

【第16回定時株主総会 質疑・応答集】

日時：2014年6月27日 13:00～

場所：幕張メッセ国際会議場 2F 国際会議室

※この質疑・応答集は、株主の皆様から頂戴したご質問やご意見と経営陣からの回答、説明をまとめたものでございます（理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております）。

1.

Q	毎年参加しているが、今日は株主総会の集中日のため、年々参加者が少なくなっている。平日開催は仕方ないにしても、せめて日程を少し前にずらすなど、もう少し参加者を増やすような対策をしていただきたい。個人投資家をもっとわくわくするような株主総会であって欲しい。
A	弊社が実施している『ろくじろう(6時間労働制度)』のコンセプトは、残業や休日出勤、時間外労働を減らし、通常の業務時間内で効率よく集中してプロの仕事をしようというものです。そのため、土日に株主総会を開催することは考えにくい状況にあります。ただ、多くの企業様と同日開催になっている点については、今後検討していきたいと思っております。今後も、皆様に喜んでいただけるような株主総会にしていきますのでご期待ください。

2.

Q	『ろくじろう(6時間労働制度)』が今年で2年目に入るが、現在の状況などを聞かせて欲しい。
A	実施から約2年経ち、3時過ぎになると帰るスタッフも多く見受けられるようになりました。集中・効率化が進んでいると受け止めていて、嬉しく思っています。全員が3時に帰り、家庭と両立したり、趣味や勉強の時間に使ったりできるような会社にしていきたいと思っています。社員に対しては、『ろくじろう』を徹底して実施している半面、プロの仕事をして、高いパフォーマンスで仕事をしなさいと指導していますので、引き続き応援をお願い致します。

3.

Q	かつては、月次の決算を公表されていたが、今はやめている。今後、株主として指標を見ていく上で、どういう点を注意していけばいいのか、経営者として常々、どういう点を注意しているのかを教えてください。
A	まずは、我々の重要な指標である商品取扱高を見ていただきたいと思っております。経常利益や営業利益については、広告宣伝費をどう使うかで変動がありますので、まずは商品取扱高を見て、その構成は何名のお客様によるいくらの購入なのかという部分を見ていただきたいです。

4.

Q	自社 EC 支援事業について、昨年と比較すると取扱いブランド数が減少している。自社 EC 支援事業に対する取組み方に何か変化があったのか。
A	自分たちで自社 EC サイトを切り盛りしていくのはとても大変なため、残念ながら継続を断念されたブランド様もいらっしゃいました。今後も継続を断念するブランド様が出てくる可能性はありますが、継続しているブランド様は成長率が伸びているため、全体感としては伸びていくと考えています。

5.

Q	中国に子会社が 2 社あるようだが、業績を対前年比で教えてほしい。
A	中国事業は 3 年前に中止し、現状は(2 社とも)清算過程に入っているため、業績詳細については非開示ということでお許しいただきたいと思えます。

6.

Q	14 年 3 月期は商品取扱高が 1,140 億円であった。5,000 億円を目指すにあたって、自然体でいく部分と、何かやらなくてはいけない部分があると思う。どのようなことを考えているのか。
A	会員数や取扱商品数を増やすという事に加えて、いくつか乗り越えなくてはならない課題があります。中でも一番大きな課題は商品供給だと考えています。ブランド様から商品が来ないことには、お客様を増やしても売上は伸びません。いかにブランド様に WEB を使った販売に積極的に関与してもらうか、という啓蒙活動が非常に重要であると考えています。また、お客様に対しても WEAR というサービスを通して、ファッションを楽しむという根本的な部分の啓蒙活動を続けながら、よりファッション業界全体がボリュームアップしていくような沢山の施策を行っていく予定です。さらに、WEAR の世界展開も既に始まっています。グローバルな売上も含めて考えるべき時期に差し掛かっていると思っています。5,000 億に早い段階で到達して、皆様に喜んで頂けるように頑張ります。

7.

Q	15年3月期の商品取扱高15%増、営業利益10%増について、具体的な内容を説明してほしい。
A	買取事業は商品取扱高が49億円、前年同期比約36%下落の計画です。内訳は、9億円が既存のZOZOTOWNの買取事業、つまりブランド様の商品を買ってZOZOTOWNで販売するものです。残りの40億円はZOZOUSED、つまり中古品買取となっています。受託販売の商品取扱高は、前年同期比約20%増の1,100億円、EC支援事業は前年同期比約13%増の175億円を計画しています。営業利益は、営業利益率が今期と同水準であるため、約10%増となっています。商品取扱高と営業利益の伸び率に差が出ている主な要因としては、物流センターのコストがあります。昨年稼働を開始した新しい物流センターのコストが昨年度は半年分だったのが、今期は年間を通しての負担になります。このコスト増が影響して、営業利益は約10%増となっています。

8.

Q	WEARの国内ダウンロード数の増加ペースがやや落ちているように見えるが、今後の施策を教えてください。
A	3月頃にテレビコマーシャルを流していた時は、日々のダウンロード数が倍になっていたのですが、その当時のペースから比べれば現在はやや落ち着いています。しかし、現在も非常に多くの方にダウンロードをしていただいています。具体的な数字は申し上げられませんが、ZOZOTOWNの日々の新規会員登録数よりWEARの方が断然多くなっています。そのため、近い将来WEARのダウンロードならびに利用者数がZOZOTOWNを超えるのではないかと期待しています。

9.

Q	WEARの海外展開の今後のスケジュールについて、大まかでもいいので教えてください。
A	今のところ発表出来るのは、韓国、中国本土、欧米、香港です。これらの国々で展開する予定というところまでで、具体的な時期や展開の方法などの詳細については、現段階では控えさせていただきます。

以上