



平成 25 年 3 月 15 日

各 位

本 社 所 在 地 大 阪 市 中 央 区 農 人 橋 一 丁 目 1 番 22 号  
会 社 名 ミネルヴァ・ホールディングス株式会社  
代 表 者 代表取締役会長兼社長 中島 成浩  
(JASDAQ・コード番号: 3090)  
問 合 せ 先 取 締 役 高 橋 要  
電 話 番 号 06-6910-0031(代表)  
U R L <http://www.minerva-hd.com/>

### 中期経営計画策定のお知らせ

当社は、平成 25 年 3 月 15 日開催の取締役会において、平成 28 年 1 月期までの向こう 3 年間の中期経営計画を策定し、株式会社大阪証券取引所に提出いたしましたので、ご報告いたします。

当社は引き続き、経営を取り巻く情勢の変化にスピーディーに対応するため、毎年経営計画を見直し、ローリングする方針としております。

以 上

# 平成 26 年 1 月期～平成 28 年 1 月期 中期経営計画 (新規)・継続

平成 25 年 3 月 15 日

上場会社名 ミネルヴァ・ホールディングス株式会社 (コード番号：3090)  
(URL <http://www.minerva-hd.com/>)  
代表者 代表取締役会長兼社長 中島 成浩  
問合せ先 取締役 高橋 要

## 1. 今後 3 ヶ年の中期経営計画

### (1) 当中期経営計画提出時における前連結会計年度の総括

前連結会計年度におけるわが国経済は、新政権の発足による大胆な金融緩和の実施や景気対策等、今後の景気回復に期待感が高まりつつある一方で、雇用・所得状況は依然として厳しい状況で推移いたしました。また、東日本大震災発生後の経済活動の落ち込みから徐々に持ち直しつつあるものの、内需の回復力は依然として脆弱であり、今後の先行きには不透明感が残る状況で推移いたしました。

このような中、Eコマース事業においては、平成 24 年 7 月に創業以来過去最高の売上を記録し、同時に物流の自社化を行うなど、売上に占める物流変動費率の改善などにも積極的に取り組みました。また、日本国内のみならず、急速に拡大する中国市場においてEコマース事業を積極的に展開する為、中国現地法人「上海拿趣然商貿有限公司」を平成 23 年 3 月に設立し、中国におけるアウトドア&スポーツ、フィッシング市場の売上拡大に取り組んでおります。なお、同社は平成 25 年 1 月にはオキシレングループから追加出資を受け、当社の連結子会社から持分法適用会社となりましたが、当社グループの将来の連結業績に資するものと考えております。

しかしながら、積極的な中国投資の一環として、オキシレングループが所有するパッションブランド商品の日本国内への供給を目的に設立した中国連結子会社普利米庭(上海)国際貿易有限公司につき、日中関係の悪化から供給ルートの見直しを図り解散を行ったこと、加えて国内連結子会社プリミティ・インターナショナル株式会社をナチュラルム・イーコマース株式会社と合併させるなど、事業の選択と集中を実施したことから特別損失を 23,530 千円計上いたしました。その結果、当連結会計年度における売上高は 5,209,621 千円(前年同期比 8.4%増)、営業損失は 159,768 千円(前年同期は 121,107 千円の営業損失)、経常損失は 152,689 千円(前年同期は 130,931 千円の経常損失)、当期純損失は 173,868 千円(前年同期は 214,332 千円の当期純損失)となりました。

前連結会計年度(平成 25 年 1 月度)における事業別の状況は以下のとおりであります。また、各事業の内容につきましては、「(2) 事業の内容」をご参照ください。

#### ① Eコマース事業

Eコマース事業においては、ECサイト『アウトドア&スポーツ ナチュラム』を中心として、アウトドア、スポーツ、フィッシングそれぞれのシーン別に販売施策を展開しております。前連結会計年度におきましては、これまで販売の中心であったナショナルブランド商品に加え、オキシレングループが所有するパッションブランド商品の販売比率を高め、同時に売上総利益率改善を目指してまいりました。

その結果、平成24年7月には創業以来最高の売上を達成いたしました。パッションブランド商品の輸入ルートに支障が出たことによる供給ルートの見直し、送料無料施策やポイント施策などを継続しておこなったことにより、売上総利益率の改善が果たせない結果となりました。

以上の結果、Eコマース事業の売上高は4,798,674千円（前年同期比7.3%増）となりました。

#### ② ECソリューション事業

ECソリューション事業においては、ECサイト運営でもっとも手間と時間がかかる物流業務を代行するサービス「GLS（ジェネシスロジスティクスサービス）」や、Eコマース運営に伴うオペレーション作業を、中国連結子会社（成都音和娜網絡服務有限公司）を利用して低コストでアウトソーシングするサービス「GBO（ジェネシスビジネスアウトソーシング）」等、Eコマース事業を実施するにあたり必要となる全てのソリューションの一切を含めた総合サービスを「ジェネシスECセンター」として提供しております。「小売店の、小売店による、小売店のためのジェネシスECセンター」をスローガンとして、ナチュラム・イーコマース株式会社において蓄積してきた経験やノウハウに基づくサービスを積極的に提供し続けた結果、競合他社との差別化が図られ、売上高において前年同期を上回っております。

また、ASPサービス事業につきましては、昨今のソーシャル・ネットワーキング・サービスの進化等に鑑み、新たな付加価値を有したASPサービスの実現を目的として平成24年11月29日に会社分割をおこない、ASPサービス事業に特化した新設会社を設立いたしました。

以上の結果、ECソリューション事業の売上高は410,947千円（前年同期比23.1%増）となりました。

## (2) 事業の内容

### ①E コマース事業

連結子会社であるナチュラム・イーコマース株式会社において、アウトドア、スポーツ、フィッシング関連商品を中心としたECサイト「アウトドア&スポーツ ナチュラム」を展開しております。当ECサイトにおいて、Eコマースの基本となる営業戦略として「ショートヘッド、ミドルボディ&ロングテール」戦略(注1)を採用し、IMAS(マーチャンダイジング統合型売上進捗管理システム)とAPSM(自動適正化在庫管理システム)により、販売及び在庫保管効率の改善に努めております。加えて、同社が運営するECサイト上での顧客ニーズをスピーディーかつ的確に把握し、そのニーズにあった品揃えを実現することや、会員同士のコミュニティ(注2)の場を提供することにより、効果的に集客を行うことを目的として、会員(メールアドレス登録者)向けに「ブログ@ナチュラム」のブログ運営を行っております。

平成25年1月31日現在、ECサイト「アウトドア&スポーツ ナチュラム」は約64万点を取扱い、その内、顧客ニーズの高い定番商品、季節商品、スポット商品は物流倉庫に在庫保有し、それ以外の商品は、顧客からの受注後に問屋やメーカーに商品の発注・取り寄せを行っており、又、カヌー、ボート等の大型商品については、メーカーより顧客に直送しております。このように、膨大な取扱商品の中、「売れ筋商品」は、物流倉庫に確保する一方で、仕入先との情報をリアルタイムで共有できるシステムにより、受注から納品、発送までを短時間で行う物流体制を構築し、顧客のニーズに幅広く対応できるようにしております。

これらの売れ筋商品は、タイムリーに仕入れることで収益機会を的確にとらえるとともに、それ以外の商品については、受注後に仕入れをすることで、在庫リスクを軽減する施策をとりつつ、同時に、本来ならば売れ筋商品ではなかったロングテール部分の商品の中から、売れ筋商品を育てミドルボディに移行させることにより、Eコマースでしか成し得ることのできないビジネスモデルを確立しております。

コミュニティを活用した集客戦略と、Eコマースにより実施可能となったロングテール戦略を駆使することにより、平成25年1月31日現在、「アウトドア&スポーツ ナチュラム」の会員数は472,841人となっており、順調に規模を拡大しております。

(注) 1 「ロングテール」とは、膨大な商品をデータ化し、売れ筋以外の商品(非定番商品)も数多く揃え個々の売上を積み上げることで、大きな収益源に転化することが可能となる営業戦略をいいます。又、「ショートヘッド」とは、戦略的に売上総利益率の高い商品を取扱うことで、高い利益率を確保する営業戦略をいいます。「ロングテール」と「ショートヘッド」との中間に位置する「ミドルボディ」とは、従来の売れ筋商品(定番商品)をタイムリーに取扱い、仕入れを高回転化することで、高い利益率・在庫効率を実現し、業績に寄与させる営業戦略をいいます。

2 コミュニティとは、インターネット上で、共通の関心を持ちメッセージのやりとりを行う情報の集まりを表現した用法であります。

ナチュラルム・イーコマース株式会社のEコマースサイト（平成25年1月31日現在）

出店区分	サイト名	取扱い商品
自社	「アウトドア&スポーツ ナチュラルム」	フィッシング・アウトドア用品、スポーツ&フィットネス用品、健康食品、癒し&リラックス、美容・化粧品、フード&ドリンク、生活用品
	「アウトドア問屋」	フィッシング・アウトドア用品の卸売業者及び小売業者向け販売
ヤフー	「ナチュラルム Yahoo!支店」	フィッシング・アウトドア用品、スポーツ&フィットネス用品、健康食品、癒しリラックス、美容・化粧品、フード&ドリンク、生活用品
楽天	「アウトドア&フィッシング ナチュラルム 楽天市場支店」	フィッシング・アウトドア用品、スポーツ&フィットネス用品、健康食品、癒し&リラックス、美容・化粧品、フード&ドリンク、生活用品
アマゾン	「ナチュラルム」	フィッシング・アウトドア用品、スポーツ&フィットネス用品、健康食品、癒し&リラックス、美容・化粧品、フード&ドリンク、生活用品
ビッダーズ	「ナチュラルムBidders支店」	フィッシング・アウトドア用品、スポーツ&フィットネス用品、健康食品、癒し&リラックス、美容・化粧品、フード&ドリンク、生活用品
自社（注）	「ナチュラルム・モバイルショッピング店」	フィッシング・アウトドア用品、スポーツ&フィットネス用品、健康食品、癒し&リラックス、美容・化粧品、フード&ドリンク、生活用品

（注）ナチュラルム・モバイルショッピング店の携帯電話のサイトは、全てキャリア（第一種通信事業者）公認サイト（Docomo:iMenu、au:EZweb、SoftBank:Yahoo!ケータイ、WILLCOM:CLUB AIR-EDGE）であります。

## ②ECソリューション事業

連結子会社であるジェネシス・イーシー株式会社において、ナチュラルム・イーコマース株式会社がEコマース事業を運営する上で蓄積して参りましたノウハウ、経験を集約し、サイト構築からシステム提供、システム運用は勿論のこと、商品登録や物流支援等人的リソースを必要とする作業を含め、Eコマース事業を実施するにあたり必要となる全てのソリューションの一切を含めた総合サービスを「ジェネシスECセンター」として提供しております。

「小売店の、小売店による、小売店のためのジェネシスECセンター」をスローガンに、小売業者がEコマース事業を実施するにあたり必要となる全てのソリューションを一括提供し、同時に経験豊かなコンサルタントが指導にあたることにより、他社との大きな差別化を図っております。

当社が提供するサービスの具体的な内容は以下のとおりであります。

a E Cサイトの運営を飛躍的に効率化するシステム「Genesis-EC」

「Genesis-EC」は、ナチュラム・イーコマース株式会社が培って参りましたEコマースのノウハウを凝縮したストア構築システムです。商品ページやバスケット機能等のストアフロント、注文処理や在庫管理等のバックヤードに至るまで、Eコマースに関わる業務を網羅したシステムで、Eコマース事業者様をバックアップしております。

特に高い評価を頂いているのが、「Yahoo!ショッピング」「楽天市場」等のショッピングモールへの出品と在庫管理、注文処理を一元管理できる機能等であり、決済サービスや物流サービス、商品データ登録サービス等他のソリューションとスムーズに連携しております。

b インフラを複数のショップで共有する物流業務代行サービス「GLS(ジェネシスロジスティクスサービス)」

「ジェネシスECセンター」では、入出荷作業、梱包作業、在庫管理等、ECサイト運営でもっとも手間と時間がかかる物流業務を代行するサービス「GLS(ジェネシスロジスティクスサービス)」をご用意しております。

c Eコマースの作業に特化したアウトソーシングサービス「GBO(ジェネシスビジネスアウトソーシング)」

Eコマース運営に伴う作業の中には、ITによる効率性向上が難しく、どうしてもオペレーション作業が発生するものがあります。その最たる例が商品データ登録です。ECサイトに掲載する商品データの増量はEコマース事業の成功法則の1つですが、人的リソースの確保が重要になります。「GBO(ジェネシスビジネスアウトソーシング)」は、こうしたEコマース運営に伴うオペレーション作業を、中国子会社(成都音和娜網絡服務有限公司)を利用して低コストでアウトソーシングするサービスであります。

### (3) 中期経営計画の概要

我が国経済の景況感は、新政権発足による期待感とともに株価の上昇や金融緩和施策などがおこなわれ、一定の成果が出始めております。しかしながらこれまでの長引く不況と価格競争は旧態依然として変わらず、雇用情勢の改善も急激に進まないことから個人所得も伸びず、可処分所得の減少から消費者の購買意欲は依然低迷しております。このような中、当社では事業の「選択と集中」の実施に伴う特別損失を計上したことにより、平成22年1月期は当期純利益3,009千円を計上したものの、平成23年1月期は当期純損失270,785千円、平成24年1月期は当期純損失214,332千円、平成25年1月期は当期純損失173,868千円で3期連続の当期純損失を計上する結果となりました。

こうした厳しい経営状況を踏まえ、当社グループは、赤字経営からの脱却を図るべく、3ヵ年の中期経営計画（平成26年1月期・平成27年1月期・平成28年1月期）の見直しを実施いたしました。

当社グループは、売上総利益率の高いオキシレングループのパッションブランド商品の売上構成比を高めるとともに、販売力の強化と仕入価格の抑制や在庫回転率の向上、適正在庫の確保に努めると共に、販売費及び一般管理費の管理を徹底することで、営業利益を高めてまいります。

### (4) 事業の進捗状況及び今後の見通しならびに前提条件

上記の基本的な計画方針とビジョンを受けて具体的な施策を企画立案し、それを着実に実行していくこととなりますが、世界的な経済不安や我が国のデフレの状況等による厳しい経営環境、また、日本国内におけるオキシレングループのパッションブランド商品の認知度等も総合的に勘案して、中期経営計画（平成26年1月期から平成28年1月期まで）の売上高の見通し、目標とすべき売上総利益率、販売費及び一般管理費等を予想しております。

## 2. 今後の業績予想及び今後の業績目標（連結）

（単位 千円）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
平成 25 年 1 月期（実績）	5,209,621	△159,768	△152,689	△173,868
平成 26 年 1 月期（予想）	5,478,741	12,798	6,179	1,002
平成 27 年 1 月期（目標）	5,731,000	35,000	31,000	18,000
平成 28 年 1 月期（目標）	6,018,000	61,000	57,000	35,000

（業績予想及び業績目標の前提条件・数値根拠）

平成 26 年 1 月期につきましては、従来からの国内主力メーカーのナショナルブランド商品の販売に加えてオキシレングループが保有するパッションブランド商品の販売を伸ばすことにより黒字転換を喫緊の課題として取り組みます。

平成 27 年 1 月期の売上高につきましては 57 億円とし、平成 26 年 1 月期に比して約 3 億円の増収を計画しております。既存の国内主力メーカーのナショナルブランド商品における販売増及び、オキシレングループが保有するパッションブランド商品の認知度向上による販売増を見込んでおります。

平成 28 年 1 月期の売上高につきましては 60 億円とし、平成 27 年 1 月期に比して約 3 億円の増収を計画しております。前期及び前々期の 2 期間に亘るパッションブランド商品のプロモーション活動とラインナップの充実策を図り、アウトドア・フィッシング・スポーツの各ジャンルにおいて需要喚起を促し、継続的な顧客満足度に繋がる施策を展開してまいります。

以 上

本開示資料は、投資者に対する情報提供を目的として将来の事業計画等を記載したものであって、投資勧誘を目的としたものではありません。当社の事業計画に対する評価及び投資に関する決定は投資者ご自身の判断において行われるようお願いいたします。なお、当社株式についての募集・売出に関しては、それらにかかる別途用意しております目論見書等をご覧ください。

また、当社は、事業計画に関する業績目標その他の事項の実現・達成等に関しその蓋然性を如何なる意味においても保証するものではなく、その実現・達成等に関して一切責任を負うものではありません。

本開示資料に記載されている将来に係わる一切の記述内容（事業計画に関する業績目標も含まれますがそれに限られません。）は、現時点で入手可能な情報から得られた当社の判断に基づくものであり、将来の経済環境の変化等を含む事業計画の前提条件に変動が生じた場合その他様々な要因の変化により、実際の事業の状態・業績等は影響を受けることが予想され、本開示資料の記載内容と大きく異なる可能性があります。