



aucfan

2026年9月期(第20期)
第2四半期決算 補足説明資料

株式会社オークファン <3674>
2026年5月15日

当社の現状：収益基盤と成長領域

既存事業で収益を確保しつつ
新規事業「D2X (Direct to X) コマース*1」に経営資源を集中



*1 D2Xコマース：中国の生産拠点において当社自らが工場を開拓・製造し、日本国内で販売するビジネスモデル。個人向け販売に加え、法人向け卸販売も行うことから、Direct to Consumer (D2C) にBusiness (B) を含む「D2X (Direct to X) コマース」と定義。D2Xコマース全体像はP16を参照。ライブコマース・自社ブランドの詳細はP48~49を参照

連結業績

「D2Xコマース」への事業転換が進展し、Q2単体で営業黒字化を実現

01 事業転換の進捗

- 売上高 2,643百万円 (YoY110%)
- 売上総利益 1,371百万円 (YoY113%)
- 主にD2Xコマースの自社ブランド「AP LAB」「KACHIKA」が成長を牽引

02 収益化フェーズへの移行

- 営業利益 ▲4百万円 (前年同期 95百万円)
- Q2単体では営業利益47百万円を計上**
- 成長投資を継続しながら、AI活用・コスト効率化で黒字転換

トピックス

- 上半期計画を大幅超過、Q2単体で営業黒字化
- 第二創業フェーズとして、D2Xコマースへの転換が進展
- AI活用・コスト効率化により、既存事業の収益性が向上
- 円安環境下でも、自社ブランド成長と収益改善が進展

企業価値向上に向けた投資ストーリー

既存事業の収益基盤を活かし、D2Xコマースへ再投資。

成長率と収益性の両立により企業価値向上を目指す

第二創業フェーズ：D2Xコマースを次の成長柱として立ち上げ、FY28に売上高100億円規模を目指す

収益基盤

- 既存事業の安定収益
- Q2単体で営業黒字化
- コスト効率化・AI活用を継続

成長ドライバー

- 自社ブランド
- ライブコマース
- OEM支援を一体展開

AI・データ活用

- 700億円超の相場データ
- 商品選定・動画生成
- マッチング精度向上

財務余力

- 現金残高 3,635百万円
- 自己資本比率 56%
- 成長投資を継続できる健全な財務基盤

稼ぐ

既存事業の収益基盤



再投資

D2Xコマースへ集中



拡大

FY28 売上高100億円規模へ

※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

01 2026年9月期 第2四半期決算 概要

Page 6

02 連結業績予想に対する進捗状況

Page 13

03 トピックス

Page 15

04 APPENDIX

Page 34

01

2026年9月期 第2四半期決算 概要

連結業績ハイライト

D2Xコマースの拡大により増収。

先行投資を継続しつつ費用は計画内で推移し、Q2単体では営業黒字化を実現

(単位：百万円)	Q2累計業績		
	前期 (2025年9月期)	当期 (2026年9月期)	YoY
売上高	2,412	2,643	110%
-ソリューション事業	1,430	1,473	103%
-プラットフォーム事業	820	1,198	146%
-インキュベーション事業	230	26	11%
-管理部門・連結調整	▲69	▲55	-
売上総利益	1,213	1,371	113%
-ソリューション事業	579	528	91%
-プラットフォーム事業	556	869	156%
-インキュベーション事業	143	22	15%
-管理部門・連結調整	▲65	▲48	-
営業利益	95	▲4	-
-ソリューション事業	335	333	99%
-プラットフォーム事業	▲80	▲120	-
-インキュベーション事業	31	▲30	-
-管理部門・連結調整	▲191	▲186	-
経常利益	122	31	26%
当期純利益	50	▲21	-

*1 aucfan marketing：EC事業者向けマーケティング支援サービス。広告運用、Web解析、制作・運営代行等を提供、詳細はP45参照
 *2 aucfan.com：ネットショッピング・オークション・フリマの相場、統計価格比較サービス、詳細P43参照

前期との増減要因

ソリューション事業

- aucfan marketing*1で既存顧客拡大により増収
- aucfan.com*2は価格改定効果の反動により減収
- 高粗利率商材の減収により売上総利益は減少、営業利益は概ね横ばい

プラットフォーム事業(既存)

- NETSEA*3、OSR*4はシール等の雑貨商材における一過性需要を取り込み増収。継続的なコスト効率化も寄与し増益

プラットフォーム事業(新規)

- 自社ブランド*5販売が成長
- 先行投資を実施するも費用は計画内

インキュベーション事業

- 営業投資有価証券売却益減少

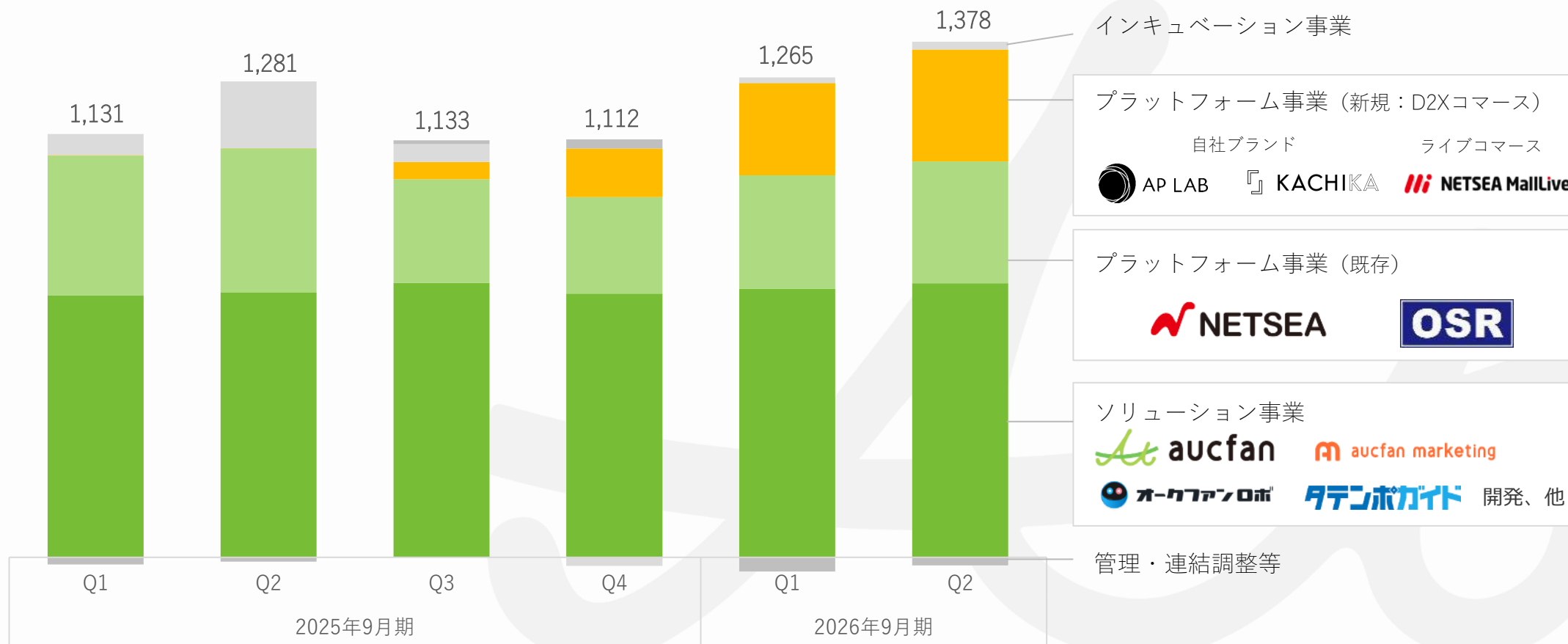
※中国子会社は、一定の検証・立ち上げフェーズの進捗を踏まえ、事業区分をプラットフォーム事業へ変更。前年同期の数値を組み替えて比較

*3 NETSEA(ネッシー)：国内BtoB卸仕入れプラットフォーム、詳細はP46参照
 *4 OSR(オーエスアール)：大阪船場に拠点をもち展示・商談会事業、詳細はP47参照
 *5 自社ブランド：海外現地での調達力とOEM生産のノウハウを活用した自社ブランド、詳細はP49参照

連結売上高

既存事業は安定推移

新規事業であるD2Xコマースの売上が伸長



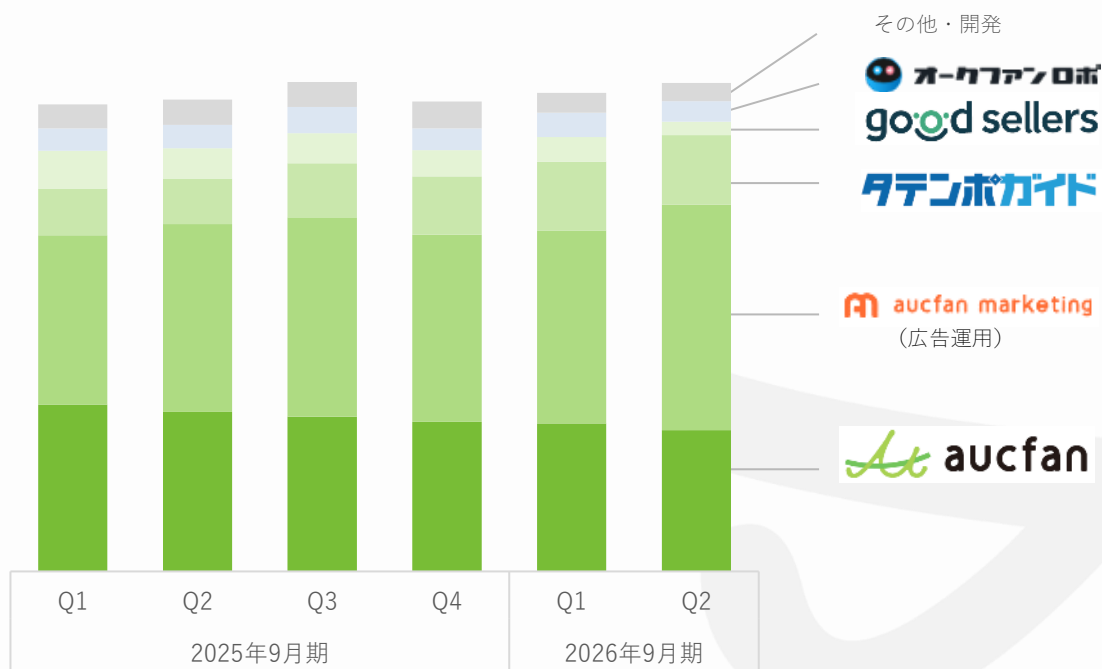
売上高 (ソリューション事業・プラットフォーム事業)

既存事業は安定推移

新規事業であるD2Xコマースでは**自社ブランドが成長**

ソリューション事業 売上高

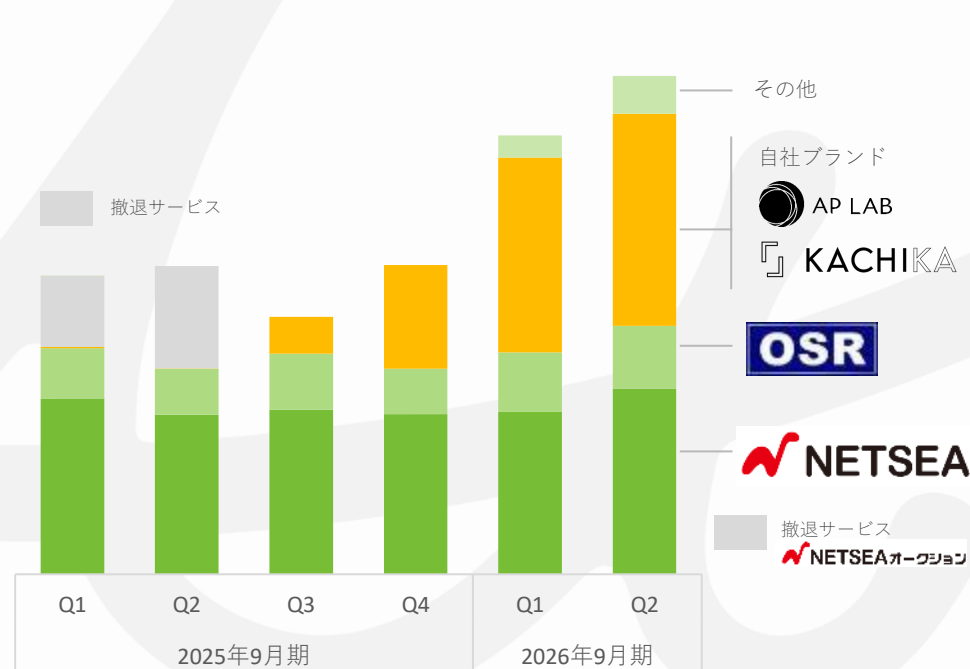
FY25 Q2 **719**百万円 ▶ FY26 Q2 **745**百万円



- aucfan marketingは顧客拡大により増収
- aucfan.comは価格改定効果の反動による減収
- ソリューション全体としては安定推移

プラットフォーム事業 売上高

FY25 Q2 **393**百万円 ▶ FY26 Q2 **635**百万円



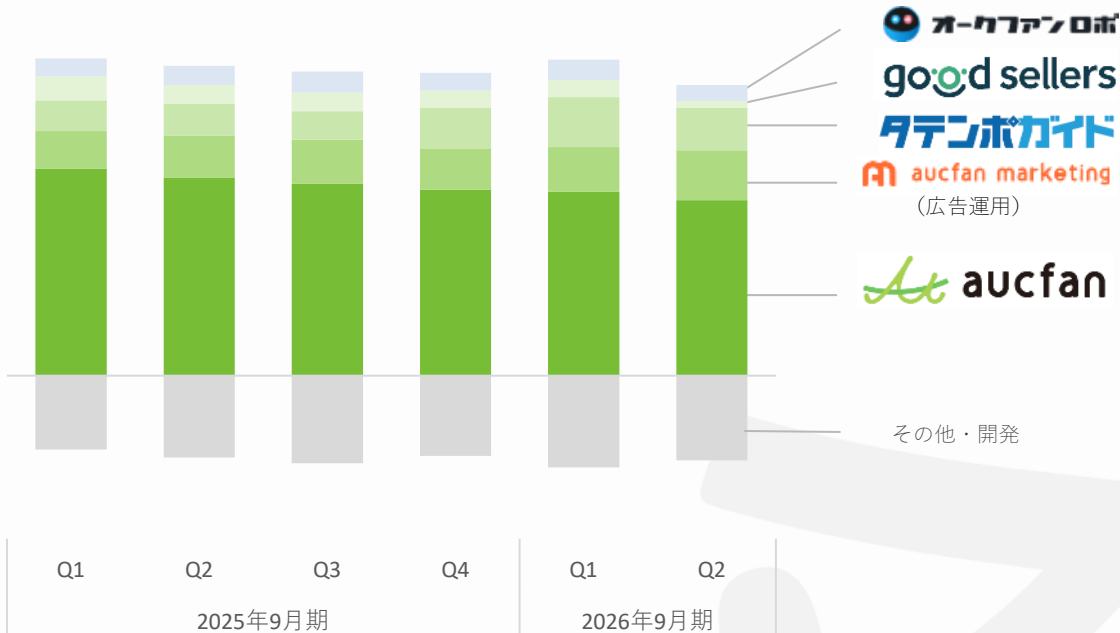
- 自社ブランドが大きく成長
- QoQ / YoYともに成長トレンド

売上総利益 (ソリューション事業・プラットフォーム事業)

新規事業の売上総利益が拡大

ソリューション事業 売上総利益

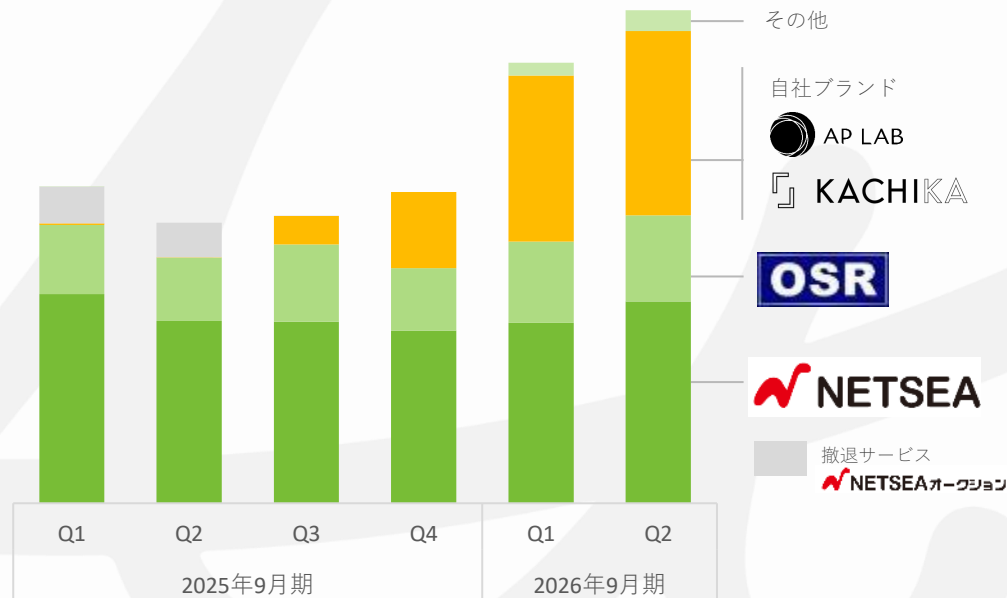
FY25 Q2 **280**百万円 ▶ FY26 Q2 **253**百万円



- 高粗利率商材「aucfan.com」の減収により売上総利益は減少

プラットフォーム事業 売上総利益

FY25 Q2 **261**百万円 ▶ FY26 Q2 **459**百万円

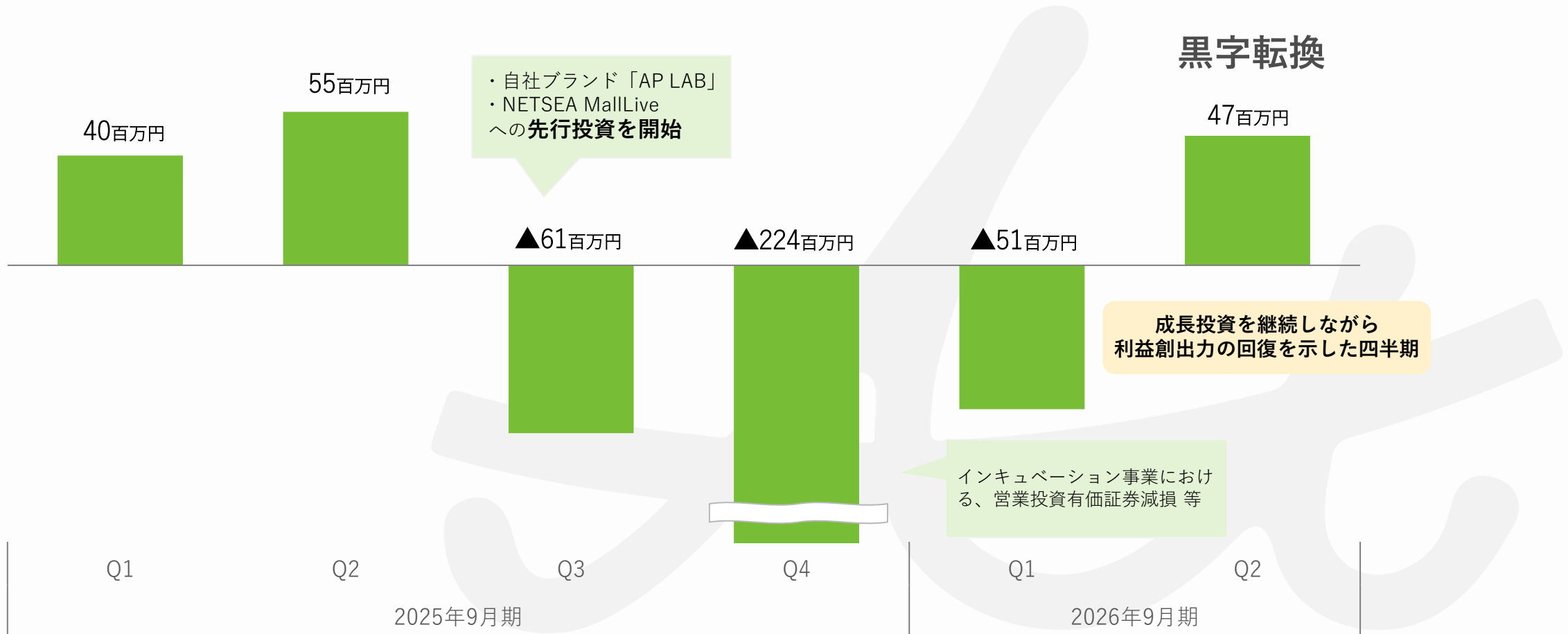


- 自社ブランドが大きく成長
- QoQ / YoYともに成長トレンド
- 円安環境下(150円台後半)においても売上総利益を安定的に創出可能な体制を構築

連結営業利益

AI活用・コスト効率化により収益改善が進展。**Q2単体で営業黒字化**を実現

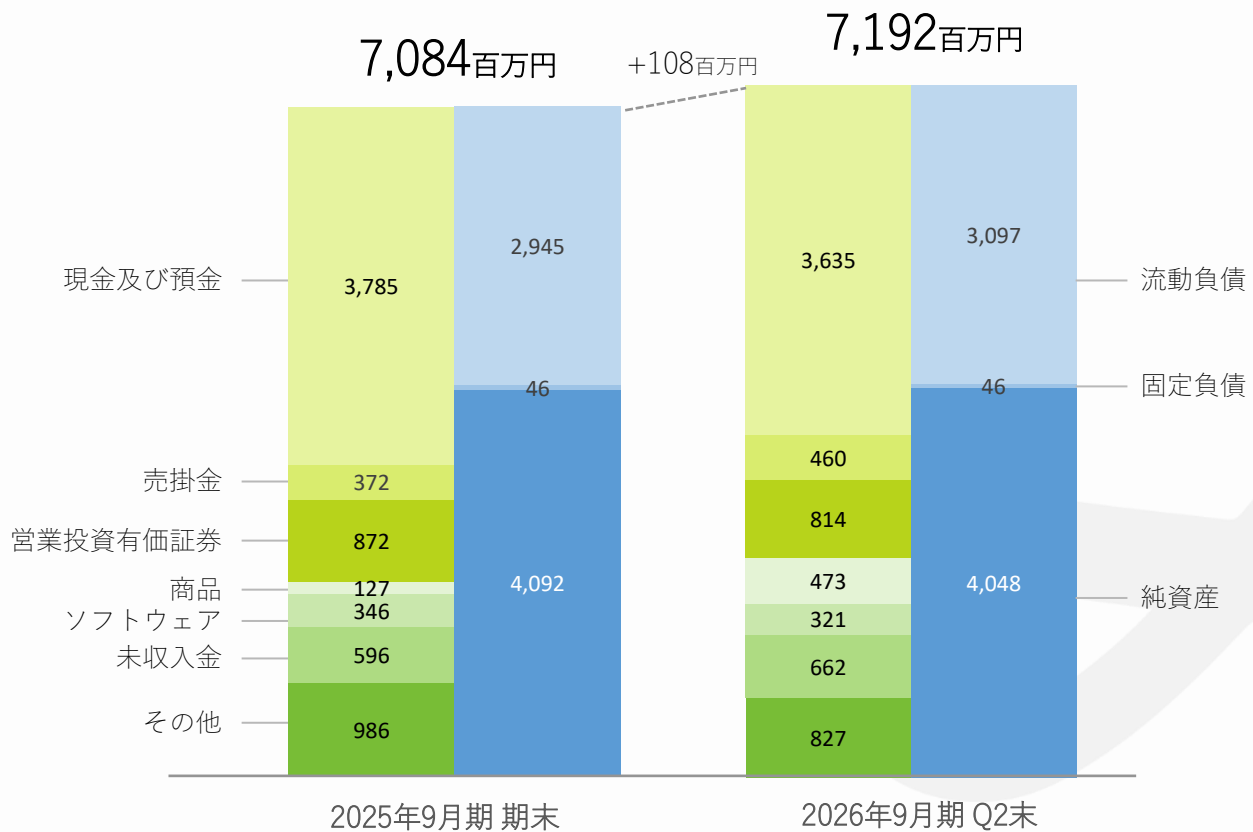
既存事業は安定した収益を維持、**新規事業は引き続き先行投資フェーズ**にあるものの赤字幅は縮小



連結資産の推移

自己資本比率は56%と高水準を維持し、財務健全性を確保

連結資産



キャッシュ・フロー状況 (FY26 Q2)

営業活動によるCF ▲330百万円 (成長投資による一時的減少)

投資活動によるCF +186百万円

財務健全性

- 現金残高3,635百万円
自己資本比率56%と高水準を維持
- D2Xコマースへの成長投資を継続しつつ、
十分な資金余力を確保

02

連結業績予想に対する進捗状況

2026年9月期 連結業績見通し

上半期は計画を上回って進捗。下半期はD2Xコマースへの成長投資を継続しつつ、為替・在庫・販路拡大に伴う変動要素を踏まえ、現時点では**通期業績予想を据え置き**

(単位：百万円)	業績予想			Q2累計実績	進捗 ※対通期予想
	上半期	下半期	通期		
売上高	2,460	3,140	5,600	2,643	47%
-ソリューション事業	1,450	1,450	2,900	1,473	51%
-プラットフォーム事業	1,150	1,850	3,000	1,198	40%
-インキュベーション事業	0	0	0	26	-
-管理部門・連結調整	▲140	▲160	▲300	▲55	-
売上総利益	1,160	1,490	2,650	1,371	52%
-ソリューション事業	500	500	1,000	528	53%
-プラットフォーム事業	800	1,150	1,950	869	45%
-インキュベーション事業	0	0	0	22	-
-管理部門・連結調整	▲140	▲160	▲300	▲48	-
営業利益	▲120	170	50	▲4	-
-ソリューション事業	290	290	580	333	57%
-プラットフォーム事業	▲150	150	0	▲120	-
-インキュベーション事業	▲40	▲40	▲80	▲30	-
-管理部門・連結調整	▲220	▲230	▲450	▲186	-
経常利益			40	31	78%
当期純利益			20	▲21	-

03

トピックス



D2Xコマースモデルの全体像

良質かつ多様な商品を
グループサービス(toB/toC)を通して国内に提供

01.商品提供

02.販路拡大



【新規事業】なぜ今、TikTokコマースなのか



日本で立ち上がる新たなEC潮流に、オークファンが優位性を発揮できる理由

1 日本で始まった大きな転換点

2025年
6月30日
日本国内で
TikTok Shop
提供開始

新しい購買体験
「ディスカバリー
Eコマース」

2 数字が示す、圧倒的な成長余地

集計期間 2025年6月30日～2025年12月末 *1

- アクティブセラー **5万店** 以上
- 配信クリエイター **20万人** 以上
- 購入者数 **20倍** 以上に拡大

流通総額の **約70%** が動画・LIVE起点

3 この市場環境が意味すること

- 市場はまだ **初期成長フェーズ**
- 勝者ポジションは **まだ固定化されていない**
- 商品力だけでなく、**コンテンツ運営力が重要**
- 単なる分析ツールではなく、**運営OSそのものが競争優位性になる**

当社グループにとって追い風

- 相場分析データ・ノウハウの蓄積
- 流通・商材ネットワーク
- 事業成功支援ノウハウ

* 1 : TikTok Newsroom 2026年2月3日「TikTok Shop、日本での提供開始から半年が経過。流通総額の約70%が動画やLIVE配信等のコンテンツ起点と判明」より引用
<https://newsroom.tiktok.com/tiktok-shop?lang=ja-JP>

【新規事業】 NETSEA MallLive ①

TikTok Shopでの販売額はQoQ166%と高成長を継続。

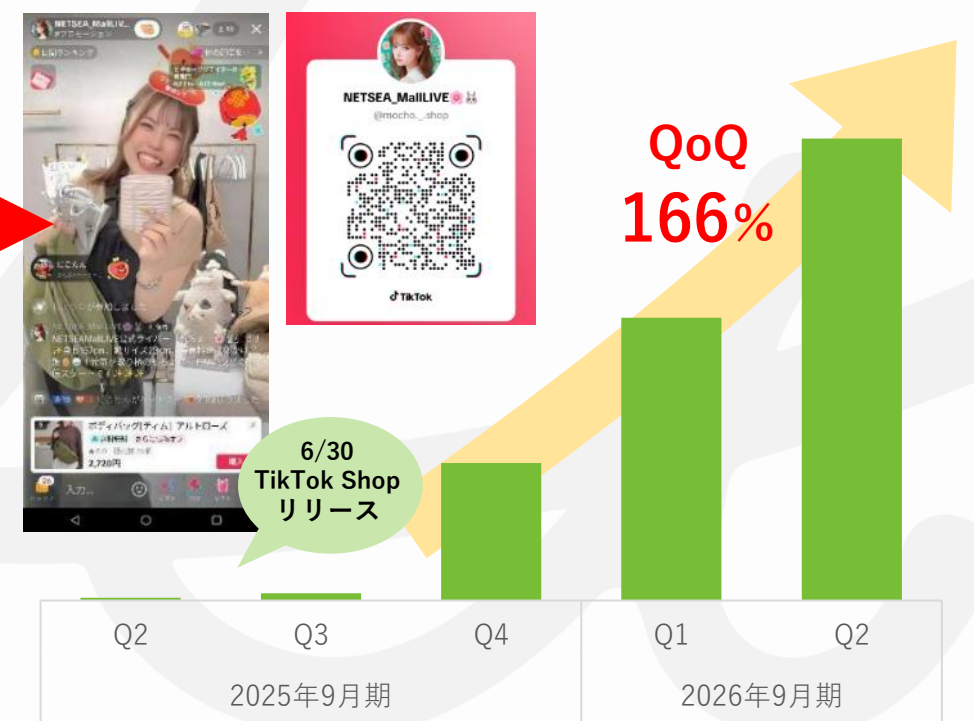
ライブコマースをD2Xコマースの新たな販売チャネルとして育成



ライブコマース事業 全体像



販売の様子・販売額推移



【新規事業】NETSEA MallLive ②

アカウント・ライバーも続々増加

2026年2月開始の産直チャンネルでは冷凍食品の取扱いを開始



【新規事業】 経営資源の集中により、なにが起きるか？



既存資産を分散活用するのではなく、TikTokコマースOSへ統合

- 今ある資源**
- 相場分析ノウハウ
 - NETSEAなどの商材・仕入れ基盤
 - EC/物販支援の顧客基盤
 - PB/SmallBの販売・運営基盤
 - データ・AI・開発力



- 集中の成果**
- 売れる商材が可視化
 - 商材とクリエイターがつながる
 - 成功パターンが蓄積される
 - 自社ブランドの成長が加速する
 - SaaS・流通・広告・自社ブランドが連続成長

点の事業群を、面のプラットフォームへ

リソース分散より、集中投資の方が学習速度が高まる

【新規事業】 自社ブランド ①

自社ブランドの売上は**成長基調を維持**



自社ブランドについて



AP LAB(エーピーラボ) - Appreciate Product Lab -

2025年1月にリリースの**生活雑貨ブランド**

モノの「本質的な価値」を再発見し、お客様へ届けることを使命とした生活雑貨の自社ブランド。中間流通をカットして販売価格を下げる

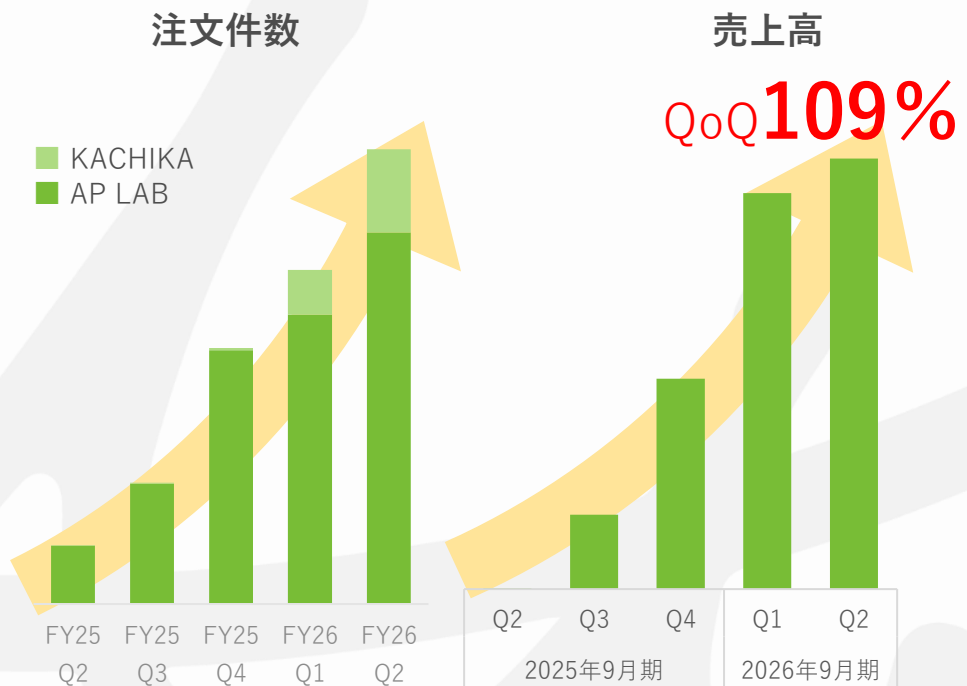


KACHIKA(カチカ) - 価値を、変える。価値で変える。

2025年10月リリース

AP LABでのデータ分析と商品開発ノウハウを活かしつつ、“原価に価値を還元する”という新しいアプローチで商品を展開する**ファッションブランド**

重要指標



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も、注文件数は堅調に増加



【新規事業】 自社ブランド ②AP LAB



既存主力商品の拡販に加え、
健康・セルフケア領域へ商品カテゴリを拡張



新カテゴリ

ライトにも、本格使用にも
ちょうどいい
“ゆとり幅”

全身のびのび、
基本ポーズを
しっかりカバー。

SIZE・COLOR

特許技術
滑り止め性能30%UP
床に“噛み付く”固定力
「汗で滑る」を過去の箱に。

特許技術の
5枚裏材使用

ゴリツかなさ
弾力性を両立

床が気づかない?
一步先の防音&衝撃吸収
SA新素材登場!

その日のうちにリセット

筋膜ローラー

FASCIA ROLLER

Three Tips for Release

- 01 軽量・高耐久
EVA素材
Ultra lightweight Durable Material
- 02 サイズの差を
気持ちいい凹凸
Pleasantly textured
- 03 いつでも清潔
丸洗いOK
Machine washable

カラダを整える

寝転がるだけ 簡単ストレッチ

家族で使える!

大きめサイズ
全長98cm

- 01 程よい硬さと
反発力のEPE素材
- 02 カバーは防水で
いつでも清潔

生活雑貨カテゴリ

新カテゴリ展開に加え、生活雑貨領域の商品展開も継続。ペットキャリーは発売後も販売が伸長し、Amazonベストセラーを獲得

ペットと飼い主のことを考えた
ペットキャリー

大窓でよく見える
引いて楽々移動できる
ストレッチフリーの移動を可能

No.1

シンプルでフォルムが
気に入らなくても
なにもアサインせず

ペットキャリー
Amazonベストセラー獲得

高耐久×安定性×保護性

HIGH DENSITY SHEET

鋼止め丸洗い
滑り止め
高耐久
2輪アーム
裏面防素材

ヨガマット
折りたたみ式

ヨガマット・
トレーニングマット
“ズレない”・衝撃吸収に特化

筋膜ローラー
軽量・高耐久

ストレッチ用ポール
高反発EPE素材×
98cmロング設計

PCスタンド
使用シーンに合わせて選べる4種を展開

【新規事業】 自社ブランド ③KACHIKA

『 KACHIKA

リリースから最短7日でAmazon売れ筋ランキング1位を獲得
複数カテゴリでベストセラー創出を再現



スリッパ
発売約7日で
Amazonベストセラー獲得

圧縮ポーチ
発売約10日で
Amazonベストセラー獲得

キャップ
発売約10日で
Amazonベストセラー獲得

リュック
発売15日で
Amazonベストセラー獲得

トートバッグ
発売15日で
Amazonベストセラー獲得



【新規事業】 OEM支援

自社ブランドで蓄積した商品企画・製造・物流ノウハウを活用し、
OEM支援の**案件拡大フェーズへ移行**



OEM支援サービスについて

中国における**150社以上の取引実績工場**を含むサプライヤーネットワークを活用し、PB商品やノベルティ製造のOEM支援を展開
クライアントのニーズに応じて最適な生産パートナーを選定し、商品開発から製造まで一貫して支援

<https://aucfan.co.jp/press/release/2024/6703/>

展開状況

複数カテゴリに拡大



アルミスーツケース新ブランド
『ALVISTA (アルヴィスタ)』
開発から物流まで一貫支援

<https://alvista-japan.com/>



トラベル用品・スーツケースブランド
『C.JUTRO (ユトロ)』
商品企画・製造支援

<https://www.amazon.co.jp/stores/Cjutro/page/98470768-0533-4525-ABFC-26ABDF6556BB>



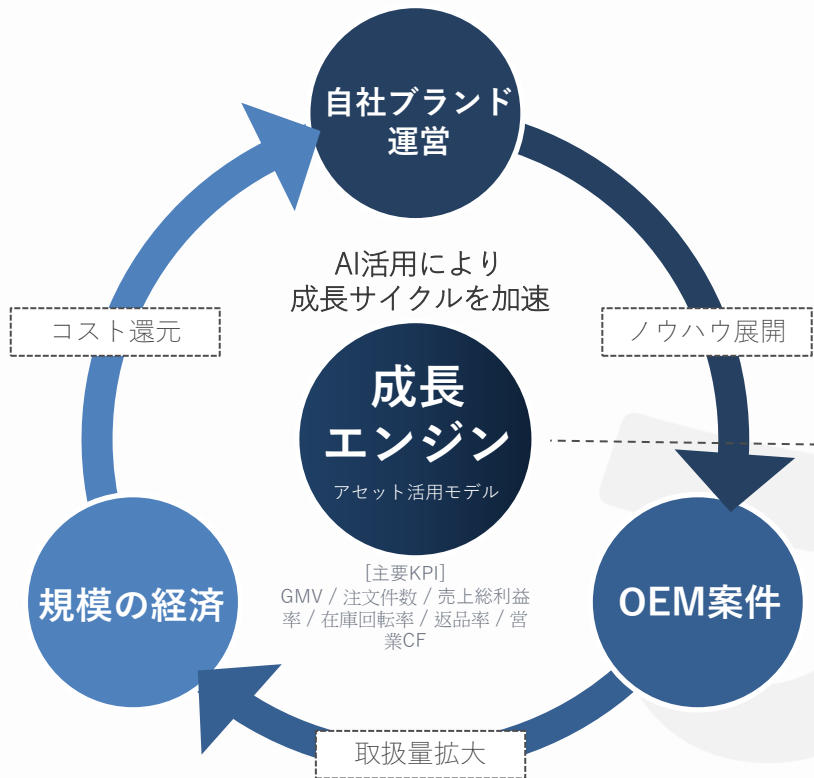
ペット用品、バッグ、タオル・バス用品・
キッチン雑貨、ノベルティ、押し活グッズ
等 多数分野にてOEM支援

【新規事業】 自社ブランドを起点とした成長エンジンの構築



自社ブランドで蓄積したアセットを起点に
OEM展開と規模の経済を通じて成長を加速

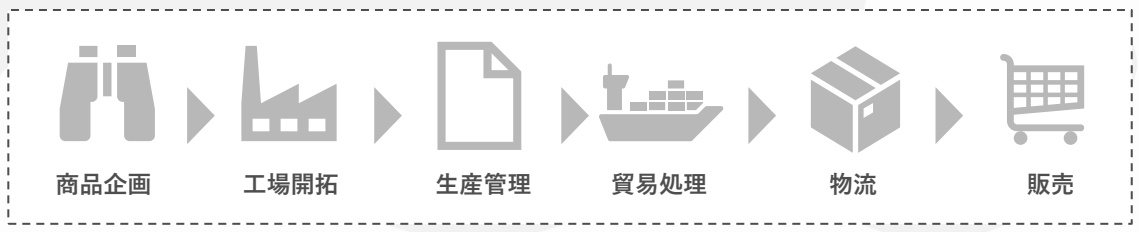
成長エンジン（循環モデル）



価値創出ストーリー

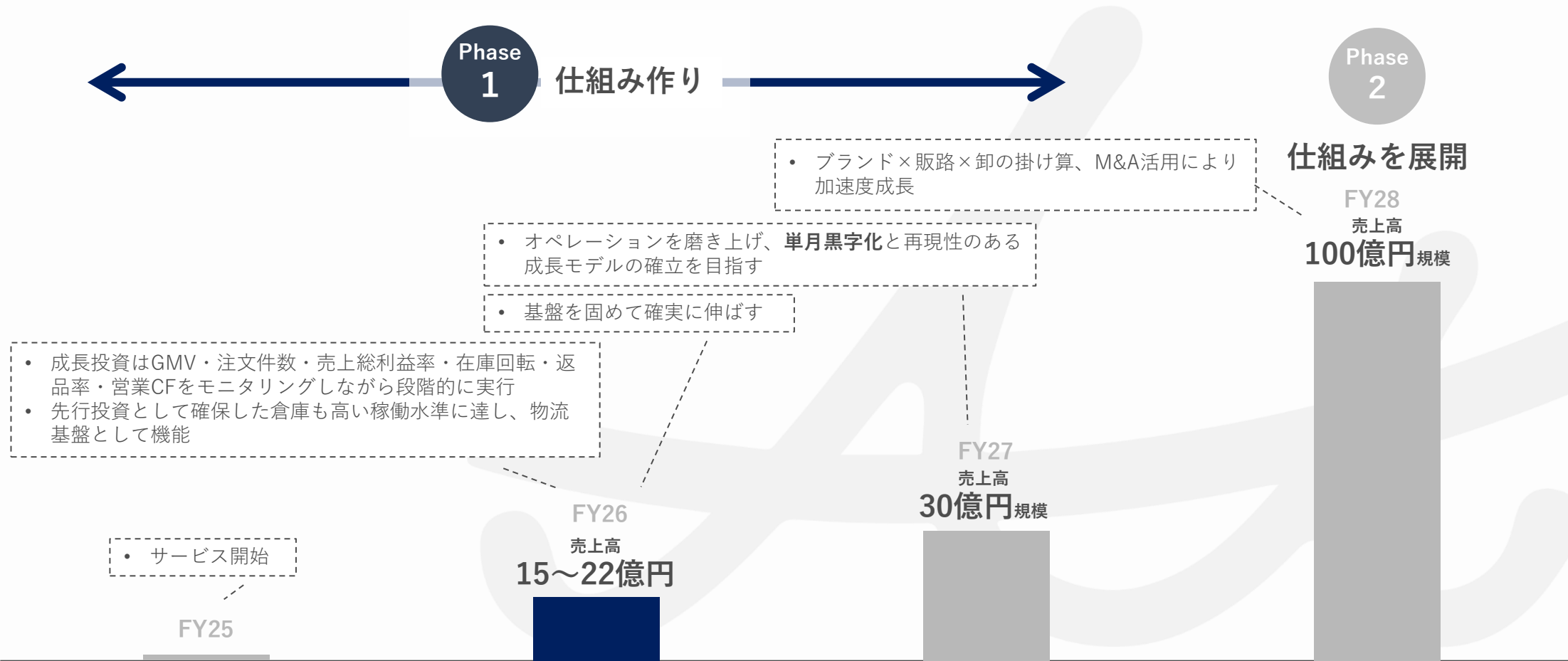
- 1 自社ブランド
商品企画～販売までを内製化し、業務プロセスを通じてノウハウ・データ（アセット）を蓄積
- 2 OEM案件
蓄積したアセットを活用し、他社ブランド支援へ展開（商品企画・調達・物流）
- 3 規模の経済
取扱量拡大によりコスト競争力を強化し、収益を再投資して成長を加速

アセット（ノウハウ・データ）の源泉



【新規事業】 自社ブランド・OEM支援 ロードマップ

FY26～FY27は仕組み作りと収益性改善を優先し、
FY28に売上高100億円規模を目指す



【新規事業】FY28 売上高100億円規模への成長ドライバー

単一ブランド・単一販路に依存せず、
ブランド・販路・OEM・AIを掛け合わせる複合成長モデル



主要KPI：GMV / 注文件数 / 売上総利益率 / 在庫回転率 / 返品率 / 営業CF



【新規事業】D2Xコマース拡大に伴う主要リスクと対応方針

リスクを認識し、KPIで可視化し、投資判断と運用改善に反映



在庫・キャッシュフロー

- 小ロット検証、SKU別採算管理、在庫回転日数・返品率のモニタリング。
- 滞留在庫はNETSEA・OSR・卸販路で早期消化。

品質・製品安全・表示

- 工場選定基準、出荷前検品、カテゴリ別品質基準、広告・表示表現の事前チェックを徹底。

中国調達・物流・地政学

- 主要カテゴリごとに複数工場・代替調達先を確保し、物流ルート分散と納期管理を強化。

為替・原価上昇

- 売上総利益率下限を設定し、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を実施。

モール・販路依存

- Amazon、TikTok Shop、自社EC、NETSEA、OSR、OEM、法人卸を組み合わせ、単一販路依存を抑制。

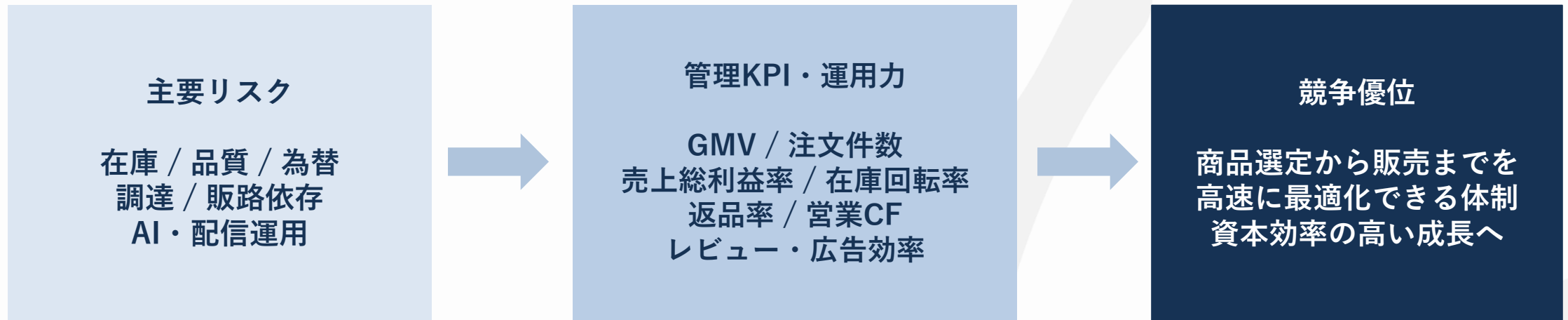
AI・ライブコマース運用

- AI生成物は人手確認を前提に、配信ガイドライン、複数アカウント・複数ライバー運用でリスクを分散。

成長投資は、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CFを重視し、投資規律を維持しながら段階的に実行

【新規事業】 リスク管理力を競争優位へ

「商品を作るリスク」を、データ・販路・調達力・KPI管理で制御し、
資本効率の高い成長へつなげる



D2Xを支える当社資産

700億件超の
相場データ

150社超の
工場ネットワーク

NETSEA / OSR
Appreciator基盤

AI活用による
効率化・自動化

【既存事業】ソリューション事業 aucfan.com

生成AI活用を推進

MCPサーバーを通じ、aucfan.comの700億件超の相場データをAI連携



Aucfan

(オークファンドットコム)

700億件の相場データをAIで活用!



NEW 生成AI

Claude

ChatGPT
Cursor

オークファン
MCPサーバー



aucfan

オークファンドットコム
実売データ 取引データ
落札履歴 落札履歴 等

リユース・EC業務の自動化をMCPサーバーで実現

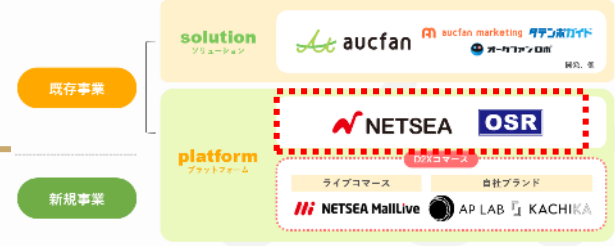
従来の生成AI

- ・ 長文テキスト中心で査定判断に時間が発生
- ・ 情報整理や価格比較を手作業で実施
- ・ 現場担当者ごとの属人的運用

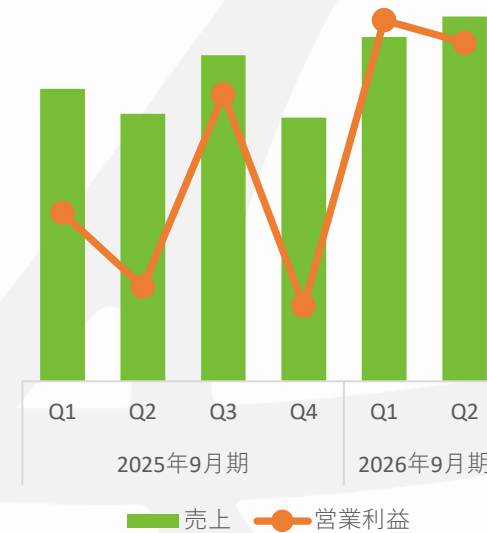
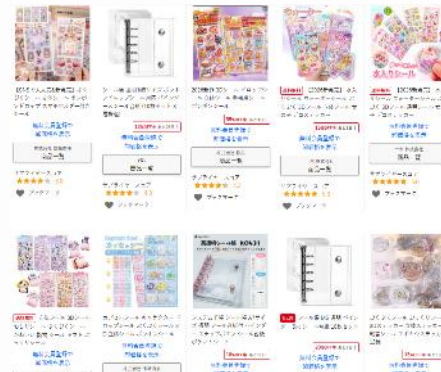
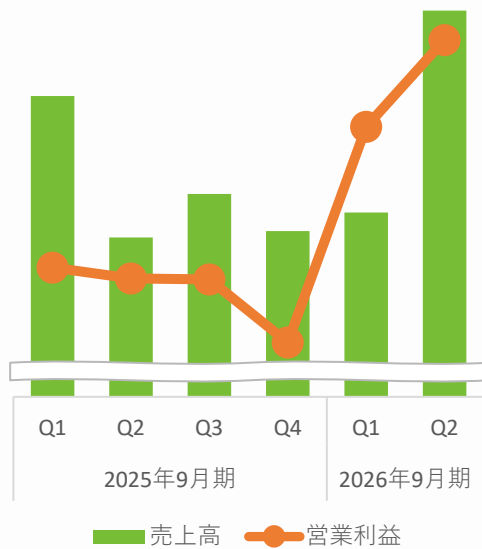
Claude × aucfan MCPサーバー

- ・ 相場データをダッシュボード形式で可視化
- ・ 実売中央値や価格帯を即時表示
- ・ 商品確認と同時に査定判断が可能

【既存事業】プラットフォーム事業 NETSEA・OSR



コスト効率化運営を実現し、安定した収益基盤に
シール商材等の一過性需要を取り込みつつ、AI活用・コスト効率化でNETSEA・OSRともに収益性が向上



- ・ AI活用によりマッチング精度向上、取引活性化
- ・ 前年同期比で増収・増益
売上117%、営業利益304%

- ・ 前年同期比で増収・増益
売上136%、営業利益340%

We Are Appreciators!

CORPORATE IDENTITY

私たちは、お客様である

クリエイター・

SmallB(個人事業主)・副業の方々を

アプリシエイター

Appreciatorと定義し、

彼らが国境を越えて活躍し、

自己実現できるインフラを構築していきます



※Appreciateとは「真価を認める、感謝する、面白く味わう、価値が上がる、買う」などの意味があります。すなわちAppreciatorとは「真価を見出し、価値に感謝できる人」国によっては未だ「見出されていない価値」が眠っています。私たちも Appreciatorとして人の真価、社会の真価、モノの真価を見出し、循環していく社会を作りたいのです。

04

Appendix



01 オークファングループについて

Page 36

02 事業について

Page 37

03 サービス詳細

Page 42

04 会社概要

Page 50

オークファングループについて

学生起業より現在まで一貫性のある事業展開

2000年

● 大学在学中、個人事業主としてオークション出品販売を開始

● 株式会社デファクトスタンダード設立、代表取締役に就任
※現サービス名：ブランド買取「ブランディア」

2007年

● 「オークション統計ページ(仮)」を譲り受け、メディア運営を開始 ※現在のaucfan.com

● 株式会社デファクトスタンダード(現：株式会社サーラックス)よりメディア事業を新設分割し、株式会社オークファンを設立、代表取締役に就任

2013年

● 東京証券取引所 マザーズ市場(現：グロース市場)に上場(証券コード3674)

2015年

● 国内最大級のBtoB卸モール「NETSEA(ネッシー)」
ネットショップ運営一元管理システム「タテンポガイド」をM&Aによりグループ化

2022年

● オフライン展示会サービス「オーエスアール・大阪船場流通マート」
をM&Aによりグループ化

2024年

● 中国海南島を拠点とした海外子会社
「傲可凡(海南)网络科技有限公司」を設立

2025年

● 義烏マーケットの商品が日本で仕入れられる展示会
「日本東京義烏セレクション」をオープン
※2025年6月に移転・拡大し「大阪義烏マーケット」として展開

● 義烏マーケット内で国家館として日本初
「義烏 日本国家館」をオープン

● 自社ブランド「AP LAB」「KACHIKA」販売を開始

● ライブコマース事業「NETSEA MallLive」を開始



代表プロフィール



武永 修一

(たけなが しゅういち)

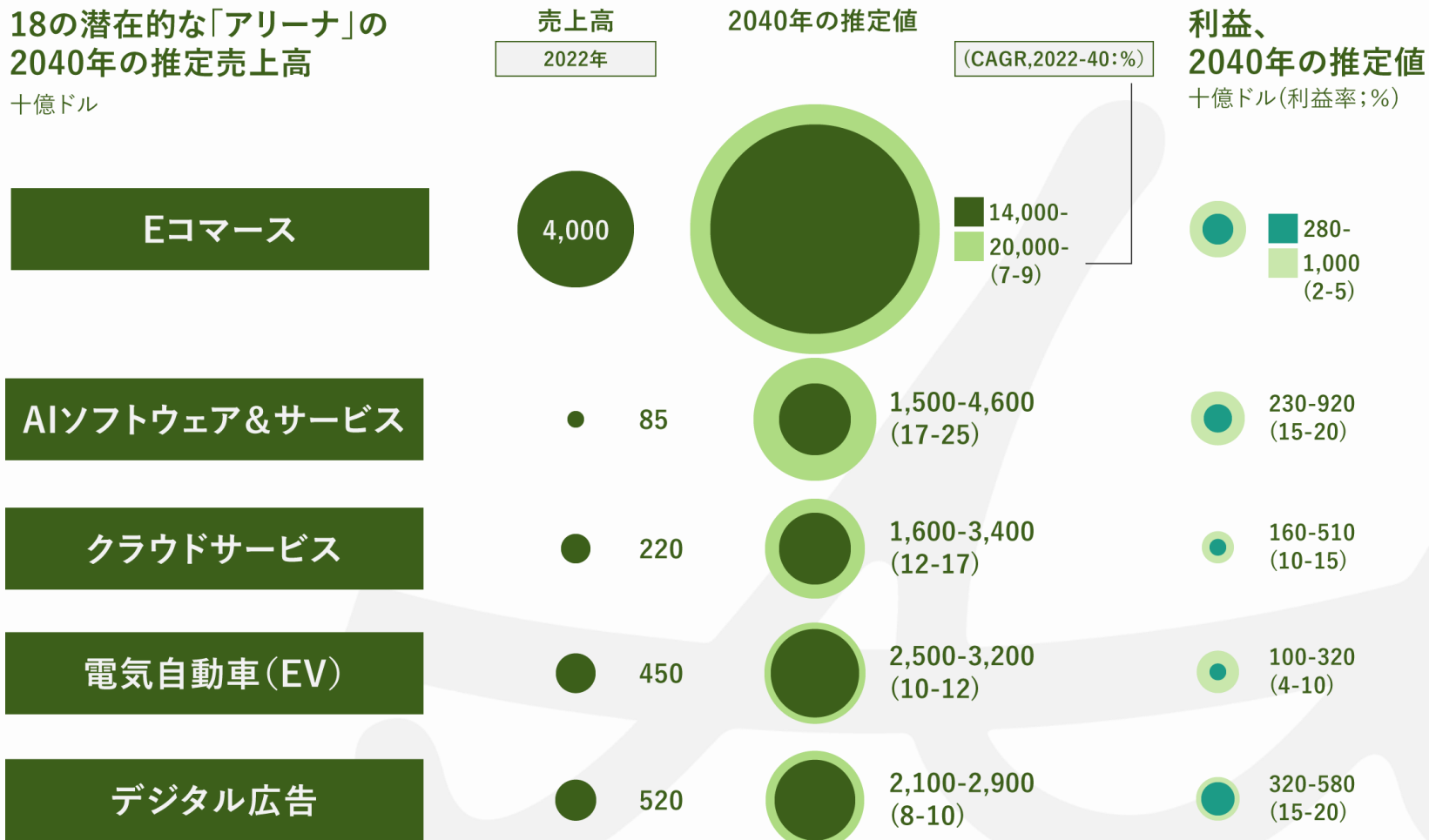
株式会社オークファン
代表取締役

1978年 生まれ
山口県出身
京都大学法学部卒業

事業について：ターゲット市場

EC市場は今後も飛躍的に拡大が予想される

18の潜在的な「アリーナ」の
2040年の推定売上高
十億ドル

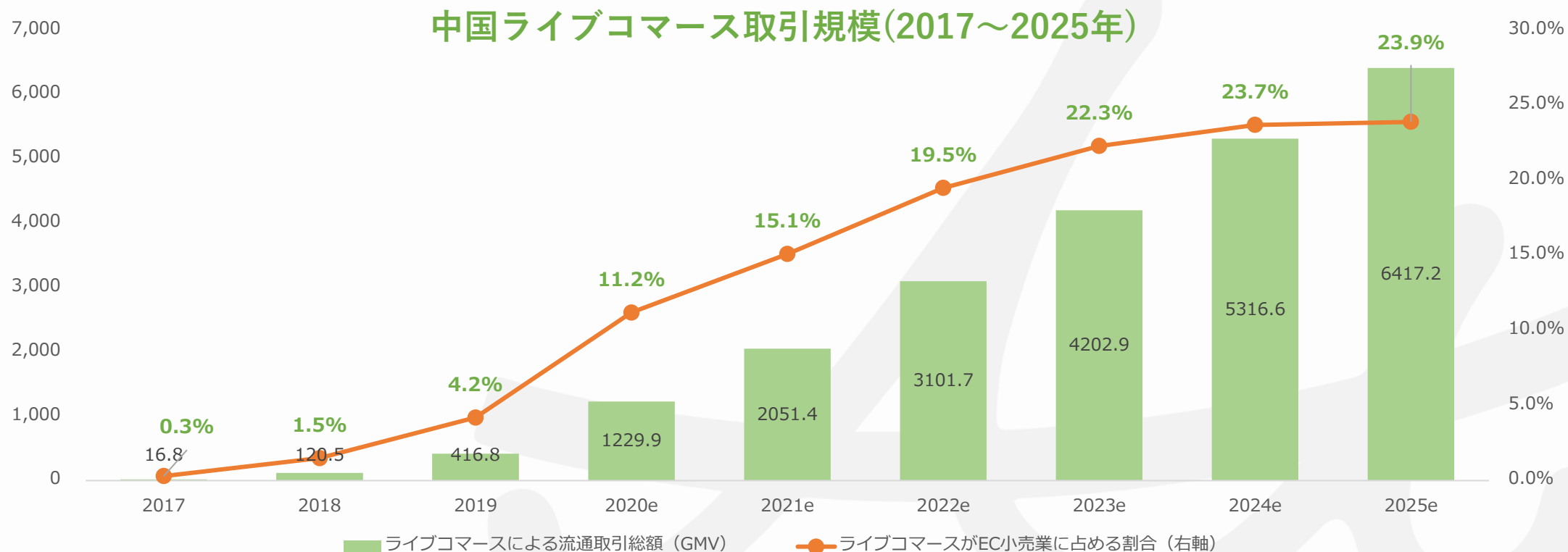


※2025年4月発表 マッキンゼー・アンド・カンパニー日本語リリース「次なる競争の舞台となる『アリーナ』」 P9 図表E2より引用
<https://www.mckinsey.com/jp/~/media/mckinsey/locations/asia/japan/our%20insights/the-arena-the-next-stage-of-competition.pdf>

事業について：ターゲット市場

ライブコマース市場規模は、中国ライブコマース最大手のバイトダンス社など
2025年に**約140兆円*1**に成長、**日本でも市場急拡大**

(単位：億円)



※1：JETRO「新たなEC手法として存在感を高めるライブコマース（中国）」<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2022/bca31f7ca5265e62.html> より
2025年11月12日時点為替相場 1元=21.75円にて計算

事業について：収益基盤と成長領域

既存事業で収益を確保しつつ

新規事業「D2X (Direct to X) コマース*1」に経営資源を集中



*1 D2Xコマース：中国の生産拠点において当社自らが工場を開拓・製造し、日本国内で販売するビジネスモデル。個人向け販売に加え、法人向け卸販売も行うことから、Direct to Consumer (D2C) にBusiness (B) を含む「D2X (Direct to X) コマース」と定義。D2Xコマース全体像はP16を参照。ライブコマース・自社ブランドの詳細はP48~49を参照

事業について：競争力の源泉・競合環境（当社の強み）

— D2Xコマースを実現する当社の強み —

競争力の源泉

長年蓄積した価格・売買データ



サプライヤー・バイヤー基盤
(Appreciators)



中国調達 × 日本流通のオペレーション

競合環境

競合

- 価格比較・集客が中心
- 商品供給機能を持たない
- 商流創出まで踏み込まない

当社

データ × 商品供給 × 商流創出
による統合型ビジネスモデルを構築

事業について：収益モデル

SaaS、GMV課金収益、販売収益のハイブリッド

既存事業

ソリューション事業

ARR^{*1} (課金額)

アカウント数

×

年間課金額

主な対象サービス

 **aucfan**

新規事業

プラットフォーム事業(既存)

GMV課金収益

流通額

×

手数料率

主な対象サービス

 **NETSEA**

新規事業

プラットフォーム事業(新規)

販売収益

販売額

×

売上総利益率

主な対象サービス

 **AP LAB**  **KACHIKA**

*1 Annual Recurring Revenueの略、年間課金収入額

サービス詳細：主要サービス

既存事業は収益基盤、新規事業(D2Xコマース*1)が成長ドライバー

既存事業

ソリューション事業

データ・AI技術により、ECや副業に取り組む
Appreciatorを支援するソリューション

 **aucfan**

EC・オークション・フリマの比較、検索サービス

 **aucfan marketing**  **タテンボガイド**

EC事業者向け
マーケ支援サービス

ネットショップの
一元管理システム

 **オークファンロボ**

専門知識不要RPAツール

プラットフォーム事業(既存)

Appreciator向けに商品を提供する
BtoB取引市場のDXプラットフォーム

 **NETSEA**

BtoB取引プラットフォーム



 **OSR**

大阪船場に拠点をもち展示・商談会事業

新規事業

プラットフォーム事業(新規)

当社自らが主体となり消費者およびAppreciatorへ
商品を提供する**D2Xコマース**
ライブコマースという新たな商流を創出

 **AP LAB**  **KACHIKA**

自社ブランド

 **NETSEA MallLive**

ライブコマース関連事業

インキュベーション事業

 **Aucfan Incubate** [インベストメント(投資)事業]

その他、新規事業開発

サービス詳細

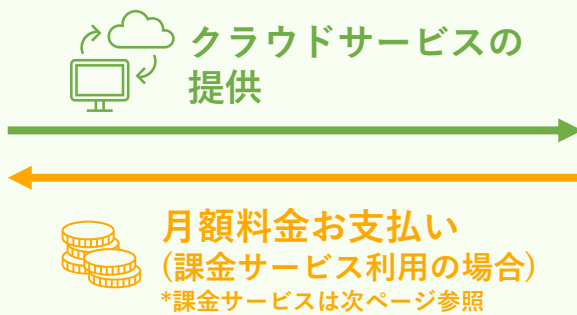
At aucfan (オークファン)

ネットショッピング・オークション・フリマの相場、統計価格比較サービス

利用料金 無料 ※プレミアムサービスは月額2,000円(税抜) ※2024年7月の価格改定後の料金

提供機能 ネットショッピング・オークション・フリマサイトの一括検索、オークション・フリマサイトの過去落札相場の検索、オークション出品サポートツールの提供

ビジネスモデル



既存事業

新規事業

At aucfan aucfan marketing オークファンラボ

NETSEA OSR

プラットフォーム

ライブコマース 自社ブランド

NETSEA MallLive AP LAB KACHIKI



At aucfan (オークファン) 課金サービス

オークファンプレミアム



aucfan.comをより活用するためのプレミアム機能

利用料金 月額2,000円(税抜) ※2024年7月の価格改定後の料金

提供機能 10年間分の落札相場検索、期間おまとめ検索、入札予約ツール、マイブックマーク、検索アラート、かんたん出品ツール、出品テンプレート保存 など

オークファンロボ



専門知識がなくても直感的に操作できるRPAツール

利用料金 月額120,000円(税抜)

提供機能 競合調査・在庫の発注・受注処理・発送伝票作成・人事労務業務などバックオフィス業務 など

オークファンプロPlus



プロが使う相場検索、データ分析ツール

利用料金 月額1,000円(税抜)

提供機能 Yahoo!ショッピング分析、オークション相場検索・データ分析、Amazonリサーチ、グローバルECサイト比較、その他ECサポートツールの提供 など

タテンポガイド



ネットショッパー元管理ツール

利用料金 月額24,000円～(税抜)

提供機能 商品情報の一括登録・編集・更新、在庫数の自動同期、受注情報の自動取込・ステータス管理・在庫ステータス管理など

サービス詳細

aucfan marketing (オークファンマーケティング)

EC事業者向けマーケティング支援サービス

ご提供価格・手数料	個別にお見積り
支援内容	広告運用、Web解析、クリエイティブ制作、SEO集客 メルマガライティング、YouTubeチャンネル運営 マーケティング戦略立案、LP改善、ブランディング等
特徴	①リソースを惜しまない迅速かつ高品質な運用体制 ②売上にコミットしたKPI設定で目標達成を実現 ③ EC集客の成果改善に必要なLPやバナーの制作
事例	一部上場の大手スポーツクラブ(7年以上運用) 大手化粧品企業(3年以上運用)



既存事業

新規事業

solution
ソリューション

platform
プラットフォーム

aucfan aucfan marketing

NETSEA **OSR**

ネットコマース 自社ブランド

NETSEA MailLive AP LAB KACHIKI

ビジネスモデル

(広告運用代行の場合)



サービス詳細



国内最大級 BtoB卸・仕入れプラットフォーム

利用料金

サプライヤー:月額25,000円(税抜)
+ 成約手数料8.5%~10.5%
バイヤー:無料※1

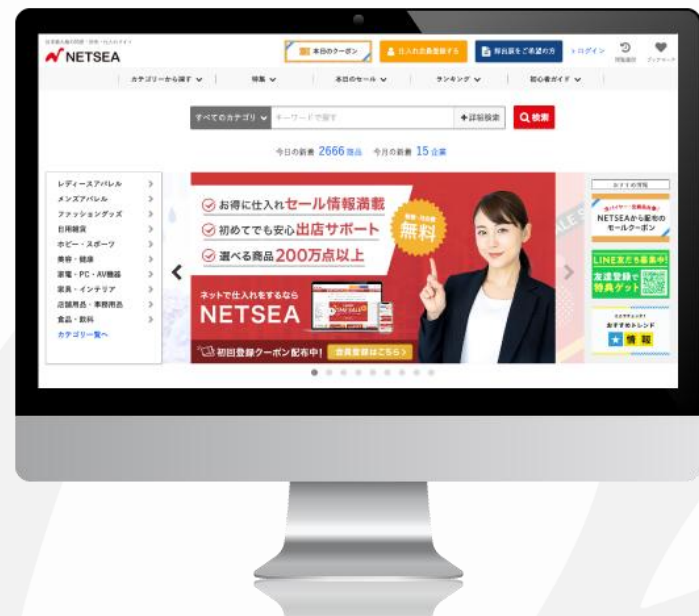
特徴

バイヤー登録数 約50万社以上
年間流通額 約100億円 ※2026年3月時点

既存事業

- solution: aucfan, aucfan marketing, オークション
- platform: NETSEA, OSR, ライブコマース, 自社ブランド, NETSEA MallLive, AP LAB, KACHIKI

新規事業



ビジネスモデル



サービス詳細

OSR (オーエスアール・大阪船場流通マート)

大阪船場に拠点をもつ展示・商談会事業

利用料金	サプライヤー:会費10,000円/月(税抜) + 常設基本ブース料15,000円/月(税抜) + 売掛金集金手数料5% ※別途出展時保証金50,000円(退会時返還) バイヤー:無料
特徴	毎月第一日・月・火 および第三日・火に展示商談会を開催 年間流通額 約30億円

※2026年3月時点



既存事業

- solution フューチャード
- aucfan aucfan marketing オールカンパニー

新規事業

- platform フォットフォーム
- ライブコマース
- 自社ブランド
- NETSEA MallLive AP LAB KACHIKI

ビジネスモデル



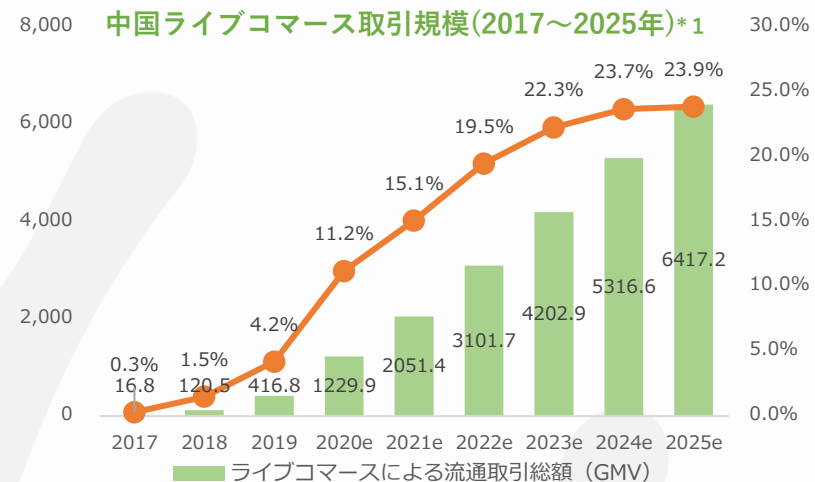
サービス詳細

D2Xコマースの販路の一つ ライブコマース事業

中国ライブコマース最大手のバイトダンス社など
2025年に約140兆円*2に成長
日本でも2025年6月末にTikTok Shopが開始され市場拡大中!



新たな販売手法としての市場環境の把握、
ユーザーニーズの理解を目的に
自社ライバーにてTikTok Shop販売を
開始



※1: JETRO「新たなEC手法として存在感を高めるライブコマース(中国)」より
<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2022/bca31f7ca5265e62.html>
※2: 上記グラフより2025年11月12日時点為替相場 1元=21.75円にて計算

ビジネスモデル



サービス詳細

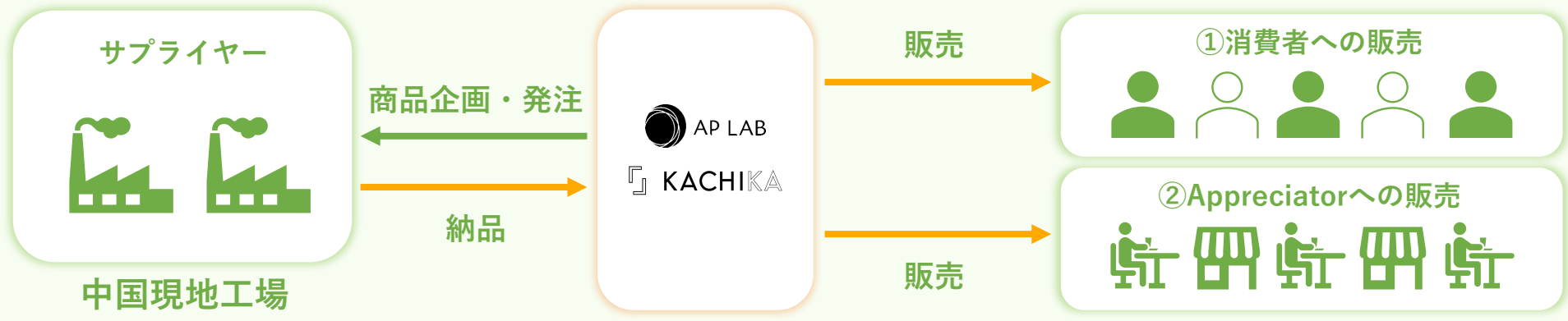


D2Xコマースの中核事業 自社ブランド

モノの「本質的な価値」を再発見し、お客様へ届けることを使命とした自社ブランド。
中国をはじめとした海外現地での調達力とOEM生産のノウハウを活用し、工場直接仕入れによるコスト効率の高い製品開発を実現。無駄を省いたものづくりで、ライフスタイルを豊かにするオリジナル商品を幅広く展開。



ビジネスモデル



会社概要

商号

株式会社オークファン (Aucfan Co.,Ltd.)

<https://aucfan.co.jp/>

所在地

〒141-0001 東京都品川区北品川5-1-18

住友不動産大崎ツインビル東館 7階

創業

2007年6月

資本金

9億7,368万円 (2025年9月末現在)

従業員数

163名 (2025年9月末現在)

※連結従業員数 (役員・派遣社員・パートタイムを除く)

本社オフィス





免責事項

本資料に記載されている計画、見通し、戦略およびその他の歴史的事実でないものは、作成時点において入手可能な情報に基づく将来に関する見通しであり、さまざまなリスクおよび不確実性が内在しています。実際の業績は経営環境の変動などにより、これら見通しと大きく異なる可能性があります。また、本資料に記載されている当社および当社グループ以外の企業などにかかわる情報は、公開情報などから引用したものであり、情報の正確性などについて保証するものではありません。

登録商標・商標について

本資料に掲載されている会社名、ロゴ、製品名、サービス名およびブランドなどは、株式会社オークファンまたは該当する各社の登録商標または商標です。

本資料の一部あるいは全体について、当社の許可なく複製および転載することを禁じます。