



2019年9月期 第1四半期
決算説明会資料



第1四半期決算の概要

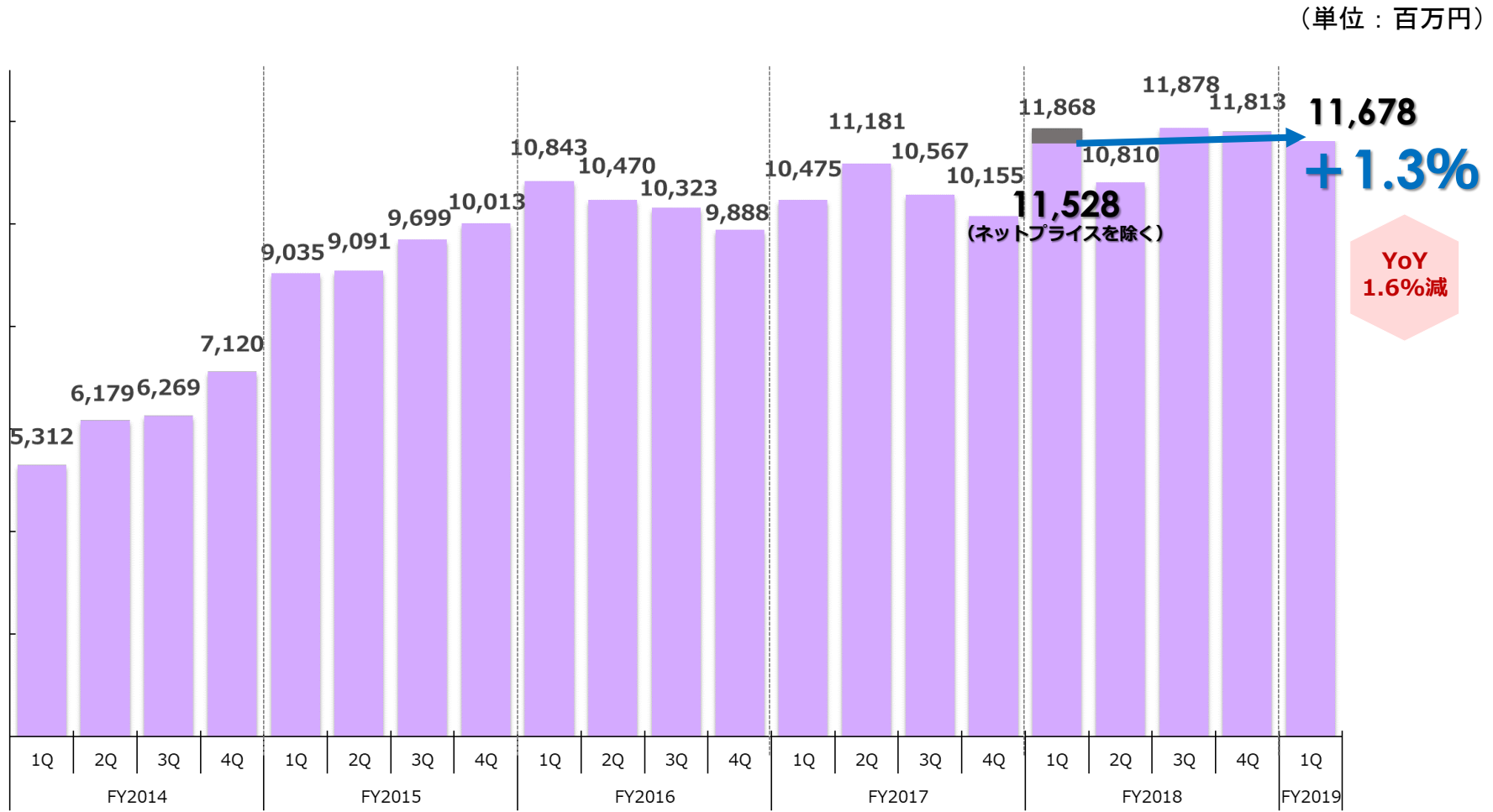
2018年10月～2018年12月

代表取締役副社長 兼 グループCFO
中村 浩二

	実績	前年比
流通総額	116.7億円	△1.6%
売上高	53.0億円	△1.1%
営業利益	△3.1億円	—

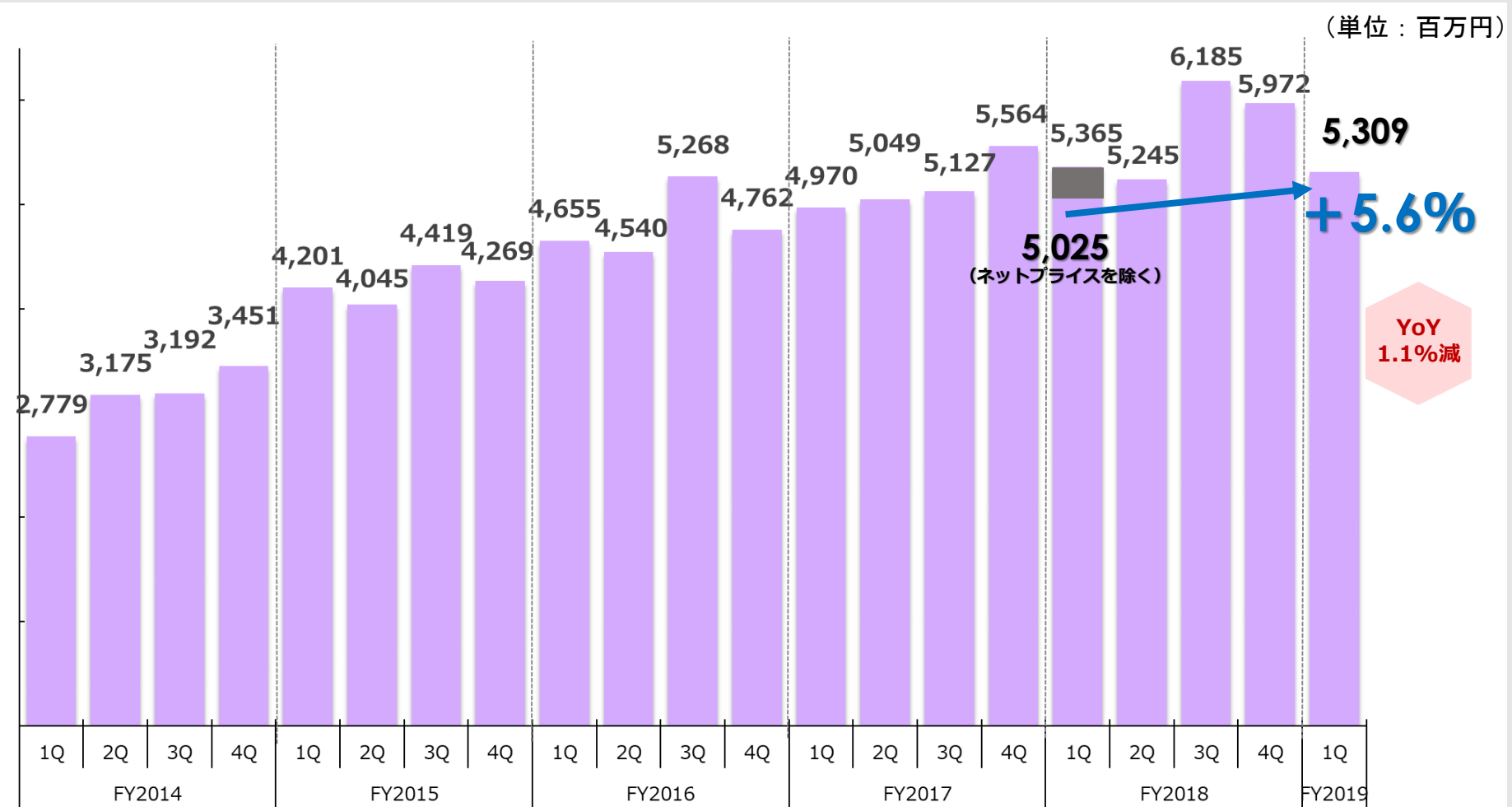
- 予定以上に好調であった前年の1Qのリテール・ライセンス部門の反動とネットプライスの連結除外でYoYでは流通総額、売上高は減少。
- バリューサイクル部門のブランドアパレル買取販売事業（デファクトスタンダード：3545）は従来の認知度向上のための広告宣伝に加え、自社販路強化のための広告宣伝費の投下等により赤字。（想定内）
- インキュベーション事業は新規事業創造コスト等により赤字。（想定内）
営業投資有価証券の大きな売却はなし。

- YoYで1.6%減、前1Qはネットプライス（約3.4億円）が含まれていたことを考慮すると1.3%増



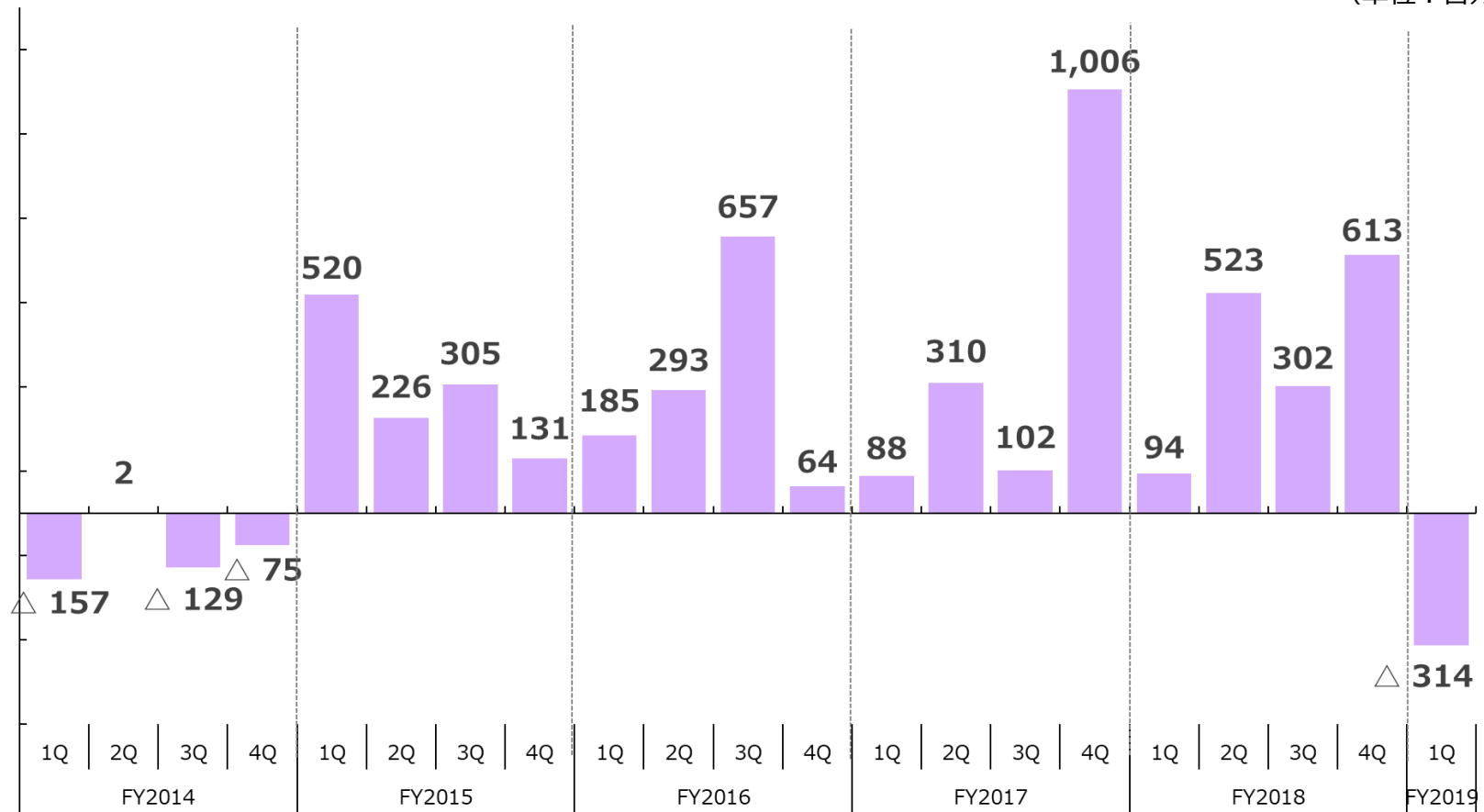
※ 流通総額はグループ各社の商品等の流通額を合算した金額です。商品代金を売上高に計上している事業については「売上高」を流通額として、手数料のみを売上高に計上している事業については、「商品代金・送料・手数料・消費税」を流通額として取扱い、合算した金額を流通総額としております。

- YoYで1.1% 減、前1Qはネットプライス（約3.4億円）が含まれていたことを考慮すると5.6%増



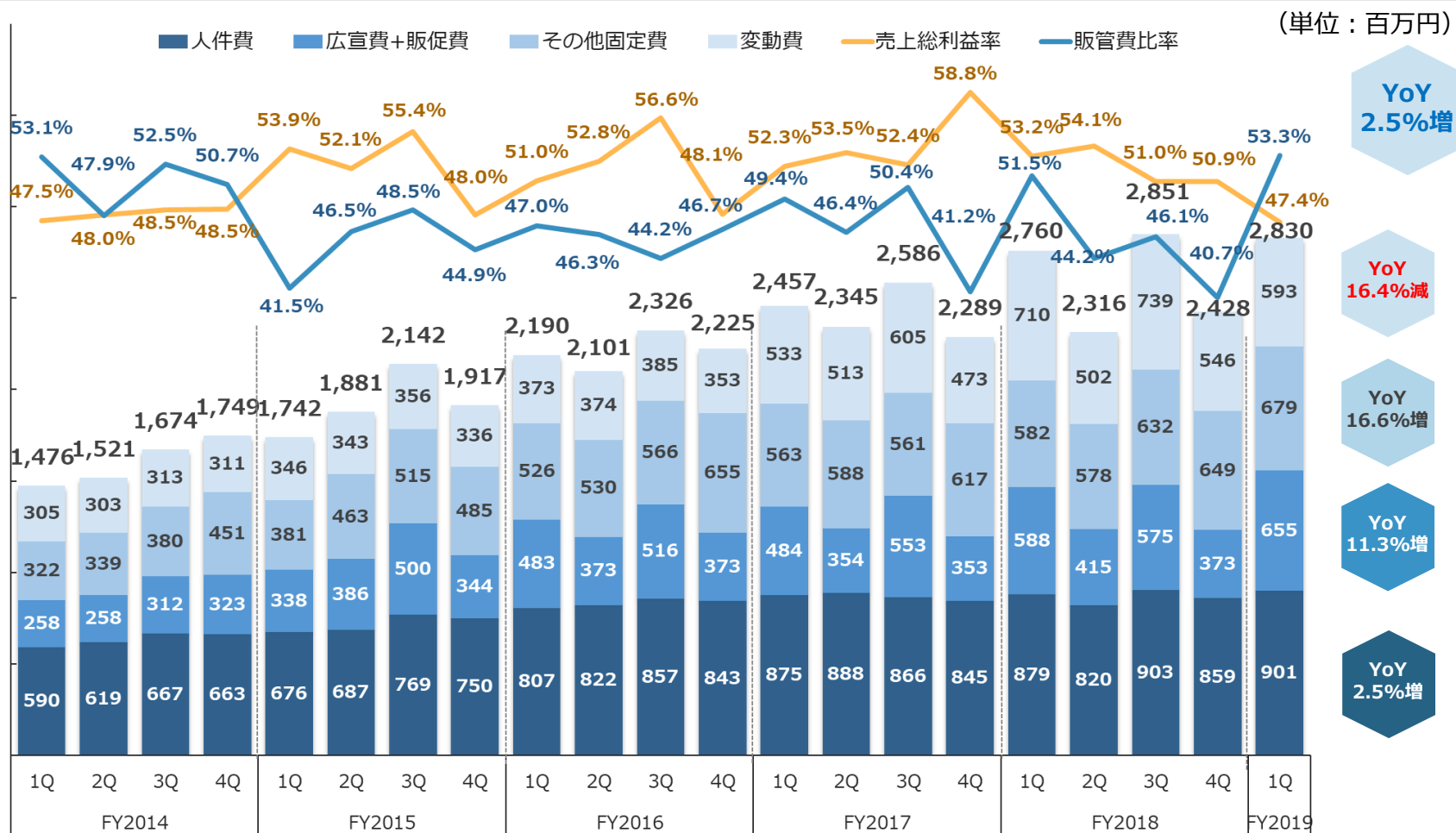
- Eコマース事業、インキュベーション事業ともに赤字だが想定内。

(単位：百万円)



連結売上総利益率と連結販管費

- ▶ バリューサイクル部門のブランド品・アパレル買取販売事業において、高価格帯商品へのシフトによって売上総利益率が低下し、自社販路拡大のための広告宣伝費の積極投下に伴い販管費が増加。



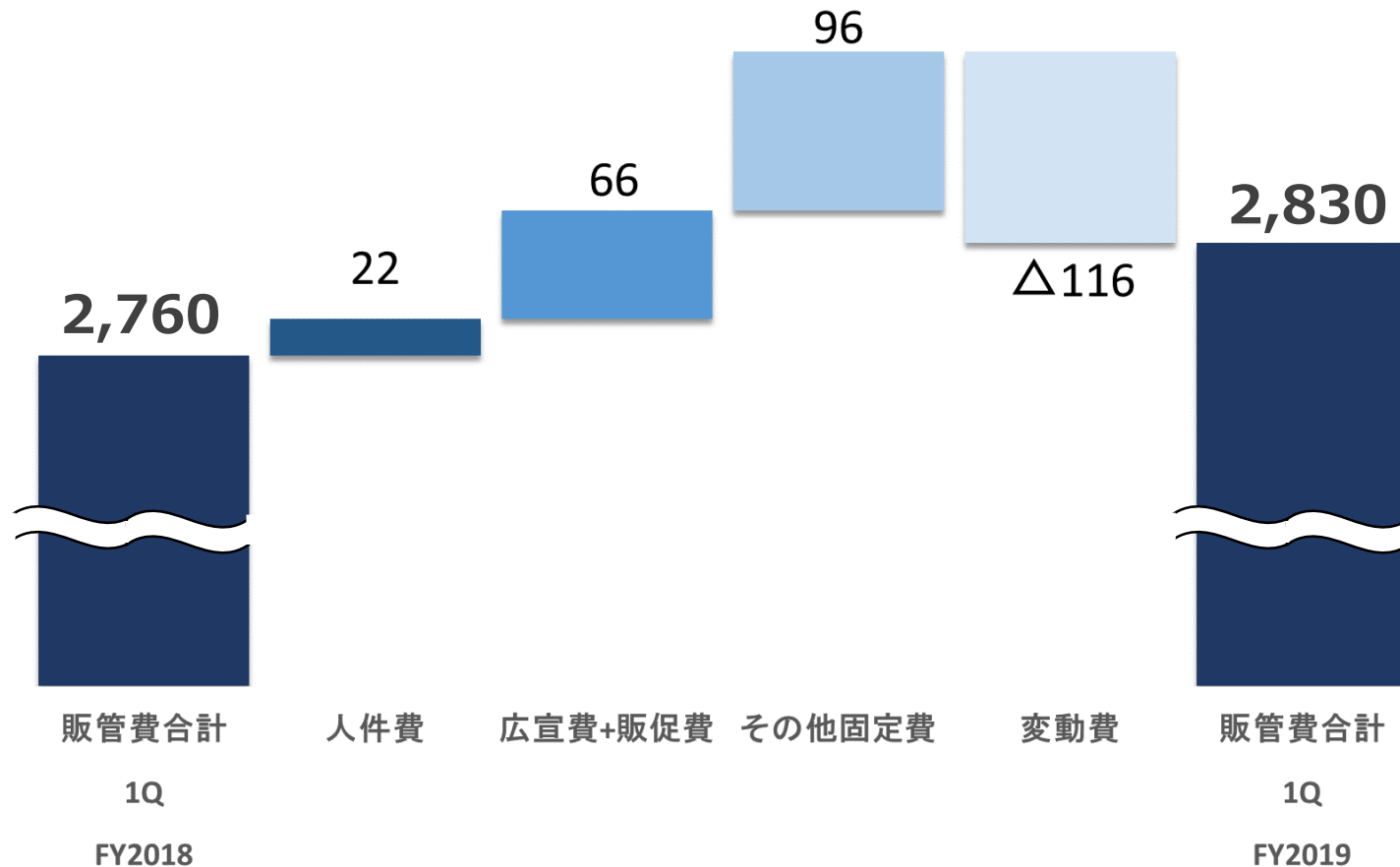
※四半期ベースでは、賞および賞与引当金は業績連動給のため人件費ではなくその他固定費に含めて表示しております。

※FY2017よりリテール・ライセンス事業のその他固定費のうち売上連動性の高い費用を変動費に変更いたしました。

第1四半期販管費の増減要因（前年同四半期比）

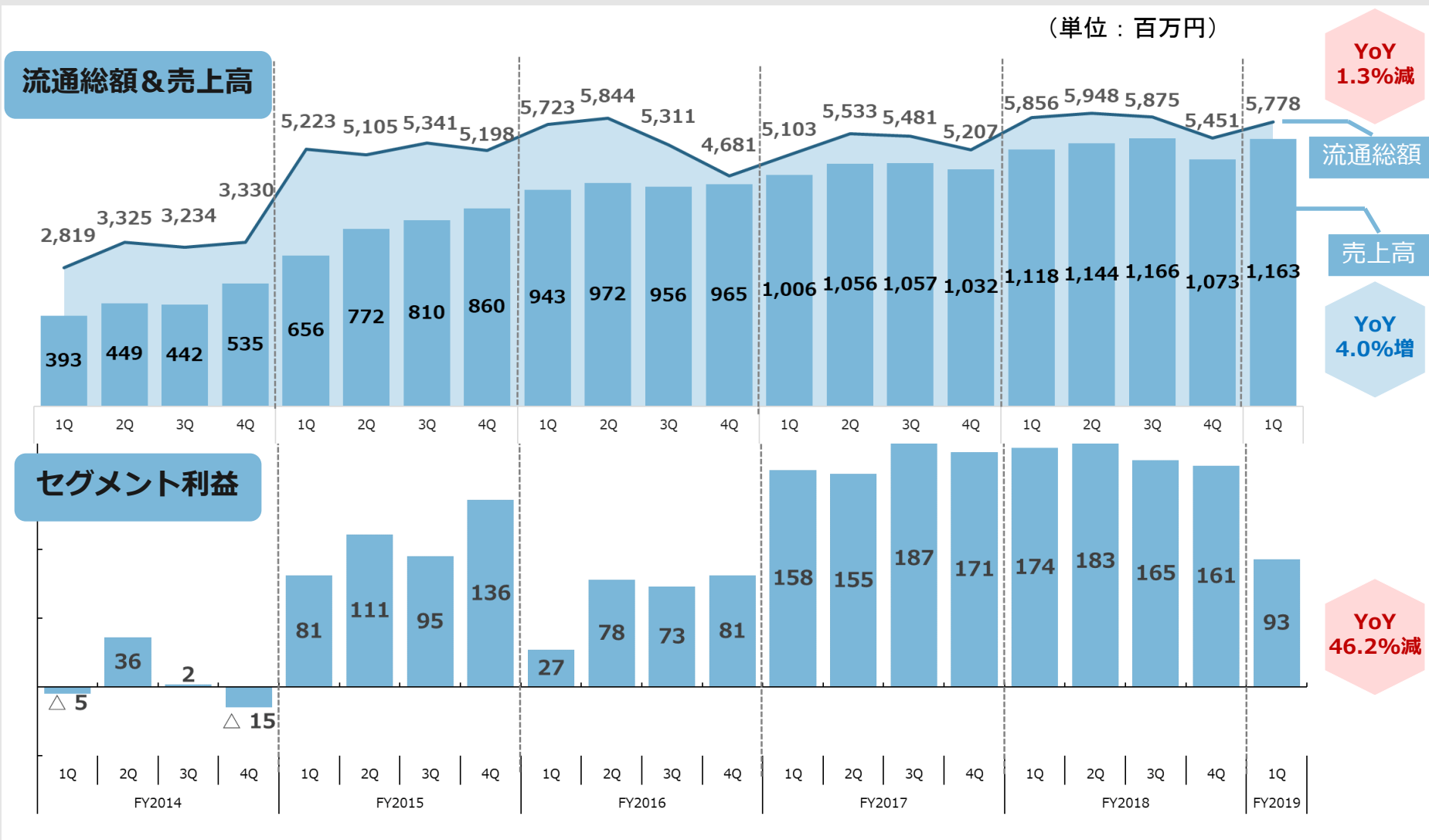
- その他固定費の増加は、クロスボーダー部門の開発費等の増加。（過半は2Q末までに抑制）
変動費の減少はリテール・ライセンス部門の売上減少が要因。

（単位：百万円）



クロスボーダー部門の損益

- ToJapan事業において流通総額の減少に加え、基幹システムの変更や関税事前確定モジュール導入に向けた開発費用の増加により赤字となり、YoYで46.2%減。
(2Q末までに抑制見込み)



クロスボーダー部門の流通総額、売上高の内訳

- 流通総額および売上高はFrom Japan事業は堅調に増加したものの、To Japan事業は検索エンジンのアルゴリズムの変更がSEO集客に影響しYoYで減少。（1Q中にすでに対策済）

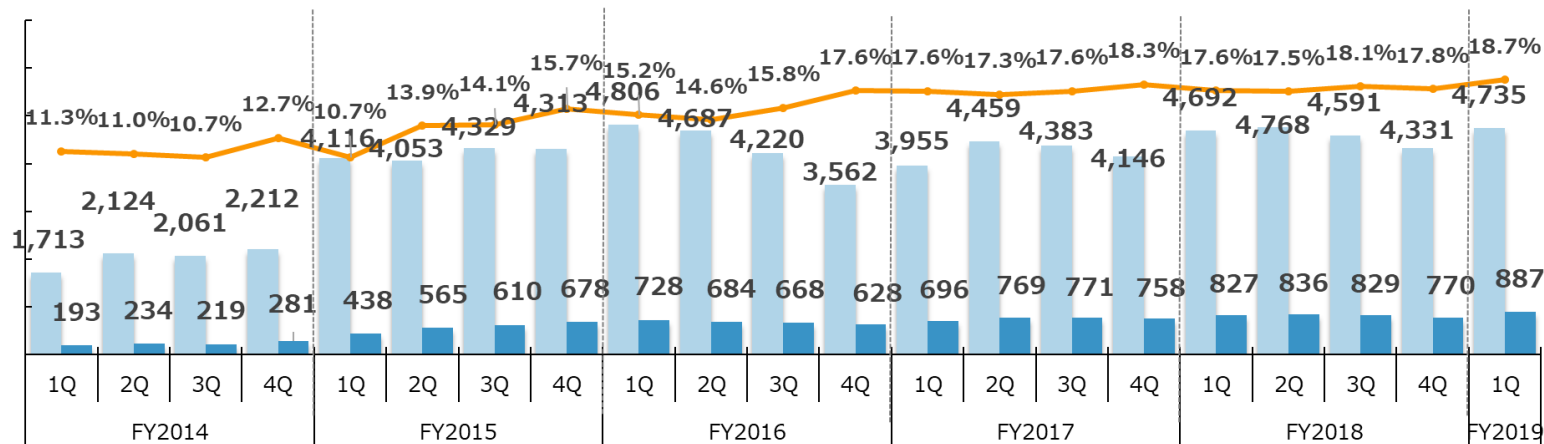
【From Japan】

流通総額

売上高

Take Rate
(売上高÷流通総額)

(単位：百万円)



YoY
0.9%増

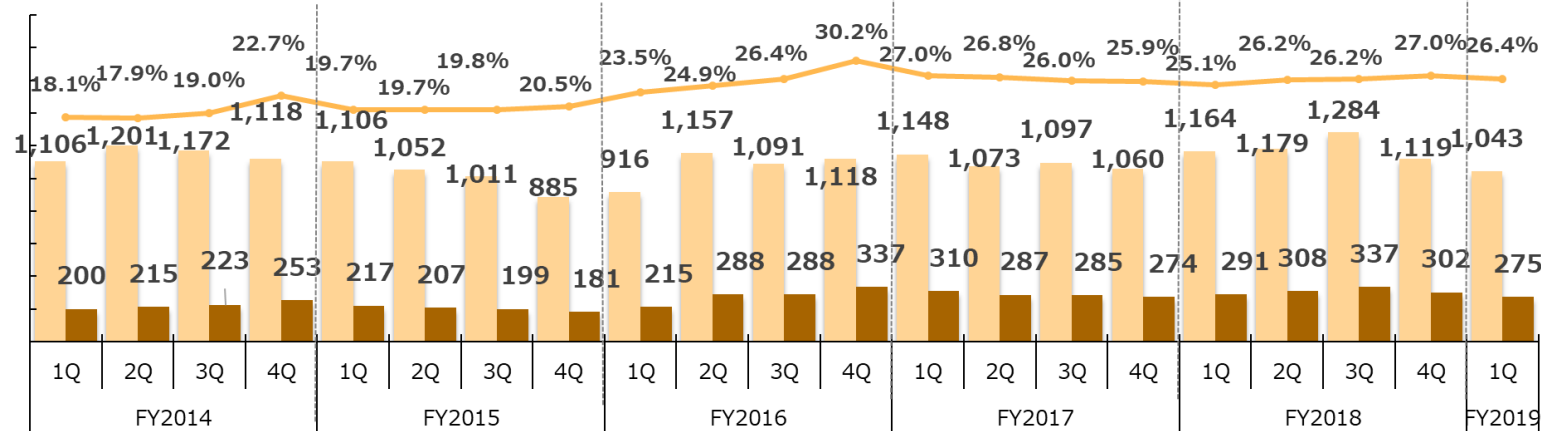
YoY
7.3%増

【To Japan】

流通総額

売上高

Take Rate
(売上高÷流通総額)



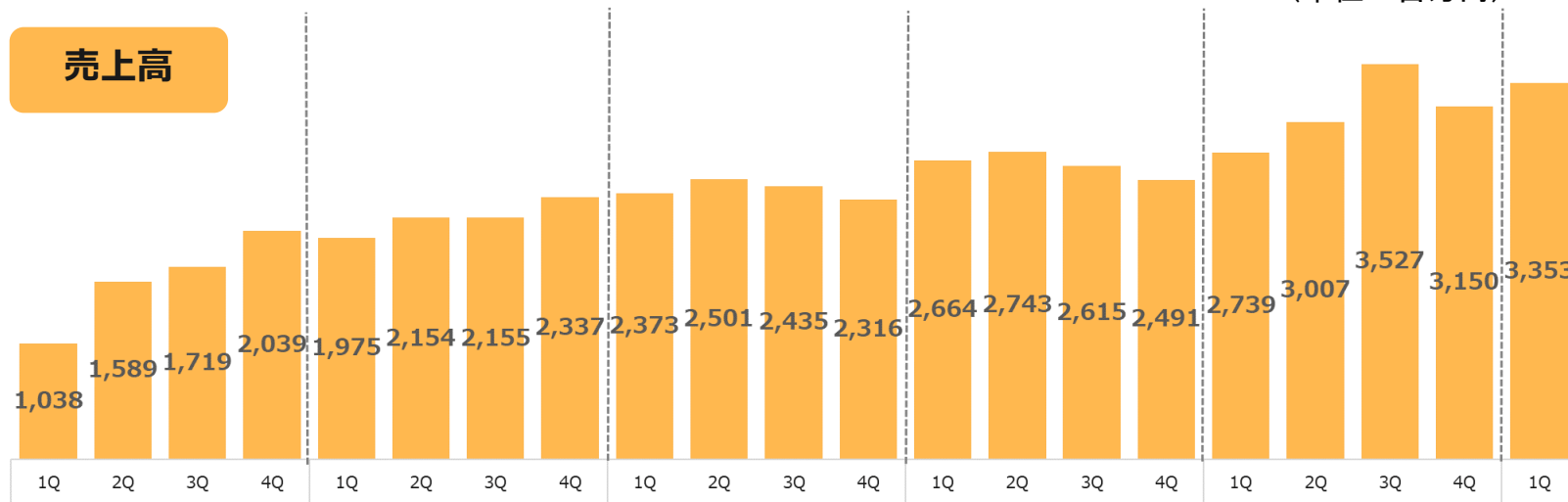
YoY
10.4%減

YoY
5.6%減

- ▶ ブランド品・アパレル買取販売事業の売上増加に加え、酒類買取販売事業の子会社化があり、売上高は22.4%増収となったものの、ブランド品・アパレル買取販売事業の高価格帯商品へのシフトに伴う粗利率の低下、自社販路拡大のための広告宣伝費の投下により赤字。

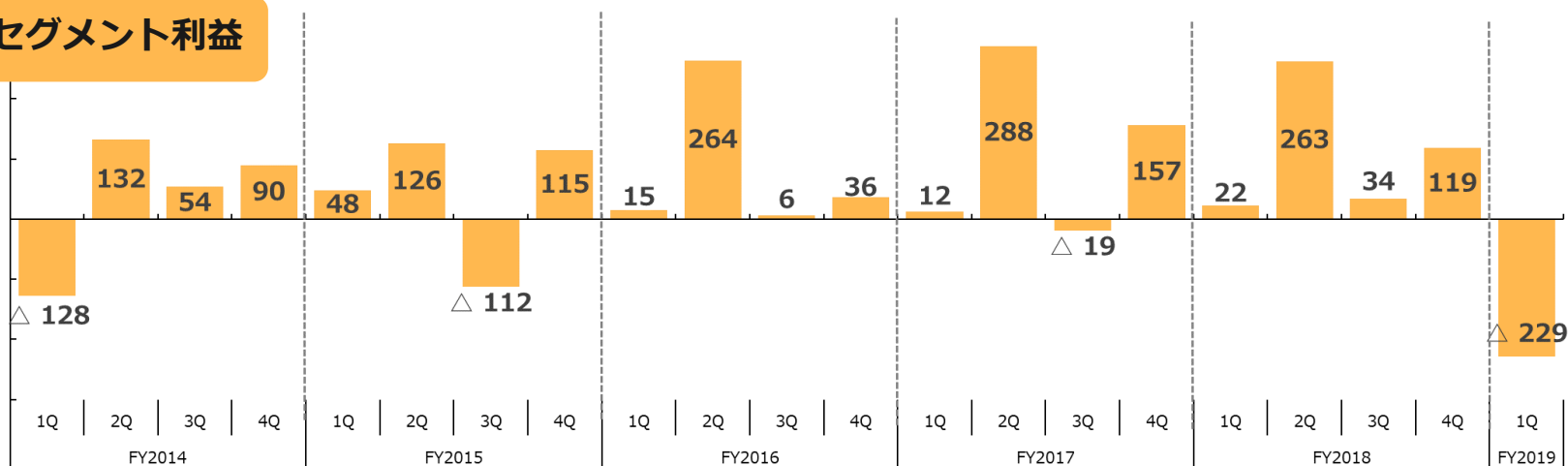
(単位：百万円)

売上高



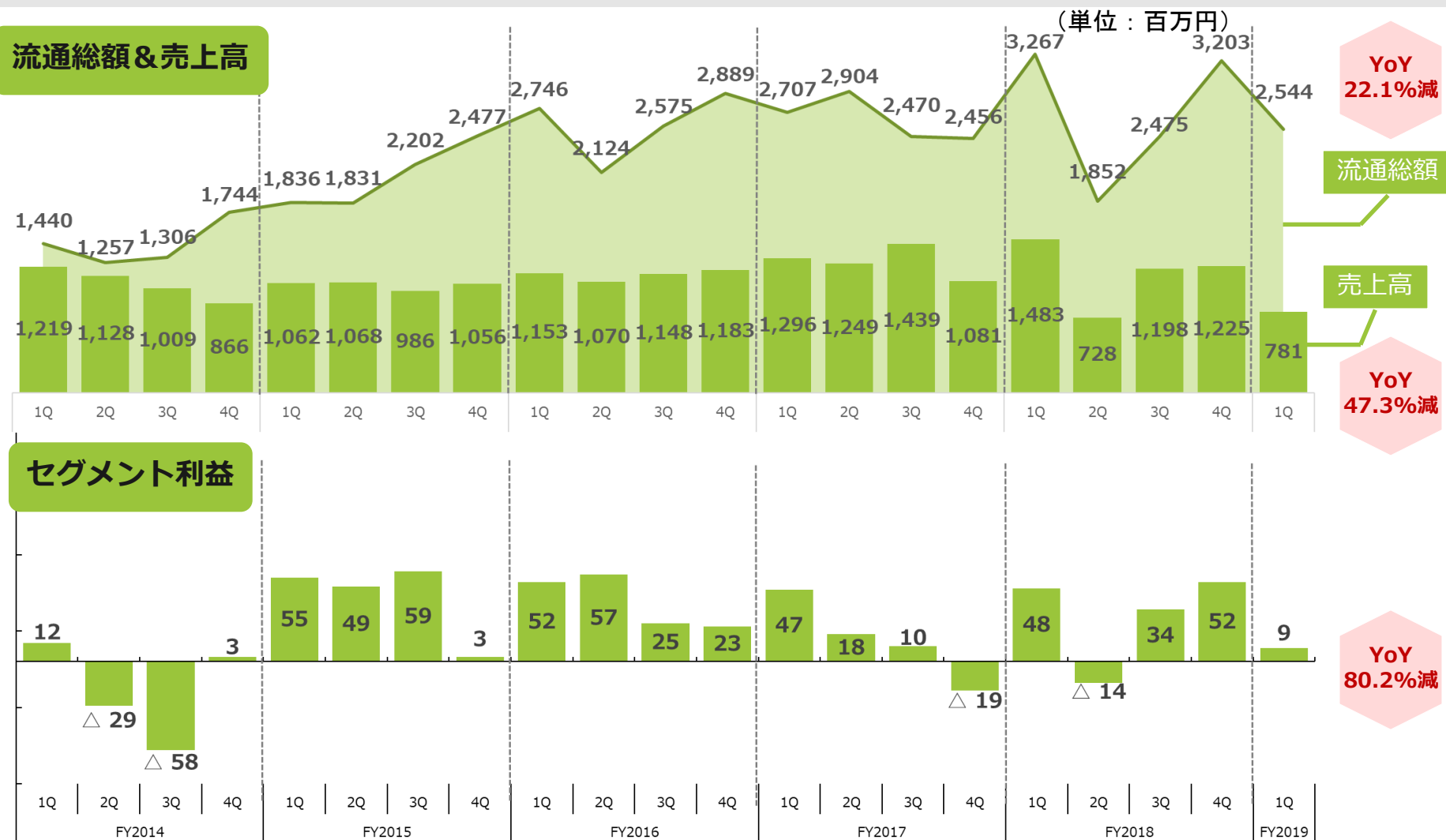
YoY
22.4%増

セグメント利益



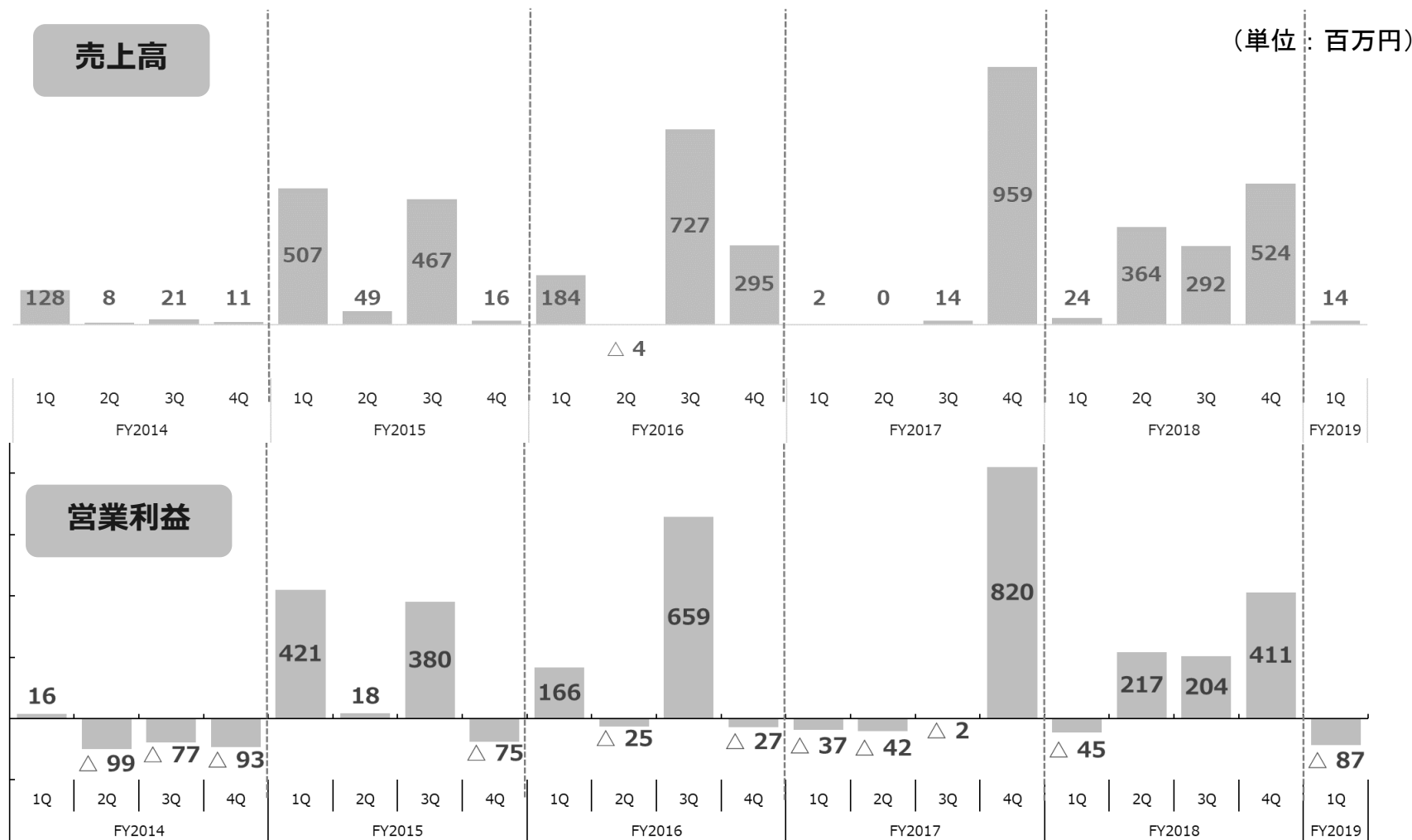
リテール・ライセンス部門の損益

- 流通総額、売上高ともに、エンターテインメント事業におけるイベント開催時期のずれにより前1Qが予定以上に伸びたこと、前1Qはネットプライス（約3.4億円）が含まれていたことによりYoYで大きく減少、セグメント利益は売上高減少に伴い減益。



インキュベーション部門の損益

- インキュベーション事業は、営業投資有価証券の大きな売却はなく、新規事業創造コスト投下によって赤字。



単位:百万円	1Q/FY2018	1Q/FY2019	前年同四半期比
売上高	5,365	5,309	△ 1.1%
売上総利益	2,855	2,515	△ 11.9%
売上総利益率	53.2%	47.4%	△ 5.8p
販売費及び一般管理費	2,760	2,830	+2.5%
販管费率	51.5%	53.3%	+1.9p
営業利益	94	△314	-
営業利益率	1.8%	-	-
営業外収益	64	35	△ 45.0%
営業外費用	21	9	△ 54.6%
経常利益	137	△288	-
経常利益率	2.6%	-	-
税金等調整前 四半期純利益	161	△288	-
法人税等合計	117	△18	-
非支配株主に帰属する 四半期純利益	6	△69	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	37	△200	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	0.7%	-	-

・売上総利益率の低下が減益
(赤字) の主要因

連結：資産・負債の概況

単位：百万円	4Q/FY2018 9月末	1Q/FY2019 12月末	前四半期末比
流動資産	13,312	13,884	571
現預金	5,920	4,513	△1,407
売掛金	812	1,042	229
営業投資有価証券	2,896	3,103	206
商品	1,840	2,336	495
固定資産	2,378	2,368	△9
有形固定資産	459	447	△12
無形固定資産	507	489	△18
投資等	1,411	1,432	20
流動負債	5,692	6,858	1,165
買掛金	379	301	△78
短期借入金	1,634	2,173	539
固定負債	207	206	△1
純資産	9,791	9,188	△602
自己株式	△187	△304	△117
総資産	15,691	16,253	562

- ・自己株式の買付：400百万円
- ・商品（買取）の増加：495百万円
- ・法人税の支払：348百万円

- ・投資による増加：233百万円
- ・引当・減損：△17百万円
- ・為替変動：△9百万円

- ・ブランド品・アパレル買取
販売事業の買取増



2 事業別トピック・戦略

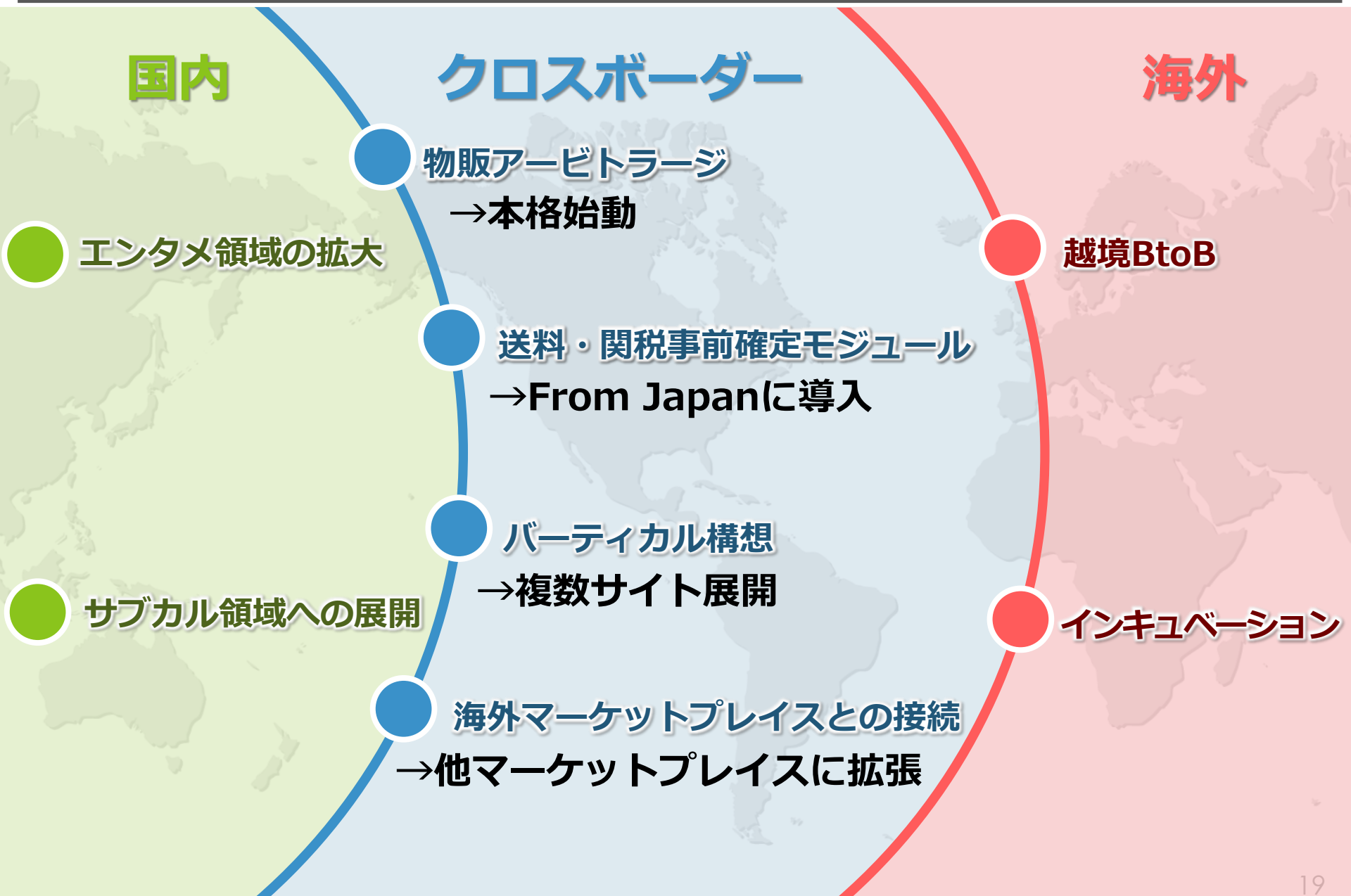
代表取締役社長 兼 グループCEO
直井 聖太



GLOBAL PLATFORMER

グローバル領域において新しい市場を創造するために プラットフォームを生み出し
日本と世界を繋ぐ「グローバルプラットフォーマー」を目指します





ECマース事業



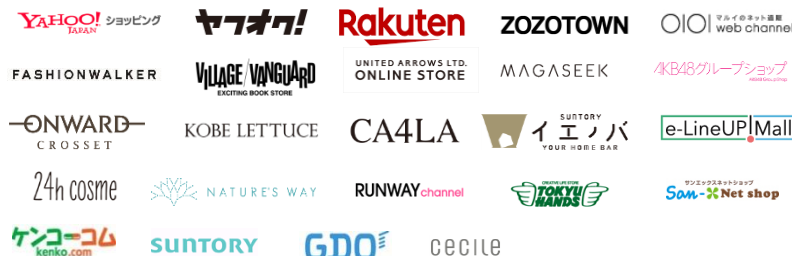
越境EC業界を牽引 連携サイト数、会員数堅調に増加



※（）内は前1Q末比

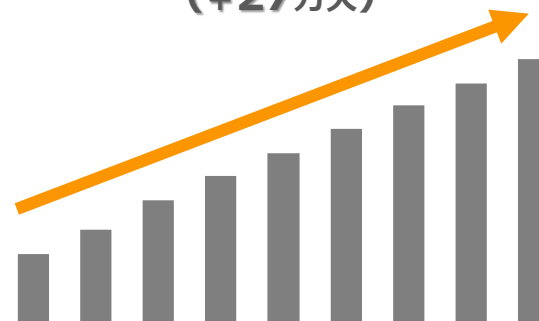
連携サイト数

約**2,030**サイト
(+270サイト)



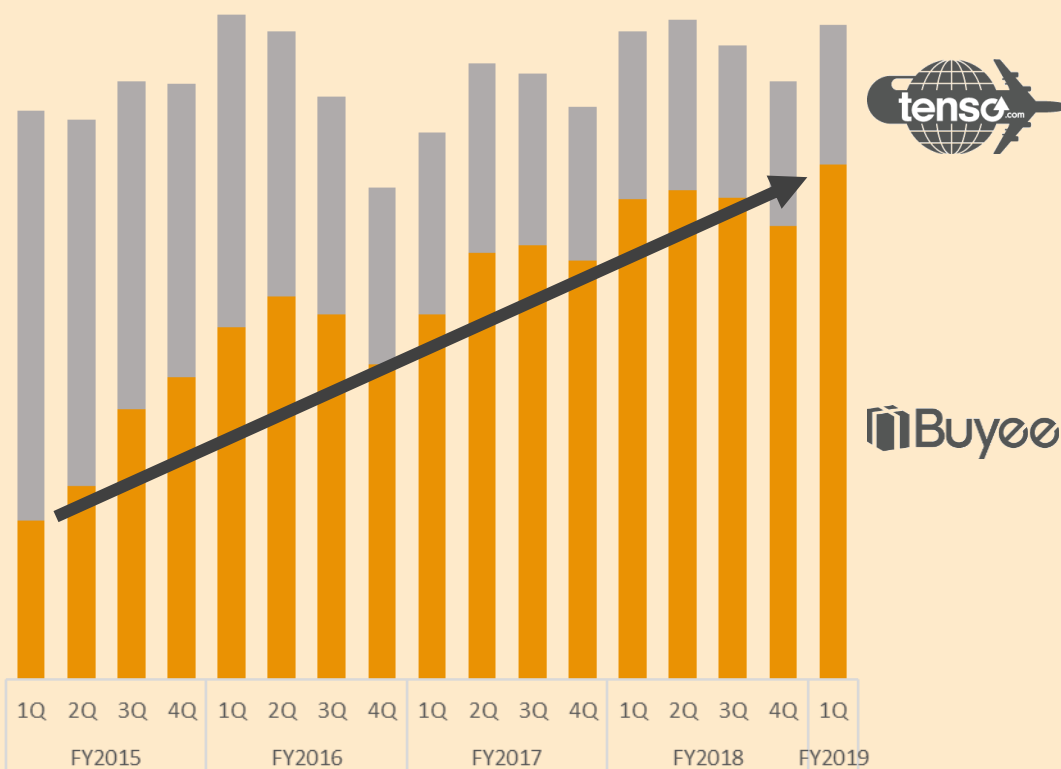
会員数

約**166**万人
(+27万人)



収益率の高いBuyeeの戦略的強化

サービス構成比をBuyeeに転換



Buyee、4年で

流通総額

3倍

構成比

51ポイント増
(28%→79%)

ユーザビリティを徹底追及



サイトスピード

海外からの読み込み速度

約35%短縮

1月実績、半年前との比較

サイトUX

新規会員数

約68%増

変更前後15日間の比較

翻訳検索機能 精度向上

カバー率

約48ポイント上昇

中文検索で当社独自の機能を使用した割合

1月実績、半年前との比較

AI・機械学習を活用し サービスレベル向上

、世界で買もん、
セカイモン

AIチャットボット

導入済

送料・関税一律

**送料
導入済**

**関税
開発中**

AI画像認識

テスト中

まずは輸入可否判定から

ヤフオク!とデータ連携し、販路拡大



「セカイモン」 基幹システムのリプレイス

、世界で買もん、
セカイモン

生産性の向上



×

維持コストの低減



グローバル展開を視野に 日本「コンテンツ」を商品化

「ポケットモンスター」とコスメブランドとのコラボ商品

シリーズ累計出荷数 30万個以上

（2018年12月時点）



フェイスマスク



リップクリーム



ハンドクリーム



リップグロス

グローバル展開を視野に オリジナル商品を企画

ヘルスケア商品の定期購入型ECサイト『90Days(ナインティーデイズ)』をオープン
90日の快調スッキリプログラムを提案

体調のログデータと商品提案をかけあわせた
「デジタルヘルス」領域へ



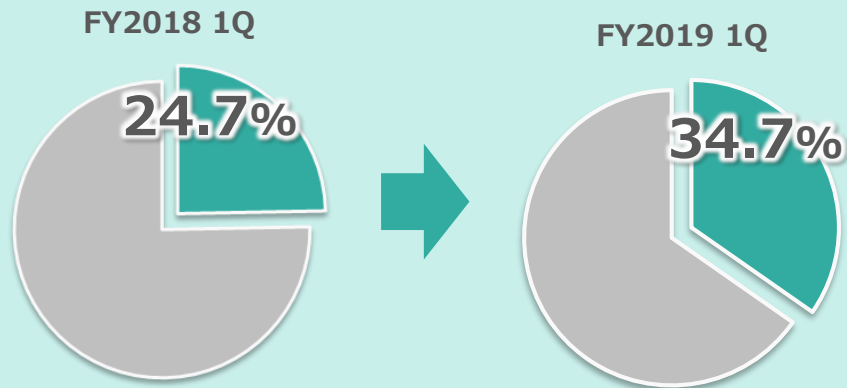
第一弾オリジナル商品
短鎖脂肪酸サプリメント「BENTOOL」



90Daysアプリ
リリースは2月を予定

自社販路「ブランディアオークション」 強化、広告宣伝費を投下

自社販路の売上構成比



自社販路 前1Q比

構成比

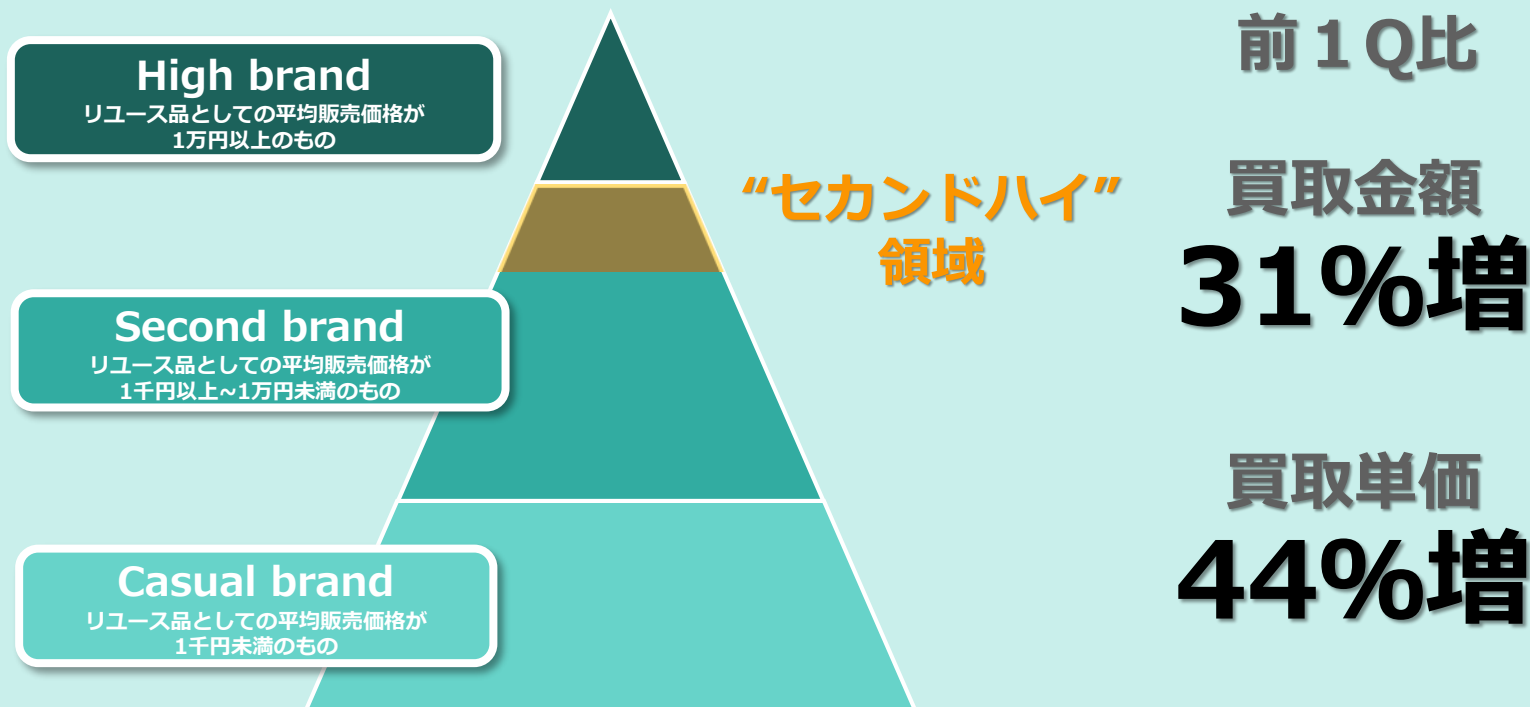
10ポイント増

売上高

49%増

“セカンドハイ”商品※の買取注力、 買取金額・買取単価、前1Q比増

※“セカンドハイ”商品 = 中古品としての平均販売単価が1万円近辺の商品（デファクトスタンダード社定義）



詳細は2月1日公表のデファクトスタンダード社 決算説明会資料をご参照ください

自社販路のサービス強化、 収益率向上を図る

セカンドハイ商品の購入促進として「試着サービス」開始

2019年1月～

■ブランディア経済圏フロー



- サイズやイメージ違いによる失敗を回避することで、購入促進へつなげる
- 購入金額の一部を手数料として支払うことで、最大10日間試着可能に

詳細は2月1日公表のデファクトスタンダード社 決算説明会資料をご参照ください



インキュベーション事業

ネクストチャイナ (インド・東南アジア) の マーケットプレイスに先駆けて投資

INDIA

SHOPCLUES.COM

Sendo

VIETNAM

ZILINGO

THAILAND

INDONESIA

tokopedia

Ralali.com

主な投資先のポートフォリオ一覧/インキュベーション事業

出資地域 出資比率	新興国		その他		
	インド	東南アジア・他	アメリカ	日本	その他
10% 以上		トルコ akakçe フィリピン paynamics Technologies Inc.		metro engines STAR RESORT	
5~10%	droom buyhatke!	ベトナム Sendo アフリカ諸国 nearx		Quan	
1~5%	SHOPCLUES.COM NOBROKER Healthians industrybuying BUY FASTER BETTER CHEAPER	インドネシア tokopedia Ralali.com トルコ iYziCO バングラデシュ SureCash タイ ZILINGO フィリピン ayannah	FOND™	Payke WAmazing A+ Airporter CaSy カジー Gift of Happiness	
1% 未満	voonik.com KARTROCKET	インドネシア GOJEK	instacart slack Storefront Lob	RT RESIDENCE TOKYO レジデンストーキョー	イギリス skimlinks™

インドネシア最大のマーケットプレイス

tokopedia

ソフトバンク・ビジョン・ファンド、アリババ・グループなどから
11億米ドル（約1,240億円）の資金調達を発表

2018年12月12日発表

インドネシア最大級のユニコーン企業

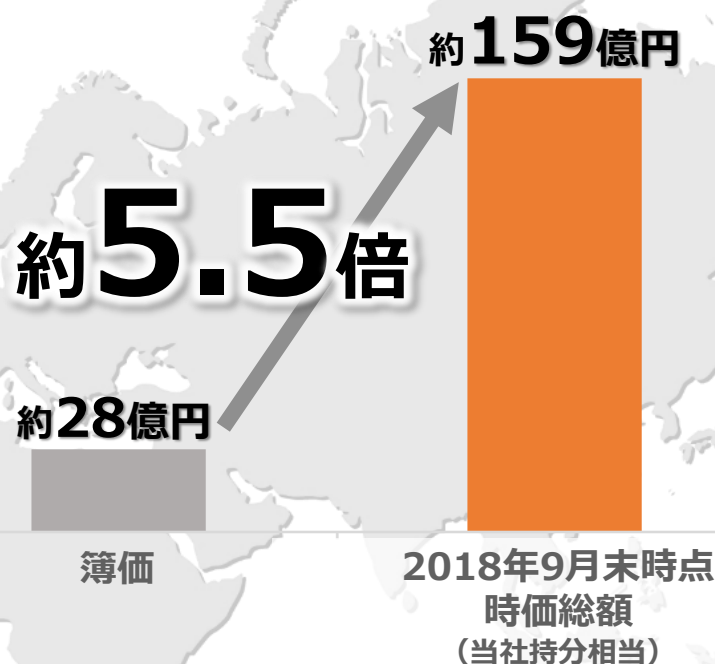
BEENOS、2012年4月出資

出店店舗数
490万

年間総取扱高
約7千億円

企業評価額
約7,700億円

前回の発表数値 次回の更新は2Q、4月に発表予定



時価評価額と
簿価との差異
(含み益)

約131億円

【時価評価の計算方法】

上場銘柄：2018年9月末時点の市場価格

未上場銘柄：直近の取引価格（新株発行価格）に当社持分を乗じて算定した金額を合計したものです。ただし直近1年以内に新株発行がなく、かつ当社が投資損益引当金を計上している銘柄については簿価にて算定しております。当該金額は、当社の試算に基づく金額であり、監査法人の監査を受けておりません。

【今後の開示方針】

原則として半期毎（9月末、3月末）に時価情報を継続的に開示してまいります。

また、それ以外のタイミングでも売却等によって直近時価情報を開示すべきと判断する場合には適時開示してまいります。

流通総額

計画通り推移。

売上高

前期売却のネットプライスを除くと前1Q比5.6%増。

営業利益

バリューサイクル部門の広告宣伝費増と
クロスボーダー部門の開発費増により赤字。
2Q以降解消予定。



GLOBAL PLATFORMER

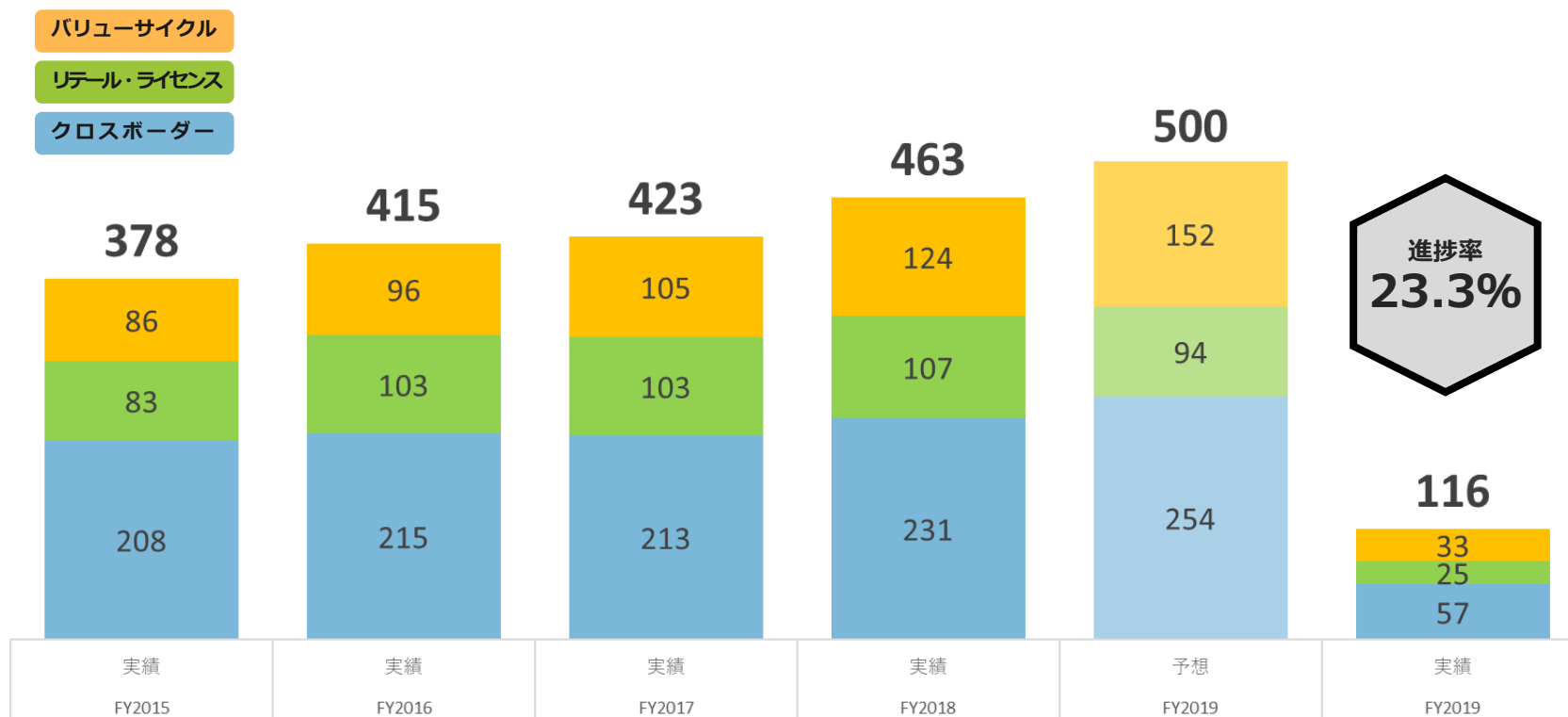
グローバル領域において新しい市場を創造するために プラットフォームを生み出し
日本と世界を繋ぐ「グローバルプラットフォーマー」を目指します

參考資料



- 業績予想非開示。流通総額を参考として発表。
- ・ インキュベーション事業の売却益の発生時期と金額を見積り、発表することが合理的ではない。
 - ・ 新規事業投資の時期や規模を機動的に判断。

(単位：億円)

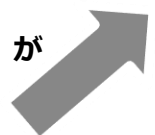


前期と同額の配当を計画

	1株あたり配当金(円)			配当性向
	第2四半期末	期末	合計	
FY2018	00円00銭	13円00銭	13円00銭	17.2%
FY2019 (予想)	00円00銭	13円00銭	13円00銭	—

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

中国の次の市場
(ネクストチャイナ) が
主な対象市場



インド



インドネシア



その他

	B 2 C オンラインマーケットプレイス	2013年1月出資
	自動車売買オンラインマーケットプレイス	2014年7月出資
	オンラインストアソリューション	2014年10月出資
	価格比較サービス	2015年4月出資
	モバイルファッションマーケットプレイス	2015年12月出資
	オンラインC2C不動産マーケットプレイス	2016年2月出資
	在宅健康診断マーケットプレイス	2016年8月出資
	間接資材マーケットプレイス	2016年12月出資
	C 2 C オンラインマーケットプレイス	2012年4月出資
	モバイルオンデマンドプラットフォーム	2018年3月出資
	B 2 B マーケットプレイス	2016年6月出資
	価格比較サービス (トルコ)	2013年5月出資
	オンライン決済サービス (トルコ)	2013年6月出資
	オンラインマーケットプレイス (ベトナム)	2014年12月出資
	オンライン決済サービス (フィリピン)	2015年1月出資
	オンライン送金サービス (フィリピン)	2014年7月出資
	モバイルマネー (アフリカ諸国)	2014年1月出資
	ファッションマーケットプレイス (タイ)	2016年8月出資
	モバイル決済サービス (バングラデシュ)	2017年6月出資



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ドリー販売する「ブランディア」を運営



JOYLAB

国内4店舗の酒類買取専門店「JOY LAB(ジョイラボ)」を運営し、買取った酒類を自社ECサイトや国内大手ECモールで販売。



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



SWATi

『cuteなオブジェ』、『POPな遊び心』、『ありそうでないもの』をコンセプトとし、ハンドメイドキャンドルをメインとしたインテリア雑貨ブランド



BeeCruise

BEENOSグループの「経験値」「ネットワーク」「データの蓄積」といった3つの強みとIT技術を駆使し、既存事業の成長の加速化と新規事業の開発を行う。



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



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事業を展開する「Ralali」などに投資

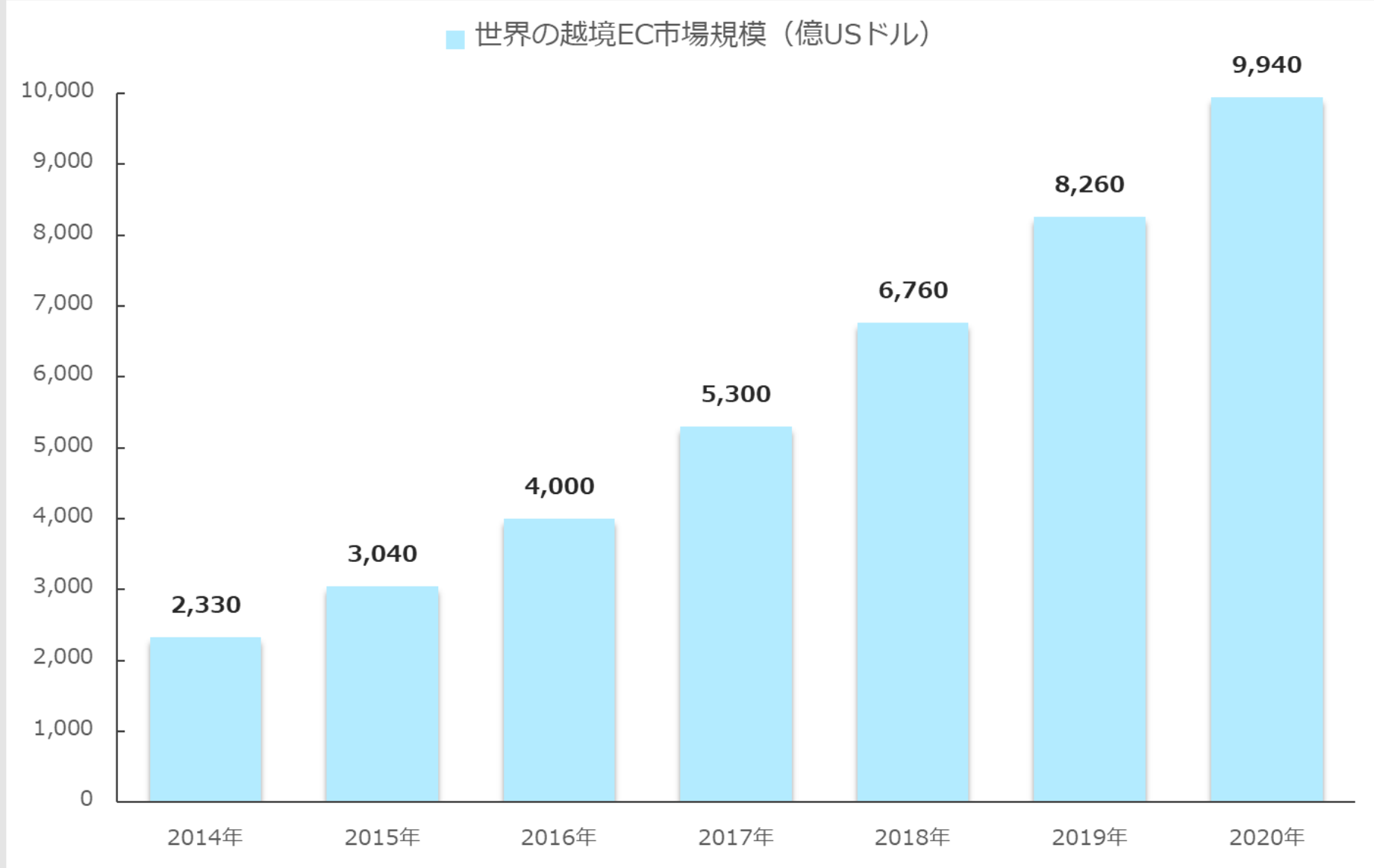


オープンネットワークラボ

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

市場データ

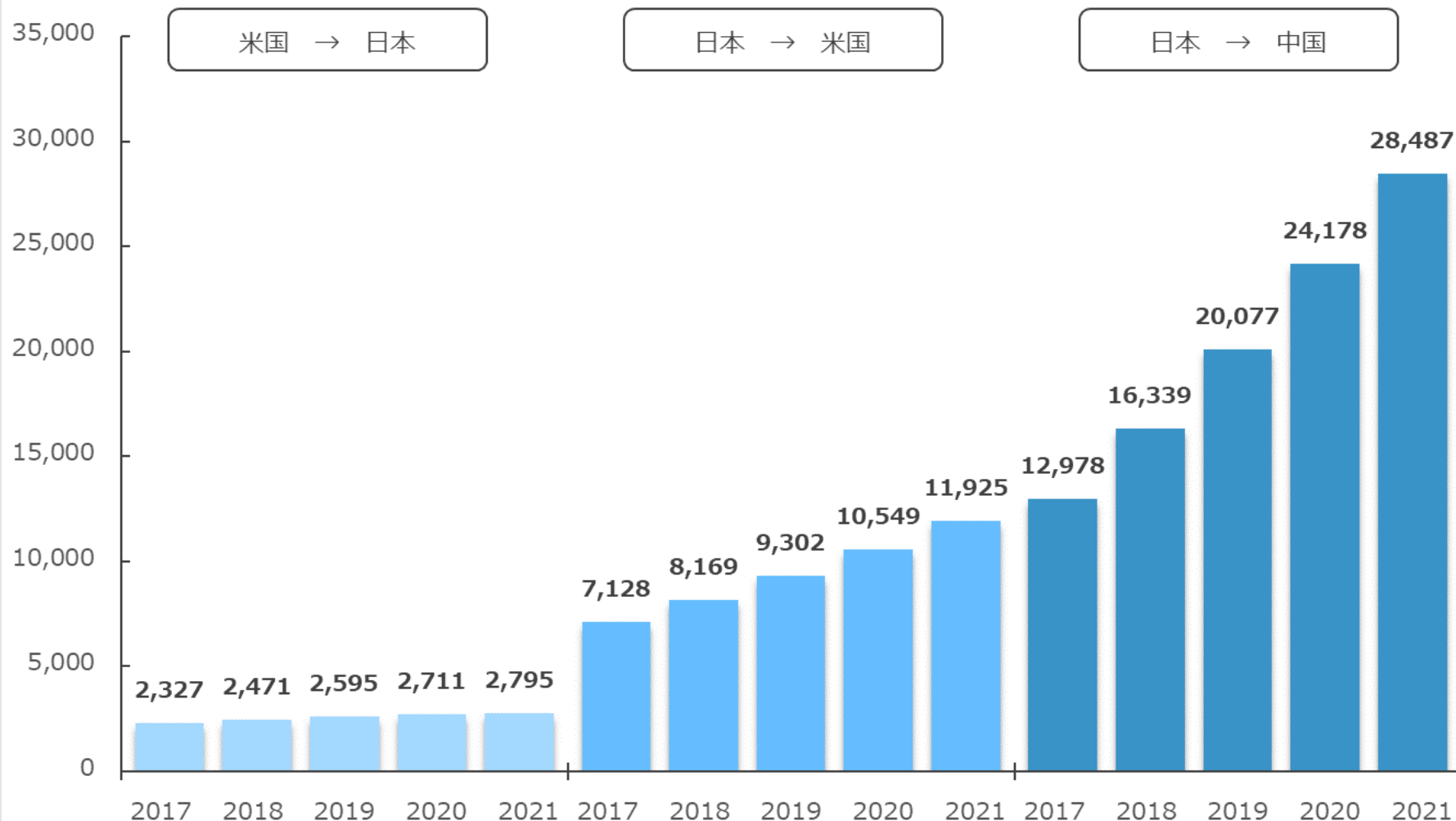




出所：Alizila, Jan2017

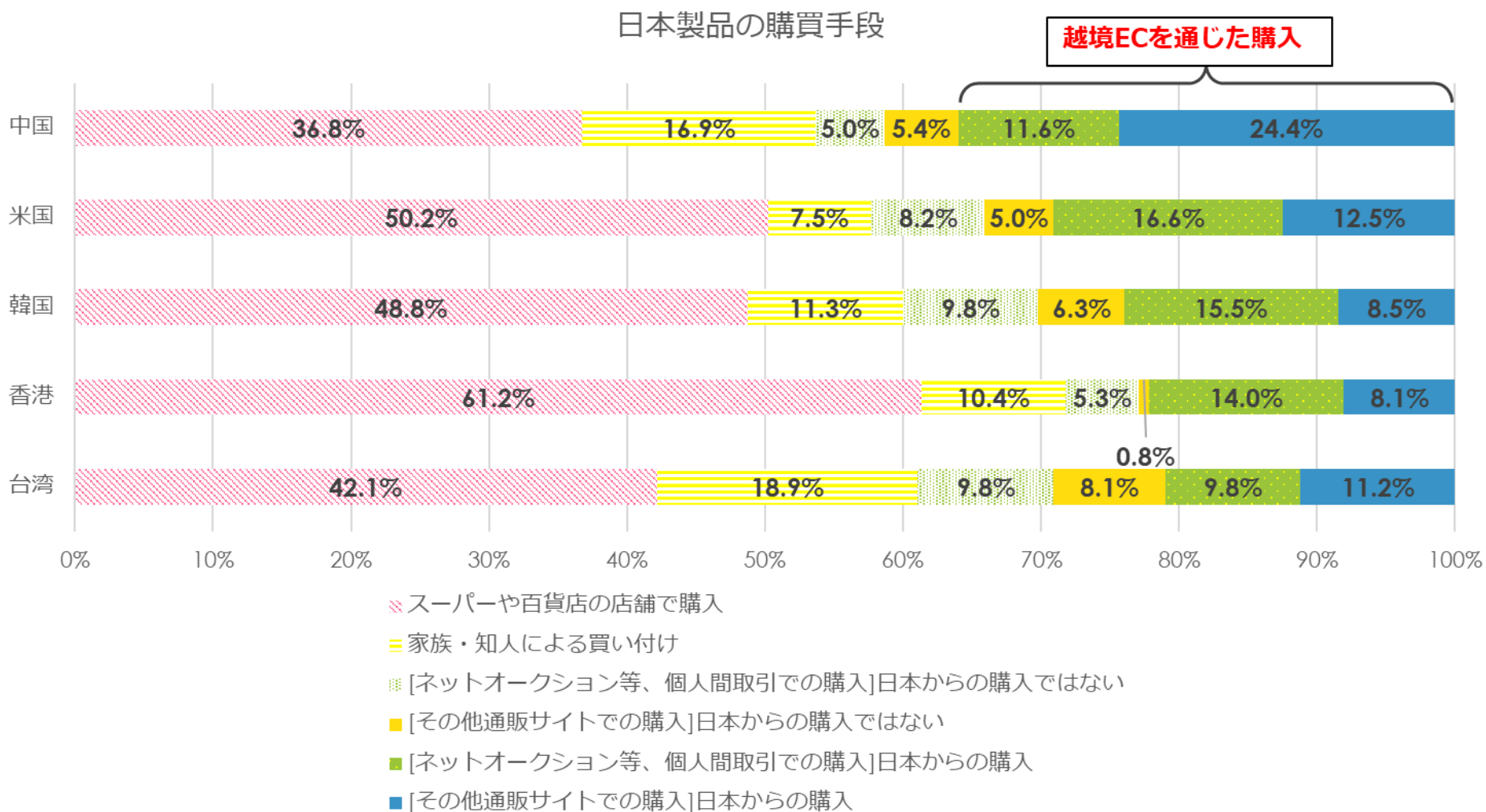
主要国間の越境EC市場規模

(単位：億円)

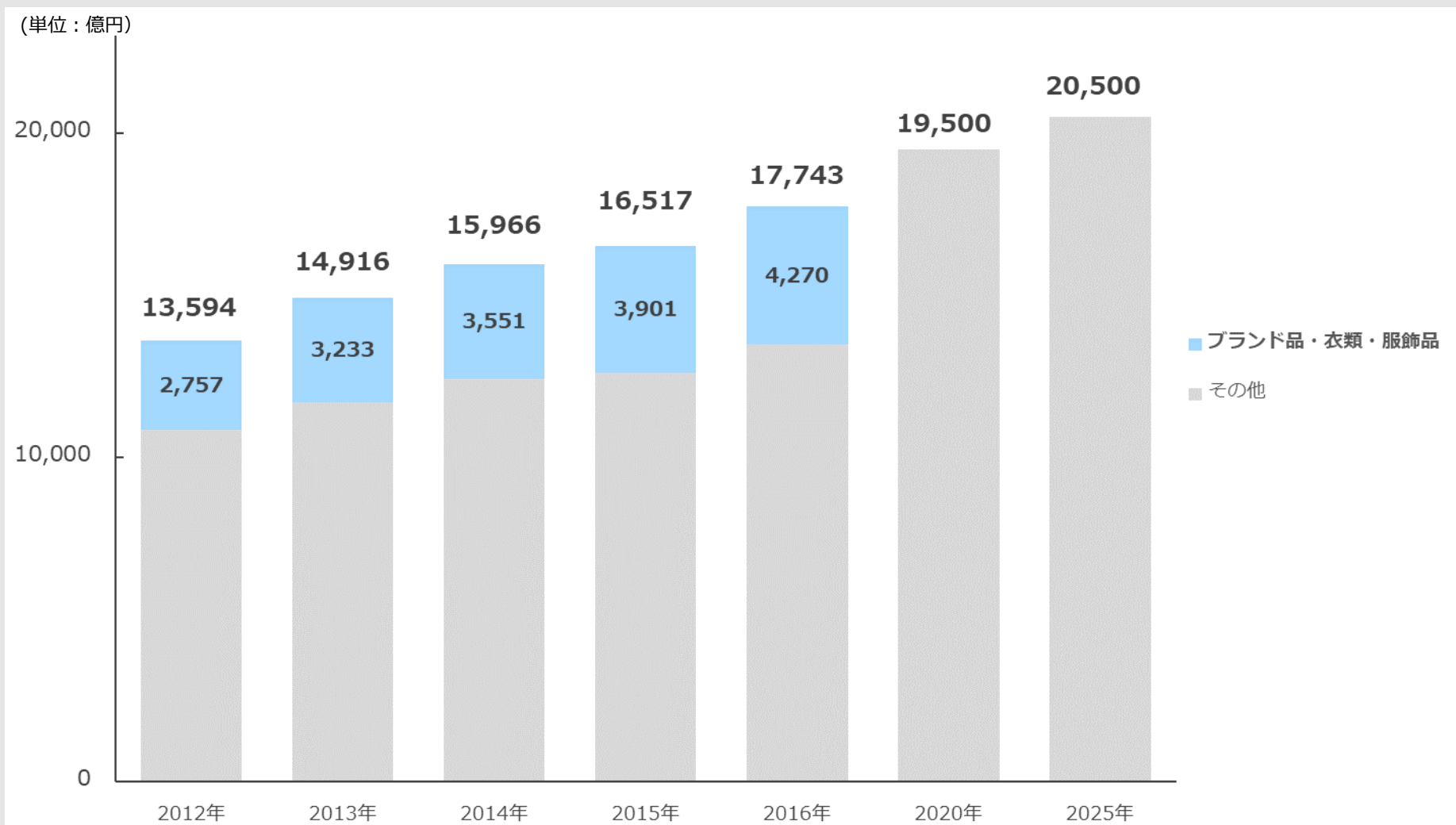


出所：経済産業省、「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備」（2018年）を参考に作成

訪日外国人旅行者の増加がもたらす影響



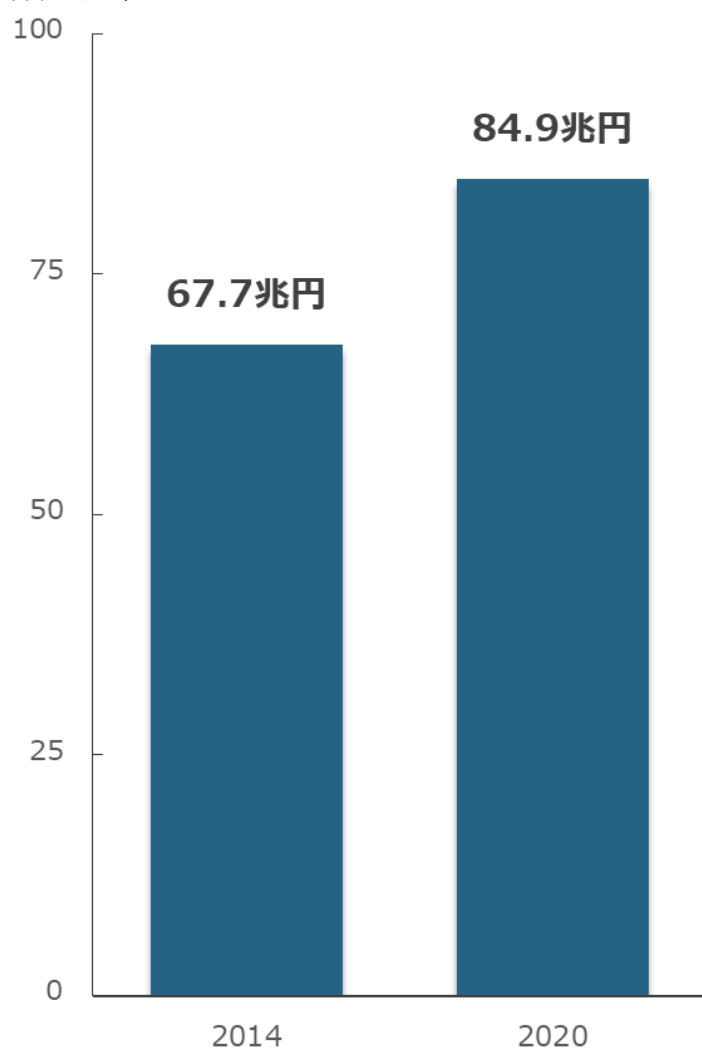
出所：アンケート調査に基づき観光庁作成（2017）



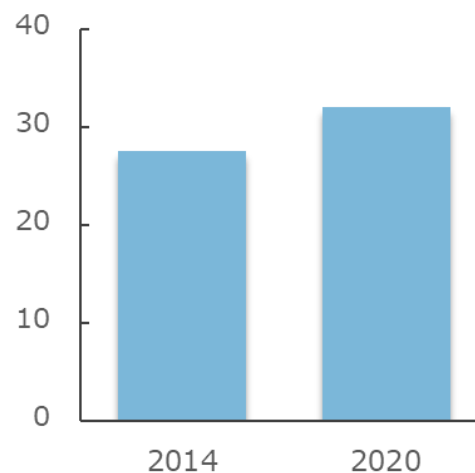
出所：（株）リフォーム産業新聞社『リサイクル通信 中古市場データブック2018』推計を基に当社集計

世界のコンテンツ市場規模

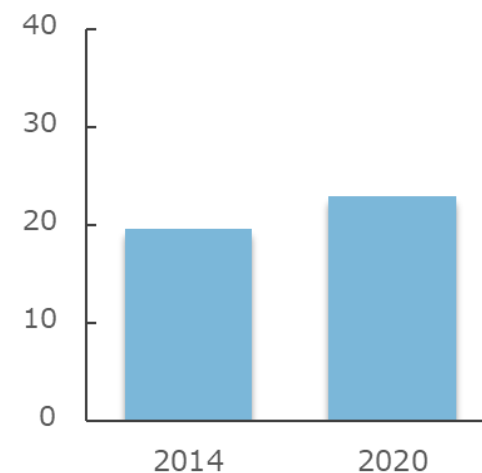
(単位：兆円)



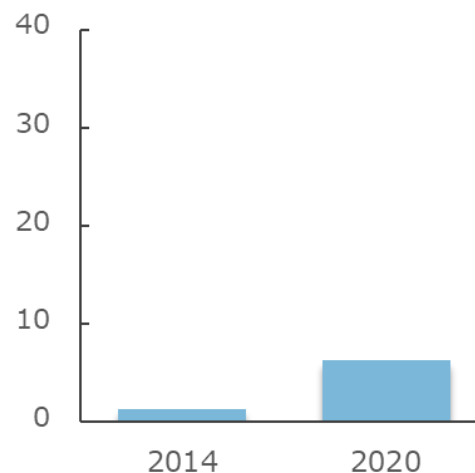
北米



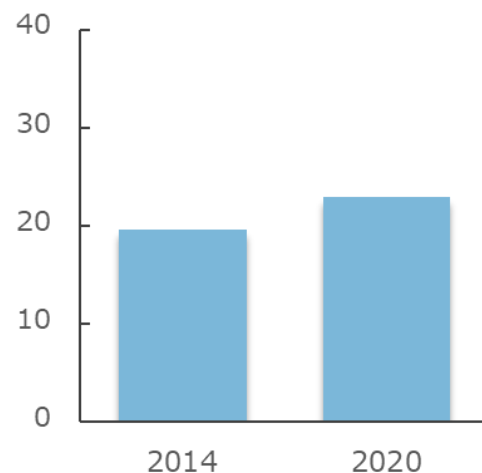
欧州／中東／アフリカ



南米



アジア太平洋

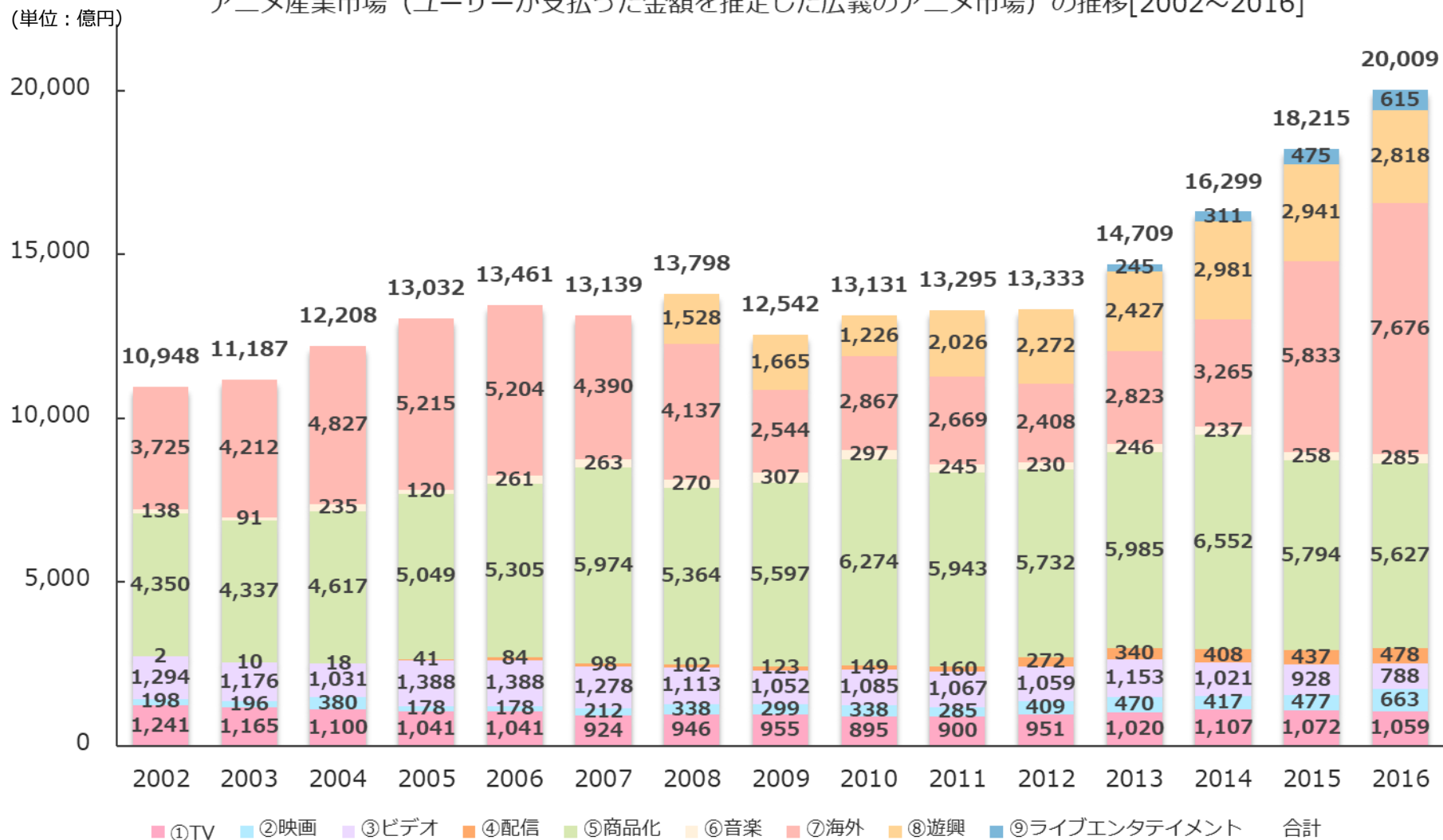


出所：RolandBerger調査（2016）

1ドル=113円で換算

➤ 日本のアニメ市場の推移

アニメ産業市場（ユーザーが支払った金額を推定した広義のアニメ市場）の推移[2002～2016]



出所：日本動画協会実施アンケートや各種統計発表などから算出