



平成 18 年 10 月 10 日

各 位

東京都中央区日本橋箱崎町 27 番 2 号  
渡菊第 3 ビル 3 階  
株 式 会 社 ラ ク ー ン  
代 表 取 締 役 社 長 小 方 功  
(コード番号：3031 東証マザーズ)  
問い合わせ先：  
取締役副社長兼管理部長 今野 智  
電 話 ： 03 - 5652 - 1692

## 中期経営戦略（平成 19 年 4 月期～平成 22 年 4 月期）の策定について

当社は、中長期的な事業規模拡大を目指すための経営戦略に変更を加え、このたび中期経営戦略を策定いたしましたので、その概要をご報告申し上げます。

### 記

#### 1. 中期経営戦略の骨子と背景

- (1) 「スーパーデリバリー」の会員小売店数拡大をより一層積極的に行います。そのため、広告宣伝費等の小売店獲得のための投資を積極的に行います。

「スーパーデリバリー」は、アパレル及び雑貨の製造業者及び輸入業者を中心とした出展企業が、地方及び小規模小売店を中心とした会員小売店に対して効率よく販路拡大を行うことを目的としており、会員小売店及び出展企業数の拡大が「スーパーデリバリー」の事業規模拡大の必須条件となっております。

この点、最近の傾向といたしましては、東京証券取引所マザーズ市場への上場による信用力の向上及び知名度の向上を起因として出展企業の獲得ペースが向上しておりますが、他方、会員小売店の獲得ペースに関しては上場前後であまり変化はございません。

そのため、出展企業数の拡大ペースと会員小売店の拡大ペースのバランスが崩れ始めており、将来的に出展企業の満足度の向上に影響を及ぼすことを懸念しております。

また、当社と競合するサービスを提供する企業が複数社出現しており今後の競争激化が予想されております。そのため、今後の当社の競争優位性の維持及び向上のためにも早期に会

員小売店数を拡大し、マーケットシェアの向上を図ることが必要であると考えております。

当社は、出展企業の満足度低下を事前に回避し、さらには当初予定以上に事業規模拡大ペースを早め当社の競争優位性を確立し、ひいては中長期的な売上及び利益水準の拡大を実現するために、当期及び来期からの3年間に会員小売店数拡大のための投資期間と位置づけ、会員小売店獲得のための広告を中心とした投資を行うことにいたしました。

なお、具体的な会員小売店数の目標値といたしましては、平成22年4月期末において27,500店舗を計画しております。そのため、今期及び来期からの3年間ににおける広告宣伝等の集客手段への投資額を5億円程度積み増すことにいたしました。

- (2) 収益構造の強化を図るため、「スーパーデリバリー」の出展企業に対する料金体系に下記の通り変更を加えます。なお、料金体系の変更は今後の新規出展企業に対してのみ適用し、既存出展企業には適用しない予定でございます。

< 出展企業料金体系比較表 >

|             | 変更前料金体系     | 新料金体系      |
|-------------|-------------|------------|
| 出展初期費用(注1)  | 400,000 円   | -          |
| 出展更新料(注2)   | 150,000 円/年 | -          |
| 出展企業基本料(注3) | -           | 40,000 円/月 |
| システム利用料(注4) | 10%         | 10%        |

(注1) 出展時に参加費用として徴収しております。

(注2) 出展後1年経過後、毎年契約更新時に徴収しております。

(注3) 出展後、毎月定額徴収をする予定です。

(注4) 「スーパーデリバリー」での取引金額の10%を徴収いたしております。

料金体系変更の狙い

料金体系変更の狙いは、出展企業から出展企業基本料という形で安定的な収益を徴収することにより収益の安定を図るとともに、積み上げ式の収益源を確保することにより収益構造の改善・強化を図ること、及び、出展企業獲得時に障壁となる初期費用を廃止することにより出展企業獲得の促進を図ること、の2点であります。

## 料金体系変更の影響

料金体系変更の影響といたしましては、短期的には出展初期費用の売上計上がなくなるにより、売上、利益ともに当初予想よりも減少することになります。

ただし、中長期的には出展企業基本料売上高が現在の出展初期費用売上高を超過し、売上、利益とも変更前に比べ増加することを想定しております。

なお、具体的な出展企業数の目標値といたしましては、平成 22 年 4 月期末において 1,700 社を計画しております。

- ( 3 ) 会員小売店及び出展企業のユーザビリティの向上を図るため、積極的なシステム投資を行います。

「スーパーデリバリー」において会員小売店獲得を加速すること、及び、出展企業からの出展企業基本料の徴収を開始することにより、両者の継続利用が重要な要素となります。

今後ユーザビリティの向上により顧客満足を獲得することが継続利用に大きな影響を与えるものと考えられます。そのため小売店獲得加速/料金体系変更戦略の実施後、サイトのユーザビリティ向上の早期実現を目的としたシステム開発に積極的な投資を行います。

## 2 . 中期経営戦略数値目標

- ( 1 ) 売上高、経常利益及び当期純利益の目標値

( 単位 : 百万円 )

|                  | 平成 19 年 4 月期<br>( 予想 ) | 平成 20 年 4 月期<br>( 計画 ) | 平成 21 年 4 月期<br>( 計画 ) | 平成 22 年 4 月期<br>( 計画 ) |
|------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 売上高<br>( 成長率 )   | 3,400<br>( 48.5% )     | 5,500<br>( 61.8% )     | 8,000<br>( 45.5% )     | 11,000<br>( 37.5% )    |
| 経常利益<br>( 成長率 )  | 370<br>( - % )         | 170<br>( - % )         | 240<br>( - % )         | 650<br>( 170.8% )      |
| 当期純利益<br>( 成長率 ) | 500<br>( - % )         | 170<br>( - % )         | 235<br>( - % )         | 645<br>( 174.5% )      |

( 2 ) 売上高の内訳

( 単位：百万円 )

|           | 平成 19 年 4 月期 | 平成 20 年 4 月期 | 平成 21 年 4 月期 | 平成 22 年 4 月期 |
|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| スーパーデリバリー | 2,858        | 5,100        | 7,600        | 10,600       |
| 商品        | 2,642        | 4,638        | 6,885        | 9,634        |
| 出展初期費用    | 40           | 0            | 0            | 0            |
| 出展更新料     | 33           | 52           | 37           | 28           |
| 出展企業基本料   | 18           | 190          | 370          | 550          |
| 小売店会費     | 115          | 210          | 290          | 360          |
| その他       | 10           | 10           | 18           | 28           |
| オンライン激安問屋 | 542          | 400          | 400          | 400          |

( 3 ) 前提となるスーパーデリバリー会員小売店数、出展企業数及び商材掲載数

( 単位：店舗、社、点 )

|                   | 平成 19 年 4 月期         | 平成 20 年 4 月期          | 平成 21 年 4 月期          | 平成 22 年 4 月期          |
|-------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 会員小売店数<br>( 純増数 ) | 11,000<br>( 4,707 )  | 18,000<br>( 7,000 )   | 23,000<br>( 5,000 )   | 27,500<br>( 4,500 )   |
| 出展企業数<br>( 純増数 )  | 650<br>( 231 )       | 1,000<br>( 350 )      | 1,350<br>( 350 )      | 1,700<br>( 350 )      |
| 商材掲載数<br>( 純増数 )  | 92,000<br>( 41,980 ) | 134,000<br>( 42,000 ) | 177,000<br>( 43,000 ) | 217,000<br>( 40,000 ) |

3 . その他

( 1 ) 業績予想の修正に関して

この度の中期経営戦略策定の結果、同時に公表しております「業績予想の修正に関するお知らせ」記載の通り、平成 19 年 4 月期中間期及び通期業績予想の修正を行っております。

( 2 ) 会員小売店数、出展企業数、商材掲載数の開示に関して

本日同時に開示いたしております「重要指標のご報告 ( 平成 18 年 9 月 )」の通り、平成 18 年 9 月度より、「スーパーデリバリー」会員小売店数、出展企業数、及び商材掲載数の月次開示を開始いたします。

### ( 3 ) 役員持株会設立に関して

当社取締役が役員持株会を設立し、役員報酬のうち一定額を拠出することを予定しております。この度の中期経営戦略の内容に関しましては、中長期的に売上規模、利益規模の拡大を実現し、株主価値の向上に資すると考えておりますが、短期的には業績の下方修正を伴う変更であります。そのため、役員持株会の設立及び役員持株会を通しての当社株式の継続的な購入及び所有により当社取締役が株主の皆様と視点を共有し企業価値の増大を図るとともに、この度の中期経営戦略の成否に対する経営責任を明確化するものであります。

以上

## 添付資料：弊社社長コメント

株主の皆様へ

平素は、弊社の経営にご理解頂き誠にありがとうございます。

さて、弊社は、平成 18 年 10 月 10 日、中期経営戦略（平成 19 年 4 月期～平成 22 年 4 月期）を発表いたしました。これに伴い、平成 19 年 4 月期中間期及び通期の業績予想の修正、および平成 20 年 4 月期～平成 22 年 4 月期の計画数値の公表をいたしましたのでご報告申し上げます。

弊社は「オンライン激安問屋」と「スーパーデリバリー」の 2 つの事業を運営いたしております。現状に関して、「オンライン激安問屋」は季節的なものや内容改善の為にロスなど幾つかの要因で若干苦戦している部分がございますが、「スーパーデリバリー」に関しましては各指標となる数値（会員小売店数、出展企業数、商材掲載数の 3 つ）からも分かるように、比較的順調な伸びを示しております。特に「スーパーデリバリー」は現状、他に類似したビジネスモデルが存在せず、このマーケットに於いてはトップランナーに位置していると認識しております。

そのため、株主様を中心に会社の内外より、マーケットの拡大と事業の加速を行い、優位性を確固たるものにするべきとの声が少なからず寄せられておりました。そのような折、今回プレスリリースでご説明させていただいている出展企業側と会員小売店数調整の必要性和競合他社の出現という状況が発生いたしました。そのような事情により、弊社取締役会は戦略の変更を決意いたしました。

また、今回の業績予想及び中期経営戦略における計画数値に関しまして補足させていただきます。数字的には、今期を含め大胆な変更や投資を行う内容になっており、経常利益及び当期純利益に関して 2 期連続のマイナスを見込んでおります。弊社の取締役会はこのことに関して、長時間に及ぶ議論を重ねました。当初計画においては、これまで通りの戦略を継続する方針を持っておりました。しかしながら、株価を含めた現状や株主様から寄せられるご意見など伺うに、必ずしもそれを望まない意見が多数存在していることを認識いたしました。また中長期的に株主価値向上を図る為にも、このタイミングにおいてしっかりとした規模の拡大と事業の加速を行っておくことがとても重要であるという結論を持った次第です。

今回、特に政策の中心となる小売店会員の獲得とシステム開発を中心とした参加企業各社の徹底した満足度の向上や出展企業の初期費用の廃止は、確実に中長期的株主価値を高めるものと私をはじめ、取締役全員が確信しております。

我々は、上場時に十分な資金を調達しております。しかしながら、マイナス計上をして政策を実行する上で、これまで以上に情報の開示と株主視点に立つ必要を感じました。従いまして、「スーパーデリバ

リー」の成長を確認するうえで参考となる３つの指標（会員小売店数、出展企業数、商材掲載数）に関して月次で開示させて頂くことに致しました。また、当社取締役が役員持株会を設置し役員報酬のうち一定額を毎月拠出することにより経営陣と株主様の利害の一致を図り経営責任を明確化する予定であります。

株主の皆様のご理解を心よりお願い申し上げます。

以上

株式会社ラクーン  
代表取締役社長 小方 功