

FY2021.6 3Q

PRESENTATION MATERIAL

JAN.2021–MAR.2021

mercari

株式会社メルカリのFY2021.6 3Q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。
3Q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 3Q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・業績予想**
- 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 3Q

決算サマリー

1 FY2021.6 3Qの進捗状況・ハイライト

mercari

連結

持続的な成長及び将来利益の最大化のために投資を再開し、日米のGMVは好調に伸長。COVID-19による先行きの不透明感はあるが、日米のGMV成長率はFY2021.6 4Q-FY2022.6 1Qを底に来期も成長を想定。

メルカリJP

プロモーション施策を中心に新規ユーザを順調に獲得。GMV YoY+20%以上、調整後営業利益率⁽¹⁾30%以上に対して概ね想定どおりに進捗。他社との連携を進める等、COVID-19収束後を見据えた成長施策を実行。

メルペイ

引き続き、「与信」を中心に収益力を強化。業界初となるJPKI⁽²⁾を用いた本人確認及び不正利用対策強化を進める等、安心安全な利用環境づくりに注力しながら、利便性・利用機会の拡大を進める。

メルカリUS

マーケティング施策が奏功しブランド認知度が大きく改善した結果、引き続きGMVが好調に推移。決済手数料導入が3Qから四半期を通して寄与し、収益基盤が改善。

(1)メルペイとの内部取引(決済業務委託に関わる手数料)を控除した営業利益率
(2)マイナンバーカードの公的個人認証サービスで、犯罪収益移転防止法に基づくオンラインで完了する本人確認方法
mercari

4

3Q決算の進捗状況・ハイライトです。

連結全体としては、持続的な成長及び将来利益の最大化のために投資を再開するとともに、日米のGMVが好調に推移する良い決算だったと考えております。

今後の見通しについては、COVID-19によって先行きの不透明感がありますが、GMV成長率はFY2021.6 4Q又はFY2022.6 1Qを底に来期も着実な成長を想定しております。

メルカリJPにおいては、3Qにおいて招待キャンペーン等のプロモーション施策を行って、新規ユーザを着実に獲得することが出来ました。

GMVYoY+20%以上、調整後営業利益率30%以上という目標に対して、概ね想定通りに進捗しております。

また、来期以降の持続的な成長を見据え、他社との連携を進める等オフライン施策の強化を進めております。

メルペイは、期初にお伝えした「収益力の強化」に向けて取り組んでおり、「与信」分野における「定額払い」を中心に順調に進捗しております。

2Qより強化している本人確認及び不正利用対策において、業界初となるマイナンバーカードを用いた「JPKI」による本人確認を開始し安心安全な利用環境づくりにより一層力を入れながら、利便性や利用機会の拡大を進めております。

メルカリUSは、マーケティング施策を通じてブランド認知度を大きく改善することができ、その結果、引き続きGMVが好調に推移しました。

また、2Qの途中で導入した決済手数料の影響で収益基盤が改善しております。

1 FY2021.6 3Q KPIサマリー

mercari

連結		
売上高		営業損益
286億円		1億円
(YoY+41%)		(YoY+65億円)
メルカリJP	メルペイ	メルカリUS
GMV ⁽¹⁾ YoY +27% 調整後営業利益率 34% (YoY +4ppts)	利用者数 ⁽²⁾ 1,000万人突破⁽³⁾	GMV ⁽¹⁾ YoY+99% MAU ⁽⁴⁾ 510万人 (YoY+50%)

⁽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(翌月払い・定額払い)」等の利用者の合計(重複を除く)

⁽³⁾ 2021年4月21日時点、2021年3月末時点は980万人

⁽⁴⁾ 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ーの四半期平均の数

mercari

5

3Qの連結売上高はYoY+41%の286億円、連結営業利益はYoYで65億円増加の1億円となりました。
メルカリJPはGMV成長率がYoY+27%と第2四半期に続き着実な成長を示すとともに、調整後営業利益率はYoY4ppts改善の34%となりました。
メルペイは4月21日時点で利用者数1,000万人を突破し、メルカリUSもGMVはYoY+99%、MAUは500万人を超え(YoY+50%)、高い成長を継続しております。
7ページに進んでください。

FY2021.6 3Q

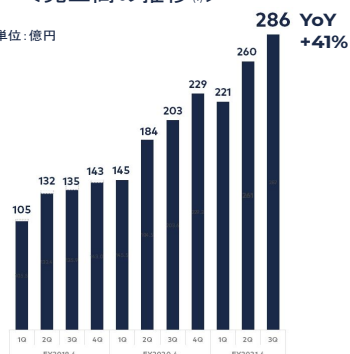
決算概況

2 決算概況 (連結) 売上高/営業損益

- 連結売上高は日米の継続的な成長に加え、メルカリ USのTake rateがYoYで約1.5倍(10%→15%)になったことも寄与し、過去最高を更新

＜売上高の推移＞⁽¹⁾

単位: 億円

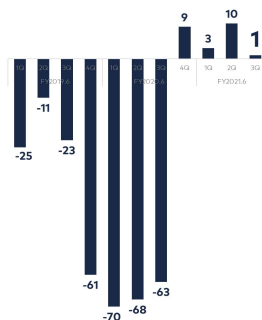


(1) 億円未満は切り捨て表示のため、FY2020.6 1Q-FY2021.6 3Qのクーポン金額は0として記載

mercari

＜営業損益の推移＞

単位: 億円



3Qの連結売上高は、日米の継続的な成長に加え、メルカリUSのTake rateがYoYで10%から15%と1.5倍になったことも寄与し、YoY+41%の286億と過去最高を更新いたしました。

連結営業利益は、投資を再開したものの、各事業の収益基盤が改善していることもあり、1億円の連結黒字となりました。

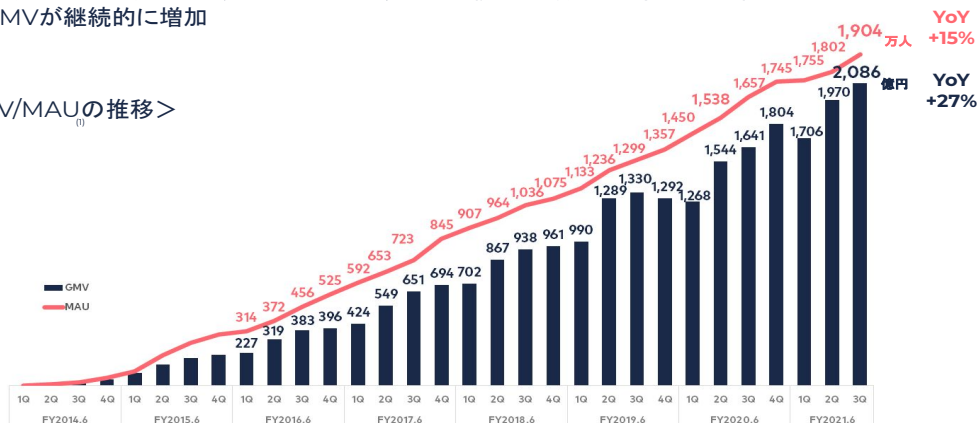
引き続き、今後の持続的成長と将来利益の最大化のための投資を行って参ります。

2 メルカリJP GMV/MAU

mercari

- 来期以降の持続的な成長にむけて、新規ユーザ獲得が順調に進捗した結果、GMVが継続的に増加

<GMV/MAUの推移>



(1)1か月に複数回以上アプリ又は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

mercari

8

メルカリJPのGMVとMAUは、3Qにおいてもしっかりと成長することが出来、GMVはYoY+27%となりました。

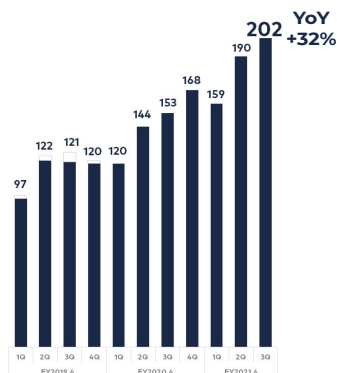
MAUは昨年テクノロジー等を活用した出品施策の効果に加え、メルペイの積極的なキャンペーンの実施によってメルカリのMAUが増加した影響もあり、YoYでは+15%となっておりますが、QoQでは+100万人強と新規ユーザ獲得が順調に進捗しました。

2 メルカリJP 売上高/調整後営業利益率

mercari

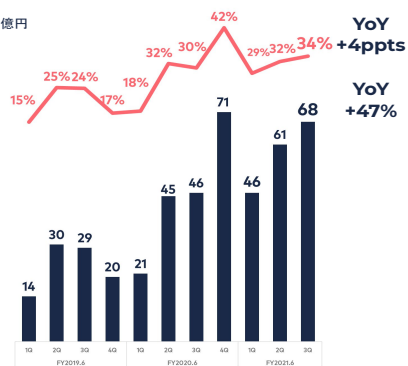
<売上高の推移⁽¹⁾>

単位: 億円



<調整後営業利益(率)の推移⁽²⁾>

単位: 億円



(1) 億円未満は切り捨て表示のため、FY2020.6 1Q-FY2021.6 3Qのクーポン金額は0として記載

(2) 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から適及的に変更したものととしてグラフに反映

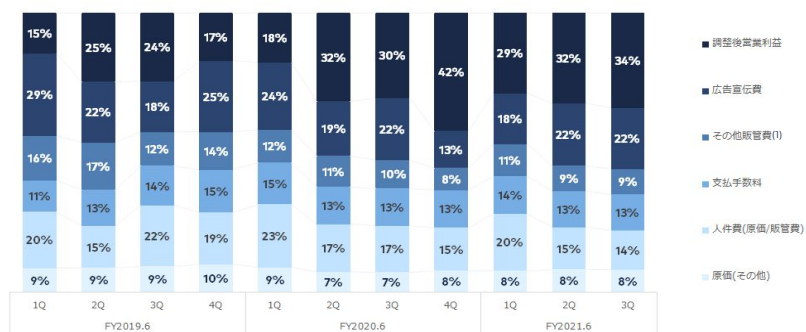
mercari

9

メルカリJPの売上高はYoY+32%の202億円。調整後営業利益率は34%と高い利益率となっております。

2 メルカリJP コスト構成(対売上高比率)

- 2Q比でコスト構成に大きな変更なし
- 継続的なGMV成長のもと安定的な収益基盤を構築していく



(1) 業務委託費、地代家賃、租税公課等

mercari

メルカリJPのコスト構成はQoQで見て大きな変化はありません。
 今後も継続的にGMVを成長させていく一方で、メルペイやメルカリUS、新規事業への成長投資を行うためにも、メルカリJPにおいて安定的な収益基盤を構築していきます。

2021.6 通期業績予想

- 連結: 売上1,030 - 1,060億円、営業利益△15 - 15億円
- メルカリJJP単体: 売上735 - 765億円(YoY+25% - +30%)
調整後営業利益率 29 - 31%

<4Q業績見通し>

連結	COVID-19によってGMV成長が急加速した反動で、日米のGMV成長率は一時的な減速が見込まれる。一方、COVID-19による先行き不透明感があるも、引き続き将来利益の最大化を重視した投資を行い、FY2021.6 4Q・FY2022.6 1Qを底に、来期以降も着実な成長を想定
メルカリJJP	前年大きく伸長したCOVID-19の反動で4QのGMV成長率はYoYで一時的に鈍化する見通し(4Q GMV成長率+4% - +21%)。持続的な成長に向けて4Qも広告宣伝を中心とした積極的な投資を実施するが、通期では30%前後の調整後営業利益率を想定
メルペイ	今期の方針として掲げている収益力強化にむけ、与信分野を中心に4Qも3Qと同等規模の投資を予定
メルカリUS	昨年4QはCOVID-19の影響がメルカリJJP以上に大きく、4QのGMV成長率はYoYで一時的に鈍化する見通し。4Qもマーケティング及び開発人員の採用強化等プロダクト改善に向けた投資を実施予定

2021年6月期の通期業績について非開示としておりましたが、このたび、2021年6月期通期の業績の予想がたち、それに基づき売上高が前期実績と比較して10%以上、営業利益以下が30%以上乖離する見通しとなりましたのでお知らせいたします。

4Qの業績見通しは、連結売上高は前年4QがCOVID-19によってGMVが急加速した反動で日米のGMV成長率は一時的な減速を想定しております。

一方COVID-19による先行き不透明感はあるものの、引き続き将来利益の最大化を重視した投資を行い、FY2021.4Q・FY2022.1Qを底に、来期以降も着実な成長を見込んでおります。

メルカリJJPは連結でご説明の通り、前年4Qで大きくGMVが成長した反動で4QのGMV成長率は+4%~+21%を見込んでおります。

また来期以降の持続的な成長のために4Qも広告宣伝を中心とした積極的な投資を実施するため、調整後営業利益率は一時的に低下し、19%-31%を想定しております。

メルペイは今期の方針である収益力の強化の軸となる与信分野を中心に、4Qも3Qと同等規模の投資を行う予定です。

メルカリUSにおいては、昨年の4QはCOVID-19の影響が日本以上に大きかったこともあり、4QのGMV成長率はYoYで一時的に鈍化する可能性が高いと考えております。

4Qもマーケティング及び開発人員の採用強化等プロダクト改善に向けた投資を実施する予定です。

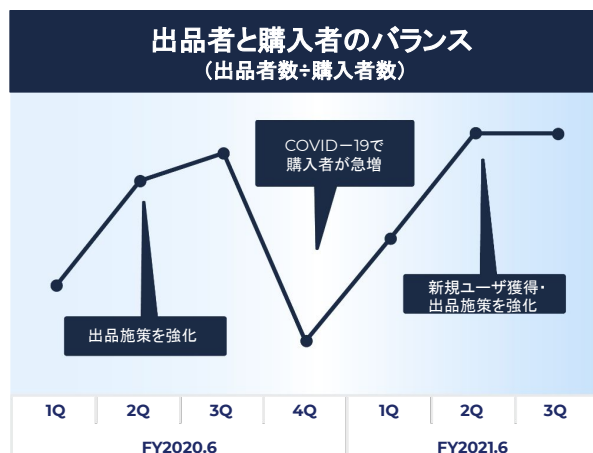
13ページに進んでください。

FY2021.6 3Q 事業別の状況

3 メルカリJP 出品者と購入者のバランスの最適化

mercari

- 新規出品者を着実に獲得しながら、出品者と購入者のバランスの最適化を実現



mercari

13

メルカリJPについて、出品者と購入者のバランスが取れていることは持続的な成長に重要であると考えております。

例えば、購入が多いことは短期的なGMVにはプラスに寄与しますが、購入が多すぎると在庫の減少につながり、購入者のユーザ体験を悪化させることになります。

一方で、出品が多すぎると在庫が多くなりすぎ、売れるまでに時間がかかったり、売価の低下等出品者のユーザ体験を悪化させることになるため、常に出品者と購入者のバランスの最適化を図ることが重要です。

左のグラフは出品者と購入者のバランスのグラフですが、COVID-19によってFY2020.6 4Qは出品者以上に購入者が急増した影響で一時的に出品者と購入者のバランスは悪化しましたが、その後は出品施策を強化するとともに、新規ユーザを積極的に獲得した結果、出品者と購入者のバランスは着実に改善してきております。

右図のNew Lister指数についてはCOVID-19の一時的な反動でFY2021.6 1Qで新規出品者が低下しましたが、その後は出品施策や新規ユーザ施策を強化していった結果、新規出品者が増加しております。

誰もが簡単に出品・梱包・発送ができることがメルカリの強みであり、差別化につながると考えているため、引き続き出品施策の強化を行い、新規ユーザを獲得していきます。

3 メルカリJP プロモーション効果の最大化

mercari

- 季節に応じて新規ユーザの獲得・出品・購入キャンペーンを実施することで、プロモーション効果の最大化を実現

	1月	2月	3月
施策	新規獲得 出品	新規獲得 出品	購入
プロモーション内容	 「年末年始はじメルカリ」 招待キャンペーン	 「はじメルカリGIFT」 招待キャンペーン	 「新生活くじ」

mercari

14

1-3月のプロモーションの内容ですが、1-2月では招待キャンペーンによって新規ユーザの獲得と出品を強化し、3月は新生活ということで購入のキャンペーンを行いました。
出品と購入のバランスの最適化を図りながら、季節に応じたキャンペーンを行うことで、新規ユーザの獲得とプロモーション効果の最大化を図っております。

3 メルカリJP COVID-19収束後の持続的な成長のために

mercari

- COVID-19収束後の持続的な成長のため、各社との連携を進める等、オフライン施策を強化

他社との連携施策

- 街の修理ショップであるミスターミニットと連携し、出品・梱包・発送サポートの実証実験を一部の店舗で実施
- ミスターミニットへの来客数増とともに、メルカリへの新規登録者数が計画以上に増加



mercari

オフライン施策

●メルカリ教室 (実施拠点数)



400
21年3月末

2,000拠点

21年12月見込み

●メルカリポスト (設置箇所数)



140
21年3月末

2,000-
3,000箇所

21年12月見込み

15

COVID-19収束後の持続的な成長を見据え、各社と連携を進める等、オフライン施策を更に強化しております。

ドコモとの連携以外にも、例えば、街の修理ショップであるミスターミニットとは、修理・ケアサービスとメルカリの便利な出品サポートなどのサービスをまとめておトクにご利用いただける、「メルカリ リペア by ミスターミニット」の実証実験店を東京都内6店舗で開始しております。

その結果ミスターミニットへの来客数が増加するとともに、メルカリへの新規登録者数が計画以上に増加しております。

これからオフライン施策を強化していくことで、メルカリ教室の実施拠点数は21年3月末の400拠点から21年末には2,000拠点、メルカリポストの設置箇所数21年3月末の140箇所から21年末には2,000-3,000箇所迄で増加する見通しです。

リアルなネットワークをうまく活用させていただきながら、新たなユーザの掘り起こしと、出品の簡便化・強化を行っていきます。

3 メルペイ 現在の注力領域

mercari

決済

- 「iD決済」と「コード決済」に加え、「バーチャルカード」の利用が可能に

与信

- 「メルペイスマート払い」にて、使った分を翌月にまとめて清算する「翌月払い」と 月々にわけて支払う「定額払い」を提供

ふえるお財布

- メルペイ残高を利用して資産運用ができるサービスを開始

iD

端末にかざすだけ



コード

コードを読み取るだけ



NEW バーチャルカード⁽¹⁾

カード番号を設定するだけ



翌月払い

「日常のお買い物」で翌月にまとめてお支払い



定額払い

「ちょっと背伸びしたお買い物」で清算金額を決めて月々にわけてお支払い



資産運用



(1) 2021年3月8日提供開始。「海外のWebサイト」「交通系ICカードへのチャージ」「公共料金のお支払」「月額、継続契約のお支払い」「街のお店(実際の店舗)」を除くMastercard®オンライン加盟店で利用可能

mercari

16

続いて、メルペイになります。

メルペイでは「信用を創造して、なめらかな社会を創る」というミッションのもと、「決済」「与信」「ふえるお財布」という3つの分野に取り組んでおります。

今期目指す「収益力の強化」に向けて、3Qも「与信」における定額払い利用者数の増加を中心に、順調に進捗いたしました。

「決済」の分野では、「iD」「コード」に続く新たな決済手法として、メルペイ内にて発行されるカードナンバーを用いて決済ができるバーチャルカードの提供を開始する等、利便性が向上し、

また、「ふえるお財布」については、貸付投資サービス「Funds」を活用した取り組みが好評であり、今後の展開を検討するとともに、株式会社メルコインを設立し新たな取り組みの検討を開始しております。

3 メルペイ 利用者数⁽¹⁾

mercari

- サービス開始以降順調に利用者数を積み上げ、利用者数 1,000万人を突破(2021年4月21日時点)



(1)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」「メルベイスマート払い(翌月払い・定額払い)」等の利用者の合計(重複を除く)

mercari

17

冒頭のKPIサマリーでご報告させていただいた通り、メルペイの利用者数が4月21日時点で1,000万人を突破いたしました。

引き続き、より多くのユーザに利用いただけるよう、サービスの向上に努めて参ります。

3 メルペイ UXの強化

mercari

- マイページをリニューアルし、メルペイ残高やメルペイスマート払いと信枠をわかりやすく



mercari

18

3Qは、メルカリアプリ内のマイページのリニューアルを行い健全性と利便性を向上させました。

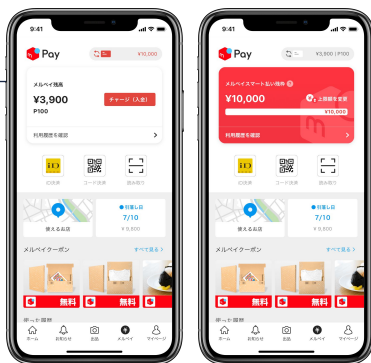
これまではメルペイに関する情報はマイページ内にはなく、メルペイに関する情報は別ページにて確認いただく必要がありましたが、今回のリニューアルにより、メルペイの残高やメルペイスマート払いと信枠をマイページ内上部に表示させるよう変更しております。

3 メルペイ 収益力の強化(与信)

mercari

- 定額払い利用者が順調に増加
- メルペイホーム画面のリニューアル、定額払いの上限利用個数や上限利用額を拡大する等、UI・UX向上に取り組む

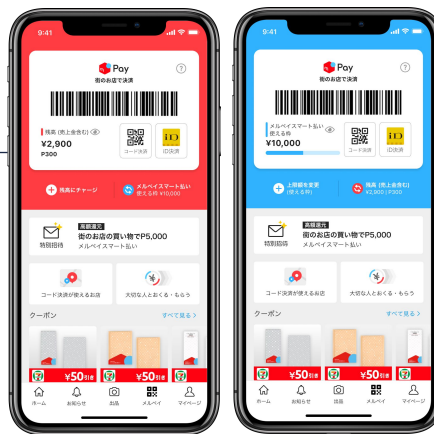
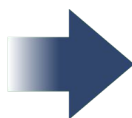
ホーム画面
BEFORE



残高表示

メルペイスマート払い表示

ホーム画面
AFTER



残高表示

メルペイスマート払い表示

mercari

19

続いて、与信分野の進捗です。前述の通り、収益力の強化に向けて注力している定額払いにおいて、利用者が順調に増加しています。

2Q決算発表にてご紹介した「分割でお支払い」ボタンの実装等の利用導線の強化に加え、メルペイホーム画面を改修し利便性を向上させるとともに、定額払いの上限利用個数や上限利用額を拡大する等実用性を改善する等UXの向上に努めております。

引き続き、利便性の向上に伴う利用者数の拡大に向けて取り組んでまいります。

3 メルペイ 本人確認の進捗

mercari

- ペイメント業界初となるマイナンバーカードを利用した「JPKI」による本人確認を開始
- メルペイ利用者における本人確認済みユーザ数⁽¹⁾が800万人を突破し、本人確認済み比率は8割以上に
- これにより、業界内で最も早く、接続停止していた金融機関との接続を再開



(1) eKYC、JPKI、銀行接続いずれかの手法で本人確認を行ったユーザ数

mercari

20

メルペイでは、安心安全な利用環境の構築を重要視し、メルペイ内での本人確認及び不正利用対策強化に積極的に取り組んでおります。

本人確認をさらに推進すべく、3Qからは日本政府が推進する公的個人認証であるマイナンバーカードを利用した本人確認(JPKI)を開始いたしました。

JPKIを活用した本人確認の導入は業界初となります。

このような積極的な活動により、本人確認済みのユーザ数は800万人を突破し、メルペイユーザにおける本人確認済み比率は8割以上にまで高まっています。

2020年9月に発生した業界的な不正出金事案以降、接続を停止した金融機関接続においてもこれらの取り組みが評価され、業界内で最も早く接続の再開を進めております。

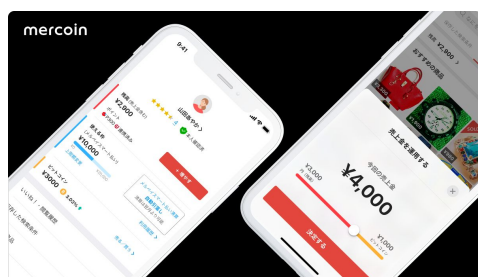
今後も安心・安全な利用環境の構築に向けて率先して取り組んで参ります。

3 メルコイン 設立

mercari

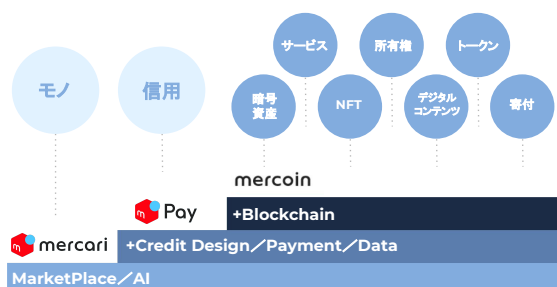
- 売上金のビットコインでの受取り機能や「ふえるお財布」における暗号資産連携を予定
- 与信、暗号資産・資産運用の機能を一つのウォレットで提供予定
- NFT領域における安定したマーケットづくりを目指す
- メルカリR4Dで研究を行ってきた価値交換を実現するブロックチェーンの技術等を取り込み、これまでのモノ・お金に限らず、誰もが簡単にあらゆる価値を交換可能な新たなユーザ体験の創出を目指す

PRODUCT Image



mercari

Aim



21

4月28日に暗号資産やNFT領域での事業を検討するメルカリの連結子会社「株式会社メルコイン」を設立いたしました。

グローバルでは、資産運用に加え、決済や送金等、様々なシーンで暗号資産やブロックチェーンの活用が広がっており、日本国内においても価値交換を実現するブロックチェーンの技術を取り込んでいくことで、これまでに無い新たなユーザ体験を提供できる可能性があると考えています。

具体的な一歩として、まずはビットコインで「メルカリ」の売上金を受け取れる機能や「ふえるお財布」サービスにてビットコインを購入できる機能等を提供していきたいと考えております。2Qより取り組んでいる「ふえるお財布」サービスが好評であり、メルペイのウォレットで資産運用を行うニーズが高いことがわかりました。これまでにない与信・暗号資産・資産運用を一つのウォレットに集約し、よりシンプルにわかりやすく誰もが簡単に金融サービスを利用できる環境やサービスを整えることが重要だと考え、その実現に向け取り組んで参ります。

また、NFT領域においても検討を進めております。

具体的な内容については策定中にはありませんが、NFTを活用し新たなデジタルコンテンツ、サービス、所有権等を流通させることによりアスリートやアーティスト、アート、ゲーム等の領域におけるクリエイターや個人のエンパワーメントにつなげていきたいと考えています。NFT領域については定められたルールがまだない初期のフェーズであるため、まずはルールづくり等、安定したマーケットプレイスを提供することで業界全体の活性化を進めて参ります。

これまでメルカリでは、2017年に設立した研究開発組織「R4D」にて様々な最新テクノロジーの研究開発に取り組んでまいりました。

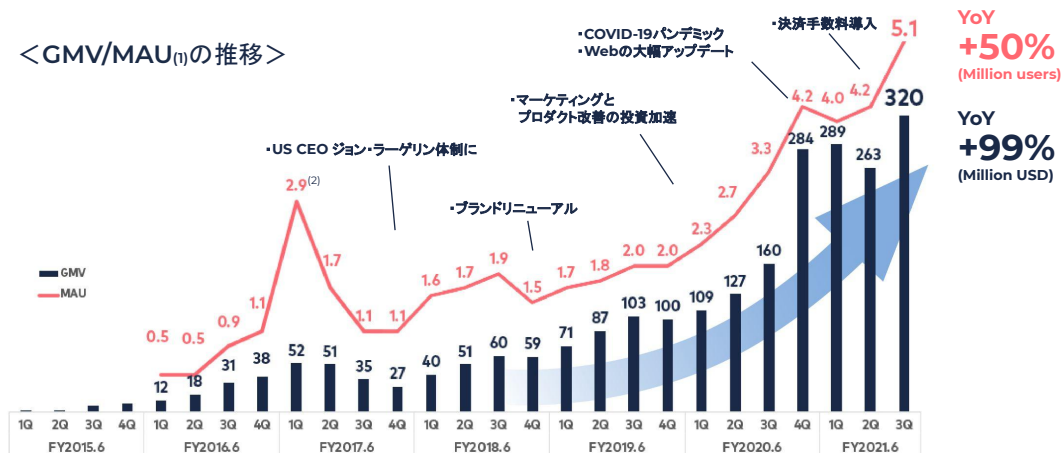
その研究テーマの一部である暗号資産やブロックチェーン、価値交換工学の研究結果を活かすことで、これまで行われてきたモノやお金での取引にとどまることなく、サービスやデジタルコンテンツ等あらゆる価値を誰もが簡単に交換できる新しい取引の形を創出し、メルカリのミッションである「新たな価値を生み出す世界的なマーケットプレイスを創る」の実現を目指します。

3 メルカリUS

mercari

- マーケティング施策とプロダクト改善が奏功し、GMVはYoY+99%と力強い成長を実現
- Post-COVID-19の状況を見極めながら、トップラインの成長に向け投資を継続予定

<GMV/MAU⁽¹⁾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ーの四半期平均の数

(2) 招待キャンペーンにより新規ユーザーが流入したが、プロダクトおよびCS体制とにも不十分であったため、多くの新規ユーザーがその後離脱。この経験からマーケティング手法の変更、及びプロダクトやCS体制の強化にフォーカス

mercari

22

メルカリUSはマーケティング施策とプロダクト改善が奏功し、GMVはYoY+99%、MAUはYoY+50%と力強い成長を継続しました。

今後もPost-COVID-19の状況を見極めながら、トップラインのさらなる成長に向けて継続的に投資を行う予定です。

【GMV/MAUの注釈詳細】

- FY2017.6 4Q US CEO ジョン・ラーゲリン体制に
 - 元Facebook社VPのジョン・ラーゲリンがマネジメントチームに参画、グローバル展開を加速
- FY2018.6 4Q ブランドリニューアル
 - ロゴ、アイコン、アプリUI、Webサイトデザインまで、抜本的にリブランディング。よりクリーンでシンプルなデザインにすることで、売ることが誰にとっても容易であるべきというサービス理念を反映
- FY2020.6 1Q マーケティングとプロダクト改善の投資加速
 - 月間GMV100M USD達成に向け、ブランド認知度向上とプロダクト改善への投資を加速
- FY2020.6 4Q COVID-19パンデミック、Webの大幅アップデート
 - 世界的なCOVID-19流行の影響、および積極的なマーケティング施策やWebの大幅アップデートなどプロダクト改善により、GMV成長率が加速
- FY2021.6 2Q 決済手数料導入
 - 従前から徴収している販売手数料に加え、2020年10月から段階的に決済手数料を導入

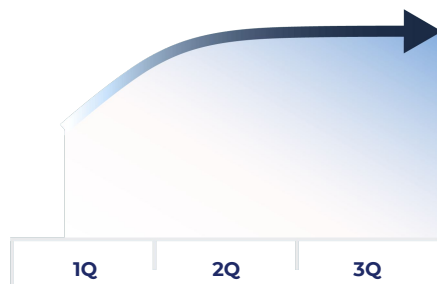
3 メルカリUS さらなる成長に向けた収益力強化

mercari

- 決済手数料の導入により、3QのTake rateが15%に上昇
- 3月単月で一時的に黒字化を達成する等、収益構造が改善
- 当面は将来利益最大化を重視した投資を優先し、定常的な黒字を見込むのは時期尚早

実質的なtake rate⁽¹⁾

15%



販売手数料 10%
決済手数料 2.9% + \$0.30
+
Instantpay
本物保証等

(1) 図はイメージ

mercari

23

2Qの途中で導入した決済手数料が、3Qでは四半期を通して寄与しました。

前述のGMV成長とTake rate15%への改善が重なった結果、3月単月で一時的に黒字化を達成する等収益構造が改善してきております。

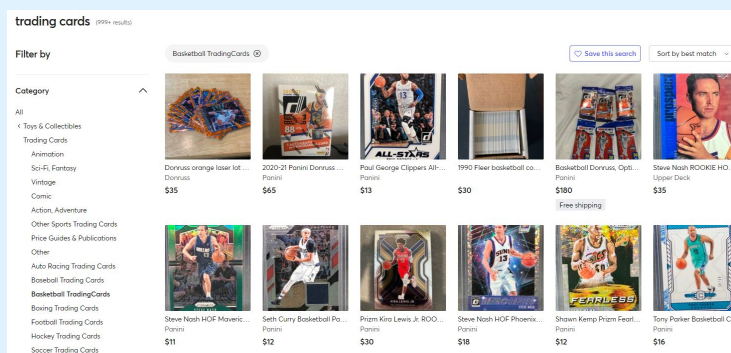
しかし、当面は将来利益最大化を重視した投資を優先させるこれまでの方針に変更はなく、定常的な黒字化は時期尚早であると考えております。

3 メルカリUS 使いやすさの向上

mercari

Search & Item Category Expansion

- 約700の新カテゴリーを追加し、カテゴリーを細分化することで出品のしやすさとサーチ精度を向上
- オールジャンルマーケットプレイスとして幅広いニーズに対応



mercari

24

メルカリUSでは「Mercari is your marketplace」として、誰もがより簡単で安全に様々なモノが売れるマーケットプレイス「Mercari」の浸透・成長に向けて、認知度向上及び新規ユーザ獲得に加え、出品および配送の最適化に取り組んでおります。

一例として、特に好調なトレーディングカードカテゴリー等約700の新カテゴリーを追加し、従来のカテゴリー数1,900から2,600まで細分化することで出品のしやすさとサーチ精度の向上を実現しました。

これにより、オールジャンルマーケットプレイスとしてユーザーの幅広いニーズに更に対応することが可能となっております。

3 メルカリUS マーケティング施策

mercari

マーケティング

- 約1億人の視聴者数をほこる“Super Bowl LV”でテレビCMを放映するなど、新しいブランディングキャンペーンによるマーケティング施策を強化



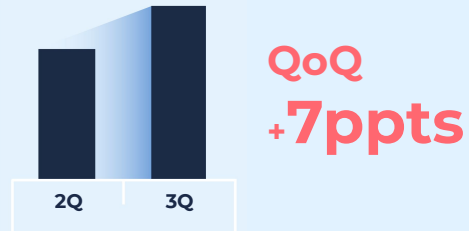
テレビCM動画: <https://www.youtube.com/watch?v=TOPtyCayYYI>

(1) 図はイメージ

mercari

ブランド認知度⁽¹⁾

- ブランド認知度が改善し、同業他社と同水準まで向上



25

3QはメルカリUSのハイシーズンであり、それにあわせ約1億人の視聴者数をほこる“Super Bowl LV”でテレビCMを放映するなど、新しいブランディングキャンペーンによるマーケティング施策を強化しました。これによりブランド認知度が2Qとの比較で約7ポイント改善し、同業他社と同水準まで向上するなど、着実に投資効果が出てきていると考えております。

今後の更なる成長の土台として優秀な人材の継続的な採用が不可欠であり、その観点からも認知度の向上が寄与していると考えているため、引き続き4Qもマーケティング及び開発人員採用強化等プロダクト改善に向けた投資を実施する予定です。

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「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まいります。

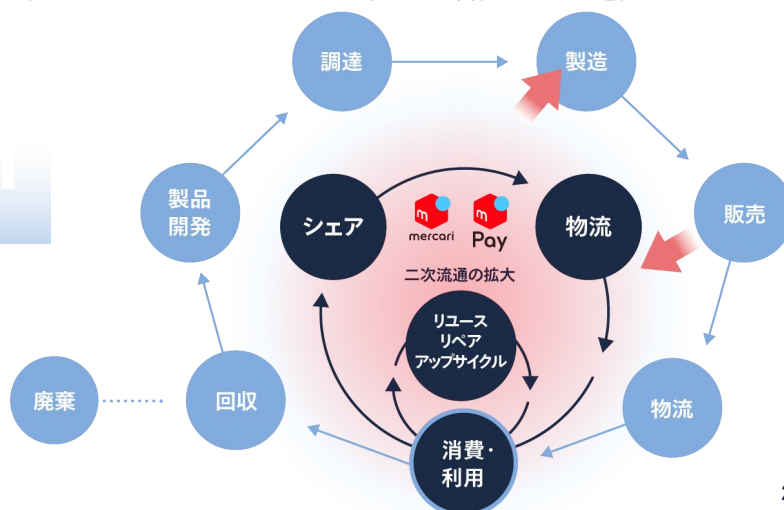
次のページからは、循環型社会の実現に向けた直近の取り組みについてご説明いたします。

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



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います。

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まいりました。

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。

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目指した取り組み

＜マーケットプレイスの基本原則に基づくアクションの推進＞

マーケットプレイスの基本原則 (Principles)

「マーケットプレイスのあり方に関する有識者会議」を経て2021年1月に「マーケットプレイスの基本原則」を策定。「誰もが安心して参加できる、多様で自由なマーケットプレイス」を目指す

＜3つの基本原則＞

安全であること
(Safe)



信頼できること
(Trustworthy)



人道的であること
(Humane)



ファーストリテイリングとの包括連携の締結

特定の新商品発売前後の注意喚起や権利侵害品対策など緊密に連携することにより、**両社のお客さまの混乱を回避し、より安心・安全に取引ができる環境の構築を目指す**



「マーケットプレイスの基本原則」(Principles)全文はコーポレートサイトをご覧ください: <https://about.mercari.com/principles/>
mercari

28

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り組みの一貫として「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、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き、全6回の議論を通じて「安全であること」「信頼できること」「人道的であること」の3つの基本原則を定めまし

た。今後、この3つの原則に基づき、誰もが安心して参加できる、多様で自由なマーケットプレイスを目指してしていきたいと考えています。

基本原則の公開以降、目指したいマーケットプレイスの実現に向けたアクションのひとつとして、ステークホルダーとの連携と対話を推進してまいりました。

2021年3月17日には、ファーストリテイリングの商品がメルカリのマーケットプレイス上で、より安心・安全に取引できる環境の構築を目指し、両社が共同で取り組む「マーケットプレイスの共創に関する覚書」を締結いたしました。この取り組みを通じて特定の新商品発売前後の注意喚起や権利侵害品対策など両社で緊密に連携を行っています。

4 循環型社会の実現のために

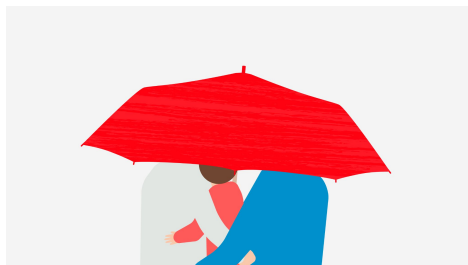
mercari

「社会にとって必要とされる」マーケットプレイスを目指した取り組み

＜マーケットプレイスの基本原則に基づくアクションの推進＞

権利者保護プログラムを通じた 権利者との連携強化

権利者が「メルカリ」上に出品された権利侵害品の削除申立手続きを簡略化する「権利者保護プログラム」のウェブページを公開



権利者保護プログラムの詳細についてはこちらをご覧ください: <https://about.mercari.com/safety/rights-protection-program/>

mercari

経済産業省製品安全アワードの受賞

製造・輸入事業者などと連携し、お客さまへ製品安全情報を迅速に知らせるリコール品プログラムなどが評価され、経済産業省が表彰を行う「製品安全対策優良企業表彰」を受賞



29

また、権利者が「メルカリ」上に出品された権利侵害品の削除申立手続きを簡略化する「権利者保護プログラム」のウェブページを2021年2月に公開いたしました。

メルカリは2014年より本プログラムの運用を開始し、お客さまに安心・安全にメルカリをご利用いただけるよう、これまで500社以上の権利者との連携強化を行ってきましたが、今回のウェブページ公開により、本プログラムに基づく削除申立手続きおよびプログラム加入手続きをより簡略化し、権利者との迅速な連携をさらに強化して参ります。

さらに、製造・輸入事業者などと連携し、お客さまへ製品安全情報を迅速に知らせるリコール品プログラムなど、の安心・安全への取り組みが評価され、メルカリは経済産業省が募集・表彰を行う「令和2年度製品安全対策優良企業表彰(PSアワード2020)」において、ネットモール運営事業者部門 特別賞(審査委員会賞)を受賞しました。

今後もメルカリは「多様で自由なマーケットプレイス」を目指し、様々なステークホルダーとの連携を推進して参ります。

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目指した取り組み

＜事業アセットを通じたよりよい社会の実現に向けた取り組み＞

東日本大震災の被災地が抱える課題への支援

東日本大震災の被災地を「メルカリ寄付」機能の寄付先へ追加したほか、被災地での「メルカリ教室」の実施など、メルカリならではの復興に向けた取り組みを推進



mercari

日本財団との業務提携

メルカリ・日本財団両社の持つアセットを通じた寄付の仕組みを構築・推進する業務提携に合意。誰もが気軽に社会貢献できる環境の実現を目指していく



30

メルカリはこれまでも「メルカリ寄付機能」などを活用し、事業アセットを通じたよりよい社会の実現に向けた取り組みを実施してきました。

2021年2月には慈善団体をはじめとする10団体が新たに寄付先へ追加され、また3月11日より、被災地である岩手県陸前高田市・岩手県山田町・福島県川俣町が追加されました。

今後もメルカリは、被災地におけるコミュニティ維持・形成を目的とした「メルカリ教室」の実施、地域児童の学びを支える教育プログラムの開催など、メルカリならではの復興に向けた取り組みを推進して参ります。

また、日本財団との業務提携を通じて、両社の持つアセットを生かした寄付の仕組みを構築・推進しております。

この業務提携を通じて、月間利用者数,900万人を超える顧客基盤を持ち、循環型社会の実現に取り組むメルカリと、60年近く社会課題解決に取り組んできた日本財団の知見・ネットワークを掛け合わせることで、誰もが気軽に社会貢献できる環境の実現を目指します。

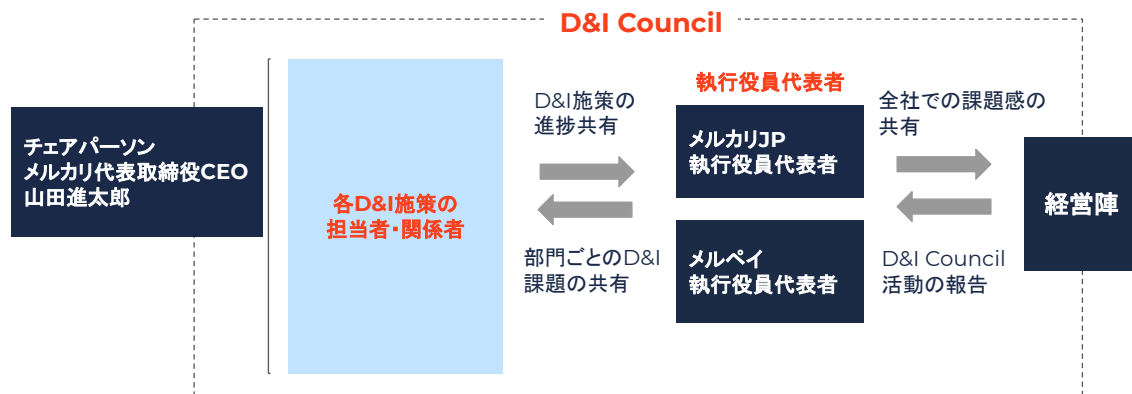
4 循環型社会の実現のために

mercari

ダイバーシティ&インクルージョンの社内外へのさらなる推進

<D&Iの推進体制>

社員個々の多様な経験や視点を尊重した、世界的に競争力のあるチームづくりを目指し、メルカリCEO直轄の社内委員会「D&I Council」を運営



mercari 詳細はプレスリリースをご覧ください: https://about.mercari.com/press/news/articles/20210119_dandicouncil/

31

メルカリ東京オフィスのエンジニアリング組織の約50%の社員が日本国籍以外で構成されるなど、社内におけるダイバーシティが加速しています。

今後は、国籍の多様性のみならず、D&Iの推進をさらに強化し、競争優位性を確保する重要な経営戦略のひとつとして全社を挙げて取り組む必要があると考え、2021年1月に組織横断の社内委員会として「D&I Council」を設立いたしました。

このD&I Councilの活動を通じ、社員個々の多様な経験や視点を尊重した、世界的に競争力のあるチームづくりを目指してまいります。

4 循環型社会の実現のために

mercari

ダイバーシティ&インクルージョンの社内外へのさらなる推進

<世界的に競争力のあるチームづくりを目指した D&I>

無意識バイアスワークショップ資料の無償公開

「無意識バイアスを適切に理解する」ためのノウハウを広く共有し、日本社会全体の多様性の受容を推進すべく、「無意識バイアスワークショップ」研修資料を無償公開



エンジニア育成プログラムBuild@Mercari

IT業界のマイノリティを対象とした、ソフトウェアエンジニア育成プログラム「Build@Mercari 2021」の募集を開始



mercari 無意識バイアスワークショップ研修資料はこちらからご覧ください: <https://careers.mercari.com/jp/diversity/>

32

さらに、社内だけではなく、日本社会全体の多様性の受容を推進すべく、今年の2月に自社内製による独自研修プログラム「無意識バイアスワークショップ」研修資料を無償公開いたしました。メルカリでは、本研修をマネージャー全員への受講必須プログラムとして2020年初めより実施しており、資料の無償公開を通じ「無意識バイアスを適切に理解する」ためのノウハウを広く共有することを目指しています。

加えて、今年の3月より、女性やLGBT+コミュニティの方などIT業界のマイノリティ(少数派)を対象とした、ソフトウェアエンジニア育成プログラム「Build@Mercari 2021」の募集を開始しております。IT業界のマイノリティの方々を対象にエンジニアを本格的に目指す機会を提供することで、業界全体でのD&I推進に少しでも貢献すべく、昨年度より実施している取り組みです。

Appendix

決算詳細

5 メルカリグループ



株式会社メルカリ

設立 2013年2月1日
 事業内容 スマートフォン向けフリマアプリ「メルカリ」の企画・開発・運営
 代表者 山田進太郎

MERCARI

Mercari, Inc.
(US)

設立 2014年1月
 事業内容 US版メルカリの企画・開発・運営
 代表者 John Lagerling

souzoh

株式会社ソウゾウ

設立 2021年1月28日
 事業内容 インターネットサービスの企画・開発・運営
 代表者 石川 祐樹

merpay

株式会社メルペイ

設立 2017年11月20日
 事業内容 金融事業
 代表者 青柳直樹

New
mercoin

株式会社メルコイン

設立 2021年4月28日
 事業内容 暗号資産・ブロックチェーン
 代表者 青柳直樹



株式会社
鹿島アントラーズ・
エフ・シー

設立 1991年10月1日
 事業内容 フットボールクラブ運営
 代表者 小泉文明

5 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ジュ・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

- ・ ㈱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)
- ・ ㈱メディアドゥ社外取締役(現任)

- ・ ㈱日本長期信用銀行(現 ㈱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㈱)エグゼクティブ・ディレクター
- ・ ドイツ証券㈱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㈱ビジネスデベロップメント統括責任者
- ・ ブラックロック・ジャパン㈱取締役
- ・ 東京海上ホールディングス㈱常務執行役員グループ Chief Digital Officer(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
- ・ ㈱ほほ日 取締役CFO
- ・ エール㈱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

mercari

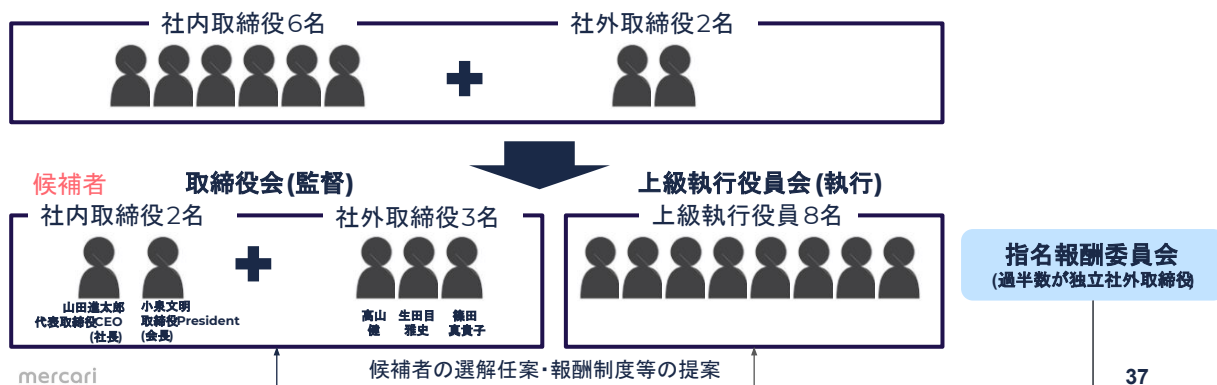
Governance

<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



5 メルカリのミッションを実現するための研究開発

mercari

mercari R4Dを通じたメルカリの未来を作る研究開発

メルカリでは、研究開発組織 mercari R4Dで研究開発を行っています。R4Dには、研究 (Research) に加えて、設計 (Design)・開発 (Development)・実装 (Deployment)・破壊 (Disruption) という4つのDを意味する言葉が含まれており、主に3~5年後のメルカリの未来を作る研究開発に取り組んでいます。

量子インターネット研究

R4D永山が代表を務める研究開発コンソーシアム QITFが、量子情報技術による次世代通信インフラである量子インターネットの実現までの道筋についてまとめたホワイトペーパーを発表。

ELSI研究を通じた 社会課題解決に向けたイノベーション

ELSI(倫理的・法的・社会的課題)に配慮した研究開発プロセスを構築する共同研究を、大阪大学ELSIセンターとともに実施。企業における研究倫理審査や人材育成等の実践的方法論の構築を目指す。



mercari

mercari R4Dの詳細についてはこちらを参照ください: <https://r4d.mercari.com/>

5 メルカリのミッションを実現するための研究開発

mercari

mercari R4Dを通じたメルカリの未来を作る研究開発

価値交換工学

2020年1月から5年間、東大との共同研究「価値交換工学」を実施。**世界中の人々がフェアでスムーズな価値交換**を行うことが可能な社会の実現を目指すために、既存の学問の枠に囚われることなく工学的なさまざまな観点から研究。



mercari mercari R4Dの詳細についてはこちらをご参照ください: <https://r4d.mercari.com/>

電動モビリティpoimo

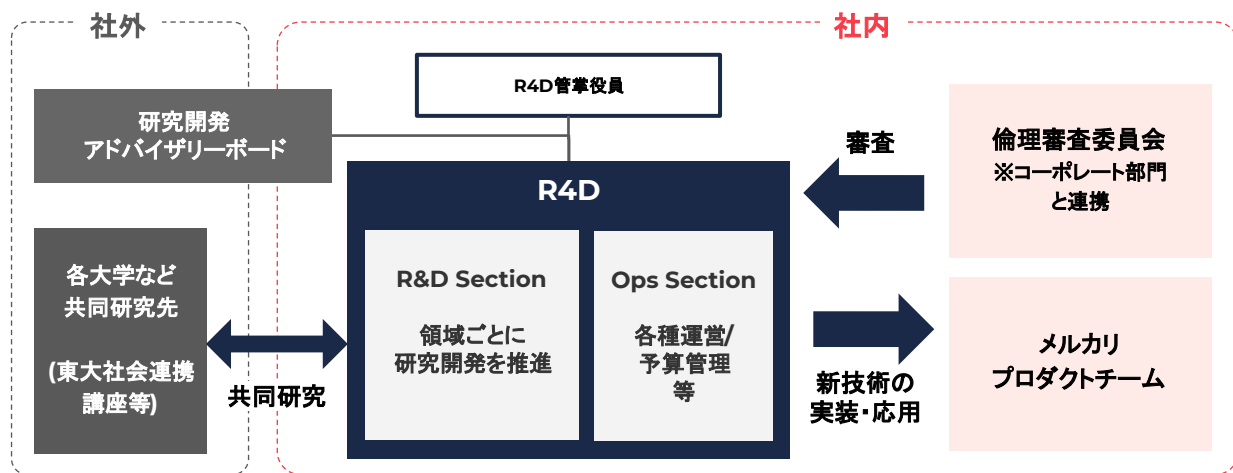
東京大学との共同研究で人や商品の移動に使える風船構造のモビリティを開発。
未来社会の移動の自由度を高め、**インクルーシブな社会の移動を支えることを目指す。**



5 メルカリのミッションを実現するための研究開発

mercari

<mercari R4Dの組織体制>



5 メルカリのミッションを実現するための研究開発

mercari

<mercari R4D研究開発アドバイザリーボード>

社外有識者による第三者視点で研究開発に関する諮問および意思決定プロセスを強化していくことを目的に2019年9月に設置



村井純 / Prof. Jun Murai
日本のインターネットの父

慶應義塾大学環境情報学部教授
大学院政策・メディア研究科委員長
工学博士



川原圭博 / Prof. Yoshihiro
Kawahara, 東大教授

東京大学大学院工学系研究
科電気系工学専攻教授・JST
ERATO 研究総括
情報理工学博士



森正弥 / Masaya Mori
元RIT所長

元・楽天株式会社執行役員, 楽天
技術研究所代表, 楽天生命技術ラ
ボ所長として世界の各研究拠点のマネ
ジメントおよびAI・データサイエンティ
スト戦略に従事。



山田進太郎

代表取締役CEO（社長）



濱田 優貴

上級執行役員CINO

内部委員

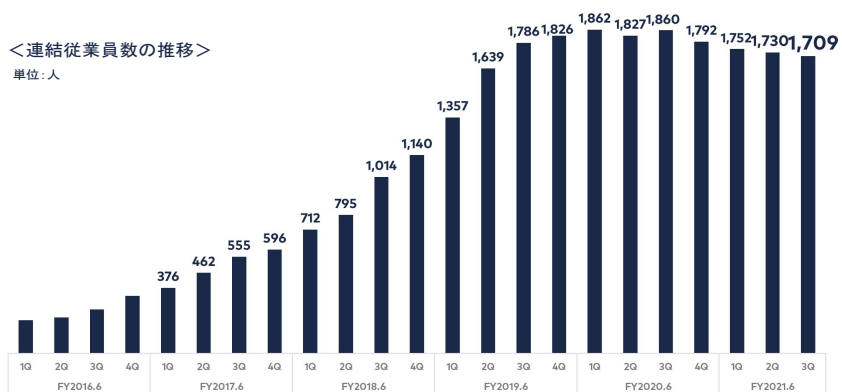
5 メルカリの高成長を支える優秀な人材

mercari

- 採用を開始しつつ、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



5 連結PL

mercari

(百万円)	FY2020.6 3Q(1-3月)	FY2021.6 2Q(10-12月)	FY2021.6 3Q(1-3月)	成長率	
				YoY	QoQ
売上高	20,356	26,057	28,687	+40.9%	+10.1%
EBITDA ⁽¹⁾	-6,173	1,238	357	N/A	-71.2%
マージン (%)	-30.3%	4.8%	1.2%	-	-
営業損益	-6,386	1,006	158	N/A	-84.2%
マージン (%)	-31.4%	3.9%	0.6%	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	-8,108	-169	-535	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

mercari

(億円)	FY2020.6 3Q(1-3月)	FY2021.6 2Q(10-12月)	FY2021.6 3Q(1-3月)	成長率	
				YoY	QoQ
GMV	1,641	1,970	2,086	+27.1%	+5.9%
YoY	+23.4%	+27.5%	+27.1%	-	-
売上高	153	190	202	+32.0%	+6.3%
対GMV 比	9.4%	9.7%	9.7%	-	-
営業損益	29	39	46	+56.1%	+15.7%
マージン (%)	19.3%	21.0%	22.8%	-	-
調整後営業損益 ⁽¹⁾	46	61	68	+47.3%	+11.8%
マージン (%)	30.5%	32.3%	34.0%	-	-

(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

5 連結BS

mercari

(百万円)	FY2019.6 4Q末	FY2020.6 4Q末	FY2021.6 3Q末
流動資産合計	151,813	169,277	216,089
現金及び預金	125,578	135,747	171,692
未収入金	14,176	15,612	40,054
固定資産合計	11,871	28,736	31,383
資産合計	163,685	198,014	247,473
負債合計	112,748	162,645	210,227
未払金	7,281	16,206	18,420
預り金	45,818	83,954	114,260
短期借入金 (1)	1,261	900	12,247
長期借入金	51,447	51,547	51,246
純資産合計	50,936	35,368	37,246

(1) 1年以内に返済予定の長期借入金を含む

mercari

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:

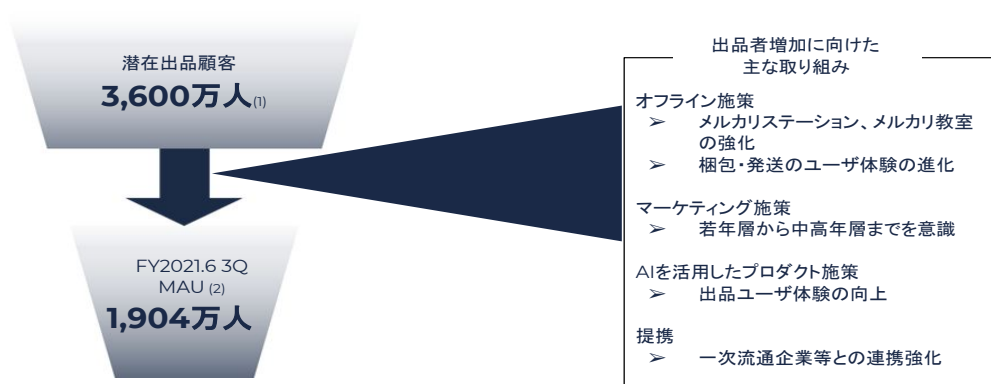
- 毎月定額で柔軟な支払いができる「定額払い」などの与信サービス拡大による収益力強化
- 定額払い等により更なるメルカリ・メルペイのシナジーの強化

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 メルカリJP メルカリの成長ポテンシャル

- メルカリの持続的な成長に向けて、出品の簡便化及び新規ユーザ獲得を実施



(1) 18-74歳までの男女1,260名を対象に電通マクロミルインサイトが2019年4月に実施した調査に基づく潜在出品顧客はメルカリ認知あり、出品意向はあるが未出品の人。アプリDL有無や購入経験は不問
(2) MAUの中には一部潜在出品顧客を含む

5 COVID-19の影響 3Q(1-3月) カテゴリーの変化

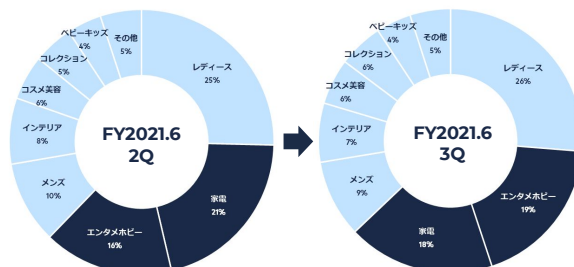
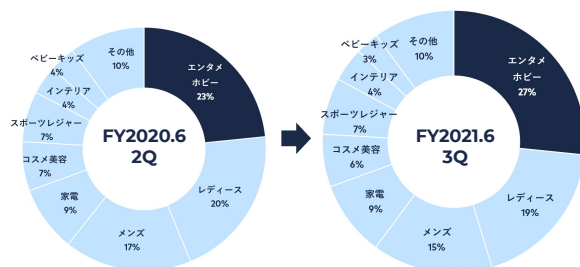
mercari



季節性の影響等で、2Q比でエンタメホビーが増加し、アパレルが減少



トレーディングカードなどの取引が増加し、エンタメ・ホビーが好調に推移
季節性の影響等により2Q比で家電が減少



mercari

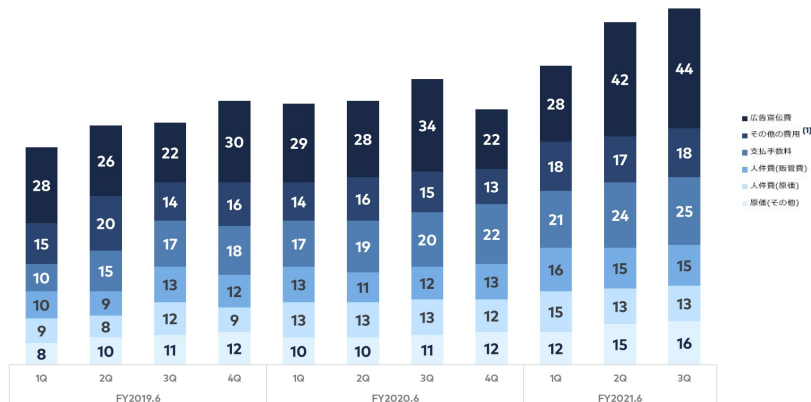
48

5 メルカリJP コスト構成

mercari

- 2Q比でコスト構成に大きな変更なし
- 継続的なGMV成長のもと安定的な収益基盤を構築していく

単位: 億円



(1) 業務委託費、地代家賃、租税公課等

mercari

5 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 RealReal
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)	✓	✓	✓	×	✓	×	✓

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

5 鹿島アントラーズ

mercari

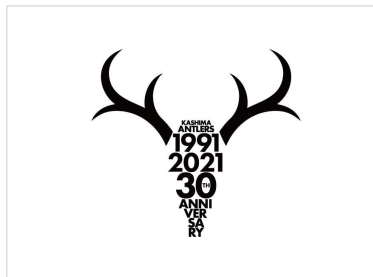
- 2021年シーズンが開幕
- クラブ創設30周年のアニバーサリーイベント企画やグッズ販売を予定

2021年シーズン開幕



©KASHIMA ANTLERS

クラブ創設30周年



30周年記念サイト:<https://www.antlers.co.jp/lp/30th/>

mercari

5 新規事業に関する子会社設立

mercari

- メルカリグループの中長期的な新たな柱となりうる事業の企画・開発・運営を目的に新会社を設立

◆社名:株式会社ソウゾウ

◆事業内容:インターネットサービスの企画・開発・運営

◆資本金:50百万円

◆出資比率:メルカリが100%出資する子会社

◆事業開始日:2021年中(予定)

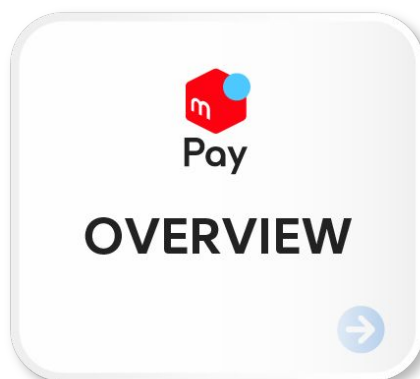
5 新規投資家のみなさまへ

mercari

- 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。

FY2021.6 4Qの決算発表は、2021年8月12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