



2008年12月期中間

決算説明会

株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン
(証券コード:3319)

Forward-Looking Statements

本資料に記載されている弊社の計画・予測・戦略などにつきましては、既に確定している要素を除き、潜在的リスクや不確定要素を含んでおり、その内容を保証するものではありません。

潜在的リスクや不確定要素には、弊社の主たる事業領域であるゴルフ市場やインターネット市場を中心とした経済環境、市場における競争状況、弊社のサービス等が考えられますが、これらに限定されるものではありません。

Part1. 会社紹介

Part2. 連結決算概要

Part3. セグメント情報

Part4. 今後の成長機会

Part5. 通期見通し

(参考資料)

Part1.

会社紹介

1) グループ概要

GDOグループ



2)GDOトライシクルモデルについて



GDOは、世界最強のゴルフサービスを目指します。

(GDOの実力)

月間1.4億PV* / 月間363万UV* / 一人当たり滞在時間31分* / 年間流通総額335億円

(*ニールセンオンライン調べ:2008年6月実績、流通総額(2007年実績):EC+予約取扱高)

Part2. 連結決算概要

1. 2期連続で増収増益を達成

- ・上期売上高48.6%増(前年同期比)
- ・上期営業利益62.6%増(前年同期比)

2. GDOトライシクルモデルの完成度UP

- ・消費低迷の中、トライシクル効果による需要喚起で収益力が向上
UV数 +36.3%(前年同期比)、ユニーク購入者数 +20.0%(前年同期比)、
ユニーク予約者数 +12.5%(前年同期比)

3. ゴルフパラダイス事業(中古ゴルフ用品販売)が好調

- ・ゴルフパラダイス買収後のインテグレーションが好調に推移
- ・直営一店舗当たり平均売上高 +26.8%(前年同期比)

2)決算サマリー

(単位:百万円)

	08年度 上期	07年度 上期	増減額	前年同期比
売上高	6,121	4,120	+2,001	148.6%
EBITDA	401	228	+173	175.8%
営業利益	319	196	+123	162.6%
経常利益	316	201	+115	157.3%
中間純利益	138	97	+41	142.6%

※EBITDA:営業利益+減価償却費+のれん代

3) 期初計画との差異分析

(単位:百万円)

	08年度上期 実績	08年度上期 計画	増減額	計画対比	増減要因
売上高	6,121	5,750	+371	106.5%	・EC、予約、広告、モバイルの順調な売上拡大 ・ゴルフパラダイスの連結
販売費及び 一般管理費	2,015	1,957	+58	102.0%	人件費、営業関連費、マーケティング費用の効率化
対売上高(%)	32.9%	34.0%	▲1.1%	96.7%	
営業利益	319	188	+131	169.8%	・ゴルフ用品Eコマース事業:取引条件改善 ・メディア事業:広告収益の改善、モバイル収益好調
対売上高(%)	5.2%	3.3%	+1.9%	159.5%	
経常利益	316	163	+153	193.8%	
対売上高(%)	5.2%	2.8%	+2.3%	182.0%	
中間純利益	138	56	+82	247.1%	
対売上高(%)	2.3%	1.0%	+1.3%	232.1%	

①売上高、営業利益、EBITDAの推移

□ 売上高：前年同期比 +48.6%（単体ベース+20.2%）

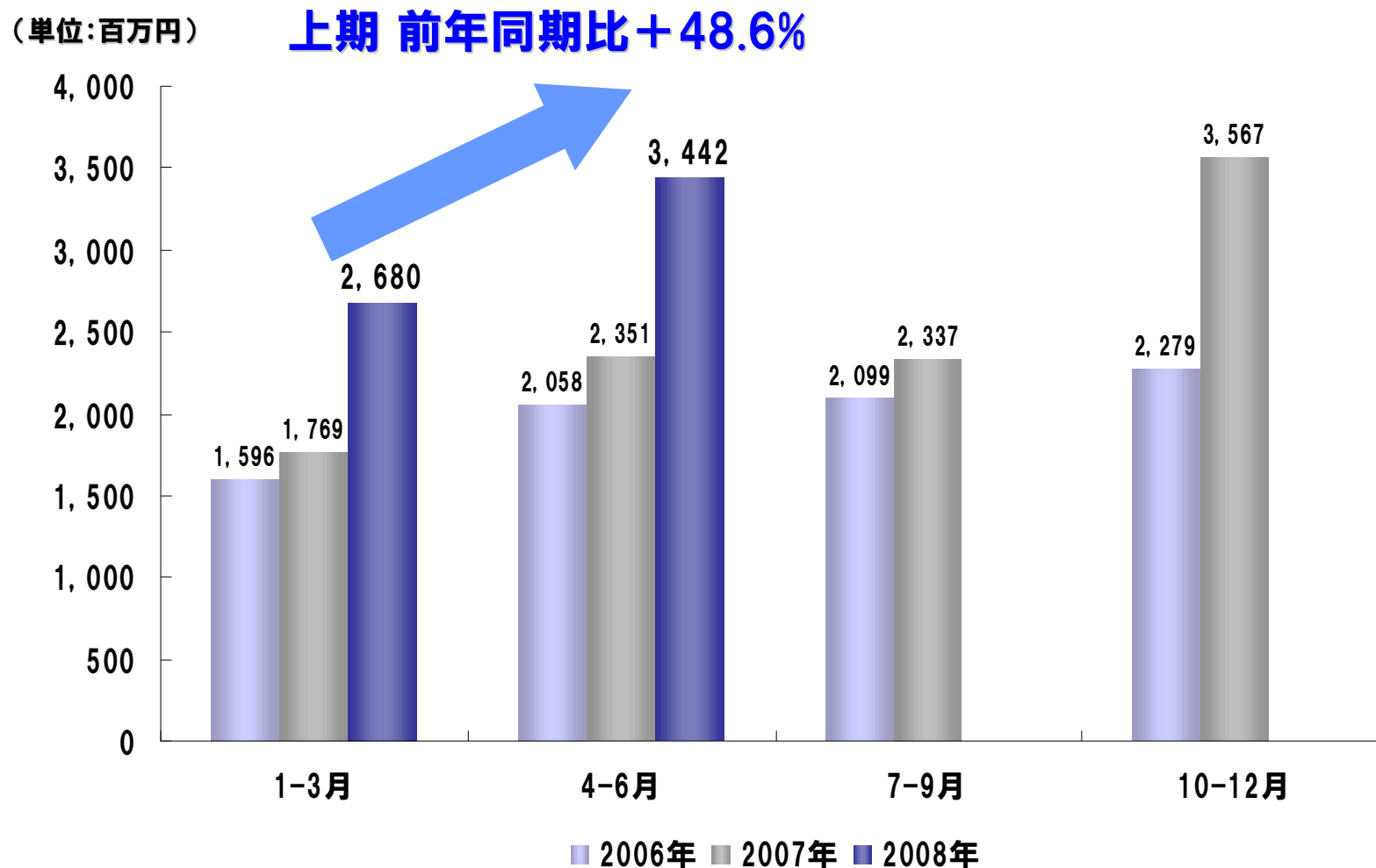
- ・ゴルフ用品Eコマース事業 +58.8%
- ・ゴルフ場向けサービス事業 +7.6%
- ・メディア事業 +64.5%

□ 営業利益：前年同期比 +62.6%（単体ベース+55.0%）

□ EBITDA：前年同期比 +75.8%（単体ベース+47.4%）

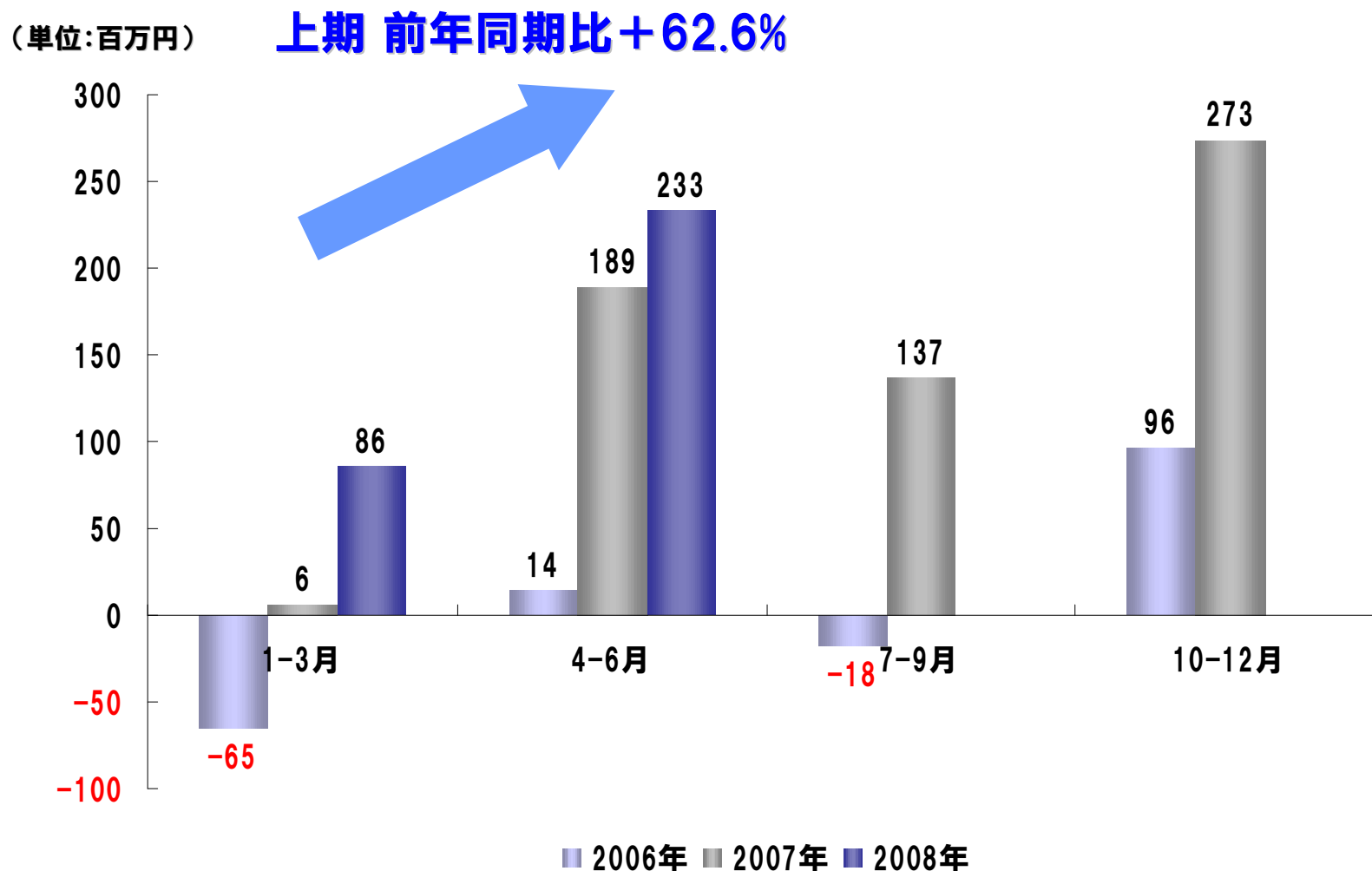
4)業績の推移

i. 売上高の推移



4)業績の推移

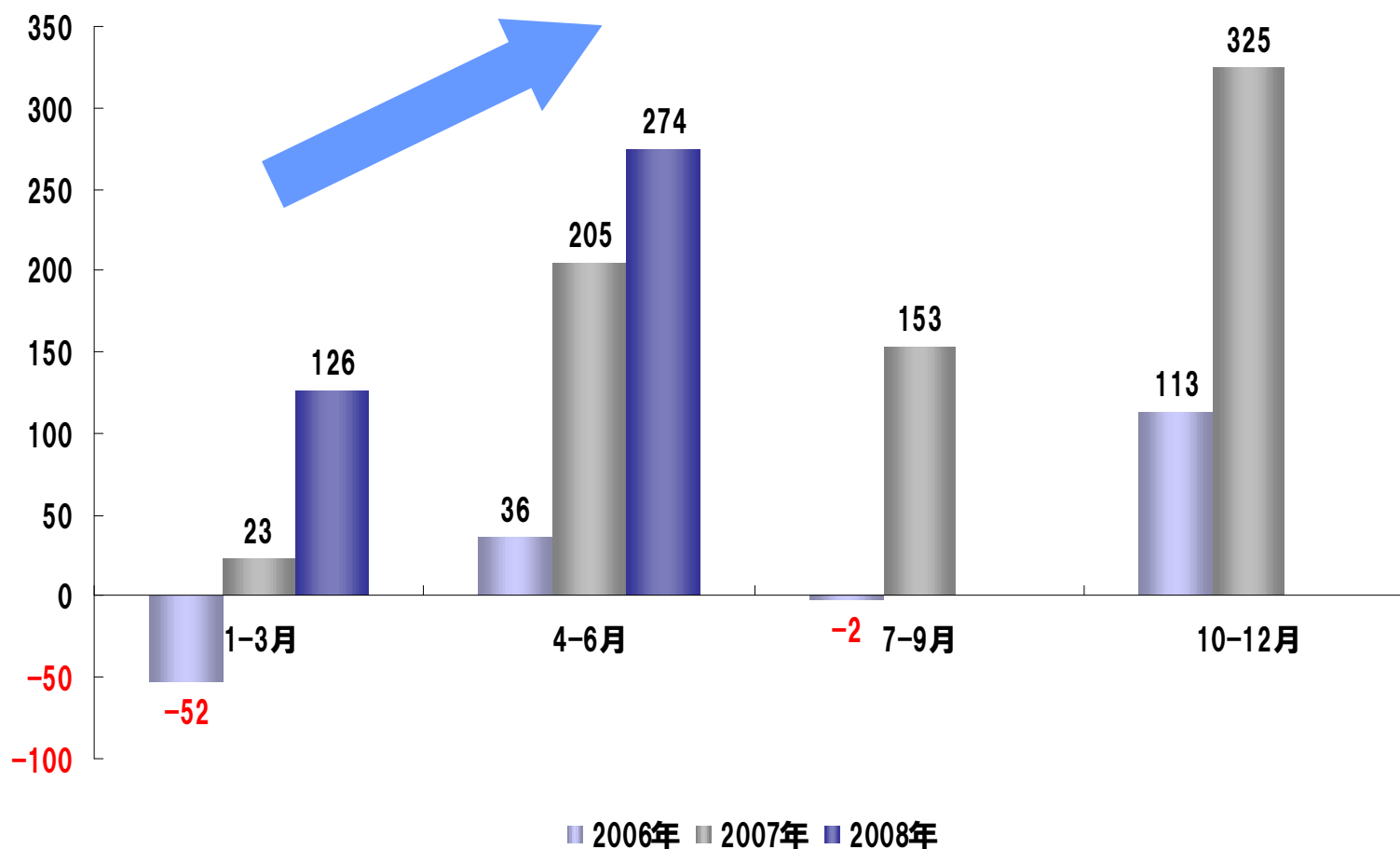
ii. 営業利益の推移



4)業績の推移

iii. EBITDAの推移

(単位:百万円) **上期 前年同期比+75.8%**



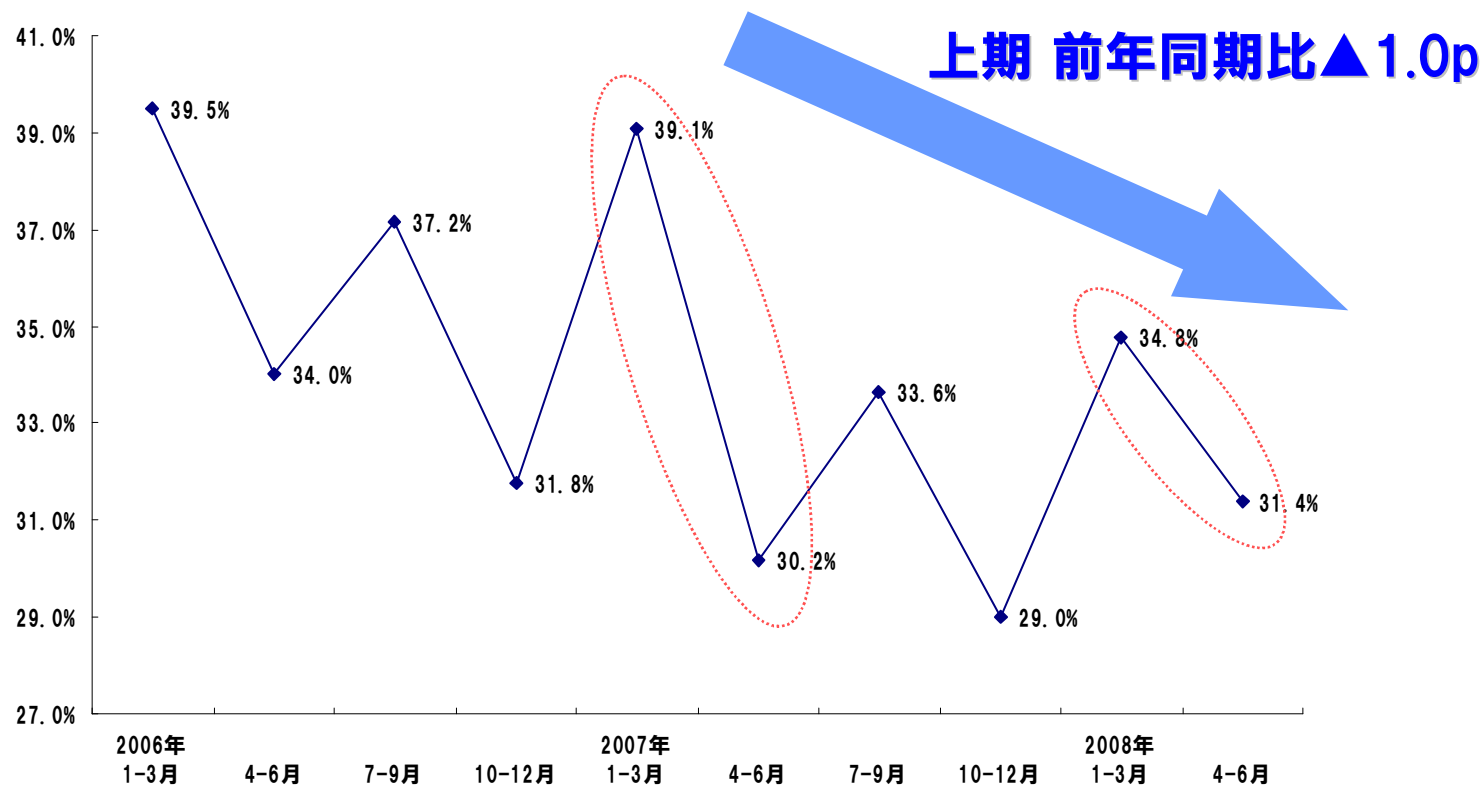
4)業績の推移

②販売管理費の推移

□ 売上高販管費比率が前年同期比▲1.0p

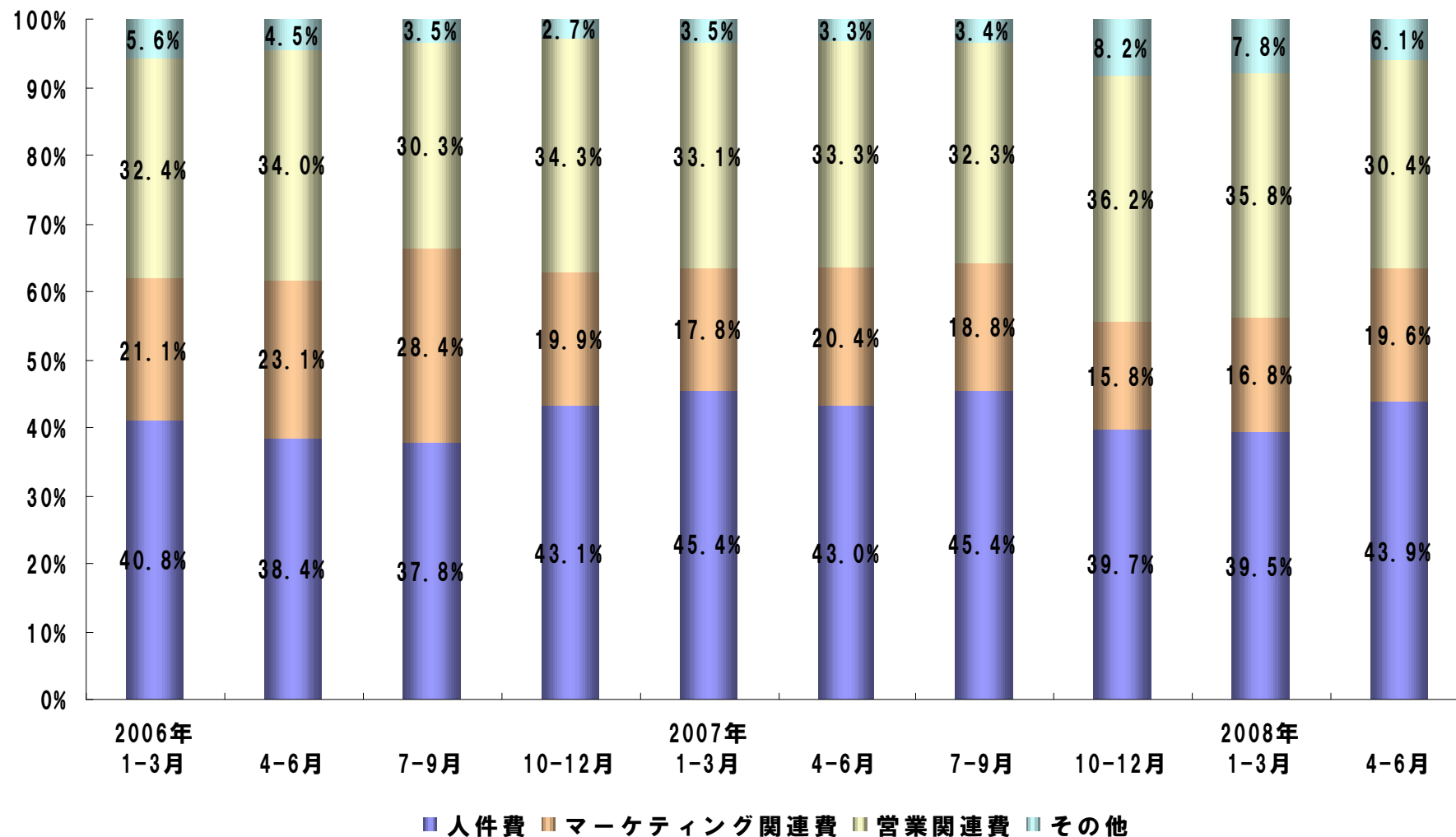
- ・人件費▲1.3p
- ・マーケティング費▲0.4p
- ・営業関連費▲0.4p
- ・その他+1.1p (のれん代+47百万円)

i. 売上高販管費比率の推移



4)業績の推移

ii. 販管費構成比の推移



4)業績の推移

③バランシート

(単位:百万円)

	08年度 上期	07年度 上期	増減額	要因
流動資産	3,447	2,815	+632	売掛金 +166 棚卸資産 +333
固定資産	1,488	857	+631	無形固定資産 +502 (内、のれん +390)
資産 計	4,935	3,672	+1,263	
流動負債	2,536	1,810	+726	買掛金 +97 短期借入金 +400
固定負債	187	25	+162	長期借入金 +133
純資産	2,212	1,837	+375	
負債・資本 計	4,935	3,672	+1,263	

4)業績の推移

④ キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	08年度上期 実績	内容
営業活動によるCF	▲65	未払金 ▲116 売上債権の増加 ▲91 法人税等の支払 ▲309
投資活動によるCF	▲12	有形固定資産の取得 ▲4 無形固定資産の取得 ▲8
財務活動によるCF	+109	短期借入金 +200 長期借入金の返済 ▲93

Part3. セグメント情報

1)セグメント情報

①全体概要

(単位:百万円)

	ゴルフ用品 Eコマース事業 (ゴルフパラダイス含む)		ゴルフ場向け サービス事業		メディア事業		合計	全社消去	連結合計
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比			
売上高	4,789	78.2%	918	15.0%	414	6.8%	6,121		6,121
営業利益	361	38.3%	506	53.7%	76	8.0%	943	▲624	319
営業利益率	7.5%		55.1%		18.3%				

2) ゴルフ用品Eコマース事業(ゴルフパラダイス除く)

① トピックス

(期初目標)

- 売上総利益率18%
- 在庫回転10回転以上
- ユニーク購入者数増加

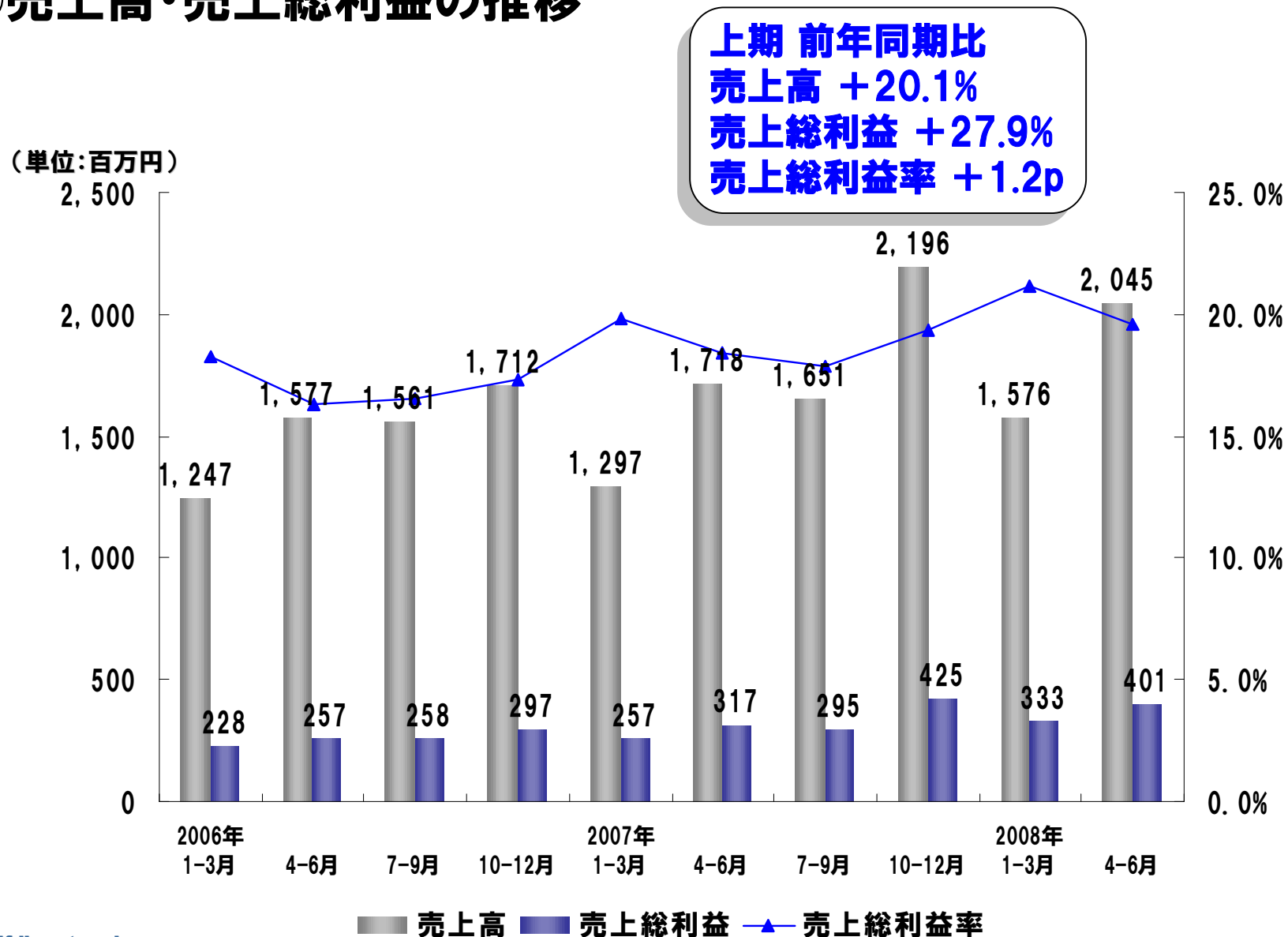


(上期実績)

- 売上総利益率20.3%
- 在庫回転(上期)4.1回
- 前年同期比20.0%増
(17.5万人⇒21.0万人)

2) ゴルフ用品Eコマース事業(ゴルフパラダイス除く)

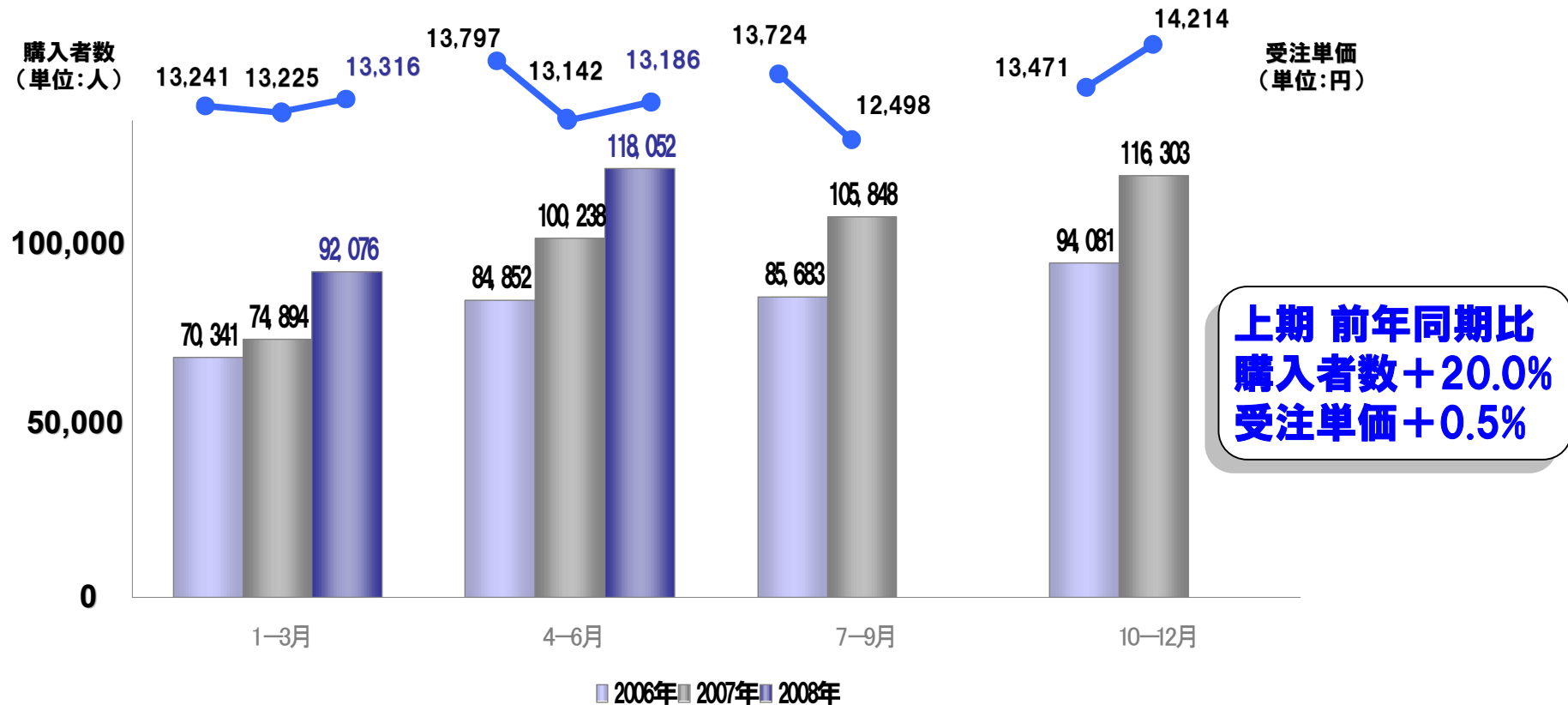
② 売上高・売上総利益の推移



2) ゴルフ用品Eコマース事業(ゴルフパラダイス除く)

③ 受注単価、ユニーク購入者数の推移

- 競合他社との差別化: セレクトショップを中心としたアパレル・アクセサリー分野の強化
- 自社サイト内からコマースページへの導線強化



四半期別ゴルフ用品Eコマース購入者数および受注単価の推移(2006年~2008年)

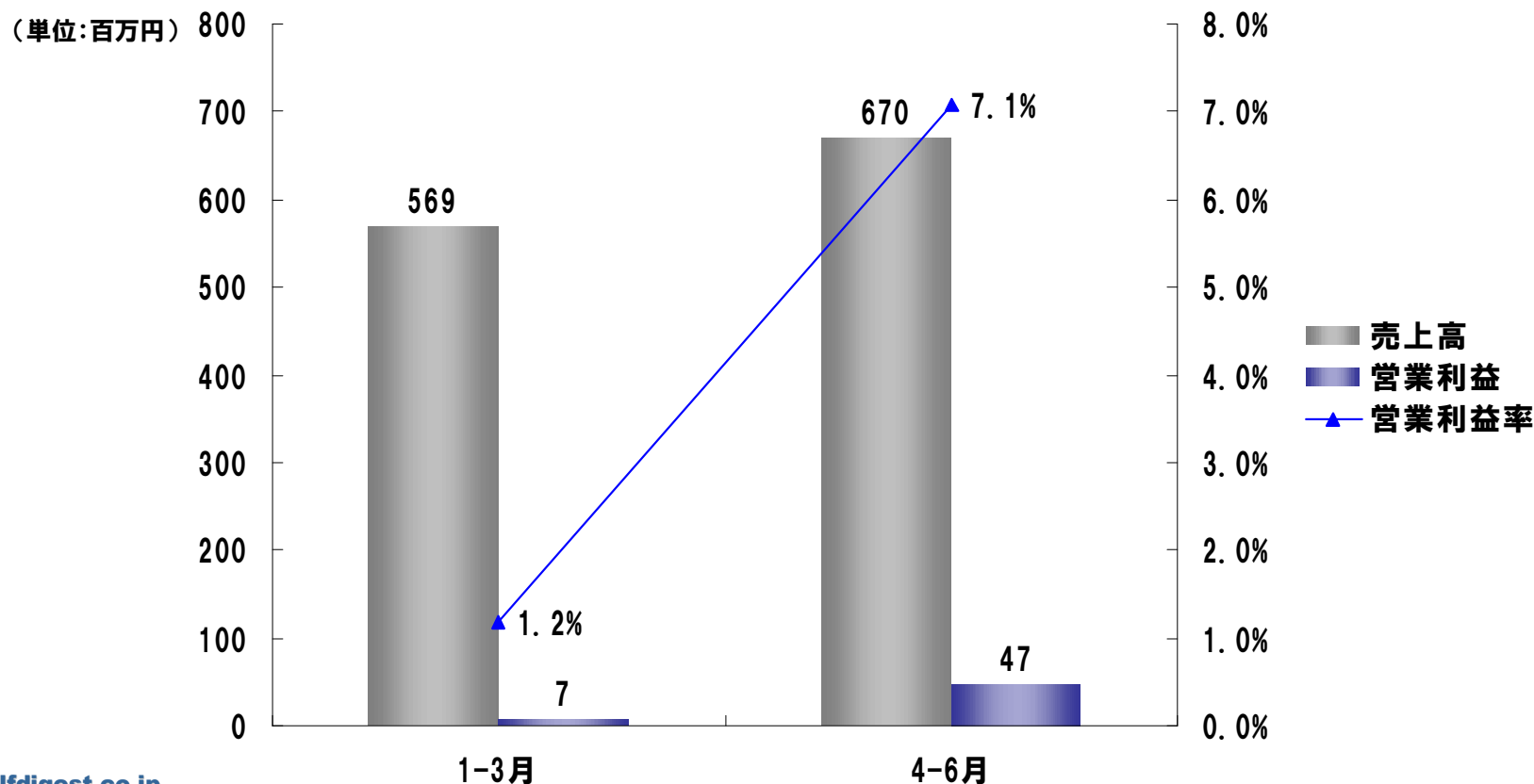
3) ゴルフパラダイス事業

① トピックス

□ クリック & モルタルが好調

- ・GDOサイト経由で買取った中古クラブをゴルパラ店舗に流通
- ・一店舗当り平均売上高:前年対比+26.8%

② 売上高・営業利益の推移



4) ゴルフ場向けサービス事業

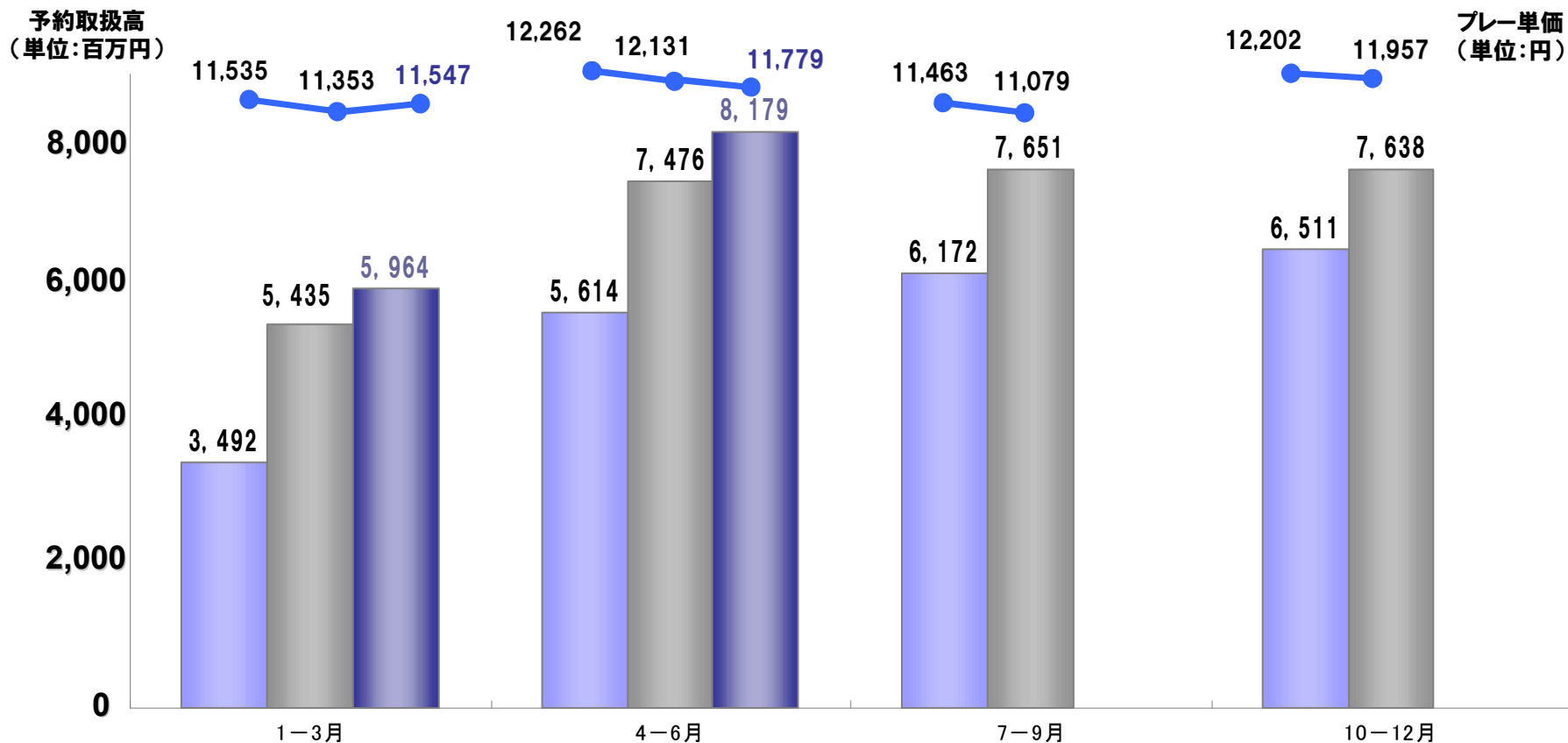
① トピックス

(期初目標)

- 営業力強化
- 地域密着型の販促施策

(上期実績)

- ゴルフ場に対するコンサルティング営業の強化
- ゴルフ場の個性に合わせた販促の実施



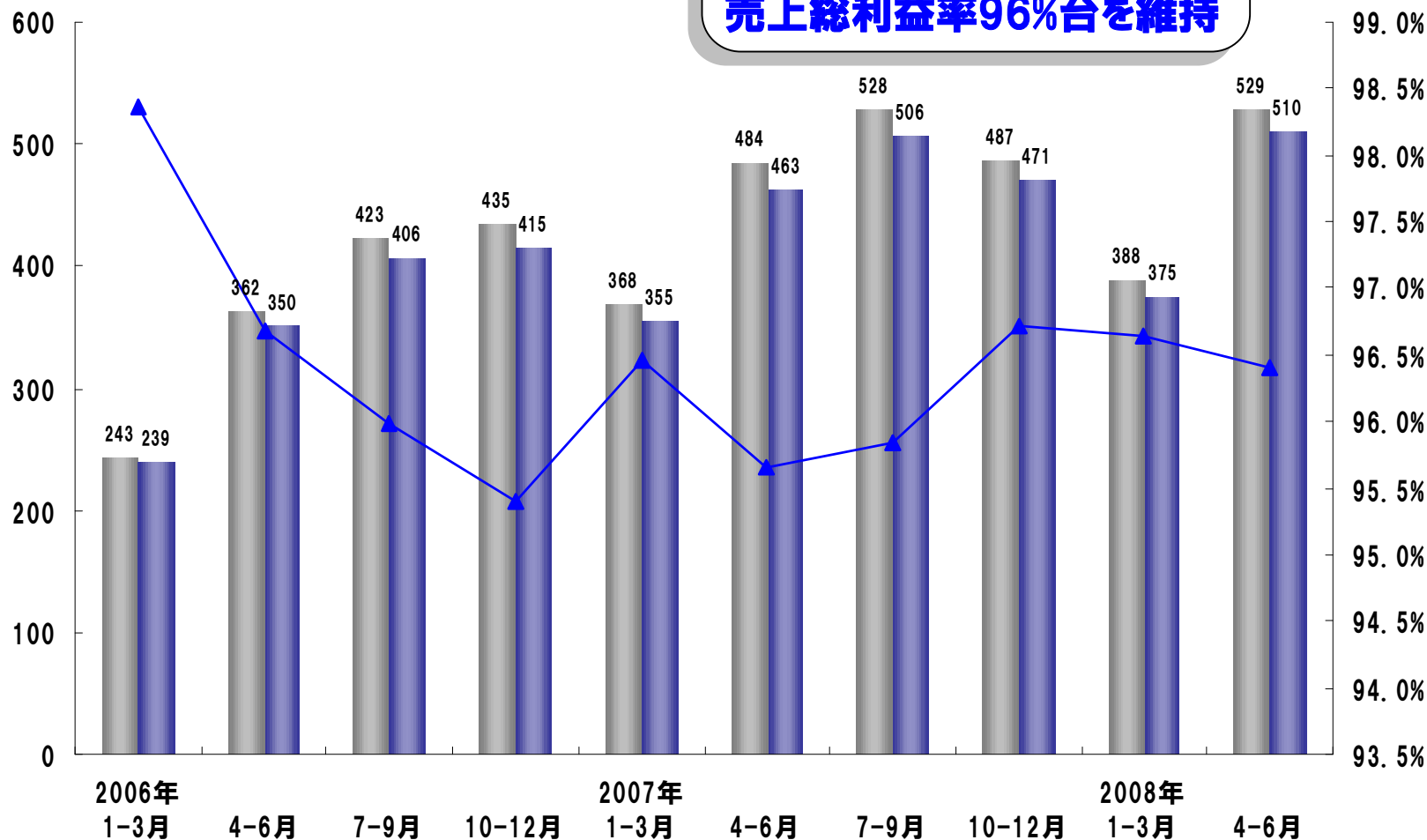
四半期別ゴルフ場予約送客取扱高およびプレー単価の推移(2006年~2008年)

4) ゴルフ場向けサービス事業

② 売上高・売上総利益の推移

上期 前年同期比
売上高 +7.6%
売上総利益 +8.2%
売上総利益率 96%台を維持

(単位:百万円)



売上高
 売上総利益
 売上総利益率

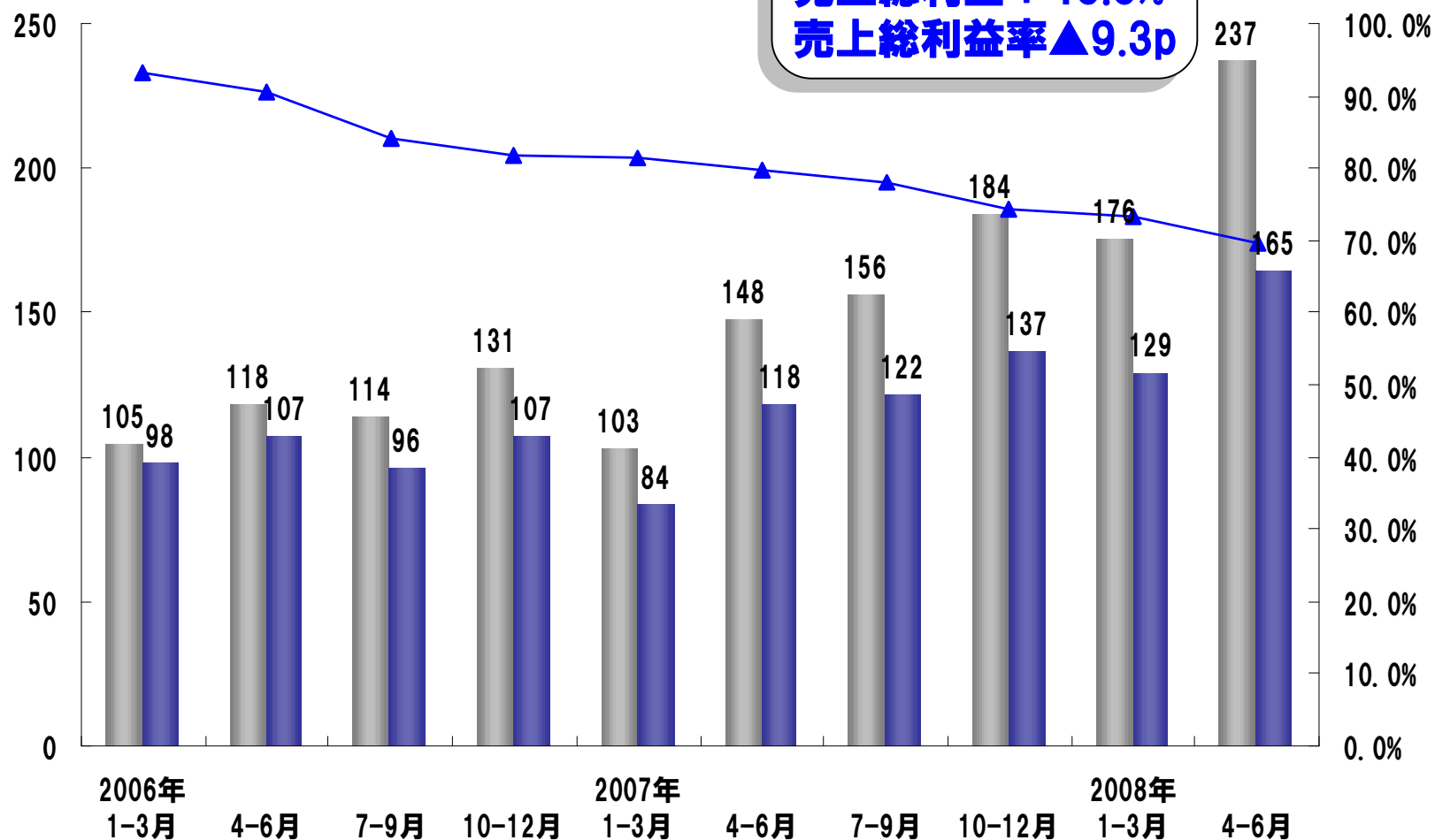
①トピックス

- 広告事業の月商が過去最高の5千万円を突破
- ゴルフ業界からの広告受注が堅調
- 飲料、製薬、自動車企業などナショナルクライアントからの受注金額+131.7%(前年同期比)
- モバイル事業が急成長(有料会員数+60.2%(前年同期比))

5)メディア事業

②売上高・売上総利益の推移

(単位:百万円)



上期 前年同期比
売上高 +64.5%
売上総利益 +45.5%
売上総利益率 ▲9.3p

売上高
 売上総利益
 売上総利益率

□ 広告収益が伸びた要因

・持続的なコンテンツ力強化の結果、トラフィックとユーザー滞在時間が増加し、サイトの媒体力・広告価値が向上

(GDOの媒体力)

一人当たりの平均利用時間

31分38秒

スポーツカテゴリーで3位※

全カテゴリーで47位※

1位:	西武ライオンズ	53分46秒
2位:	楽天イーグルス	39分12秒
3位:	GDO	31分38秒

月間総滞在時間

62万3千時間

スポーツカテゴリーで3位※

全カテゴリーで84位※

1位:	日刊スポーツ	734,128時間
2位:	サンスポ	657,940時間
3位:	GDO	623,704時間

出典:2008年6月ニールセンオンライン

Part4. 今後の成長機会

1) 新品販売

□ 国内最大のスポーツ産業における更なるシェア拡大

・特に増加の著しい若者・女性ゴルファーの取り込み

(重点取組み)

・セレクトショップの強化、未開拓メーカーとの取引開始

□ 取扱高拡大による対メーカー交渉力の強化

順位	社名	売上高	決算期
1	アルペン (ゴルフ5)	736.3億円	2008年6月期
2	ゼビオ/ヴィクトリア	320.8億円	2008年3月期
3	A社※	220.0億円	—
4	B社※	210.0億円	—
5	ヒマラヤ	87.8億円	2007年8月期
6	GDO(単体の用品EC売上)	68.6億円	2007年12月期
7	C社※	58.0億円	—

各社公表資料よりゴルフ部門のみを抜粋。

※はGDO調べ

□ 急成長するアジア市場への展開

(重点取組み)

・各国のフィージビリティ・スタディを実施

□ 成長する中古ゴルフクラブ市場での事業規模拡大

(重点取組み)

- ・適正価格での買取りによる収益力や在庫回転率の向上

□ 更なるクリック&モルタルの強化

(重点取組み)

- ・ネットとリアル店舗を組み合わせた販売施策の強化
- ・中古買取による新品の買い替え促進

□ 既存店舗運営の効率化及び、直営店舗の新規出店

(重点取組み)

- ・新規出店
- ・新概念店舗の開発
- ・海外向けネット販売の展開

3) ゴルフ場向けサービス事業

□ 年間8,650万ラウンドの国内需要におけるシェアの拡大
・「便利さ」の向上による競合他社との差別化

(重点取組み)

- ・検索機能の強化
- ・モバイルサイト経由の予約拡大(上期実績:前年同期比+41.3%)

□ オフラインにおける顧客接点の強化と会員化
・「お得さ」の提供による新規顧客の開拓

(重点取組み)

- ・おサイフケータイを活用した優待特典の提供

□ ユーザー満足度向上による顧客生涯価値の最大化
・「特別さ」の提供によるロイヤリティの向上

(重点取組み)

- ・プレミアム会員の強化、ロイヤルカスタマー優遇策の充実

4)メディア事業—広告ビジネス

□ ゴルフ業界におけるネット広告の拡大トレンド

(重点取組み)

- ・記事型広告やDM型広告の強化によるクライアント数の増加

□ サプライヤーに対するマーケティング・ソリューションの提供

(重点取組み)

- ・130万IDの消費性向を基盤にした、メーカーやゴルフ場に対するマーケティング・ソリューションの提供

□ クロスメディアの強化による媒体力・広告価値の向上

(重点取組み)

- ・テレビ東京、ゴルフダイジェスト社との連携強化
- ・ゲームメディア事業に対する新たな試み(DSゲームの開発・販売)
- ・PCとモバイルの連携強化(SNS・コミュニティ・口コミ)

4)メディア事業—モバイルビジネス

□ コンテンツ・ポータルとしての機能拡充 (ロイヤルカスタマー向け)

(重点取組み)

- ・電子書籍配信の強化など課金型コンテンツの拡充
- ・ユニークコンテンツ(トーナメント速報・画像)の強化

□ エンターテインメントサービスの充実 (ライトユーザー向け)

(重点取組み)

- ・ゲーム、SNS、コミュニティ、ロコミなどのサービス提供

Part5. 通期見通し

1)通期見通し(連結)

売上高で120億円を目指し、増収増益を実現する。

(単位:百万円)

	通期予測 ①	中間決算 ②	進捗率or消化率 (②÷①)	(参考値) 07年12月期 (1~12月)
売上高	12,000	6,121	51.0%	10,024
販管費	4,044	2,015	49.8%	3,224
営業利益	636	319	50.2%	606
経常利益	626	316	50.5%	576
当期純利益	289	138	47.9%	174

1)通期見通し(GDO単体)

売上高単体で100億円を目指し、増収増益を実現する。

(単位:百万円)

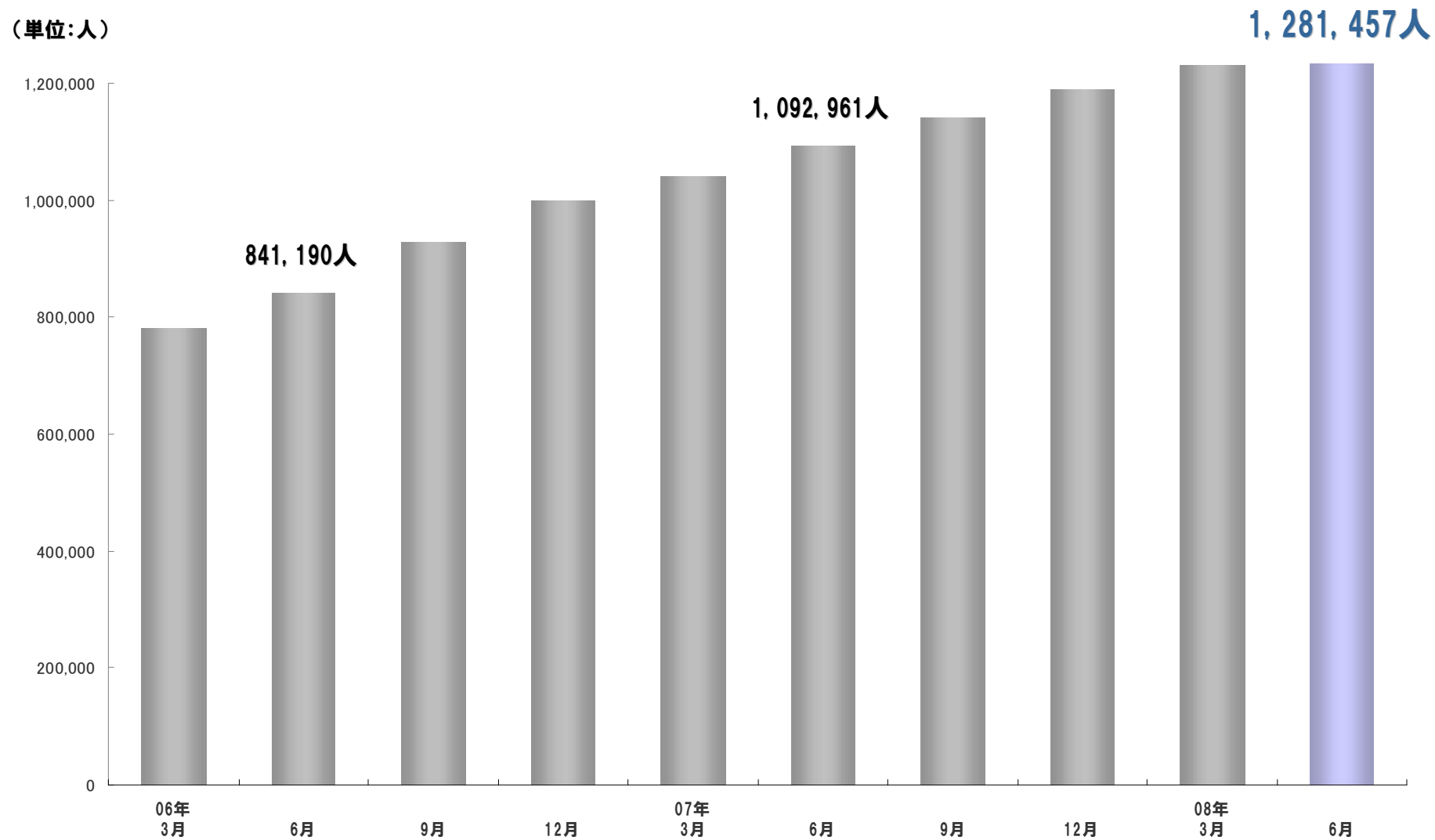
	通期予測 ①	中間決算 ②	進捗率or消化率 (②÷①)	(参考値) 07年12月期 (1~12月)
売上高	10,000	4,954	49.5%	9,325
販管費	3,250	1,612	49.6%	2,951
営業利益	650	304	46.8%	604
経常利益	650	313	48.1%	606
当期純利益	351	168	48.0%	229



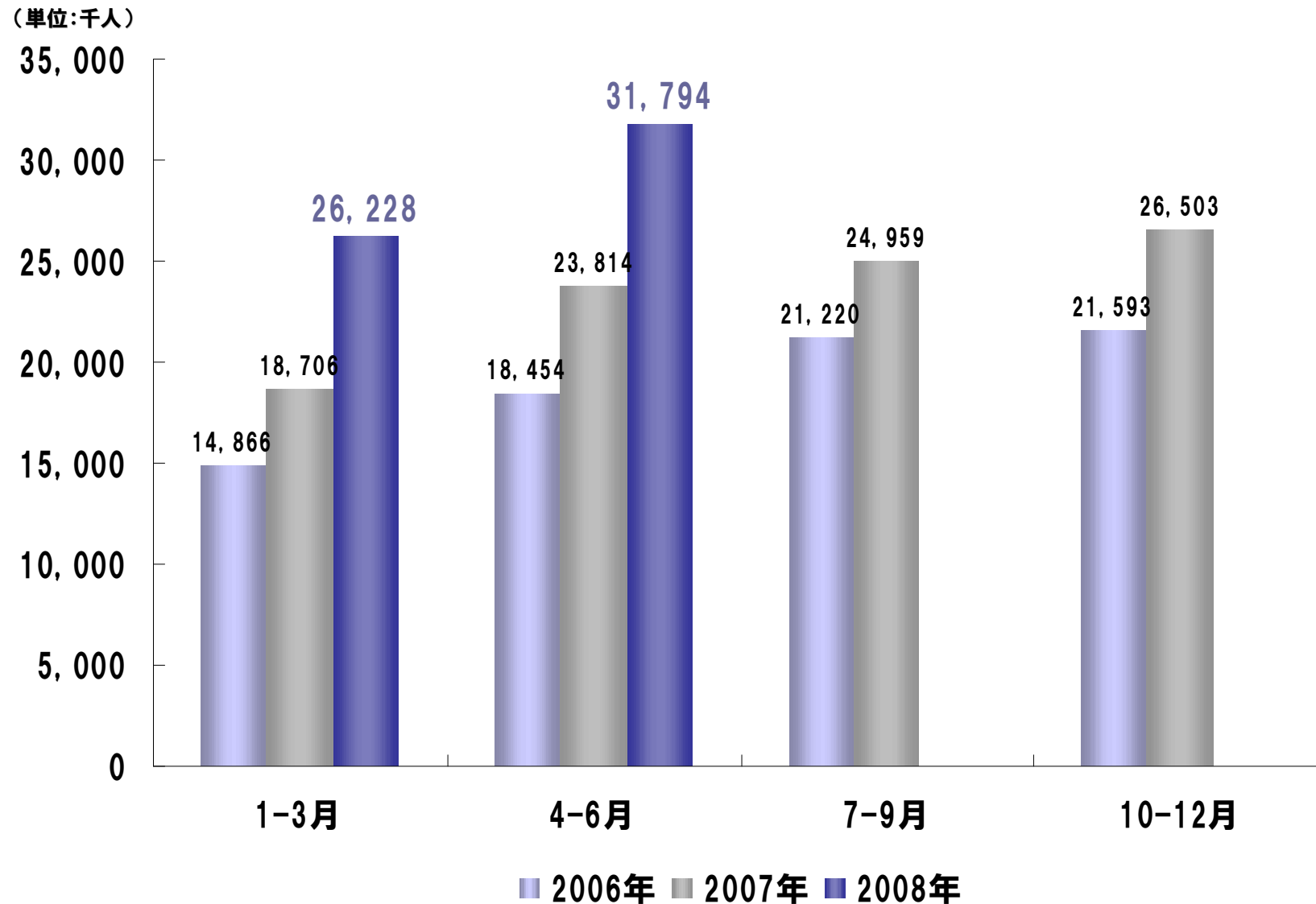
**GDOグループは、世界最強の
ゴルフサービスを目指します。**

参考資料

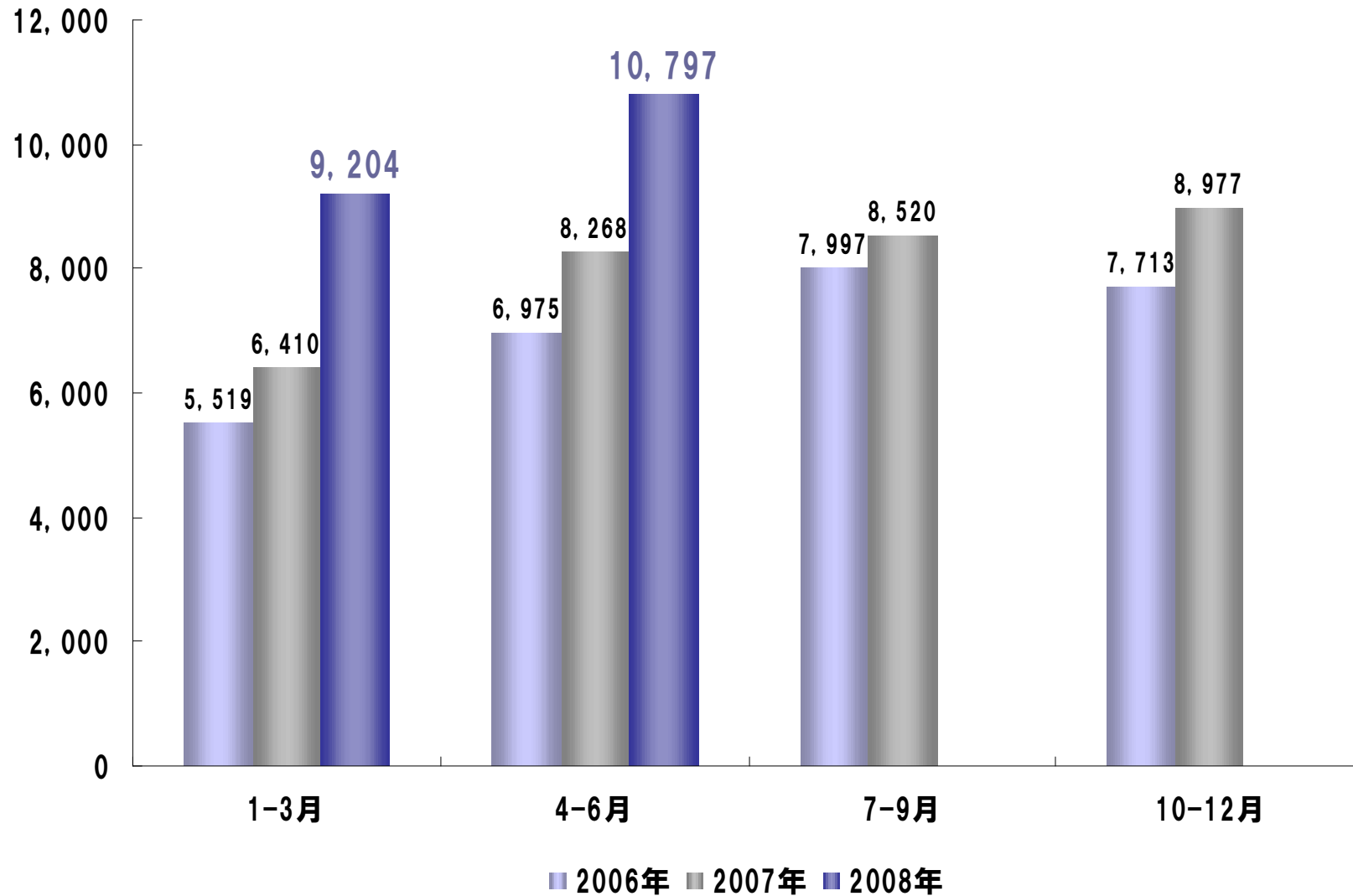
GDOクラブ会員数の推移

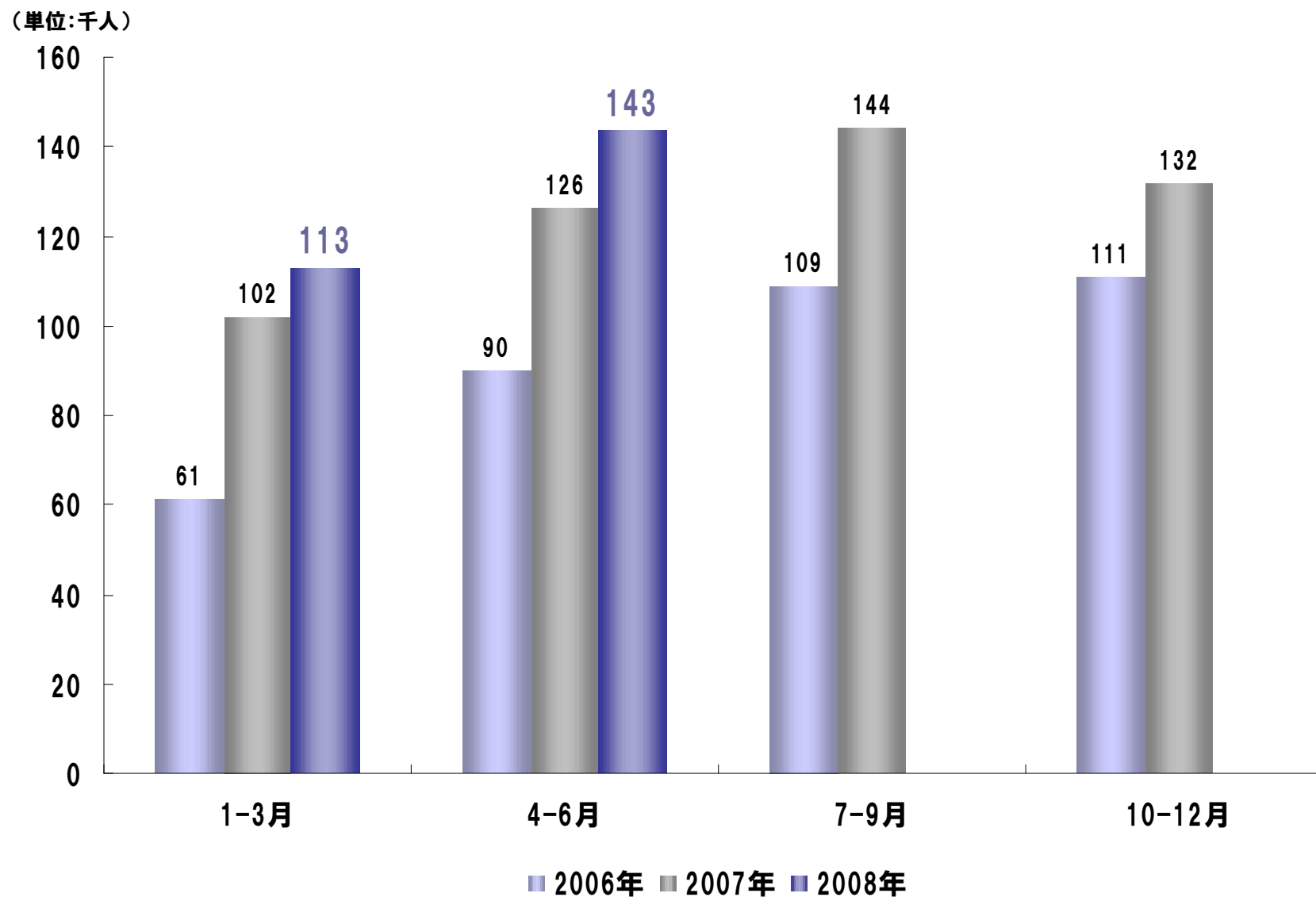


	<u>2002年</u>		<u>2008年</u>
60歳以上の 構成比	6.5%	→	10.1%
女性の構成比	8.4%	→	13.3%
30歳以下の 構成比	8.8%	→	10.8%



(単位:千人)





本日はありがとうございました



株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン(GDO)
<http://www.golfdigest.co.jp/>