

オークファン

3674 東証マザーズ

2015年7月15日（水）

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
森本 展正

■ BtoB マーケットプレイス事業を M&A により業客拡大へ

オークファン〈3674〉は、ショッピングサイト及びオークションサイトの比較、検索、分析などができる価格情報比較サイト「aucfan.com（オークファン）」の運営を中心にインターネットメディア事業を展開している。過去蓄積してきた 300 億件を超える実売価格データを武器に、個人（Reseller）及び個人事業主（Small-B）などの売り手を中心にサービスを提供し、事業拡大を遂げてきた。2015 年 3 月の同社サイトの UV（ユニークビジター）数は月間 1,300 万人を超え、2015 年 3 月末の一般会員数は 512 千人、有料会員数は 68 千人を誇る。

2014 年 9 月期業績は、売上高で 1,006 百万円（前期比 33.9% 増）、営業利益で 406 百万円（同 32.6% 増）となり、6 期連続の増収増益を確保し、過去最高を記録する好調な内容となった。しかし、事業戦略の実行ペースに対して危機感を覚えていた代表取締役社長 武永修一（たけながしゅういち）氏は、戦略的な先行投資及び業績は両立して然るべきと判断した。その結果、価格情報に関する様々なニーズに対応するために、中期経営計画「New パラダイム 2017」（2017 年度目標：売上高 30 億円、経常利益 8 億円）を策定し、それに基づいた先行投資を積極化させている。

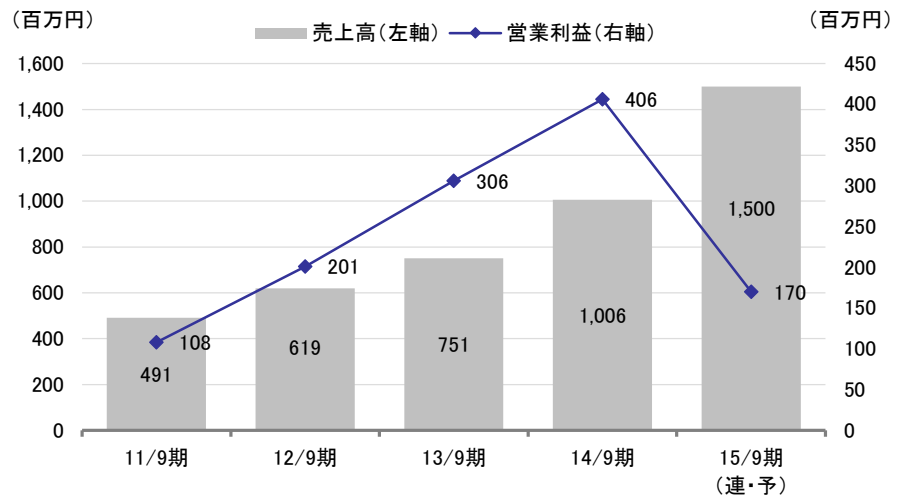
中期経営計画の初年度である 2015 年 9 月期は売上高で 1,500 百万円（前年単独比 49.0% 増）、営業利益で 170 百万円（同 58.2% 減）と増収ながら、戦略投資の実行により営業減益を計画している。2015 年 9 月第 2 四半期（10 月－3 月期）業績は売上高で 538 百万円（前年単独比 23.8% 増）、営業利益で 78 百万円（同 61.7% 減）と、増収ながら営業減益となった。売上高はスマホ対応及び、機能強化などの施策が奏功し、サービス課金及び、ネット広告、マーケティング支援いずれも堅調に推移した。一方、営業利益は人材関連を中心とした戦略的先行投資費用の影響により減益を余儀なくされた。

同社は、7 月にディー・エヌ・エー（DeNA）〈2432〉の BtoB マーケットプレイス事業を継承した新設分割会社である（株）NETSEA を 100% 子会社化を機に、BtoB 市場へ本格参入した。この子会社化は同社の既存事業との相乗効果をもたらすだけでなく、新規事業の創出にも重要な役割を果たすと期待される。このため、同社の成長ペースが一段と加速する可能性があり、今後打ち出される新規ビジネスの内容のほか、UV 数及び会員数の推移など今後の動向に注目する。

■ Check Point

- ・ 実売価格データに基づいた価格情報検索サイト「オークファン」を運営
- ・ 2017 年度に売上高 30 億円、経常利益 8 億円を目指す中期経営計画を実行
- ・ 7 月に NETSEA を 100% 子会社化し、BtoB 市場へ本格参入

業績推移



■ 会社概要

実売価格データをベースに売り手向けの唯一無二の価格情報検索サイトを運営

同社は設立以降、「あらゆる人が、あらゆる場所で、あらゆるモノを売り買いできる新たな時代を創る」ことをミッションとして掲げ、「あらゆる商品に関する正確でフェアな情報並びにそれを実現するためのサービスを提供する企業としての、世界標準を目指す」というビジョンのもとに、インターネットメディア事業を展開してきた。14年に発表した15年9月期を初年度とする中期経営計画「New パラダイム 2017」は、13年に発表した「循環型オークファン成長モデル」(1. データ→2. インフォメーション→3. プレゼンテーション→4. ソリューション)を再定義し、各フェーズにおけるKPI及び、売上目標を設定。それらを達成してするための具体的な戦略を展開している。

(1) 会社沿革

同社は、学生時代からオークション売買を行っていた武永社長がオークション事業(オークションによる商品の出品販売)を行う目的で2004年4月に設立した(株)デファクトスタンダードを前身とする。2006年2月にオークション統計ページ(仮)の営業を譲り受け、メディア事業としてオークションの価格比較・相場検索サイトの運営を開始した。

2007年6月にデファクトスタンダードのメディア事業を新設分割し、(株)オークファンを設立、純広告サービス及び広告サービスを開始した。続く8月には無料会員サービス、翌2008年5月には有料会員サービス「オークファンプレミアム」の提供を始め、課金サービス事業を開始したのを皮切りに、「オークファンスクール」(2008年12月)、「オークファンゼミ」(2010年1月)と、サービスメニューの品揃えを拡充した。

2010年8月にはスマートフォン向けサイト「aucfan touch(オークファンタッチ)」を開始した。2011年11月には総合分析ツール「オークファンプロ」の提供を開始し、2012年12月には世界のECサイトの一括検索サービス「グローバルオークファン」の提供を始めるなど、サービス領域の拡大を図った。



オークファン

3674 東証マザーズ

2015年7月15日（水）

※ 実店舗及びオンラインストアを始めとするあらゆる販売チャネル及び流通チャネルを統合すること、及び、そうした統合チャネルの構築によりどのような販売チャネルからも同じような商品を購入できる環境を実現する概念を指す。

2013年4月に東京証券取引所マザーズ市場へ上場した。さらに6月に企業及び個人の取引を可能にした独自プラットフォーム「オークファン仕入れモール」の運営を開始したのにつき、9月にフリーマーケット事業「楽市楽座」を取得し、BtoSmallB（個人事業主）マーケットプレイス事業へ参入した。

2014年以降は、国内外で買収・資本参加を積極化し、事業基盤の整備拡充に努める。特に、2014年9月期決算発表以降は2015年9月期を初年度とする中期経営計画（2017年9月期目標：売上高30億円、経常利益8億円）をベースに、事業拡大及び事業基盤強のための提携、M&Aを加速している。

具体的な子会社化の動きとしては、2014年10月にデジタルマーケティング事業及びオムニチャンネル※・プラットフォーム事業を展開するグランドデザイン&カンパー（株）を子会社化（取得価額92百万円。オムニチャンネル・プラットフォーム事業を新設分割しグランドデザイン（株）を設立。2015年4月にグランドデザイン&カンパニーを同社に吸収合併）したのにつき、2015年1月にはデータマイニング事業を行う（株）マイニングブラウニーを子会社化した。さらに、同7月にはB to B市場への本格参入を狙いDeNAが運営するBtoBマーケット（BBM事業）を継承した新設会社であるNETSEAを取得（取得価額1,250百万円）した。

沿革

年月	事項
2004年4月	オークション事業を行う株式会社デファクトスタンダードを設立
2006年2月	オークション統計ページ（仮）を営業譲受
2007年6月	インターネットメディア「オークファン」の運営を事業目的としてデファクトスタンダードからメディア事業を新設分割し株式会社オークファンを設立
2007年8月	無料会員サービスを開始
2008年5月	有料会員サービス「オークファンプレミアム」を開始
2008年12月	オークション通信講座「オークファンスクール」を開始
2009年5月	消費動向分析ツール「オークデータ」を開始
2010年8月	スマートファン向けサイト「aucfan touch」の提供を開始
2011年11月	総合解析ツール「オークファンプロ」を開始
2012年7月	オークションの不正出品物を検知する「auto-checker」を開始
2012年8月	中古買取、オークション出品代行ショップの検索サービス「オークファンタウン」を開始
2012年12月	世界のECサイトの一括検索サービス「グローバルオークファン」を開始
2013年4月	東京証券取引所マザーズ市場上場
2013年6月	企業と個人の取引を可能にした独自プラットフォーム「オークファン仕入れモール」を開始
2013年10月	フリーマーケット事業「楽市楽座」を取得
2014年2月	ヤフー<4689>と連携し「ヤフオク！」出品者育成サービス「オークション出品塾・大学」を開始 ネットオークションで商品取引を検知・監視する「オークチェッカー（β）」を開始
2014年10月	グランドデザイン&カンパニー（株）を子会社化
2014年11月	グランドデザイン&カンパニーのオムニチャンネル・プラットフォーム事業を新設分割によりグランドデザイン（株）を設立
2015年1月	データマイニング事業を行うマイニングブラウニーを子会社化
2015年4月	グランドデザイン&カンパニーを吸収合併
2015年7月	DeNA<2432>が運営するB to Bマーケット（BBM事業）を継承した新設会社NETSEAを子会社化

2015年7月15日(水)

2014年以降の買収・出資先一覧

年月	企業名	事業内容
2014年 1月	BUKALAPAK.COM	インドネシアの第2位のマーケットプレイス運営
2014年 2月	リアルワールド <3691>	クラウドソーシング
2014年 7月	Cloud Payment	インターネット決済サービス
2014年 7月	FLASH PARK	プレゼント総合通販サイト運営
2014年 7月	BLUE	モバイル決済アプリ事業
2014年 8月	イー・クラシック・コマース	BtoB 向け EC サイト構築サービス
2014年 9月	マーケット・エンタープライズ <3135>	インターネット特化型のリユースショップ運営等
2014年10月	エターメント	ネットショッパー元管理ツール事業
2014年11月	セブンハイツ	アニメ・同人専門のフリマアプリ開発・運営
2014年11月	グランドデザイン	オムニチャネル・プラットフォーム事業
2014年11月	リノベる	中古物件の資産価値安定とリノベーション事業
2015年 1月	マイニングブラウニー	独自のネットマーケティングツール開発・提供
2015年 1月	リネットジャパングループ	パソコン・小型家電の宅配回収サービス「リネット」の運営
2015年 2月	あしたのチーム	人事関連データサービス運営
2015年 3月	デジサーフ	中小企業向け BtoB 取引プラットフォーム
2015年 7月	NETSEA	BtoB マーケットプレイス事業

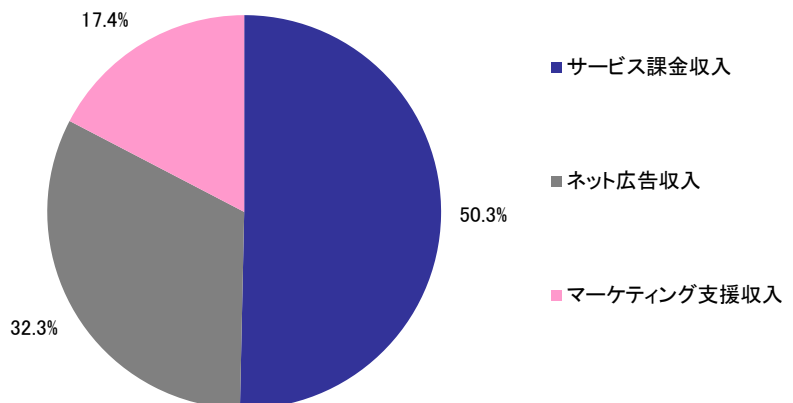
サービス課金、ネット広告、マーケティング支援で収入源構成

(2) 事業内容

同社が手掛ける事業は、オークション、ショッピングの商品及び価格情報の比較・検索・分析等が可能な価格情報比較サイト「aucfan.com(オークファン)」の運営を中心としたインターネットメディア事業である。ヤフー <4689> 及び楽天 <4755>、amazon(アマゾン)、e-Bay など、国内外のオークションサイト及び通販サイト運営会社から取得した商品の落札・売買価格情報を蓄積(蓄積されたデータ数は300億件を超える)、それらのデータを統合・解析し、自社サイト「オークファン」で相場情報として提供している。その価格情報は実売価格が基本で、ユーザーの多くが販売者(売り手)であることが特徴である。15年3月末の一般会員(無料会員数)数512千人で、プレミアム会員数44,484人を誇る。

同社の収入源は、サービス課金収入及び、ネット広告収入、マーケティング支援収入の3つで構成されている。2015年9月期第2四半期(2014年10月-2015年3月)は、サービス課金収入50.3%、ネット広告収入32.3%、マーケティング支援収入17.4%となっており、サービス課金収入が全体の半分以上を占める。

収入別売上構成(15年9月期2Q)





オークファン

3674 東証マザーズ

2015年7月15日（水）

●サービス課金収入

「オークファン」は基本的に無料で利用できるが、商品及び価格情報をより長い期間にわたり閲覧できる、あるいはオークションに関する更なる利便性の高い機能、及び特別なノウハウ等の有益な情報を求めるユーザーに対する基本サービスである「オークファンプレミアム」のほか、データ分析ツール「オークファンプロ」などのサービスを有料で提供している。さらにオークションを一から学びたいユーザー、ビジネスとして展開したいユーザーに対して対面型セミナーの開催及び、そのDVD販売なども行っている。会員数の多いオークファンプレミアムが主力となっている。

オークファンの主要機能一覧

対象者	サービス名称及び機能	機能概要	課金（税込）
全てのユーザー	商品及び価格情報検索	商品名や特徴となるキーワードから該当する商品及び価格情報に関して、ECサイトを横断的に比較・検索が可能	無料
一般会員（無料会員）	マイページ	オークファン内にマイページを開設することにより、気に入った商品及び価格情報を保存する機能や有料会員の機能の一部（出品テンプレートの保存、入札予約など）を制限付きで利用可能	無料
有料会員	オークファンプレミアム	有料会員の基本サービス。過去3年間の落札データ検索や出品者向け機能の利用が可能になるほか、落札相場検索のハイスピード化、出品テンプレートの保存、入札予約、仕入れ情報等のサービスが利用できる	515円/月
	オークファンプロ	オークション出品者向け相場検索機能及びデータ分析機能等の利用が可能	3,066円/月
	オークファンゼミ	初心者向けのオークション通信講座を受講可能	3,218円/月
	オークファンスクール	初心者から上級者までを対象にオークションに精通した講師がオークションについてメールサポートを行うオークション専門通信講座の受講が可能	15,500円/月～ 内容により異なる

●ネット広告収入

「オークファン」でユーザーが商品をクリックまたは購入した際に、商品を販売するeマーケットプレイス、または各ECサイトを取りまとめる広告代理店・メディアレップから支払われる広告料金で、成果報酬型広告※1、検索連動型広告※2、ネットワーク広告※3に分かれるが、成果報酬型広告が主力となっている。

●マーケティング支援収入

顧客に対して直接営業または広告代理店・メディアレップを経由して営業することで、広告販売、データソリューション、その他のサービスを販売する。広告販売である純広告収入は同社の主要ユーザーへ自社製品及びサービスの認知拡大及び自社サイトへ誘導を行いたい広告主に対して、「オークファン」の広告サービスを販売している。データソリューション販売は、同社にてeマーケットプレイスから取得した商品及び価格情報を整理統合し、加工及び統計学的補正を施したものを分析レポート等の形式で販売している。その他はオークション大学、らくらく卸、仕入れモール等の収入で構成されている。売上の主力は純広告収入が半分程度を占める。

※1 広告主が「オークファン」に広告を掲載し、そこにアクセスしたユーザーが当該商品・サービスを購入した際に報酬が支払われる広告

※2 「オークファン」上で利用者が検索したキーワードに関連した広告が検索結果画面上に表示され、ユーザーがクリックするごとに広告主から収入を得られる広告

※3 アドネットワーク事業者が提供する仕組みを利用し、表示回数またはクリックに応じて広告主から収入を得られる広告

■ 強み及び事業のリスク

300 億件を超える実売価格データが強みの源泉

同社の強みは、過去 10 年以上にわたって蓄積した 300 億件を超える実売価格データを保有していることである。また、そのデータを分析・加工できるツールを提供できる体制があること及び、データの分析力などを上げることができる。そして、そのデータをキラーコンテンツとして月間 1,300 万を超えるサイト訪問者数を有することも強みの 1 つとして上げることができる。

同社の保有する圧倒的なデータ数が他社への参入障壁になっていると同時に、月間 1,300 万超のサイト訪問者を有することで、同社にデータを供給している e マーケットプレイスとのより強い共存関係を生み出す要因として働いている。同社と同様のサービスを展開する競合企業はない。なお、消費者向け価格比較サイト「価格 .com」を運営するカカコム〈2371〉とはサービス内容が類似しているが、対象ユーザー及び、ビジネスモデルが大きく異なり、基本的に競合関係はない。

事業リスクは、各事業領域における人材（リソース）の確保が同社の大きな経営課題である。戦略展開に見合う人材育成及び、確保が間に合わない場合には、売上及び、利益成長のボトルネックになる可能性がある。同社では人材の育成及び、確保を重要な課題と認識しており、中期経営計画における戦略投資に占めるウエイトは高くなっている。

加えて、同社のユーザーは特定の検索エンジンからの集客であるため、SEO（検索エンジン最適化）施策を行っているが、検索結果を表示する検索エンジンのアルゴリズムが大幅に変更されるなどにより、それまでの SEO 施策が有効に機能しなくなるような場合には、追加的な費用発生及び集客数の減少につながり、業績にマイナスの影響を及ぼす可能性があることも、事業リスクとして上げることができる。

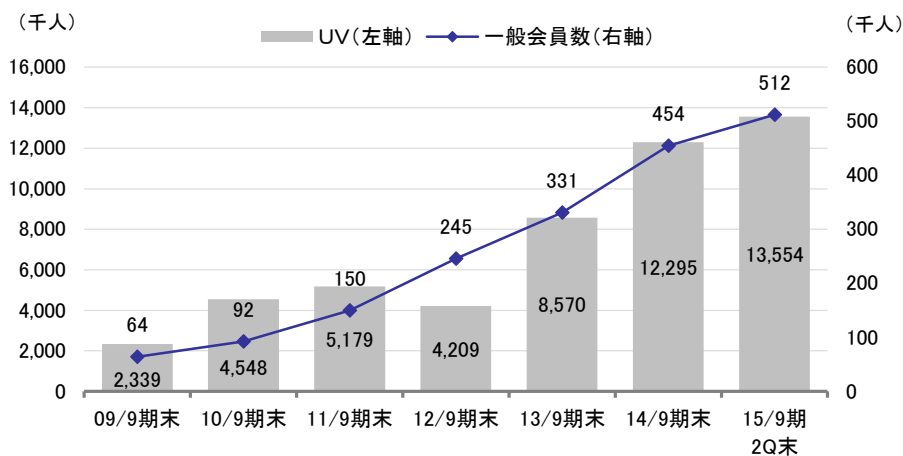
■業績及び中期経営計画

UV数、会員数の拡大により14年9月期は売上高、営業利益ともに過去最高を記録

(1) 2014年9月期業績

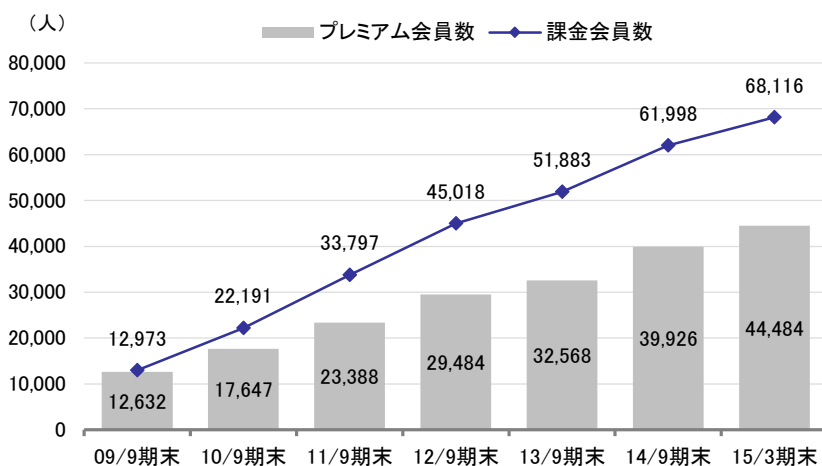
売り手に有用な実売価格の情報提供を切り札として、実売価格の蓄積及び有料課金サービスメニューの品揃え強化することなどによる、有料会員数の拡大とそれに伴う広告収入の増大により、設立3年目の2009年9月に黒字転換して以来、2014年9月期まで6期連続して増収、営業増益を続けている。

ユニークビジター(UV)と一般会員数の推移



※ユニークビジターはオークファンサイトへの月間訪問者数。
 ※一般会員数はオークファンサイトでのすべての会員登録数。

課金会員数とプレミアム会員数



2014年9月期は売上高で1,006百万円(前期比33.9%増)、営業利益で406百万円(同32.6%増)と2ケタ増収・営業増益となり、売上高及び、営業利益ともに過去最高を記録した。Webサイト訪問者及び会員数が順調に伸びたことに加えて、フリーマーケット事業に参入した効果がプラス寄与したことが主要因である。



オークファン

3674 東証マザーズ

2015年7月15日(水)

2014年9月期業績

(単位:百万円)

	13/9期		14/9期				
	実績	対売上比	期初計画	実績	対売上比	前期比	計画比増減
売上高	751	-	1,003	1,006	-	33.9%	3
サービス課金収入	455	60.6%	505	507	50.4%	11.4%	2
ネット広告収入	205	27.3%	257	320	31.8%	56.1%	63
マーケティング支援収入	91	12.1%	240	178	17.7%	95.6%	-62
売上原価	98	13.0%	-	142	14.1%	44.9%	-
販管費	346	46.1%	-	456	45.3%	31.8%	-
営業利益	306	40.7%	401	406	40.4%	32.6%	5
経常利益	301	40.1%	400	412	41.0%	36.7%	12
当期利益	212	28.2%	242	250	24.9%	17.8%	8

収入別に見ると、サービス課金で505百万円(同11.4%増)、ネット広告で320百万円(同56.1%増)、マーケティング支援で178百万円(同95.6%増)とそれぞれ拡大した。一方、営業利益は増収効果により増益を確保したが、人件費に加えてフリーマーケット事業など新規事業の先行投資費用負担が響き、営業利益率は40.4%と前期(40.7%)並みの水準にとどまった。

なお、会社計画対比では、売上高及び、営業利益はおおむね計画どおりで着地した。収入別で見ると、サービス課金は同社の計画どおり(計画比2百万円増)に推移した。一方、マーケティング支援はフリーマーケット事業の立ち上げ時のリソース不足がマイナス要因として働いたことから計画を下回った(同62百万円減)。しかし、コンテンツ及び機能の拡充及び、SEO対策、eマーケットプレイス各社とのアライアンス強化に加えて、スマートフォンユーザー拡大に向けた施策などが奏功し、UV数が増大したことによりネット広告が想定以上に伸びた(同63百万円増)ことでカバーした。

2017年9月期に売上高30億円、経常利益8億円の達成を目指す

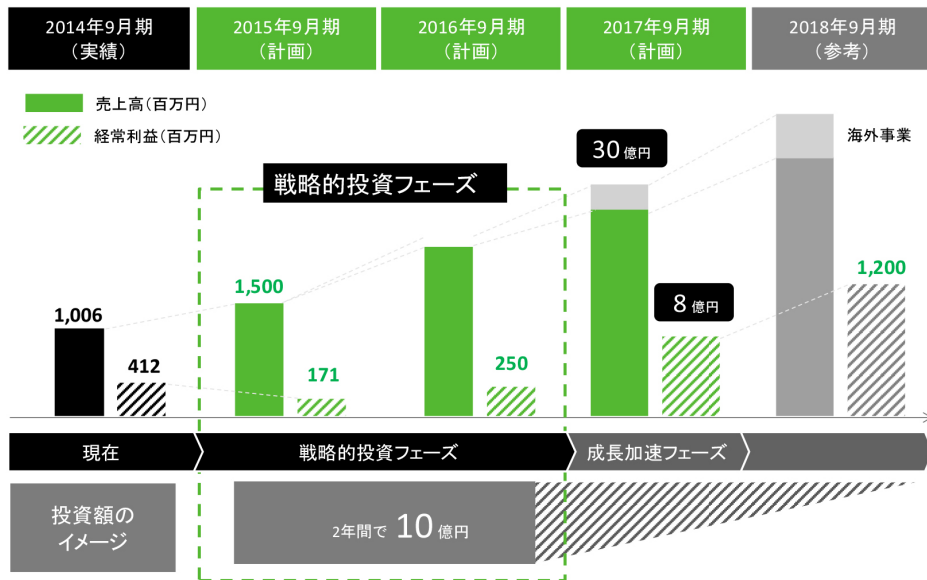
(2) 中期経営計画

2014年9月期決算が過去最高を更新したものの、上場時掲げた成長戦略※のうち、新たな収益モデルの創出に絡んだ戦略進捗ペースに危機感を抱いていた武永社長は戦略投資及び業績の両立は然るべきと判断した。その結果、2015年9月期から2017年9月期までの3ヶ年の中期経営計画「Newパラダイム2017」(2017年9月期目標:売上高30億円、経常利益8億円)を策定した。その内容は、15年度、16年度の2期間を戦略投資の期間と位置付け、これまでのBtoC、CtoCの価格提供事業に加えて、マーケットの大きなBtoB市場を取り込み、様々なソリューションサービスなど周辺事業まで幅広く展開を図るというものである。

※1. 既存事業のオーガニックな成長、2. トランザクション課金等の新たな収益モデルの創出、3. ビッグデータによるR&Dが成長を促進—の3点を成長戦略としていた。

2015年7月15日(水)

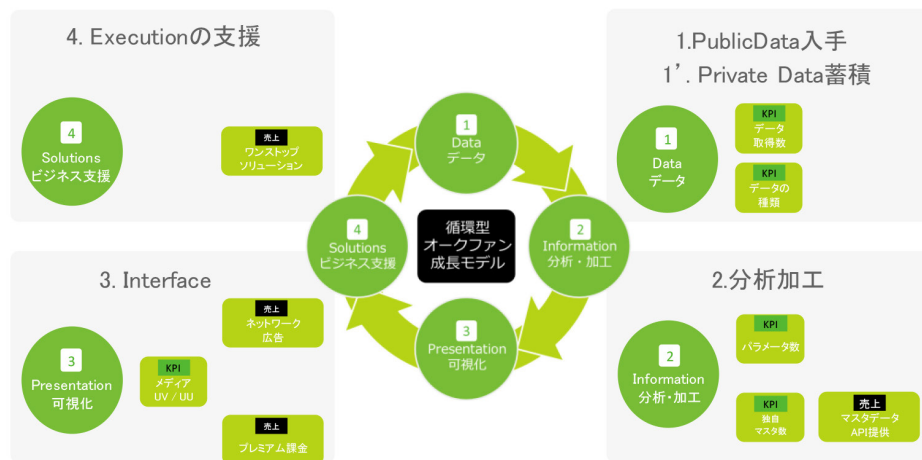
中期経営計画



出所：会社資料

具体的には、同社が2013年に発表した循環型オークファン成長モデル「1. データ→2. インフォメーション→3. プレゼンテーション→4. リソリューション」を再定義し、すべての領域において売上及びKPI目標を定め、それぞれを伸ばすというものである。そのための人材採用・育成及びデータ入手・整備、インフラ整備などに15年9月期及び16年9月期の2年間で10億円の戦略投資を行う。

成長モデル



出所：会社資料

戦略投資10億円の内訳

テーマ	投資項目	内容	投資額
人材関連	人材・採用	成長モデルの全軸回転のために、各軸において専門知識と経験を有する人材の確保と育成	3億円
	海外展開	データマイニング等における高度な専門人材の採用と育成のためアジアに拠点を設置し投資を実行	1億円
データ関連	データ入手・整備	独自の商品マスタ構築において、既存データの拡大、新規データの拡充及びオペレーションの拡充	3億円
	インフラ	DMPの構築及び各種サービスにおいて、高速処理技術を追求め、安定かつ高品質のサービスを提供	2億円
	R&D	データを活用したプライシング戦略の立案、コマースに関連する新たな指標のための研究開発	1億円

出所：会社資料



オークファン

3674 東証マザーズ

2015年7月15日（水）

1. データ

保有データ件数及び種類については、CtoC、BtoCの取得件数は順調に増加し、14年9月末におけるデータ保有量は300億件を超える水準に到達（13年9月末200億件）した。今後は、データ取得件数及びデータの種別をKPIとし、スマートフォンなどを活用したCtoC及び、BtoC実売データ、小売店を始めとするリアル店舗のチラシ及びPOSデータ、海外のeマーケットプレイスデータ取得といった分野を強化する。加えて、経済指標などの一般指標も入手し研究開発に取り組む計画となっている。

2. インフォメーション

分析及び加工の基盤となる独自の商品マスタの作成を推進している。横断的なBtoCのデータを取得し、漏れ及び重複を省いたうえで、CtoCデータとのマッチングを行ってきた。足元は独自のDMP（データマネジメントプラットフォーム）の構築、独自の商品に対するコードの付与によるマッチング、その中でのデータクレンジングという3点に注力する。3年後に在庫情報、実売価格、ID情報、小売情報、口コミ情報などをデータクレンジングした独自マスタ1億件の作成を目指す。

3. プレゼンテーション

メディア事業の中核を成すオークファンにおいて、コンテンツ及び機能の拡充、SEO対策、eマーケットプレイス各社とのアライアンス強化、会員登録決済手段の多様化などによるユーザー数の拡大に加えて、スマートフォンユーザー拡大に向けたUI（ユーザーインターフェース）改善施策などの事業基盤の強化に取り組んできた。結果として14年9月の月間UV数は1,200万人超へ拡大すると同時に、スマホUVも450万人（13年9月41万人）へ大幅に拡大したほか、15年3月末にはPCをスマホが超え800万UVに近づくなど成果を挙げつつある。このため、スマホ機能強化、分析ツール強化、仕入れ・海外輸出入ノウハウサービスの強化によりサービス課金の一段の拡大を図る。

中期的には、リアル及び海外データを蓄積することにより、独自の商品マスタに基づいたレーティング、将来価格予想などの新しい検索軸を表示するValue Fanで「モノのWikipedia」を目指している。具体的な目標として、17年度までに3,000万UV超え、有料課金会員数30万人超えを掲げる。

4. ソリューション

売り手ユーザー向けを中心に教育サービスの拡張及び商品仕入れサービスの拡大、フリーマーケット「楽市楽座」との連携によるユーザーの獲得などを推進してきたほか、購買データを活用したマーケティング支援サービスも大手企業への導入事例が増加した。これまで同社が整備してきた「CtoSmallBtoB」及び「ネットーリアル」をクロスさせたオムニチャネル流通プラットフォームの構築を目指す。加えて、法人向けは消費財メーカー、小売業、金融業等をターゲットにデータを活用した価格戦略を可能にするマーケティング支援サービスの提供を図ることにより、価格戦略のNo.1ソリューション企業を目指す。

先行投資で減益を見込むがNETSEA子会社化のプラス効果により業績拡大ペースが加速する可能性が期待される。



オークファン

3674 東証マザーズ

2015年7月15日（水）

売上高拡大は順調、戦略的投資による減益見込む

(3) 2015年9月期業績予想及び第2四半期累計（2014年10月-2015年3月）業績

同社は、発表した中期経営計画に基づいて2015年9月期は成長投資期間と位置付け、成長加速のための戦略投資実行により増収ながら営業減益になる計画を開示した。

15年9月期は売上高で1,500百万円（前期単独比49.1%増）、営業利益で170百万円（同58.1%減）と、増収ながら営業減益と予想している。

収入別に見ると、主力のサービス課金収入は既存サービスの拡大とスクール売上が好調に推移していることを前提に726百万円（同43.2%増）へ拡大すると予想している。また、スマホ対応の強化によりネット広告収入（465百万円、同45.3%増）が伸びると予想しているほか、マーケティング支援収入（308百万円、同73.0%増）が伸びるのは、らくらく卸などのフリマ関連が拡大すること及び子会社ブランドデザインがプラス寄与するとみていることによる。営業減益は、成長を加速させるために新規採用費及びデータ入手・整備費等の戦略的追加投資（5億円程度）を費用として見込むことが主要因である。

2015年9月期予想

（単位：百万円）

	14/9期（単独）		15/9期（連結）		
	実績	対売上比	計画	対売上比	前期比
売上高	1,006	—	1,500	—	49.1%
サービス課金収入	507	50.4%	726	48.4%	43.2%
ネット広告収入	320	31.8%	465	31.0%	45.3%
マーケティング支援収入	178	17.7%	308	20.5%	73.0%
売上原価	142	14.1%	—		
販管費	456	45.3%	—		
営業利益	406	40.4%	170	11.3%	-58.1%
経常利益	412	41.0%	171	11.4%	-58.5%
当期利益	250	24.9%	100	6.7%	-60.0%

2015年9月期第2四半期（10月-3月期）業績は、売上高で583百万円（前年単独比23.8%増）、営業利益で78百万円（同61.6%減）となった。売上高はサービス課金収入を中心に増加したものの、成長加速のための戦略的投資により大幅減益を余儀なくされた。なお、おおむね計画どおりに進捗しているとして2015年9月期予想は据え置いている。

2015年9月第2四半期（10月-3月期）業績

（単位：百万円）

	14/9期（単独）		15/9期（連結）	
	2Q累計	通期	2Q累計	通期
売上高	471	1,006	583	1,500
（前年同期比伸び率）	33.1%	33.9%	23.8%	49%
サービス課金収入	243	507	293	726
（前年同期比伸び率）	8.5%	11.4%	20.6%	43.2%
ネット広告収入	162	320	188	465
（前年同期比伸び率）	116.0%	56.1%	16.0%	45.3%
マーケティング支援収入	65	178	101	308
（前年同期比伸び率）	20.4%	95.6%	55.4%	73.0%
売上原価	65	142	145	—
販管費	201	456	360	—
営業利益	203	406	78	170
（営業利益率）	43.1%	40.4%	13.4%	11.3%
（前年同期比伸び率）	31.8%	32.6%	-61.6%	-58.1%
経常利益	214	412	76	171
当期利益	131	250	178	100



オークファン

3674 東証マザーズ

2015年7月15日（水）

同社は、7月にDeNAが行っているBtoBマーケットプレイス事業（バイヤー会員数25万人超、年間流通総額は卸売価格ベースで60億円超）を継承するNETSEAを100%子会社化した（取得総額1,255百万円）。これにより、同社のデータ事業、メディア事業に加えてフリーマーケット事業「楽市楽座」、卸サイトASP事業「らくらく卸」などの既存事業との相乗効果が期待できるほか、新規ビジネスの創出にも重要な役割を果たすことになると考えられる。特に、データ事業ではBtoBの取引データをもとに独自サービスの拡充を図れるほか、NETSEAユーザーに対して価格戦略を中心としたマーケティング支援が行えるという大きな効果を期待している。

NETSEAの業績推移（DeNAの管理会計数値）

（単位：百万円）

決算期	13年3月期	14年3月期	15年3月期
売上高	570	533	521
営業利益	270	231	251

注：売上高、営業利益はDeNAの管理会計上の数値

出所：会社発表資料

弊社では、NETSEAの子会社化によるBtoB市場への本格参入により、従来取り込めなかった分野のデータ蓄積が進むことで、同社が目指しているビッグデータカンパニーへの業界転換は大きく前進することになると予想する。今後打ち出される新規ビジネスの内容に加えて、既存事業の相乗効果が具体的にUV数及び会員数等の動きに表われてくると考えられるため、その動向に注目している。

先行投資の影響による悪化は一時的

(4) 財務状態

2015年3月末の財務状況を見ると、総資産残高は単独前期末比1,052百万円増の3,182百万円となった。その内訳は流動資産が1,763百万円（現金・預金1,546百万円、売上債権164百万円）、固定資産が1,418百万円（投資有価証券584百万円、ソフトウェア410百万円）となっているが、戦略投資実行の影響で、投資有価証券などを中心に増加した。一方、負債合計は1,056百万円（長期借入金557百万円）、純資産合計は2,125百万円となっているが、長期借入金の増加が主な変動要因である。

2015年3月期末ではグランドデザインの子会社化及び相次ぐ戦略投資に基づいた買収・資本参加の影響により指標は悪化する傾向にある。しかし、その要因が戦略的投資によるものであるため、数値の水準自体に問題はなく、悪化は一時的であると考えられる。

貸借対照表

(単位：百万円)

	13/9 期 単独	14/9 期 単独	15/9 期 2Q 連結	増減	
流動資産	1,290	1,367	1,763	396	現金・預金 +403
固定資産	325	761	1,418	656	
有形固定資産	44	35	41	6	
無形固定資産	203	432	693	261	のれん +118 ソフトウェア +118
投資その他の資産	76	294	683	388	投資有価証券 +362
総資産	1,615	2,129	3,182	1,052	
流動負債	153	205	499	294	短期借入金 +80
固定負債	0	6	557	551	長期借入金 +551
負債合計	153	212	1,056	844	
自己資本	1,459	1,916	2,109	192	
純資産	1,461	1,917	2,125	208	
負債純資産合計	1,615	2,129	3,182	1,052	
営業 CF	179	329	74		
投資 CF	-163	-491	-554		
財務 CF	771	177	881		
現金及び同等物	1,126	1,143	1,546		
経営指標 (安全性)					
流動比率 (%)	840.4	667.2	353.0		
自己資本比率 (%)	90.4	90.0	66.3		
D/E レシオ (%)	0	0	42.0		
(収益性)					
総資産経常利益率 (%)	26.8	22.0	—		
自己資本当期利益率 (%)	22.0	14.8	—		
売上高営業利益率 (%)	40.8	40.4	13.4		

(5) キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フローは 74 百万円の収入となったが、仕入債務の減少によるキャッシュアウト (12 百万円) 及び法人税等の支払額によるキャッシュアウト (84 百万円) が主な要因である。投資活動によるキャッシュ・フローは 554 百万円の支出となったが、投資有価証券の取得によるキャッシュアウト (382 百万円) 及び無形固定資産の取得によるキャッシュアウト (110 百万円) が主な要因である。財務活動によるキャッシュ・フローは 881 百万円の収入となったが、長期借入れによるキャッシュイン (731 百万円) 及び連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の売却によるキャッシュイン (104 百万円) が主な要因である。これらの結果、現金及び現金同等物の増減額は 402 百万円となり、期末残高は 1,546 百万円となった。

■株主還元

無配継続が当面続くものの、中計の進捗により配当の可能性も

同社は、株主に対する利益還元を経営の最重要課題の 1 つとして位置付けているが、設立以来財務体質の強化並びに将来の事業展開のために、配当可能利益を全額内部留保とし、配当は実施していない。しかし、事業規模及び収益が安定成長段階に入ったと判断した時点で、経営成績・財政状態を勘案しながら、配当による利益還元に努めるとしていることから、経常利益で 10 億円の達成及び東京証券取引所第 1 部上場などがそのタイミングのめどになると弊社では見ている。

ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ