

mercari

Presentation Material

FY2026.6 1Q

株式会社メルカリのFY2026.6 1Q決算について、スクリプト形式でご説明します。



あらゆる価値を循環させ、あらゆる人の可能性を広げる

Circulate all forms of value to unleash the potential in all people

1 FY2026.6 1Q 決算概況

2 ESG

3 Appendix

FY2026.6 1Q の決算概況



1 連結 ハイライト

期初に掲げた方針

連結業績予想（通期）

売上収益	コア営業利益 ¹
2,000-2,100億円	280-320億円

グループ方針・主な施策

- ・FY2027.6に向けた仕込みの年
- ・原則として、増益を伴うトップライン成長を目指す
- ・グループシナジーを中心とした事業拡大

1Qハイライト

売上収益

494億円
(YoY +10%)

コア営業利益

93億円
(YoY +128%)

プロダクトのコア体験強化に伴うMarketplace GMV成長率の回復やUSのプラス成長達成、及びFintechにおけるCreditサービスの伸長により、売上収益YoY +10%、コア営業利益YoY +128%と好調なスタート

引き続き、AIを活用したプロダクト変革を推進するとともに、2Q以降はFY2027.6の成長に向けた必要な投資を強化しながら、通期業績予想の達成を目指す

1. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益

FY2026.6 1Qの連結ハイライトです。

Marketplace、USのそれぞれにおいて事業方針の1つとして掲げているプロダクトのコア体験強化が順調に進捗し、Marketplace GMV成長率の回復やUS GMVのプラス成長の達成など、良い効果が見え始めています。また、FY2025.6より増益フェーズに入ったFintechにおけるCreditサービスが引き続き伸長したことも貢献し、連結売上収益はYoY +10%の494億円（業績予想進捗率：24-25%）、連結コア営業利益はYoY +128%の93億円（業績予想進捗率：29-33%）と好調なスタートを切りました。

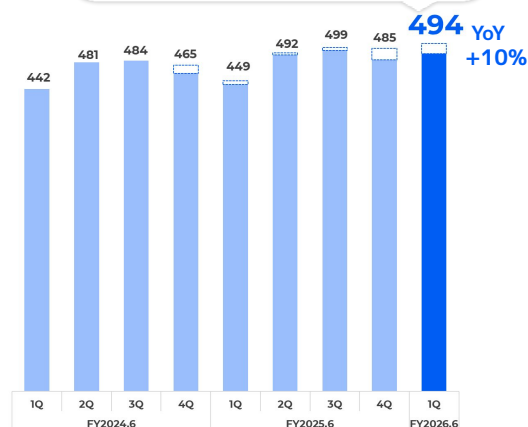
引き続き、AIを活用したプロダクト変革を推進するとともに、2Q以降はFY2027.6の成長に向けた必要な投資を強化しながら、通期業績予想の達成を目指していきます。

1 連結 業績推移（四半期）

売上収益

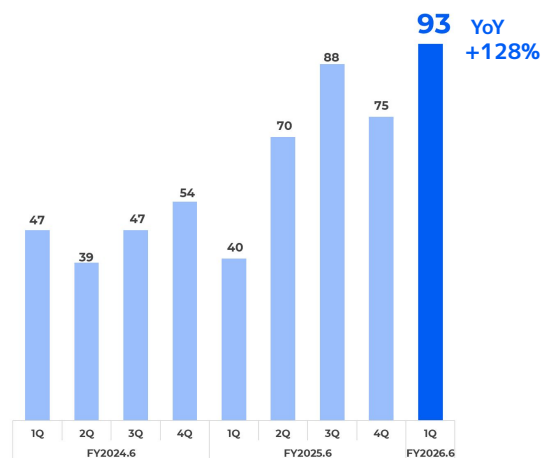
単位：億円

ポイント費用の一部が、売上収益からの控除となった影響¹
 (FY2026.6 1Qの影響額15億円、控除前YoY成長率 +12%)



コア営業利益²

単位：億円



1. FY2024.6 4Qより一部ポイント費用（広告宣伝費）を売上収益から控除
 2. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益

連結の売上収益はYoY +10%の494億円ですが、FY2024.6 4QからMarketplace、FY2025.6 3QからFintechにおいて、それぞれのポイント費用の一部が売上収益からの控除となった影響を足し戻した場合の売上収益成長率はYoY +12%でした。また、コア営業利益はYoY +128%の93億円となり大幅に伸長しました。FY2025.6より掲げている「原則として、増益を伴うトップラインの成長を目指す」経営方針の下、当社グループにおける主要3事業それぞれにおいて、増収及び投資やコストの効率化が着実に進み、利益成長につながっています。

1 FY2026.6 1Q KPI サマリー

Financial Results Presentation Material

Marketplace	Fintech	US
<div>GMV¹</div> <div>2,703億円 (YoY +5%) ※「メルカリ ハロ」含まず</div>	<div>債権残高</div> <div>2,691億円 (YoY +35%)</div>	<div>GMV</div> <div>194百万ドル (YoY +0.4%)</div>
<div>コア営業利益²</div> <div>84億円 (YoY +18億円) 「メルカリ ハロ」除き 95億円</div>	<div>コア営業利益</div> <div>27億円 (YoY +23億円)</div>	<div>コア営業利益</div> <div>6億円 (YoY +14億円)</div>

1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計（「メルカリNFT」を含む）。「メルカリ ハロ」含まず

2. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益。FY2026.6 1QからMarketplace/Fintech間の内部取引の調整を撤廃し、（調整前）コア営業利益で開示

1 Marketplace 振り返り

期初の事業方針

- ・プロダクトのコア体験強化を最優先に進めつつ、越境取引を重点的に強化することで、FY2027.6以降のGMV成長率加速に向けた土台を構築する
- ・GMV成長率YoY +3-5%、コア営業利益¹320億-360億円を目指す

安心・安全に関する取り組みによる成果が出始めたほか、8-9月に実施した小型便の配送キャンペーンも貢献。エンタメ・ホビーの伸長等も寄与し、GMVはYoY +5%と順調な滑り出し

コア営業利益は売上収益の増加に加えて、「メルカリ ハロ」の規律見直しに伴う投資額の縮小も寄与し、84億円（YoY +18億円）と高い収益性を実現

「メルカリ ハロ」のコア営業損失は11億円となり、損失額は縮小。
事業状況及び市場環境を勘案し、12月18日をもってサービス提供終了を決定

1. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益

8

Marketplaceでは、安心・安全に関する取り組みによる成果が出始めたほか、8月から9月にかけて実施した小型便の配送キャンペーンやエンタメ・ホビーの伸長等も寄与し、GMVはYoY +5%となりました。

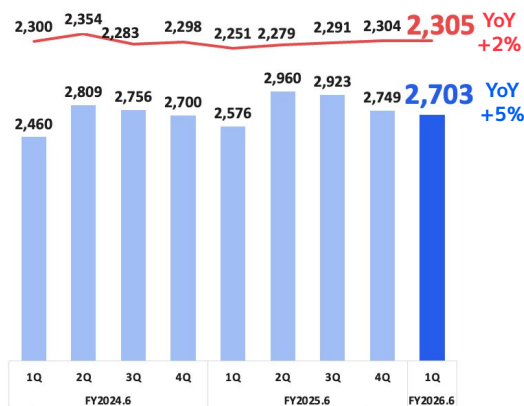
コア営業利益については、売上収益の増加に加えて、「メルカリ ハロ」の規律見直しに伴う投資額の減少も寄与したことで、YoY +18億円となる84億円と高い収益性を実現し、GMV・コア営業利益ともにガイダンスに対して順調な滑り出しとなりました。

なお、「メルカリ ハロ」はコア営業損失が11億円となり損失額は縮小傾向にありましたが、事業状況及び市場環境を勘案し、2025年12月18日をもってサービス提供を終了することを決定しました。

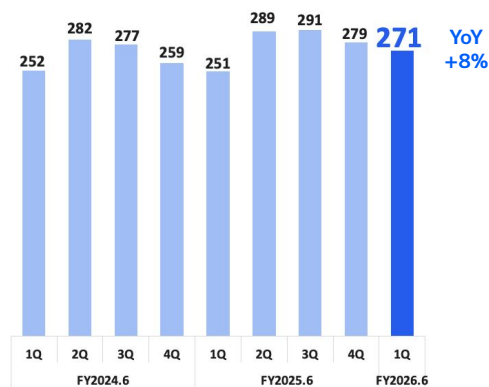
1 Marketplace 業績推移（四半期）

GMV₁・MAU₂

GMV 単位：億円
MAU 単位：万人

売上収益₃

単位：億円



1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計（「メルカリNFT」を含む）。「メルカリハロ」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国内外における四半期平均の登録済みお客さま数
 3. FY2025.6 4Qから「メルカリハロ」の実績を含む

MarketplaceのGMVは、YoY +5%の2,703億円となりました。
 売上収益はGMVの増加に加え、「メルカリハロ」や広告事業の売上也寄与したことで、YoY +8%の271億円となりました。

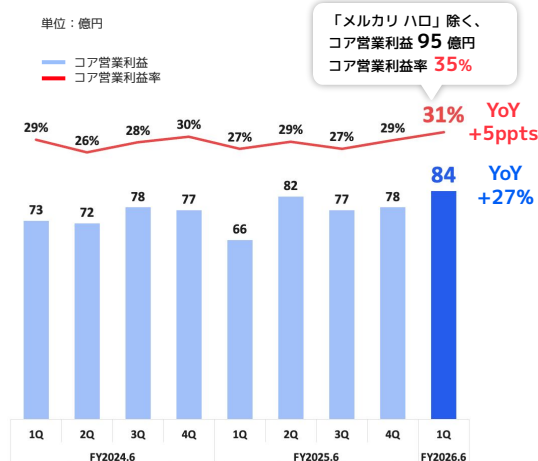
1 Marketplace 業績推移（四半期）

- FY2026.6 1QからMarketplace/Fintech間における内部取引¹の調整を撤廃し、コア営業利益²での開示を開始

コア営業利益(率)

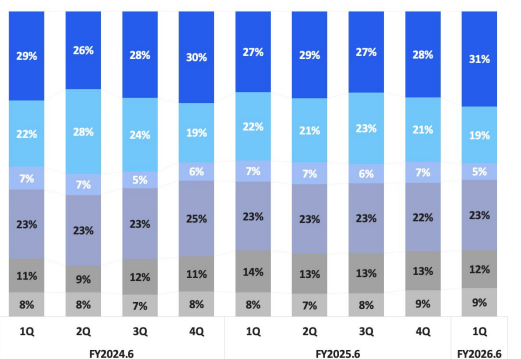
単位：億円

■ コア営業利益
■ コア営業利益率



利益及びコスト構成比

■ 原価(その他) ■ 人件費(原価/販管費) ■ 支払手数料 ■ その他販管費³ ■ 広告宣伝費 ■ コア営業利益



1. FY2026.6 1Qからコア営業利益をKPIとして開示することに伴い、FY2024.6以降、Marketplace/Fintech間の内部取引額を含めて適及開示。なお、Data sheetでの調整後コア営業利益の開示は継続
2. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益
3. 業務委託費、減価償却費、地代家賃等



コア営業利益は、売上収益の増加に加えて、「メルカリ ハロ」の規律見直しに伴う投資額の縮小も寄与したことで、YoY +27%の84億円と大幅に伸長し、コア営業利益率はYoY +5pptsの31%となりました。

「メルカリ ハロ」を除くと、コア営業利益は95億円、コア営業利益率は35%でした。

コスト構成比では、開発人件費の資産化を1Qから開始し、それに伴い人件費（原価/販管費）が減少しています。

1 Marketplace コア体験の強化（安心・安全）

- 商品不備等によるお問い合わせ率の減少と解決率の向上などにより、安心・安全な取引環境の構築が着実に進捗

方針	実施施策	具体的な成果
 <p>不正利用者の 「徹底的な排除」</p>	<ul style="list-style-type: none"> 高価格帯商品のeKYC必須化 AIの活用による不正利用者の検知・スコア化を行い、アカウント制限等を実施 自社運営の「メルカリ鑑定センター」を設立 	<p>商品不備等によるお問い合わせ率¹は 0.48%→0.40%とYoY 17%改善</p>
 <p>お客さまの 「徹底的な救済」</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「全額補償サポートプログラム」を開始 	<p>取引トラブルへの当社の関与を強めた結果、お客さまへの補償実施に伴う問い合わせ解決率²がYoY 2.2倍増加</p>

1. 取引総数に対する、商品不備・不良・未着などのお問い合わせがあった取引の割合（透明性レポートにおいて「トラブル遭遇率」としたもの）
2. 商品不備に関するお問い合わせのうち、補償に至った取引の割合（透明性レポートにおいて「補償実施の割合」としたもの）

今期の事業方針の1つである「コア体験強化」において、1Qは主に「安心・安全な取引環境の構築」に向けた2つの方針に基づく取り組みで、着実に成果が出始めています。

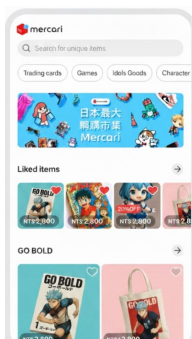
1つ目は不正利用者の「徹底的な排除」です。具体的には、高価格帯商品のeKYC必須化や、AIを活用した不正利用者の検知・スコア化を行いアカウント制限等を実施しています。また、9月には、自社運営の「メルカリ鑑定センター」も設立しました。2つ目はお客さまの「徹底的な救済」です。正しくサービスをご利用されているお客さまがトラブルに遭遇してしまった際に、不利益を被ることのないよう、7月から購入代金や販売利益を全額補償する「全額補償サポートプログラム」を開始しました。これらの施策による具体的な成果として、お客さまが商品不備等によりお問い合わせした率は、0.48%からYoY 17%改善した0.40%になりました。さらに、当社の取引トラブルへの関与を強め、お客さまの「徹底的な救済」を強化したことで、お客さまへの補償実施に伴う問い合わせ解決率はYoY 2.2倍に増加し、安心して取引いただける環境の構築が着実に進捗していると考えています。

1 Marketplace 越境取引のプロダクト戦略

- 海外のお客さまに向けた「メルカリ グローバルアプリ」を台湾・香港で提供開始し、中期的に50か国以上への展開を目指す
- 当社の強みを活用し、事業者の海外展開を支援する基盤を構築

海外のお客さま向け 「メルカリ グローバルアプリ」

- 日本の「メルカリ」同様、快適な操作性で、海外のお客さまもストレスなく購入可能
 - AIによるリアルタイム翻訳機能や、各国の決済方法・通貨に対応
 - エンタメ・ホビーに特化したUI/UXで、日本ならではのコンテンツを安心して購入できる環境を構築



1. 9月30日提供開始

国内事業者向け 「メルカリ グローバルEC基盤」

- 越境取引の専門知識や経験がない事業者の海外展開を支える「グローバルEC基盤」を構築
 - 多様な海外決済への対応、複雑な国際配送・通関手続き、外国語での顧客対応といった、専門知識を要する煩雑な業務をすべて当社がサポート



12

越境取引の強化として、2つの戦略を進めています。

まず、海外購入者向けに「メルカリ グローバルアプリ」を台湾・香港で9月末から提供開始しました。

日本の「メルカリ」と同様、快適な操作性で海外のお客さまでもストレスなく購入できる点が特徴です。AIによるリアルタイム翻訳機能や、各国固有の決済方法・通貨に対応し、また、エンタメ・ホビーに特化したUI/UXで、日本ならではのコンテンツを安心して購入できる環境を構築しています。

次に、当社が持つ海外ネットワークとノウハウ等の強みを活用し、国内の事業者の海外展開の課題解決に向けて「メルカリ グローバルEC基盤」を構築します。

越境取引の専門知識や経験がない事業者の海外展開を支えるべく、以前より取り組んできた国内事業者の海外展開サポートをより強化し、FY2026.6後半以降、

「Stripe」や「佐川急便」との連携を予定するなど、多様な海外決済への対応、複雑な国際配送・通関手続き、外国語での顧客対応などの専門知識を要する煩雑な業務をすべて当社がサポートしていきます。

これらの取り組みを通じて、中期的に50か国以上への展開を目指します。

1 「メルカリ ハロ」のサービス提供終了について

背景

- 当社グループのエコシステムに「時間やスキル」を加え、あらゆる価値の循環を加速すべく、2024年3月よりサービス提供を開始
- 登録者数が1,200万人¹を超え、クルーの半数以上がスキマバイト未経験者であるなど新たな市場を創出できた一方、パートナー・クルー獲得の両面における、競争激化や新たな規制、不正対応への負担増加などの業界環境の変化を受けて、更なる成長には多額の追加投資が必要な状況であった
- 他社とのパートナーシップ構築などの選択肢も模索したが、各種KPIの状況等を総合的に勘案し、グループ内における投資優先順位の観点から、2025年12月18日をもってサービスを終了することを決定

業績影響

- サービス終了に伴う一時コストの連結決算への影響は軽微であり、業績予想の修正は行わない。引き続き、業績予想の達成に向けて尽力する

1. 2025年6月時点

13

10月14日のプレスリリースでも発表のとおり、スキマバイトサービス「メルカリ ハロ」について、2025年12月18日をもって、サービス提供を終了する決定を行いました。

「メルカリ ハロ」は、当社グループのエコシステムをさらに拡大し、「時間やスキル」という新たな価値を加えたあらゆる価値の循環を加速させるべく、2024年3月よりサービス提供を開始しました。

当社はこれまで、スポットワーク市場の有望性と、2,300万人を超えるお客さま基盤を活かした効率的なクルー獲得という強みを背景に、サービスの強化に取り組んできました。2025年6月時点では、登録者数は1,200万人を突破し、クルーの半数以上がスキマバイトの未経験者となるなど、当社の強みを活かし、新たな市場を創出することができたと考えています。

しかしながら、パートナー・クルー獲得の両面における、競争激化や新たな規制、不正対応への負担増加などの業界環境の変化を受けて、更なる成長には多額の追加投資が必要な状況に直面していました。

こうした状況を受け、他社とのパートナーシップ構築などの選択肢も模索しましたが、設定した各種KPIの達成状況、事業状況、および市場環境の変化を総合的に勘案し、グループ内における投資の優先順位の観点から、サービス提供を終了するという決定を行いました。

なお、サービス終了に伴う一時的なコストの連結決算への影響は軽微となる見込みであり、本決定による業績予想の修正は行いません。

引き続き、業績予想の達成に向けて尽力してまいります。

1 Fintech 振り返り

期初の事業方針

- ・ 日常のあらゆる決済・与信のシーンで選ばれるプロダクトへの基盤確立
- ・ コア営業利益150-75億円を目指す

売上収益は142億円（YoY +22%）、コア営業利益は27億円（YoY +23億円）と安定的な増収増益を実現し、事業方針に対して順調に進捗

持続的な「定額払い」の成長に加え、「メルカリ」内外における「分割払い」の利用が大きく増加し、債権残高が伸長。回収率は高水準を維持

2Q以降も「メルカード」会員の獲得や「メルペイ」のお客さまの裾野を広げる施策を中心に投資を行う方針であり、1Q対比で投資額は増加を想定

1. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益

14

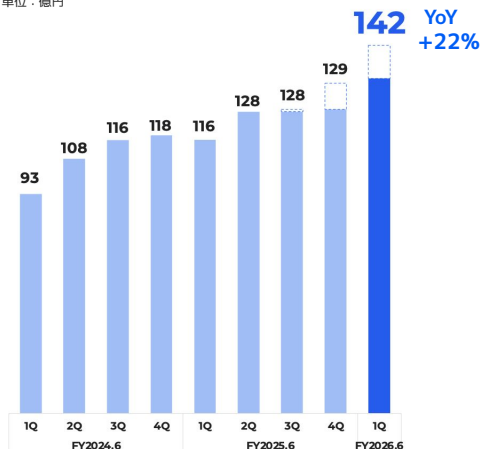
Fintechの売上収益は142億円（YoY +22%）、コア営業利益は27億円（YoY +23億円）と安定的な増収増益を実現し、事業方針に対して順調に進捗しています。持続的な「定額払い」の成長に加え、「メルカリ」内外における「分割払い」の利用が大きく増加した結果、債権残高が伸長しました。なお、回収率は高水準を維持しており、成長とリスク管理の両立を実現しています。2Q以降も中長期的なトップラインの成長に向けて、「メルカード」会員の獲得や「メルペイ」のお客さまの裾野を広げる施策を中心に投資を行う方針であり、投資額は1Q対比で増加する見込みです。

1 Fintech 業績推移（四半期）

売上収益¹

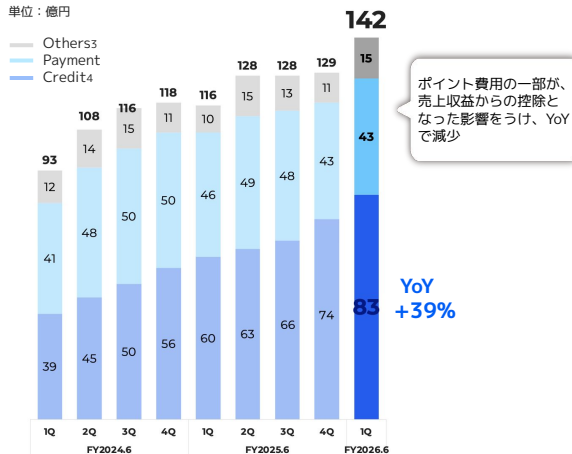
ポイント費用の一部が、売上収益からの控除となった影響²
(FY2026.6 1Qの影響額14億円、控除前YoY成長率 +34%)

単位：億円



売上収益の内訳

単位：億円



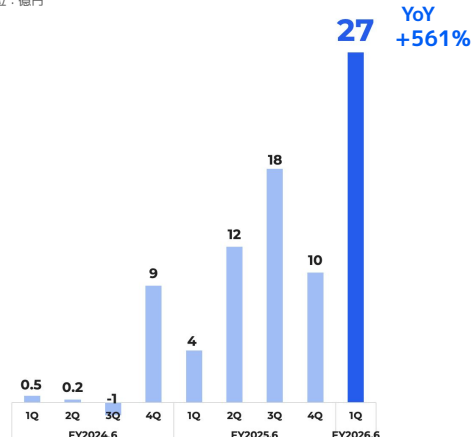
1. FY2026.6 1QよりMarketplace / Fintech間における内部取引の調整を廃止したことに伴い、調整後売上収益の開示を停止。なお、Data sheetでの調整後売上収益の開示は継続
 2. FY2025.6 3Qより「メルカードゴールド」を中心とする一部ポイント費用（広告宣伝費）を売上収益から控除
 3. 株式会社メルコインの売上収益、銀行引き出し手数料、売上金の失効/没収、「メルカード」再発行手数料等を含む
 4. 2025年1月1日より新規の「定額払い」債権に対する実質年率を18%に改定。支払い回数3回以上の新規の「分割払い」債権に対する実質年率も2026年1月1日より18%に改定予定

Creditの高い成長が牽引する形で、売上収益はYoY +22%の142億円となりました。

1 Fintech 業績推移（四半期）

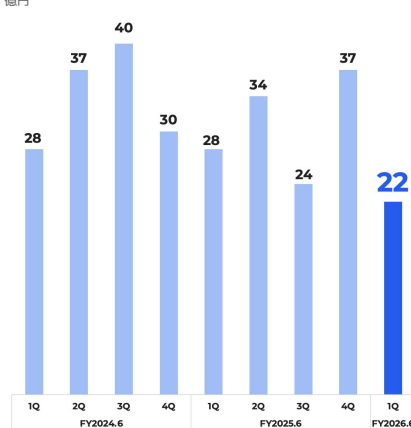
コア営業利益¹

単位：億円



広告宣伝費

単位：億円

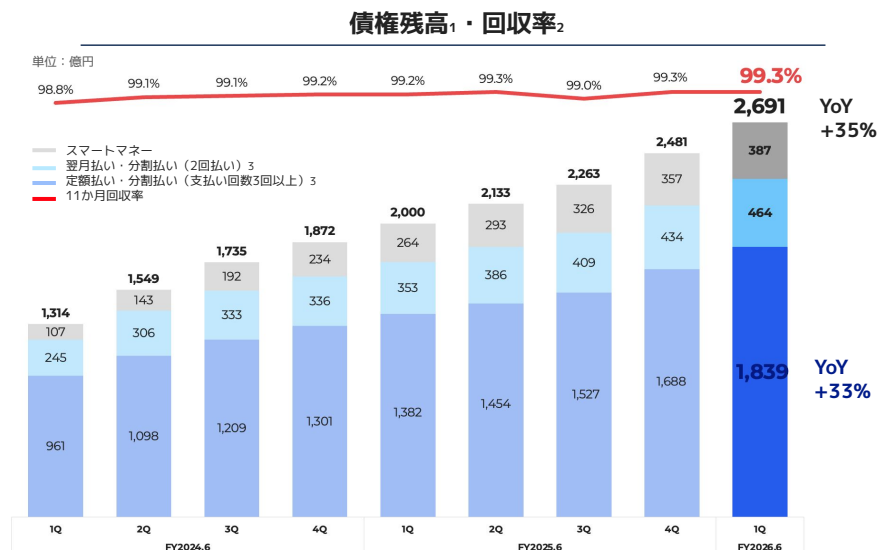


1. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益。FY2026.6 1QよりMarketplace/Fintech間における内部取引の調整を撤廃したことに伴い、調整後コア営業利益の開示を停止。なお、Data sheetでの調整後コア営業利益の開示は継続

好調な売上成長が牽引する形でコア営業利益は過去最高の27億円となりました。
「メルカードゴールド」の提供開始に伴う会員獲得に向けて投資を強化した
FY2025.6 4Qと比較すると、QoQで広告宣伝費は減少しましたが、2Q以降は成長投資を強化する方針です。

1 Fintech 債権残高の拡大

Financial Results Presentation Material



1. 四半期末時点における「メルペイのあと払い（翌月払い・定額払い・分割払い）」と「メルペイスマートマネー」の債権残高（破産更生債権等を除く）
 2. 11か月前に請求を行った「メルペイのあと払い（翌月払い・定額払い・分割払い）」と「メルペイスマートマネー」の金額に対して11か月以内に回収を完了した四半期末累計の加重平均割合（破産更生債権等を除く）
 3. 「分割払い」の2回払いは手数料不要のため、金利収入の発生しない「翌月払い」の債権残高と合算して開示。支払回数3回以上は金利収入（実質年率15.0%）が発生するため、「定額払い」の債権残高と合算して開示

Fintechの収益基盤である「定額払い・分割払い（支払い回数3回以上）」がYoY +33%と成長を牽引し、債権残高が2,691億円に伸長しています。回収率は99.3%と引き続き高い水準を維持しています。

1 US 振り返り

期初の事業方針

・ブレイクイーブンを維持しつつ、プロダクトのコア体験強化やカテゴリー戦略による差別化により通期でのGMV YoYプラス成長を目指す

プロダクトのコア体験強化及びマーケティング施策等が順調に進捗。これらの貢献もありエンタメ・ホビーやファッション等も伸長し、その結果、GMVは8月からプラス成長に転換。1QはYoY +0.4%を達成

競争力のある配送プランの提供や、CRM施策・新規顧客獲得を中心としたマーケティングを行いつつも、コア営業利益¹は6億円とブレイクイーブンを継続

引き続き、プロダクトのコア体験強化とカテゴリー戦略での差別化を推進し、通期ガイダンス達成を目指す

1. IFRS営業利益からその他の収益・その他費用等を控除した利益

18

USは、タイムセール機能の導入をはじめとするプロダクトのコア体験強化や、カテゴリー別に最適化したマーケティング施策等が順調に進捗しました。これらの貢献もあり、エンタメ・ホビーやファッション等のカテゴリーが特に伸長したことも寄与し、GMVは8月からプラス成長に転換しています。その結果、1QはYoY +0.4%を達成しました（詳細はP.20）。

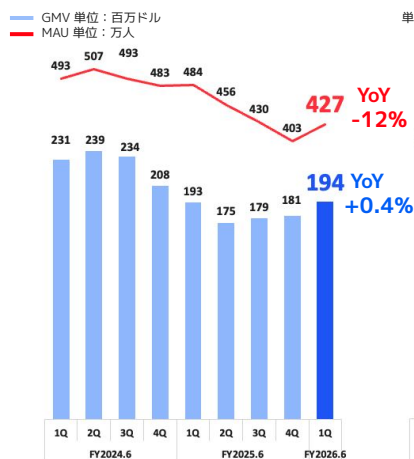
また、7月末より競争力のある配送プランの提供や、CRM施策・新規顧客獲得を中心としたマーケティングを行いつつも、コア営業利益は6億円と3四半期連続でブレイクイーブンを継続しています。

引き続き、プロダクトのコア体験強化とカテゴリー戦略での差別化を推進し、通期でのブレイクイーブン及びGMV YoYプラス成長の達成を目指します。

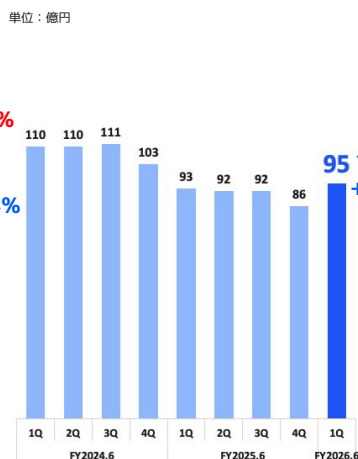
1 US 業績推移（四半期）

Financial Results Presentation Material

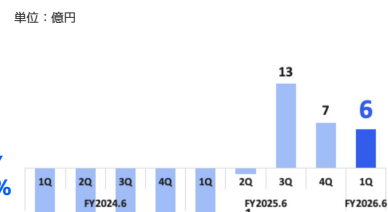
GMV₁・MAU₂



売上収益



コア営業利益₃

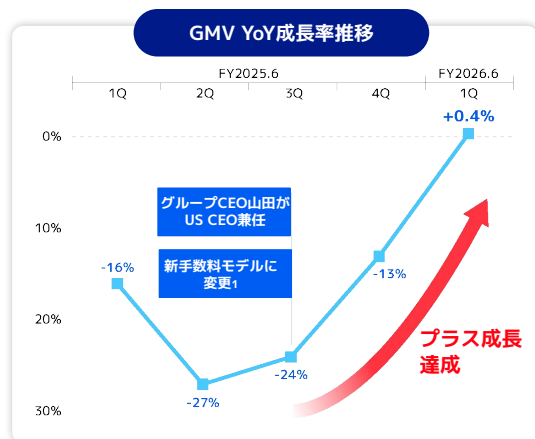


1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計
2. 1か月に1回以上アプリ又はWebサイトをブラウジングした四半期平均の登録済みお客さま数
3. IFRS営業利益からその他の収益・その他費用等を控除した利益

MAUは1年ぶりにQoQで改善し、GMVはYoY +0.4%の194百万ドルとなりました。2025年1月から新体制の元、手数料モデルの変更などプロダクトのコア体験強化に努めてきた結果、GMVはプラス成長に転じています。マーケティングなどへの投資を進めながらも、コア営業利益は6億円を計上しており、通期ガイダンスの達成に向けて順調なスタートを切りました。

1 US GMVプラス成長の主要因

Financial Results Presentation Material



1Q 主な施策

- タイムセール機能²の導入やGoogleワンクリックサインアップを活用した新規登録の簡便化³、新配送プランの提供⁴等による利便性の向上
- 安心・安全な取引環境の構築に向け、AIを活用した新規登録時の自動チェックシステムなどを導入
- カテゴリーに特化した効率的なマーケティング施策を実施
- ファッション交換プログラムのPOCを実施（10月より靴・バッグを対象にPOCを開始）

1. 出品者が販売手数料10%、購入者がバイヤープロテクション手数料3.6%を負担するモデルへ変更
 2. 出品者が出品から7日以上経過した商品に割引できる機能。割引は3日間有効で、商品が検閲結果で上位に表示されるほか、「Deals」セクションに掲載され、興味を持っている購入者にも通知される
 3. Googleワンクリックサインアップを通じて、新規顧客が即時に「Mercari」に登録・ログインできる新しいサインアップ/ログインプロセス
 4. 7月28日より、USPS、UPS、FedExにおいて、一定サイズ・重量以下の商品の配送料を従来の料金より平均6%値下げ

20

1Qでは、プロダクトのコア体験強化や効果的なマーケティング等を包括的に推進したことで、GMVのプラス成長を達成することができました。

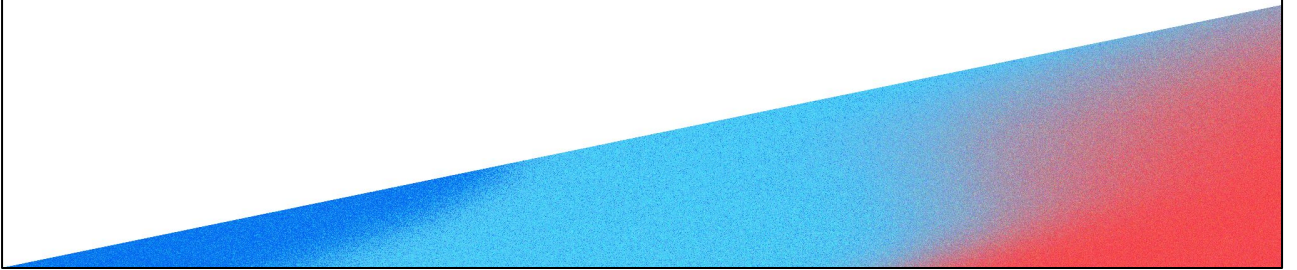
コア体験の強化においては、プロダクト施策と不正対策の2軸で取り組んでいます。タイムセール機能やGoogleワンクリックサインアップの導入、新配送プランの提供などのプロダクト施策に加え、不正対策ではAIを活用した新規登録時の自動チェックシステムを導入するなど複数の改善を進め、購入者・出品者双方にとって使いやすく、安心・安全に取引できる環境の構築を推進しています。

マーケティングにおいては、カテゴリー別に最適化したクーポン施策を展開したことで、特にエンタメ・ホビーやファッションカテゴリーにおける需要を的確に捉えることができました。

また、8月から9月にかけて実施したファッション交換プログラムのPOCでは、ファッションカテゴリー（\$100以下）のセルスルーレートが改善するなど、ポジティブな兆候がみられています。

これらの取り組みが相乗効果を発揮した結果、キャンセル率低下や、新規顧客獲得等の改善に繋がり、GMVのプラス成長に貢献しました。

ESG



2 インパクトレポート及び透明性レポートの公開

- FY2025.6のESGに関する取り組みとその結果をまとめた「[FY2025.6 Impact Report](#)」を公開¹
- 安心・安全な取引環境の構築に向けた、取り組み状況と成果を定期的に報告する「[2025年上半期 透明性レポート](#)」を初公開²



1. 2025年9月25日公開
2. 2025年9月2日公開

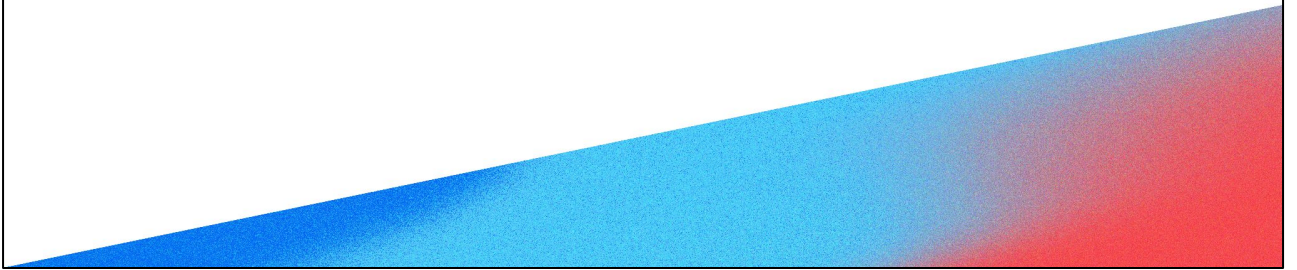
22

FY2025.6のESGに関する取り組みをまとめた「FY2025.6 Impact Report」を公開しました。

また、これまでメルカリが取り組んできた不正対策やお客さまサポートの実績、及び新たな強化策の取り組み状況等を定量的に紹介する「2025年上半期 透明性レポート」を初めて公開しました。

本レポートは、今後も定期的な公開を予定しています。

Appendix



3 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
- 2025年9月より筆頭独立社外取締役¹を設置し、取締役会の独立性向上及び実効性の高い監督を一層強化

取締役12名

社内取締役(4名)



山田 進太郎
代表執行役 CEO (社長)



小泉 文明
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



江田 清香
執行役 SVP of
Corporate 兼 CFO



栃木 真由美

独立社外取締役(8名)



富山 和彦
筆頭独立社外取締役
指名委員会
委員長



篠田 真貴子
報酬委員会
委員長



金野 志保
監査委員会
委員長



北川 拓也



梅澤 真由美



花沢 菊香



藤沢 久美



琴坂 将広 (新任)

1. 社外取締役の互選によって選定され、社外取締役連絡会議（エグゼクティブセッション）の運営等を主導し、社外取締役間の連携の強化や関係性の構築を促進する役割を担う。また、必要に応じて、社外取締役の意見を取り纏めた上で、取締役会議長、代表執行役CEO又は執行役と協議を行う

3 ガバナンス体制（独立社外取締役）



富山 和彦
筆頭独立社外取締役
指名委員会
委員長



篠田 真貴子
報酬委員会
委員長



金野 志保
監査委員会
委員長

主な経歴

- ・ボストンコンサルティンググループ
- ・㈱コーポレートディレクション代表取締役社長
- ・㈱産業再生機構代表取締役専務(兼)業務執行最高責任者
- ・㈱経営共創基盤代表取締役 CEO
- ・パナソニック㈱（現パナソニックホールディングス㈱）社外取締役
- ・東京電力ホールディングス㈱社外取締役
- ・一般社団法人日本取締役協会会長（現任）
- ・黒田精工㈱社外取締役（現任）
- ・㈱日本共創プラットフォーム 代表取締役会長（現任）

- ・㈱日本長期信用銀行(現 ㈱SBI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
- ・㈱東京糸井重里事務所（現 ㈱ほぼ日）取締役 CFO
- ・エール㈱取締役（現任）

- ・ヤフー㈱（現 LINEヤフー㈱）監査役
- ・アドバンスト・ソフトマテリアルズ㈱（現 ㈱ASM）監査役
- ・日本弁護士連合会男女共同参画推進本部 委員（現任）
- ・特定非営利活動法人日本コーポレート・ガバナンス・ネットワーク 監事
- ・金野志保はばたき法律事務所 弁護士（現任）
- ・ワタミ㈱社外取締役
- ・㈱カカコム社外取締役
- ・アルフレッサホールディングス㈱ 社外取締役
- ・㈱新生銀行（現 ㈱SBI新生銀行）社外監査役
- ・マネックスグループ㈱社外取締役
- ・㈱LIXIL社外取締役（現任）
- ・ペガサス・テック・ホールディングス㈱社外監査役（現任）

選任理由

- ・経営者及びコーポレートガバナンス領域における豊富な知見と高い識見
- ・社会課題の解決に向けたイノベーションの推進に関する深い経験

- ・I&D、サステナビリティ、ファイナンス等における専門的な知識や深い経験

- ・企業法務やコーポレートガバナンス領域における専門的な知見
- ・リスクマネジメントやコンプライアンスにおける豊富な知見と高い識見

3 ガバナンス体制（独立社外取締役）



北川 拓也



梅澤 真由美



花沢 菊香

主な経歴

- ・楽天データマーケティング株式会社取締役
- ・公益社団法人 Well-being for Planet Earth 共同創業者兼理事（現任）
- ・楽天株式会社常務執行役員テクノロジービジョンCDO
- ・QuEra Computing President and Director（現任）
- ・株式会社クエラコンピューティングジャパン 代表取締役社長（現任）
- ・監査法人トーマツ（現 有限責任監査法人トーマツ）東京事務所
- ・梅澤公認会計士事務所（現 公認会計士梅澤真由美事務所）（現任）
- ・日本マクドナルド株式会社
- ・ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社ディズニーストア部門ファイナンスマネージャー
- ・管理会計ラボ（現 管理会計ラボ株式会社）取締役（現任）
- ・Retty株式会社監査役、社外取締役（監査等委員）
- ・ジャパン・ホテル・リート投資法人監督役員（現任）
- ・ウェルネス・コミュニケーションズ株式会社社外取締役
- ・ロイヤルホールディングス株式会社社外取締役（監査等委員）（現任）
- ・伊藤忠ファッションシステム株式会社ニューヨーク事務所事務所長
- ・Cygne Designs, Inc. マーケティング副社長
- ・CYGNE INTERNATIONAL CEO
- ・株式会社リンク・セオリー・ホールディングス戦略ディレクターVPL CEO
- ・ファッションガールズ・フォー・ヒューマニティ理事長（現任）
- ・Yabbey 共同創業者（現任）
- ・コロンビア大学 理事（現任）

選任理由

- ・AIやデータサイエンス等のテクノロジー領域における専門的な知見
- ・事業創出や社会課題に向けたAIやデータの活用における豊富な経験と高い見識
- ・ファイナンスや会計の分野における専門的な知見
- ・リスクマネジメントやコンプライアンス、コーポレートガバナンスの分野における高い見識
- ・米国を中心に経営者として社会課題の解決に向けた事業を手掛けてきた豊富な経験
- ・サステナビリティの分野における豊富な知見

3 ガバナンス体制（独立社外取締役）



藤沢 久美



琴坂 将広（新任）

主な経歴

- ・国際投信委託株
- ・シュローダー投信株
- ・株アイフィス代表取締役
- ・一般社団法人投資信託協会理事
- ・日本証券業協会公益理事（現任）
- ・株静岡銀行社外取締役
- ・株ソフィアバンク代表取締役
- ・豊田通商株社外取締役
- ・株クリーク・アンド・リバー社社外取締役
- ・セルソース株社外取締役
- ・株ネットプロテクションズ社外取締役
- ・株国際社会経済研究所理事長（現任）
- ・株しずおかフィナンシャルグループ社外取締役（現任）
- ・トヨタ自動車株社外取締役（現任）

- ・マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク
- ・立命館大学経営学部准教授
- ・株アビリティ社外取締役
- ・株ユーザベース社外監査役
- ・ラクスル株社外監査役
- ・株ユーグレナ社外取締役（現任）
- ・株ユーザベース社外取締役（監査等委員）
- ・ラクスル株社外取締役（監査等委員）（現任）
- ・SREホールディングス株社外取締役（監査等委員）（現任）
- ・慶應義塾大学総合政策学部教授（現任）

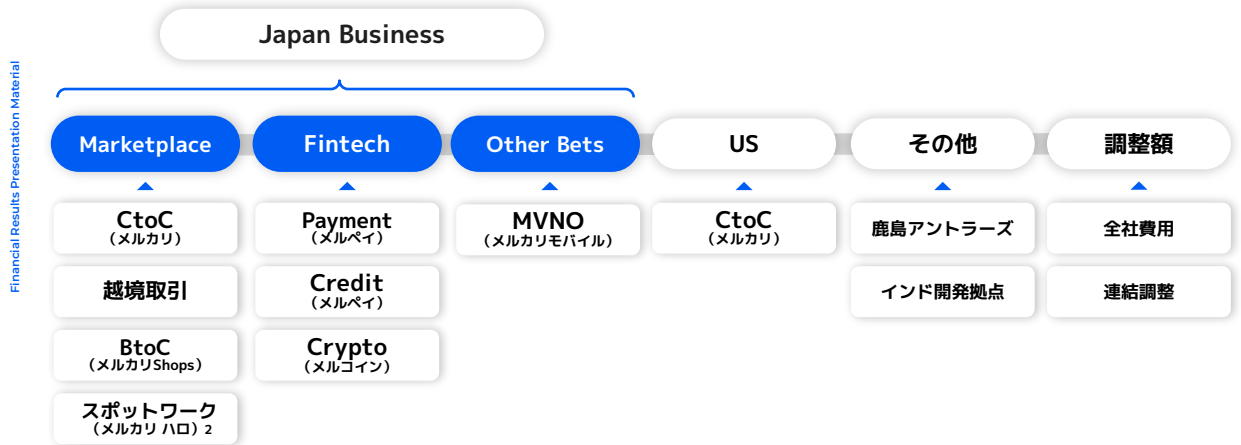
選任理由

- ・社会課題の解決に向けたイノベーションの推進に取り組んできた豊富な経験
- ・グローバルビジネスやコーポレートガバナンス等の分野における豊富な知見と高い見識

- ・経営戦略に関する専門的な知見と企業経営に関する豊富な経験
- ・リスクマネジメントやコンプライアンス、コーポレートガバナンスの分野における豊富な知見と高い見識

3 セグメント情報

- FY2026.6より収益性質の違いからJapan Business¹傘下に“Other Bets”を新設し、MVNOをMarketplaceから移管



1. FY2026.6 1QよりJapan Regionの名称をJapan Businessに変更
 2. 2025年12月18日をもってサービス終了予定

3 キャピタルアロケーションに関する考え方

(FY2025.6 4Q決算資料を再掲)

- 利益成長フェーズへの移行に伴い、計画どおり進捗すればFY2026.6において利益剰余金がプラスに転じる見通し

内部留保水準について

- Fintech事業等の拡大に伴い自己資本を段階的に積み上げ、安定的な資金調達能力を確保
- 外部格付けの向上等で調達効率を高め、与信事業に必要な資金は負債調達を優先する

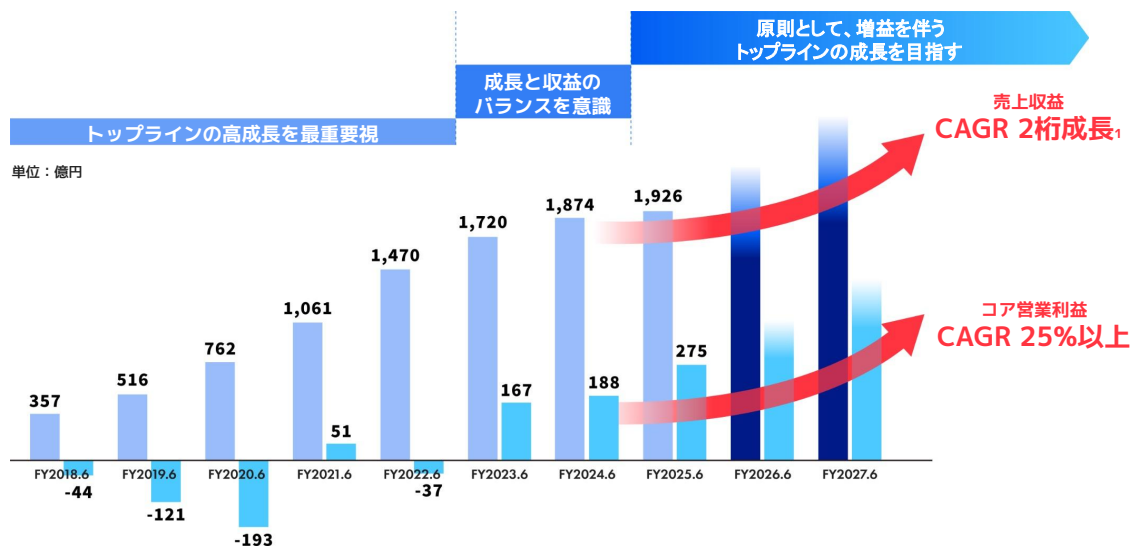
キャピタルアロケーションの優先順位

- 内部留保を除くキャッシュは、下記選択肢を比較検討し、長期的な利益成長に貢献する資本配分を優先的に実行
 1. 既存事業やM&Aを含む新規事業への成長投資
 2. 自社株買いを中心とした自社への投資
- 機動的な判断に対する柔軟性の観点から、株主還元において自社株買いを配当より優先する

3 FY2027.6に向けた中期方針

(FY2025.6 4Q決算資料を再掲)

Financial Results Presentation Material



1. FY2024.6からのCAGR

2. FY2024.6よりIFRSに移行したことに伴い、FY2023.6の実績からIFRSに基づく開示を実施

3. 将来成長に資する大きな成長機会が訪れた場合においては、機動的な投資を行うことで一時的に減益になる可能性があるが、その場合は改めて説明を行う

3 FY2027.6 主要事業のありたい姿（更新版）

（FY2025.6 4Q決算資料を再掲）

グループ共通

ありたい姿

- エコシステムの構築に向けて、外部の様々なパートナーと連携
- USの成長と、越境取引強化による Global Expansionを推進
- 世界中の多様なタレントが活躍できるボーダレスな組織づくりに向け、I&Dを強化
- AI-Native Companyの実現

Marketplace

ありたい姿

- CtoCの安定成長に加え、越境取引、BtoC等の高い成長によってマーケットを継続的に牽引

注力領域

- ・ プロダクトのコア体験強化
- ・ AI活用によるUI/UX刷新
- ・ 越境取引/BtoC
- ・ Ads

Fintech

ありたい姿

- グループシナジーの拡大
- コア営業利益100億円以上となり、メルカリグループにおける第2の収益の柱として確立

注力領域

- ・ ロイヤルティプログラムを中心とした決済及び債権残高の拡大
- ・ AIと信精度、回収率の維持/向上
- ・ 暗号資産の種別、利用シーンの拡大

US

ありたい姿

- 明確な差別化によって独自のポジションを確立
- 原則としてブレイクイーブンを継続しつつ、持続的な成長を実現

注力領域

- ・ プロダクトのコア体験強化
- ・ AI活用によるUI/UX刷新
- ・ カテゴリー戦略による差別化

3 FY2026.6 事業方針

(FY2025.6 4Q決算資料を再掲)

連結

ガイダンス

売上収益
2,000-2,100億円

コア営業利益¹
280-320億円

方針・主な施策

- ・ FY2027.6に向けた仕込みの年
- ・ 原則として、増益を伴うトップライン成長を目指す
- ・ グループシナジーを中心とした事業拡大

Marketplace

ガイダンス

GMV成長率 +3-5%前後
コア営業利益額 320-360億円

方針・主な施策

- ・ プロダクトのコア体験強化
- ・ 自社越境²の推進
- ・ BtoCの事業者出品の強化

Fintech

ガイダンス

コア営業利益 50-75億円

方針・主な施策

- ・ 「メルカード」会員獲得
- ・ メインカード化の推進

US

ガイダンス

ブレイクイーブン³
通期でのGMV YoYプラス成長

方針・主な施策

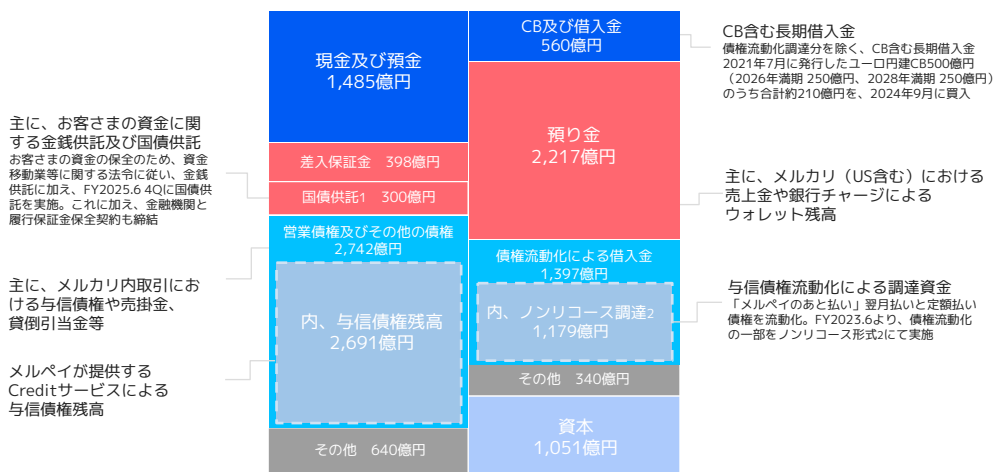
- ・ カテゴリー戦略による差別化
- ・ プロダクトのコア体験強化

1. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益

2. 海外から「メルカリ」の会員登録を行い商品購入を行う形式で、現地の言語や通貨表示のデフォルト設定等に対応。購入作業や決済対応等は仲介企業を介し、スムーズな体験を実現

3. IFRSコア営業利益ベースでのブレイクイーブンを想定

- 多様な資金調達手法を活用し、健全な財務基盤の構築に向けたBSコントロールを実施



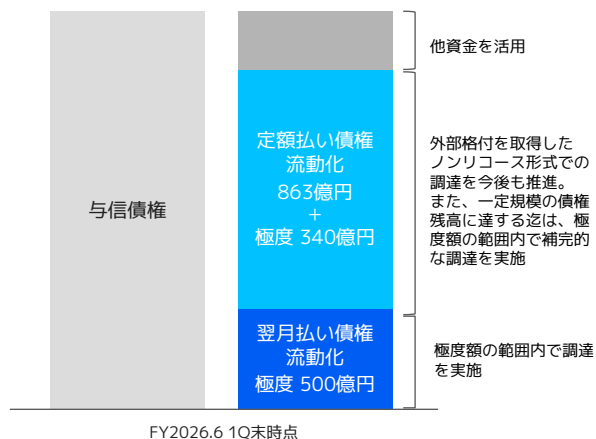
FY2026.6 1Q末総資産 : 5,567億円

1. 非流動資産における、その他の金融資産において300億円が国債供託に該当。国債供託の実施に伴い金銭供託の一部取り戻し処理を進めたため、1Q末時点で差入保証金が減少した
2. 債権の回収金のみを返済原資として資金調達を行いメルカリに返済義務が過ぎられない資金調達手法

3 Creditサービスに関する資金調達の方

- 「メルペイのあと払い」債権自体の信用力により資金調達を行うノンリコース形式¹の流動化を中心に、Creditサービスの成長に合わせた資金調達の拡張・多様化を推進

- 「メルペイのあと払い」の定額払い債権に対して、外部格付を取得の上、FY2026.6 1Q末時点で合計863億円をノンリコース形式¹で調達
- 加えて、定額払いで340億円、翌月払いで500億円を極度額とし、毎月の債権残高の成長に応じた流動化も実施し、資金効率を改善



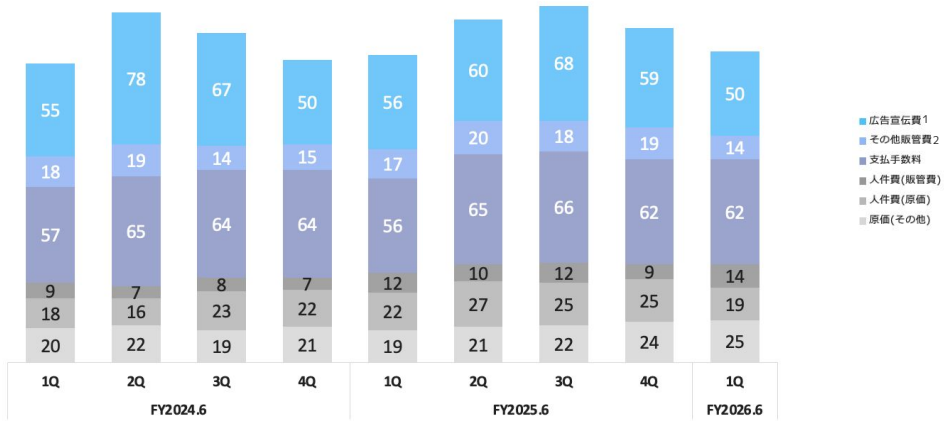
1. 債権の回収金のみを返済原資として資金調達を行いメルカリに返済義務が波及されない資金調達手法

3 Marketplace コスト構成（四半期）

mercari

単位：億円

Financial Results Presentation Material



1. FY2024.6 4Qより一部ポイント費用（広告宣伝費）を、売上収益及び広告宣伝費から控除
2. 業務委託費、減価償却費、地代家賃等

免責事項

本資料は、情報提供のみを目的として作成されたものであり、当社の有価証券の売買の勧誘を構成するものではありません。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。

FY2026.6 2Qの決算発表は、2026年2月9日15時半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