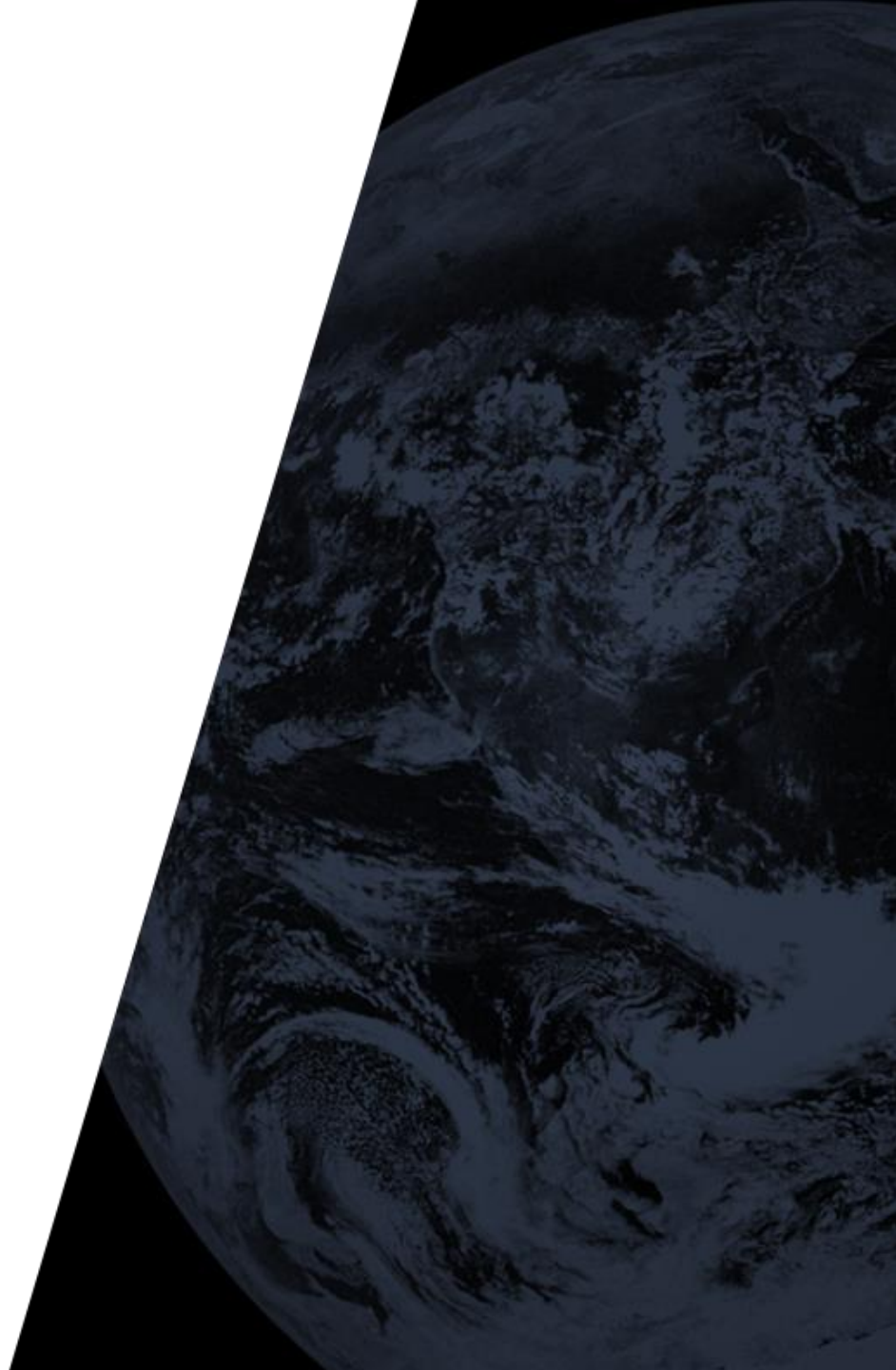




2020年9月期 第3四半期 決算説明会資料



第3四半期決算の概要

2020年4月～2020年6月



Eコマース事業

業績予想に対して好調に推移、クロスボーダーが牽引

クロスボーダー ▶ 流通総額昨年対比12.7%増。
(コロナによる出荷遅れがあったが受注ベースでは過去最高)

バリューサイクル ▶ 外出自粛要請以降、一時の落ち込みから回復基調。

リテール・ライセンス ▶ イベント開催数減少により流通減少。

インキュベーション事業

営業投資有価証券売却益を計上。

連結

一部事業においてコロナの影響を受けているものの、
流通総額は計画比3Q時点で80%を達成

	実績	計画進捗率（下限4/28予想）
流通総額	362.9億円	81%（450億円に対して）
売上高	195.0億円	83%（235億円に対して）
営業利益	27.5億円	117%（23.5億円に対して）

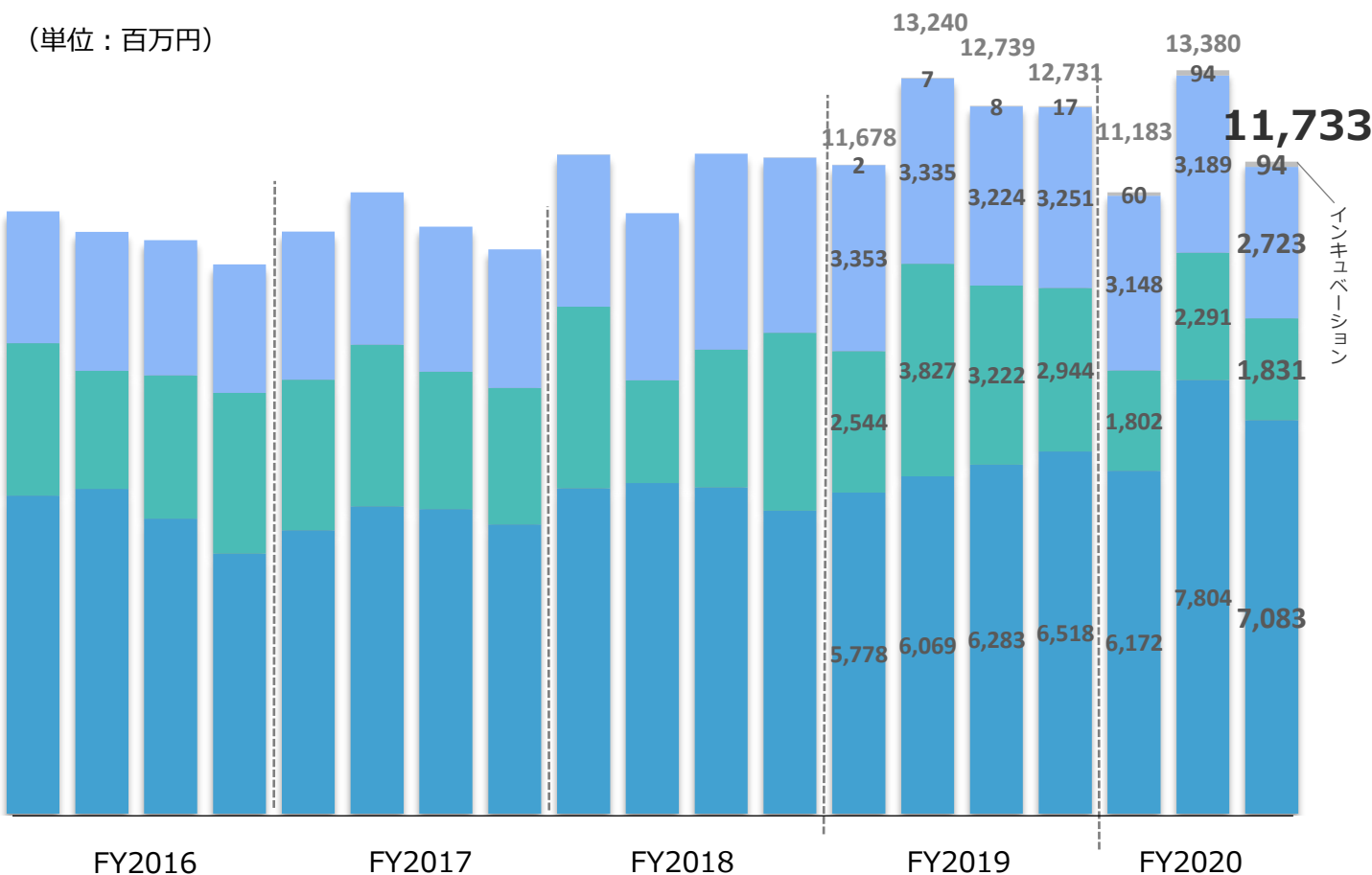
Eコマース事業

クロスボーダー部門が好調に推移

	実績	計画進捗率（下限4/28予想）
流通総額	360.4億円	81%（445億円に対して）
売上高	162.4億円	81%（200億円に対して）
営業利益	10.9億円	104%（10.5億円に対して）

連結流通総額は前年同期比7.9%減少、 クロスボーダー部門は好調に推移

(単位：百万円)



バリューサイクル

YoY 15.6%減
4、5月は外出自粛の要請を受け減少。5月下旬から回復基調。

リテール・ライセンス

YoY 43.2%減
イベントの開催中止によりエンターテインメント事業の販売が大幅に減少。

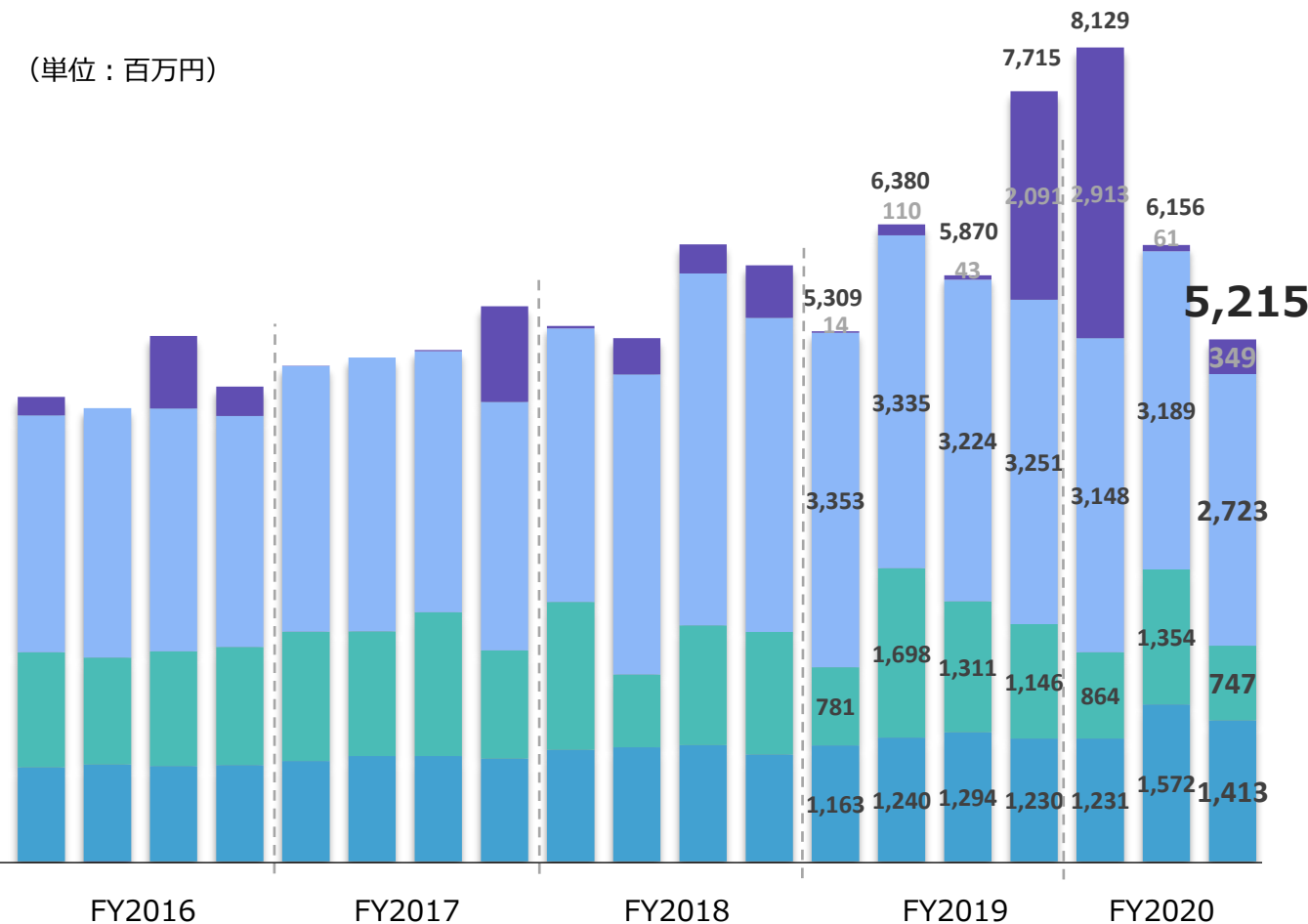
クロスボーダー

YoY 12.7%増
配送の遅延で3Q中に出荷計上できない受注もあったが12.7%増を達成。

※ 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。

連結売上高は前年同期比11.2%減少するも、クロスボーダー部門は好調に推移

(単位：百万円)



インキュベーション

YoY 712.4%増

営業投資有価証券の売却。

バリューサイクル

YoY 15.6%減

4、5月は外出自粛の要請を受け減少。5月下旬から回復基調。

リテール・ライセンス

YoY 43.0%減

イベントの開催中止によりエンターテインメント事業の販売が大幅に減少。

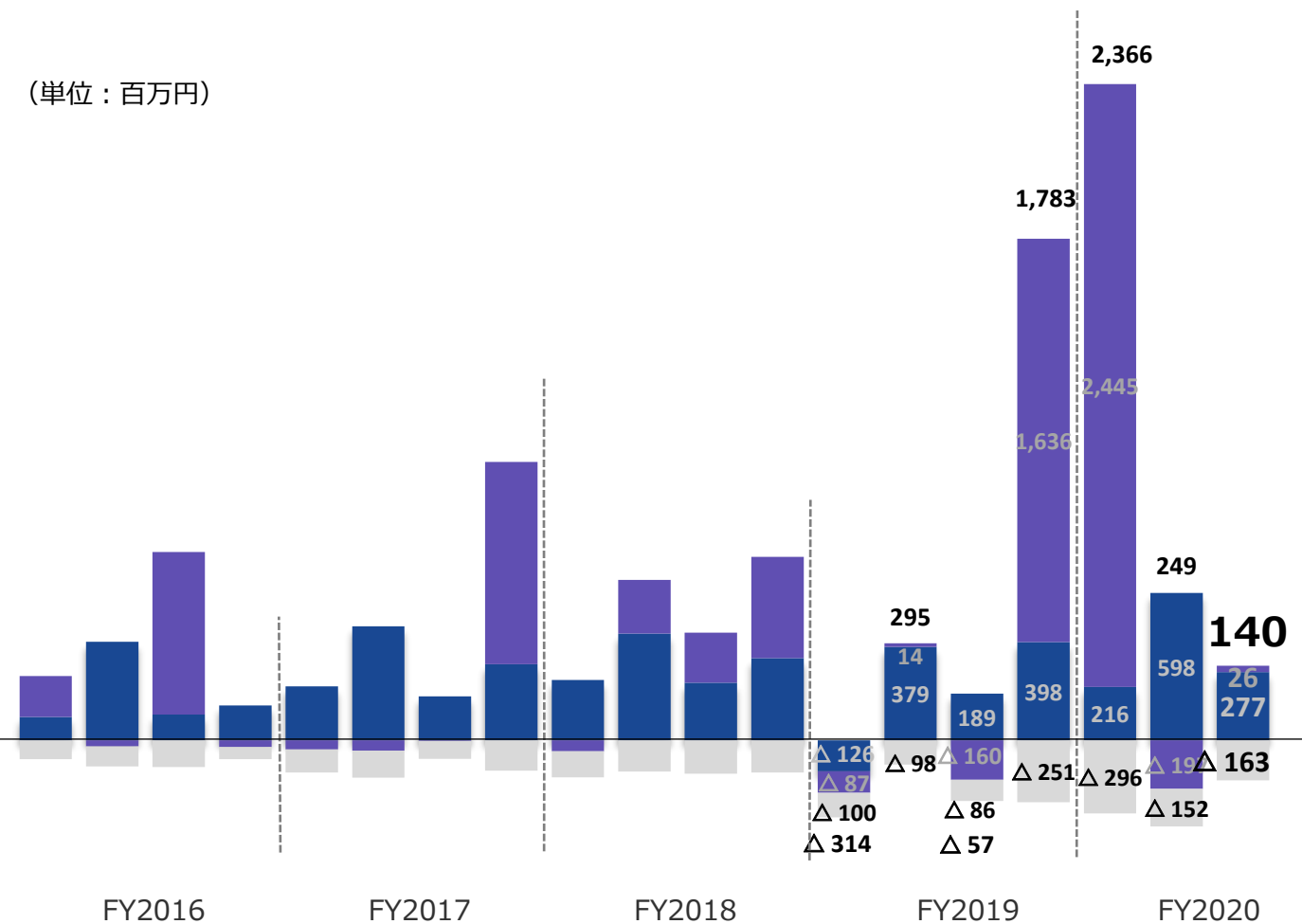
クロスボーダー

YoY 9.1%増

配送の遅延で3Q中に売上として計上できない受注もあったが9.1%増を達成。

ECマース事業は46.1%増と好調に推移

(単位：百万円)



ECマース

YoY 46.1%増
クロスボーダー部門が好調に推移。

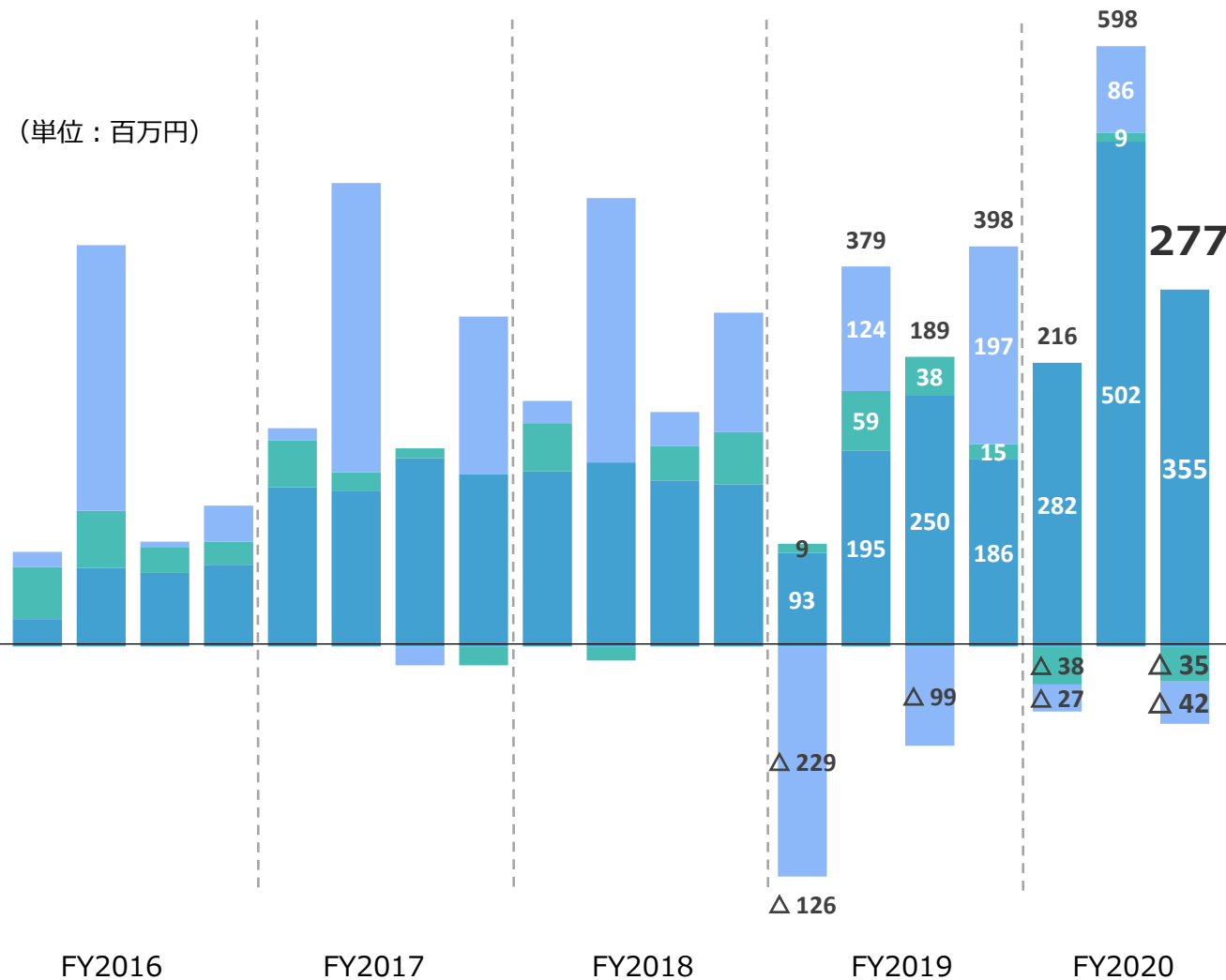
インキュベーション

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。

調整額

クロスボーダー部門が他部門の業績をカバーし、 全体としては前年同期比46.1%増

(単位：百万円)



バリューサイクル

外出自粛による売上減があったが、広告宣伝費の抑制等コストをコントロールし赤字幅は縮小。

リテール・ライセンス

イベントの開催中止によりエンターテインメント事業の売上減少に伴い赤字。

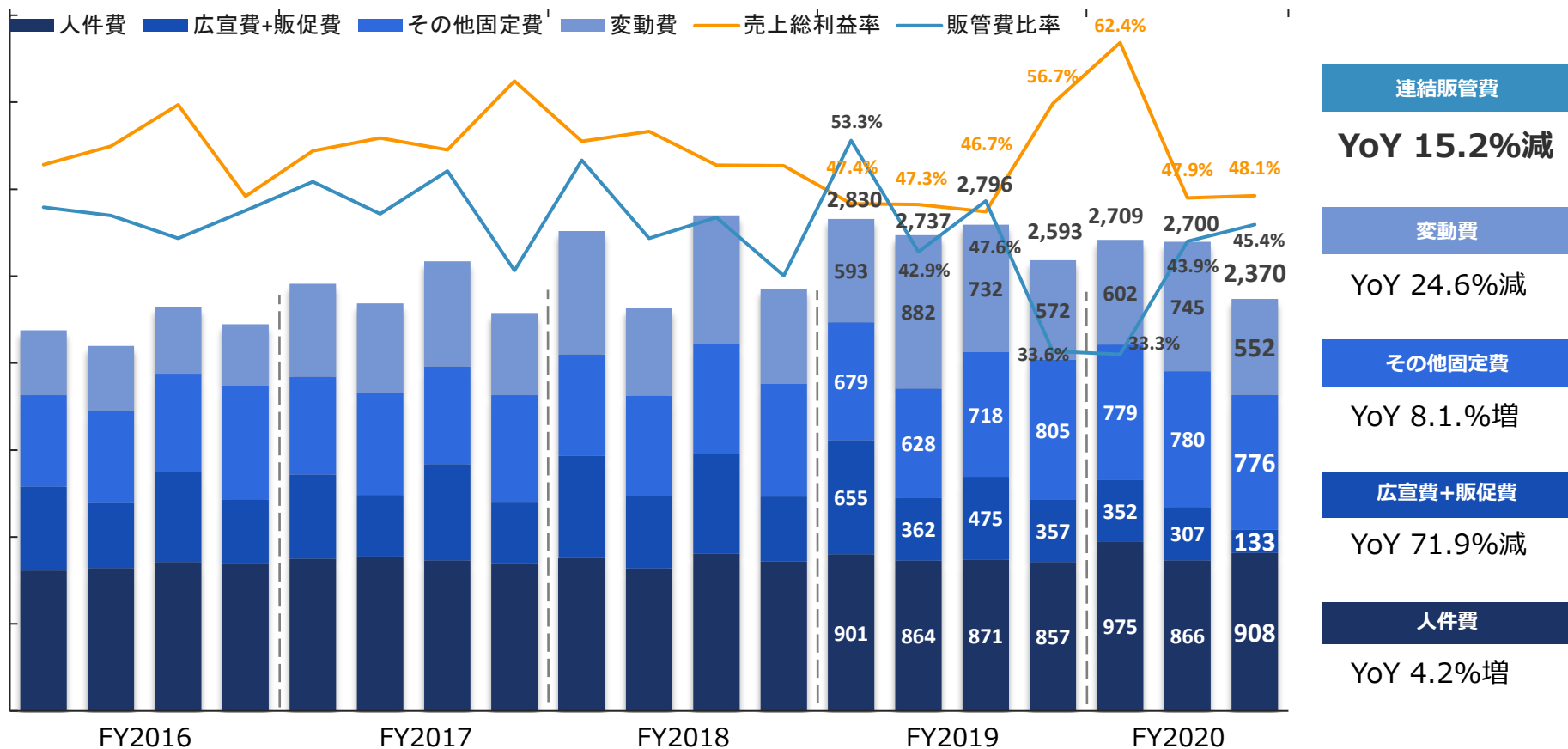
クロスボーダー

YoY42.1%増

配送の遅延で3Q中に売上として計上できない受注もあったが42.1%増を達成。

バリューサイクル部門で広告宣伝費をコントロール

(単位：百万円)



連結販管費

YoY 15.2%減

変動費

YoY 24.6%減

その他固定費

YoY 8.1%増

広宣費+販促費

YoY 71.9%減

人件費

YoY 4.2%増

※四半期ベースでは、賞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。

単位：百万円	3Q/FY2020 (2020年6月末)	2Q/FY2020 (2020年3月末)	前四半期末比
流動資産	18,749	16,975	1,774
現預金	7,011	6,677	334
売掛金	693	763	△69
営業投資有価証券	4,884	4,120	763
商品	2,227	2,524	△297
固定資産	2,597	2,518	78
有形固定資産	394	387	6
無形固定資産	616	614	1
投資等	1,586	1,515	70
流動負債	8,005	7,569	436
買掛金	213	410	△197
短期借入金	1,900	2,600	△700
固定負債	1,987	571	1,415
長期借入金	1,722	0	1,722
純資産	11,353	11,352	1
自己株式	△777	△603	△174
総資産	21,346	19,493	1,853

- ・ 投資による増加：749百万円
- ・ 売却による減少：△10百万円
- ・ 評価による減少：△6百万円
- ・ 為替変動：65百万円
- ・ 科目組替：△35百万円

事業別のトピック



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。



クロスボーダー部門



From Japan事業

越境代理購入サービス“Buyee”はコロナ禍でも**好調**。

3Qの主なトピック (コロナ影響含め)

- コロナ禍でも取引は順調に増加。
- 注力国の台湾以外に北米とタイ、マレーシアからの購入が増加。
- 商品の出荷ベースで売上として認識をしているが、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で出荷が遅れていたため4Q以降の売上に反映される予定。配送の遅延は解消傾向にある。

3Qの主なリリース

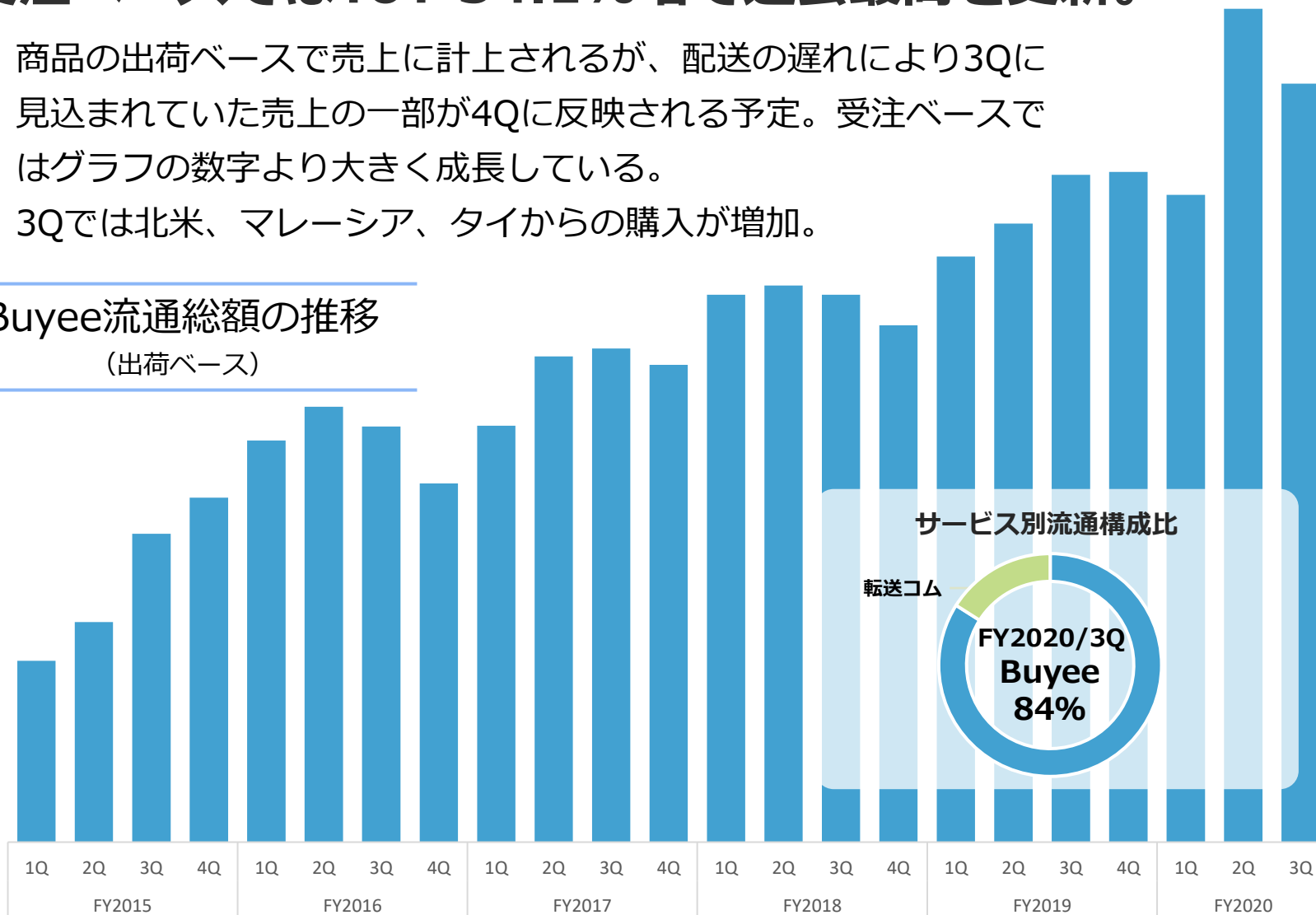
- 中国向けに新配送サービス (Buyee空運中国) をリリース。
- エイベックス通販サイト「mu-moショップ」の取り扱い開始。

Buyeeの流通総額は出荷ベースで12.2%増、 受注ベースではYoY 34.1%増で過去最高を更新。

- 商品の出荷ベースで売上に計上されるが、配送の遅れにより3Qに見込まれていた売上の一部が4Qに反映される予定。受注ベースではグラフの数字より大きく成長している。
- 3Qでは北米、マレーシア、タイからの購入が増加。

Buyee流通総額の推移

(出荷ベース)



2Qと3Qで新たに3つの配送手段を追加

(一部の国で配送を停止していたEMSの影響を受けずにお客様のもとへお届けするための施策)

提供可能な国際配送手段の一覧

配送方法	種類	日数	配送料金	
			→国際配送料金	
おすすめ			例) アジア-重量1kg	例) アジア-重量10kg
EMS (日本郵便 国際スピード郵便) →EMS簡単見積り計算	-	2~4日	2,100円	10,500円
AIR (日本郵便 航空便)	国際小包	3~6日	2,050円	7,850円
	小形包装物 書留410円付き		1,860円	×重量オーバー
SAL (日本郵便 エコノミー航空便)	国際小包	6~13日	1,800円	6,700円
	小形包装物 書留410円付き		1,290円	×重量オーバー
日本郵便 船便	国際小包	1~3ヶ月	1,600円	4,300円
UPS	-	1~3日	2,703円	7,303円
DHL	-	1~4日	1,942円	3,865円

配送方法	種類	日数	配送料金	
			例) 重量1kg	例) 重量9kg
Buyee空運台湾 (台湾限定)	-	6~10日	900円	7,500円
ECMS (台湾限定)	-	6~8日	1,512円	7,656円
Buyee空運中国 (中国限定)	-	1週間	1,359円	7,026円

2Qに追加

3Qに追加

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

3Qの主なトピック（コロナ影響含め）

- 2Qに続き3Q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。
- ライブイベントでグッズを購入できないファンがECで購入する動きあり。

今後の主な対策

- イベントの実施ができないアーティストのECストア化支援を強化。
- 密な状況を避けたいイベント運営側へ提供できるソリューションとして、並ばずに決済や商品の受け取りができる“narabee”（インキュベーションセグメント）の受注が取れ始めている。4Q以降、積極的に導入事例を増やす予定。



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」

3Qの主なトピック（コロナ影響含め）

- 外出自粛の影響による売上の減少は底打ちし回復基調へ。
 - 4月売上：6.9億円
 - 5月売上：7.9億円
 - 6月売上：8.0億円

3Qの主なリリース（一部4Qにまたがる施策あり）

実店舗を恵比寿にオープン（6月）

オンライン査定サービスの開始（7月）



インキュベーション部門



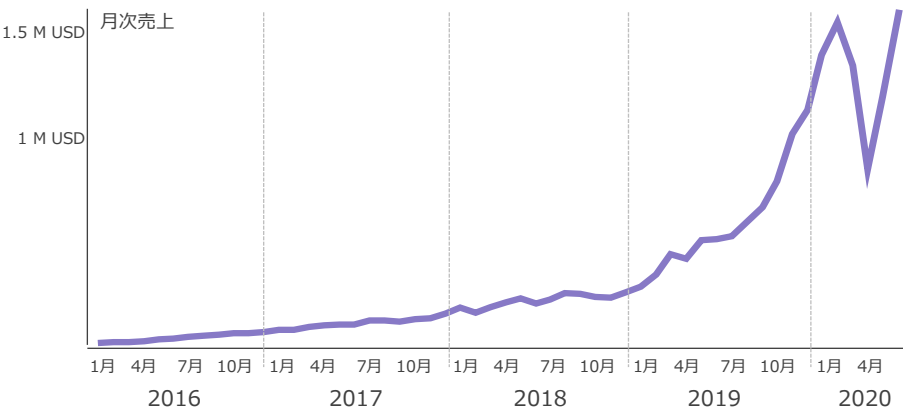
海外投資

3Q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出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。

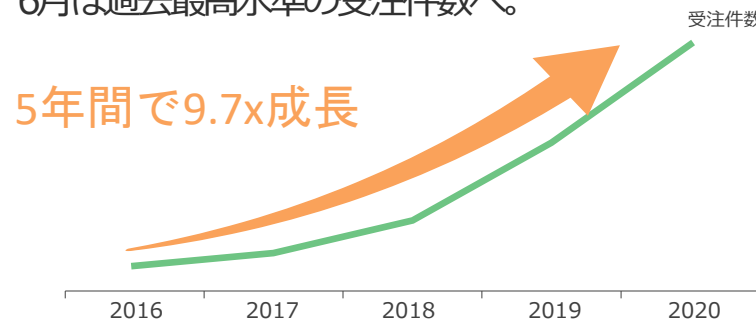
NOBROKER（インド）

- コロナの影響から一時売上が落ち込んだが5月から回復し過去最高売上へ。



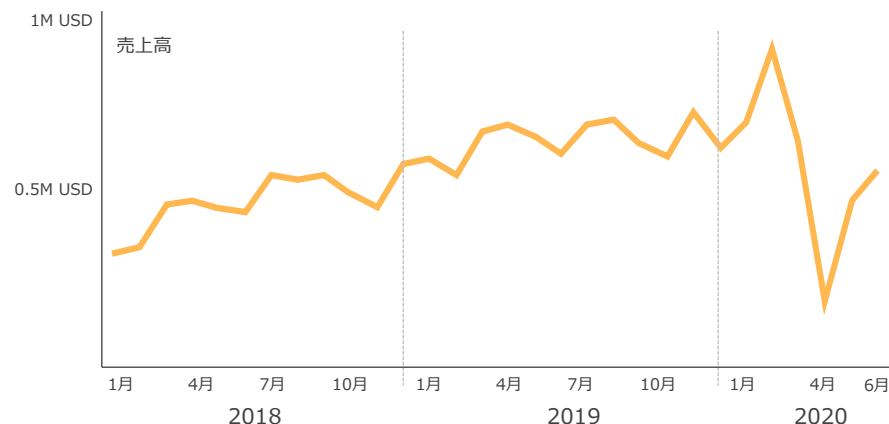
Tokopedia（インドネシア）

- コロナでデジタルシフトが進み順調に受注を伸ばし、6月は過去最高水準の受注件数へ。



Healthians（インド）

- コロナの影響から一時売上が落ち込んだが4月、5月と回復基調へ。



※次回更新9月末

時価評価額
252億円



2019/9月末

253億円



2020/3月末

時価評価額
226億円

【時価評価の計算方法】

上場銘柄：2020年3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。

業績予想



業績予想の修正について（連結）

今後の見通しについて、新型コロナウイルスの感染拡大の影響による足元の業績の状況および今後の見通しを踏まえ、2020年4月28日に発表した2020年9月期連結業績予想のレンジを修正。

連結	前回予想	今回予想
流通総額	450 ～ 477億円	475 ～ 490億円
売上高	235 ～ 260億円	245 ～ 260億円
営業利益	23.5 ～ 31.4億円	27.5 ～ 31.4億円

業績予想の修正について（セグメント別）

Eコマース事業/クロスボーダー部門

国際配送において、一部の地域で出荷引受の停止や出荷の遅延が発生したが、独自の物流サービスのリリースを加速させると共に、出荷引受の再開および遅延の解消が進んだ。また、世界的なデジタルシフトが進む中で、受注は好調に推移。

	前回予想	今回予想
流通総額	275 ～ 280億円	283 ～ 293億円
売上高	55 ～ 60億円	57.5 ～ 60.5億円
営業利益	13.5 ～ 14.5億円	15.2 ～ 16億円

業績予想の修正について（セグメント別）

Eコマース事業/バリューサイクル部門

第2四半期においては、外出自粛要請に伴う買い控えにより売上の減少がみられたが、5月下旬から回復傾向にあり。また広告宣伝費のコントロールが寄与し営業利益率が改善傾向。

	前回予想	今回予想
売上高	115 ～ 120億円	117 ～ 120億円
営業利益	△1 ～ △0.5億円	△0.3 ～ 0.2億円

業績予想の修正について（セグメント別）

Eコマース事業/リテール・ライセンス部門

引き続きイベント開催の見通しが不透明であり、今期中のイベント開催はない見込み。一方でECによる売上は増加傾向。

	前回予想	今回予想
流通総額	55 ～ 70億円	72 ～ 74億円
売上高	30 ～ 35億円	37.5 ～ 39.5億円
営業利益	△2 ～ △1.1億円	△1.5 ～ △1.1億円

業績予想の修正について（セグメント別）

インキュベーション事業

第3四半期において営業投資有価証券の売却を実施。第4四半期における営業投資有価証券の売却については引き続き不確実な状況。

	前回予想	今回予想
流通総額	5 ～ 7億円	3億円
売上高	35 ～ 45億円	33 ～ 40億円
営業利益	20 ～ 25億円	22.4 ～ 24.5億円

ハイライト



Eコマース事業

業績予想に対して好調に推移、クロスボーダーが牽引

クロスボーダー ▶ 流通総額昨年対比12.7%増。
(コロナによる出荷遅れがあったが受注ベースでは過去最高)

バリューサイクル ▶ 外出自粛要請以降、一時の落ち込みから回復基調。

リテール・ライセンス ▶ イベント開催数減少により流通減少。

インキュベーション事業

営業投資有価証券売却益を計上。

各事業の状況：3Qではクロスボーダー好調 リテール・ライセンス以外は回復基調

各セグメントの状況

クロスボーダー

From JAPAN、To JAPANともに好調。一部商品の配送が遅延し出荷が4Qにずれするため、売上の計上が一部4Q以降で反映される予定。コロナの影響による配送費用の値上げは発生せず、新たに配送手段の追加を実施。引き続き攻めの姿勢を維持し、海外マーケットプレイスとの連携や競合企業のシェア奪取にも着手していく。

リテール・ライセンス

アーティストなどのイベント自粛が発生。
イベントでの商品販売をオンラインに切り替えるも、2Qに続き業績に影響あり。全体的にはコスト抑制でイベントの再開を待つが、ECストアの強化にも着手。

バリューサイクル

3月の外出自粛要請以降、買い控えで販売苦戦していたが、5月下旬以降業績は回復傾向にあり。2Qの守りから3Qは攻めへ。実店舗の展開など高価格帯商品の売上増を狙う施策を実施。4Qは販路強化のため具体的な海外販売の施策を予定している。

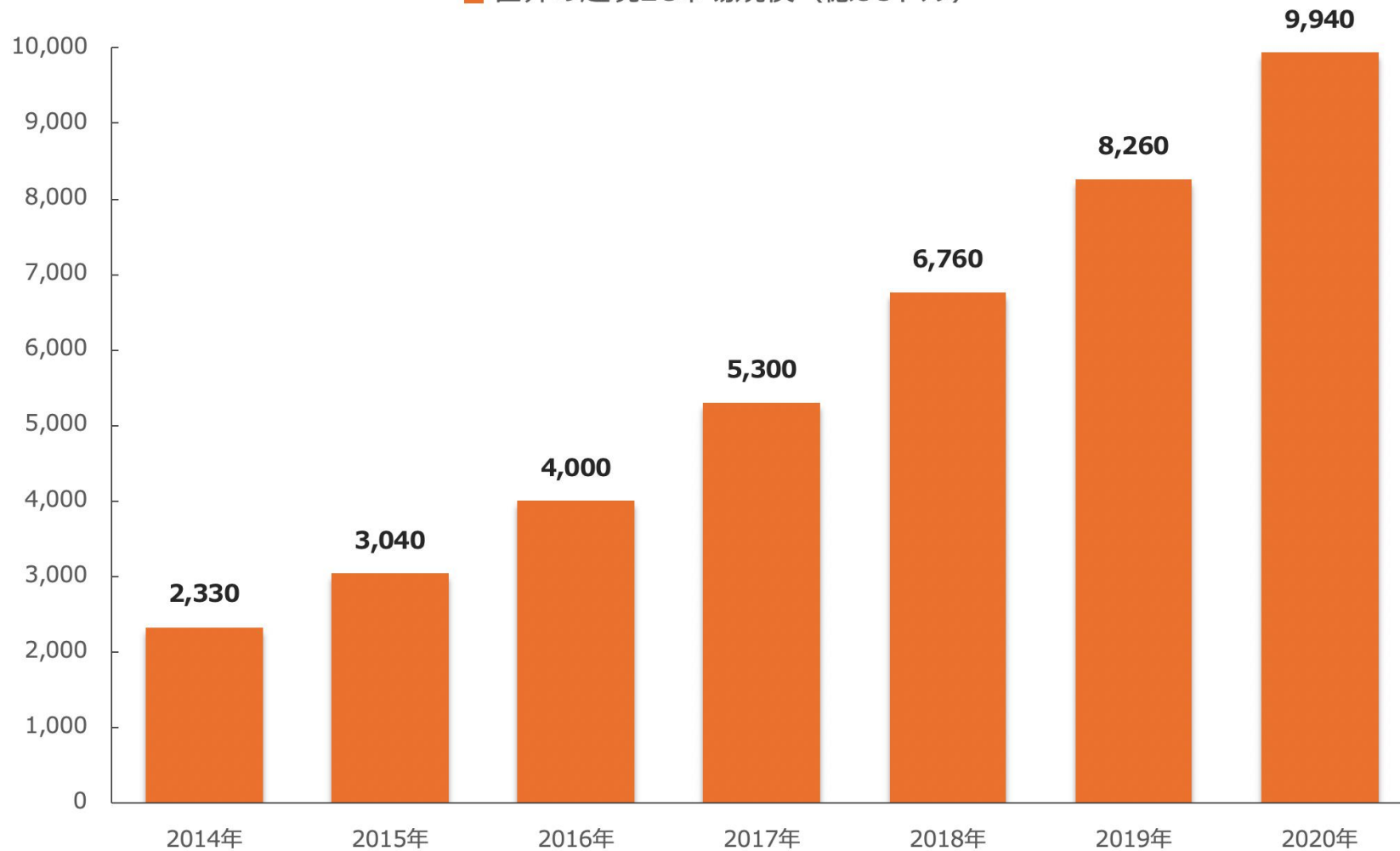
インキュベーション

海外投資：大型の総合マーケットプレイスは、生活必需品中心に客数や受注件数が増加。新たなビジネスチャンスを探り売上を伸ばしている出資先も。
新規事業：インバウンド領域は訪日旅行客がもどるまで引き続き停止。

參考資料

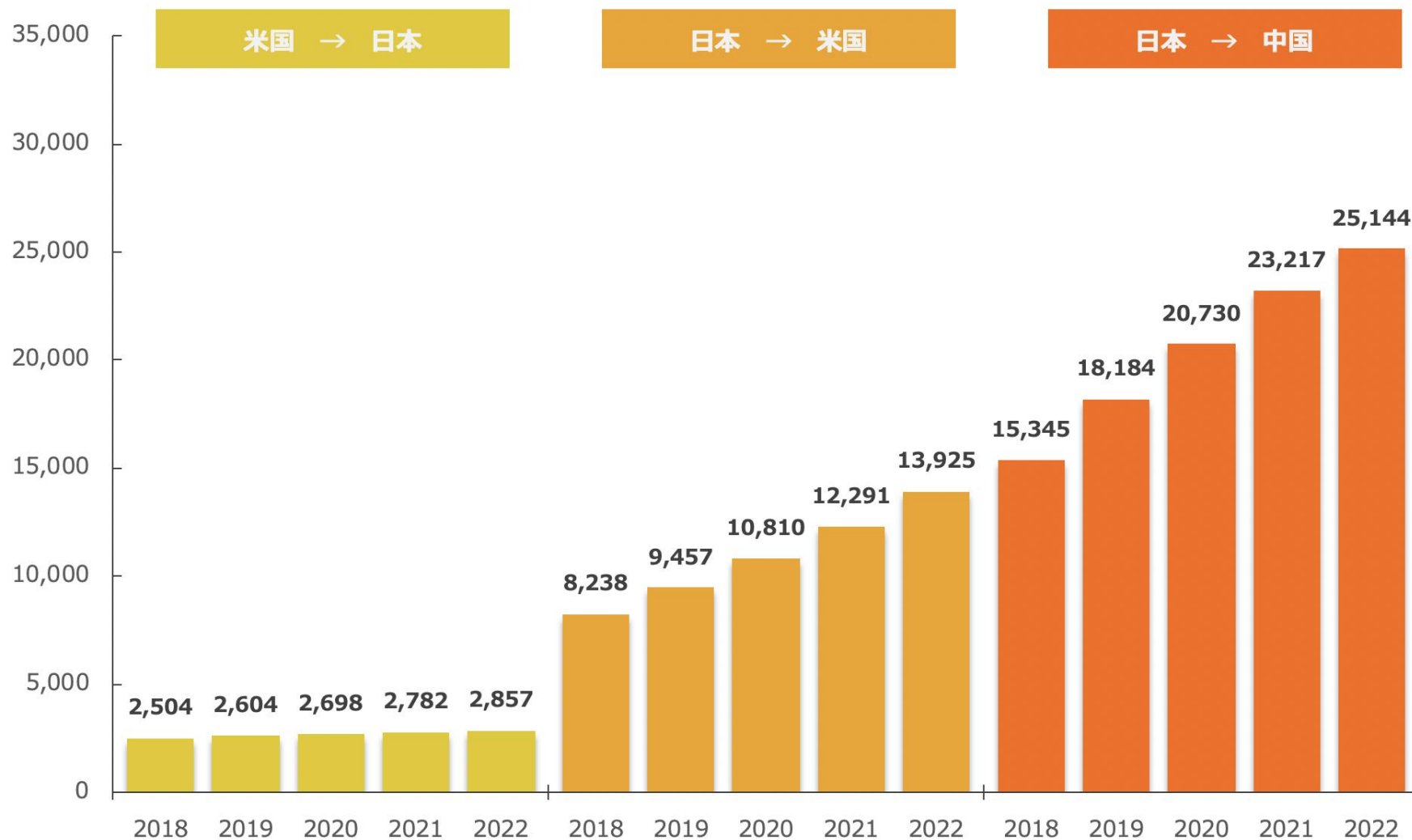


■ 世界の越境EC市場規模（億USドル）

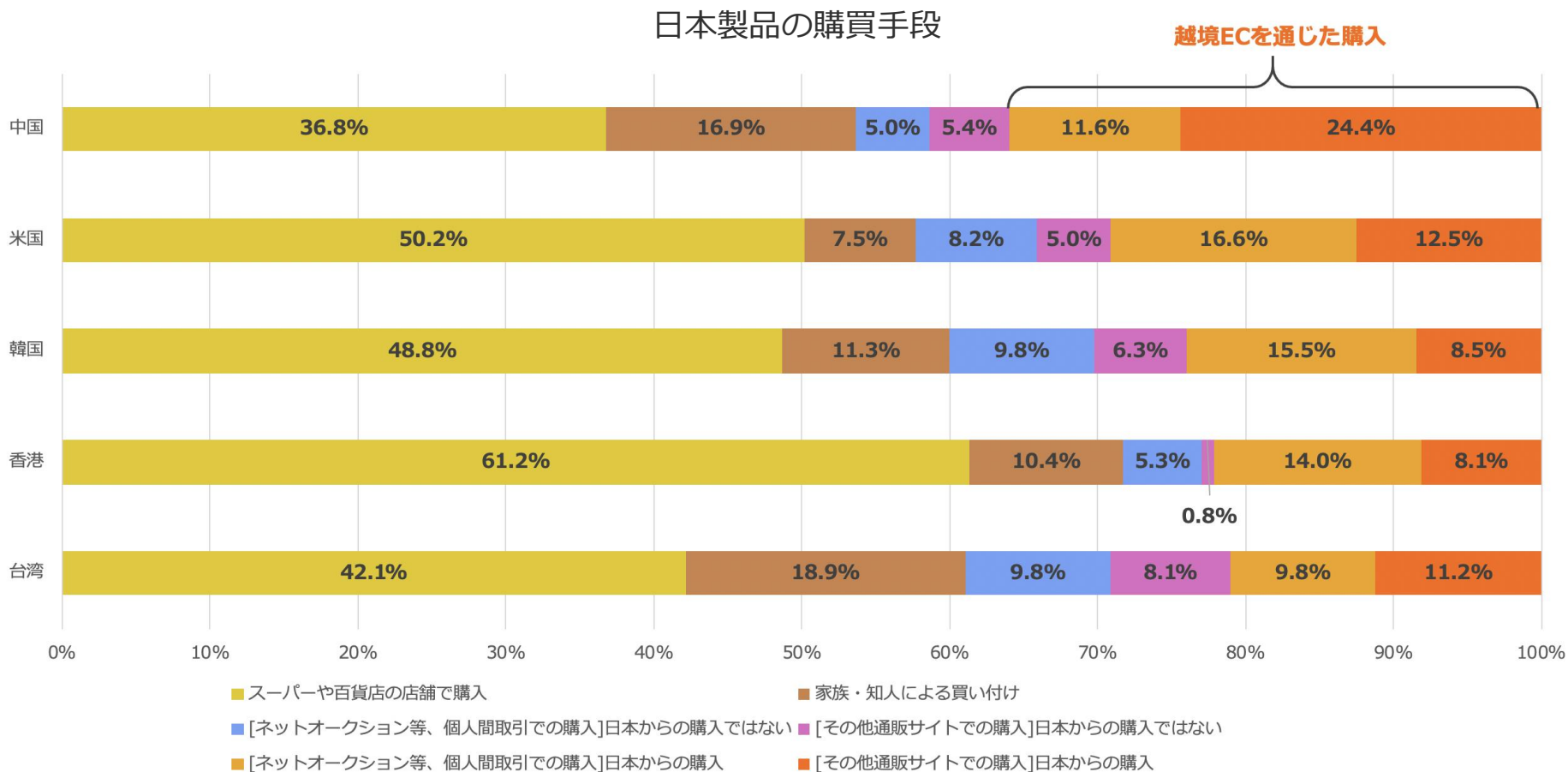


出所：Alizila, Jan2017

(単位：億円)

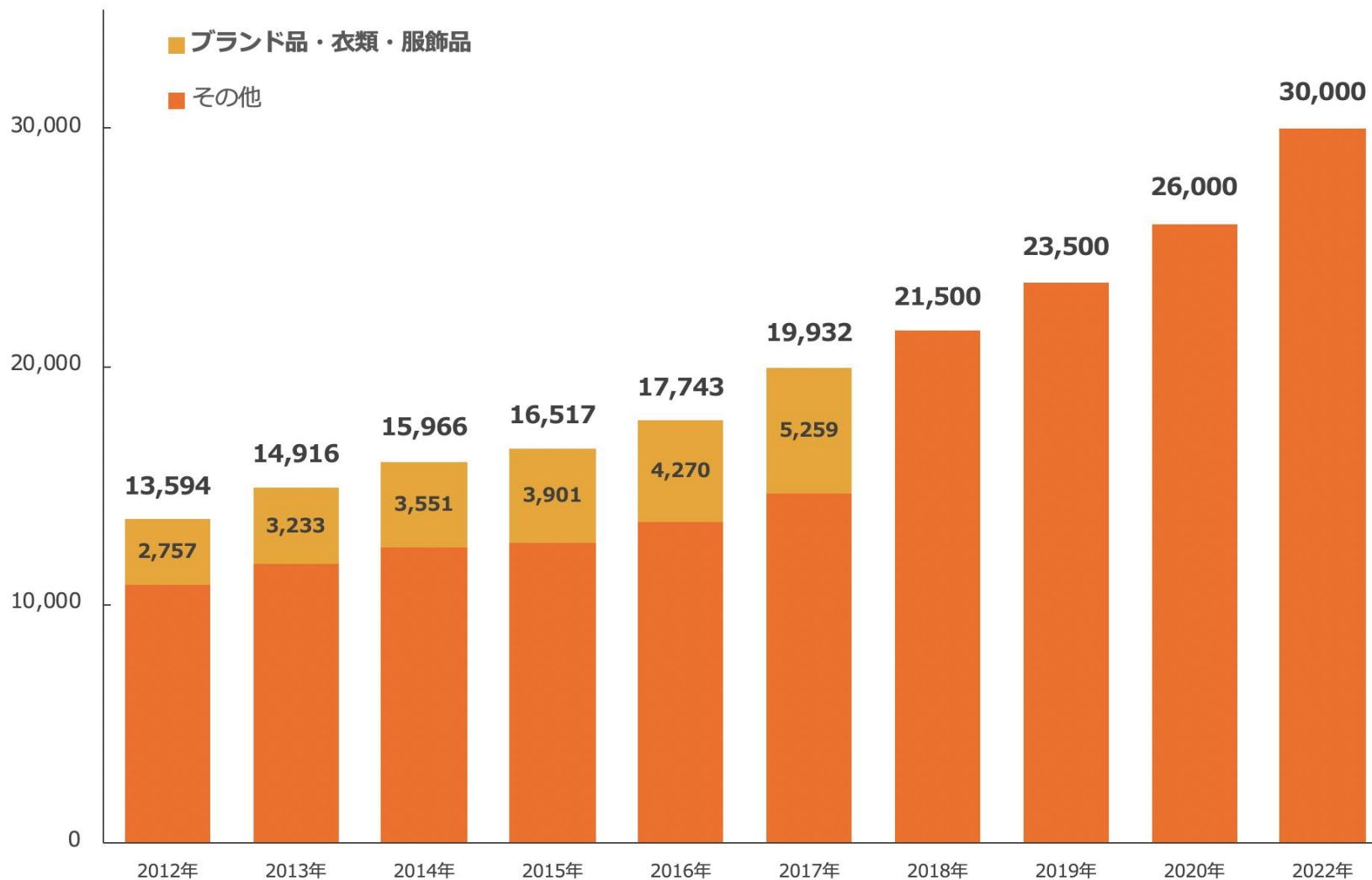


出所：経済産業省「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備」（2019年）を参考に作成



出所：アンケート調査に基づき観光庁作成 (2017)

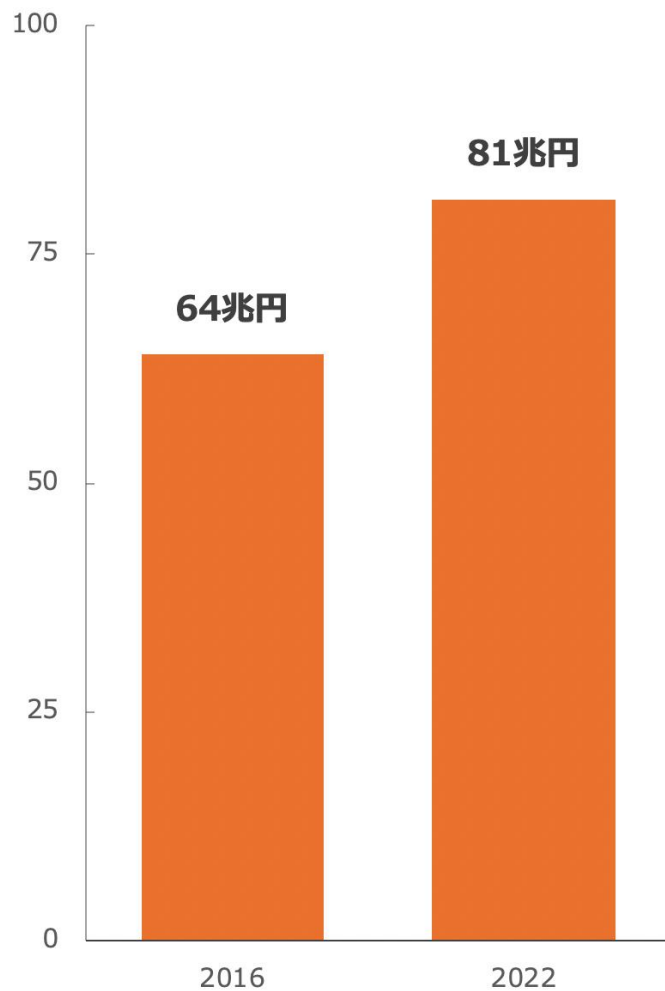
(単位：億円)



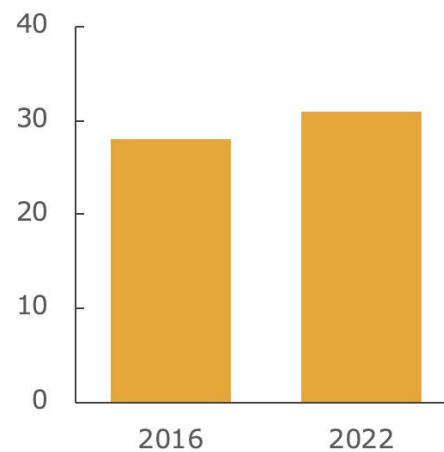
出所：(株)リフォーム産業新聞社『データでみるリユース市場 最新版』2019/5/11 推計を基に当社集計

(単位：兆円)

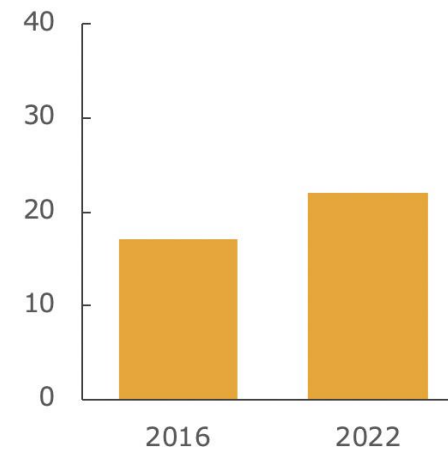
海外のコンテンツ市場規模



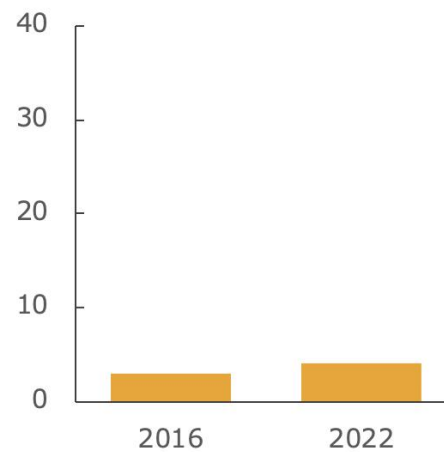
北米



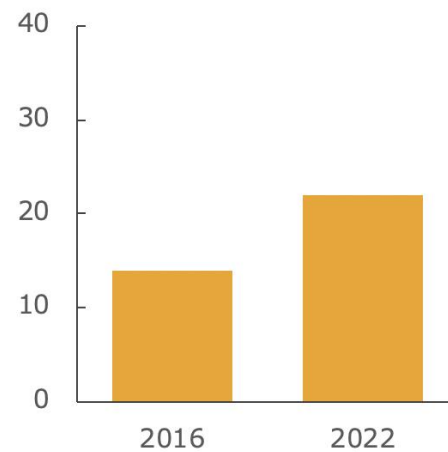
欧州／中東／アフリカ



南米



アジア太平洋 (日本を除く)

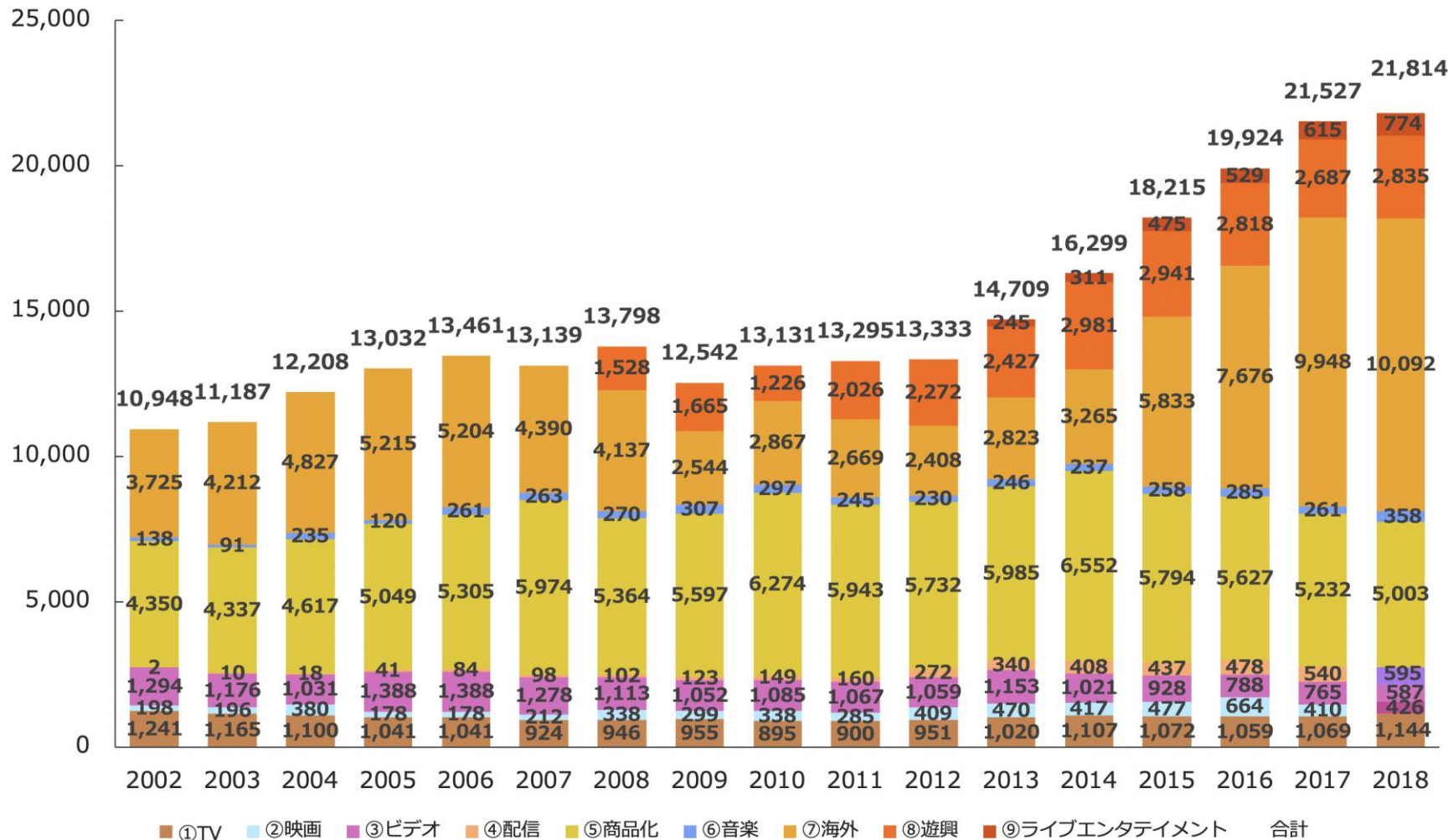


出所：RolandBerger調査

1ドル=108円で換算

アニメ産業市場(ユーザーが支払った金額を推定した広義のアニメ市場)の推移[2002~2018]

(単位：億円)



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

補足資料



■配当

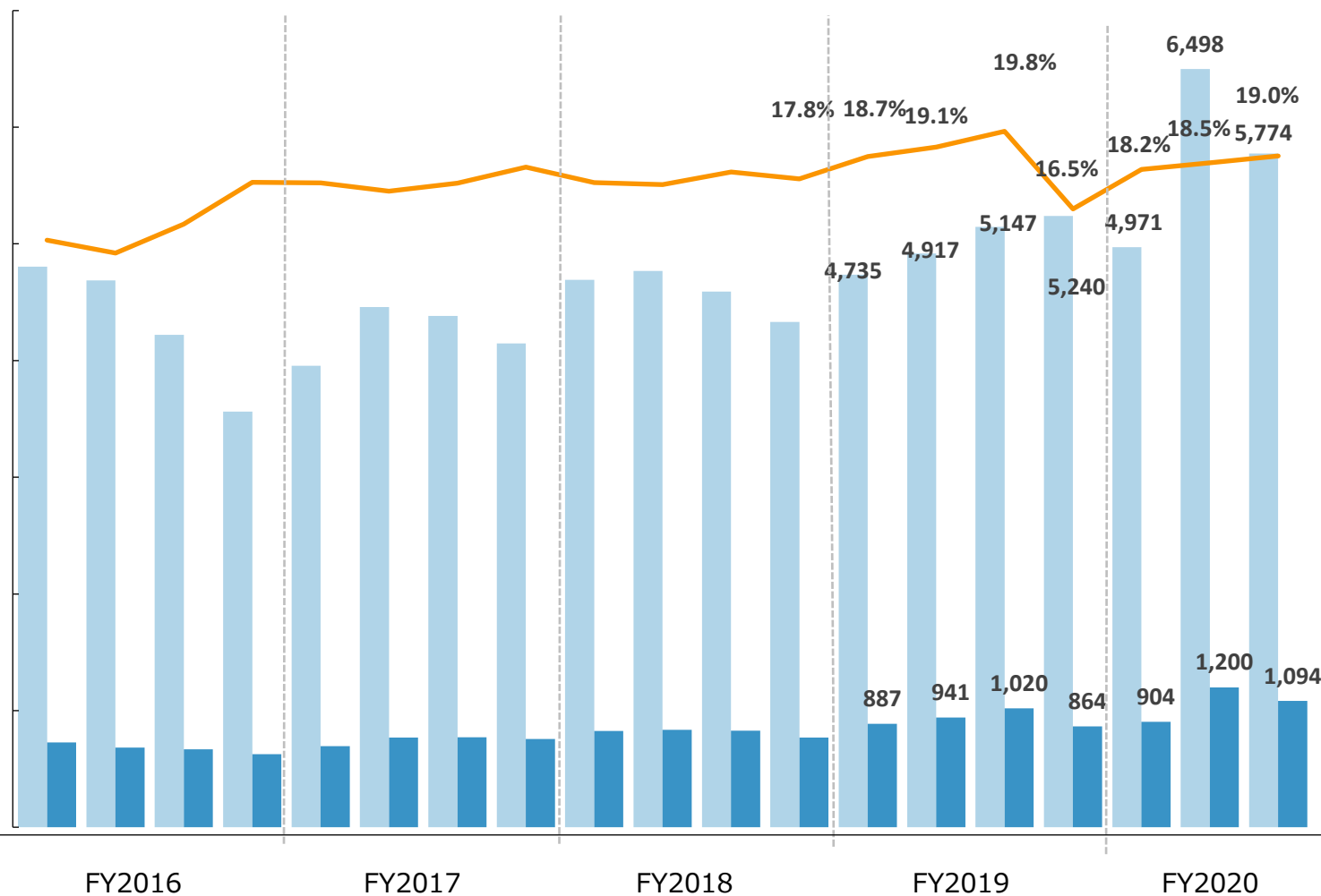
	1株あたり配当金 (円)			配当総額	配当性向
	第2四半期末	期末	合計		
FY2016	00円00銭	13円00銭	13円00銭	158百万円	16.7%
FY2017	5円00銭 記念配当*	13円00銭	18円00銭	221百万円	21.8%
FY2018	00円00銭	13円00銭	13円00銭	158百万円	17.2%
FY2019	00円00銭	18円00銭	18円00銭	214百万円	20.1%
FY2020 (予想)	00円00銭	18円00銭	18円00銭	—	—

※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
FY2018	10万株	0.8%	145百万円	32.9%
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%	380百万円	
FY2020	37.3万株	2.9%	286百万円	—

(単位：百万円)



Take Rate
(売上高÷流通総額)

Take Rate

0.5ポイント増

流通総額

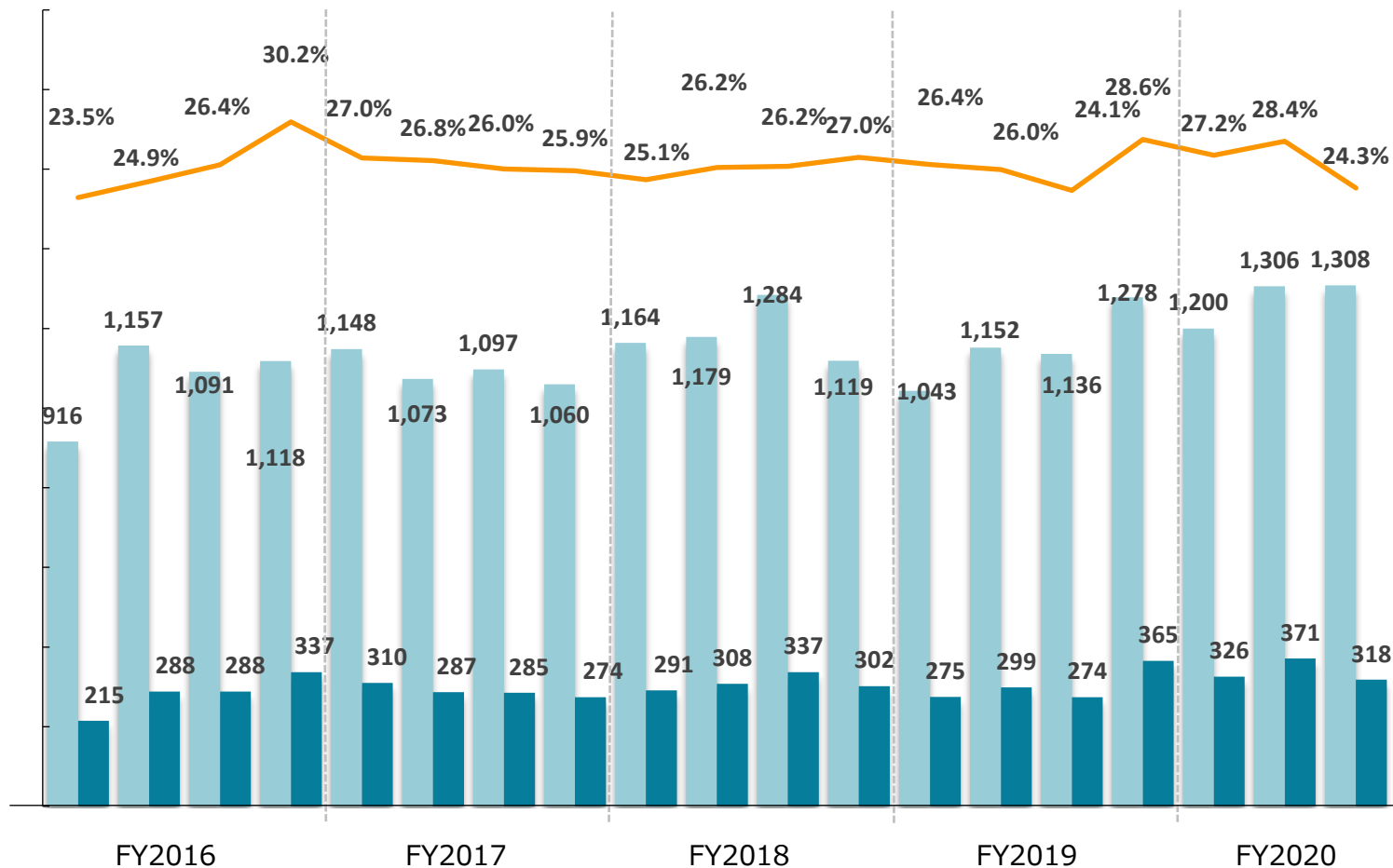
YoY12.2%増

売上高

YoY7.2%増

(単位：百万円)

Take Rate
(売上高÷流通総額)



Take Rate

4.1ポイント減

※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)

流通総額

YoY15.2%増

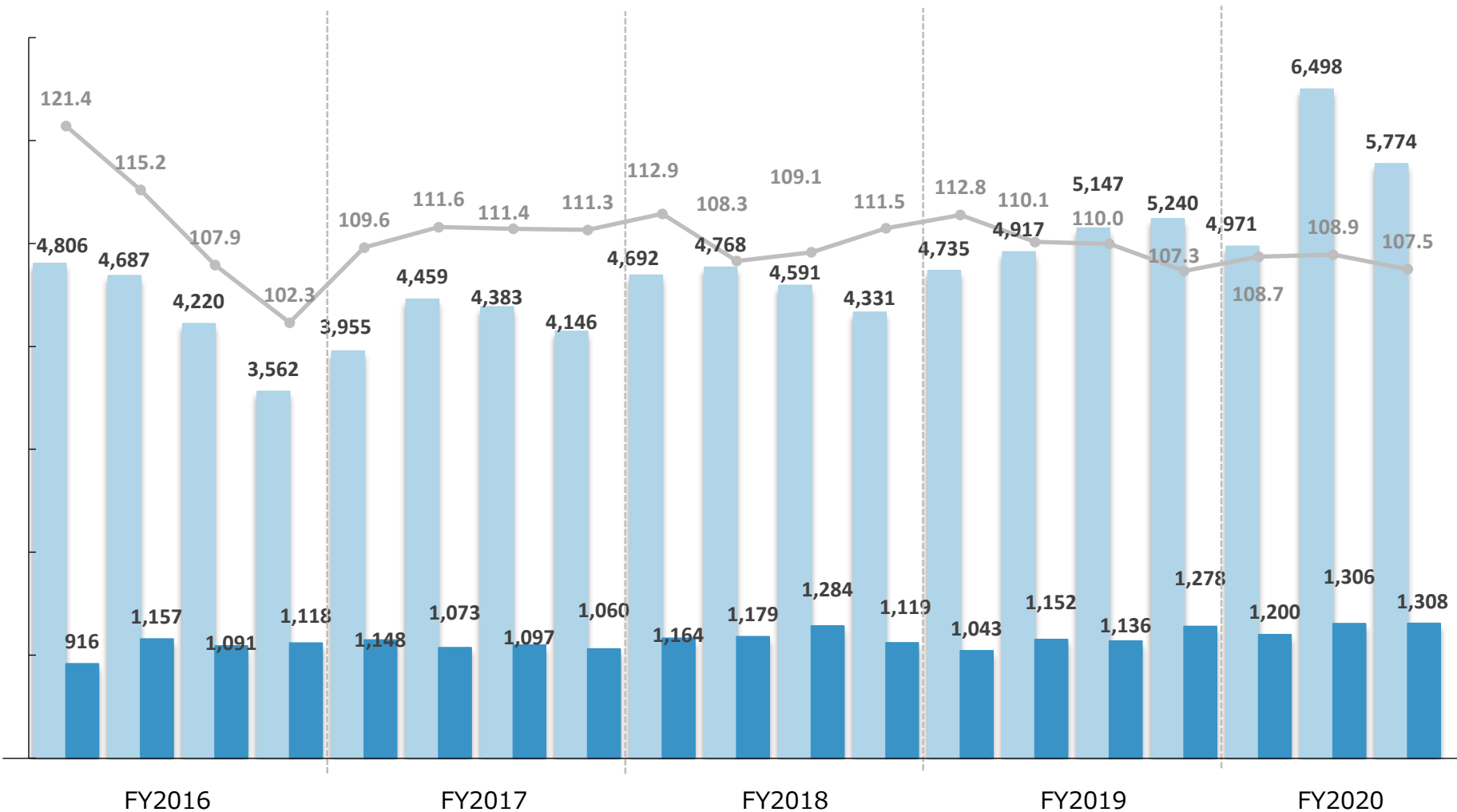
売上高

YoY16.3%増

From Japan

To Japan

為替レート (米ドル/円)
四半期毎の平均レート



2020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	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 バングラデシュ 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

連結子会社



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

連結子会社



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。