

株式会社エニグモ（東証マザーズ：3665）



「BUYMA 経済圏」の確立を核とする新中期計画を発表

(2016 年 1 月期 決算)



事業概要

- ・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(単体)は広告宣伝費 1,229 百万円（前期比 1,069 百万円増）を投入し大型プロモーションを実施。BUYMA の認知度は、ほぼ会社側の期初想定通りの 40%（F1 層で 56%）に到達。
- ・一方、会員数は 3 百万人を突破（前期比 34%増）するも、会員数は期初想定 of 82.2%、アクティブ会員数（過去 1 年間に購入履歴のある会員）も、634 千人（前年同期比 23%増）と期初想定 of 76%に留まった。
- ・ブランド認知を会員化に繋げること、会員をアクティブ化することが今後の国内 BUYMA 事業の課題。
- ・2015 年 10 月に立ち上げた GLOBAL BUYMA は、出品数 100 千点と順調に拡大。
- ・BUYMA 事業（国内、海外）を中核とし、リセールの ALL-IN、メディア事業（ROCKET VENTURE 社運営）および今後立ち上げる関連事業を含めた BUYMA 経済圏の形成による、営業利益 50 億円の達成を中期目標として再策定。規模感・収益性を両立させたいうで、高い成長性を維持することを目指している。



《決算概況》

単体							連結		
	第12期 2016年1月	前期実績	前期比	第12期 2016年1月予想	予想差異	達成率		第12期 2016年1月	
総取扱高※	24,440百万円	20,684百万円	118.2%	23,844百万円	595百万円	102.5%	総取扱高	—	
売上高	2,721百万円	2,285百万円	119.0%	2,665百万円	56百万円	102.1%	売上高	2,858百万円	
営業利益・ 営業損失	366百万円	1,196百万円	30.6%	233百万円	132百万円	156.7%	営業利益・ 営業損失	219百万円	
経常利益・ 経常損失	369百万円	1,200百万円	30.8%	235百万円	133百万円	156.4%	経常利益・ 経常損失	216百万円	
特別利益・ 特別損失 法人税等	△394百万円	※詳細内容については次項に別掲						特別利益・ 特別損失 法人税等	△397百万円
当期純利益・ 純損失	△25百万円	708百万円	—	38百万円	△64百万円	—	当期純利益・ 純損失	△180百万円	

※総取扱高：成約した取引における商品代金と決済手数料等を含む決済額

当期決算数値は上記の通り、2015年12月開示の修正予算（単体）に対しては、売上高でほぼ予想通り、営業利益では132百万円良化の366百万円の着地となった。

2016年1月期においては、前期比約1,069百万円増の広告宣伝費の集中投下が特筆されるが、もし仮にこの1,069百万円が使われなかったと想定した場合、営業利益率は52.7%と試算され、本質的な高収益構造に変化はない。

一方、当期は当社事業の再編・整理に伴う特別損失の計上（詳細下記）を実施し、単体での当期純損失は25百万円（連結180百万円）となった。（実施内容の詳細は、2015年12月17日付SIRレポートを参照されたい。）

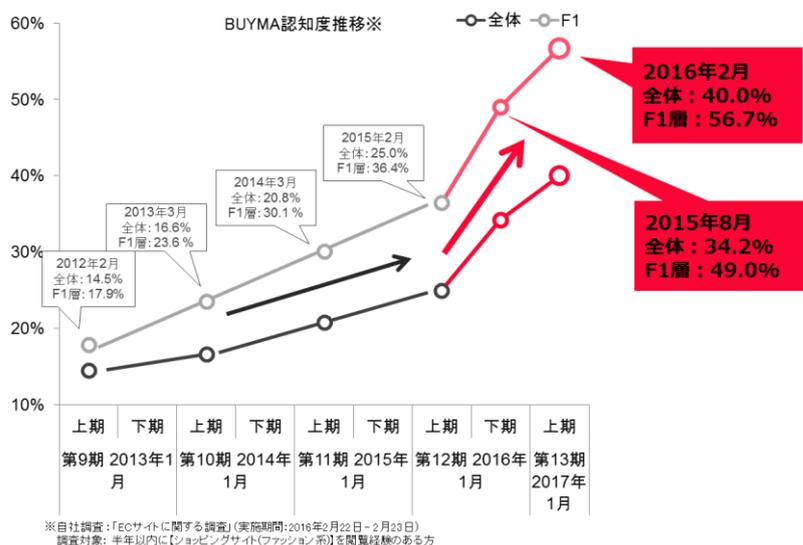
	単体	連結	摘要
特別利益	93百万円	93百万円	過年度消費税等還付額
特別損失	△487百万円	△489百万円	
投資有価証券評価損	△453百万円	△453百万円	Image Network、stulio、Enigmo KOREA
その他	△34百万円	△36百万円	Enigmo KOREA
法人税等	△1百万円	△1百万円	過年度消費税額の修正に伴う 過年度法人税等の追加分
合計	△394百万円	△397百万円	

なお、本件の実施によりマイリティー出資先で、従来の海外版BUYMAであったAvenue K（英語版）の運営先であるImage Networkおよび韓国語版の運営先BUYMA Koreaとの出資関係は解消され、海外事業はエニグモの運営するGLOBAL BUYMA事業に統合されることとなった。

また、リセール事業もstulioへの出資を解消し、外部企業との提携によるレベニューシェア型の運営（ALL-IN事業）に切り替えた。

《主要 KPI の状況》

当社は 2016 年 1 月期認知度の向上に基づく会員数および取扱高の大幅な増加を目指し、マスキャンペーンの集中投下を実施した。その結果、下図に示す通り認知度は飛躍的に向上した。



一方 KPI の推移は下記に示す通り、会員は約 77 万人増と過去最高の増加数を記録したが、アクティブ会員数、総取扱高・件数ともに 20%前後の増加率となった。

【主要 KPI 対前年比較】

	2016年1月期	2015年1月期	YoY
会員数	3,004,769	2,235,261	134.4% a
アクティブ会員数	634,152	514,989	123.1% b
アクティブ率 (b/a)	21.1%	23.0%	91.6%
総取扱高	24,440百万円	20,640百万円	118.4%
総取扱件数	1,309,714	1,125,819	116.3%
年間購入額	38,539円	40,166円	95.9%

これらの数値を会社側の期初想定と比較すると、下記に示す通り会員数、アクティブ率が想定を下回ったことにより、結果総取扱高で 77.5%の達成率となったことが見て取れる。

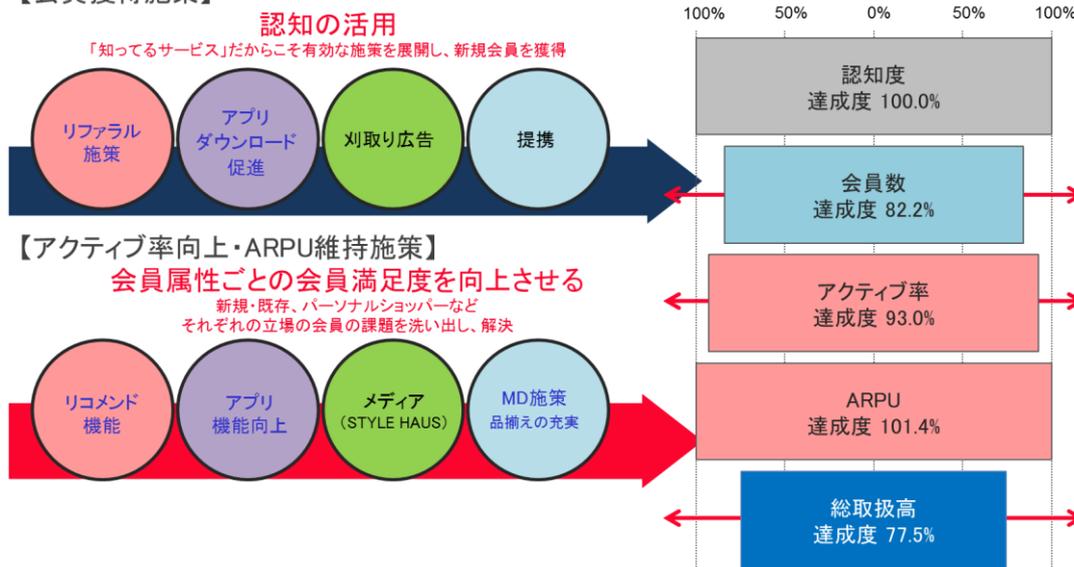
【主要 KPI の対期初想定比較】

項目	第12期修正前予算達成率		総評	ファネル分析			
	第12期 2016年1月 (期初想定)	第12期 2016年1月 (実績)		100%	50%	0%	50%
認知率	40.0%	40.0%	狙い通りの認知を獲得	達成度 100.0%			
会員数	3,656,788人	3,004,769人	認知と比較して会員獲得が不十分	達成度 82.2%			
アクティブ率	22.7%	21.1%	緩やかにアクティブ化	達成度 93.0%			
年間購入額	38,000.0円	38,539.8円	ARPU維持	達成度 101.4%			
総取扱高	31,529百万円	24,440百万円		達成度 77.5%			

従って、今後の当社国内 BUYMA 事業については、向上させた BUYMA の認知率をいかに会員獲得・アクティブ化に結び付けるかが課題となっている。

これを解決するために、当社は①向上した認知度を活用した会員獲得と②会員属性に基づいた満足度向上の 2 つの施策を当期に実施することで会員数・アクティブ率を向上させ、総取扱高を増加させるとしている。

【会員獲得施策】



《GLOBAL BUYMA およびメディア事業の状況》

GLOBAL BUYMA については、2015 年のサイト開設以来出品数強化を続けていたが、現在 10 万点を突破し、アクセスも順調に拡大している模様。

配送先は、米国が 44%と最も多く、以下アジア（香港、シンガポール等）28%、英国・カナダ各 4%、その他 20%となっており、米国での伸長が目立っている。平均単価は約 5 万円、男女比は、男性 39%：女性 61%と、想定に近い顧客層であると推測される。

GLOBAL BUYMA 事業については、幅広い業務提携を行うことで品揃えやサービスの強化を早急に行うとしており、スピード感のある事業進捗が期待される。

メディア事業（ロケット・ベンチャー社運営）については、確実に売上高が拡大しており第 4 四半期では 50 百万円程度となった模様。2017 年 1 月期は黒字化を目標としており、今後の収益貢献が期待される。

《中期目標と来期予想》

当社は従来の中期目標として「2017 年 1 月期、営業利益 30 億円、2019 年 1 月期、営業利益 50 億円」を掲げていた。この目標が設定された時点では国内の BUYMA 事業を中心に想定、将来への事業投資についても限定的に策定されたものと考えられる。

しかし事業の継続的な発展を考えた場合、より強固な事業基盤形成とグローバル化の推進が必須であ

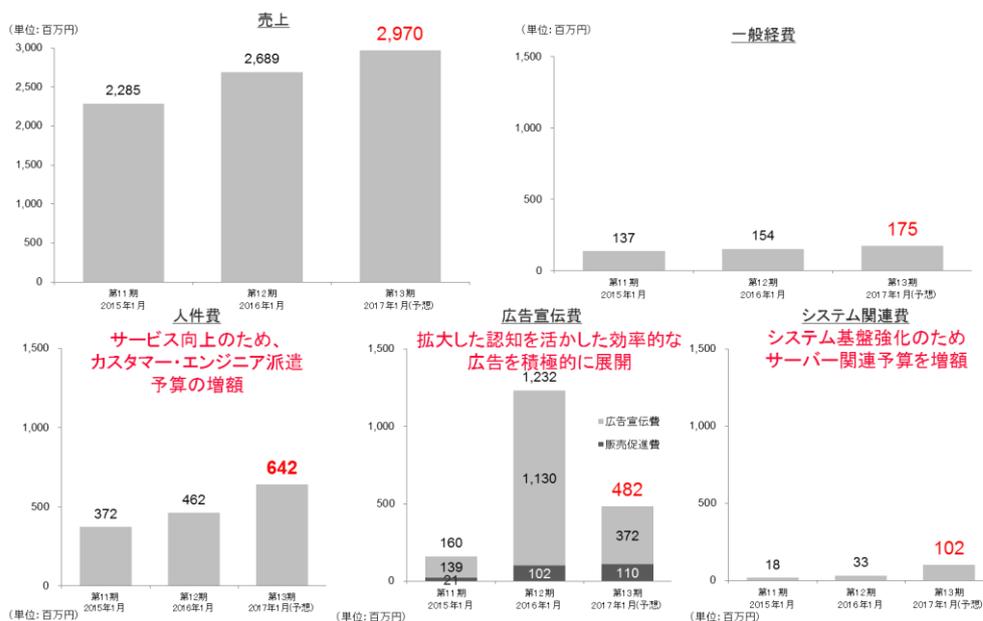
るとの見地から、当社は国内外 BUYMA 事業を中核としリセール、メディア・関連事業を周辺に据えた「BUYMA 経済圏」を形成し、営業利益 50 億円を目指すことを新たな中期目標として発表した。



この経済圏を確立するに当たり、事業の成長フェーズに合わせ適切な投資は行うものの、基本的に従来の収益構造を維持し、増収増益基調を保つことを旨としている。

この中期事業目標の達成の一環として、2017年1月期では人件費・広告宣伝費・システム費用に投資を行い、複合的な事業構造を構築するとしている。

【売上および主要経費の実績および2017年1月期予想の推移】



この計画に基づいた来期予想は以下の通り。

【2017年1月期業績予想と前期比】

	第13期 (2017年1月期) 予想	第12期 (2016年1月期) 実績	成長率
総取扱高 (BUYMAのみ) ※決済手数料込	26,896百万円	24,440百万円	110.1%
売上高	3,263百万円	2,858百万円	114.2%
営業利益	1,001百万円	219百万円	457.2%
経常利益	1,001百万円	216百万円	461.9%
当期純利益	606百万円	△180百万円	—
1株当たり当期純利益	29円14銭	△8円48銭	—
1株当たり配当金 (予定)	—	—	—

売上高は14.2%の増加の3,263百万円。2016年1月期に比べて広告宣伝費を1/3程度に削減することから成長率が前期比5ポイント程度鈍化すると見込む一方、営業利益率は30.7%と30%台を回復し、従来利益構造に回復させる方針であることが見て取れる。

当社が今回新たな中期計画を示したことは、大幅な方針転換と見ることもできる。しかし、従来の中期目標が国内市場でのBUYMA事業中心の発想で、将来展望が見えにくかったことに対し、今回の中期目標は、グローバル展開と共にリセール・メディア他関連事業への事業領域拡大を企図しており、従来事業構造を維持する一方で、必要な投資は実施し、中長期での継続的な成長を目指すものであり、より現実性が高い目標であると評価できる。

SIRは、今後当社から発表される今後BUYMA経済圏の実現のための施策に注視し、営業利益50億円が実現されるタイミングを見極め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