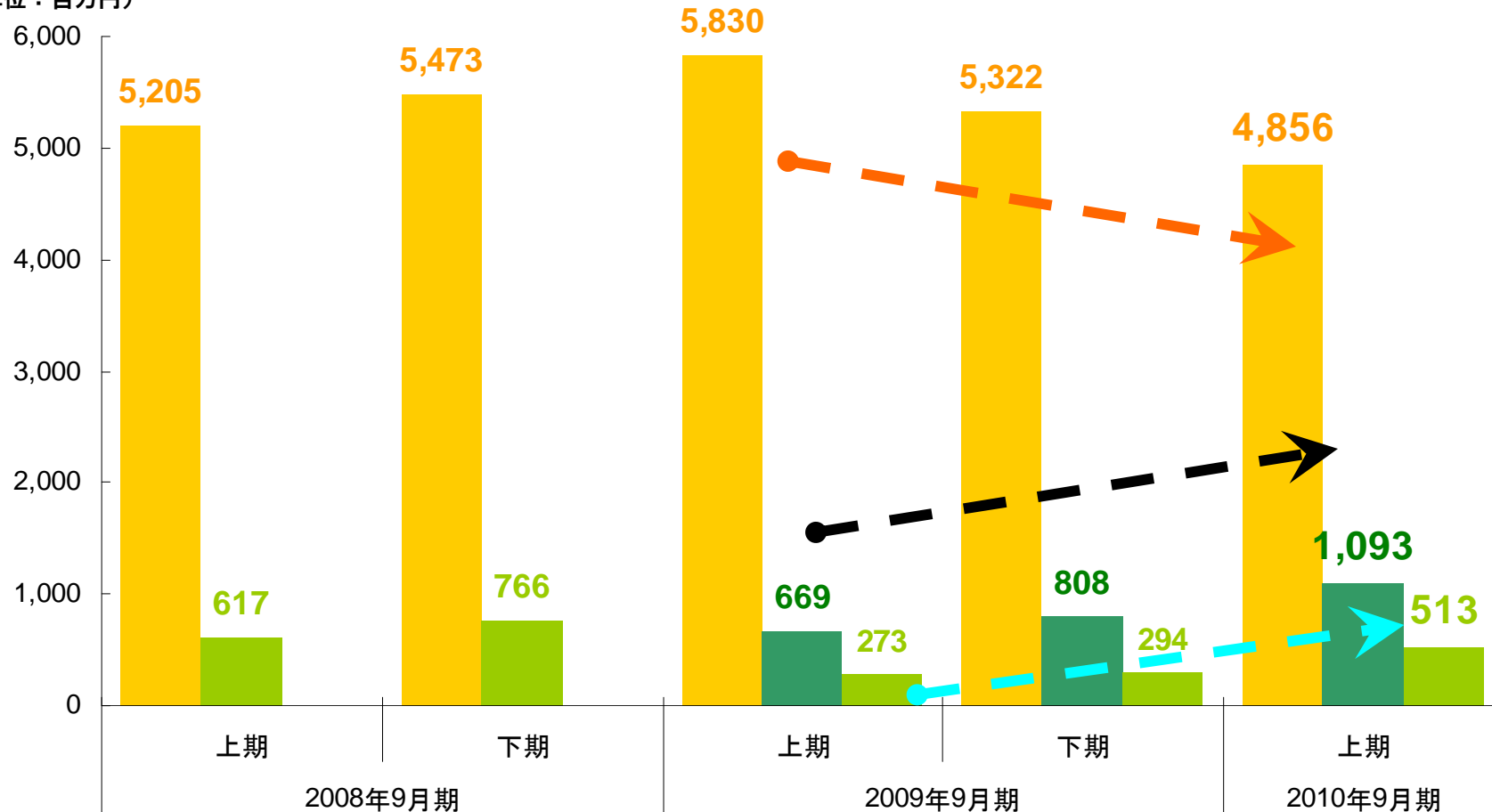
## バリューサイクル事業

前年同期比**63.4%**増収  
前半期比**35.2%**増収

## コマースインキュベーション事業

前年同期比**87.9%**増収  
前半期比**74.2%**増収

(単位：百万円)



※バリューサイクル事業はQ1/09より別区分して表示しております。

# 【中間決算】 事業セグメント別 営業利益の推移

## ギャザリング事業

前年同期比**68.7%**減益  
前半期比**23.9%**増益

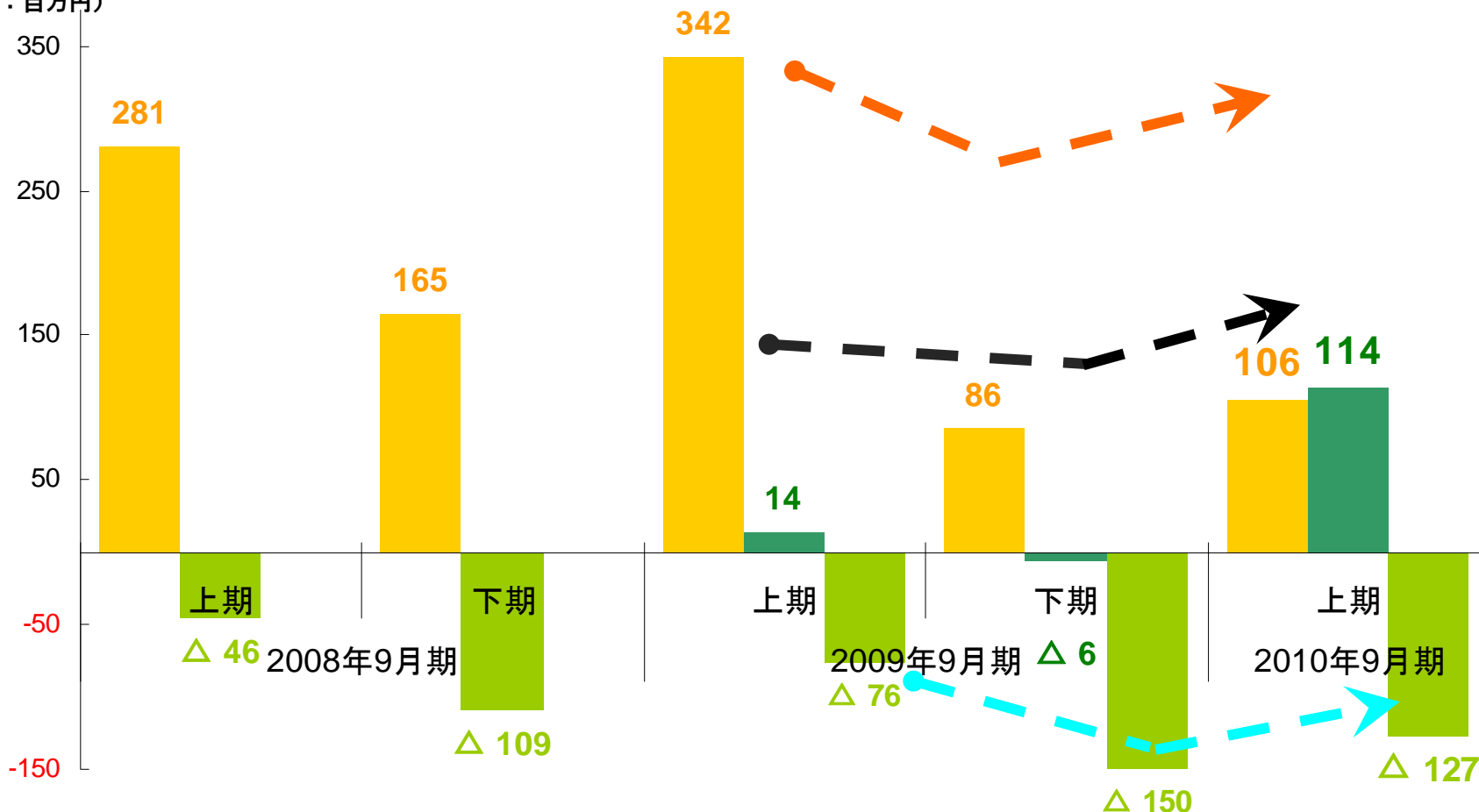
## バリューサイクル事業

前年同期比**695.5%**増益  
前半期比黒字化

## コマースインキュベーション事業

前年同期比赤字幅拡大  
前半期比赤字幅縮小

(単位：百万円)



※バリューサイクル事業はQ1/09より別区分して表示しております。

# 【中間決算】 事業セグメント別 損益の概況（前年同期比）

## ギャザリング事業

- 商品単価と粗利率は計画通り改善しているが、前年同期比では、売上高16.7%減収、営業利益は68.7%減少。

単位:百万円	2010年上期 (10-3)	2009年上期 (10-3)	前年同期比
売上高	4,856	5,830	△ 16.7%
売上総利益	1,757	2,209	△ 20.4%
売上高総利益率	36.2%	37.9%	△ 1.7p
販売管理費	1,650	1,867	△ 11.5%
販売管理费率	33.9%	32.0%	+1.9p
営業利益	106	342	△ 68.7%
営業利益率	2.2%	5.8%	△ 3.6p

# 【中間決算】 事業セグメント別 損益の概況（前年同期比）

## バリューサイクル事業

- 高粗利商品の買取増加により、粗利率が13.0ポイント上昇し、営業利益は大幅に増加。
- 販管費の増加は主に買取拡大のための人件費（アルバイト）増と広告宣伝費の増加。

単位：百万円	2010年上期 (10-3)	2009年上期 (10-3)	前年同期比
売上高	1,093	669	+63.4%
売上総利益	584	270	+116.0%
売上高総利益率	53.5%	40.4%	+13.0p
販売管理費	469	232	+101.6%
販売管理费率	42.9%	34.8%	+8.1p
営業利益	114	14	+695.5%
営業利益率	10.5%	2.1%	+8.3p

# 【中間決算】 事業セグメント別 損益の概況（前年同期比）

## コマースインキュベーション事業

- 中国向けオンライン貿易事業など新規事業の売上高増加により87.9%増収となったが、卸売事業（低粗利率）構成比の上昇により売上高総利益率が低下。赤字幅拡大。

単位：百万円	2010年上期 (10-3)	2009年上期 (10-3)	前年同期比
売上高	513	273	+87.9%
売上総利益	192	168	+14.5%
売上高総利益率	37.6%	61.6%	△ 24.0p
販売管理費	320	242	+32.0%
販売管理费率	62.4%	88.8%	△ 26.4p
営業利益	△ 127	△ 76	—
営業利益率	△ 24.8%	△ 27.9%	+3.0p

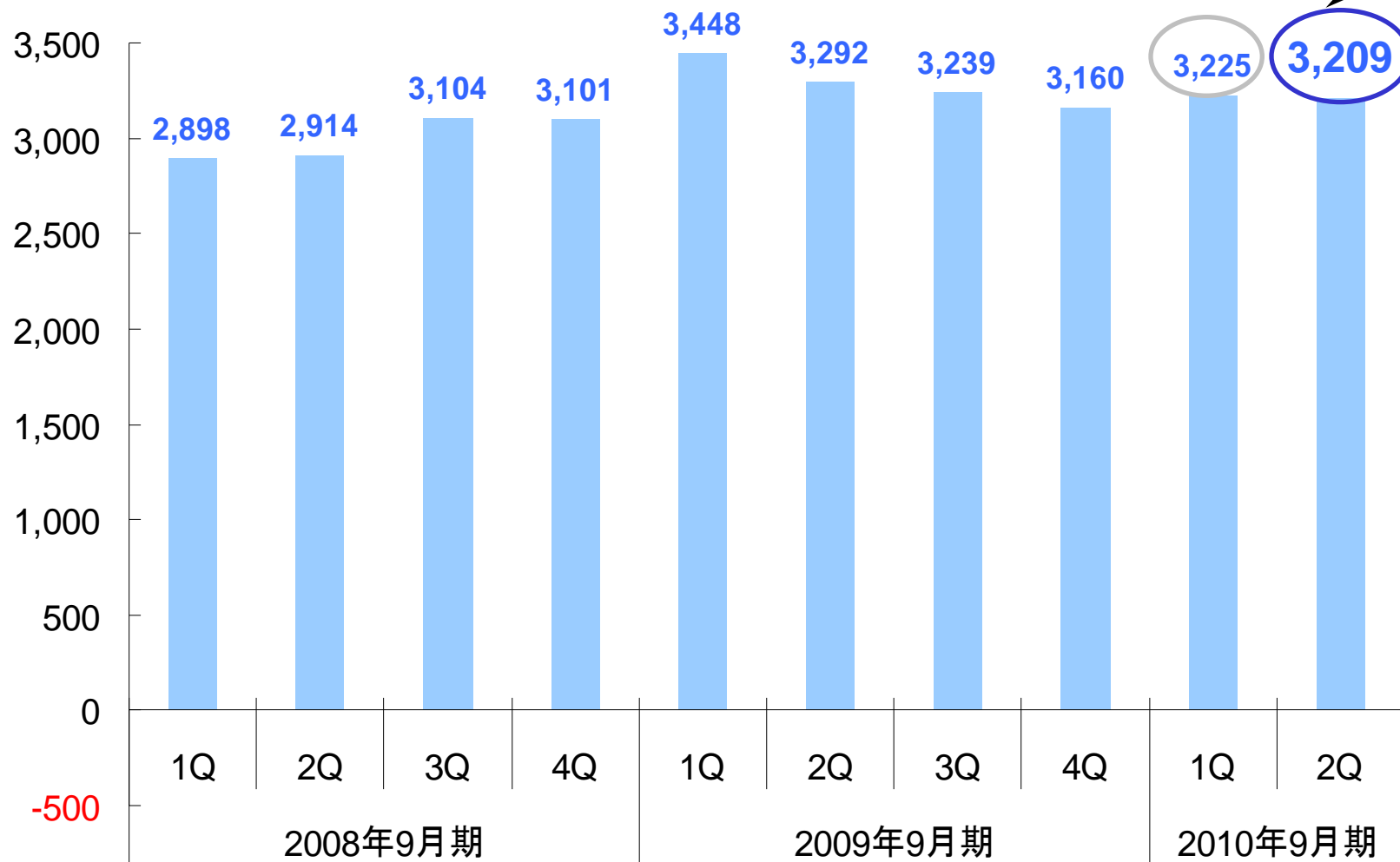
# 1-2.第2四半期決算の概要

連結	売上高・営業利益の推移
	損益の概況
事業セグメント別	売上高・営業利益の推移
	損益の概況
連結	売上総利益の推移
	販売管理費の推移
	資産・負債の概要
	キャッシュフローの概要

# 【第2四半期決算】 連結 売上高の推移

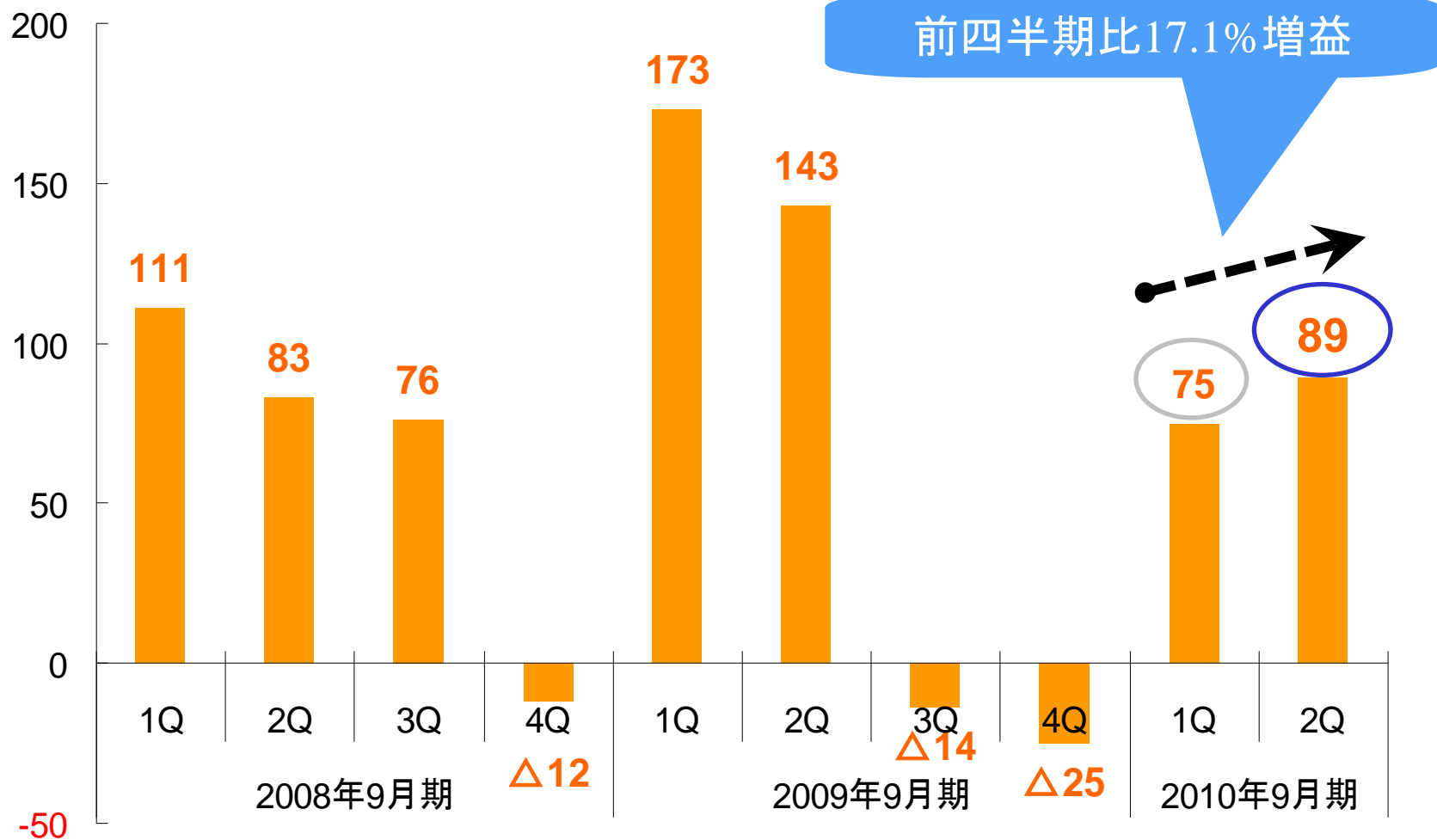
前四半期とほぼ同水準

(単位：百万円)



# 【第2四半期決算】 連結 営業利益の推移

(単位：百万円)



# 【第2四半期決算】 連結 損益の概況（前四半期比）

■連結売上高は前四半期と同水準、販管費は、広告宣伝費の増加があったものの、全体ではコストコントロールが進み、営業利益は17.1%増加。

単位:百万円	Q2/10 (1-3)	Q1/10 (10-12)	前四半期比
売上高	3,209	3,225	△ 0.5%
売上総利益	1,256	1,278	△1.7%
売上総利益率	39.1%	39.6%	△ 0.4p
販売費及び一般管理費	1,167	1,202	△2.9%
販管费率	36.3%	37.2%	△ 0.9p
営業利益	89	75	+17.1%
営業利益率	2.7%	2.3%	+0.4p
経常利益	90	69	+31.6%
経常利益率	2.8%	2.1%	+0.6p
特別利益	20	5	+248.7%
特別損失	5	0	-
四半期純利益	108	14	+634.9%
四半期純利益率	3.3%	0.4%	+2.9p

Q2/10 特別利益：事業譲渡益      特別損失：投資有価証券評価損      固定資産除却損

# 【第2四半期決算】 事業セグメント別 売上高の推移

ギャザリング事業

2.5%減収

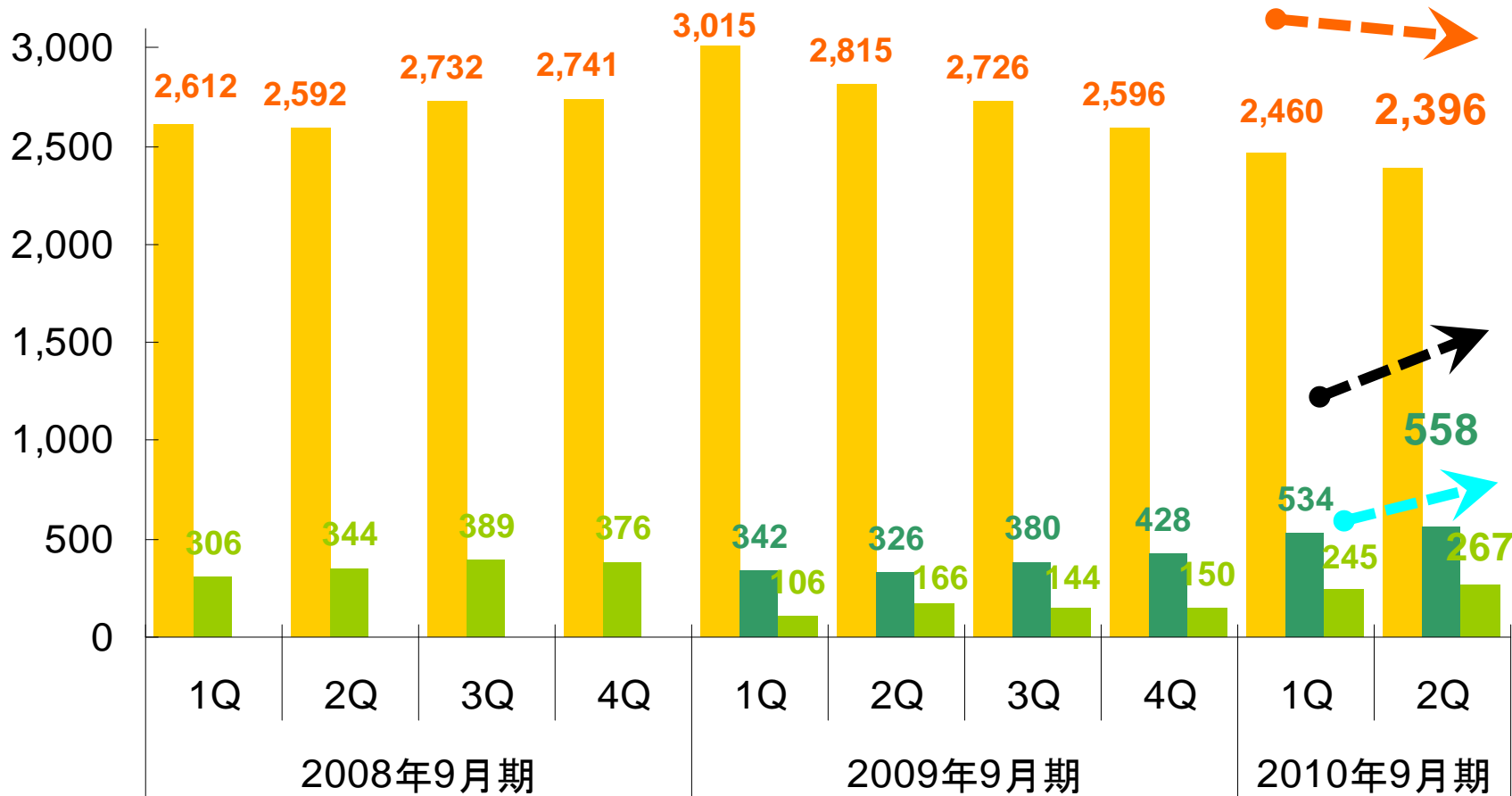
バリューサイクル事業

4.5%増収

コマースインキュベーション事業

8.9%増収

(単位：百万円)



※バリューサイクル事業はQ1/09より別区分して表示しております。

# 【第2四半期決算】 事業セグメント別 営業利益の推移

(単位：百万円)

ギャザリング事業

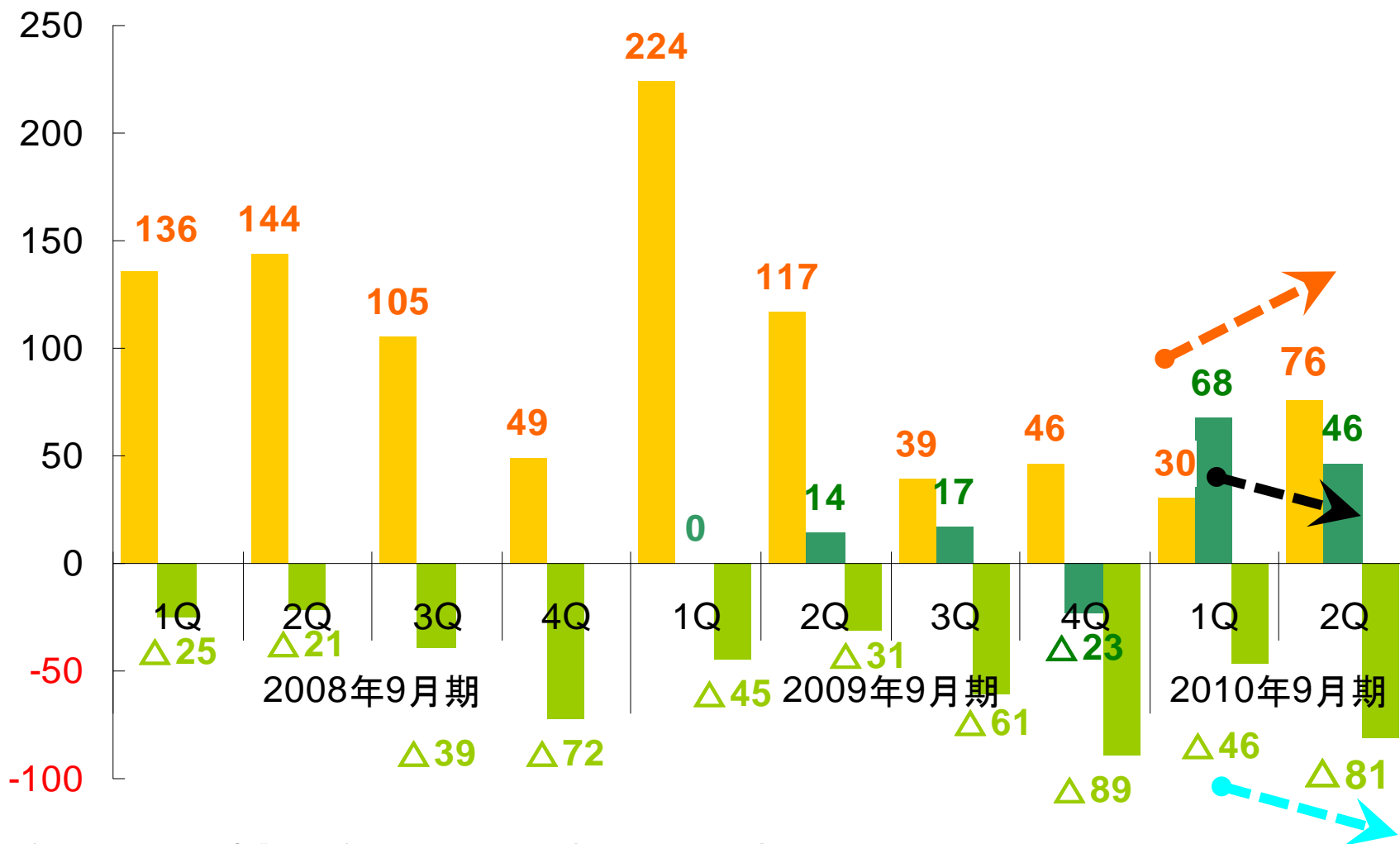
147.9%増益

バリューサイクル事業

32.2%減益

コマースインキュベーション事業

赤字幅拡大



※バリューサイクル事業はQ1/09より別区分して表示しております。

## ギャザリング事業

- ・ 売上高は2.5%減収となったが、オリジナル商品の開発など高粗利商品の取組みによる商品粗利率の改善と販管費の全体的な抑制と物流コストの低下により営業利益は147.9%増加。

単位:百万円	Q2/10 (1-3)	Q1/10 (10-12)	前四半期比
<b>売上高</b>	2,396	2,460	△ 2.5%
<b>売上総利益</b>	881	876	+0.6%
売上高総利益率	36.7%	35.6%	+1.1p
<b>販売管理費</b>	805	845	△ 4.7%
販売管理费率	33.6%	34.3%	△ 0.7p
<b>営業利益</b>	76	30	+147.9%
営業利益率	3.1%	1.2%	+1.9p

# 【第2四半期決算】 事業セグメント別 損益の概況（前四半期比）

## バリューサイクル事業

- ・ 売上高4.5%増加。高粗利商品の買取り増加により粗利率が1.0ポイント上昇したが、TVCM等広告宣伝の増加により販管費が増加し、営業利益は32.2%減少。

単位：百万円	Q2/10 (1-3)	Q1/10 (10-12)	前四半期比
売上高	558	534	+4.5%
売上総利益	301	283	+6.5%
売上高総利益率	53.9%	52.9%	+1.0p
販売管理費	255	214	+18.9%
販売管理费率	45.6%	40.1%	+5.5p
営業利益	46	68	△ 32.2%
営業利益率	8.2%	12.8%	△ 4.5p

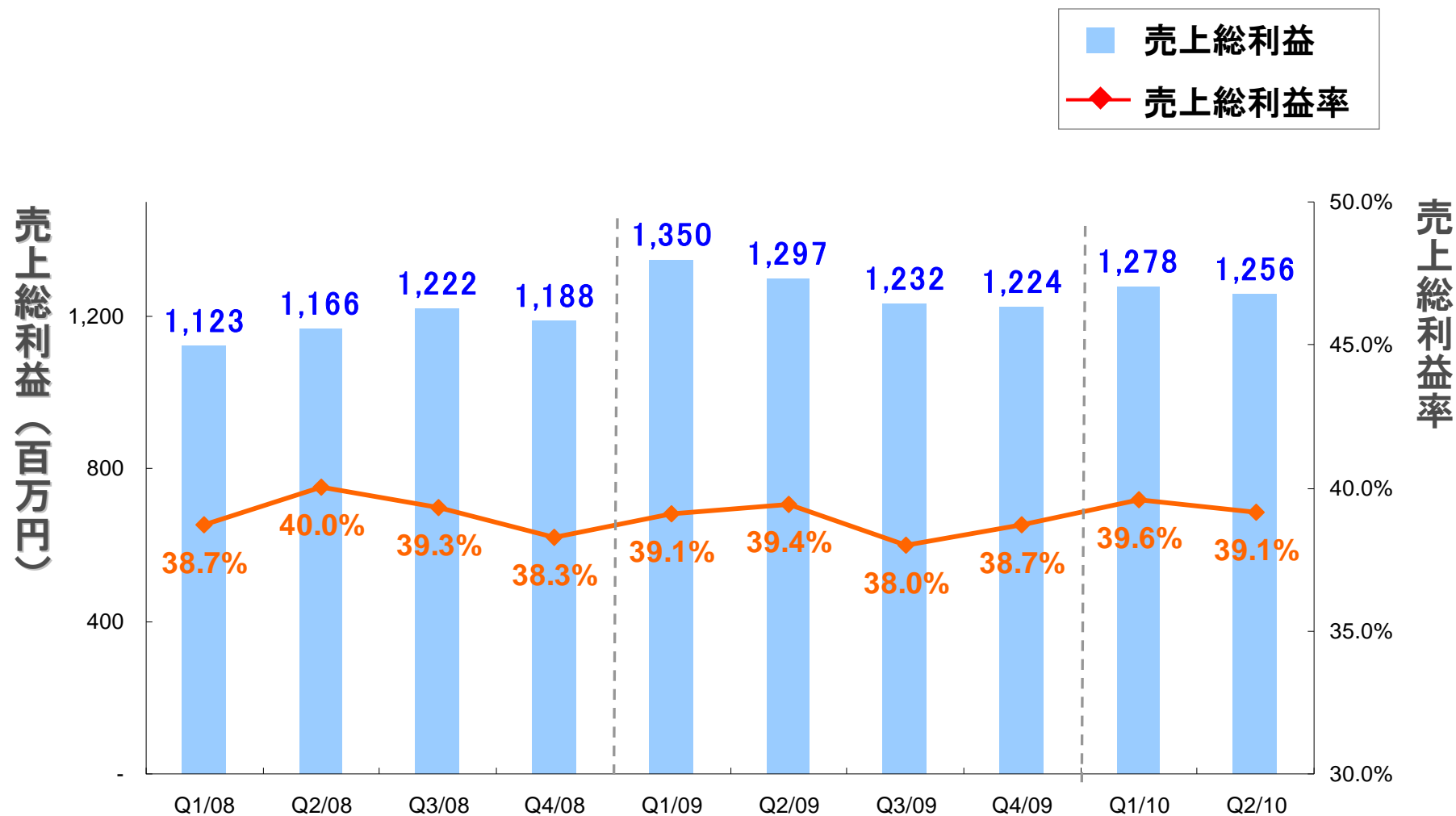
# 【第2四半期決算】 事業セグメント別 損益の概況（前四半期比）

## コマースインキュベーション事業

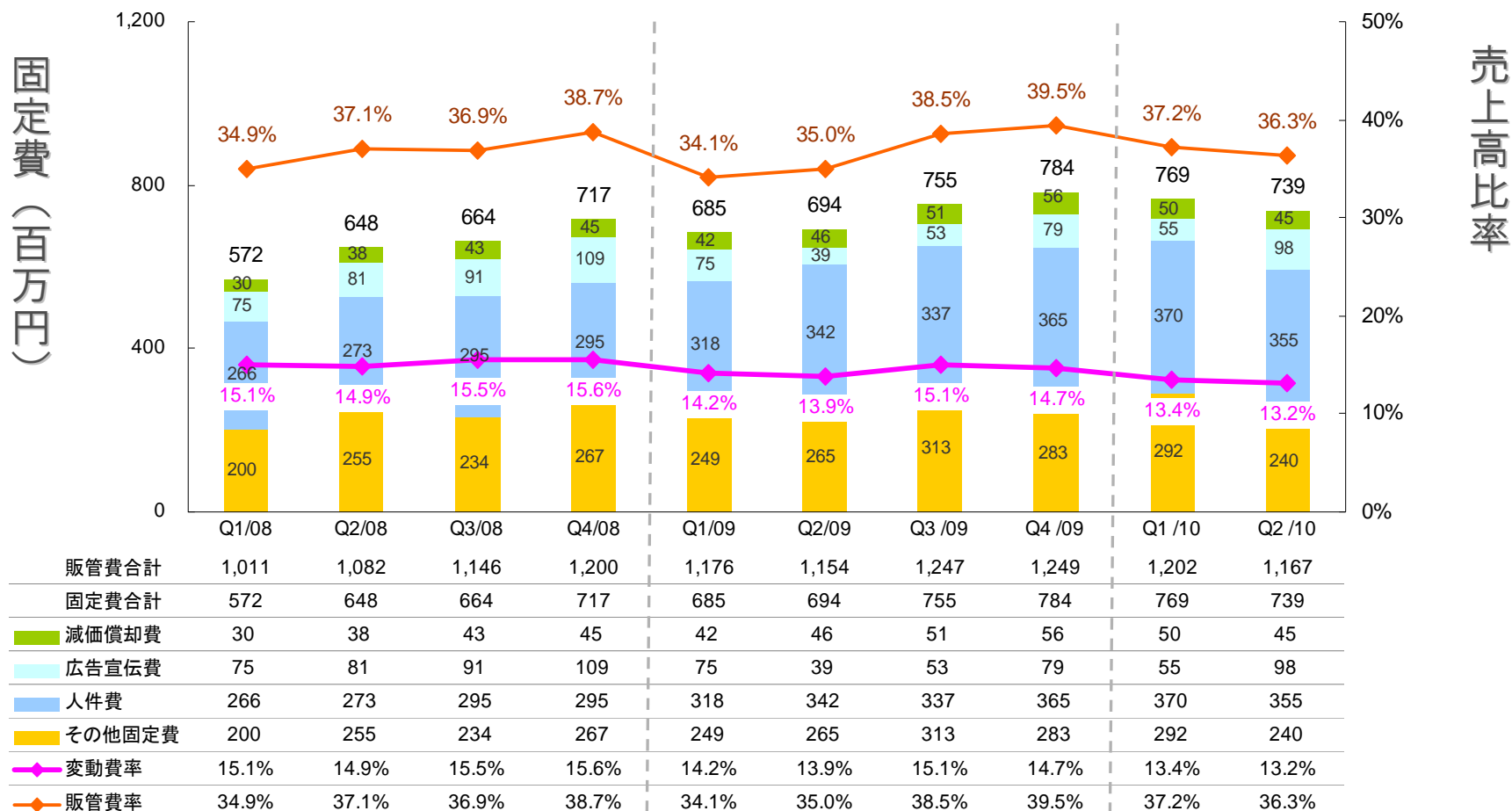
- ・ 売上高は8.9%増収、中国向けオンライン貿易事業の売上高構成比が上昇し、売上高総利益率が低下。赤字幅拡大。

単位：百万円	Q2/10 (1-3)	Q1/10 (10-12)	前四半期比
売上高	267	245	+8.9%
売上総利益	73	119	△ 38.5%
売上高総利益率	27.4%	48.6%	△ 21.1p
販売管理費	154	165	△ 6.3%
販売管理费率	57.9%	67.3%	△ 9.4p
営業利益	△81	△46	-
営業利益率	△30.4%	△18.7%	△ 11.7p

# 【第2四半期決算】 連結 売上総利益の推移



# 【第2四半期決算】 連結 販売管理費の推移



※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。

# 【第2四半期決算】 連結 資産・負債の概要

単位:百万円	2010/2Q(3月)末	2010/1Q(12月)末	増減
流動資産	4,960	4,872	87
現預金	3,445	3,159	285
売掛金	991	1,180	△189
商品	208	123	84
固定資産	1,803	1,784	18
有形固定資産	168	183	△14
無形固定資産	438	475	△37
投資等	1,196	1,125	70
流動負債	2,110	2,111	△0
買掛金	927	910	17
短期借入金	700	700	—
固定負債	210	210	—
純資産	4,442	4,336	103
総資産	6,763	6,657	105

バリューサイクル事業  
の拡大

・VCファンド  
キャピタルコール  
・投資有価証券の  
増加

※主要な科目のみ表示しております。

# 【第2四半期決算】 連結 キャッシュフローの概要

単位: 百万円	2010/2Q (1-3)	2010/1Q (10-12)
営業活動による キャッシュフロー	328	16
投資活動による キャッシュフロー	△47	△16
財務活動による キャッシュフロー	—	△50
現金及び現金同等物に係る 換算差額	4	△6
現金及び現金同等物の 増減	285	△57
現金及び現金同等物の 期末残高	3,445	3,159

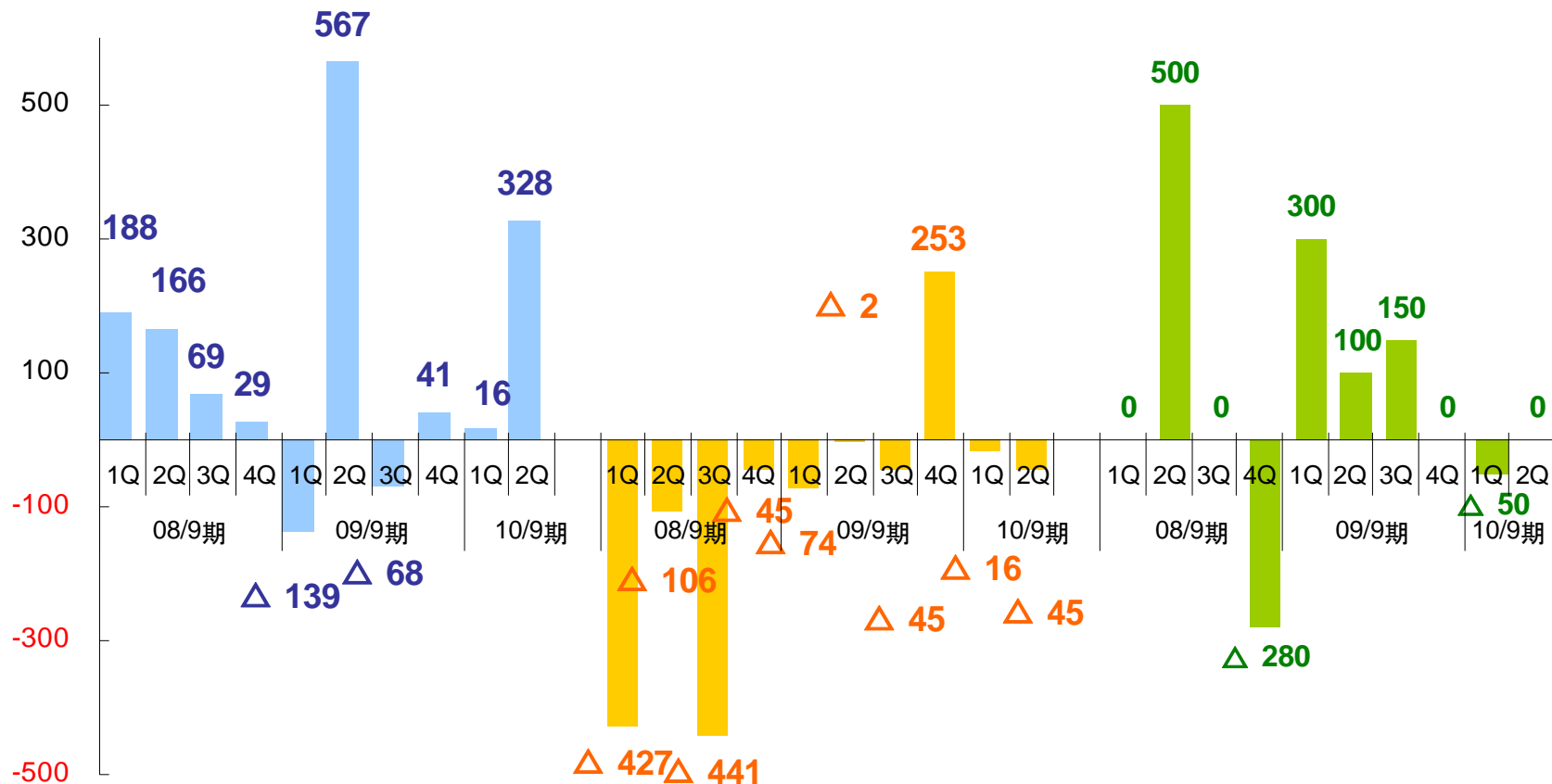
# 【第2四半期決算】 連結 キャッシュフローの推移

(単位：百万円)

営業活動によるキャッシュフロー

投資活動によるキャッシュフロー

財務活動によるキャッシュフロー



## 2.業績予想



## ■通期の業績予想は据え置き

上期は営業利益、経常利益、当期純利益が当初予想を上回りました。なお、昨今の消費動向の変化を鑑み通期の予想につきましては、現時点では修正いたしません。

単位:百万円	前期(09/9期)		今期(10/9期)	
	実績		実績	業績予想
	第2四半期累計期間	通期	第2四半期累計期間	通期
<b>売上高</b>	6,741	13,140	6,434	13,000
<b>営業利益</b>	317	277	165	230
(営業利益率)	4.7%	2.1%	2.5%	1.7%
<b>経常利益</b>	301	275	160	230
<b>当期純利益</b>	105	87	123	100

# 3.各事業の概況

## 事業ポートフォリオと市場環境との関係

3-1 ギャザリング事業の概況

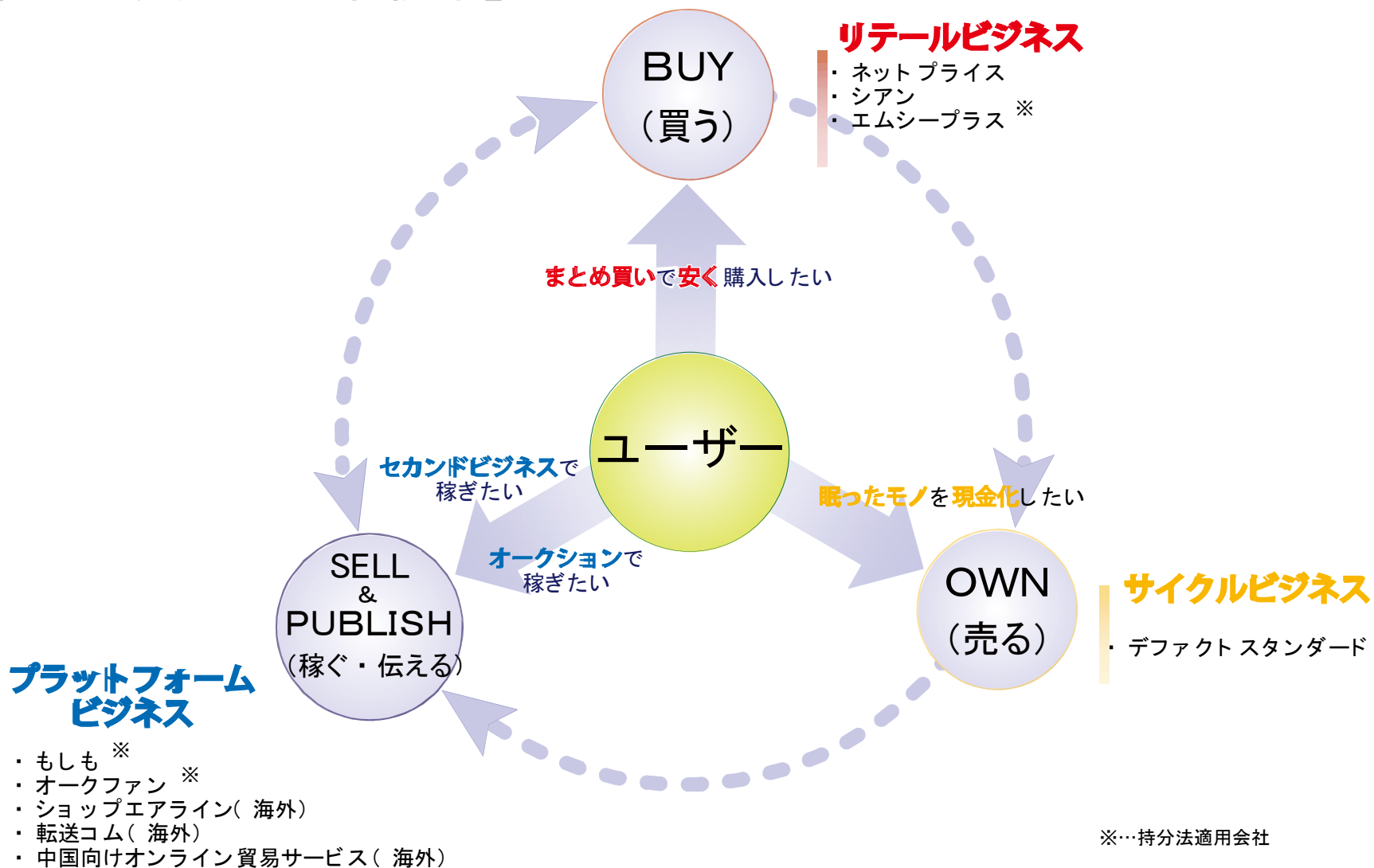
3-2 バリューサイクル事業の概況

3-3 コマースインキュベーション事業の概況

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】



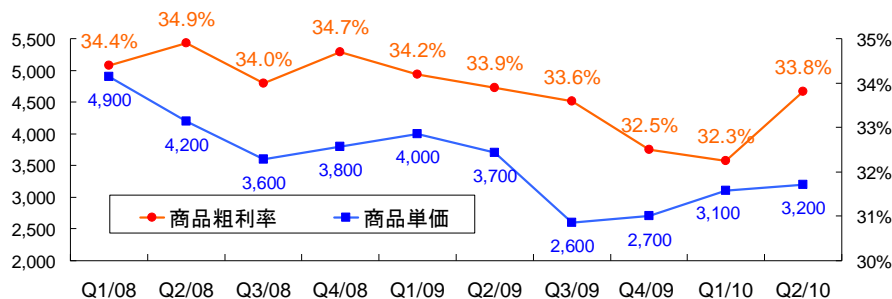
## 3-1. ギャザリング事業の概況



株式会社ネットプライス

# 商品力の強化

## 商品単価、商品粗利率が改善



## 「価格」訴求型商品 + 「価値」訴求型商品の提案

顧客ニーズに基づいた的確な商品提案、  
ユニークなコンテンツ機能の追加により  
更なるエンターテインメント性の向上

### 最近の人気商品例

● 購買動向・顧客ニーズを分析し、  
商品提案

● メディアとのコラボアイテム開発



商品パートナー  
(メーカー・卸)

商品情報  
在庫の確保

マーケティング  
データの提供

商品開発  
マーケティングインフラ

商品販売

商品購入  
商品ニーズ

購入者

# タイムセール型販売方式「24バリュー」による 高回転モデル・低コストオペレーション

## ■24バリュー受注高構成比の上昇

ータイムセール型販売＝今しか買えない価格での提供により瞬間的販売力を向上

## ■高回転化のメリット

ーサプライヤーは超短期での在庫消化やテスト販売が可能、販売タイミングを逃さない

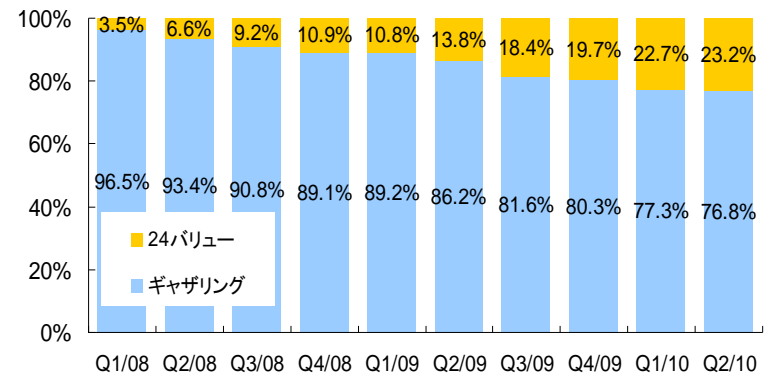
ー集客エンジン（毎日商品が入れ替わる、毎日がSALE）

## ■低コストオペレーション

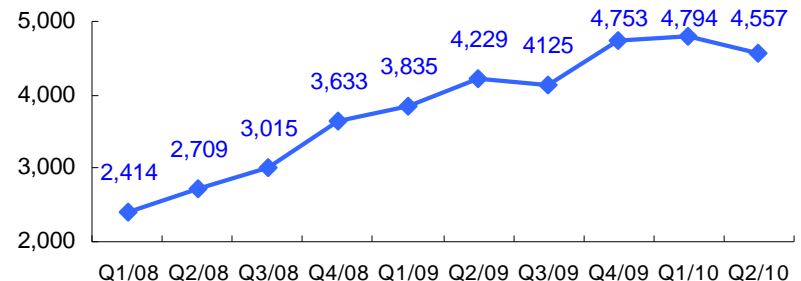
ーサプライヤーが商品登録することで、オペレーションコストを最小化

ーコストを増加させずに取扱商品の選定が可能

▼受注高構成比の推移



▼月平均取扱商品数の推移



# 更なるエンターテイメント性を追求した、新感覚タイムセール専門サイト『24value.com』を開始

## ■インターネット上での“ウィンドウショッピング”感覚を実現

—ユーザーが自分好みに選べる「閲覧モード切替式」により、多様化する顧客層や消費気分に合わせて見せ方を変化させ、購買意欲を刺激。

## ■究極のシンプルなデザインで衝動買いを促進

—“商品 (product)” “価格 (price)” “制限時間 (time)” を魅せるデザインにより、タイムセール特有のワクワク感を演出。

—それぞれの商品ページに、Twitterと連動することが出来るボタンを設け、呟くことが可能。

## ■今後の展開

—初年度において、流通総額10億円目標。

▼一覧モード



▼直感モード



▼ザッピングモード



## 3-2.バリューサイクル事業の概況



**株式会社デファクトスタンダード**

## ブランディングの強化

### ■積極的な広告宣伝の実施

- テレビCMや交通広告等を使ったクロスメディアでの広告宣伝を実施
- 『Yahoo!オークション ベストストア2009』年間グランプリ&ブランド部門1位を獲得



北海道放送 どさんこワイド TBSはなまるマーケット

### ▲戦略的PR活動の一例

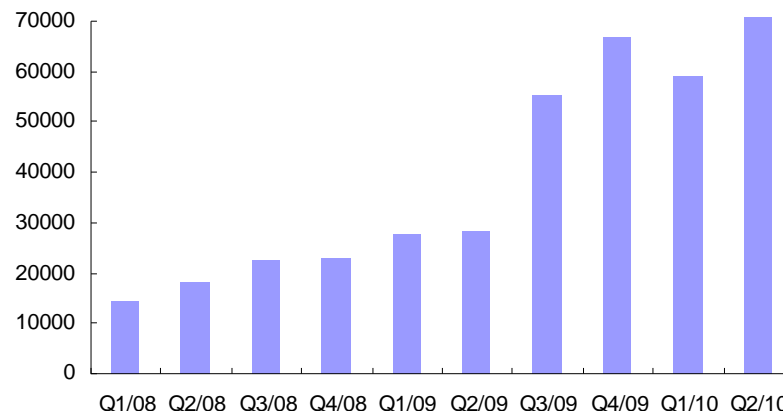
## プラットフォーム機能の拡充

### ■インフラ整備

- 倉庫を移転・拡大し、買取・販売能力を増強  
同時にオペレーションも改善
- 引き続き買取件数高水準  
広告宣伝効果により拡大

(単位:点)

### ▼買取点数の推移



## 3-3. コマースインキュベーション事業の概況



株式会社ショップエアライン



株式会社転送コム



中国向けオンライン貿易サービス事業



株式会社もしも



株式会社オークファン

## 既存事業の黒字化とグローバル化の推進

### ■ 既存事業の黒字化

- ー各事業において、収益モデルの多様化  
強みを生かして、新たな収益源を構築
- ー積極的なプロモーションの展開、ユーザーと売上げ拡大を狙う

### ■ グローバル化の推進

- ーグローバル化推進の専門部署を設置
- ー中国向けオンライン貿易サービス事業が着々と拡大

## デルタ航空・ユナイテッド航空のマイレージサービスとの連携強化



ーアメリカ系航空会社を利用するユーザーに対し、オークションにマイレージを貯めながら手軽に参加できるサービスを提供

## 「セカイモン・グローバルβ版」を開始し、世界展開に向けて始動



ー北米、ヨーロッパ、アジア、オセアニアなど全16の国や地域からの出品商品を検索・閲覧することが可能

全16の国や地域



●ヨーロッパ:  
アイルランド、オーストリア、スペイン、ベルギー、イギリス、オランダ、ドイツ、ポーランド、イタリア、スイス、フランス

●北米:アメリカ、カナダ  
●アジア:香港、インド

## ドロップ SHIPPING ユーザーを中心に、個人特化型アフィリエイトサービス、『もしもアフィリエイト』を4月末開始予定



ーユーザー育成ノウハウの循環を促進  
ーサービス開始時から、33万人のユーザーに対しアプローチが可能



## 株式会社ショップエアライン

### 第2四半期のトピックス

- ・ グーグル等の検索エンジンとの連動強化（SEO）により集客力が順調に拡大。
- ・ 対象セラー絞込みにより、流通額は一時的に縮小したが、第3四半期では第1四半期レベル同等に回復見込み。検品レベル・梱包等の強化を実施。

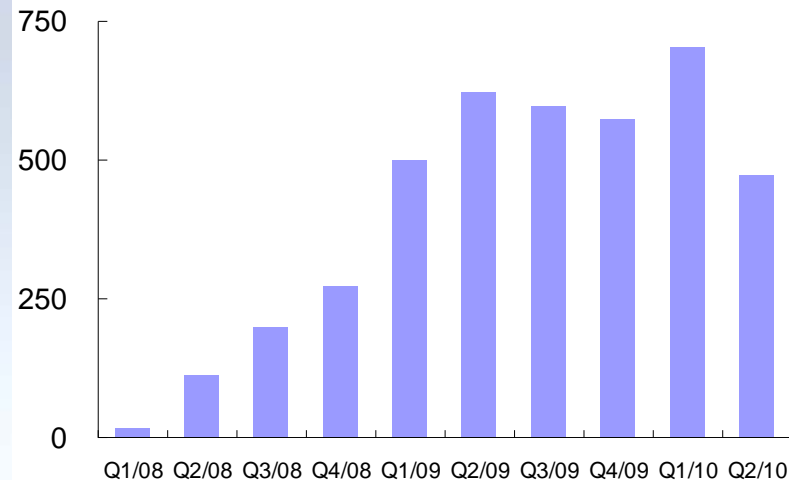
### 第2四半期の人気検索キーワード

- **ファッション**  
Ralph Lauren（アパレル）  
True Religion（デニム）
- **音楽・楽器**  
Gretsch（ギター）
- **趣味**  
Creative Memories（文房具）  
Coleman（アウトドア）
- **車・バイクパーツ**  
Volkswagen（自動車パーツ）

（人気急上昇のみ）

（単位：百万円）

### ▼流通総額の推移





## 株式会社転送コム

### 第2四半期のトピックス

- ・ 52の国と地域に配送実績。
- ・ 国内EC事業者との連携強化。
- ・ 倉庫移転し、物量増加に対応。



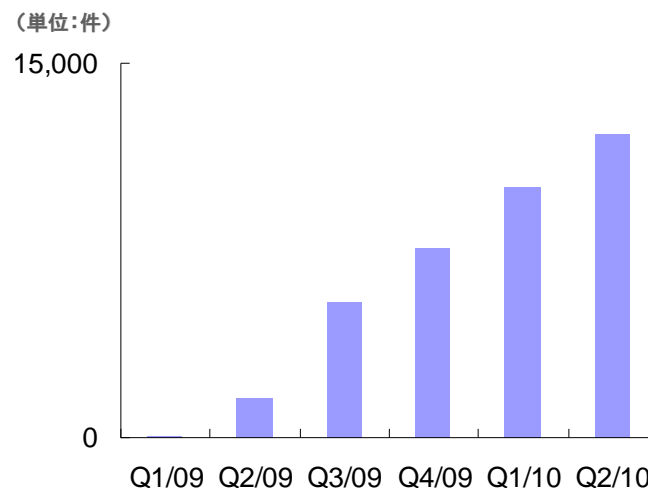
### 第2四半期の上位転送商品ジャンル

- アパレル
- 衛生用品
- ゲームソフト
- 書籍・DVD
- キャラクターグッズ

### 転送実績国一例

- アメリカ
- オーストラリア
- 台湾
- 中国
- 香港
- 韓国

### ▼転送増加件数



## 第2四半期のトピックス

- ・ 中国での顧客開拓、日本での商品開拓を推進



## 第2四半期の売れ筋商品群

- ベビー用品
- コスメ
- ホビー
- ヘルスケア
- レディースアパレル





## 株式会社もしも

### 第2四半期トピックス

- ・登録ドロップシッパーは**33万人**
- ・ドロップシッパーのための教育事業も順調に拡大

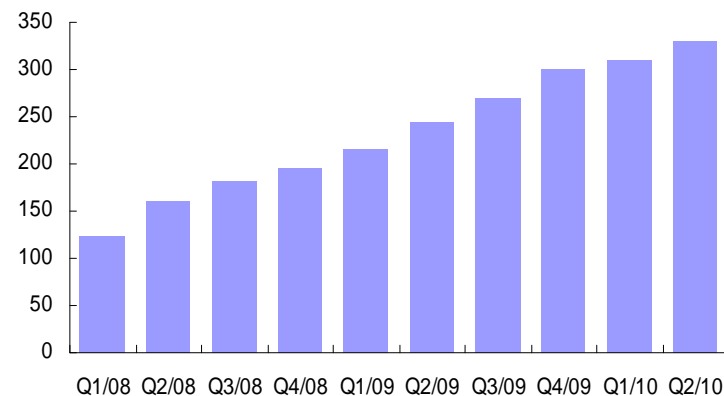
### 第2四半期 売れ筋商品群

- 生活アイデアグッズ
- 食品
- キッチン用品
- 睡眠関連グッズ
- 新作ゲーム
- 美容雑貨
- ブランド品



### ▼ドロップシッパー数の推移

(単位:千人)

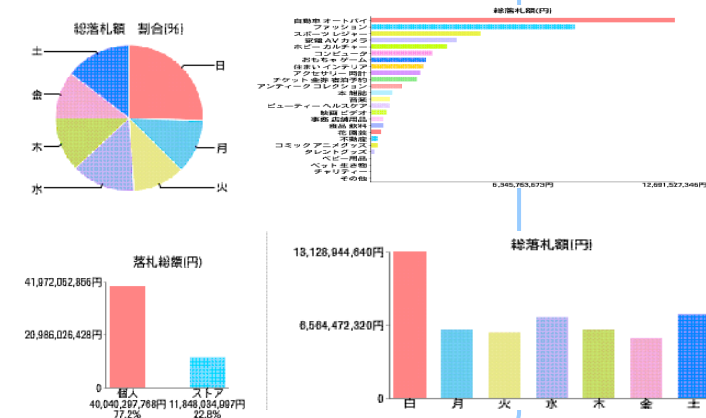


## aucfan 株式会社オークファン

### 第2四半期のトピックス

- ・ **プレミアム会員（有料課金）が順調に推移**
- ・ **データ分析ツール「AUCDATA」（有料課金）の登録会員数が順調に増加**
- ・ **オークション・ショッピングマーケットデータ ⇒ 法人向けデータ提供サービス開始**

### aucDATA



### メディア概要

- 月間ページビュー 5,000万(PV)
- 月間利用ユーザー 300万(人)
- 成約データ保有累積数 約8億件以上
- 総流通データカバレッジ累積額 約7兆円以上
- 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】



# 参考資料



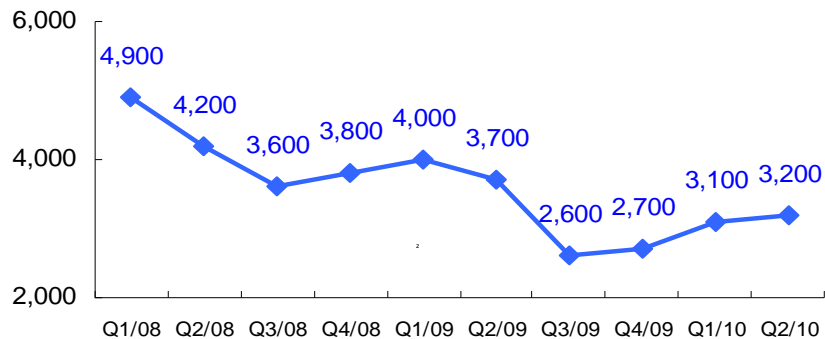
ギャザリング事業	主要指標
グループ役職員の構成	
グループ会社の事業概要	

# 【ギャザリング事業】

## 主要指標①

### ▼商品単価の推移

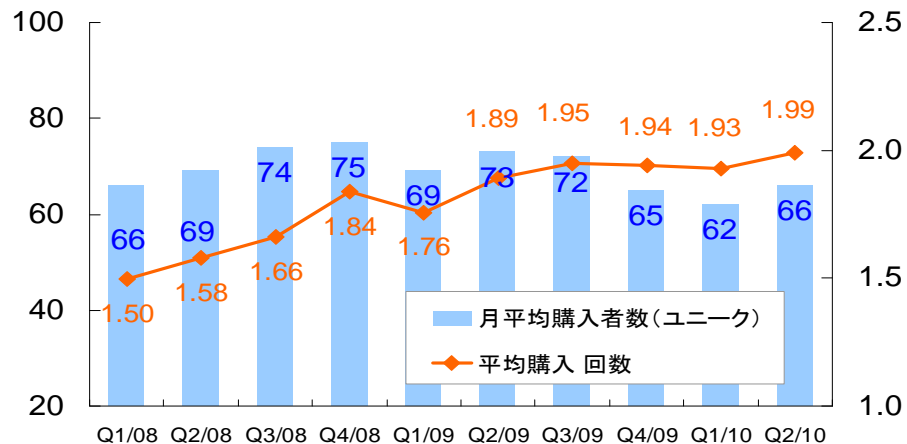
(単位：円)



### ▼月平均購入者数(ユニーク)と月平均購入回数の推移

(単位：千人)

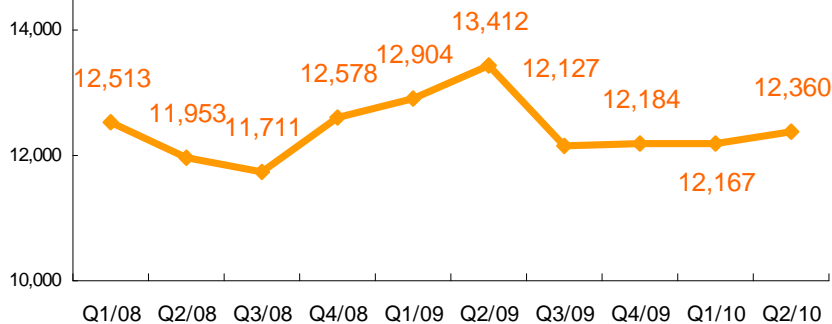
(単位：回)



※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

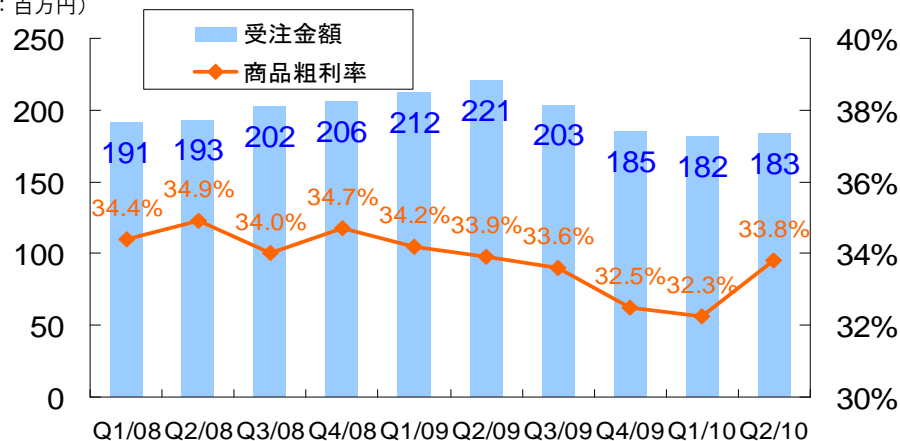
(単位：円)



※顧客単価…1人当たりの月平均購入金額です。

### ▼週平均受注高と商品粗利率の推移

(単位：百万円)

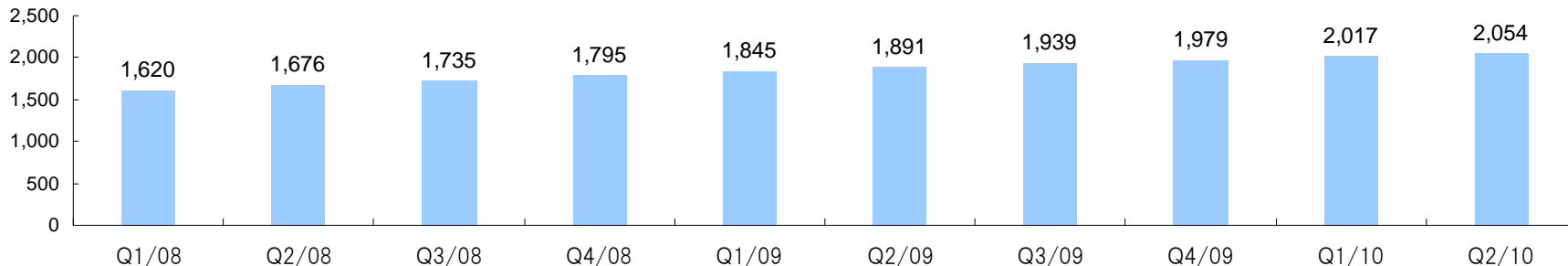


※商品粗利率…送料・手数料は含んでいないため、会計上の粗利率とは相違しております。  
なお、商品の評価損は含んでおりません。

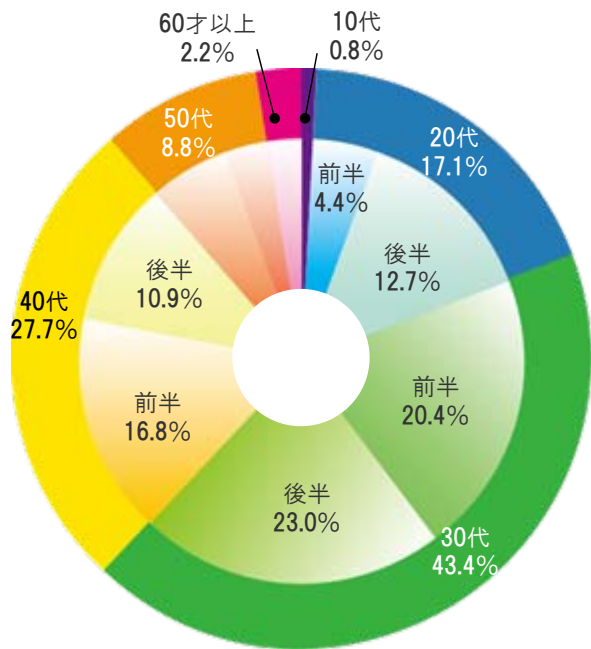
# 【ギャザリング事業】 主要指標②

(単位：千人)

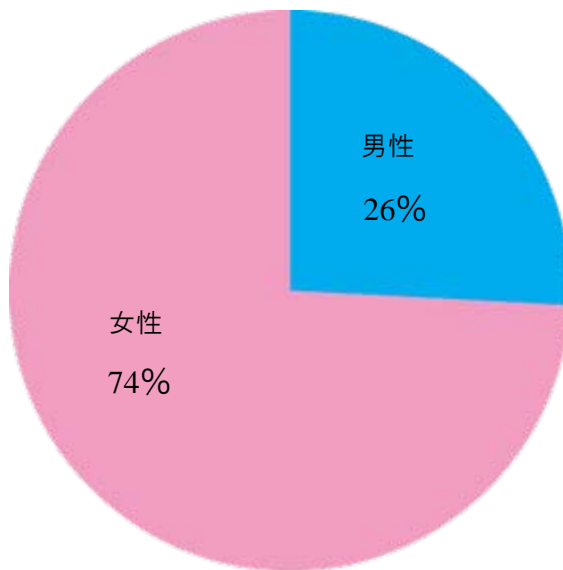
## ▼累計購入者数（ユニーク）の推移



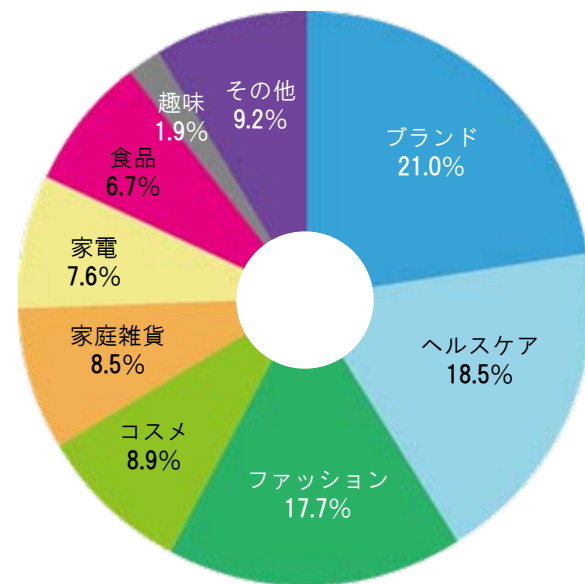
## ▼年齢別構成比



## ▼男女別構成比



## ▼ジャンル別売上高



# グループ役職員の構成

Q1/10末

Q2/10末

管理

正社員	10名
アルバイト等	1名
合計	11名

管理

正社員	11名(+1)
アルバイト等	1名(-)
合計	12名(+1)

役員 (取締役・監査役)

合計	16名
----	-----

役員 (取締役・監査役)

合計	16名(-)
----	--------

コマース  
インキュベーション事業

正社員	35名
アルバイト等	2名
合計	37名

コマース  
インキュベーション事業

正社員	31名(-4)
アルバイト等	4名(+2)
合計	35名(-2)

役職員

正社員	188名
アルバイト等	114名
合計	302名

役職員

正社員	174名(-14)
アルバイト等	126名(+12)
合計	300名(-2)

バリューサイクル事業

正社員	17名
アルバイト等	91名
合計	108名

バリューサイクル事業

正社員	18名(+1)
アルバイト等	96名(+5)
合計	114名(+6)

ギャザリング事業

正社員	110名
アルバイト等	20名
合計	130名

ギャザリング事業

正社員	98名(-12)
アルバイト等	25名(+5)
合計	123名(-7)

※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



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)



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



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・韓国語に対応



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