

# 株式会社デファクトスタンダード

(東証マザーズ : 3545)

2017年9月期 通期

決算説明資料

2017年11月1日

1. 通期決算の概要	… 3
2. 対面市場の振り返り	… 10
3. 2017年9月期の取り組み	… 14
4. 2018年9月期の施策	… 19
5. appendix	… 26

1. 通期決算の概要	… 3
2. 対面市場の振り返り	… 10
3. 2017年9月期の取り組み	… 14
4. 2018年9月期の施策	… 19
5. appendix	… 26

# 2017年9月期 決算ハイライト

①増収増益、年間利益計画達成！

---

②買取：新CMなどの施策により、新規申し込み約20%増

---

③販売：1販路依存から自社販路・海外販路へと転換が本格化

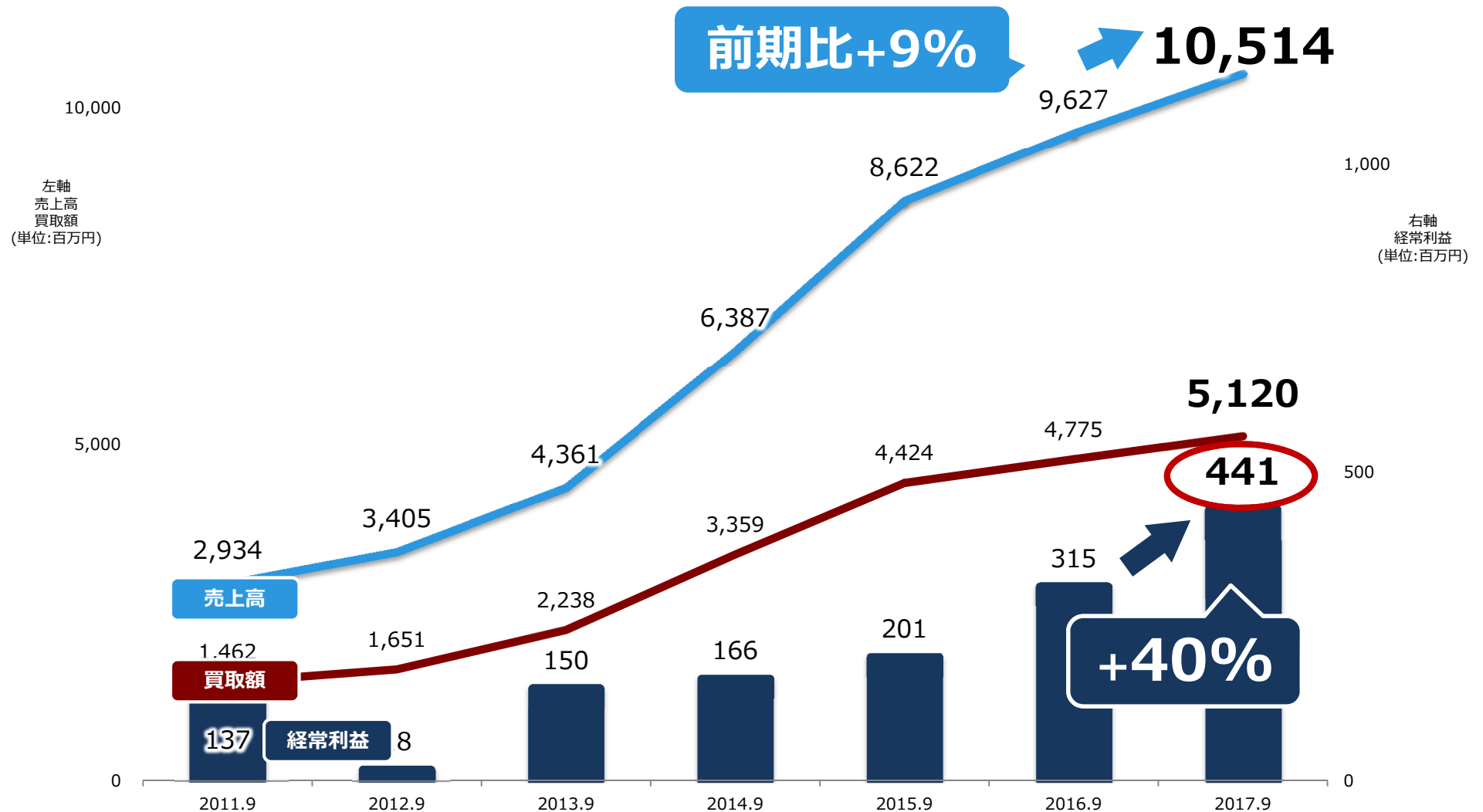
---

④出品業務の在宅ワーク化大幅増により、コスト削減を実現

---

# 1-1 売上高・仕入高・経常利益推移（通期）

2017年9月期売上105億円、経常利益 対前期比1.4倍成長



# 1-2 2017年9月期 決算損益 (対前期)

買取申し込みの増加を背景に、売上前期比9.2%増

(単位:百万円)

	通期/FY2016		通期/FY2017		対前期	
		売上比		売上比	増減額	増減率
売上高	9,627		10,514		886	9.2%
仕入高	4,775	49.6%	5,120	48.7%	344	7.2%
売上総利益	4,885	50.7%	5,408	51.4%	522	10.7%
販管費	4,554	47.3%	4,969	47.3%	414	9.1%
営業利益	331	3.4%	439	4.2%	107	32.5%
経常利益	315	3.3%	441	4.2%	125	39.9%
当期純利益	207	2.2%	304	2.9%	97	46.8%

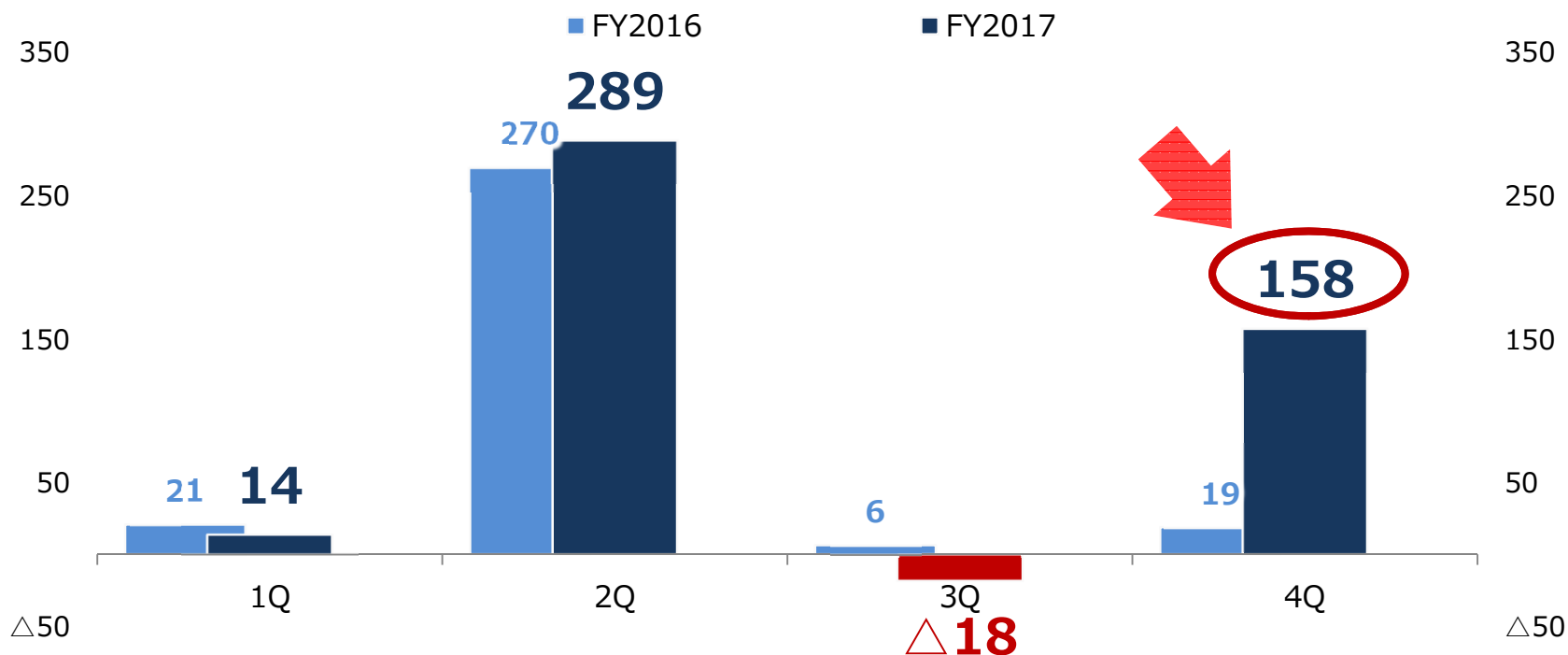
- 売上高 : 仕入高 (買取金額) の伸長により**前期比9.2%増**の105億円。
- 仕入高 : ブランディア買取サービスの新CM投下やスマホアプリリリース等により**同7.2%増**の51億円。
- 売上総利益 : 売上総利益率は**同0.7ポイント改善**の51.4%。
- 営業利益 (販管費) : ①広告宣伝費は**同5.3%増**の14.5億円。(対売上高比は14.3%→**13.8%**)  
 ②雑給は**同13.8%増**の9.9億円だが、人材派遣費等を含めた業務人件費率は改善。  
 ③物流費用は**同17.3%増**の7.1億円。(買取・販売商品の増加=単価下落に伴うもの)

## 1-3 四半期ごとの業績について

コスト効率化により、4Qで1.6億円の経常利益を獲得

- 自社販路比率の向上により、**販売手数料率**を継続低下。
- 出品業務のアウトソース化(在宅ワーク化)を引き続き拡大させることにより、**採用費用**を削減。
- アウトソースの中でも、事業者へのアウトソースよりも“個人”へのアウトソース比率を増加させることにより、さらに**業務委託費**を圧縮。
- これらのコスト構造の変化は、**翌期にもプラス効果**。

(経常利益 / 単位:百万円)



# 1-4 2017年9月期 貸借対照表 (対前期末)

## 売上増に伴い現預金増、自己株式1.2億円取得

(単位:百万円)

	FY2016 9月期末	FY2017 9月期末	増減額	コメント
<b>資産の部</b>				
●流動資産	3,602	3,780	178	■現金及び預金：+1.2億円 ■商品：+0.1億円
●固定資産	212	278	66	
資産合計	3,814	4,058	244	
<b>負債の部</b>				
●流動負債	612	648	35	
●固定負債	84	96	12	
負債合計	697	744	47	
<b>純資産の部</b>				
●株主資本	3,116	3,313	197	■自己株式取得1.2億円
●新株予約権	0	0	0	
純資産合計	3,117	3,314	197	
負債・純資産合計	3,814	4,058	244	



# 1-5 2017年9月期キャッシュ・フロー計算書 (対前期) DEFACTO STANDARD

利益計上に伴い、営業CFは引き続きプラス

(単位:百万円)

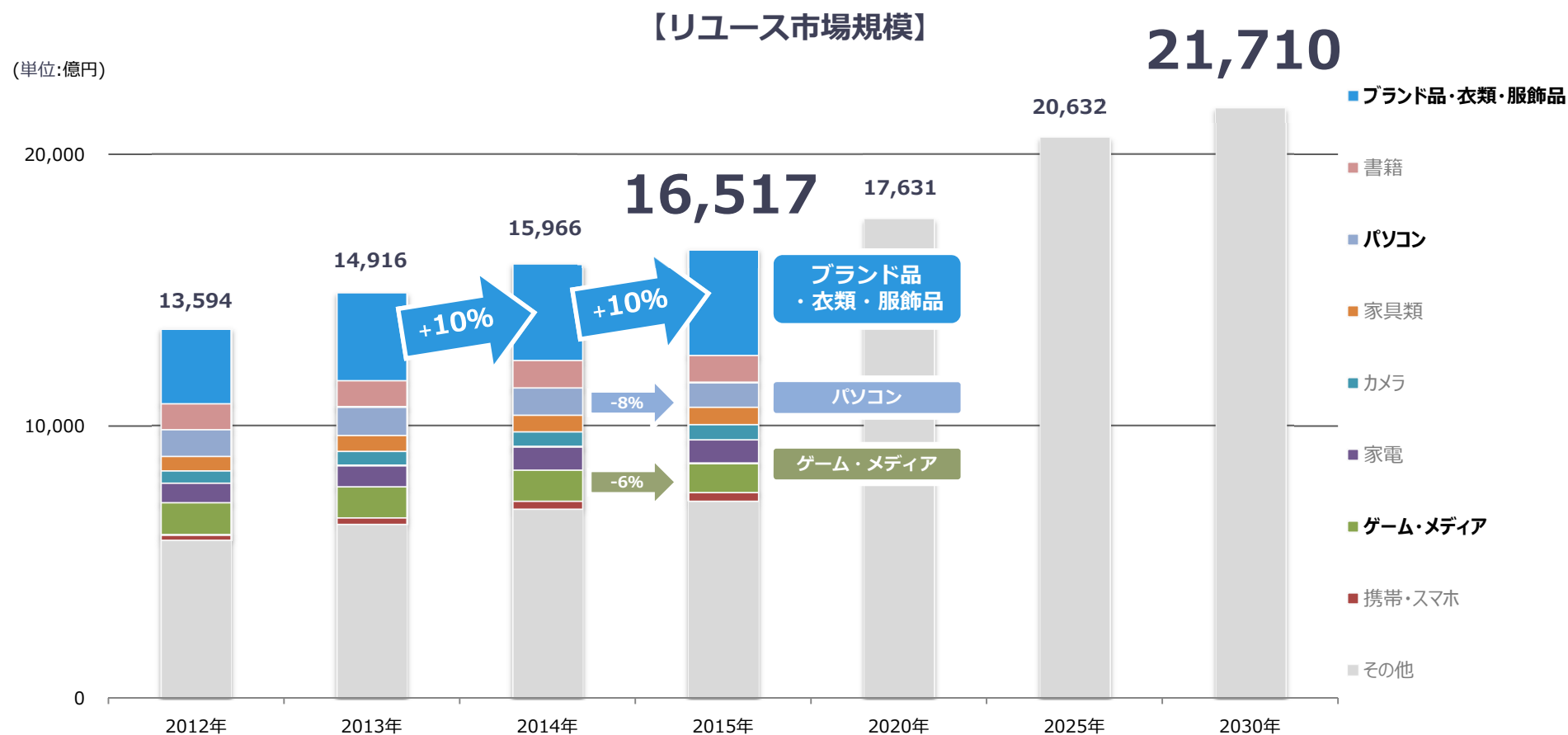
	FY2016 通期	FY2017 通期	増減額	FY2017通期の主な内容
営業活動による キャッシュ・フロー	298	325	26	■営業キャッシュフローは引き続き プラス
投資活動による キャッシュ・フロー	△7	△80	△72	■倉庫棚の取得0.6億円
財務活動による キャッシュ・フロー	1,879	△107	△1,987	■前期は上場による資金調達 約18.9億円 ■当期は自己株式取得支出1.2億円
現金及び現金同等物に係る 換算差額	0	0	1	
現金及び現金同等物の 期末残高	2,327	2,465	137	

1. 通期決算の概要	… 3
2. 対面市場の振り返り	… 10
3. 2017年9月期の取り組み	… 14
4. 2018年9月期の施策	… 19
5. appendix	… 26

## 2-1 2017年9月期 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%)。

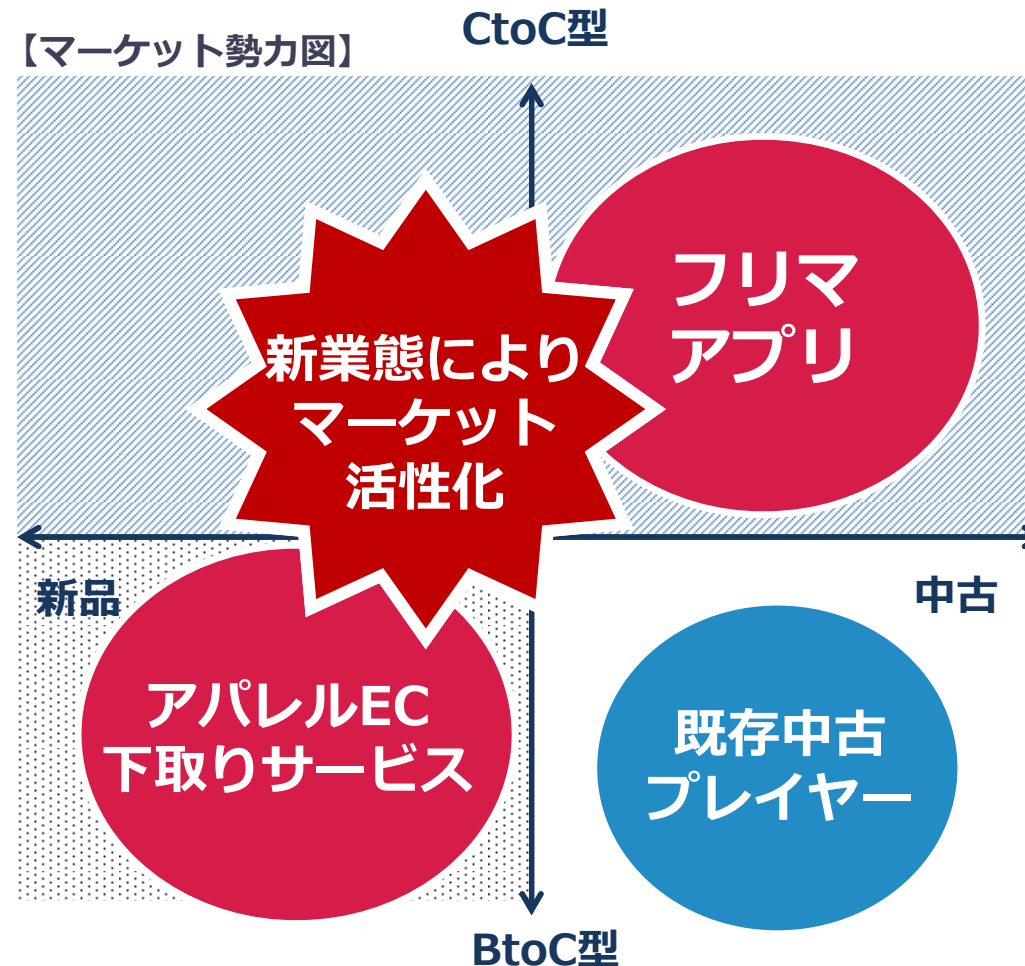


出所：(株)リフォーム産業新聞社『リサイクル通信 中古市場データブック2017』推計を基に当社集計

## 2-2 ブランド・ファッションリユースの動向

### 新業態の誕生によりマーケットがさらに活性化

- リユースマーケットのけん引役であった“オークション”に加え、“フリマアプリ”伸長によりCtoCが活性化。
- BtoCにおいてアパレルEC事業者の下取りサービス開始。



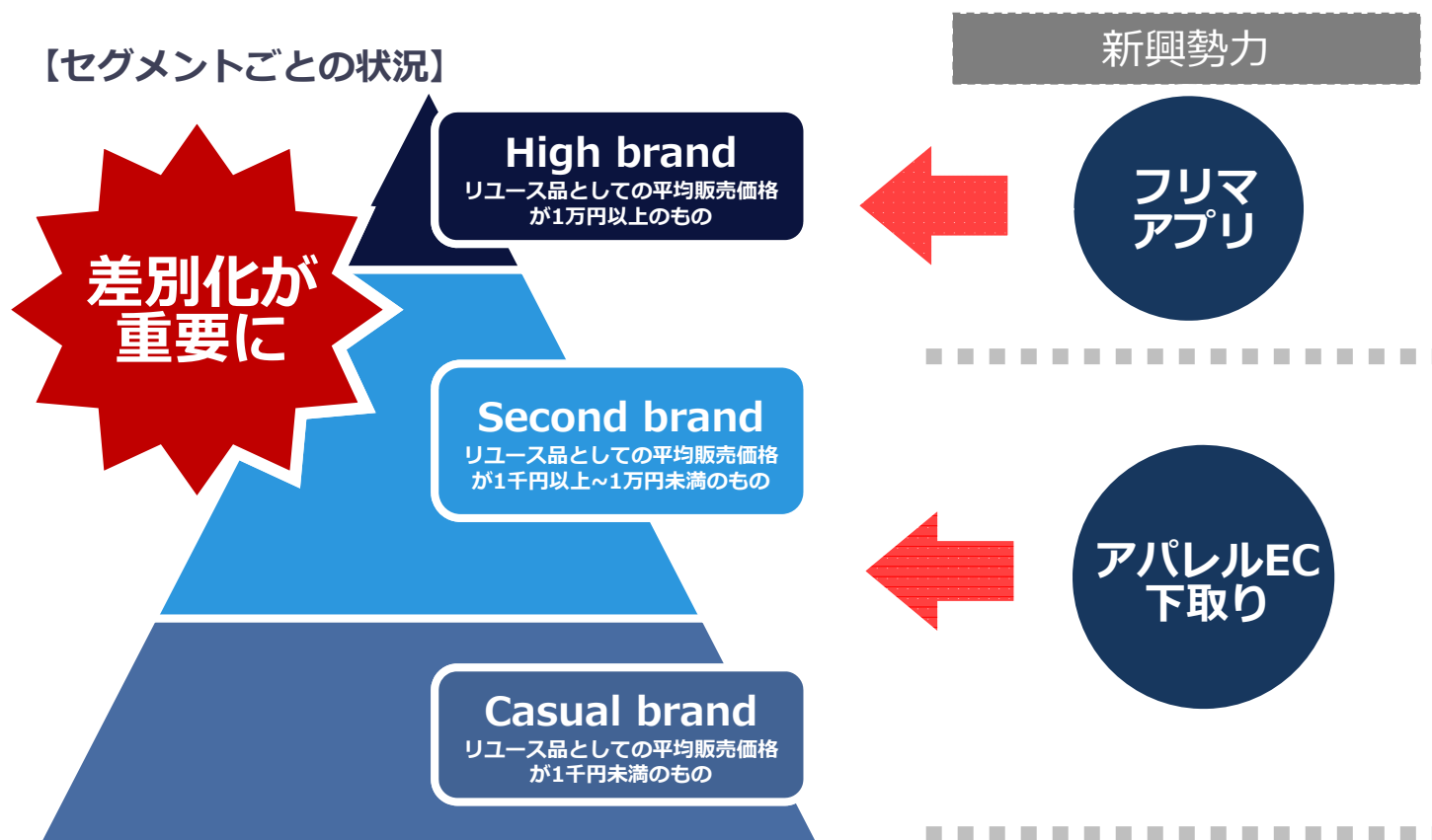
## 2-3 セグメントごとの動向

### 更なる成長には差別化が重要に

- 新業態の参入により各セグメントごとに競争激化。
- “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**差別化が重要に**。



1. 通期決算の概要	… 3
2. 対面市場の振り返り	… 10
3. 2017年9月期の取り組み	… 14
4. 2018年9月期の施策	… 19
5. appendix	… 26

## 2017年9月期の取り組み ハイライト

### ① 低単価アパレルの取り込み

- 出品業務の在宅ワーク化によるコスト削減
- 自社販路の育成によるコスト削減

### ② 圧倒的集客の実現 (新規買取申し込み20%増)

- SEO施策、TVCM賞受賞

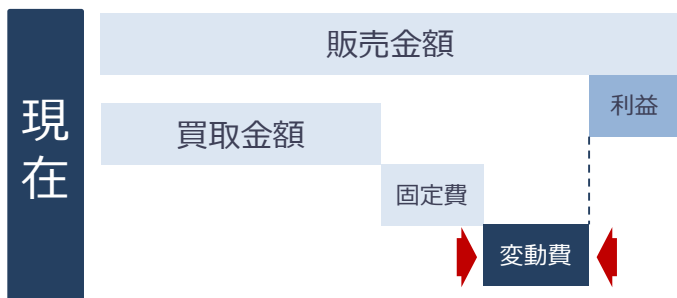
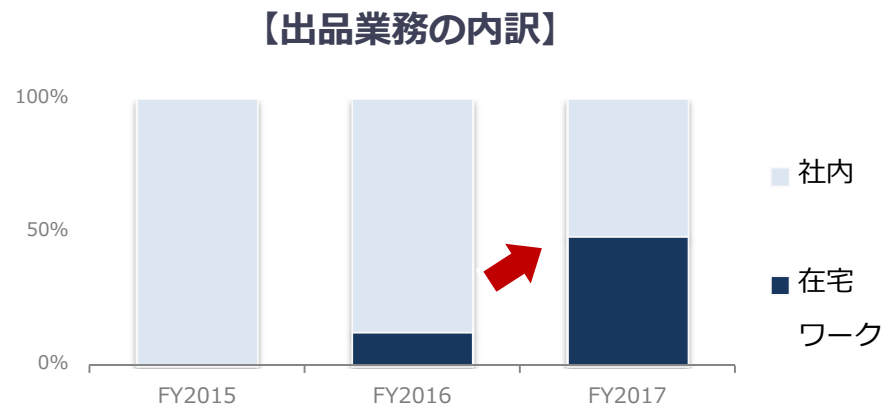
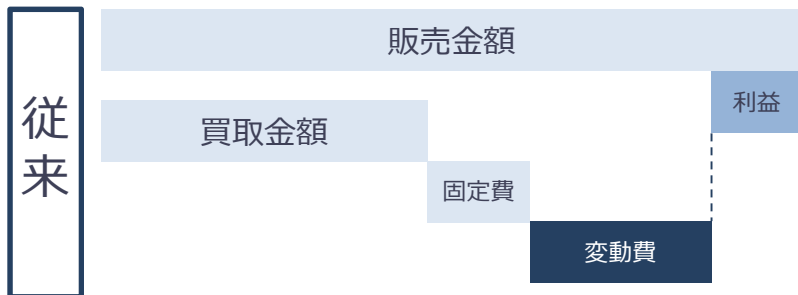
### ③ 海外販売体制の確立

- ebayへの本格出品用のツールを独自開発

# 3-1 2017年9月期の取り組み①

## ①低単価アパレル商材でも利益が出る体制へ

- 出品業務の在宅ワーク化による、業務人件費の圧縮
  - 自社販路の育成による、販売手数料の圧縮
- 以上により、**低単価アパレル商材でも利益が出る体制**を実現いたしました。



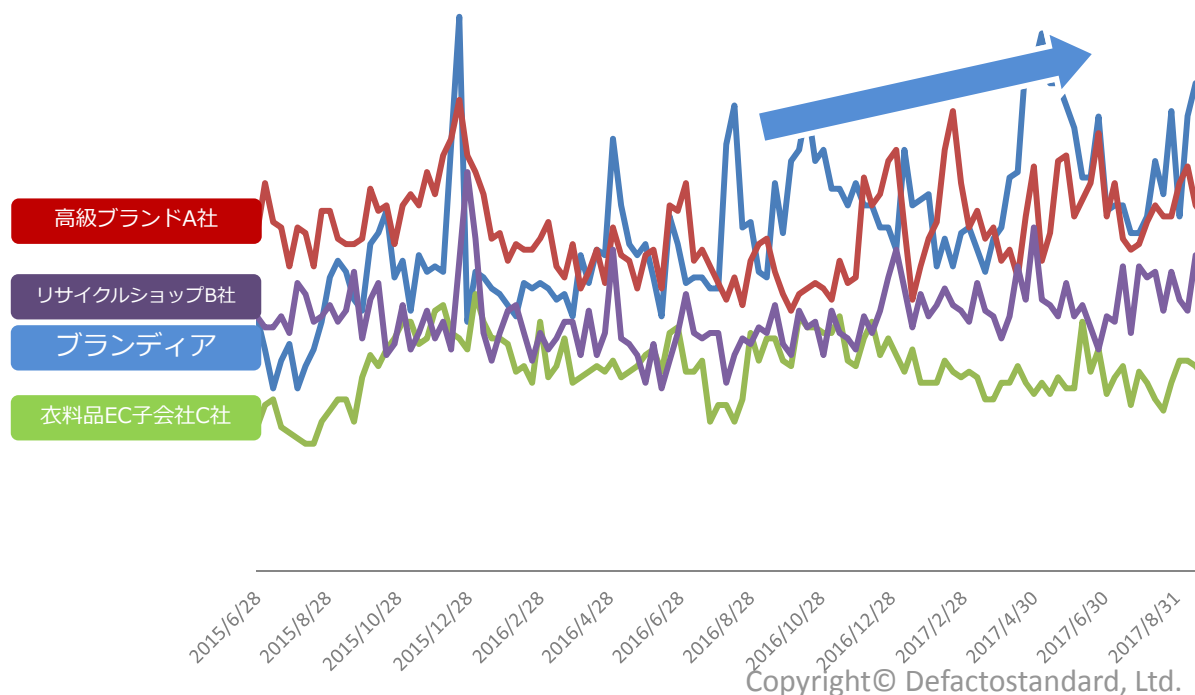


## 3-2 2017年9月期の取り組み②

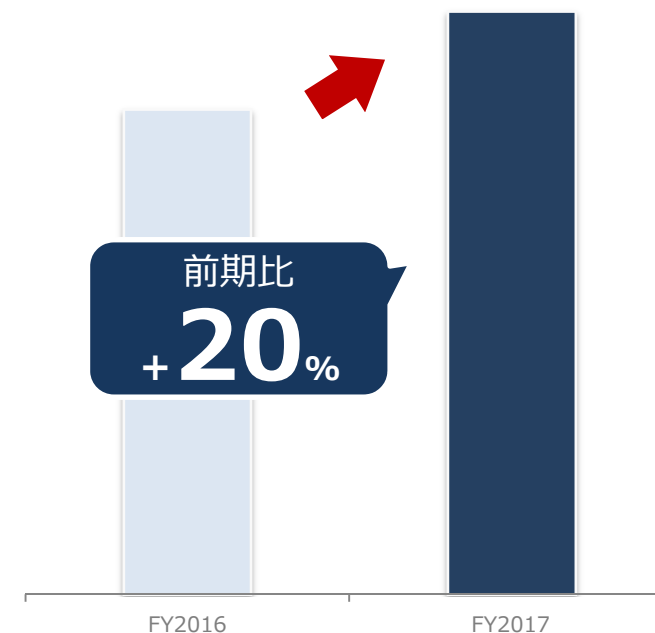
### ②圧倒的集客の実現

- 新CMの実施&SEO対策の継続実施により、グーグルの検索数は右肩上がり推移いたしました。
- 新CMは「流通・販売カテゴリ」の銘柄別CM好感度ランキングで初の**1位**を獲得いたしました。  
(※) 本ランキングは、CM総合研究所が東京キー5局でオンエアされた全CMを対象に、関東一都六県在住の3,000人に実施する「月例CM好感度調査」より集計されたものです。  
(2017年4月20日~2017年5月19日の調査期間中、「流通・販売カテゴリ」においてオンエアされたのは全127銘柄)
- このCMにより、新規の買取申し込みが前期比**20%増加**いたしました。

【グーグル検索数推移】



【新規買取申し込み数】



# 3-3 2017年9月期の取り組み③

## ③海外販売体制の確立

- ebay向けの出品ツールを独自開発し、売上高に占める海外販路の比率が**2.9%**へ向上いたしました。

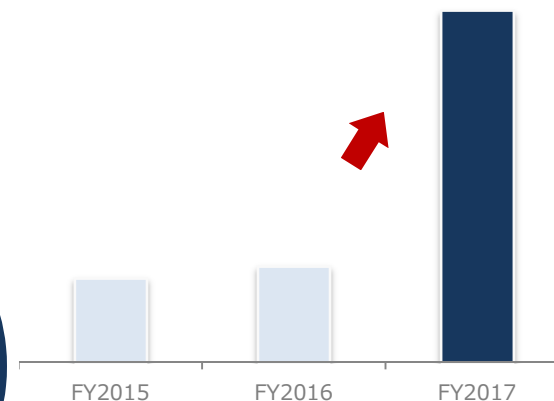
【ebayTOPページ】



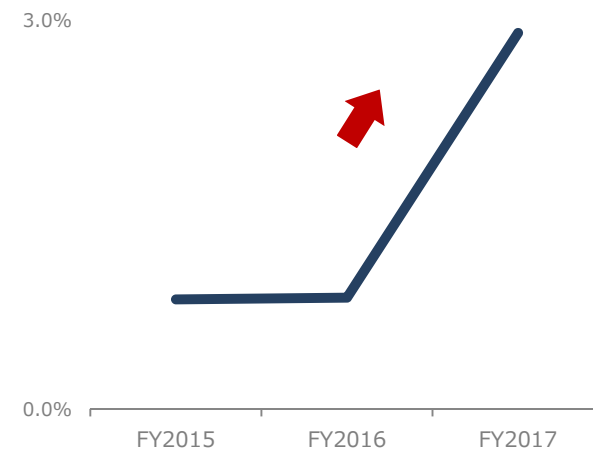
本格出品用の  
ツール実装

海外比率  
2.9%へ  
向上

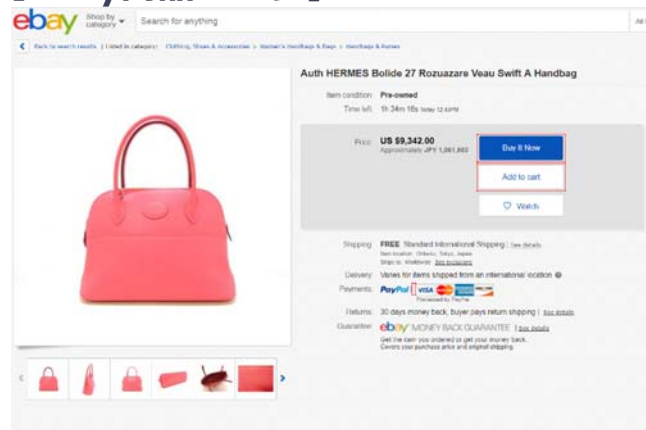
【ebay売上高推移】



【売上高海外比率】



【ebay商品ページ】



1. 通期決算の概要	… 3
2. 対面市場の振り返り	… 10
3. 2017年9月期の取り組み	… 14
4. 2018年9月期の施策	… 19
5. appendix	… 26

## 2018年9月期の施策

■市場は活性化し、再びの成長軌道に！

### ①販売：低単価アパレルの更なる収益化

- One to Oneマーケティングによりマッチング率引き上げ
- ポイント施策により、自社販路比率を30%台へ

### ②買取：中高額商材の取り込み強化

- 顧客接点の多面化 アプリ・ポイント・下取り・CS強化

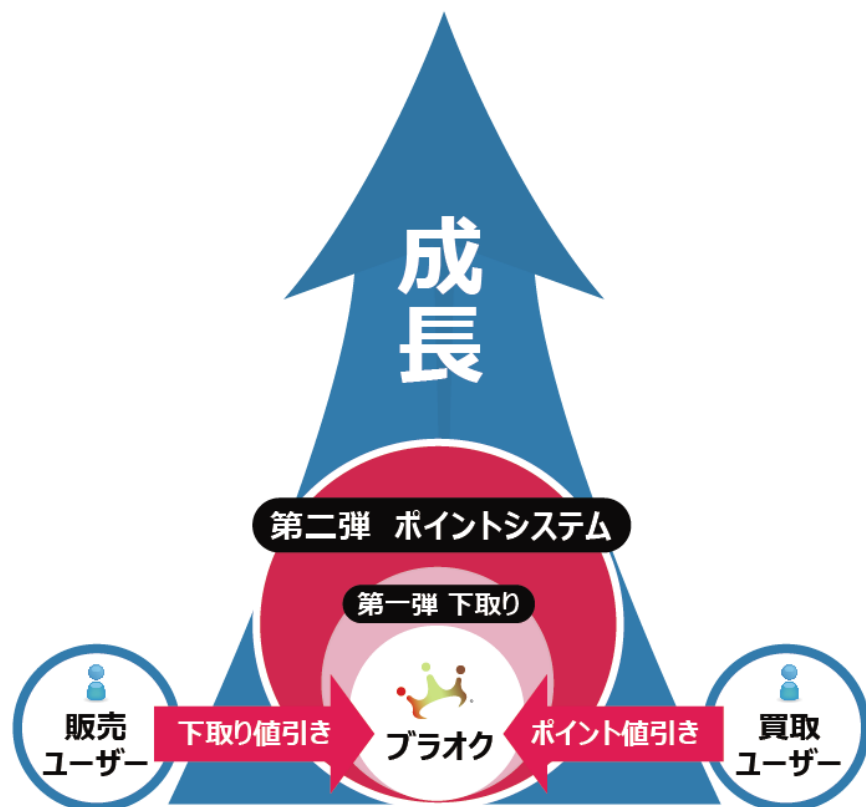
### ③販管費：コスト増に備える

- 物流会社の並列採用強化で物流コストの上昇緩和
- クラウド型アウトソース比率の引き上げで業務コスト削減

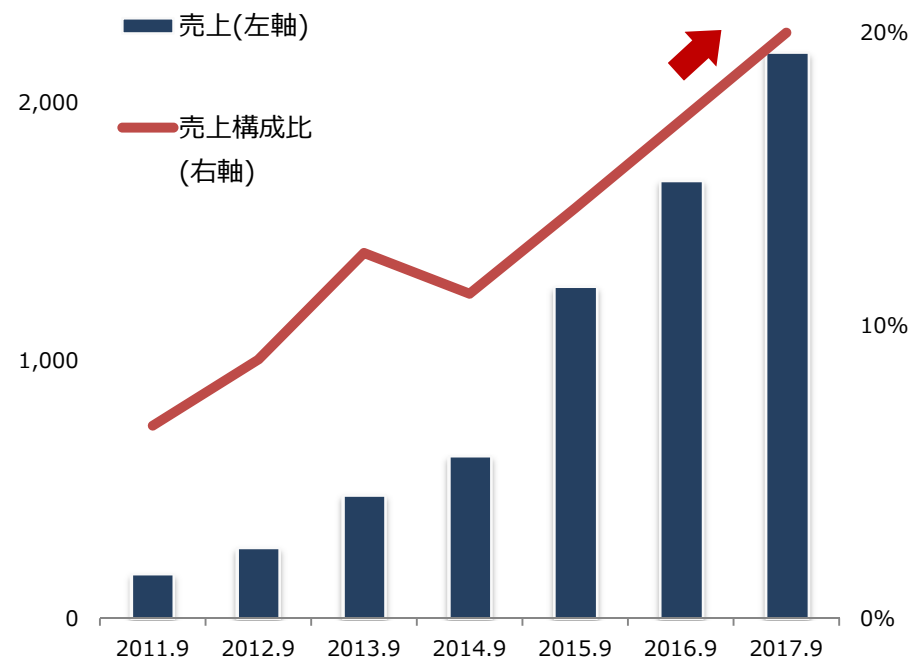
## 4-1 2018年9月期の施策①

### ①販売：低単価アパレルの更なる収益化

- 自社販路である「**ブランディアオークション**」において、One to Oneマーケティングを行うことで、主に低単価アパレル商品を、適切なお客様にお届けします。
- さらに、「ポイントシステム」を導入し、売上比率を**30%**に引き上げることを目標とします。



【ブランディアオークション成長推移】



## 4-2 2018年9月期の施策①補足

### ①販売：低単価アパレルの更なる収益化

- 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。

**「安心・安全」の  
ブランディア**

#### ③真贋トリプルチェック体制



査定研修の修了者であれば、真贋鑑定が可能に。

## 4-3 2018年9月期の施策②

### ②買取：中高額商材の取り込み強化

- 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。  
→ 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。

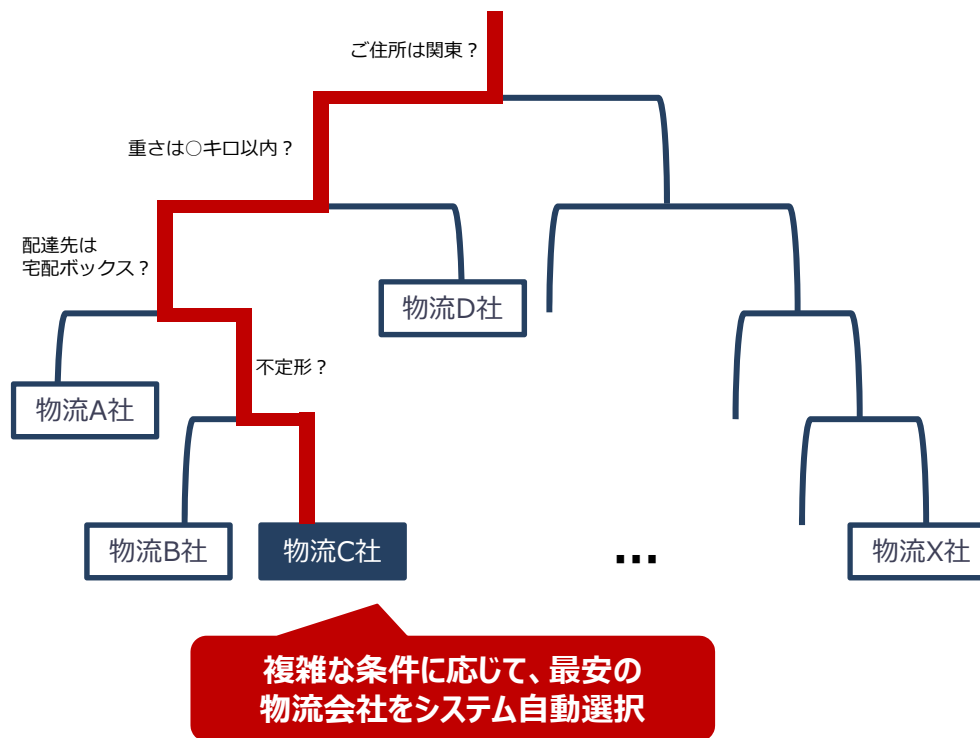


## 4-4 2018年9月期の施策③

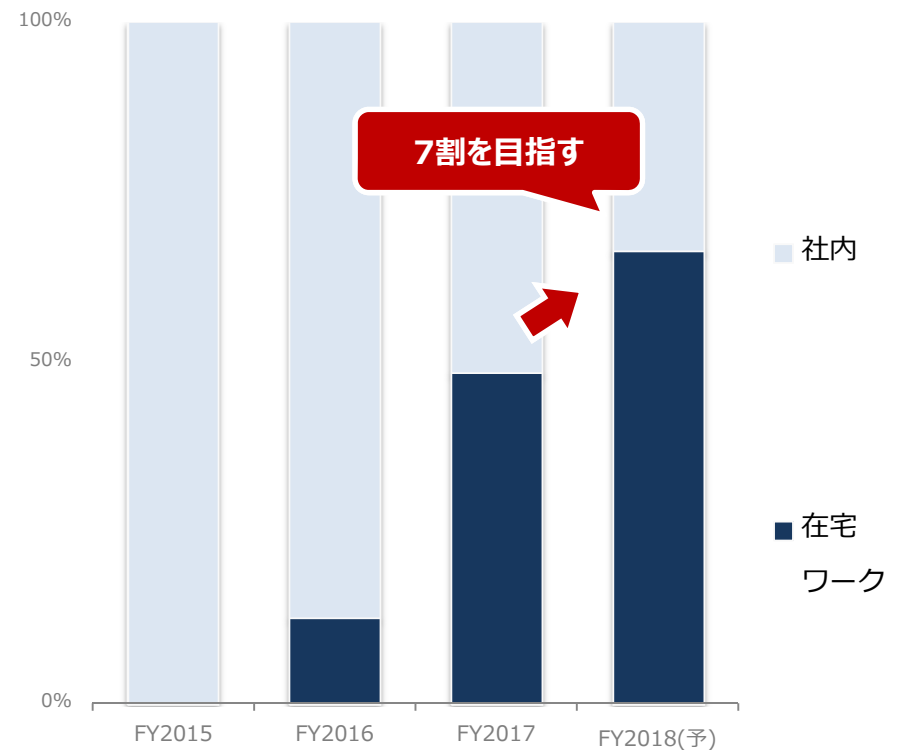
### ③販管費：コスト増に備える

- 物流会社もマルチチャネル化することで、物流コストを最適化します。
- 出品業務の在宅ワーク化(アウトソース化)をさらに推進します。  
→ 以上により、**より強固な収益基盤を確立**し、コスト増に備えます。

【物流コスト最適化のイメージ】



【出品業務の内訳】





## 4-5 2018年9月期 業績予想

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121億円を見込む。
- 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。

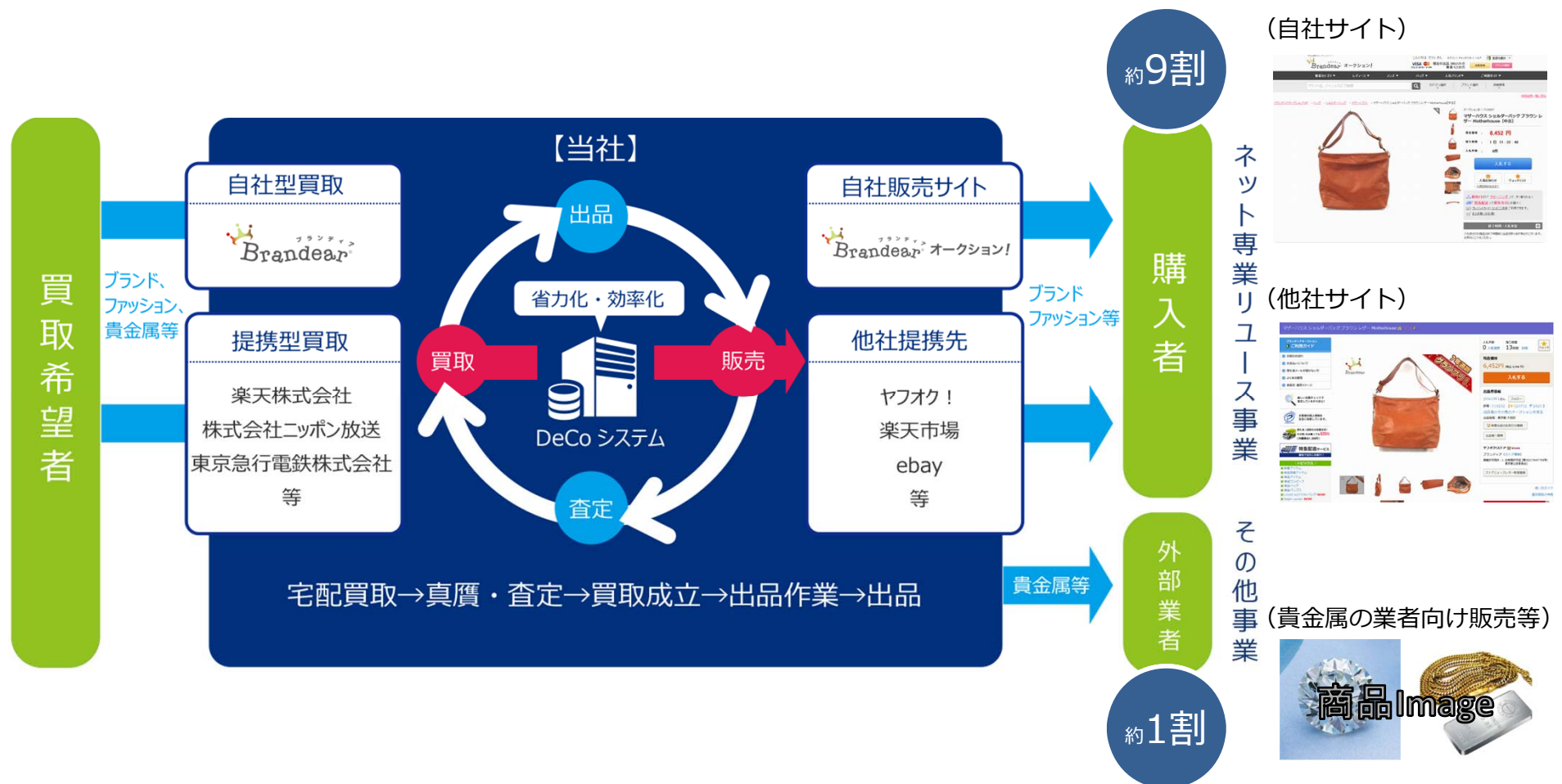
1. 通期決算の概要	… 3
2. 対面市場の振り返り	…10
3. 2017年9月期の取り組み	…14
4. 2018年9月期の施策	…23
5. appendix	…26

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 ※2017年9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	55名（外、臨時雇用者 819名） ※2017年9月末時点	
沿革	<p>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）</p> <p>2006年2月 個人買取事業（リユース事業）サービス開始</p> <p>2006年3月 BEENOS(株)による子会社化</p> <p>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</p> <p>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継続中）</p> <p><b>2015年2月 伊藤忠商事(株)と業務資本提携</b></p> <p><b>2016年8月 東証マザーズに上場</b></p>	



## 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)



## 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。

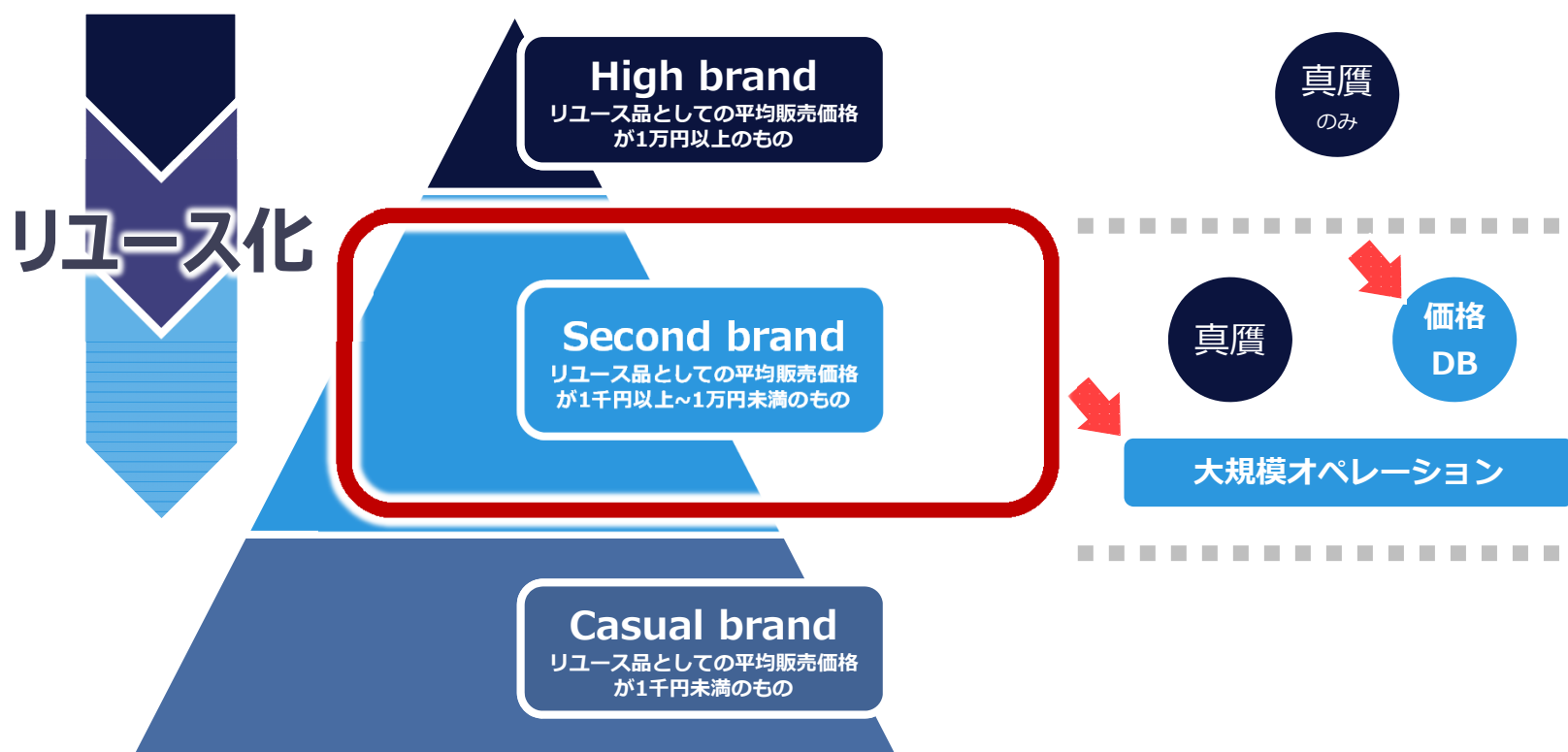
# ご参考/ファッションブランドリユースの市場構造

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】





## 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

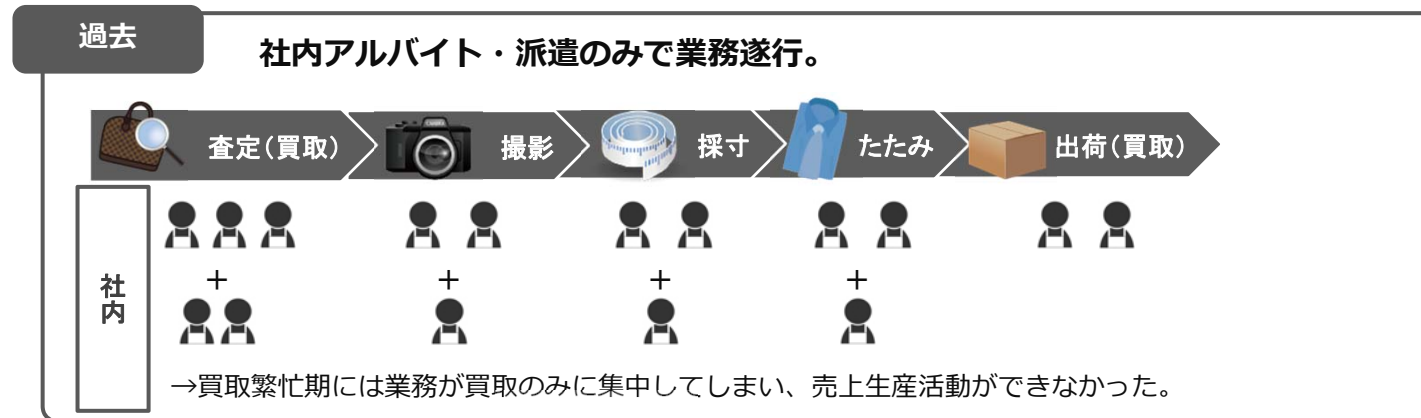
- リユース商材はサイズやデザインの嗜好性が高く、幅広い露出によるユーザーへのリーチが重要となります。
- 今後も継続的に新販路の追加を予定しております。





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】



## 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。