

株式会社デファクトスタンダード

成長可能性に関する説明資料

1.会社概要	… 3
2.市場の状況	… 8
3.強みと特徴	…11
4.当面の成長戦略	…18
5.最後に	…21

1.会社概要

2.市場の状況

3.強みと特徴

4.当面の成長戦略

5.最後に

1-1 会社概要

15年9月期売上86億円、売上高4年連続年平均31%成長中

リユース・ブランド&ファッションの宅配買取・同ブランドEC販売No.1企業*

*出所：楽天リサーチによる独自調査、および日本ネット経済新聞2015/12/10,17合併号調べ

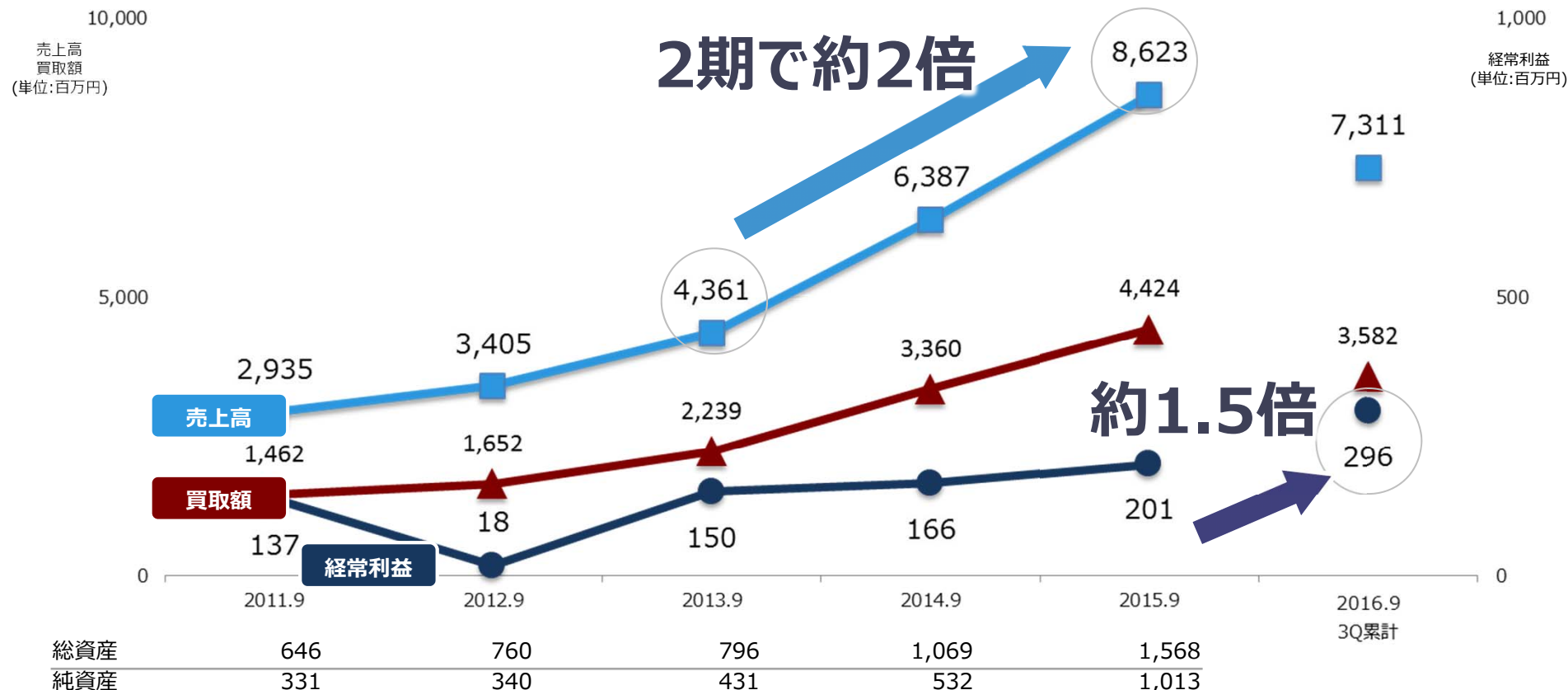
会社名	株式会社デファクトスタンダード（英語名：Defactostandard, Ltd.）		
設立	2004年4月 設立		
資本金	256,555千円		
本社	東京都大田区平和島3-3-8 山九平和島ロジスティクスセンター 5F		
事業概要	ブランド、ファッション中古品を主としたネット型中古品買取・販売事業 （販売店舗を有さず、ネットを通じて注文を受けて宅配買取：「ブランディア」、販売を行う）		
代表取締役	代表取締役社長 尾嶋 崇遠		
従業員数	46名（外、臨時雇用者 829名） ※平成28年6月末時点		
沿革	2004年4月	東京都品川区大崎に、株式会社デファクトスタンダードを設立（資本金5百万円）	
	2006年2月	個人買取事業（リユース事業）サービス開始	
	2006年3月	BEENOS(株)による子会社化	
	2007年5月	メディア事業をオークファンとして分社化し、事業ドメインをリユース事業に特化	
	2010年1月	Yahoo!オークション ベストストア2009 年間グランプリ受賞 （以後2015年まで7年連続年間グランプリを受賞継続中）	
	2015年2月	伊藤忠商事(株)と業務資本提携	

1-2 会社概要

売上高・買取額・経常利益の推移

2016.9月期3Q累計で前期営業利益の約1.5倍 直近2期で売上200%成長を達成

- テレビCM等による認知度向上により、買取額が増加傾向
- 買取額増加に伴い、売上高も順調に増加し、2013年9月期以降は安定して増益推移



1-3 会社概要

非対面、非接触、リアル店舗なし

仕入（買取）から販売までインターネットで完結する事業モデル、事業は2セグメント

商品ページ例

約91%

(自社サイト)



(他社サイト)



ネット
専業
リユース
事業

購入者

その他
事業

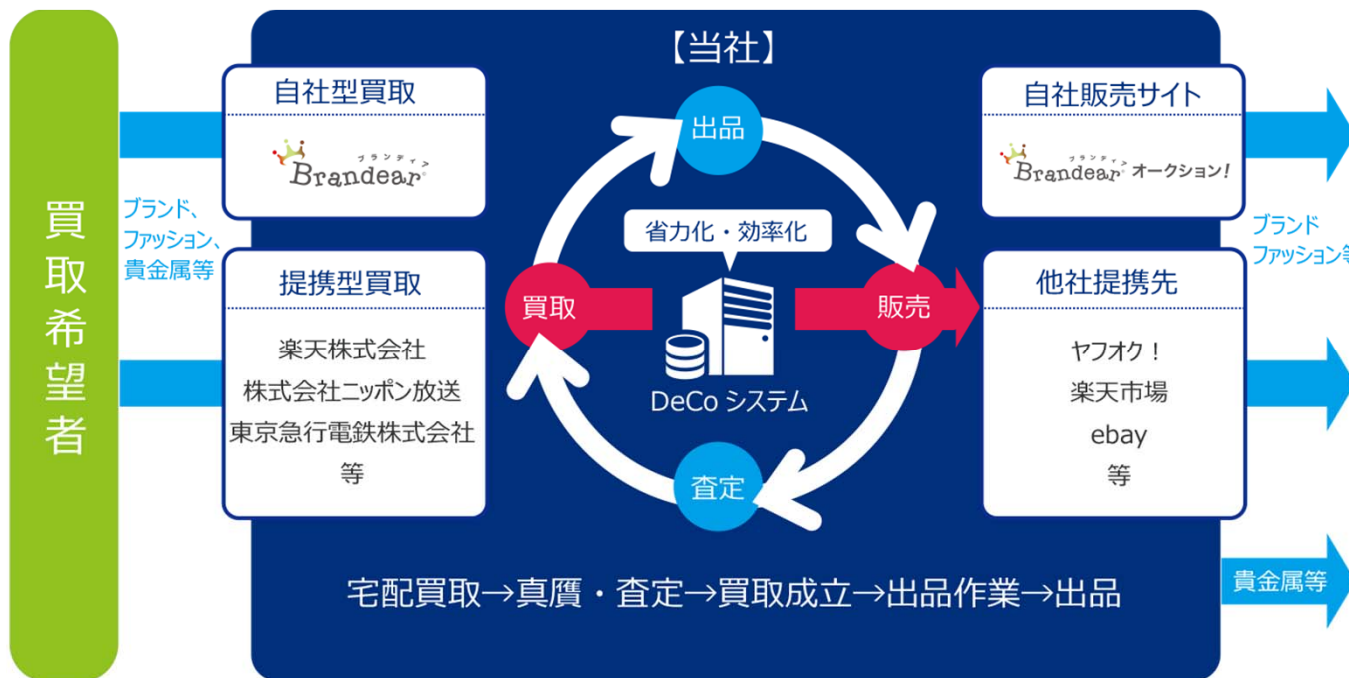
外部業者

(貴金属の業者向け販売等)



約9%

商品Image



1-4 会社概要

宅配買取「ブランディア」について

商品仕入に関しては宅配買取のみで行い、自社型と提携型があるが自社型が中核

- 当社で扱う中古品は全て個人の顧客からの買取により仕入を行っております。買取にあたっては、買取申し込みを行うケース（自社型）と、業務提携をした上で各パートナー企業の集客力を使って買取を斡旋してもらうケース（提携型）に分かれますが、現在では自社型が中核になっています。取扱商品については、ブランドに特化しており、現在取り扱っているブランド数は約7,200に及んでいます。

買取の流れ

- 1 お申し込み
- 2 宅配キット到着
- 3 商品を入れて送る
- 4 査定結果のご連絡



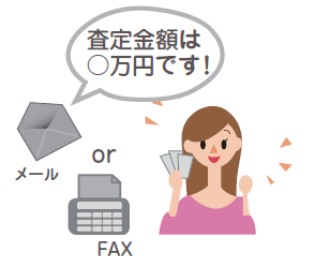
パソコンや携帯
で24時間申込OK!



最短翌日に着きます!



電話一本の集荷可能!



買取成立



ブランディアは完全無料の買取サービスです。

無料査定

無料で専門査定員が
あなたのブランド品を
査定いたします。

送料無料

着払いにて査定商品をお送りください。
キャンセル時も無料!

往復

キャンセル無料

査定額にご納得いただけない場合はお品物をご返却いたします。

1.会社概要

2.市場の状況

3.強みと特徴

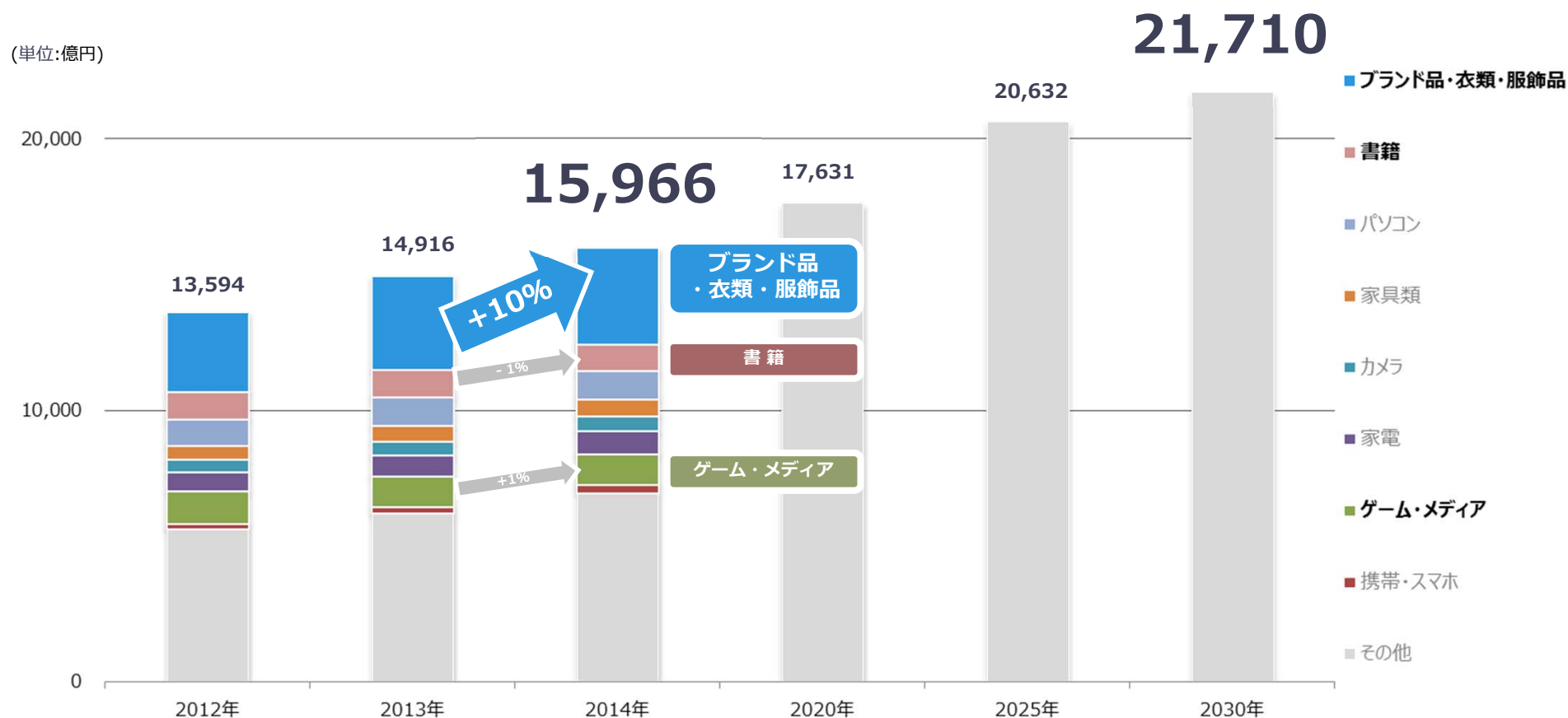
4.当面の成長戦略

5.最後に

2-1 リユース市場の特徴 ～市場規模～

2014年で1.6兆円 2030年には2.1兆円規模と予測

ブランド品・衣料・服飾品合計は2014年3,443億円(前年比+10%) 市場全体の伸び(+7%)を上回る



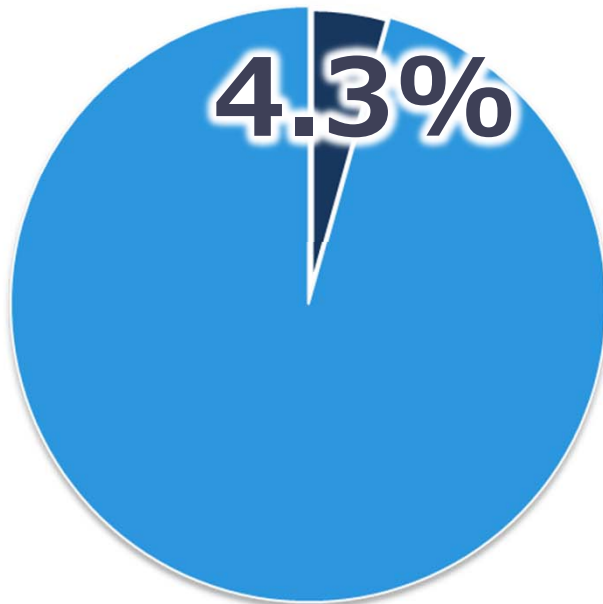
出所：(株)リフォーム産業新聞社『リサイクル通信 中古市場データブック2016』推計を基に当社集計

2-2 リユース市場の特徴 ～EC化率～

リユース市場においてはEC比率が際立って高い

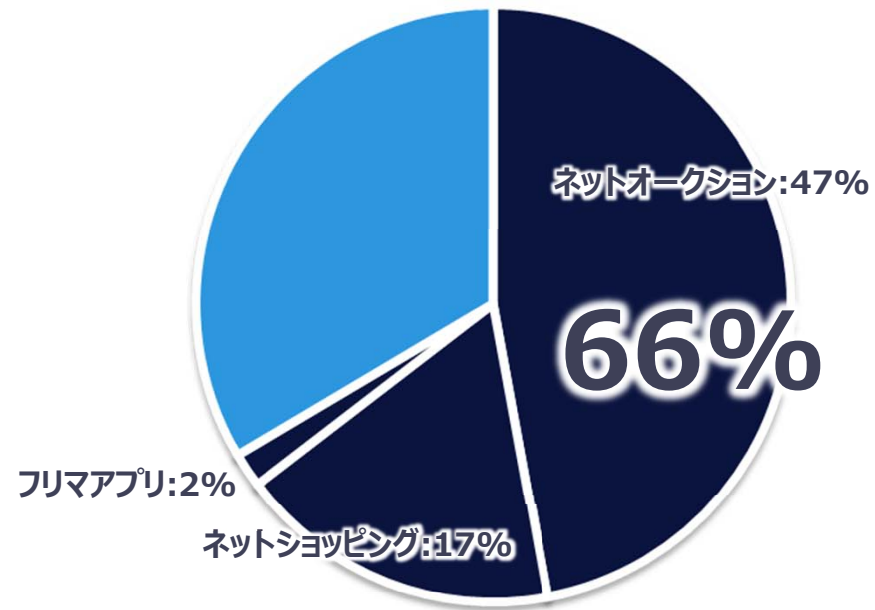
購入経路はインターネットオークションが47%、インターネットショッピングサイトが17%

【新品市場のEC比率】



出所：経済産業省『平成26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）』

【リユース市場のEC比率】



出所：環境省『平成27年度使用済製品等のリユース促進事業研究会』推計
※自動車、バイクを除く

3.強みと特徴

- ①DeCoシステム
- ②蓄積されたビッグデータ
- ③規模の経済の実現

3-1 “セカンドブランド”中古市場の創造

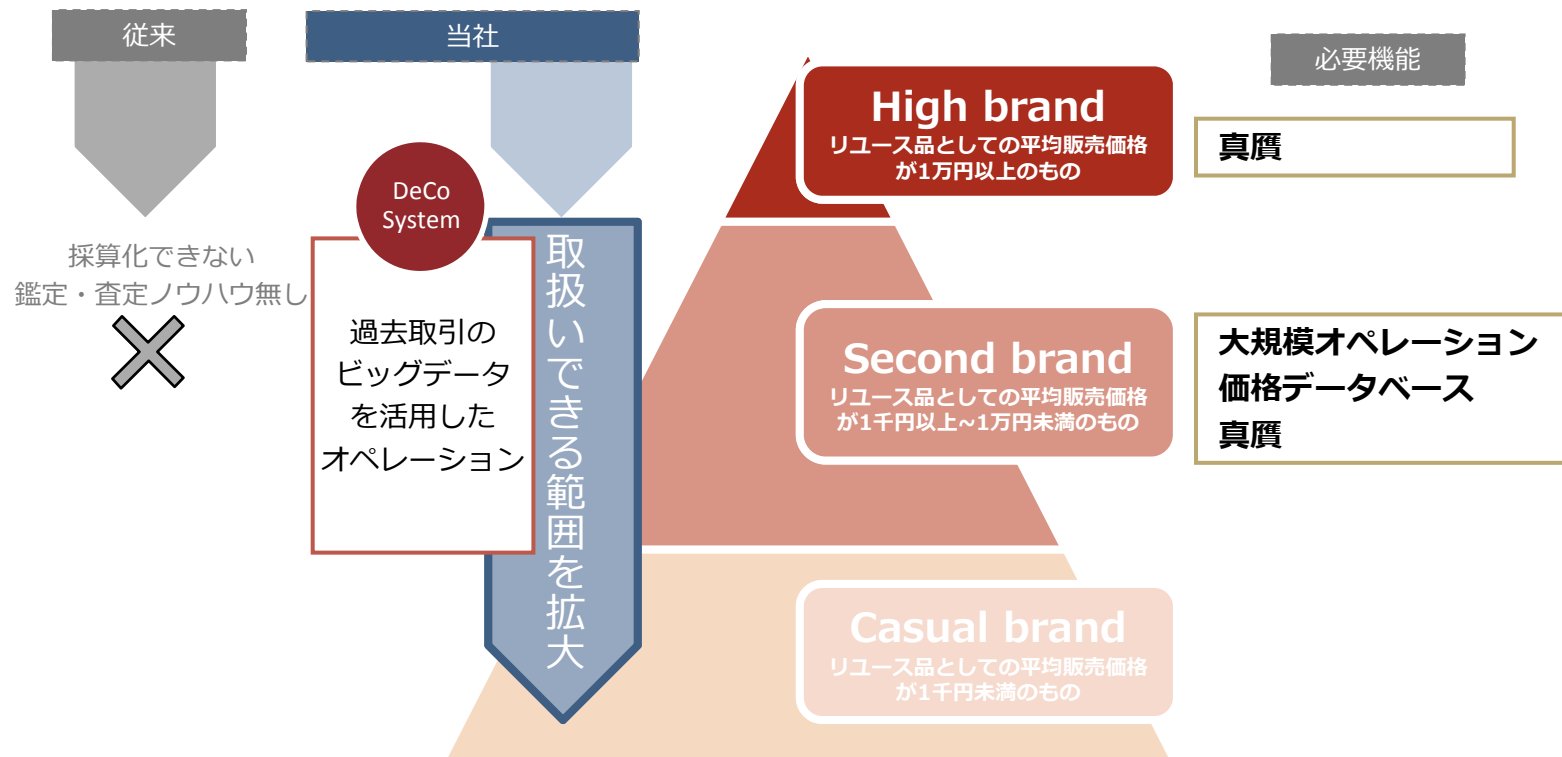
システム化により、従来取り扱えなかった市場を創造

DeCoシステムを中心とした独自のオペレーションにより、セカンドブランドの取り扱いが可能に

- ブランド・ファッションのリユース市場において、当社は真贋が必要なブランドは、ハイブランド、セカンドブランドの2つと考える
- 従来のリユース・プレイヤーは、粗利単価が高く、相場が形成されているハイブランド市場を中心に取り扱っていた
- 当社は、消費者が廃棄に回してしまいがちだったセカンドブランド品のリユース需要に着目し、独自市場を開拓

DeCoシステムを中心とした体制作りを行い、セカンドブランド以下を中心とした取扱いに拡大
⇒DeCoシステムに蓄積した過去取引実績のビッグデータ : 真贋、適正な価格査定を可能へ
⇒DeCoシステムを中心とした買取・販売オペレーションの仕組化 : 大量の商品数の取扱いを可能へ

セカンドブランド以下の
リユース市場を当社が開拓



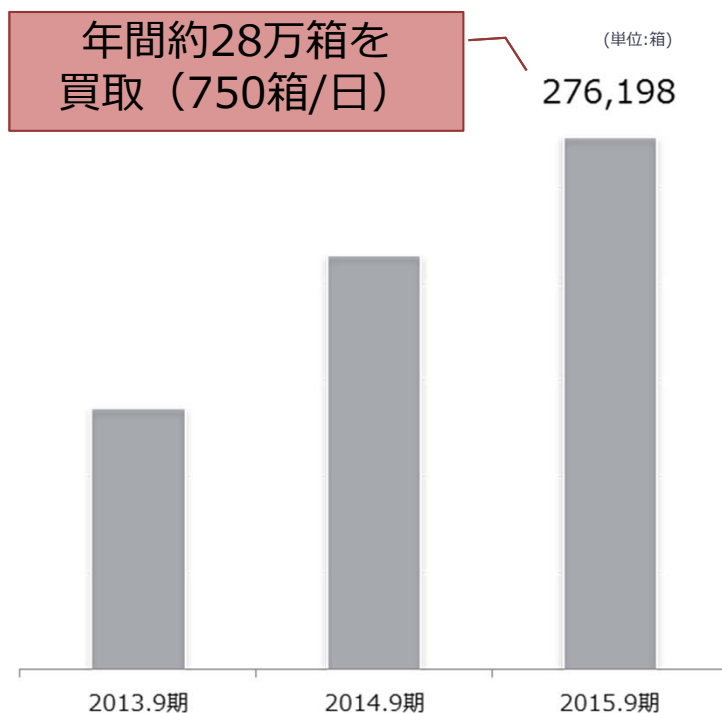
3-3 当社の強み ～買取実績&10年間にわたるデータ蓄積～

分析・加工が可能な良質商品価格データの保有

1日あたり数千点の商品の買取～販売までの取扱いを行っている

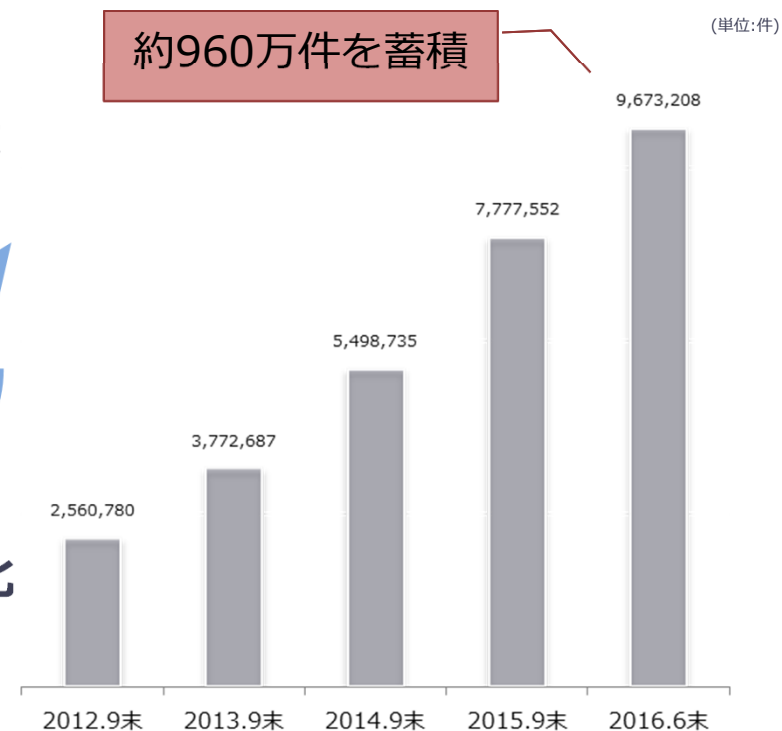
- 蓄積されたデータは960万件。これらデータは全て当社基準によって値付けされ、実際に落札された実売データ
→ 市場ごとの統計学的手法による分析・加工が可能な良質の商品価格データでもあります
- 買取量の増加により、DeCoシステム内のデータの蓄積につながり、さらなる適正化の好循環を実現

【過去3期間の買取量の推移】

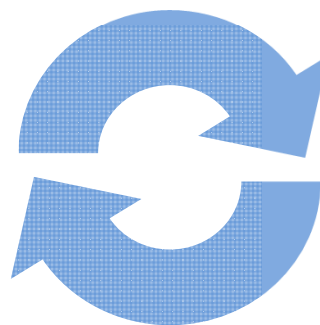


(注) 当社集計値より作成

【過去5年の累計商品価格データ数】



データの蓄積



効率化・最適化
につながる

3-4 当社の強み ~中古商材に適した販売網確立~

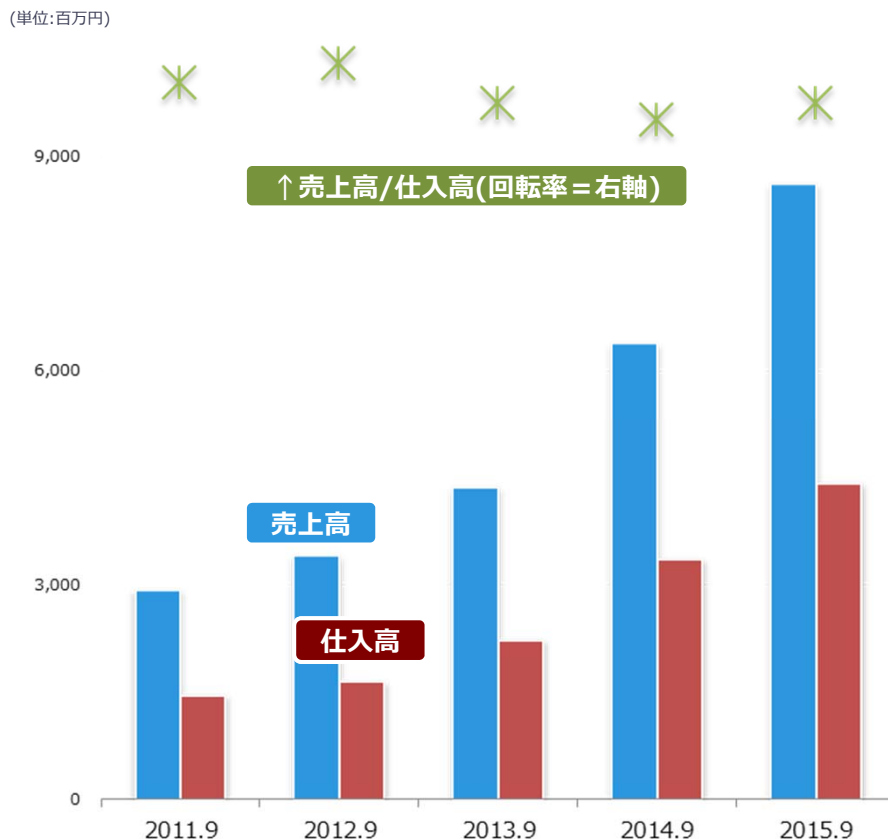
販売マルチチャネル化により安定した在庫回転率の実現

仕入が売上に確実につながる体制の強化と特定の販路に依存した体制の脱却へ

- 仕入の回転率も安定して推移し、確実に売上を作れている状況

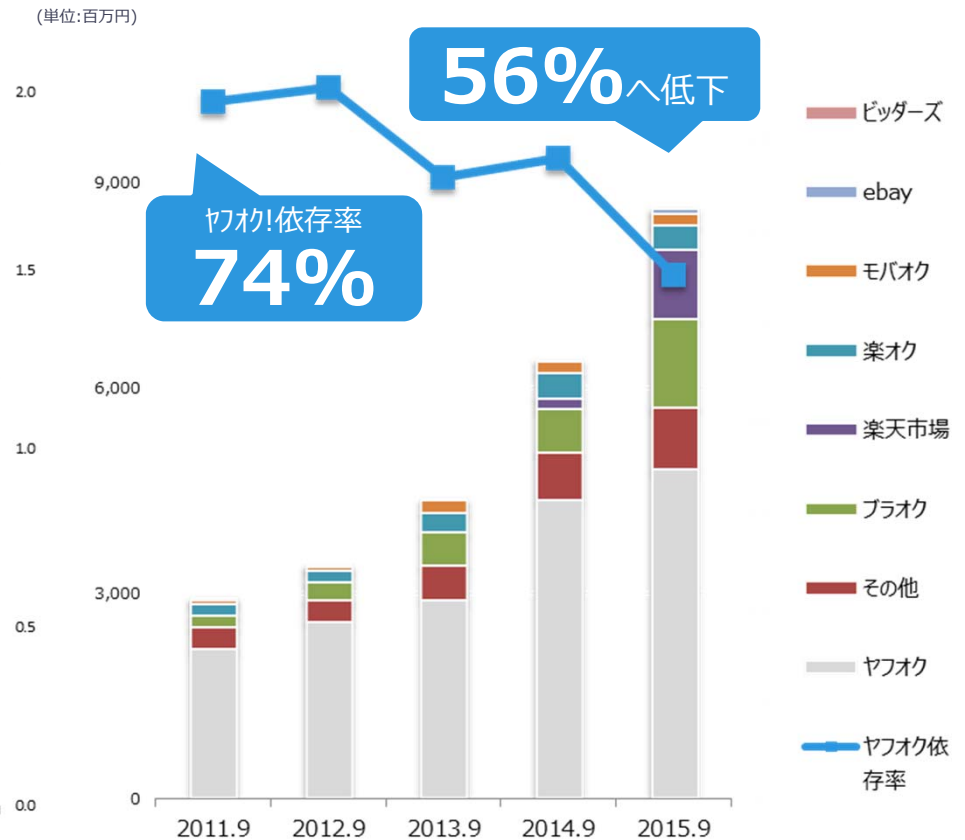
- 自社サイトのブラオク等の比率が高まり、マルチチャネル化が拡大

【仕入高・売上高の推移】



(注) 2011.9、2012.9、2013.9の仕入高は当社作成の決算書類より当社作成
※期間中の粗利率は安定

【販路別売上 (左軸) とヤフオク!依存率】



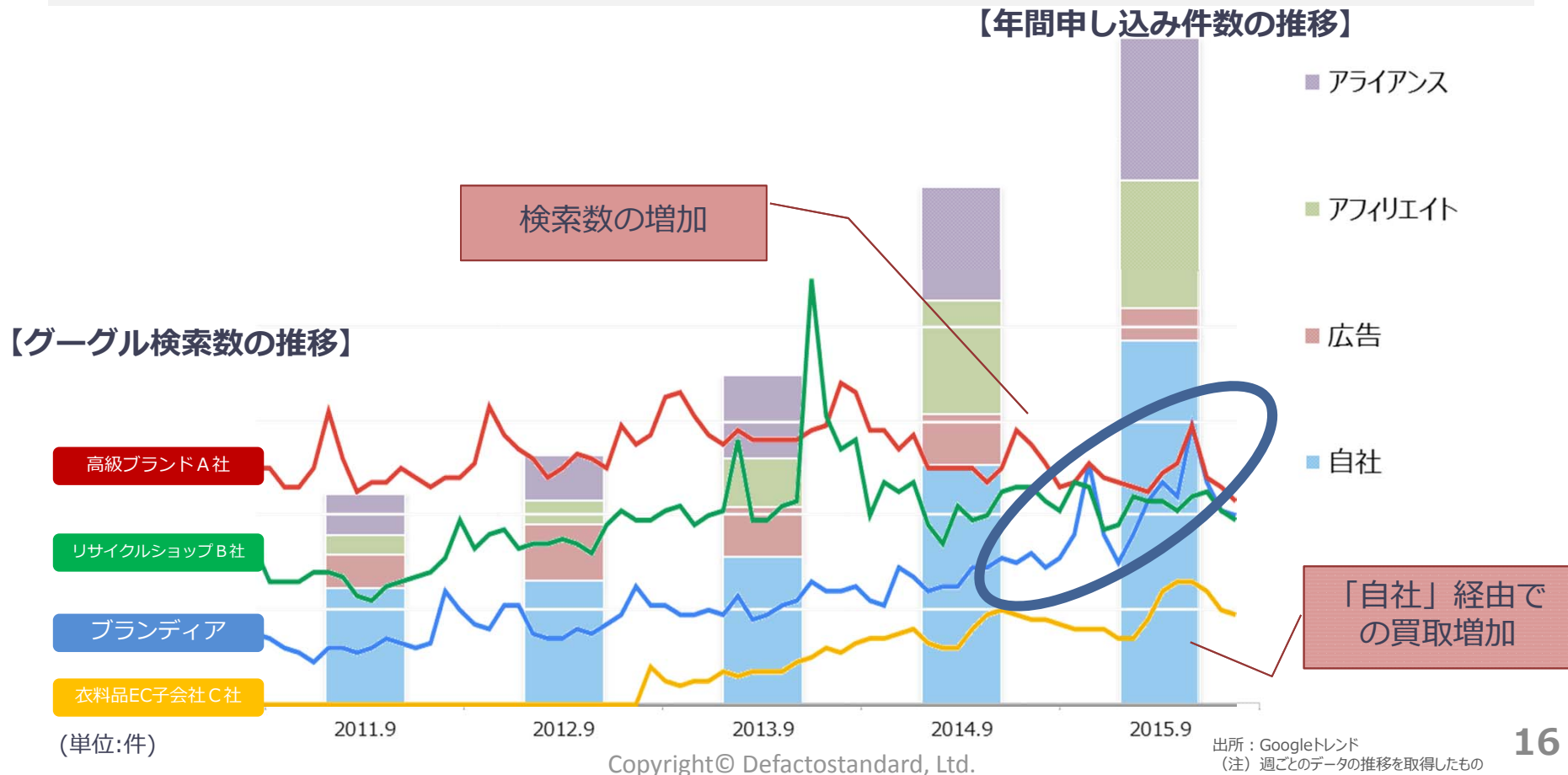
(注) 当社集計のデータより作成

3-5 当社の強み ~自社での買取パワー増大~

認知度向上により、検索エンジン経由の申し込みが増加

アライアンス調達の割合は相対的に減少。認知度向上を経て、いまは「自社」申し込みにシフト

- 自社のメリット
 - ①能動的な見込み客であるため、買取単価が高い
 - ②広告コストがかからない



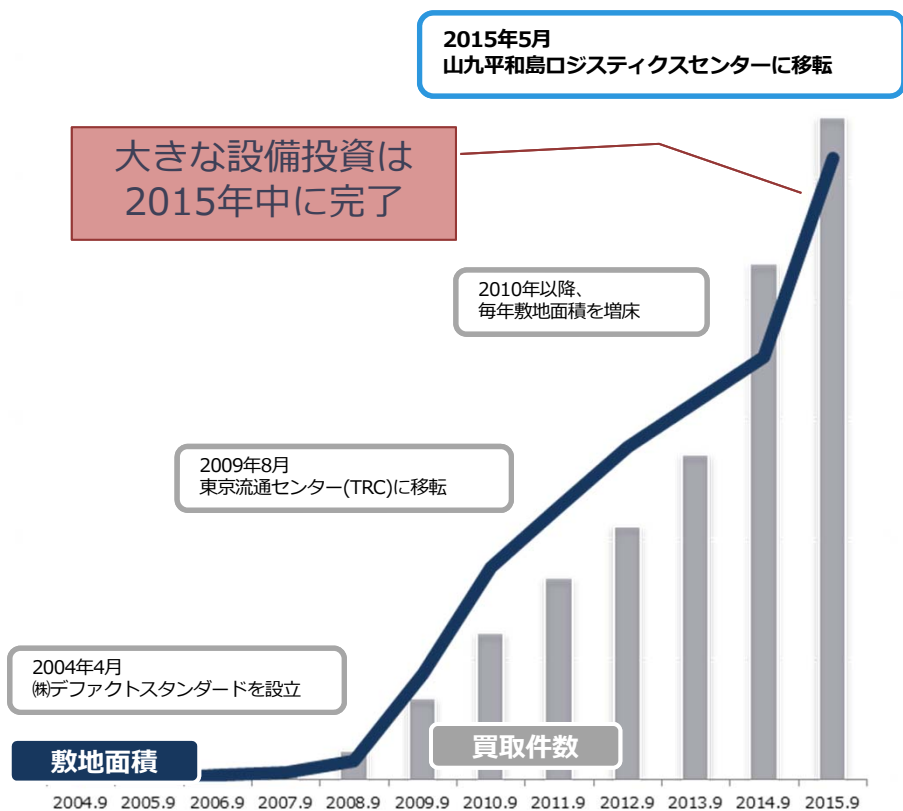
3-6 当社の強み ~仕組化による大規模オペレーション~

ローコストオペレーション伸長により高収益体制へ

1拠点体制によるローコストオペレーションが奏功

- 1拠点体制によるローコストオペレーションにより、固定費率が低下し高収益体質へ

【敷地面積・申し込み数の推移】



【経常利益・当期純利益の推移】



1.会社概要

2.市場の状況

3.強みと特徴

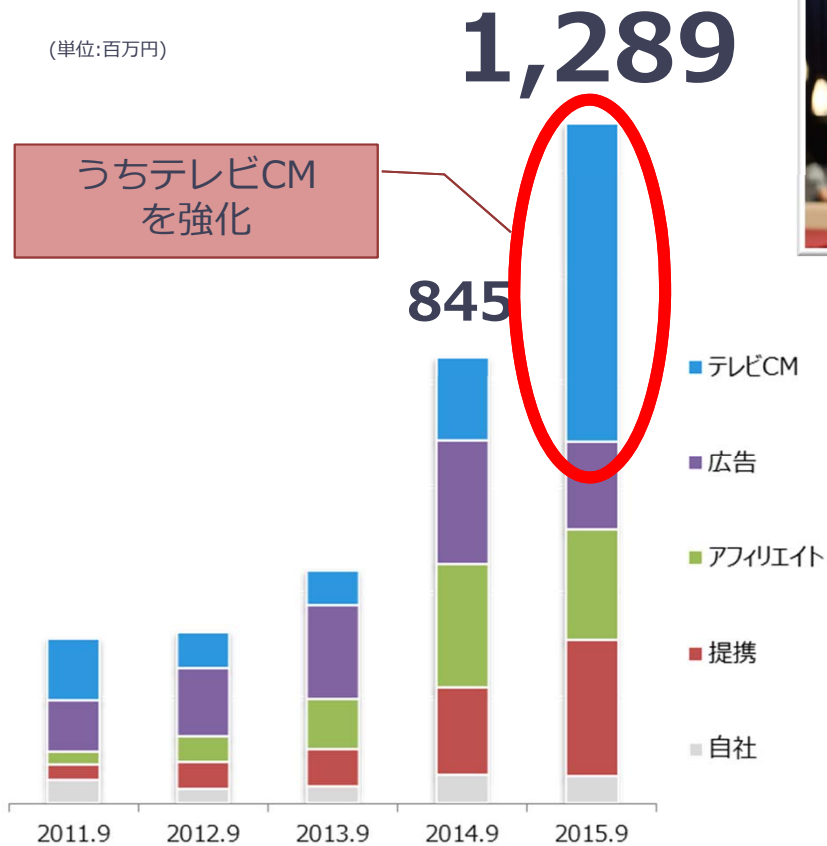
4.当面の成長戦略

5.最後に

4-1 買取 ~さらなる認知度向上に向けて~

さらなる広告予算で芸能人CMを積極的に投入
 芸能人CMの投下により検索数の向上が図れており、テレビCMは引き続き推進

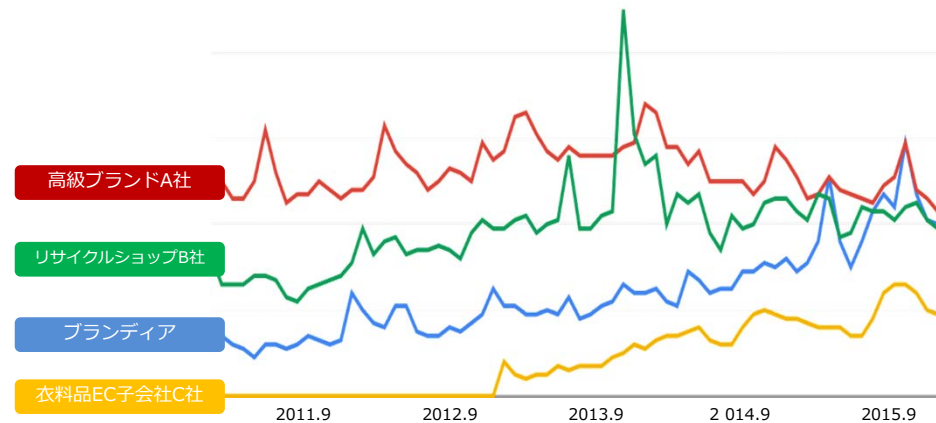
【年間広告費投下額推移】



(注) 当社集計のデータより作成



【-google検索数推移】



出所: Googleトレンド
 (注) 週ごとのデータの推移を取得したもの

4-2 販売 ~マルチチャネル化のさらなる推進~

マルチチャネル化推進によりさらなる安定した販売網確立へ

リユース商材はサイズやデザインの嗜好性が高く、幅広い露出によるユーザーへのリーチが重要



1.会社概要

2.市場の状況

3.強みと特徴

4.当面の成長戦略

5.最後に

5 今後の新たな取り組み

さらなる成長を求めて…

① 取扱い商品の拡大

企業提携の取り組み第一弾として、伊藤忠商事(株)と資本業務提携をしました

伊藤忠商事(株)の持つビジネス資産を活用して当社のビジネス領域の拡大模索を目的としております。

② 取扱いチャネルの拡大

(1) 海外販路の追加

現在はebayおよび台湾の露店に出品しています。将来的には国内販路と同時に出品できる仕組みを構築し同時にさらなる海外販路追加も目指します。

(2) その他の国内販路の追加

国内販路にも今後もストア出店を検討してまいります。

③ ビッグデータを活用した新ビジネス

他リユース事業者等へのシステム提供

他リユース事業者等へ当社DeCoシステムを提供し、当該価格変動データを取り込むことが当社のデータベース強化をもたらします。

免責事項および将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、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・修正を行う義務を負うものではありません。