

enigma

2023年1月期第1四半期
決算補足説明資料

第1四半期業績サマリー

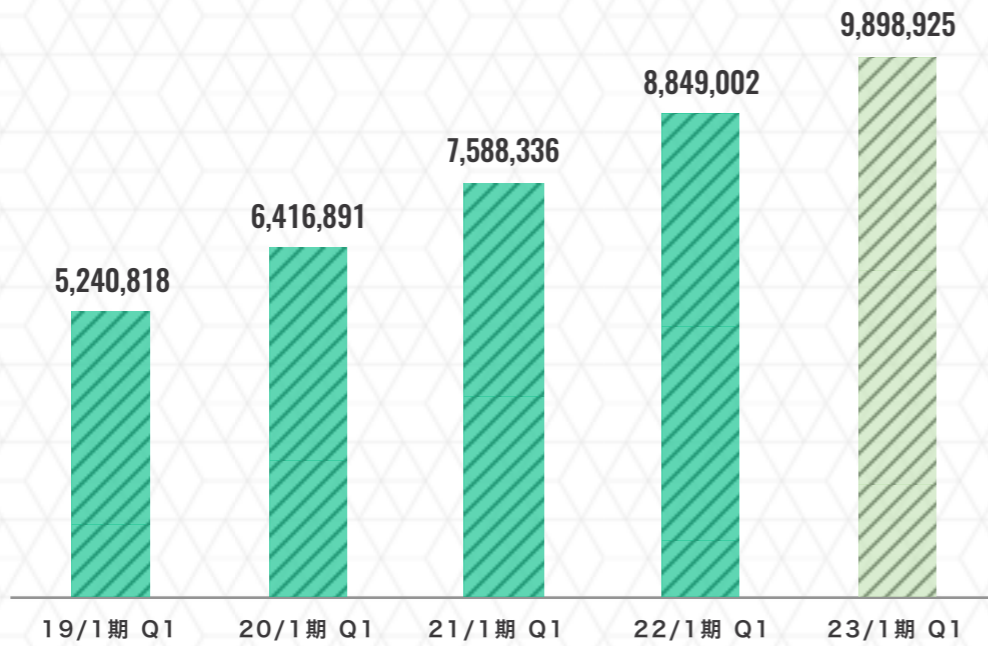
ファッション関連のEC&ラグジュアリー市場は好転しておらず、円安の影響もあり厳しい外部環境が続く
データ活用による休眠会員復活施策、ロイヤル顧客向けのコンシェルジュサービスの対象範囲拡大、
海外法人との提携拡大、提携配送サービスの追加、その他出品促進に繋がるオペレーションの強化、
など中長期的な成長に不可欠な施策は順次スタートしており、引き続き長期目線での成長投資を継続予定

	2023/1期 Q1実績	2022/1期 Q1実績	(参考情報) 新収益認識基準適用 2022/1期Q1実績	(参考情報) 新収益認識基準適用 前年同四半期比
総取扱高 ※決済手数料込	15,170百万円	16,128百万円	16,128百万円	94%
売上高	1,671百万円	1,831百万円	1,788百万円	94%
売上総利益	1,338百万円	1,477百万円	1,434百万円	93%
販管費計	794百万円	766百万円	725百万円	110%
広告費	299百万円	309百万円	261百万円	115%
人件費	350百万円	316百万円	316百万円	111%
営業利益	544百万円	710百万円	716百万円	76%
経常利益	545百万円	713百万円	719百万円	76%
当期純利益	381百万円	495百万円	498百万円	77%

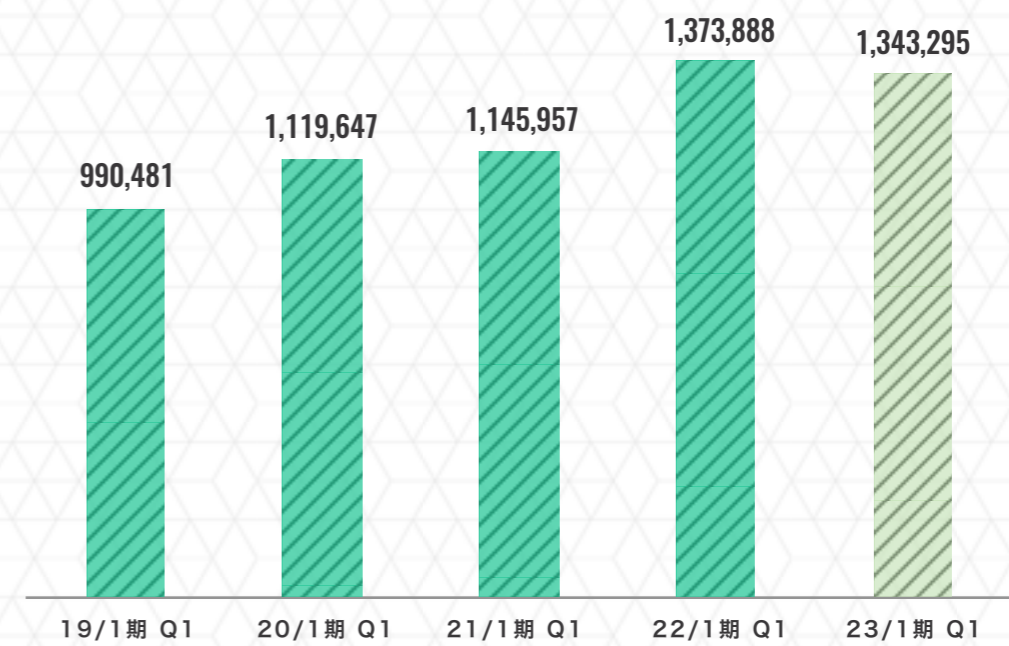
BUYMA事業の概況

2023年1月期第1四半期 主要KPI推移

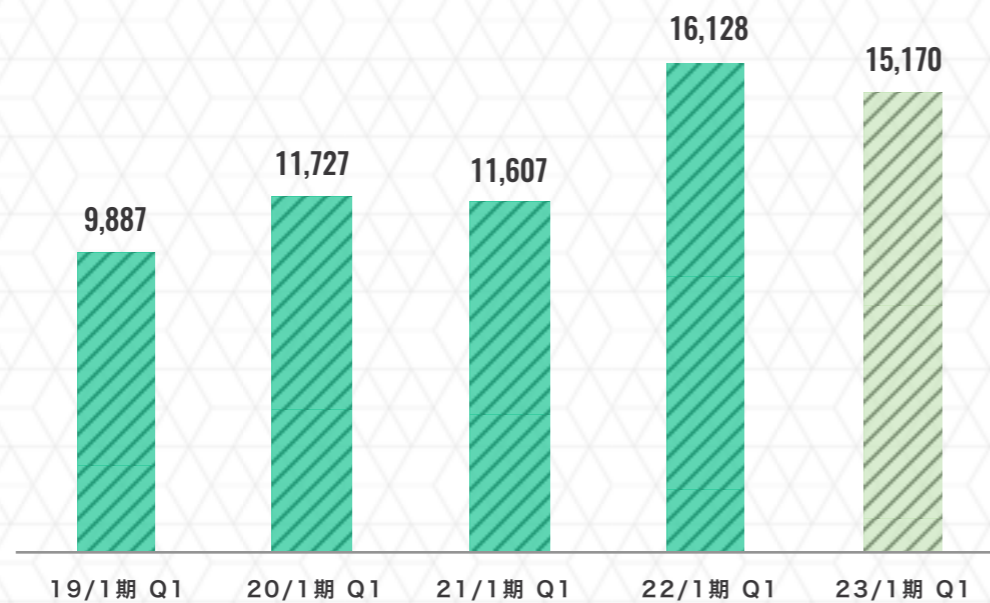
BUYMA会員数 (単位：人)



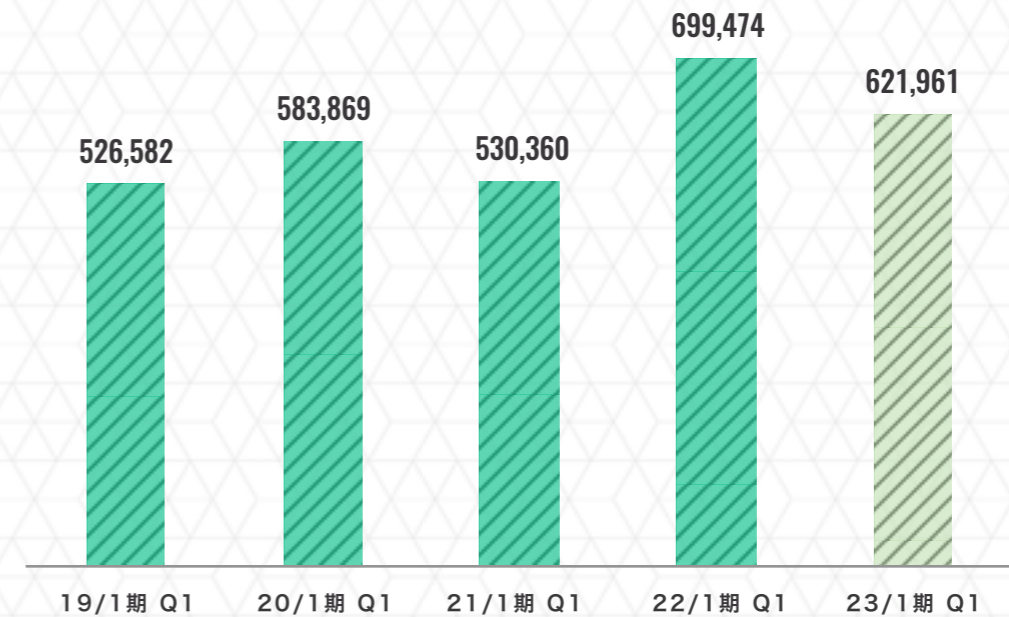
BUYMAアクティブ会員数 (単位：人)



BUYMA総取扱高 (単位：百万円)



BUYMA取扱件数 (単位：件)

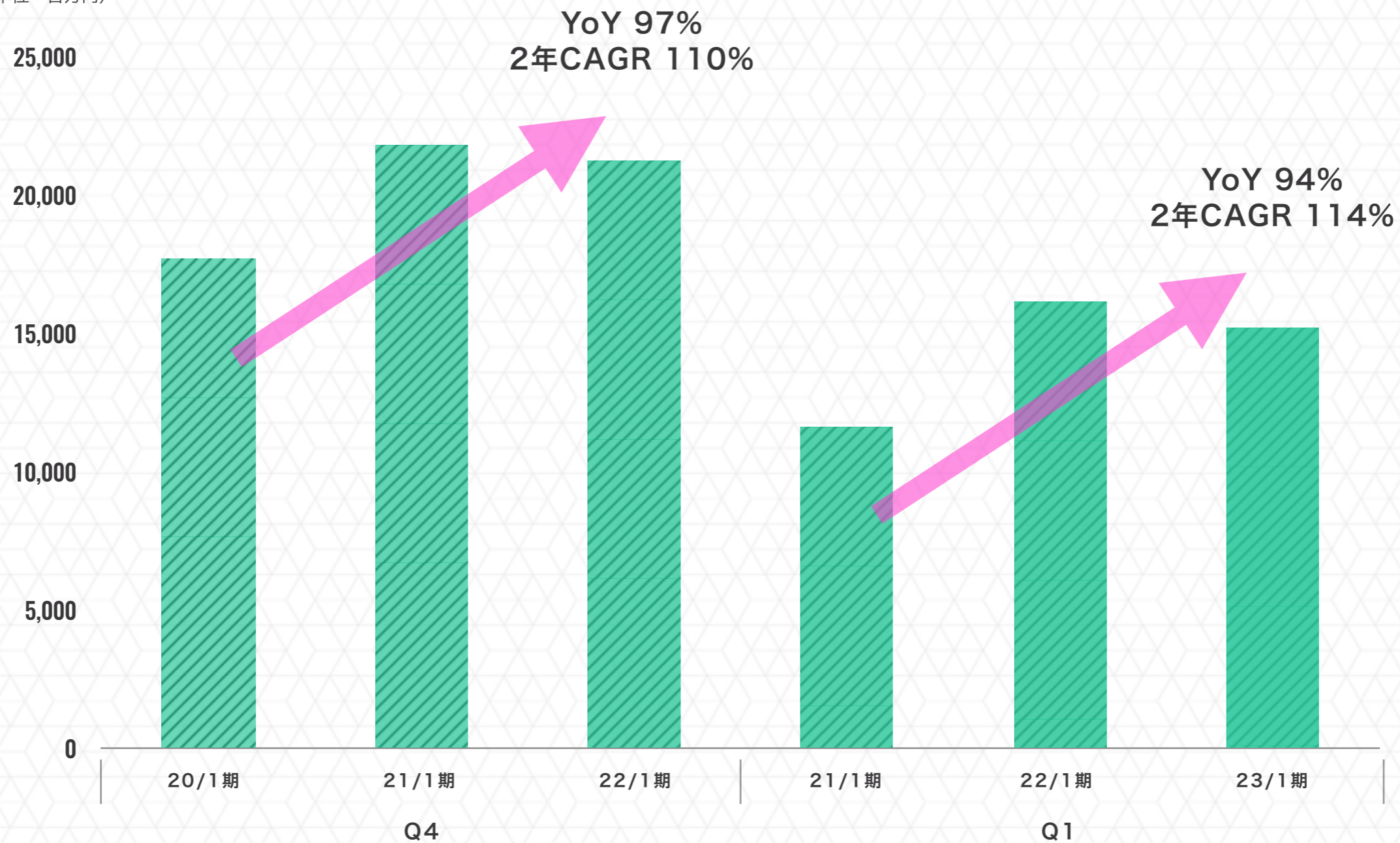


※総取扱高：成約した取引における商品代金と決済手数料等を含む決済額

※アクティブ会員数：過去一年間に購入履歴がある会員数

厳しい外部環境が続く中、トレンドに大きな変化はなく
前四半期と同様の成長率で総取扱高は着地

総取扱高
(単位：百万円)



Q1におけるアクティブ会員数の減少により
ARPUは上昇したものの、取扱高は前年比94%と減少

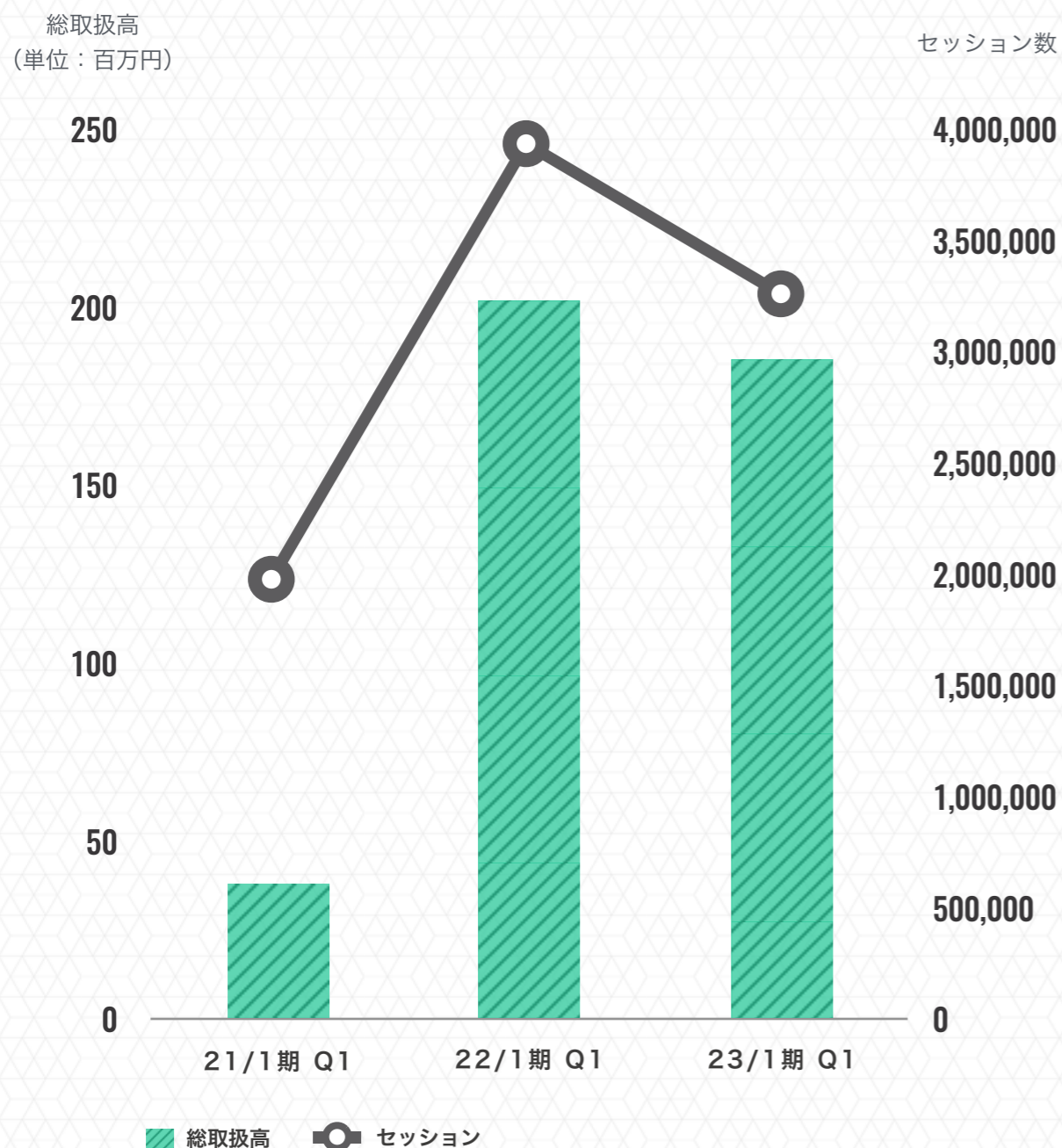


1人あたりの購入件数は若干減少



※単価はトレンドにも影響を受けるので、アンコントロールラブルな側面も有り

Googleでの広告掲載に不具合が発生しセッションが減少、
また、注力商品がBUYMA商品検索結果頁で上位表示出来ておらず、
以上の影響を受け、総取扱高はYoY92%と微減

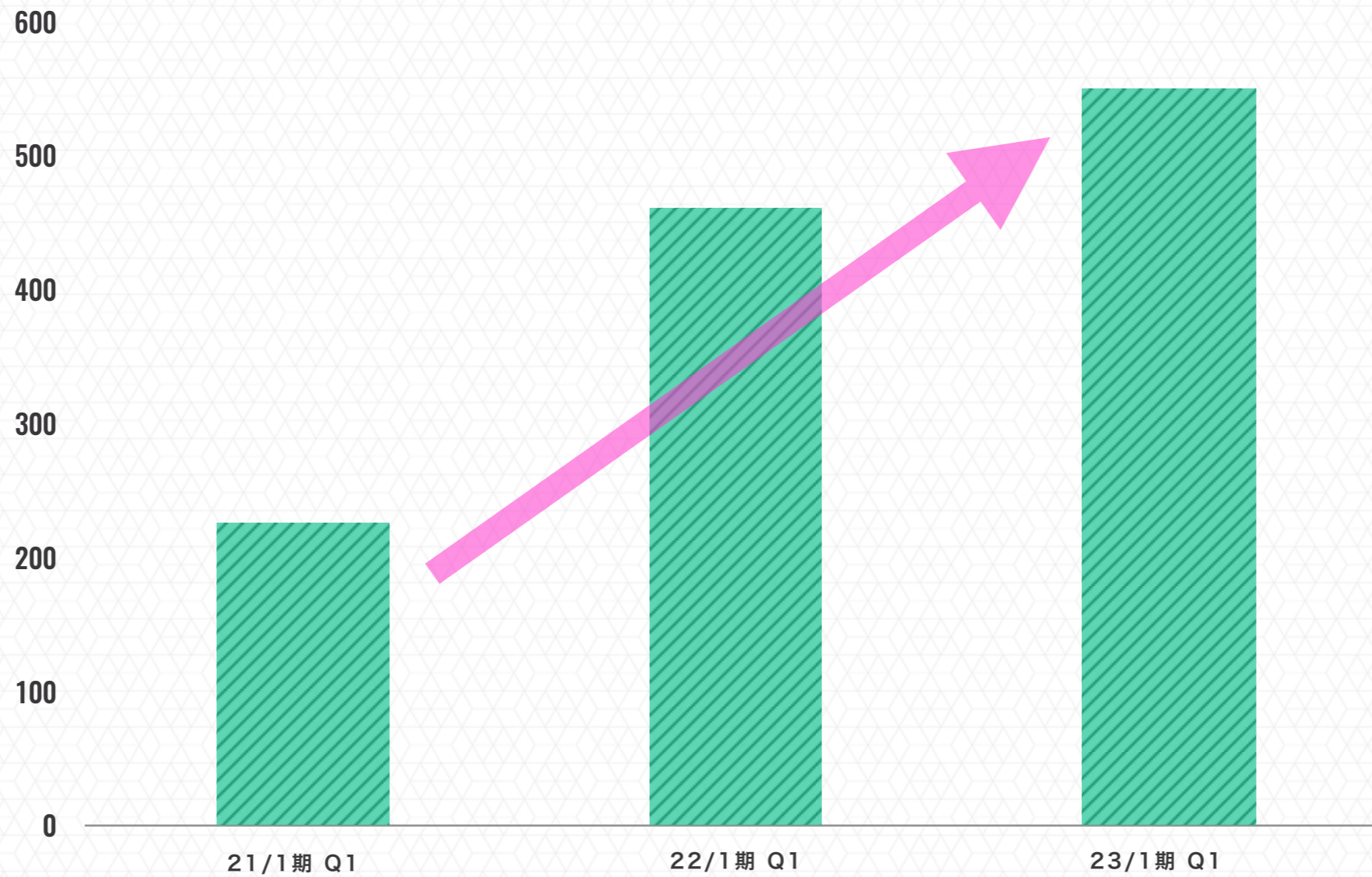


総取扱高の減少について

- ▶ UI/UXの改修（商品問い合わせポップアップ追加）によりGoogle側での商品広告掲載に不具合が生じた為、セッション数が大幅に減少
- ▶ また、GLOBAL BUYMA向けの注力商品が商品検索結果頁で上位に表示されていなかった為、カートへの追加率が低下
- ▶ なお、**上記不具合については、既に対応完了**

アウトドア、トラベル関連商品が好調で
YoY119% (2年CAGR156%)

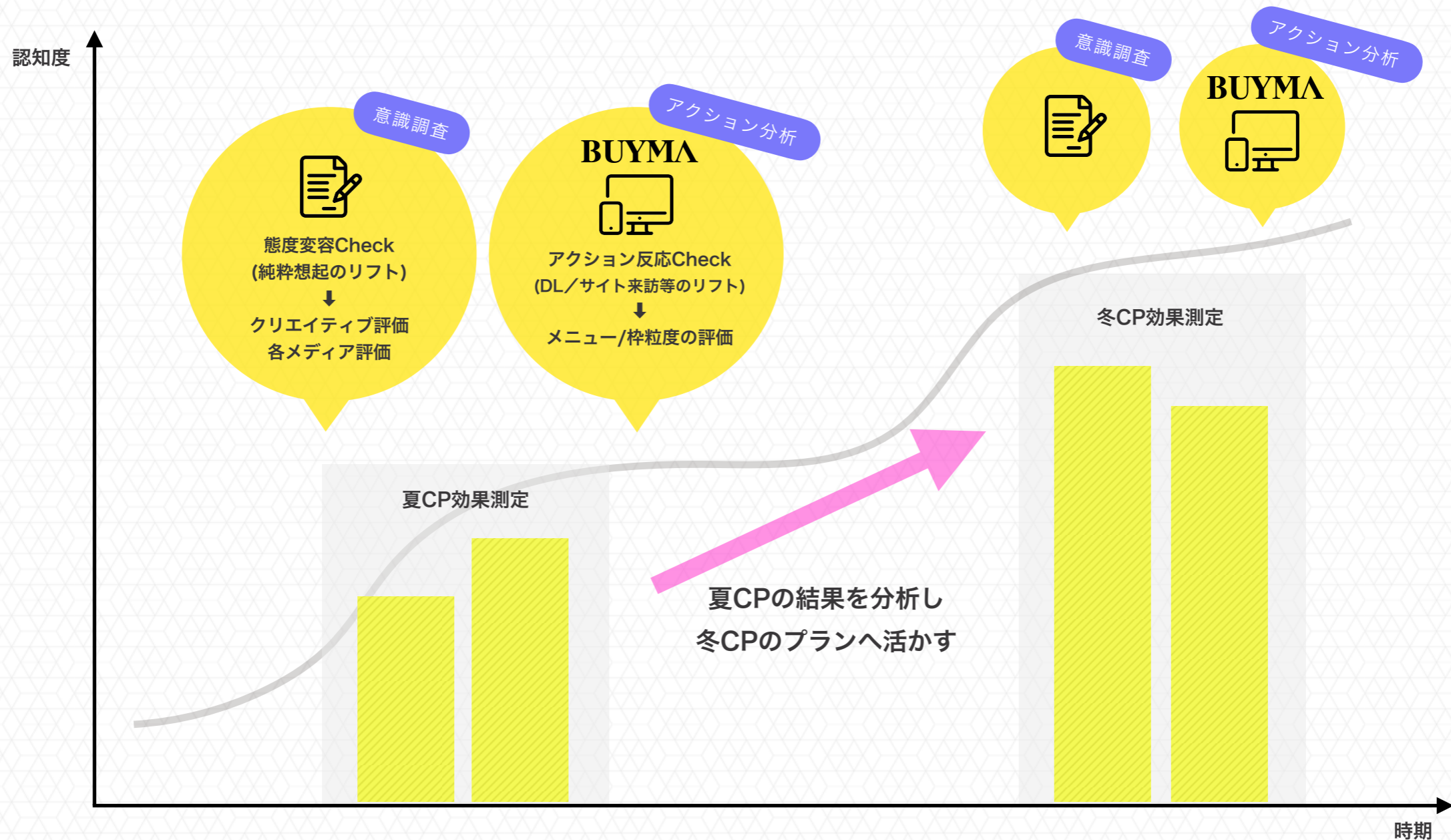
総取扱高
(単位：百万円)



認知度施策について

6月24日より、TVCM放映開始 夏・冬2回のキャンペーンを通じて“純粹想起”を定着

TVCNとデジタルメディア（YouTube、Instagram等）をMixしてキャンペーンを展開
年間平均で認知度を上げながら、商戦期である冬場に出稿量を確保



年2回のキャンペーンで910万人の認知獲得を目指す

2022年12月 キャンペーン終了時

	母集団 ^{*1}		認知度上昇 ^{*2}		認知獲得
EC利用者	4,610万人	×	10% UP	=	461万人
ネット利用 非EC利用者	2,499万人	×	18% UP	=	449万人

合計 910万人

*1 「総務省 令和2年通信利用動向調査」及び「デジタル庁 日本のデジタル度2021」より当社算出（15歳～64歳を対象）

*2 自社調査に基づく当社計画値

自己株買いの状況

割安な株価水準が継続する中、
5月末までに自己株式を3.28億円分取得

	買付金額	買付株数
5月末までの 実施状況	3.28億円	592,400株
取得予定*	15.00億円	2,500,000株

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。