

2009年1月期概要及び中期経営計画

2009年3月

ミネルヴァ・ホールディングス株式会社
MINERVA HOLDINGS

目次

- ・2009年1月期(第9期)実績報告
- ・中期経営計画 2010年-2012年

2009年1月期(第9期)実績報告

2009年1月期 概略①

・売上高は昨年対比で128.7%。

－ Eコマース事業の堅調な成長が要因となります。

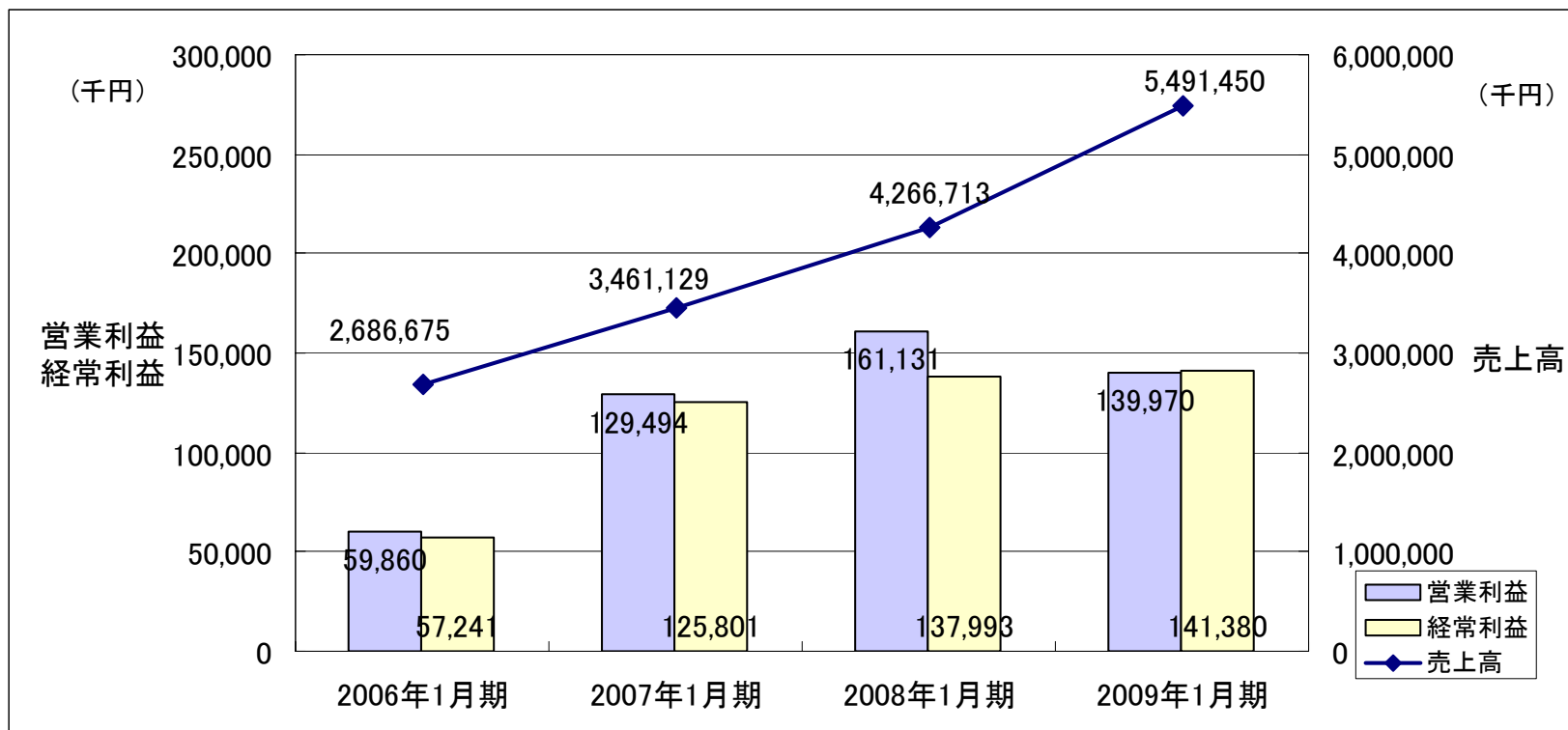
- ・ ナチュラムは、レジャー市場の成長は横ばいながらも、アウトドア、釣具市場のシェア占有策が効果的に働きました。アフィリエイト、検索エンジン広告での集客力の向上、amazon.co.jpの法人向け出店サービス「マーチャント@amazon」への参入などが売上増に大きく貢献しました。
- ・ 健康計画については、Eコマース事業の基本戦略であるロングテール戦略が結実。仕入力、価格競争力が一段と向上し昨年対比で214.3%となりました。
- ・ 新規事業として、フィギュア、プラモデル、鉄道模型などホビー商品を取り扱う新しいEコマースサイト「オタクの電腦街」を2008年9月にスタートいたしました。ホビー商品はアウトドア用品や釣具、健康商材と同様のロングテール市場であり、長期に亘るナチュラム・イーコマースの経験とノウハウが有効に働いております。

2009年1月期 概略②

▪ ECソリューション事業の再編。

- 代理店経由の販売体制から直販体制に切り替えを行い、利益率が大幅に改善されました。
- 営業の強化策として、東京ならびに関東方面からのニーズが圧倒的に高いため、昨年9月より関東における営業拠点の開設準備を行い、本年2月より営業担当を常駐させております。
- ストア構築システム「ジェネシスEC」を中心としたソリューション事業体制から、物流、オペレーション業務などEコマースに関するあらゆるソリューションを提供する「ジェネシスECセンター」に移行。サービスをスタートいたしました。

過去4期の売上高、利益額推移



ミネルヴァ グループ(連結)	2008年 1月期	2009年 1月期実績	昨年対比
売上高	4,266,713	5,491,450	128.7%
営業利益	161,131	139,970	86.8%
経常利益	137,993	141,380	102.4%

※単位(千円)

事業セグメント別

- 健康関連商品の増収が顕著。

品目別		2008年1月期	2009年1月期実績	昨年対比
Eコマース事業	釣具・アウトドア商品	3,745,795	4,562,169	121.7%
	健康関連商品	295,160	632,640	214.3%
	ホビー関連商品	-	38,848	-
	合計	4,040,956	5,233,659	129.5%
ECソリューション事業		225,757	257,790	114.1%
合計		4,266,713	5,491,450	128.7%

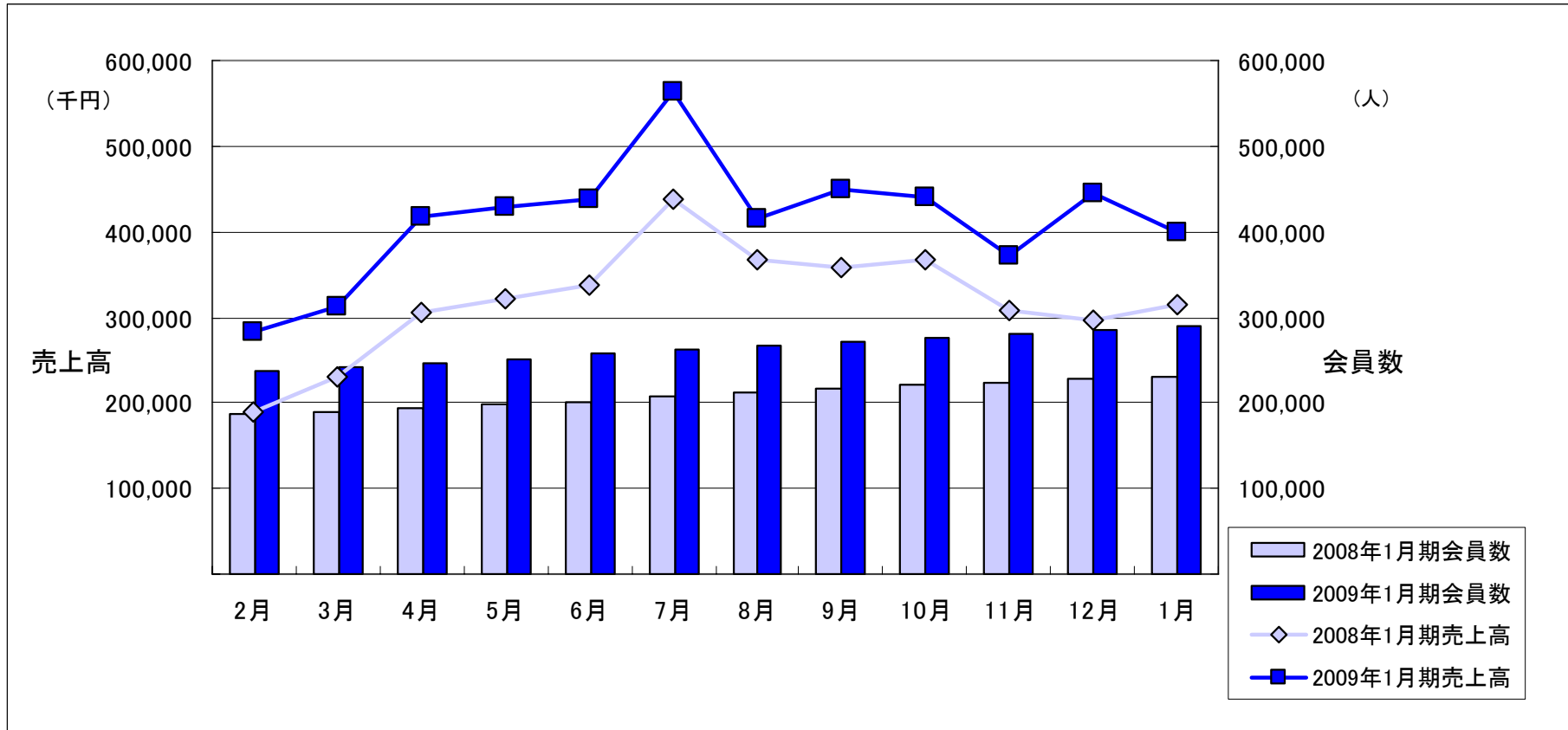
※エコロジー関連商品の売上高は釣具・アウトドア関連商品の売上高に含まれております。

※2009年1月期実績は外部顧客に対する売上高であります。

※単位 (千円)

ECコマース事業：売上高、会員数月次推移

●昨年対比 売上高129.5%、会員数126.3%。



中期経営計画 2010年-2012年

中期定量目標、事業方針

●中期定量目標

- グループ連結売上高 100億円
- グループ連結営業利益 5億円

●中期事業方針

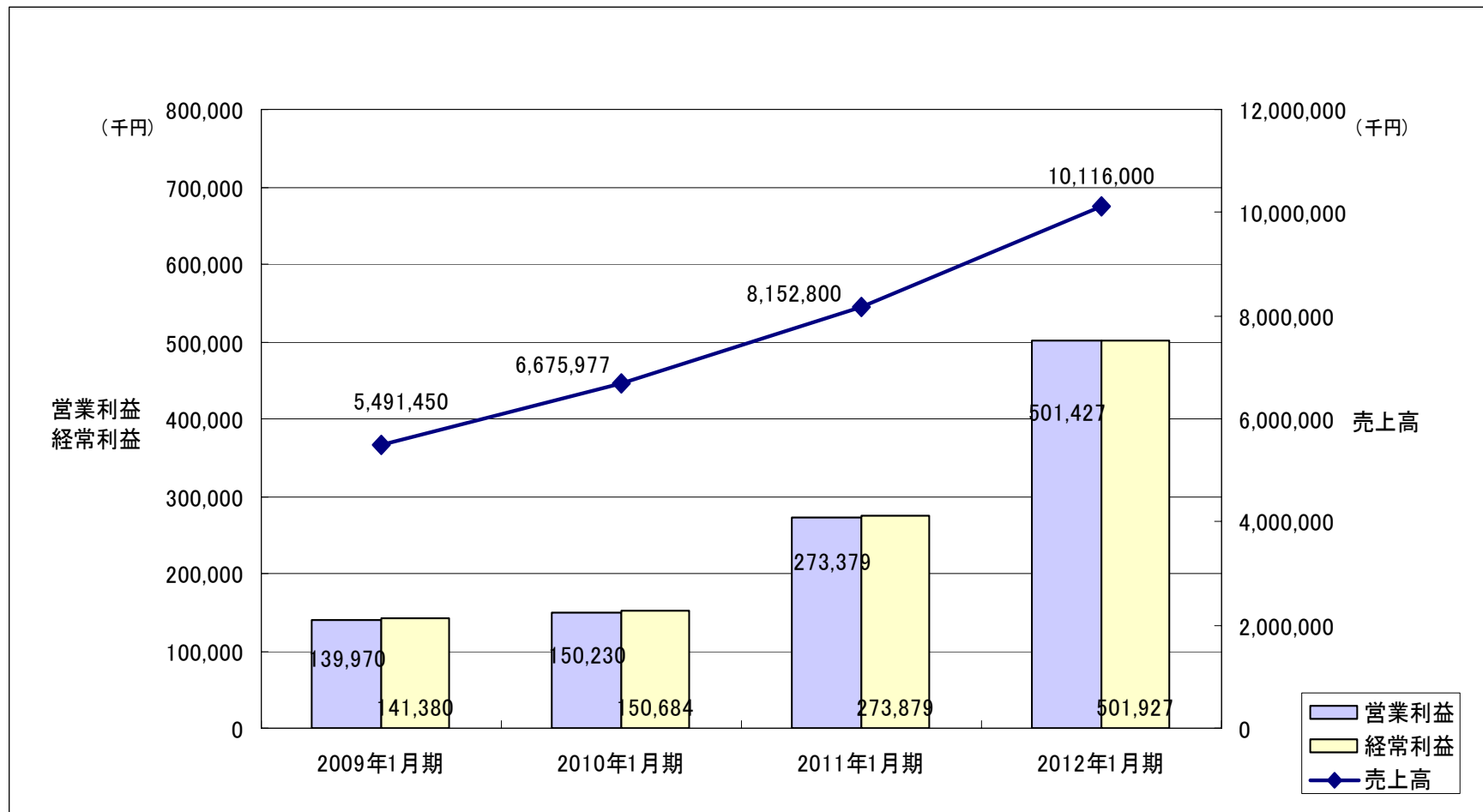
–Eコマース事業

- 既存ECサイトにおける、さらなるシェア獲得
- Eコマース事業のロールモデルとしての成長と、Eコマース市場への貢献

–ECソリューション事業

- 今後予測される新規Eコマース参入事業者様への広い支援
- Eコマース事業者様のあらゆるニーズにお応えできるソリューションサービスの提供

中期定量目標 売上高、利益額推移



中期定量目標 売上高と利益額の成長率

2012年1月期において2009年比
売上高184.2%、営業利益358.2%

ミネルヴァ グループ(連結)	2009年 1月期実績	2010年 1月期	2011年 1月期	2012年 1月期	2009年比
売上高	5,491,450	6,675,977	8,152,800	10,116,000	184.2%
営業利益	139,970	150,230	273,379	501,427	358.2%
経常利益	141,380	150,684	273,879	501,927	355.0%
営業利益率	2.5%	2.2%	3.4%	5.0%	

※単位(千円)

中期定量目標 事業セグメント別

2012年1月期において2009年比、
健康関連商品284.5%、ECソリューション事業387.9%

品目別		2009年1月期 実績	2010年1月期	2011年1月期	2012年1月期	2009年比
Eコマース 事業	釣具・アウトドア商品	4,562,169	5,016,000	5,616,000	6,216,000	136.2%
	健康関連商品	632,640	1,000,000	1,400,000	1,800,000	284.5%
	ホビー関連商品	38,848	273,000	436,800	800,000	2,059.3%
	PB商品・その他新規事業	—	48,100	150,000	300,000	—
	合計	5,233,659	6,337,100	7,602,800	9,116,000	174.1%
ECソリューション事業		257,790	338,877	550,000	1,000,000	387.9%
合計		5,491,450	6,675,977	8,152,800	10,116,000	184.2%

※2009年1月期 エコロジー関連商品の売上高は釣具・アウトドア関連商品の売上高に含まれております。

※2009年1月期実績は外部顧客に対する売上高であります。

※単位（千円）

ECコマース事業方針

•ECコマース事業のブレイクスルー

- 基本営業戦略である「ロングテール & ショートヘッド戦略」は、アウトドアと釣具の市場において実現したのですが、第9期においては他の市場(健康関連市場)でも十分に機能する戦略であることを証明しました。
- 2008年9月よりスタートさせたホビー商品でも、早くも成果を出し始めています。

•基本方針

- 上記背景を元に、既存ECサイトでの市場シェア拡大、ECコマース事業のロールモデルとしてさらなる成長を目指し、ECコマース市場に寄与してまいります。

•PB商品の生産、販売

- 利益率の向上を狙ったPB商品の生産販売を行います。
- 商品展開は、綿密なマーチャンダイジングを元に市場でのシェア拡大を図ること、及び、消費の低迷にあわせた値頃感のある商品の提供を目指します。

ECソリューション事業方針

•新たなEコマース事業参入の増加

- 日本国内の小売販売におけるEC化率は3%程度、ごくわずかなものです。現在の不況下でも堅実な成長を続けるEコマース市場において、今後さらにEC化率が上昇することは間違いありません。
- 私たちは今後、さらに多くのEコマース事業参入の増加を見込んでおります。

•基本方針

- 今後予測される新規Eコマース参入事業者様への広い支援。あらゆるニーズにお応えできるソリューションサービスの提供を行い、Eコマース市場の活性化に貢献いたします。

•ジェネシスECセンター

- Eコマース事業を全面的にバックアップするネット通販基地プロジェクト「ジェネシスECセンター」(2009年1月開始)を中心に進めて参ります。
- 具体的には、Eコマース事業で培ったノウハウとインフラの提供。
- あらゆるニーズにお応えするために、ECソリューション商品のマーケットプレイス化を目指します。

ミネルヴァ・ホールディングス株式会社
MINERVA HOLDINGS

本資料に記載されている予想、見通しは、資料作成時点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。万が一、この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社は一切の責任を負いませんので、ご承知下さい。