

FY2022.6 4Q

Presentation Material

mercari

目次

- 1 FY2022.6 の総括
- 2 中長期の方針
- 3 FY2022.6 決算概況 / 振り返り
- 4 FY2023.6 事業方針
- 5 Appendix

1 FY2022.6 の総括ハイライト

FY2022.6 期初に定めた方針サマリー

- 三本柱の継続的な成長・強化とともに、国内外の新たな領域の開拓を推進し、グループの更なる成長機会を創出
- 環境や社会にポジティブな影響を与える事業活動により、限られた資源が大切に使われ、誰もが新たな価値を生みだせる社会を目指す。特に気候変動への対応やD&Iについては重点領域として取り組む

3本柱の 着実な成長

- メルカリJP・USのユーザー数が着実に増加
- メルペイの収益基盤が確立

中長期成長に 向けた種まき

- Japan Region体制が始動
- 「メルカリShops」開始
- 暗号資産交換業のライセンス²を取得

グローバル基準 の組織へ

- 東証プライム市場へ移行完了³
- ESGの強化、推進（P.35）
- 成長を支える人材の積極採用
- 技術基盤の継続強化に向けたインド開発拠点⁴の設立

1. メルカリJP、メルペイ、メルカリUSを指す

2. 株式会社メルコインにて2022年6月17日に登録済み

3. 東京証券取引所グロース市場から東京証券取引所プライム市場に上場市場区分を変更

4. Mercari Software Technologies India Private Limited（2022年6月23日設立）

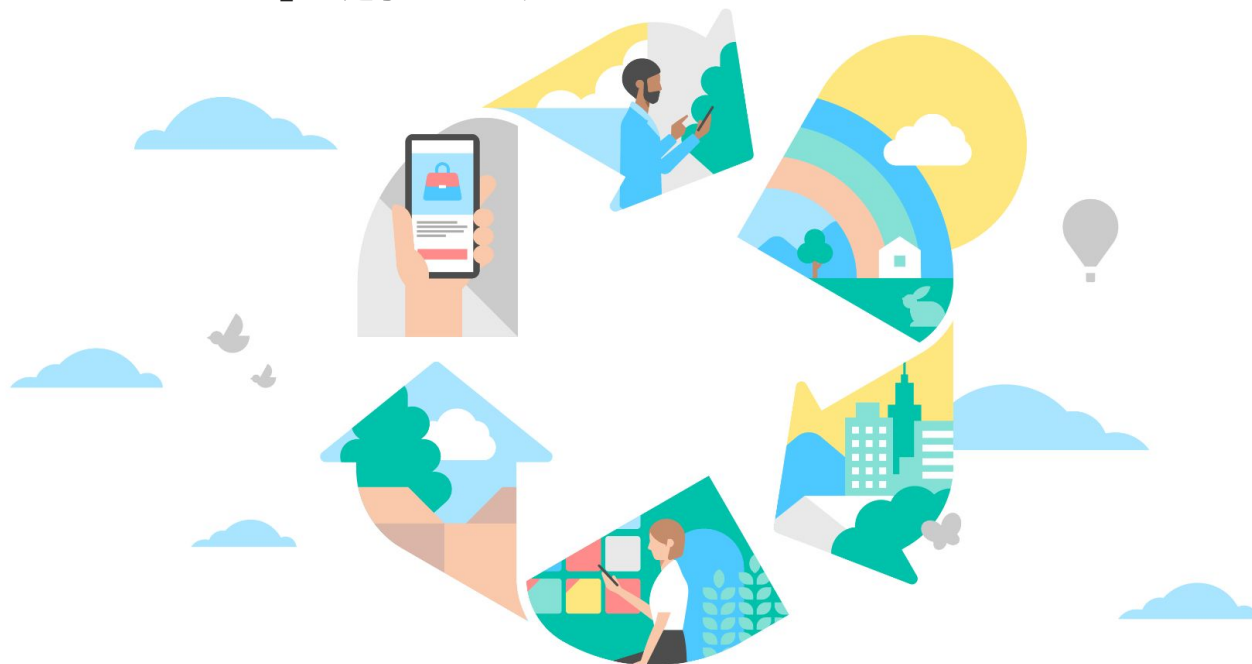
中長期の方針

- 新たな価値を生みだす世界的なマーケットプレイスを創る



プラネット・ポジティブ¹

- あらゆる価値がなめらかに循環するエコシステムを構築し、循環型社会の実現に必要な存在へ
- その先に、限りある地球資源を世代を越えて共有し、人々が新たな価値を生みだしつづけることができる「プラネット・ポジティブ」を追求していく

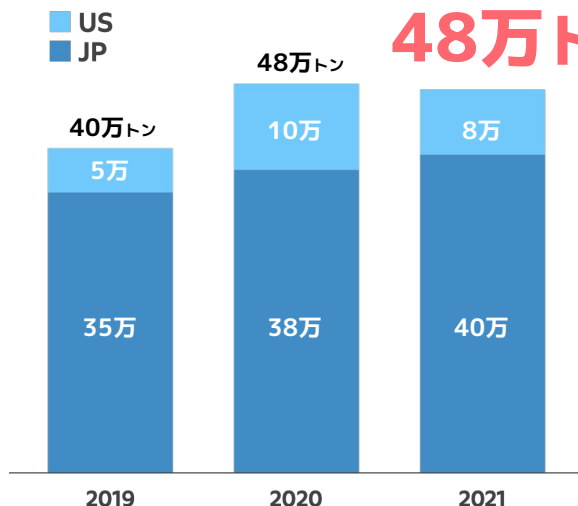


1. 「事業の成長を通じて地球環境に対してポジティブなインパクトを生み出し続けていく存在でありたい」というメルカリの企業姿勢を表現した、プラネタリー・バウンダリー（地球の限界）という概念を表すメルカリの造語

メルカリが生み出すポジティブ・インパクト

- メルカリにおける取引¹を通じて回避できたCO2排出量は、「衣類」カテゴリで年間約48万トン

新品の代わりに利用されたと仮定したことで
回避できるCO2排出量（衣類のみ）



48万トン

=



約200杯分
東京ドーム約200個分の
CO2排出量（体積）に相当²

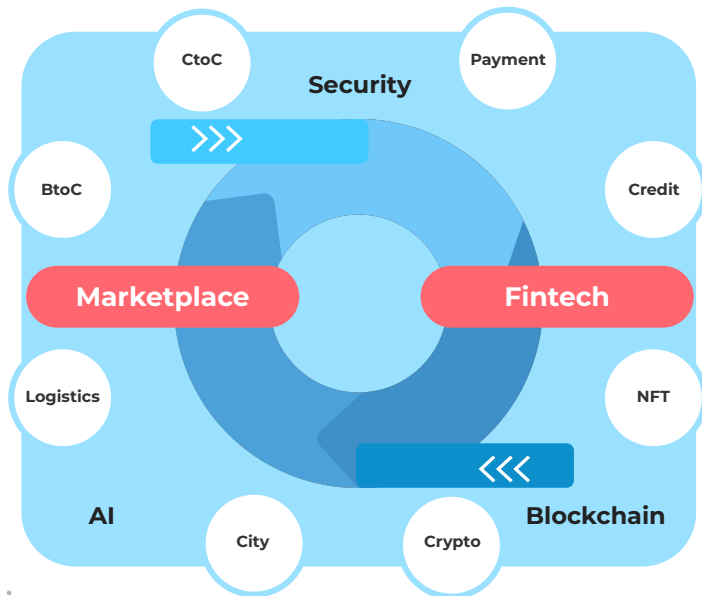


1. 2019年4月～2022年3月におけるメルカリJPとメルカリUSの「レディース」「メンズ」「キッズ」カテゴリで取引完了となった中古品を対象商品に設定
当該カテゴリで取引された商品が、新品の代わりに利用されたと仮定したことで回避できるCO2排出量を、調整係数をかけて製品ライフサイクル（生産・流通・使用・廃棄）を考慮して算出
（回避できるCO2排出量＝（中古品に相当する新品を使用した場合のCO2排出量）－（中古品を使用した場合のCO2排出量））
2. ドーム1杯分の二酸化炭素：2436t-CO2（東京ドームの容積：124万KL、1mol＝22.4L＝44g-CO2）（出典：[東京ドーム](#)）

ミッション達成にむけた中期的なマイルストーン

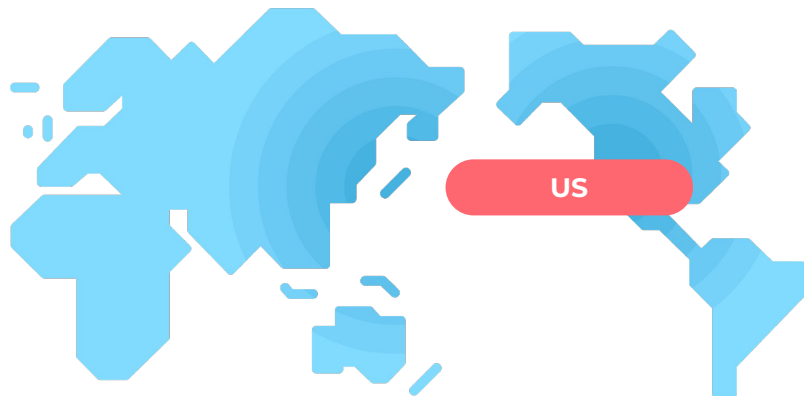
外部パートナーと連携し、 循環型社会のエコシステムを創り出す

モノだけでなくあらゆる価値がテクノロジーの力によってなめらかに循環する社会を創る。そのために不可欠な外部の様々なパートナーとの連携を推進



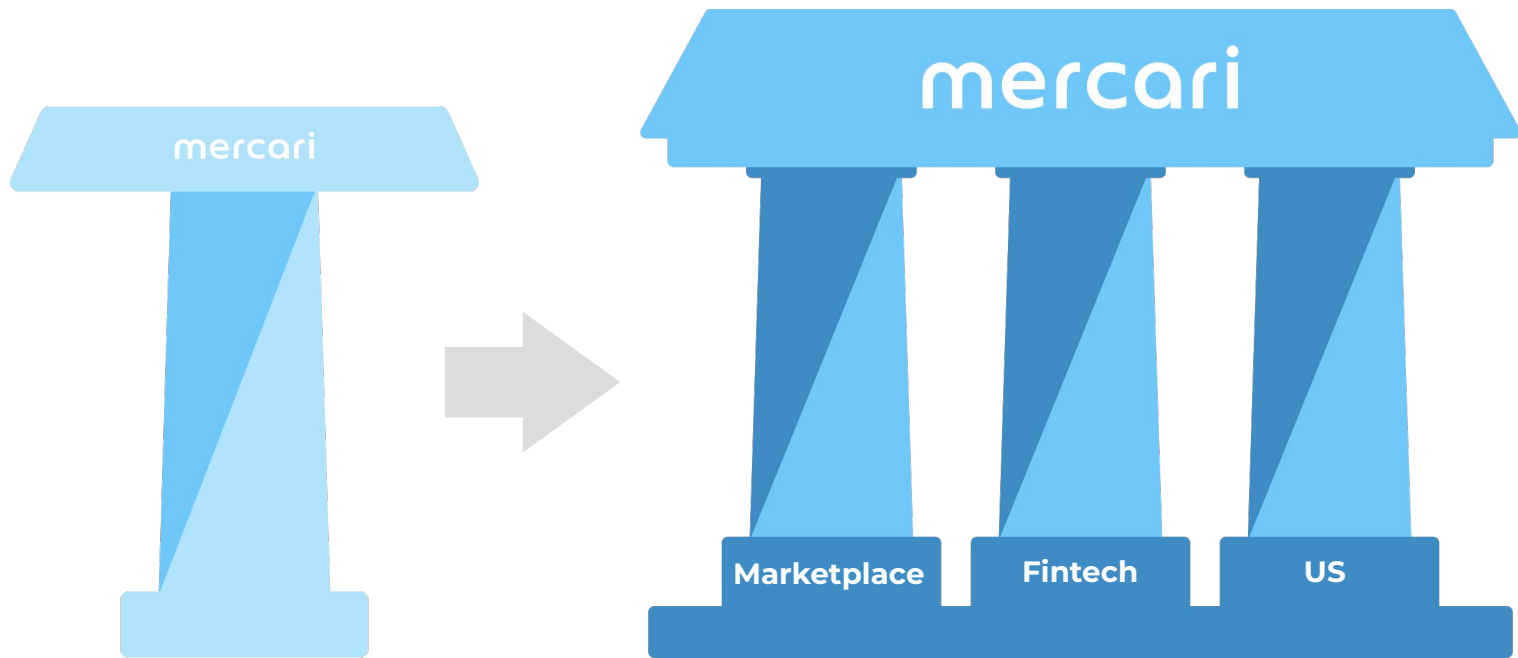
Global expansion

USの更なる強化を最優先としつつ、US以外のグローバル進出も進める。世界中のタレントが活躍出来るボーダレスな組織を作るため、D&IやWell-beingを一層推進



2 メルカリJPに次ぐ収益の柱の構築

- メルカリJPに次ぐ収益の柱として、Marketplace, Fintech, USの収益力を中期的に向上させ、グループの収益基盤を強固にしていく



主要事業の中期目標と投資領域

ビジネス領域	主な事業	中期的なありたい姿	今後の主な投資領域
全社共通		■ 外部パートナーと組み、循環型社会を牽引するエコシステムを実現している ■ グローバル人材が活躍できるボーダレスな組織が構築されている ■ 更なるグローバル展開を推進している	・ AI、データ基盤の強化 ・ 安心、安全な利用環境の強化 ・ 情報セキュリティの堅持 ・ D&I、Well-beingの推進 ・ グローバルでの事業構築
Market place	CtoC BtoC	■ 循環型社会のリーダー ・ 循環型社会の実現に欠かせない存在としてマーケットを牽引。さらに外部パートナーとの連携を加速させている ・ GMV 3年 CAGR +15%、調整後営業利益率40%以上を想定¹	・ AIを通じたマッチング精度の向上 ・ CtoC、BtoC、Fintech、オフラインを融合した最適なUXの実現
Fintech	Payment・Credit Crypto・NFT	■ グループシナジーを活かした金融サービスにより、新たな金融文化の構築に向けた「循環型金融²」が促進されている	・ Marketplaceへ還流するUXの実現 ・ Creditのさらなる強化（AIと信等） ・ ブロックチェーンを活用した暗号資産やNFTへの体験拡張
US	CtoC	■ USにおいて“the easiest and safest selling app”としての知名度と評価が確立されている	・ ユーザ基盤の拡大 ・ 出品簡便化 ・ AIを通じたマッチング精度の向上 ・ 配送オプションの拡充

1. GMVはCtoCとBtoCのGMVを合算した数値、調整後営業利益率は全社費用を含めずBtoCのソウソウやメルロジの費用を含めたMarketplaceとしての数値を指す

2. 「モノ」「お金」に加え、これまでの属性情報に囚われない多様な「信用」をより活用・循環させることを表した造語

2 メルカリの成長の軌跡とさらなる飛躍

IPO後4年¹で

売上高：約 **4** 倍

MAU²：約 **2** 倍

▶ FY2022.6-
グローバル展開
新規事業の実施

▶ FY 2022.6
メルカリShops ローンチ

Now

▶ FY2019.6
メルペイ ローンチ

▶ FY2017.6
メルカリ UK ローンチ (閉鎖済)

▶ FY2015.6
メルカリ US ローンチ

▶ FY2014.6
メルカリ JP ローンチ

Global Expansion

US

Fintech

Marketplace

▶ 20XX ミッションの達成

新たな価値を生みだす世界的なマーケットプレイスを創る

1. FY2018.6 4QとFY2022.6 4Qの連結売上高と日米合算MAUの実績を比較
2. 1か月に1回以上アプリ又はWEBサイトをブラウジングした登録ユーザの四半期平均の数
※この図は今後の成長イメージ図

FY2022.6
決算概況 / 振り返り

FY2022.6 の総括ハイライト

連結

- メルペイの収益基盤の確立など、3本柱の着実な成長があったが、外的環境の変化や不正対策の影響に加え、中長期の成長への寄与を最優先とした投資方針へのアップデートなどにより日米のGMV成長率が鈍化した。その一方で、厳選した投資の実施とコスト削減に取り組むことで、4Qは営業黒字を達成
- 中長期の成長に向けた種まきを推進し、新たな成長機会を創出した一年となった

メルカリJP	メルペイ	メルカリUS
● MAUが2,000万人を突破し、CtoCにおいて圧倒的なユーザ基盤を持つサービスへ進化 ● マーケティング施策に加え、パーソナライゼーションやWEB施策など中長期的な成長に向けたプロダクト改善によるUI・UXの強化	● 「Payment」「Credit」¹共に順調に伸長し、トップラインの継続成長と収益基盤の強化を両立 ● 特に注力分野である定額払いの成長により、初の通期調整前営業黒字²となり、収益基盤が確立	● 認知度向上に向けたマーケティング施策が功を奏しMAUが伸長。前年度の高いハードルやインフレ等外部環境の変化を受けて、通期GMV成長率はYoY-2% ● 出品簡便化やパーソナライゼーションを着実に推進
ソウゾウ	メルコイン	鹿島アントラーズ
● 10月に「メルカリShops」の本格提供を開始。3Q以降はプロダクト改善に注力しつつ出店者獲得に向けたマーケティングを実施した結果、出店数が20万を突破³するなど順調に進捗	● 業界に深い知見のある人材の採用が好調に進捗し、組織基盤が強固に ● 「パ・リーグ Exciting Moments β」を開始、「暗号資産交換業」のライセンス取得が完了等、本格始動に向けて進捗	● 経営ビジョン「Vision KA41」のもと、フットボール事業のみに頼らない経営に向けた計画を策定 ● フットボール事業をコロナ前の水準に早期に戻すことを掲げ、更なる成長の土台となる各種施策を実施

1. メルペイにおける事業内容「決済」「与信」を指す

2. 調整後：メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した数値、調整前：メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

3. 2022年4月19日時点

FY2022.6 通期(2021年7月-2022年6月) KPIサマリー

連結

売上高 **1,470** 億円 (YoY +39%)
 会計方針変更の影響を除外した売上高 **1,248** 億円 (YoY +18%)

営業損益 **-37** 億円
 (YoY -89億円)

メルカリJP

GMV₁
 YoY **+12%**

調整後営業利益率
27% (YoY -6ppts)

メルペイ

利用者数₂
1,345 万人

本人確認済み比率
86.2%

メルカリUS

GMV₁
 YoY **-2%**

MAU₃
490 万人 (YoY +6%)

1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計

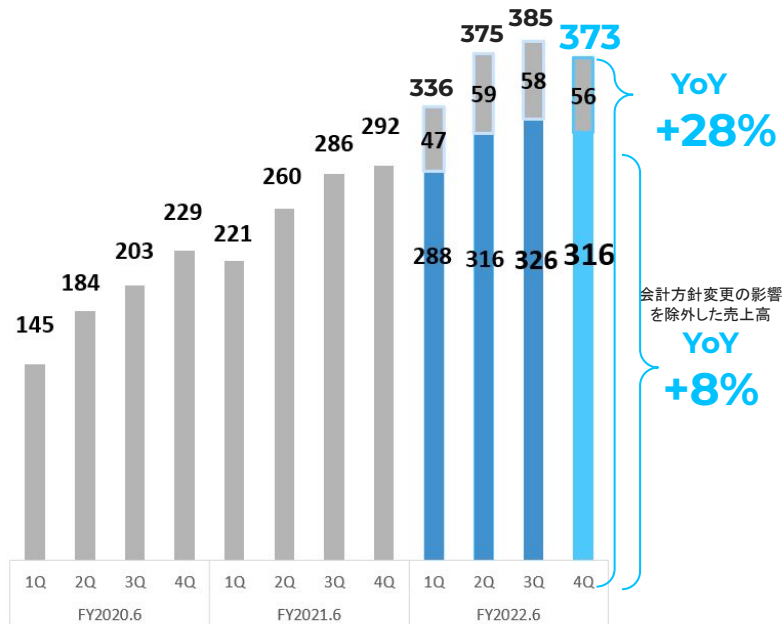
2. メルペイ「電子マネー」の登録を行ったユーザと「メルペイコード決済」「ネット決済」「メルペイスマート払い（翌月払い・定額払い）」等の利用者の合計（重複を除く）2022年6月末時点

3. 1か月に1回以上アプリ又はWEBサイトをブラウジングした登録ユーザの四半期平均の数

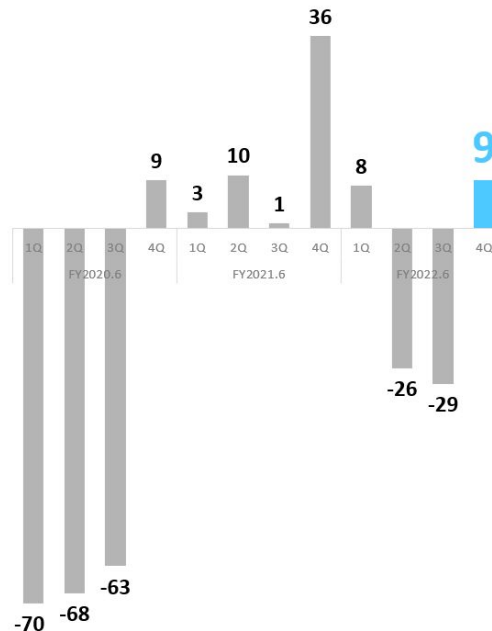
3 決算概況 (連結) 売上高/営業損益

- 投資方針をアップデートし、優先順位を明確にし厳選した投資を行ったことで4Qでは連結営業黒字

< 売上高 >



< 営業利益 >

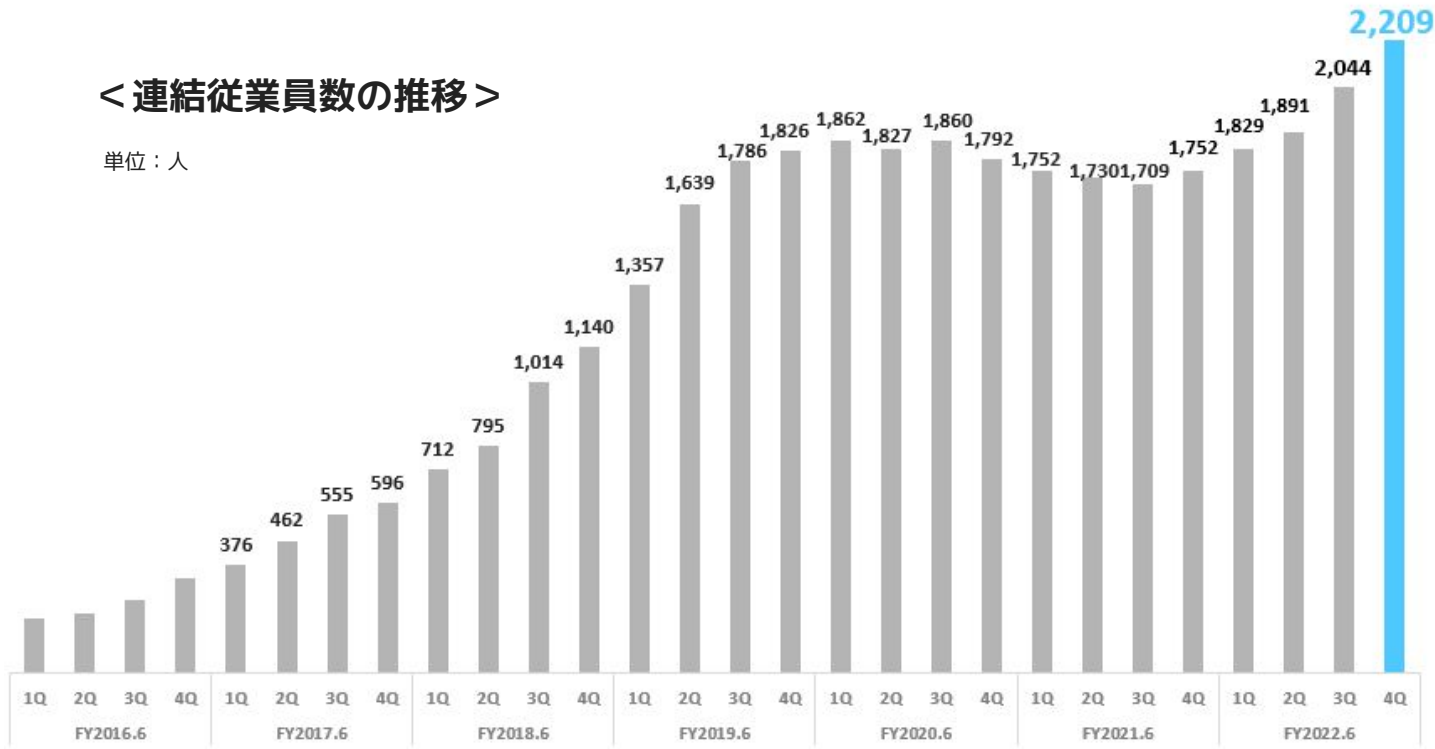


3 メルカリの高成長を支える優秀な人材

- COVID-19水際規制の緩和により、海外在住の内定者の入国・勤務開始が進み、従業員数はQ3想定比で増加
- FY2023.6もエンジニアを中心とした採用に注力するが、全体としてはFY2022.6比で緩やかな増加を想定

<連結従業員数の推移>

単位：人



不正利用の影響 FY2023.6以降は減少見込み

- 不正対策の効果により、FY2023.6以降不正利用の影響は減少の見通し
- ユーザ等への金銭的被害の補填に加え、さらなる不正利用の防止対策やユーザへの注意喚起を継続的に実施
- 引き続き安心・安全な利用環境の構築は最優先事項と認識しており、全社一丸で取り組む

不正利用の影響額

メルカリJP:クレジットカードの不正利用

- 4Q：13億円

メルペイ:フィッシング

- 4Q：3億円
(但し、メルペイの当期不正利用に対する保険金として5億円が補填され、4Qは営業損益に+2億円の影響)

対策

EMV-3Dセキュア

- iOS版に加えて、Android版も実装完了

グループ横断の不正対策専門部署を設置

- 新たな不正対策にも一気通貫で迅速な対応が可能

業界全体での取り組み

- EMV-3Dセキュアの導入経験を同業他社へ共有¹
- フィッシングを業界横断で防止する意見交換会を実施²

FY2023.6の見通し

- EMV-3Dセキュアの導入等、適切な不正対策の実施により、上期から対策の効果で費用は減少、下期には正常化を想定

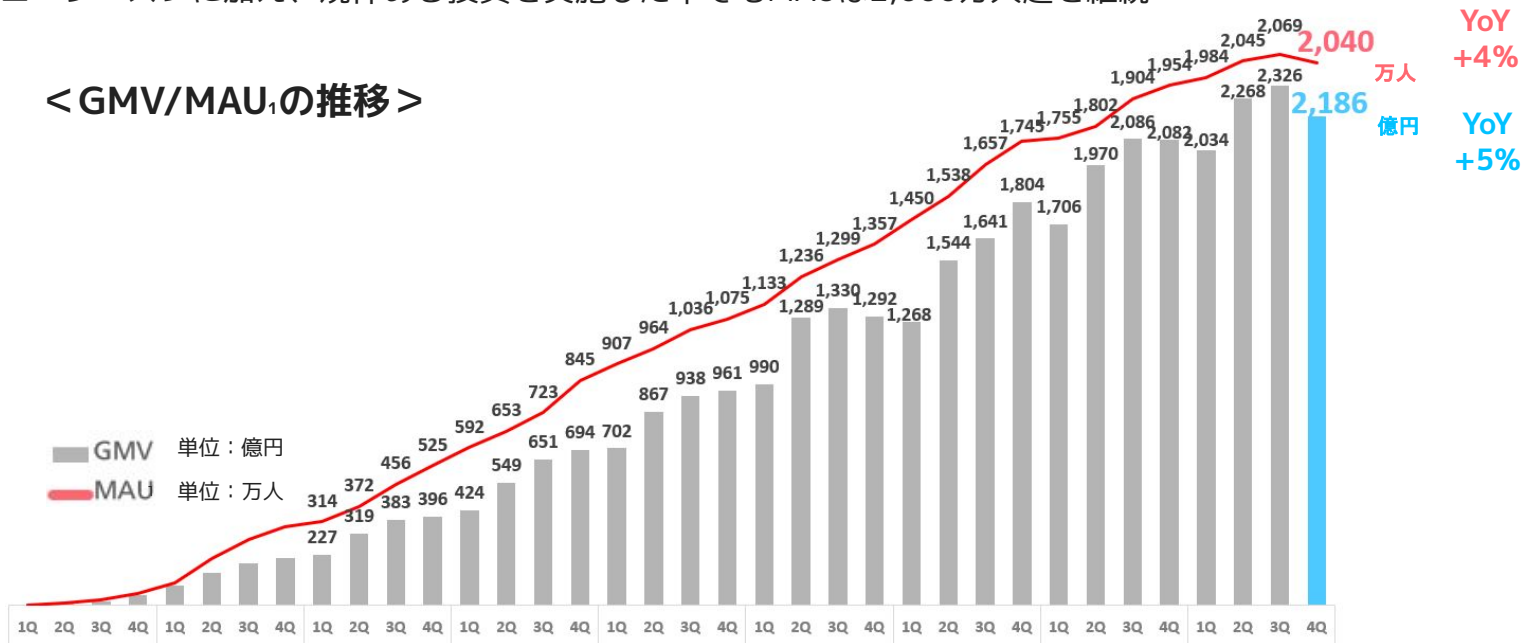
1. オンラインマーケットプレイス協議会及びEC事業者協議会

2. キャッシュレス推進協議会

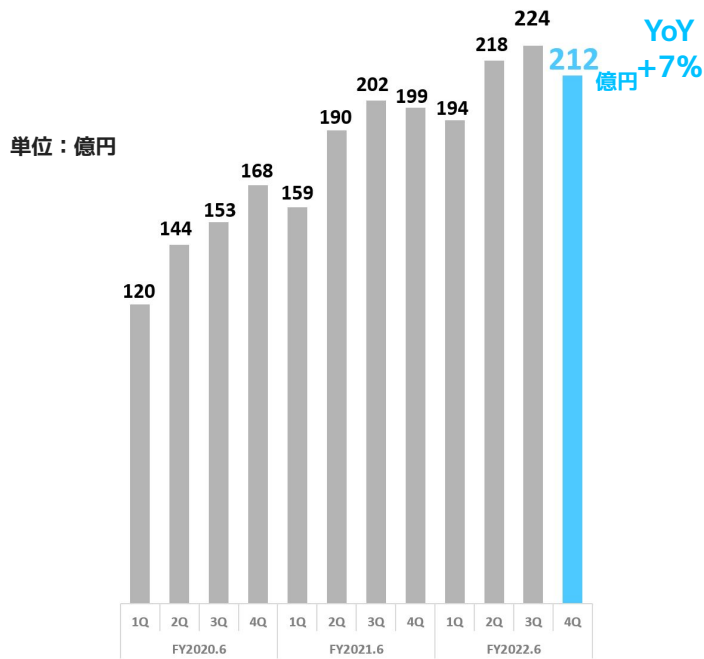
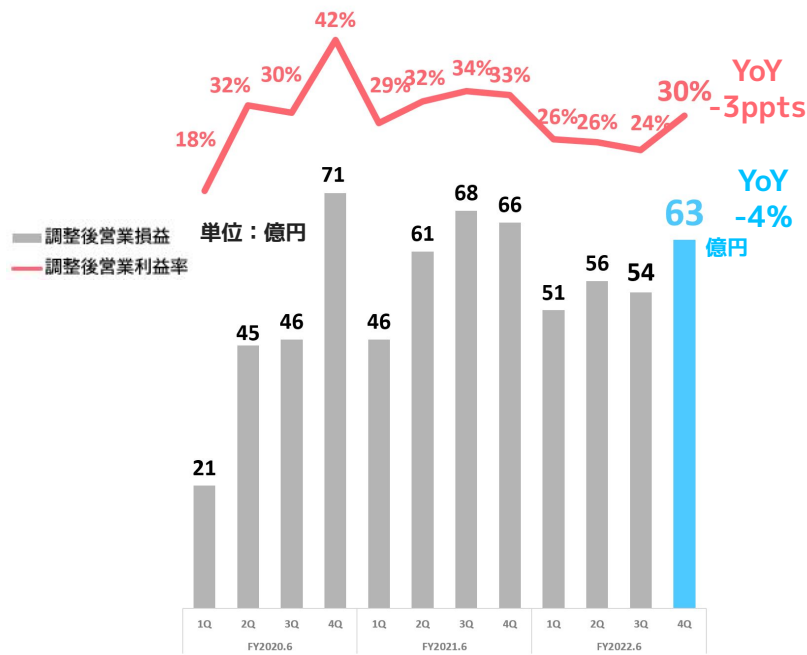
メルカリJP FY2022.6 4Q 振り返り GMV/MAU

- 在宅時間の減少や不正対策の影響、投資方針のアップデートによりGMV成長率は一時的に鈍化するも、短期的な成長ではなく、成果が着実に積みあがる投資の実施により中長期的な成長を目指す
- ローシーズンに加え、規律ある投資を実施した中でもMAUは2,000万人超を継続

< GMV/MAUの推移 >



1. 1か月に1回以上アプリ又はWEBサイトをブラウジングした登録ユーザの四半期平均の数

< 売上高¹ >< 調整後営業利益(率)²⁻³ >

1-2. CtoC事業譲渡YoYをapple to appleで比較するために、決算説明会資料においてFY2022.6 1QよりCtoCにかかる業績を抜き出して開示

3. メルペイへの決済機能移行に伴うメルカリ・メルペイ間の内部取引(決済業務委託に関わる手数料)計上前の金額にFY2019.6 3Qから遡及的に変更したものととしてグラフに反映

メルカリJP FY2022.6 振り返り

- 成果が積みあがる投資にフォーカスし、新規ユーザ獲得や出品強化及びリテンションに取り組んだ結果、2,000万人を超えるMAUへ成長
- 一方で、在宅時間の減少や不正対策の影響、及び中長期の成長のための投資を優先した結果、短期的な成長には逆風となった
- 上記の結果、GMV成長率YoY +12%、調整後営業利益率27%と、概ね3Q発表の業績予想通りに着地

プロダクト施策

- パーソナライズされたHome画面によるユーザ活性化
- メルカリ第2の玄関としてのWEBの強化
(GMV全体に占めるWeb比率YoY+3ppts上昇し10%¹)

マーケティング施策

- 招待キャンペーン等による新規ユーザ獲得
- 新規ユーザへのクロスユース²の促進によるリテンション向上
- メルカリ教室によるユーザ層の掘り起こし
(受講者数2022年6月末18万人 YoY +13万人)

▶ GMV **8,816** 億円
(YoY **+12%**)

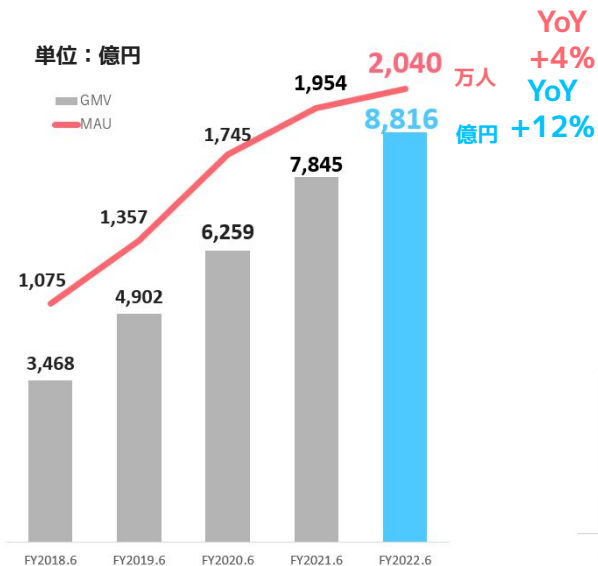
▶ 調整後営業利益率 **27%**

1. 2022年6月末時点

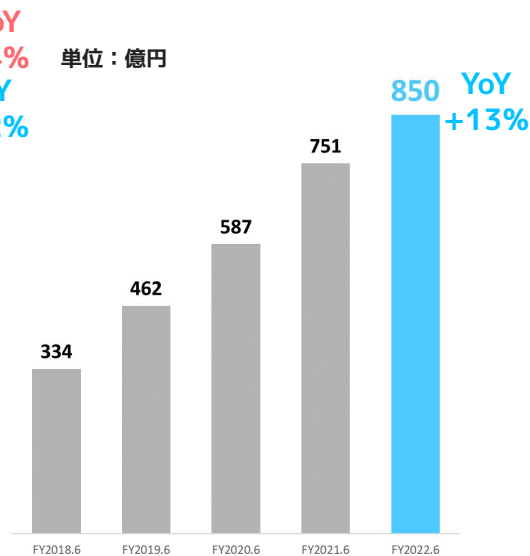
2. メルカリ内での出品・購入に加え、メルペイ決済の利用を促す施策

3 メルカリJP FY2022.6 振り返り

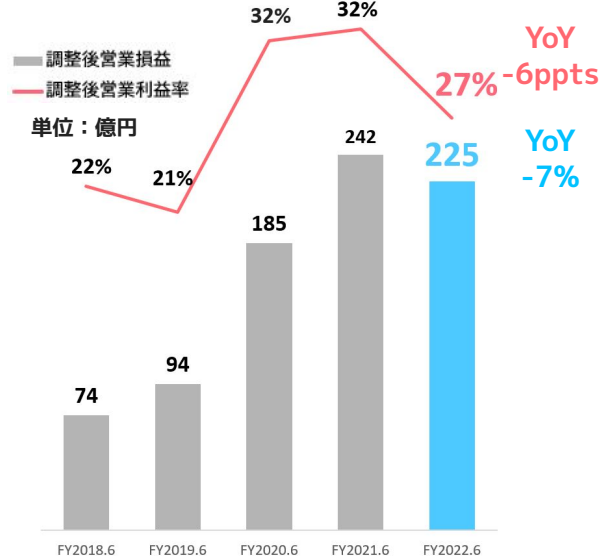
<GMV・MAU>



<売上高₁>



<調整後営業利益(率)₂₋₃>

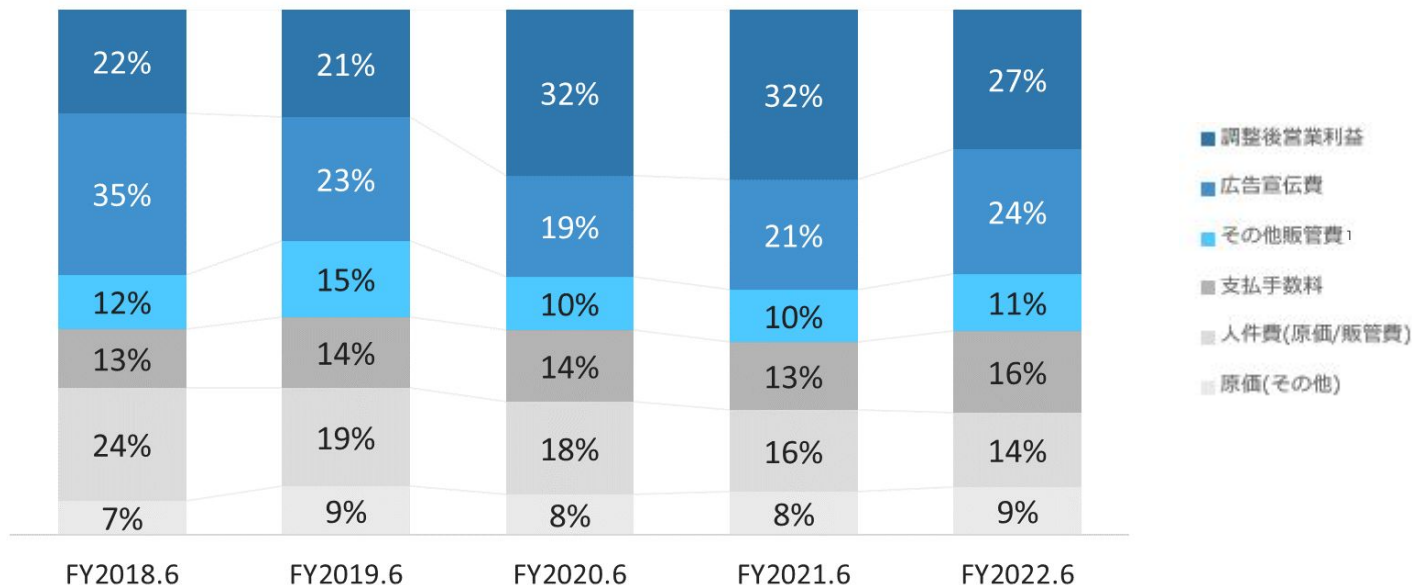


1-2. CtoC事業のYoYをapple to appleで比較するために、決算説明会資料においてFY2022.6 1Qより、CtoCにかかる業績を抜き出して開示

3. メルバイへの決済機能移管に伴うメルカリ・メルバイ間の内部取引(決済業務委託に関わる手数料)計上前の金額にFY2019.6 3Qから遡及的に変更したものとしてグラフに反映

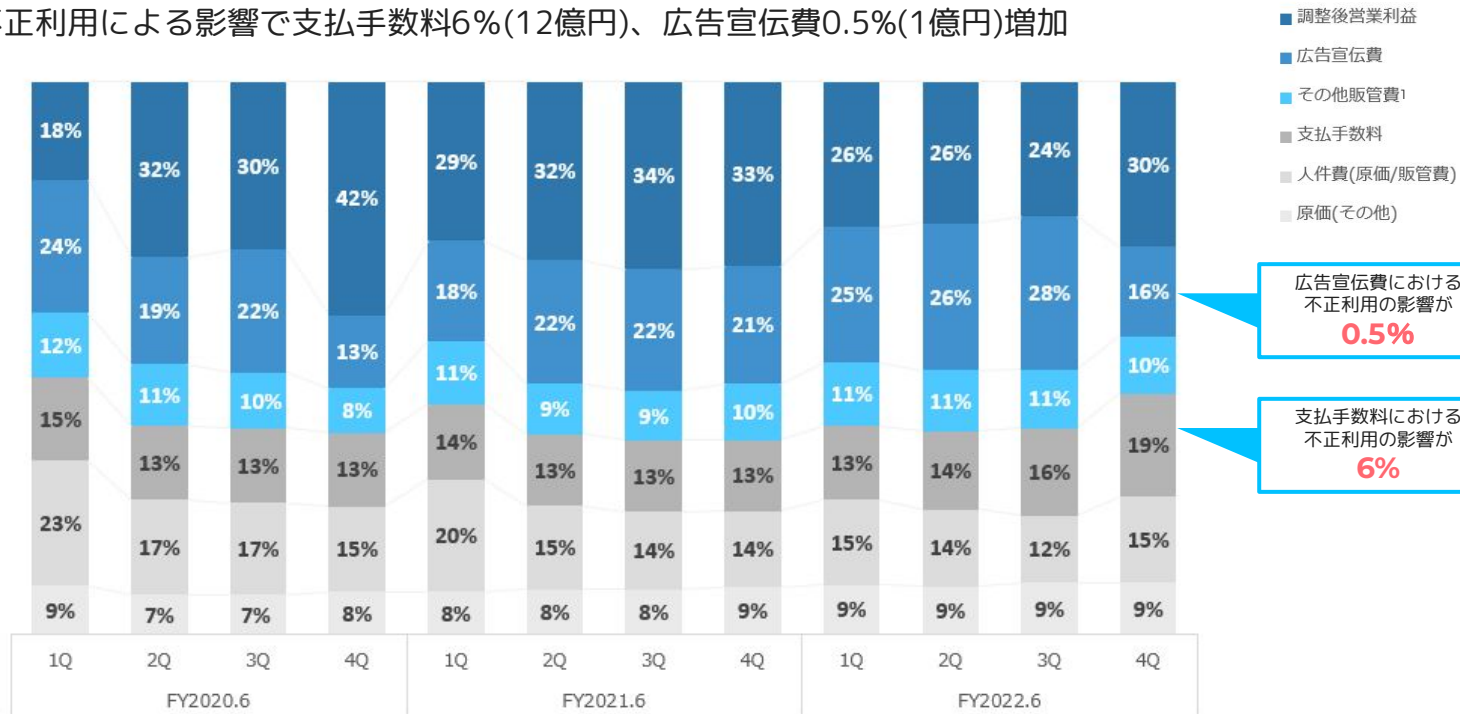
メルカリJP FY2022.6 通期コスト構成(対売上高比率)

- 上半期は積極的に投資を実施した一方、特に4Qにおいて厳格な規律のもと投資を実施
その結果、通期の調整後営業利益率は27%だが、収益性は改善傾向



メルカリJP 四半期毎コスト構成

- 優先順位を意識した規律ある厳格な投資により、4Qに広告宣伝費率が大幅に減少し、調整後営業利益率は30%
- 不正利用による影響で支払手数料6%(12億円)、広告宣伝費0.5%(1億円)増加



1. 業務委託費、地代家賃、租税公課

3 ソウゾウ FY2022.6 振り返り

- BtoCマーケットプレイス「メルカリShops」の本格提供を2021年10月より開始し、積極的なマーケティング施策により垂直立ち上げを実現
- 下期はプロダクト改善に注力しつつ、出店者の獲得に向けてマーケティングを実施。
その結果、出店数は20万を突破し好調に進捗

マーケティング施策

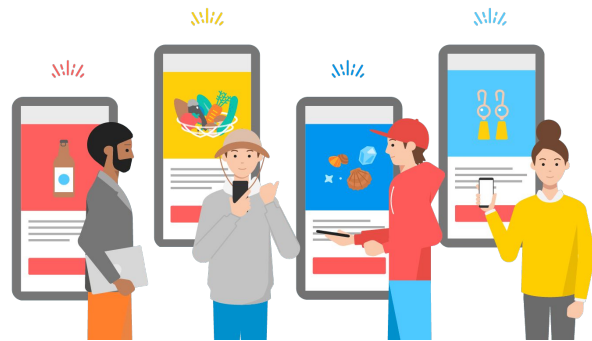
- 事業者向けの認知度向上に向けたテレビCM
- 出店者獲得に向けた販売手数料無料キャンペーンや
購入者ポイント還元

プロダクト施策

- 誰もがかんたんに開設・運営、売れる体験を提供できる機能改善
(機能一例：在庫登録、色やサイズの種類登録、スタッフアカウント、SNS連携)

▶ 出店数 **20万突破**¹

▶ EC初出店率 **55%**²



1. 2022年4月19日末時点

2. 2022年7月に実施した「メルカリShops」オーナー向けアンケートより

ソウゾウ FY2022.6 振り返り

- COVID-19によって発生した課題解決のための取り組み

食品カテゴリー強化

COVID-19の影響で飲食店や小売への卸し量が減り
全国の物産展中止などで売上が減少

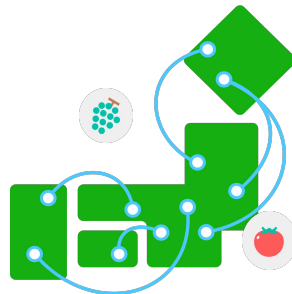
- 「メルカリ」で一部制限されている魚介類等の生鮮食品販売を可能にし、「クールメルカリ便」等の配送オプションの改善やキャンペーン施策で販売をサポート
- 食品カテゴリーの取引件数が最多となるなど、想定通りの需給のマッチングを創出



自治体との連携

地域経済活性化のため地域特産品等の
EC販路拡大ニーズの増加

- 複数の地方自治体と協定を結び、地域振興を目指す地域活性化プログラムの実施や「メルカリShops」への出店を促進
- 地方から送られる商品が全体の約6割を占める¹など、地域経済活性化に貢献



1. 調査期間：2021年8月1日～2021年8月31日 都市部の定義：一都三県（東京、神奈川、千葉、埼玉）、愛知、大阪

メルペイ FY2022.6 振り返り

- 「Payment」「Credit」共に事業が堅調に拡大し、トップラインの成長と収益基盤の強化を両立
- 特に、スマート払い（定額払い）が順調に伸長し、初の通期調整前¹営業黒字を達成

収益基盤の確立

- 想定通りメルペイスマート払い（定額払い）が伸長し、収益力が向上
- 提供中のサービスにおける恒常的な調整前¹営業黒字が実現可能な収益基盤が確立
- 独自のAI与信を活かした厳格な与信コントロールを実施

安心・安全な利用環境の構築

- 継続的な推進により本人確認済み比率が86%を突破し、利便性と安心・安全な利用環境の構築が進展

▶ 初の**通期調整前¹営業黒字**

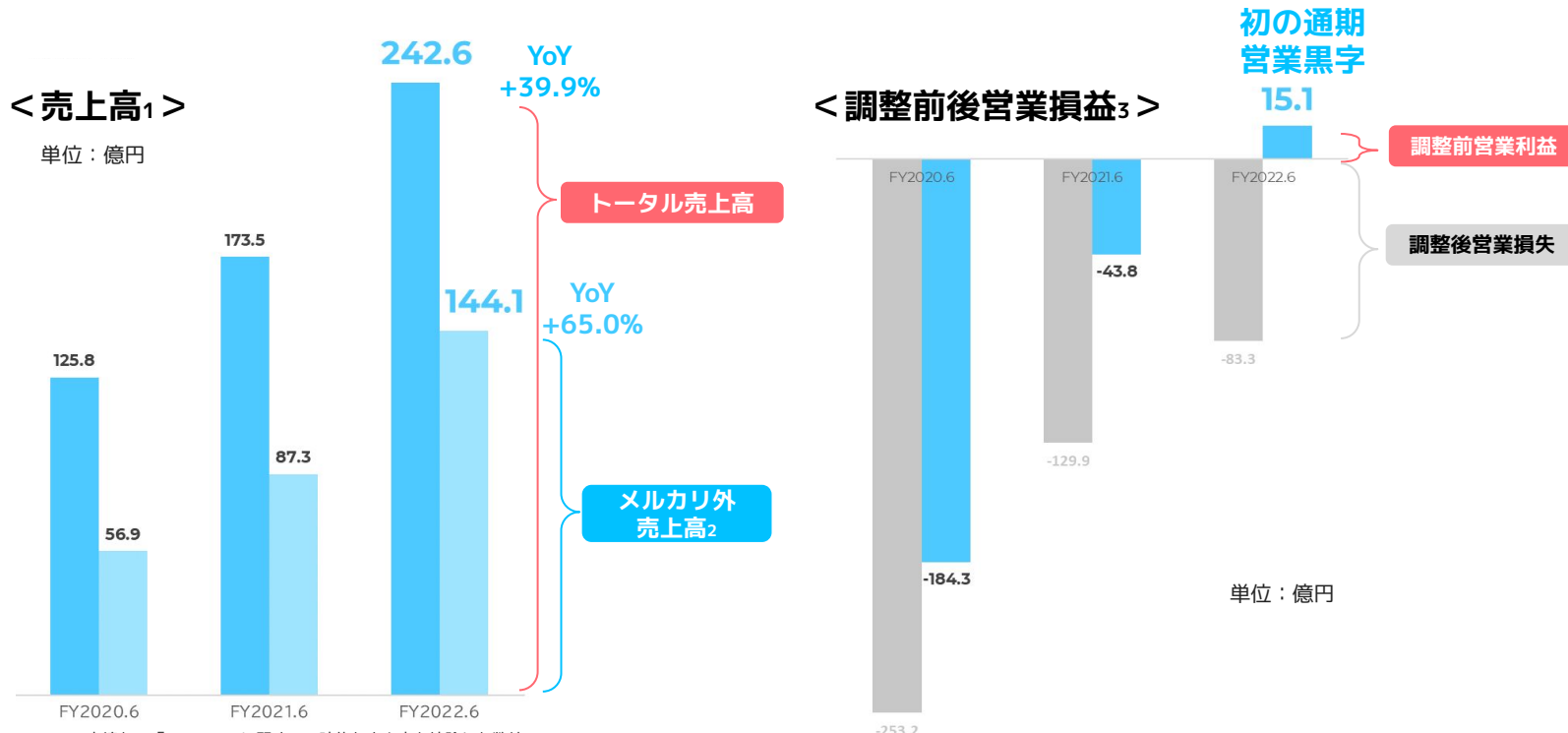
▶ 本人確認済み比率 **86.2%**



1. メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

3 メルペイ 売上高 / 調整前後営業損益

- トータル売上高、メルカリ外売上高ともに好調に伸長し、初の通期調整前営業黒字を達成



1. FY2020.6 3Q4Q実績から「Origami」に関する一時的な売上高を控除した数値

2. メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した売上高

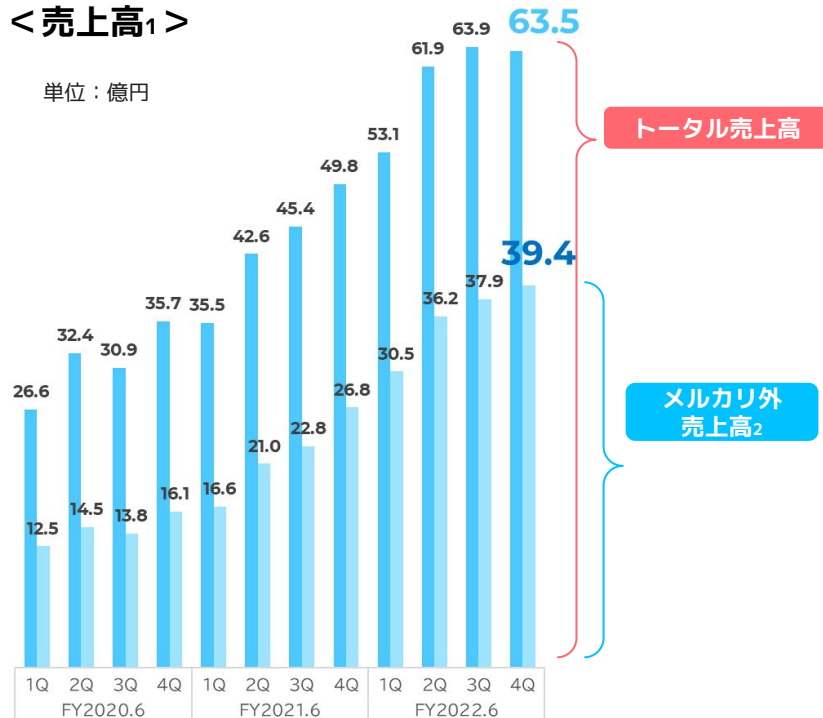
3. 調整後：メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した数値、調整前：メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

3 メルペイ 売上高 / 調整前後営業損益

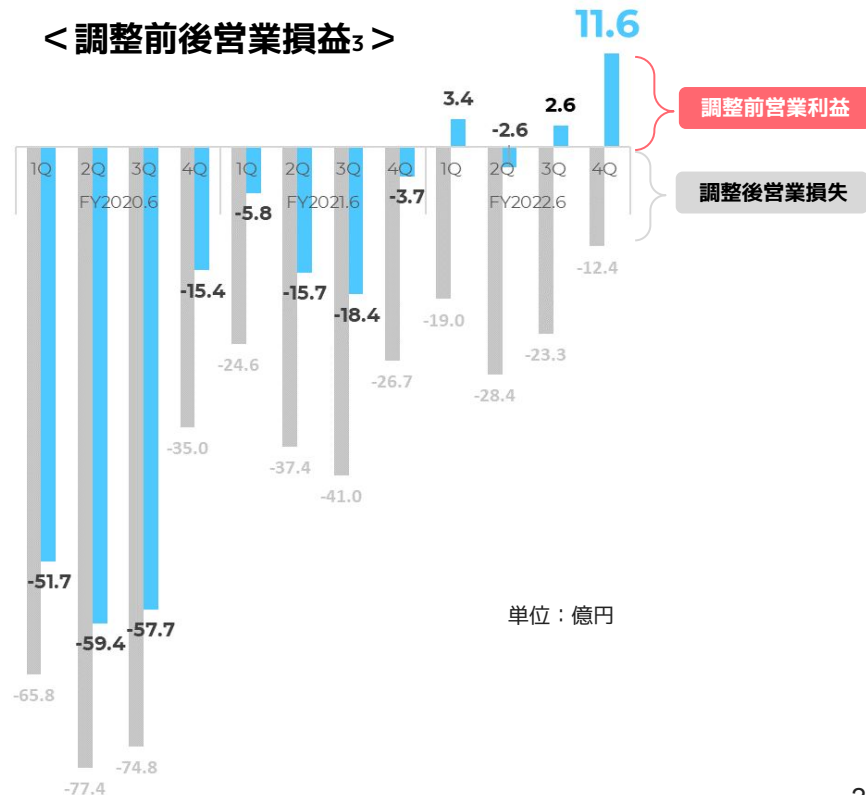
- Credit事業の順調な成長と、厳選した投資の実施により、4Q調整前営業利益が拡大

< 売上高¹ >

単位：億円



< 調整前後営業損益³ >



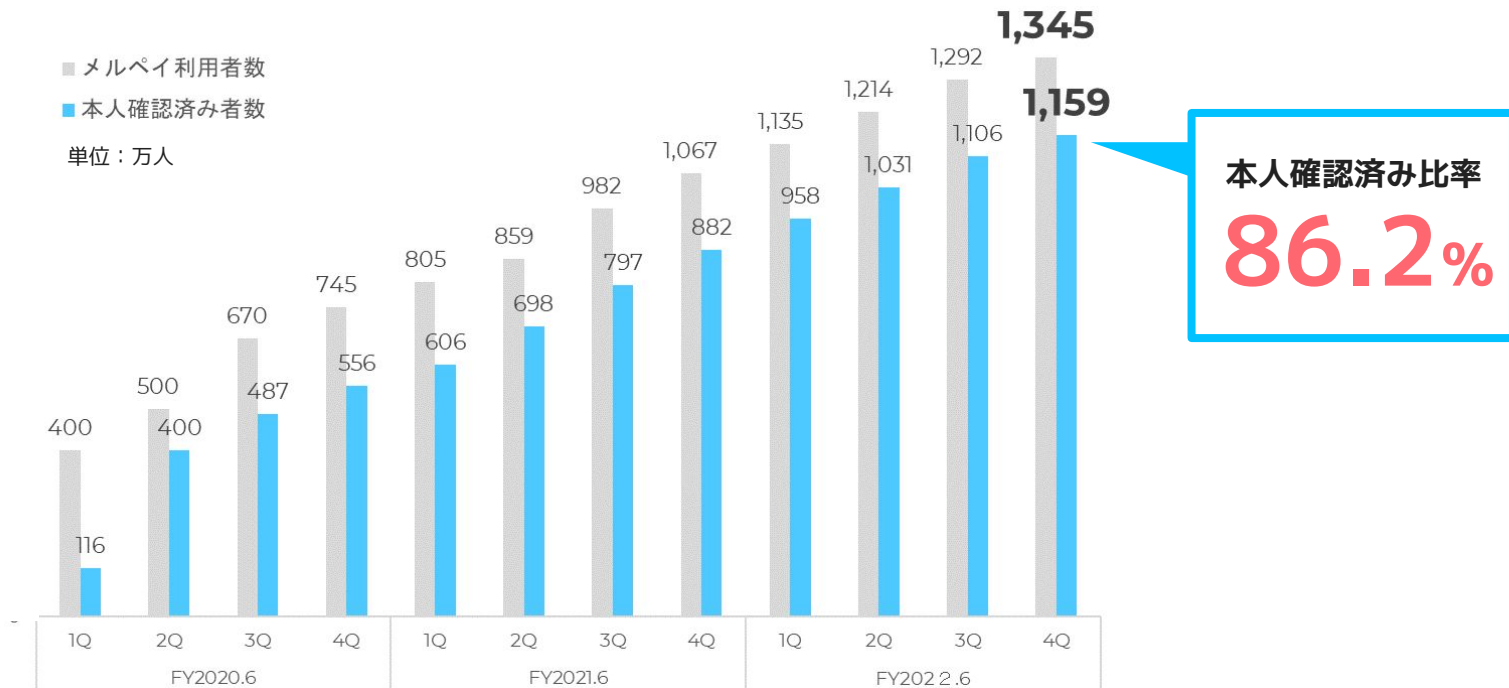
1. FY2020.6 3Q4Q実績から「Origami」に関する一時的な売上高を控除した数値

2. メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した売上高

3. 調整後：メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した数値、調整前：メルカリJP・メルペイ間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

メルペイ Credit事業の進捗

- 安心・安全な利用環境の構築に向けた取り組みに伴い、本人確認済み比率も順調に伸長し86.2%に
- 本人確認済み者数がCredit事業の成長に貢献



3 メルコイン FY2022.6 振り返り

- 暗号資産やNFT領域における経験・知見のある人材による専門性の高い組織を構築
- FY2023.6のサービス提供に向けて準備を整えた1年
 - 将来的なブロックチェーン技術の活用を見据え、まずはデジタルコンテンツ販売サービスを開始
 - 暗号資産を活用した利便性の高いサービスの提供に向け、暗号資産交換業の免許を取得

組織基盤の構築

- 暗号資産やNFT領域における経験・知見のある専門性の高い人材の採用が順調に進捗し、100名弱¹の組織規模に
- キーポジションの採用も好調に進み、サービスの本格開始に向けた強力な体制構築が進捗

サービスの本格開始に向けた準備

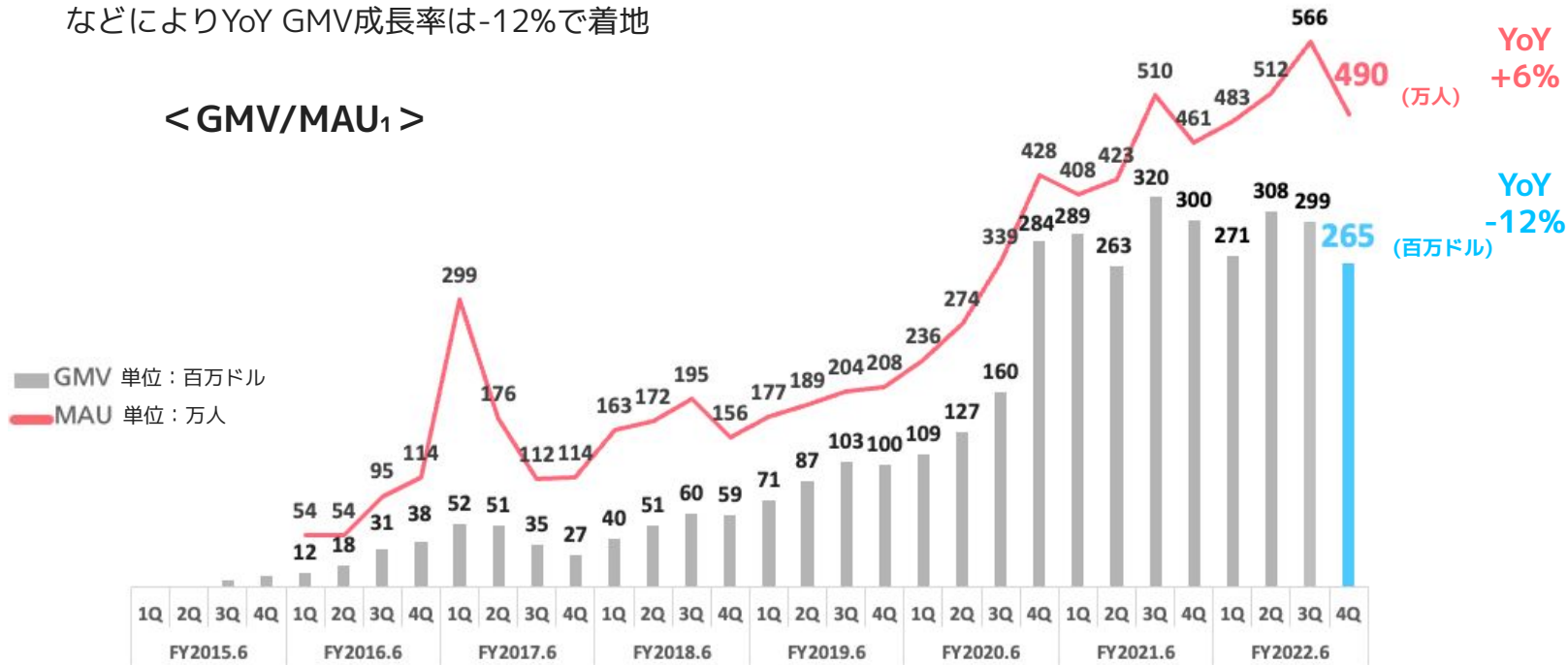
- NFTの大衆化を見据え、デジタルコンテンツを販売する「パ・リーグ Exciting Moments β」を開始。レアリティの高いコンテンツが即完売する等、UI・UXの改善余地はありつつも一定の手応えあり
- サービス提供に不可欠な「暗号資産交換業」のライセンス取得完了

1. 主にメルコイン業務に携わる人員数（2022年7月1日時点）

3 メルカリUS FY2022.6 4Q GMV/MAU

- ローシーズンであることや、投資方針のアップデート等の影響を受けてQoQでMAUが減少するも、YoYで新規ユーザが着実に積みあがり継続伸長
- GMVは前年度4Qのハードルに加えて、インフレをはじめとする外的要因によって購入が鈍化したことなどによりYoY GMV成長率は-12%で着地

< GMV/MAU₁ >



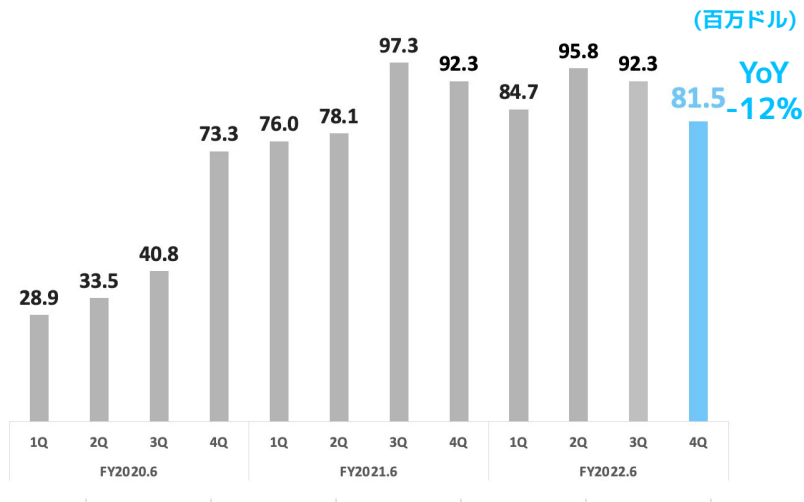
1. 1か月に1回以上アプリ又はWEBサイトをブラウジングした登録ユーザの四半期平均の数

メルカリUS 売上高 / 調整後営業利益 (US GAAP/四半期)

- 4Qはローシーズンであることや、中長期の成長への寄与を最優先とした投資方針へのアップデートにより、厳選した投資を実施したことなどから、調整後営業利益はQoQで改善

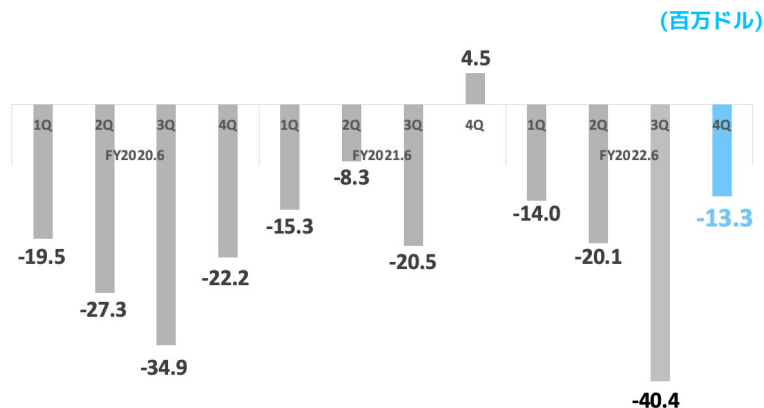
<売上高>

単位：百万ドル



<調整後営業利益¹>

単位：百万ドル



1. 営業利益から、株式報酬・減価償却費を控除したもの (=キャッシュベース)

メルカリUS FY2022.6 振り返り

- 効果的なマーケティング施策が功を奏し、MAUが伸長。認知度も順調に向上し、過去最高を更新
- 出品簡便化やパーソナライゼーションをはじめとするプロダクト改善の結果、YoYで出品数が増加。一方で、給付金の影響でYoY+72%と大きく成長した前年度の高いハードルに加えて、下期にかけて中長期の成長のための投資を優先したことや、インフレの影響で購入が鈍化したことなどにより、GMV成長はマイナスとなった

マーケティング施策

- ブランド認知・信頼度の高いアニメーション映画とのコラボCMなどを通じた、中長期でのブランディング構築を推進

プロダクト施策

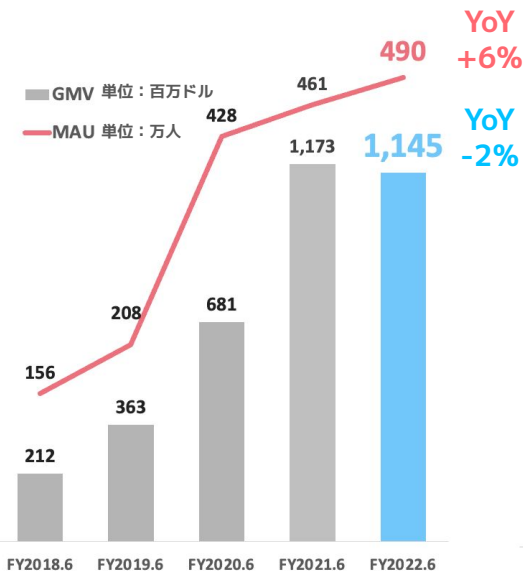
- 写真を撮るだけで基本情報が自動で入力される新機能“Omakase”をリリース
- 商品説明と商品画像の両方の特徴を考慮して類似商品を推薦するなど、パーソナライゼーションの精度を向上

▶ GMV **11.4億ドル**
(YoY-2%)

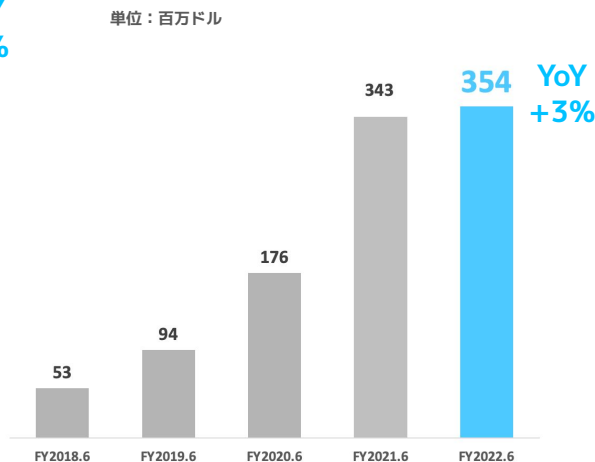
▶ MAU **490万人**
(YoY+6%)

メルカリUS 売上高 / 調整後営業利益 (US GAAP/通期)

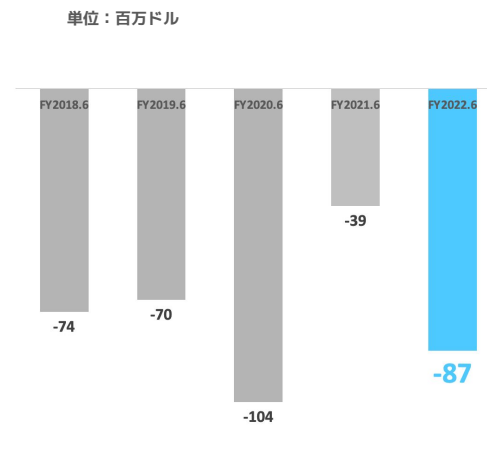
< GMV/MAU >



< 売上高 >



< 調整後営業利益₁ >



1. 営業利益から、株式報酬・減価償却費を控除したもの（＝キャッシュベース）

ESG FY2022.6 振り返り

- 環境や社会にポジティブな影響を与える事業活動を通して限られた資源が大切に使われ、誰もが新たな価値を生みだせる社会を目指し、気候変動への対応やD&I等の領域で様々なアクションプランを実施¹

循環型社会の実現/ 気候変動への対応

- 脱炭素中期目標の達成に向けて、オフィス電力を100%再エネ化することで今期の目標であるScope 1+2（75%削減）を実現
- 不要品を一時的に保管しリユースを促す分別箱「メルカリエコボックス」開発、リユース可能な梱包材「メルカリエコパック」提供再開

D&Iの体現

- 「メルカリ・ニューノーマル・ワークスタイル“YOUR CHOICE”」導入
- 育児・介護等でキャリアを中断した方対象のキャリア再開支援プログラム「Mercari Restart Program」開始
- 人事制度Merci Boxの更新（卵子凍結・0歳児保育支援制度を導入）

コーポレートガバナンス /コンプライアンス

- グループ経営に関わる議論や意思決定が行われる上級執行役員会の諮問機関としてESG委員会設立。ESG視点から事業の各種経営判断に関与し、各事業の成長とマテリアリティごとのESG施策の両立をスピーディーに実行・推進可能な体制を確保



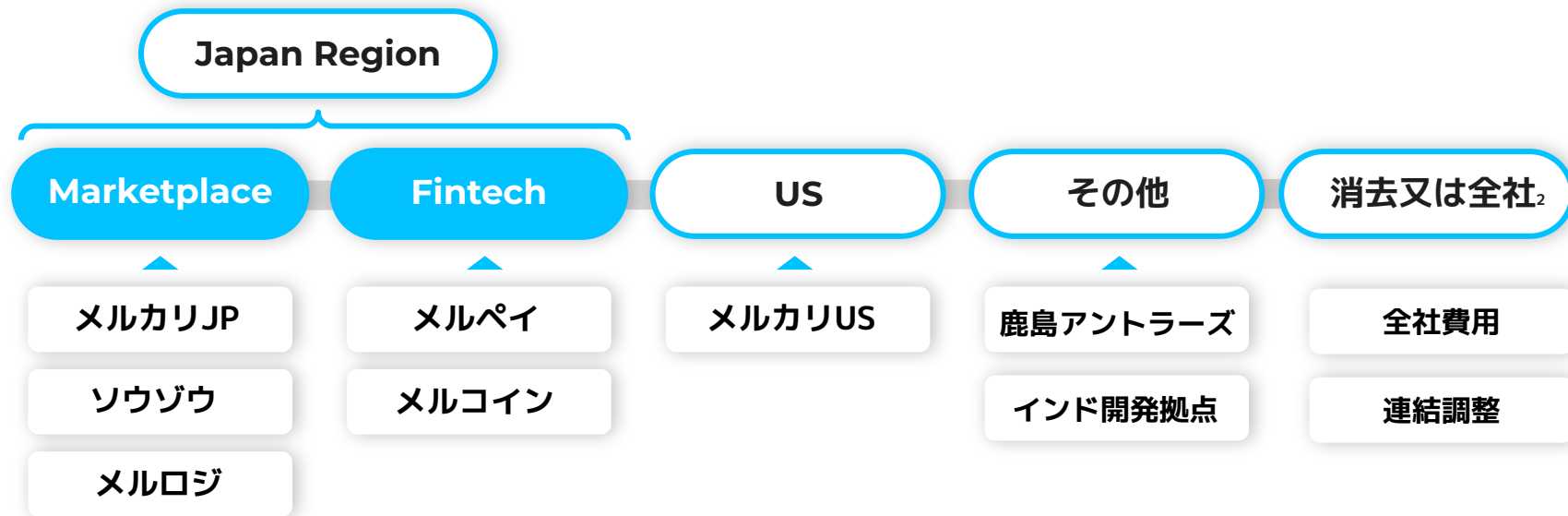
繰り返し利用可能で
返却可能な梱包資材
「メルカリエコパック」

¹ 詳細は2022年度版「Sustainability Report」をご参照ください

FY2023.6
事業方針

報告する事業セグメントの変更

- Japan Region内の個社をMarketplace とFintechに括り、横軸の事業連携を強化することで、シナジー創出、事業効率化を推進
- 今後、決算説明資料ではMarketplaceとFintechのドメイン毎に、各々の事業説明・業績開示を実施していく¹



1. 決算短信・有価証券報告書ではJapan Region,US,その他として開示
 2. これまでメルカリJPに含めていた全社費用をFY2023.6以降外出しして表示

FY2023.6 の事業方針 サマリー

連結

- 筋肉質でグローバルな事業基盤を構築し、成長と収益のバランスがとれた経営を行う
- CtoCとBtoC、更に、MarketplaceとFintechの連携強化によるシナジー創出によって更なる成長を促進

Marketplace

- CtoCとBtoCの連携強化による出品増によって、持続的な成長を進める
- 成長と収益のバランスを図りながら、通期GMV YoY+10-15%、調整後営業利益率30-35%¹を想定
(FY2022.6におけるMarketplaceのGMVは8,933億円、売上高は857億円、調整後営業利益は263億円、調整後営業利益率31%)

US

- 中長期での成長に向けて、継続的な出品簡便化やパーソナライゼーションなどの機能改善に注力
- 不透明な外部環境の影響を見極めながら、GMV YoY成長率+0-10%を想定

Fintech

- グループシナジーを活かした金融サービスの提供による利便性の強化・利用促進
- ブロックチェーン技術の活用

その他 (鹿島アントラーズ/インド開発拠点)

- フットボール事業の収益力の強化と、更なる成長への土台作りに加えて、ノンフットボール事業の拡大を目指す
- インド開発拠点では50-60名程度のソフトウェアエンジニアを採用予定

1. なお本数値は監査前の値であり、今後変更になる可能性有

FY2023.6 Japan Region メルカリエコシステムの強化

- Marketplace(CtoC・BtoC)とFintechがより一体となり、効率的・効果的なプロダクトのUI・UX改善やマーケティング等を推進
- モノとお金だけでなく、信用、NFTや暗号資産などあらゆる価値が循環するエコシステムを構築



中期的なありたい姿

循環型社会の実現にとって欠かせない存在としてマーケットを牽引
外部パートナーとの連携を加速させている

FY2023.6の事業方針

**CtoCとBtoCの連携強化を通じた出品増によって、
通期GMVはYoY+10-15%、調整後営業利益率30-35%を想定**

成長性

新規ユーザの
獲得による
MAU増加



既存ユーザの
活性化による
ARPU¹増加

収益性/投資方針

優先順位を
意識した
規律ある投資



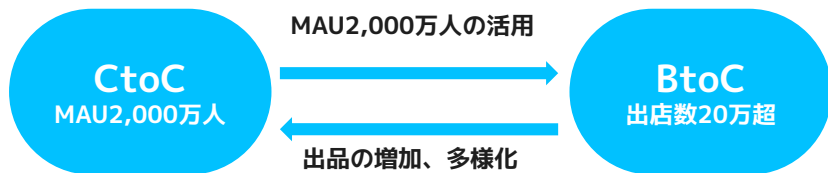
成果が着実に
積みあがる
投資

1. ARPU: ユーザー一人当たりの平均購入金額

4 Marketplace BtoC FY2023.6 事業方針

「売れる体験」の提供

引き続き小規模の事業者・生産者を対象に、慣れ親しんだ「メルカリ」のUXでかんたんにネットショップ開設・運営ができ、CtoCとBtoCの連携を強化することで「売れる体験」を提供



プロダクト・マーケティング施策

ショップが自分たちでファン（リピーター）を増やすことができる機能追加やキャンペーンを実施し、月商拡大をサポートするプロダクト基盤構築を目指す



機能一例：「リピーター」ラベルと購入回数表示機能

中期的なありたい姿

グループシナジーを活かした金融サービスにより、
新たな金融文化の構築に向けた「循環型金融」が促進されている

FY2023.6の事業方針 **グループシナジー強化による循環型金融の促進****Payment ・ Credit**

- グループシナジーを活かす金融サービスの提供
- Pay, Buy, Sell連携強化による「メルペイ」利用機会の増加
- Credit事業の拡大による収益基盤のさらなる強化

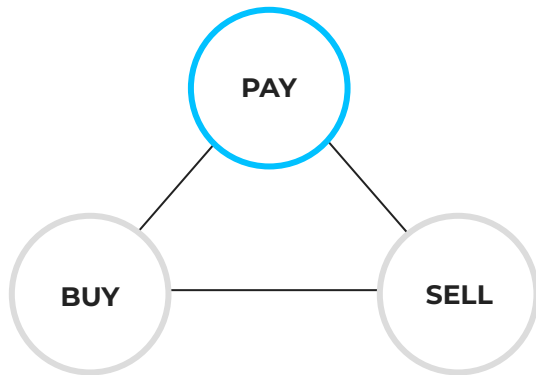
Crypto ・ NFT¹

- メルカリグループの特徴を活かした、暗号資産を活用した利便性の高いサービスの提供
- ブロックチェーン技術を活かしたサービスの開発、提供

1. 株式会社メルコインにおける事業内容「暗号資産」「NFT」を指す

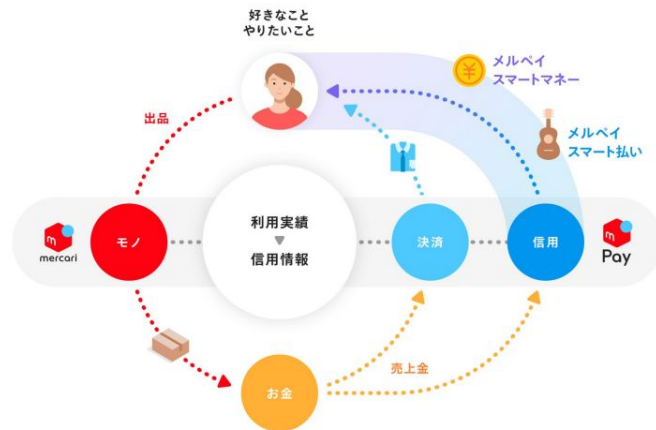
Pay, Buy, Sell連携強化

「メルカリで売るモノを買う時にはメルペイで買う」「メルペイで買ったらメルカリで売る」「メルカリで買う時にはメルペイで買う」を促進する新たな取り組みの検討、実施。まずは、メルカリ内のメルペイ利用増を目指す



Credit事業の拡大

メルカリ内におけるメルペイ利用を促進することで増加するデータを活用し、独自のAI与信を強化。これにより、より多くの人の信用を創造し、循環型金融を推進する



中期的なありたい姿

USにおいて“the easiest and safest selling app”としての認知度と評価が確立されている

FY2023.6の事業方針

主に出品と購入両方の促進に向けたプロダクトの磨き込みに注力
通期GMVはYoY +0-10%成長を想定

出品の強化

購入の促進

プロダクト	● 写真を撮るだけで基本情報が自動で入力される新機能“Omakase”のカテゴリー拡大	● パーソナライゼーションによるおすすめ商品の精度向上 ● BNPL¹の強化による購入機会の創出
マーケティング	● 主にcasual sellers獲得のための効果的かつ中長期目線でのプロモーション	● 継続的な購入を促進するインセンティブの導入
配送	● ローカル配送の強化を通じた新たなカテゴリーの掘り起こし	● 購入者の配送料負担を軽減する一括配送オプションの追加

4 US 新たなカテゴリーの開拓：大型家具

- 大型荷物の配送に強みを持つDolly社¹とのパートナーシップにより、6/16からMercari Localの対象カテゴリーに大型家具を追加²
- 単価が高い一方、配送のハードルの高さからCtoCオンラインマーケットプレイスでの取引が進まなかった大型家具の取引を簡便化することで、潜在需要を取り込む
- 大型家具のリユース市場は2025年に約165億ドル³に達すると見込まれており、これを取り込むことで将来的なGMVへの寄与に期待



1. 米国シアトルを拠点に、大型荷物の近距離運搬をアプリでオーダーできるサービスを提供。全米45の都市で事業を展開

2. 対象地域を5つの州に限定したプレリリースを開始

3. 出典：Research Nester Pvt. Ltd. "Global Off-the-Shelf Second Hand Furniture Market Outlook 2025"

その他 FY2023.6 事業方針

鹿島アントラーズ

フットボール事業：

- 収容制限の緩和など、事業環境の改善を踏まえた入場料・広告収入の強化
- EC等を活用したグッズ販売の拡大

ノンフットボール事業：

- スタジアムの有効利用、サッカースクール運営の強化

インド開発拠点

- ベンガルールから、日米のプロダクト開発を促進
- FY2023.6ではソフトウェアエンジニアを中心に50－60名程度の採用を想定し、ボーダレスな組織の構築を推進

4 FY2023.6 の事業方針 重点ポイント

成長と収益の バランスの取れた 経営

- 筋肉質な事業基盤の構築
- 優先順位を明確にした規律ある投資

グループ間の シナジー創出

- CtoC・BtoCの連携による出品強化
- Pay, Buy, Sellの連携強化

グローバル基準 の組織へ

- 技術基盤の継続強化
- ESGの強化、推進



ESG

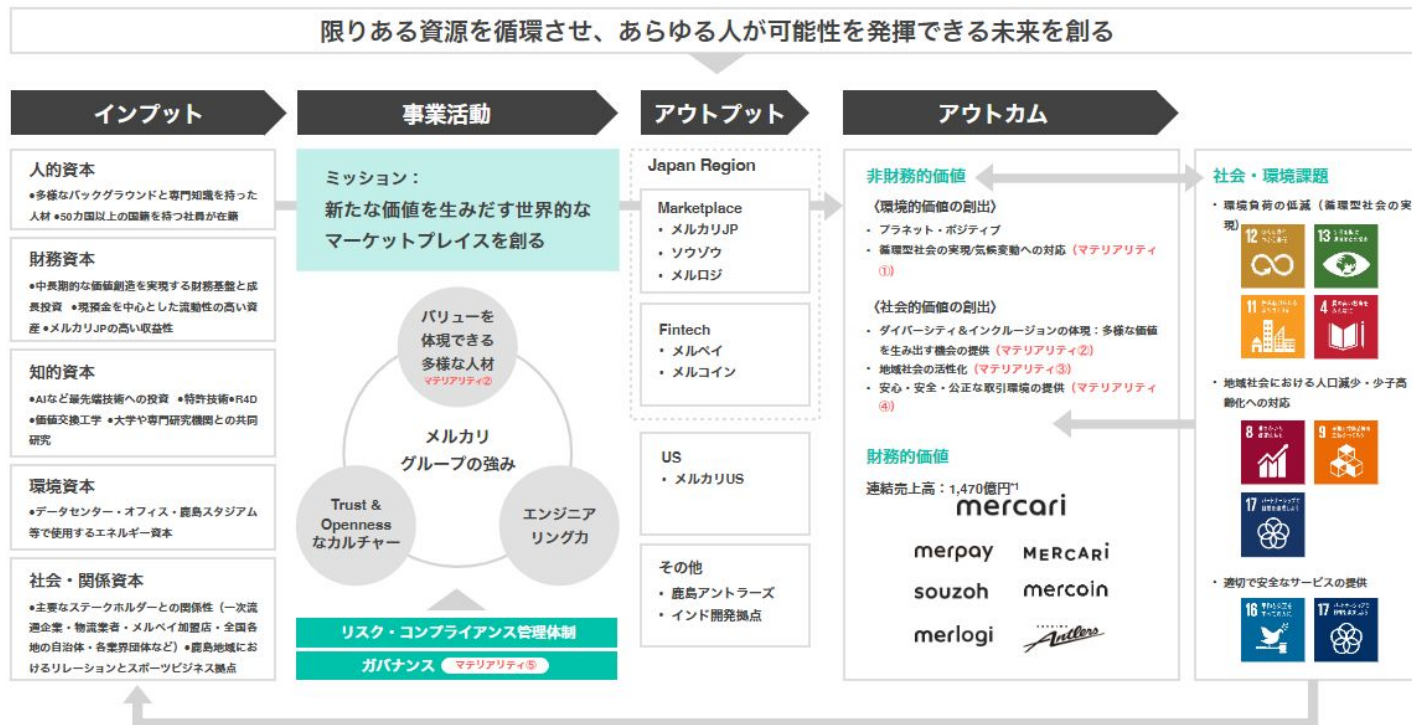
5 ESG メルカリの5つのマテリアリティ

- 各マテリアリティの「機会の最大化」と「リスクの最小化」に努め、持続的な事業成長を目指します

マテリアリティ	Goal × Action
1 循環型社会の実現 /気候変動への対応	●メルカリが与える環境への負荷を最小化するだけでなく、限りある資源が大切に使われる循環型社会を実現し、事業を通じて環境課題解決に貢献する「プラネット・ポジティブ」を追求していきます。
2 D&Iの体現	●多様なバックグラウンドを持つ人材がポテンシャルを最大限に発揮して働ける環境を整え、社会全体の課題である構造的差別や不平等の課題に取り組みます。また、より多くのお客さまにとって使いやすいサービスのアクセシビリティの実現を目指します。
3 地域活性化	●地域が抱える課題解決と経済への貢献を通じて、個人や企業が活躍できる社会を目指します。
4 安心・安全・公正な 取引環境の実現	●お客さま、加盟店さま、パートナーさまに「安心感」をもってサービスをご利用いただけるよう、安全で公正な取引を目指します。
5 コーポレートガバナンス /コンプライアンス	●健全で透明性の高い意思決定プロセスを構築し、お客さまやパートナーさま、ひいては社会から強い信頼を得られる企業を目指します。

ESG 価値創造プロセス

- マテリアリティ毎の機会を最大化しリスクを最小化できるような戦略的な資源配分を行うことで、持続的な企業価値向上を実現していきます



1. FY2022.6（2021年7月～2022年6月）

5 ESG 気候変動への対応・目標値

- 2030年までに温室効果ガスの排出量をScope1+2の100%削減、Scope3を付加価値あたり51.6%の削減を目指します¹



1. Scope1: 自社での燃料使用による直接排出 Scope2: 他社から供給された電気・熱の使用に伴う間接排出 Scope3: Scope1、Scope2を除く企業活動のサプライチェーン排出量
 2. カテゴリ1「購入した製品・サービス」が対象

Appendix

取締役の体制

- 様々な分野での知見や経験を持つ社外取締役を配置し、透明性・多様性の高い体制を実現

取締役5名

社内取締役(2名)



山田 進太郎

代表取締役CEO（社長）



小泉 文明

取締役President（会長）兼
株式会社アントラース・エフ・
シー代表取締役社長

独立社外取締役(3名)



高山 健



篠田 真貴子



村上 憲郎

5 ガバナンス体制の強化（独立社外取締役）



高山 健



篠田 真貴子



村上 憲郎

主な経歴

- ・ ㈱日本興業銀行(現 ㈱みずほ銀行)
- ・ 楽天㈱最高財務責任者
- ・ スターフェスティバル㈱社外取締役
- ・ テクマトリックス㈱社外取締役(監査等委員)(現任)
- ・ ㈱メタップス社外取締役(監査等委員)
- ・ ㈱メディアドウ社外取締役
- ・ ㈱レノバ社外取締役（現任）
- ・ ㈱日本長期信用銀行(現 ㈱新生銀行)
- ・ マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク・ジャパン
- ・ ノバルティス ファーマ㈱
- ・ ネスレニュートリション㈱経営企画統括部長
- ・ ㈱ほぼ日 取締役CFO
- ・ エール㈱取締役（現任）
- ・ 日立電子株式会社（現株式会社日立国際電気）
- ・ グーグル株式会社（現グーグル 合同会社）名誉会長
- ・ 株式会社ブイキューブ社外取締役（現任）
- ・ 株式会社ウェザーニューズ 社外取締役
- ・ 株式会社エナリス代表取締役 会長
- ・ セルソース株式会社社外取締役（現任）

当社社外取締役 選任理由

- ・ 金融事業及びインターネット事業会社経営における専門的な知識や深い経験
- ・ D&I、ESG、ファイナンス等における専門的な知識や深い経験
- ・ グローバル企業の経営経験及び技術的な知見

(百万円)	FY2020.6	FY2021.6	FY2022.6
流動資産合計	169,277	227,926	303,396
現金及び現金同等物	135,747	171,463	211,406
未収入金	15,612	47,001	80,287
固定資産合計	28,736	34,603	36,466
資産合計	198,014	262,529	339,862
負債合計	162,645	222,516	301,864
未払金	16,206	17,775	18,217
預り金	83,954	117,099	139,094
短期借入金 ¹	900	55,000	55,602
長期借入金	51,547	16,148	25,749
転換社債型新株予約権付社債	-	-	50,000
純資産合計	35,368	40,013	37,998
負債・純資産合計	198,014	262,529	339,862

1. 1年以内に返済予定の長期借入金を含む

連結BSの主な内訳

- 事業成長を支えるため、各種資金調達手法を活用し、健全な財務基盤構築に向けた適切なBSコントロールを実施

FY2022.6



総資産 : 3,398億円

(百万円)	FY2020.6	FY2021.6	FY2022.6	成長率 YoY
売上高	76,275	106,115	147,049	+38.6%
EBITDA ₁	-18,154	6,030	-2,878	-
マージン (%)	-23.8%	5.7%	-2.0%	-
営業損益	-19,308	5,184	-3,715	-
マージン (%)	-25.3%	4.9%	-2.5%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	-22,772	5,720	-7,569	-

1. 営業利益+減価償却費及びのれん償却費

(百万円)	FY2020.6	FY2021.6	FY2022.6
営業活動によるCF	12,533	3,367	-26,217
投資活動によるCF	-2,653	6,907	-671
財務活動によるCF	465	19,773	62,065
現金及び現金同等物に係る換算差額	13	406	4,767
現金及び現金同等物の増減額	10,358	30,454	39,942
現金及び現金同等物の期首残高	130,774	141,008	171,463
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	-124	-	-
現金及び現金同等物の期末残高	141,008	171,463	211,406

(億円)	FY2021.6 4Q(4-6月)	FY2022.6 3Q(1-3月)	FY2022.6 4Q(4-6月)
GMV	2,082	2,326	2,186
YoY	15.4%	11.5%	5.0%
売上高	198	224	212
対GMV比	9.5%	9.6%	9.7%
営業損益	43	29	40
マージン (%)	21.8%	13.1%	18.8%
調整後営業損益 ¹	66	54	63
マージン (%)	33.4%	24.5%	30.0%

1. メルペイとの内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除

(億円)		FY2021.6 4Q(4-6月)	FY2022.6 3Q(1-3月)	FY2022.6 4Q(4-6月)
調整前	売上高	49.8	63.9	63.5
	YoY	39.3%	40.8%	27.6%
	営業損益	-3.7	2.6	11.6
調整後	売上高	26.8	37.9	39.4
	YoY	66.6%	66.2%	46.9%
	営業損益	-26.7	-23.3	-12.4

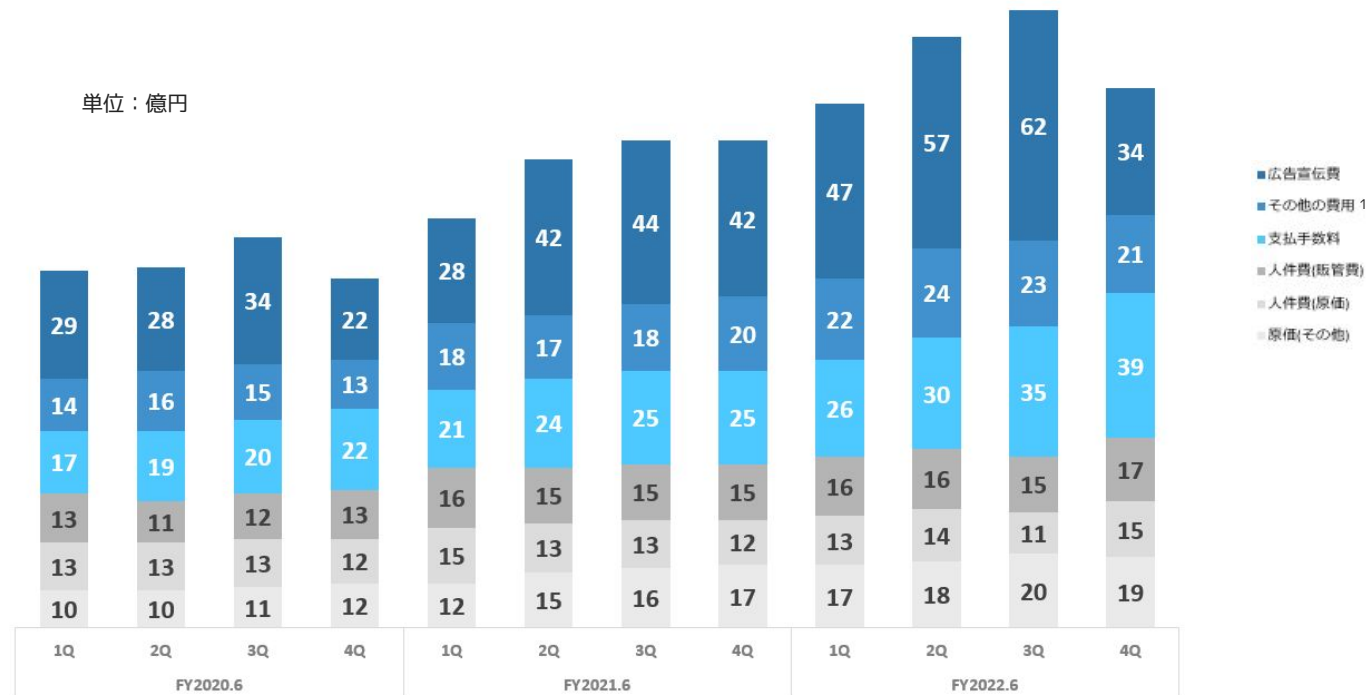
(百万ドル)	FY2021.6 4Q(4-6月)	FY2022.6 3Q(1-3月)	FY2022.6 4Q(4-6月)
GMV	300	299	265
YoY	5.7%	-6.3%	-11.6%
売上高	92	92	81
対 GMV 比	30.7%	30.8%	30.7%
営業損益	1	-43	-16
マージン (%)	1.8%	-47.4%	-20.7%
調整後営業損益 ₂	4	-40	-13
マージン (%)	-5.0%	-43.8%	-16.3%

1. US GAAPにて表記しております。連結PLに占めるメルカリUS計数(J GAAP)とは、一部、計上方法が異なります

2. 調整後営業利益：営業利益から、株式報酬・減価償却費を控除したもの（=キャッシュベース）

メルカリJP 四半期毎コスト構成

- 優先順位を意識した規律ある投資により、4Qに広告宣伝費が大幅に減少
- 不正利用影響は支払手数料が12億円、広告宣伝費が1億円各々増加

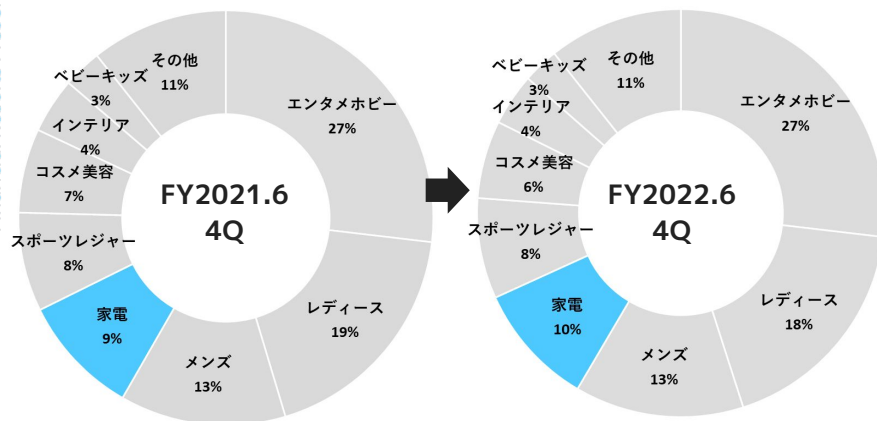


1. 業務委託費、地代家賃、租税公課等

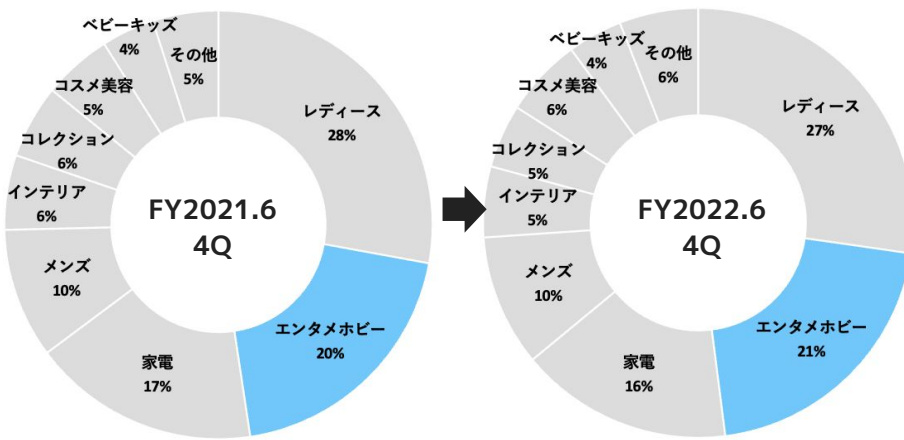
5 カテゴリーの変化 4Q(4-6月)



YoYで家電が微増も
大きな変動なし

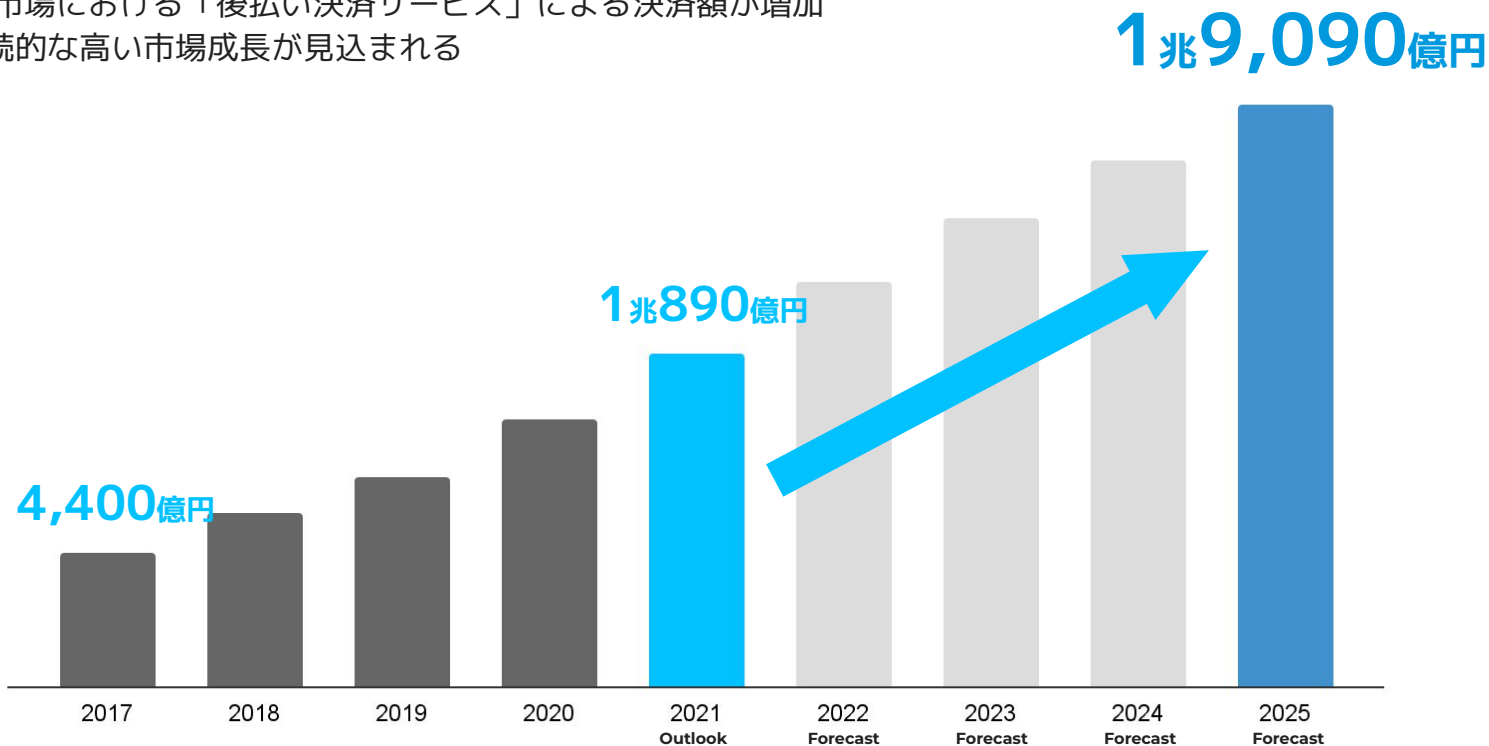


YoYでエンタメホビー微増も
大きな変動なし



メルペイ 与信 EC市場における後払い決済額⁽¹⁾

- EC市場における「後払い決済サービス」による決済額が増加
- 継続的な高い市場成長が見込まれる

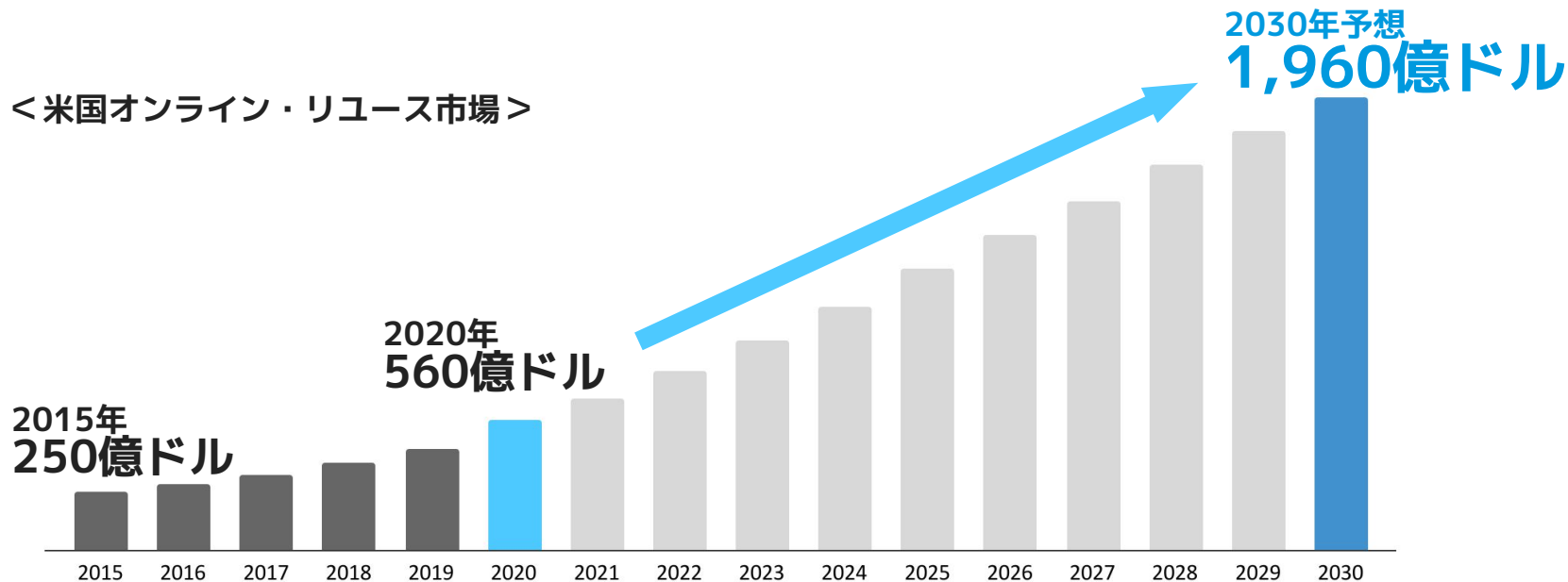


1. 出典：矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査（2022年）」2022年4月13日発表（注：後払い決済サービス提供事業者の取扱高ベース）

メルカリUS 米国オンライン・リユース市場

- 米国のオンライン・リユース市場は2015年から2倍以上に拡大しており、2030年にはおよそ2,000億ドルになると推測される
- 成長カテゴリーにはアパレルや家電などメルカリが強みを持つ分野が含まれる。成長する市場需要を取り込み、幅広い層に向けたカテゴリーを強化するオールジャンルマーケットプレイスとしての戦略をサポート

<米国オンライン・リユース市場>



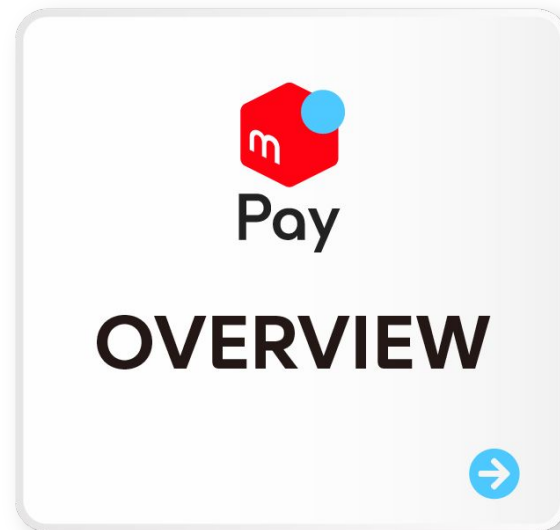
1. 出典: Mercari US 『The Reuse Report』

新規投資家のみなさまへ

- 当社グループの基本情報を集約した資料を作成しております



FACT BOOK リンク先
https://speakerdeck.com/mercari_inc/mercari-fact-book-jp



OVERVIEWリンク先
https://speakerdeck.com/mercari_inc/merpay-overview

免責事項

本資料は、資料作成時点において当社が入手している情報に基づき策定しており、当社がその実現を約束する趣旨のものではありません。

また、独立した公認会計士又は監査法人による監査又はレビューを受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご了承ください。

FY2023.6 1Qの決算発表は、2022年10月31日15時以降を予定しております。

mercari

株式会社メルカリ

証券コード: 4385