

**2016年7月22日開催
2016年9月期 第3四半期決算説明会 における主な質疑応答内容**

この質疑応答集は、7月22日(金)に開催した決算説明会(アナリスト・機関投資家向け)にて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問をまとめたものです。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. 業績予想について

Q1-1 通期の業績予想は修正しないということだがその理由は？

主に次の要因から業績予想を据え置いております。

①営業投資有価証券の引当

当社は営業投資有価証券の評価を独自のスコアリングルールに基づいて客観的な評価を四半期毎に行っております。その結果、毎四半期に引当金を計上しておりますので、4Qにも引当金の計上を見込んでおります。一方で追加の売却益は見込んでおりませんので、利益の減少要因となります。

②クロスボーダーEC事業における為替変動による影響

クロスボーダーEC事業においては、為替変動によって、購入単価や需要への影響があります。直近の為替レートは急激に変化しており、この3Qにおいても、その影響がありましたが、今後の為替変動による影響の予測が難しいと考えております。

③インキュベーション事業における為替変動による影響

今期は海外の営業投資有価証券の売却益を計上しておりますが、外貨での売却益は会計上、期中平均の為替レートによって洗い替えされます。当社は現時点では為替のヘッジ取引を行っておりませんので、為替変動による影響を受けますが、その予測が難しいと考えております。

Q1-2 広告宣伝費と人件費は計画どおり投下していくのか？

広告宣伝費については計画通り投下をしていく予定です。人件費の増加は損益の状況を見ながらコントロールしており、期初の計画に比べると抑制させる見込みです。

Q1-3 業績見通しの変動要素のうち、為替の影響と投資有価証券の引当とそれぞれの程度の影響を見込んでいるのか。

為替変動による影響額を予測することが難しいため、回答を差し控えさせていただきます。

Q1-4 当面のセグメント毎の戦略は？

今後もEコマース事業において、積極的にプロモーションを行っていく予定です。

① バリューサイクル事業

まだ成長期と捉えており、ブランド品やアパレル商材の買取なら Brandear という圧倒的 No.1 を



目指しております。そのためには、積極的にプロモーションを投下し、売上高を伸ばしていきながら利益も増やしていくことを継続していきます。

また、プロモーションの積極的投下や買取件数の増加に対応した倉庫オペレーションの効率化が図られており、売上、利益を拡大できる体制が構築できております。

② インキュベーション事業

3Qまでと同様、投資先の発掘を行っていきます。回収に関しても、適宜判断をしながら継続して行っていく予定です。特に世界情勢の変化により、新興国の投資には様々なリスクが考えられます。その中でタイミングを見極めながら回収し、それを再投資に回し、ポートフォリオを強化していく方針です。引き続きインドに注目していますので、インドマーケットにおいて有望な企業を発掘していきたいと考えております。

Q1-5 3Qまでのセグメント別の計画進捗率の評価は？

① E コマース事業

流通総額が3Qで71.8%と計画を下回っておりますが、クロスボーダー部門での為替変動の影響と考えております。

当社グループでは、円高になると、FROM JAPAN（アウトバウンド）に関しては単価が下がり、一方、TO JAPAN（インバウンド）では単価が上がる状況となっております。この双方向の事業があることで、為替変動による影響を相殺しておりますが、現時点では、流通総額の規模がFROM JAPANの方が多いため、全体の流通総額が伸び悩みました。

為替に影響されない体制の構築のため、双方向の事業どちらに対しても、積極的に投資していく方針です。

② インキュベーション事業

計画通り進んでいると考えております。

2. クロスボーダー部門（FROM JAPAN）の事業について

Q2-1 4月に中国の税制の変更や6月にEMS送料の値上げ等あったが、その影響と対策は？

4月の税制変更に関しては、延期の発表がされたことや、主に越境EC税の設定であることから、大きな影響はなかったと考えております。

改正された場合の対策としては、特定の商品ジャンルや特定の国に依存しない基盤を構築していくことが重要だと考えております。

6月のEMS送料の値上げに関しては、多少影響があったと考えております。5月末に取扱いが増加し、6月に入ったら減少したという実績からも、特に値段に敏感なユーザへの影響があったと考えております。当社グループでは、昨年9月に開始した台湾でのコンビニ受取のような、EMS以外のユーザビリティの高い配送手段の開発を、今後も積極的に進めていきたいと考えております。



Q2-2 為替変動による利用者数の増減はどうか？また国別の違いはあるか？

利用者数については具体的な数字は公表しておりません。大きく影響したのは単価の低下だと考えております。

また国別には、価格に敏感な中華圏での影響が大きいと考えております。

Q2-3 銀聯カードの導入後の利用状況は？

銀聯の取り扱いに関しては非常に伸びております。今後も様々な決済サービスの導入を検討していきたいと考えております。

Q2-4 海外のマーケットプレイスとの連携は、どのような方針か？

中期の戦略になりますが、まずは、当社が投資をしているマーケットプレイスに日本の商材をつなげていくことを考えております。

それ以外のマーケットプレイスに関しては、様々な企業と連携していきたいと考えておりますが、まずは制約が少なく、日本の EC サイトの負担が少なくて済むマーケットプレイスと連携を進めたいと考えております。

以上