2016 年 7 月 29 日

2017 年 3 月期　第 1 四半期決算説明会

決算説明会　Q&A 集

【ZOZOTOWN 事業】

【セール比率について】

Q. セール比率が高まりすぎているように見えるが、御社の考え方などについて教えてほしい。

A. セール比率のあり方については当社の考え方に変化はありません。またクーポン利用はセール比率に含まれておりません。

【ブランドクーポンについて】

Q. クーポンはどのような頻度で発行しているのか？

A. 今のところ日替わりで 1 つのクーポンを発行しています。1 日当たりのクーポン数を増やしていくかどうかは検討中です。

【新規出店数について】

Q. 今期 200 ショップのオープンを目指すということであるが、どのようなカテゴリーのショップが増える傾向にあるか教えてほしい。

A. 昨年と同じ傾向で、目玉となるブランドから低単価のショップまで様々なカテゴリーを予定しております。

【退店ショップについて】

Q. ショップ退店が多くなっているようであるが、どのようなジャンルのショップが退店しているのか教えてほしい。

A. 退店ショップは 1Q で 39 ショップですが、そのうち買取ショップが 14 ショップ、それ以外が 25 ショップとなっております。買取ショップについては、従前より戦略的にクローズをする方向で進めております。それ以外の 25 ショップは、EC にあまり積極的ではないブランド、またブランドそのものがなくなってしまった等が主な理由です。

【ZOZOUSED の拡大について】

Q. ZOZOUSED の伸びが著しいが、今後、商品取扱高のボリュームを増やしていく際に課題となることがあれば教えてほしい。

A. 今後は、オペレーションのコストが課題になってくると思われます。商品 1 点 1 点に対し撮影等の作業が発生するため、利益率改善に向けて更なる効率化を図る必要があると考えております。

【ZOZOTOWN アプリについて】

Q. ZOZOTOWN アプリの DAU、そしてその訪問者の質、動きについて何か変化があれば教えてほしい。

A. これまで商品取扱高に占めるアプリの割合は 10%程度でしたが、昨年 10 月のリニューアル後は 15%程度となっております。また、回遊性としては PC/スマホブラウザのほうが長時間使っていただいている傾向にあります。

【WEAR について】

Q. WEAR 経由の商品取扱高について教えてほしい。

A. 季節性はありますが、月間 10 億円強、伸び率としては 200%以上となっております。

Q. WEAR の北米展開について、その狙いについて教えてほしい。

A. 今後 WEAR を世界展開していく中で、やはり北米で周知されなくてはならないという考えの基で展開をすることといたしました。北米には弊社投資先などもあるため、展開方法などを含め、様々な手法を検討・実施しております。

【フリマ事業について】

Q. フリマ事業の進捗を教えてほしい。

A. フリマ事業については積極的なプロモーションも行っていないため、まだテスト段階です。

【プライベートブランドについて】

Q. 数年前にもプライベートブランドを行うとのことで企画があったと思うが、以前はブランド様から強い反応があったと記憶している。今回プライベートブランドを実施するにあたりブランド様の反応などについて教えてほしい。

A. 前回はブランド様から特に強い反応があったわけではなく、コンセプトがはっきりしなかったためプライベートブランドの実行に至りませんでした。今回はまだ詳しいお話をしておりませんが、これまで通りブランド様との関係を大切にしながら進めていくことになると思います。

【中長期計画について】

Q. 中長期計画の商品取扱高 5, 000 億円には海外展開・プライベートブランドも織り込まれているか？

A. いずれも含まれておりません。新規事業がうまく運べば 5,000 億円の達成時期が早まる可能性もあります。

以 上