

mercari

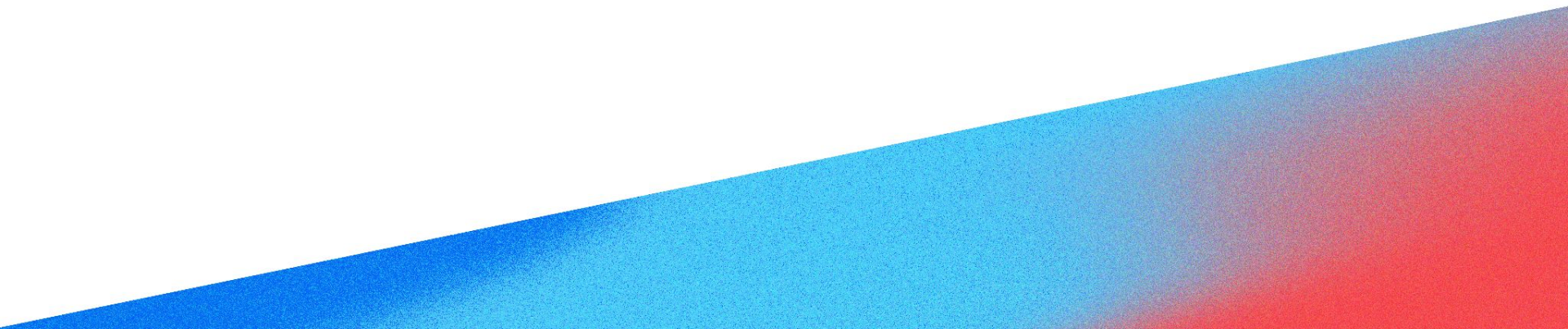
Presentation Material

FY2024.6

A large, abstract graphic element on the right side of the page. It consists of a blue shape that tapers to a point at the top right, with a red gradient area at the bottom. The colors are vibrant and the overall shape is dynamic.

- 1** FY2024.6 の総括
- 2** 中期の方針
- 3** FY2024.6 決算概況
- 4** FY2025.6 業績予想 / 事業方針
- 5** ESG
- 6** Appendix
- 7** 基本情報

FY2024.6の総括



期初に定めた事業方針サマリー

- 成長と収益のバランスを意識した経営を継続
- 次の10年を見据えた既存事業の成長加速と新規事業創出

既存事業の収益力強化

Marketplace

調整後²コア営業利益率
通期目標上限の **40%**

Fintech

売上成長率 **40%**
コア営業 **黒字**

US

大幅な **赤字縮小**
コア営業損失 YoY42億円減³

新規 / 強化領域の成長

メルカード

発行枚数 **340**万枚超

メルカリ ハロ

登録者数 **500**万人超
ローンチ3ヶ月で到達

越境取引 / BtoC

越境取引GMV YoY 約 **3.5**倍
BtoC GMV YoY 約 **2.7**倍

今後の課題

Marketplace GMV成長率

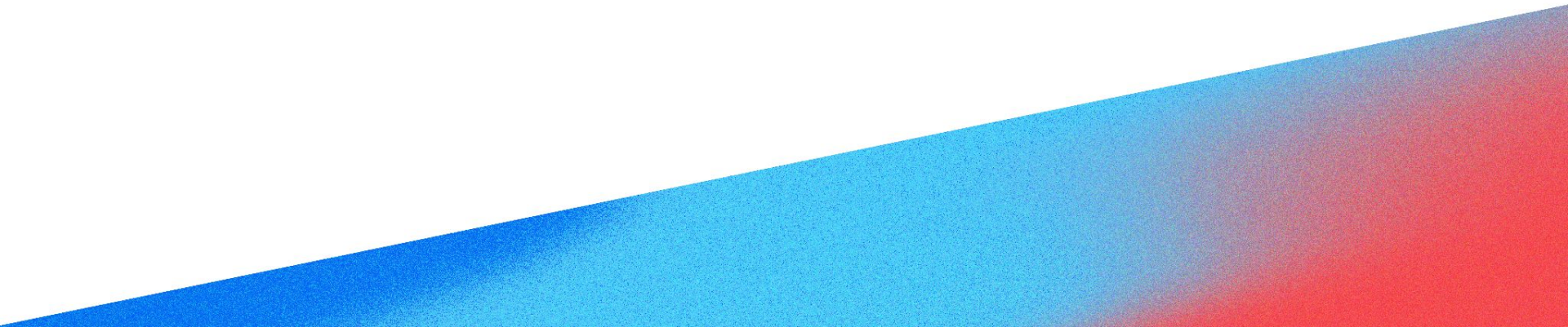
YoY **+9%**
通期目標 (+10%以上) 未達

US GMV成長率

YoY **-10%**
再成長軌道に戻せず

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
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コア営業利益ベース

中期の方針





あらゆる価値を循環させ、あらゆる人の可能性を広げる

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

2 CtoCの基盤を活用した事業成長

外部パートナー（一次流通）・ユーザ

スポットワーク
給与によるCash-IN

越境取引
グローバルへ市場を拡張

メルペイ
与信によるCash-IN

BtoC
あらゆるモノの供給

メルカード
ロイヤリティプログラム

暗号資産
売上金の運用

CtoC
MAU₁約2,300万人

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の四半期平均の数

グループ共通

中期的なありたい姿

- エコシステムの構築に向けて、外部の様々なパートナーと連携
- USの成長と、越境取引強化によるGlobal Expansionを推進
- 世界中の多様なタレントが活躍できるボーダレスな組織づくりに向け、I&Dを強化

注力領域

- ・ 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牢化
- ・ I&Dの推進
- ・ 越境を中心としたグローバル展開

Marketplace

中期的なありたい姿

- CtoCの安定成長に加え、越境取引やBtoC等の高い成長によってマーケットを継続的に牽引
- スポットワーク業界でNo.1になる

注力領域

- ・ AI/LLM活用によるUI/UX刷新
- ・ 高価格帯カテゴリーの強化
- ・ 越境取引
- ・ BtoC
- ・ スポットワーク

Fintech

中期的なありたい姿

- グループシナジーの拡大
- コア営業利益100億円以上となり、メルカリグループにおける第2の収益の柱として確立

注力領域

- ・ ロイヤリティプログラムを中心とした決済及び債権残高の拡大
- ・ AIと信精度、回収率の維持/向上
- ・ 暗号資産の種別、利用シーンの拡大

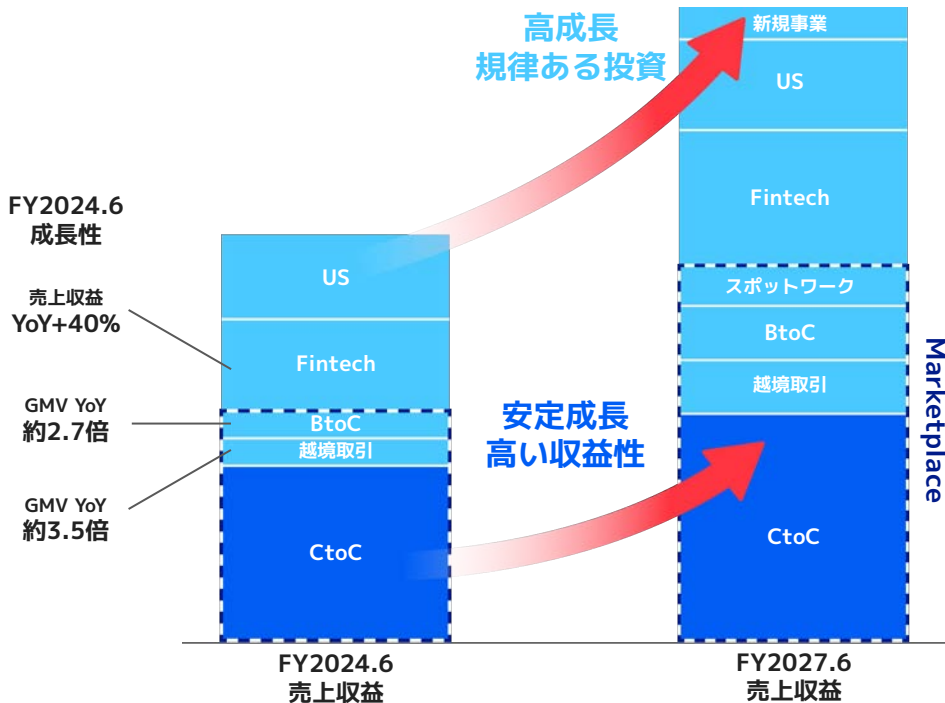
US

中期的なありたい姿

- Z世代も巻き込み、“the easiest and safest selling app”としての知名度と評価を確立
- 原則としてブレイクイーブンを継続しつつ、持続的な成長を実現

注力領域

- ・ Z世代の獲得
- ・ 日本との越境取引
- ・ AI/機械学習を活用したUX改善



高成長領域の市場規模

- ・米国オンライン・リユース市場は2030年に1,800億ドルと予想され、2022年比約2.4倍²
- ・後払い決済市場は2027年に2.4兆円と予想され、2022年比約2倍³
- ・スポットワークの潜在市場規模は年間約5兆円⁴
- ・世界の越境EC市場規模は2030年に7兆9,380億ドルと予想され、2021年比約10倍⁵
- ・国内BtoC EC市場規模は2030年に約23.9兆円と予想され、2022年比1.7倍⁶

安定成長領域の市場規模

- ・CtoCの潜在市場規模(不要品の推定価値)年間約7.6兆円⁷

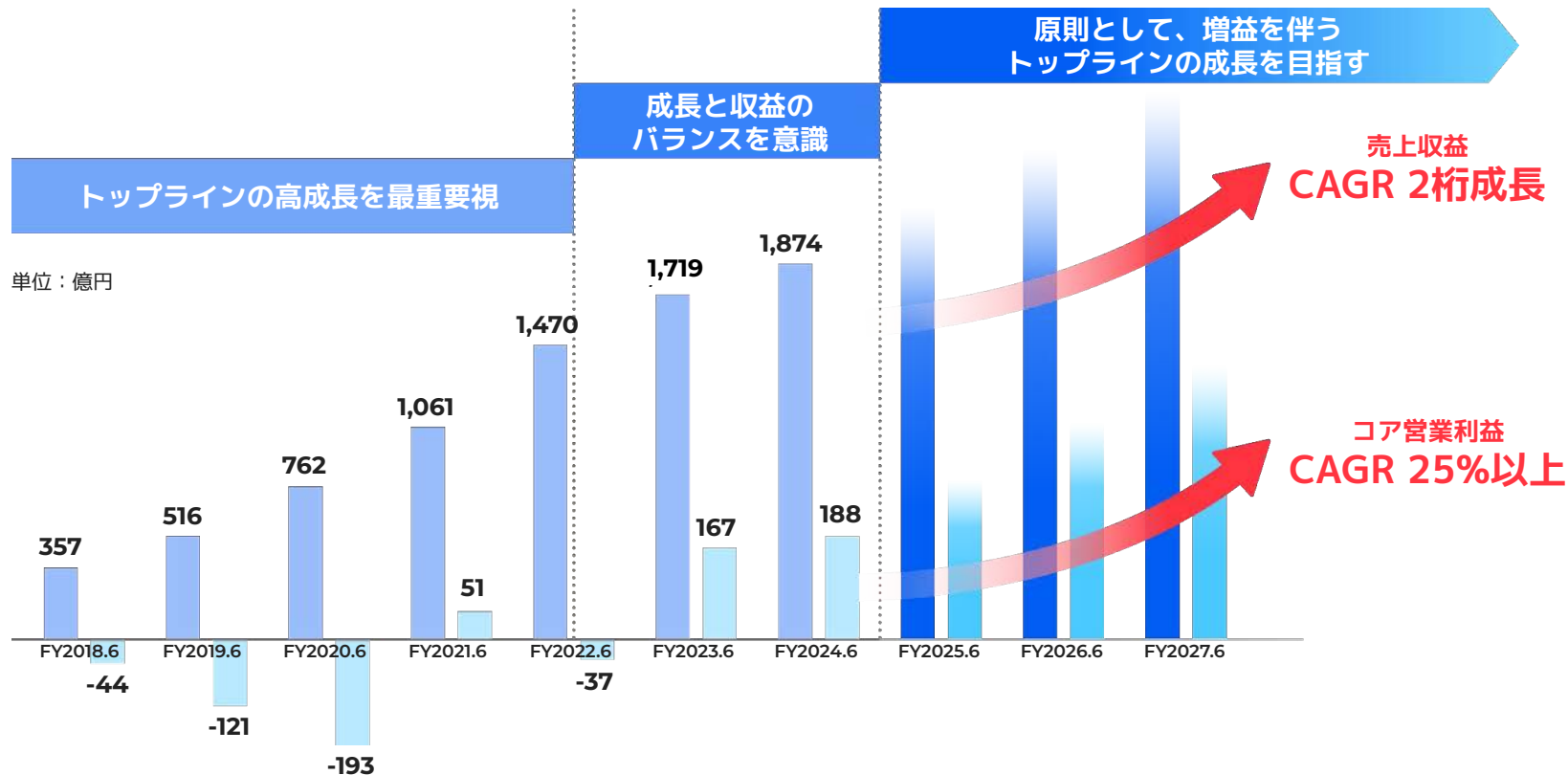
1. グラフはイメージ
 2. 出典：『メルカリUS 2023年度リユースレポート』
 3. 出典：矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査（2024年）」2024年4月19日発表（注：後払い決済サービス提供事業者の取扱高ベース）
 4. スポットワーク市場は中長期的にアルバイト・派遣市場の一部を獲得しつつ、潜在市場の掘り起こしが進む中で拡大していくと想定。「令和4年分民間給与実態統計調査結果について」の正社員以外（パート・アルバイトなど）の令和4年の給与総額24兆9336億円のうち、既存のアルバイト・派遣市場の20%がスポットワーク市場になるという仮説の元に算出
 5. 出典：経済産業省「令和4年度 電子取引に関する市場調査」2023年8月31日発表。世界の越境EC市場規模の拡大予測
 6. 出典：経済産業省「令和4年度 電子取引に関する市場調査」2023年8月31日発表。2022年の物販系分野のBtoC-ECの市場規模におけるEC化率（9.1%）が、ニッセイ基礎研究所「商業施設売上高の長期予測」のEC化率シナリオ2030年（15.6%）で推移したと仮定し算出
 7. 出典：経済産業省(2017年4月、2018年4月)、中古品店舗販売、オンライン中古品販売、オークション等の市場規模の合計。自動車、バイク、原付バイクは含まれない

トップラインの高成長を最重要視

成長と収益の
バランスを意識

原則として、増益を伴う
トップラインの成長を目指す

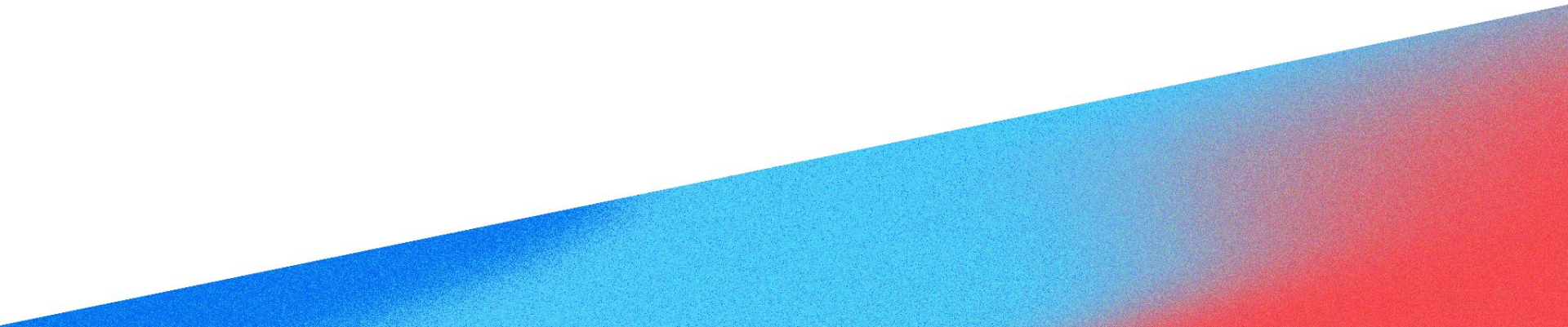
単位：億円



1. FY2024.6よりIFRSに移行したことに伴い、FY2023.6の実績からIFRSに基づく開示を実施

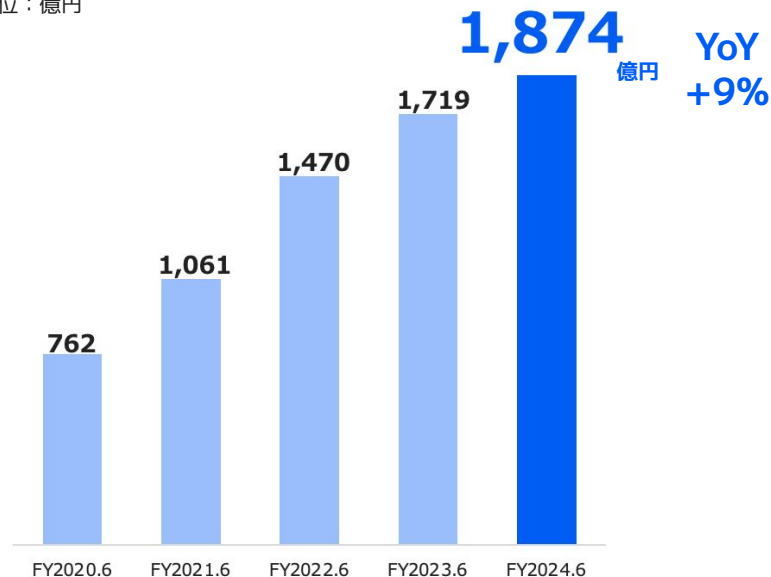
2. 将来成長に資する大きな成長機会が訪れた場合においては、機動的な投資を行うことで一時的に減益になる可能性があるが、その場合は改めて説明を行う

FY2024.6 決算概況

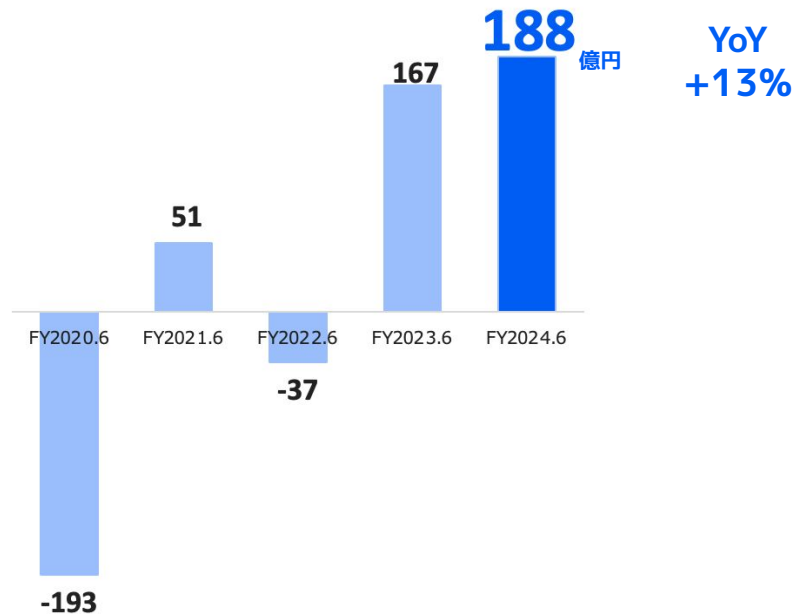


売上収益

単位：億円

コア営業利益²

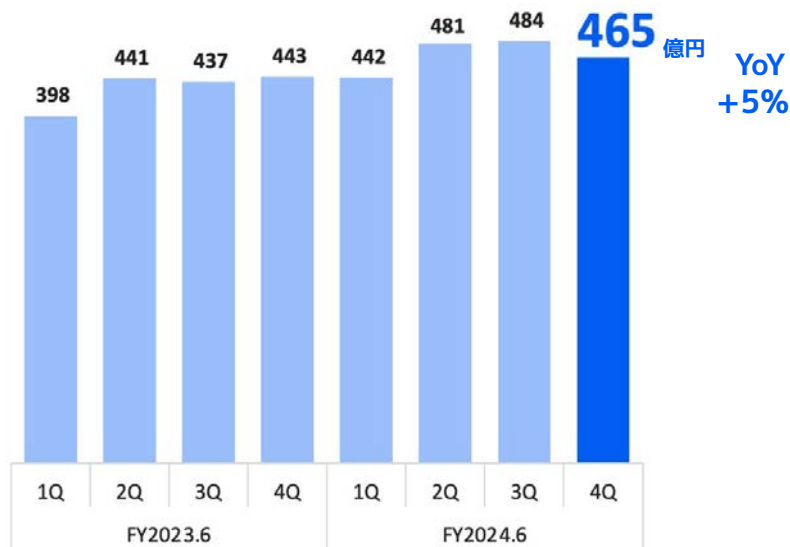
単位：億円



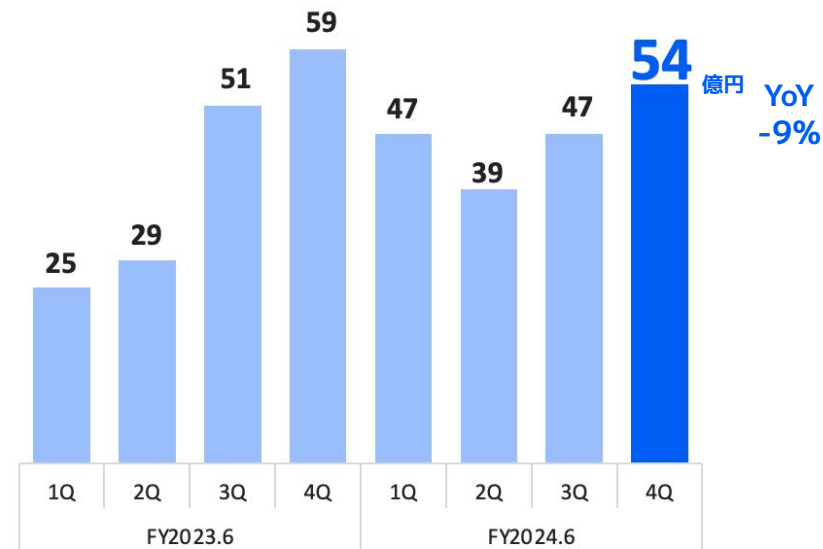
1. FY2024.6よりIFRSに移行したことに伴い、FY2023.6の実績からIFRSに基づく開示を実施
 2. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益

売上収益

単位：億円

コア営業利益²

単位：億円



1. FY2024.6よりIFRSに移行したことに伴い、FY2023.6の実績からIFRSに基づく開示を実施
 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

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

強化領域やロイヤルティプログラムが貢献するも、通期GMV成長率はYoY +9%と目標未達

越境取引 GMVはYoY3.5倍、BtoC GMVはYoY2.7倍に伸長するとともに、「メルカリ ハ口」が
開始3か月弱で登録ユーザ数500万人を突破するなど、将来の成長を支える領域が拡大

調整後コア営業利益率は「メルカリ ハ口」への投資を含め40%と高い収益性を実現

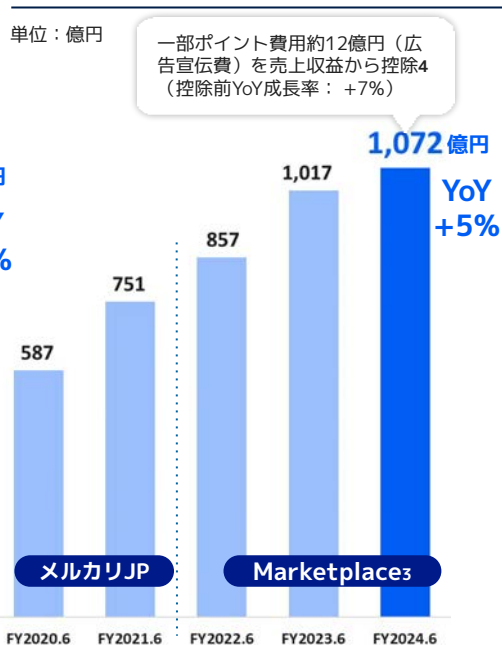
1. Marketplace/Fintech間の決済業務委託に関わる手数料を控除した数値
2. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益

3 Marketplace 業績推移¹ (通期)

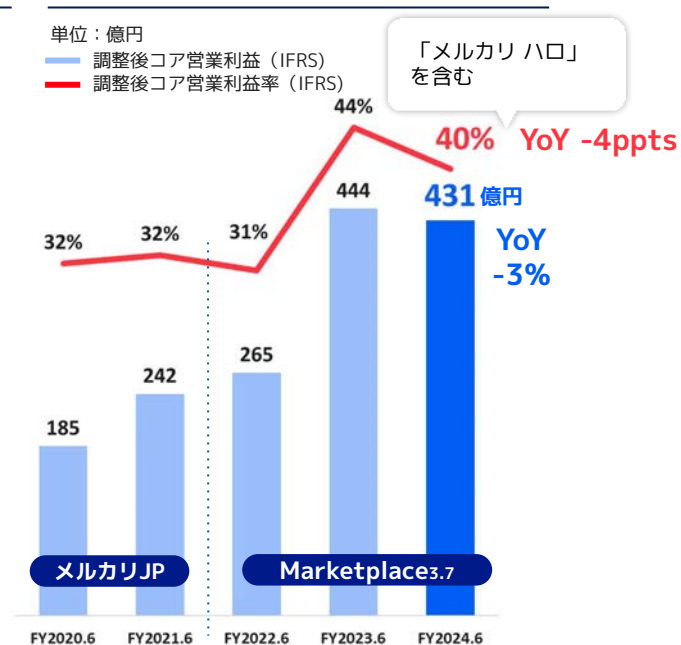
GMV₂・MAU



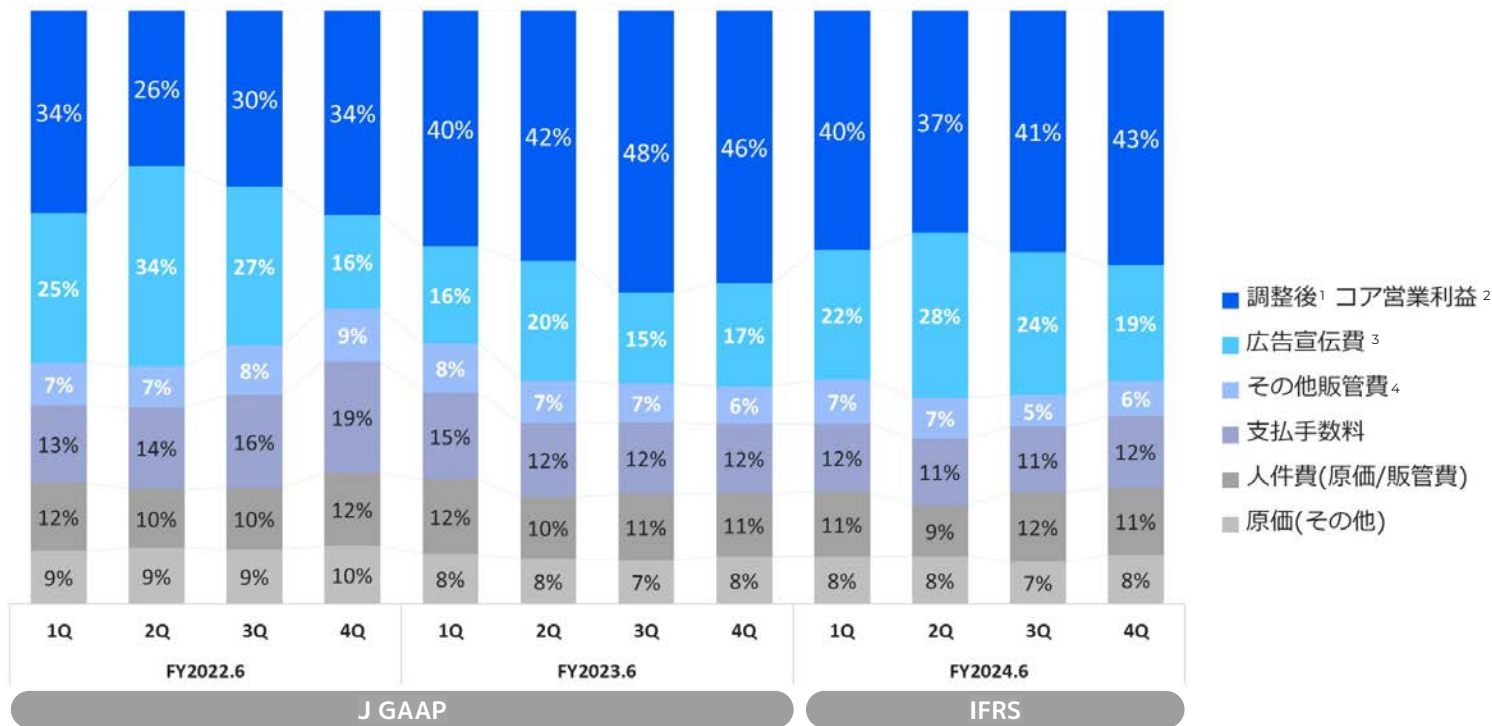
売上収益



調整後⁵コア営業利益⁶(率)



1. FY2024.6よりIFRSに移行したことに伴い、FY2023.6の実績からIFRSに基づく開示を実施
2. キャンセル等を考慮後の取引高の合計。「メルカリ ハコ」は含まず
3. FY2022.6とFY2023.6は主にCtoC、BtoC、越境取引の実績。FY2024.6からは「メルカリ ハコ」の実績も含む
4. 会計基準に則り、FY2024.6 4Qより一部ポイント費用(広告宣伝費)を、売上収益から控除
5. Marketplace・Fintech間の決済業務委託に関わる手数料を控除した数値
6. 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
7. 主にCtoC、BtoCの実績から全社費用を控除した数値



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

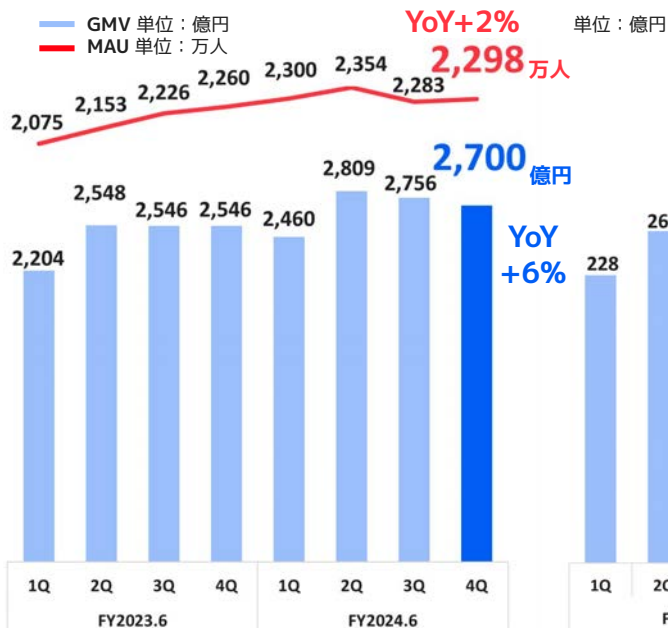
2. IFRS営業利益からその他の収益/その他の費用等を控除した利益

3. 会計基準に則り、FY2024.6 4Qより一部ポイント費用（広告宣伝費）を、売上収益及び広告宣伝費から控除

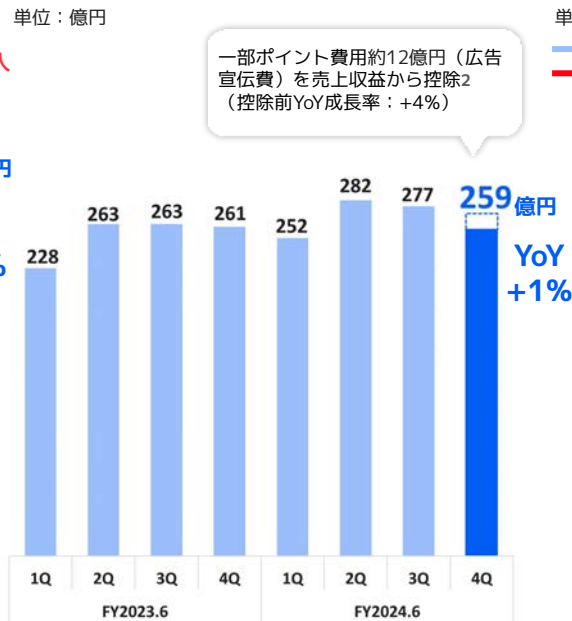
4. 業務委託費、地代家賃、減価償却費等

3 Marketplace 業績推移 (四半期)

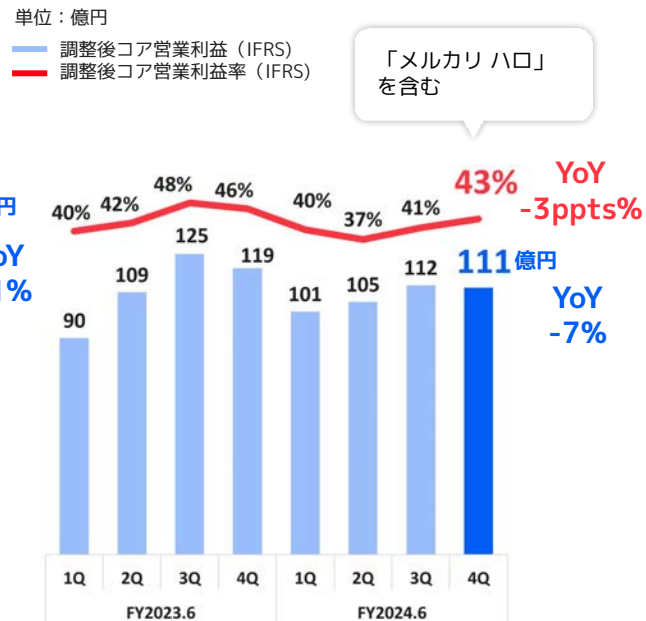
GMV₁・MAU



売上収益



調整後³コア営業利益⁴(率)



1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計。「メルカリ ハロ」は含まず
 2. 会計基準に則り、FY2024.6 4Qより一部ポイント費用(広告宣伝費)を、売上収益から控除
 3. Fintechとの内部取引(決済業務委託に関わる手数料)を控除した利益
 4. 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

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

好調な「メルカード」が牽引し、通期売上収益YoY +40%の高成長と
2期連続の通期コア営業黒字¹を達成

「メルカード」ユーザ獲得によるグループシナジー拡大

- － 「メルカード」発行枚数340万枚超
- － カード保有に伴う「メルカリ」内ARPU50%向上²
- － 「メルカード」開始に伴い自社決済比率6ppts上昇³

暗号資産取引口座開設数が220万を超え、直近1年間の口座開設数が業界No.1⁴

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

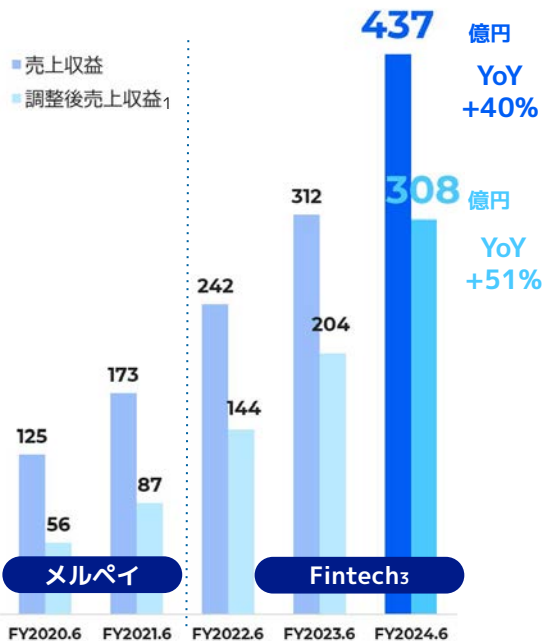
2. カード開始以降における全期間加入者を対象としたFY2024.6 3Q平均の値

3. FY2023.6 1QからFY2023.6 4Qの上昇幅

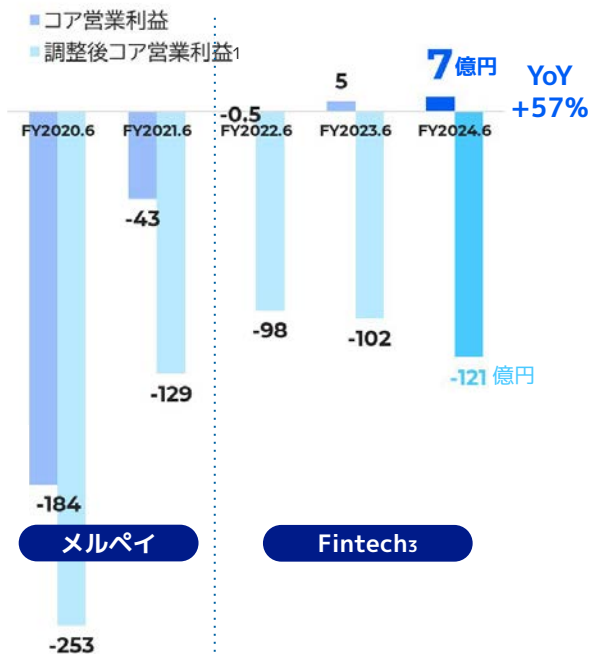
4. 一般社団法人日本暗号資産取引業協会の最新の暗号資産取引月次データによると、直近1年（2023年3月末～2024年3月末時点）の新規口座開設数は約310万口座。同期間における当社の暗号資産口座開設数は約191万口座で、全体の過半数となる61.5%を占める

売上収益

単位：億円

コア営業利益²

単位：億円



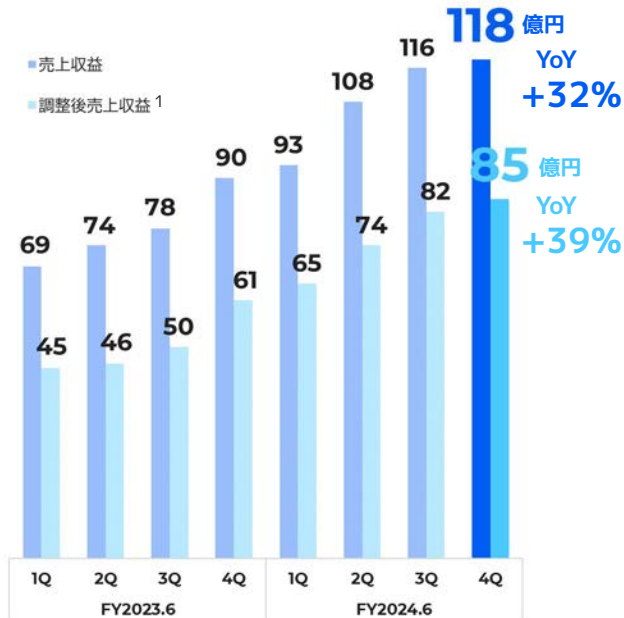
1. FY2024.6よりIFRSに移行したことに伴い、FY2023.6の実績からIFRSに基づく開示を実施。Marketplace/Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した売上収益

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

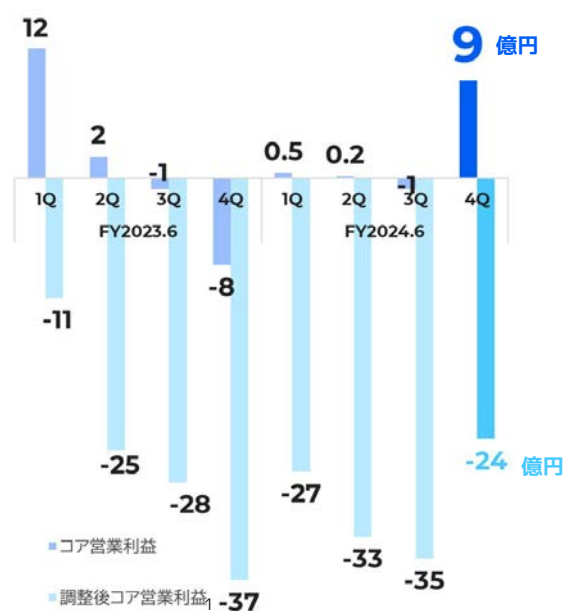
3. 主に、株式会社メルペイと株式会社メルコインの実績

売上収益

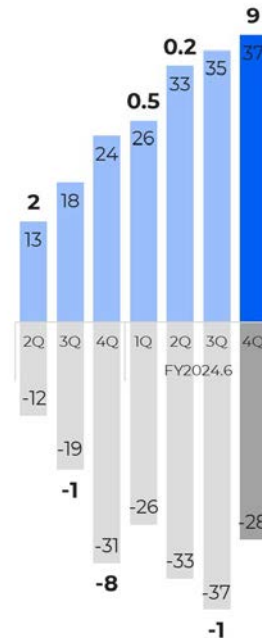
単位：億円

コア営業利益²

単位：億円

コア営業利益の内訳³

■ 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



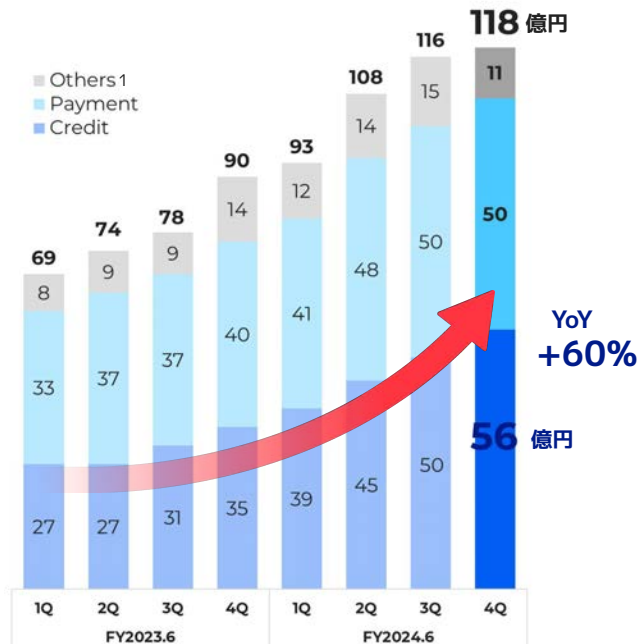
1. Marketplace/Fintech間の決済業務委託に関わる手数料を控除した数値

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

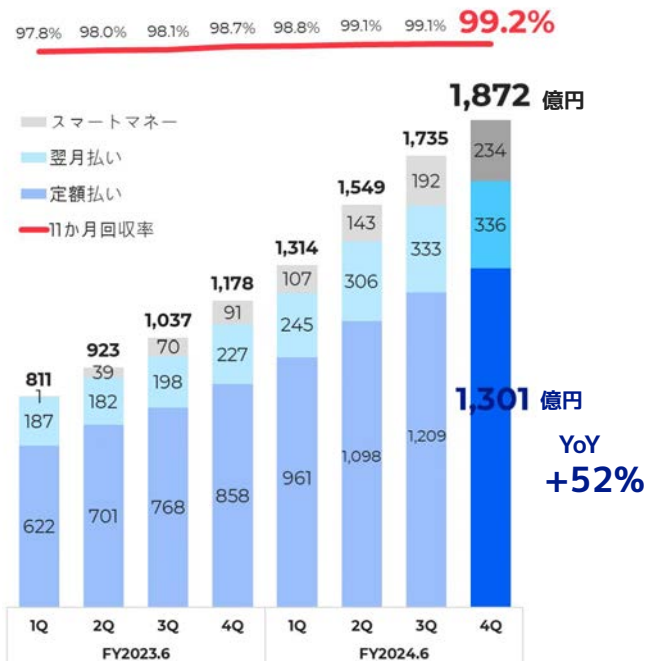
3. 新規サービスへの投資：管理会計上における「メルカード」や暗号資産取引サービスに係るキャンペーン関連費用や利用に伴うポイント還元費用の合計、新規サービスへの投資を控除した利益：コア営業利益から新規サービスへの投資を差し引いた額

売上収益の内訳

単位：億円

債権残高²・回収率³

単位：億円



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. 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）

3. 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）

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

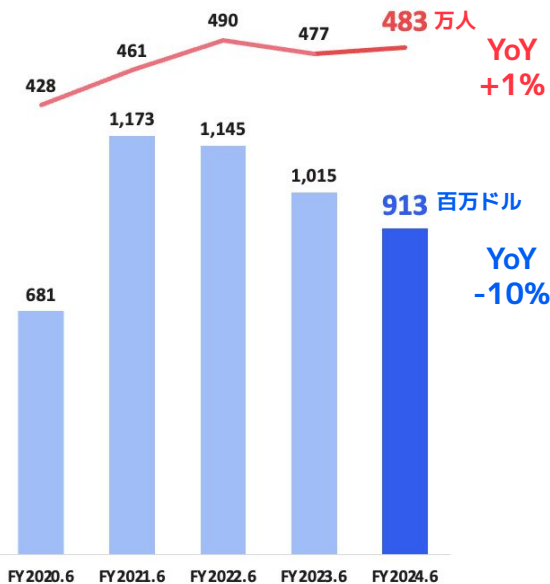
インフレの長期化をはじめとする外部環境の影響によって、成長軌道に戻せず

出品数の増加、及び需給に合わせた手数料の変動による購入活性化に向け、販売手数料を無料とし、購入者が負担するモデルに変更。
出品数等に良い兆候が見られるが、GMVへの寄与は現時点では得られず

主に、マーケティング費用や人件費を含む固定費の見直しによって赤字が大幅に縮小。
また、4QにFY2025.6のブレイクイーブンに向けた組織再編を実施

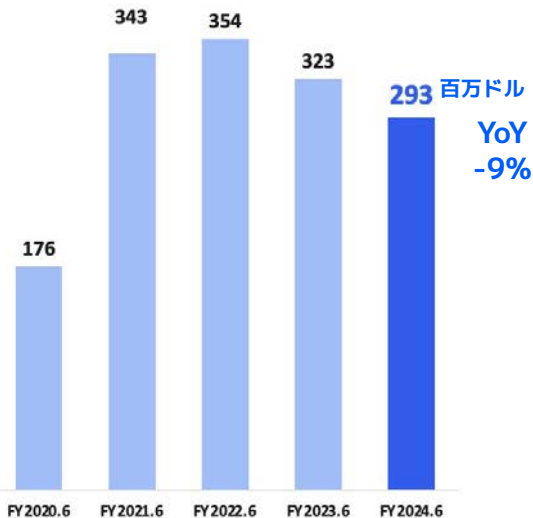
GMV・MAU

GMV 単位：単位：百万ドル
MAU 単位：万人

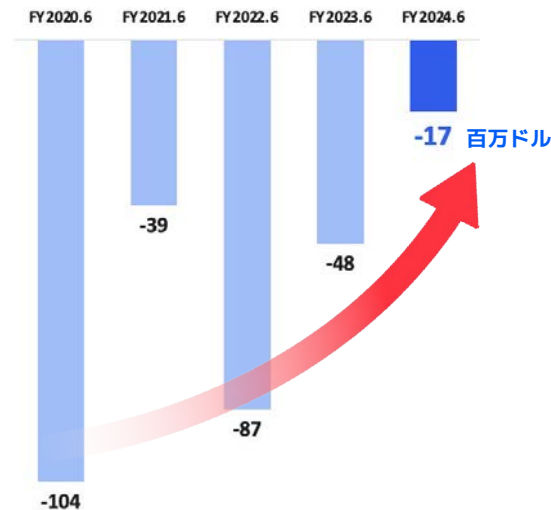


売上高

単位：百万ドル

調整後営業利益¹

単位：百万ドル

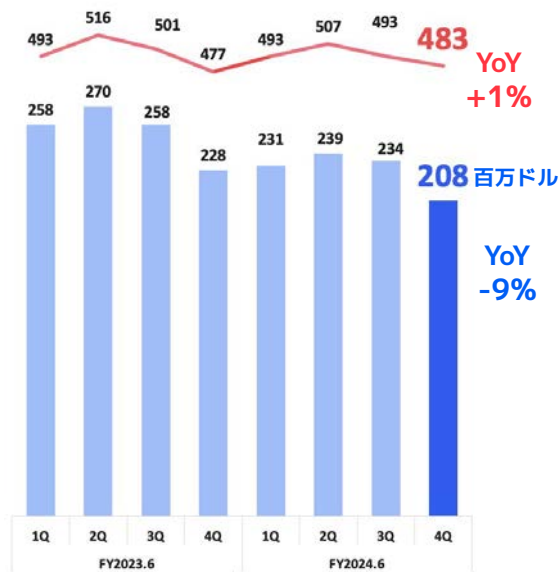


1. 営業利益から、株式報酬・減価償却費を控除したもの (=キャッシュベース)

3 US 業績推移 (US GAAP/四半期)

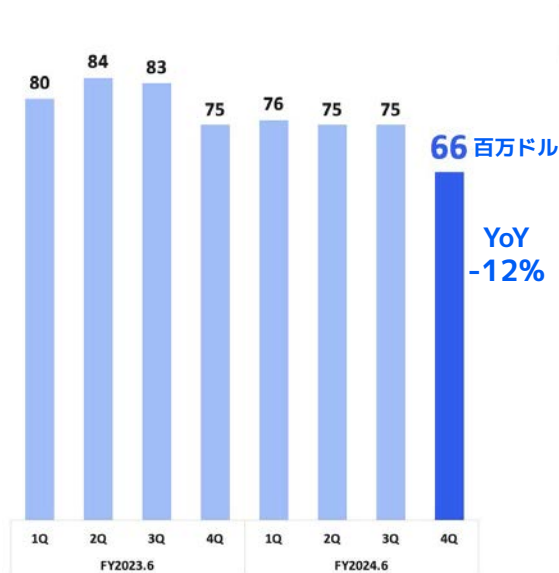
GMV・MAU

GMV 単位：百万ドル
MAU 単位：万人



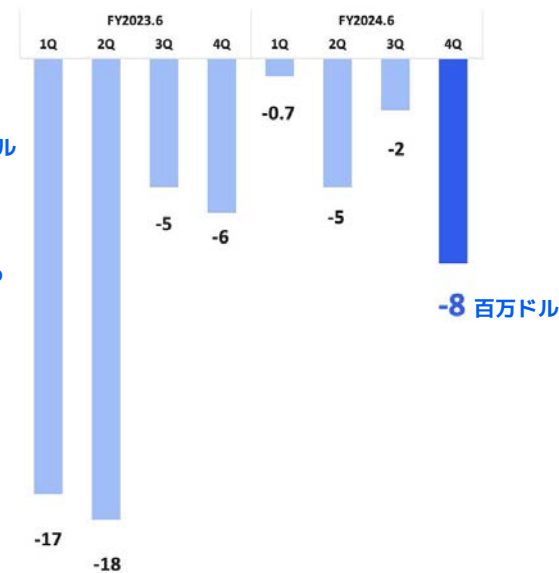
売上高

単位：百万ドル



調整後営業利益¹

単位：百万ドル



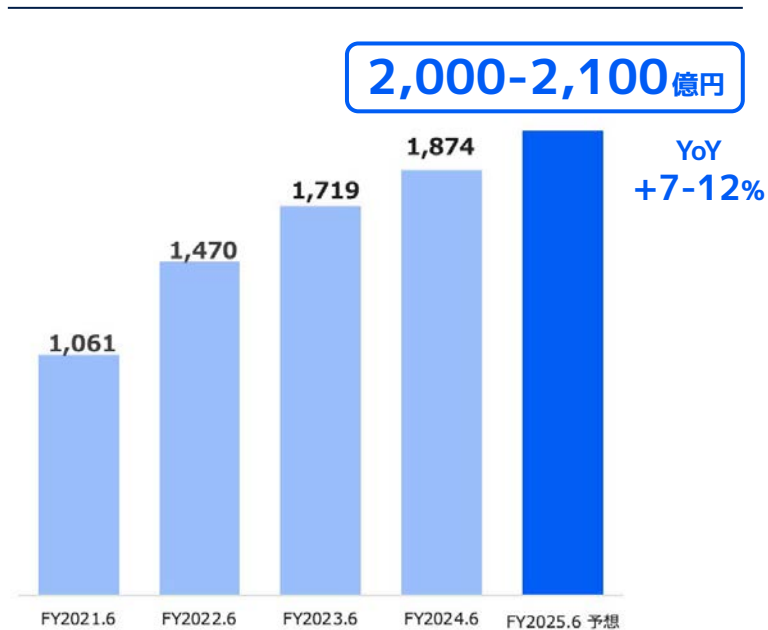
1. 営業利益から、株式報酬・減価償却費を控除したもの (=キャッシュベース)

FY2025.6

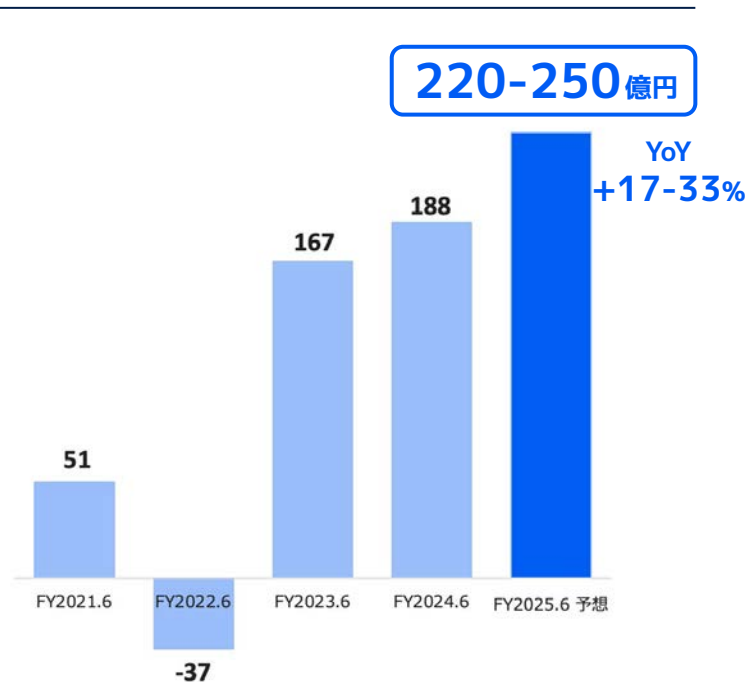
業績予想 / 事業方針

- コア営業利益の積み上がりは下期偏重を想定

売上収益



コア営業利益¹



1. FY2024.6よりIFRSに移行したことに伴い、FY2023.6の実績からIFRSに基づく開示を実施

連結

ガイダンス

売上収益
2,000-2,100億円

コア営業利益¹
220-250億円

方針・主な施策

- ・原則として、増益を伴うトップラインの成長を目指す
- ・グループシナジーを中心とした事業拡大

Marketplace

ガイダンス

GMV成長率 +10%前後
調整後¹コア営業利益²率 37-42%

方針・主な施策

- ・ AI/LLMを活用したUI/UXの刷新や高価格帯カテゴリーの強化
- ・ 越境取引及びBtoCの高い成長
- ・ 「メルカリ ハ口」ワーカーと事業者拠点の増加、プロダクト改善

Fintech

ガイダンス

コア営業利益¹ 30億円以上

方針・主な施策

- ・ 継続的な「増益」フェーズへ移行
- ・ 「メルカード」ユーザ獲得、利用促進
- ・ 暗号資産の機能拡充

US

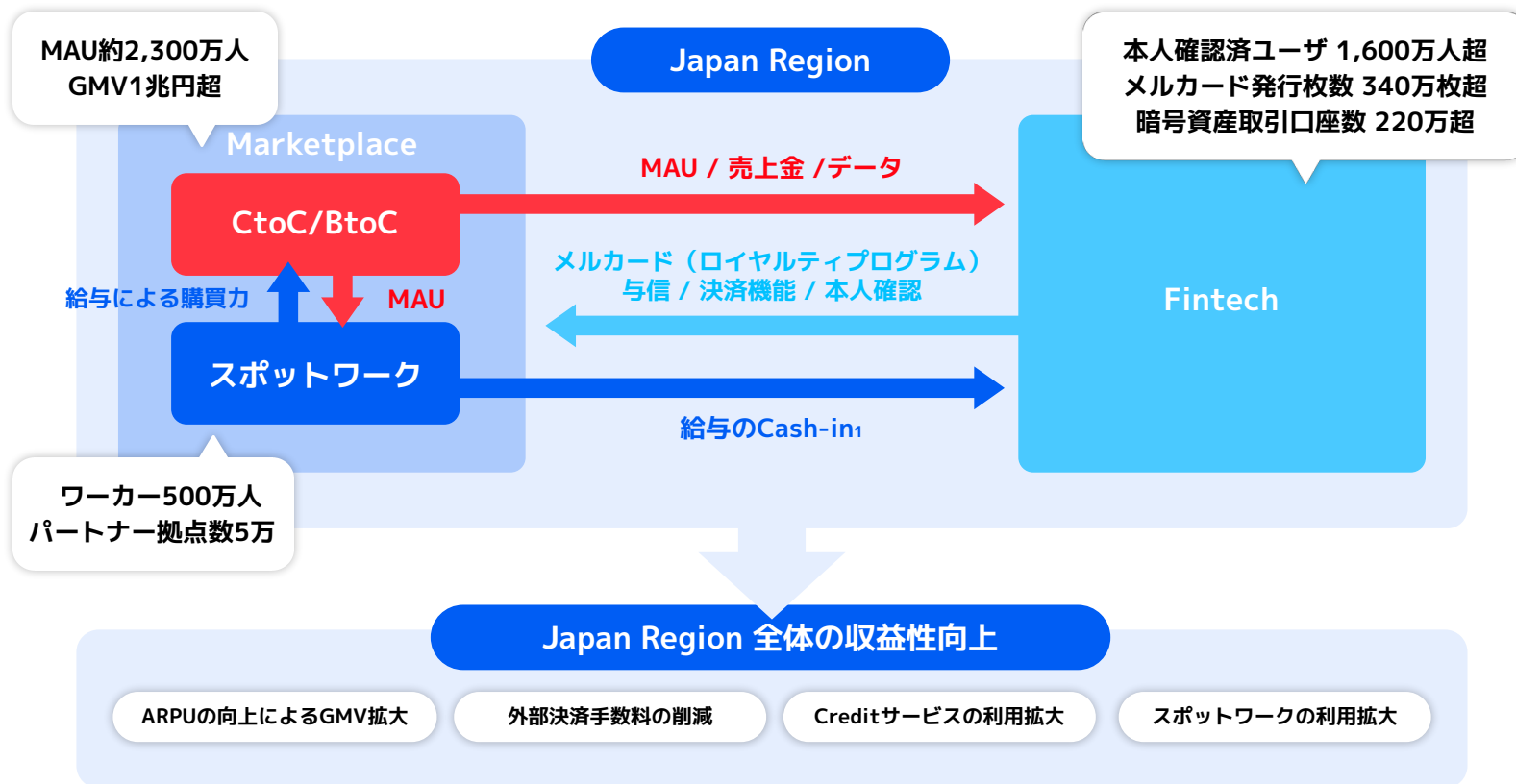
ガイダンス

ブレイクイーブン³

方針・主な施策

- ・ 再成長軌道への復帰
- ・ 日本「メルカリ」との越境取引
- ・ 手数料モデルの精度向上

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
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コア営業利益ベースでのブレイクイーブンを想定



1. 給与のスムーズな連携による循環の促進を目指す

方針

CtoCの安定成長に加え、越境取引やBtoC等の高い成長により、GMV成長率YoY +10%前後に挑戦し、調整後コア営業利益率は37-42%を目指す

施策

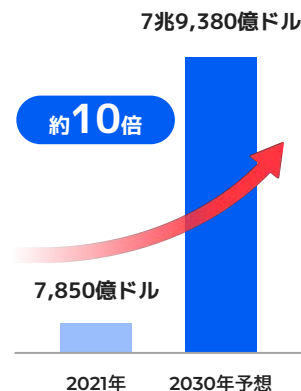
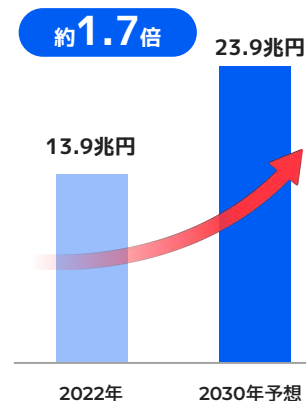
- CtoC
 - AI/LLMの実装を通じたUI/UXの改善による取引活性化
 - 高価格帯カテゴリーの強化
- 越境取引
 - 主要連携企業との連携強化
 - 対象地域の拡大
- BtoC
 - リユースカテゴリー等の大型加盟店獲得
 - 売上拡大をサポートする機能改善

強み

約2,300万人の
ユーザ基盤

安心/安全な
利用環境

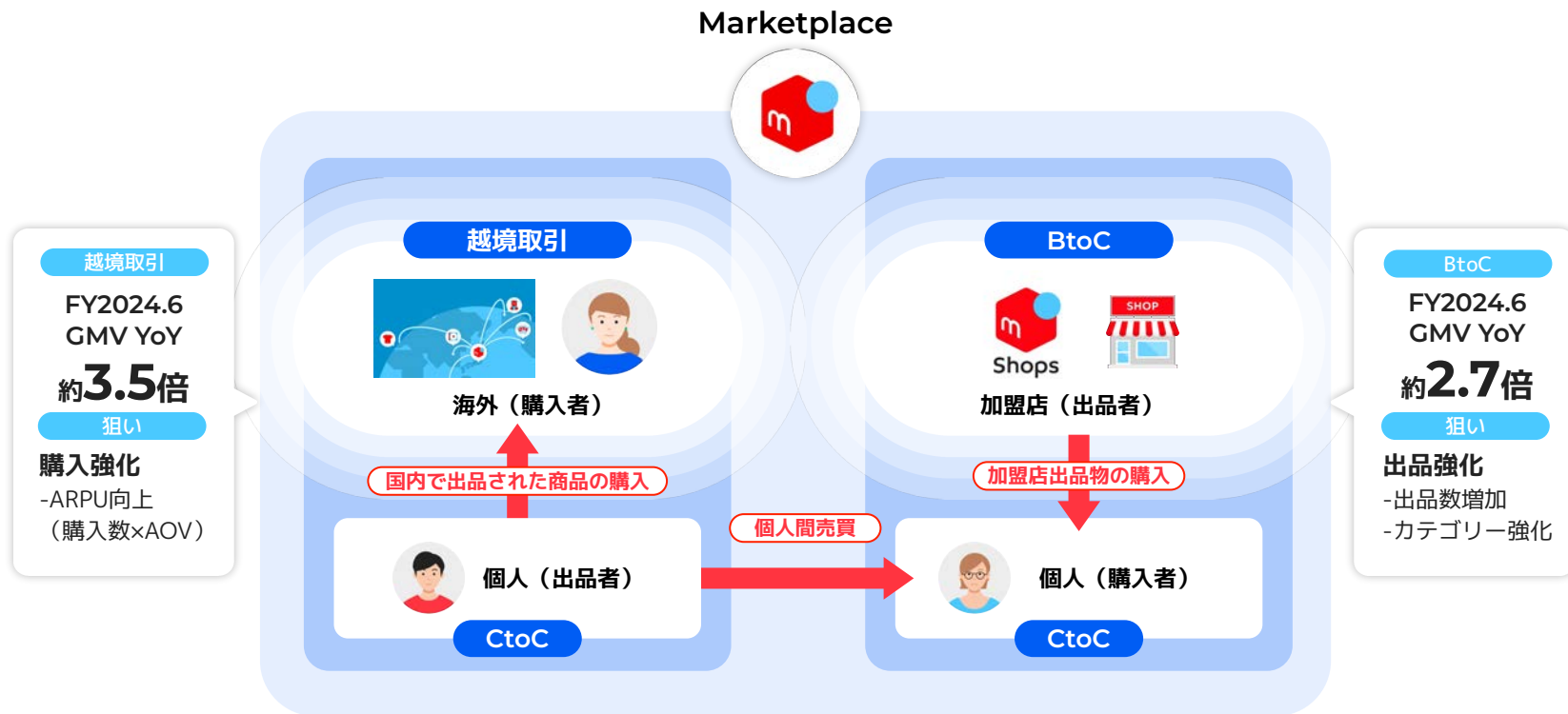
テクノロジーを
活用した利便性
の高いUI/UX

世界の越境EC市場規模¹国内BtoC EC市場規模²

1. 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。世界の越境EC市場規模の拡大予測

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。2022年の物販系分野のBtoC-ECの市場規模におけるEC化率(9.1%)が、ニッセイ基礎研究所「商業施設売上高の長期予測」のEC化率シナリオ2030年(15.6%)で推移したと仮定し算出

- 越境取引及びBtoCの高い成長をCtoCの購入/出品強化やAOV向上に繋げる



方針

全国で利用できる環境を構築し、中期的に国内No. 1を目指す

施策

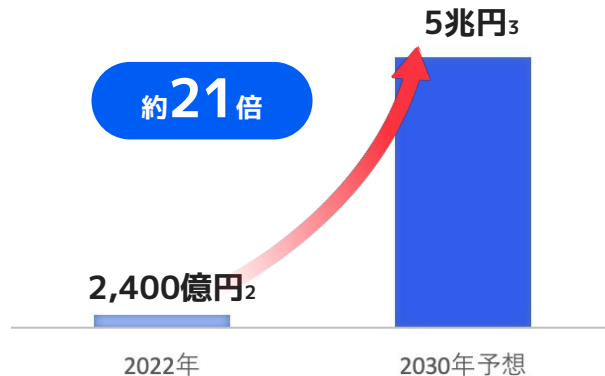
- 加盟店の獲得
 - 求人数の多い全国チェーン店
 - 地方で強いローカルパートナー
- ワーカーの獲得
 - 「メルカリ」のユーザ基盤を活用
- UI/UX改善
 - ワーカーと事業者相互の評価機能
 - OBOGコネクト機能¹

強み

全国・全世代
2,300万人の
ユーザ基盤

「メルカリ」「メル
ペイ」との
シームレスな連携

安心・安全な
利用環境

潜在的なスポットワーク市場規模²

1. 同じ職種や同一グループの他店舗で勤務経験のあるOB/OGの方に対して事業者が管理するグループに招待して、応募を促す機能（特許出願済）

2. 調査会社が発表している単発/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 サービス市場の売上高の合計値をもとに当社が流通取引高を推計

3. スポットワーク市場は中長期的にアルバイト・派遣市場の一部を獲得しつつ、潜在市場の掘り起こしが進む中で拡大していくと想定。「令和4年分民間給与実態統計調査結果について」の正社員以外（パート・アルバイトなど）の令和4年の給与総額24兆9336億円のうち、既存のアルバイト・派遣市場の20%がスポットワーク市場になるという仮説のもと算出

方針

債権残高の着実な積み上がりにより、継続的な「増益」フェーズへ移行。
コア営業利益30億円以上を目指す

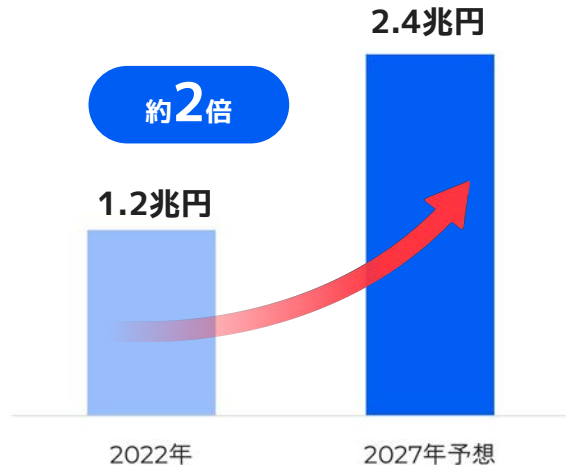
施策

- Creditのさらなる成長
 - 「メルカード」ユーザ獲得
 - 支払手段やロイヤルティプログラムの拡充等、UX向上による利用促進
- 暗号資産の機能拡充
 - 積立機能追加等による利便性強化

強み

Marketplace
との連携

独自の与信

高い本人
確認済み比率後払い決済サービス市場規模¹

方針

ブレイクイーブンにコミットしつつ、成長軌道への復帰を目指す

施策

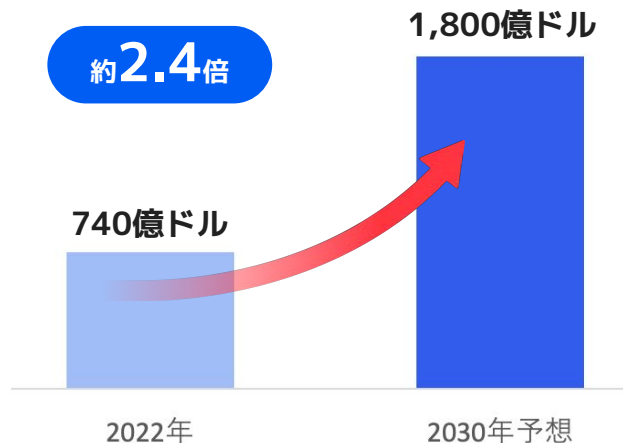
- 日本「メルカリ」との越境取引による購入機会の創出
 - 米国で需要の高い日本商品の在庫を増やすことで、取引活性化を目指す
- 手数料モデルのアップデート
 - AI/機械学習を活用し、需給に合わせて購入手数料が変動する仕組みの導入、及び継続的な精度向上

強み

オールジャンル
型CtoCとして
の独自性

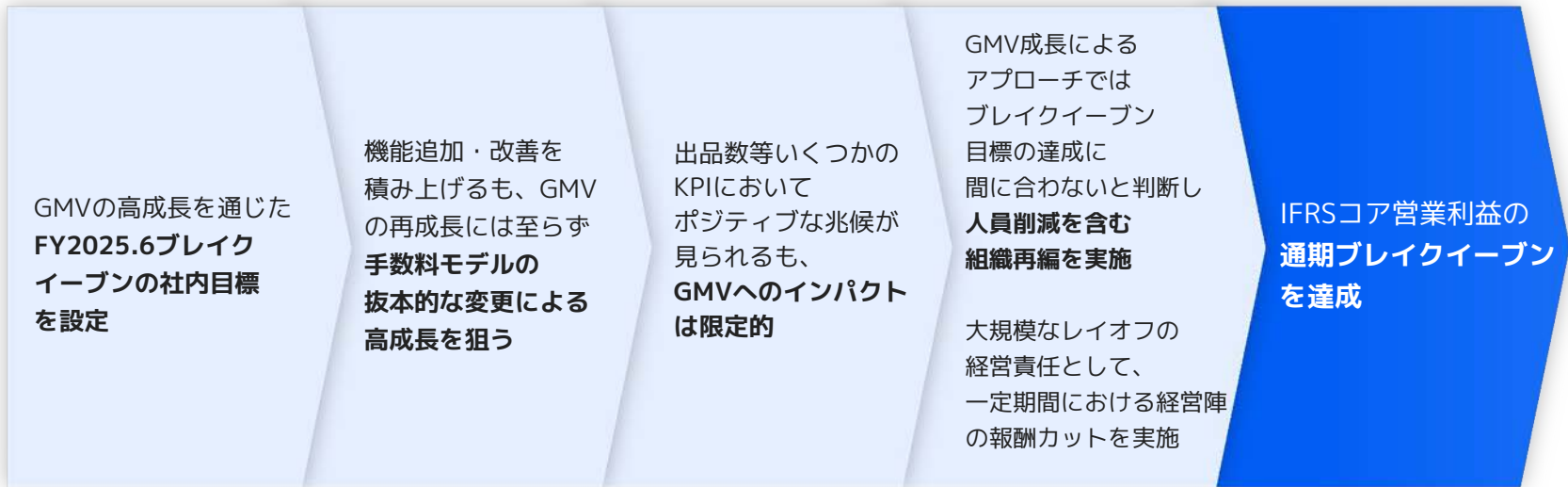
多様な
配送オプション

出品手数料が
無料

米国オンライン・リユース市場¹

1. 出典：『メルカリUS 2023年度リユースレポート』

4 US ブレイクイーブンの達成に向けて



FY2023.6 期初

FY2024.6 3Q

FY2024.6 4Q

FY2025.6 目標

<p>連結</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 原則として、増益を伴うトップラインの成長による資本の増強 ● 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
<p>Fintech</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 調達基本方針として、ノンリコース¹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）²を通じたBS管理の強化
<p>株主還元の考え方</p>	<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

1. 債権の回収金のみを返済原資として資金調達を行いメルカリに返済義務が遡及されない資金調達手法
 2. 資産と負債を総合的にリスク管理する手法

ESG

A decorative graphic element at the bottom of the page, consisting of a diagonal gradient that transitions from a bright blue on the left to a vibrant red on the right.

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

MISSION

あらゆる価値を循環させ、
あらゆる人の可能性を広げる

社会的
インパクト

プロダクト・
サービスを通じて
創出する事業価値

価値創造を支える
組織・経営基盤

① 個人と社会のエンパワーメント



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

② あらゆる価値が循環する社会の実現



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

③ テクノロジーを活用した新しいお客さま体験の創造



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

④ 中長期にわたる社会的な信頼の構築



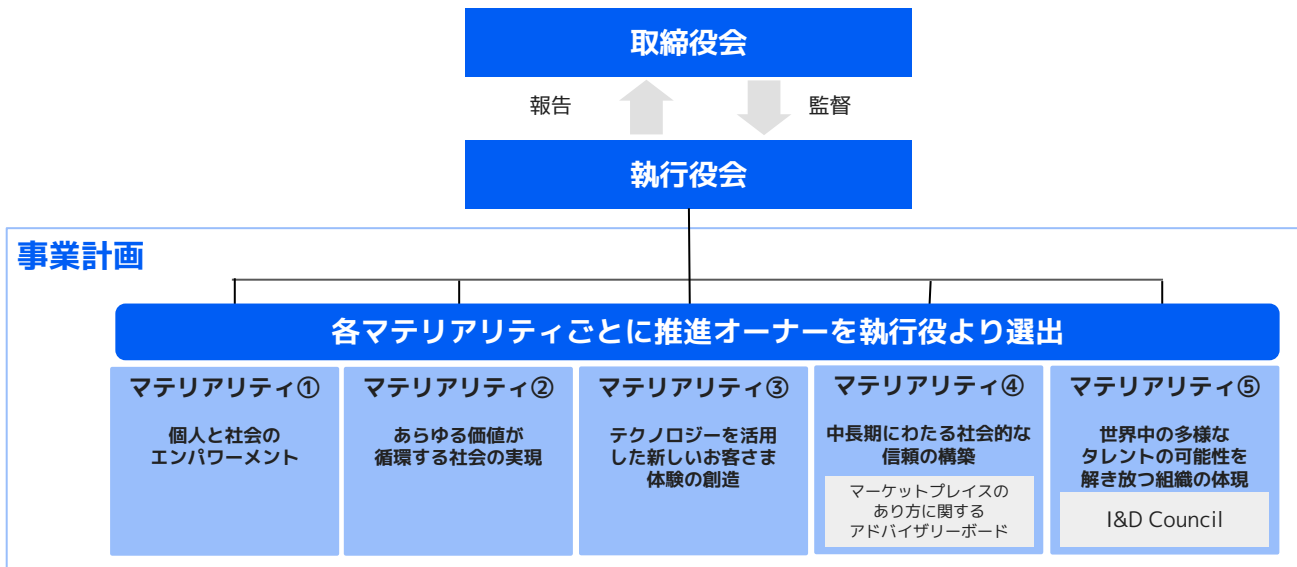
コーポレートガバナンスの実効性向上とコンプライアンスの徹底による健全で透明性の高い意思決定プロセスを構築することで、社会の公器としての責任を果たし信頼を構築します。安心・安全で公正な取引環境を実現し、さらに業界全体での啓発・情報共有を行うことで、世界の健全なインターネットサービス環境の実現に寄与していきます。

⑤ 世界中の多様なタレントの可能性を解き放つ組織の体現



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

- 2024年7月から、ESG委員会¹の機能を執行役員に統合し、マテリアリティごとの実行計画を執行役員にて毎年定めている事業計画に組み込み、事業戦略とマテリアリティの取組みをより一体的に推進する体制に移行
- マテリアリティごとの進捗状況のモニタリングは、事業計画の進捗と併せて執行役員にて四半期ごとに行われ、取締役会へ報告される。本体制とプロセスを通じて、ESGのさらなる推進を目指す



1. 2021年12月より設置しているESG委員会の分科会として実施していた「I&D Council」ならび「マーケットプレイスのあり方に関するアドバイザーボード」は、各マテリアリティを推進する会議体として、引き続き定期的に開催計

- 「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」に初選定、GPIFが採用する日本企業を対象とした6つのESG指数のうち5つの構成銘柄に選定
- 2024年9月末に発行する「Impact Report 2024」で、詳細を開示予定

Environment

- メルカリの事業を通じて生まれた温室効果ガスの削減貢献量約54万トン¹
- 環境省より「エコ・ファースト企業²」に認定
- TCFD開示の実施

Social

- 女性取締役比率:30%³
- メルカリ寄付実績：累計220,471件（212,218,393円）³
- 男女賃金格差の是正アクション実施⁴
- FIDOアライアンスのボードメンバー加盟⁵
- エンジニアが選ぶ開発者体験が良いイメージのある企業ランキング1位に3年連続選出⁶

Governance

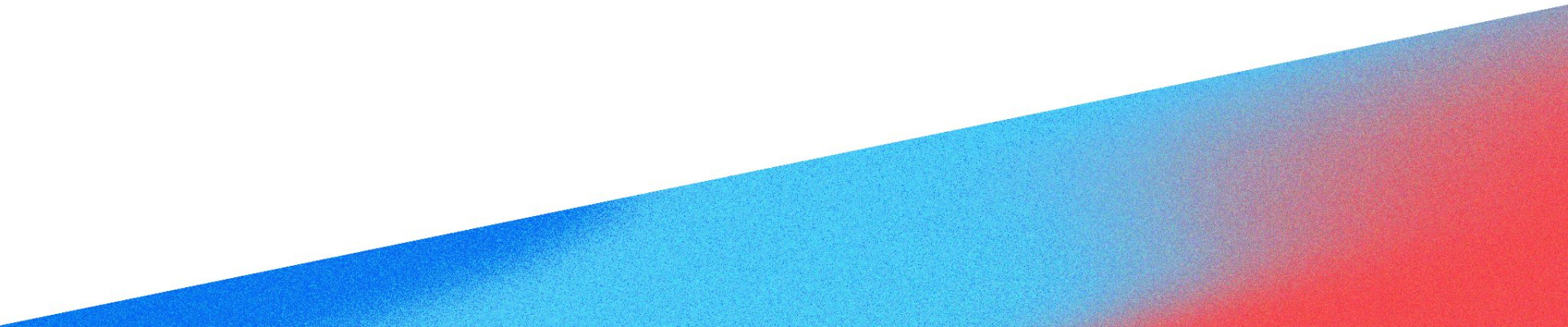
- 指名委員会等設置会社への移行によるモニタリング型取締役会としての実効性の一層の向上
- 社外取締役比率:60%³

1. 取引された商品が新品の代わりに利用されることで温室効果ガスの排出を回避できると仮定し、製品ライフサイクルや配送に係る温室効果ガス排出量、メルカリの使用頻度、製品の使用年数等から推計
 2. 企業が環境大臣に対し自らの環境保全に関する取組を約束し、環境大臣が当該企業を業界における環境先進企業と認定
 3. 2024年6月末時点
 4. 特定された「説明できない格差」を2023年8月に是正し、7%から2.5%まで縮小
 5. パスワードへの依存を減らす、シンプルで堅牢な認証方法である「FIDO認証」を推進している国際標準化団体
 6. 日本CTO協会「Developer eXperience AWARD 2024」ランキングより

- マテリアリティに沿った重点領域を中心に、事業戦略と一体的に推進

マテリアリティ	FY2025.6 重点領域
①個人と社会のエンパワーメント	<ul style="list-style-type: none"> ・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"> ・事業成長に伴うポジティブインパクトの拡大 ・グローバルでの価値循環の拡大
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による機能革新 ・お客さま基盤を活用したイノベーションの創出
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 ・お客さま、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
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"> ・多様なタレントの育成と抜擢 ・インクルージョン&ダイバーシティの体現 ・大胆な挑戦に向けた生産的な組織環境の構築

Appendix



- 様々な分野での知見や経験を持つ社外取締役を配置し、透明性・多様性の高い体制を実現

取締役10名

社内取締役(4名)



山田 進太郎

代表執行役 CEO (社長)



小泉 文明

President (会長) 兼
株式会社鹿島アントラーズ・
エフ・シー代表取締役社長

江田 清香

執行役 SVP of
Corporate 兼 CFO

栃木 真由美

独立社外取締役(6名)



篠田 真貴子



渡辺 雅之



北川 拓也



角田 大憲



富山 和彦



福島 史之

6 ガバナンス体制（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

- ・(株)日本長期信用銀行(現 (株)SBI新生銀行)
- ・マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク・ジャパン
- ・ノバルティス ファーマ(株)
- ・ネスレニュートリション(株)経営企画統括部長
- ・(株)ほぼ日 取締役CFO
- ・エール(株)取締役（現任）
- ・マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク・ジャパン
- ・株式会社ディー・エヌ・エー共同創業者
- ・Quipper Ltd. CEO
- ・株式会社FOODCODE取締役（現任）
- ・楽天株式会社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やデータの活用における経験



角田 大憲
監査委員会
委員長



富山 和彦
指名委員会
委員長



福島 史之

主な経歴

- ・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）

- ・ボ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）

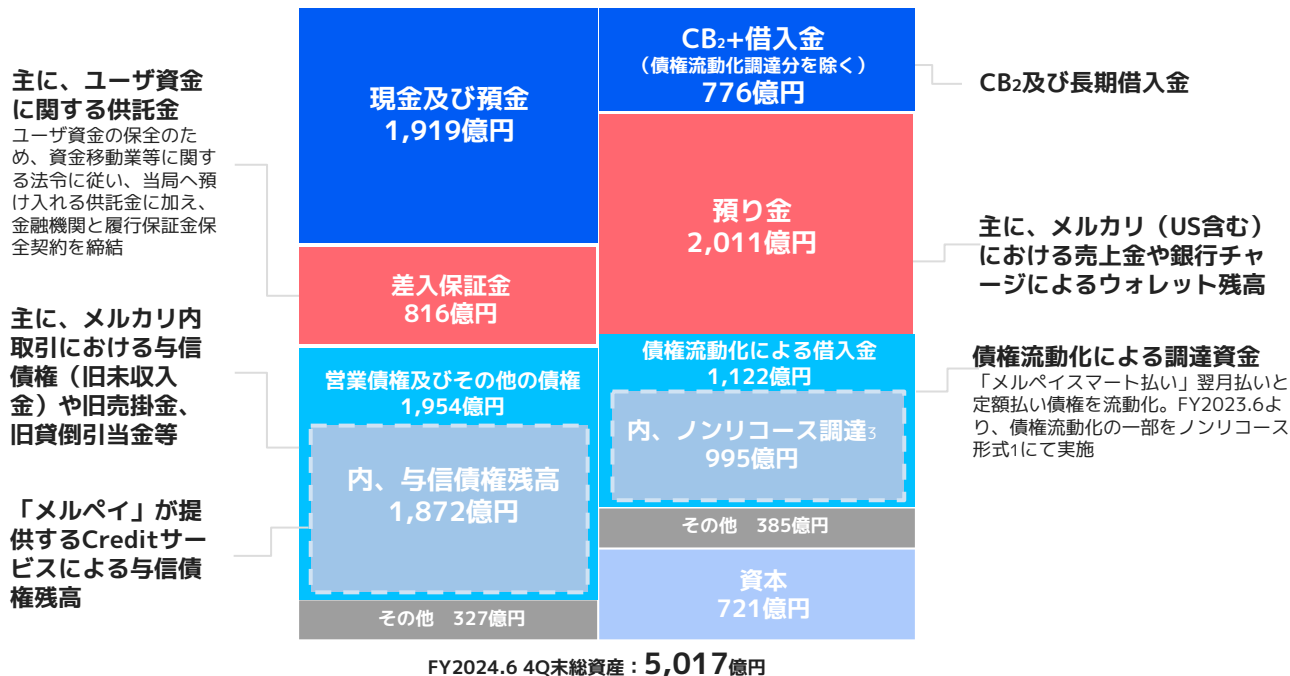
当社社外取締役 選任理由

- ・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

- 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

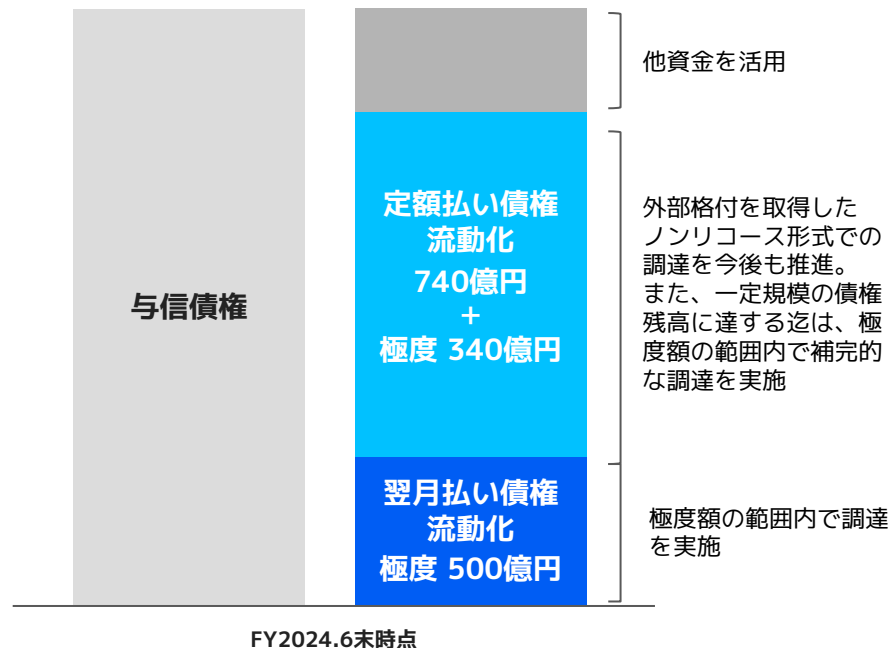


1. 債権の回収金のみを返済原資として資金調達を行いメルカリに返済義務が遡及されない資金調達手法
2. 2021年7月に発行した転換社債型新株予約権付社債 (2026年満期 250億円、2028年満期 250億円)
3. 「メルペイスマート払い (翌月払い・定額払い)」のノンリコース調達額

- 「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

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



1. 債権の回収金のみを返済原資として資金調達を行いメルカリに返済義務が遡及されない資金調達手法

Japan Region

Marketplace

Fintech

US

その他

調整額

CtoC
(メルカリ)Payment
(メルペイ)CtoC
(メルカリ)

鹿島アントラーズ

全社費用

越境取引

Credit
(メルペイ)

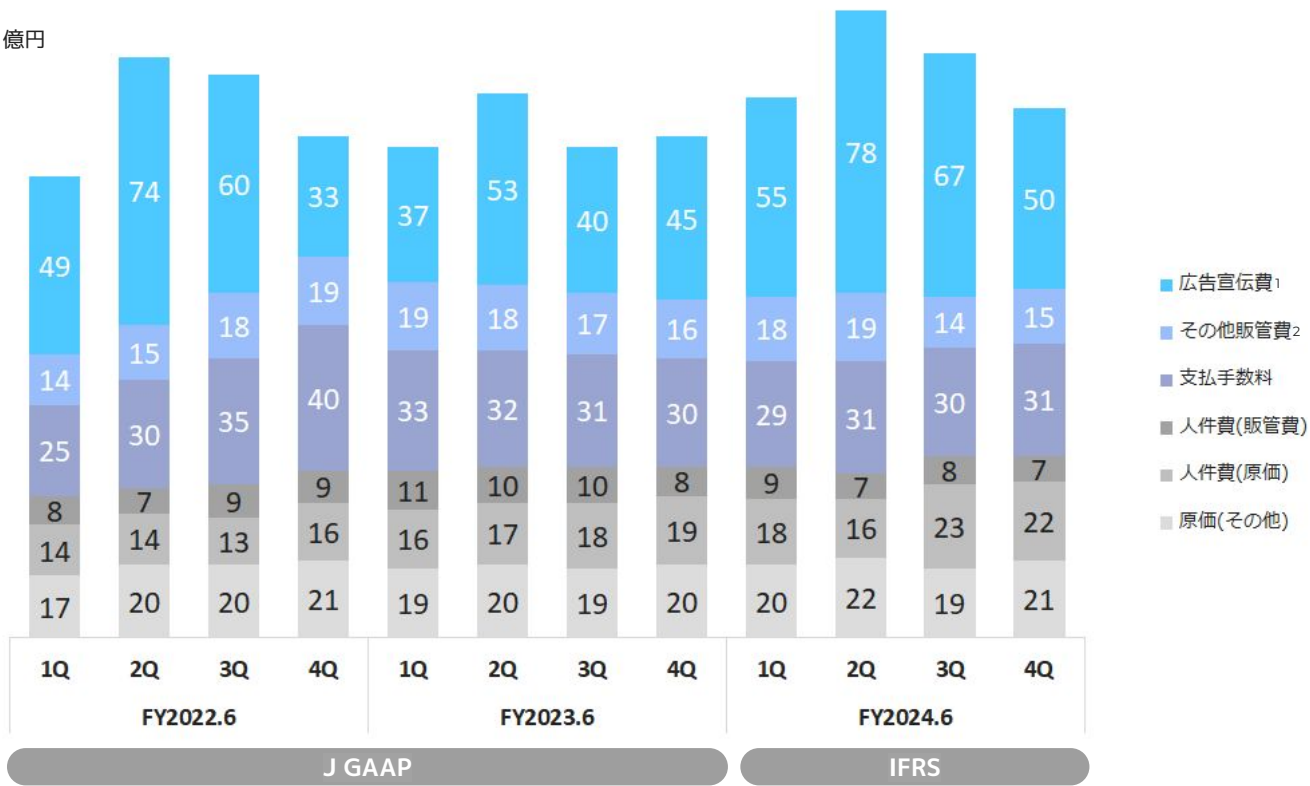
インド開発拠点

連結調整

BtoC
(メルカリShops)Crypto
(メルコイン)スポットワーク
(メルカリハロ)

6 Marketplace コスト構成 (四半期)

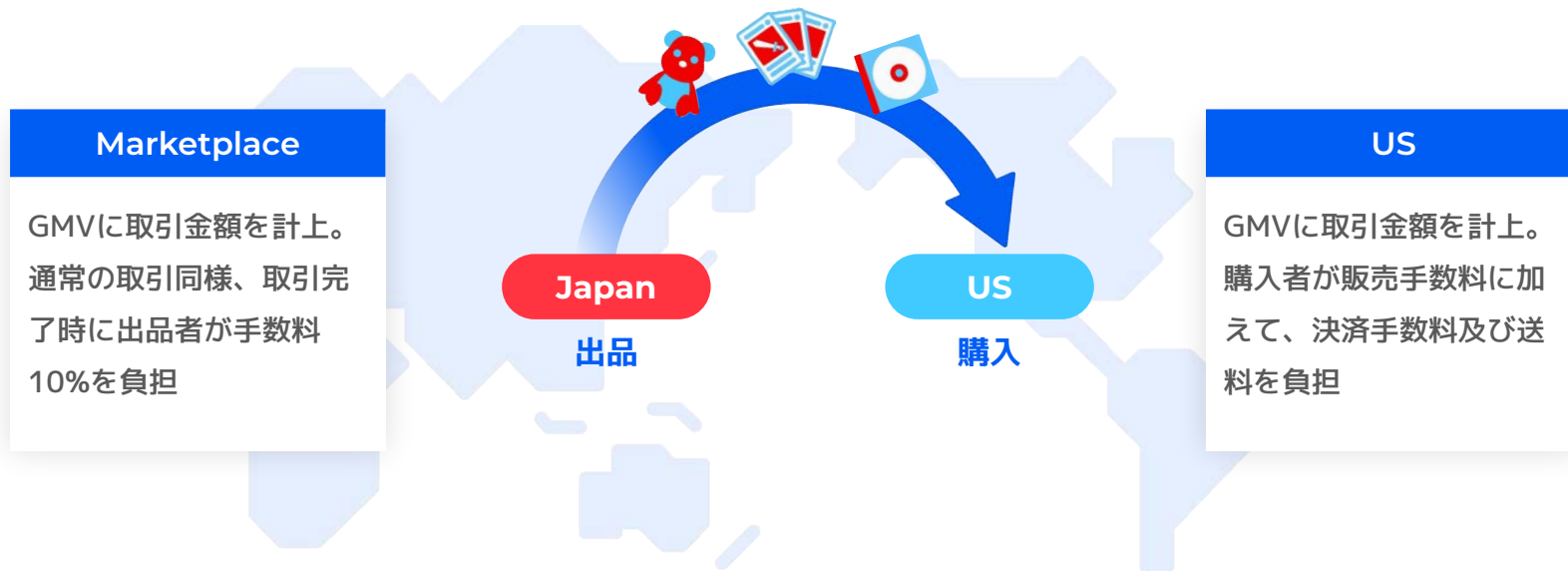
単位：億円



1. 会計基準に則り、FY2024.6 4Qより一部ポイント費用（広告宣伝費）を、売上収益及び広告宣伝費から控除
 2. 業務委託費、地代家賃、減価償却費等

6 US 日本「メルカリ」との越境取引¹

- 米国で需要の高い日本の商品（エンタメ・ホビー等）の在庫数を増やすことで、取引活性化を目指す



1. 2024年8月1日（現地時間）に発表
2. 購入手数料：カテゴリーやブランド等によって料率が変動 決済手数料：2.9% + \$0.50

フットボール事業:

- 長期的なチーム力向上に向けたアカデミーの強化
- 小学生無料招待施策等による入場料・広告収入の拡大
- EC等を活用したグッズ販売の拡大、商品開発、実店舗運営強化

ノンフットボール事業:

- スタジアムにおけるイベント運営等の有効利用
- サッカースクールの運営強化

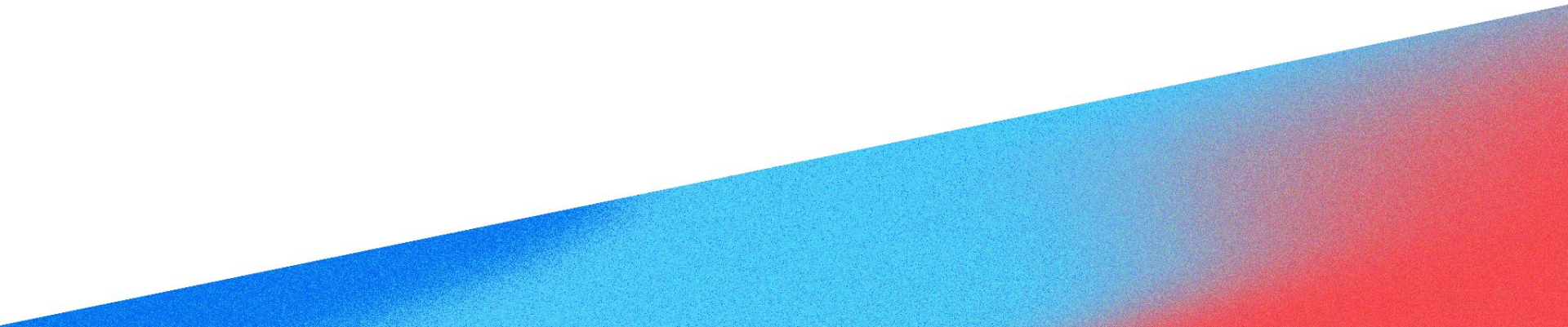


サッカースクール



スタジアムキャンプ

基本情報



**Go
Bold**

大胆にやろう

世の中にインパクトを与える
イノベーションを生み出すため、
全員が大胆にチャレンジし、
数多くの失敗から学び、実践します。

**All for
One**

全ては成功のために

一人では達成できない大きな
ミッションを、チームの力を合わせ、
全員が最大のパフォーマンスを
発揮することで実現します。

**Be
a Pro**

プロフェッショナル
であれ

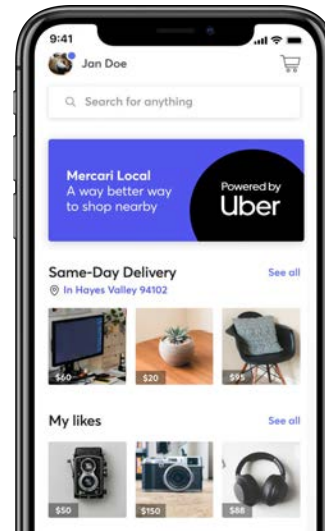
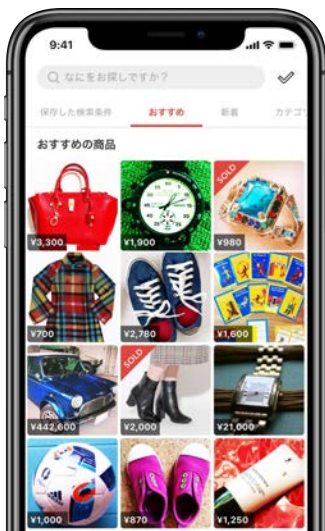
メンバー全員がその道のプロフェッショナル
としてオーナーシップを持ち、
日々の学びを怠らず、
成果や実績にコミットします。

7 サービス一覧

Marketplace

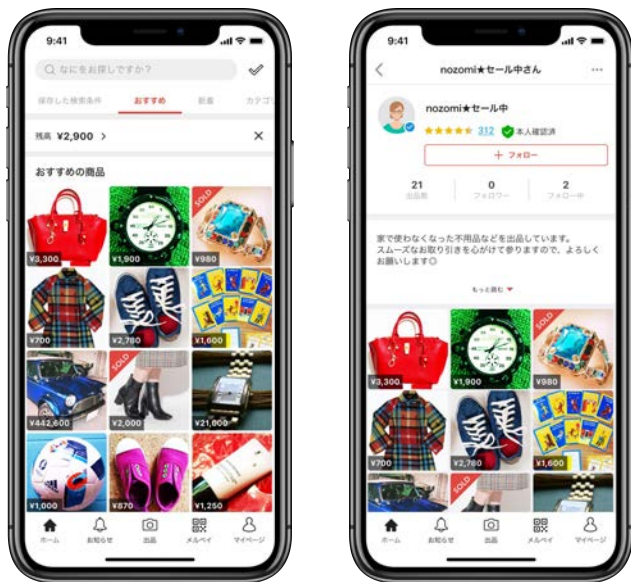
Fintech

US



Marketplace 「メルカリ (CtoC/BtoC)」 概要

- MAU約2,300万人の国内No.1のフリマアプリ
- 誰でも簡単に出品ができ、購入者は「宝探し」感覚で魅力的な商品を見つけることが可能
- エスクロー決済や匿名配送サービスを代表とする安価かつ多様な配送オプションなどの安心・安全で利便性の高いUI/UXを提供



- サービス開始：2013年7月 (CtoC) 2021年10月 (BtoC)
- 対応OS：Android、iOS
※Webブラウザからも利用可能
- 利用料：無料
- 収益構造：取引完了時に出品者から販売価格の10%をチャージ

7 Marketplace 主要なトピックス

- 「メルカリ」ローンチ
- 初のTV CM
- カスタマーサービス拠点開設

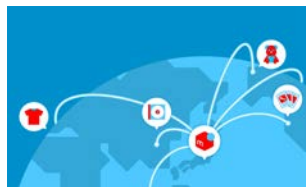
「メルカリ」初のTV CMを全国でオンエアし、認知度及びユーザ基盤を拡大

● 匿名配送

「らくらくメルカリ便」で、匿名配送サービスを開始

● 越境取引

代理購入サービスを通じ、海外のユーザも購入が可能になる越境取引を開始



● メルカリShops

誰でも簡単にネットショップを開設できるBtoCサービスの提供を開始



FY2014.6

FY2015.6

FY2016.6

FY2017.6

FY2020.6

FY2021.6

FY2022.6

FY2024.6

- 販売手数料有料化(10%)
- らくらくメルカリ便

ヤマト運輸株式会社と連携し、フリマアプリ初の全国一律料金で配送可能なサービスの提供を開始



- 大型らくらくメルカリ便 (現：たのメル便)

YHCと連携し、梱包不要で匿名配送が可能なサービスの提供を開始

- ゆうゆうメルカリ便

日本郵便株式会社と連携し、全国一律料金で配送可能なサービスの提供を開始

- 月イチ払い (現：翌月払い)

- ゆうパケットポスト

日本郵便株式会社と連携し、郵便ポストから匿名で発送可能な配送サービスの提供を開始



- エコメルカリ便

全国一律料金、かつ置き配指定配送により配送業者の負担/環境負荷を軽減できる配送サービスの提供を開始

- メルカリ ハロ

スポットワークサービス「メルカリハロ」の提供を開始

7 Marketplace「メルカリ」の強み

1

圧倒的で幅広い ユーザ基盤

- ・全国、全世代にわたる約2,300万人の圧倒的なユーザ基盤を保有
- ・多種多様な商品を扱うオールジャンル型

2

テクノロジーを活用した 利便性の高いUI/UX

- ・AI等のテクノロジーを活用した出品簡便化や、購入をサポートするリコメンデーション機能等、利便性の高いUI/UXを提供

3

安心・安全な 利用環境

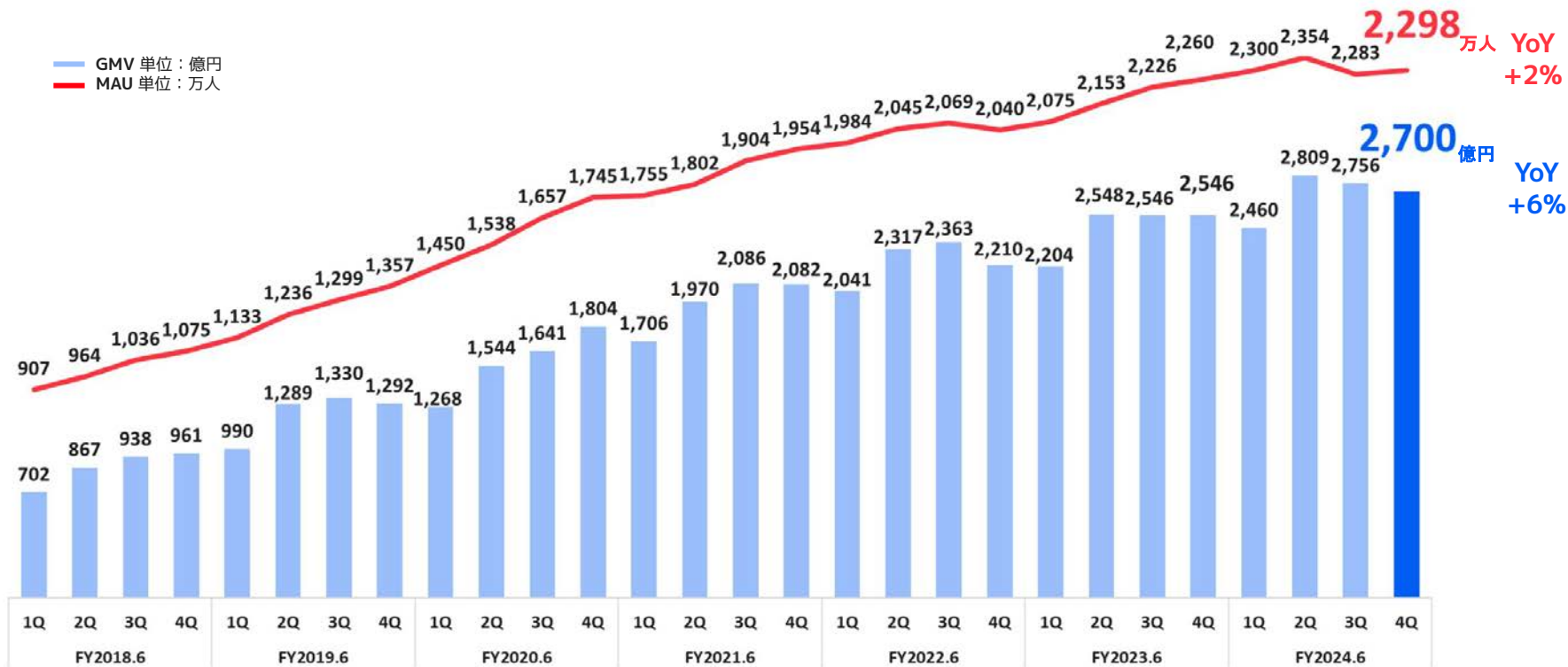
- ・エスクロー決済¹や匿名配送サービス、「パスキー」²の導入等、安心/安全に利用できる環境づくり注力

1. 「メルカリ」での売買に際し、メルカリ事務局が出品者と購入者の間に入り取引を仲介することでトラブルを防止する仕組み
2. パスワードレスの生体認証機能。ユーザは安全性の高い認証方法を利用できるだけでなく、端末ごとの生体認証設定が不要になる

7 Marketplace GMV₁ / MAU₂ (四半期)

mercari

Financial Results Presentation Material



1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計。「メルカリ ハロ」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

- 強化領域として注力した結果、連携企業数が約70社に増加（2024年6月末時点）
- 人気取引カテゴリーはキャラクターグッズ、トレーディングカード、アパレル等

取引金額の多い国・地域ランキング¹

1位	中国	4位	香港
2位	台湾	5位	シンガポール
3位	アメリカ	6位	韓国

連携企業一例²

BEENOS株式会社（Buyee, Shopee）
 SIG Service株式会社（doorzo）
 楽一番株式会社

取引カテゴリーランキング¹

1位	キャラクターグッズ
2位	トレーディングカード
3位	レディースファッション（バッグ）
4位	フィギュア
5位	メンズファッション（ジャケット・アウター）
6位	おもちゃ
7位	CD
8位	カメラ
9位	タレントグッズ
10位	テレビゲーム

1. 調査期間：2024年1月1日～2024年6月30日、調査対象：「メルカリ」の代理購入サービスであるBuyee等を通じた該当期間の取引
 2. 連携企業一覧：<https://help.jp.mercari.com/guide/articles/1476/>

7 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)、中古品店舗販売、オンライン中古品販売、オークション等の市場規模の合計。自動車、バイク、原付バイクは含まれない
2. 出典: 経済産業省「令和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

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、すぐに給与が受け取れる



1

全国・全世代 2,300万人の ユーザ基盤

- ・全国にわたる約2,300万人（本人確認済1,600万人）を超える潜在ユーザによる効率的なワーカーの獲得が可能
- ・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¹

2

Pay, Buy, Sell, Workを 1つのアプリで

- ・「メルカリハロ」で得た給与を「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

1. 「メルカリ」ユーザ（18-69歳男女）に向けた調査により、幅広い年齢層においてスポットワーク経験者または、未経験だが関心が高い顕在層が多いことが判明（自社調べ）

Payment

利便性の高い様々な決済手段を提供

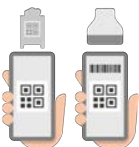
iD

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%

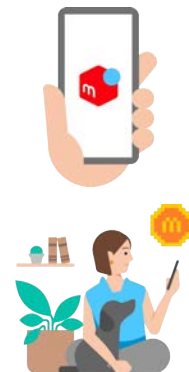


スマートマネー

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」内で暗号資産を売買できるサービスを提供



●非接触型サービス
iD決済 QRコード決済

●おくる・もらう

家族や友人にメルペイ残高・ポイントを送ることが可能に

●メルペイスマート払い
(定額払い)

翌月以降分割して支払うことができる「定額払い」に対応

●メルペイスマートマネー

「メルカリ」の利用実績等を元に金利・利用限度額が決まる少額融資サービスを開始



●暗号資産
取引サービス

「メルカリ」内でビットコインの売買が可能に

●ビットコイン
つみたて機能



FY2019.6

FY2021.6

FY2022.6

FY2023.6

FY2024.6

FY2025.6



●メルペイスマート払い
(翌月払い)

商品購入代金を後から支払うことができる「あと払い」サービスに対応

●マイナンバー
(JPKI) での本人確認

商品購入代金を後から支払うことができる「あと払い」サービスに対応



●メルカード

「メルカリ」アプリで完結するクレジットカード「メルカード」の提供を開始。最大4%を常時ポイント還元



●「メルカリ」内、
ビットコイン決済

「メルカリ」内の商品購入時にビットコインでの決済が可能に

●イーサリアムの追加

取引可能な暗号資産に「イーサリアム」を追加

1

Marketplace との連携

- ・ 全国で約2,300万人（本人確認済1,600万人超）を超えるユーザ基盤の活用
- ・ 年間GMV1兆円規模の「メルカリ」売上金によるメルペイウォレットへのキャッシュイン

2

独自の与信

- ・ 「メルカリ」の利用実績とAI技術を活用し、ユーザの最新の利用状況にあわせた“適切な与信”を提供
- ・ 独自の与信による高い債権回収率の実現

3

高い本人確認 済み比率

- ・ 90%を超える高い本人確認済み比率により安心・安全な利用環境を提供
- ・ 本人確認済みであることで、グループ内サービスをスムーズに利用開始 可能

7 Fintech メルカードの狙いと特徴

「メルカード」の狙い

1

Fintechの 収益力強化

「メルカリ」内・外における「メルカード」の利用増加による、Credit事業の収益力の強化

2

Marketplace GMVのさらなる成長

ロイヤリティプログラムによるPay, Buy, Sellの促進

3

Marketplaceの 外部決済手数料削減

「メルカリ」内における「メルカード」の利用が増えることによる外部決済手数料削減に伴うグループ収益性の向上

4

一次流通も 含めた循環の促進

メーカーや小売企業等と連携した取り組み等を通じたサーキュラーエコノミーの実現促進

5つの特徴

「メルカリ」「メルペイ」の行動履歴に基づく独自の与信

本人確認済みユーザはアプリ内申請で最短1分で申し込み完了

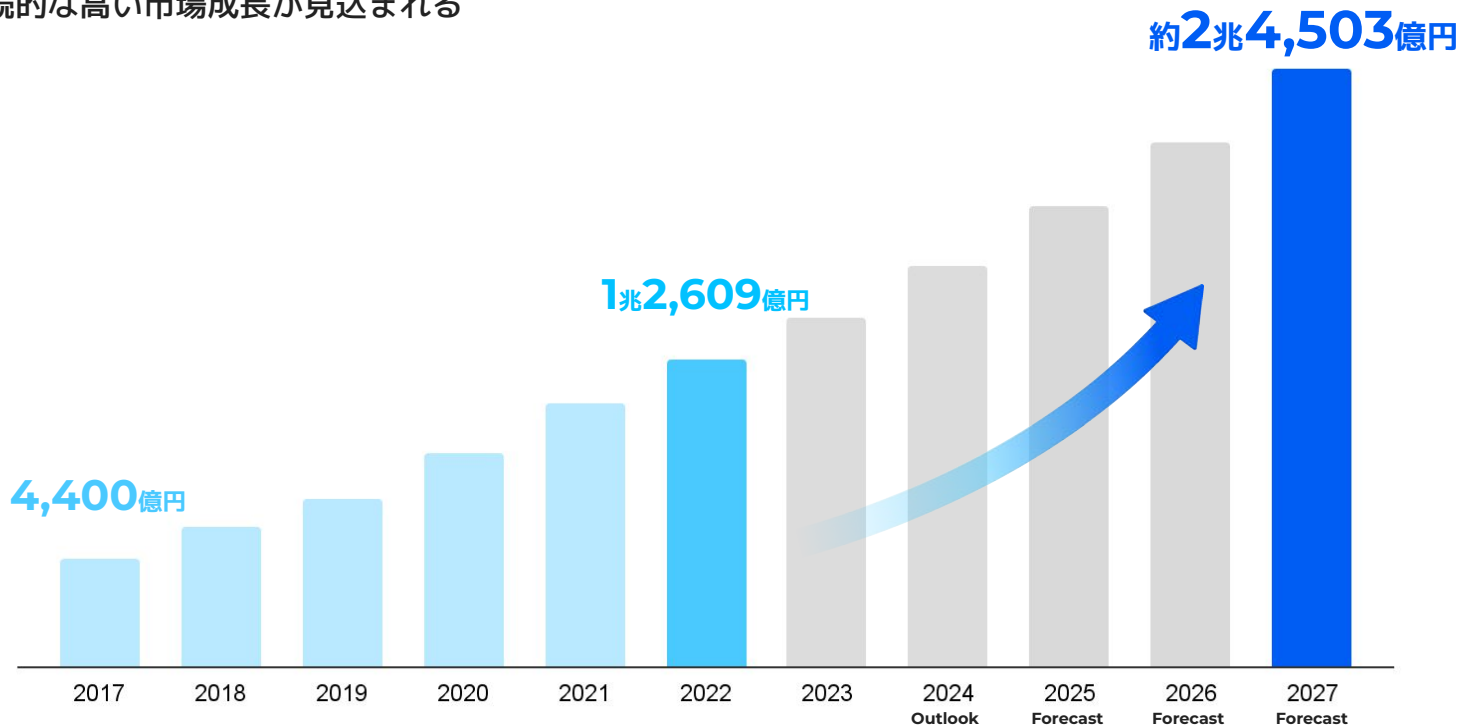
返済日・返済タイミングを柔軟にコントロール可能

ナンバーレス、かつすべての設定がアプリで完結する安心・安全設計

Pay, Buy, Sellによって上昇するポイント還元率（「メルカリ」内還元率1-4%）

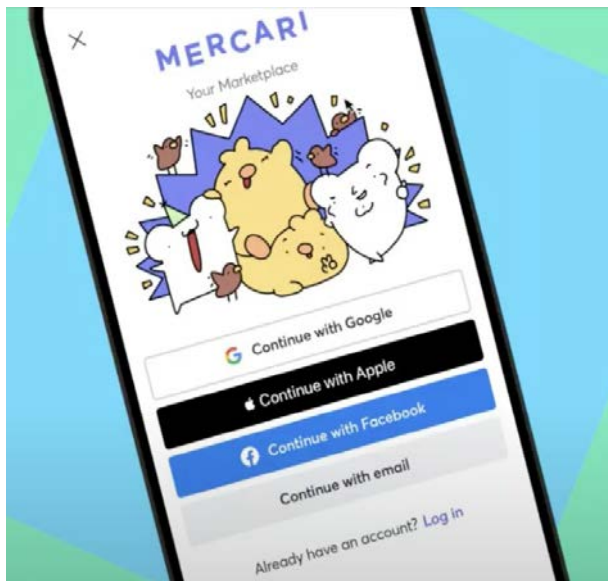
7 Fintech EC市場における後払い決済額¹

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



1. 出典：矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査（2024年）」2024年4月19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）

- 世界的なマーケットプレイスを創ることを目指し、創業翌年から海外展開を推進
- 多様な配送手段を持つオールジャンル型サービスとしての独自性を活かしたポジショニング
- 取引の活性化に向けて、米国の主要マーケットプレイス初の販売手数料無料化を実施し、購入者が手数料を負担するモデルへ変更



- サービス開始：2014年9月
- 対応OS：Android、iOS
※Webブラウザからも利用可能
- 利用料：無料
- 収益構造：取引完了時に購入者から販売手数料（カテゴリーやブランド等によって変動）と決済手数料（2.9% + \$0.50）をチャージ

● サービスローンチ

● 経営体制の現地化

現Mercari, Inc. CEOである
John Lagerlingが参画

● 配送手段の多様化

Uber社とのパートナーシップを通じて
非接触での同日集荷・配送サービスである
「Mercari Local」を全米で提供開始



● AI活用の強化

ChatGPTを活用した新しいお買い物アシスタント「Merchat AI」の提供を開始

● 日本「メルカリ」との越境取引を開始

FY2014.6

FY2016.6

FY2017.6

FY2018.6

FY2021.6

FY2023.6

FY2024.6

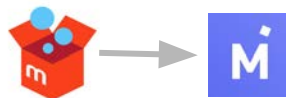
FY2025.6

● 手数料有料化

出品手数料として取引額の10%を出品者が負担するモデルを開始

● ブランドリニューアル

ローカライゼーションの一環として、リブランディング、及びアプリのリニューアルを実施



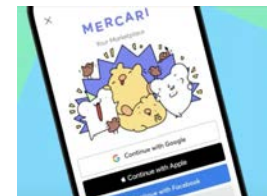
● 後払い決済サービス

Zip社とのパートナーシップを通じて、後払い決済サービス（BNPL）の提供を開始（2022年にはPayPal社とも連携を開始）



● 手数料モデルを変更

● Z世代を意識したデザインにリニューアル



1

オールジャンル型 CtoC

・ カテゴリー特化型のサービスが多い米国において、中長期でのより大きな成長が見込めるオールジャンル型のCtoC

2

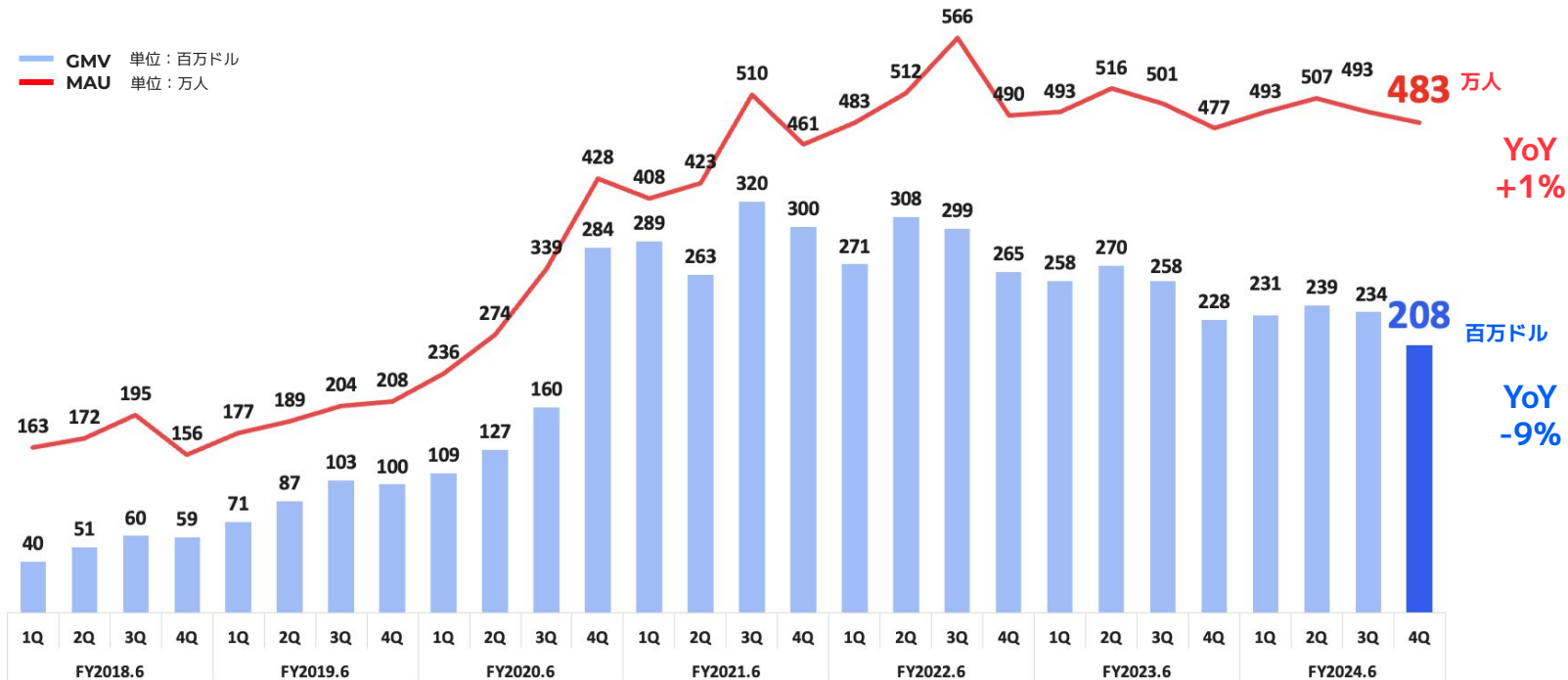
多様な 配送オプション

・ 配送サービス、ミートアップのいずれかに特化したサービスが多い米国において、その両方をカバーする多様な配送オプションを提供

3

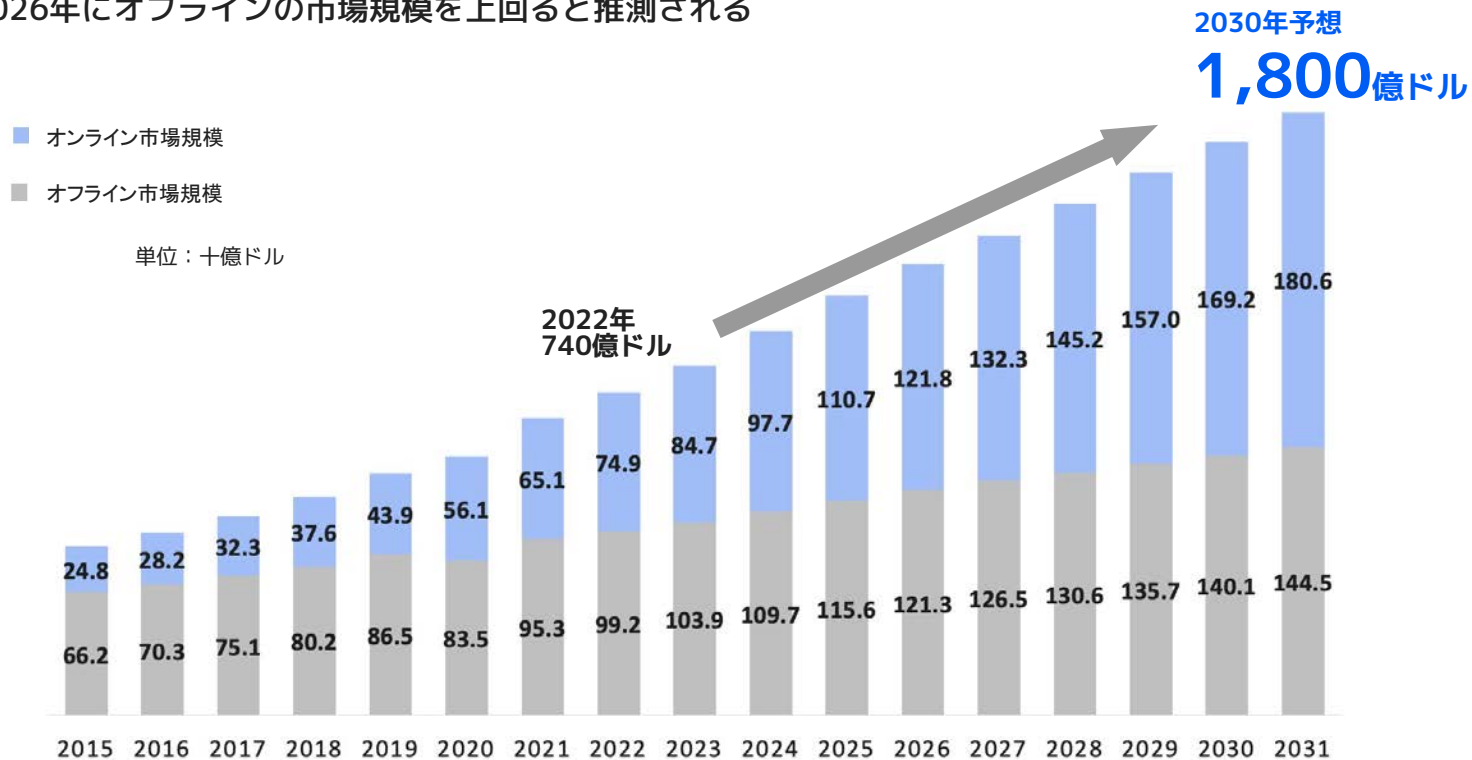
出品手数料が 無料¹

・ 米国の主要マーケットプレイスで唯一出品手数料を無料とし、出品者の負担を軽減した手数料モデルを採用
・ 圧倒的な出品のしやすさを実現するUXを提供



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の四半期平均の数

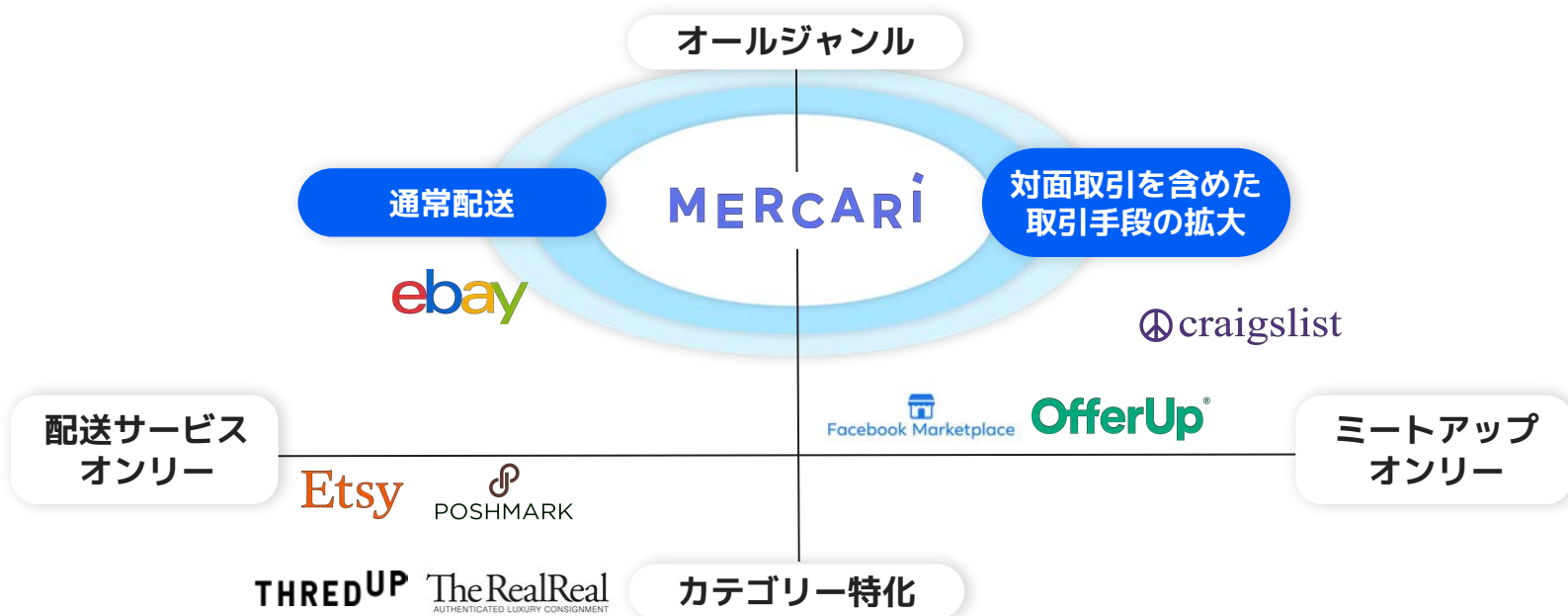
- 米国のオンライン・リユース市場は2022年から2031年の間にオフライン市場の約3倍のペースで成長し、2026年にオフラインの市場規模を上回ると推測される



1. 出典：『メルカリUS 2023年度リユースレポート』。2022年までが実績、2023年以降は予測

7 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



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。

FY2025.6 1Qの決算発表は、2024年11月5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