

FY2023.6 2Q決算説明会 質疑応答の要約

連結

Q1. 新たなグループミッションを公開した背景は？

A1. これまで「新たな価値を生み出す世界的なマーケットプレイスを創る」をグループミッションとしてきたが、マーケットプレイスを核としてその周辺にも事業を広げており、また、創業20年目に向けてグループを更なる成長に導くために、グループ全体に通じるミッションとして新たに公開した。

Q2. Marketplace、Fintech、USに関する下期の投資方針と営業利益の考え方は？

A2. Marketplaceは現時点で期初に発表している調整後営業利益率30-35%の目標に変更はないが、上期は優先順位を明確にした厳選した投資により目標値を上回っている。期初から成長と収益のバランスを意識した経営を実施していくとお伝えしている中、GMV成長率と利益率の両方でバランスをとった結果を見せていきたいと思っている。Fintechではクレジットカード事業を中心に下期では投資額の増加を見込んでいる。USは、例年2Q、3Qはハイシーズンであることからマーケティングの投資が増加する傾向にあるが、不透明な外部環境・事業環境が当面続く見込みであり、費用の見直しを通じて赤字を縮小していく考えである。

Marketplace

Q3. 「メルカリShops」について、現状どのように進捗しているのか。今後BtoCに関する新たなKPI開示の予定は？

A3. 上期は事業者にとって使いやすいプロダクトとすべく、機能の開発に取り組んできた。BtoCはポテンシャルが大きい領域だが、一方で時間をかけて伸ばしていく事業として捉えており、引き続きまずはプロダクト面をしっかりと整えていく。また、大手スポーツショップのアウトレット品の販売が好調であるなどの事例を受けて、小規模事業者だけでなく、親和性の高い大規模事業者の獲得にも取り組んでいく。

BtoCにおけるKPIの開示については社内でも様々な議論があるが、FY2023.6からは、CtoCとBtoCを一体としたMarketplaceとして、より大きなGMVを創出することを重視した経営を実施しており、必ずしも「メルカリShops」のみのKPIを開示をすることが適切であるとは考えていない。引き続き適切な開示のあり方を検討していく。

Fintech

Q4. QoQで売上高が増加しているにも関わらず、調整前、調整後ともに営業損益が悪化している要因について教えてほしい。

A4. 11月以降、クレジットカード事業への参入に伴う会員獲得や利用促進に関わる投資が増加したことが主な要因。一方で、既存のCredit事業の順調な成長によって強固な収益基盤が確立されており、調整前営業利益は黒字となった。

Q5. 「メルカード」について、発行枚数や決済取扱高等の開示を検討しているか？またその場合、いつ頃の開示になるか？

A5. Credit事業の成長と健全性を示していくことの重要性に鑑み、債権残高と回収率の開示を開始した。クレジットカード事業の進捗に関する開示についても、慎重に検討のうえ適切なタイミングで行っていきたい。

US

Q6. QoQで増収減益となった要因について教えてほしい。

A6. 2Qは米国におけるハイシーズンでありQoQで増収となった一方、中長期的な成長に向けて一定のマーケティングを行ったことが減益となった主な要因である。

Q7. 下期においてはどの程度の赤字縮小を見込んでいるか？

A7. 現時点で明確な縮小幅をお伝えすることはできないが、現状の事業環境を勘案し、全ての費用の見直しを通じて赤字を縮小していきたいと考えている。

Q8. 購入を促進する施策に取り組んでいるとのことだが、直近でGMVが鈍化している要因として、購入と出品のどちらに課題を感じているか？また、これは主に外部環境の変化による影響と理解していいのか？

A8. 出品数は伸長している一方で、インフレによる単価の上昇や消費者による生活必需品への支出の優先、過剰在庫を抱える小売各社による値引きの影響などによって購入が鈍化傾向にあることをより課題であると考えている。これらの課題に対応する形で、継続購入を促進するサービスや一括配送オプションの強化などを通じた購入の促進に取り組んでいる。

Q9. 現在の認知度に対するMAUの評価は？

A9. これまでのブランディングを通じた認知度向上への取り組みが奏功し、一部の同業他社と同等の水準まで認知度が上がってきている。一方で、日本のメルカリのMAUが既に2000万人を超えていることを考慮すると、日本と比較して人口が多いUSでの成長余地はまだ大きく、現在の認知度を活かした効果的なマーケティング施策を通じてMAUの増加を目指していく。

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