

FY2023.6 4Q

# Presentation Material

mercari

# 目次

---

- 1 FY2023.6 の総括
- 2 中長期の方針
- 3 FY2023.6 決算概況 / 振り返り
- 4 FY2024.6 事業方針
- 5 ESG
- 6 Appendix

# 1 FY2023.6 の総括ハイライト

## FY2023.6 期初に定めた方針サマリー

1. 筋肉質な事業基盤を構築し、成長と収益のバランスがとれた経営を行う
2. CtoCとBtoC、更に、MarketplaceとFintechの連携強化によるシナジー創出によって更なる成長を促進
3. 技術基盤の継続強化やESGの強化・推進によるグローバル基準の組織構築

### 1. 成長と収益のバランス の取れた経営

- 積み上がる投資を優先した投資規律へのアップデート
- 連結売上高1,720億円  
連結営業利益170億円  
(YoY 207億円の改善)
- 国内GMV1兆円規模

### 2. グループ間の シナジー創出

- GMV成長や収益性向上につながる新サービスのローンチ
  - 「メルカード」
  - ロイヤルティプログラム
  - ビットコイン取引サービス

### 3. グローバル基準 の組織へ

- 「メルカリ」内部システムを刷新し技術基盤を強化
- 指名委員会等設置会社へ移行<sup>1</sup>
- MSCI ESG レーティング「AA」獲得

# 中長期の方針



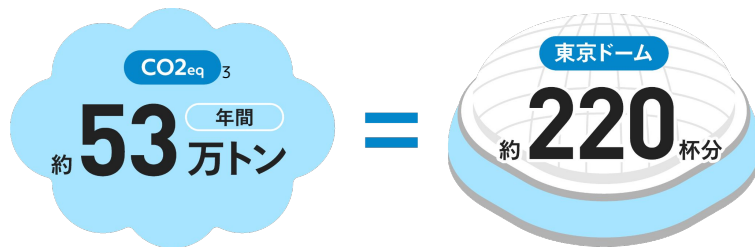


あらゆる価値を循環させ、あらゆる人の可能性を広げる

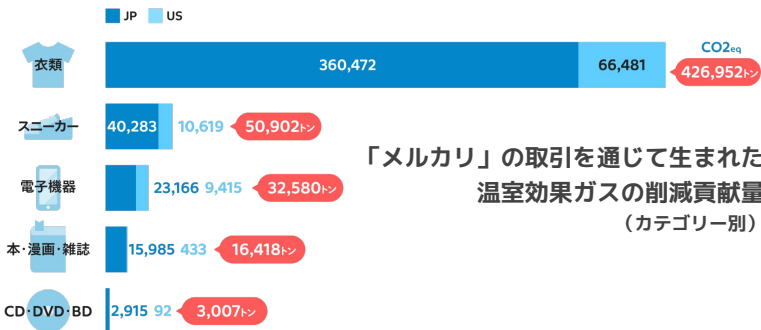
Circulate all forms of value to unleash the potential in all people

## 事業を通じて生まれたポジティブインパクト（温室効果ガスの削減貢献量）

- 「メルカリ」での取引を通じて生まれた温室効果ガスの削減貢献量は算出対象カテゴリー<sup>1</sup>で年間約53万トン<sup>2</sup>
- 事業を通じて環境や社会に貢献する「プラネット・ポジティブ」を追求することで、あらゆる価値がなめらかに循環する社会の実現を目指す



取引された商品が新品の代わりに利用されることで温室効果ガスの排出を回避できると仮定し、製品ライフサイクルや配送に係る温室効果ガス排出量、メルカリの使用頻度、製品の使用年数等から推計<sup>2</sup>



「メルカリ」の取引を通じて生まれた温室効果ガスの削減貢献量 (カテゴリー別)

「メルカリ」に商品が出品されたことで、廃棄を回避できた衣類の重量（日本のみ）



1. 「衣類」「スニーカー」「電子機器」「本・雑誌・漫画」「CD・DVD・BD」カテゴリー

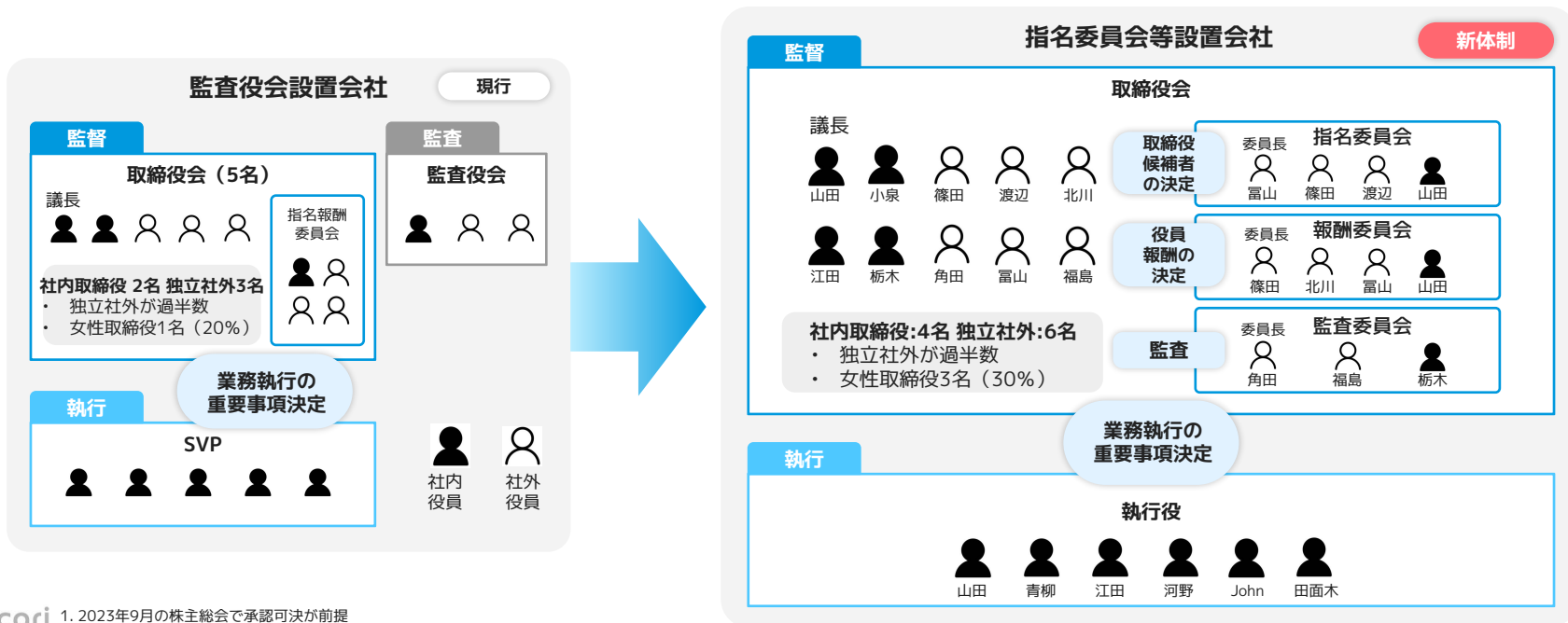
2. メルカリと東京大学RIISE社会連携研究部門「価値交換工学」と合同で算出を実施。2022年4月-2023年3月におけるJP版メルカリとUS版メルカリの当該カテゴリーで取引完了となった中古品を対象商品に設定。

取引された商品が新品の代わりに利用されることで温室効果ガスの排出を回避できると仮定し、生産・流通・使用・廃棄などの製品ライフサイクルやメルカリのお客さま同士の配送に係る温室効果ガス排出量、メルカリのお客さまアンケート結果から算出した使用頻度や製品の使用年数等から推計

3. 各種の温室効果ガスの排出量に地球温暖化係数を乗じてCO<sub>2</sub>相当量に換算した値（CO<sub>2</sub> equivalent）

## グローバルスタンダードである指名委員会等設置会社への移行<sup>1</sup>

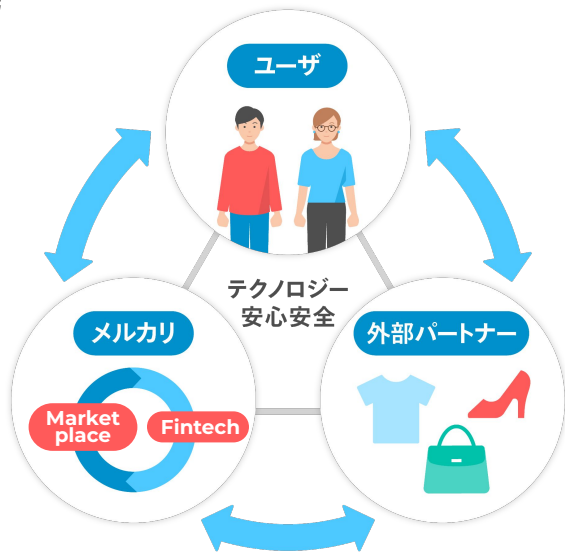
- 監督と執行の分離をより明確にし、取締役会の監督機能を強化しながら、執行機能の迅速かつ果敢な意思決定と事業推進を実現する体制を構築
- 多様な取締役によって構成される取締役会とともに、独立社外取締役が過半数を占める指名委員会、報酬委員会、監査委員会を設置し、透明性・実効性の高い監督を実施



## ミッション達成にむけた中期的なマイルストーン

### 外部パートナーと連携し、 循環型社会のエコシステムを創り出す

- モノだけでなくあらゆる価値がテクノロジーの力によってなめらかに循環する社会を創る
- 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



### Global Expansion

- USの成長を最優先としつつ、事業環境とタイミングを見極めながらグローバル展開を推進
- 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、D&Iを強化



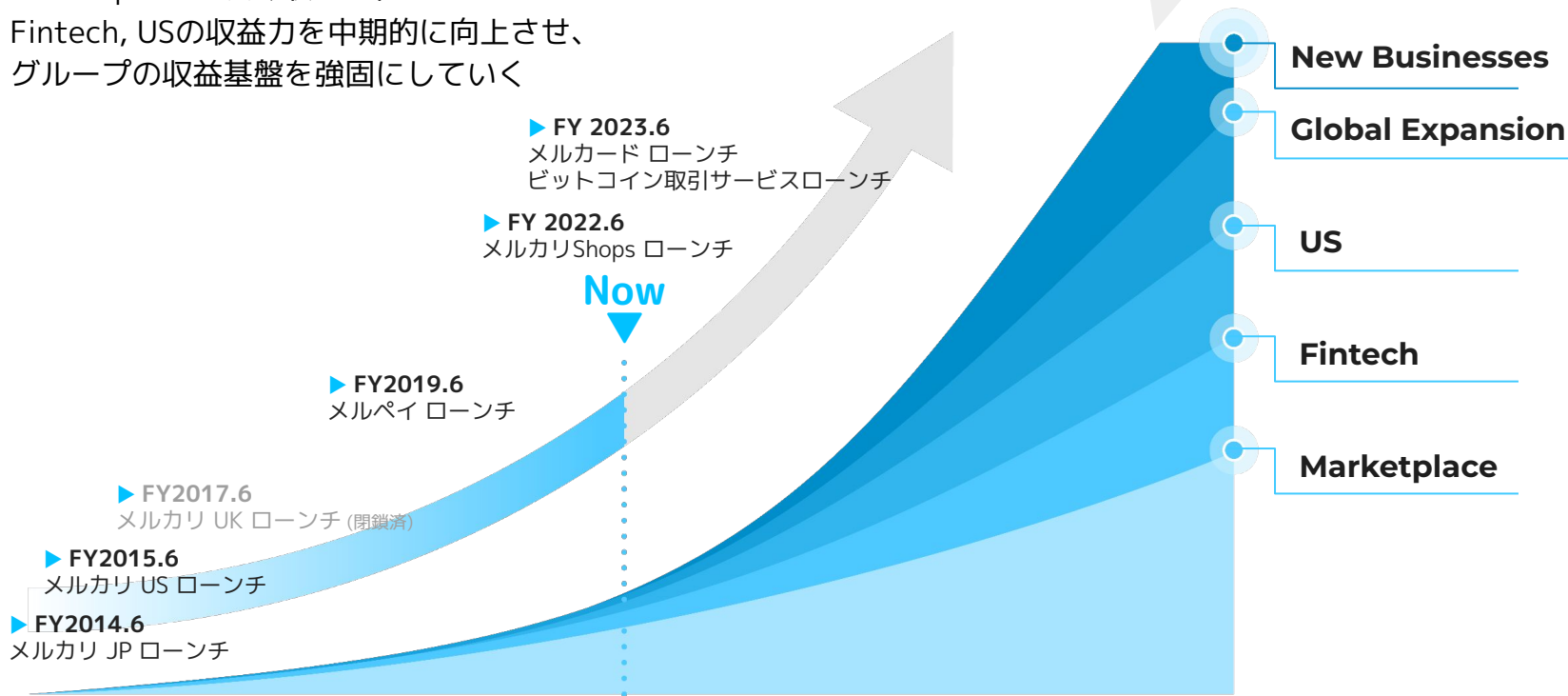
## 主要事業の中期目標と投資領域

ビジネス領域	中期的なありたい姿	今後の主な投資領域
グループ共通	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 外部パートナーと連携し、循環型社会を牽引するエコシステムを実現している</li> <li>■ グローバル人材が活躍できるボーダレスな組織が構築されている</li> <li>■ 更なるグローバル展開を推進している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ AI、LLM、データ基盤の強化</li> <li>・ 安心、安全な利用環境の強化</li> <li>・ 情報セキュリティの堅持</li> <li>・ D&amp;Iの推進</li> <li>・ グローバルでの事業構築</li> </ul>
Market place	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ CtoCマーケットにおける強固なポジショニングを獲得し、循環型社会の実現に欠かせない存在としてマーケットを牽引。さらに外部パートナーとの連携を加速させている</li> <li>■ グループシナジー創出によって、GMV 3年 CAGR +15%、調整後営業利益率40%以上を想定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ UX改善やAI強化によるクロスユース推進</li> <li>・ ロイヤルティプログラムを中心としたエンゲージメントの強化</li> <li>・ 越境取引の拡大</li> <li>・ カテゴリー強化</li> <li>・ BtoC拡大</li> </ul>
Fintech	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Marketplaceの成長を促すドライバーの1つとして、「メルカリ」GMVの最大化や決済手数料削減に貢献</li> <li>■ メルカリグループにおける第2の収益の柱へ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「メルカード」会員獲得、利用促進</li> <li>・ Creditのさらなる強化（AI与信等）</li> <li>・ ブロックチェーンを活用したUX向上</li> </ul>
US	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Z世代も巻き込み、“the easiest and safest selling app”としての知名度と評価が確立されている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ユーザ基盤の拡大と既存ユーザの活性化</li> <li>・ 出品簡便化をはじめとするUX向上</li> <li>・ 取引手段の拡充</li> </ul>

## 2 メルカリの成長の軌跡とさらなる飛躍

- Marketplaceに次ぐ収益の柱として、Fintech, USの収益力を中期的に向上させ、グループの収益基盤を強固にしていく

▶ 20XX ミッションの達成  
あらゆる価値を循環させ、あらゆる人の可能性を広げる



FY2023.6  
**決算概況 / 振り返り**

## FY2023.6 の総括ハイライト

### 連結

- 中長期的な成長に向けた優先順位を明確にした規律ある投資と継続的な費用の見直し等、成長と収益のバランスを意識した経営によって、過去最高の売上高と営業利益を達成
- Fintechにおける新サービスのローンチやそれに伴うロイヤルティプログラムの開始など、将来の成長を支えるグループシナジーの創出に向けて好調な立ち上がり

Marketplace	Fintech	US
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通期GMVは+10%成長となり1兆円規模に到達。調整後営業利益率<sup>1</sup>は44%と、着実な成長と高い収益性を実現</li> <li>● 優先順位を明確にした効果が積み上がる投資により、MAUIは2,200万人を超える規模へ成長</li> <li>● 「メルカリ」アプリ内部を刷新し、新機能の迅速な追加や改修が可能に</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新規サービスへの投資を加速させつつも、「定額払い」を中心とした既存サービスの好調な成長により通期では調整前<sup>2</sup>営業黒字を計上</li> <li>● 「メルカード」発行枚数は、ローンチから7ヶ月強で125万枚を突破<sup>3</sup></li> <li>● ビットコイン取引口座開設数も、ローンチから3ヶ月強で53万口座を突破<sup>3</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● インフレをはじめとする厳しい外部環境の影響で鈍化傾向が継続し、GMV成長率はYoY -11%で着地</li> <li>● 筋肉質な経営に向けてあらゆる費用の見直しを行った結果、調整後営業損失はYoYで縮小</li> <li>● 出品数は増加傾向にあり、購入数の減少幅に改善の兆し</li> </ul>

1. 調整後：Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した数値、調整前：Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

2. Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

3. 2023年6月末時点



## Marketplace

GMV<sub>1</sub>

**9,846**億円  
YoY **+10%**

調整後営業利益率<sub>2</sub>

**44%**  
(YoY **+13ppts**)

## Fintech

利用者数<sub>3</sub>

**1,571**万人

債権残高<sub>4</sub>

**1,178**億円

債権回収率<sub>5</sub>

**98.7%**

## US

GMV<sub>1</sub>

**10.1**億ドル  
YoY **-11%**

MAU<sub>6</sub>

**477**万人  
(YoY **-3%**)

1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計。MarketplaceはCtoCとBtoCを合算した数値

2. Fintechとの内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した利益

3. メルペイ「電子マネー」の登録、「バーチャルカード」の設定、「メルカード」の発行、暗号資産取引口座開設を行ったユーザと「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（自主退会・重複を除く）2023年6月末時点

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

5. 11か月前に請求を行った「メルペイスマート払い（翌月払い・定額払い）」と「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）

6. 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

# FY2023.6 4Q セグメント別 売上高・営業利益

単位：億円

セグメント		FY2022.6 4Q		FY2023.6 4Q		YoY	
		売上高 / 外部売上高	営業利益 / 調整後営業利益 <sup>1</sup>	売上高 / 外部売上高	営業利益 / 調整後営業利益 <sup>1</sup>	売上高 / 外部売上高	営業利益 / 調整後営業利益 <sup>1</sup>
Japan Region		254	55	323	84	+27%	+52%
Marketplace		214	49 / 73	261	91 / 120	+22%	+84%/+63%
Fintech		63 / 39	6 / -18	90 / 61	-6 / -35	+42%/+56%	-
US	J-GAAP (億円)	106	-23	103	-11	-3%	-
	US-GAAP(百万ドル)	81	-16 / -13	75	-9 / -6	-8%	-
その他		14	-4	16	-2	+17%	-
調整額		-1	-17	-2	-15	-	-
連結		373	9	441	54	+18%	+466%

# FY2023.6 通期 セグメント別 売上高・営業利益

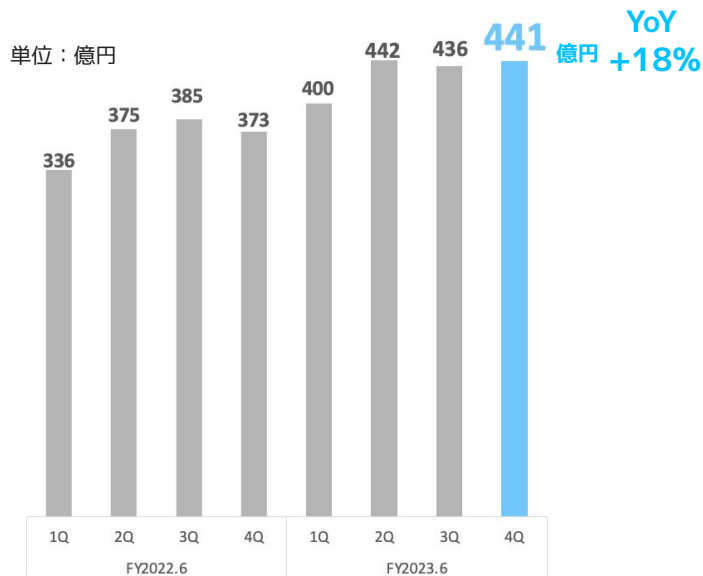
単位：億円

セグメント		FY2022.6		FY2023.6		YoY	
		売上高 / 外部売上高	営業利益 / 調整後営業利益 <sup>1</sup>	売上高 / 外部売上高	営業利益 / 調整後営業利益 <sup>1</sup>	売上高 / 外部売上高	営業利益 / 調整後営業利益 <sup>1</sup>
Japan Region		1,001	166	1,221	344	+22%	+107%
Marketplace		857	166 / 265	1,017	339 / 447	+19%	+104%/+69%
Fintech		242/144	-0.5 / -98	312 / 204	5 / -102	+29%/+42%	-
US	J-GAAP (億円)	416	-121	444	-88	+7%	-
	US-GAAP(百万ドル)	354	-98 / -87	323	-63 / -48	-9%	-
その他		64	-2	65	-5	+2%	-
調整額		-11	-79	-11	-81	-	-
連結		1,470	-37	1,720	170	+17%	-

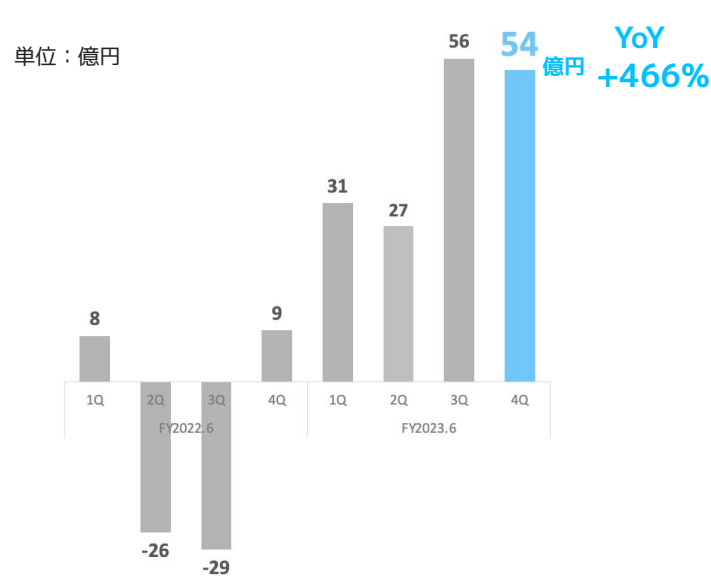
## 連結 売上高/営業利益（四半期）

- 投資規律のアップデートや継続的な費用の見直し、不正利用による影響の正常化等の結果、収益基盤が強化されたことで、Fintechにおける新サービスを中心に投資を拡大しつつもグループ連結で安定的に利益を創出

### < 売上高 >

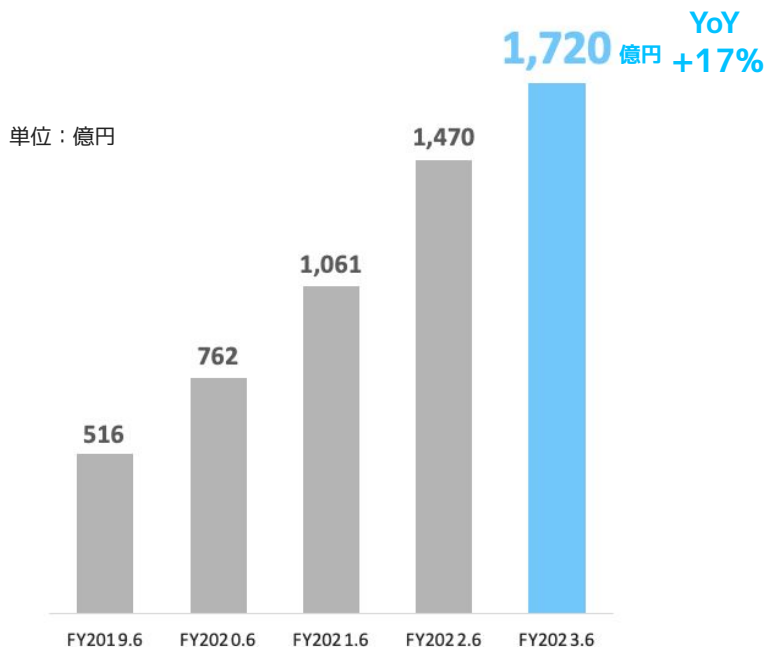


### < 営業利益 >

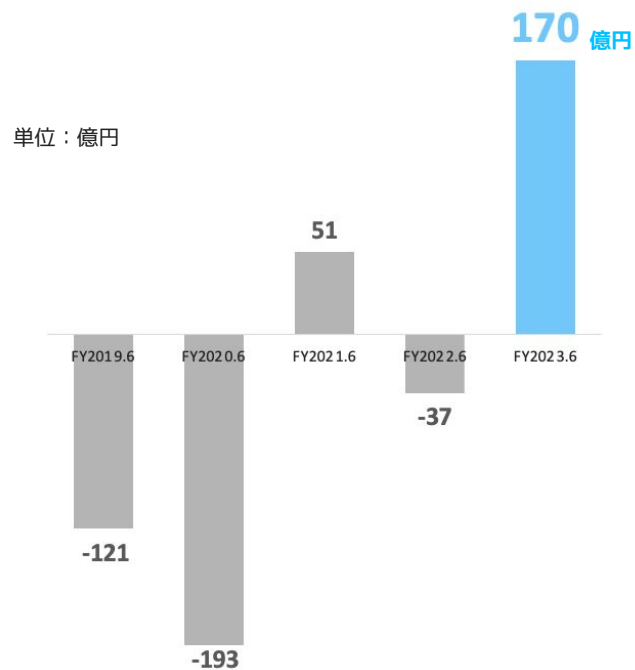


## 連結 売上高/営業利益（通期）

## &lt; 売上高 &gt;



## &lt; 営業利益 &gt;

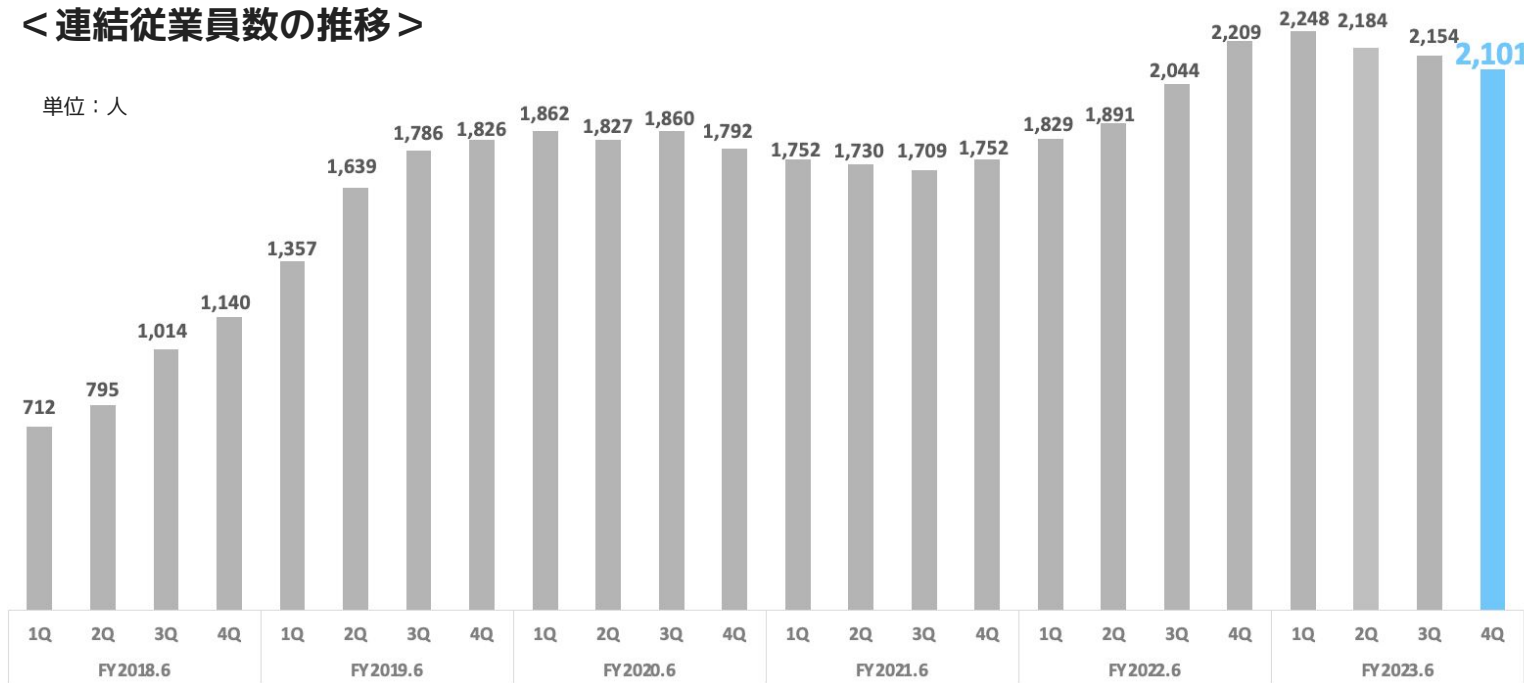


### 3 メルカリの高成長を支える優秀な人材

- 厳選した採用の継続やUSにおける人件費を含む固定費の見直し等により、QoQで減少
- 今後の成長に資する、エンジニアを中心としたメリハリのある採用を継続

#### <連結従業員数の推移>

単位：人



### 3 Marketplace FY2023.6 振り返り

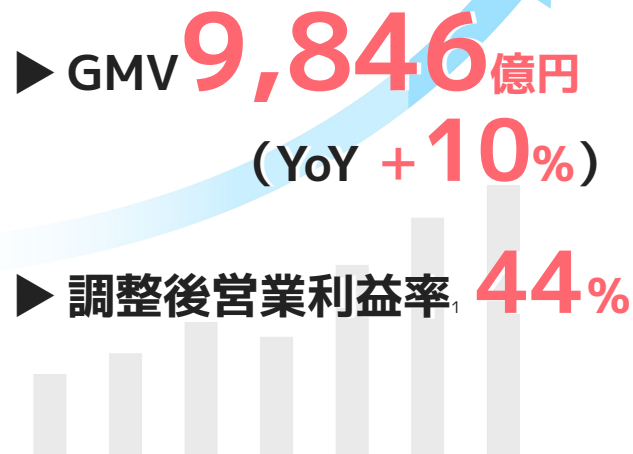
- 効果が積みあがる施策への規律ある投資が奏功し、MAUは2,200万人超、通期GMV成長率は+10%、調整後営業利益率は44%と、着実な成長と高い収益性を実現
- Fintechとの連携によるグループシナジー最大化に向け、プロダクトアップデートに注力するとともに、ロイヤルティプログラムを開始

#### プロダクト施策

- 「メルカリ」アプリ内部システムを刷新し、新機能の迅速な追加や改修が可能に
- リコメンデーション機能など、パーソナライゼーションの精度向上に注力

#### マーケティング施策

- 招待キャンペーンなどの新規ユーザ獲得や、獲得後の出品促進施策に注力
- オンライン施策と並行してメルカリ教室などのオフライン施策を推進



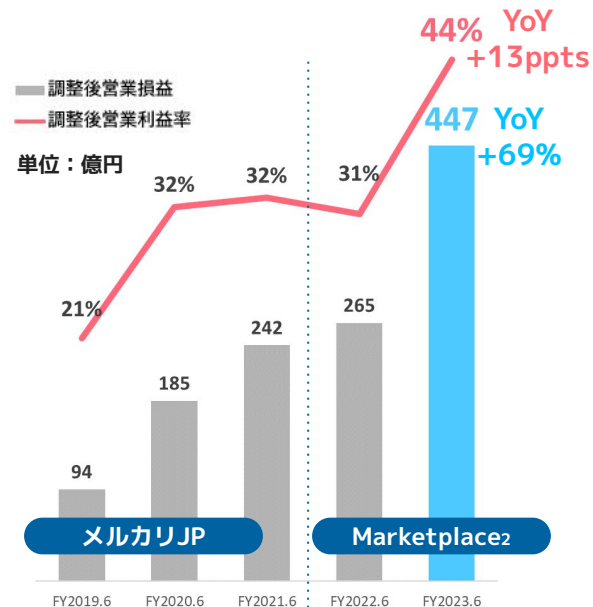
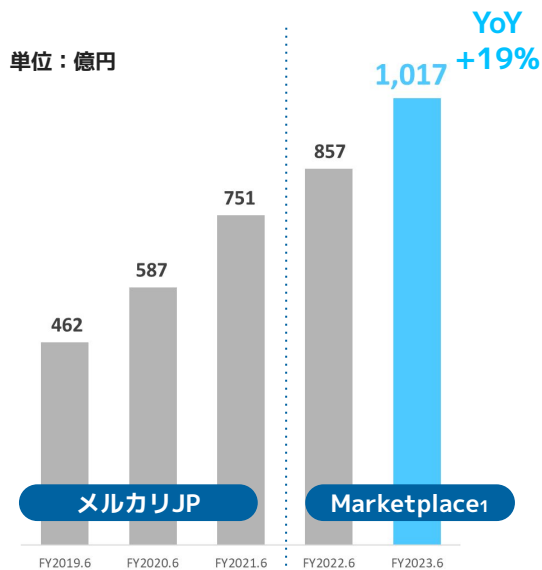
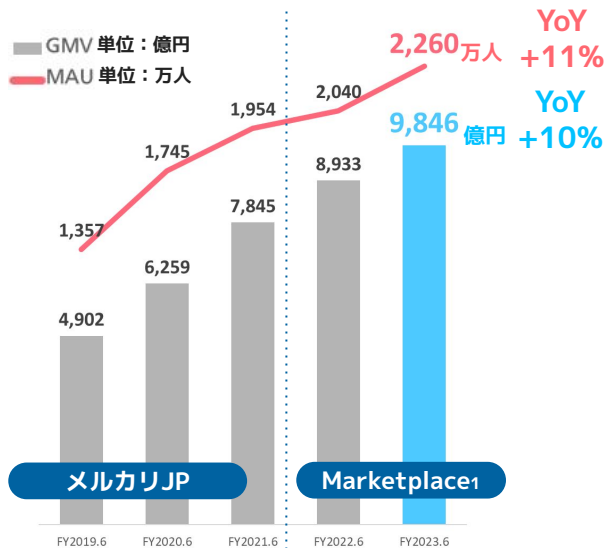
# Marketplace GMV/MAU/売上高/調整後営業利益（通期）

## < GMV・MAU >

## < 売上高 >

## < 調整後営業利益(率)<sub>3</sub> >

Financial Results Presentation Material

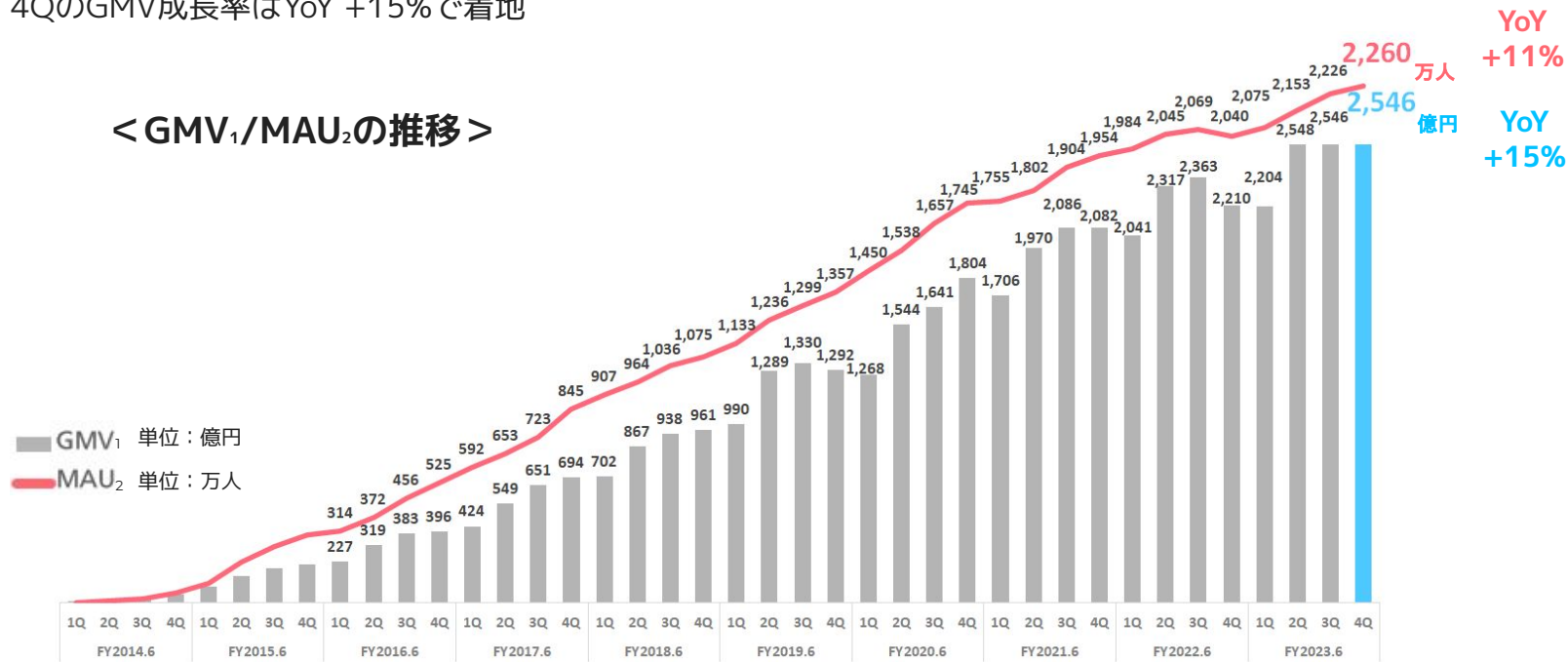




### 3 Marketplace GMV / MAU (四半期)

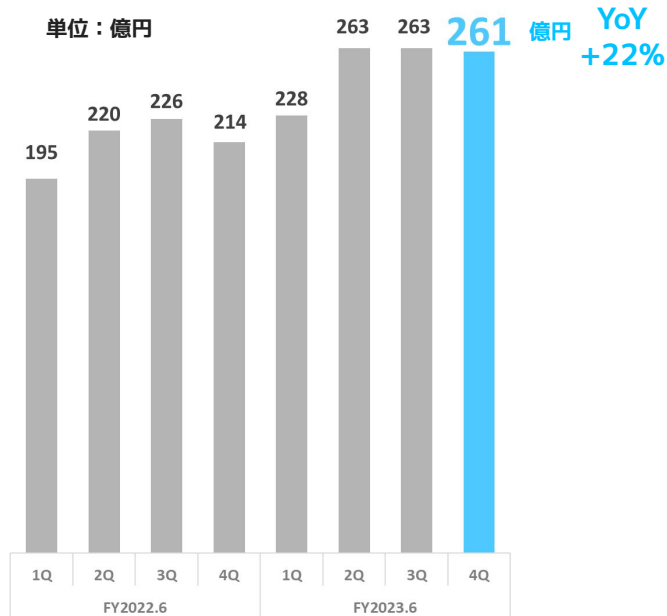
- Fintechとの共同キャンペーン等の新規ユーザ獲得施策が奏功し、MAUは堅調に推移
- 「メルカード」によるARPU押し上げ効果や、エンタメホビーカテゴリが好調に推移した結果、4QのGMV成長率はYoY +15%で着地

< GMV<sub>1</sub>/MAU<sub>2</sub>の推移 >

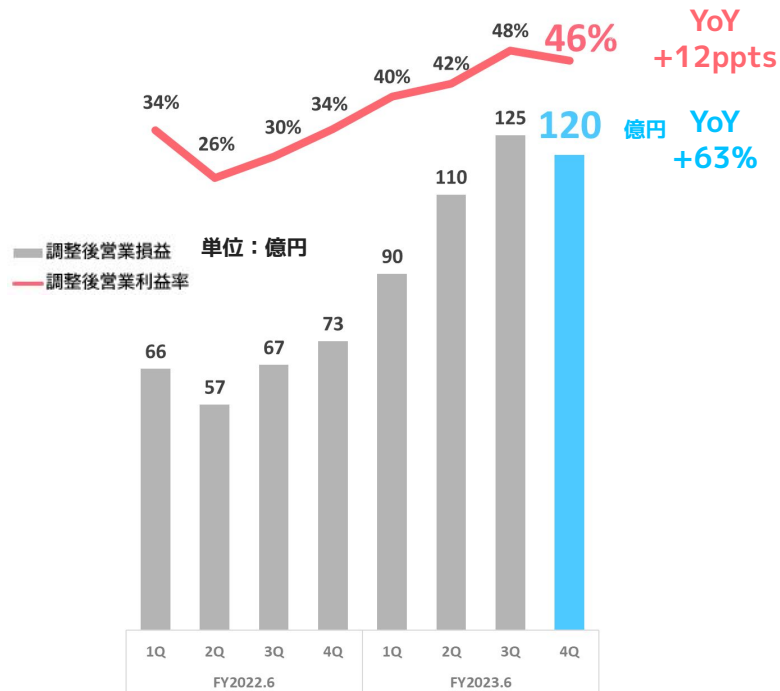


# Marketplace 売上高 / 調整後営業利益（四半期）

## < 売上高 >



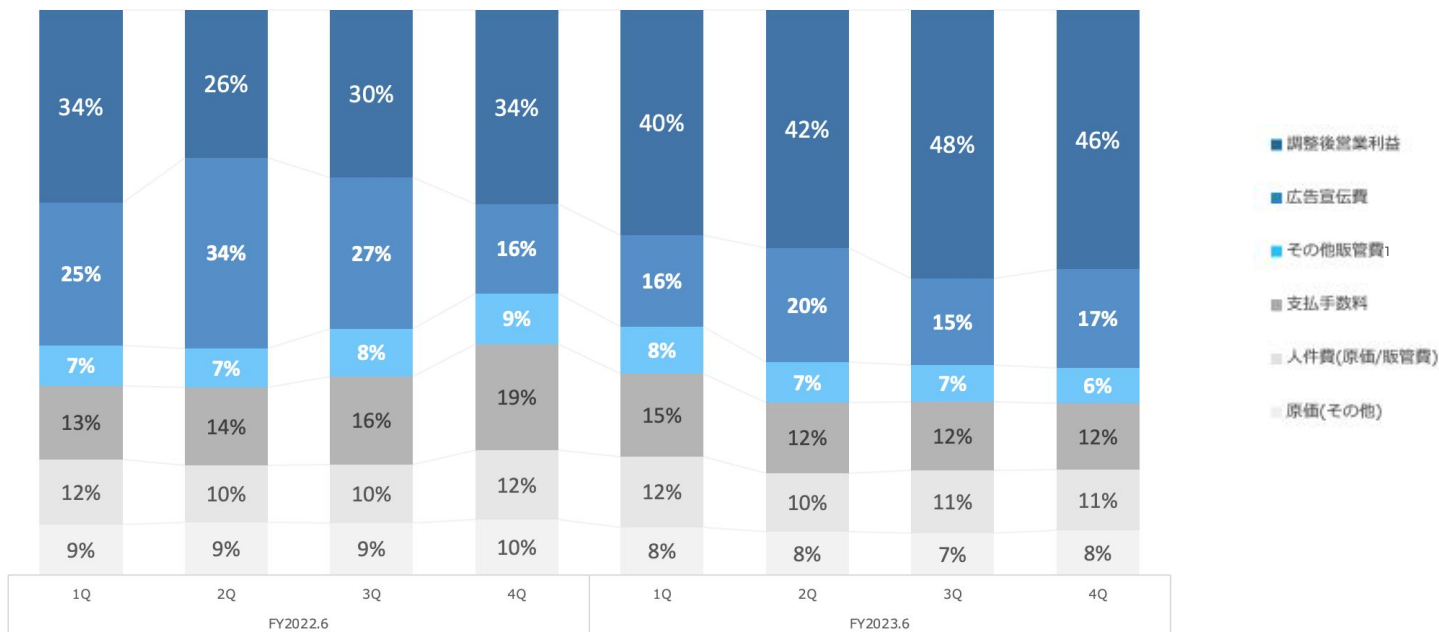
## < 調整後営業利益(率)<sup>1</sup> >



## 3

## Marketplace FY2023.6 コスト構成（四半期）

- Fintechとの共同キャンペーン等への投資が増加した結果、広告宣伝費率はQoQで微増も、引き続き高い調整後営業利益率を達成



## Fintech FY2023.6 振り返り

- 新たに「メルカード」やビットコイン取引サービスを開始し、本格的なグループシナジー創出に向けて始動
- 新規サービスへの投資を行いつつも、Creditサービスの好調な伸長により、通期調整前<sup>2</sup>営業黒字を計上

### Credit/Payment

- 「定額払い」を中心に伸長し、債権残高は1,178億円
- 独自のAI与信を活かした厳格な与信コントロールや回収アクションの強化により回収率はYoY +0.6pptsの98.7%
- 「メルカード」発行枚数125万突破。「メルカード」保有者による発行後3ヶ月目の「メルカリ」利用ARPUは10-60%増加<sup>1</sup>し、グループシナジーの創出

### Crypto

- 暗号資産取引口座開設数53万を突破し、日本の暗号資産業界の活性化に貢献。利用者の8割が暗号資産取引未経験者であり、ターゲットとするカジュアルユーザの獲得が好調に推移

▶ 新規サービスへの投資を加速させつつ **通期調整前<sup>2</sup>営業黒字**

▶ 「メルカード」保有者による発行後3ヶ月目の「メルカリ」利用ARPU向上 **10-60%**

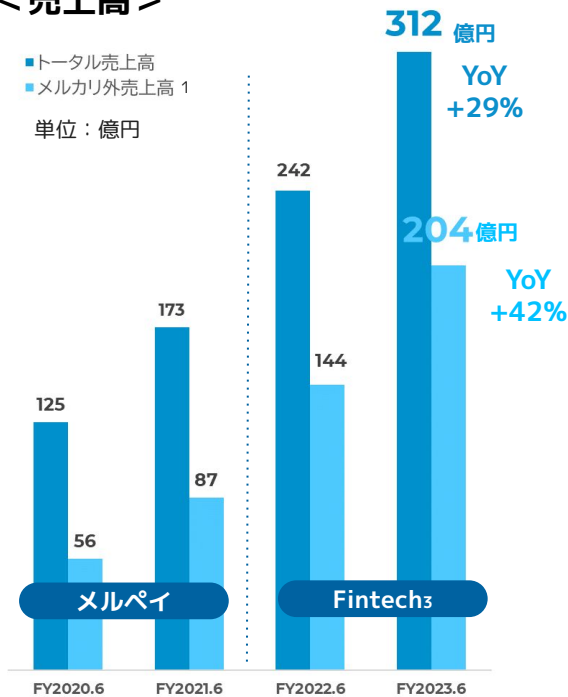
## Fintech 売上高 / 調整前後営業損益（通期）

- Creditを中心に伸長し、トータル売上高／メルカリ外売上高ともに過去最高を更新
- 新規サービスへの投資を行いつつも、Creditの伸長により通期は調整前<sup>2</sup>営業黒字に

### <売上高>

- トータル売上高
- メルカリ外売上高<sup>1</sup>

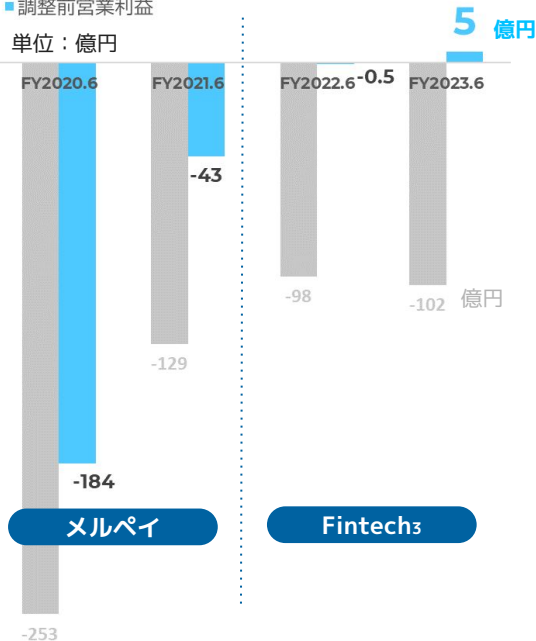
単位：億円



### <調整前後営業利益<sup>2</sup>>

- 調整後営業利益
- 調整前営業利益

単位：億円



1. Marketplace・Fintech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

2. 調整後：Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した数値、調整前：Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

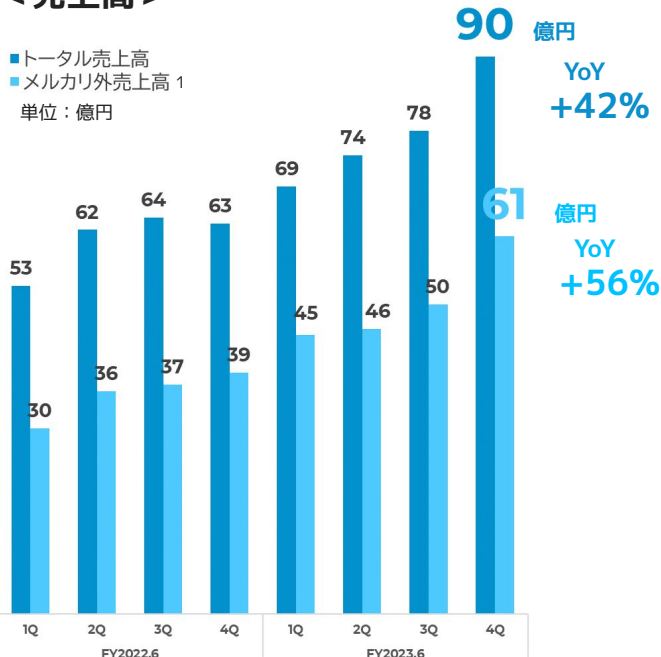
3. 主に、株式会社メルペイと株式会社メルコインの実績

## Fintech 売上高 / 調整前後営業利益（四半期）

- 「メルカード」「定額払い」の利用が好調に推移し、売上高が伸長
- 収益力は向上するも、「メルカード」への積極的な投資に伴い6億円の調整前<sup>2</sup>営業損失を計上

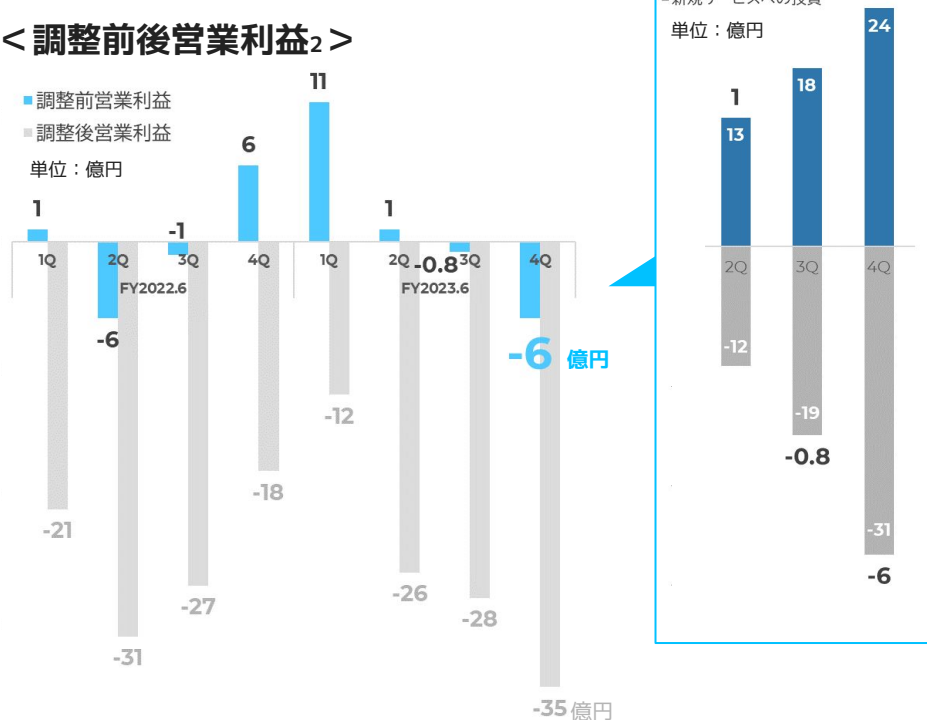
### <売上高>

- トータル売上高
  - メルカリ外売上高<sup>1</sup>
- 単位：億円



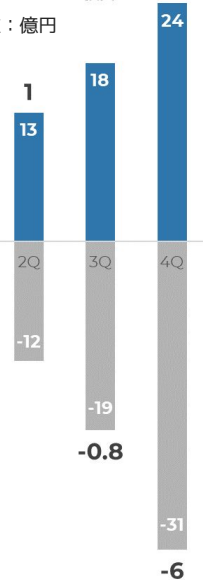
### <調整前後営業利益<sup>2</sup>>

- 調整前営業利益
  - 調整後営業利益
- 単位：億円



<調整前  
営業利益の内訳<sup>3</sup>>

- 新規サービスへの投資を控除した利益
  - 新規サービスへの投資
- 単位：億円



1. Marketplace・Fintech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

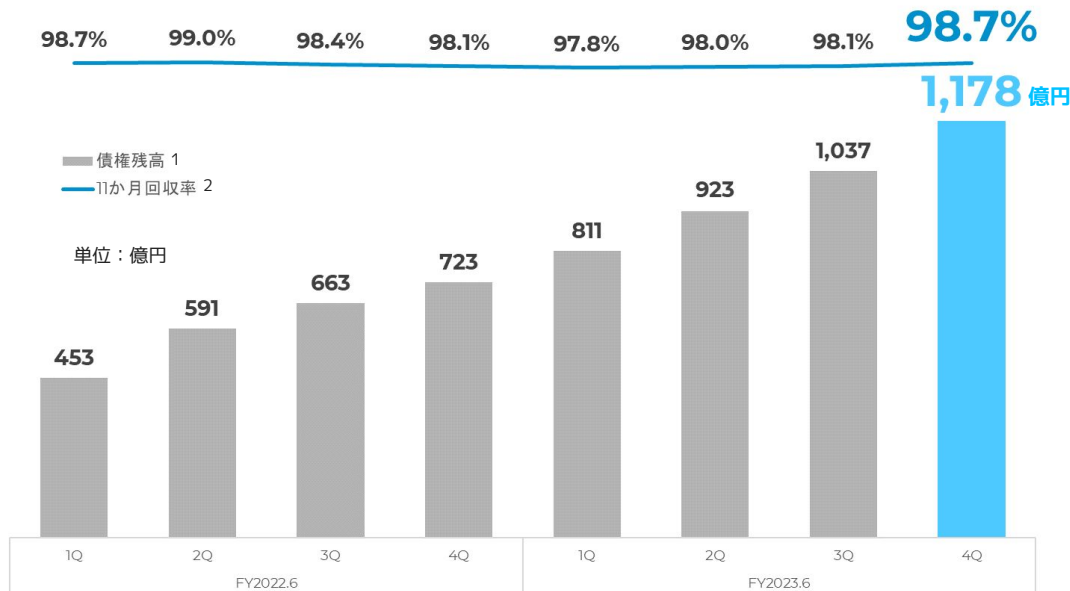
2. 調整後：Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した数値、調整前：Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

3. 新規サービスへの投資：管理会計上における「メルカード」やビットコイン取引サービスに係るキャンペーン関連費用や利用に伴うポイント還元費用の合計、

新規サービスへの投資を控除した利益：調整前営業利益から新規サービスへの投資を差し引いた額

## Fintech Creditサービス債権残高 / 回収率（四半期）

- 既存サービス、及び「メルカード」の好調な成長により、債権残高も拡大
- 債権残高が伸長する中、昨年実施した与信ロジックのアップデート効果が4Qから反映され、回収率が大きく向上。引き続き、高い回収率の維持・向上をはかる

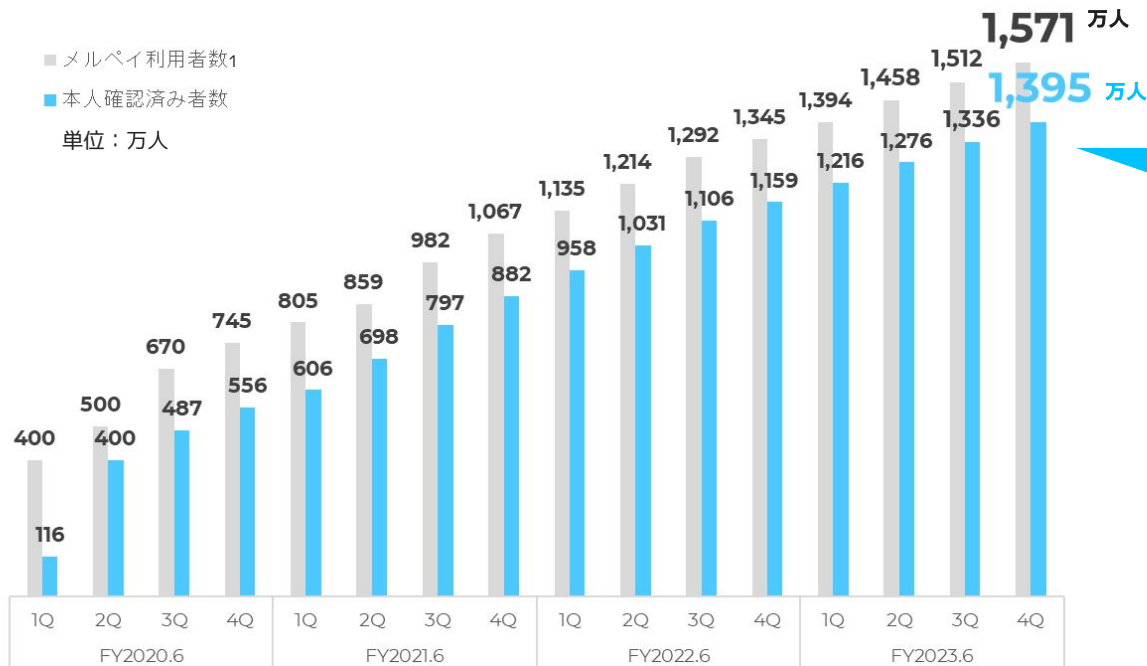


1. 四半期末時点における「メルペイスマート払い（翌月払い・定額払い）」と「メルペイスマートマネー」の債権残高（破産更生債権等を除く）

2. 11か月前に請求を行った「メルペイスマート払い（翌月払い・定額払い）」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）

## Fintech 利用者数 / 本人確認済み者数の推移（四半期）

- 利用者数、本人確認済み者数共に継続的に増加
- 高い本人確認済み比率により安心・安全な取引環境の構築に加え、CreditやCryptoサービスの利用開始がスムーズになる等、事業の成長にも貢献



本人確認済み比率

**88.8%**

(QoQ +0.5ppts)



## US FY2023.6 振り返り

- 出品簡便化やパーソナライゼーションをはじめとするプロダクト改善の結果YoYで出品数が増加。加えて、直近では購入数の減少幅に改善の兆候が見られる

### マーケティング施策

- 一定の水準に達したブランド認知度を活かして、既存ユーザ等にターゲットを絞った効率的なマーケティングを実施

### プロダクト施策

- 小型荷物の配送料金を低減する新プランの導入や一括配送オプションの導入など、購入の促進と購入者負担の軽減に向けた様々な施策を実施し、ユーザの購買活動に対して与えるポジティブな影響を確認

▶ GMV

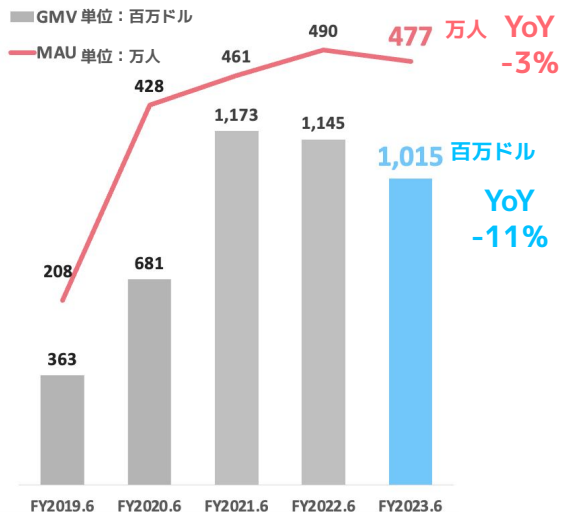
10.1億ドル  
(YoY-11%)

▶ MAU

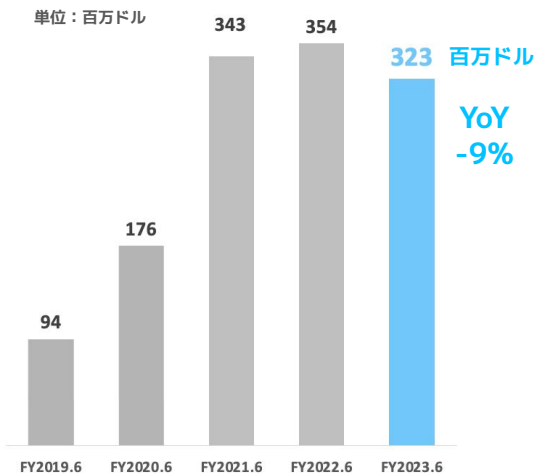
477万人  
(YoY-3%)

## US 売上高 / 調整後営業利益 (US GAAP/通期)

### < GMV/MAU >



### < 売上高 >



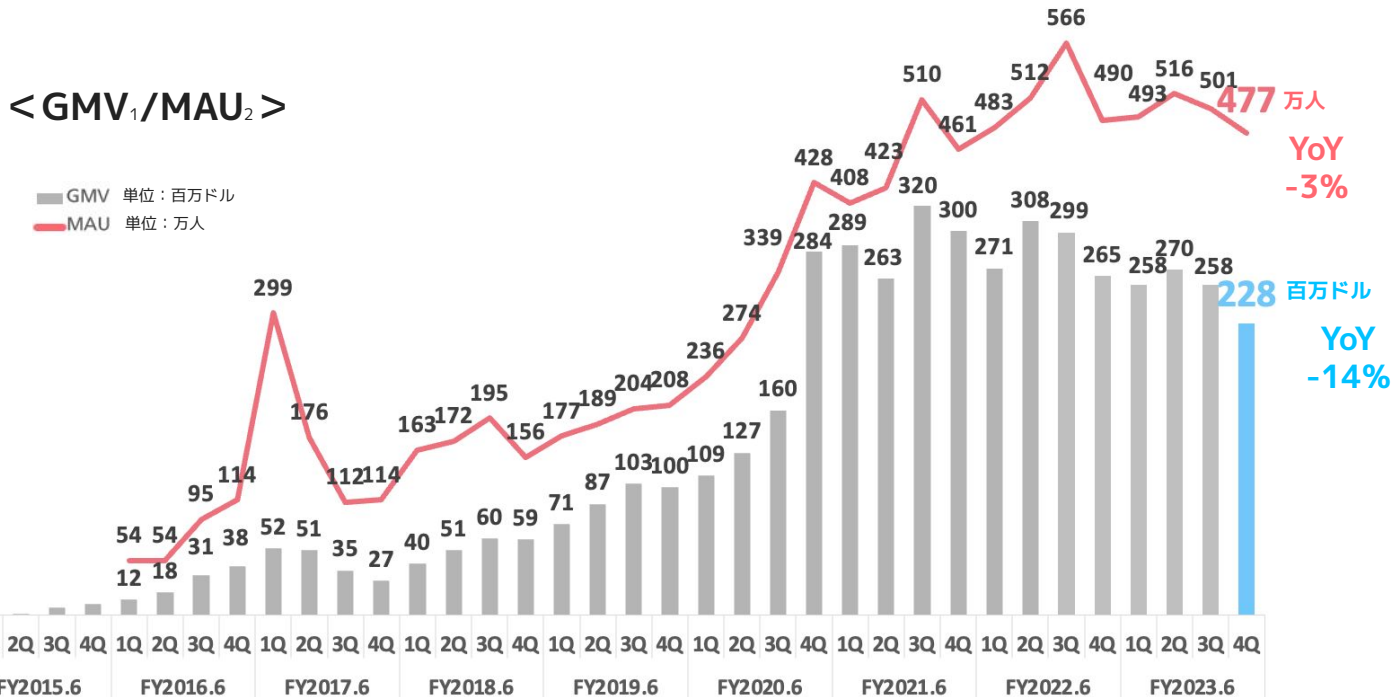
### < 調整後営業利益<sub>1</sub> >



1. 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）

## US GMV / MAU (四半期)

- インフレをはじめとする外部環境の影響によって購入の鈍化傾向が継続したことで、4QのGMV成長率は-14%で着地
- 一方で、出品数は引き続き増加傾向にあり、直近では購入数の減少幅に改善の兆し

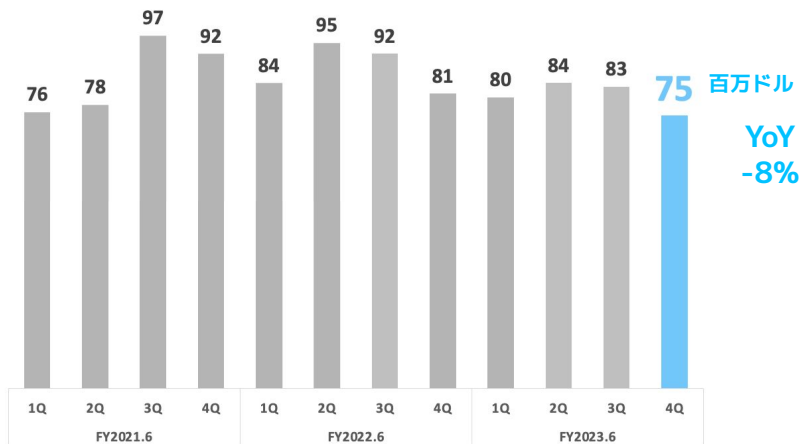


## US 売上高 / 調整後営業利益 (US GAAP/四半期)

- 年間を通じた費用の見直しや、厳選した投資の実施等、筋肉質な経営を行ったことで調整後営業損失はYoYで大幅に改善

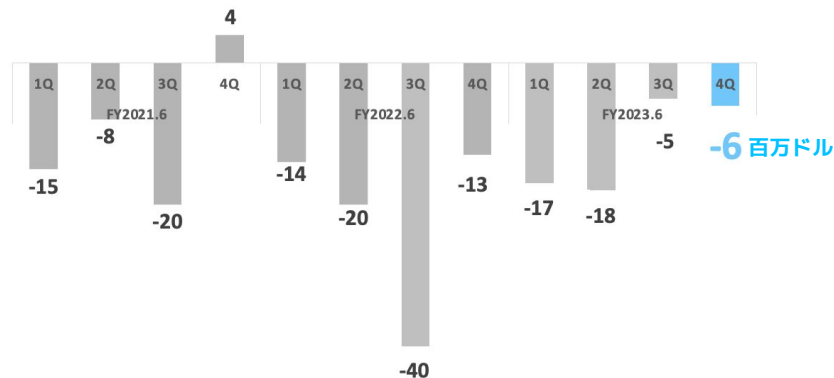
### <売上高>

単位：百万ドル



### <調整後営業利益<sup>1</sup>>

単位：百万ドル



FY2024.6  
**事業方針**

## 連結

- 成長と収益のバランスを意識した経営を継続するが、次の10年を見据え、改めて既存事業の成長を加速させるとともに、新規事業の創出にも取り組む
- 多様な人材が活躍するグローバルな組織基盤の構築を推めるとともに、更なるガバナンスの強化を推進
- FY2024.6 1Qより国際的な比較可能性の向上の観点からIFRSへ移行。GAAP差の影響は軽微を想定（変更内容はP57を参照）

## Marketplace

- トップラインの成長にフォーカスし、プロダクトの進化を加速させるとともに効果的なマーケティング投資を実施することで、GMV成長率10%以上を目指す
- 規律ある投資の継続によって調整後営業利益率<sup>1</sup>は30-40%を想定

## Fintech

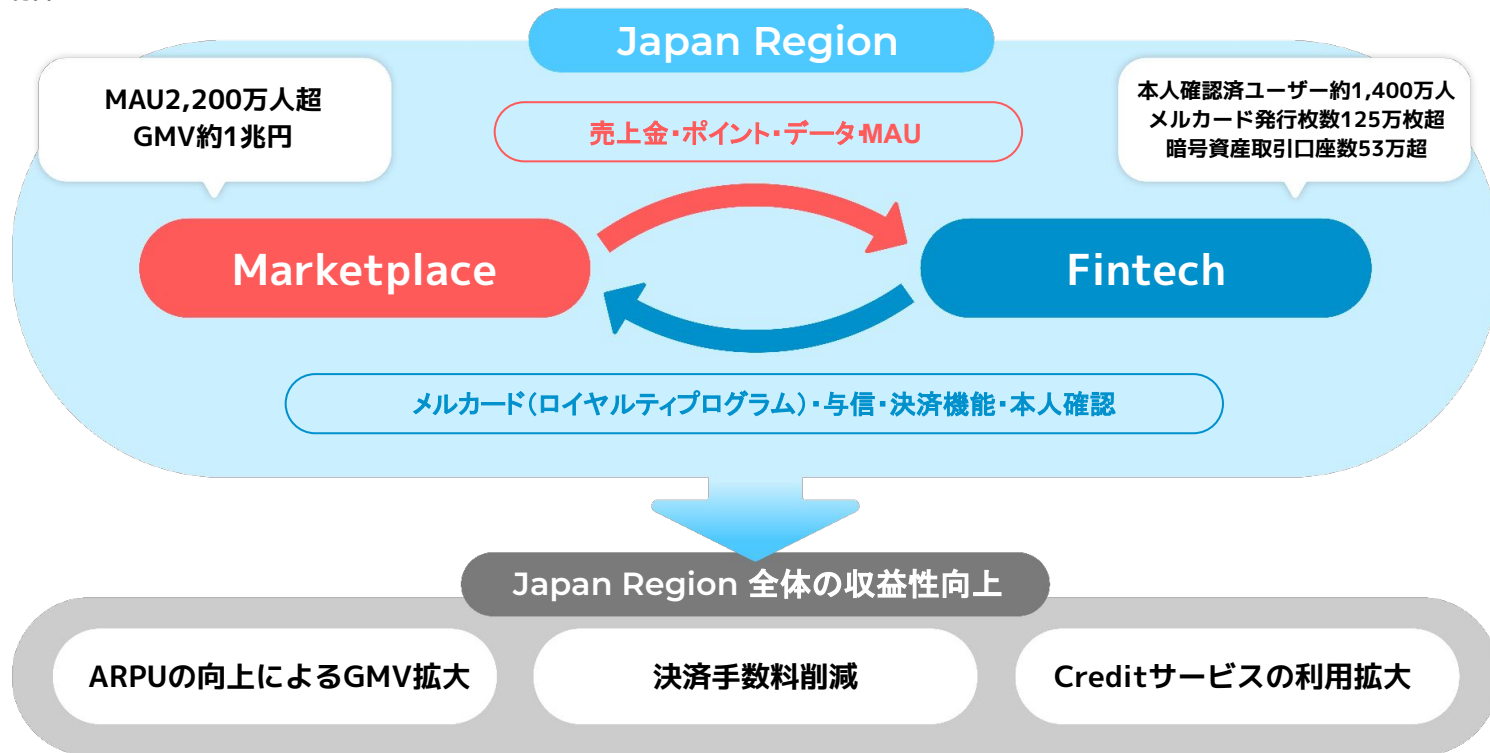
- 「メルカード」の会員増を通じ、更なるグループシナジー創出を推進
- 既存Creditサービスの強化に伴う、収益基盤のさらなる強化
- 引き続き、長期的な資金調達の安定化に向けた取り組みを推進

## US

- 既存ユーザの活性化に向けたプロダクトの磨き込みに注力し、成長軌道への復帰を目指す
- 将来成長に向けたZ世代の巻き込みに注力

## FY2024.6 Japan Region グループシナジー創出の全体像

- MarketplaceとFintechが一体となったUXの向上や、横断的なマーケティングの実施によるシナジー創出を目指す



## 4 Marketplace 2024.6 事業方針

### 中期的なありたい姿

循環型社会の実現にとって欠かせない存在としてマーケットを牽引  
外部パートナーとの連携を加速させている

FY2024.6の事業方針

**規律ある投資を継続しつつ、トップラインの成長にフォーカス。  
マーケティング投資とプロダクトの進化に加え、強化領域への注力を通じて  
GMV成長率目標10%以上、調整後営業利益率は30-40%を想定**

GMV成長に向けた取り組み

#### マーケティング

- ・ロイヤルティプログラム

#### プロダクト

- ・WEB
- ・UX

#### 強化領域

- ・越境取引
- ・カテゴリー強化
- ・BtoC（大型加盟店の獲得）

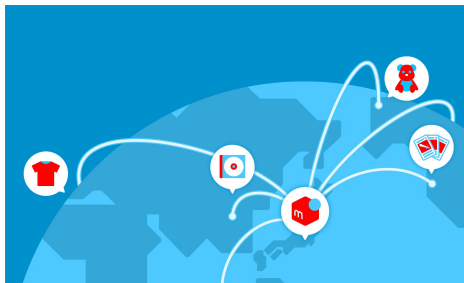


## 4 Marketplace FY2024.6 強化領域

- 継続的なプロダクトの進化および効果的なマーケティング投資に加えて、「越境取引」「カテゴリ強化」「BtoC」等を強化

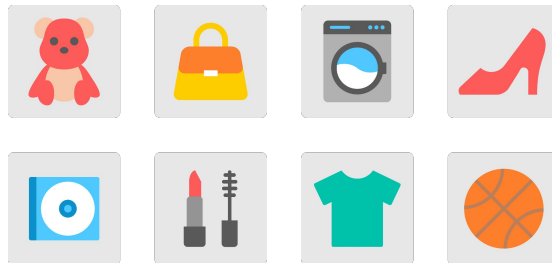
### 越境取引

- 注力地域の選定と購入代行業者となるパートナーの拡大
- 「メルカリShops」の越境販売開始



### カテゴリ強化

- 注力カテゴリの選定とUXの改善
- 季節性等による特定カテゴリの需要拡大に連動したマーケティング施策の実施



### BtoC

- リユース・アウトレット法人加盟店の獲得
- API連携等の出品機能強化

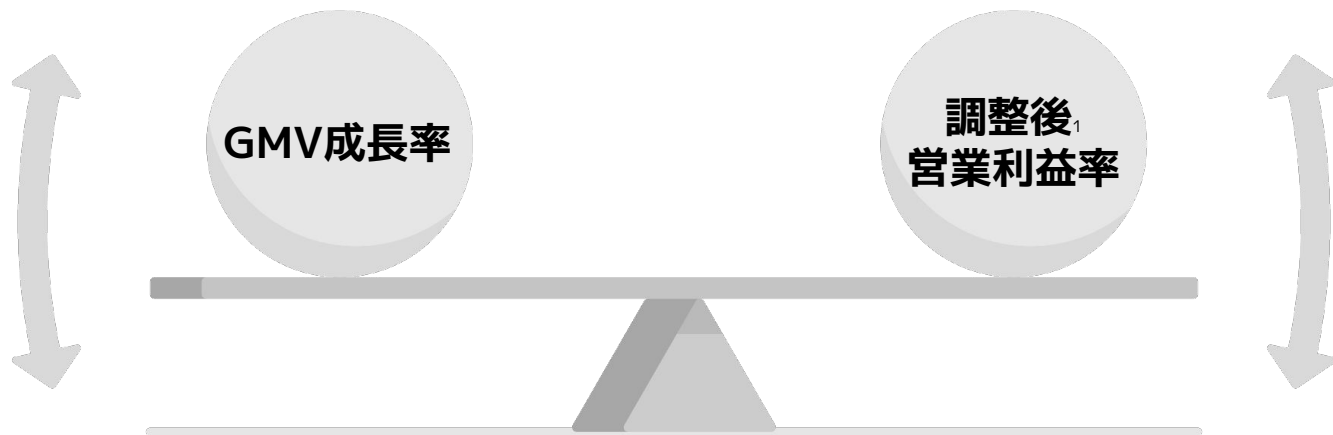


生成AI/LLM等を活用したUXの向上を通じた取引活性化

## Marketplace FY2024.6 目標値に対する考え方

### GMV成長率目標10%以上、調整後営業利益率は30-40%

- 成長と収益のバランスを意識した経営を継続しつつ、GMVの成長加速を優先
- 投資効果を慎重に見極めつつ、GMVの大幅な成長に寄与すると判断した場合は積極的な投資を行う



## 中期的なありたい姿

「メルカリ」のGMV最大化に貢献しつつ、メルカリグループの第2の収益の柱となっている

FY2024.6の事業方針

**「メルカード」会員獲得に注力し、グループシナジーの強化を図る。  
新規サービスへの投資強化を予定するも、既存サービスを中心とした好調な成長により  
強固な収益基盤が構築されており、大幅な調整前営業赤字は想定していない**

### グループシナジー の強化

- 「メルカード」会員獲得を通じた「メルカリ」GMV拡大に寄与
- 「メルカリ」内でビットコイン決済を可能にする等のUX強化に伴う取引の活性化

### 収益基盤の強化

- 独自のAI与信精度の継続的な向上と回収アクションの強化によるCreditサービスの成長および回収率の維持・向上
- 健全な財務基盤構築に向けた資金調達の多様化

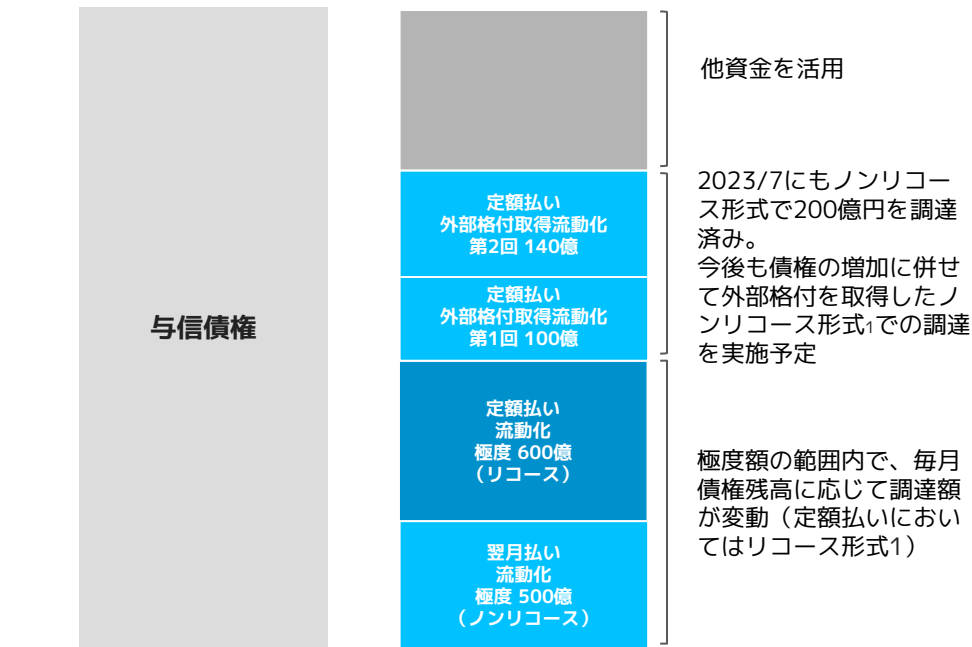
# Fintech FY2024.6 Creditサービスに関する資金調達の考え方

- FY2023.6より、企業与信でなく与信債権自体の信用力により資金の調達を行うノンリコース形式<sup>1</sup>を導入しており、Creditサービスの成長に合わせた資金調達の拡張が可能
- 今後もノンリコース形式<sup>1</sup>の債権流動化を中心に、資金調達手法の多様化を進めていく方針

2023/6 末時点

## 債権流動化

- 「メルペイスマート払い」の翌月払いで500億円、定額払いで600億円を極度額に設定し、特定金融機関と債権流動化を実施
- 加えて、定額払い債権の一部に対し外部格付を取得し、ノンリコース形式<sup>1</sup>でFY2023.6（2022/12、2023/6）に計240億円の長期調達を実現  
尚、2023/7にも追加でノンリコース形式<sup>1</sup>での調達を実施済み
- 今後もCreditサービス成長に伴い、ノンリコース形式<sup>1</sup>での資金調達を随時実施予定



## 中期的なありたい姿

Z世代も巻き込み、“the easiest and safest selling app”としての  
認知度と評価が確立されている

FY2024.6の事業方針

既存ユーザのリテンション強化に向けたプロダクトの磨き込みに注力し、  
成長軌道への復帰を目指す。  
将来成長に向けたZ世代の巻き込みにも注力

Z世代へのアプローチ強化に向けた施策

出品のしやすさ  
の実現

コミュニティ型  
マーケットプレイス  
の構築

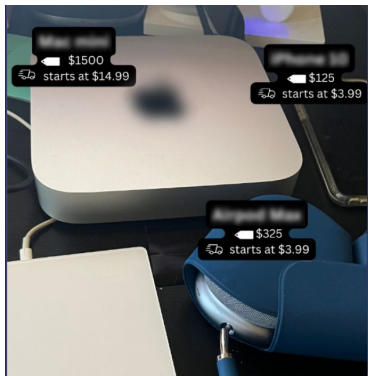
新たな取引手法  
の開拓

## US Z世代へのアプローチ

- リユース市場で日常的に買い物をすると答えたZ世代の割合は42%と他の世代と比較しても高い<sup>1</sup>
- 大手リユースサイトを日常的に利用しているZ世代の割合は他の世代と比較しても低く、よりZ世代を意識したUXを通じて利用者の取り込みを狙う

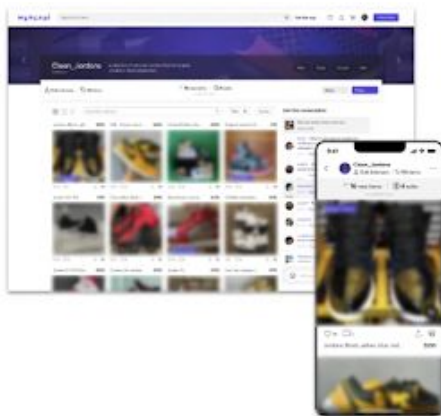
### 出品簡便化

- 複数のアイテムを効率的に出品できる機能など、出品のしやすさを実現する機能開発を推進



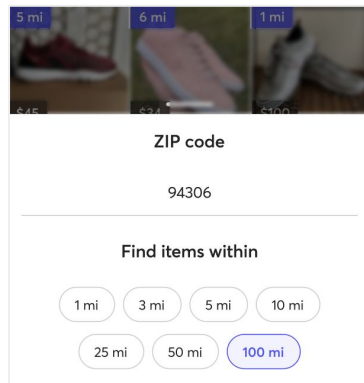
### コミュニティの構築

- 同じカテゴリーに興味を持つユーザが集い、交流を通じて売買を行うコミュニティを構築し、取引頻度の向上を目指す



### 取引手段の拡大

- 米国においてニーズが高い対面取引を含め、ユーザの利便性向上に向けた取引手段の拡大を検討



**ESG**

## 4 ESG マテリアリティのアップデート

- 事業を通じて社会・環境課題の解決に貢献していく価値創造に関わるものと、持続的な成長のために必要な経営基盤に関わるものの両方の観点からマテリアリティを定義しており、FY2023.6にアップデートを実施

MISSION

あらゆる価値を循環させ、  
あらゆる人の可能性を広げる

社会的  
インパクト

プロダクト・  
サービスを通じて  
創出する事業価値

価値創造を支える  
組織・経営基盤

mercari

### ① 個人と社会のエンパワーメント



誰もがやりたいことを実現し、人や社会に貢献するための選択肢を増やすことで、あらゆる人の可能性が発揮される世界を実現します。

### ② あらゆる価値が循環する社会の実現



事業を通じて環境や社会に貢献する「プラネット・ポジティブ」な企業を追求することで、物理的なモノやお金に限らずあらゆる価値がなめらかに循環する社会を実現します。

### ③ テクノロジーを活用した新しいお客さま体験の創造



データ・AIなど、革新し続けるテクノロジーも活用しながら常にプロダクトを進化させ、なめらかな価値交換による新しいお客さま体験を創造していきます。

### ④ 中長期にわたる社会的な信頼の構築



コーポレートガバナンスの実効性向上とコンプライアンスの徹底による健全で透明性の高い意思決定プロセスを構築することで、社会の公器としての責任を果たし信頼を構築します。  
安心・安全で公正な取引環境を実現し、さらに業界全体での啓発・情報共有を行うことで、世界の健全なインターネットサービス環境の実現に寄与していきます。

### ⑤ 世界中の多様なタレントの可能性を解き放つ組織の体現



世界中の多様なバックグラウンドを持つ人材がポテンシャルを最大限に発揮して働ける環境を整えること44で、持続的に成長できる企業としてあり続けます。



## Environment

メルカリの事業を通じて生まれた  
温室効果ガスの削減貢献量  
53万トン<sup>1</sup>

温室効果ガス排出量 (Scope1/2/3)  
4.3万トン

TCFD開示の実施

削減目標に向けて順調に進捗中  
(2030年までの目標)  
・ Scope1+2 : 100%削減  
・ Scope3 : 付加価値あたり51.6%削減

## Governance

指名委員会等設置会社に移行<sup>2</sup>

社外取締役比率:60%<sup>2</sup>

## Social

女性取締役比率:30%<sup>2</sup>

「EDGE Assess」を<sup>3</sup>  
日本企業として初めて取得

基本的人権ポリシーの策定

エンジニアが選ぶ開発者体験が良い  
イメージのある企業ランキング1位獲得<sup>4</sup>

不正利用の影響額 : 89.3%減<sup>5</sup>

連携自治体数 : 約50自治体

メルカリ寄付実績 : 累計55,000件

FIDOアライアンス加盟<sup>6</sup>

1. 取引された商品が新品の代わりに利用されることで温室効果ガスの排出を回避できると仮定し、製品ライフサイクルや配送に係る温室効果ガス排出量、メルカリの使用頻度、製品の使用年数等から推計
2. 2023年9月28日開催予定の第11回定時株主総会にて承認されることを条件とする
3. 職場におけるジェンダー平等に関する取り組みを評価するグローバル認証
4. 日本CTO協会「Developer eXperience AWARD 2023」ランキングより
5. FY2022.6 4Q (2022年6月末時点) とFY2023.6 4Q (2023年6月末時点) YoYでの比較
6. パスワードに代わるオンライン認証のための技術仕様の標準化を推進する非営利団体

## 5 ESG FY2024.6 重点領域と方針

- FY2023.6に見直しを行ったマテリアリティごとにアクションプランを実施

マテリアリティ	重点領域	FY2024.6 方針
1 個人と社会のエンパワーメント	あらゆる人の可能性が発揮される世界の実現	
2 あらゆる価値が循環する社会の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>持続可能性をともなう事業成長</li> <li>循環型社会の実現に向けた文化醸成</li> <li>気候変動への対応</li> </ul>	CtoC市場でのマーケットシェアをより強固なものにするべく、グループ横断でMarketplace GMVの最大化を推進、さらにBtoCや越境取引の拡大、外部パートナーとの連携を推進
3 テクノロジーを活用した新しいお客さま体験の創造	<ul style="list-style-type: none"> <li>データ/AIを活用したなめらかなお客さま体験の提供</li> <li>循環型金融の促進</li> <li>価値交換の研究開発によるイノベーションの創出</li> </ul>	Marketplace：規律ある投資を継続しつつ、マーケティング投資とプロダクトの進化に加え、強化領域への注力を通じたGMV成長にフォーカス Fintech：「メルカード」会員獲得を通じたグループシナジーの創出、「メルカリ」内でビットコイン決済を可能にする等のUX強化 US：既存ユーザのリテンション強化に向けたプロダクトの磨き込み、将来成長に向けたZ世代の巻き込みに注力
4 中長期にわたる社会的な信頼の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>安心・安全で公正な取引環境の実現</li> <li>コーポレートガバナンスの実効性向上とコンプライアンスの徹底</li> <li>ユーザー、ステークホルダー（社会、投資家、メディア等）からの信頼獲得</li> </ul>	指名委員会等設置会社への移行に向けた内部監査体制の強化 データ＆プライバシーガバナンス、サイバーセキュリティの体制強化 外部パートナー（自治体、一次流通事業者、大学や非営利組織）との連携強化
5 世界中の多様なタレントの可能性を解き放つ組織の体現	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界中のプロフェッショナル人材の獲得・育成</li> <li>ミッションの達成に向けて大胆な挑戦ができる組織カルチャーと環境の構築</li> <li>ダイバーシティ&amp;インクルージョンの体現</li> </ul>	D&Iの推進 多様な人材確保に向けた新卒採用の強化 インド拠点拡大に向けた業務環境の構築・報酬制度の整備 メンバーのパリユースを促すカルチャーアップデートと社内浸透

# Appendix

	FY2022.6 上期まで	FY2022.6 下期 - FY2023.6	FY2024.6
中期的な目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 外部パートナーと組み、循環型社会を牽引するエコシステムを実現している</li> <li>■ グローバル人材が活躍できるボーダレスな組織が構築されている</li> <li>■ 更なるグローバル展開を推進している</li> </ul>		
収益の考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ トップラインの高成長を最優先</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 成長と収益のバランスを意識した経営を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 成長と収益のバランスを意識した経営を継続しつつ、成長にフォーカス</li> </ul>
投資方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中長期での成長に資する分野へ積極的に投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中長期の成長に向けて、優先順位を明確にした投資効果が着実に積み上がる分野への投資</li> <li>■ Fintechにおいて将来利益の最大化に繋がる必要な投資は検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 次の10年を見据え、既存事業の成長の加速と新規事業の創出に向けた投資を行う</li> </ul>

## 6 FY2024.6 事業毎の投資方針と主な内容

	投資方針と主な内容
Marketplace	<p><b>規律のある投資を継続しつつ、トップラインの成長にフォーカス</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 新規ユーザ獲得</li><li>■ ロイヤルティプログラムの強化</li><li>■ UXの進化や越境取引、カテゴリー強化、BtoC等の強化領域によるGMV成長の加速</li></ul>
Fintech	<p><b>グループシナジー最大化および収益性のさらなる向上を目指し、「メルカード」やCredit事業に規律の範囲で投資</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 「メルカード」会員獲得、利用促進</li><li>■ AIと信精度向上、回収力強化</li><li>■ 「メルカリ」内でのビットコイン取引サービスの浸透とビットコイン決済等UXを向上させる機能の提供</li></ul>
US	<p><b>既存ユーザの活性化に向けたプロダクト開発と効果的なマーケティングに投資</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 既存ユーザのリテンション強化を主目的としたマーケティングの実施</li><li>■ Z世代の巻き込みに向けた出品簡便化や取引手段の拡充</li></ul>

## 新取締役の体制（株主総会での承認可決が前提）

- 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

### 取締役10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  
株式会社鹿島アントラーズ・  
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(6名)



篠田 真貴子



渡辺 雅之



北川 拓也



角田 大憲



富山 和彦



福島 史之

## 6 ガバナンス体制の強化（独立社外取締役）（株主総会での承認可決が前提）



篠田 真貴子  
報酬委員会  
委員長



渡辺 雅之



北川 拓也

### 主な経歴

- ・ (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)ほぼ日 取締役CFO
- ・ エール(株)取締役（現任）

- ・ マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク・ジャパン
- ・ 株式会社ディー・エヌ・エー共同創業者
- ・ Quipper Ltd. CEO
- ・ 株式会社FOODCODE取締役（現任）

- ・ 楽天株式会社執行役員編成部ビヘイビアインサイトストラテジー室室長
- ・ 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ディビジョンCDO

### 当社社外取締役 選任理由

- ・ 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

- ・ IT企業における事業のグローバル展開に関する知見

- ・ AIやデータサイエンス等のテクノロジー領域における知見
- ・ 事業創出や社会課題に向けてAIやデータの利活用における経験

## 6 ガバナンス体制の強化（独立社外取締役）（株主総会での承認可決が前提）



角田 大憲  
監査委員会  
委員長



富山 和彦  
指名委員会  
委員長



福島 史之

### 主な経歴

- ・ 東京弁護士会登録 森綜合法律事務所パートナー
- ・ 中村・角田法律事務所（現中村・角田・松本法律事務所）
- ・ 株式会社アイネス社外監査役
- ・ 三井住友海上グループホールディングス株式会社（現MS&AD インシュアランスグループホールディングス株式会社）社外監査役、社外取締役
- ・ カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社社外取締役（現任）
- ・ エーザイ株式会社社外取締役（監査委員）
- ・ 株式会社三井住友銀行社外取締役（監査等委員）（現任）
- ・ 角田大憲法律事務所開設（現任）
- ・ ポストンコンサルティンググループ
- ・ 株式会社コーポレートディレクション取締役社長
- ・ 株式会社経営共創基盤代表取締役 CEO
- ・ パナソニック株式会社（現パナソニックホールディングス株式会社）社外取締役（現任）
- ・ 東京電力ホールディングス株式会社社外取締役
- ・ 株式会社日本共創プラットフォーム 代表取締役（現任）
- ・ 株式会社経営共創基盤 IGPI グループ会長（現任）
- ・ 一般社団法人日本取締役協会会長（現任）
- ・ 港陽監査法人
- ・ あずさ監査法人（現有限責任あずさ監査法人）
- ・ ファインディ株式会社監査役（現任）
- ・ 株式会社鹿島アントラーズ・エフ・シー監査役（現任）
- ・ Chatwork 株式会社社外取締役（監査等委員）（現任）

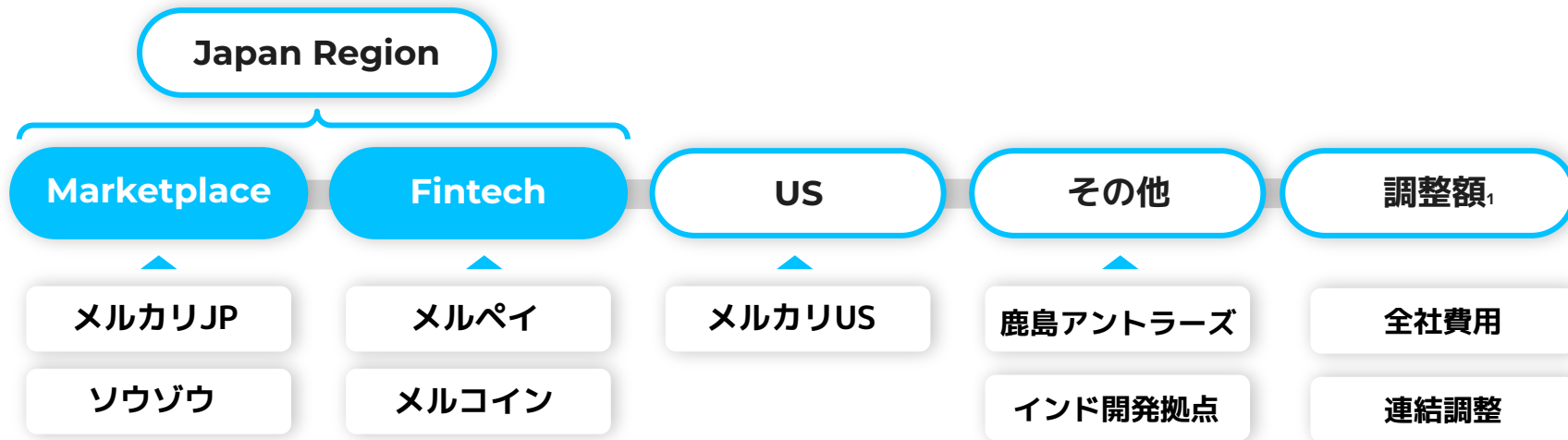
### 当社社外取締役 選任理由

- ・ 企業法務、コーポレートガバナンス分野における高い識見
- ・ 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
- ・ 監査実務経験や会計及び内部統制に関する豊富な知見



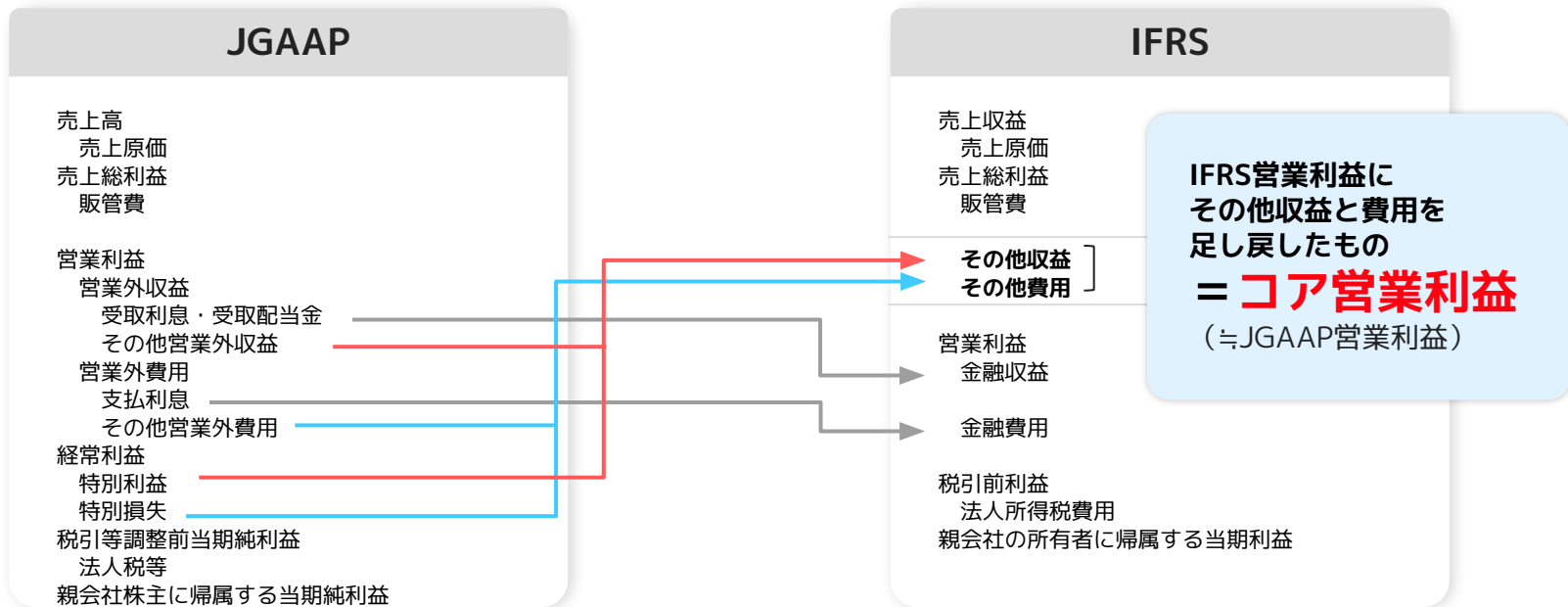
## セグメント情報

- FY2023.6より報告セグメントを「Japan Region」及び「US」に変更
- Japan Regionにおいては、MarketplaceとFintechの二つのドメインに基づき説明を実施



## IFRSへ移行

- 国際的な比較可能性の向上の観点から、FY2024.6 1QよりIFRSへ移行
- Japan Regionにおいては、IFRS営業利益からその他収益・費用を足し戻した、JGAAP営業利益に近いコア営業利益をKPIとする



(百万円)	FY2021.6 4Q末	FY2022.6 4Q末	FY2023.6 4Q末
流動資産合計	227,926	303,396	<b>340,644</b>
現金及び預金	171,463	211,406	<b>196,271</b>
未収入金	47,001	80,287	<b>115,714</b>
固定資産合計	34,603	36,466	<b>74,648</b>
差入保証金	26,767	26,774	<b>61,608</b>
資産合計	262,529	339,862	<b>415,292</b>
負債合計	222,516	301,864	<b>360,063</b>
未払金	17,775	18,217	<b>19,509</b>
預り金	117,099	139,094	<b>163,402</b>
短期借入金	19,602	54,254	<b>55,121</b>
長期借入金 <sup>1</sup>	51,547	27,097	<b>52,410</b>
転換社債型新株予約権付社債	-	50,000	<b>50,000</b>
純資産合計	40,013	37,998	<b>55,228</b>
負債・純資産合計	262,529	339,862	<b>415,292</b>

## 連結BSの主な内訳

- 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、適切なBSコントロールを実施
- Creditサービスの調達基本方針は、第一に債権流動化による調達を行う方針
  - 特にノンリコース形式の債権流動化を拡大することで、財務安定性の向上を図る

### 主に、ユーザ資金に関する供託金

ユーザ資金の保全のため、資金移動業等に関する法令に従い、当局へ預け入れる供託金に加え、金融機関と履行保証金保全契約を締結

### 主に、メルペイスマート払い（翌月払い・定額払い）やメルカリ内取引における未収入金



FY2023.6末総資産：4,152億円

CB<sub>1</sub>500億円及び  
長期借入金284億円  
(内、1年以内長期借入金  
158億円)

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

債権流動化による調達資金  
「メルペイスマート払い」翌月払いと  
定額払い債権を流動化。FY2023.6に  
は、定額払い債権流動化の一部に対  
して外部格付を取得し、ノンリコース  
形式にて複数の機関投資家より新規調達  
を実現

### 今後の調達方針 ノンリコース形式での債権流動化を拡大

ノンリコース形式は、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ことから、ノンリコース調達に相当する部分を分母から控除した数値を実質自己資本比率として計算

FY2023.6末 自己資本比率 12.9%

総資産からノンリコース形式調達資金を除いた  
実質自己資本比率

14.3%

2023/7にノンリコース形式にて調達を完了した  
200億円を上記14.3%の分母より控除した場合

実質自己資本比率 15.1%

今後も事業拡大にあわせてノンリコース形式での調達を増加させる見込み

## 連結PL（通期）

（百万円）	FY2021.6	FY2022.6	FY2023.6
売上高	106,115	147,049	<b>172,064</b>
YoY	+39.1%	+38.6%	<b>+17.0%</b>
EBITDA <sup>1</sup>	6,030	-2,878	<b>17,956</b>
マージン (%)	5.7%	-2.0%	<b>10.4%</b>
営業利益	5,184	-3,715	<b>17,023</b>
マージン (%)	4.9%	-2.5%	<b>9.9%</b>
親会社株主に帰属する当期純利益	5,720	-7,569	<b>13,070</b>
マージン (%)	5.4%	-5.1%	<b>7.6%</b>

## 連結CF（通期）

（百万円）	FY2021.6	FY2022.6	FY2023.6
営業活動によるCF	3,367	-26,217	<b>-36,883</b>
投資活動によるCF	6,907	-671	<b>-632</b>
財務活動によるCF	19,773	62,065	<b>26,839</b>
現金及び現金同等物に係る換算差額	406	4,767	<b>1,317</b>
現金及び現金同等物の増減額	30,454	39,942	<b>-9,359</b>
現金及び現金同等物の期首残高	141,008	171,463	<b>211,406</b>
現金及び現金同等物の期末残高	171,463	211,406	<b>202,047</b>

## 6 Marketplace PL (四半期)

(百万円)	FY2022.6 4Q(4-6月)	FY2023.6 3Q(1-3月)	FY2023.6 4Q(4-6月)
GMV	221,038	254,656	<b>254,699</b>
YoY	N/A	+7.7%	<b>+15.2%</b>
売上高	21,456	26,367	<b>26,160</b>
対GMV比	9.7%	10.4%	<b>10.3%</b>
営業利益	4,962	9,769	<b>9,140</b>
マージン (%)	23.1%	37.0%	<b>34.9%</b>
調整後営業利益 <sup>1</sup>	7,374	12,529	<b>12,002</b>
マージン (%)	34.4%	47.5%	<b>45.9%</b>

## Fintech PL (四半期)

(百万円)		FY2022.6 4Q(4-6月)	FY2023.6 3Q(1-3月)	FY2023.6 4Q(4-6月)
調整前 <sup>1</sup>	Fintech売上高	6,366	7,846	<b>9,020</b>
	YoY	N/A	+22.6%	<b>+41.7%</b>
	Fintech営業利益	600	-87	<b>-662</b>
調整後 <sup>1</sup>	売上高	3,954	5,085	<b>6,159</b>
	YoY	N/A	+34.0%	<b>+55.7%</b>
	Fintech営業利益	-1,811	-2,847	<b>-3,524</b>



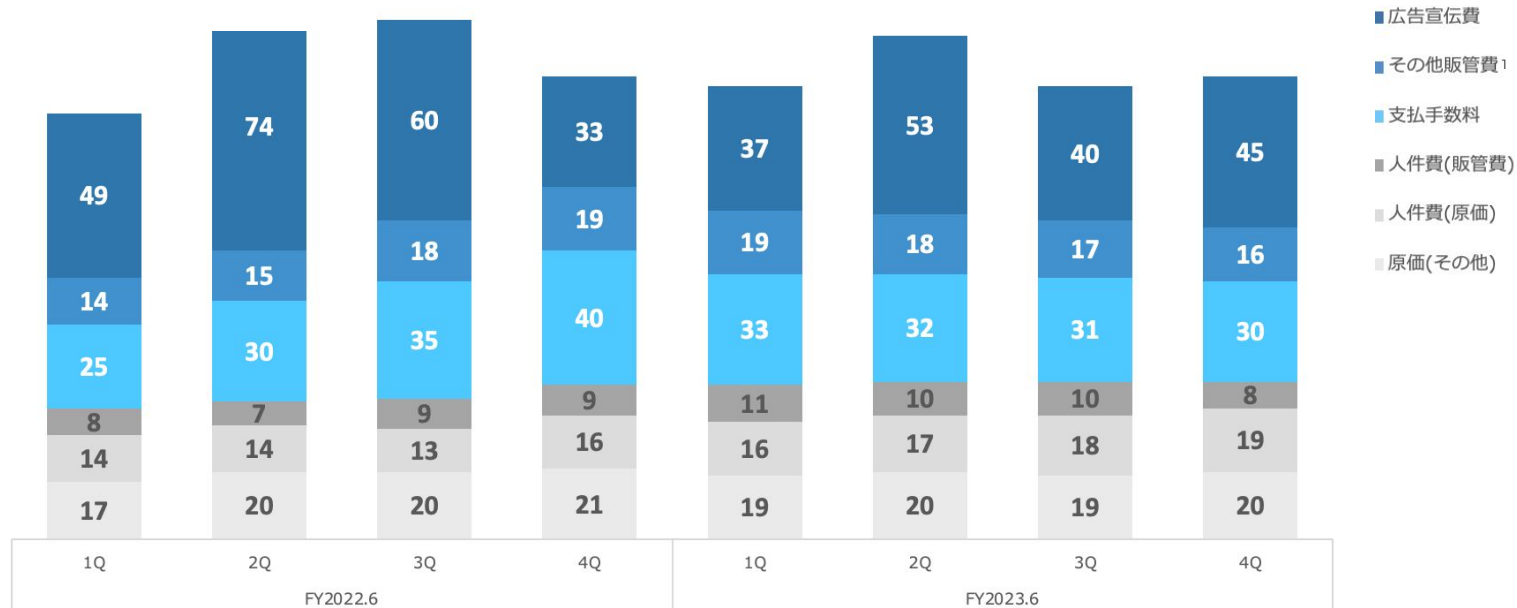
(百万ドル)	FY2022.6 4Q(4-6月)	FY2023.6 3Q(1-3月)	FY2023.6 4Q(4-6月)
GMV	265	258	<b>228</b>
YoY	-11.6%	-13.9%	<b>-14.1%</b>
売上高	81	83	<b>75</b>
対GMV比	30.7%	32.4%	<b>33.0%</b>
営業損益	-16	-10	<b>-9</b>
マージン (%)	-20.7%	-12.0%	<b>-12.5%</b>
調整後営業損益 <sub>2</sub>	-13	-5	<b>-6</b>
マージン (%)	-16.3%	-7.0%	<b>-8.4%</b>

1. US GAAPにて表記しております。連結PLに占めるメルカリUS計数(J GAAP)とは、一部、計上方法が異なります  
 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)

## 6 Marketplace コスト構成（四半期）

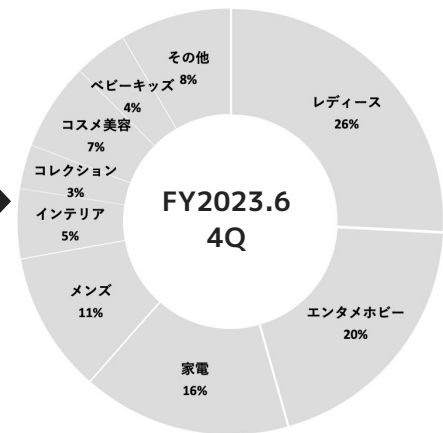
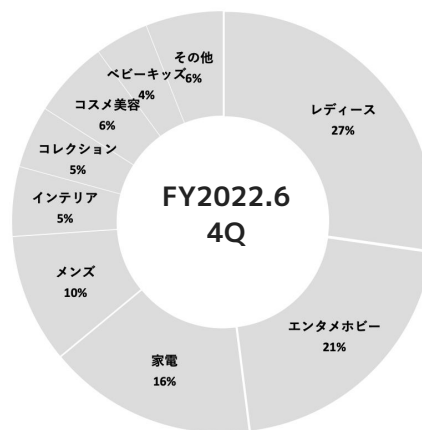
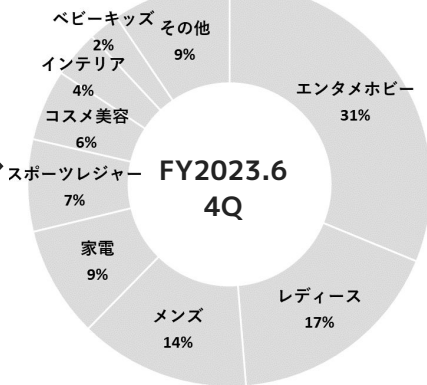
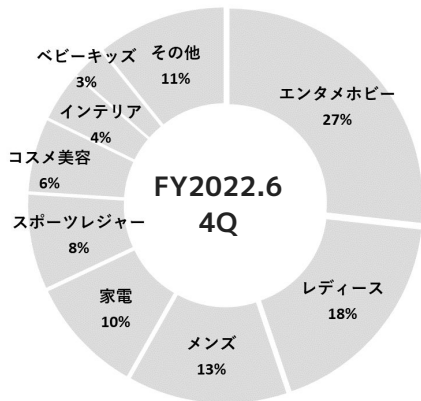
単位：億円

Financial Results Presentation Material



## 6 カテゴリーの変化 4Q(4-6月)

- MarketplaceはYoYでおもちゃやトレーディングカード等のエンタメホビーが伸長
- USはメンズやコスメが微増も大きな変動なし



## Marketplace 越境販売

- 2019年からEC事業者との連携による越境販売を開始
- 人気取引カテゴリーはアニメ、アイドルグッズ、アパレル等

### 取引カテゴリーランキング<sup>1</sup>

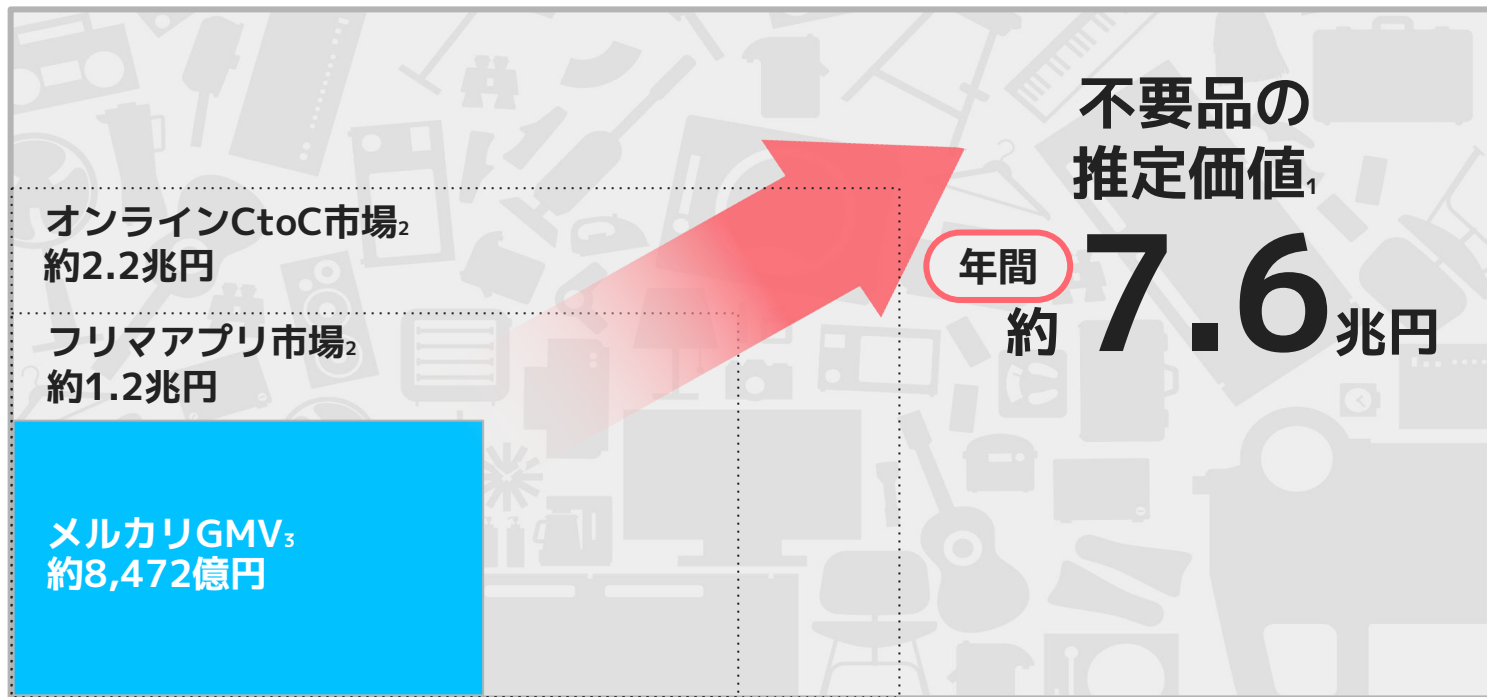
順位	カテゴリー
1位	おもちゃ>キャラクターグッズ
2位	CD>K-POP/アジア
3位	フィギュア>コミック/アニメ
4位	トレーディングカード>ポケモンカード
5位	タレントグッズ>アイドル
6位	レディース>ショルダーバッグ
7位	メンズ>スニーカー
8位	トレーディングカード>遊戯王
9位	メンズ>腕時計(アナログ)
10位	コミック/アニメグッズ>その他

### 連携企業一覧

会社名	提携日
BEENOS株式会社 (Buyee, Shopee)	Buyee:2019年11月 Shopee: 2020年8月
比比昂株式会社 (Bibian)	2021年10月
Inagora株式会社	2023年4月
銘東株式会社	2023年4月
楽一番株式会社	2023年4月
株式会社トリプルアート	2023年4月
Bless International株式会社	2023年2月
株式会社FROM JAPAN	2023年2月
SIG Service株式会社	2023年2月
ZenGroup株式会社	2023年2月

## 6 Marketplaceフリマアプリ市場データ

- 拡大する国内フリマアプリ市場において、メルカリのGMVシェアは約7割を占める



1. 出典：経済産業省(2017年4月、2018年4月)、中古品店舗販売、オンライン中古品販売、オークション等の市場規模の合計。自動車、バイク、原付バイクは含まれない  
2. 出典：経済産業省「令和3年度 電子商取引に関する市場調査」2022年8月12日発表。CtoC取引のみならず、BtoB、BtoC取引も含む  
3. 出典：会社資料、2021年12月時点における過去12か月間のCtoC GMV

## Payment

利便性の高い様々な決済手段を提供

## iD

端末にかざすだけ



## コード

コードを読み取るだけ

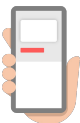


## クレジットカード



## バーチャルカード

カード番号を設定するだけ



## Credit

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

## スマート払い

## 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  
金利(年率)：15%

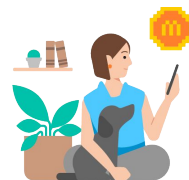


## スマートマネー

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  
金利(年率)：3% - 15%

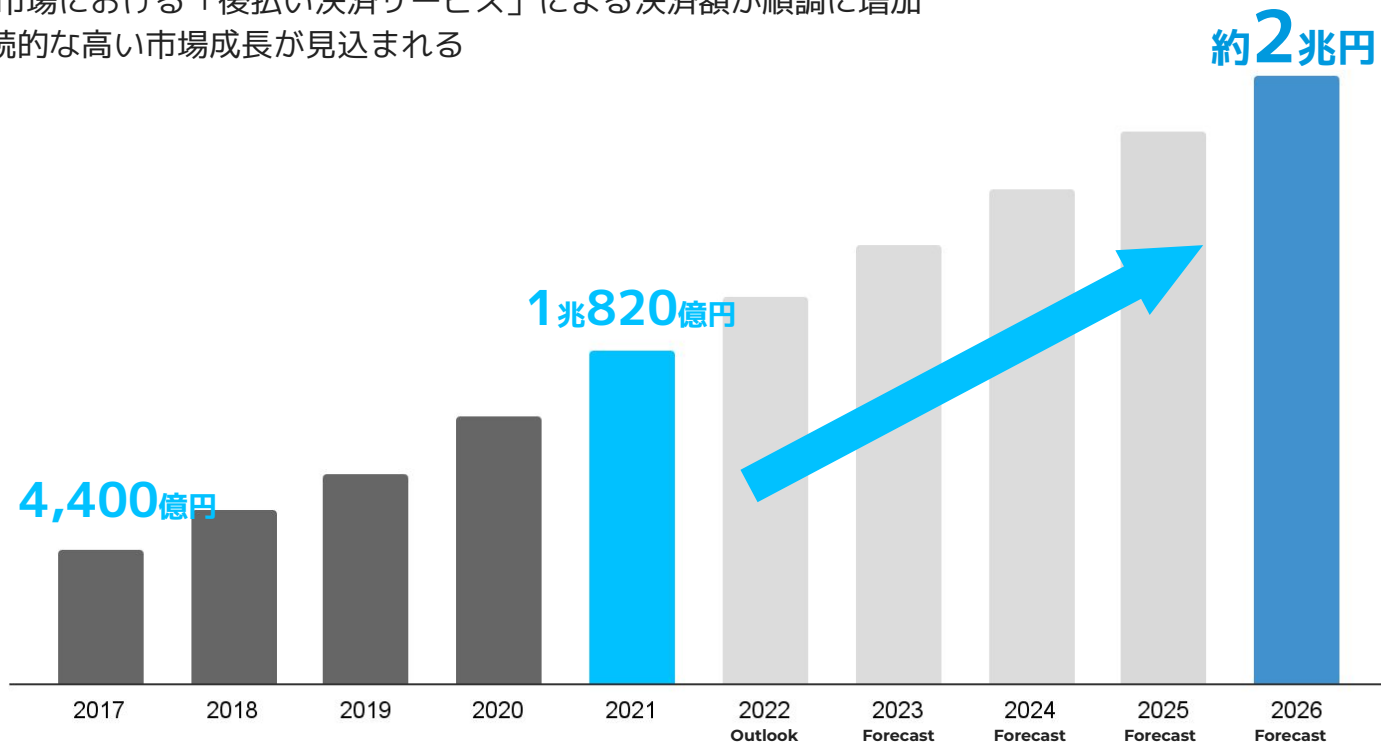
## 資産運用

「メルカリ」内でビットコインを売買できるサービスを提供



## 6 Fintech EC市場における後払い決済額<sup>1</sup>

- EC市場における「後払い決済サービス」による決済額が順調に増加
- 継続的な高い市場成長が見込まれる



## Fintech 暗号資産業界の動向

- 日本における暗号資産現物取引金額はおよそ5,000億円
- 一方、国別の人口における暗号資産所有割合はまだ低く、拡大の余地は大きい

### 日本の暗号資産現物取引金額<sup>1</sup>

月間約 **5,000** 億円

### 日本の平均月間口座開設数<sup>2</sup>

月間約 **60,000** 口座

### 国別の人口に占める暗号資産所有割合<sup>3</sup>

1位	UAE	27.7%
2位	ベトナム	20.5%
3位	シンガポール	13.9%
4位	イラン	13.5%
5位	アメリカ	13.2%
<hr/>		
<b>69位</b>	<b>日本</b>	<b>1.7%</b>

1. 出典：一般社団法人日本暗号資産取引業協会 暗号資産取引月次データ（2023年1月次）

2. 出典：一般社団法人日本暗号資産取引業協会 暗号資産取引月次データ（2022年2月～2023年1月の平均）

3. 出典：TripleA：Cryptocurrency Ownership Data（2023年4月3日時点）



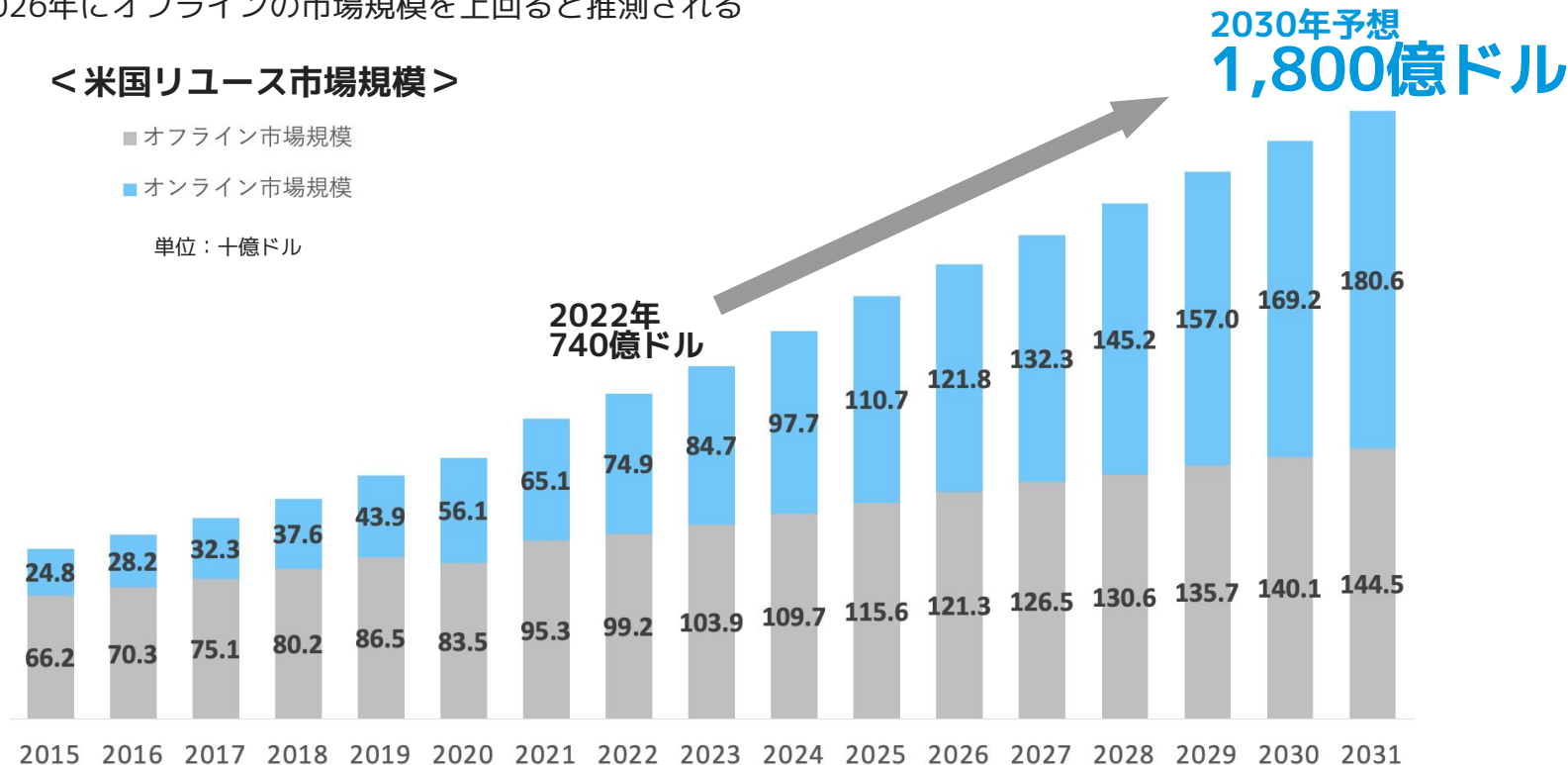
## 6 US 米国オンライン・リユース市場

- 米国のオンライン・リユース市場は2022年から2031年の間にオフライン市場の約3倍のペースで成長し、2026年にオフラインの市場規模を上回ると推測される

### <米国リユース市場規模>

- オフライン市場規模
- オンライン市場規模

単位：十億ドル



### 鹿島アントラーズ

フットボール事業：

- 入場料・広告収入の強化
- EC等を活用したグッズ販売の拡大

ノンフットボール事業：

- スタジアムの有効利用、サッカースクール運営の強化

### インド開発拠点

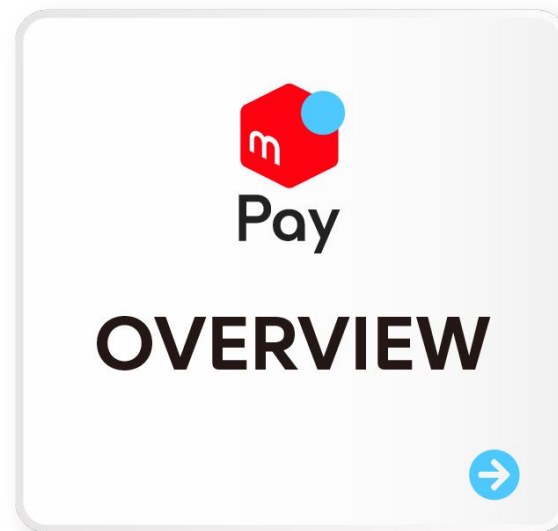
- FY23.6と同程度（40名前後）の採用を実施しながら、Japan Regionにおける開発サポートの範囲を拡大していく

## 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](https://speakerdeck.com/mercari_inc/mercari-fact-book-jp)



OVERVIEWリンク先  
[https://speakerdeck.com/mercari\\_inc/merpay-overview](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。

**FY2024.6 1Qの決算発表は、2023年11月13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