

2017年3月期 第3四半期決算説明会
決算説明会 Q&A 集

【ZOZOTOWN 事業について】

・新規ショップの寄与度がどの程度かを教えてほしい。またコンバージョンの改善についても教えてほしい。

前期と今期3Qまでにオープンした新規ショップについては商品取扱高の15%程度を占めており、増収の押し上げ要因としては一番大きなものになっています。コンバージョンの改善については継続して30%弱の改善が続いております。

・ブランドクーポンの効果について。16年3月期の3Qより開始したブランドクーポンであるが、現在でも様々なプラス効果があるようだが、その背景について教えてほしい。

クーポンについては引き続き毎日実施しております。ブランド様によっては、クーポン額の引き上げや複数ブランドとの合同開催等、非常に積極的に利用されているように見受けられます。またこれにより在庫投入量の増加なども見られるため、非常に良い効果をもたらしております。

・出荷単価と商品単価について。いずれも改善されている理由などについて教えてほしい。

1 オーダーあたりの購入点数が引き上げられていることで、出荷単価の下落は商品単価の下落と比較して限定的となっております。また、16年3月期3Qより積極的に実施しているブランドクーポンは、出荷単価を下落させる影響がありましたが、それが一巡したことも出荷単価の下落を抑制させる要因となっております。

・プロモーションの費用について。商品取扱高の2.5%~3%、すなわち4Qで20億~30億程度になると予想されるが、具体的にどういったものに投下するのか。

新規会員獲得に向けたプロモーションを行う予定です。具体的な施策については現段階でお話できません。

・現在起こっているファッション業界の不況について、御社の考え方を教えてほしい

ブランドによって違うため、業界自体がシュリンクするとは思っておりません。ファッション業界は未だEC化率が低いので、我々としてはまだまだ伸ばせると思っております。

【「ツケ払い」「買い替え割」サービスについて】

・「ツケ払い」「買い替え割」の利用率について教えてほしい。

こちらは非開示とさせていただきます。

・「ツケ払い」の手数料、与信リスクなどについて教えてほしい。

「ツケ払い」の利用に当たっては、購入者様より324円の手数料をいただいております。与信についてはGMO

ペイメントサービス社が行っております。

・「ツケ払い」による売上の先食い懸念などはあるのか？

サービス自体が始まったばかりであること、またセールを挟んでいることもあり、先食いの影響については不明です。

・「ツケ払い」による単価動向について

ツケ払いの効果はまだ始まったばかりでお答えできませんが、良い方向に動いていると思われま

【その他】

・プライベートブランドの進捗について

引き続き検討段階となっております。

以 上