

FY 2022.6 3Q

# PRESENTATION MATERIAL

mercari

# 目次

- 1 決算サマリー
- 2 FY2022.6 業績予想
- 3 FY2022.6 3Q 決算概況
- 4 ESG
- 5 Appendix



# FY2022.6 3Q 決算サマリー



# FY2022.6 3Qの進捗状況・ハイライト

#### 連結

- ●外的環境の変化に加え、不正利用等の影響によりGMV成長率が鈍化。その結果、期初に掲げた目標値を修正し、通期GMV YoYを+13%前後(JP)、-3%前後(US)、調整後□営業利益率(JP)26%を見込む
- ●中長期のポテンシャルには変更なく、投資規律をアップデートし投資の優先順位を明確にしたうえで、着実に成果が積み上がっていく投資により、持続的な成長を実現する

| メルカリJP   |  | メルペイ  |  | メルカリUS   |  |
|--|--|---|--|--|--|
| <ul> <li>不正利用影響の他、在宅時間の減少による出品の鈍化や購入頻度の減少でMV成長率は鈍化</li> <li>成果が着実に積み上がる新規ユーザ獲得と出品強化に投資を集中し、中長期的な成長を推進</li> </ul>       |  | <ul><li>与信分野を中心に収益基盤が確立し3Q調整<br/>前づ営業黒字を達成</li><li>4Qも調整前営業黒字を想定し、初の通期、<br/>調整前営業黒字を見込む</li></ul> |  | MAU1月単月590万。インフレなど外部環境の変化を受けて、GMV成長率はYoY-6%     出品の簡便化を中心とした使いやすさの向上に向けた施策を着実に推進 |  |
| ソウゾウ   |  | メルロジ  | メルコイ   | · /  | 鹿島アントラーズ   |
| <ul> <li>中長期の成長に必要な出店数や出品数が着実に増加。4月19日時点で出店数が20万を突破</li> <li>ユーザ体験向上に向けたプロダクトアップデートに注力しつつ、規律のあるマーケティング施策を実施</li> </ul> | <ul><li>メルカリポストを利用した効率<br/>的な集荷物流の実証実験を継続中</li></ul> |   | <ul><li>暗号資産:ライセンス取得に向けて順調に進捗。FY2023.6の事業開始を目指す</li><li>NFT:ブロックチェーン技術の活用を目指したPoCを推進</li></ul> |  | <ul><li>2022年シーズンは収容制限が緩和されるなど、徐々に正常化に向けた兆しがみられる</li><li>ノンフットボールビジネスを含む各種事業を着実に推進</li></ul> |

# 1 FY2022.6 3Q KPIサマリー

### 連結

売上高

385億円

営業損益

▲**29**<sub>億円</sub>

(YoY-30億円)

会計方針変更の影響を 除外した売上高

**326**億円 (YoY+14%)

## メルカリJP

**GMV**<sub>1</sub>

YoY **+12%** 

#### 調整後営業利益率

**24%** (YoY -10ppts)

#### メルペイ

利用者数2

1,292万人

#### メルカリUS

**GMV**<sub>1</sub>

YoY-6%

**MAU**<sub>3</sub>

**566**万人 (YoY+11%)

- 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)2022年3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 業績予想

# FY2022.6 通期(4Q)業績予想

#### 2022.6 通期業績予想

連結:

売上1,470億円、営業利益▲45億円

● メルカリJP:

売上848億円(YoY+13%) 調整後営業利益率 26%

#### <4Q見通し>

| 連結     | 投資規律のアップデートを行い、優先順位を明確にしたうえで厳選した投資を行うことで、 4Qは<br>GMV成長率が若干鈍化するも営業黒字を見込む。将来利益の最大化に向けて、着実に成果が積<br>み上がっていく投資により、中長期的な成長を推進する |
|--------|---|
| メルカリJP | 外的環境の変化や不正利用の影響に加え、短期的な成長ではなく、より中長期的な成長を重視した投資を実施することで、GMV成長率はYoY/QoQで鈍化する見通し。引き続き新規ユーザ獲得 と出品の強化によってユーザ基盤の拡大を進める          |
| メルペイ   | FY2021.6より強化してきた与信分野を中心に収益力が確実に向上し、 4Qも調整前営業黒字を想定。その結果、初の通期調整前営業黒字を見込む  |
| メルカリUS | FY2021.6 4Qの反動やインフレなど外部環境の変化に加え、中長期の成長に向けた優先順位に<br>基づき厳選した投資を行うことで、4QのGMV成長率はYoYで鈍化する見通し。ユーザ基盤の拡大<br>に向けて、引き続きプロダクト改善に注力  |

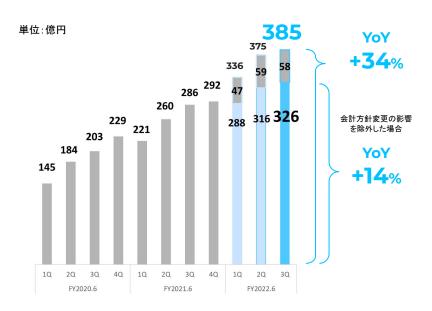


# FY2022.6 3Q 決算概況

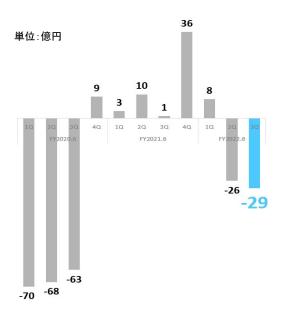
# 決算概況 (連結) 売上高/営業損益

- 3Qも過去最高売上高を更新
- 不正利用により、3Qはグループ全体で16億円の費用を計上

#### <売上高の推移>

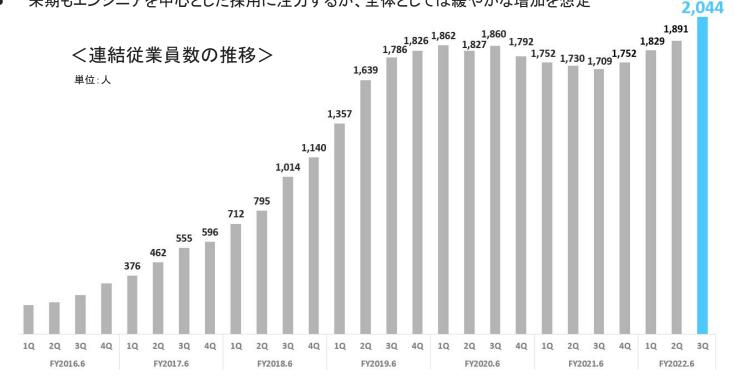


#### <営業損益の推移>



# メルカリの高成長を支える優秀な人材

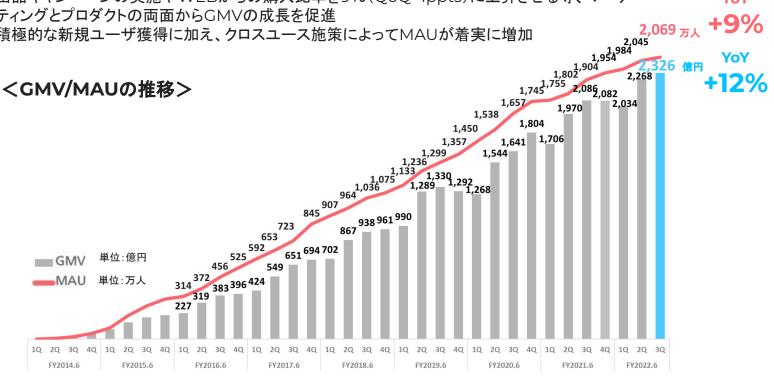
- 中長期的な事業戦略に必要な人材の獲得に向けて、積極的な採用を実施し順調に増加、4Q末では2,150人程度を見込む
- 来期もエンジニアを中心とした採用に注力するが、全体としては緩やかな増加を想定



# メルカリJP GMV/MAU2

出品キャンペーンの実施やWEBからの購入比率を9%(QoQ+1ppts)に上昇させる等、マーケ ティングとプロダクトの両面からGMVの成長を促進





<sup>1.「</sup>メルカリShops」のGMVは含まず

YoY

<sup>2. 1</sup>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

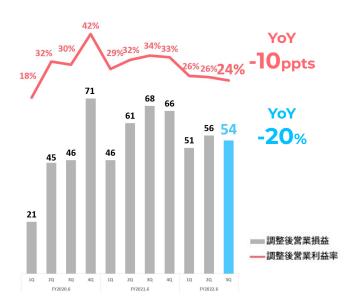
# メルカリJP 売上高/調整後営業利益率

● 持続的な成長の源泉となるユーザ基盤の拡大にむけて、引き続き新規ユーザ獲得に注力し、積極的なマーケティングを実施し、調整後営業利益率はQoQで若干の減少

# <売上高の推移> YoY 単位:億円 +11% 168 120

#### <調整後営業利益(率)の推移>

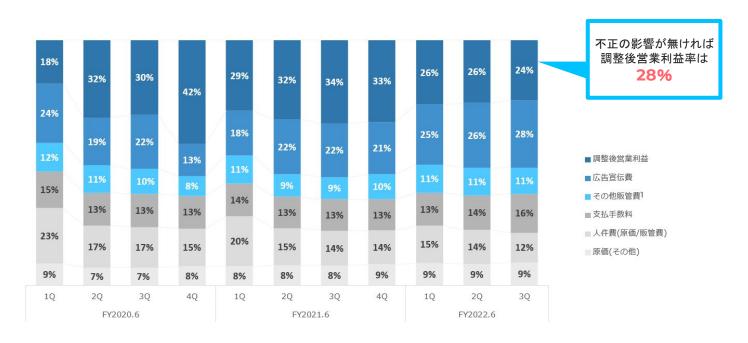




# 3

## メルカリJP コスト構成

- 不正利用による影響で支払手数料が3%(7億)、広告宣伝費が1%(3億)増加
  - 4Qは3Qと同程度の費用を想定するが、来期以降は減少の見通し



# メルカリJP 期初目標値の乖離要因

- 期初に掲げた目標値を見直し、通期GMV YoY+13%前後、調整後営業利益率は26%前後を見込む
- 期初目標値との乖離要因は以下2点

#### 想定を上回る外的環境の変化

- 昨年10月以降の緊急事態宣言の 解除以降、在宅時間が減少
- 出品鈍化
- 購入頻度が減少



出品者と購入者のバランスの悪化 (今後の投資方針をP16に記載)

#### 不正利用の増加

- ・昨年末から不正利用が増加
- 不正予防のため幅広いユーザへの利用 制限を実施しGMVが数%減
- ユーザ等への補填金により、3Qで10億円の費用増

(詳細はP15 に記載)

## メルカリJP 不正利用の影響

- 業界全体で不正利用が増加傾向の中、当社においても昨年末から増加し、GMV・費用に影響
- ユーザ等の金銭的被害の補填に加え、さらなる不正利用の防止対策やユーザへの注意喚起を実施
- 安心・安全な利用環境の構築は最優先事項と認識しており、全社一丸で取り組む。

#### 概要と3Q影響額

#### メルカリJP

- 概要:クレジットカードの不正利用
- GMV: 不正予防のため幅広い ユーザへの利用制限を実施 し、数%減少<sup>1</sup>
- 費用:補填金 10億円

#### メルペイ

- 概要:フィッシング
- 費用:補填金 6億円

#### 対策

#### 対策

- 業界内で先駆けてEMV-3Dセキュアの導入や決済時の追加認証(電話番号・Email)の強化
- 不正利用の検知システム
- ユーザへの注意喚起

#### 業界全体での取り組み

オンラインマーケットプレイス協 議会において不正利用に関す る意見交換会の実施

#### 今後の見通し

#### FY2022.6 4Q

● 3Qと同程度の費用が発生する想定

#### FY2023.6 1Q以降

実施済みのセキュリティ対策等により、減少を想定



# メルカリJP 中長期の成長に向けた投資方針

- 成長ポテンシャルや中期的に目指す方向性に変更はない
- パーソナライゼーションやWeb強化などのプロダクト施策は着実にGMVの底上げにつながっており、今後も、プロダクトにおけるUXの向上により、MAUの増加を目指す

| 分野      | 内容                      | · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·               |
|---------|-------------------------|---|
|         | 投資規律のアップデート             | 外部環境の変化をとらえた投資の優先順位の見直し                             |
| 全体      | メルカリShopsと<br>一体となった成長  | -メルカリShopsへ2,000万人超のMAUを供給<br>-メルカリShopsの事業者から出品の増加 |
| マーケティング | 剥がれず積み上がる<br>分野への投資     | 新規ユーザ獲得と出品強化に集中                                     |
| プロダクト   | 出品UXの向上による<br>ユーザ基盤の底上げ | 出品簡便化やメルカリポストの活用による梱包発送の簡便化                         |



# メルカリJP GMVが着実に積み上がるストック性の高いビジネスモデル

- 創業以来、新規ユーザ獲得に向けて継続的な投資を行った結果、過去に登録したユーザが継続的に「メルカリ」 を利用し、GMVがしっかりと積み上がっている
- 引き続き、新規のユーザ獲得に注力し、GMVを持続的に成長させていく



# 3

# ソウゾウ「メルカリShops」本格提供後も好調に進捗

- 提供している機能がまだ限定的な中でも、中長期の成長に必要な出店数や出品数が着実に増加
- ユーザ体験向上に向けたプロダクトアップデートに注力しつつ、新規出店者獲得に向けて規律のあるマーケー ティング施策を実施

#### プロダクトアップデート

人気カテゴリーである食品を新鮮な状態で 届けられるよう「クールメルカリ便」をリリース



#### マーケティング施策

新規出店者の獲得に向けた 効果的なキャンペーンを実施



出品手数料無料キャンペーン

※2021年末までに開設した出店者の手数料無料期間は 2022年3月末迄に条件変更

# 3 ソウゾウ「メルカリShops」出店数

- 本格提供後6ヶ月で累計出店数が20万を突破するなど、好調に利用が進捗
- メルカリユーザから購入希望の高い食品、ハンドメイド、アパレルなどが人気カテゴリーであり、 想定通りの需給のマッチングを創出
- 今後も中長期での成長及びメルカリJPとのシナジー創出を意識した機能改善にフォーカスするとともに、 新規出店獲得に向けた規律ある投資を行う

\ 出店数 / **20**万突破!



# 3 ソウゾウ「メルカリShops」を通じた地方への貢献

地域の小規模事業者のEC化支援や地域の特産物を生かした取り組みなど、「メルカリShops」のサービスの特長を活かした 地域課題の解決を目指すとともに、新規出店獲得や認知・ブランド価値向上につなげる

#### 3Qの取り組み

- 複数の地方自治体と協定を結び、地域振興を目指す地域活性 化プログラムの実施や「メルカリ Shops」への出店を促進
- 福島県・宮城県・岩手県から14の出店者を募り、「メルカリ Shops」にて「東北3県復興支援!おすすめショップ特集」を期 間限定で実施





# メルペイ 与信を中心とした3つの注力領域

提供中のサービスにおける恒常的な調整前」営業黒字が実現可能な収益基盤が確立





# 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

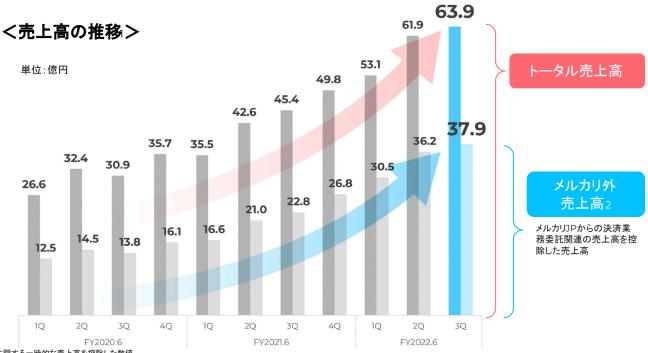
#### 資産運用





# メルペイ 売上高の推移

- メルカリ内・外の売上高が共に順調に伸長
- 与信分野を中心に収益基盤が確立。4Qも調整前営業黒字を想定し、初の通期、調整前営業黒字を見込む

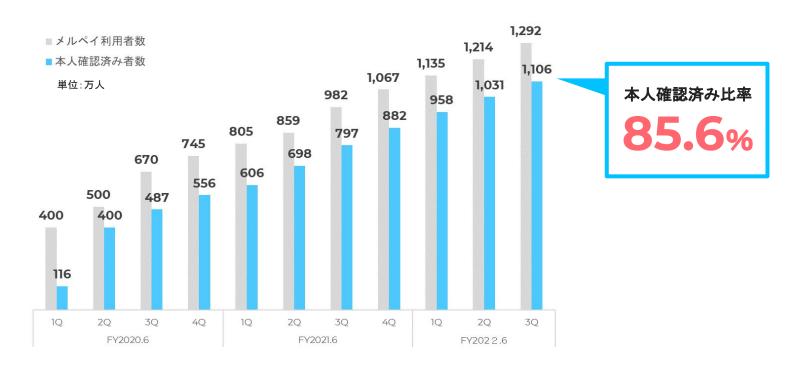


<sup>1.</sup> FY2020.6 3Q4Q実績から「Origami」に関する一時的な売上高を控除した数値

<sup>2.</sup> メルカリJP・メルベイ間の内部取引(決済業務委託に関わる手数料)を控除した売上高 MCCOCI

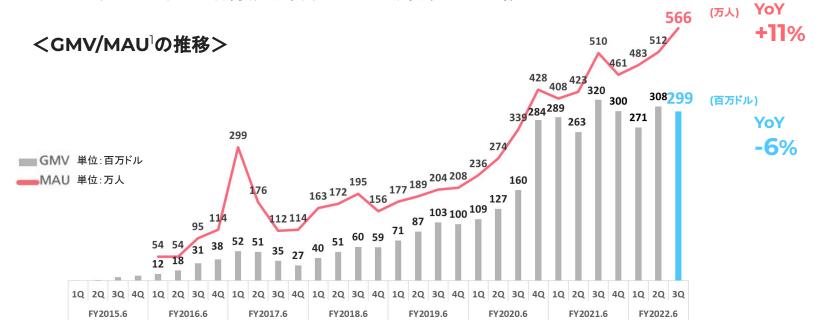
# メルペイ 与信分野の進捗

- 継続的な安心・安全な利用環境の構築に向けた取り組むが奏功し、本人確認済み比率は85.6%に伸長
- 本人確認済み利用者数が与信事業の成長に貢献



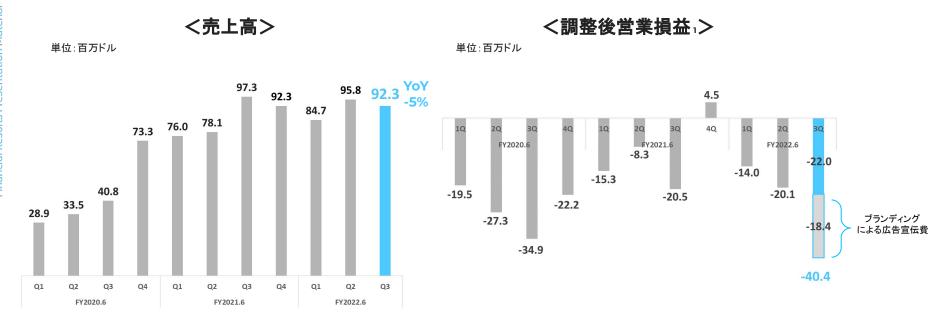
# メルカリUS GMV/MAU

- 認知度の向上を目的としたマーケティング施策が奏功し新規ユーザ数が伸長、7月単月でMAUが 過去最高の590万人を達成
- 前期3Qは米国政府による現金給付の影響でGMV成長率がYoYで+99%と大きく成長した反動に加えて、インフレなどの外部要因もあり、YoY GMV成長率は-6%で着地



# メルカリUS 売上高 / 調整後営業損益 (US GAAP)

- 採用を通じた組織基盤の強化に加え、ブランド認知度の大幅な向上に寄与した積極的なブランディング活動の影響などによりQoQで赤字が拡大
- 米国においても業界全体で不正利用が増加傾向だが、対策を実施したことで、金額的な影響は軽微(4Qも同様の見通し)



# 3

# メルカリUS 期初目標値修正の要因と当社の戦略

● 期初に掲げた目標値を見直し、GMV YoY-3%前後を見込む

#### 期初の目標値と相違した要因

- 想定を上回る外部環境の変化
- インフレによる単価の上昇と配送料金の値 上げによる購入鈍化
- W-9の税制変更による、出品時の個人情報登録などのユーザの負担増

- 前期3Qの政府による現金給付に関する 影響の過小評価
- 1. 同一プラットフォームにおける年間 600ドル以上の売上に対して 新たに確定申告が課される税制の変更が 2022年1月より施行

#### 当社の戦略

- ・プロダクト施策
- 主にCasual sellersに向けた出品簡便化
- 税制変更によるユーザ体験の毀損防止の 機能改善
- 購入者の配送料負担を軽減する施策の検 討₂
- マーケティング施策
- 新規出品者の利用促進
- 新規ユーザ獲得のための効果的なプロ モーション
- 2. 同一の出品者から複数の商品を購入した際に、一括配送する ことで送料を低減する施策を中心に検討

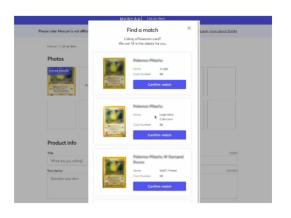


# メルカリUS 使いやすさの向上

出品・購入に至るまでの使いやすさを徹底的に追求した機能改善を推進

#### 出品の簡便化

- 写真を撮るだけで基本情報が自動で入力される 新機能"○makase"を試験的にリリース
- 今後は対象カテゴリーを拡大予定



#### Webの強化

新規ユーザの流入経路としての役割が大きい
WEBの使いやすさを強化することで、リテンションの向上を目指す



#### 検索機能の改善

○ 人気カテゴリなどのサジェスト機能 の精度向上



#### パーソナライゼーション

○ トップ画面で表示するおすすめ商品 の精度向上



#### セキュリティの向上

- 安全なパスワードの提案
- ログイン履歴の確認



# メルカリUS C2Cといえばメルカリと言われるサービスへ

● 不透明な外部環境下においても成長を遂げるべく、C2Cといえばメルカリという高いブランド認知度の獲得を図り、ユーザ の獲得を強化

#### マーケティング

● 認知度向上およびユーザ基盤拡大のため、TVコ マーシャルなどを中心とした大々的なブランディン グキャンペーンを実施

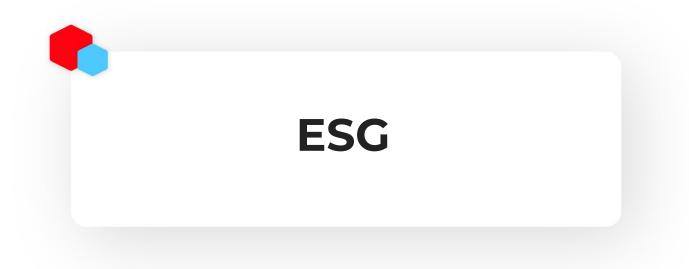


テレビ CM動画: https://www.youtube.com/watch?v=8iu8if6Eeo4

#### ブランド認知度

- ブランド認知度が向上し、過去最高の認知度を達成
- 一部の同業他社の水準を初めて上回った







# ESG 各マテリアリティに沿った3Qの取り組み

| マテリアリティ                    | 3Q <b>の</b> 取り組み  |
|----------------------------|---|
| 1 循環型社会の実現<br>/気候変動への対応    | <ul> <li>循環型社会の実現に向けた文化の醸成・教育に向け、教育ポータルサイト「mercari education」を公開</li> <li>第3回ESGファイナンス・アワード・ジャパン 環境サステナブル企業部門「特別賞」を受賞</li> <li>鹿島アントラーズと共同で「アントラーズ30周年アニバーサリーウォール」をアップサイクルしたグッズ<br/>販売開始</li> </ul> |
| 2 ダイバーシティ&<br>インクルージョンの体現  | <ul> <li>◆女性やLGBT+コミュニティの方など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 2022」の参加者募集を開始</li> <li>◆社員の博士課程進学を支援する制度「mercari R4D PhD Support Program」を開始</li> </ul>                              |
| 3 地域活性化                    | <ul><li>「メルカリShops」を通じ複数地方自治体と連携する他、教育機関との連携を開始</li><li>「メルカリ寄付」機能₁の寄付先に大熊町、楢葉町の2自治体を追加</li></ul>   |
| 安心·安全·公正な<br>取引環境の実現       | • オリエンタルランドと安心・安全な取引環境の 整備に向けた覚書を締結   |
| 5 コーポレートガバナンス<br>/コンプライアンス | ● 第1回ESG委員会を開催、議事概要を公開  |



# ESG 教育ポータルサイト「mercari education」を公開

- モノやお金の価値を理解する機会を提供し、限りある資源が大切に使われる「循環型社会」の実現に向けた文化の醸成を目的に、教育関係者などに向けて教育ポータルサイト「mercari education」を公開
- 実践的な学びが得られる6種類の教育プログラムを無償提供
- 今後は学校現場における本教材の導入推進を行っていくとともに、学校現場や専門家のフィードバックを取り入れながらテーマの拡充や新たな教材の開発を進める





教育ポータルサイト「mercari education」https://education.mercari.com/



## ESG 第1回ESG委員会を開催

● 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において、代表取締役 CEO(社長)の山田 進太郎を委員長とする第1回ESG委員会を2022年2月1日に開催。メルカリの各マテリアリティへの対応方針を、 各カンパニーの事業戦略(ロードマップ)に反映させるにあたり、論点となる事項について議論

#### 議事概要

- 各カンパニーのESG担当役員より、マテリアリティに照らした各事業のリスク・機会のアセスメント結果について報告
- 各事業を通じてどのように循環型社会を実現していくのか、また気候変動への対応についてどのような対応が必要か、ダイバーシティ&インクルージョンをプロダクトやサービスにおいてどのように体現していくべきかなど、マテリアリティ毎の論点について議論
- 今後、第1回ESG委員会での議論を踏まえて、各カンパニーの事業戦略にこれらのESGの視点を反映させて、マネジメントしていく予定



# **Appendix**

# 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 ■メルカリJP CEO

山田進太郎 Jeff LeBeau

#### MERCARI

Mercari, Inc. (US)

=設立

■事業内容

**■CEO** 

2014年1月 US版メルカリの 企画·開発·運営

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

34

#### **Japan Region**

# 5

# 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



# 5

# 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㈱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)
- ・ (株)メディアドゥ社外取締役

- •㈱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(株)
- ・ネスレニュートリション㈱経営企画統括部長
- ・㈱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

連結BS

#### FY2020.6 FY2021.6 FY2022.6 (百万円) 4Q **4Q** 3Q 169,277 227,926 流動資産合計 273,331 現金及び現金同等物 189,294 135,747 171,463 未収入金 15,612 47,001 76,232 固定資産合計 28,736 34,603 59,648 198,014 資産合計 262,529 332,980 負債合計 162,645 222,516 296,272 未払金 16,206 17,775 19,708 預り金 83,954 117,099 141,134 短期借入金 900 55,000 47,989 長期借入金 51,547 16,148 26,800 転換社債型新株予約権付社債 50,000 純資産合計 35,368 40,013 36,672 負債・純資産合計 198,014 262,529 332,980

# 5 連結PL

| (百万円)               | FY2021.6 | FY2022.6   | FY2022.6 | 成長率    |          |
|---------------------|----------|------------|----------|--------|----------|
|                     | 3Q(1-3月) | 2Q(10-12月) | 3Q(1-3月) | YoY    | QoQ      |
| 売上高                 | 28,687   | 37,556     | 38,510   | +34.2% | +2.5%    |
| EBITDA <sub>1</sub> | 357      | -2,431     | -2,702   | -      | -        |
| マージン(%)             | 1.2%     | -6.5%      | -7.0%    | -      | <u>u</u> |
| 営業損益                | 158      | -2,624     | -2,911   |        | -        |
| マージン (%)            | 0.6%     | -7.0%      | -7.6%    |        | n        |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益    | -535     | -2,609     | -4,980   |        | -        |

# 5 メルカリJP PL

| (億円)     | FY2021.6<br>3Q(1-3月) | FY2022.6<br>2Q(10-12月) | FY2022.6<br>3Q(1-3月) |
|----------|----------------------|------------------------|----------------------|
| GMV      | 2,086                | 2,268                  | 2,326                |
| YoY      | 27.1%                | 15.1%                  | 11.5%                |
| 売上高      | 202                  | 218                    | 224                  |
| 対GMV 比   | 9.7%                 | 9.6%                   | 9.6%                 |
| 営業損益     | 46                   | 31                     | 29                   |
| マージン(%)  | 22.8%                | 14.3%                  | 13.1%                |
| 調整後営業損益2 | 68                   | 56                     | 54                   |
| マージン(%)  | 34.0%                | 25.7%                  | 24.5%                |

<sup>1.</sup> 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

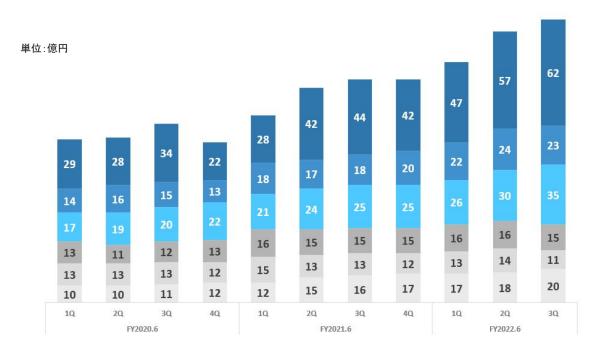
### 5 メルカリUS PL

| (百万ドル)   | FY2021.6<br>3Q(1-3月) | FY2022.6<br>2Q(10-12月) | FY2022.6<br>3Q(1-3月) |
|----------|----------------------|------------------------|----------------------|
| GMV      | 320                  | 308                    | 299                  |
| YoY      | 99.2%                | 17.2%                  | -6.3%                |
| 売上高      | 97                   | 95                     | 92                   |
| 対GMV比    | 30.4%                | 31.0%                  | 30.8%                |
| 営業損益     | -23                  | -23                    | -43                  |
| マージン(%)  | -24.3%               | -24.3%                 | -47.4%               |
| 調整後営業損益2 | -20                  | -20                    | -40                  |
| マージン (%) | -21.1%               | -21.1%                 | -43.8%               |

<sup>1.</sup> 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. 調整後営業損益: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

- 不正利用による影響で支払手数料が7億円、広告宣伝費が3億円増加
  - 4Qは3Qと同程度の費用を想定するが、来期以降は減少の見通し



■広告宣伝費■その他の費用<sup>1</sup>

■支払手数料

=人件費(販管費)

= 人件費(原価)

原価(その他)

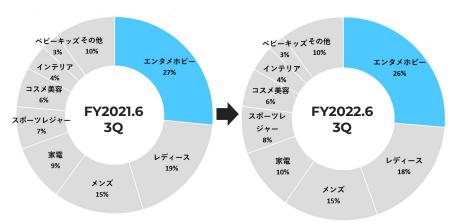


Financial Results Presentation Material

### カテゴリーの変化 3Q(1-3月)



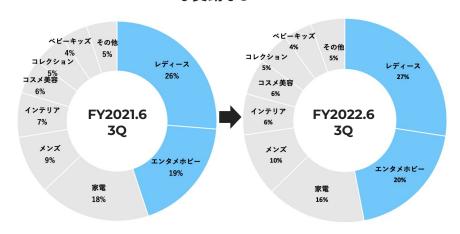
YoYでエンタメホビーが微減も 大きな変動なし





#### メルカリ US

YoYでレディースとエンタメホビーが微増も大きな変動なし

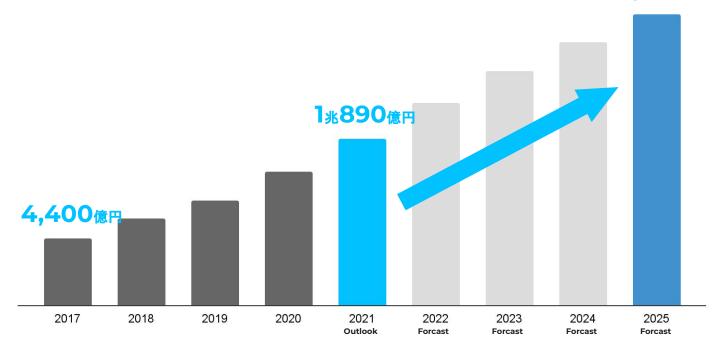


### 5

#### メルペイ 与信 EC市場における後払い決済額。

- 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

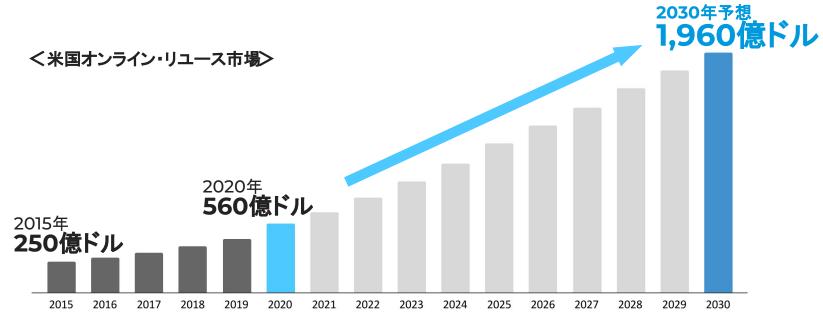
### 1兆9,090億円



#### 5

#### 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・リュース市場は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、幅広い層に向けたカテゴリーを強化する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



### 5 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ュ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



#### ESG 各マテリアリティの Goal X Action

| マテリアリティ                    | Goal X Action   |
|----------------------------|---|
| 1 循環型社会の実現 /気候変動への対応       | <ul> <li>Maximizing the positive impact</li> <li>Minimizing the negative impact</li> <li>Probat &gt; 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</li> </ul> |
| 2 ダイバーシティ&<br>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     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                    | <ul> <li>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</li> <li>個人や企業のエンパワーメントによる課題解決支援</li> <li>アクション &gt; 自治体との連携協定の締結、自治体への「メルカリ寄付」等</li> </ul>  |
| 4 安心・安全・公正な<br>取引環境の実現     | <ul> <li>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</li> <li>アクション &gt; デ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</li> </ul>  |
| 5 コーポレートガバナンス<br>/コンプライアンス | <ul> <li>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</li> <li>メルカリグループのレジリエンスの向上</li> <li>アクション &gt; 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</li> </ul>   |

## 5 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 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。

FY2022.6 4Qの決算発表は、2022年8月8日15時以降を予定しております。



株式会社メルカリ

証券コード:4385