

# 2002年度 決算説明資料

(2003年3月期)

---

2003年5月14日

株式会社Eストアー



情報通信社会のビジネスインフラを提供

事業 **EコマースASP・レンタルサーバー・携帯マーケティング**

商品 **ストアツール・サイトサブ・インフォポケット**

設立年月日	1999年2月17日
資本金	4億1,442万円
発行済株式総数	20,654株
本 社	東京都新宿区新宿五丁目5番3号
代表者	石村 賢一
従業員	社員41名、契約・派遣社員11名 合計52名（2003年3月末現在）
株 式	大阪証券取引所ニッポンニューマーケットヘラクレス市場 2001年9月19日上場

# 決算説明

---

## 選択と集中・経費構造リストラ・減収減益

### ●減収減益

- ⇒ 売上高1,272百万円、前年度比10%減
- ⇒ 経常利益67百万円、前期比78%減
- ⇒ 減収要因：前年度契約分までの解約が歩留まらず
- ⇒ 減益要因：直販強化の販促コスト、次期コスト低減の投資

### ●選択と集中

- ⇒ 商品の集中（ニーズの高いレンタルサーバーに集中）
- ⇒ 販路の集中（直販を強化し、高利益率づくりに集中）

### ●経費構造のリストラ

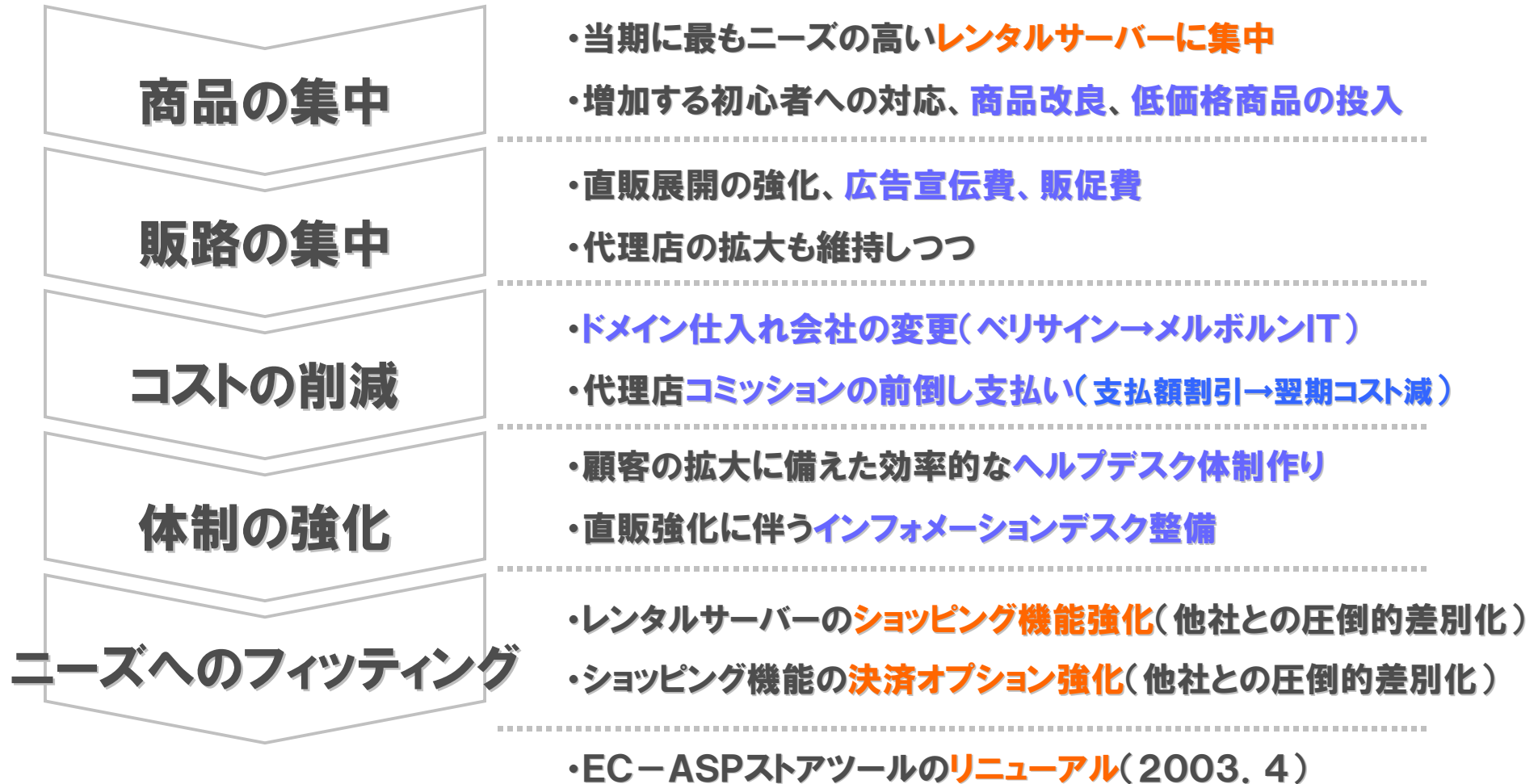
- ⇒ 原価構造の改善：ドメイン仕入れ会社の変更と設備再編
- ⇒ 次年度への準備：運営体制の再編

### ●Eコマース注力と準備

- ⇒ 商品を初心者向けに改良：増加中の初心者に対応
- ⇒ レンタルサーバーのEC機能強化：同業他社との差別化
- ⇒ イーバンク銀行と提携：ECと金融サービスの融合開始

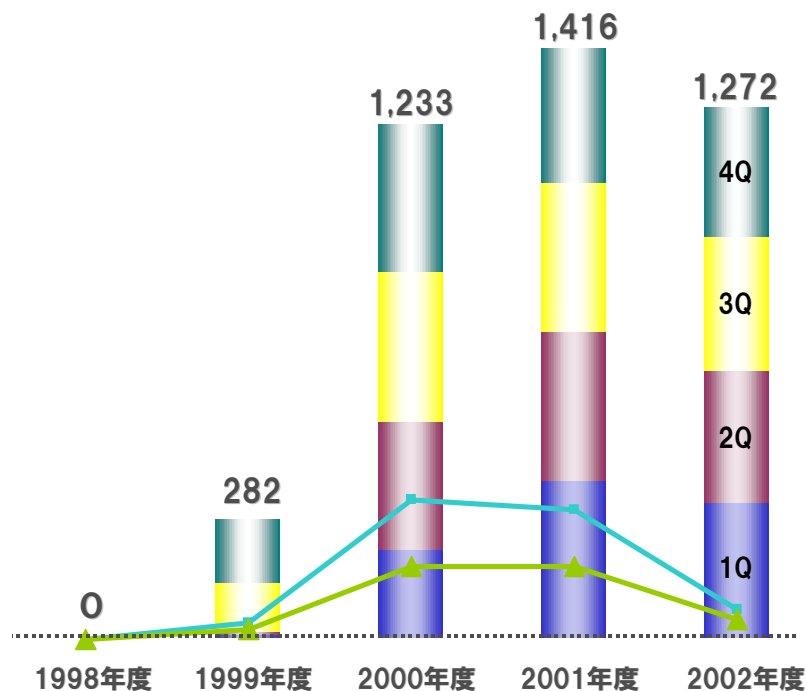
# 2002年度にとった戦略

ADSL普及でECが発展している中、当期収益を投下し、来期以降の収益を伸ばす



# 2002年度決算 P/L

## 売上高・経常利益・当期純利益の推移



・売上高1,272百万円、経常利益67百万円

・前年度比、減収10%、減益78%

・減収理由

- ・前年度契約分までの解約によるもの

・減益理由

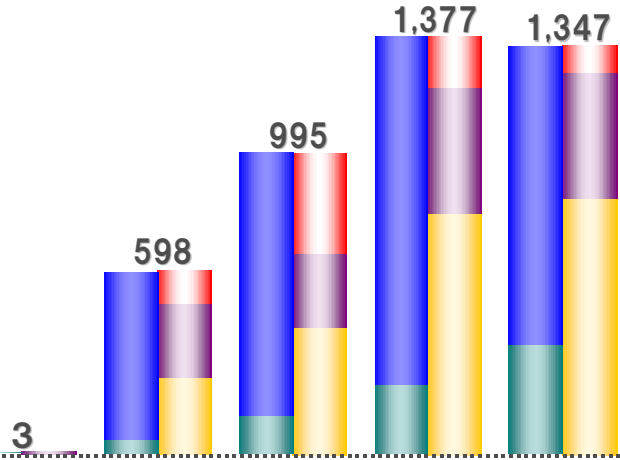
- ・直販強化に伴う広告宣伝費や販促費の投下
- ・次期コスト低減のために、設備構造の変更に投下
- ・次期コスト低減のために、仕入先の変更等に投下

単位: 百万円、百分率

	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	前期比
売上高	0	282	1,233	1,416	1,272	△10.2%
経常利益	△6	37	331	306	67	△77.9%
当期純利益	△6	20	172	172	42	△75.2%

# 2002年度決算 B/S

## 資産、負債・資本の推移



1998年度 1999年度 2000年度 2001年度 2002年度

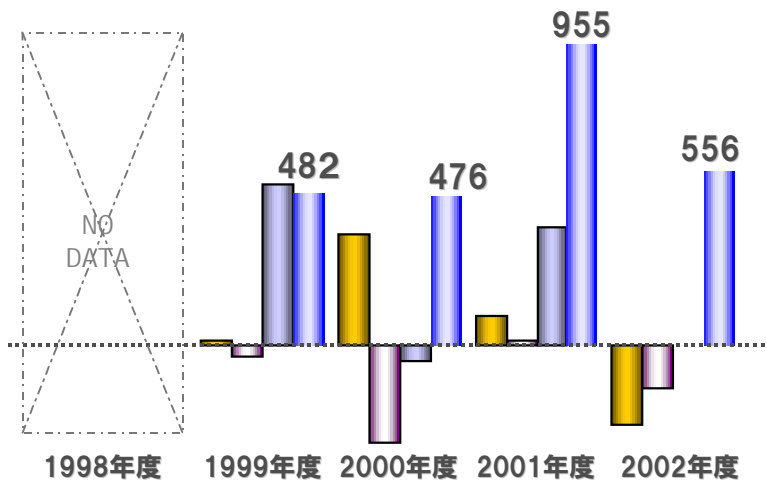
- ・投資活動により流動資産が固定資産化(投資有価証券)
- ・黒字決算による資本の増加
- ・ハード、ソフトの償却により、総資産が減少

単位:百万円

		1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	前期比(増減)
資産の部	流動資産	0	558	870	1,152	989	△162
	固定資産	2	40	124	225	357	131
	資産合計	3	598	995	1,377	1,347	△30
負債の部	流動負債	0	109	331	169	92	△77
	固定負債	-	-	1	-	0	0
	負債合計	0	109	333	169	92	△77
資本の部	資本金	10	244	244	414	414	-
	資本準備金	-	228	228	430	430	-
	剰余金	△6	16	188	361	404	42
	資本合計	3	489	661	1,207	1,254	46
	負債資本合計	3	598	995	1,377	1,347	△30

# 2002年度決算 C/F

## キャッシュフローの推移



### ・営業活動CF

代理店コミッションの前倒し支払い

来期支払いの圧縮(コミッション率低減)

### ・投資活動CF

前期と同様に積極的な投資活動

※前期は定期預金解約により一時的に増加

### ・財務活動CF

資金の調達、返済などなし

当期末現在借入れゼロ

単位: 百万円

	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	前期比(増減)
営業活動による キャッシュフロー	—	10	354	94	△254	△348
投資活動による キャッシュフロー	—	△40	△310	11	△143	△154
財務活動による キャッシュフロー	—	512	△50	372	—	△372
年度末残高	—	482	476	955	556	△399

1998年度は、キャッシュフロー計算書を作成していません

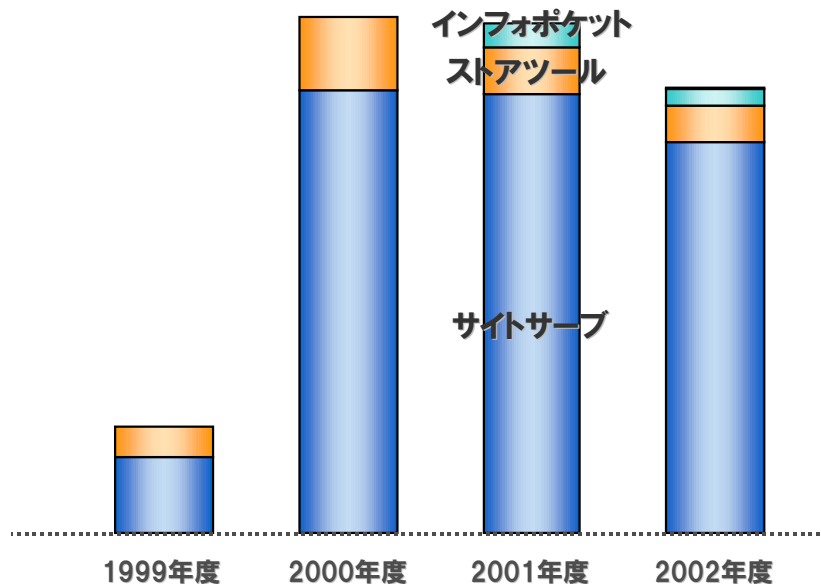


# 契約件数の推移(商品別)

## 契約件数の推移(累計)

・いずれの商品も、契約も伸びているが、解約が上回り減少

※その他はOEM受け商品のストレージサービス

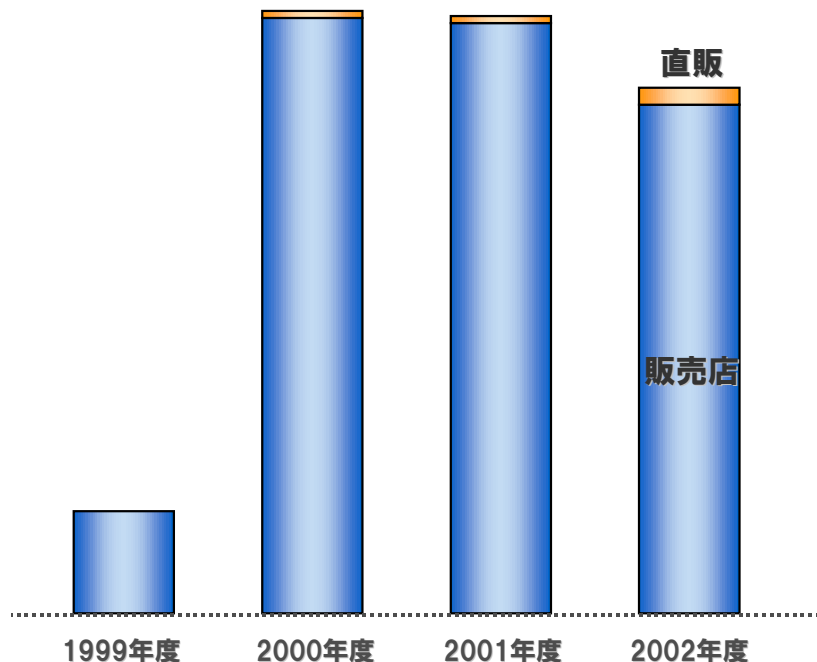


単位: 件

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度
レンタルサーバー	3,500	20,232	20,053	17,886
ストアツール	1,355	3,362	2,187	1,703
インフォポケット	0	0	1,056	725
その他	0	0	31	36
合計	4,855	23,594	23,327	20,350

# 契約件数の推移(販路別)

## 契約件数の推移(レンタルサーバー累計)



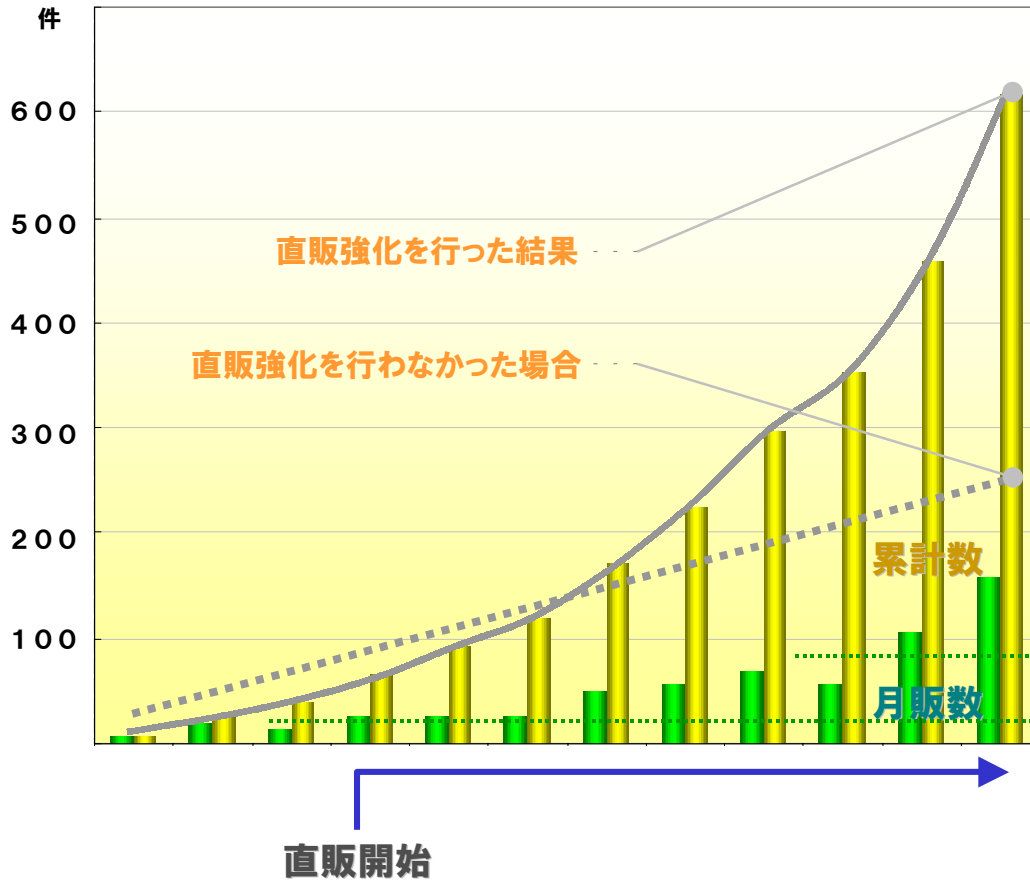
- ・2001年度までは  
直販活動はホームページのみ
- ・2002年度7月より  
広告宣伝による販促を積極的に開始

単位:件

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度
直販	0	255	273	605
販売店	3,500	19,977	19,780	17,281
合計	3,500	20,232	20,053	17,886

# 直販強化の成果

## レンタルサーバー直販契約 件数推移



2002年7月より、積極的に直販を展開

- 前期までは、代理店販売が販路の大部分
- 当期より利益率が高い直販に注力開始
- 広告宣伝を中心とした直販活動
- 前年比2.3倍の直販獲得(収益性は4倍超)
- 通年換算では、前年比4.8倍成長

直販強化を行った結果『月販平均』

直販強化を行わなかった場合『月販平均』

## 今後の方針(背景)

---

# IT社会の成長順序と当社サービス

## マーケットの成長

消費者市場が整って

IT社会の醸成は、消費者市場が発展することにより、当社顧客である事業者市場がはじめて発展する。ゆえに、消費者市場が完成するこれからの、当社顧客の事業が発展する時期となる。

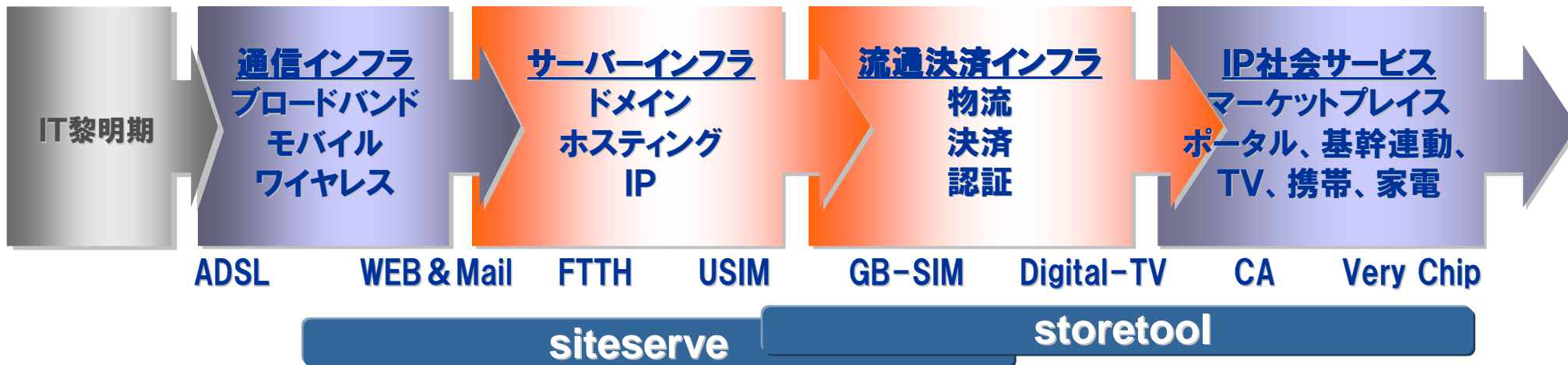
### ●消費者市場【当社顧客の顧客】



### ●事業者市場【当社顧客】

## 事業者市場の成長

事業者(事業)市場が成り立つ

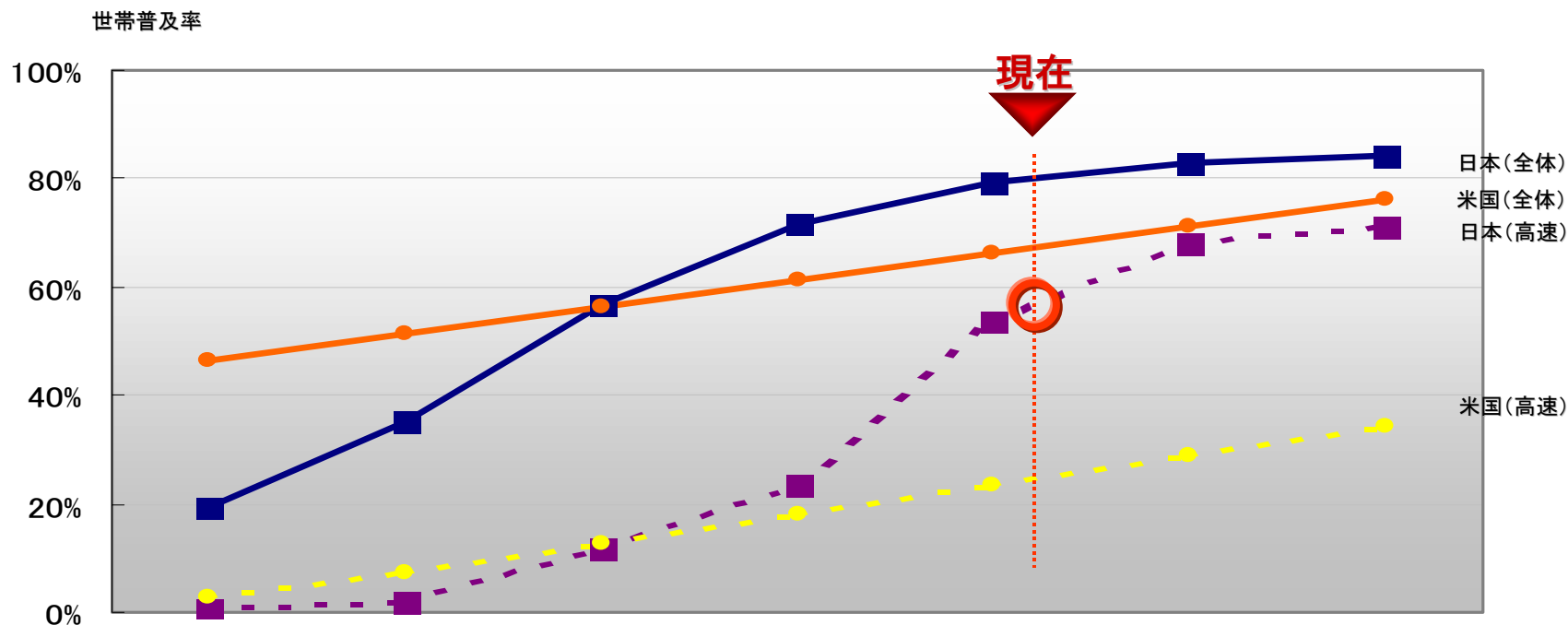


現在



# リーチャビリティ(消費者の常時接続普及)が鍵を握る

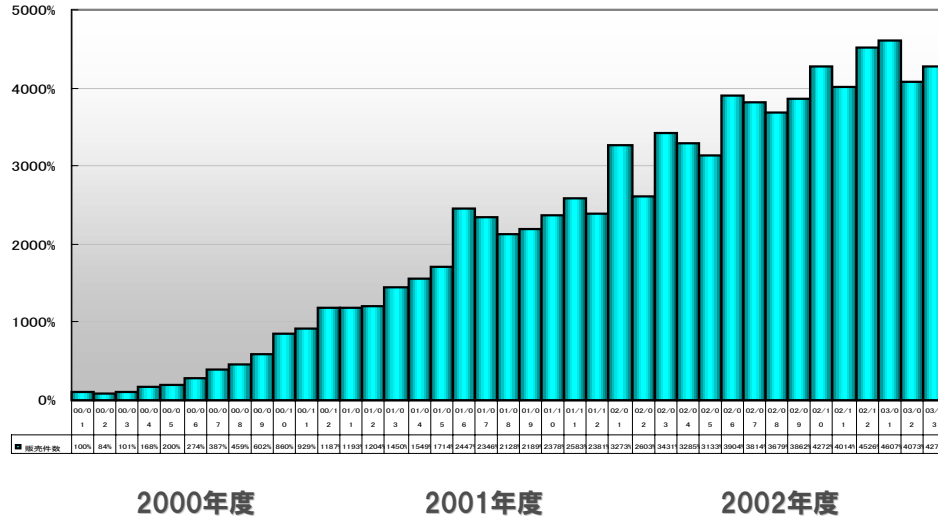
## インターネット世帯普及率



	1999年度 [2000.03]	2000年度 [2001.03]	2001年度 [2002.03]	2002年度 [2003.03]	2003年度 [2004.03]	2004年度 [2005.03]	2005年度 [2006.03]
日本(全体)	19.2%	35.3%	56.8%	71.8%	79.5%	82.8%	84.1%
日本(高速)	0.5%	1.9%	11.8%	23.5%	53.6%	67.8%	71.3%
米国(全体)	46.3%	51.3%	56.3%	61.3%	66.3%	71.3%	76.3%
米国(高速)	2.8%	7.2%	12.4%	17.9%	23.3%	28.7%	34.1%

出所 : (日本) 株式会社情報通信総合研究所 (米国) 高速: The Strategis Group社資料を元に情総研にて作成 全体: Gartner Group社資料を元に情総研にて作成

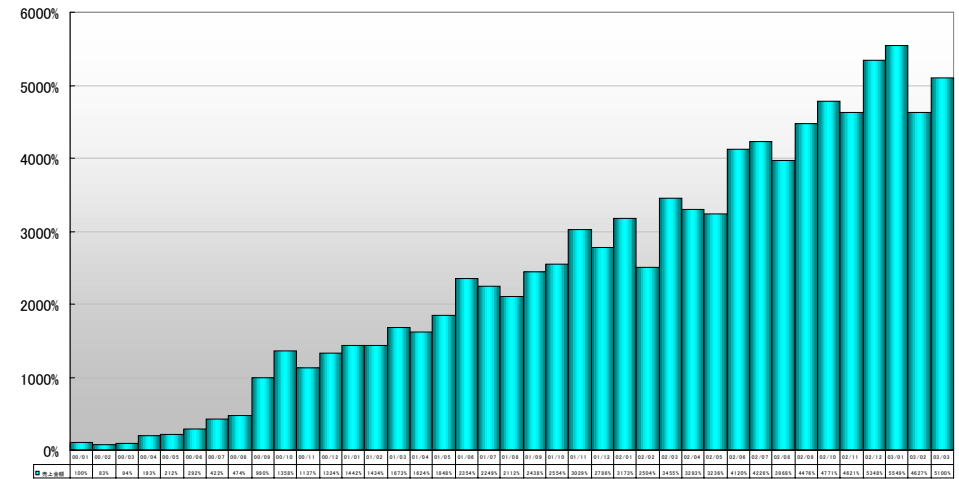
# 伸びているEC（当社顧客のEC実績）



EC事業における販売件数

- ・創業以来、顧客のEC実績は続伸中
- ・この1年で、取引数は1.63倍に伸長
- ・この1年で、取引額は1.77倍に伸長

▶ Eコマースが、引き続き大成長している



EC事業における売上金額

# 今後の方針(戦略)

---





## ECコマースインフラ事業（事業のメインストリーム）



## そのための形態事業（メインストリーム実践の為に目に見える事業）



## 背景のリクワイアメント

- 回線の普及(ADSL、FTTH、GBethernet)
- デバイスの普及(PC、次世代携帯、デジタルTV)
- デフレーション社会、ニーズの多様化、治安の変化
- IP社会の醸成

## 当社のリクワイアメント

- 市場進出する初心者(増)への対応
- 適正価格、安定供給維持
- 競合他社との差別化
- チャンネル協業、販路協業

## 短期成長の為に

### ◆製品戦略

- 1) サービス全体のEC機能を更に強化、安定運用、業務効率化  
サイトサブバージョンアップ、ストアツールバージョンアップ

### ◆販売戦略

- 2) 直販の強化⇒02年度の前年比2.3倍成長に対し、  
03年度は前年比5.8倍成長(直販新規3,600社獲得)を目標
- 3) 利用促進、利用提案、コンサルヘルプデスク、使ってもらうことを行う。  
情報提供活動、書籍などでのコーチング、サプライなどWEBショップ支援

---

## 中期成長の為に

### ◆協業戦略

- 4) 他社サービスへのEC(やRS)の供給と協業  
各社へのOEMや事業開発

本資料をご覧いただき有り難うございました

作成には細心の注意をはかっておりますが  
本資料に含まれる、内容、表現、数字、参考データについては  
間違いがある場合がございますので  
ご投資のご判断につきましては、決算報告書など  
商法ならびに有価証券取引法など法令にかかわる  
公式の資料などをご参考にして頂けますよう、お願い申し上げます  
なお、閲読性を鑑み、書中掲載されている取引先様や  
機関名、会社名など敬称を略させて頂いております  
たいへんな失礼をお許してください

