eBASE株式会社
2009年3月期決算と
ビジネス展開計画

当資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での弊社の判断であり、
その情報の正確性を保証するものではありません。
様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることを
ご承知おきください。

平成21年6月16日

会社概要

- 会社名：　eBASE株式会社　（証券コード：3835）
- 代表取締役：　常包浩司　（ つねかね　こうじ ）
- 設　立：　2001年10月
- 資本金：　18,916万円
- 本社所在地：
  〒531-0072 大阪市北区豊崎5丁目4-9 商業第二ビル （2F）
  TEL：06-6486-3955 （ 代表 ）　FAX：06-6486-3956
- 理　念：
  貢献なくして利益なし、利益なくして継続なし、継続なくして貢献なし
  社会から求められ、賛同を得られるサービスでないと利益を得ることはできない。
  利益を上げないと、そのサービスを継続し成長させていくことはできない。
  結果的に、継続した成長を提供できるサービスでないと社会貢献ができない。
- 事業内容：
  コンテンツマネージメントソフト「 eBASE」の企画開発・販売・保守
- 社員数：　52名（59名/役職員含む）

（2009年3月現在）

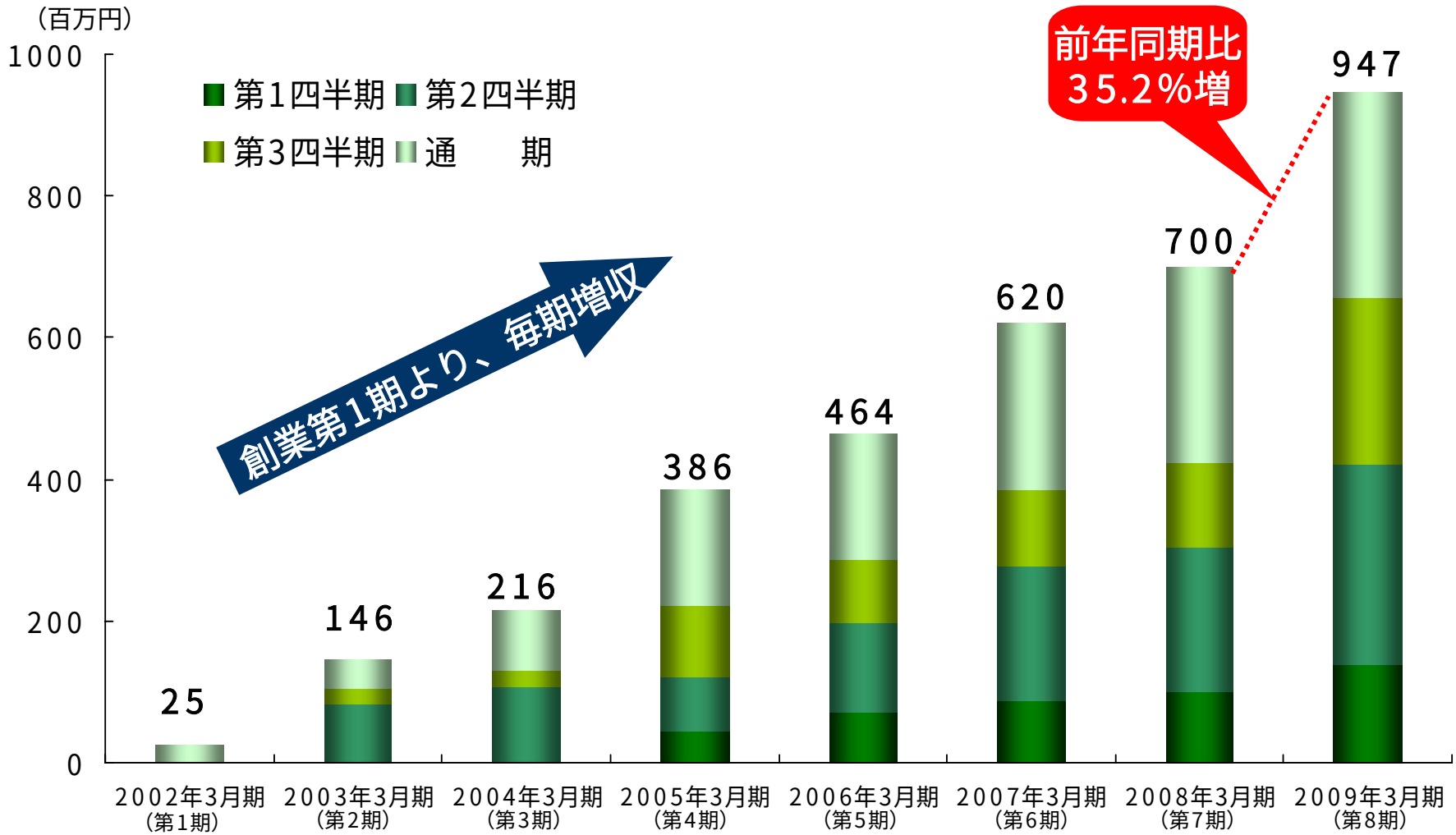
２００９年３月期連結決算概要
（２００８年4月～２００９年3月）

特需による大口案件により、
売上高、利益とも大幅な増収・増益

eBASE 2009年3月期決算

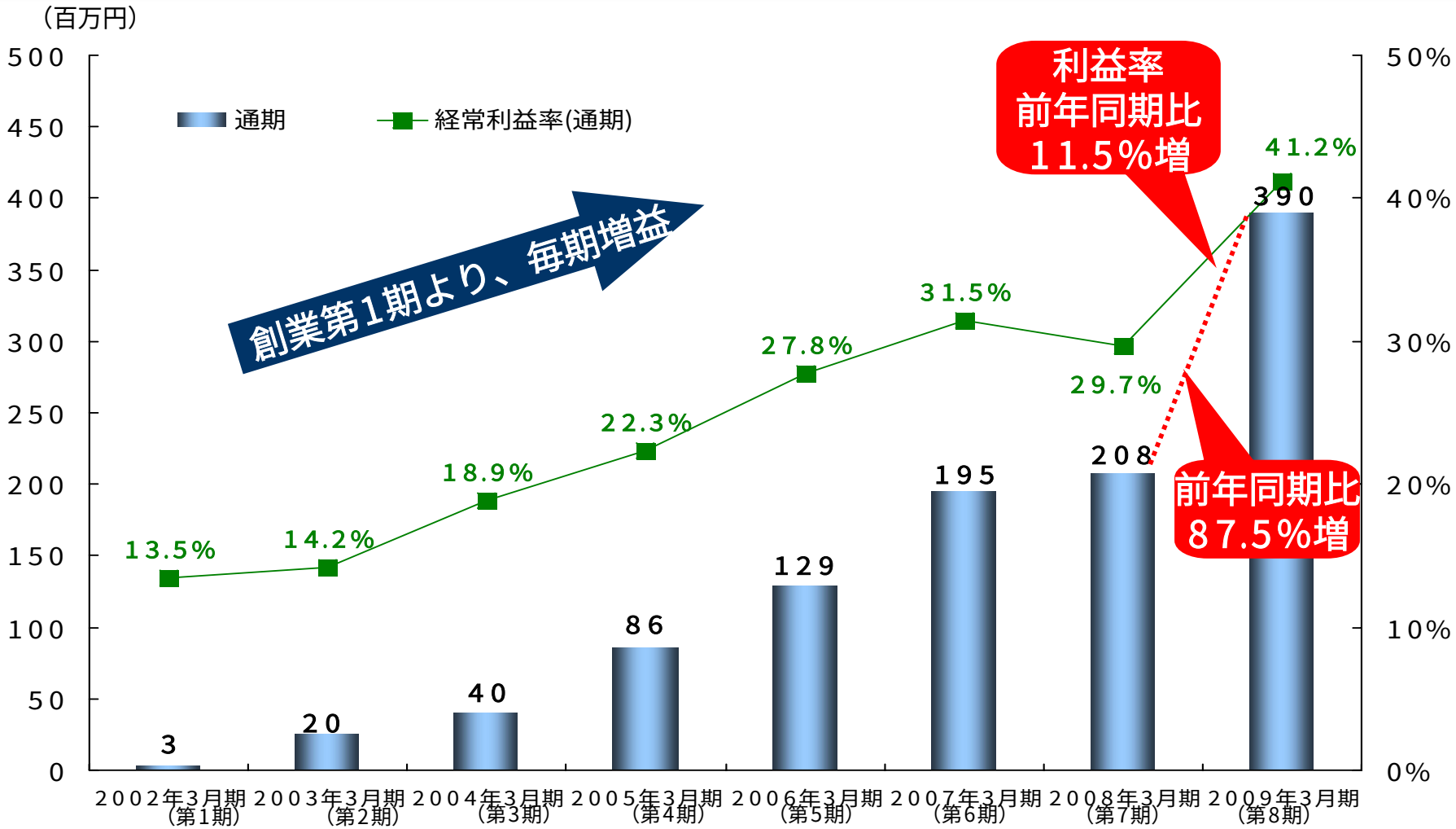
- 連結売上高の推移
- 連結経常利益の推移
- 連結業績推移
- 連結貸借対照表
- 種類別販売実績
- 業界別売上実績
- パートナー別販売実績
- 2010年3月期の連結業績予想

連結売上高の推移



（注）　1.2002年3月期（第1期）の財務諸表は、当社設立が2001年10月1日であるため、2001年10月1日から2002年3月31日までの6ヶ月間の金額となっています。
2.2006年3月期（第5期）より連結財務諸表を作成しているため、それ以前は個別財務諸表の金額となっています。

連結経常利益の推移



（注）　1.2002年3月期（第1期）の財務諸表は、当社設立が2001年10月1日であるため、2001年10月1日から2002年3月31日までの6ヶ月間の金額となっています。
2.2006年3月期（第5期）より連結財務諸表を作成しているため、 2005年3月期（第4期）以前は個別財務諸表の金額となっています。

連結業績推移

（単位：百万円）

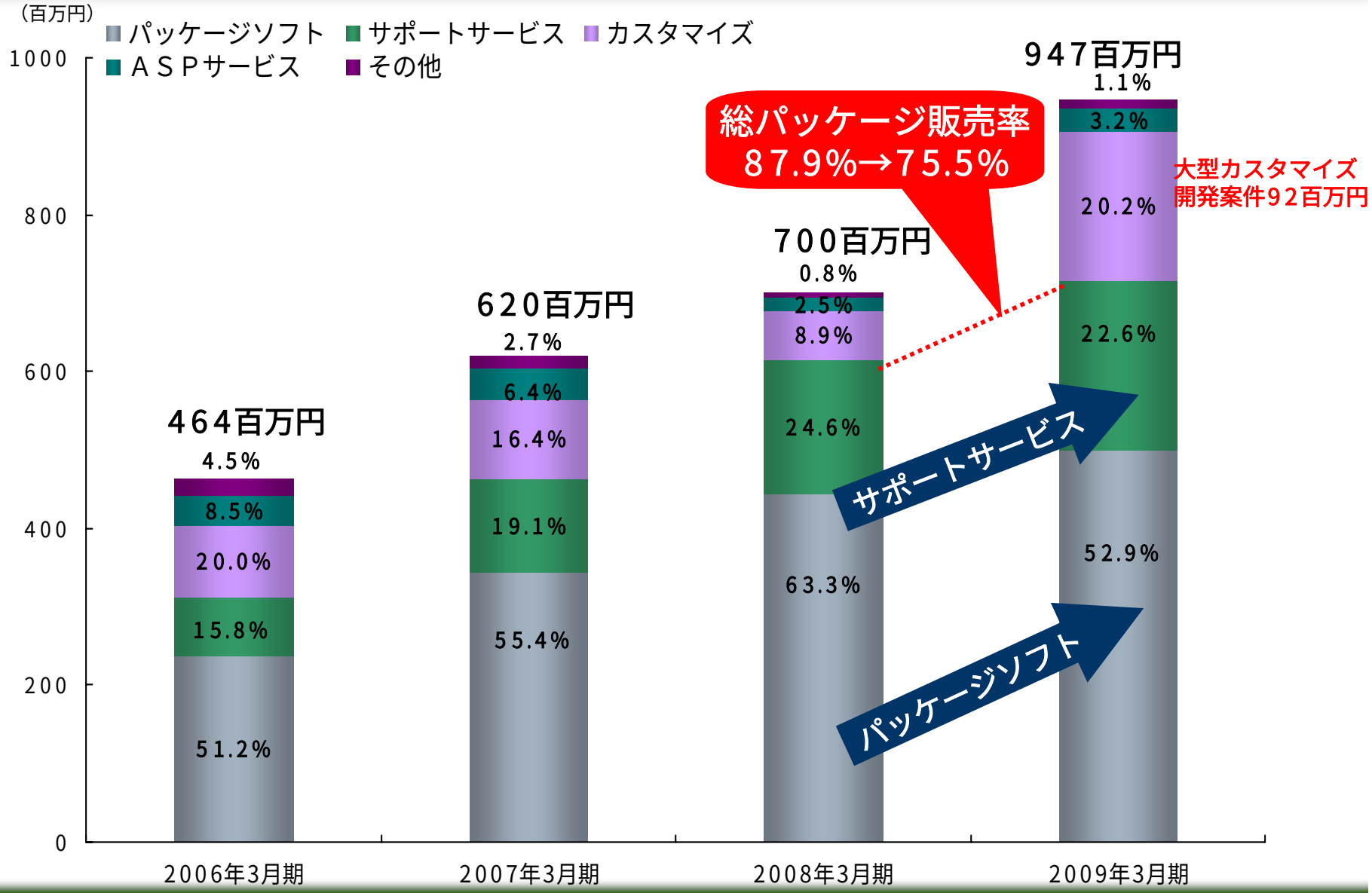
	2005年3月期（第4期）	2006年3月期（第5期）	2007年3月期（第6期）	2008年3月期（第7期）	2009年3月期（第８期）
売　上　高	386	464	620	700	947
営業利益	86	129	209	206	387
経常利益	86	129	195	208	390
当期純利益	56	83	113	118	219

連結貸借対照表

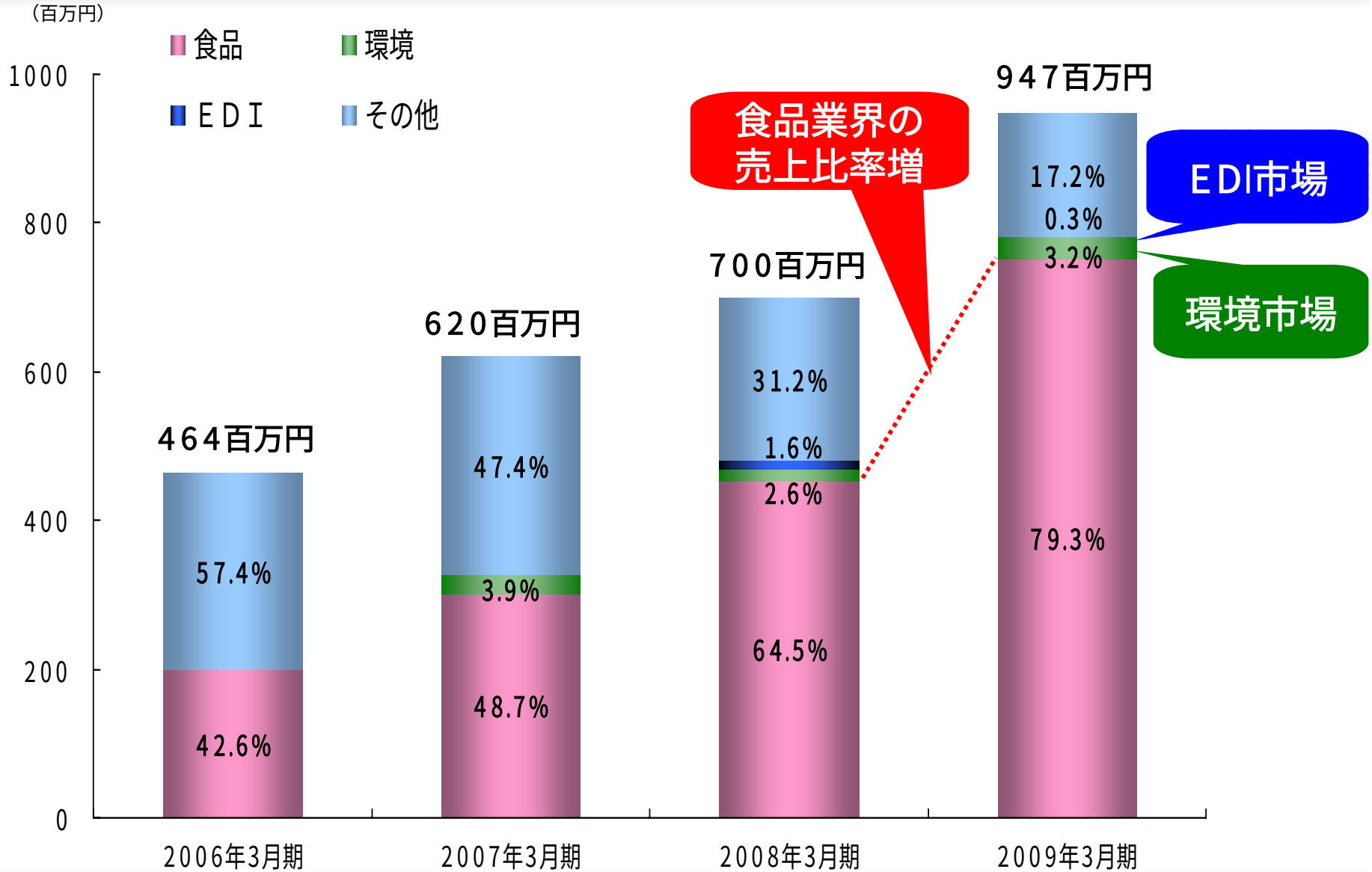
	前期 （2008年3月末）	当期 （2009年3月末）	前期比	（単位：百万円）
流動資産	564	953	389	現金及び預金の358百万増加 受取手形及び売掛金24百万円増加
固定資産	240	142	△98	
（有形+無形資産）	（13）	（16）	（3）	
（その他）	（227）	（126）	（△101）	長期預金が100百万減少
資産合計	804	1,095	291	
流動負債	69	185	116	利益増による未払法人税等が84百万増加 売上増による未払消費税等が7百万増加 買掛金20百万円増加
負債合計	69	185	116	
株主資本合計	734	908	174	当期純利益219百万増加 新株の発行15百万円増加 剰余金の配当による24百万減少 自己株式の取得による36百万減少
少数株主持分	1	2	1	
純資産合計	735	910	175	
負債・純資産合計	804	1,095	291	

eBASE

種類別販売実績

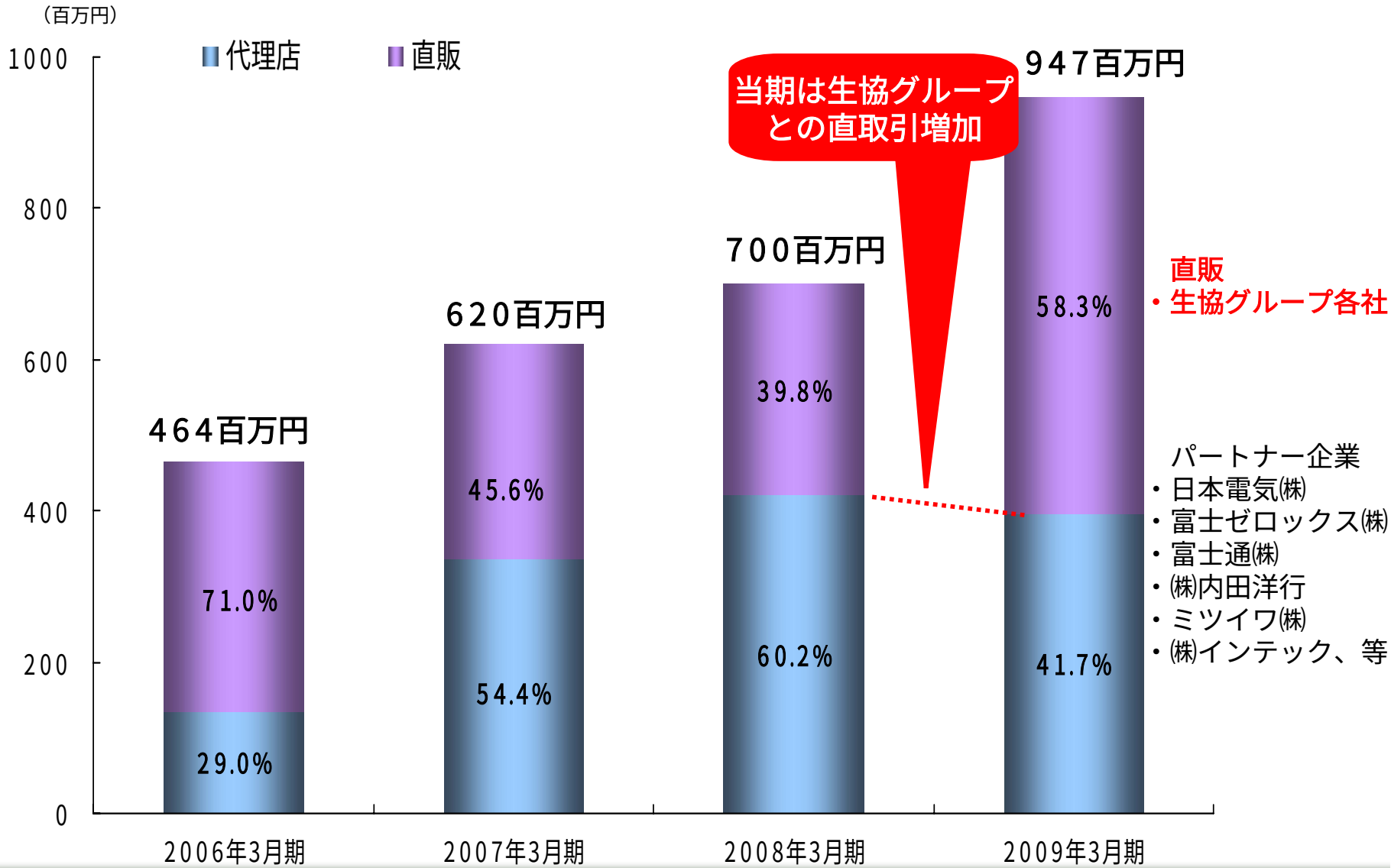

（百万円）
パッケージソフト
サポートサービス
カスタマイズ
ＡＳＰサービス
その他
1000
800
600
400
200
0
464百万円
4.5%
8.5%
20.0%
15.8%
51.2%
620百万円
2.7%
6.4%
16.4%
19.1%
55.4%
700百万円
0.8%
2.5%
8.9%
24.6%
63.3%
947百万円
1.1%
3.2%
20.2%
22.6%
52.9%
総パッケージ販売率
87.9%→75.5%
大型カスタマイズ
開発案件92百万円
サポートサービス
パッケージソフト
2006年3月期
2007年3月期
2008年3月期
2009年3月期

業界別売上実績



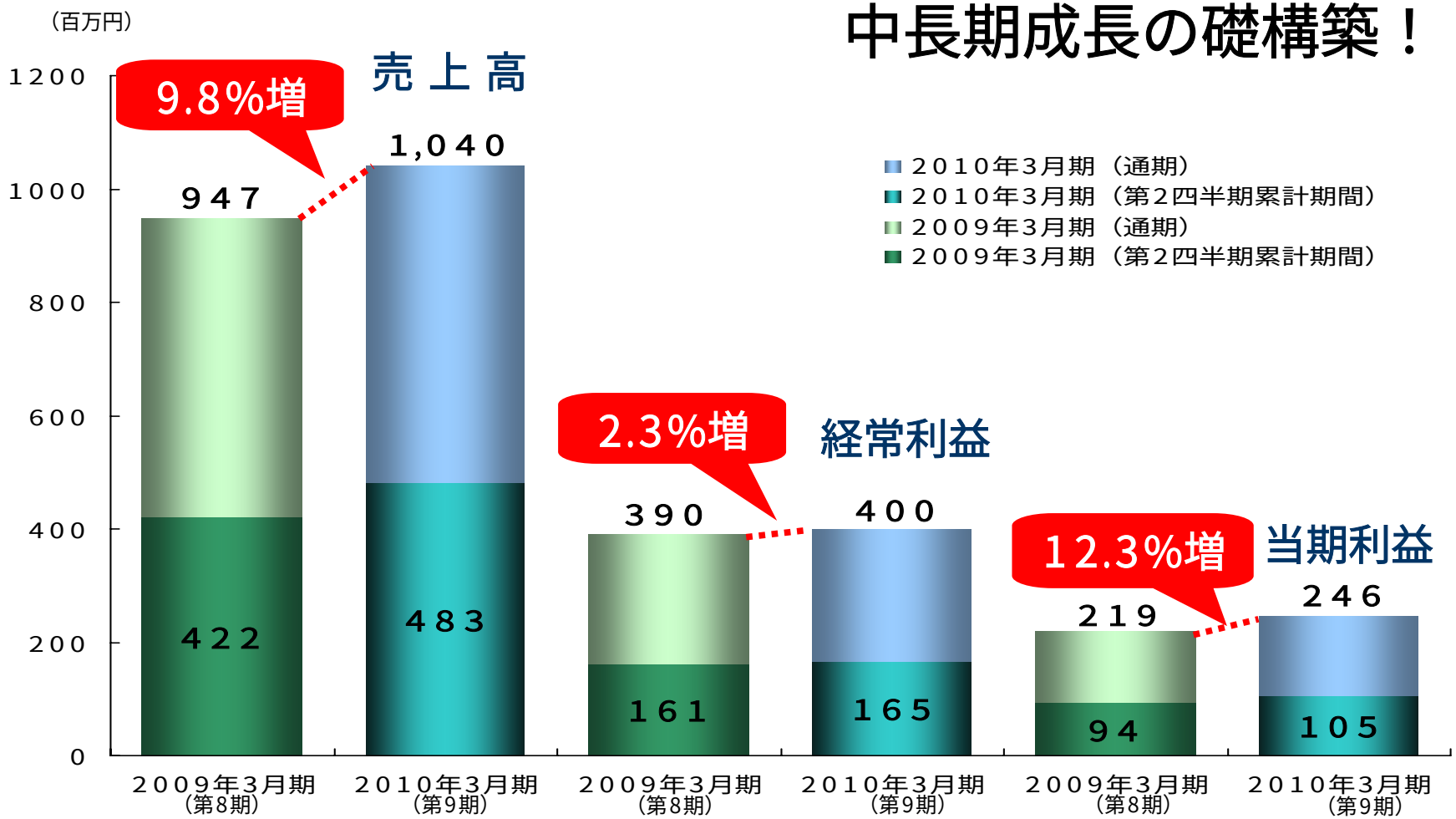
eBASE

パートナー別販売実績


（百万円）
代理店
直販
1000
800
600
400
200
0
464百万円
71.0%
29.0%
620百万円
45.6%
54.4%
700百万円
39.8%
60.2%
947百万円
58.3%
41.7%
当期は生協グループとの直取引増加
直販
・生協グループ各社
パートナー企業
・日本電気㈱
・富士ゼロックス㈱
・富士通㈱
・㈱内田洋行
・ミツイワ㈱
・㈱インテック、等
2006年3月期
2007年3月期
2008年3月期
2009年3月期

2010年3月期の連結業績予想

今年度のような特需による大口案件が未確定であるが、
食品市場で短期成長維持、新市場開拓継続で
中長期成長の礎構築！



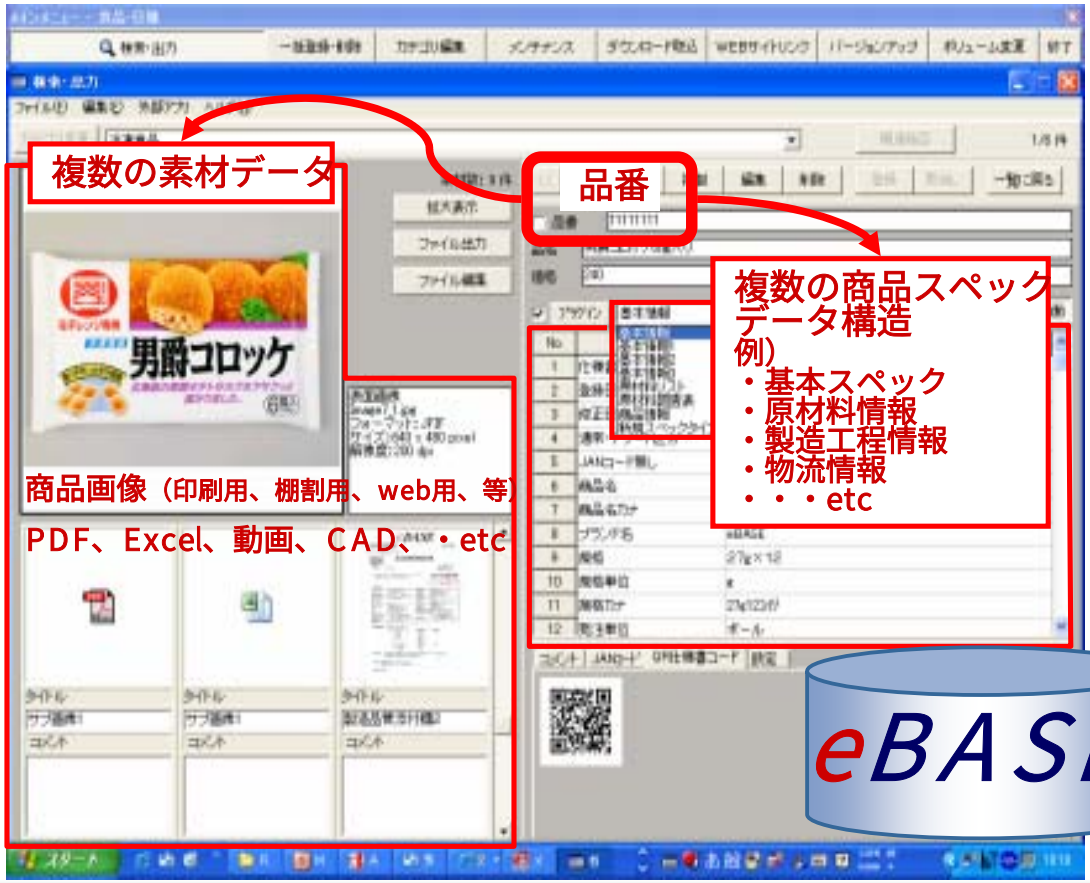
eBASEビジネス展開計画
～商品情報交換の全体最適化～

- eBASEの基本機能
- eBASEの特徴とポジショニング
- ターゲット市場の課題
- eBASEによる課題解決
- eBASE全体最適化ビジネスモデル
- 同ビジネスモデルの展開

eBASEとは

様々な商品情報を管理･運用できるパッケージソフトウェアで、
食品業界、住宅業界、文具業界、等で広く使われています。

マルチメディアコンテンツ管理機能と
データ構造フレキシビリティが高いのが特徴！

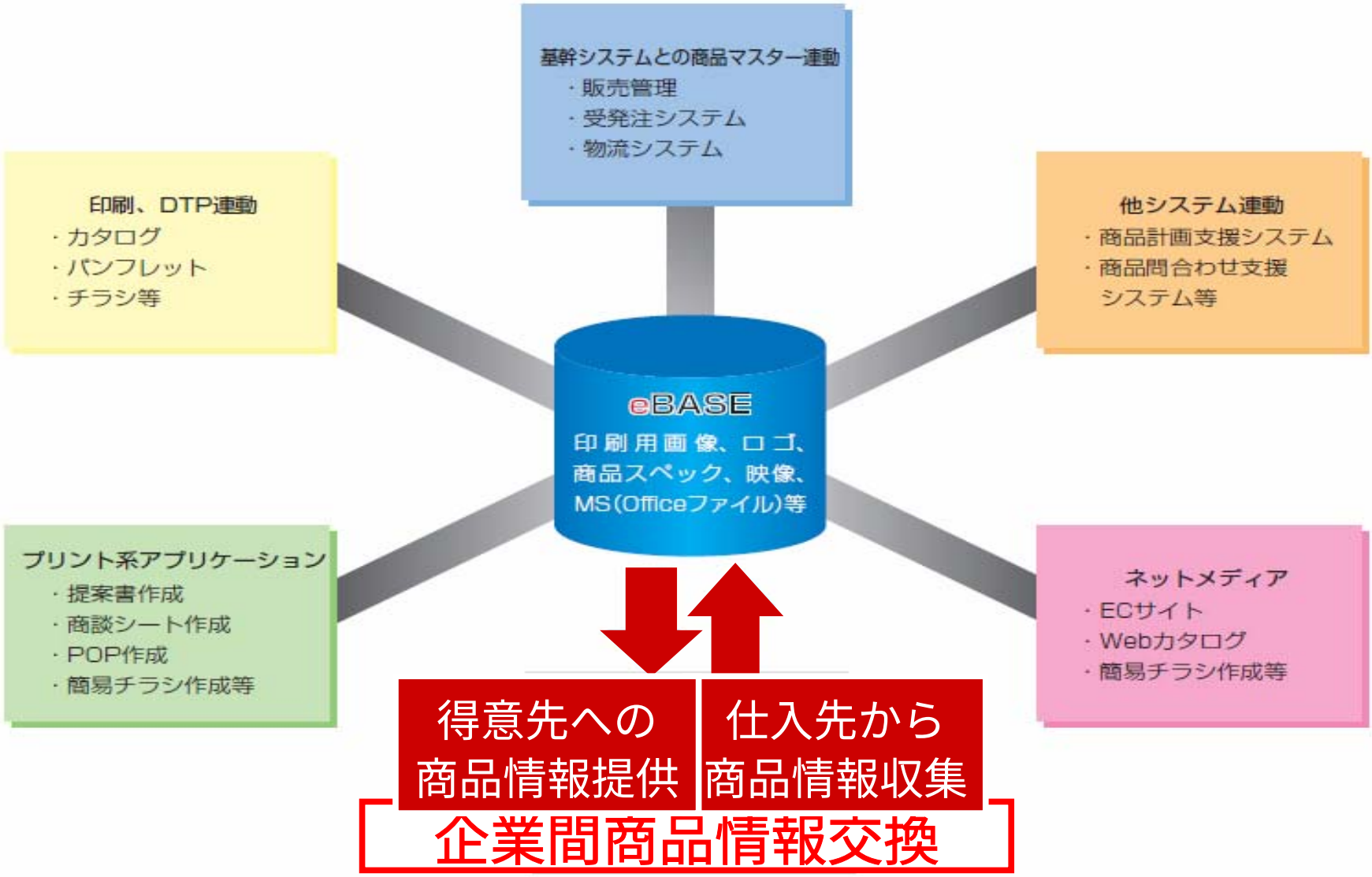


eBASE

XML構造

eBASEの特徴とポジショニング

リッチ商品マスターを様々な他システムと連携運用！



商品情報交換の現状

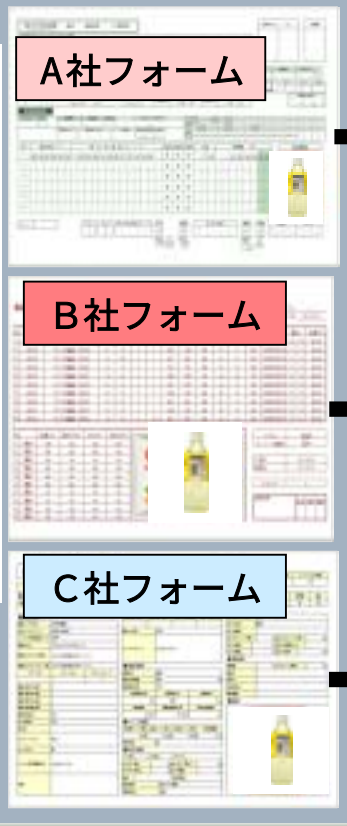
サプライヤ/バイヤ間の商品情報交換は、非効率的！

サプライヤー企業

バイヤー企業

バイヤ毎に、異なるフォーム、異なる手段で、情報提供！

提供負荷大



アナログ的情報収集

A社

B社

C社

収集課題
・間違い多数
・遅い
・探せない
・再利用困難

eBASE

eBASEによる商品情報交換

サプライヤ/バイヤ間の商品情報交換の効率化！

サプライヤー企業

商品情報提供の標準化

アナログ的情報収集にも対応

バイヤー企業

商品情報をデジタルで収集！

A社/eBASE

B社/eBASE

C社/eBASE

高精度な情報が、
タイムリーに、
低コストで収集！
その利用も容易！

D社

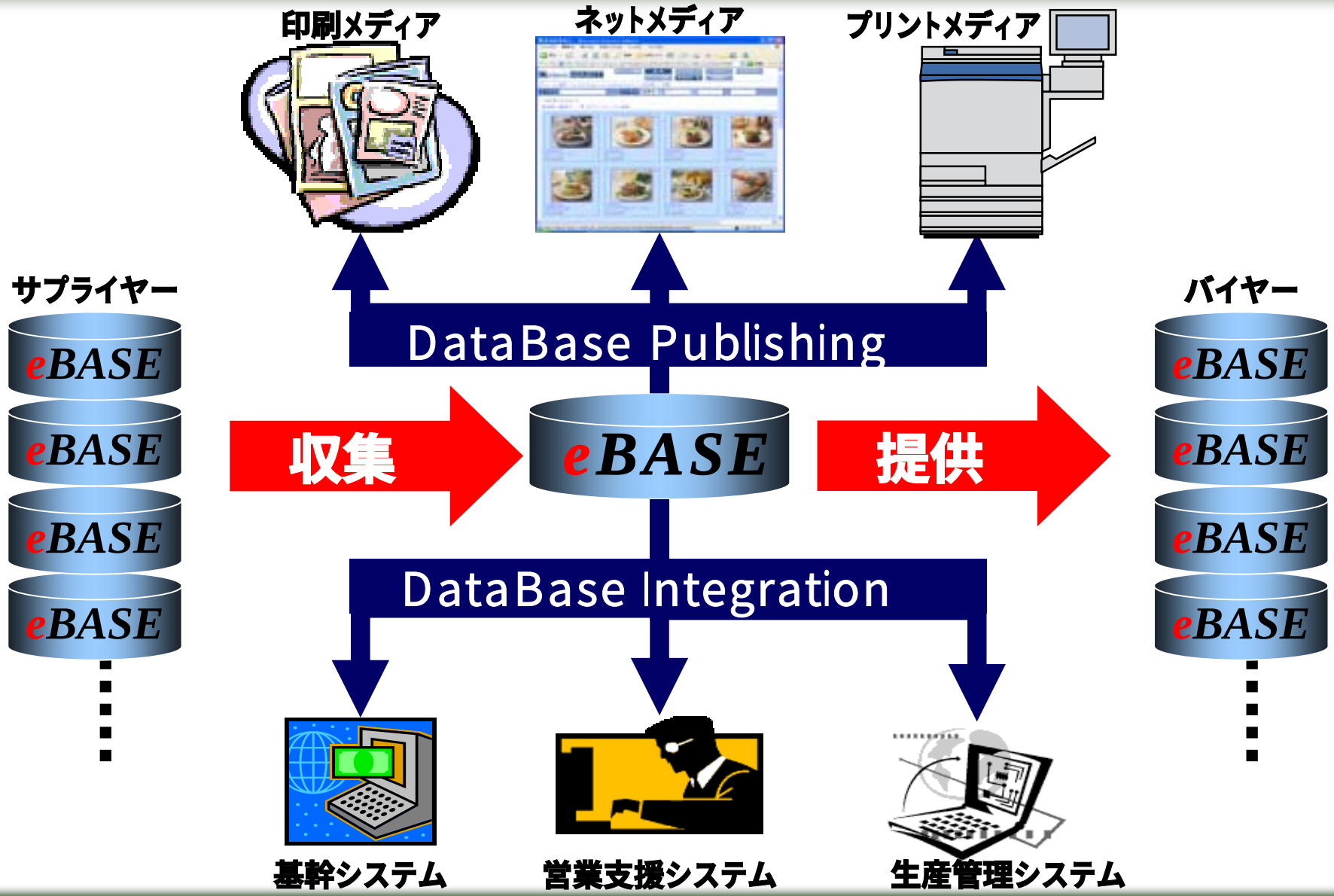
E社

F社

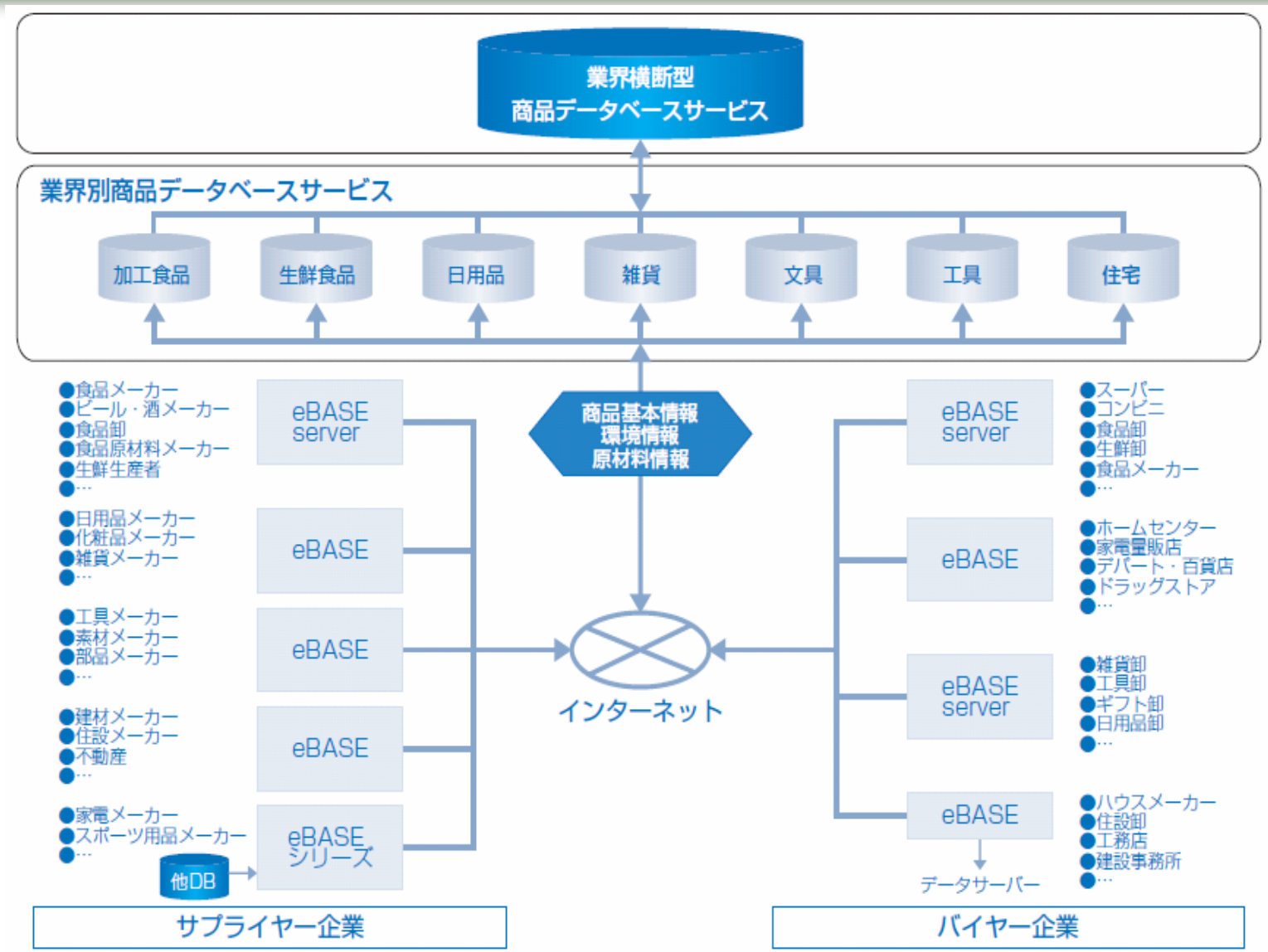
収集課題
未解決

競争力の差

eBASEの目指す商品情報管理の全体最適化

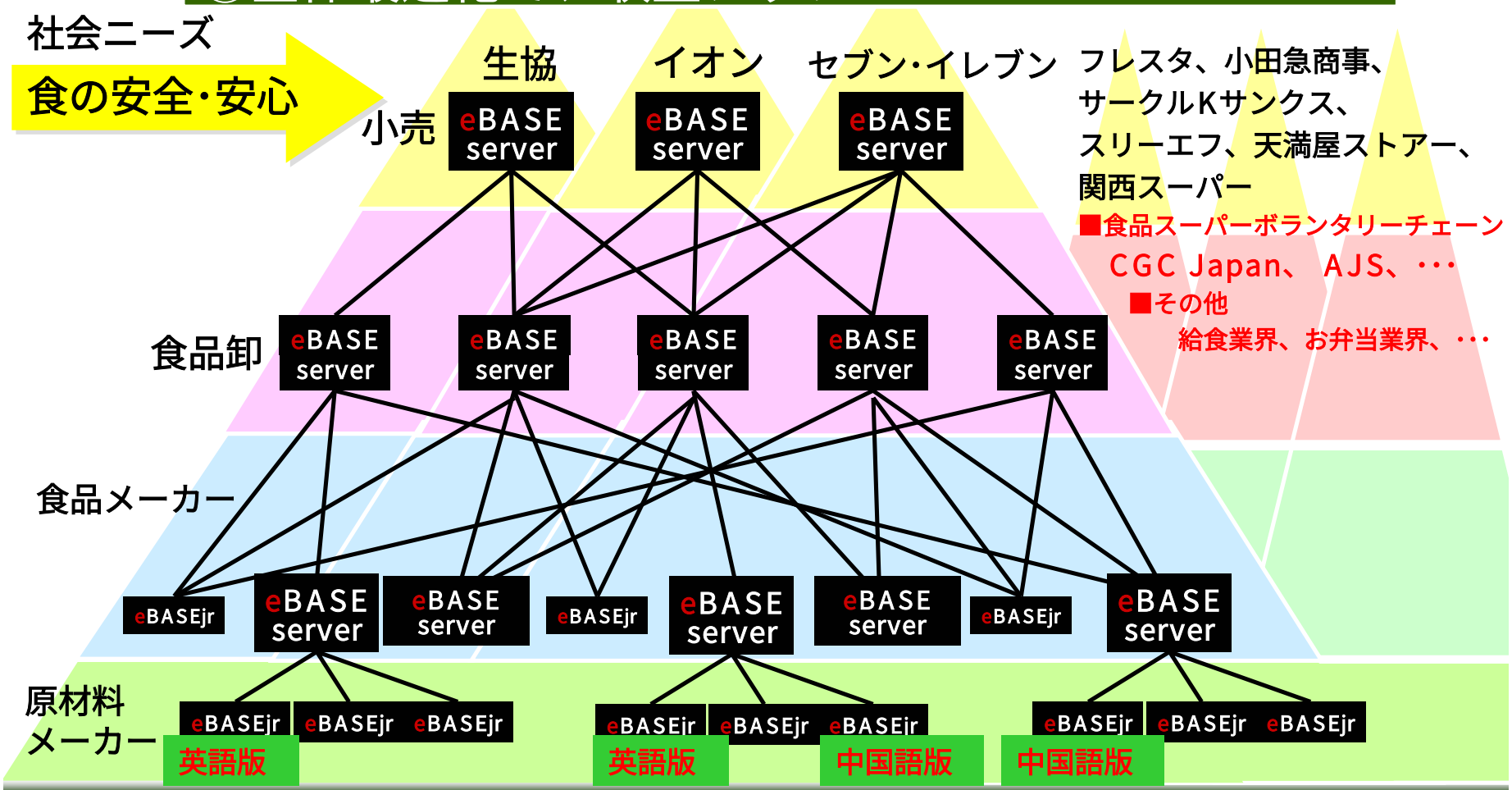


eBASEによる商品情報交換概念図



商品情報交換の全体最適化ビジネスモデル

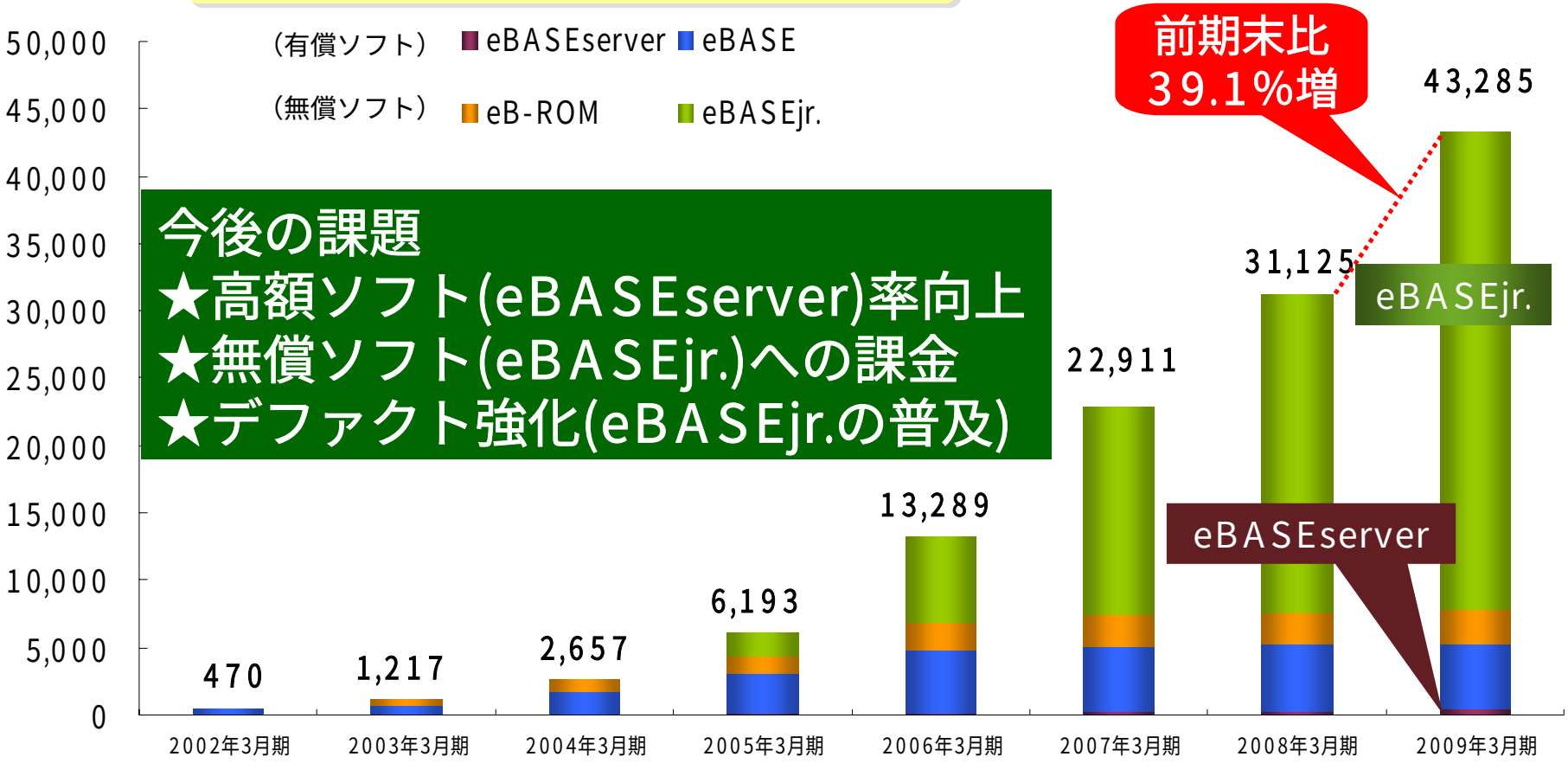
①バイヤー１社から、多数のサプライヤーに普及！
②サプライヤーへの普及で、バイヤーにも普及促進！
③全体最適化で、収益アップ！



製品ユーザー数の推移

商品情報交換の標準プラットホームとして着実に普及。

総ユーザー数（2009年3月末現在）

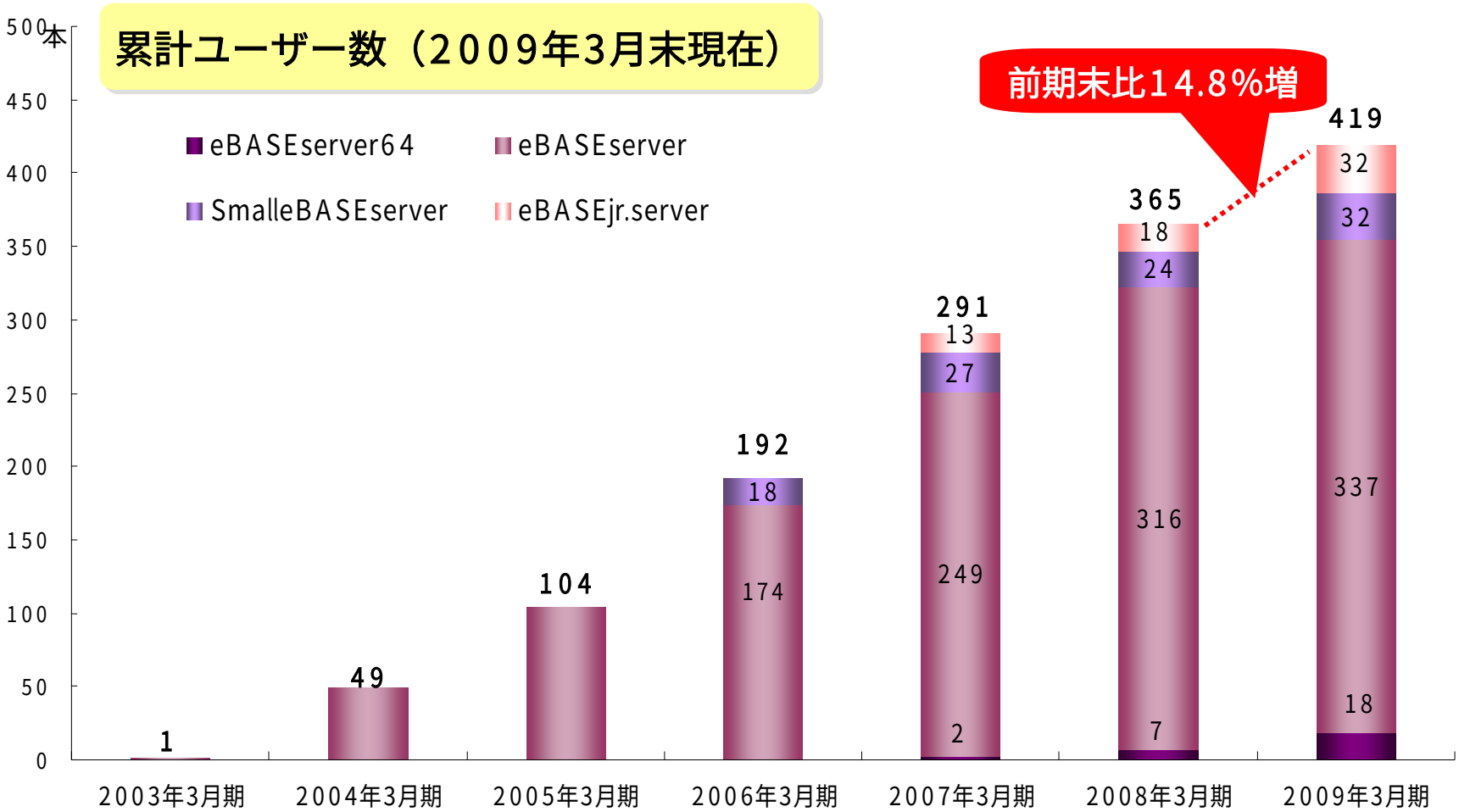


今後の課題
★高額ソフト(eBASEserver)率向上
★無償ソフト(eBASEjr.)への課金
★デファクト強化(eBASEjr.の普及)

（注） 2002年3月期（第1期）については、当社設立が2001年10月1日であるため、2001年10月1日から2002年3月31日までの6ヶ月間のユーザー数となっています。

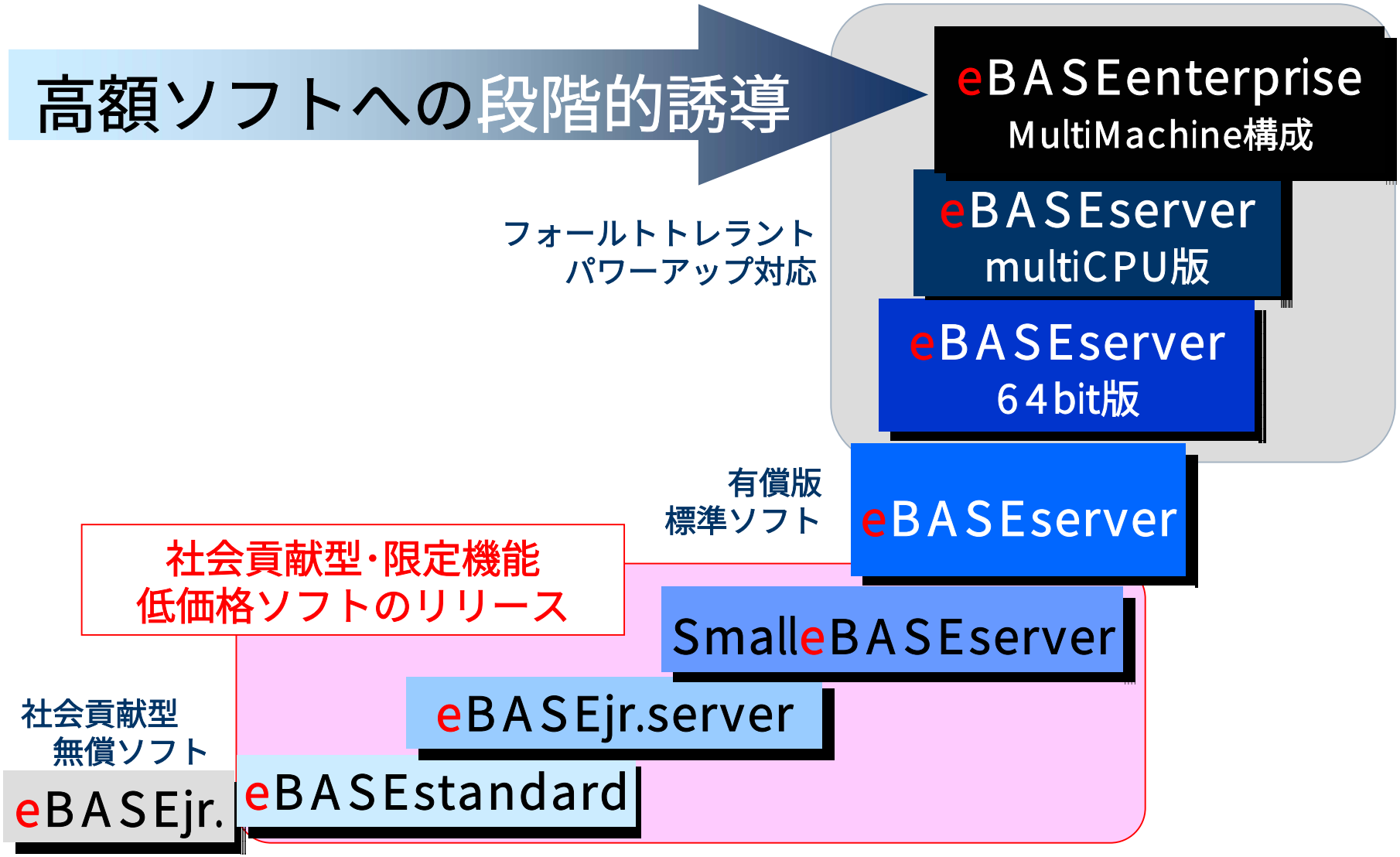
eBASEserverユーザーの推移

無償ソフトeBASEjr.ユーザーによる
最上位eBASEserverへの自発的グレードアップを促進！



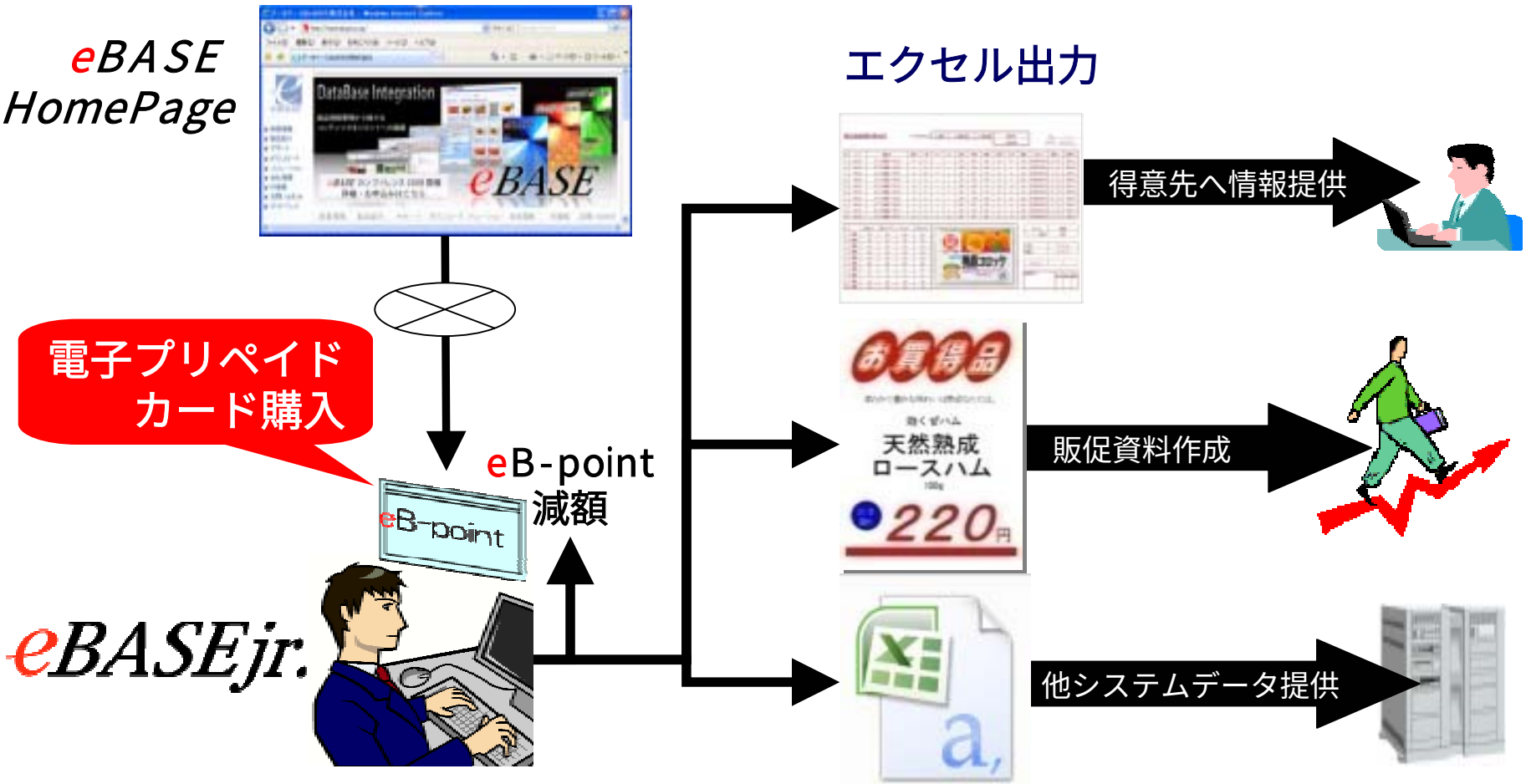
（注）　eBASEserverのリリースは、2003年3月期（第２期）であります。

高額ソフト(eBASEserver)への自発的アップグレード



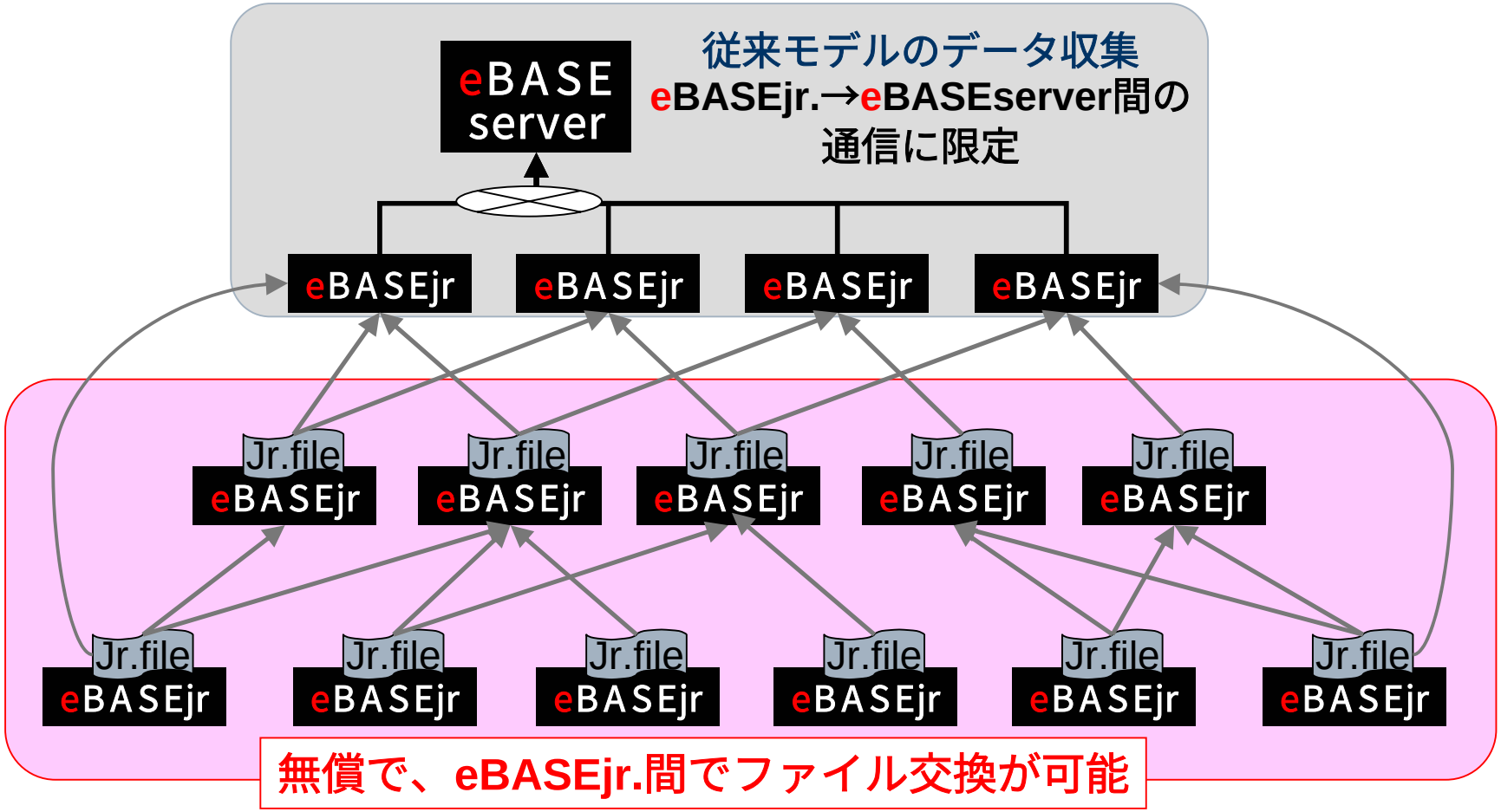
無償ソフト(eBASEjr.)へのリーズナブルな課金策

出力機能に制限があるeBASEjr.に
電子プリペイドカード式のデータ出力機能提供



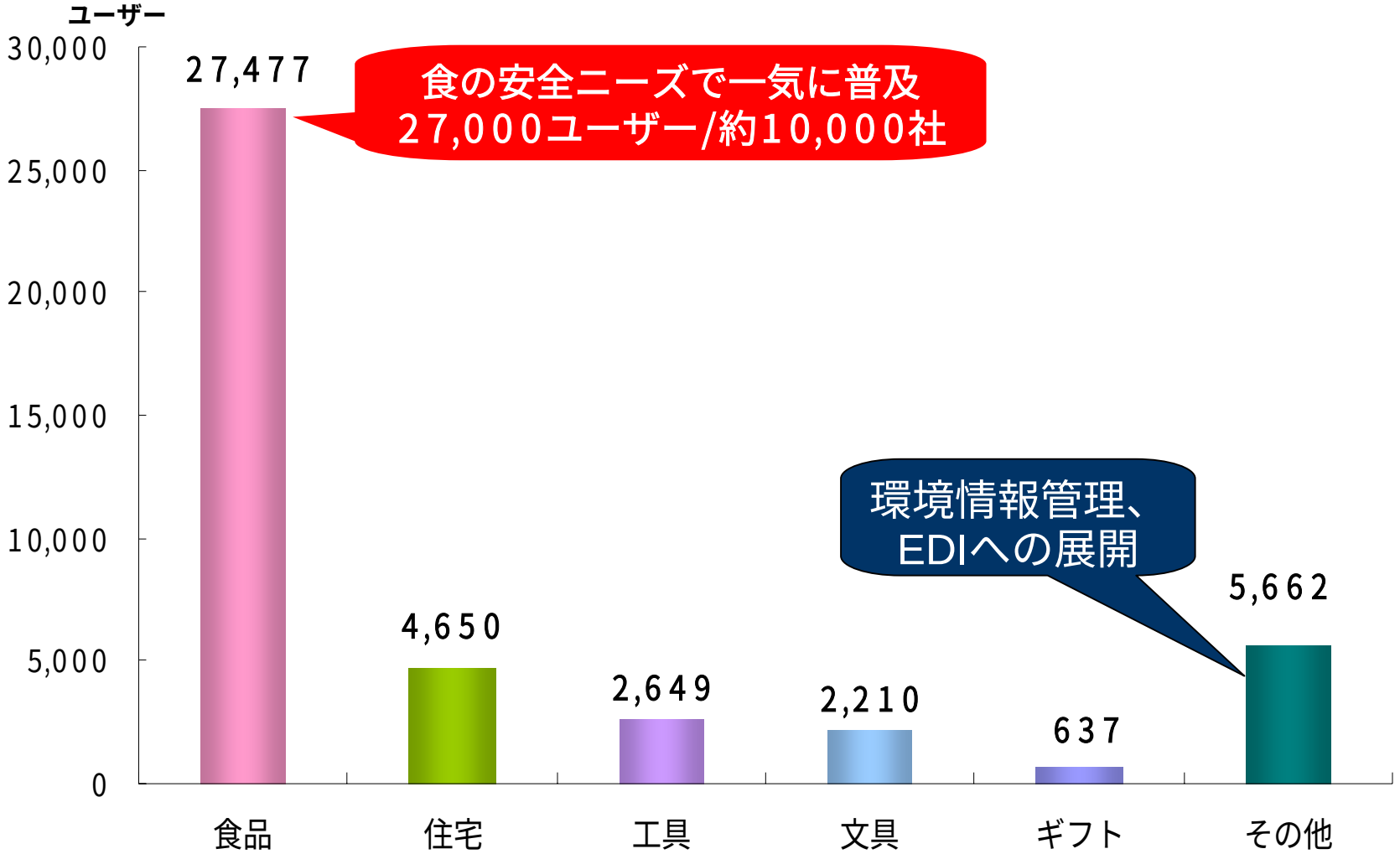
デファクト強化(eBASEjr.の普及)→全体最適化推進

無償で、
eBASEjr.間の商品情報交換機能の提供

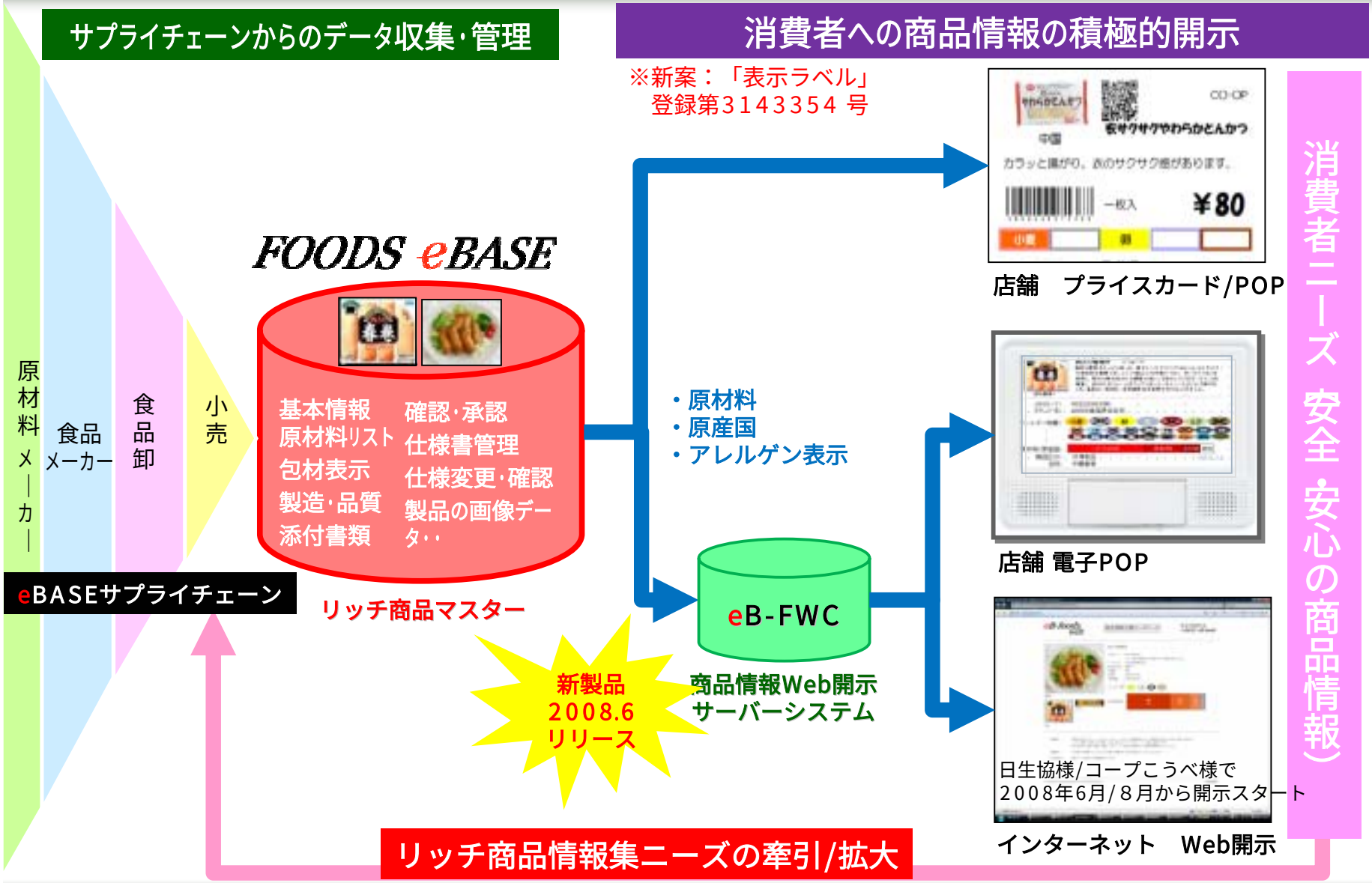


業界別ユーザー数（2009年3月末現在）

幅広い業界で商品情報交換の標準プラットホームとして普及。



消費者への商品情報開示ソリューション



BioProfile.net/レシピあ～ん　（Webサービス）

BioProfile.net

個人を特定できない、個人(生体）情報を
記録･管理できる一般消費者向けの、
無償サービスサイトです。

※PAT.2006-313528

http://www.bioprofile.net/

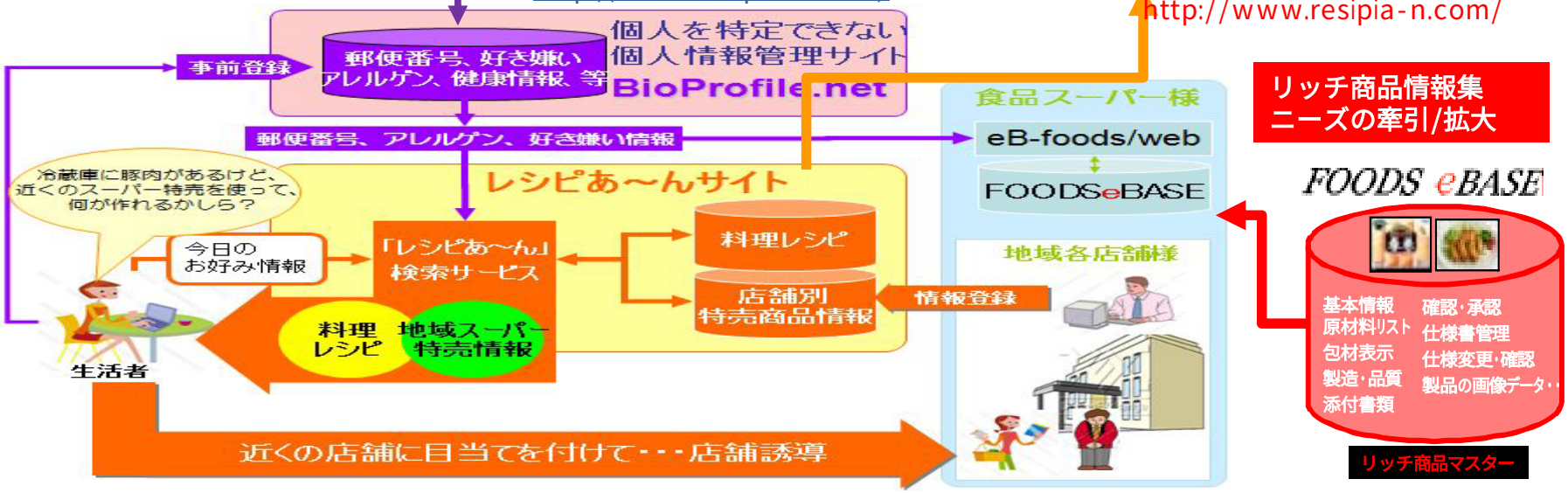
ID問い合わせ

生体・嗜好情報

レシピあ～ん

アレルギー体質な方、
食事制限が必要な方、
冷蔵庫に残った食材
を使いたい、スーパーの
特売品を利用したい、
好きな食材を使った
料理が食べたい方に、
ぴったりなレシピ検索を
簡単に検索できるサービ
スです。

http://www.resipia-n.com/



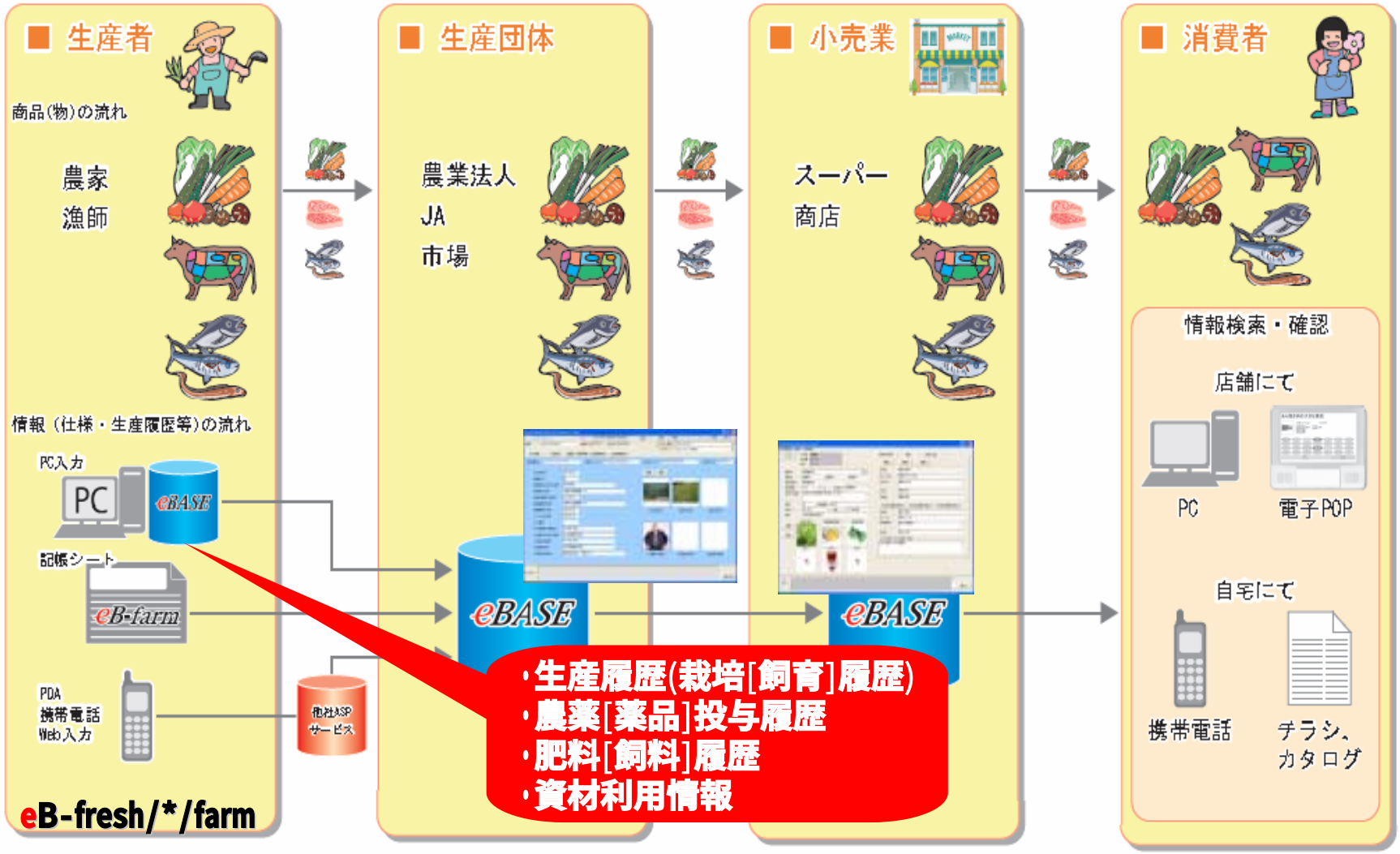
リッチ商品情報集
ニーズの牽引/拡大

FOODS eBASE

eBASE

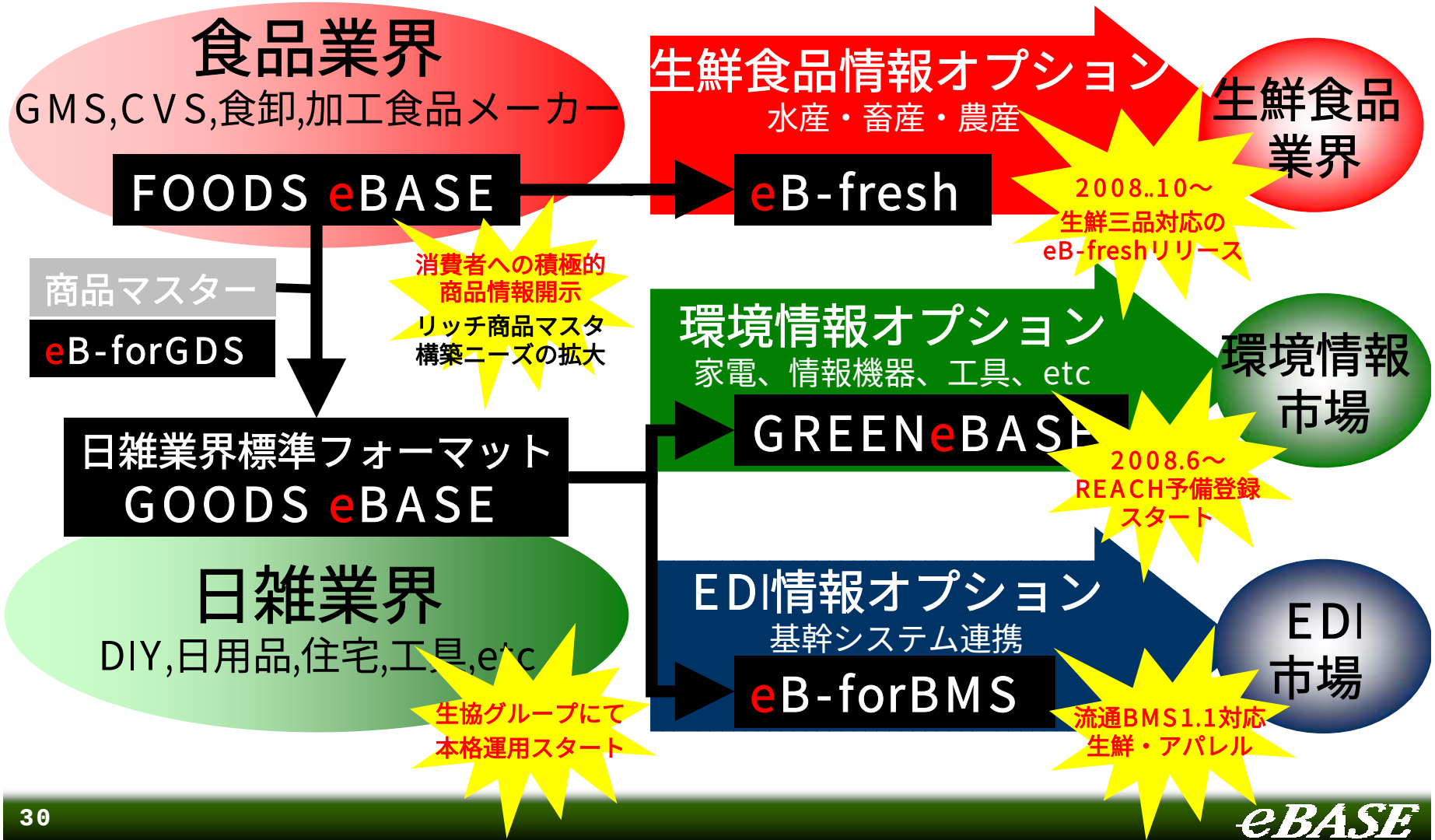
生鮮三品における生産履歴情報ソリューション

eB-fresh/seica(青果)、meat(精肉)、fish (養殖魚)



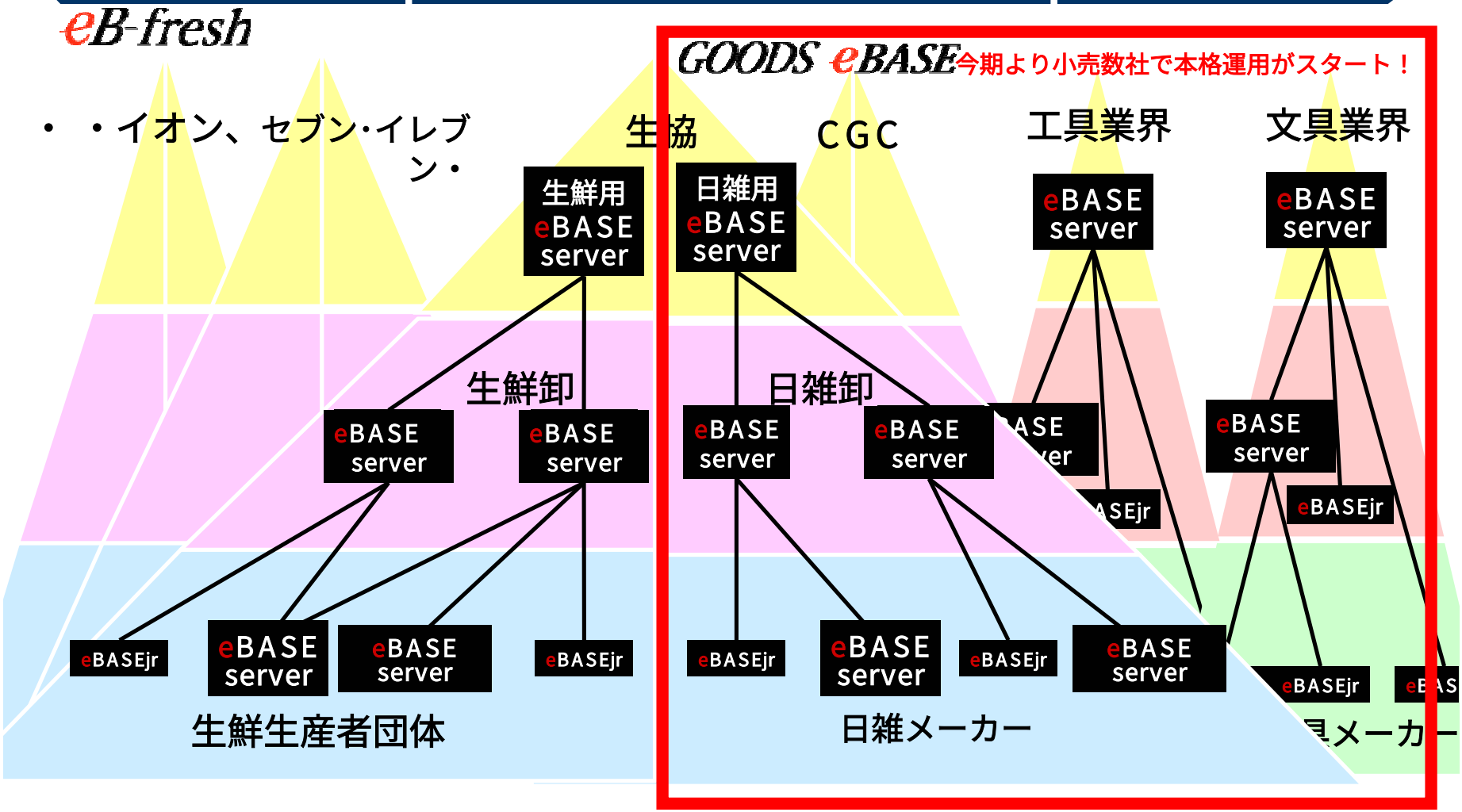
eBASE全体最適化ビジネスモデルの展開

業界別、商品情報交換ツールとフォーマットの開発と標準化推進！



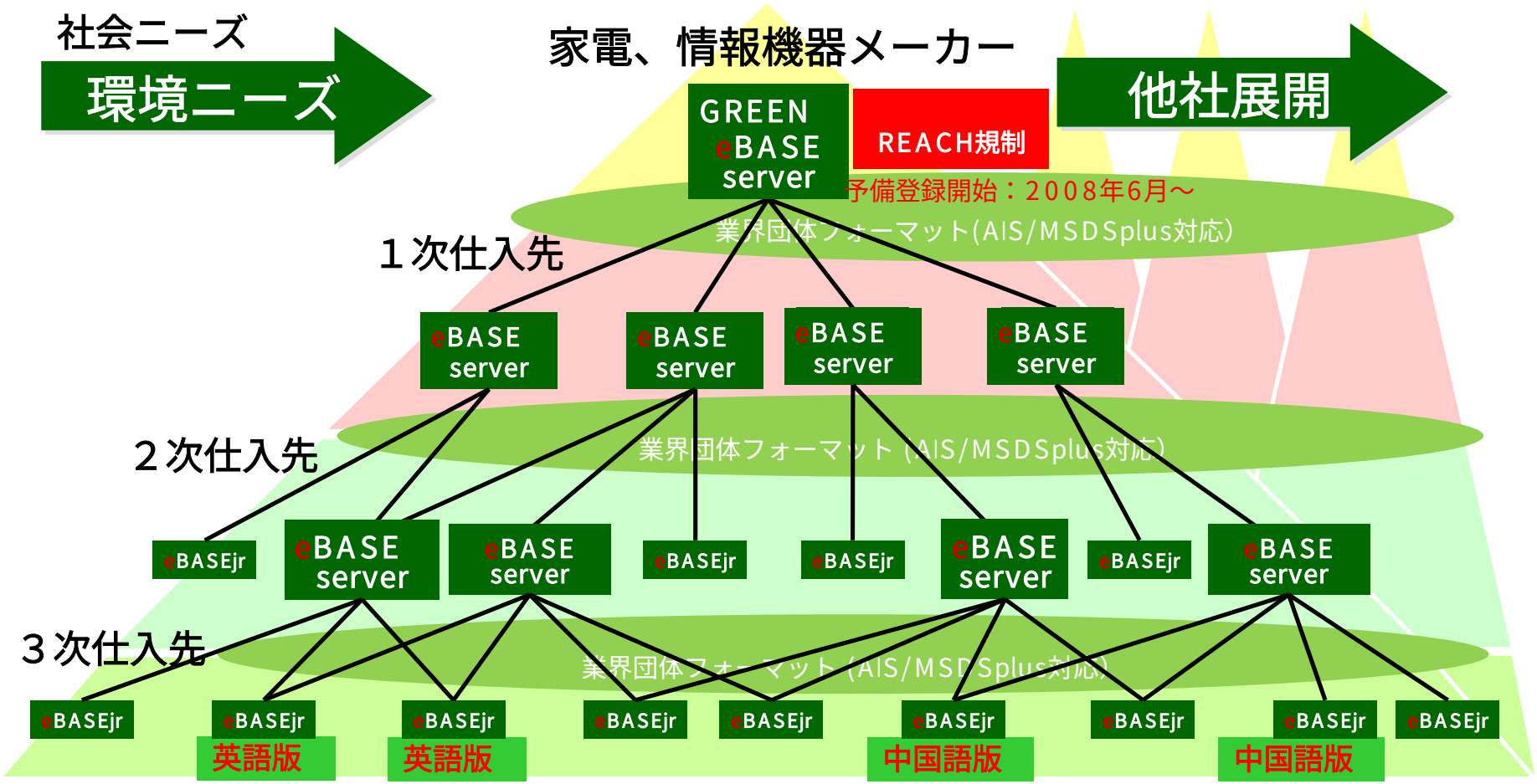
eBASEビジネス全体最適化の水平展開

生鮮食品へ展開 | 食の安全情報収集インフラを | 日雑商品へ展開



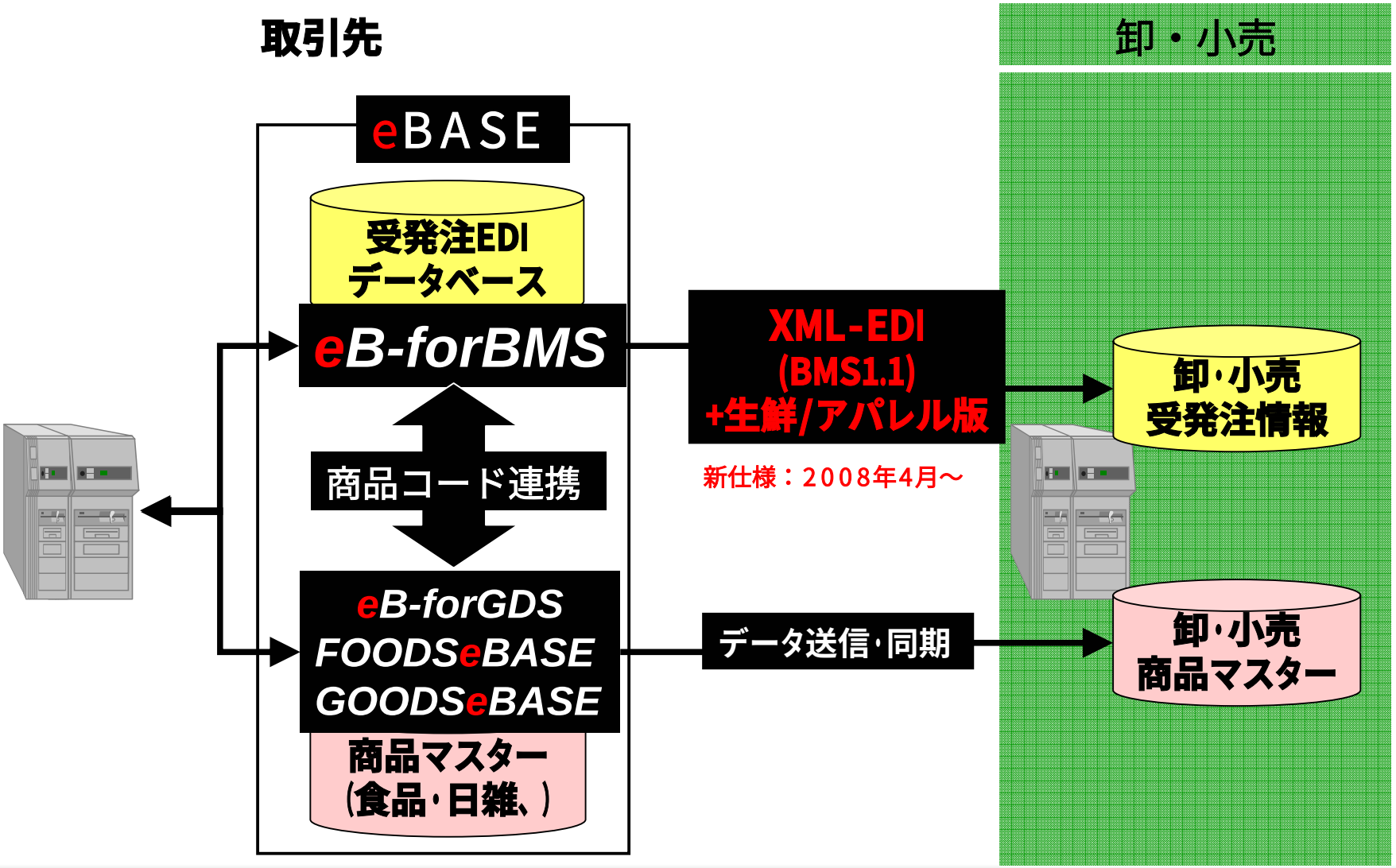
eBASEビジネス全体最適化の環境市場展開

小売業へ展開 | 環境情報収集インフラを | 他メーカーへ展開



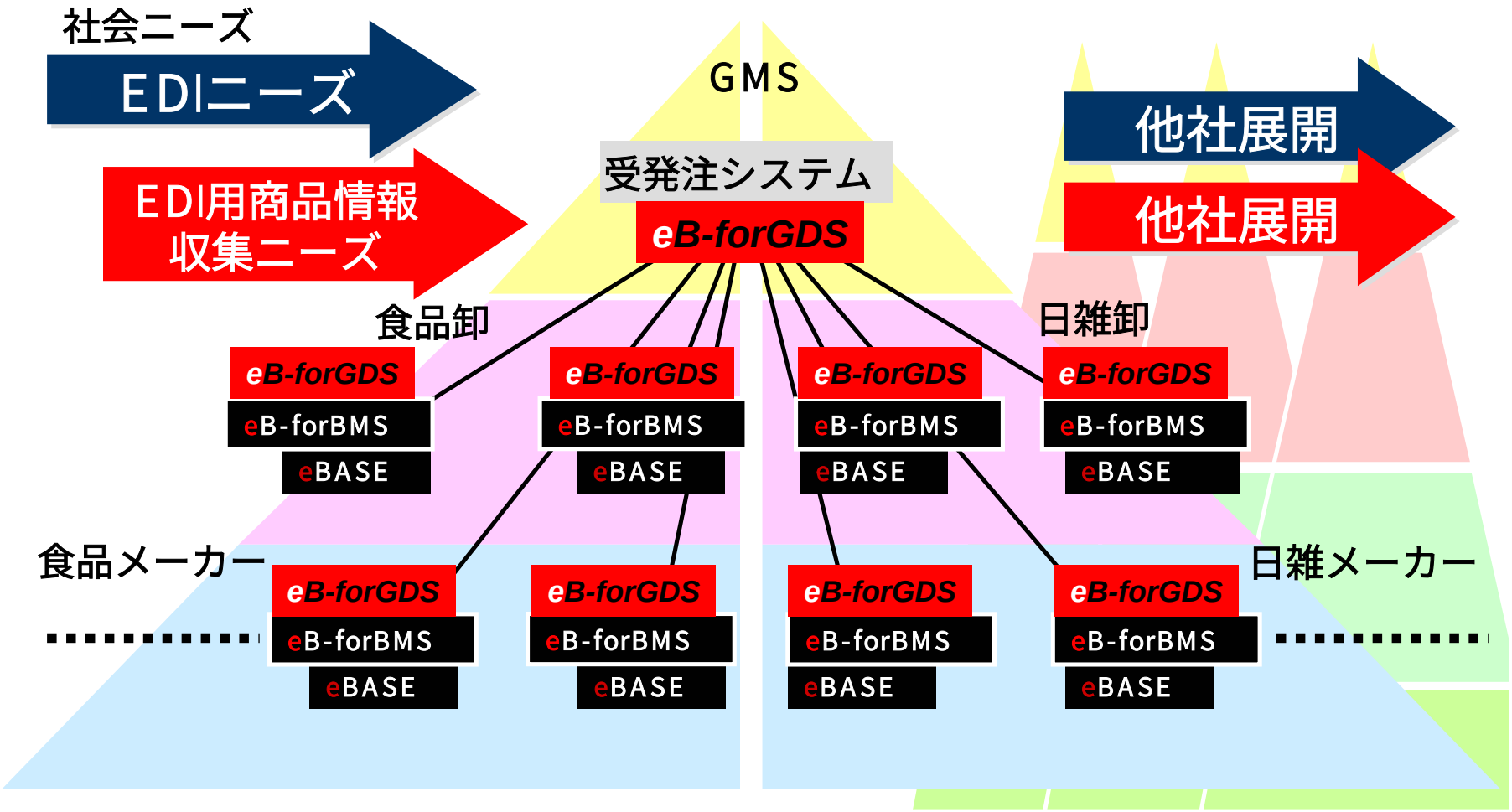
新たなeBASEビジネスのスタート

商品マスター管理から受発注管理まで一括・一元管理



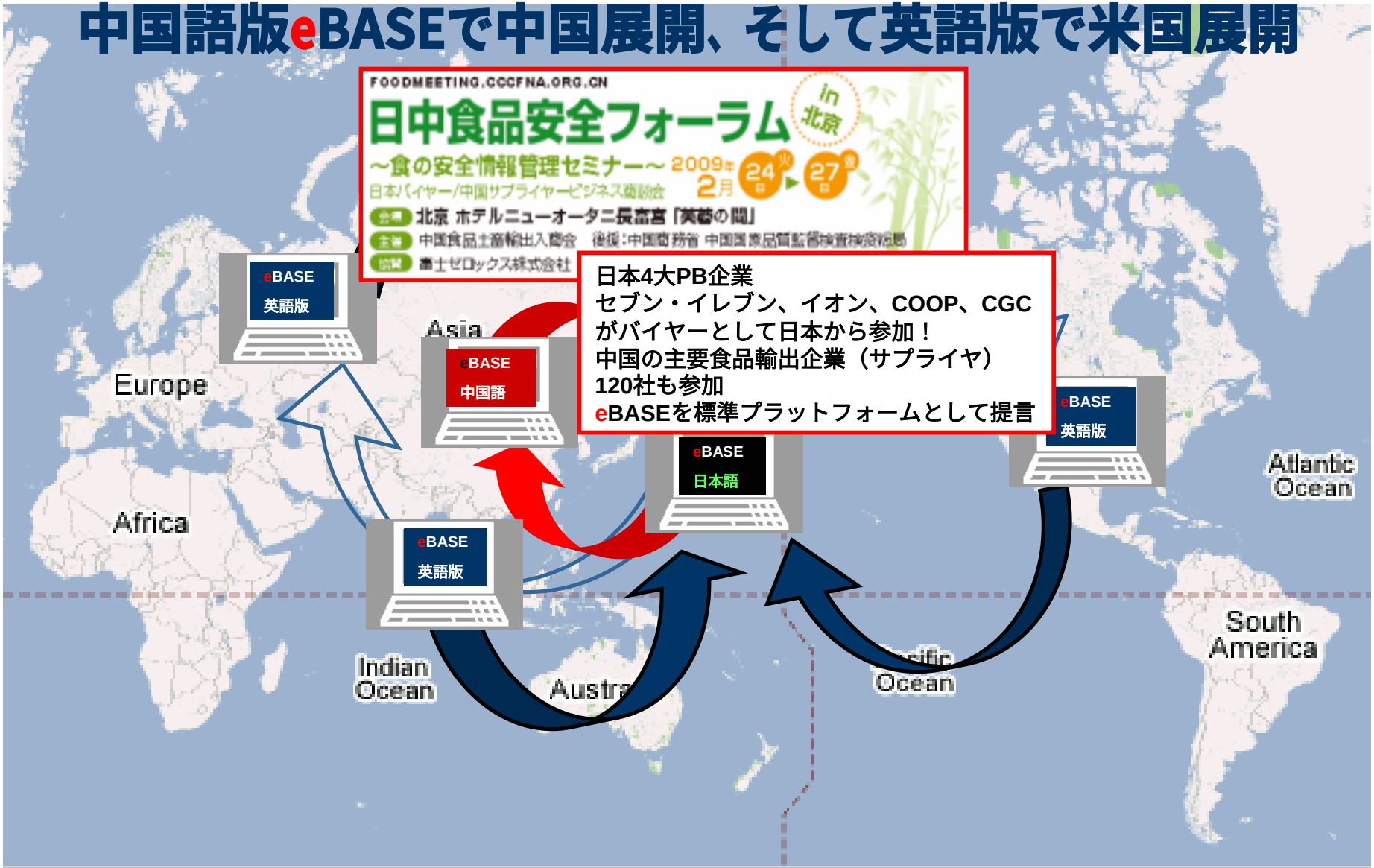
eBASEビジネス全体最適化の新たなる展開

eBASEコミュニケーションプラットホームの展開
次世代EDIのプラットホームとして利用



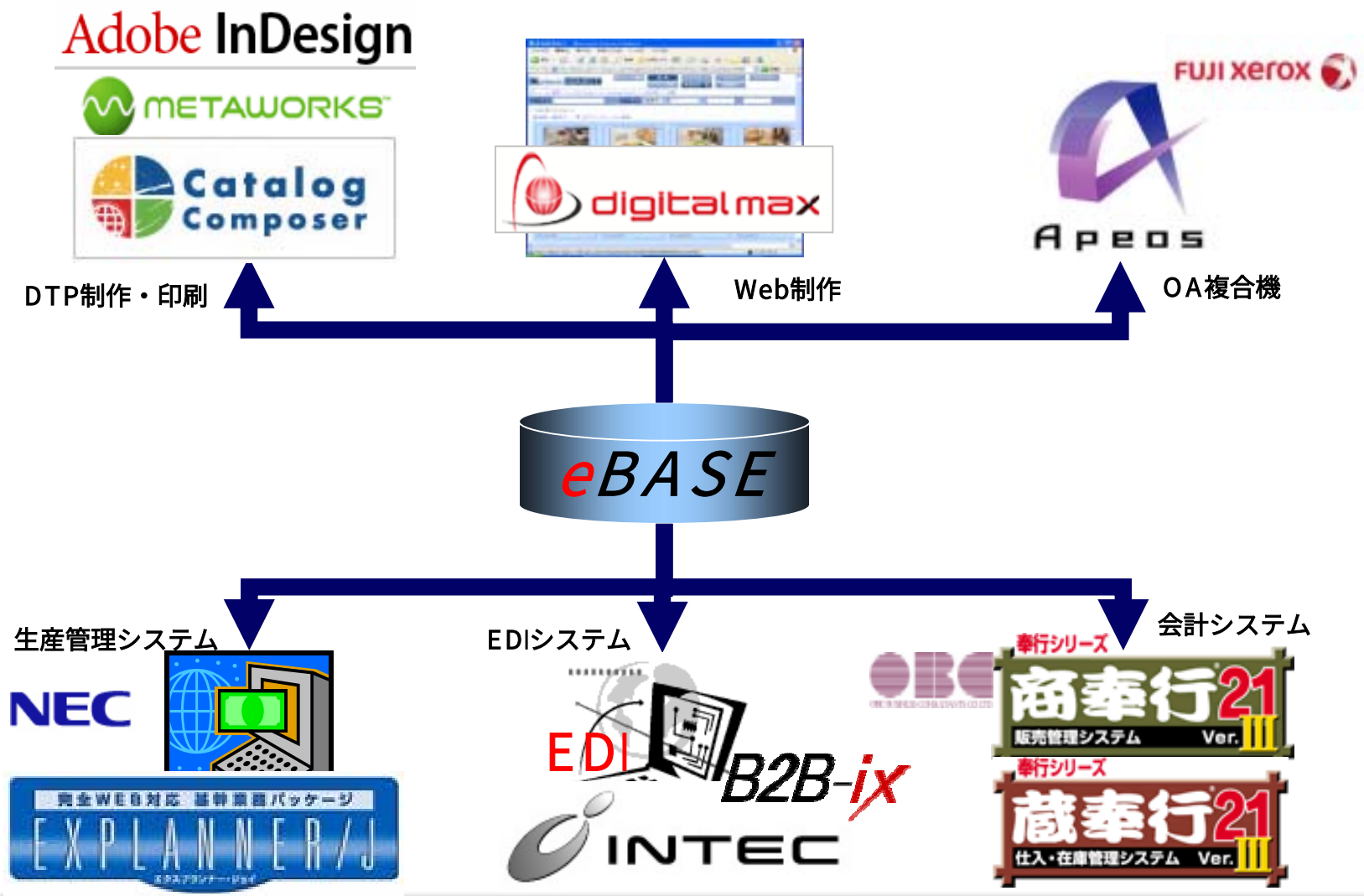
現ビジネスモデルの海外展開

中国語版eBASEで中国展開、そして英語版で米国展開



eBASEと他社ソリューション連携

ソリューション連携により、協業パートナーシップ強化



売上２０億円、経常利益１０億円を目指した中期戦略マップ

アプリケーション展開

・ミドルウェアビジネス
内部統制、証憑管理
契約書管理、資産管理
名刺管理

・ネットビジネス
レシピあ～ん
BioProfile.net

海外展開

中国市場
?億円
中シェア目標

米国市場
低シェア目標

日雑業界
2億円

環境情報交換
2億円

高シェア目標

EDI用商品情報交換
1億円

加工食品業界
12億円

生鮮食品業界
2億円

EDI市場
1億円

eBASE　商品情報交換プラットホームを業界展開

業務展開

企業内他システムと商品マスター連係

入出力連携　基幹系システム連携　カタログ、等のメディア

FUJI XEROX　NEC　INTEC　OBC　TOPPAN

用　語　説　明

- ASP：Application Service Provider

  ビジネス用のアプリケーションソフトをインターネットを通じて顧客にレンタルする事業者のこと。

- CRM：Customer Relationship Management〔顧客関係管理〕

  情報システムを応用して企業が顧客と長期的な関係を築く手法のこと。

- EC：Electronic Commerce〔電子商取引〕

  インターネットなどのネットワークを利用して、契約や決済などを行なう取引形態。

- EDI：Electronic Data Interchange〔電子データ交換〕

  取引に関する情報を標準的な書式に統一して、企業間で電子的に交換する仕組。

- POP：Point Of Purchase〔購買時点〕

  商品情報のポイントと商品価値等の必要情報を顧客にダイレクトにPR(広告)するもの。

- SCM：Supply Chain Management〔供給連鎖管理〕

  取引先との間の受発注、資材の調達から在庫管理、製品の配送まで総合管理するコスト低減手法。

- XML：eXtensible Markup Language〔拡張マークアップ言語〕

  文書やデータの意味や構造を記述するためのマークアップ言語

eBASE

本資料お取扱い上の注意点

本資料は決算説明及び当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。

本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることがあることをご承知おきください。

IRに関するお問合せ
管理部　　06-6486-3955
management@ebase.co.jp