

2014年2月3日（月）

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this
document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
佐藤 譲

■業界No.1の実績を強みに今後も更なる成長へ

ネットプライスドットコム<3328>は、Eコマース事業とインキュベーション事業を手掛ける。Eコマース事業は、バリューサイクル部門（インターネットによるブランド中古品の買取販売）、リテール・ライセンス部門（ネットショッピング、タレントライセンス商品の企画・プロモーション）、クロスボーダー部門（海外インターネットショッピング、海外転送・代理購入）からなる。

2014年1月30日に発表された2014年9月期の第1四半期（2013年10-12月期）の業績は、売上高が前年同期並みの2,779百万円、経常損失が128百万円となった。売上高は会社計画をやや下回ったものの、経常利益はほぼ会社の想定範囲内で着地したと言える。同社は今期を再成長に向けたグローアアウト（脱皮）の1年と位置付けており、新しい成長エンジンとなるバリューサイクル部門とクロスボーダー部門の成長、リテール・ライセンス部門の収益化、BEENOS活動（インキュベーション事業）の本格化という3つのテーマを掲げており、2014年9月期以降の再成長に向けて、取組みを活発化させている。

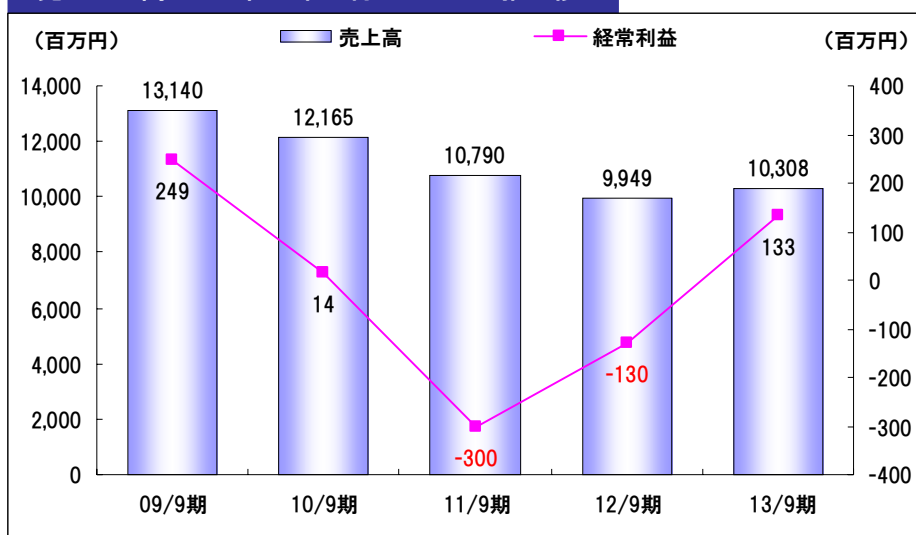
インキュベーション事業では、2013年11月にインドのオンライン決済事業会社へ出資するなど、新興国でのベンチャー企業への投資を積極化している。2013年12月にはデジタルガレージ向けに第三者割当増資を実施して785百万円を調達し、投資育成事業をさらに強化していく方針だ。また、新規事業であるスマートフォン（スマホ）・タブレット端末向け知育アプリソフトも好調で、2014年1月上旬には30万ダウンロードを突破するなど、新たな収益事業として注目される。

同社のプラットフォームを通じた今期の流通総額は、前期比4割増の25,000百万円まで拡大する目標を掲げている。成長エンジンとなるバリューサイクル部門では積極的な買取施策と出品処理能力の拡大を進めていく。また、クロスボーダー部門では、海外会員向けの海外転送と代行購入サービス事業が急速に伸びている。いずれも業界No.1の実績を強みに、今後も更なる成長が期待される。一方、リテール・ライセンス部門では、タレント関連グッズの企画販売、ライセンス事業が急速に伸び始めている。人気アーティストグループのオフィシャルグッズの企画販売を2年前より本格開始、2013年12月新たなグループと提携し、関連のグッズ販売がスタートした効果が大きく、今後も同事業は高成長が期待されよう。

■Check Point

- ・バリューサイクル部門とクロスボーダー部門が流通総額を牽引
- ・「新興国への投資」を積極化して成長拡大へ

売上高と経常利益の推移



■ 事業概要

バリューサイクル部門とクロスボーダー部門が流通総額を牽引

同社の事業は大きく分けてEコマース事業とインキュベーション事業に分かれており、2014年9月期から表の通り一部セグメントの変更を行っている。Eコマース事業は、バリューサイクル部門（インターネットを介したブランド中古品の買取販売）、リテール・ライセンス部門（ネットショッピング、タレント関連商品の企画販売、ライセンス事業等）、クロスボーダー部門（グローバルショッピングサイトの運営、海外転送・代理購入サービス）に区分され、また、インキュベーション事業には社内発の新規事業と国内外のネットベンチャー企業に対する投資育成事業が含まれている。

事業セグメントの区分変更

【旧区分】

事業区分	子会社
Eコマース事業	
ギャザリング	ネットプライス
バリューサイクル	デファクトスタンダード
クロスボーダー	ショップエアライン（日、米、オランダ）
インキュベーション事業	転送コム、モノセンス、フォーリー、キールス

【新区分】

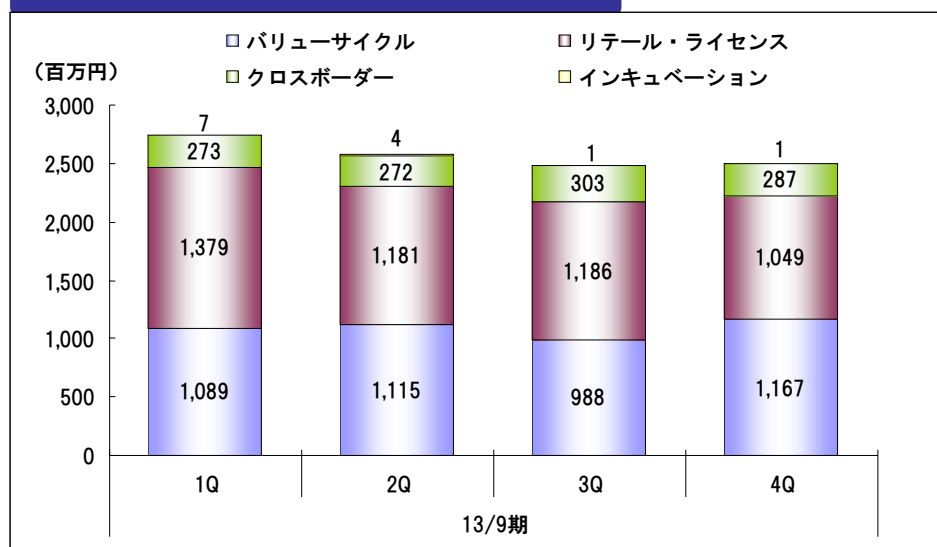
事業区分	子会社
Eコマース事業	
バリューサイクル	デファクトスタンダード
リテール・ライセンス	ネットプライス、モノセンス
クロスボーダー	転送コム、ショップエアライン（日、米、オランダ）
インキュベーション事業	フォーリー、キールス、BEENOS（日、米、シンガポール）



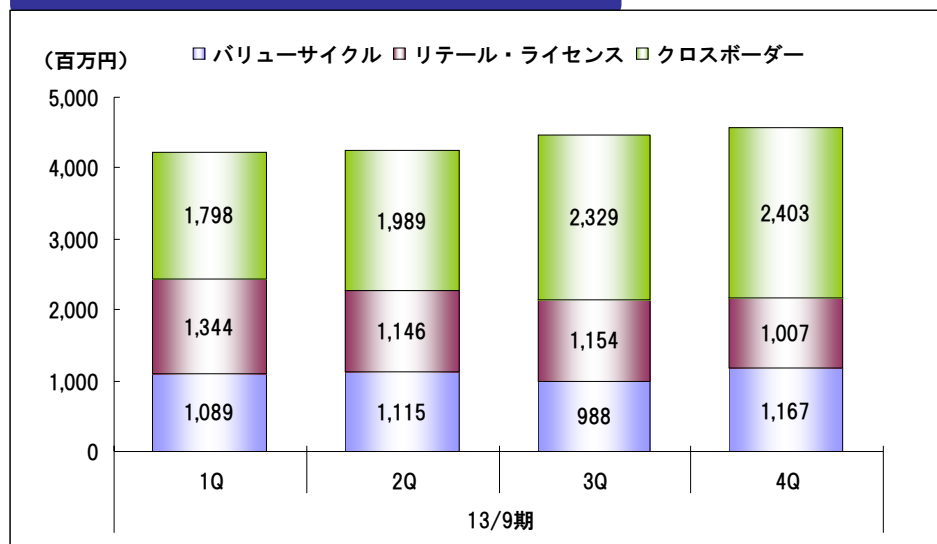
■事業概要

2013年9月期の事業セグメント別の売上高を新しい区分で見ると、バリューサイクル部門とリテール・ライセンス部門がそれぞれ全体の4割程度を占める主力事業となっているが、流通額ベースで見ると、クロスボーダー部門が全体の約半分を占めるまでに成長している。2010年以前はリテール・ライセンス部門（旧ギャザリング事業）が売上高、流通額ともに大半を占めていたことを考えると、ここ数年で同社の事業構成が大きく変貌を遂げていることがうかがえよう。以下、各事業内容について簡単に紹介する。

事業セグメント別の売上高の四半期推移



事業セグメント別の流通額の四半期推移



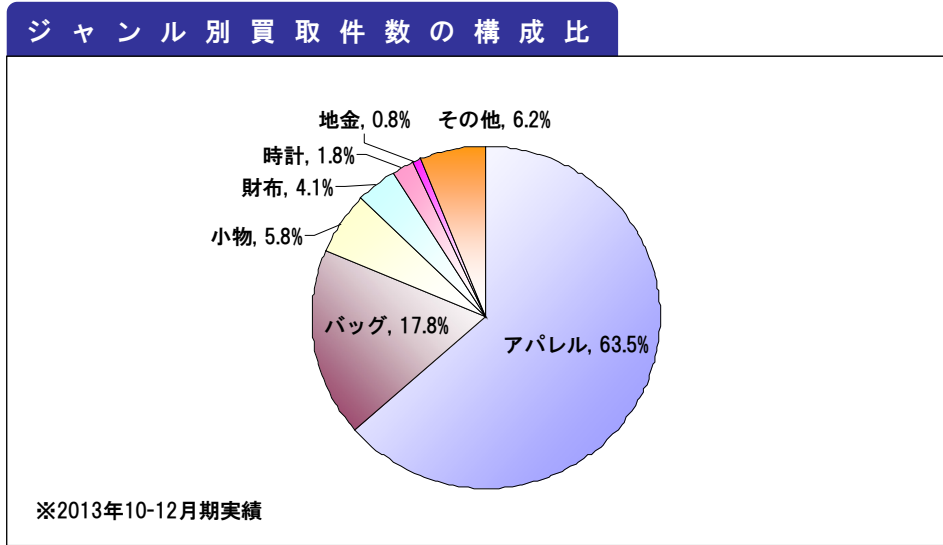
■事業概要

ブランド品のネット買取販売を展開、ネット買取件数は国内No.1

○バリューサイクル部門

子会社「デファクトスタンダード」で運営するインターネットを介したブランド品の中古買取販売事業である。

中古買取販売事業は、インターネット上の運営サイト「Brandear（ブランドディア）」を通じ、宅配業者を使って商品を買取り、ネットオークションサイト等のチャンネルを通じて販売している。買取チャンネルとしては自社サイトだけでなく、ヤマダ電機<9831>の「ヤマダ買取」やヤフー<4689>の「Yahoo!買取」、各生協の関連サイトなど他社との連携を広げることで、買取件数の拡大を進め、CMも奏功し、今期は四半期累計で過去最高の買取件数となった。取扱ブランド数は、洋服からバック、貴金属、携帯電話に至るまで約6,000ブランドにのぼり、累計利用者数は2013年10月時点で60万人を突破している。ネット買取件数では、国内で圧倒的No.1のポジションを築いている。査定料や往復送料、振込手数料などがすべて無料となっているほか、取扱ブランド数の多さや、当日査定サービスなど迅速な対応力も同社の強みとなっている。



販売チャンネルとしては、「ヤフオク!」や「楽天オークション」など国内のオークションサイトにとどまらず、「eBay」など海外オークションサイト、あるいは自社のオークションサイトを通じて販売している。

「Brandear（ブランドディア）」のビジネスモデル



出所：同社HPより引用



■事業概要

Web通販、タレント関連商品の企画開発、ライセンス事業を展開

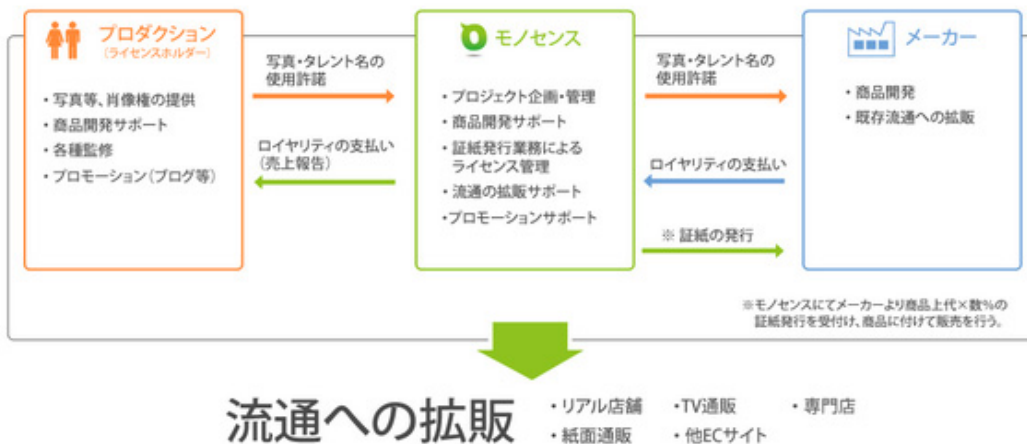
○リテール・ライセンス部門

リテール・ライセンス部門は、ネットショッピング事業と、タレントなどを使った関連商品の企画・販売プロモーション及びライセンス事業などで構成されている。

子会社「ネットプライス」が運営するネットショッピングサイト「ネットプライス」では、24時間限定セール商品、メーカーと共同開発したオリジナル商品、有名人やタレントを使った共同企画開発商品など、特色を持たせた商品ラインナップや販売手法を展開している。累計会員数は220万人を超えており、会員属性は女性比率が約78%、年齢層別では7割強が30～40代となっている。ジャンル別売上高では、ブランド品、衣料品、ヘルスケア、家庭雑貨、化粧品などが上位を占めている

一方、子会社「モノセンス」では、タレントや有名人とライセンス契約を結び、商品の企画開発やECサイトでの販売、プロモーション活動、ライセンス運営など、ワンストップでサービスを提供している。ライセンス契約を結んだ人気アーティストグループのイベント会場におけるグッズ販売や公式ECサイトの管理なども行っている。また、グッズ販売に関しては一定の比率を販売手数料として売上高に計上している。

「モノセンス」のビジネスモデル



出所：同社HPより引用

■事業概要

eBay公認日本語サイトや海外在住者向け商品代行発行を展開

○クロスボーダー部門

子会社「ショップエアライン」で運営するグローバルショッピングサイト「sekaimon（セカイモン）」の事業と、子会社「転送コム」で運営する海外居住者向けの商品発送代行及び代理購入サービスで構成されている。いずれの事業も取扱手数料を売上高として計上しているのが特徴だ。

「sekaimon」は世界最大のオークションサイトであるeBayの公認日本語対応オークションサイトである。「sekaimon」では米国、英国、ドイツ、オーストリアの4ヶ国で出品される商品を取り扱っている。また、2013年7月には女性向け海外ファッションオークションサイト「SEKAIMON for Woman」を開設したほか、同年9月にはメーカー・ブランド直営のアウトレット商品の取扱いも開始している。

一方、転送コムが展開する商品発送代行業とは、海外在住の外国人や日本人（海外駐在員、留学生など）が、日本国内のECサイトで商品を購入する際に、当該ECサイトが海外への発送サービスを行っていない場合に、転送コムが代わりに商品をユーザーに発送（転送）するサービスである。転送手数料として490～3,980円（重量に応じて変動）を徴収するビジネスモデルとなっている。会員数は2013年12月末時点で24万人を突破し、うち約7割は外国人で占められるなど、年々外国人比率が上昇傾向にあると言う。

現在、発送可能地域として世界84の国と地域に対応しており、ECサイトでの購入商品の海外発送取扱件数では業界No.1となっている。商品の配送業務に関しては、日本郵便のEMS（国際スピード郵便）を主に利用している。

社内新規事業を立ち上げ、海外では投資育成事業も展開

○インキュベーション事業

インキュベーション事業は、社内で立ち上げた新規事業と、国内外ネットベンチャー企業への投資・育成事業からなる。

社内ベンチャーとして立ち上がった事業は子会社化しており、現在は「フォーリー」（知育アプリを使ったスマートフォン・タブレット端末向けコンテンツ配信事業、2012年11月設立）、「キールス」（スマートフォンアプリを使った美容マッチング事業、2013年6月設立）がある。

一方、国内外ネットベンチャー企業の投資育成事業としては、アジアなどの新興国向け企業には「Beenos Asia」（シンガポール）を通じて出資している。2012年以降の主な出資先企業は表の通りで、インドネシア、インド、トルコのオンライン決済やマーケットプレイス等のネットプラットフォーム企業に相次いで出資した。いずれも、Eコマース市場の今後の急速な成長が見込まれる国であり、成長ポテンシャルの高い企業である。

■事業概要

また、米国では「Beenos Partners」を通じてネット関連のスタートアップ企業に出資している（2013年12月末時点で32社に出資）。出資を通じて、インターネットサービスやテクノロジーに関する最新情報の収集を行い、国内外における新規事業の創造に役立てていくと同時に、投資収益の獲得も追及していく。国内においても、出資先企業のうちの1社であった「オークファン<3674>」が初めて株式公開を果たすなど実績が出始めており、今後も継続して投資を行っていく方針である。

アジア新興国における出資企業と事業内容

	出資時期	事業内容
PT MIDTRANS	2012年 1月	インドネシアでのEC市場に進出する企業向けのオンライン決済サービスの提供
PT Tokopedia	2012年 4月	インドネシアにおける最大のオンラインマーケットプレイス (CtoC)
ShopClues	2013年 3月	インドにおけるオンラインマーケットプレイス (BtoC)
akakce	2013年 5月	トルコ最大の商品価格比較サイトを運営 (BtoC)
Iyzi Payments	2013年 6月	トルコのオンライン決済サービスプロバイダー
Citrus Payment Solutions	2013年11月	インドでオンライン決済事業を展開するCitrus Payment Solutionsの持ち株会社

■業績動向

1QはEコマース事業の流通総額が前年同期比22.1%増と拡大

(1) 2014年9月期の第1四半期の業績

2014年1月30日付で発表された2014年9月期の第1四半期（2013年10-12月期）の連結業績は、売上高が前年同期比1.1%増の2,779百万円、営業損益が157百万円の赤字（前年同期は39百万円の黒字）、経常損益が128百万円の赤字（同23百万円の黒字）、四半期純損失が18百万円（同11百万円の赤字）となった。期初の会社計画比では売上高、営業損益が想定を若干下回ったものの、経常損益と四半期純損失では想定範囲内で着地した。売上高の伸び悩みは、バリューサイクル部門において買取件数が予想を上回り、販売による売上計上が第2四半期以降となることが主因となった。また、関連会社の株式売却益を中心に特別利益166百万円を計上したが、ネットショッピング事業の固定資産の減損のため、四半期純損失18百万円となった。

2014年9月期の第1四半期業績（連結）

（単位：百万円）

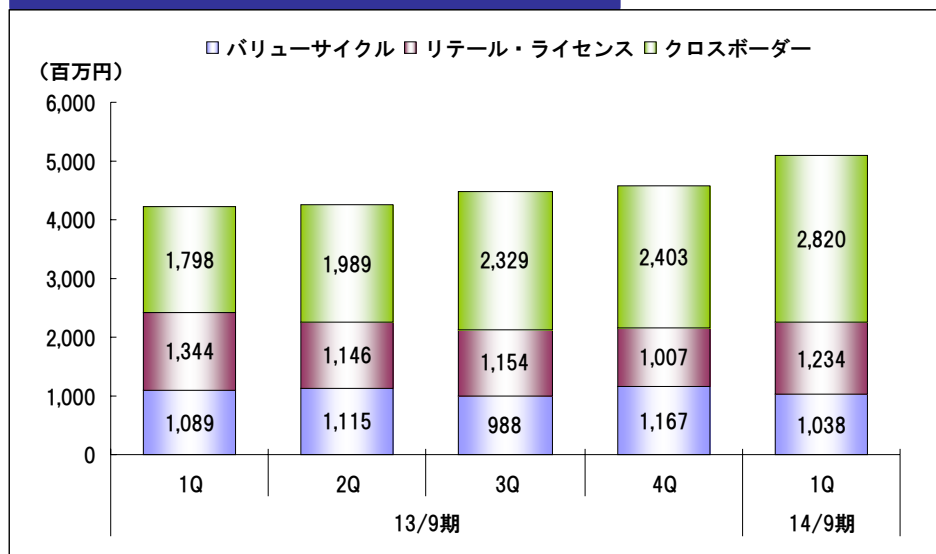
	13/9期1Q		会社計画	14/9期1Q		前年比
	実績	対売上比		実績	対売上比	
売上高	2,748	-	2,829~3,107	2,779	-	1.1%
営業損益	39	1.4%	▲140~19	▲157	-5.6%	-
経常損益	23	0.8%	▲146~13	▲128	-4.6%	-
特別損益	11	0.4%	-	92	-	-
四半期純損益	▲11	-0.4%	▲55~99	▲18	-0.7%	-



■業績動向

なお、同社が経営指標として重視している同社プラットフォームを通じた流通総額は、前年同期比22.1%増の5,216百万円と拡大基調が続いた。特にクロスボーダー部門の拡大が全体を牽引した格好となった。

Eコマース事業の流通額の四半期推移



Eコマース事業ではリテール・ライセンス部門が好調

(2) セグメント別の業績動向

OEコマース事業

Eコマース事業の第1四半期の業績は、売上高が前年同期比3.3%減の2,652百万円、営業損益が120百万円の赤字（前年同期は129百万円の黒字）となり、3四半期連続で営業損失となった。各事業の概況は以下の通り。

Eコマース事業の四半期業績の推移

(単位：百万円)

	13/9期				14/9期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
Eコマース					
売上高	2,741	2,569	2,478	2,504	2,652
営業損益	129	131	-38	-38	-120
バリューサイクル					
売上高	1,089	1,115	988	1,167	1,038
営業損益	61	102	-35	3	-128
リテール・ライセンス					
売上高	1,379	1,181	1,186	1,049	1,219
営業損益	19	0	-23	-39	12
クロスボーダー					
流通総額	1,796	1,989	2,329	2,403	2,820
売上高	273	272	303	287	393
営業損益	49	28	20	-1	-5



■業績動向

○バリューサイクル部門

バリューサイクル部門の業績は、売上高が前年同期比4.6%減の1,038百万円、営業損益が128百万円の赤字（前年同期は61百万円の黒字）となった。同社はバリューサイクル部門を今後の成長エンジンとして位置付けているが、当四半期は買取件数の拡大に注力したことで、販売部門における人的リソースも買取部門に配分し、結果的に収益の悪化要因となった。ただ、今回のようなケースは過去においても発生している。同社では四半期ベースではなく、半期ベースで買取りと販売のバランスをコントロールし収益拡大を進めていく戦略をとっているためだ。

このため、今回の収益悪化は一時的な現象であるとみている。実際、買取件数に目を向ければ、当四半期は前年同期比で48.2%増となり、四半期ベースでは過去最高を更新した。商品在庫も前期末比64.4%増となったが、これらの在庫は戦略的な在庫積み増しであり、2014年1月以降の販売増へとつなげていく考えだ。

○リテール・ライセンス部門

リテール・ライセンス部門の業績は、売上高が前年同期比11.5%減の1,219百万円、営業利益が同32.6%減の12百万円となった。ネットショッピング事業は大手企業との競争激化やガラケー市場縮小の影響もあり、前年同期比で減収、営業利益も若干の赤字が継続したが、タレント関連商品事業を手掛けるモノセンスの業績が急速に拡大した点は注目されよう。

モノセンスの事業規模はまだ小さいものの、売上高では前年同期比2倍増、営業利益も大幅増益を達成した。人気アーティストグループのECサイトでの販売が好調に推移したことに加えて、2013年12月からはさらに他の人気アーティストグループとも提携し、関連グッズの販売開始に伴う販売手数料収入が収益に貢献した。

○クロスボーダー部門

クロスボーダー部門の業績は、売上高が前年同期比44.0%増の393百万円、営業損益が5百万円の赤字（前年同期は49百万円の黒字）となった。同事業における流通総額は、前年同期比56.8%増の2,820百万円と大幅に成長した。

子会社別でみると、グローバルショッピングサイト「sekaimon」を運営するショップエアラインは円安が逆風となり、収益の悪化傾向が続いた。ただ、前四半期比でみると、季節要因もあるが、売上高、営業利益ともに改善方向に向かっている。

一方、転送コムに関しては、為替の円安や日本文化・ファッションに対する海外での人気の高まりを追い風に取扱流通額が急増しており、売上高も前年同期比で2倍以上に拡大した。ただ、利益面ではインセンティブなど一時的な費用を15百万円程度計上したため、営業利益が若干の増加にとどまった。

■業績動向

新規事業1社が成長ステージに、新興国ネットベンチャーも順調

○インキュベーション事業

インキュベーション事業の業績は、売上高が前年同期比16.3倍の128百万円、営業損益は19百万円の黒字（前年同期は24百万円の赤字）となった。今期よりインキュベーション事業のなかの投資育成事業の収益を売り上げ段階から計上することになった影響が大きい（従来は営業外収支に計上していた）。当四半期においては複数の企業の株式を売却し、トータルで100百万円程度の売上高、営業利益があったとみられる。

一方、子会社で展開する新規事業に関しては、フォーリー、キールスの2社のうち、フォーリーが成長ステージに入っている。フォーリーが2013年8月末にリリースしたスマートフォン・タブレット端末向けの知育アプリ「えほんであそぼ！じゃじゃじゃじゃん」が幼児向けに好評を博しており、2014年1月には30万ダウンロードを達成し、動画の再生回数は1,000万回を突破した。同アプリでは、幼児向けを対象に定番の童話や童謡を現代風にアレンジし、アニメーション化して動画配信している。8作品までは無料で楽しめるが、それ以降は有料（1コンテンツ200円、あるいは定額パックサービスで1,000円）となる。2014年1月末には英語版の配信もスタートし、幼児の英語教育向けとしてだけでなく、海外向けにも配信を行っていく戦略だ。直近の月次売上高は4百万円程度まで拡大しており、順調にいけば今下期にも黒字化が見込まれる。なお、キールスに関しては現在、ビジネスモデルを構築している段階にある。

インキュベーション事業の四半期業績の推移

（単位：百万円）

	13/9期				14/9期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
インキュベーション					
売上高	7	4	1	1	128
営業損益	-24	-31	-45	-56	16

投資育成事業に関しては、2013年11月にインドのオンライン決済会社「Citrus Payment Solutions」（シトラス）に出資した。

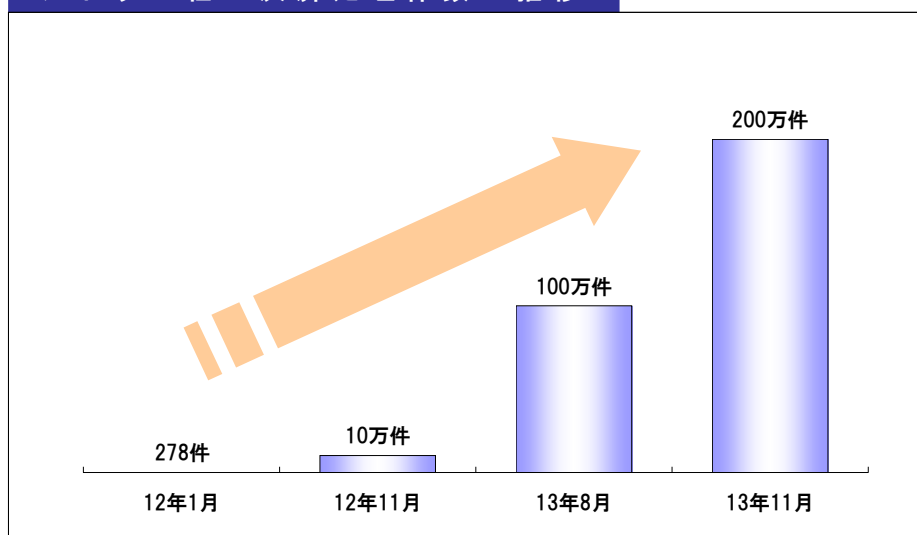
シトラス社への出資に関しては、デジタルガレージの子会社「econtext Asia」と共同で出資している。インドでは各種公共料金や請求書の支払において電子決済が一般的になりつつあり、シトラス社は「クレジットカード決済」「銀行決済」「デビットカード」「代引き」「分割払い」など各種決済サービスを提供する会社である。主要顧客としてはIndiGo（航空会社）、Airtel（モバイル通信事業者）、Sun Direct（衛星放送事業者）、Delhi Metro（交通機関）、Delhi Jal Board（水道局）など民間企業や公的機関などが揃っている。毎月の決済処理件数もここ1年で飛躍的に伸びている。



■業績動向

同社では、今まで培ってきたインターネットビジネスにおける深い知見や人的ネットワークをシトラス社に注入しながら成長をサポートしていく方針だ。インドの金融系システムの開発力は世界でもトップクラスの水準にあり、シトラス社もペイメントソリューションカンパニーとしてグローバルに展開していく可能性があるだけに、将来の投資収益獲得が期待される有望企業として注目されよう。

シトラス社の決済処理件数の推移



出所：シトラス社HPよりフィスコ作成

そのほか、2012年より投資している新興国のネットベンチャー企業の最近の動向については、いずれも順調に成長している。インドネシアのCtoCオンラインマーケットプレイス企業である「PT Tokopedia (Tokopedia)」は、2013年12月のEコマース流通額が月額約400百万円、前年同月比2倍ペースで高成長を続けている。ただ、Tokopediaについてはシェア確立を優先し、手数料は無料サービスとしているため、収益化するまでには3年程度かかる見通しだ。一方、インドのBtoCオンラインマーケットプレイス企業であるShopCluesは、2013年12月のEコマース流通額が500百万円と前年同月比で6倍増の急成長を遂げており、インド国内での上位のポジションを獲得してきている。また、トルコでの価格比較サイト最大手である「akakce」も2013年12月末現在の訪問者数も半期前の30%増と順調に伸びている。同社ではこうした出資企業に関して、成長を後押しする役割を果たしていきながら、3~5年後をめどにIPOやM&Aによる投資収益獲得を目指していく方針だ。

■業績動向

増資で調達した資金は海外ネットベンチャーへの投資に充当**(3) デジタルガレージへの第3者割当増資**

同社は2013年11月末にデジタルガレージと資本業務提携契約を結び、第3者割当増資を行った。業務提携の具体的な内容としては、海外でのインターネットビジネスの発掘と事業展開を共同で行っていくことを挙げている。既に、デジタルガレージの子会社とは、インドネシアにおける決済代行会社を合併で設立したほか、前述したインドのシトラス社にも共同で出資を行うなど、新興国におけるインキュベーションにおいて協力関係を続けてきた。資本業務提携を結ぶことで、今後さらに強固な関係を構築し、「Eコマース」と「オンライン決済」という親和性の高い事業領域について、海外でのインキュベーション事業を中心に協業を進めながら、お互いの企業価値向上に向けて取り組んでいく考えだ。

第3者割当増資（2013年12月払込み、1株82,200円、9,600株）によって調達した785百万円の資金は、今後の海外におけるネット関連ベンチャー企業への投資や事業展開の資金に充当する予定となっている。なお、増資後のデジタルガレージの持ち株比率は7.8%となり、第3位株主となる。

通期で増収増益へ、アーティストグループのグッズ販売が貢献**(4) 2014年9月期の第2四半期累計の業績見通し**

同社は今2014年9月期から会社計画を四半期単位で発表している。2014年9月期の第2四半期累計（2013年10月-2014年3月）の会社計画は、売上高で前年同期比14.2%増～18.0%増の6,079百万円～6,279百万円、営業損失で187百万円～57百万円、経常損失で158百万円～28百万円、四半期純損益で88百万円の赤字～1百万円の黒字となる見通しだ。事業別の見通しについては以下の通り。

○バリューサイクル部門

バリューサイクル部門では前述したように、第2四半期は販売を強化することで売上高は前年同期比2ケタ増、営業損益も黒字化を見込んでいる。販売件数の増加に伴い、出品作業（写真撮影、商品のオークションサイトへのアップロード作業等）が煩雑になり、人件費の増加が懸念されるが、同社では出品工程の簡素化による生産性の向上、並びにクラウドソーシングの活用によって人件費の抑制を図る方針で、売上高の拡大と同時に収益性も高めていく戦略だ。

クラウドソーシングの活用に関しては、2013年の夏ごろから導入しており、現状は出品作業にかかる人員の約15%を賄っている。今後も事業の拡大に向けてクラウドソーシングを有効活用していく方針だ。

■業績動向

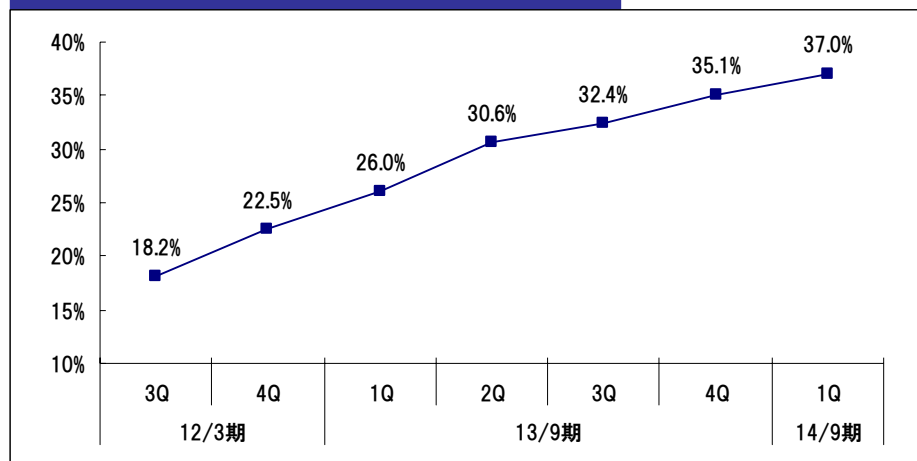
○リテール・ライセンス部門

モノセンスの事業に関しては引き続き高成長が見込まれる。人気アーティストグループの関連グッズ販売拡大による収益貢献が期待されるためだ。

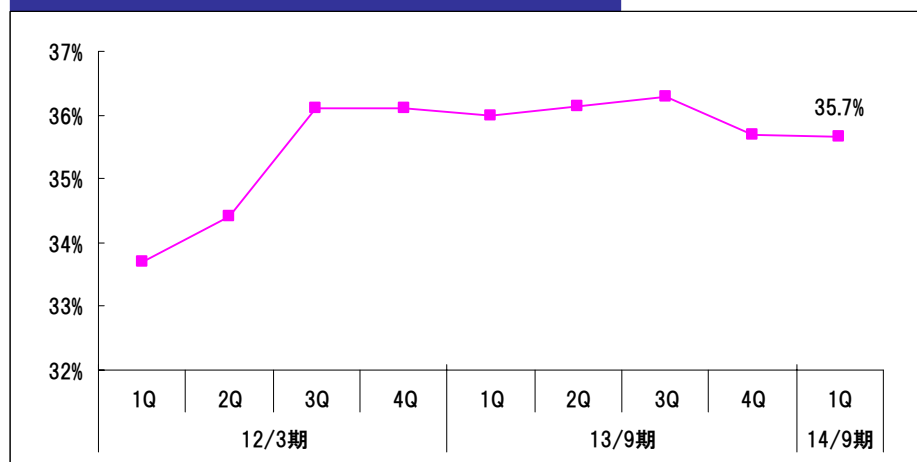
一方、苦戦が続いているネットショッピング事業に関しては、引き続きオリジナル商品の開発や24時間セールといったオリジナル販売手法の特徴を生かし、スマートフォンユーザーの取り込みを図りながら、収益の改善を目指していく。第1四半期のスマートフォン経由の売上比率は37.0%と四半期ごとに上昇傾向が続いている。同社ではスマートフォン比率を将来的には50~70%の水準まで引き上げていき、スマートフォンユーザー向けを中心としたネットショッピング事業に移行することで、収益化を図っていきたい考えだ。また、自社開発品の強化や併売個数の増加などの取り組みを強化していくことで、商品粗利率の改善も進めていく。

更には、販売チャネルを拡充するという意味で、他社サイトの活用も推進していく。具体的には、2013年12月中旬から「Yahoo!ショッピング」で実施しているタイムセールのパートナー企業として参画したほか、今後も大手メディアとの連携による取り組みを強化することにより、第2四半期以降は収益の改善が期待される。

ネットショッピング事業のスマホ経由売上比率



ネットショッピング事業の商品粗利率



■業績動向

○クロスボーダー部門

クロスボーダー部門に関しては、為替の動向にも左右されがちだが、「sekaimon」の収益改善を優先していく。収益悪化の要因が円安という外部因子であるため、厳しい環境は続くものの、利便性の高いサイト作りや認知度の向上を図っていくことで、サイトへの訪問客を増やし、取引件数の増加につなげていきたい考えた。一方、転送コムに関しては、好調な市場環境を追い風として第2四半期も高成長が続く見通した。

○インキュベーション事業

子会社で展開している新規事業は、前述したようにフォーリーが成長ステージに入っているが、第2四半期においても損益面では赤字が見込まれる。一方、投資育成事業に関しては、株式売却案件が未定であることから流動的となっている。

■成長戦略

「新興国への投資」を積極化して成長拡大へ

今後の成長戦略について事業別に簡単に紹介する。

○バリューサイクル部門

バリューサイクル部門では国内トップのネット買取プラットフォームを今後も拡充し、顧客の買取満足度向上施策（当日査定、送料等諸経費の無料化など）を継続的に行いながら、2014年9月期には前期比で買取件数を2倍程度まで拡大していく目標を立てている。中古品売買の事業拡大にあたっては、買取処理能力が最も重要な要素となるためだ。今後もテレビCMの活用など認知度の向上も進めていながら、ネット分野における圧倒的な競争力を構築し、年率2ケタの成長を目指していく方針だ。

○リテール・ライセンス部門

ネットショッピング事業に関しては、30～40代の女性スマートフォンユーザーを主力顧客層とし、オリジナル開発商品やタレントとのコラボ商品など特色を持たせた商品ラインナップの充実と、スマホメディアとのセール展開を進め、販売機会の拡大を図ることによって、2014年9月期での黒字化を目指している。今後も大手企業とは異なる販売戦略をとることで、競争が激しい市場環境の中で成長を目指していく。

一方、モノセンスの事業に関しては、前述した通り人気アーティストグループとの提携が新たに決まったことで、タレント関連グッズのEコマースに強い企業としての評価が確立されつつあり、今後も提携拡大による収益成長が期待される。

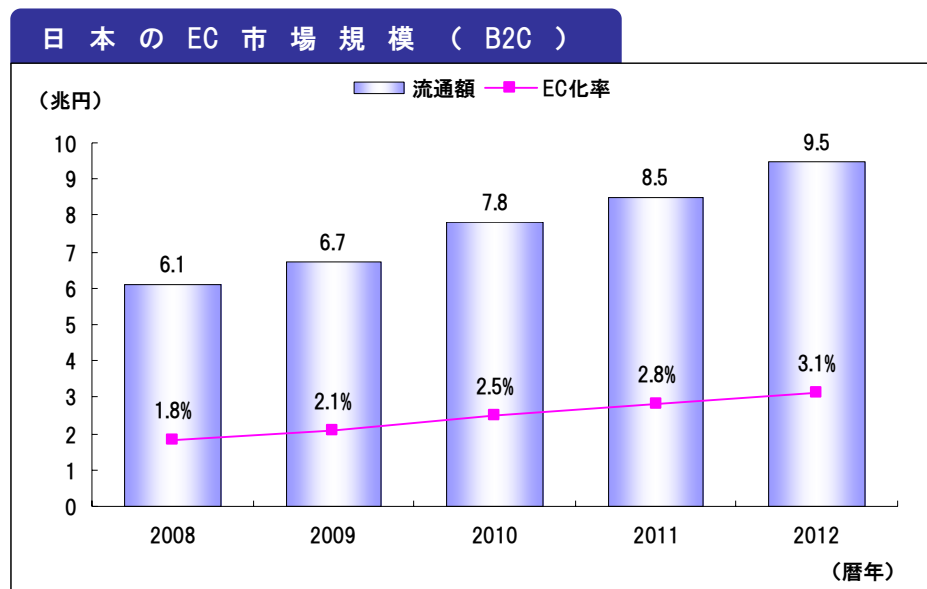
■成長戦略

○クロスボーダー部門

グローバルショッピングサイト「sekaimon」は、当面のところは収益の改善を優先していくが、中長期的には米国、英国、ドイツ、オーストリアの4ヶ国にとどまっている出品国の拡大と、魅力ある商品の掲載拡充を進めていく方針だ。同社では今後もスマートフォンへの対応などサイトの利便性向上に向けた改善を進めていくほか、サイトの認知度向上に向けた取り組みを強化し、ユーザー層の拡大によって流通額の拡大を目指していく。

一方、転送コムの商品代行発送サービスや代理購入サービスは、国内の様々なECサイトとの共同展開を進めながら、海外顧客数の拡大を進めて事業拡大を図っていく。経済産業省の調べによると、日本におけるEコマース市場規模は2012年に9.5兆円、EC化率は3.1%と順調に拡大している。大手ECサイトの海外からのアクセス率は平均で3~5%程度とみられており、これをベースにすれば海外からの購入額は年間3,000~5,000億円規模と推計される。海外から見た日本の文化・ファッションへの注目度は高く、今後も海外からの購入額が拡大していく可能性は高い。

転送コムにおける2013年9月期の流通額はまだ40億円程度だが、市場規模の拡大に加えて、提携サイトの拡充によるシェア上昇などにより、中長期的に高成長が期待されよう。リスク要因としては、各ECサイトが流通額の拡大によって、自前で海外向けの発送・決済サービスを整備するようになる、という点が指摘される。ただ、自前でこうしたシステムを整備するにはコスト面で負担がかかることもあり、同社のような専門の事業者がコストメリットを活かして、これらの業務を請け負っていく可能性は十分あると言える。



出所：経済産業省



■成長戦略

○インキュベーション事業

グループ内における新規事業の創造に関しては、今後も継続的に行っていく方針だ。一方、国内外の投資育成事業に関しては、第3者割当増資によって得た資金を活用しながら、有望なベンチャー企業に投資を行っていく。新興国における投資対象としては、人口数が多く、インターネットの普及とともにEコマースの市場拡大が見込まれる国としており、Eコマースにおけるプラットフォーム領域を手掛ける企業が対象となる。具体的には、「マーケットプレイス」「ペイメント」「コンパリソン（比較サービス）」などのサービスを手掛ける企業、あるいはネット上でのサービスマッチングを行う企業などが挙げられる。

Eコマース事業においては従来のネットショッピング事業主体から、今後はバリューサイクル部門やクロスボーダー部門が成長を牽引していく格好となる。一方で、インキュベーション事業に関しては、出資した企業で株式公開を果たす企業が出始めるなど、先行投資期間から、ようやく収益回収のタイミングに入り始めた段階にあると言える。同社では今後も積極的にインキュベーション事業を国内外で展開していく方針で、今後は「Eコマースに強いインキュベーション会社」として成長拡大していくものと予想される。

なお、同社の会社名に関しても、こうした事業戦略をもとに、2014年10月に「BEENOS（ビーノス）」に変更する予定となっている。

■株主還元策

配当余力が生じれば前向きに配当を実施していく方針

同社の配当政策は、これまで、既存事業の成長加速と新規事業の育成などの事業投資を優先するほか、急激な経営環境の変化にも対応するため、内部留保の充実を優先してきており、利益配当に関しては無配を続けてきた。しかし、直近では経営成績を勘案しながら、配当余力が生じれば、前向きに配当を実施していく方針に切り替えており、配当可能な利益が出た段階において、財務状況などを勘案した上で、配当に関しても検討していく意向を示している。

損益計算書(連結)

(百万円、%)

	09/9期	10/9期	11/9期	12/9期	13/9期
売上高	13,140	12,165	10,790	9,949	10,308
(前期比)	9.3	-7.4	-11.3	-7.8	3.6
売上総利益	5,105	4,878	4,696	4,471	4,820
(対売上比)	38.9	40.1	43.5	44.9	46.8
販管費	4,828	4,743	4,779	4,782	5,045
(対売上比)	36.7	39.0	44.3	48.1	48.9
営業利益	277	135	-82	-310	-225
(前期比)	7.3	-51.3	-	-	-
(対売上比)	2.1	1.1	-0.8	-3.1	-2.2
営業外収益	48	32	20	249	438
受取利息・配当金	4	2	2	1	1
その他	43	30	18	248	436
営業外費用	76	153	238	68	79
支払利息・割引料	4	8	12	12	9
その他	71	145	226	56	69
(持分法投資損益)	2	-77	-100	-26	-18
経常利益	249	14	-300	-130	133
(前期比)	31.5	-94.3	-	-	-
(対売上比)	1.9	0.1	-2.8	-1.3	1.3
特別利益	368	193	406	2	15
特別損失	364	85	117	163	0
税引前利益	253	122	-10	-291	149
(前期比)	27.9	-51.7	-	-	-
(対売上比)	1.9	1.0	-0.1	-2.9	1.5
法人税等	197	103	103	26	92
(実効税率)	77.9	84.4	-957.6	-8.9	62.1
少数株主利益	-9	-25	10	34	-20
当期純利益	65	44	-125	-351	35
(前期比)	167.1	-32.3	-	-	-
(対売上比)	0.5	0.4	-1.2	-3.5	0.3
発行済株式数(千株)	111	111	111	111	111
1株当たり利益(円)	590.13	399.39	-1,129.84	-3,159.12	321.82
1株当たり配当(円)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1株当たり純資産(円)	37,995.20	38,462.03	37,320.13	33,756.49	36,036.67

ディスクレマー（免責条項）

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪証券取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との面会を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願い致します。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ