



2019年9月期 第2四半期
決算説明会資料



第2四半期決算の概要

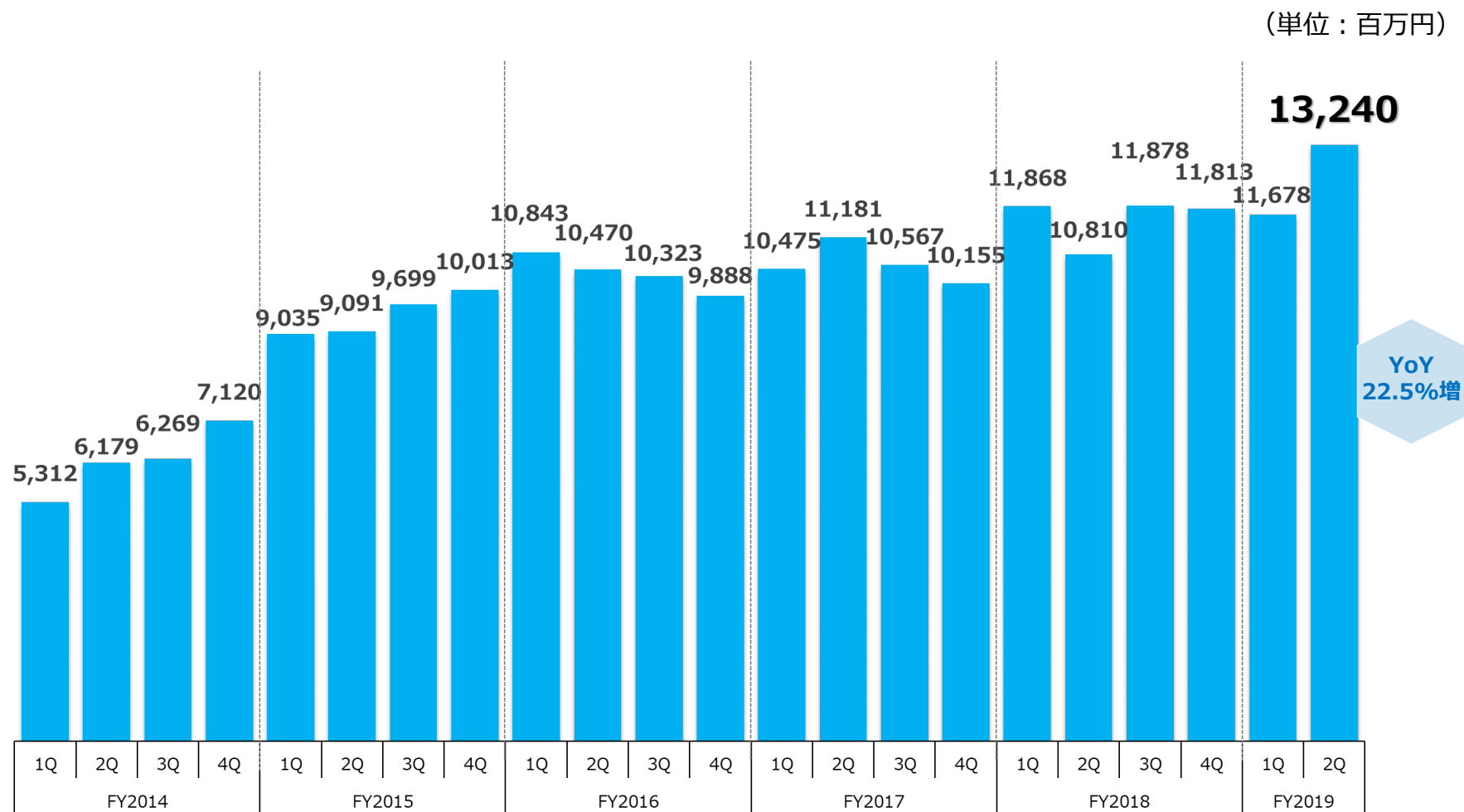
2019年1月～2019年3月

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	132.4億円	+22.5%
売上高	63.8億円	+21.6%
営業利益	2.9億円	△43.6%

- 流通総額・売上高過去最高更新
- 営業利益減益
 - ・ バリューサイクル部門の不振
 - ・ インキュベーション事業の売却益の減少

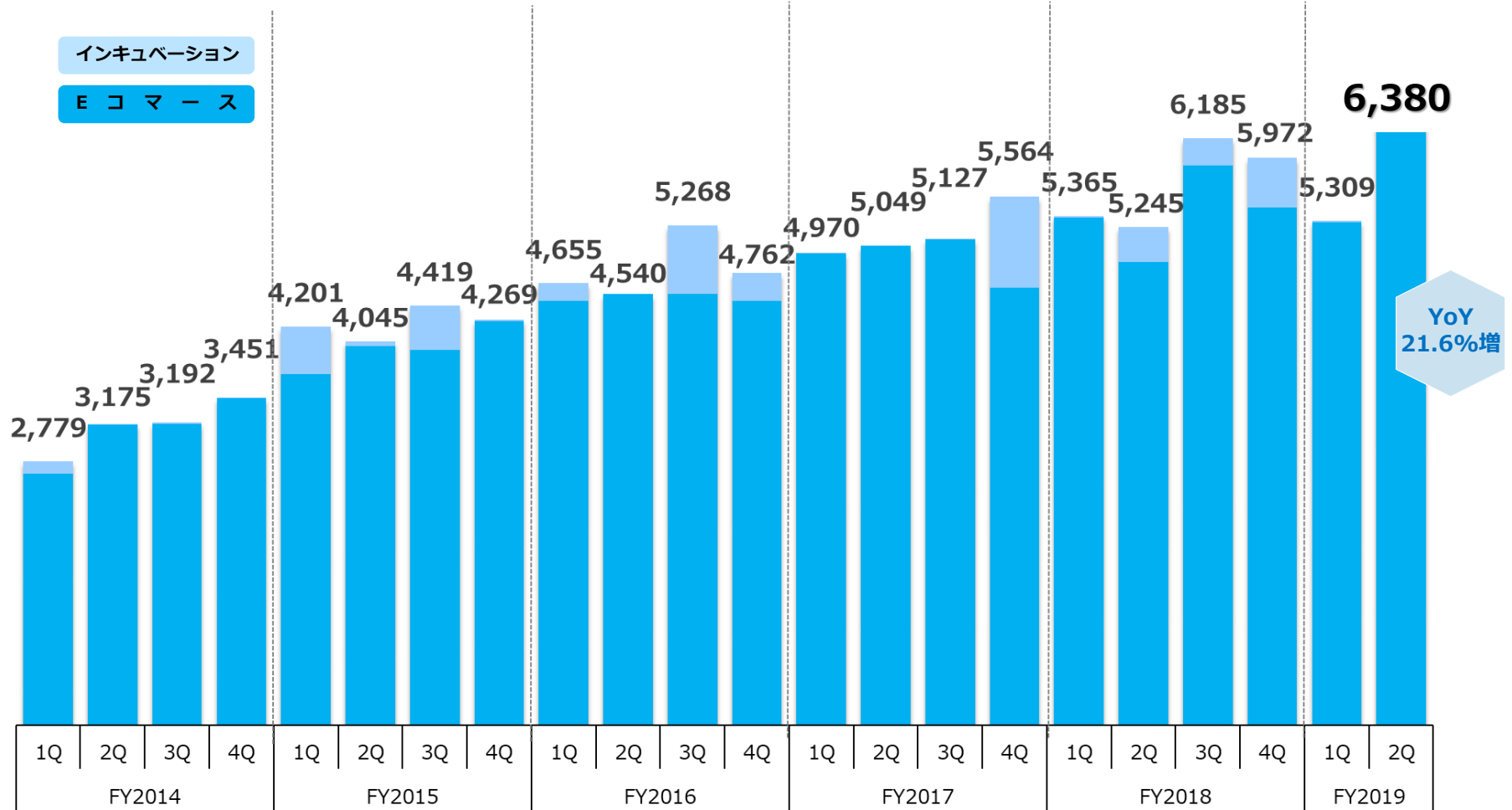
➤ 全部門で増加し過去最高を更新



※ 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。

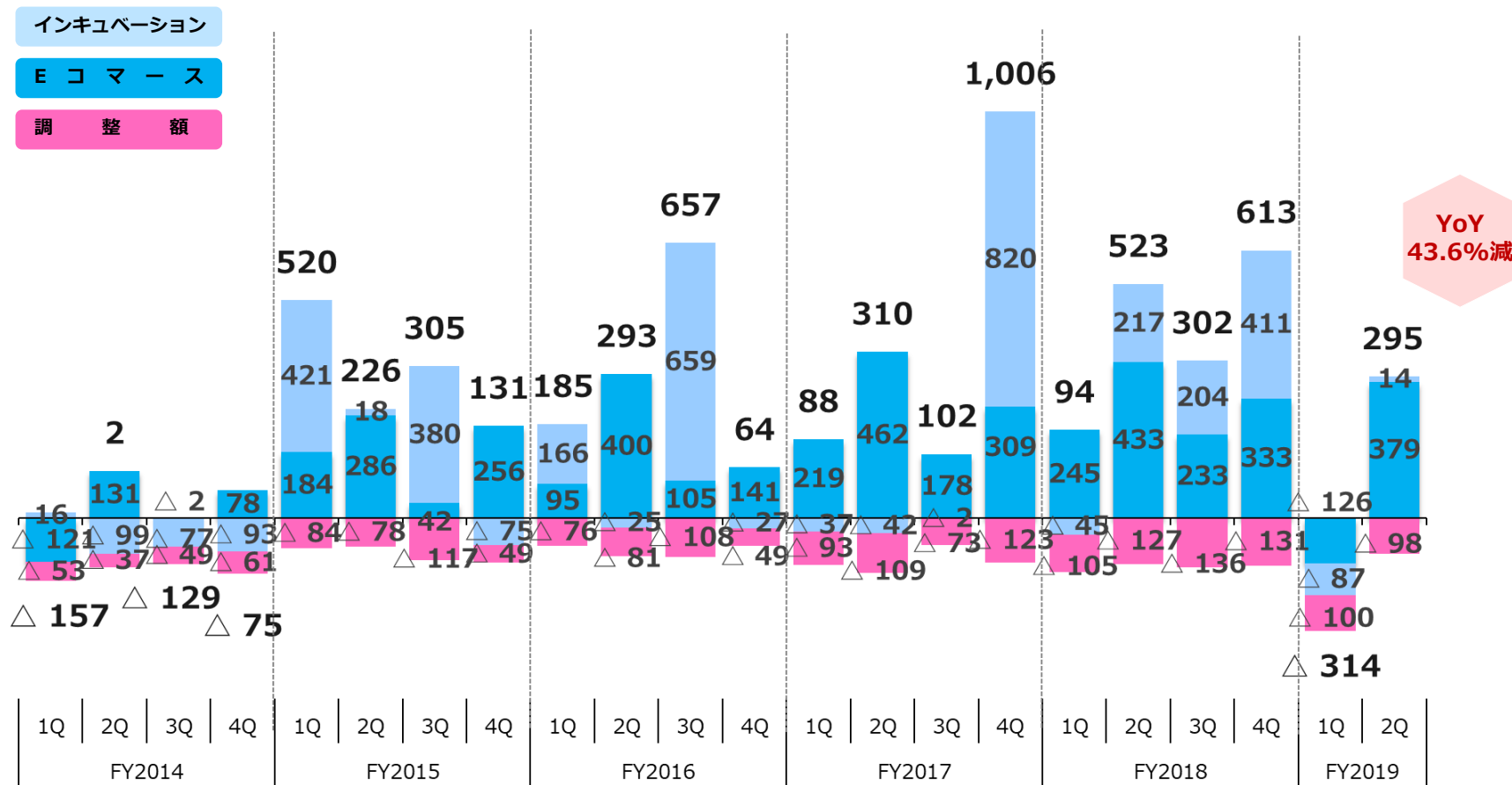
➤ Eコマース事業全部門で増加し過去最高を更新

(単位：百万円)



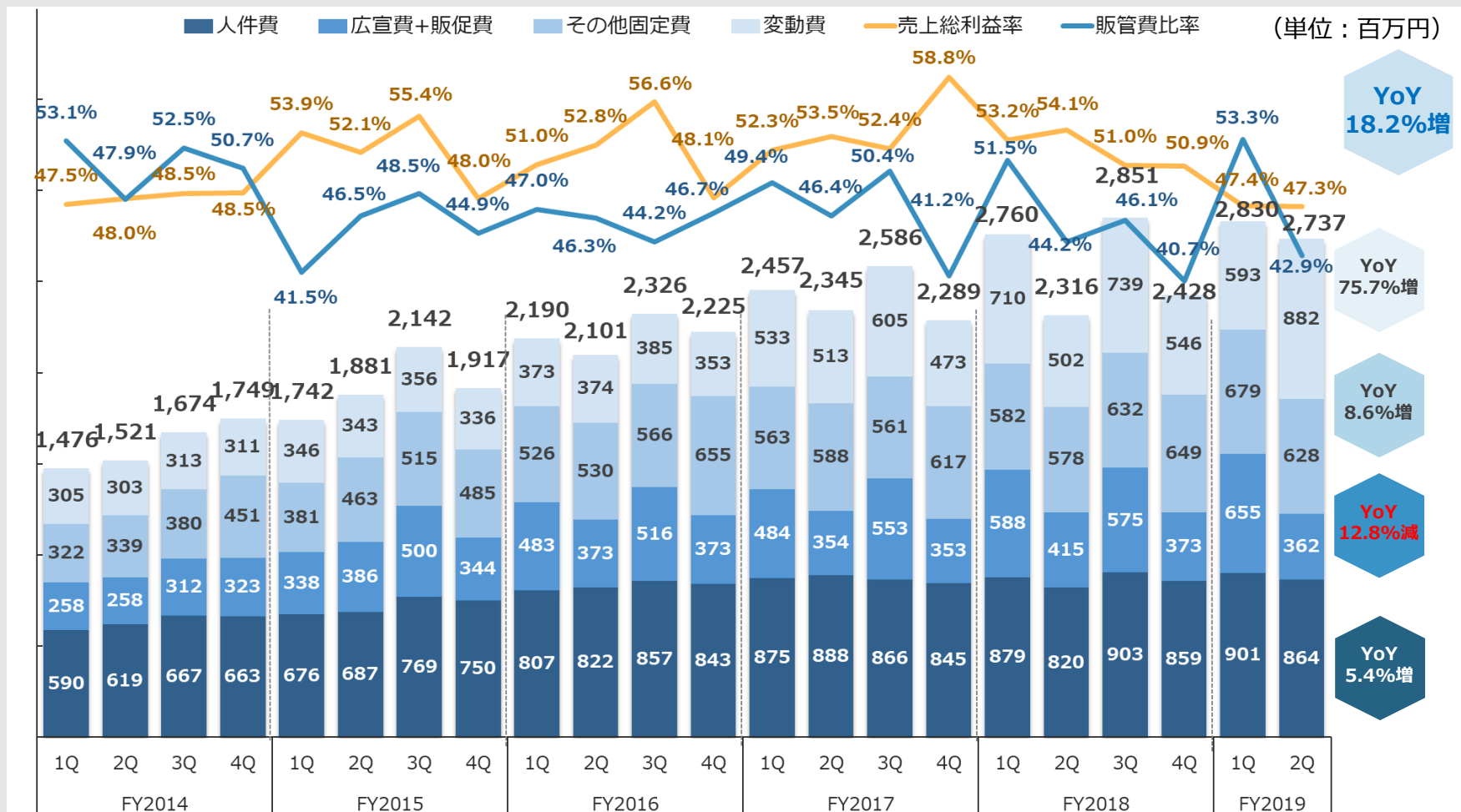
- Eコマース事業はバリューサイクル部門（ブランド品・アパレル買取販売事業）の不調により減益
インキュベーション事業は売却案件はあったものの前年より減少、また新規事業創造費用の増加により減益

(単位：百万円)



連結売上総利益率と連結販管費（率）

- バリューサイクル部門（ブランド品・アパレル買取販売事業）で広告宣伝費を削減
リテール・ライセンス部門の売上増に伴い変動費増加

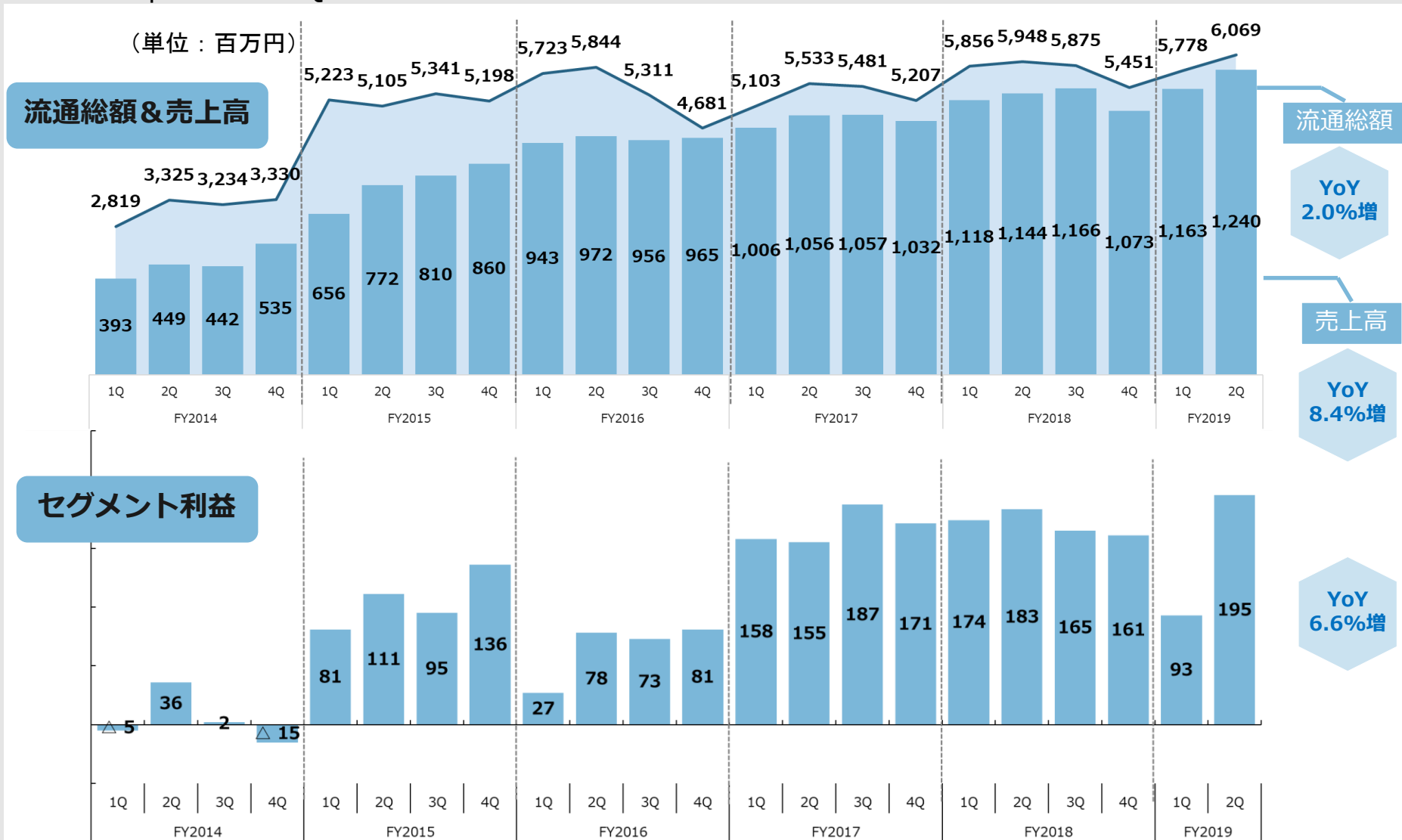


※四半期ベースでは、賞与および賞与引当金は業績連動給のため人件費ではなくその他固定費に含めて表示しております。

※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。

セグメント別損益（クロスボーダー部門）

- From Japan事業が手数料無料キャンペーンの実施等により好調に推移、To Japan事業の減収と赤字を補い、部門としては増収増益
- To Japan事業は1Qの基幹システム入替に伴う費用増は減少し若干の赤字に改善



セグメント別損益（クロスボーダー部門の内訳）

- From Japan事業は好調に推移、To Japan事業は1Qに発生したSEOの問題は改善されたものの減収

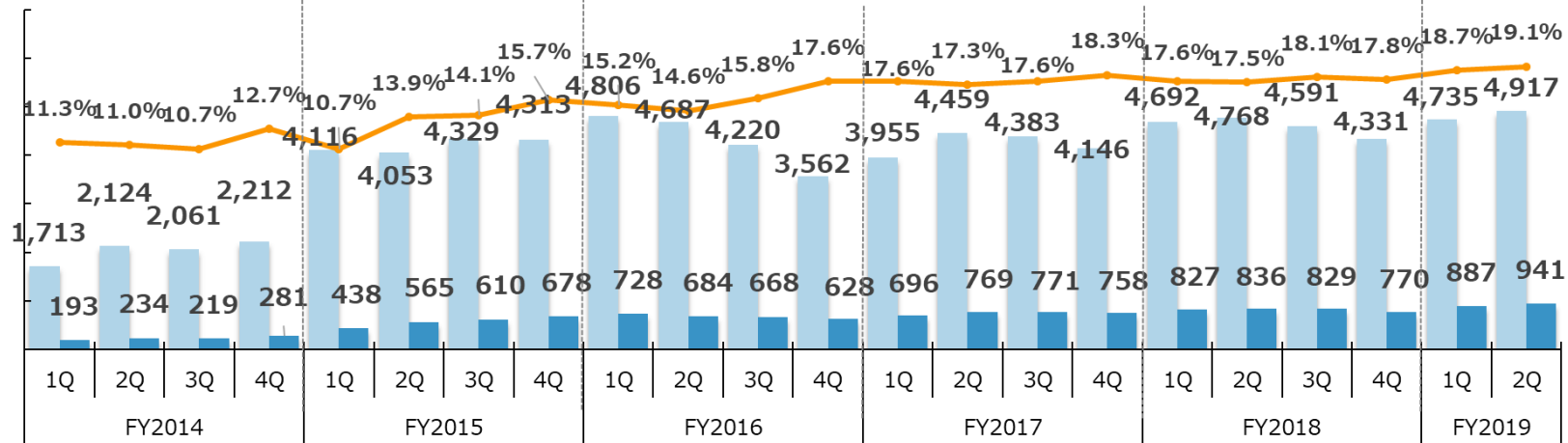
【From Japan】

流通総額

売上高

Take Rate
(売上高÷流通総額)

(単位：百万円)



YoY
3.1%増

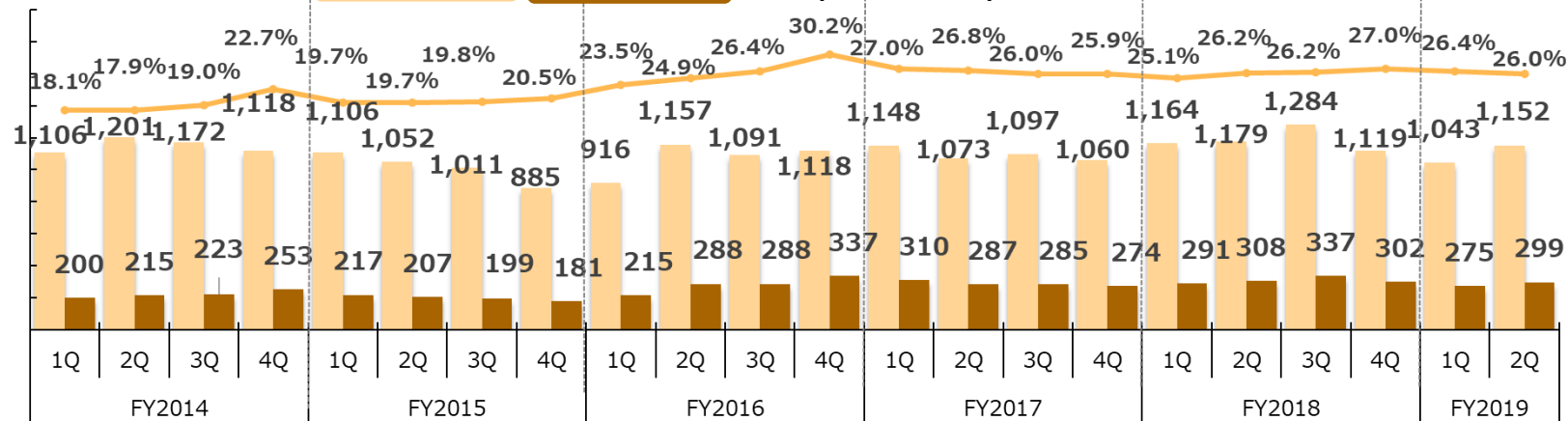
YoY
12.6%増

【To Japan】

流通総額

売上高

Take Rate
(売上高÷流通総額)



YoY
2.3%減

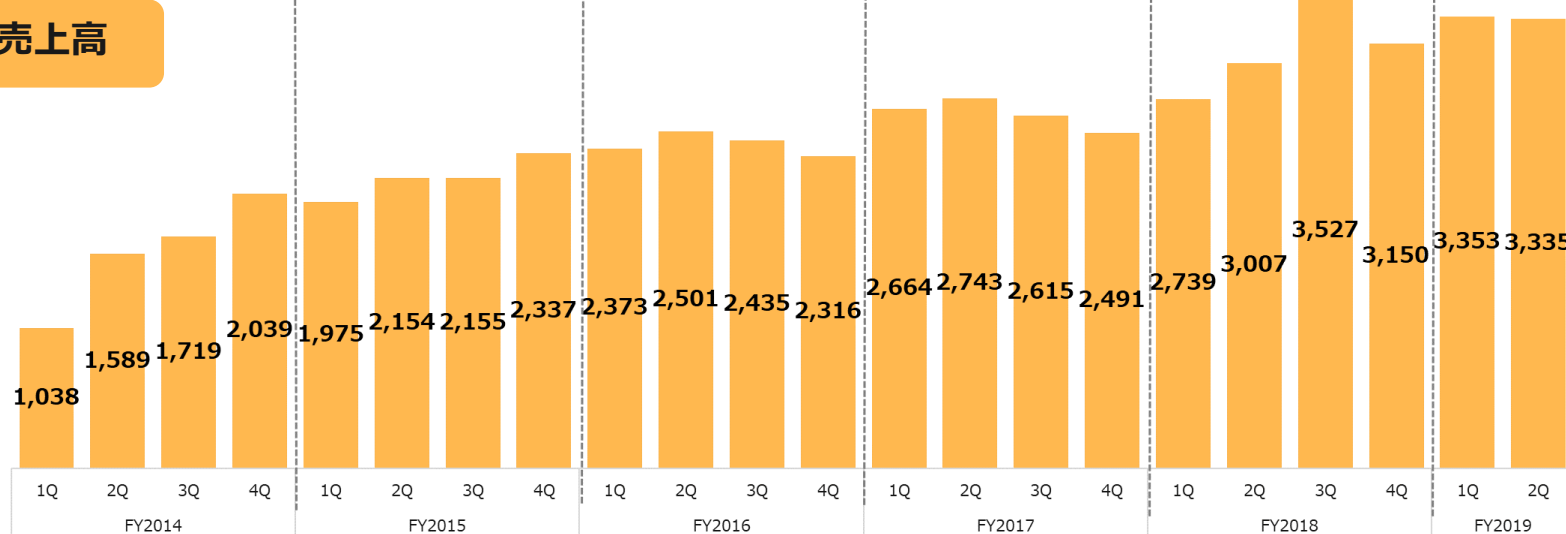
YoY
3.0%減

セグメント別損益（バリューサイクル部門）

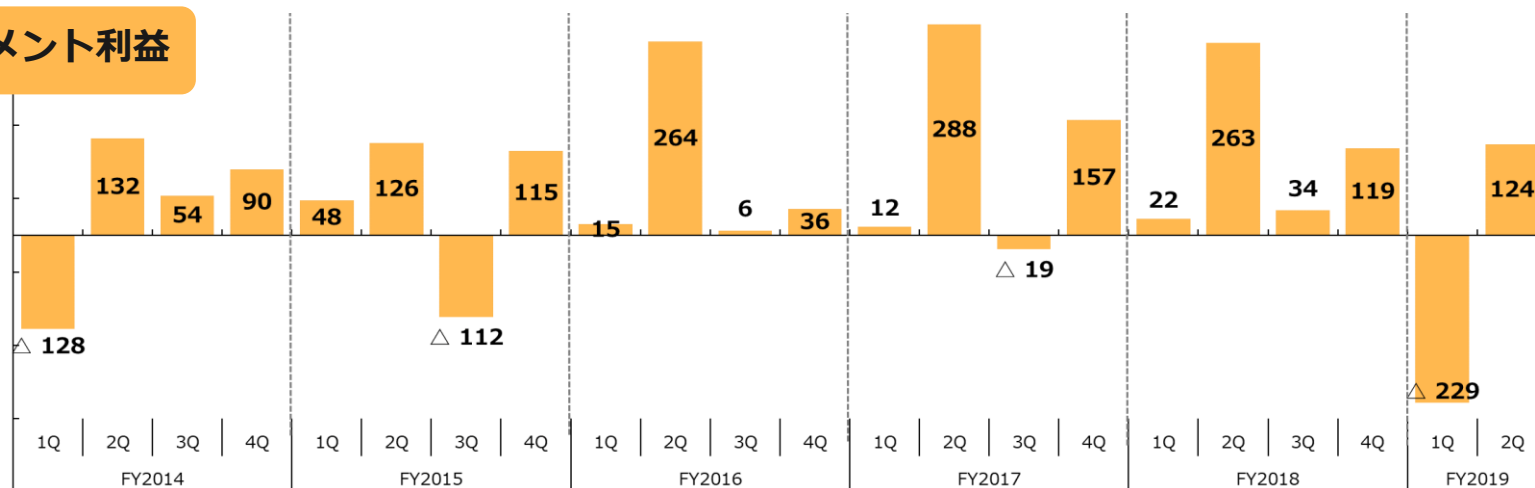
- ブランド品・アパレル買取販売事業で今期の重点戦略である自社販路での売上増が計画を下回り、高価格帯へのシフトによる粗利率の低下をカバーできず減益

(単位：百万円)

売上高



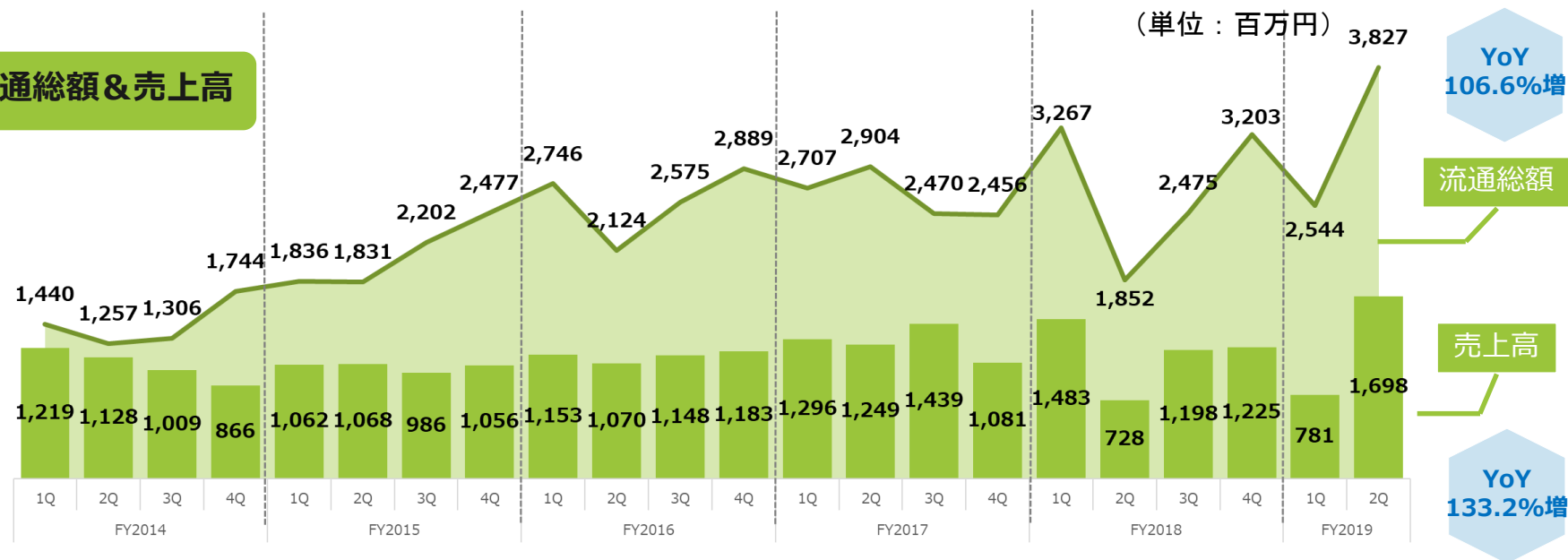
セグメント利益



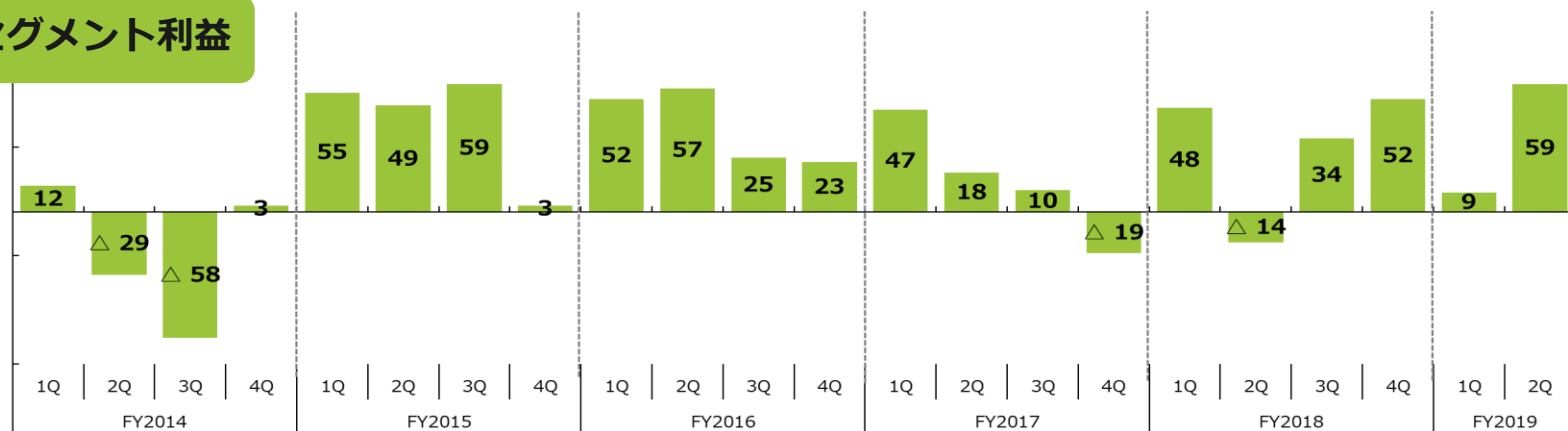
セグメント別損益（リテール・ライセンス部門）

- エンターテインメント事業の新規のアーティストの商品取り扱い開始や、既存アーティストの大型イベント開催による商品売上が好調に推移

流通総額&売上高



セグメント利益

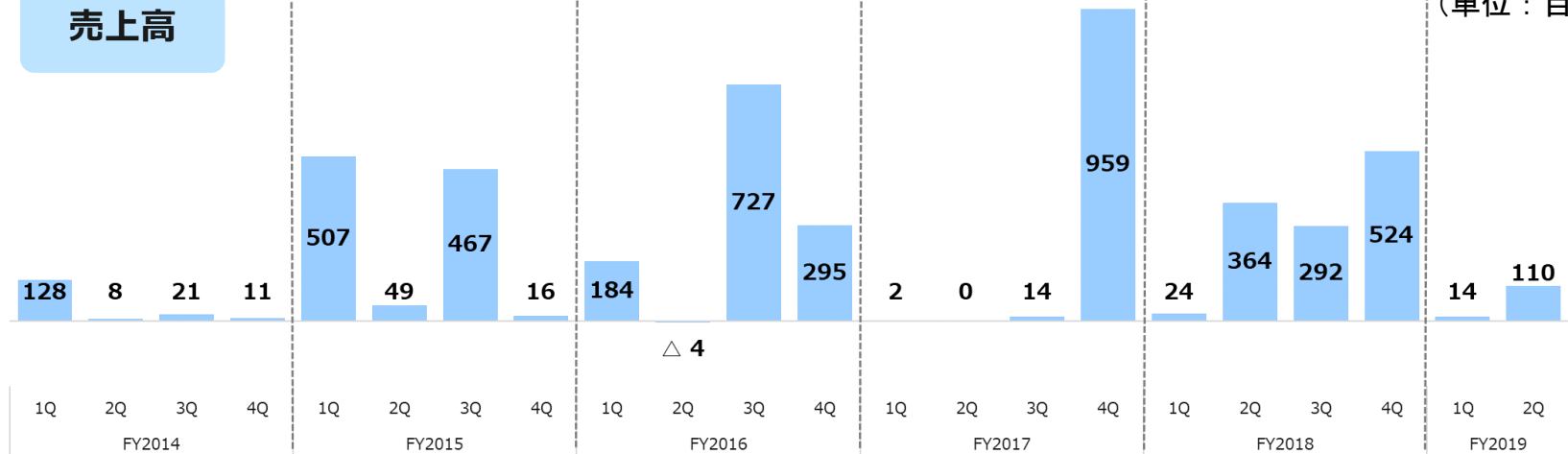


セグメント別損益（インキュベーション事業）

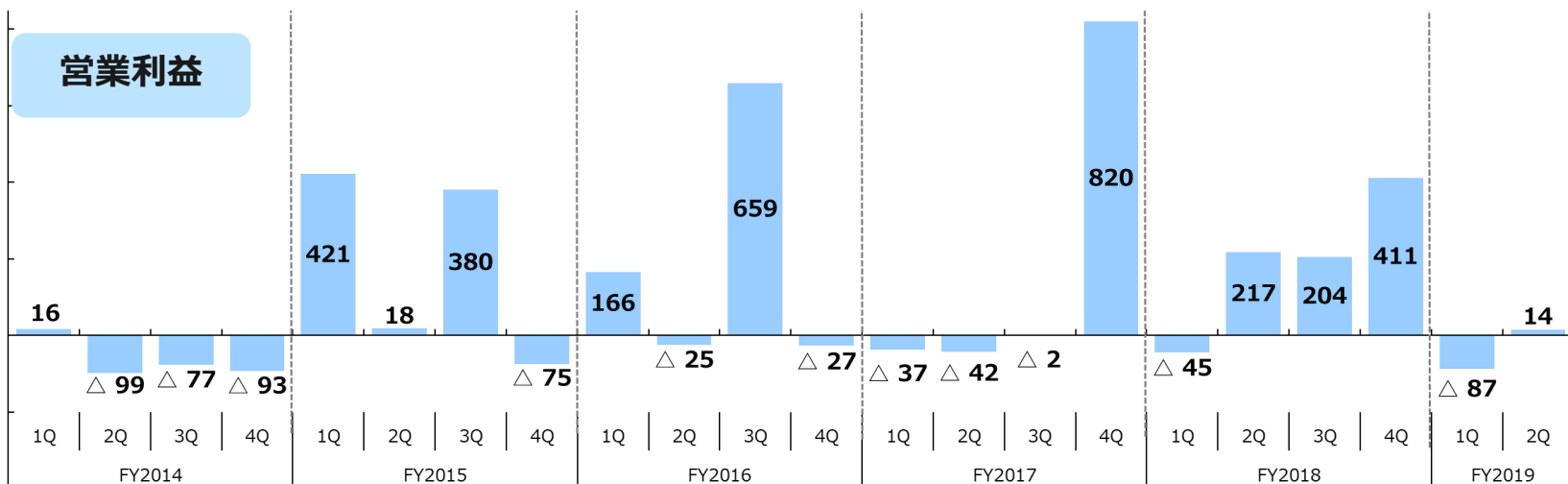
- 営業投資有価証券の売却はあったものの少額にとどまり、新規事業創造費用の増加もあり前年比で減益

売上高

（単位：百万円）



営業利益



単位：百万円	2Q/FY2018	2Q/FY2019	前年同四半期比	
売上高	5,245	6,380	+21.6%	● Eコマース事業全部門増収
売上総利益	2,840	3,032	+6.8%	
売上総利益率	54.1%	47.5%	△ 6.6p	● バリューサイクル部門高価格帯へのシフト
販売費及び一般管理費	2,316	2,737	+18.2%	● リテール・ライセンス部門の変動費増と新規事業創造費用増
販管费率	44.2%	42.9%	△ 1.3p	
営業利益	523	295	△ 43.6%	● インキュベーション事業の売却益減少
営業利益率	10.0%	4.6%	△ 5.4p	
営業外収益	98	10	△ 88.9%	
営業外費用	3	16	+375.9%	
経常利益	618	289	△ 53.2%	
経常利益率	11.8%	4.5%	△ 7.3p	
税金等調整前 四半期純利益	618	289	△ 53.2%	
法人税等合計	207	114	△ 45.0%	
非支配株主に帰属する 四半期純利益	76	43	△ 42.6%	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	334	131	△ 60.7%	
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	6.4%	2.1%	△ 4.3p	

単位：百万円	1Q/FY2019 12月末	2Q/FY2019 3月末	前四半期末比
流動資産	13,773	14,904	1,131
現預金	4,513	5,288	775
売掛金	1,042	1,163	121
営業投資有価証券	2,992	3,898	906
商品	2,336	2,616	280
固定資産	2,368	2,352	△16
有形固定資産	447	442	△4
無形固定資産	489	485	△3
投資等	1,432	1,424	△8
流動負債	6,858	7,925	1,067
買掛金	301	759	458
短期借入金	2,173	2,500	326
固定負債	206	204	△1
純資産	9,077	9,127	49
自己株式	△304	△475	△170
総資産	16,142	17,257	1,114

- ・ 投資による増加：898百万円
- ・ 売却による減少：△30百万円
- ・ 引当・減損：△5百万円
- ・ 為替変動：43百万円



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

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2Q末比

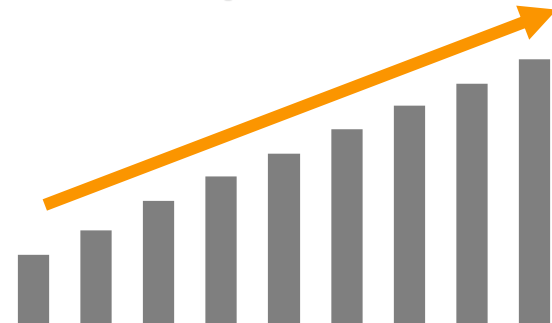
連携サイト数

約**2,110**サイト
(+310サイト)



会員数

約**177**万人
(+32万人)



四半期流通総額 過去最高



タイアップ型 グローバルCRM施策実施

海外消費者向けに
連携先とのタイアップCRM施策を実施。

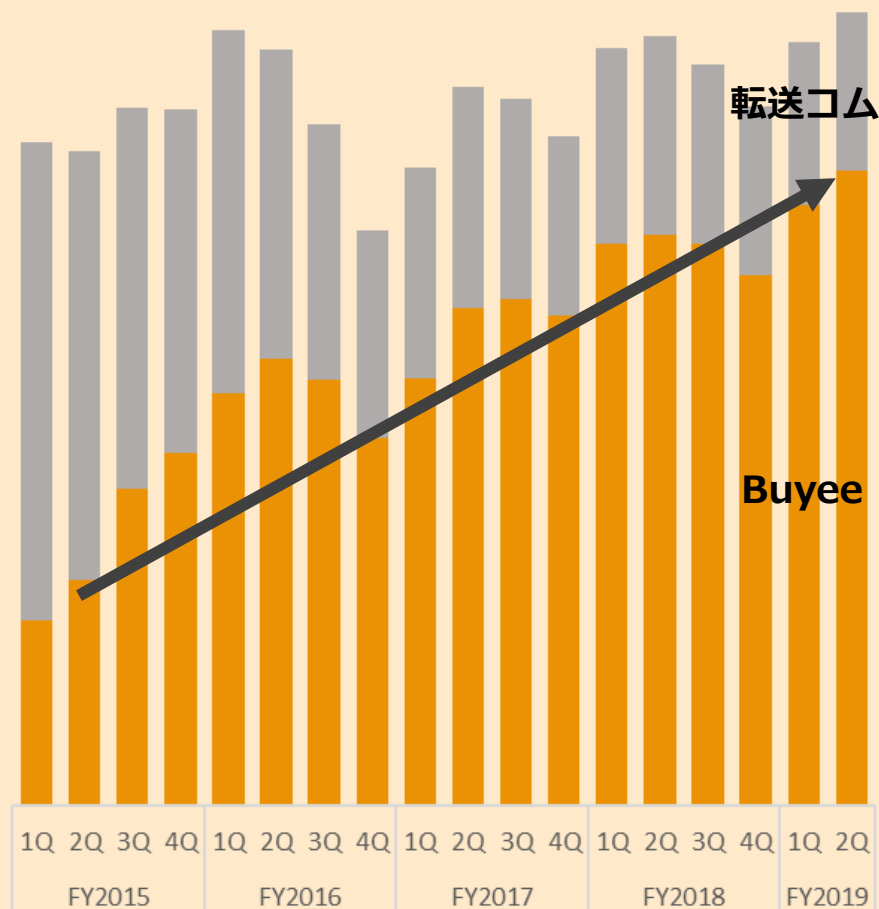
最も効率的で効果的なアプローチ方法
を追求。

ユーザビリティを 徹底的に追及

国際送料の事前確定機能実装
→ 分かりやすい決済

UX・UI改善
→ 使いやすいサイト

収益率の高いBuyeeを戦略的に強化



Buyee、4年で

流通総額 約3倍

構成比 35%→80%

グローバル マーケティング&プロモーションの強化

フラワーアート・ユニット「plantica（プランティカ）」の
台湾初上陸をサポート



日本が誇る花文化を世界に発信

台湾に116店舗を構える台湾最大級の
コーヒーショップチェーン
「cama café(カマカフェ)」との
デザインコラボレーションが実現



二層ガラスボトル



ドリップコーヒー



アイスカップ

日本を代表するアニメコンテンツの サイト運営・商品企画

タツノコプロ公式サイトを運営
(4月開始)



半世紀に渡るタツノコプロの歴史、
その集大成がここに。

タツノコプロ OFFICIAL MALL GRAND OPEN!

「進撃の巨人」の商品を企画
(ドン・キホーテコラボ)



SNSでも
話題に

グローバル展開を視野に ジャパニーズ「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 47万個以上

（2019年3月時点）

コンテンツ商材の
デザイン・企画



×

コスメブランドの
育成

Lovisia
ラヴィジア

「ブランディア」事業の下方修正

想定売上高には届かず

(百万円)

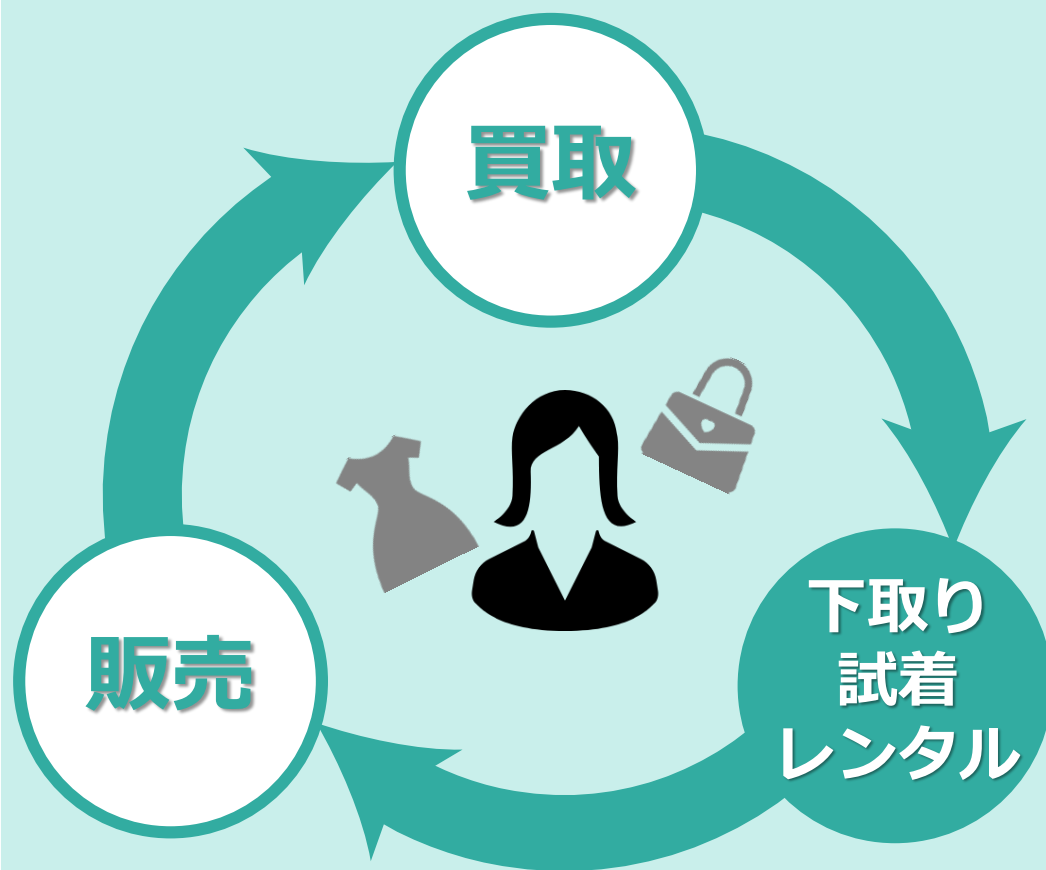
	FY2018/2Q累計 売上比		FY2019/2Q累計 売上比		増減率
売上高	5,746		5,838		1.6%
売上総利益	2,956	51.4%	2,550	43.7%	△13.7%
販管費	2,669	46.5%	2,648	45.4%	△0.8%
営業利益	286	5.0%	△98	△1.7%	△134.4%

- ・ 販促施策の失敗（自社販路売上高 前年比※20.5%増にとどまる）
- ・ 大手販売チャネルの売上不振
- ・ 暖冬による冬物商品不振

※累計期間比較

詳細は4月25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

「ブランディア」サービスを リユースから“新バリューサイクル”へ



**自社販路の売上拡大を目指し
新サービスを強化**

- ・ 下取りサービスの利便性
- ・ 試着サービスによる安全性
- ・ レンタルサービスによる手軽さ
などを訴求



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



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			
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 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 日本美食	イギリス skimlinks™

ファッション・コ・ラボ社との合併会社「FASBEE株式会社」を3月に設立



ファッション特化型越境ECサービス

5月トライアルオープン → 6月グランドオープン

BEENOS

越境EC
ノウハウ・知見



ファッション・コ・ラボ

ファッションに特化した
フルフィルメントの仕組み・知見、
アパレルネットワーク

シンプルで分かりやすいサービスを構築

これまでの越境EC

商品代金
国際配送料
国内配送料
購入手数料
各種オプション料金
関税関連費用

一次決済
二次決済
国際出荷指示

一次決済
代理購入
国内配送
越境用倉庫着
二次決済
国際配送

料
金
体
系

連
絡
回
数

発
送
時
間



商品代金
国際配送料

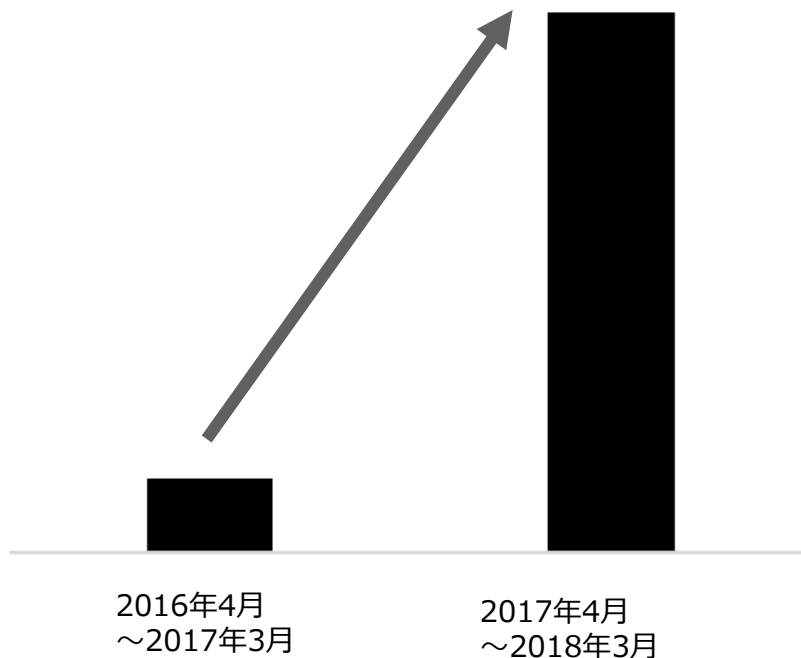
一次決済

一次決済
国際配送

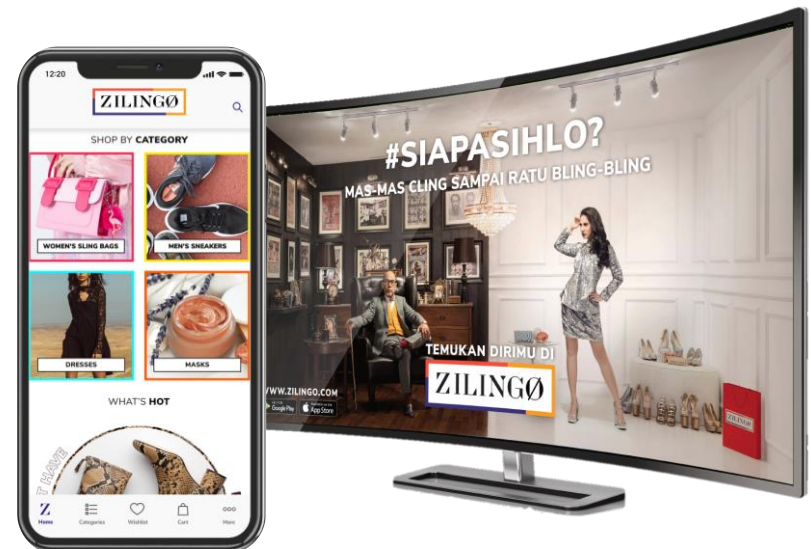
東南アジアのファッション・美容商品のオンラインマーケットプレイス 「Zilingo (ジリング)」 に追加出資

シリーズDラウンドで2億2,600万米ドル
（約250億円）の大型資金調達を2月に発表

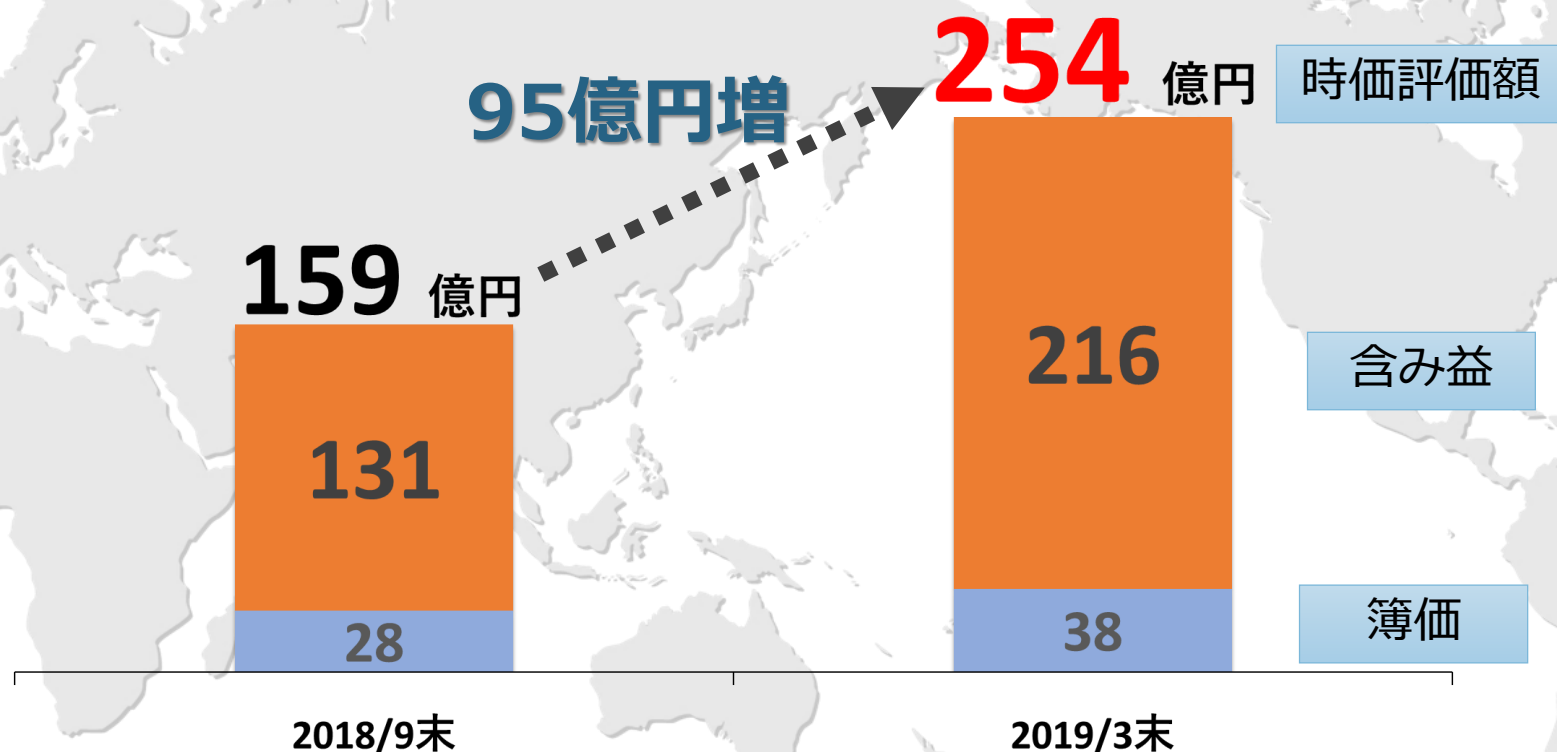
GMV 1年で7倍



共同出資者：
セコイア・キャピタル
シンガポール政府系ファンド
ヨーロッパのベンチャーキャピタル など



含み益が216億円に拡大



【時価評価の計算方法】

上場銘柄：2019年3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。

今後1年間で**含み益の20%**程度を顕在化させ、

投資回収分を

成長が見込まれる既存投資先への追加出資

新規投資

EC事業領域の新規事業創造

に投資していく方針です。

流通総額

過去最高（前年比22.5%増）

クロスボーダー部門（From Japan）、リテール・ライセンス部門が好調に推移

売上高

過去最高（前年比21.6%増）

クロスボーダー部門（From Japan）、リテール・ライセンス部門が好調に推移

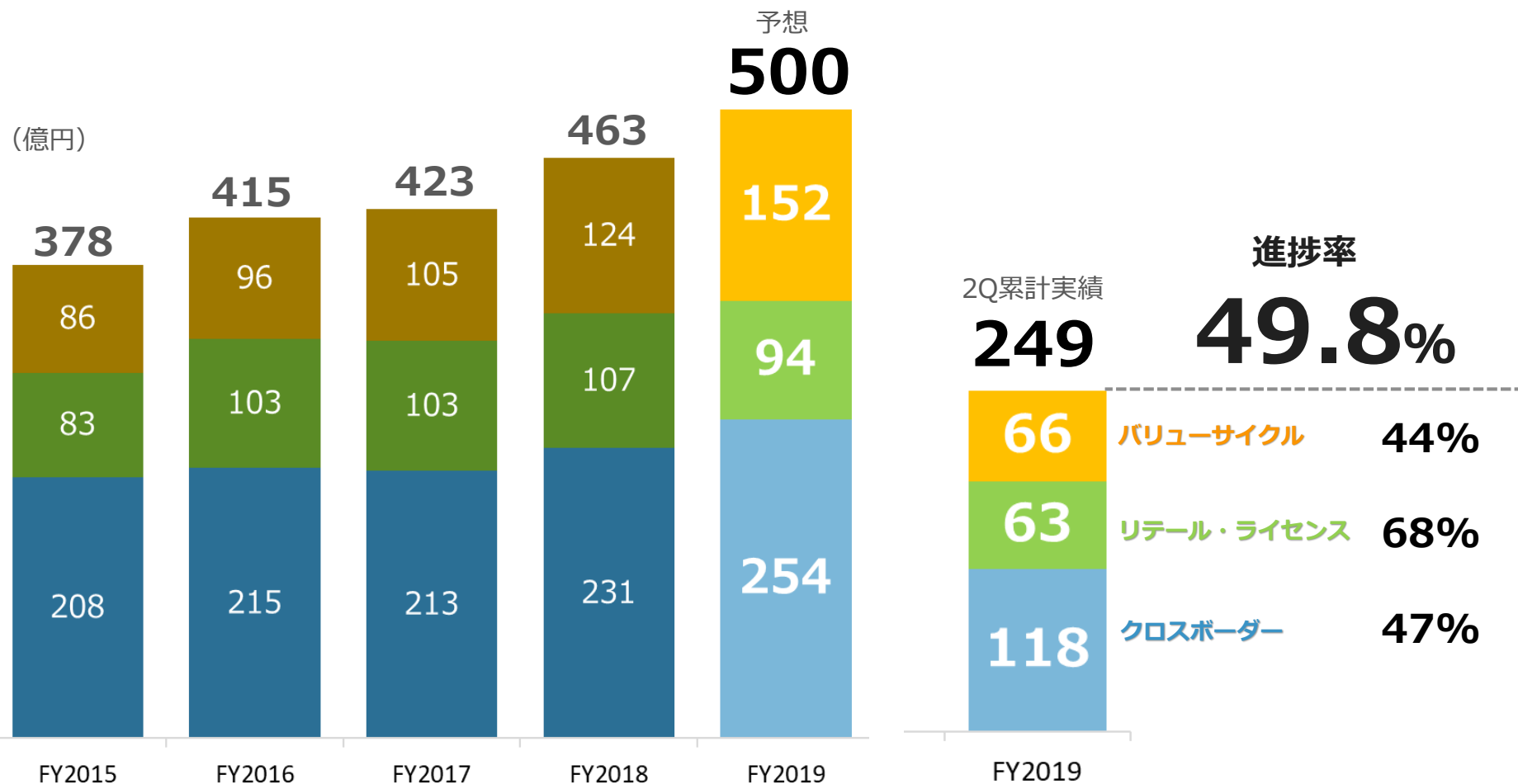
営業利益

前年比減益

バリューサイクル部門の不振、
インキュベーション事業の売却益が減少

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。





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



配当

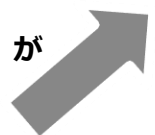
	1株あたり配当金（円）			配当総額	配当性向
	第2四半期末	期末	合計		
FY2018	00円00銭	13円00銭	13円00銭	158百万円	17.2%
FY2019 （予想）	00円00銭	13円00銭	13円00銭	-	-

自己株式の取得

	取得株数	発行済株式数 に対する割合	取得総額	配当と合わせた 総還元性向
FY2018	10万株	0.8%	145百万円	32.9%
FY2019	21万株	1.7%	288百万円	-

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ダリー販売する「ブランドディア」を運営。



JOYLAB

国内6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

フレグランスボディケアブランド。商品企画・開発・販売を行う大手ファッションブランドや世界的知名度を持つキャラクター等とのコラボ実績もありテレビや雑誌等でも多数取り上げられている。



FASBEE

ファッション特化型越境ECサービス。
2019年6月グランドオープン予定。



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マ事業を展開する「Ralali」などに投資。

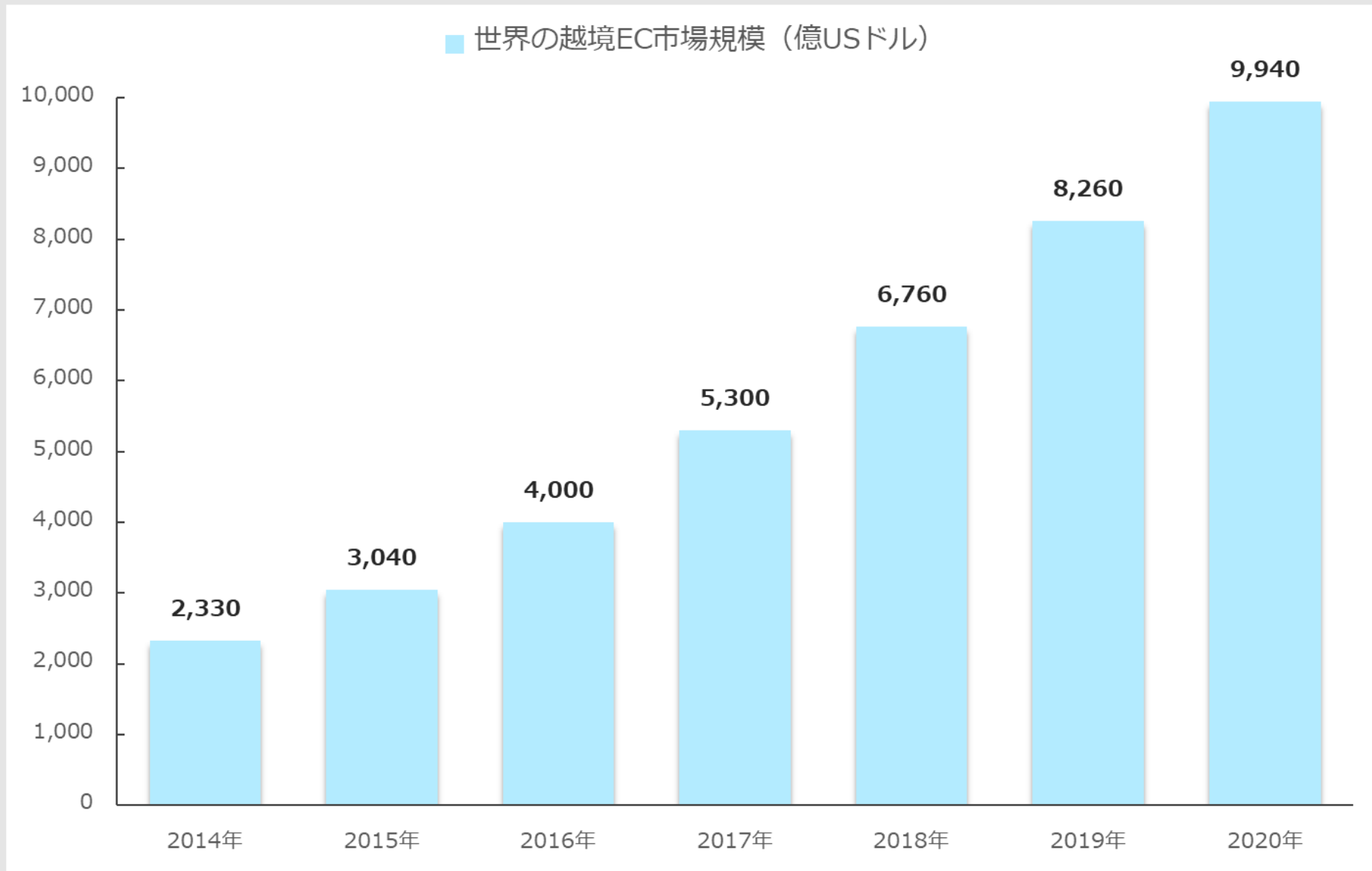


オープンネットワークラボ

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

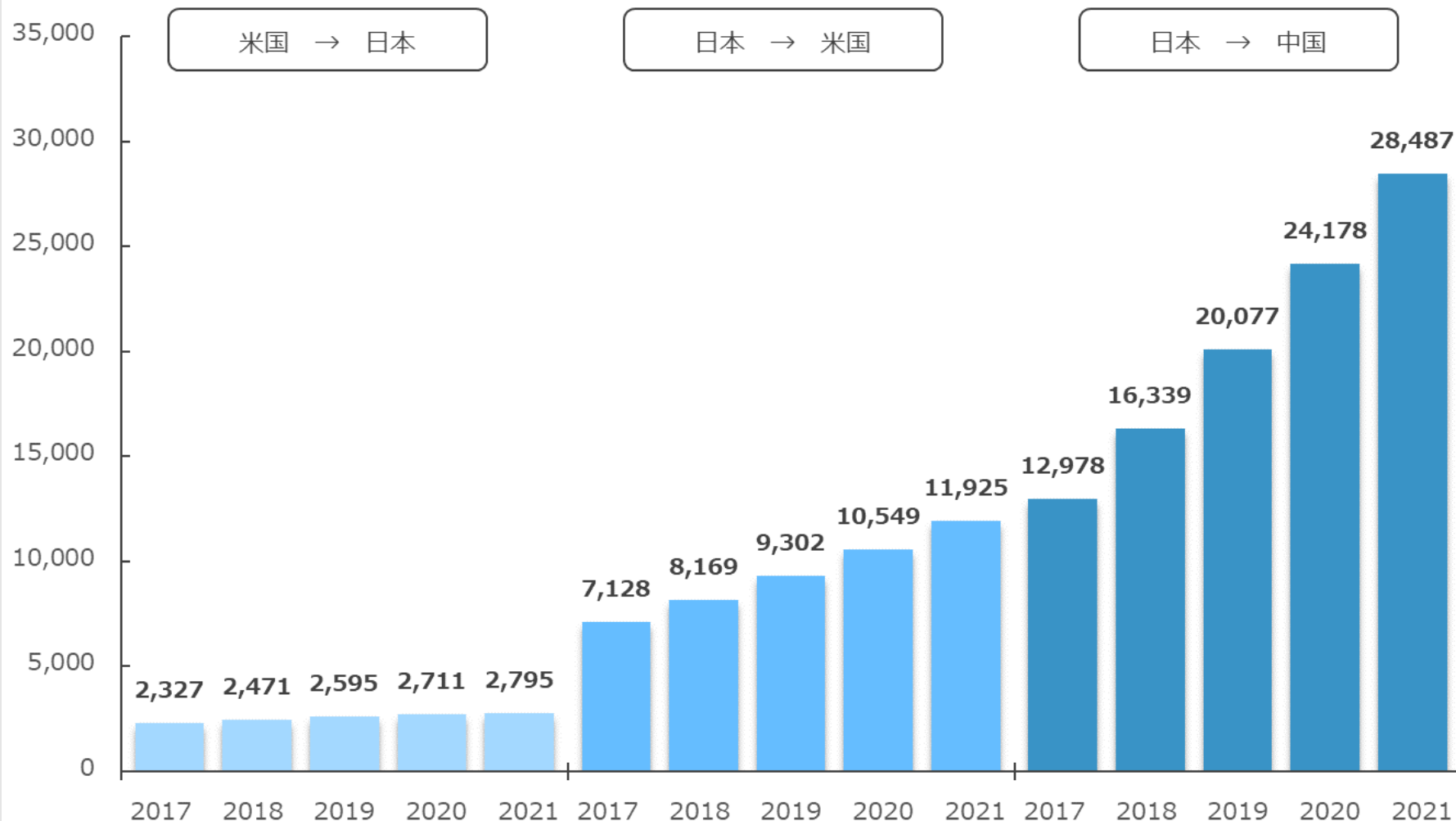




出所：Alizila, Jan2017

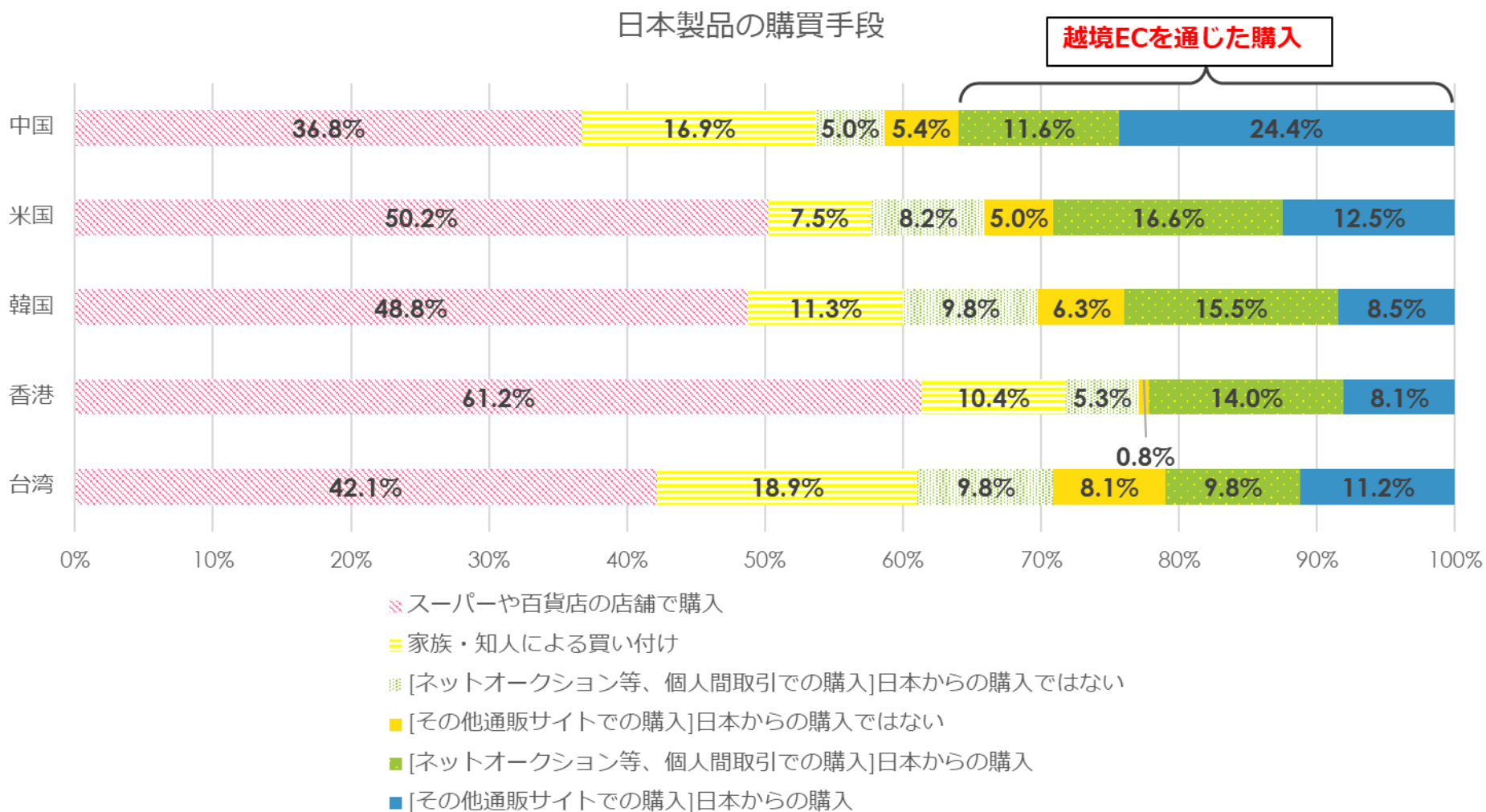
主要国間の越境EC市場規模

(単位：億円)

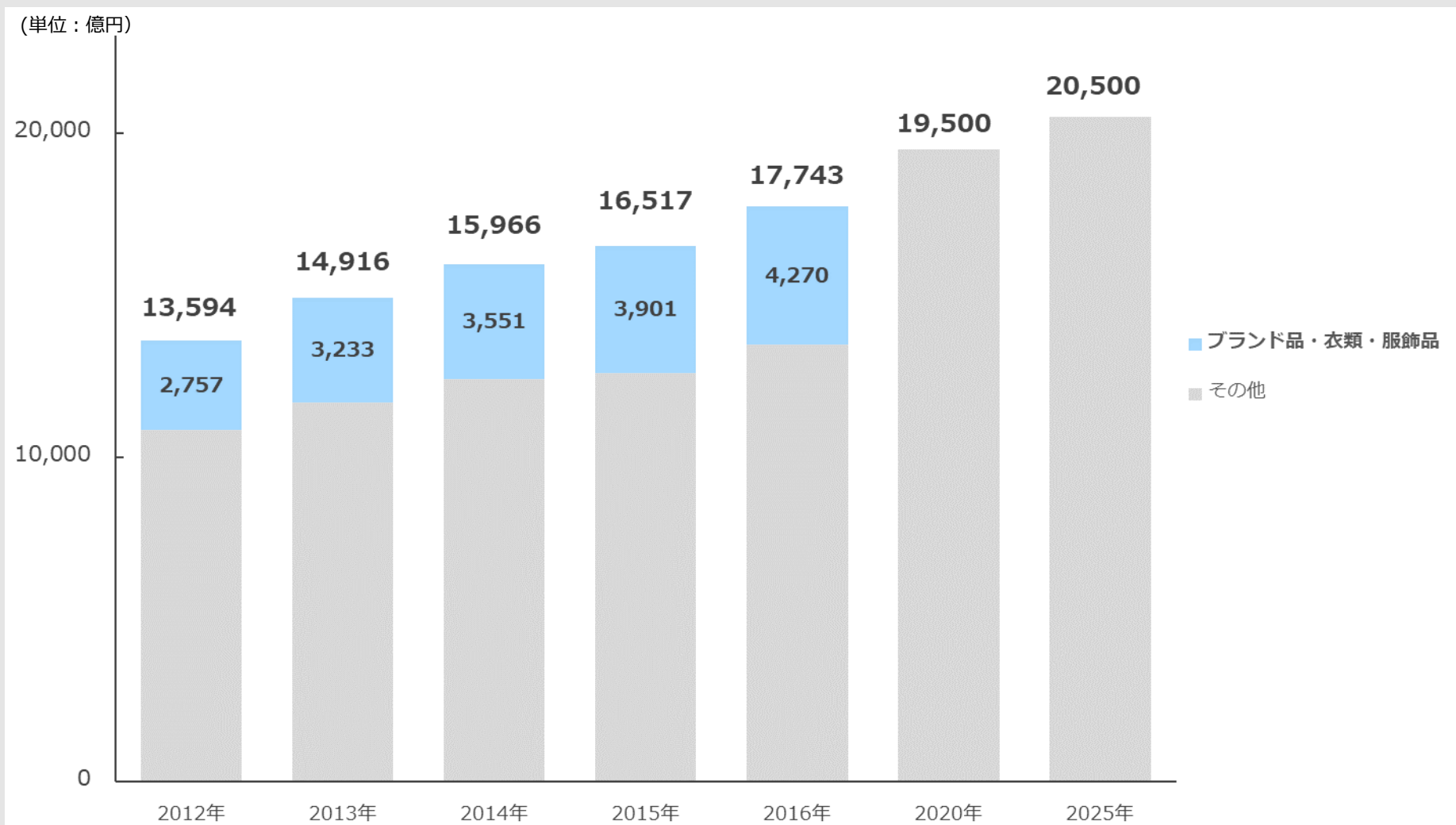


出所：経済産業省、「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備」（2018年）を参考に作成

訪日外国人旅行者の増加がもたらす影響



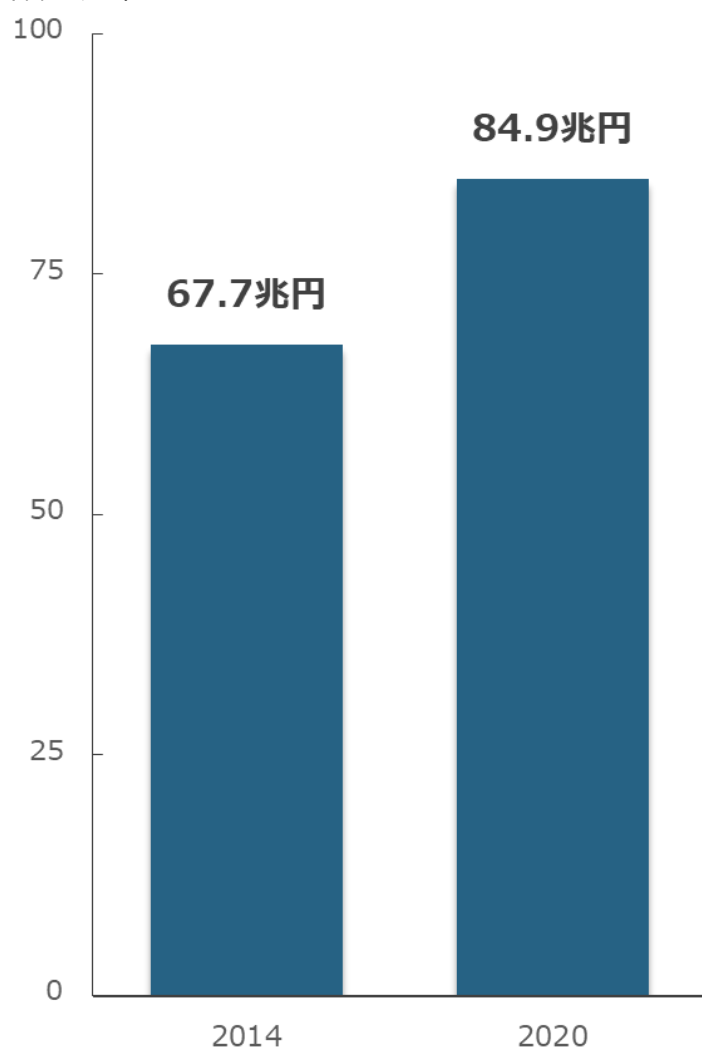
出所：アンケート調査に基づき観光庁作成 (2017)



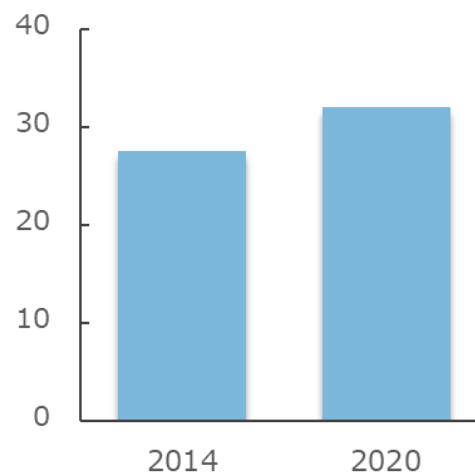
出所：（株）リフォーム産業新聞社『リサイクル通信 中古市場データブック2018』推計を基に当社集計

世界のコンテンツ市場規模

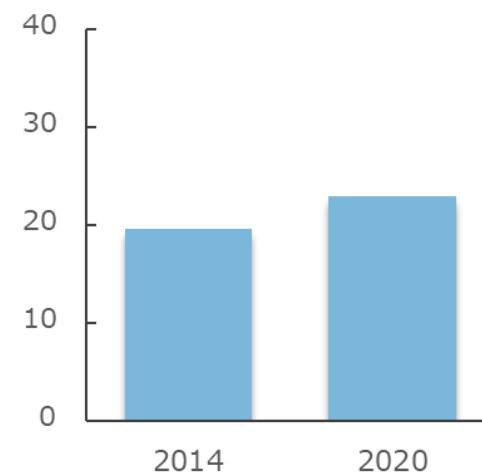
(単位：兆円)



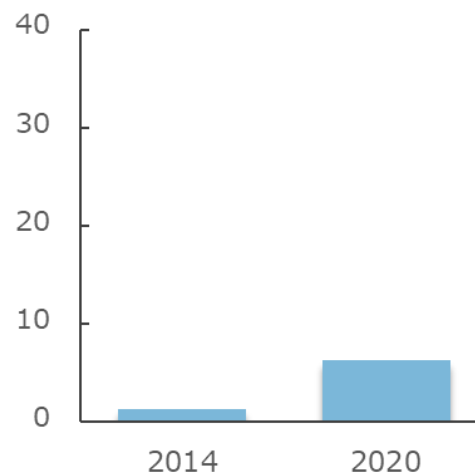
北米



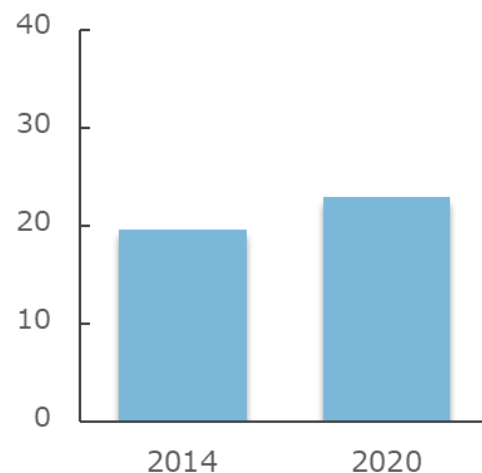
欧州／中東／アフリカ



南米



アジア太平洋

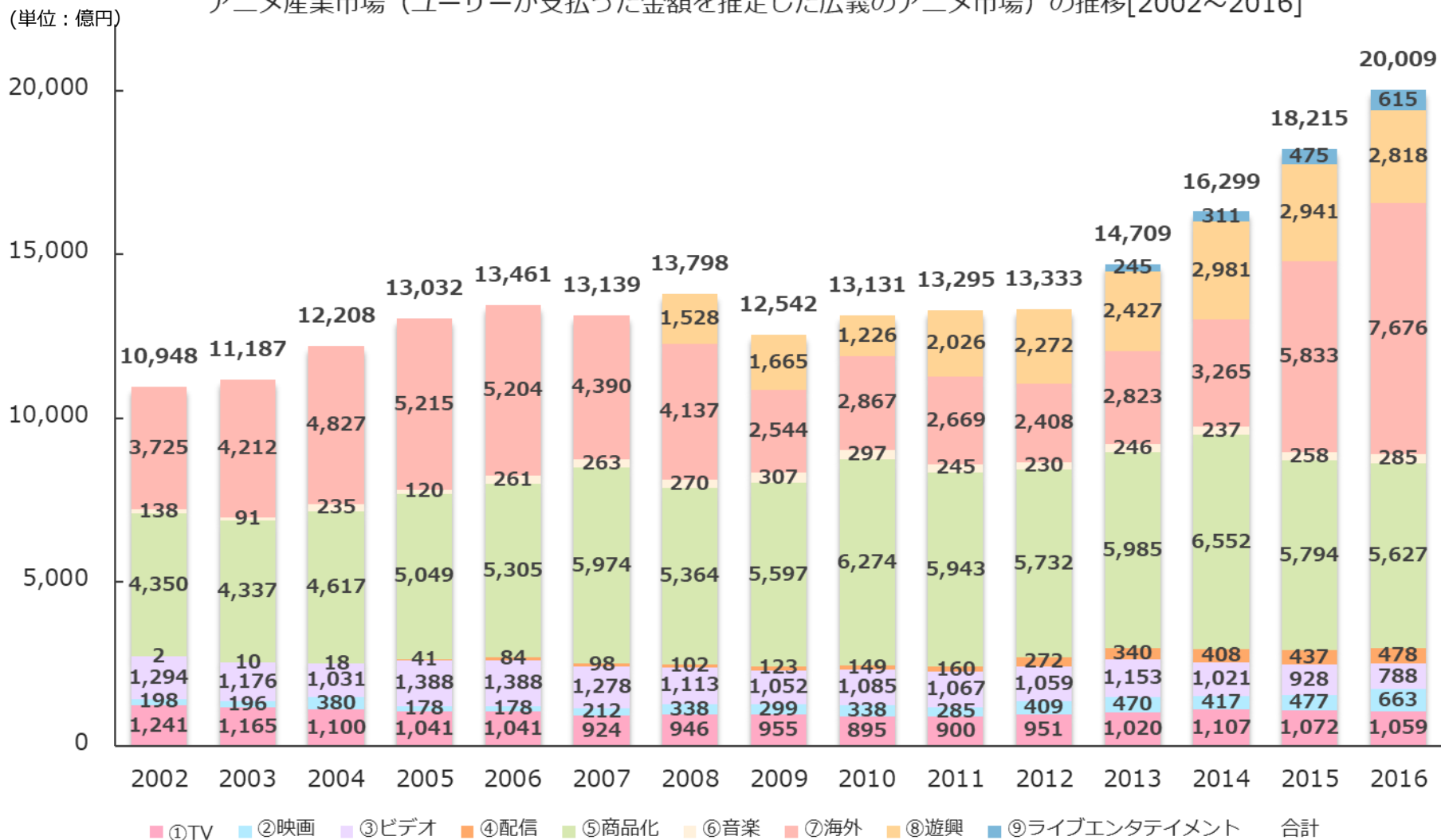


出所：RolandBerger調査（2016）

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