

2006年度 第9期 中間決算説明資料

(2007年3月期)

2006年11月14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、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。

2006年度（2007年3月期）
第9期 中間決算説明資料

- 1** 会社と事業の紹介
- 2 中間決算概要と活動結果
- 3 中間決算ハイライト
- 4 業績背景
- 5 下期施策

会社の概要

日本中をウェブショップだらけにして小多の日本経済を創造したい！

設立年月日 1999年2月17日

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1-10-2

従業員 133名（前年同期比47名増） うち社員79名、契約派遣社員54名

代表者 石村 賢一

株式市場 大阪証券取引所ヘラクレス市場 2001年9月19日上場

ウェブショップ総合支援業

店舗、陳列、集客、宣伝、販売、代金回収（インフラ、ツール、コンサル、通信教育）

38,862顧客（店舗利用 26,901社 + サーバー利用 10,866社 + その他 1,095社）

事業概要と商品



siteserve
サイトサーブ

1999年9月 サービス開始
商品流通総額 1,501百万円/月
(2006年9月単月)



ショップサーブ

2006年1月 サービス開始
商品流通総額 490百万円/月
(2006年9月単月)



storetool
ストアツール

1999年7月 サービス開始
商品流通総額 738百万円/月
(2006年9月単月)

提供サービス内容	サイトサーブ (2000モデル)	サイトサーブ (2003モデル)	ショップサーブ	ストアツール	その他
店舗(サーバー・ホームページ・セキュリティ・・・)	○	○	○		インフォストア (情報販売サービス) 各サービス OEM販売 他
内外装・陳列(CMS⇒ページ制作システム・・・)			○		
集客・宣伝(ショッピングフィード・SEO・メルマガ・アフィリエイト・支店・広告)		○(注)	○		
ショッピングカート(受注システム・受注管理・商品管理・顧客管理)		○	○	○	
決済・回収(クレジットカード/コンビニ/電子決済)		○	○	○	
学習(開店アシスト・成功教育・ECアドバイザー・セミナー)			○		
契約ユーザー数 ※ ()内は取次販売分	5,298件 (5,221件)	17,463件 (10,467件)	2,177件 (278件)	1,673件 (656件)	12,251件 (148件)
月額基本料金	2,980円～		9,800円～	2,980円～	—
2006年度中間期サービス別売上	150,081千円	622,143千円	124,789千円	128,377千円	—

総ユーザー数
38,862件

販売パートナー
1,852社

売上高 = 月額利用料 + オプションサービス利用料 + 集客・学習等 + 決済代行サービス手数料など

2006年度（2007年3月期）
第9期 中間決算説明資料

- 1 会社と事業の紹介
- 2 中間決算概要と活動結果**
- 3 中間決算ハイライト
- 4 業績背景
- 5 下期施策

2006年度中間期の業績

売上高 約20ポイント 増収(過去最高額)、経常利益 約45ポイント 増益

●売上利益（前年同期比較）

・売上高	1,339百万円	(119.3%)		
・営業利益	119百万円	(140.6%)	営業利益率	8.9%
・経常利益	132百万円	(145.7%)	経常利益率	9.9%
・中間純利益	47百万円	(92.1%)	純利益率	3.6%

●売上要因

- ・マーケットの拡大
- ・ショップサーブの堅調な販売
- ・累計契約件数からの利用料
- ・OEM件数の増加

●利益要因

- ・契約伸長による利益額増加
- ・広告宣伝費、人件費増加
- ・予定していたコスト投下の遅れ
- ・投資先等の再評価による減損処理等

● ショップサーブの機能を向上

- ・ 『一括！Eストアコンポーネント』を(株)サイオと共同開発、資本参画(4月)
- ・ ショップサーブに『携帯カート』を追加、標準提供化(10月)

● ウェブショップへの集客機能強化 ▶ 商流発生 of 仕組を開発

- ・ 当社顧客の販売商品を宣伝するフリーペーパー『フィード』創刊(10月)
- ・ RSS配信型集客エンジン『ショッピングフィード』スタート(11月)

● 旧商品の安定化、トラフィック増大対応 ▶ 高トラフィック時代対応

- ・ サーバー等、器具及び備品の設備投資額71百万円(2006年度中間期)

● 関連ビジネスの他社連携 ▶ ECマーチャント支援を強化

- ・ ショップサーブの支店出品サービスに『価格.COM』を追加(5月)
- ・ 株式会社ECホールディングスと共同で、ネットショップ運営代行サービス『ECおまかせ』をスタート、資本提携(7月)



ECおまかせ.COM 担当者不在の社長さんへ、貴社のEC部門をまるごと代行!

ネットショップ事業の丸ごとおまかせサービス 月額費用: 29万円~ 初期費用: 290万円

ECおまかせ .COM

サービス提供: 株式会社ECホールディングス

● 販路の拡大

- ・ ネットショップ開設講座『ショップサーブ店長塾』をパソコン教室へ提供開始(10月)

● 旧商品顧客への新商品誘導 ▶ ショップ利用の拡大と顧客満足度向上

- ・ サイトサーブ利用者へショップサーブ無料利用キャンペーンの実施(10月)
- ・ フィードによる商流の提供

● 集客関連商品の販売 ▶ 顧客の収益拡大をサポートと当社収益増

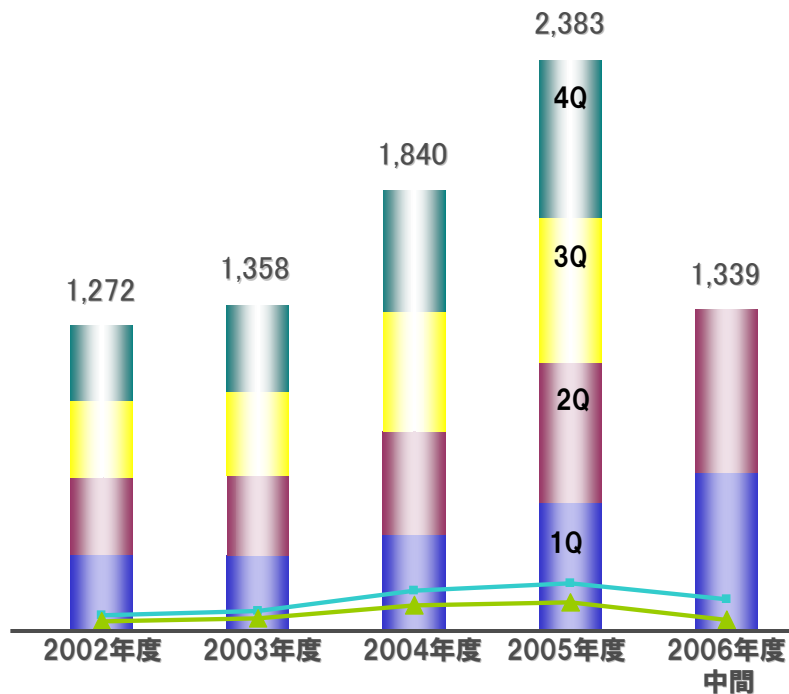
- ・ 株式会社アイレップと『キーワード広告おまかせパック』をスタート(7月)



2006年度（2007年3月期）
第9期 中間決算説明資料

- 1 会社と事業の紹介
- 2 中間決算概要と活動結果
- 3 中間決算ハイライト**
- 4 業績背景
- 5 下期施策

2006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) **19.3%増**
(前下期比(10月~3月) 6.3%増)

経常利益 前年同期比(4月~9月) **45.7%増**
(前下期比(10月~3月) 18.2%増)

・売上高 — 過去最高(1,339百万)
 サービス売上 1,161百万(前年同期比 25.4%増)
 受託売上 178百万(前年同期比 9.3%減)

・経常利益 — 組織体制の強化による人件費が増加
 — 新規契約獲得のための広告宣伝費、
 代理店手数料が増加

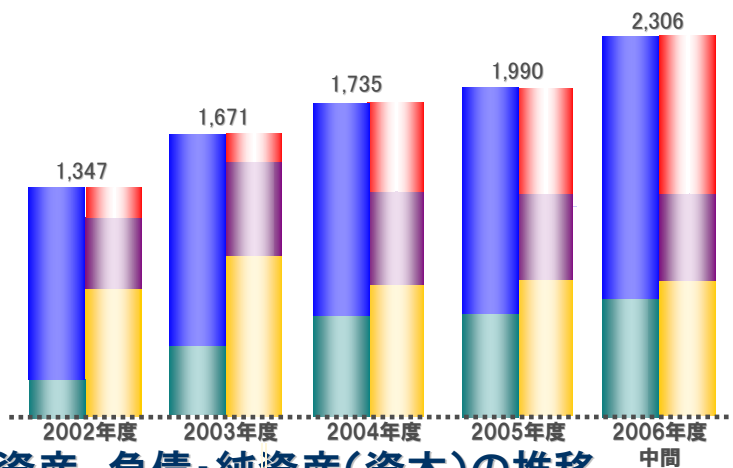
・特別損失 — 貸倒引当金繰入額 22百万円
 関係会社株式評価損 24百万円

単位: 百万円、百分率

	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
売上高	1,272	1,358	1,840	2,383
経常利益	67	88	170	203
中間(当期)純利益	42	57	109	123

2005年度 上期(4月~9月)	2005年度 下期(10月~3月)	2006年度 上間(4月~9月)	前年同期比
1,123	1,260	1,339	119.3%
91	112	132	145.7%
51	72	47	92.1%

2006年度 中間決算 B/Sハイライト



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 47百万
- ・2005年度末比
 - 総資産 315百万増
 - 有形固定資産 37百万増 (サーバー購入等)
 - 投資等の資産 63百万増 (投資有価証券購入等)
 - 預り金 270百万増
 - 未払法人税等 35百万増
 - その他資本剰余金 269百万増

資産、負債・純資産(資本)の推移

単位: 百万円

		2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度中間	前期末比(増減)
資産の部	流動資産	989	1,253	1,155	1,359	1,567	208
	固定資産	357	418	580	631	738	107
	資産合計	1,347	1,671	1,735	1,990	2,306	315
負債の部	流動負債	92	156	485	640	959	319
	固定負債	0	1	-	3	-	△3
	負債合計	92	158	485	643	959	315
純資産(資本)の部	資本金	414	523	523	523	523	-
	資本準備金	430	539	539	539	269	△269
	その他資本剰余金	-	-	-	-	269	269
	利益剰余金	404	446	536	623	631	8
	自己株式	-	-	△356	△356	△356	-
	評価・換算差額等	5	4	7	16	8	△8
	純資産(資本)合計	1,254	1,513	1,250	1,346	1,346	0
負債純資産(負債資本)合計	1,347	1,671	1,735	1,990	2,306	315	

2006年度 中間決算 C/Fハイライト

着実なキャッシュの積み増し

営業活動CF

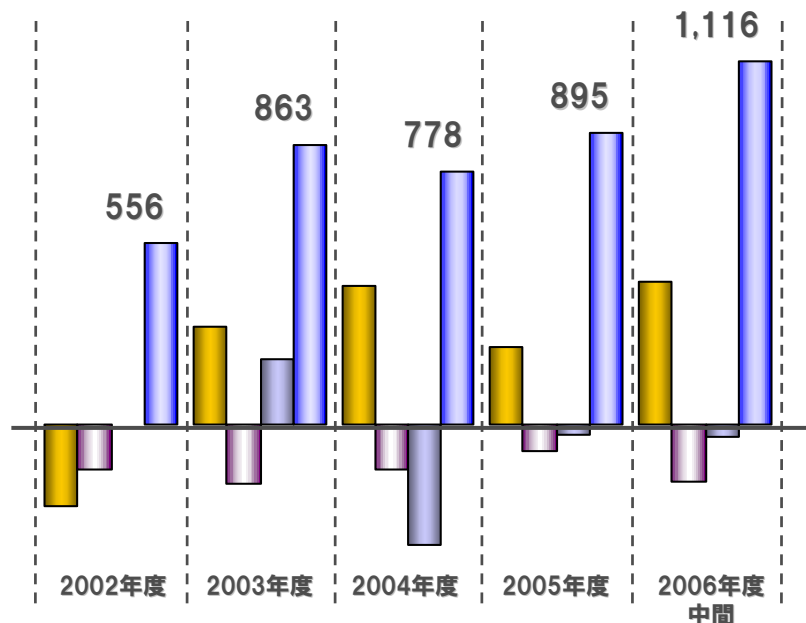
税引前中間純利益、減価償却費、関係会社株式評価損、貸倒引当金、預り金等の要因により、438百万円のプラス

投資活動CF

投資有価証券の売却による収入が44百万円あったものの、固定資産の購入、投資有価証券の取得、関係会社株式の取得により、179百万円のマイナス

財務活動CF

配当金の支払により、38百万円のマイナス



キャッシュフローの推移

単位: 百万円

	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2005年度 上期(4月~9月)	2005年度 下期(10月~3月)	2006年度 上期(4月~9月)
営業活動による キャッシュフロー	△254	299	428	239	79	160	438
投資活動による キャッシュフロー	△143	△188	△139	△86	△28	△58	△179
財務活動による キャッシュフロー	—	202	△375	△36	△35	△0	△38
年度末残高	556	863	778	895	793	895	1,116

2006年度（2007年3月期）
第9期 中間決算説明資料

- 1 会社と事業の紹介
- 2 中間決算概要と活動結果
- 3 中間決算ハイライト
- 4 業績背景**
- 5 下期施策

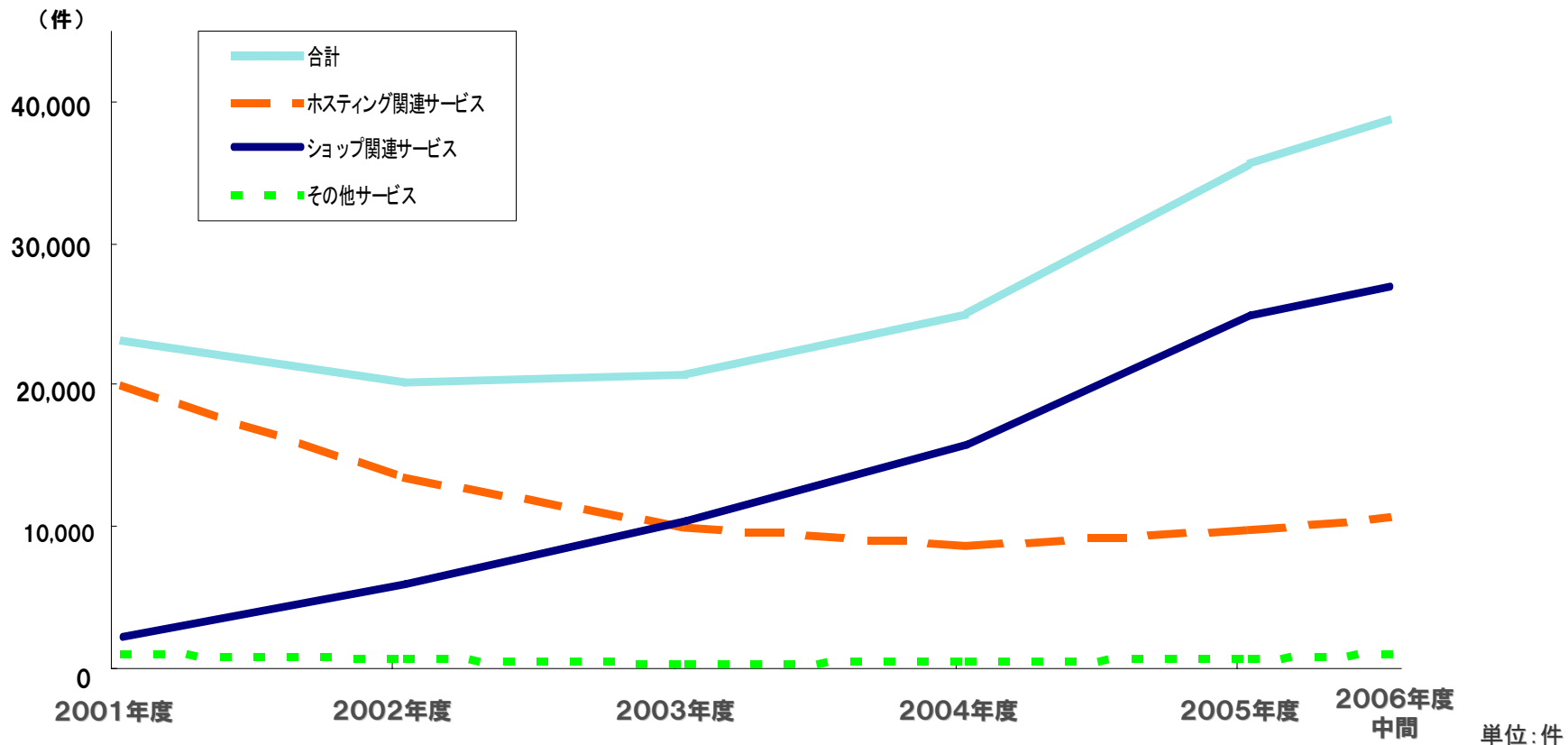
2006年度中間期 サービス別 契約件数（累計）

ショップ系サービスに、より傾注

単位：件

サービスラインアップ	直 販	取 次 販 売	O E M 卸 売	合 計
S ショップサーブ	1,899	278	0	2,177
H サイトサーブ【2000モデル】	77	5,221	5,460	10,758
S サイトサーブ【2003モデル】	6,996	10,467	5,588	23,051
S ストアツール【2000モデル】	95	462	0	557
S ストアツール【2003モデル】	922	194	0	1,116
H ドメインフォワード(ドメイン所有サービス)	92	3	0	95
O インフォポケット(携帯集客サービス)	2	132	0	134
H リモートディスク(データストレージ)	—	13	—	13
O インフォストア(情報販売サービス)	961	—	—	961
合 計	11,044	16,770	11,048	38,862
S ショップ関連サービス H ホスティング関連サービス O その他サービス		代理店1,850社、 USEN、ITテレコム	テレウェイヴ、 ネコ・パブリッシング	

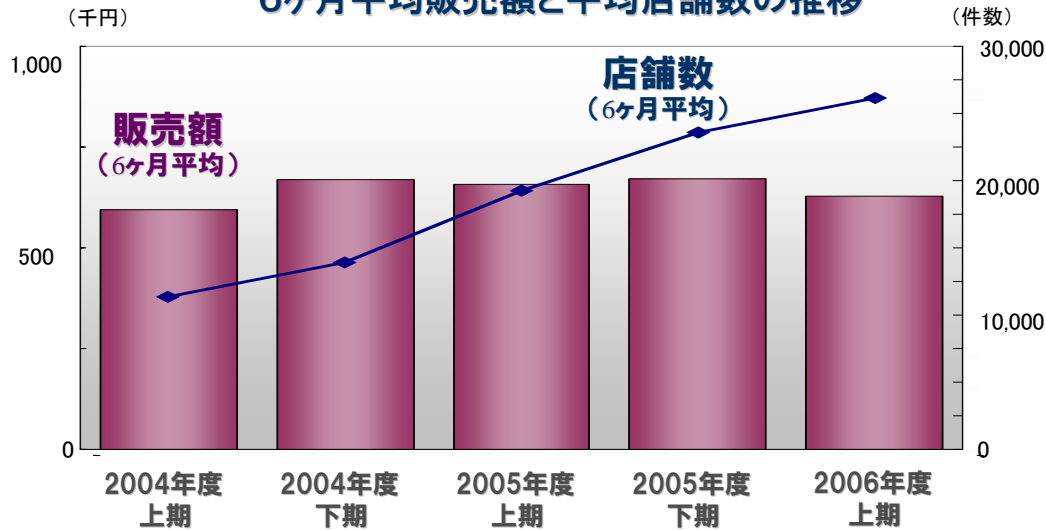
契約件数の推移(関連商品別)



	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度 中間
ホスティング関連 サービス	20,084	13,661	10,033	8,829	9,908	10,866
ショップ関連サービス	2,187	5,964	10,354	15,794	24,891	26,901
その他サービス	1,056	725	435	508	816	1,095
合 計	23,327	20,350	20,822	25,131	35,615	38,862

当社顧客の業績推移

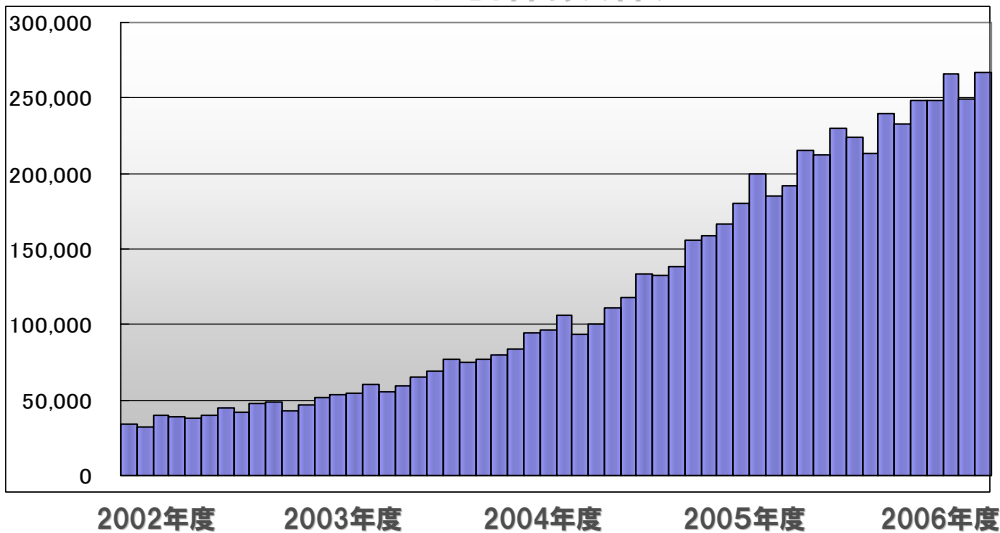
一店舗あたりの
6ヶ月平均販売額と平均店舗数の推移



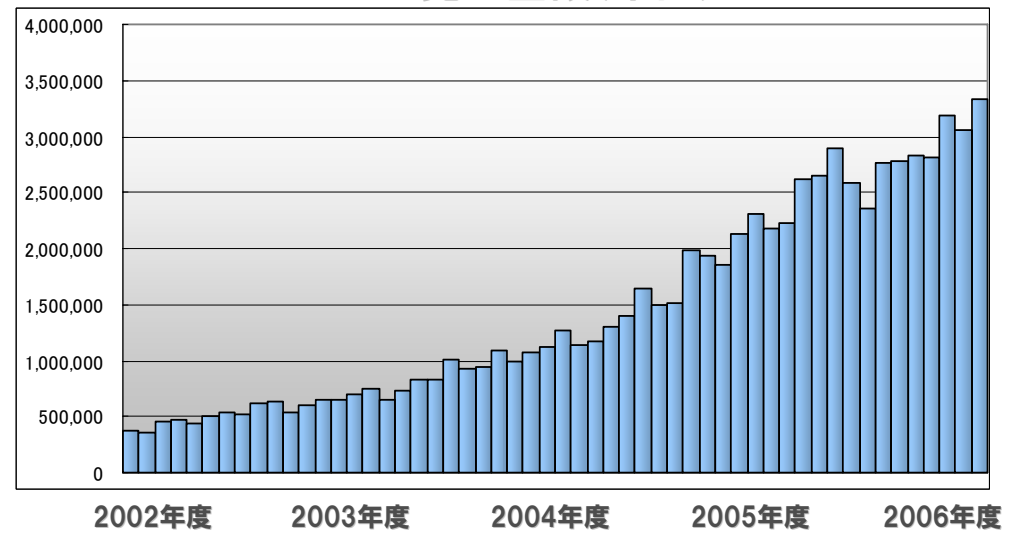
Eコマース市場が引続き成長中

- ・創業以来、顧客の商売実績が続伸中
- ・前年同期比の取引数は1.40倍
- ・前年同期比の取引額は1.43倍
- ・稼働店舗平均で上期6ヶ月の売上2,148千円
- ・上期6ヶ月の流通額17,999百万円

取引件数(件)



売上金額(千円)



2006年度（2007年3月期）
第9期 中間決算説明資料

- 1 会社と事業の紹介
- 2 中間決算概要と活動結果
- 3 中間決算ハイライト
- 4 業績背景
- 5 下期施策

これまでの沿革 と メジャーステップ

Our Generation

Reason to Do

インターネットは「小×多」の構造と定義し、モールを避けASPで創業

1999 EC-ASP ストアツール開発

(株)大阪有線放送社との販売提携で市場が大きなホスティングで収益を優先

2000 HOSTING サイトサーブ傾注

同業種との差別化と得意分野注力で、“ショップ専用ホスティング” にシフト

2003 EC HOSTING 新サイトサーブ・新ストアツール開発と傾注

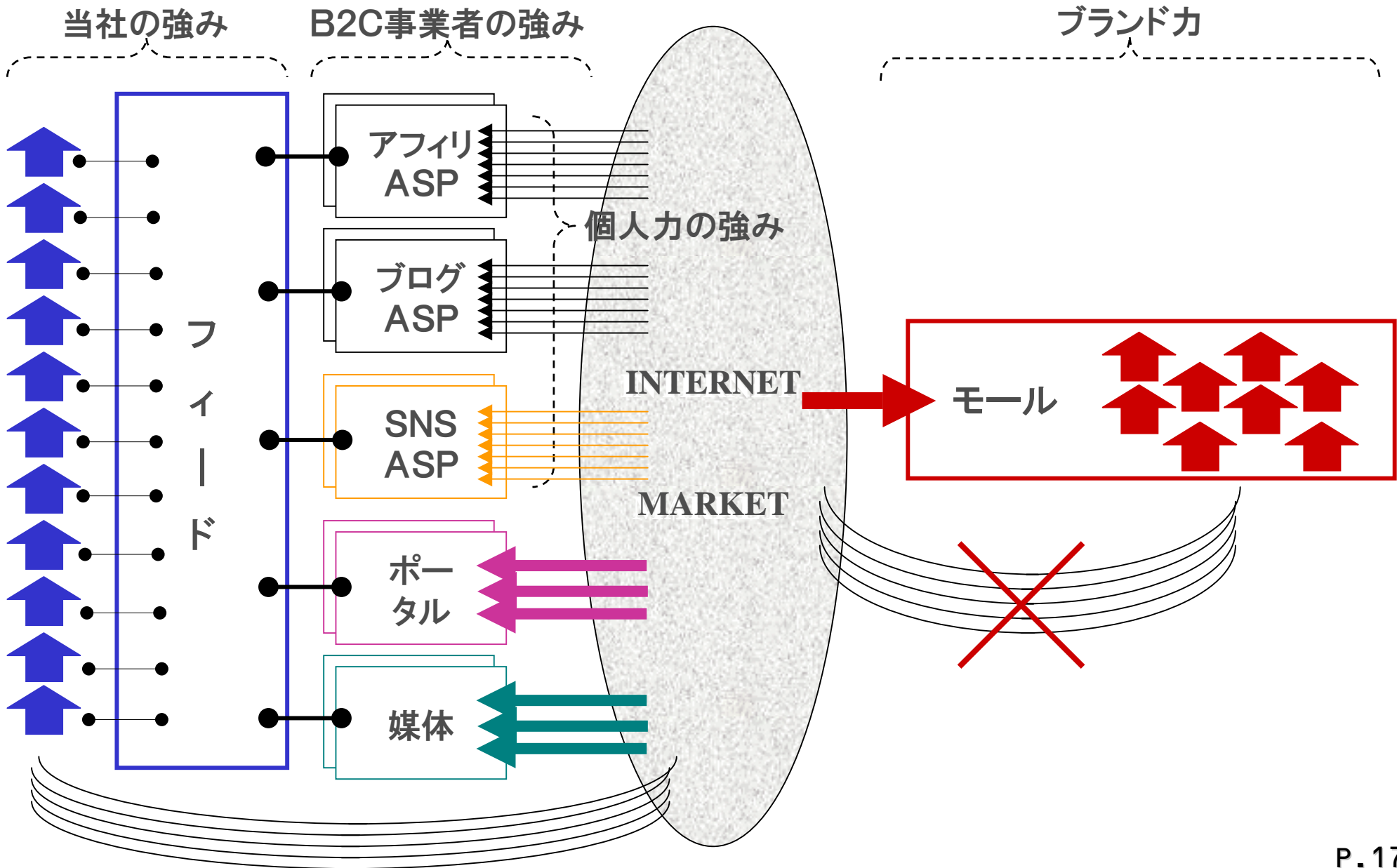
低価格競争のホスティング事業から、“ショップCMS” にシフト

2006 SHOP CMS ショップ専門サービスショップサーブ開発(05)と傾注(06～)

WEB2.0 と呼ばれる「小×多」の社会がやってきたので、「小×多」と接続開始

2006 add FEED 送客インフラを開発、ショップサーブと各社接続開始(11月)

フィードとモールの違い



商品戦略

- ▶ ウェブショップへの送客(商流)強化
- ▶ 集客関連ビジネスの媒体社との連携
- ▶ 顧客接点の強化、機会増
- ▶ ショップサーブの機能向上 (VGAを強く意識)

販売戦略

- ▶ ショップサーブのラインアップ増強
- ▶ 集客関連商品の開発と販売
- ▶ ビジネスパートナーの量獲得から、活性強化へ