

2026 年 6 月 1 日
株式会社オークファン

2026 年 9 月期 第 2 四半期 決算説明会 質疑応答集

この質疑応答集は投資家向け説明会の代替として公表した「2026 年 9 月期 第 2 四半期決算補足説明資料および決算説明動画」に関する質問を、電子メールにより受け付け、回答したものをまとめたものです。
重複する内容はまとめさせていただき、ご理解の促進を目的として一部内容の加筆修正・要約等を行っております。

<連結業績・業績予想について>

■ Q-1 上期業績の進捗と下期の収益改善要因について

2026 年 9 月期第 2 四半期累計期間は当期純損失での着地となりましたが、通期業績予想に対する進捗をどのように評価していますか。また、下期に向けて収益改善を見込む主な事業・要因について教えてください。

■ A-1

2026 年 9 月期第 2 四半期累計期間は、売上高 2,643 百万円（前年同期比 110%）、売上総利益 1,371 百万円（同 113%）となり、D2X コマースへの事業転換が進捗しました。一方、成長領域への先行投資を継続したことにより、営業利益は▲4 百万円、当期純利益は▲21 百万円となりました。なお、Q2 単体では営業利益 47 百万円を計上しており、利益創出力の回復を示す四半期となりました。

通期業績予想に対しては、売上高の進捗率は 47%、売上総利益は 52%となっており、上半期は計画を上回って進捗しています。下期については、既存事業の安定収益を維持しながら、自社ブランド・ライブコマース・OEM 支援を一体で展開する D2X コマースの成長を進めることで、通期での営業黒字確保を目指しています。

ただし、下期は D2X コマースへの成長投資を継続する方針であり、為替、在庫、販路拡大に伴う変動要素もあります。そのため、現時点では通期業績予想を据え置いております。引き続き、売上成長だけでなく、売上総利益率、在庫回転率、返品率、営業キャッシュ・フロー等を管理しながら、投資規律を維持してまいります。

■ Q-2 管理部門・連結調整の改善要因と継続性について

第 2 四半期累計期間において、管理部門・連結調整のマイナス幅が前年同期比で改善しています。この変動は一過性要因によるものか、構造的なコスト改善と理解すべきか、また今後の継続性について教えてください。

■ A-2

管理部門・連結調整については、前年同期比で営業損失のマイナス幅が一定程度改善しています。これは、全社的なコスト効率化、AI 活用による業務効率化、固定費の抑制など、継続的に取り組んでいる施策の効果が反映されたものです。

一方で、管理部門・連結調整には、内部取引、グループ間費用配賦、管理部門費用の発生タイミングなども含まれるため、各四半期の数値をそのまま通期に単純延長できるものではありません。

今後も全社横断でのコスト管理と業務効率化を継続し、既存事業の収益基盤を維持しながら、D2X コマースへの成長投資を支える体制を強化してまいります。

■ Q-3 破産更生債権等・長期未収入金の回収状況について

破産更生債権等や長期未収入金について、回収状況や今後の回収見通し、回収が進んだ場合の利益インパクトについて教えてください。

■ A-3

破産更生債権等および長期未収入金については、個別案件ごとに回収可能性を慎重に見積もり、必要な貸倒引当金を計上しています。回収に向けては、相手先の状況や法的手続きの進捗等を踏まえながら、適切に対応を進めています。

個別の回収状況や相手先に関する詳細については、取引先情報および係争・回収交渉に関わる内容を含むため、詳細な開示は差し控えていただきます。

一般論として、すでに引当済みの債権について回収が実現した場合には、回収額に応じて貸倒引当金戻入等として損益改善要因となる可能性があります。なお、回収可能性が一定程度見込まれるものについては業績予想に織り込んでおりますが、回収時期や金額に不確実性が高いものについては、現時点では業績予想に織り込んでおりません。

<既存事業について>

■ Q-4 aucfan.com の価格改定影響と今後の成長回帰について

aucfan.com では、過去に実施した価格改定の効果について説明がありましたが、直近では価格改定効果の反動により課金売上が減少したとの説明があります。価格改定の評価と、今後の有料会員数・課金売上の回復に向けた取り組みについて教えてください。

■ A-4

aucfan.com の価格改定については、提供機能・データ価値に見合った料金体系への見直しとして実施したものです。価格改定の実施当初から一定の退会影響を想定しておりましたが、現時点では退会数は当初想定よりも抑制されていると認識しています。一方で、2025 年 9 月期は価格改定直後であり、価格改定効果が最も大きく表れた時期であったため、2026 年 9 月期においてはその反動影響が一定程度生じております。

aucfan.com は、当社グループにおける安定収益基盤の一つであり、今後も安定的な収益貢献を継続させることが重要であると考えています。そのため、単純な価格改定効果に依存するのではなく、利用価値の向上や継続率の改善を通じて、課金収益の安定化を図ってまいります。

具体的には、700 億件超の相場データを活用した AI 連携、MCP サーバーを通じた相場データの可視化、査定・リサーチ業務の効率化など、ユーザーにとって実務上の価値が高い機能の開発・改善を進めています。短期的には既存会員の継続率改善と ARPU の安定化を重視し、中期的には AI・データ活用を軸に、同事業の安定的な収益貢献を維持・強化してまいります。

■ Q-5 NETSEA・OSR の増益要因と今後の再成長施策について

NETSEA・OSR では、一過性需要やコスト効率化が利益に寄与したとの説明があります。今後、GMV 拡大などトップラインの再成長に向けた施策はありますか。

■ A-5

NETSEA・OSR については、シール等の雑貨商材における一過性需要を取り込んだことに加え、継続的なコスト効率化が寄与し、前年同期比で増収・増益となりました。したがって、当期の増益には一過性要因も含まれますが、同時に運営効率の改善による収益性向上も進んでいます。

今後は、AI 活用によるマッチング精度向上、取引活性化、サプライヤー・バイヤー双方の利用体験改善に取り組むことで、GMV 拡大を目指します。また、D2X コマースで開発した自社ブランド商品や中国調達ネットワークを、NETSEA・OSR の商材供給力強化にも活用していきます。

具体的な数値目標については、現時点で個別サービスごとの GMV 目標を開示していませんが、NETSEA・OSR を既

存事業の安定収益基盤として位置づけつつ、D2X コマースとの連携により再成長を図ってまいります。

<D2X コマースについて>

■ Q-6 データ・AI 活用による競争優位性について

700 億件超の EC 売買データを活用した商品企画・販売支援について、競争優位性を示す定量・定性的な成果や、B/SMB 向けの提供例があれば教えてください。

■ A-6

当社は、長年蓄積してきた 700 億件超の相場データ、NETSEA・OSR 等を通じたサプライヤー・バイヤー基盤、中国調達・日本流通のオペレーションを組み合わせることで、単なる価格比較・集客に留まらず、商品供給と商流創出まで踏み込んだ統合型モデルの構築を進めています。

現時点では、他社比較でのヒット率や開発期間短縮効果を定量的に開示できる段階にはありませんが、AP LAB・KACHIKA において複数商品が Amazon ベストセラーを獲得していること、また商品選定・動画生成・マッチング精度向上などに AI・データ活用を広げていることは、一定の成果として捉えています。

また、aucfan.com においては、700 億件超の相場データを外部 AI ツール等から活用しやすくする MCP サーバーの提供も進めており、査定・リサーチ業務の効率化など、実務上の利用価値向上に取り組んでいます。

B/SMB 向けには、OEM 支援サービスを通じて、商品企画・工場開拓・製造・物流までを一貫して支援しています。具体例として、スーツケースブランド「ALVISTA」や「C.JUTRO」などの支援実績があり、ペット用品、バッグ、タオル・バス用品、キッチン雑貨、ノベルティ、推し活グッズ等の複数カテゴリへ展開しています。

■ Q-7 自社ブランドの販売チャネル構成とライブコマースとのシナジーについて

自社ブランド販売における D2C と D2B の売上構成、今後の構成方針、NETSEA MallLive を含む販売チャネル拡大の考え方について教えてください。

■ A-7

自社ブランド販売について、現時点ではチャネル別の売上構成比の詳細は開示しておりません。競争環境や販売戦略に関わる情報であるため、個別比率の開示には慎重な判断が必要と考えています。

基本方針としては、Amazon 等の D2C チャネルだけに依存するのではなく、TikTok Shop、NETSEA、OSR、自社 EC、法人卸、OEM 支援など、複数チャネルを組み合わせることで販売機会を拡大していきます。

NETSEA MallLive については、ライブコマースを D2X コマースの新たな販売チャネルとして育成しています。自社ブランドで蓄積した商品企画・販売データ、ライブ配信やショート動画の運用ノウハウを活用し、商品力とコンテンツ運営力を掛け合わせることで、D2C・D2B 双方の販路拡大につなげてまいります。

なお、D2C/D2B の売上構成比については、今後の事業進捗や投資家の皆さまへの分かりやすさを踏まえ、開示指標とするかについても検討してまいります。

■ Q-8 自社ブランド・ライブコマースの進捗 KPI の開示について

自社ブランドやライブコマースについて、売上計画に対する進捗や主要 KPI をどのように管理しているのか、また今後の開示方針について教えてください。

■ A-8

自社ブランドについては、FY26 第 2 四半期において売上成長基調を維持しており、セール時期・販売施策の影響により QoQ 成長率は一時的に調整したものの、注文件数は堅調に増加しています。また、NETSEA MallLive では、

TikTok Shop での販売額が QoQ166%となるなど、成長に向けた検証が進展しています。

一方で、個別ブランドやチャネル別の詳細な売上・進捗率については、競争環境や販売戦略に関わる情報であるため、すべてを定量開示することは慎重に判断しています。

当社では、成長投資を GMV・注文件数だけでなく、売上総利益率、在庫回転率、返品率、営業キャッシュ・フローなどの KPI で管理しています。今後も、投資家の皆さまに事業の進捗を分かりやすくお伝えできるよう、競争上の配慮とのバランスを取りながら、開示指標の改善を検討してまいります。

■ Q-9 FY28 売上高 100 億円規模における収益性の考え方について

自社ブランド・OEM 支援について、FY28 に売上高 100 億円規模を目指すロードマップが示されていますが、その売上規模に達した場合の営業利益や収益性についてどのように考えていますか。

■ A-9

FY28 売上高 100 億円規模は、現時点の事業計画に基づく目標であり、将来の業績を保証するものではありません。また、現時点では FY28 における営業利益額や営業利益率の具体的な数値は開示しておりません。

一方で、当社は売上規模の拡大だけを目的としているのではなく、収益性と資本効率を重視しています。FY26～FY27 は仕組み作りと収益性改善を優先し、オペレーションを磨き上げ、単月黒字化と再現性のある成長モデルの確立を目指すフェーズと位置づけています。

売上高 100 億円規模を目指すうえでは、ブランド・SKU 拡大、販路多層化、OEM 支援、AI・データ活用を組み合わせるとともに、取扱量拡大による原価低減、物流・広告運用の効率化、在庫回転の改善を通じて、収益性の向上を図ってまいります。

自社ブランド・OEM 支援事業は、売上規模の拡大に伴い、商品企画・調達・物流・販売運営における規模の経済が働きやすい事業モデルであると考えています。そのため、売上高 100 億円規模まで拡大した場合には、一定の利益を創出できる事業基盤の構築を目指してまいります。

■ Q-10 中国子会社の位置づけと事業区分変更の背景について

中国子会社をプラットフォーム事業へ区分変更した背景と、現在の事業上の位置づけについて教えてください。

■ A-10

中国子会社については、一定の検証・立ち上げフェーズの進捗を踏まえ、事業区分をプラットフォーム事業へ変更しました。これは、D2X コマースにおける中国調達・OEM 支援・サプライヤー開拓などの機能が、当社グループのプラットフォーム事業と一体で運営される性格を強めているためです。

当初は、日中・中日双方での事業機会の創出を視野に入れて事業構築を進めてまいりましたが、足元では自社ブランド「AP LAB」「KACHIKA」などの D2X コマース領域が成長していることを踏まえ、中国子会社の役割も、中国側の生産・調達機能を活用して日本国内向けに展開する「中日」方向の取り組みに重点を置いています。

具体的には、中国サプライヤーや工場ネットワークの開拓、自社ブランドにおける商品企画・生産管理の一部、OEM 支援における中国側のサプライヤー連携、品質管理、貿易・物流に関する現地対応など、D2X コマースの基盤機能を担っています。

なお、事業区分変更に伴い、前年同期の数値は組み替えて比較しています。今後も、中国現地の調達力と日本国内の販売・流通基盤をつなぎ、自社ブランドおよび OEM 支援の拡大を支える機能として、D2X コマースの成長に貢献させてまいります。

■ Q-11 M&A 活用方針について

D2X コマースの成長において M&A 活用が示されていますが、想定している対象領域や規模感について教えてください。

■ A-11

M&A については、D2X コマースの成長を加速させる選択肢の一つとして検討しています。ただし、現時点で具体的に公表できる案件や対象企業はありません。

対象領域としては、ブランド・SKU 拡大に資する事業、販路多層化につながる EC・ライブコマース・法人卸関連事業、OEM 支援や調達・物流機能を補完する事業、AI・データ活用による業務効率化やマッチング精度向上に資する事業などが候補となり得ます。

規模感については、当社の財務健全性を損なわず、既存事業の安定収益と現金残高を踏まえて投資規律を維持できる範囲で検討してまいります。M&A ありきではなく、事業シナジー、収益性、投資回収可能性を重視して判断してまいります。

■ Q-12 地政学リスクへの対応について

ホルムズ海峡問題を含む地政学リスクについて、現在の事業への影響や対応方針を教えてください。

■ A-12

地政学リスクについては、D2X コマースの拡大に伴う主要リスクの一つとして認識しています。特に、中国調達、国際物流、為替、原価上昇、納期遅延などを通じて、商品調達や販売計画に影響する可能性があります。

当社では、主要カテゴリごとに複数工場・代替調達先を確保し、物流ルートの分散と納期管理を強化しています。また、売上総利益率の下限を設定し、為替変動に応じた価格改定、短サイクル発注、取扱量拡大による原価吸収などを進めています。

現時点では、特定の地政学事象を前提とした業績予想の変更は行っていないが、今後もリスクを継続的に把握し、在庫・調達・物流・販売価格の各面で機動的に対応してまいります。

<企業価値向上・上場方針について>

■ Q-13 企業価値向上に向けて重視する KPI について

グロース市場の上場維持基準や中期的な時価総額拡大を踏まえ、企業価値向上をどのように実現していく方針でしょうか。特に、売上成長、営業利益、キャッシュ・フロー等のうち、どの KPI を重視していますか。

■ A-13

当社は、企業価値向上に向けて、既存事業の安定収益を活かし、D2X コマースへ再投資することで、成長率と収益性の両立を目指しています。第二創業フェーズとして、自社ブランド、ライブコマース、OEM 支援を一体展開し、FY28 に売上高 100 億円規模を目指す成長戦略を掲げています。

一方で、D2X コマースについても、単に既存事業の収益を原資として先行投資を継続するだけでなく、D2X コマース自体でも FY26 中の収益化を目指しています。したがって、既存事業による安定収益と、D2X コマース自体の収益改善を両立させる方針です。

重視する KPI については、短期的な売上成長のみではなく、営業利益、売上総利益率、在庫回転率、返品率、営業キャッシュ・フローを総合的に管理しています。特に D2X コマースでは、GMV・注文件数の拡大とあわせて、在庫・キャッシュ・フローを適切にコントロールすることが重要と考えています。

中期的には、既存事業で収益を確保し、その収益を成長領域へ再投資しながら、D2X コマース自体の収益化と規模拡大を進めることが、企業価値向上につながると考えています。引き続き、事業成長と投資規律の両立を図りながら、投資家の皆さまへの情報発信も強化してまいります。

■ Q-14 株価水準・上場維持方針・資本政策について

現在の株価水準や時価総額を踏まえ、経営としての危機感、グロース市場上場維持に向けた方針、株主還元・資本政策についてどのように考えていますか。

■ A-14

当社株価および時価総額が低位で推移していることについては、経営として重く受け止めています。株価は市場環境や需給など、当社のコントロール外の要因にも影響されるものですが、企業価値を高め、その内容を投資家の皆さまに適切にご理解いただくための取り組みは、経営上の重要課題であると認識しています。

グロース市場の上場維持基準についても十分に認識しており、現時点では、グロース市場において上場維持基準を満たすことを前提に、事業成長、収益性改善および情報発信の強化に取り組んでいます。時価総額 40 億円・100 億円といった水準については、当社としても重要な目安であると認識していますが、株価水準を株主の皆様にお約束することはできないため、まずは業績回復、D2X コマースの成長、財務健全性の維持を通じて、企業価値の向上を図ってまいります。

資本政策については、自社株買い、配当、株主優待等の株主還元策を含め、企業価値向上と株主利益の観点から取り得る選択肢を幅広く検討してまいります。ただし、現時点で具体的に決定している事項はありません。成長投資、財務健全性、株主還元のバランスを踏まえ、開示すべき事項が発生した場合には、適時適切に公表してまいります。

以上