

FY2026.6 4Q 質疑応答の要約

連結

Q1. コア営業利益について、3セグメントのガイダンスを合算すると550億円以上となるが、連結ガイダンスの450億円以上との乖離はどういった要素か。

A1. コア営業利益450億円以上については、Marketplace、Fintech、USのコア営業利益に加え、全社費用や連結調整費等を差し引いた連結ベースの出来上がりとして設定している。

Q2. FY2027.6のコア営業利益ガイダンス「450億円以上」は、FY2026.6の実績に対して伸び幅が限定的に見えるが、どのように考えるべきか。下限値となるのはどのようなケースか。

A2. FY2026.6のコア営業利益が441億円で着地したことを踏まえると、FY2027.6の450億円以上という水準が物足りなく見える可能性は認識している。当社はFY2027.6に向けた中期方針で掲げたコア営業利益「3年CAGR（FY2025.6- FY2027.6）+25%以上の成長」をFY2026.6に前倒しで達成していることから、FY2027.6においては、今後3年、5年先のトップライン及び利益成長に資する領域への投資に取り組むべきだと考えている。但しこれまで通り、無闇に投資を行うのではなく、ROIを厳格に管理し、規律のある投資を行う前提であり、450億円はあくまで下限値としている。下限値に近い着地となる場合は、FY2028.6以降の成長に向けた投資機会が多く見えており、適切に投資できている状態と考えている。

Q3. ガイダンスと実績の乖離が大きく、業績の見通しや投資判断の読みづらさが株式市場での評価に影響しているように見える。株式市場とのコミュニケーションや株価に対する考え方を聞きたい。

A3. ガイダンス設定の難しさは認識している。コストについては一定コントロールできる一方で、事業トレンドに加え、プロダクト改善施策やキャンペーン等が業績に反映されるタイミングを正確に見通すことは容易ではない。FY2026.6においても、コア体験の強化が重要であることは社内で明確だった一方、その成果がいつどの程度業績に反映されるかを見込むことは難しい。トップラインが想定以上に好調だったことから、期中においてガイダンスの上方修正を行うことでコミュニケーションに努めてきたが、FY2027.6の進捗状況についても、必要に応じて決算のタイミングでフォローアップしていきたい。公表したガイダンスを達成しつつ、精度についても、過去の状況を踏まえ改善していく。

また、FY2025.6期初に掲げた中期方針をしっかりと達成していくことで、中期的な目標へのコミットメントと実績を示しつつあると考えており、当社のガイダンスと達成実績を通じて、株式市場からの信用を積み上げていきたい。株価への直接的なコメントは控えるが、今回導入を決定したPSU（業績条件付株式ユニット）についても、時価総額2兆円達成に向けた報酬委員会からのメッセージとして受け取っており、非連続な成長を志向していく方針である。

Q4. 自己株式取得について、連結の利益に対して一部割合を株主還元とした理解をしている。今後も創出した利益に対して一定割合で株主還元を行う方針か。

A4. 自己株式取得の取得可能額は、会社法上、連結ではなく単体の分配可能額に基づき算定される。今回の100億円の取得枠は、単体の分配可能額を踏まえて決定したものである。また、今後の還元割合に関する方針を現時点で定めているわけではない。当社はグロースカンパニーとして、事業投資やM&Aなど、中長期的なトップライン及び利益成長につながる有望な投資機会があれば優先して資本配分を行っていく考えである。今後も投資機会や株価の水準等を勘案して、自己株式取得についても機動的に検討する。

Q5. AI活用に伴う売上収益の拡大やコスト効率化について、定量的なインパクトはどのように見ているか。

A5. AIのインパクトを定量的に切り分けることは難しいものの、FY2026.6の好調なトップライン成長の要因として、AIを前提とした開発により少人数・短期間で多くの機能をリリースできたことが大きく寄与していると考えている。従業員数が大きく変わらない中で、安心・安全な取引環境の構築やコア体験の改善を従来以上のスピードで進められている。AIの技術は日進月歩で進化しており、今後もAI-Native化を押し進めることでより大きく貢献させていきたい。

Marketplace

Q6. FY2027.6のMarketplace GMV成長率 YoY +10-15%のガイダンスについて、FY2026.6におけるエンタメ・ホビーカテゴリーを中心とした高成長を踏まえるとハードルが高いように思う。ガイダンスを策定した背景を教えて欲しい。

A6. FY2026.6に高い成長率を実現した中で、FY2027.6においてもYoY +10-15%のGMV成長を目指すことは、決して簡単ではないと認識している。但し、エンタメ・ホビーカテゴリーは、国内及び越境取引において引き続き需要が強く、BtoCによる事業者出品等を通じて在庫確保を強化することによる成長余地が大きい。なお、エンタメ・ホビーカテゴリーの需要には一定の波がある可能性も認識しており、FY2027.6のガイダンスは、当該カテゴリーが現在の水準で通年伸び続けることを前提にはしていない。エンタメ・ホビー以外のカテゴリーにおいても、真贋鑑定等の拡充による高価格帯取引の増加など、施策を通じたGMVの成長を実現できており、持続的な成長は十分可能であると考えている。

Q7. 2028年までに越境取引を50カ国へ展開する目標について、今後の展開スピードやマーケティング投資の考え方を教えてほしい。また、50カ国展開時におけるGMVへの貢献度合いをどのように考えているか。

A7. 越境取引の展開スピードは、FY2026.6の3カ国展開から今後加速していく想定である。昨年秋にリリースしたグローバルアプリは、各国ごとに個別開発するものではなく、複数国へ横展開しやすい技術設計となっている。マーケティング投資については、50カ国すべてで進出と同時に大規模なマーケティング投資を行う想定ではなく、エンタメ・ホビーを中心にプロダクト・マーケットフィットを確認した後、成長を見込めるエリアに投資していく。また、有望なエリアから開始していく為、初期展開エリアほどGMVへのインパクトが大きくなると考えている。本決算発表にて開示した通り、現時点での越境取引のGMV比率は約9%であり、更に高めていく計画である。

Q8. トレーディングカード転売規制が導入された場合、エンタメ・ホビーカテゴリーやMarketplace全体への影響をどのように見ているか。

A8. 規制内容が固まっていない現段階において、当社に与える影響への言及は難しいが、規制内容次第では影響がまったくないと断言できない。トレーディングカードはエンタメ・ホビーカテゴリーの中でも重要なカテゴリーではあるが、トレーディングカード以外の領域も伸びており、カテゴリー全体として成長余地があると考えている。また、当社はこれまでも高額転売や不適切な取引を防ぐための対策を多数実施しており、適切な規制の形成に向けて当社の取り組みや考えを発信していきたい。

Q9. ポケモンカードの市況変化がMarketplace GMVに与える影響をどのように見ているか。

A9. ポケモンカードの需要は当社の取引において一定の規模があるため、市況がGMVに与える側面はあると考えている。一方で、この1年間ではエンタメ・ホビーカテゴリー以外のカテゴ

リーも大きく伸長しており、特定の商材の状況に全体がのGMVが大きく左右される状況ではないと考えている。引き続きプロダクトのコア体験を強化することで、MAU及びARPUの向上を目指す方針である。

Q10. 転売や不正利用等によるレピュテーションリスクに対して、自由なマーケットプレイスとのバランスの取り方など経営として議論しているものはあるか。

A10. レピュテーションリスクは重要な課題であり、約2年前から安心・安全な利用環境の構築に向けた取り組みを強化してきた。有識者とともにマーケットプレイスの基本原則を改定し、安心・安全が損なわれると判断した場合や価格が乱高下する局面においては、事前に防ぐ対応も実施している。今後もこれまでの知見を活かし、安心・安全に利用できる環境の構築を最重要に考え、必要な施策や投資を継続していくことで、レピュテーションの向上とMAUの増加につなげていく方針である。

Fintech

Q11. FY2026.6 4Qの広告宣伝費が増加しているが具体的な内容は。また、FY2027.6の投資方針は。

A11. 広告宣伝費の中心は、「メルカード」の会員獲得やオンボーディングなど、お客さま基盤を拡大するための費用である。また、「メルカード」の利用拡大に比例してポイント還元費用についても増加している。これらの投資を通じて認知拡大によるお客さまの獲得や、定常的な利用の促進につなげることでFintech事業の成長を目指している。FY2027.6も、お客さま基盤の拡大を中心に、必要な投資を行っていく方針である。

Q12. リテールやオフライン接点を強化する他社とのアライアンスを検討しているか。

A12. 加盟店や店舗を持つ企業とのアライアンスには様々な可能性があると考えている。これまで、定常的・一時的を問わず、様々なアライアンス施策の検討やPOCを実施してきた。オフライン接点を増やすことは、「メルペイ」だけでなく「メルカリ」全体にとってもお客さま基盤を拡大する観点で意義があると考えている。今後もリテールやオフライン領域との連携可能性について、継続的に検討していく。

Q13. Fintechはバランスシートを使う事業であり、与信事業の成長に伴い今後さらにバランスシートが大きくなっていくと想定される。最終的に目指すFintech事業の姿は。

A13. Fintechの最終的な事業形態について現時点で断言することは難しいが、バランスシートが拡大していることは認識している。当社の基本的な考え方は、テックカンパニーとして、AIなども活用しながら、従来の金融機関やカード会社とは異なる新しいサービスを提供することで成長を実現していきたいと考えている。既に取り組んでいる暗号資産サービスも含め、ウォレット機能の拡張等、テクノロジーを活用した新しい金融サービスの可能性を追求していく。一方で、FintechとMarketplaceではマルチプルの考え方が異なることは理解しており、グループとして企業価値を最も適切に評価いただける形については検討していきたいが、現時点で決定していることはない。

US

Q14. 本格的な増収増益フェーズに入るトリガーについてどのように考えているか。また、マネジメント体制の変更により何が変わるのか。

A14. 10%程度の成長を継続するだけではビジネスとしてのポテンシャルを十分に示せないと考えており、より大きなGMV成長を目指していきたい。過去1-2年は、安心・安全の強化や使

いやすさの向上といったコア体験の強化に投資してきた一方、新機能の開発には十分に取り組めていなかった。今後はAIも最大限に活用しながら、特にファッション領域やエンタメ・ホビー領域で大胆な施策を打ち、成長軌道を上げていくことを目指す。マネジメント体制については、これまで私（山田）のリーダーシップの元で注力してきたコア体験の強化から、非連続な成長を目指す取り組みや可能性を検討していくために、より現地の事情に詳しいチームへ権限を委譲した。私も側面的に支援していくことで、中長期的なUSのポテンシャルを見極めていく1年になる。

免責事項

本資料は、情報提供のみを目的として作成されたものであり、当社の有価証券の売買の勧誘を構成するものではありません。資料作成時点において当社が入手している情報に基づき策定しており、当社がその実現を約束する趣旨のものではありません。また、理解促進のため質疑応答内容の一部に編集を加えております。

以上