

バリューコマース株式会社

2012年12月期 第1四半期決算説明資料

代表取締役 社長執行役員	飯塚洋一
取締役 副社長執行役員 CFO	藤村義雄
取締役 副社長執行役員	土田圭滋

免責事項

- **本説明資料は、当社が投資家に対して行うプレゼンテーションのための資料として、参考情報を提供することをその目的としており、当社またはその関係者は、本説明資料に記載された内容の正確性、適切性、網羅性について責任を負いません。**
- **本プレゼンテーションは、当社有価証券の取得にかかる投資勧誘を目的としたものではなく、当社有価証券への投資判断にあたって必要なすべての情報を網羅したものではありませんので、投資判断の際は、当社の公表資料を入手してそこに含まれるすべての情報を検討してください。**
- **本説明資料には、将来の見通しに関する記述が含まれていますが、実際の業績はさまざまな要因により、これらの見通しと異なる場合があります。**
- **会社の業績に影響を与え得る事項の詳細につきましては、「平成23年12月期 決算短信」の「事業等のリスク」に記載しておりますので、ご参照ください。但し、会社業績に影響を与える要因は「事業等のリスク」に記載されている事項に限定されるものではありません。**

目次

I 2012年12月期第1四半期連結業績報告

2012年12月期第1四半期 連結業績の概要	4
サービス別売上高・構成比率	5
セグメント別業績	6
カテゴリー別売上高構成比率(24カテゴリー)	7
新規ECサイト獲得事例	8

II 新体制・新組織

執行役員制度の導入	10
海外事業開発チームの新設/広報IRの強化	11

III 2012年12月期業績見通し 配当政策

2012年12月期 連結業績予想の上方修正	13
2012年12月期 配当予想の上方修正	14

IV 参考資料

中期経営方針	16
ポジショニング	17
売上高拡大の具体策	18
注文件数実数の推移(全体)	19
注文件数実数の推移(PCを除く)	20
連結業績推移	21
四半期業績、キャッシュフロー推移(連結)	22
費用構成の推移	23
連結貸借対照表	24
連結キャッシュフロー	25
用語集	26
会社概要	28

2012年12月期第1四半期 連結業績報告

2012年12月期第1四半期 連結業績の概要

5四半期連続で増収を継続し好調決算。ジェーピーツーワンの投資利益貢献も継続

(百万円)

	Q1' 12				Q1' 11	
		売上高 構成比	Q1進捗率 (期初予想Q2累計)	前年同期比増減		売上高構成 比
売上高	2,229	-	54.3%	23.5%	1,805	-
売上原価	1,394	62.5%	-	28.7%	1,083	60.0%
売上総利益	835	37.5%	-	15.7%	722	40.0%
販管費	631	28.3%	-	18.4%	533	29.6%
営業利益	203	9.1%	55.1%	7.9%	188	10.4%
経常利益	242	10.9%	60.4%	21.3%	199	11.1%
特別損益(ネット)	△2	△0.1%	-	-	△90	△5.0%
税金等調整前 四半期純利益	240	10.8%	-	119.4%	109	6.1%
法人税等	95	4.3%	-	148.0%	38	5.0%
四半期純利益	144	6.5%	65.7%	103.9%	70	3.9%
1株当たり四半期純利益	¥748.39	-	-	-	¥367.70	-

■ Normalized EPS ¥2,993.56 (Q1 EPSを年換算)

■ ROE 12.86% (Q1 当期純利益 x 4 / 期首純資産※)

※前支払配当金を除いております。

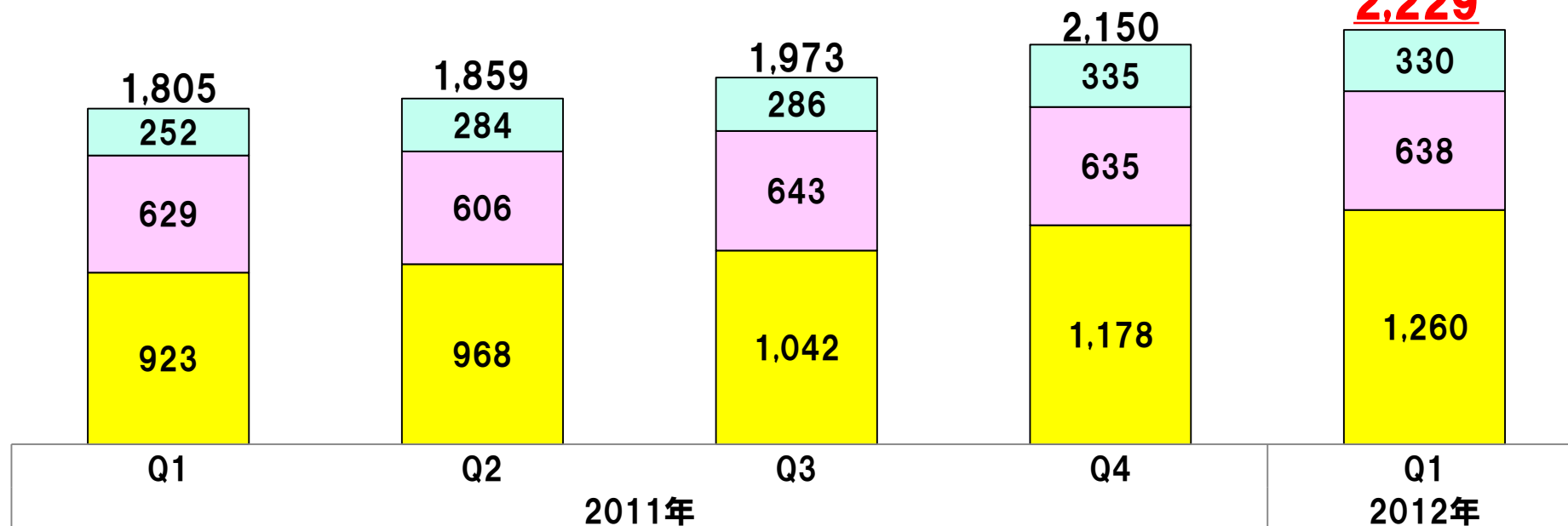
サービス別売上高・構成比率

四半期売上高推移

5四半期連続増収

■コンサルティングサービス ■ASP ■ストアマッチ

(百万円)



	Q1' 12		前年同期比増減	Q1' 11
	売上高	売上高構成比		
ストアマッチサービス	330	14.8%	30.8%	252
ASPサービス	638	28.6%	1.3%	629
コンサルティングサービス	1,260	56.6%	36.6%	923
合計	2,229	-	23.5%	1,805

セグメント別業績

(百万円)

	Q1' 11	Q1' 12
アフィリエイトマーケティングサービス事業		
セグメント売上高	1,552	1,899
セグメント利益	284	287
セグメント利益率	18.2%	15.1%
ストアマッチサービス事業		
セグメント売上高	252	330
セグメント利益	18	22
セグメント利益率	7.3%	6.9%
セグメントに帰属しない全社費用	114	107
全社		
売上高	1,805	2,229
営業利益	188	203
営業利益率	10.4%	9.1%

アフィリエイトマーケティングサービス事業 = ASPサービス + コンサルティングサービス

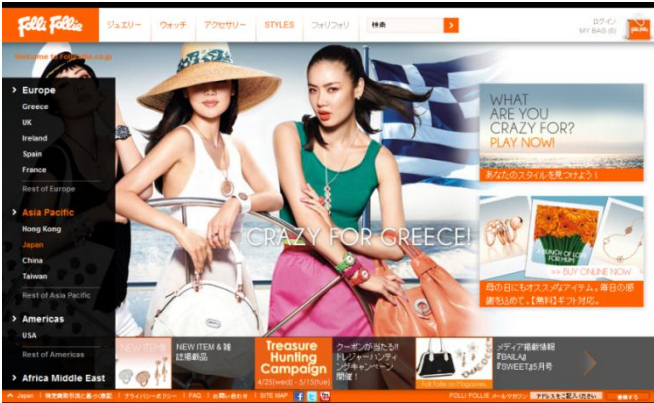
カテゴリー別売上高構成比率(24カテゴリー)

金融関連の広告出稿が好調。

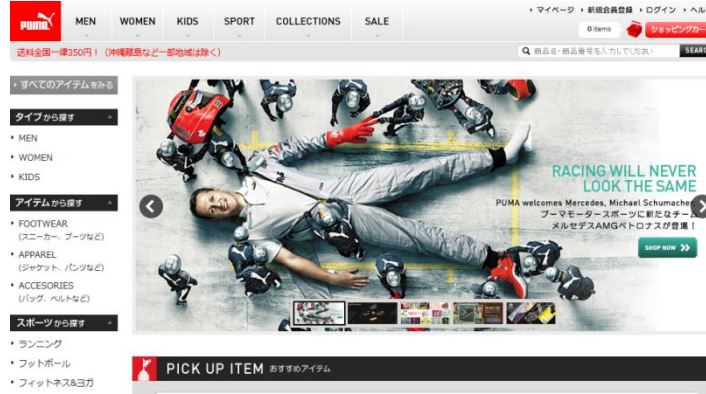
	2011年				2012年
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
金融	30.8%	30.8%	30.3%	33.2%	36.9%
旅行	9.1%	9.3%	11.7%	10.3%	8.9%
PC・家電・ソフト	8.2%	8.0%	8.6%	7.8%	7.9%
ショッピング・オークション	4.6%	3.7%	3.4%	4.1%	3.7%
美容・エステ・コスメ	3.3%	3.8%	4.0%	3.8%	3.5%
住まい・暮らし	2.8%	3.3%	2.3%	2.0%	2.2%
ファッション・アクセサリ	2.0%	2.3%	1.8%	2.4%	2.2%
就職・転職・アルバイト	1.4%	1.7%	1.7%	1.7%	2.1%
健康・ダイエット・医療	2.0%	2.2%	2.3%	1.8%	1.7%
エンターテインメント	1.3%	1.4%	1.5%	1.5%	1.6%
上位10カテゴリーの 売上高占有率	65.4%	66.5%	67.6%	68.6%	70.7%

新規ECサイト獲得事例

株式会社 フォリフォリジャパン(アクセサリ)



プーマ ジャパン株式会社(スポーツ用品)



フィアット グループ オートモービルズ ジャパン株式会社(車)



株式会社大丸松坂屋百貨店(百貨店)



ゼビオ株式会社(スポーツ用品)



新体制・新組織

新体制・新組織

1. 執行役員制度の導入

代表取締役 社長執行役員

取締役 副社長執行役員 CFO

取締役 副社長執行役員

執行役員 営業部門長

執行役員 経営管理部門長

執行役員 営業本部長

飯塚洋一

藤村義雄

土田圭滋

甲斐泰孝

寺下晴敏

岡野哲人

技術部門(兼務)

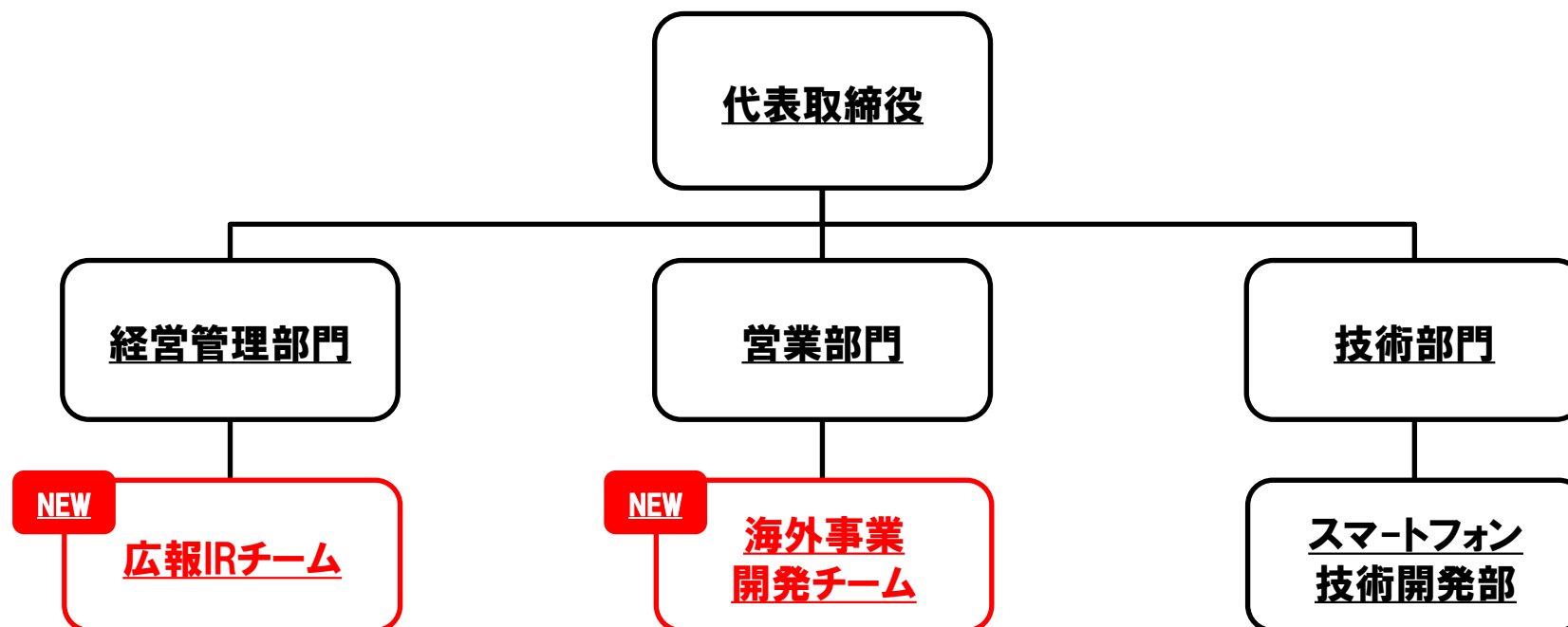
経営管理部門

営業部門

営業部門

経営管理部門

営業部門



2.海外事業開発チームの新設

海外事業開発を担当していた新規事業開発部を経営管理部門から営業部門
海外事業開発担当役員の土田取締役直属の部署とし、更にチームメンバーを
増強することにより、海外における業務提携・資本提携等の事業開発をより
強力に推進していくため。

3.広報IRの強化

1. 広報、IR、コーポレートデザインチームを統合し、シナジーが発揮できる体制にすることにより、企業認知度の向上を含む当社のコーポレートブランディングの確立および強化を推進するため。
2. 株主、投資家、マスコミ等多方面に対して、迅速に効果的なブランディング戦略を立案・実施し、より質の高い情報発信体制を構築するため。

2012年12月期業績見通し 配当政策

2012年12月期 連結業績予想の上方修正

好調なQ1決算を受け、業績予想を上方修正。

(百万円)

	Q1'12実績	第2四半期累計期間			通期業績			
		期初予想	修正予想	Q1進捗率	2011年実績	期初予想	修正予想	Q1進捗率
売上高	2,229	4,108	4,480	49.8%	7,789	8,540	9,050	24.6%
営業利益	203	369	415	49.0%	759	835	885	23.0%
経常利益	242	401	485	50.0%	832	903	1,015	23.9%
当期純利益	144	220	285	50.7%	443	526	600	24.1%

2012年12月期 配当予想の上方修正

業績予想の上方修正を受け、配当予想も上方修正。
 予想配当性向は通期ベースで32.2%。

	Q1'12実績	第2四半期累計期間		通期業績		
		期初予想	修正予想	2011年実績	期初予想	修正予想
EPS	¥748.39	¥1,138.92	¥1,475.35	¥2,299.13	¥2,723.05	¥3,105.90
中間配当	-	¥250	¥450	-	-	-
期末配当	-	-	-	¥750	¥500	¥550
DPS合計	-	¥250	¥450	¥750	¥750	¥1,000
配当性向	-	22.0%	30.5%	32.6%	27.5%	32.2%

參考資料

中期経営方針

基本方針

グローバルベースでの企業価値の増大

国籍・年齢・性別を問わない、適材適所の経営

強みの追求

- ヤフー株式会社との協業（ヤフーCPA、ストアマッチ）
- 大手顧客実績、豊富な成果獲得ノウハウを活かした顧客獲得

成長機会の捕捉

- ECサイト数、パートナーサイト数の増加
- スマートフォン広告需要の取り込み、スマートフォン最適化
- 海外市場並びに海外製品の販売支援によるグローバル収益機会の追求

ポジショニング

付加価値サービス

大口顧客獲得

ASPサービスの領域

現在

シンプルなシステムで
多くの顧客へ

ハイスペックを
要求する
大口顧客

コンサルティングサービスの領域

顧客数増加

シンプル

売上高拡大の具体策

1. 通販大手、小売EC大手からの商権獲得

流通総額の多い通販・小売EC大手で、当社が獲得できていないECサイトをターゲットに拡販攻勢を行う。未獲得のアカウントでアフィリエイト経由の流通総額は1,000億円あると見込んでいる。

2. スマートフォン市場でのマネタイズ機会の創出

ECサイト、パートナーサイト双方に対するスマートフォン最適化支援。サイト最適化 (smart4me)、成果捕捉 (App2Web)、アプリ提供者向け広告 (APP2APP、Web2APP)、広告素材最適化。

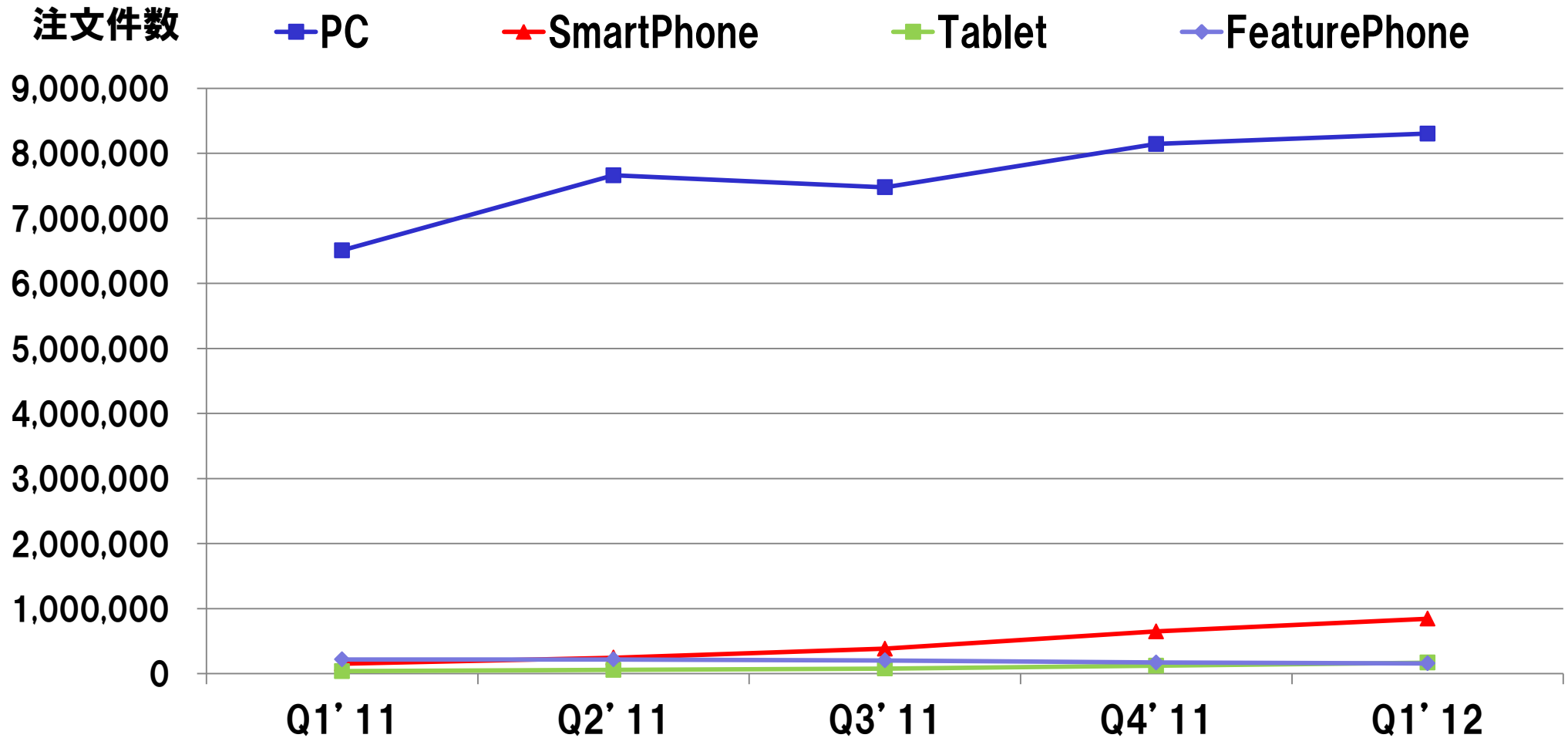
3. 海外市場、海外製品販売支援によるグローバル収益機会の追求

東南アジア現地企業との業務提携、資本参加の検討。

海外引合からのアプローチ、国内ビジネスからの発展系による収益機会の創出。

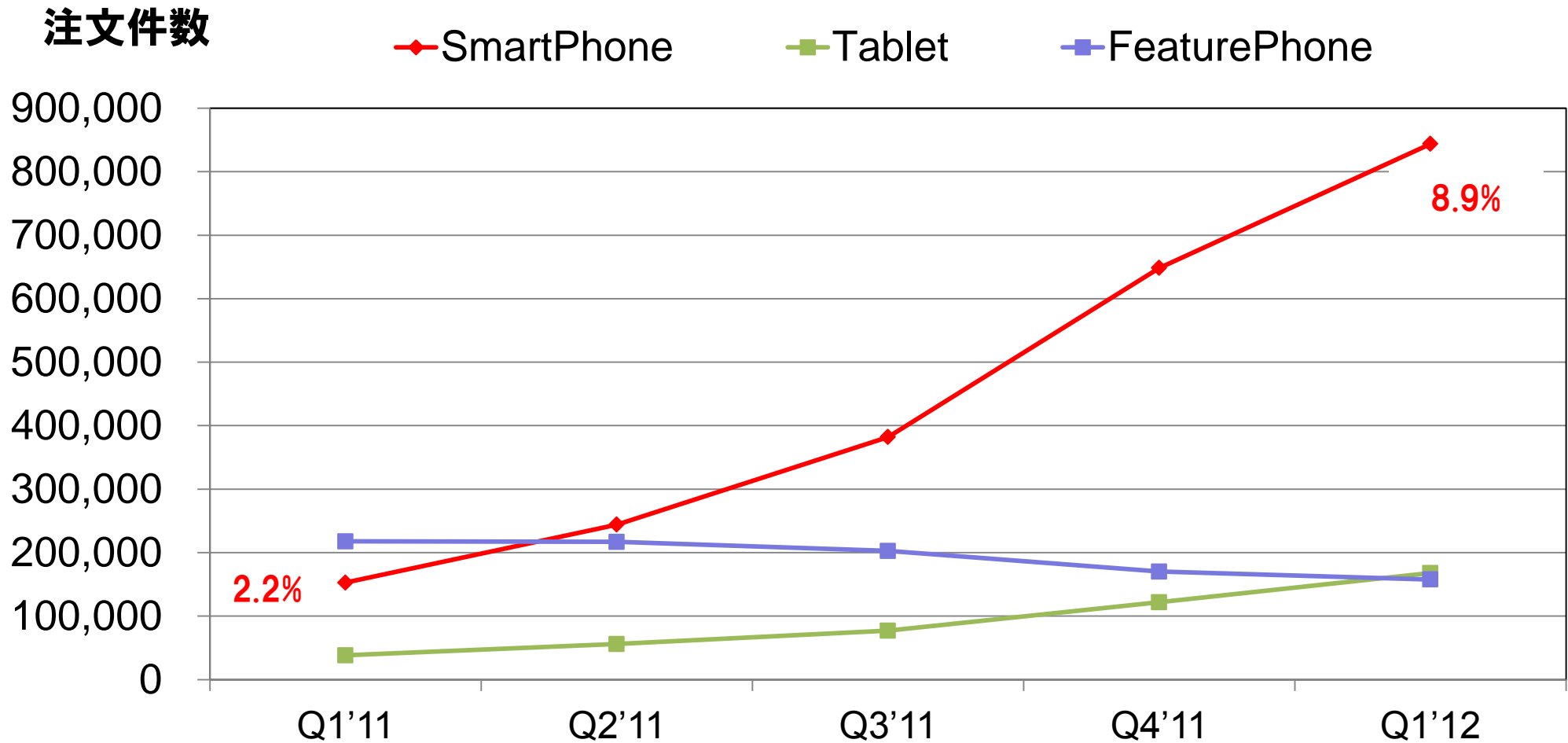
注文件数実数の推移 (全体)

総件数691万件→950万件(前年同期比37.4%増)



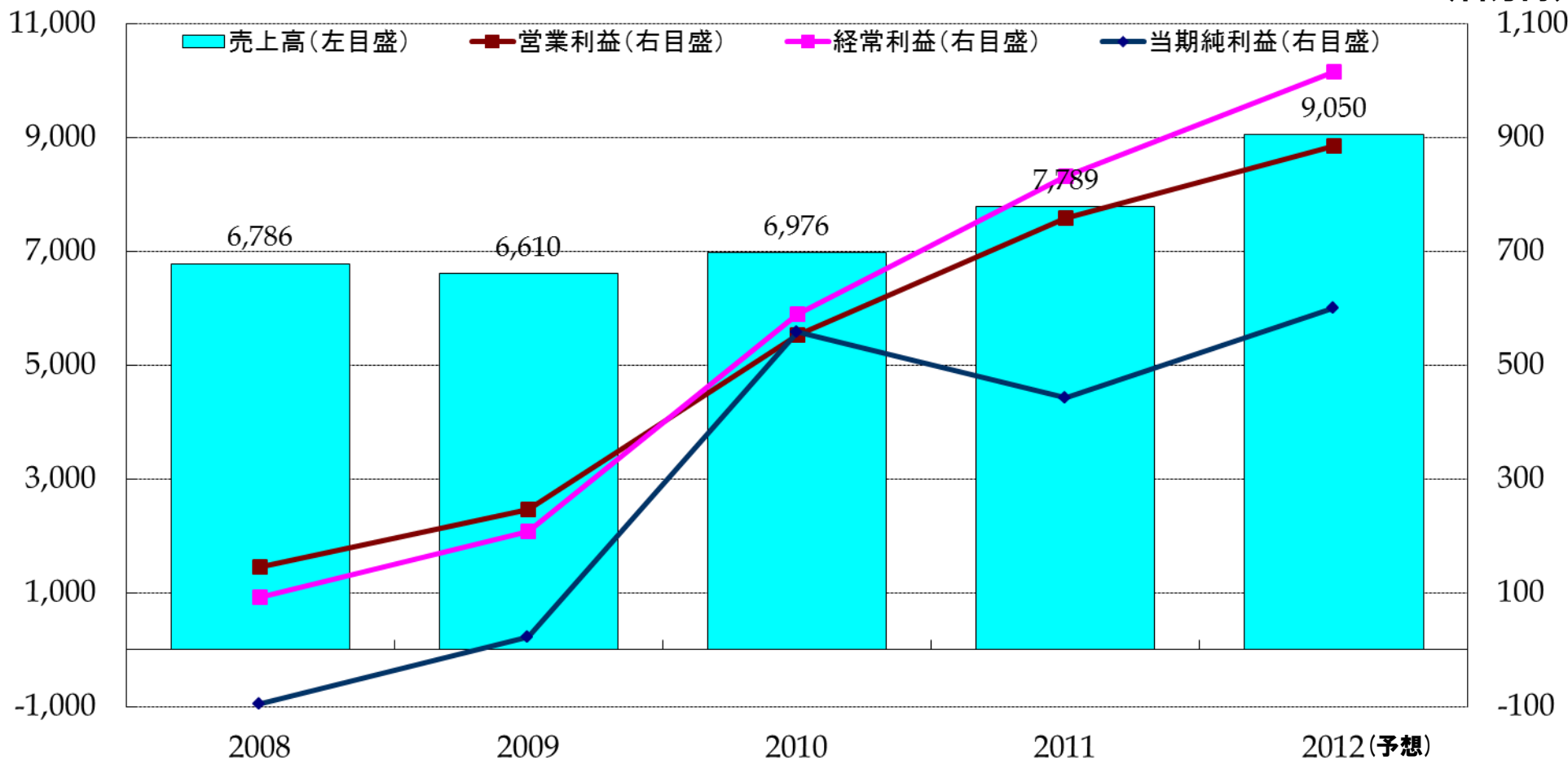
注文件数実数の推移(PCを除く)

全体におけるSmartPhone占有率2.2%→8.9%



連結業績推移

(百万円)



(百万円)	2008	2009	2010	2011	2012(予想)
売上高	6,786	6,610	6,976	7,789	9,050
営業利益	146	246	553	759	885
経常利益	93	208	589	832	1,015
当期純利益	△95	23	558	443	600
EPS	¥△502.66	¥121.08	¥2,915.75	¥2,299.13	¥3,105.90

四半期業績、キャッシュフロー推移(連結)

(百万円)

	2011年				2012年
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上高(+ASPパートナー報酬)	2,978	2,964	3,187	3,321	3,607
売上高	1,805	1,859	1,973	2,150	2,229
ASPサービス	629	606	643	635	638
コンサルティングサービス	923	968	1,042	1,178	1,260
ストアマッチサービス	252	284	286	335	330
売上原価(-)	1,083	1,139	1,209	1,366	1,394
コンサルティングサービス原価	676	710	774	889	955
媒体費(リスティング広告原価)	142	135	139	141	106
ストアマッチサービス原価	201	227	229	268	264
その他原価	63	66	65	67	67
売上総利益	722	719	764	784	835
販管費(-)	533	519	542	634	631
人件費	392	388	396	461	443
その他販管費	141	130	146	173	188
営業利益	188	200	221	149	203
経常利益	199	214	248	169	242
特別損益(ネット)	△90	△2	△2	△28	△2
税金等調整前四半期純利益	109	212	246	140	240
法人税等(法人税等調整額含む)	38	83	88	54	95
四半期純利益	70	128	157	86	144
営業活動によるキャッシュフロー	44	112	468	226	41
投資活動におけるキャッシュフロー	△30	△28	△42	△59	△10
財務活動におけるキャッシュフロー	△36	△11	△0	0	△103

費用構成の推移

増収に伴う原価増。人件費は昇給等による増加、採用費増。その他販管費は業務委託費、消耗品費が増加した。
(百万円)

	Q1' 12			Q1' 11	
		売上高構成比	前年同期比増減		売上高構成比
売上原価					
コンサルティング原価	955	42.9%	41.3%	676	37.5%
媒体費	106	4.8%	△25.1%	142	7.9%
ストアマッチサービス原価	264	11.9%	31.4%	201	11.1%
その他原価	67	3.0%	6.8%	63	3.5%
	1,394	62.5%	28.7%	1,083	60.0%
販管費					
人件費	443	19.9%	12.9%	392	21.7%
その他販管費	188	8.5%	33.6%	141	7.8%
	631	28.3%	18.4%	533	29.6%
売上原価、販管費合計	2,026	90.9%	25.3%	1,617	89.6%
従業員数(臨時雇用含む)	253名	-	△3名	256名	-

- コンサルティング原価 コンサルティングサービス(業務受託契約)にかかる原価。パートナー報酬を原価計上する。
- 媒体費 ASPサービスにおけるリスティング広告原価等。
- その他原価 間接原価が中心(サーバー費用、減価償却費、ソフトウェアアモチゼーション等)。

連結貸借対照表

(百万円)

	Q1' 12 End (2012年3月末)	Q4' 11 End (2011年12月末)	増減	主たる増減要因
流動資産	6,514	6,501	+12	売掛金+69、未収入金+71
現預金	4,415	4,487	△72	現預金△72、繰延税金資産△37
固定資産	732	714	+18	ソフトウェア+34、投資有価証券+34 ソフトウェア仮勘定△47
総資産	7,247	7,215	+31	
流動負債	2,438	2,404	+34	未払金+124、買掛金+64 未払法人税等△182
固定負債	167	169	△2	
純資産	4,641	4,641	0	
負債・純資産合計	7,247	7,215	+31	

連結キャッシュフロー

法人税等の支払を主要因とする営業キャッシュフローの減少、配当金支払いに伴う財務キャッシュアウトフローにより、72百万円のキャッシュ減。

	(百万円)			主な内訳(百万円)	
	Q1' 12	Q1' 11	増減		
営業活動によるキャッシュフロー	41	44	△3	□営業キャッシュフロー	
投資活動によるキャッシュフロー	△10	△30	+19	税金等調整前四半期純利益	240
財務活動によるキャッシュフロー	△103	△36	△66	減価償却費	37
現金及び現金同等物の増減額	△72	△22	△50	売上債権の増加	△69
現金及び現金同等物の期首残高	4,487	3,846	+641	未収入金の増加	△71
現金及び現金同等物の期末残高	4,415	3,823	592	仕入債務の増加	64
				未払金の増加	88
				預り金の増加	18
				法人税等の支払	△237
				□投資キャッシュフロー	
				有形固定資産の取得	△1
				無形固定資産の取得	△7
				□財務キャッシュフロー	
				配当金の支払	△103

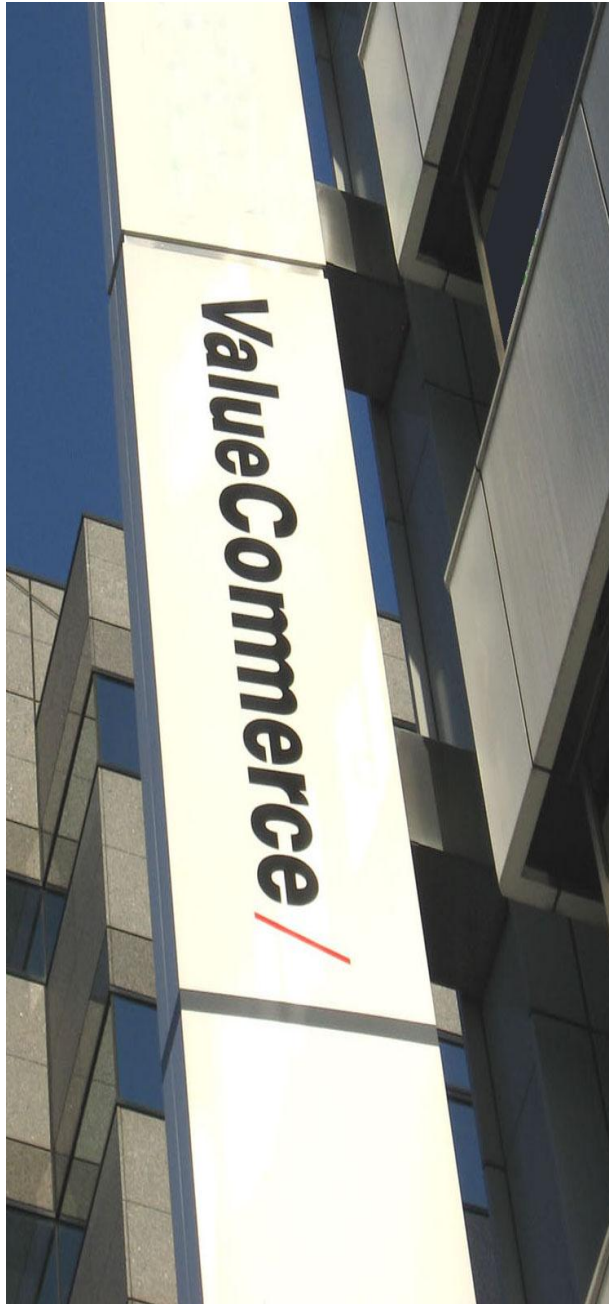
用語集

1	アフィリエイトマーケティング	商品やサービスをWebページで販売するEコマースサイトや会員登録やカタログ請求を受け付けるサイト等のオンラインでビジネスを展開している企業(ECサイト)の広告を、法人・個人のホームページ運営者のサイト(パートナーサイト)に掲載し、パートナーサイトは、広告掲載の効果に応じて報酬を得るサービス。
2	バリューコマース・プログラム	ECサイトとパートナーサイトの提携を提供するシステム。アフィリエイトマーケティングにおける一連の情報を管理するデータベース。
3	ASPサービス	中小規模のECサイトを展開する顧客向けに、バリューコマース・プログラムを用いて、アフィリエイトマーケティングを提供するサービス。
4	コンサルティングサービス	ECサイトを運営する顧客に対し、アフィリエイトマーケティングにおける最適な広告効果を得る広告手法の立案、運営、管理を当社が受託するサービス。
7	パートナー報酬	パートナーサイトへの成果報酬。定率報酬、定額報酬がある。
8	コミッション	バリューコマースの収益源。パートナー報酬の一定割合がECサイトから支払われる。
9	オプション	検索連動型広告、管理画面バナー広告、パートナー向けメール広告、商品報酬設定、バナー制作代行等、アフィリエイトマーケティングサービスのオプションとして提供するサービス。
10	ストアマッチサービス	ECサイト向けのクリック課金型インターネット広告配信サービス。「ストアのイチオシ」と「アイテムマッチ」の2通り。
11	ストアのイチオシ	ECサイト内の検索連動型広告。ECサイト内の検索窓でインターネットユーザーが照会した検索キーワードに連動したECサイトの広告が検索結果の周囲に表示される。
12	アイテムマッチ	ECサイト向け商品表示型広告。ECサイトは、カテゴリから商品を選択するユーザー向けに、商品カテゴリに対し広告を出稿する。広告は出稿単価が高い広告から表示される。
13	スマートフォン	高機能携帯電話携帯。インターネットにダイレクトに接続できる点に最大の特徴。ディスプレイが大きい。
14	フィーチャーフォン	従来の携帯電話端末。通称ガラケーともいう。
15	アプリケーション	ソフトウェア。スマートフォンは、OSの技術情報が殆どOpen化されているので、アプリケーションの組入れが簡単。
16	スマートフォン広告	広告素材であるバナーやテキスト(文字)をスマートフォンのディスプレイ上で最適に表示されるような広告の総称。

用語集

17	リワード広告	成果報酬型広告に対してアクションを起こしたインターネットユーザーにも報酬が与えられる仕組み、またはその広告手法。アプリケーションのダウンロードが成果対象になっていることが多い。
18	リードジェネレーション	会員獲得等の見込み顧客の獲得を成果とする広告もしくはその手法を指す。リージェネとも呼ばれる。
19	インプレッション(imp)	広告の表示回数。
20	ページビュー(PV)	一定期間にサイトが閲覧された回数。当社の場合、アフィリエイト広告をバリューコマース・プログラムから配信した回数。
21	クリックスルー(CT)	サイト内の広告がクリックされた回数。アフィリエイトでは、クリックのみで成果に認められる場合がある。
22	トランザクション(TX)	ECサイトが認識する最適の広告効果に至った回数。Eコマースであれば商品購入、リージェネでは会員登録、引合申込。
23	流通総額	アフィリエイトマーケティングを通じて広告成果が発生した場合、その広告成果のもととなった財の価額の合計。ある商品の購入に対しパートナー報酬の料率を3%とした場合、アフィリエイトを経由して5,000円の財が売れば、5,000円が1トランザクションあたりの流通総額、150円がパートナー報酬となる。
24	ネット計上	パートナー報酬を売上高、売上原価に認識しない。ASPサービスが準拠。
25	グロス計上	パートナー報酬を売上高、売上原価に認識する。コンサルティングサービスが準拠。業界的にはこれがデファクト。
26	CPM	Cost per Mille ページビュー単価。閲覧1,000回あたりの広告料金。
27	CPC	Cost per Click クリック単価。1クリックあたりの広告料金。
28	CPA	Cost per Action 成果報酬を捕捉する単価。1TXあたりの成果広告料金。リージェネにはCPL(Cost per Lead)と呼称する場合がある。
29	CPI	Cost per Install アプリケーションインストールあたりの単価。
30	APP to APP (APP2APP) Web to APP (Web2APP)	アプリケーションのインストールを誘導する広告。スマートフォンアプリにアフィリエイト広告が表示され、アプリがインストールされ起動した時点で成果と認識される。
31	APP to Web (APP2Web)	アプリからウェブサイトへ誘導する広告。スマートフォンアプリにアフィリエイト広告が表示されるのはAPP to APPと同じだが、アプリ広告を介してウェブサイトへ飛んで商品購入や資料請求があった時点で成果と認識される。

会社概要



- 会社名 : バリューコマース株式会社
- 設立 : 1999年11月(創業1996年)
- 本社所在地 : 東京都港区赤坂8-1-19 日本生命赤坂ビル5,6F
- 代表者 : 代表取締役 社長執行役員 飯塚 洋一
- 事業内容 : アフィリエイトマーケティングサービス
(成果報酬型インターネット広告)
検索エンジンマーケティング
- 持分法関連会社 : 株式会社ジェーピーツーワン(自社メディア運営)
- スローガン : Your Success is Our Value
- ミッション : 高品質で効果的なサービスを提供すること
- ビジョン : インターネットによる販売とマーケティングサービスでグローバルリーダーになること

投資家情報:

<http://www.valuecommerce.co.jp/ir>

問合せ先: 担当: 稲山、篠原、宮下

Phone: 03 4590 3600 (4#) Fax: 03 4590 3888

E-mail: investor_relations@valuecommerce.co.jp