

# 2005年度 中間決算説明資料

## (2006年3月期)

2005年11月11日

株式会社Eストアー



本説明会での内容および本資料については、現在入手可能な情報から作成しておりますが、事業環境が大きく変動することも考えられます。

投資のご判断の際には、本資料に併せて、有価証券報告書などの法定開示書類をご参考にして下さいますようお願い申し上げます。

なお、閲読性を考慮し、中掲載されている取引先様の機関名、会社名など敬称を省略させて頂いております。

# 会社概要

## 目的

日本中をウェブショップにしたい！

小少個の時代、混沌の21世紀社会で  
中小企業からの日本国経済発展を

## 方法

スモールな時代、スモールECを普及、中小零細 & 個人企業の本格参入を支援

## サービス

サイトサーブ  
ドメイン、WEB付  
ショッピングカート

ストアツール  
ドメインなし  
ショッピングカート

+

### 決済機能

- ・カード
- ・コンビニ
- ・電子マネー

### 顧客支援事業

- ・セミナー事業
- ・集客宣伝事業

**NEW**

## 当期戦略

商品面：

販売面：

設立年月日	1999年2月17日	(2005年9月末現在)
資本金	5億2,332万円	
発行済株式総数	51,636株	
本社	東京都港区西新橋一丁目10番2号	
代表者	石村 賢一	
従業員	86名 (社員54名、契約派遣社員32名)	
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)

## ◆商品戦略

- セミナー強化  
初心者の取込、見込客の醸成、開店導入から成功までの指南
- ファーストステップの低ハードル化  
ウェブログなど簡単開店、SEO機能など簡単集客
- 顧客ウェブショップの成功強化  
本店機能の強化、製品自体の基本強化  
支店展開の強化、提携、構築、集客力増強  
集客機能強化、SEO、アフィリエイトなどに対応

## ◆販売戦略

- 直販の手法追加
- 代理店の増強
- OEMの開拓

# 中間決算説明

---

# 2005年度中間期の活動と成果 <概要>

## 商品戦略に伴う利益の減少と、販売戦略に伴う過去最高の売上高

### ●売上利益（前年同期比較）

・売上高	1,123百万円	（34.1%増）
・経常利益	91百万円	（10.8%減）
・中間純利益	51百万円	（31.5%減）

### <売上増加要因>

- ⇒ 新規契約数の堅調な伸び  
マーケットの拡大
  - ⇒ OEM件数の増加  
受託案件の増加
- ⇒ 対前年同期比 189百万円増  
(25.7%増)
- ⇒ 対前年同期比 96百万円増  
(96.5%増)

### <利益減少要因>

- ⇒ 事業拡大に備えた人員増強・本社移転
- ⇒ コストの先行投下
- 2005年9月末(社員54名 契約派遣社員32名)
- ※2004年9月末(社員40名 契約派遣社員28名)

## 顧客ショップへの集客宣伝支援を開始

### ・セミナー強化

⇒ 週2～3講座開設、首都圏以外でも出張講座開設

### ・ファーストステップの低ハードル化

⇒ 顧客ウェブショップの「開設」を容易にする

「ウェブショップ専用ブログ」機能をサイトサーブに標準装備(05年9月)

### ・顧客ウェブショップの成功強化

⇒ 9つ目の大型支店として商品検索

「ショッピングサーチ・アラジン」を追加(05年7月)

⇒ 顧客ウェブショップによる独自運営可能となるアフィリエイトシステム

「MYアフィリエイト」を提供開始(05年7月)

⇒ 顧客ウェブショップの「更新頻度の高さ」を容易にする

「ウェブショップ専用ブログ」機能をサイトサーブに標準装備(05年9月)

## 直販の手法を強化、見込客の開拓

### ・直販経路の強化

- ⇒ **直販新規2,360件獲得**(2005年4月～2005年9月累計) >> 順調に推移  
※(2004年4月～2004年9月累計) 1,488件
- ⇒ より効果の高い広告宣伝 >> 雑誌等から**ネット広告へのシフト**  
※**アフィリエイト広告による獲得の立上げ～醸成**  
※**検索連動型広告の割合増加～精度向上**
- ⇒ PR戦略の本格展開 >> **Eストアー調査データ**の積極的な配信

### ・新しい販売チャネルとしての小型代理店展開

- ⇒ ホームページ制作会社のビジネスパートナー化を本格化(04年10月)  
**1,137の法人個人と代理店契約**(2005年9月末現在)  
※2005年3月末時点では、617の法人個人と代理店契約
- ⇒ ビジネスパートナーをモチベートする仕組み構築

### ・OEMの開拓

- ⇒ **株式会社ネコ・パブリッシング**が主催する趣味の総合ポータルサイト「**ホビダス**」への**ショッピングモールシステム**の提供(05年6月)

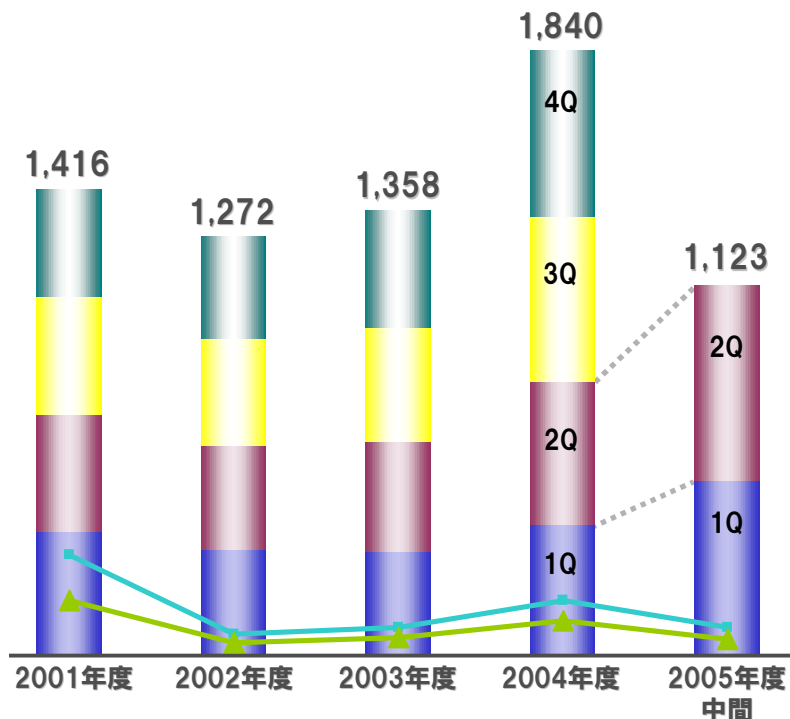
# 決算説明(P/L, B/S, C/Fと、その背景)

---



# 2005年度 中間決算 P/L ハイライト

## 売上高・経常利益・ 中間(当期)純利益の推移



売上高 前年同期比(4月~9月) **34.1%増**  
(前下期比(10月~3月) 12.0%増)

経常利益 前年同期比(4月~9月) **10.8%減**  
(前下期比(10月~3月) 34.0%増)

- ・売上高 — 過去最高(1,123百万)  
サービス売上 926百万(前年同期比 25.7%増)  
受託売上 196百万(前年同期比 96.5%増)

- ・経常利益 — 新規契約獲得のための代理店手数料、販売促進費、広告宣伝費等が増加  
— 組織体制の強化による人件費が増加

- ・特別利益 — 株式売却 17百万
- ・特別損失 — 移転費用 29百万

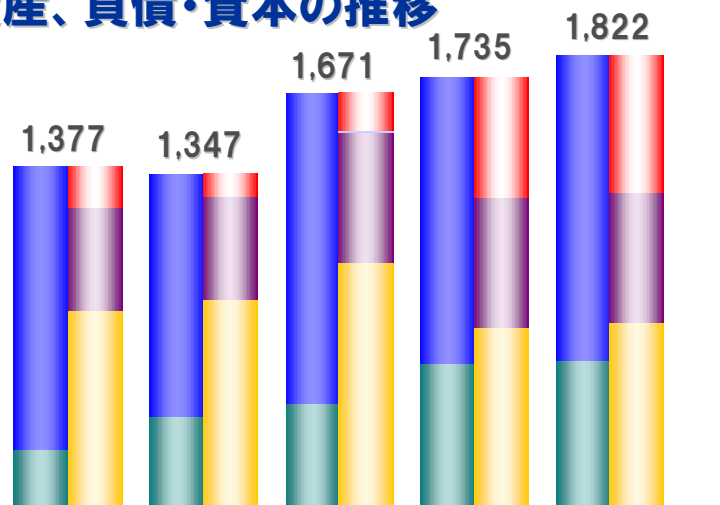
単位: 百万円、百分率

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
売上高	1,416	1,272	1,358	1,840
経常利益	306	67	88	170
中間(当期)純利益	172	42	57	109

2004年度 中間(4月~9月)	2004年度 下期(10月~3月)	2005年度 中間(4月~9月)	前年同期比
837	1,002	1,123	134.1%
102	67	91	89.2%
75	34	51	68.5%

# 2005年度 中間決算 B/S ハイライト

## 資産、負債・資本の推移



2001年度 2002年度 2003年度 2004年度 2005年度中間

## 引き続き財務内容安定

・着実なる利益の積み上げ 中間純利益 51百万

・2004年末比

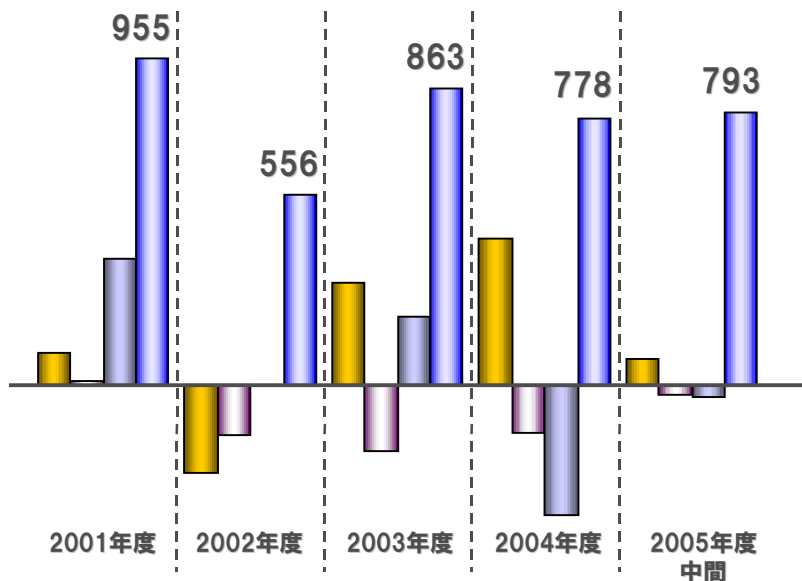
**総資産** 87百万増  
**有形固定資産** 36百万増(サーバー購入等)  
**投資等の資産** 38百万減(投資有価証券売却等)  
**預り金** 47百万増(顧客決済金額の増加に伴う)  
**前受金** 61百万増(新料金体系「年払」コース新設)  
**未払法人税等** 41百万減

単位: 百万円

		2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度中間	前期末比(増減)
資産の部	流動資産	1,152	989	1,253	1,155	1,235	80
	固定資産	225	357	418	580	586	6
	資産合計	1,377	1,347	1,671	1,735	1,822	87
負債の部	流動負債	169	92	156	485	553	68
	固定負債	—	0	1	—	—	—
	負債合計	169	92	158	485	553	68
資本の部	資本金	414	414	523	523	523	—
	資本準備金	430	430	539	539	539	—
	剰余金	361	404	446	536	551	14
	自己株式	—	—	—	△356	△356	—
	資本合計	1,207	1,254	1,513	1,250	1,268	18
	負債資本合計	1,377	1,347	1,671	1,735	1,822	87

# 2005年度 中間決算C/F ハイライト

## キャッシュフローの推移



## 着実なるキャッシュの積み上げ

### 営業活動CF

税引前中間純利益、減価償却費、貸倒引当金、未払金、預り金等の要因により、79百万円のプラス

### 投資活動CF

投資有価証券の売却及び償還による収入が126百万円あったものの、固定資産の購入、投資有価証券の購入、敷金の増加により、28百万円のマイナス

### 財務活動CF

配当金の支払により、35百万円のマイナス

単位: 百万円

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2004年度	2004年度	2005年度
					中間(4月~9月)	下期(10月~3月)	中間(4月~9月)
フリーキャッシュフロー※	106	△397	111	288	148	140	51
営業活動による キャッシュフロー	94	△254	299	428	175	252	79
投資活動による キャッシュフロー	11	△143	△188	△139	△27	△111	△28
財務活動による キャッシュフロー	372	-	202	△375	△18	△356	△35
年度末残高	955	556	863	778	995	778	793

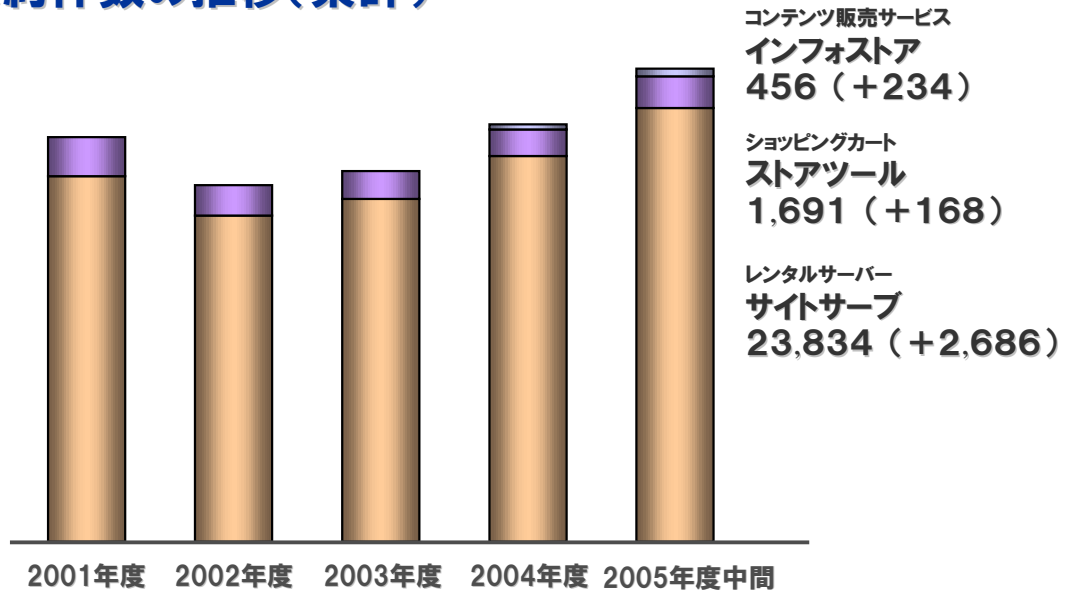
※フリーキャッシュフロー=営業活動によるキャッシュフロー + 投資活動によるキャッシュフロー

# 契約件数の推移(商品別)

## 契約件数の推移(累計)

合計 26,215 (+3,021)

総契約件数は、3,021件増加



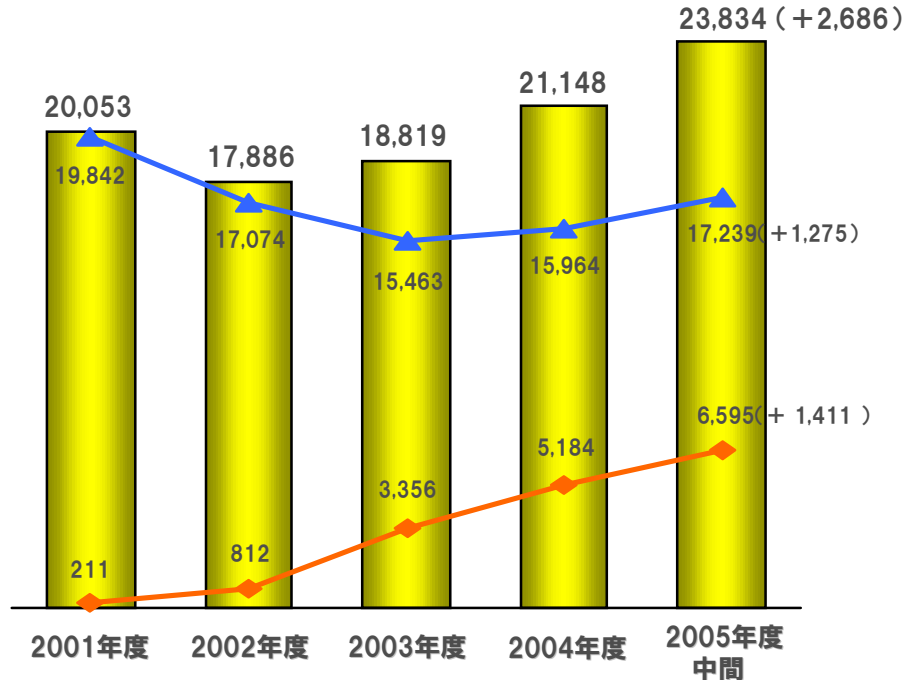
- ・サイトサーバのEC機能の強化と、ストアツールの価格変更により、両サービスを合わせて、半期で2,854件の純増
- ・コンテンツ販売サービス「インフォストア」の順調な販売により、半期で234件の純増

単位:件

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度 中間
レンタルサーバー	20,053	17,886	18,819	21,148	23,834
ショッピングカート	2,187	1,703	1,545	1,523	1,691
コンテンツ販売サービス	—	—	—	222	456
その他 ※インフォポケット等	1,087	761	458	301	234
合計	23,327	20,350	20,822	23,194	26,215

# 契約件数の推移(販路別 レンタルサーバー サイトサブ)

## 契約件数の推移(レンタルサーバー サイトサブ累計)



累計契約件数は、6ヶ月で 12.7%増加

直販による獲得は、6ヶ月で 27.2%増加

・販売代理店による獲得件数は、既存大型代理店の販売増加と、新たな販売チャネルとしてのHP制作会社(小型代理店)からの契約件数増加により7.9%増加

・直販による累計直販契約件数は  
6ヶ月で 27.2%成長

・その結果、累計契約件数は  
2,686件(12.7%)増加

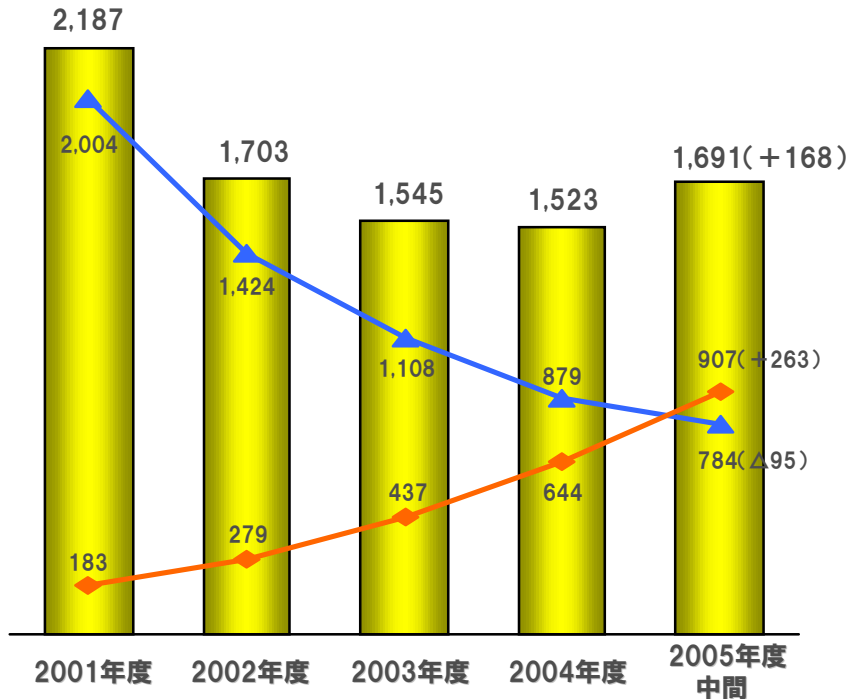
**1,411件増 + 1,275件増 = 2,686件増**

単位: 件、百分率

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度 中間	前期末比
直販	211	812	3,356	5,184	6,595	127.2%
販売代理店	19,842	17,074	15,463	15,964	17,239	108.0%
合計	20,053	17,886	18,819	21,148	23,834	112.7%

# 契約件数の推移(販路別 ショッピングカート ストアツール)

## 契約件数の推移(ショッピングカート ストアツール累計)



累計契約件数は、6ヶ月で 11.0%増加

直販獲得は、6ヶ月で 40.8%増加

- ・代理店件数は解約による減少が続いているが、直販による累計契約件数は6ヶ月で 263件増加し、累計契約件数で販売代理店を上回る

高収益の直販が伸長

単位: 件、百分率

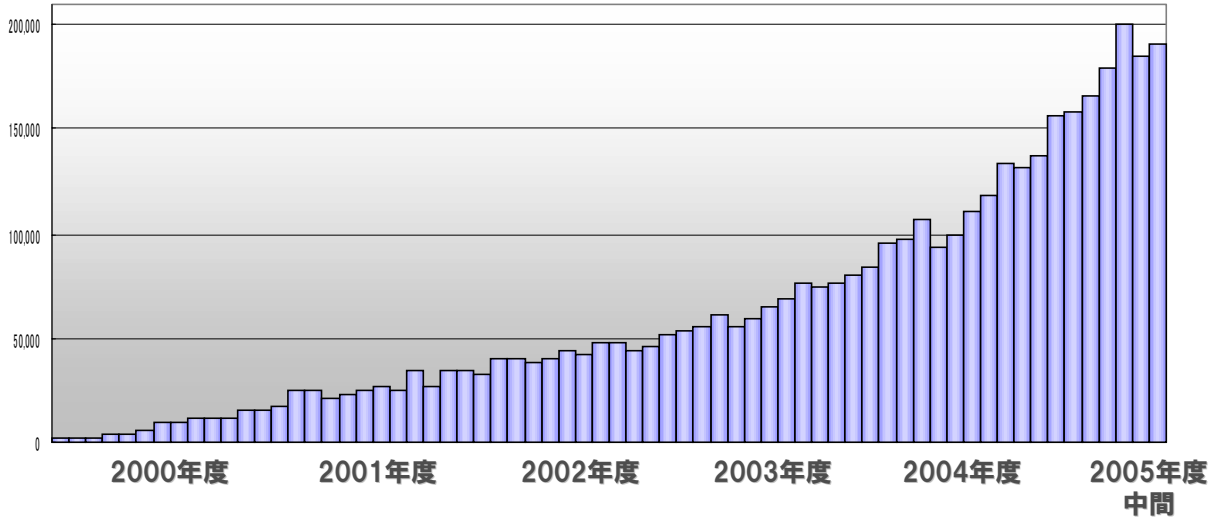
	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度 中間	前期末比
直販	183	279	437	644	907	140.8%
販売代理店	2,004	1,424	1,108	879	784	89.1%
合計	2,187	1,703	1,545	1,523	1,691	111.0%

# 今後の方針(背景)

---

# 当社顧客のEC実績が続伸

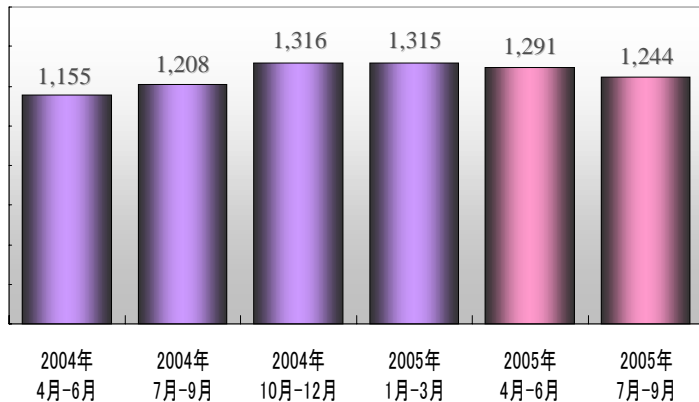
## EC事業における販売件数(件)



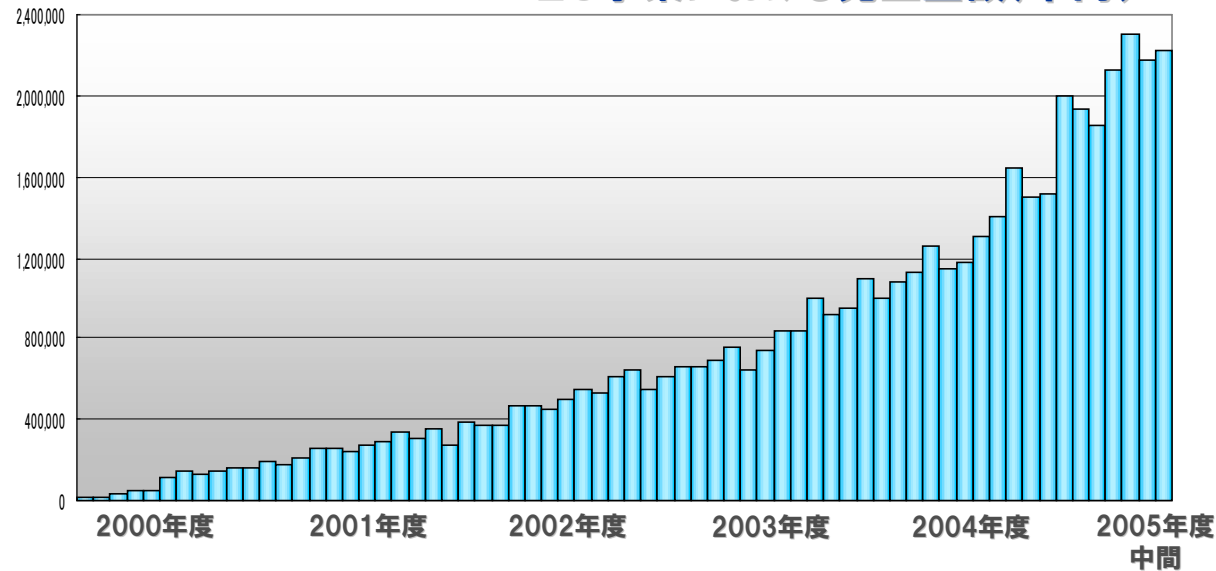
## EC市場が引続き成長中

- ・創業以来、顧客のEC実績は続伸中
- ・前年同期比の取引数は1.88倍に伸長
- ・前年同期比の取引額は1.86倍に伸長

## 当社カート稼動顧客店舗あたりの販売額推移(千円)



## EC事業における売上金額(千円)





# 支店展開（2005年9月末現在）



ショッピングサーチ・アラジン(www.shopping-search.jp/)



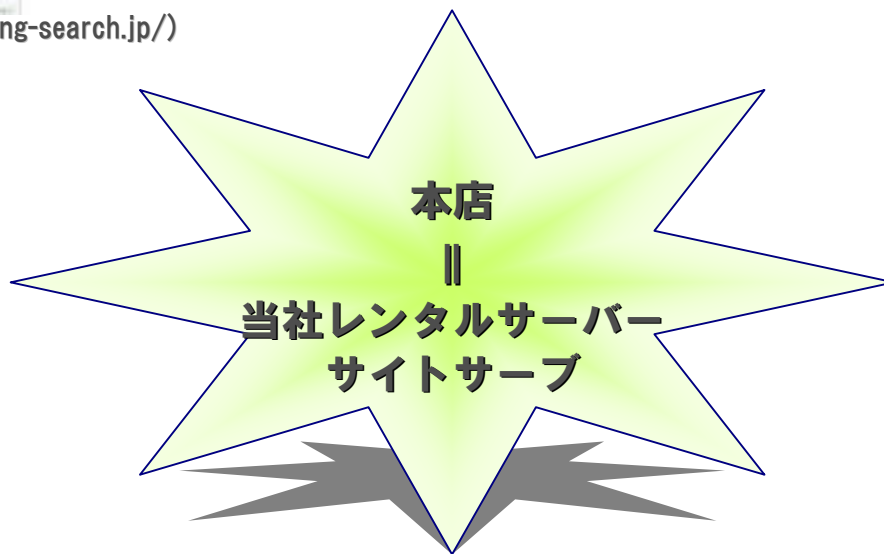
Seesaa SHOPPING(shop.seesaa.jp/)



楽.jp(rakumaru.jp/)



健康万歳！(www.kenkoubanzai.jp/)



食.jp(tabemaru.jp/)



0141万歳！(www.0141banzai.jp/)



美.jp(bimaru.jp/)



住.jp(sumimaru.jp/)



着.jp(kirumaru.jp/)

# 今後の課題と方針(計画)

---

## ◆商品戦略

- 教育 >> ウェブショップの開店、成功迄の徹底サポート
- 集客 >> 支店展開の強化、提携、参加させる仕組み作り
- システム >> 顧客ニーズの反映(より簡単に、より高性能に)

## ◆販売戦略

- 直販 >> クロージングツールの強化(電話、資料、セミナー)
- 代理店 >> ホームページ制作会社の提携数増加施策
- OEM >> 引き続き開拓

## ◆中期戦略＝提携戦略

- 顧客数、トラフィック数を活用した新規事業の機動的展開
- 顧客売上高向上と比例する収益構造設計。ならびに顧客単価向上施策

————— **そのための組織体制の強化** —————

# 参考資料(株式会社Eストアー調査データ)

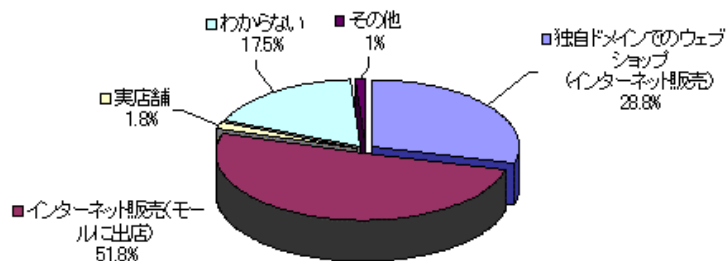
---



# ウェブショップ開設の動機

1. 自分でモノを売るなら、インターネット販売(モール出展、独自ドメインのウェブショップ開設)
2. インターネット販売の魅力は、①在宅 ②低コスト ③商圈の拡大(全国展開)
3. ウェブショップ構築の理由は、新たな収入や収益の獲得

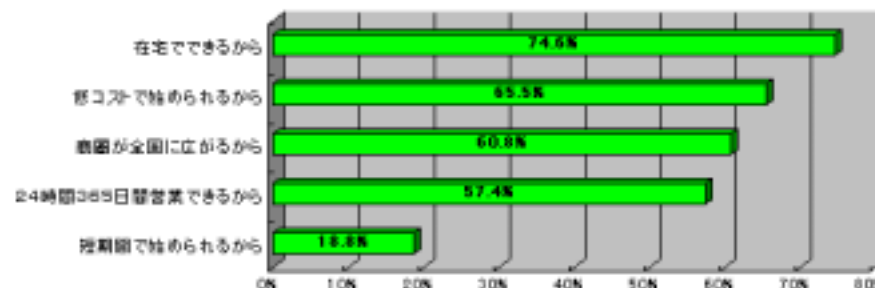
## ■販売チャンネルの選択



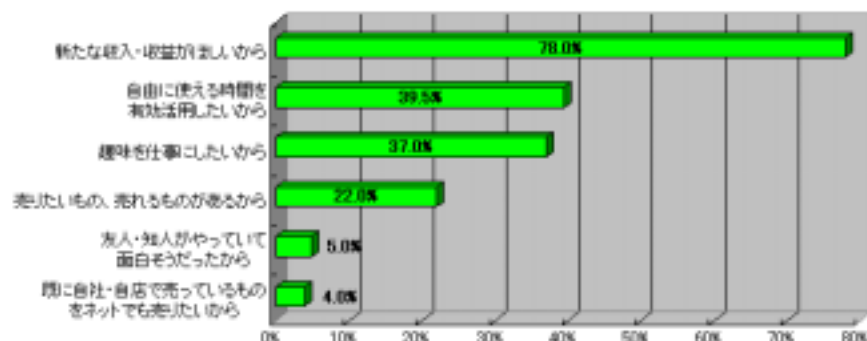
■独自ドメインでのウェブショップ ■インターネット販売(モールに出店) □実店舗 □わからない ■その他 (インターネット販売)

出所:株式会社Eストアー調査データ(報道資料2005年7月20日)  
 <調査テーマ> 「ウェブショップ開設にあたって想定される課題・障壁」  
 <調査期間> 調査期間:2005年6月30日~2005年7月3日  
 <調査方法> インターネット調査  
 <調査対象者> 全国20歳~59歳の400名(男性257名 女性143名)

## ■「インターネット販売」選択の理由



## ■ウェブショップ構築の理由

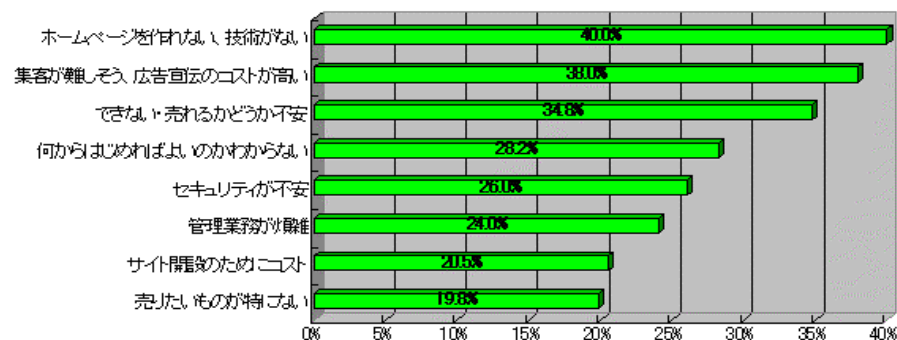


# ウェブショップ開設のハードル

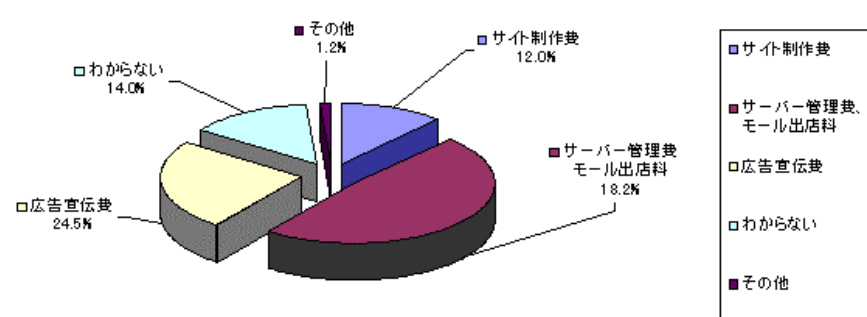
ウェブショップを始められない、もしくは断念している理由は、

**①ホームページ制作 ②集客の難しさ ③広告宣伝の高コスト**

## ■ウェブショップ構築の未開始と断念の理由



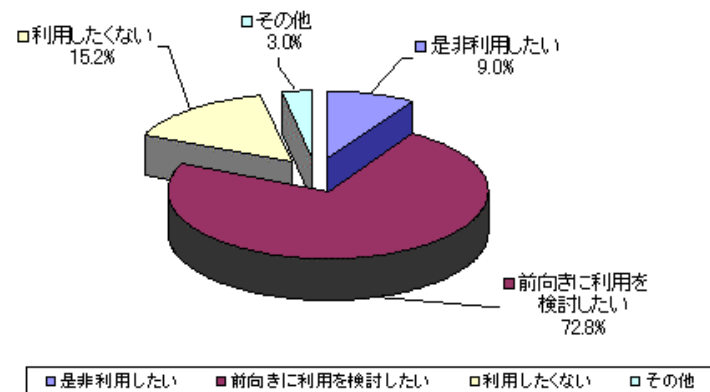
## ■ウェブショップ運営で最も高くかかるコスト



低価格で簡単なウェブショップは、

**約8割の人が前向きに利用を検討**

## ■低コストで簡単に作れるウェブショップがあれば



出所：株式会社Eストアー調査データ(報道資料2005年7月20日)  
 <調査テーマ> 「ウェブショップ開設にあたって想定される課題・障壁」  
 <調査期間> 調査期間:2005年6月30日~2005年7月3日  
 <調査方法> インターネット調査  
 <調査対象者> 全国20歳~59歳の400名(男性257名 女性143名)

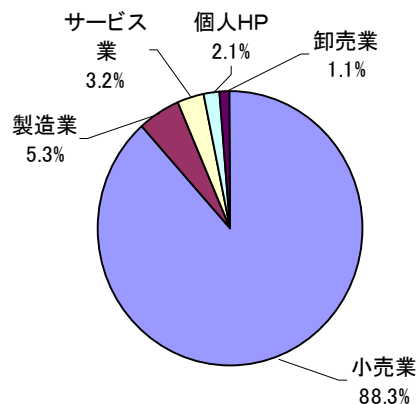
# ウェブショップの利用実態

## ウェブショップ成功のキーワードは「逸品モノ」「女性向け」

- ・独自性のある商品で、大型ECサイトとの棲み分けを図る
- ・購買力のある女性層をターゲットにしたショップ作り

### ■ウェブショップに多い業種

売上高上位100社の業種



全体の割合

順位	業種の詳細	割合
1位	インテリア、雑貨	13.4%
2位	ファッション	9.8%
3位	フード	8.8%
4位	美容、コスメ、香水	6.3%
5位	健康	6.1%

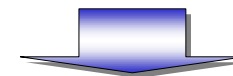
売上高上位100社

順位	業種の詳細	割合
1位	ファッション	20.7%
2位	インテリア、雑貨	10.9%
2位	美容、コスメ、香水	10.9%
3位	おもちゃ、ホビー、ゲーム	8.7%
4位	スポーツ	6.5%

### ■成功ウェブショップでの主な取扱い商品

売上高上位100社

順位	業種の詳細	割合
1位	婦人服	9.1%
1位	ホビー	9.1%
2位	美容、コスメ	8.0%
3位	紳士服	6.8%
4位	カー用品、生活雑貨など	5.7%



海外直輸入シャツやカジュアルウェア、希少性のあるスニーカー、オリジナルデザインのドレス、ダーツ用品といった専門性のある“逸品モノ”を扱うショップが上位にランク

### ■ウェブショップ1店舗あたりの月間売上高・受注数と1受注あたりの売上単価の平均値

売上高全体

	2005年4月売上高	受注数	売上単価
平均	¥115,000/月	9	¥12,100

売上高上位100社

	2005年4月売上高	受注数	売上単価
平均	¥4,136,098/月	324	¥12,745

※最も売上の高いショップは、

**月商45,701,788円**

出所：株式会社Eストアー調査データ(報道資料2005年8月25日)

<調査テーマ> 「ウェブショップサービス利用実態および成功ショップの分析」

<調査期間> 調査期間：2005年6月1日～2005年6月30日

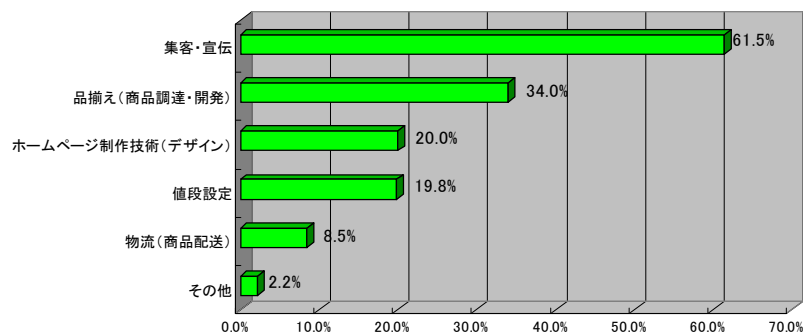
<調査対象者> Eストアーのサービスでウェブショップを開業している5,000社

# ウェブショップ運営のハードルと解決策

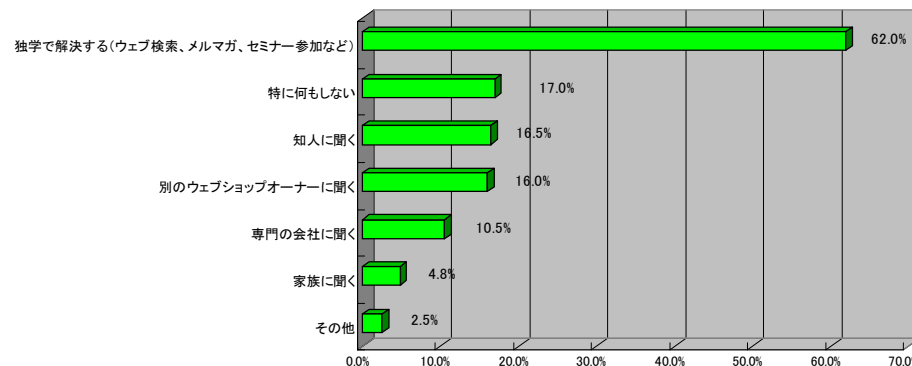
## ウェブショップの成功には、適切なサポートの提供が重要

- ・ウェブショップを独学で開設・運営するには限界がある ⇒ **64.3%**
- ・「売れる店」になるようにサポートしてくれるサービスを利用したい ⇒ **83.3%**

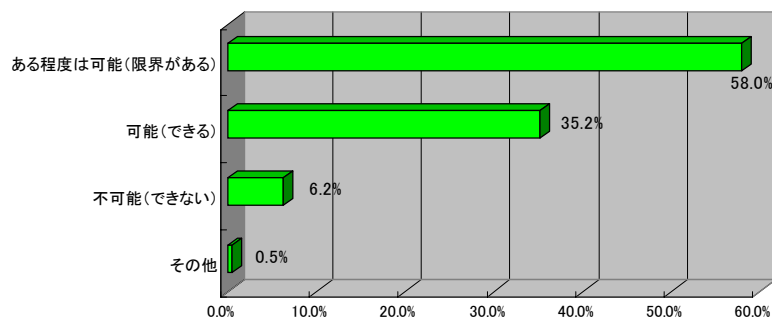
### ■ウェブショップの売上アップで最も苦勞する点



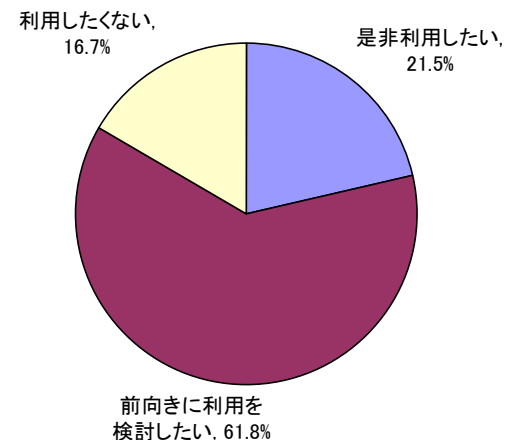
### ■課題解決のための具体的な対処方法



### ■独学でウェブショップを成功させるのは可能か



### ■「売れる店」になるサービスがあれば利用したいか



出所:株式会社Eストアー調査データ(報道資料2005年11月9日)  
 <調査テーマ> 「ウェブショップ開設にあたって想定される課題・障壁」  
 <調査期間> 調査期間:2005年11月4日~2005年11月6日  
 <調査方法> インターネット調査  
 <調査対象者> 全国20歳~59歳の400名(男性235名 女性165名)