

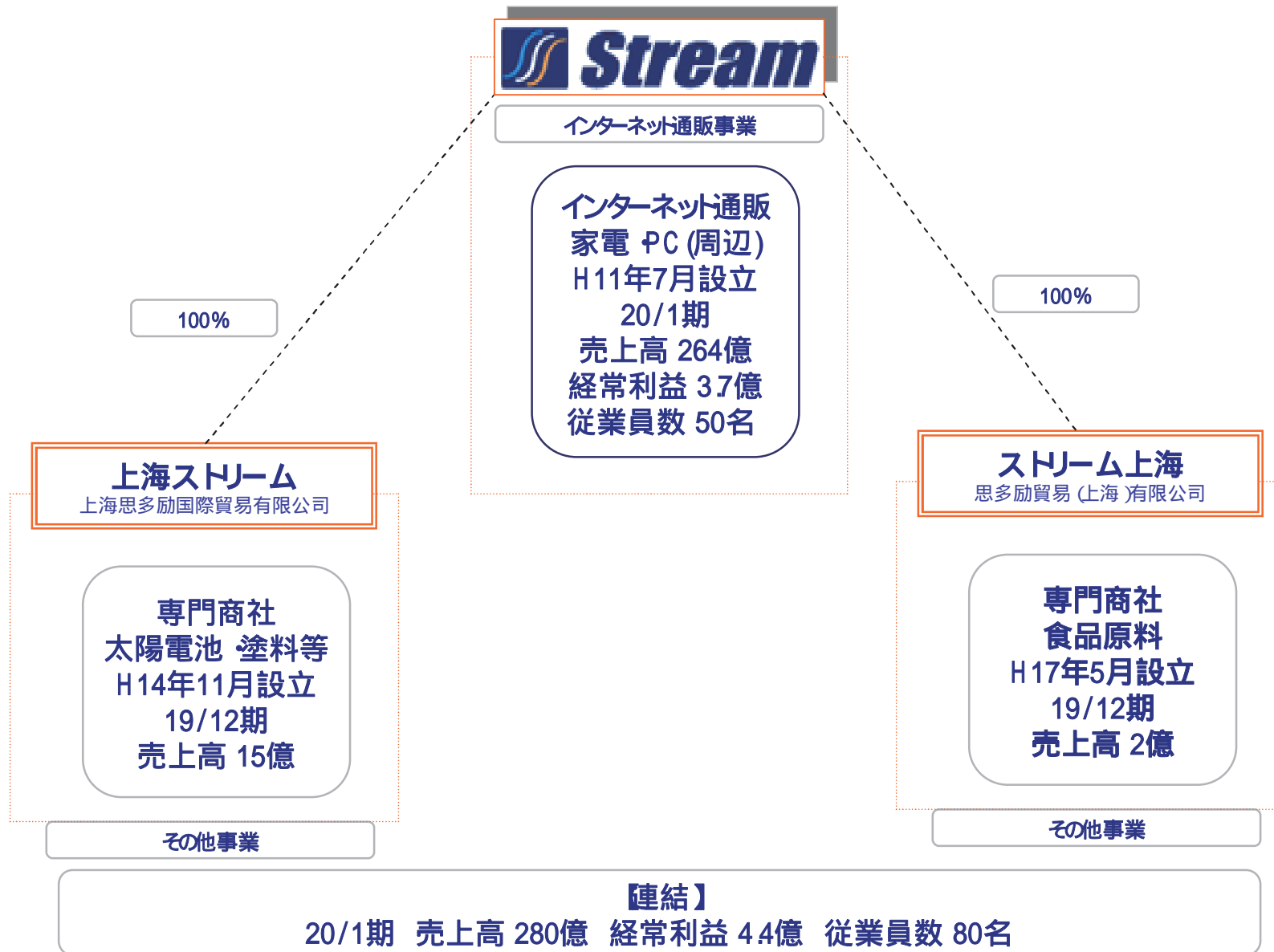
株式会社ストリーム 21/1期 3Q決算 説明資料

平成20年12月18日

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

東証マザーズ 3071

3	ストリームグループの概要
4	業績ハイライト
5	業績比較 (連結)
6	業績比較 (単体)
7	商品別売上高
8	集客データ
9	来客数 / 購買客数
10	販売管理費
11	貸借対照表
12	その他事業
13	21年1月期 ネット商品戦略
14	3Q までの改革概要
15	3Q までの改革 具体的施策
16	3Q 以降の施策
17	今後の経営戦略に対する考え



21/1期 3Q 業績ハイライト

連結



売上高 21,256百万円 (前年同期比 9.3%増)

営業利益 234百万円 (前年同期比 15.9%減)

経常利益 262百万円 (前年同期比 3.7%減)

インターネット事業



売上高 19,876百万円 (前年同期比 11.1%増)

営業利益 175百万円 (前年同期比 18.0%減)

売上は引続き伸びるも、物流費増や販売手数料増で利益伸びず

(主要取扱商品 家電・PC)

その他事業

上海ストリーム

上海思多励国际贸易有限公司

ストリーム上海

思多励貿易(上海)有限公司

売上高 1,379百万円 (前年同期比 11.5%減)

営業利益 58百万円 (前年同期比 8.8%減)

世界経済の変調により収益ブレーキ

(主要取扱商品 太陽電池関連機械・材料、塗料、食品添加剤)

業績比較 (連結)



93%の増収、粗利率1.1% アップし8.5%
販売管理費の増加を賄えず (売上高販管費率 7.4%) 営業利益は前期比マイナス

	21/1 3Q	構成比	20/1 3Q	構成比	増減額	増減率
売上高	21,256	-	19,444	-	1,812	9.3%
売上原価	19,441	91.5%	17,995	92.5%	1,446	8.0%
売上高総利益	1,814	8.5%	1,448	7.4%	366	25.3%
販管費	1,580	7.4%	1,169	6.0%	411	35.2%
営業利益	234	1.1%	278	1.4%	-44	-15.8%
経常利益	262	1.2%	272	1.4%	-10	-3.7%
純利益	166	0.8%	171	0.9%	-5	-2.9%

単位 :百万円

業績比較 (単体)



10.3%の増収、粗利の伸びは前期比26.4%の大幅増
受注件数 22%アップも、販売管理費 36.9%アップし、営業利益前期比マイナス

	21/1 3Q	構成比	20/1 3Q	構成比	増減額	増減率
売上高	20,037	-	18,165	-	1,872	10.3%
売上原価	18,415	91.9%	16,882	92.9%	1,533	9.1%
売上高総利益	1,622	8.1%	1,283	7.1%	339	26.4%
販管費	1,433	7.2%	1,047	5.8%	386	36.9%
営業利益	188	0.9%	235	1.3%	-47	-20.0%
経常利益	215	1.1%	227	1.2%	-12	-5.3%
純利益	127	0.6%	131	0.7%	-4	-3.1%

単位 :百万円

注力している「家電」は29.9%の大幅増
 パソコンの低価格化進むも堅調な伸び
 周辺/デジカメが低調

	21/1 3Q	構成比	20/1 3Q	構成比	増減額	増減率
家電	7,810	39.3%	6,013	33.6%	1,797	29.9%
パソコン	4,169	21.0%	3,567	19.9%	602	16.9%
周辺/デジカメ	6,747	33.9%	7,217	40.4%	-470	-6.5%
その他	1,150	5.8%	1,087	6.1%	63	5.8%
合計	19,876	100.0%	17,884	100.0%	1,992	11.1%

単位 :百万円

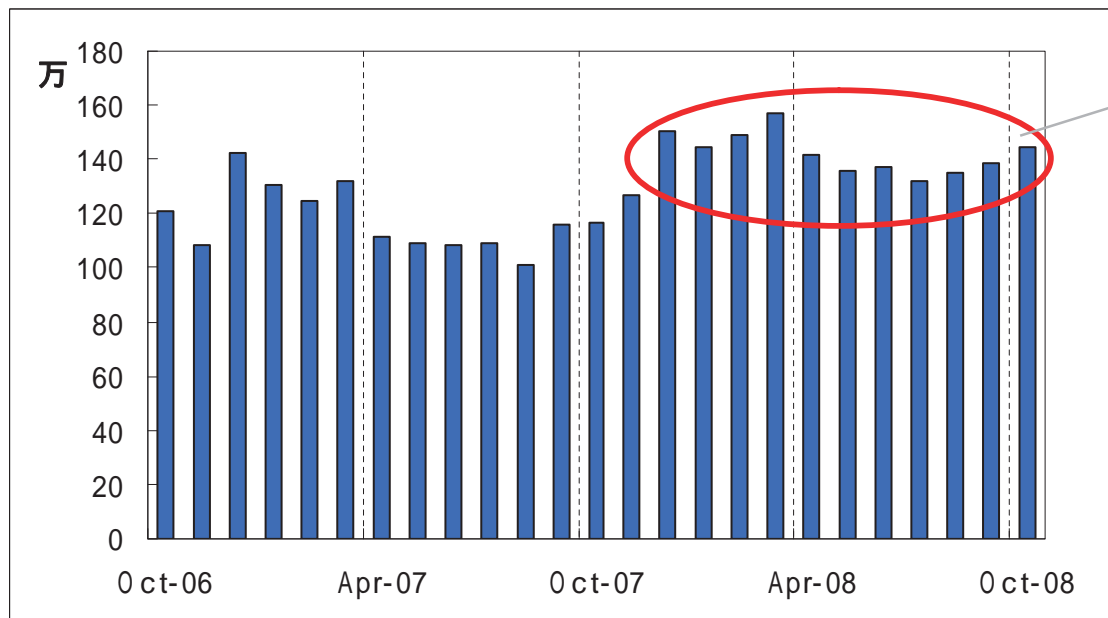
来客数は前年同期比 24%増と堅調な伸び
自社物流件数は、51%増と大幅な伸び

	21/1 3Q		20/1 3Q		同期比		同率
来客数	12,720	千人	10,288	千人	2,432	千人	24%
購買客数	573	千人	471	千人	102	千人	22%
会員数	1,320	千人	920	千人	400	千人	43%
受注件数	581	千件	477	千件	104	千件	22%
自社物流件数	502	千件	332	千件	170	千件	51%

来客数 購買客数 推移

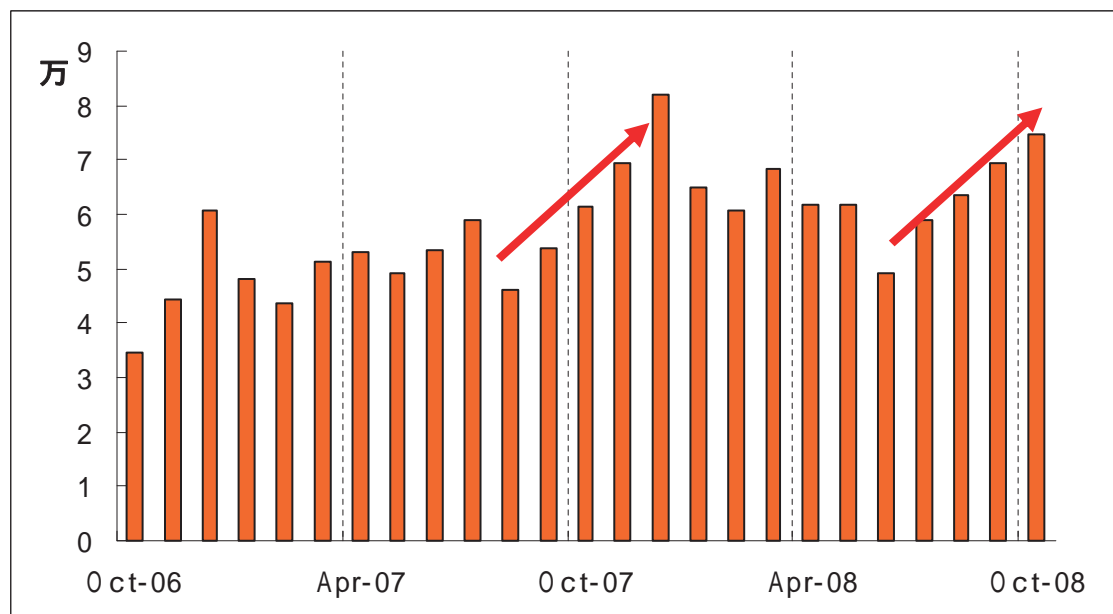


来客数



1272万人

購買客数



57万人



販売管理費



粗利が前期比28.5%の大幅増だが
受注件数増 + 自社物流取扱増加 → 荷造発送費 + 支払手数料は大幅増

	21/1 3Q	構成比	20/1 3Q	構成比	増減額	増減率
荷造発送費	427	27.0%	275	23.5%	152	55.3%
給与・賞与及び賞引	262	16.6%	200	17.1%	62	31.0%
支払手数料	235	14.9%	157	13.4%	78	49.7%
販売手数料	150	9.5%	123	10.5%	27	22.0%
ポイント引当繰入	10	0.6%	14	1.2%	-4	-28.6%
広告費その他	496	31.4%	400	34.2%	96	24.0%
合計	1,580	100.0%	1,169	100.0%	411	35.2%

単位 :百万円

貸借対照表



即納サービスの充実、品揃え(アイテム・量)の拡充(仕入増→棚卸資産の増加+買掛金の増加)

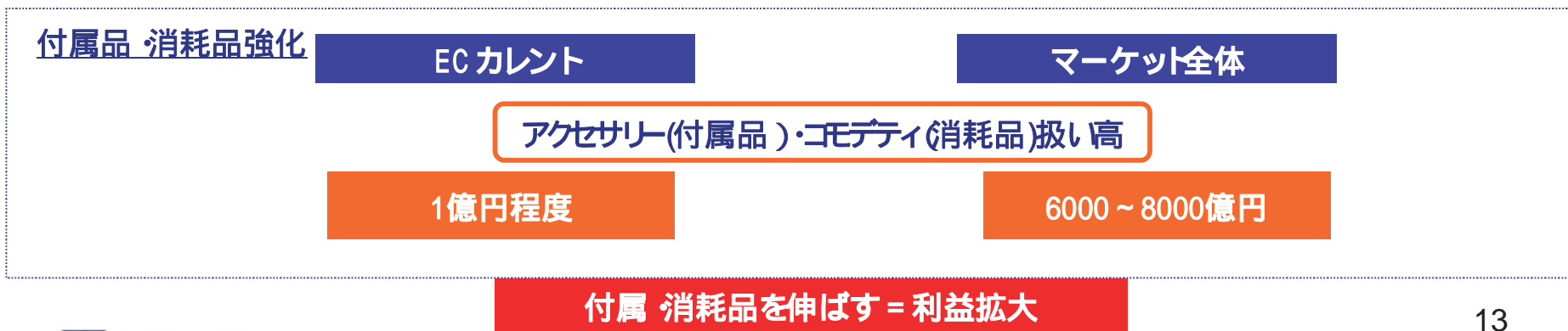
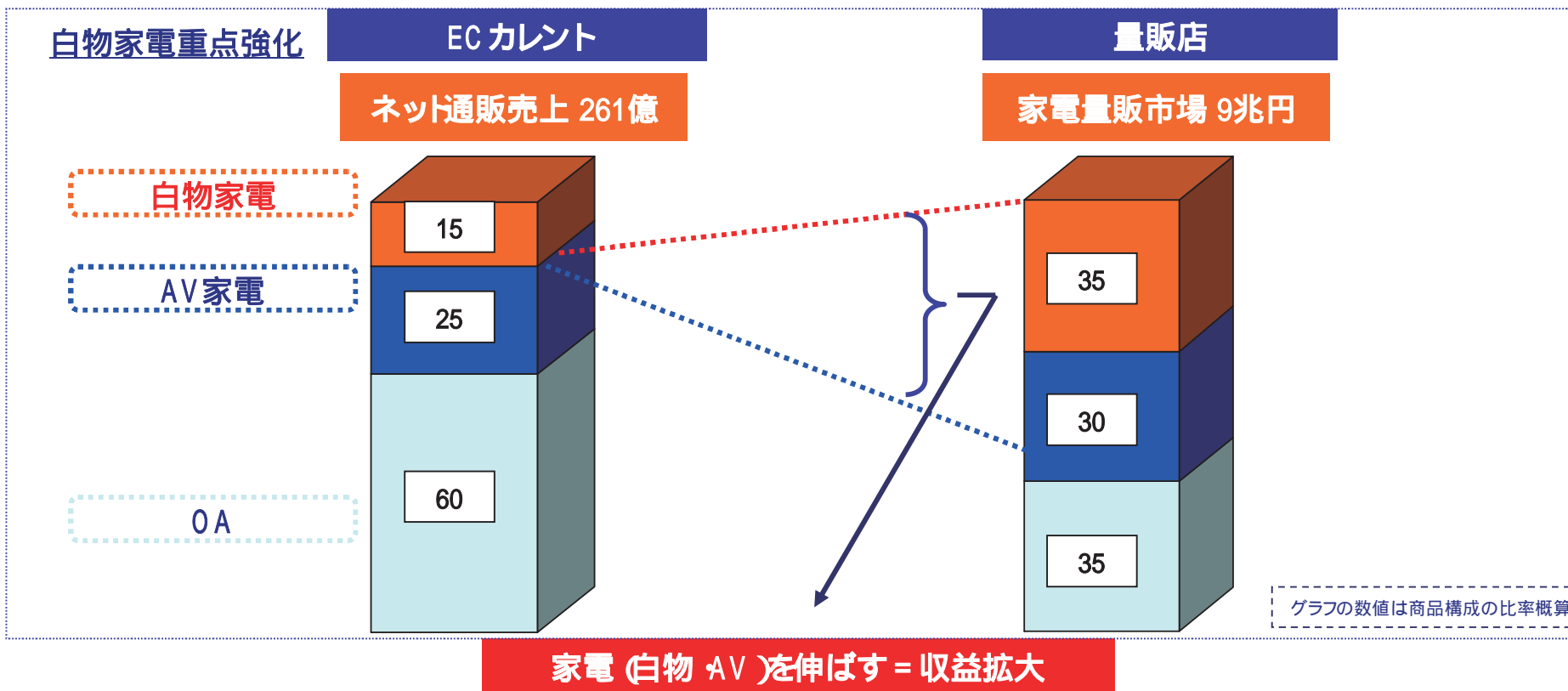
	21/1 3Q	構成比	20/1 3Q	構成比	増減額	増減率
流動資産	3,745	85.8%	3,291	86.1%	454	13.8%
現預金	466	10.7%	1,289	33.7%	-823	-63.8%
受取手形売掛金	887	20.3%	825	21.6%	62	7.5%
棚卸資産	2,251	51.6%	1,119	29.3%	1,132	101.2%
固定資産	618	14.2%	530	13.9%	-	16.6%
有形固定資産	33	0.8%	31	0.8%	2	6.5%
無形固定資産	258	5.9%	209	5.5%	49	23.4%
投資その他資産	326	7.5%	289	7.6%	37	12.8%
資産合計	4,363	100.0%	3,822	100.0%	541	14.2%
流動負債	2,535	58.1%	2,100	54.9%	435	20.7%
買掛金	2,021	46.3%	1,748	45.7%	273	15.6%
固定負債	0	0.0%	0	0.0%	0	-
負債合計	2,535	58.1%	2,101	55.0%	434	20.7%
株主資本	1,819	41.7%	1,711	44.8%	108	6.3%
資本金	619	14.2%	619	16.2%	0	-
資本剰余金	559	12.8%	559	14.6%	0	-
利益剰余金	760	17.4%	532	13.9%	228	42.9%
自己株式	-120	-	0	0.0%	-120	-
純資産	1,827	41.9%	1,720	45.0%	107	6.2%

単位:百万円

太陽電池関連部門の不調を塗料部門でカバーするも減収減益
世界経済の変調で秋口以降、収益ブレーキ

	21/1 3Q	構成比	20/1 3Q	構成比	増減額	増減率
売上高	1,379	-	1,560	-	-181	-11.6%
営業費用	1,321	95.8%	1,495	95.8%	-174	-11.6%
営業利益	58	4.2%	64	4.1%	-6	-9.4%

単位 :百万円



ネットショッピングにおける効用

より多くの商品の中から

よりスピーディーに
よりステイディに

よりリーズナブルに

即納 + 品揃拡充

ネット通販の特性を最大限に活かす

運営改革

物流改革

商品改革

サイト改革

即納 + 品揃拡充

物流改革

物流倉庫を移動し、処理可能能力が3倍増
即納サービス (平日17時受注翌日発送) に対応した入出荷構内作業体制の構築
* 自社オペレーション物流の増加 (前年同期比51%増) への対応

商品改革

家電シェアアップ 商品別売上高、家電のシェア 33.6% → 39.3% へ
自動 (補充 追加) 発注の開始
在庫アイテム数の増加、小物アクセサリを中心に期初約2000から約5000アイテムへ
仕入先商談の強化

サイト改革

購入導線の強化
BCNニュースとの連動
アフィリエイトの強化
サイトデザインのカイゼン
納期管理強化のため、カレンダー機能の導入

運営改革

合理化改善により 問い合わせ率を20%から13%へと減らした。
業務運営の標準化を導入、サービスレベルと業務管理レベルのアップを実現
入金管理の全自動化

物流効率 + サービスアップ

物流改革

当着便 7am 7:00までの受注を当日お届け (11月18日スタート)
物流効率化、費用の削減
設置サービス強化へ
配送品質向上へ

商品改革

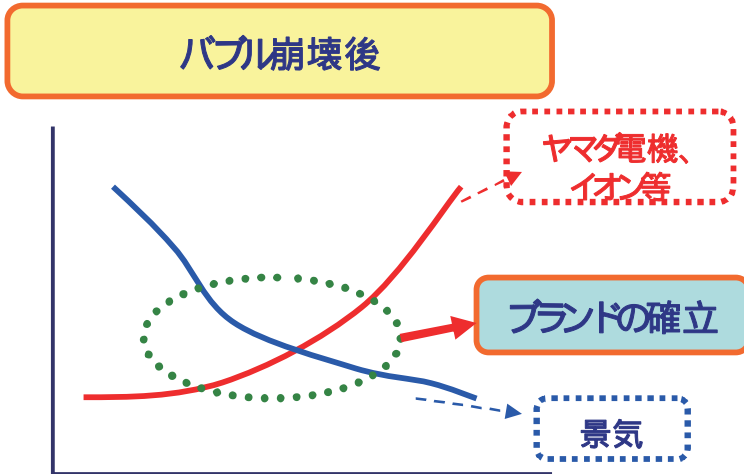
家電シェアアップ 商品別売上高、家電のシェア50.0%へ
小物アクセサリの更なる拡充 中間期約5000から現状約12000アイテムへ
在庫効率化
新商材
保証サービスの拡充 (12月1日スタート)

サイト改革

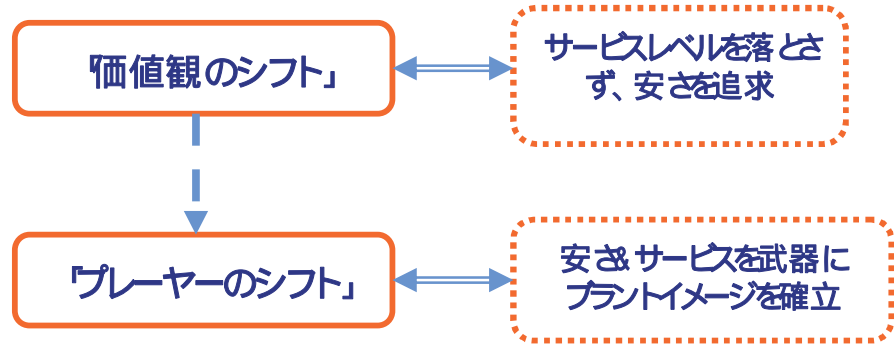
購入導線の強化
ユーザー参画
メディア性の強化
リピート率の向上
CRMの強化

運営改革

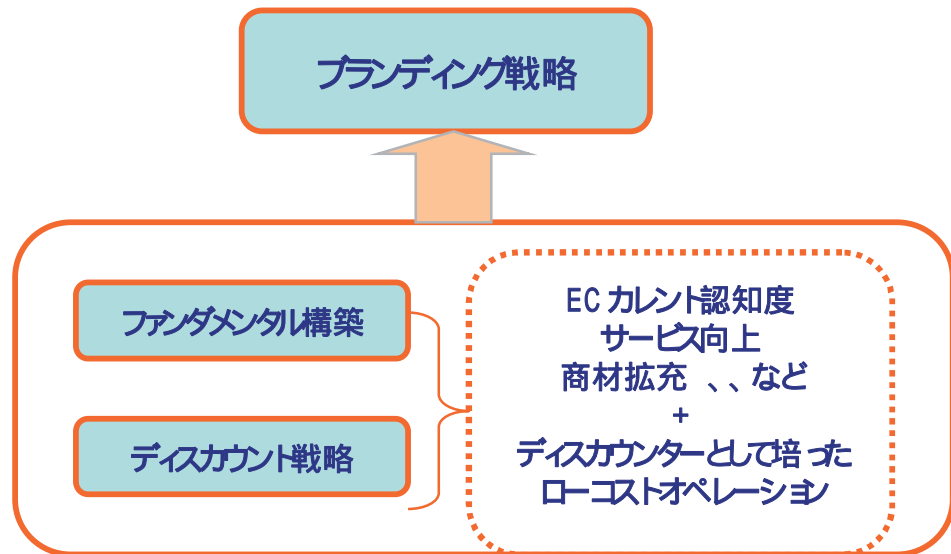
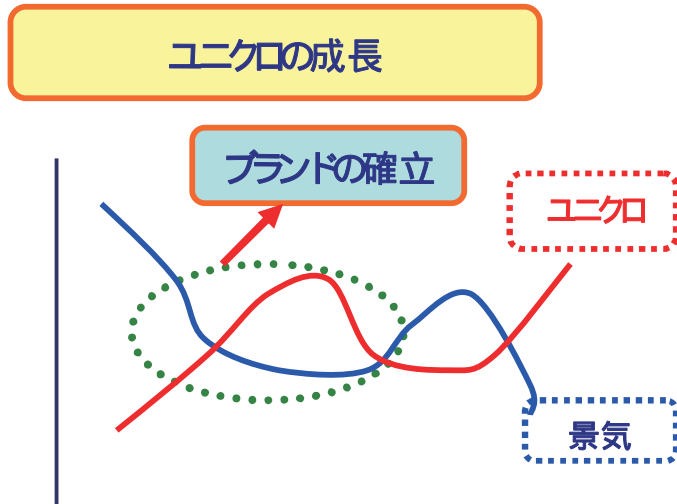
カスタマーサービスの24時間対応 (e-mailについては11月スタート)
自社EDIの強化
当社システムのASP強化



厳しい経済環境



当社は厳しい環境変化でチャンスを掴む



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。

【Rに関するお問い合わせ先】
 ストリーム 経営企画部
 TEL:03-5256-7684
 ir@stream-jp.com