

2018年8月1日開催
2018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、8月1日（水）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。

Q1. 業績予想は来期も出さない予定か、Eコマース事業の計画だけでも出して欲しい。

業績は順調であります。来期も業績予想は出さない予定です。

今後も適切なあり方について検討は進めてまいります。なお、Eコマース事業については流通総額の計画は引き続き出していく予定です。

Q2. インキュベーション事業の海外の投資先のソーシングはどのようにしているか？

当社が注力している新興国（特に東南アジア）はチャイナマネー（事業会社）が大量に入ってきています。それに加え、米国、中国その他の国のファンドも多く入ってきています。その中で当社が入り込めているのは、兎にも角にも非常に早い時期（2010年）から投資活動を開始したことが大きいです。また日本（からの出資）であることに対する信用が高いことも我々にとってプラスとなっています。

またインドネシアのマーケットプレイス「Tokopedia」に代表されるように当社の出資先が大きく成長し、様々な成功事例が出てきていることから、投資先（のファウンダー）からの当社への評価が広まり、投資家としての当社への信頼や人気が高まっています。

このような状況を背景に、頻繁に当社に案件が持ち込まれるような状況です。ITのスタートアップの業界は、大きなマーケットでオープンなマーケットのように見えますが、実は投資という側面では、国内外問わず限られたネットワークの中で行われているのが実状です。その中で当社は良いポジションを取れており、これは非常に重要だと考えています。

Q3. インキュベーション事業の営業投資有価証券の時価評価額（含み益）を教えてください。

このご要望は、本当にさまざまな方々からいただいておりますので、当社としてもこれまでに何度も議論を重ねてきておりますが、現状で非開示とさせていただきます。

今後もどのような開示のあり方が良いのかを真摯に考えてまいります。

Q4. 投資先として、中国あるいは日本国内は対象としているか。

まず、中国に関しては現状投資を行っておりません。これは正直に申し上げますと、勝てる見込みがないと考えているからです。「勝てる見込みがない」と申し上げたのは、チャイナマネーの投資意欲はかなり旺盛であり、彼らのスピードや投資金額に、当社が対抗して投資を行うことが、現実的ではないということです。

また、世界のマーケットを見たときに、中国は大きなマーケットではありますが、今後の成長を考えると、比較論で東南アジアやインドのマーケットを優先すべきであると考えています。

次に日本に関しては、積極的に投資を行っています。特に注力している領域はインバウンド領域への投資です。当社は、投資も事業も判断する上で重要視しているのは、人口動態です。AIなどテクノロジーは重要ですが、人口動態の変化によって生まれるチャンス、そしてアジアの発展において生まれるチャンスを見極めて投資していきたいと考えております。

当社の出資先のメトロエンジンもこのインバウンド領域の会社ですが、ホテル向けにダイナミックプライシングのAI ツールを提供しております。今ホテル業界に限らず、さまざまな業界で人材不足と言われていています。そのためにどうやって人を採用しようか、どうやって稼働率をあげるかが考えられていますが、当社はそうではなく、重要なのは適正な価格設定をすること（単価をあげること）だと考えています。そこで重要になってくるのが、経験や勘ではなくデータに基づくリアルタイムなダイナミックプライシングだと考えています。

メトロエンジンは、「インバウンド×ダイナミックプライシング」をベースに事業展開しており、非常に有望であると考えています。

Q5. リテール・ライセンス事業の今後のあるべき収益性、営業利益率についての考え方を教えてほしい。

既にある商品をただ流通させるだけの普通のEコマースでは競合も激しく収益率をあげていくことは非常に困難です。当社はそのような事業ではなく、収益性を高められる可能性の高いコンテンツ領域に注力していくことで、大きく利益率を上げていきたいと考えております。そのためには、より川上にのぼってライセンスをおさえていくことが重要だと考えています。



Q6. バリューサイクル部門の酒類買取販売事業のポテンシャルと、他領域への展開可能性について教えて欲しい。

基本的に商品は価値が経年劣化していくものがほとんどです。その中で酒類は時間とともに価値が上がっていく商品が多い特異な領域です。さらに国内流通だけではなく世界中でアービトラージが起これる領域だと考えています。

酒類以外の他の領域への展開についても考えておりますけれども、他社の参入もあり得ますのでここでは控えさせていただきます。

Q7. 海外向けの販売データを元にした事業展開可能性について教えてほしい。

今後の当社の新規事業戦略の中に、物販アービトラージというキーワードがあります。つまりデータが重要になってまいります。

当社は、価格の変動だけではなく、これからヒットする可能性のある商品の兆しをデータをもとに見つけることができるポジションにあります。そのデータをもとに、その商品のライセンスを獲得し、世界中に展開していくといった事業に可能性を感じております。当社はそれを一気通貫で行えるプラットフォーム（企画力、メーカーネットワーク、EC、卸ネットワーク、海外への販売など）を保有しており、今後注力していきたいと思っております。

以上