

FY2021.6 1Q

PRESENTATION MATERIAL

JUL.2020–SEP.2020

mercari

目次

1 決算サマリー

2 決算概況

3 事業別の状況

- メルカリJP
- メルペイ
- メルカリUS

4 循環型社会の実現のために必要不可欠な存在へ

5 Appendix

FY2021.6 1Q 決算サマリー

1 FY2021.6 1Qの進捗状況・ハイライト

mercari

連結

COVID-19による影響が落ち着きを見せる中、高成長を継続
今後の投資額については状況を注視しながら検討中

メルカリJP

今期のGMV+YoY20%以上、調整後営業利益率+30%以上に対して想定通りの進捗、ドコモとのID連携は9月末で340万接続と着実に増加

メルペイ

1Qも投資を抑制。与信事業を中心とする収益化の準備を進めながら、メルペイの利用における本人確認、不正利用対策を一層強化

メルカリUS

好調に伸長。COVID-19による不透明感を注視しつつ、下期の投資を検討中。10月より実質的なtake rateを引き上げ、収益基盤を強化

連結

売上高

221億円
(YoY+52%)

営業損益

3億円
(YoY+73億円)

メルカリJP

GMV⁽¹⁾
YoY **+34%**
調整後営業利益率
29% (YoY+11ppts)

メルペイ

利用者数⁽²⁾
800万人

メルカリUS

GMV⁽¹⁾
YoY **+165%**
MAU⁽³⁾
400万人超 (YoY+71%)

(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ーと、「メルペイコード決済」、「ネット決済」、「メルペイスマート払い(旧:メルペイあと払い)」等の利用者の合計(重複を除く)2020年10月5日時点。

(3) 2020年7月から9月の平均MAU (Web含む)

FY2021.6 1Q 決算概況

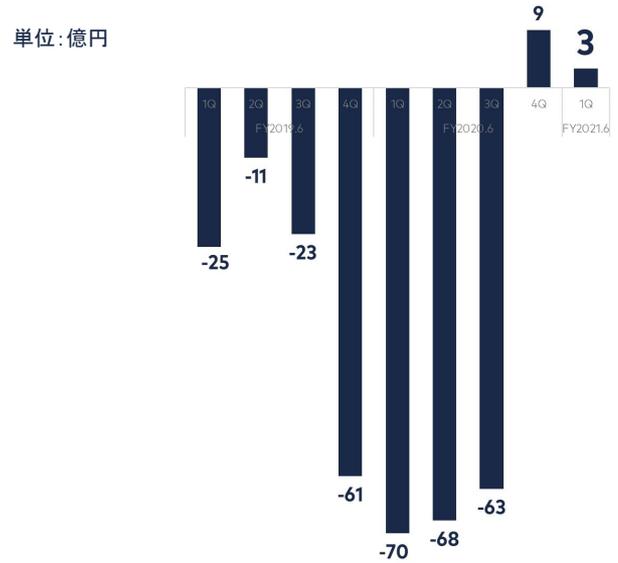
2 決算概況 (連結) 売上高/営業損益

- ・COVID-19による影響が落ち着きを見せる 中、売上高は+52%の高成長
- ・投資の抑制継続で1Qも連結黒字化、2Q以降グロースを最優先した投資再加速で赤字の可能性あり

<売上高の推移> ⁽¹⁾



<営業損益の推移>



(1) 億円未満は切り捨て表示のため、FY2020.6 1Q-FY2021.6 1Qのクーポン金額は0として記載

連結

- 4Qに続き、投資を抑制
- 2Q以降の投資をどこまで戻すかは精査中

メルカリJP

- COVID-19の影響に一定の落ち着きが見られる中でも、1Qは高成長を継続
- カテゴリー構成は季節性の影響もあり、レディースが増加も、引き続きインドアカテゴリーが好調(P33参照)

メルペイ

- 効率的なクーポン施策等により、4Qに引き続き加盟店での利用頻度・利用額へのネガティブなインパクトはなし

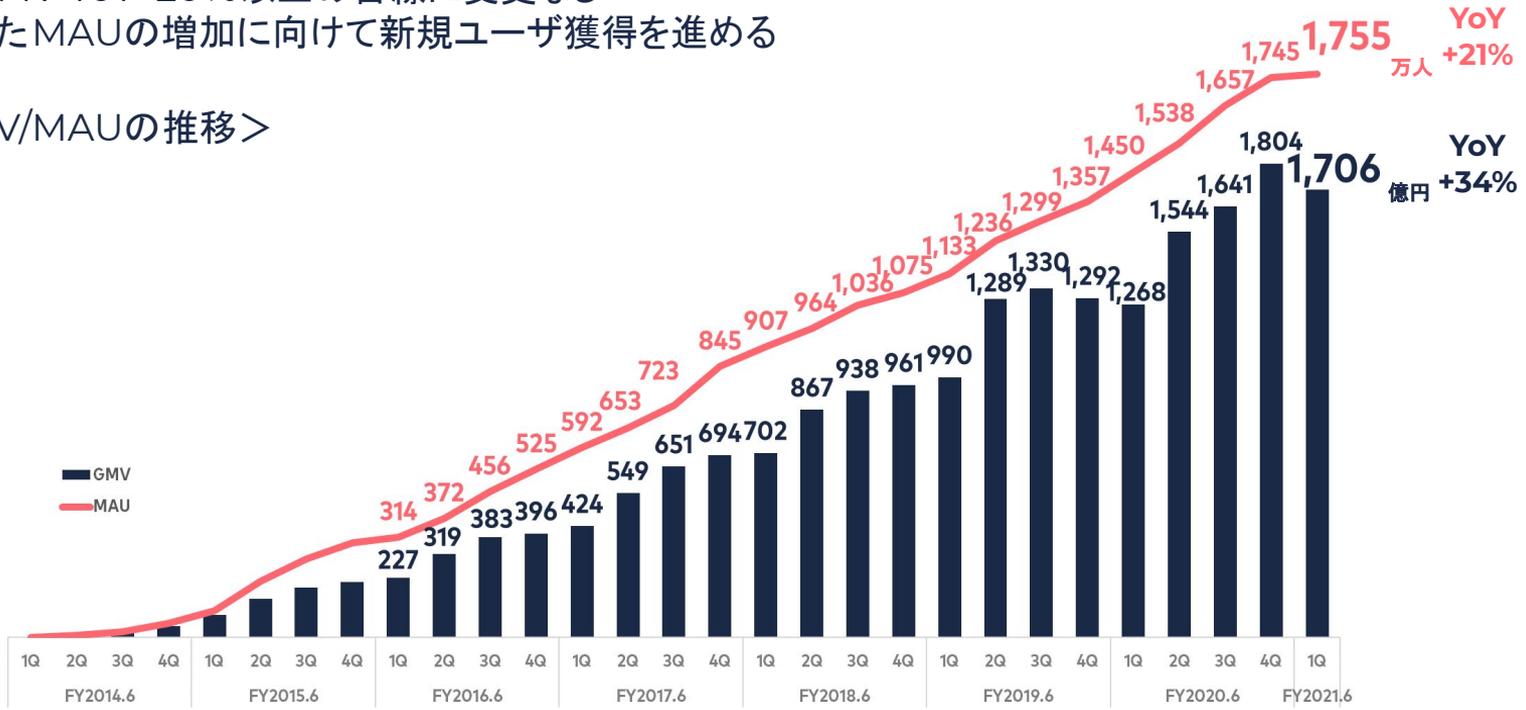
メルカリUS

- メルカリJPと同様に4Qと比較して落ち着きが見られるものの、高成長を継続
- カテゴリー構成はエンタメホビーの伸びが引き続き強いものの、4Q比で大きな変化なし

2 メルカリJP GMV/MAU

- ・4Qと比較してCOVID-19の影響に一定の落ち着きが見られる中、高成長を継続
- ・通期GMV YoY+20%以上の目線に変更なし
- ・安定したMAUの増加に向けて新規ユーザ獲得を進める

<GMV/MAUの推移>



2 メルカリJP 売上高/調整後営業利益率

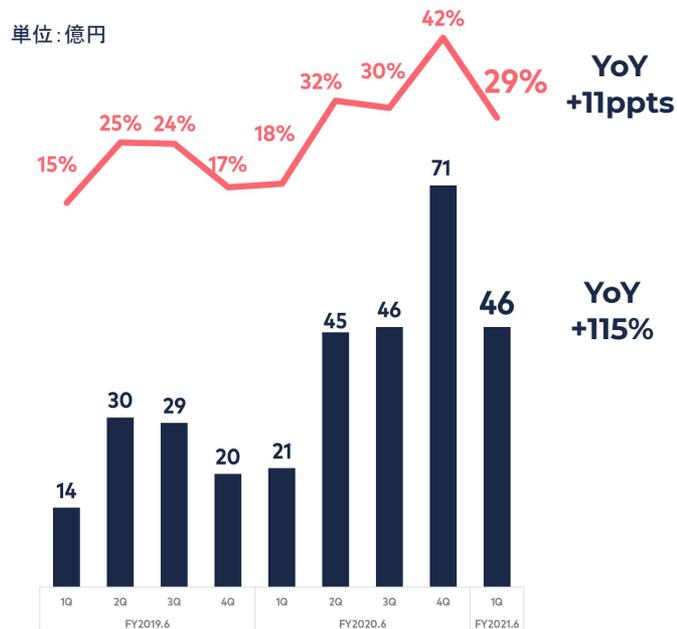
mercari

・従業員向けの一時的な賞与を支給した影響で、調整後営業利益率が 29%に低下

＜売上高の推移⁽¹⁾＞



＜調整後営業利益(率)の推移⁽²⁾＞

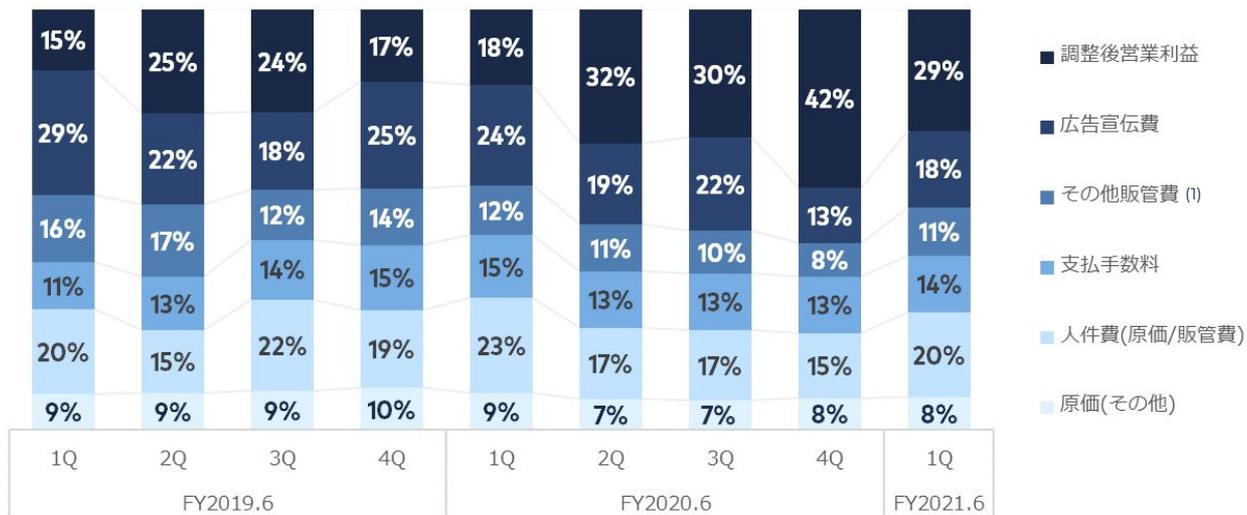


(1) 億円未満は切り捨てて表示のため、FY2020.6 1Q-FY2021.6 1Qのクーポン金額は0として記載

(2)メルベイへの決済機能移管に伴うメルカリ・メルベイ間の内部取引(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

2 メルカリJP コスト構成(対売上高比率)

- ・2Q以降、人件費率や広告宣伝費率の低下の見込みで、通期における調整後営業利益率 30%以上という目標に変更なし
- ・従業員向けの一時的賞与を支給したため 4Q比で人件費率が増加



(1)業務委託費、地代家賃、租税公課等

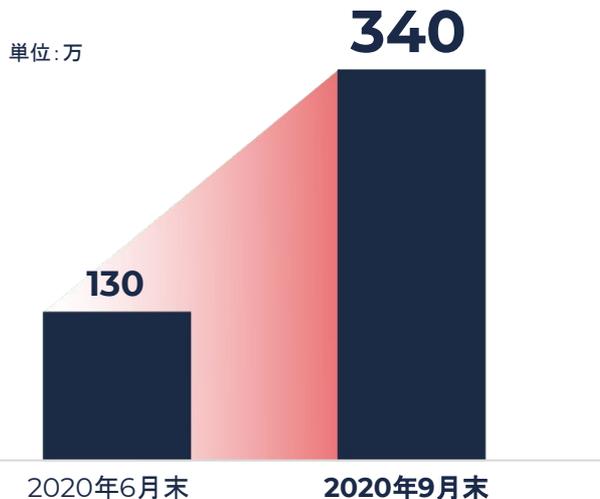
FY2021.6 1Q 事業別の状況

3 メルカリJP ドコモとの取り組みの進捗

mercari

ドコモとのID連携数の推移

- 9月末で340万のID連携
- 計画を上回るペースで進捗



ID連携によるGMV・コストへの影響

- GMVへのプラス効果
 - これまで貯まっていたdポイントがメルカリ内で利用可能に
 - 購入により、dポイントが付与され、そのdポイントを使ってメルカリ内で新たに購入する循環の発生
 - 前月に商品売却かつ当月購入の場合、dポイント付与の増額による出品促進
- 支払手数料の減少
 - dポイントの利用増に伴う支払手数料(決済手数料)コストの減少

3 メルカリJP WITH COVID-19戦略の進捗

mercari

「メルカリ教室」のオンライン化

- 9/18より「メルカリ教室」のオンライン版を本格展開
- 感染リスクを最小限に、より低コストで、効率よく出品促進を実現
- 集客向上を引き続き進める



越境販売

- 8/12東南アジア・台湾で最大のマーケットプレイスである「Shopee」と連携し、台湾での越境ビジネスを強化
- 日本では一年以上売れなかった高額な商品が売れるなど、新たな需要の創出を進める



台湾のお客さまに
人気のカテゴリー

- 1 ハイブランド品
- 2 キャラクターグッズ
- 3 ファングッズ
- 4 ゲームソフト

3 メルペイ

mercari

- 「メルペイスマート払い」利用者数が着実に増加する中、「定額払い (分割払い)」のユーザ獲得を進める
- ドコモなど外部パートナーとの連携強化

7月7日「定額払い(分割払い)」提供開始

9月から共通QRコードでの利用が可能に



3メルペイ 不正利用対策としてeKYC強化

- メルペイを含む資金移動業者を通じた不正出金事案への対応として、これまでのメルペイの利用における本人確認と不正利用対策に加え、本人確認（eKYC）を強化（最大で約20億円のシステム等の追加投資を予定）

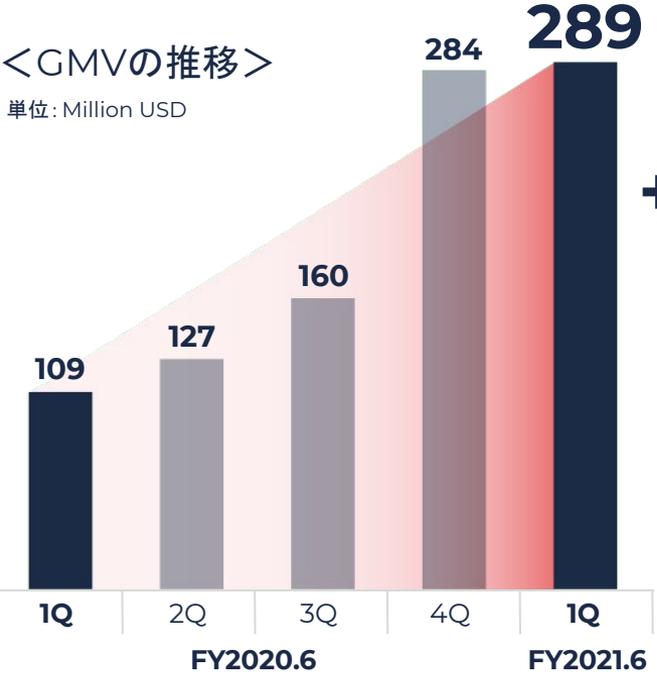
アカウント作成から口座接続・利用における これまでの不正利用対策(①～④)と追加対応



(1)新規の金融機関との接続時、接続済金融機関については初回の金融機関口座からのチャージ時にeKYCを義務付ける仕様に変更

3 メルカリUS

- マーケティングへの投資を加速せず、力強い GMV成長を継続
- 決済手数料の徴収を開始し、再投資のための収益基盤を強化



決済手数料の徴収を開始

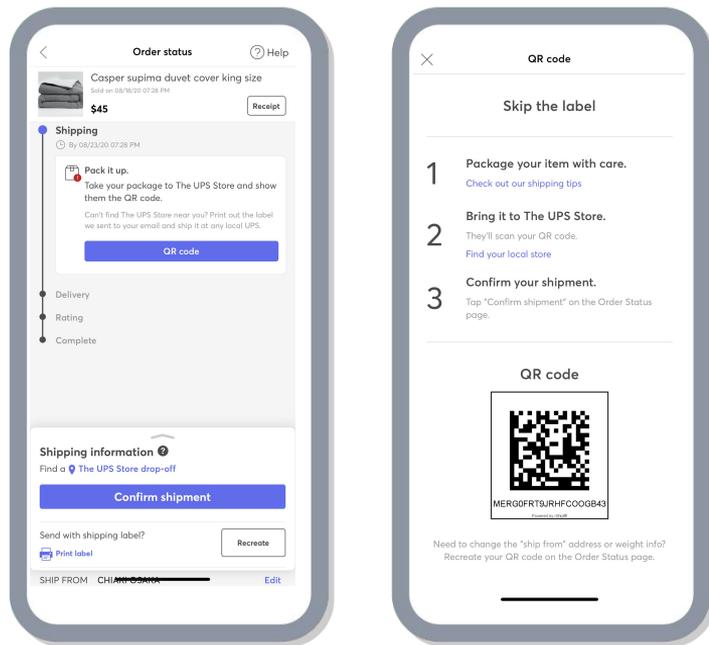
- 売価の2.9%及び\$0.30を徴収
- 実質的なtake rateは14%程度に
- 10月1日から新規の出品に対して、
11月2日から全ての出品に対して適用

3 メルカリUS 配送イノベーション

mercari

- 6月にサービスを開始したサンフランシスコでは出品者のうち4人に1人⁽¹⁾は「Mercari Now (即日配送)」を配送手段として選択
- 10月よりニューヨーク市のマンハッタンとブルックリンでも運用を開始

- 8月にはUPSでの発送にQRコードを導入し、印刷を不要に



(1) 2020年9月時点におけるサンフランシスコの出品者のうち、配送手段として「Mercari Now」を選択した出品者

3 メルカリUS オートメーション(需給予測)

- 出品した商品が実際に売れるかは売り手にとって非常に重要
- その参考として、様々な人気商品の需要と供給を予測する機能「Demand Prediction」⁽¹⁾をユーザの出品管理画面に追加し、簡単に商品が売れることをサポート

例) LEGO & Building Blocks



- 過去のデータに基づいて今後数週間の需要 (青線) と供給 (オレンジ線) を予測
- ユーザは需給予測に基づき、需要に対して供給が足りていないものを出品し、より簡単に売ることができる

(1) Webのみの機能。図はイメージ

**-循環型社会の実現のために
必要不可欠な存在へ-**

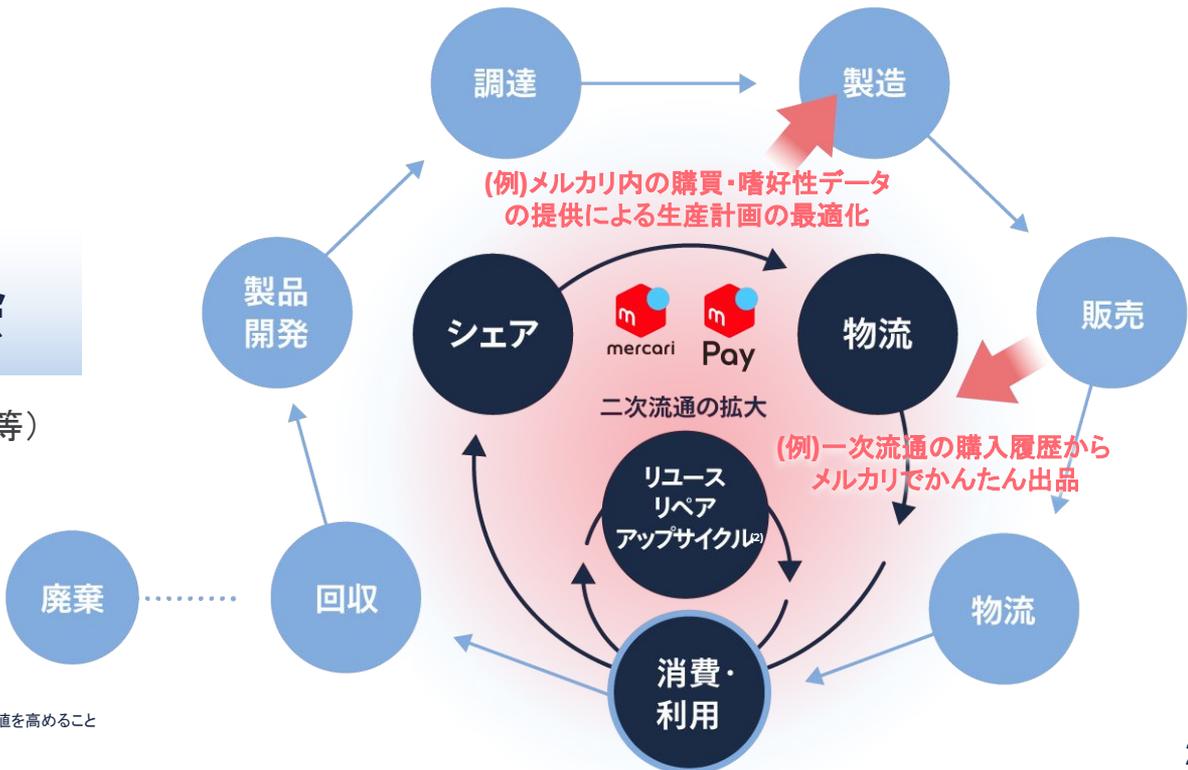
4 中期的なありたい姿

- 一次流通・二次流通の融合による循環型社会の構築 -

- ・二次流通(メルカリ)の購買・嗜好性データを一次流通(メーカー・小売等)に提供 (1)
 することで、一次流通の製品開発への活用、生産から販売の最適化、需要予測などを実現

**メルカリが目指す
循環型社会**

- 一次流通(メーカー・小売等)
- 二次流通(メルカリ)



(1)個人情報に配慮する前提
 (2)使わなくなったもの等を、新しい素材やより良い製品に変換して価値を高めること

4 循環型社会の実現のために

社会にとって必要とされるマーケットプレイスを業界全体で目指す取り組み

<「マーケットプレイスのあり方に関する有識者会議」>

今後のマーケットプレイス運営の基本的な考え方となる原理・原則(Principles)を定め、より安心・安全で、多くの方が参加できるマーケットプレイスを、自社および業界全体で目指していく取り組みとして実施

第1回 (8月12日開催)

第2回 (9月3日開催)

第3回 (9月28日開催)

追加会議の開催 (1~2回を予定)

- 第二回会議で実施することが決定した定量調査について、分析結果を踏まえて再度有識者で見直しの必要性がないか議論
- その後、メルカリ社内でも最終化に向けて、議論を行う

Principlesの最終化 (11月下旬)

【全三回における議論の概要】

- ・第一回 : マーケットプレイスの果たすべき役割について
- ・第二回 : 市場が十分に機能しない場合の対応のあり方について
- ・第三回 : Principlesの草案^{※1}を提示し、内容について概ね合意

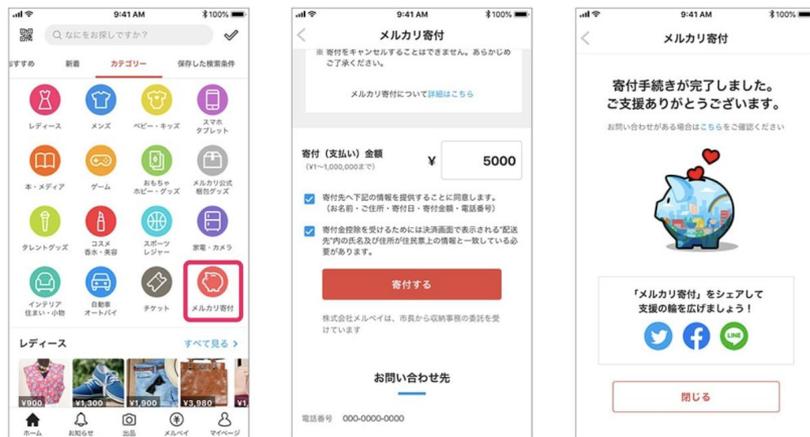
※1: Principlesの草案として提示した項目は第三回会議 [議事概要のプレスリリース](#) よりご確認ください。 (2020年9月26日時点で作成した草案の一部であり、今後修正が予定されています)

4 循環型社会の実現のために

事業アセットを通じた社会課題の解決

<「メルカリ寄付」機能開始>

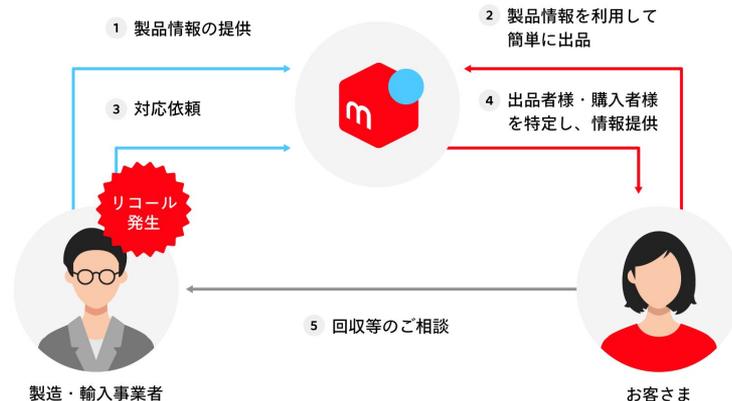
ものを届けるだけではない、新たな社会貢献の形として「メルカリ」の売上金を希望する自治体等団体に寄付できる「メルカリ寄付」⁽¹⁾機能を2020年9月より開始



⁽¹⁾売上金等からチャージされたメルペイ残高のみ利用することができます。ポイント(有償と無償)は利用できません

<リコール品プログラムの開始>

データ連携により、製造・輸入事業者等が発信するリコール等に関する情報を、当該商品をお持ちの「メルカリ」のお客さまにピンポイントで届ける「リコール品プログラム」を2020年9月に開始



Appendix

決算詳細

5 新取締役の体制

・2020年9月の株主総会で決議され、より経営の透明性・客観性を重視した取締役の構成へ

取締役5名

社内取締役(2名)



山田 進太郎(再任)
代表取締役CEO(社長)



小泉 文明(再任)
取締役President(会長)兼
株鹿島アントラーズ・エフ・シー代表
取締役社長

独立社外取締役(3名)



高山 健(再任)



生田目 雅史(再任)



篠田 真貴子(新任)

5 ガバナンス体制の強化(独立社外取締役)



高山 健



生田目 雅史



篠田 真貴子

主な経歴

- ・ (株)日本興業銀行(現 (株)みずほ銀行)
- ・ 楽天(株)最高財務責任者
- ・ スターフェスティバル(株)社外取締役
- ・ テクマトリックス(株)社外取締役(監査等委員)(現任)
- ・ (株)メタップス社外取締役(監査等委員)(現任)
- ・ (株)メディアドウ社外取締役(現任)

- ・ (株)日本長期信用銀行(現 (株)新生銀行)
- ・ モルガン・スタンレー証券会社
(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券(株))
エグゼクティブ・ディレクター
- ・ ドイツ証券(株)投資銀行本部 マネージング・ディレクター
- ・ ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株)ビジネス開発部門
統括責任者
- ・ ブラックロック・ジャパン(株)取締役
- ・ 東京海上ホールディングス(株)執行役員(現任)

- ・ (株)日本長期信用銀行(現 (株)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(株)
- ・ ネスレニュートリション(株)経営企画統括部長
- ・ (株)ほぼ日 取締役CFO
- ・ エール(株)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

- ・ 銀行・証券・投資業界における専門的かつグローバルな知識や深い経験

- ・ 金融機関における経験及び事業会社 CFOとしての専門的な知識や深い経験
- ・ 大企業からベンチャー企業までの幅広い経験

5 透明性の高い経営体制

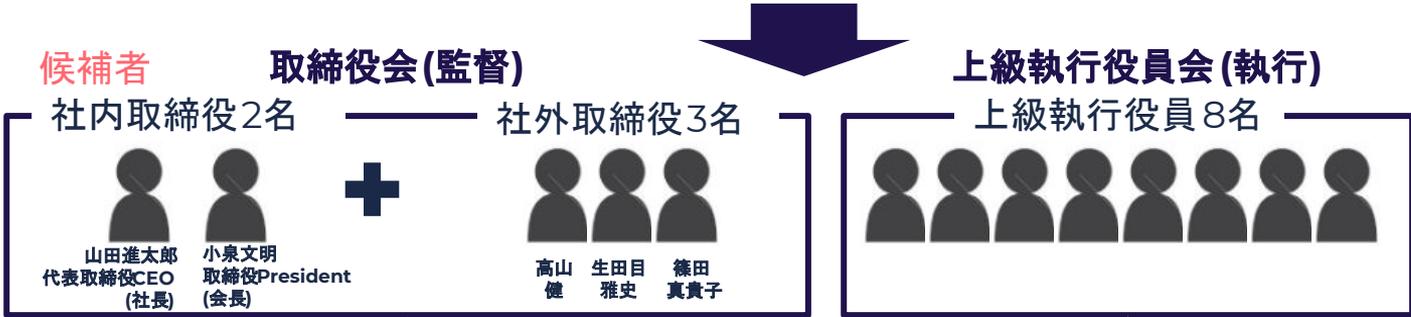
Governance

<経営の監督と執行の分離>

- ・社外取締役を中心とする取締役会構成への見直し
- ・上級執行役員制度の導入
- ・執行部門への権限委譲による機動力の向上
- ・任意の諮問委員会である「指名報酬委員会」による規律

<インセンティブ報酬の導入>

- ・「人」への投資によるパフォーマンスの向上、適切なリスクテイク

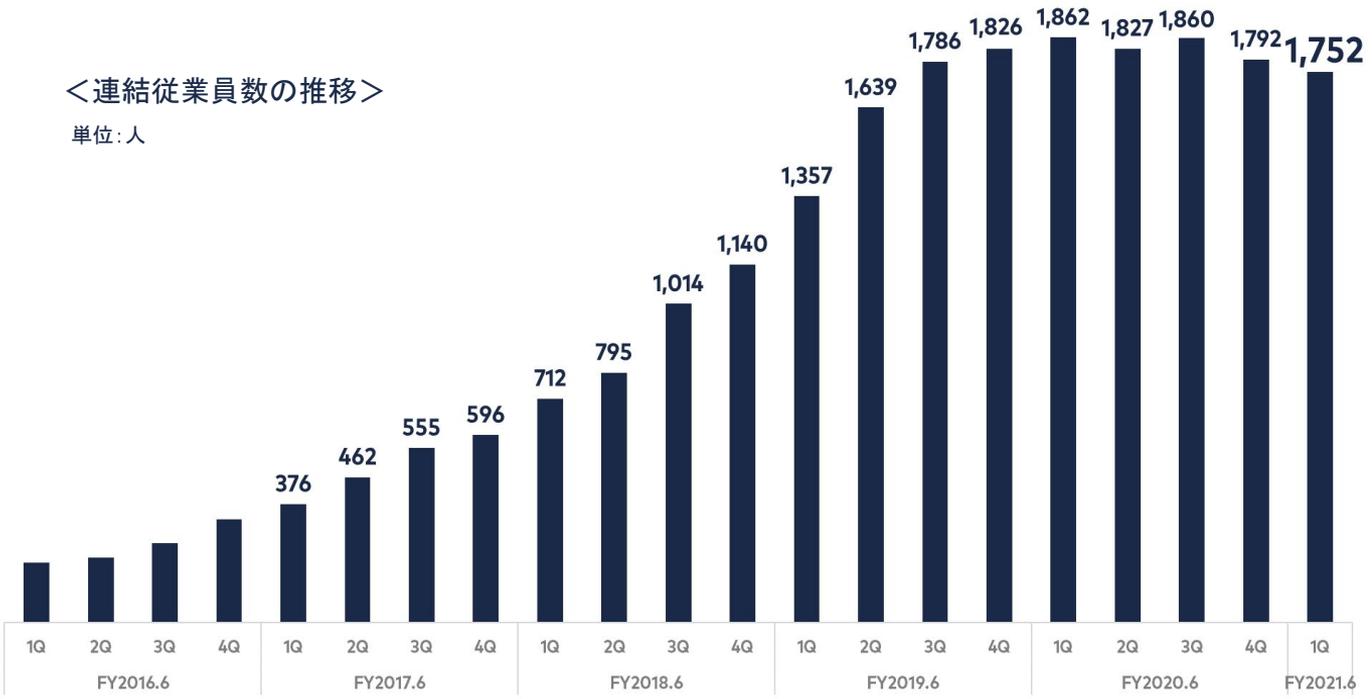


指名報酬委員会
(過半数が独立社外取締役)

候補者の選解任案・報酬制度等の提案

5 メルカリの高成長を支える優秀な人材

・内部人材の育成やD&Iの強化を実施中



5 連結PL

mercari

(百万円)	FY2020.6	FY2020.6	FY2021.6	成長率	
	1Q(7-9月)	4Q(4-6月)	1Q(7-9月)	YoY	QoQ
売上高	14,548	22,925	22,156	+52.3%	-3.4%
EBITDA ⁽¹⁾	-6,692	1,220	587	N/A	-51.8%
マージン (%)	-46.0%	5.3%	2.7%	-	-
営業損益	-7,010	984	364	N/A	-63.0%
マージン (%)	-48.2%	4.3%	1.6%	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	-7,113	-560	4,281	N/A	N/A

(1) 営業利益 + 減価償却費及びのれん償却費

5 メルカリJP PL 四半期

mercari

(億円)	FY2020.6	FY2020.6	FY2021.6	成長率	
	1Q(7-9月)	4Q(4-6月)	1Q(7-9月)	YoY	QoQ
GMV	1,268	1,804	1,706	+34.5%	-5.4%
YoY	+28.1%	+39.6%	+34.5%	-	-
売上高	120	168	159	+32.6%	-5.1%
対GMV比	9.5%	9.3%	9.4%	-	-
営業損益	7	51	27	+271.5%	-47.2%
マージン (%)	6.1%	30.6%	17.0%	-	-
調整後営業損益 (1)	21	71	46	+115.0%	-35.2%
マージン (%)	17.8%	42.3%	28.9%	-	-

(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

5 連結BS

mercari

(百万円)	FY2019.6 4Q末	FY2020.6 4Q末	FY2021.6 1Q末
流動資産合計	151,813	169,277	182,208
現金及び預金	125,578	135,747	139,569
未収入金	14,176	15,612	26,748
固定資産合計	11,871	28,736	31,576
資産合計	163,685	198,014	213,784
負債合計	112,748	162,645	177,595
未払金	7,281	16,206	17,089
預り金	45,818	83,954	89,721
短期借入金 ⁽¹⁾	1,261	900	8,540
長期借入金	51,447	51,547	51,446
純資産合計	50,936	35,368	36,188

(1) 1年以内に返済予定の長期借入金を含む

5 FY2021.6 の事業方針 サマリー

mercari

連結:

- COVID-19状況下での投資の抑制と更なるコスト削減による筋肉質な経営を実施しつつ、成長が見込まれる場合、グロースを最優先にした投資再開により赤字の可能性もある
- よりサービスの健全性を高め、社会に貢献し、幅広い層に愛されるサービスへ進化する

メルカリJP:

- 一次流通と二次流通の融合によるカタログ機能強化などにより、更なる出品強化
- ドコモとのID連携等による購買/出品促進によって業務提携効果の推進
- GMV YoY成長率+20%以上、調整後営業利益率 30%以上を想定

メルペイ:

- 毎月定額で柔軟な支払いができる「定額払い」などの与信サービス拡大による収益力強化
- 定額払い等により更なるメルカリ・メルペイのシナジーの強化

メルカリUS:

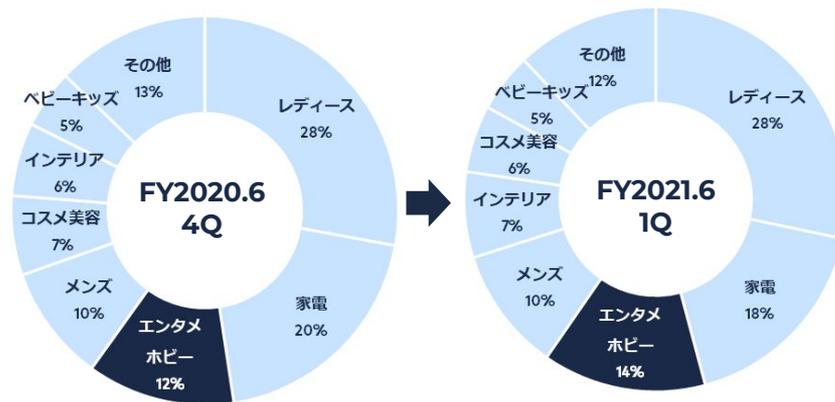
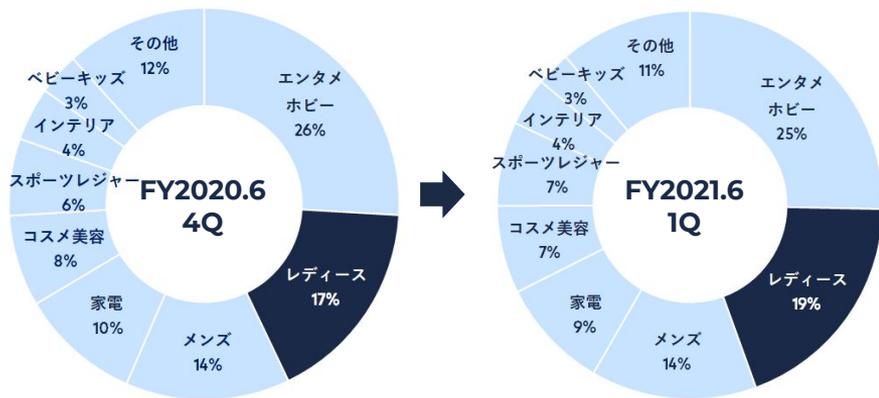
- より簡単で安全に売れるマーケットプレイスへ
- COVID-19の影響を見極めながら、引き続き GMV YoY成長率+50%以上の成長を目指す

5 COVID-19の影響 1Q(7-9月) カテゴリーの変化



季節性の影響もあり、4Q比でレディースカテゴリーが増加も、引き続きインドアのカテゴリーが好調

カテゴリー構成はエンタメ・ホビーが引き続き伸びが強いものの4Q比で大きな変化なし



4 US市場におけるユニークなポジショニング

	 マーケットプレイス			 クラシファイド			その他
			 Poshmark		 Facebook Marketplace	 craigslist	TheRealReal
モバイルファースト (1)	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗
CtoCフォーカス (2)	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗
オールジャンル (3)	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
取引地域 (全国)	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
配送サポート (4)	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
決済サポート (6)	✓	✓	✓	✗ (5)	✓	✗	✓

当社が定義する以下の基準に従う

(1) モバイルファースト: ユーザーがPCではなくスマートフォンをはじめとしたモバイル端末においてサービスを利用することを前提にサービス開発、仕様設計を行っている

(2) CtoCフォーカス: 商業目的で利用する事業者ではなく、主に一般消費者に対してサービスが提供されている

(3) オールジャンル: ファッション関連カテゴリに限らず、複数のカテゴリの商品を扱う

(4) 配送サポート: 配送に関して必要な情報がインターフェース上で簡単に確認でき、望ましい配送手段を選択・利用可能

(5) 配送を選択した場合のみ決済手段の利用が可能

(6) 決済サポート: クレジットカード払い、銀行振り込み、第三者の決済サービスを利用した決済(PayPal等)等の複数の決済手段をインターフェース上で選択・利用可能

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。

FY2021.6 2Qの決算発表日程は、確定次第お知らせいたします。

mercari

株式会社メルカリ

証券コード: 4385