

株式会社カカコム
2005年3月期
通期及び第4四半期決算説明資料

2005年5月18日

kakaku.com

kakaku.com, Inc.

目次

前期の業況レビュー	2
業務別レビュー	16
サイトの利用状況	23



前期の業況レビュー

「価格.com」サイト主要データ(2005年4月時点)

価格比較サイト「価格.com」の状況

トップページ画面



サイトの主要データ

月間総ページビュー 2億9,800万

月間利用者数 640万人

登録商品数 約16万点

参加事業者数 893

集客サポート 674
販売サポート 41
情報提供 64
yoyaQ 114

カテゴリ数 24カテゴリ

パソコン関連 / 家電 / カメラ / くるま・バイク / 中古車査定
保険 / ブロードバンド / 携帯電話・電話 / レストランガイド
みんなの旅行ガイド / 旅行・宿泊予約 / 葬儀 / ペット / 不動産
/ スポーツ・レジャー* / ブランド・腕時計
DVD / 外国為替保証金取引 / 中古PC / ゲーム / ローン比較
ビジネス / 共同購入 / ぐちコミ掲示板 /
*「スキー・スノボ」「ゴルフ」は、2004年4月に「スポーツ・レジャー」として統合

運営サイトの主要データ(4travel、yoyaQ.com 2005年4月時点)

前期にグループとなった2サイトの状況

旅行のクチコミサイト
フォートラベル



当日・高級ホテル限定予約サイト

ヨヤキュードットコム **yoyaQ.com**



月間PV	990万
月間利用者数	96万
旅行代理店	368
トラベラー 会員数	7,700
利用者 書込数	6万件*



登録ホテル数	114
登録会員数	72,000
月間利用者数	63,000

2005年1月子会社化

2004年10月営業譲受

*クチコミ/旅行記/掲示板の書き込み数合計

前期の主なトピックス

サービス追加、提携、買収によりサービス強化を行った

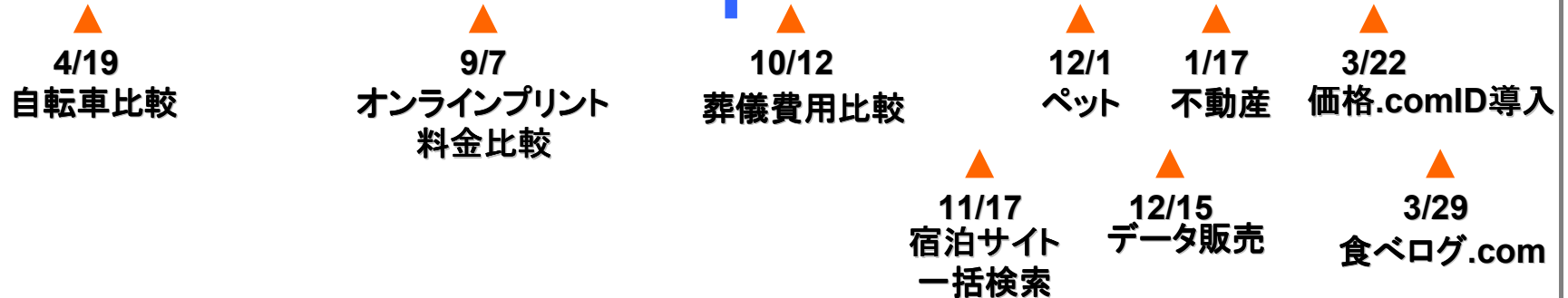
2004/4

上期

下期

2005/3

新規サービス



他サイト提携



買収



2005年3月期 通期業績ハイライト

- 2005年3月期(2004年4月-2005年3月)は、売上高2,138百万円(前期比70%増)、営業利益816百万円(同66%増)、経常利益790百万円(同66%増)、純利益478百万円(同74%増)と、業績予想を達成(2005年3月期連結、2004年3月期単体の比較)
- サイトの月間利用者数は2004年4月の475万人から、2005年4月の640万人まで増加し、サイトパワーが大幅に向上
- 東京証券取引所市場第一部指定の承認を受ける(2005年3月)
- 集客サポート業務は、店舗数の増加および第4四半期に実施した料金体系の見直しにより前期比27%増、売上高278百万円を計上
- 販売サポート業務は、サイト経由のPCおよび関連商材の販売が第4四半期に順調に推移したことが寄与し、前期比91%増、売上高874百万円を計上
- 情報提供業務は、サイトパワーの向上により自動車保険、中古車査定ともに季節性に関わらず安定的に見積もり数を伸ばした結果、前期比24%増、売上高292百万円を計上
- 広告業務はネット広告市場の好況と、サイトパワー増、新規カテゴリ追加による取扱枠の拡大により、通期を通じて大幅に業容を拡大し、前期比173%増、売上高542百万円となった
- yoyaQ.comの営業譲受(10月)、フォートラベル株式会社の子会社化(1月)を実施

2005年3月期 通期業績(連結)

単位:千円

	連結※		単体	
	(売上比%)		(売上比%)	
売上高	2,138,873	(100.0%)	2,133,378	(100.0%)
経常利益	790,877	(37.0%)	807,082	(37.8%)
当期純利益	478,045	(22.4%)	495,346	(23.2%)
EBITDA	856,179	(40.0%)	851,752	(39.9%)

※2005年1月28日にフォートラベル(株)を子会社とし、当期から連結財務諸表を作成しております。
 なお、2005年3月期連結業績に含まれるフォートラベル(株)の損益は2ヶ月分となります。

2005年3月期 貸借対照表(要約/連結)

(資産の部)	連 結		単 体		(単位:千円)
流動資産	2,301,794	57%	2,279,683	64%	
現預金	1,679,882		1,669,149		
売掛金	505,133		494,331		
その他	116,779		116,203		
固定資産	1,727,084	43%	1,298,369	36%	
有形固定資産	90,292		89,985		
営業権	159,200		159,200		
ソフトウェア	145,942		145,942		
連結調整勘定	1,213,163		-		
その他の無形固定資産	16,171		16,171		
投資その他の資産	102,315		887,069		
資産の部合計	4,028,879	100%	3,578,053	100%	
(負債の部)					
流動負債	1,618,912	40%	1,615,883	45%	
買掛金/未払金	228,239		228,237		
短期借入金	480,000		480,000		
未払法人税	231,358		228,525		
預り保証金	556,511		556,511		
その他	122,804		122,610		
固定負債	186,960	5%	-	-	
繰延税金負債	186,960		-		
負債の部合計	1,805,872	45%	1,615,883	45%	
(資本の部)					
資本金	426,770		426,770		
資本剰余金	876,625		598,489		
利益剰余金	919,610		936,911		
資本の部合計	2,223,006	55%	1,962,170	55%	

2005年3月期 通期業績(単体)

(単体)

単位:千円

	前期	当期	増減	
	2003/4- 2004/3	2004/4- 2005/3	金額	率
売上高	1,256,624	2,133,378	+ 876,754	70%増
経常利益	474,867	807,082	+ 332,215	70%増
当期純利益	274,774	495,346	+ 220,572	80%増

2005年3月期 貸借対照表(要約/単体)

(単体)

単位:千円

(資産の部)	2004年3月末	2005年3月末	増減	増減要因
流動資産	1,672,757	2,279,683	606,926	
現預金	1,438,581	1,669,149	230,568	
売掛金	170,989	494,331	323,342	} 掛売上となる販売サポート 業務の取扱高の増加による
その他	63,187	116,203	53,016	
固定資産	194,359	1,298,369	1,104,010	
有形固定資産	74,787	89,985	15,198	
営業権	—	159,200	159,200	} yoyaQ営業取得による増加
ソフトウェア	47,685	145,942	98,257	} 各種システム投資によるソ フトウェアの増加
その他の無形固定資産	76	16,171	16,095	
投資その他の資産	71,809	887,069	815,260	} フォートラベル(株)取得(780 百万円)等による増加
資産の部合計	1,867,116	3,578,053	1,710,937	
(負債の部)				
流動負債	407,201	1,615,883	1,208,682	
買掛金	9,198	122,699	113,501	
未払金	63,772	105,538	41,766	
短期借入金	0	480,000	480,000	
未払法人税	154,800	228,525	73,725	
預り保証金	96,409	556,511	460,102	} 「価格.com外為」の取引量増 加に伴い、会員からの預り保 証金が増加
その他	83,022	122,610	47,141	
固定負債	0	0	0	
負債の部合計	407,201	1,615,883	1,208,682	
(資本の部)				
資本金	408,250	426,770	18,520	
資本剰余金	573,700	598,489	24,789	
利益剰余金	475,965	936,911	460,946	} 利益の計上による増加
資本の部合計	1,457,915	1,962,170	504,255	

2005年3月期 業績予想達成状況

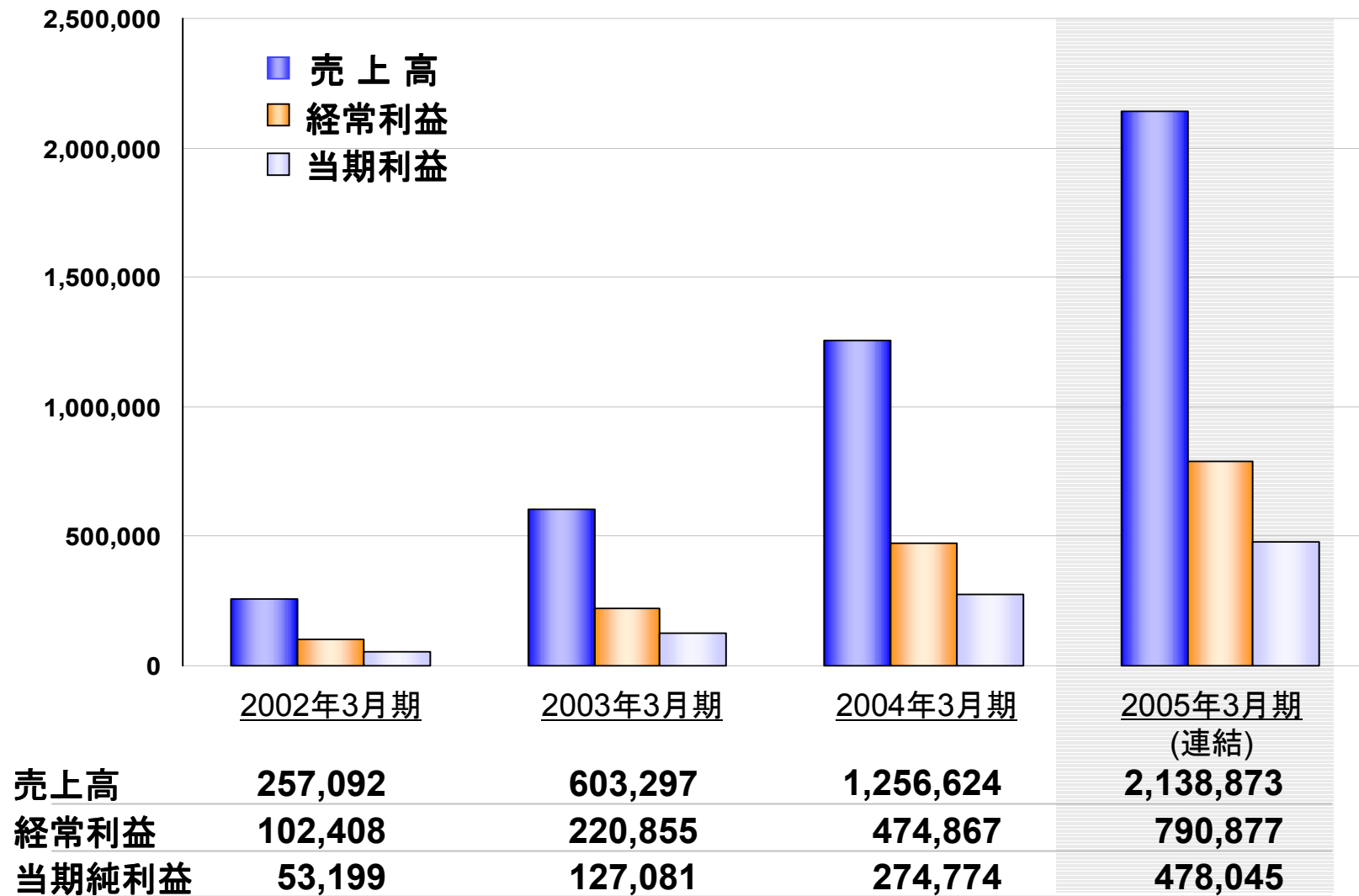
単位：千円

	連結（通期）		単体（通期）	
	予想	実績 (達成率%)	予想	実績 (達成率%)
売上高	2,012,000	2,138,873 (106%)	2,000,000	2,133,378 (107%)
経常利益	783,000	790,877 (101%)	800,000	807,082 (101%)
当期純利益	462,000	478,045 (103%)	470,000	495,346 (105%)

※ 連結業績予想は2005年2月10日に開示

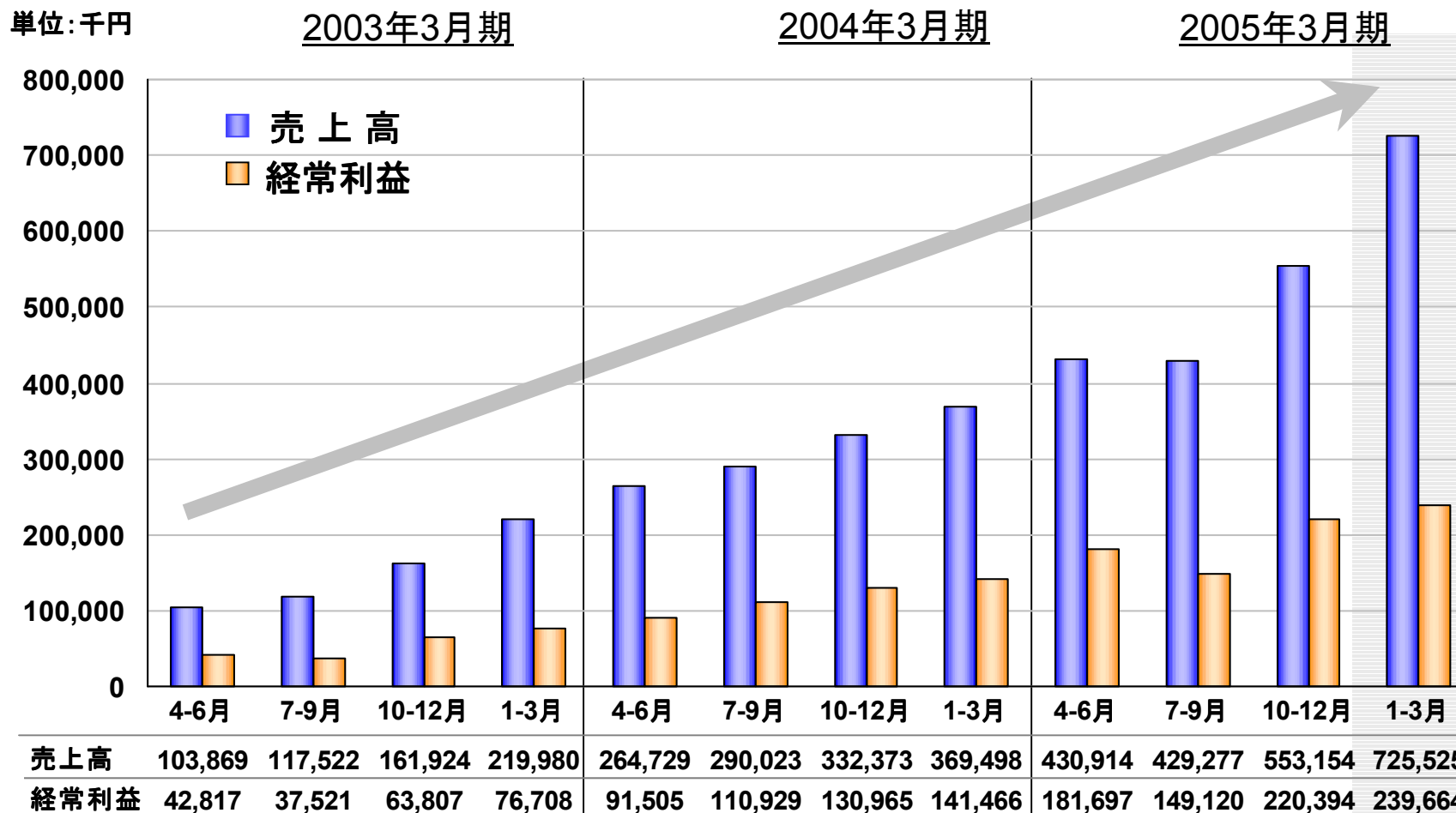
通期業績の推移

単位：千円



四半期別 業績の推移

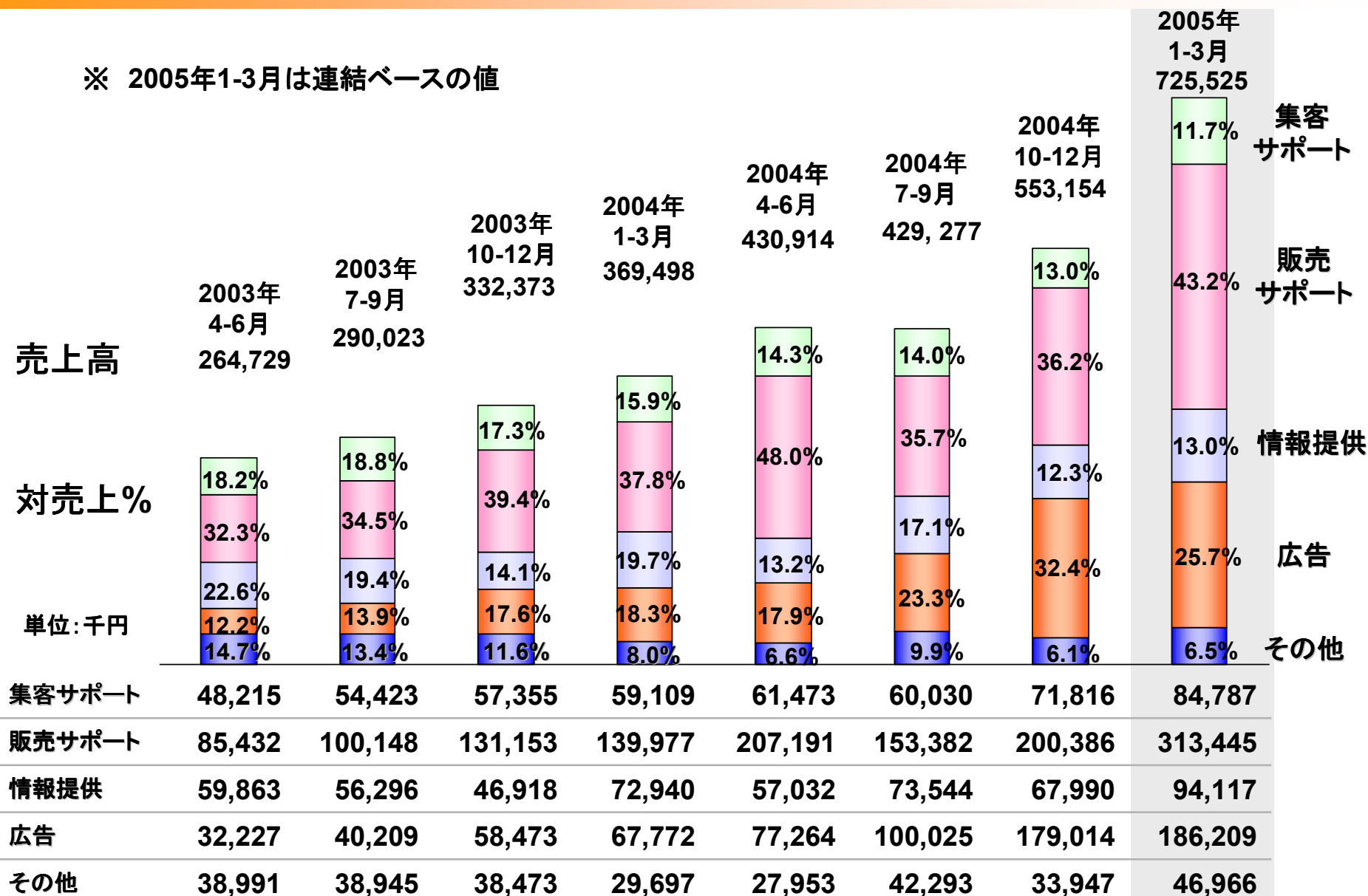
3Q比売上31%と大幅増収。のれん償却後の経常利益ベースでも9%の増益。



※ 2005年1-3月は連結ベースの値

四半期別 業務別売上構成の推移

※ 2005年1-3月は連結ベースの値

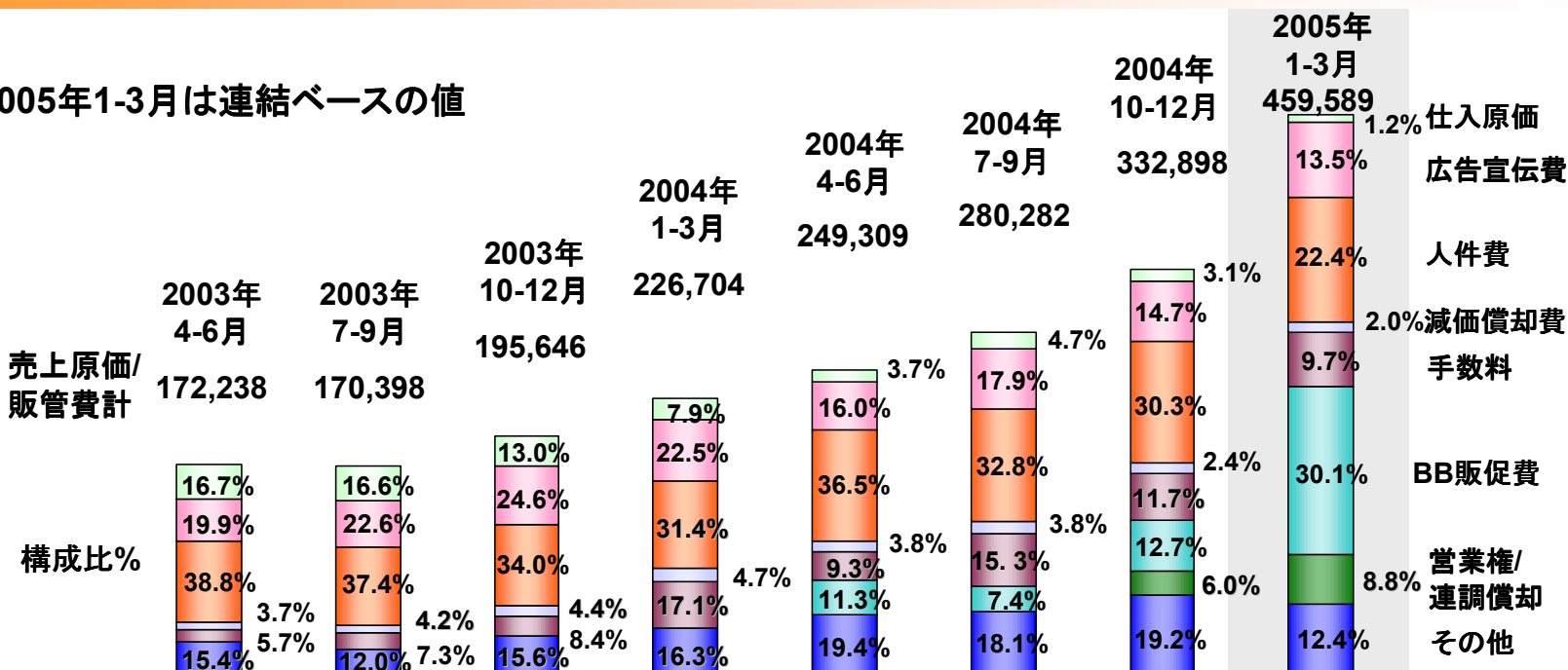


四半期別 コスト内訳の推移

※ 2005年1-3月は連結ベースの値

※1:
手数料=支払手数料と広告代理店手数料の合計

※2:
各四半期末の就業人員数。臨時従業員数は()外数で記載



単位:千円

	2003年 4-6月	2003年 7-9月	2003年 10-12月	2004年 1-3月	2004年 4-6月	2004年 7-9月	2004年 10-12月	2005年 1-3月
仕入原価	28,680	28,247	25,500	17,839	9,118	13,157	10,318	5,506
広告宣伝費	34,210	38,444	48,044	51,095	39,862	50,035	48,903	62,041
人件費関連	66,774	63,688	66,513	71,289	90,925	91,856	100,826	102,762
減価償却費	6,353	7,198	8,569	10,699	9,550	10,749	8,115	9,246
手数料 ※1	9,780	12,423	16,402	38,870	23,265	42,961	38,802	44,489
BB販促費	-	-	-	-	28,140	20,748	42,119	138,313
営業権/連調償却	-	-	-	-	-	-	20,000	40,362
その他	26,439	20,396	30,616	36,910	48,447	50,773	63,812	56,867
従業員数(人) ※2	30(8)	31(8)	33(8)	37(12)	40(11)	44(18)	46(19)	48(22)

2005年1-3月
「その他」内訳
・支払家賃
8百万円
・通信費
5百万円
・株式公開維持費
2百万円
など



業務別レビュー

各業務の概要

5つの業務の概要

集客サポート

- 登録ショップ(小売店)からの価格情報を掲載し登録料を受取る

販売サポート

- 当社サイト経由によるパソコン販売およびブロードバンド回線の契約等の実績に応じてメーカーや回線業者より手数料を受取る

情報提供

- 保険 / 中古車査定等の見積り情報を事業者へ提供する
- サイトのログデータ等をメーカーやシンクタンクへ販売する

広告

- バナーおよびテキスト広告等の広告商品を販売する

その他

- 電話加入権販売、外国為替保証金取引、旅行その他の新規事業

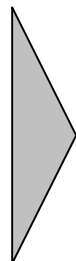
※ マーケットプレイス事業以外のセグメントの金額的重要性が低いため、2005年3月期連結情報において事業の種類別セグメント情報は開示しておりません。このため、業績等詳細のご説明は従来どおり業務区分別に行います。

業務詳細 1. 集客サポート業務

登録ショップ数は順調に増加。コンテンツの充実によりユーザー増加をはかる

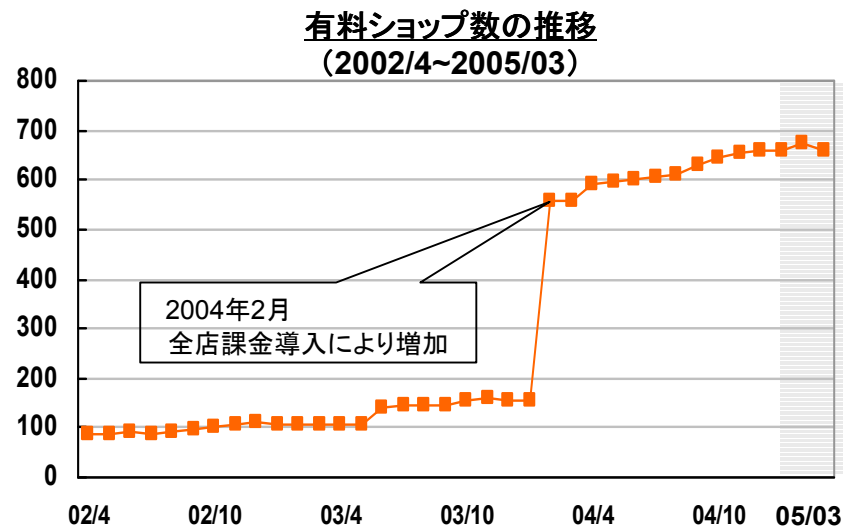
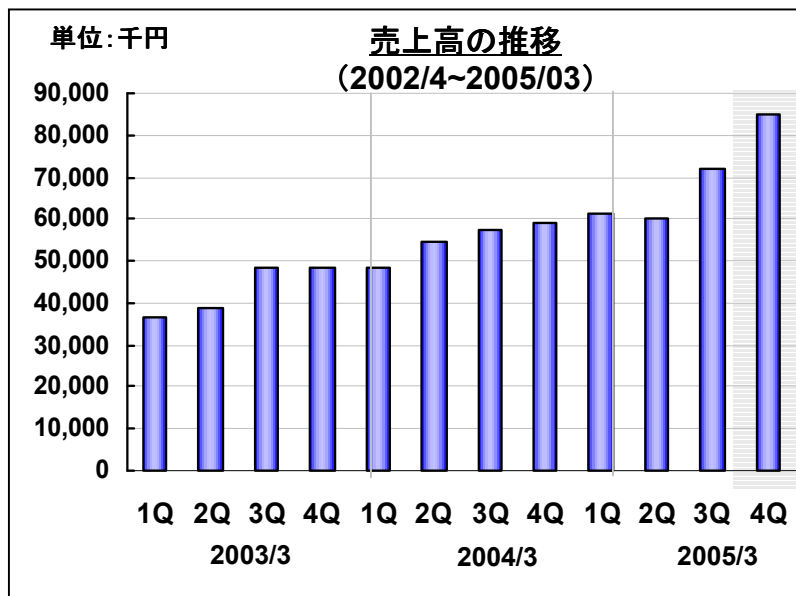
第4四半期の業況

- 登録ショップ数増、課金体系の一部変更により売上増加
登録ショップ数 674店 (2005/04) 売上 3Q比18%増
- 価格.com IDの導入(2005/3)
ID登録が可能となり、お気に入り商品登録が可能になるなどユーザー利便性が向上
- レストランガイド「tabelog(β)」オープン(2005/3)
要望の多かったグルメ情報提供を新サイトにて取扱うユーザー層および利用頻度の拡大を目指す



今後の見通し

- 取扱ジャンルの拡大
健康美容関連商材、アウトレット品などの取扱いを検討
- 登録ショップの充実
引き続き大型ショップの誘致、全国的な加盟店展開を図る
- サイト機能の強化
製品評価の強化、ユーザーごとにカスタマイズされた各種新サービスの追加など、サイト機能の充実を図る



業務詳細 2. 販売サポート業務

3Q比56%増と好調。引き続き商材拡大により増収とともに安定性向上を図る

第4四半期の業況

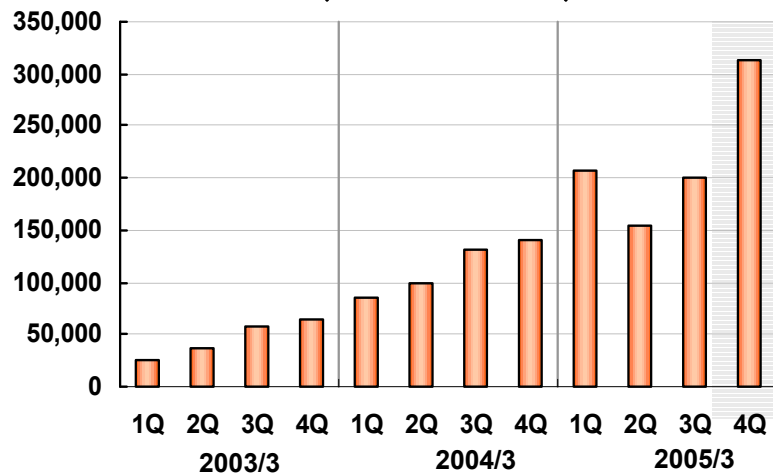
- 4Q販売サポート売上は300百万円を超え、過去最高であった1Qを大幅に上回る。3Q比56%、前年同期比124%増
- パソコン、BBともに好調。一方、電機メーカー直販やDVDソフト、ローンなど新しい商材も軌道に乗り始め、売上に貢献
- PCの契約メーカー数は17社(2005/04)
(Dell/エプソン/ソニー/日本HP/富士通/IBM/ソーテック/
イーヤマ販売/MCJ/e-machine/シャープ/日立/NEC/
フロンティア神代/アロシステム/九十九電機/アプライド)

今後の見通し

- 取扱商材の拡大により、今後も売上増加が期待されるとともに、安定性向上が見込まれる。
- BBは光ファイバーの取扱をすすめ売上を伸ばす。ADSLも料金引き下げによる人気から、当面は売上に貢献する模様
- PCは引き続き安定した伸びが期待される。取扱実績、シェアの拡大に応じた販売条件の改善により、さらなる売上増加を図る

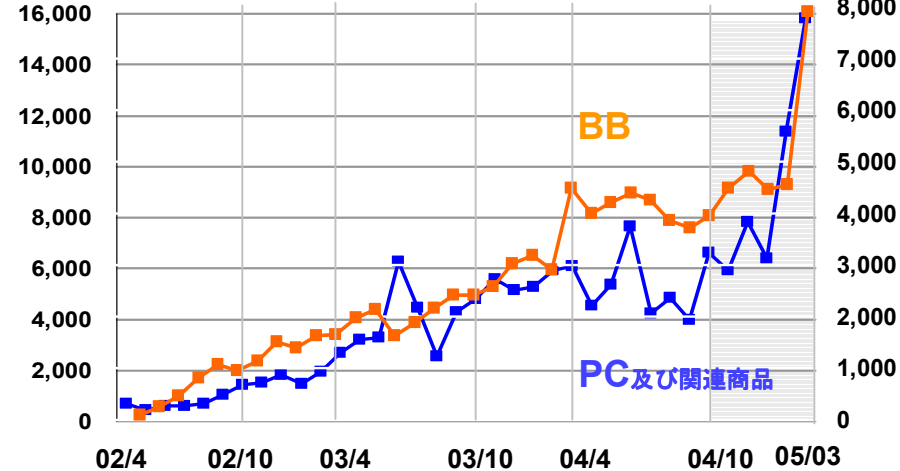
単位:千円

売上高の推移
(2002/4~2005/03)



PC関連

販売数の推移
(2002/4~2005/03)



業務詳細 3. 情報提供業務

自動車保険の好調で売上は3Q比38%の増加。4月より生命保険の取扱いを本格化

第3四半期の業況

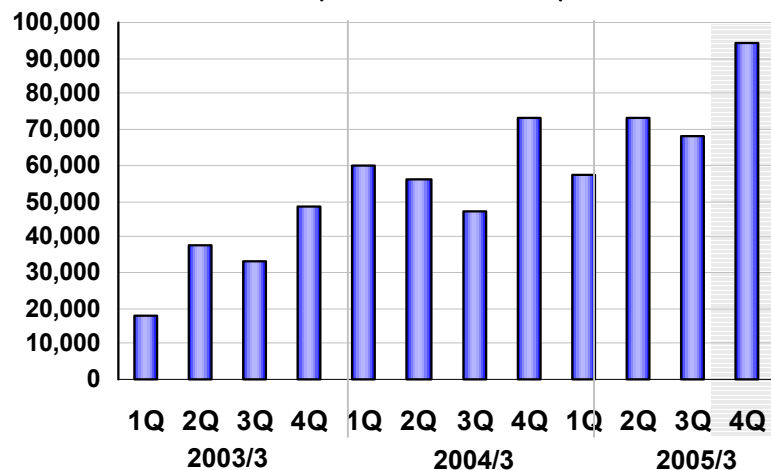
- 情報提供業務売上高は3Q比38%増。季節性もあるが前年同期比でも約30%増とサイト認知度とともに着実に増加。
- 契約会社数
 保険11社（あいおい、アクサ、アメリカンホーム、セコム、ゼネラル、ソニー、チューリッヒ、日本興亜、三井住友、三井ダイレクト、アリコ）
 中古車査定27社（ジャック、カーセブン、ラビット、他全国および地方）（2005年04月度）
- 新サービスの開始
 葬儀社20社（2004/10 リリース、2005/01 課金スタート）

今後の見通し

- 2005年4月、生命保険の一括資料請求サービスを本格化。また、(株)カカコム・インシュアランスへの無料相談窓口を設け、保険選びのコンサルティングサービスを開始。利用者及び売上の増加を図る
- 引き続き、新規サービスのリリースを図る
- 自動車保険、中古車査定参加会社数および対象商品の増加により、利便性向上を図る
- マーケティングデータ販売の本格化

単位:千円

売上高の推移
(2002/4~2005/03)



単位:件/月

見積取得件数の推移
(2002/4~2005/03)



業務詳細 4. 広告業務

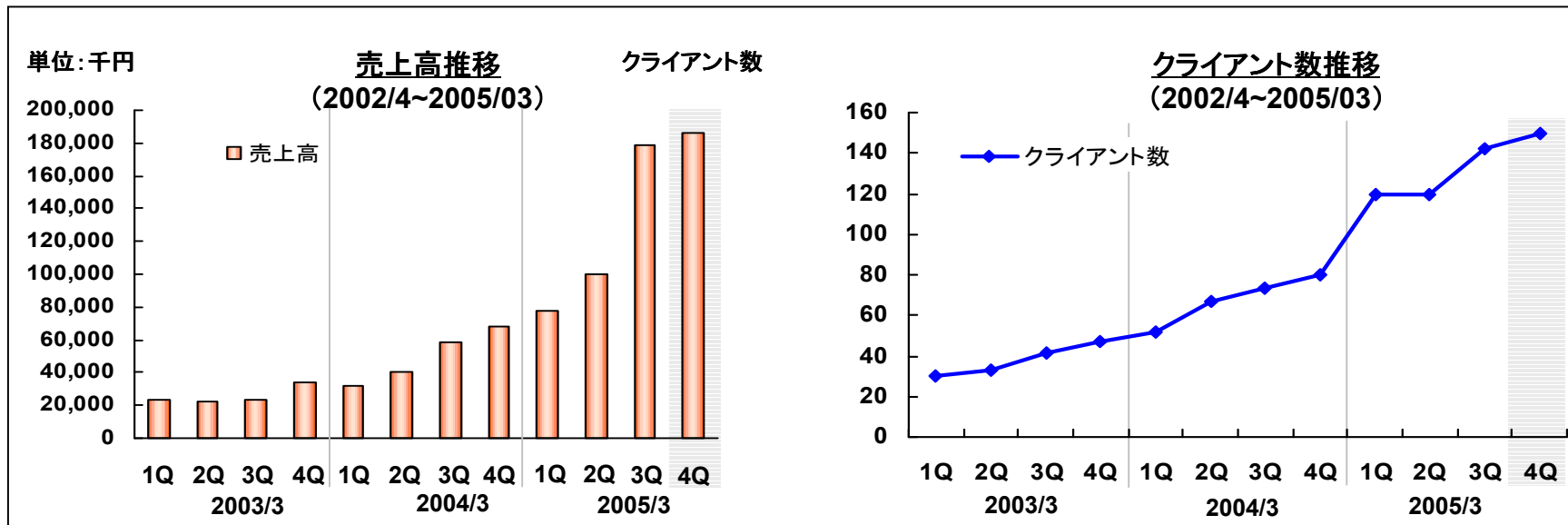
広告業務は媒体価値の向上と新カテゴリの開設により3Qに続き好調

第4四半期の業況

- 広告は、3Qに引き続き好調で、4Qの売上は186百万円と前年同期比約170%増
- 新規カテゴリの開設により、サイトでの取扱業種が増し、ニーズが高まるとともに、ページ数の増加により広告スペースが拡大
- 「価格.com」のユーザー数の増加、ブランド力の向上により、媒体価値が高まり条件が改善

今後の見通し

- 業界動向、ユーザー数の伸びに応じ、引き続き広告単価の適正化が見込まれる
- さらなるカテゴリ追加による潜在顧客の増加効果で、売上の増加が期待される
- インプレッション課金、クリック課金など、課金方法のバリエーションをそろえ、ニーズにこたえる



業務詳細 5. その他業務

フォートラベル(株)買収により旅行分野への本格参入を果たす。外国為替は好調を維持

第4四半期の業況

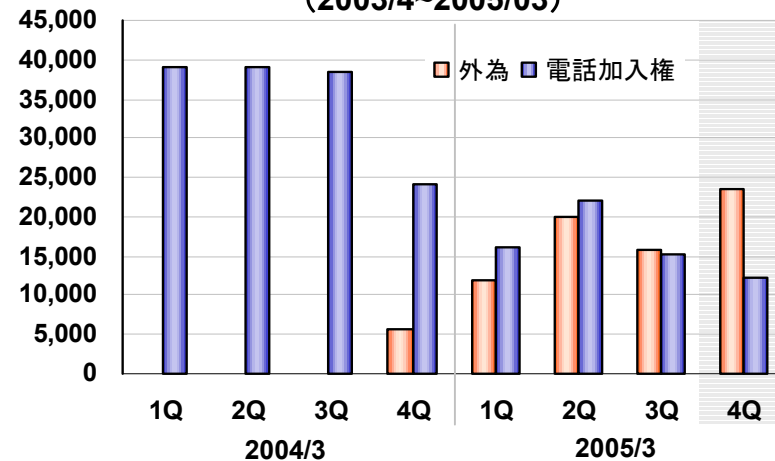
- 2005/1/28、国内最大級の旅行クチコミサイト、フォートラベルを子会社化。旅行分野にてラインナップが揃う
 - ・フォートラベル：旅行のクチコミサイト
 - ・yoyaQ：高級ホテル直前割引予約
 - ・価格.com宿泊予約サービス
- 外国為替保証金取引サービス「価格.com 外為」は、引き続き好調。会員、預かり保証金、取引ともに順調に増加
- 電話加入権売買業務売上は、加入権撤廃を見据えて減少



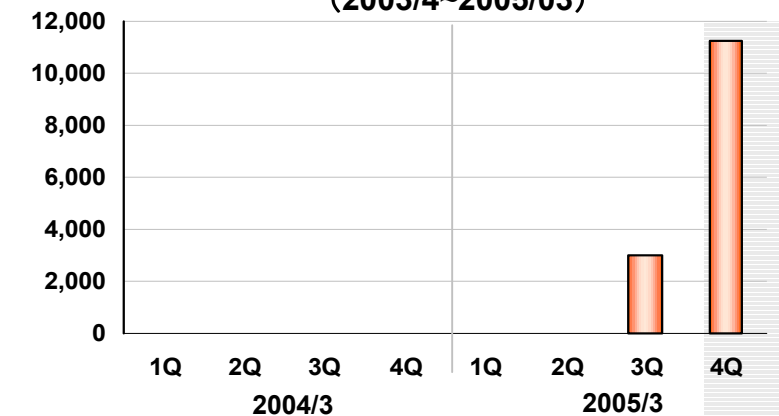
今後の見通し

- フォートラベルは大手ポータルサイトや旅行専門サイトへのコンテンツ提供によりユーザー・コンテンツ・売上の拡大を図る
- yoyaQサービスは利用可能時間帯の拡大により大幅に利便性向上
- 旅行サービスはフォートラベルを軸にそれぞれのサービスを統合し、成長性の高い同市場にてシェア拡大を図る
- 「価格.com」外為は、引き続き好調な推移が見込まれる
- ユーザーニーズに応じ、今後も新サービスを順次リリース

単位：千円
外為・電話加入権売上推移
(2003/4~2005/03)



単位：千円
旅行関連売上推移
(2003/4~2005/03)



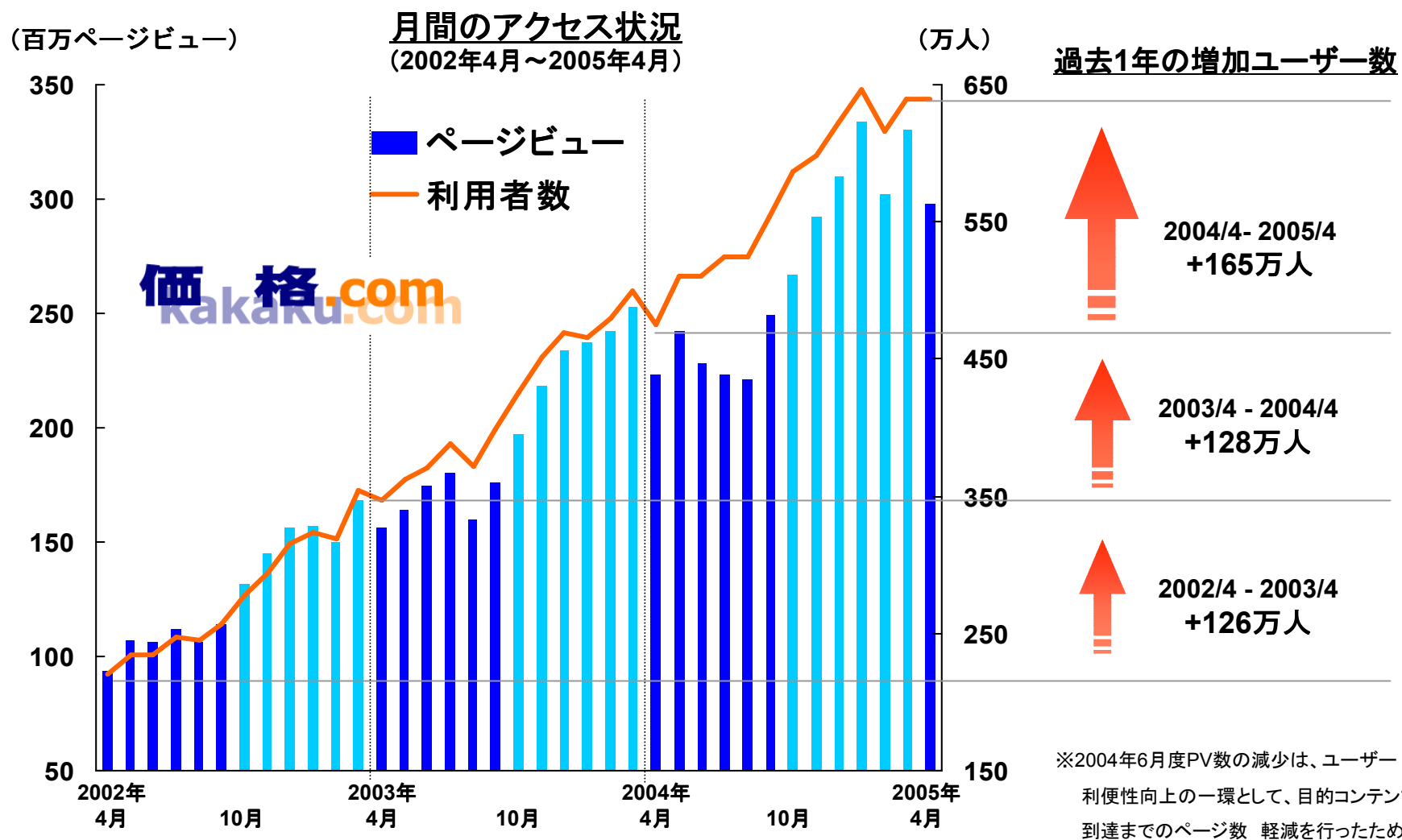
※ 2005/3、4Qのフォートラベル(株)の売上貢献は2ヶ月分のみ



サイトの利用状況

サイトへのアクセス状況 『価格.com』

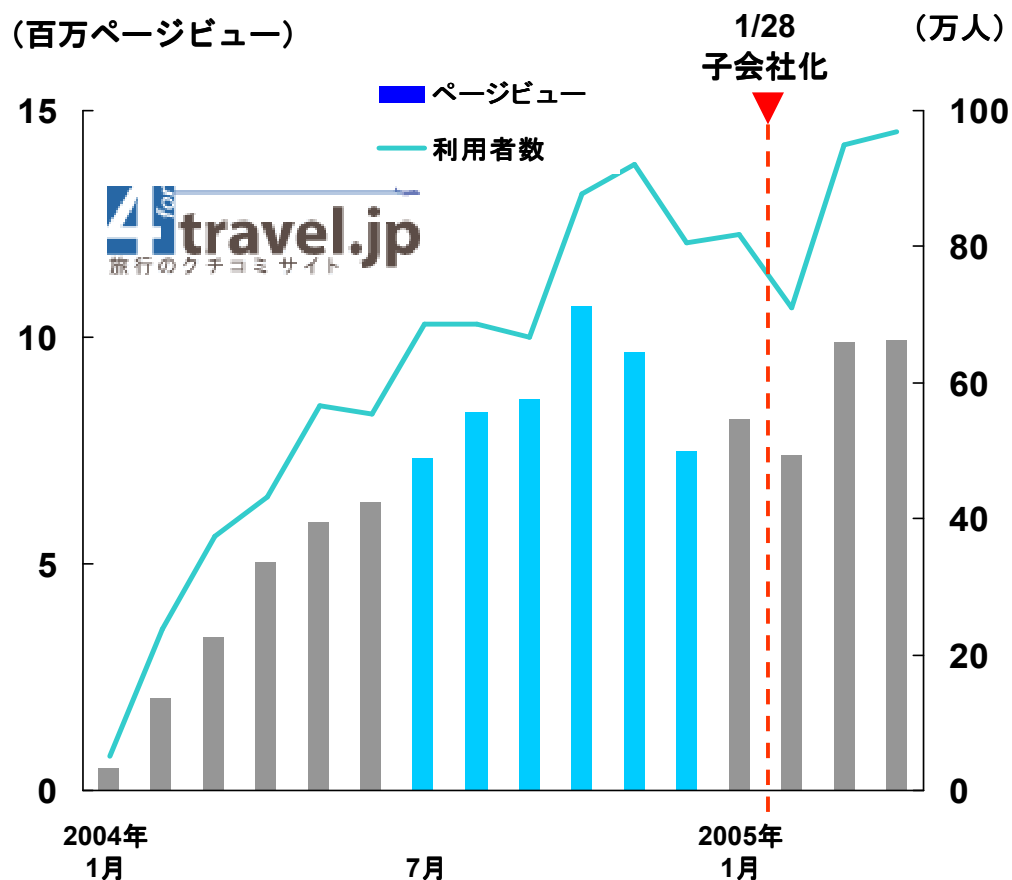
サイト利用者は引続き順調に増加



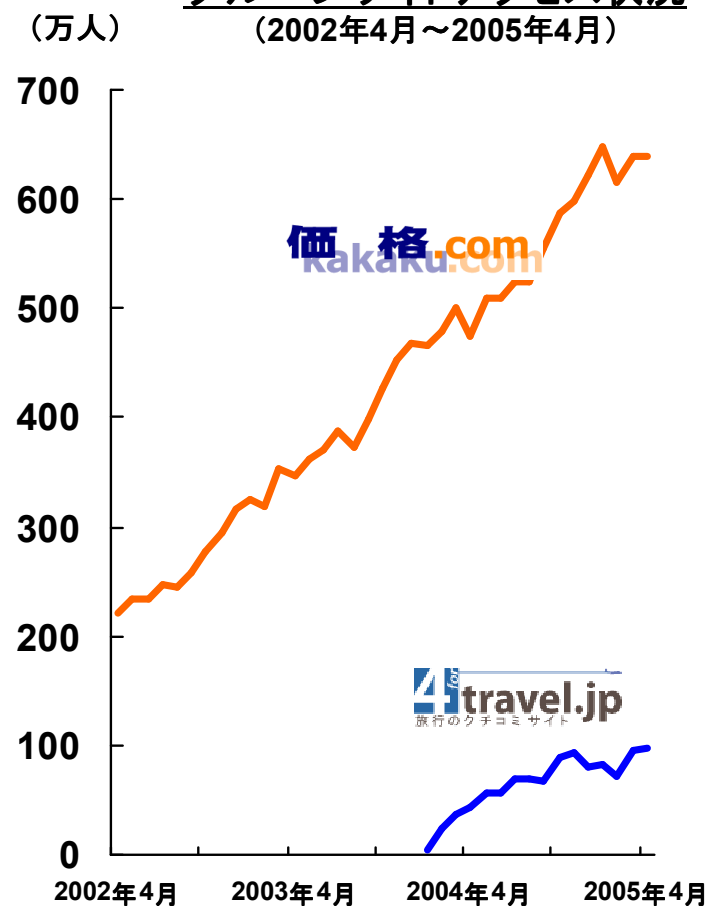
サイトへのアクセス状況 『4travel』

2004年1月のサービス開始から急激にユーザーを伸ばしている

月間のアクセス状況
(2004年1月～2005年4月)



グループサイトアクセス状況
(2002年4月～2005年4月)



*独立して集計。重複考慮せず

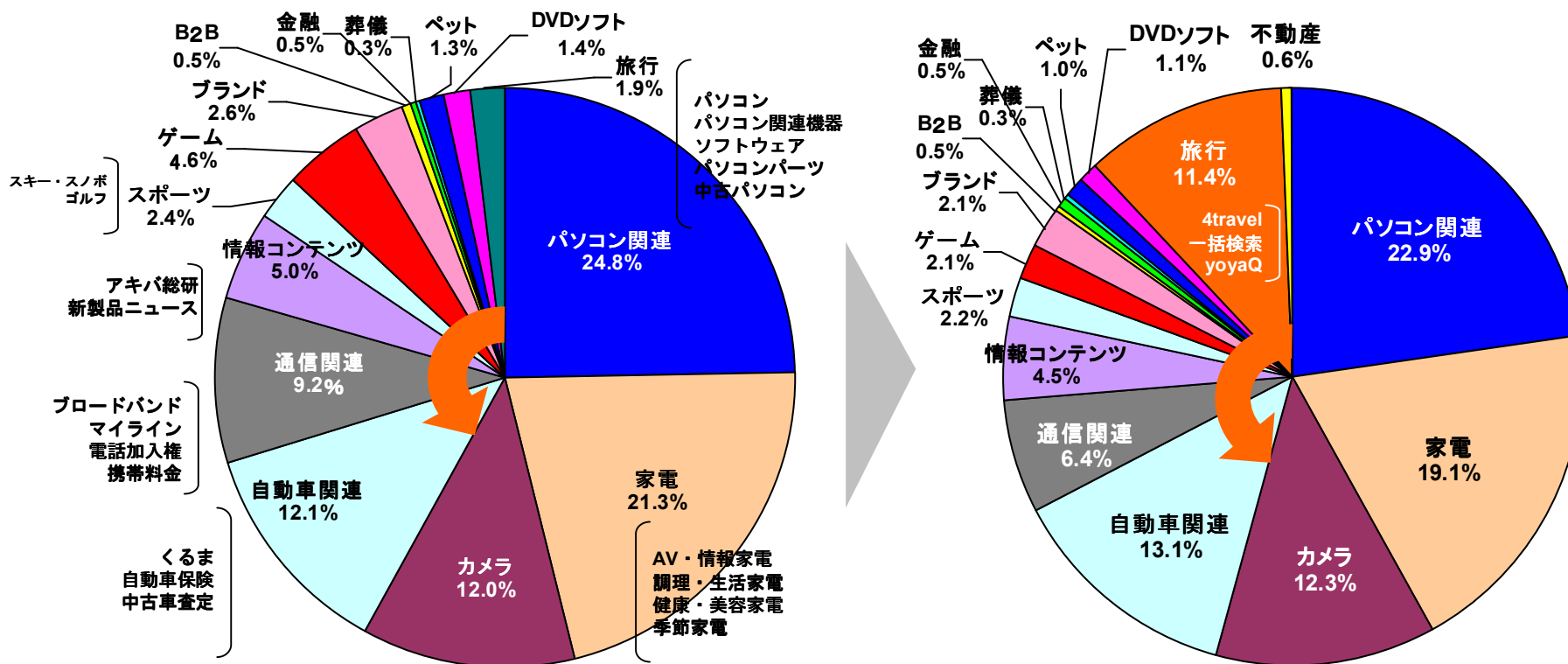
サイトへのアクセス状況 2. グループ商材別アクセス

フォートラベルの子会社化で旅行カテゴリのユーザーが増加

コンテンツ別利用者数の割合

2004年12月

2005年3月



PC・家電・カメラ以外のコンテンツ利用割合

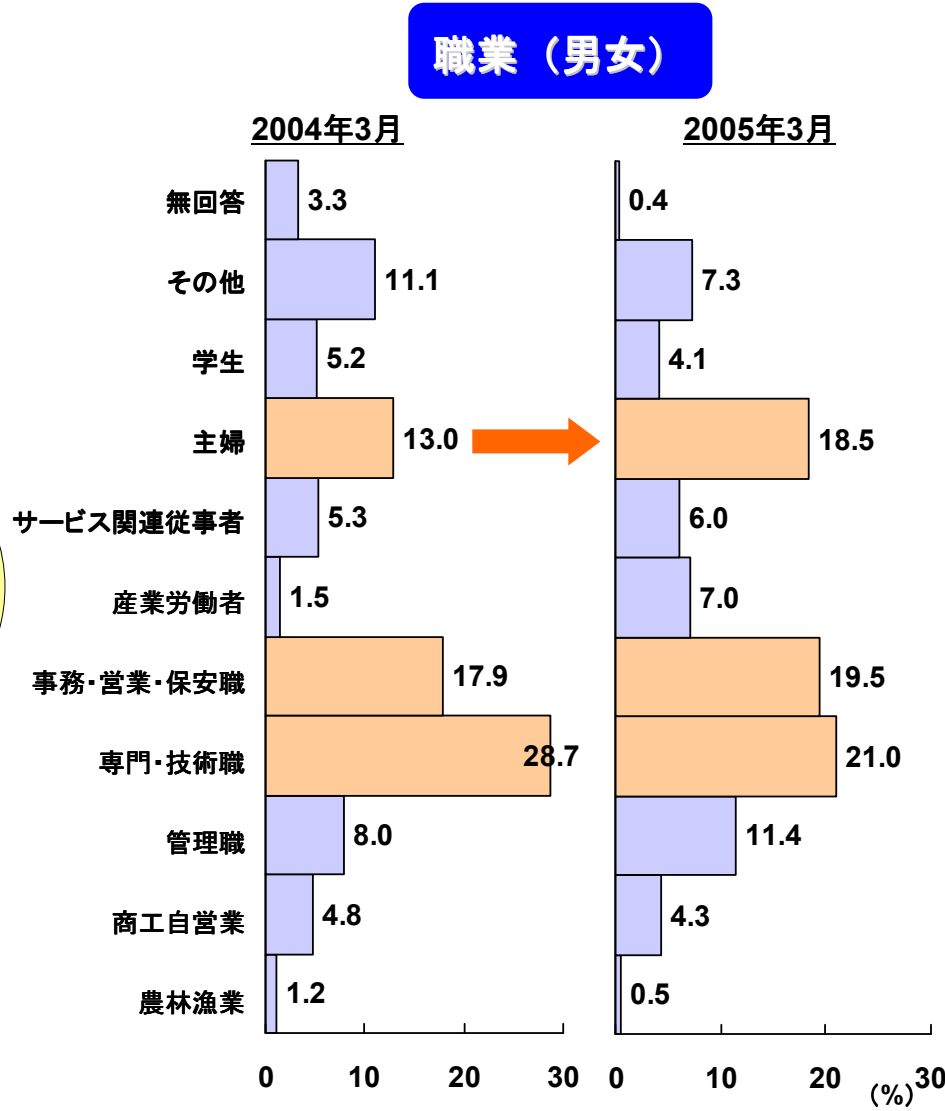
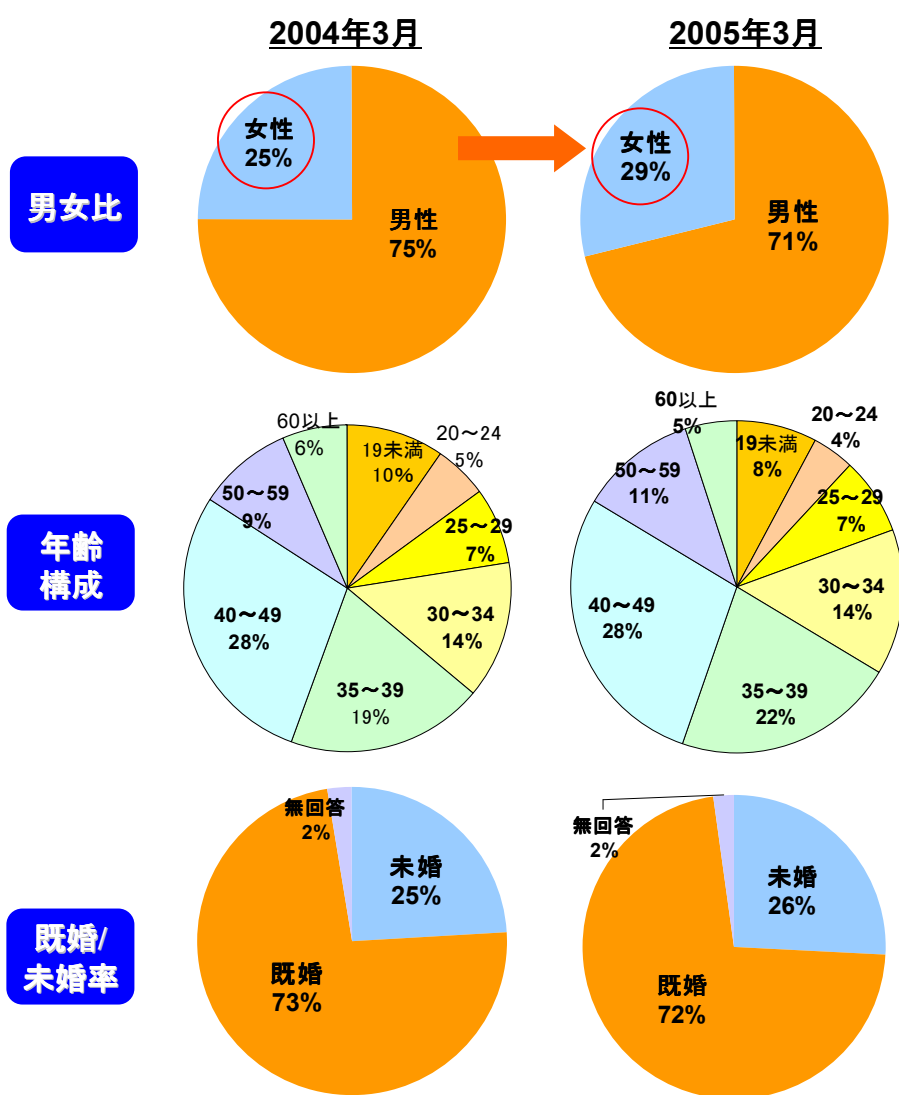
2004年12月
42%

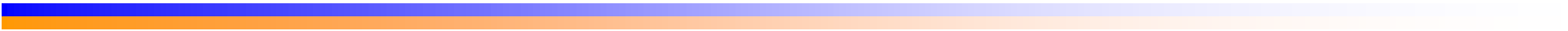
2005年3月
46%

デジタルカメラ
フィルムカメラ
ビデオカメラ

サイトへのアクセス状況 3. 利用者属性

主婦を中心とした女性の利用が拡大している





本資料に記載された情報や将来の見通しについては、資料作成時点での当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。今後、様々な不確定要因により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知置きください。