

2017年3月期 通期決算説明会
決算説明会 Q&A 集

【プロモーションについて】

- ・4Qに行ったプロモーションの効果・手応えについて聞かせてほしい。

4Qは新規会員に対するポイント付与およびテレビCMを実施いたしました。いずれもプロモーション実施以降に良い影響を与えております。

- ・ブランドクーポンの各社スタンス(コスト意識など含め)について教えてほしい

ブランドクーポンへの取り組み(クーポン金額、実施頻度等)については、これまで以上に積極的なブランド様も多数いらっしゃいます。

【今後の成長について】

- ・商品取扱高2,000億円を突破し、現在の成長ステージがどの程度まで来ているのかをコメントいただきたい。

古くからご利用いただいているお客様から最近ご登録いただいたお客様まで、たくさんの方々にご利用いただき大変感謝しております。現在は登録数1,000万人、ブランド数は3,000を越えております。ブランド様のEC強化の流れに乗り、引き続き顧客層の拡大に努めて参ります。

- ・以前、商品取扱高の自然成長率は15%程度との話があったが、2018年3月期においてもそのような理解でよいか。また商品取扱高の伸び率内訳についても教えてほしい。

商品取扱高の自然成長率は以前と同様の15%程度と考えております。商品取扱高伸張の内訳(4Q実績)は、新店効果、ツケ払い、プロモーションが主となっております。

- ・2018年3月期予想の対商品取扱高の営業利益率が-0.5%ということであるが(2017年3月期実績値:12.4%→2018年3月期予想:11.9%)、先ほどの説明から(プロモーション比率0.8%上昇の計画)、0.3%の改善要因について教えてほしい。

商品取扱高拡大によるスケールメリットで固定費負担が軽くなっている、ということです。

- ・ブランド側もEコマース強化の方向に進んでいると聞くが、御社の在庫への影響はあるか？

ECを強化いただけるのは嬉しい限りです。商品取扱高をしっかり伸ばしていきたいと思っております。在庫については従前より改善されております。

【プライベートブランドについて】

- ・プライベートブランドについて、決算短信内にコストを見込んでいるとの記載があったがどの程度織り込んであるのか？またプライベートブランドの進捗についても教えてほしい。

計画内にはコストの一部のみを織り込んでおり、金額については非開示といたしております。また、進捗につい

でも現段階でお話できませんが、今期中には皆様に発表したいと考えております。

・ZOZO フリマ撤退について。御社にとってフリマとは何であったのかを総括いただきたい。併せて ZOZOUSSED の将来性についても教えてほしい。

ZOZO フリマは ZOZOUSSED から派生した二次流通サービスの一環であるため、特に大きな投資等も行っておりません。ZOZOUSSED については引き続き好調であり、来期も約 40%の成長を目指しております。

【物流関連について】

・物流の在り方について。EC におけるラスト 1 マイル(出荷からお客様への配送)について、どのように負担すべきかを前澤社長の考え方について教えてほしい。

コメントは差し控えさせていただきます。

・物流センターの増床について、規模感・費用等について教えてほしい。

下期を目処に倉庫スペースを広げる予定です。場所等の詳細については現段階で未定となっております。

・倉庫拡張に想定される費用はどの程度かかるのか？

賃料は増加するものの、大きな費用はかからない予定です。

【その他】

・動画サイトとファッション EC というのは親和性があるのか？

サイト内でテストなどを行っていますが、今のところあまり大きな親和性は見られません。

・海外のマイナー投資について。今後の海外事業についてどのように考えているか？

海外については、WEAR 等を通じ各国の状況などを把握しております。今のところ皆様に注視していただきたい事項はございません。

・ツケ払いについての利用率、未払率などを教えてほしい

ツケ払いの利用率については非開示としております。また、未払率については当社では把握しておりません。本サービスは今後も継続していきたいと考えております。

以 上