



aucfan

2026年9月期(第20期)
第3四半期決算 補足説明資料

株式会社オークファン <3674>
2026年8月14日

第3四半期 エグゼクティブサマリー

連結業績

売上高4,148百万円（YoY117%）、営業利益51百万円（YoY173%）

新規事業（ライブコマース・自社ブランド）の成長と既存事業の安定収益により増収増益

01 事業転換の進展

- 新規事業の販売規模が拡大
- Q3単体売上高は15億円、**直近4期で最高**

02 収益化フェーズへの移行

- 新規事業の売上拡大により、先行投資負担の吸収が進展
- 極めて厳しい**円安環境下**（1ドル約160円／1元約23.4円*1）**でも、利益回復を実現**

03 通期業績予想に対する進捗

- Q3累計**営業利益・経常利益は通期予想を既に超過**
- 将来事業計画・課税所得見通しを踏まえ、繰延税金資産の回収可能性と純利益への影響を精査中のため、**通期予想は据え置き**

トピックス

- 新規事業ではTikTok Shopで他社商品のアフィリエイト販売を開始し、販売モデル・収益機会を拡張
同時に商品カテゴリーの拡張とパートナー企業とのコラボを推進
- AI活用を推進し、既存事業の収益基盤を強化

*1：2026年4～6月の月中平均為替レートを基に算出

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(ライブコマース・自社ブランド)に経営資源を集中

既存事業

solution
ソリューション

AUC aucfan

aucfan marketing **タデノボガイド**
オークファンロボ

開発、他

新規事業

platform
プラットフォーム

NETSEA

OSR

ライブコマース

自社ブランド

NETSEA MallLive



AP LAB **KACHIKA**

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、新規事業（ライブコマース・自社ブランド）へ投資
成長投資と利益創出を両立し、企業価値向上を目指す

第二創業フェーズ：新規事業を次の成長柱へ育成し、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
- 営業利益は通期予想水準に到達
- コスト効率化・AI活用を継続

成長ドライバー

- ライブコマースの販売成長
- 自社ブランドの拡大
- OEM支援を一体展開

AI・データ活用

- 700億件超の相場データ
- 商品選定・動画生成を効率化
- マッチング精度を向上

財務余力

- 現金残高 3,613百万円
- 自己資本比率 55.7%
- 成長投資を継続できる健全な財務基盤

稼ぐ

既存事業で安定収益を創出



投資

新規事業へ成長投資



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3四半期決算 概要	Page 6
02	連結業績予想に対する進捗状況	Page 13
03	株主還元について	Page 15
04	トピックス	Page 17
05	APPENDIX	Page 29

01

2026年9月期 第3四半期決算 概要

連結業績ハイライト

新規事業の成長により増収、既存事業の安定収益を基盤に増益

Q3累計営業利益・経常利益は通期予想を既に超過

(単位：百万円)	Q3累計 業績		
	前期 (2025年9月期)	当期 (2026年9月期)	YoY
売上高	3,544	4,148	117%
-ソリューション事業	2,176	2,199	101%
-プラットフォーム事業	1,223	1,992	163%
-インキュベーション事業	245	37	15%
-管理部門・連結調整	▲101	▲81	-
売上総利益	1,728	2,146	124%
-ソリューション事業	845	774	92%
-プラットフォーム事業	824	1,406	171%
-インキュベーション事業	192	36	19%
-管理部門・連結調整	▲131	▲69	-
営業利益	29	51	173%
-ソリューション事業	481	487	101%
-プラットフォーム事業	▲112	▲127	-
-インキュベーション事業	▲41	▲36	-
-管理部門・連結調整	▲297	▲272	-
経常利益	50	88	174%
純利益	▲31	2	-

*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P49参照
*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、詳細はP47参照
*3 NETSEA(ネッシー)：国内BtoB卸仕入れプラットフォーム、詳細はP50参照
*4 OSR(オーエスアール)：大阪船場に拠点をもつ展示・商談会事業、詳細はP51参照
*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P46参照

前年同期との増減要因

ソリューション事業

- aucfan marketing*1の広告運用サービスが好調に推移し増収
- aucfan.com*2は前年の価格改定効果の反動により減収
- ソリューション事業全体では堅調に増収増益

プラットフォーム事業(既存)

- NETSEA*3・OSR*4は取引活性化により売上が伸長
- AI活用・コスト効率化により収益性が改善

プラットフォーム事業(新規)

- ライブコマースの販売規模が大幅に拡大
- 自社ブランド*5「AP LAB」「KACHIKA」が成長を牽引
- 売上拡大により、先行投資負担の吸収が進展

インキュベーション事業

- 営業投資有価証券の売却収入等を計上
- 投資先の成長性や市場環境を踏まえ、適切な売却時期を判断

営業外損益・特別損益・法人税等

- 余剰資金の運用益、為替差益等を営業外収益に計上し、経常利益は88百万円
- 法人税等86百万円の計上により、純利益は2百万円

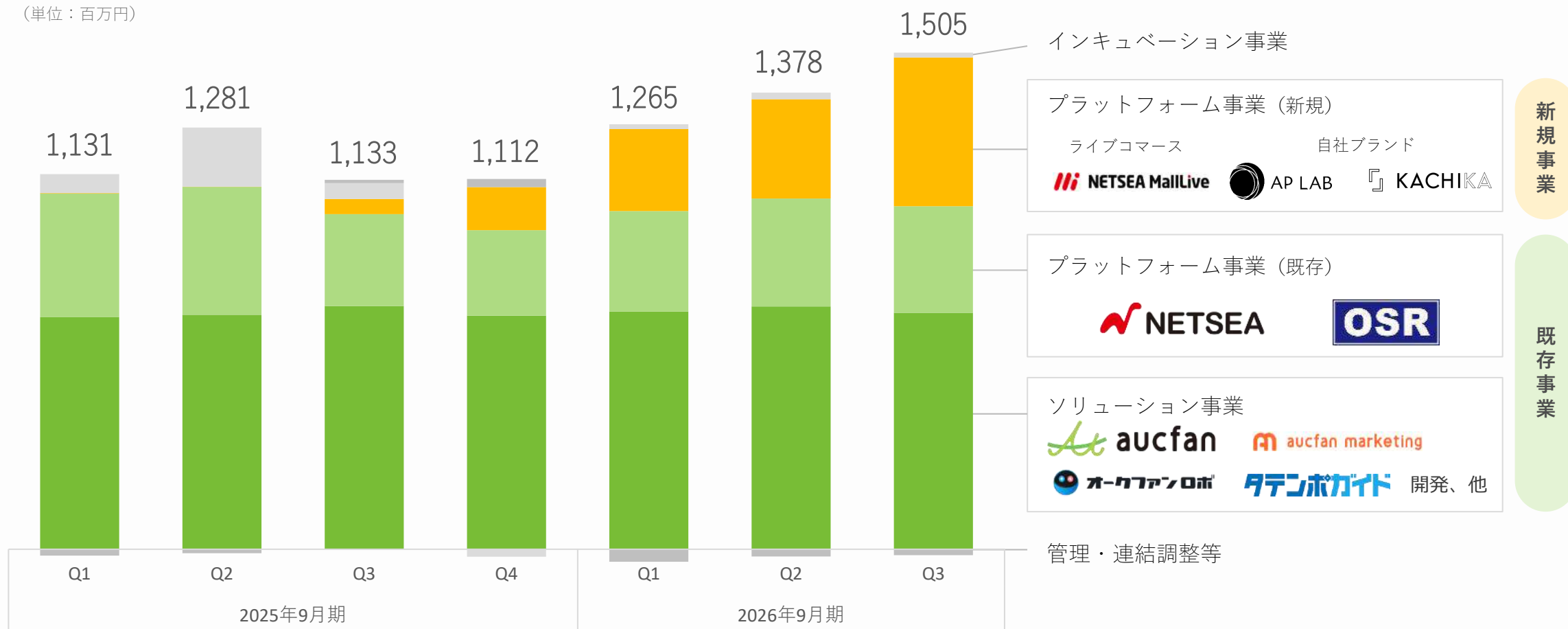
※中国子会社は、一定の検証・立ち上げフェーズの進捗を踏まえ、事業区分をプラットフォーム事業へ変更。前年同期の数値を組み替えて比較

連結売上高

既存事業は安定推移

新規事業の拡大により、四半期売上高は直近4期で最高

(単位：百万円)



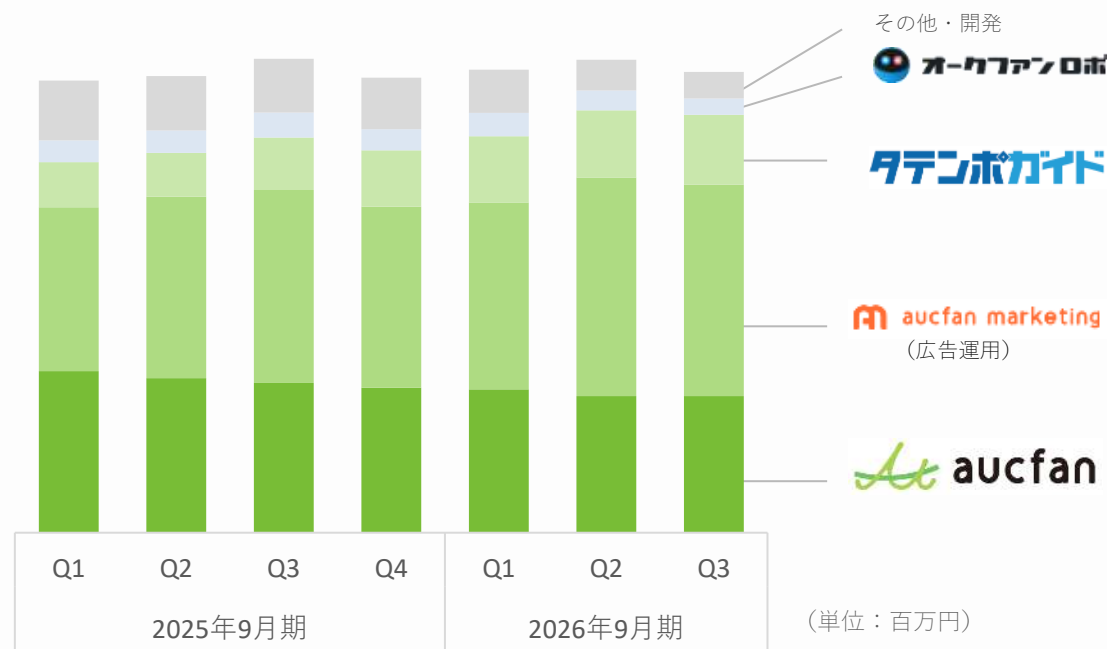
売上高 (ソリューション事業・プラットフォーム事業)

既存事業は安定推移

新規事業では**自社ブランド**が成長を牽引

ソリューション事業 売上高

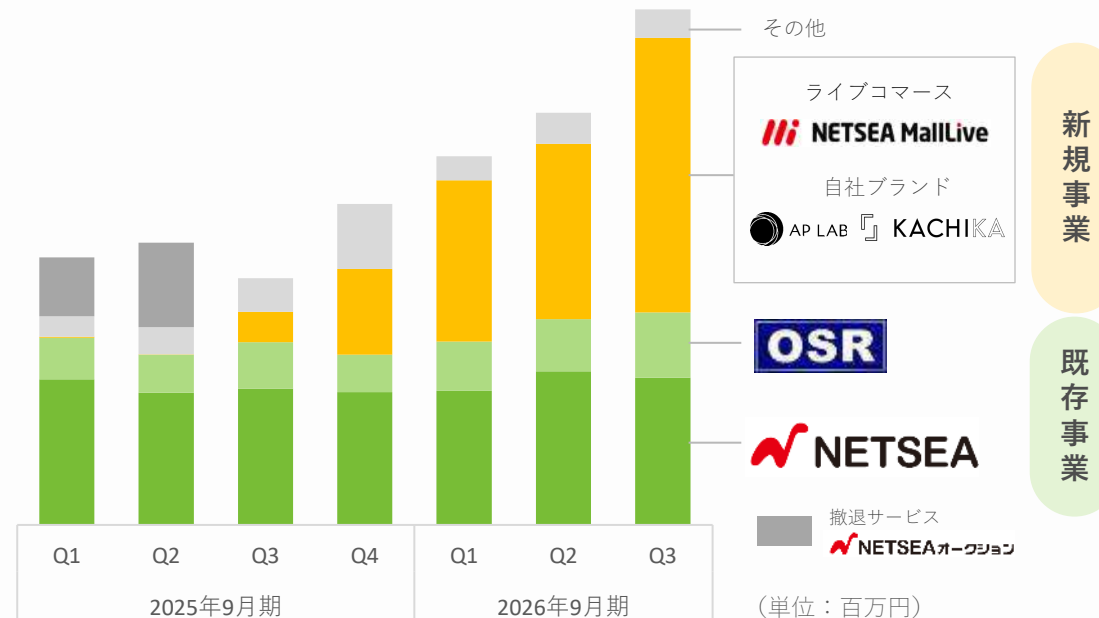
FY25 Q3 746百万円 ▶ FY26 Q3 725百万円



- 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
- ソリューション事業は安定した売上水準を維持

プラットフォーム事業 売上高

FY25 Q3 403百万円 ▶ FY26 Q3 794百万円



- 自社ブランドの販売規模が大幅に拡大
- プラットフォーム事業売上高はQoQ・YoYともに増収

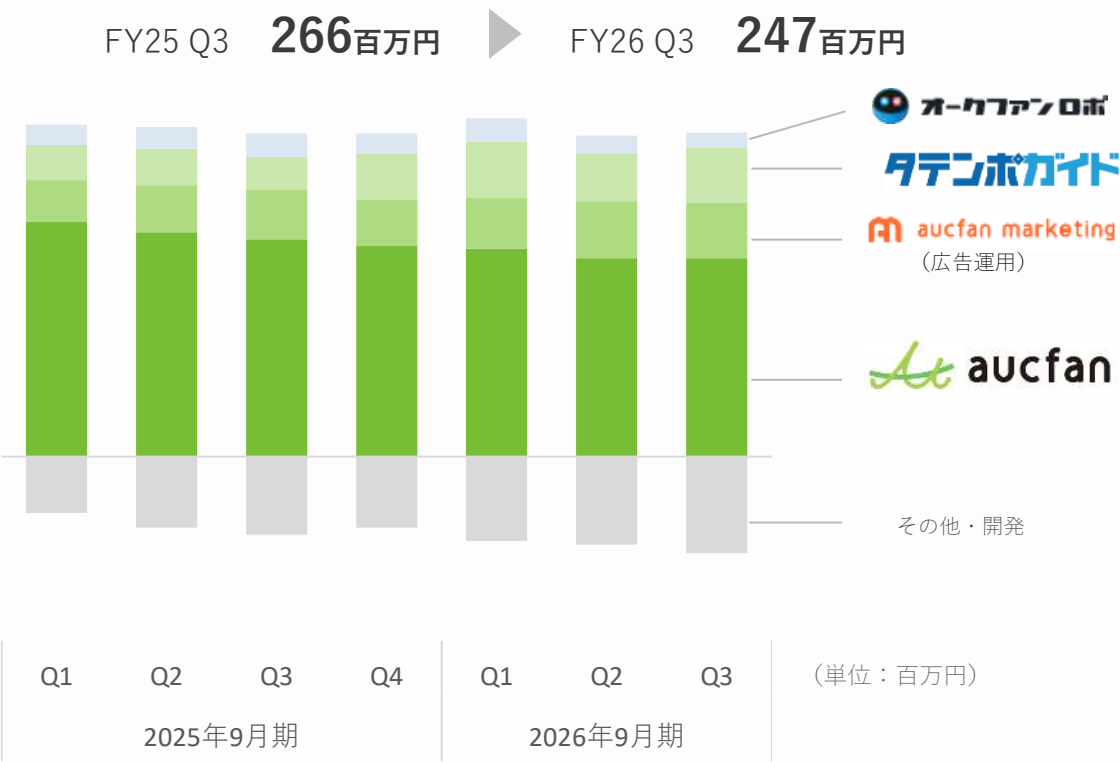
新規事業

既存事業

売上総利益 (ソリューション事業・プラットフォーム事業)

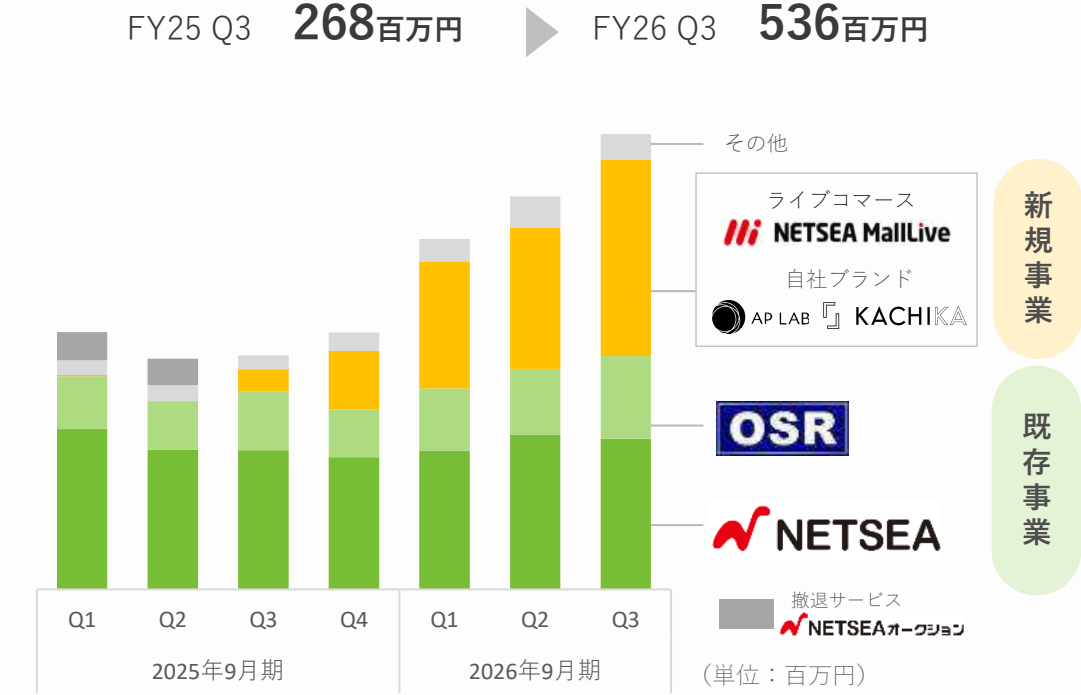
新規事業の成長により、プラットフォーム事業の売上総利益が大幅に拡大

ソリューション事業 売上総利益



- 高粗利率商材「aucfan.com」の減収により、売上総利益は前年同期を下回る
- コスト効率化により、安定した収益性を維持

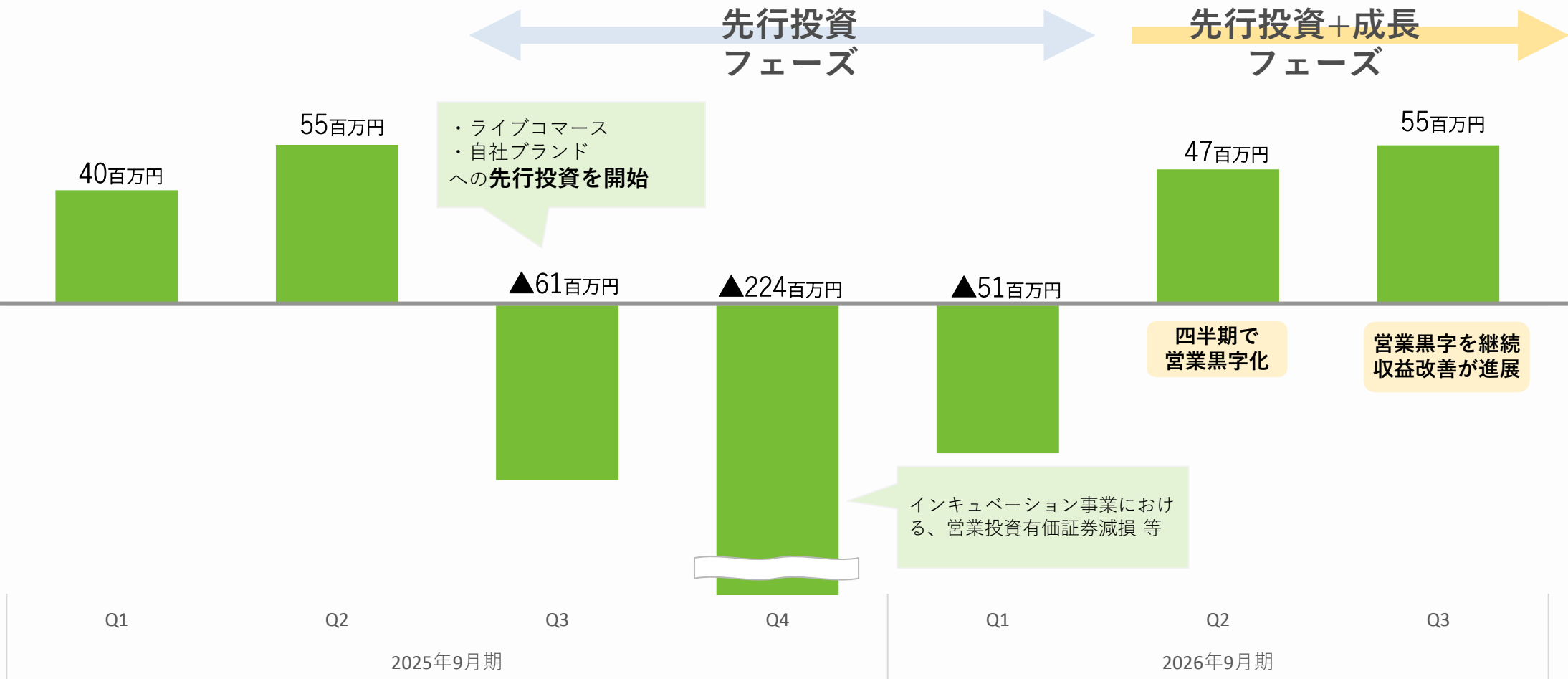
プラットフォーム事業 売上総利益



- ライブコマース・自社ブランドの成長により、売上総利益が大幅に拡大
- QoQ・YoYともに成長を継続
- 極めて厳しい円安環境下 (1ドル約160円/1元約23.4円) でも、売上総利益を大幅に拡大

連結営業利益

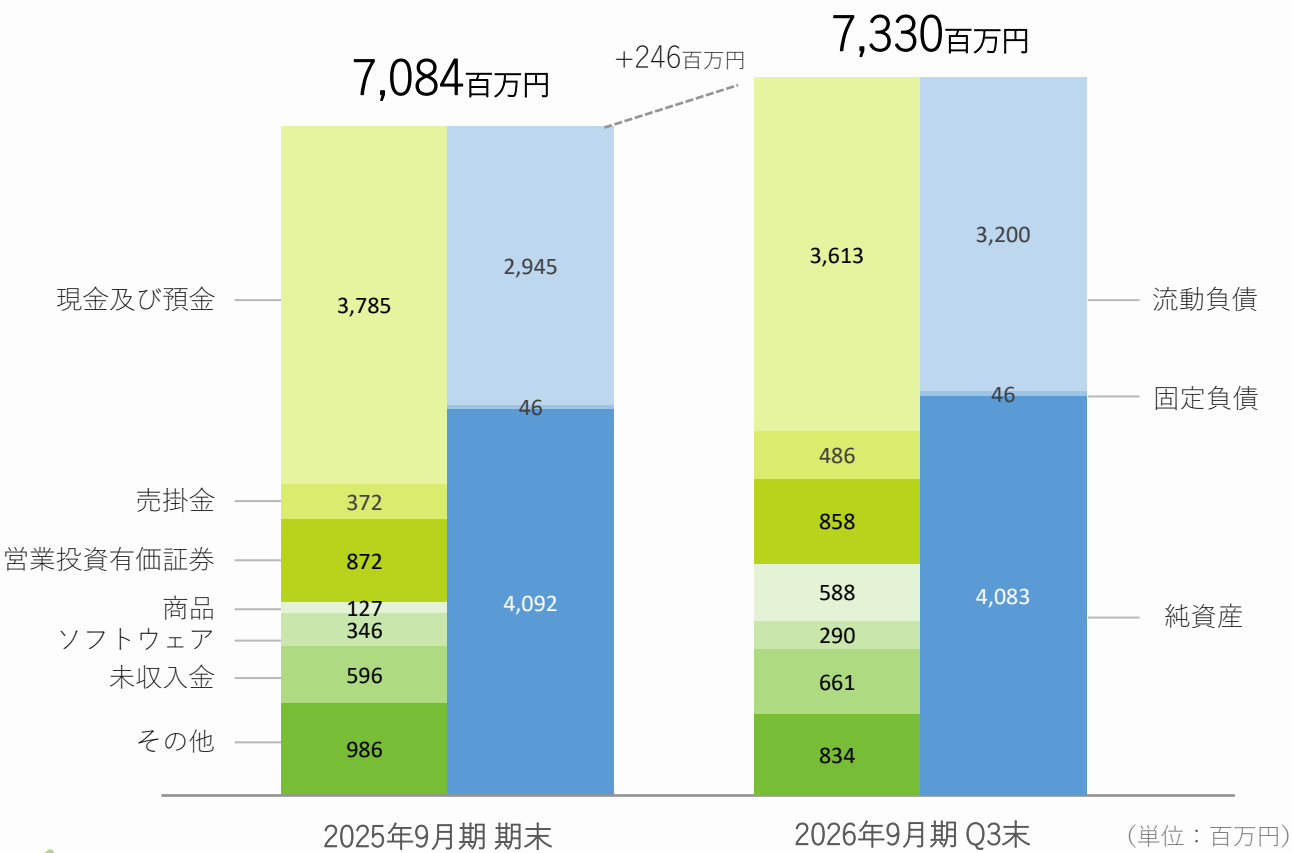
既存事業の安定収益を基盤に成長投資を継続、
Q3単体で営業利益55百万円を計上、Q3累計営業利益は通期業績予想50百万円を超過



連結資産の推移

自己資本比率55.7%と高水準を維持し、成長投資を支える財務健全性を確保

連結資産



財務健全性

- 現金及び預金3,613百万円
- 自己資本比率55.7%を維持
- 新規事業の成長に伴い戦略的に商品を積み増し
- 商品の在庫回転・キャッシュフローを注視しながら投資規律を維持



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

営業利益・経常利益は通期予想を既に超過

将来事業計画・課税所得見通しを踏まえ、繰延税金資産の回収可能性と純利益への影響を精査中のため、
通期予想は据え置き

(単位：百万円)	業績予想			Q3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	4,148	74%
-ソリューション事業	1,450	1,450	2,900	2,199	76%
-プラットフォーム事業	1,150	1,850	3,000	1,992	66%
-インキュベーション事業	0	0	0	37	-
-管理部門・連結調整	▲140	▲160	▲300	▲81	-
売上総利益	1,160	1,490	2,650	2,146	81%
-ソリューション事業	500	500	1,000	774	77%
-プラットフォーム事業	800	1,150	1,950	1,406	72%
-インキュベーション事業	0	0	0	36	-
-管理部門・連結調整	▲140	▲160	▲300	▲69	-
営業利益	▲120	170	50	51	102%
-ソリューション事業	290	290	580	487	84%
-プラットフォーム事業	▲150	150	0	▲127	-
-インキュベーション事業	▲40	▲40	▲80	▲36	-
-管理部門・連結調整	▲220	▲230	▲450	▲272	-
経常利益			40	88	220%
純利益			20	2	10%



03

株主還元について

株主還元について

当社グループの商品を体験いただく機会の拡大と、中長期保有の促進を目的として、株主優待制度を拡充

1

100株以上から対象

新たに100株以上の株主様へ
15%OFFクーポンを進呈



これまで以上に
多くの株主様に
当社商品を体験いただけます

2

15%OFFクーポンを新設

AP LAB・KACHIKA 各商品を **15%OFF**



各ブランドにつき1回利用可能

☒ 購入金額の下限なし ☒ 割引額の上限なし

3

QUOカードPayは継続

従来の優待制度は維持し
クーポンを追加



従来の株主優待は継続
+
長期保有株主を優遇

 **対象株主**

毎年9月末日現在の当社株主名簿に記載された株主様

 **優待内容**

右記のとおり、QUOカードPayに加え、
AP LAB・KACHIKA 各**15%OFF**クーポンを進呈

 **進呈時期**

毎年12月中の進呈を予定
※利用方法・利用期間等の詳細は、対象となる株主様へ別途ご案内いたします。

保有株式数	QUOカードPay(変更なし)		(新設) 割引クーポンコード
	1年未満	1年以上*1	
100株以上	—	—	「AP LAB」商品および 「KACHIKA」商品を それぞれ対象とする 15%割引クーポンコード (各1回利用可能)
300株以上	1,000円分	1,500円分	
500株以上	3,000円分	5,000円分	
1,000株以上	7,500円分	12,000円分	

*1「継続保有期間1年以上」とは、毎年9月末日を基準日として、前年9月末日、当年3月末日および当年9月末日の当社株主名簿に、同一株主番号で3回連続して記載され、各時点において各区分の最小株式数（300株、500株、1,000株）以上を継続して保有している状態を指します。

 **配当について**

中長期的な企業価値の向上を重視し、新規事業における持続的な成長および収益貢献の確度が高まった段階で、財務状況や成長投資とのバランスを踏まえ、配当を含む株主還元の本格的な実施を検討してまいります。

04

トピックス

新規事業の全体像

自社ブランド(製造)からライブコマース(販売)までの一気通貫モデルを展開

01.商品提供

サプライヤー
商品

義烏マーケット



中国BtoBモール

1688.com

その他



自社ブランド

ライブコマース



NETSEA MallLive

02.販路拡大

Appreciator
(B/SMB)

EC
セラー



リアル
店舗



ライバー



消費者(C)



【新規事業】ライブコマース ①



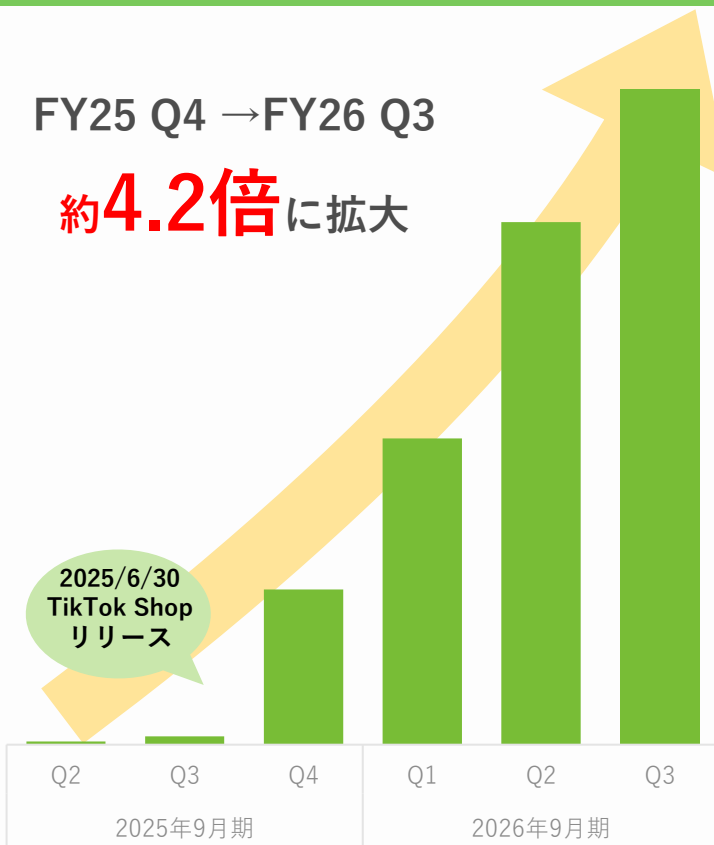
TikTok Shopでの販売実績は順調に拡大

自社仕入販売に加え、他社商品の販売手数料を得るアフィリエイト型販売も開始

販売額推移

FY25 Q4 → FY26 Q3

約**4.2倍**に拡大



商品特性・販売方式に応じたアカウント展開

【NETSEA MallLive】
総合アカウント



【NETSEA MallLive plus】
商品・ターゲット特化



【きゃん先輩 | beautyコマース】
美容特化



【産直市場】
産直・食品特化



【便利グッズ販売員 | 名前はまだない。】
生活用品・ガジェット特化



【AP LAB -Store-】
ブランド公式



【新規事業】ライブコマース ②

自社ブランド「AP LAB」のTikTok Shopアカウントを開設
グループシナジーを活かし、自社ブランドの販売チャネルを拡大



初回配信では一部の商品が売り切れるなど好調なスタート。開始から1週間で約1,000点を販売

【新規事業】ライブコマース③

株式会社CREOKと資本業務提携

TikTok領域で実績を持つ両社の知見を結集。リユース品の新たな販売モデルの構築を推進



【新規事業】 自社ブランド ①

2025年1月に立ち上げて以来、急成長



自社ブランドについて

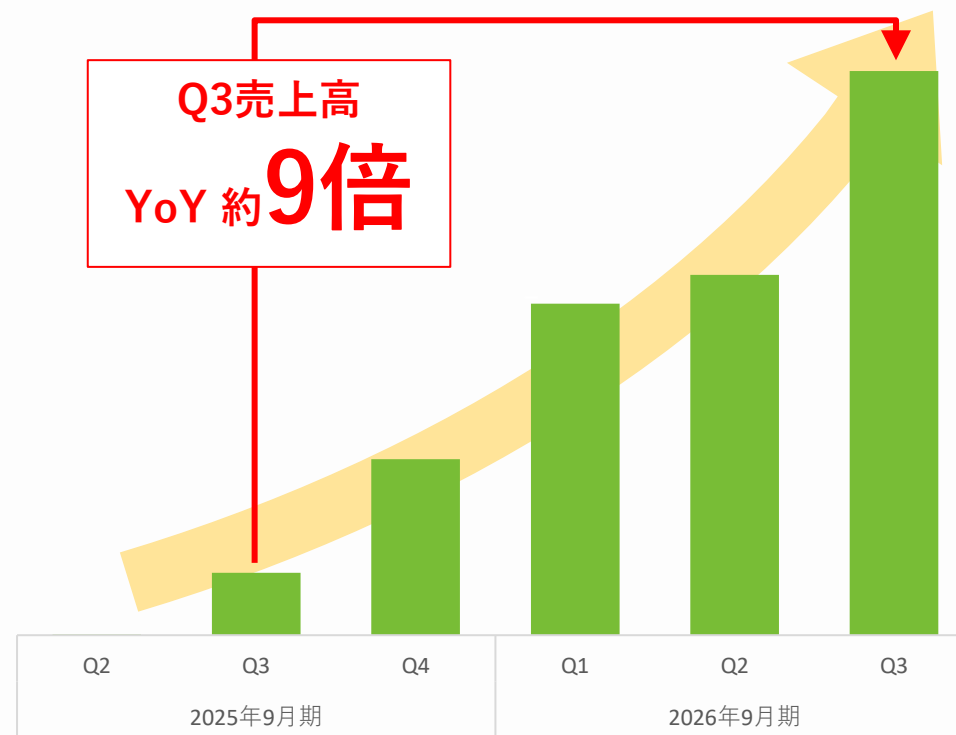


AP LAB(エーピーラボ) - Appreciate Product Lab -
2025年1月にリリースした生活雑貨ブランド。
商品企画・仕入販売を通じて、新規事業売上を牽引



KACHIKA(カチカ) - 価値を、変える。価値で変える。
2025年10月にリリースしたファッションブランド。
AP LABで培ったデータ分析・商品開発ノウハウを活用して展開

自社ブランド売上高*1推移



*1 自社ブランド売上高：自社ブランドAP LAB(エーピーラボ)、KACHIKA(カチカ)にOEM販売の売上高も含む

【新規事業】 自社ブランド ②AP LAB



ヒット商品を起点に、**商品ラインアップとカテゴリを拡張**

販売実績のある商品をシリーズ化するとともに、**インテリア・オフィス家具領域へ展開**

既存事業

新規事業



ヒット商品のシリーズ展開



【ハンガー】
累計100万本突破
軽量・省スペースモデルなど
シリーズを拡充



【水切りラック】
累計25,000台突破
折りたたみ式など
新モデルを投入

新カテゴリへの展開

生活雑貨からインテリア・家具領域へ



【フロアタイル】
インテリア領域へ
進出



【オフィスチェア】
オフィス家具領域へ
進出

【新規事業】 自社ブランド ③KACHIKA



『 KACHIKA ヒット商品の横展開とブランドコラボにより、KACHIKAの価値を向上

ヒット商品の育成

既存ヒット商品のシリーズ展開



【LAYER GUARD™】
機能性ソックスを
展開

Amazon
ベストセラー獲得



【超臨界流体スリッパ™】
人気モデルを
継続育成

Amazon
ベストセラー獲得

新カテゴリー展開

商品カテゴリーの拡張



【トートバッグ】
発売約7日でAmazon
ベストセラー獲得

Amazon
ベストセラー獲得



【レインシューズ】
梅雨シーズンに
合わせて投入



【ルームスリッパ】
デザイン性を高めた
新モデル

ブランドコラボ

パートナー企業とのコラボレーション

人気商品「超臨界流体スリッパ™」をベースに、JOURNAL STANDARD FURNITURE監修の限定モデルを発売。
機能性にインテリア視点を掛け合わせ、ブランド価値を向上

『 KACHIKA / JOURNAL STANDARD FURNITURE



【新規事業】 自社ブランド ④OEM支援



OEM支援はサービス構築から案件創出・受注フェーズへ
展示会出展や既存ネットワークを通じて、複数業種で案件化が進展

OEM支援の基盤

150社以上の提携工場・サプライヤーネットワークと、AIを活用した市場分析・商品企画、製造・物流ノウハウを組み合わせ、企画から輸入・物流まで一気通貫で支援



受注・案件化実績

大手ブランド・全国展開企業向けに、バッグ・ノベルティ・スポーツ・エンタメ商品のOEM/商品開発を推進。地方量販店向けには、自社ブランド「KACHIKA」を卸展開



※画像はイメージです

展示会を起点に商談機会を拡大

「ライフスタイルWeek夏」に出展
OEM/ODM、卸販売、共同企画に関する商談を実施
展示会で得た接点を案件化へ

第29回 **ライフスタイル Week TOKYO 夏**
雑貨・文具・ファッション・美容・インテリア・食器・食品ギフトの 商談展

AP LAB / KACHIKA



【既存事業】ソリューション事業 aucfan.com



AI・RPAを軸に、ソリューション領域を拡張

新たなLLMO診断サービスを開始し、オークファンロボは外部アワードを初受賞

生成AIを活用した新サービス



- 生成AI上の企業・ブランド認知を可視化
- ChatGPT・Gemini等で競合比較
- 改善ポイントを診断レポート化

業務自動化サービスの外部評価



- ITreview Grid Award 2026 Summer
- RPAツール部門「High Performer」
- ユーザー評価に基づき初受賞

マーケティング支援から業務効率化まで、AI活用ソリューションを拡充

【既存事業】プラットフォーム事業 NETSEA・OSR



NETSEAの商品供給基盤を活用した韓国向け越境ECが拡大
国内ではNETSEA・OSRでAI活用を推進し、高い収益性を継続

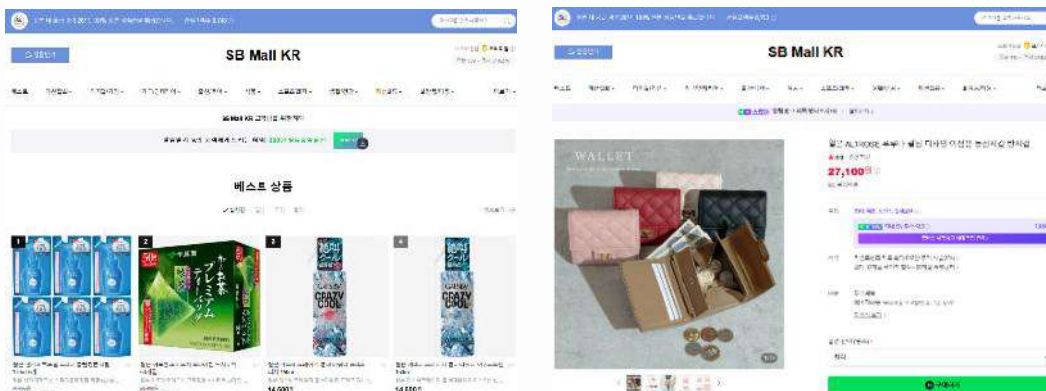


在庫リスクを抑えた越境ECモデル

NETSEAの商品供給基盤を活用し、韓国のエンドユーザーへ商品を販売
AIを活用した商品選定・出品自動化と、受注に応じた商品調達により
在庫リスクを抑えた越境ECモデルを構築

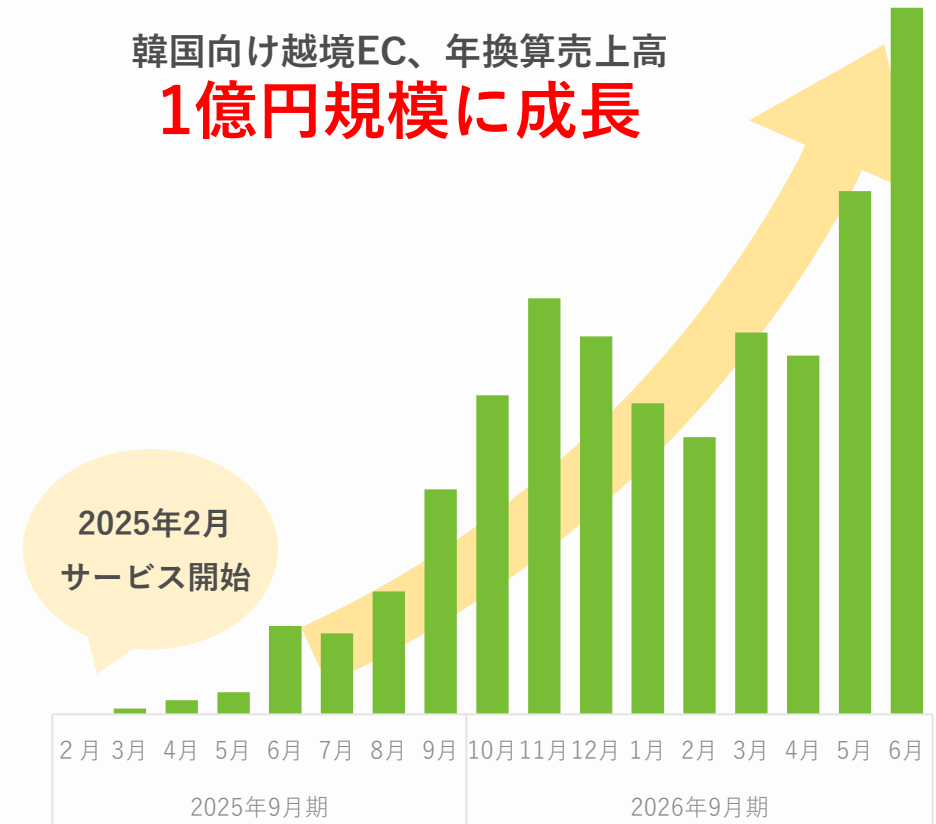


NAVER Shopping内「SB Mall KR」



月次流通額推移

韓国向け越境EC、年換算売上高
1億円規模に成長



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。

05

APPENDIX

01 オークファングループについて

Page 31

02 事業について

Page 32

03 成長戦略

Page 37

04 サービス詳細

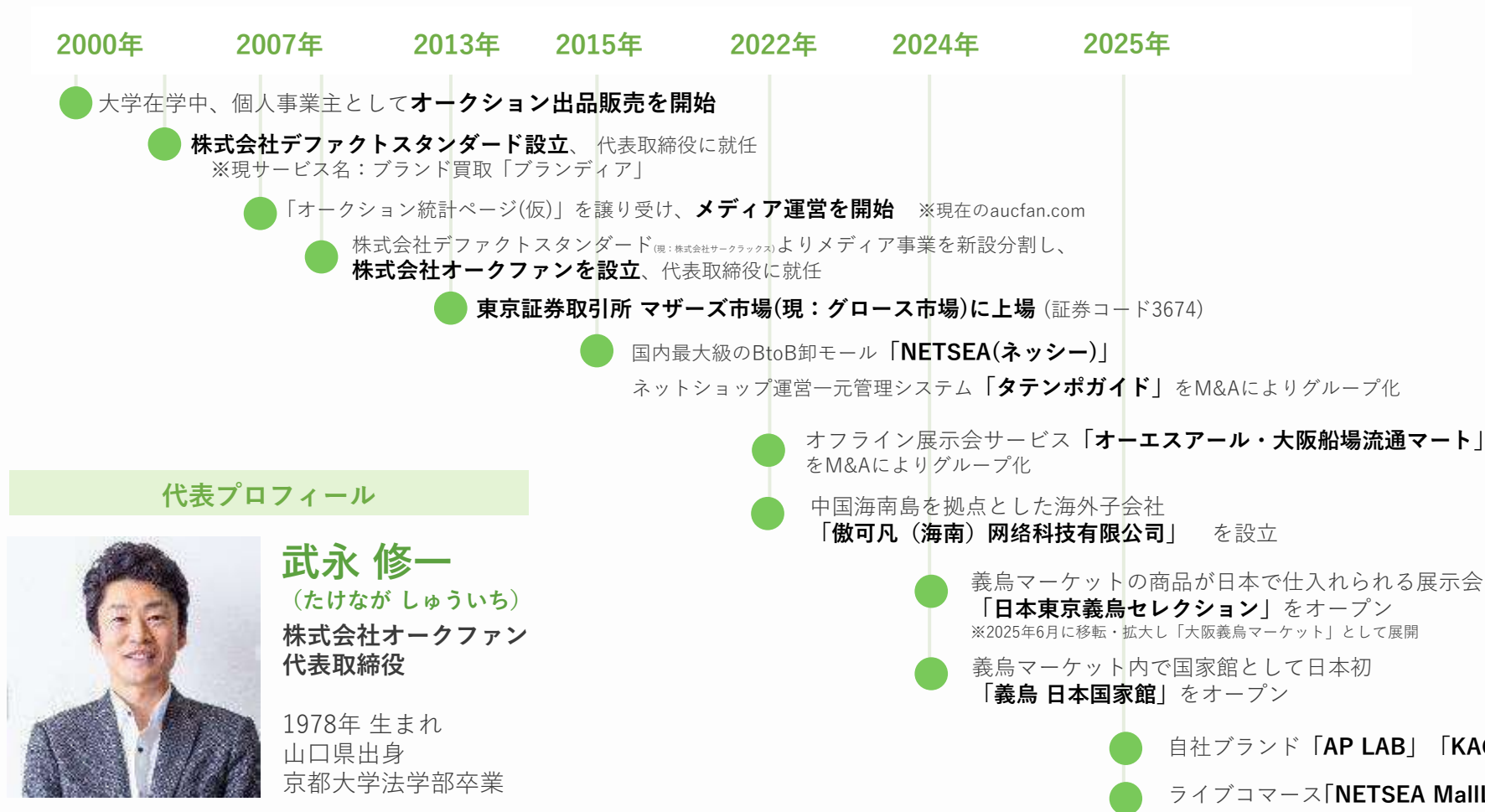
Page 44

05 会社概要

Page 52

1. 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



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

2. 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

売上高

2022年

2040年の推定値

(CAGR,2022-40:%)

利益、
2040年の推定値

十億ドル(利益率;%)

ECマース

4,000

14,000-
20,000-
(7-9)

280-
1,000
(2-5)

AIソフトウェア&サービス

85

1,500-4,600
(17-25)

230-920
(15-20)

クラウドサービス

220

1,600-3,400
(12-17)

160-510
(10-15)

電気自動車(EV)

450

2,500-3,200
(10-12)

100-320
(4-10)

デジタル広告

520

2,100-2,900
(8-10)

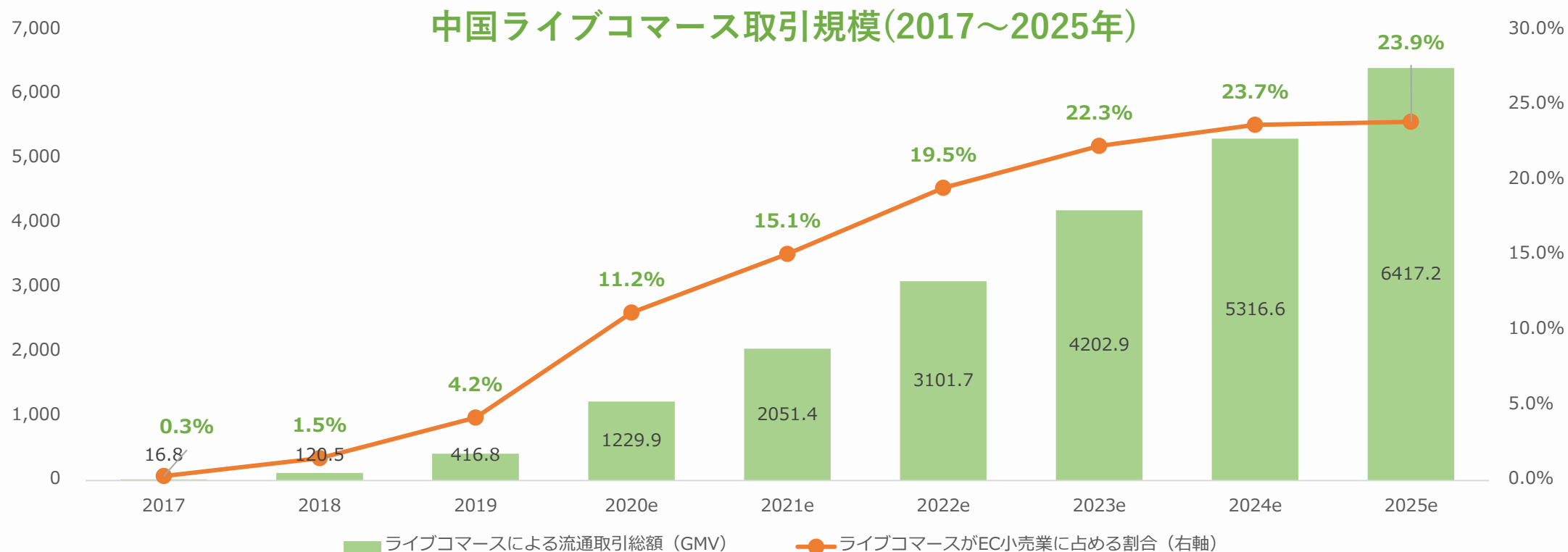
320-580
(15-20)

※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>

2. 事業について：ターゲット市場

中国ライブコマース市場は、バイトダンス等の大手事業者の成長を背景に、2025年に**約140兆円*1**に成長、**日本でも市場急拡大**

(単位：10億円)



※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

2. 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(ライブコマース・自社ブランド)に経営資源を集中

既存事業

solution
ソリューション

At aucfan

aucfan marketing **タデノボガイド**
オークファンロボ

開発、他

新規事業

platform
プラットフォーム

NETSEA

OSR

ライブコマース

自社ブランド

NETSEA MallLive



AP LAB **KACHIKA**

2. 事業について：競争力の源泉・競合環境（当社の強み）

— 新規事業の成長を支える当社の強み —

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

2. 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

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

ライブコマース

 NETSEA MallLive

自社ブランド

 AP LAB  KACHIKA

*1 Annual Recurring Revenueの略、年間課金収入額

3. 成長戦略：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>

3. 成長戦略：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



点の事業群を、面のプラットフォームへ

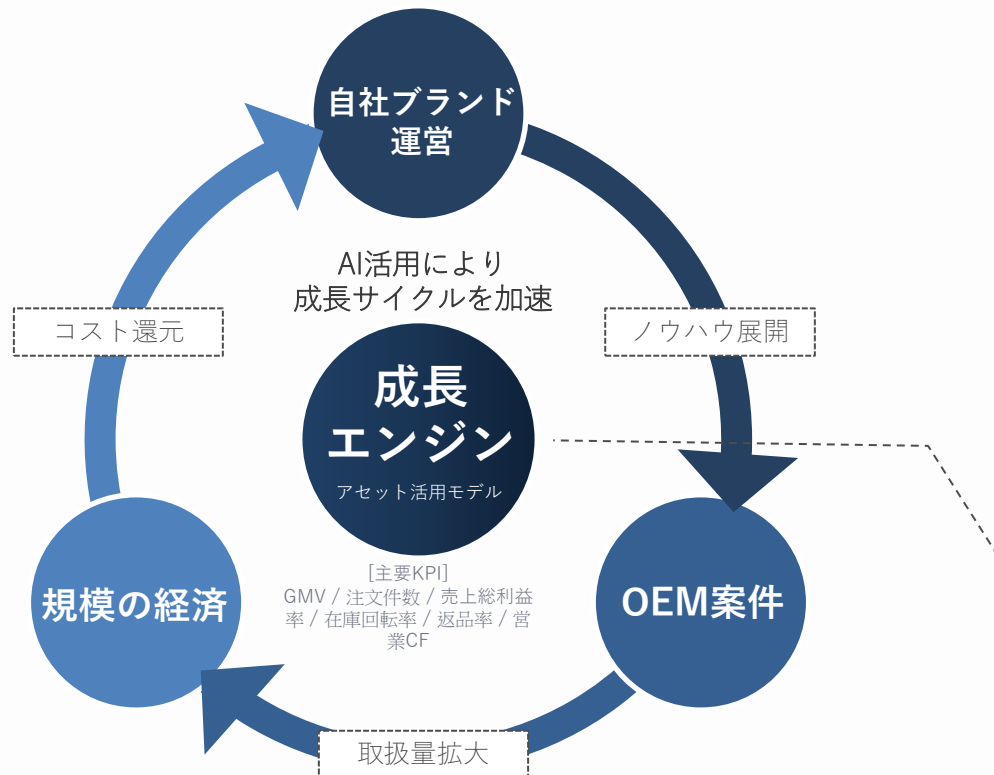
リソース分散より、集中投資の方が学習速度が高まる

3. 成長戦略：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



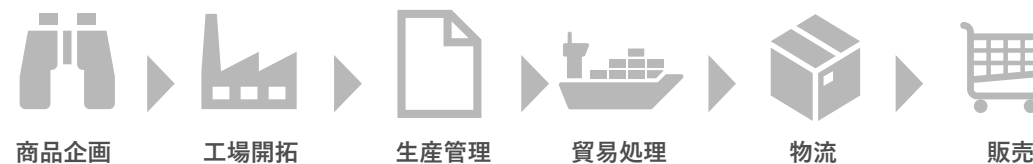
成長エンジン（循環モデル）



価値創出ストーリー

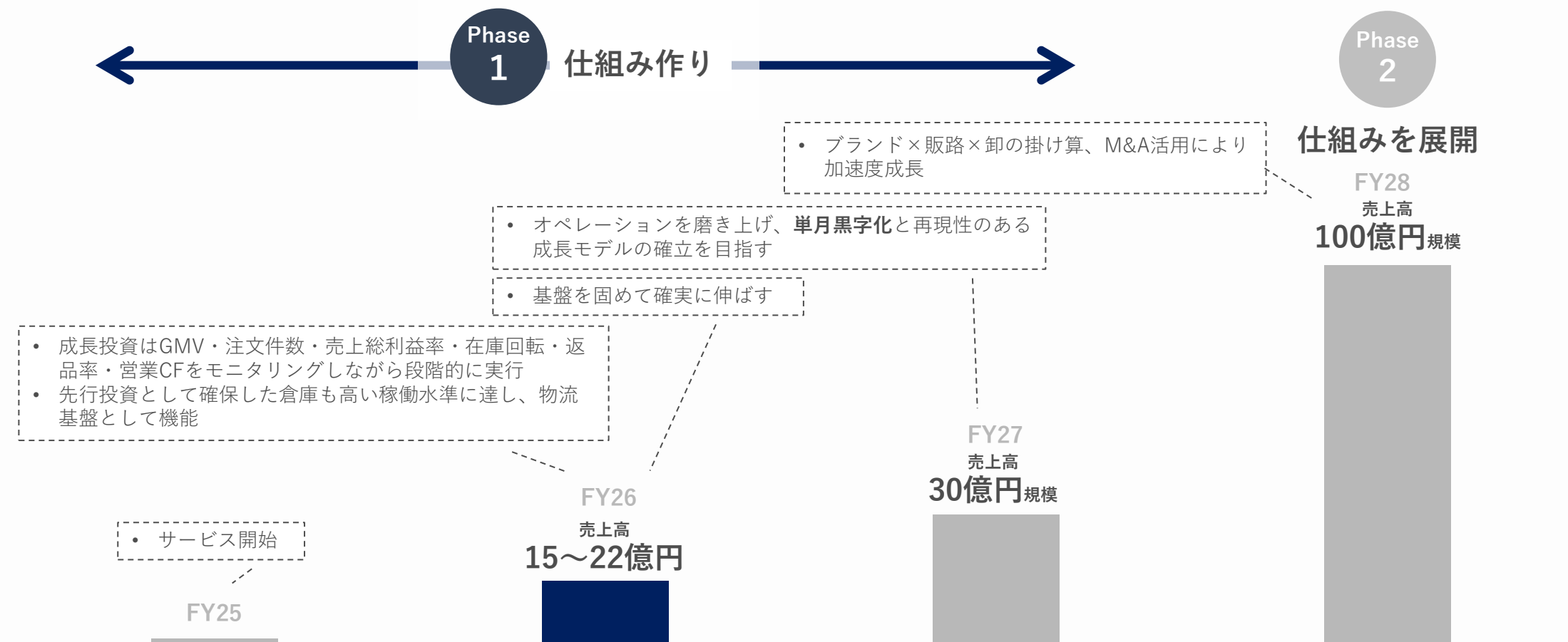
- 1 自社ブランド** 商品企画～販売までを内製化し、業務プロセスを通じてノウハウ・データ（アセット）を蓄積
- 2 OEM案件** 蓄積したアセットを活用し、他社ブランド支援へ展開（商品企画・調達・物流）
- 3 規模の経済** 取扱量拡大によりコスト競争力を強化し、収益を再投資して成長を加速

アセット（ノウハウ・データ）の源泉



3. 成長戦略：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



3. 成長戦略：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



ブランド/SKU拡大

- AP LAB・KACHIKAでの勝ちパターンを横展開
- 新カテゴリ・新ブランドを開発

販路多層化

- Amazon・TikTok Shop
- NETSEA・OSR・自社EC
- 法人卸で販売機会を拡大

自社ブランド 成長エンジン

OEM支援

- 150社超の工場ネットワーク
- 商品企画～物流まで支援
- 他社ブランドへノウハウ展開

AI・データ活用

- 相場データ・販売データで、商品選定・動画生成・業務効率化を加速

3. 成長戦略：新規事業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。

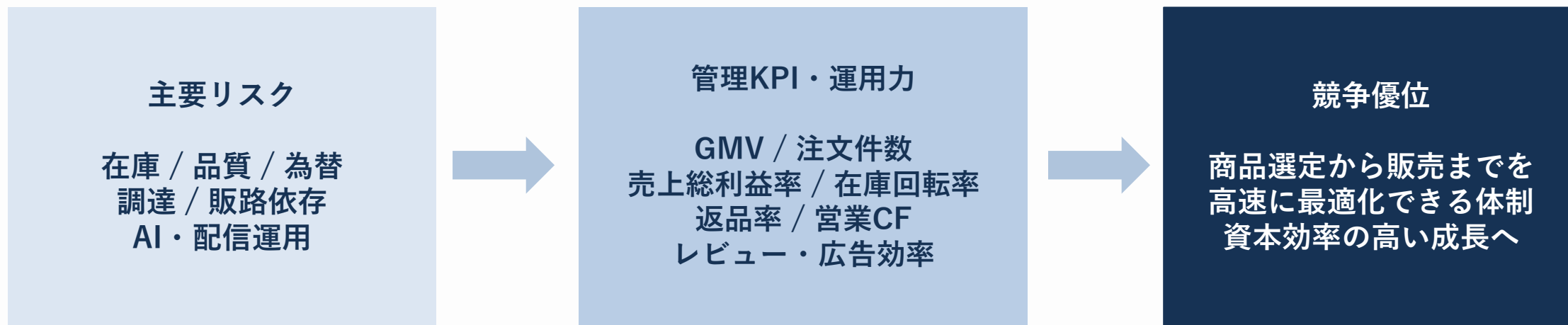
AI・ライブコマース運用

- ・ 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、投資規律を維持しながら段階的に実行

3. 成長戦略：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



新規事業を支える当社資産

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

4. 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(ライブコマース・自社ブランド)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
マーケティング支援サービス

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つ展示・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
ライブコマースという新たな商流を創出

ライブコマース

 **NETSEA MallLive**

自社ブランド

 **AP LAB**  **KACHIKA**

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

4. サービス詳細

新規事業(販路) ライブコマース

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2025年6月末にTikTok Shopが開始され市場拡大中!

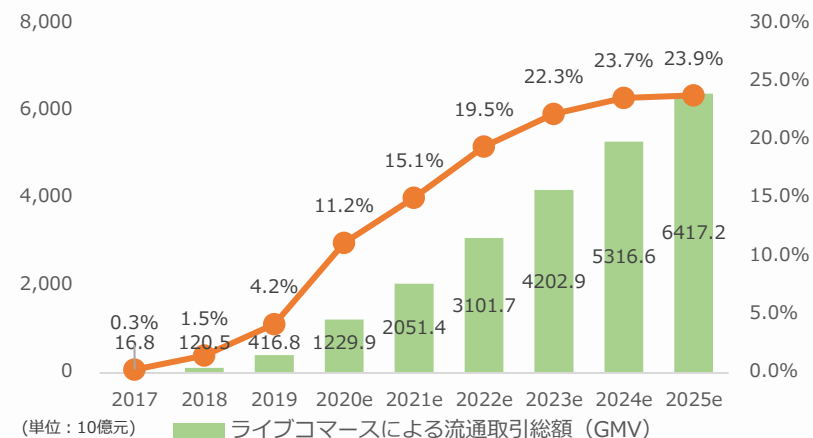
ネッシーモールライブ

NETSEA MallLive

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



中国ライブコマース取引規模(2017~2025年)



出所: 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>

*1: 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



4. サービス詳細

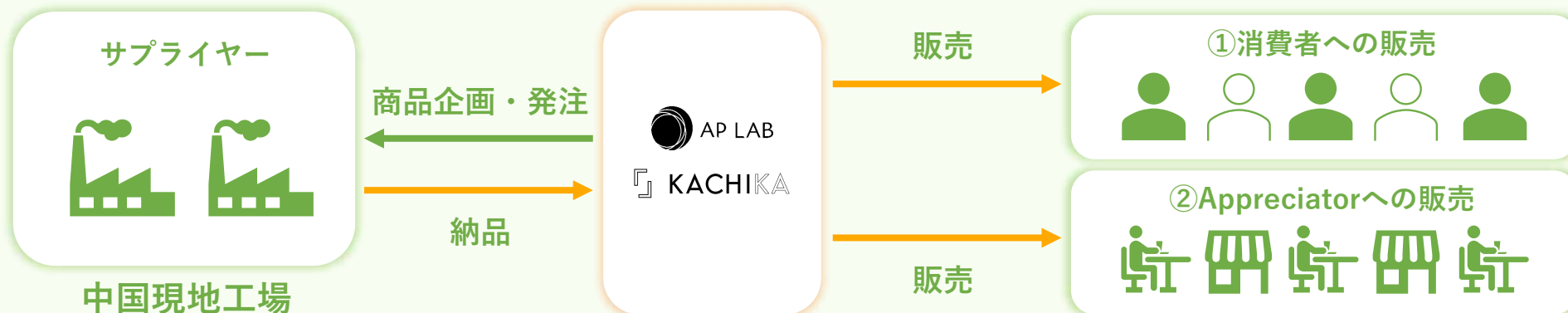


新規事業(製造) 自社ブランド

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



4. サービス詳細

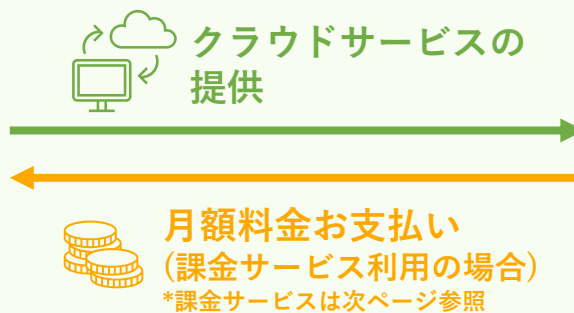


ネットショッピング・オークション・フリマの
相場、統計価格比較サービス

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



4. サービス詳細

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10,000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

4. 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)



ビジネスモデル

(広告運用代行の場合)



4. 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6月時点



ビジネスモデル



*1 一部、有料サービス「NETSEAプライム」があります

4. サービス詳細



(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ち展示・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
および第三月・火に展示商談会を開催
年間流通額 約30億円

※2026年6月時点



ビジネスモデル



5. 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。