



waja社のグループ化について

2015年3月25日
株式会社リブセンス
東証一部：6054

Agenda

- 1 本件のポイント
- 2 waja社について
- 3 waja社グループ化の背景
- 4 waja社グループ化による効果
- 5 今後の成長戦略

1. 本件のポイント

■ 中計達成に向けた成長戦略の1つとして、初のM&Aを決定

- 中期経営計画「Livesense 2018」達成に向けた成長戦略である“新市場の開拓・創造”の手段として、2014年より社内開発・出資・事業提携・M&Aを検討・推進
- 設立以来初めてのM&Aを3月25日付で決定、2Qより連結対象
- 取得資金（約3.9億円）は全額手元現預金を充当、株式保有比率は71.7%となる見込

■ 求人・不動産・BtoBに続き、新たにEC（CtoC、越境）領域へ参入

- これまで参入を模索してきたEC領域へ、waja社のグループ化により新展開
- 不便や課題が多く、潜在市場規模の大きいCtoC・越境EC※領域を、独自性・成長性の高いwaja社と開拓

■ Webマーケティングノウハウを活かした事業展開（win-winな連携）

- サイト集客強化を課題とするwaja社に対し、リブセンスがWebマーケティングノウハウを提供
- Webマーケティングノウハウを活かした事業展開は、ユニラボ社（ビジネス比較・発注サイト「imitsu（アイミツ）」の共同運営）に続き2例目

※ 越境EC：国を越えて商品やサービスの売買を行うEC（電子商取引）のこと。

2. waja社について ① 会社概要

社名	株式会社waja (waja Co.,Ltd.)
事業内容	オンラインマーケットプレイスの運営事業 <主要運営サイト> ・世界のバイヤーから買える海外ファッション通販サイト「waja」 ・理由がわかるアウトレット通販サイト「REASONアウトレット」
所在地	東京都港区麻布台3-4-11 麻布エスビル2階
設立年月日	2003年5月6日
役員 (※)	代表取締役会長 兼 CEO 小安 光司 代表取締役社長 兼 COO 村田 高宗 社外取締役 村上 太一 (株式会社リブセンス 代表取締役社長) 監査役 伊藤 雅浩 (内田・鮫島法律事務所 弁護士)
資本金	150百万円
直近業績	売上高 456百万円、営業利益 11百万円
従業員数	34名 (2015年3月時点)
決算期	9月
主要株主 (※)	株式会社リブセンス 小安 光司 村田 高宗

※ 2015年4月3日以降の予定を記載。

2. waja社について ② 主な事業内容

- 主力サイト「waja」では、世界約60カ国のバイヤーが現地で仕入れたユニークな商品を販売
取扱ブランド数は約2,300、日本未入荷商品を含む豊富な品揃え



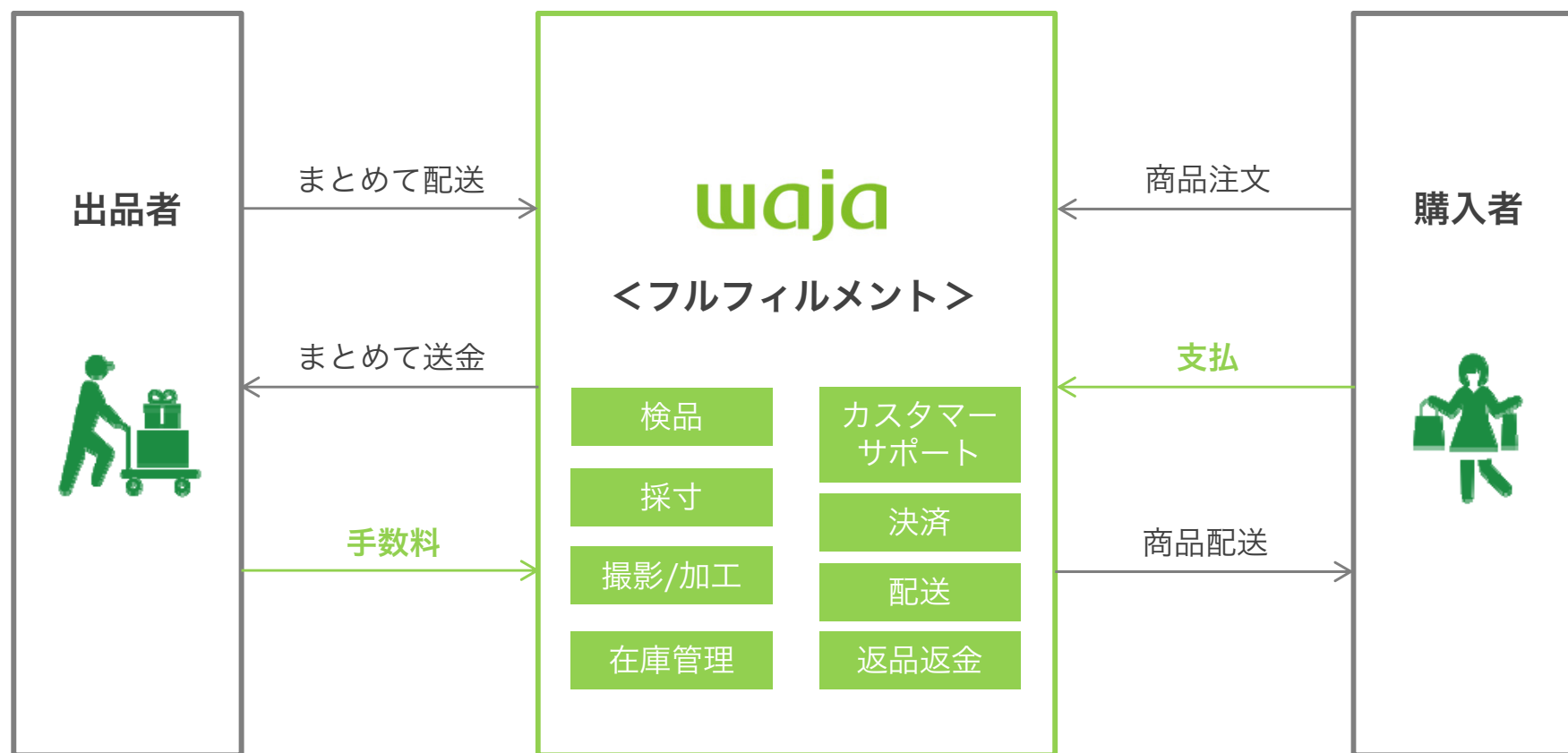
世界のバイヤーから買える
海外ファッション通販サイト「waja」



理由がわかるアウトレット通販サイト
「REASONアウトレット」

2. waja社について ③ ビジネスモデル

フルフィルメント※型マーケットプレイスで、商品を安全かつスピーディーに販売



※ フルフィルメント：ECにおける、受注・梱包・発送・受け渡し・代金回収までの一連のプロセスのこと。waja社の場合、出品者から配送されてきた商品を、全て検品・採寸し、サイトに掲載するための写真撮影や加工、在庫管理をはじめ、カスタマーサポート・決済・配送。返品返金対応まで、一貫して手掛けるフルフィルメントシステムを持つ。

2. waja社について ④ フルフィルメント

waja社は、1点から対応できる高効率フルフィルメントで、CtoC・越境EC領域における安心・便利・スピーディーな商品提供を実現

	CtoC・越境ECにおける課題	waja社の場合
安心	ニセモノのブランド品かも	waja社が全て国内検品
	品質が心配	
	返品できない	waja社が返品返金対応
	お金のトラブルがこわい	waja社が決済対応
	個人情報心配	waja社が管理 カスタマーサポートあり
便利	日本とサイズが違ってわかりにくい	waja社が採寸、日本サイズ表記
	商品によって写真がバラバラで比較し辛い	waja社が撮影・加工して掲載
早い	注文しても商品到着まで時間がかかる	waja社が在庫管理 平日13時までの注文で最短当日配送

3. waja社グループ化の背景 ① 親和性

! waja社の経営方針・理念は、リブセンスのコーポレートビジョンに通じるものであり親和性が高い

waja

これまでの常識

1点ものが多いCtoCビジネスでは、フルフィルメント型の場合、採算が合わない



新しい常識を生み出すための挑戦

- 現場やユーザー目線による徹底改善・フルフィルメントの効率化
- フルフィルメントを活かした独自マーケットの創造

経営理念「TSUNAGU」

モノを売る人にも買う人にも利便性と安心を提供し、世界中のたくさんのヒトやモノ、コトを繋ぐ



LIVESENSE

あたりまえを、発明しよう。

雫：雨垂れ、石を穿つ。

リブセンスの日々の徹底的な努力によって、新たなサービス、考え方を浸透させ、世の中のあり方を変えていく意志を水滴で表現

？：常識に、疑問を。常に、自問を。

常識に疑問を持つことで、新しいあたりまえを生む、新発想を生み出す姿勢を？で表現

3. waja社グループ化の背景 ② 実効性

! waja社のグループ化は、リバセンスのM&Aに関する基本的な考え方で合致し、実効性が高く見込まれる

M&Aに関する基本的な考え方

① 既存事業拡大の加速

求人・不動産といった既存事業の周辺領域における企業・事業で、既存事業拡大の加速に繋がること

② 4つの事業方針との合致

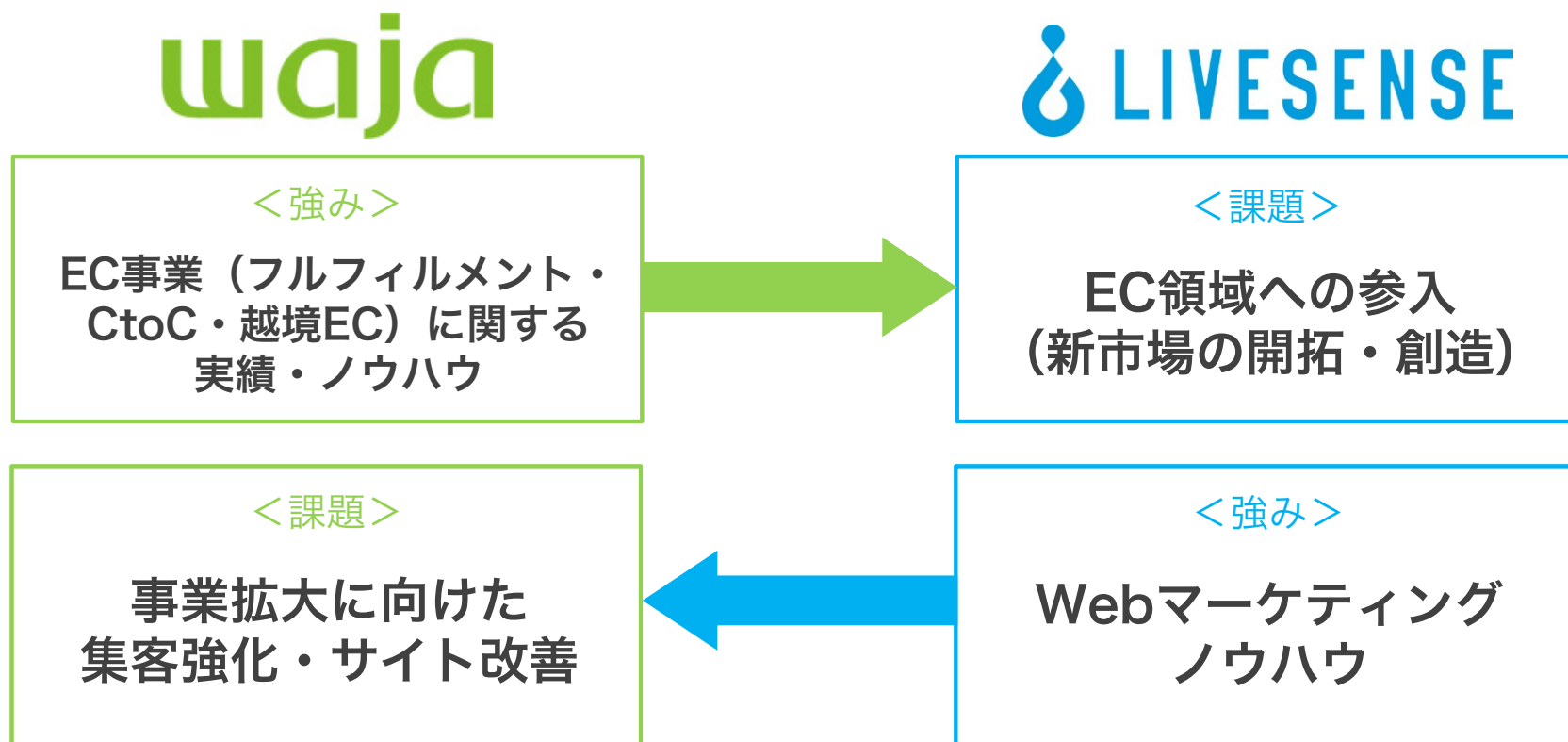
リバセンスの4つの事業方針※と合致し、リバセンスが新市場の開拓・創造に取り組むべき事業であること

③ win-winの連携

リバセンスの強み・ノウハウ提供により対象企業/事業の拡大が展望でき、同時に、リバセンスも対象企業/事業から新たな技術やナレッジ等が獲得できること

4. waja社グループ化による効果 ① 相乗性

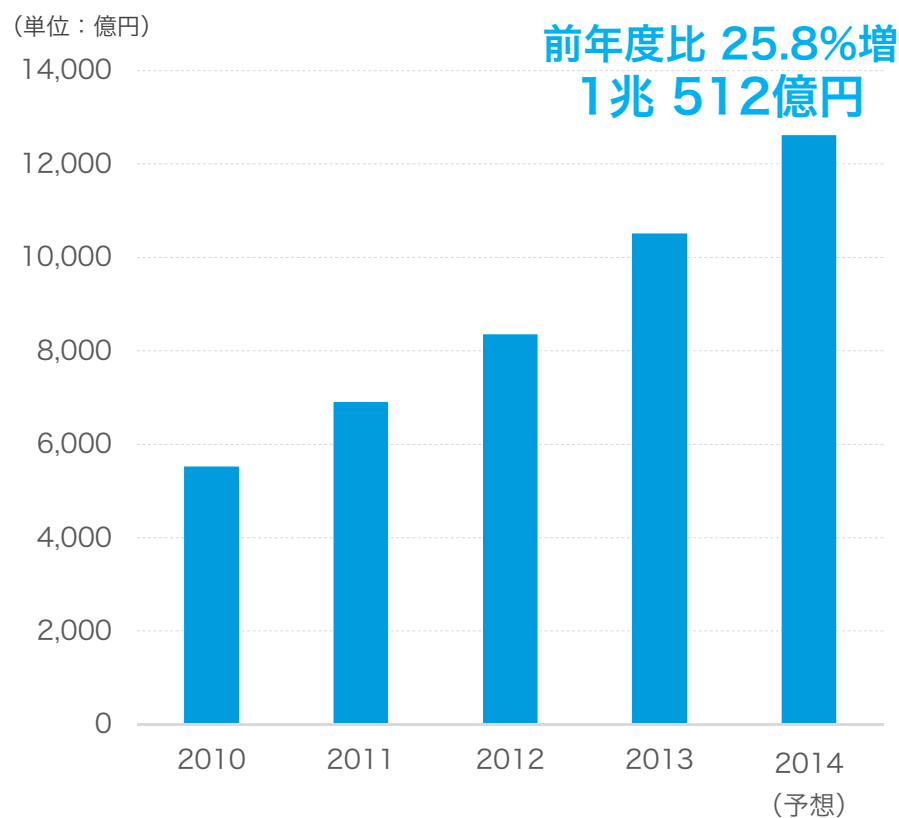
リブセンスが持つWebマーケティングノウハウを活かしたwin-winな事業展開



4. waja社グループ化による効果 ② 成長性

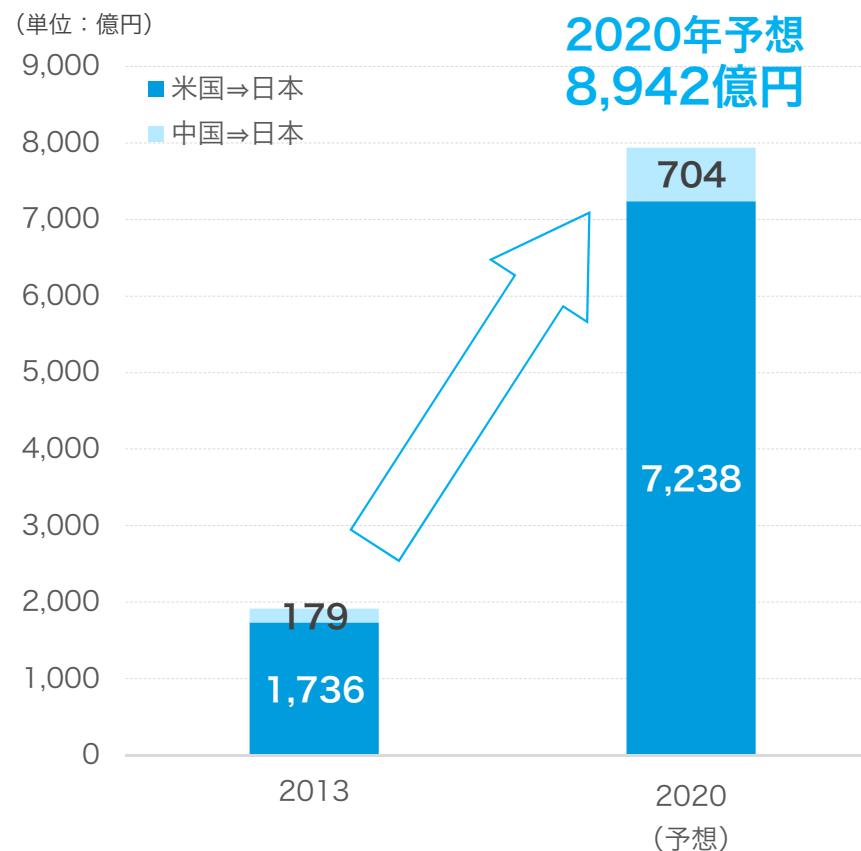
EC市場は、巨大規模である上、未だ成長余地が大きく、海外への事業拡大も展望できる

国内ファッション・インテリア・雑貨EC市場



出所：矢野経済研究所「ファッション・インテリア・雑貨EC市場に関する調査結果 2014」

日本における越境EC市場ポテンシャル



出所：経済産業省「平成25年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」

4. waja社グループ化による効果 ③ 独自性

! waja社は、フルフィルメントの特徴を活かし、独自のポジショニングで事業拡大中

	モール型	フルフィルメント型
C to C	ヤフオク! BUYMA mercari LINE MALL	
B to C	楽天市場	 amazon ZOZOTOWN

4. waja社グループ化による効果 ④ 優位性

| CtoC 越境ECの不便さ・課題を解消するwajaならではの優位性から、アクティブユーザーによる年間平均購入金額は約55,000円と高水準

フルフィルメントがもたらす安心・選びやすさ・スピード

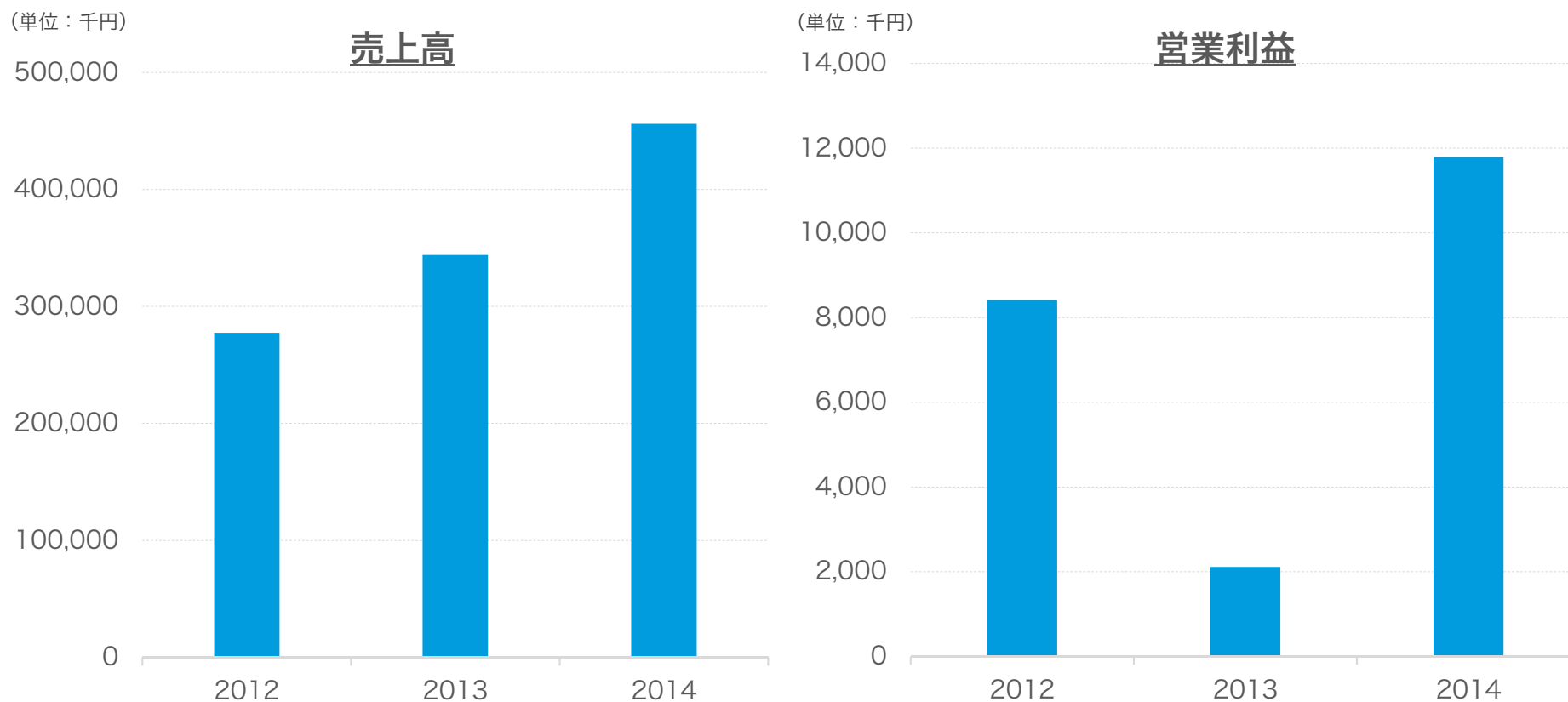
世界約60カ国 約3,000人のバイヤーによるユニークな商品セレクト

取扱いブランドは日本未上陸ブランドを含む約2,300

バイヤーメリットの高さ
(waja社契約・まとめ配送による費用と手間の軽減)

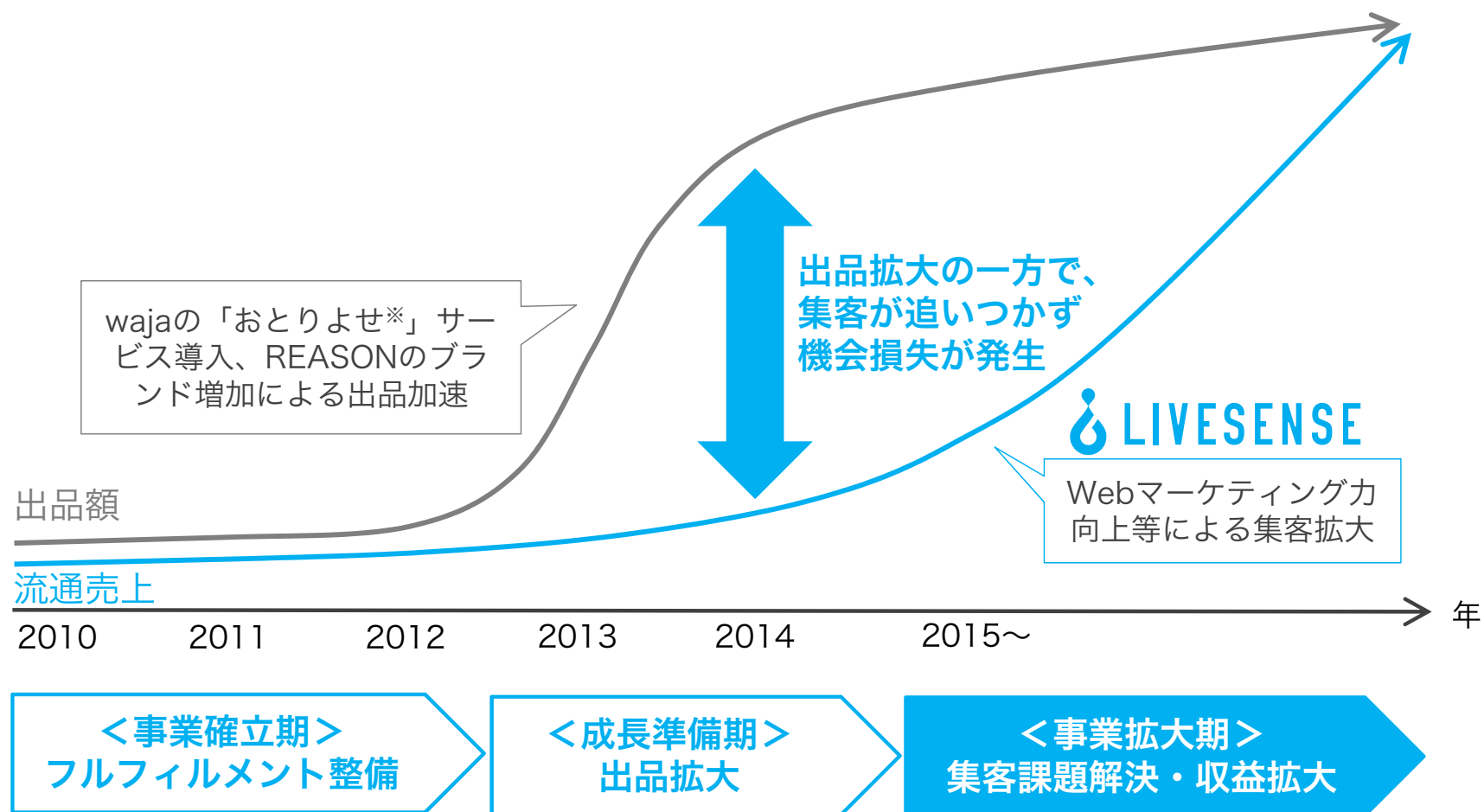
4. waja社グループ化による効果 ⑤ 業績

- waja社の売上高は順調に拡大、営業利益は2014年大幅増
- 2015年12月期第2四半期（4-6月期）よりリブセンスの連結対象へ



5. 今後の成長戦略 ① 主要事業の展開

リブセンスのWebマーケティングノウハウによる新規会員数増加に加え、サイト改善・会員サービス拡充による継続的な事業成長を展望



5. 今後の成長戦略 ② 新たな取り組み

! waja社が持つ2つの強みを活かし、積極的に新規事業開発を推進
国内外のEC市場において、新たな価値創造に取り組む

独自のフルフィルメント
システム

世界約60カ国約3,000人の
バイヤーネットワーク



寄付とお買い物の両方で社会貢献できる新しいファッション通販
サイト「FCP」拡大をはじめ、新たなマーケットプレイスを創造

海外展開の加速

2006年8月より、海外ファッション通販サイトwajaを運営

年月	概要
2003年5月	有限会社轍ジャパン設立
2004年12月	商号を「有限会社waja」に、本社を千葉県市川市へ移転
2006年8月	海外ファッション通販サイト「waja」オープン
2007年5月	商号を「株式会社waja」に変更
2007年5月	第三者割当増資により資本金3,850万円へ
2007年6月	本社を東京都港区へ移転
2008年5月	第三者割当増資により資本金9,410万円へ
2009年6月	第三者割当増資により資本金1億5,010万円へ
2012年10月	ブランドアウトレットサイト「REASONアウトレット」オープン
2014年7月	「FASHION CHARITY PROJECT」オープン

4つの事業方針に合った事業（会社）を買収

社会の発展や問題解決に貢献できる事業

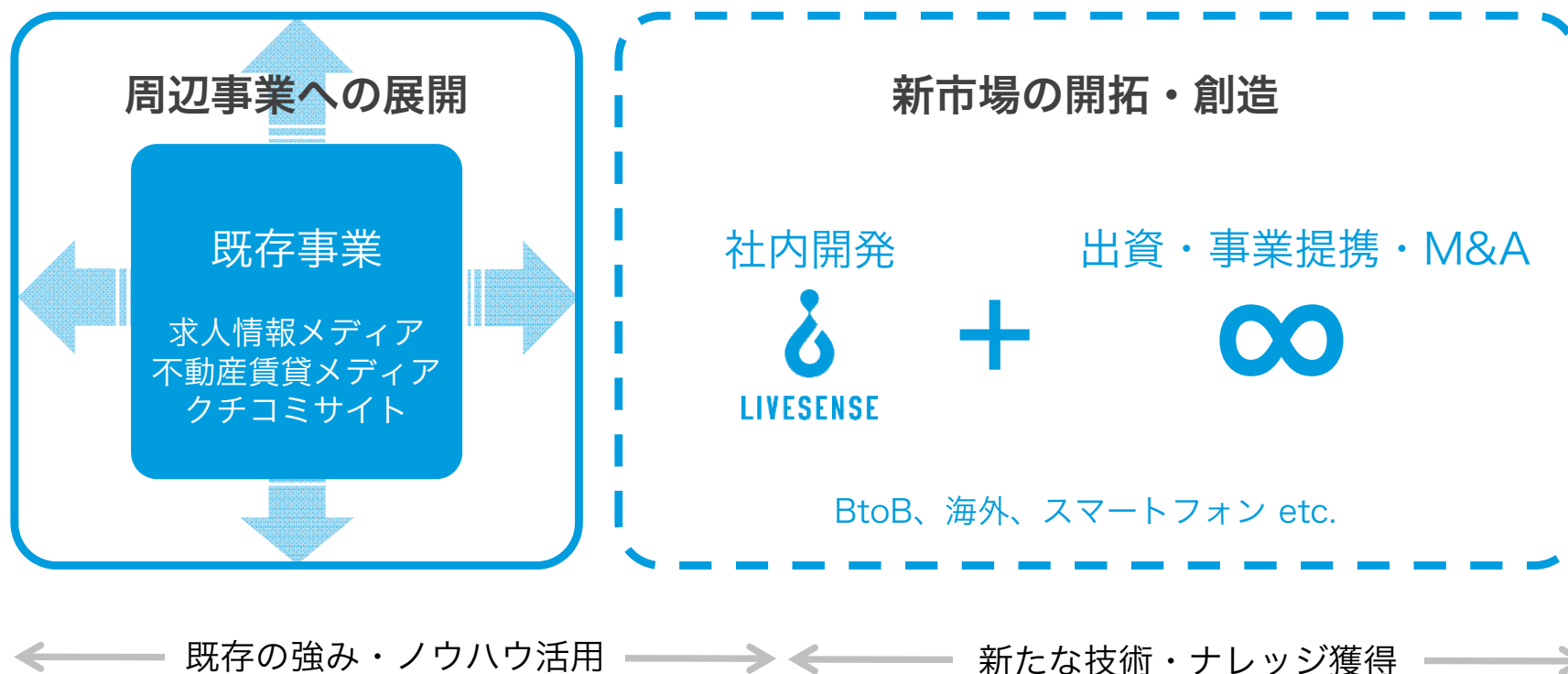
永く多くの人々から愛される事業

リブセンスが業界のNo.1となることができる事業

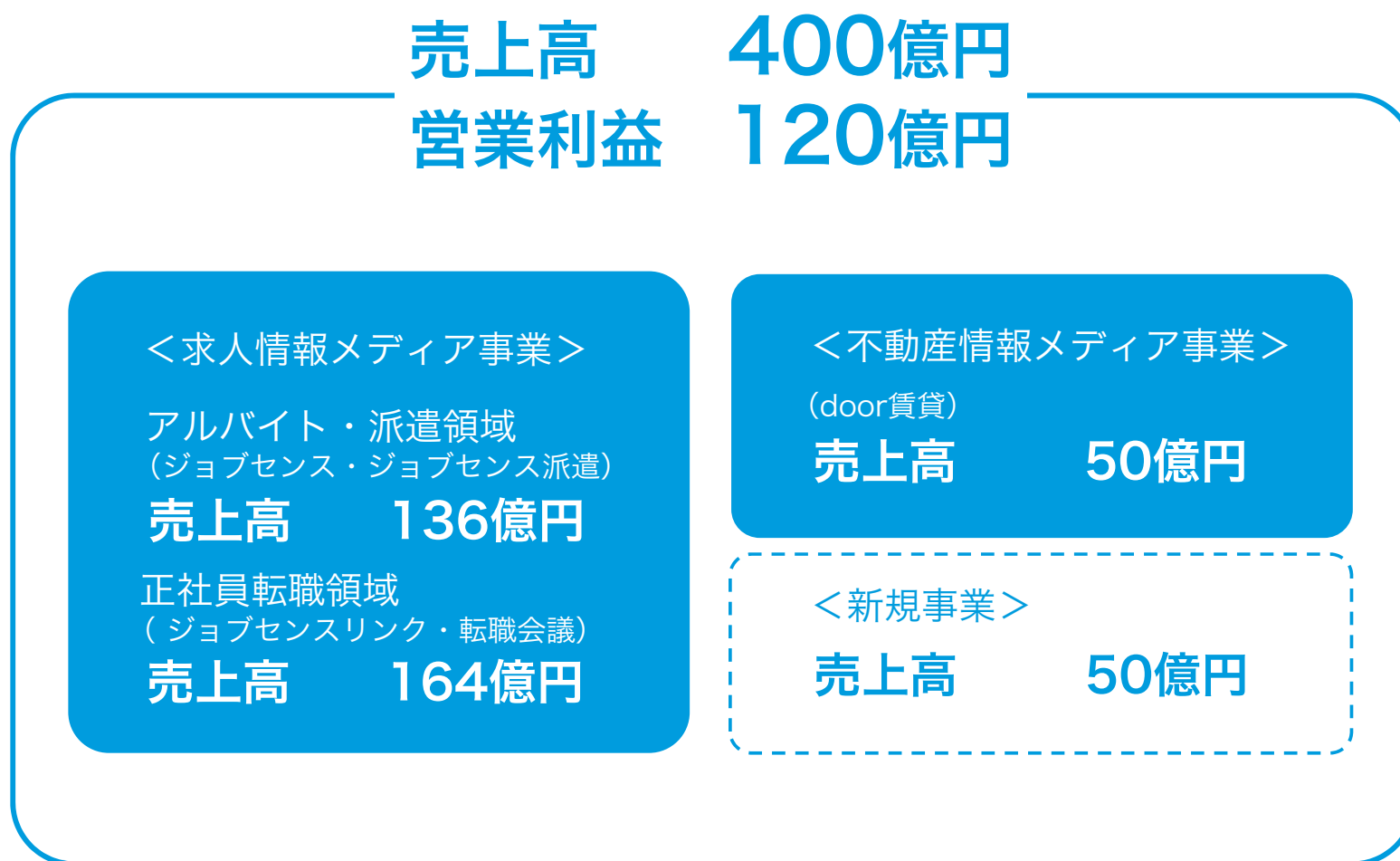
10年スパンで売上500億円規模へ拡大できる事業

2014年より、社内開発・出資・事業提携・M&Aを検討・着手
新たな“あたりまえ”の創出と収益基盤拡充を図る

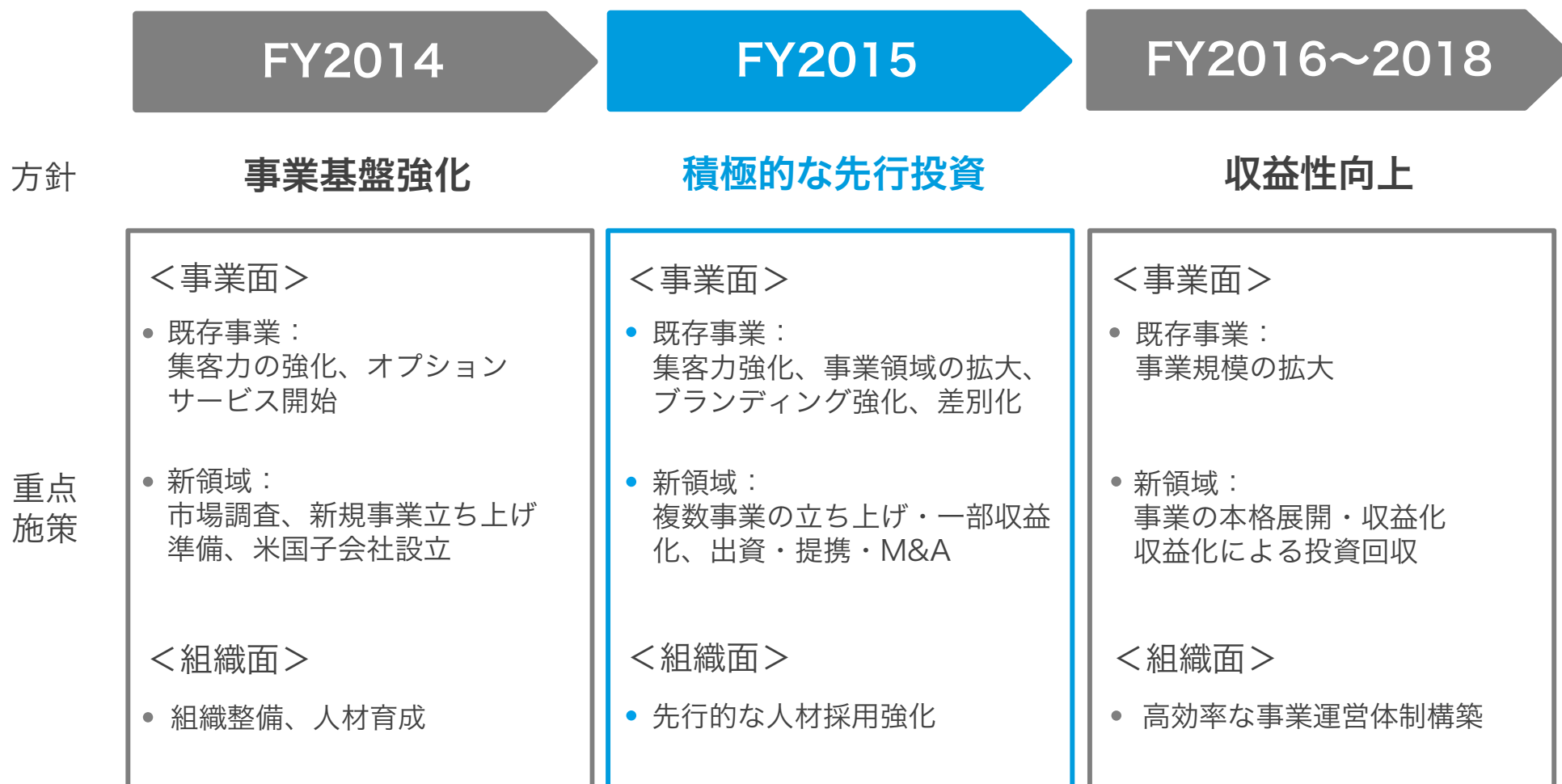
リブセンスの事業領域



挽回・達成に向け、2015年は戦略的積極投資を実施
業績目標に変更はなし



2015年は、計画達成に向けた実行の年 新たなチャレンジを含む戦略的積極投資により再成長軌道へ



ご参考：リブセンス会社概要

社名	株式会社リブセンス (Livesense Inc.)
事業内容	インターネットメディア運営事業
所在地	東京都品川区上大崎2-25-2 新目黒東急ビル5F
設立年月日	2006年2月8日
代表者	代表取締役社長 村上 太一
役員	取締役 桂 大介 柴崎 友哉 中島 真 本田 浩之 (社外) 監査役 江原 準一 尾崎 充 (社外) 片山 典之 (社外)
資本金	228百万円
直近業績	FY2014 売上高 4,279百万円、営業利益 634百万円
従業員数	正社員 115名、アルバイト・派遣社員 175名
決算期	12月
株式上場	東証マザーズ：2011年12月7日 東証一部：2012年10月1日
連結子会社	Livesense America (米国カリフォルニア州、出資比率100%)



この資料は、株式会社リブセンス（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。当資料に記載の内容は、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成したものであり、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更する可能性があります。また、本資料には、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

以上を踏まえ、投資をおこなう際は、投資家の皆様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。