



FY 2022.6 1Q

PRESENTATION MATERIAL

mercari

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
● 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 ● MAU9月単月2,000万達成	● 四半期で初の黒字化⁽¹⁾ ● 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	● 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 ● 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
ソウゾウ	メルコイン	鹿島アントラーズ
● 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	● 事業の開始に向けて準備中 ● 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	● 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 ● 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)

(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

1 FY2022.6 1Q KPIサマリー

連結

売上高

336億円
(YoY+52%)

会計方針の影響を
除外した売上高 **288**億円
(YoY+30%)

営業損益

8億円
(YoY+4億円)

メルカリJP

GMV⁽¹⁾
YoY **+19%**

調整後営業利益率
26% (YoY -3ppts)

メルペイ

利用者数⁽²⁾

1,135万人

メルカリUS

GMV⁽¹⁾
YoY **-6%**

MAU⁽³⁾
483万人 (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の四半期平均の数



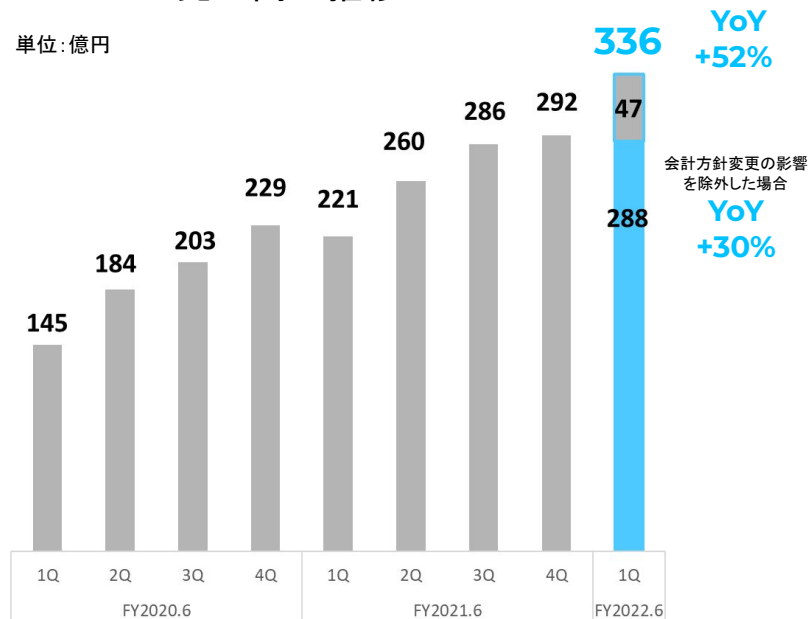
FY2022.6 1Q 決算概況

2 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%

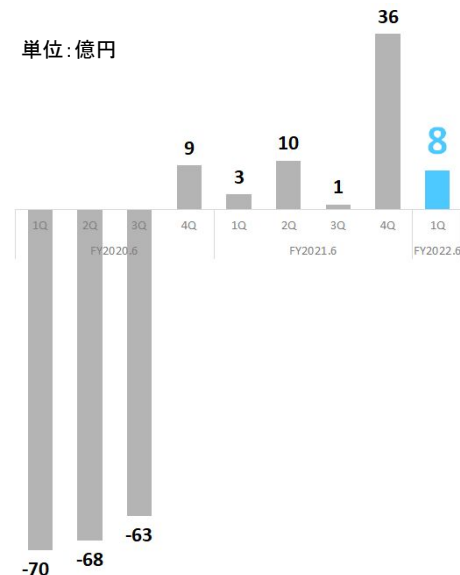
<売上高の推移>

単位: 億円



<営業損益の推移>

単位: 億円



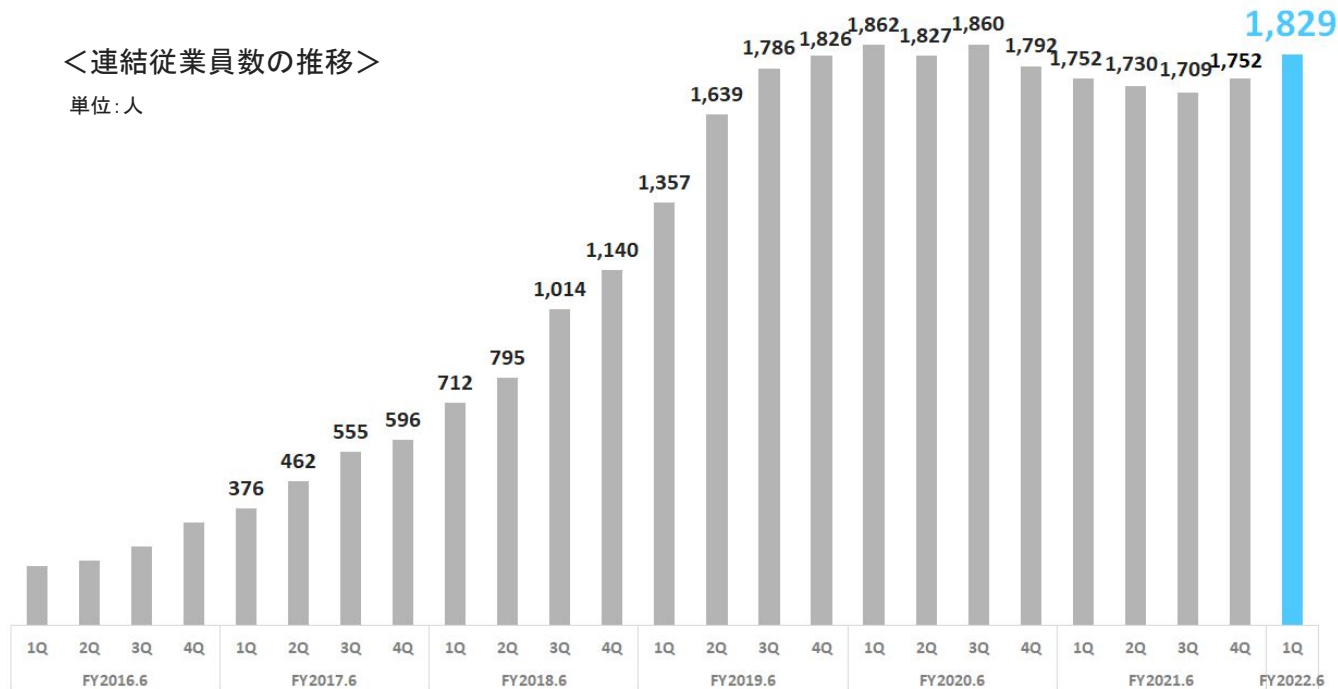
(1) J-GAPPIにおいて、主に2022年第1四半期よりメルカリUSの配送料売上・原価がネットからグロス計上に変更したことに伴い、売上高が増加。メルカリUSのグロスベース売上高は、ネットベース売上高の2倍程度となる

2 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

＜連結従業員数の推移＞

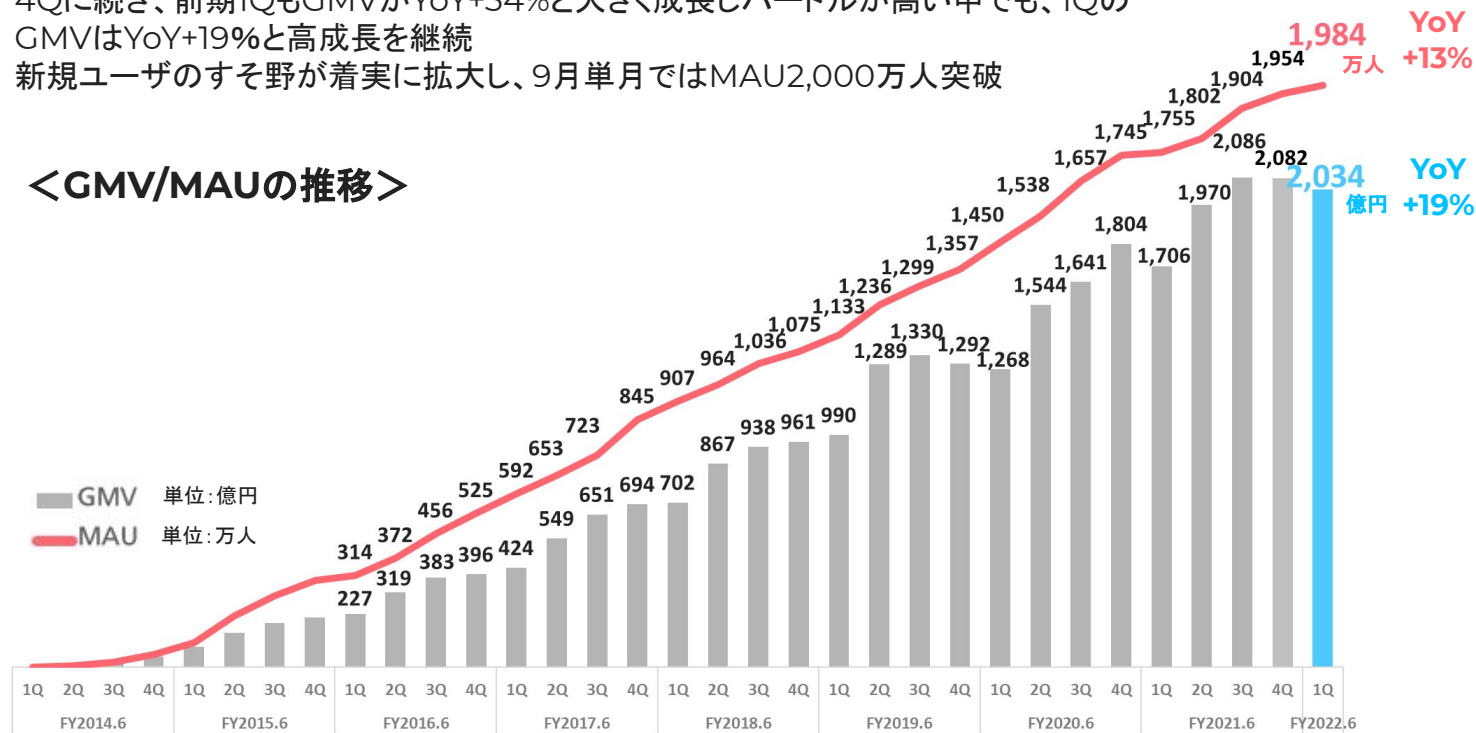
単位：人



メルカリJP GMV⁽¹⁾/MAU⁽²⁾

- 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>



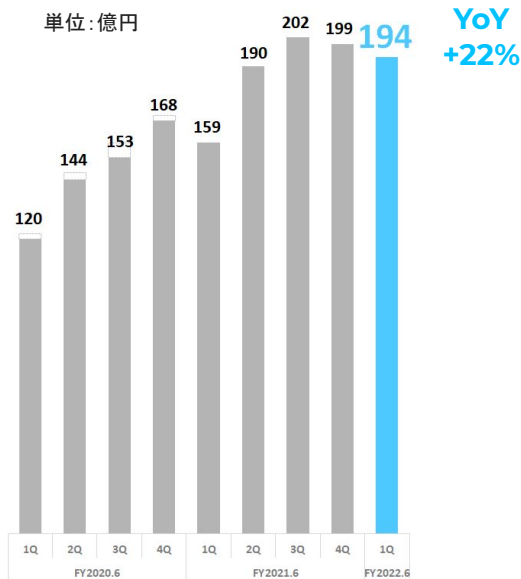
(1) メルカリShopsのGMVは含まず

(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

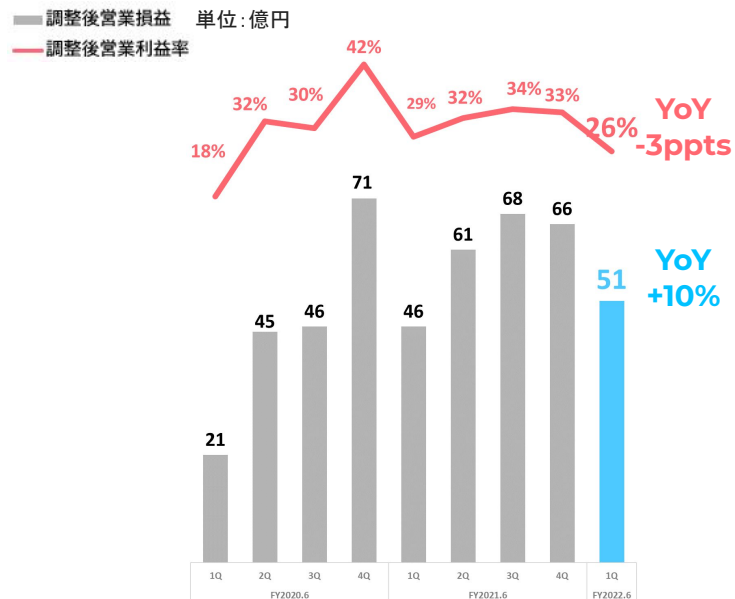
メルカリJP 売上高/調整後営業利益率

- 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

<売上高の推移⁽¹⁾>



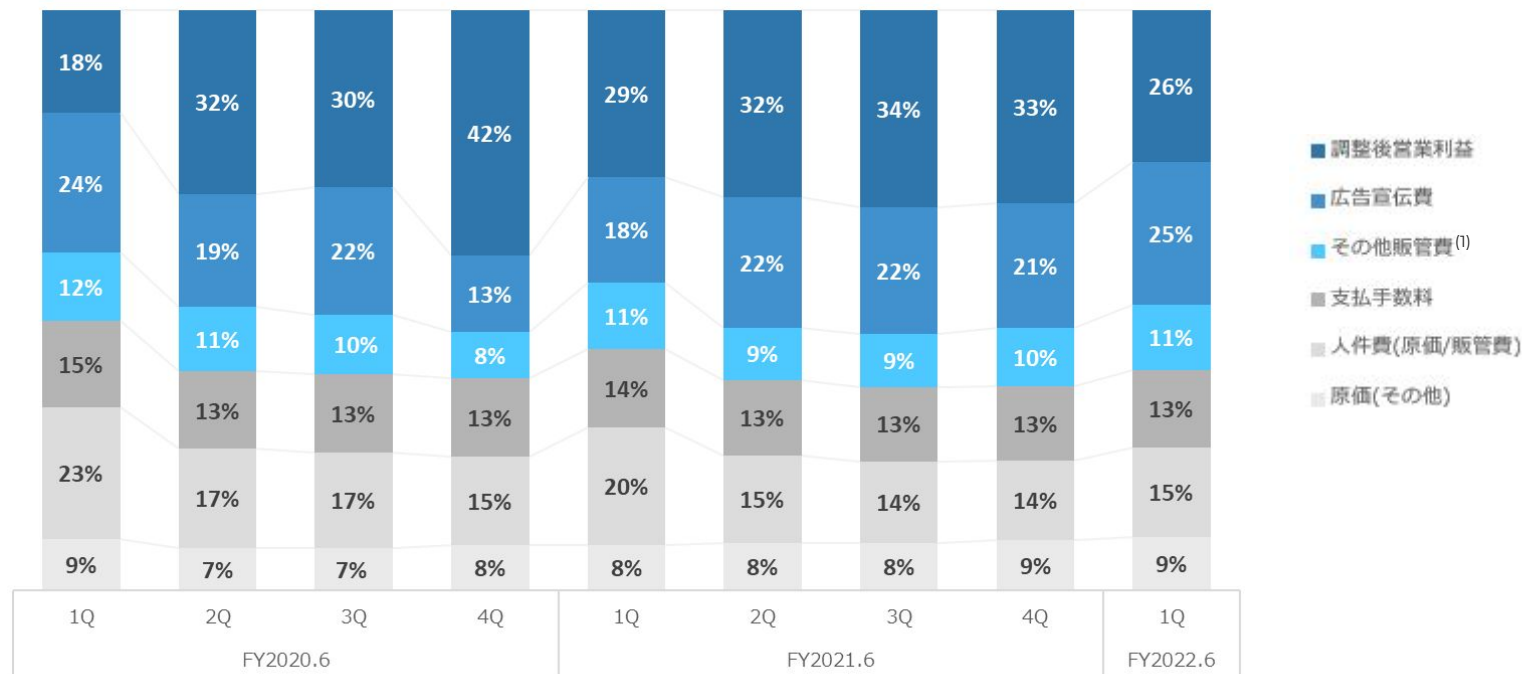
<調整後営業利益(率)の推移⁽¹⁾>



(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

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

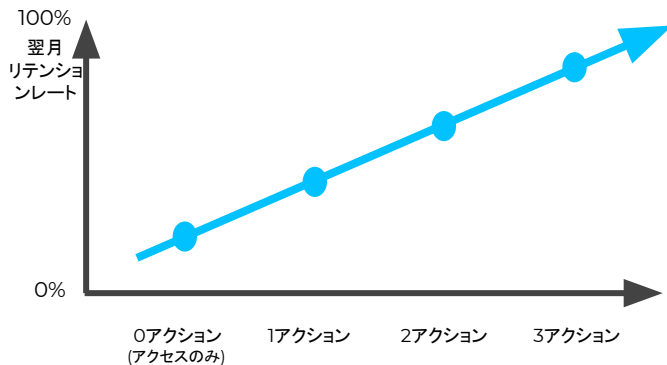


(1) 業務委託費、地代家賃、租税公課等

メルカリJP クロスユース⁽¹⁾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の獲得に加え、獲得した新規ユーザのリテンションを高めるため、1Qより新規ユーザ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

今、出品してくれたら
配送料無料ですよ！

売上金を使って購入しませんか？
購入すると500円クーポンプレゼント！



アクセス Only
ユーザ



出品 Only
ユーザ

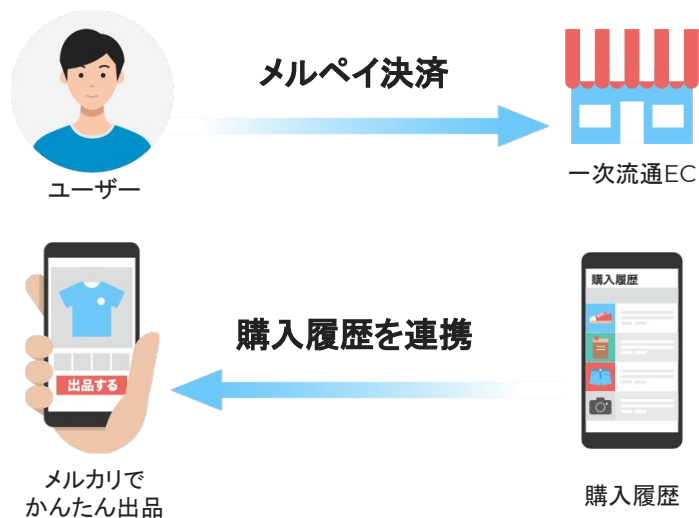
新規ユーザの3アクション比率が
QoQで10%強改善

(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

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

持ち物リスト機能連携



マルイとのこれまでの取り組み

- 潜在出品者36百万人獲得に向けて、11店舗⁽¹⁾でメルカリストーションを運営
- 「メルカリ」の使い方が学べる「メルカリ教室」の他、「撮影・梱包ブース」、「メルカリポスト」を設置し、「メルカリ」を“体験しながら学べる”オフラインのスポット



(1) 2021年10月時点

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かかるか
わかりづらく出品ににくい

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
「メルカリエコパック」を開発

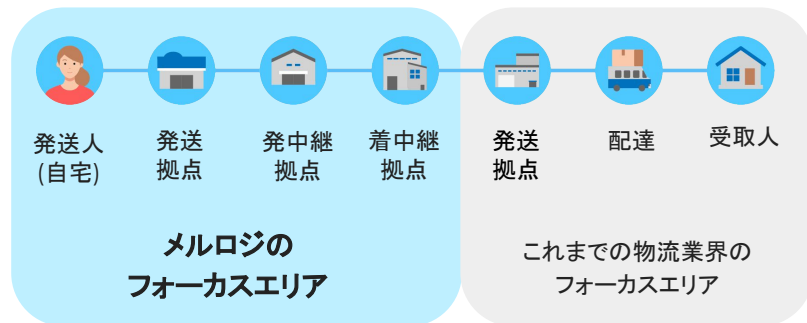


2 メルロジ 取り組む物流領域と特徴

- 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

取り組む物流領域

- 集荷領域に特化し、物流パートナーと共同して、今まで手つかずだった集荷プロセスの効率化・付加価値の提供に取り組む
- パートナー企業と連携して、ラストワンマイルの効率化のため の取り組みを継続



メルロジの特徴

データを駆使したエリア展開

- 荷物量の多いエリアへ展開することで集荷効率の最大化が可能

自社タッチポイントの活用

- メルカリポスト 約1,000箇所
(2024年末までにタッチポイント全国8,000箇所へ拡大予定)

集荷過程での付加価値提供

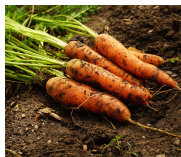
- 梱包レス発送 (2021年4月より実証実験中)
- 自社集荷物流網上での高付加価値サービス
例: クリーニング・リペア (2022年春に導入予定)

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⁽¹⁾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

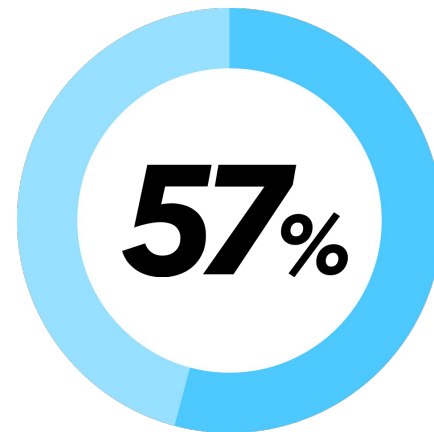
手作りのオリジナル品



▶ 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⁽¹⁾



(1) 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)

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

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

利便性の高い様々な決済手段を提供

バーチャル カード

カード番号を設定するだけ



iD

端末にかざすだけ



コード

コードを読み取るだけ



与信

「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

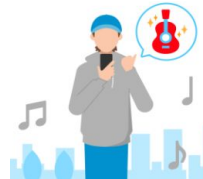
翌月払い

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



NEW

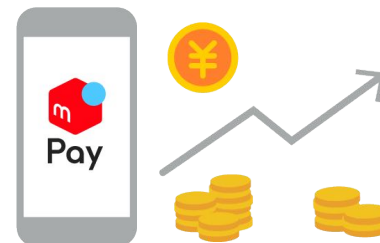
スマートマネー⁽¹⁾

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

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

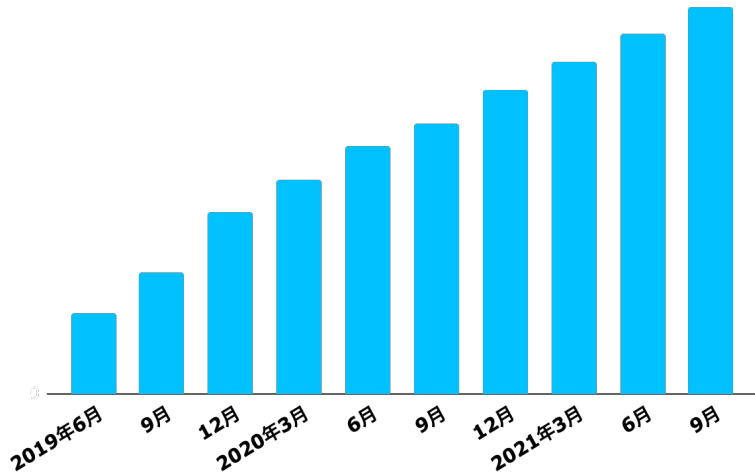


(1) 2021年8月3日提供開始

メルペイ 与信 メルペイスマート払い(翌月払い・定額払い)⁽¹⁾

利用数の推移

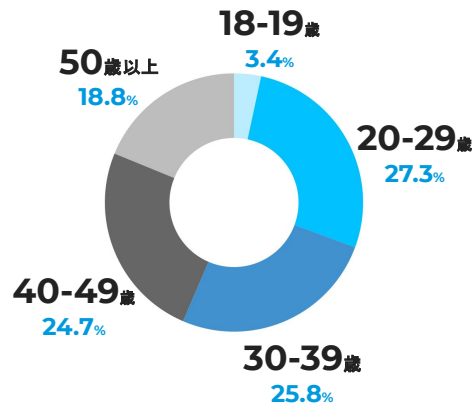
サービス提供開始以降、好調に利用者を拡大



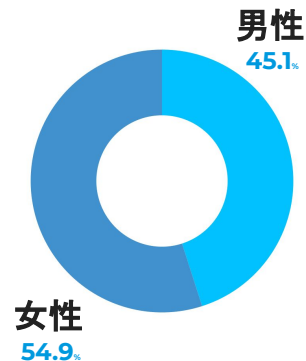
利用者の属性⁽²⁾

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5万円で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

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⁽¹⁾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

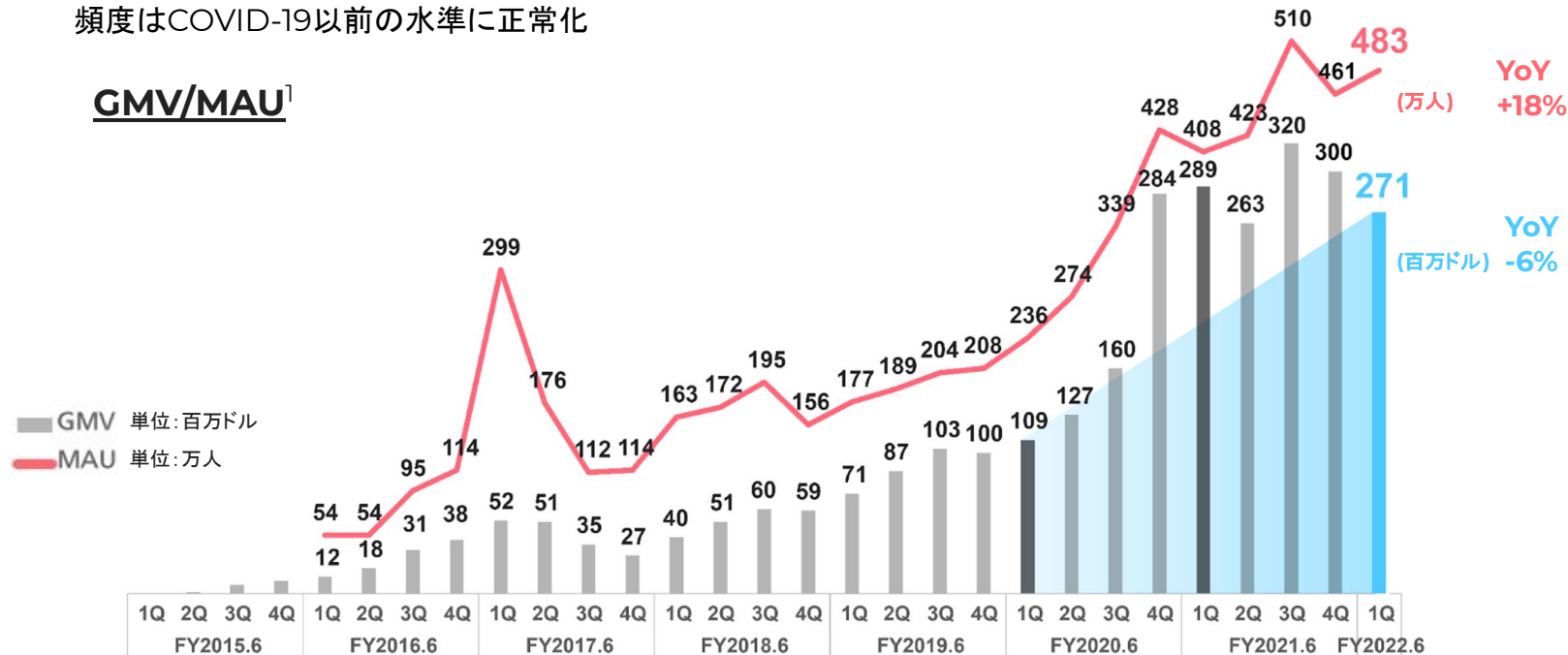


(1) 割賦販売法における「認定包括信用購入あっせん業者」(認定番号: (認) 第1号 / 登録日: 2021年8月27日)

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/MAU¹⁾

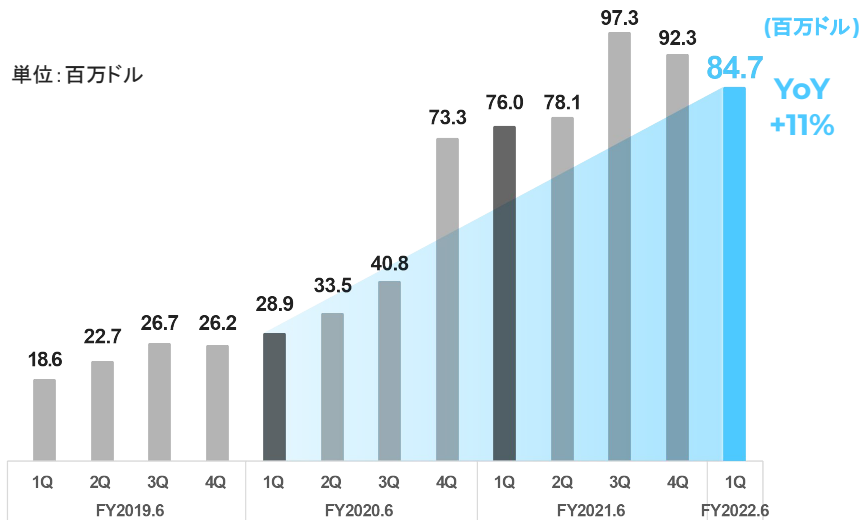


(1) 1か月に1回以上アプリ又はWEBサイトをブラウジングした登録ユーザーの四半期平均の数

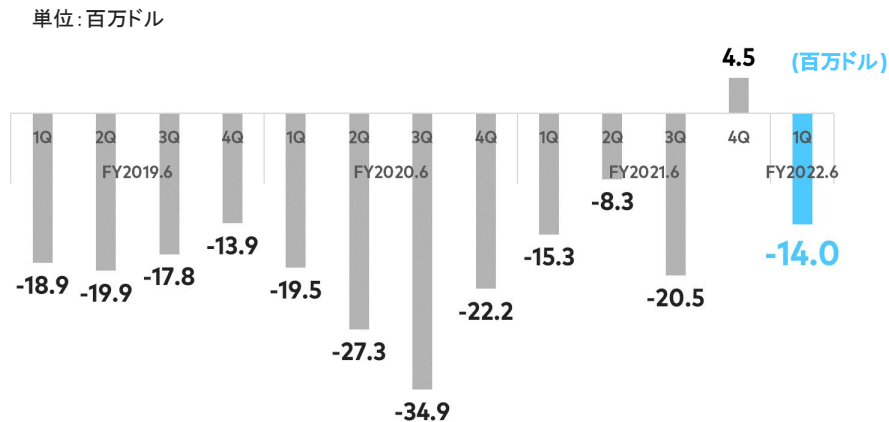
メルカリUS 売上高 / 調整後営業利益 (US GAAP)

- 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

<売上高>



<調整後営業利益 (1)>



(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)

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

オートメーション & パーソナライゼーション

- 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

配送イノベーション

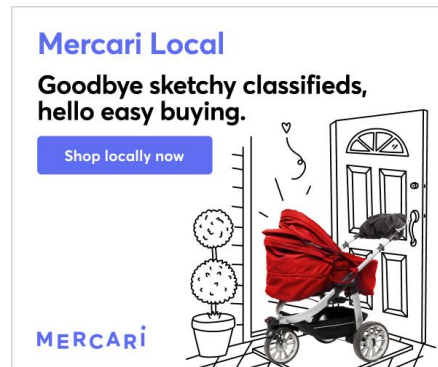
- 「Mercari Local（即日配送サービス）」は取引単価の高い商品の取引量を増加させるなど、初期段階でポジティブな兆候

使いやすさの向上

- 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

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する



- 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し



Appendix

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)鹿島アントラーズ・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

- ・(株)日本興業銀行(現(株)みずほ銀行)
- ・楽天(株)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)メタブス社外取締役(監査等委員)
- ・(株)メディアドウ社外取締役

- ・(株)日本長期信用銀行(現(株)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)

- ・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

(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 ⁽¹⁾	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

(百万円)	FY2021.6 1Q(7-9月)	FY2021.6 4Q(4-6月)	FY2022.6 1Q(7-9月)	成長率	
				YoY	QoQ
売上高	22,156	29,214	33,634	+51.8%	+15.1%
EBITDA ⁽¹⁾	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	-	-

(1) 営業利益 + 減価償却費及びのれん償却費

(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 ⁽²⁾	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) メルペイとの内部取引(決済業務委託に関わる手数料)を控除

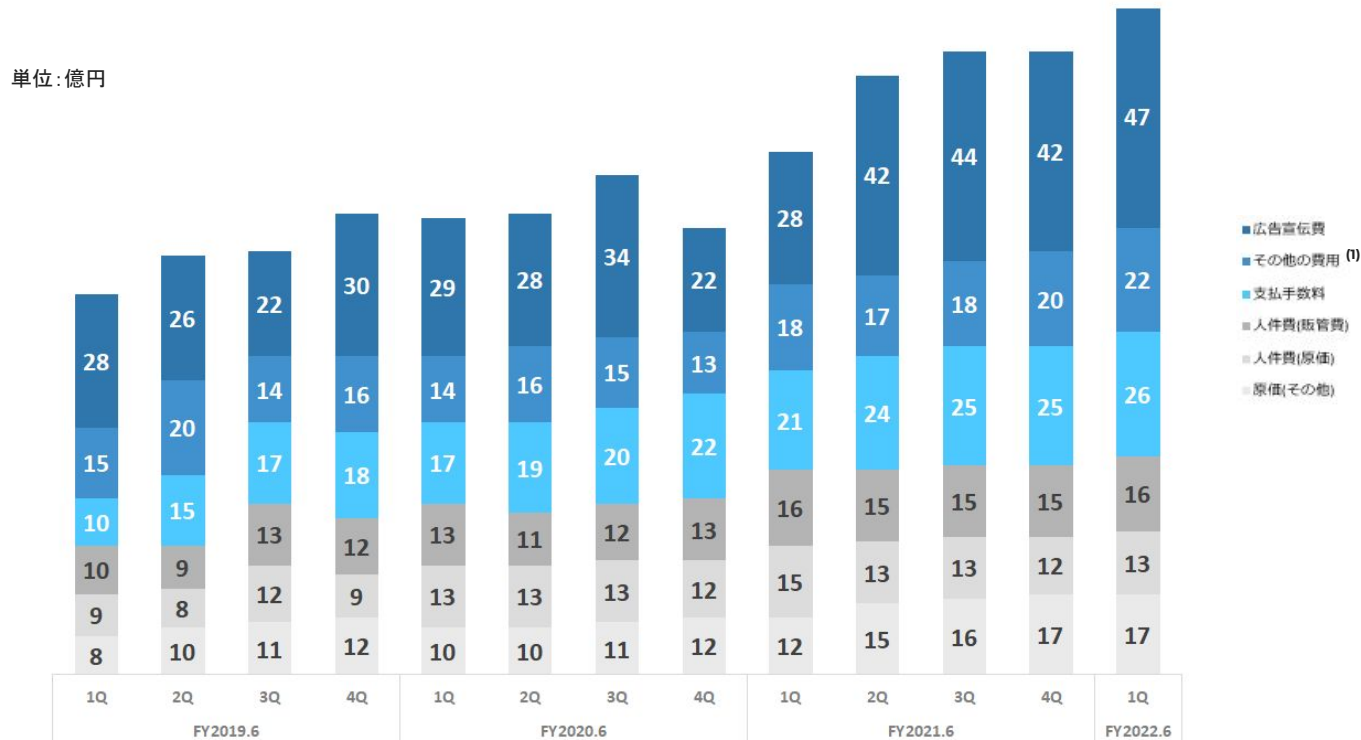
(Million USD)	FY2021.6 1Q(7-9月)	FY2021.6 4Q(4-6月)	FY2022.6 1Q(7-9月)
GMV	289	300	271
YoY	165.3%	5.7%	-6.4%
売上高	76	92	84
対GMV比	26.2%	30.7%	31.2%
営業損益	-18	1	-16
マージン (%)	-23.9%	1.8%	-19.6%
調整後営業損益 ⁽²⁾	-15	4	-14
マージン (%)	-20.1%	5.0%	-16.5%

(1) US GAAPにて表記。連結PLに占めるメルカリUS計数(J 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)

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

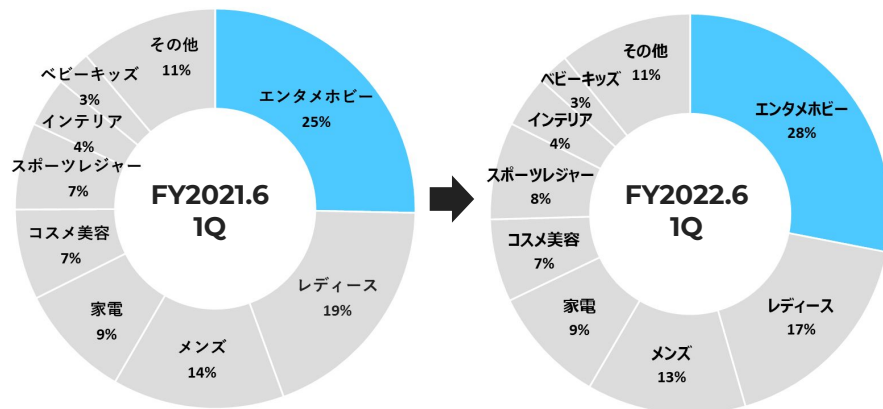


(1) 業務委託費、地代家賃、租税公課等

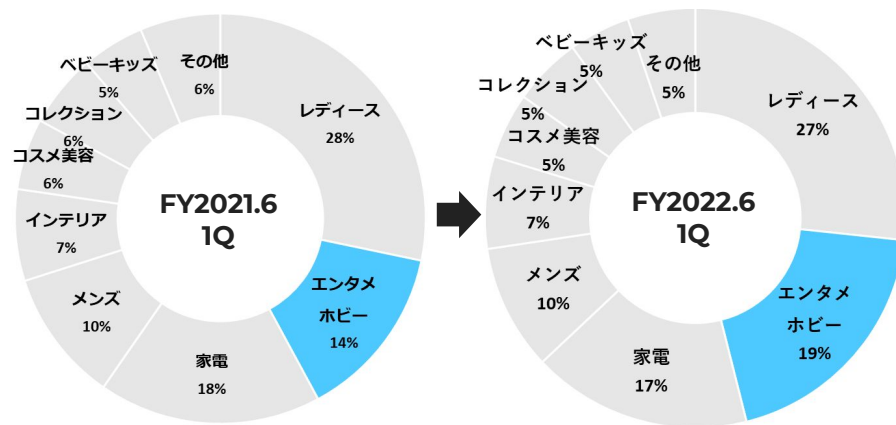
3 カテゴリーの変化 1Q(7-9月)



YoYでエンタメホビーが増加

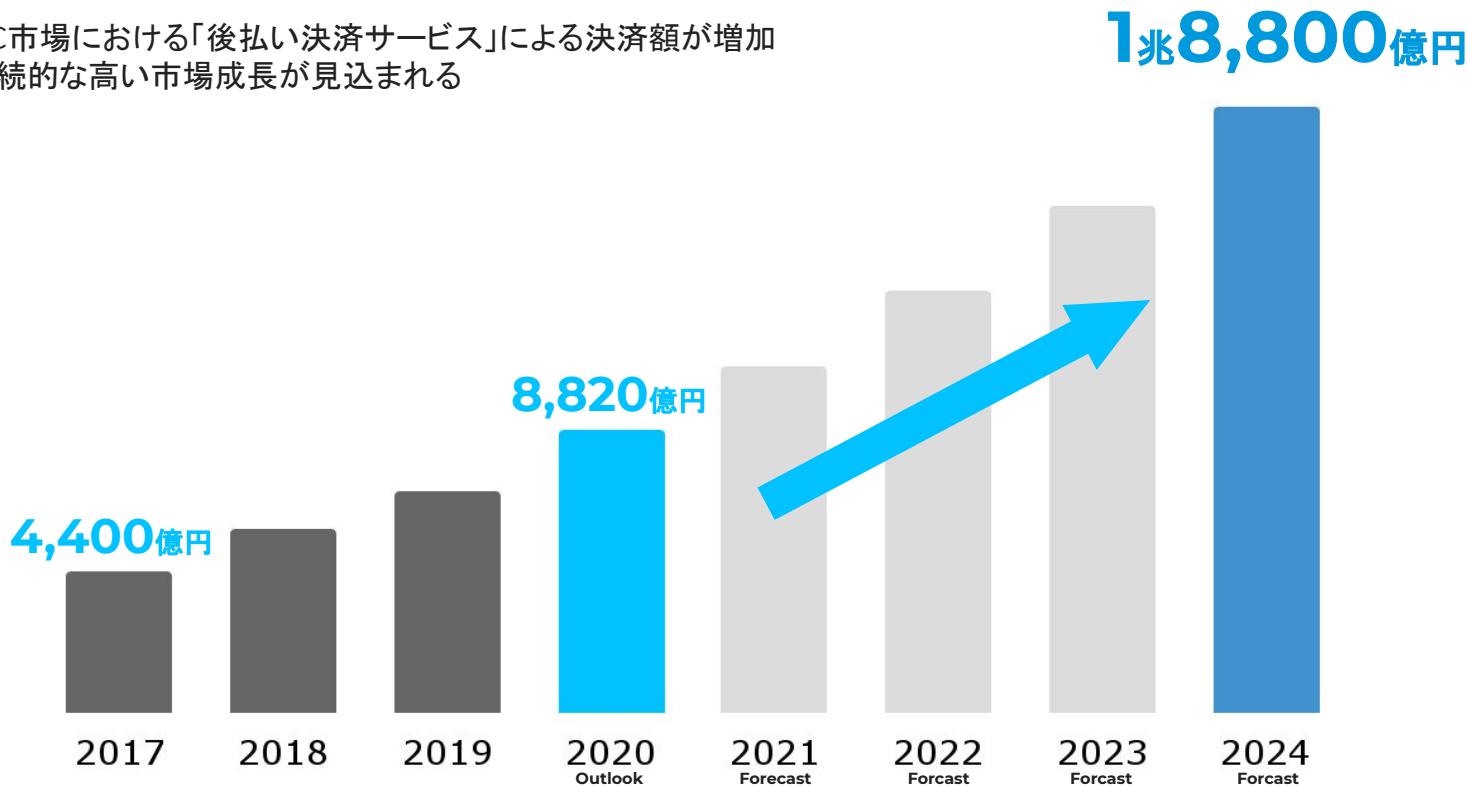


YoYでトレーディングカード等のエンタメホビーが大きく伸長



3 メルペイ 与信 EC市場における後払い決済額⁽¹⁾

- 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

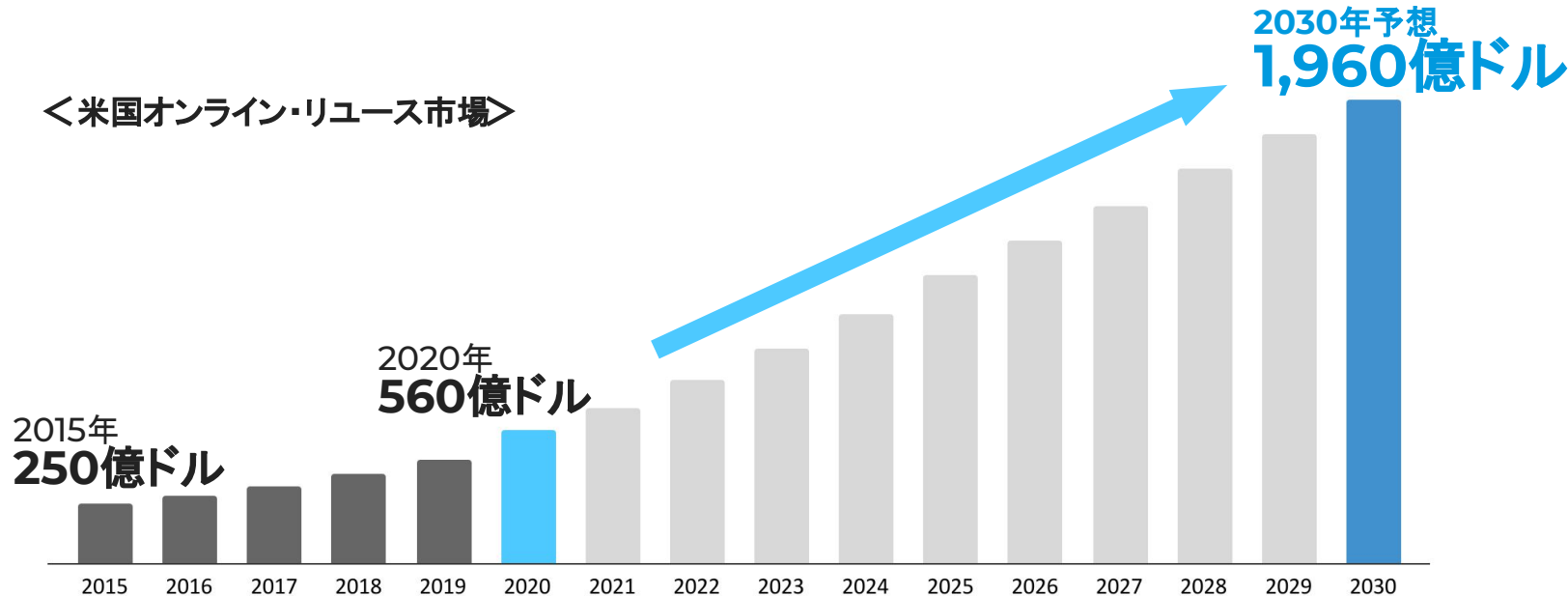


出典: 矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査(2021年)」2021年4月27日発表(注: 後払い決済サービス提供事業者の取扱高ベース)

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1Qの取り組み

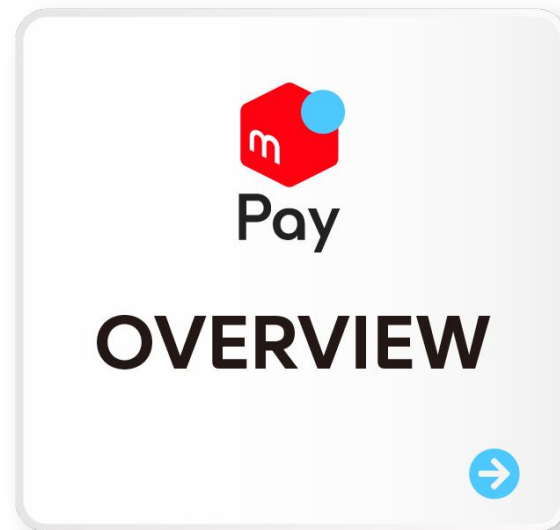
マテリアリティ	1Qの取り組み
1 循環型社会の実現 /気候変動への対応	● 国際的イニシアチブへの参加(TCFDへの賛同、CDP質問書への回答) ● サーキュラー・エコノミーを推進する59団体を「メルカリ寄付」機能の寄付先に追加
2 ダイバーシティ& インクルージョンの体現	● メルカリと神山まるごと高専(仮称)、「ダイバーシティ & インクルージョン(D&I)推進における 学校教育パートナーシップ」を締結 ● 多様な働き方を尊重した「メルカリ・ニューノーマル・ワークスタイル “YOUR CHOICE”」を導入 ● 社員同士の「共通の価値観」をまとめた社内向けのドキュメント「Mercari Culture Doc」を公開
3 地域活性化	● 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 ● 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 ● 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
4 安心・安全・公正な 取引環境の実現	● 第1回「マーケットプレイスのあり方に関するアドバイザリーボード」を実施 ● 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
5 コーポレートガバナンス /コンプライアンス	● 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 ● 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

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 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