



BEENOS



**2016年9月期 通期
決算説明資料**



決算の概要



中期ビジョン



事業別レビュー・戦略



2017年9月期 通期業績予想

参考資料



連結子会社:(株)デファクトスタンダード

東証マザーズ上場

(2016年8月31日)

信用度・認知度の向上とともに、
運転資金を調達し財務基盤を強固にすることで更なる収益成長と
企業価値の向上を図る。



東証第一部上場

(2016年10月7日)

企業規模の拡大、企業価値の向上を目指し、
投資家層の裾野を広げる。



1

通期決算の概要

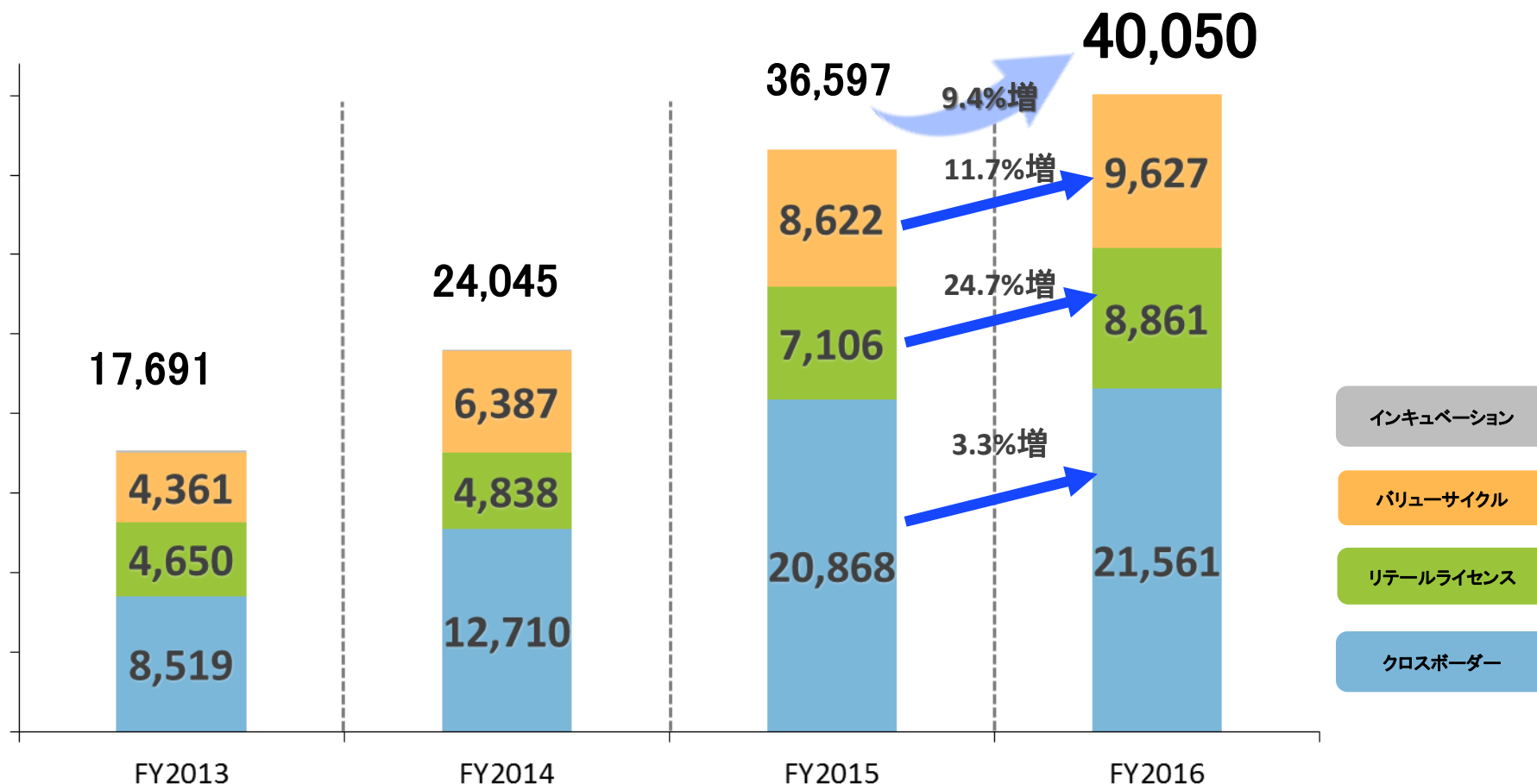
2015年10月～2016年9月

代表取締役副社長 兼 グループCFO
中村 浩二

【流通総額の推移】

(単位: 百万円)

■ 流通総額の増加トレンドが鈍化しているが、円高の影響による商品単価の低下が要因



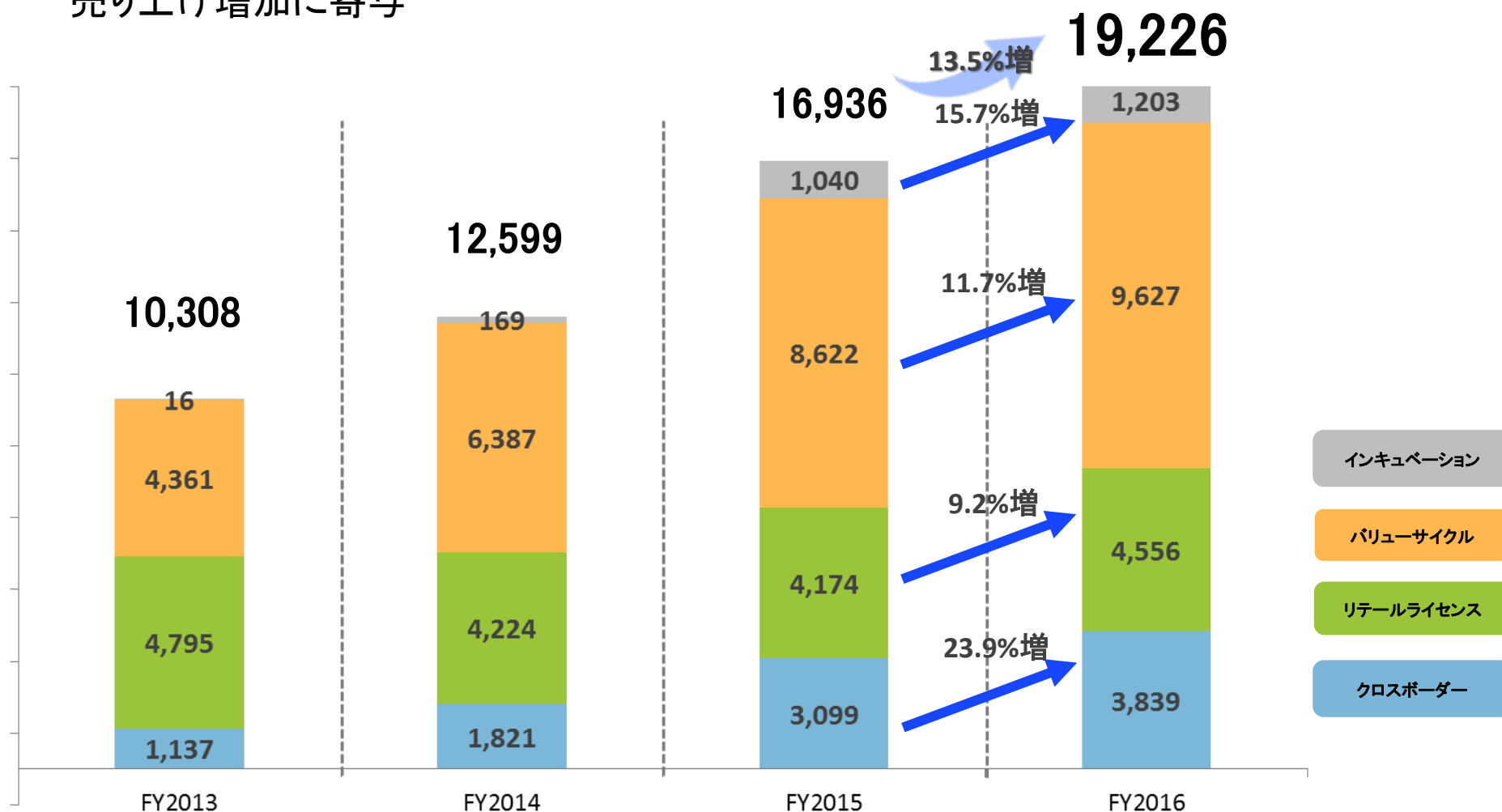
※グループ各社のインターネット経由の商品等の流通額を合算した金額です。

商品代金を売上高に計上している事業については「売上高」を流通額として、手数料のみを売上高に計上している事業については、「商品代金・送料・手数料・消費税」を流通額として取扱い合算した金額を流通総額としております。

【売上高の推移】

(単位: 百万円)

■ 流通総額の伸び悩みはあったものの手数料の見直しや新たなサービスの追加によって売り上げ増加に寄与

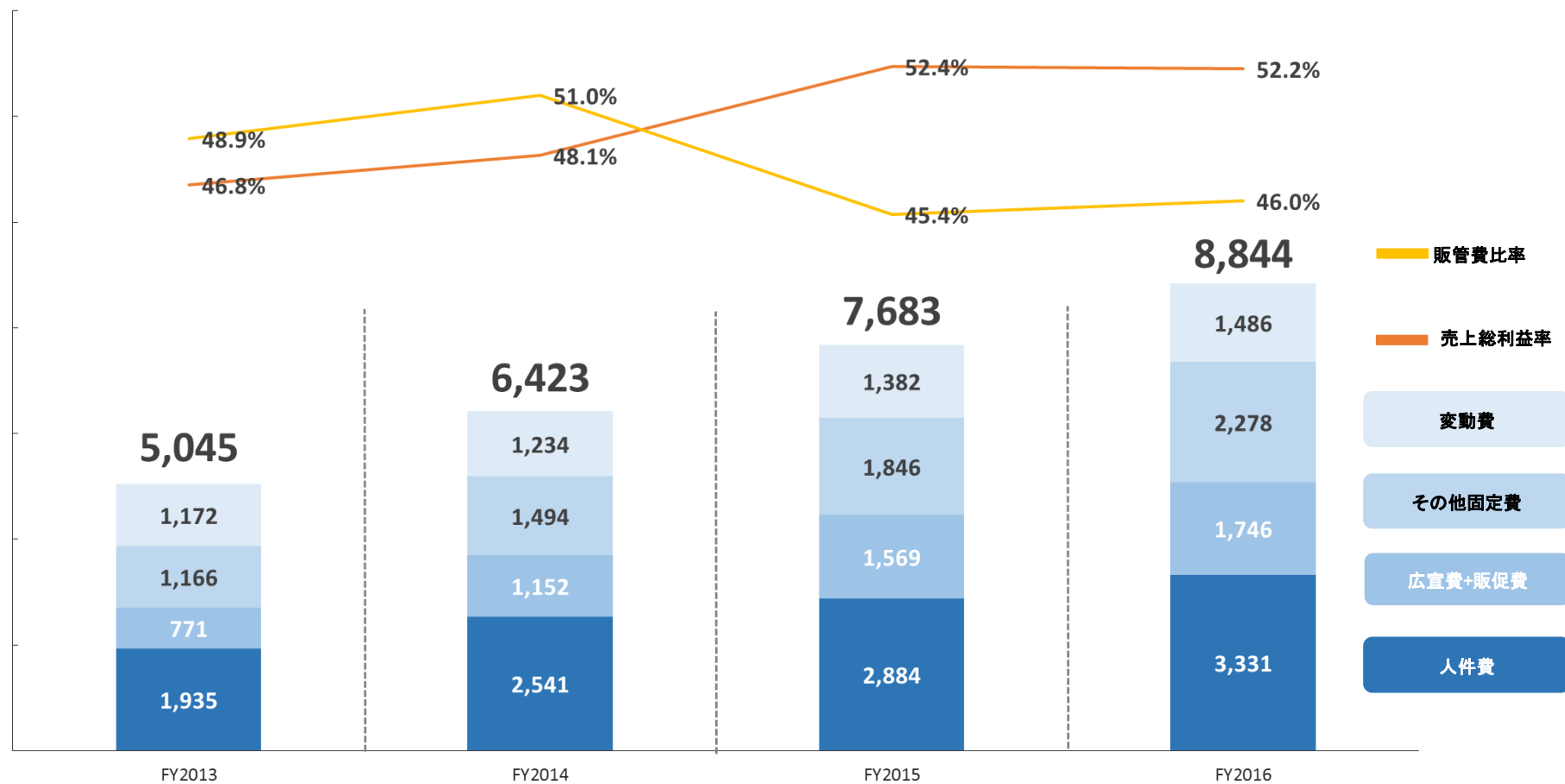


※インキュベーション事業において為替換算による売上高マイナス計上がFY2016/2Qに4百万円含まれております。

【売上総利益率と販管費の推移】

(単位: 百万円)

■ エンジニアを中心として人員増強をはかったため人件費が増加

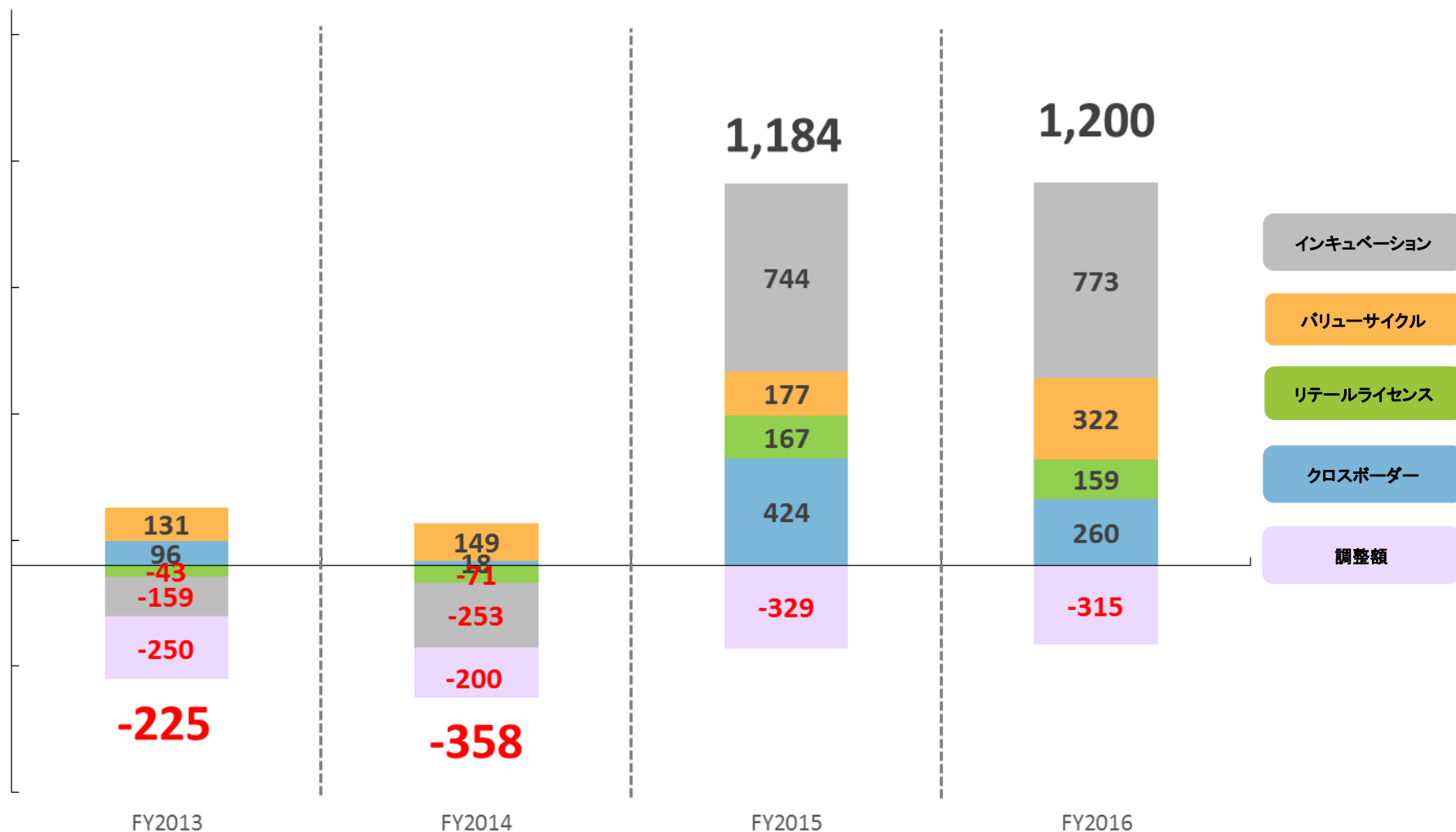


※賞与は人件費ではなくその他固定費に含まれております。

【営業利益の推移】

(単位: 百万円)

■ 過去最高益達成



※調整額にはセグメント間取引の消去、各報告セグメントに分配していない全社収益及び全社費用が含まれております。
 全社収益は、主に当社におけるグループ会社からの受取手数料であります。
 全社費用は、主に当社におけるグループ管理に係る費用であります。

連結：資産・負債の概況

単位：百万円	通期/FY2016 9月期末	通期/FY2015 9月期末	前期末比
流動資産	11,787	8,745	3,041
現預金	6,307	3,276	3,030
売掛金	914	1,006	△91
営業投資有価証券	1,605	1,663	△58
商品	1,187	1,111	75
固定資産	1,308	1,273	34
有形固定資産	211	220	△8
無形固定資産	179	126	53
投資等	916	926	△10
流動負債	4,830	4,183	646
買掛金	395	398	△3
短期借入金	914	909	5
1年以内返済予定長期 借入金	20	10	10
固定負債	238	155	83
純資産	8,025	5,679	2,346
総資産	13,095	10,019	3,076

バリューサイクル部門公募増資により増加

約5.6億円新規投資

※ 主要な科目のみ表示しております。



1

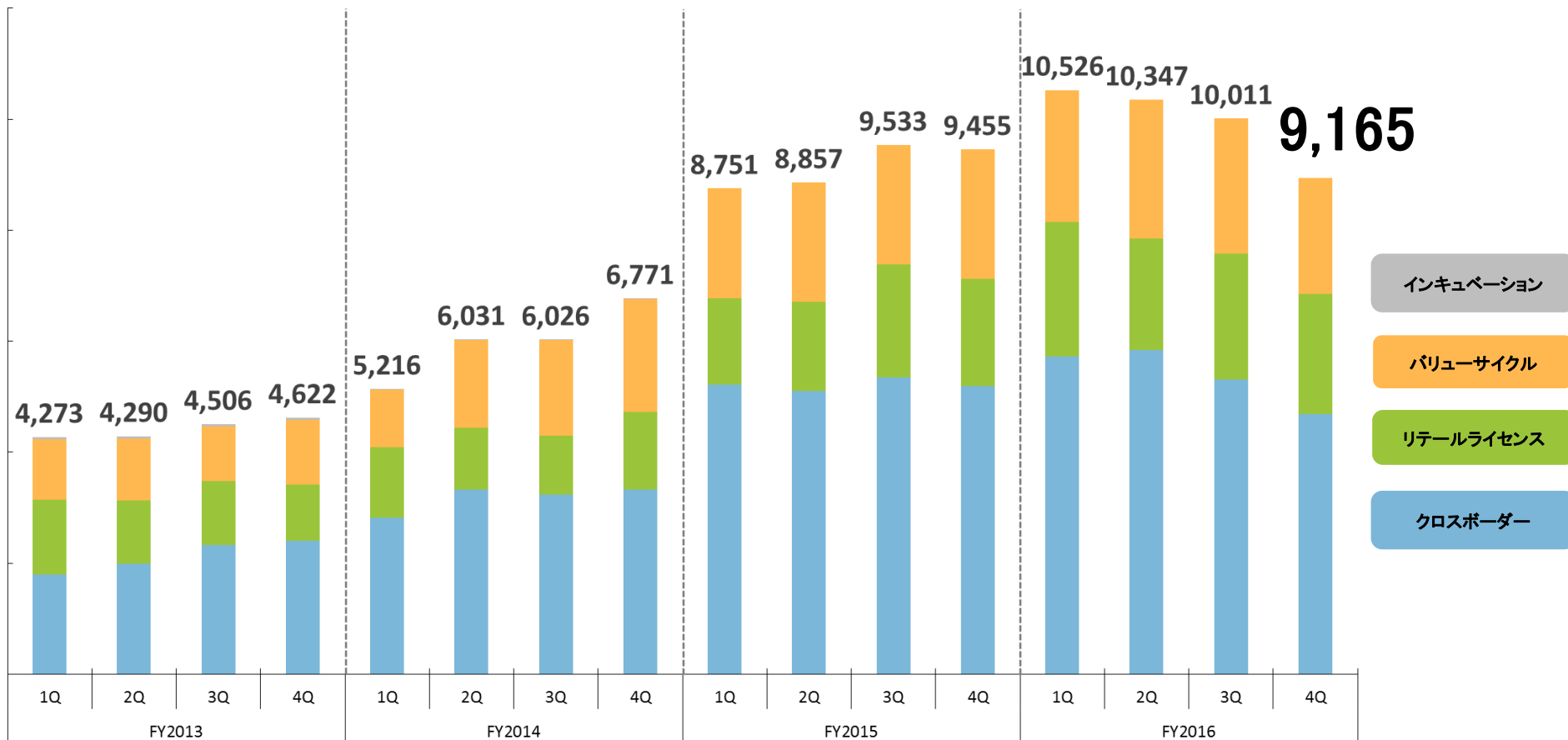
第4四半期決算の概要

2016年7月～2016年9月

【流通総額の推移】

(単位: 百万円)

■円高の進展による商品単価の低下によって減少



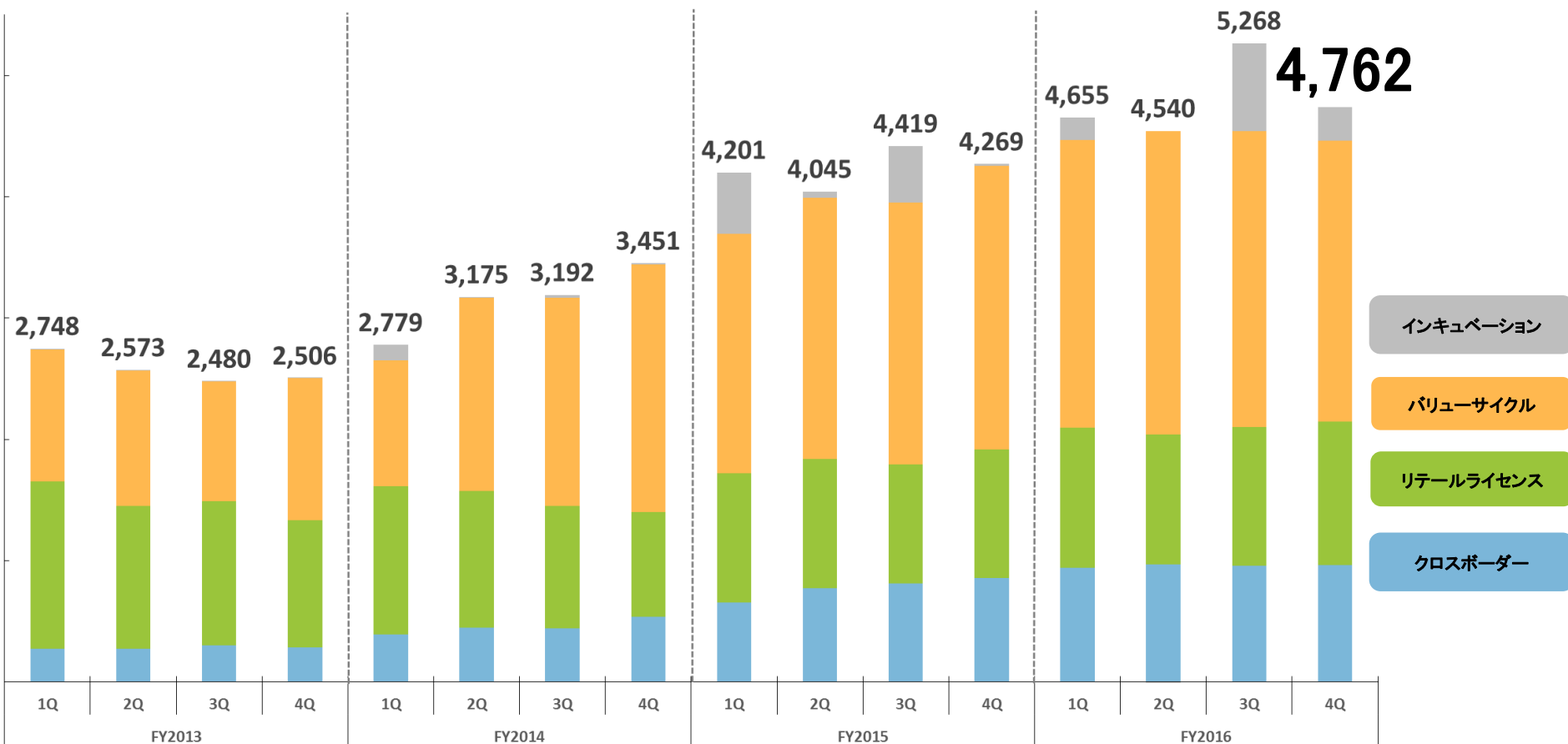
※グループ各社のインターネット経由の商品等の流通額を合算した金額です。

商品代金を売上高に計上している事業については「売上高」を流通額として、手数料のみを売上高に計上している事業については、「商品代金・送料・手数料・消費税」を流通額として取扱い合算した金額を流通総額としております。

【売上高の推移】

(単位: 百万円)

■ 営業投資有価証券の売却減少分減収

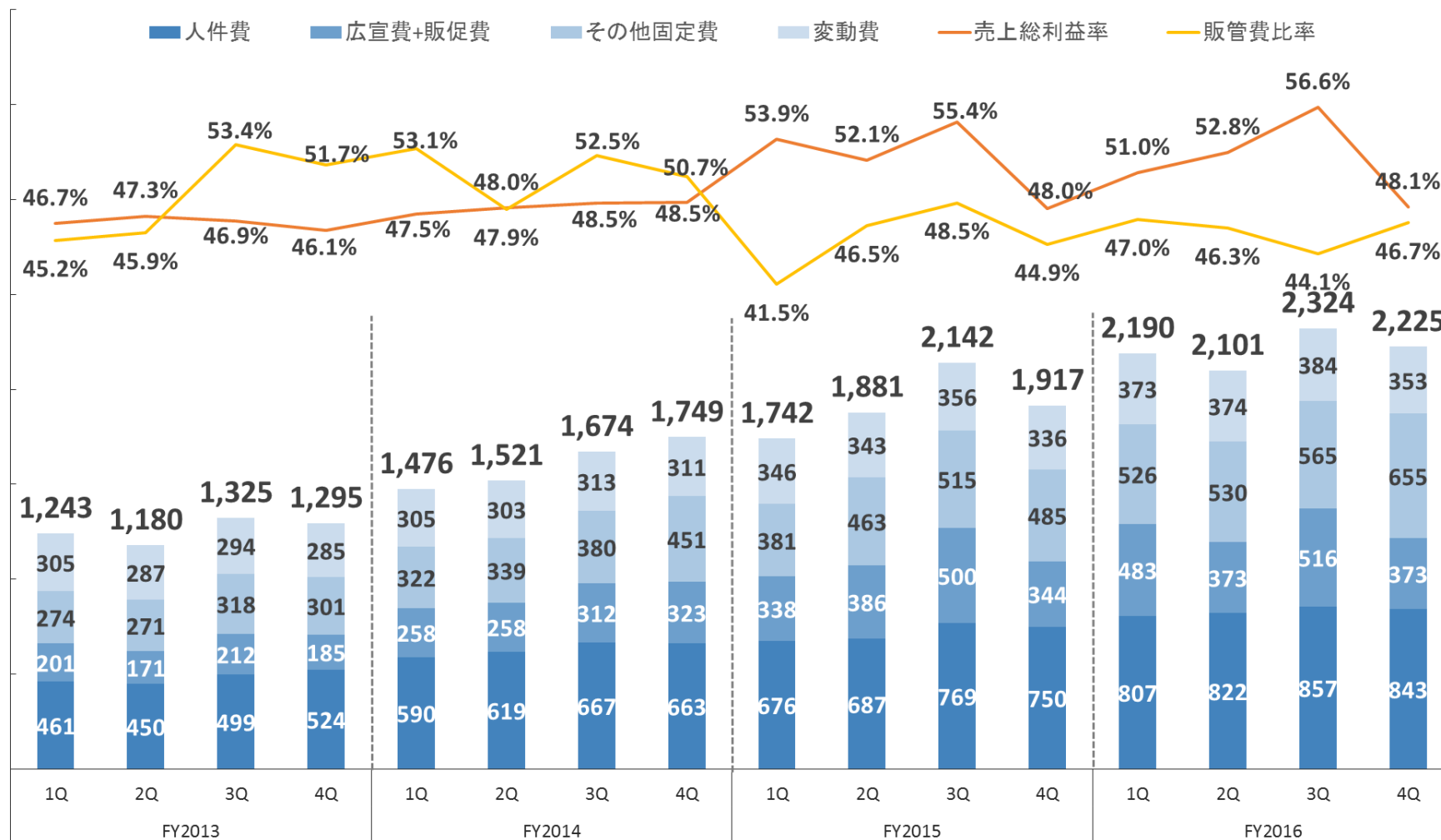


※インキュベーション事業において為替換算による売上高マイナス計上がFY2016/2Qに4百万円含まれております。

【売上総利益率と販管費の推移】

(単位: 百万円)

■ 人件費の増加は一服、広告宣伝費も抑制

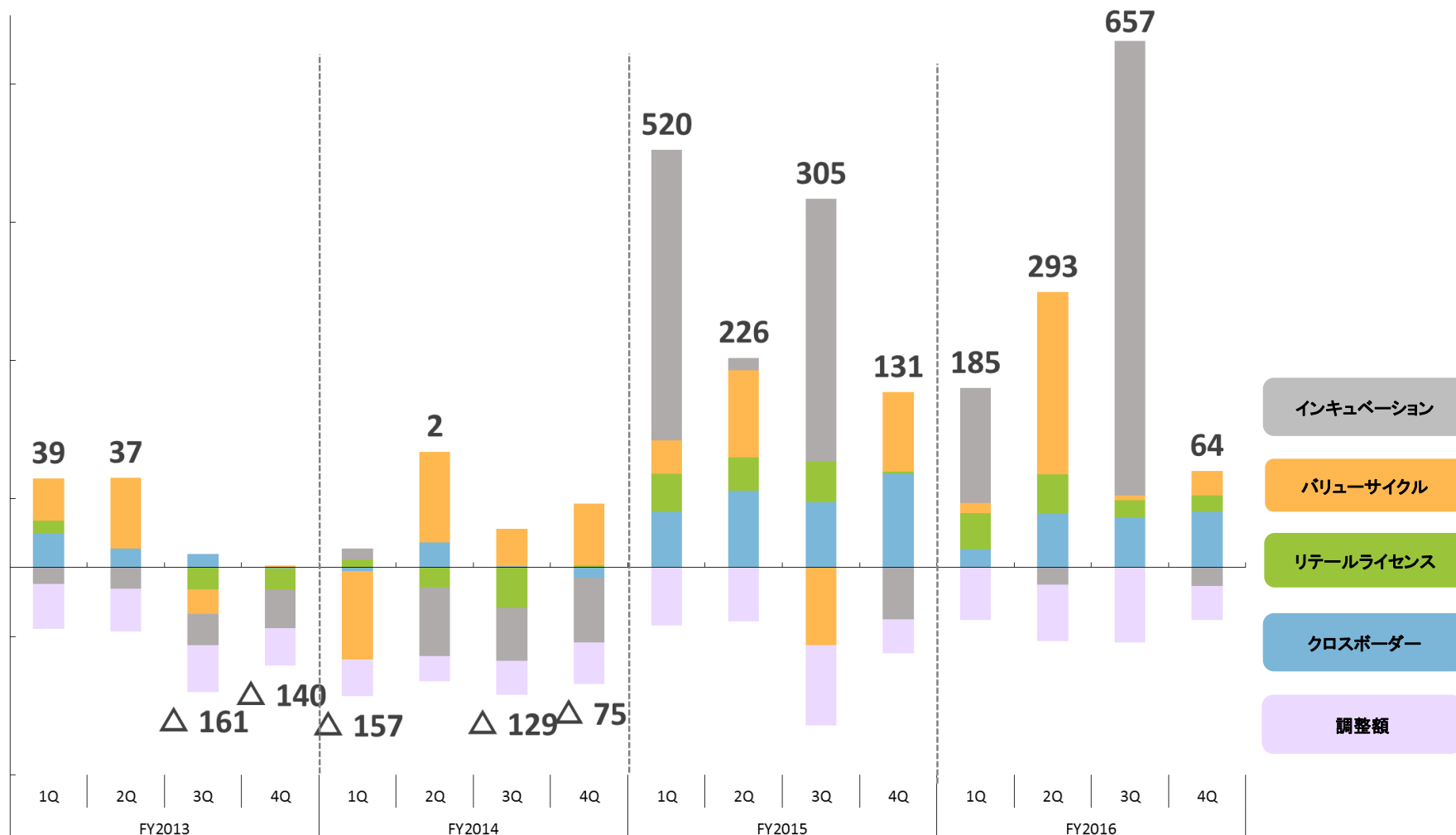


※賞与は人件費ではなくその他固定費に含まれております。

【営業利益の推移】

(単位: 百万円)

■ 営業投資有価証券売却の有無によって四半期ごとの利益はバラつきあり



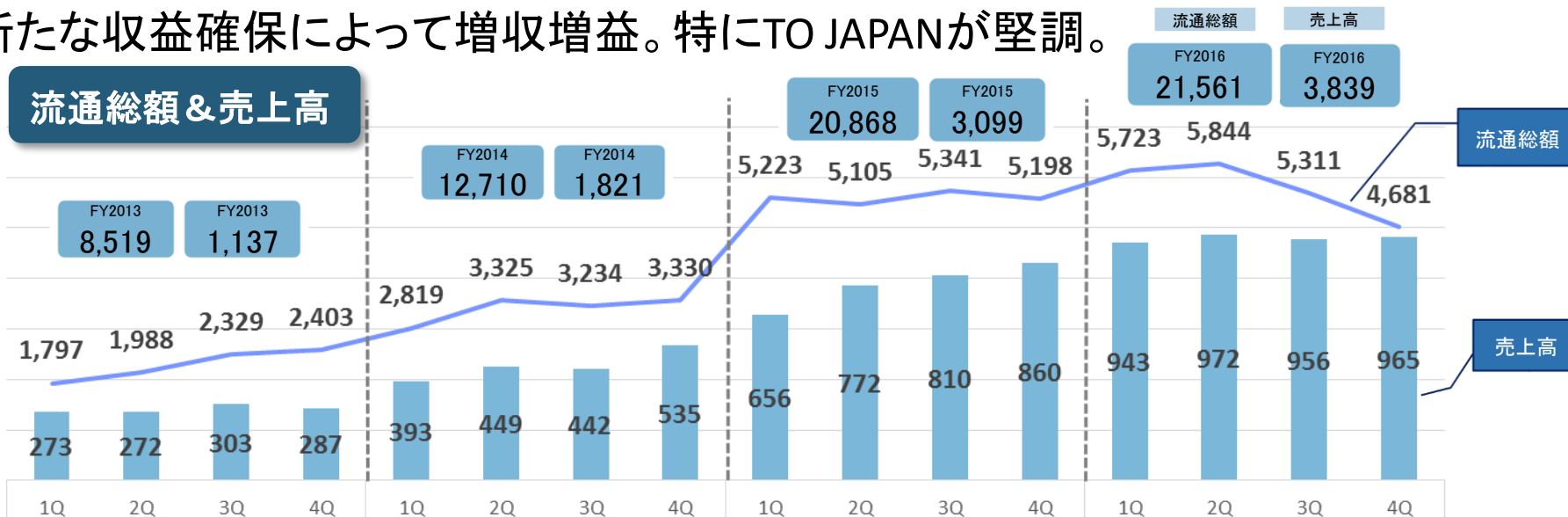
※調整額にはセグメント間取引の消去、各報告セグメントに分配していない全社収益及び全社費用が含まれております。
 全社収益は、主に当社におけるグループ会社からの受取手数料であります。
 全社費用は、主に当社におけるグループ管理に係る費用であります。

クロスボーダー部門の業績推移

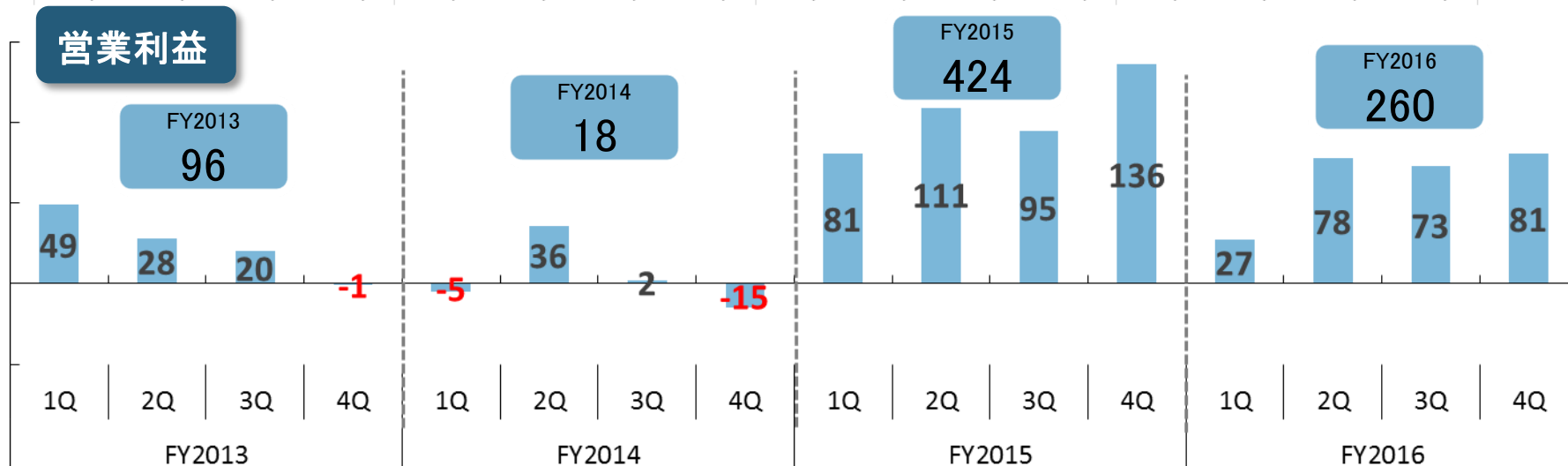
(単位: 百万円)

■円高の進展によって3Q以降流通総額が減少したが、手数料体系の見直しや新たな収益確保によって増収増益。特にTO JAPANが堅調。

流通総額 & 売上高



営業利益

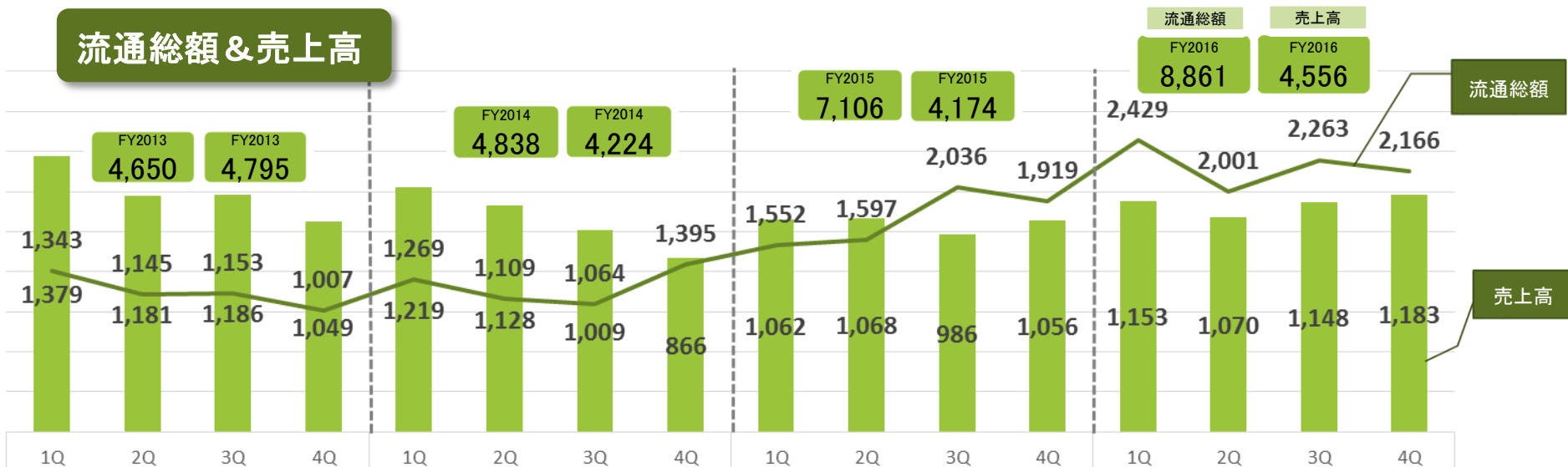


リテール・ライセンス部門の業績推移

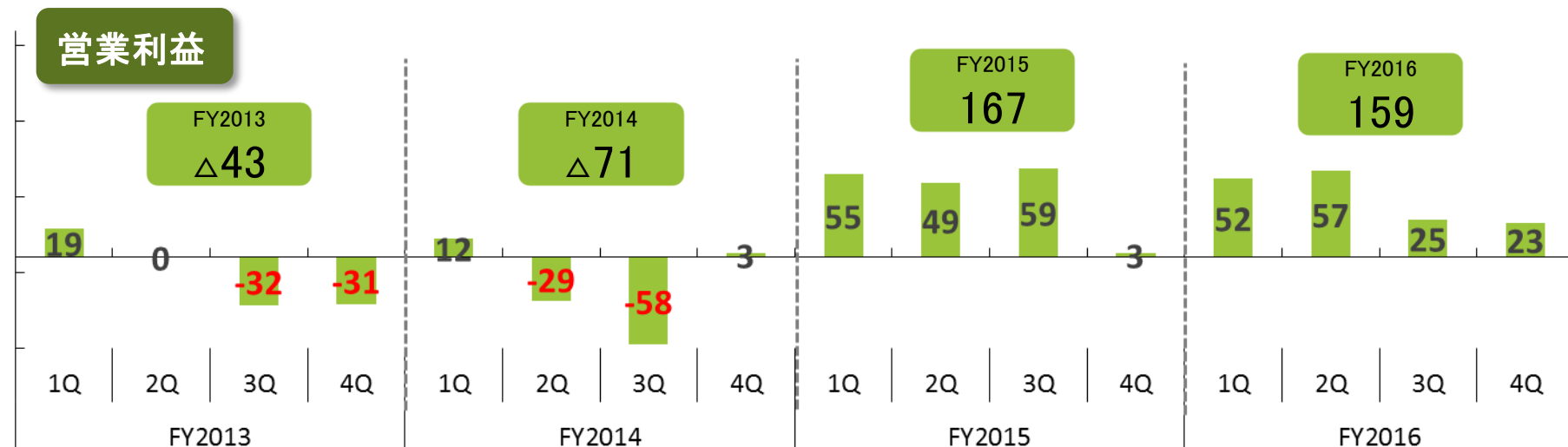
(単位: 百万円)

■ ネットショッピング事業のプロモーションコスト増が継続し営利横ばい

流通総額 & 売上高



営業利益

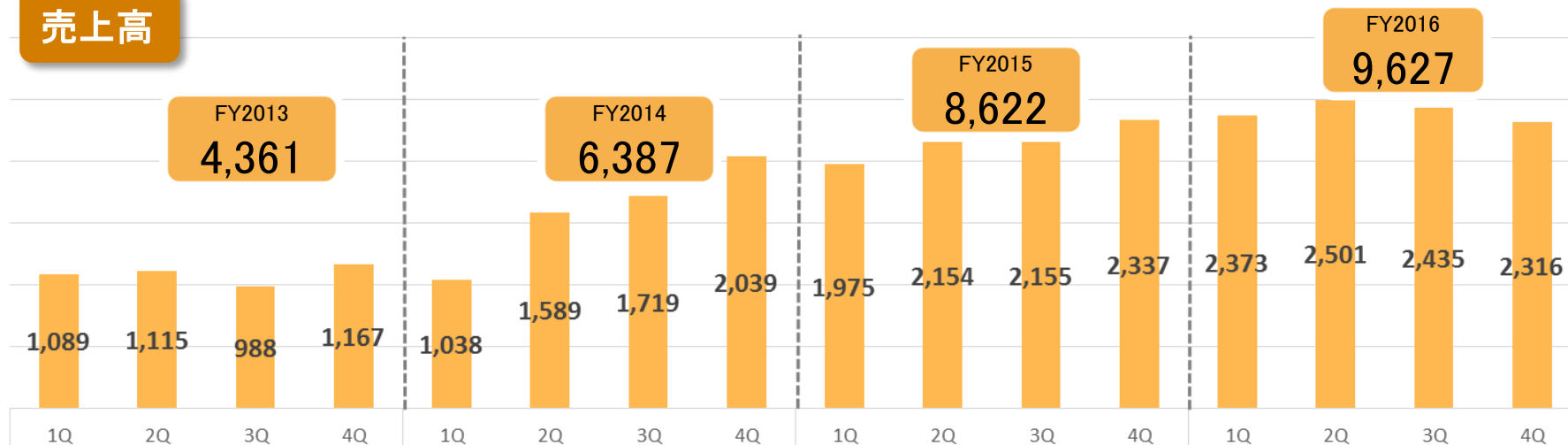


バリューサイクル部門の業績推移

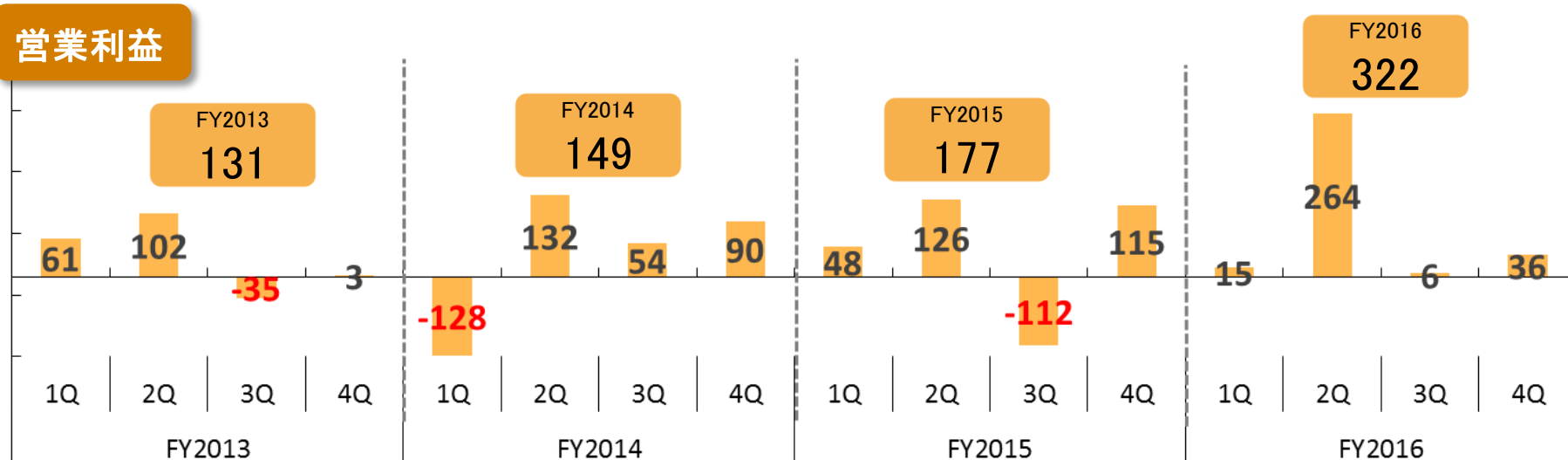
(単位: 百万円)

■ 来期に向けての買取増加施策に注力

売上高



営業利益

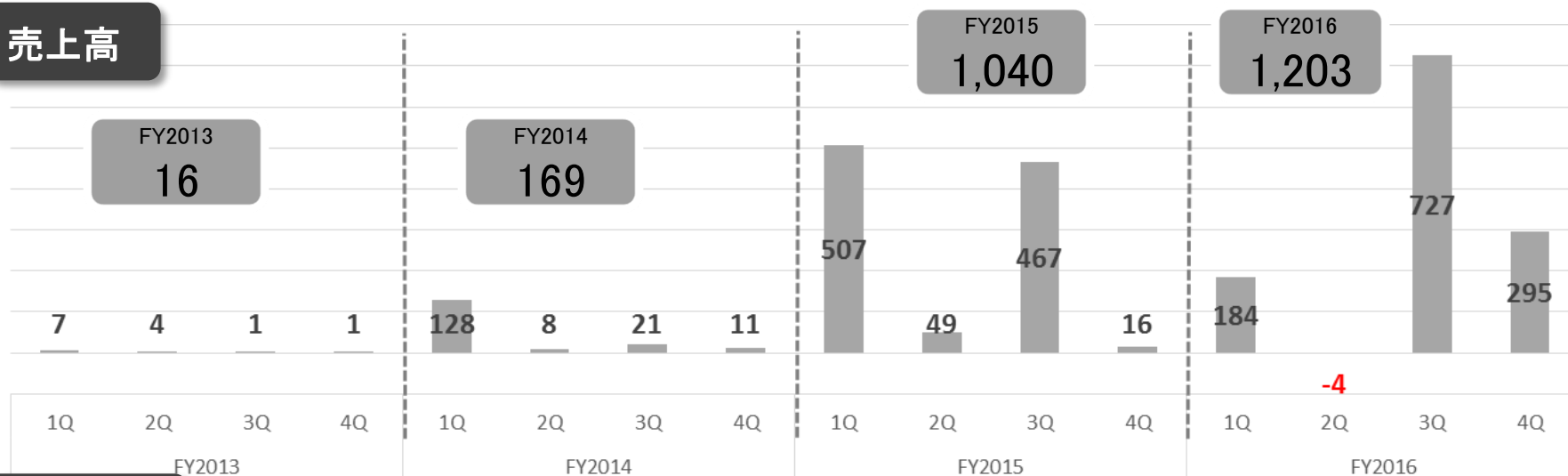


インキュベーション事業の業績推移

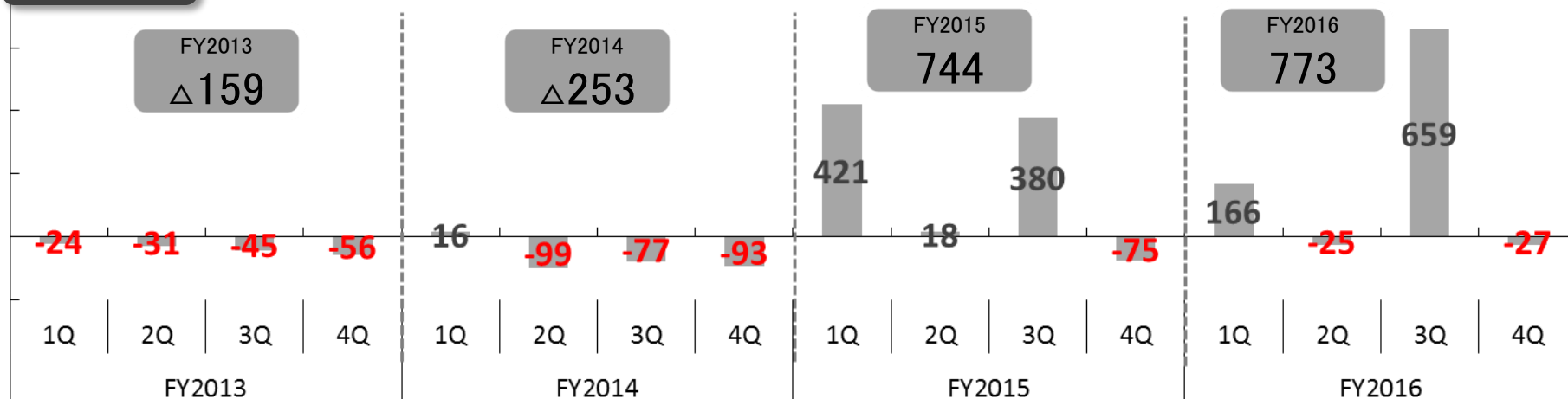
(単位: 百万円)

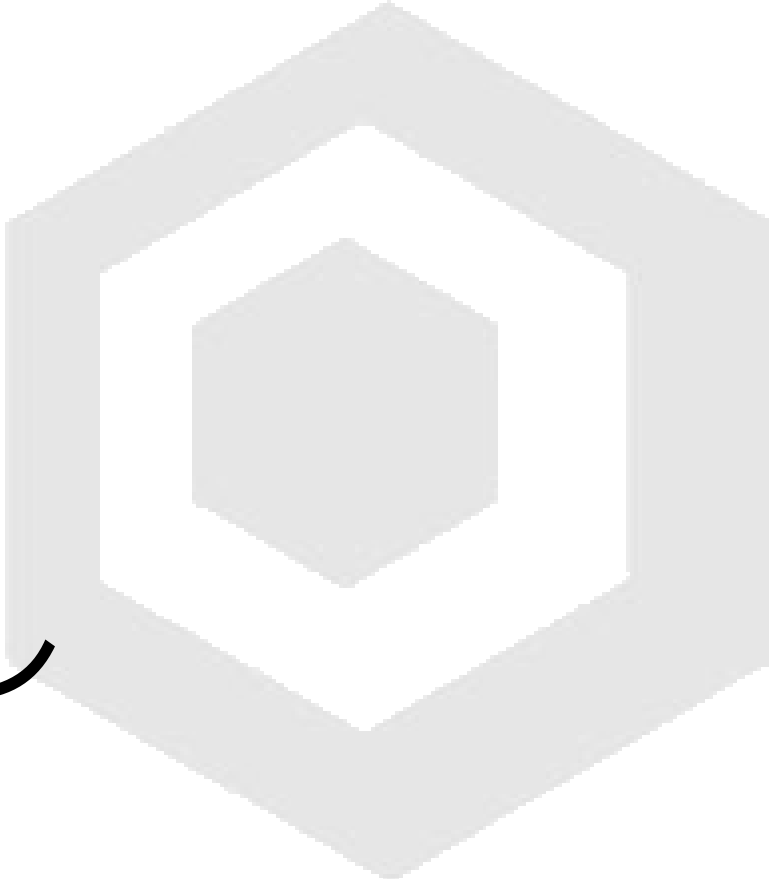
■ 評価損の発生によって営業赤字

売上高



営業利益





2

中期ビジョン

代表取締役社長 兼 グループCEO
直井 聖太

BEENOSグループの概要

Eコマース事業

クロスボーダー部門



tenso(株)

海外転送・代理購入事業



(株)ショップエアライン

グローバルショッピング事業

リテール・ライセンス部門



net price

(株)ネットプライス

ネットショッピング
オリジナル商品開発

monosense

モノセンス(株)

商品プロデュース
ライセンス事業

バリューサイクル部門



(株)デファクトスタンダード

ネット宅配買取事業

インキュベーション事業



BEENOS ASIA PTE. LTD.

投資育成事業(主に新興国)



(株) BEENOS Partners

投資育成事業(主に米国)



BEENOS Plaza Pte. Ltd.

投資育成事業(主にインドネシア)

※持分法適用会社



(株)Open Network Lab

投資育成事業(主に日本国内)

※持分法適用会社

21世紀前半のテーマ

technology



人口動態



アジアの発展



当社が目指す姿

次世代 総合商社

Neo-General trading company

当社が定義する「総合商社」

総合商社は……

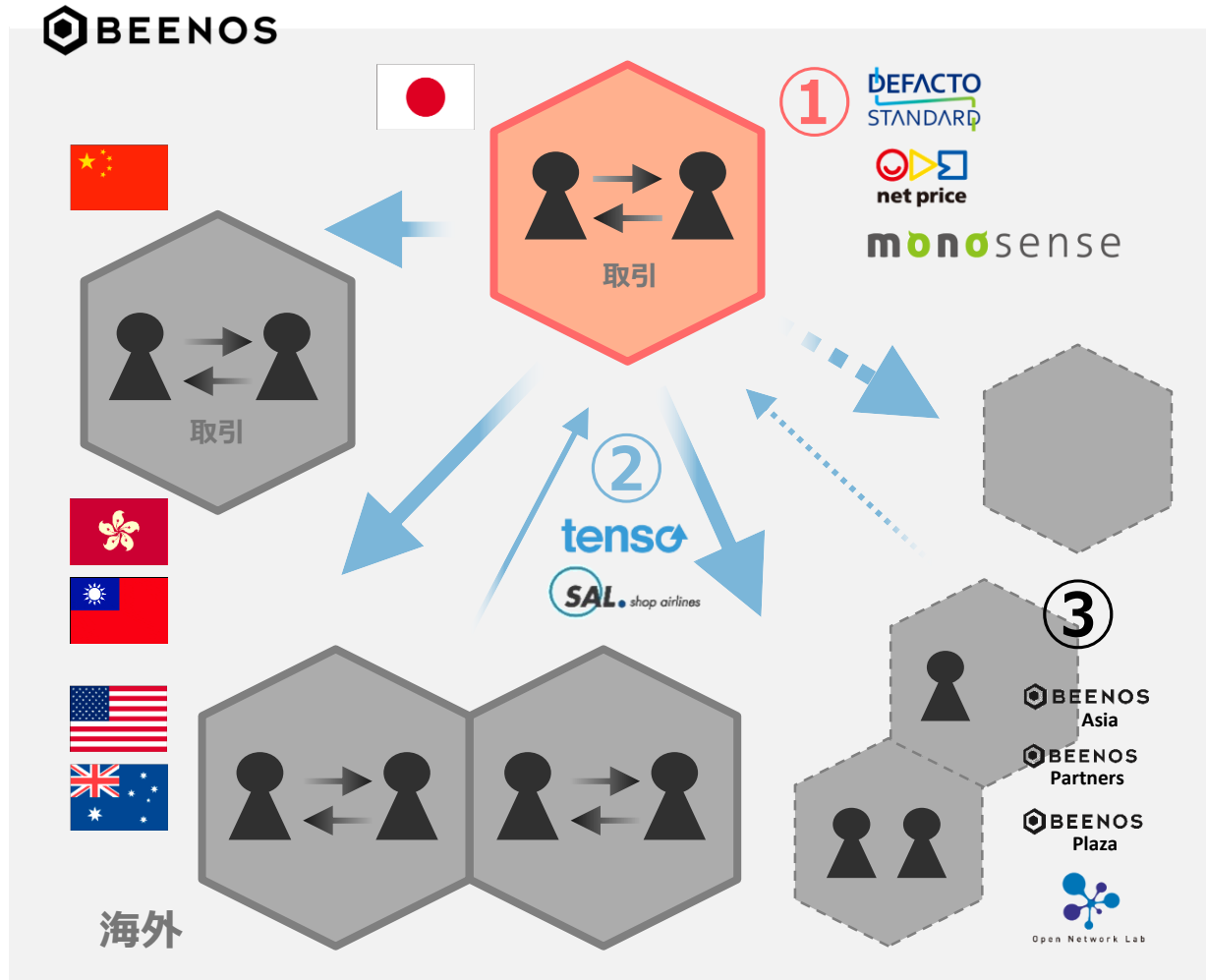
国内外の「言葉の壁」、「物価や為替の壁」、「輸入リスクや物流の壁」をビジネスチャンスとしていち早く目をつけ、流通を拡大することで自らを発展させ、新たな市場を造り、日本の産業の発展に貢献。

私たちが目指す『次世代総合商社』

BEENOSグループは、
ITテクノロジーを駆使して世界中の国と国を繋げ、
ビジネスを創り、新しい市場を創造する。
日本と世界を繋ぎ、その発展に貢献する

「次世代総合商社」を目指す。

BEENOSグループが目指す姿



① 国内のコンテンツ・流通市場を

もりあげる

バリューサイクル部門
リテール・ライセンス部門

② 世界の流通市場に

つなげる

クロスボーダー部門

③ 世界の流通市場を

広げる

インキュベーション事業

中長期の重点施策

BEENOSに商材やコンテンツを預ければ、世界中での展開が可能に

① 国内の流通市場をもりあげる

- 国内流通ネットワークの強化
- 有力コンテンツの発掘・連携
- 有力コンテンツの国内EC強化
- PR、商品企画・開発力の強化

② 世界の流通市場につなげる

- 国内での提携パートナーの拡充
- 国外でのPR力の強化
- ビッグデータを活用した流行の「兆し」をいち早くキャッチするシステムの確立
- 投資先を含めたプラットフォームとの連携強化

③ 世界の流通市場を拡げる

- 「ネクストチャイナ」のマーケットプレイスへの投資・育成
- バーチカルなマーケットプレイスへの投資・育成
- 国内外の商品を連携

BEENOSグループの強み

Global commerceのリーディングカンパニーとして3つの強み



①経験値

- 国内Eコマース事業における
17年間のノウハウ
- クロスボーダー流通額
215億円
- グローバル人材
12カ国の従業員

②ネットワーク

- 国内サプライヤーネットワーク
2,600以上
- 提携ECサイトネットワーク
1,400社以上
- 海外投資先ネットワーク、各国上位の
マーケットプレイスへの投資

③データの蓄積

- 世界の「どこ」で「何」が「誰」に
購入されたかを蓄積した
ビッグデータ

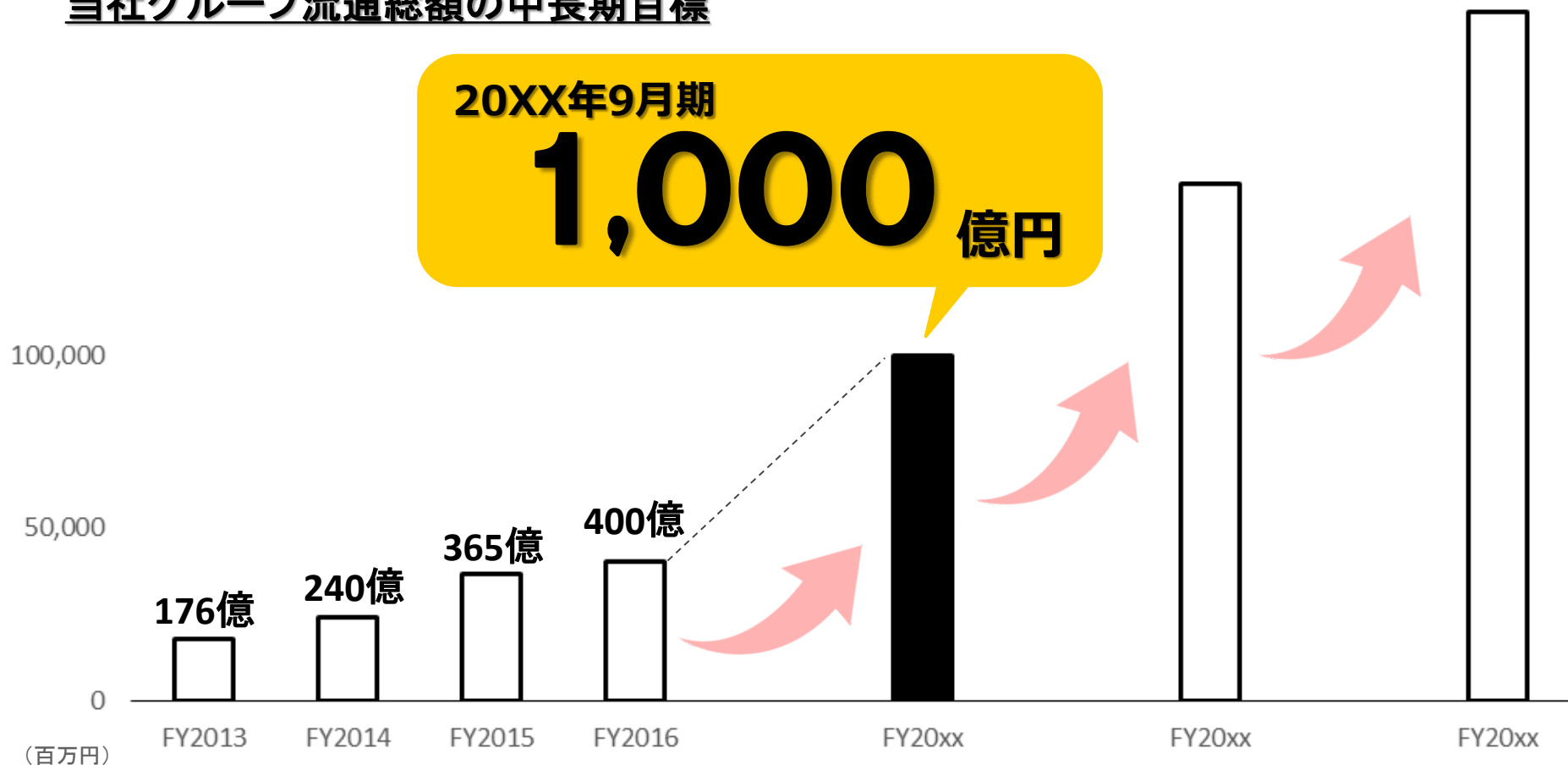
IT技術

- パーソナライズ ● 機械学習 ● ディープラーニング ● AI技術 ● ビッグデータ解析 ● レコメンデーションエンジン
- コマースに適した翻訳機能、ラーニングと辞書の蓄積

中期の目標

「事業創造」から「市場創造」へ

当社グループ流通総額の中長期目標



3

2017年9月期の 事業別レビュー・戦略

ECOMMERCE BUSINESS (CROSS-BORDER DEPARTMENT)



海外転送・代理購入事業

FROM JAPAN



グローバルショッピング事業

TO JAPAN

◆為替の変動

2015年9月期 平均レート 119.8円

2016年9月期 平均レート 111.4円

◆国際スピード郵便の利用が減少傾向

2016年度8月単月 21.7%減※

※2016年9月 日本郵便株式会社 発行「2016 年度 8 月期引受郵便物等物数」による

クロスボーダー部門



海外転送・代理購入事業で単価が下落し流通総額が減少

➡ 「IN」と「OUT」との双方国のビジネス展開によりリスク分散

急激な円高の影響を受けつつも 流通総額・売上高は過去最高

為替の変動が更に激しい四半期であったが、
“IN (TO JAPAN)”・“OUT (FROM JAPAN)”双方向の
事業展開をしている事により
クロスボーダー事業全体でリスクを分散

物流



- ・台湾ファミリーマート・セブンイレブンとのサービス連携
- ・香港での新物流サービスの追加

決済



- ・Buyee、転送コム両サービスにて他通貨決済対応開始

サービス



- ・手数料改定・補償サービス開始
- ・台湾支店 設立

提携



- ・提携ECサイト、620サイト増加
- ・eBayとポンパレモールとの3社業務連携

中長期の重点施策

② 世界の流通市場につなげる

- 国内での提携パートナーの拡充
- 国外でのPR力の強化
- ビッグデータを活用した流行の「兆し」をいち早くキャッチするシステムの確立
- 投資先を含めたプラットフォームとの連携強化



17年9月期の注力ポイント

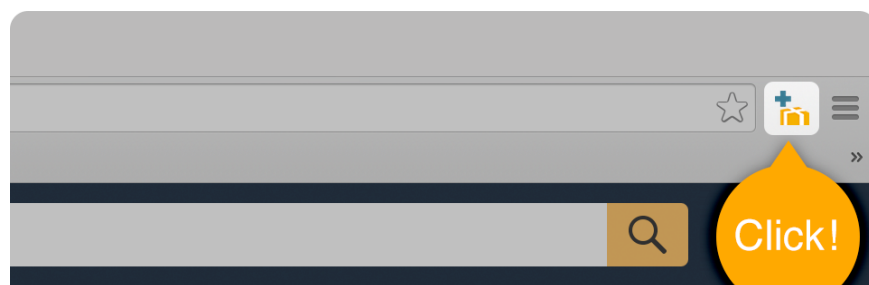
◆国内での提携パートナーの拡充

→Buyeeでの提携ECサイトの拡大

◆国外でのPR力の強化

→リアル店舗含め海外小売との連携

閲覧しているサイトの商品をBuyeeのカートに投入し、 注文ができるブラウジングツール



- ◆年内に30サイトの導入を予定
- ◆スマホアプリもリリース予定

「Add to Buyee」は
国内ECサイトと連携がしやすく、
海外ユーザーのユーザビリティも高い

	転送コム	Add to Buyee	Buyee
連携の手間 (国内ECサイト側)	◎	◎	△
対応サイト数	◎	○	△
決済	ECに依存	Buyeeで解決	Buyeeで解決
購入導線	×	○	◎
多言語検索	×	×	△
商品ページ言語	×	×	△
SEO	×	×	○

物流



- ・内製化したアメリカ倉庫を本格始動

決済



- ・国際送料(2次決済)のクレジットカード決済を可能に
(従来は着払い)

サービス



- ・顧客価値最大化のためのパーソナライズ化
- ・為替を意識せず購入することができるショッピング機能強化

提携



- ・プロトコレーションと業務連携し、
バイクパーツに特化したスマホアプリに約1,500万点を出品

中長期の重点施策

② 世界の流通市場につなげる

- 国内での提携パートナーの拡充
- 国外でのPR力の強化
- ビッグデータを活用した流行の「兆し」をいち早くキャッチするシステムの確立
- 投資先を含めたプラットフォームとの連携強化



17年9月期の注力ポイント

◆ 適確な商品情報をユーザーに提供

→ 独自開発したレコメンデーション、パーソナライズ機能を活用

◆ 国内ユーザーへの効率的なプロモーションの実現

→ クロスボーダーのトレンドや兆しを検知出来る仕組みを構築

◆ 流通の拡大

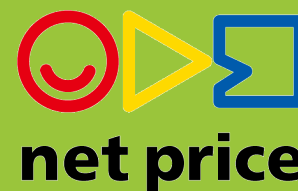
→ 提携パートナーを拡大・連携強化

Eコマース事業（リテール・ライセンス部門）

monosense

商品プロデュース・ライセンス事業

COOL JAPAN



ネットショッピング事業

Commerce in JAPAN

流通総額 過去最高

商品プロデュース・ライセンス事業が牽引

商品プロデュース・ライセンス事業「モノセンス」のハイライト

コラボ商品実績



コンテンツ収益最大化の仕組みを作る

これまで培ってきたノウハウを活かし、状況やご要望にあわせたプラン構築

海外対応

商品卸、ライセンスアウト、
ECの海外展開

ECの構築・運営

コンテンツのECを運営し、
売上向上の戦略を構築、
配送からCSも対応可能

WEB

検索・導線の最適化、
SNSなどを用いた
プロモーションの実施

店舗・催事

全国、複数店舗で展開

コンテンツホルダー

モノセンス

コンテンツ

ライセンス管理

ライセンスアウトを含む
証紙発行業務等によるライセンス管理

商品企画・開発

複数のメーカーネットワークから、
商品を企画・開発

認知拡大・ブランディング

コンテンツのブランディング戦略を
構築・実施、及び認知拡大を図るPR活
動の展開

その他

在庫管理、倉庫管理、
製造サポート

流通展開

戦略に沿った流通網に展開できる
ネットワーク力と商品企画力を提供

2017年9月期の注力ポイント

中長期の重点施策

① 国内の流通市場を盛りあげる

- 国内流通ネットワークの強化
- 有力コンテンツの発掘・連携
- 有力コンテンツの国内EC強化
- PR、商品企画・開発力の強化



17年9月期の注力ポイント

◆国内流通ネットワークの強化

→流通担当の増員等、体制の強化

◆業務の効率化、システム化

→バックエンド体制の再構築

◆流通強化に向けた有力コンテンツ獲得

ファッション・美容関連のオリジナル商品の販売強化により粗利率が向上

オリジナル商品例

薬用PCリペアゲルエンリッチ



3年連続モンドセレクション
最高金賞受賞



商品粗利率の推移



ユーザビリティ向上を目的とした、サイトリニューアル

- ・各種特集や商品詳細ページへのナビゲーション変更
- ・パーソナライズ化による、顧客に合わせた商品・特集・企画の出し分け
- ・バイヤーを前面に打ち出し、安心感や親近感を演出

⇒他ページへの遷移率が上昇、ページ内離脱率の低下

ネットプライスの2017年9月期の注力ポイント

中長期の重点施策

① 国内の流通市場をもりあげる

- 国内流通ネットワークの強化
- 有力コンテンツの発掘・連携
- 有力コンテンツの国内EC強化
- PR、商品企画・開発力の強化



17年9月期の注力ポイント

◆サプライヤーネットワーク等を活かした 独自性の高い商品ラインナップ

→オリジナル商品の開発、日本未発売品・日本未参入メーカー品の直接買い付け等
「ここにしかない商品」を拡充

◆17年のEコマースノウハウを活かした新たな施策

→新規顧客向けプロモーションを積極化
→ユーザビリティ向上のための新システムリリース

Eコマース事業（バリューサイクル部門）



ブランド品宅配買取事業



USED in JAPAN

マザーズ市場へ新規上場
年間売上高・営業利益
過去最高

テレビCMにより買取増加

- ①買取
 - ・テレビCMの継続実施
 - ・スマホを軸にサービス改善
 - ・買取アライアンス推進
- ②販売
 - ・販路追加
- ③業務改善
 - ・査定データベースの充実化
 - ・アウトソースの積極対応



インキュベーション事業の概況

インキュベーション事業の概況

今後成長が見込まれる中国以外のアジア新興国への投資を継続



ハイライト① 16年9月期の主な新規投資先と経営実績

◆主な新規投資先



インド初のオンラインC2C不動産マーケットプレイス「ノーブローカー」。
新領域サービスを有望視し、
シリーズBラウンドで投資。当社出資比率1～5%。



インド最大級の在宅健康診断プラットフォーム「ヘルシアン」。
ヘルスケア領域のプラットフォームを有望視し、
シリーズAラウンドで投資。当社出資比率1～5%。

◆インキュベーション事業の実績

売上高 12億3百万円 営業利益 7億7千3百万円

→適切なタイミングで営業投資有価証券の売却を実施
→国内での新規事業へ投資

ハイライト② インドの主な投資先



インド最大手の自動車の
オンラインマーケットプレイス



インド初のスマートフォンアプリ型
価格比較サービス

マーケットプレイス型ECの国内パイオニア。
GIC(シンガポール政府投資公社)などからも
調達したユニコーン。



インド大手のモバイルファッション
マーケットプレイス



インド最大級の中小企業を対象とした
マーケットプレイス



インド初のオンラインC2C
不動産マーケットプレイス



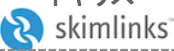
インド初のスマートフォンアプリ型
C2C(個人間取引)マーケットプレイス



インド最大級の
在宅健康診断マーケットプレイス

インド国内でのECエコシステムを形成。

主な投資先の一覧(当社出資比率別) 2016年9月30日時点

	新興国	アメリカ・日本・他
10%以上	トルコ フィリピン  akakçe  paynamics Technologies Inc.	
5～10%	インド ベトナム アフリカ諸国  droom  buyhatke!  Sendo  nearx	日本  CaSy カジー Gift of Happiness  Quan
1～5%	インド  SHOPCLUES.COM  voonik.com  NOBROKER  Healthians Prepare - Prevent - Protect インドネシア トルコ フィリピン  tokopedia  midtrans  iYziCO  ayannah	日本  Qiita
1%未満	インド  KARTROCKET	アメリカ  ANY PERK  kamcord  instacart  REALCROWD  Storefront  Lob イギリス  skimlinks

※ 投資先のメディア掲載をコーポレートサイトにてアップしております。

BEENOSコーポレートサイト「投資先メディア掲載履歴」 <http://beenos.com/news-center/mediacoverage/>

引き続き インドに注目

Eコマース市場の中核となる総合マーケットプレイスのほか、
主要カテゴリーの専門マーケットプレイス企業へも積極投資



2017年9月期 通期業績予想

2017年9月期 業績予想

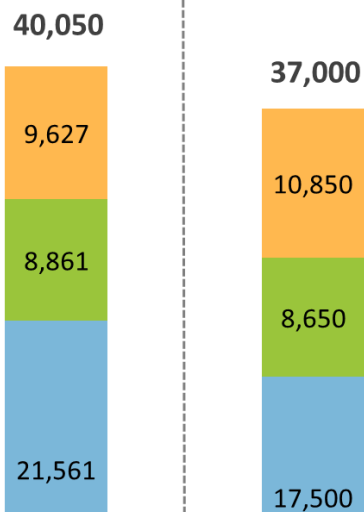
■円高の影響による商品単価の低下によって流通総額は減少を見込むが
増収増益を継続

(百万円)	FY2016	FY2017	
	実績	予想	増減率
流通総額	40,050	37,000	-7.6%
売上高	19,226	20,000	4.0%
営業利益	1,200	1,400	16.6%
経常利益	1,211	1,400	15.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	940	750	-20.3%

2017年9月期セグメント別業績予想

(単位: 百万円)

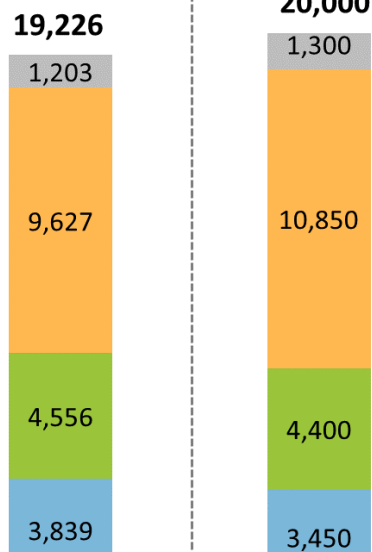
流通総額



実績
FY2016

予想
FY2017

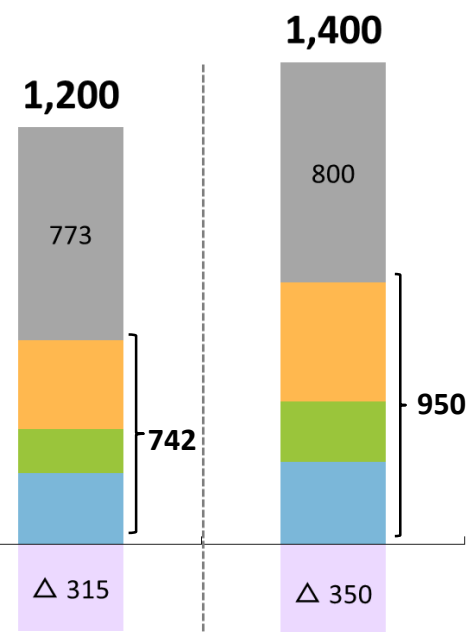
売上高



実績
FY2016

予想
FY2017

営業利益



実績
FY2016

予想
FY2017

インキュベーション

パリューサイクル

リテールライセンス

クロスボーダー

調整額

2016年9月期は期初予想からの増配を決定。
2017年9月期は記念配当を実施予定。

	1株あたり配当金(円)			配当性向
	第2四半期末	期末	合計	
2016年9月期	00円00銭	13円00銭	13円00銭	16.7%
2017年9月期 (予想)	記念配 5円00銭	13円00銭	18円00銭	29.3%

參考資料



クロスボーダー部門の事業モデル

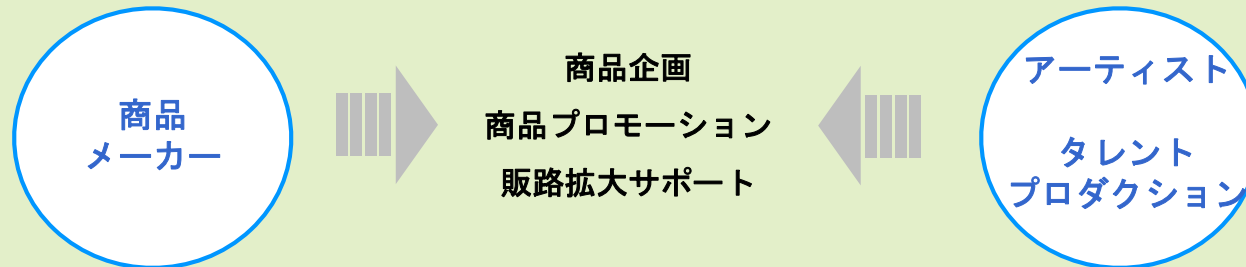


バリューサイクル部門の事業モデル



リテール・ライセンス部門の事業モデル

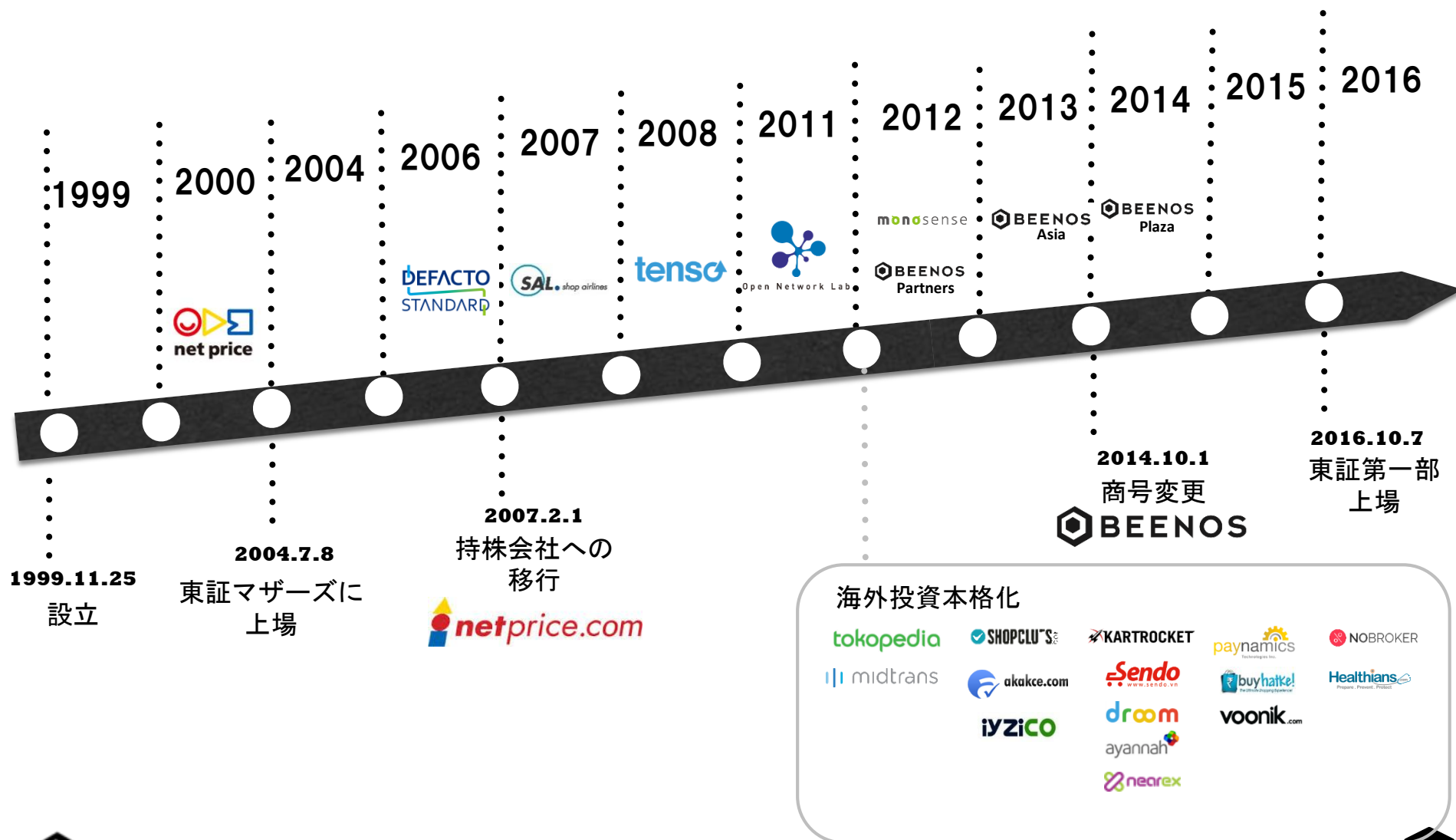
monosense ヒット商品創出 プラットフォーム



商品選定・商品提案・販売



グループの沿革



グループ各社の事業概要

連結子会社

	tenso	海外居住者向けに、日本の商品を海外発送代行する「転送コム」と日本語が読めないユーザー向けに代理購入サービス「Buyee」を運営
	ショップエアライン	世界最大のオークションサイトeBayとの提携により、世界中の商品を日本にしながら購入できる「セカイモン」を運営
	デファクトスタンダード	ブランド、アパレル、アクセサリなどをお客様からネットを通じて買取り、メンテナンス後ネットオークション等のチャネルを通じてセカンダリー販売する「ブランディア」を運営
	モノセンス	タレントのライセンスを用いた「商品企画」「商品プロモーション」「販路・流通の拡大」をサポートするサービスを提供。アーティストグッズの販売サイトも展開
	ネットプライス	お客様・パートナーと「いいことおしえあう」ネットショッピングサイト「ネットプライス」を運営
	BEENOS Asia	新興国市場への投資及び統括の拠点とするシンガポール現地法人
	BEENOS Partners	米国のスタートアップ企業に対する投資事業を展開

持分法適用会社

	オープンネットワークラボ	世界進出を視野に入れグローバルに活躍することを目標にインターネットを利用したビジネスでの起業を志すエンジニアや起業家を育成・支援
	BEENOS Plaza	インドネシアのスタートアップ企業に投資を行う現地法人。インドネシアで間接資材マーケットプレスを事業を展開する「Ralali」などに出資

主な海外の出資先

	Tokopedia	インドネシアにおけるC2Cオンラインマーケットプレイス		Akakce	トルコにおける価格比較サービス
	Midtrans	インドネシアにおけるオンライン決済サービス		Iyzi Payments	トルコにおけるオンライン決済サービス
	ShopClues	インドにおけるB2C オンラインマーケットプレイス		Ayannah	フィリピンにおけるオンライン送金サービス
	Citrus Pay	インドにおけるオンライン決済サービス		Nearerx	アフリカ諸国におけるモバイルマネー
	KartRocket	インドにおけるオンラインストアソリューション		Sendo	ベトナムにおけるオンラインマーケットプレイス
	Buyhatke	インドにおける価格比較サービス		Paynamics	フィリピンにおけるオンライン決済サービス
	Droom	インドにおける自動車オンラインマーケットプレイス		Duriana	マレーシア・フィリピンにおけるスマートフォンフリマアプリ
	Voonik	インドにおけるモバイルファッションマーケットプレイス		NoBroker	インドにおけるオンラインC2C不動産マーケットプレイス