

FY2021.6 1Q

PRESENTATION MATERIAL

JUL.2020–SEP.2020

mercari

1

株式会社メルカリのFY2021.6 1Q決算について説明させていただきます。
まず初めに、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、決算説明会（メディア関係者、および機関投資家・アナリスト向け）を中止することといたしました。
本決算説明会へ御参加をご予定されていた皆さまには誠に申し訳ございませんが、何卒ご理解の程、お願い申し上げます。
スクリプト形式になりますが、FY2021.6 1Q決算内容についてご説明させていただきます。
4ページに進んでください。

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

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JJP

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

1Q決算の進捗状況です。

連結全体としては新型コロナウイルス感染症(以下、COVID-19という)による影響が落ちつきを見せる中でも、当社事業は高い成長を継続しております。

今後の投資額については、成長が見込まれる場合はグロースを最優先した投資を再加速する可能性もあり、引き続き状況を注視しながら検討中であります。

メルカリJJPにおいては、前回の4Q決算で発表したFY2021.6通期でGMV YoY+20%以上及び調整後営業利益率30%以上に対して想定通り進捗。ドコモとのID連携は、9月末で340万と想定以上のペースで増加しております。

メルペイにおいては事業環境を考慮し、4Qに続き、1Qもマーケティング等の投資を抑制いたしました。

引き続き、与信事業を中心に収益化の準備を進めながら、メルペイ利用における本人確認及び不正利用対策を一層強化することで、より安心・安全な利用環境を構築して参ります。

メルカリUSは、4Qに続き1QにおいてもGMVが好調に伸長。COVID-19による不透明感を注視しながらも、成長の加速に向けた投資を検討している状況です。

また10月よりtake rate(手数料率)を実質的に引き上げ、収益基盤の更なる強化を進めて参ります。

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	メルペイ	メルカリUS
GMV ⁽¹⁾ YoY +34% 調整後営業利益率 29% (YoY+11ppts)	利用者数 ⁽²⁾ 800万人	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」、「メルベイスマート払い(旧:メルペイあど払い)」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)

mercari

5

1Qの連結売上高はYoY+52%の221億円、連結営業利益は3億円と2四半期連続での黒字となりました。

メルカリJPのGMV成長率は、YoY+34%と4Qに続き着実な成長を示すとともに、調整後営業利益率は29%とYoYで11pts改善。メルペイの利用者数は、2020年10月5日時点で800万人と順調に増加しております。

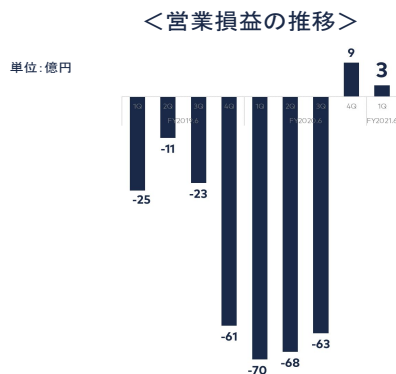
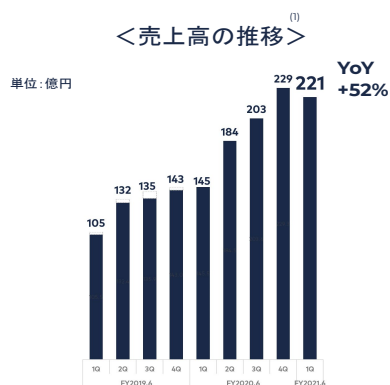
メルカリUSも高い成長を継続し、GMVは+165%、MAUは400万人超(YoY+71%)となりました。

7ページに進んでください。

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



(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

1Qの連結売上高は、前4Q比でCOVID-19が落ち着きを見せる中でもYoY+52%の221億円と高成長いたしました。

連結営業利益は、4Qに引き続き1Qにおいても高い成長を続ける中、投資の抑制及びコスト削減による筋肉質な経営を行った結果、3億円の連結営業黒字となりました。2Q以降に関しては、グロースを最優先にした投資の再加速によって営業赤字になる可能性があると考えております。

連結	メルカリJP
<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">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	メルカリUS
<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">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

先程申し上げたとおり、4Qに続き1QもCOVID-19の影響を考慮し、投資を抑制した経営を行いました。一方、2Q以降の投資額をどこまで戻すかについては、COVID-19の状況やROIなどを勘案しながら精査中であります。

メルカリJPについては、4Q比でCOVID-19の影響が一定の落ち着きを見せる中、四半期を通じて高い成長となりました。

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に推移しております。

メルペイについては、4Qに引き続き、効率的なクーポン施策等により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ありませんが、引き続き影響を注視しております。

最後にメルカリUSについて、メルカリJP同様、4Qと比較して落ち着きが見られるものの、高い成長を継続しております。

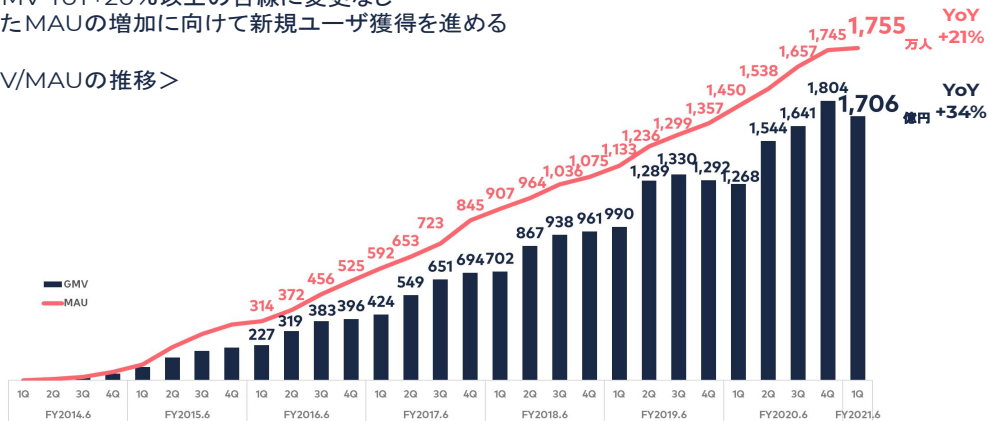
メルカリUSにおけるカテゴリー構成は、4Q比で大きな変化はありません。

2 メルカリJP GMV/MAU

mercari

- ・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>



mercari

9

メルカリJPは前ページの通り、4Q比でCOVID-19の影響が一定の落ち着きが見られる中、高成長を継続しております。

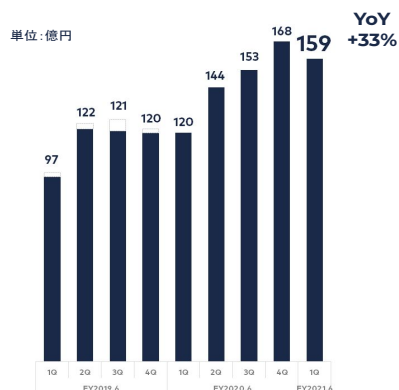
そのため、4Q決算で発表した今期GMV YoY+20%成長という目標に変更はありません。

今後もGMVの持続的な成長のためには安定的なMAUの増加が重要である為、新規ユーザの獲得を進めて参ります。

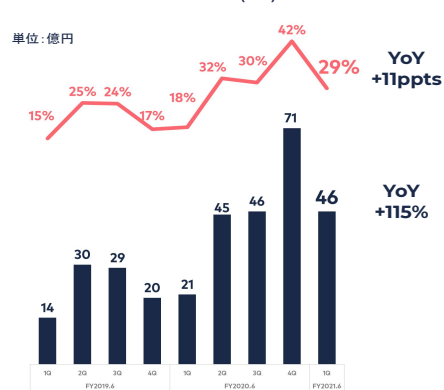
2 メルカリJP 売上高/調整後営業利益率

・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) メルベへの決済機能移行に伴うメルカリ・メルベ間の内部取引(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

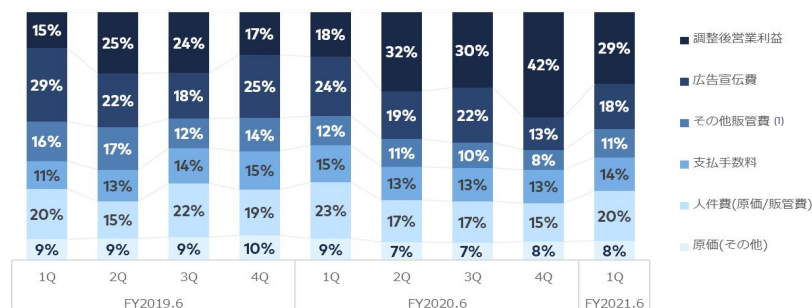
mercari

10

売上高はYoY+33%の159億円。調整後営業利益率は、従業員に一時的な賞与を支給した影響で、29%に低下しました。

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

mercari

11

2Q以降、人件費率や広告宣伝費率の低下を見込んでおります。そのため、前4Q決算で発表した調整後営業利益率30%以上という目標は達成可能と考え、目標値に変更はありません。

人件費(原価/販管費)が前4Q比で5ppts増加しておりますが、その主要因は、従業員に対して一時的な賞与を支給したためです。

また、広告宣伝費については、平常の投資水準に戻つつあります。

13ページに進んでください。

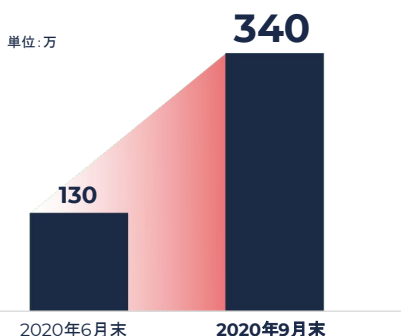
FY2021.6 1Q 事業別の状況

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

mercari

13

メルカリJPにおけるドコモとの取り組みは、ID連携数が6月末の130万から9月末の340万と計画を上回るペースで好調に進捗しております。

ドコモとのID連携によるGMVへのプラス効果として、これまで貯まっていたdポイントが「メルカリ」内で利用され、また「メルカリ」内での購入によってdポイントが付与されるため、そのdポイントを使って「メルカリ」内で新たに購入するという好循環がうまれてきております。

更に、前月に「メルカリ」で商品を売却し、かつ、当月に購入した場合は、dポイントの付与額が0.5%→1.5%に増額するなどの施策を行うことで、出品の促進にもつながっていると考えております。

コストの面においても、ID連携によってdポイントの利用が増加することで、クレジットカードなどを利用する場合と比較して支払手数料の削減効果があります。

「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



mercari

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

14

1QにおけるメルカリJPのWITH COVID-19戦略の進捗ですが、2019年9月より「メルカリ」の使い方が学べる「メルカリ教室」をオフラインで実施してきましたが、COVID-19の感染拡大に伴い、お客様の安全確保を最優先にすべく2020年2月から「メルカリ教室」の開催を一時中止しておりました。そのような中、2020年4月より感染リスクを最小限に抑えたオンライン版「メルカリ教室」の実証実験を開始。2020年9月18日より本格展開しております。オフライン版と比較して、低コストかつ効率良く出品促進を実現出来ており、今後は更なる集客の向上を進めていきたいと考えております。また、2019年11月より越境ビジネスを展開しており、2020年8月12日より東南アジア・台湾で最大のマーケットプレイスである「Shopee」と連携を開始いたしました。COVID-19によって海外での買い物が困難な状況下において、台湾での越境ビジネスを強化してまいります。越境ビジネスの進捗としては、メルカリGMV全体に与える影響は軽微であるものの、日本では一年以上売れなかった高額な靴等のハイブランド品が台湾で売れた例もあり、新たな需要の創出を進めていきます。

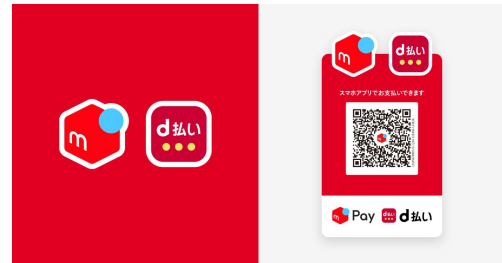
3 メルペイ

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



mercari

15

続いて、メルペイになります。

収益化を目指すフェーズと位置づけ、与信サービスの強化及びドコモや信金中央金庫等との外部パートナーとの業務提携効果の創出に取り組んでおります。

収益化に向けた注力分野の一つである「メルペイスマート払い」の利用者は着実に増加し、7月7日からスタートした「定額払い(分割払い)」のユーザ獲得も順調に進捗。

また、加盟店開拓については、COVID-19によって一部で停止していた外部パートナーとの加盟店開拓を再開しております。

ドコモとの業務提携施策の一環として、d払いとメルペイのQRコードが共通化し、一つのQRコードで利用可能になりました。

これに伴い、共通QRコードにおけるドコモ経由での加盟店数が増加する等、引き続き外部パートナーとの連携強化を進めて参ります。

3 メルペイ 不正利用対策としてeKYC強化

mercari

- 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



16

9月に発生した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、不正利用対策に加え、本人確認(eKYC)を強化しております。

具体的には、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いたしました。

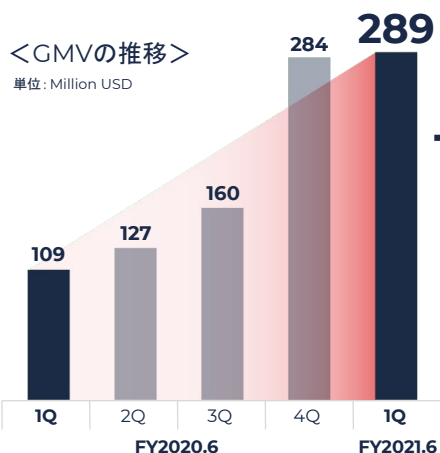
メルペイではこれまで、すべての皆さまに安心してご利用いただけるよう安心・安全対策に取り組んで参りましたが、今回新たに追加のシステム等の投資を行い不正利用対策をより一層強化いたします。

関係当局とも連携をし、より安心・安全な利用環境の構築を進めて参ります。

3 メルカリUS

mercari

- 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

mercari

17

メルカリUSは、マーケティングへの投資を加速せずに、4Qに引き続き力強いGMV成長を維持しました。

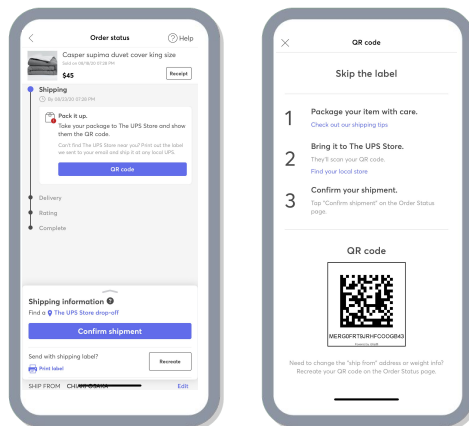
また、10月1日から新規の出品に対して、11月2日から全ての出品に対して売価の2.9%と\$0.30の決済手数料を徴収します。

決済手数料の導入によって、収益基盤を強化するとともに、更なるユーザ拡大やプロダクトの機能強化を行ってまいります。

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

mercari

18

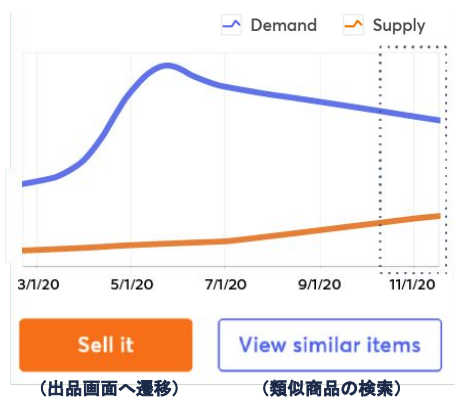
メルカリUSでは配送をより便利にすることに注力し、ユーザの利便性を高めております。6月にサンフランシスコで開始した即日配送サービス「Mercari Now」は、取引時間の短縮やCOVID-19状況下において外出せずに発送ができることが評価され、出品者のうち4人に1人が配送手段として選択しております。これを受けて地域拡大を図るべく、10月からニューヨーク市のマンハッタンとブルックリンでも運用を開始しました。また、8月にはUPSでの発送についてQRコードを導入することで、これまで必要だった紙の印刷が不要になりました。このような施策を通じて、着実に配送を便利にして参ります。

3 メルカリUS オートメーション(需給予測)

mercari

- 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

(出品画面へ遷移)

(類似商品の検索)

(1) Webのみの機能。図はイメージ

mercari

19

様々なプロセスを自動化し、ユーザの利便性を上げることもメルカリUSにおける注力分野の一つです。

ユーザの出品管理画面に追加された需給予測の機能では、過去の取引データに基づいて人気がある複数の商品の需要と供給の予測が表示されます。

これによって、ユーザはより簡単に商品が売ることが可能となります。

-循環型社会の実現のために 必要不可欠な存在へ-

メルカリは「新たな価値を生み出す世界的なマーケットプレイスを創る」というミッションに取り組んでおります。

このミッションは、社会的な要請でもある「循環型社会の実現」にも繋がります。

メルカリは今後、「循環型社会の実現に必要不可欠な存在」を目指し、メルカリというマーケットプレイスをどう社会に役立てていけるかを、社会とともに考え、メルカリの持つ事業アセットを活用した社会貢献に積極的に取り組んで参ります。

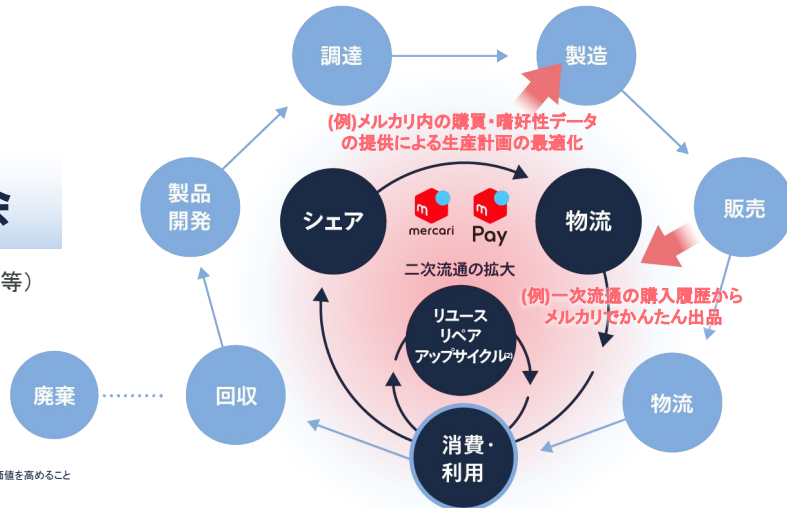
4 中期的なありたい姿

- 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

mercari

21

通期決算説明会でご説明したように、当社グループの目指す循環型社会の実現には、これまでの大量生産・大量消費から循環を前提とした生産・消費へのシフトが必要であると考えております。

当社グループはこれまで、自社の提供するサービスの成長を通じた二次流通市場の拡大を牽引することで、循環型社会の一翼を担って参りました。

今後は、二次流通市場の拡大だけでなく、メーカーや小売店などの一次流通と二次流通を融合していくことで、循環型社会の輪を更に広げていきたいと考えております。

次のページからは、循環型社会の実現に向けた直近の取り組みについてご説明させていただきます。

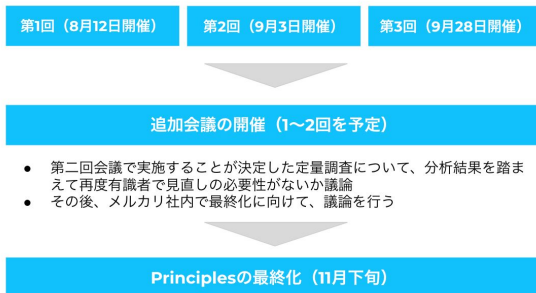
4 循環型社会の実現のために

mercari

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**取組みとして実施



【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)

mercari

22

当社は2020年7月30日、社会にとって必要なマーケットプレイスを業界全体で目指す取組みの一貫として、「マーケットプレイスのあり方に関する有識者会議」を設立いたしました。

この有識者会議では、マーケットプレイスが社会において果たすべき役割や機能を議論するとともに、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)を定めることを目的として、経済学や企業倫理、ESG等の幅広い外部有識者の方にご参画いただいております。

有識者会議は当初予定しておりました全三回の会議を終え、今後は現在実施している転売に関する定量調査結果をふまえた追加会議1~2回を予定しております。

なお、最終的なPrinciplesの公開は2020年11月下旬を予定。

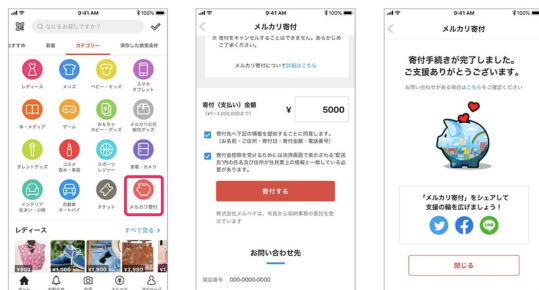
4 循環型社会の実現のために

mercari

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>

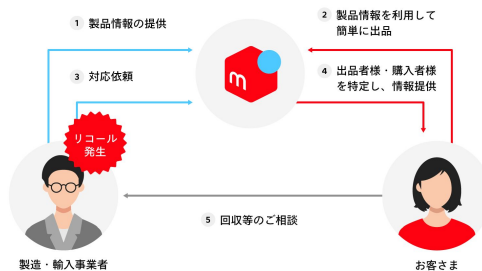
ものを届けるだけではない、新たな社会貢献の形として「メルカリ」の売上金を希望する自治体等団体に寄付できる「メルカリ寄付」⁽¹⁾機能を2020年9月より開始



⁽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



mercari

23

また、当社の事業アセットを通じた社会課題の解決にも取り組んでおります。2020年9月には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」機能を開始し、今後も寄付可能な自治体・団体を拡大していくことで、「メルカリ」を通じた社会に貢献に尽力してまいります。

また、同じく2020年9月に、「メルカリ」で購入した製品をより、安心・安全にお使いいただくために、製造・輸入業者等の皆さまが日頃発信されてい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(当該商品の出品者さま・購入者さま)にピンポイントでお届けする「リコール品プログラム」を開始いたしました。

Appendix

決算詳細

5 新取締役の体制

mercari

・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
株式会社アントラーズ・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)

mercari



高山 健



生田目 雅史



篠田 真貴子

主な経歴

- ・ 株式会社興業銀行 (現 株式会社みずほ銀行)
- ・ 楽天株式会社最高財務責任者
- ・ スターフェスティバル株式会社社外取締役
- ・ テクマトリックス株式会社社外取締役 (監査等委員) (現任)
- ・ 株式会社メタップス社外取締役 (監査等委員) (現任)
- ・ 株式会社メディアドゥ社外取締役 (現任)

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

- ・ 株式会社日本長期信用銀行 (現 株式会社新生銀行)
- ・ 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 ファーマ株式会社
- ・ ネスレニュートリション株式会社経営企画統括部長
- ・ 株式会社ほほ日 取締役 CFO
- ・ エール株式会社取締役 (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

mercari

26

5 透明性の高い経営体制

mercari

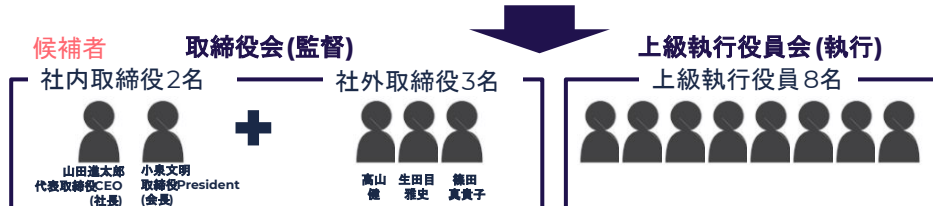
Governance

<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)

mercari

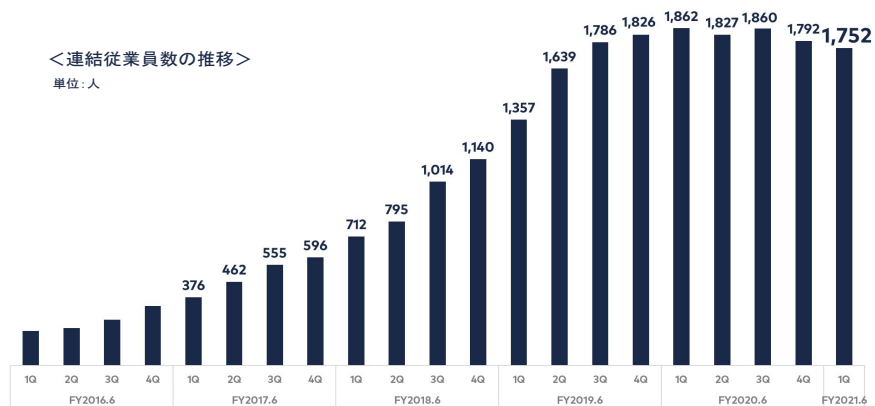
候補者の選解任案・報酬制度等の提案

5 メルカリの高成長を支える優秀な人材

mercari

・内部人材の育成やD&Iの強化を実施中

<連結従業員数の推移>
単位:人



mercari

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

mercari

5 メルカリJP PL 四半期

mercari

(億円)	FY2020.6 1Q(7-9月)	FY2020.6 4Q(4-6月)	FY2021.6 1Q(7-9月)	成長率	
				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)メルベイトの内部取引(決済業務委託に関わる手数料)を控除

mercari

30

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

mercari

31

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

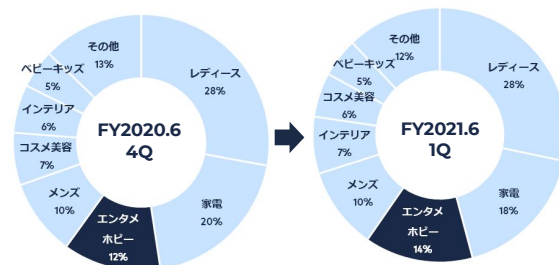
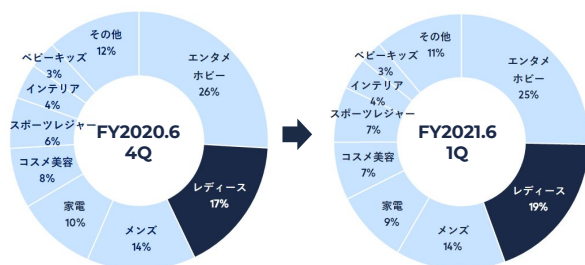
5 COVID-19の影響 1Q(7-9月) カテゴリーの変化

mercari



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

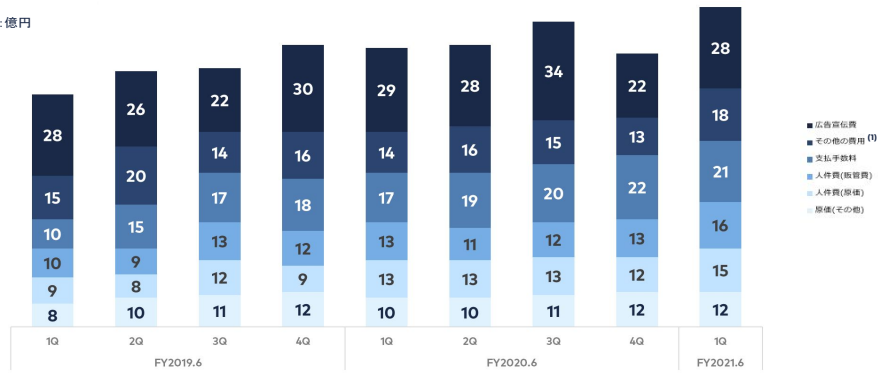


5 メルカリJP コスト構成

mercari

・従業員向けの一時的賞与を支給したため 4Q比での人件費率の増加

単位:億円



(1)業務委託費、地代家賃、租税公課等

mercari

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 The Real Real
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: 配送に關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