



2024年9月期 第2四半期 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

バリュー
サイクル
Value Cycle

リユース市場の**国境**を無くし、商品が**世界中**で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

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

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

連結

中期目標

連結営業利益 **50**億円

- ・ 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(期初業績予想) : **1,156**億円

セグメント利益

- FY2023(実績) : **35.0**億円- FY2024 (期初業績予想) : **45.7**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No1のポジション
- ・ グローバルコマースのFY2024流通総額はYoYで18%以上増の830億円超の見込み
- ・ バリューサイクルセグメントを譲渡、下期より連結外

インキュベーション

簿価 : **38**億円

2024年3月末時点

評価額 : **86**億円

2024年3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分は相殺見込み

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、連結決算において約8億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後、第3四半期に計上

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月末をもって譲渡完了

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



02

第2四半期の概要

2024年1月～2024年3月

連結

グローバルコマースが牽引し流通総額が27.6%増
営業投資有価証券の売却がなく、営業利益は減少

	実績	YoY
流通総額	300 億円	27.6 %増
売上高	81 億円	6.4 %増
営業利益	6.2 億円	35.9 %減

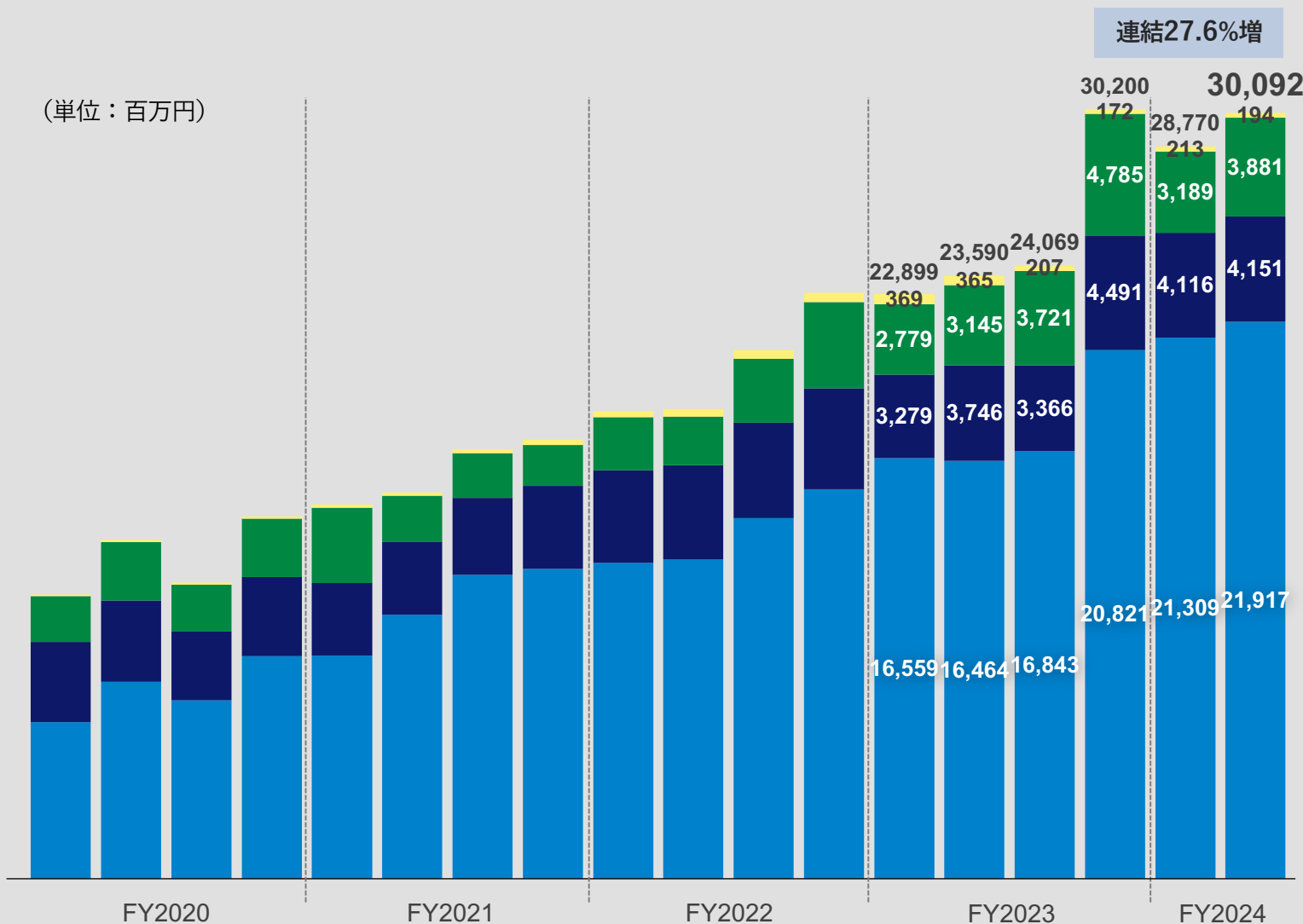
Eコマース事業

いずれのセグメントも流通総額、売上、営業利益が伸長
Eコマース事業は全セグメントで黒字

	実績	YoY
流通総額	299 億円	28.3 %増
売上高	81 億円	16.3 %増
セグメント利益	11.5 億円	27.6 %増

Eコマース事業が順調に成長、連結はYoYで27.6%増加

(単位：百万円)



その他事業

YoY 46.8%減

エンターテインメント

YoY 23.4%増

Groobee含めアーティストグッズ販売が順調に推移し増加

バリューサイクル

YoY 10.8%増

2Qは販売強化期間のため積極的な販売を実施

グローバルコマース

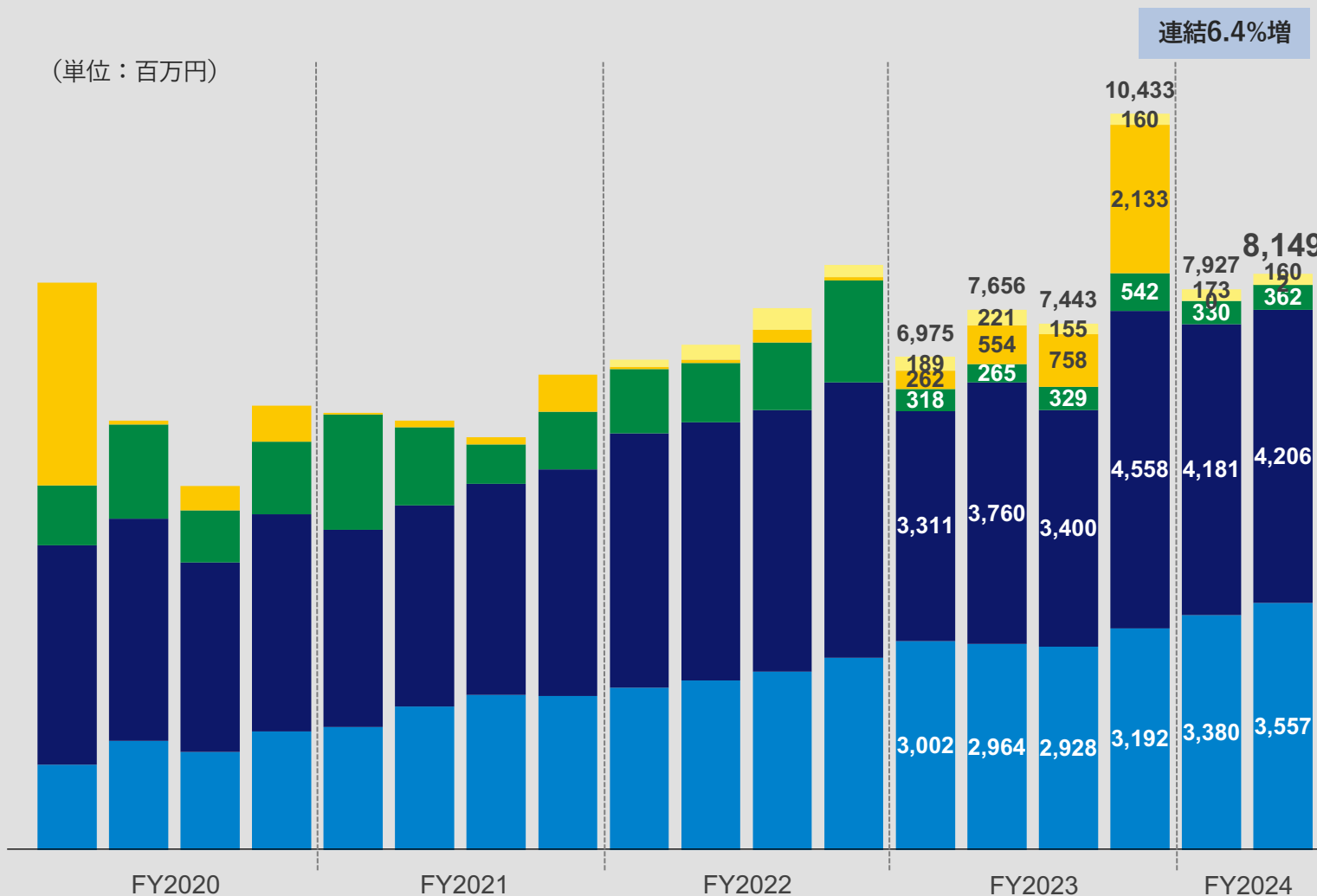
YoY 33.1%増

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

※ 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。

Eコマース事業の売上高がYoYで順調に伸長 一方、インキュベーションは投資売却がなく減少

(単位：百万円)



連結6.4%増

その他事業

YoY 27.4%減

インキュベーション

YoY 99.5%減

投資売却がなく減少

エンターテインメント

YoY 36.7%増

Groobee含めアーティストグッズ販売が順調に推移し増加

バリューサイクル

YoY 11.9%増

2Qは販売強化期間のため積極的な販売を実施

グローバルコマース

YoY 20.0%増

引き続き積極的なキャンペーンにより売上伸長

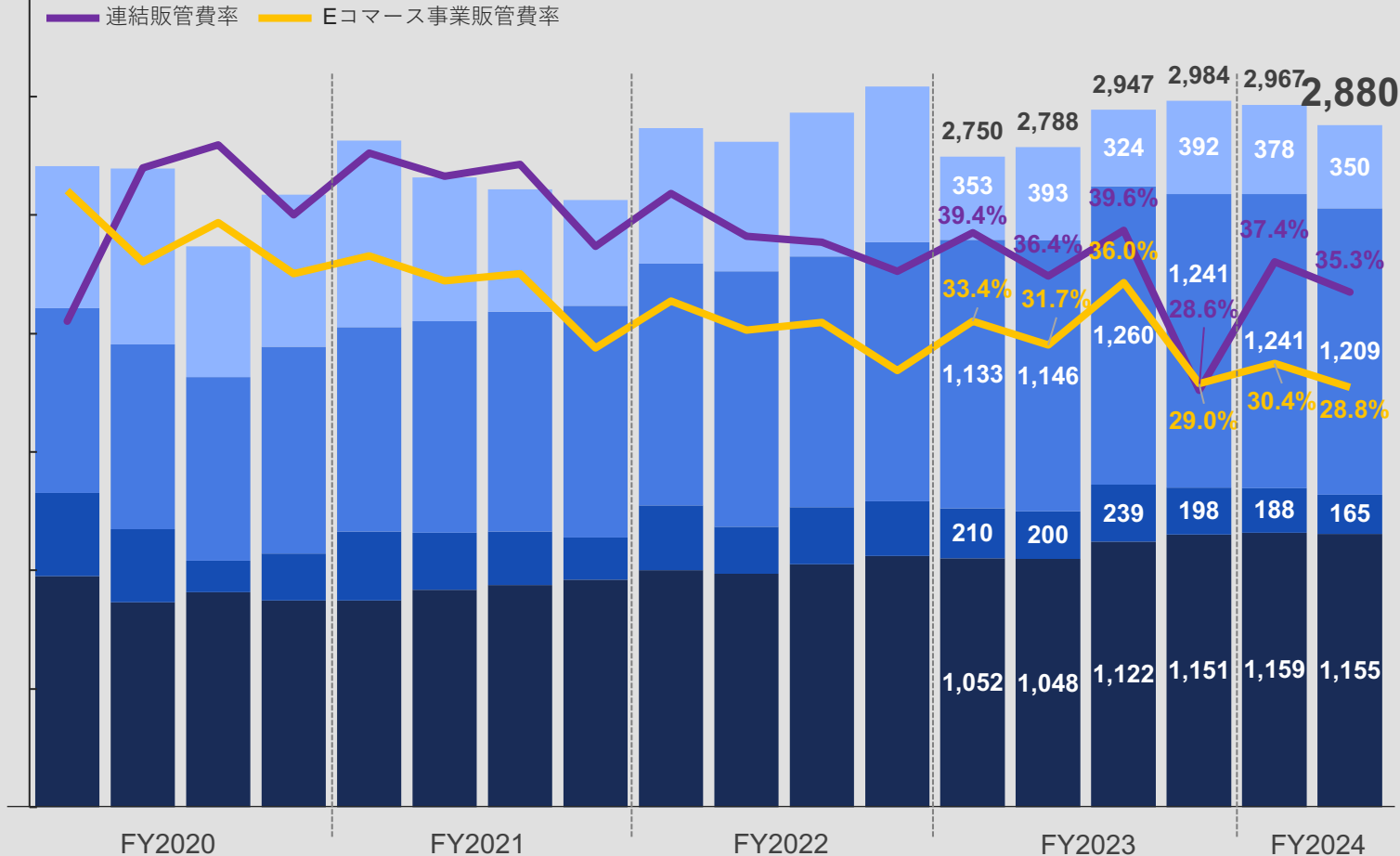
※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

Eコマース事業での売上増加に対して販管費が減少し

連結及びEコマース事業の販管費率がともに減少

(単位：百万円)

■ 人件費 ■ 広告費 + 販促費 ■ その他固定費 ■ 変動費
 — 連結販管費率 — Eコマース事業販管費率



連結販管費

QoQ 2.9%減

変動費

QoQ 7.4%減

その他固定費

QoQ 2.6%減

広告費 + 販促費

QoQ 12.4%減

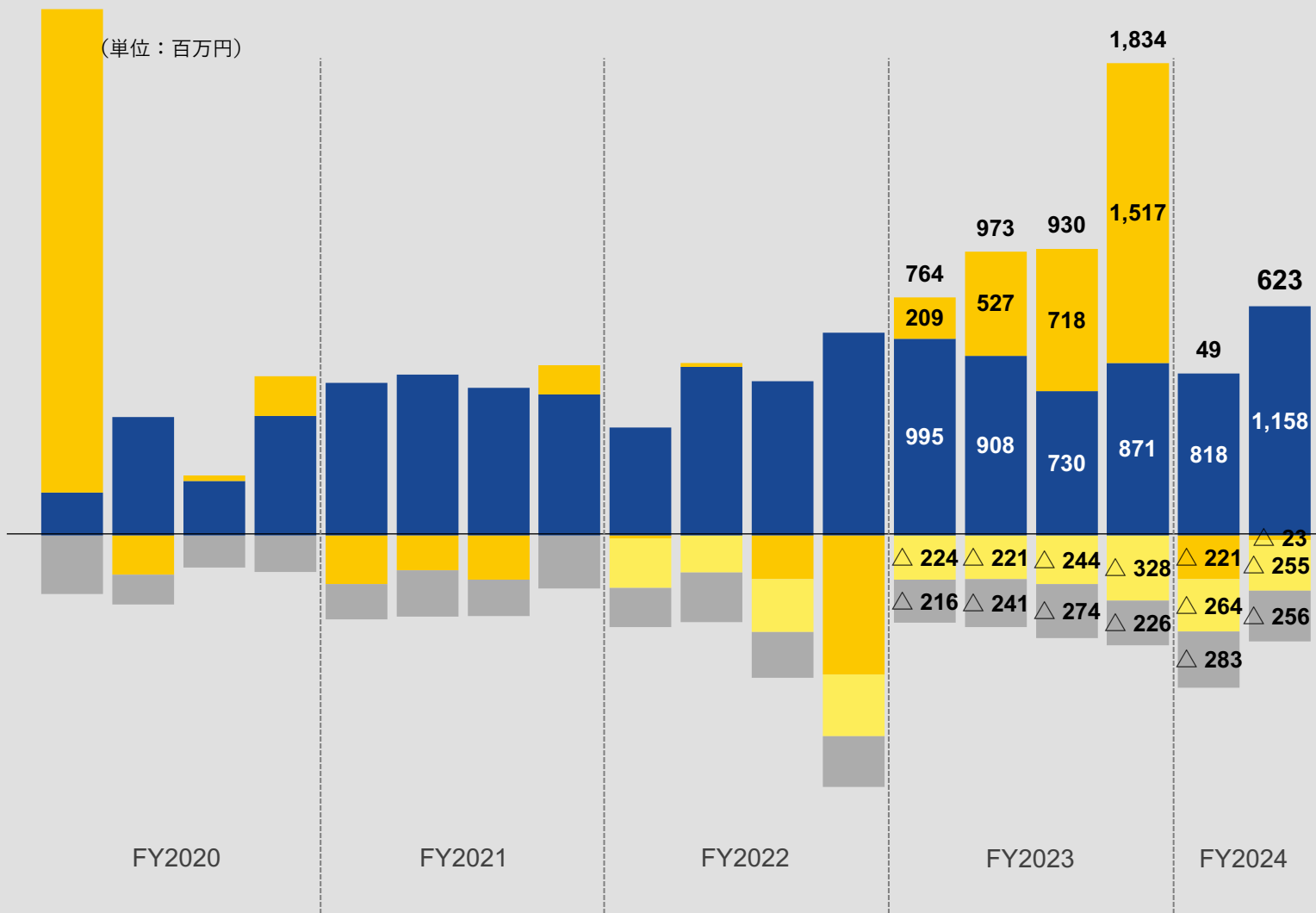
人件費

QoQ 0.3%減

※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で増加

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 35.9%減

Eコマース

YoY 27.6%増
全セグメントで増益

インキュベーション

営業投資有価証券の売却が発生せず

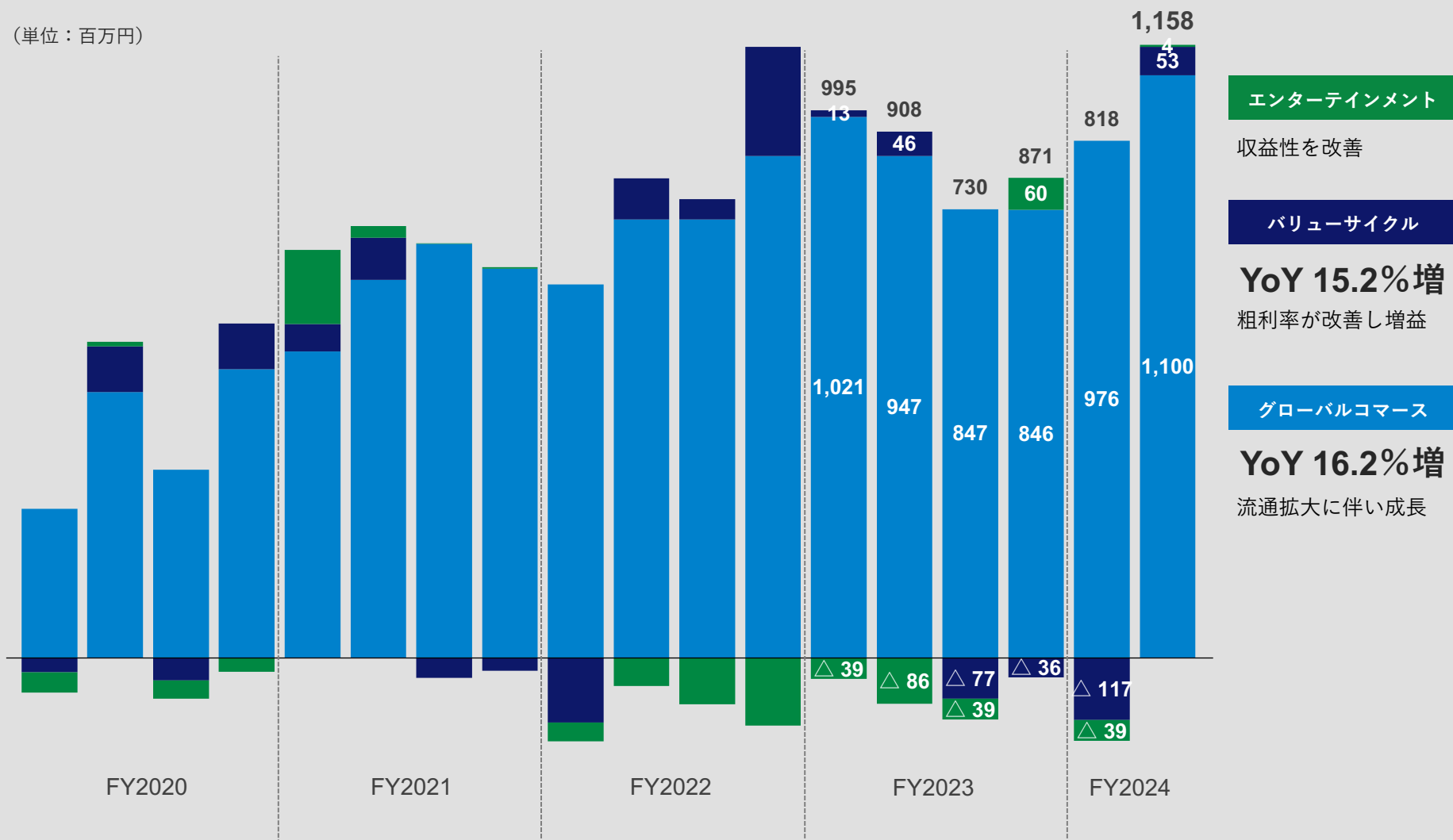
その他事業

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。

全セグメント増益しYoY27.6%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。

単位：百万円	1Q/FY2024 (2023年12月末)	2Q/FY2024 (2024年3月末)	前四半期末比
流動資産	22,598	24,139	1,540
現預金	8,701	12,073	3,372
売掛金	938	848	△89
営業投資有価証券	3,680	3,854	174
商品	2,857	2,128	△728
固定資産	5,115	5,361	246
有形固定資産	452	455	2
無形固定資産	319	339	19
投資有価証券	2,892	3,109	217
流動負債	14,819	15,691	871
買掛金	40	27	△13
短期借入金	4,250	4,250	0
1年内返済予定の長期借入金	400	400	0
固定負債	492	623	130
長期借入金	225	200	△25
純資産	12,401	13,186	784
自己株式	△1,531	△1,509	22
総資産	27,713	29,500	1,786

- ・ 評価による減少：4百万円
- ・ 為替変動による増加：178百万円

A faint, light-colored world map is visible in the background of the slide, centered behind the text. The map shows the outlines of continents in a light beige or cream color against the dark red background.

03

セグメントごとの 事業の振り返り

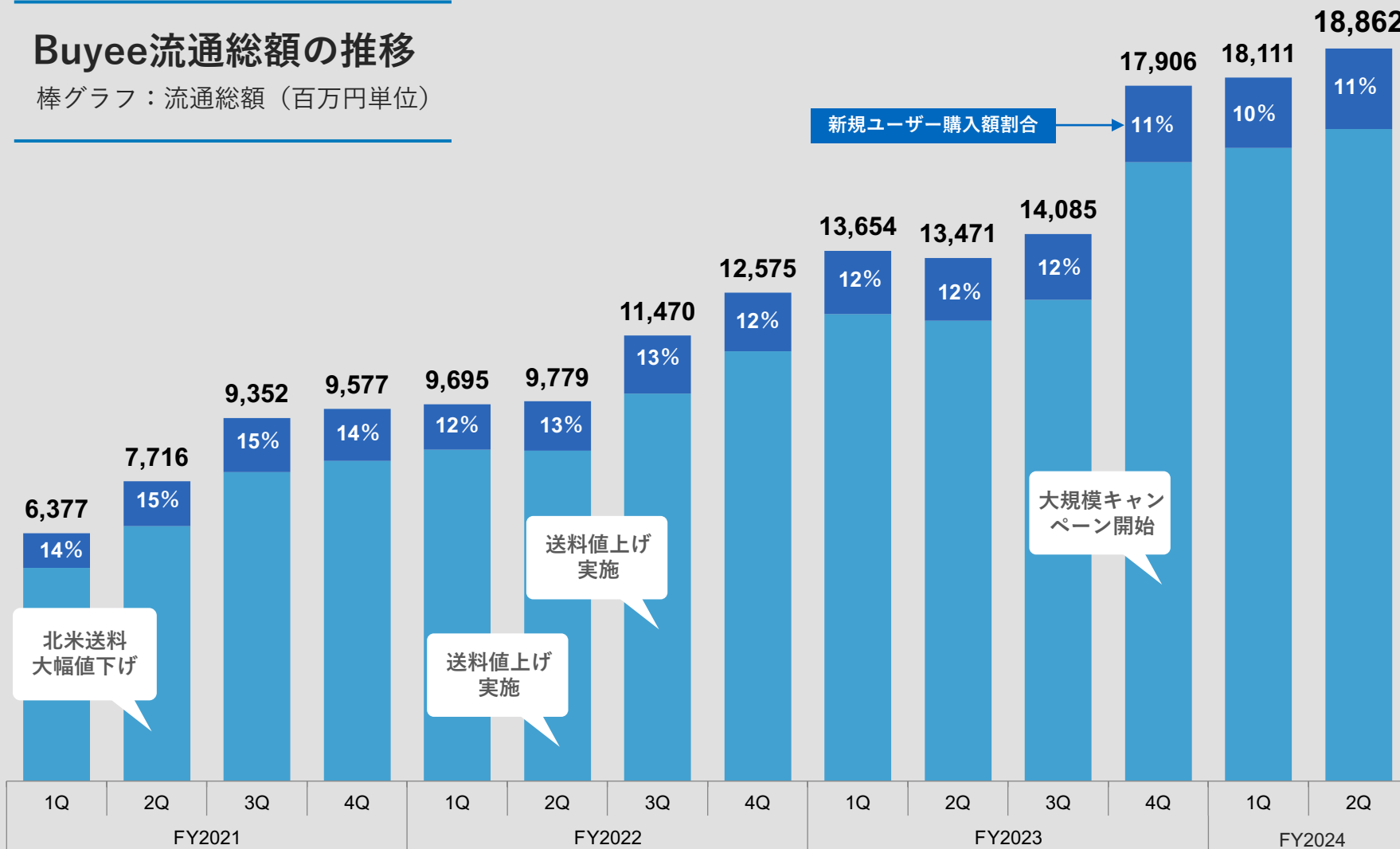
グローバルコマース



Buyeeの流通総額はYoY 40.0%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により流通、営利ともにQoQで伸長

2Qの主なトピック

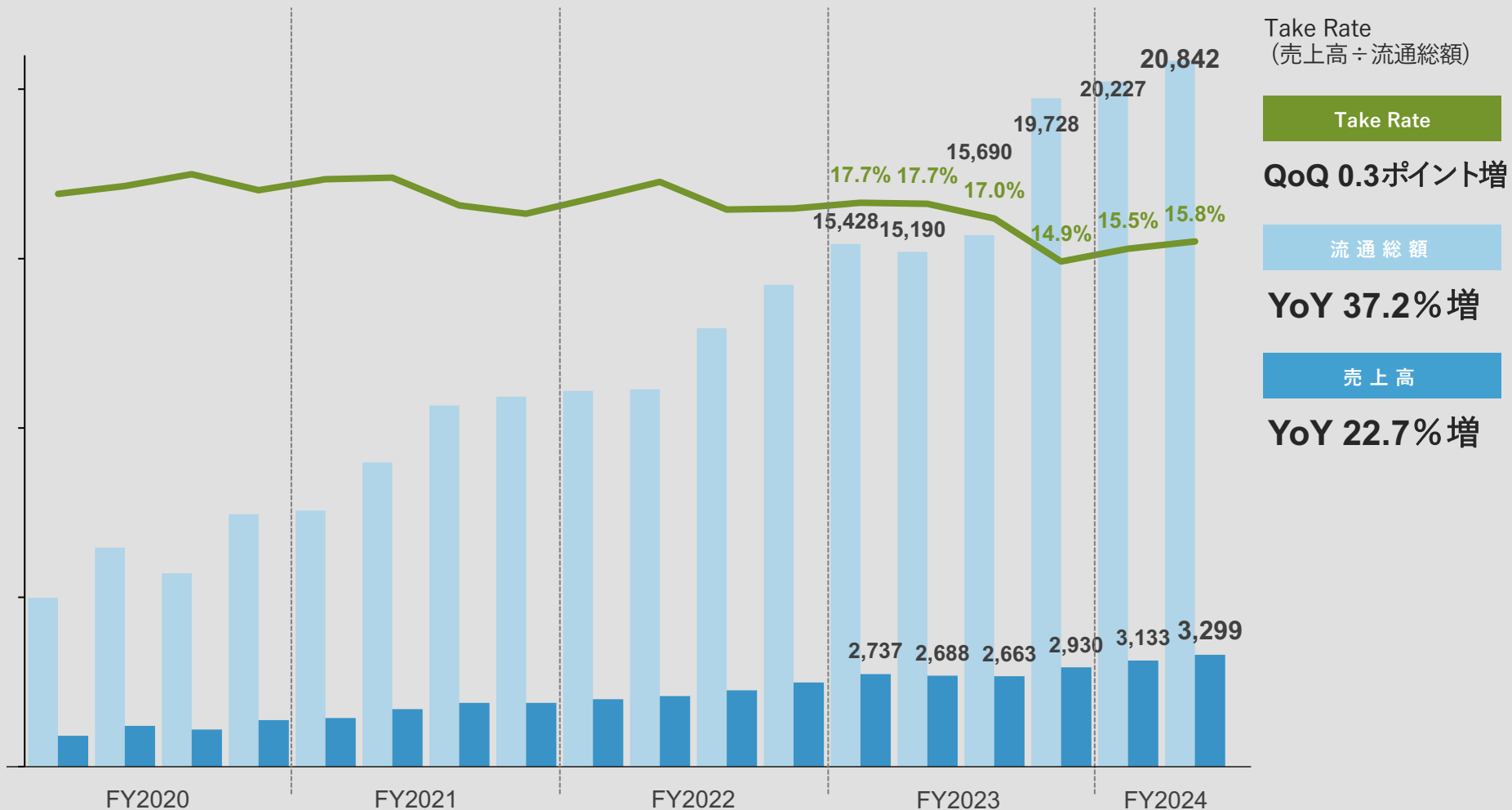
- 流通総額はYoYで引き続き強い伸びを見せる
 - ▶ 積極的なキャンペーンを引き続き実施、流通総額はYoYで好調に推移
 - ▶ アメリカ、香港、台湾といった上位国の流通が順調に積み上がる
 - ▶ 円安傾向が続き、為替も追い風の状況
- 営業利益も増加
 - ▶ 流通総額の伸長に伴い利益も増加
 - ▶ キャンペーン内容のパーソナライゼーションにより利益率がQoQで改善

2Qの主なリリース

- アパレルブランド「louren」、ビジネスブランド「D'URBAN」のサポート開始
- 「越境EC×アニメ ヒットランキング2023」を発表（3/18）

キャンペーン施策の効率化が進み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

 **BEENOS**

アーティストのグッズ販売が好調でYoYで流通総額が伸長

2Qの主なトピック

アーティスト
グッズ販売

- 大型ライブイベント開催に伴うグッズ販売が好調でYoYで流通増加

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
 - ▶ 大型EC案件の獲得も順当に進み流通増加に寄与
 - ▶ Groobeeの利用者数は延べ62万人を突破
 - ▶ オペレーションのシステム化を進め効率化を図る

2Qの主なリリース

- ぬいぐるみのECモールショップ「サン・アロー公式オンラインショップ」の運営のサポートを開始（2/27）
- 「夏目友人帳 アニメ公式オンラインストア」の韓国販売のサポートを開始（2/29）



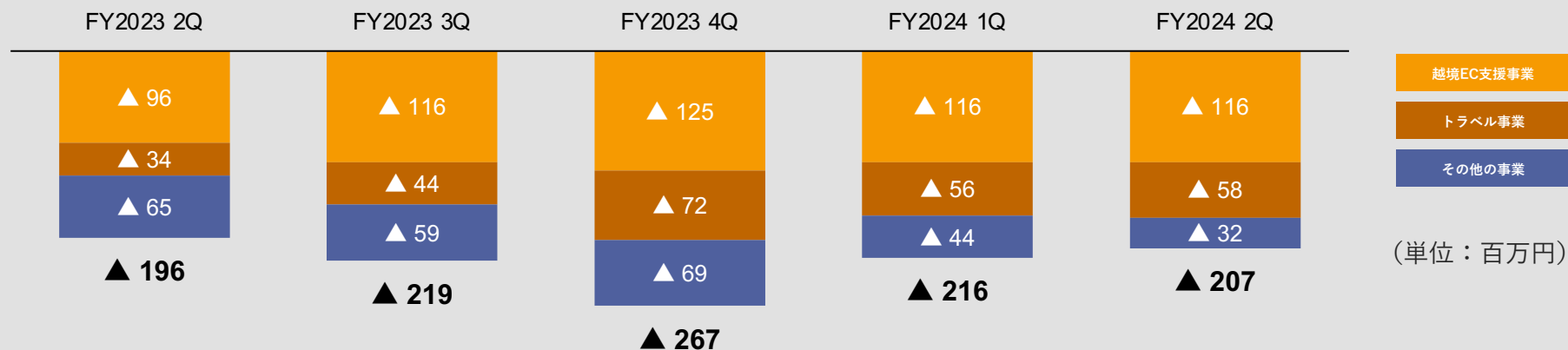
A light blue world map is centered on a dark blue background. The map shows the outlines of continents in a light blue color. The text is overlaid on the map.

その他事業 (新規事業)

事業開発投資の状況

QoQで赤字幅は微減

- ▶ 越境EC支援事業、トラベル事業：コスト横ばい
- ▶ その他の事業：eスポーツ事業の撤退により赤字縮小



※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。

A faint, light-colored world map is visible in the background of the slide, centered behind the text.

04 業績予想(修正)

FY2024 業績予想の修正について

バリューサイクル事業の譲渡及び当第2四半期連結累計期間の業績を踏まえ、業績予想を修正

	FY2024 修正前	FY2024 修正後	増減	
流通総額	1,175億円	1,080億円	▲95億円	事業譲渡による減少
売上高	336.2億円	245.0億円	▲91.2億円	
営業利益	28.3億円	21.0億円	▲7.3億円	事業譲渡による減少、 その他事業の進捗の遅れ、 外形標準課税の適用等による減少に加え、 事業譲渡関連費用の追加 や工期延長に伴う本社移 転費用の増加により全社 費用が増加
親会社株主に帰属する 当期純利益	15.6億円	15.6億円	一億円	事業譲渡での特別利益計 上と外形標準課税の適用 により純利は期初水準を 維持

グローバルコマース

	修正前	修正後	増減額	
流通総額	835 億円	840 億円	+5 億円	上期の順調な進捗を踏まえ通期でも増加見込
セグメント利益	41.8 億円	41.2 億円	▲0.6 億円	外形標準課税の適用により、租税公課が増加し営業利益が減少（▲80百万円の方、純利益は押し上げ）

エンターテインメント

	修正前	修正後	増減額	
流通総額	154 億円	154 億円	— 億円	変更なし
セグメント利益	0.7 億円	0.5 億円	▲0.2 億円	上期販売実績の利益率を考慮し修正

インキュベーション

	修正前	修正後	増減額	
セグメント利益	0.0 億円	0.0 億円	— 億円	変更なし

その他事業

	修正前	修正後	増減額	
流通総額	21 億円	10 億円	▲11 億円	越境EC支援事業の進捗に遅れ
セグメント利益	▲7.1 億円	▲8.8 億円	▲1.7 億円	越境EC支援事業の進捗に遅れ。トラベル事業は下期以降、赤字を圧縮。

バリューサイクル

	修正前	修正後	増減額	
流通総額	167 億円	82.6 億円	▲84.3 億円	事業譲渡により上期実績のみ反映
セグメント利益	3.2 億円	▲0.6 億円	▲3.8 億円	事業譲渡により上期実績のみ反映

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

▶ 中期的にROE10%以上を保持する

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

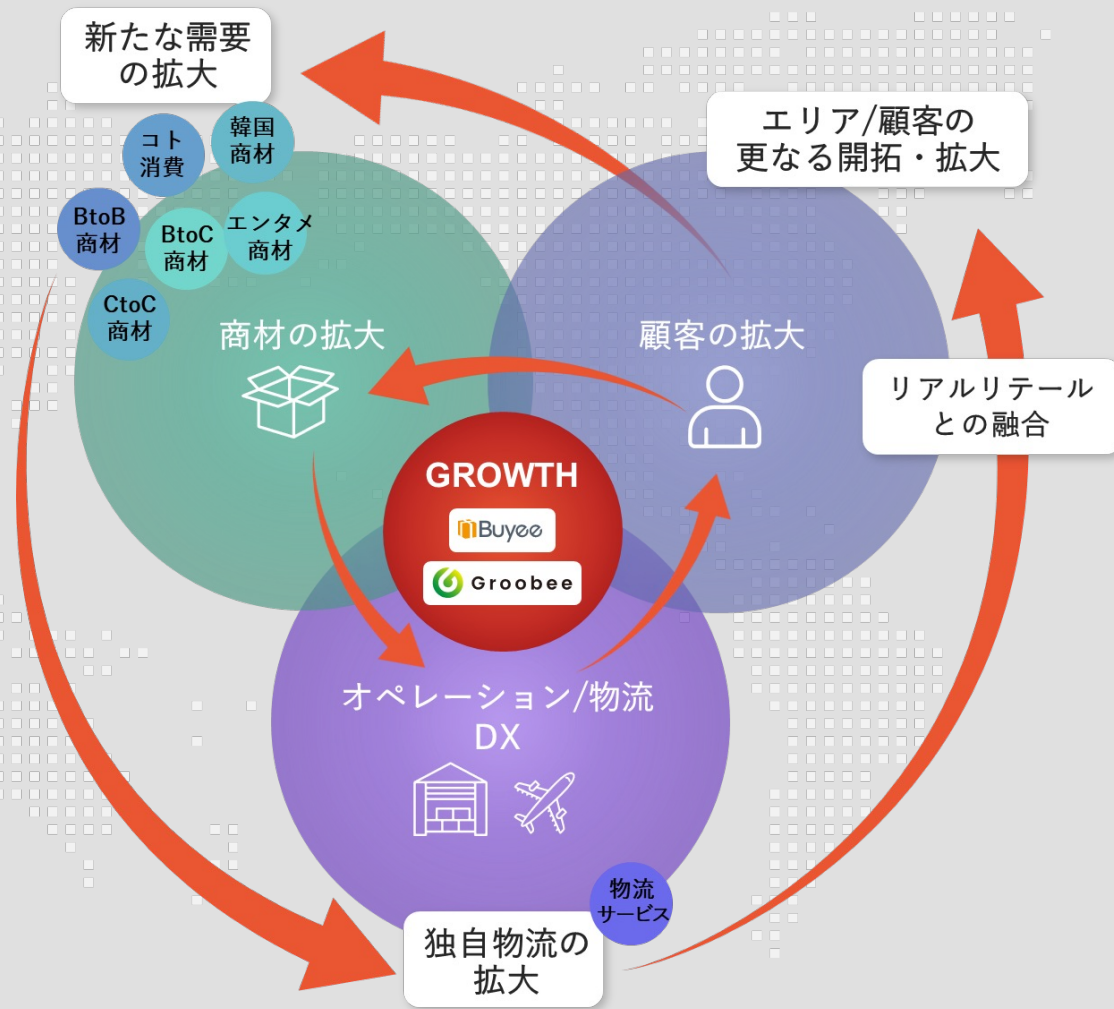
50億円を目指す

※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

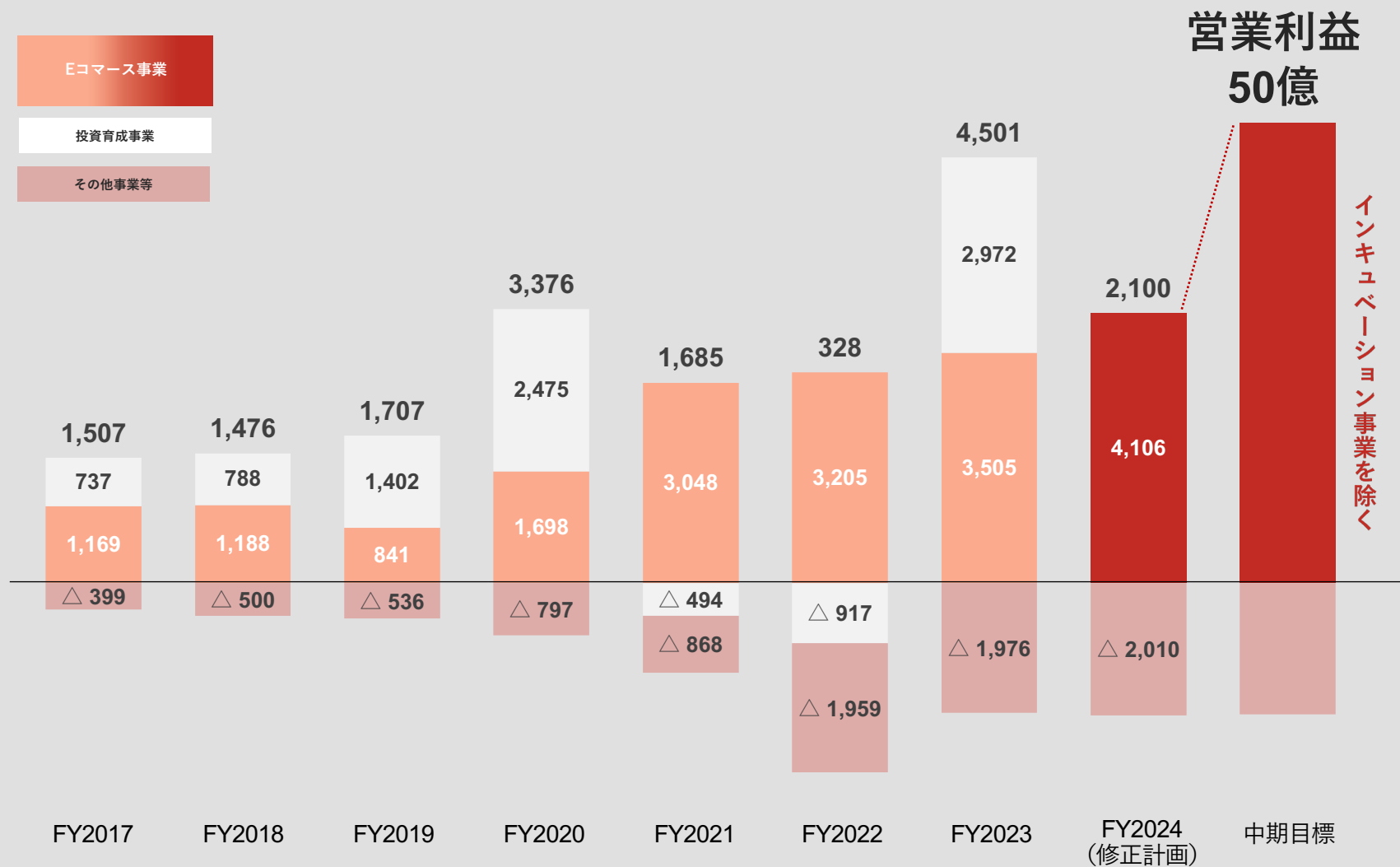




05

補足資料

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 2Q末時点

潜在株式数（ストックオプション）：1,202,130株

自己株式数：791,333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

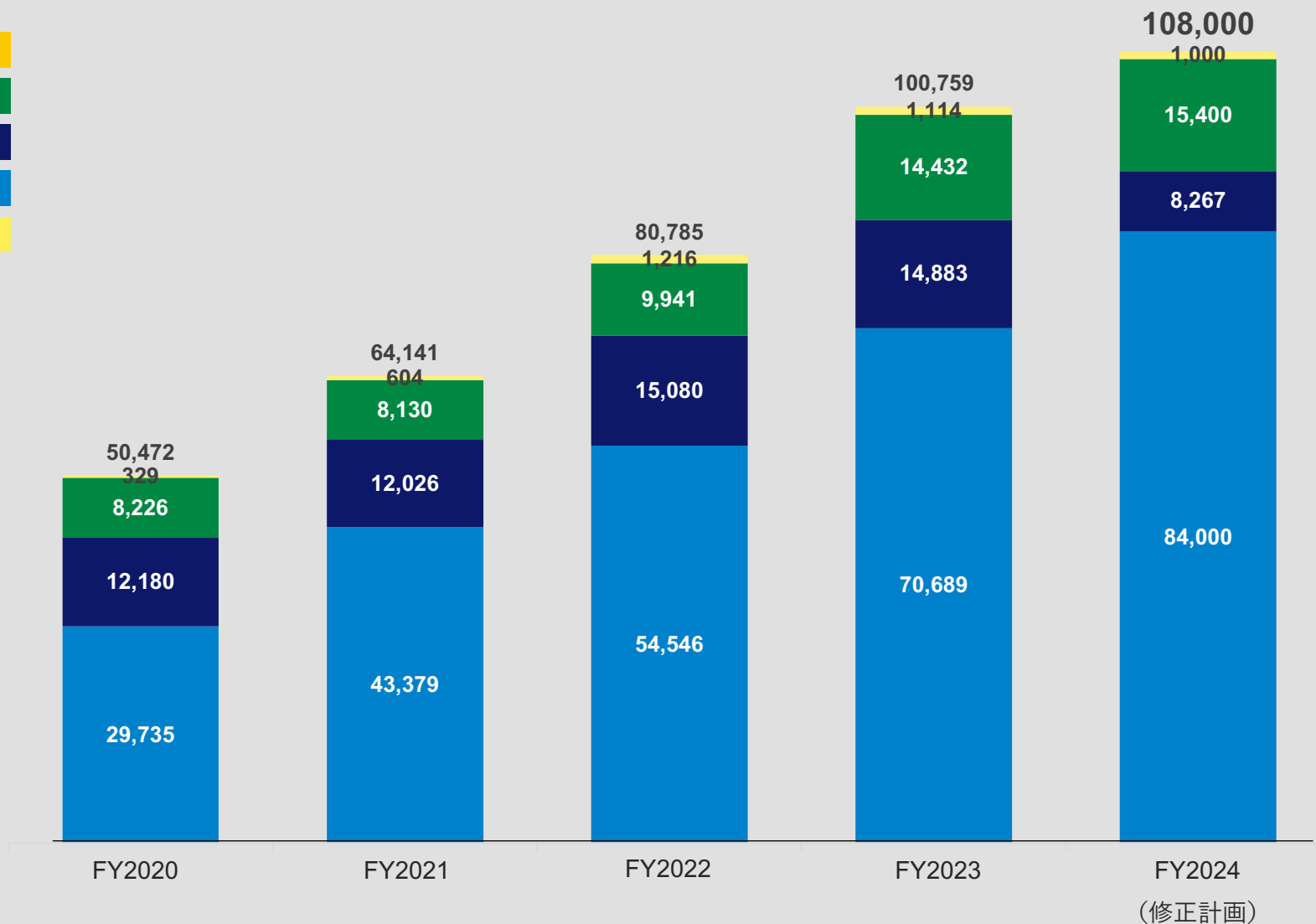
中期戦略

- 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

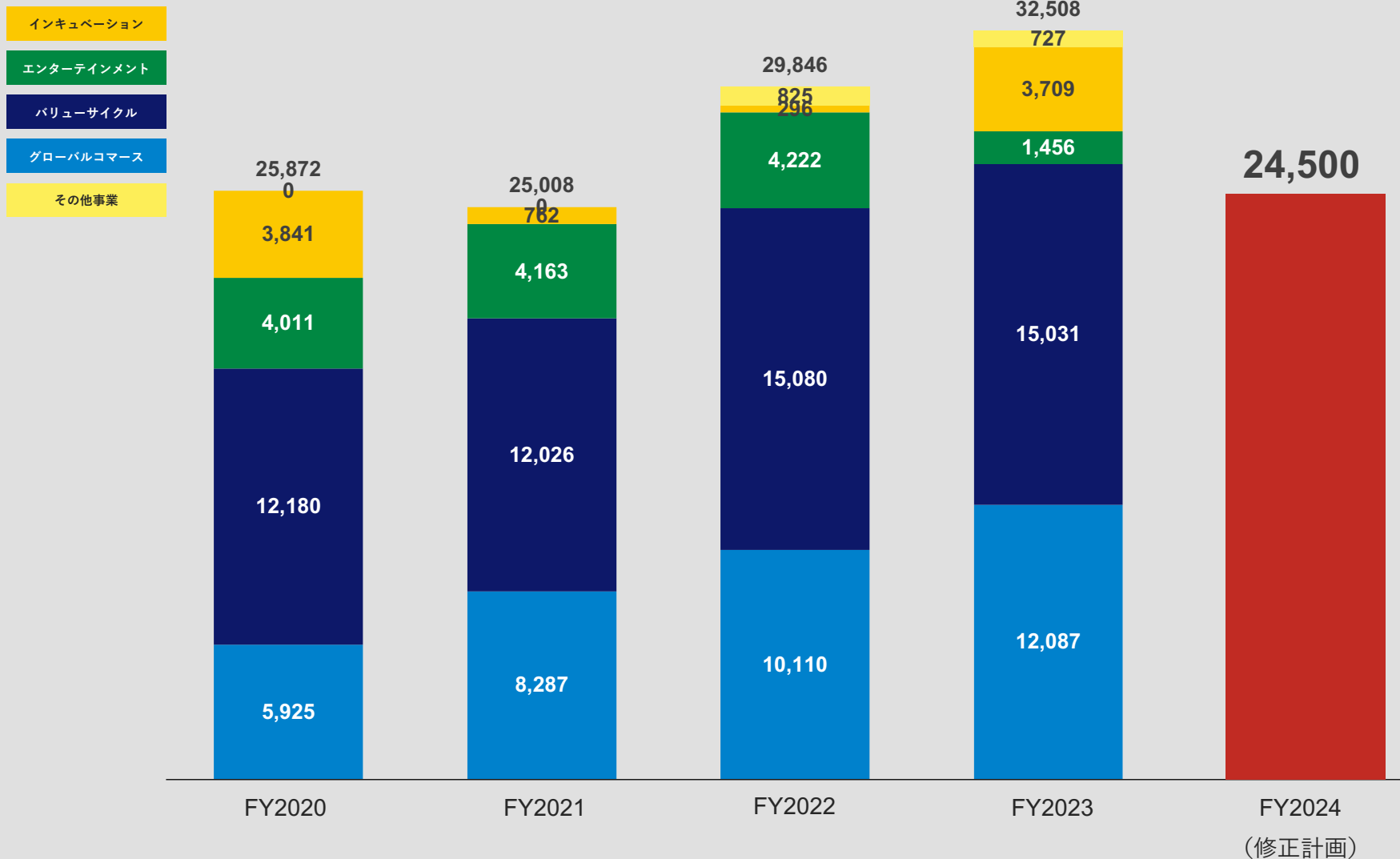
- Groobee事業のさらなる拡大
 - ▶ サービス付加価値を高め、マネタイズポイントを増やし、Take Rateを改善させる
 - ▶ EC運用の大部分をシステム化することによって運用効率をあげる

(単位：百万円)



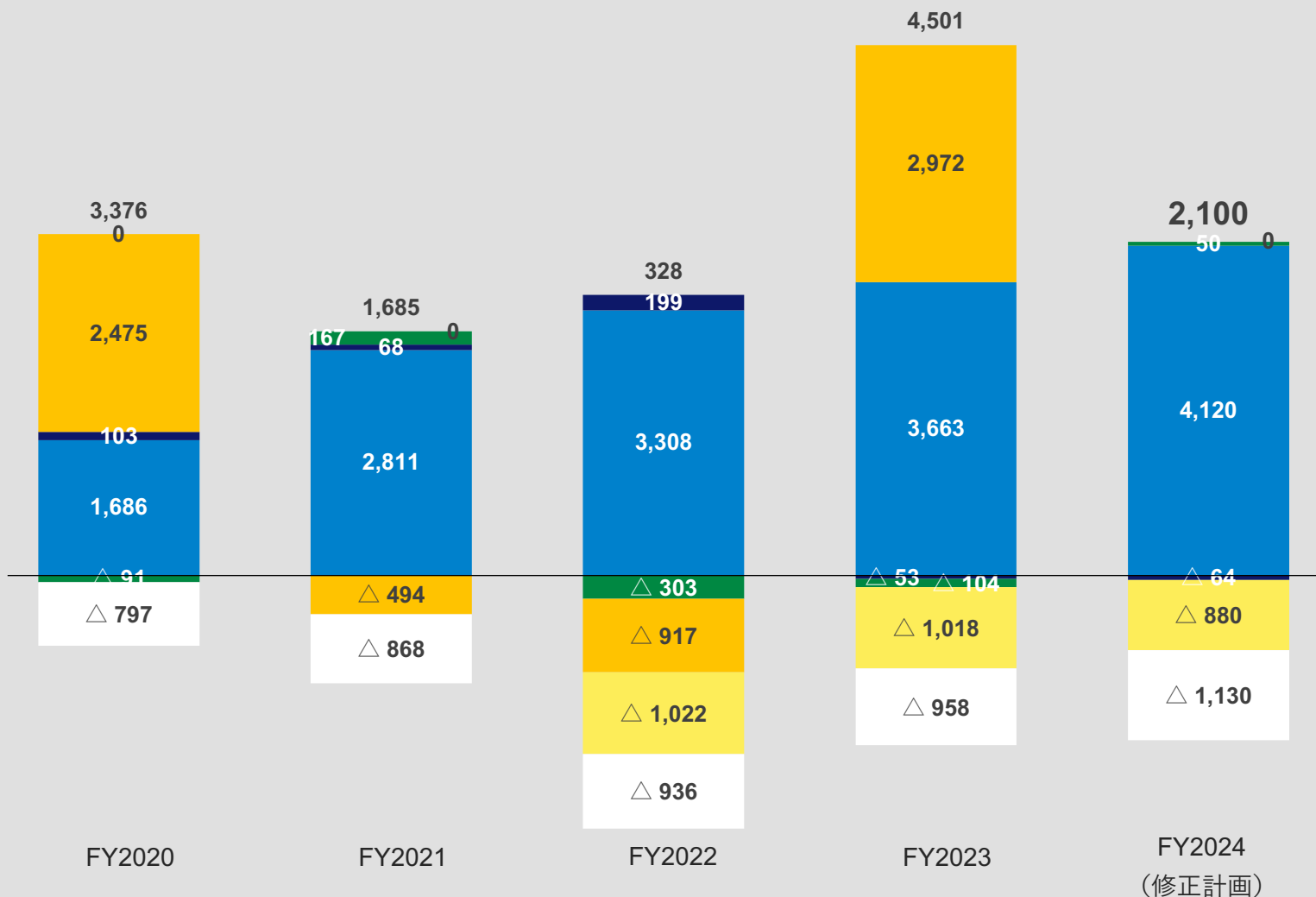
※ FY2023よりセグメント区分の変更を行っており、FY2022の数値も新しいセグメントに組み替えて表示しております。

(単位：百万円)



※ 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。

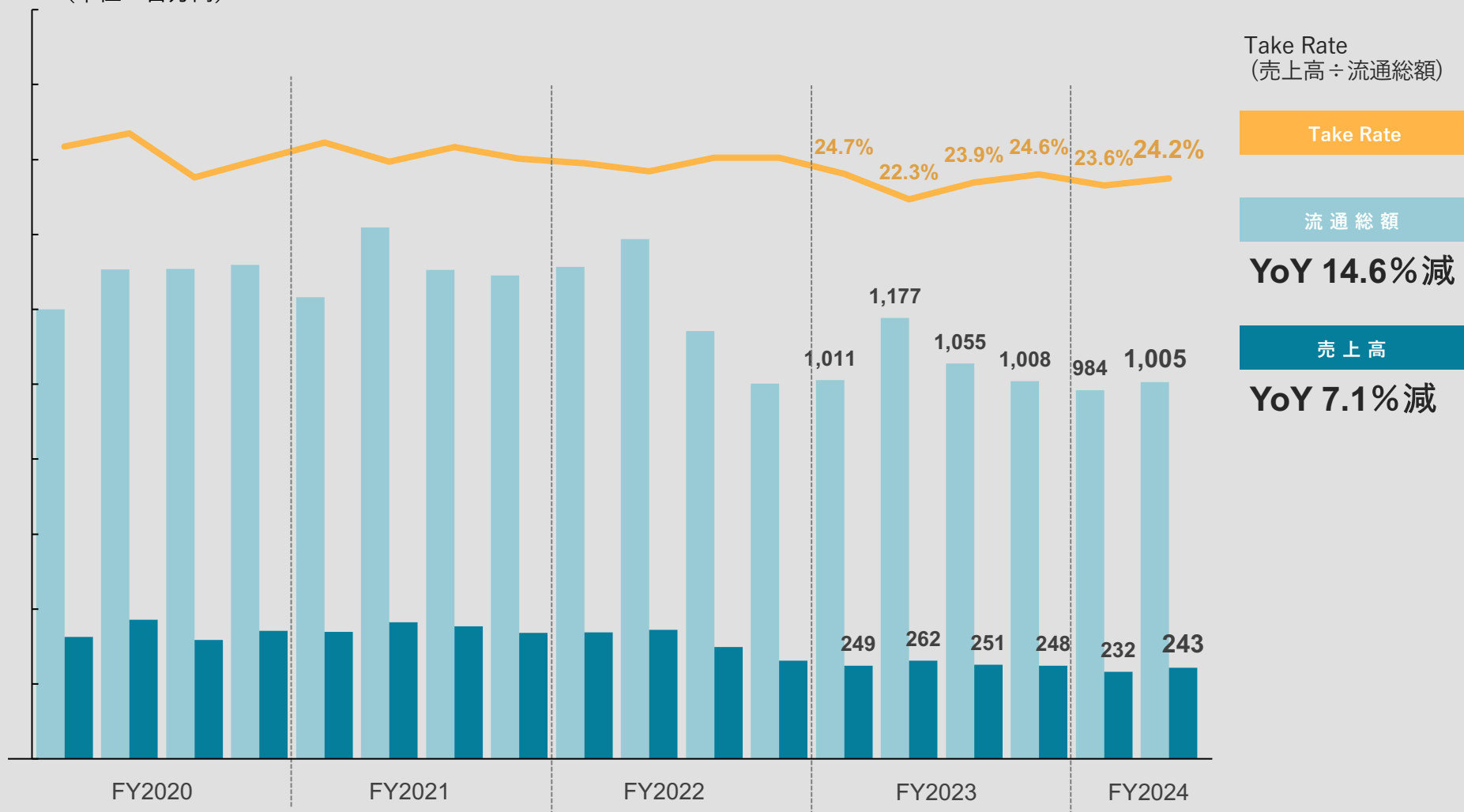
(単位：百万円)



※ 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・売上が減少

(単位：百万円)

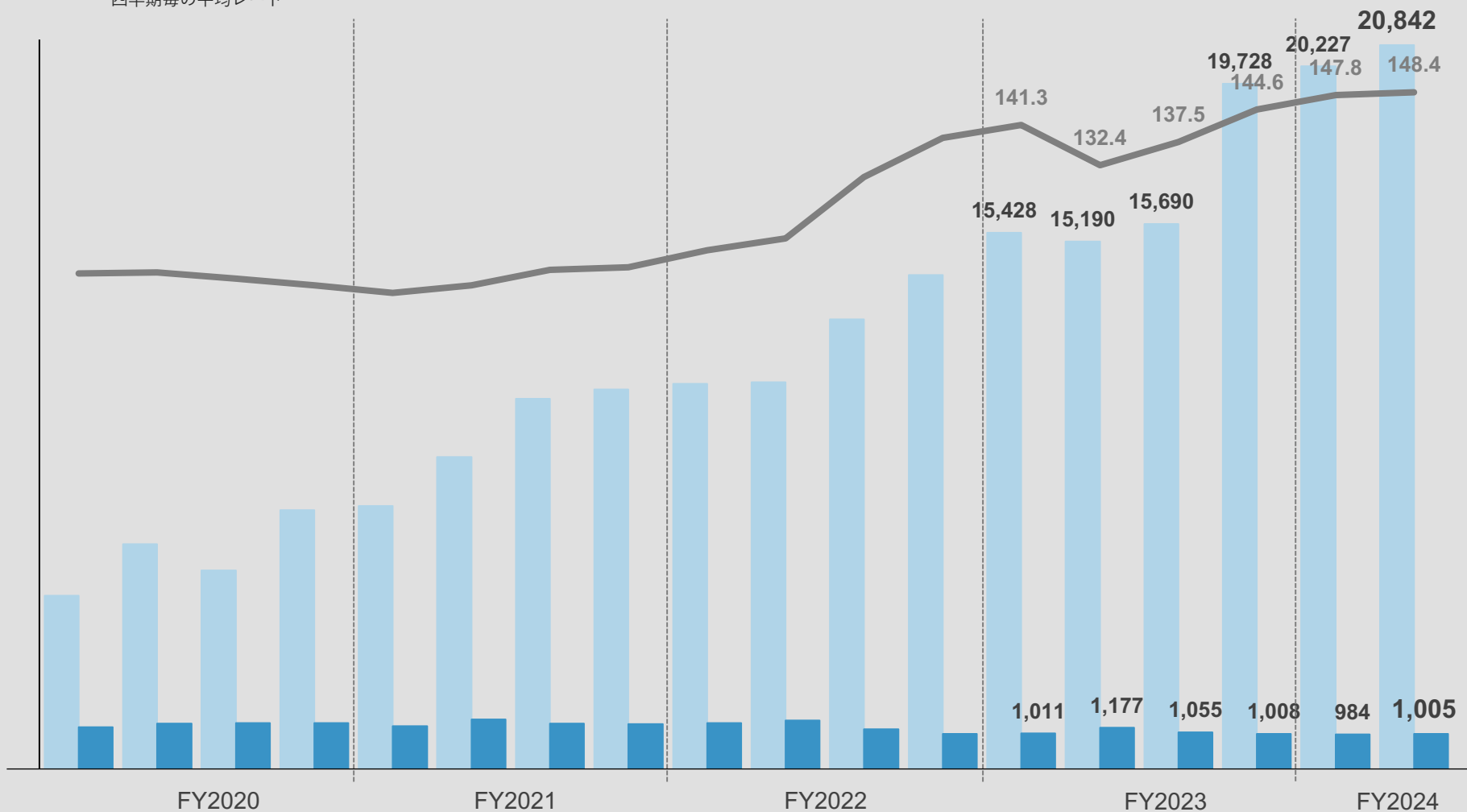


※FY20/3Qはカード決済に伴うチャージバックを販管費として処理していたものを売上から減算する会計処理に変更 (期初に遡及)

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3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>SureCash</small>	<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。



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買取り、メンテナンス後ネットオークション等のチャン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

酒類買取専門店「JOYLAB(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。



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)



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。



06

參考資料

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

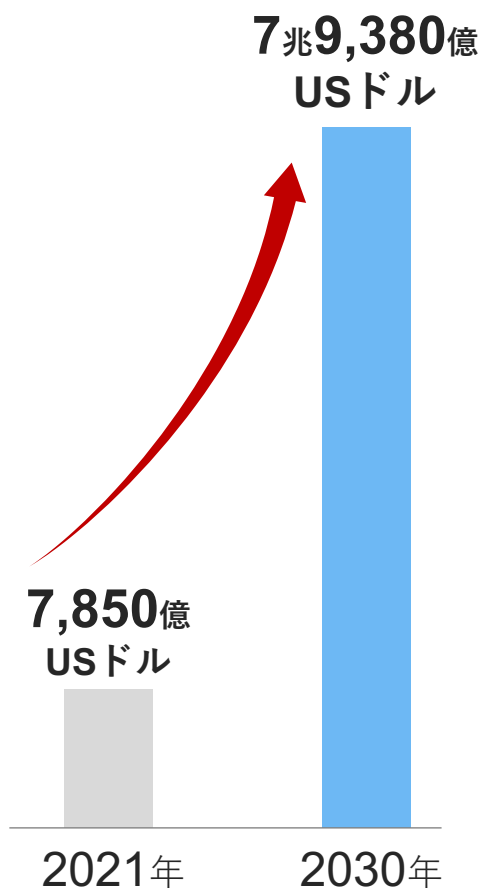
※1 FY2022よりデファクトスタンダードの従業員が当社グループ雇用となり増加

※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。

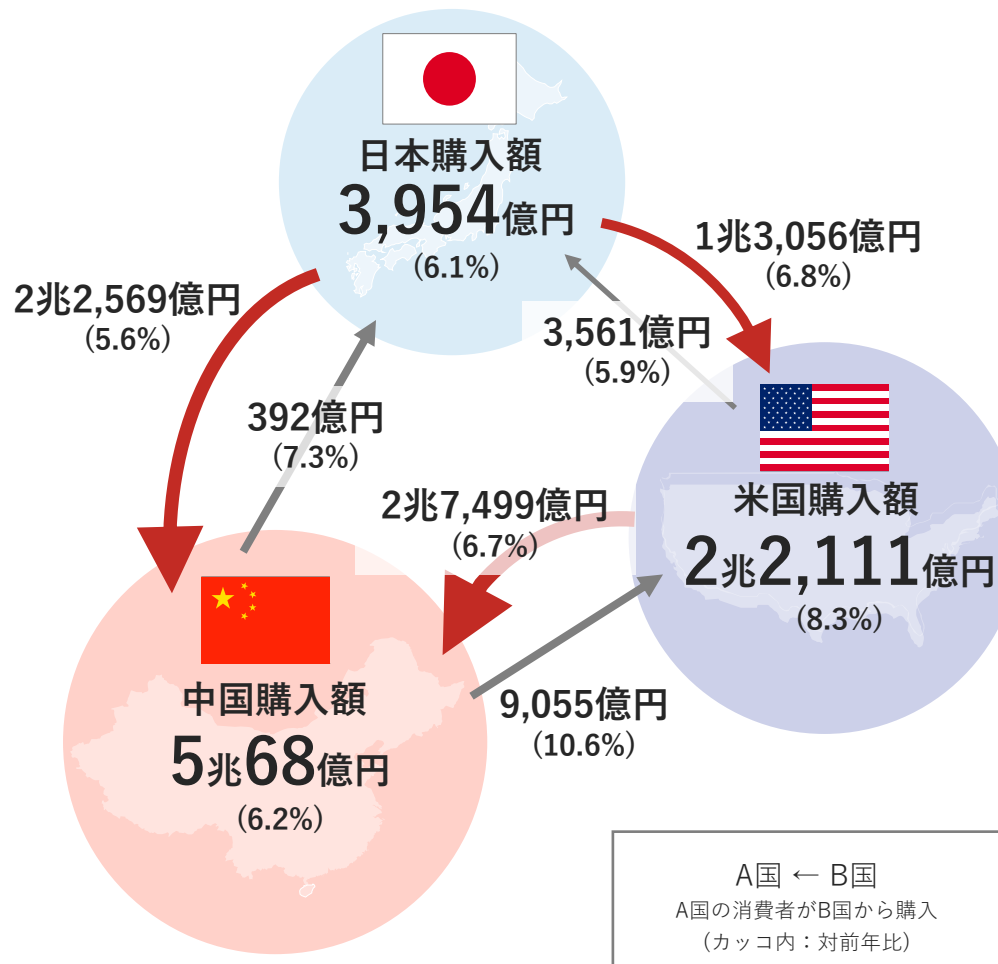
社会(S)関連データ

	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

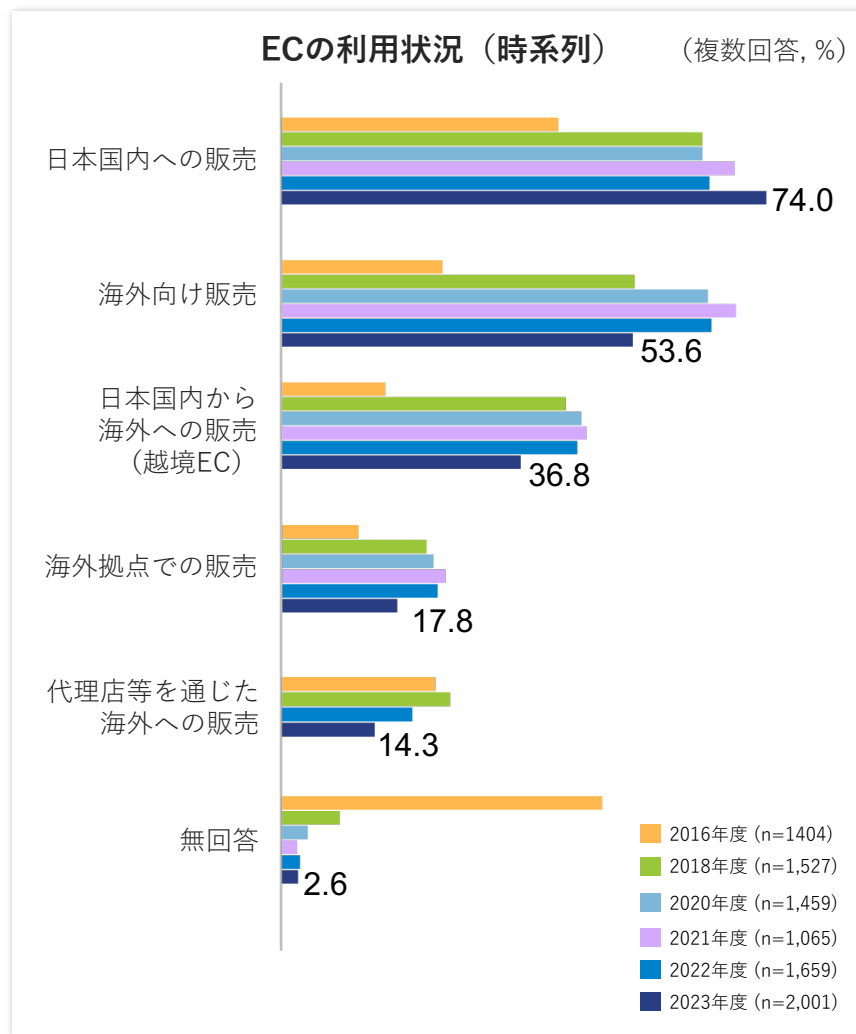


日本・米国・中国3カ国間の越境EC市場規模

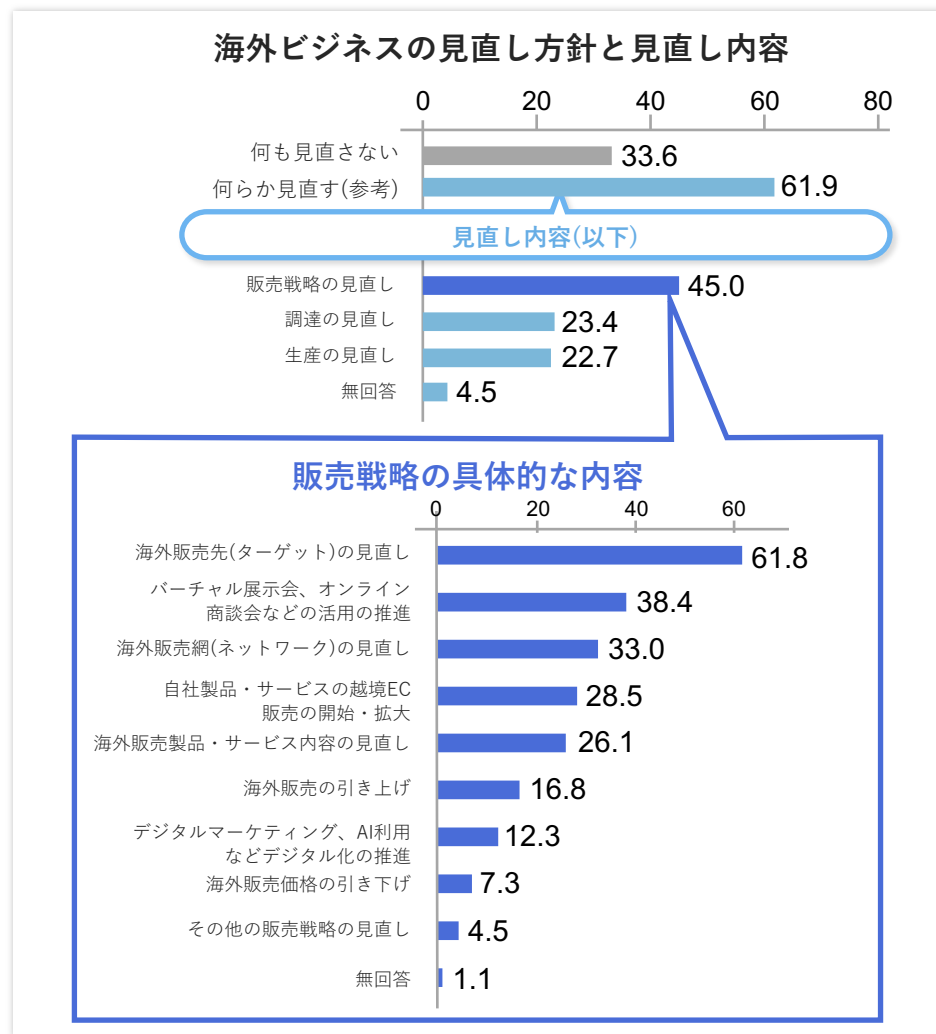


ECを販路として活用している日本企業のうち、36.8%が越境ECを活用している。

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。

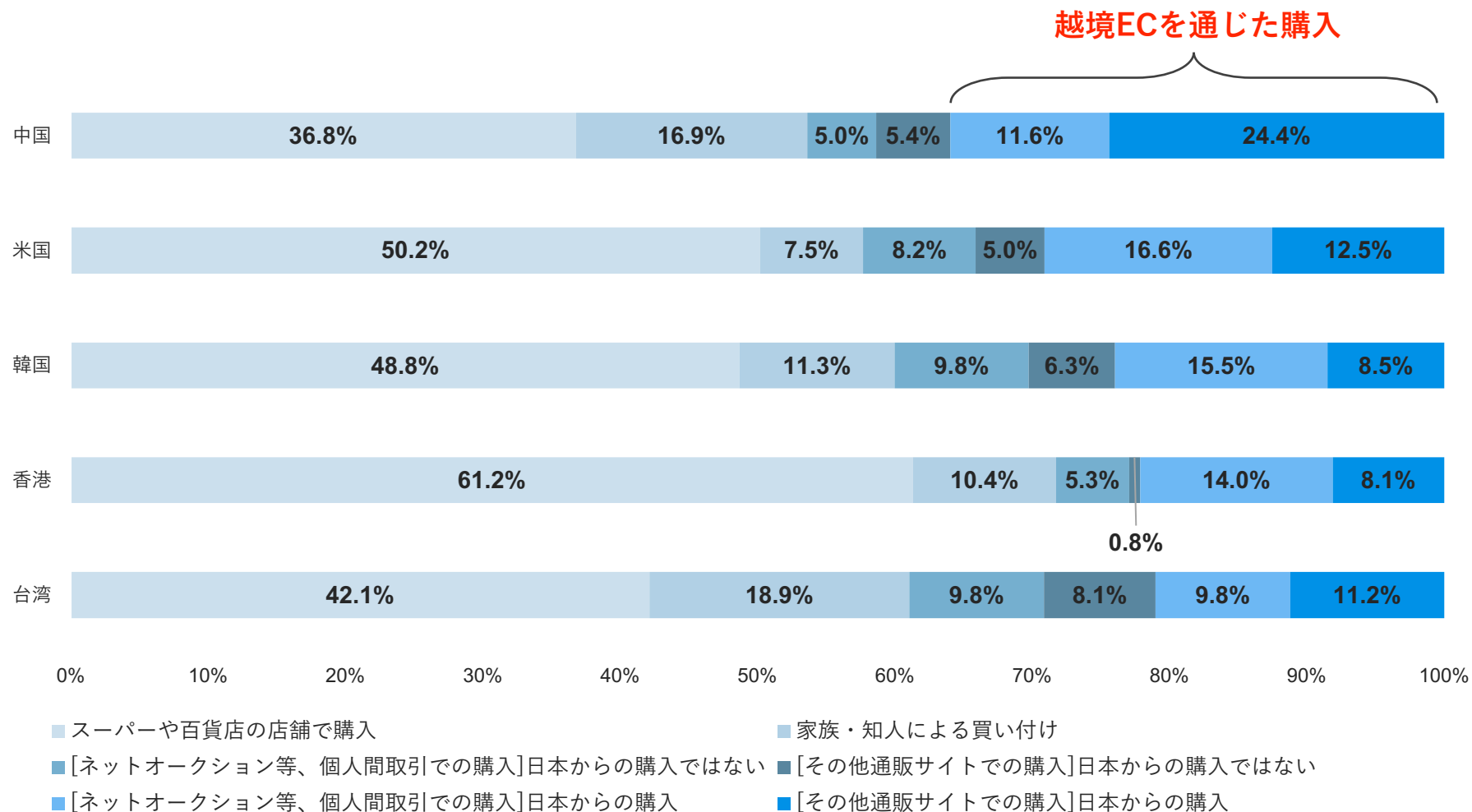


出所:日本貿易振興機構（JETRO）2024年3月レポートをもとに作成



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)