

2023年9月期第3四半期決算についてのよくある質問と回答

この質疑応答集は、8月8日（火）に開催した決算説明会以降に、株主様、投資家様からいただいた質問の中から、よくいただく質問、理解促進につながると思われる質問をピックアップし、回答をまとめたものです。今後も日々いただくご質問のなかから重要なものをアップデートして参ります。

Q1. Buyee において 3Q に積極的なキャンペーンを実施した理由はなにか？

これまでも様々なキャンペーンを実施してまいりましたが、その中でも特に費用対効果が高いキャンペーンのノウハウが蓄積してきたことに加え、Buyee の提携先であるメルカリ社が当社以外の越境 EC 事業者へも連携を広げ、新規の連携各社が送料等の値引き等のキャンペーンを開始したこと、また円安という外部環境の後押しもあったことから、当社はユーザ獲得のチャンスと捉え、他社を上回る値引き等のキャンペーンを実施いたしました。

特に 6 月に大型のキャンペーンを実施したことで、6 月の受注が過去最高となりましたが、受注商品の多くが 7 月の出荷となるため流通総額や売上高への計上は 4Q となる予定です。

Q2. Buyee の競合他社の中で脅威になるような企業はあるのか？

具体的に特定の競合他社の脅威を感じているわけではなく、各社が積極的にキャンペーンを実施している状況を顧客獲得の好機と捉え、当社もキャンペーンを積極的に行いました。

Q3. 今後の From Japan 事業の Take Rate についてどう考えればよいか？

3Q は、キャンペーンの積極実施により Take Rate が低下しました。6 月受注分の出荷が 4Q となり、流通総額、売上高、キャンペーンによる売上値引き等が 4Q に計上される予定であること、4Q においても引き続きキャンペーンを実施する予定であることから、4Q についてはもう一段の Take Rate の低下が想定されます。来期以降については改善に向けて調整していく方針です。

Q4. 利益を削って過度にキャンペーンを実施しているのではないか？

利益を度外視して、過度にコストをかけたキャンペーンを実施しているということはありません。個別取引ではなく、全体でコントロールしており、流通総額対比 5%以上の営業利益率となるようにキャンペーンの内容などをコントロールしています。また、これまで Buyee の利用者はリピート率が高いため、今回のキャンペーンは一時的な受注増だけを目的としたものではなく、今後の継続利用につながるかと考えております。

Q5. バリューサイクルが通期計画に対して遅れている理由とその改善は進んでいるのか？

2Q の買取不調により販売可能な商品（在庫）の積み上がりが不足していたことから、売上を伸ばすことができ



ませんでした。買取不足が顕在化した背景には、買取店舗の出店を進める中で、経験のあるスタッフの採用が不足していたり、接客や商品知識の教育などが手薄となっていたこと原因であることがわかりました。そのため3Q中に採用や教育の強化に注力したことで、3Qにおける買取成約率及び買取高の改善が進んでおります。3Q末の販売可能な商品（在庫）も適正化されており、4Q以降の売上に繋げてまいります。

Q6. 通期の営業利益計画から遅れを取っているが、計画達成は可能なのか？

Eコマース事業のバリューサイクル、エンターテインメントは3Q時点で、業績予想に対して大きく遅れを取っており、Eコマース事業全体での業績予想の達成ハードルがかなり上がっております。従来はEコマース事業はEコマース事業で計画を達成していく方針であり、仮にEコマース事業で不足が生じた場合にインキュベーション事業（売却益）で補うことは考えていないと申し上げておりました。しかしながら、Eコマース事業の進捗状況を踏まえ、連結営業利益（45億円の計画）を達成すべく、インキュベーション事業の投資売却益の増額も視野に入れていく方針です。

以上