



2024年9月期 第3四半期 決算説明会資料

01

BEENOSグループのミッション

野心とテクノロジーで
世界の可能性を広げるNextスタンダードを創る

グローバルコマース
Global Commerce

日本のみならず**世界中**の商品
が**国境**を越えて流通する状態
を目指す

エンター
テインメント
Entertainment

エンタメ業界のDXや
海外進出を支援し
日本のアーティストの
収益最大化を目指す

その他事業
(新規事業)
Other
Businesses

Nextスタンダードと
なりうる事業を生み
出す

インキュ
ベーション
Incubation

世界の有望な
スタートアップの
投資育成をする

バリュー
サイクル
Value Cycle

FY2024/2Q
事業譲渡により
連結から除外

連結

中期目標

連結営業利益 **50億円**FY2024 (業績予想) : **21.0億円**

※子会社売却考慮後

- ・ FY2021より中期目標として設定していた流通総額1,000億円をFY2023に達成し、営業利益目標を新たに設定

Eコマース

流通総額

- FY2023(実績) : **999億円**- FY2024(業績予想) : **1,070億円**

セグメント利益

- FY2023(実績) : **35.0億円**- FY2024 (業績予想) : **41.0億円**

- ・ 主力サービスBuyeeと転送コムは国内企業支援数が5,000社を突破し国内で圧倒的なポジション
- ・ グローバルコマースのFY2024流通総額はYoYで18%増の840億円の見込み
- ・ バリューサイクルを譲渡、第3四半期より連結外

インキュベーション

簿価 : **40億円**

2024年6月末時点

評価額 : **91億円**

2024年6月末時点

出資先数 : 国内**15**社、海外**43**社

- ・ 円安の進行により簿価/評価額が上昇
- ・ 売却計画に基づき引当・減損分は相殺見込み

02

第3四半期の概要

2024年4月～2024年6月

連結

グローバルコマースが大きく伸長し流通総額が11.4%増
バリューサイクルの連結除外、営業投資有価証券の売却がなく、売上・営利減少

	実績	YoY
流通総額	268 億円	+11.4%
売上高	42 億円	▲42.4%
営業利益	7.5 億円	▲19.2%

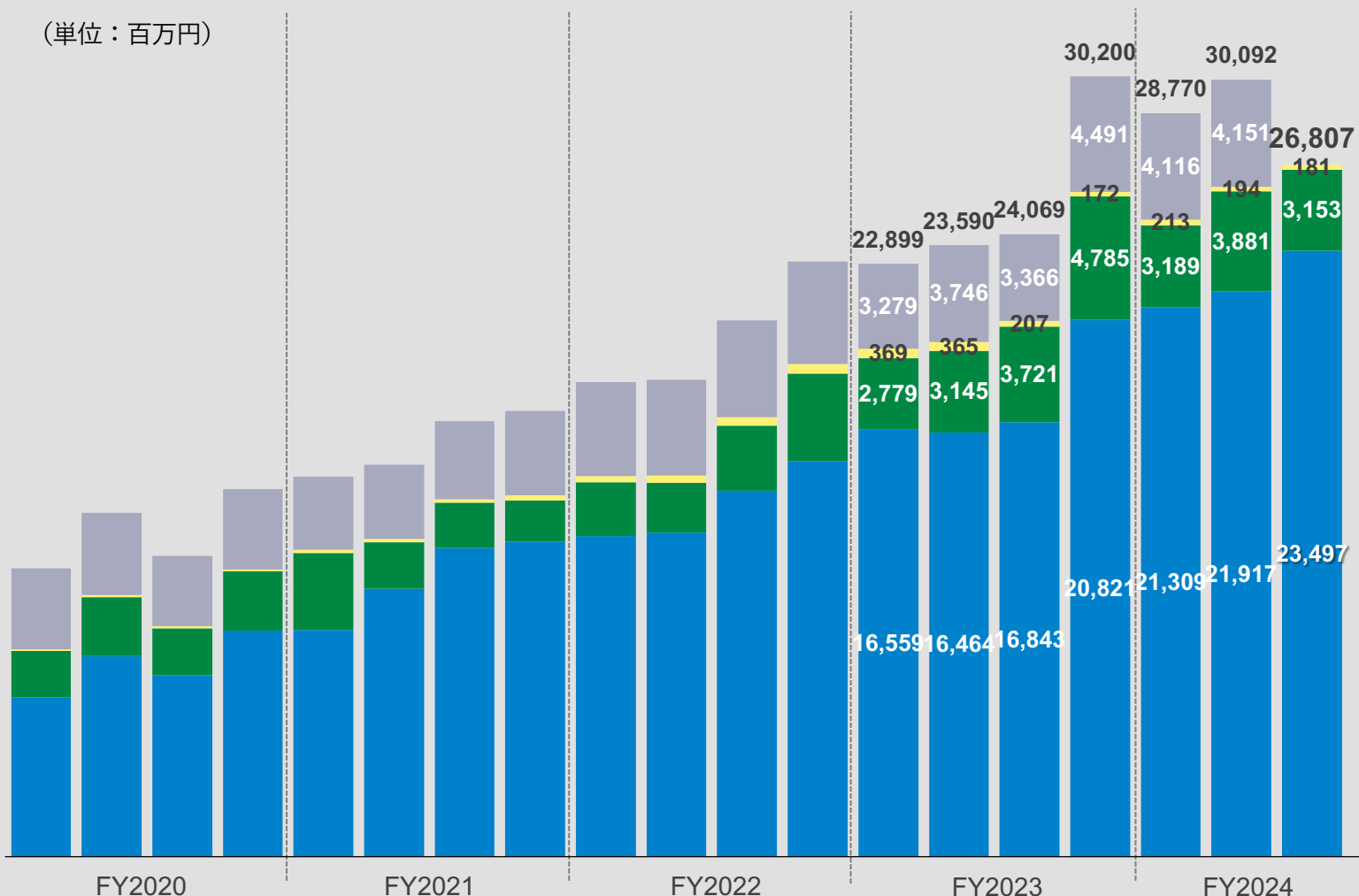
Eコマース事業

グローバルコマースが流通、営利の伸長に大きく貢献
売上高はバリューサイクル連結除外により減少

	実績	YoY
流通総額	266 億円	+11.2%
売上高	41 億円	▲37.9%
セグメント利益	11.2 億円	+54.6%

グローバルコマースが牽引しYoYで11.4%増 バリューサイクルを除くとYoY29.5%増

(単位：百万円)



連結

YoY +11.4%

その他事業

YoY ▲12.6%

トラベル事業の一部サービスの撤退により減少

エンターテインメント

YoY ▲15.3%

大型イベントの開催が少なく減少

グローバルコマース

YoY +39.5%

引き続き積極的なキャンペーンにより流通が大きく伸長

バリューサイクル

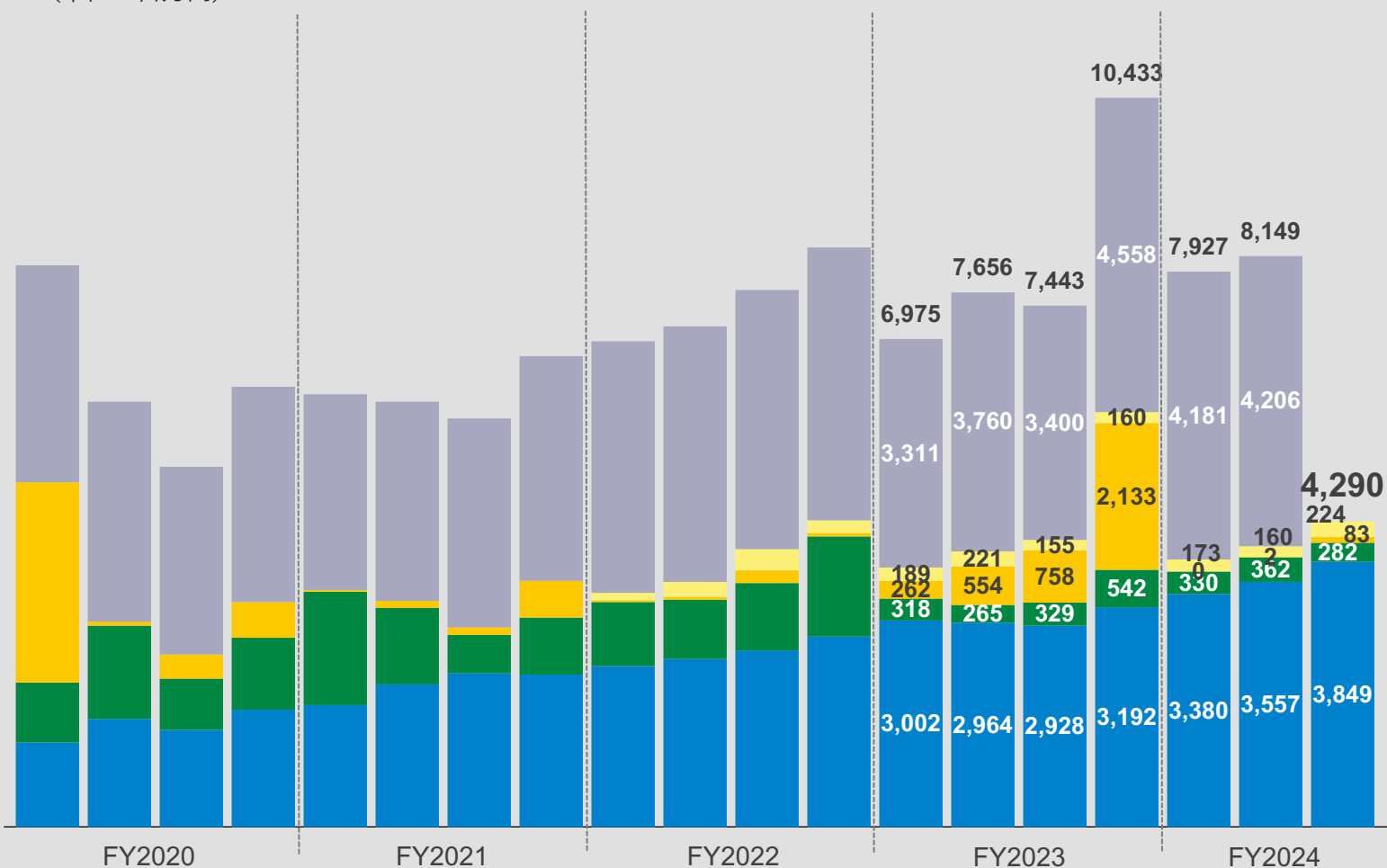
※ 流通総額はグループ各社の商品等の流通額を合算した金額です。商品代金を売上高に計上している事業については「売上高」を流通額として、手数料のみを売上高に計上している事業については、「商品代金・送料・手数料・消費税」を流通額として取扱い、合算した金額を流通総額としております。

※ 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。

グローバルコマースの売上高はYoY31.5%増

連結では減少しているものの、バリューサイクルを除くとYoY6.1%増

(単位：百万円)



連結

YoY ▲42.4%

その他事業

YoY +44.0%

インキュベーション

YoY ▲89.0%

投資売却がなく受取配当のみ計上

エンターテインメント

YoY ▲14.4%

大型イベントの開催が少なく減少

グローバルコマース

YoY +31.5%

引き続き積極的なキャンペーンにより売上伸長

バリューサイクル

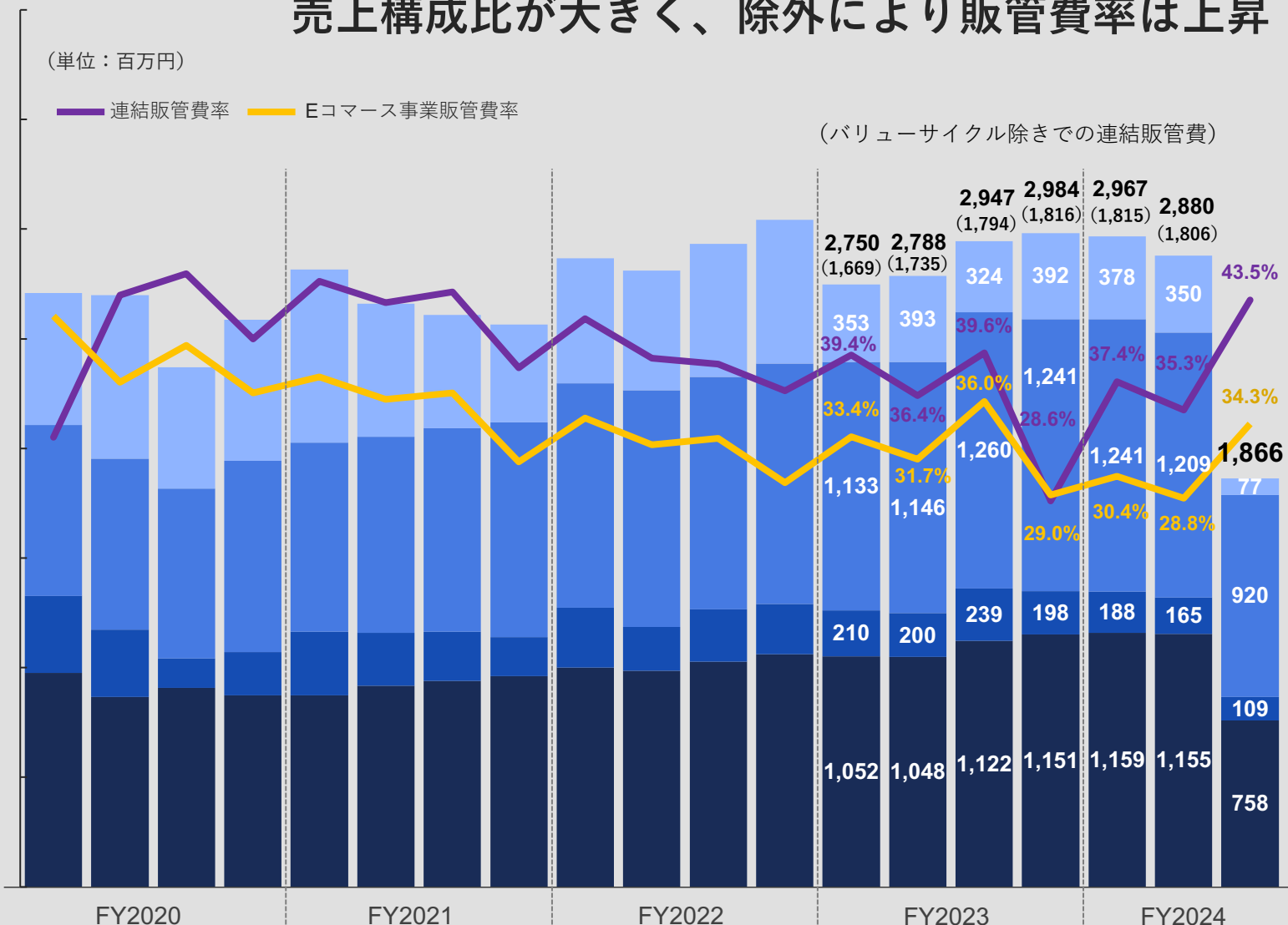
※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

バリューサイクル連結除外により販管費が大きく減少した一方で、 売上構成比が大きく、除外により販管費率は上昇

(単位：百万円)

— 連結販管費率 — Eコマース事業販管費率

(バリューサイクル除きでの連結販管費)



連結販管費

QoQ ▲35.2%

変動費

QoQ ▲78.0%

その他固定費

QoQ ▲23.8%

広宣費+販促費

QoQ ▲33.4%

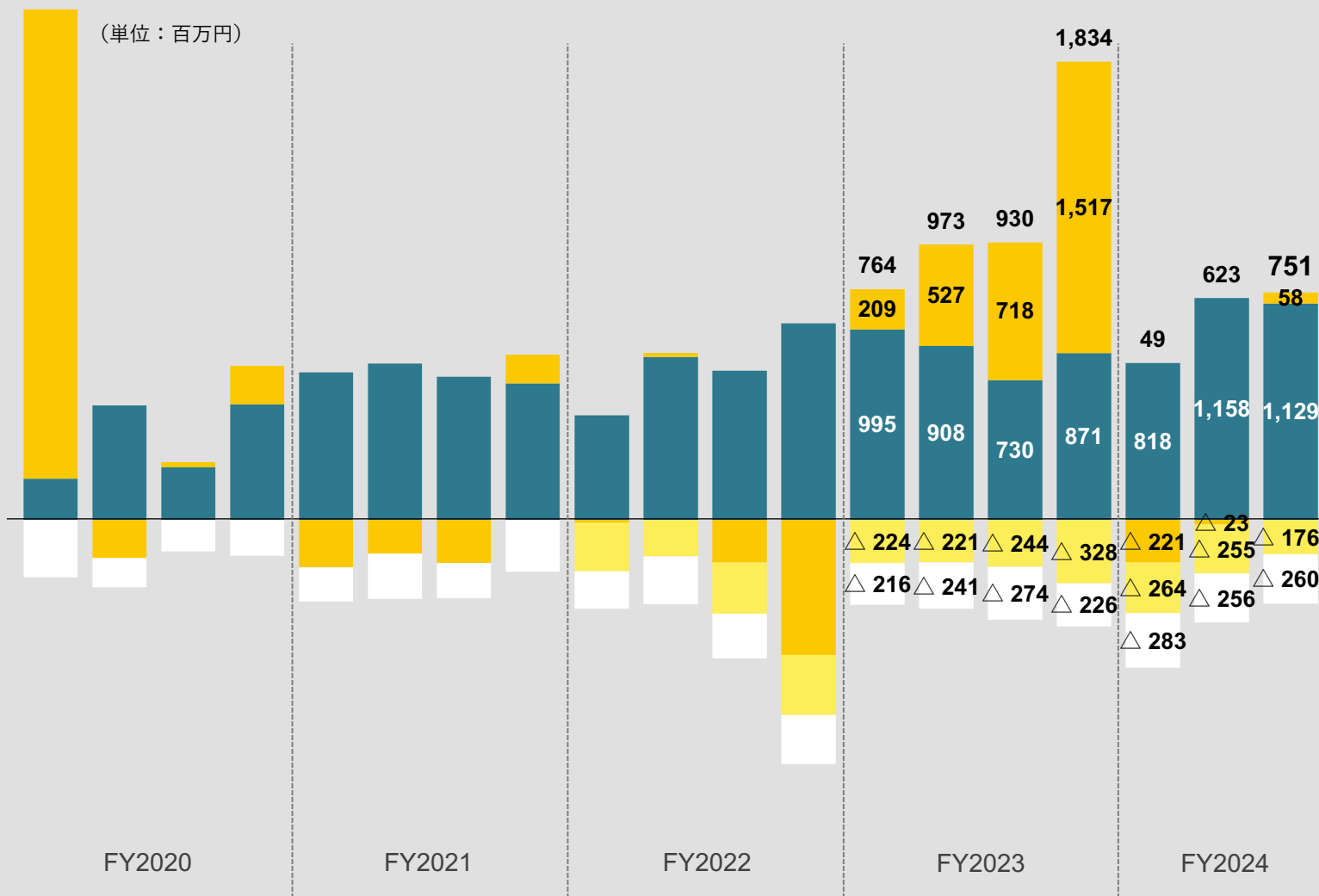
人件費

QoQ ▲34.3%

※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。

Eコマース事業がYoYで伸長

前年同期はインキュベーション事業で投資売却を計上



連結

YoY ▲19.2%

Eコマース

YoY +54.6%

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

投資売却がなく受取配当のみ計上

その他事業

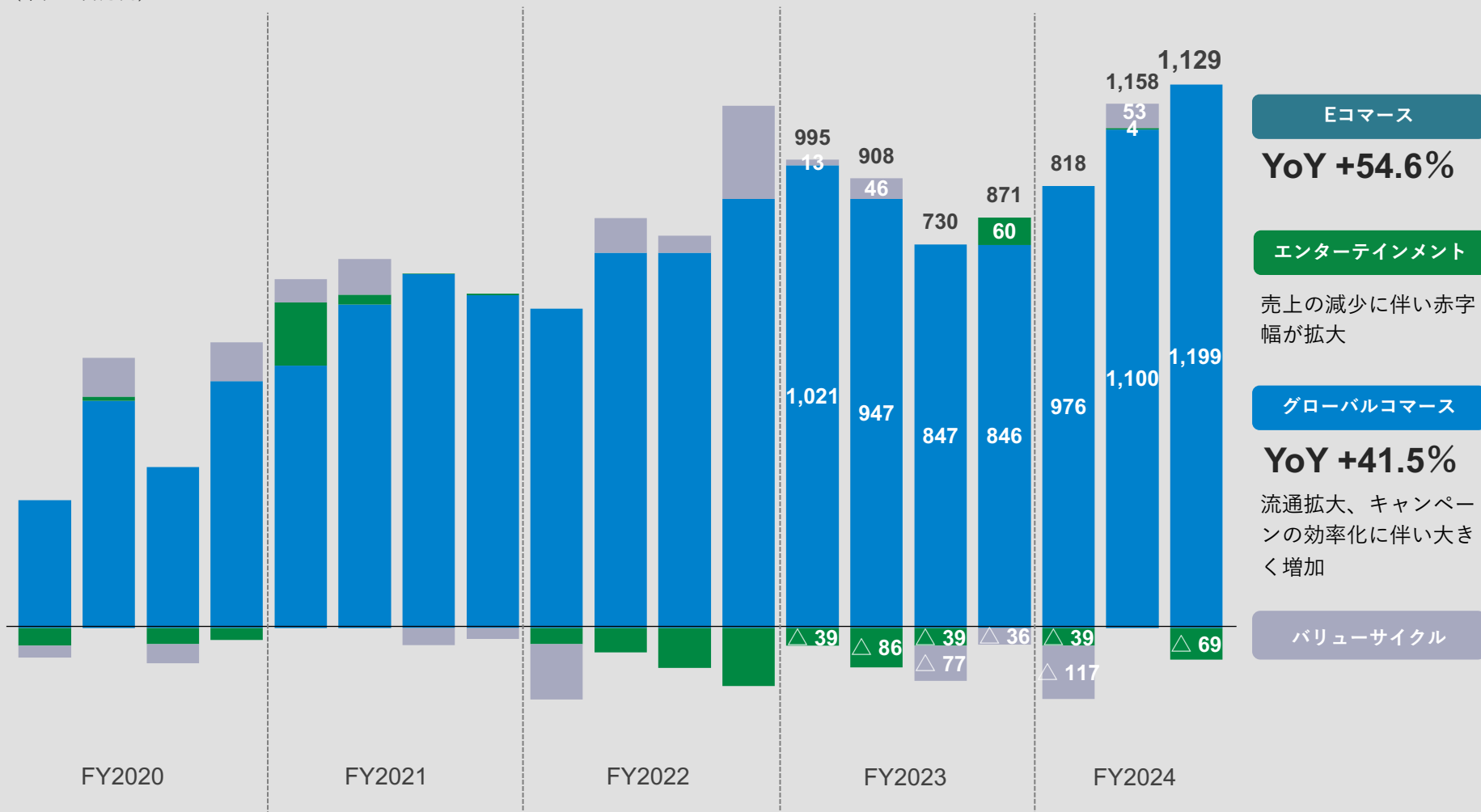
各事業においてコストを見直し赤字幅が縮小

調整額 (本社費用)

※ 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YoY54.6%増 バリューサイクル除きでは39.8%増

(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。

デファクトスタンダードとJOYLABの事業譲渡について

譲渡価格及び計上について

- ▶ 譲渡価格約29億円、第3四半期連結決算において約10億円の特別利益を計上※
- ▶ 譲渡価格の用途については、中期目標の実現に向けたM&A等を想定

※ 最終的な金額は本株式譲渡契約に定める価格調整に基づき交渉中であり一定の減額を想定

経緯

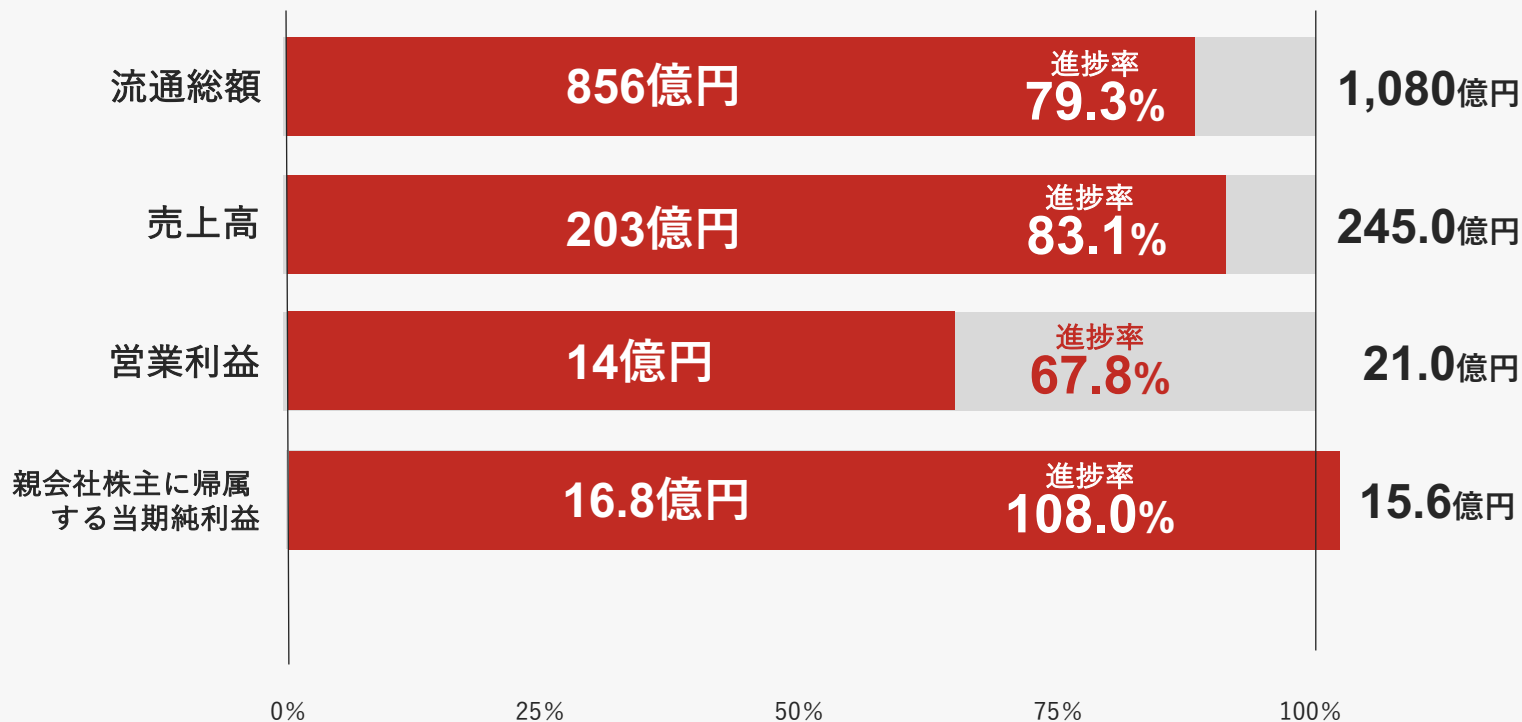
- ▶ 2月14日にオークネット社と株式譲渡契約を締結
- ▶ 3月末まで当社グループの連結対象（3Q決算より含まず）
- ▶ 4月末にて譲渡金額を受け取り、当該子会社への貸付も解消
- ▶ 現在、契約に定める価格調整について協議中

リユースビジネスについて

- ▶ 引き続きグローバルコマースでは多くのリユース品の取り扱いがあり、今後はプラットフォームフォーマーとして業界内の幅広いパートナーとの連携を推進

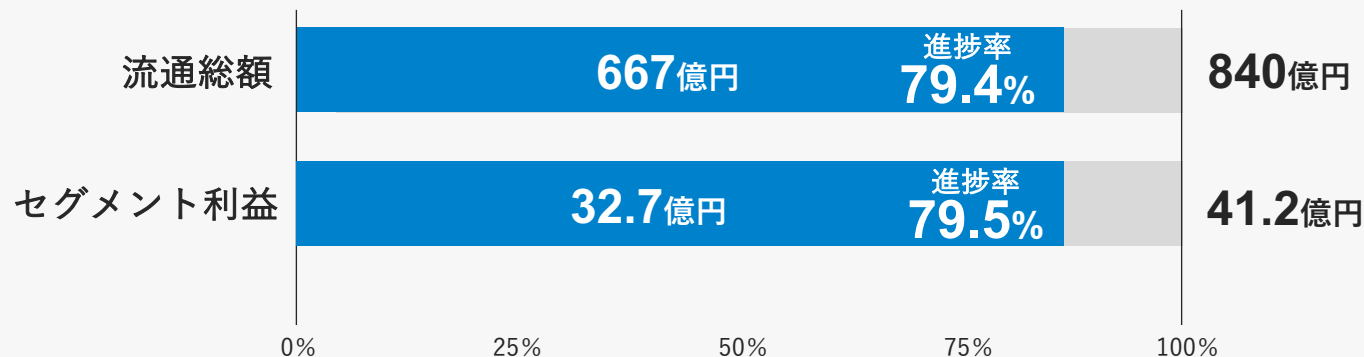
連結

流通総額、売上高は順調に推移、営業利益は今後の投資売却により達成予定
前期の投資売却に関連する税金の計上修正を4Qに見込み、純利益計画も据え置き



本連結業績予想は当第2四半期に修正を行っています

グローバルコマース



エンターテインメント



バリューサイクル



バリューサイクルは既に連結から除外されているため、第2四半期までの実績を取り込み

単位：百万円	2Q/FY2024 (2024年3月末)	3Q/FY2024 (2024年6月末)	前四半期末比
流動資産	24,139	25,839	1,700
現預金	12,073	16,172	4,099
売掛金	848	442	△406
営業投資有価証券	3,854	4,014	159
商品	2,128	347	△1,781
固定資産	5,361	4,565	△795
有形固定資産	455	90	△364
無形固定資産	339	240	△98
投資有価証券	3,109	3,043	△66
流動負債	15,691	14,840	△850
買掛金	27	76	48
短期借入金	4,250	3,050	△1,200
1年内返済予定の長期借入金	400	540	140
固定負債	623	697	74
長期借入金	200	585	385
純資産	13,186	14,867	1,680
自己株式	△1,509	△1,478	31
総資産	29,500	30,405	904

バリューサイクル譲渡により増加

為替変動による増加

バリューサイクル譲渡により大幅減

03

セグメントごとの事業の振り返り

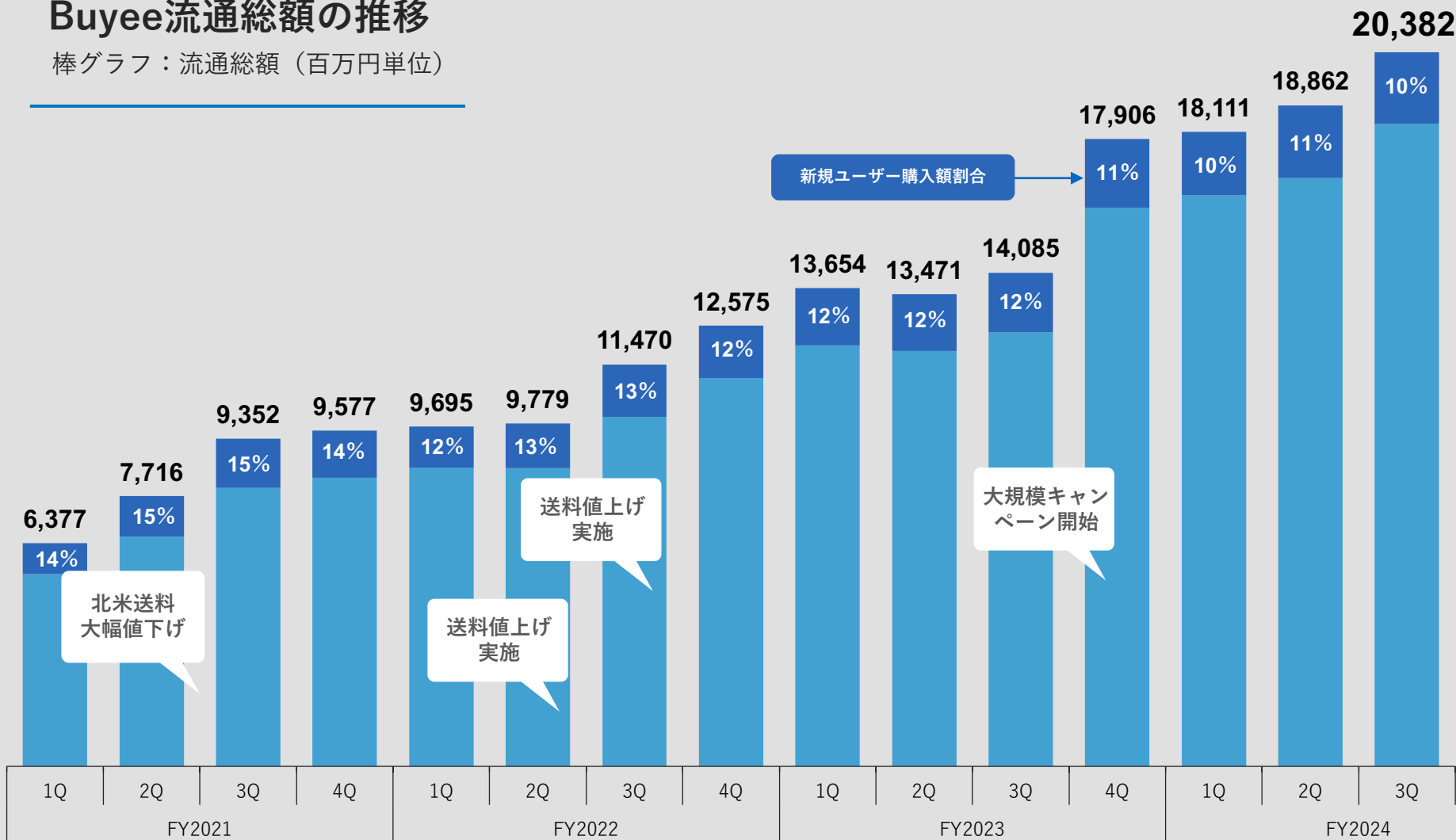
グローバルコマース



Buyeeの流通総額はYoY 44.7%増で過去最高を継続更新

Buyee流通総額の推移

棒グラフ：流通総額（百万円単位）



キャンペーンの効率化をさらに進め流通、営利ともにQoQで伸長

3Qの主なトピック

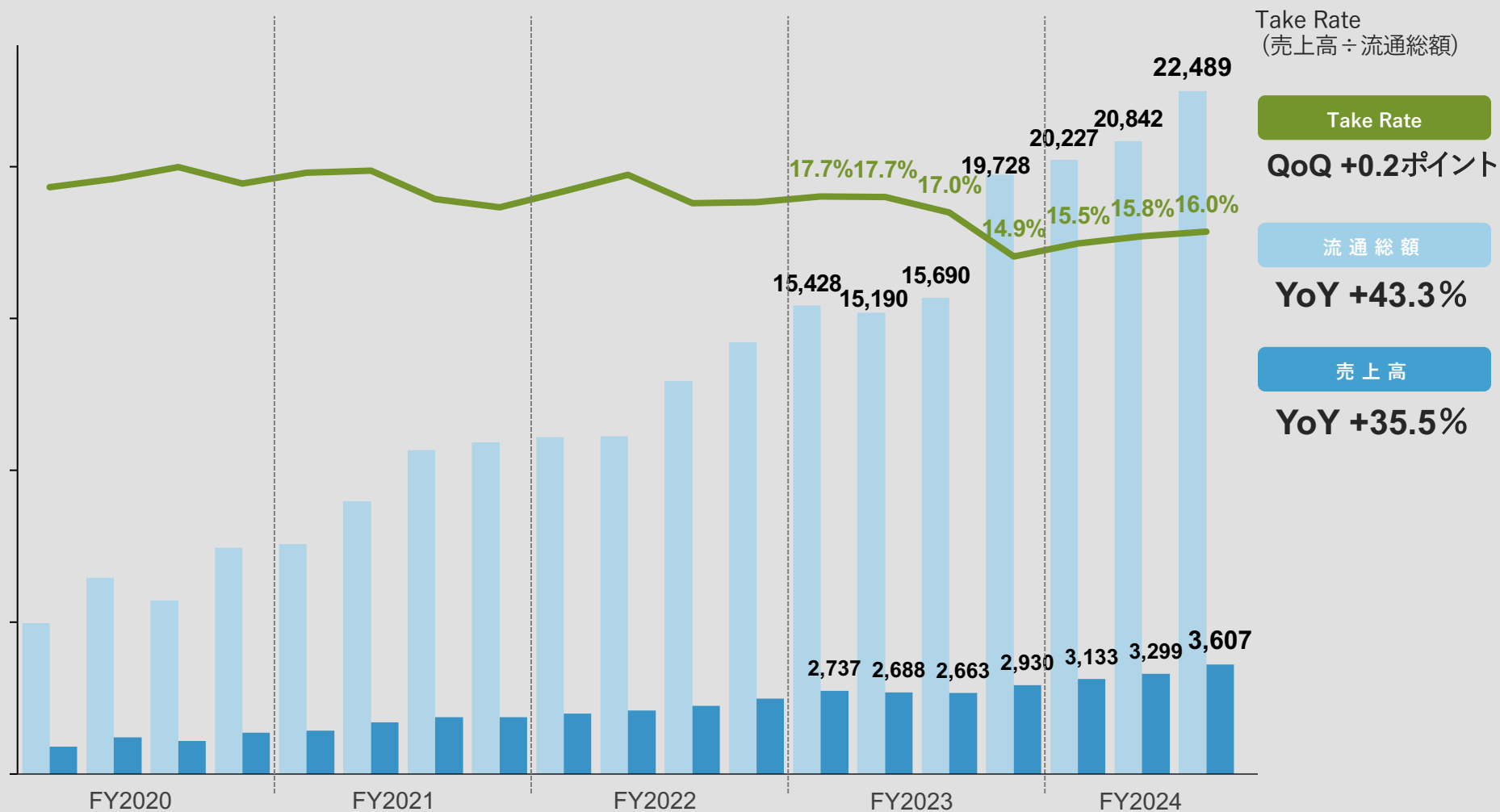
- 流通総額はYoY及びQoQで引き続き強い伸びを見せる
 - ▶ ユーザー毎に最適化されたキャンペーンを積極的に実施、流通総額はYoYで大きく成長
 - ▶ 主要国であるアメリカがYoY+50%超、香港がYoY+40%超の成長
 - ▶ 為替も円安傾向がさらに加速し、ユーザーがより購入しやすい環境に
 - ▶ 配送手段の追加、新倉庫開設などのサービス拡充を進める
- 営業利益も大幅増加
 - ▶ 流通総額の伸長に伴い利益も増加
 - ▶ キャンペーン効率化のために、ユーザーの属性に合わせたクーポン配布を進め、利益の増加に大きく貢献

3Qの主なリリース

- ゴルフ用品の買取・販売ECサイト「ゴルフドゥ！オンラインショップ」のサポート開始（4/25）
- 配送サービス「ECMS Express」対応エリアをマレーシア/オーストラリアへ拡大（5/15）

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

(単位：百万円)



エンターテインメント

 **BEENOS Entertainment**

 **Groobee**

 **Lovisia**
selection

大型イベントの開催が少なく流通総額が減少

3Qの主なトピック

アーティスト グッズ販売

- ライブ開催等が少ない時期であるため流通と売上が減少
- 4Qに実施予定の大型イベントへ向けて予約販売を実施（計上は4Q）

エンタメEC プラットフォーム Groobee

- Groobeeの利用状況は順調に推移
 - ▶ Groobeeの利用者数は延べ75万人を突破
 - ▶ オペレーションのシステム化が順調に進行

3Qの主なリリース

- マセキ芸能社のECショップ「マセキオフィシャルグッズショップ」の運営サポートを開始（4/12）
- シンガー「荒井麻珠 Official Store」の運営サポートを開始（4/12）
- お気に入りの音楽を持ち歩くことができる「ミュージックキーホルダー」に推し活デザインが登場、オンラインガチャ・くじで販売を開始（5/1）

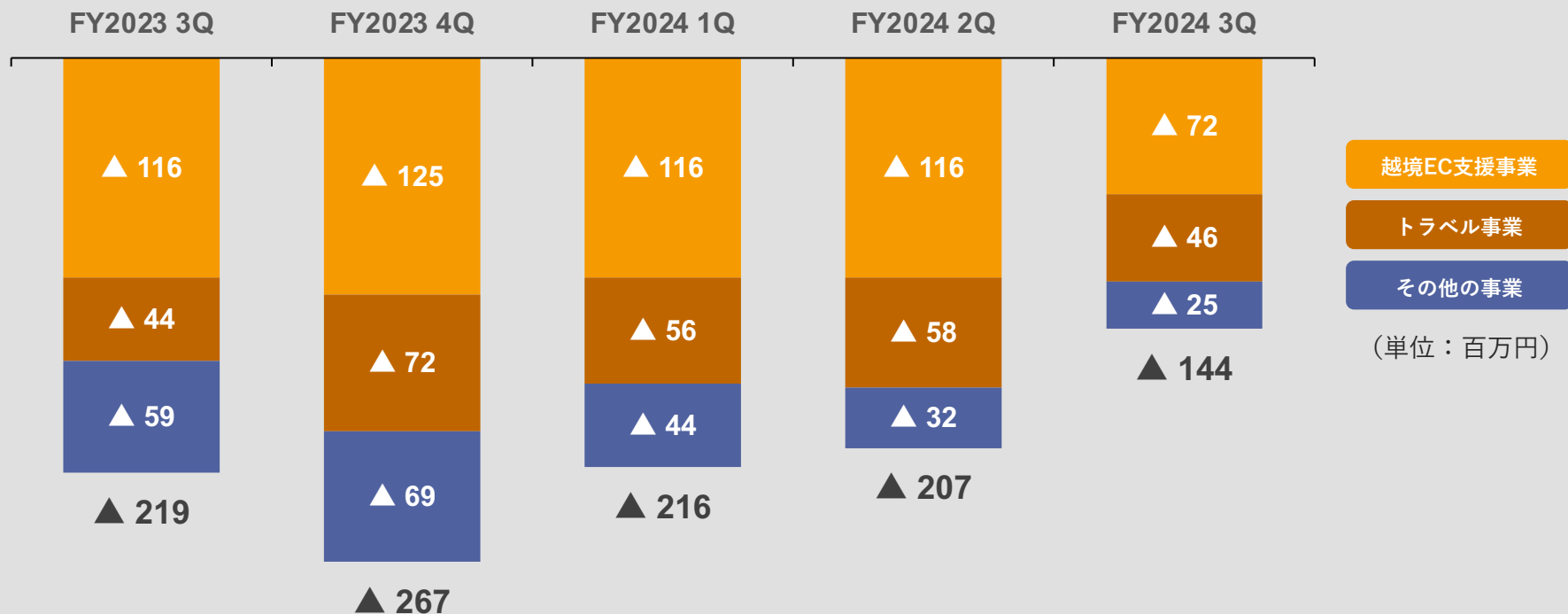


**その他事業
(新規事業)**

事業開発投資の状況

YoY、QoQで赤字幅縮小

- ▶ 越境EC支援事業：売上の拡大による赤字縮小
- ▶ トラベル事業：一部サービスの撤退
- ▶ その他の事業：越境HR支援事業が四半期黒字化し、赤字幅縮小に貢献



※その他事業セグメントのうち、開発部門を除いて表記しております。

04

補足資料

1. 中期目標

▶ FY2028までに営業利益50億円

既存事業の成長とM&Aもしくは新規事業のミックスで実現


2. 資本政策

a. 投資方針

- ▶ ROE10%以上を当面保持する
(中期目標は策定中)

b. 還元方針

- ▶ 累進配当（減配を原則実施せず、増配または維持）
- ▶ 株価が著しく割安である場合には自己株の取得を実施



Eコマース事業の成長により
FY2028までに
連結営業利益

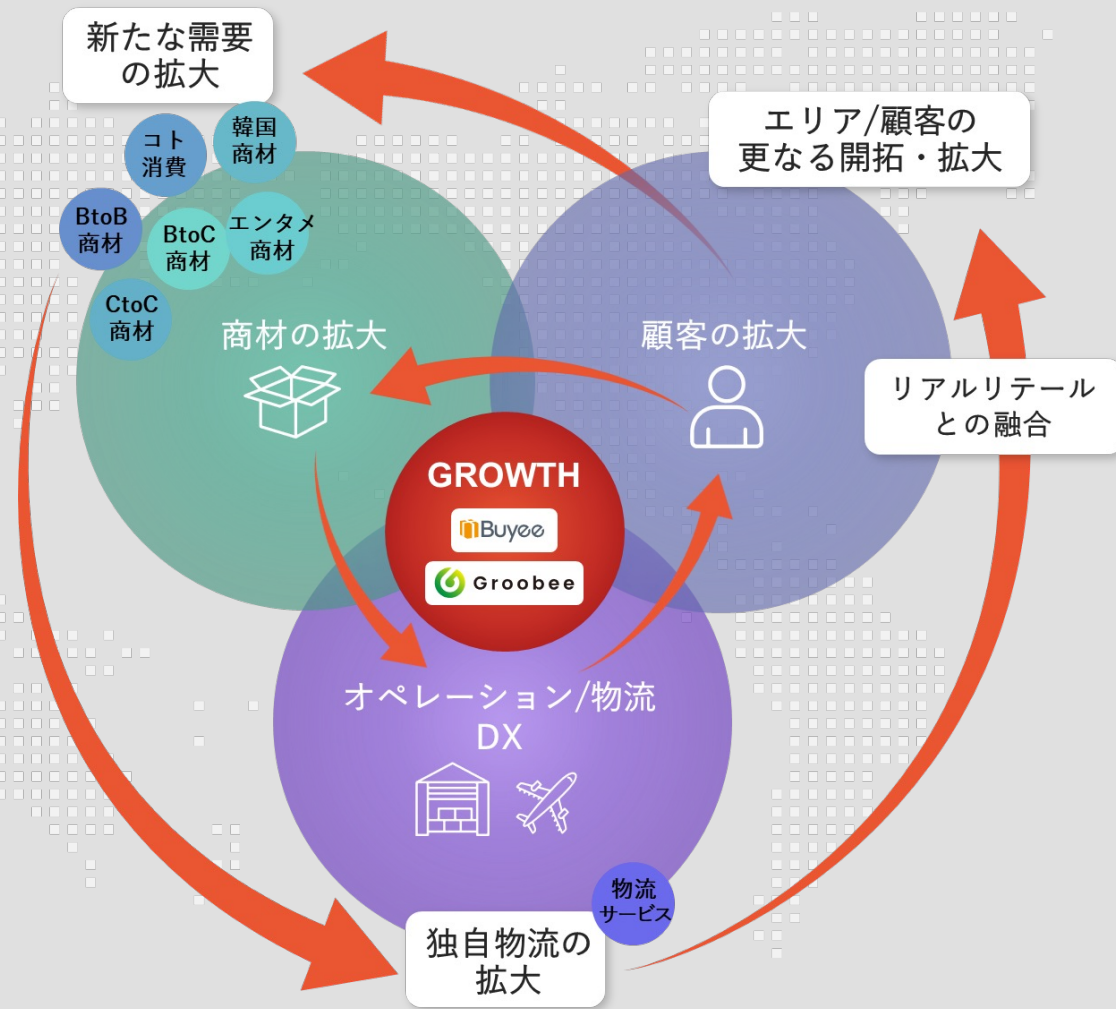
50億円を目指す

※インキュベーション事業損益は除く

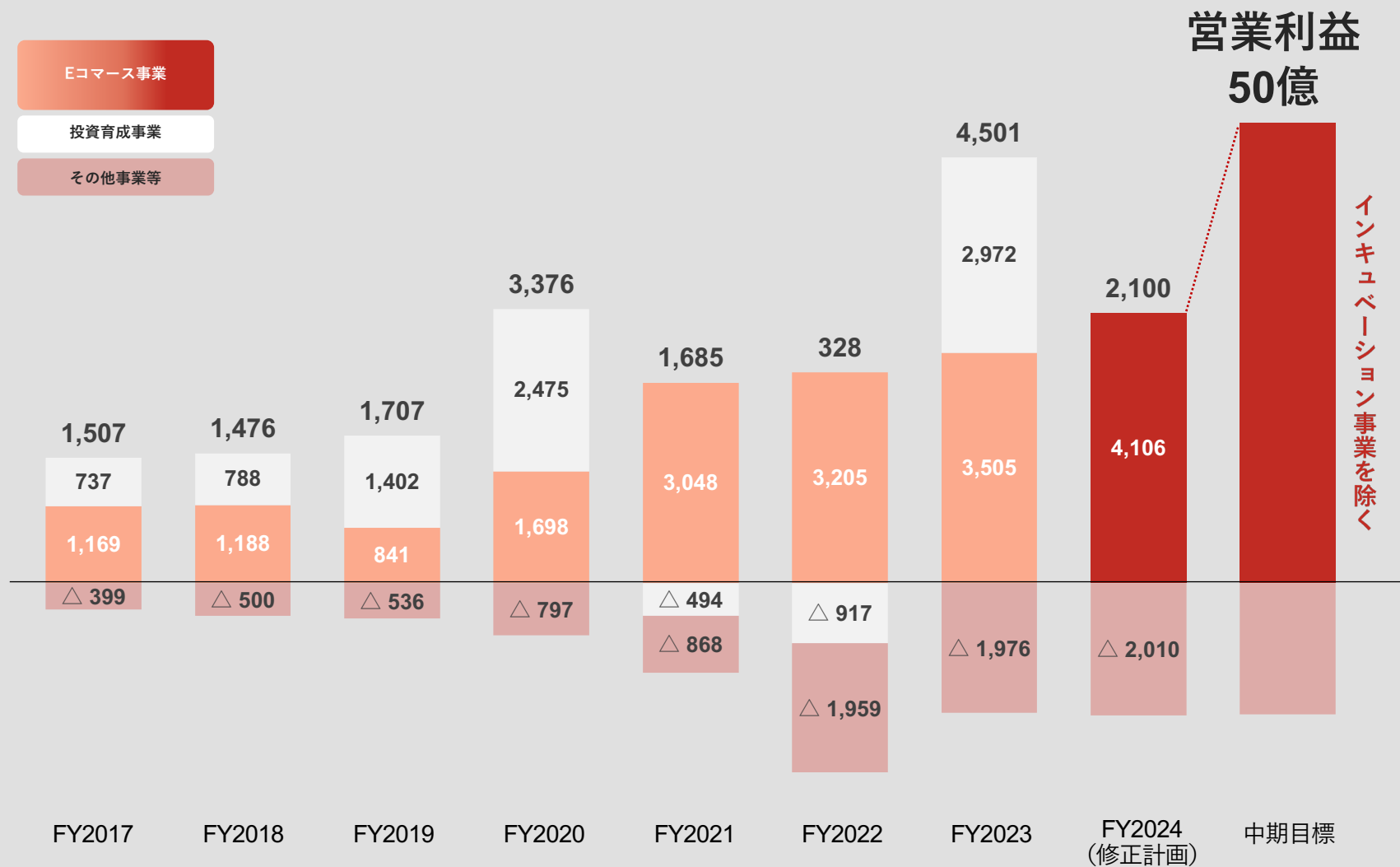
BEENOS Group

成長ストーリー

CtoCからBtoBマーケットへ
越境ECのNextスタンダード



中期目標：連結営業利益 50億円



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	27円00銭	27円00銭	325百万円	21.1%

自己株式の取得状況について

FY2024 3Q末時点

潜在株式数（ストックオプション）：1,157,220株

自己株式数：775,062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。

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



FY2024戦略

- 積極的にAIを活用し、オペレーションとサービスを改善
 - ▶ FY2023よりAI専門人材の採用を進め、専門部署を立ち上げ
 - ▶ サイト内検索などのUX改善、商品レコメンドなどの強化
 - ▶ 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
- 韓国事業の拡大
 - ▶ 前期より開始したDelivered Korea社との取り組み等韓国市場へのアプローチを積極化

中期戦略

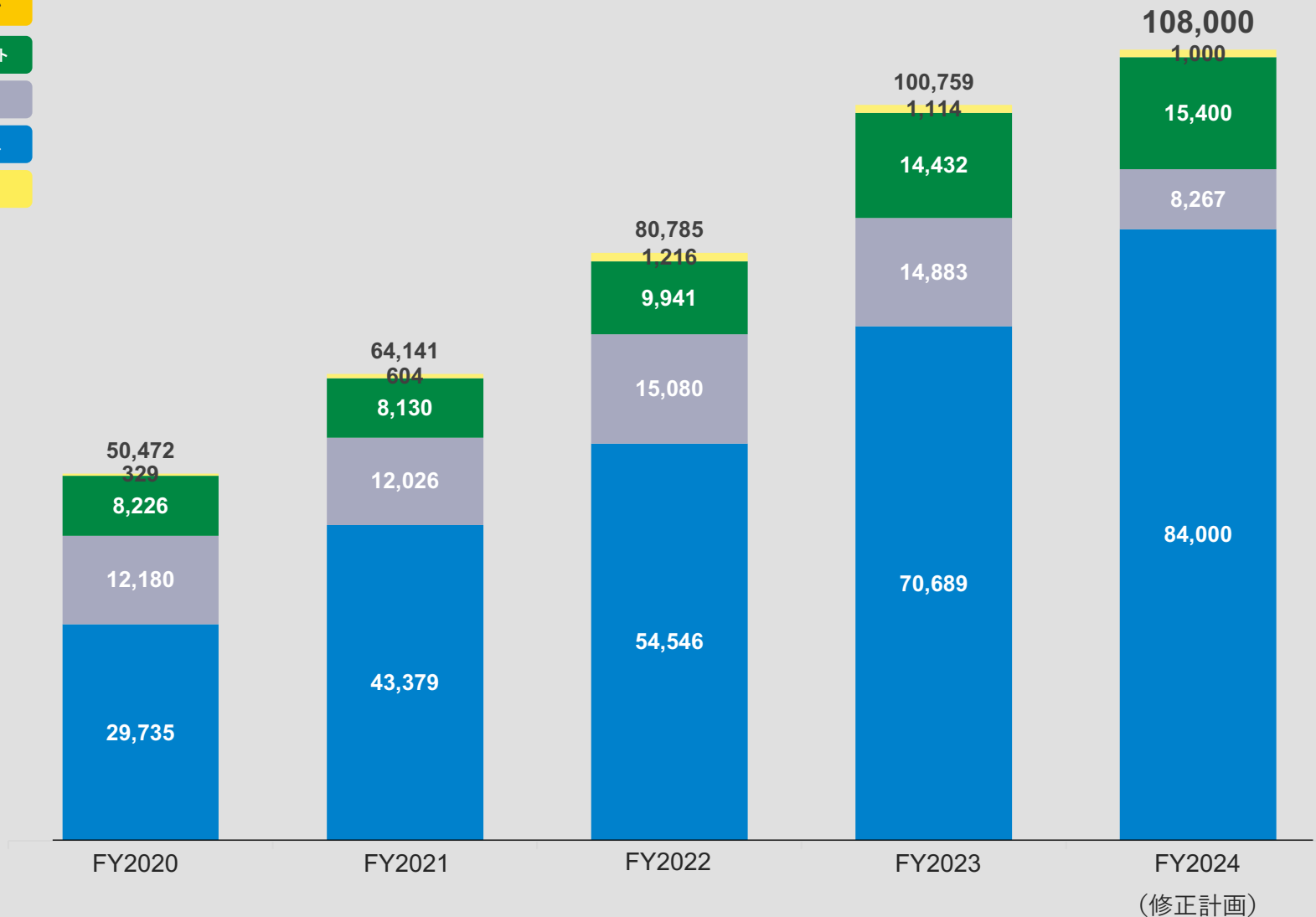
- 各エンタメ機能のUXを業界最高レベルに引き上げ、グッズ販売（オンライン&オフライン）からイベントまで一貫してサポートできる体制の構築

FY2024戦略

- **Groobee事業のさらなる拡大**
 - ▶ サービス付加価値を高め、マネタイズポイントを増やし、Take Rateを改善させる
 - ▶ EC運用の大部分をシステム化することによって運用効率をあげる

(単位：百万円)

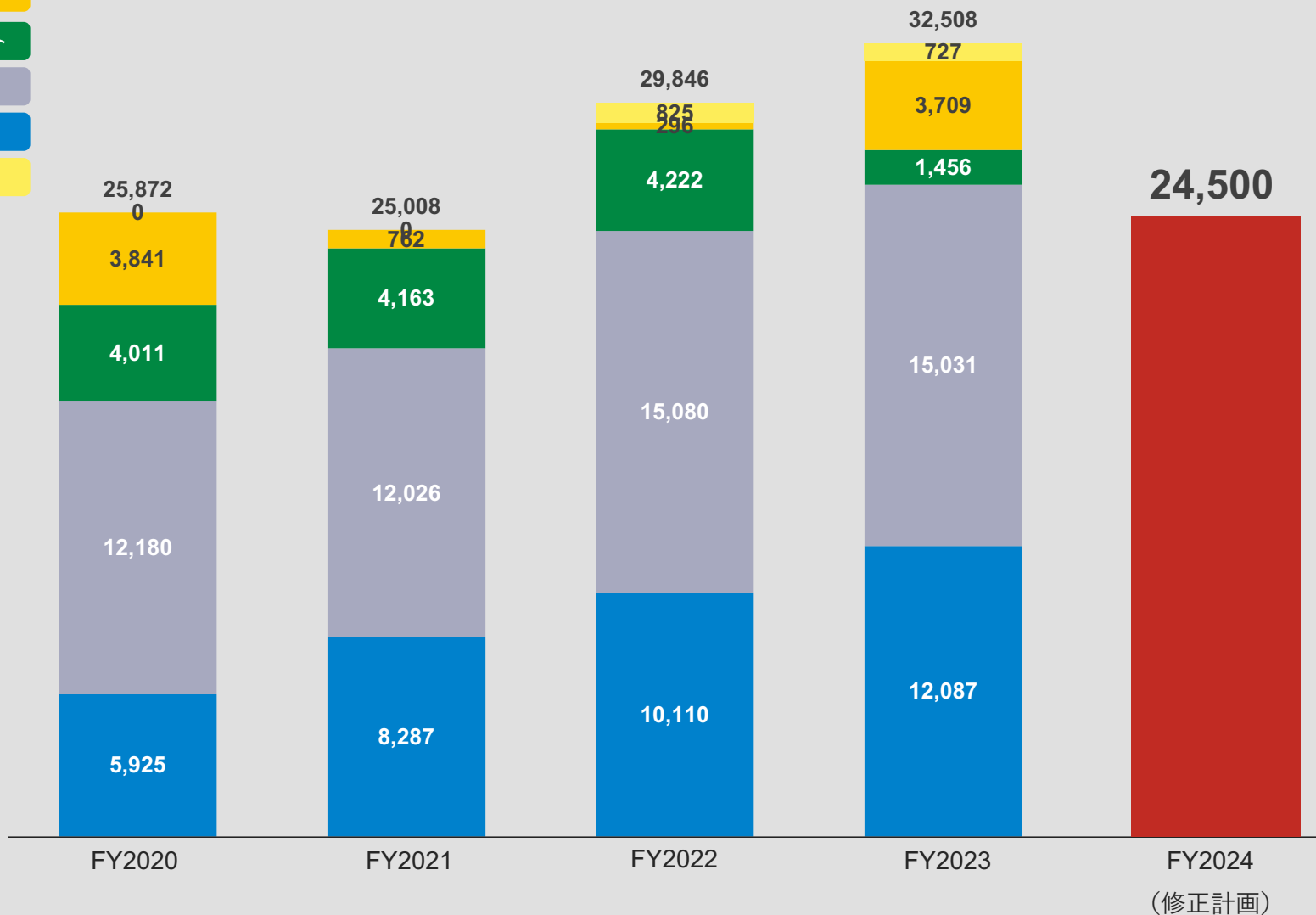
- インキュベーション
- エンターテインメント
- バリューサイクル
- グローバルコマース
- その他事業



※ 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。

(単位：百万円)

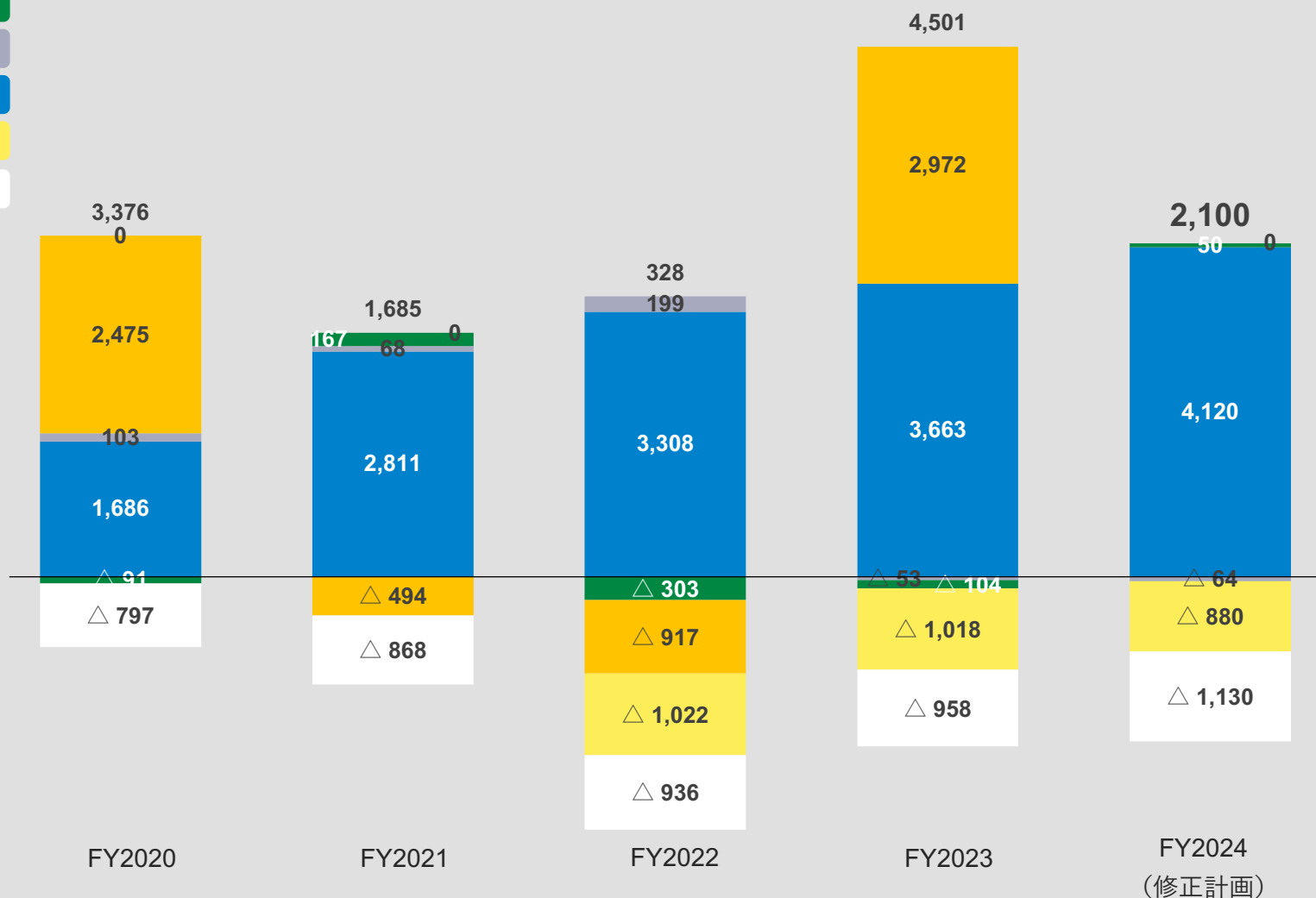
- インキュベーション
- エンターテインメント
- バリューサイクル
- グローバルコマース
- その他事業



※ 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。

(単位：百万円)

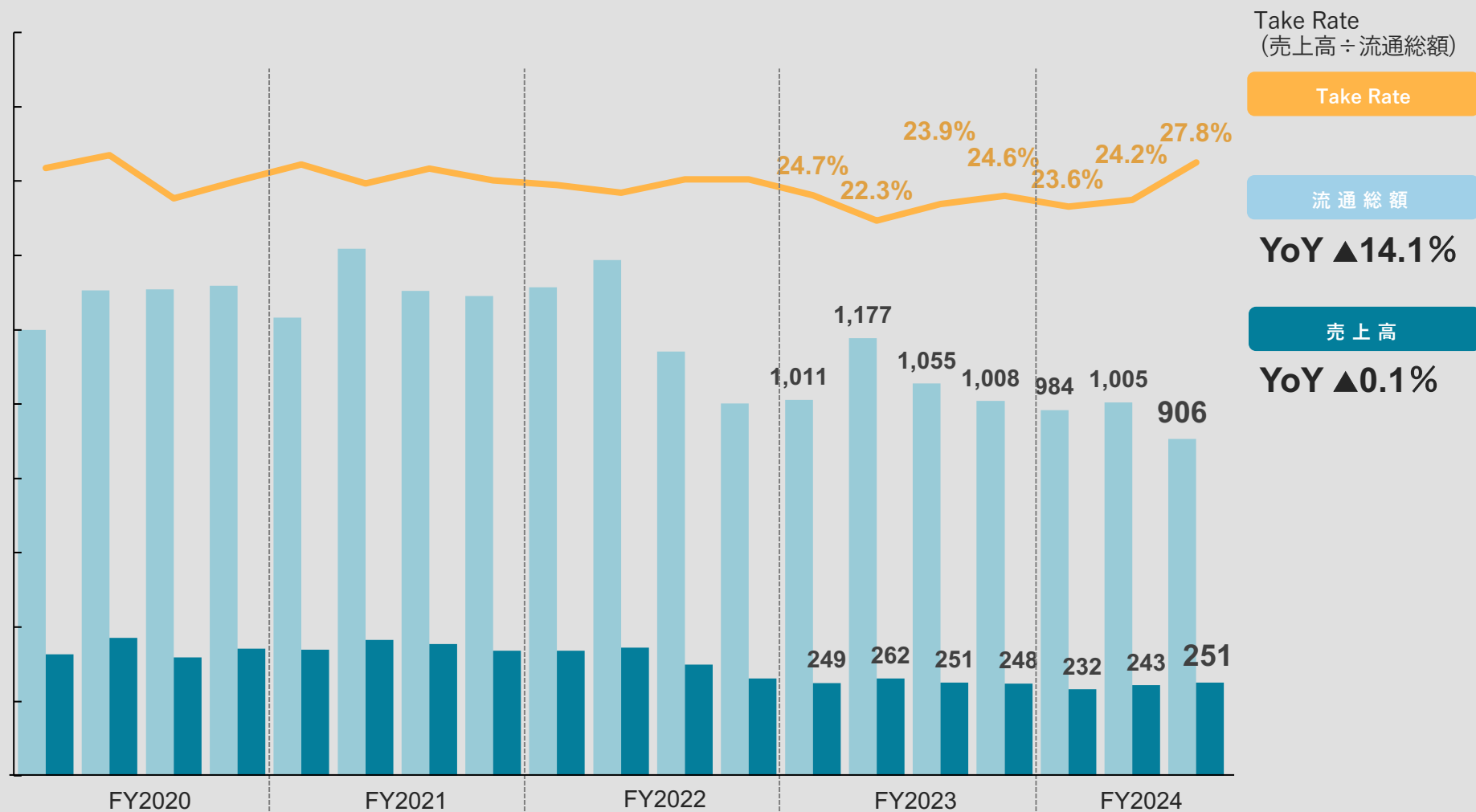
- インキュベーション
- エンターテインメント
- バリューサイクル
- グローバルコマース
- その他事業
- 全社費用



※ 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。

円安の影響が続き流通総額が減少

(単位：百万円)

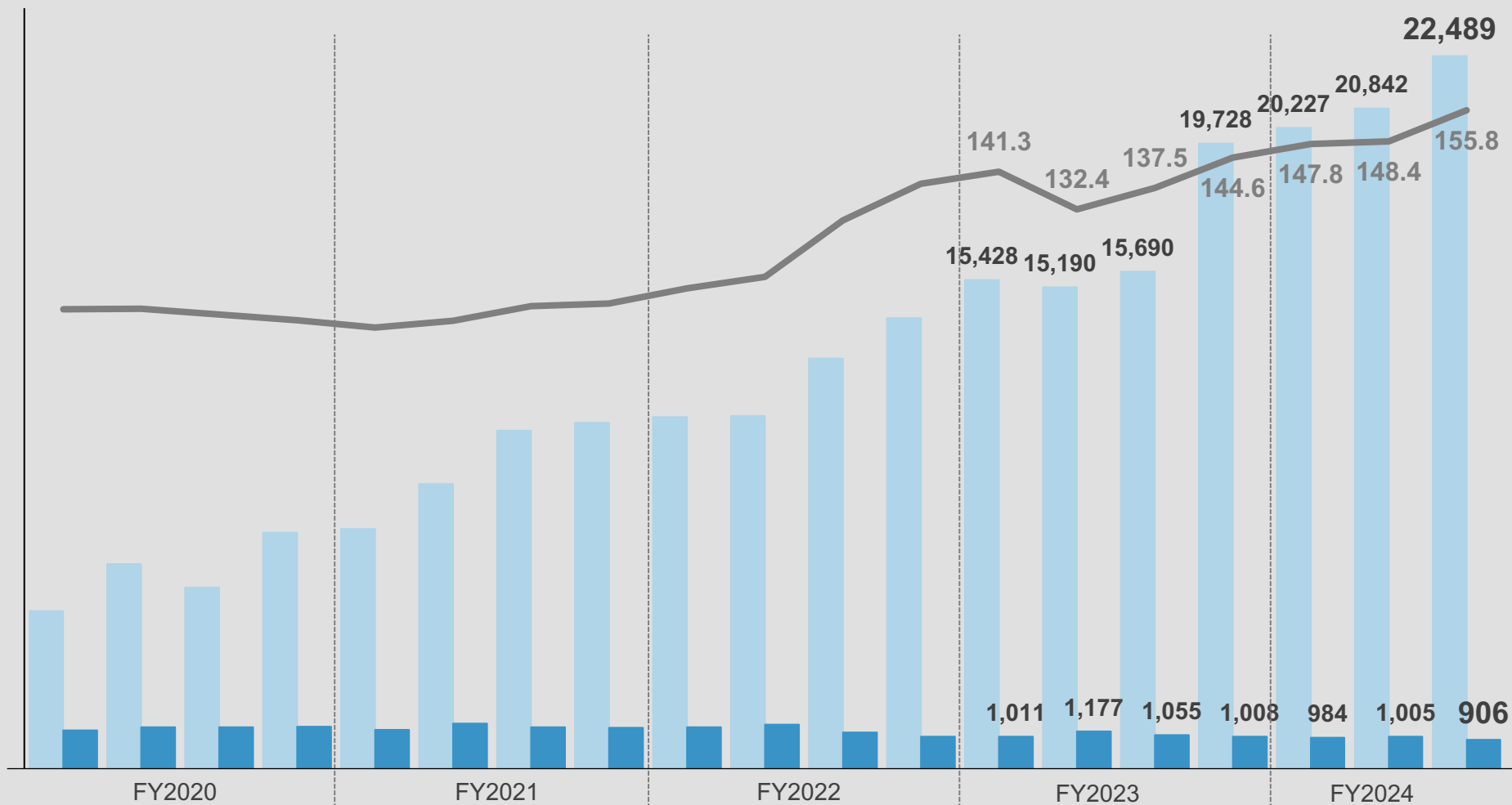


※FY20/3Qはカード決済に伴うチャージバックを販管費として処理していたものを売上から減算する会計処理に変更 (期初に遡及)

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6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 <small>akakçe</small> 香港 KOLEKTION (※)	フィリピン <small>paynamics</small> 韓国 Delivered (※) <small>KOREA</small>	<small>STAR RESORT</small>
5~10%	<small>droom</small> <small>buyhatke!</small>	ベトナム <small>Sendo.vn</small>		
0.5~5%	<small>NOBROKER</small> <small>Healthians</small> <small>industrybuying</small> <small>BUY FASTER BETTER CHEAPER</small> <small>Shiprocket</small>	インドネシア <small>Ralali.com</small> バングラデシュ <small>TallyPlus™</small> (旧Sure Cash)	<small>Vpon</small> <small>TakeMe</small> <small>Payke</small> <small>and,inc</small> <small>WAmazing</small> <small>WTT</small> <small>Airporter</small> <small>OniGO</small> <small>RESIDENCE TOKYO</small> <small>レジデンストーキョー</small> <small>Artis</small>	

(※) 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。



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。

05

参考資料



FY2023の取り組みとハイライト

気候変動対応から従業員の人権に絡めた状況の把握へすすめた

2022年11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

2022年11月：FY2022の温室効果ガス排出をグループすべてにおいて算出

2022年11月：TCFDに賛同

2022年12月：当社グループで取り扱うリユース商品の温室効果ガス削減効果を算出

2023年3月：当社グループ内での人権DD（内部）を実施

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	 12 つくる責任 つかう責任	 15 陸の豊かさも 守ろう	資源の効率的使用
	 13 気候変動に 具体的な対策を		気候変動の対策
S 社会	 9 産業と技術革新の 基盤をつくらう		消費者課題の解決とイノベーション
	 10 人や国の不平等 をなくそう		アジア地域の発展
	 8 働きがいも 経済成長も	 9 産業と技術革新の 基盤をつくらう	働きがいのある組織づくり
	 5 ジェンダー平等を 実現しよう		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

	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023
GHG総排出量 (tCO ₂ e)	-	35,855	59,362	66,276
SCOPE1 直接排出 (tCO ₂ e)	-	0	0	0
SCOPE2 間接排出 (tCO ₂ e)	-	442	549	480
SCOPE3 (tCO ₂ e)	-	35,414	58,813	65,796
リユース削減効果(アパレルのみ /tCO ₂ e)		7,560	9,592	12,365

※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

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

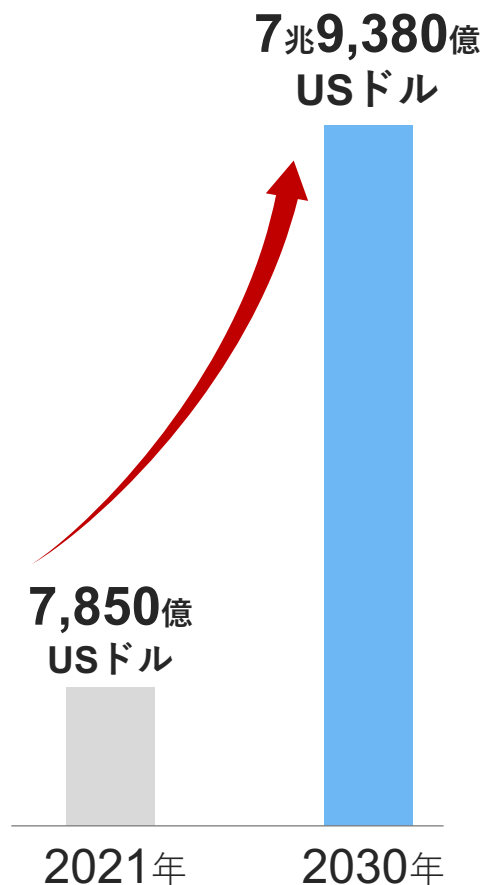
※1 FY2022よりデファクトスタンダードの従業員が当社グループ雇用となり増加

※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

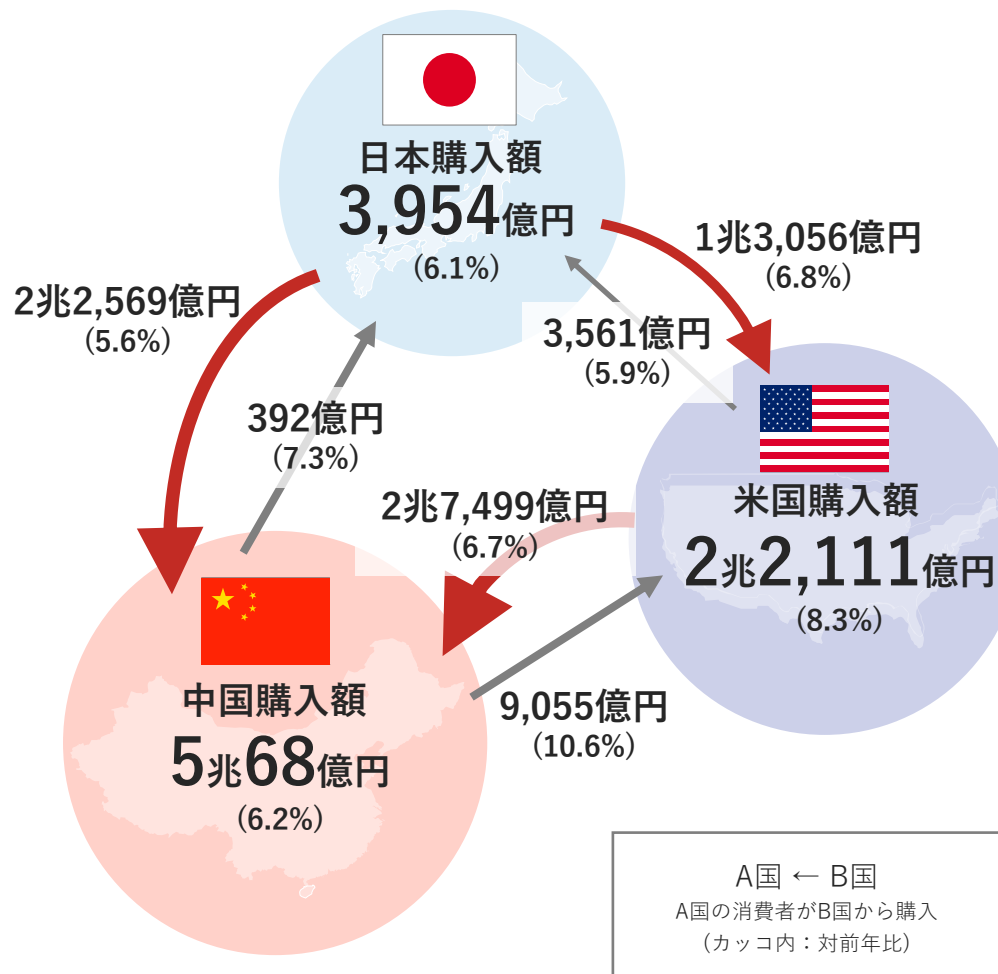
	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023
正社員における女性比率	34.9%	35.9%	39.9%	40.6%	40.6%
管理職における女性比率	13.3%	11.4%	16.0%	15.8%	15.8%
男性社員平均給与（月額/円）	451,483	474,201	473,494	502,992	516,802
女性社員平均給与（月額/円）	346,070	365,980	365,910	408,500	421,497
女性給与の男性給与比	76.7%	77.2%	77.3%	81.2%	81.6%
正社員の平均勤続年数	3年6ヶ月	3年10ヶ月	3年4ヶ月	3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



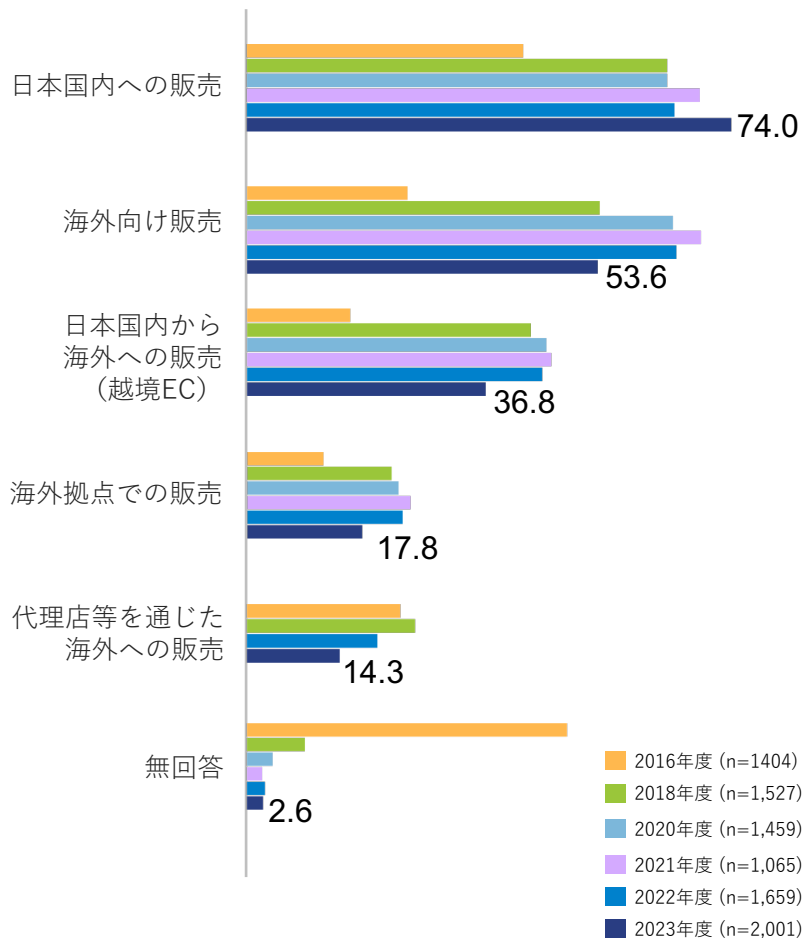
出所: 経済産業省 (令和5年8月) 発表データをもとに作成

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。

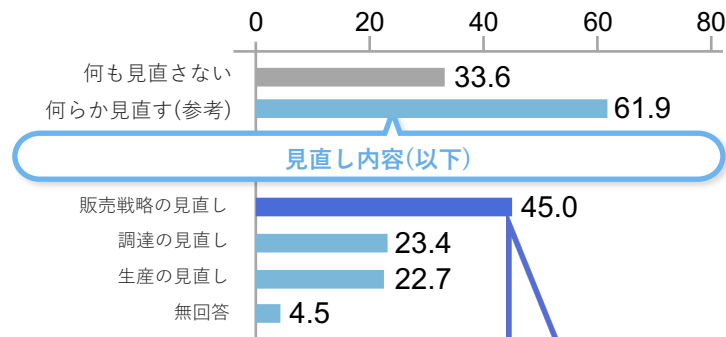
ECの利用状況（時系列）

（複数回答，%）

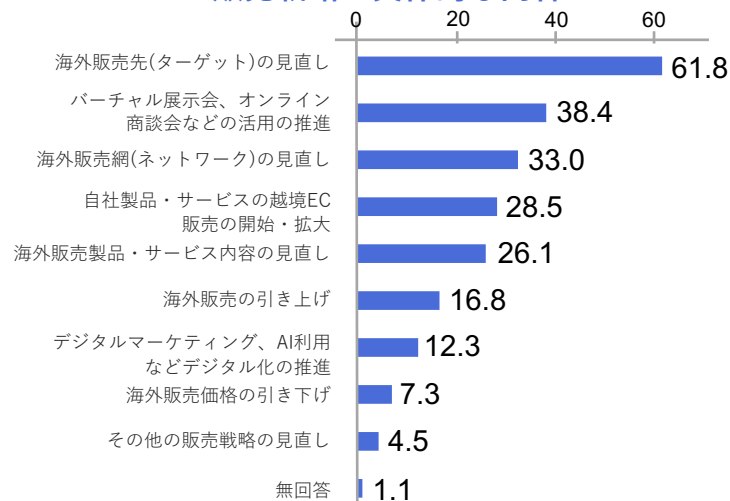


出所:日本貿易振興機構（JETRO）2024年3月レポートをもとに作成

海外ビジネスの見直し方針と見直し内容

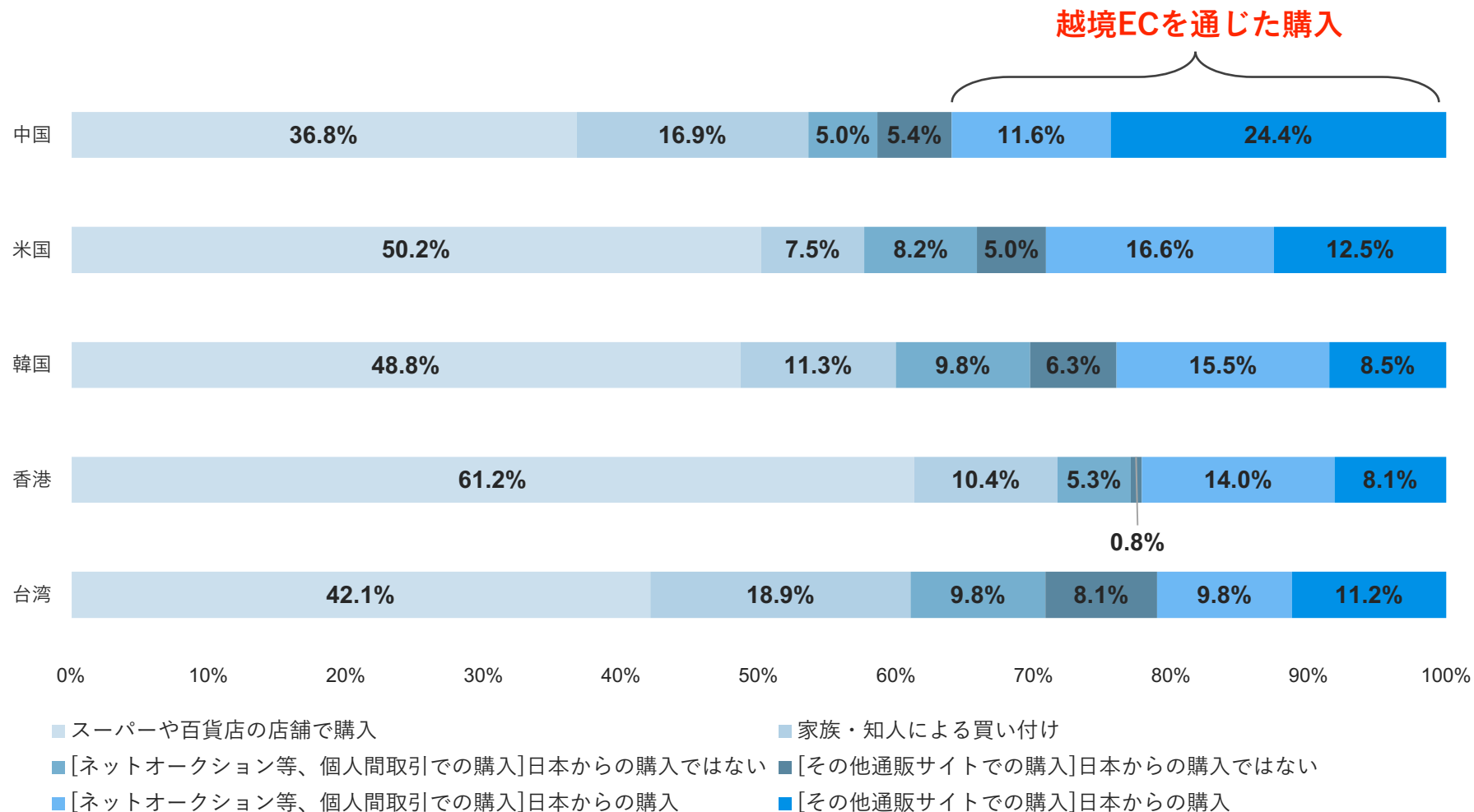


販売戦略の具体的な内容



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)