

# 成長可能性に関する説明資料

株式会社オークファン <3674>  
2013年4月



1

**会社概要**

2

**事業概要**

3

**成長戦略**

1

# 会社概要

# 1 会社概要



## 会社概要

- オークション、ショッピングの商品及び価格情報の比較・検索・分析等が可能な「aucfan.com(オークファン)」を運営しております。

### 会社名

株式会社オークファン

### 所在地

東京都渋谷区道玄坂1-14-6 住友不動産渋谷ヒューマックスビル6階

### 設立

2007年6月

### 役員構成

代表取締役	武永	修一	
取締役	濱田	淳二	
社外取締役	和出	憲一郎	(株式会社ジェネラルソリューションズ 代表取締役)
社外取締役	植山	浩介	(トライアックス株式会社 代表取締役)
常勤監査役	梶	尚人	
社外監査役	小内	邦敬	
社外監査役	池田	毅	

### 資本金

214百万円 (2013年3月末日現在)

### 従業員数

28人 (2013年3月末日現在)

### 事業内容

インターネットメディア事業

# 1 会社概要



## 代表プロフィール

- 幼少期より、裁定機会と情報の価値に気づきました。

- 1978年 神戸市生まれ。山口県育ち。幼少期よりゲームソフトを転売。  
**幼い頃より裁定機会を知る**
- 2000年 京都大学在学中に、**商売に目覚め**個人事業主としてオークションにおいて出品販売を開始
- 2004年 事業拡大に伴い、株式会社デファクトスタンダードを設立。  
代表取締役役に就任
- 2006年 価格情報の提供に大きな可能性を感じ、「**オークション統計ページ(仮)**」  
**を譲り受け**、商品販売事業に加えて、メディア事業の運営を開始
- 2007年6月 株式会社デファクトスタンダードから**メディア事業を新設分割**し、  
当社を設立。代表取締役役に就任



**武永 修一**  
(たけなが しゅういち)

# 1 会社概要



## 会社沿革

- 当初の広告収益モデルから課金収益による独自のビジネスモデルを構築していきました。

2013年4月 東京証券取引所 マザーズ市場に上場 ●

2012年12月 世界のECサイトの一括検索サービス「グローバルオークファン」を開始 ●

2011年11月 総合分析ツール「オークファンプロ」を開始 ●

2011年10月 スマートフォン向けアプリ「モノちえき」の提供を開始 ●

● 2010年8月 スマートフォン向けサイト「aucfantouch（オークファンタッチ）」の提供を開始

● 2008年12月 オークション専門通信講座「オークファンスクール」を開始

● 2008年5月 有料会員サービス「オークファンプレミアム」を開始

● 2007年6月 株式会社デファクトスタンダードから新設分割を行い、メディアサイトの運営を主体とする株式会社オークファンを設立、純広告及びネット広告サービスを開始

2007年

2008年

2009年

2010年

2011年

2012年

**先行投資期**

2007年に当社設立

**黒字転換期**

2009年に通期黒字化

**収益拡大期**

2011年に営業利益1億円

- 当社の経営理念は、**ミッション・ビジョン・ストラテジー**の3つから成り立っています。

## MISSION

あらゆる人が、あらゆる場所で、あらゆるモノを売り買いできる新たな時代を創る

## VISION

あらゆる商品に関する正確でフェアな情報を提供する企業として、世界における唯一無二の存在となる

## STRATEGY

「ビッグデータ(input)」「テクノロジー(mining)」「ブランド(output)」を極大化する  
「消費者のエンパワーメント」「販売者の最適な価格戦略」の2軸を実現する

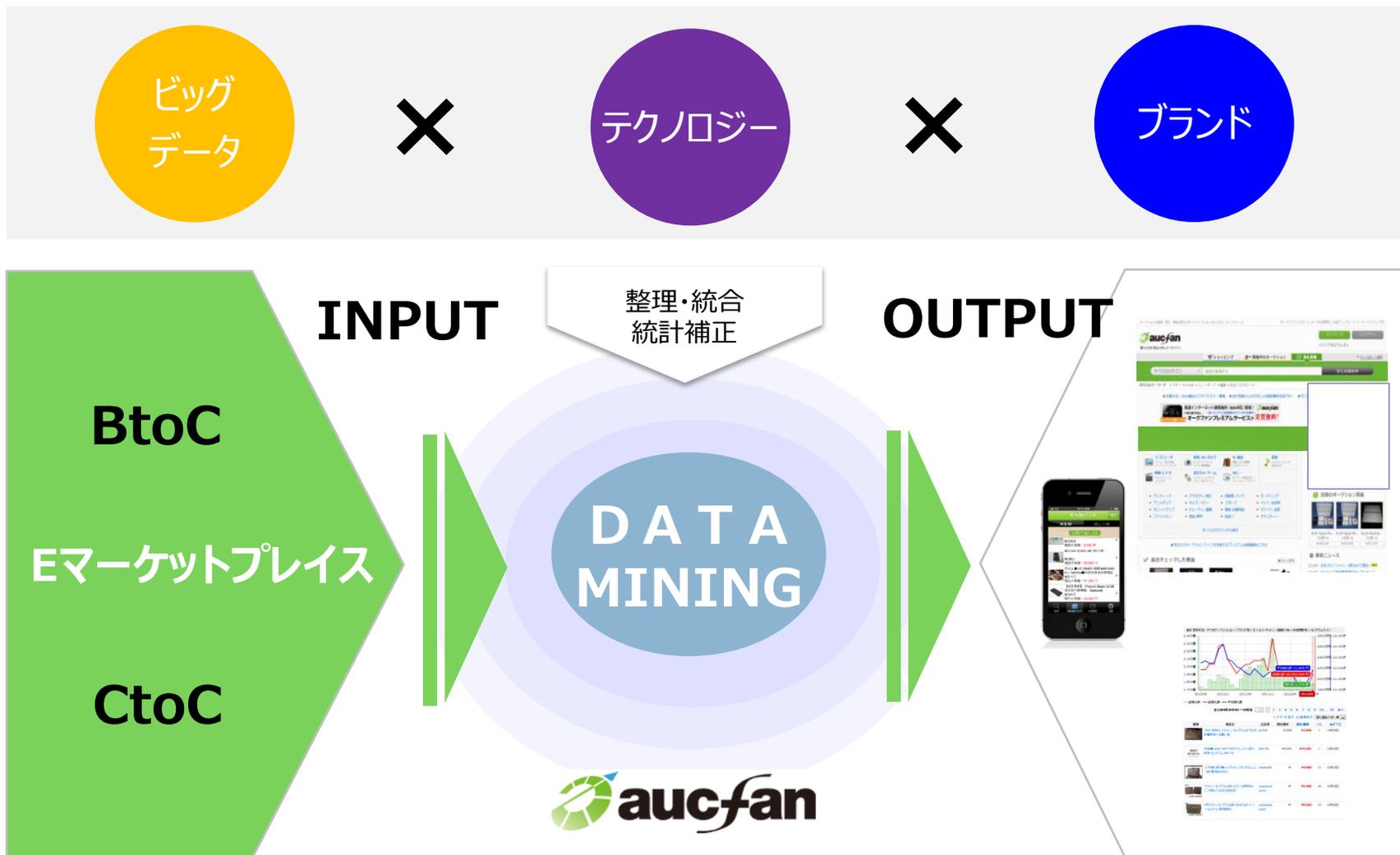
2

# 事業概要

## 2 事業概要

### ビジネスモデル

- 当社の特徴は「ビッグデータ(input)」「テクノロジー(mining)」「ブランド(output)」の3つに集約されます。



## サイトの特徴

- 「買うときも」、「売るときも」をモットーに、オークション・ショッピングの商品及び価格情報の比較・検索・分析が可能な「オークファン」を運営する、インターネットメディア事業を行っております。

### ● Point①

国内外の主要ショッピング・オークションサイトの開催情報・**落札価格**・**取引数**を横断的に一括検索ができます。新品と中古品の両方を調べることができます。

### ● Point②

ユーザーの多くが**売り手**です。転売者やネットショップ運営者が競合価格の調査や販売価格の「**値決め**」に利用する**国内最大級**のサイトです。

### ● Point③

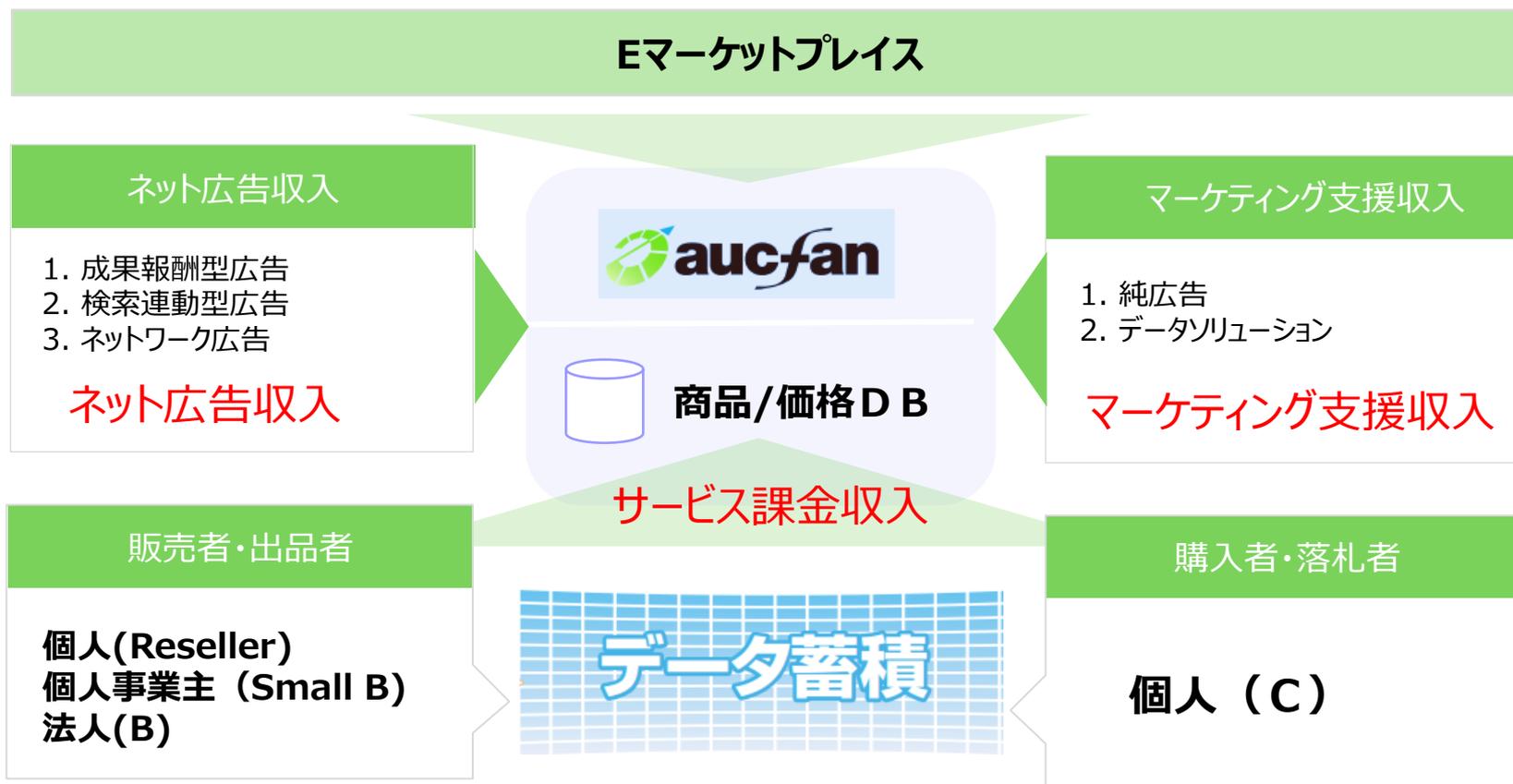
累計約200億件以上のデータを活用できる**分析ツール**も提供。**スマートフォン**にも対応し、アプリもあります。

訪問者数 月間500万人前後



### 収益セグメント

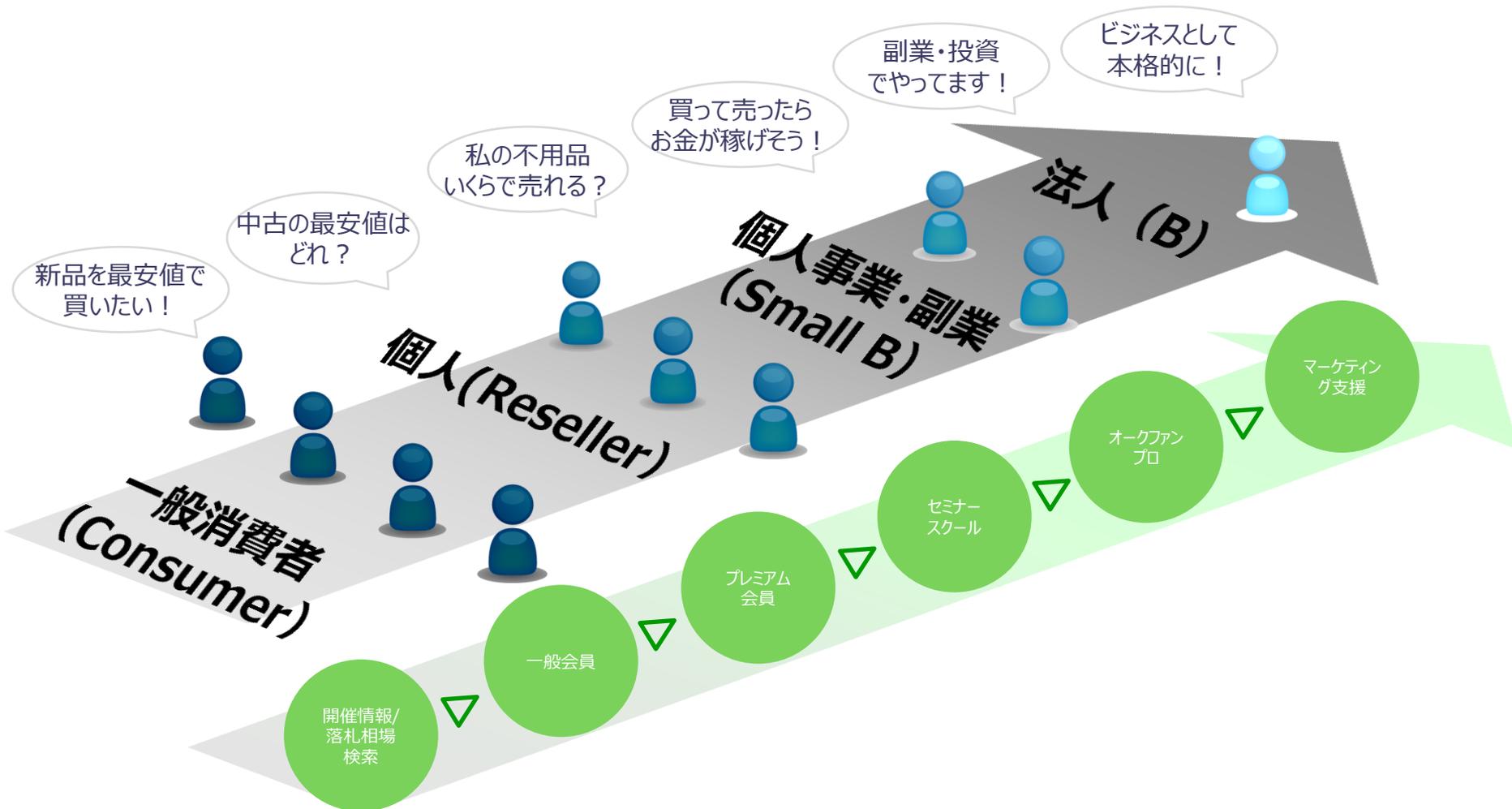
- 売り手からも買い手からも収益を獲得できるビジネスモデルを構築してきました。月額課金のサービス課金収入が収益の柱となっています。



## 2 事業概要

### ターゲットユーザー

- ConsumerからResellerへ。そしてSmall B、Bへステップアップしていきます。Reseller、Small Bといった新しいタイプのユーザーが出現しています。



# 2 事業概要

## サービスマップ

● 売り手向けの有料課金サービスが主体です。

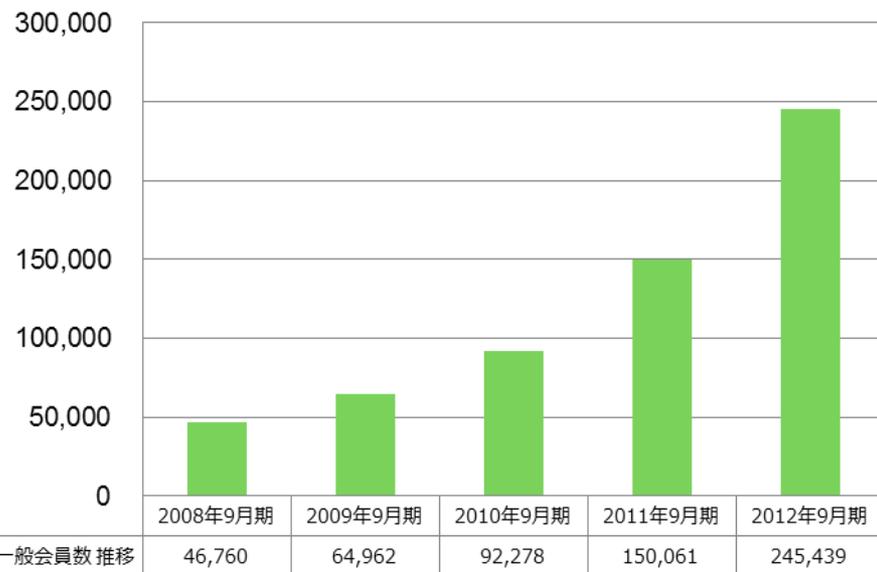


## 会員数推移

● 創業以来、一般会員・プレミアム会員ともに順調に増加しています。

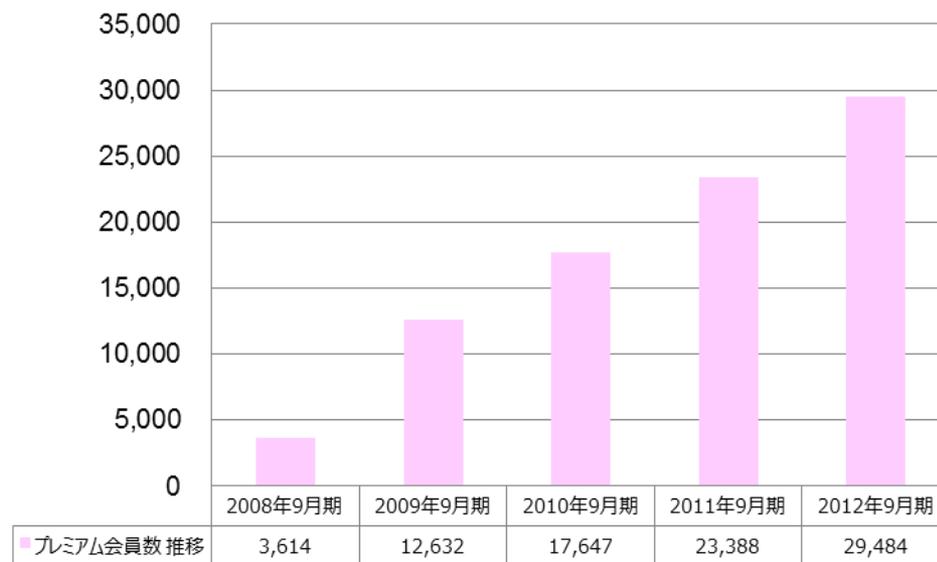
【単位：人数】

一般会員数 推移



【単位：人数】

プレミアム会員数 推移



## 2 事業概要

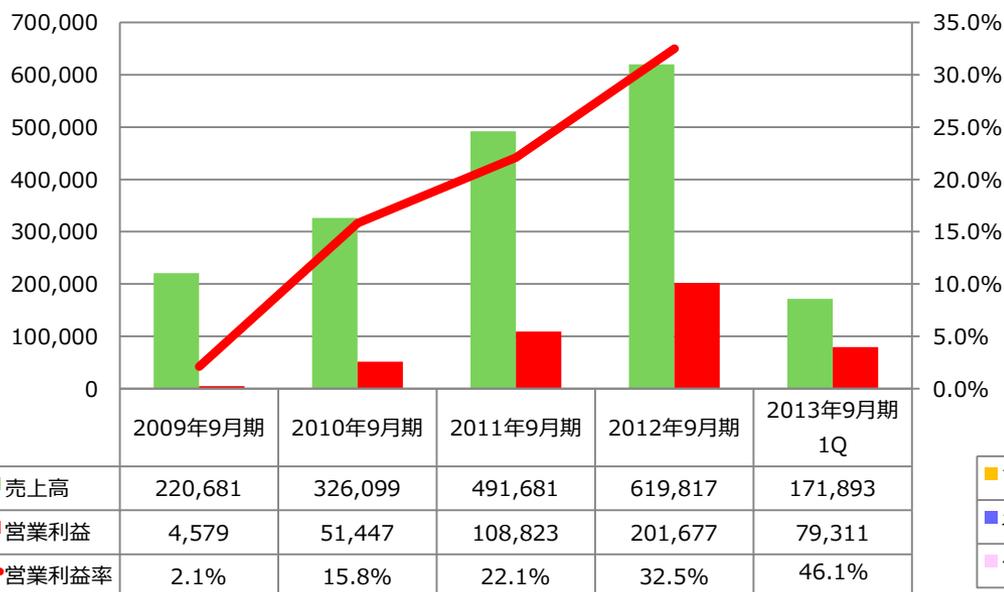


### 財務ハイライトPL

- 会員数の増加に伴い売上也順調に拡大し、高い利益率を実現しています。

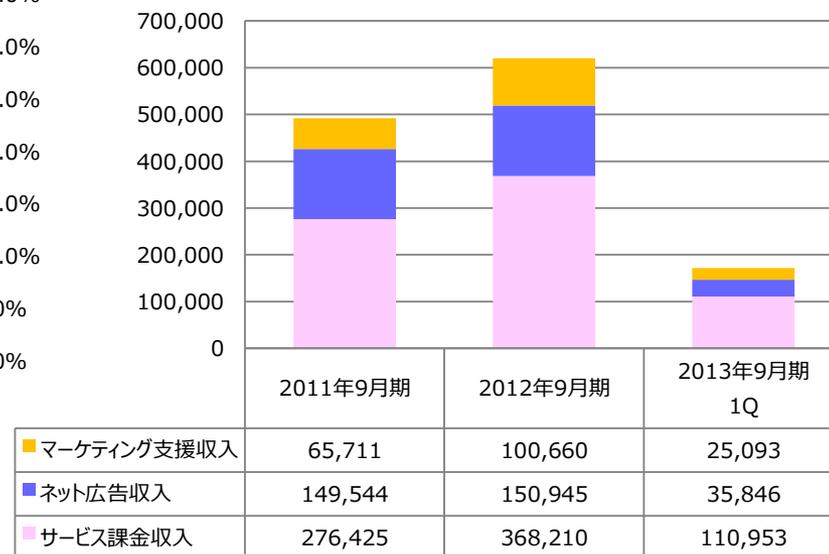
【単位：千円】

売上高・営業利益・営業利益率推移



【単位：千円】

売上要素別【収入別】内訳



3

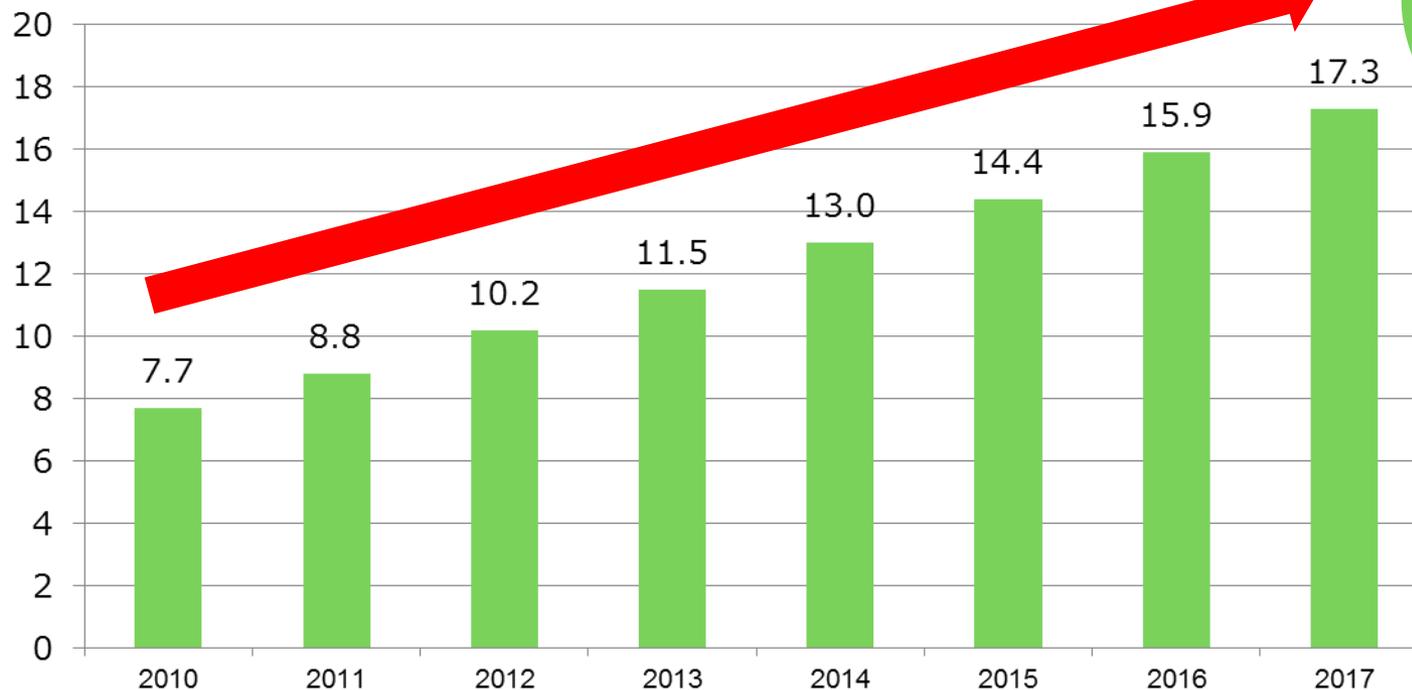
# 成長戦略

## 市場環境

- 日本だけでも今後のEC市場は、年平均12%程度で成長する見込みです。

【単位：兆円】

EC市場規模予測



2017年  
には  
17.3兆  
円

出所：野村総合研究所 ITナビゲーター-2013年版

# 3 成長戦略



## 会員数増加

- Eマーケットプレイス(ショッピングやオークションサイト)や各種メディアサイト等の外部サイトへコンテンツを提供することにより、ユーザーの相互誘導を推進して、集客力を強化します。



Eマーケット  
プレイス



ユーザーの  
相互誘導



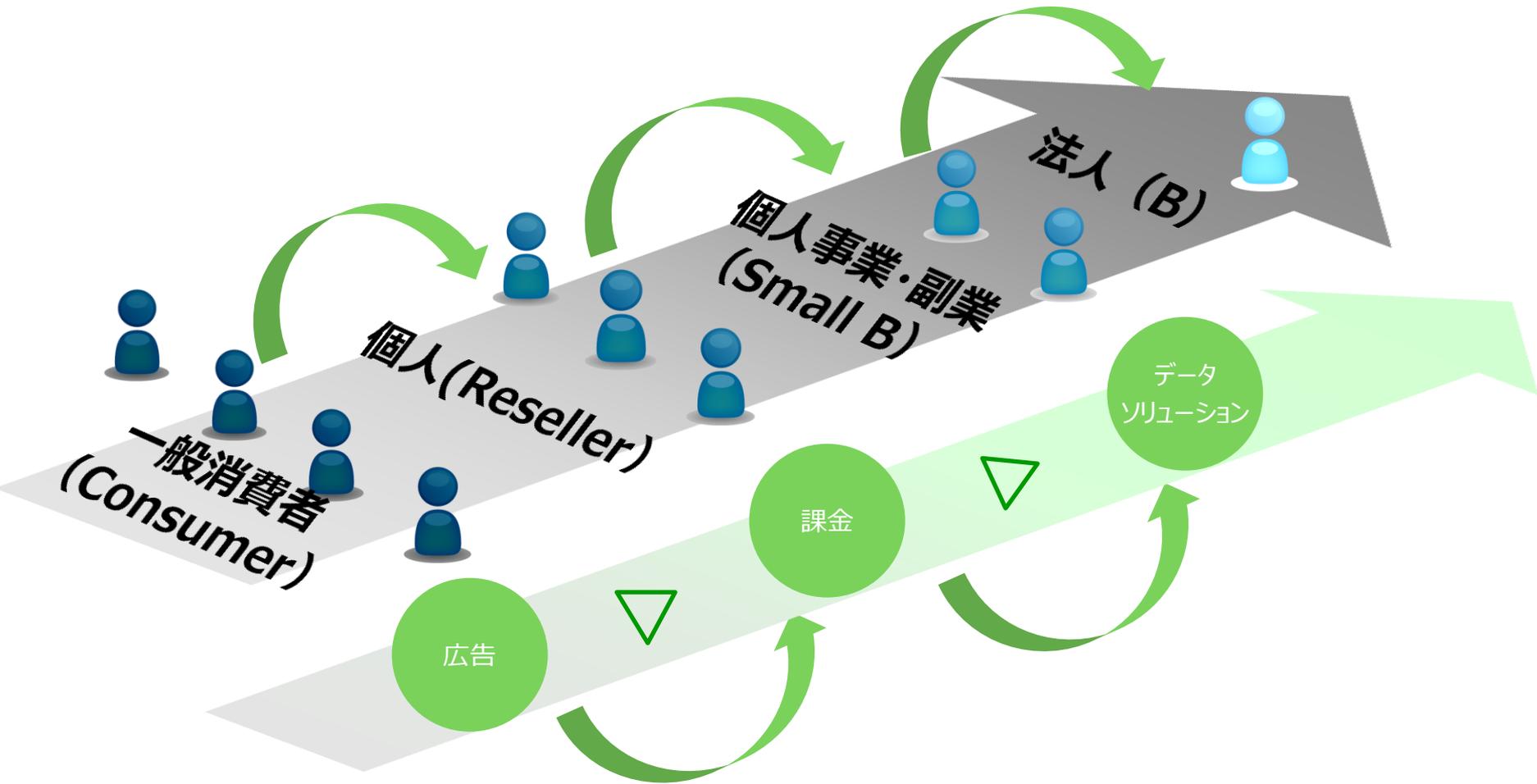
各種メディア  
サイト

ユーザーの  
相互誘導

# 3 成長戦略

## 会員数増加

- ターゲット層ごとに最適な施策に取り組み、自社プラットフォームの導線を強化し、有料会員数増加を企図することで収益を拡大していきます。



# 3 成長戦略

## 会員数増加

- Small Bの商品仕入れニーズに応えるべく、企業の在庫流動化を促進する独自のB to small B市場を創設する計画です。



\* サプライヤー：商品の売り手

\* バイヤー：商品購入者・買い手

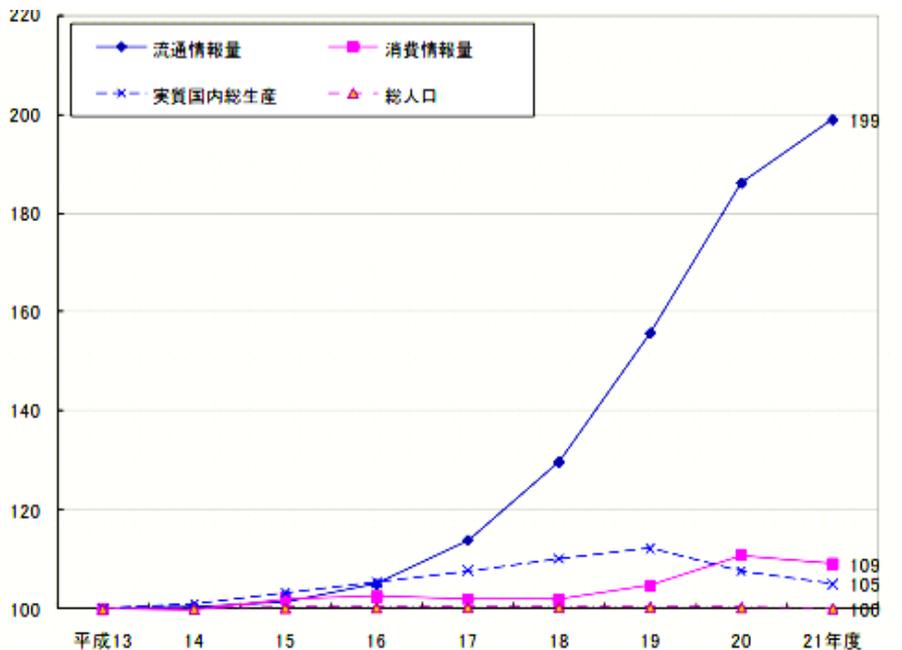
# 3 成長戦略

## 流通情報量の拡大

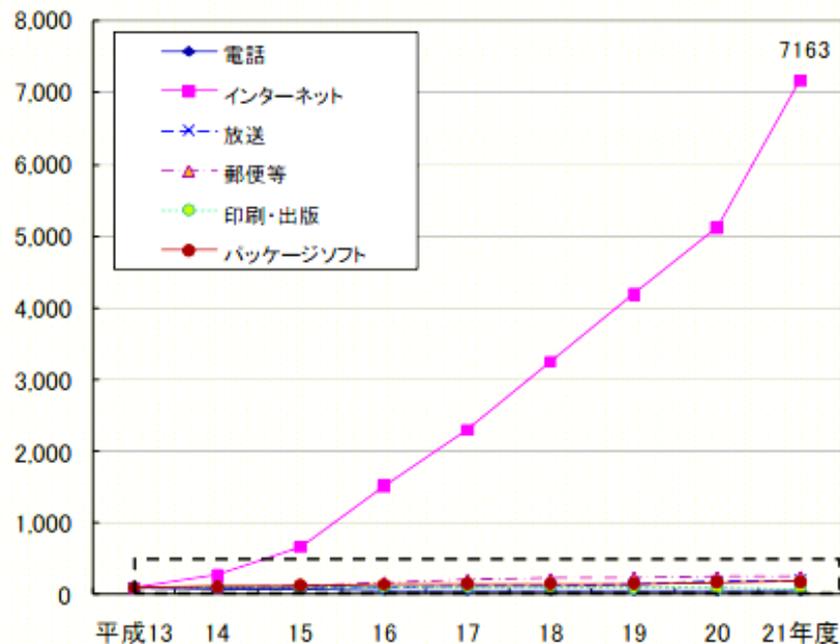
- インターネットの普及によって、流通情報量が拡大してきました。



各情報量の推移（平成13年度 = 100）



メディアグループ別の流通情報量の推移（平成13年度 = 100）



出所：総務省 我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計量に関する調査研究結果(平成21年度)

# 3 成長戦略

## ビッグデータとテクノロジー

- 過去10年間で、約200億件超のデータカバレッジがあります。データ量はビジネスの根幹であり、対象範囲をさらに拡大し、テクノロジーと合わせて、新規サービス提供のためのR&Dを推進していきます。



### データ保有数 推移イメージ

未来予測を可能にするR&Dの推進



### 今後の取得予定のデータ

海外商品価格データ、実店舗価格データ、デジタルコンテンツ価格データ  
ソーシャルコマースサイト価格データ等

## 成長イメージ図

- **メディアが収益の源泉**

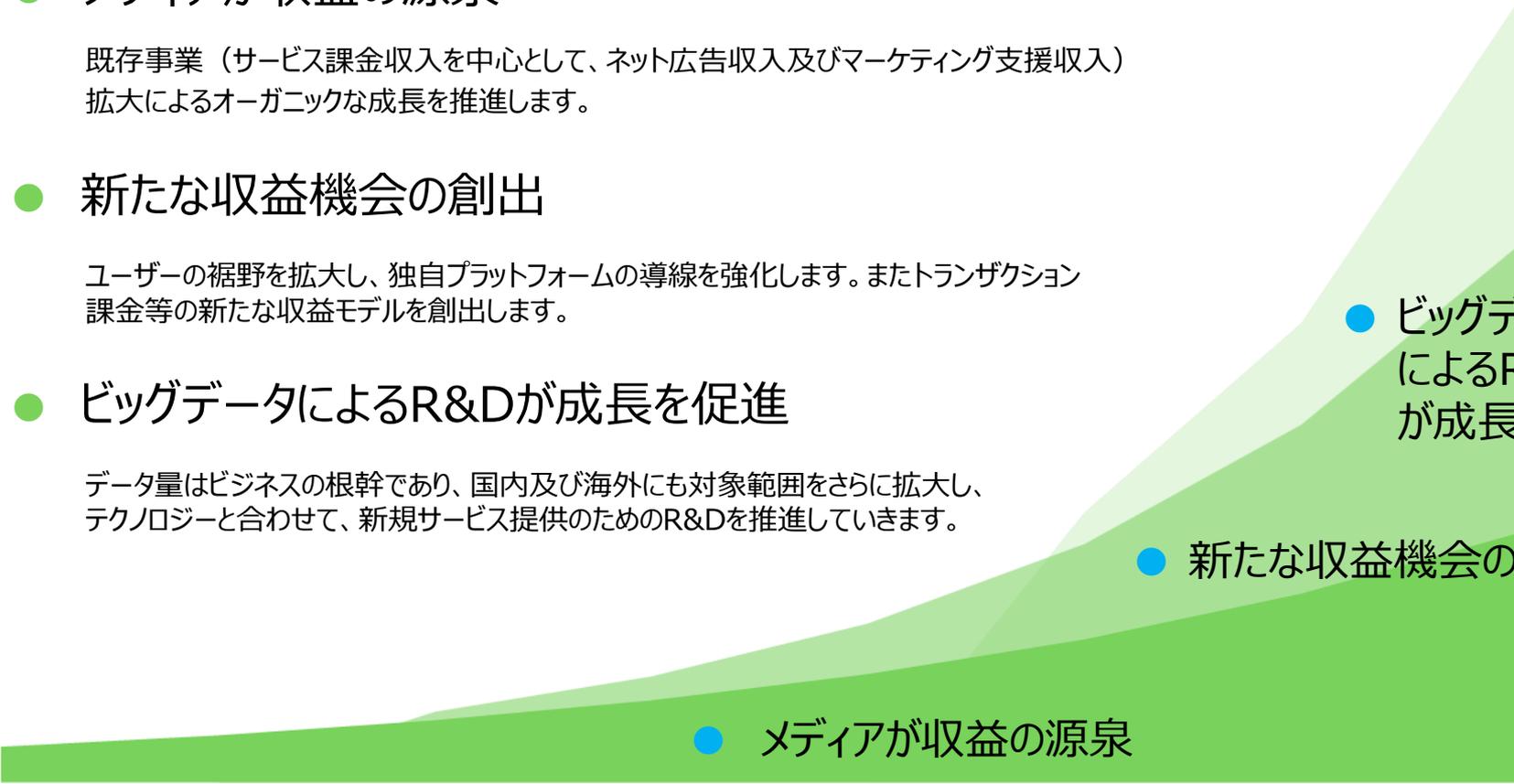
既存事業（サービス課金収入を中心として、ネット広告収入及びマーケティング支援収入）拡大によるオーガニックな成長を推進します。

- **新たな収益機会の創出**

ユーザーの裾野を拡大し、独自プラットフォームの導線を強化します。またトランザクション課金等の新たな収益モデルを創出します。

- **ビッグデータによるR&Dが成長を促進**

データ量はビジネスの根幹であり、国内及び海外にも対象範囲をさらに拡大し、テクノロジーと合わせて、新規サービス提供のためのR&Dを推進していきます。



- **ビッグデータによるR&Dが成長を促進**

- **新たな収益機会の創出**

- **メディアが収益の源泉**

## 4. 業績見通し

### 業績と計画

【単位：百万円】	平成25年9月期 (予想)			平成24年9月期 (実績)		平成25年9月期 第1四半期累計期間 (実績)	
		構成比	前期比		構成比		構成比
売上高	716	100.0%	115.6%	619	100.0%	171	100.0%
営業利益	299	41.8%	148.5%	201	32.5%	79	46.1%
経常利益	289	40.4%	144.0%	201	32.4%	79	46.3%
当期純利益	193	27.1%	192.0%	101	16.3%	61	35.6%
一株当たり 当期純利益	123.73円			75.67円		44.71円	
一株当たり配当金	-			-		-	

- (注) 1. 当社は子会社がありませんので、連結財務諸表は作成しておりません。  
 2. 平成24年9月期（実績）及び平成25年9月期第1四半期累計期間（実績）の1株当たり当期（四半期）純利益は、期中平均発行済株式数により算出しております。  
 3. 当社は、平成25年1月15日付で普通株式1株につき500株の株式分割を行っております。上記では、平成24年9月期の期首に行われたと仮定して、1株当たり当期（四半期）純利益を算定しております。  
 4. 平成25年9月期（予想）の1株当たり当期純利益は、公募株式数（242,000株）を含めた期中平均発行済（予定）株式数により算出しております。なお、当該株式数には、オーバーアロットメントによる売出しに関連する第三者割当増資分（最大48,000株）は含まれておりません。

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。