マガシーク株式会社

平成19年3月期第3四半期
（平成18年4月1日～平成18年12月31日）
決算説明資料

平成19年1月29日

マガシーク株式会社

www.magaseek.co.jp

1. 決算概況

2. 今後の成長戦略

1. 決算概況

業績見通し　変更なし

4月～12月進捗

【売上】
暖冬の影響で10･11月の売上が見通しを下回ったが、他の月はほぼ見通し通りに進捗
【利益】
利益面では売上総利益率の改善や上場関連費用が見込みを下回ったこと等により経費全般が減少したことから、見通しを上回る進捗

年度見通し

ファッション衣料を販売しているため、もともと上期より下期に売上･利益が集中する傾向にあり
あしもと1月はセール月でもあり、マガシーク事業は単月で過去最高の売上の見込み
業績見通しに変更なし

平成19年3月期　第3四半期の業績

（単位：百万円未満切り捨て　小数点2位以下四捨五入）

	平成18年 4月-12月	平成19年3月期 業績見通し	進捗率	平成18年 3月期実績
売上高	**3,714**	**5,800**	64.1%	**3,397**
（マガシーク事業）	3,205	（5,204）	（61.6%）	（2,928）
（アウトレットピーク事業）	477	（550）	（86.8%）	（417）
（その他）	31	（45）	（70.3%）	（52）
売上原価	2,570	（4,104）	（62.6%）	2,324
売上総利益	1,144	（1,695）	（67.5%）	1,073
販売管理費	857	（1,272）	（67.3%）	808
営業利益	287	（422）	（68.0%）	265
経常利益	**256**	**370**	69.1%	**269**
当期純利益	**145**	**215**	67.6%	**162**

（）内は社内管理上の参考数字になります。

magaseek

平成19年3月期　四半期毎の業績（平成18年4月～12月）

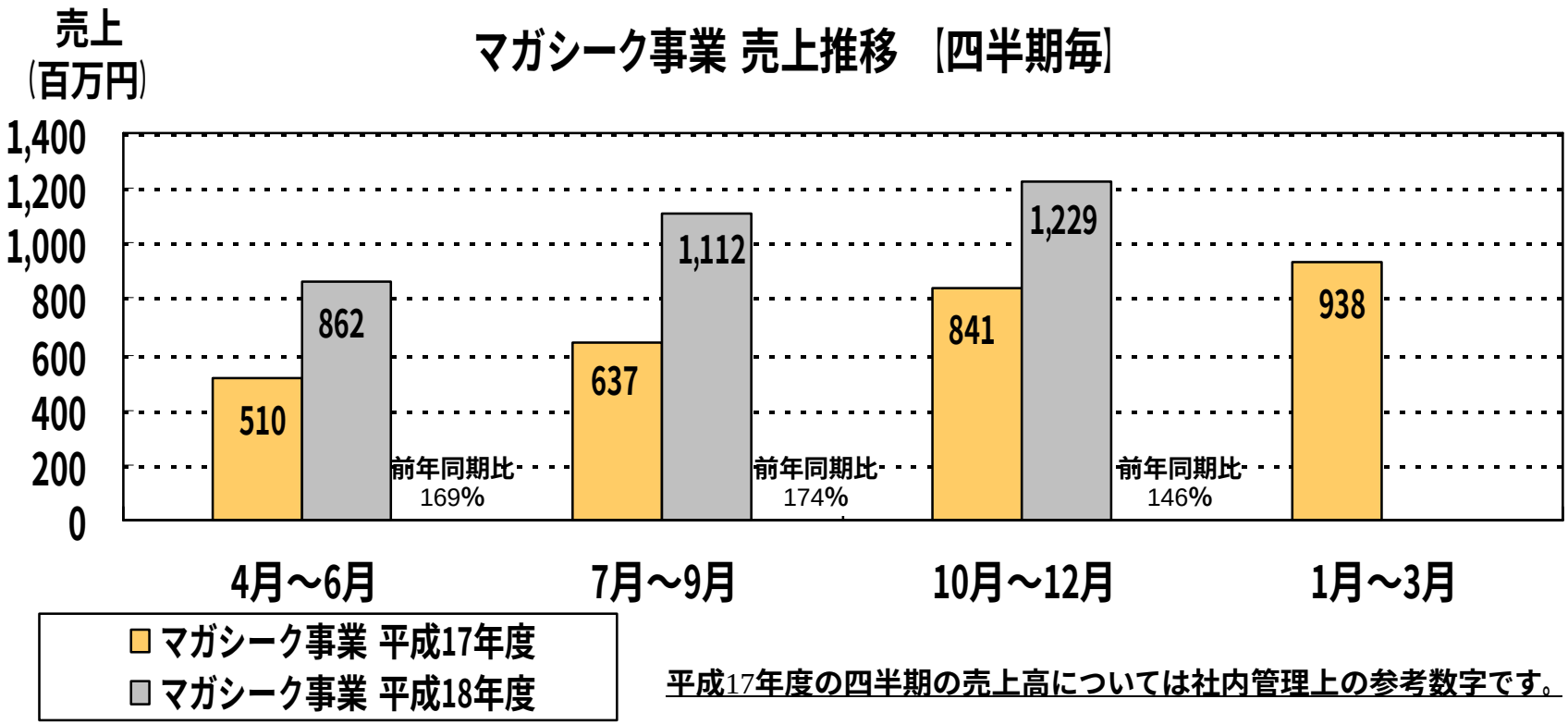
（単位：百万円未満切り捨て　小数点2位以下四捨五入）

	平成18年 4月－6月	平成18年 7月－9月	平成18年 10月－12月	平成18年 4月－12月
売上高	1,039	1,244	1,431	3,714
（マガシーク事業）	(862)	(1112)	(1229)	(3,205)
（アウトレットピーク事業）	(164)	(120)	(192)	(477)
（その他事業）	(11)	(10)	(9)	(31)
売上原価	714	883	972	2,570
売上総利益	324	360	458	1,144
販売管理費	255	303	298	857
営業利益	69	57	160	287
経常利益	71	49	134	256
当期純利益	40	27	77	145

売上総利益率	31.2%	29.0%	32.1%	30.8%
売上高経常利益率	6.9%	4.0%	9.4%	6.9%

～マガシーク事業　売上推移　四半期～

【売上】
マガシーク事業は、暖冬の影響で10月後半～11月にかけてコート等のアウターの動きが鈍かったものの、12月に入り前倒しSALEの実施等により12月は見通し通りの伸びに回復
【利益】
売上総利益率の上昇や上場関連費用が見込みを下回ったこと等による経費の減少により、利益項目は想定を上回る進捗で推移

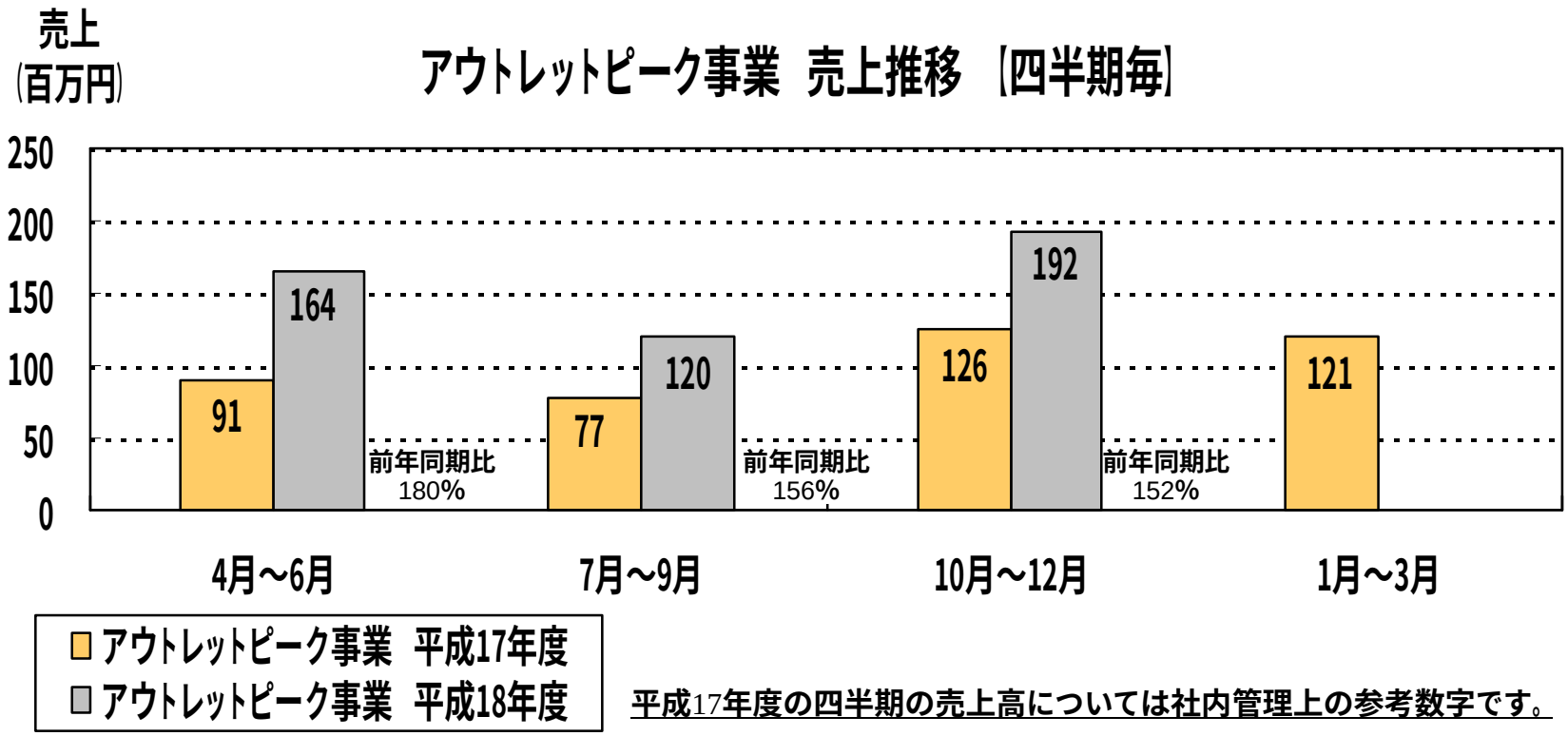


平成17年度の四半期の売上高については社内管理上の参考数字です。

magaseek

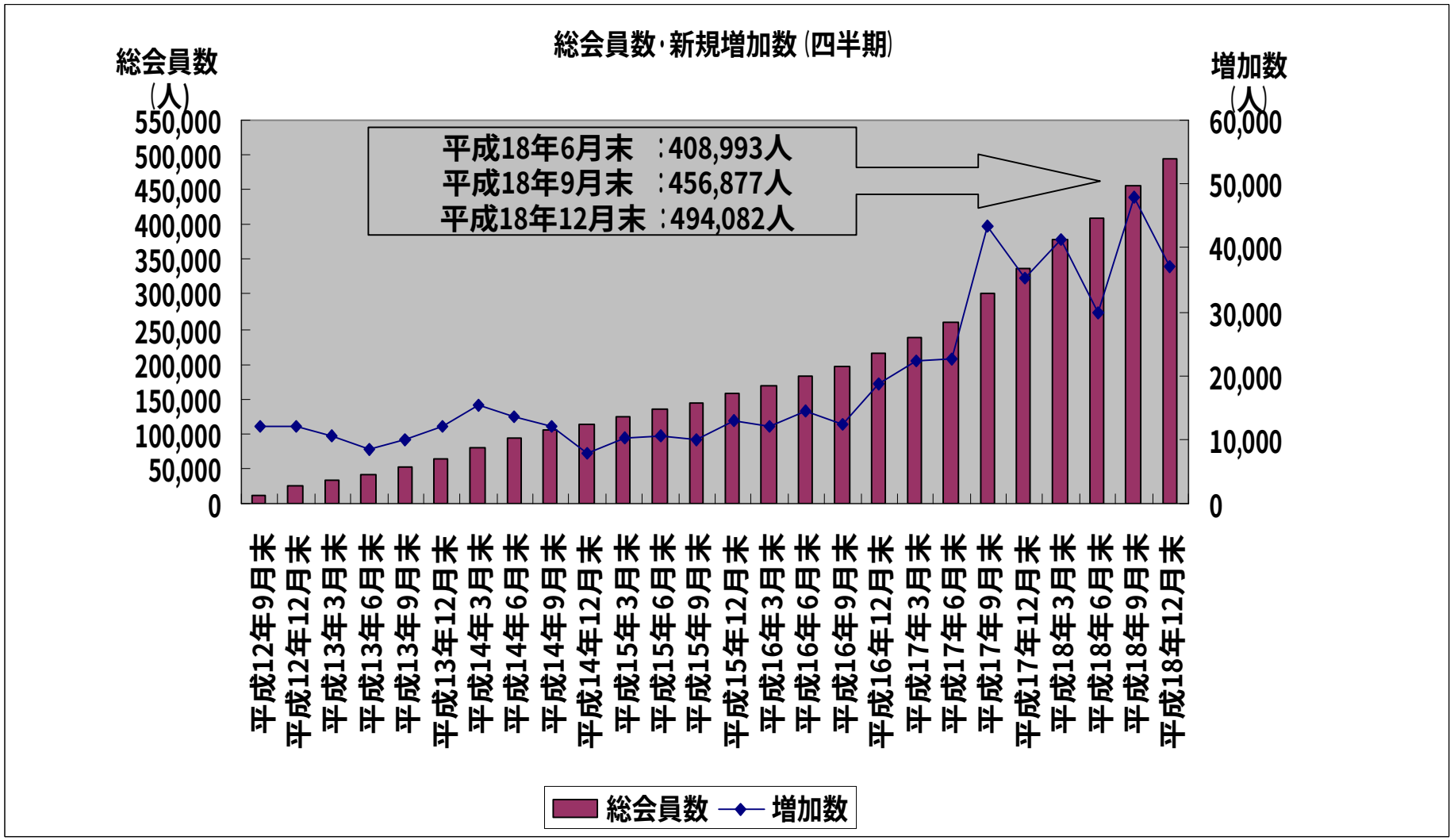
～アウトレットピーク事業　売上推移　四半期～

アウトレットピーク事業は、商材の確保が進み、売上･利益ともに見通しを上回る進捗
12月単月では過去最高の売上を達成

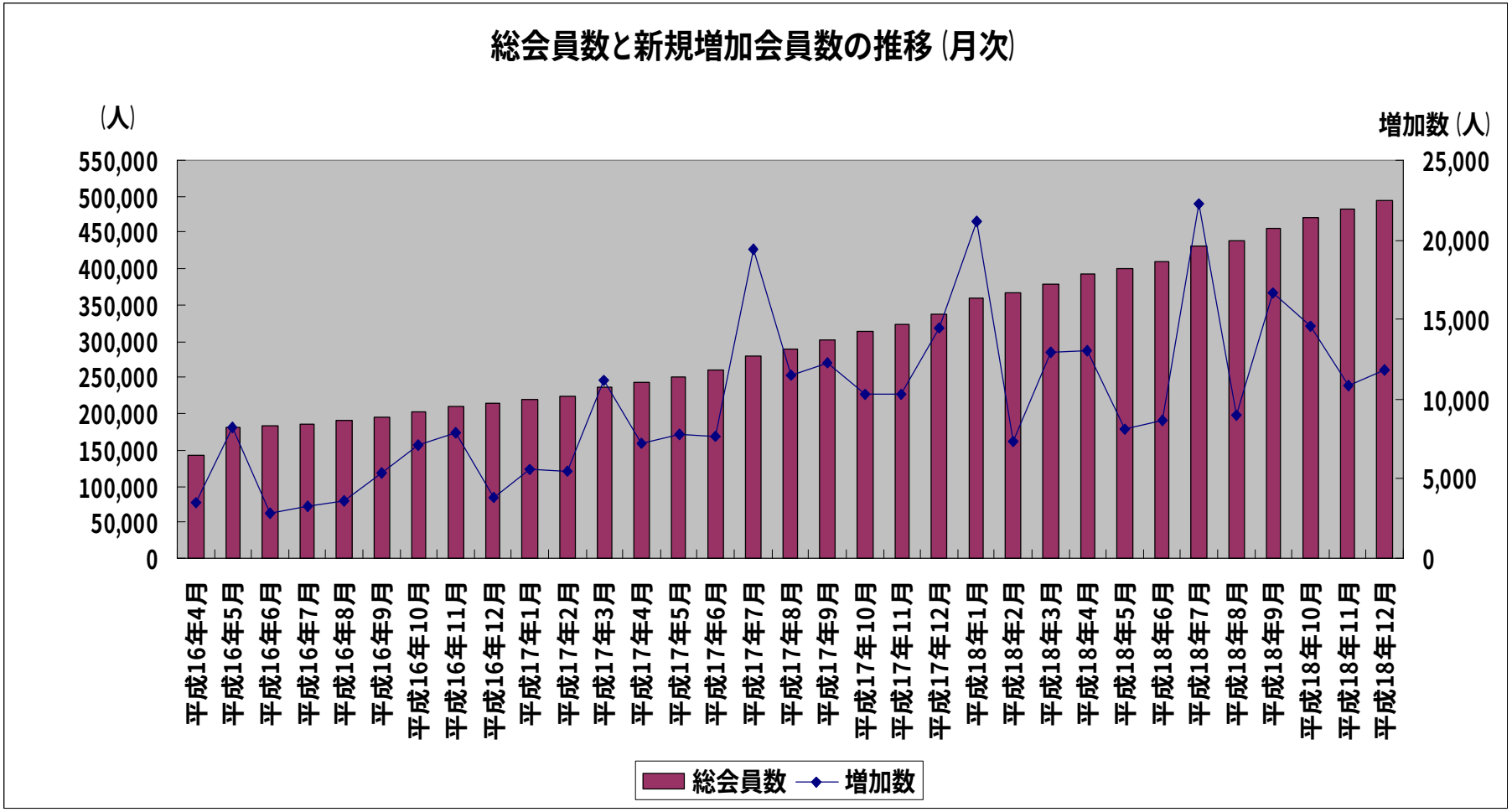


平成17年度の四半期の売上高については社内管理上の参考数字です。

会員数と新規増加会員数の推移（四半期）

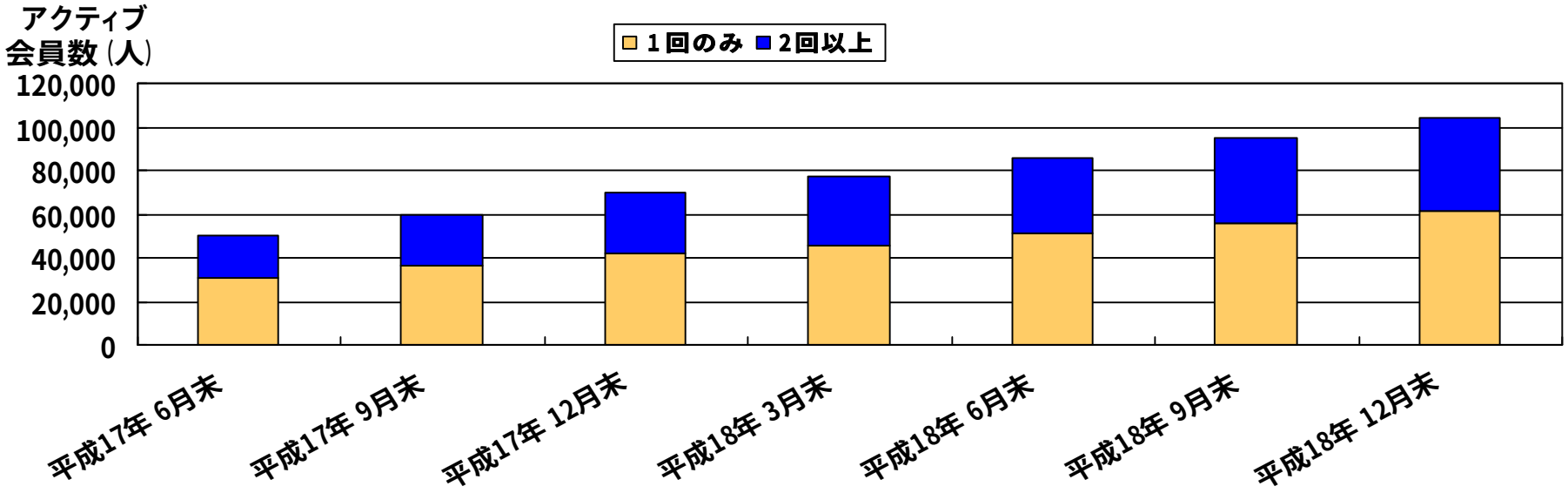


会員数と新規増加会員数の推移（月次）



（注）1月・7月の新規会員の増加が多いのは、ともにセール月であり、平成17年7月のセールから、セール商品の閲覧のみでも会員登録が必要な構成に変更したためです。

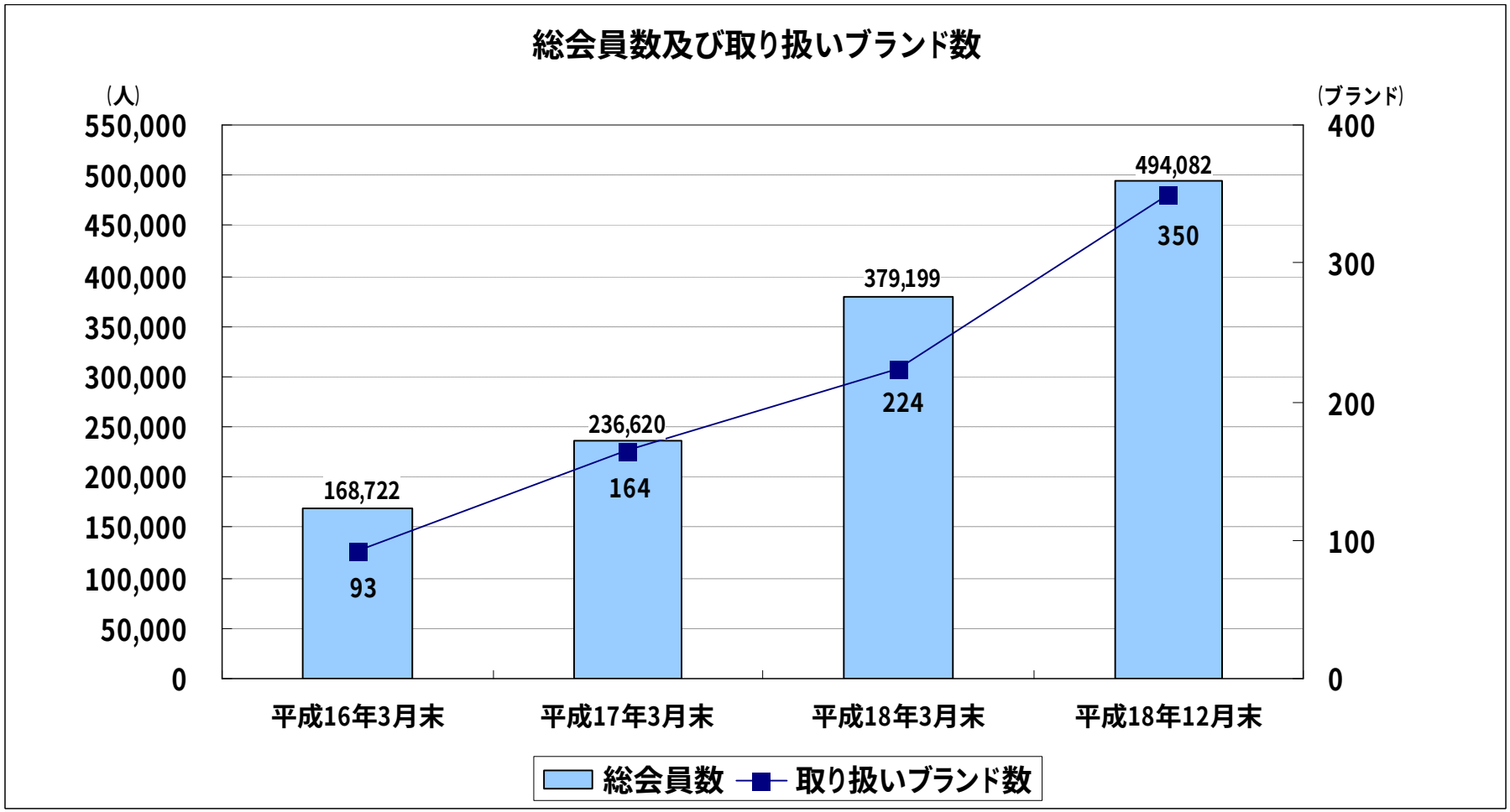
アクティブ会員数の推移（平成17年4月～平成18年12月）



＊アクティブ会員・・・過去1年間で1回以上購入履歴のある会員

アクティブ会員	平成17年6月末	平成17年9月末	平成17年12月末	平成18年3月末	平成18年6月末	平成18年9月末	平成18年12月末
1回のみ（人）	30,714(60.7%)	35,967(60.7%)	41,723(60.2%)	45,772(59.2%)	50,919(59.4%)	55,586(58.7%)	61,680(59.1%)
2回以上（人）	19,871(39.3%)	23,266(39.3%)	27,617(39.8%)	31,504(40.8%)	34,877(40.7%)	39,100(41.3%)	42,725(40.9%)
アクティブ会員合計（人）	50,585(100.0%)	59,233(100.0%)	69,340(100.0%)	77,276(100.0%)	85,796(100.0%)	94,686(100.0%)	104,405(100.0%)
総会員数（人）	259,342	302,622	337,762	379,199	408,993	456,877	494,082
アクティブ会員比率	19.5%	19.6%	20.5%	20.4%	21.0%	20.7%	21.1%

総会員数及び取り扱いブランド数の推移
(平成16年3月末～平成18年12月末)



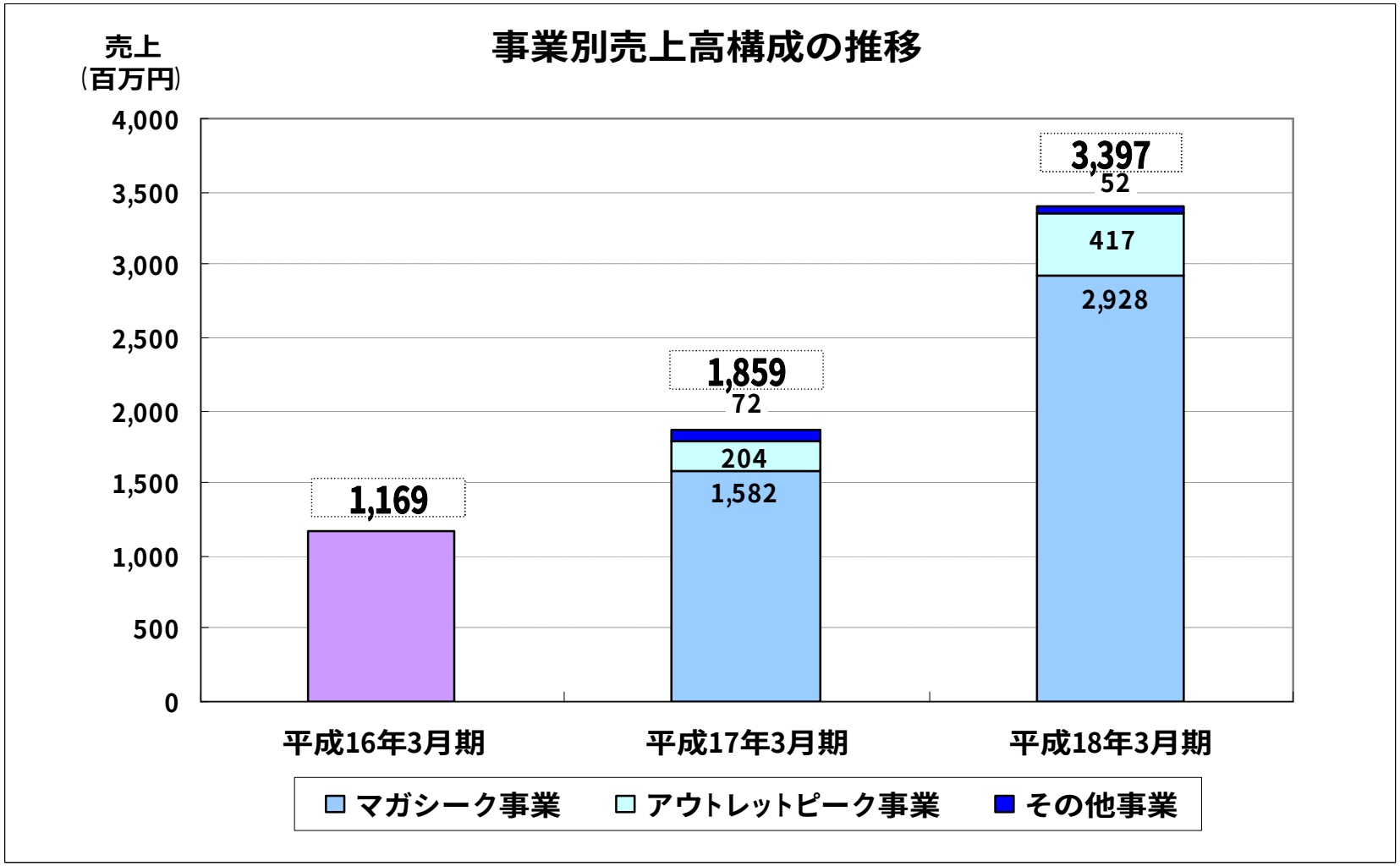
(注) 取り扱いブランド数･･･マガシーク事業とアウトレットピーク事業で取り扱っているブランド数の合計になります。

過去の業績（平成16年3月期～平成18年3月期）

（単位：百万円未満切り捨て　小数点2位以下四捨五入）

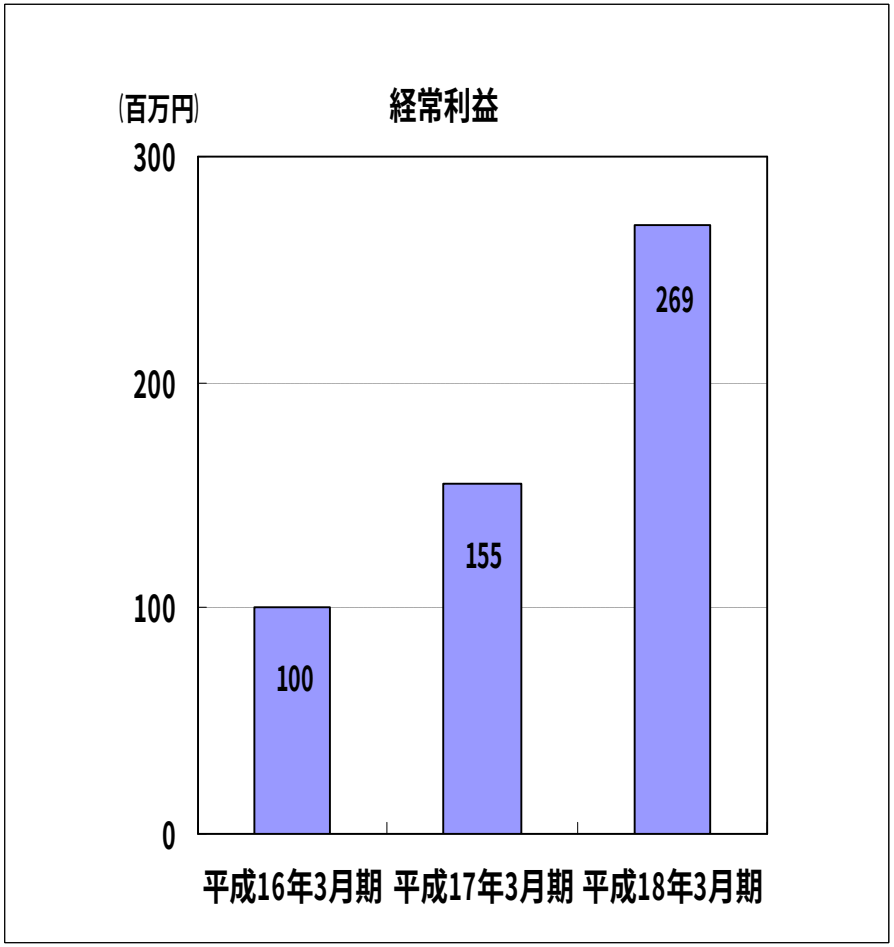
	平成16年3月期 実績	平成17年3月期 実績	前期比	平成18年3月期 実績	前期比
売上高	1,169	1,859	159.0%	3,397	182.7%
（マガシーク事業）	-	（1,582）	-	（2,928）	（185.0%）
（アウトレットピーク事業）	-	（204）	-	（417）	（203.7%）
（その他事業）	-	（72）	-	（52）	（72.1%）
売上原価	789	1,283	162.5%	2,324	181.1%
売上総利益	379	576	151.8%	1,073	186.1%
販売管理費	278	421	151.1%	808	191.9%
営業利益	100	155	154.0%	265	170.6%
経常利益	100	155	154.3%	269	173.4%
当期純利益	54	89	163.0%	162	181.2%
売上総利益率	32.5%	31.0%		31.6%	
売上高経常利益率	8.6%	8.3%		7.9%	

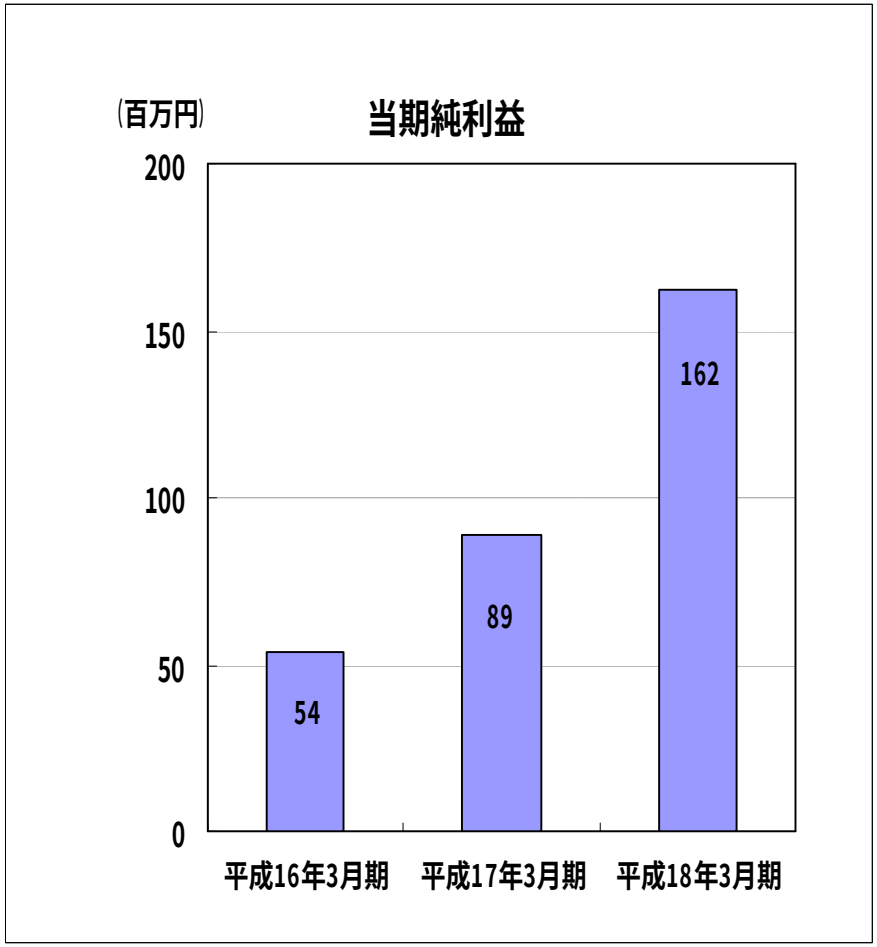
事業別売上高構成の推移（平成16年3月期～平成18年3月期）



（注）平成16年3月期は事業別売上高を開示しておりませんが、大半はマガシーク事業です。

経常利益・当期純利益（平成16年3月期～平成18年3月期）





2. 今後の成長戦略

成長戦略

ファッションＥＣの確固たる地位を築く

1）出版社との安定した関係作りによるプラットフォーム確立

2）ブランドの確立（認知度・信頼性・品揃え・集客力）

3）業務提携等による寡占化・多角化戦略

1）出版社との安定した関係作りによるプラットフォーム確立

有力ファッション誌の専用サイトの構築

CanCam

平成18年
6月

Ray

平成18年
7月

With

平成18年
8月

MORE

平成18年
9月

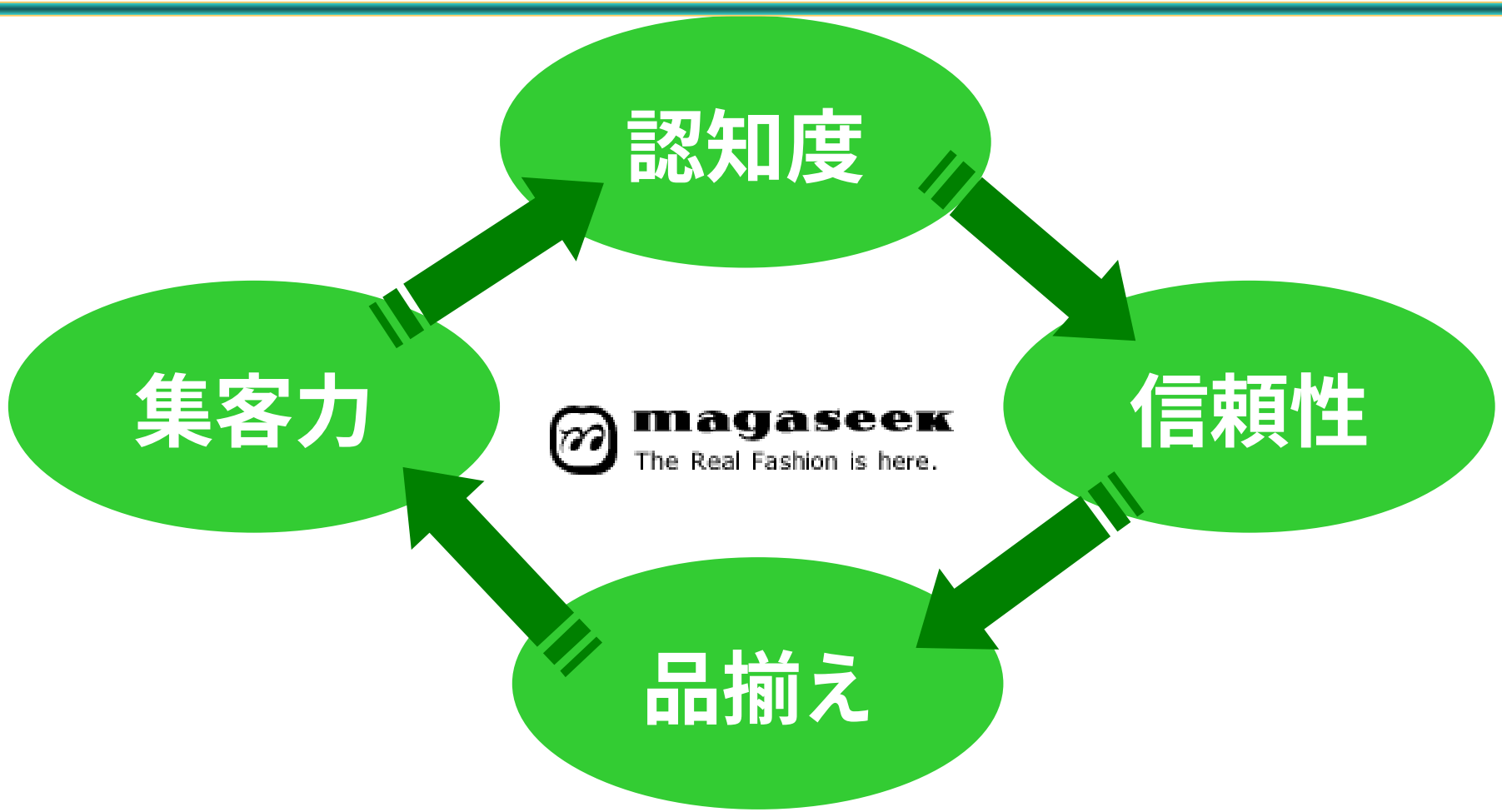
消費者

＋雑誌以外の集客

多数の雑誌展開による顧客の増加を狙う

＊平成19年春に2誌（扶桑社LUCi，集英社non-no）のサイト新設を予定しています。

2) ブランドの確立（認知度・信頼性・品揃え・集客力）



認知度・集客力・信頼性・品揃えをスピードを持って高め、競合が追いつけないレベルに引き上げることにより、マガシークブランドを創造する。

3）業務提携等による寡占化･多角化戦略

ファッションＥＣの確固たる地位を築く

メンズを含む広い顧客ターゲット層に事業を拡大

中小ECサイトとの提携

異業種との提携

サイト訪問者数の増加･媒体価値の創出

広告事業の展開

将来展望

既存顧客層への認知度と販売数量の増加、
１０代や４０代以降の女性や男性など
新規セグメント進出によるＥＣ分野の売上増

来訪者数の増加にともなうメディア価値アップ
による広告収益

ＥＣ分野

メンズＥＣ

10代、40代
女性向けＥＣ

ファッションをネットで
買うなら、マガシーク

広告･マーケティング分野

広告収益

本資料の内容には、2007年1月29日現在の経営陣の将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。経済情勢などの関わるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予測と大幅に異なる可能性があります。

magaseek

The Real Fashion is here.