



FY 2022.6 1Q

# PRESENTATION MATERIAL

mercari

株式会社メルカリのFY2022.6 1Q決算について説明させていただきます。

まず初めに、新型コロナウイルス感染拡大防止及び中長期の大きな成長を重視している観点から、1Q決算説明会(メディア関係者、および機関投資家アナリスト向け)は実施致しません。

スクリプト形式にて、FY2022.6 1Q決算内容についてご説明致します。

4ページに進んでください。

## 目次

---

- 1 決算サマリー
- 2 決算概況
- 3 Appendix



# FY2022.6 1Q 決算サマリー

# 1 FY2022.6 1Qの進捗状況・ハイライト

## 連結

- 期初に掲げた今期事業方針に変更なし。3本柱に加えて、新規事業も予定通り進捗
- 持続的な成長及び将来利益の最大化のために、積極的な投資を継続

メルカリJP	メルペイ	メルカリUS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● GMV成長率+20%以上、調整後営業利益率30%以上の目標に対して、想定通りの進捗</li> <li>● MAU9月単月2,000万達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 四半期で初の黒字化<sup>(1)</sup></li> <li>● 与信分野における利用者数、利用残高が想定通りに伸長し、与信を中心とした収益構造が確立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mercari Local(即日配送)や後払い決済サービス(BNPL)等の新サービスをローンチ</li> <li>● 7月を底にGMV成長率はボトムアウト 通期成長率+20%以上に向け、成長軌道に回復</li> </ul>
ソウゾウ	メルコイン	鹿島アントラーズ
<ul style="list-style-type: none"> <li>● プレオープンでは、出店者及び機能が限定的な展開の中、多くの事業者から出店リクエストがあり、想定以上の反響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事業の開始に向けて準備中</li> <li>● 今期の採用目標100人に対し好調に進捗。マネジメント層の獲得も進み、組織の基盤が強固に</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コロナ禍における各種制限の影響を受けるが、各種事業を着実に推進</li> <li>● クラウドファンディング第2弾を実施(アカデミー向けグラウンド整備投資)</li> </ul>

(1) メルカリとの内部取引(決済業務委託に関わる手数料収入)の控除前

mercari

1Qの決算の進捗状況・ハイライトです。

連結全体としては、期初に掲げた今期の事業方針に変更はありません。

三本柱の継続的な成長・強化とともに、新規事業も予定通り進捗しております。

引き続き持続的な成長及び将来利益の最大化のために積極的な投資を行っていきます。

メルカリJPにおいては、GMV成長率20%以上、調整後営業利益率30%以上という目標に対して、想定通りの進捗です。

更に9月単月においてはMAUが2千万に到達するなど、着実にユーザー層のすそ野が拡大しております。

ソウゾウにおいては、7月28日にプレオープンした「メルカリShops」について、出店者及び機能が限定的な展開の中、多くの事業者から出店のリクエストがあり、想定以上の反響を頂いております。

メルペイは初の四半期での営業黒字となりました。前期より強化している与信分野が想定通り伸長しており、与信を中心とした収益構造が確立しつつあります。

メルコインは、引き続き、「暗号資産」「NFT」における事業の開始に向けて、準備を進めております。採用面においても、優秀な人材が好調に獲得できており、組織の基盤が整ってきております。

メルカリUSでは、1QにMercari Local(即日配送)や後払い決済サービス(BNPL: Buy Now, Pay Later)をローンチし、サービスの更なる強化を図っております。

また、GMV成長率は、7月を底にボトムアウトし、通期成長率+20%以上に向け、成長軌道に回復しております。

最後に、鹿島アントラーズは、引き続きCOVID-19におけるスタジアムへの入場制限がある中ではありますが、着実に事業を推進しております。第2弾となるクラウドファンディングの取り組みも9月から開始しております。

# 1 FY2022.6 1Q KPIサマリー

連結		
売上高	<b>336</b> 億円 (YoY+52%) 会計方針の影響を除外した売上高 <b>288</b> 億円 (YoY+30%)	営業損益 <b>8</b> 億円 (YoY+4億円)
メルカリJP	メルペイ	メルカリUS
GMV <sup>(1)</sup> YoY <b>+19%</b> 調整後営業利益率 <b>26%</b> (YoY -3ppts)	利用者数 <sup>(2)</sup> <b>1,135</b> 万人	GMV <sup>(1)</sup> YoY <b>-6%</b> MAU <sup>(3)</sup> <b>483</b> 万人 (YoY+18%)

(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ーと「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）2021年9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ーの四半期平均の数

mercari

1QのメルカリJP・メルペイ・メルカリUSのKPIサマリーですが、連結売上高は+52%の336億円、連結営業利益は4億円増加の8億円となりました。なお、会計方針の影響を除くと1Qの売上高は+30%の288億円、営業利益は変わらず8億円でした。

メルカリJPのGMVは+19%と着実な成長を示しました。調整後営業利益率は-3pptsの26%となりました。メルペイの利用者数は1,135万人となりました。

メルカリUSは前年度のハードルが高かったことが主因でGMVは-6%となりました。MAUは+18%と順調な増加を見せております。

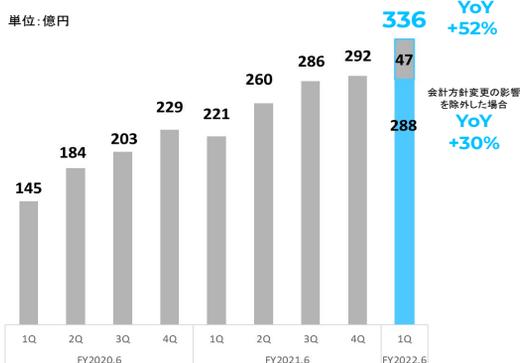


# **FY2022.6 1Q 決算概況**

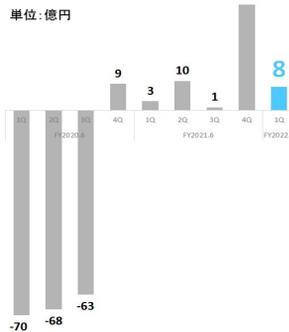
## 決算概況 (連結) 売上高/営業損益

- 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の変更により1Qの売上高が増加
  - 会計方針の影響額が47億円あり、その影響を除いた1Qの売上高は288億円 YoY+30%

### <売上高の推移>



### <営業損益の推移>



(1) J-GAPPI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・原価が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のグロス売上高は、ネットベース売上高の2倍程度となる

mercari

1Qの連結売上高は、3本柱の成長に加え、主に新収益認識基準の適用によりメルカリUSにおける配送関連サービスがネット計上からグロス計上に変更されたことも影響し、1Qの売上高がYoYで+52%と増加しました。

なお、会計方針の変更が無ければ1Qの売上高は+30%の288億円でした。

連結の営業損益はメルカリJPに加えて、メルペイにおいても調整前ベースで四半期営業利益になるなど、各社収益基盤が改善することで8億円の黒字となりました。

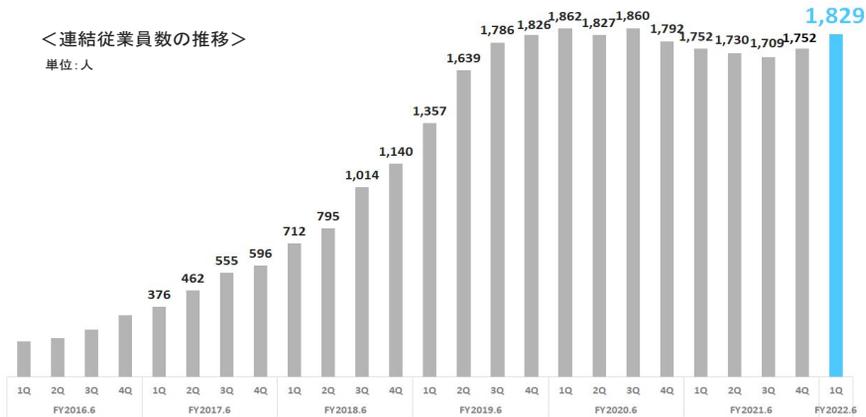
## メルカリの高成長を支える優秀な人材

- 中長期的なあるべき姿にむけて、昨年末から採用を強化し着実に増加
- 引き続き積極的な採用を継続

Financial Results Presentation Material

<連結従業員数の推移>

単位：人



mercari

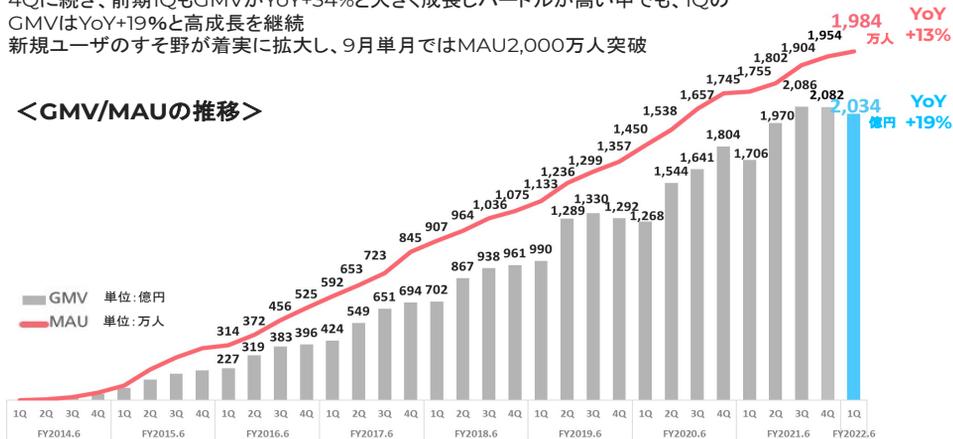
中長期的なあるべき姿にむけて、昨年末から採用を強化しており、連結従業員数は1Qにおいても増加し、QoQでは77名増加の1,829名となりました。

引き続き、更なる成長のために積極的な採用を継続し、優秀な人材の獲得に注力します。

## 2 メルカリJP GMV<sup>(1)</sup>/MAU<sup>(2)</sup>

- 4Qに続き、前期1QもGMVがYoY+34%と大きく成長しハードルが高い中でも、1QのGMVはYoY+19%と高成長を継続
- 新規ユーザーのすそ野が着実に拡大し、9月単月ではMAU2,000万人突破

### <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ーの四半期平均の数

メルカリJPのGMVですが、前期1QではCOVID-19の影響もあり、YoY+34%と大きく成長しハードルが高い中でも、今期1QもYoY+19%と高成長を継続しました。

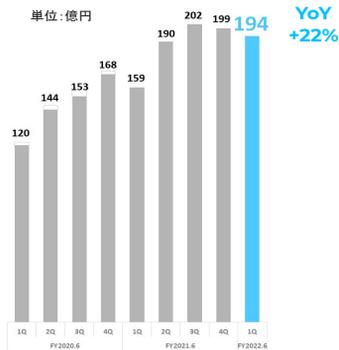
MAUについては、既存ユーザーをしっかりと定着させつつ、各種施策によって新規ユーザーを着実に積み上げた結果として、1Q四半期平均では1,984万人と増加しております。尚、9月単月では2,000万人を突破しました。

## 2 メルカリJP 売上高/調整後営業利益率

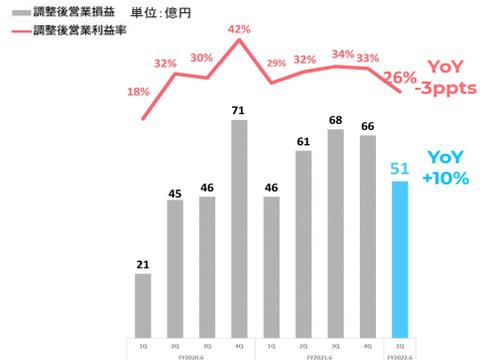
- 通期で調整後営業利益率30%以上の方針に変更なし
- 例年、2Q以降がハイシーズンとなり、売上増による調整後営業利益率の増加を想定

Financial Results Presentation Material

<売上高の推移>



<調整後営業利益(率)の推移>



(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

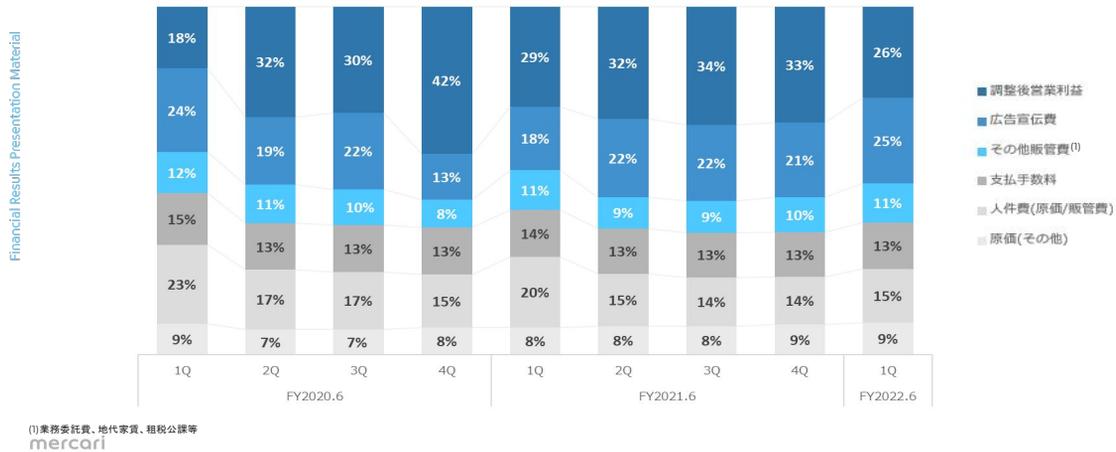
mercari

メルカリJPの調整後営業利益率は1Q時点では26%に留まるも、ハイシーズンである2Q-3Qの売上増に伴う調整後営業率の増加を想定しており、通期で30%以上の方針に変更ありません。

## 2

## メルカリJP コスト構成

- 今後の成長に向けて新規ユーザ獲得及び既存ユーザの活性化に取り組んだため、広告宣伝費率が増加

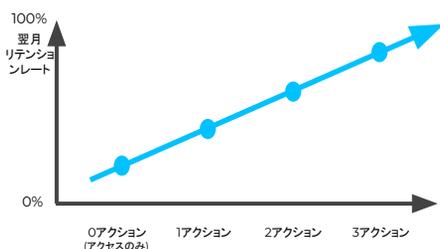


四半期ごとのコスト構成ですが、1Qにおいては中高年層を中心にした新規ユーザ獲得のための招待キャンペーンやオンライン・オフラインCMなどのほか、既存ユーザに対するCRM施策等に注力した結果、広告宣伝費率が増加しております。

## 2 メルカリJP クロスユース<sup>(1)</sup>促進によるユーザーリテンションレート/ARPU向上施策

- 招待キャンペーンなどによる新規ユーザーの獲得に加え、獲得した新規ユーザーのリテンションを高めるため、1Qより新規ユーザーに対するクロスユース施策(出品・購入・メルペイ決済)を実施
- 2Q以降、既存ユーザーにもクロスユースを促進し、ARPUの向上を進めていく

### クロスユースの増加と共に リテンションレートが向上する傾向



### 具体的な取り組みとその結果



(1) メルカリ内での出品・購入に加え、メルペイ決済の利用を促す施策  
mercari

メルカリJPでは、引き続き潜在出品者である36百万にむけて積極的に新規ユーザーの獲得施策を進める一方、獲得したユーザーのARPUの向上施策も順次行っております。

当社の調べでは、当社のサービスをクロスユース(出品・購入・メルペイ決済)するアクションが多いユーザーほど、翌月のリテンションレートが高いことがわかっております。

そのため、今期より、リテンションレートの向上を目的として、クロスユースを促す施策(出品・購入・メルペイ決済を促す施策)を行っております。

1Qでは、新規に獲得したユーザーを主な対象として実施しました。その結果、新規に獲得したユーザーの、3アクションを行った比率がQoQで10%強改善するなど着実な成果がありました。

2Q以降は新規ユーザーだけでなく、既存ユーザーに対してもクロスユースを促していくなど、施策の対象範囲を広げ、ARPUの向上に取り組んでまいります。

## 2 メルカリJP 一次流通と二次流通の融合を促進

- マルイのECサイトにおいてメルペイ決済で購入した商品がメルカリの「持ち物リスト」機能へ連携可能になりシームレスな出品体験を実現（「持ち物リスト」の連携企業数は累計14社）
- 今後も一次流通との連携を強化し、循環型社会の構築を進める



mercari

13

また、メルカリJPでは中期的なマイルストーンである、“1次流通と2次流通が融合した循環型社会を牽引”にむけて着実に取り組んでおります。

1Qではマルイとの新たな連携として、マルイのECサイトでメルペイ決済を利用して購入した商品がメルカリの「持ち物リスト」機能に連携可能となり、シームレスな出品体験を提供できるようになりました。今後も循環型社会を牽引する存在となるべく、一次流通企業との取り組みを強化していきます。

## 2 メルロジ 物流サービス事業開始の背景

- メルカリのGMVの拡大に伴い、発送オペレーションなどに対する負荷も年々増加
- 今後のメルカリの継続的な成長を見据え、持続可能な発送オペレーションの構築、発送時におけるUXの向上、及び配送時の環境負荷軽減の観点から、物流サービス事業の開始を決定

### 郵便局やコンビニの オペレーション負荷軽減

<これまでの取り組み例>

約1,000箇所レジに並ぶことなく、商品  
が発送可能な  
「メルカリポスト」の設置

コンビニでの事例：  
メルカリポスト発送件あたり約60秒のレジ  
負荷の削減に

### 配送におけるUXの向上

オフラインの施策や発送の簡便化など進めて  
きた、一方で、配送の複雑化が課題



出品はなんとなく出来るが荷物のサイズ  
によって配送方法や発送場所が変わるの  
でむずかしい



出品する際に送料がいくらくらいかかるか  
わかりづらく出品にしたい

### 配送時の環境負荷軽減

メルカリが目指す限られた資源が大切に使わ  
れる「循環型社会の実現」に向けて

<これまでの取り組み例>

リユースできる梱包資材  
「メルカリエコバック」を開発



続きまして、新規事業であるメルロジについてです。

今後もメルカリが継続して成長していくための、持続可能な発送オペレーションの構築、配送におけるUX向上及び配送時の環境負荷の観点から、2021年10月28日にメルカリの子会社としてメルロジを設立し、当該子会社にて物流に関する新規事業を開始いたしました。

メルカリではこれまでも郵便局やコンビニエンスストアにおける商品発送時のオペレーション負荷軽減への対応として、無人投函ボックス「メルカリポスト」の設置などを行なってまいりました。

しかし、メルカリの今後の成長も見据えると、更なる持続可能な発送オペレーションの構築及びその強化が必要と考えています。

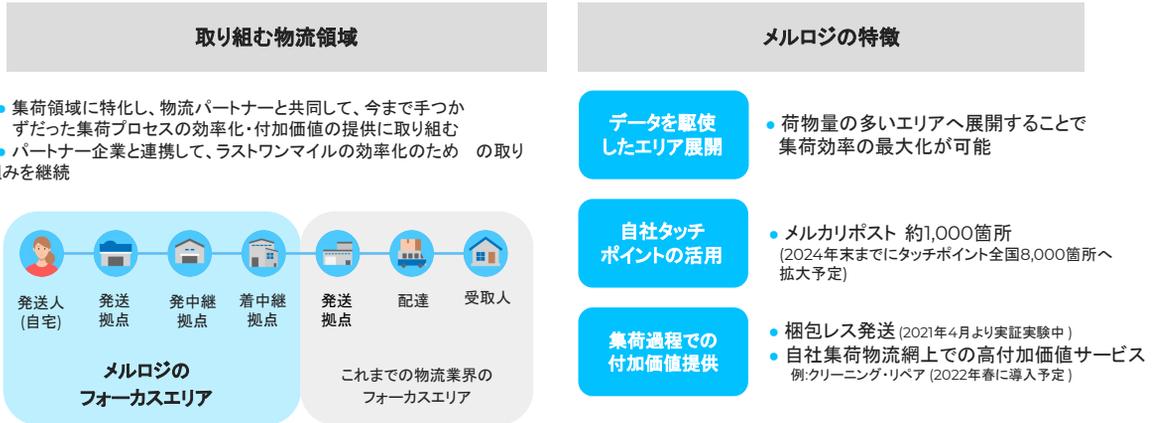
また、これまで様々なオフラインの施策や発送の簡便化など取り組んできたものの、配送の複雑さはいまだ完全には解消できておらず、UX向上の余地が非常に大きいと考えております。

更にメルカリが目指す「循環型社会の実現」にむけて配送過程で発生する環境負荷への配慮も必要です。

## 2 メルロジ 取り組む物流領域と特徴

- 集荷物流に特化した事業展開を予定
- 物流パートナーと連携し、アセットレスな物流事業に取り組むため、大規模投資は不要

Financial Results Presentation Material



mercari

15

メルロジがフォーカスする物流領域は、集荷プロセスの効率化に特化した集荷物流であり、今まで手つかずだった領域です。物流パートナーと連携して取り組むことにより、アセットレスでの事業展開を予定しています。そのため、現時点では大規模投資は予定しておりません。尚、これまでも取り組んできた、ラストワンマイルの効率化についても、パートナー企業と連携しながら継続します。

メルロジの特徴の一つ目は、データを駆使したエリア展開です。

メルカリにはMAU2,000万人の顧客データがありこれらのデータを駆使することで、より精度高く集荷物流網の展開エリアを選定することができます。

二つ目の特徴は自社タッチポイントの活用です。2020年から展開しているメルカリポストは、現在全国で約1,000箇所を展開しております。

利用者の拡大により、自社集荷による経済性の向上が見込めるため、今後2024年末までにメルペイ加盟店やメルカリステーションなどと併せて全国8,000箇所までタッチポイントを拡大することを計画しております。

三つ目の特徴として、集荷過程でのUXの向上施策です。梱包レス発送や自社物流上でのクリーニングやリペアなどの高付加価値サービスの提供も検討しております。

中長期的には、全国に拡大された集荷物流網を、メルカリ上の取引以外の他社ECにも開放していくことを視野にいれております。またメルカリshopsの出店者に対しては出品・梱包・発送代行のサービス提供も想定しています。

## 2 ソウゾウ「メルカリShops」プレオープン時の反響

- プレオープンでは、出店者及び機能が限定的な展開の中、多くの事業者から出店リクエストがあり、想定以上の反響
- 人気のカテゴリーは食べ物、ハンドメイド、アパレル、家の中で楽しむ雑貨など
- 「メルカリShops」出店事業者におけるEC初出店比率<sup>(1)</sup>が57%となっており、誰もが「かんたん」にオンラインで「売れる」場所を提供するという狙いに対し、順調に進捗

### 人気のカテゴリー



#### ▶ 食品

農家・漁師・まちの飲食店・地方の特産品



#### ▶ ハンドメイド

手作りのオリジナル品



#### ▶ アパレル

クリエイター発のアパレルブランド

### EC初出店比率<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup>先行出店の申し込みの際のアンケート結果にもとづく(調査期間:2021年8月1日-9月22日)

mercari

ソウゾウでは7月28日に「メルカリShops」をプレオープンしました出店者及び機能が限定的な展開ではありましたが、クリエイターや生産者・小規模事業者など想定を上回る多くの事業者から出店リクエストがありました。

9月末の段階でも農家・漁師・まちの飲食店・地方の特産品などの食品・ハンドメイド・アパレル・雑貨のお店などの幅広いカテゴリーにおいてネットショップが開設されております。

プレオープン期間の、先行出店の申し込みの際のアンケートにおいて、EC初出店、と回答された方が、全体の57%に及び、誰もが「かんたん」にオンラインで「売れる」場所を提供するという狙いに対し、順調に進捗しております。

## 2 ソウゾウ「メルカリShops」本格提供の内容・今後の取り組み

- 10月7日の本格提供により全ての事業者(個人・法人)が出店可能になるとともに、出店者からも要望が多かった「らくらくメルカリ便」を開始するなど機能拡充を実施
- 更なる新規出店者の獲得に向けて、10月7日-12月31日まで販売手数料無料(通常10%)キャンペーンを実施
- 今後も配送・WEBの活用などの機能向上を進め、新たな出店者を獲得していく

### 今回の機能拡充

#### らくらくメルカリ便開始

- 全国一律料金
- 匿名配送
- 宛名書き不要

#### 出品カテゴリ拡大

- 酒類の取り扱い開放

#### フォロー機能開始

- フォローした人が出品すると通知が届く

### 今後のアップデート予定

#### 配送

- メルカリ便の事業者向け改善
- メルカリ便のクール便対応

#### WEB

- お店のカスタムWEBページ作成
- PCでの出品管理

10月7日にはサービスの本格提供が開始し、以降は全ての事業者(個人・法人)が出店可能となるとともに、出店者からも要望が多かった「らくらくメルカリ便」(配送料金が全国一律・匿名配送が可能)の配送オプションの提供を開始しました。

また、出品カテゴリとして酒類の取り扱いの開始や、フォローしたお店が出品すると通知が届くフォロー機能の拡充を行いました。

今後も、更に使いやすいサービスになるよう、機能拡充を予定しております。

例えば、配送においては、「メルカリ便の事業者向け改善」として、送り状の一括発行手続きや、大口個数への対応が可能になります。

また食品関連の事業者さまから要望の多かったメルカリ便のクール便への対応についても、順次行っていく予定です。

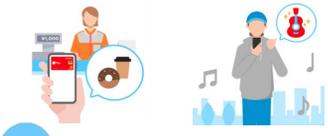
WEB対応では、メルカリアプリとは別に、お店のカスタムWebページを簡単につくることができるようになります。

またPC版では、管理画面でまとめて配送先情報を確認したり、一括での商品登録ができるようになります。

「メルカリShops」は今後も、「かんたんで、売れる」体験を提供すべく機能面の拡充を行い、更なる利便性の向上を行ってまいります。

## 2 メルペイ One Wallet

- One Walletで決済、与信、資産運用を一括管理

決済		与信		ふえるお財布	
利便性の高い様々な決済手段を提供		「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		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	
<b>バーチャルカード</b> カード番号を設定するだけ		<b>翌月払い</b> 利用金額を翌月にまとめてお支払い	<b>定額払い</b> 清算金額を決めて月々にわけてお支払い	<b>資産運用</b>	
<b>iD</b> 端末にかざすだけ	<b>コード</b> コードを読み取るだけ				
		<b>NEW スマートマネー<sup>(1)</sup></b> 必要な時に借りて、柔軟に返済 「メルカリ」の利用状況に応じて金利が変動			

(1) 2021年9月3日提供開始

mercari

18

続いて、メルペイです。

メルペイでは、注力している与信分野において新たに少額融資サービス「スマートマネー」を開始し、与信を中心としたOne Wallet化を進めています。

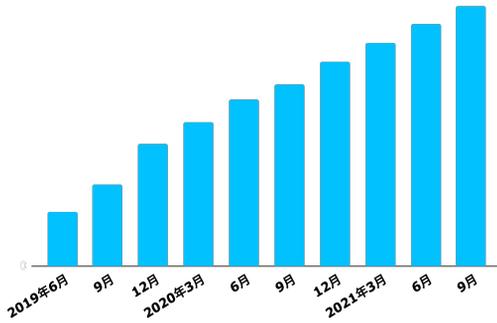
スマートマネーは現在、小規模での展開を行っており、徐々にサービスを拡げていく想定です。

また9月には、ふえるお財布で提供する「メルカリ サステナビリティファンド#3」の販売を行いました。「メルカリ サステナビリティファンド#1」「メルカリ サステナビリティファンド#2」同様に好評で、ニーズの高さを実感しております。

## 2 メルペイ 与信 メルペイスマート払い(翌月払い・定額払い)<sup>(1)</sup>

### 利用数の推移

サービス提供開始以降、好調に利用者を拡大

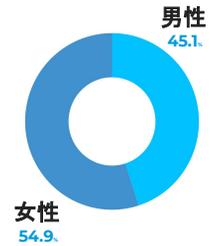
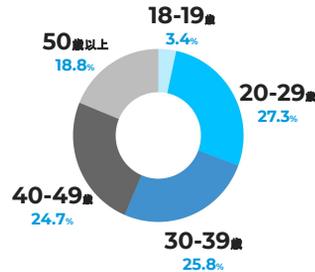


### 利用者の属性<sup>(2)</sup>

年代や性別に偏りなく、あらゆるユーザが利用

年代

性別



(1) 翌月払い・18歳未満は利用不可であり、18歳・19歳は利用上限金額は最大5万円にて保護者の同意が必要  
定額払い・20歳未満は利用不可。利用限度額は、翌月払い・定額払い合計で30万円

(2) 2021年9月時点

mercari

メルペイスマート払い(翌月払い・定額払い)における、利用者数の推移と利用者の属性データとなります。

利用者数は順調に拡大し、年代・性別問わず幅広くご利用いただいております。

2021年9月17日-20日に実施した利用者(n数=2,982)を対象とするメルペイスマート払いの利用理由アンケートによると、「メルカリの売上金を使って返済が可能な点」や「自分で利用上限金額を設定可能な点」が上位に位置し、

実際の利用状況も、メルカリの売上金で返済いただいている方は利用者の半数近くにのぼり(2021年9月実績)、利用上限金額を設定いただいている方は約6割(2021年8月末時点)。

また、利用上限金額を設定いただいている方の延滞率は、未設定者に比べて約1/4(2021年9月末時点)と非常に低い結果となりました。

メルカリグループ内シナジーを活かしたサービスを構築することで、ユーザのライフスタイルに合わせて柔軟かつ安全にご利用をいただけており、循環型金融の促進につながっていると考えております。

## 2 メルペイ 与信 AI与信

- 8月27日に事業者として初のAI与信<sup>(1)</sup>の認定を取得
- より柔軟かつ適切な与信付与、サービス設計が可能に

- 「メルカリ」の利用実績等を元に「利用者支払可能見込額」を算定できるように
- 「メルカリ」の利用実績等をその都度反映して与信することで、最新の情報を元にした適切な与信付与が可能に



(1) 割賦販売法における「認定包括信用購入あっせん業者」(認定番号：(認)第1号/登録日：2021年8月27日)

mercari

20

メルペイは、8月27日に事業者として初となる「認定包括信用購入あっせん業者」、通称「AI与信」の第1号認定を取得いたしました。

メルペイではこれまで、一定の要件の上で、「メルカリ」の利用実績等を元に与信を行っていましたが、今回の「認定包括信用購入あっせん業者」認定の取得により、従来の属性情報(年収等)を元にした「包括支払可能見込額調査」の代わりに、「メルカリ」の利用実績等を元にして「利用者支払可能見込額」を算定できるようになる等、これまで以上に柔軟な与信が可能となります。

また、一般的に与信に用いられる属性情報はあまり変化の頻度が高くないことから、状況によっては最新の状況が反映されていない与信となってしまう場合があるという課題がありました。

「メルペイ」では「メルカリ」「メルペイ」の利用実績等のリアルタイムのデータを元に与信をおこなっている為、常にユーザの最新の状況を反映させた判断ができ、適切な与信ができるという利点があります。

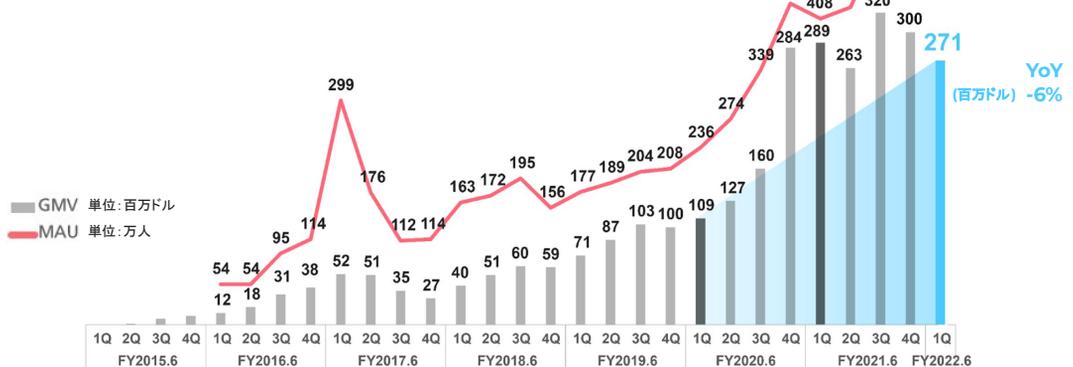
今後も、AI与信を活用し、お客さま一人ひとりのライフスタイルに合わせてご利用いただけるサービスの提供を目指してまいります。

AI与信に関する詳細のお知らせは、9月1日のプレスリリース【メルペイ、事業者として第1号となる「認定包括信用購入あっせん業者」の認定を取得 <https://jp.merpay.com/news/2021/09/kappu/>】もあわせてご参考ください。

## 2 メルカリUS GMV/MAU

- 前期1QはCOVID-19の影響でGMV成長率がYoYで+165%と大きく成長したこともあり、今期1QのYoY GMV成長率-6%は想定レンジの範囲内
- 昨年の急成長はCOVID-19の影響で一人当たり購入頻度が一時的に急増したことが主因であり、現在の一人当たり購入頻度はCOVID-19以前の水準に正常化

### GMV/MAU<sup>1)</sup>



(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

mercari

メルカリUSのGMV成長率はYoY-6%となりました。

従前からの想定通り、FY2021.6 4Q-FY2022.6 1QがGMV成長率の底と見ており、月次では7月を底に回復基調に入っております。

軟調なGMV成長率の背景は、前年度(FY2020.6 4Q-FY2021.6 1Q)において、COVID-19によるステイホームの影響を受け、一人当たり購入頻度が一時的に急増したため、前年度ハードルが高かったということが主因となります。

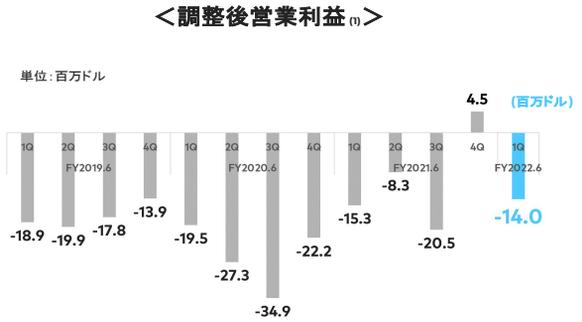
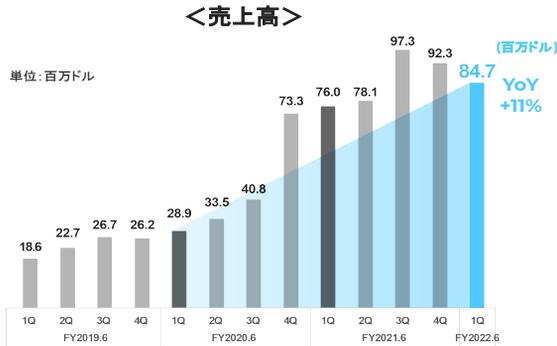
尚、この一人当たり購入頻度は、FY2022.6 1QではCOVID-19以前の水準に正常化しております。

前年対比では、MAUは着実に拡大しており、来Q以降成長軌道に回復することを想定しております。

## 2 メルカリUS 売上高 / 調整後営業利益 (US GAAP)

- GMVはマイナス成長の一方、売上高はFY2020.6 2Qの途中から導入した決済手数料の効果もありYoYで11%のプラス成長

Financial Results Presentation Material



(1) 営業利益から、株式報酬・減価償却費を控除したものである(=キャッシュベース)  
mercari

売上は前年度2Qの途中から導入した決済手数料の効果もあり、+11%成長となりました。一方、調整後営業利益は、YoYでほぼ横這いとなりましたが、QoQでの赤字の増加は2Q以降ホリデーシーズンに向けた準備として広告宣伝費が増加したこと等によるものです。

## 2 メルカリUS 1Q 事業方針のアップデート

- 1Qでエンジニア人材獲得が進捗するなど重点分野である組織基盤の強化が計画通りに進捗。今後の新機能やプロダクト開発に向け、更なる組織強化が必要であり引き続きフォーカス
- ホリデーシーズンに向けてマーケティング費用を加速させることで各施策を強化

<b>オートメーション &amp; パーソナライゼーション</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• オートメーションを強化したことでより効果的なメッセージング(タイミング、コンテンツなど)が可能となり、購入者と出品者の双方のリテンション向上の兆し</li> </ul>
<b>配送イノベーション</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「Mercari Local (即日配送サービス)」は取引単価の高い商品の取引量を増加させるなど、初期段階でポジティブな兆候</li> </ul>
<b>使いやすさの向上</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zip社との提携により9月より開始された「後払い決済サービス(BNPL: Buy Now, Pay Later)」はユーザの利用率が順調に推移しており、ユーザ獲得や取引単価の増加に寄与</li> </ul>

今年度の事業方針として掲げていた組織基盤の強化については、1Qでエンジニア人材獲得を進捗させておりますが、今後の新機能やプロダクト開発に向け、更なる組織強化が必要と考えています。その他各事業方針ですが、オートメーション&パーソナライゼーションについては、セラー・バイヤーを包含したCRM観点からの強化を図っています。

配送イノベーションについても、「Mercari Local」により高単価商品取引が増加。

また、Zip社との提携により9月より開始された「後払い決済サービス(BNPL: Buy Now, Pay Later)」の利用率も拡大しており、新規購入者獲得や高単価商品取引の増加に寄与しています。

## 2 メルカリUS 通期GMV成長率20%以上の達成にむけた成長施策

- 7月を底にGMV成長率は月次ベースで加速
- ホリデーシーズンに向けたキャンペーンの強化とそれを後押しする「Mercari Local(即日配送サービス)」や「後払い決済サービス(BNPL)」の拡大により、通期GMV成長率20%以上は達成可能な水準であると考えている



- 年末にかけて物流網が逼迫することが予想される中、「Mercari Local」などメルカリ独自の配送手段を強化することで、増加するセカンドハンドギフト需要を着実に取り込む
- 「Mercari Local」や「後払い決済サービス(BNPL)」を活用し、ホリデーシーズン以降もユーザ獲得や新規出品を後押

1Q GMVはYoY-6%となりましたが、単月では7月を底に、8月、9月と成長率を回復させており、現時点で、通期GMV成長率20%以上は達成可能な水準であると考えております。

2Q以降は、ホリデーシーズンに向けたキャンペーンを強化するとともに、それを後押しする「Mercari Local(即日配送サービス)」や「後払い決済サービス(BNPL)」に関するマーケティング施策等の実施も予定しております。

先日発表した「[Secondhand Holiday Report](#)」にもある通り、77%の人がホリデーシーズンにセカンドハンドの購入意向があると回答し、平均予算も昨年と比較し約20%上昇するなど、ホリデーシーズンにおけるセカンドハンドの需要が年々高まってきております。

このような需要に即したマーケティング施策を展開することで成長機会を捉え、2Q以降は成長を再加速させていきます。



# Appendix

### 3 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  
株式会社アントラージュ・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)

### 3 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

- ・ ㈱日本興業銀行(現 ㈱みずほ銀行)
- ・ 楽天㈱最高財務責任者
- ・ スターフェスティバル㈱社外取締役
- ・ テクマトリックス㈱社外取締役(監査等委員)(現任)
- ・ ㈱メタップス社外取締役(監査等委員)
- ・ ㈱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㈱
- ・ 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㈱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
- ・ 株式会社バ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

### 3 連結BS

(百万円)	FY2020.6 4Q	FY2021.6 4Q	FY2022.6 1Q
流動資産合計	169,277	227,926	252,302
現金及び現金同等物	135,747	171,463	191,349
未収入金	15,612	47,001	54,359
固定資産合計	28,736	34,603	46,643
資産合計	198,014	262,529	298,945
負債合計	162,645	222,516	256,653
未払金	16,206	17,775	18,650
預り金	83,954	117,099	123,459
短期借入金 <sup>(1)</sup>	900	55,000	28,373
長期借入金	51,547	16,148	26,098
純資産合計	35,368	40,013	42,292
負債・純資産合計	198,014	262,529	298,945

(1) 1年以内に返済予定の長期借入金を含む  
mercari

### 3 連結PL

(百万円)	FY2021.6	FY2021.6	FY2022.6	成長率	
	1Q(7-9月)	4Q(4-6月)	1Q(7-9月)	YoY	QoQ
売上高	22,156	29,214	33,634	+51.8%	+15.1%
EBITDA <sup>(1)</sup>	587	3,847	1,049	+78.6%	-72.7%
マージン (%)	2.7%	13.2%	3.1%	-	-
営業損益	364	3,656	849	+133.4%	-76.8%
マージン (%)	1.6%	12.5%	2.5%	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	4,281	2,144	-119	-	-

Financial Results Presentation Material

(1) 営業利益 + 減価償却費及びのれん償却費  
mercari

### 3 メルカリJP PL<sup>(1)</sup>

(億円)	FY2021.6 1Q(7-9月)	FY2021.6 4Q(4-6月)	FY2022.6 1Q(7-9月)
GMV	1,706	2,082	2,034
YoY	34.5%	15.4%	19.3%
売上高	159	198	194
対GMV比	9.4%	9.5%	9.6%
営業損益	27	43	28
マージン (%)	17.0%	21.8%	14.7%
調整後営業損益 <sup>(2)</sup>	46	66	51
マージン (%)	28.9%	33.4%	26.2%

(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)メルベイトの内部取引(決済業務委託に関わる手数料)を控除

### 3 メルカリUS PL<sup>(1)</sup>

(Million USD)	FY2021.6 1Q(7-9月)	FY2021.6 4Q(4-6月)	FY2022.6 1Q(7-9月)
<b>GMV</b>	289	300	271
YoY	165.3%	5.7%	-6.4%
<b>売上高</b>	76	92	84
対GMV比	26.2%	30.7%	31.2%
<b>営業損益</b>	-18	1	-16
マージン (%)	-23.9%	1.8%	-19.6%
<b>調整後営業損益<sup>(2)</sup></b>	-15	4	-14
マージン (%)	-20.1%	5.0%	-16.5%

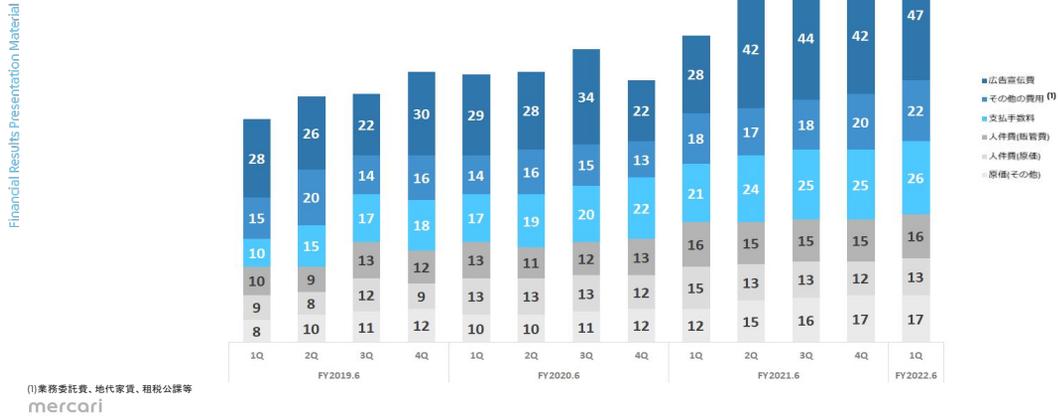
(1) US GAAPにて表記。連結PLに占めるメルカリUS計数(□ GAAP)とは、一部、計上方法が異なる

(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)

mercari

### 3 メルカリJP 四半期毎コスト構成

- 今後の成長に向けて新規ユーザ獲得に取り組んだため、広告宣伝費が増加

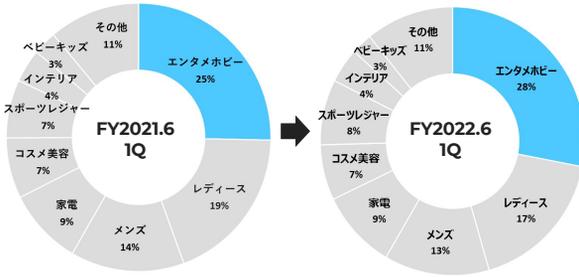


### 3 カテゴリーの変化 1Q(7-9月)

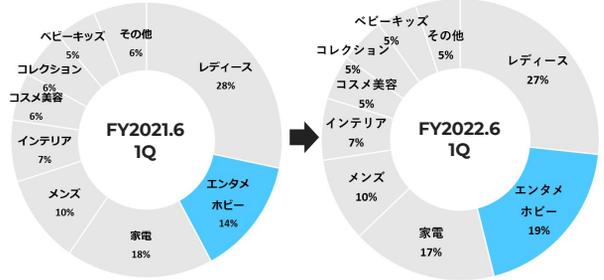


YoYでエンタメホビーが増加

Financial Results Presentation Material



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

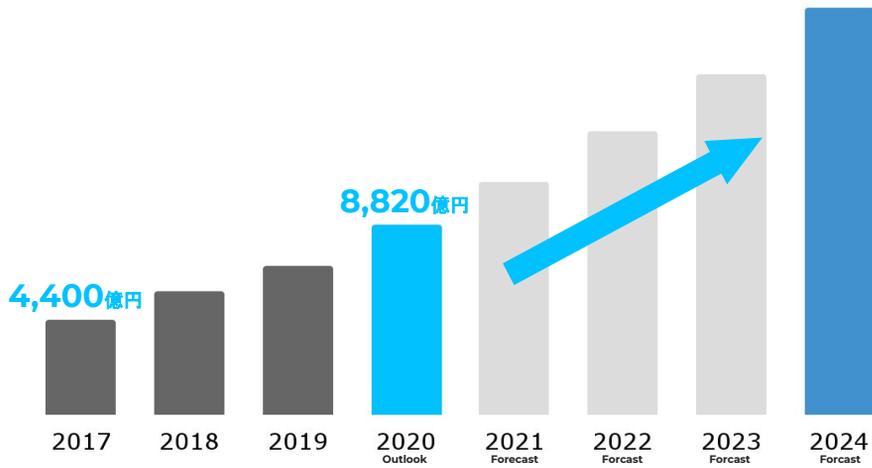


### 3 メルペイ 与信 EC市場における後払い決済額<sup>(1)</sup>

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

1兆8,800億円

Financial Results Presentation Material

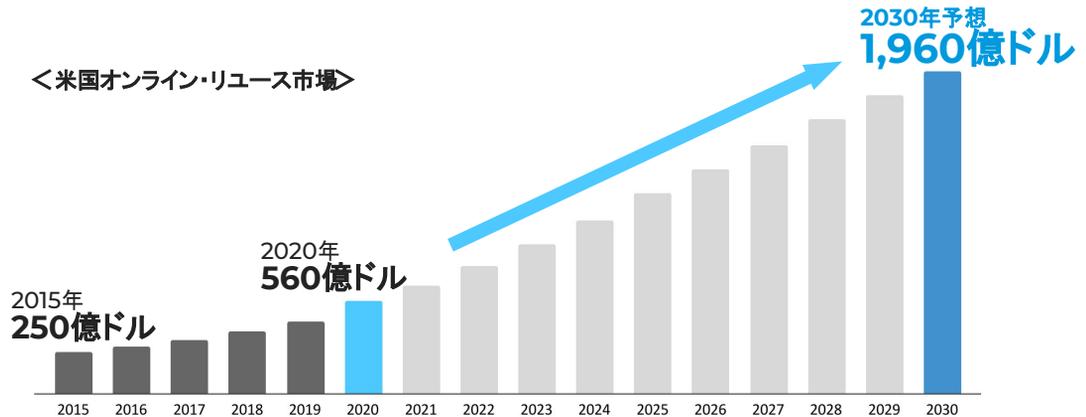


出典: 矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査(2021年)」2021年4月27日発表(注: 後払い決済サービス提供事業者の取扱高ベース)  
mercari

### 3 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。これらのデータは、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するもの

<米国オンライン・リユース市場>



出典: Mercari US | The Reuse Report |

### 3 ESG 各マテリアリティに沿ったIQの取り組み

マテリアリティ	IQの取り組み
<p>1 循環型社会の実現 /気候変動への対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国際的イニシアチブへの参加(TCFDへの賛同、CDP質問書への回答)</li> <li>● サークュラー・エコノミーを推進する59団体を「メルカリ寄付」機能の寄付先に追加</li> </ul>
<p>2 ダイバーシティ&amp; インクルージョンの体現</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● メルカリと神山まるごと高専(仮称)、「ダイバーシティ &amp; インクルージョン(D&amp;I)推進における 学校教育パートナーシップ」を締結</li> <li>● 多様な働き方を尊重した「メルカリ・ニューノーマル・ワークスタイル “YOUR CHOICE”」を導入</li> <li>● 社員同士の「共通の価値観」をまとめた社内向けのドキュメント「Mercari Culture Doc」を公開</li> </ul>
<p>3 地域活性化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ会社ソウゾウを通じてEC化支援事業に参入。「メルカリ」にネットショップを開設できる「メルカリShops」がプレオープン</li> <li>● 船橋市/山田町/瀬戸市、メルカリ、ソウゾウが連携協定を締結</li> <li>● メルカリと日本財団、寄付の循環を促す新たな仕組みとして「寄付型梱包資材」を共同開発</li> </ul>
<p>4 安心・安全・公正な 取引環境の実現</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 第1回「マーケットプレースのあり方に関するアドバイザーボード」を実施</li> <li>● メルカリとアサヒビール、安心・安全な取引環境の構築およびお客様満足の追求に向けた包括連携協定を締結</li> </ul>
<p>5 コーポレートガバナンス /コンプライアンス</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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村上憲郎氏を独立社外取締役として招聘</li> <li>● コーポレート・ガバナンスに関する報告書のアップデート</li> </ul>

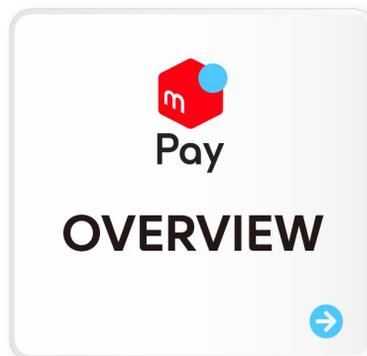
3

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



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。

**FY2022.6 2Qの決算発表は、2022年2月3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