FY2021.6 2Q決算発表 FAQ

連結

Q1.上期は前4Q決算発表時に掲げた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、数値目標の変更が無いということは、3Q以降の成長率が落ちるということか？

A1.2Q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%以上の成長に変更はない。なお、4Qにおいては前4Qが大きく成長したため、ハードルは高いと認識している。

Q2.3四半期連続の営業黒字だが、3Q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.COVID-19の影響による不測の事態に備え、過去3四半期は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、2Qにおいても連結営業黒字となったが、2Q後半にかけて投資抑制モードを解除した。今後は、将来利益の最大化のためにグロースを優先した投資を実施しつつ、定期的に事業環境を踏まえた投資内容の見直しを行っていく。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。

Q3.投資抑制モードを解除するということだが、今後どの程度の投資を予定しているのか？また、事業環境を見て判断をするということだが、具体的にどのような状態であれば積極的に投資を行い、どのような状態であれば投資を抑制するのか？

A3.具体的な投資額は事業環境に応じて変化していくため回答は控えるが、下期においては、将来利益の最大化のためにグロースを優先した投資を実施していく予定であり、投資額は上期よりも拡大させていく見通し。将来的な利益向上に資するということであれば、積極的に投資を行っていく。

Q4.来期以降のトップラインの成長率及び利益の見通しとその施策、及び中期的な戦略に変更はあるか？

A4.マーケットプレイスの規模が大きくなっている中、高い成長率を求め続けるのは容易ではなく、更に、前4Q以降COVID-19によってGMV成長率が大きく加速したため、今後新しい施策を行わなければ、成長率という観点で一時的に前年のハードルが高くなる可能性がある。そのため、引き続き従前より取り組んできた施策に加えて、新たな施策を随時実施していくことで、持続的な成長を図っていきたい。中期的な戦略は現状変更なく、引き続き1次流通と2次流通の融合を進めて、将来利益の最大化に取り組む。

メルカリJP

Q5.GMV及びMAU成長率が徐々に鈍化しているが、その要因及び今後の成長率の見通しは？
A5.前4QはCOVID-19によって社会が大きく変化する中でGMVを大きく伸ばしたが、その後FY2021.6 1Qから2Qに進む中で、外出する人が増加する等、社会におけるCOVID-19の影響に落ち着きが見られた。その結果として、上期時点においてはGMV及びMAUの成長率が鈍化した。下期は一定の規律を維持しつつも、来期以降の持続的な成長にむけてオフライン施策やマーケティングへの投資を行っていくことで、MAUを着実に伸ばし、今期GMV YoY+20%以上の成長を目指していく。

Q6.2Qは広告宣伝費額が増加しているが、今期の調整後営業利益率30%以上、中期的な調整後営業利益率40%以上の見通しに変更ないか？
A6.下期においては来期以降の成長のためにオフライン施策やマーケティングの投資を増加させていく予定であるが、今期の調整後営業利益率30%以上及び、中期的には40%以上の目標に現在変更の予定はない。

Q7.来期以降の持続的な成長に向けてどういった戦略を考えているのか？？
A7.新たな施策の検討を進めているが、競合戦略上開示は控える。潜在出品者36百万人の獲得に向けて、従来から取り組んできた出品の簡便化に加え、オフラインなどでのタッチポイントの構築やマーケティング施策の強化を行っていく。その結果、若年層から中高年層までの幅広い層から利用していただけるようなサービスにしていくことで、持続的な成長に取り組んでいく。

メルペイ

Q8.収益化にむけての「メルペイスマート払い（一括払い・定額払い）」の進捗状況は？
A8. 「メルペイスマート払い（一括払い・定額払い）」利用者数は着実に増加しており、さらなる認知度向上・利用者拡大を目指し、年末年始に「年末年始まるっと還元キャンペーン」を実施した。11月より「定額払い」の手数料の徴収を開始し、今後も収益力の強化に向けて、利便性を高めながら利用者を増やしていきたい。

Q9.3Q以降どの程度の規模で投資を再開するのか？FY2021.6は収益化のフェーズという認識だが、投資拡大に伴い収益化の時期や戦略に変更はあるか？
A9.FY2021.6は収益力の強化に向けて推進しており、発表した内容に変更はない。引き続き、与信事業を中心とした収益力の強化を進める。一方で、サービスの拡大に向けたユーザ数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、2Qを大きく上回る投資を行う可能性がある。

Q10.「ふえるお財布」は決算資料で初めて出てきた言葉だと思うが、どういった内容か？また、今後どのようなことを行っていくのか？投資が必要になるのか？
A10.「ふえるお財布」とはメルペイ残高を利用した資産運用が出来るサービス。その第一弾として2020年11月に行った「funds」を用いた取り組みでは、募集から41秒で完売となる等、ユーザの興味関心の高さを感じることができた。今後の展開は策定中であるが、ユーザにとって価値のある金融サービスの提供を目指す。

メルカリUS

Q11.メルカリUSでは何にいつ頃投資をしていくのか?

A11.プロダクト開発や認知度向上・新規ユーザ獲得のためのマーケティングに投資していく。
下期は特に認知度向上のためのTVCMやイベント協賛等のブランディング施策に注力する。

Q12.メルカリUSの競合がIPOするなどしているが、市場環境や事業のポテンシャルをどのように見ているか?

A12.2次流通市場自体が拡大しており、かつメルカリUSのサービスはオールジャンルを扱っているため、力強い成長を実現できている。アパレルの2次流通市場だけでも2023年には年間260億ドル (データソース: Global Data）、オールジャンルの2次流通市場はその10倍規模ともいわれており、メルカリUSのポテンシャルは非常に大きいと考えている。引き続きプロダクトの使いやすさを強化し、誰でも簡単に物を売買できるマーケットプレイスを構築していくことで事業を成長させていきたい。

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