



2024年9月期 通期決算説明会資料

連結

中期目標：連結営業利益 **50**億円

※投資損益は除く

FY2024 (実績)： **24.0**億円

(投資損益を除くと25.0億円)

- ・ 前期（FY2023）の投資事業を除いた事業利益が15.2億円だったところから順調に増加

Eコマース

流通総額

- FY2024(実績)： **1,149**億円

(バリューサイクル事業を除くと1,066億円)

セグメント利益

- FY2024(実績)： **43.9**億円

- ・ 主力サービスBuyeeと転送コムを中心に累計国内企業支援数が6,000社を突破し国内で圧倒的なポジション
- ・ バリューサイクル事業を譲渡、第3四半期より連結外
- ・ バリューサイクルを除いてもFY2024の流通総額は1,000億円を突破

インキュベーション

引当後簿価： **33**億円

2024年9月末時点

評価額： **76**億円

2024年9月末時点

出資先数：国内 **15**社、海外 **42**社

- ・ 4Qに投資売却を実行
- ・ 円高の進行および投資損失の計上、投資売却により簿価/評価額が減少



01

第4四半期の概要

2024年7月～2024年9月

連結

グローバルコマース、エンターテインメントの伸長により流通総額が増加
バリューサイクルの連結除外、投資売却の減少により売上・営利減少

	実績		YoY	
				バリューサイクル及びインキュベーションを除いた場合
流通総額	302	億円	+0.3 %	+17.8 %
売上高	50	億円	▲51.5 %	+23.1 %
営業利益	9.7	億円	▲46.7 %	+153.1 %

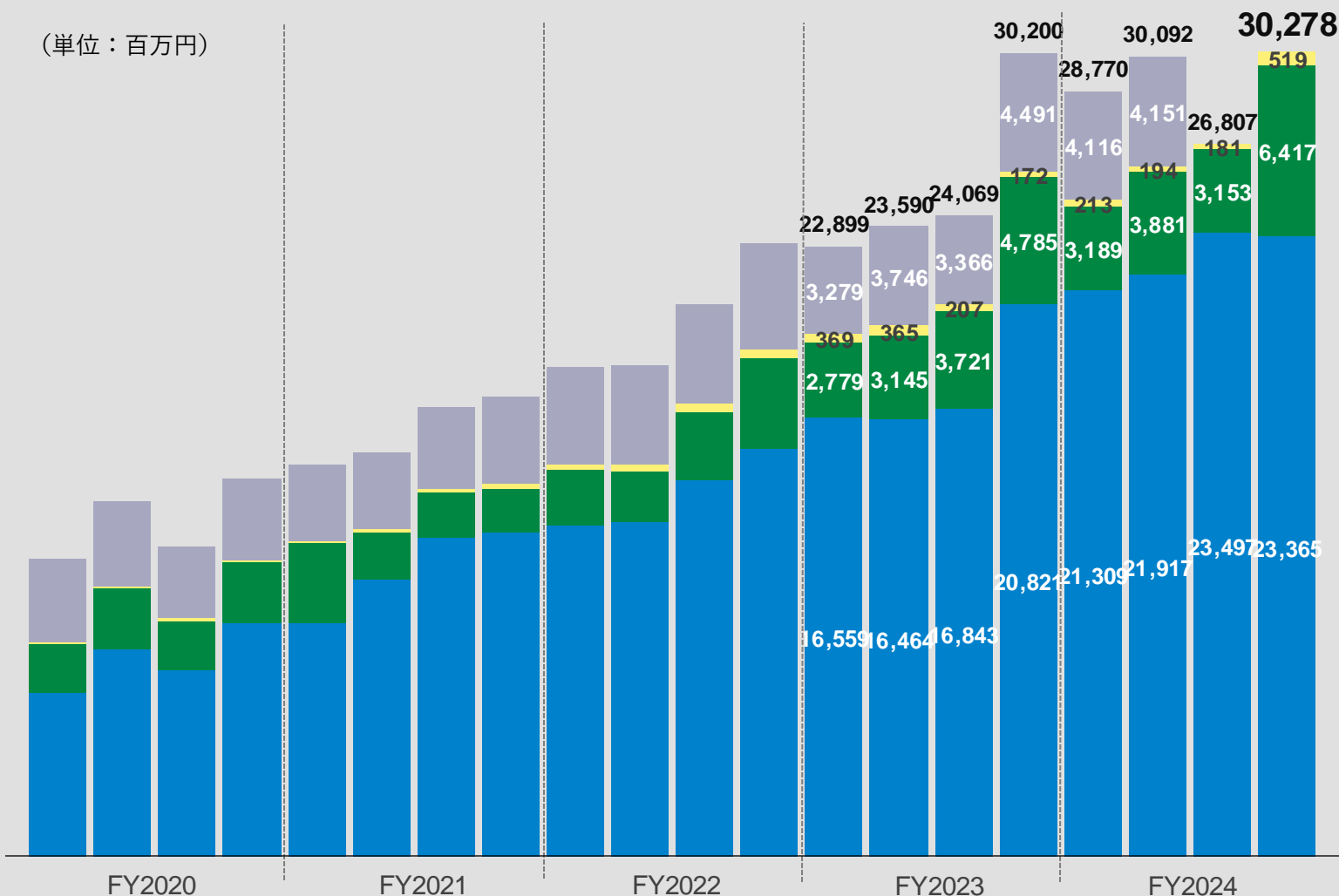
Eコマース事業

グローバルコマースの利益改善により大幅増益
流通総額、売上高はバリューサイクル連結除外により減少

	実績		YoY	
				バリューサイクルを除いた場合
流通総額	297	億円	▲1.1 %	+16.3 %
売上高	44	億円	▲46.5 %	+18.7 %
セグメント利益	12.8	億円	+47.8 %	+41.9 %

エンターテインメントの成長が寄与し、過去最高の四半期GMVを達成 グローバルコマースはQoQでは円高影響等により停滞するも、YoYでは成長

(単位：百万円)



連結

YoY +0.3%
(バリューサイクル除く：17.8%)

その他事業

YoY +201.4%
越境EC支援事業の流通総額が大幅増加

エンターテインメント

YoY +34.1%
大型イベントの開催によりグッズ販売が好調に推移

グローバルコマース

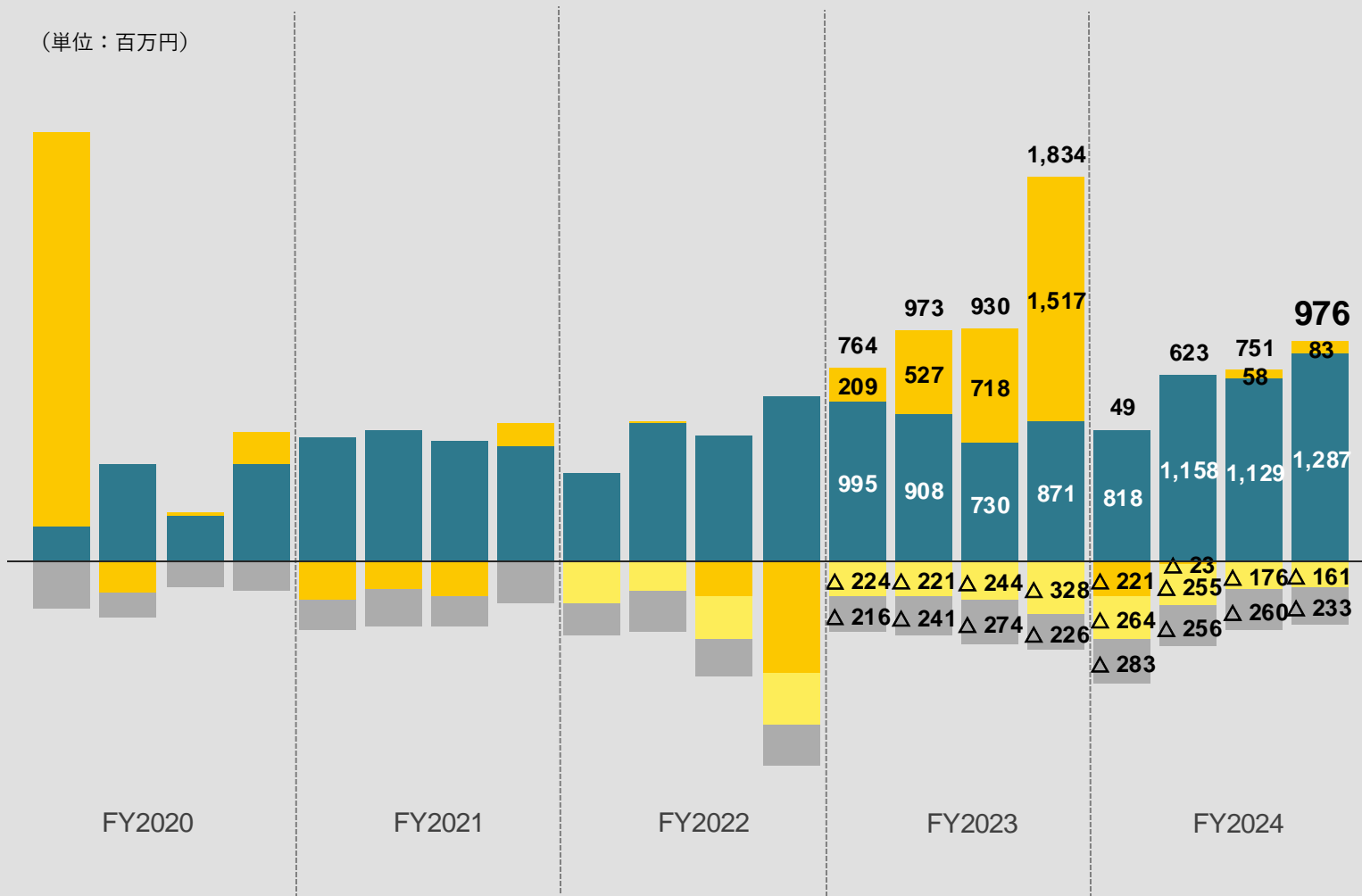
YoY +12.2%
キャンペーン効果の一巡、一時的な円高による影響を受けYoYで成長率鈍化、QoQで微減

バリューサイクル

※ 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。
※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

投資売却額の減少によりYoYで減益 投資事業を除く事業損益は着実に改善

(単位：百万円)



連結

YoY ▲46.7%

事業利益は前期4Qの15億円から25億円に大幅増

Eコマース

YoY +47.8%

グローバルコマースが利益面でも大きく貢献

インキュベーション

前期に積極的な売却を実施し減益

その他事業

上半期に実施した見直しが奏功しQoQで赤字幅が縮小

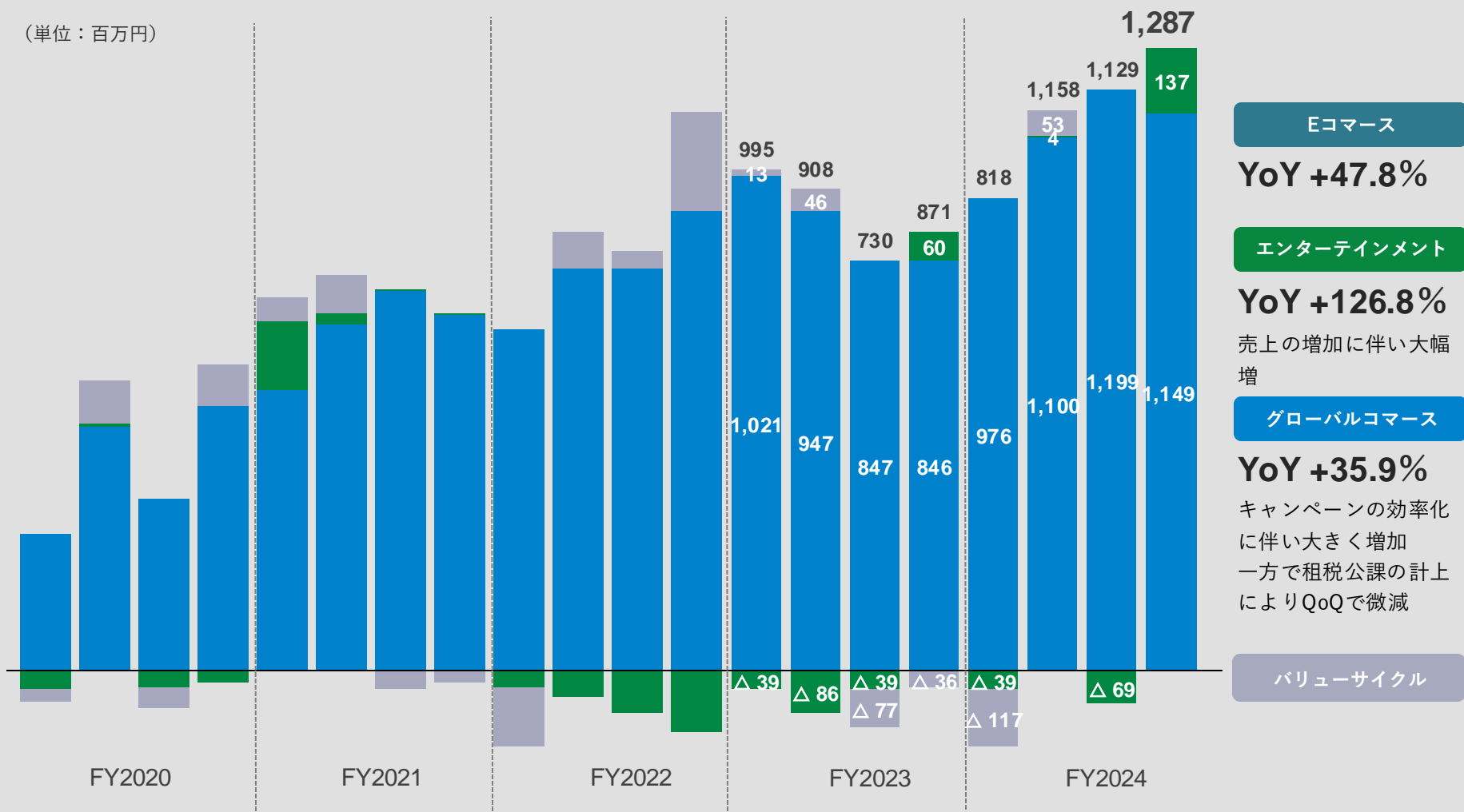
調整額 (本社費用)

本社移転の費用を計上
全社費用において3Qまで計上していた賞与引当金を実績に応じ各事業に配賦

※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

グローバルコマースの大幅増益により過去最高を更新

(単位：百万円)



※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

02

通期決算の概要

2023年10月～2024年9月

連結

バリューサイクルを除いても流通総額は1,000億円を突破
バリューサイクル連結除外、投資売却の減少により、売上・営利減少

	実績		YoY	
				バリューサイクル及びインキュベーションを除いた場合
流通総額	1,159	億円	+15.1 %	+25.4 %
売上高	254	億円	▲21.8 %	+19.8 %
営業利益	24.0	億円	▲46.7 %	+62.2 %

Eコマース事業

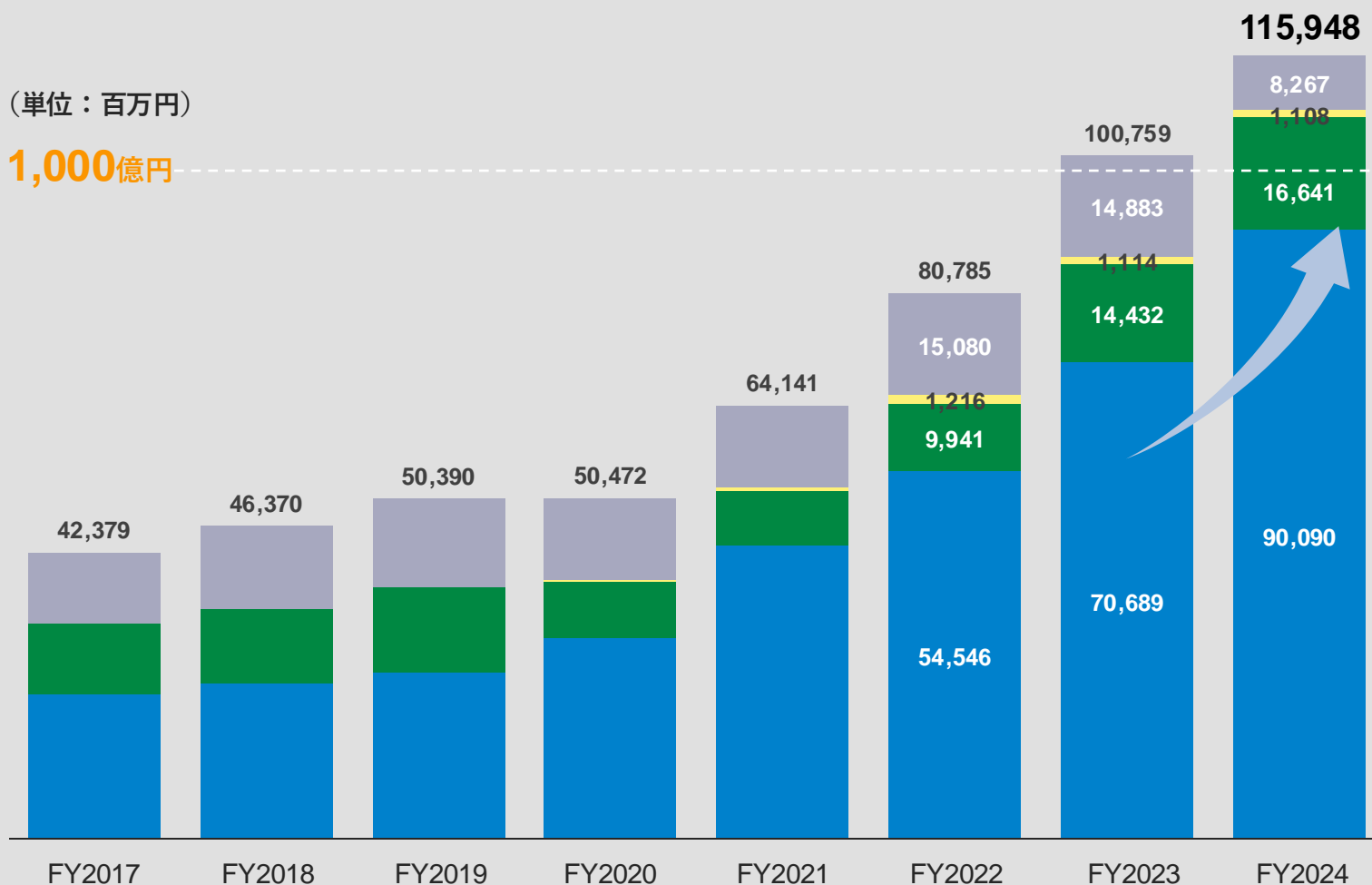
グローバルコマースが牽引しセグメント利益が大幅増
売上減少はバリューサイクル連結除外によるもの

	実績		YoY	
				バリューサイクルを除いた場合
流通総額	1,149	億円	+15.0 %	+25.4 %
売上高	245	億円	▲14.0 %	+19.6 %
セグメント利益	43.9	億円	+25.4 %	+25.3 %

グローバルコマースとエンターテインメントが過去最高を更新 バリューサイクルを除いても1000億円を突破

(単位：百万円)

1,000億円



連結
YoY +15.1%

その他事業
YoY▲0.5%

エンターテインメント
YoY +15.3%

Groobeeが順調に成長し
流通総額の伸長に貢献

グローバルコマース
YoY +27.4%

積極的なプロモーション
施策と円安の後押しにより
流通が大きく伸長

バリューサイクル
YoY▲44.5%

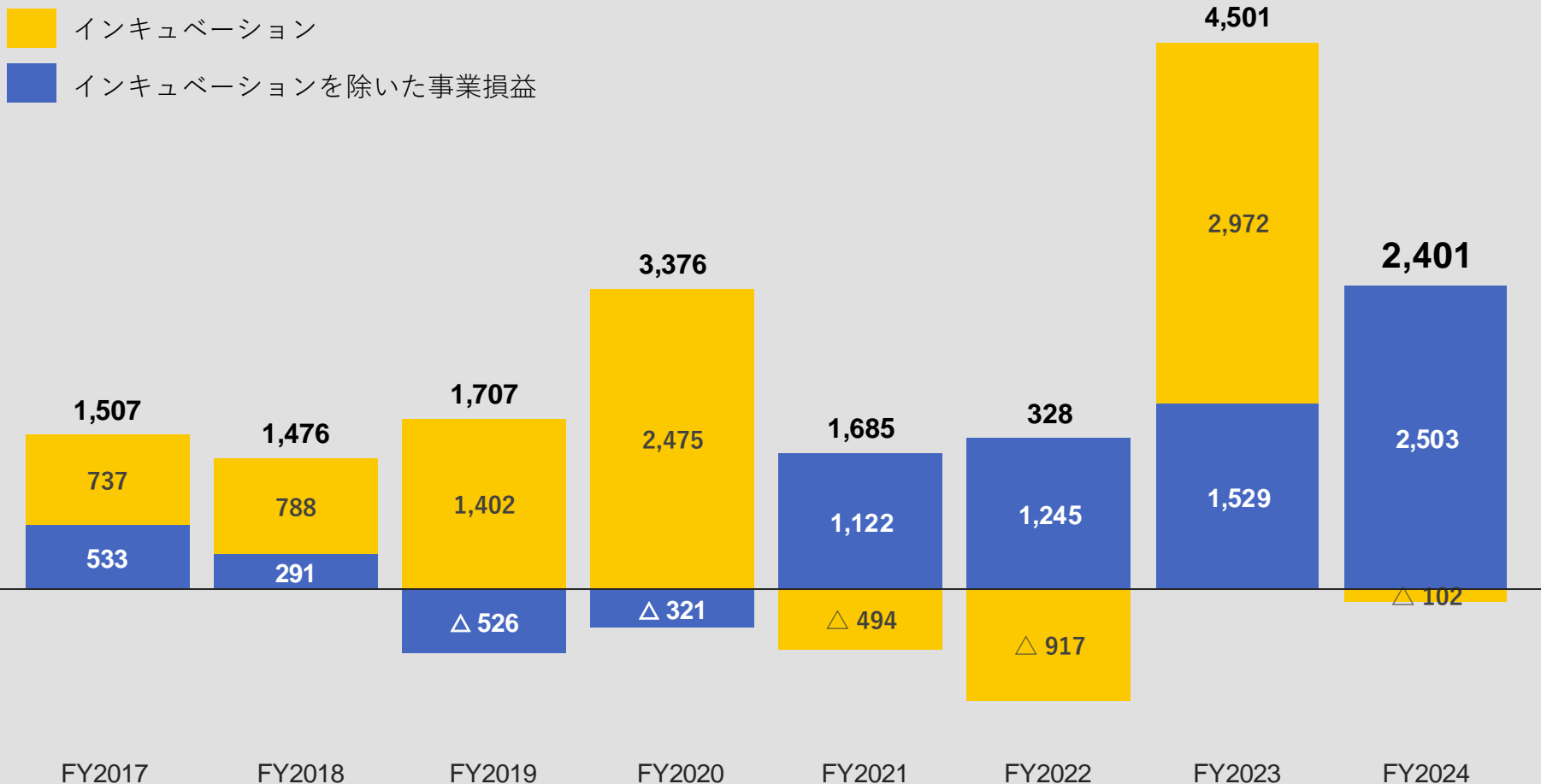
第2四半期まで実績のみ
反映（第3四半期以降は
連結除外）

※ 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。

※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

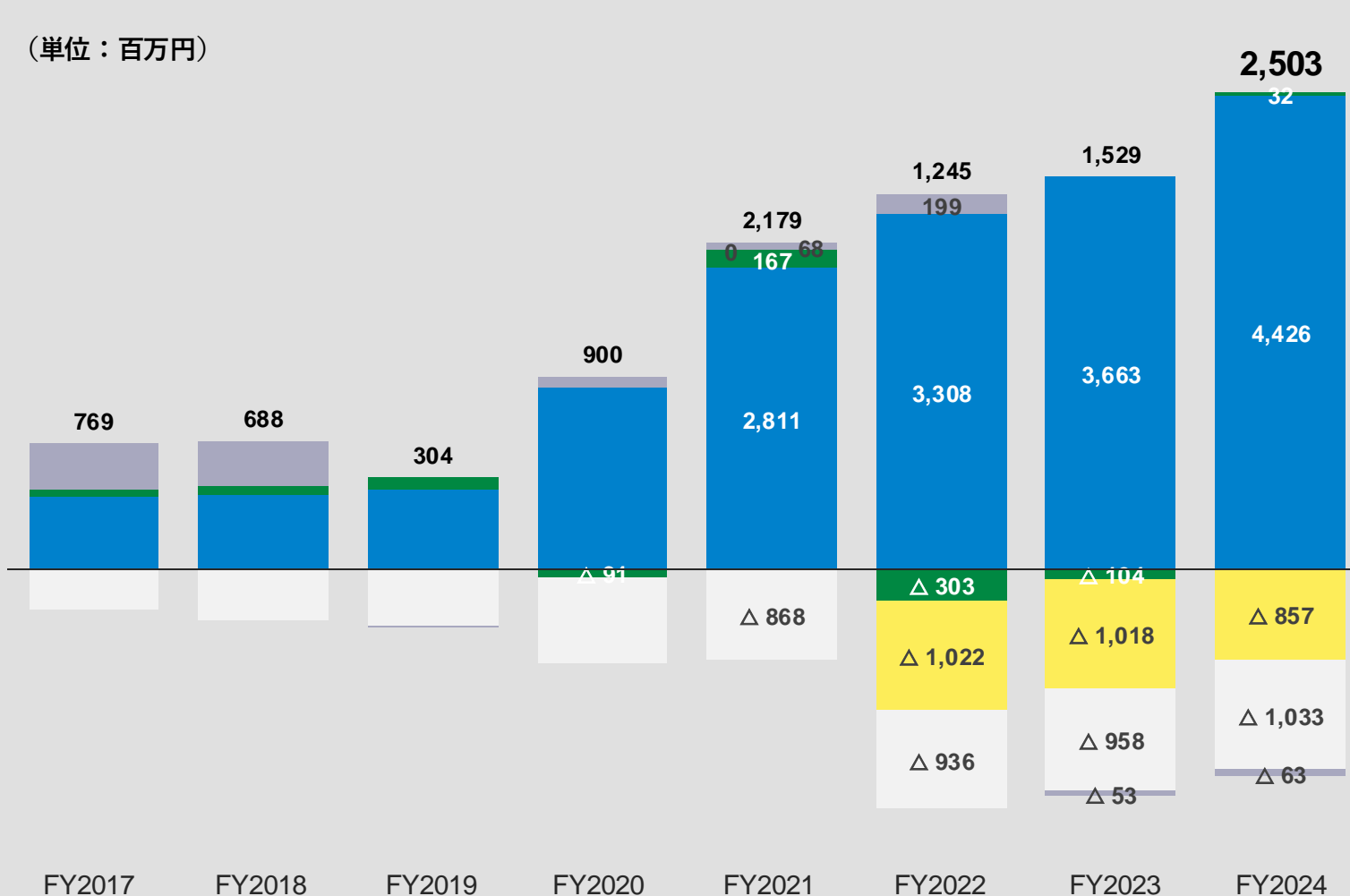
投資事業を除いた事業損益は25億円まで伸長

(単位：百万円)



グローバルコマースが営業利益成長を牽引 エンターテインメントの黒字化、その他事業の赤字縮小も貢献

（単位：百万円）



グローバルコマース

YoY +20.8%
流通の拡大とともに利益も増加、プロモーション内容の効率化が効果発揮

エンターテインメント

YoY +1.3億円
Groobee開始後、初のセグメント黒字達成

バリューサイクル

第2四半期まで実績のみ反映（第3四半期以降は連結除外）

その他事業

事業の取捨選択、一部事業の黒字化により赤字縮小

調整額（本社費用）

本社移転費用の計上

※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

バリュースイクルの事業譲渡の調整が完了し特別利益が確定 昨年の投資売却に対する二重課税が発生

	FY2024 実績	FY2024 業績予想	差額	特殊要因
流通総額	1,159 億円	1,080 億円	+79 億円	
売上高	254 億円	245 億円	+9 億円	
営業利益	24.0 億円	21.0 億円	+3.0 億円	グローバルコマースの外形標準課税適用により租税公課69百万円増加
経常利益	22.2 億円	18.0 億円	+4.2 億円	為替差損の金額が想定より少なく上振れ
税前利益	31.6 億円	— 億円	— 億円	バリュースイクルの譲渡による特別利益910百万円を計上 (3Q時点の特別利益との差額▲90百万円は主に在庫金額の調整によるもの)
親会社株主に帰属する当期純利益	13.5 億円	15.6 億円	▲2.0 億円	グローバルコマースの外形標準課税適用により法人税が140百万円減少 前期の外国株式の大型投資売却に対して納付した外国法人税の税額控除を受けられず二重課税が発生し法人税が788百万円増加

03

連結業績予想

FY2025 連結での業績予想

Eコマース事業の全セグメントで利益成長を目指す

	FY2024 実績	FY2025 業績予想	YoY (バリューサイクルを 除いたYoY)
流通総額	1,159 億円	1,150 億円	▲0.8% (+6.8%)
売上高	254.2 億円	183.9 億円	▲27.7% (+7.9%)
営業利益	24.0 億円	28.4 億円	+18.3% (+15.2%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	13.5 億円	18.5 億円	+36.9%

中期目標：連結営業利益 50億円

■ インキュベーション

■ インキュベーションを除いた数値

■ M&A

流通総額

営業利益

2,503

△ 102

営業利益
50億

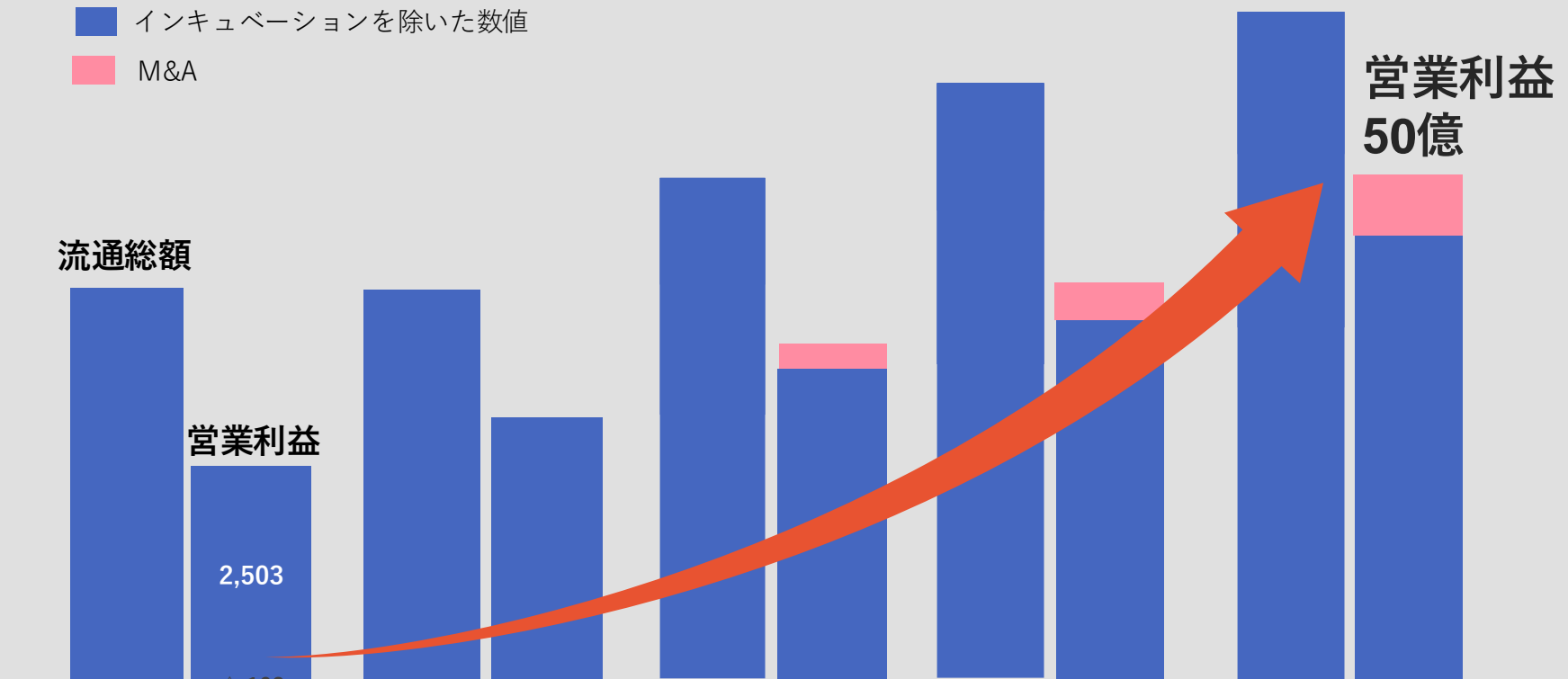
FY2024
実績

FY2025
業績予想

FY2026
イメージ

FY2027
イメージ

FY2028
中期目標



連結営業利益 50億円

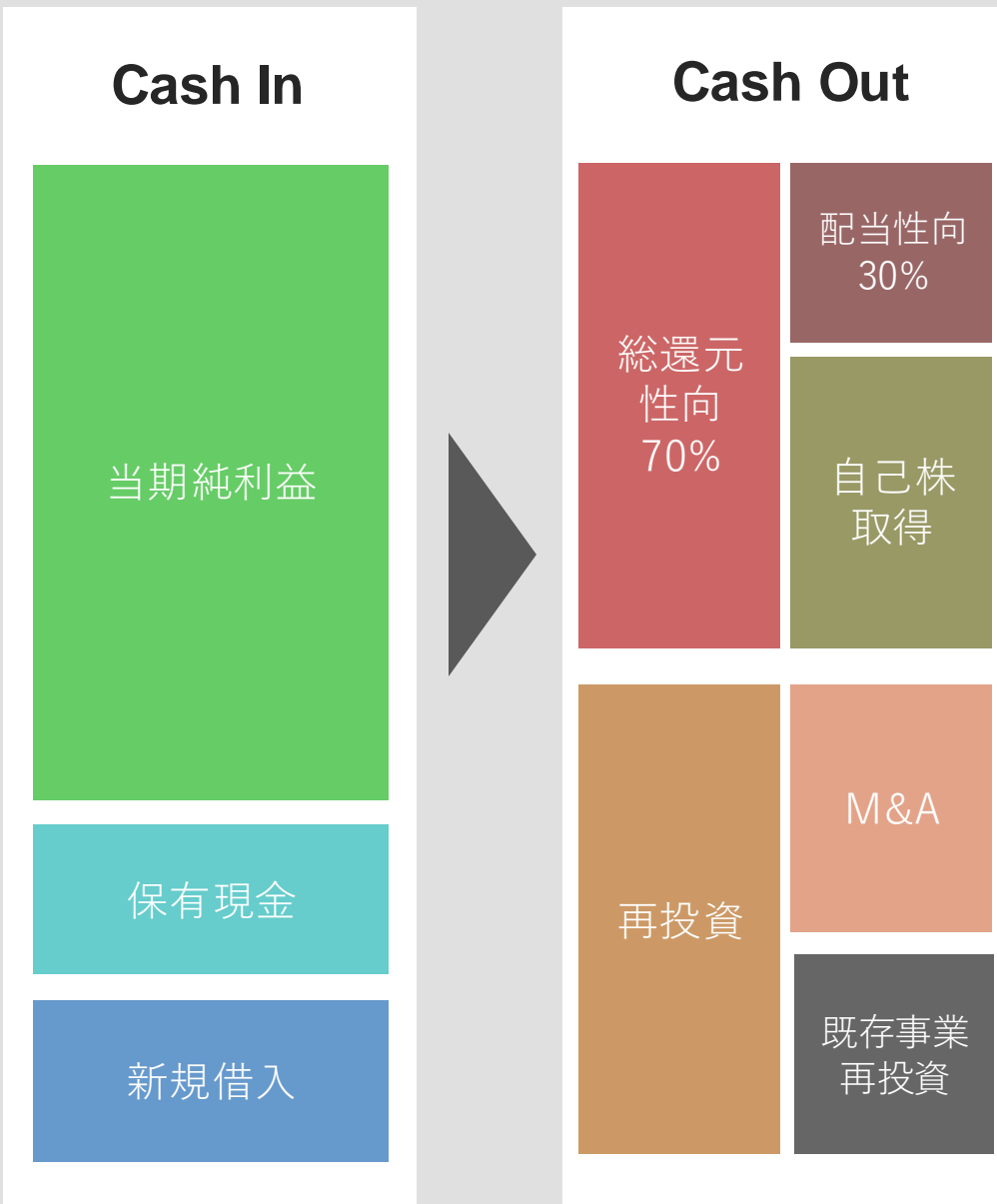
- 既存事業の成長とM&Aと新規事業のミックスで実現
- 営業投資有価証券の売却は含まず

ROE：20%

- FY2028までの達成を目指す
- 投資売却を進め、資本効率を高めていく

総還元性向：70%以上

- 今期より総還元性向70%を中期的に継続
- 累進配当の継続 配当性向30%以上
 - ⇒ FY2024については**1株配当額40円**を見込む
 - ⇒ 総還元の視点で不足分は株価をみながら機動的に自己株の取得



事業投資

- ・ 運転資金の目線感（月次流通総額の0.6~1倍）
- ・ 越境ECの新領域開拓（XP / Global to Global / カテゴリ特化など）

M&A

- ・ 想定領域：既存ドメインとシナジーのある領域
- ・ 想定規模感：M&A対象会社とそのシナジー効果を合わせてFY2028に営業利益10億円程度を想定

04

セグメントごとの事業の振り返りと 今期の見立て及び利益計画

グローバルコマース

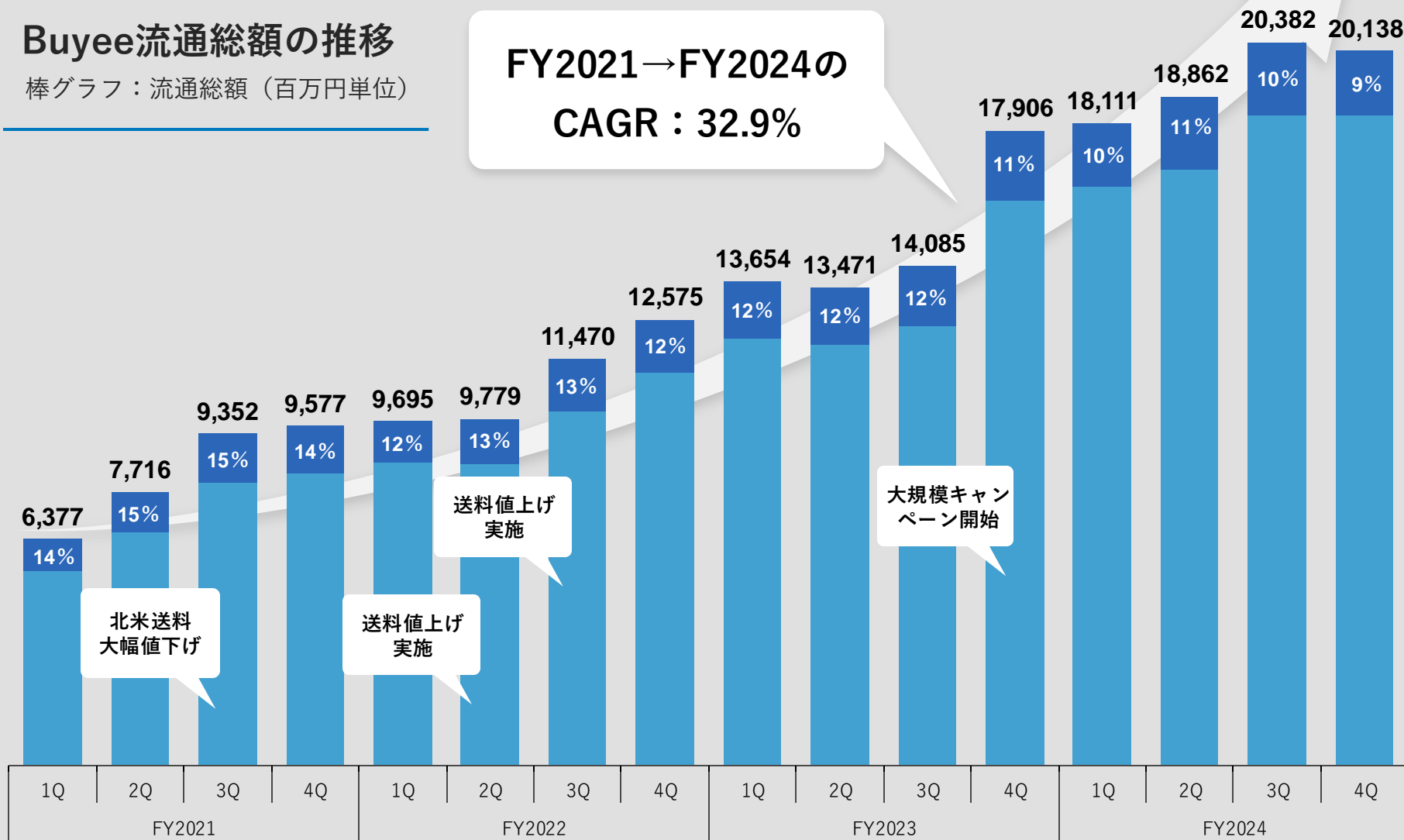


Buyeeの流通総額はキャンペーン効果が一巡し、YoY 12.5%増

Buyee流通総額の推移

棒グラフ：流通総額（百万円単位）

FY2021→FY2024の
CAGR：32.9%



4Qの主なトピック

- **QoQで流通総額が微減**
 - ▶ 積極的なキャンペーンを前期4Qから開始したため、キャンペーン効果は一巡
 - ▶ YoYではユーザーの積み上がりにより流通増加
 - ▶ 為替は3Qと比較して円高傾向
- **営業利益もQoQで微減**
 - ▶ 外形標準課税の適用により第4四半期にて年間分の租税公課69百万円計上
 - ▶ キャンペーン運用が安定化

通期の振り返り

- 積極的なキャンペーンによる流通総額の大幅増
- キャンペーン効率化による営業利益率の改善

中期戦略

- From Japanからグローバルプラットフォームへの進化
- Buyee機能を活用した新たな事業展開

FY2025戦略

- クロスプラットフォーム事業の推進
 - ▶ 前期までその他事業セグメントにあったクロスプラットフォーム事業をグローバルコマースに、日本のプラットフォームと世界のプラットフォームを繋ぐ線を強化する
- AIの活用を常態化させ、越境ECオペレーションの進化を実現
 - ▶ FY2024はAI専門人材の登用を進め、専門部署による全社的なAI活用が促進される
 - ▶ Buyeeサイトのさらなる改善、オペレーションでのコスト削減に繋がる施策を続々と打ち出す
 - ▶ 自動化による流通の増加に対応できる強靱なオペレーションの構築

FY2025計画の前提について

グローバルコマース

- FY2024までその他事業に属していた「クロスプラットフォーム事業」をグローバルコマースに移管
- グローバルコマースセグメント単体で流通総額1,000億円を目指す
- 新規事業の取り込みも含め、セグメント利益の伸長を継続する
- 為替の前提は140円～145円のレンジで想定

	FY2024 実績	FY2025 利益計画	YoY
流通総額	911 億円	1,000 億円	+9.7%
セグメント利益	41.8 億円	44.0 億円	+5.2%

※FY2024の実績については新セグメントに組み替えた数値になっております。

エンターテインメント

 **BEENOS Entertainment**

 **Groobee**

Lovisia
selection

4Qの主なトピック

- 流通総額が四半期最高
 - ▶ 大型イベント開催により流通総額が増加
- 四半期営業利益が黒字化
 - ▶ Groobee事業が四半期では黒字化
 - ▶ ライセンス事業含めその他事業も黒字化に貢献

通期の振り返り

- ライセンス事業がセグメント利益の黒字化に貢献
- Groobee事業では流通を大きく伸ばしたが、オペレーションの混乱が一部発生
- Groobee × Buyeeでの海外販売実績が順調に積み上がる

中期戦略

- コンテンツ収益の最大化のための、クライアントの運用改善、海外展開に向けたワンストップサービスの展開

FY2025戦略


- **Groobee事業の安定運用と収益性改善の実現**
 - ▶ 新規事業サービス含めマネタイズポイントを増やし、Take Rate、営業利益を改善させる
 - ▶ Groobeeの運用を安定化させ、クライアントから信頼されるサービスを目指す

FY2025計画の前提について

エンターテインメント

- Groobee事業の安定運用の実現のためオペレーション改善
- 既存クライアントへのサービス拡充によりマネタイズポイントを増やし、収益性を改善
- ライセンス事業の成長により売上高増加

	FY2024 実績	FY2025 利益計画	YoY
流通総額	166 億円	150 億円	▲9.9%
セグメント利益	0.3 億円	1.0 億円	+209.6%



**その他事業
(新規事業)**

FY2025計画の前提について

その他事業

- クロスプラットフォーム事業のグローバルコマースへの移管により流通総額および売上高が減少
- Buyeeにおいて人気の高い国内エンターテインメントコンテンツの海外展開を実現する事業への取り組みを強化

	FY2024 実績	FY2025 利益計画	YoY
流通総額	0.7 億円	0.5 億円	▲29.2%
セグメント利益	▲6.1 億円	▲3.5 億円	-

※FY2024の実績については新セグメントに組み替えた数値になっております。

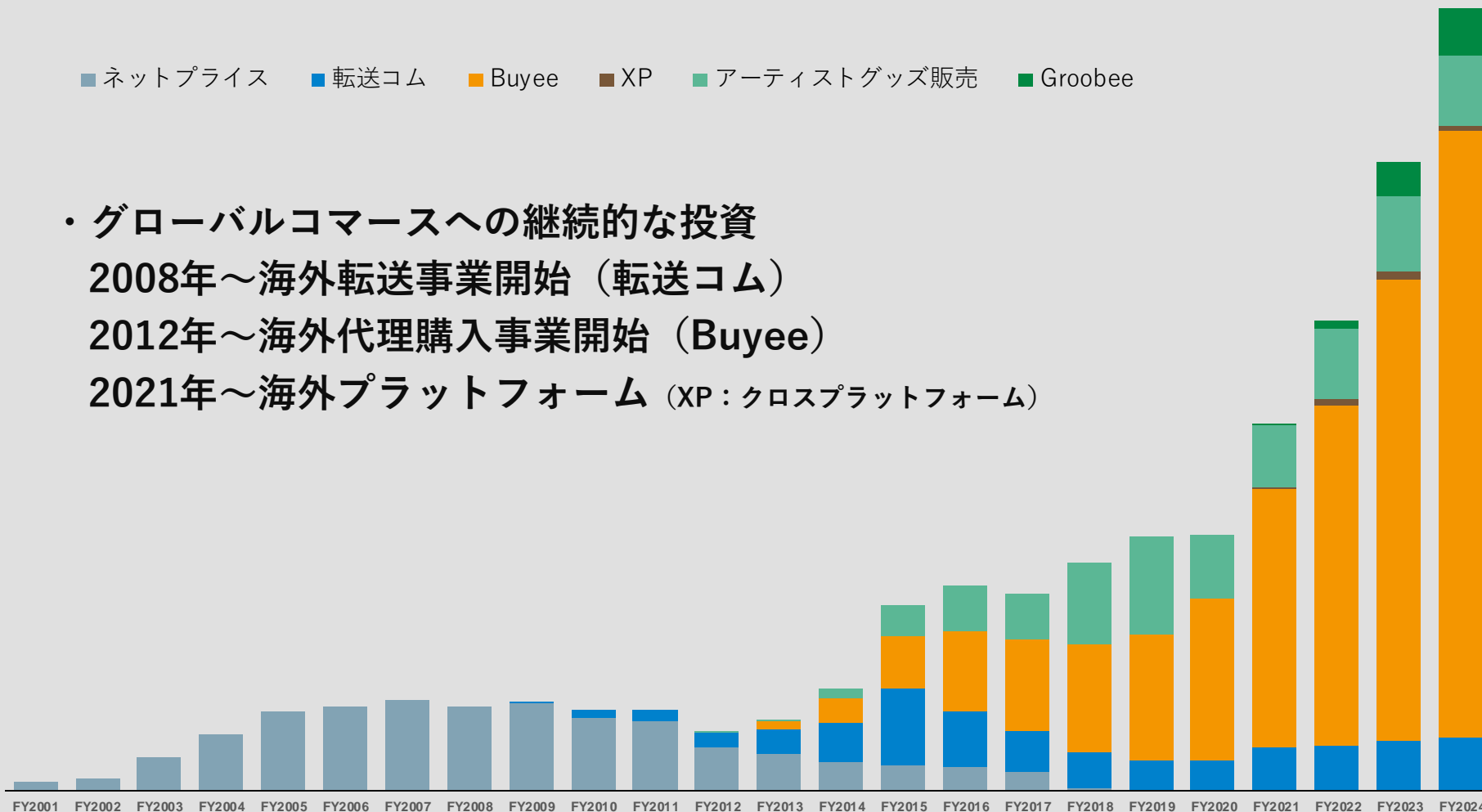
05

中期の方針及び目標

この十数年にわたりコマース領域で積極的に 新規事業を創造してきた

■ ネットプライス ■ 転送コム ■ Buyee ■ XP ■ アーティストグッズ販売 ■ Groobee

- ・ グローバルコマースへの継続的な投資
 2008年～海外転送事業開始（転送コム）
 2012年～海外代理購入事業開始（Buyee）
 2021年～海外プラットフォーム（XP：クロスプラットフォーム）



※ FY2009以前のネットプライスは売上に計上された金額で集計しております

FY2025

70 億円 (年間GMV)

FY2026

100 億円 (年間GMV)

FY2027

100 億円 (年間GMVペース)

XP

From KOREA


2026から連結想定

グローバルIP
プラットフォーム

 Buyee

 Groobee

- 国内クライアント6,000社 × 登録ユーザー580万人以上
- オペレーション×AI
- 物流



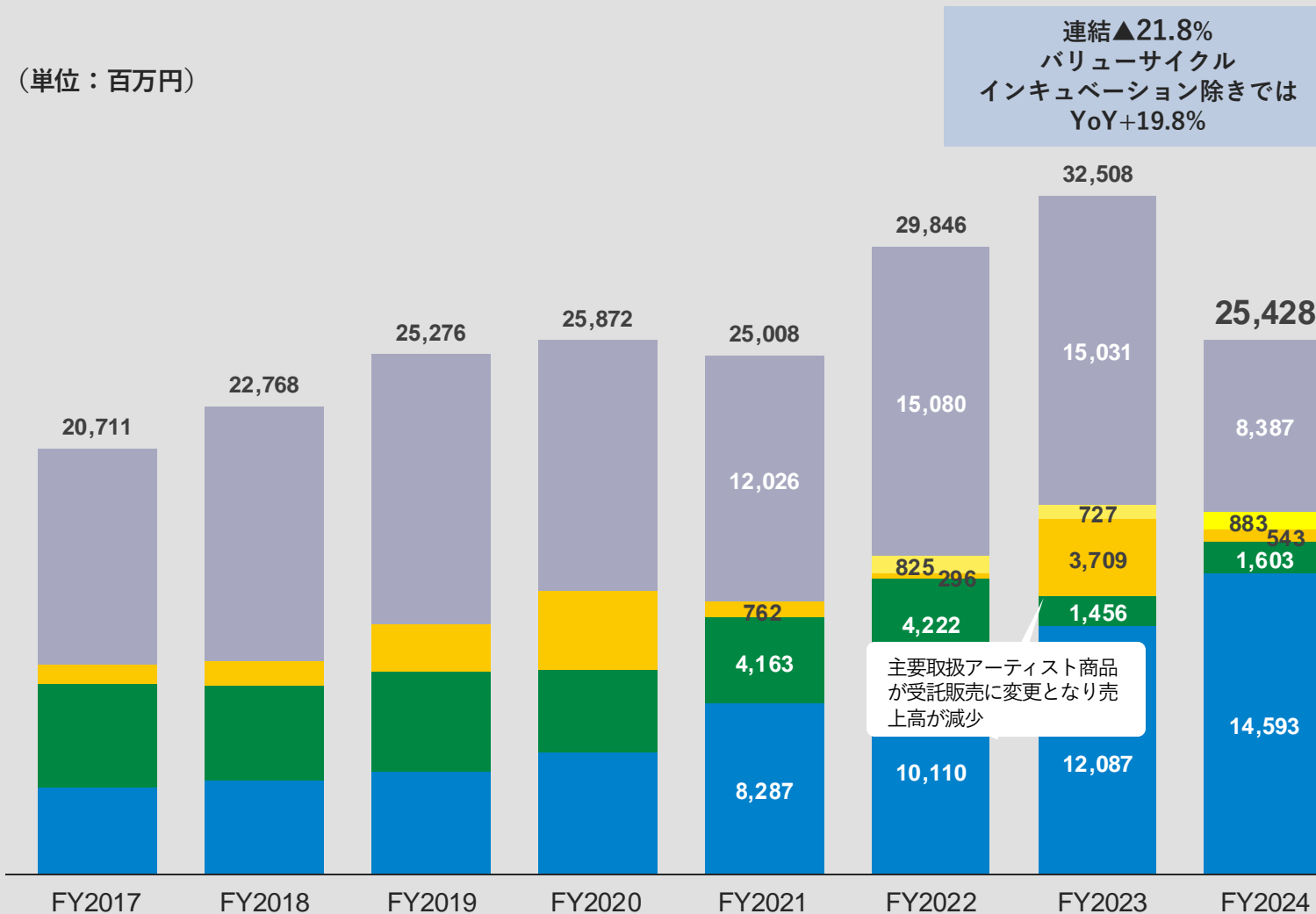
06

補足資料

バリューサイクルの譲渡、投資売却額の減少によりYoYで減少

グローバルコマースが順調に推移し過去最高を達成

(単位：百万円)



連結▲21.8%
バリューサイクル
インキュベーション除きでは
YoY+19.8%

主要取扱アーティスト商品
が受託販売に変更となり売
上高が減少

その他事業

YoY +21.4%

インキュベーション

YoY ▲85.4%

前期は積極的な投資売却
実施

エンターテインメント

YoY +10.1%

Groobeeが順調に成長し
売上の増加に貢献

グローバルコマース

YoY +20.7%

積極的なプロモーション
施策と円安の後押しによ
り売上が伸長

バリューサイクル

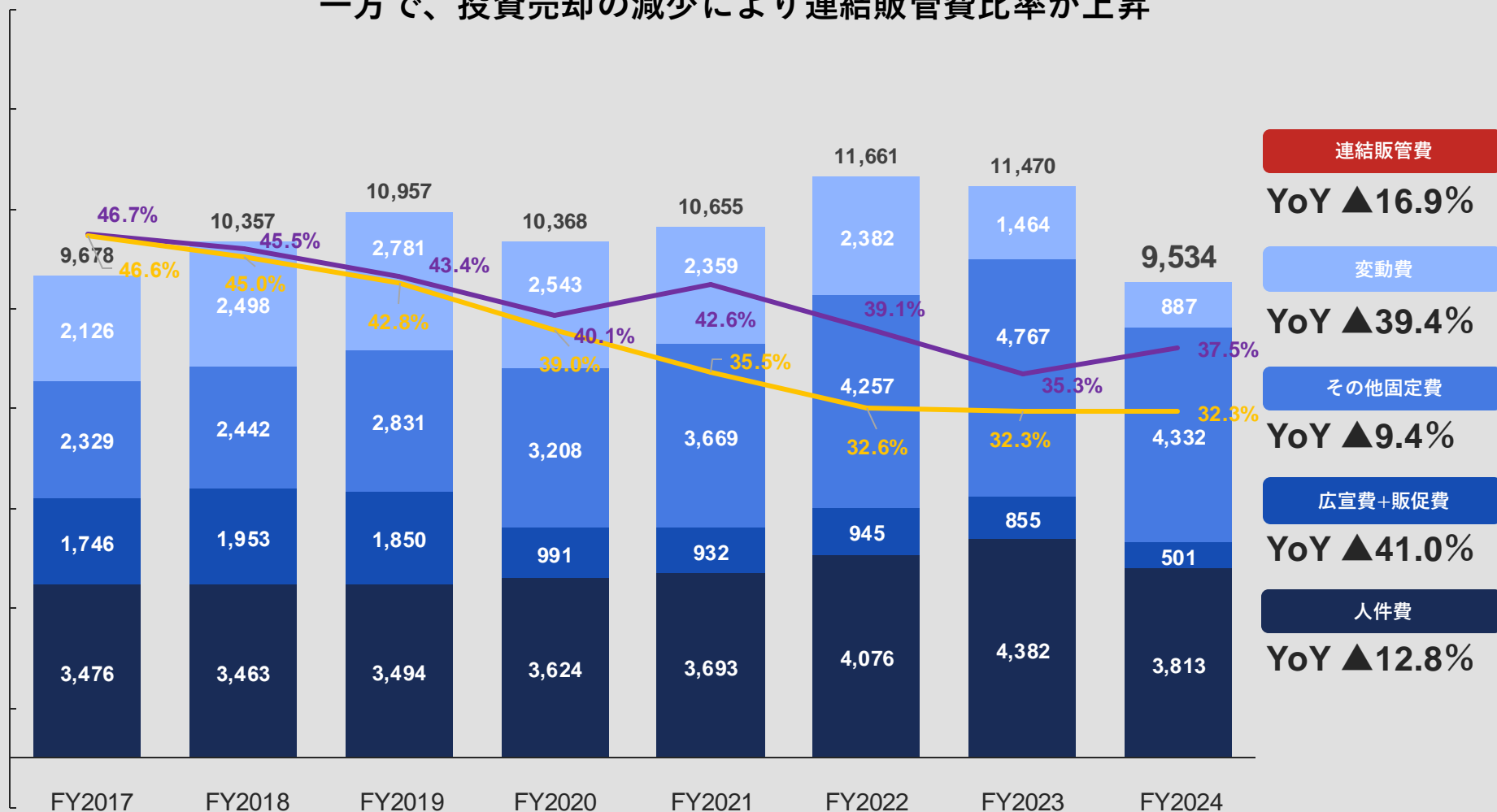
YoY ▲44.2%

第2四半期まで実績のみ
反映（第3四半期以降は
連結除外）

※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

3Q以降のバリューサイクル連結除外により販管費額は減少

一方で、投資売却の減少により連結販管費比率が上昇

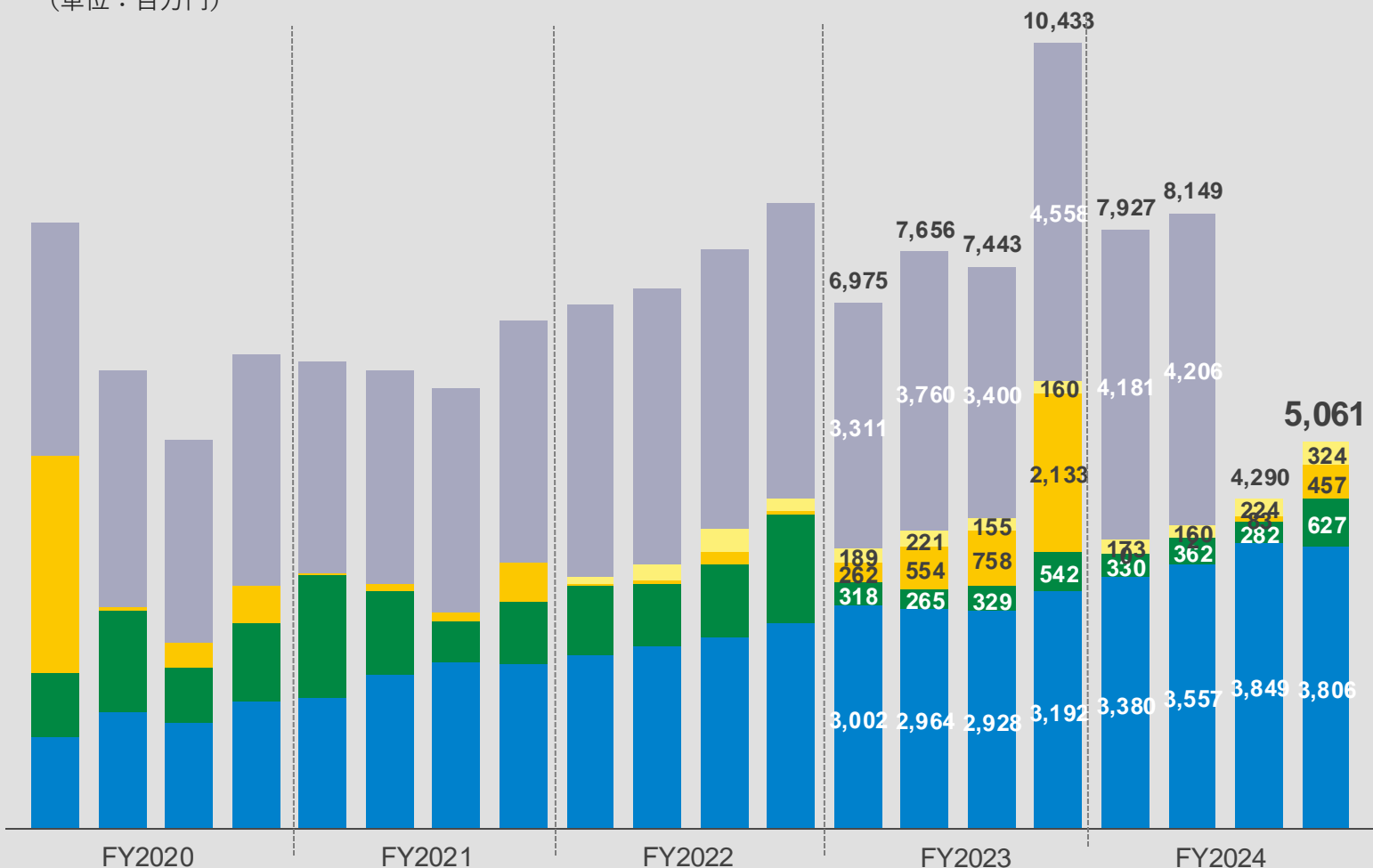


※四半期ベースでは、賞与および賞与引当金は業績連動給のため人件費ではなくその他固定費に含めて表示しており、四半期販管費の合計数値と上記数値は一致しません。

※FY2023よりEコマース事業の区分を変更しており、FY2022のEコマース事業販管費率についても組み替えて表示しております。

グローバルコマース、エンターテインメントが順調に推移 バリューサイクルを除くとEコマース事業ではYoY18.7%増

(単位：百万円)



連結

YoY ▲51.5%

その他事業

YoY +101.8%

インキュベーション

YoY ▲78.6%

前期は積極的な投資売却実施

エンターテインメント

YoY +15.7%

大型イベントの開催によりグッズ販売が好調に推移

グローバルコマース

YoY +19.2%

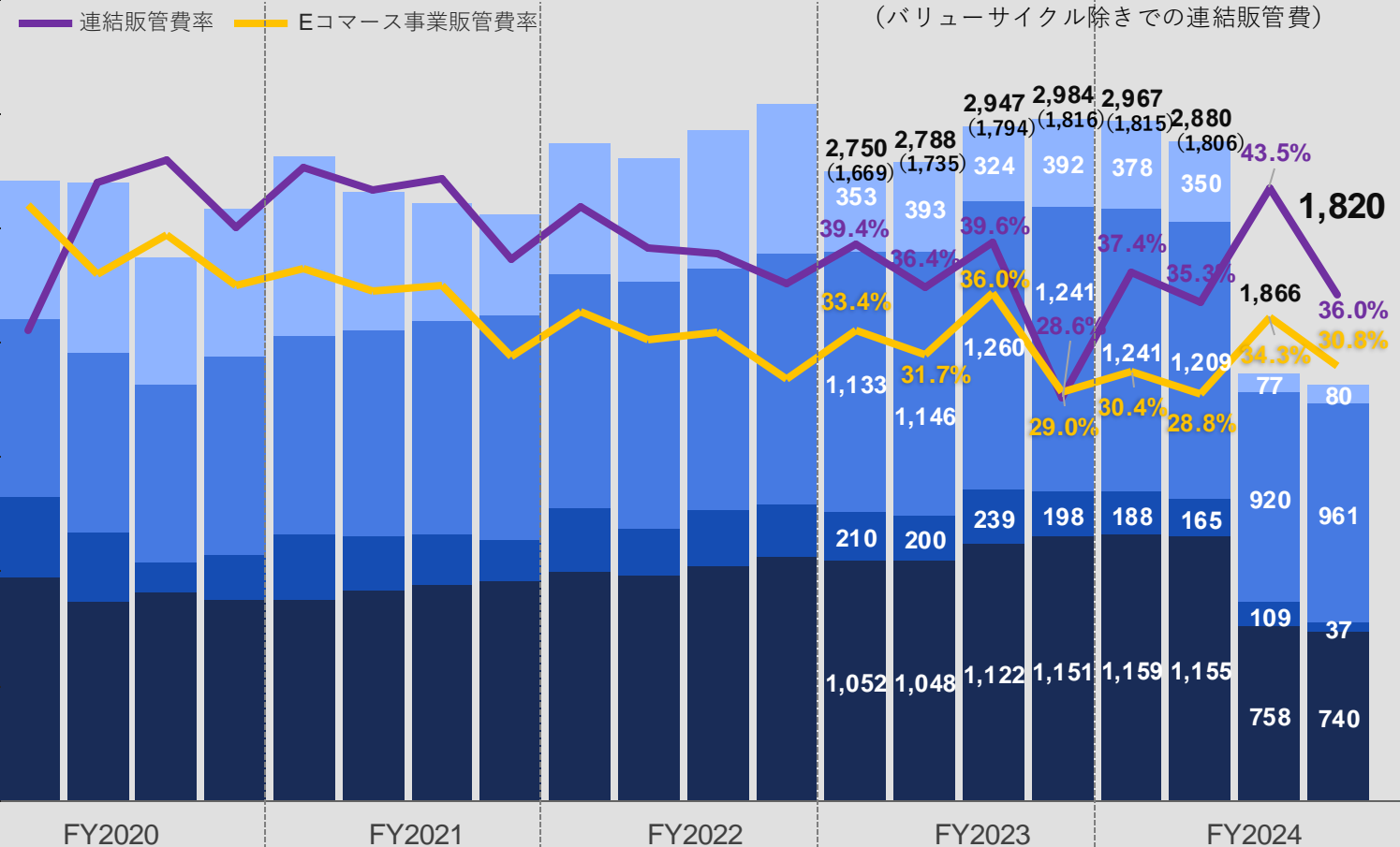
キャンペーン効率化によりTake Rateが改善

バリューサイクル

※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

投資売却の計上により連結販管費率が低下

(単位：百万円)



連結販管費
QoQ ▲2.5%


変動費
QoQ +4.8%

その他固定費
QoQ +4.4%

広宣費+販促費
QoQ ▲65.8%

人件費
QoQ ▲2.4%

※賞与および賞与引当金は業績に応じて計上額が変動するため、人件費の増減に影響しないようその他固定費として表示しております。
 ※FY2023よりEコマース事業の区分を変更しており、FY2022のEコマース事業販管費率についても組み替えて表示しております。



ECコマース事業の成長により
FY2028までに
連結営業利益

50億円を目指す

※インキュベーション事業損益は除く

配当については連結での利益を原資に充てる方針

当社は、配当を通じた株主への利益還元を重要な経営課題と位置付けており、事業基盤の拡大と財務基盤の充実を進め、業績の変動に大きく影響されることなく、原則として減配はせず、長期的に安定した配当を継続することを基本としております。

■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		
FY2020	00円00銭	20円00銭	20円00銭	252百万円	13.2%
FY2021	00円00銭	25円00銭	25円00銭	321百万円	46.5%
FY2022	00円00銭	25円00銭	25円00銭	309百万円	-
FY2023	00円00銭	27円00銭	27円00銭	325百万円	14.9%
FY2024 (予想)	00円00銭	40円00銭	40円00銭	514百万円	36.0%

13円
UP!

自己株式の取得状況について

FY2024 4Q末時点

潜在株式数（ストックオプション）：599,790株

自己株式数：750,862株

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
FY2020	37.3万株	2.9%	286百万円	28.5%
FY2021	22.4万株	1.8%	799百万円	162.3%
FY2022	49.9万株	4.1%	969百万円	-
FY2023	45.9万株	3.8%	793百万円	50.9%

※FY2023の「発行済み株式数に対する割合」は自己株式消却後の数値となります。

(単位：百万円)

	通期/FY2023 9月期末	通期/FY2024 9月期末	前期末比
流動資産	22,733	27,462	4,729
現預金	10,648	17,948	7,300
売掛金	1,367	1,149	△218
営業投資有価証券	3,998	3,318	△680
商品	2,650	464	△2,186
固定資産	5,178	4,067	△1,111
有形固定資産	442	85	△357
無形固定資産	297	258	△39
投資等	4,438	3,723	△715
流動負債	14,060	15,919	1,859
買掛金	54	118	64
短期借入金	4,250	3,350	△900
1年以内返済予定長期借入金	647	540	△107
固定負債	841	1,179	338
長期借入金	300	560	260
純資産	13,010	14,430	1,420
総資産	27,911	31,529	3,618

バリューサイクル譲渡およびグローバルコマース、エンターテインメントの預り金及び前受け金が増加により増加

売却：-5百万円
減損/引当：-621百万円
為替変動：-53百万円

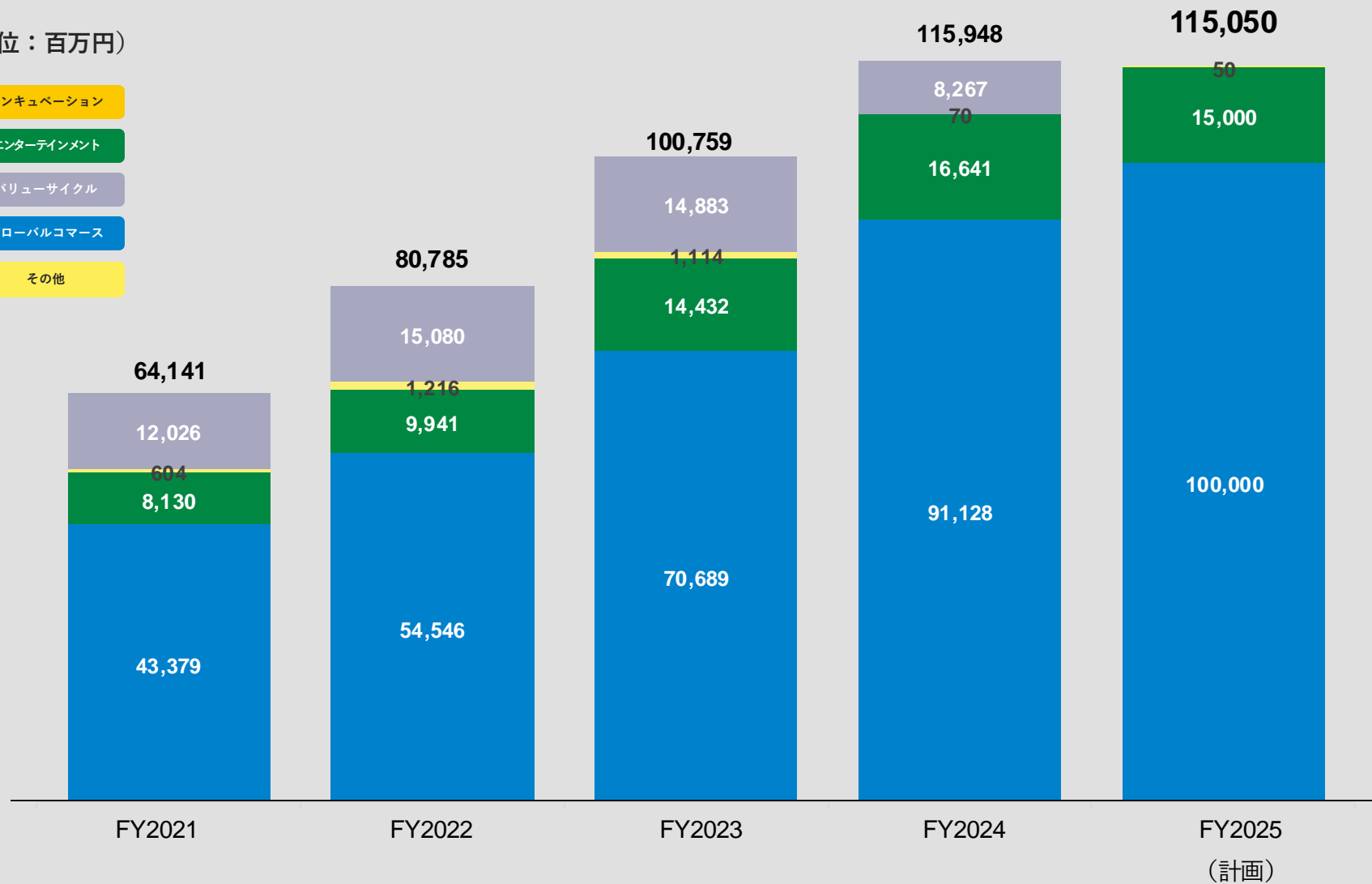
バリューサイクル譲渡により大幅減

単位：百万円	3Q/FY2024 (2024年6月末)	4Q/FY2024 (2024年9月末)	前四半期末比
流動資産	25,839	27,462	1,623
現預金	16,172	17,948	1,766
売掛金	442	1,149	707
営業投資有価証券	4,014	3,318	△696
商品	347	464	117
固定資産	4,565	4,067	△498
有形固定資産	90	85	△5
無形固定資産	240	258	18
投資有価証券	3,043	2,649	△394
流動負債	14,840	15,919	1,079
買掛金	76	118	42
短期借入金	3,050	3,350	300
1年内返済予定の長期借入金	540	540	0
固定負債	697	1,179	482
長期借入金	585	560	△25
純資産	14,867	14,430	△437
自己株式	△1,478	△1,431	47
総資産	30,405	31,529	1,124

売却：-5百万円
 減損/引当：-399百万円
 為替変動：-291百万円

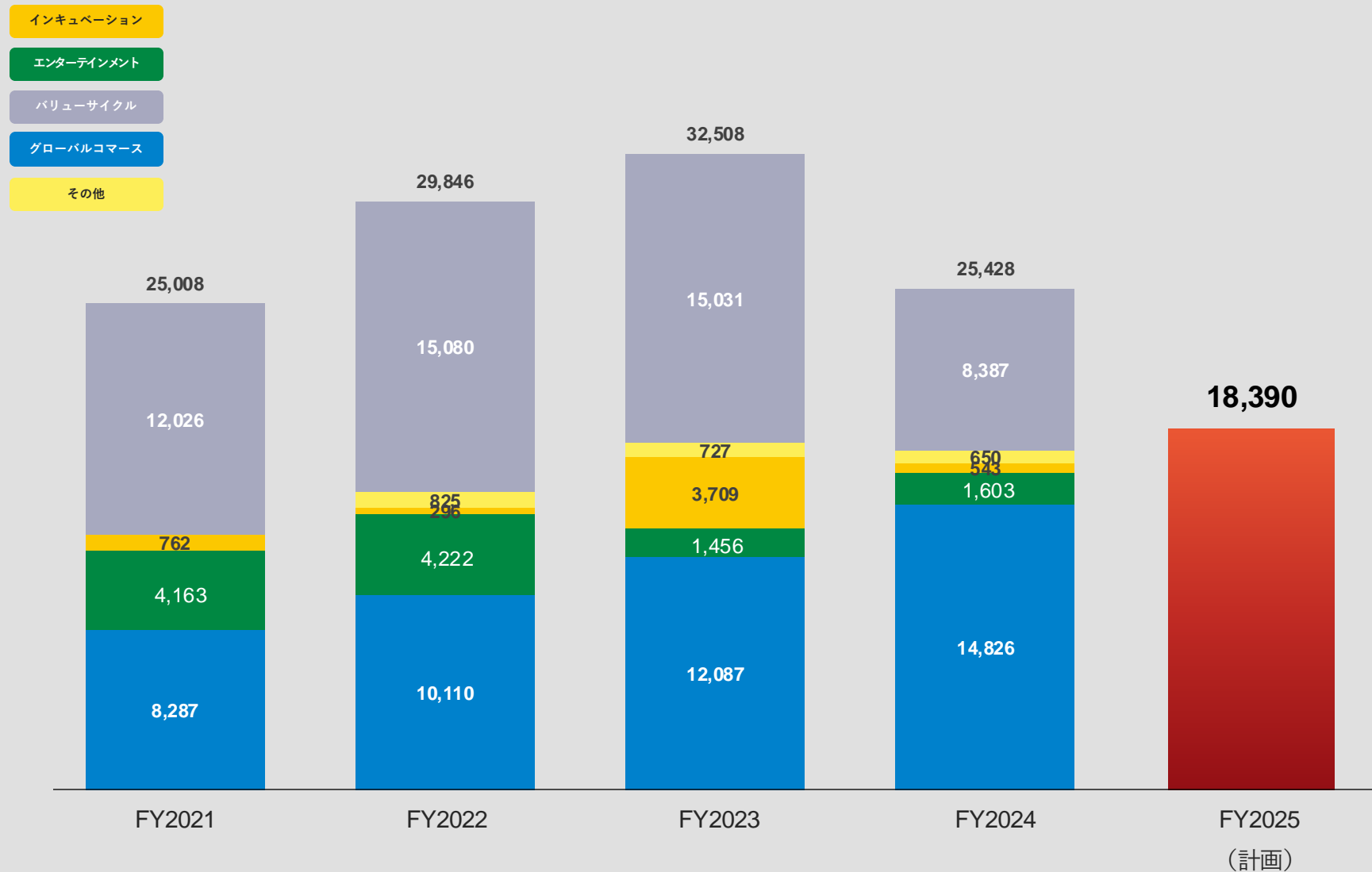
(単位：百万円)

- インキュベーション
- エンターテインメント
- バリューサイクル
- グローバルコマース
- その他



※ セグメント区分の変更は、対象期およびその前期について組み替えて表示しております。

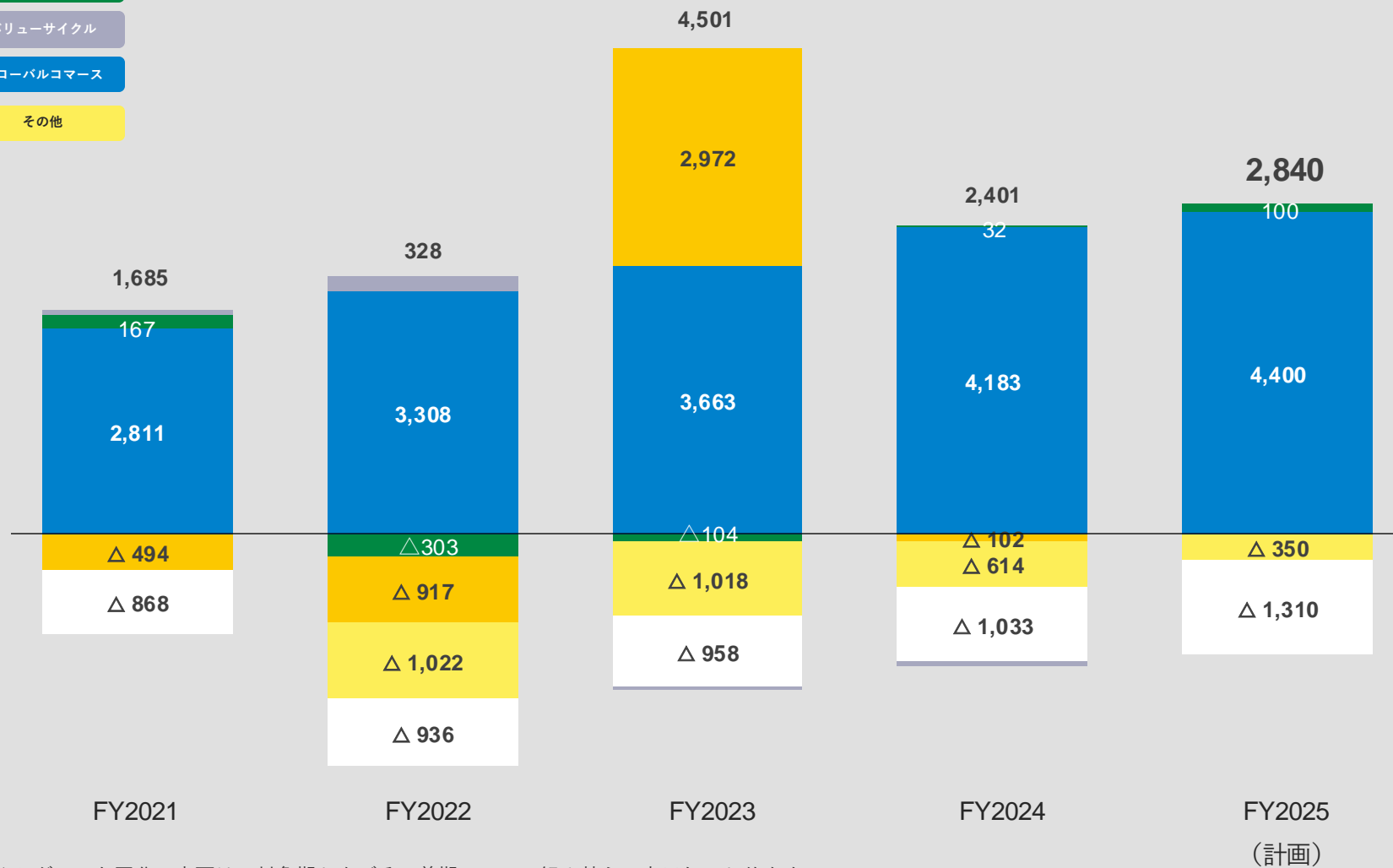
(単位：百万円)



※ セグメント区分の変更は、対象期およびその前期について組み替えて表示しております。

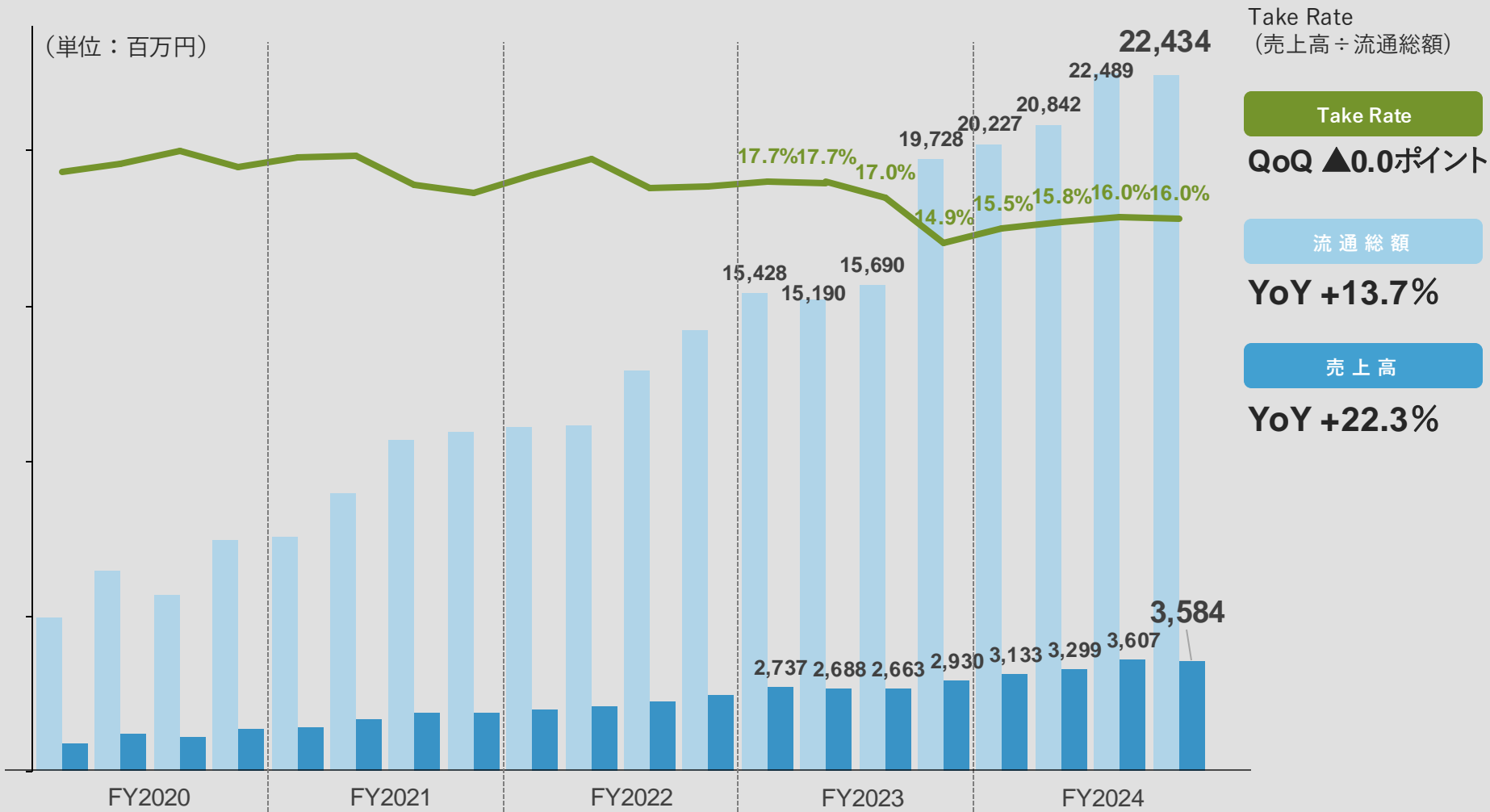
(単位：百万円)

- インキュベーション
- エンターテインメント
- バリューサイクル
- グローバルコマース
- その他

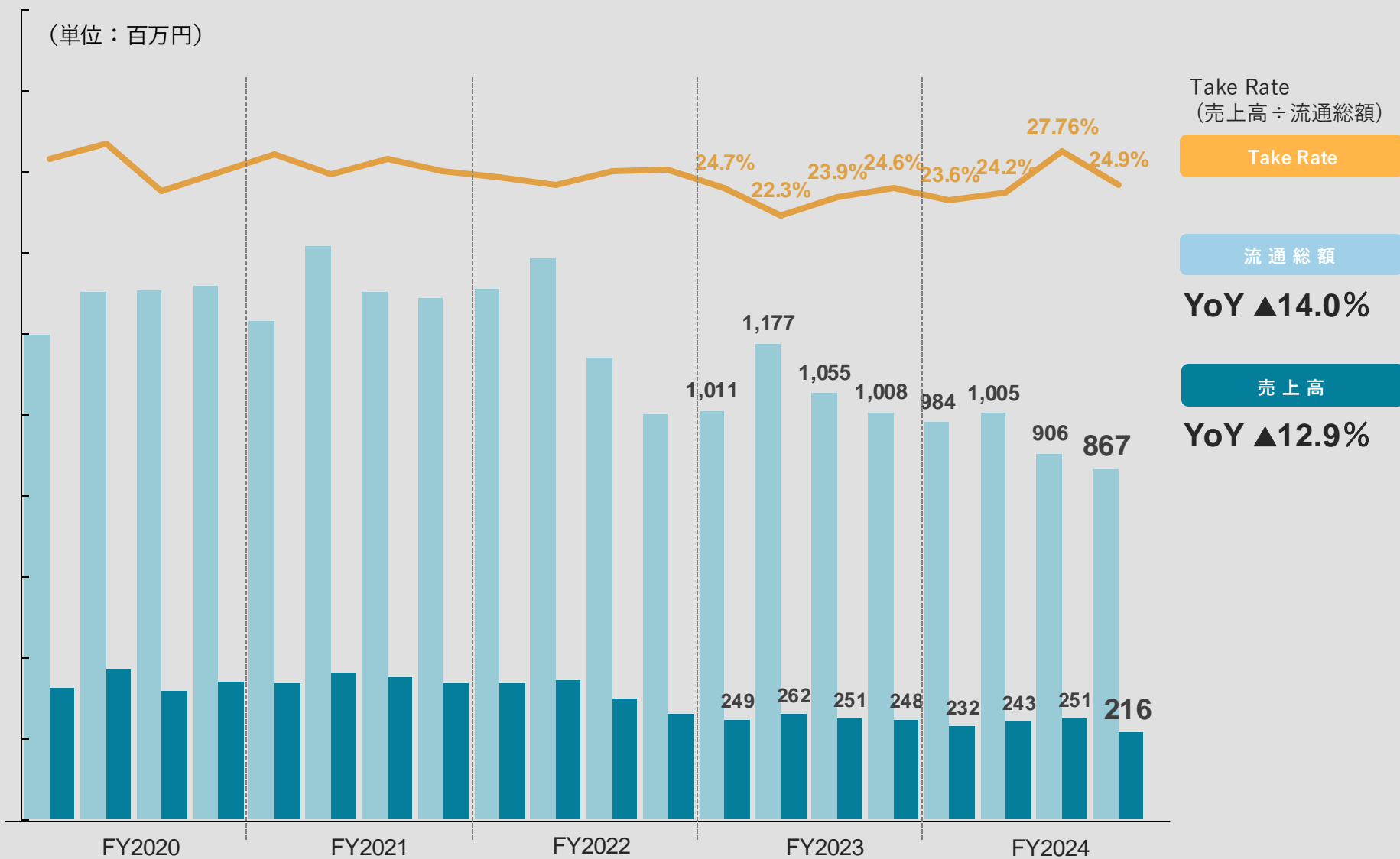


※ セグメント区分の変更は、対象期およびその前期について組み替えて表示しております。

キャンペーン施策の効率化がさらに進みTake RateがQoQで改善



円安の影響が続き流通総額が減少

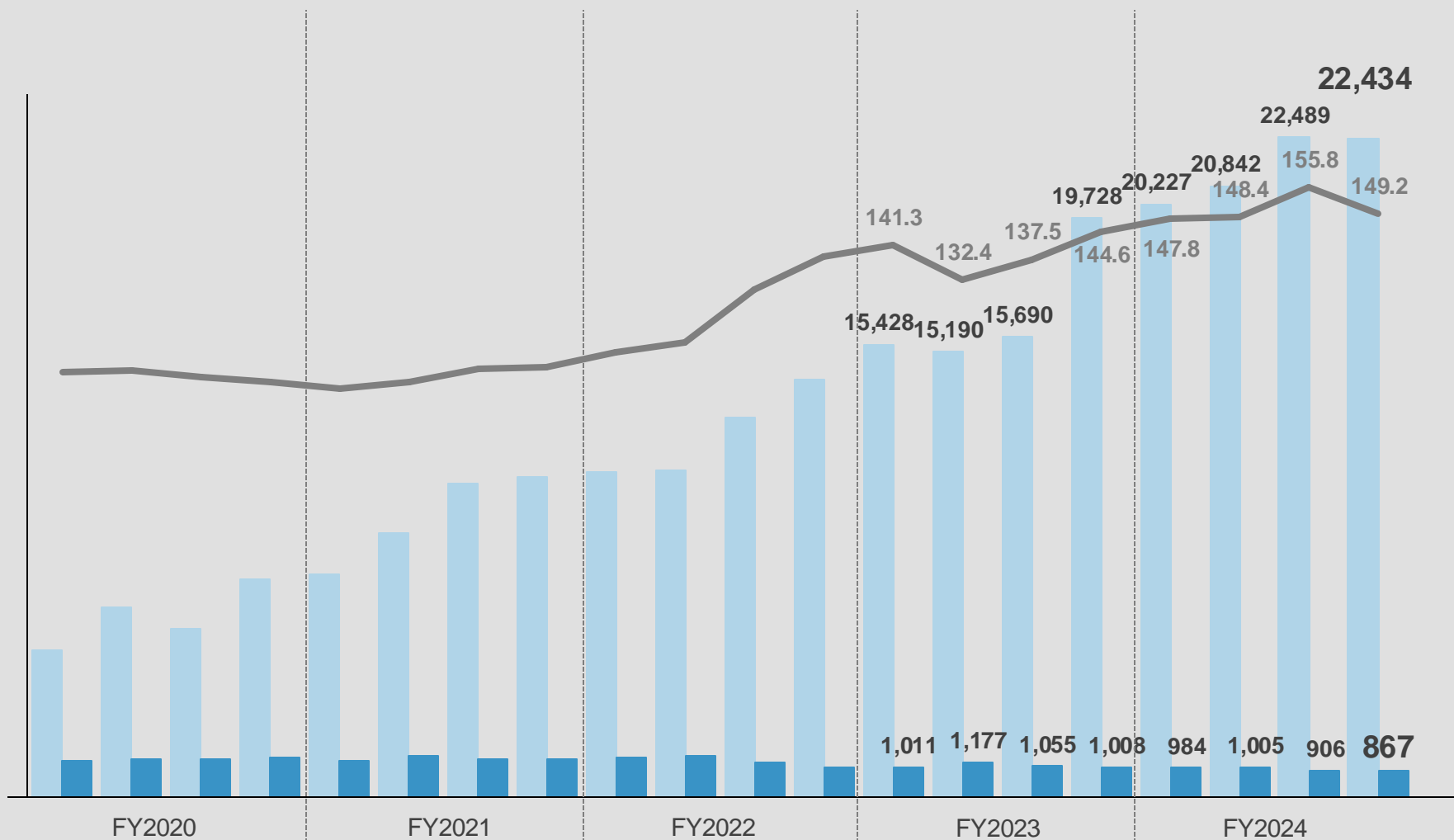


※FY20/3Qはカード決済に伴うチャージバックを販管費として処理していたものを売上から減算する会計処理に変更 (期初に遡及)

From Japan

To Japan

— 為替レート (米ドル/円)
四半期毎の平均レート



2024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	日本
10% 以上		トルコ フィリピン 韓国 	
5~10%	 	ベトナム 	
0.5~5%	 	インドネシア バングラデシュ (旧Sure Cash)	

(※) 投資有価証券として扱っております。

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、決済代行も行う購入サポートサービス「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。



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 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「Groobee」を運営。

インキュベーション事業



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。

その他事業（新規事業）



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。



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。



BEENOS Marketing Asia

アジアにおけるマーケティング調査、展示会の企画・運営。



BEENOS HR Link

SaaS型越境HRプラットフォーム「Linkus（リンクス）」を運営し、外国人雇用をテクノロジーで支援。

07

参考資料



FY2024の取り組みとハイライト

気候変動対応と人的資本関連の目標設定を行なった

2023年10月：CDP回答

2023年12月：FY2023の温室効果ガス排出をグループすべてにおいて算出


2024年1月：取締役会に向けた活動レポート

2024年3月：非化石証書を購入。BEENOSグループの直接使用電力をすべて再エネ化

2024年8月：人的資本に関連する2つの目標を承認（11月開示）

マテリアリティの特定

ステークホルダーへのヒアリングを行い、重要な8つの課題を特定

E 環境	 	資源の効率的な使用
		気候変動の対策
S 社会		消費者課題の解決とイノベーション
		アジア地域の発展
	 	働きがいのある組織づくり
		組織におけるダイバーシティの確保
G ガバナンス		データ保護とサイバーセキュリティ
		法令遵守（グローバル）

環境(E)関連データ

	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024
GHG総排出量 (tCO ₂ e)	35,855	59,362	66,276	算定中
SCOPE1 直接排出 (tCO ₂ e)	0	0	0	0
SCOPE2 間接排出 (tCO ₂ e)	442	549	480	101
SCOPE3 (tCO ₂ e)	35,414	58,813	65,796	算定中
リユース削減効果(アパレルのみ /tCO ₂ e)	7,560	9,592	12,365	算定中

※SCOPE1と2と3の算定対象はBEENOSグループ全社 (FY2022より)

※SCOPE2はオフィス・店舗・倉庫における電気使用にかかる二酸化炭素排出量

※SCOPE3の算定対象はFY2021までBEENOS株式会社、tenso株式会社、株式会社デファクトスタンダードの3社。FY2022よりBEENOSグループ全社が対象

※FY2024より期中に譲渡をしたバリューサイクルセグメントの排出を除いて計算

※SCOPE3のカテゴリ15「投資」のみ算定除外

社会(S)関連データ

	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024
従業員数	322	364	504	848 ^(※1)	943	425 ^(※1)
正社員比率 (%)	51.9%	54.1%	60.1%	38.7%	38.3%	62.6%
非正社員比率 (%)	48.1%	45.9%	39.9%	61.3%	61.7%	37.4%
正社員の離職率	15.7%	8.8%	6.5%	8.4%	9.8%	9.5%
障がい者雇用比率	0.9%	1.1%	1.2%	1.6%	1.4%	2.4%
外国籍従業員数	45	62	69	86	115	95
海外拠点勤務の従業員数	80	86	117	110	89	87
新卒採用人数	7	11	8	10	17	9
有給取得率	67.6%	54.7%	53.9%	68.7%	54.9%	73.8%
男性の育休取得率	25%	14%	0%	20%	13%	27%
社員サーベイ解答率 (年平均) (※2)	93%	97%	97%	96%	98%	95%
内、エンゲージメントスコア (※2)	69	70	72	72	72	72
内、健康スコア(※2)	60	62	64	65	66	66

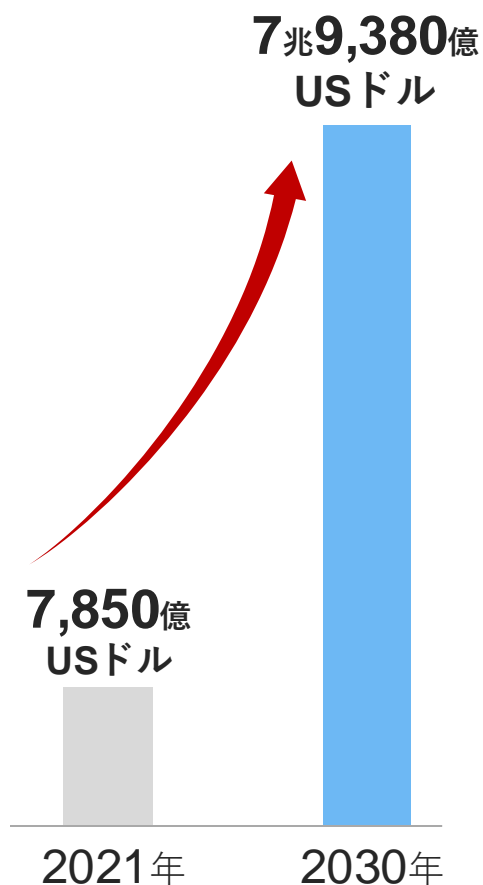
※1 FY2024中に発生したバリューサイクル部門の事業譲渡により減少

※2 当社グループでは全社員向けに外部のエンゲージメントサーベイを導入し、毎月実施しています。

社会(S)関連データ

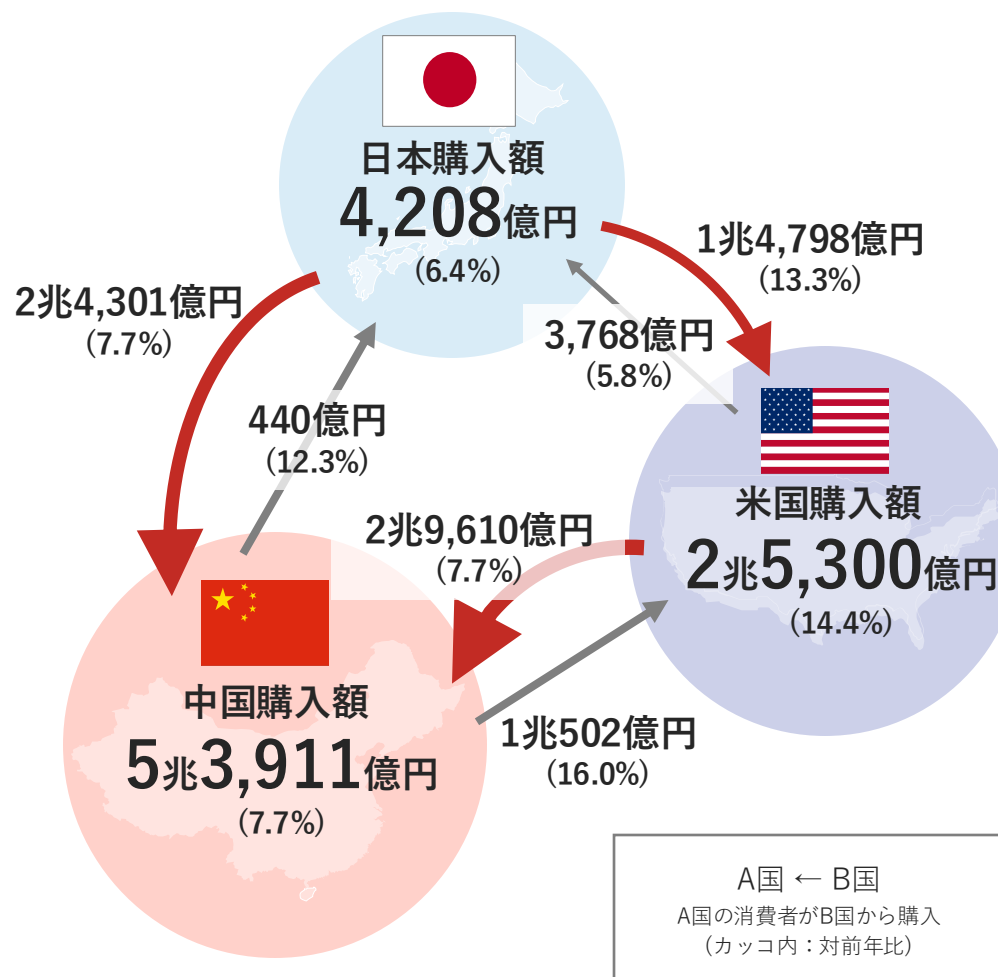
	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024
正社員における女性比率	34.9%	35.9%	39.9%	40.6%	40.6%	42.5%
管理職における女性比率	13.3%	11.4%	16.0%	15.8%	15.8%	22.0%
男性社員平均給与（月額/円）	451,483	474,201	473,494	502,992	516,802	571,215
女性社員平均給与（月額/円）	346,070	365,980	365,910	408,500	421,497	445,894
女性給与の男性給与比	76.7%	77.2%	77.3%	81.2%	81.6%	78.1%
正社員の平均勤続年数	3年6ヶ月	3年10ヶ月	3年4ヶ月	3年7ヶ月	4年2ヶ月	5年1カ月
男性	3年4ヶ月	3年8ヶ月	3年3ヶ月	3年7ヶ月	4年2ヶ月	5年2カ月
女性	3年10ヶ月	4年4ヶ月	3年5ヶ月	3年7ヶ月	4年2ヶ月	5年1カ月
正社員の平均年齢	34歳	34歳	34歳	34歳	35歳	35歳
男性	34歳	34歳	35歳	35歳	35歳	35歳
女性	34歳	34歳	34歳	34歳	35歳	34歳

越境EC市場全体の成長予測



出所: Facts & Factors発表データをもとに作成

日本・米国・中国3カ国間の越境EC市場規模



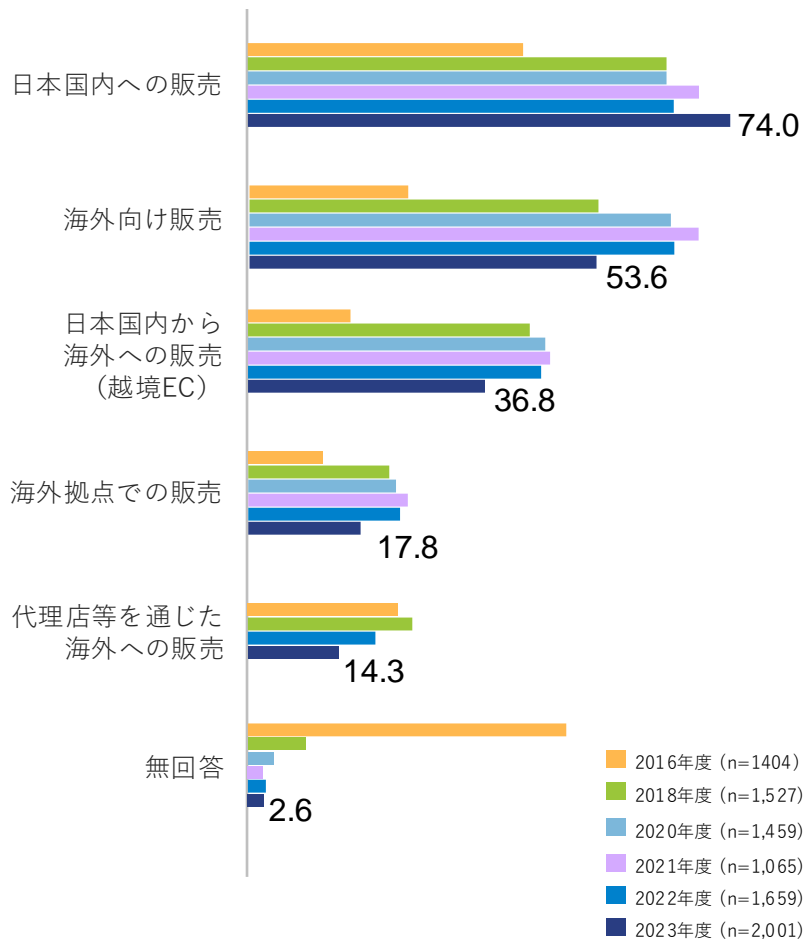
出所: 経済産業省 (令和6年9月) 発表データをもとに作成

ECを販路として活用している日本企業のうち、36.8%が越境ECを活用している。

6割の日本企業が海外ビジネスの見直しを考えており、その内45%を販売戦略見直しが占め、さらにその28%が越境ECの強化を目指している。

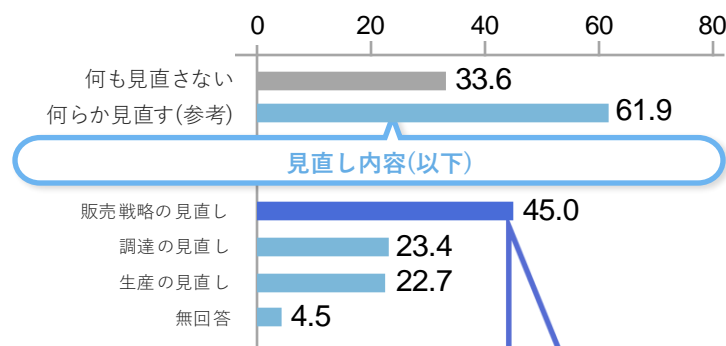
ECの利用状況（時系列）

（複数回答，%）

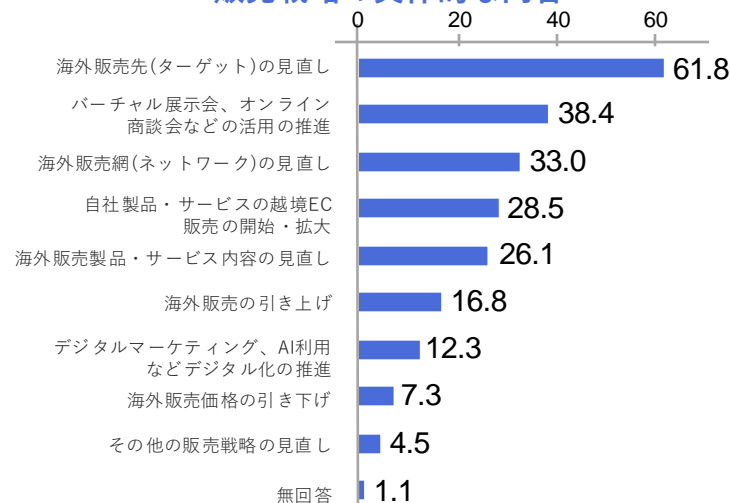


出所:日本貿易振興機構（JETRO）2024年3月レポートをもとに作成

海外ビジネスの見直し方針と見直し内容

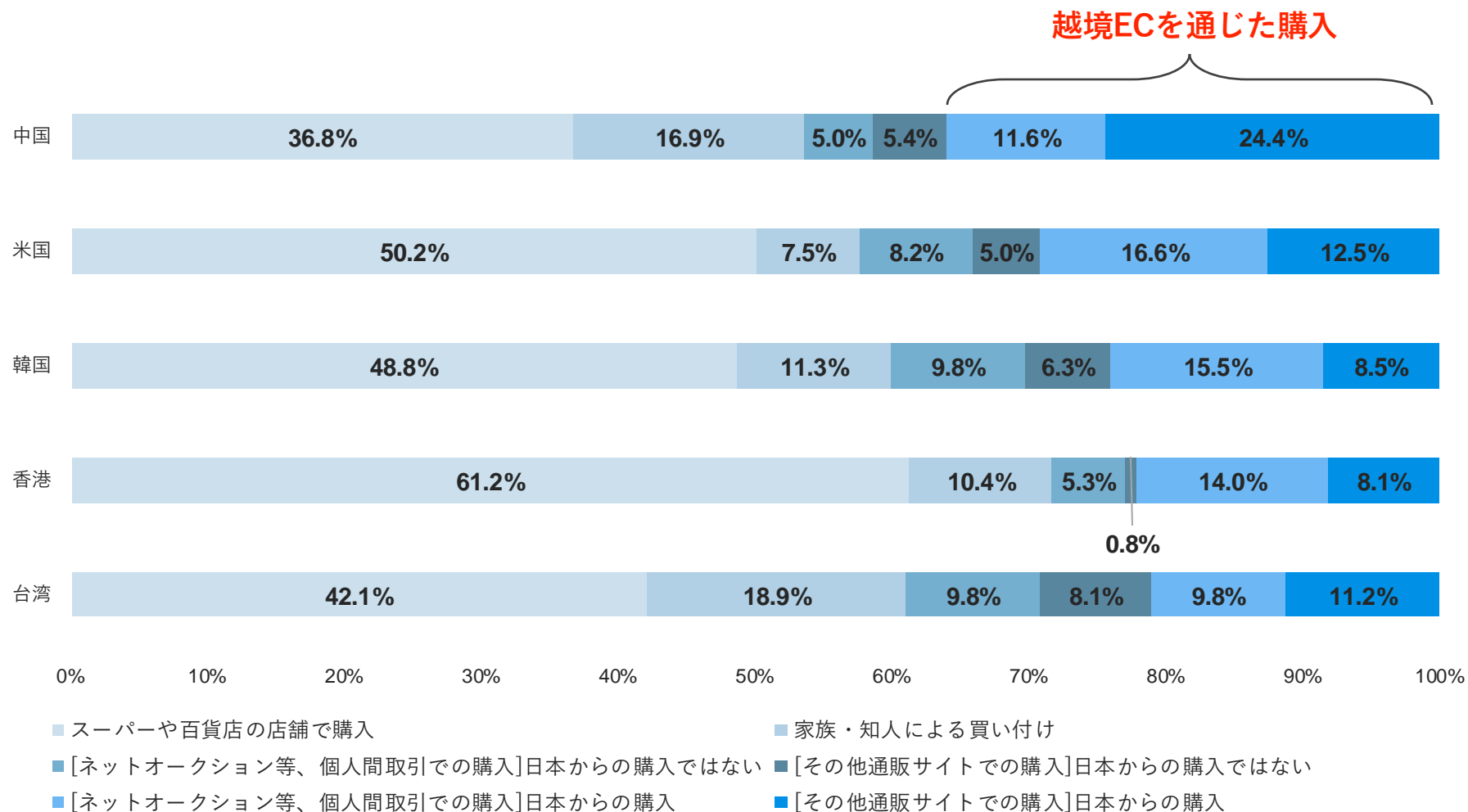


販売戦略の具体的な内容



出所:日本貿易振興機構（JETRO）2023年2月レポートをもとに作成

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)