

enigma

第12期 2016年1月
決算説明会資料

会社概要

社名	株式会社エニグモ (英文社名：Enigmo Inc.)
事業内容	ソーシャル・ショッピング・サイト「BUYMA」の運営
所在地	東京都港区南青山1-26-1 寿光ビル7階
設立年月日	2004年2月10日
代表者	代表取締役 最高経営責任者 須田将啓
資本金	3億8,190万円
従業員数	連結：69名 (単独：54名) 2016年1月末時点
決算期	1月末
主要株主	ソニー株式会社 経営陣
監査法人	新日本有限責任監査法人

今期は成長のための戦略的投資と整理の年

財務数値の状況（単体）

総取扱高	244.4億円（前期比 118.2%）
売上	27.2億円（前期比 119.0%）
営業利益	3.6億円（前期比 30.6%）
経常利益	3.6億円（前期比 30.8%）
当期純利益	△0.2億円（前期比 ー）

KPI（会員数、総取扱高など）の状況

会員数	3,004,769人（前期比 134.4%）
パーソナルショッパー数	7.6万人超（前期比 115.4%）

12期施策の結果

会員獲得施策/マスカンペーン

- ・ 認知度 40%（前期比15ポイント増）
- ・ 新規獲得会員数 78.8万人（前期比 141.5%）

高ARPU施策

- ・ 年間ARPU 38,539円（前期比96.0%）

GLOBAL BUYMAの状況

BUYMA英語版

2015年10月にサービス開始
出品数10万品突破

BUYMA韓国語版

取扱高 前期比489.1%
2016年3月16日 連結子会社化

売上、営業利益、経常利益については修正会社計画を大幅達成

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

関連会社と事業の整理により一時コストとして 特別損失489百万円を計上

特別利益・損失、法人税等の内訳

	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	

特別損失の計上

Image Network

現地法人はクローズし、BUYMA運営チームからの選抜チームによる運営体制でBUYMA英語版を正式リリース

stulio

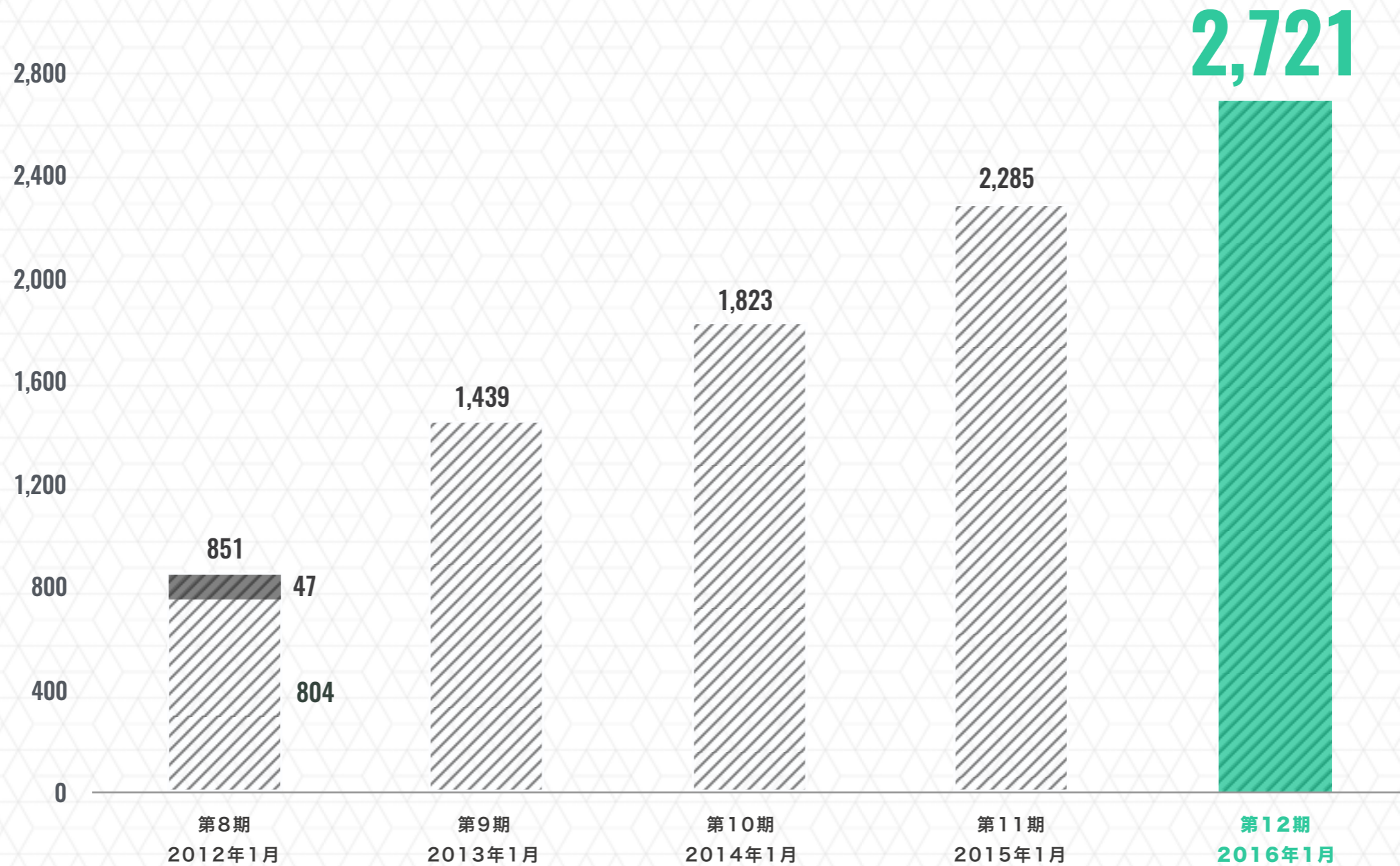
サービスはクローズし、リセール事業は中古通販サイト「RECLO」と提携し委託販売&買取サービス「ALL-IN」を始動

Enigmo Korea

社内基準に準じ保有持分を減損処理、連結子会社化し事業運営を日本へ移管することで成長スピードを加速

売上高の推移 [単体]

前期比119.0%と順調に増加

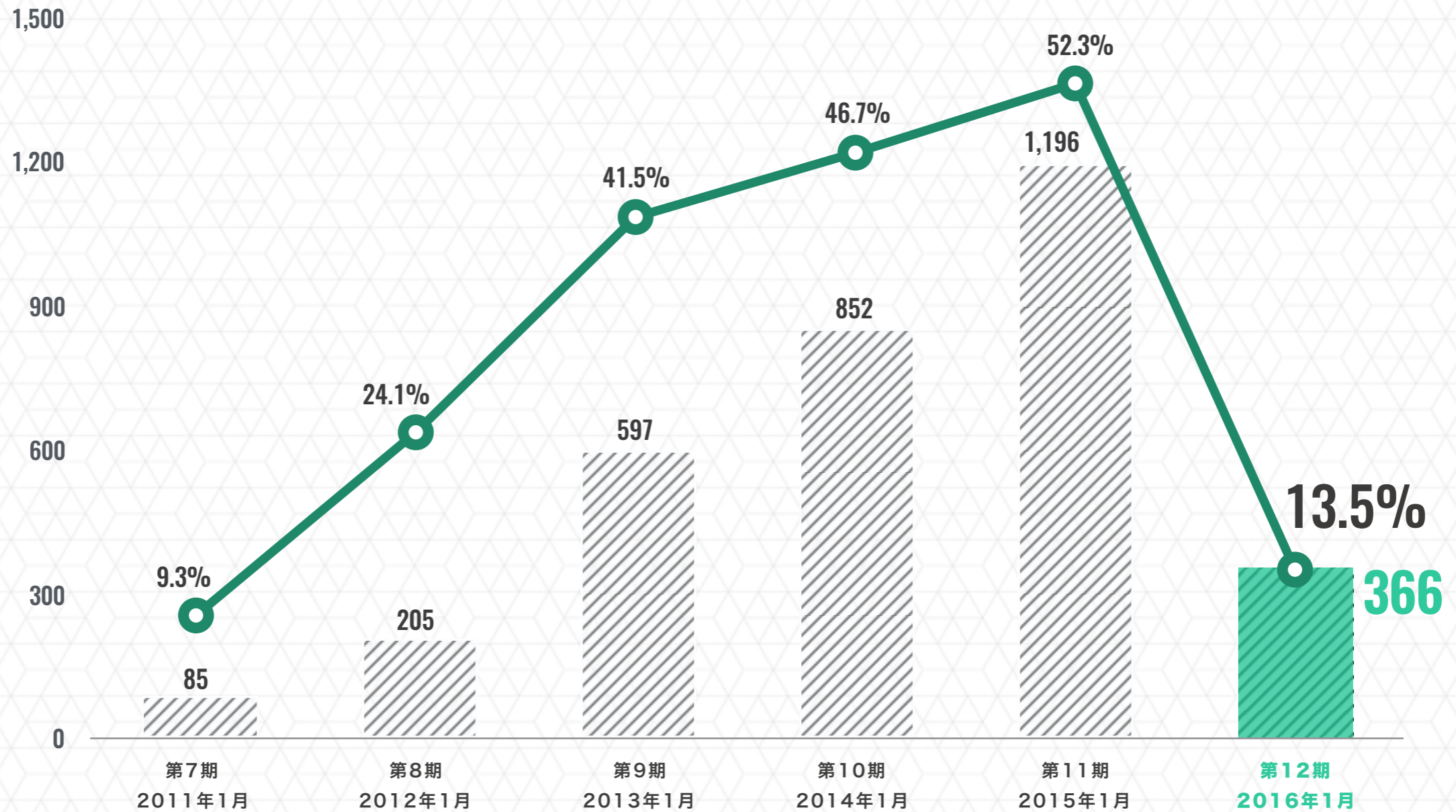


(単位：百万円) 広告事業 ■ ソーシャルコマース事業 ▨

マスクキャンペーンによる広告費増大のため
 前期比272.6%に拡大
 (広告費を除いた販管費は前期比122.9%)

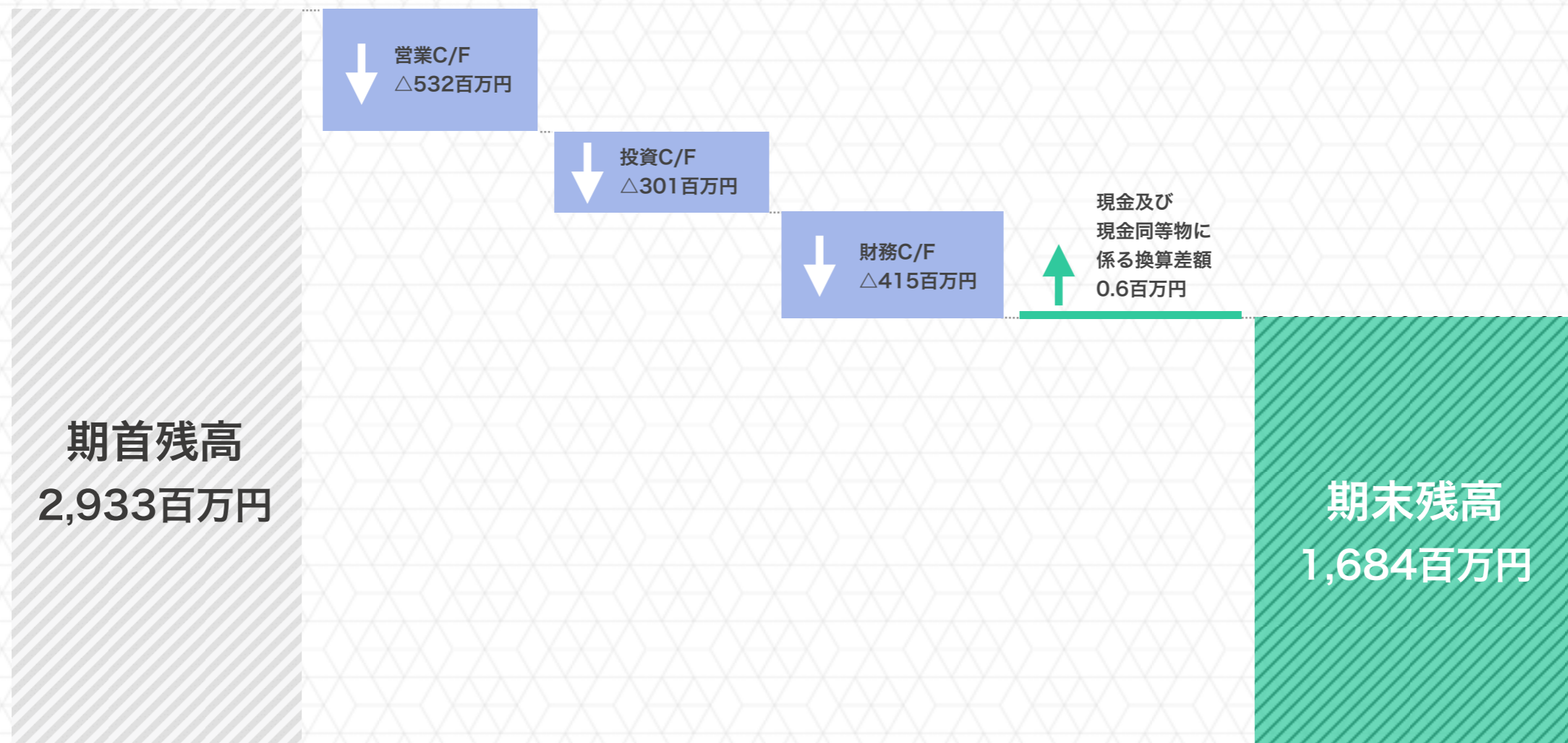
	第12期 2016年1月実績	前期実績	前期比
人件費	414百万円	372百万円	111.1%
広告費	1,229百万円	160百万円	763.9%
減価償却	11百万円	9百万円	122.3%
その他	223百万円	145百万円	153.2%
合計	1,879百万円	689百万円	272.6%

マスクキャンペーンによる広告費増大のため
営業利益は前期比30.6%と減益



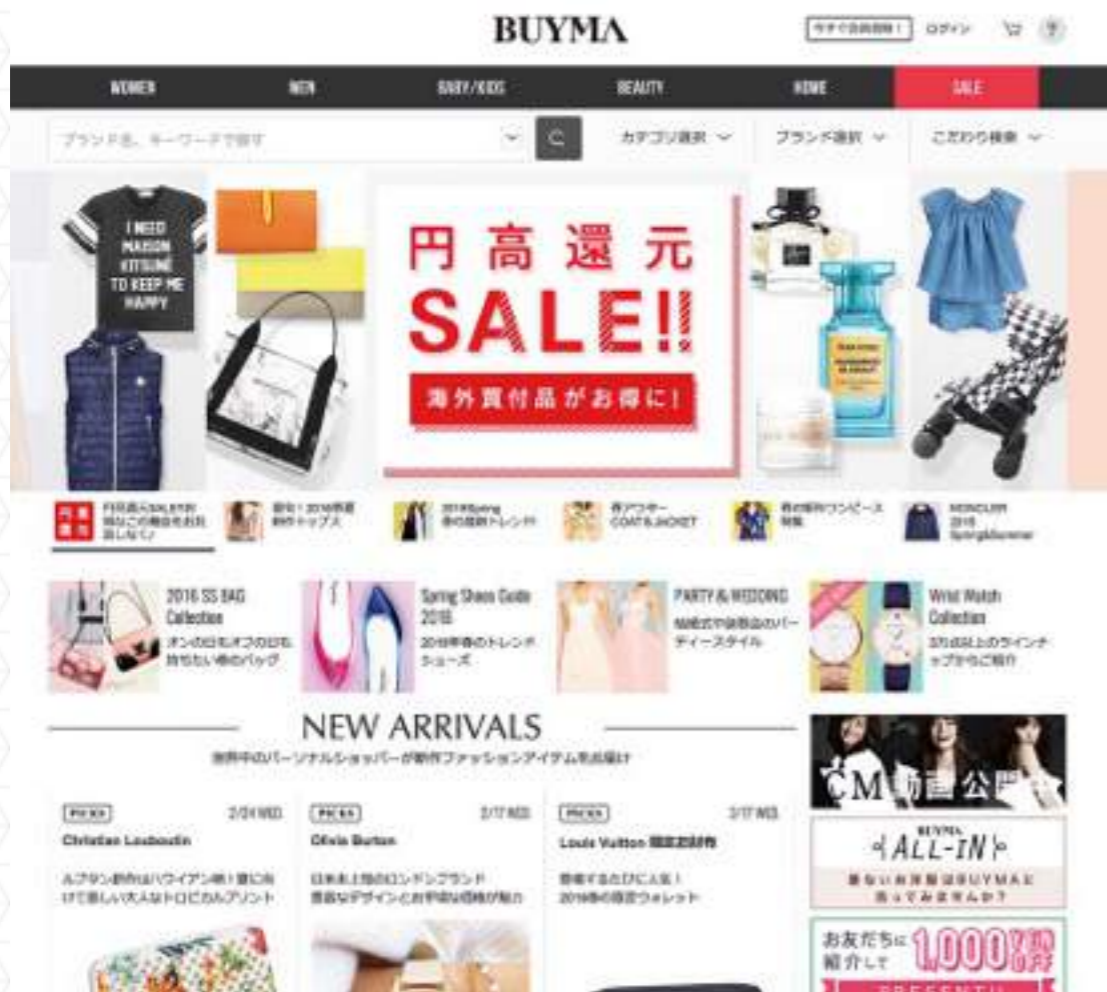
(単位：百万円) 営業利益 利益率

ロケットベンチャー社の買収及び自己株式の取得により
期末現預金残高は1,684百万円（前期比1,249百万円減）に減少



BUYMA事業の概況

独自の”CtoC”サービスで世界中の個人をつなぎ
特別な購入体験と無限大のファッションアイテムとの出会いを提供する
ソーシャル・ショッピング・サイト



会員数 3,004,769人

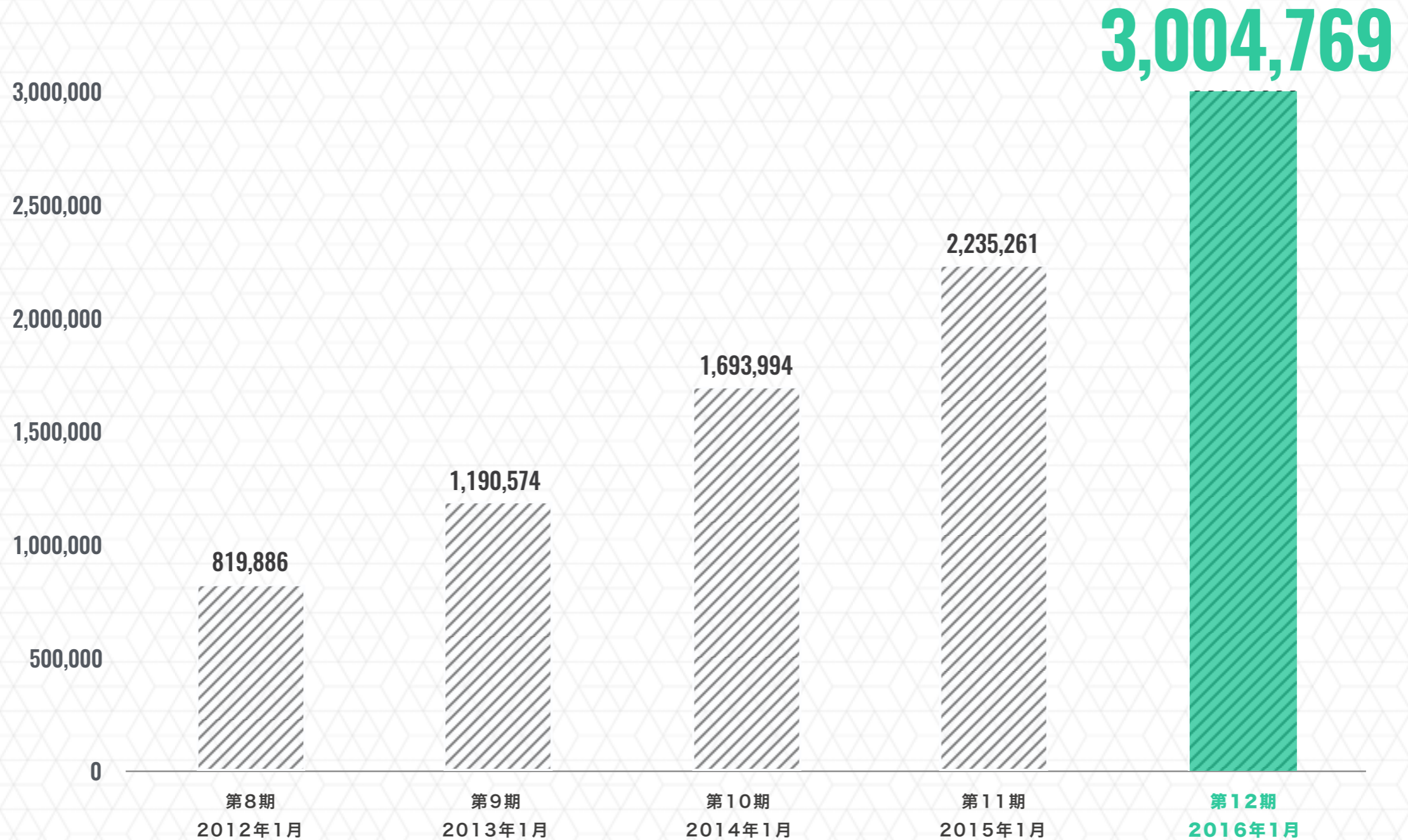
出品数 11,000 品超/日

パーソナルショッパー数 7.6万人

パーソナルショッパー居住国 125カ国
(出品者)

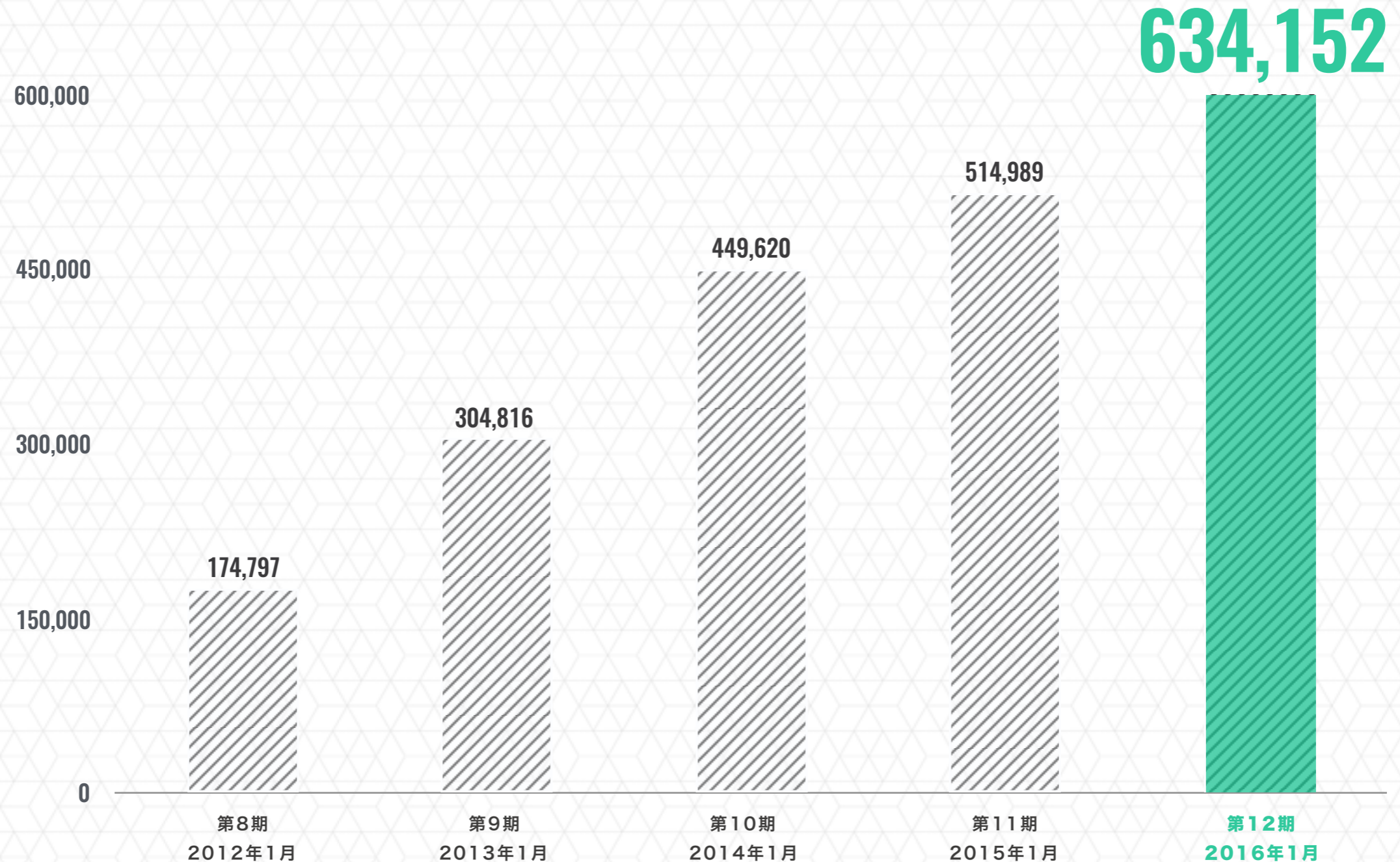
※2016年1月末時点

登録会員数300万人を突破
前期比134.4%と大幅に増加



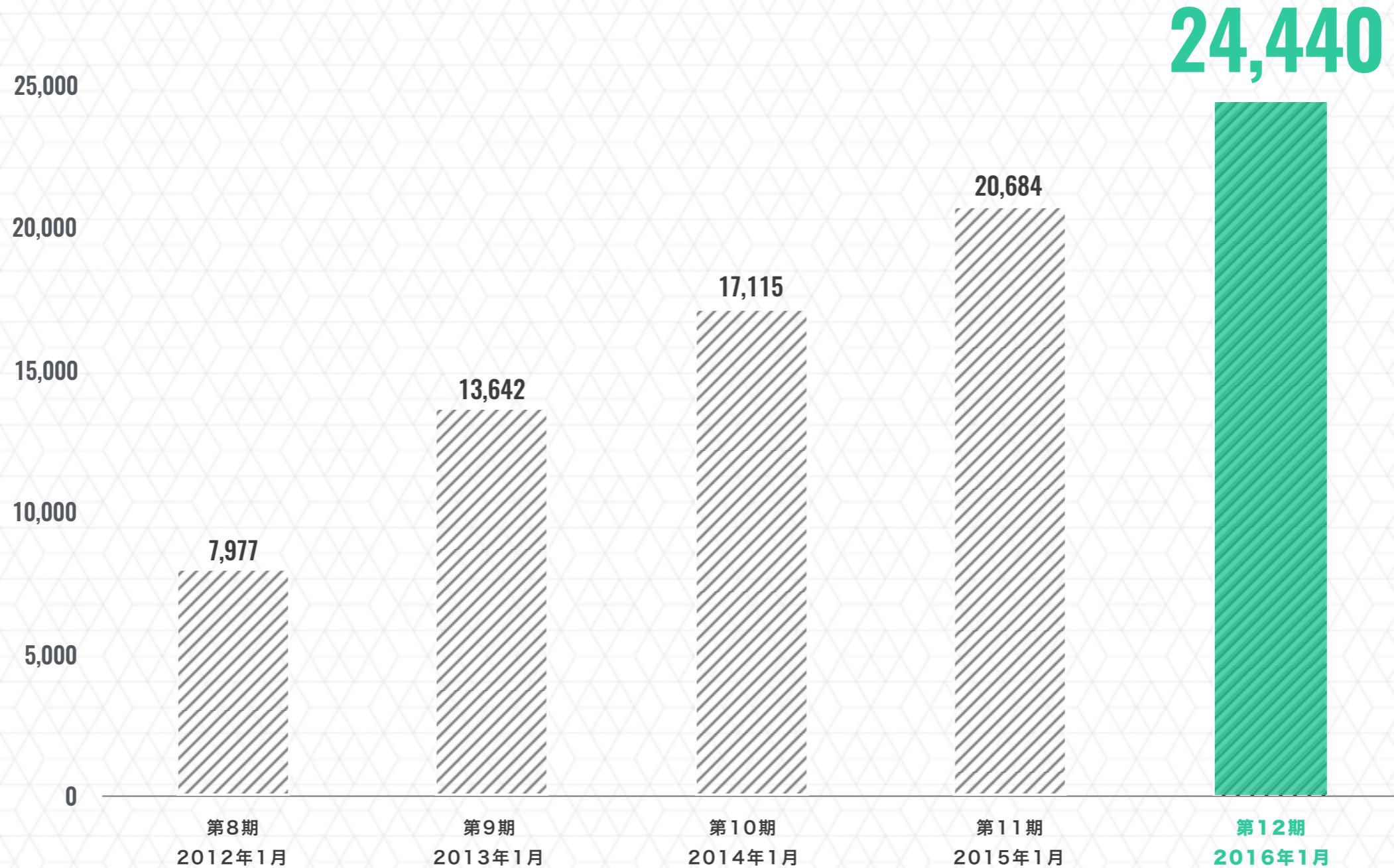
(単位：人)

アクティブ会員数60万人を突破 前期比123.1%と順調に増加



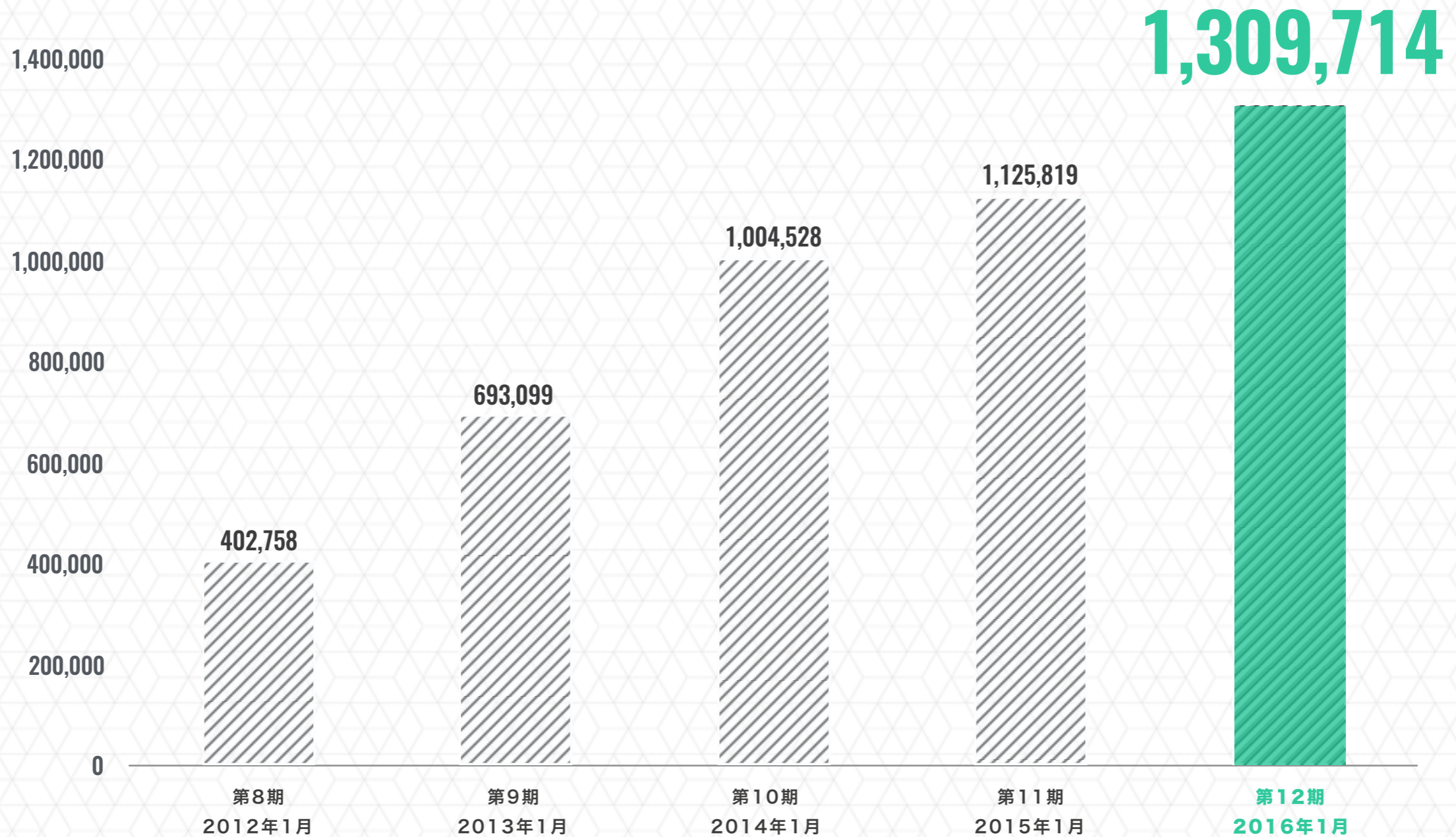
(単位：人) ※アクティブ会員数：過去一年間に購入履歴がある会員数

総取扱高は240億円を突破
前期比118.2%と順調に増加



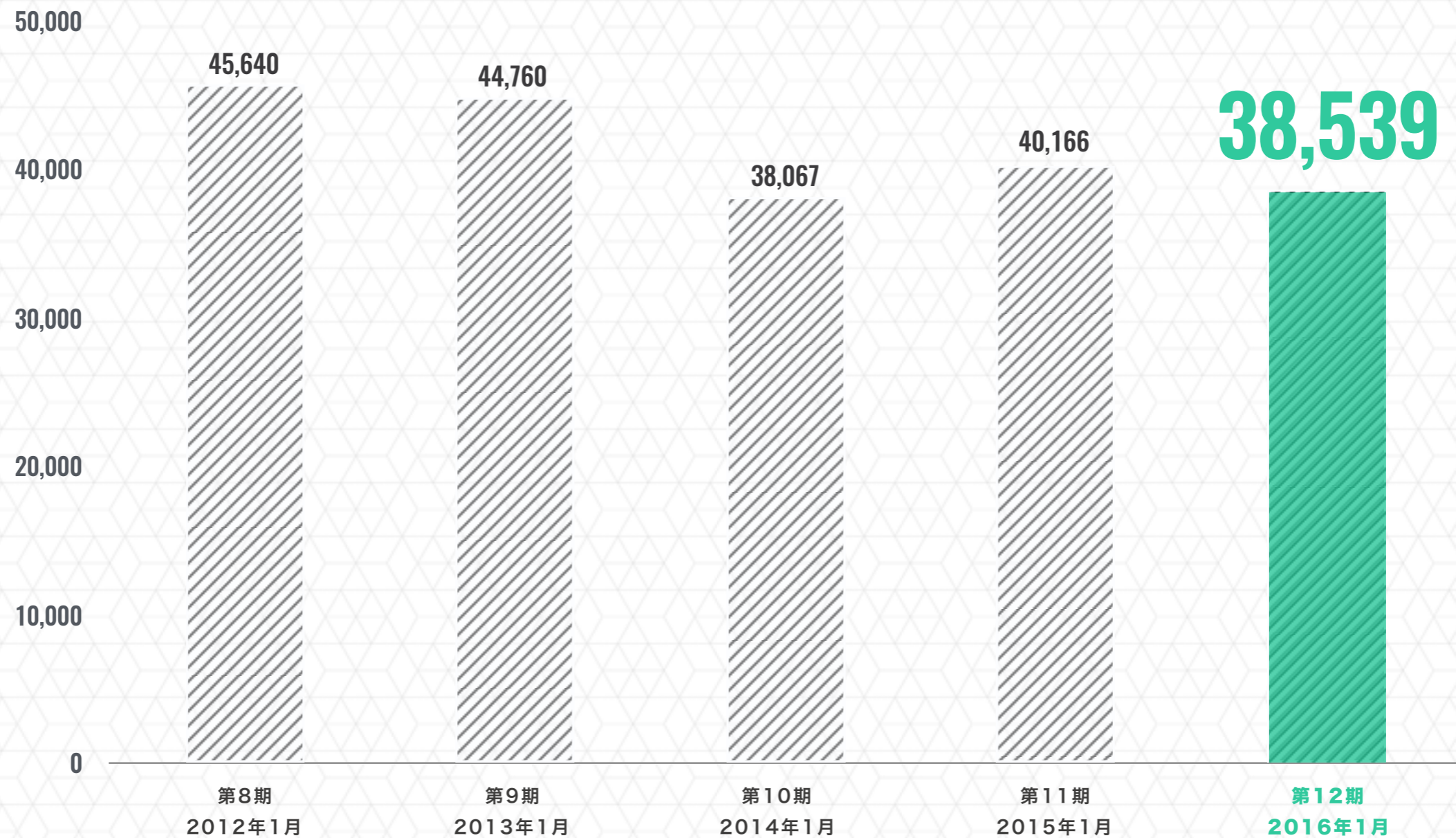
(単位：百万円) ※総取扱高：成約した取引における商品代金と決済手数料等を含む決済額

取扱件数は130万件を突破
前期比116.3%と順調に増加



(単位：件)

新規会員数の大幅増が影響したものの
前期比96.0%と微減に留まり堅調に推移



(単位：円)

第12期施策振り返り & 第13期施策

期初に掲げた今期の方針

会員獲得施策

潜在顧客1000万人にリーチし続ける



高ARPU施策

取扱件数を増やして高ARPUを維持

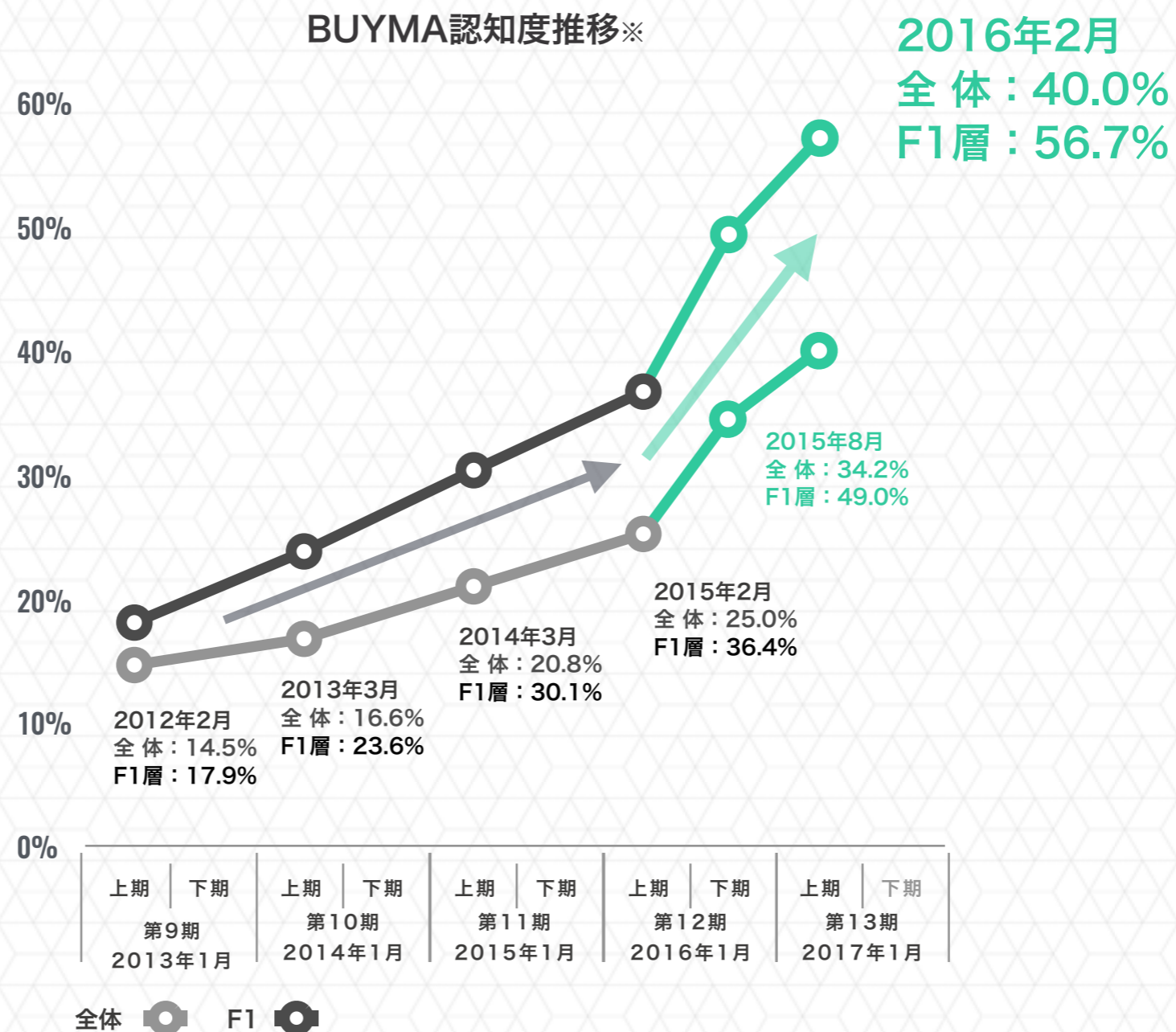
マスキャンペンを実施



上期マスキャンペン
2015年 6月中旬-7月中旬

下期マスキャンペン
2015年 11月中旬-12月中旬

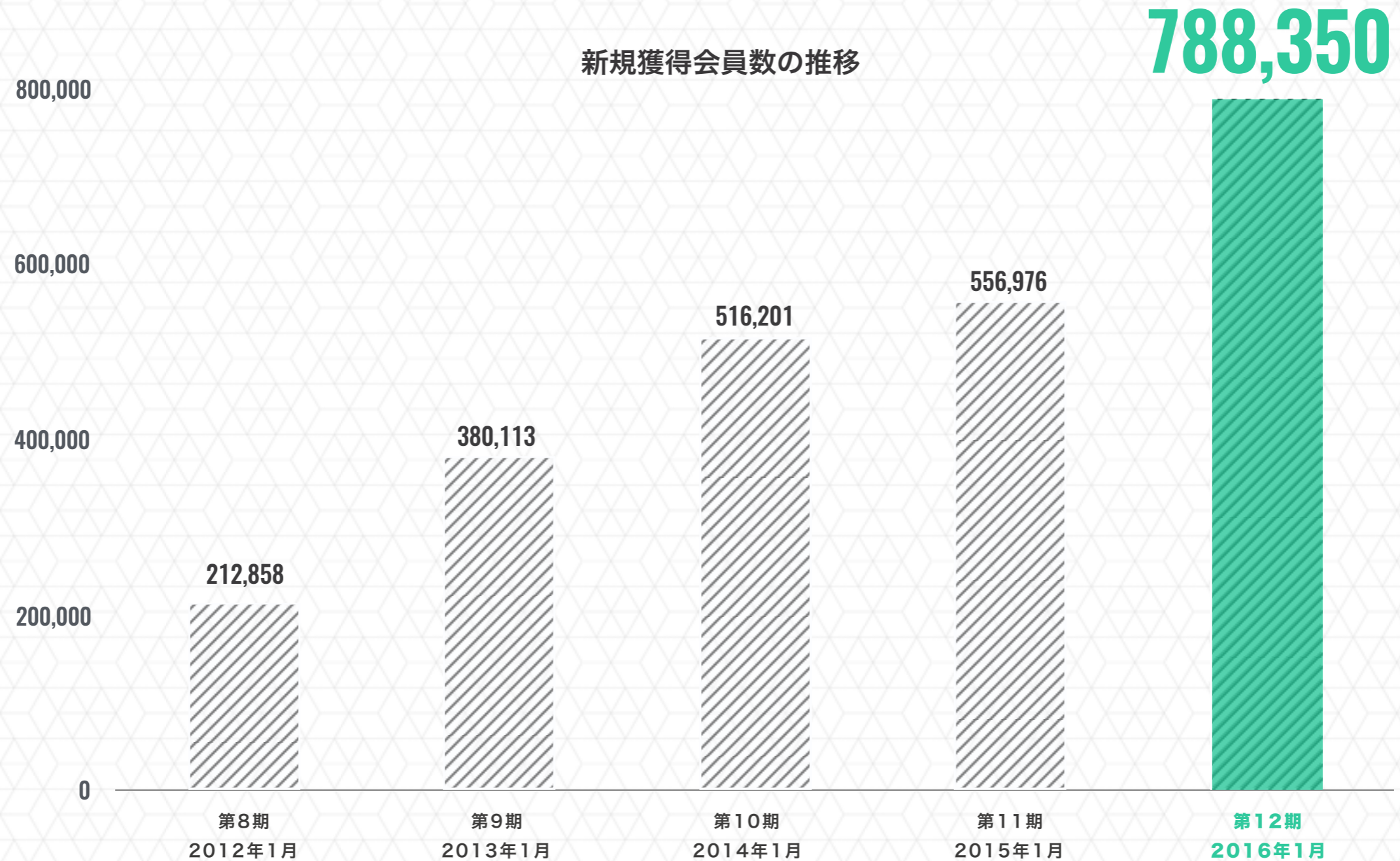
認知度は2015年上期のCM放映後、
25.0% (2015年2月) から**40.0%** (2016年2月) と順調に成長
 (F1層では56.7%と過半数以上の認知を獲得)



※自社調査：「ECサイトに関する調査」(実施期間：2016年2月22日 - 2月23日)

調査対象：半年以内に【ショッピングサイト(ファッション系)】を閲覧経験のある方

78万人以上の新規会員を獲得
前年比141.5%と大幅に増加



(単位：人)

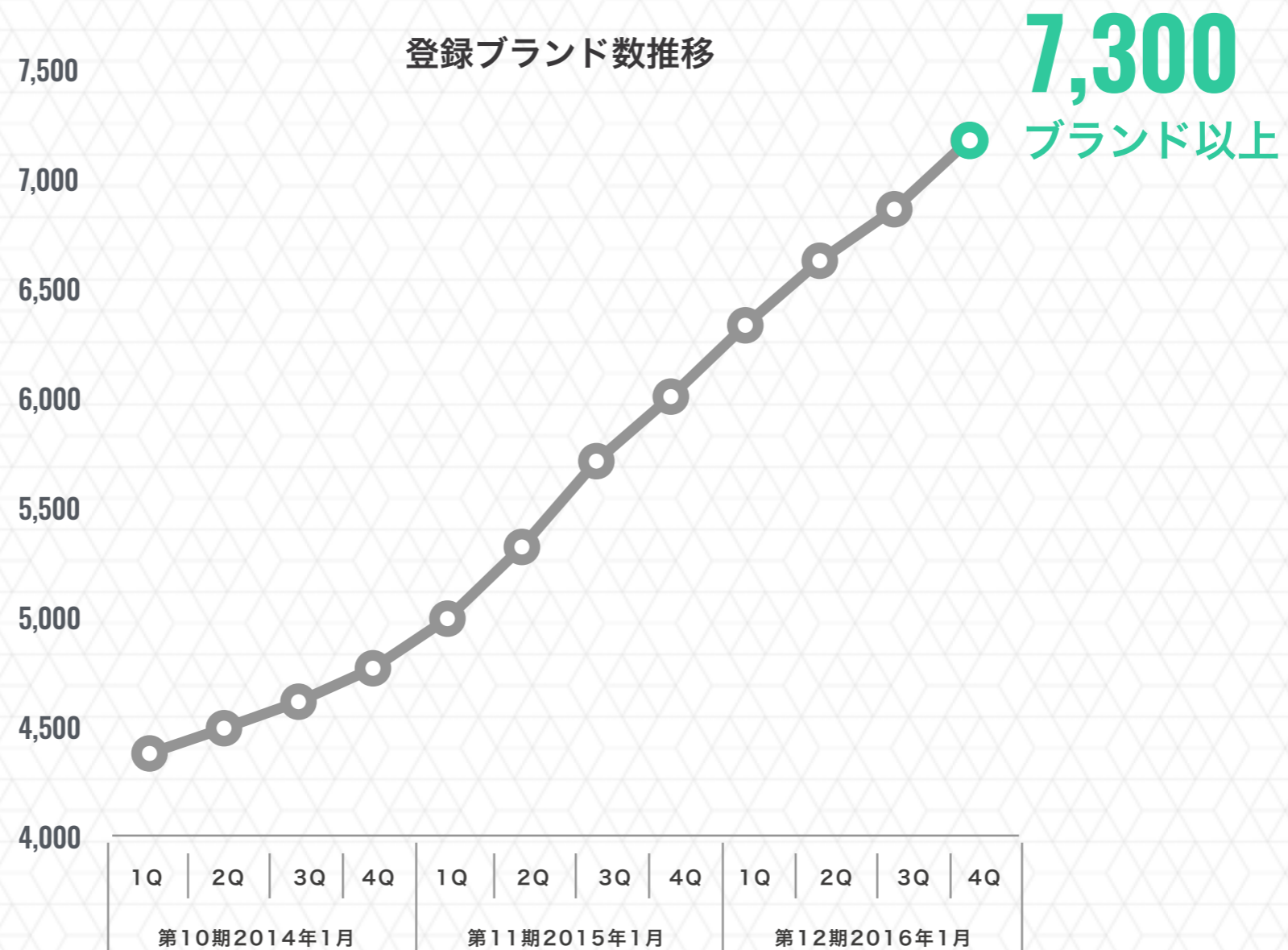
BUYMAの幅広いプライスレンジで
豊富なジャンルの品揃えを「購入」に繋げる

$$\text{単価} \times \text{件数} = \text{ARPU}$$

→ 購入頻度の向上

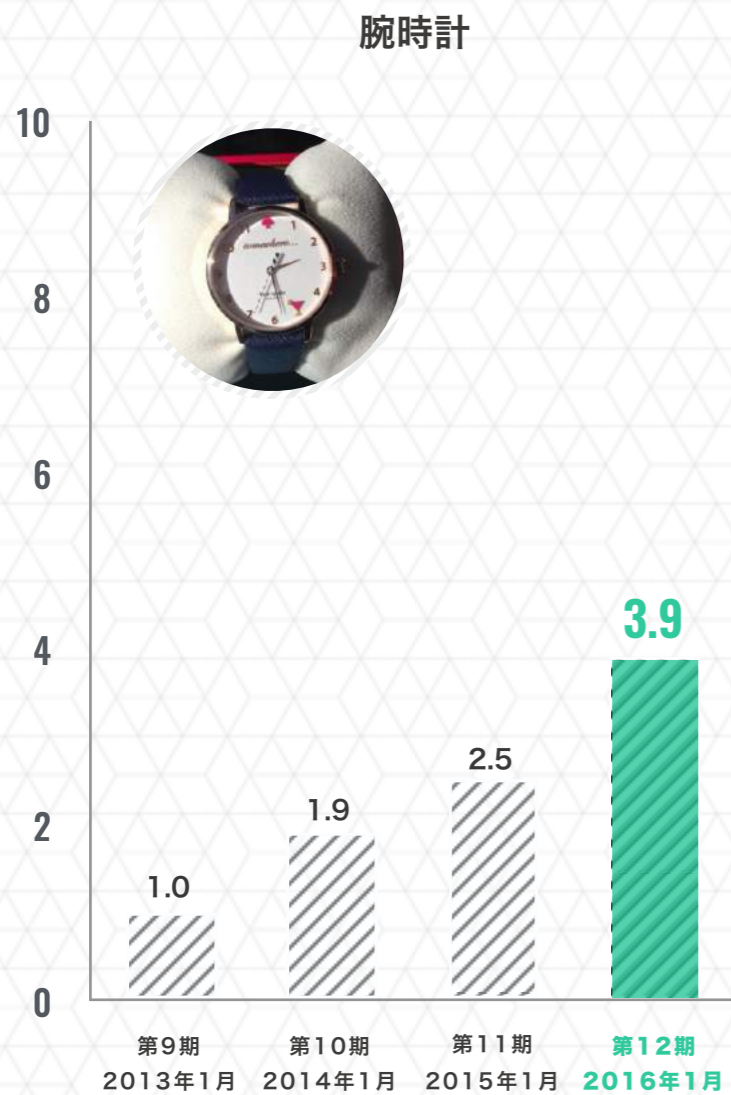
→ 一回あたり購入点数の向上

ブランド数は順調に拡大 「欲しい」が見つかる機会が増加

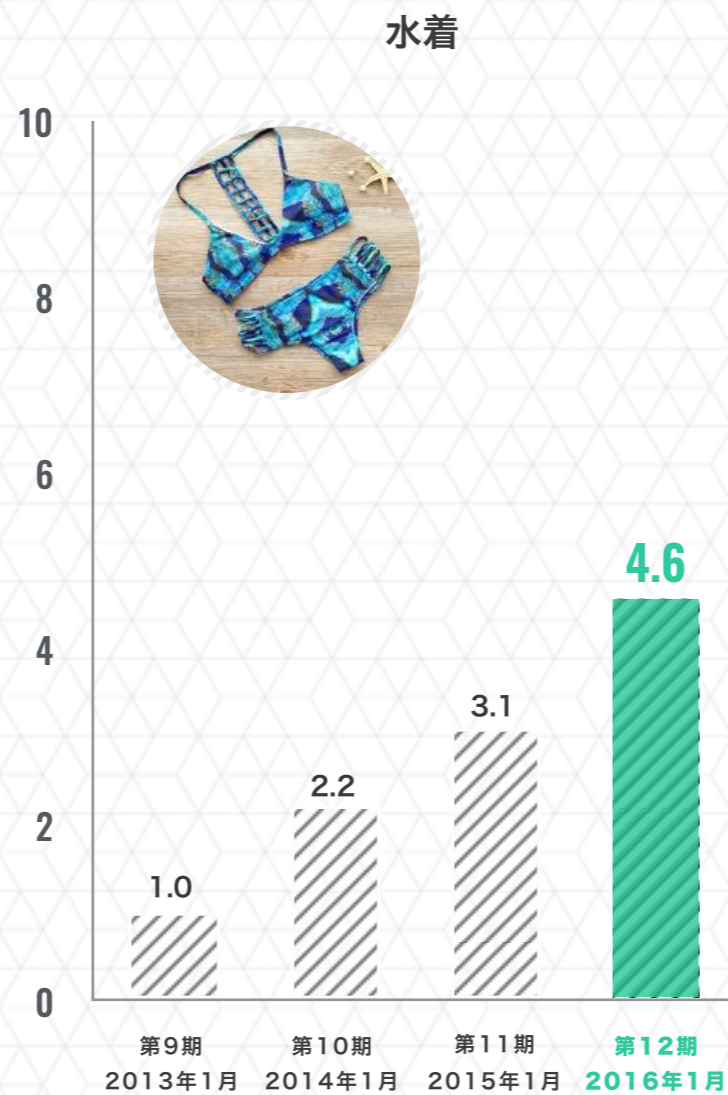


こだわりがある一方、店頭では品揃えが限られるカテゴリーを 需要期に拡充、年々取扱件数が増加

取扱件数成長率 (基準 第9期)



(単位：倍)



(単位：倍)

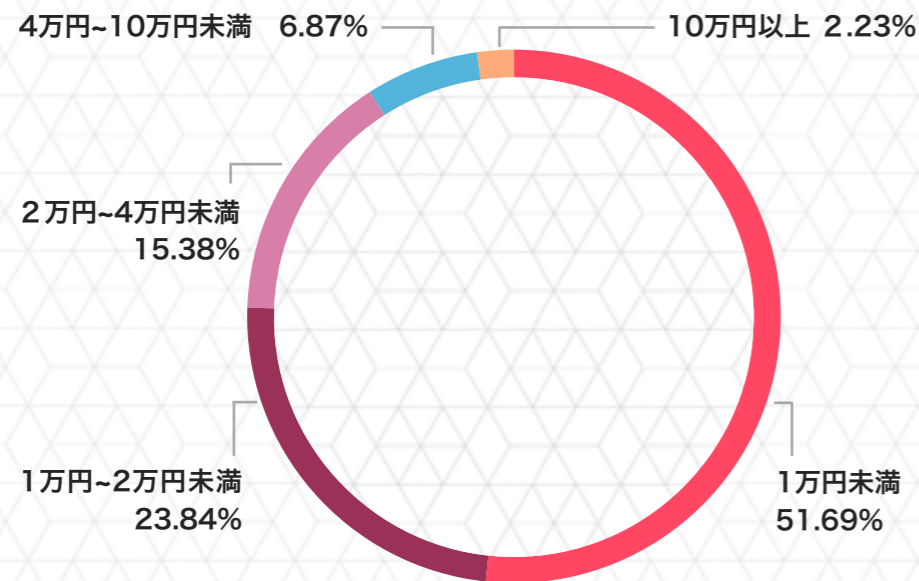


(単位：倍)

新規会員が購入しやすく、 ついで買いにも適した低価格帯のアイテムを拡充

低価格アイテムの出品数に比例し、新規登録会員の購入件数が順調に拡大

新規購入者の初購入金額構成比 (第11期実績)

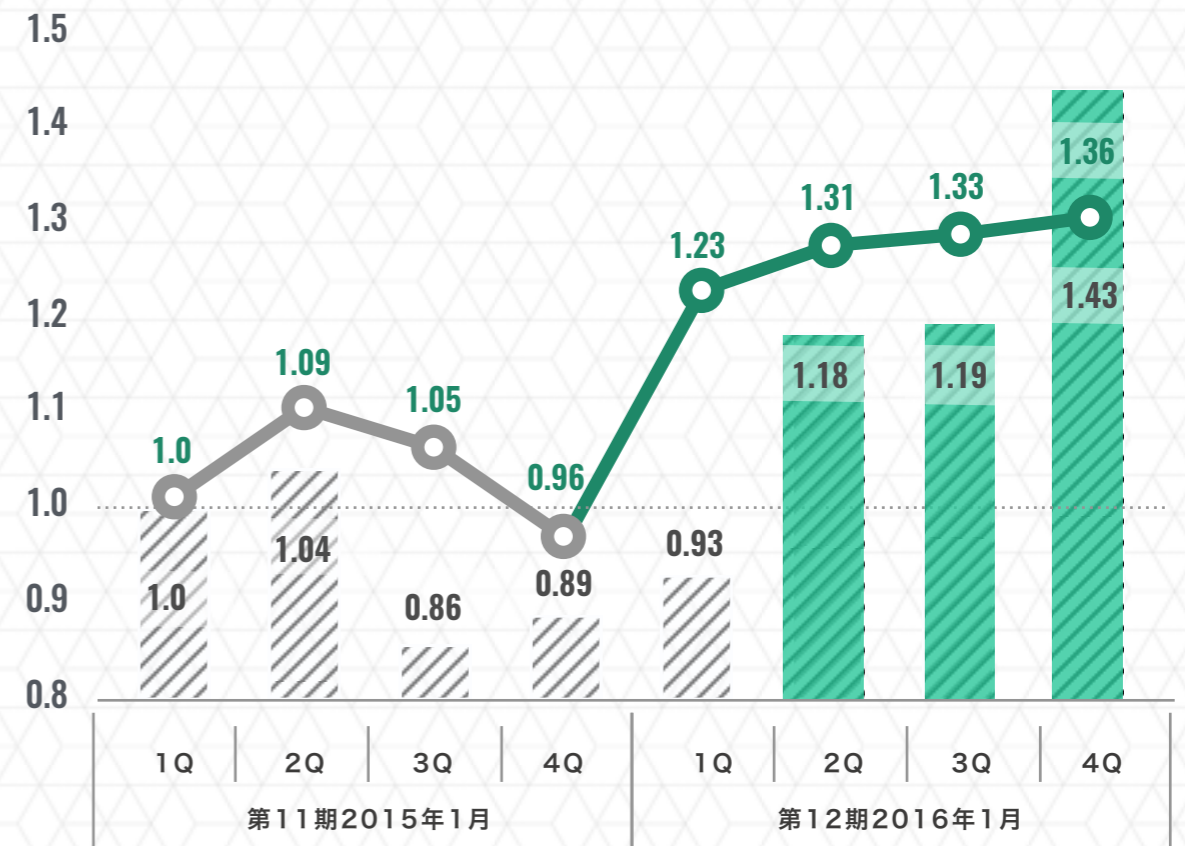


初購入商品の75.5%は2万円未満



低価格アイテム(2万円未満)の
新規登録会員購入件数、出品数推移

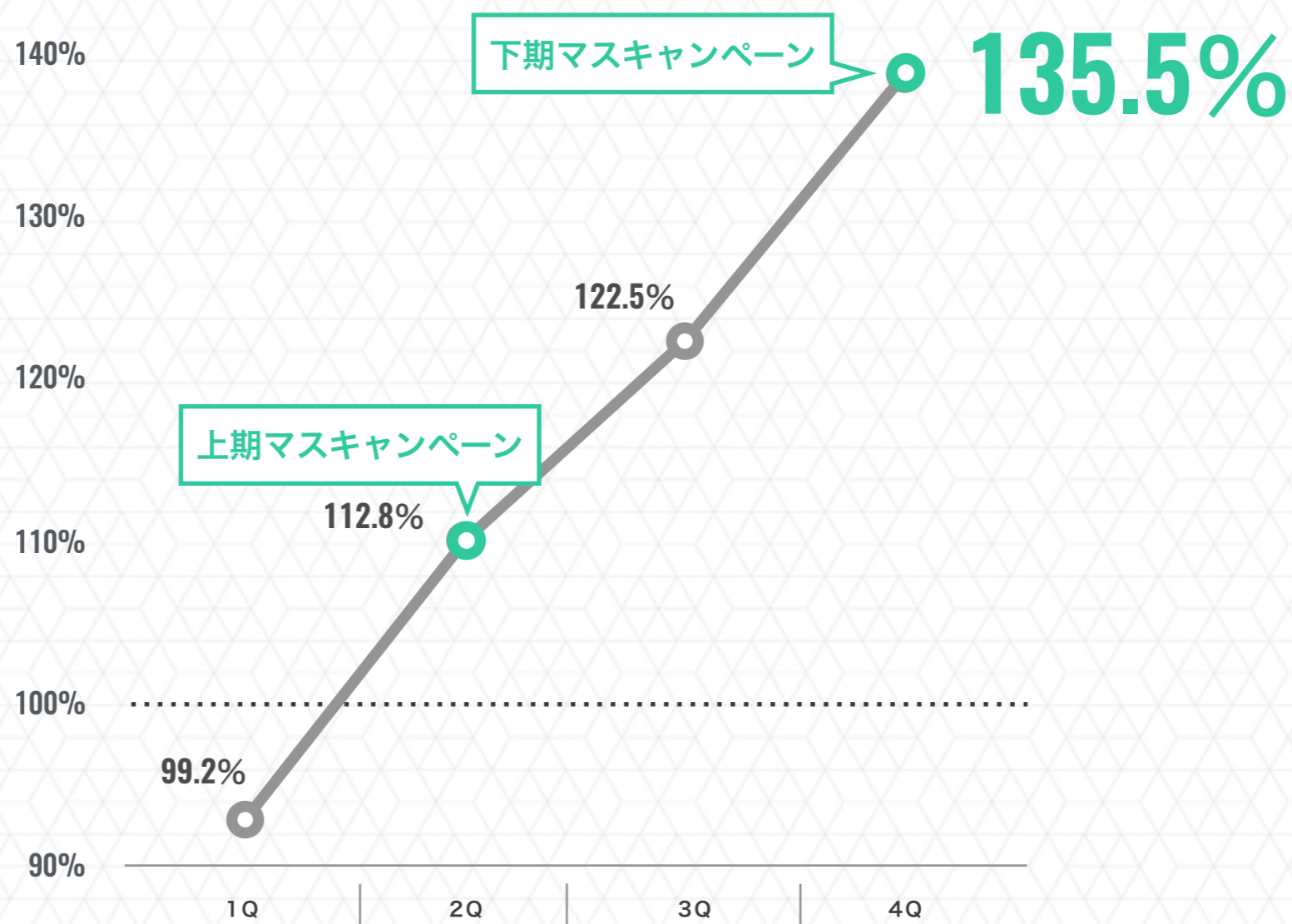
※第11期1Qの数値を基準とする



(単位: 倍) 新規登録会員購入件数 新規出品数

会員獲得施策（マスキャンペーン）と高ARPU施策 の相乗効果により成長が加速

総取扱高成長推移（YOY）



第12期当初予算と実績を比較

会員獲得数が想定に届かなかったことが取扱高の未達に影響

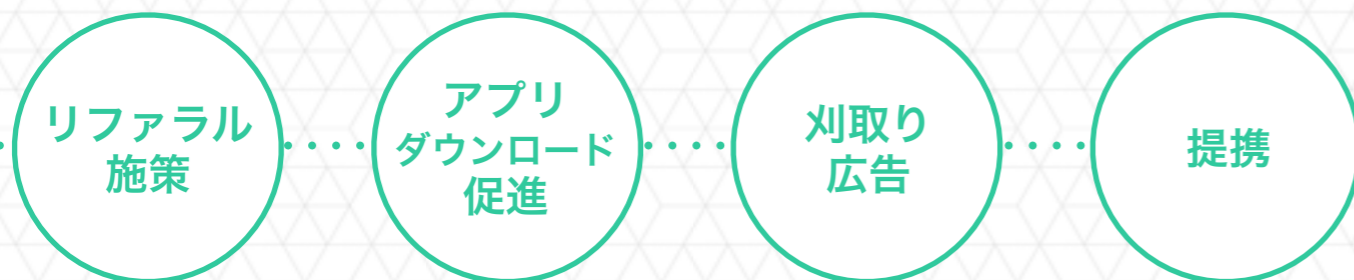


第12期に獲得した認知を活用し 更なる新規会員獲得と満足度向上により取扱高拡大を図る

【会員獲得施策】

認知の活用

「知ってるサービス」だからこそ有効な施策を展開し、新規会員を獲得



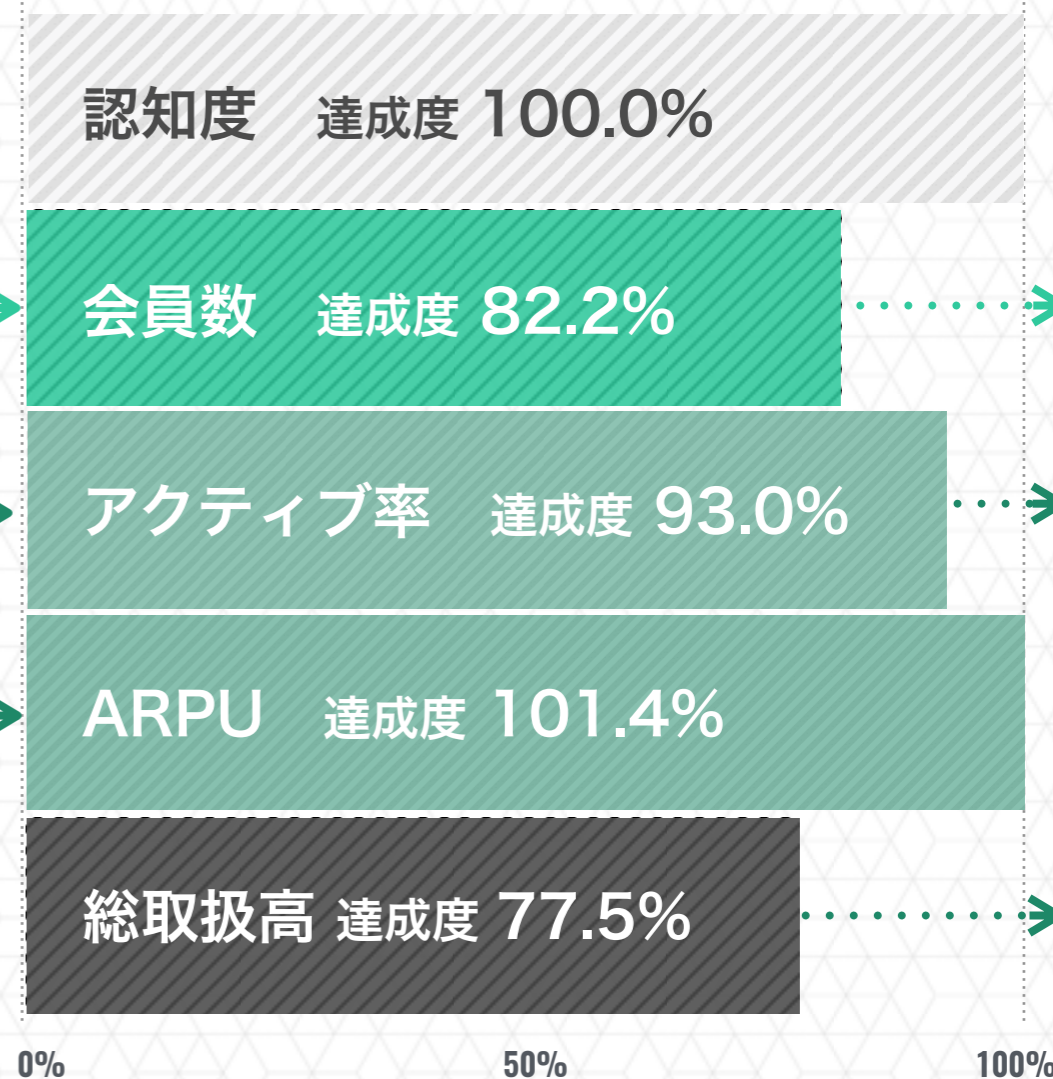
【アクティブ率向上・ARPU維持施策】

会員属性ごとの会員満足度を向上させる

新規・既存、パーソナルショッパーなどそれぞれの立場の
会員の課題を洗い出し、解決



第12期修正前予算達成率



100万DL突破 (2016年2月)

下期のマスキャンペーンに合わせ2015年12月にはAndroidアプリもリリース
販売機会の向上につながるチャンネルが増加

2014年2月リリース

2015年12月リリース

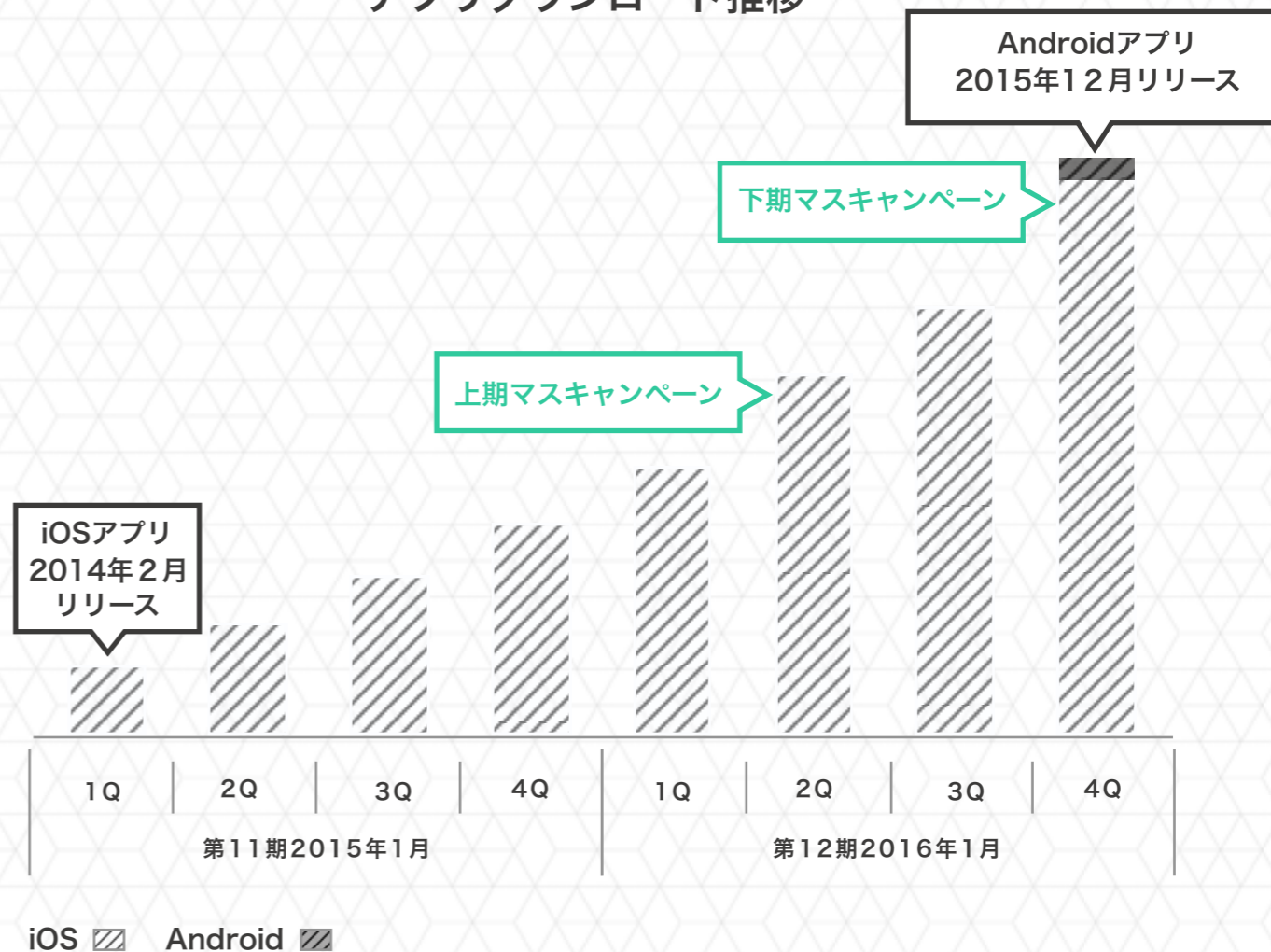


■iPhone版アプリ

■Android版アプリ

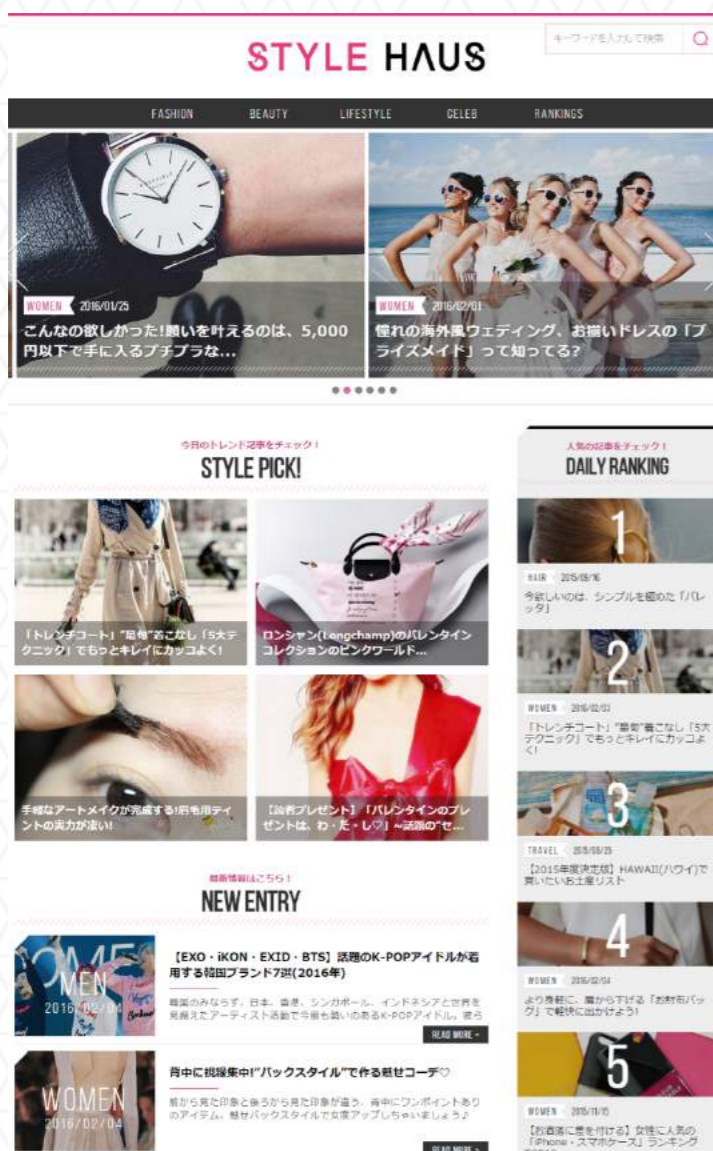


アプリダウンロード推移



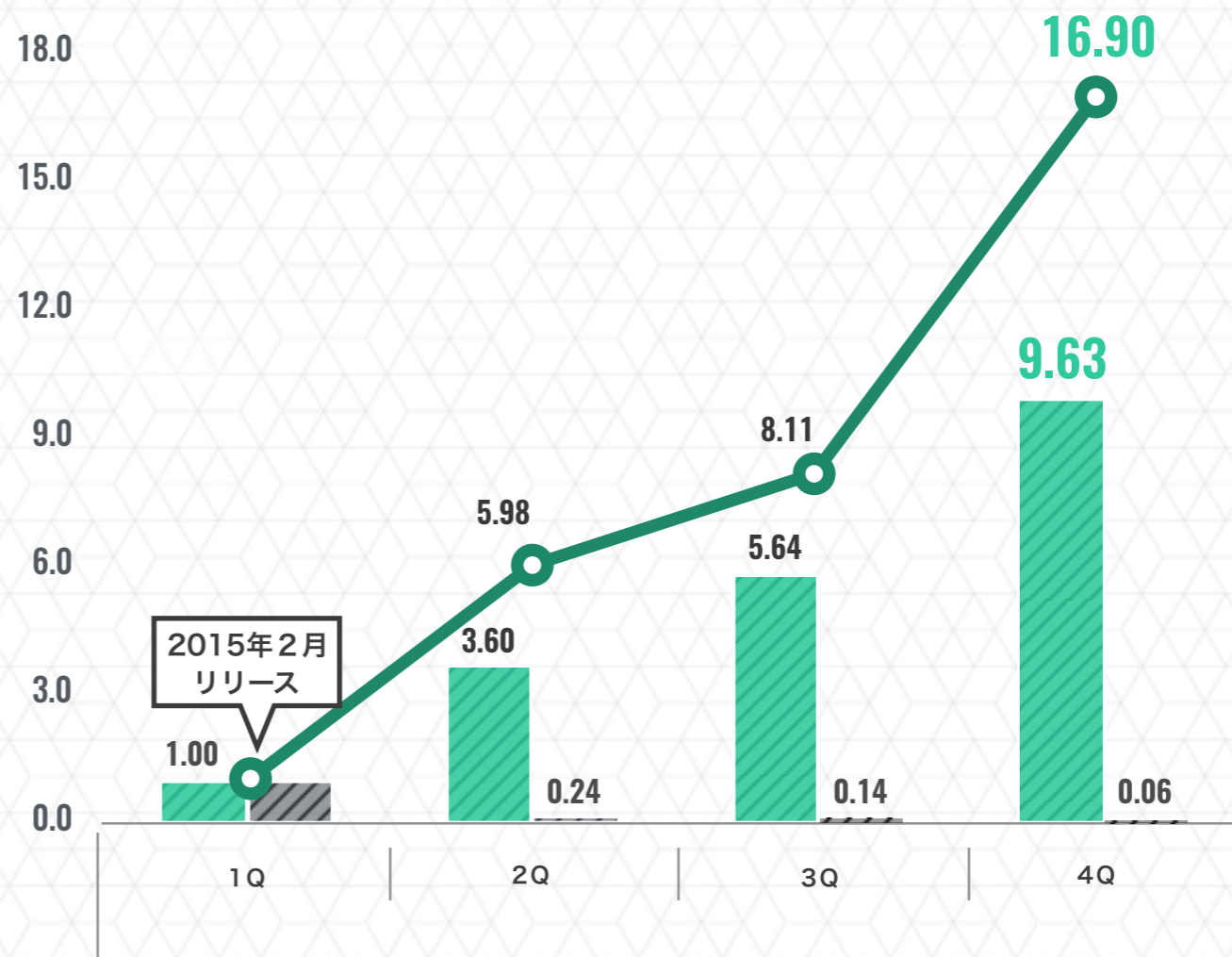
STYLE HAUS経由の仮注文、登録会員が急拡大

様々な趣味嗜好のライターがBUYMAの品揃えの魅力を再発見
SEOによるBUYMAへの流入以外の新たな販売機会を確立



STYLE HAUS KPI成長推移

※1Qの数値を基準とする



(単位：倍) SH経由仮注文金額(千円) 購入獲得単価 SH経由登録会員数

GLOBAL BUYMA

(英語版・韓国語版)

出品数10万品突破出品数に比例し、サイトへのアクセスも日々増加

日本語版BUYMAの運営メンバーからプロジェクトチームを組成
機能拡充及び性能改善をスピーディーに実行

GLOBAL BUYMAイメージ



国別配送率

アメリカ：44%
アジア：28%
(香港、シンガポールなど)
イギリス：4%
カナダ：4%
メキシコ：3%
その他：17%

平均商品単価

¥ 50,275

平均年齢

32.0歳

性別

女性61% 男性39%

アクセス分布をもとにターゲットエリアを絞り込み
第13期より本格的マーケティングを開始予定

英語版

今後のスケジュール

- ・ 2016年3月 英語版BUYMAへの直接出品開始（これまでは日本語版BUYMAへの出品が必須）
⇒日本のアイテムを世界へ販売可能に
- ・ 新規提携施策 近日リリース予定

韓国語版

第12期2016年1月期実績

- ・ 取扱高 YOY489.1% (2015年2月-2016年1月)

今後のスケジュール

- ・ 2016年3月16日 連結子会社化

中期戰略

中期戦略 - 中期戦略の見直し

当社は「BUYMA」が持つ本質的な価値を高めることで確実に事業成長を継続して参りました。特に今期は戦略的な投資を行うことで、新規会員獲得施策と高ARPU施策の双方で効果がでて、トレンドが切り替わり、成長が加速してきております。

一方で、2013年3月に中期コミットメントを策定して以降、アベノミクスによる急激な円安による海外製品の価格高騰、消費増税の影響による国内消費の冷え込み等、急激に変化する外部環境の中、当社が中期コミットメントを策定した当初に想定していた成長速度には及ばない状況となっております。

このような実績と状況を鑑み、このタイミングでコミットメントの見直しをおこなうことといたしました。成長トレンドを維持し安定的な成長を続けるために、引き続きサービス品質向上や機能開発への適切な投資をおこなって参ります。

さらに今期特別損益を計上した海外事業とリセール事業については、海外事業は自社内で運営することで、費用を適切にコントロールしながら、有望な市場を探し、為替に左右されない事業構造を構築します。また、リセール事業については安定して収益をうみだす事業構造に転換いたしました。メディア事業については、投資時期を終え、通期で黒字を見込んでおります。

戦略的投資と整理の年を終えたこのタイミングを転換点と捉え、中長期にわたり継続的に成長する企業となるべく、BUYMA自体の価値をさらに高めることと、為替変動を含めた外部環境に強い事業構造変化していくことに注力し、当初の中期コミットメントについては、達成時期を引き延ばし、第1目標としていた営業利益30億円、第2目標である営業利益50億円の突破を増収増益基調で目指してまいります。

BUYMA 経済圏

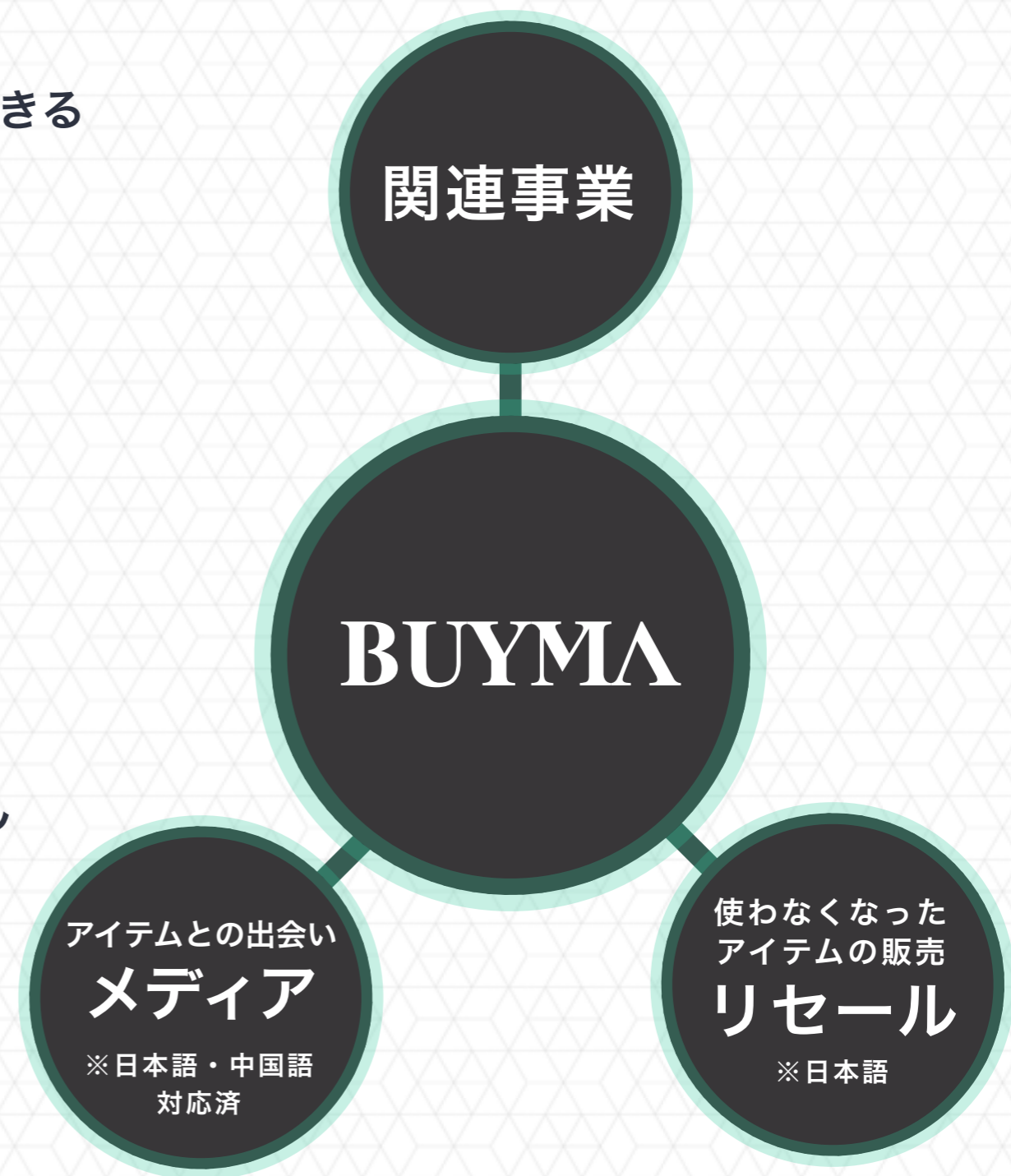
ファッションアイテムと出会い、購入し、
そして、使わなくなったアイテムをリセールできる
出会いから処分までを一気通貫で提供する

BUYMA経済圏を確立

BUYMA、メディア事業、リセール事業を
順次グローバル化

世界中のいいものを、世界中に配信して、
クロスボーダーで、収益をあげる

安定して成長する収益を原資として、
BUYMA経済圏からさらなる**新収益**を生み出し
市場規模を拡大する



[リセール] ALL-IN

委託販売・買取のメリット

- ・ 簡単引き取り（梱包・伝票など事前準備は不要）
- ・ 還元金額に5%分のBUYMAポイントを上乘せ
- ・ アイテム引き取り時の送料、振込手数料、キャンセル料すべて無料
- ・ 査定金額に同意頂ければ最短24時間以内の振込が可能

[メディア] ロケットベンチャー社

売上高進捗 (2015年2月～2016年1月)

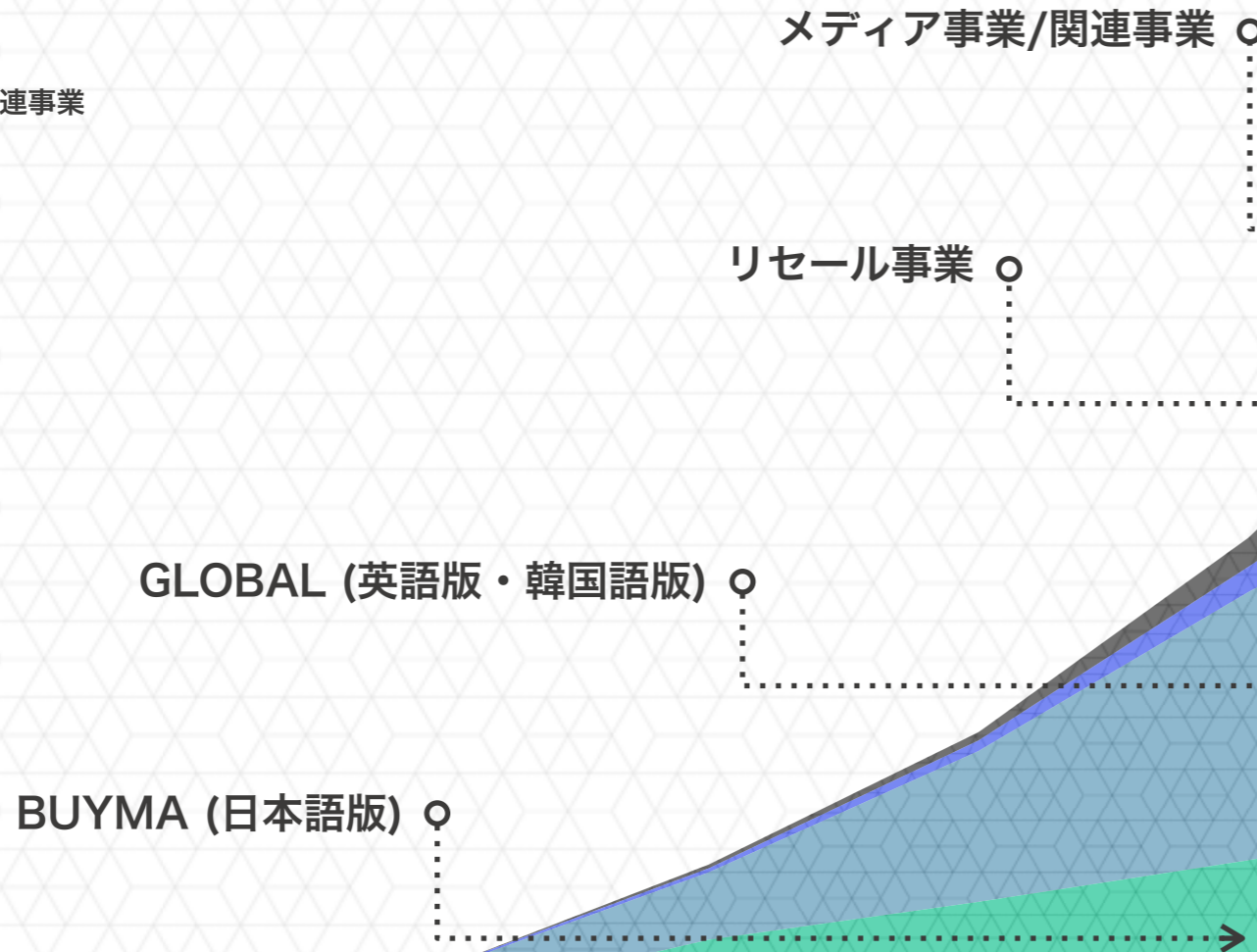
1Q:21百万円 2Q:39百万円 3Q:44百万円 4Q:53百万円

来期の予想

黒字化

増収増益を基調として営業利益50億円を目指す

- BUYMA
- GLOBAL
- リセール
- メディア・関連事業



BUYMA経済圏の拡大につながる長期的な成長に向け
適切な再投資はおこなっていく

第13期 2017年1月 業績予想

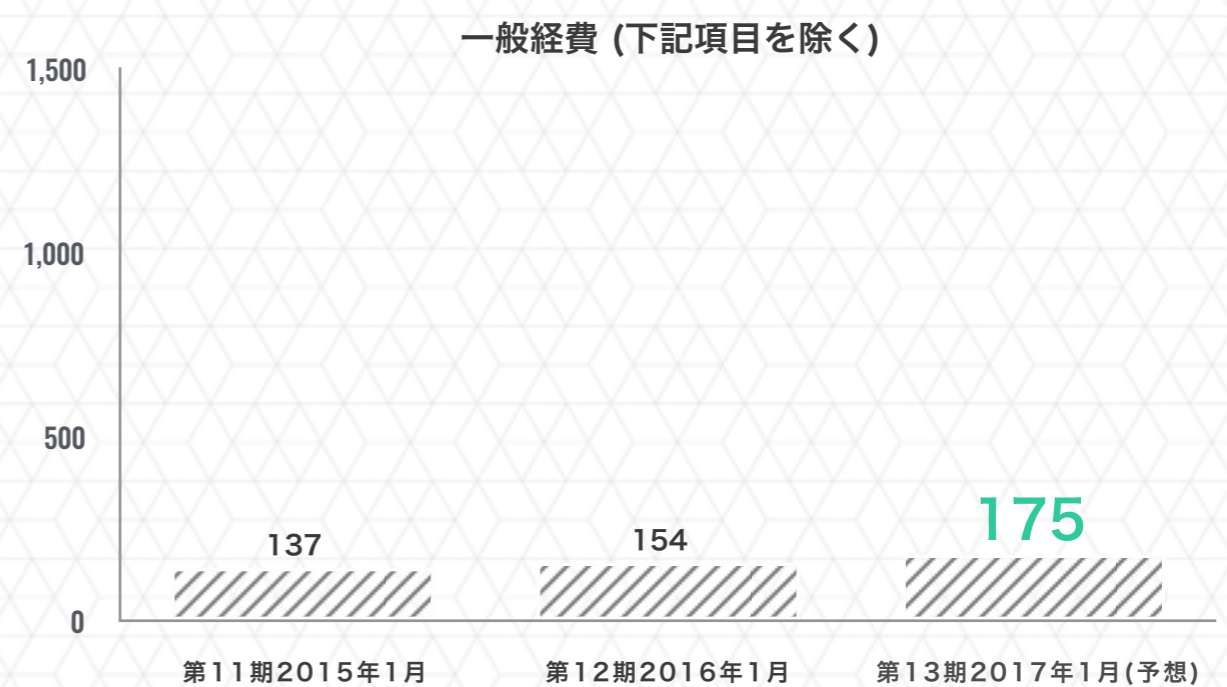
第13期通期業績予想 [連結]

	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 ※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)	—	—	—

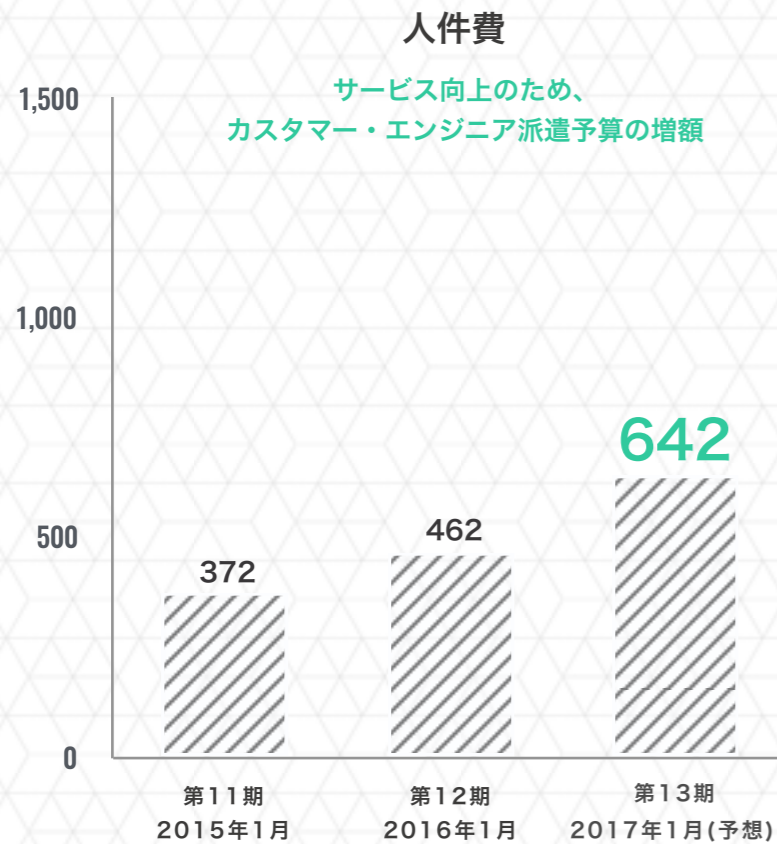
成長のための適切な投資を行う



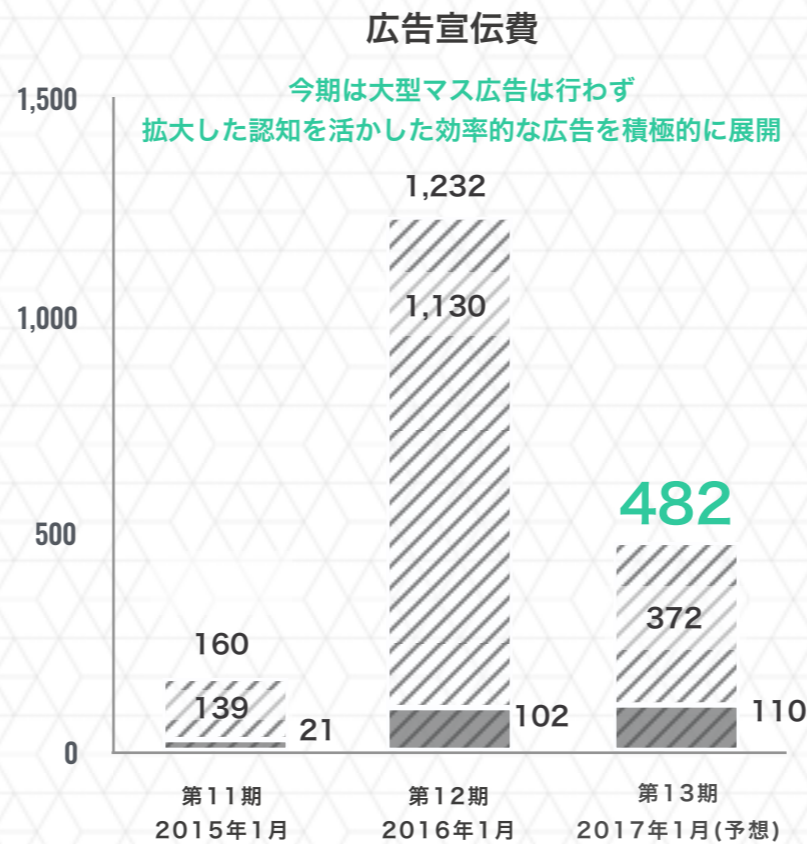
(単位：百万円)



(単位：百万円)

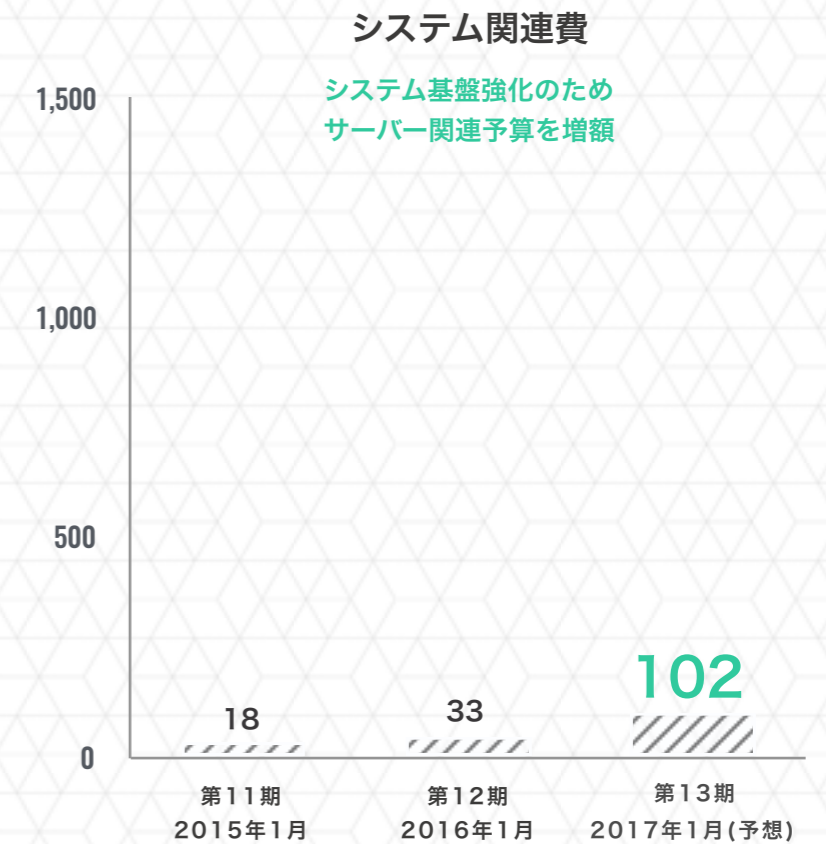


(単位：百万円)



(単位：百万円)

広告宣伝費 販売促進費



(単位：百万円)

Social Commerce No.1

Eコマースは世界的にみて稀にみる成長市場。
その中でも、BUYMAの取引形態であるCtoCは
次世代型コマースとして注目分野である。

エニグモは、世界的に急拡大するEコマース市場において、
CtoCという個人のパワーを活用した独自のサービスで価値を創造し、
Social Commerce No.1のポジションを獲得する。
そして、世界の、より多くの個人に、新しいライフスタイルを提供する。

世界が変わる流れをつくる。

本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、
投資勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載されている業績予想及び将来予測につきましては、
現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであります。

予想にはさまざまな不確定要素が内在しており、
実際の業績はこれらの将来見通しと異なる場合があります。

enigma