

株式会社デファクトスタンダード

(東証マザーズ : 3545)

2018年9月期 第2四半期

決算説明資料

2018年4月26日

1. 2018年9月期2Q決算ハイライト	… 3
2. 対面市場の振り返り	… 9
3. 2Qの取り組み & 3Q以降の施策	… 12
4. appendix	… 24

1. 2018年9月期2Q決算ハイライト	… 3
2. 対面市場の振り返り	… 9
3. 2Qの取り組み & 3Q以降の施策	… 12
4. appendix	… 24

2018年9月期 2Q決算ハイライト

- ① 増収減益も買取が19%伸長し、3Q以降の増収へ進捗
- ② 買取 : リユースマーケット大競争時代を鑑み、
例年にない広告宣伝費投下で大幅買取成長を実現！
- ③ 販売 : 自社販路が前年同期比56%増と大幅増加
- ④ 年間予算達成に向けて、順調に進捗

1-1 2018年9月期 2Q 決算損益 (対前2Q)

買取前2Q比19.1%大幅増、売上同6.3%増 在庫は翌Q以降販売へ

(単位:百万円)

	前2Q/FY2017		当2Q/FY2018		対前2Q	
	売上比		売上比		増減額	増減率
売上高	5,407		5,746		338	6.3%
仕入高	2,577	47.7%	3,071	53.5%	493	19.1%
売上総利益	2,763	51.1%	2,956	51.4%	192	7.0%
販管費	2,462	45.5%	2,669	46.5%	206	8.4%
営業利益	301	5.6%	286	5.0%	△14	△4.8%
経常利益	302	5.6%	286	5.0%	△16	△5.3%
当期純利益	207	3.8%	196	3.4%	△11	△5.5%

- 売上高 : 仕入（買取金額）増に売上増は遅行するため、**前2Q比6.3%増**の57億円で着地。
- 仕入高 : CM投下や顧客困り込み施策により、中高額商材の買取が進み、**同19.1%増**の31億円。
- 売上総利益 : 売上総利益率は**同0.3ポイント改善**の51.4%。
- 営業利益（販管費） : ①雑給は、在宅ワーク化の推進等により**同7.2%減**の4.6億円。（対売上高比は9.2%→**8.0%**）
②広告宣伝費は積極投下をすすめ、**同24.1%増**の8.6億円。（対売上高比は12.7%→**14.9%**）
③その他コストは**同6.0%増**の13.5億円。（配送コストは想定内で着地）
④以上の結果、営業利益**同4.8%減**の2.9億円。

1-2 2018年9月期 2Q末 貸借対照表 (対前4Q末)

在庫2.9億円増、現預金1.9億円減

(単位:百万円)

	FY2017 4Q末	FY2018 2Q末	増減額	コメント
資産の部				
●流動資産	3,780	3,931	150	■現金及び預金：△1.9億円 ■商品在庫：+2.9億円
●固定資産	278	373	95	■在庫増に伴い、倉庫棚を増設
資産合計	4,058	4,304	246	
負債の部				
●流動負債	648	680	32	
●固定負債	96	110	14	
負債合計	744	790	46	
純資産の部				
●株主資本	3,313	3,513	199	
●新株予約権	0	0	0	
純資産合計	3,314	3,514	199	
負債・純資産合計	4,058	4,304	246	

1-3 2018年9月期2Q キャッシュ・フロー計算書 (対前2Q)

在庫増に伴い、営業CFがマイナス

(単位:百万円)

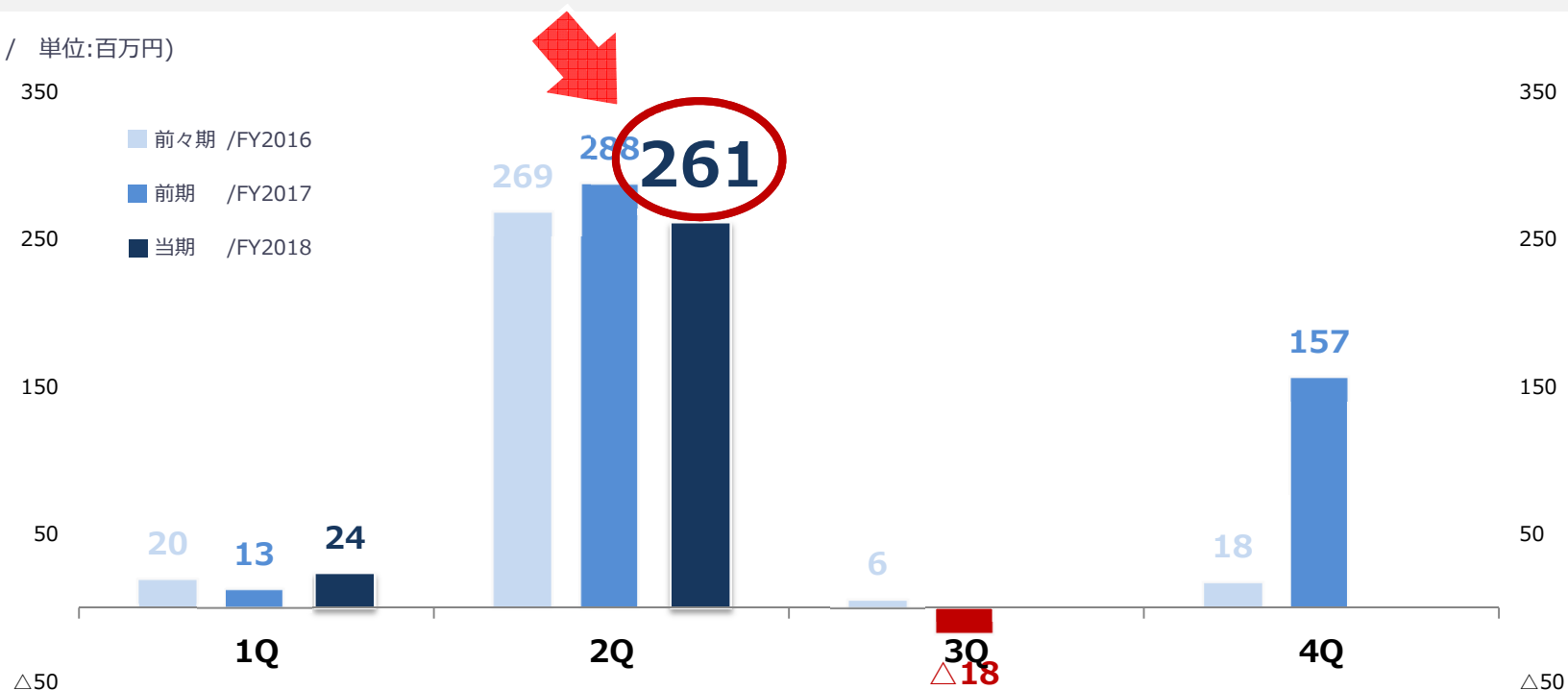
	前2Q/ FY2017	当2Q/ FY2018	増減額	当2Q/FY2018の主な内容
営業活動による キャッシュ・フロー	294	△92	△387	■在庫の増加2.9億円等により、 営業キャッシュフローマイナス
投資活動による キャッシュ・フロー	△47	△80	△33	■倉庫棚への固定資産投資
財務活動による キャッシュ・フロー	8	3	△5	
現金及び現金同等物に係る 換算差額	0	△3	△3	
現金及び現金同等物の 期末残高	2,583	2,292	△291	

1-4 四半期ごとの業績について

広告宣伝費を投下し買取に注力 結果、YoYで若干の減益

- 出品業務のアウトソース化(在宅ワーク化)が引き続き拡大し、**業務人件費**を削減。
- 売上総利益率は、利益率の高い海外販路の構成比が増えた(売上構成比前2Q 1.1%→当2Q 7.2%)一方で、買取単価が上昇したことにより、**微増(+0.3ポイント)に留まる**。
- 販管費において、買取強化のため「**例年になく**」**広告宣伝費を大幅に投下**(計画どおり)。
- これらの結果、経常利益はYoYで若干の減益。今Qに買い取った在庫で、次Q以降の収益獲得を狙う。
- 中高額施策効果により直近の買取単価は上昇しており、**3Q以降、売上総利益率は低下**が見込まれる。

(経常利益 / 単位:百万円)

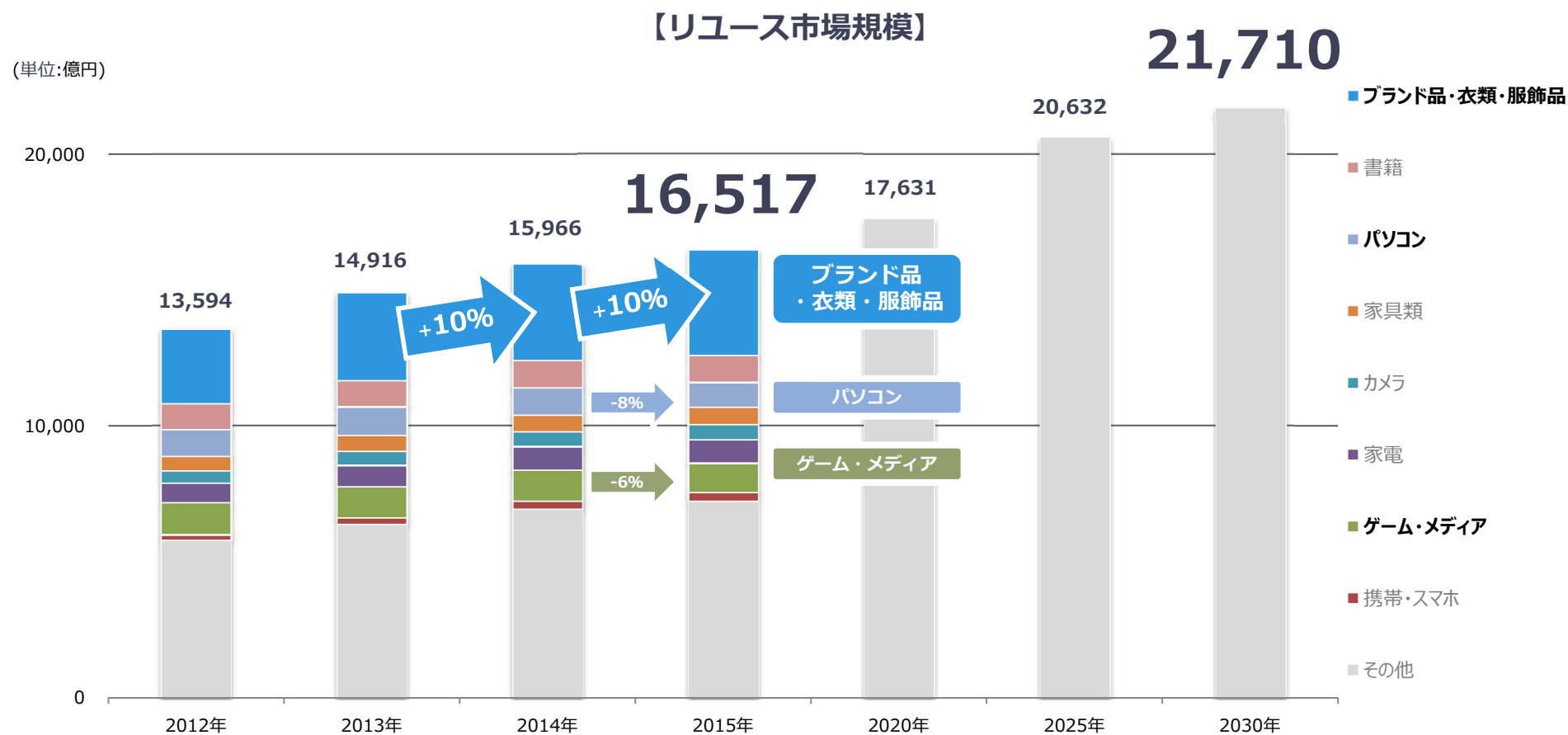


1. 2018年9月期2Q決算ハイライト	… 3
2. 対面市場の振り返り	… 9
3. 2Qの取り組み & 3Q以降の施策	… 12
4. appendix	… 24

2-1 2018年9月期2Q 対面市場の振り返り

リユース市場の成長余地は引き続き大 2030年2.1兆円規模

- ブランド品・衣料・服飾品合計は2015年3,901億円(前年比+10%)。



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2017』推計を基に当社集計

2-2 セグメントごとの動向

更なる成長には「差別化」が重要に

- “ハイブランド”※市場は、いわゆる「フリマアプリ」の規模拡大等により、BtoC部分に影響。
- “セカンドブランド”※市場は、アパレルEC事業者の下取りサービス強化等により競争激化。

※ハイブランド=中古品としての平均販売単価が1万円以上の商品 / セカンドブランド=同1千円~1万円未満の商品（当社定義）

→ 今後はより**差別化が重要!**

→ 当社の一番の強みは、**セカンドブランドの中でも高額なゾーン（買取単価1万円近辺）**と再定義し、買取を強化。



1. 2018年9月期2Q決算ハイライト	… 3
2. 対面市場の振り返り	… 9
3. 2Qの取り組み & 3Q以降の施策	… 12
4. appendix	… 22

3-1 買取① ~“セカンドブランド”の中の高額ゾーンに注力~

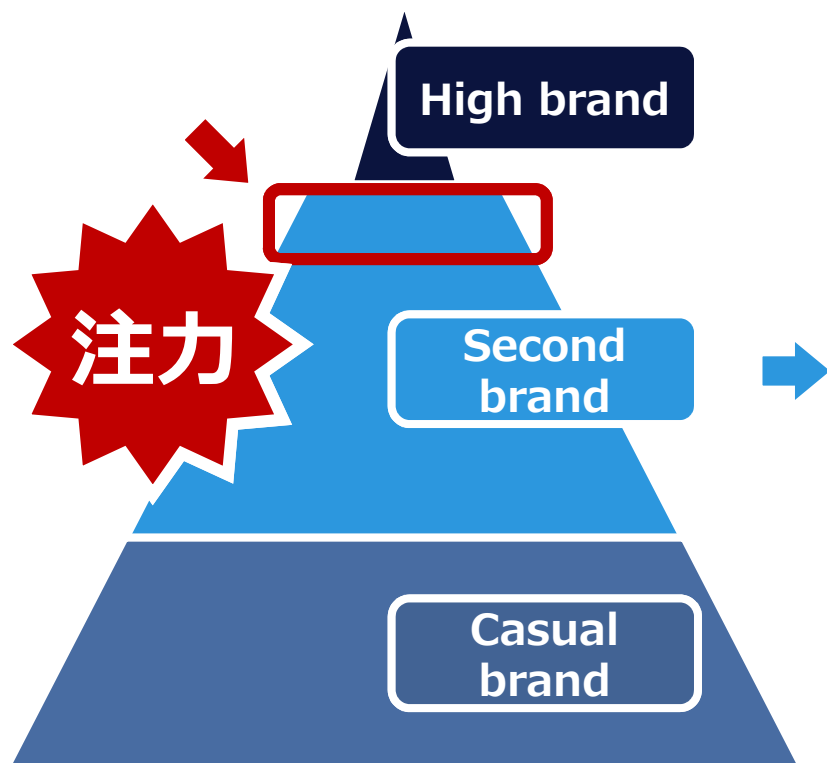
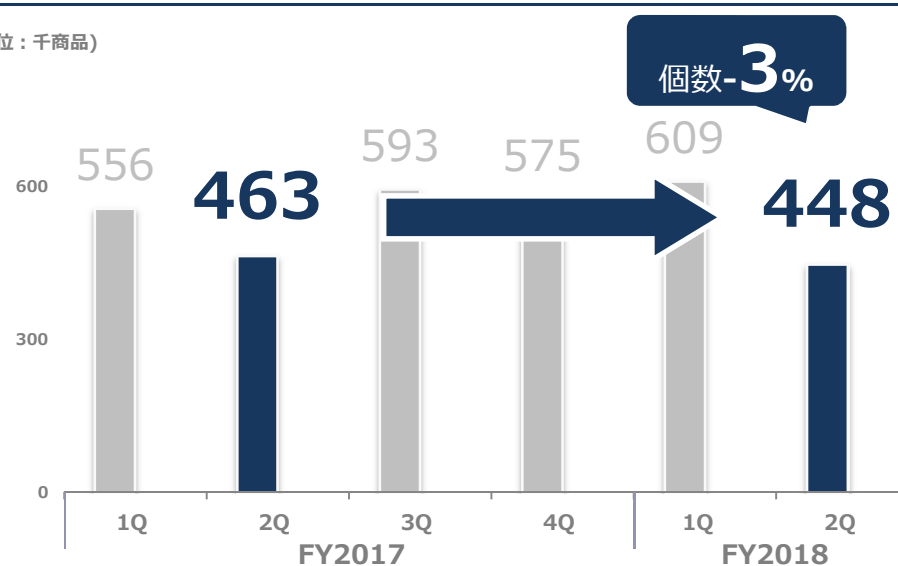
買取個数は若干減少するも、単価大幅アップで買取金額増

- “セカンドブランド”の中でも比較的高単価の買い取りが増え、買取単価が**30%上昇**いたしました。
- 一方で、2Q買取商品数は**3%減少**したため、前2Q会計期間比**25%増**の買取金額（仕入高）を達成いたしました。（2Q累計期間比では19%増）

※セカンドブランド=中古品としての平均販売単価が1千円以上、1万円未満の商品（当社定義）

【四半期ごとの買取商品数推移】

(単位：千商品)



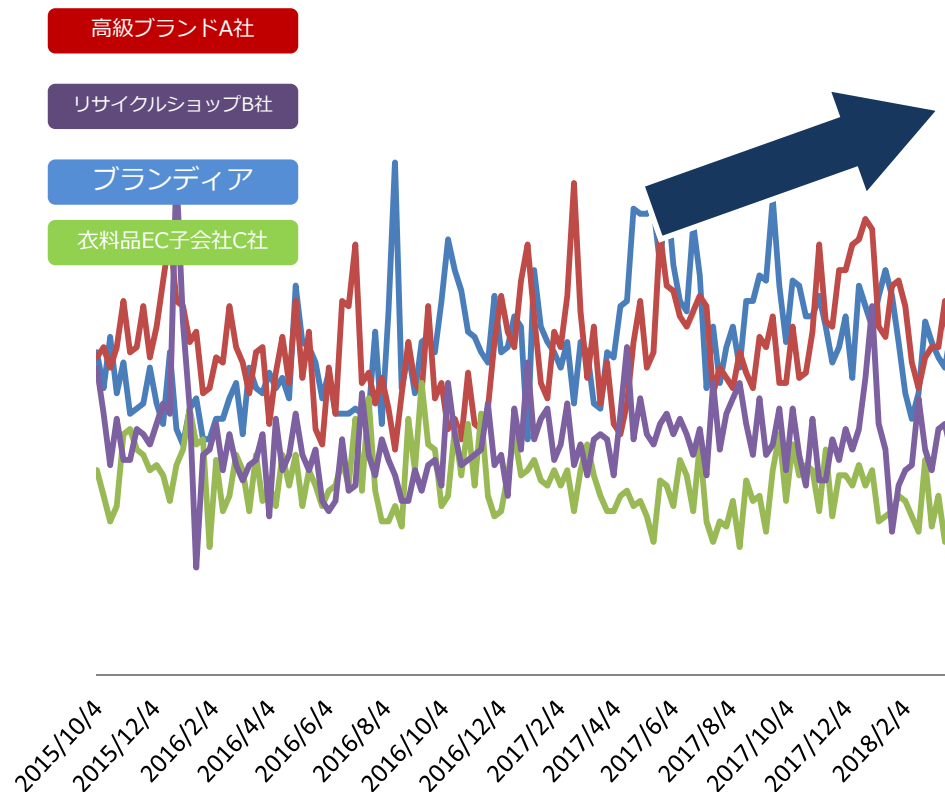
$$\times \text{単価} + 30\% = \text{買取} + 25\%!$$

3-2 買取② ～継続的認知度の向上と顧客接点多角化推進～

中高額商材の買取比率拡大を！

- 継続的なCM投下等により「ブランディア」の認知度・検索数は継続的に上昇しております。
- 買取アプリ・ポイント・下取りサービス・CS強化などで顧客接点の多面化を進め、中高額商材の買取を強化しております。
→ 競争の激しい**中高額商品の買取比率の引き上げ**を図ります。

【Google検索数推移】



【顧客接点の多角化推進】



3-3 買取③ ～オンライン寄付サービスを共同リリース～

支援したい寄付先を選べる「Brand Pledge」

- 「Syncable」に登録する約150の寄付団体（NPOやNGO等非営利団体）から選ぶことができる新しいオンライン寄付サービス「Brand Pledge」をリリース。買取金額の一部を支援したい団体へ直接寄付することができます。



2018/03/02 当社ニュースリリース
オンライン寄付プラットフォーム「Syncable」と連携
新サービス「Brand Pledge」を共同リリース

報道関係者各位

DEFACTO
STANDARD
2018年3月2日
株式会社デファクトスタンダード

NEWS RELEASE

オンライン寄付プラットフォーム「Syncable」と連携開始 買取金額の一部を支援したい団体へ直接寄付 新サービス「Brand Pledge」を共同リリース

株式会社デファクトスタンダード（本社：東京都中央区、代表取締役社長：相澤幸彦、本社マナーズ上場：証券コード 3545、以下「デファクトスタンダード」）が運営する、ブランド品宅配買取サービス「ブランドディア」（<https://brandear.jp/>）は2018年2月22日（木）に、株式会社STVZ（本社：東京都港区、代表取締役：田中俊也、以下「STVZ」）が運営する、オンライン寄付プラットフォーム「Syncable」（<https://syncable.biz/>）と連携し、洋服やブランド品の買取金額の一部を支援したい団体へ直接寄付できるサービス「Brand Pledge」（<https://brand-pledge.jp/>）を共同リリースしました。

着なくなった洋服、眠っているブランド品を
寄付して社会貢献を宣言しよう

「使わなくなった身近なモノで世の中をよくしたい」
叶えづらかったこんな思いに応えます。

Made by:

Syncable Brandear

◆サービスについて
Brand Pledgeは、ブランドディアの宅配買取サービスを通じて不要になったブランド品や衣類を送り、その買取金額の一部を支援したいNPOやNGO等の非営利団体に寄付ができる新しいオンライン寄付サービスです。寄付金額は買取金額からお客さまご自身で設定。寄付先の団体はSyncableに登録する約150団体（2018年2月現在）の中から選択することができます。

◆Brand Pledgeの特長
【1】1箱につき最大500円を寄付
ダンボール1箱につき、Brand Pledgeから指定団体へ最大500円を寄付します。

3-4 販売① ~マルチチャネル化のさらなる推進~

自社販路、海外販路が大きく成長。季節的要因変化の脱却へ。

- 自社販路「ブランディアオークション」は、前2Q累計期間に比べ**56%増加**し、構成比も**28.3%**へ上昇しております。
- 海外販路のebayにおける売上高は、**約7倍**に増加しております。(売上構成比は前2Q 1.1% → 当2Q 7.2%)
- 今期の自社販路強化戦略により**四半期ベースでの収益の偏りに変化**が生じつつあります。



3-5 販売② ～マルチチャネル化による効率的な販売戦略～

「ヤフオク!」「Yahoo!ショッピング」「Wowma!」各販路で受賞

- マルチチャネル化推進により、結果的に各チャネルのユーザー特性に合った商品が売上につながり、各賞の受賞に至りました。

ヤフオク!
ベストストアアワード2017



Yahoo!ショッピング
ベストストアアワード2017



Wowma!
ベストショップアワード2017



- ヤフオク! 「総合賞」「ブランド部門賞」他受賞
- Yahoo!ショッピング 「中古賞」受賞
- Wowma! 「新人賞」受賞

報道関係者各位

NEWS RELEASE

DEFACTO
STANDARD
2018年3月22日
株式会社デファクトスタンダード

**「ヤフオク!」「Yahoo!ショッピング」「Wowma!」各販路で受賞
マルチチャネル化販売戦略を推進**

株式会社デファクトスタンダード（本社：東京都大田区、代表取締役社長：尾崎崇道、東証マザーズ上場：証券コード 3545、以下「デファクトスタンダード」）は、「ヤフオク!」「Yahoo!ショッピング」「Wowma!」の各販路において、「総合賞」「中古アイテム賞」「新人賞」をそれぞれ受賞しました。

◆受賞の背景：マルチチャネル化推進による効率的な販売戦略

デファクトスタンダードでは、現在7,000以上のブランドの取り扱いがあり、商品数は55万点を超えました。「大規模オペレーション」「業務の効力・効率化」「1,300万件の価格データベース」という強みを活かしながら、セカンドブランド¹⁾を中心として買取・販売に注力しています。

出品数が増え、より効率的な取り引きへの課題があります。また、リユース商品はサイズやデザイン嗜好性が高く、幅広い層によるユーザーへのリーチが重要です。そのためデファクトスタンダードでは販路をマルチチャネル化することで、戦略的にリーチできるユーザーを拡大しています。結果的に各チャネルユーザーの特性に合った商品が売上につながり、各販路の受賞につながったと考えています。今後もマルチチャネル化を進め、さらなる販売効率化を目指していきます。

*セカンドブランド ― リユース品としての平均販売価格が1千円以上1万円未満のブランド品（当社定義）

2018/03/22 当社ニュースリリース
マルチチャネル化販売戦略を推進

3-6 販売③ ～自社販路比率強化の状況～

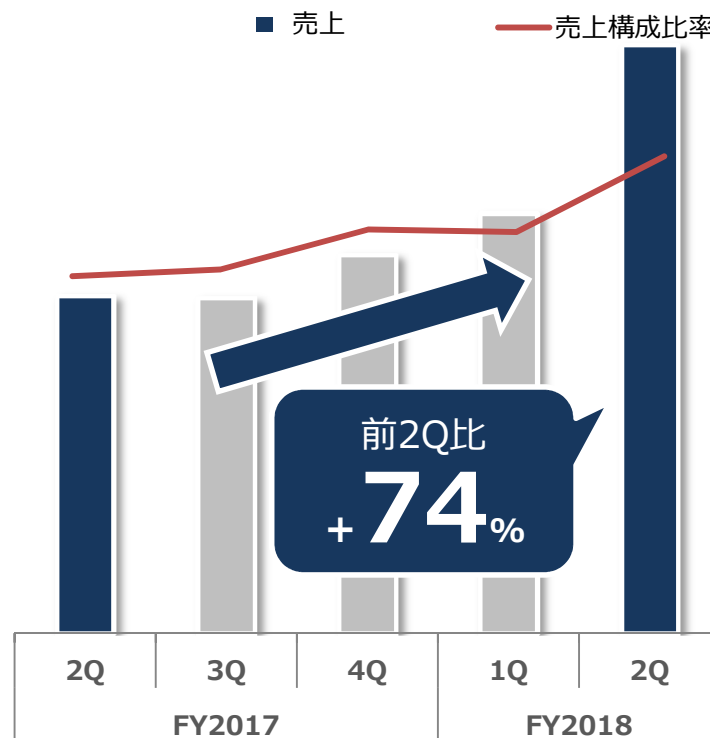
「ブランディア经济圈」創造に向けて、自社販路の育成

- ポイント・下取り施策を媒介に**ブランディア经济圈**の拡大を進めております。
- 自社販路「ブランディアオークション」は前2Q会計期間比で+74%（累計期間比で+56%）と大幅伸長しております。
- スマートフォン用ECアプリのサービス開始は、6月を予定しております。

【ブランディア经济圈拡大イメージ】



【ブランディアオークション成長推移】



3-7 販売④ ～自社販路比率強化の状況～

自社販路「ブランディアオークション」の大幅成長に向け、機能追加！

【検索補助機能として
サジェストリンク (デザインや素材等)】



「買取アプリ」をバージョンUPし、**買取と購入の循環**を促す。

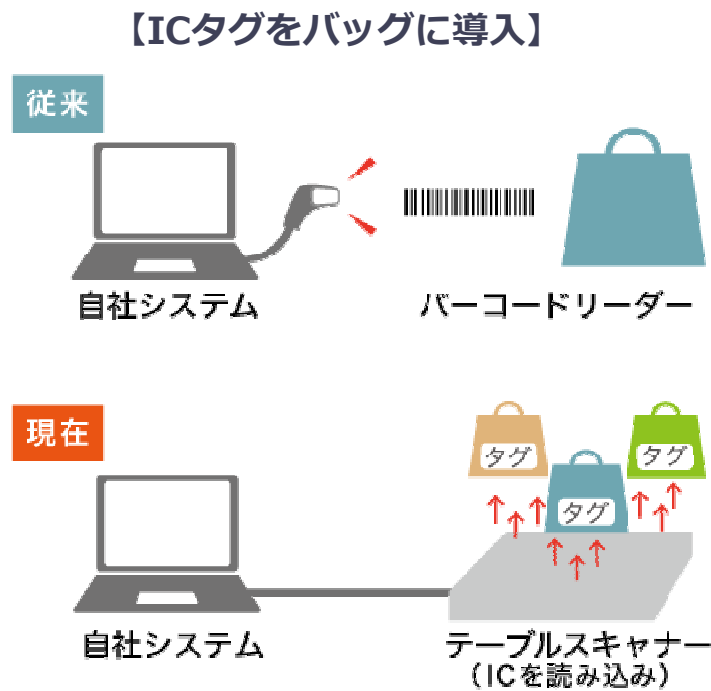
- ① 「買う」「売る」の両メニューをホーム画面に表示
- ② ホーム画面メインを「買う」へ＝ブランディアオークション



3-8 業務改善 ～改善実施の状況～

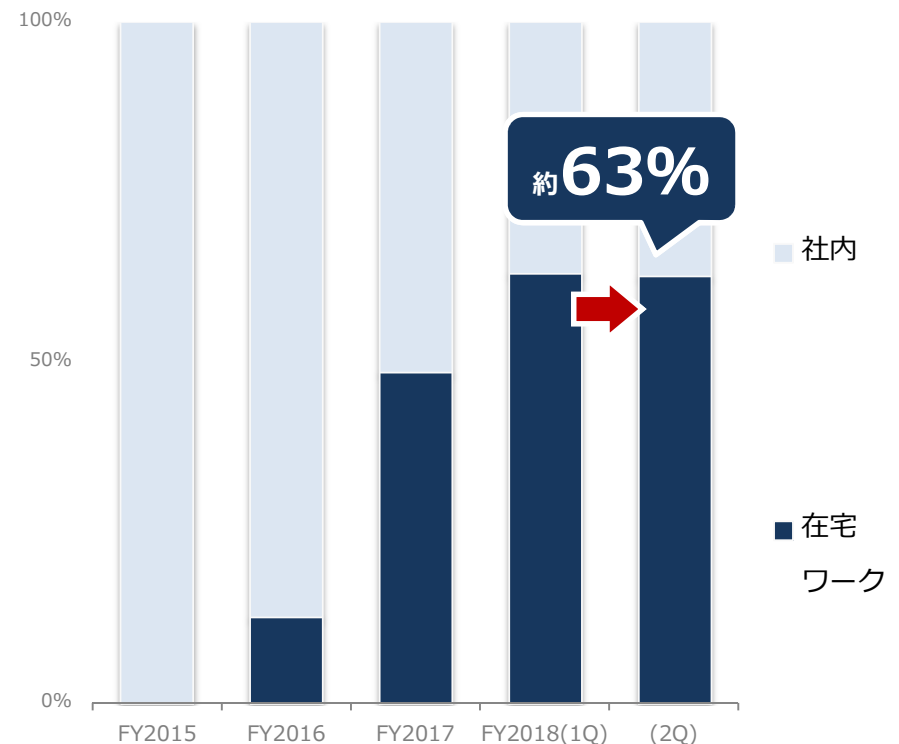
販管費：在庫管理にICタグを本格導入でコスト削減

- 在庫商品のうちの「バッグ」にICタグを本格導入することにより、棚卸しの作業効率を**35%**改善。
- 出品業務の在宅ワーク化(アウトソース化)は2Q**約63%**を維持。



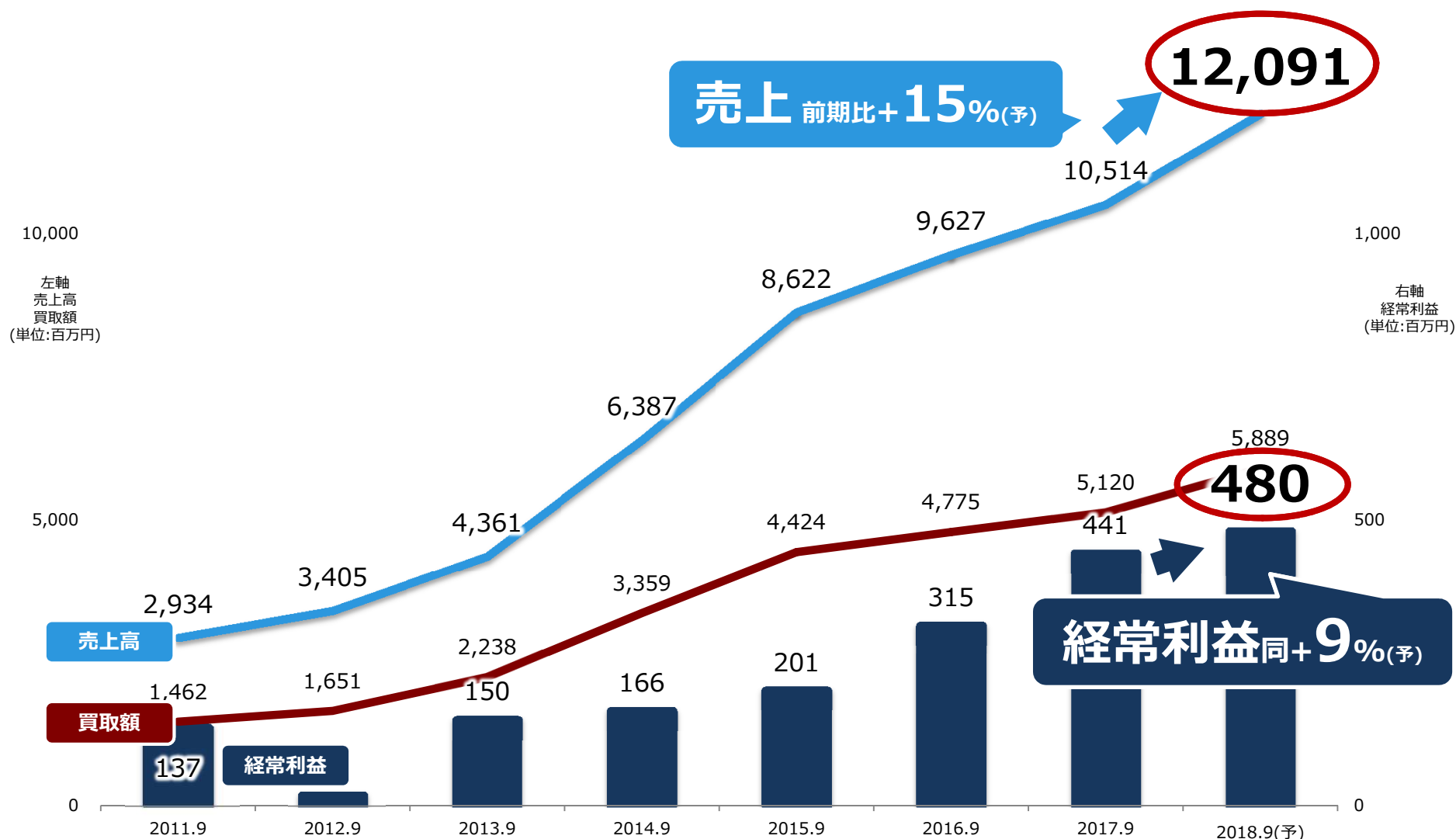
商品の読み込みが格段にスピード向上
棚卸し作業が従来の35%改善へ

【出品業務の内訳】



3-9 売上高・仕入高・経常利益推移（通期計画）

2018年9月期売上120億円、経常利益4.8億円を予定



3-10 2018年9月期 業績予想 (変更なし)

業容拡大により売上高15%増、経常利益4.8億円を見込む

(単位:百万円)

	通期/FY2017		通期/FY2018		対前期	
	売上比		売上比		増減額	増減率
売上高	10,514		12,091		1,577	15.0%
仕入高	5,120	48.7%	5,889	48.7%	769	15.0%
売上総利益	5,408	51.4%	6,341	52.5%	933	17.3%
営業利益	439	4.2%	480	4.0%	41	9.5%
経常利益	441	4.2%	480	4.0%	38	8.8%
当期純利益	304	2.9%	332	2.7%	27	9.2%

- 売上高 : 広告宣伝の強化・リピート率向上による買取増加を背景に、**前期比15.0%増**の120億円を見込む。
- 売上総利益 : 低単価アパレルの収益化に取り組み、**同1.1ポイント改善**の52.5%の見通し。
- 営業利益 : ↑①業務人件費の効率化・規模拡大による固定費率の低下、
↓②物流費用の増加、
↓③広告宣伝の強化に伴う広告宣伝費率の上昇、等により**同9.5%増**の4.8億円を見込む。
- 経常利益 : 為替等の影響は僅少なため、営業利益と同額の4.8億円を見込む。

(ご参考) 福利厚生への取り組み ~女性の社会進出を応援~

2018年5月より企業内保育所「ぶらんでいあ保育所」開園

- 当社従業員は女性比率が高く、出産後も職場復帰を希望する社員・臨時雇用者がいるという背景から、保育所の開園に至りました。今後も受け入れ人数は順次拡大予定です。
- デファクトスタンダードは、女性が活躍できる環境を率先して作ってまいります。

2018年5月中旬
開園



2018/04/23 当社ニュースリリース
企業内保育所を開園
女性の仕事と子育ての両立をサポート

1. 2018年9月期2Q決算ハイライト … 3
2. 対面市場の振り返り … 9
3. 2Qの取り組み & 3Q以降の施策 … 12
4. appendix … 24

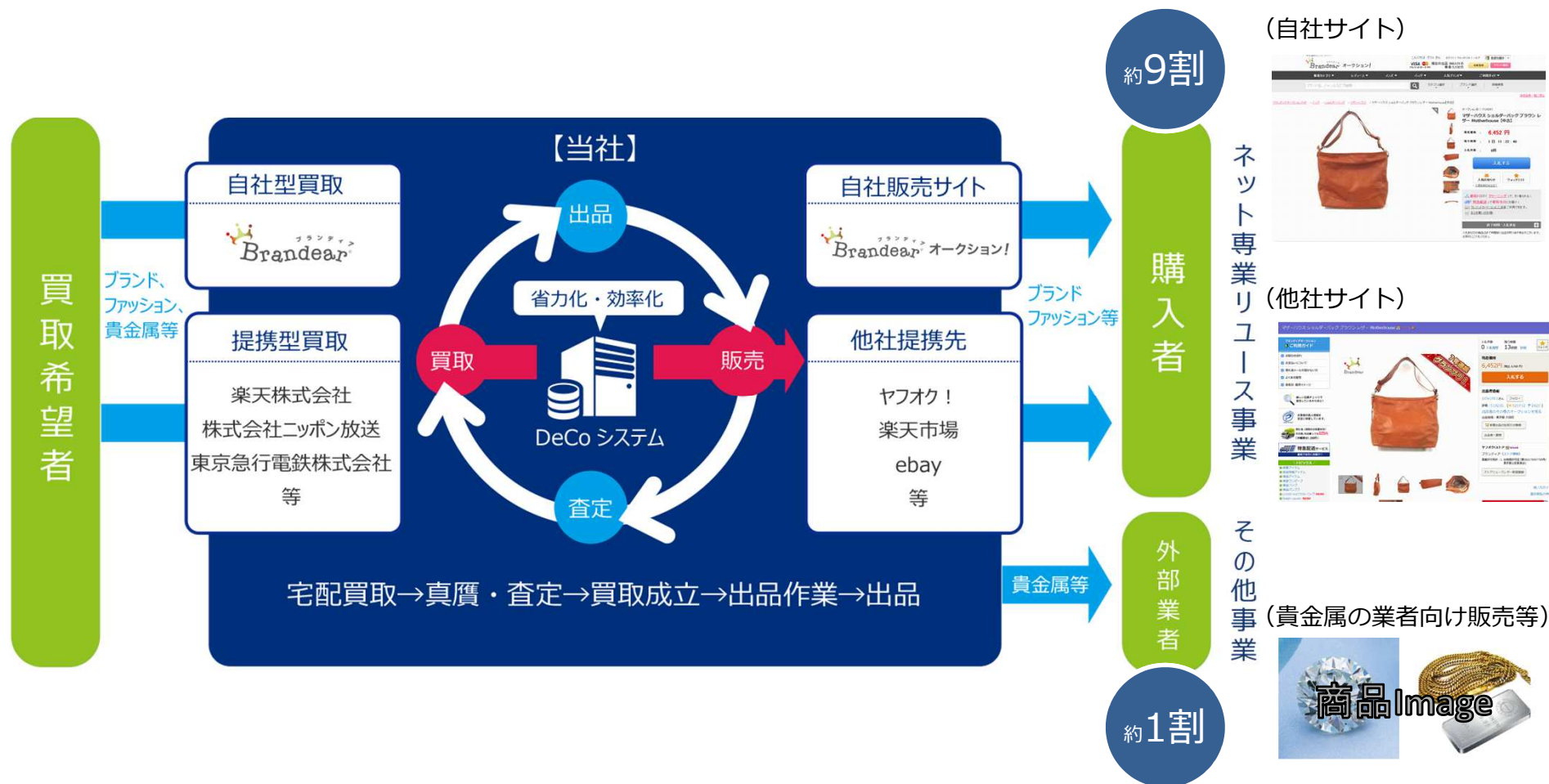
会社名	株式会社デファクトスタンダード（英語名：Defactostandard, Ltd.）	
設立	2004年4月 設立	
資本金	1,209百万円 ※2018年3月末時点	
本社	東京都大田区平和島3-3-8 山九平和島ロジスティクスセンター 5F	
事業概要	ブランド、ファッション中古品を主としたネット型中古品買取・販売事業 （販売店舗を有さず、ネットを通じて注文を受けて宅配買取：「ブランディア」、販売を行う）	
代表取締役	代表取締役社長 尾嶋 崇遠	
従業員数	56名（外、臨時雇用者 775名） ※2018年3月末時点	
沿革	2004年4月 東京都品川区大崎に、株式会社デファクトスタンダードを設立（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2016年度まで8連続年間グランプリを受賞） 2015年2月 伊藤忠商事(株)と業務資本提携 2016年8月 東証マザーズに上場	



ご参考/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

(自社サイト)



(他社サイト)



(貴金属の業者向け販売等)



商品Image

宅配買取「ブランディア」について

- 当社で扱う中古品の大半は、個人の顧客から買い取っております。買取にあたっては、当社のWEBサイトから買取申し込みを頂くケース（自社型）と、業務提携をした各パートナー企業に買取を斡旋して頂くケース（提携型）に分かれますが、現在では自社型が中核になっております。取扱商品はブランドに特化しており、取扱いブランド数は約7,000に及んでおります。

買取の流れ

① お申し込み



パソコンや携帯
で24時間申込OK!

② 宅配キット到着



最短翌日に着きます!

③ 商品を入れて送る



電話一本の集荷可能!

④ 査定結果のご連絡



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。

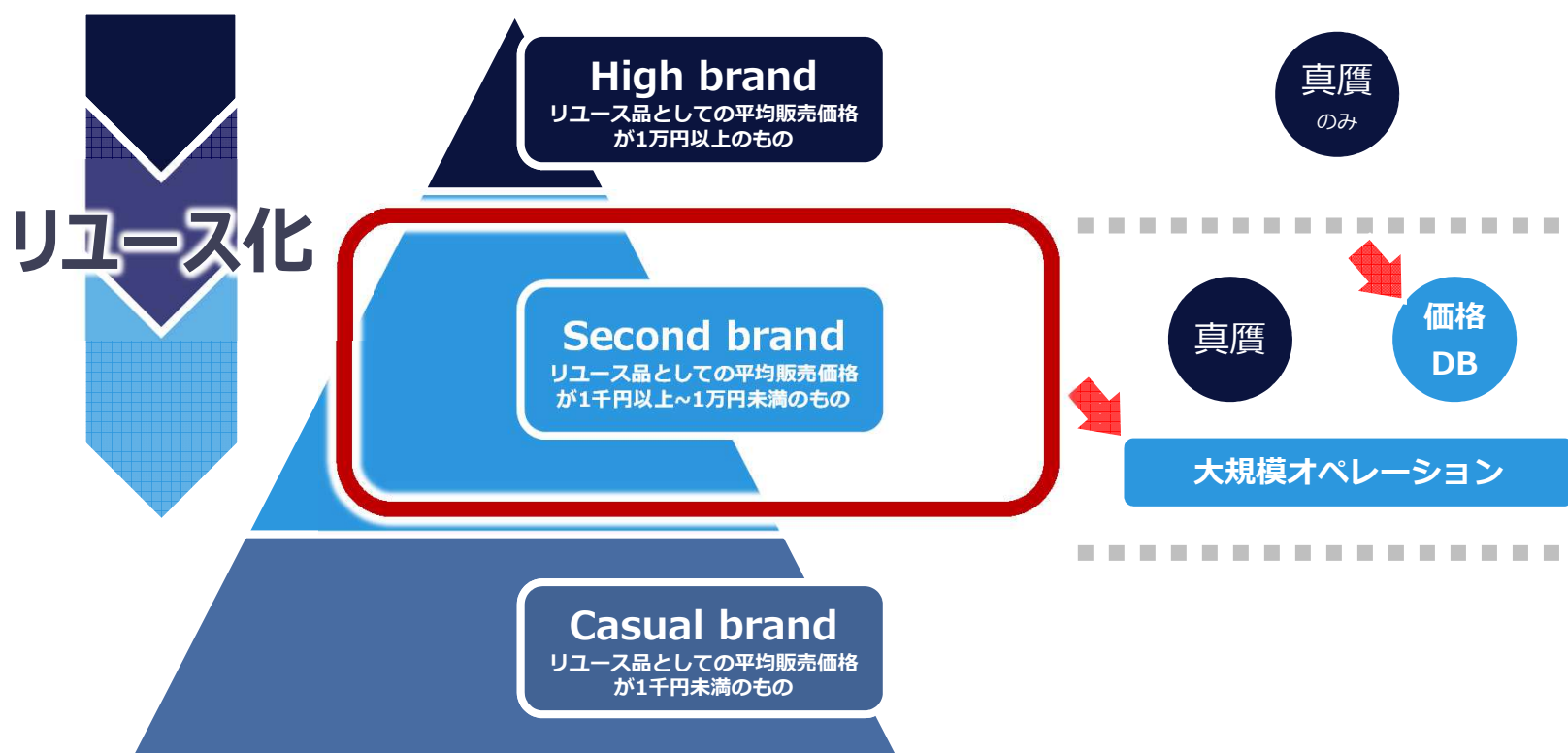
ご参考/ファッションブランドリユースの市場構造

当社の主な収益源は“ハイブランド”ではなく“セカンドブランド”

- 販売単価が1万円以上を“ハイブランド”、1千円~1万円を“セカンドブランド”、それ以下を“カジュアルブランド”と区分けし、当社は“セカンドブランド”を主な収益源としております。

※粗利単価が低額なため、正確な価格DBと大規模オペレーション能力を保有していないと収益化は困難

【ファッションブランドカテゴリーにおける市場構造】



買取から販売までの循環サイクルを情報システム化

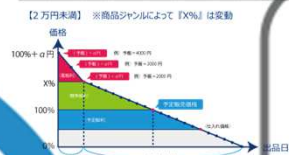
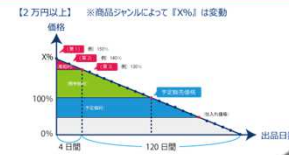
- データを蓄積して、査定・出品業務の省力・効率化、買取価格・販売価格の値決めの適正化を実現

- 出品業務の省力化を実現
- 社外(アウトソース)での撮影・出品が可能
- スマホによる撮影・出品が可能

価格ロジック

【値付け(査定)ロジック】
過去の販売実績データを基に『予定販売価格』を決定。

【価格下げロジック】
・出品価格は、 $\text{予定販売価格} + x\%$ 以上
・出品日より2日おきに値下げする。
※120日間で1円まで



- 独自ロジックによって 値決め適正化
- 各販路同時出品機能



商品ID	商品名	出品日	販売価格	販売日時	販売場所	販売状況
000001	ブランドバッグ	2023/01/01	¥2,750	2023/01/01 10:00	ヤフオク	販売済み
000002	ブランドバッグ	2023/01/02	¥2,750	2023/01/02 10:00	ヤフオク	販売済み
000003	ブランドバッグ	2023/01/03	¥2,750	2023/01/03 10:00	ヤフオク	販売済み
000004	ブランドバッグ	2023/01/04	¥2,750	2023/01/04 10:00	ヤフオク	販売済み
000005	ブランドバッグ	2023/01/05	¥2,750	2023/01/05 10:00	ヤフオク	販売済み
000006	ブランドバッグ	2023/01/06	¥2,750	2023/01/06 10:00	ヤフオク	販売済み
000007	ブランドバッグ	2023/01/07	¥2,750	2023/01/07 10:00	ヤフオク	販売済み
000008	ブランドバッグ	2023/01/08	¥2,750	2023/01/08 10:00	ヤフオク	販売済み
000009	ブランドバッグ	2023/01/09	¥2,750	2023/01/09 10:00	ヤフオク	販売済み
000010	ブランドバッグ	2023/01/10	¥2,750	2023/01/10 10:00	ヤフオク	販売済み

- 約**1,300万件**の過去の販売記録等をもとに値付け業務が可能
- 査定業務の効率化を実現

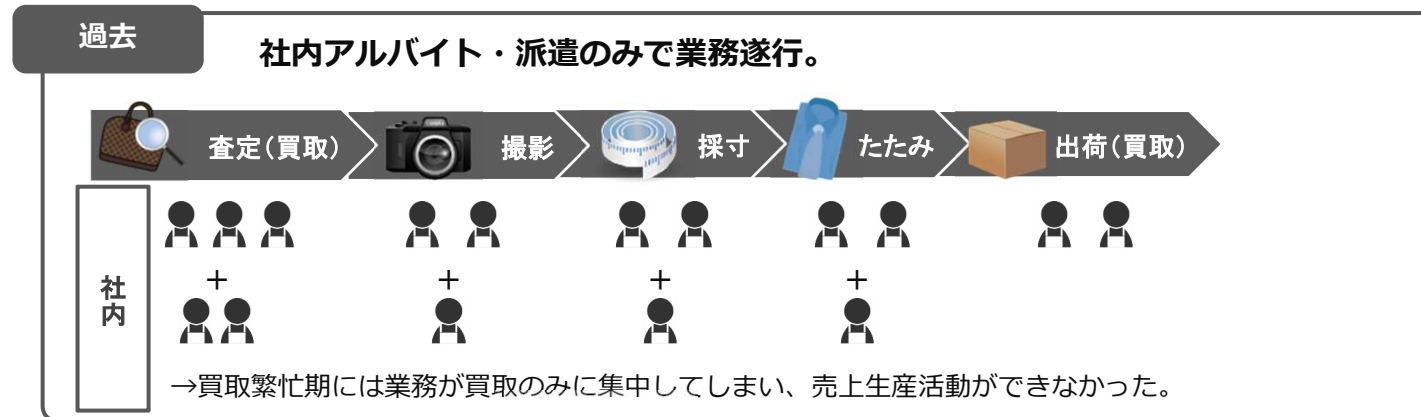
マルチチャネル化推進によりさらなる安定した販売網確立へ

- 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となります。
- 今後も継続的に新販路の追加を予定しております。



繁忙期に売上生産活動が可能になり、安定した収益確保へ

【買取・販売業務のオペレーション体制】



「安心・安全」を実現するブランドディア査定体制の紹介

- 当社の出品商品は、買取時に全て、自社基準による真贋鑑定を行っております。
→ **「安心・安全」**のブランドディアとして、フリマアプリ等との**差別化**を図ってまいります。

①最新知識のデータベース化



②視覚化された真贋項目を査定フローに組込



各ブランドや商品ごとに視覚化された真贋項目を一つずつチェック。確認しないと先へ進めない仕組みに。

③真贋トリプルチェック体制



④査定員の育成プログラム



査定研修の修了者であれば、真贋鑑定が可能に。

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。