

FY2024.6 3Q

Presentation Material

mercari

株式会社メルカリのFY2024.6 3Q決算について、スクリプト形式にてご説明いたします。

グループミッション



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

目次

- 1 決算サマリー
- 2 業績予想
- 3 決算概況
- 4 Appendix

決算サマリー

1 FY2024.6 3Qの進捗状況・ハイライト

連結

- Fintechにおける「メルカード」の利用拡大、及び、Marketplaceにおける強化領域が成長を牽引し、過去最高の売上収益を更新
- 中長期の成長に向けて「メルカード」ユーザの獲得や「メルカリ ハロ」への投資を行いつつ、成長と収益のバランスを意識した経営を継続したことで、コア営業利益¹は概ね想定通りに進捗

Marketplace

- GMVはYoY +8%の着地となったが、調整後²コア営業利益¹は41%と想定通り進捗
- 「メルカリ ハロ」の提供を3月6日から開始し、1か月で登録ユーザ数は250万人を突破

Fintech

- 新生活の需要に合わせて「メルカード」ユーザ獲得に向けた投資を強化し、発行枚数は300万枚³を突破。グループシナジー創出も継続的に拡大
- 「メルカード」が成長を牽引し、売上収益はYoY+49%と高成長を継続

US

- 出品増による取引活性化を狙い、米国の主要マーケットプレイスで初となる、手数料負担を販売者から購入者へ変更⁴
- GMV成長率はYoY -9%となったが、課題であった購入数に改善の兆し。調整後⁵営業損失はYoYでの改善傾向が継続

1. IFRS営業利益からその他の収益・その他の費用等を控除した利益(P.43参照)
 2. Marketplace・Fintech間の決済業務委託に関わる手数料を控除した値
 3. 2024年3月22日時点
 4. 2024年3月27日（現地時間）より開始
 5. 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）

FY2024.6 3Qの進捗状況・ハイライトです。

まず連結は、Fintechにおける「メルカード」の利用拡大、及び、Marketplaceにおける強化領域が成長を牽引し、2Qに続き、過去最高の売上収益を更新しました。コア営業利益については、中長期の成長に向けて「メルカード」ユーザ獲得や「メルカリ ハロ」への投資を行いつつ、成長と収益のバランスを意識した経営を継続したことで、概ね想定通りに進捗しています。

Marketplaceでは、強化領域の成長とロイヤルティプログラムによるグループシナジー創出が継続しています。一方で、「メルカリ」のセキュリティ強化に伴い一部ユーザの新規登録時等にエラーが発生したことで、MAUがYoY +3%に留まったことを主要因として、GMVはYoY +8%となりました。調整後コア営業利益率は、「メルカリ ハロ」への投資を含め41%と想定通り進捗しています。

スポットワークにおいては「メルカリ ハロ」の提供を3月6日から開始しました。サービス開始1か月で登録ユーザ数が250万人、パートナー拠点数は全国5万店舗に達しています。

Fintechでは、新生活の需要に合わせて、「メルカード」ユーザ獲得を目的とした投資強化を行いました。その結果、発行枚数は3月22日時点で300万枚を突破し、グループシナジーの創出が継続的に拡大しています。

また、「メルカード」の成長がFintech売上収益の拡大を牽引し、YoY +49%と高い成長を継続しています。

USでは、出品増を通じた取引の活性化に向けて、米国の主要マーケットプレイスで初めて、手数料の負担を販売者から購入者へ変更するなど、将来成長に向けた大胆な施策を推進しました。

引き続きインフレをはじめとする外部環境の影響は継続しており、GMV成長率はYoY -9%となりましたが、購入数に改善の兆候が見え始めています。

利益面では、効率的なマーケティング投資を行ったことで調整後営業損失はYoYでの改善傾向が継続しました。

1 FY2024.6 3Q KPIサマリー

Financial Results Presentation Material

Marketplace	Fintech	US
GMV¹ 2,756 億円 (YoY +8%)	売上収益 116 億円 (YoY +49%)	GMV¹ 234 百万ドル (YoY -9%)
調整後²コア営業利益率³ 41 % (YoY -7ppts)	債権残高⁴ / 回収率⁵ 1,735 億円 (YoY +67%) 99.1 %	MAU⁶ 493 万人 (YoY -2%)

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. Marketplace・Fintech間の決済業務委託に関わる手数料を控除した数値
3. IFRS営業利益からその他の収益・その他費用等を控除した利益(P-43参照)
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末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

続いて、FY2024.6 3QのKPIサマリーです。

FY2024.6
業績予想

2024.6 通期業績予想

- 連結: 売上1,900億円、コア営業利益170億円
- Marketplace: GMV YoY +10% 調整後コア営業利益率 40%

4Q・通期見通し

連結

4Qにおいても、中長期の成長に向けた投資は継続しつつ、収益とのバランスを意識した経営により、通期のコア営業利益は170億円と前年と同等水準の見通し

Marketplace

強化領域¹とロイヤルティプログラムを成長の牽引役とし、プロダクトとマーケティングの両輪で進めることで、4Q GMV成長率は+12%とQoQで改善し、通期GMV成長率はYoY +10%となる想定。調整後コア営業利益率は「メルカリ ハロ」を含めて40%と、期初に掲げた目標値を達成する見通し

Fintech

4Qにおいても「メルカード」ユーザ獲得を目的とした投資を行うことで、期初の想定通り、通期コア営業損失を見込む。一方で、Creditサービスの好調な成長に伴う収益力の向上、及び投資規律の維持により、大幅な赤字は想定しない

US

4Qも規律ある投資とコストコントロールを継続。再成長軌道への復帰に向けて、手数料モデルの変更による取引活性化やリブランディングを通じたユーザ獲得等、主にZ世代に向けたプロダクト改善に引き続き注力する

今期の業績は、売上収益1,900億円、コア営業利益170億円となる見通しです。スライドに記載の通り、中長期の成長に向けた投資を行いつつも、収益とのバランスを意識した経営を推進していきます。

FY2024.6 3Q
決算概況

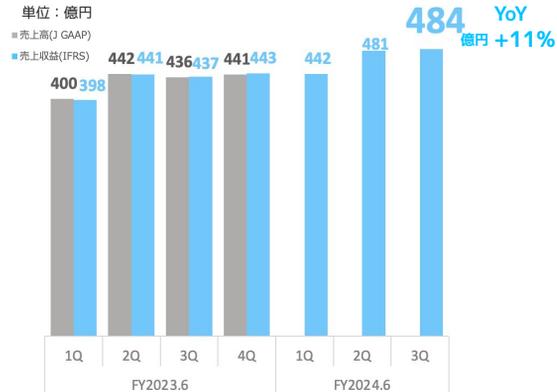
3

連結 売上収益 / コア営業利益（四半期）

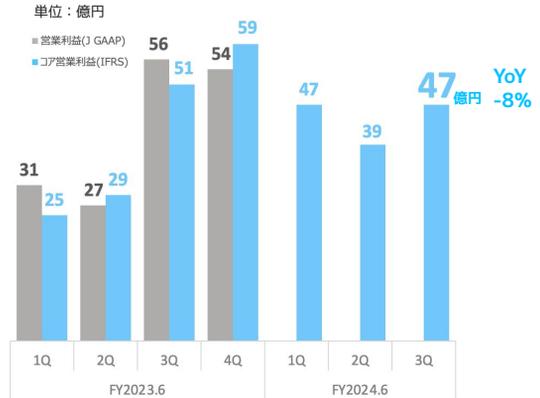
- 過去最高の売上収益を達成し、コア営業利益¹は概ね想定通りに着地

Financial Results Presentation Material

< 売上収益 >



< コア営業利益¹ >



mercari

1. IFRS営業利益からその他の収益・その他の費用等を控除した利益(P.43参照)

10

過去最高の売上収益を達成し、コア営業利益は概ね想定通りに着地しました。

3 Marketplace FY2024.6 3Qの進捗状況

FY2024.6 期初の事業方針

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10%以上、調整後¹コア営業利益率²30-40%を目指す

※GMV成長率の目標値下限の+10%と調整後コア営業利益率の目標値下限の30%は対ではない

- **3Q GMV成長率は一時的に鈍化も、通期はYoY +10%を達成の見通し**
 - ー強化領域の成長とロイヤルティプログラムによるグループシナジー創出が継続。一方で、「メルカリ」セキュリティ強化等の影響を主要因にMAUがYoY +3%と留まったことで、GMVはYoY +8%の着地
- **持続的な成長に向けたプロダクトアップデート**
 - ー3月に「あんしん鑑定」機能や新たな配送方法「エコメルカリ便」等の提供を開始。4Q以降のプロダクトの浸透を通じ取引拡大につなげる。（詳細はP.16、P.17参照）
- **高い収益性を継続**
 - ー「メルカリ ハ口」への投資を含めた調整後コア営業利益率は41%と高い収益性を継続

mercari 1. Marketplace・Fintech間の決済業務委託に関わる手数料を控除した値
2. IFRS営業利益からその他の収益・その他の費用等を控除した利益(P.43参照)

11

Marketplaceは、強化領域の成長とロイヤルティプログラムによるグループシナジー創出が継続しています。

一方で、P.13に記載の内容により、MAUがYoY +3%に留まったことを主要因として、GMV成長率はYoY +8%と一時的に鈍化しました。

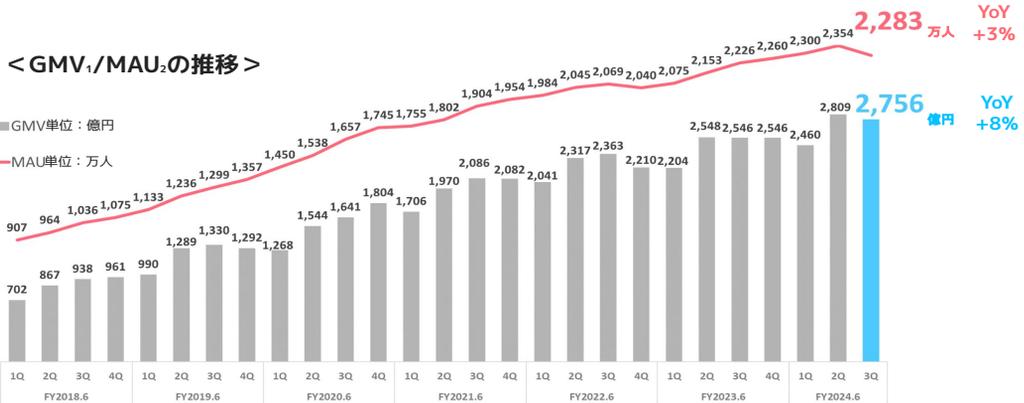
3Qにおいては持続的な成長に向けて3月に「あんしん鑑定」機能や新たな配送方法「エコメルカリ便」等をリリースしました。4Q以降のプロダクトの浸透を通じ、取引拡大につなげていきます。詳細はP.16、P.17を参照ください。

「メルカリ ハ口」への投資を含めた調整後コア営業利益率は概ね想定通りの41%と高い収益性を継続しています。

3 Marketplace GMV / MAU (四半期)

- 主に次ページに記載の要因によりMAUはYoY +3%となり、その結果、GMV成長率はYoY +8%で着地
- 4Q以降はプロダクトとマーケティングの両軸によりGMV成長率の回復を見込む

Financial Results Presentation Material



mercari 1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計。CtoCとBtoCを合算した数値
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の四半期平均の数

主に次ページに記載の要因により、MAUはYoY +3%となり、その結果、GMV成長率はYoY +8%で着地しましたが、4Q以降はプロダクトとマーケティングの両軸によりGMV成長率の回復を見込んでいます。

3 Marketplace 3Q MAU減少の主な要因

主な要因

- セキュリティ強化**
 1月に行った「メルカリ」のセキュリティ強化に伴い、一部ユーザの新規登録時等にエラーが発生し、サービスの利用に影響
- Push通知制限**
 能登半島地震を受けてPush通知制限を行ったためアクセスが減少（2月でPush通知制限を解除済み）

MAUの改善状況

- セキュリティ強化及びPush通知制限による影響について、1-2月比で3月は改善

<2023年10月-2024年3月のMAU推移>



MAU減少の主な要因と今後の見通しについてです。

1月に行った「メルカリ」のセキュリティ強化に伴い一部ユーザの新規登録時等にエラーが発生したこと、及び、能登半島地震を受けてPush通知を制限したことによるアクセス減少などが主な原因でMAUが減少しました。

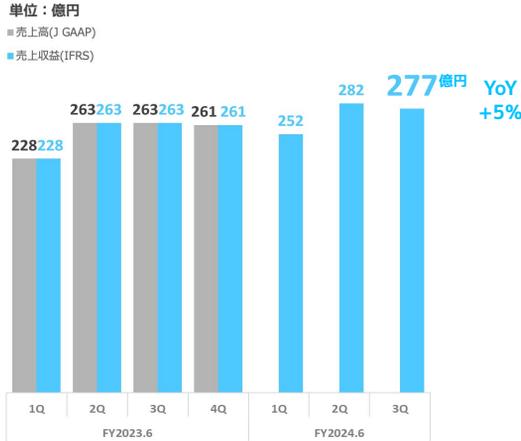
1-2月比で3月は改善しており、引き続き新規ユーザ獲得を推進してまいります。

3 Marketplace 売上収益 / 調整後コア営業利益（四半期）

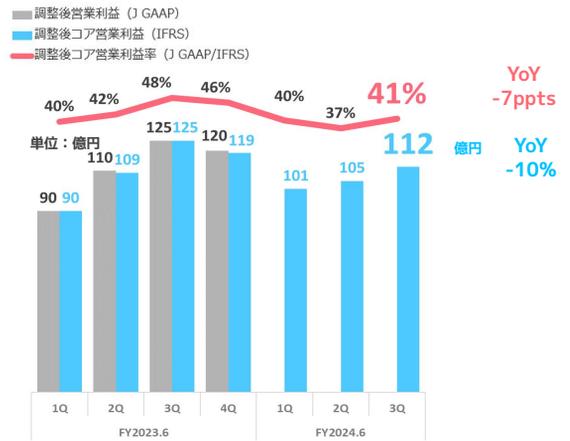
- 新規事業の創出に取り組みつつ、成長と収益のバランスを意識した経営の継続により、調整後コア営業利益率は41%と高い収益性を実現

Financial Results Presentation Material

< 売上収益 >



< 調整後₁コア営業利益(率)₂ >



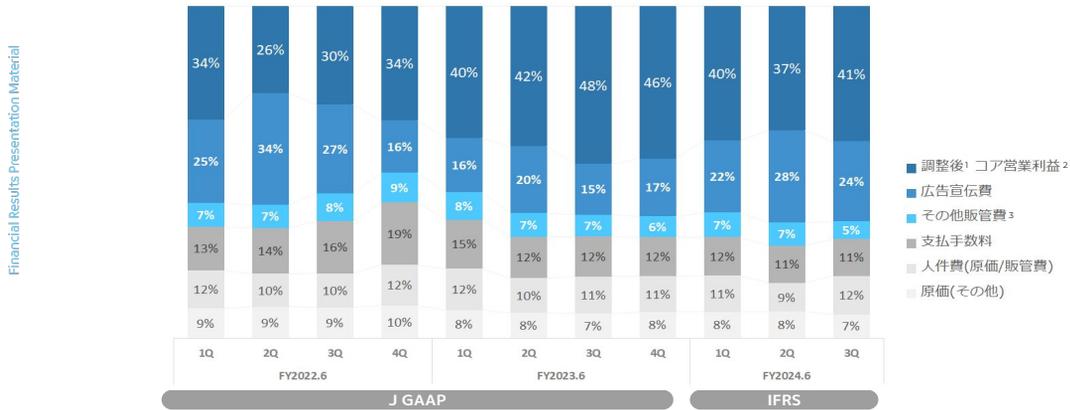
mercari

1. Marketplace・Fintech間の決済業務委託に関わる手数料を控除した数値
 2. IFRS営業利益からその他の収益・その他の費用等を控除した利益(P.43参照)

新規事業の創出に取り組みつつ、成長と収益のバランスを意識した経営の継続により、調整後コア営業利益率は41%と高い収益性を実現しています。

3 Marketplace コスト構成（四半期）

- 既存事業の成長及び新規事業の創出に向けた採用を行った結果、人件費率が上昇するも、規律ある投資により、調整後コア営業利益率は41%と高い収益性を実現



mercari 1. Marketplace・Fintech間の決済業務委託に関わる手数料を控除した数値
 2. IFRS営業利益からその他の収益・その他の費用等を控除した利益(P.43参照)
 3. 業務委託費、地代家賃、減価償却費等

既存事業の成長及び新規事業の創出に向けた採用を行った結果、人件費率が上昇するも、規律ある投資により、調整後コア営業利益率は41%と高い収益性を実現しています。

3 Marketplace GMV成長に向けたプロダクト施策の進捗

高価格商品の取引活性化

- 真贋鑑定サービス「FAKEBUSTERS」と連携し、「あんしん鑑定」機能をリリース



鑑定手数料

商品カテゴリー	料金(税込)
スニーカー	1,900円
トレーディングカード (未開封BOX:1箱あたり)	1,700円
トレーディングカード (シングルカード)	1,700円
バッグ	4,500円

出品簡便化

- 最短15秒で出品が可能な「かんたん出品」機能等を複数リリース



3Qは、高価格帯カテゴリーの強化や出品簡便化にフォーカスした機能の実装に注力しました。

ハイブランド品を中心とした高価格帯カテゴリーを強化すべく、真贋鑑定サービス「FAKEBUSTERS」と連携し、「あんしん鑑定」機能をリリースしました。また、最短15秒で出品が可能な「かんたん出品」機能等を複数リリースしました。今後はキャンペーンやUX改善による認知拡大及び利用促進を目指していきます。

3 Marketplace 配送サービス強化に向けた進捗

- 「メルカリ」のさらなる利用促進と出品体験の向上に向け、配送サービスを強化
- 安価な配送サービスの提供によるユーザ負担の軽減に加え、配送業者の負担や環境負荷軽減を目的とした「エコメルカリ便」の提供を開始

FY2021.6	FY2023.6	FY2024.6
<p>ユーザ負担の軽減</p> <p>「梱包・発送たのメル便」 梱包不要、自宅まで待つだけの配送サービス</p> <p>配送業者の負担の軽減</p> <p>環境負荷の軽減</p> <p>置き配対応 受取人が指定した場所にて非対面で受け取れる置き配サービス</p> <p>ユーザ負担の軽減</p> <p>配送業者の負担の軽減</p> <p>「ゆうパケットポスト」を開始 郵便ポストから発送可能な配送サービス</p>	<p>ユーザ負担の軽減</p> <p>「フルタイムロッカー」 発送対応 マンションの宅配ロッカー「フルタイムロッカー」からの発送に対応</p> <p>ユーザ負担の軽減</p> <p>配送業者の負担の軽減</p> <p>「SMARI」 発送対応 非対面配送サービス「SMARI（スマリ）」からの発送に対応</p>	<p>ユーザ負担の軽減</p> <p>配送業者の負担の軽減</p> <p>「ゆうパケットポストmini」 送料160円で利用可能な匿名配送方法</p> <p>ユーザ負担の軽減</p> <p>配送業者の負担の軽減</p> <p>環境負荷の軽減</p> <p>「エコメルカリ便」New!</p>

「エコメルカリ便」を開始



- 宅配便100サイズまで安価／一律の料金¹⁾
- 置き配指定配送により、配送業者の負担・環境負荷を軽減

ユーザ負担の軽減

配送業者の負担の軽減

環境負荷の軽減

mercari 1. リリース時点では、神奈川県・埼玉県・千葉県の一部5県限定。今後エリア・サイズ拡大を予定

「メルカリ」のさらなる利用促進と出品体験の向上に向け、配送サービスの強化を行っています。

当社は、これまでも梱包不要で自宅まで集荷に来てくれる「梱包・発送たのメル便」や、非対面発送による「ゆうパケットポスト」「ゆうパケットポストmini」、置き配対応等、様々な取り組みを推進してきました。

今回新たに、安価な配送サービスの提供によるユーザの負担軽減だけでなく、配送業者の負担や配送に伴う環境負荷軽減を目的とした「エコメルカリ便」の提供を3月28日より開始しました。

3 Marketplace 「メルカリ ハロ」 (スポットワーク) をローンチ

- 3月6日より「メルカリ ハロ」の提供を1都3県で開始し、開始1か月で登録ユーザー数が250万人¹を突破。パートナー拠点数も5万店舗に達するなど、順調なスタート
- 4月16日以降、サービス提供エリアを全国へ拡大

順調なスタート



主な事業者

- サービス業(コンビニ、小売、飲食、物流、宿泊等)、倉庫作業など多岐にわたる求人掲載

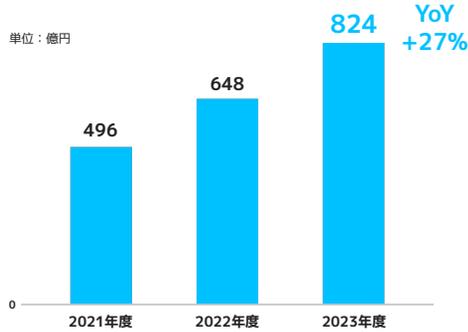


新規事業のスポットワークは3月6日より「メルカリ ハロ」の提供を1都3県で開始し、サービス開始1か月で登録ユーザー数が250万人を突破しています。また、パートナー拠点数も5万店舗に達するなど、順調なスタートをきりました。4月16日以降、サービス提供エリアを全国へ広げ、事業を拡大していきます。

3 Marketplace 「メルカリ ハロ」 (スポットワーク) の成長ポテンシャル

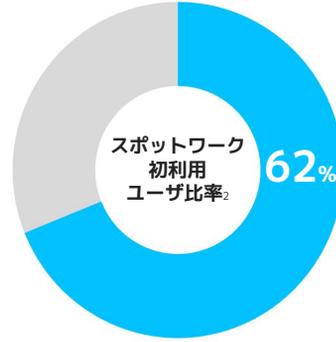
スポットワーク仲介サービスの市場規模

市場規模は拡大基調であり、2023年度は824億円¹の見込み



「メルカリハロ」

「メルカリハロ」利用ユーザの62%²がスポットワーク初利用



1. 出典：株式会社矢野経済研究所「スポットワーク仲介サービス市場に関する調査（2023年）」（2024年2月19日発表）：①市場規模は、単発バイト求人情報サービス市場、短期バイト人材紹介サービス市場、人材マッチングサービス市場の合計値。②単発バイト求人情報サービス市場および人材マッチングサービスは提供事業者売上高ベース。短期バイト人材紹介サービス市場は、調査で得られた定量・定性情報と、厚生労働省による「職業紹介事業報告書の集計結果」（令和3年度）および「毎月勤労統計調査」（令和4年度）を基に矢野経済研究所が推計した「臨時日雇を対象とした職業紹介事業による手数料収入」。2023年度は見込み
2. 3月に「メルカリハロ」で勤務した登録者（回答者数 n=330）

スポットワーク仲介サービスの23年度の市場規模はYoY +27%の824億円と拡大基調にあり、大きな成長ポテンシャルがあると考えています。

「メルカリ ハロ」で勤務したユーザへの調査によると、スポットワークサービスを初めて利用するユーザの比率は62%と高く、メルカリの登録情報を活用することで簡単に利用が可能であるという強みを活かして、潜在ユーザの掘り起こしを通じた市場拡大に寄与していると考えています。

3 Fintech FY2024.6 3Qの進捗状況

FY2024.6
期初の事業方針

「メルカード」ユーザ獲得に注力し、グループシナジーの強化を図る

- 「メルカード」ユーザ獲得によるグループシナジー拡大
 - 新生活需要に合わせた投資強化が奏功し、発行枚数は300万枚を突破。グループシナジーの創出が進捗（詳細はP.22を参照）
- 売上収益は高成長を継続
 - 債権残高がYoY +67%で順調に伸長し、売上収益はYoY +49%と高成長を継続。債権回収率も高い水準を維持
- 暗号資産業界における口座数の伸びを牽引
 - 口座開設数が200万を突破¹し、業界全体における1年間の新規口座数のうち63%を「メルカリ」での開設が占める²。「メルカリ」内のビットコイン決済回数も提供開始1か月で10万回を突破

mercari

1. 2024年3月末時点
2. 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2月末～2024年2月末

20

Fintechでは、新生活の需要に合わせた「メルカード」ユーザ獲得を目的とした投資強化が奏功し、「メルカード」発行枚数は3月22日時点で300万枚を突破しました。これに伴い、今期の事業方針に掲げているグループシナジーの創出が順調に進捗しています。グループシナジー創出状況の詳細はP.22を参照ください。

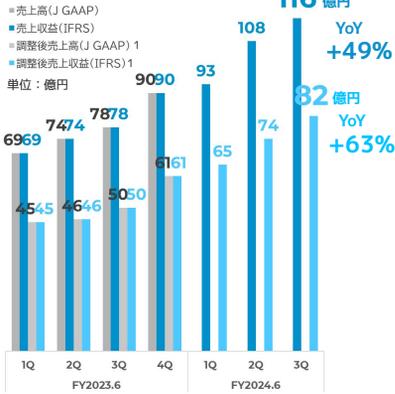
また、順調なCreditサービスの成長により、債権残高はYoY +67%と伸長し、売上収益はYoY +49%と高成長を継続しました。債権残高が増加する中、債権回収率も高い水準を維持しています。

サービス開始1周年を迎えた暗号資産取引サービスの口座開設数は、3月末時点で200万を突破しました。一般社団法人暗号資産取引業協会が発表している暗号資産業界全体における1年間の新規開設口座数のうち、63%が「メルカリ」での開設であり、業界における口座数の伸びを牽引しています。また、2月15日より提供開始した「メルカリ」内におけるビットコイン決済機能も利用が進み、提供開始1か月で決済回数10万回を超え、「メルカリ」ユーザにとって暗号資産がより身近な存在になってきています。

3 Fintech 売上収益 / コア営業利益（四半期）

- 「メルカード」が成長を牽引し、売上収益はYoY +49%
- 「メルカード」ユーザ獲得を目的とした投資強化に伴い、コア営業損失を計上

<売上収益>

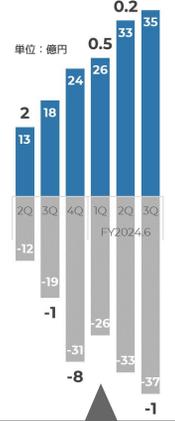


<コア営業利益>



<コア営業利益の内訳>

- 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



「メルカリ」GMV増加等のシナジー創出に伴い、「メルカード」関連投資についてはMarketplaceと共同で行う枠組みに1Qより移行。Marketplace分もあわせた「メルカード」関連のトータル投資額は1Q以降も継続的に増加

1. Marketplace・Fintech間の決済業務委託に関わる手数料を控除した数値
 2. IFRS営業利益からその他の収益・その他の費用等を控除した利益(注43参照)
 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：コア営業利益(IFRS)から新規サービスへの投資を差し引いた額

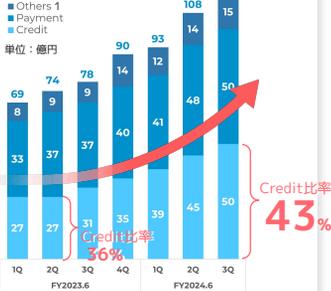
「メルカード」の成長が牽引し、売上収益はYoY +49%の116億円となり、高い成長を継続しています。
 3Qは計画通り、「メルカード」ユーザ獲得に向けた投資強化を行った結果、コア営業損失を計上した一方で、新規サービスへの投資を控除した利益は順調に伸長しました。

3 Fintech 「メルカード」によるグループシナジーの創出状況

Financial Results Presentation Material

Fintechの収益力強化

「メルカード」開始時と比較し、Credit売上収益比率が36%から43%に伸長。
Fintech売上収益の成長を牽引



Marketplace GMVのさらなる成長

「メルカード」保有者による「メルカリ」利用ARPU²向上³

約50%増

Marketplace内の支払手数料削減

「メルカード」開始時と比較し、Marketplaceにおける自社決済比率が+6ppts上昇



1. 株式会社メルコインの売上収益、銀行引き出し手数料、売上金の失効・没収、メルカード再発行手数料等を含む

2. ユーザー人当たりの平均購入金額

3. カード開始以降における全期間加入対象者を対象としたFY2024.6 3Q平均の値。Apple-to-appleな比較を行う観点で、「メルカード」非保有者と、ロイヤルティが高くARPUが高い傾向にある「メルカード」ユーザーとの差をなくした上でARPU上昇率を算出するため、算出に用いる「メルカード」非保有者のARPUに一定の補正を行い、上昇前のARPUを「メルカード」ユーザーと同等のARPU水準に上げた上で算出

4. 「メルカリ」における、メルペイウォレット残高やメルペイスマート払い（翌月払い・定額払い）、ビットコイン決済による決済比率

FY2023.6 2Qの「メルカード」ローンチ以降、参入当初に発表した「メルカード」による狙い（「Fintechの収益力強化」「Marketplace GMVのさらなる成長」「Marketplace内の支払手数料削減」）に対して順調に進捗し、グループシナジーの創出が拡大しています。

まず、「Fintechの収益力強化」においては、「メルカード」ユーザが増加した結果、Creditによる売上収益が伸長し、Fintech売上収益に占めるCreditの比率が「メルカード」開始時36%に対してFY2024.6 3Qでは43%に伸長しました。CreditがFintech売上収益全体の伸びを牽引しており、今後も安定的な増加を見込んでいます。

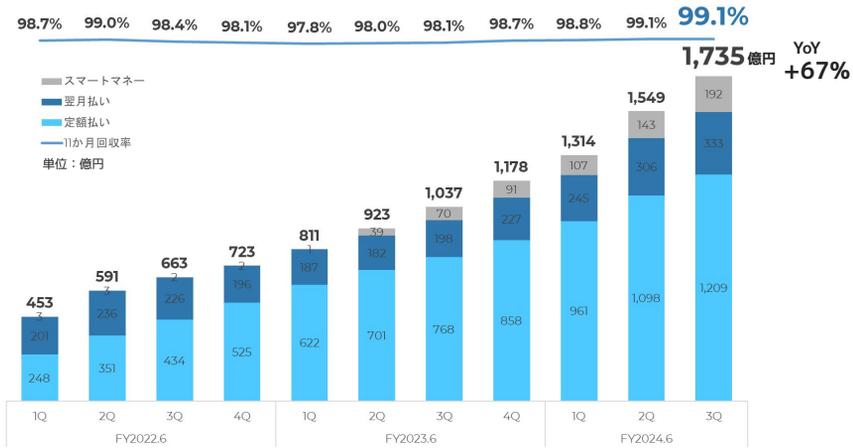
また、「Marketplace GMVのさらなる成長」では、「メルカード」利用者によるFY2024.6 3Q時点の「メルカリ」利用ARPUは約50%増加しており、GMVの成長に貢献しています。

「Marketplace内の支払手数料削減」においては、「メルカード」開始前と比較してMarketplaceにおける自社決済比率が6ppts上昇し39%となり、支払い手数料の削減が進みました。今後も、自社決済比率の上昇を目指します。

3 Fintech Creditサービス債権残高¹ / 回収率²（四半期）

- 債権残高が拡大する中、高い回収率を維持し、健全なサービス提供と財務基盤の構築を両立

Financial Results Presentation Material



mercari

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）

債権残高はYoY +67%の1,735億円となりました。「定額払い」が伸びを牽引し、収益力の強化が進んでいます。
 債権残高が積み上がる中、回収率は99.1%と高い水準を維持し、健全なサービス提供と財務基盤の構築を両立しています。

3 US FY2024.6 3Qの進捗状況

FY2024.6 期初の事業方針

既存ユーザー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



- **手数料モデルの変更とリブランディングを実施**（詳細はP.27、P.28を参照）
 - －取引の活性化を目指し、手数料の負担を販売者から購入者へ変更。将来的なGMV成長への寄与を狙うが、FY2024.6の売上高及び調整後営業利益への影響は軽微の想定
- **調整後営業損失のYoY縮小傾向が継続**
 - －規律のある投資とコストコントロールを実施
- **購入数に改善の兆し、再成長軌道への復帰に向けて注力**
 - －課題であった購入数にも改善の兆しが見られ、再成長軌道への復帰に向け、引き続きプロダクトを中心とした改善に注力

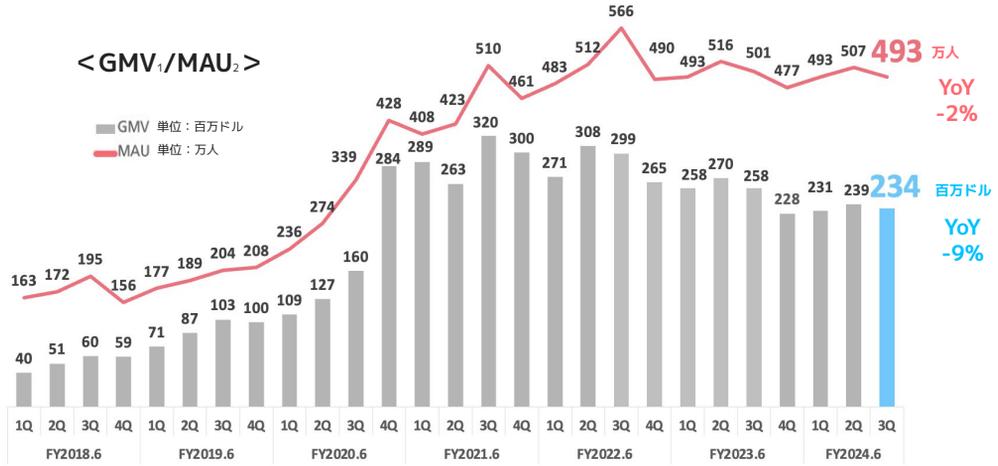
USでは、再成長軌道への復帰に向け、手数料モデルの変更や大幅なリブランディングを行いました。詳細はP.27、P.28を参照ください。

3Q 調整後営業損失は、規律ある投資やコストコントロールを継続した結果、YoYでの改善傾向が継続するとともに、プロダクト改善と効果的なマーケティングが奏功し、課題であった購入数にも改善の兆しが見られました。

3 US GMV / MAU (四半期)

- インフレ等による外部環境の影響は継続するも、継続的なプロダクトアップデートや効果的なマーケティング施策により購入数に改善の兆し

Financial Results Presentation Material



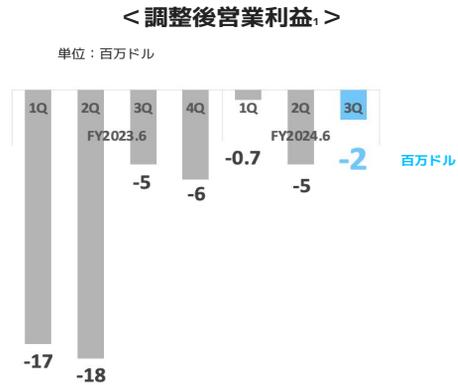
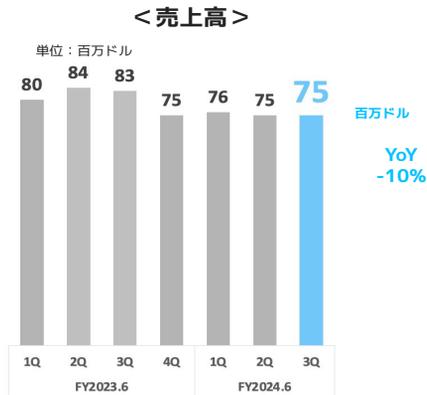
mercari 1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計
2. 1か月に1回以上アプリ又はWEBサイトをブラウジングした登録ユーザーの四半期平均の数

インフレ等による外部環境の影響は継続していますが、継続的なプロダクトアップデートや効果的なマーケティング施策によりMAUは横ばい傾向を維持し、課題であった購入数に改善の兆しが見え始めています。

US 売上高 / 調整後営業利益 (US GAAP/四半期)

- 規律ある投資とコストコントロールを行ったことで調整後営業損失はYoYでの改善傾向が継続

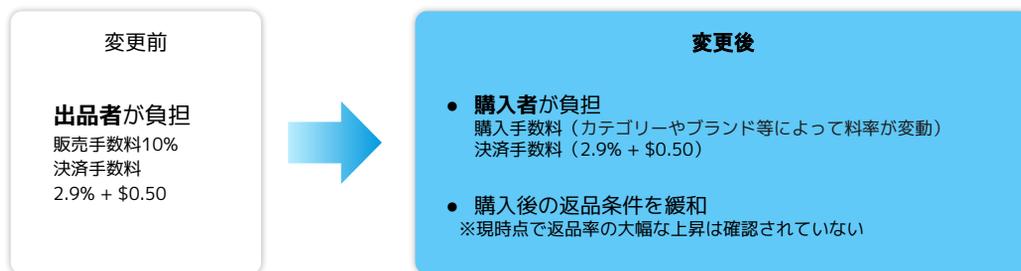
Financial Results Presentation Material



効率的なマーケティング投資の実施やコストコントロール等、筋肉質な経営を行ったことで、調整後営業損失はYoYで改善傾向が継続しました。

3 US 手数料モデルの変更

- 販売手数料を無料化し、購入者が手数料を負担するモデルへ変更することで出品増加に繋げるとともに、将来的に需給に合わせて手数料が変動する仕組みの構築を通じた購入活性化を目指す
- 初速段階ではあるが、出品数や新規ユーザ獲得等のKPIにポジティブな兆候が見られる。なお、FY2024.6の売上高及び調整後営業利益への影響は軽微の想定



将来成長に向けた施策として、米国の主要マーケットプレイスとして初めて販売手数料を無料化し、購入者が手数料を負担するモデルへの変更を行いました。出品に関わる負担を大胆に軽減することで、既存ユーザの出品の促進のみならず、CtoCにおける新たな需要の掘り起こしを目指します。なお、現時点ではカテゴリーやブランド等によって手数料率が変動する仕組みを導入していますが、将来的には、需給を加味した変動も検討していきます。

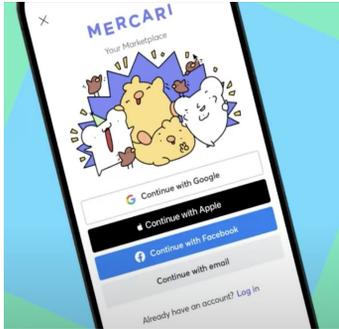
これに合わせて、購入体験の向上に向けて返品ポリシーの変更を行い、購入後の返品条件を緩和しました。

これらの変更により、将来的に取引活性化を通じたGMV成長への寄与を狙いますが、FY2024.6においては、売上高、調整後営業利益ともに影響は軽微の想定です。まだ初速の段階ではありますが、現時点で返品率の大幅な上昇は見られず、出品数や新規ユーザ獲得など、関連するKPIにポジティブな兆候が確認されています。

3 US Z世代の獲得に向けた取り組み

Z世代獲得に向けたリブランディングを実施

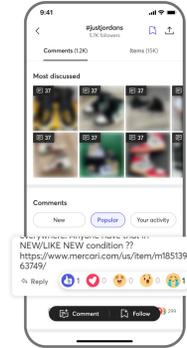
キャラクターの活用をはじめとするデザインの大胆な刷新を行い、Z世代への訴求力向上を目指す



mercari

コミュニティ機能のアップデート

コミュニティのリコメンド機能や、スタンプによるリアクション機能の追加で、ユーザ同士のコミュニケーションの活性化を狙う



28

Z世代に最も受け入れられるサービスの構築に向けて、大胆なリブランディングを行いました。

親しみやすいキャラクターの活用をはじめ、サービスのデザインを一新し、Z世代への訴求力向上を目指します。

プロダクト面では、主にコミュニティ機能のアップデートに注力し、ユーザの行動履歴を元に、興味を持ちそうなコミュニティをおすすめする機能を追加するなど、パーソナライゼーションの進化に取り組みました。また、スタンプによるリアクション機能を追加するなど、ユーザ同士のコミュニケーション活性化に向けた機能も随時追加しています。

Appendix

4 Data Sheetの開示

- FY2024.6 3Qより、「Data Sheet」の開示を開始
- これまでAppendixで開示を行っていた実績も含め、業績やKPIを「Data Sheet」に集約

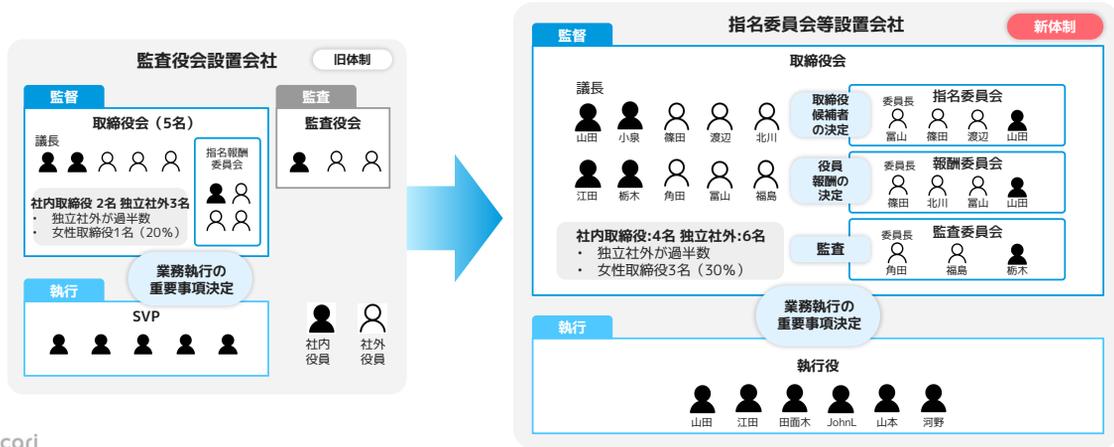
The image shows the word "mercari" in a bold, lowercase, sans-serif font, centered within a light gray rectangular box.

4 マテリアリティごとの重点領域と方針

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"> 持続可能性をともなう事業成長 循環型社会の実現に向けた文化醸成 気候変動への対応 	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"> データ/AIを活用したなめらかなお客さま体験の提供 循環型金融の促進 価値交換の研究開発によるイノベーションの創出 	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」ユーザ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"> 安心・安全で公正な取引環境の実現 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 ユーザ、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 	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"> 世界中のプロフェッショナル人材の獲得・育成 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 インクルージョン&ダイバーシティの体現 	I&D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 メンバーのバリュー発揮を促すカルチャーアップデートと社内浸透

4 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

- FY2024.6より、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



4

新取締役の体制

- 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

4 ガバナンス体制の強化（独立社外取締役）



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

- ・ ㈱日本長期信用銀行(現 ㈱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㈱
- ・ 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）
- ・ 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）
- ・ 楽天株式会社常務執行役員テクノロジーディビジョンCDO
- ・ 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）
- ・ QuEra Computing President and Director（現任）

当社社外取締役 選任理由

- ・ I&D、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

4 ガバナンス体制の強化（独立社外取締役）



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

- ・ 森綜合法律事務所パートナー（現森・濱田松本法律事務所）
- ・ 中村・角田法律事務所（現中村・角田・松本法律事務所）パートナー
- ・ 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 弁護士（現任）

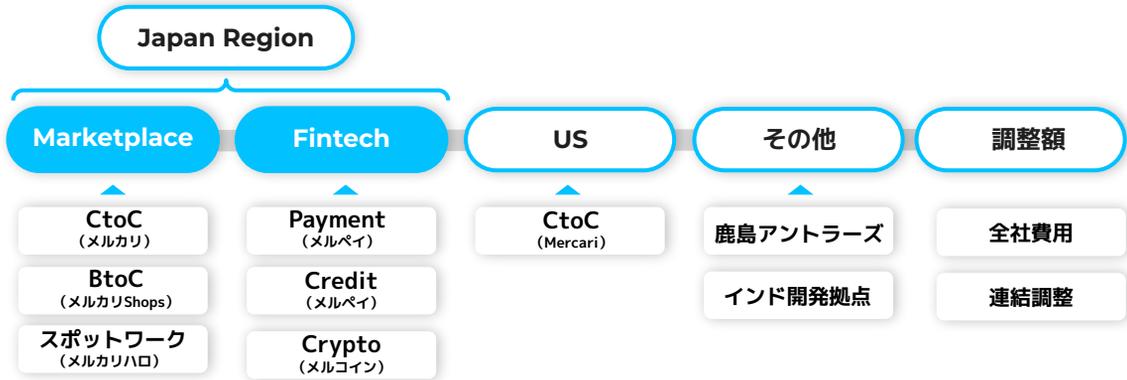
- ・ ポストンコンサルティンググループ
- ・ 株式会社コーポレートディレクション取締役社長
- ・ 株式会社経営共創基盤代表取締役 CEO
- ・ パナソニック株式会社（現パナソニックホールディングス株式会社）社外取締役（現任）
- ・ 東京電力ホールディングス株式会社社外取締役
- ・ 株式会社日本共創プラットフォーム 代表取締役社長（現任）
- ・ 株式会社経営共創基盤 IGPI グループ会長（現任）
- ・ 一般社団法人日本取締役協会会長（現任）
- ・ 黒田精工株式会社社外取締役（現任）

- ・ 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社外監査役（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）
- ・ dely株式会社 社外監査役（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

4 セグメント情報



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"> ■ 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 ■ 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 ■ 更なるグローバル展開を推進している 	<ul style="list-style-type: none"> ・ AI、LLM、データ基盤の強化 ・ 安心、安全な利用環境の強化 ・ 情報セキュリティの堅持 ・ I&Dの推進 ・ グローバルでの事業構築
Market place	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ・ UX改善やAI強化によるクロスユース推進 ・ 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 ・ 強化領域（越境取引、カテゴリ強化、BtoC） ・ スポットワーク事業の推進
Fintech	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ メルカリグループにおける第2の収益の柱へ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「メルカード」ユーザ獲得、利用促進 ・ Creditのさらなる強化（AI与信等） ・ ブロックチェーンを活用したUX向上
US	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ユーザ基盤の拡大と既存ユーザの活性化 ・ 出品簡便化をはじめとするUX向上 ・ 取引手段の拡充

	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"> ■ 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 ■ 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 ■ 更なるグローバル展開を推進している 		
収益の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ■ トップラインの高成長を最優先 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 成長と収益のバランスを意識した経営を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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
投資方針	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中長期での成長に資する分野へ積極的に投資 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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

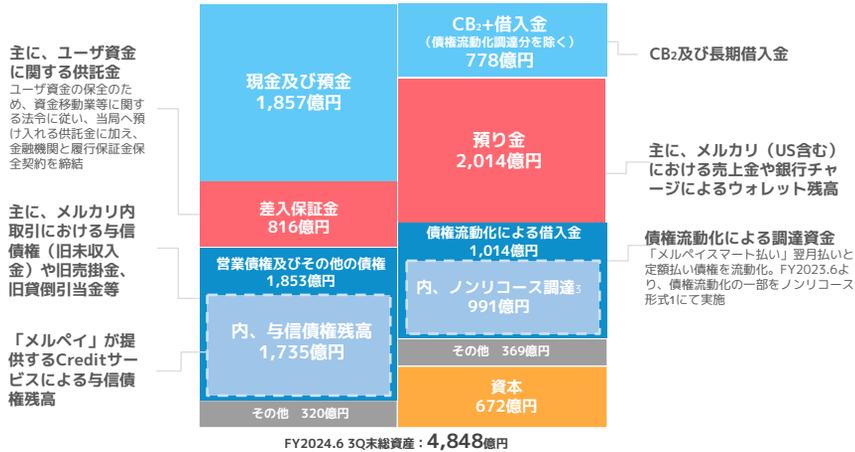
投資方針と主な内容	
Marketplace	<p>規律のある投資を継続しつつ、トップラインの成長にフォーカス</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規ユーザ獲得 ■ ロイヤルティプログラムの強化 ■ UXの進化や越境取引、カテゴリー強化、BtoC等の強化領域によるGMV成長の加速 ■ スポットワーク事業の推進
Fintech	<p>グループシナジー最大化および収益性のさらなる向上を目指し、「メルカード」やCreditサービスに規律の範囲で投資</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「メルカード」ユーザ獲得、利用促進 ■ AIと信精度向上、回収力強化 ■ 「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
US	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ 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

連結	<ul style="list-style-type: none">成長と収益のバランスを意識した経営による資本の増強財務基盤の強化に向けた負債調達の方針として、手法の多様化、長期化、返済時期分散化を推進
Fintech	<ul style="list-style-type: none">調達基本方針として、ノンリコース形式による債権流動化を推進債権回収率の維持・向上ALM（Asset Liability Management）を通じたBS管理の強化
株主還元の考え方	<ul style="list-style-type: none">当面は、成長投資と内部留保による財務基盤の強化を優先し、現時点において配当の予定はない

4

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、第一にノンリコース形式¹⁾の債権流動化による調達を推進し、財務安定性の向上を図る



Financial Results Presentation Material

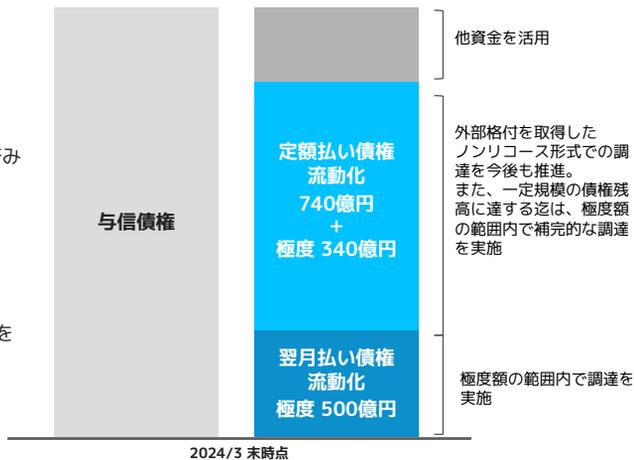
mercari 1. 債権の回収のみを返済原資として資金調達を行いメルカリに返済義務が週及されない資金調達手法
 2. 2021年7月に発行した転換社債型新株予約権付社債 (2026年満期 250億円、2028年満期 250億円)
 3. 「メルベイスマート払い (翌月払い・定額払い)」のノンリコース調達額

Fintech Creditサービスに関する資金調達の方針

- 「メルペイスマート払い」債権自体の信用力により資金調達を行うノンリコース形式¹の流動化を中心に、Creditサービスの成長に合わせた資金調達の拡張・多様化を推進していく方針

債権流動化

- 「メルペイスマート払い」の定額払い債権に対して外部格付を取得し、合計740億円をノンリコース形式で調達済み
- 加えて、定額払いで340億円、翌月払いで500億円を極度額に設定し、毎月の債権残高の成長に応じた債権流動化も実施し資金効率を改善
- 今後もCreditサービスの成長に伴い、ノンリコース形式を中心とした資金調達を随時実施予定



mercari¹ 1. 債権の回収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波及されない資金調達手法

4 IFRSに基づく開示の開始

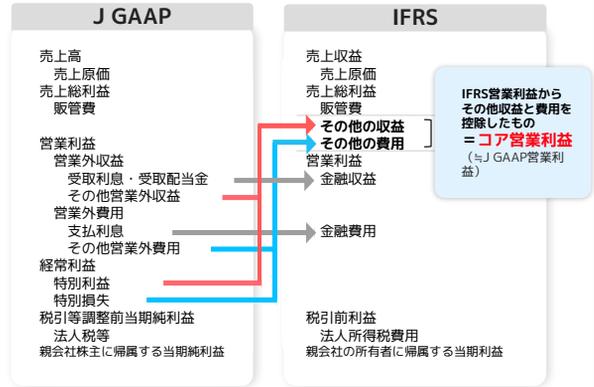
- 国際的な比較可能性の向上の観点から、FY2024.6 1QよりIFRSへ移行
- Japan Regionにおいては、IFRS営業利益からその他収益・費用等を控除したコア営業利益をKPIとするが、変更による影響は軽微

GAAP差異の内容

単位:億円

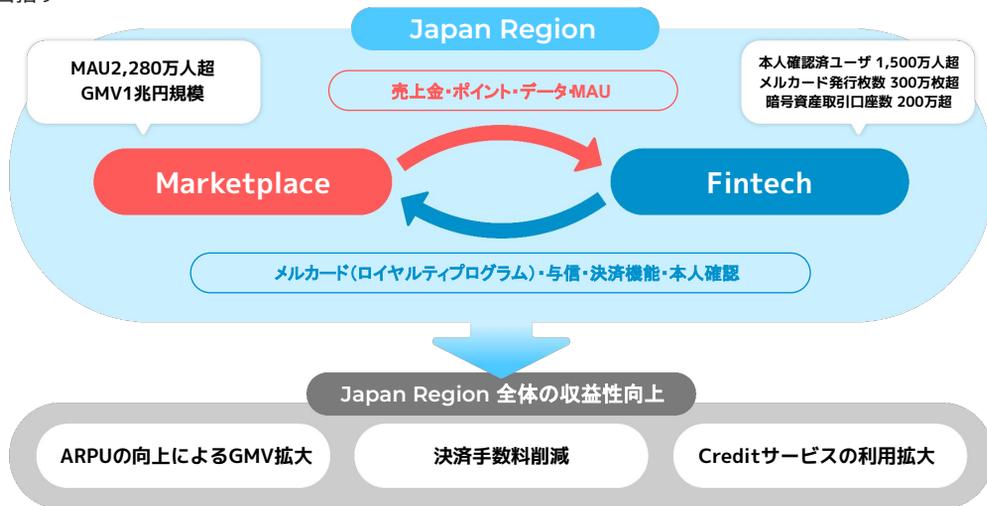
連結	FY2023.6 J GAAP	FY2023.6 IFRS	差異	差異要因
売上高/ 売上収益	1,720	1,719	-0.9	その他セグメント（鹿島アントラーズ）の移籍金組替及び連結組み入れ時期の期ズレ解消による影響
営業利益/ コア営業利益	170	167	-3	・株式報酬費の基準差及び有給休暇引当金繰入等による影響-8億円 ・FT事業における契約獲得コストの基準差の影響+3億円 ・租税公課の基準差の影響+3億円
税引後 当期利益	129	130	+1	・営業利益の差異-3億円 ・投資有価証券の評価方法の基準差による差異+3億円

コア営業利益



4 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 コスト構成（四半期）

Financial Results Presentation Material



4 Marketplaceフリマアプリ市場データ

- 拡大するオンラインCtoC市場において、引き続きメルカリのGMVシェアが伸長



1. 出典: 経済産業省(2017年4月、2018年4月)、中古品店頭販売、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4年度 電子商取引に関する市場調査」2023年8月31日発表。CtoC取引のみならず、BtoB、BtoC取引も含む
3. 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
4. 出典: 会社資料、2022年12月時点における過去12か月間のCtoCとBtoC GMV

4 Marketplace 「メルカリハコ」 (スポットワーク) の強み

1

全国・全世代 2,354万人の ユーザ基盤

- ・全国にわたる2,280万人（本人確認済1,500万人）を超える潜在ユーザによる効率的なクルーの獲得が可能
- ・調査を通じて、幅広い年齢層の「メルカリ」ユーザによるスポットワークへの関心を確認

2

Pay, Buy, Sell, Workを 1つのアプリで

- ・給与デジタル払いにより、将来的に銀行引出し不要で「メルカリ」内外での購入や「メルペイ」の返済に即利用可能となる体験の提供を目指す
- ・「メルカリ」における本人確認情報や銀行口座情報が引き継がれるため、簡単に利用可能

3

安心・安全な 利用環境

- ・プライム上場企業である信頼と10年以上にわたり安心・安全なマーケットプレイスを運営してきた実績

4 Marketplace 「メルカリハロ」 (スポットワーク) の概要

スポットワークの需要増加の背景

- コロナ禍以降の働き方ニーズの多様化
- 人口減・高齢化による人手不足
- 物価高による副収入源の需要増加

スポットワークの特徴

- 最短1時間、1日だけから勤務可能
- 履歴書・面接不要
- 勤務後、すぐに給料が受け取れる



4 Fintech サービス一覧

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



メルカード (クレジットカード)

メルカードの後払いシステムは「スマート払い」を利用



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

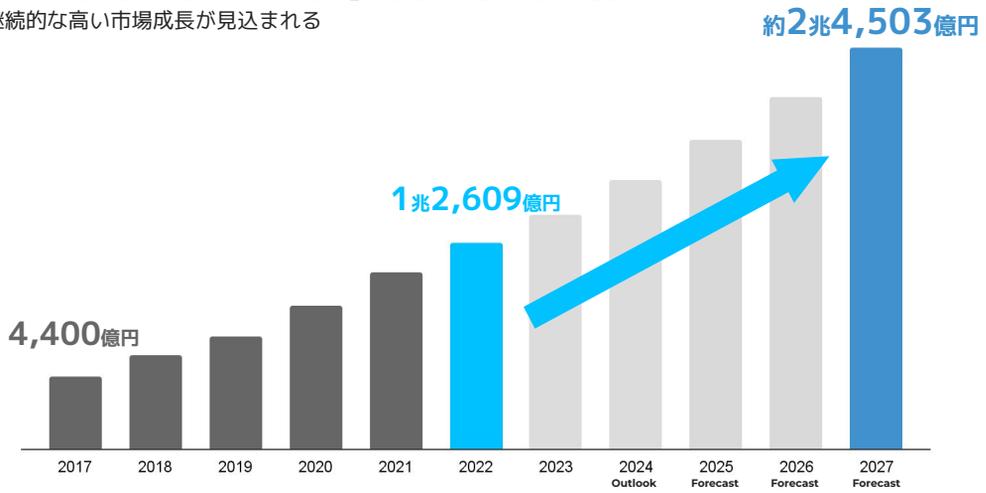
「メルカリ」内でビットコインを売買できるサービスを提供



4 Fintech EC市場における後払い決済額

- 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

Financial Results Presentation Material

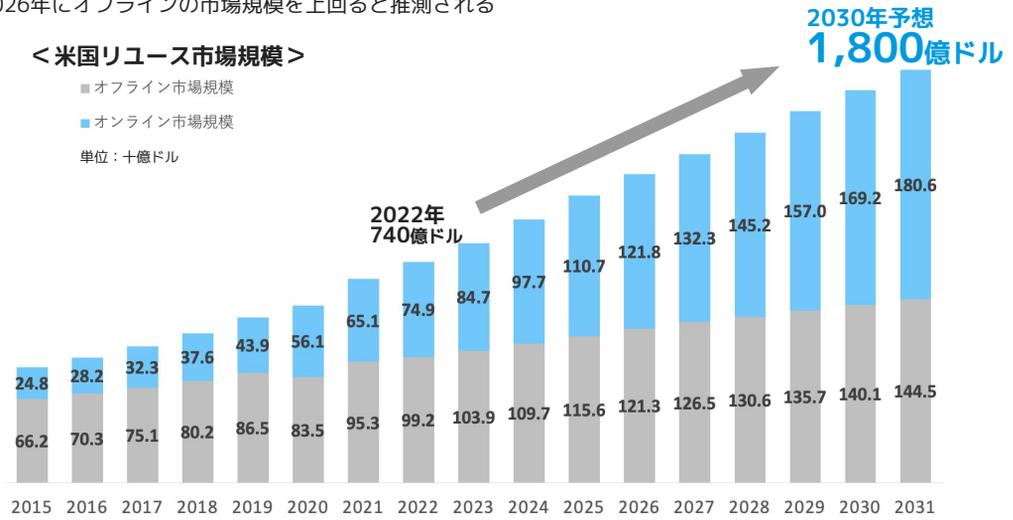


4 US 米国オンライン・リユース市場

- 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

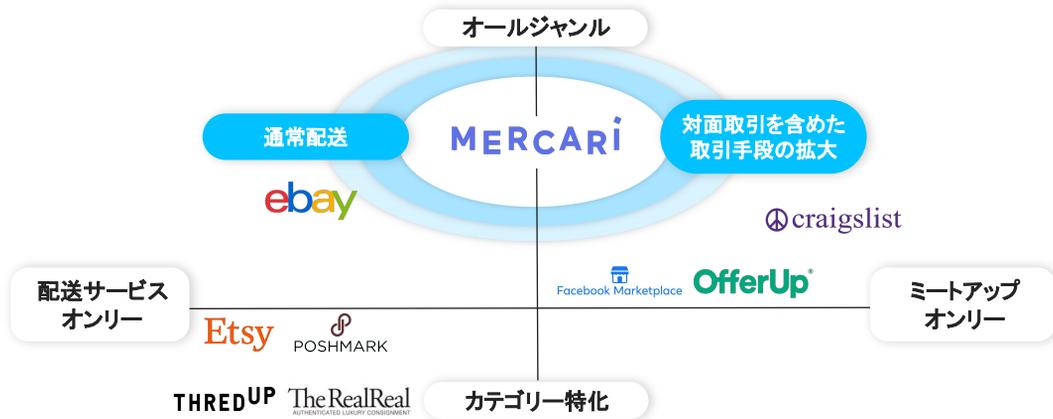
<米国リユース市場規模>

■ オフライン市場規模
■ オンライン市場規模
単位：十億ドル



4 US 米国におけるポジショニング

- 米国におけるユニークなポジショニングの確立に向け、従来からの使いやすさの追求に加え、多様な配送オプションを提供することで、“the easiest and safest selling app”を目指す
- 通常配送の強化に加えて、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推進

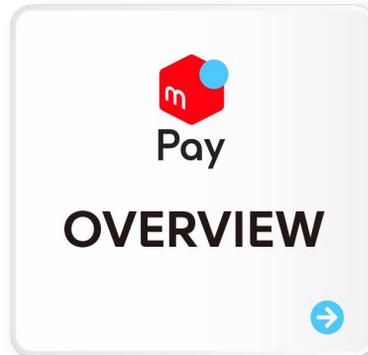


4 新規投資家のみなさまへ

- 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。

FY2024.6 4Qの決算発表は、2024年8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