



2019年9月期 通期
決算説明会資料

01. 通期決算の概要

2018年10月～2019年9月

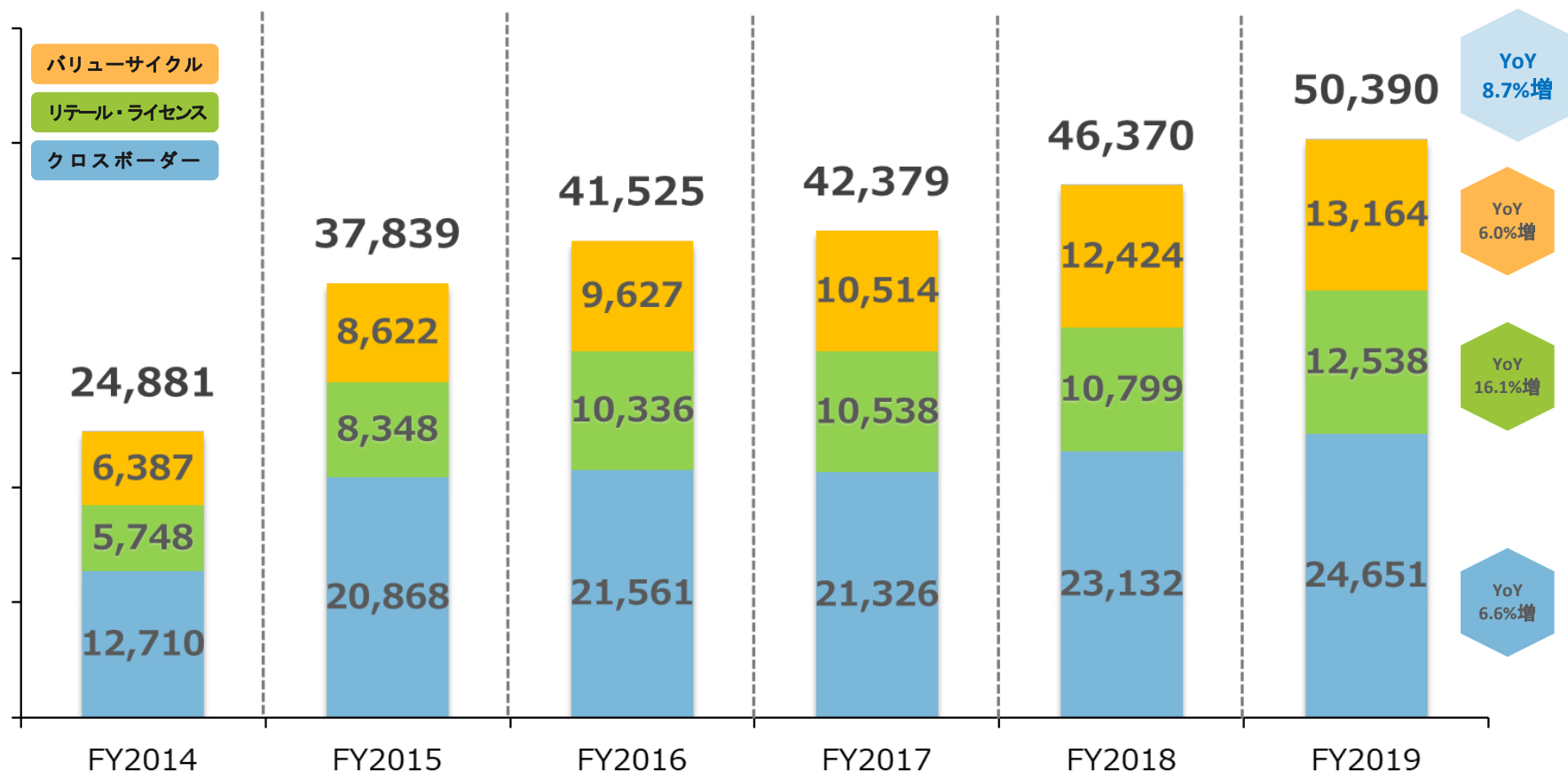
代表取締役副社長 兼 グループCFO
中村 浩二

	実績	前年比
流通総額	503億円	+ 8.7%
売上高	252億円	+ 11.0%
営業利益	17.0億円	+ 11.4%
経常利益	17.1億円	△0.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	10.7億円	+ 16.7%

- 流通総額・売上高過去最高
- 主力のクロスボーダー部門の流通総額、売上高、営業利益過去最高
- 営業投資有価証券売却益21億円計上

(単位：百万円)

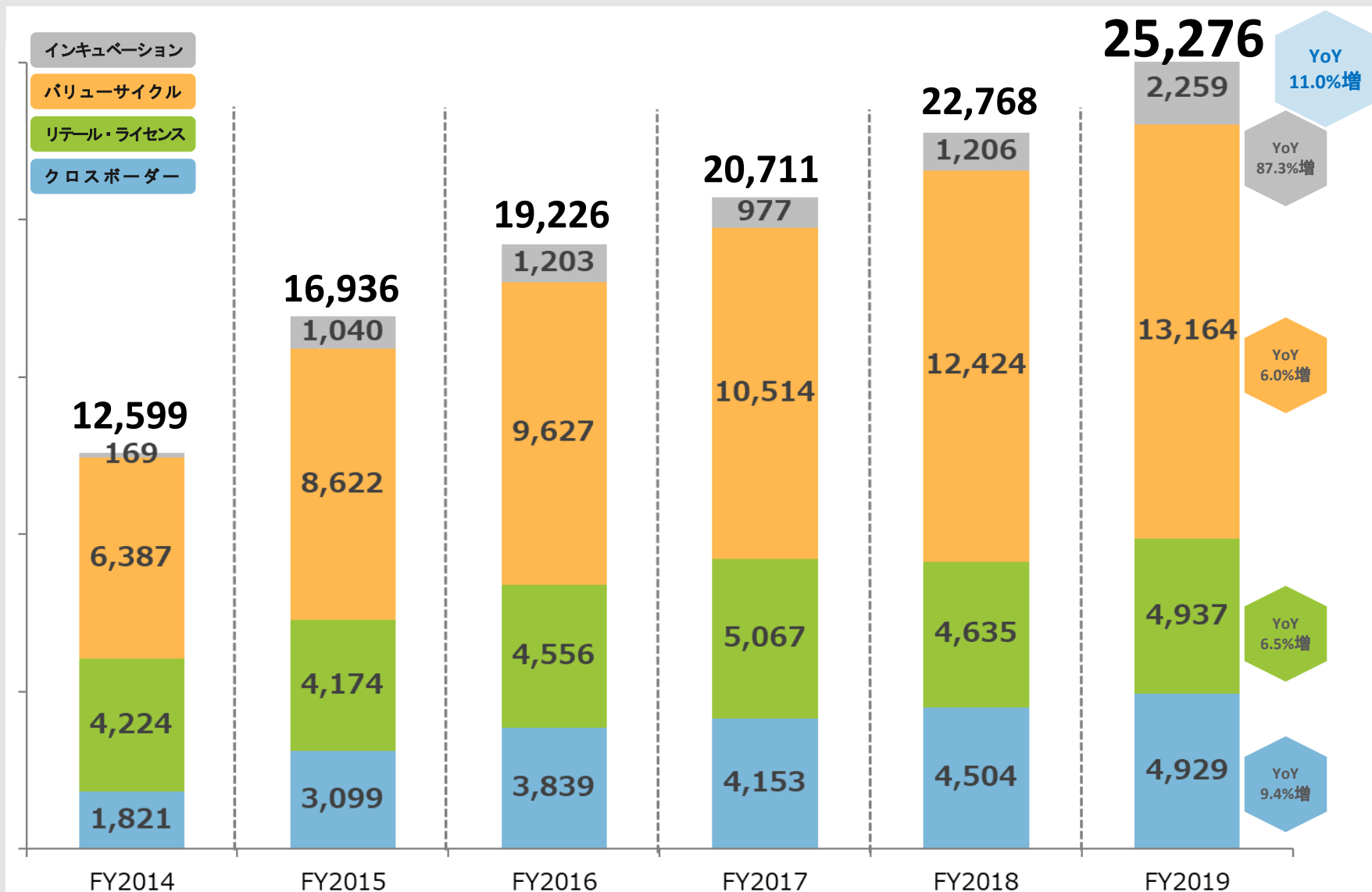
➤ 全セグメントで拡大し、500億円を突破



- ※1 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。2017年3Qまでインターネット経由の商品流通のみを対象として計算し開示しておりましたが、卸売上やインターネット以外のチャネルでの流通額の重要性が高まったため過去に遡求してリテール・ライセンス部門の流通総額を修正しております。
- ※2 インキュベーション事業には投資育成事業以外の収益化される前の新規事業の売上がありますが、金額が小さいためグラフ上表示されておられません。
- ※3 2017年12月から株式会社ネットブライスが連結から除外されております。(2017年11月まではリテール・ライセンス部門に含まれています。)
- ※4 2018年4月からJOYLAB株式会社(旧株式会社帝国酒販)が連結対象となっております。(バリューサイクル部門に含まれています。)

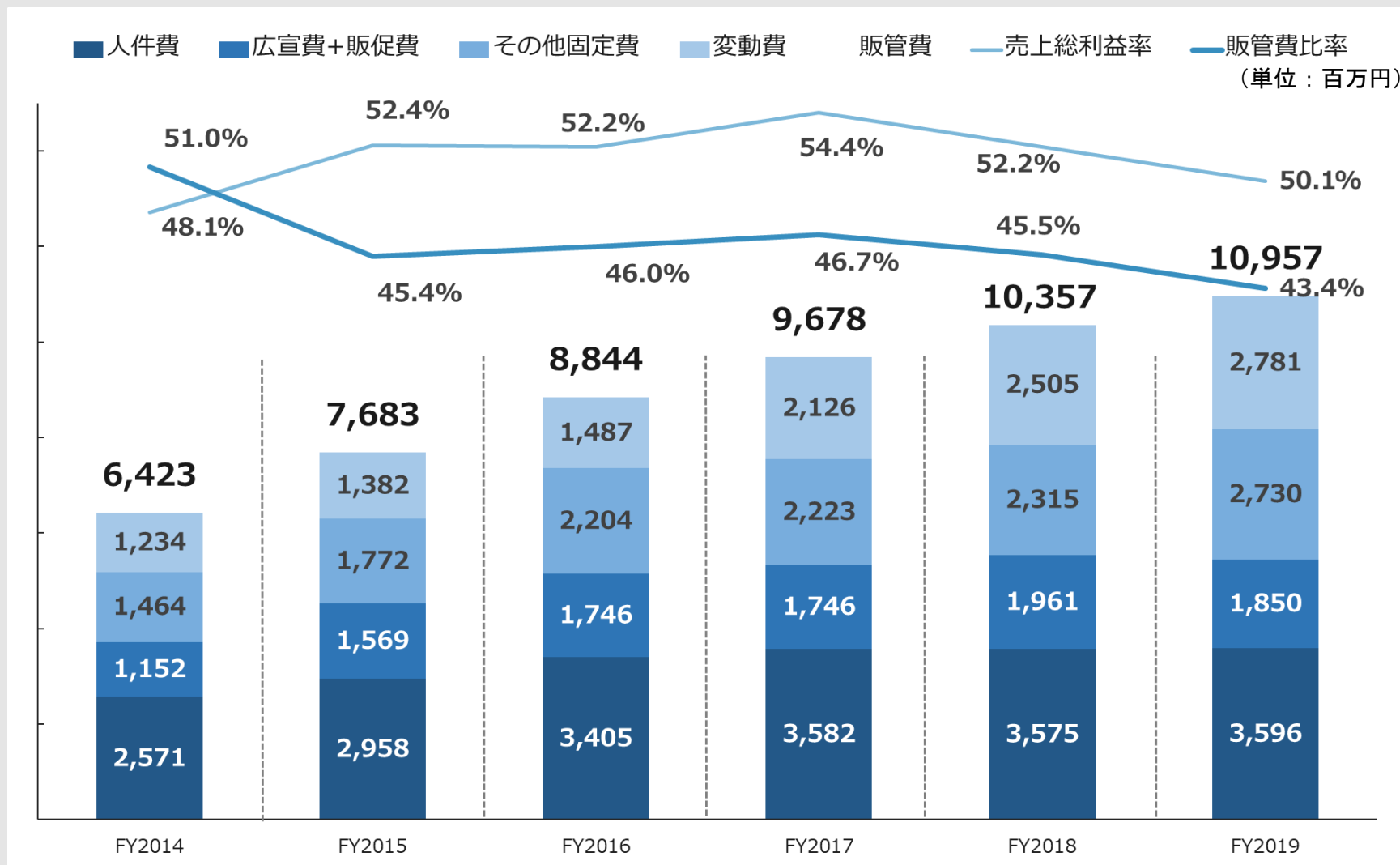
➤ 過去最高の売上高を更新、全セグメントで増収

(単位：百万円)



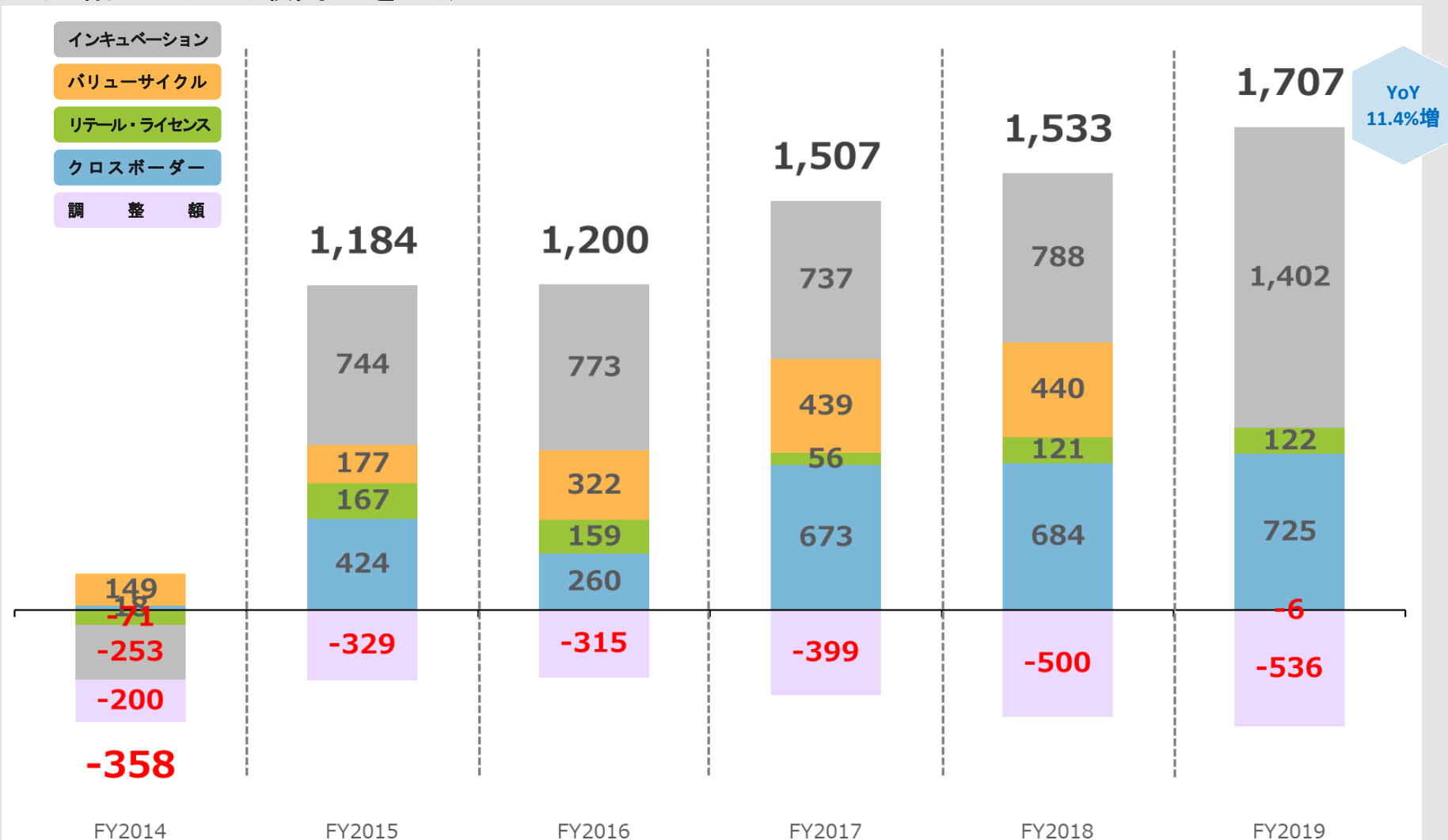
売上総利益率と販管費の推移

- ブランド・アパレル買取販売事業の高単価商品へのシフトにより粗利率が低下
販管費比率は同事業の広宣費抑制により低下



※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、累計数値と年度の数値とは一致しません。
※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。

- クロスボーダー部門が過去最高益を更新、営業投資有価証券の売却等もあり
連結でも過去最高益を達成 (単位：百万円)



連結：資産・負債の概況

(単位：百万円)

	通期/FY2018 9月期末	通期/FY2019 9月期末	前期末比
流動資産	13,312	16,407	3,094
現預金	5,920	5,175	△744
売掛金	812	2,527	1,715
営業投資有価証券	2,896	4,176	1,279
商品	1,840	2,689	849
固定資産	2,378	2,403	25
有形固定資産	459	417	△41
無形固定資産	507	454	△53
投資等	1,411	1,531	120
流動負債	5,692	8,159	2,466
買掛金	379	384	5
短期借入金	1,634	3,550	1,915
1年以内返済予定長期 借入金	8	0	△8
固定負債	207	480	272
純資産	9,791	10,171	380
総資産	15,691	18,811	3,120

- ・ 投資による増加：1772百万円
- ・ 売却による減少：△45百万円
- ・ 評価による減少：△228百万円
- ・ 為替変動：△219百万円

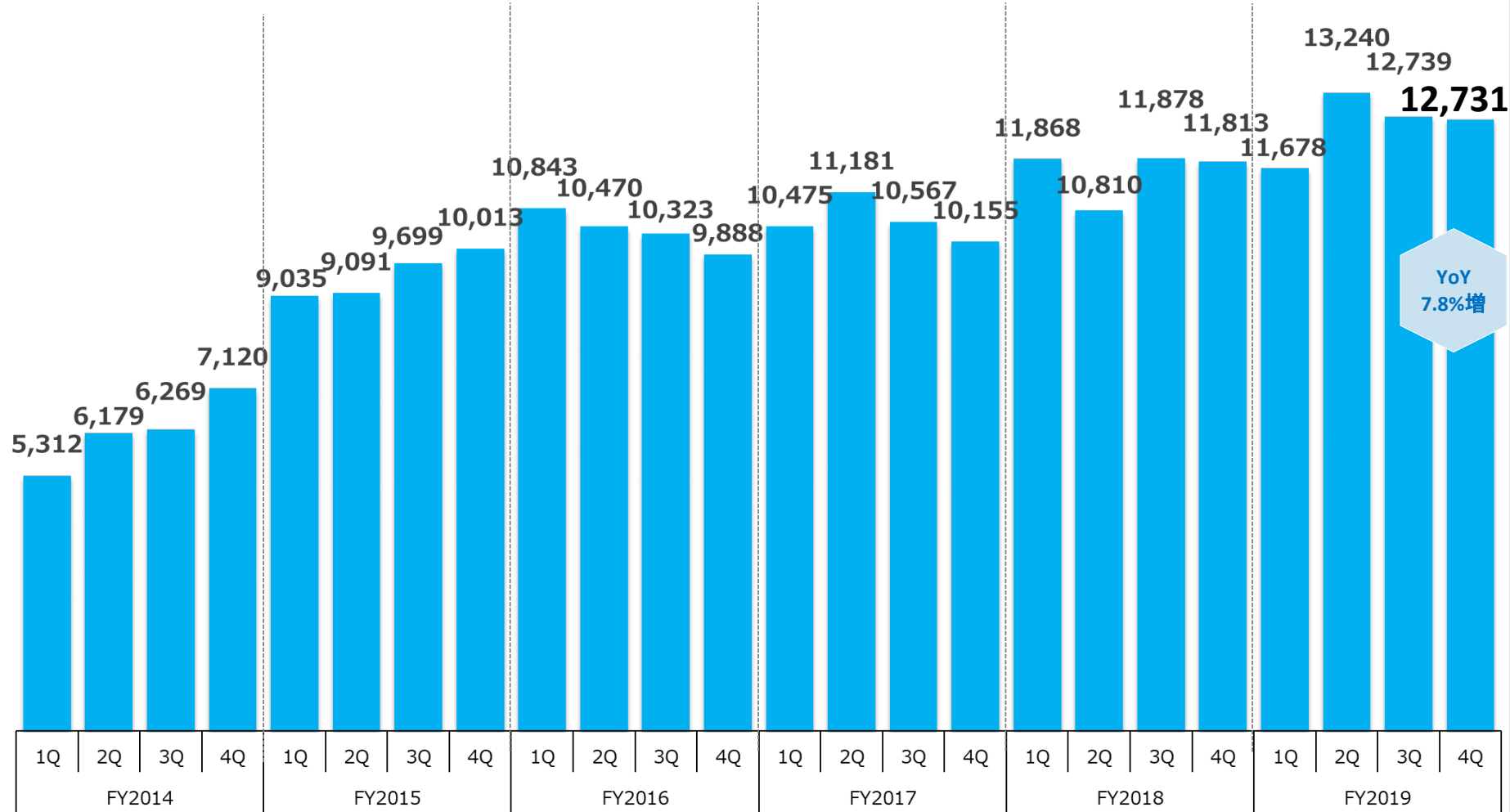
02. 第4四半期決算の概要

2019年7月～2019年9月

連結流通総額

➤ YoYで7.8%増

(単位：百万円)

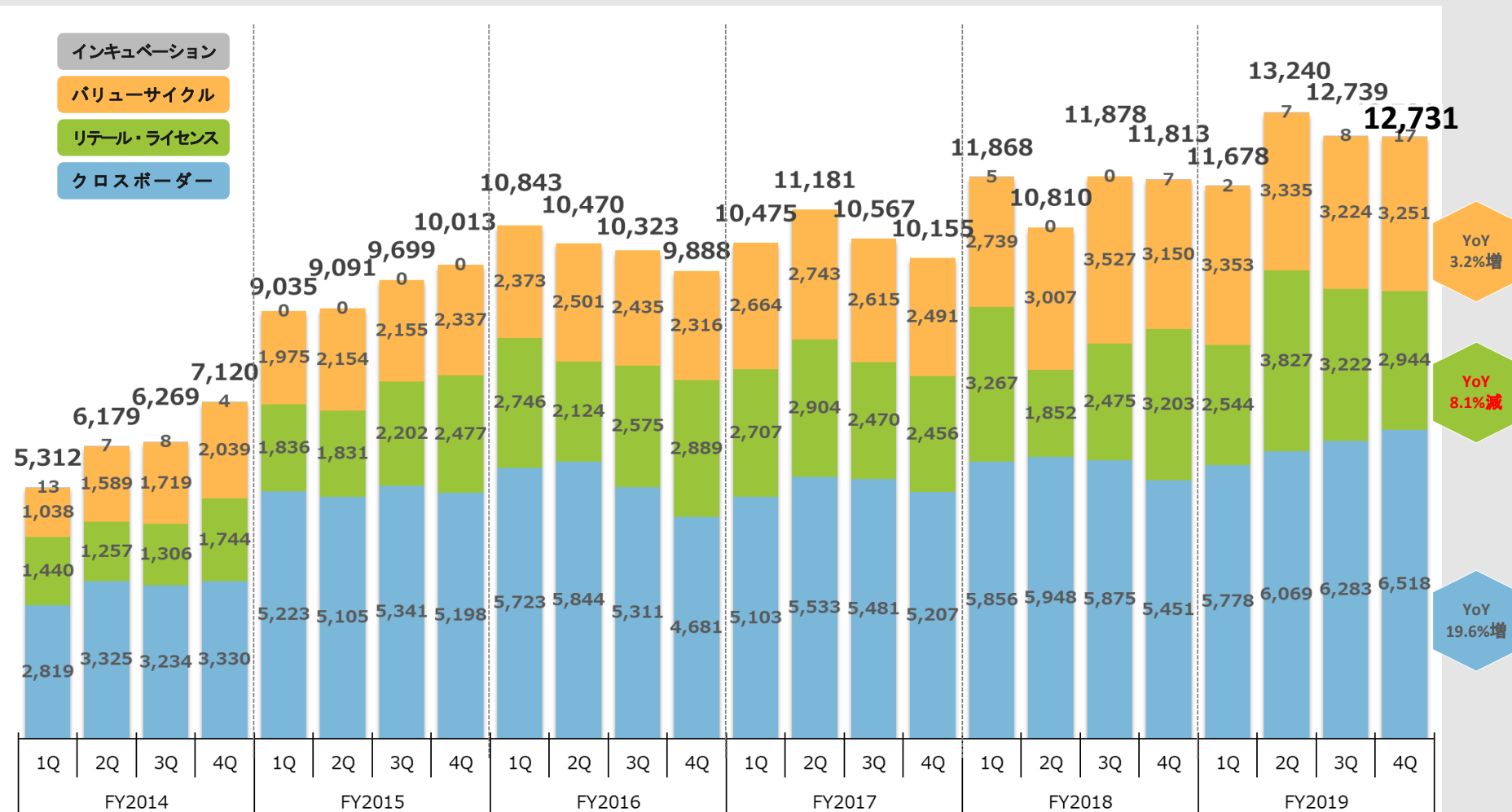


※ 流通総額はグループ各社の商品等の流通額を合算した金額です。商品代金を売上高に計上している事業については「売上高」を流通額として、手数料のみを売上高に計上している事業については、「商品代金・送料・手数料・消費税」を流通額として取扱い、合算した金額を流通総額としております。

連結流通総額（セグメント別）

➤ クロスボーダー部門がYoYで19.6%増加

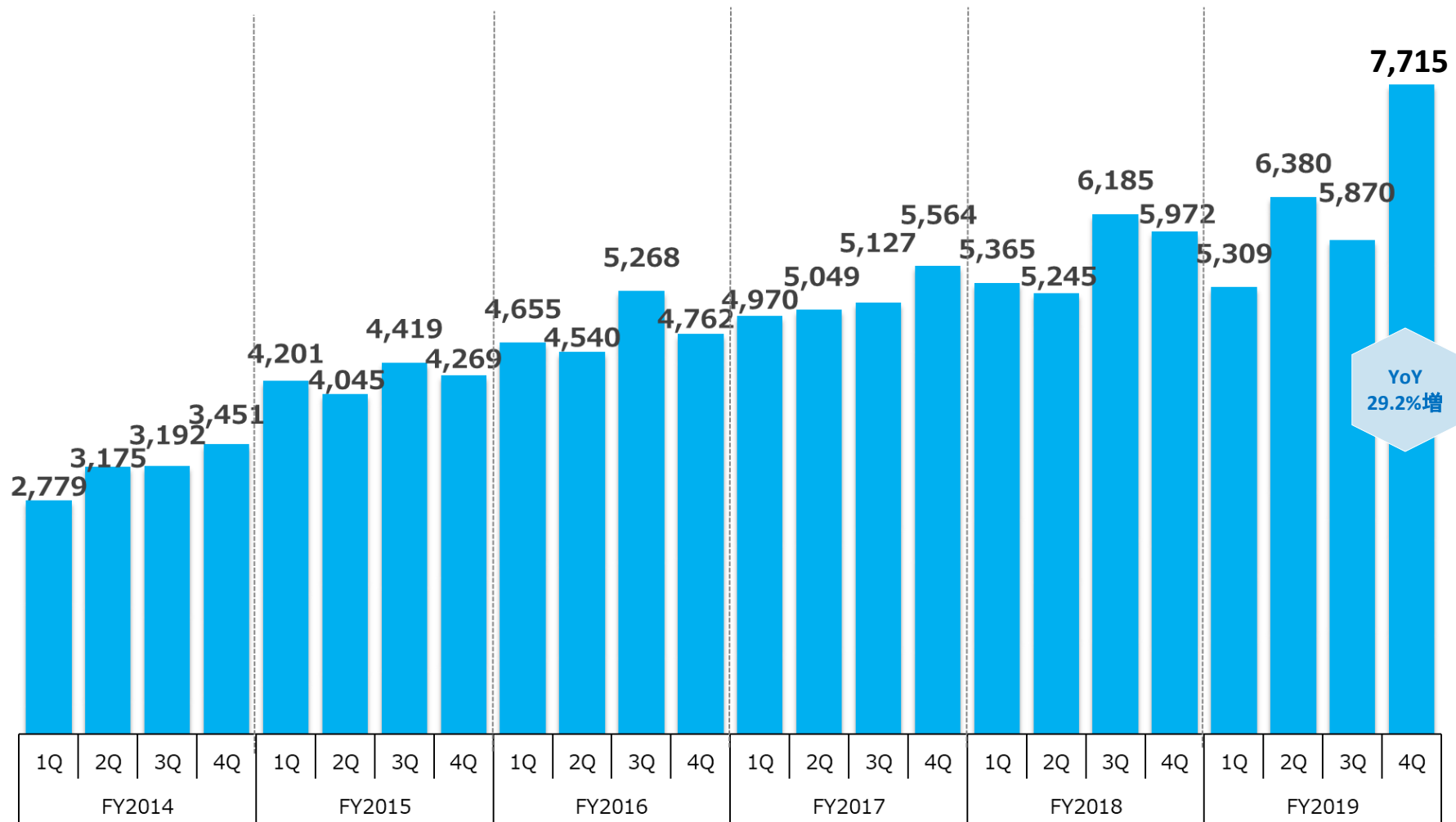
（単位：百万円）



※ 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。

➤ 四半期での売上高としては過去最高

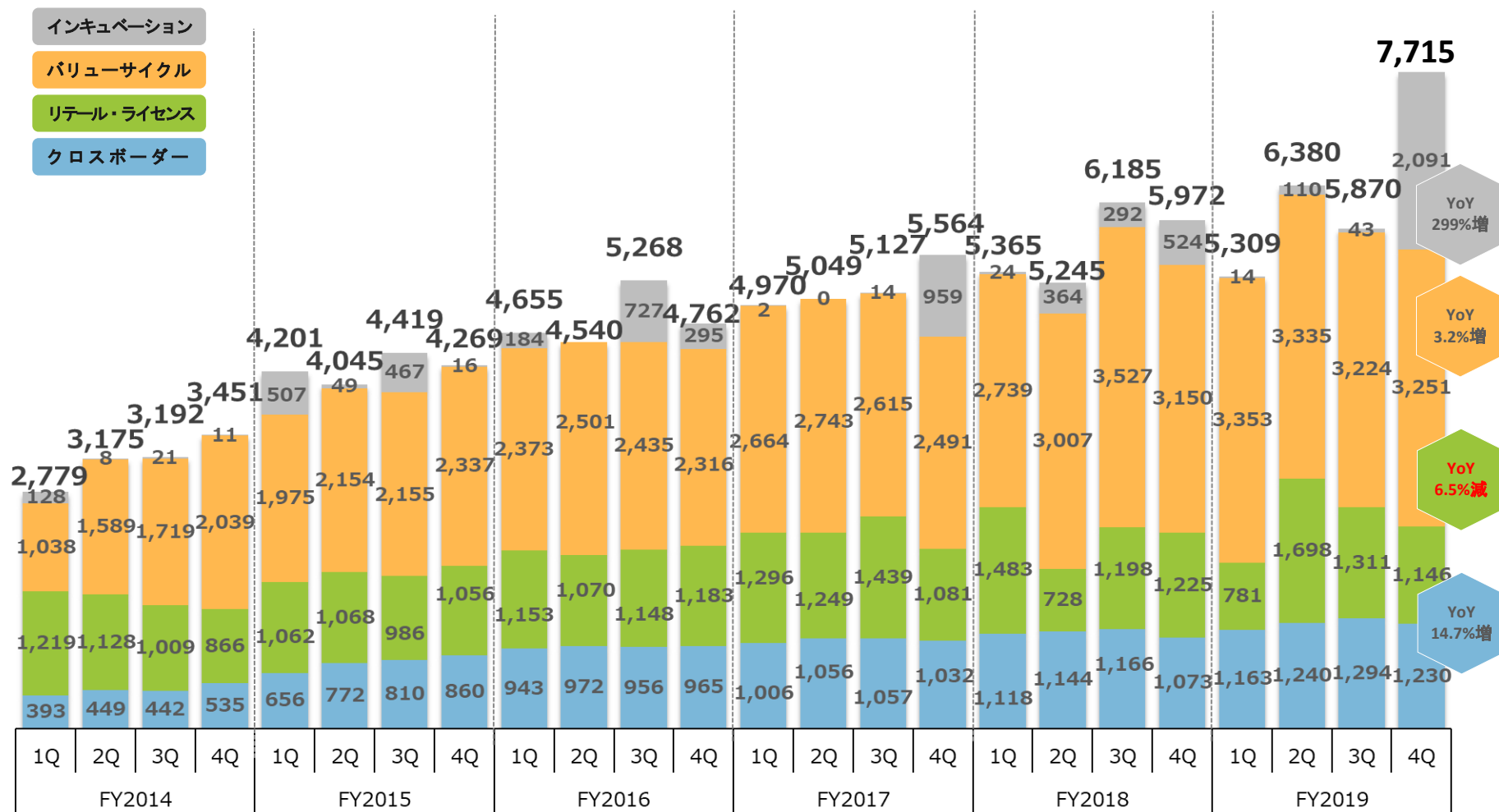
(単位：百万円)



連結売上高（セグメント別）

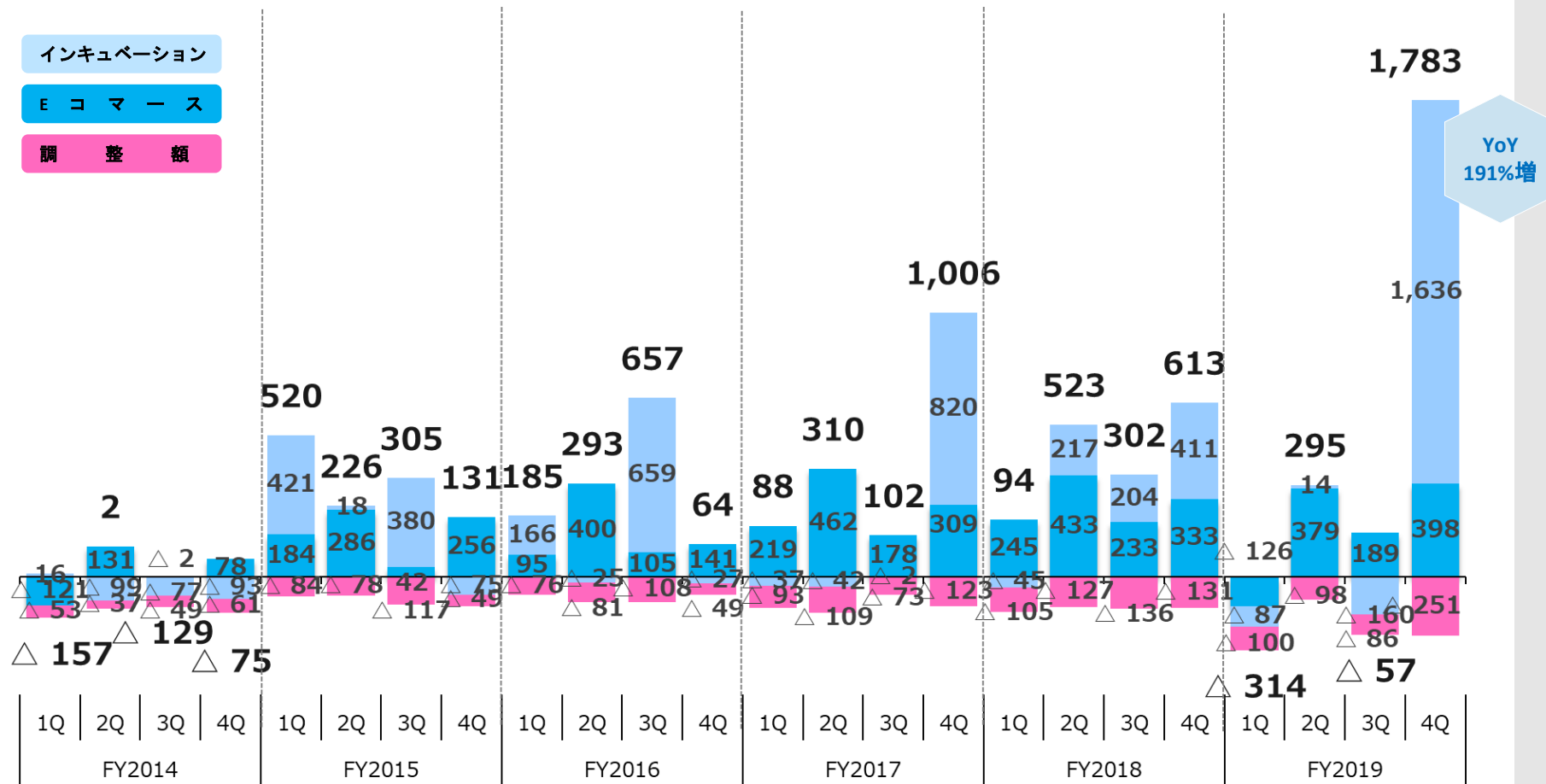
- 営業投資有価証券の売却が大きく増収に寄与、クロスボーダー部門も
YoYで14.7%増

（単位：百万円）



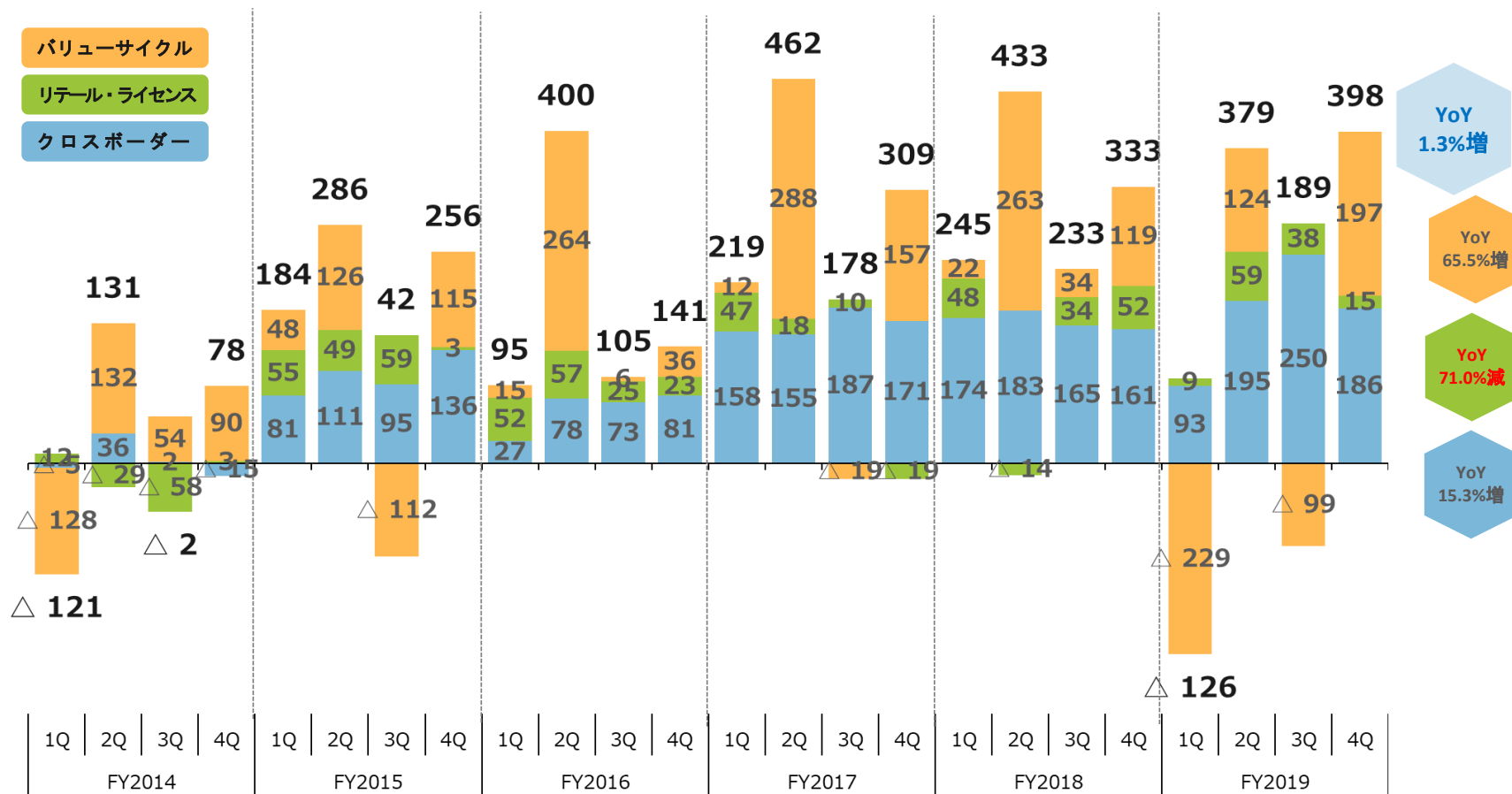
➤ 営業投資有価証券の売却益計上で大幅増益

(単位：百万円)



- バリューサイクル部門が広告宣伝費を中心に販管費を効率化し
YoYで65.5%増益

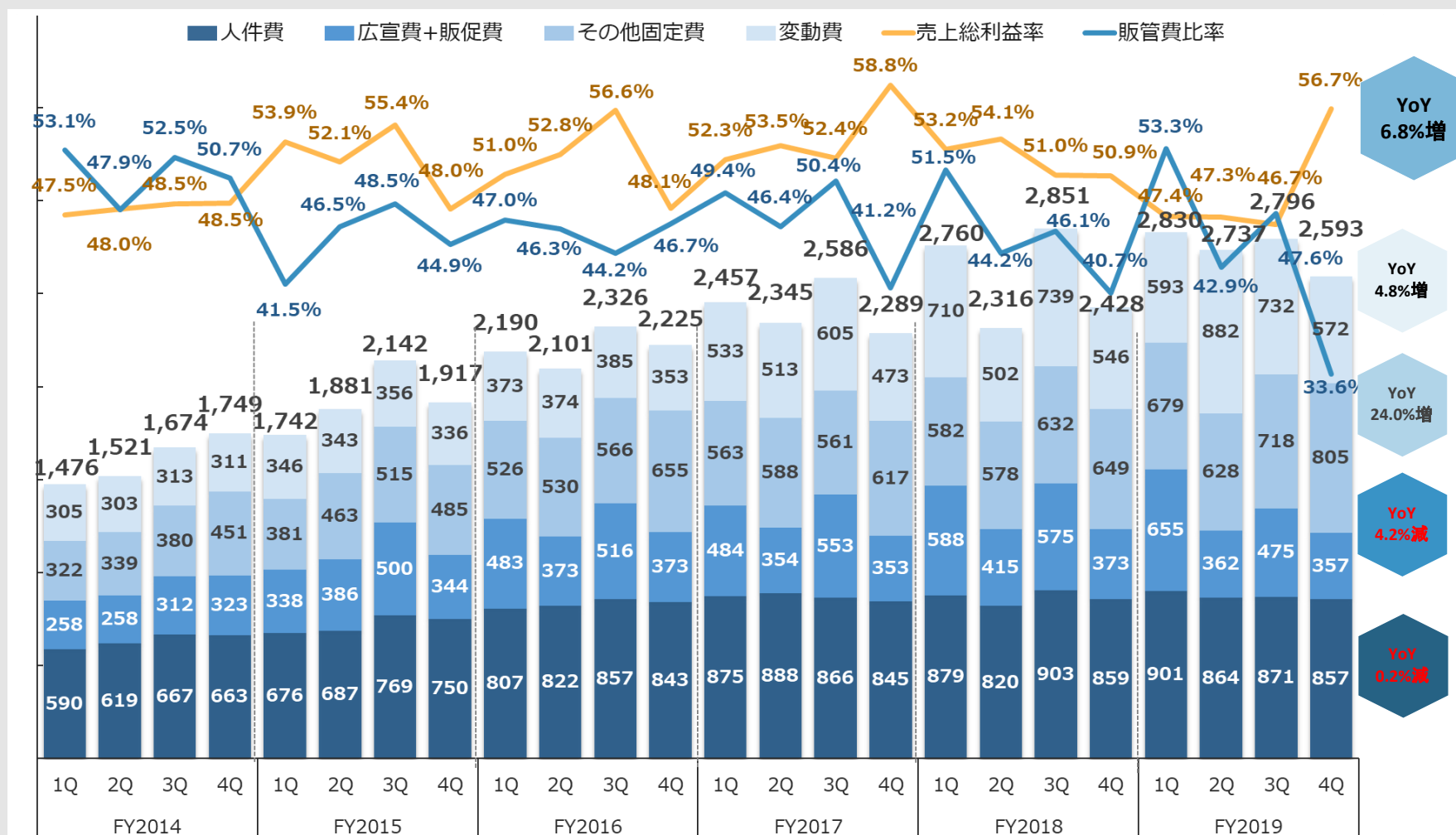
（単位：百万円）



連結売上総利益率と連結販管費（率）

- 営業投資有価証券の売却益計上により粗利率が上昇
 ブランド・アパレル買取販売事業の広宣費圧縮により販管費比率は低下

（単位：百万円）



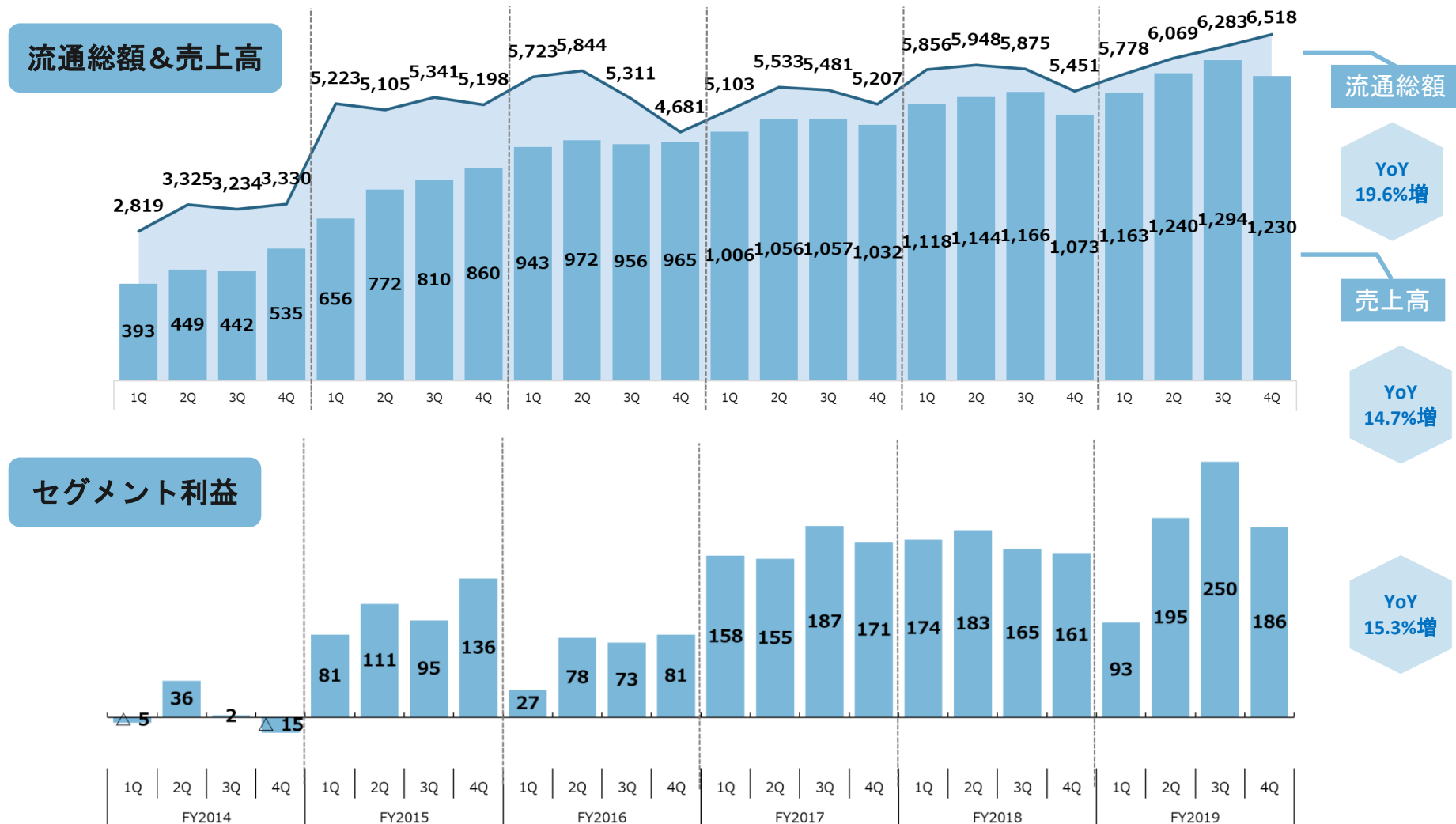
※四半期ベースでは、賞与および賞与引当金は業績連動給のため人件費ではなくその他固定費に含めて表示しております。

※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）

- キャンペーン、マーケティング施策が奏功しYoYで流通総額、売上高、セグメント利益がいずれも増加

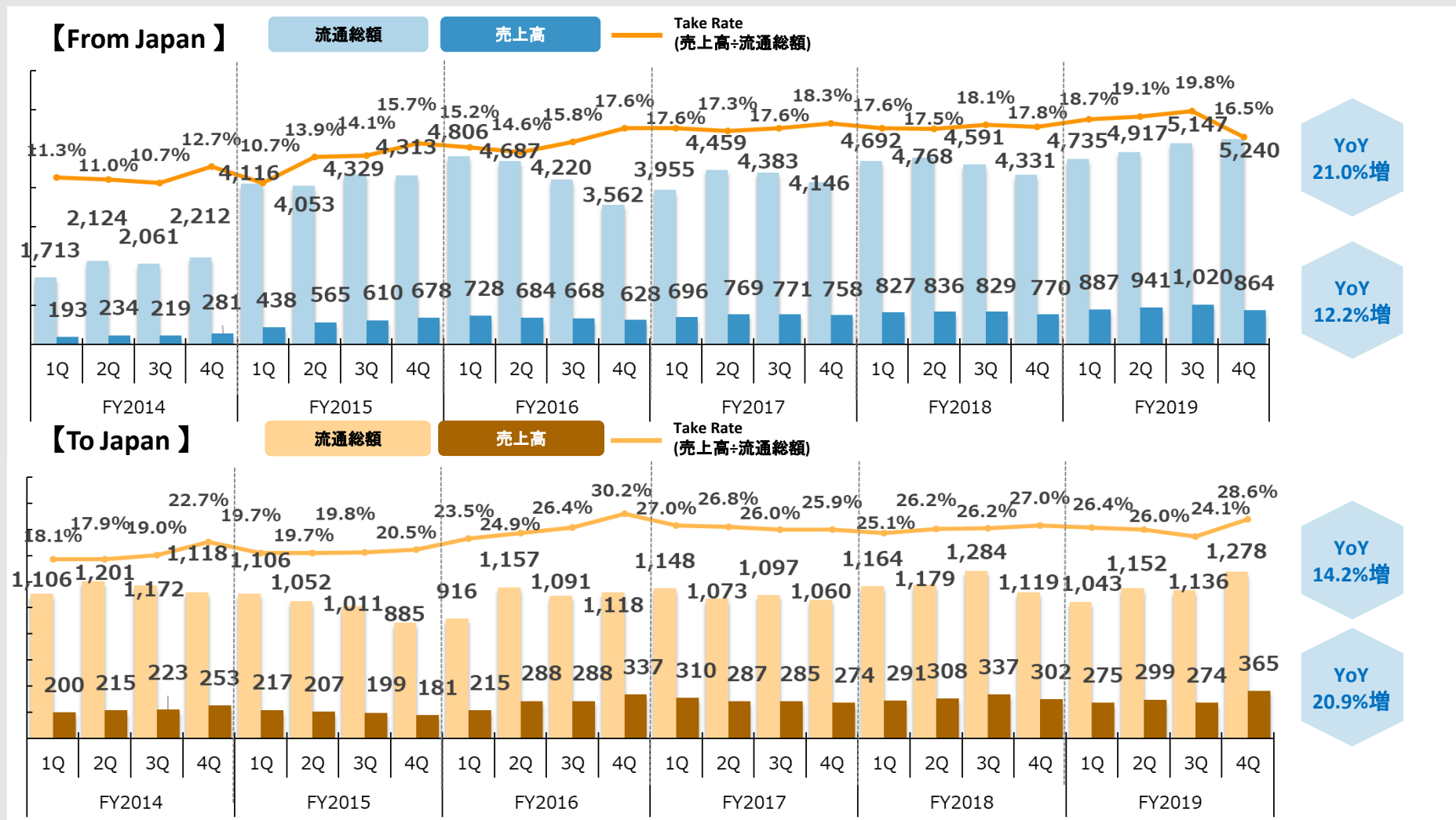
（単位：百万円）



セグメント別損益（クロスボーダー部門の流通総額・売上内訳）

- From Japan, To JapanともにYoYで大幅に増加
take rate の変動は、本決算に伴う会計処理の影響による一時的な変動

（単位：百万円）

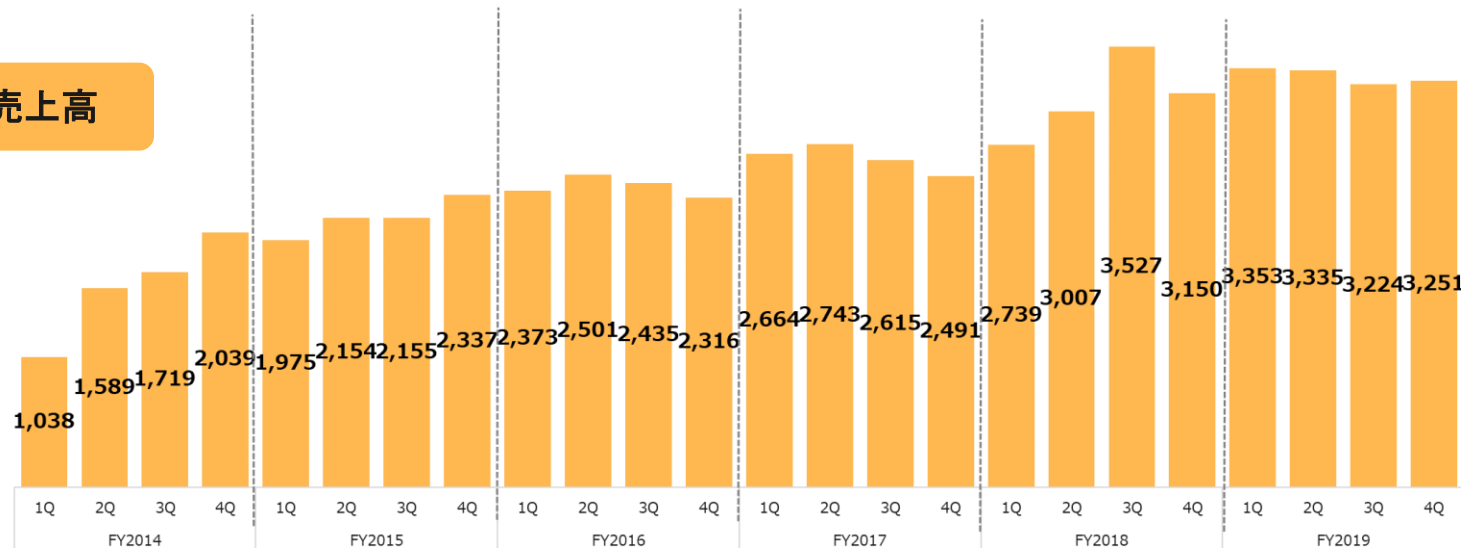


セグメント別損益（バリューサイクル部門）

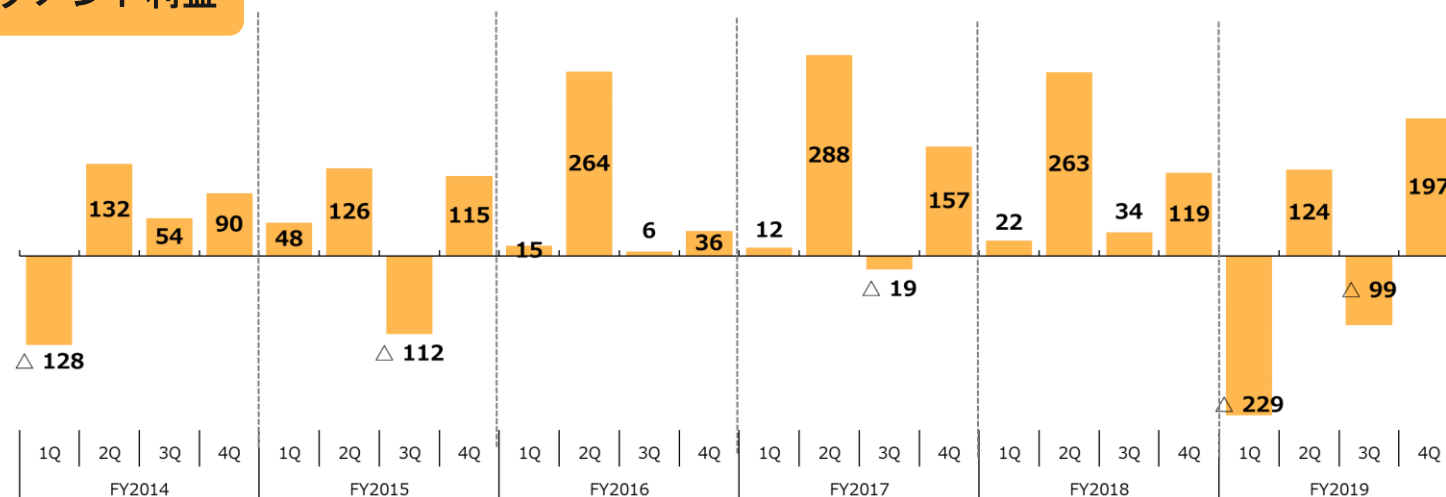
- 粗利率の低下があったものの売上増と広告宣伝費を中心に販管費を効率化し65.5%増益

（単位：百万円）

売上高



セグメント利益

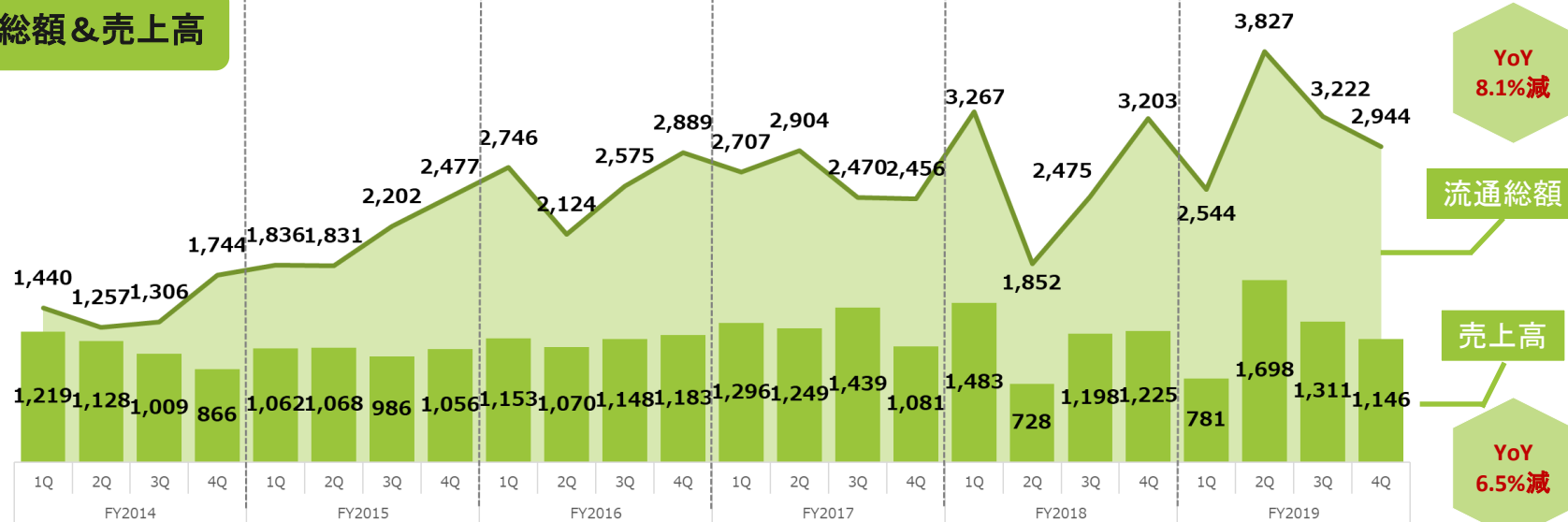


セグメント別損益（リテール・ライセンス部門）

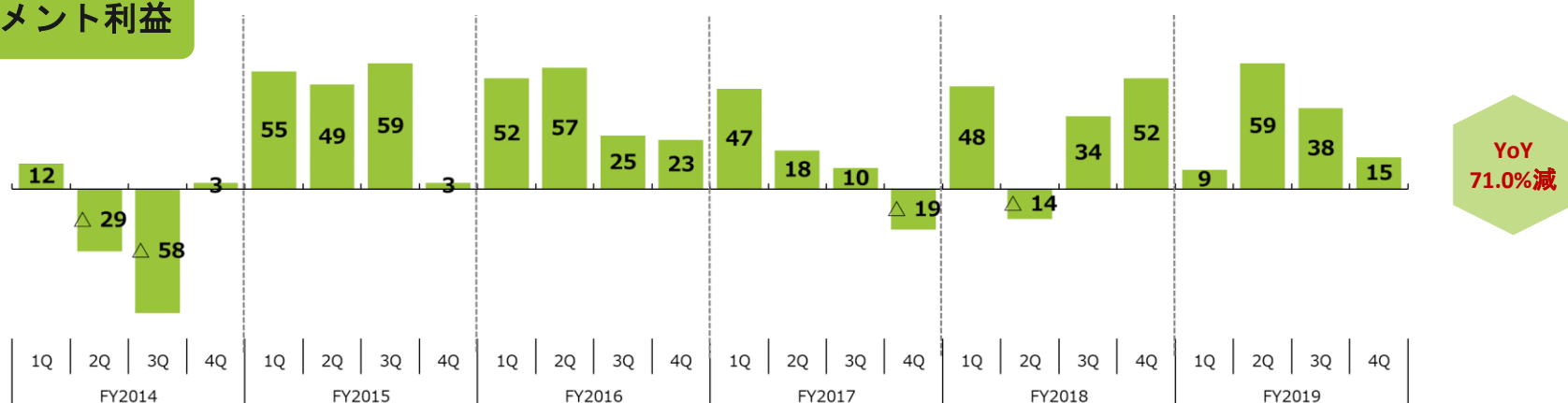
- エンターテインメント事業に季節性があり、イベント開催数が少なく減収、赤字

（単位：百万円）

流通総額&売上高



セグメント利益

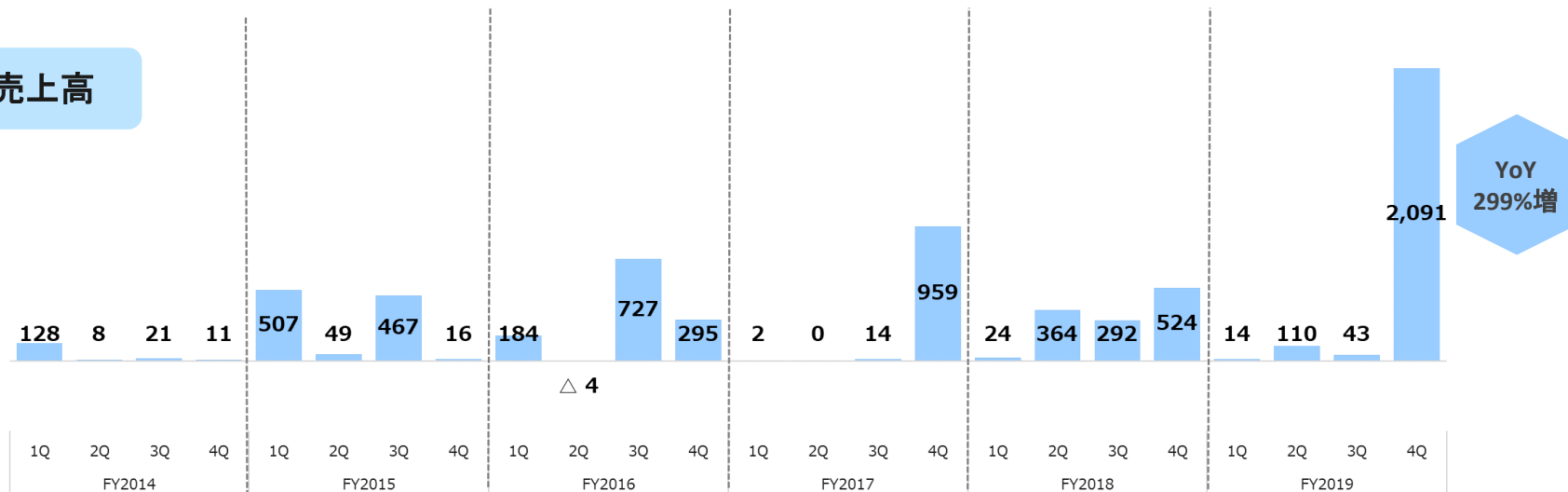


セグメント別損益（インキュベーション事業）

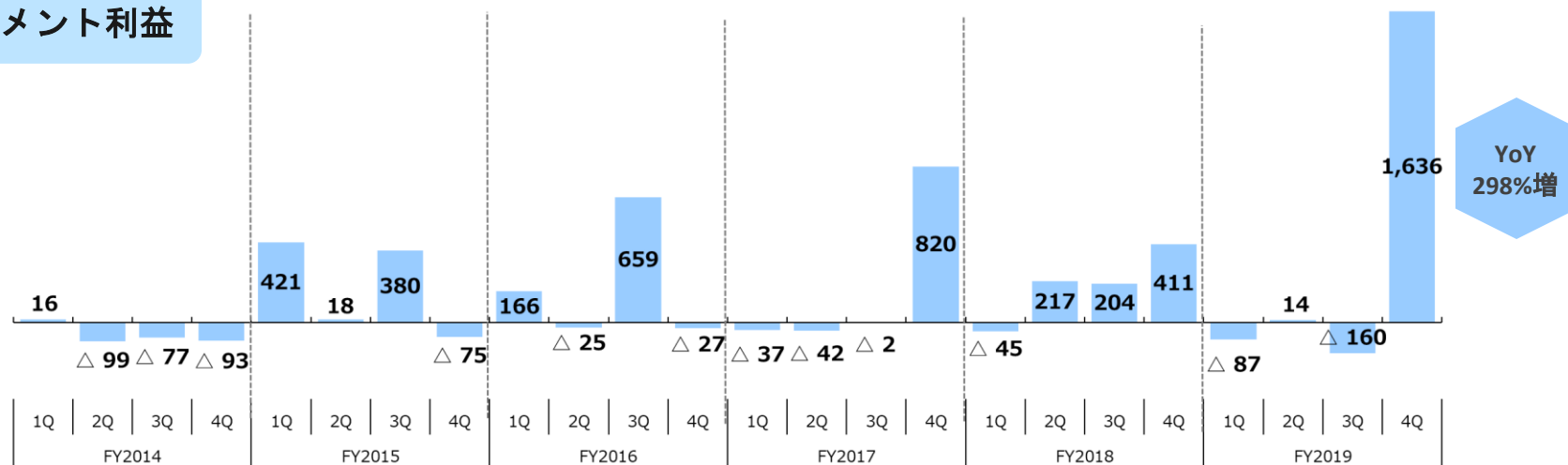
- 含み益の顕在化方針に沿い、営業投資有価証券複数銘柄の売却を実施し増収増益

（単位：百万円）

売上高



セグメント利益



03. FY2020の見通し

代表取締役社長 兼 グループCEO 直井 聖太

FY2020の業績予想を開示

FY2019

業績予想非開示、経営指標のひとつである流通総額を参考として発表。

インキュベーション事業において、売上（売却益）の発生時期及び金額を見積もり発表することが合理的ではないと判断しているため。

新規事業への積極的な取り組みを重要戦略として計画しているが、その投資の時期や金額の規模については、機動的に判断していくため。

FY2020

業績予想開示。

2019年4月から2020年3月までの1年間で、インキュベーション事業の含み益を20%顕在化させる方針を決定したことから、2020年9月期は、業績予想を開示することとした。

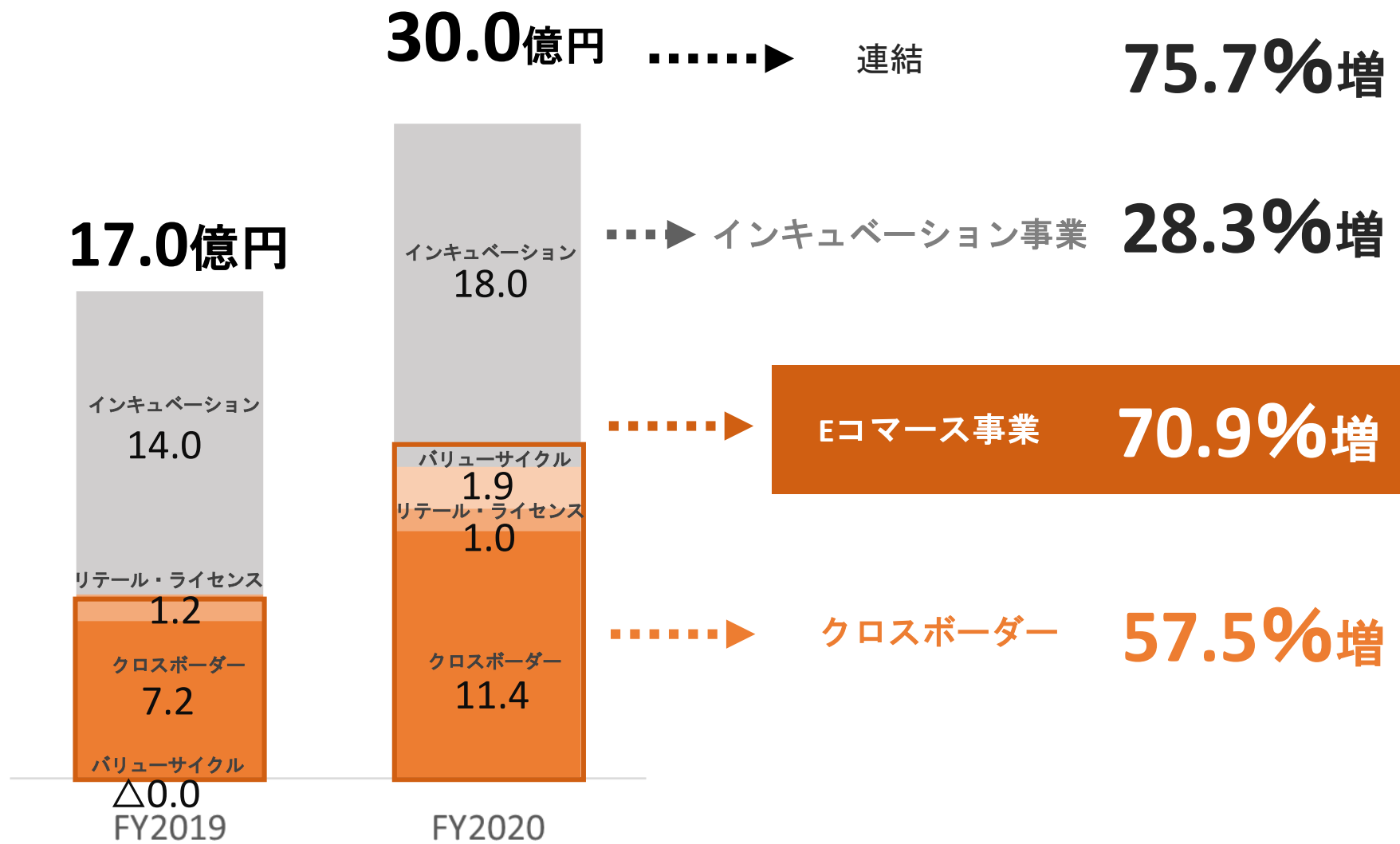
FY2021以降

来期以降は、状況に応じて開示の是非について判断。

	FY2019 (実績)	FY2020 (業績予想)	YoY
流通総額	503億円	510億円	1.3%増
売上高	252億円	260億円	2.9%増
営業利益	17億円	30億円	75.7%増

	FY2019 (実績)	FY2020 (業績予想)	YoY
連結	17.0億円	30.0億円	75.7%増
Eコマース 事業	8.4億円	14.3億円	70.9%増
クロスボーダー 部門	7.2億円	11.4億円	57.5%増

中核事業であるEコマース事業の収益力強化



期末配当予想は、増配に修正

■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		
FY2016	00円00銭	13円00銭	13円00銭	158百万円	16.7%
FY2017	5円00銭 記念配当※	13円00銭	18円00銭	221百万円	21.8%
FY2018	00円00銭	13円00銭	13円00銭	158百万円	17.2%
FY2019 (前回予想)	00円00銭	13円00銭	13円00銭	-	-
FY2019 (今回修正予想)	00円00銭	18円00銭	18円00銭	-	-

※東証一部市場変更記念配当

■自己株式の取得

	取得株数	発行済み株式数に 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	-
	5.5万株	0.5%	92百万円	
計	26.5万株	2.2%	380百万円	

日本と世界を繋ぐ「グローバルプラットフォーム」としての 取り組みを加速化

国内マーケットプレイス

Eコマース

メーカー



海外マーケットプレイス

ヤフオク! YAHOO! JAPAN ショッピング
Rakuten

など

・クロスボーダーEC

・出店サポート

連携中

YAHOO! 奇摩 拍賣

Shopee

ebay

など

当社投資先

tokopedia

Sendo.vn

ZILINGO

など

台湾・東南アジア最大級のECモール「Shopee」



7

か国に展開中



2億+

アプリダウンロード数



9,000+

従業員



1,000万+

SNSフォロワー数



103億+

USD、総流通総額
(GMV)



1,200万+

11.11セール
1日のオーダー数



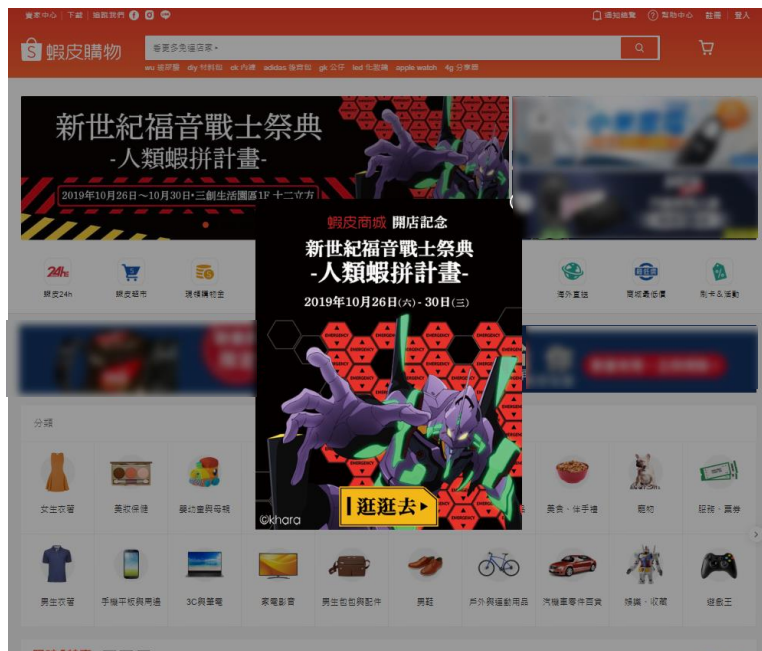
*2018年度実績

注力カテゴリーである「コンテンツ」関連の取り組み強化

台湾・東南アジア最大級のECモール「Shopee」と戦略的業務連携、Shopeeのパートナーとして、日本企業の出店をサポート

第一弾として、エヴァンゲリオン公式通販サイト「EVANGELION STORE」の出店をサポート

Shopee Taiwanのトップページ



Shopee Taiwanの特設ページ



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、 IP（知的財産）の価値向上と収益の最大化を狙う

日本

累計86万個販売
約30SKUの商品をリリース



海外

海外本格展開開始
台湾・香港を中心に約3万個販売

台湾

販売店舗、94店舗に拡大

中国

越境ECで販売開始

香港

18店舗で販売開始

海外現地における認知拡大をサポート、海外イベントを企画・運営 エヴァンゲリオングッズイベントを台北市にて開催（10月末）



会場の様子



名場面パネル



ARフォトレーム



ショップ



原画展示

SaaS型モバイルオーダー・決済サービス「narabee」、 11月より開始

テクノロジーでエンターテインメントをよりスマートに楽しめるソリューションを提供



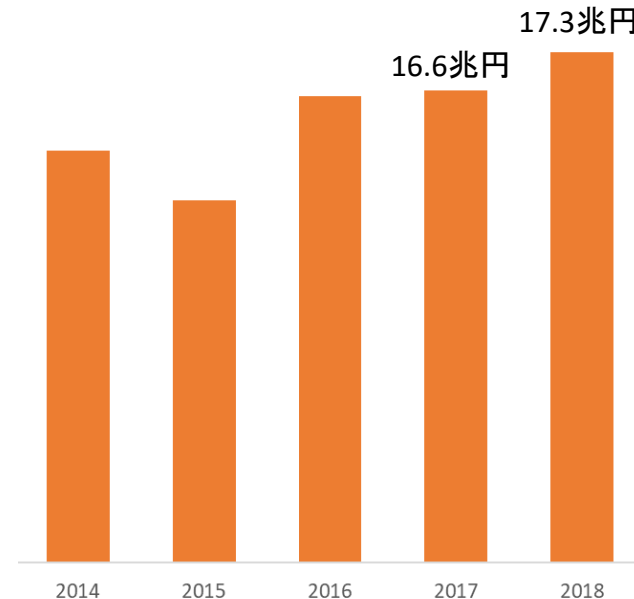
アーティスト・アイドルのライブ会場におけるイベントグッズの販売から開始、 アプリも近々展開予定

イベント会場の物販行列イメージ



イベント市場規模

- ・ イベント市場規模は 17 兆 3,510 億円（前年104.2%）
※出発前、交通費、宿泊費、会場外、イベント後を含む
- ・ イベント来場者の消費金額は 7 年連続伸長



※一般社団法人日本イベント産業振興協会

「narabee」 利用手順

3 STEP

グッズを選んで事前に購入

グッズは欲しいけど、
長時間並ぶのは嫌な人に最適！



受け取りたい時間を選ぶ

当日グッズを受け取って参加したい。
直前に受け取れたら嬉しい！



時間が来たら受け取るだけ

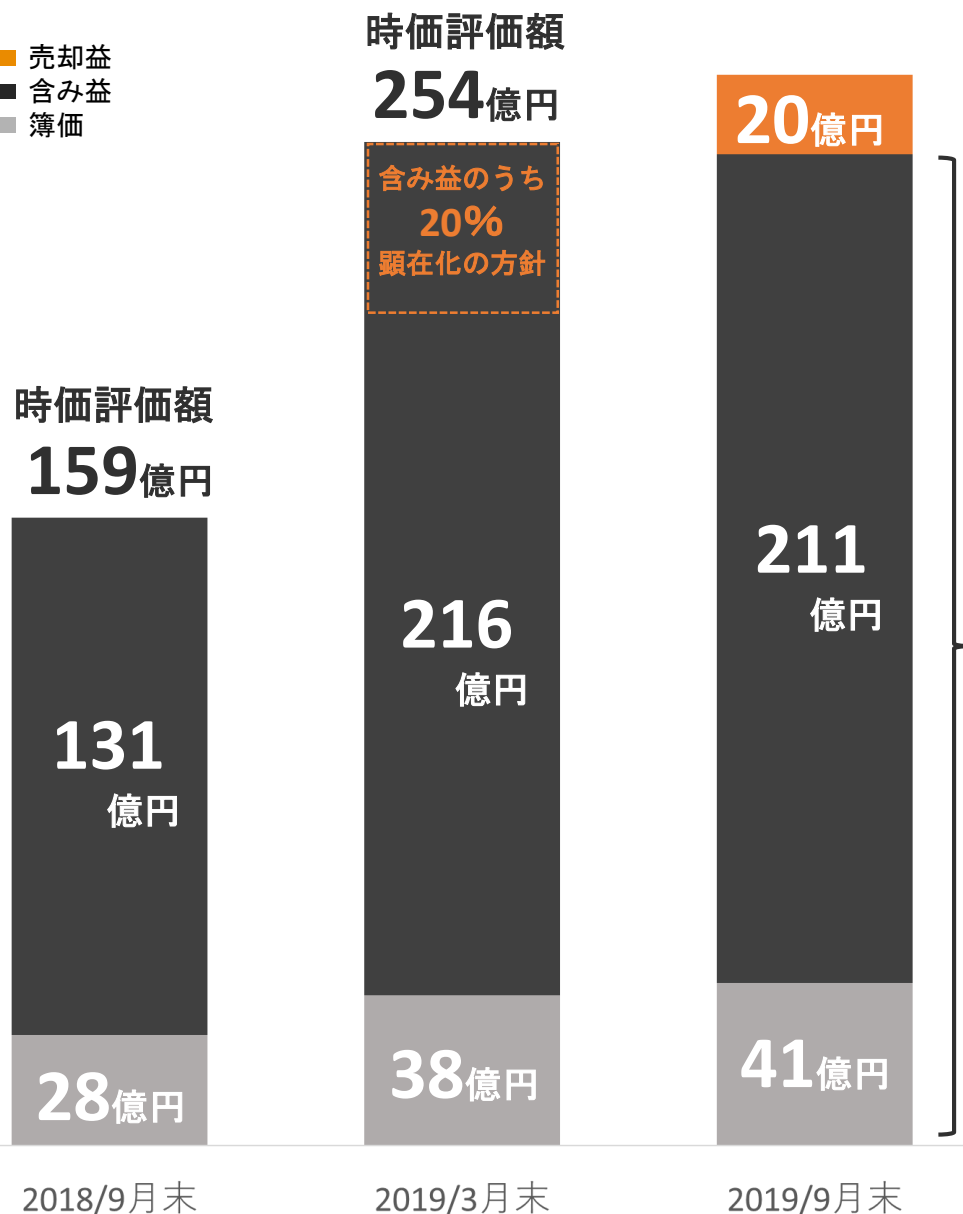
narabee（ナラビー）なら
すぐに受け取れる！



FY2019～直近の投資先の主なトピックス

社名	事業領域	トピック	発表月
Tokopedia	インドネシア最大の オンラインマーケットプレイス	11億米ドル（約1,240億円）の資金調達	2018年12月
Zilingo	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	2億2,600万米ドル（約250億円）の資金調達	2019年2月
NoBroker	インドの オンラインC2C不動産マーケットプレイス	51百万米ドル（約55億円）の資金調達	2019年6月
Iyzico	トルコNo.1のオンライン決済サービス	「Naspers（ナスパース）」の子会社でフィン テック事業を統括する「PayU（ペイユー）」に売却	2019年6月
RAENA	東南アジアの インフルエンサーコマースプラットフォーム	180万米ドル（約1億9,500万円）の資金調達、 当社も出資	2019年7月
NoBroker	インドの オンラインC2C不動産マーケットプレイス	5,000万米ドル（約54億円）の資金調達	2019年10月

■ 売却益
■ 含み益
■ 簿価



時価評価額
252億円

【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。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。

当初の方針

2019年3月末の含み益20%程度
(約43億円) を顕在化させ、
資源再配分

2019年9月末

約20億円を顕在化

2020年3月末まで

残り約23億円の顕在化を
進める

その後

適宜売却予定

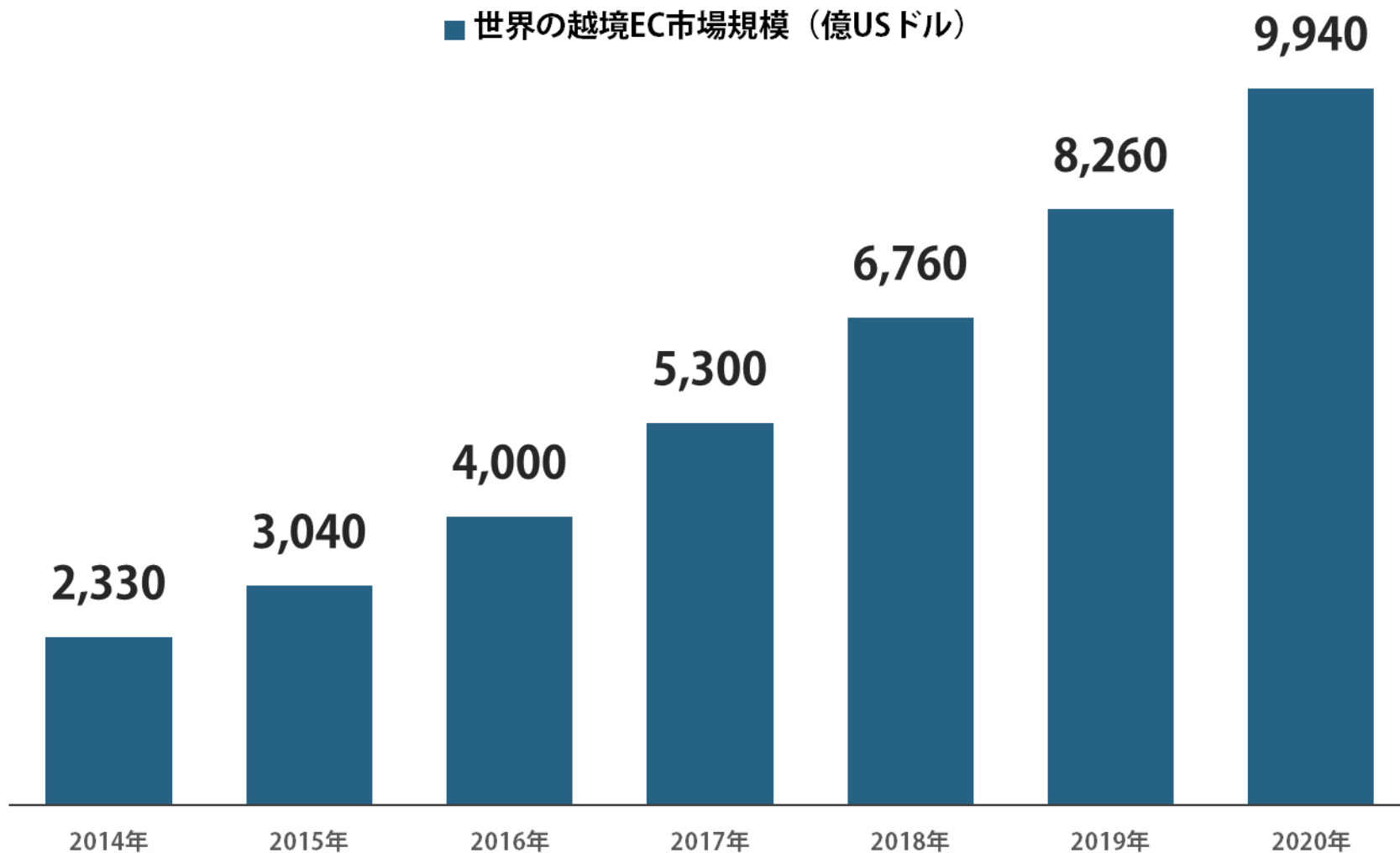
1 連結営業利益は、前年比75.7%増の30億円の予想。

**2 Eコマース事業の営業利益は前年比70.9%増、
その中でもクロスボーダー部門は57.5%増の予想。**

**3 営業投資有価証券の売却は方針通り達成見込み。
その後も適宜売却予定。**

市場データ

■ 世界の越境EC市場規模（億USドル）



出所：Alizila, Jan2017

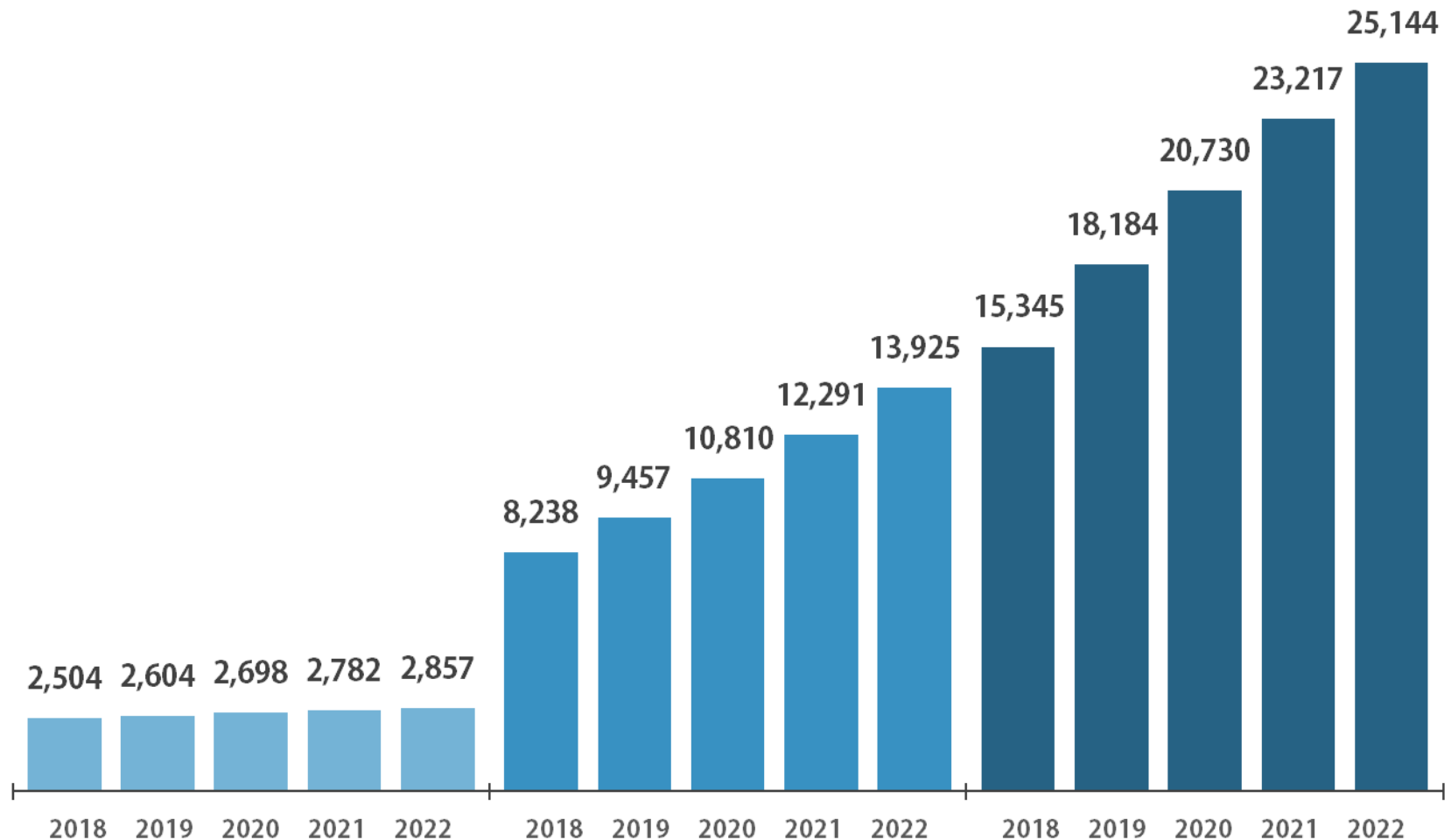
主要国間の越境EC市場規模

(単位：億円)

米国 → 日本

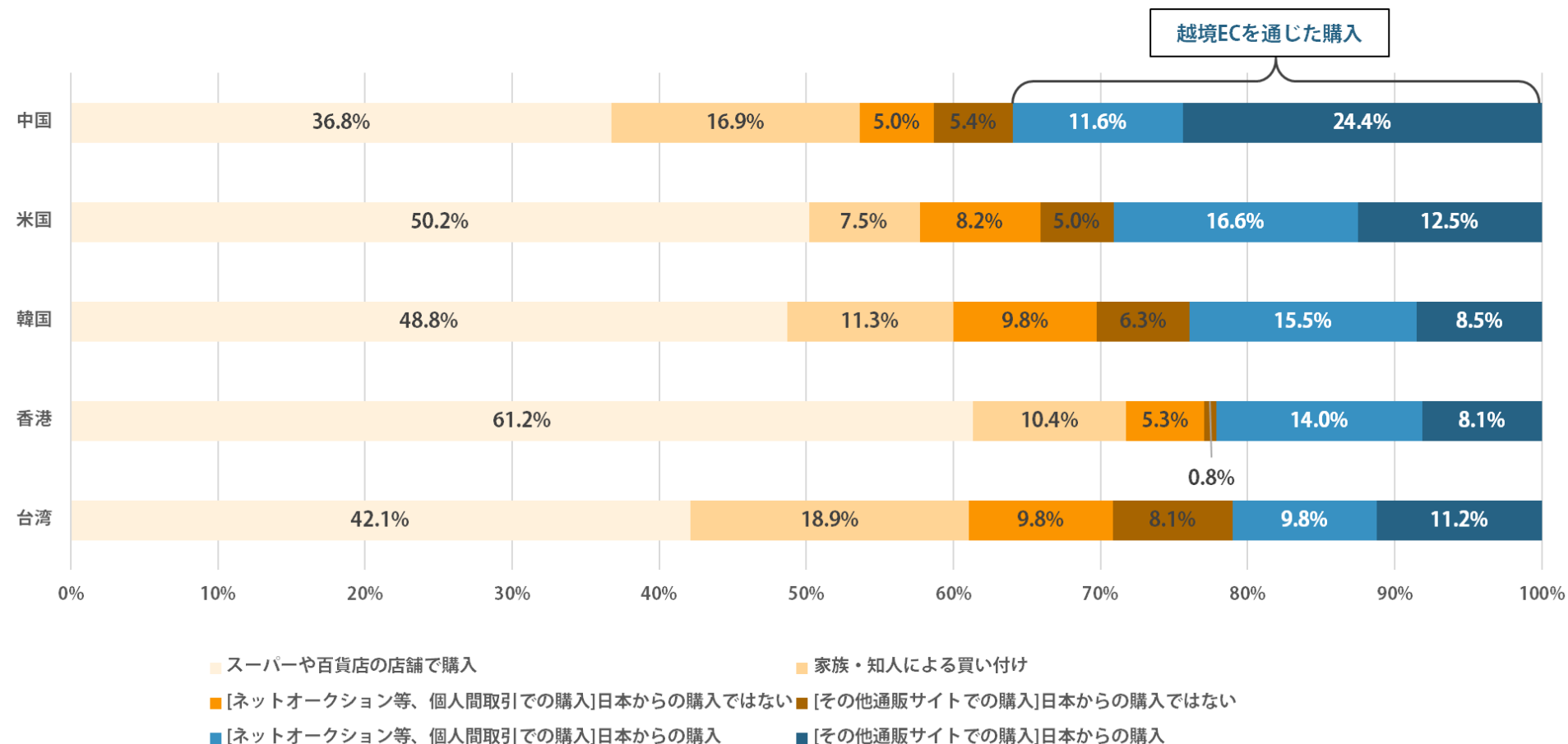
日本 → 米国

日本 → 中国



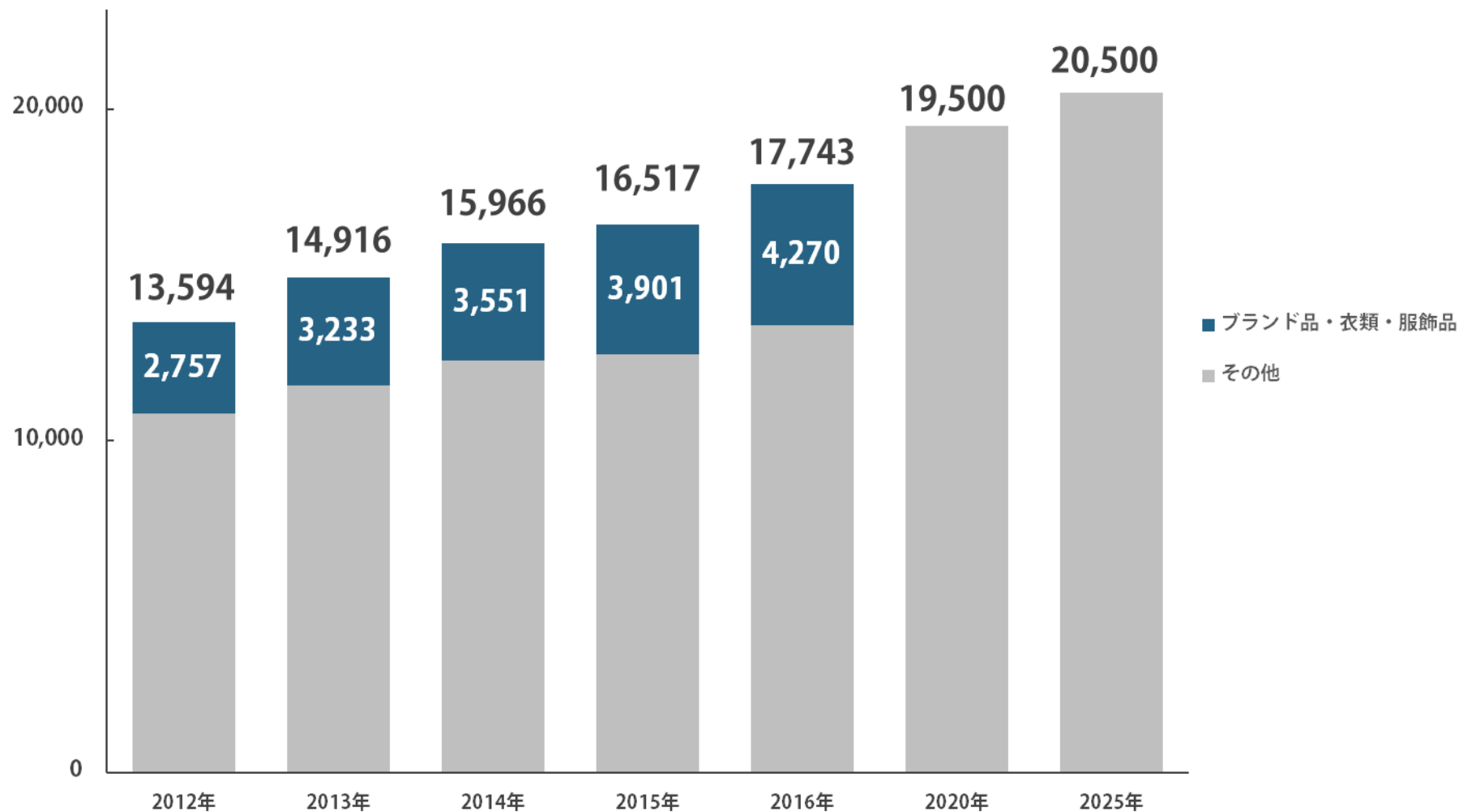
出所：経済産業省「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備」（2019年）を参考に作成

日本製品の購買手段



出所：アンケート調査に基づき観光庁作成 (2017)

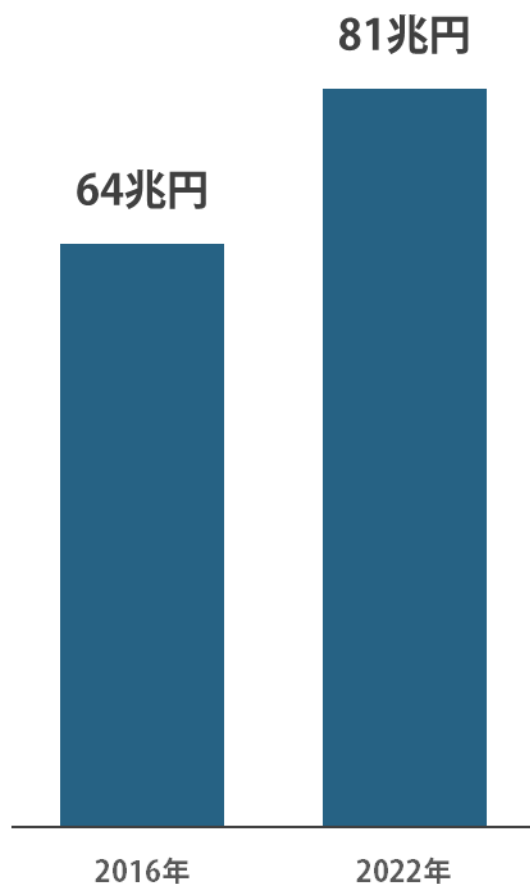
(単位：億円)



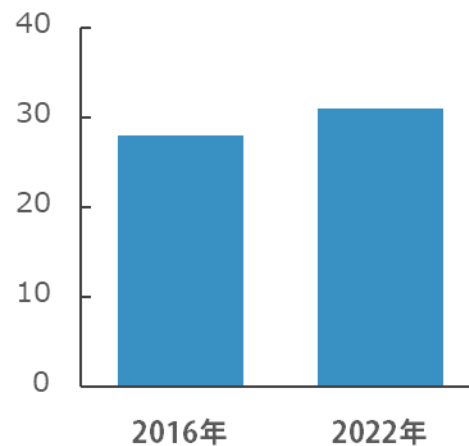
出所：（株）リフォーム産業新聞社『リサイクル通信 中古市場データブック2018』推計を基に当社集計

(単位：兆円)

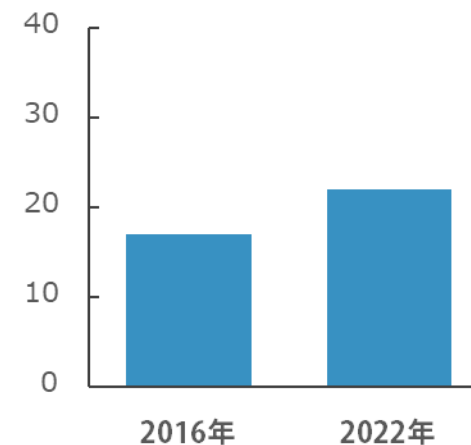
海外のコンテンツ市場規模



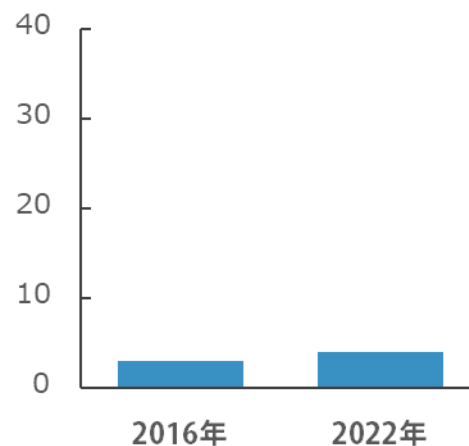
北米



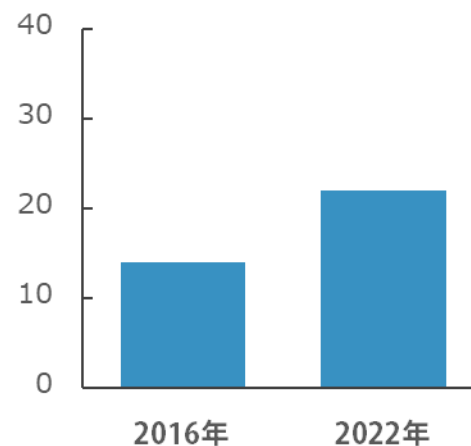
欧州／中東／アフリカ



南米



アジア太平洋 (日本を除く)

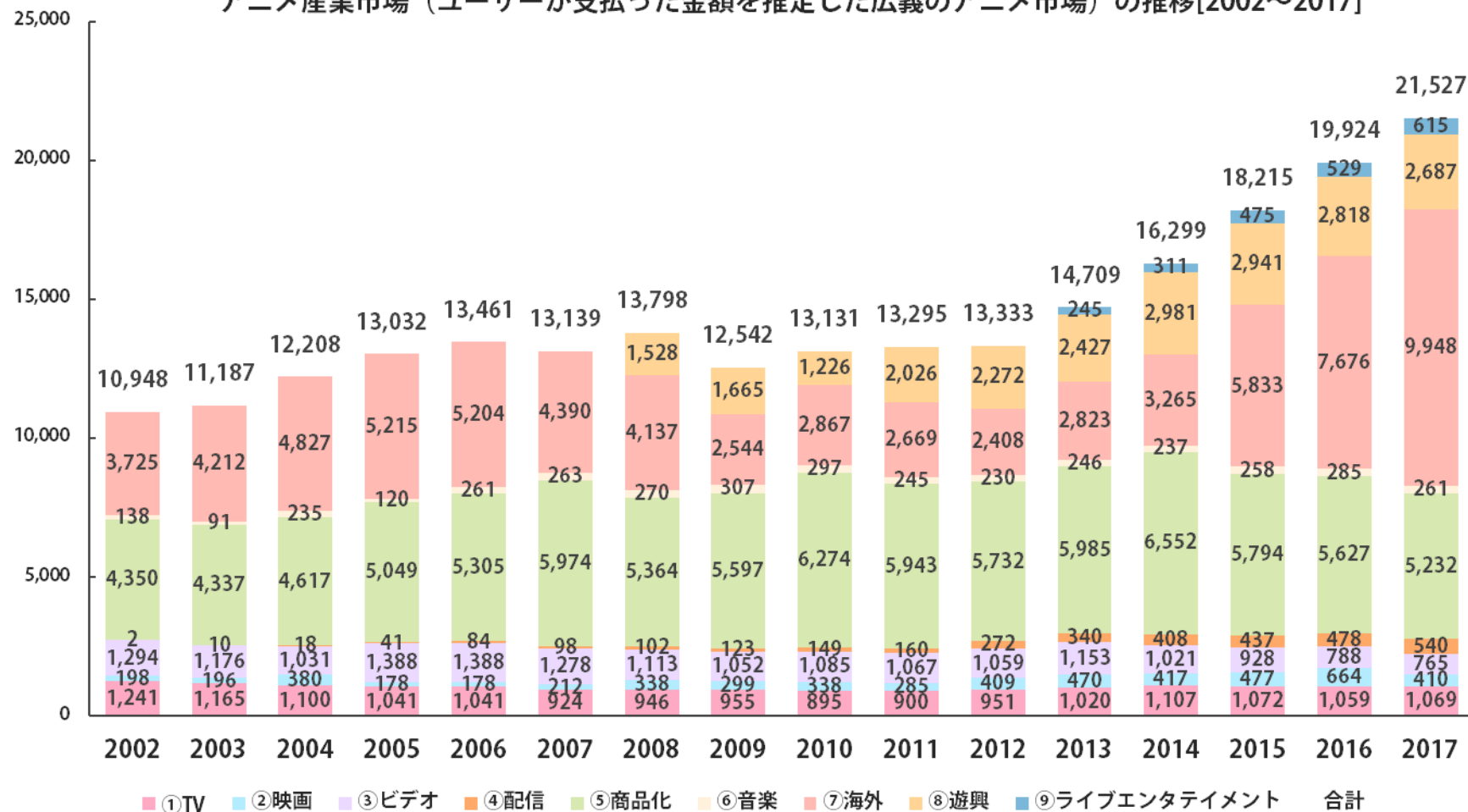


出所：RolandBerger調査

1ドル=108円で換算

(単位：億円)

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[2002～2017]



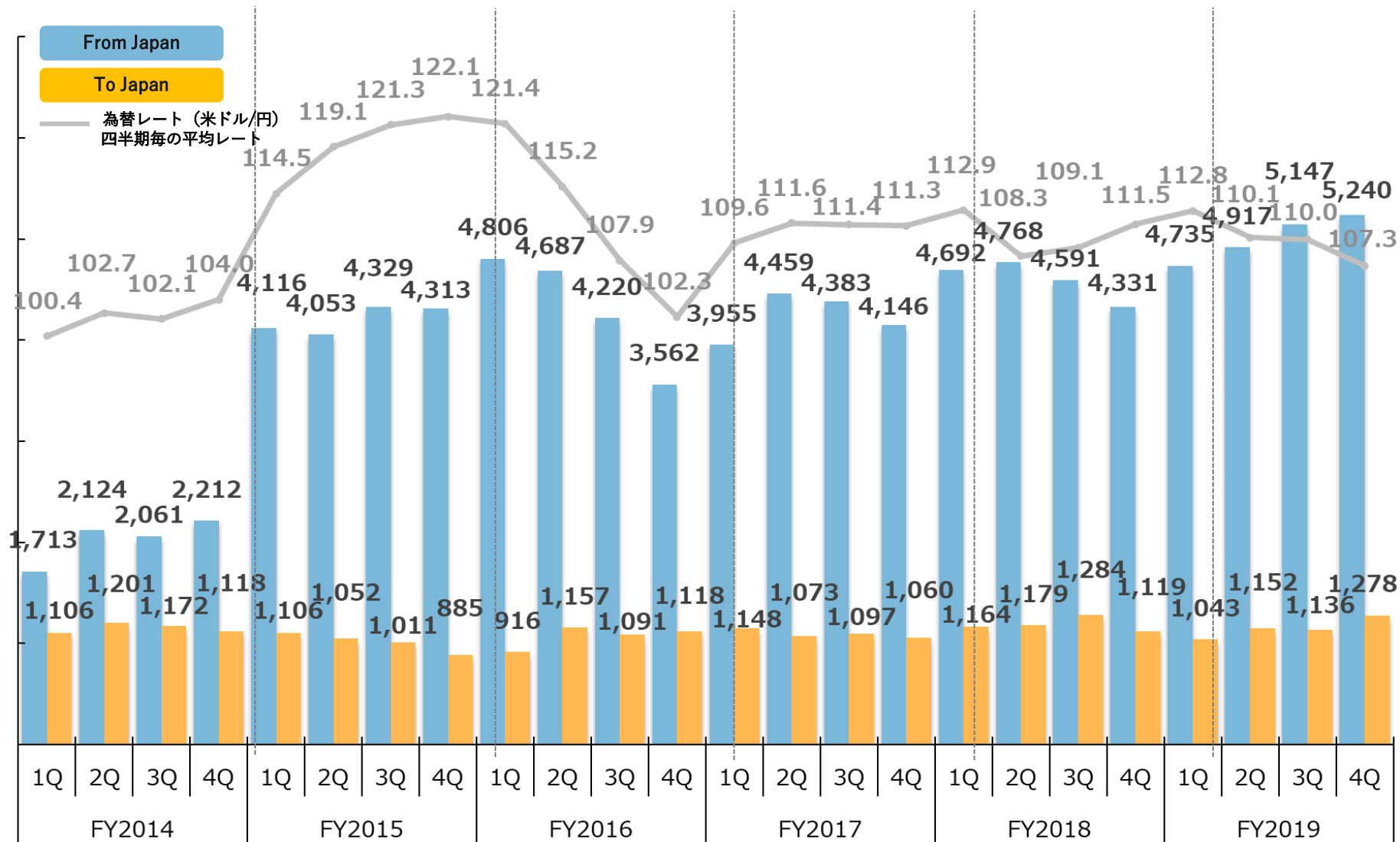
出所：日本動画協会実施アンケートや各種統計発表などから算出

参考資料

主な投資先のポートフォリオ一覧

2019年9月末時点

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  フィリピン 		 	
5~10%	 	ベトナム  アフリカ諸国 			
0.5~5%	   industrybuying BUY FASTER BETTER CHEAPER  	インドネシア   タイ  バングラデシュ  トルコ  ※譲渡契約締結済 フィリピン 		     日本美食	



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 (2019年4Q以降売却予定)
	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

Eコマース事業

連結子会社



tenso

日本のECサイトの商品を海外ユーザーに発送代行する「転送コム」と翻訳、決済代行も行う代理購入サービス「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。



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

タレントやアニメ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。アーティストグッズの公式サイトも展開。

クロスボーダー

バリューサイクル

リテールライセンス

インキュベーション事業

連結子会社



BeeCruise

BEENOSグループの強みである「経験値」「ネットワーク」「データの蓄積」とテクノロジーを駆使し、既存事業の成長の加速化と新規事業の開発を行う。



FASBEE

グローバルファッションECサイト「FASBEE」を運営。日本のアパレル商品を海外消費者に販売。日本のアパレルブランドを世界に拡げることを目指す。



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インドネシア法人。



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。

持分法適用会社