

FY2021.6 1Q決算発表 FAQ

連結

Q1.GMV目標(メルカリJP YoY+20%以上、メルカリUS YoY+50%以上)を超える成長をしているが、目標値の変更が無いということは、2Q以降の成長率が落ちるとということか？

A1.1Q時点では新型コロナウイルス感染症（以後「COVID-19」という）の今後の影響が不透明であるため、四半期ごとの成長率への言及は控えさせていただく。通期においてメルカリJPのGMVはYoY+20%以上、メルカリUSのGMVはYoY+50%以上の成長を想定している。

Q2.2四半期連続の営業黒字だが、2Q以降も黒字が続くのか？続かないとすると、どのようなケースがあり得るのか。

A2.投資を抑えながらトップラインの成長を図ってきたため、1Qにおいても連結営業黒字となったが、機会と見れば、トップラインの更なる成長を最優先した投資再加速によって、赤字になる可能性がある点に変更は無い。今後も規律ある投資をしていく方針に変わりはないが、定常的黒字化は時期尚早であると考えている。

メルカリJP

Q3.前4Q比でGMVは減少、MAUの伸びが鈍化しているが要因は？

A3.前4Qと比較すると1QはCOVID-19の影響に落ち着きがあることに加え、オフシーズンの影響もあるため、MAUの伸びが鈍化している。ハイシーズンとなる2Q以降着実にGMVを伸ばしていくとともに、新規ユーザの獲得に注力し、MAUも伸ばしていくことで通期でGMVはYoY+20%以上の成長を目指していく。

Q4.7-9月は一時金を支給したとのことだが、ボーナスも半期ごとに支給している中、なぜ新たに支給する必要があったのか？支給額はいくらで、今後も今回のような一時金の支給はあり得るのか？またどういったKPIの上昇に基づき支給をしたのかを教えてください。

A4.業績向上に対してその成果を従業員と分かち合うために今回支給したが、恒久的な施策ではない点をご理解いただきたい。また支給の前提となった具体的なKPIや金額規模などは非開示とさせていただきます。

Q5.1Qは調整後営業利益率が30%を割っているが通期の目標達成に向けて問題ないか？

A5.1Qで調整後営業利益率が30%を下回ったのは業績向上に伴い、一時的に賞与を支給したため。ハイシーズンとなる2Q以降は売上高が増加する一方、人件費率や広告宣伝費率が低下することで、30%以上の調整後営業利益率の達成を目指していく。

メルペイ

Q6.収益化にむけての「メルペイスマート払い」と「定額払い」の進捗状況は？

A6.「メルペイスマート払い」利用者数は着実に増加しており、また、ROIを意識したキャンペーンを行いながら「定額払い」ユーザの獲得を進めている。「定額払い」は10月末まで手数料0円キャンペーンを行っているため、収益への貢献は11月以降を見込んでいる。なおJ.D. パワー「2020年後期 QR コード・バーコード決済サービス顧客満足度調査」において「総合満足度No.1」を受賞するなど、これまでのプロダクト改善によりお客さまにとって利便性の高いサービスになってきていると考えている。

Q7.今後も投資を絞り続けていくのか？

A7.前年度より収益化を目指した舵取りを進めているが、ユーザの増加や利用金額の増加など一定のリターンが見込まれる場合には投資を加速する可能性がある。なお一連の不正出金事案への対応として、本人確認・不正利用対策に加え、本人確認（eKYC）を強化しており、今後そのために最大で約20億円のシステム等の追加投資を実施予定。

Q8.ドコモ口座の不正引き出しによるメルペイへの影響は？またドコモや信金との協業の状況は？

A8メルペイ含む資金移動業者を通じた不正出金事案に伴い、一部金融機関にて新規口座登録及びチャージ（入金）を一時的に停止している。現在、ATMでの現金チャージ等の利用をお願いしているが、ユーザの利便性低下は避けられず、これまでの本人確認・不正利用対策に加え本人確認（eKYC）を強化し、より安心安全にご利用いただける環境を整えた上で、できるだけ早期に金融機関との接続を再開していきたい。今後も本人確認（eKYC）強化に更に投資を行う予定。

メルカリUS

Q9.メルカリUSはいつまで投資を絞り続けていくのか？もし、投資を再加速するとすると、いつからどこに投資をしていくのか？

A9.具体的な投資加速の時期については検討中。状況を見極めながら、規律を保ちつつ高い成長を実現できるのであれば投資を再加速することを検討している。

Q10.メルカリUSの次なる目標は何か？それはいつ提示されるのか？

A10.投資は引き続き実施し続けながら、中長期的な視点で黒字化を目指していきたいと考えている。状況を見極めながら、しかるべきタイミングで今後の目標についてご説明したい。

Q11.メルカリUSの競合がIPOや投資強化といった話が聞かれるが、競合環境をどうみているか？

A11.他社の戦略や施策は引き続き注視していきたいと考えているが、市場自体が拡大する中、メルカリUSはプロダクト強化に注力する方針に変わりはない。誰でも物を簡単に売れるアプリ“Selling App”を作り上げ、人々に訴求していきたい。

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