

FY2022.6 4Q決算説明会 質疑応答の要約

連結

Q1. CEOとして、メルカリの株価についてどのように考えているか？

A1. 直近では米金利上昇をきっかけとするグロース株への影響など、外部環境を含む様々な要因によって株価は決まるものであり、必ずしも当社がコントロールできるものではない。一方で、このような不透明な環境を受けて、投資規律をアップデートし、FY2022.6 4Qでは連結営業黒字を達成した。どのような外部環境下においても、適切な投資を行い、収益機会を確保していくことが企業としての使命であると考えている。引き続き当社の事業ポテンシャルは大きいと考えており、成長と収益のバランスを図りながら、将来利益の最大化を通じて株主に還元していきたい。

Q2. USに続くグローバル展開の状況について教えてほしい。

A2. 現在、幅広いジャンルやエリアを対象にマーケットリサーチを行っている段階であり、現時点で決まっている事実はない。いきなり大きな投資をするということは考えておらず、まずは小さく投資を行う方針だが、他社も同様に株価下落の影響を受けており、出資やM&Aの良い機会があれば大胆な投資を検討することもあり得る。

Q3. 今後、新規事業を中心に、より若い世代のユーザ数や取引を増やすにあたっては、敢えて「メルカリ」とは別のブランドでサービスを展開することのメリットもあると考えられるが、「メルカリ」ブランドに統一していくのか、それともブランディングについてはフレキシブルな考えでいるのか、方針を教えてください。

A3. 昨今ESGやSDGsなどの重要性が高まる中、メルカリは事業の成長を通じてポジティブインパクトを生み出し、循環型社会の実現に向けて不可欠な存在になっていきたいと考えている。「メルカリ」ブランドのもとで新規事業を含む各事業がミッションの達成に向けて貢献することで、グループとして様々なステークホルダーから必要とされる存在になれると考えている。

Marketplace

Q4. MarketplaceのGMV3年CAGR+15%という成長に対してBtoCがどの程度寄与すると見込んでいるか？またBtoCのプロダクト開発のロードマップについても進捗を教えてください。

A4. 今後はCtoCとBtoC一体での成長を目指していく考えだが、現状BtoCのみで見ても、出店数は順調に伸長している。ただ、出店数の積み上げによって一定の規模に達するにはそれなりの時間を要すると考えており、現時点で3年後のBtoCのみのGMV成長率の見通しを伝えることは難しい。本格提供から一年未満でもあり、「メルカリShops」には未だBtoCとして不足している機能があることは認識しており、現在はベーシックな機能を作り込んでいる状況にある。これまでCtoCのユーザと向き合ってきたノウハウと技術を活用し、事業者・生産者に「売れる体験」を提供することで更なる成長を実現したい。

US

Q5. FY2022.6はGMV成長率が鈍化したのが、黒字化にむけた道筋について変化はあるか？

A5. FY2021.6に大きく成長した一方、FY2022.6はインフレや国際情勢などの影響を受け、GMV成長率が鈍化した。このような外部環境の変化による影響がいつまで継続するかは慎重に見極める必要があると考えている。現時点でUSには大きな成長余地があると考えており、その前提で採用と認知度向上に向けたマーケティングを行った。今後の事業環境によっては更なるコスト削減を行い、投資を抑えて黒字化させるシナリオも考える必要があるが、現状中長期のポテンシャルは非常に大きいと考えており、状況を見極めて、投資水準を検討していく。

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。また、理解促進のため、対談内容の一部に編集を加えております。

以上