

enigma

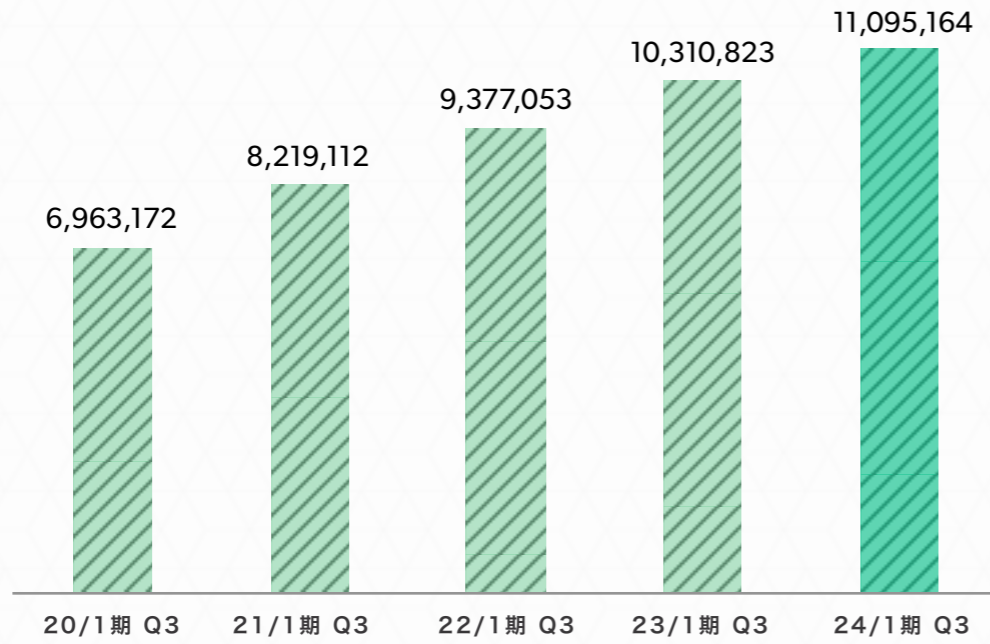
2024年1月期第3四半期
決算補足説明資料

国内BUYMAは依然として厳しい外部環境が続きトップラインの回復に苦戦しているものの
 Q3までに3つの注力テーマ(*)の各種取組は着実に進展し、商戦期であるQ4に挑む
 また、GLOBAL BUYMAのConnected TV広告の活用による業績回復、
 BUYMA TRAVELのHello Activityとの連携、など新しい事業の柱も成長

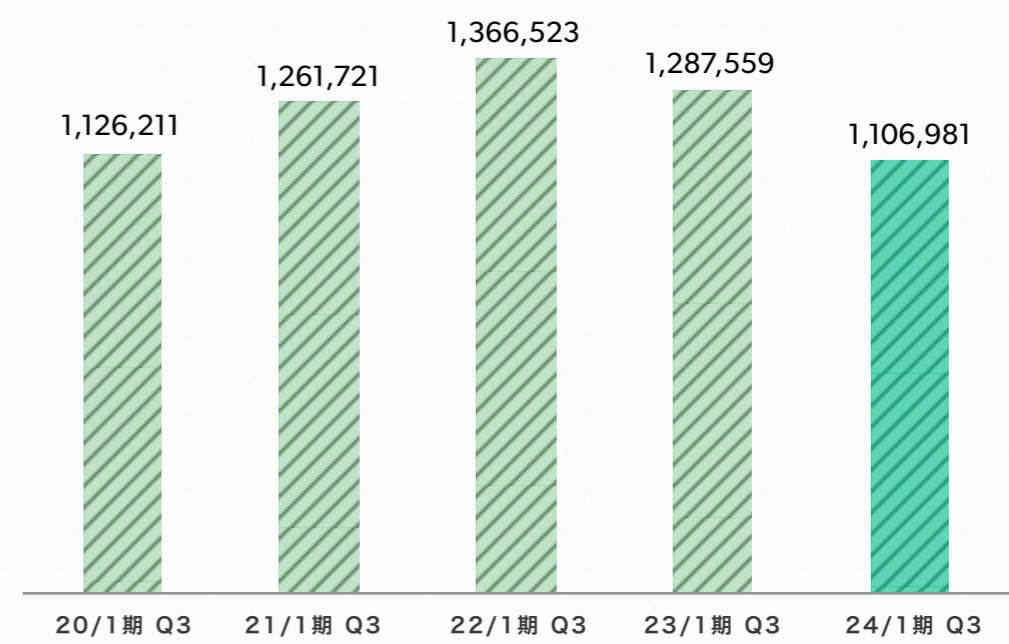
	2024/1期 Q3実績(累計)	2023/1期 Q3実績(累計)	前年同四半期比
総取扱高 ※決済手数料込	39,901百万円	43,278百万円	92.2%
売上高	4,337百万円	4,740百万円	91.5%
売上総利益	3,397百万円	3,786百万円	89.7%
販管費計	2,910百万円	2,961百万円	98.3%
広告費	1,062百万円	1,390百万円	76.4%
人件費	1,351百万円	1,130百万円	119.5%
営業利益	486百万円	824百万円	59.0%
経常利益	499百万円	836百万円	59.8%
当期純利益	344百万円	590百万円	58.3%

*3つの注力テーマとして『良質な認知獲得』『顧客体験の質向上』『ロイヤル顧客の満足度/LTV最大化』に取り組む

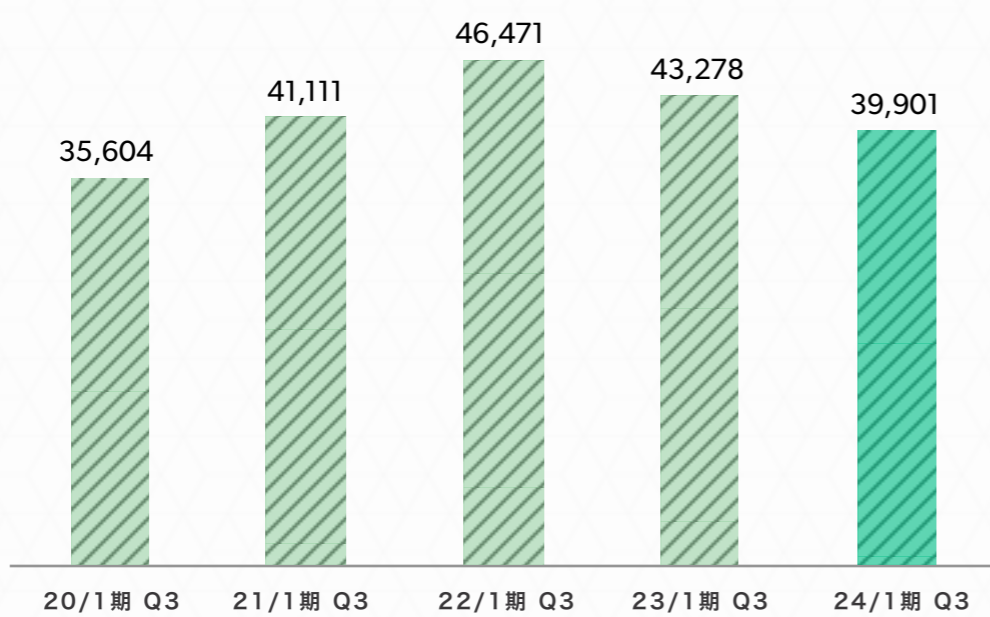
BUYMA会員数 (単位：人)



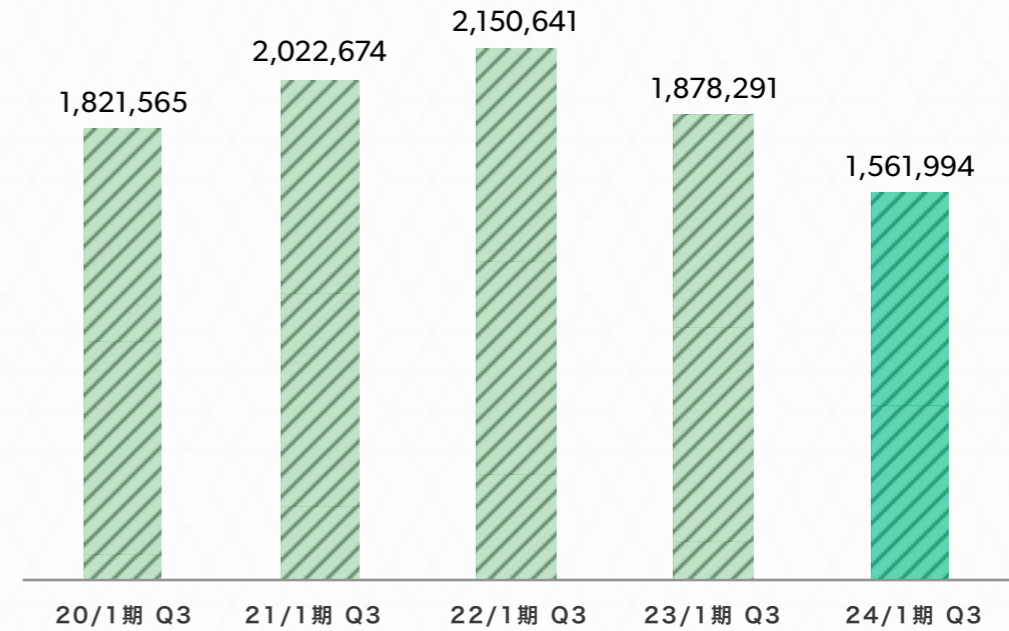
BUYMAアクティブ会員数 (単位：人)



BUYMA総取扱高 (単位：百万円)



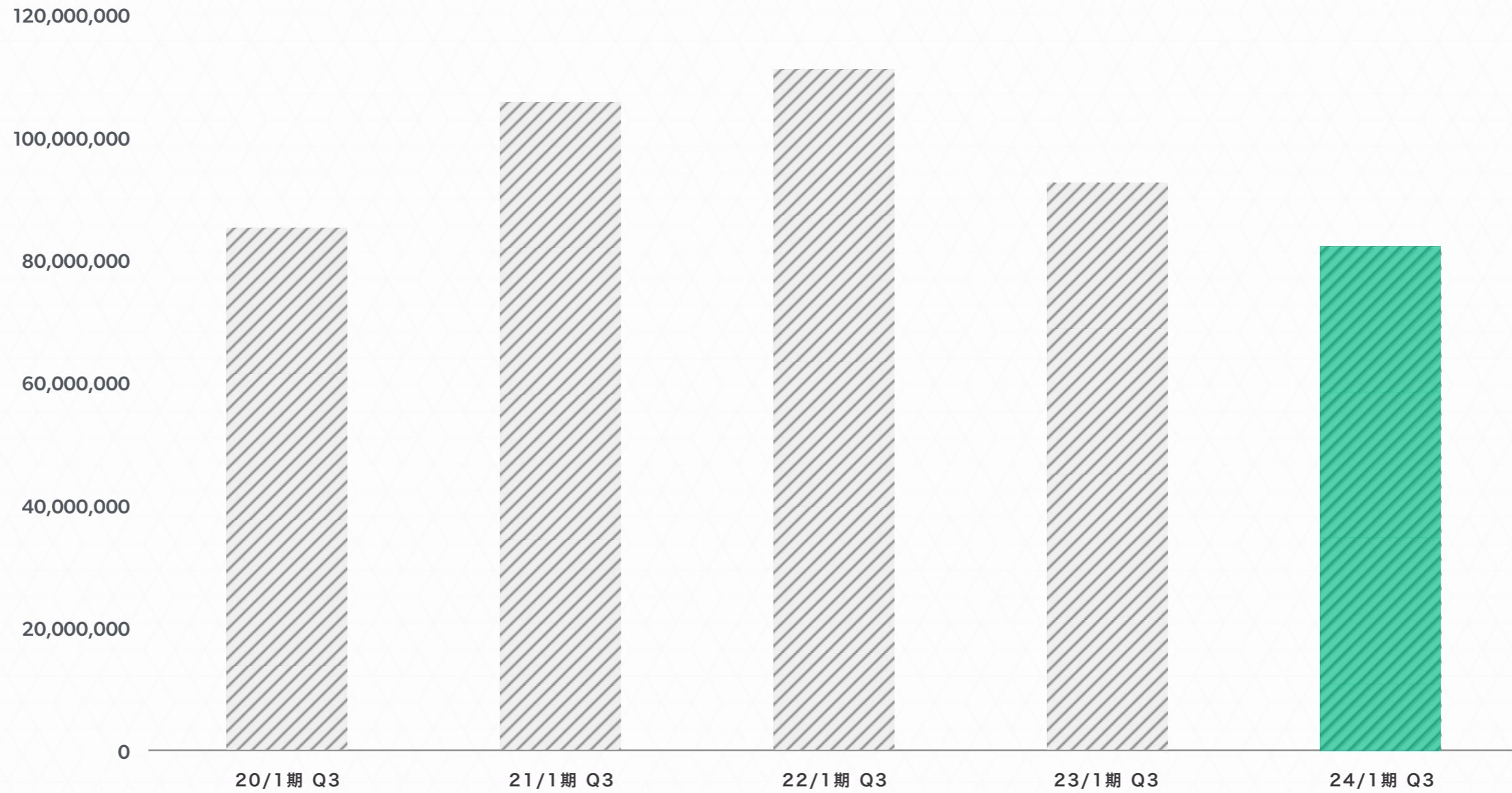
BUYMA取扱件数 (単位：件)



*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

*アクティブ会員数：過去一年間に購入履歴がある会員数

リアル店舗への客足回帰やインフレ・円安起因の出品価格上昇の影響は残るが
セッション数の減少ペースは徐々に落ち着く



依然として厳しい外部環境は続いているものの
 『良質な認知獲得』『顧客体験の質向上』『ロイヤル顧客の満足度/LTV最大化』
 の3つの注力テーマの各種取組は着実に進展

テーマ	上期取組内容	Q3取組状況
良質な認知獲得	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 自社SNSの運用強化 ▶ インフルエンサーによる認知拡大 ▶ Live Shoppingの実施 ▶ 商品レビューの強化 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ インフルエンサーとのタイアップ強化 ◆ Studioを使ったタッチポイント創出強化
顧客体験の質向上	<ul style="list-style-type: none"> ▶ AACDプラットフォーム会員に登録 ▶ ヤマト匿名配送の提供開始 ▶ アカウントヘルススコアの導入 ▶ 真贋鑑定サービス強化 ▶ 『世界中から探す』をリリース 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 『AIでさがす』をリリース ◆ 『あんしんナビ』をリリース ◆ ネガティブフィードバック受領時の顧客サポートを一層強化
ロイヤル顧客の満足度/ LTV最大化	<ul style="list-style-type: none"> ▶ コンシェルジュサービス対象者の拡大 ▶ コンシェルジュサービスLINE窓口開設 ▶ プレミアムメンバー限定クーポン配信 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ AMEX×BUYMAコンシェルジュ



BUYMA注力テーマの取組みを強化し、商戦期であるQ4に挑む

*主要な取組内容に限定して記載しているため、全ての取組事項を網羅的に記載しているわけではありません。

ファッション感度の高い人々が集まる渋谷のスタジオで積極的にイベント開催
インフルエンサーの投稿やスタジオへの来店などを促進し
BUYMAならではの品揃えや世界観を訴求



インフルエンサーによる投稿

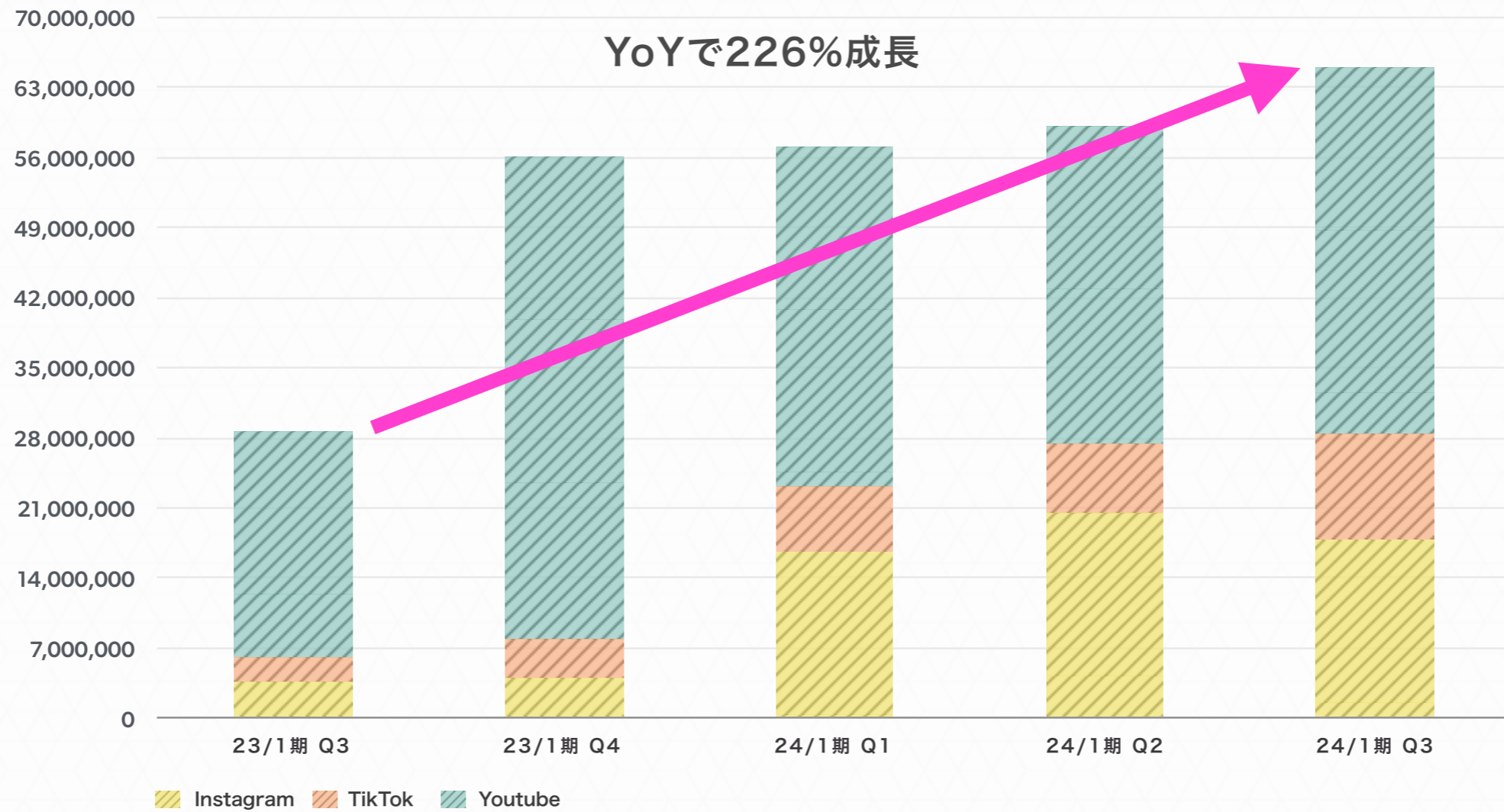
STANDOILのバッグずっと気になって今日やっと初めて本物に出会えた！見た目すごい高級感あって重厚な雰囲気あるのに持った瞬間軽.....え????????!! って声出たwww 内ポケットもあるし持ち手も長くて使い易いし可愛いだけでなくちゃんと実用的なことも人気の理由なんだぁ...と勉強なった



閲覧数：100万回表示

インフルエンサーとのタイアップ施策もあり インプレッション数はYoYで226%成長

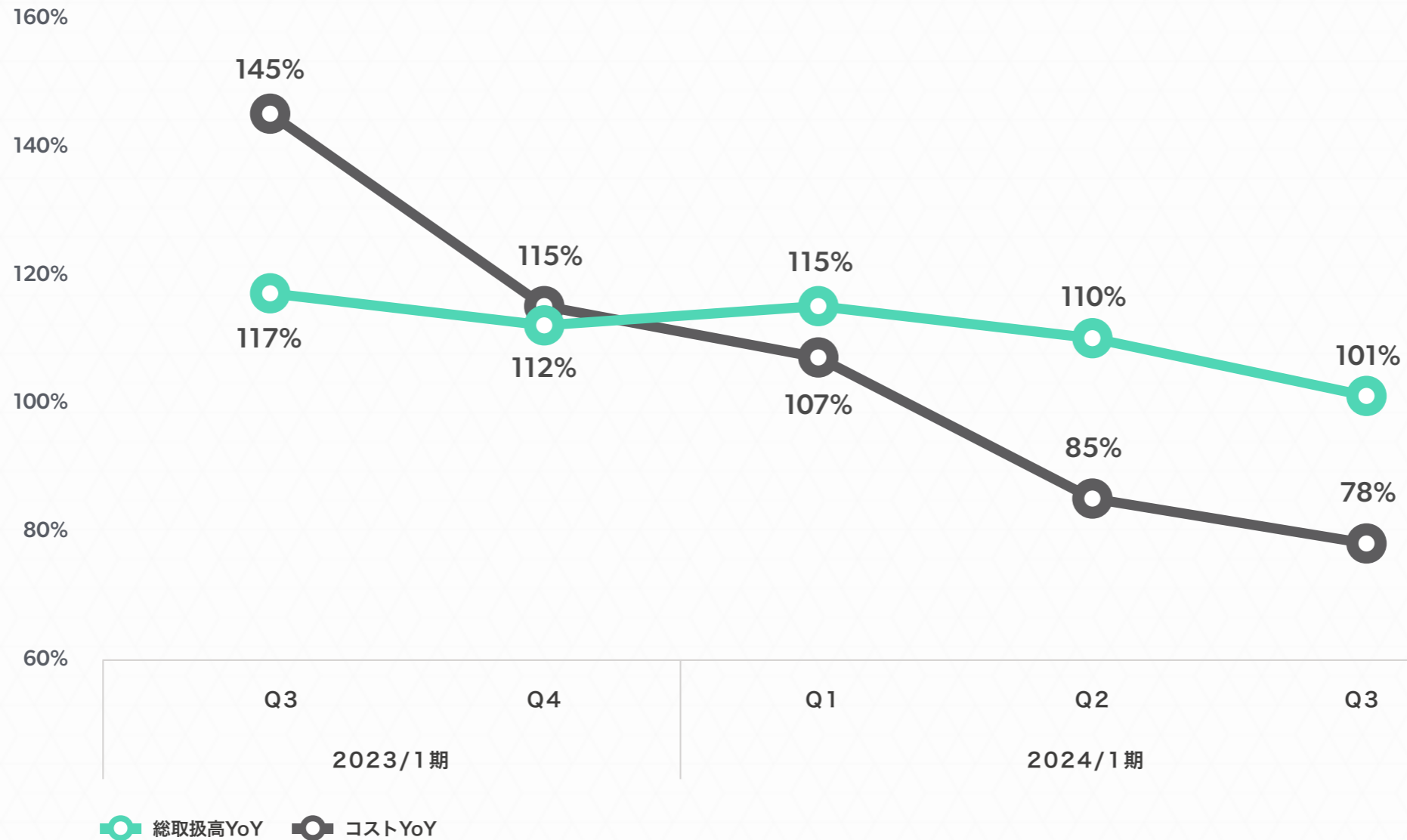
主要SNSインプレッション数



*X (旧: Twitter) の正確なインプレッション数が把握できなくなったため、今回の資料よりXの数値を除いております。

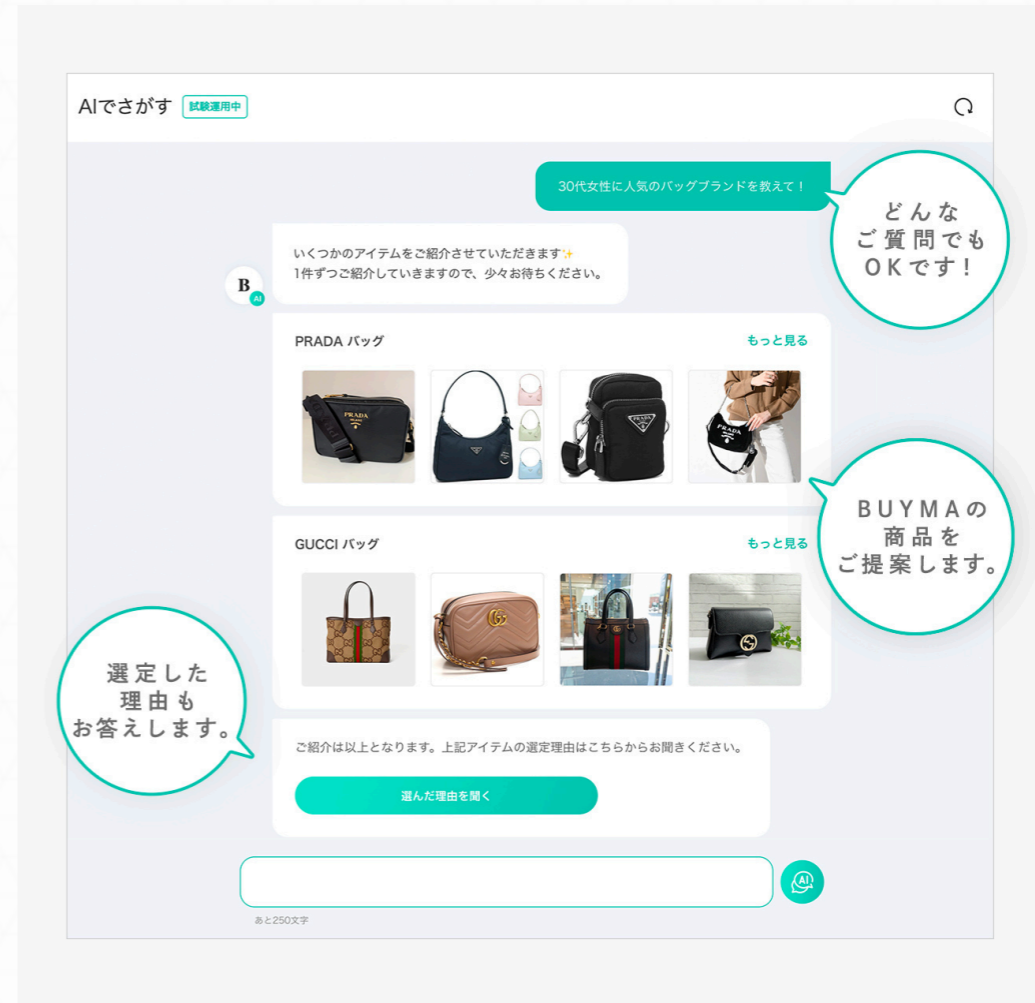
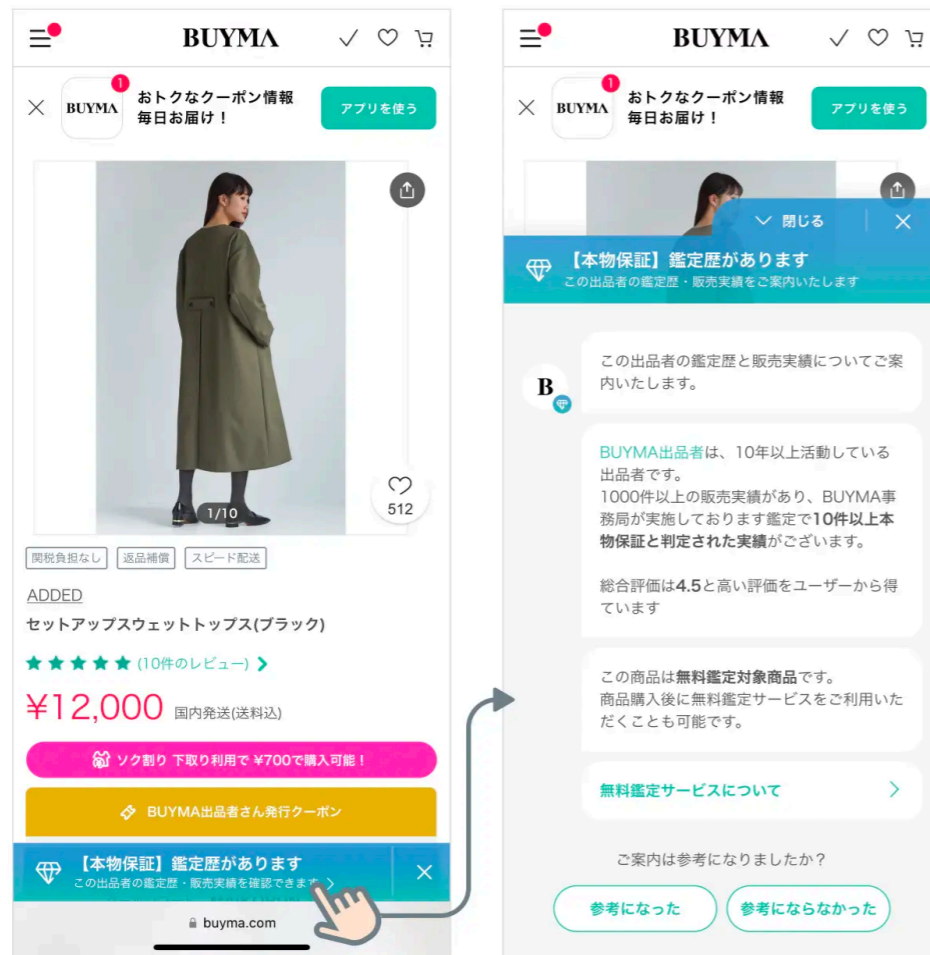
継続して行っているBBDDセールやクーポン/タイムセール/ポイントコストの費用対効果が改善し、コストを抑えながらも総取扱高の成長を継続

クーポン/タイムセール/ポイントを利用した総取扱高とコストのYoY推移



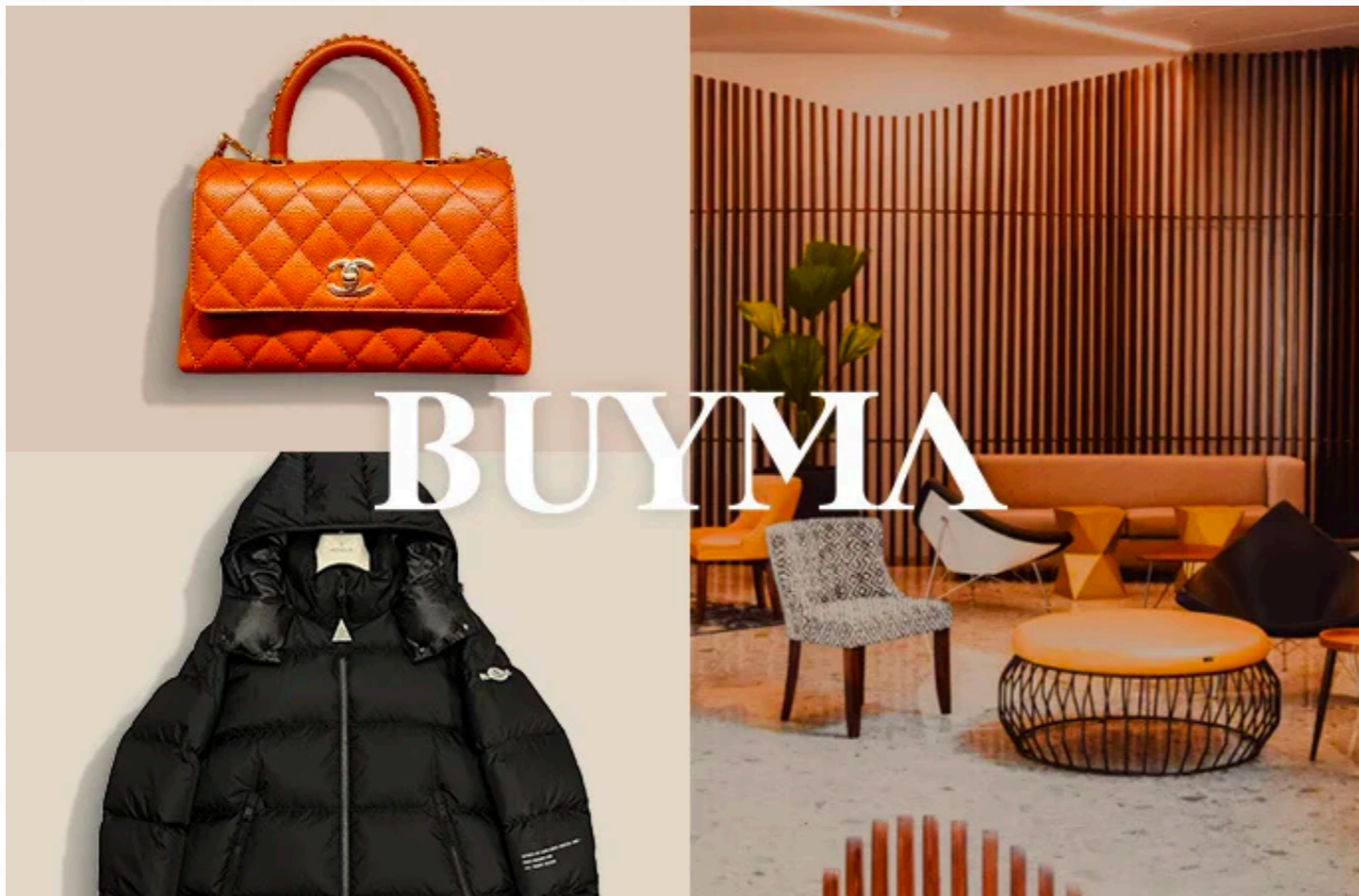
*BBDD (BUYMA BIG DEAL DAYS) は、滅多にセールになることのない人気ブランドの定番アイテムなど、驚きのラインナップがお得に買えるBUYMAの「すごい」セールのことです。
 *ここでの総取扱高は、クーポン/タイムセール/ポイントを利用した総取扱高を示しております。また、コストについてもクーポン/タイムセール/ポイントを利用したコストの総額を示しております。

これまで蓄積した鑑定データによる「あんしんナビ機能」と Chat GPTを駆使した「AIでさがす」の提供により、 BUYMAがより安心して快適なサービスに進化



*「あんしんナビ機能」は10月31日、「AIでさがす」は11月1日より一部のユーザーに向けて試験的に提供を開始しております。
今後、ユーザーからのフィードバック等を参考にアップデートを行い、全ユーザー向けにサービスを本格展開予定。

アメリカン・エクスプレスのプラチナ・カード®会員様限定に
BUYMAの招待制プライベートサービスへのお申込みを開始
新たなVIP顧客の利用を促進



これまでBUYMAを利用したことがない
アメックスのプラチナ・カード®会員
にリーチ

外部環境が厳しい中でも購買力が高い
富裕層にターゲットを絞り、
BUYMAの利用促進を狙う

*アメリカン・エクスプレスのプラチナ・カード®会員様限定に、2023年11月7日から2023年11月20日までの間、期間限定でサービスを実施致しました。

新収益基盤構築の状況

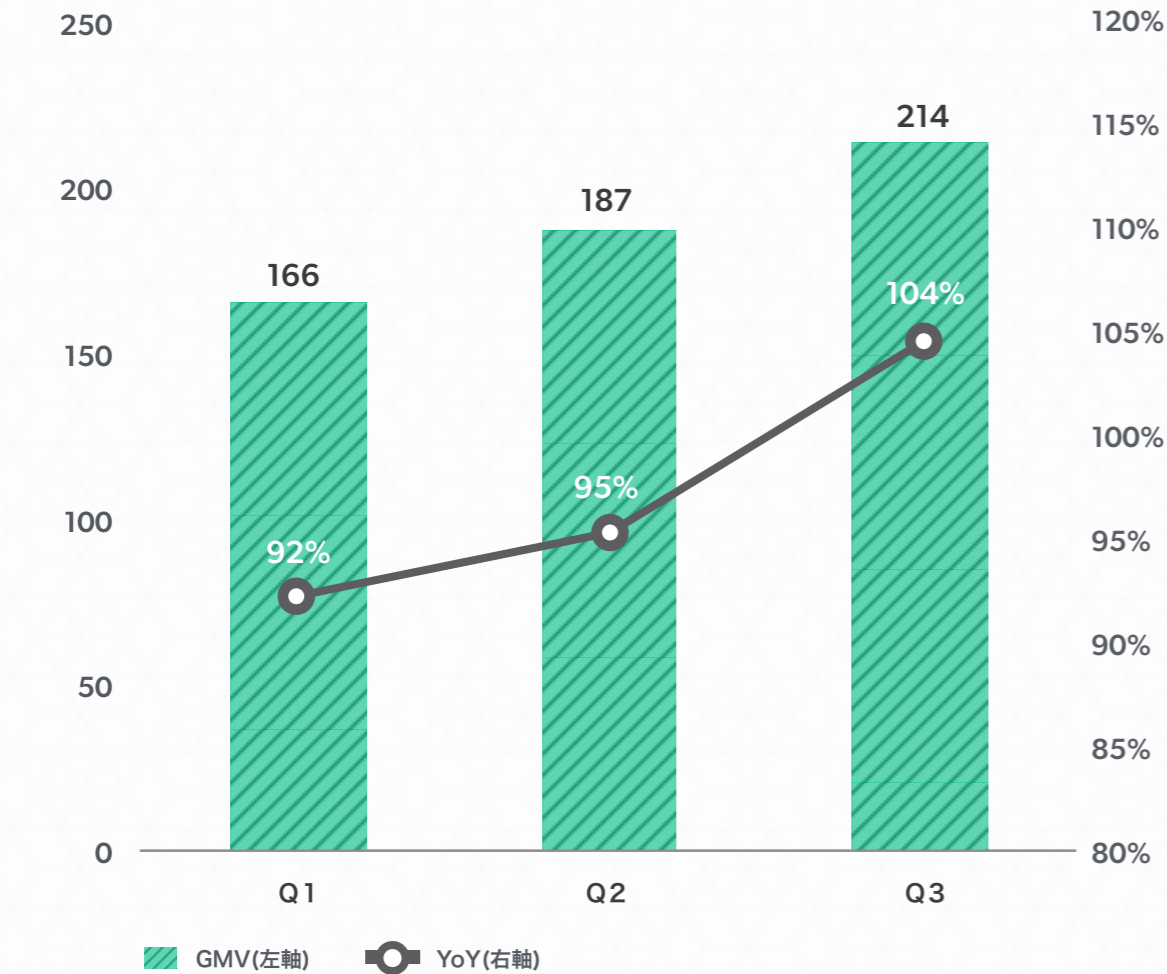
PS Elite*拡充施策に加え、 Connected TV広告配信による新たな顧客獲得に伴い Q3の総取扱高はYoY104%と業績回復が進展

総取扱高
(単位：百万円)

総取扱高

総取扱高
YoY

Q3進捗



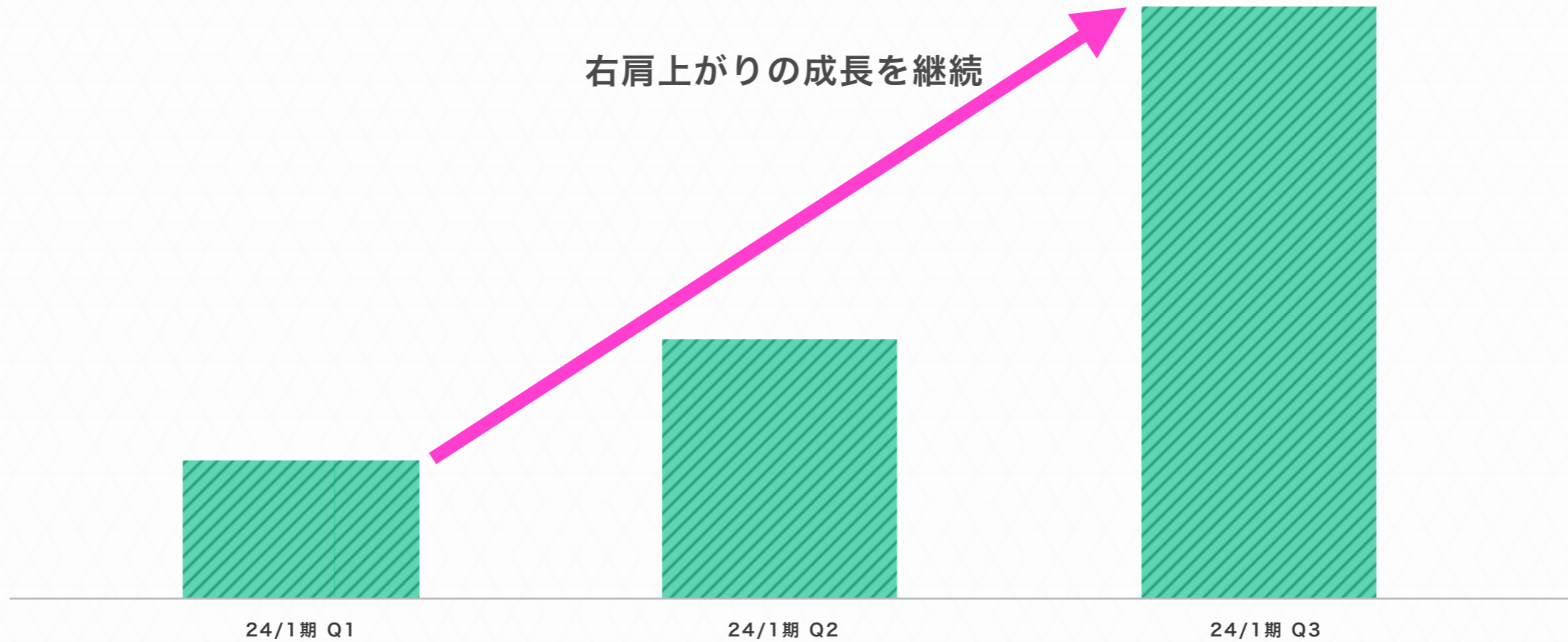
PS Elite	PS Elite数はYoY168% PS Elite経由の総取扱高はYoY186%
Advertisement	9月末よりアメリカを対象にConnected TV広告配信を開始し、新たな顧客へもアプローチ
CVR	PS Elite拡充施策及びConnected TV広告配信施策等によりCVRはYoY115%

*PS Elite：GLOBAL BUYMA専属出品者の総称です。

TRAVEL予約金額はQ1からQ3にかけて 296%成長と堅調に推移

BUYMA TRAVEL 予約金額

右肩上がりの成長を継続



BUYMA TRAVELと旅ナカ予約サイト『Hello Activity(ハロアク)』との アカウント連携を開始！TRAVEL領域を強化

旅ナカ市場のSpecialty Marketplaceを目指し、グループ内の連携強化

enigma

BUYMA TRAVEL

プライベートツアーを提供

×

持分法適用関連会社

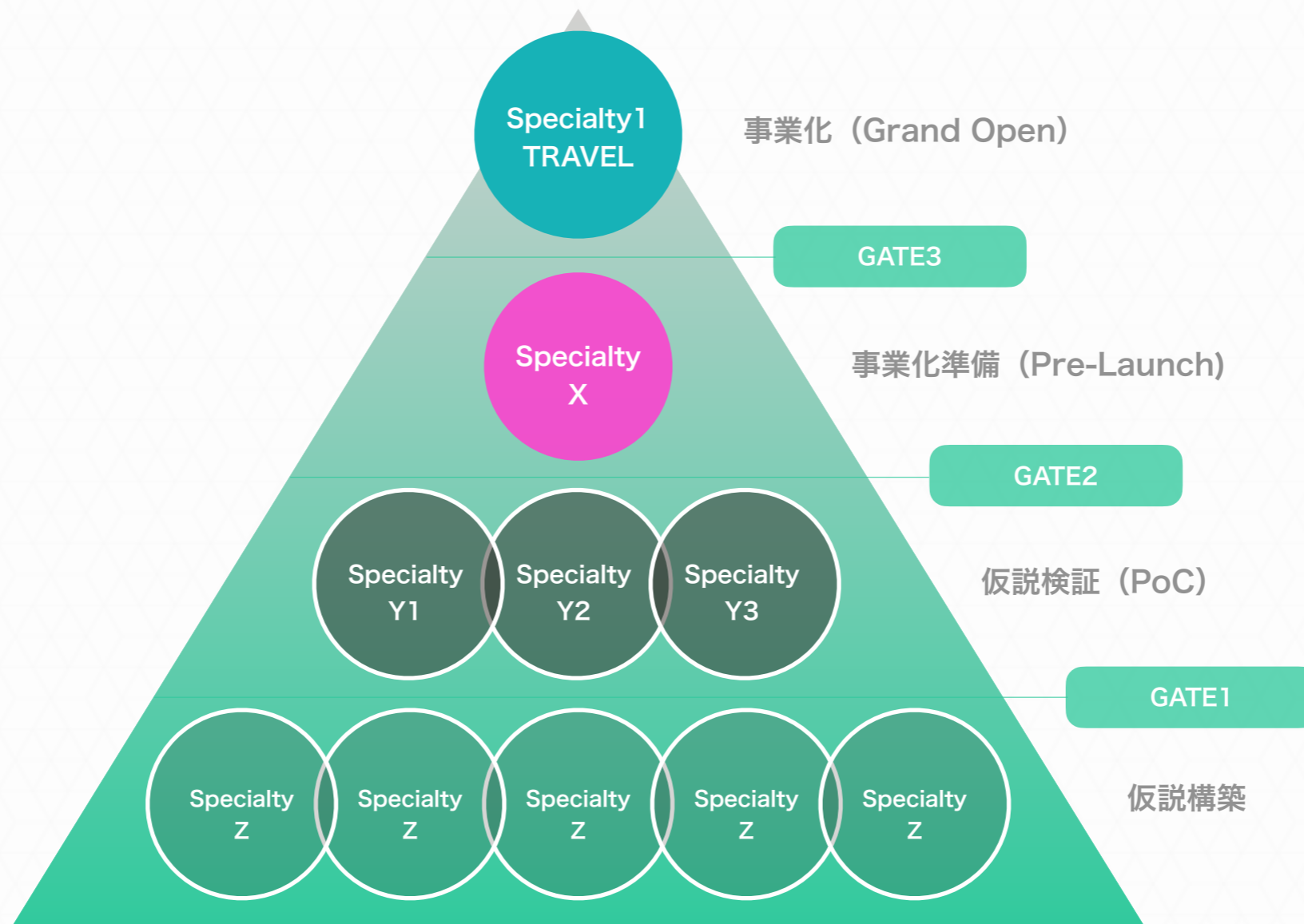
meguru

Hellö Activity

国内外のアクティビティを提供

新領域「X」は当該領域のスタートアップとアライアンス締結
テストマーケティングを実施し、需要を確認
第4四半期から開発に着手し、来年度のGrand Openに向け順調に進捗

～新規事業GATE管理プロセス～



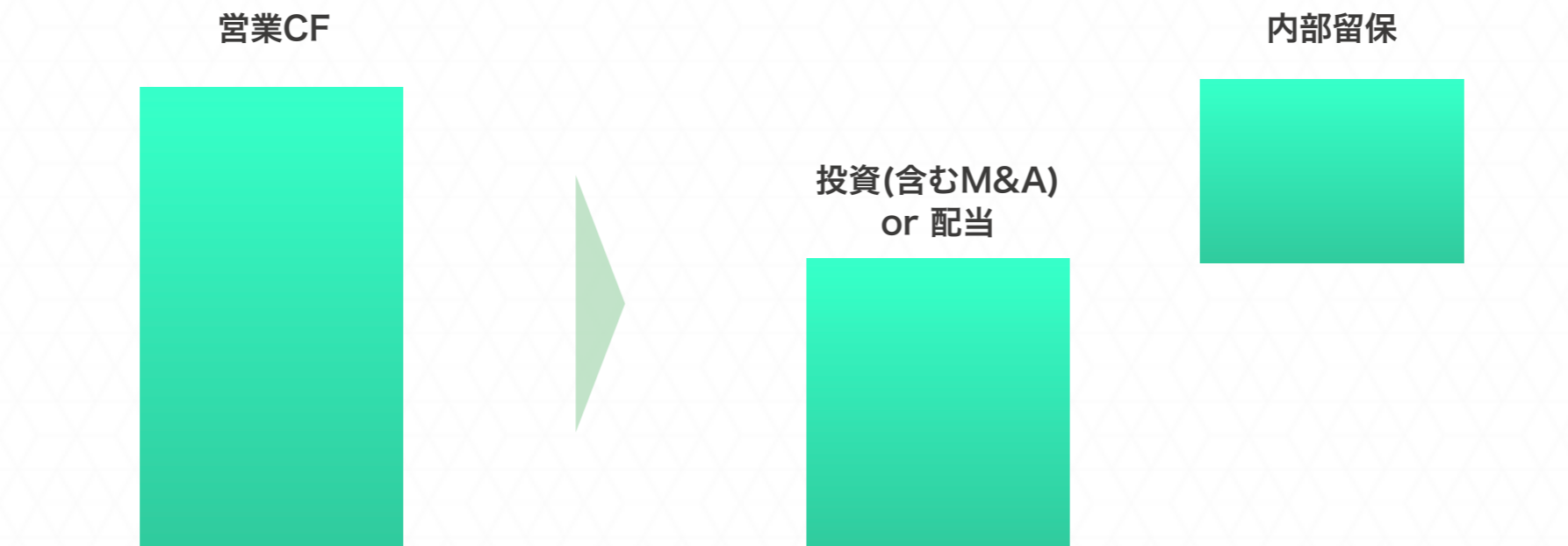
株主還元

一株あたり10円の普通配当を実施予定 強固な財務基盤を背景に安定配当を継続（5期連続）

【配当方針】

当社は引き続き成長過程にあるため、成長投資（M&A や資本提携のみならず、人財への投資や売上成長をもたらす戦略的マーケティング投資も含む）を最優先としております。

来期以降の配当につきましては、成長投資や当面の資金需要次第では配当を実施しない場合もございますが、業績の推移・財務状況、今後の事業・投資計画等を総合的に勘案し、内部留保とのバランスを取りながら行っていく方針です。



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