

会社概要

2008年1月31日現在

会社名	株式会社ナチュラム
URL	http://www.naturum.jp/
代表取締役社長	中島 成浩
資本金	6億273万7,600円
社員数	45名
本社所在地	〒540-0011 大阪市中央区農人橋一丁目1番22号大江ビル10階
中国データ入力センター	〒610016 四川省成都市照壁街49号百川大厦18楼 成都音和娜網絡服務有限公司
物流センター	〒438-0818 静岡県磐田市下万能101番地 ムトウ・ナチュラム物流センター
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ●インターネットによる情報提供、通信販売および仲介、広告業務 ●Eコマースのための各種ソリューションサービス ●イベントの企画、運営 他

役員一覧

2008年4月25日現在

代表取締役会長兼社長CEO	中島 成浩
取締役副社長COO	及川 信宏
取締役副社長CFO	福岡 登
取締役	谷本 博文
取締役EC事業統括本部長	加津 茂治
取締役管理本部長	高橋 要
取締役	譚 玉峰
常勤監査役	岡本 健一
監査役	大社 昂
監査役	浅野 弘

株主メモ

事業年度	2月1日から1月31日まで
定時株主総会	4月中
基準日	1月31日
株券の種類	1株券、10株券、100株券
剰余金の配当の基準日	7月31日
1単元の株式数	—
取扱場所	大阪市中央区北浜二丁目2番21号 中央三井信託銀行株式会社 大阪支店
株主名簿管理人	東京都港区芝三丁目33番1号 中央三井信託銀行株式会社
取次所	中央三井信託銀行株式会社 本店および全国各支店 日本証券代行株式会社 本店および全国各支店
公告掲載方法	電子公告により行います。ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告を行うことができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。なお、電子公告は、当社のホームページに掲載し、そのアドレスは以下のとおりです。 ○ホームページアドレス http://www.naturum.jp/ir

証券コード 3090

株式の状況

2008年1月31日現在

発行可能株式総数	38,668株
発行済株式の総数	11,281株
株主数	1,537名

大株主

2008年1月31日現在

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
中島 成浩	1,668	14.78
中島 一成	1,598	14.16
大阪証券金融株式会社	974	8.63
ヤフー株式会社	693	6.14
EMエルアイ イーエフジー ノントリーティ カストディー アカウント	204	1.80

IR REPORT

2007年2月1日～2008年1月31日

- Top Message
- Results by Segment
- Financial Statements

ショートヘッド 売れ筋

ロングテール
今までは死に筋 ▶▶ 新たな収益源に!

■ロングテール・モデル
Eコマースの世界では、通常の小売業では扱わないような非売れ筋商品が豊富な収益源になります。在庫・陳列コストが実店舗に比べ極めて低いため、膨大な商品数を揃えておけば、個々の商品の売上は少なくとも全体では十分な収益を生み出すからです。これが「ロングテール(長い尾)」と呼ばれるEコマース独特の現象で、当社の営業戦略の中核です。

インターネット | 保護モード: 有効 100%

持株会社化でさらなる飛躍へ

株主・投資家の皆様には、益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。
 当社は上場後初となる今回の決算で、売上高42億66百万円(前期比23.3%増)、
 営業利益1億61百万円(同24.4%増)と、順調なスタートを切ることができました。
 当社初のIRコミュニケーション誌となる本誌では、この決算の概要はもとより、当
 社のビジネスモデルや、今後手掛ける戦略についても説明しております。皆様には、
 是非ともご一読を賜りますようお願いいたします。

代表取締役会長兼社長CEO
 中島 成浩



PART 1 ナチュラムとは？

独自の“ロングテール”戦略で業界をリード

当社は、世界最大級のアウトドア商品販売サイト「ナチュラム」の運営を主力とするEコマース企業です。約23万点の膨大な商品数を背景に、いわゆる“ロングテール”戦略(表紙参照)を手掛けていますが、その手法は他社と一線を画しています。

最大の特徴は、商品をショートヘッド、ミドルボディ、ロングテールの3つのセグメントに分類し、それぞれで最適な戦略を進めるという独自のビジネスモデルです。

主力のショートヘッドでは、いかに欠品を減らすかが売上を伸ばすカギとなります。これには、仕入先との間に信頼関係を築いて商品を確保するほかありません。だから、精度の高い年間計画を立案し、実績を示していく必要があります。

ショートヘッド

主力となる売れ筋アイテム。売上の4割を占める。アイテム数数千。

ミドルボディ

在庫を保持している定番商品。売上の3~4割。アイテム数約2万。

ロングテール

商品登録のみをしている非在庫商品。売上高の2割強。アイテム数約20万。

PART 2 当期の業績と取り組み

新検索エンジンやブログコミュニティが売上増に貢献

当期には、売上・利益ともに計画通りの数値を上げられました。伸びすぎてもバックヤードの業務バランスが崩れますので、丁度良い具合ではないかと思えます。

まず、Eコマース事業から。業績に最も貢献したのは、PART1で触れたロングテール戦略の精緻化。さらに、リコメンド機能(※1)などを搭載した新サイト内検索エンジンを「ナチュラム」に導入したことも顧客満足度の向上に貢献しました。

一方では、当社が運営するアウトドア・ブログコミュニティ「blog@naturum」へのアクセス数が昨年比に倍増しました。これにより、ブログとアフィリエイト広告(※2)の組み合わせが特に売上にインパクトを与え、「ナチュラム」へのアクセスの約40%、成約数の約30%がブログ・アフィリエイト広告からの経路となりました。

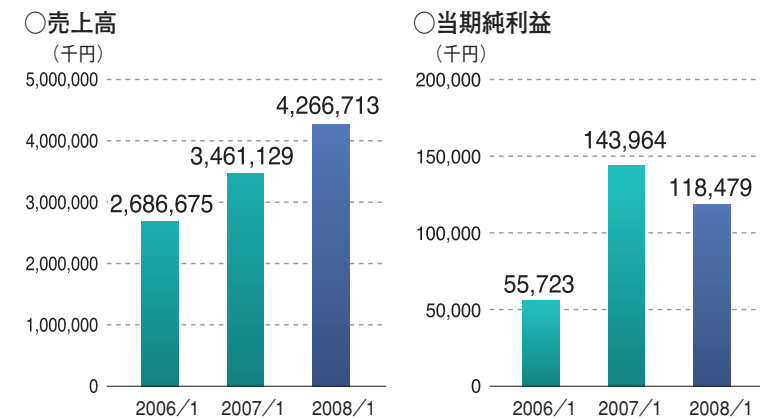
また、ロングテール・ビジネスの中核となるBtoBネットワークシステムの充実も、当社を見えない所で支える強みです。

ロングテールを標榜する企業は数ありますが、ほとんどは残り利益が出ていない。自ら在庫を抱えないロングテール・ビジネスでは、商品登録や受発注、在庫確認といったバックヤードの運営を仕入先と連携して行わねばならず、そこに予想以上にコストがかかるからです。

当社は、仕入先約320社のほぼ全てに当社独自のシステムを導入してもらい、全てのバックヤード業務をオンライン化。情報をリアルタイムで共有できる仕組みを確立しています。だからこそ、低コストかつスピーディなビジネスが可能なのです。

※1:過去の購買履歴などをもとに、個々の顧客の嗜好に合った商品を自動的に紹介する機能。
 ※2:個人サイトなどに掲載されるウェブ広告の一種で、その広告を経由した売上に対し、サイトオーナーに一定のフィーが支払われる仕組みのもの。

■当期の実績



このほか、当社が運営するEコマースサイト「健康計画」の売上高が前期比300%以上の成長と大きく伸びました。商品構成を、売上がテレビ番組の影響を大きく受ける健康食品中心から、比較的アウトドアグッズに近い性質を持つフィットネス

関連中心に切り替えたことが主な理由です。

ECソリューション事業も堅調でしたが、売上規模自体がまだ小さく、これからの事業だと考えています。

PART 3 将来戦略

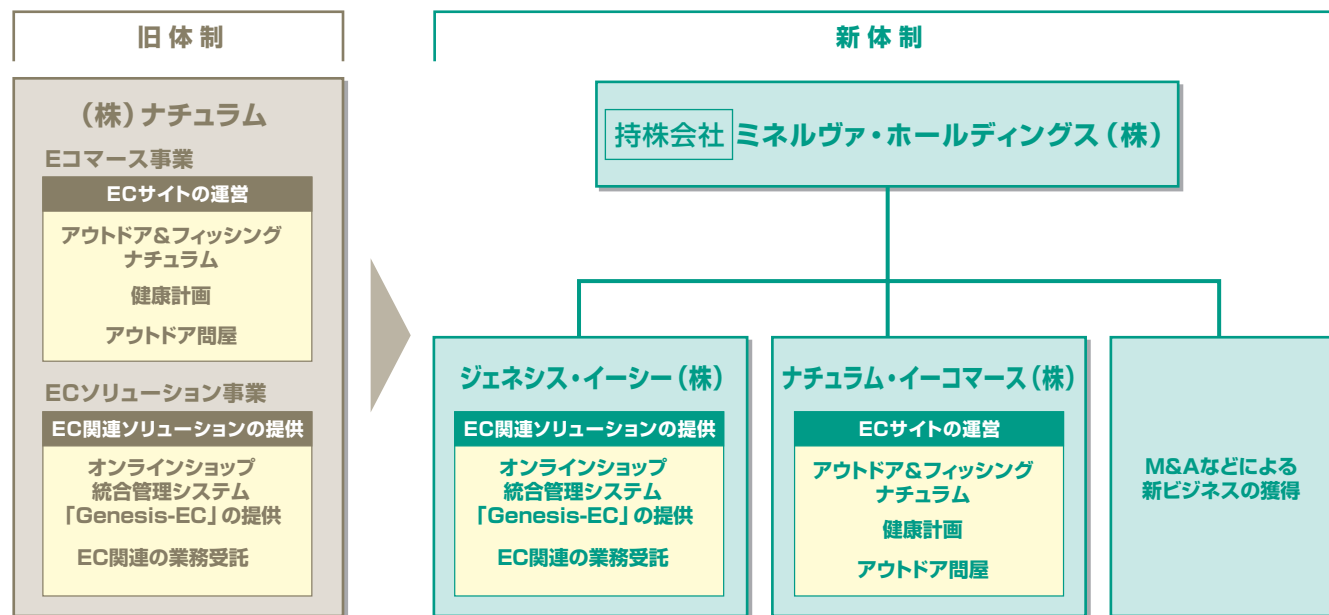
持株会社化で社名も変更、EC総合企業を目指す

新社名は「ミネルヴァ・ホールディングス」、M&Aも視野に

当社は2月1日、100%子会社「ジェネシス・イーシー」を設立し、ECソリューション事業を移管しました。事業の迅速化とサービス向上を目指すものですが、当社が計画している組織

変更はこれだけではありません。8月1日にはEコマース事業も分社化し、持株会社である当社と事業子会社2社から構成される企業グループへと移行します。

■新体制図



持株会社化に踏み切るのは、Eコマースサイトの運営企業から、Eコマースの総合企業へと進化するためです。当社では、「ナチュラム」のバックヤードインフラの他のEC企業との共有を計画しており、その実現のためには提携や資本提携、場合によってはM&Aも必要となります。また、独自のEコマースサイト運営システム「Genesis-EC」をプラットフォームとした、E

コマースサイトのグループ化も検討しています。これらを手掛けていくには、柔軟な資本政策が可能な持株会社形態が最適と判断しました。

これに合わせ、当社の名称も「ミネルヴァ・ホールディングス」に変更します。

PB創設と中国サイト立ち上げが来期の眼目に

一方、来期には、2つの新事業展開を検討しています。アウトドア商品のプライベート・ブランド(PB)の創設と、中国でのEコマースサイトの立ち上げです。

利益率の高いPBは、当社のような小売業者にとっては魅力的な商品。しかし、その道のプロであるメーカーに勝てる商品は簡単には作れません。そこで進めているのが、3D仮想空間サービス・セカンドライフ(SL)を通じたクリエイターの起用です。

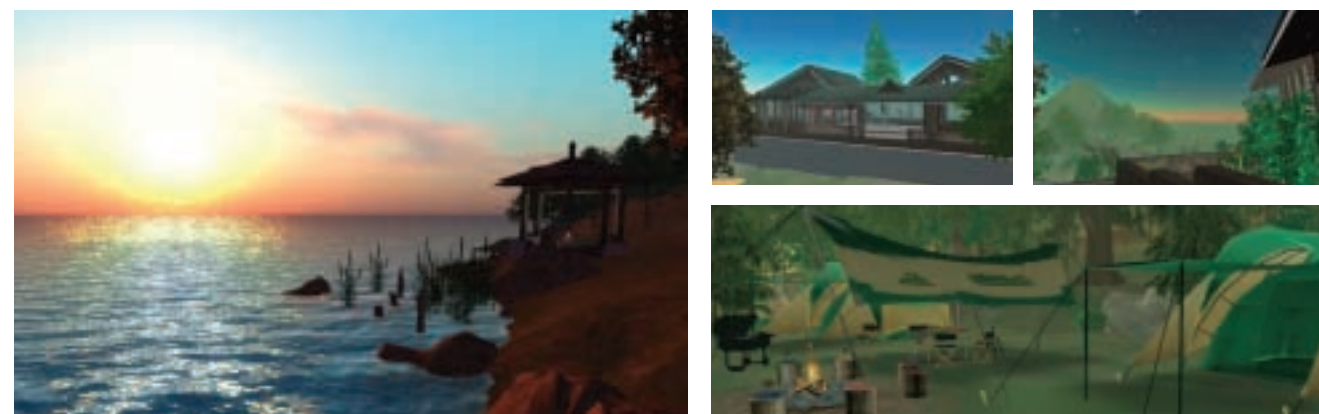
仮想空間の中で、ユーザーが好きな物体を簡単に作り出せるのがSLの特徴。実際、多くのクリエイターがSL内で優れた創作活動を行っています。彼らが集まれるコミュニティをSL世界に構築し、彼らと共同で独自性の強い商品を開発できれば、きっと魅力あるPBを立ち上げることができます。既に仮

想ショップの無償提供などを通じて彼らとのパイプはできつつあり、優れた商品企画も出てきています。

また、中国でのサイト立ち上げは、来期に子会社化を予定している現地合弁会社が軸となります。ただ、中国はまだ成長期にあるため、成熟社会のレジャーであるアウトドア商品だけでは効率が悪い。サイトの方向性や運営方法は未定ですが、場合によっては「ナチュラム」以外の別ブランドとするかも知れません。



これらの取り組みを通じ、来期には連結売上高50億43百万円、当期純利益91百万円を達成したいと思います。皆様には、一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

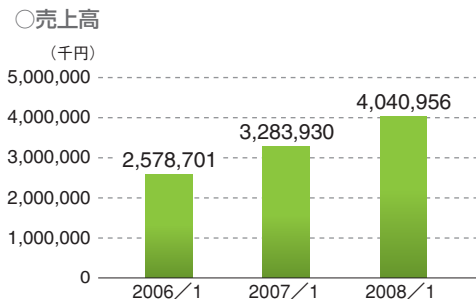


当社が運営するセカンドライフ内の“島”、「Naturum Island Resort」。クリエイターに店舗を無料提供するなどして、新たな才能との出会いを模索しています。

Eコマース事業

商品点数を拡大(ナチュラム)／モバイルサイトを開設(健康計画)

Eコマース事業の売上高は前期比23.1%増の40億40百万円となりました。主力サイト「アウトドア&フィッシング ナチュラム」で、取扱商品数を234,564点(前期末200,321点)に拡大したほか、ナショナルブランド商品の特集ページを数多く設けることで四季に応じたセールス活動を展開。一方、ショップサイト「健康計画」では、価格帯の全面見直しや、20代女性の利用率が高いモバイルサイトの開設に取り組んだことによります。



当社が運営するEコマースサイト

ナチュラム



健康計画



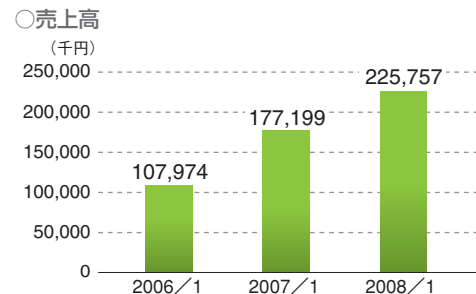
アウトドア問屋



ECソリューション事業

ASPに新機能を搭載

ECソリューション事業の売上高は前期比27.4%増の2億25百万円となりました。主力の「Genesis-EC」のASP(※)サービスに、コンビニなどでの後払いサービス機能を搭載したほか、商品データ入力と画像加工業務を代行する新事業「カタログデータファクトリーサービス」を開始したことが主な要因です。



※Application Service Provider:インターネット上のサーバーにあるソフトウェアの使用権を有料で与えるサービス。

貸借対照表

(単位:千円)

科目	前事業年度 (2007年1月31日現在)	当事業年度 (2008年1月31日現在)
資産の部		
流動資産	752,528	1,216,471
固定資産	116,261	104,053
有形固定資産	18,470	24,466
無形固定資産	61,582	47,068
投資その他の資産	36,209	32,520
資産合計	868,789	1,320,524
負債の部		
流動負債	336,264	368,303
固定負債	16,395	2,632
負債合計	352,659	370,935
純資産の部		
株主資本	516,131	949,589
資本金	445,248	602,738
資本剰余金	—	157,490
利益剰余金	70,883	189,362
純資産合計	516,131	949,589
負債純資産合計	868,789	1,320,524

損益計算書

(単位:千円)

科目	前事業年度 (自 2006年2月1日 至 2007年1月31日)	当事業年度 (自 2007年2月1日 至 2008年1月31日)
売上高	3,461,129	4,266,713
売上原価	2,483,606	3,062,334
売上総利益	977,523	1,204,379
販売費及び一般管理費	848,029	1,043,248
営業利益	129,494	161,131
営業外収益	3,983	1,849
営業外費用	7,677	24,987
経常利益	125,801	137,993
特別利益	4	—
特別損失	9,514	704
税引前当期純利益	116,291	137,289
法人税、住民税及び事業税	660	2,830
法人税等調整額	△ 28,333	15,981
当期純利益	143,964	118,479

キャッシュ・フロー計算書

(単位:千円)

科目	前事業年度 (自 2006年2月1日 至 2007年1月31日)	当事業年度 (自 2007年2月1日 至 2008年1月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	155,563	59,364
投資活動によるキャッシュ・フロー	△47,467	△117,574
財務活動によるキャッシュ・フロー	△16,147	291,969
現金及び現金同等物の増加額	91,949	233,759
現金及び現金同等物の期首残高	125,639	217,587
現金及び現金同等物の期末残高	217,587	451,346