

株式会社ストリーム

第14期 平成25年1月期 第2四半期 決算説明会資料

平成24年9月21日

URL <http://www.stream-jp.com/>

東証マザーズ 3071



株式会社 ストリーム

代表取締役社長 劉 海濤

URL <http://www.stream-jp.com>

設立 1999年 7月23日

資本金 619,625,000円

事業内容 インターネット通信販売の運営事業・中国における商社事業

インターネット通販事業

その他事業



(100%出資)



(80%出資)

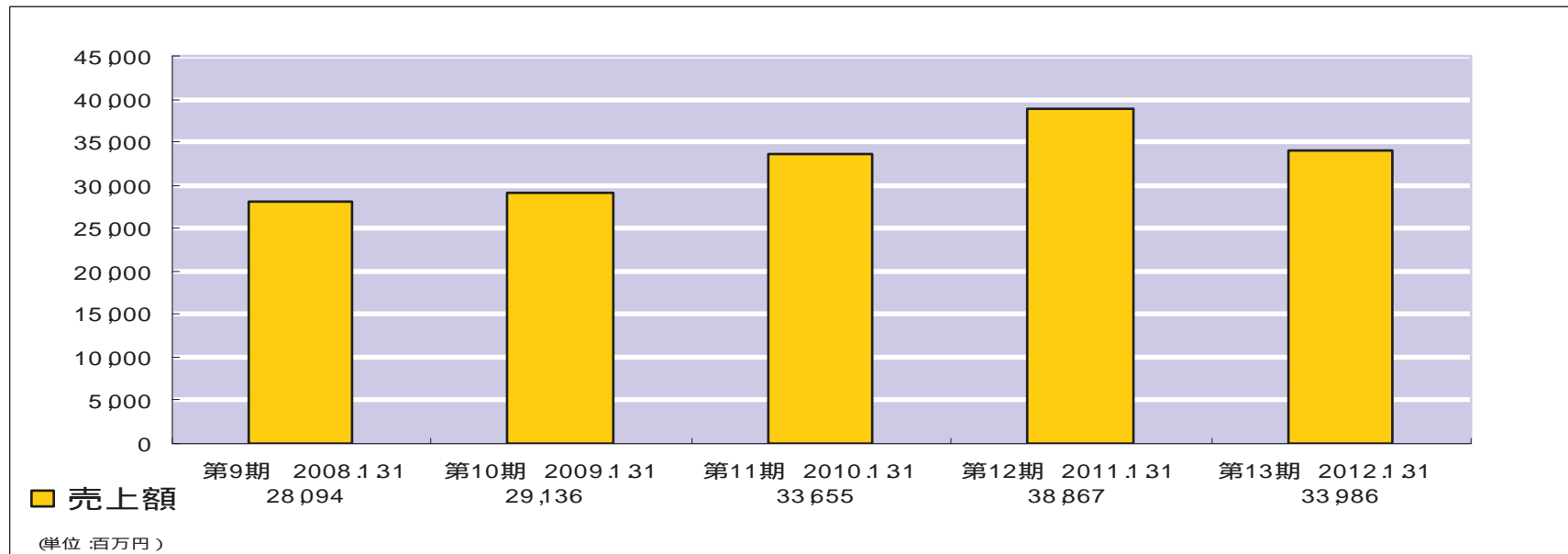
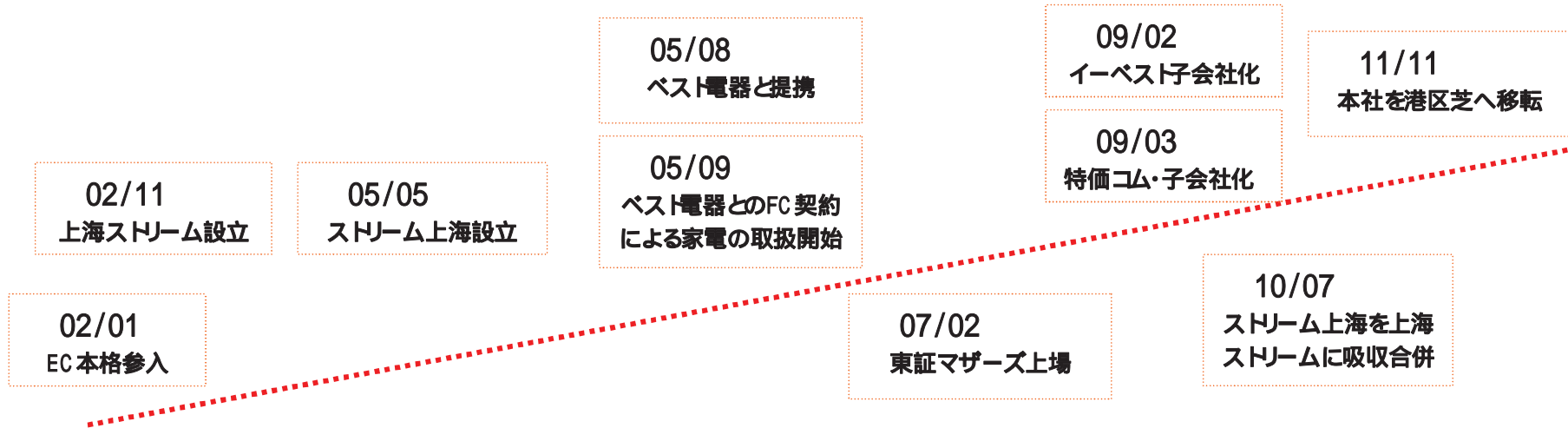


(100%出資)

連結売上推移 & 沿革



【連結】平成24年1月期 売上高 33,986百万円 営業利益 3百万円 従業員数 115名



連結	売上高	12,166百万円	(前年19,233百万円)
	営業利益	297百万円	(前年219百万円)
	経常利益	300百万円	(前年237百万円)

インターネット事業	売上高	11,184百万円	(前年17,646百万円)
 	営業利益	262百万円	(前年208百万円)
	特価COM		

その他事業	売上高	981百万円	(前年1,587百万円)
 上海思多励国际贸易有限公司	営業利益	34百万円	(前年10百万円)

業績比較 (連結)



ネット通販→エコポイント・地域化に伴う駆け込み需要の反動による家電の売上不振
 その他事業 (中国) → 欧州経済危機による太陽光関連部材の需要の低迷と価格下落
 販売管理費等の削減策の遅れ

業績比較 (連結)

単位: 百万円

	25/1期 2Q	構成比	24/1期 2Q	構成比	増減額	増減率
売上高	12,166	-	19,233	-	-7,067	-36.7%
売上原価	11,023	90.6%	17,254	89.7%	-6,231	-36.1%
売上高総利益	1,143	9.4%	1,979	10.3%	-836	-42.2%
販管費	1,440	11.8%	1,759	9.1%	-319	-18.1%
営業利益	-297	-2.4%	219	1.1%	-516	-235.6%
経常利益	-300	-2.5%	237	1.2%	-537	-226.6%
純利益	-394	-3.2%	124	0.6%	-518	-417.7%

業績比較 (単体)



薄型テレビの大幅な需要の減少、デジカメ PCも低調
 省エネ家電は需要キープ LED照明機器は売上アップ
 新規カテゴリーの内、時計、ブランド品、調理器具は売上維持

業績比較 (単体)

単位 百万円

	25/1期 2Q	構成比	24/1期 2Q	構成比	増減額	増減率
売上高	8,947	-	12,548	-	-3,601	-28.7%
売上原価	8,185	91.5%	11,325	90.3%	-3,140	-27.7%
売上高総利益	761	8.5%	1,222	9.7%	-461	-37.7%
販管費	970	10.8%	1,053	8.4%	-83	-7.9%
営業利益	-208	-2.3%	169	1.3%	-377	-223.1%
経常利益	-194	-2.2%	173	1.4%	-367	-212.1%
純利益	-297	-3.3%	95	0.8%	-392	-412.6%

ネット通販事業 商品別売上高



主力の「家電」は前年同期比 43.1%
 前年比増加 エアコン 100.4% LED照明器具 204.9% カメラレンズ関連 211.3%
 前年比減少 ノートパソコン 63.4% デジタルカメラ 78.2% レコーダー 39.3% 冷蔵庫 75.6%

商品別売上 構成比

単位:百万円

	25/1期 2Q	構成比	24/1期 2Q	構成比	増減額	増減率
家電	5,687	50.9%	10,001	56.7%	-4,314	-43.1%
パソコン	1,294	11.6%	2,184	12.4%	-890	-40.8%
周辺/デジカメ	2,414	21.6%	3,260	18.5%	-846	-26.0%
その他	1,788	16.0%	2,199	12.5%	-411	-18.7%
合計	11,184	100.0%	17,646	100.0%	-6,461	-36.6%

家電商材の構成

単位:百万円

	25/1期 2Q	構成比	24/1期 2Q	構成比	増減額	増減率
A V家電	2,103	37.0%	5,462	54.6%	-3,359	-61.5%
H A家電	3,584	63.0%	4,539	45.4%	-955	-21.0%
合計	5,687	100.0%	10,001	100.0%	-4,314	-43.1%

1. 市場分析と対応の遅れ

昨年より家電商品の市場低迷が長期化し、市場回復の読みの甘さから販管費等の削減策が遅れた→損益分岐点改善の遅れ

2. 社内体制と競合

社内体制においては、商品部で仕入・販売を統制しているが、統括力の低下と業務の煩雑化等により施策の遅れ&仕入商談レベルの低下等により販売機会損失が発生している。

アマゾン・ヨドバシカメラ・ビックカメラ等の大手のネット通販との競合特に送料無料・決済サービスへの対応が収益を圧迫された。

3. 経営リソースの分散

家電大不況に、対応した「改善と改革」が遅れ、経営リソースの分散があり、重要課題への集中が出来なかった。

荷造発送費→売上減少による費用の減少→出荷コストの増

対売上/販管費：比率 24/1 2Q 9.1% 25/1 2Q 11.8% 27%増

販売管理費（連結）

単位：百万円

	25/1期 2Q	構成比	24/1期 2Q	構成比	増減額	増減率
売上高	12,166	-	19,233	-	-7,067	-36.7%
粗利	1,143	-	1,979	-	-836	-42.2%
荷造発送費	209	14.5%	304	17.3%	-95	-31.3%
給与・賞与及び賞引	308	21.4%	356	20.3%	-48	-13.5%
支払手数料	247	17.2%	300	17.1%	-53	-17.7%
販売手数料	79	5.5%	134	7.6%	-55	-41.0%
広告費	153	10.6%	224	12.7%	-71	-31.7%
その他	441	30.6%	440	25.0%	1	0.2%
合計	1,440	100.0%	1,759	100.0%	-318	-18.1%

貸借対照表 (連結)



買掛金減少 → ネット関連買掛 795百万円 上海関連 257百万円 合計 1,052百万円

単位 :百万円

貸借対照表 (連結)

	25/1期 2Q	構成比	24/1期 2Q	構成比	増減額	増減率
流動資産	4,301	80.3%	4,976	82.8%	-675	-13.6%
現預金	288	5.4%	665	11.1%	-377	-56.7%
受取手形売掛金	1,919	35.8%	1,737	28.9%	182	10.5%
商品	1,793	33.5%	2,300	38.3%	-507	-22.0%
固定資産	1,056	19.7%	1,030	17.1%	26	2.5%
有形固定資産	99	1.8%	62	1.0%	37	59.7%
無形固定資産	492	9.2%	556	9.3%	-64	-11.5%
投資その他資産	464	8.7%	411	6.8%	54	13.1%
資産合計	5,358	100.0%	6,008	100.0%	-650	-10.8%
流動負債	3,652	68.2%	3,899	64.9%	-247	-6.3%
買掛金	1,871	34.9%	2,923	48.7%	-1,052	-36.0%
固定負債	336	6.3%	195	3.2%	141	72.3%
負債合計	3,988	74.4%	4,094	68.1%	-106	-2.6%
株主資本	1,386	25.6%	1,938	32.3%	-569	-29.4%
資本金	619	11.6%	619	10.3%	0	-
利益剰余金	389	7.3%	941	15.7%	-552	-58.7%
自己株式	-182	-	-182	-3.0%	0	-
純資産	5,358	100.0%	6,008	100.0%	-650	-10.8%

塗料の売上構成→0 A通信関連40%・自動車関連60%
 太陽光部門は欧州の経済危機による、売上の大幅な減少 (バックシート販売)
 食品はトレハロースを中心に固定客が確保され、売上は安定

その他の事業売上推移

(1元/1258円) 単位: 百万円

	24/6月期	構成比	23/6月期	構成比	増減額	増減率
売上高	981	-	1,587	-	-606	-38.2%
営業費用	1,015	103.5%	1,577	99.4%	-562	-35.6%
営業利益	-34	-3.5%	10	0.6%	-44	-440.0%

上海ストリーム商品構成

(1元/1258円) 単位: 百万円

	24/6月期	構成比	23/6月期	構成比	増減額	増減率
塗料	280	28.5%	232	14.6%	48	20.7%
太陽光関連	546	55.7%	1,207	76.1%	-661	-54.8%
食品関連	155	15.8%	148	9.3%	7	4.7%
合計	981	100.0%	1,587	100.0%	-606	-38.2%

2012年上期の業況と今後

塗料部門 . . . 前年同期比 20.7%増

OA機器や通信関連向けが低調だったものの、中国国内における自動車生産台数の伸びを背景に、自動車関連塗料の需要が堅調に推移し、今後も自動車関連の塗料の伸びは期待できます。

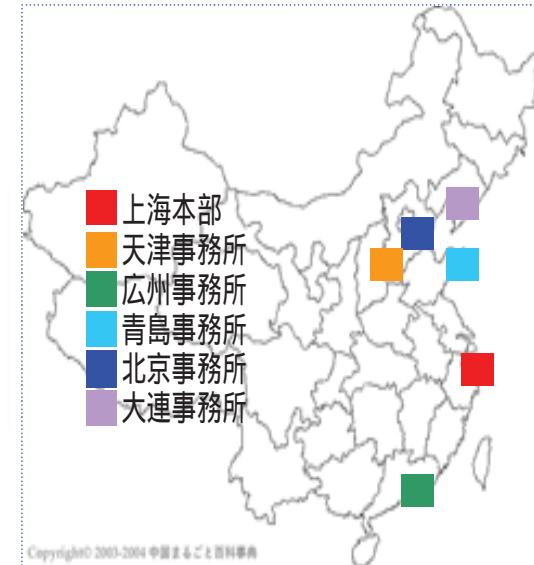
太陽光部門 . . . 前年同期比 54.8%

欧州経済不安の影響から、主要取扱商品であるバックシートの需要の低迷が続き、供給過多から販売価格が下落しました。今後、欧州経済不安が長期化した場合、太陽光部門のビジネスは非常に厳しい状況にあります。

食品部門 . . . 前年同期比 4.7%増

食品関連についてもトレハロースの禁輸が解除された後は顧客、売上も禁輸前に略戻り、他の食品添加剤の販売と合わせ、新規顧客開拓も順調に推移し、今後も商品部門は期待できる市場と思われます。

・上海ストリーム営業拠点



連結予想

単位:百万円

	25/1期(予測)	24/1期(実績)	増減額	増減率
売上高	24,515	33,986	-9,471	-27.9%
営業利益	-502	-3	-499	-
経常利益	-518	23	-541	-
純利益	-652	-33	-619	-

単体予想

単位:百万円

	25/1期(予測)	24/1期(実績)	増減額	増減率
売上高	18,072	22,467	-4,395	-19.6%
営業利益	-373	13	379	-
経常利益	-366	10	-876	-
純利益	-499	-20	-525	-

インターネット通販事業のテーマ

1. 事業の方向性

戦略

経営資源とリソースを商品部 (収益) に集中する。

・家電、PC から食品、ブランド品まで幅広く品揃えのある総合ネットショップを目指す。

2. 下期事業計画

計画方針

・上期と比べ、売上の微増、粗利の低下と厳しく計画

・費用削減により、営業損益率を改善

赤字予算だが、確実に達成→士気回復→対策の確立→来期黒字化へ

販売

仕入能力 (担当者) の強化

販売効率の向上

販売価格の最適化

SEO、フラッシュマーケティング等集客力の強化

・倉庫 (物流) 事業の収益化

費用

物流費用の削減努力

・人件費の削減

本説明資料に含まれる将来の見通しに関する部分は、現時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、さまざまな要因の変化などにより、これらの見通しと異なる場合がありますことをご了承ください。

【IRに関するお問い合わせ先】
ストリーム 経営管理部
TEL:03-6858-8189
ir@stream-jp.com

