



FY 2022.6 2Q

PRESENTATION MATERIAL

mercari

目次

1 経営体制の強化

2 決算サマリー

3 決算概況

4 Appendix



経営体制の強化

1

グループ経営体制の強化

- 2022年1月1日より、メルカリグループのさらなる成長に向けて経営体制を強化
- グローバル展開促進、日本事業(Japan Region)の連携強化に伴う事業間シナジー創出を加速

Global Expansion



上級執行役員
SVP Global Expansion
(グローバル推進担当)

田面木 宏尚



上級執行役員
SVP Global Strategy
(グローバル戦略担当)
兼 Mercari, Inc. CEO

John Lagerling



代表取締役
CEO
(社長)

山田 進太郎

Japan Region



上級執行役員
SVP Japan
(メルカリグループ日本事業責任者)¹
兼 株式会社メルコイン 代表取締役CEO

青柳 直樹

1. 日本事業をまとめるSVPとして各カンパニー(事業)を統括

グループ組織図

- 新たにJapan Regionを設け、事業間シナジーの創出を促進
- 今後さらに、横の連携を意識したマーケティング施策やプロダクト開発、セキュリティ強化等を推進予定

mercari

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
- 代表取締役 CEO 山田進太郎
- メルカリJP CEO Jeff LeBeau

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
- CEO John Lagerling

souzoh

株式会社ソウゾウ

- 2021年1月28日
- インターネットサービスの企画・開発・運営
- 石川佑樹

merlogi

株式会社メルロジ

- 2021年10月28日
- 物流サービスの企画・開発・運営
- 進藤智之

merpay

株式会社メルペイ

- 2017年11月20日
- 金融事業
- 山本真人

mercoin

株式会社メルコイン

- 2021年4月28日
- 暗号資産・ブロックチェーン
- 青柳直樹



株式会社
鹿島アントラーズ・
エフ・シー

- 1991年10月1日
- フットボールクラブ運営
- 小泉文明

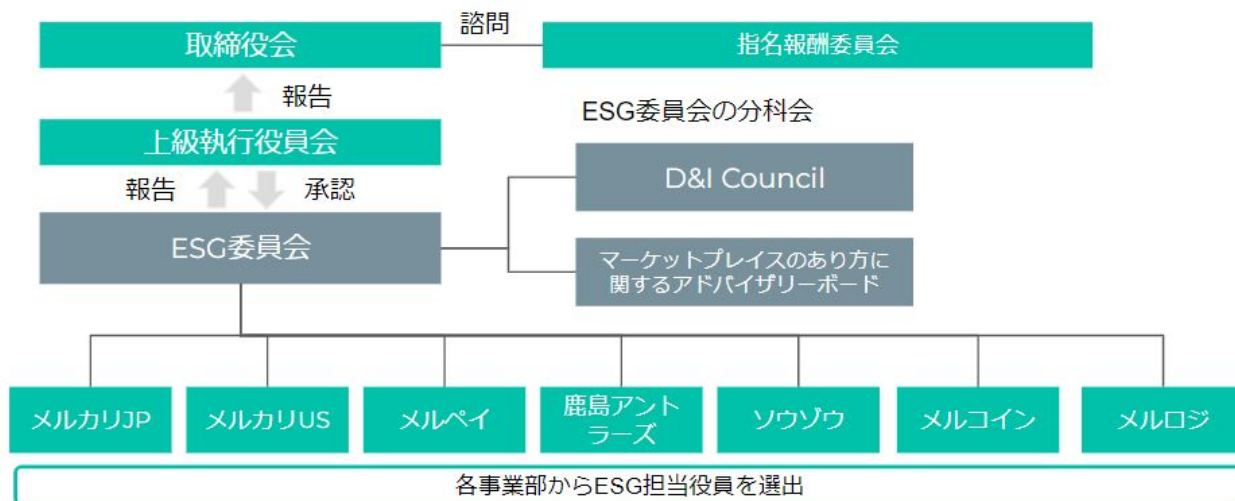
Japan Region

1

ESG委員会の設置¹

- 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委員会を設立
- 代表取締役CEOの山田が委員長を務める
- 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

<体制図>



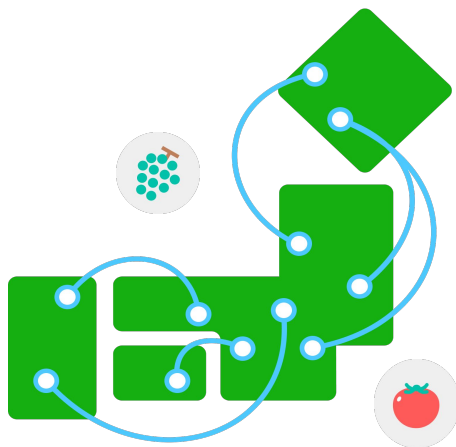
1 ESG 各マテリアリティに沿った2Qの取り組み

マテリアリティ	2Qの取り組み
1 循環型社会の実現 /気候変動への対応	● SBT(Science Based Targets)¹へのコミットメントレターの提出 ● ユーズドアイテムの購入を通じて身近なサステナビリティが体験できる「サステなストア」を期間限定オープン
2 ダイバーシティ& インクルージョンの体现	● LGBT+に関する企業評価指標「PRIDE指標2021」にて「ゴールド」を受賞 ● 育児・介護等でキャリアを中断した方を対象としたキャリア再開支援プログラム「Mercari Restart Program」の募集を開始
3 地域活性化	● 「メルカリ」にネットショップを開設できる「メルカリShops」本格提供開始 ● 岩手県山田町で「メルカリShops」を開設し、閉校学校の備品等の出品を開始(全国初) ● 雲仙市、北杜市とメルカリ、ソウゾウが連携協定を締結
4 安心・安全・公正な 取引環境の実現	● ユー・エス・ジェイと安心・安全な取引環境の構築に向けた包括連携協定を締結 ● セブン-イレブン、ファミリーマート、ローソンと安心・安全な取引環境の構築に向けた包括連携協定を締結 ● メルカリの「権利者保護プログラム」に一般社団法人 日本音楽事業者協会が加入
5 コーポレートガバナンス /コンプライアンス	● 新経営執行体制を踏まえた権限規程類の整備

1. パリ協定が求める水準と整合した、5-15年先を目標年として企業が設定する、温室効果ガス排出削減目標のこと

1 ESG「メルカリShops」を通じた地方への貢献

- 「メルカリShops」を通して、地方の活性化や課題解決貢献、循環型社会を推進
 - 地方から送られる商品が全体の約6割を占める
 - 地方自治体と連携し、これまでECの活用が難しかった事業者等への支援も開始
 - 岩手県山田町で「メルカリShops」を活用した閉校学校の備品出品を全国で初めて開始
「閉校した学校備品を次の方にお譲りすることでモノを循環させていく取り組み」を全国に広げていく



自治体初

山田町が閉校した
学校の備品を
メルカリShopsに出品！



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
2. 千葉県船橋市、愛知県瀬戸市、岩手県山田町、長崎県雲仙市、山梨県北杜市など



FY2022.6 2Q 決算サマリー

2 FY2022.6 2Qの進捗状況・ハイライト

連結

- 経営体制の強化や積極的な採用等、持続的な成長を可能にする事業基盤の構築を推進
- GMV YoY+20%以上(JP/US)、調整後営業利益率(JP)30%以上という期初目標に向けて進捗は遅れているが、現時点で目標に変更はない
- 引き続き、安心・安全な利用環境の構築に向けて、本人確認やプロダクト開発を推進

メルカリJP		メルペイ		メルカリUS	
● GMVは過去最高を更新し、高成長を継続 ● パーソナライゼーションやWebの強化など、幅広い世代が簡単・安心に利用出来るサービスの推進		● 「定額払い」債権残高が350億円を超え、順調に成長中 ● 独自の与信を活用し、継続成長を目指す		● ホリデーシーズンの需要期に合わせたマーケティング施策が奏功しMAUが増加、結果、GMV成長率はYoY17% ● MAU12月単月530万	
ソウゾウ		メルロジ		メルコイン	
● 10/7の本格提供後も出店数や出品数が順調に増加 ● 事業者の売れる体験の最大化にむけて、積極的なマーケティング施策を実施		● 2021年10月会社設立 ● メルカリポストを利用した集荷物流の実証実験(世田谷区)を展開中		● 暗号資産: FY2023.6の事業開始を目指し、ライセンスの取得を推進 ● NFT: 2022年以降のブロックチェーン技術の活用を目指す	
				鹿島アントラーズ	
				● 創設30周年を機に、経営ビジョン「Vision KA41」を大幅にアップデートし、推進	

1. メルペイへの決済機能移管に伴うメルカリ・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

連結

売上高

375億円
(YoY+44%)会計方針変更の影響を
除外した売上高316億円
(YoY+22%)

営業損益

▲26億円
(YoY-36億円)

メルカリJP

GMV₁

YoY +15%

調整後営業利益率

26% (YoY -7ppts)

メルペイ

利用者数₂

1,214万人

メルカリUS

GMV₁

YoY +17%

MAU₃

512万人 (YoY+21%)

1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計（メルカリJPのGMVに「メルカリShops」のGMVは含まず）

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」「メルベイス마트払い(翌月払い・定額払い)」等の利用者の合計(重複を除く) 2021年12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

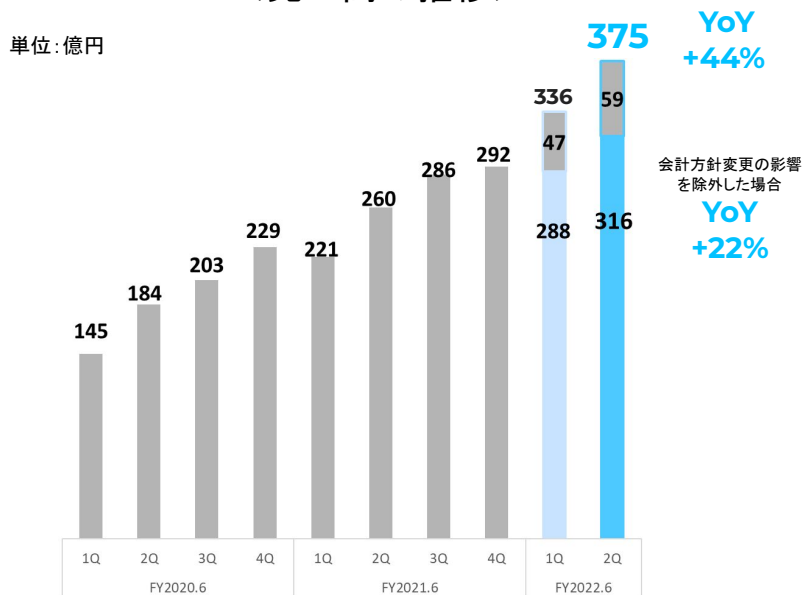


FY2022.6 2Q 決算概況

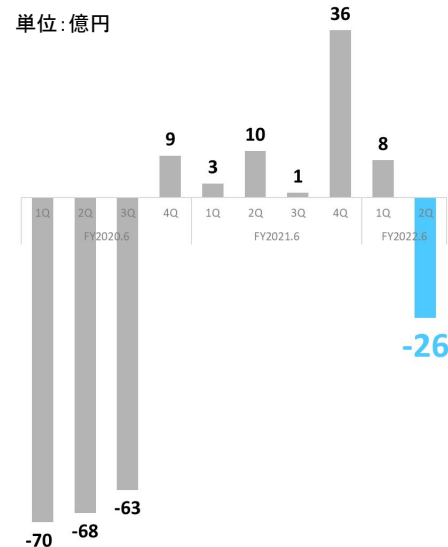
決算概況 (連結) 売上高/営業損益

- 3本柱の着実な成長に加え、主にメルカリUSの収益認識の会計方針変更¹の影響で売上高が増加
 - 会計方針変更の影響額が59億円あり、その影響を除いた2Qの売上高は316億円 YoY+22%
- 各事業において将来成長に資する投資を強化した結果、連結営業損失を計上

<売上高の推移>



<営業損益の推移>



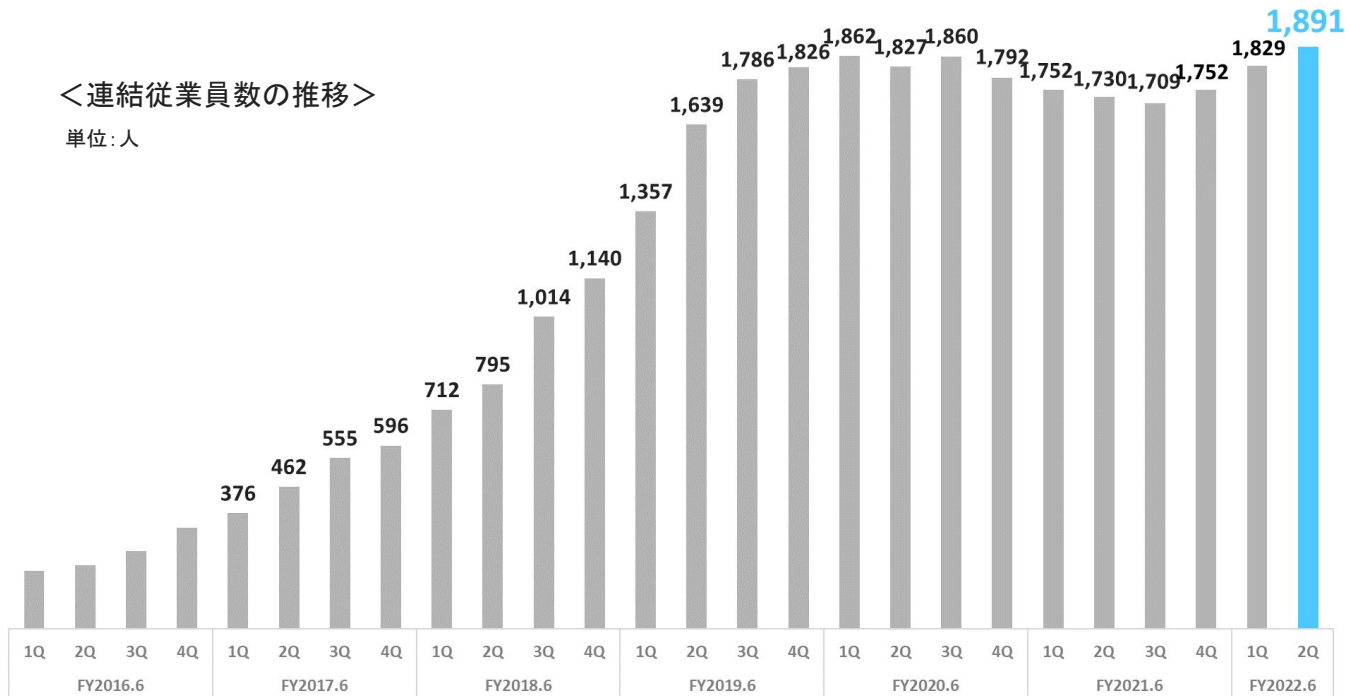
1. J-GAAPにおいて、主に2022年第1四半期よりメルカリUSの配送料売上・原価をネットからグロス計上に変更したことに伴い、売上高が増加。メルカリUSのグロススペース売上高は、ネットベース売上高の2倍程度となる

3 メルカリの高成長を支える優秀な人材

- 積極的な採用を継続し、従業員数は着実に増加

＜連結従業員数の推移＞

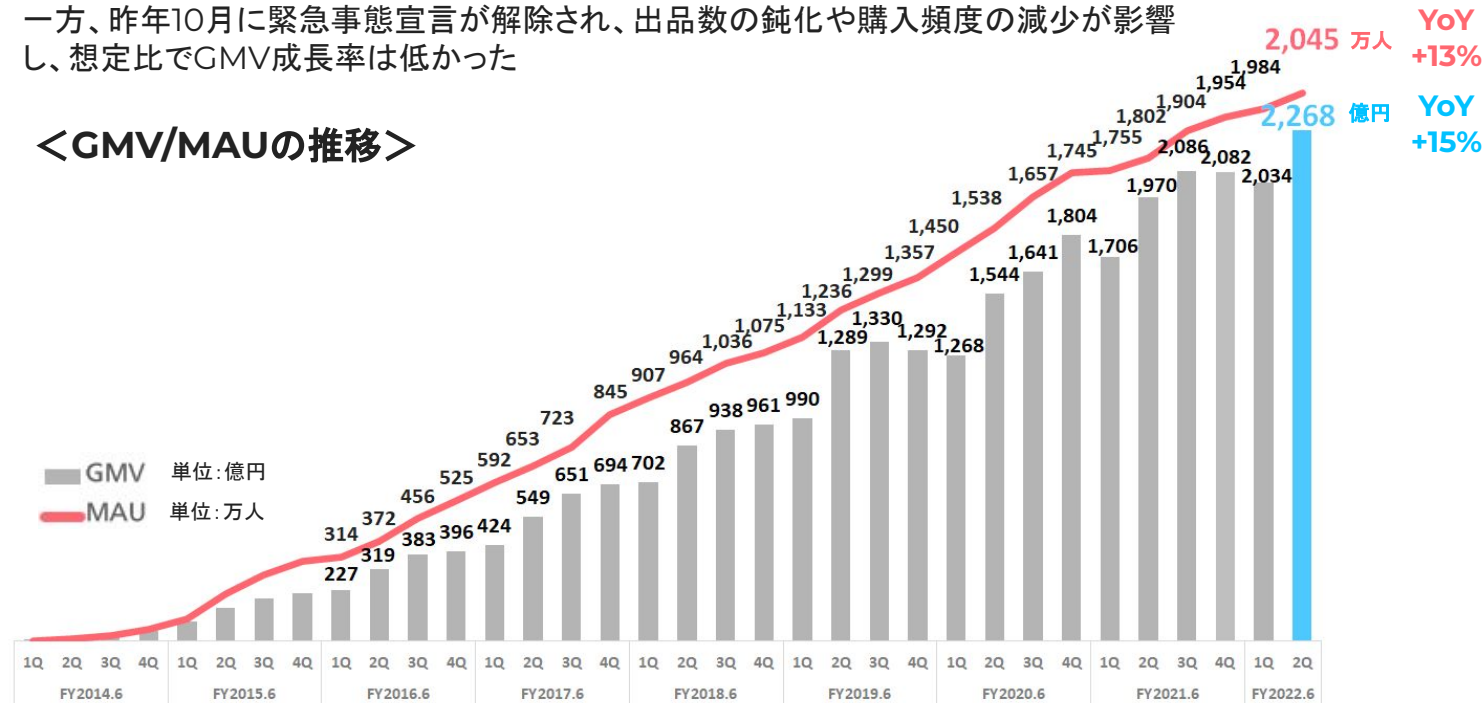
単位：人



メルカリJP GMV₁/MAU₂

- 新規ユーザ獲得に加え、既存ユーザ活性化に向けたCRM施策などによってユーザ基盤が着実に拡大し、2Q GMVは過去最高を更新
- 一方、昨年10月に緊急事態宣言が解除され、出品数の鈍化や購入頻度の減少が影響し、想定比でGMV成長率は低かった

<GMV/MAUの推移>



1. 「メルカリShops」のGMVは含まず

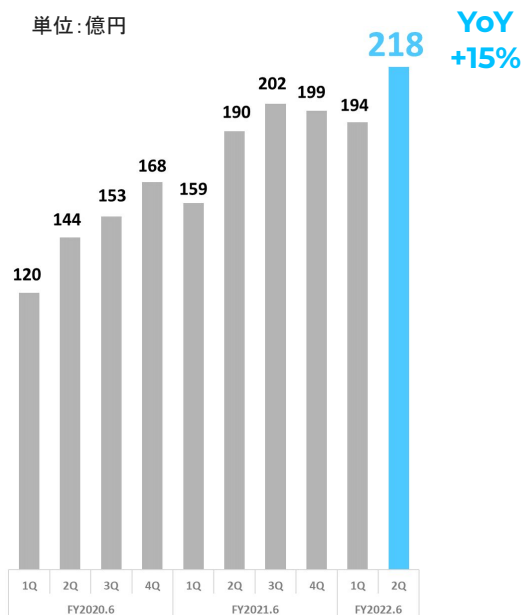
2. 1か月に1回以上アプリ又はWEBサイトをブラウジングした登録ユーザの四半期平均の数

メルカリJP 売上高/調整後営業利益率

- 持続的な成長の源泉となるユーザ基盤の拡大にむけて積極的に投資を継続した結果、調整後営業利益率はQoQで横ばい
- 将来成長に資する投資を更に強化していく

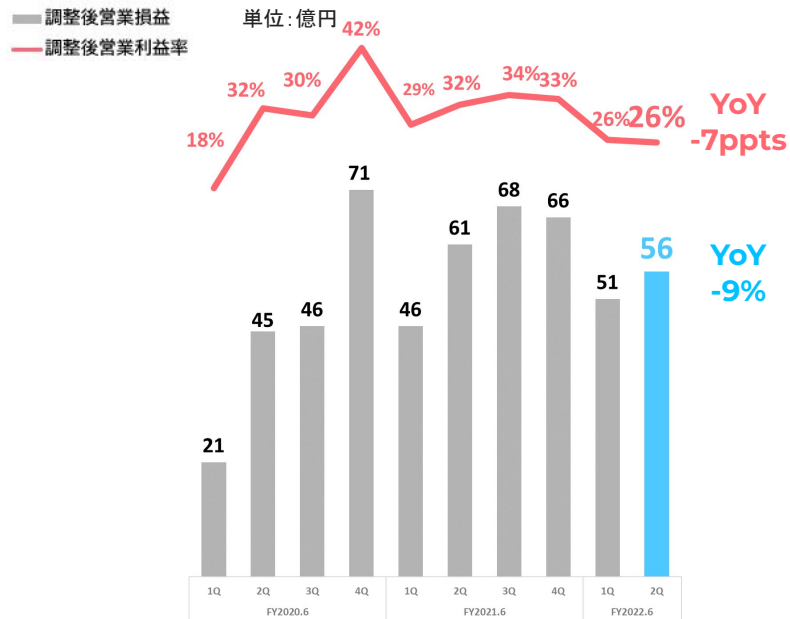
＜売上高の推移＞

単位: 億円



＜調整後営業利益(率)の推移＞

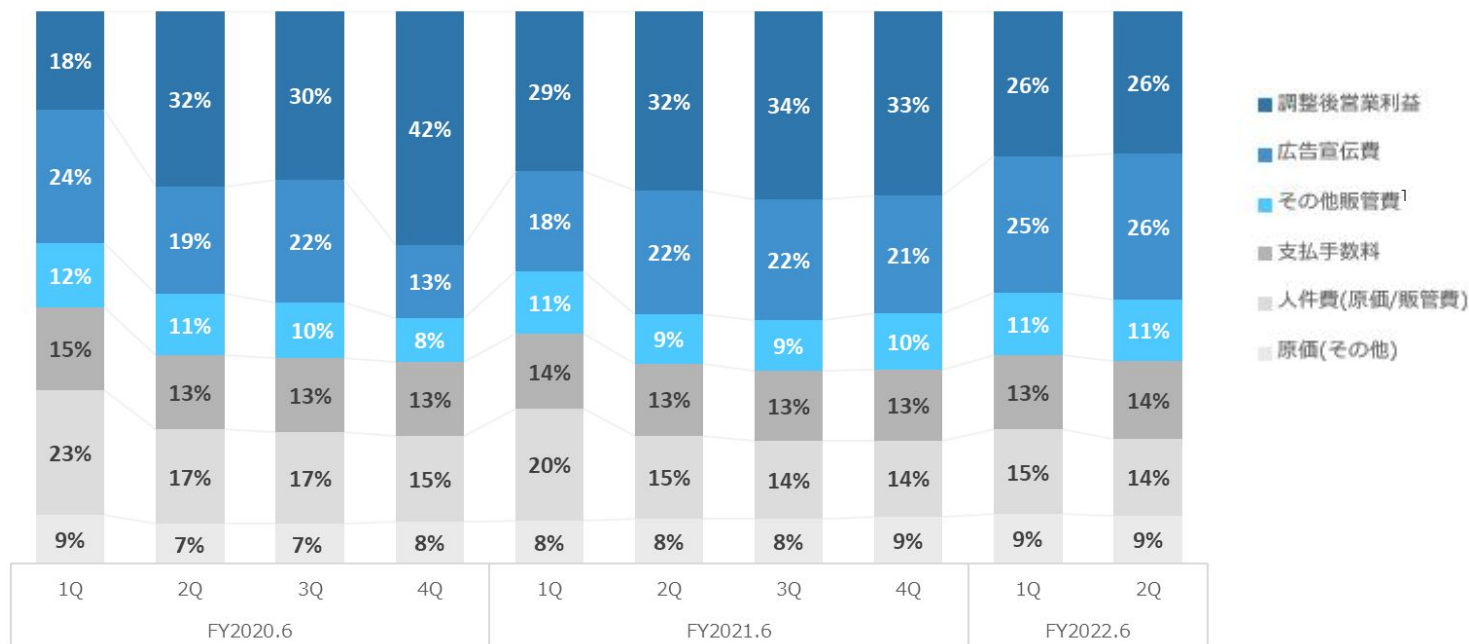
単位: 億円



1. C2C事業のYoYをapple to appleで比較するために、FY2022.6 1QよりC2Cにかかる業績を抜き出して表示

メルカリJP コスト構成

- QoQで大きな変動なし
- 中長期の成長にむけて新規ユーザ獲得などの投資を積極的に実施したためYoYで広告宣伝費率が増加



3 メルカリ JP パーソナライゼーションの進化

- ARPUの向上にむけて、一人一人に合わせた最適な商品を提案するリアルタイムのパーソナライゼーションの開発を推進
- その結果、ホーム画面のおすすめ商品からの購入比率が継続的に向上



- おすすめ商品をタイムラインで表示

- キーワードと主要カテゴリーの組み合わせによるユーザ毎へ適した商品を表示

- アルゴリズムを更に駆使し、カタログ化されたキーワードと詳細カテゴリーの組み合わせによるユーザ毎に最適な商品を表示

画像はイメージであり、実際の内容とは少し異なる可能性があります。

メルカリJP Webの強化 -Appに続く第2の玄関へ

- ユーザの多様化への対応やUX向上を目的として、スマホのみで提供していた機能の追加などWeb版メルカリの機能改善を継続的に実施
- その結果、新規BuyerのWebからの流入比率が上昇し、GMVに占めるWebの比率が増加

機能改善

1

検索体験の改善

- キーワード検索のサジェスト機能
- おすすめ順の表示

2

決済手段の多様化

- クーポンが利用可能に

3

パーソナライゼーション

- Homeにおけるおすすめ商品の表示

GMVに占めるWeb比率



1Q

2Q

3Q

4Q

FY2020.6

1Q

2Q

3Q

4Q

FY2021.6

1Q

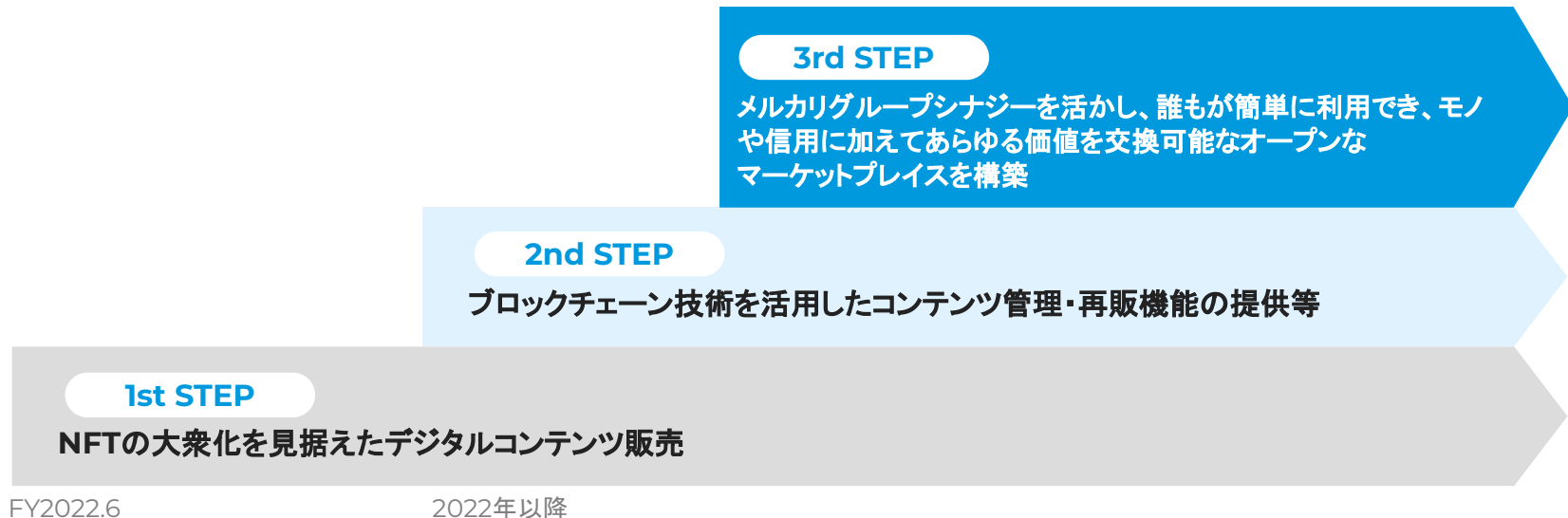
2Q

FY2022.6

3

メルカリJP NFT事業参入

- NFT事業参入の1st STEPとして、パシフィックリーグマーケティング社と共同で、動画コンテンツを購入できる「パ・リーグ Exciting Moments β」の提供を開始¹
- 2022年以降、ブロックチェーン技術を活用した機能提供を予定



1. 2021年12月23日提供開始

3

ソウゾウ「メルカリShops」本格提供後も好調に進捗

- 全ての事業者（個人・法人）が出店可能になった10月7日の本格提供開始後も好調に進捗
- 提供している機能がまだ限定的な中でも、2Qでは積極的なマーケティング施策が奏功し、将来成長につながる出店数や出品数等が順調に増加
- 事業者の売れる体験を創出すべく、機能改善に加え、マーケティング施策を積極的に実施していく

事業者向けの認知度の向上

テレビCM

メルカリにあなたのお店を！



メルカリショップス



売れる体験の創出

キャンペーン

出品手数料無料



購入者50-30%還元



3 ソウゾウ「メルカリShops」今後のプロダクト展開

- 今後、メルカリアプリから独立したウェブサイトでのネットショップ機能も提供予定



3 メルペイ One Wallet

- One Walletで決済、与信、資産運用を一括管理

決済

利便性の高い様々な決済手段 を提供

バーチャル カード

カード番号を設定するだけ



iD

端末にかざすだけ



コード

コードを読み取るだけ



与信

「メルカリ」における利用実績等の行動履歴に基づき独自の与信を活用したサービスを提供

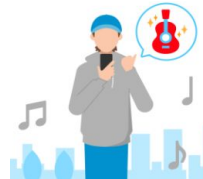
翌月払い

利用金額を翌月に
まとめてお支払い



定額払い

清算金額を決めて
月々にわけてお支払い



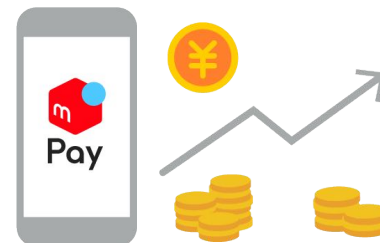
スマートマネー

必要な時に借りて、柔軟に返済
「メルカリ」の利用実績に応じて金利が変動

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 サービスを提供

資産運用



メルペイ 定額払いの順調な成長

- 継続的なプロダクトの改善やマーケティング施策により「定額払い」債権残高が350億円を突破し、順調に成長
- 定額払い債権の流動化における極度枠の増額(300億円→600億円)を実施

OVER
350億円

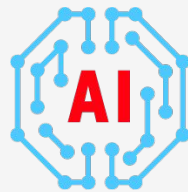


メルペイ メルカリグループが提供する与信の特徴

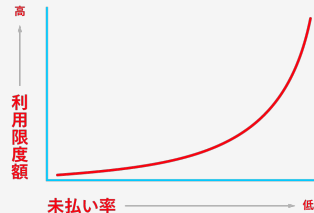
- 「メルカリ」の利用実績とAI技術を活用し、ユーザの最新の利用状況にあわせた“適切な与信”を提供
- これにより、高い回収率と安心・安全な利用環境の実現を目指す

「メルカリ」の利用実績等+AI技術を活用

▶ 利用実績



▶ 適切な
利用額を提示



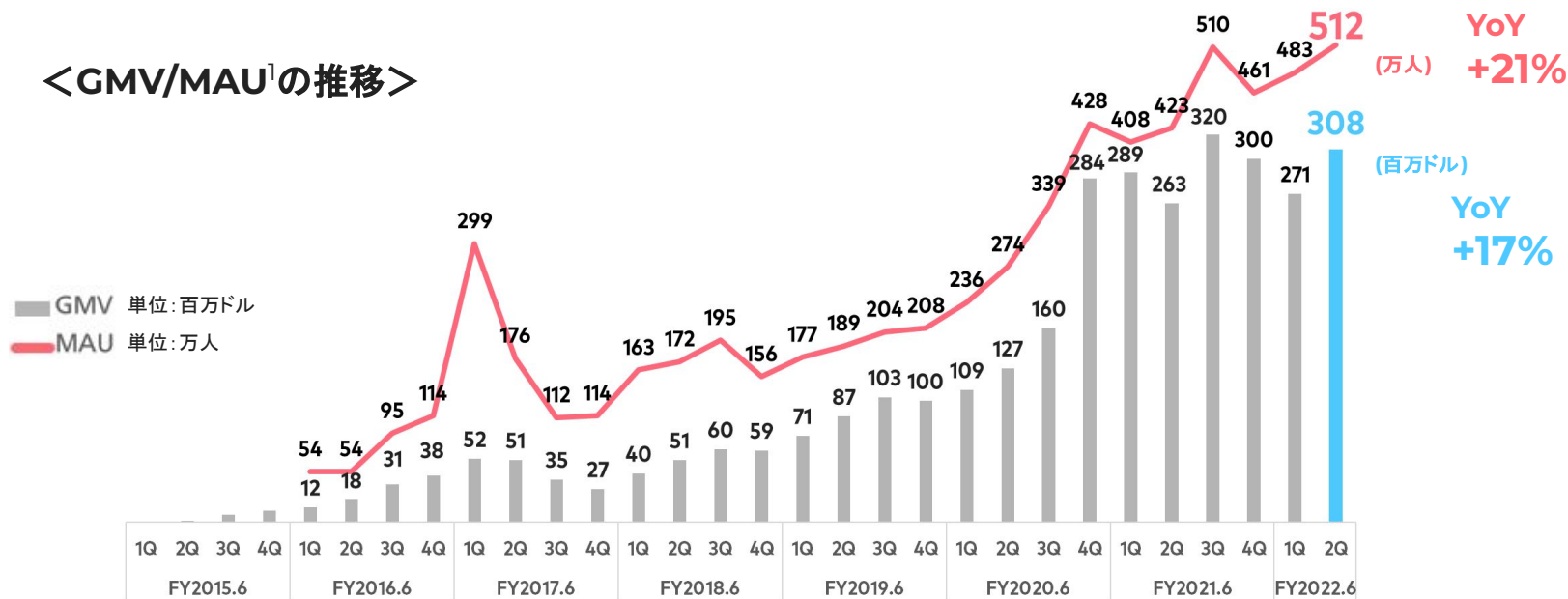
◀(モデル例)
「未払い率」と
「利用限度額」

※グラフはイメージです

メルカリUS GMV/MAU

- ホリデーシーズンの需要期にあわせたマーケティング施策が奏功し新規ユーザー数が伸長、12月単月でMAUが過去最高の530万人を達成
- MAU・AOVが増加したことで、GMV成長率はYoY+17%

<GMV/MAU¹の推移>



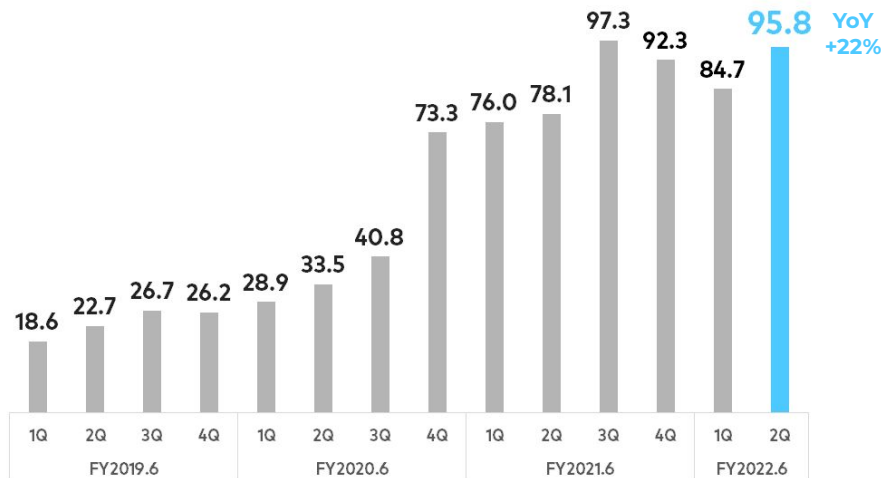
1. 1か月に1回以上アプリ又はWEBサイトをブラウジングした登録ユーザーの四半期平均の数

メルカリUS 売上高 / 調整後営業利益 (US GAAP)

- 売上高はFY2021.6 2Qの途中から導入した決済手数料の効果もありYoYで22%のプラス成長
- 主に、広告宣伝費と採用強化による人件費の増加が要因で調整後営業利益はQoQで減少

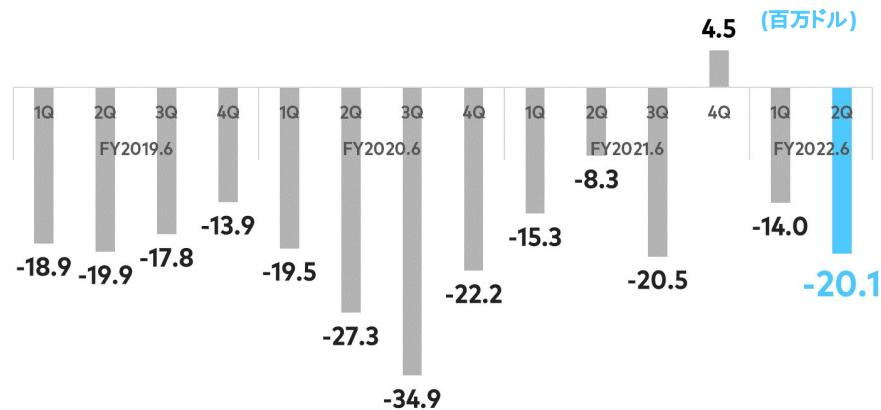
<売上高>

単位: 百万ドル



<調整後営業利益>

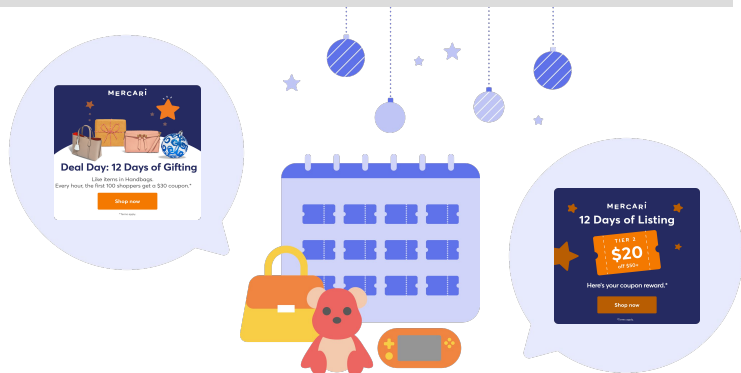
単位: 百万ドル



メルカリUS ホリデーシーズンマーケティング施策 / プロダクトアップデート

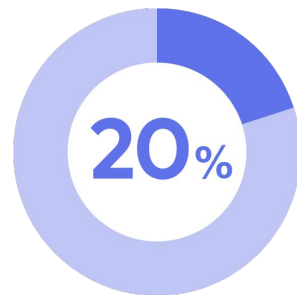
- ホリデーシーズンにおける新規ユーザ獲得及び既存ユーザ活性化を目的としたクーポンキャンペーン等のオンライン施策が奏功
- 全体GMVに与える影響はまだ軽微だが、「Mercari Local」「後払い決済サービス」共に取引単価上昇、新規ユーザ獲得に寄与

ホリデーシーズンキャンペーン

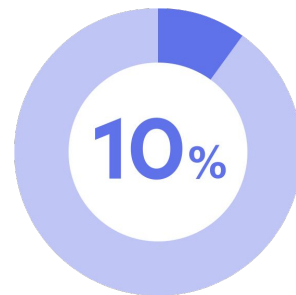


需要の高いカテゴリーに特化したキャンペーンをホリデー期間中デイリーで実施

新規ユーザ獲得への寄与



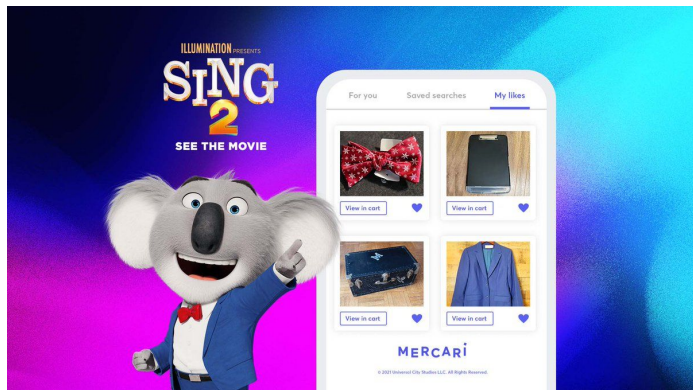
「後払い決済サービス」を利用した購入者の約20%がメルカリ初購入者



新規ユーザの約10%が初出品時にMercari Local限定を選択

3 メルカリUS 新しいマーケティング施策

- 認知度向上のため、12月に映画“Sing 2”とのタイアップテレビCMを放送
- 12月にサンフランシスコでポップアップショップを初出店。ホリデーシーズン中に不要となったギフトを有する買い物客に向け、セカンドハンドでの売買の簡便さやリセーリングの地球環境へのポジティブな影響を訴求



映画“Sing 2”とのタイアップテレビCM

テレビCM動画:<https://www.youtube.com/watch?v=4ba8m9dBius>



サンフランシスコにオープンしたポップアップショップ

- オープン期間: 2021年12月29日-2022年2月12日
- ポップアップショップでは鑑定士が商品の査定を行い、出品や発送不要で1人最大\$100(1商品につき\$30まで)をVenmoかPaypalで受け取ることができる

下期のフォーカスエリア

連結

グローバル展開の促進、及びJapan Regionの連携強化に伴う事業間シナジーの創出による成果を着実に生み出す
将来利益の最大化にむけて、下期も積極的に投資を継続

メルカリJP

投資の効率性を勘案しつつ、マーケティングやオフライン施策・プロダクト施策などを実施し、将来成長を可能にする事業構造の構築
安心・安全な利用環境の構築の推進

メルペイ

引き続き、安心・安全な利用環境の構築に加え、与信事業のさらなる成長に向け、利用者拡大のためのプロダクト強化やマーケティング施策に取り組み、収益性の向上を目指す

メルカリUS

3Q以降も「Mercari Local」等による出品の簡便化やCRM施策の強化に加え、マーケティング投資によるユーザ拡大によって継続的な成長を目指す



Appendix

取締役の体制

- 事業のグローバル化を目指し、グローバル経営に知見のある経営者を独立社外取締役として招聘

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)



篠田 真貴子(再任)



村上 憲郎(新任)

4 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

- ・(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)メタブス社外取締役(監査等委員)
- ・(株)メディアドウ社外取締役

- ・(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)

- ・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 4Q	FY2021.6 4Q	FY2022.6 2Q
流動資産合計	169,277	227,926	272,846
現金及び現金同等物	135,747	171,463	193,404
未収入金	15,612	47,001	70,199
固定資産合計	28,736	34,603	54,163
資産合計	198,014	262,529	327,010
負債合計	162,645	222,516	286,438
未払金	16,206	17,775	20,880
預り金	83,954	117,099	137,071
短期借入金	900	55,000	40,114
長期借入金 ₁	51,547	16,148	26,048
転換社債型新株予約権付社債	-	-	50,000
純資産合計	35,368	40,013	40,571
負債・純資産合計	198,014	262,529	327,010

1. 1年以内に返済予定の長期借入金を含む

(百万円)	FY2021.6 2Q(10-12月)	FY2022.6 1Q(7-9月)	FY2022.6 2Q(10-12月)	成長率	
				YoY	QoQ
売上高	26,057	33,634	37,556	+44.1%	+11.7%
EBITDA ¹	1,238	1,049	-2,431	-	-
マージン (%)	4.8%	3.1%	-6.5%	-	-
営業損益	1,006	849	-2,624	-	-
マージン (%)	3.9%	2.5%	-7.0%	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	-169	-119	-2,609	-	-

(億円)	FY2021.6 2Q(10-12月)	FY2022.6 1Q(7-9月)	FY2022.6 2Q(10-12月)
GMV	1,970	2,034	2,268
YoY	27.5%	19.3%	15.1%
売上高	190	194	218
対GMV比	9.7%	9.6%	9.6%
営業損益	39	28	31
マージン (%)	21.0%	14.7%	14.3%
調整後営業損益 ₂	61	51	56
マージン (%)	32.3%	26.2%	25.7%

1. C2C事業のYoYをapple to appleで比較するために、FY2022.6 1QよりC2Cにかかる業績を抜き出して表示

2. 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

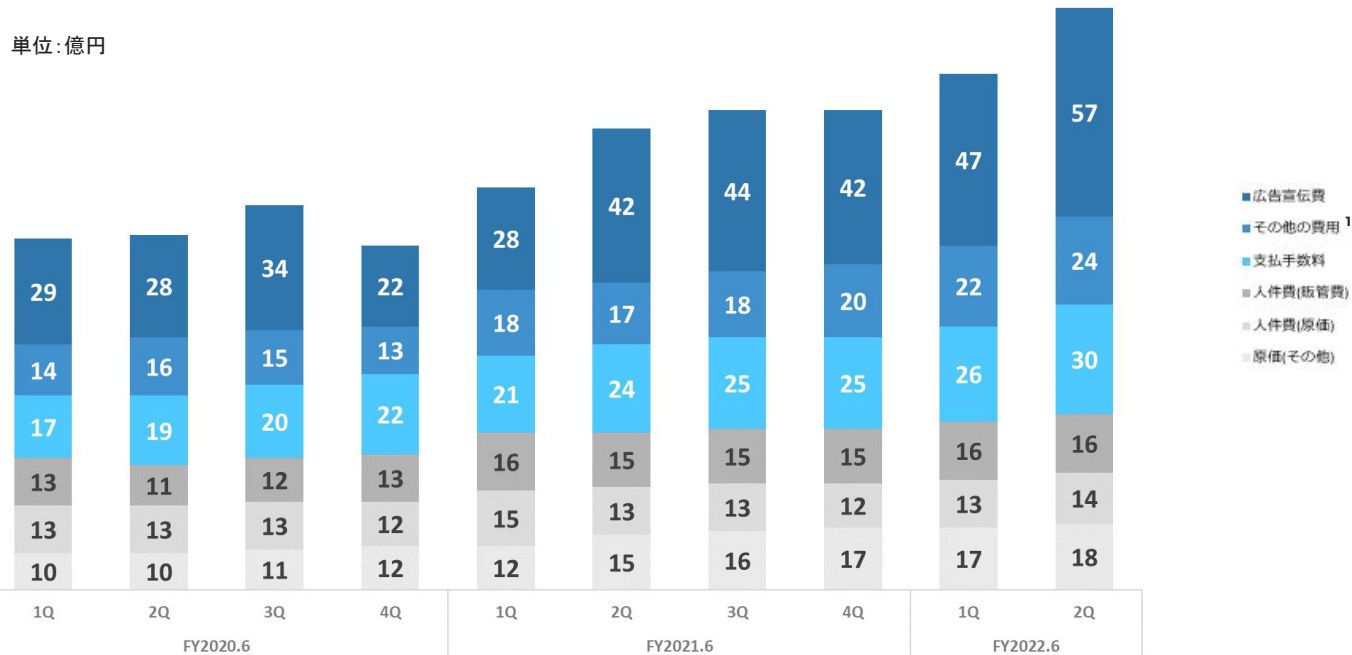
(百万ドル)	FY2021.6 2Q(10-12月)	FY2022.6 1Q(7-9月)	FY2022.6 2Q(10-12月)
GMV	263	271	308
YoY	107.3%	-6.4%	17.2%
売上高	78	84	95
対GMV 比	29.7%	31.2%	31.0%
営業損益	-11	-16	-23
マージン(%)	-14.6%	-19.6%	-24.3%
調整後営業損益 ²	-8	-14	-20
マージン(%)	-10.7%	-16.5%	-21.1%

1. US GAAPにて表記。連結PLに占めるメルカリUS計数(J GAAP)とは、一部、計上方法が異なる

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

- 中長期の成長にむけて新規ユーザ獲得などの投資を積極的に実施したため、広告宣伝費が増加

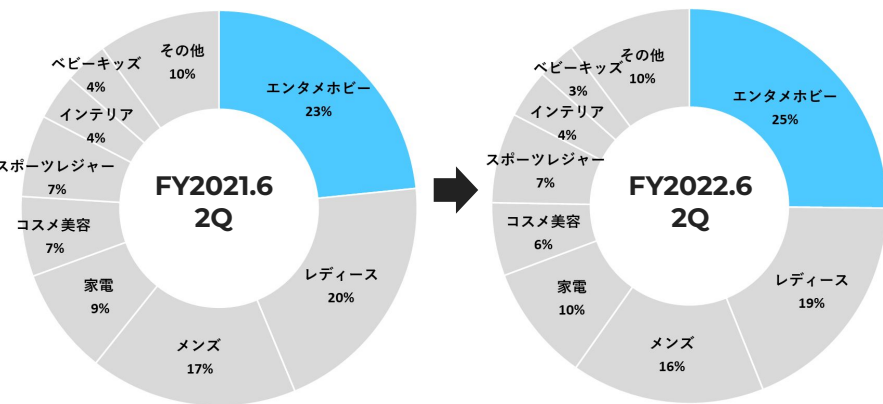


カテゴリーの変化 2Q(10-12月)



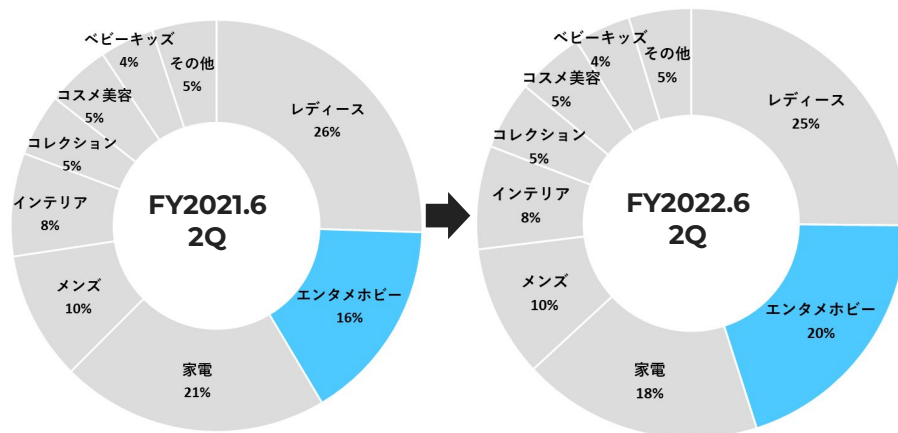
メルカリ JP

YoYでエンタメホビーが増加



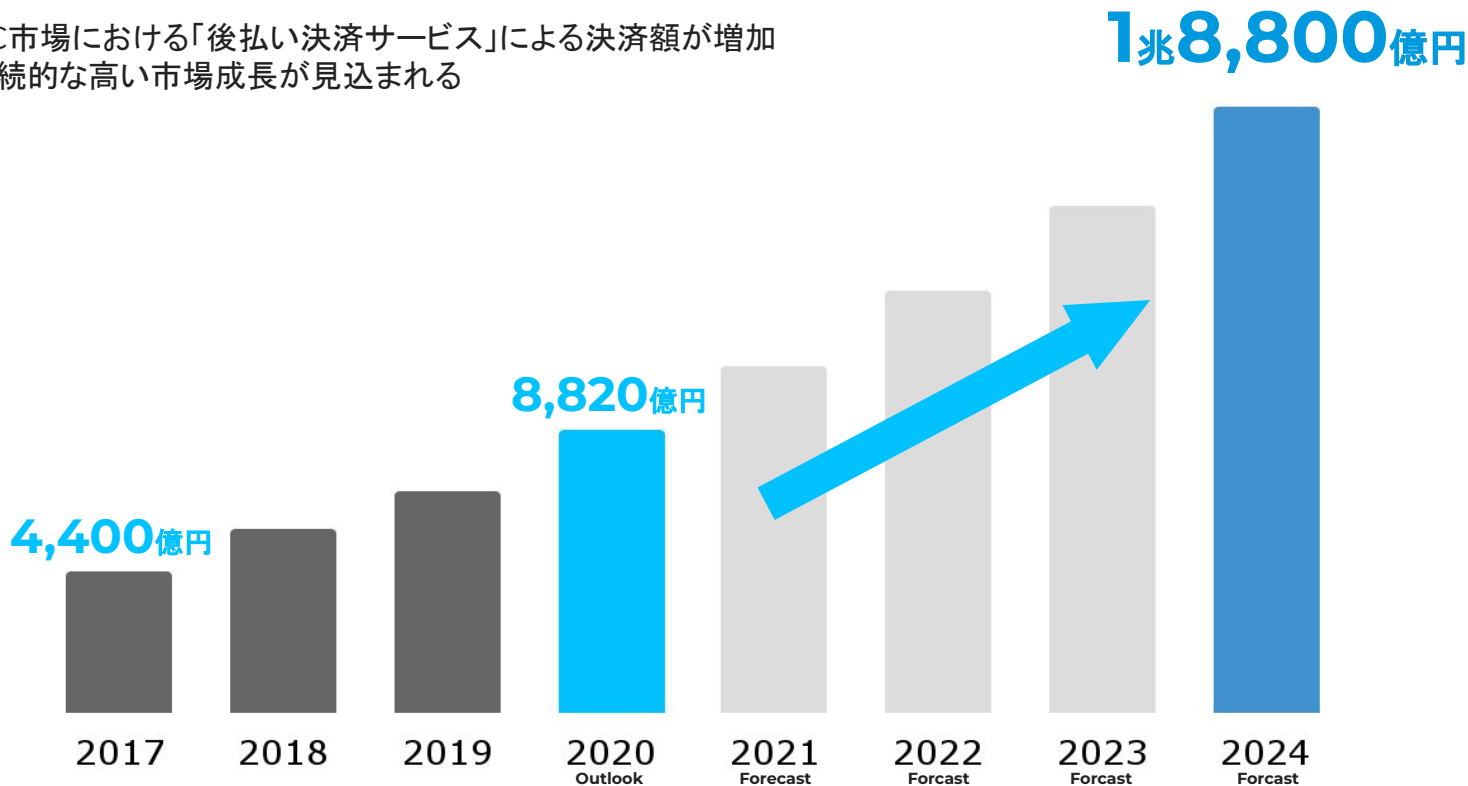
メルカリ US

YoYでトレーディングカード等の
エンタメホビーが大きく伸長



4 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

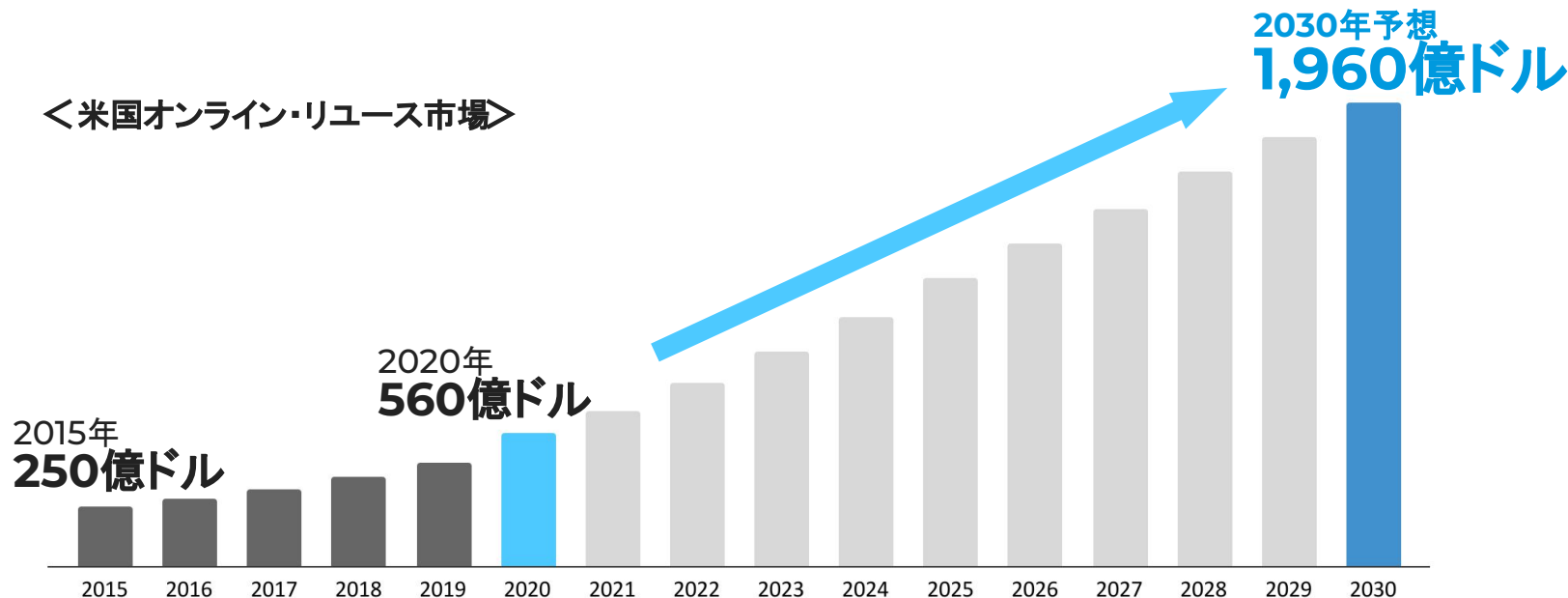


1. 出典: 矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査(2021年)」2021年4月27日発表(注: 後払い決済サービス提供事業者の取扱高ベース)

4 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、引き続き幅広い層に向けたカテゴリーを強化するという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

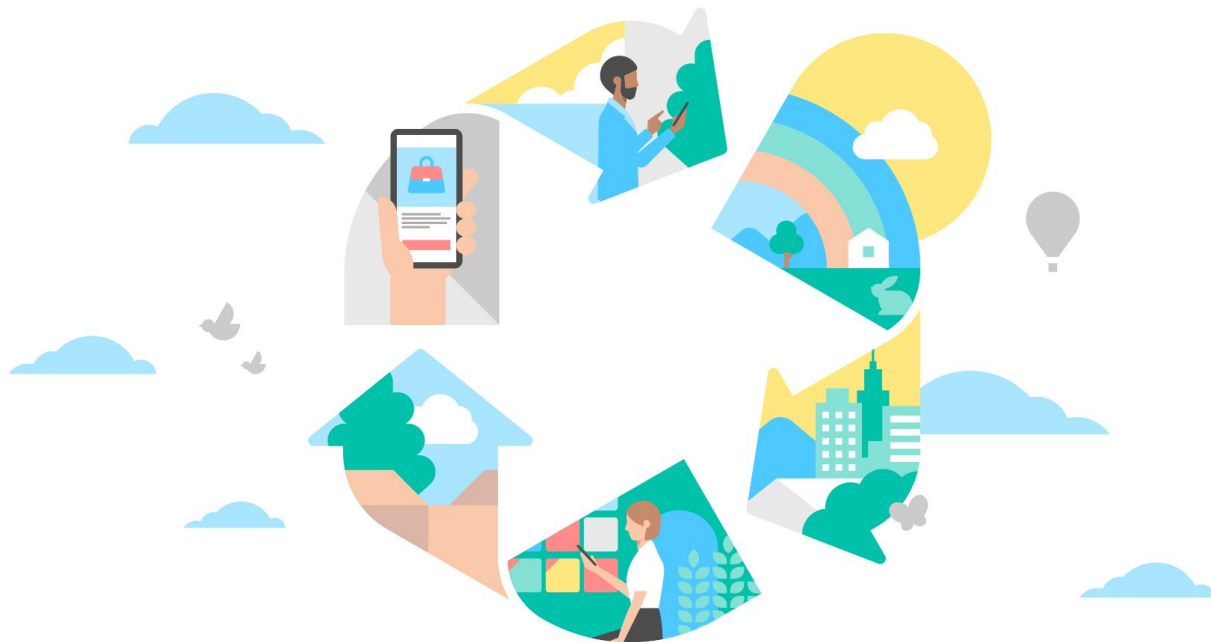
＜米国オンライン・リユース市場＞



1. 出典: Mercari US『The Reuse Report』

プラネット・ポジティブを目指す

- 限りある地球資源を世界の人々と、次の世代と、そして地球上のあらゆる生命と共有し、環境課題の解決に寄与



お客様がメルカリを通じてリユースアイテムを大切に使うことで、
カーボンフットプリントの削減に寄与できます

4 ESG 各マテリアリティの Goal × Action

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	● Maximizing the positive impact ● Minimizing the negative impact アクション > Awareness(捨てる以外の選択肢をより身近に)、Education(サステナブルな行動について学習できる環境を)、Collaboration(バリューチェーン全体で循環型社会を実現する)等
2 ダイバーシティ& インクルージョンの体現	● お客さまにとっての「使いやすさ」を追求 ● 全社員にとって公平な機会がある組織の構築 アクション > ニーズ汲み取り・開発体制の改善・機能改善、構造的不平等を可視化し自浄し続けられる公平な仕組みとカルチャーを構築 等
3 地域活性化	● 地域経済活性化、地域におけるエンパワーメントの機会創出 ● 個人や企業のエンパワーメントによる課題解決支援 アクション > 自治体との連携協定の締結、自治体への「メルカリ寄付」 等
4 安心・安全・公正な 取引環境の実現	● 安心・安全・公正なサービスであると感じるお客さまを増やす アクション > テクノロジーによる安心・安全な仕組みづくり、社会的変化に応じたポリシーのアップデート、カスタマーサービスによる安心・安全な環境づくり 等
5 コーポレートガバナンス /コンプライアンス	● メルカリグループに対するステークホルダーからの信頼獲得 ● メルカリグループのレジリエンスの向上 アクション > コーポレートガバナンス、コンプライアンス・リスク、セキュリティ、データプライバシー に対する実行体制・施策 等

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



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



OVERVIEW



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。

FY2022.6 3Qの決算発表は、2022年4月28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