

FY2021.6 3Q決算発表 FAQ

連結

Q1.日米のGMV成長率はFY2021.6 4Q又はFY2022.6 1Qが底と考えて良いのか？

A1.現時点においては日米ともにCOVID-19によってFY2020.6 4QからFY2022.1QにかけてGMVが大きく伸びた反動として、FY2021.6 4Q又はFY2022.6 1QのGMV成長率を底に、その後上昇する軌道を描くと想定している。但し、先行き不透明感が高いため、現時点でFY2022.6のGMV成長率の目標値については開示しない。

Q2.来期の営業損益の見通しはどのように考えればよいか？

A2.現時点でCOVID-19による先行きの不透明感が強いこと及び今後の投資方針にもよるため、詳細な回答は控える。ただし、メルカリJPに加えて、メルペイでは定額払いの利用増による収益力の強化、メルカリUSでは決済手数料の導入等、徐々にグループの収益基盤は改善してきていると考えている。今後も投資の規律を持ちつつも、将来利益を最大化に資すると判断した投資を行うことに変更はなく、新規事業への投資額なども勘案しながら、本決算までに来期の方向性を決めていきたい。

Q3.今後のグループの人材の採用の方針について確認したい。

A3.従業員の採用については2Q後半から再開しているが、主にキーパーソンとなるような人材の採用を積極的に進めているため、採用の難易度は18-19年頃と比較して高いと考えている。一方で各事業の中長期的なありたい姿にむけて各社人員計画を再検討しており、将来利益の最大化に資すると判断した場合、今後更に積極的に採用を進める可能性がある。

Q4.メルコインなど新しい事業が発表されているが、中長期的なグループの事業方針に変更はあるのか？

A4.中期的な事業方針は大筋変更なく、引き続き国内では1次流通と2次流通の融合を進めてつつ、グローバル展開を進めていくことで、着実な事業成長とともに将来利益の最大化に取り組む。

メルカリJP

Q5.3QのMAUはQoQでは大きく増加する一方、YoYの成長率は鈍化しているが、その理由は？

A5.招待キャンペーン等によって新規ユーザの獲得が着実に進んだこともあり、QoQでは約100万人のMAUの増加となった。一方、昨年3Qにおいては出品施策の効果に加え、メルペイのキャンペーン経由でのMAUへの貢献もあったため、YoYではMAUの増加率が鈍化している。

Q6.4QのGMV成長率は+4%- +21%と低下する可能性があるが、来期以降どのように事業を成長させていくのか？

A6.前4Q以降COVID-19によってGMV成長率が大きく加速したため、4QのGMV成長率のハードルが高くなっていると考えている。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無いが、3Qにおいてはこれまで取り組んできた新規ユーザ獲得が順調に進捗するとともに、COVID-19収束後を見据えてオフライン施策なども着実に進捗しており、来期以降も着実な成長を行っていく。なお、COVID-19による先行き不透明感が高いため、定量的な目標値の開示は控える。

メルペイ

Q7:収益化にむけての定額払いの進捗状況は？

A7.定額払いの利用者数は「分割でお支払い」ボタンの実装に代表する利用導線の強化や、定額払いの上限利用回数や上限利用額を拡大する等実用性を改善し、UXの改善を行うことで利用者数が順調に増加している。一方で、使いすぎを防ぐために、利用上限金額が設定できたり、使用開始時に清算期間や手数料が明確になっていること、また前倒しの清算やメルカリの売上金でも清算可能など柔軟なお支払いに対応することで、安心安全にご利用いただける環境を強化していく。

Q8.なぜ暗号資産やNFT領域に参入するのか？

A8.メルカリグループでは、これらの領域はメルカリのミッションである「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」の実現につながると考え、以前より暗号資産や価値交換を実現するブロックチェーンの領域についての研究を重ね、参入の可能性について継続的に検討してきた。そんな中、メルペイの「ふえるお財布」における取り組みである「Funds」を活用したサステナビリティファンドを通して、人々の投資ニーズが高まる中、メルペイのウォレットで資産運用を行うニーズが非常に強いこともわかり参入を決めた。暗号資産に対して「怖い」「良くわからない」という印象を持つユーザは一定数存在しており、よりわかりやすく、安心して利用できる環境づくりも重要だと考えている。メルカリのような、多くの方々にとって親しみのあるサービスを提供し、かつ、株式市場に上場している企業が暗号資産サービスを新たに開始することにも一定の意義があると考えている。

Q9.暗号資産事業の今後の事業検討、サービス提供に向けたロードマップやスケジュール感は？またどの程度の等式規模を想定しているのか？

A9.暗号資産領域では、メルカリの売上金をビットコインで受け取れる機能や「ふえるお財布」の機能として、ビットコインを購入できるサービス等を提供していく予定。また、ブロックチェーン領域では、アート、スポーツ、ゲーム、エンターテインメントの4つのカテゴリーでNFTを活用したサービスを検討していくが詳細のスケジュールは策定中。

現時点で大型の投資は予定しておらず、サービスの提供に向けた人件費やシステム関連費が主なコストとなる。初年度は40名規模の組織を想定している。2021年6月期第4四半期から連結予定。

メルカリUS

Q10.3Qに積極的なマーケティング投資を行ったが、それぞれの具体的な効果は？

A10.認知度の向上が重要課題の一つであったなかで、ブランド・マーケティング投資を加速することでブランド認知度がQoQで7ppts改善するなど、同業他社と同水準まで上昇してきている。マーケティングチャンネルごとの定量的な開示は難しいが、約1億人の視聴者数をほこる“Super Bowl LV”でテレビCMを放映した効果は大きかったと考える。また、今後の更なる成長の土台として優秀な人材の継続的な獲得が不可欠であり、その観点からも認知度の向上が寄与している。

Q11.4Q及び来期の成長率の見通しや投資の方針について教えてください。

A11.昨年4QはCOVID-19の影響が日本以上に大きかったため、4QのGMV成長率はYoYで一時的に鈍化する可能性が高い。来期以降についてはCOVID-19による先行き不透明感が強いいため、現時点での定量的な目標値の開示は控えるが、今後も高成長を継続するため引き続きマーケティング及び開発人員採用強化等プロダクト改善に向けた投資を予定している。

ESG

Q12.暗号資産やブロックチェーンの活用による世界的な電力消費の上昇が社会課題になっているが、どのように対応していく予定か？

A12.メルカリグループでは、これまでサステナビリティ戦略として5つのマテリアリティを特定し、取り組んできている。このうち「循環型社会の実現」に向けた取り組みとして、昨年来メルカリ事業における環境負荷の可視化を進めている。今後この可視化した結果に基づき、具体的な施策を検討・実施していきたいと考えており、その際に暗号資産やブロックチェーンなど本事業の影響についても合わせて検討をしていく。

免責事項

本資料は、資料作成時点において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