



FY 2021.6

SUSTAINABILITY REPORT

mercari

Ver1.2



限られた資源が大切に使われ、

誰もが新たな価値を生みだせる社会へ

メルカリは、創業者の山田進太郎が世界一周をしていた際に、新興国で暮らす豊かになりたくてもなれない子供たちを見て、「限りある資源の中で誰もが豊かに暮らすことの難しさ」を感じたことが原点となって創られたサービスです。

人々が生みだすことができる価値には、無限の可能性があります。しかしその無限の可能性を発揮するためのリソースには限りがあります。

いまある資源がもっと有効に活用され、誰もが新たな価値を生み出す機会を手にできるようになれば、一人ひとりをもつ無限の可能性がより発揮される世の中になるのではないのでしょうか。

メルカリグループはそのために、テクノロジーのちからで価値交換のあり方を変え、新たな価値を生み出す世界的なマーケットプレイスを世界中で創っていきます。

メルカリの重点課題（マテリアリティ）

mercari

■ マテリアリティをアップデート

マテリアリティとは、メルカリが長期ビジョンを実現するにあたり取り組むべき重点課題です。この度メルカリは、2019年に定めたマテリアリティについて、外部環境・内部環境の変化を踏まえてアップデートいたしました。

アップデートのプロセス

- 1 メルカリの長期ビジョンについて経営陣が1年にわたり複数回ディスカッション
- 2 将来創りたい社会の姿と、SDGsのゴールを照らし合わせ、メルカリの企業価値創造における機会とリスクを評価
- 3 ステークホルダーへのヒアリング及び調査を実施し、ステークホルダーの意思決定における重要度を評価
- 4 2)と3)にて評価した結果を踏まえて、グローバルの経営会議にてマテリアリティを決定

旧マテリアリティ（FY2019～FY2021）



■ 新たに定めたマテリアリティ

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、以下5つのマテリアリティを定義しました。

① 循環型社会の実現/気候変動への対応

メルカリが与える環境への負荷を最小化することはもちろん、メルカリの事業を通じて人々の消費行動をよりサステナブルなものに変えていくことで、環境課題の解決に貢献していきます。

② ダイバーシティ&インクルージョンの体現

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、社会全体の課題である構造的差別や不平等の課題に取り組みます。また、より多くのお客さまにとって使いやすいサービスのアクセシビリティ実現を目指します。

③ 地域活性化

地域が抱える課題解決と経済への貢献を通じて、個人や企業が活躍できる社会をめざします。

④ 安心・安全・公正な取引環境の実現

お客さま、加盟店さま、パートナーさまに「安心感」をもってサービスをご利用いただけるよう、安全で公正な取引を目指します。

⑤ コーポレートガバナンス/コンプライアンス

健全で透明性の高い意思決定プロセスを構築し、お客さまやパートナーさま、ひいては社会から強い信頼を得られる企業を目指します。

メルカリの重点課題（マテリアリティ）

mercari

限られた資源が大切に使われ、誰もが新たな価値を生みだせる社会へ

Mission：新たな価値を生みだす世界的なマーケットプレイスを創る

Materiality

事業を通じた社会的・環境的価値の創出
(ポジティブな影響の最大化/ネガティブな影響の最小化)

E

①循環型社会の実現／気候変動への対応

S

②ダイバーシティ&インクルージョンの体現
(多様な価値を生みだす機会の提供)

③地域活性化

事業を通じた経済的価値の創出

連結売上高：1,061億円*1



G

事業継続を
支える
経営基盤

④安心・安全・公正な取引環境の実現

⑤コーポレートガバナンス/コンプライアンス

②ダイバーシティ&インクルージョン
の体現(多様な価値を生みだす機会の提供)

*1：FY2021.6（2020年7月～2021年6月）

循環型社会の実現/気候変動への対応

mercari

13 気候変動に
具体的な対策を



4 質の高い教育を
みんなに



12 つくる責任
つかう責任



11 住み続けられる
まちづくりを



限りある資源が大切に使われ、誰もが新たな価値を生みだせる社会へ

「地球環境」は、人間が行うあらゆる活動の Foundationと考えています。

人々が暮らすための衣食住、そして私たちメルカリが事業を営むためにも、電力や資材などさまざまな地球資源は必要不可欠なものです。

しかし今、人類は生態系が再生する速さよりも1.6倍速く自然資源を消費していると言われています*1。また、地球資源の採取・生産・使用方法は温室効果ガス (GHG) の排出量にも影響を及ぼし、地球温暖化、ひいては気候変動を加速する要因にもなっています*2。

そのため私たちはできるだけ環境負荷を減らしながら事業活動を継続できる仕組みへと見直していきます。

そして、不要になったものを他の誰かに引き継ぐことができるメルカリというマーケットプレイスを世界中で創り、人々の消費行動をよりサステナブルなものに変えていきます。



*1 : 参照「生きている環境レポート2020」/WWF

*2 : 参照「資源効率性と気候変動: 低炭素未来に向けた物質効率性戦略—ファクトシート」

「自分にとって不要になったものは、他の必要な誰かに売ることができる」

「新品だけでなくセカンドハンドも含めて欲しい物を買うことができる」

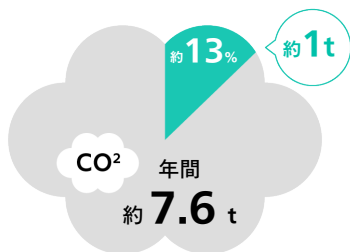
メルカリはこうして、あらゆる人にとって“売り買い”をもっと簡単で身近なものにすることによって、限られた資源が大切に使われる循環型社会の実現に貢献します。

例えば、Tシャツ1着のカーボンフットプリントは約20kg-CO₂*¹で、このうち「作る」ために必要なCO₂は約13kg-CO₂。自分にとって不要になったTシャツは捨てずにメルカリで出品し、必要とする誰かが購入すれば、新たに発生するCO₂は7kg-CO₂に抑えることができます。



IGESの研究によると、日本人の一般家庭の消費によるライフスタイル・カーボンフットプリントの平均は、一人あたり年間7.6t-CO₂とされています。このうちメルカリでよく取引されるような衣料品や家電製品などの消費財にかかる一人あたりのライフスタイル・カーボンフットプリントは年間約1t-CO₂で、全体の約13%に及びます*²。

このように、一人ひとりのライフスタイルを少しずつ“プラネット・ポジティブ”にシフトできれば地球課題の解決にも寄与するインパクトを与えることができると考えています。



*1：オーストラリアの研究チームによると、Tシャツ1枚あたりのカーボンフットプリントは20.56kg-CO₂。このうち64%が「つくる」、36%が「はこぶ」「つかう」「すてる」過程の排出。Shadia Moazzem et al., “Baseline Scenario of Carbon Footprint of Polyester T-Shirt”, Journal of Fiber Bioengineering and Informatics 11:1 (2018)。(カーボンフットプリントは素材や前提条件により計算結果が変わるため、1つの参考値として掲載しています。)

*2：(参考)公益財団法人地球環境戦略研究機関「1.5°Cライフスタイル—脱炭素の暮らしを実現する選択肢—」

Negative Impact

mercari

Overall by scope

メルカリグループ全体のGHG排出量は年間**4.4万t***1.2.3で、
このうちスコープ3が95%を占めます。

Detail by scope

スコープ1 : **548 t**

鹿島アントラーズFCにおける社用車や鹿島スタジアムにおけるボイラーなど

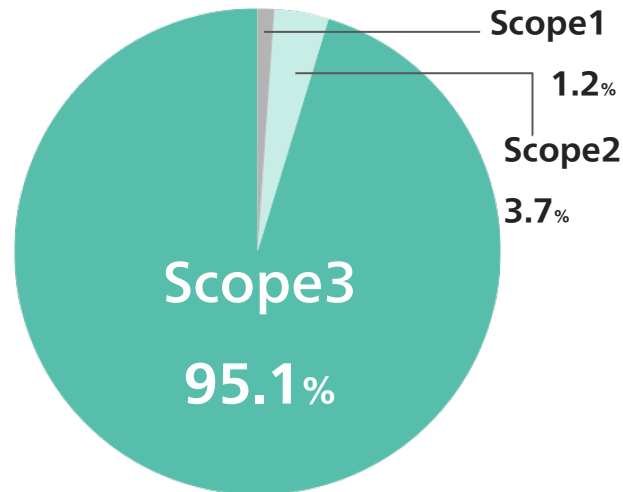
スコープ2 : **1,659 t**

日本オフィスでの電力や鹿島スタジアムでの電力など

スコープ3 : **42,423 t**

広告宣伝費、メルカリ専用梱包資材、データセンター利用など

▼ スコープ別CO2排出量



▼ スコープ3の内訳別の排出量



①データセンターの電力使用に係る CO2排出量 ②メルカリ専用梱包資材の製造/輸送/廃棄に係る CO2排出量 ③広告宣伝時に発生する CO2排出量 ④その他

*1：環境省・経産省『グリーンバリューチェーンプラットフォーム』を基にスコープ1,2,3の排出量を算出しています。

*2：期間：2020年7月1日～2021年6月30日

*3：対象：株式会社メルカリ、株式会社メルベイ、株式会社鹿島アントラーズ・エフ・シー、Mercari, Inc.

■ Opportunity／機会

- プラネット・ポジティブな消費行動の浸透に伴うメルカリの利用者増
- メルカリを利用する新たな動機(環境貢献)の創出⇒利用者の拡大・利用頻度増
- 環境配慮の積極的な取り組みによる企業価値向上・資本調達コストの低下

■ Risk／リスク

移行リスク

- 気候変動関連の規制強化に伴う物流取引量の制約、売上毀損
- 気候変動への対応不足によるブランド価値毀損
- 炭素税の導入に伴う配送コストの上昇

物理リスク

- データセンターのダウンや燃料に係る規制の強化による電力不足（サプライチェーン調達コストの上昇）
- 自然災害の頻発に伴う取引物流の麻痺・商品の損失など

Goal

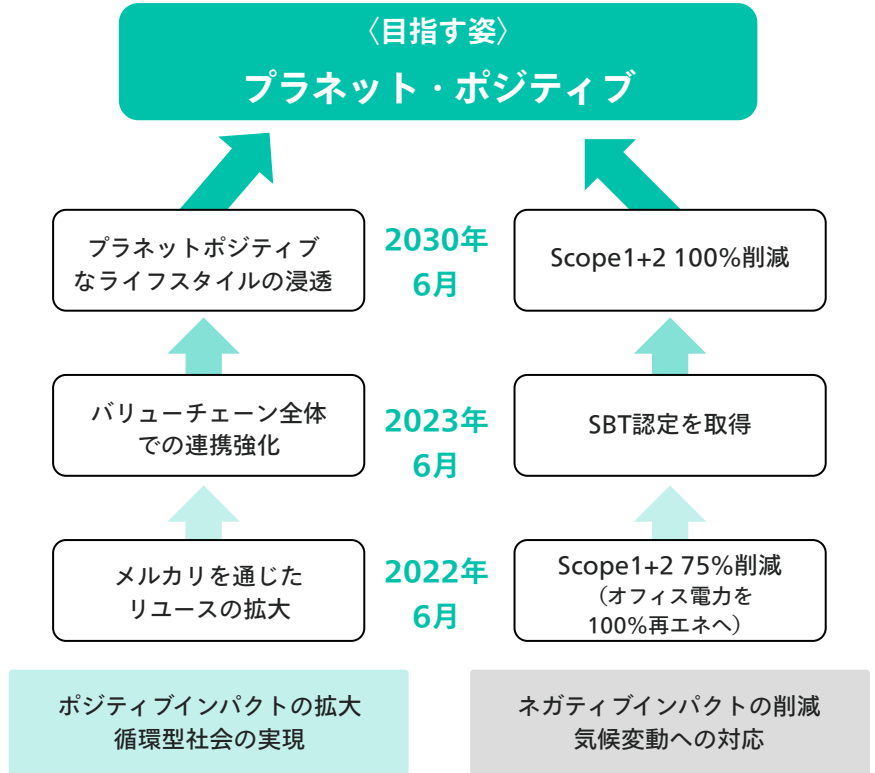
■ Maximizing the positive impact

以下の指標が経年で伸長していること *毎年実施する ESGサーベイにて測定

- 不要品の処理において、捨てる以外の選択肢を取る人の割合
- 新品を購入する代わりに Secondhandを購入する人の割合
- 商品を購入する際により長く使えるもの、より価値が目減りしないものを選択する人の割合
- 商品発送時に梱包資材をリユースする人の割合

■ Minimizing the negative impact

- Scope1+2：2022年6月までに75%削減（オフィス電力を100%再エネ電力へ）、2030年に100%削減
- Scope3：ステークホルダーエンゲージメントを深めアクションの深掘りと目標値の精緻化を行い、2年以内にSBT認定を取得する



Action / Maximizing the positive impact

mercari

Transform the way we buy
and sell for a more
sustainable, circular future.

Awareness

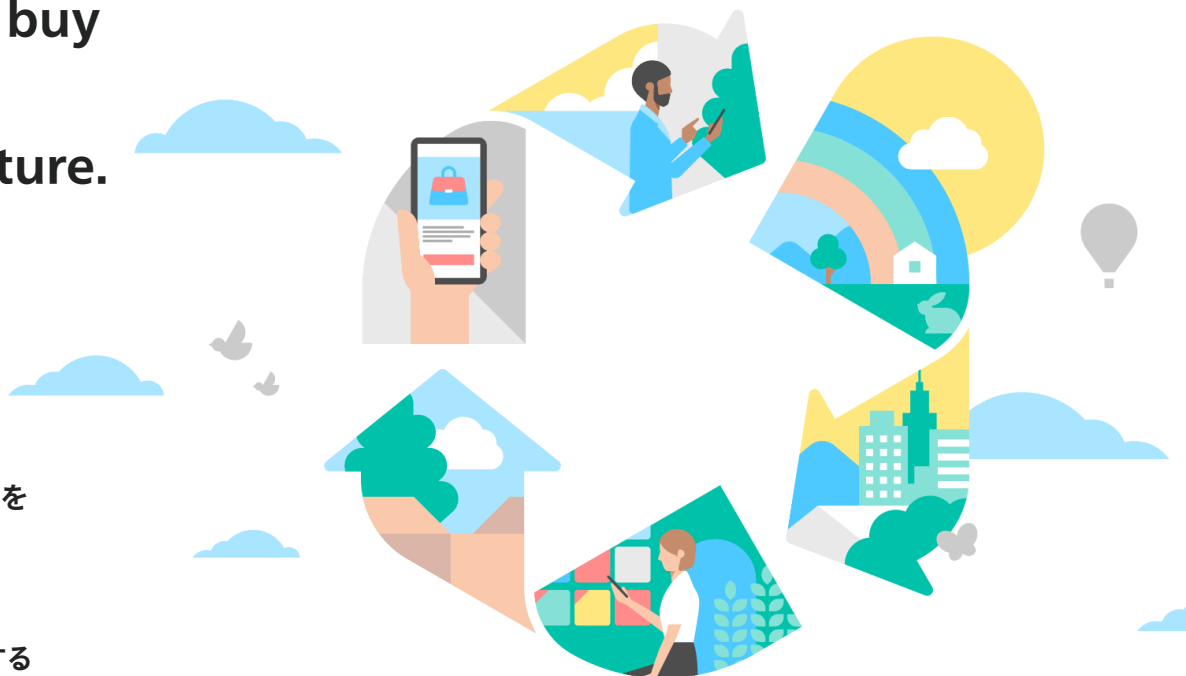
「捨てる」以外の選択肢をより身近に

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

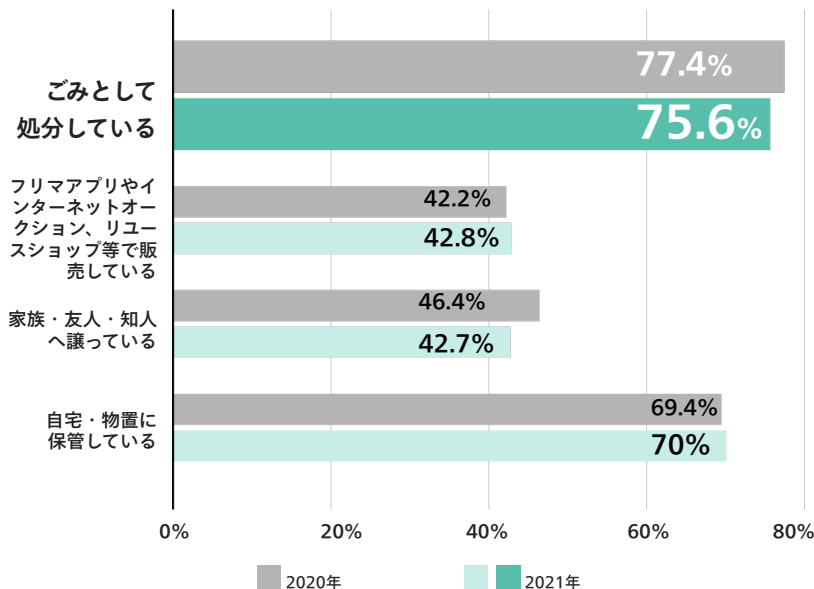


Awareness / 「捨てる」以外の選択肢をより身近に

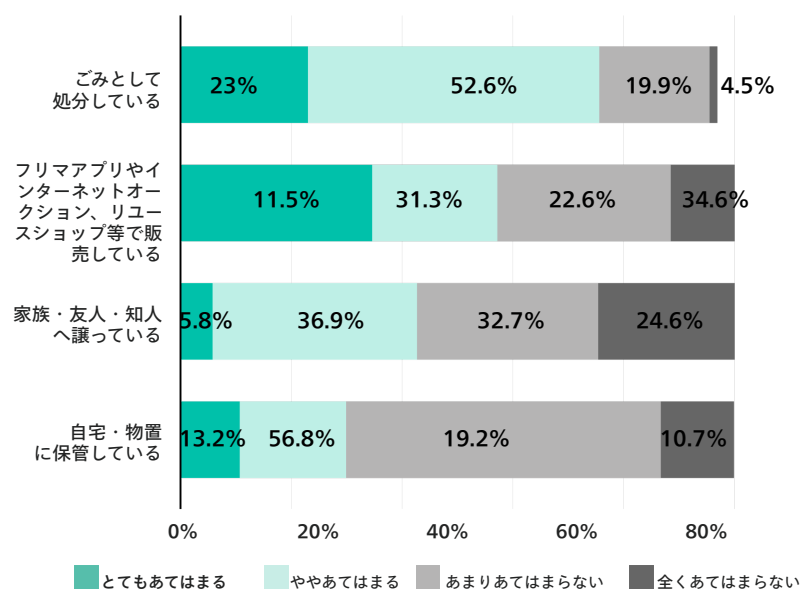
mercari

現在、使わなくなったものに対して「捨てる」という選択肢をとる人は **約75.6%***1（昨年度調査比*2で**1.8pt減**）であり、年々減少傾向にあります。

▼ 使わなくなったものをどうしているか（2020年度との比較）



▼ 「使わなくなったものをどうしているか」の内訳（2021年度）



*1：2021年7月に一般生活者に対して調査会社を通じて行ったアンケート調査より（回答数：3,098人）

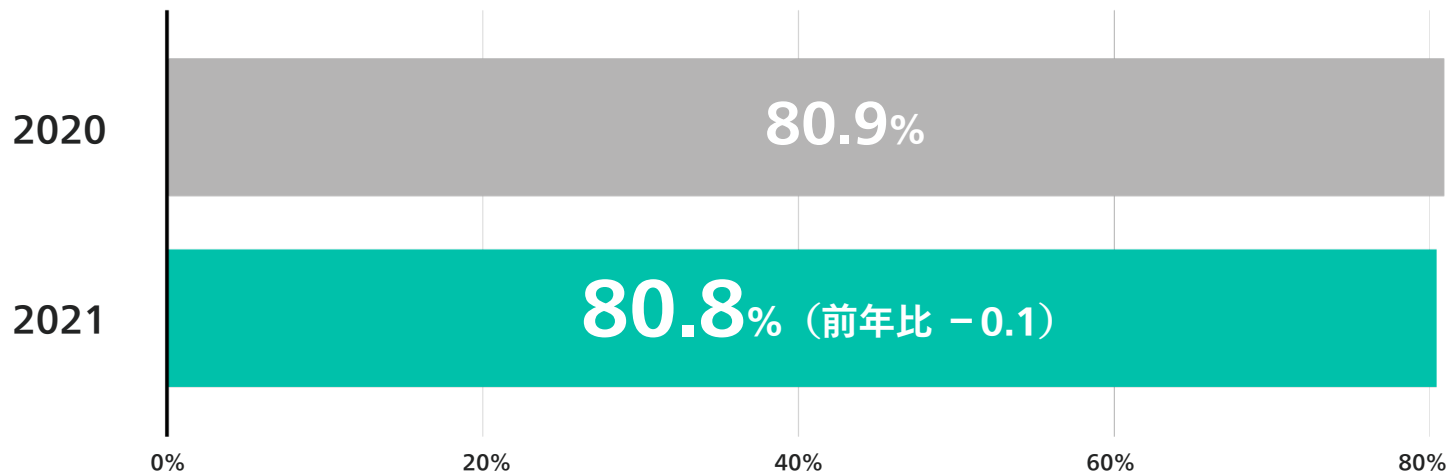
*2：2020年6月に一般生活者に対して調査会社を通じて行ったアンケート調査より（回答数：2,400人）

Awareness / 「捨てる」以外の選択肢をより身近に

mercari

また、まだ使えるが不要になったモノを『捨てる』選択をすると回答した人のうち、**80%**の人が「もったいない」と感じているという結果*1となりました。

▼ まだ使えるが不要になったモノを「捨てる」選択をする人のうち「もったいない」と感じる人の割合



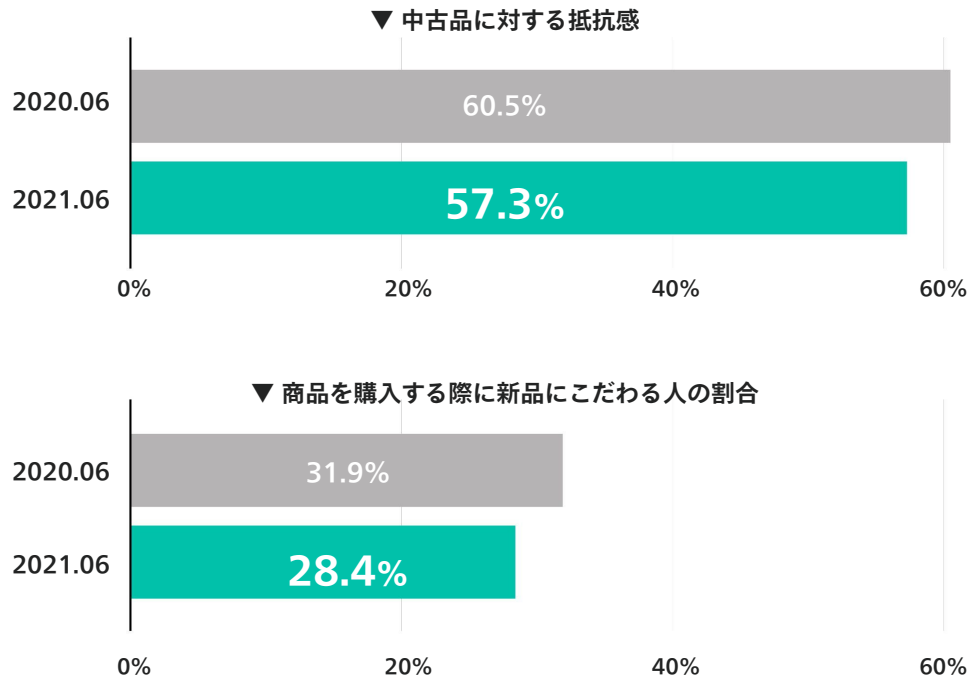
*1：2021年7月に一般生活者に対して調査会社を通じて行ったアンケート調査より（回答数：3,098人）

Awareness / 「捨てる」以外の選択肢をより身近に

mercari

また、昨年コロナウイルスの拡大により一時的に強まった中古品に対する抵抗感も、今年は昨年比^{*2}で**3.2pt減の57.3%^{*1}**となりました。

商品を購入する際に新品であることにこだわる人も、昨年比で**3.5pt減の28.4%**となり、今後セカンドハンドを購入する人は増えていくことが考えられます。



*1：2021年7月に一般生活者に対して調査会社を通じて行ったアンケート調査より（回答数：3,098人）

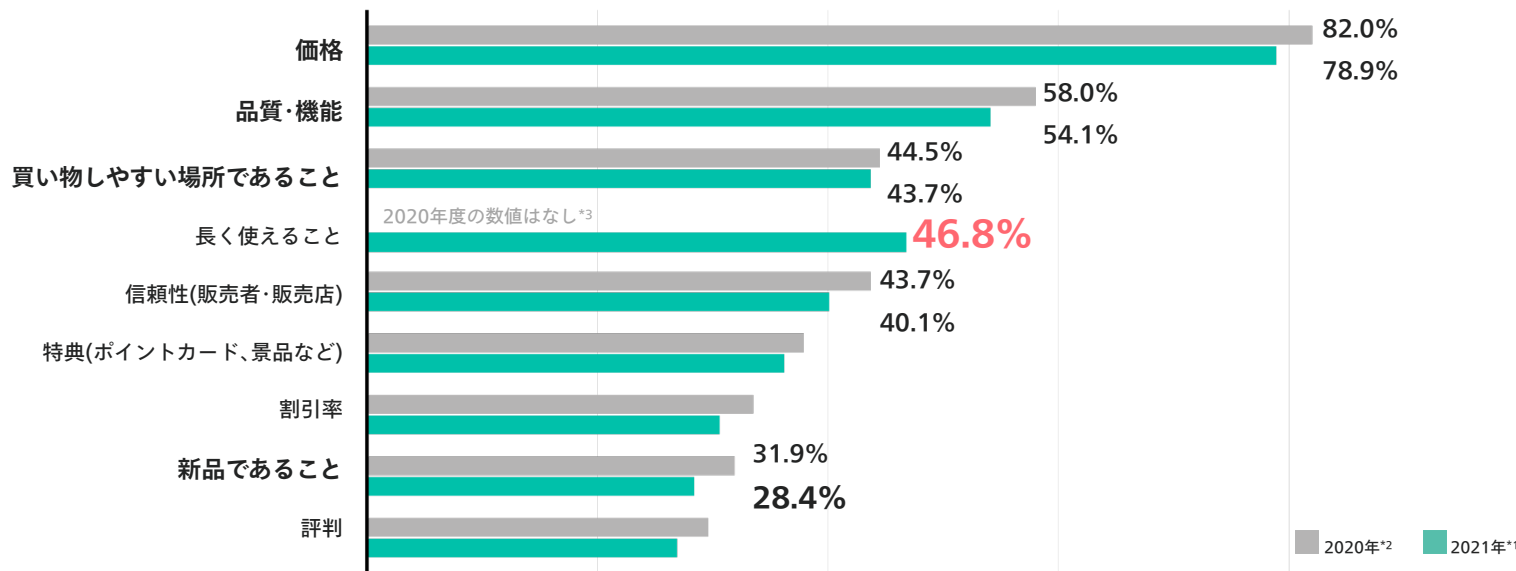
*2：2020年6月に一般生活者に対して調査会社を通じて行ったアンケート調査より（回答数：2,400人）

Awareness / 「捨てる」以外の選択肢をより身近に

mercari

そして、商品を購入する際に重視していることとして、「新品であること」と回答した人が減少しているだけでなく「長く使えること」も「価格」「品質」「場所」について、重要な要素になっていることが分かります。

▼ 商品を購入する際に重視していること



*1：2021年7月に一般生活者に対して調査会社を通じて行ったアンケート調査より（回答数：3,098人）

*2：2020年6月に一般生活者に対して調査会社を通じて行ったアンケート調査より（回答数：2,400人）

*3：2020年度の調査では、選択肢の中に「長く使えること」が含まれていなかったため数値の記載はなし

■ グリーンフライデー

昨今、過剰生産過剰消費が懸念されているものの一つである「洋服」に着目。プロの「スタイリング」という手段により、今あるものを再活用して新たな価値を再発見してみまじょうと提案するための「新作ゼロ」のグリーンフライデーファッションショーを実施



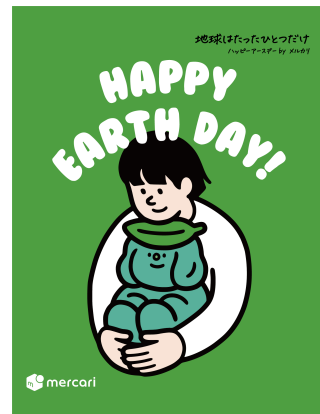
■ 捨てない大掃除

カジタク様が提供するプロの整理収納サービス「片付け名人プラン」でお片付けをする際に、不要品を捨てるのではなく、「メルカリ」もしくはブックオフ宅配買取へ仕分けし、出品や買取方法を指南・サポートするサービスを展開



■ HAPPY EARTH DAY

美しい自然環境に感謝する日として4月22日に制定されている「アースデー」にちなみ、「身近なエコ」を基軸としたワークショップとSNSキャンペーン、そしてオリジナル梱包資材配布の3コンテンツで構成された「学べる・広げる・届ける HAPPY EARTH DAY!プロジェクト」を実施



Education / FY2021の取り組み実績

mercari

一人ひとりの行動を変えていくためには、ものを大切に使うことの重要性を知ることが大切です。
そのためメルカリでは、青少年向けの教育プログラムを開発し、全国に向けて授業を展開しています。

レベル 1

ものやお金の大切さに気づく

小学生向け

- ・価値交換体験プログラム「メルカリ先生からの挑戦状」開発・実施

レベル 2

日常生活の中でメルカリを
リユース等の手段として活用するよ
うになる

小学生向け

- ・「メルカリ体験教育～ものとお金の価値を学ぶ～かんさつ帳」開発・コンクール企画実施

中学生向け

- ・「フリマアプリの安心安全な使い方講座」実施
- ・「キャッシュレス決済の安心安全な利用講座」実施

レベル 3

環境・社会問題に関心を持ち、
自ら解決に向けて行動するよ
うになる

中高生向け

- ・「メルカリを通じてSDGsを学ぶプログラム」開発・実施
- ・メルカリ/メルペイを教育題材としたPBL学習

■小学生向け：循環型社会を学ぶプログラム「メルカリ先生からの挑戦状」

「ものとお金の大切さ」を学習してもらうための循環型社会体験プログラムを放課後NPOアフタースクール協力のもと全国14か所約**300名**の小学生に実施*1し、参加者の**90%以上***2がプログラムに満足と回答しました。

以下参加者のコメント

- 「私達がいないものを欲しがっている人がたくさんいることがわかり、おどろきとわくわくの楽しい気持ちがありました」
- 「いない物が他の人のやくにたつ事が分かった」
- 「自分にとっていないものが、ほしいひとがいるとわかった」

*1：オンラインでの開催

*2：参加者300人による事後アンケートより



■ 中高生向け：循環型社会・SDGsについて学ぶ教育プログラムを実施

フリマアプリやキャッシュレス決済の安心安全な利用をテーマにした授業に留まらず、メルカリが循環型社会の実現のために実施している具体的な取り組み紹介や、「企業がなぜSDGsに取り組んでいく必要があるのか」をテーマとした授業を複数の高校で実施しました。

以下参加者のコメント



いらなくなったものを捨てる選択肢だけにするのではなく、地球環境をより良くしていくために自分にできることをしようと思いました。



SDGsについてもっと知りたいとも思いましたしメルカリや他企業が行っている取り組みについてももっと理解していきたいです

メルカリでは今後もさらにフリマアプリ・金融などの領域において、環境やSDGsなどの観点もふまえた教育関連の取り組みを進めていきます。

■ 本日はお話しすること「循環型社会の実現に向けて」

- 01 SDGsと企業活動について
- 02 企業・団体の取り組みについて
- 03 メルカリの循環型社会の実現に向けた取り組み
- 04 課題解決のアイデア検討



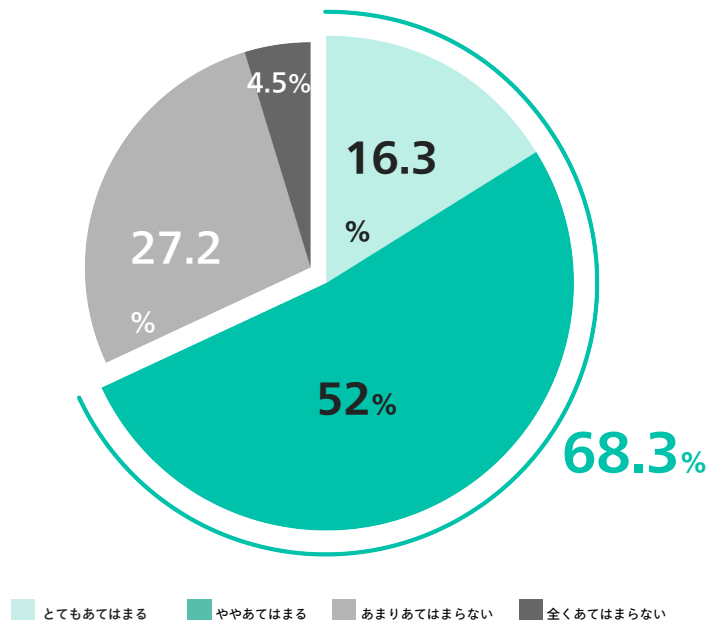
■ バリューチェーン全体で循環型社会を創る

メルカリが実施した調査によると、商品を購入する時に、より長く使えるものを購入したいと考える人は**約46.8%***1。さらに、購入した商品を使わなくなって後悔したことがある人は**68.3%***1にも及びます。

このように、お客さまがどのような商品をお求められているのか、購入した商品がどのように使われているのかなどのさまざまな情報を小売・メーカー等の一次流通企業様に連携することによって、バリューチェーン全体でよりプラネット・ポジティブな生産消費サイクルを実現できる可能性があると考えています。

また、「使わなくなった商品はメルカリで簡単に売ることができる」という実感によって、これまでなるべく安いものをお買入しようと考えていた人にとっても、「少し高くても良いから、より良いものをお買入しよう」というマインドに少しずつシフトしていけば、新たな購買行動を促進し、経済全体の活性化にも貢献できると考えています。

▼ 購入した商品を使わなくなって後悔したことがある



*1：2021年7月に一般生活者に対して調査会社を通じて行ったアンケート調査より（回答数：3,098人）

Collaboration / FY2021の取り組み実績

mercari

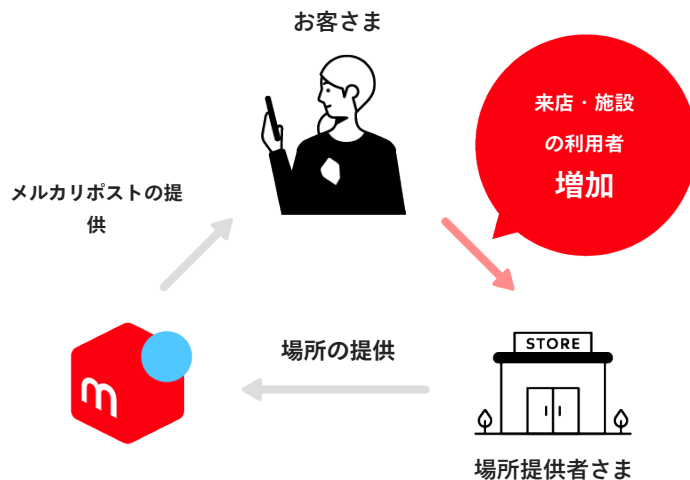
■メルカリリペアショップ

店舗スタッフがメルカリでの出品方法を教えるサポートや、メルカリで売れた商品の梱包サポート、梱包資材の販売を行います。また、そのまま投函して発送ができるメルカリポストを設置したり、メルカリで会員登録済みのお客さまは、店頭での修理・ケアサービスが10%割引料金で受けられるサービスなどを通じて、リペアショップにとっても来店促進の効果を期待できます。



■メルカリポストの設置

リペアショップだけでなく、クリーニング店などにおいても、メルカリで売れた商品が発送できる無人投函ボックス「メルカリポスト」の設置を進めています。



■メルカリ寄付「サーキュラー・エコノミー」

メルカリの売上金を希望する自治体等の団体に寄付できる「メルカリ寄付」という機能をメルカリのアプリ内で提供しており、これまでに自治体や公益目的事業団体など23団体が寄付先として掲載されています。

また、この寄付先として、2021年5月28日から6月21日まで、循環経済（サーキュラー・エコノミー）を推進するNPO団体などを新たに公募しました。今後、こうした団体が寄付先に加わることで、お客さまがメルカリを通じてリユースするだけでなく、循環型社会の実現を推進する団体に直接寄付することもできるようになります。



■ 国際的イニシアチブへの参加

気候変動に関するさまざまな国際的イニシアチブへ参加しています。

2021年7月に TCFDへの賛同を表明し、同月 CDPの質問表へ回答しました。



Transform the way we run our company to be more sustainable

~2022年6月 ~2023年6月 ~2030年6月

Scope
1+2

2022年6月までに75%削減
(オフィス電力を100%再エネへ)

2030年までに100%削減

Scope
3

ステークホルダーエンゲージメントを深め
アクションの深掘りと目標値の精緻化を行い、
2年以内にSBT認定を取得する

具体的な
アクションの実行

Action / Minimizing the negative impact

mercari

Roadmap

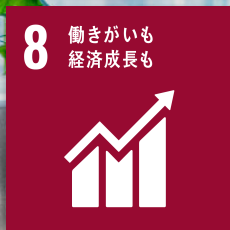
～2022年6月	～2023年6月	～2030年6月	2030年以降
SCOPE1+2 75%削減 (オフィス電力を100%再エネへ)	ステークホルダーエンゲージメント/ SBT認定	SCOPE1+2 100%削減 SCOPE3具体的なアクション実施	プラネットポジティブ

SCOPE1	燃料	鹿島アントラーズFCにおけるスタジアムや関連施設、社用車などに係る燃料の見直し
		カーボン・オフセットの活用
		出張時の移動手段におけるよりプラネット・ポジティブな選択
SCOPE2	電力・熱	再エネ導入 (非化石証書・Jクレジット等)
SCOPE3	調達 (データセンター、広告、その他調達)	サプライヤーエンゲージメント 調達指針により、環境に配慮したサプライヤー選定
	梱包材 (メルカリ専用BOX)	リユースを前提とした梱包資材開発
		梱包レス取引の検討
お客さまの取引に関わるCO2	配送	近距離取引の推奨、低炭素配送の研究
		カーボンオフセット (再エネ・吸収源クレジット等)
	取引 梱包 廃棄	サステナブルなお買い物スタイルの発信
		リユース・リサイクル梱包、プラ梱包削減推進
		商品のアップサイクル・リサイクル推進



ダイバーシティ & インクルージョンの体現

mercari



多様性にあふれるマーケットプレイスの実現を目指して

多様性にあふれるマーケットプレイスの実現を目指して

mercari

メルカリは「新たな価値を生み出す世界的なマーケットプレイスを創る」
というミッションを掲げ、世界への挑戦を続けています。

世界は、私たちの想像を超えるような多様性にあふれています。あらゆる人が自分らしく生き、ポテンシャルを発揮して活躍できる社会を目指す「Diversity & Inclusion」という考え方は、メルカリがミッションを達成するために不可欠な存在です。私たちは、多様なメンバーの経験・知識・意見を結集させ、日本発の企業としての文化を生かしながら、メルカリらしい「Diversity & Inclusion」を推進していきます。

ジェンダー・アイデンティティ、性表現、性的指向、宗教、信条、ニューロ（脳や神経）、障がい、民族、国籍、人種、年齢など、ここには書ききれない多様なバックグラウンドがこの世の中には存在します。メルカリはそれらによって個人が決めつけられることのない平等な機会を提供し、一人ひとりがバリューを発揮できるような組織や環境を目指しています。また、私たちが「Diversity & Inclusion」を推進するうえで大切にしていることは、数値的なゴールを設定しないことです。それは、全ての個人に向き合い、多様性を尊重するためには、数値にとらわれた意思決定をするのは適切でないと考えているからです。より本質的な多様性への働きかけは、会社や組織が陥りがちな数値的なゴールによるものではなく、そこに関わる全ての個人の思想や行動によって示されるはずで、多様でインクルーシブな組織・カルチャーを創るために、構造的課題を解決するためのアクションにコミットします。

※D&I Statement



■ Opportunity / 機会

- 組織におけるD&Iの推進により、さまざまなバックグラウンドを持つ人材が働きやすくなる環境やカルチャーが生まれ、より多様で幅広い分野のプロフェッショナル人材を獲得しやすくなる
- 多様なニーズを汲み取る制度の拡充により、リテンションの最大化、既存社員のタレント活用が期待できる
- プロダクトおよびサービスのアクセシビリティ向上を通して、より多くのお客さまにSeamlessな売買体験を提供できる。また、今存在しない新たな使いやすい機能が誕生する可能性がある

■ Risk / リスク

- 特定のグループにとって使いづらいプロダクト・サービスになっているという指摘・批判
- コーポレートメッセージやマーケティング施策に対するD&I観点での指摘・批判

■お客さまにとっての「使いやすさ」を追求

より豊かな売買体験の追求と、お客さま同士のコミュニケーション活性化を通じ、多様なバックグラウンドを持つお客さまにとって使いやすいプロダクト・サービスを展開する

多様なお客さまのニーズを理解することにより、アプリそのものが使いやすくなるだけでなく、メルカリの利用を通じてインクルーシブな考え方やコミュニケーションの方法を社会に広めていくことができると考えています。

■全社員にとって公平な機会がある組織の構築

構造的不平等をデータによって可視化し、自浄し続けられる仕組みとカルチャーを構築する

一企業として公平な社会づくりの一翼を担い、Try & Errorの事例を対外的に発信していきます。そうすることで、D&I推進に対する知見が広まり、社会にポジティブなインパクトをもたらすことができると考えています。



お客さまにとっての「使いやすさ」を追求

開発体制の改善

プロダクトのアクセシビリティ・インクルージョン・国際基準実装に向けた勉強会等

機能改善

多様なニーズを持つお客さまにとって使いやすいサービスにするための機能改善

多様なバックグラウンドを持つお客さまの
ニーズの理解と機能改善

メルカリ

より豊かな売買体験

お客さま

多様な視点でのインサイト /
多様なバックグラウンドを持つお客さまの声

お客さまの声を聴く

お客さまからの声を通し、多様なバックグラウンドを持つお客さまのニーズを汲み取る

実施中

実施予定

Action / 全社員にとって公平な機会がある組織

mercari

構造的不平等を人事データによって可視化し、自浄し続けられる公平な仕組みとカルチャーを構築

採用活動

選考通過率をトラッキング。
ジェンダー別・部門別・Japanese/
Non-Japanese別など

キャリアサポート

全社員がキャリアディスカッション
を定期的に行うための仕組みづくり
とその実施

外部D&I監査の導入

客観的に人口統計学的分析、
制度・規則・エンゲージメントサーベ
イ分析等を実施

登用プロセスの改善

管理職の登用候補者プールを
部門ごとに作成・分析

入社

オンボー
ディング

業務

育成

評価

登用 &
異動

退職

対話の場

組織のD&I推進に関する対話の
場を半年に1度、部門ごとに実施

タレントマネジメント

部門ごとにD&Iデータ分析を
実施し、育成プランに活用

成長機会の提供

管理職登用候補者向け
育成プログラムの実施

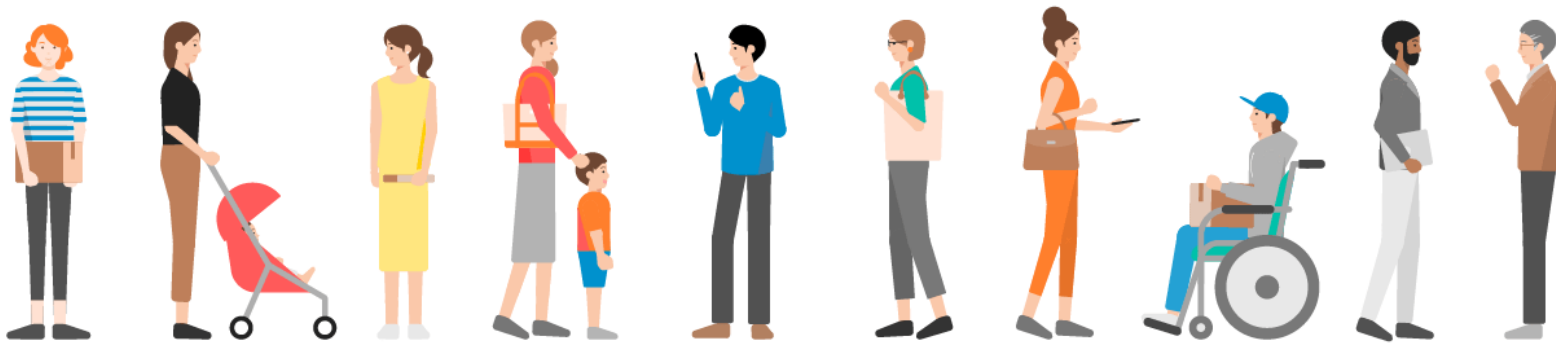
異動プロセスの改善

異動制度使用率をトラッキング。
国籍別・ジェンダー別・グレード別など

SUSTAINABILITY REPORT

実施中

実施予定



2021年6月期従業員情報（メルカリグループ）

mercari

● 連結従業員数 *1	1,744人
● 年齢層 *1	20代 24.8% / 30代 54.6% / 40代 17.3% / 50代 3.0% / 60代 0.4%
● 全従業員に占める女性の割合 *1	32.5%
● 女性役員比率 *1	22%
● 女性管理職比率 *1	17.7%
● 育児休暇取得率*2	89%：男性 41人（取得率84%） / 女性 22人（取得率100%）
● 育児休暇後の復職率 *2	95%：男性 15人（復職率100%） / 女性 23人（復職率92%）
● 育児休暇後、12ヶ月経過時点の定着率 *2	93%：男性 49人（定着率91%） / 女性 14人（定着率100%）
● 従業員のスキル向上のために実施したプログラムの種類 *3 (MGR：マネージャー対象)	- ピープルマネジメント研修 （MGR） - コーチング研修 （MGR） - 言語学習プログラム - やさしいコミュニケーション研修 - 無意識バイアスワークショップ

*1 株式会社メルカリ、株式会社メルペイ、株式会社Souzoh、株式会社メルコイン、株式会社鹿島アントラーズ・エフ・シー、Mercari, Inc. (US)を含む

*2 株式会社メルカリのみ（グループ会社は含まない）

*3 株式会社メルカリ、株式会社メルペイ、株式会社Souzoh、株式会社メルコイン対象

8 働きがいも
経済成長も



9 産業と技術革新の
基盤をつくろう



17 パートナーシップで
目標を達成しよう



個人/企業のエンパワーメントを通じて地域課題の解決に貢献

個人/企業のエンパワーメントを通じて地域課題の解決に貢献 mercari

メルカリは、個人と企業をエンパワーメントすることを通じて、
社会課題を解決していくことができると考えています。

例えば、メルカリは自分でモノを売ったお金や、お得に手に入れたモノで、
趣味やオシャレを思いきり楽しんだり、個々人のスキルを活かしたハンドメ
イドの商品を出品したり、新しいことにチャレンジできる「一人ひとりの自
己実現」を支える手段にもなります。

また、個人や中小の企業の方々には、かんたんにモノを販売できる「メルカ
リShops」にネットショップを出店していただき、販路拡大の機会を得るこ
とが可能になります。また、メルペイの提供する利便性の高い決済サービ
スや、データを活用したサービスなどを通じて、さらなるビジネスの成長機
会を提供できると考えています。

人口減少や少子高齢化など、日本が抱える課題は、地方においてより深刻な
かたちで顕在化しています。地方への人口の流入を増やし、活気のある地域
経済と安定した雇用を創出し、若者・子育て世代のエンパワーメントをす
ることは、非常に重要な課題となっています。

私たちは、地方自治体との連携などを通じて、こうした地域の課題に対
して、個人や企業をエンパワーメントし、地域経済の活性化や地域の方々が自
ら課題を解決できる仕組みの構築を支援していきます。



■ Opportunity / 機会

- 地域経済活性化と同時に、当社としての取引量の増加にもつなげることができる
- 公共団体との連携や社会課題解決に取り組むことにより企業イメージの向上にもつなげることができる
- 社会的な公器として、デジタルに抵抗感がある住民層に対しても、自治体との連携によって培われた信頼感をもとに、信頼獲得や利用促進ができる

■ Risk / リスク

- 自治体・地域に着目することが、有望な中小・零細企業との連携を実現するための最適解とは限らない。地域活性化に実際に寄与する連携を実施することが必要
- 寄付や連携先を増やすことが、直ちに実際の寄付額やビジネス寄与につながるわけではなく、こうした実態を伴った施策とすることが必要

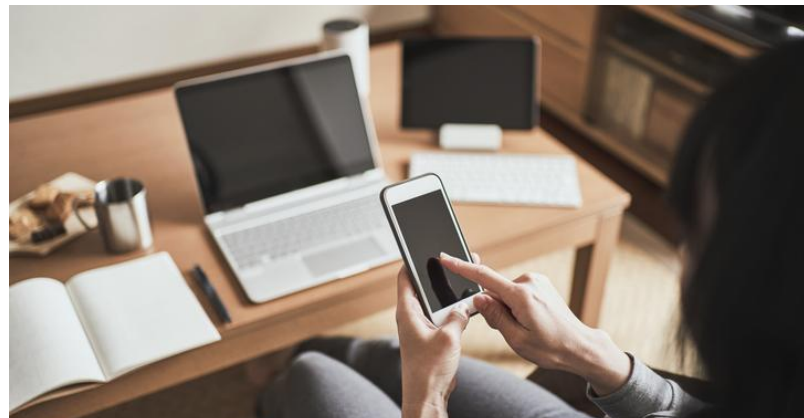
■ 地域経済活性化、地域におけるエンパワーメントの機会創出

メルカリの利用を通じて生活に
ポジティブな変化が起きた人の割合が経年で増加していること

2021年にメルカリが実施した調査*1では、「メルカリを利用したことによって経験や、生活・お気持ちの変化としてどんなことが当てはまりますか?」という質問に対して、メルカリを利用しているお客さまのうち、

約46%のお客さまが「**新たな収入源を得ることができた**」と回答し、約63%のお客さまが「**節約ができた**」と回答しています。このようにメルカリは個人に「売る」機会を創出することで、人々の生活を少しでも豊かにすることに貢献しています。

また、約31%のお客さまが「**新しい生きがいや趣味を見つけることができた**」と回答し、約43%のお客さまが「**趣味やファッションをより気軽に楽しめるようになった**」と回答しています。そして、約24%のお客さまが「(インターネット上も含めて) **人とのつながりが増えた**」と回答しており、お金の面だけではなく、心の豊かさにも寄与できていると考えています。



*1：2021年7月に一般生活者に対して調査会社を通じて行ったアンケート調査より（回答数：3,098人）

自治体との連携協定を締結

メルカリグループは、地域の住民や地域に関わる人々の利便性の向上および課題解決に努めるため、各自治体との連携協定を進めています。これまでに、神奈川県、岐阜市(岐阜県)、仙台市(宮城県)、千葉市(千葉県)、箕面市(大阪府)、神戸市(兵庫県)、福岡市(福岡県)、鎌倉市(神奈川県)、鹿嶋市(茨城県)、行方市(茨城県)との**10の自治体**との間で締結が完了しています。

具体的な取り組み事例

- 岐阜市からの派遣研修の受け入れ
- メルカリShopsの利用拡大につながる自治体との連携に向け、自治体や関係する中央省庁との提案面談を20件以上実施
- 企業版ふるさと納税を活用した徳島県神山町に新設される予定の「神山まるごと高専(仮称)」への寄付及びダイバーシティ&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の提携



「メルカリ寄付」への自治体の追加

メルカリの売上金を希望する自治体等の団体に寄付できる「メルカリ寄付」という機能をメルカリのアプリ内で提供しており、これまでに

13の自治体が寄付先として掲載されています。

また、2021年3月11日より、東日本大震災の被災地である岩手県陸前高田市・岩手県山田町・福島県川俣町を「メルカリ寄付」機能の寄付先へ追加しています。また、8月1日には、福島県富岡町も追加いたしました。この寄付金は復興支援や災害支援をはじめとする自治体活動に役立てられます。

メルカリ寄付

役目を終えたものを、寄付金に。



mercari

16 平和と公正を
すべての人に



17 パートナーシップで
目標を達成しよう



安心してご利用いただけるサービスへ

安心してご利用いただけるサービスへ

mercari

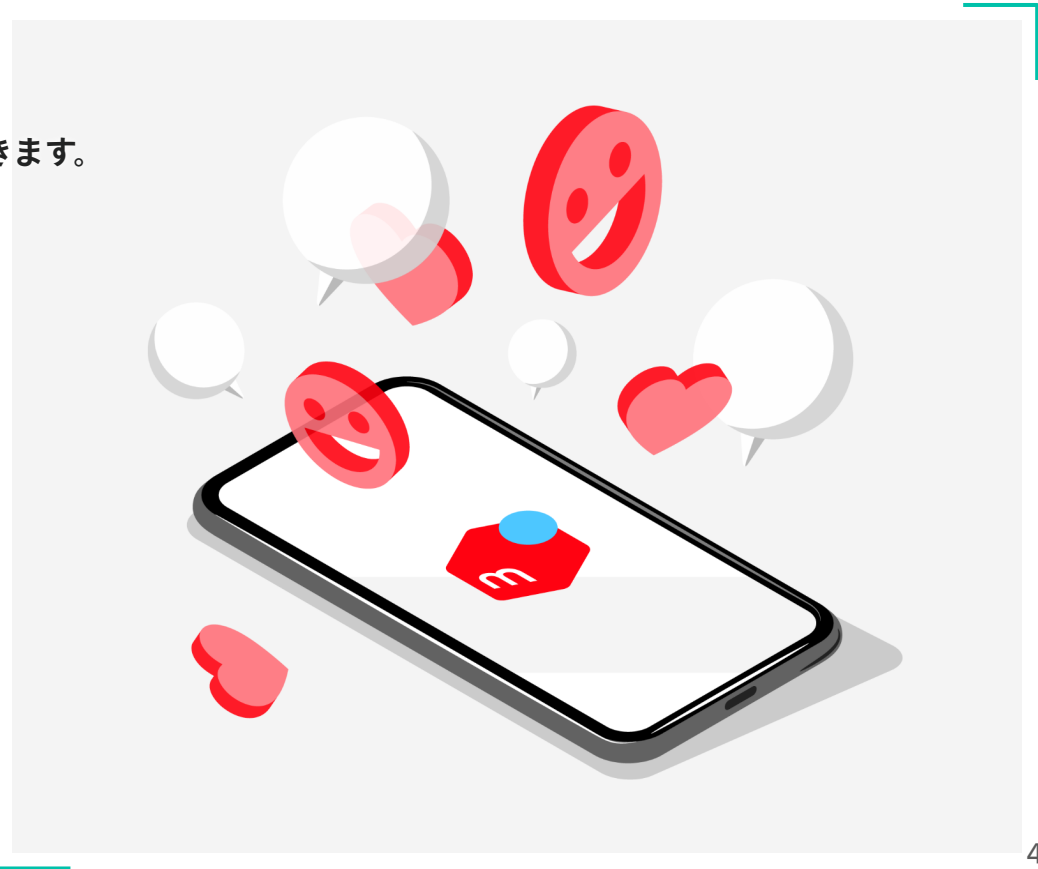
より多くのお客さまにご利用いただくために、
「安心・安全・公正」な取引環境を実現していきます。

メルカリグループのサービスを、多くの方々にご利用いただくためには、個人間で自由に取引ができるマーケットプレイスとしての公正さを担保しながらも、お客さま、加盟店さま、パートナー企業さまなど、あらゆるステークホルダーの方々が、「安心感」を持ってご利用いただける取引環境を整備することが最も重要であると考えています。

そのため私たちは、ステークホルダーのみならず身体的・精神的・金銭的なトラブル（被害や不快経験）を未然に防げるよう、また万一の場合は迅速・的確に、解決できる「安心・安全・公正」な取引環境を整備していきます。

このような「安心・安全・公正」な取引環境の実現に向けて、お客さまへの寄り添いの方の質を継続的に向上させていくだけでなく、テクノロジーの力を駆使し、できるだけ未然に、できるだけ早く、トラブルに繋がるような取引をなくしていく取り組みを行っています。

さらに、自社内だけでなく、関係省庁・消費者団体・NGO・学術関係者・他企業などとの積極的な情報・意見交換を行うことで、取引のポリシーを常にアップデートし続け、不正な取引の検知の質を高める取り組みを行っています。

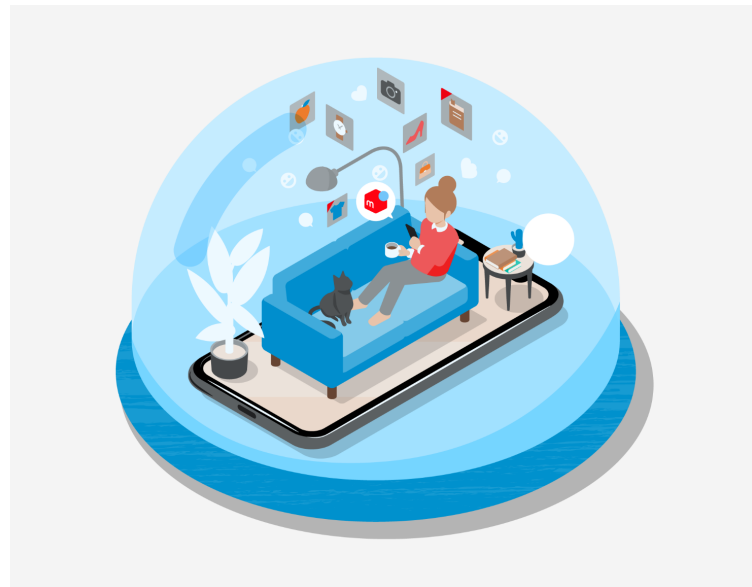


■ 安心・安全・公正なサービスであると感じるお客さまを増やす

「メルカリは安心・安全・公正なサービスを提供していると思う」という調査項目への回答率

92.4% (昨年対比+3.9pt)

実際に、2021年3月にメルカリが実施した調査*1では、メルカリを利用しているお客さまのうち、92.4%の方がメルカリは安心・安全・公正なサービスを提供していると思う、と回答しています。



*1 :2021年3月にメルカリをご利用いただいているお客さま5万人に対して実施したアンケート調査より (回答数 : 2,733人)

テクノロジーによる安心・安全な仕組みづくり

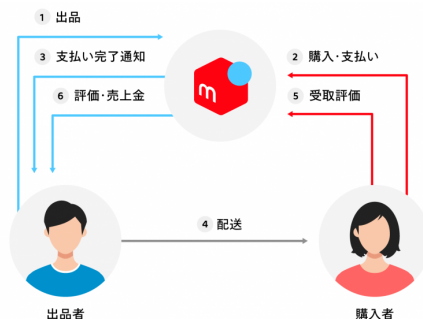
■ 不正検知システムの継続的改善

不正検知システムを活用し、不正な取引を検知し、未然に対処するための仕組みを構築しています。積み上げた事例を元にAIなどを駆使して更に不正検知の精度を上げていく取り組みを行っています。



■ 安心できるお金のやりとり

商品代金を一時的にメルカリがお預かりするエスクロー決済システムをすべての取引に採用することにより、「商品を発送したのに代金が支払われない」「支払ったのに商品が届かない」等、お金に関するトラブルを防止しています。



■ 匿名配送

配送方法で「らくらくメルカリ便」、「ゆうゆうメルカリ便」を選択することで、出品者と購入者が互いに名前や住所を知らせることなく取引ができます。また、配送時のトラブルにより商品紛失・破損等が発生した際には、メルカリがサポートします。



社会的変化に応じたポリシーのアップデート

法令に違反する商品や社会的に出品が好ましくないモノが流通しないよう、メルカリジャパン CEOを委員長とするマーケットポリシー委員会を設置し、禁止出品物・行為のポリシーと検知ルールを策定し適用しています。



FY2021の主な活動実績

- マーケットプレイスのあり方に関する有識者会議の立ち上げ
- マーケットプレイスのあり方に関するお客さまとの座談会
- 「マーケットプレイスの原理原則」の策定・公開
- 「マーケットプレイスの原理原則」に基づくメルカリガイドのアップデート
- ファーストリテイリングとの安心・安全な取引環境の構築に向けた包括連携協定締結
- 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の立ち上げ/運用

今後の活動方針

- 安心・安全な取引環境の実現のための注意喚起アラート機能の実装
- 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の議論に基づく運用方針のアップデート

マーケットプレイスの基本原則

(2021.1に公開)

多様で自由なマーケットプレイスを創るためには、お互いの価値観や立場を尊重することを前提としながら、参加する全ての人の拠り所となるような基本的な考え方が共有されていることが重要です。

私たちはこれを「マーケットプレイスの基本原則」として作成しました。今後、社会情勢の変化や、みなさまとの対話を通じて基本原則の見直しを行っていきながら、みなさまと一緒に、より良いマーケットプレイスを創っていきたいと思います。

3つの基本原則

- 信頼できること

Trustworthy



- 安全であること

Safe



- 人道的であること

Humane



省庁・団体・企業との ネットワークを通じた情報の収集と それに伴うサービス改善

メルカリでお客さまがトラブルに巻き込まれるのを未然に防ぐために、国民生活センター・消費生活センターとの情報交換や青少年向けの勉強会やイベント等を積極的に行っています。

模倣品や医薬品などの法令で流通が禁止される商品、法令違反ではないが製品安全上の問題があると指摘された商品や不正な取引の最新の傾向などについて、業界団体や省庁の連絡会合への参加やそこで得られた知見に基づき、ポリシーのアップデートや新たな対策を行っています。

FY2021の主な活動実績

- 権利者保護プログラムのウェブページ運営開始
- ウェブページ公開により、本プログラムに基づく削除申立手続きやプログラム加入手続きを簡略化
- 「マーケットプレイスの原理原則」に関する関係省庁や団体・企業などへの説明と今後の連携方針議論
- 政府当局：緊急時の生活必需品に関する情報連携の検討
- 製品安全サポートの開始と製品安全対策優良企業表彰特別賞（審査委員会賞）の受賞
- 全国万引犯罪防止機構：小売業と連携した盗品対策の検討
- 製品評価技術基盤機構（NITE）：製品安全対策の向上のために人的交流

カスタマーサービスによる安心・安全な環境づくり

■ 違反商品・違反アカウントの早期排除

カスタマーサービスが24時間365日稼働し、万が一違反商品が出品された場合や、違反アカウントが登録される場合には、お客さまの目に触れる前に可能な限り早く削除する対応を行っています。



■ お客さまからの通報の分析による再発防止

お客さまからの通報内容やお客さまから寄せられた声を分析し、同様のトラブルや疑いのある取引などが再発しないような防止策を検討しています。



16 平和と公正を
すべての人に



17 パートナーシップで
目標を達成しよう



グローバル化を支える経営体制を目指して

グローバル化を支える経営体制を目指して

mercari

メルカリグループは「新たな価値を生み出す世界的なマーケットプレイスを創る」というミッションのもと、中期的なゴールの一部として、「循環型社会を実現させ、社会に貢献する企業となること」、および「事業のグローバル化を支える経営体制の整備」を目指しています。

このゴールの実現のために、経営の効率性、透明性を高め、意思決定プロセスを更に向上させることを目的として、各種法令やガイドライン、規制関連団体の議論を踏まえ社会的な要請に応えられる経営体制を整備すると同時に、経営として目指すべき姿の議論も重ねながら、コンプライアンスおよびコーポレートガバナンス向上のための各種施策に取り組んでいます。



- メルカリグループに対するステークホルダー（お客さま、社会、株主、投資家等）からの信頼獲得
- メルカリグループのレジリエンス（社会変化や突発的状況への対応力）の向上

- 経済・社会情勢を的確に捉えた迅速な意思決定
- 経営の適法性、健全性、透明性の維持
- お客さま情報の適切な保護と活用
- 経営に影響を与えるリスクの発生可能性およびインパクトの低減



コーポレート・ガバナンスに関わる 実行体制・施策

事業に精通した取締役と客観的な視点を持つ独立社外取締役に構成する取締役会が経営の基本方針や重要な業務の遂行を決定し、監査役会が独立した立場から取締役の職務遂行を監査しています。また、主に独立社外取締役から成る指名報酬委員会を設置することにより、経営陣の指名及び報酬等の決定について、公正性・透明性を確保しています。

- 独立社外取締役 3名選任
- 上級執行役員制度導入、執行と監督の分離
- 指名報酬委員会設置

FY2021の主な取り組み

- 取締役会が中長期の経営戦略議論と経営の監督に注力できるように、業務執行権限を上級執行役員会に権限移譲
- 指名報酬委員会で取締役、監査役および上級執行役員の評価および選任について審議

コンプライアンス・リスクに関わる 実行体制・施策

今後の事業拡大にあたり、社会的責任を果たし、持続的な成長と企業価値向上を図るためには、人材の確保、育成及びコンプライアンスの徹底を重要な課題と考えています。各分野で高い知見を有している人材を採用することに加え、社員への継続的な啓蒙活動等を行うことで、コンプライアンスの徹底に努めています。

- コンプライアンス・リスク管理委員会設置
- コンプライアンス・プログラム作成、モニタリング実施

FY2021の主な取り組み

- コンプライアンス研修（全社員に対する毎月のE-learning、階層別研修、業務別研修を実施）
- 法令等遵守状況のモニタリング（業態に応じ、各規定に定めた内容にて実施）
- 新サービスのリリース時のコンプラチェック・リスク評価
- キャンペーン実施時の広告物内容のリーガル・コンプライアンスチェック
- コンプライアンス・プログラムの着実な遂行
- 定期的なリスクマネジメント（リスク・マトリクスに基づく包括的な検証）

セキュリティに関わる 実行体制・施策

お客さまをはじめとする社会全体の信頼に応え、安心して当社のサービスをご利用いただくために、「情報セキュリティ基本方針」を宣言し、遵守しています。具体的には、グループ横断でセキュリティ対策の継続的な強化やセキュリティに関する注意喚起などに取り組んでいます。

FY2021の主な取り組み

- CISO（Chief Information Security Officer）を中心にグループ横断でセキュリティ強化施策実施

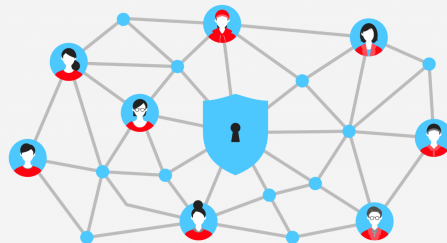


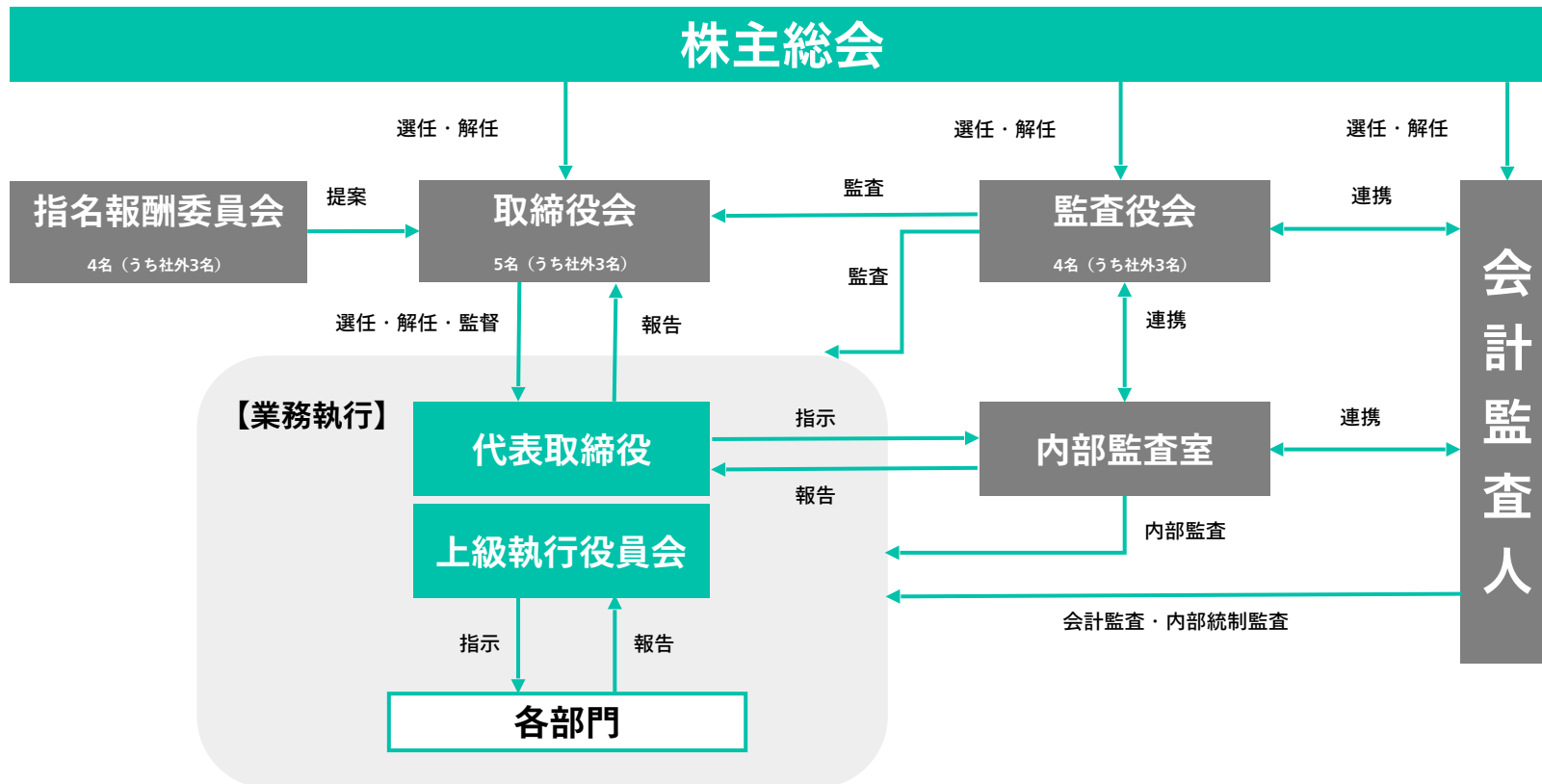
データプライバシーに関する 実行体制・施策

メルカリグループはさまざまなサービスを展開しており、お客さまに関する情報を取得し利用することで、よりお客さまに適したサービスを提供することができます。同時にメルカリグループは、お客さまの情報を取得し扱うことに対して大きな責任があることを認識し、個人情報保護法をはじめとした各種法令やガイドラインを遵守し、お客さまのプライバシーを尊重したうえでお客さまに関する情報を取り扱います。

FY2021の主な取り組み

- プライバシーポリシーにて、お客さまの情報の取り扱い等について公表
- プライバシーガイドにて、プライバシーポリシーの内容をより詳細に、図や具体例を多用しわかりやすく説明
- お客さまに関する情報の活用方法に関する取り組みについて、社内有識者での議論、検討

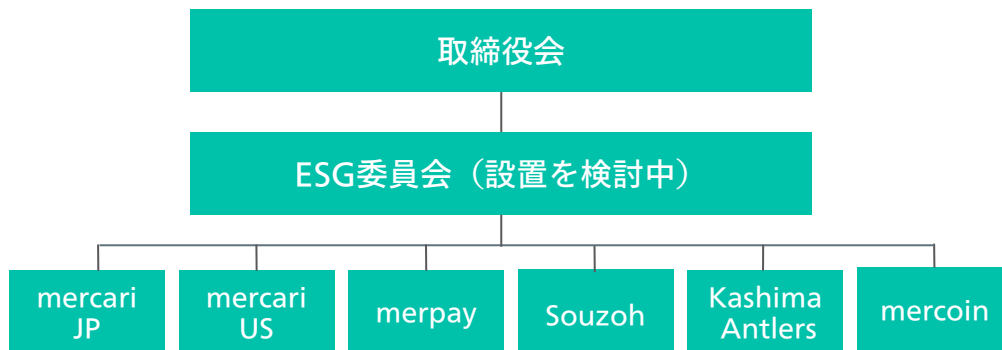




ESGの推進体制

メルカリでは、マテリアリティのアップデートと合わせて、推進体制についても今後強化していきます。具体的には、マテリアリティ毎に担当責任者を設置、KGI/KPIの管理を行います。また、今後、トップマネジメントを含むESG委員会の設立を検討しており、より質の高い意思決定とスピーディなアクションを実現できるような体制を構築していきます。

具体的な体制が決まり次第、ホームページなどで開示をしていく予定です。



マテリアリティ 1 : 循環型社会の実現/気候変動への対応

マテリアリティ 2 : ダイバーシティ & インクルージョンの体現

マテリアリティ 3 : 地域活性化

マテリアリティ 4 : 安心・安全・公正な取引環境の実現

マテリアリティ 5 : コーポレートガバナンス/コンプライアンス

担当責任者（役員レベルを想定）とKGI/KPIを設定し、継続的にPDCA管理

メルカリは、2019年11月以降、継続的に「MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ」の構成銘柄に組み入れられております。

2020 CONSTITUENT MSCI JAPAN ESG SELECT LEADERS INDEX

本指数は、MSCI社が、MSCIジャパンIMIトップ700指数構成銘柄の中から、環境・社会・ガバナンスの評価が相対的に高い銘柄を選別して構成する指数であり、日本の年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）が運用を行う際のESG指数にも選定されています。

改訂履歴

Version	発行日	改定内容
1.0	2021/8/12	Ver1.0発行
1.1	2021/8/13	8ページにおけるインパクトの数値及び文章表現を訂正。
1.2	2022/07/12	P.14の『まだ使えるが不要になったモノを「捨てる」選択をする人のうち「もったいない」と感じる人の割合』を訂正



mercari

株式会社メルカリ

〒106-6118
東京都港区六本木6-10-1
六本木ヒルズ森タワー

© Mercari, Inc.