

1. FY2017 総括

《決算概況》

(単位；百万円)

【連結ベース】	FY2017	FY2016	前年 同期比	FY2017修正後通期 予想 (12月15日発表)	進捗率
総取扱高	33,277百万円	24,440百万円	136%	-	-
取扱件数	1,853,817	1,309,714	142%	-	-
売上高	4,147百万円	2,858百万円	145%	4,121百万円	101%
営業利益	1,768百万円	219百万円	805%	1,749百万円	101%
営業利益率	42.6%	7.7%	34.9%	42.4%	0.2%
当期純利益	1,143百万円	-180百万円	-	1,026百万円	111%
販管費合計	1,715百万円	2,148百万円	80%	-	-
人件費	953百万円	585百万円	163%	-	-
広告宣伝費	558百万円	1,315百万円	42%	-	-
会員数	3,998,041	3,004,769	133%	-	-
年間アクティブ会員数	885,308	634,152	140%	-	-
アクティブ率 (b/a)	22.1%	21.1%	1.0%	-	-

《総取扱高・取扱件数・売上高・営業利益》

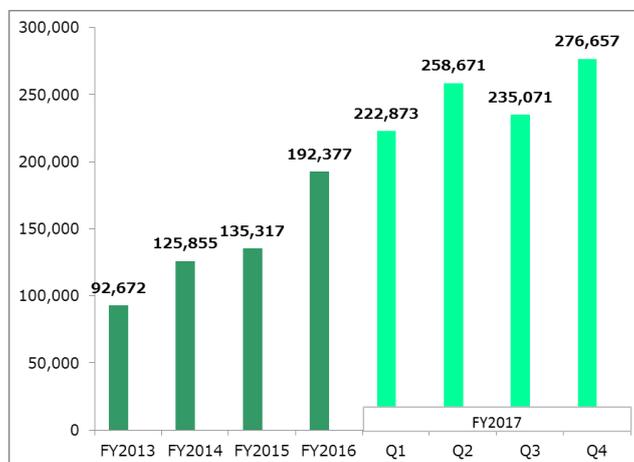
2017年1月期は2016年12月の業績予想修正後売上高・営業利益に比しても、それぞれ101%、111%の達成率で大幅増収増益。

その成長の構造を前期比で見た場合、BUYMA 取扱件数 1,853,817 件（前年同期比：142%）、総取扱高 33,277 百万円（同：136%）と、件数の伸びが金額を凌駕しており、今後のレポート化による単価アップなどの伸び代も期待できる構造になっていると考えられる。

一方販管費では、事業拡大に伴う人件費が前期比 368 百万円増（63%増）の 953 百万円となっているが、広告宣伝費等の抑制によりトータルでは前期比 80%の 1,715 百万円にマネージされている。その結果、営業利益では営業利益率 40%台に再浮上する 1,768 百万円の過去最高益を計上するに至っている。

《会員数・アクティブ率・ARPU》

【年度毎四半期平均の会員純増数推移】 (単位；人)



当社の成長ドライバーの源である会員数については、引き続き順調な増加を見せており、上記グラフにもある通り、Q4 についても過年度の四半期純増ペースを大幅に上回る 276,657 人の増加となっている。この増加を支えているのは、検索エンジンや SNS による刈り取り施策に加え、当社のオウンドメディアである、POST や STYLE HAUS からの流入も効果的に運用が強化されている。2016 年 1 月期より提供されているこのメディアは、下記グラフにもある通り現在主流の会員獲得経路となっていると思われ、広告媒体経由ではないコストパフォーマンスの良さとともに、自社のメディア力を高めることによる相乗効果が奏功している好例であると考えられる。

オウンドメディア経由の新規会員数推移



一方、会員のアクティブ率（年間に商品購入経験のある会員数の比率）は前期比 105%の 22.2%と順調に推移、ARPU（年間購入金額）については、前期比 98%の 37,588 円であったが、その要因は単価が 96%であったのに対し件数が 101%の内訳となっている。単価については当年度の会員大幅増にともなう初回購入者の割合の上昇（初回購入者は単価が低い傾向がある）に伴う現象と会社側も見ており、今後のレポート化施策などにより、改善の可能性も想定できる。（なお、会社側の基本スタンスは、顧客の購入単価は流行トレンドや人気商品のトレンド等に左右されるため、積極的な介入は行わない方針。）

《GLOBAL BUYMA》

現状は国内 BUYMA に比して小規模ながら、配送実績は上期 26 か国から 62 か国に拡大。オーガニック流入数（広告からの流入を除いた、検索結果からのサイト流入数）が前期比 3 倍弱、購入比率（CVR）も前期比 1.5 倍に成長している。

今後、インバウンド需要の獲得に向けた日本商材の追加や、重点対象国の国ごとのマーケティング強化、パーソナルショッパーの日本人以外への開放などの諸施策を実施し、着実に拡大させる方針。

2. FY2018 に向けて

当社は 2016 年 1 月期のマスキャンペーンによる認知度の向上を背景にして、自社の会員化（刈取り）の諸施策を 2017 年 1 月期に展開し、当社想定を上回る成果を上げてきた。

会員数も 400 万人を突破し、従来の BUYMA ターゲットユーザー数 1,000 万人も視野に捉えた現在、当社が更なる成長を遂げるためには、より幅の広い層を対象としたサービス提供が求められることとなる。そこで 2018 年 1 月期に向けて当社は、新たなターゲットユーザー層を「E コマースでインポートブランドの購入を検討している男女（16 歳～69 歳）」4,000 万人に広げ、従来の「アーリーアダプター層」向けと捉えられていたサービスを「メインストリーム層」にまで支持されるサービスレベルへ拡張させつつあることを打ち出している。

当社が今回、サービスレベルを上げると宣言した背景には、①BUYMA 設立当初の段階では出品者は個人のパーソナルショッパーが中心であったが、現在はセミプロ的に進化したプレミアムパーソナルショッパーに加え、専門商社、SHOP、ブランド・メーカーなども出品者に加わり、メインストリームの要求に耐えうる品揃えとなっていること②拡大した品揃えを「買いやすく」整理しマッチングさせる BUYMA AI の搭載によりユーザーニーズへの的確な対応が可能となっていること③返品対応を含めた補償制度の充実により、一般 EC サイトと比較しても遜色ないレベルでの対応が可能となっていることが、BUYMA のプラットフォーム上で既に展開されていることがあると考えられる。

換言すれば、BUYMA 独自の高収益を生むビジネスモデル（旬で豊富な品ぞろえ、価格の適正性、在庫の効率性、スケーラビリティ）を存続したままでメインストリーム市場のユーザー層を取り込めるインフラが既に整っている状況にあると言えよう。

今後、特に流通を含めたインフラ整備や決済基盤の強化などの投資を実施するとともに、従来の会員獲得施策、アクティブ率向上施策、ARPU 維持施策についても、メインストリーム市場を睨んだより手厚い対応を実施していくものと考えられる。

メインストリーム市場への十分なサービス提供のためには、人件費やシステム投資を含めたコスト増が想定されることから、今後利益率が一定程度低下することは予測される一方、BUYMA の高収益構造を維持してキャッシュを超えた際には、売上高・収益面でまさに想像を超えた「次のステージ」が待っているといえよう。

《2018 年 1 月期予想》

(単位 ; 百万円)

【連結ベース】	FY2018	FY2017実績	成長率
総取扱高	40,965	33,277	123.1%
売上高	4,977	4,147	120.0%
営業利益	1,966	1,768	111.2%
当期純利益	1,342	1,143	117.4%

当期予想のガイダンスは上記の通り。

引き続き総取扱高の増加に牽引される形で売上高 20%の成長を見込んでいる。

営業利益については、メインストリーム市場を取り込むための諸施策による設備投資や販管費増を織込む一方で、その施策の売上に対するフィードバック効果がどれくらい織り込まれているかは不明。会社側は、今後諸施策の具体的な実施の効果を併せ見るスタンスと推測される。

昨年度未達となっていた会員の刈取りと収益化について、当期は十分な成果を上げたと評価できる。また今回メインストリーム市場にリターゲットしたことは、当社の事業プライオリティーは国内 BUYMA 事業の地位の確立であることが確認されたと SIR は考えている。

通常の低利益率 Eコマース市場と一線を画している BYUMA 事業が、メインストリーム市場に確たる地位を確立できた際には、「ソーシャルコマース」が EC の在り方を根本から変えていく可能性も十分に考えられ、業界地図が塗り替えられる可能性も想像に難くない。

Global BUYMA 事業の進展も含め、SIR は今後とも継続的に当社の事業展開を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