

**マガシーク株式会社**  
**平成25年3月期**  
**本決算説明資料**  
(平成24年4月1日～平成25年3月31日)

MAGASEEK

平成25年4月30日



## 事業内容

(1) **マガシーク事業** (平成25年3月期売上77.7億、構成比82.0%)  
総合ファッション通販サイト「MAGASEEK」の運営

[www.magaseek.com](http://www.magaseek.com)

(2) **アウトレットピーク事業** (同16.9億、17.8%)  
世界最大級アウトレット通販サイト「OUTLET PEAK」の運営

[www.outletpeak.com](http://www.outletpeak.com)

(3) **その他事業** (同0.1億、0.2%)  
フルフィルメント事業等

# 目次

<b>1. 決算概況</b>	・・・	<b>4</b>
<b>2. 今後の成長戦略</b>	・・・	<b>25</b>

# 1. 決算概況

# 平成25年3月期の業績 ①売上高

**売上高 前事業年度比 2.2%減**

(百万円未満切り捨て、%は小数第1位未満四捨五入)

	平成24年3月期 実績		平成25年3月期 実績		前事業年度比		通期 業績予想	達成率
	金額	売上比	金額	売上比	金額	増減率		
<b>売上高</b>	9,698	—	9,487	—	△211	97.8%	9,600	98.8%
マガシーク事業	8,074	83.3%	7,776	82.0%	△297	96.3%	7,910	98.3%
(うちメンズ)	(457)	(4.7%)	(510)	(5.4%)	(52)	(111.5%)	(483)	(105.5%)
アウトレット ピーク事業	1,619	16.7%	1,693	17.8%	73	104.5%	1,679	100.8%
その他事業	4	0.0%	16	0.2%	12	390.9%	11	152.6%

- ① 全社では前事業年度比2.2%減となった。
- ② マガシーク事業に関しては、メンズ事業が昨年を上回ったものの、全体では前事業年度比3.7%減となった。
- ③ アウトレットピーク事業に関しては、セレクト業態の誘致やタイムセール等の施策を講じることで売上を拡大し、全事業年度比4.5%増となった。
- ④ その他事業に関しては、ブランドのオフィシャルECサイトを受託する事業を開始し、前事業年度比290.9%増となった。

注)平成25年1月30日に公表した「業績予想の修正に関するお知らせ」の業績予想と比較しております。

## 平成25年3月期の業績 ②利益

(百万円未満切り捨て、%は小数第1位未満四捨五入)

	平成24年3月期 実績		平成25年3月期 実績		前事業年度比		通期 業績予想	達成率
	金額	売上比	金額	売上比	金額	増減率		
売上高	9,698	—	9,487	—	△211	97.8%	9,600	98.8%
売上原価 (返品調整後)	7,190	74.1%	7,241	76.3%	50	100.7%	7,253	99.8%
売上総利益	2,508	25.9%	2,245	23.7%	△262	89.5%	2,347	95.6%
販売管理費	2,255	23.3%	2,747	29.0%	491	121.8%	2,859	96.1%
営業利益	252	2.6%	△501	—	△754	—	△511	—
経常利益	255	2.6%	△501	—	△757	—	△509	—
当期純利益	138	1.4%	△684	—	△823	—	△533	—

売上が前事業年度比で2.2%減。サービス競争、価格競争の激化により売上総利益率も前事業年度比で2.2ポイント下落し、売上総利益が前事業年度比で10.5%減となった。また、広告宣伝費をはじめとした販売管理費が前事業年度比で21.8%増加したことにより、営業利益、経常利益ともに大幅減となった。特別損失として、TOB関連費用と本社移転費用を計上したことにより、当期純利益も大幅減となった。また、保守的に長期の繰延税金資産の計上を見送った。

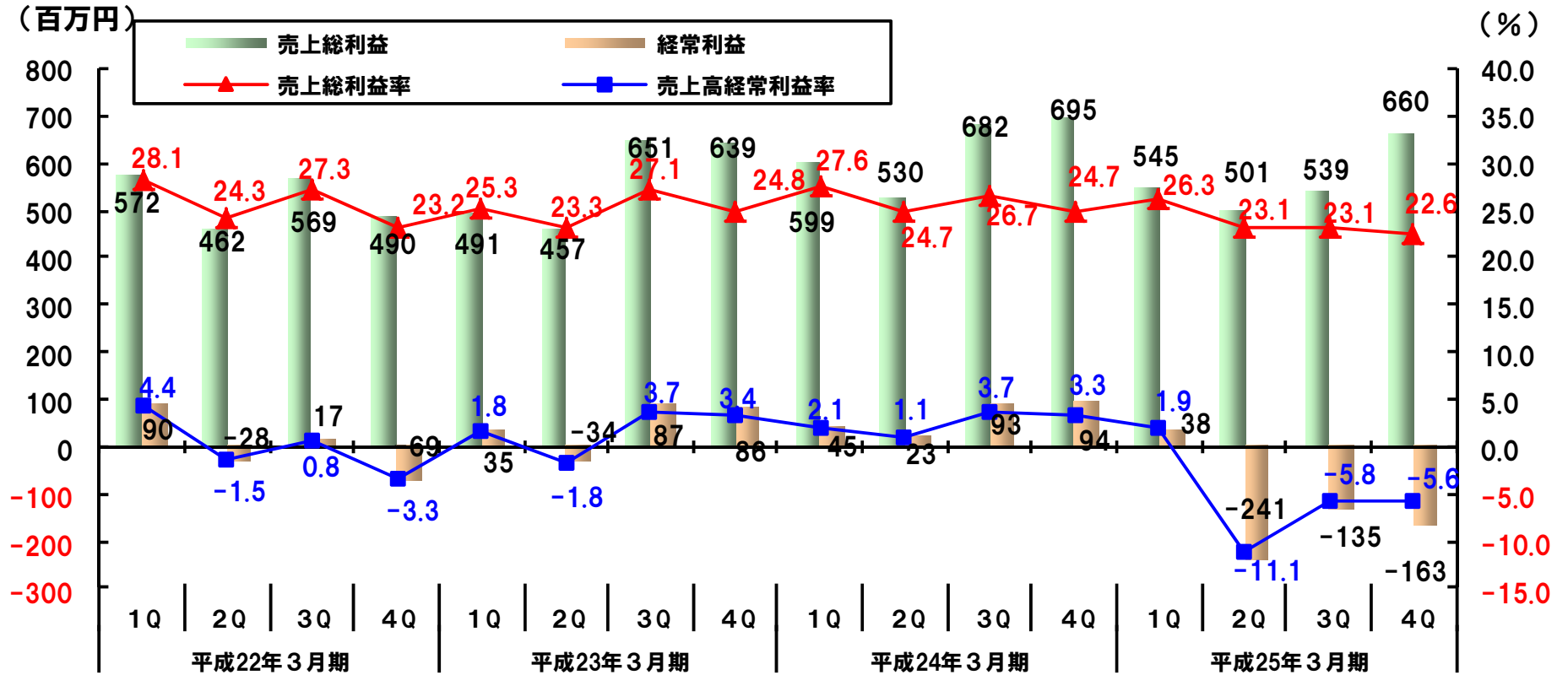
注)平成25年1月30日に公表した「業績予想の修正に関するお知らせ」の業績予想と比較しております。

# 四半期毎の業績

(百万円未満切り捨て、%は小数第1位未満四捨五入)

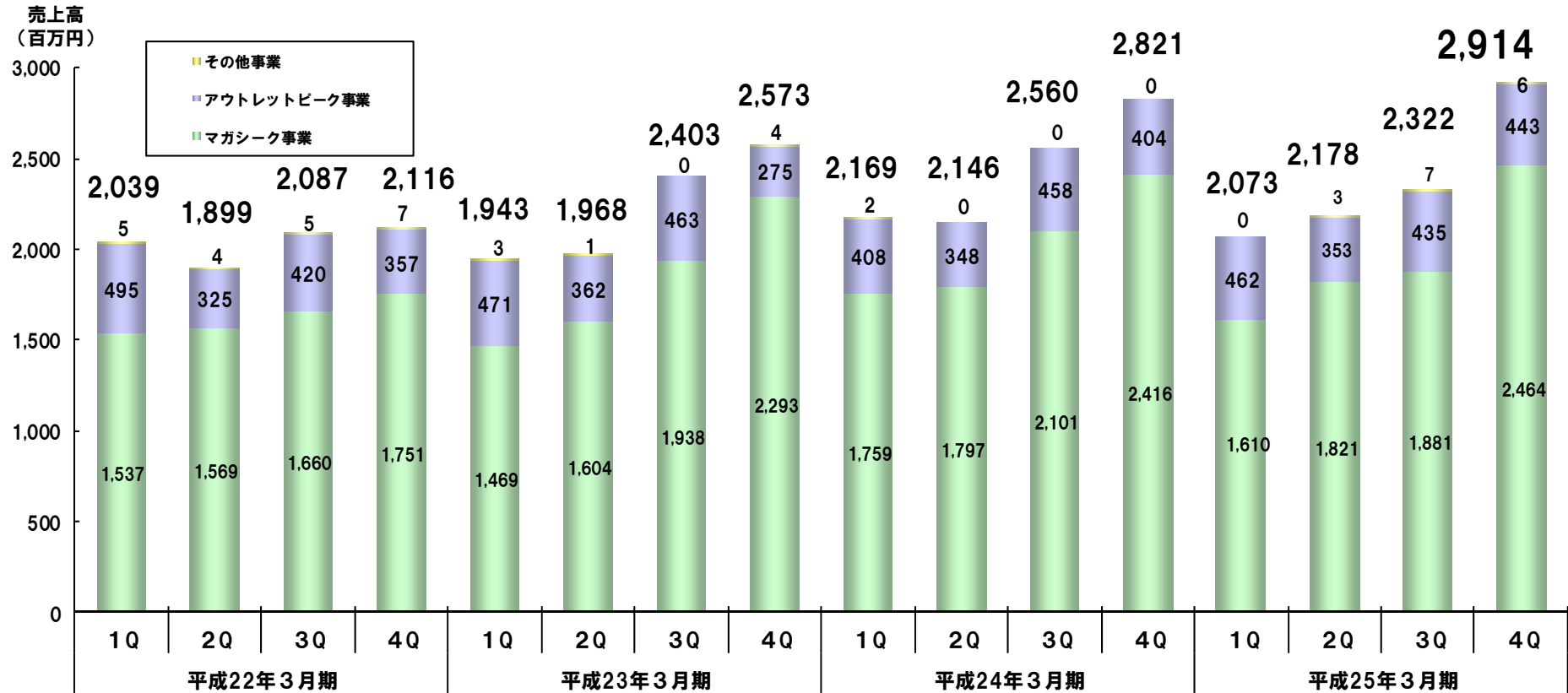
	平成23年3月期				平成24年3月期				平成25年3月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
<b>売上高</b>	1,943	1,968	2,403	2,573	2,169	2,146	2,560	2,821	2,073	2,178	2,322	2,914
<b>マガシーク事業</b>	1,469	1,604	1,938	2,293	1,759	1,797	2,101	2,416	1,610	1,821	1,881	2,464
(うちメンズ)	(49)	(55)	(102)	(97)	(86)	(88)	(139)	(144)	(97)	(110)	(121)	(182)
<b>アウトレットピーク事業</b>	471	362	463	275	408	348	458	404	462	353	435	443
<b>その他事業</b>	3	1	0	4	2	0	0	0	0	3	7	6
<b>売上原価(返品調整後)</b>	1,452	1,510	1,751	1,934	1,570	1,616	1,878	2,125	1,527	1,677	1,784	2,253
<b>売上総利益</b>	491	457	651	639	599	530	682	695	545	501	539	660
<b>販売管理費</b>	468	493	564	542	555	507	590	602	508	741	677	821
<b>営業利益</b>	22	△35	87	96	44	22	92	93	37	△238	△140	△160
<b>経常利益</b>	35	△35	87	86	45	23	93	94	38	△241	△135	△163
<b>四半期純利益</b>	20	△22	51	50	25	12	49	51	22	△150	△230	△326
<b>売上総利益率</b>	25.3%	23.3%	27.1%	24.8%	27.6%	24.7%	26.7%	24.7%	26.3%	23.1%	23.1%	22.6%
<b>売上高経常利益率</b>	1.8%	△1.8%	3.7%	△3.4%	2.1%	1.1%	3.7%	3.3%	1.9%	△11.1%	△5.8%	△5.6%

# 売上総利益率・売上高経常利益率の推移(四半期別)

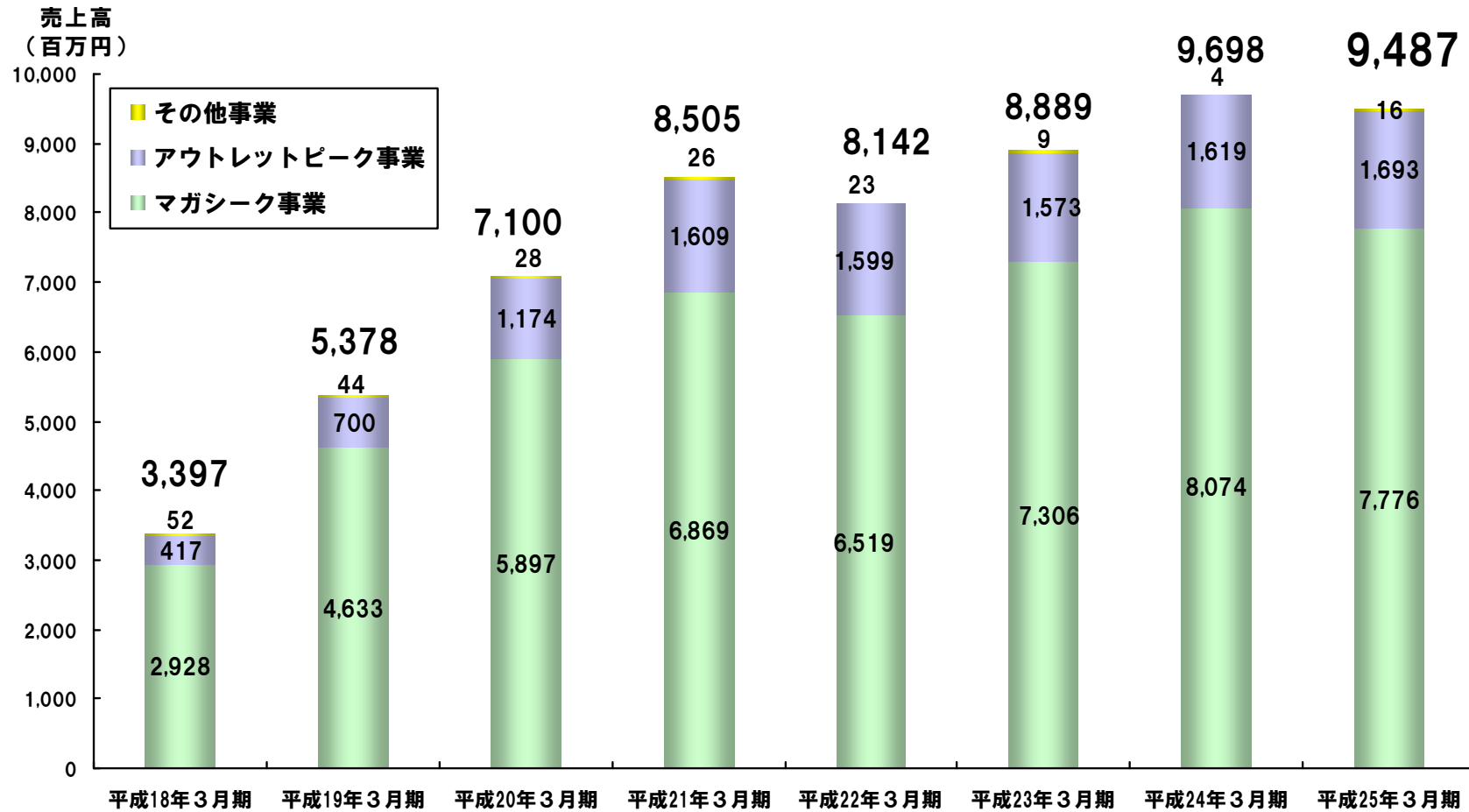




# 事業別売上高構成の推移(四半期別)



## 事業別売上高構成の推移(年度別)



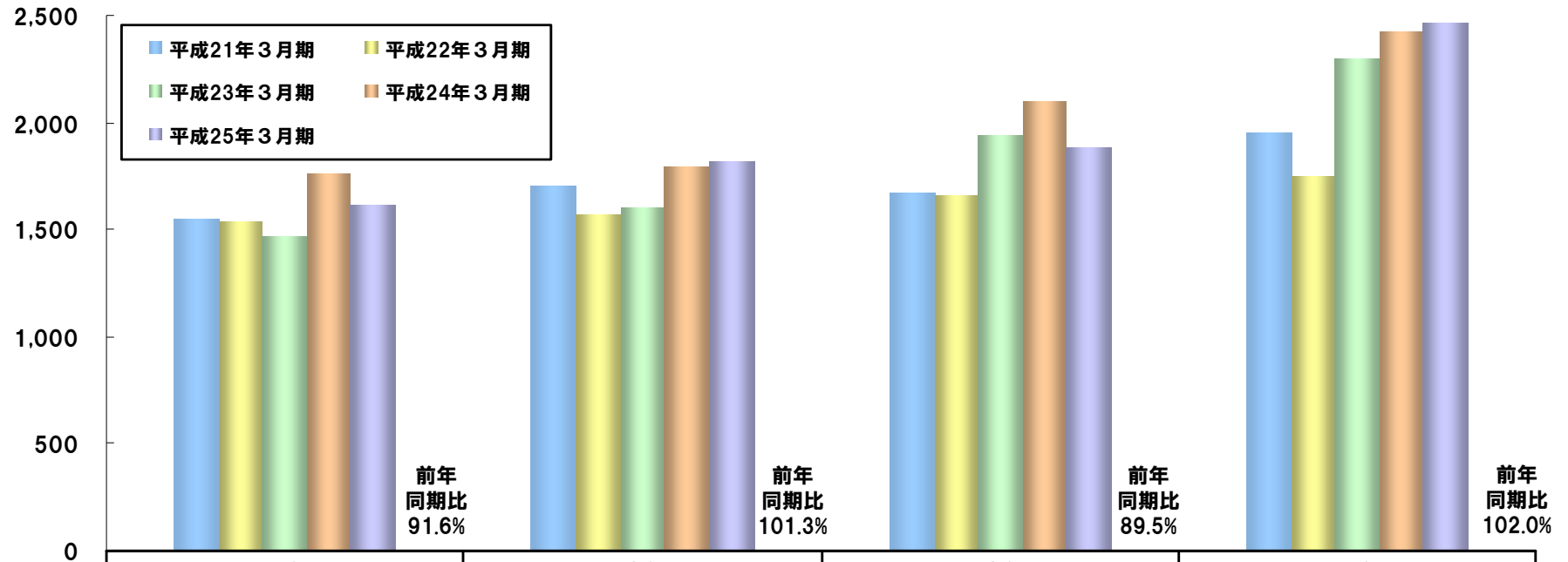
## マガシーク事業の売上推移(四半期別)

第4Q(1月～3月)

テレビCM効果により、CM放映月の1月においては客数は前年同月比42.6%増と好調。

送料無料キャンペーンにより、客単価、商品単価ともに下落傾向にあるものの、客数は増加しており、売上は前年同期を2.0%上回った。

売上高(百万円)



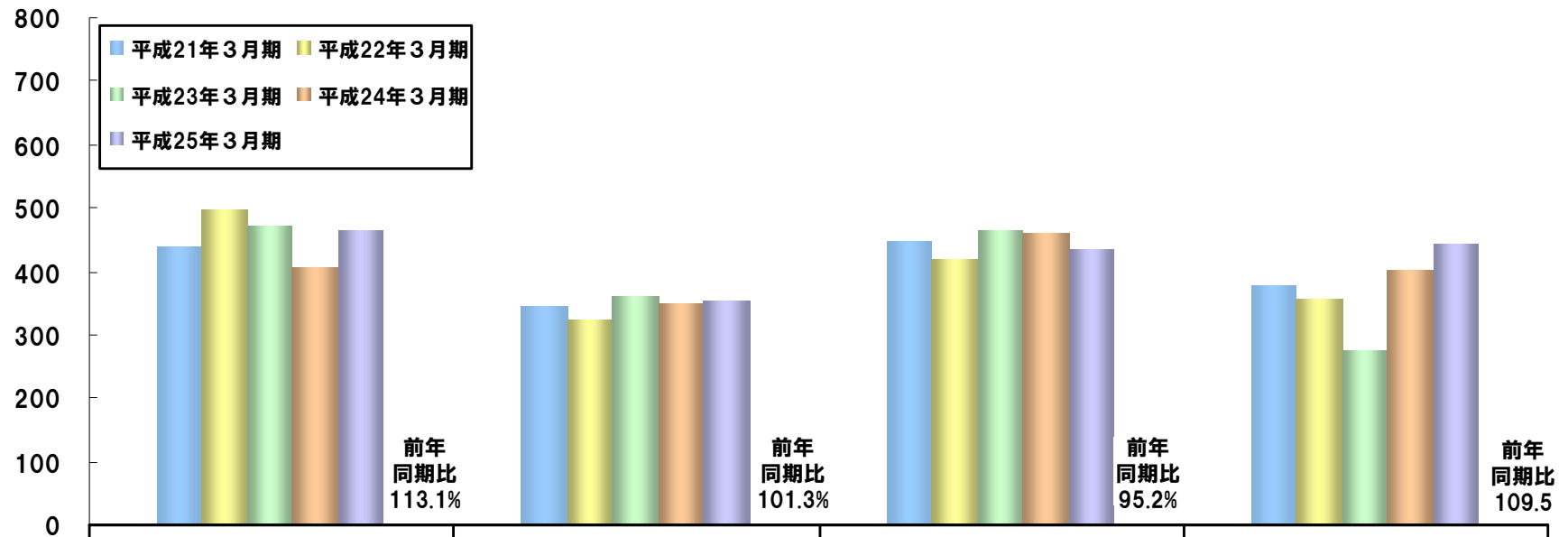
	1Q	2Q	3Q	4Q
■ 平成21年3月期	1,545	1,705	1,670	1,947
■ 平成22年3月期	1,537	1,569	1,660	1,751
■ 平成23年3月期	1,469	1,604	1,938	2,293
■ 平成24年3月期	1,759	1,797	2,101	2,416
■ 平成25年3月期	1,610	1,821	1,881	2,464

## アウトレットピーク事業の売上推移(四半期別)

### 第4Q(1月～3月)

「MAGASEEK」での取り扱いがないブランドの誘致を進めることで、アウトレット購入のメリットが薄れるセール期においても、独自の顧客を獲得。商品単価が4.3%減となったものの、客数、商品点数ともに前年同期を上回り、売上高は前年同期比9.5%増となった。

売上高（百万円）

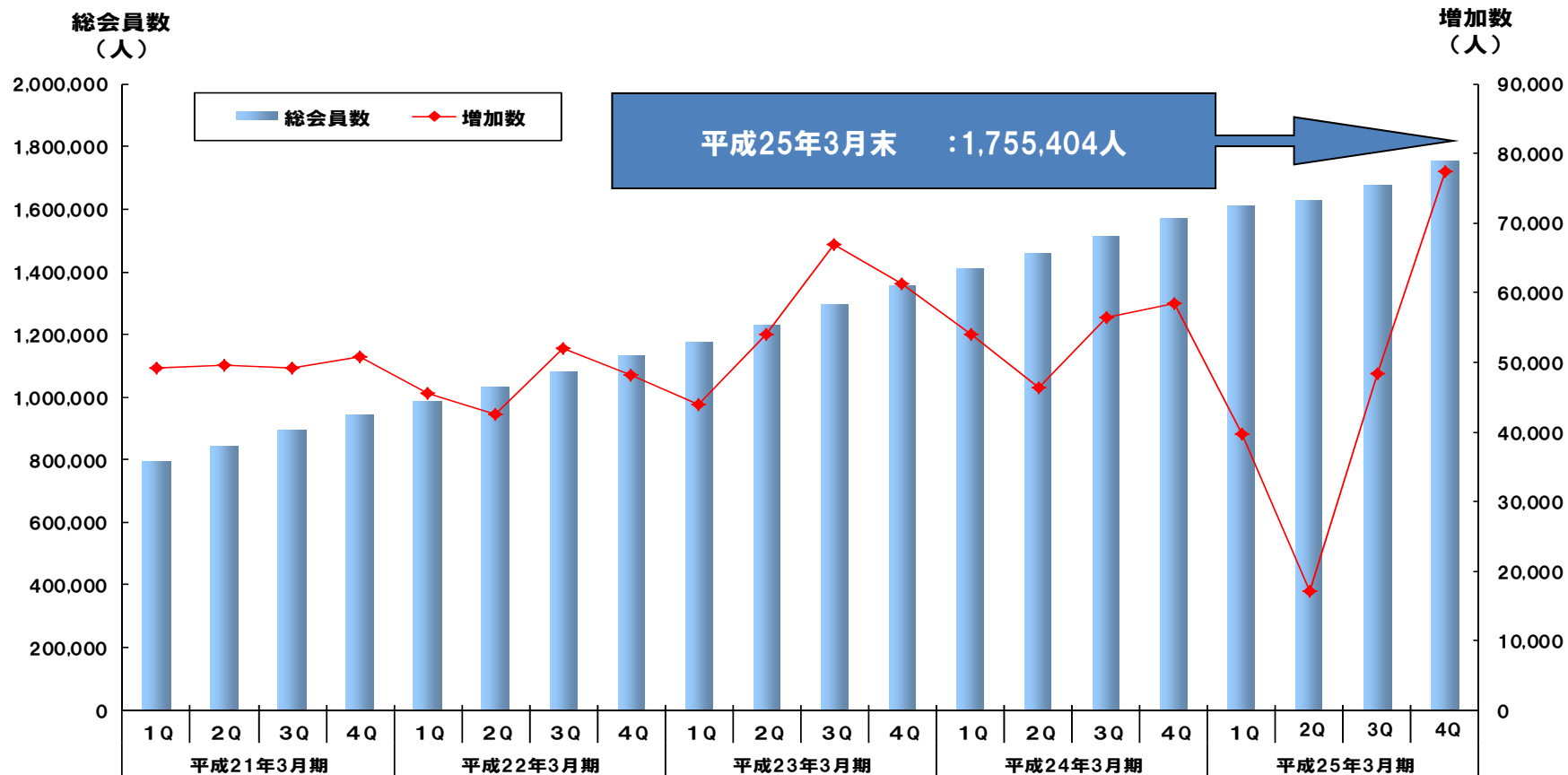


	1Q	2Q	3Q	4Q
平成21年3月期	438	344	447	378
平成22年3月期	495	325	420	357
平成23年3月期	471	362	463	275
平成24年3月期	408	348	458	404
平成25年3月期	462	353	435	443

## 会員数と新規増加会員数の推移(四半期別)

第4Qにおいて+77,407人(前年同期は+58,519人、前年同期比132.3%)。12月30日より放映開始したテレビCMにより、1月は新規増加会員数は前年同月比165%となった。2月にもCM効果は引き続き継続し、四半期ベースで過去最高の新規増加会員数となった。

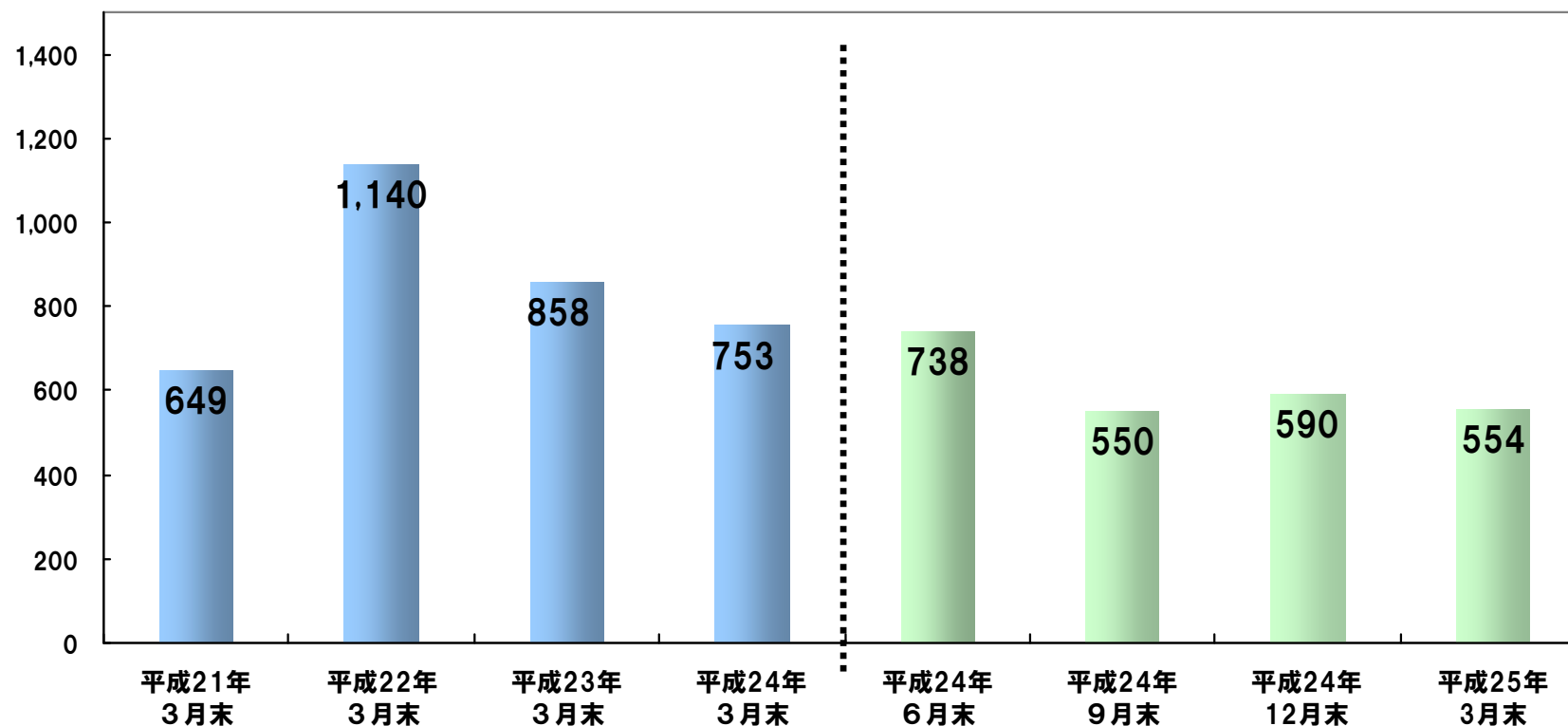
※第2Qで新規会員増加数が著しく減少しているが、システムリニューアルに伴い、顧客データの精査を実施し、情報が一部欠落しているなど有効ではない会員データ約30,000件を実質的に退会者とみなし、削除したためである。



## 取り扱いブランド数の推移(平成21年3月末～平成25年3月末)

第2QでLEEマルシェのクローズと各ブランドの見直しと絞り込みを進めた結果、平成24年度9月末時点で550ブランドとなったが、3月末時点では554ブランドとなった。

(ブランド数)



(注)取り扱いブランド数・・・マガシーク事業(メンズ含む)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です。

平成21年3月末以前は売上のあったブランド数、平成22年3月末につきましては販売マスタに登録されているブランド数を算出しておりましたが、算出方法の精査・見直しを行い、平成22年6月末より実際にショッピングサイトで販売しているブランド数を算出しております。

## 過去の業績(平成21年3月期～平成25年3月期)

(百万円未満切り捨て、%は小数第1位未満四捨五入)

	平成21年3月期		平成22年3月期		平成23年3月期		平成24年3月期		平成25年3月期	
	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比
売上高	8,505	119.8%	8,142	95.7%	8,889	109.2%	9,698	109.1%	9,487	97.8%
マガシーク事業	6,869	116.5%	6,519	94.9%	7,306	112.1%	8,074	110.5%	7,776	96.3%
(うちメンズ)	(112)	(334.1%)	(167)	(149.6%)	(305)	(182.1%)	(457)	(149.9%)	(510)	(111.5%)
アウトレットピーク事業	1,609	137.1%	1,599	99.4%	1,573	98.4%	1,619	102.9%	1,693	104.5%
その他事業	26	92.7%	23	86.3%	9	43.2%	4	43.5%	16	390.9%
売上原価(返品調整後)	6,107	122.2%	6,046	99.0%	6,649	110.0%	7,190	108.1%	7,241	100.7%
売上総利益	2,398	114.1%	2,095	87.4%	2,240	106.9%	2,508	112.0%	2,245	89.5%
販売管理費	1,941	117.0%	2,080	107.2%	2,059	99.0%	2,255	109.5%	2,747	121.8%
営業利益	456	103.4%	15	3.3%	180	—	252	139.8%	△501	—
経常利益	464	100.3%	9	2.2%	175	—	255	146.2%	△501	—
当期純利益	272	103.0%	0	0.1%	99	—	138	139.0%	△684	—

売上総利益率	28.2%
売上高経常利益率	5.5%

25.7%
0.1%

25.2%
2.0%

25.9%
2.6%

23.7%
△5.3%

## マガシーク事業2012年度実施施策

2012年セール期	主要都市圏でテレビCM
2012年 9月	サイトリニューアル
2012年 9月	ECS事業受託開始
2012年11月	中国EC事業の展開を開始
2013年 2月	倉庫を岐阜から関東に移転



2012年度 **94億円**



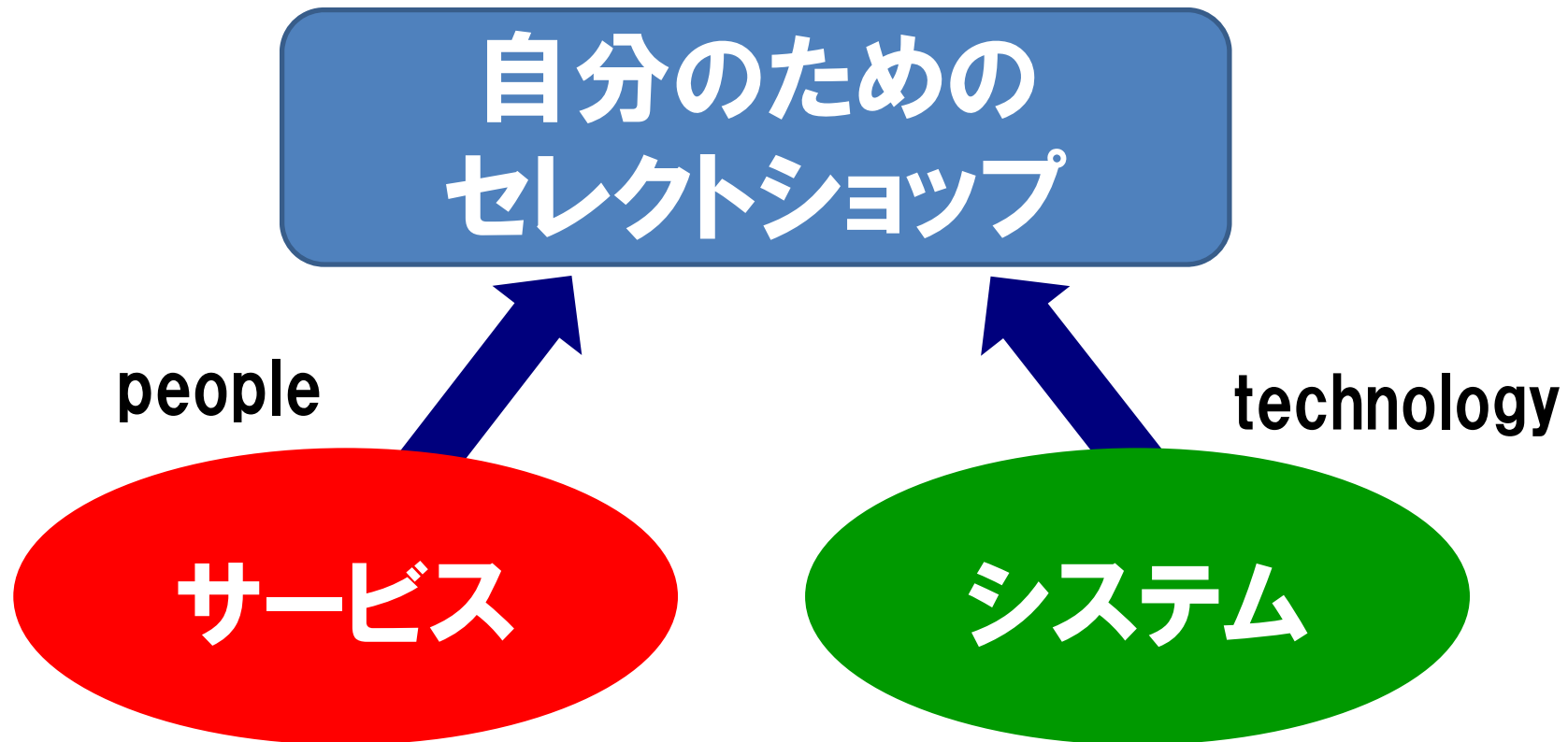
## マガシークの新サイトコンセプト

マガシークは、  
**自分のための**  
セレクトショップ

何着よう？が楽しくなる。  
豊富な品ぞろえの中で、いつも着たい服がすぐ見つかる。  
まるで、自分のためのセレクトショップ。

「自分のスタイル」を持った大人のキモチを  
楽に、便利に満たす

# コンセプトの実現に向けて



- ホスピタリティ
- 他にはないサービス

- 9月のリニューアル
- クラウドの活用強化

# 9月20日にサイトのリニューアルを実施

## 新機能導入による利便性の向上

- コーディネート画面メインの新コンセプトサイトデザイン
- 自分好みに進化していくサイトコンセプト
- 検索機能の向上
- 自分だけのショッピングリストが作れる機能
- コメント投稿機能、レビュー機能
- 会員プログラムの充実
- 各種キャンペーンの実施



# 夏に続き、大型テレビCMを放映

## 概要

■放映期間:2012年12月30日~2013年1月6日

■放映エリア:関東・関西・名古屋・北海道

■日本を代表するクリエイティブディレクター箭内道彦氏に加え、仲里依紗さん、澤部佑さんらが出演。



# テレビCM効果

訪問者数  
185.5%UP

PV数  
139.6%UP

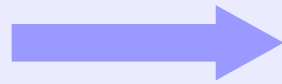
新規会員  
登録数  
219.1%UP

注1) TVCM放映時期である平成24年12月30日～平成25年1月6日と前年同期を比較。  
注2) 訪問者数、PV数はパソコンおよびスマートフォンの合計値となります。

## テレビCM放映エリアでの認知度推移

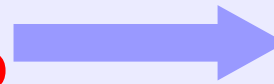
2012年1月

7.1%



2012年8月

12.7%



2013年1月

30.5%

CM放映

CM放映

※CM非放映エリアでの認知度  
16.4%

注) 独自調査による

目標である認知度15%を達成

## 2013年2月 倉庫移転(座間)



新物流センター「magaco」2013年2月に  
全業務移転、稼働中。

# フルフィルメント事業

## アパレル自社ECの受託事業を加速

2012年度実績

1案件をリリース

「LAISSE PASSE Online Shop」を開始

LAISSE PASSEおよびDebut de Fiore by LAISSE PASSEのオフィシャルECサイトの運営支援を開始。

サービス開始日: 2012年9月6日  
URL: <http://www.laissepasse.jp>



# 中国事業

## 中国でのEC事業及び関連アパレル事業

### タイムスケジュール

2012年 8月 会社設立  
2012年 11月 オープン

### 事業内容

中国進出日本ブランドの現地調達  
現地販売を中心に、中国の雑誌・モデル  
連動のコラボアイテム等を販売。

今後日本から進出予定のアパレルブ  
ランドとの共同事業を展開。

⇒中国主要3サイトに出店

- V+
- 360Buy.com(京東商城)
- TMall(天猫商城)





## 2. 今後の成長戦略

# NTTドコモ / マガシークの資本提携

2013年3月、当社はNTTドコモとの資本提携を行った。

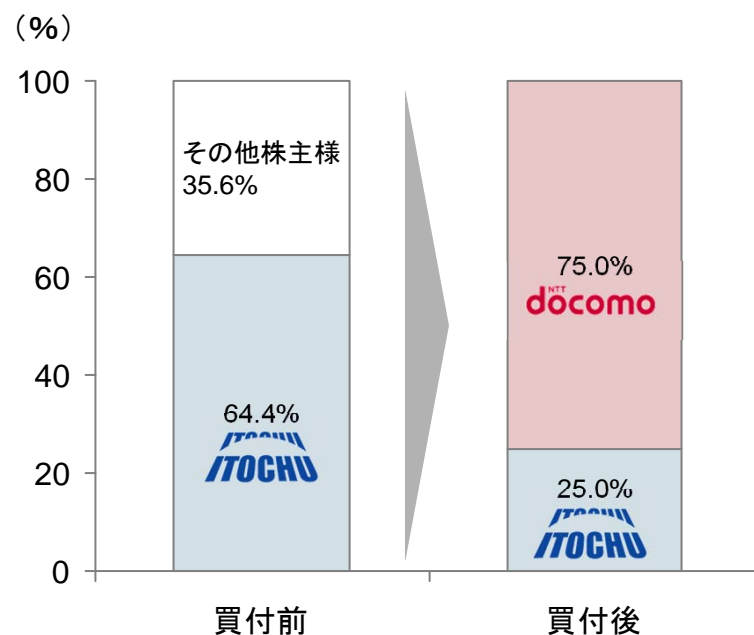
- 今後、当社・親会社NTTドコモ・主要株主伊藤忠商事の3社で提携し、EC事業の拡大を目指す方針

## 資本提携の概要

NTTドコモは、当社の新株主として資本参加

- 期間: 2013年1月31日 ~ 2013年3月14日
- なお、伊藤忠商事は、25.00%を引き続き所有

## 当社株主構成の変化(予定)

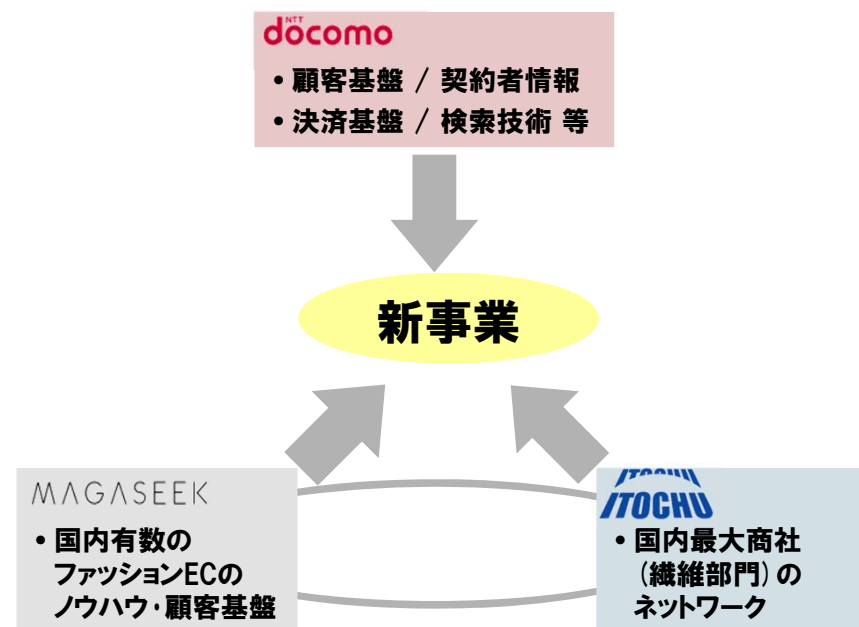


## 資本提携の目的

NTTドコモの運営する「dマーケット」内に、新しくファッションECサイトを立ち上げることを検討

- 当社 / NTTドコモ / 伊藤忠商事 3社のアセットを活用し、事業シナジーを発揮

## 新ファッションECサイト立上のイメージ



**本資料の内容には、平成25年4月30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。経済情勢等、様々な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。**

**当社コーポレートサイト**

<http://www.magaseek.co.jp/>

