



## 堅調な会員増に支えられ、売上高・営業利益(単体) で前年同期比約 1.5 倍の大幅な収益改善を実現。

(2017年1月期 Q1 レビュー)



### 事業概要

- ・当社は C to C 型日本最大のソーシャルショッピングサイト「BUYMA」の運営主体。
- ・BUYMA は、海外在住の個人を中心としたパーソナルショッパーが、世界中の最新流行ファッションを幅広く紹介し、国内のユーザーの購入希望に応じて購入・配送する場を提供している。
- ・エニグモは、利用者に対する BUYMA のプラットフォームの提供に加え、資金決済の仲介や付随サービスを提供することで、パーソナルショッパー・ユーザーの双方に、利便性と取引の安全を確保する役割を担っている。
- ・エニグモの売上はパーソナルショッパーおよびユーザー双方からの成約手数料収入と「あんしん補償制度」の有料オプション料からなる。
- ・レディースおよびメンズファッションのファッションアイテムや雑貨など、世界中で流行している最先端の商品をタイムラグなく幅広く紹介していることが BUYMA の特徴。
- ・2016年1月期に大型広告キャンペーンを実施。2016年2月現在、BUYMA の認知度は 40%、(F1 層で 56%) に到達。
- ・当期は、向上した認知度を会員獲得につなげ、さらに獲得した会員を活性化させることで、前期の広告投資を収益化させることが当期の国内事業の課題。
- ・さらに、国内事業の高収益をベースに、BUYMA の海外展開を推進することが将来の事業展開に向けた課題となっている。
- ・当第 1 四半期は、会員獲得と会員のアクティブ率維持施策が奏功し、単体の売上高・営業利益ともに前年同期比約 1.5 倍を達成。
- ・2015年10月に海外市場に向けた GLOBAL BUYMA（英語版）サイトを立ち上げ。当期（2017年1月期）より本格的なマーケティングを開始する。



《決算概況》

(単位 ; 百万円)

【連結ベース】	FY2017 第1四半期	FY2017 通期予想	進捗率
売上高	959	3,263	29.4%
営業利益	428	1,001	42.7%
当期純利益	259	606	42.7%

当第1四半期の連結PLは売上高959百万円（対通期予想比29.4%）、営業利益428百万円（同42.7%）と順調な滑り出しとなっている。

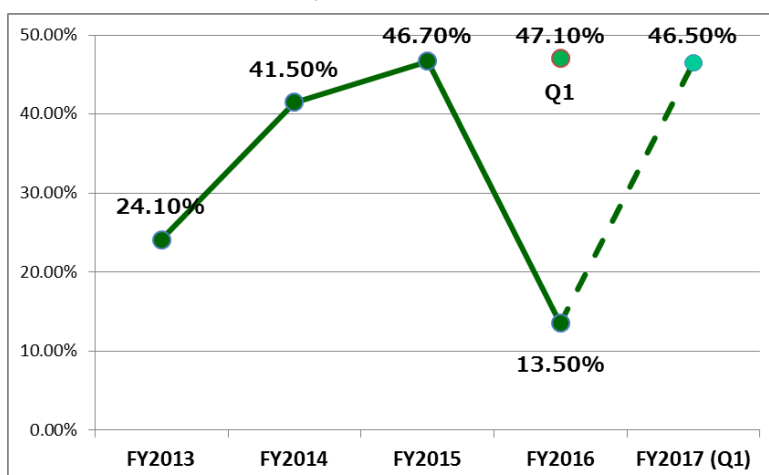
これをBUYMA事業単体で見た場合、

【単体ベース】	FY2017 第1四半期	FY2016 第1四半期	前年 同期比
総取扱高	7,380百万円	5,175百万円	142.6%
取扱件数	404,309	266,312	151.8%
売上高	863百万円	571百万円	151.1%
営業利益	401百万円	269百万円	148.8%
営業利益率	46.5%	47.1%	-
販管費合計	318百万円	200百万円	158.8%
人件費	112百万円	98百万円	114.6%
広告宣伝費	129百万円	51百万円	251.0%
会員数	3,228,155	2,372,601	136.1% a
年間アクティブ会員数	701,201	518,468	135.2% b
アクティブ率 (b/a)	21.7%	21.9%	-

前年同期と比較して、総取扱高約1.4倍、取扱件数約1.5倍と大幅に増加し、当四半期の売上高は前年同期比151.1%の863百万円となっている。

また、営業利益については前年同期比148.8%の401百万円で営業利益率は46.5%、前年の大型広告キャンペーン実施前（第1四半期）に記録していた営業利益率47.1%とほぼ同等に急回復しており、BUYMAの高収益性が損なわれていないことが明確に見て取れる。

【営業利益率の推移】

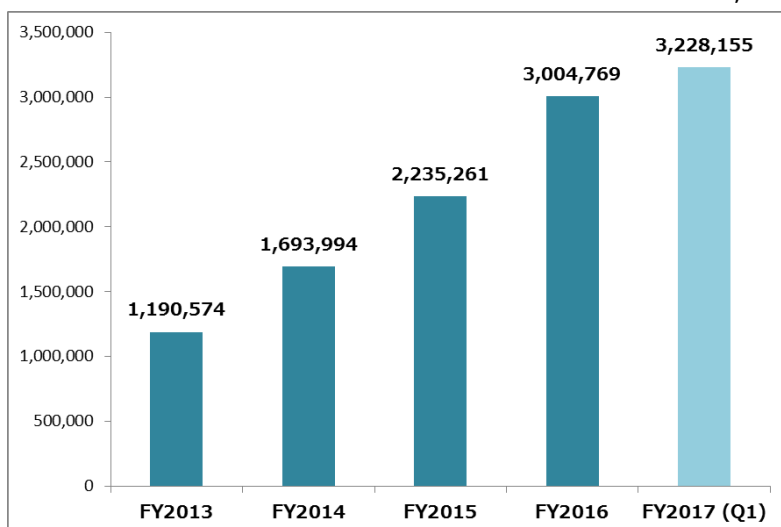


販管費については、合計額で前年同期比（キャンペーン実施前）158.8%となっているが、対当期予算で見た場合、人件費112百万円（当期予算642百万円；進捗率17.4%）、広告宣伝費129百万円（当期予算482百万円；進捗率26.7%）となっており、売上・利益の対予算進捗率と比較してみれば、適正にマネージされていると考えられる。

《会員の状況》

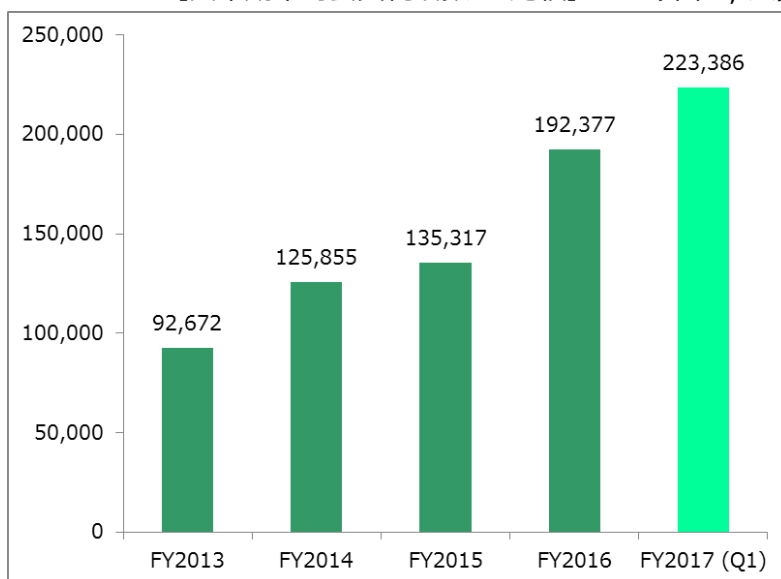
当四半期末時点での会員数は 320 万人を突破し、会員獲得は大型広告キャンペーン終了後も堅調に推移している。

【BUYMA 会員数の推移】 (単位；人)



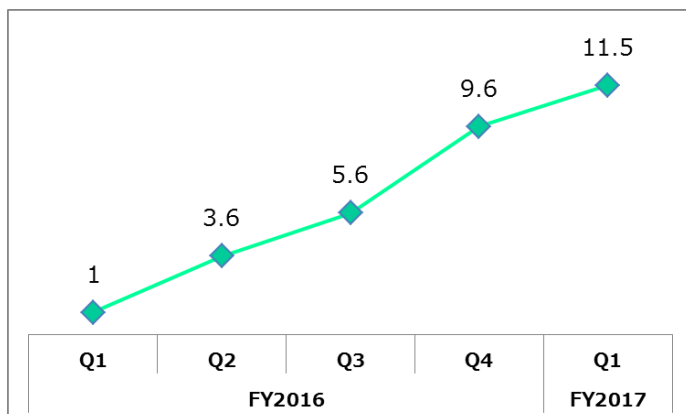
当社は、前期に実施した大型広告キャンペーンによって得た BUYMA の認知度（一般で 40%、F1（20代～30代前半の女性）層で 56%）を足掛かりとして、当期はネットを中心としたマーケティング広告を展開している。その効果は下記に示すように、当期の会員純増数が前期までの四半期平均会員純増数（年間純増会員数を4で割ったもの）を上回っていることから、顕著に表れているといえよう。

【四半期平均会員純増数との比較】 (単位；人)



また、年間アクティブ会員（過去1年間に購入実績のある会員数）についても前年同期比135.2%の701,201人となり、前期末（2016年1月）の634,152人に対し110.5%と堅調に推移している。これは、パーソナルショッパーによる幅広い品揃えをベースに、シーズナリティーやトレンド・為替環境などに応じた特集をタイムリーに実施するなど、会員とのコミュニケーションをより緻密に実施することや、当社の配信するキュレーションメディア「STYLE HAUS」からの発注の増加といった日々の地道な活動の積み重ねによってもたらされており、そのノウハウの蓄積が事業の強みになっていると考えられる。

【STYLE HAUS 経由仮注文金額推移】（単位；倍）



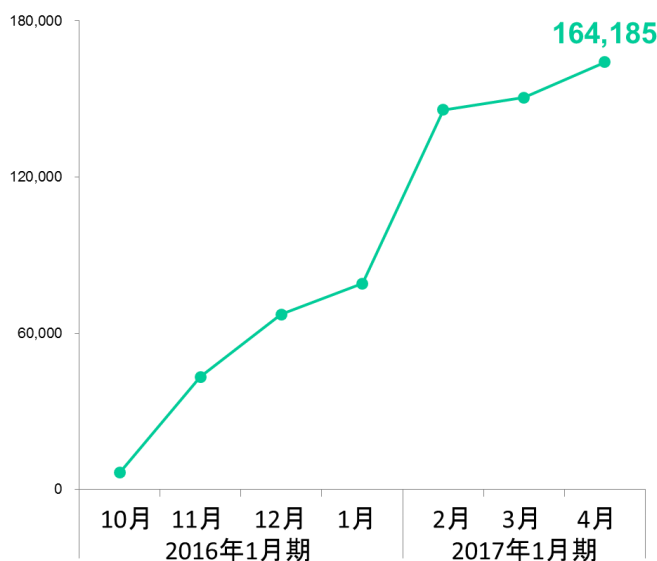
（2016年1月期第1四半期を1としたときの仮注文金額の推移）

#### 《GLOBAL BUYMA の状況》

GLOBAL BUYMA 事業では、国内でのBUYMA 事業の成功モデルを海外にスムーズに移植することが出来るかどうか、成功を左右する大きな要因となると考えられる。

当期においては、BUYMA の強みの要因となっている品揃えの拡大に注力し、約16万品目まで拡大することが出来た模様。

【GLOBAL BUYMA 出品数の推移】（単位；品）



今後は、主要ターゲット国の国別の嗜好に合わせた SNS 広告を積極的に展開し、購入者の拡大に向けた施策を実施する模様である。

当四半期において当社は大幅な収益改善を実現し、国内における BUYMA 事業が Cash Cow として盤石の状況にあることを示した。さらに、前期の大型広告キャンペーンの実施によって成長性についても加速されていることが確認された。

SIR は、当社が国内で堅調に成長を続ける一方、海外事業（GLOBAL BUYMA）の基盤を着実に構築し、中期計画を早期に具現化する事を期待しつつ、継続的にレポートしていくこととしたい。

ストラテジック・アイアール・インサイト株式会社 代表取締役社長 関口 裕一

#### 免責事項

・本レポートは、ストラテジック・アイアール・インサイト株式会社が、投資家に対して株式投資の参考資料として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。

・本レポートの記載内容は、一般に入手可能な公開情報および、弊社取材による情報に基づいて作成されたものであり、インサイダー情報の入手およびその使用は禁じられております。本レポート作成に当たり、その情報は正確かつ信頼に足るものと考えておりますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。

・本レポートに含まれる情報は、金融市場・商品市況・経済環境等の変動等の理由により最新のものではなくなる可能性があります。また、本レポート内で記載されている、現状および将来的な予測については、弊社が適切と判断した材料に基づく弊社予想であり、実際とは異なることがあります。したがって、将来の数値等について明示または黙示を問わずこれを保証するものではありません。

・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、弊社は本レポート内に含まれる情報および見解を更新する義務を負うものではありません。

・弊社は、投資家が本レポートを利用したことまたは本レポートに依拠したことによる、直接・間接の損失や逸失利益および損害を含むいかなる結果についても一切の責任を負うものではありません。

・本レポートの著作権はストラテジック・アイアール・インサイト株式会社に帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

ストラテジック・アイアール・インサイト株式会社