mercari

FY2021.6 4Q決算説明会 質疑応答の要約

連結

Q1.山田**CEO**にとって、成功の確信度が向上していると考える事業と現在時間を割いている事業について教えてほしい。
A1.既存の3本柱については、これまで経営資源を集中したことで一定の成果が出ており、これらの事業は成功の確信度が高まっている。一方、新規事業であるソウゾウやメルコインは成功の自信があるというよりは、大きなOpportunityがある事業だと考えている。また更なるグローバル展開は今後取り組んでいきたい分野である。メルカリUSがここまで伸びてきたことを考慮すると、他国でもメルカリのサービスが受け入れられる可能性が高いと考えており、EUやアジア、他の新興国にも大きなOpportunityがあると考えている。組織基盤強化やM&Aは容易にできるものではないので、慎重に見極めながら着実に進めていく。
現状は既存の3本柱に加えて、新規事業にも時間を割いている。また、我々の事業成長には優秀な人材が不可欠であり、より良い人材の採用と育成の仕組みづくりが重要だと考えている。COVID-19で働き方も変化する中、ワークスタイル含めた組織の在り方は競争力に直結するので、積極的に時間を割いて取り組んでいる。

Q2.メルペイやメルカリ**US**において収益改善している中で、新規事業に投資しても黒字を継続させることも可能と考えているが、今後の利益と投資の考え方は？
A2.3本柱はまだまだ成長余地があり、新規事業も含め、引き続き投資を継続していく。短期的な利益より、将来利益の最大化を重視した投資の方針は変わらない。

メルカリJP

Q3.1次流通と**2**次流通の融合した循環型社会を牽引という中期目標について、現在の進捗とメルカリの持つデータをどの様に一次流通と融合させていくのか教えてほしい。
A3.2020年2月のメルカリカンファレンスでコネクト戦略を発表してから、ステークホルダーの理解を得ながら、少しずつ進捗させている状況。パーソナライズ化された当社のデータは今まで以上に価値のあるものになりつつあると認識しており、中期目標の達成に向けて、時間はかかるが、着実に進めていく。

メルペイ

Q4.メルペイは**5**月単月黒字とのことだが、**QonQ**での利益改善要因は？
A4.注力している与信事業に加え、決済事業においてもメルカリ内外での手数料収入が着実に増加しており、収益力が向上している。

メルカリ**US**

Q5.メルカリ**US**の今後の成功の確信度について教えてほしい。
A5.FY2021.6においては、Take rateを引き上げ、収益基盤を向上させながらGMVやMAUを伸ばすことが出来、成功の確信度は上がったと考えている。メルカリUSのGMVは、メルカリJPの数分の一の規模であり、まだまだ大きなポテンシャルを感じている。プロダクト拡充と、エンジニアを中心とした採用強化に積極的に投資し、メルカリJPのような事業にしていきたい。

Q6.メルカリ**US**の**FY2022.6**の**GMV**成長率の目標値である**YoY+20%**以上は、想定よりも低いと感じるが、中長期的にどの様な成長を考えているか？
A6.メルカリUSは、FY2020.6、FY2021.6と大きく成長してきたが、今後の中長期的な成長にあたっては、組織自体をより強固にしていく必要があると考えている。FY2022.6は組織基盤強化の初年度とし、中長期的に成長させていきたい。

Q7.メルカリ**US**の**FY2021.6 4Q**の**GMV**について、**COVID-19**影響の反動と**Take rate**を引き上げた反動は表れているのか。
A7.GMVはFY2020.6 4Qで急成長したが、COVID-19下においてオンライン需要が増加すると共に、一次流通の配送網が混乱する中で、メルカリを利用するユーザが増加した背景がある。後者については一時要因であったため、その後剥がれた需要であったが、そのような環境下でもGMVは300MUSDにまで着実に積み上げることができた。また、Take rateの引き上げの影響については、メルカリの使いやすさが評価され、その結果GMV、MAUは伸びており、Take rate引き上げの影響は軽微と認識している。

Q8.メルカリ**US**は**FY2021.6 4Q**において投資を抑制していたと認識しているが、**FY2022.6**の投資方針は。また、既に収益性が改善していくフェーズに入ったと認識していいのか。
A8.FY2021.6 4Qは、元々ローシーズンであることに加え、FY2022.6 1QにMercari Localのサービスエリア拡大のローンチを控えていたこともあり、通常通り規律をもった投資を行った。
FY2022.6以降も、認知度向上に加え、プロダクト拡充やサービスローンチ時に効果的なマーケティングをしていくことは重要であり、継続的に投資をしていく予定。事業が拡大する中で一定程度の規模になれば、収益性は改善していくが、メルカリUSはまだ組織基盤を強化し、事業規模を拡大していくフェーズにあり、収益性を勘案しつつも、トップラインの成長を重視していく。

Q9.複数の競合がいる中で、中長期の競争環境をどのように考えているか？
A9.現在は競合含め各々が伸びていると認識しており、メルカリJPと同様に、日本に加えて、米国において、第一想起になるような事業にしていきたい。直近ではより多くの方に出品していただけるように、US全土でのローカル配送サービスMercari Localをローンチした。今後米国で存在感を高めていく上でも重要なサービスだと考えている。

Q10.Apple社の**IDFA(Identifier for Advertisers)**につき、プライバシーポリシーが変更になったが、その影響は。
A10.WebやAndroid等、チャネルの多様化を図ってきたため、その影響はマネージできる範囲内だと考えている。

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