



2022年5月31日

各 位

会社名 株式会社メルカリ  
代表者名 代表取締役CEO 山田 進太郎  
(コード番号：4385 東証グロース)  
問合せ先 上級執行役員 SVP of Corporate 横田 淳  
TEL. 03-6804-6907

### 中長期的な企業価値向上のための投資方針に関する説明資料

本日付で別途お知らせしております通り、本日、当社は株式会社東京証券取引所の承認を受け、2022年6月7日をもちまして、当社株式の上場市場区分が東京証券取引所グロース市場から、プライム市場へ変更されることとなりました。

当社グループは、将来利益の最大化に向けて、三本柱であるメルカリJP・メルカリUS・メルペイの継続的な成長・強化とともに、ソウゾウ、メルコイン、メルロジ、鹿島アントラーズ、およびグローバル展開等、国内外の新たな領域の開拓を推進し、グループの更なる成長機会を創出するために、積極的な先行投資を行っております。また、環境や社会にポジティブな影響を与える事業活動により、限られた資源が大切に使われ、誰もが新たな価値を生み出せる社会を目指しております。

その結果、売上は順調に拡大する見通しの一方で、当連結会計年度におきましては、先行投資によって営業損失を見込んでおります。当社グループにおける投資方針、今後の見通し等につきましては、下記の通りです。

#### 1. 主要な投資対象

当社グループにおける先行投資費用の大半は、既存事業・新規事業共にユーザ基盤の維持・獲得を目的とした広告宣伝費、並びにプロダクト開発に関わる労務費（原価）となります。

広告宣伝費は、主に新規ユーザ獲得のための各種キャンペーン及びウェブ広告（メルカリJPにおける新規ユーザ及び出品者獲得を目的とした招待・出品キャンペーン、メルペイにおける新規の定額払いユーザ獲得及び債権増を目的としたポイント還元キャンペーン、「メルカリShops」における新規出店獲得を目的とした販売手数料無料キャンペーン、メルカリUSにおける出品者獲得を目的とした出品広告等）、並びに認知強化のためのメディア投資であり、費用対効果を検証しながらオンライン、オフライン双方で施策を実行しております。

プロダクト開発に関わる労務費（原価）は、エンジニアの採用を継続的に強化しており、メルカリJP及びメルカリUSにおける出品の簡便化、メルペイにおける「メルカリ」利用実績に基づく与信サービスの開発・改善、「メルカリShops」における機能改善、メルコイン、メルロジ

等の新規事業、サービス等の開発を推進しております。これらの人材獲得への投資を実施することで、より強固な組織基盤を構築してまいります。

なお、成長フェーズの違いから、すでに強固な収益基盤を構築しているメルカリJPに対して、その他事業は収益基盤強化に向け投資先行となる見込みです。

## 2. 投資金額(当社グループ連結)

2020年6月期から2022年6月期にかけての広告宣伝費及び労務費(原価)の内訳は以下の通りです。

(単位:百万円)	2020年6月期 実績	2021年6月期 実績	2022年6月期 予想
広告宣伝費	34,307	31,485	38,400
(内、メルカリ単体)	11,205	15,582	20,400
(内、メルカリ単体以外)	23,102	15,903	18,000
労務費(原価)	10,063	10,846	11,800
(内、メルカリ単体)	5,256	5,480	5,600
(内、メルカリ単体以外)	4,807	5,366	6,200

## 3. 企業価値向上に向けた投資の狙い及び投資方針・今後の投資計画

当社グループは一次流通と二次流通を融合した循環型社会を牽引すると同時に、メルカリUSを含め、更なるグローバル展開を中期的なマイルストーンとして掲げております。

メルカリJPはMAU2,000万人を超えるユーザ基盤を有しておりますが、国内における不用品の推定価値は年間約7.6兆円(注1)、また潜在出品者は3,600万人(注2)と見積もられており、引き続き高い成長ポテンシャルを有しております。また、メルカリJPの強固なユーザ基盤を活かし、メルペイの決済及び与信事業、ソウゾウの「メルカリShops」事業等、当社グループならではの新規事業を推進すると共に、事業間シナジーを最大限に引き出すことで、さらなる成長が可能と考えております。

メルカリUSにおいてもMAUが500万人を超えましたが、米国では引き続き人口の増加が見込まれ、2020年に560億ドルであったオンライン・リユース市場は2030年に1,960億ドルになると推測される(注3)等、高い成長ポテンシャルを有しております。

日米以外でも、地球温暖化に伴う環境問題への関心の高まりを背景にリユース市場の拡大を見込んでおり、日米に続くグローバル展開の推進により、成長を取り込むことが可能と考えております。

上記の当社グループの強み、市場環境及び昨今の事業動向を踏まえ、グループ全体として、投資規律のアップデートを行い、今後優先順位を明確にしたうえで厳選した投資を行ってまいります。具体的には、新規ユーザ獲得並びにプロダクト改善等、着実に成果が積み上がっていく投資を実施することで、より中長期的な成長を実現するとともに、企業価値・株主価値の向上を推進していきます。

メルペイ与信事業は事業特性上多額の運転資金を必要としますが、債権流動化を通じた安定的な運転資金の確保等により資金繰りにも配慮しつつ、今後もこれらの領域への先行投資を継続する方針です。

4. 当該投資を踏まえた企業グループ全体の業績動向及び今後の見通し等に係る具体的な内容  
連結業績につきましては、2020年6月期には193億円の営業損失を計上したものの、2021年6月期は51億円の営業利益を計上いたしました。2021年6月期はCOVID-19環境下での一時的な投資抑制により黒字化いたしました。2022年6月期は将来利益の最大化の観点から新規ユーザ獲得及び認知強化のためのマーケティング投資、並びにプロダクト改善及び開発のための人材採用等先行投資を実施しております。その結果、連結営業損失45億円を見込んでおります。一方で、上記3の投資方針に記載の通り、投資規律をアップデートし、優先順位を明確にしたうえで、厳選した投資を行ってまいります。当社は将来利益の最大化に向けて、着実に成果が積み上がっていく投資により、中長期的な成長を推進していきます。

(注)

1. 出典：経済産業省(2018年4月)、アンケート回答者が過去1年間で必要なくなったと回答した製品の推定価値の合計。自動車、バイク、原付バイクは含まれない
2. 出典：18-74歳までの男女計9,189人を対象に2021年4月に実施した調査に基づく。潜在出品者はメルカリ認知あり、出品意向はあるが未出品の人。アプリのダウンロード有無や購入経験は不問。調査委託先：マクロミル
3. 出典：GlobalData market analysis and forecasts。データは2021年以降は予想であり、全ての再販または中古品に関する個人消費が含まれる。自動車部品は含むが自動車は含まない

以上