

mercari

Presentation Material

FY2026.6 2Q





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 2Q 決算概況

2 Appendix

FY2026.6 2Q 決算概況

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の成長を目指す
- ・ グループシナジーを中心とした事業拡大

2Qハイライト

売上収益

568億円

(YoY +15%)

コア営業利益

109億円

(YoY +54%)

プロダクトのコア体験強化に加え、成長を加速させるマーケティング投資等が奏功し、Marketplace/US共にGMV二桁成長を達成。Fintechも順調に増収を継続し、連結売上収益はYoY +15%と高成長を実現。投資を強化しつつも、コア営業利益はYoY +54%と高い利益成長を継続

主に、Marketplaceにおけるプロダクトのコア体験強化の効果が想定よりも早期に業績に寄与したことから、売上収益/コア営業利益ともに業績予想の上方修正を行う

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

- Marketplaceの通期ガイダンスの引き上げに伴い、連結業績予想を上方修正

【連結】

	期初の業績予想	変更後の業績予想
売上収益	2,000-2,100億円	2,100-2,200億円
コア営業利益	280-320億円	320-360億円

【事業別】

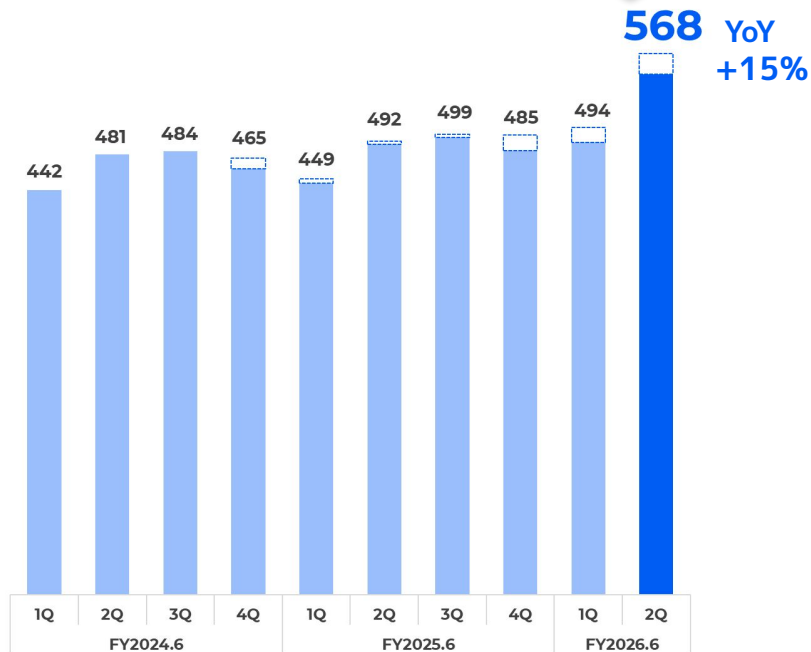
		期初のガイダンス	変更後のガイダンス
Marketplace	GMV成長率	YoY +3-5%	YoY +5-10%
	コア営業利益	320-360億円	350-390億円
Fintech	コア営業利益	50-75億円	50-75億円 ※変更なし
US	GMV成長率	YoYプラス成長	YoYプラス成長 ※変更なし
	コア営業利益	ブレイクイーブン	ブレイクイーブン ※変更なし

- Marketplaceを中心に、主要3事業が好調に伸長し、売上収益/コア営業利益共に過去最高を達成

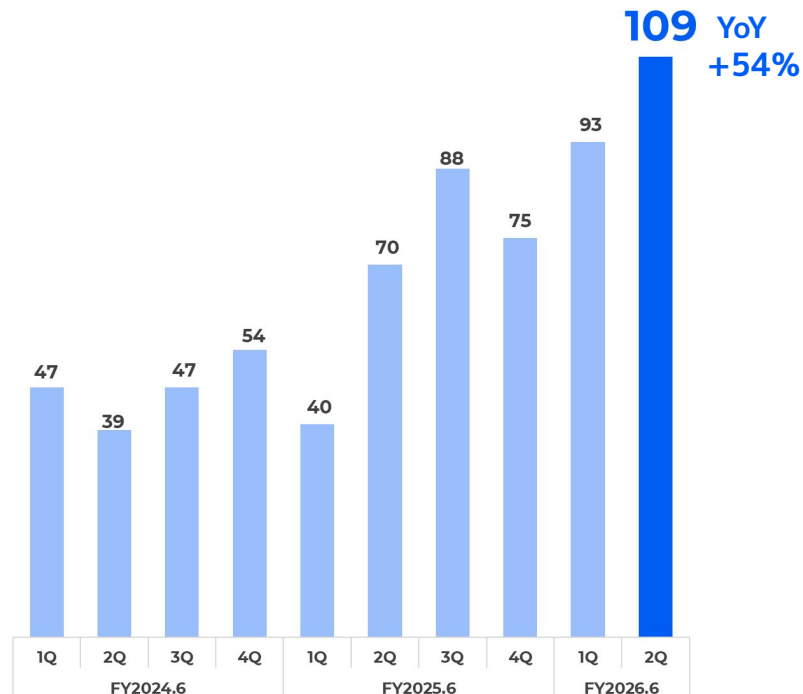
売上収益

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 2Qの影響額23億円、控除前YoY成長率 +19%)

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

Marketplace

GMV¹

3,291億円

(YoY +11%)

※「メルカリ ハロ」含まず

コア営業利益²

106億円

(YoY +23億円)

「メルカリ ハロ」除き 113億円

Fintech

債権残高

3,007億円

(YoY +41%)

コア営業利益

18億円

(YoY +6億円)

US

GMV

196百万ドル

(YoY +12%)

コア営業利益

6億円

(YoY +8億円)

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」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

- AI Task Forceを通じ、業務の分解、及びAI活用を前提としたプロセスへの再構築が完了
- 3Q以降、注力領域を中心にAI Task Forceの継続を決定

これまでの成果

- 業務プロセスの分解を通じてAI化ポテンシャルを可視化するとともに、AIガバナンスなどの基盤整備を完了
- 従業員のAIツール利用率は100%に到達¹
- エンジニア1人あたり開発量はYoY 1.9倍²
- 専門知識に依らず自然言語でデータ分析を可能とする社内AIエージェントを実装。従業員の約半数³が活用

3Q以降

プロダクト変革

AIを基盤に安心・安全と使いやすさを両立し、使いこなす力を必要としない「誰もが自然に利用できるサービス」へ

- 売買支援AIエージェントの開発によるお客さま体験の刷新
- CS領域におけるお問い合わせ対応品質、スピードの向上
- AI起点の開発が定着。企画精度向上と仮説検証サイクル高速化により、意思決定が高度化

組織改革

AIを基盤とした人材・ナレッジマネジメントへの転換により意思決定の質とスピードを向上

- AIを活用して価値を創出するAI-Native人材の評価を引き上げると共に、採用・評価の精度と公平性を向上
- 全社ナレッジマネジメントツールの移行・統合によるAI-Readableな基盤構築

1. 2026年1月末時点の当社グループ従業員数（休職者、退職確定者、鹿島アントラーズ雇用者を除く）における、主要AIツール（ChatGPT、Gemini、Claude Code、Cursor、LiteLLM、Notion AI）のいずれかを利用している人の比率
 2. FY2025.6 2QとFY2026.6 2Qの当社グループにおけるコード変更量を当時のエンジニアの人数で算出した1人あたり開発量
 3. 2026年1月15日時点におけるデータ分析を行う社内AIエージェントの累計利用者数を従業員数で除して算出

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・安全な取引環境の構築やお客さま体験の抜本的改善による成長率の底上げに加え、12月は「超メルカリ市²」も大きく貢献しGMVが単月でYoY +17%と大きく伸長。その結果、2QのGMVはYoY +11%となりFY2024.6 2Q以来の二桁成長を達成。MAUも過去最高を更新し、12月単月では2,400万人を突破

コア営業利益は、プロダクトのコア体験強化やマーケティング等、FY2027.6以降の成長にむけた投資を行いながらも106億円（YoY +23億円）と高い利益成長を継続

コア体験強化の効果が想定よりも早期に業績に寄与し、下期も効果の継続が期待できることから、GMV成長率、及びコア営業利益のガイダンスを上方修正する

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

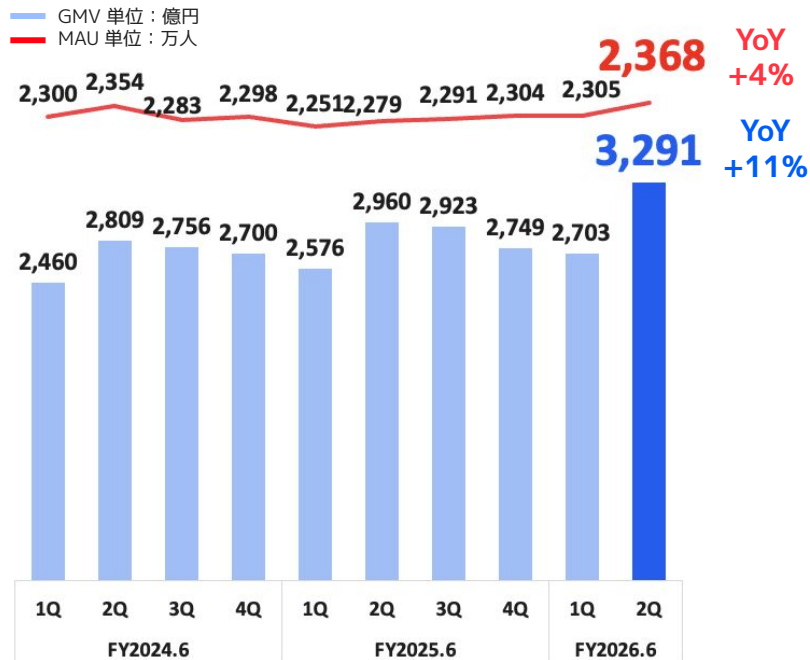
2. 2025年11月27日から12月16日において、配送料の値引きキャンペーンや出品者・購入者向けのポイント還元施策などを実施

1 Marketplace 業績推移（四半期）

mercari

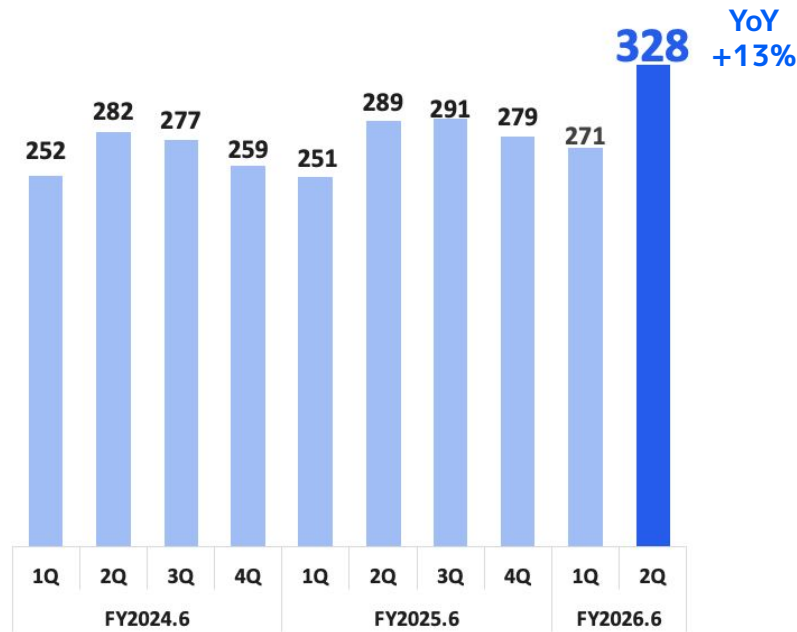
- GMV/MAU/売上収益が過去最高を更新

GMV₁・MAU₂



売上収益₃

単位：億円

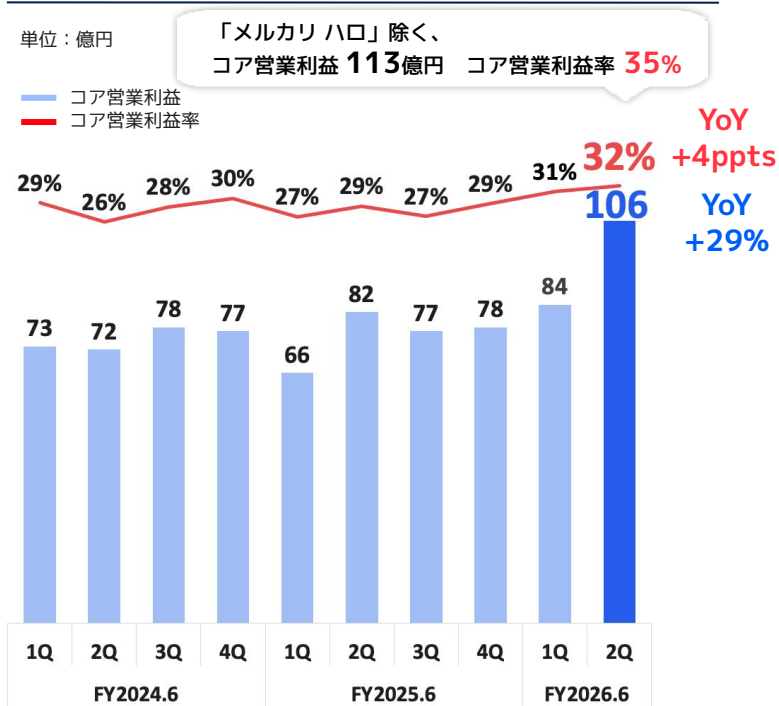


- キャンセル等を考慮後の取引高の合計（「メルカリNFT」を含む）。「メルカリ ハロ」は含まず
- 1か月に1回以上アプリ又はWebサイトをブラウジングした国内外における四半期平均の登録済みお客さま数
- FY2025.6 4Qから「メルカリ ハロ」の実績を含む（「メルカリ ハロ」は2025年12月18日をもってサービス終了）

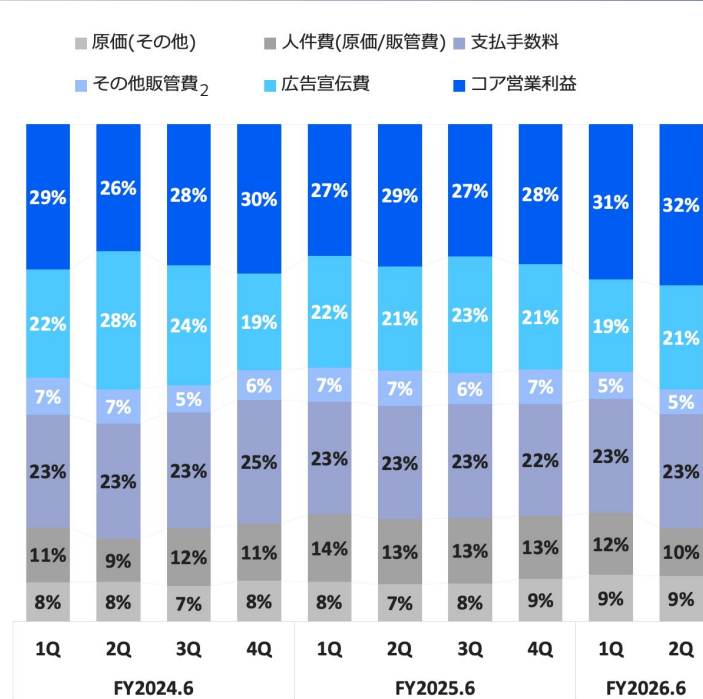
1 Marketplace 業績推移（四半期）

mercari

コア営業利益₁(率)



利益及びコスト構成比



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. 業務委託費、減価償却費、地代家賃等

プロダクトのコア体験強化

- 安心・安全
 - 安心・安全が著しく損なわれる可能性がある出品に対応できるよう、「マーケットプレイスの基本原則¹」を更新
 - 「メルカリ鑑定センター²」を設立し、2Qの鑑定数はYoY +225%と模倣品対策に寄与
 - 問い合わせの早期解決を目指し「チャットサポート」の提供を順次開始
- プロダクト施策
 - ホーム画面及び検索における、AIを活用したパーソナライゼーション強化に伴うマッチングの向上
 - 再ログイン成功率改善など、お客さまの離脱要因解消による継続率の向上

マーケティング施策

- 「超メルカリ市」はキャンペーン認知の積み上げ効果もあり、過去2回と比較しエントリー数が最大
- コア体験の強化とマーケティング施策の相乗効果で、GMV/MAU共に過去最高更新に貢献



1. 2025年7月と9月に第5回アドバイザリーボードを実施し、マーケットプレイス内の「安心・安全」が著しく損なわれる可能性がある商品については、出品禁止などを含む対応を実施する方針を策定
 2. 2025年9月に自社運営の「メルカリ鑑定センター」を設立。従来は外部と連携した鑑定サービスを提供

駿河屋と資本業務提携

- オンライン・オフライン連携の推進等により、越境取引で需要の高いエンタメ・ホビーカテゴリーの在庫強化、及びグローバル展開の加速に向けて、駿河屋と資本業務提携を発表
- 駿河屋の商品カタログデータ・在庫・国内外の店舗網と、「メルカリ」の技術を融合し、日本最大級の品揃えと、安心・安全な取引環境を構築



海外の新しいお客さま獲得に向けた取り組み

- 自社越境の更なる成長に向けて、W11₁₁にあわせて台湾・香港で大規模なマーケティングを展開。海外の新しいお客さまの増加により越境のGMVが着実に成長



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

「メルカリ」内外での決済が拡大し、債権残高²がYoY +41%と順調に伸長したことで、売上収益は155億円（YoY +20%）。利便性向上に向けてBaaS機能の提供を開始³するなど、新たな取り組みも推進

主に、「メルカード」会員獲得に向けた積極的な投資をしつつも、コア営業利益は18億円（YoY +6億円）と、事業方針に対して順調な進捗

3Q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積極的な投資を行う。コア営業利益はガイダンスの上限付近での着地を想定

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

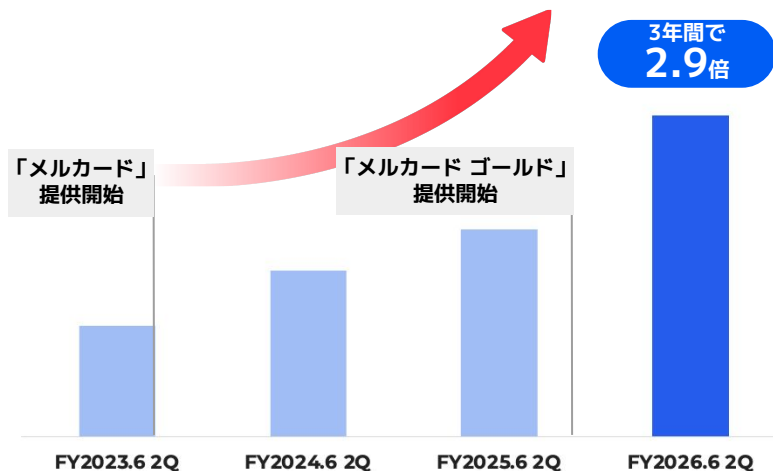
2. 四半期末時点における「メルペイのあと払い（翌月払い・定額払い・分割払い）」と「メルペイスマートマネー」の債権残高（破産更生債権等を除く）

3. 2025年12月18日より、株式会社みんなの銀行と連携し、「メルカリ」の売上金（メルペイ残高）を即時かつ手数料無料で出金できる新サービスの提供を開始

「メルカリ」外取扱高の増加が牽引

- 「メルカード¹」の普及、及び「メルカード ゴールド²」のリリースが寄与し、直近の3年間で「メルカリ」外取扱高が2.9倍に増加。債権残高の成長を牽引
- 「メルカード」がオリコン顧客満足度[®]調査で使いやすさ含む3部門で1位を獲得³
- 今後も、MarketplaceのGMV成長に伴う内部利用の拡大と、「メルカード」をドライバーとした外部利用拡大の両輪による成長を目指す

「メルカリ」外取扱高の推移



1. 2022年11月8日に提供開始

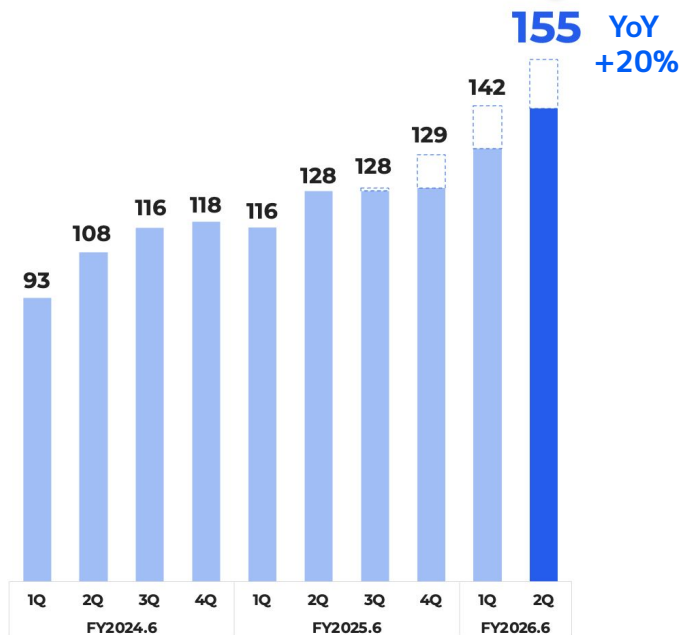
2. 2025年3月17日に提供開始

3. 「2026年 オリコン顧客満足度[®]調査 クレジットカード 年会費無料」において「カードの作りやすさ/サイト・アプリの使いやすさ/支払い方法の充実さ」の3項目で第1位を獲得

売上収益

単位：億円

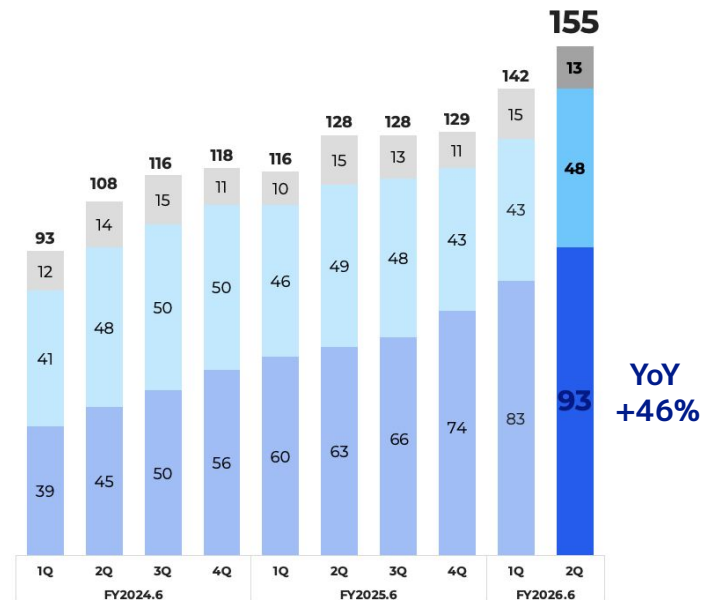
ポイント費用の一部が、売上収益からの控除となった影響¹
 (FY2026.6 2Qの影響額16億円、控除前YoY成長率 +33%)



売上収益の内訳

単位：億円

Others 2
 Payment
 Credits



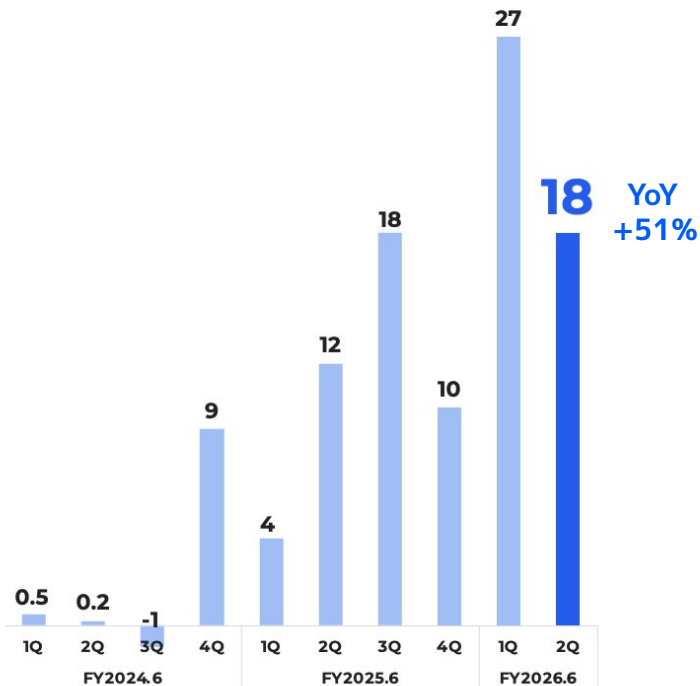
1. FY2025.6 3Qより「メルカードゴールド」を中心とする一部ポイント費用（広告宣伝費）を売上収益から控除

2. 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

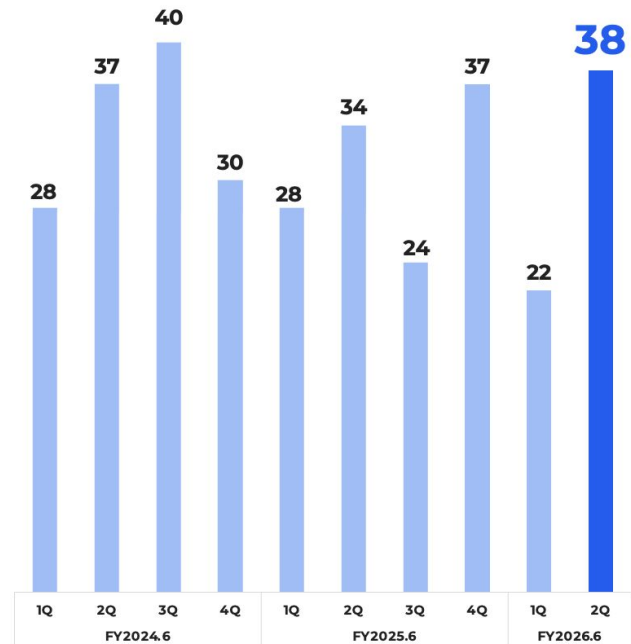
3. 2025年1月1日より新規の「定額払い」債権に対する実質年率を18%に改定。2026年1月1日より、支払い回数3回以上の新規の「分割払い」債権に対する実質年率も18%に改定

コア営業利益¹

単位：億円

広告宣伝費²

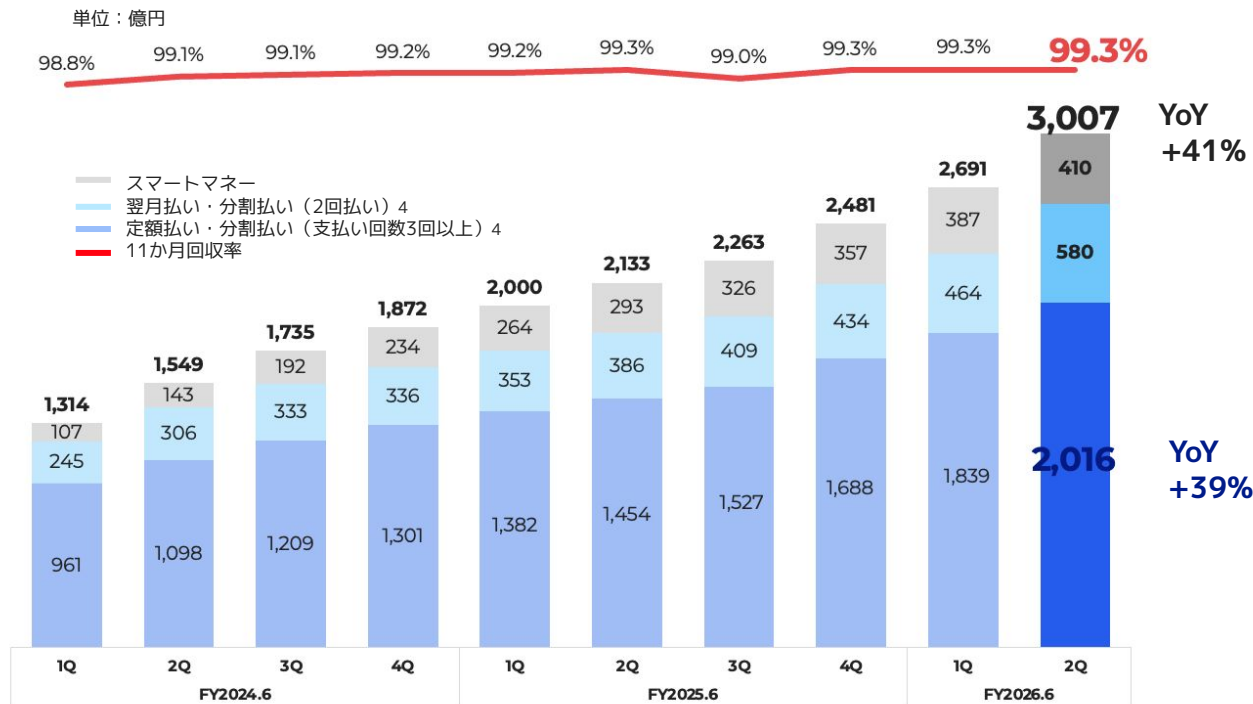
単位：億円



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

2. 広告宣伝費には、TV CMやインターネット広告をはじめとする宣伝費用に加えて、常時還元等のポイント無償費用を含む

- 「メルペイスマートマネー」債権の流動化を新たに開始し、主要Creditサービス全てでノンリコース形式の流動化調達を実現¹

債権残高²・回収率³

1. 2025年12月よりノンリコース形式での調達を開始。これにて翌月払い、定額払い・分割払い（支払い回数3回以上）、スマートマネーのノンリコース形式の流動化調達を実現。なお、分割払い（2回払い）の流動化調達は未実施

2. 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）

3. 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累計の加重平均割合（破産更生債権等を除く）

4. 「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回以上は金利収入が発生するため、「定額払い」の債権残高と合算して開示

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

コア体験強化による成長率の底上げに加え、グリーンフライデーのキャンペーンや特定のカテゴリーに特化した効率的なクーポン施策等が奏功し、GMV成長率はYoY +12%と二桁成長を達成

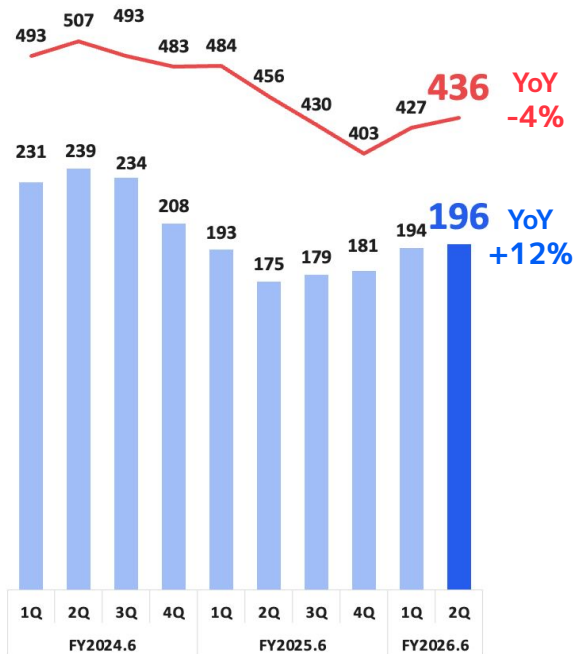
ハイシーズンにおけるキャンペーンやCRM等のマーケティングを行いつつも、投資規律を維持したことで、コア営業利益¹は6億円で着地

3Q以降は、手数料モデル変更の影響が一巡する等、前年のハードルの高まりもあるが、トップライン成長に向けた投資を強化する方針。引き続き、ガイダンスの達成を目指す

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

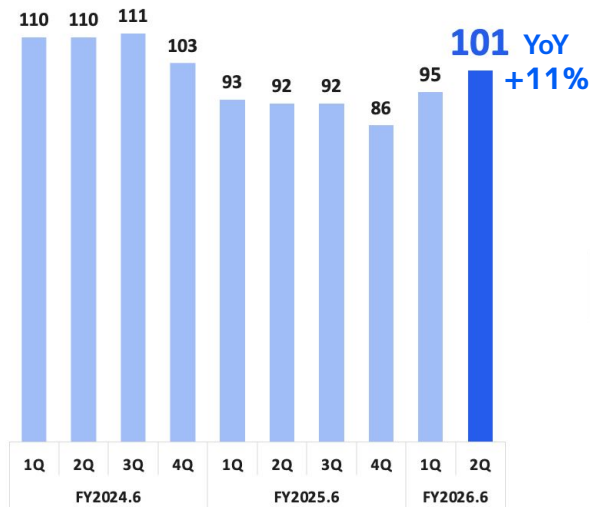
GMV₁・MAU₂

GMV 単位：百万ドル
MAU 単位：万人

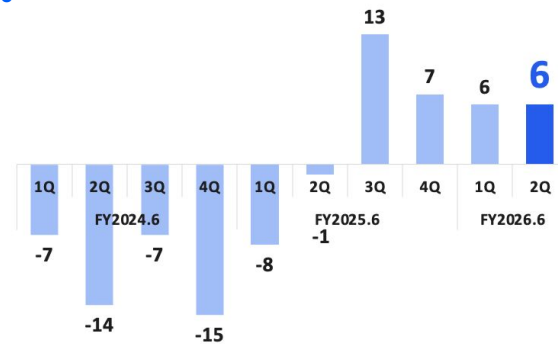


売上収益

単位：億円

コア営業利益₃

単位：億円



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

1 US プロダクトのコア体験強化とマーケティングの相乗効果

- エンタメ・ホビーが好調に推移し、注力領域であるファッションのモメンタムが改善

プロダクトのコア体験強化

- 購入促進
 - まとめ買い割引機能の導入
 - 衣類・バッグ・靴を対象とした交換プログラムのPOCを実施
- UI/UX改善
 - 出品者に対して、優先的にプロモーションすべき商品を提案する機能を追加
 - レイアウト刷新により、商品発見のしやすさと購入率を最適化
- 安心・安全
 - 本人認証の強化および不正防止対策の拡充

マーケティング施策

- カテゴリー特化型のCRM施策
 - 特定カテゴリーの需要を捉えるため、ファッションをはじめとするカテゴリー特化型クーポンを配布
- ホリデーキャンペーン
 - リユース品の取引活性化を目的とした大型キャンペーン「グリーンフライデー」を開催



連結

- ・ 主に、Marketplaceの好調な状況を勘案し、通期業績予想の上方修正を実施。
売上収益は2,100-2,200億円、コア営業利益は320-360億円を目指す
- ・ FY2027.6以降に向けた成長投資の強化は継続

セグメント別

Marketplace

- ・ プロダクトのコア体験強化の成果が想定より早期にGMVへ寄与したことから、ガイダンスを上方修正し、通期GMV成長率はYoY +5-10%、コア営業利益は350-390億円を目指す
- ・ 3Q以降も、コア体験強化と越境取引推進を中心に成長投資を継続

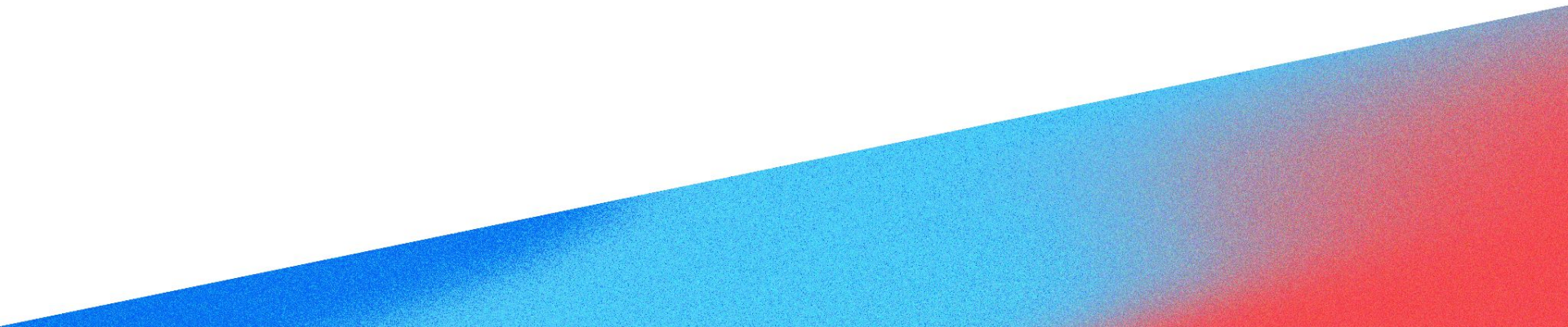
Fintech

- ・ 2Qに引き続き、主に「メルカード」会員獲得に向けた投資を強化
- ・ コア営業利益はガイダンスの上限付近での着地を想定

US

- ・ 引き続き、ブレイクイーブンの維持とGMV YoYプラス成長を目指す

Appendix



- 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

2 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
- ・(株)コーポレートディレクション代表取締役社長
- ・(株)産業再生機構代表取締役専務(兼)業務執行最高責任者
- ・(株)経営共創基盤代表取締役 CEO
- ・パナソニック(株)（現パナソニックホールディングス(株)）社外取締役
- ・東京電力ホールディングス(株)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(株)社外取締役（現任）
- ・(株)日本共創プラットフォーム 代表取締役会長（現任）

- ・(株)日本長期信用銀行(現 (株)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(株)
- ・ネスレニュートリション(株)経営企画統括部長
- ・(株)東京系井重里事務所（現 (株)ほぼ日）取締役 CFO
- ・エール(株)取締役（現任）

- ・ヤフー(株)（現 LINEヤフー(株)）監査役
- ・アドバンスト・ソフトマテリアルズ(株)（現 (株)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(株)社外取締役
- ・(株)カカコム社外取締役
- ・アルフレッサホールディングス(株) 社外取締役
- ・(株)新生銀行（現 (株)SBI新生銀行）社外監査役
- ・マネックスグループ(株)社外取締役
- ・(株)LIXIL社外取締役（現任）
- ・ペガサス・テック・ホールディングス(株)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

2 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㈱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㈱常務執行役員テクノロジーデビジョン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㈱
- ・ウォルト・ディズニー・ジャパン㈱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㈱）取締役（現任）
- ・Retty㈱社外監査役・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
- ・ウェルネス・コミュニケーションズ㈱社外取締役
- ・ロイヤルホールディングス㈱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㈱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
- ・㈱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
- ・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やデータの利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

2 ガバナンス体制（独立社外取締役）



藤沢 久美

主な経歴

- ・ 国際投信委託㈱
- ・ シュローダー投信㈱
- ・ ㈱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）
- ・ ㈱静岡銀行社外取締役
- ・ ㈱ソフィアバンク代表取締役
- ・ 豊田通商㈱社外取締役
- ・ ㈱クリーク・アンド・リバー社外取締役
- ・ セルソース㈱社外取締役
- ・ ㈱ネットプロテクションズ社外取締役
- ・ ㈱国際社会経済研究所理事長（現任）
- ・ ㈱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㈱社外取締役（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

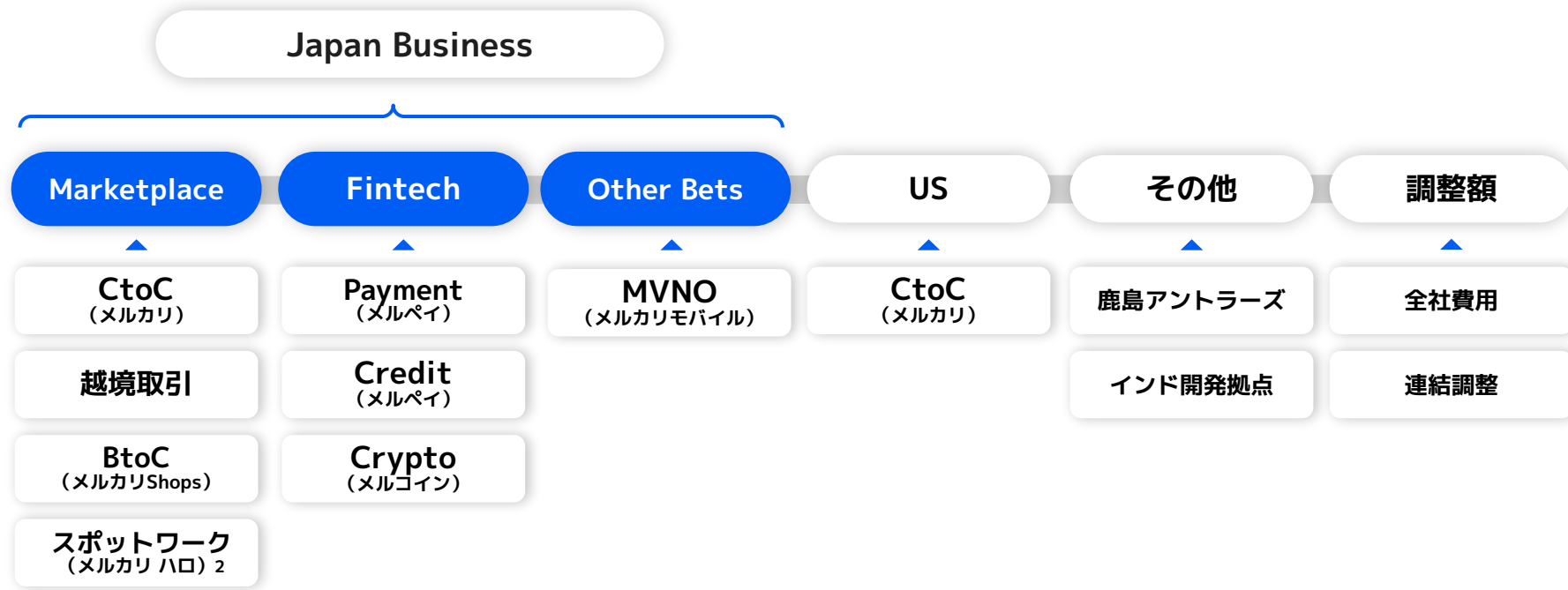


琴坂 将広（新任）

- ・ 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
- ・ ㈱アビリッツ社外取締役
- ・ ㈱ユーザベース社外監査役
- ・ ラクスル㈱社外監査役
- ・ ㈱ユーグレナ社外取締役（現任）
- ・ ㈱ユーザベース社外取締役（監査等委員）
- ・ ラクスル㈱社外取締役（監査等委員）（現任）
- ・ SREホールディングス㈱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）

- ・ 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

- 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

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

- 格付投資情報センター（R&I）より、メルカリ・メルペイ共にBBB（安定的）の評価を取得
 - 昨年度取得したBBB-から1ランク格上げ
- 格付理由
 - メルカリ：国内メルカリの顧客基盤を活用し金融事業でも収益基盤の強化が進んだことで収益力が向上し、財務バランスの改善が進んでいる
 - メルペイ：お客さまが「メルカリ」で得た売上金の利用手段として機能するほか、「メルカリ」内での取引活性化に対する貢献度も高い。グループとの一体性を踏まえ、格付はメルカリと同等と評価できる

発行体	格付（前回）	格付（2025年12月-）	方向性
メルカリ	BBB-	BBB	安定的
メルペイ	BBB-	BBB	安定的

FY2027.6に向けた中期方針

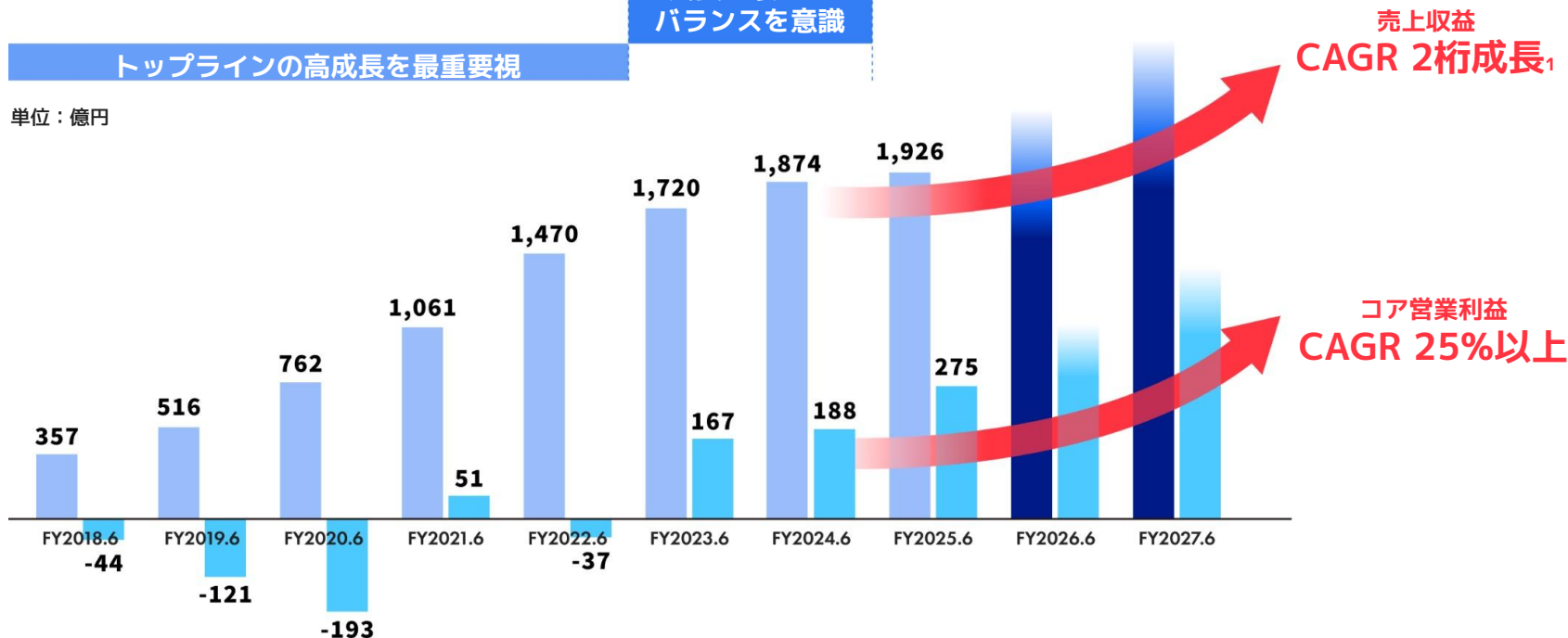
(FY2025.6 4Q決算資料を再掲)

トップラインの高成長を最重要視

成長と収益の
バランスを意識

原則として、増益を伴う
トップラインの成長を目指す

単位：億円



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

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

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

主に、お客さまの資金に関する金銭供託及び国債供託
お客さまの資金の保全のため、資金移動業等に関する法令に従い、金銭供託に加え、FY2025.6 4Qに国債供託を、FY2026.6 2Qに信託保全を実施。これに加え、金融機関と履行保証金保全契約も締結

主に、「メルカリ」内取引における与信債権や売掛金、貸倒引当金等

メルペイが提供するCreditサービスによる与信債権残高



CB含む長期借入金

債権流動化調達分を除く、CB含む長期借入金
2021年7月に発行したユーロ円建CB500億円
(2026年満期 250億円、2028年満期 250億円)
のうち合計約210億円を、2024年9月に購入

主に、「メルカリ」（US含む）における売上金や銀行チャージによるウォレット残高

与信債権流動化による調達資金

「メルペイのあと払い」翌月払いと定額払い、分割払い（支払い回数3回以上）、及び「メルペイスマートマネー」債権を流動化。FY2023.6より、債権流動化の一部をノンリコース形式2にて実施

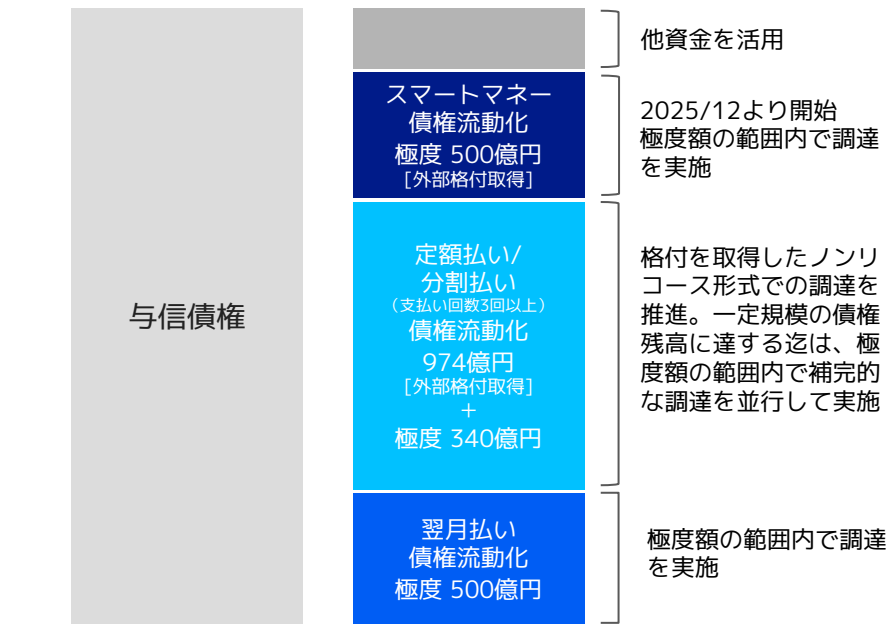
FY2026.6 2Q末総資産：6,151億円

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、50億円が信託保全に該当
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遡及されない資金調達手法

- 「メルペイスマートマネー」債権の流動化を新たに開始、主要Creditサービス全てでノンリコース形式の調達を実現
- 今後もノンリコース形式の流動化を中心に、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

2Q トピック

- 「メルペイスマートマネー」債権の流動化開始
- 分割払い（支払い回数3回以上）を債権流動化の対象に組み込むことで、成長が続く分割払いの調達手段を確保
- サービス毎に異なるアレンジャー・投資家群による調達とすることでリスク分散を実現

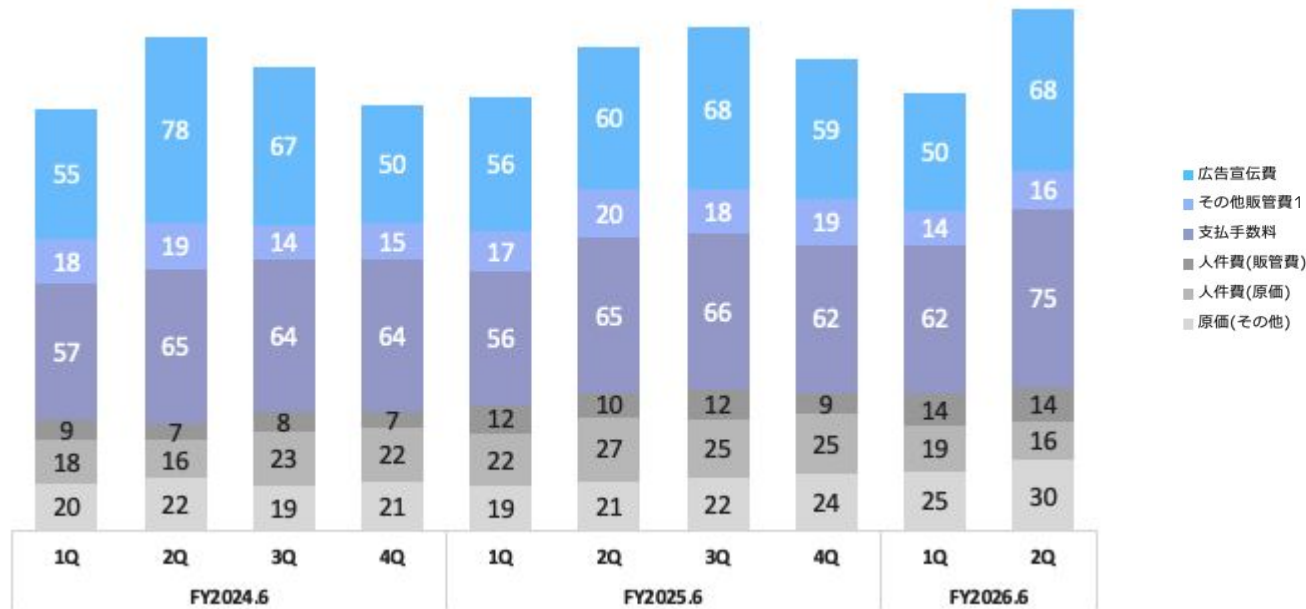


FY2026.6 2Q末時点

2 Marketplace コスト構成（四半期）

mercari

単位：億円



1. 業務委託費、減価償却費、地代家賃等

- 「2025 明治安田 J1リーグ」においてクラブ通算9度目のリーグ制覇、及び21冠目のタイトル獲得を達成
- 2025年6月にはスタジアムの新愛称を「メルカリスタジアム」とするなど、鹿行地域のホームタウンへのコミットメントを継続
- 今後もクラブの強化に注力しながら、オフラインでのタッチポイントを活用し、試合の熱狂を通じた感情的なつながりや親近感、グループのブランド力向上によるシナジー創出を目指す



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。本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、資料作成時点において当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づき策定しており、当社がその達成を約束する趣旨のものではありません。実際の業績は、経済状況や競合環境の変化、提供するサービスの動向等の様々な要因により、将来の見通し等と異なる場合があります。

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 3Qの決算発表は、2026年5月11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