

**2019年4月26日開催**  
**2019年9月期 第2四半期決算説明会における主な質疑応答内容**

この質疑応答集は、4月26日（金）に開催した決算説明会（アナリスト・機関投資家向け）にて、ご出席の皆様からいただいたご質問をまとめたものです。理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

**Q1. 営業投資有価証券の含み益の内訳として、上位5社及び、直近の6ヶ月で含み益が伸びた会社の上位の会社を教えてください。**

上位個別企業名の開示は差し控えたい。投資先のファイナンス時の時価評価額は、各社ごとに開示、非開示があるが、開示されている場合は当社のコーポレートサイトの投資先情報のページ

(<https://beenos.com/company-portfolio/investment/>

<https://beenos.com/news-center/mediacoverage/>) に取りまとめているので参考にさせていただきたい。

**Q2. 出資比率が高い投資先が、時価評価額への寄与が大きいと考えるとよいのか？**

出資先によって時価評価額が大きく異なるため、必ずしも出資比率とは連動しておりません。

**Q3. 今後1年間で営業投資有価証券の含み益の20%程度を顕在化させるとのことだが、それは出資先にIPOの見込みなどがあるから実現できるということか？**

投資先の中にはIPOを目指している企業も多くありますが、それに限らず適切なタイミングで売却していく方針です。

**Q4. 営業投資有価証券の売却方針については、この1年に限った方針か？また、含み益（216億円）の20%というとおおよそ40億円だが、今下期に20億円、2020年度上期に20億円の売却益を見込んでいるということか？**

売却方針は今のところこの1年のものとお考え下さい。売却のタイミングは半年毎に半分ずつということではなく、適切なタイミングで売却して参ります。

**Q5. 2019年4月24日に子会社であるデファクトスタンダード社が業績の下方修正を発表したが、BEENOSの流通総額の子会社に修正はないのか？**

デファクト社の下方修正分は直接影響があるが、現時点では、他の事業（クロスボーダー部門、リテール・ライセンス部門）でカバーできる範囲と考えており、修正はしておりません。



**Q6. 新会社 FASBEE 株式会社について、対象国はどこか？**

これまでの越境 EC 事業と同じように世界中が対象であるが、ファッションに特化することでユーザビリティの確保（わかりやすさ、購入しやすさ）や国際送料の定額化をしていく方針のため、当面はプロモーションにあたって、香港と台湾を重点地域とする方針です。その後は中国、ASEAN 地域へと拡大していく予定です。

**Q7. FASBEE 社のプレスリリースでは、新サービスの開始時期は 2019 年 4 月の予定とあったが、本日の説明では 5 月となっている。後ろ倒しとなった理由はなにか？**

決済サービスとの接続が遅れたことが主要因です。決済サービスはとても重要なシステムであるため、慎重を期すことにしました。

**Q8. FASBEE 社の共同出資を行っている、ファッション・コ・ラボ社と BEENOS との役割はどのようになっているか？**

BEENOS は EC システムの構築、運用及びカスタマーサービスを担当し、ファッション・コ・ラボ社はフルフィルメントと倉庫を主に担当します。また、アパレルメーカーとの契約はファッション・コ・ラボ社を通して行うことでスムーズに行うことができいております。今後は、直接 FASBEE がメーカーとの契約を行うことも増えると考えており、日本中のアパレルブランドを世界に展開していきたいと考えています。

**Q9. 先日、株式会社 ZOZO が中国市場へ進出するとの発表があったが、競合と考えているか？**

競合ではなく、むしろ歓迎しております。日本企業が海外へチャレンジする流れが広がっていくことで、マーケットが成長しチャンスも大きくなると考えています。大手の企業がマーケットの流れを変えて下さることを期待しています。

**Q10. BEENOS はグループの中で投資事業を行っている会社だという印象があるが、デファクトスタンダード社をはじめとした関連事業会社とどのようなシナジーを生み出そうと考えているか？事業よりの活動を行うつもりはあるのか？**

デファクト社を含めて全グループで事業ノウハウを共有し、そのことによってここまで成長できたものと考えています。事業の連携としては現状でも Buyee サービスを通してデファクト社の商品が多く買われております。デファクト社は eBay の 2018 年のセラー・オブ・ザ・イヤーを受賞していることからわかるように、海外からも日本のリユース商品に対するニーズが高いことがわかっておりますので、更なる連携を考えています。



Q11. 客観的にみると関連会社、出資先への人的なサポートが弱いと思っているが、どのように考えているか

これまでは、各社の成長には経営者の自立や自由度が重要だと考えていたことから、ハンズオンのサポートは行ってきておりませんでした。そのため弱いと言われれば弱いところではあります。以前は、商社のように出資先のビジネスを活かすようなネットワークを当社が構築できていなかったことも理由としてあります。しかしながら、出資先のネットワークも広がりサポートを行える体制も備わってきましたので、今後はハンズオンでのサポートも強化していこうと考えているところです。

以上