

FY2022.6 4Q決算発表 FAQ

連結

Q1. IR資料において開示セグメントが変更になったが、具体的にどのような変更なのか？

A1. これまでメルカリJP・メルペイ・メルカリUSの3つの事業毎の売上や営業利益・成長施策を開示してきたが、2022年1月より経営体制を変更したことに伴い、今後はMarketplace(メルカリJP/ソウゾウ/メルロジ)・Fintech(メルペイ/メルコイン)・US(メルカリUS)・その他(鹿島アントラーズ/インド開発拠点)の区分に基づき説明をさせていただく(決算説明資料P.37参照)。今回の開示セグメントの変更に伴い、これまでメルカリJPに含まれていたグループに共通する費用である全社費用は「消去又は全社」にて計上する。Global Expansionについては、現時点で具体的に決まっている事項はなく、金額は軽微であるため、全社費用として計上している。

Q2. FY2023.6は連結営業黒字となる見通しか？

A2. 投資方針をアップデートし、優先順位を明確にした規律ある投資とコスト削減を行ったことで、FY2022.6 4Qは営業黒字となった。現在のマーケット環境を勘案し、収益性を意識した経営が重要であると考えており、FY2023.6においても筋肉質な組織基盤を構築しながら、成長と収益のバランスを図っていく。

Marketplace

Q3. 今後CtoCとBtoCを一体として開示を行っていくとのことだが、BtoCがMarketplaceに加わったことで、具体的にどのような変化やシナジーが期待できるのか？

A3. CtoCの更なる成長を進めるには、BtoCに加え、Fintech等グループ間での事業シナジーを創出することが重要であると考えている。そのため、Japan Region内の個社をMarketplaceとFintechに括り、横軸の事業連携を強化することで、シナジー創出、事業効率化を推進していく。「メルカリ」で個人の出品物だけでなく、事業者の販売する商品も買えるようになることで、より多くのユーザが「メルカリ」を使用する機会が増加すると考えている。CtoCとBtoCのUI・UXの連携を強化することで、出品の増加による更なるGMV成長を目指していく。

Q4. メルカリJPのGMV、MAUがQoQで成長率が鈍化しているが、その要因と中長期的なポテンシャルについてどのように考えているか？

A4. 昨年10月以降、ユーザの在宅時間の減少による出品の鈍化および購入頻度の減少や、投資方針を短期ではなく中長期で成果が着実に積みあがるものに変更し、厳選した投資を行ったことで、GMVやMAUの成長率が鈍化した。一方で、我々が見ている中長期の成長ポテンシャルは変わらず、CtoCとBtoCを合算したMarketplaceとしては3年CAGRでGMVは15%の成長が可能であると考えている。

Fintech

Q5. FY2022.6にメルペイは調整前※営業黒字を達成したが、FY2023.6以降も恒常的に黒字の見通しか？

A5. FY2021.6より注力してきた与信分野を中心とした収益力の強化により、現在のサービス内容における恒常的な調整前営業黒字を実現可能な収益基盤が確立したと考えている。一方、Fintechにおいては、循環型金融の促進に繋がる、利便性の高い新たな金融サービスの提供等さらなる事業の成長に向けた取り組みを検討している。サービスの詳細や開始タイミングについては検討中。

※調整前：メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

US

Q6. MAUがQoQで減少しているが主な要因は？今後どのようにMAU、ひいてはGMVを伸ばしていくのか？

A6. 4Qは本来的にローシーズンであることに加えて、中長期的な成長にフォーカスした投資を優先したことで短期の成長には逆風となった。そのような環境下においても、認知度は継続的に改善し、MAUもYoYで増加しており、事業は着実に前進していると考えている。今後、出品の簡便化を目的とするプロダクト改善やインフレによるユーザ負担を軽減する施策などを通じてユーザの活性化を図り、MAUとGMV両方を伸ばしていくことで、利便性の高い機能を備えたオールジャンル型のCtoCサービスというポジションを確固たるものにした。

Q7. 将来的な黒字化に向けた考え方について教えてほしい。

A7. 引き続きトップラインの成長を通じて将来利益を最大化させる方針に変更はないが、COVID-19状況下での力強い成長や、FY2021.6 2Qからの決済手数料の導入によるテイクレートの上昇などによって強固な収益基盤の構築が進んでおり、今後もより一層、成長と収益のバランスを図りながら事業成長を推進していく。

免責事項

本資料は、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。

以上