



2018年9月期 第2四半期
決算説明会資料



1 第2四半期の概要

2018年1月～2018年3月

代表取締役副社長 兼 グループCFO
中村 浩二

	実績	前年同期比
流通総額	108.1億円	-3.3%
売上高	52.4億円	+3.9%
営業利益	5.2億円	+68.5%
経常利益	6.1億円	+64.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3.3億円	+73.0%

➤ **流通総額はYoY実質* 2.2%増、**

売上高はYoY実質* 18.1%増

*2017年12月に譲渡したネットプライスを除いた事業で比較

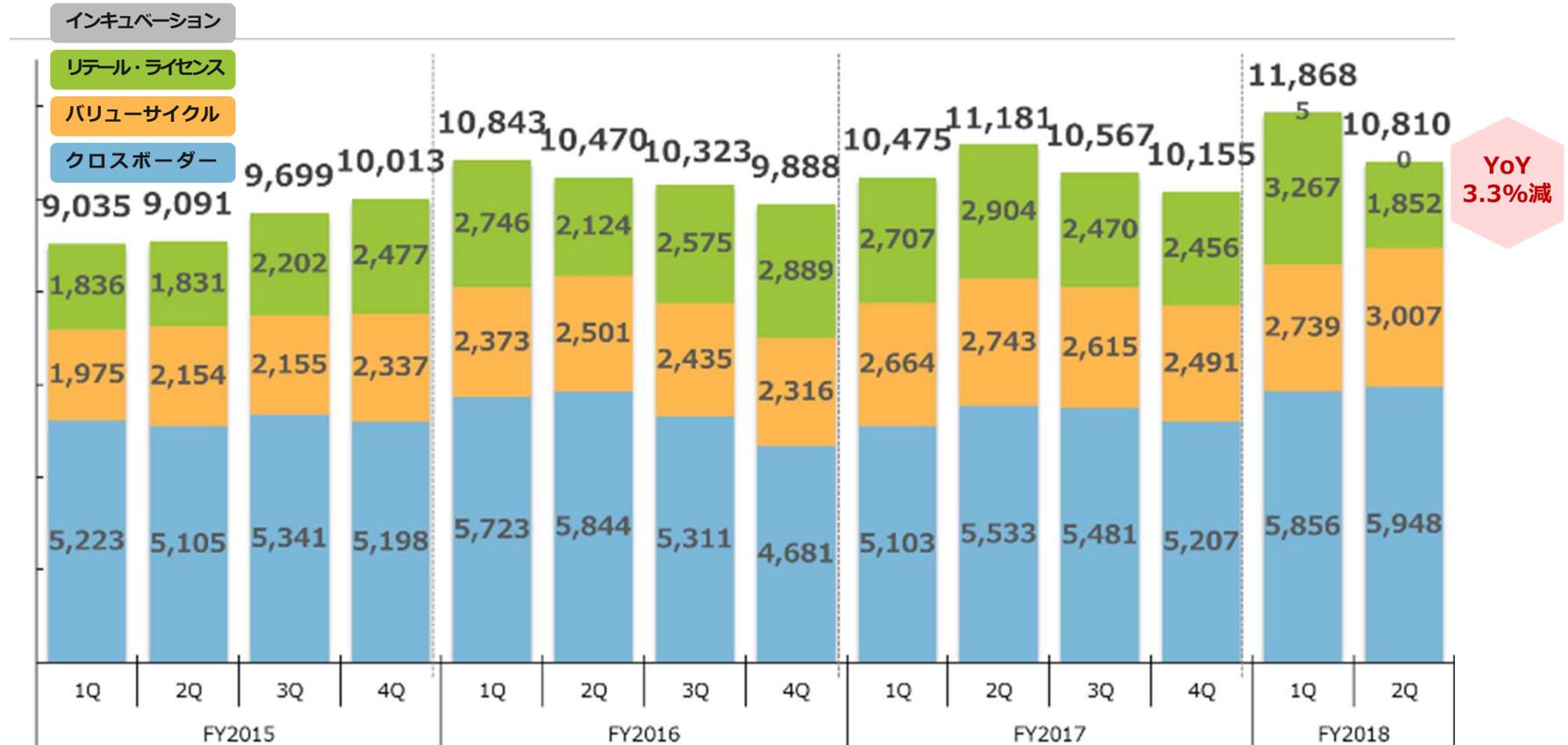
➤ **営業投資有価証券の売却による売上3.6億円を計上**

➤ **流通総額の計画対比進捗率は52.6%**

連結流通総額の推移

- YoY実質2.2%増（ネットプライス譲渡による減少を除いて比較）。
- クロスボーダー部門、バリューサイクル部門は四半期ベースの流通総額が過去最高。

（単位：百万円）



※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。

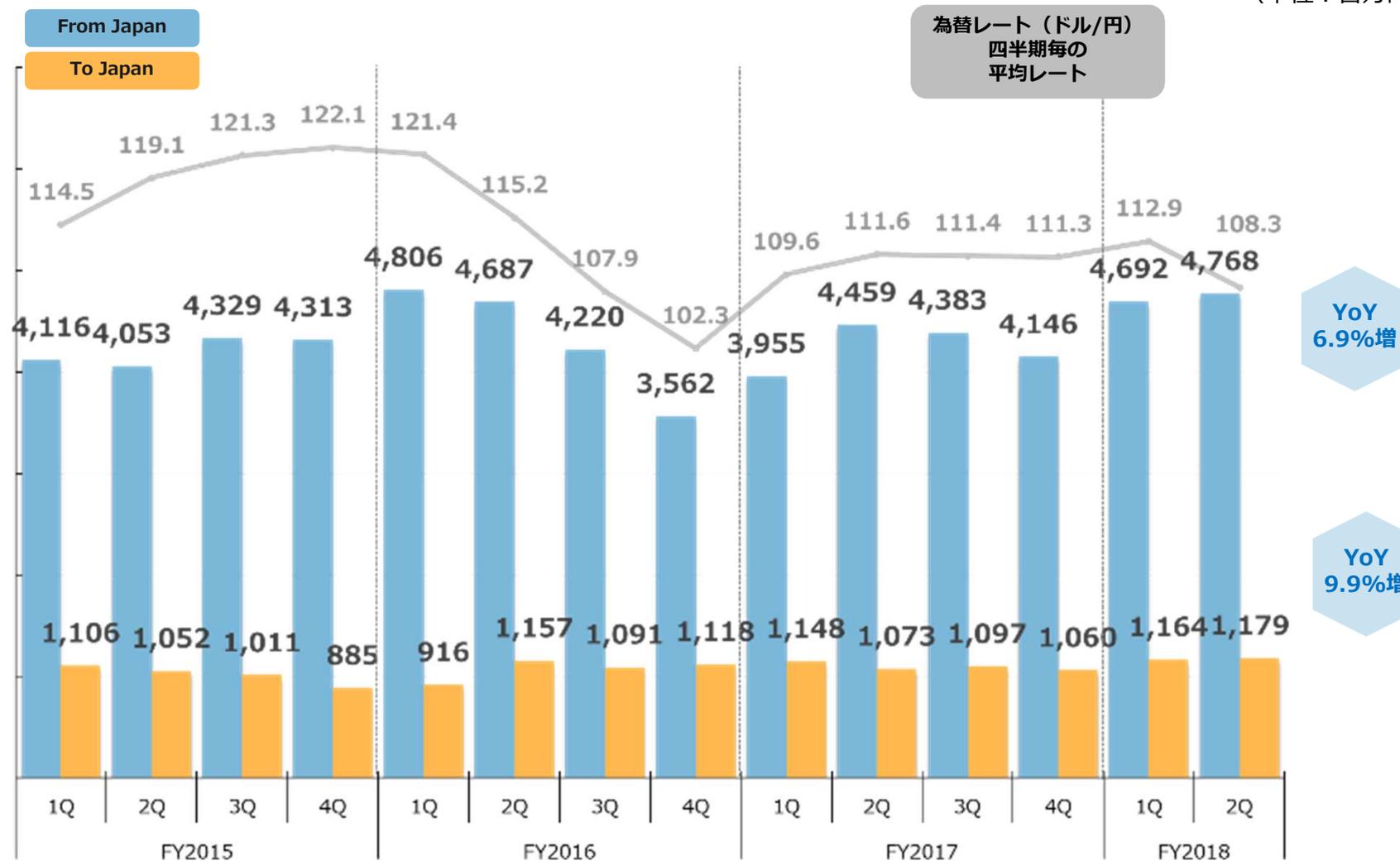
※2 インキュベーション事業には投資育成事業以外の収益化される前の新規事業の売上がありますが、金額が小さいためグラフ上表示されておりません。

※3 2017年12月から株式会社ネットプ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。）

クロスボーダー部門の流通総額の推移

- 円高の影響を受けながらもFrom Japan（海外向けEC）、To Japan（国内向けEC）ともに堅調に推移。

(単位：百万円)

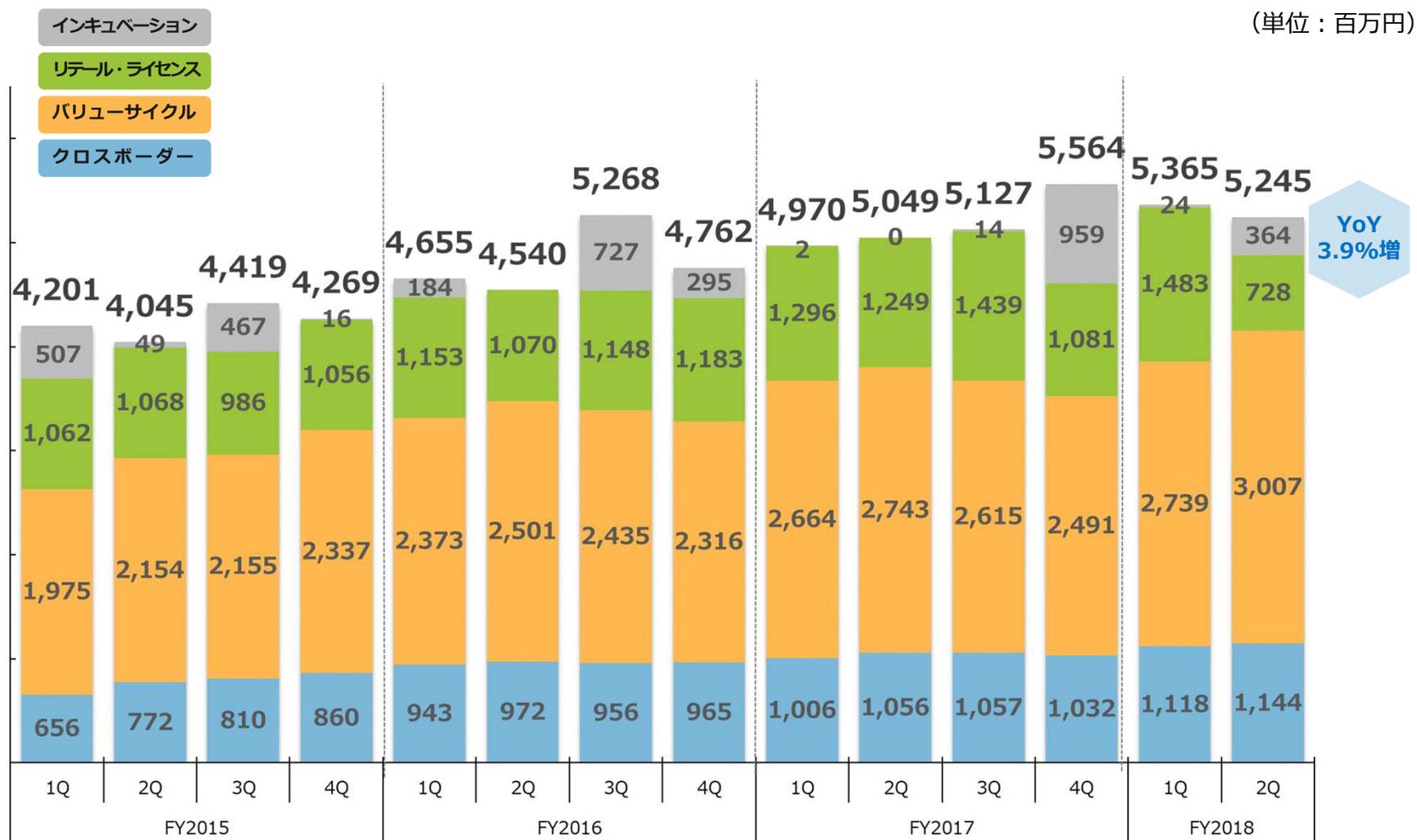


YoY
6.9%増

YoY
9.9%増

連結売上高の推移

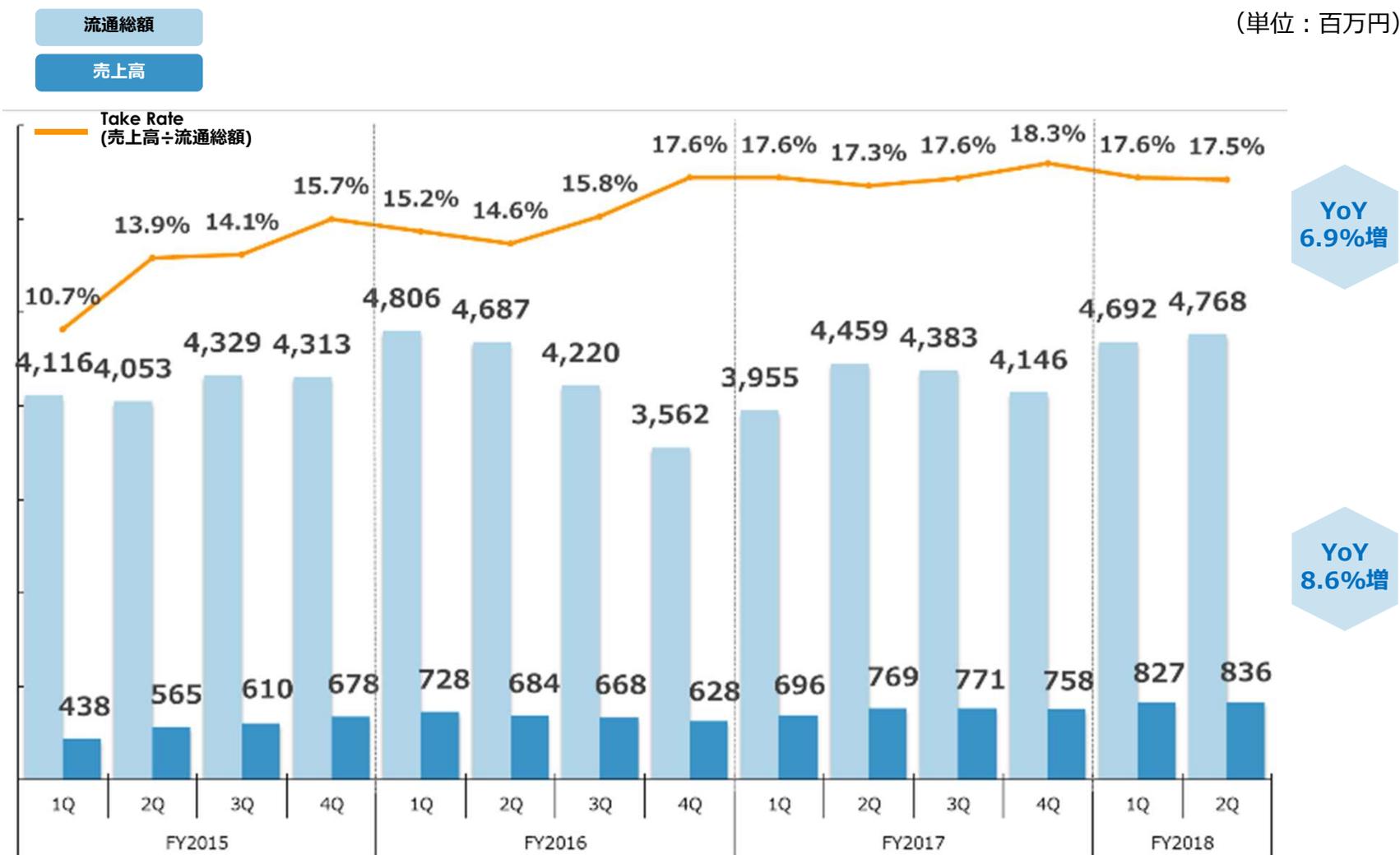
➤ YoY実質18.1%増。(ネットプライス譲渡による減少を除いて比較)



※インキュベーション事業において為替換算による売上高マイナス計上がFY2016/2Qに4百万円含まれております。

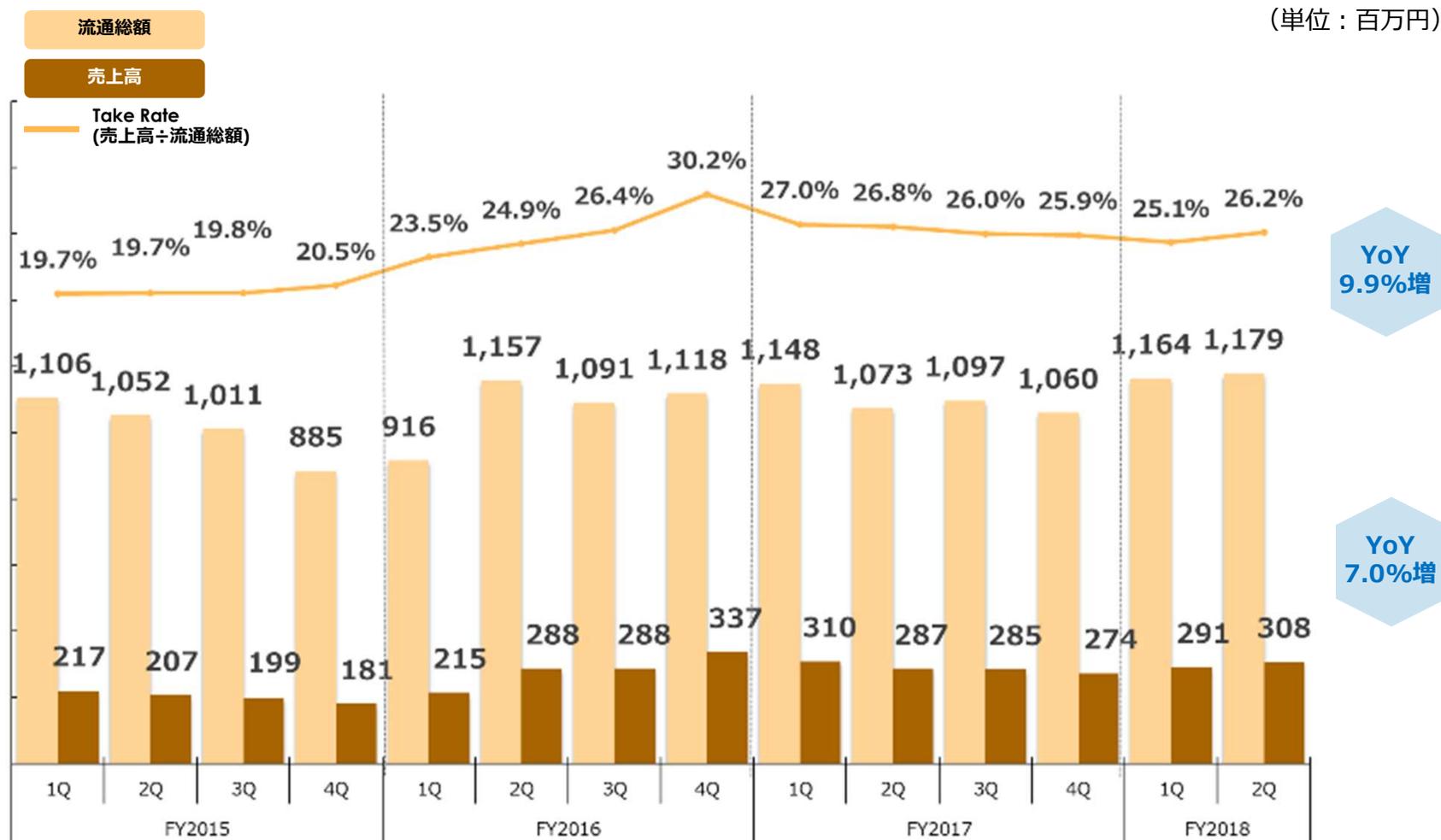
From Japanの流通総額、売上高及びTake Rateの推移

- 円高の影響を受けながらも流通総額、売上高ともに堅調に推移。売上高は四半期ベースで過去最高。



To Japanの流通総額、売上高及びTake Rateの推移

- 円高傾向が追い風となり流通総額、売上高が堅調に推移。流通総額は四半期ベースで過去最高。

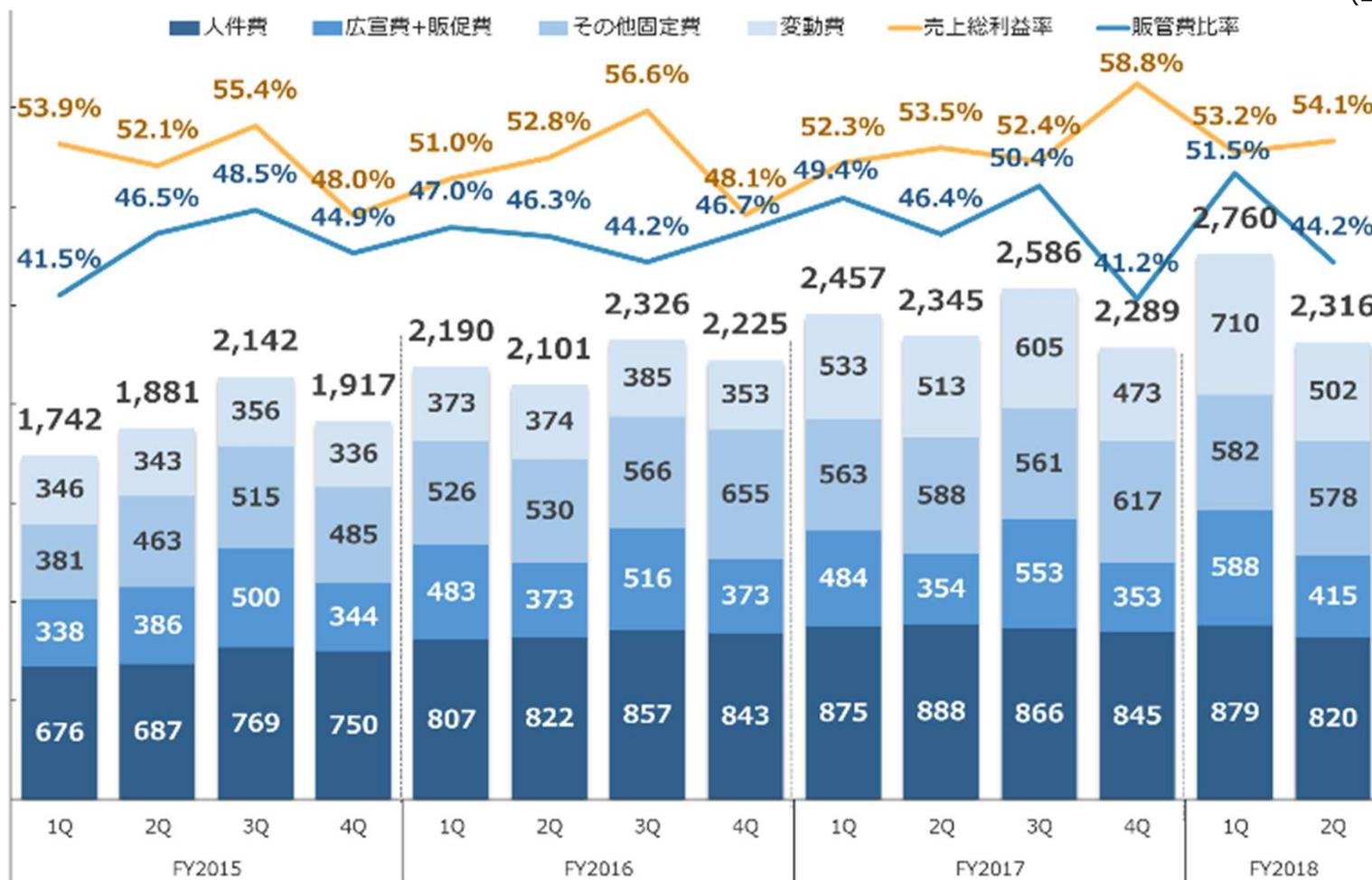


※ 流通総額は毎月の平均レートで円換算した合計金額であるのに対し、売上高は会計基準により期初からの平均レートで円換算しているため、為替変動の状況によって換算額に差が生じます。その結果FY2016 4QについてはTake Rateが高くなっております。

連結売上総利益率と販管費の推移

➤ 売上高販管費率は広告宣伝費を除き総じて低下。

(単位：百万円)

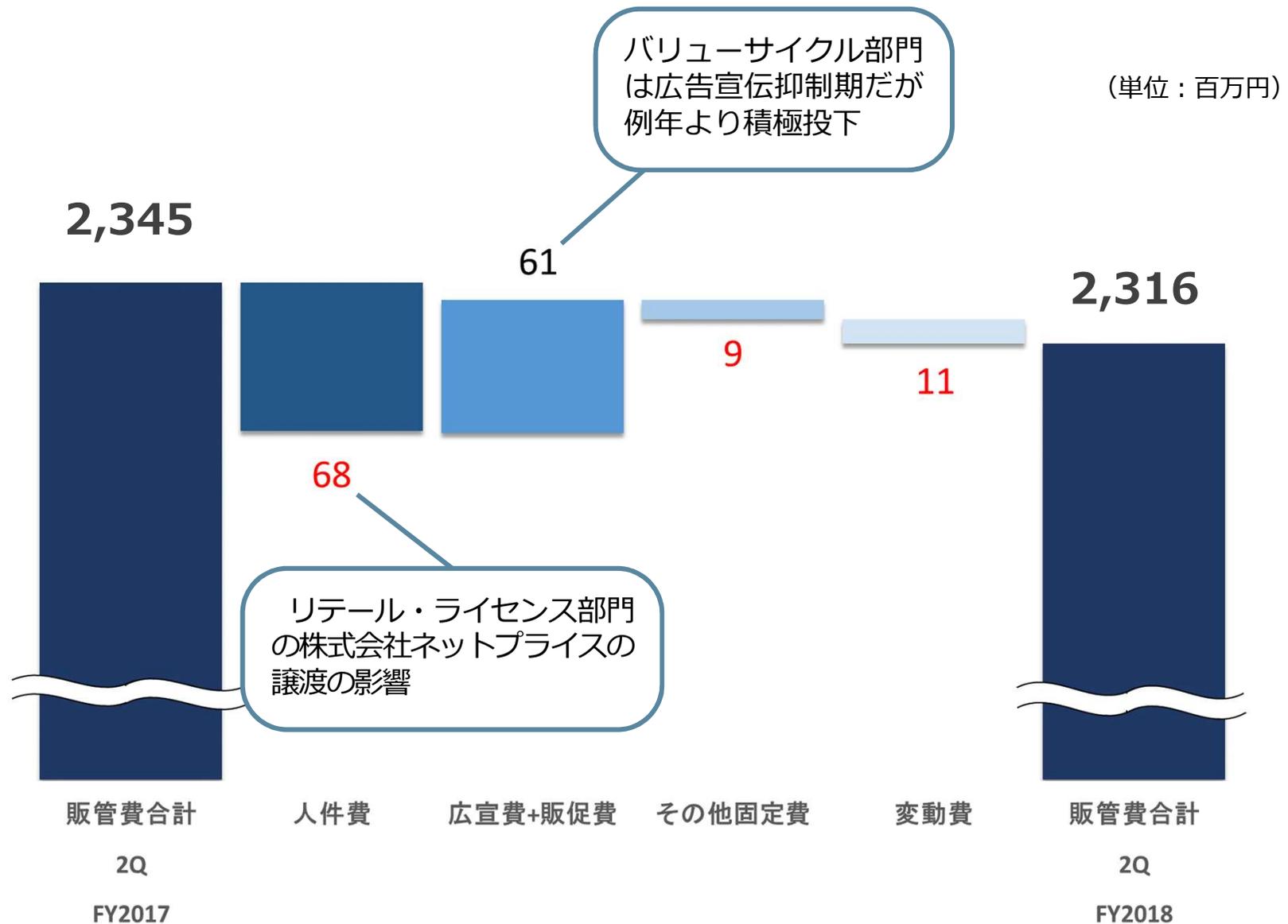


YoY
1.2%減

※四半期ベースでは、賞与は人件費ではなくその他固定費に含めております。

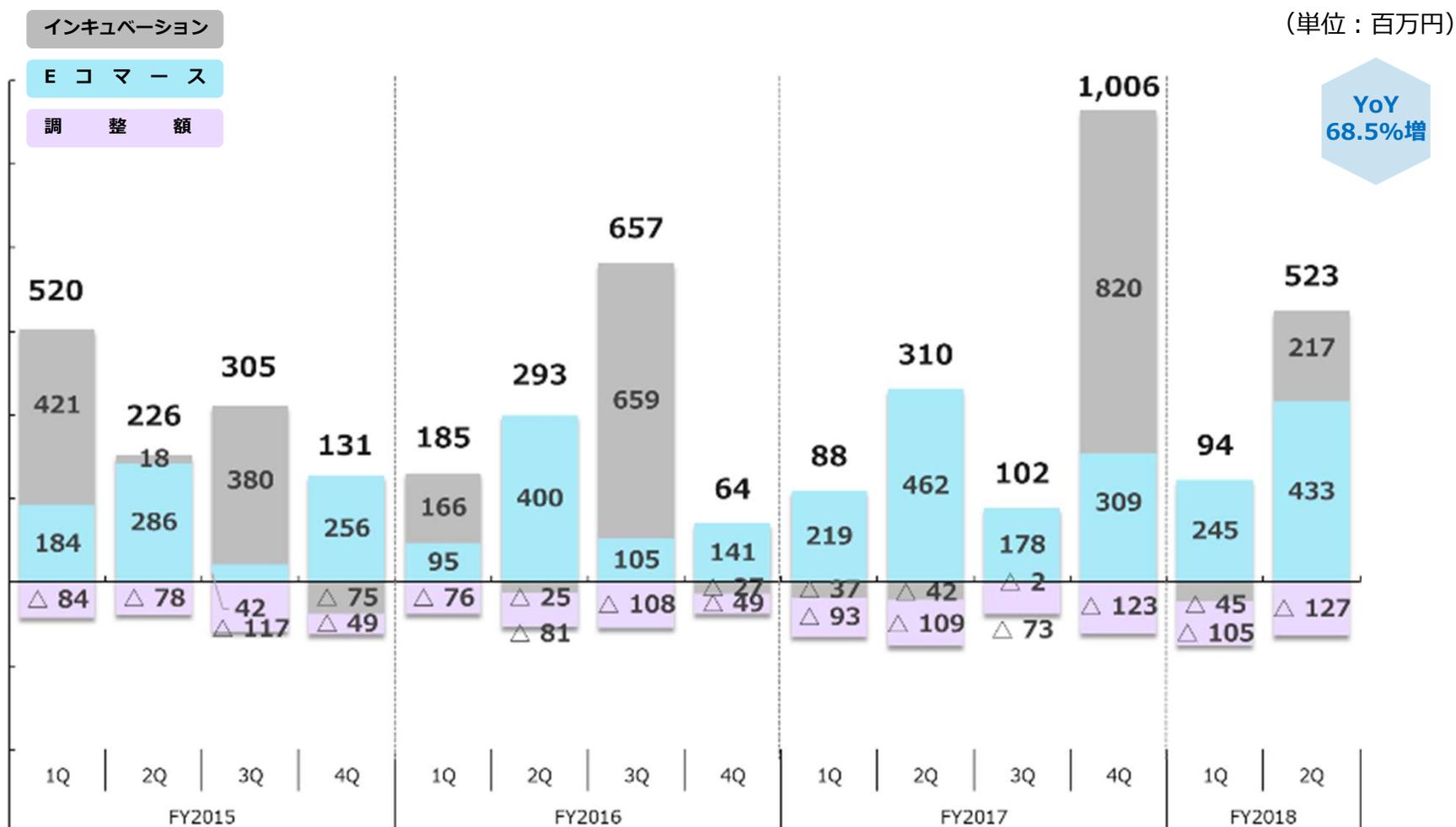
※FY2017よりリテール・ライセンス事業のその他固定費のうち売上連動性の高い費用を変動費に変更いたしました。

第2四半期販管費の増減要因（前年同四半期比）



連結営業利益の推移

➤ インキュベーション事業で営業投資有価証券の売却益計上。

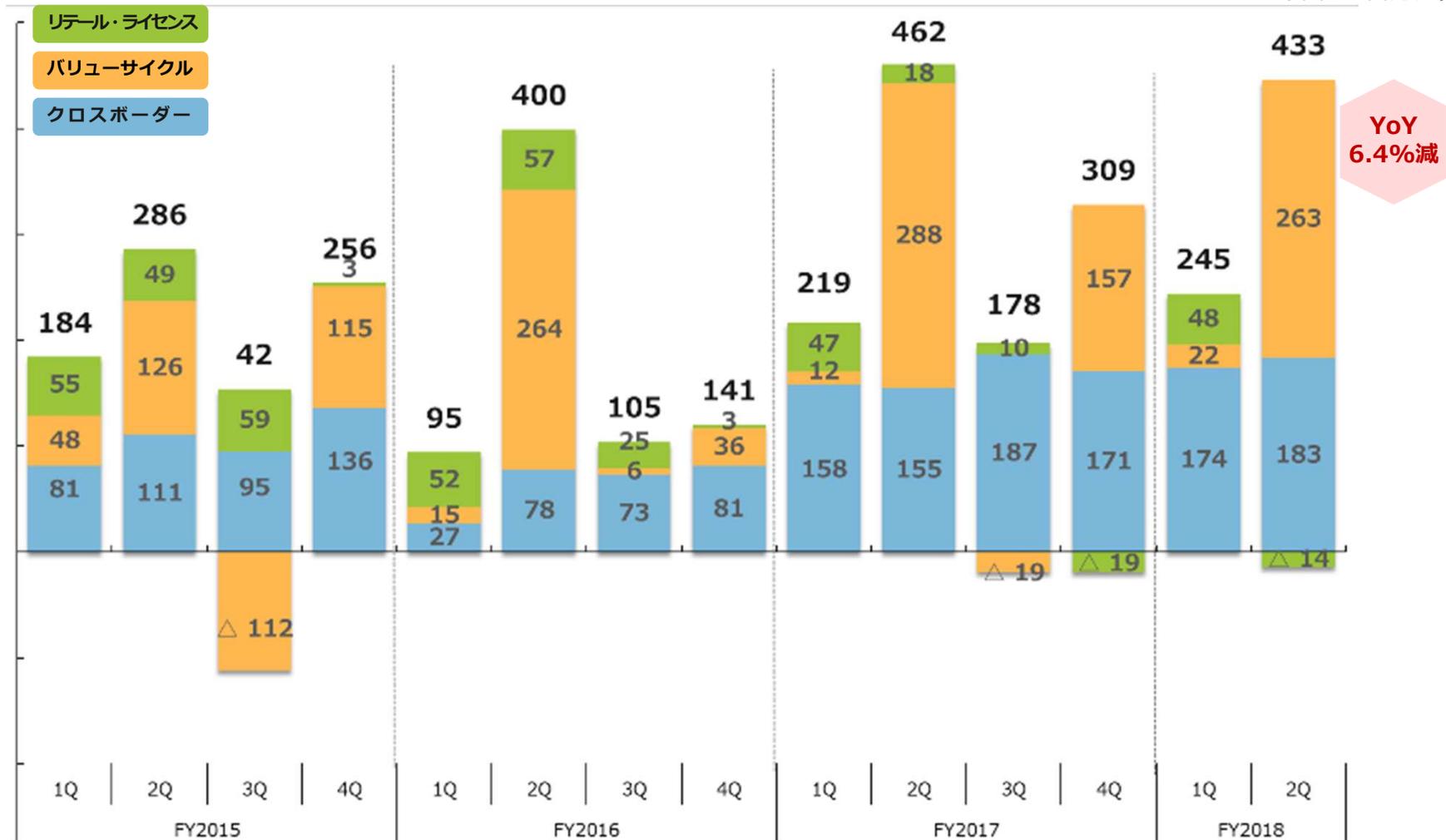


※調整額にはセグメント間取引の消去、各報告セグメントに分配していない全社収益及び全社費用が含まれております。
 全社収益は、主に当社におけるグループ会社からの受取手数料であります。
 全社費用は、主に当社におけるグループ管理に係る費用であります。

営業利益の推移（Eコマース事業の内訳）

- クロスボーダー部門は堅調に増加（YoY17.6%増）。リテール・ライセンス部門は1Qの反動と雑貨ブランド事業への先行投資（リブランディング等）で赤字。

（単位：百万円）



YoY
6.4%減

連結：資産・負債の概況

単位：百万円	2Q/FY2018 3月末	1Q/FY2018 12月末	前四半期末比
流動資産	12,916	13,027	△110
現預金	5,877	5,940	△63
売掛金	818	820	△1
営業投資有価証券	2,642	2,785	△142
商品	1,573	1,346	226
固定資産	2,197	1,678	519
有形固定資産	334	291	43
無形固定資産	591	224	367
投資等	1,271	1,162	108
流動負債	5,533	5,494	39
買掛金	475	293	182
短期借入金	1,421	944	477
固定負債	332	197	134
純資産	9,247	9,012	234
総資産	15,114	14,705	409

- ・投資による増加：100百万円
- ・売却による減少：58百万円
- ・引当・評価損：△58百万円
- ・為替変動：△126百万円

バリューサイクル部門で2Q末より新たに酒類買取販売事業を連結

※ 主要な科目のみ表示しております。



2 事業別トピック・戦略

代表取締役社長 兼 グループCEO
直井 聖太

セグメント別ハイライト (2Q)

※白文字...前2Q比

クロスボーダー

四半期流通総額
・売上高
過去最高

流通総額

59億円
+7.4%

売上高

11億円
+8.3%

営業利益

1.8億円
+17.6%

バリューサイクル

売上高
過去最高

30億円
+9.6%

2.6億円
△8.4%

リテール・ライセンス

実質的には
前2Q比売上増収

- ・ネットプライスが連結対象外
- ・エンタメ領域のイベントが延期
- ・インテリア雑貨ブランドの先行投資

18億円
△19.4%* △36.1%

7.2億円
+13.2%* △41.7%

△0.1億円
—

※ネットプライスを控除した場合の前2Q比です

インキュベーション

売却益計上
国内外の未上場有価証券の売却

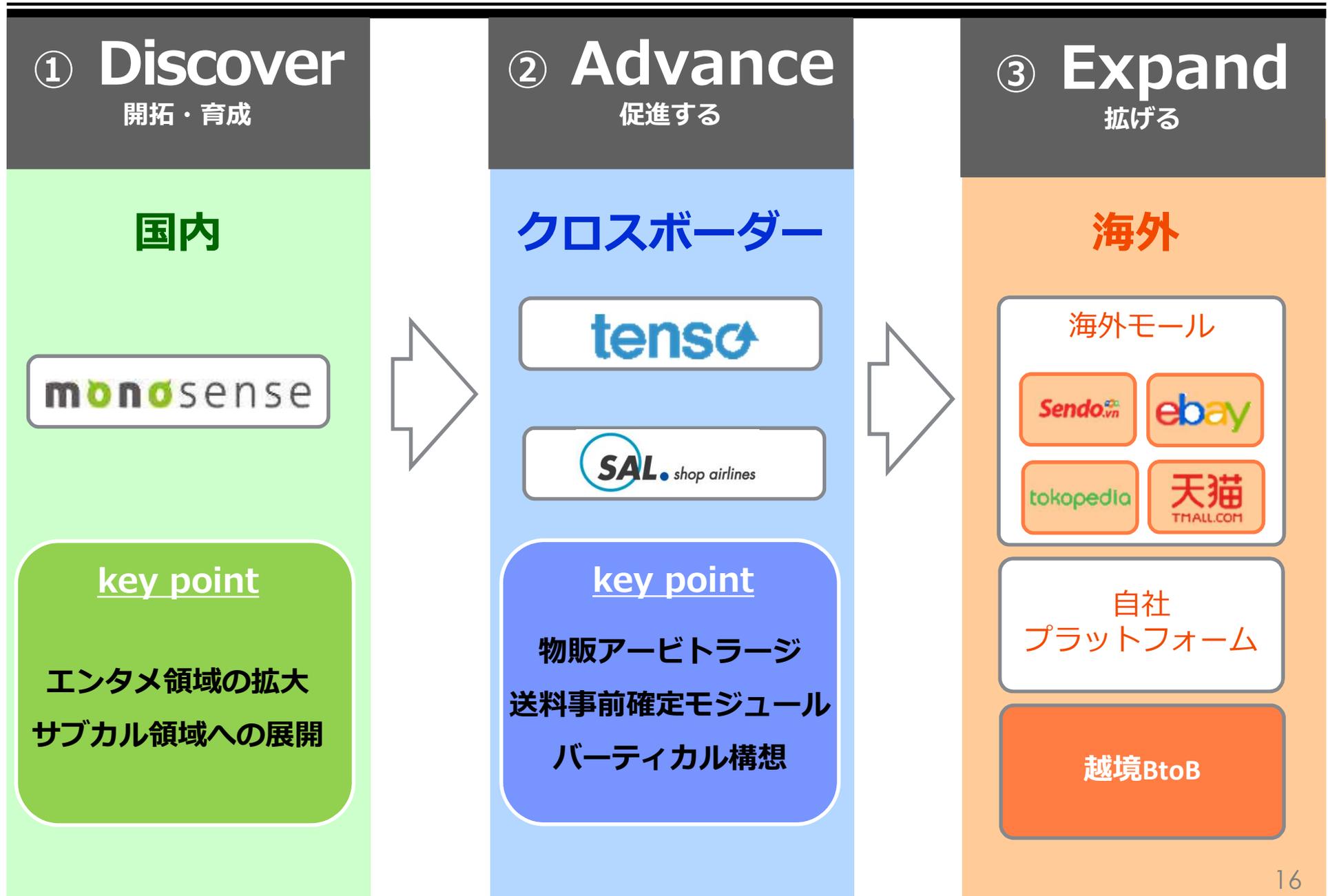
0億円
—

3.6億円
391倍

2.1億円
—

※当事業の流通総額は新規事業による商品等の流通額です

当社のグローバルプラットフォーム構想図



日本と世界を繋ぐ グローバルプラットフォーマーを目指す



グローバル領域において新しい市場を創造するためにプラットフォームを生み出し続ける
「グローバルプラットフォーマー」を目指します



国内連携サイト数や海外ユーザー会員数等堅調に推移

連携サイト数

1,800サイト
(+40サイト)



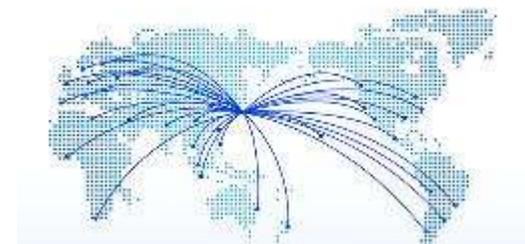
会員数

145万人
(+7万人)



配送対応

120の国と地域

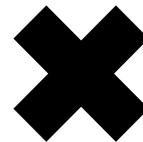


※ 「Buyee」・「転送コム」の累計
()内は FY2018/1Q比較



サービス開始より9年となる「転送コム」のシステムを最新のフレームワークにリプレイス

生産性の向上



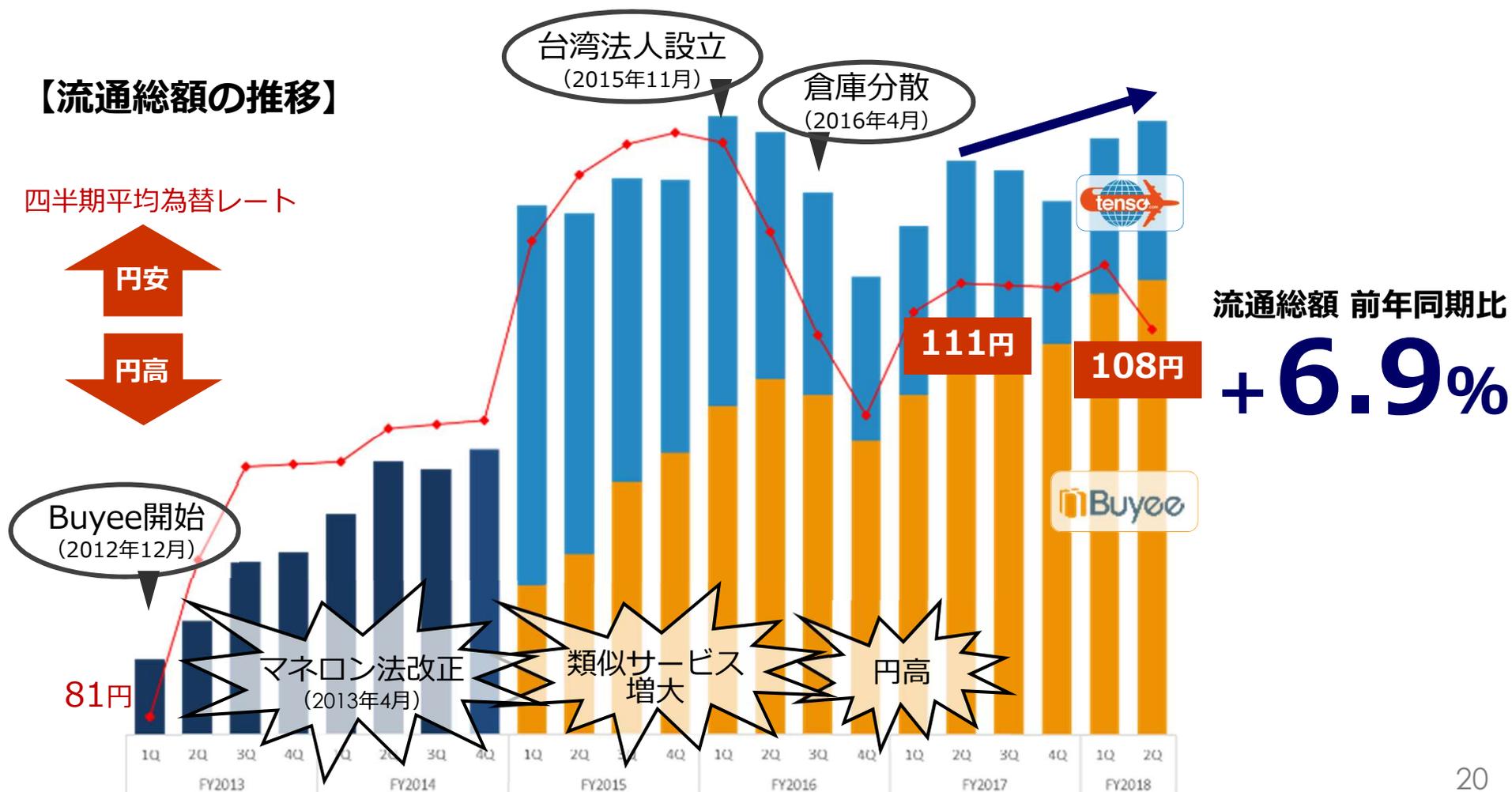
維持コストの低減



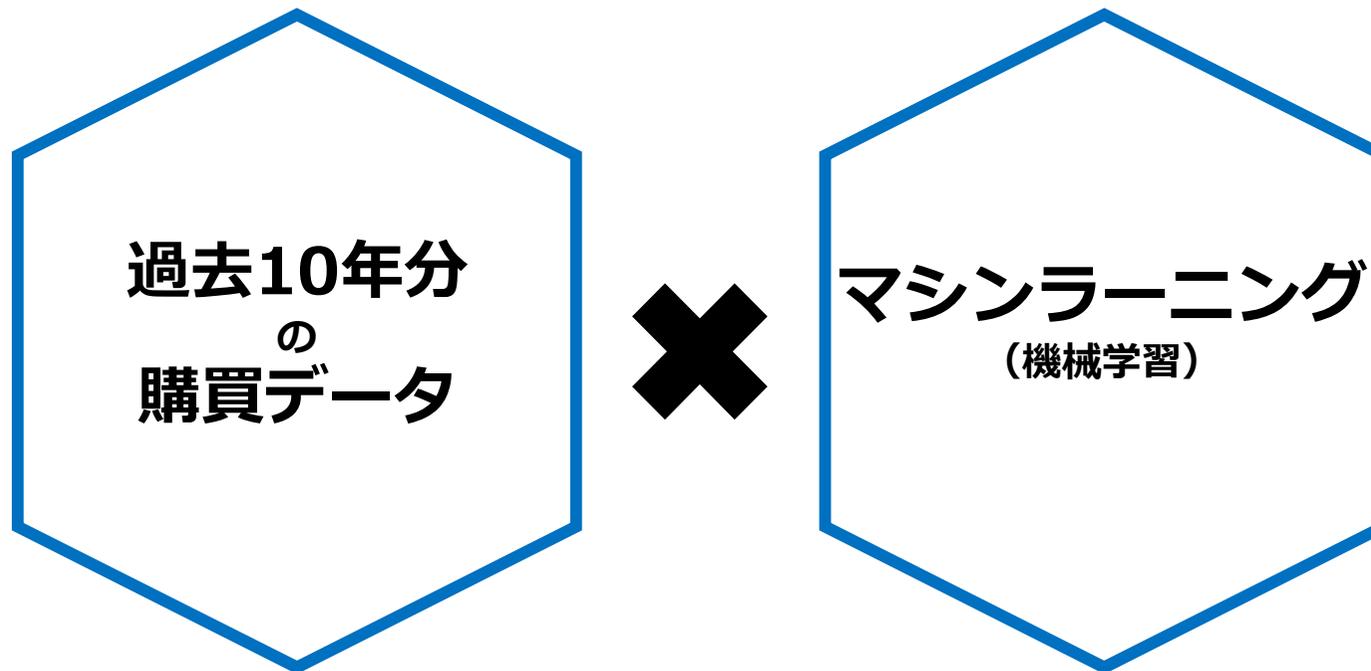
円高基調でも流通総額前年同期比6.9%増

過年度に先行投資をして倉庫やカスタマーサポートの拠点を分散し、収益を安定的に確保できる体制を構築したことが寄与

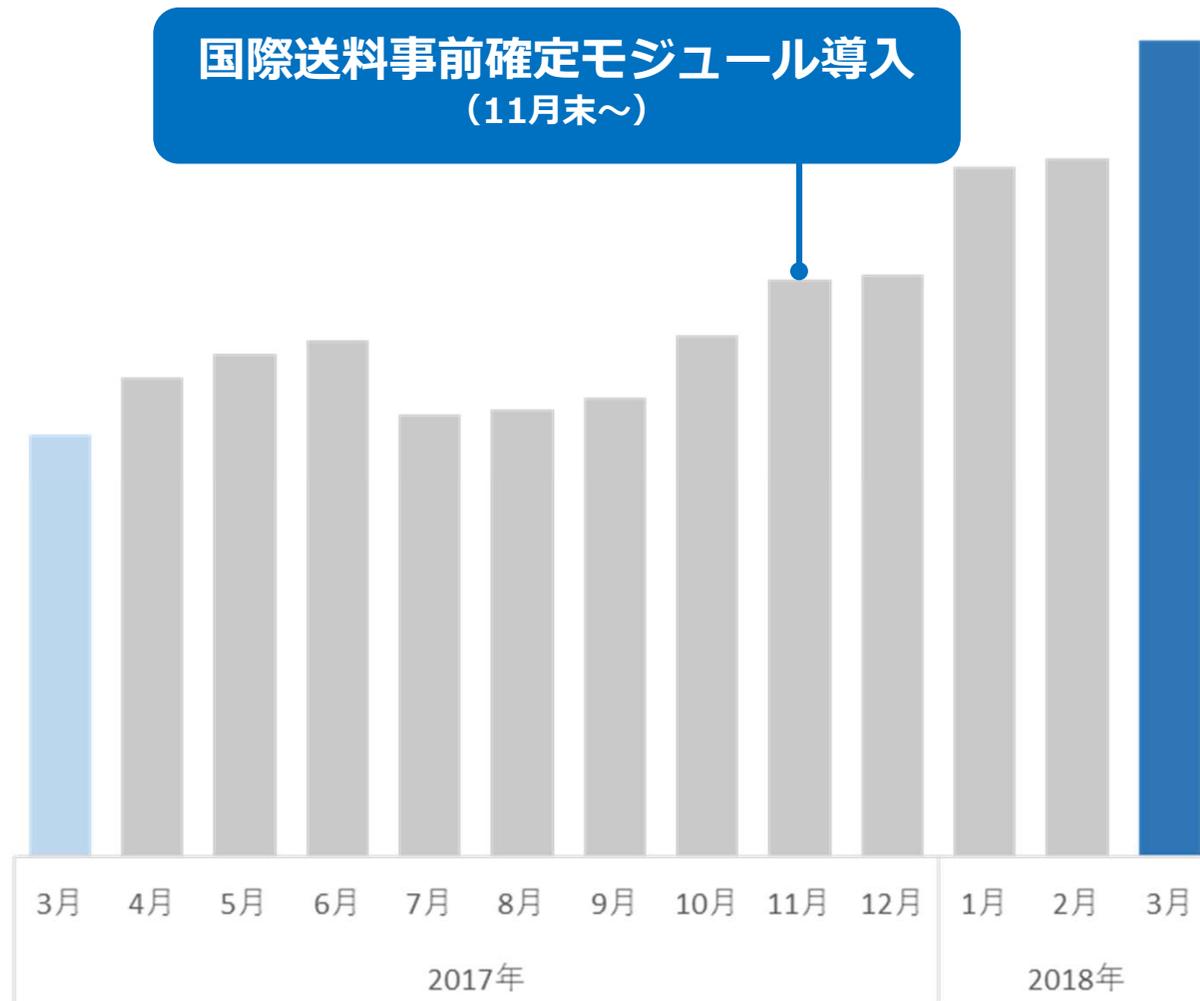
【流通総額の推移】



国際送料を事前に確定するモジュールを構築、 精度の向上を図る



新規落札数の推移イメージ

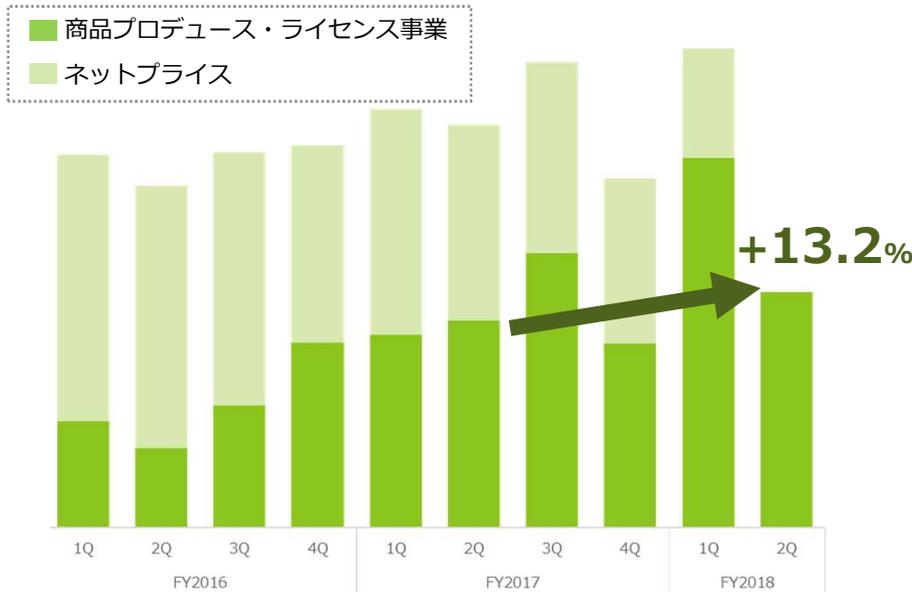


前年同月比
1.9倍

売上高

ネットプライスを控除し
実質的には 13.2%増

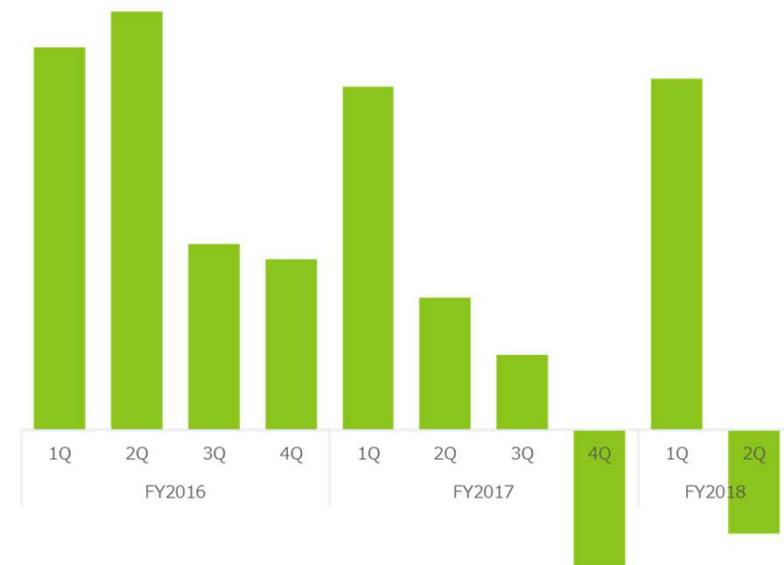
- ・「ネットプライス」が12月から連結対象外
- ・エンタメ事業※の2Qに予定していたイベントが延期



営業利益

先行投資の実施

- ・1Qにエンタメ事業※の収益ポイントとなるイベントが集中したことに加え、2Qに予定していたイベントが延期。
- ・2016年12月に買収したインテリア雑貨ブランド「SWATi（スワティー）」の認知拡大を図るため、店舗展開や商品開発などの先行投資を実施。



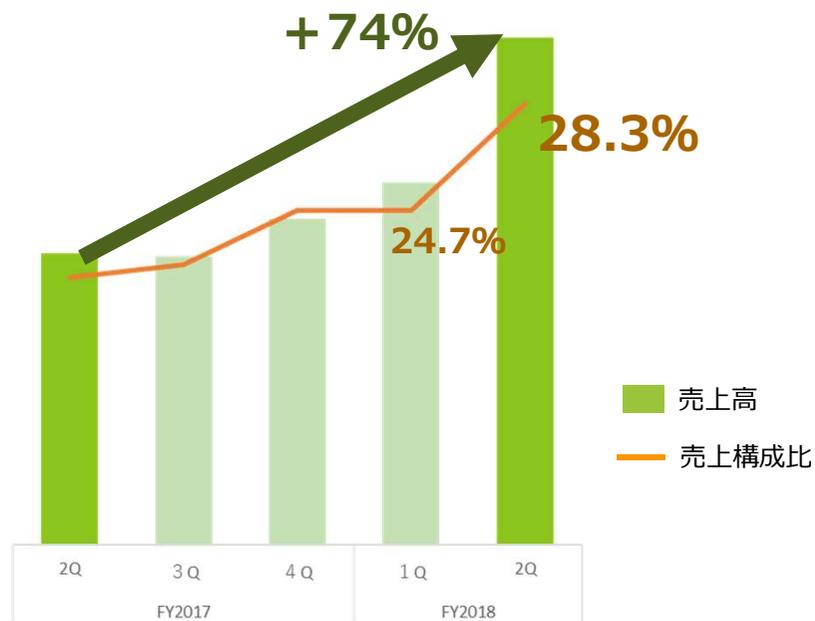
※「商品プロデュースライセンス事業」で展開する事業の一つ。
 アーティストやアニメ、キャラクター等のオフィシャルグッズの企画・開発・製造・販売、ECサイト構築・運営などを行う。



自社販路拡大

自社販路「ブランドティアオークション」の拡大施策を行い、ブランドティアオークションの売上高は前2Q比**+74%**。
構成比は**28.3%**（1Qは24.7%）。

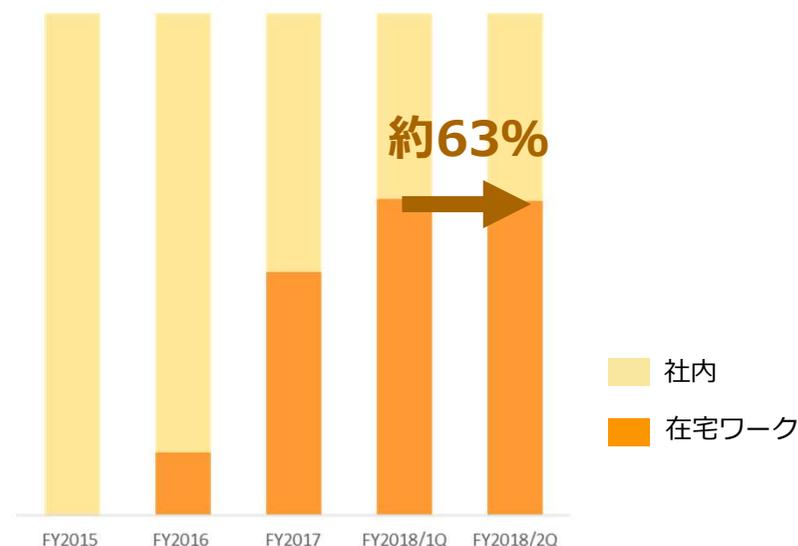
ブランドティアオークションの売上高推移



コスト削減

出品業務の在宅ワーク化比率**約63%**を維持しコスト削減。

出品業務の内訳

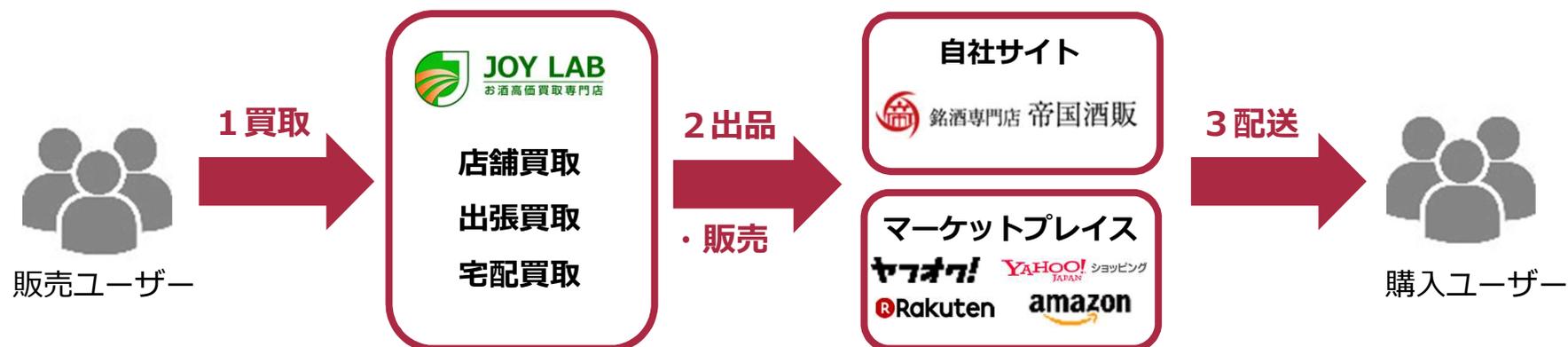


株式会社帝国酒販を完全子会社化（3月1日） 酒類の二次流通“買取・販売”事業を展開

「ブランディア」の経験を活かし
「転送コム」「Buyee」との連携により**海外への販売拡大**を目指す

買取…全国各地7つの酒類買取専門店「JOY LAB（ジョイラボ）」を運営。
ワイン・ウイスキー・シャンパン・ブランデー・焼酎・日本酒を中心に酒類全般を買取。

販売…オンラインマーケットプレイスでのインターネット販売。



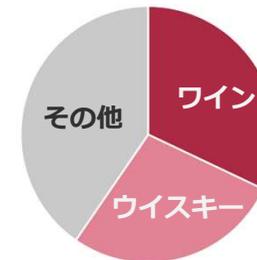
買取

月間平均買取点数、約10,000本



買取ジャンル

ワイン・ウイスキーが6割



ユーザー

買取・販売ともに
メインユーザーは20代~40代の男性

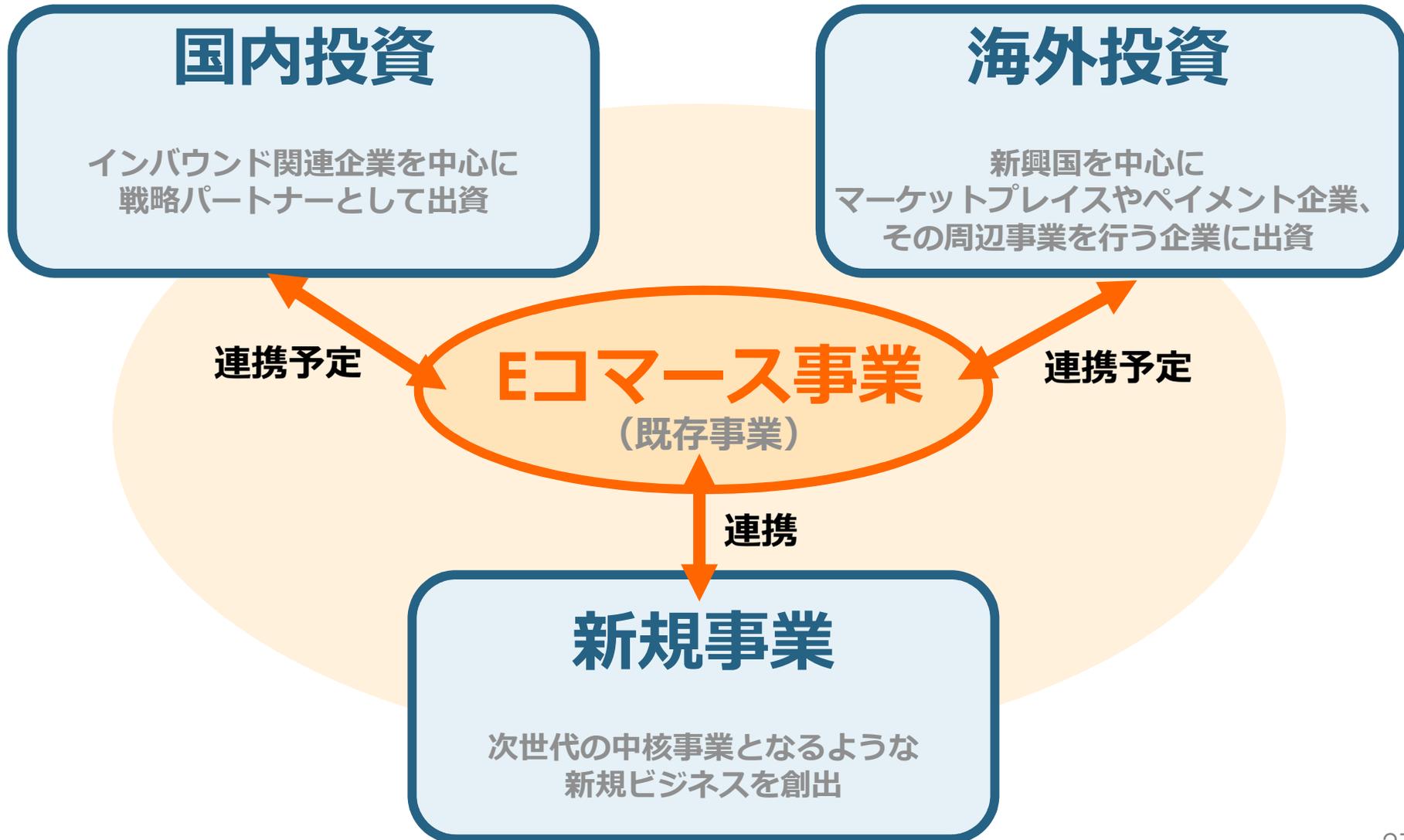


販売

メイン販売チャネルのヤフオク!で
食品・飲料部門 4年連続1位



インキュベーション事業とEコマース事業のシナジー



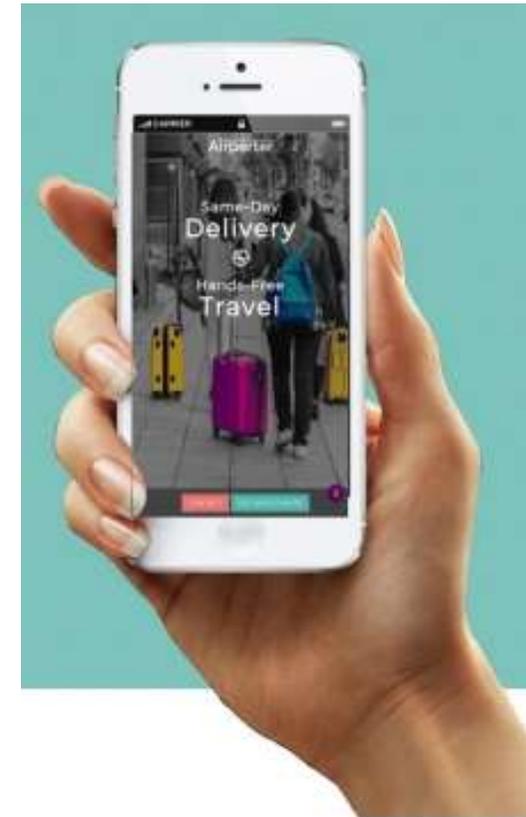
国内投資

**宿泊施設と空港間の手荷物を“当日配送”し
手ぶら観光をサポートする
株式会社Airporterに出資**（3月26日発表）

当社出資比率：1～5%内

サービスの流れ

- ①旅行者がパソコンやスマートフォンなどで「預け場所」「受け取り場所」「荷物情報」などを設定し、決済する
- ②Airporterが宿泊施設と空港間の手荷物を当日配送



インバウンド関連投資先のシナジー効果を創出



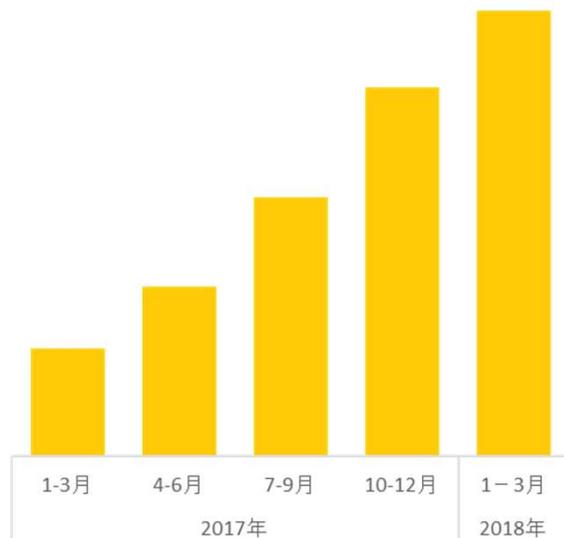
主にネクストチャイナである新興国の マーケットプレイスやペイメント企業などに投資



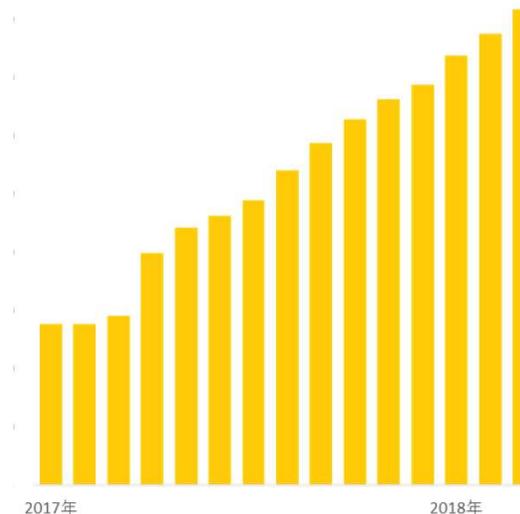
インドネシア最大のBtoBマーケットプレイス Ralali（ララリ）

中小企業事業者向けの間接資材マーケットプレイス。
 研磨用品、電気材料、作業工具、建築土木用品などを販売、在庫管理（SKU）は前年比2倍の200万点以上。
 3月の月間GMV（流通総額）は9百万ドル（約10億円）で、前年同月比**3倍以上**に成長。

GMVの四半期推移 3月は\$9M
 (前年同月比3倍以上)



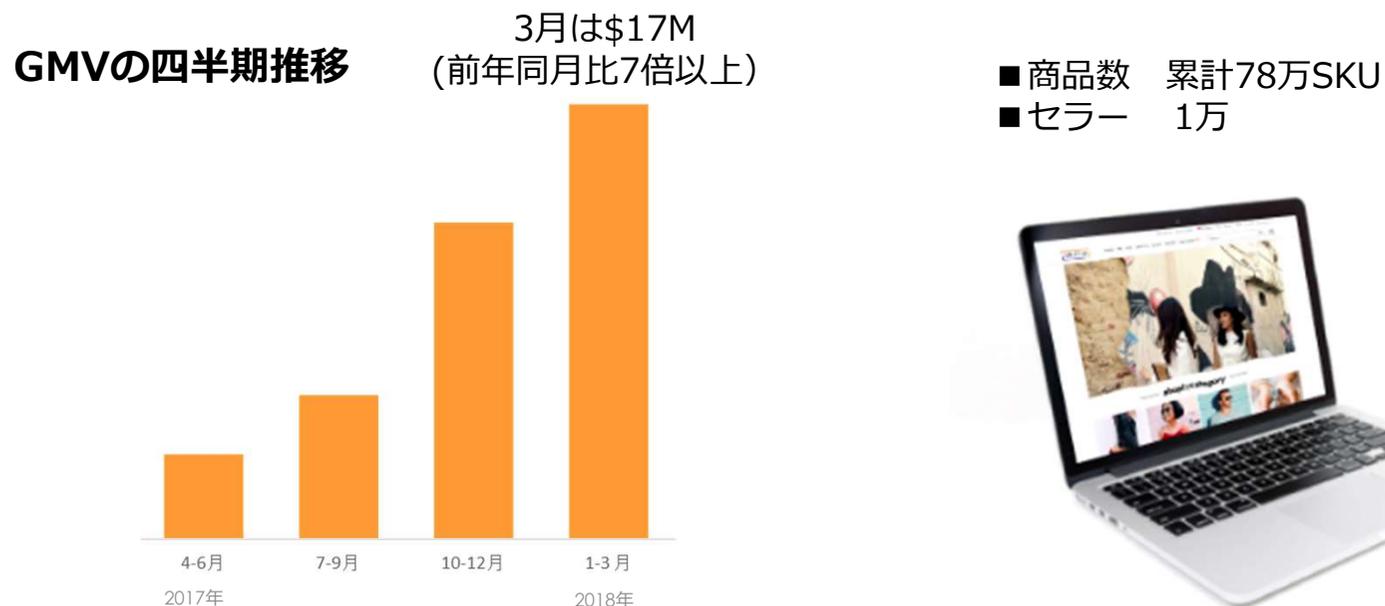
セラー数 3月は8,000以上



ASEANのファッションマーケットプレイス Zilingo（ジリンゴ）

インドネシア、タイ、シンガポールを中心に展開。
中小マーチャントがファッション・ライフスタイル領域の商品を出品。
3月の月間GMV（流通総額）は17百万ドル（約19億円）で、前年同月比**7倍以上**に成長。

アパレル商品のアービトラージにより、流通総額の越境EC比率が**約56%**。
インドネシアでのTVCMも奏功。
シリーズCラウンドでセコイア・キャピタルなどから\$54Mの資金調達を発表（2018年4月）。



- ネットプライスが連結対象外となったことを考慮すると
連結の流通総額は実質**2.2%増**、売上高は実質**18.1%増**
- クロスボーダー部門の流通総額・売上高と
バリューサイクル部門の売上高が**過去最高**
- 営業投資有価証券の売却による売上**3.6億円**を計上
- 流通総額の計画対比進捗率は**52.6%**

3

參考資料



インキュベーション事業の概況

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
	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

インキュベーション事業：主な投資先のポートフォリオ一覧 ENOS

2018年3月末時点

	新興国		その他		
	インド	その他	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 		 	
1~5%	   	インドネシア   トルコ  バングラデシュ  タイ  フィリピン 		    	
1% 未満	 	インドネシア 	Storefront   		イギリス 

グループ各社の事業概要

連結子会社



tenso

海外居住者向けに、日本の商品を海外発送代行する「転送コム」と日本語が読めないユーザー向けに代理購入サービス「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いながら購入できる「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ドリー販売する「ブランディア」を運営



帝国酒販

国内8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「銘酒専門店 帝国酒販」や国内大手ECモールで販売。



モノセンス

タレントの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」をサポートするサービスを提供。アーティストグッズの販売サイトも展開

連結子会社



SWATi

『cuteなオヴジェ』、『POPな遊び心』、『ありそうでないもの』をコンセプトとし、ハンドメイドキャンドルをメインとしたインテリア雑貨ブランド



BeeCruise

BEENOSグループの「経験値」「ネットワーク」「データの蓄積」といった3つの強みとIT技術を駆使し、既存事業の成長の加速化と新規事業の開発を行う。



BEENOS 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現地法人



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現地法人。インドネシアで間接資材マーケットプレス事業を展開する「Ralali」などに出資



Open Network Lab

オープンネットワークラボ

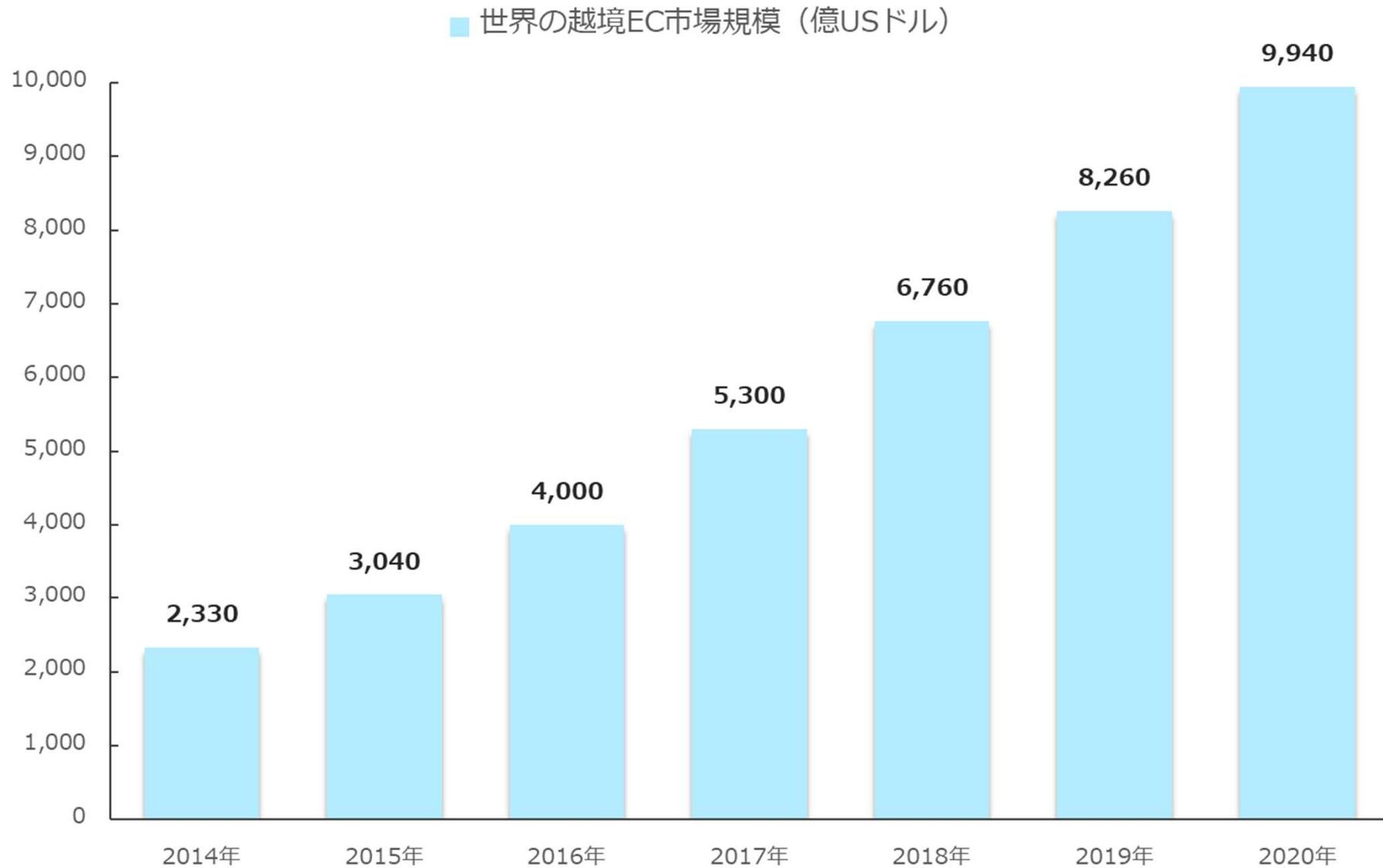
世界進出を視野に入れグローバルに活躍することを目標にインターネットを利用したビジネスでの起業を志すエンジニアや起業家を育成・支援

持分法適用会社

市場データ

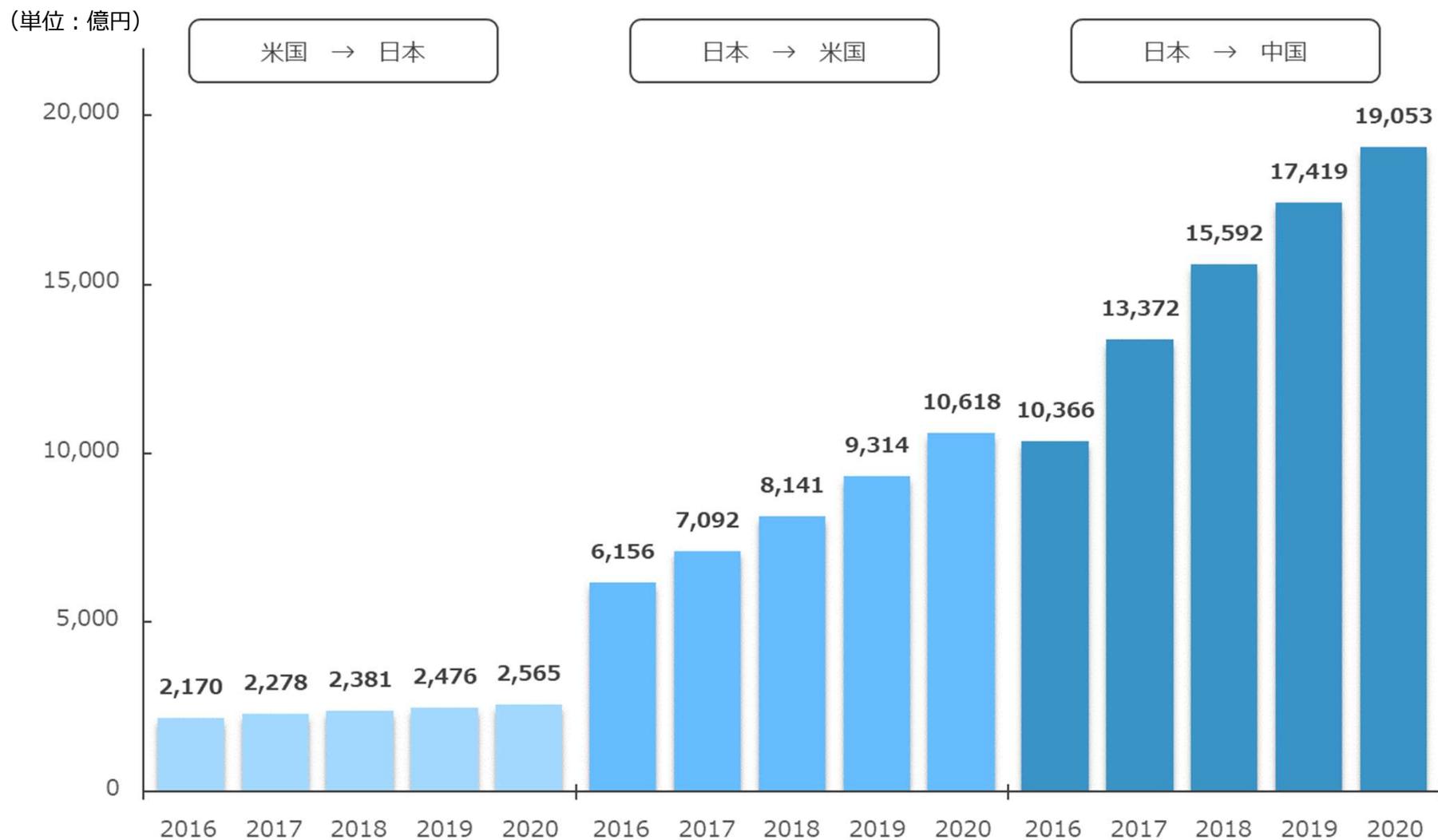


世界（日本、アメリカ、中国）の越境EC市場規模



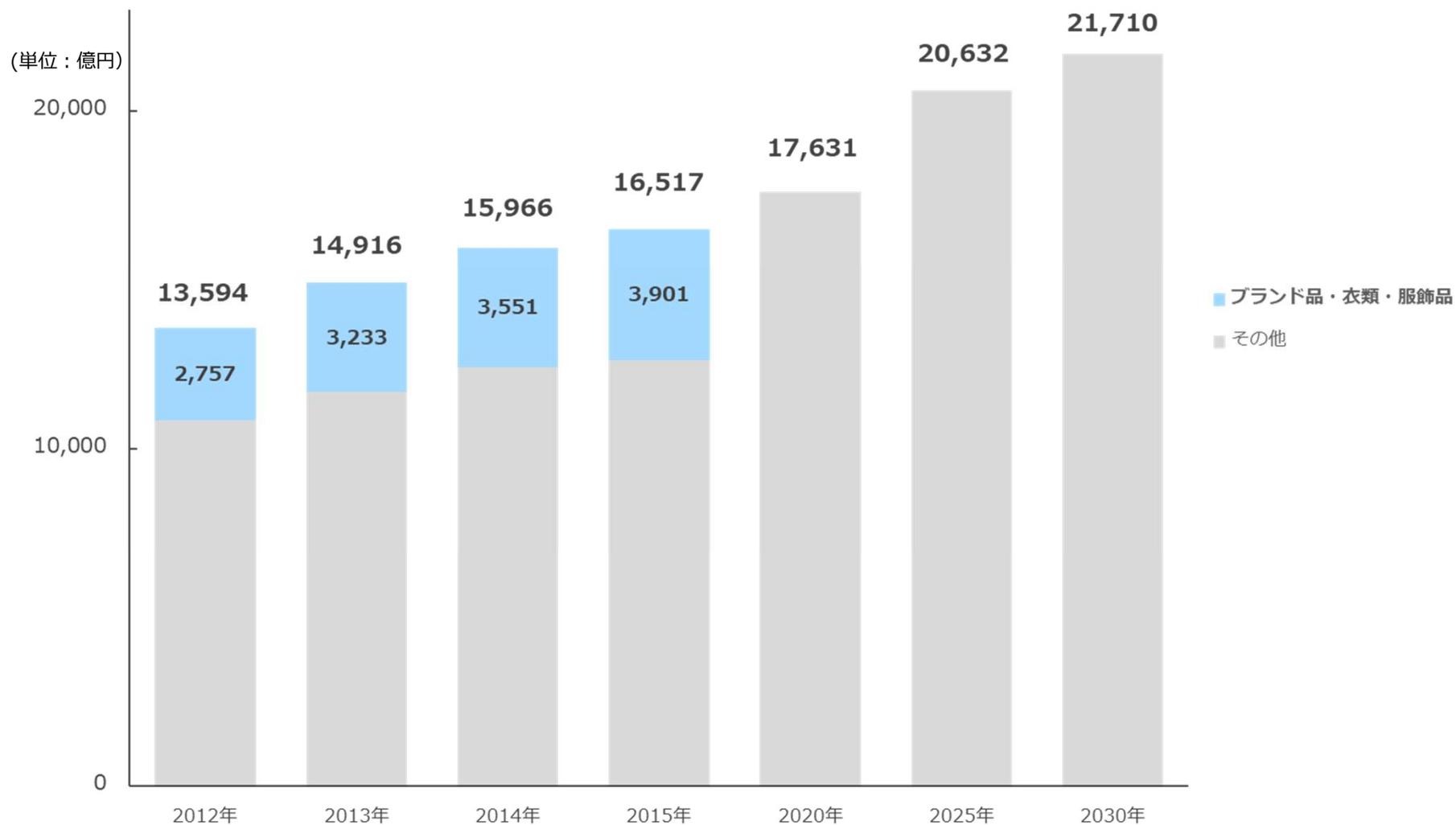
出所：Alizila, Jan2017

主要国間の越境EC市場規模



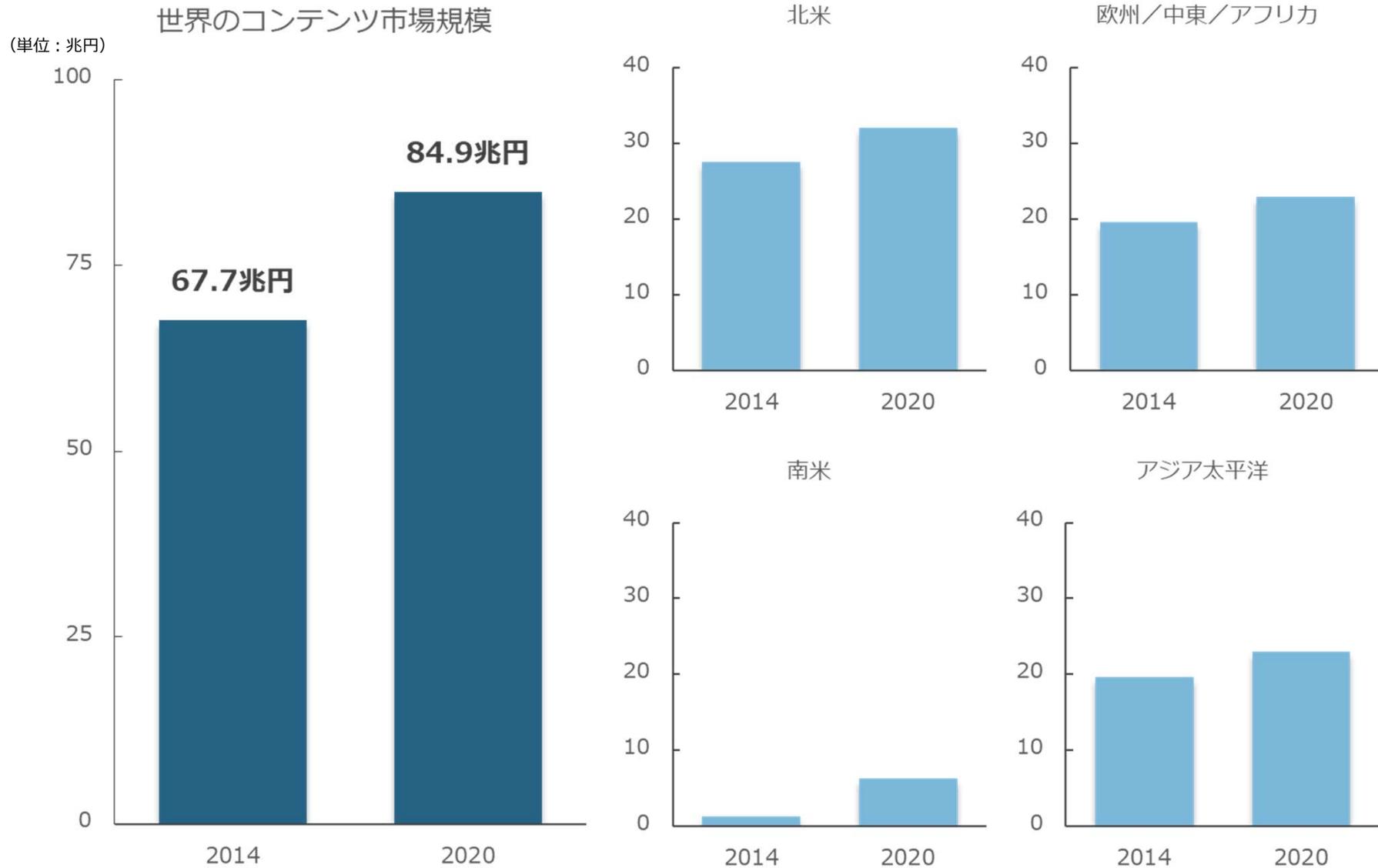
出所：経済産業省による各種調査機関、文献および越境ECを行っているEC事業者のヒアリングより作成

リユース市場の市場規模



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2017』推計を基に当社集計

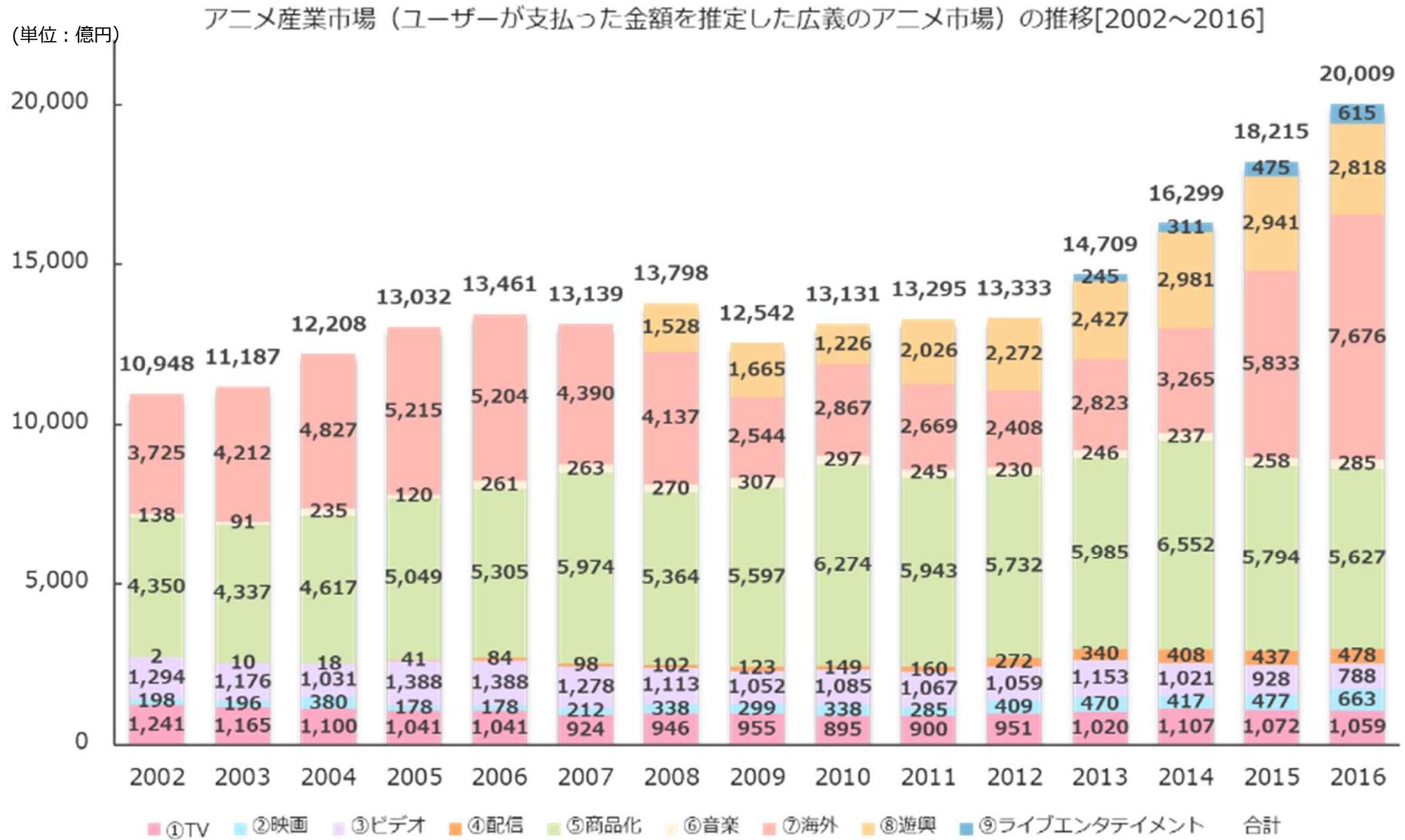
海外コンテンツ産業の市場規模



出所：RolandBerger調査（2016）

1ドル=113円で換算

➤ 日本のアニメ市場の推移



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