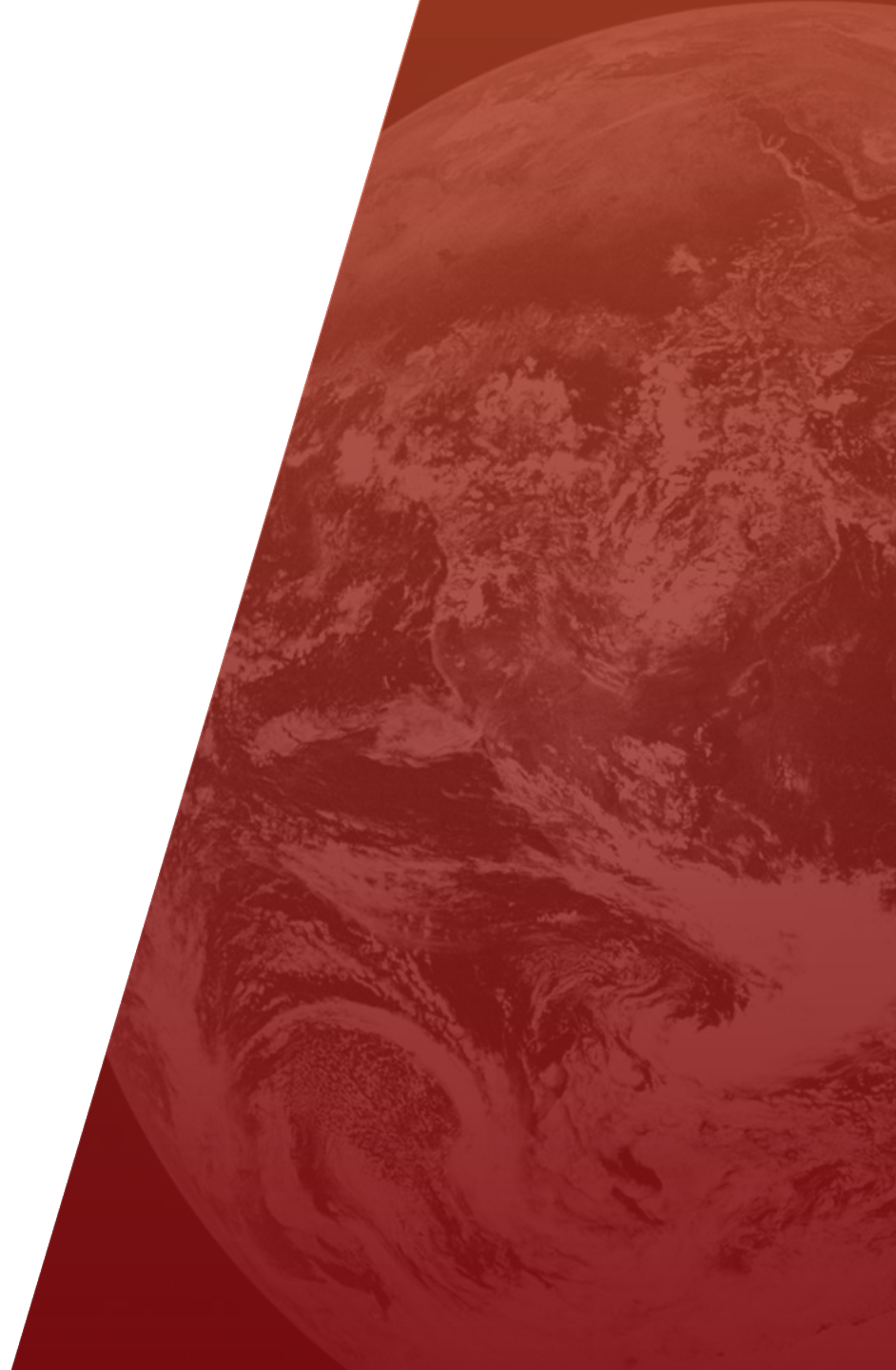




2020年9月期 通期 決算説明会資料



通期決算の概要

2019年10月～2020年9月

01



連結

流通総額、売上高、営業利益ともに過去最高を達成

	実績	YoY
流通総額	504億円	0.1%増
売上高	258億円	2.4%増
営業利益	33.7億円	97.7%増

クロスボーダー部門

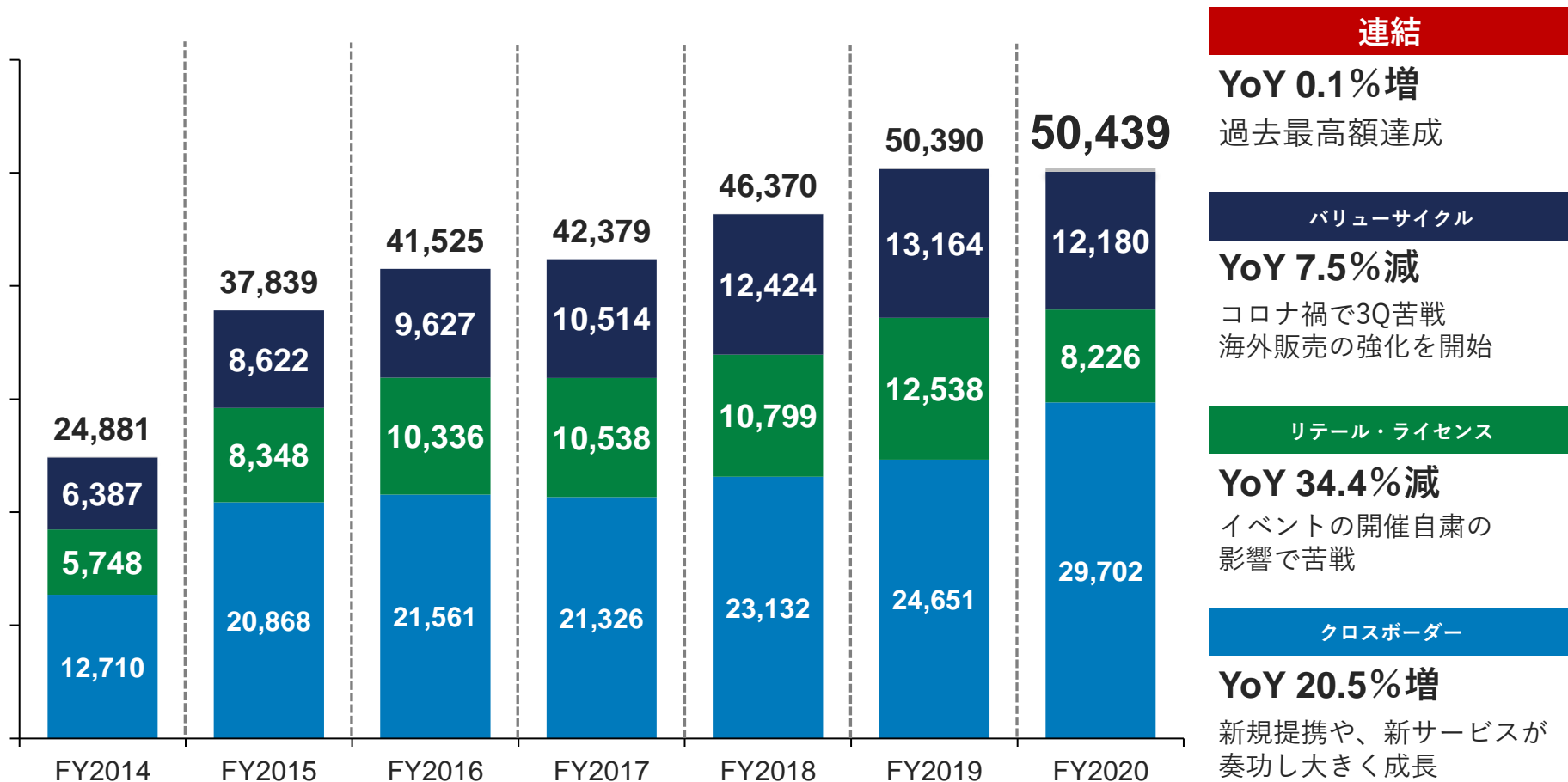
クロスボーダー部門の流通総額がYoYで20.5%成長

	実績	YoY
流通総額	297億円	20.5%増
売上高	59億円	20.2%増
営業利益	16.8億円	132.2%増

コロナ禍で他部門が苦戦する中

クロスボーダー部門が流通を牽引し、連結で過去最高額を達成

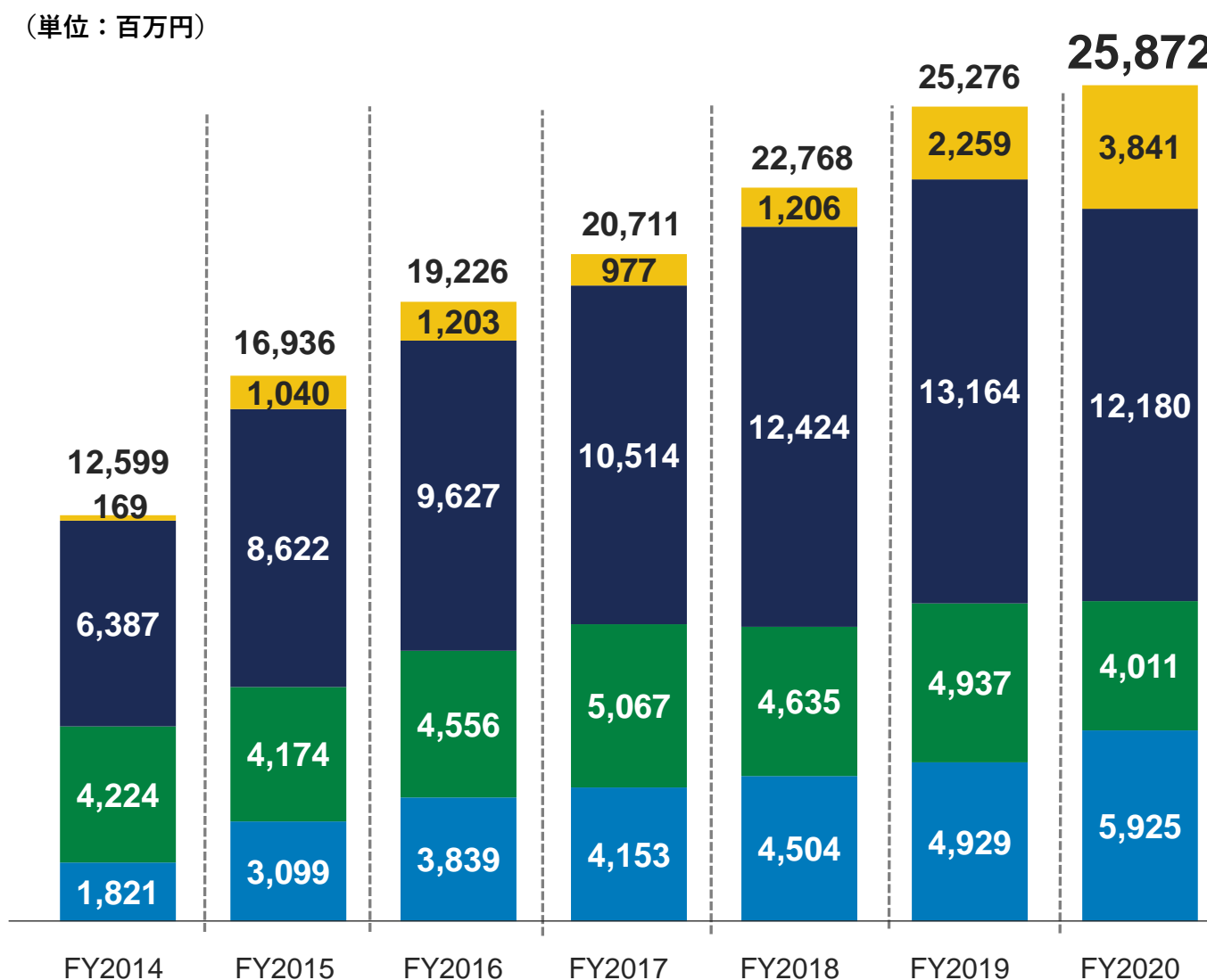
(単位：百万円)



※ 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」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。

クロスボーダー部門の成長と、営業投資有価証券の売却により他部門をカバー

(単位：百万円)



連結

YoY 2.4%増
過去最高を達成

インキュベーション

YoY 70.0%増
営業投資有価証券売却

バリューサイクル

YoY 7.5%減
コロナ禍で3Q苦戦
海外販売の強化を開始

リテール・ライセンス

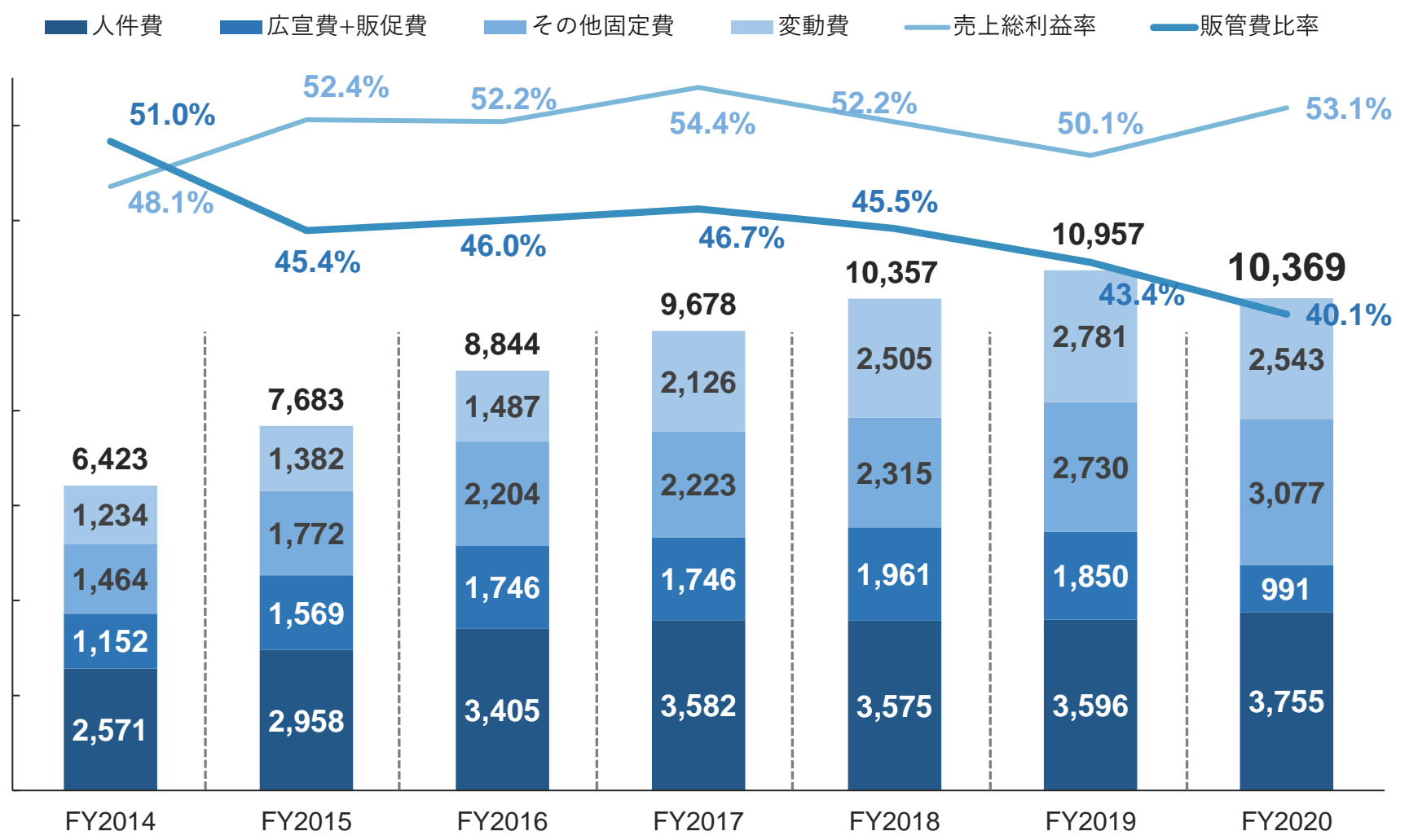
YoY 18.8%減
自社ブランド好調も、大型
イベントの自粛で苦戦

クロスボーダー

YoY 20.2%増
新規提携や、新サービスが
奏功し大きく成長

バリューサイクル部門の広告の効率化により広宣費を46.4%圧縮
 営業投資有価証券の売却で粗利益率上昇、販管費率が低下

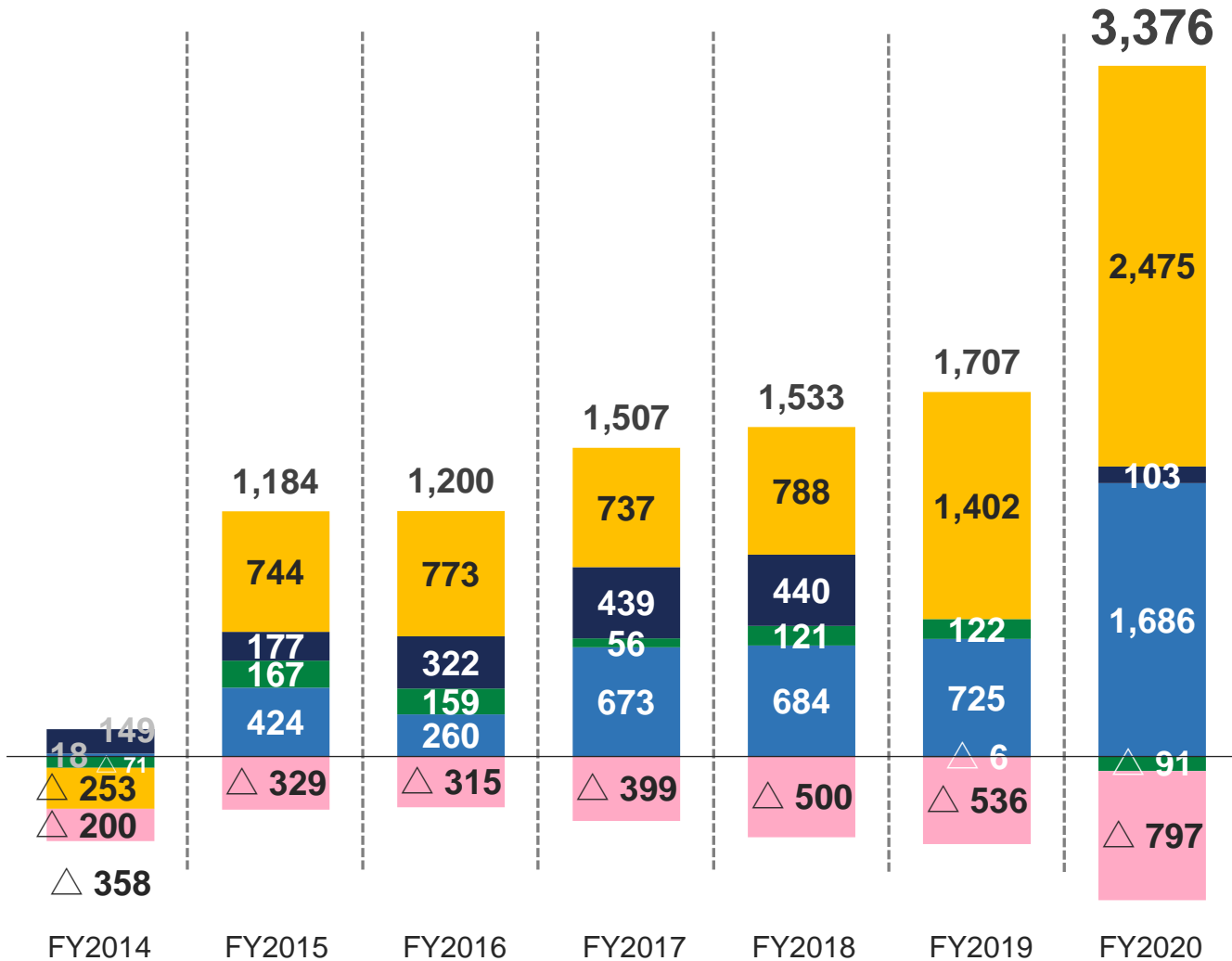
(単位：百万円)



※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の成長と営業投資有価証券の売却益で過去最高額を達成

(単位：百万円)



連結
YoY 97.7%増
 過去最高を達成

インキュベーション
YoY 76.5%増
 営業投資有価証券売却益

パリュースイクル
 売上追求より、再成長に向けた再構築フェーズで黒字転換

リテール・ライセンス
 コロナウイルスの影響を受け赤字

クロスボーダー
YoY 132.2%増
 流通規模の拡大とオペレーションの自動化推進により営業利益率改善

調整額

(単位：百万円)

	通期/FY2019 (2019年9月末)	通期/FY2020 (2020年9月末)	前期末比
流動資産	16,407	19,858	3,450
現預金	5,175	9,976	4,800
売掛金	2,527	1,110	△1,417
営業投資有価証券	4,176	3,966	△210
商品	2,689	1,553	△1,135
固定資産	2,403	3,171	767
有形固定資産	417	342	△75
無形固定資産	454	542	87
投資等	1,531	2,286	754
流動負債	8,159	9,683	1,524
買掛金	384	348	△36
短期借入金	3,550	1,600	△1,950
1年以内返済予定長期 借入金	0	300	300
固定負債	480	2,135	1,654
長期借入金	0	1,721	1,721
純資産	10,171	11,210	1,038
総資産	18,811	23,029	4,218

- ・投資による増加：961百万円
- ・売却による減少：△45百万円
- ・評価による減少：△215百万円
- ・為替変動：△43百万円
- ・科目組替：△868百万円※

※出資先であるメトロエンジン社を2020年9月末をもって持分法適用会社としたため、営業投資有価証券から投資有価証券に変更しております。

第4四半期 決算の概要



02

連結

Eコマース事業好調で、流通総額はYoYで11.1%増
 前年同期の営業投資有価証券の売却の影響でYoYで売上高・営業利益は減少

	実績	YoY
流通総額	141億円	11.1%増
売上高	63億円	17.4%減
営業利益	6.1億円	65.3%減

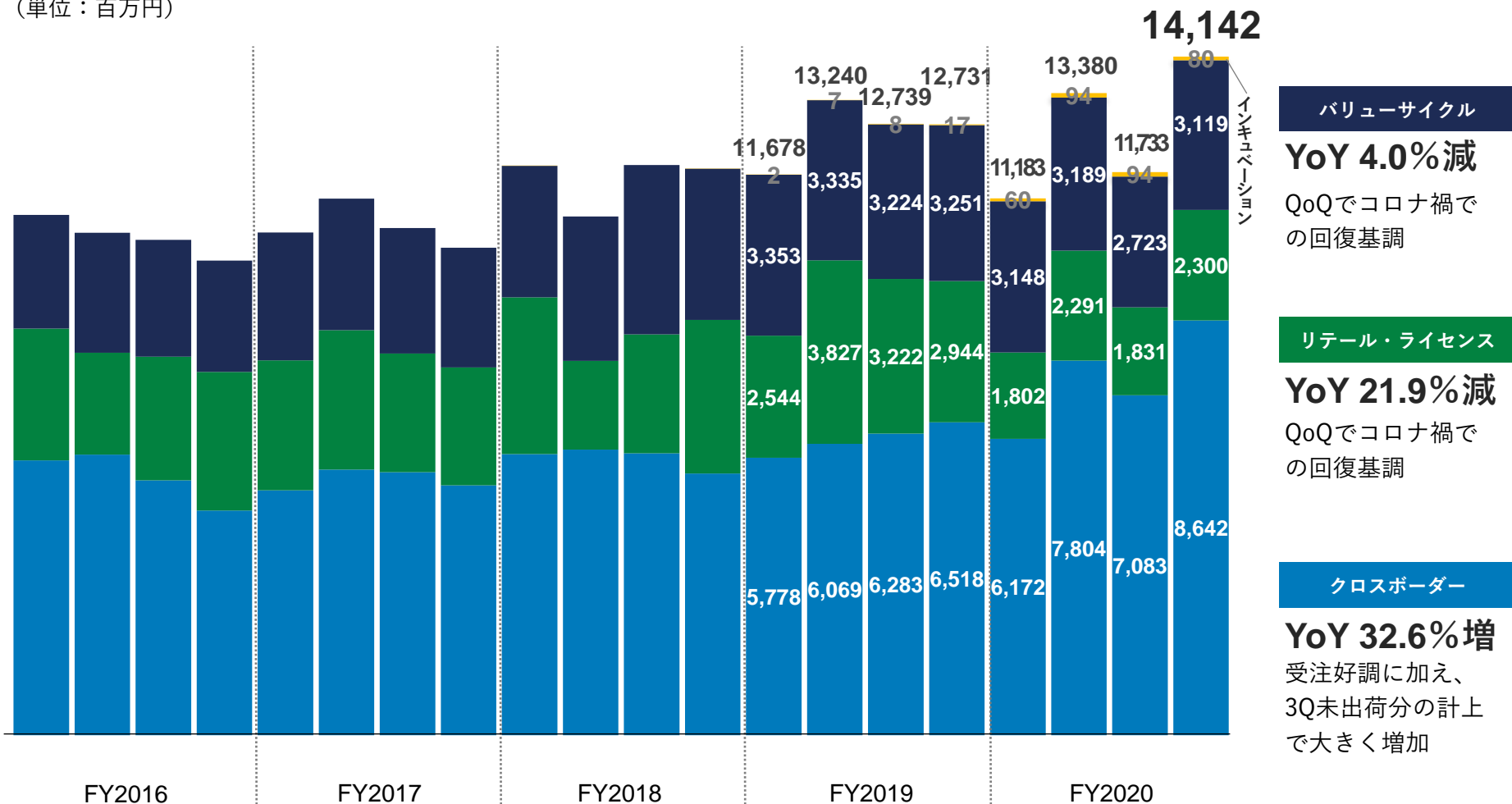
Eコマース事業

クロスボーダー部門が引き続き好調、他部門は回復基調

	実績	YoY
流通総額	140億円	10.6%増
売上高	58億円	4.4%増
営業利益	6.0億円	51.7%増

連結流通総額は前年同期比11.1%増で過去最高額 クロスボーダー部門は32.6%増で同じく過去最高額

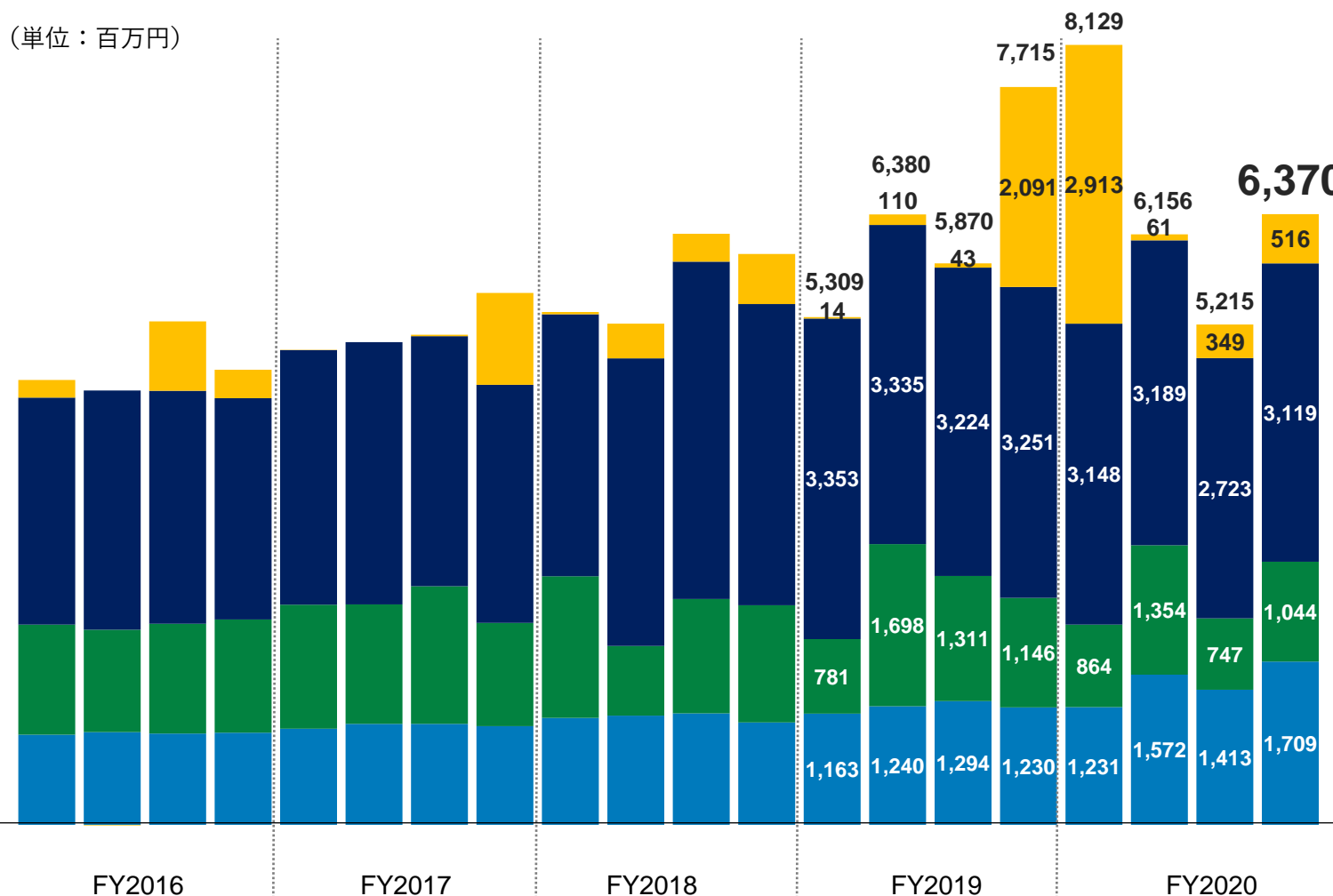
(単位：百万円)



※ 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」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。

前年同期の営業投資有価証券の売却の影響により 連結売上高はYoY17.4%減少、Eコマース事業は成長

(単位：百万円)



インキュベーション

YoY 75.3%減

前年の含み益顕在化方針の影響

バリューサイクル

YoY 4.0%減

QoQでコロナ禍での回復基調

リテール・ライセンス

YoY 8.9%減

QoQでコロナ禍での回復基調

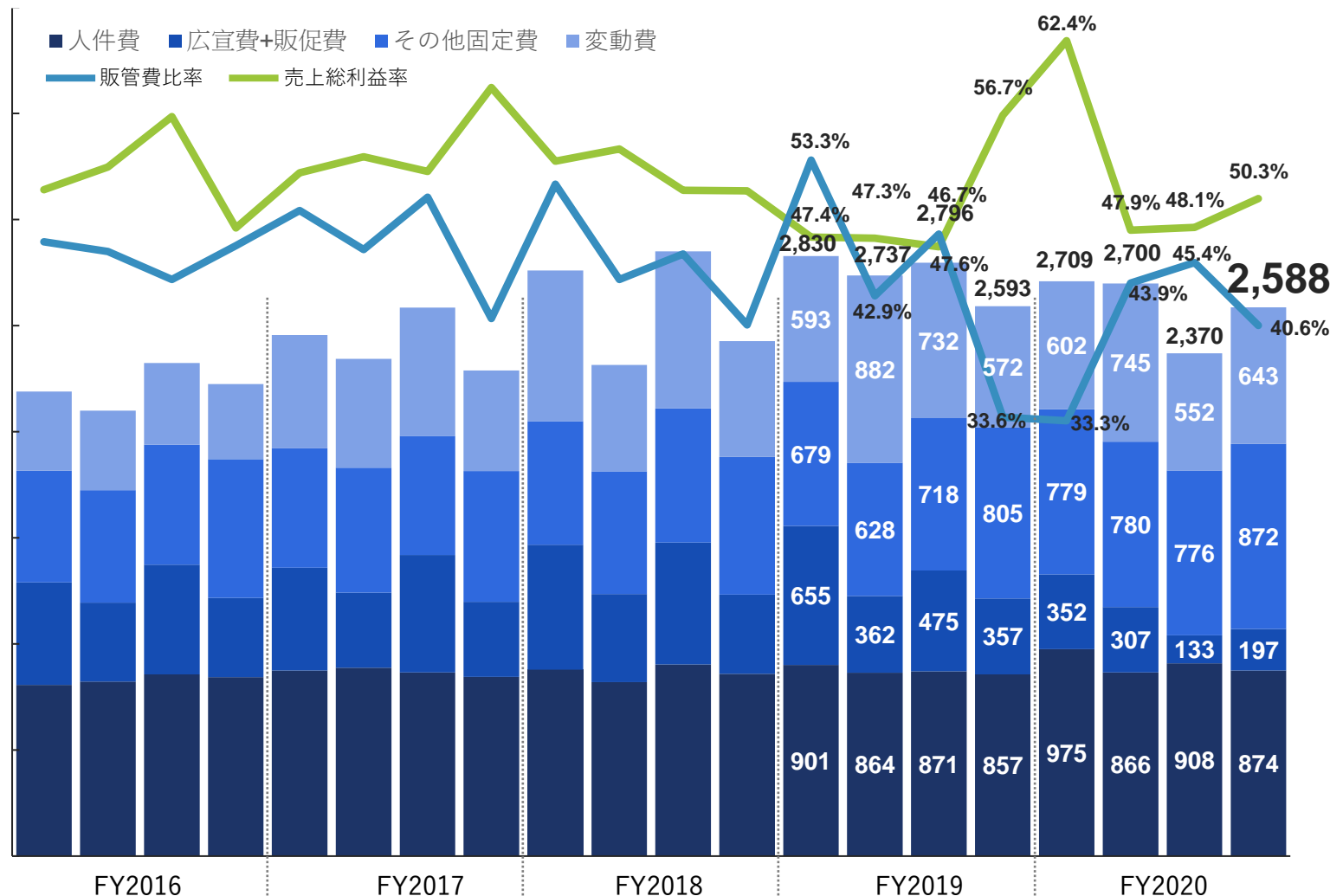
クロスボーダー

YoY 38.9%増

受注好調に加え、3Q未出荷分の計上で大きく増加

広告の効率化推進による広告宣伝費の減少

(単位：百万円)



連結販管費

YoY 0.2%減

変動費

YoY 12.3%増

その他固定費

YoY 8.3%増

広告費+販促費

YoY 44.7%減

人件費

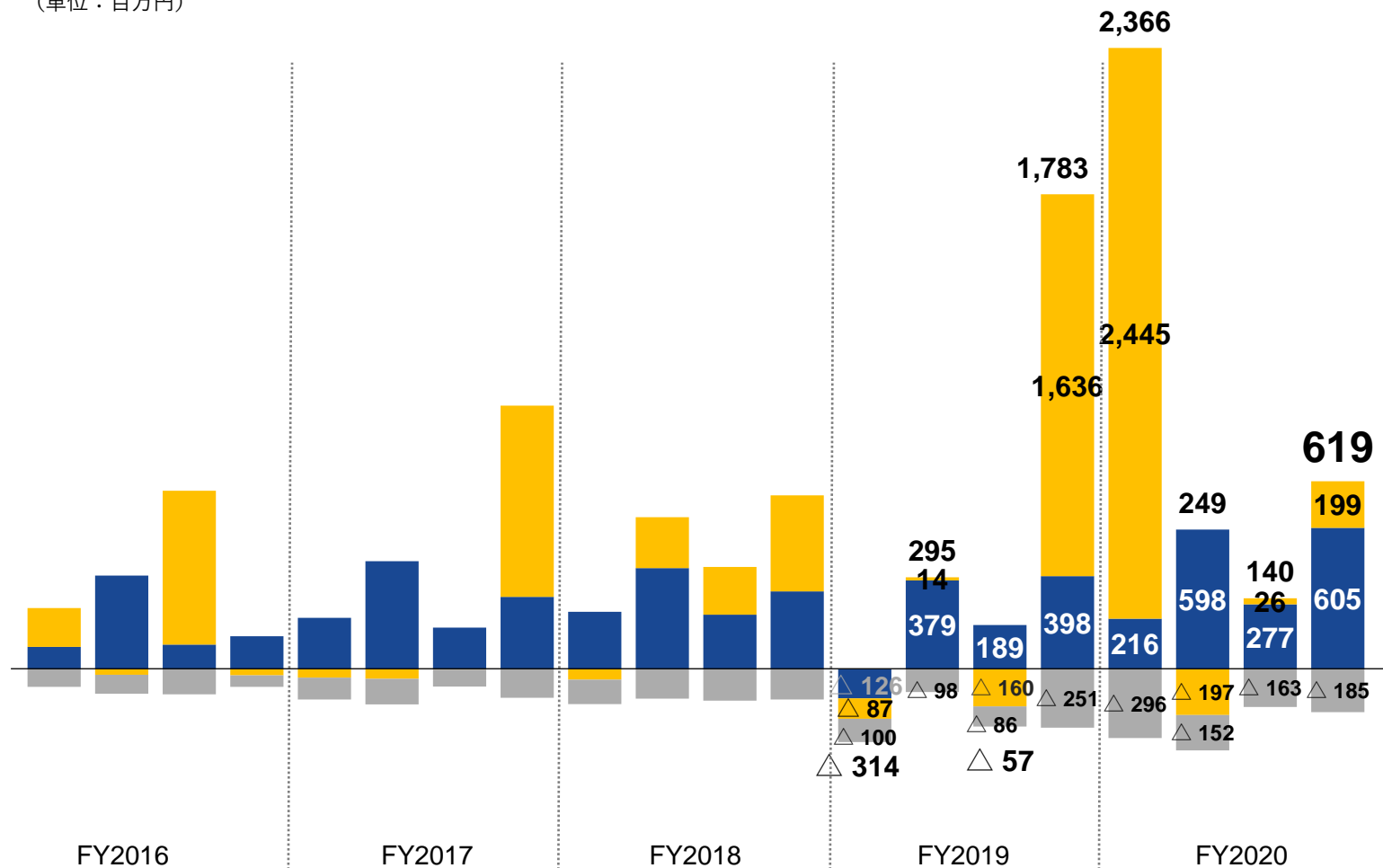
YoY 2.0%増

※賞与および賞与引当金は業績に応じて半期ごとに支給されるため、四半期ベースでは人件費ではなくその他固定費とし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。

Eコマース事業は営業利益がYoY51.7%増加し、過去最高達成

(単位：百万円)



インキュベーション

YoY 87.8%減

営業投資有価証券の売却により新規事業の赤字をカバーし黒字。

Eコマース

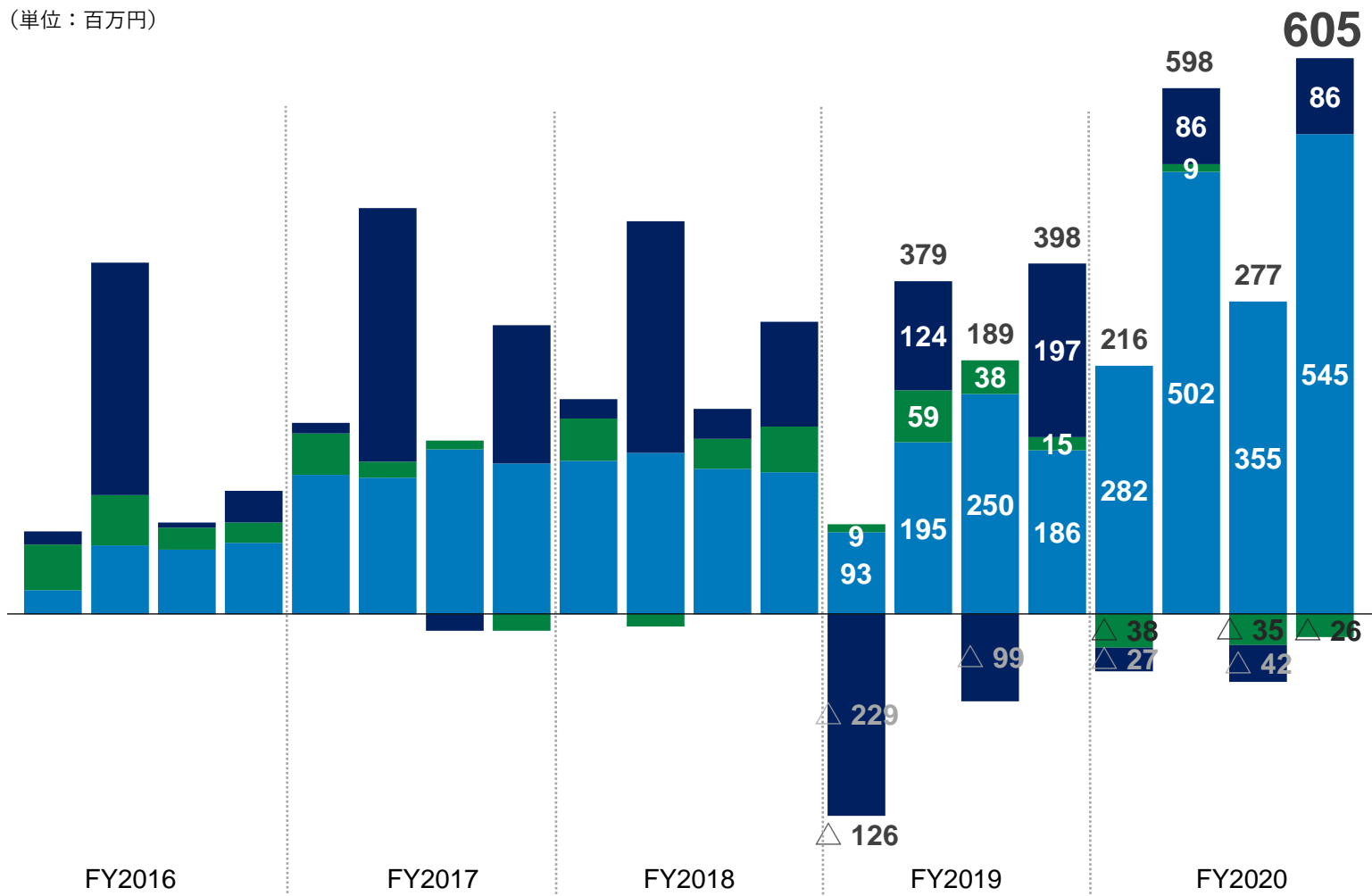
YoY 51.7%増

クロスボーダー部門が牽引

調整額

クロスボーダー部門が他部門の減少をカバーし過去最高額

(単位：百万円)



バリューサイクル

YoY56.2%減

広宣費のコントロールを進めたが
売上減で減益

リテール・ライセンス

イベント開催自粛
が継続し赤字

クロスボーダー

YoY193%増

FROM JAPAN
受注増
TO JAPAN
利益率改善により
大きく成長

(単位：百万円)

	3Q/FY2020 (2020年6月末)	4Q/FY2020 (2020年9月末)	前四半期末比
流動資産	18,749	19,858	1,108
現預金	7,011	9,976	2,964
売掛金	693	1,110	416
営業投資有価証券	4,884	3,966	△917
商品	2,227	1,553	△673
固定資産	2,597	3,171	574
有形固定資産	394	342	△51
無形固定資産	616	542	△73
投資等	1,586	2,286	699
流動負債	8,005	9,683	1,678
買掛金	213	348	134
短期借入金	1,900	1,600	△300
固定負債	1,987	2,135	148
長期借入金	1,722	1,721	△0
純資産	11,353	11,210	△143
自己株式	△777	△778	△1
総資産	21,346	23,029	1,682

- ・投資による増加：3百万円
- ・売却による減少：△4百万円
- ・評価による減少：△45百万円
- ・為替変動：△80百万円
- ・科目組替：△792百万円※

※出資先であるメトロエンジン社を2020年9月末をもって持分法適用会社としたため、営業投資有価証券から投資有価証券に変更しております。

第4四半期 事業別のトピック

03



新型コロナウイルス感染拡大の予防・対策を継続して実施

クロスボーダー事業は引き続き好調

他セグメントでも売上回復の兆候あり

2020年2月から倉庫/店舗勤務を除き在宅ワーク体制を継続中



クロスボーダー部門

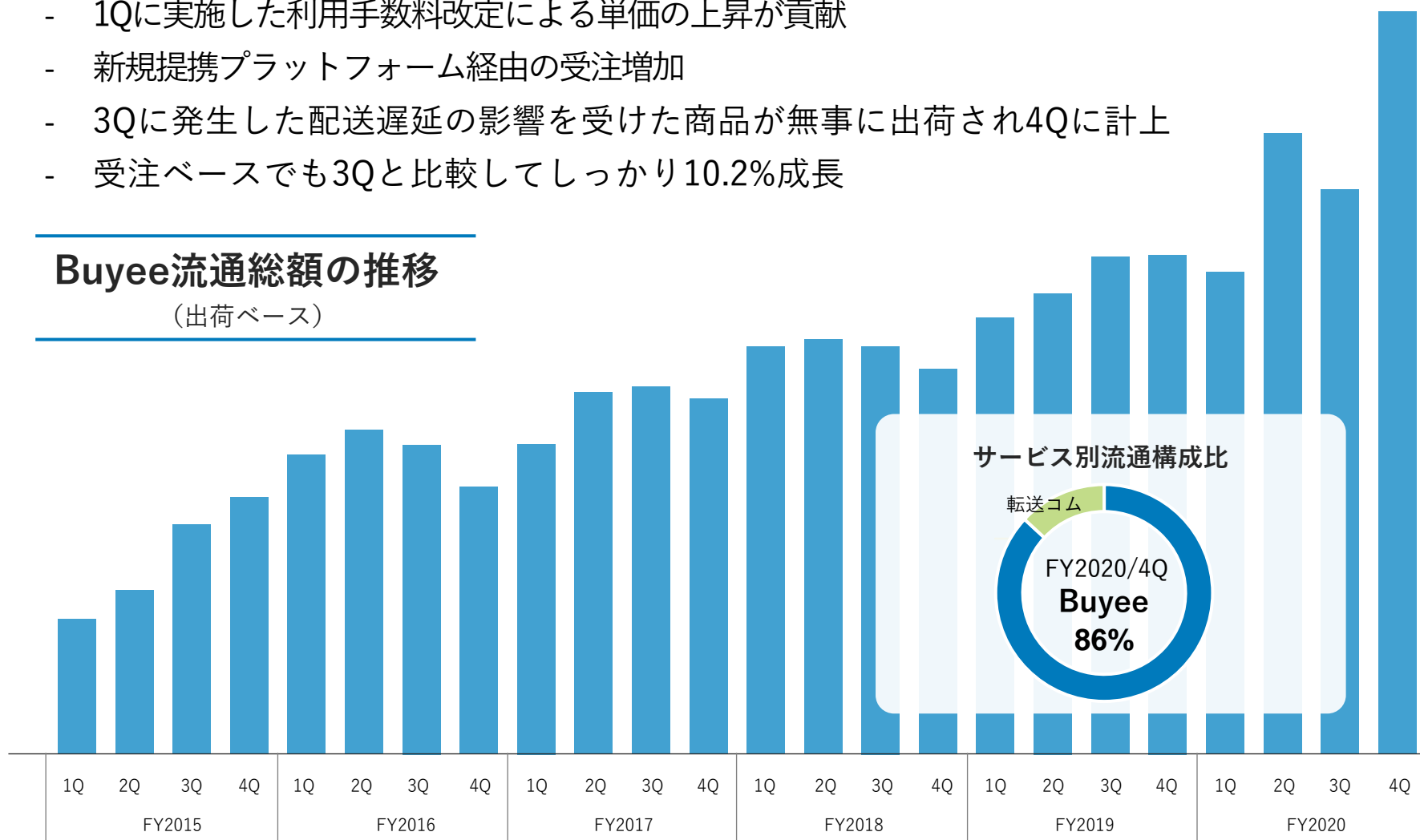


Buyeeの流通総額はYoY48.7%増で過去最高を更新

- 1Qに実施した利用手数料改定による単価の上昇が貢献
- 新規提携プラットフォーム経由の受注増加
- 3Qに発生した配送遅延の影響を受けた商品が無事に出荷され4Qに計上
- 受注ベースでも3Qと比較してしっかり10.2%成長

Buyee流通総額の推移

(出荷ベース)



FROM JAPAN事業

越境代理購入サービス“Buyee”は前Qに続き**成長**路線

4Qの主なトピック (コロナ影響含め)

- 受注は引き続き順調に増加
- 3Qの4月と5月に受注のあった一部商品がコロナの影響による配送の遅延の解消により4Qの売上に反映された
- 中国ユーザー向けにAlipay決済が利用可能に

4Qの主なりリリース

- メルカリのShopee上での越境販売をBuyeeがサポート開始
- ロコンドと包括的業務提携開始
- 10件の新規提携(ドレス販売サイトsmeralda (スメラルダ)、
生け花道具販売サイト池坊フラワーショップ-花楽-、
女性向けカットソーブランド「Nicolas Jensonオンラインストア」など)

クロスボーダーに関連する新規事業の紹介

新規事業開発チーム（インキュベーションセグメント）が日本企業と海外プラットフォームをつなげるプロジェクトを推進中

海外プラットフォームとの提携

- Shopee連携
- Lazada連携
(+ 近日追加予定)



日本企業の海外進出支援

- メルカリ連携 (2020年8月)
- ロコンド連携 (2020年8月)
(+ 近日追加予定)

The logo for Locondo, consisting of the word 'LOCONDO' in a light gray, uppercase, sans-serif font, centered within a light gray rectangular background.

LOCONDO

※「クロスボーダー」における新規事業としての取り組みであるため
会計上はインキュベーションセグメントに計上されます。

リテール・ライセンス部門



エンターテインメント事業

日本を代表するアーティストの公式グッズの企画や公式ECサイトを運営

4Qの主なトピック（コロナ影響含め）

- 4Qでもアーティストなどのイベント延期・中止の状況が継続
- 従前の大型イベント開催は困難だが、制限の緩和などにより来期以降イベント再開の目処が見えてきた

4Qの主なリリース

- 「narabee」が鬼滅の刃×SLぐんま～無限列車大作戦～にてオフィシャル駅弁の販売をサポート
- 大人気「Lovisia シリーズ」から3種のキュートな『星のカービィハンドクリーム』が新発売。
ポケモンギフトコスメ累計出荷数135万個
カービィコスメ累計出荷数13万個

※narabeeは「エンターテインメント」における新規事業としての取り組みであるため会計上はインキュベーションセグメントに計上されます。



バリューサイクル部門



ブランド・アパレル買取販売事業「ブランディア」

4Qの主なトピック（コロナ影響含め）

- ブランディア、東南アジア・台湾最大級のECモール「Shopee」に出品開始
- オンライン本人確認サービス「Polarify eKYC」を導入
- 「イナズマロック フェス 2020」にて豪華チャリティオークションを開催

4Qの主なリリース

- フランスの中古ブランド品ECサイト「Vestiaire Collective」と業務提携開始
- お酒買取「JOYLAB」と「ブランディア お酒買取 梅田店」を大阪にオープン



インキュベーション部門



海外投資

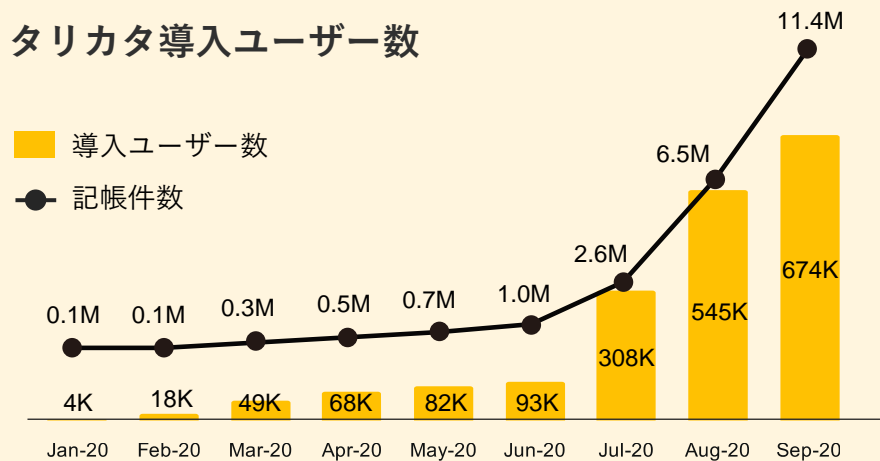
4Qの主なトピック（コロナ影響含め）

- コロナのネガティブな影響を受けている投資先は底打ちから回復基調にあり
- 営業投資有価証券の売却が発生

出資先紹介：Surecash（バングラデシュ）

- バングラディッシュのモバイルペイメントサービスとしてスタート
- コロナ禍で新規事業「TallyKhata（タリカタ）」をリリースし大きく成長
- タリカタはスマホ1つでスモールビジネスの帳簿から借入までをシームレスに管理できるアプリ

タリカタ導入ユーザー数



導入ユーザー数は右肩上がりに増加



スモールビジネスで導入がすすむ

時価評価額

226億円



2020/3月末

売却益

8億円



2020/9月末

時価評価の主なトピック

出資先であるメトロエンジン社を2020年9月末をもって持分法適用会社としたため、今Qより営業投資有価証券の時価評価から除外しております。含み益の減少要因は主に当該理由と売却による減少です。

時価評価額

195億円

【時価評価の計算方法】

上場銘柄：2020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。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。

FY2021の見通し

04



FY2021の業績予想開示方針

FY2019以前

業績予想を非開示

インキュベーション事業の投資育成と新規事業開発について、営業投資有価証券売却のタイミングや金額、新規事業の立ち上がりの予測が困難なため業績の開示を行うことは合理的でないと判断しました。

FY2020

連結の業績予想を開示

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ました。

FY2021

Eコマース事業のみ業績予想開示

インキュベーションセグメントの投資売却については状況にあわせて売却を進めていく方針であることから、自社努力で成長を目指すEコマース事業に開示範囲を絞ることにしました。

FY2022以降

来期以降は、状況に応じて開示の是非について判断

	FY2020 (実績)	FY2021 (業績予想)	前期比
Eコマース事業 流通総額	501億円	552億円	10%増
Eコマース事業 売上高	221億円	246億円	11%増
Eコマース事業 営業利益	16.9億円	23.3億円	37%増

1 エコマース事業の流通総額は、前年比**10%**増の552億円の予想

2 エコマース事業の営業利益は前年比**37%**増、
その中でもグローバルコマース部門（旧:クロスボーダー部門）が
中心的な役割を果たす

3 営業投資有価証券の売却は方針を立てず既存事業の進捗と
新規事業への必要投資額のバランスを見ながら柔軟に検討

配当については継続的に還元することを前提として、Eコマース事業の利益を配当に充て、インキュベーション事業の利益を自己株式の取得に充てます。

■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		
FY2017	5円00銭 記念配当*	13円00銭	18円00銭	221百万円	16.7%
FY2018	00円00銭	13円00銭	13円00銭	158百万円	21.8%
FY2019	00円00銭	18円00銭	18円00銭	214百万円	17.2%
FY2020	00円00銭	20円00銭	20円00銭	252百万円	13.2%

※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 (自己株除く)	取得総額	配当と合わせた 総還元性向
FY2019	21万株	1.7%	288百万円	56.1%
	5.5万株	0.5%	92百万円	
	計	26.5万株	2.2%	
FY2020	37.3万株	2.9%	286百万円	28.5%

BEENOSグループの中期方針

グローバルプラットフォームを創る

Global Platform



Global Platform 1.0

縮小する1億のマーケットから
拡大する74億のマーケットへ

国内市場

海外市場

グローバルコマース

EC事業 / 地方自治体 / メーカー

GLOBAL COMMERCE

エンターテインメント

物販 / プロダクト / エンタメプラットフォーム

ENTERTAINMENT

バリューサイクル

アップサイクル / アービトラージ

VALUE CYCLE



アメリカ発のオークションサイト
アクティブユーザー数は1.8億人



東南アジア6か国に展開する
アリババグループECサイト
アクセス数は1日500万回以上



ダウンロード数2億人
競合他社を抜き続ける東南アジア
最大級ショッピングサイト

Coming Soon

新たなマーケットプレイスとの
商品連携プロジェクト進行中



FY2021戦略

- Buyeeの総合力をもって圧倒的な**No1**のポジションを築きます。
 - 戦略的重点地域として現在の台湾に中国とロシアの2カ国を追加
 - 海外マーケットプレイスとの連携強化
 - 結果として競合を圧倒するサービスへ進化

中期戦略

- Buyeeが海外ユーザーの日常の自然な購入導線に入り込む。

現在日本の商品を購入いただくにはBuyeeサイトへのアクセスが必要ですが、中期的には海外マーケットプレイスとの連携をすすめ、Buyeeというサービスを知らない現地の方が、普段慣れ親しんだマーケットプレイス上で自然に日本の商品を目にして購入までできる状況を作ります。

FY2021戦略

- 買取戦略：高単価商品（バッグなどのブランド品）へのシフト
→安心して高額な商品をお持ち込みいただけるように実店舗の拡大をおこなう
- 販売戦略：海外マーケットプレイスとの連携強化
→商品をより高く評価いただける国へ販売し収益を確保
- 結果としてお客様の買取価格を満足いただける水準へ高めます



中期戦略

- 海外販売比率を50%に引き上げていきリユースの国境をなくします
日本にいる個人のお客様にお持ち込みいただくブランド品をより評価される海外へ販売し、適正な値段での買取を実現することによってお客様に安心して商品をお持ち込みいただけるサービスの確立をめざします。

FY2021戦略

- 複数のECを扱える基幹システムを構築します（エンタメ業界特化型プラットフォーム）
 - エンタメに特化した機能の拡充
 - 立ち上げを行う専任部隊を発足
- 新たなチャレンジ領域としてファンサイトの運営を開始予定です

中期戦略

- エンタメ業界特化型のプラットフォームを充実させます
 - ライブ会場で並ばずにグッズの受取りが可能な「narabee」のサービス拡大
 - 国内/海外でのイベント物販にワンストップで対応可能な新ECシステムの提供
 - ファンコミュニケーションの改善やライブ配信システムの提供
- エンタメ業界から新たに生まれるニーズを捉え業界No1を目指します

FY2021戦略

- (新規事業)海外プラットフォームと日本企業をつなぐ取り組みに注力します
- (新規事業)トラベル/インバウンド関連事業の構築を進めます
 - 中長期的には日本の成長に必要不可欠と考え先行投資
- (投資事業) タイミングを見ながら機動的に売却の判断を行います
 - コロナ禍の混乱から抜けて各社安定成長、数社IPOの現実感が増す

中期戦略

- (新規事業)機動的に新規事業や提携案件の立ち上げを行います
- (投資事業)出資先との連携を強め、グローバルプラットフォーム構想上での協業を推進します

BEENOSグループの中期方針

グローバルプラットフォームを創る

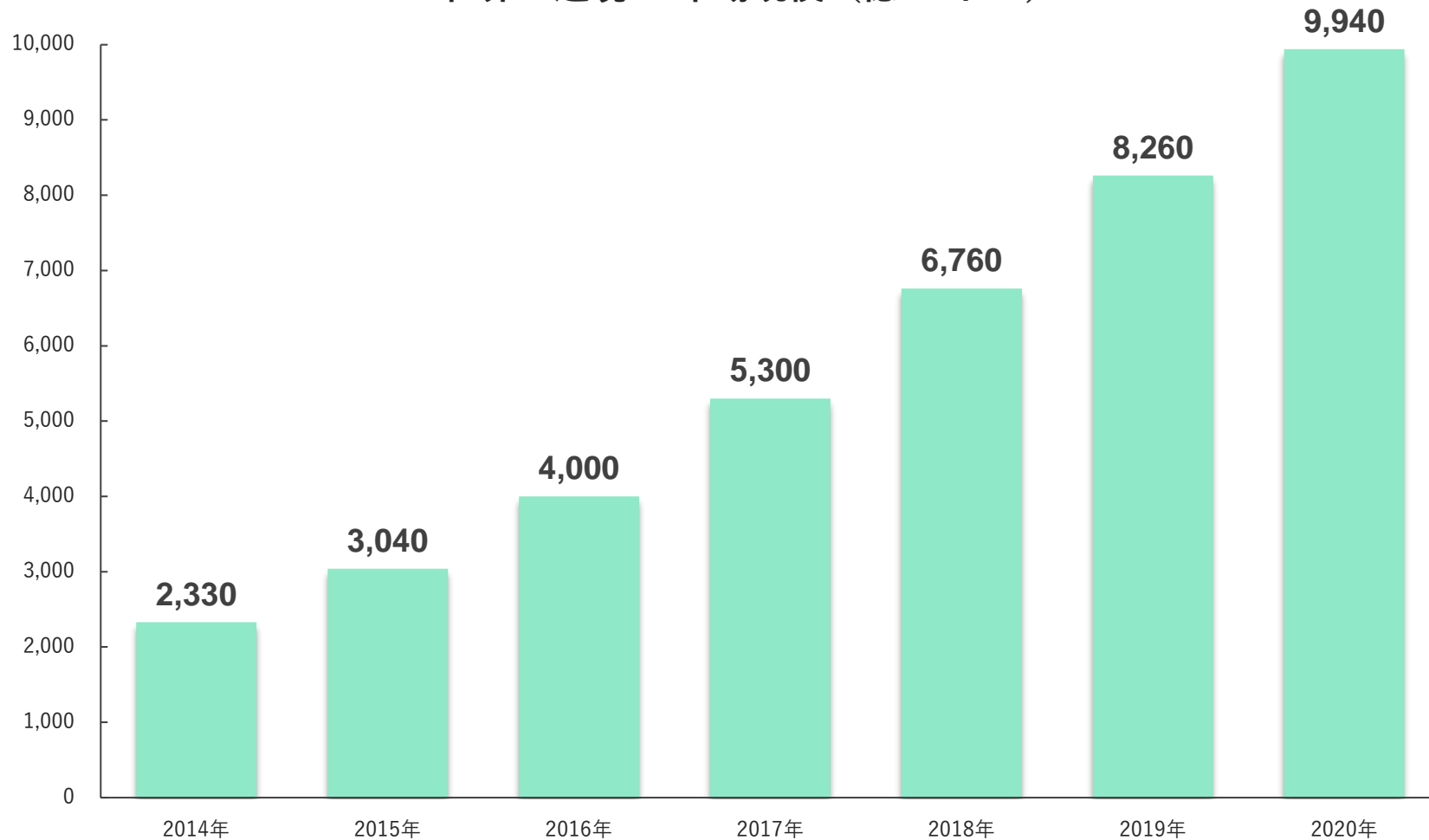
Global Platform

參考資料



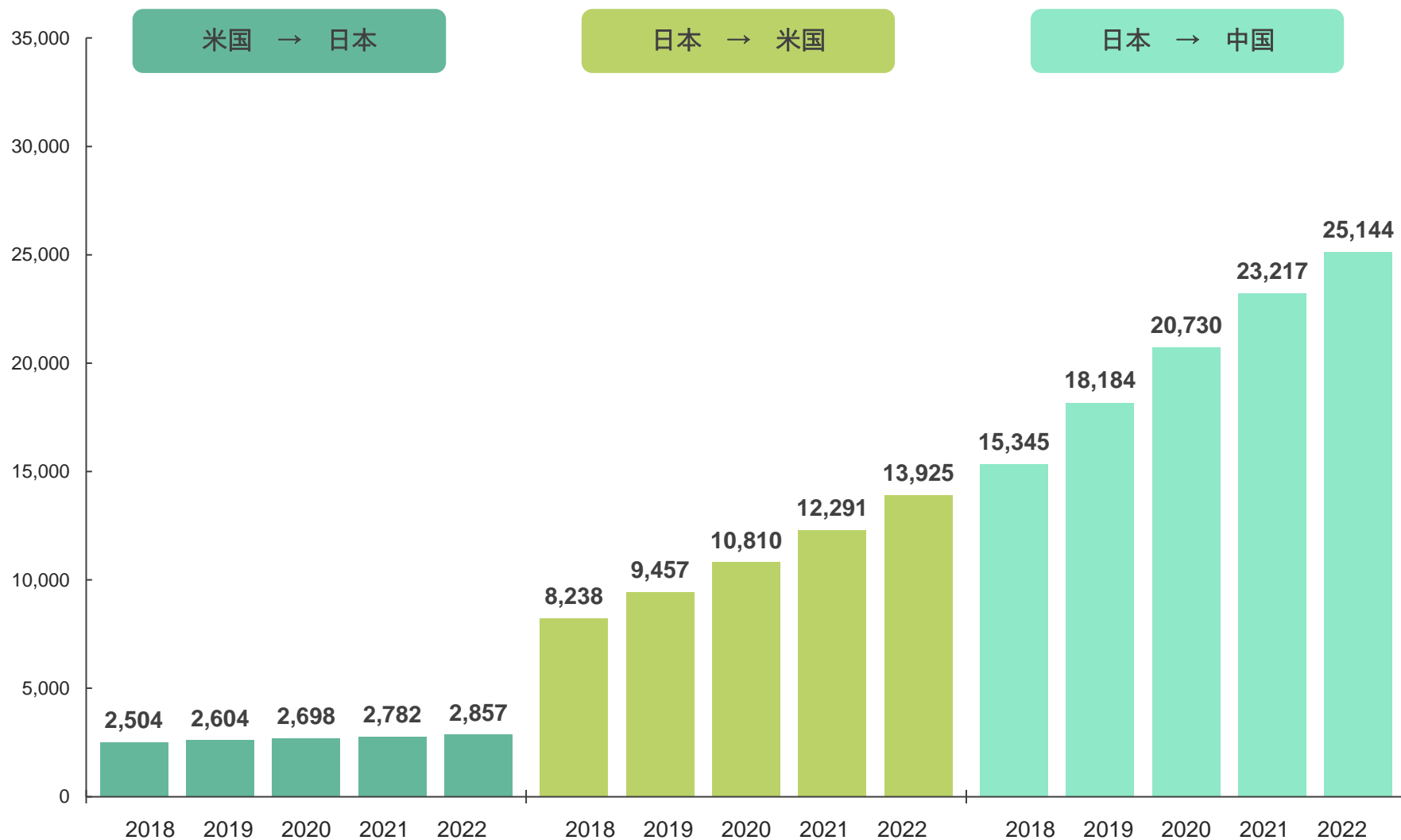
05

■ 世界の越境EC市場規模（億USドル）



出所：Alizila, Jan2017

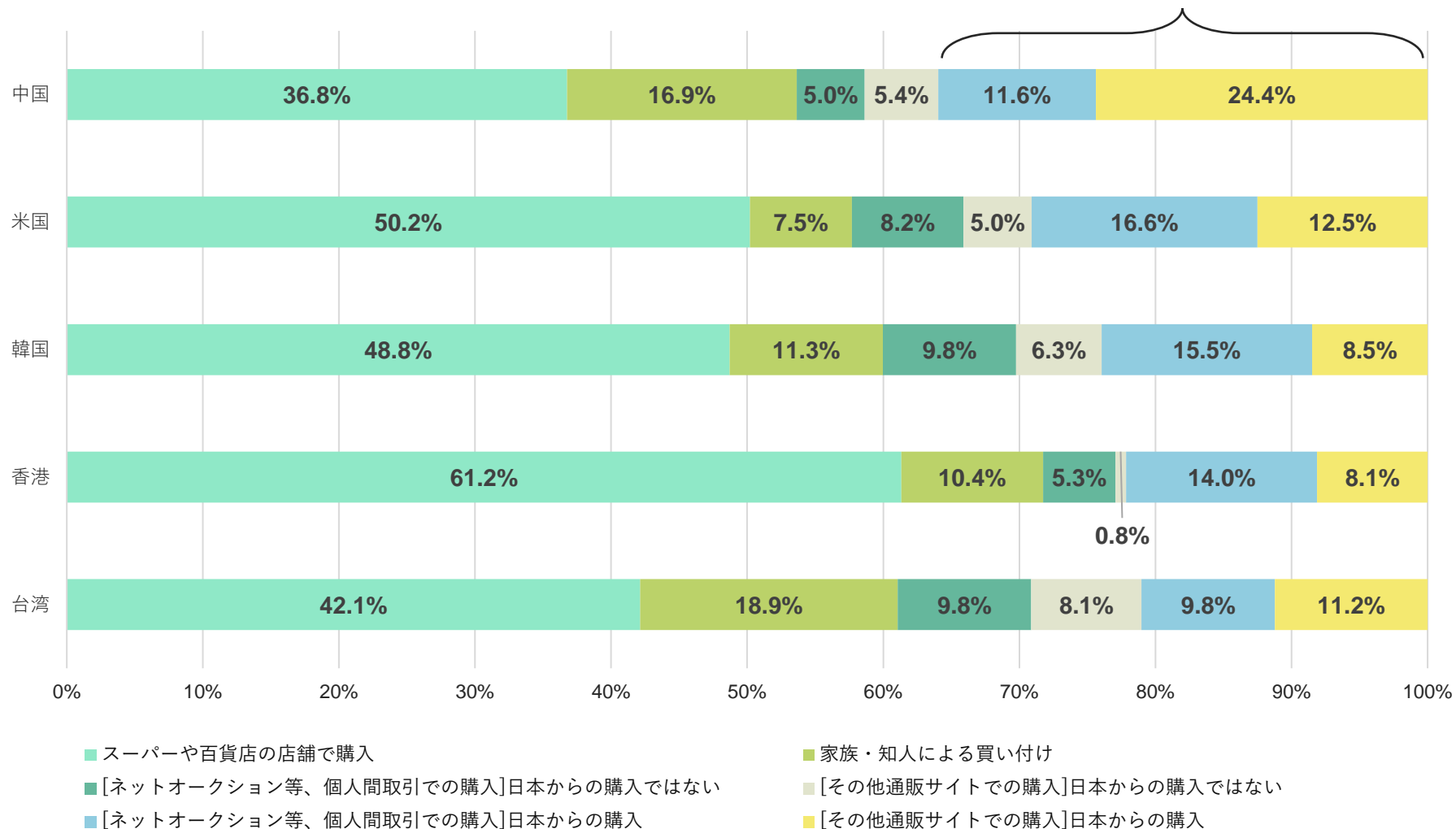
(単位：億円)



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

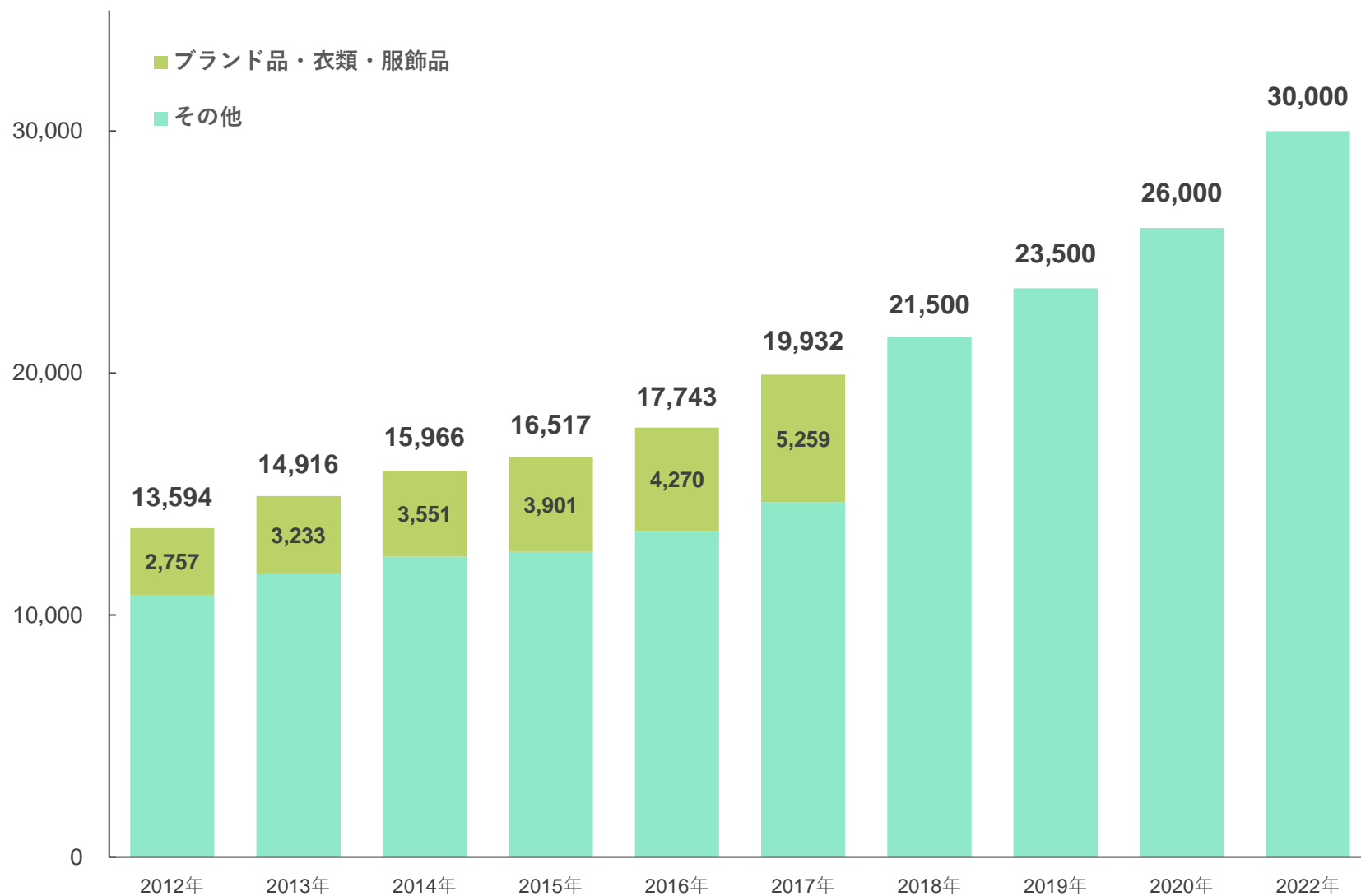
日本製品の購買手段

越境ECを通じた購入



出所：アンケート調査に基づき観光庁作成 (2017)

(単位：億円)



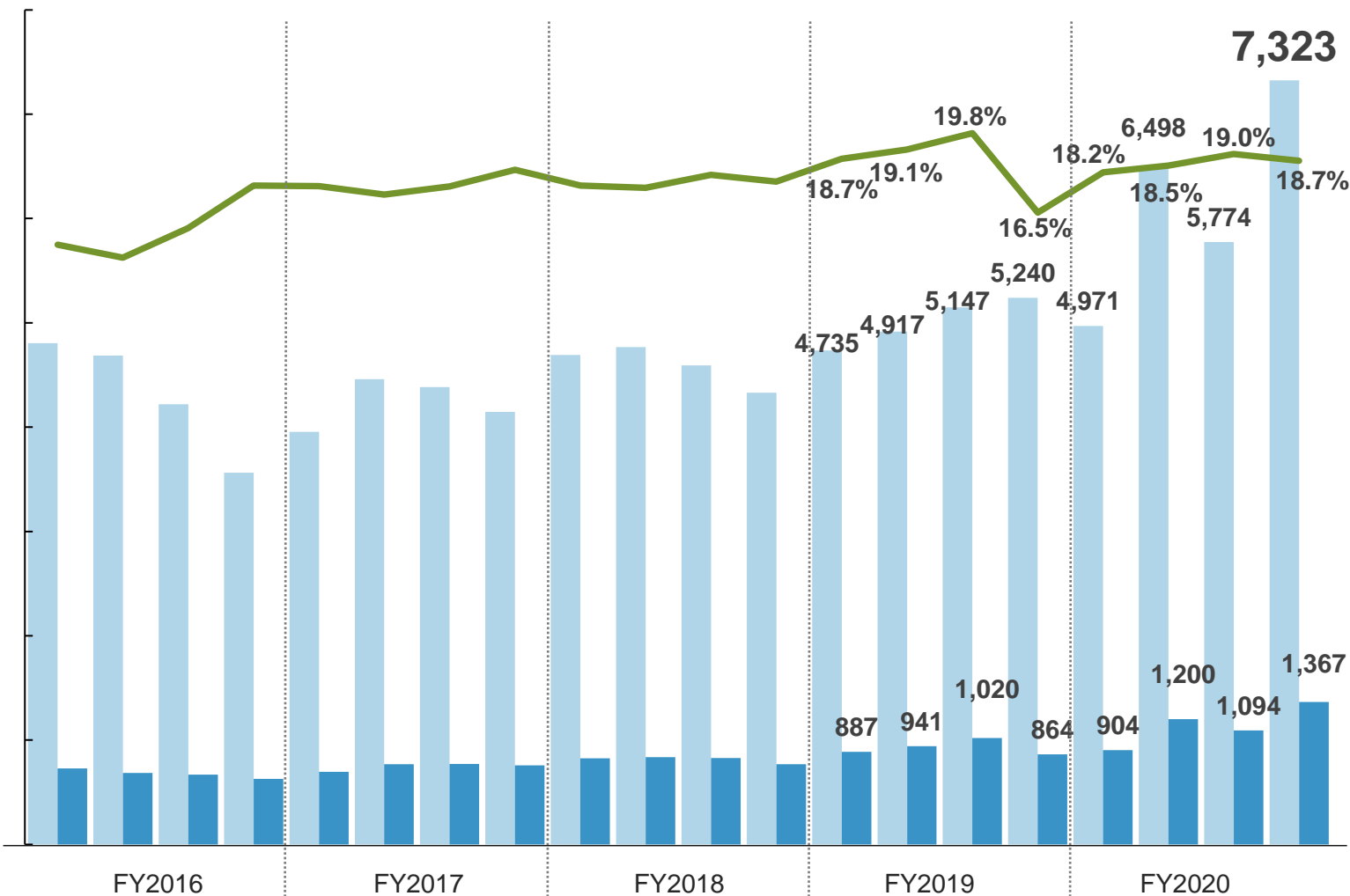
出所：(株)リフォーム産業新聞社『データでみるリユース市場 最新版』2019/5/11 推計を基に当社集計

補足資料



06

(単位：百万円)



Take Rate
(売上高 ÷ 流通総額)

Take Rate

0.3ポイント減

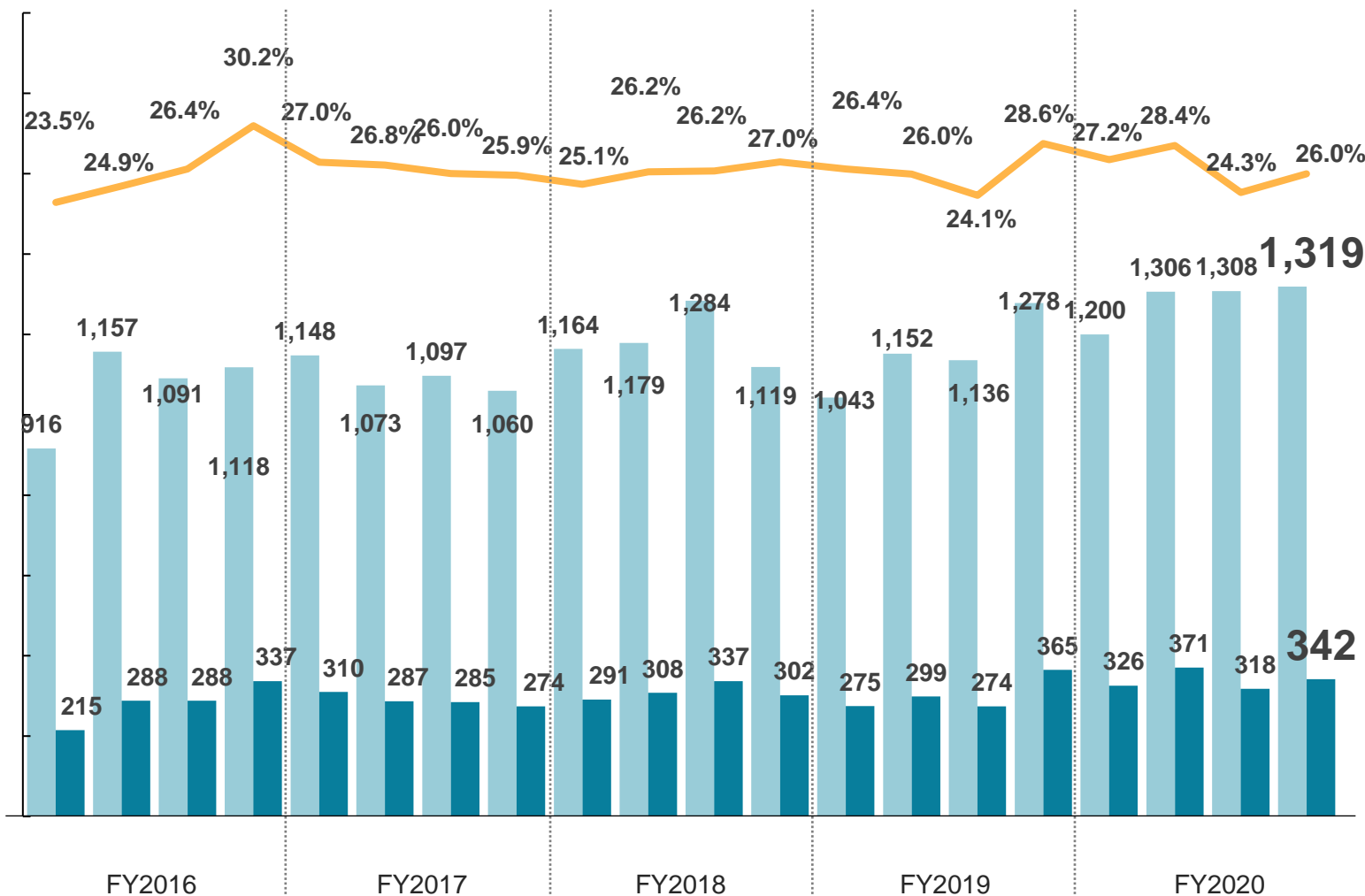
流通総額

YoY39.7%増

売上高

YoY58.2%増

(単位：百万円)



Take Rate
(売上高 ÷ 流通総額)

Take Rate

1.7ポイント増

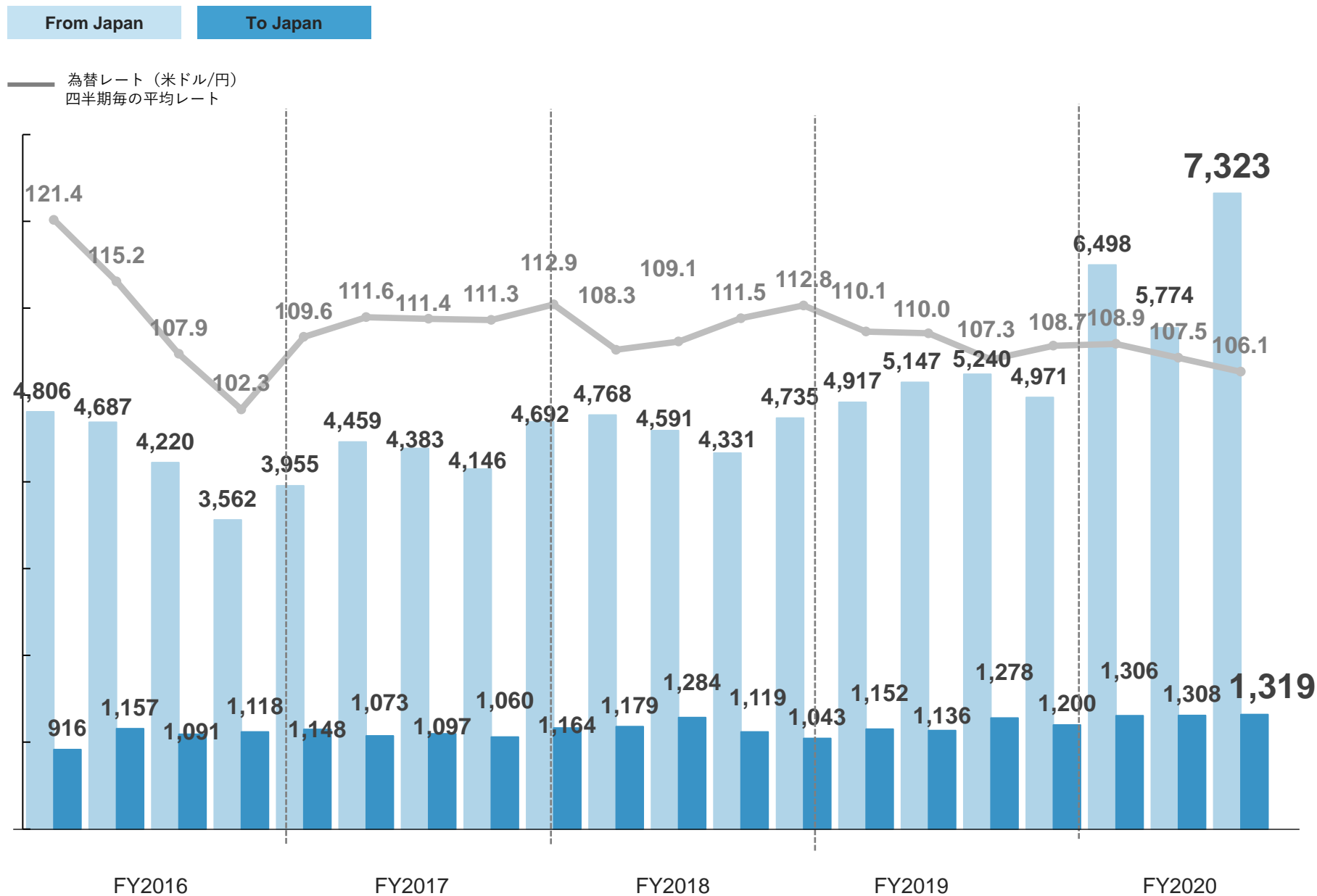
※3Qはカード決済に伴うチャージバックを販管費として処理していたものを売上から減算出する会計処理に変更(期初に遡及)

流通総額

YoY3.2%増

売上高

YoY6.3%減



2020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
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%	 	インドネシア タイ フィリピン 		

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



インド		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	2015年4月出資
		オンラインC2C不動産	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
インドネシア		C 2 C オンラインマーケットプレイス	2012年4月出資
		B 2 B マーケットプレイス	2016年6月出資
トルコ ベトナム フィリピン アフリカ諸国		価格比較サービス (トルコ)	2013年5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

Eコマース事業



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。

インキュベーション事業



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 Travel

訪日旅行メディアサイト「旅行酒吧(トラベルバー)」の運営を中心としたインバウンド事業を展開。



BEENOS Entertainment

エンターテインメント産業のデジタルトランスフォーメーション(DX)とグローバル化を支援するサービス「narabee」と「GrooBee」を運営。



BEENOS Marketing Asia

アジアにおけるマーケティング調査、展示会企画・運営やサンプリング調査を行うマーケティングプラットフォーム「BAKUMO」を運営。

グローバルコマース

連結子会社

バリューサイクル

エンターテインメント

連結子会社