

# ジモティー

2022年12月期  
第2四半期決算説明資料

---

株式会社ジモティー  
東証グロース：7082

# 目次

- 01 2022年12月期 第2四半期 業績概要
- 02 経営戦略
- 03 Appendix

01

# 2022年12月期 第2四半期 業績概要

---

## 2022年12月期 第2四半期の業績概要

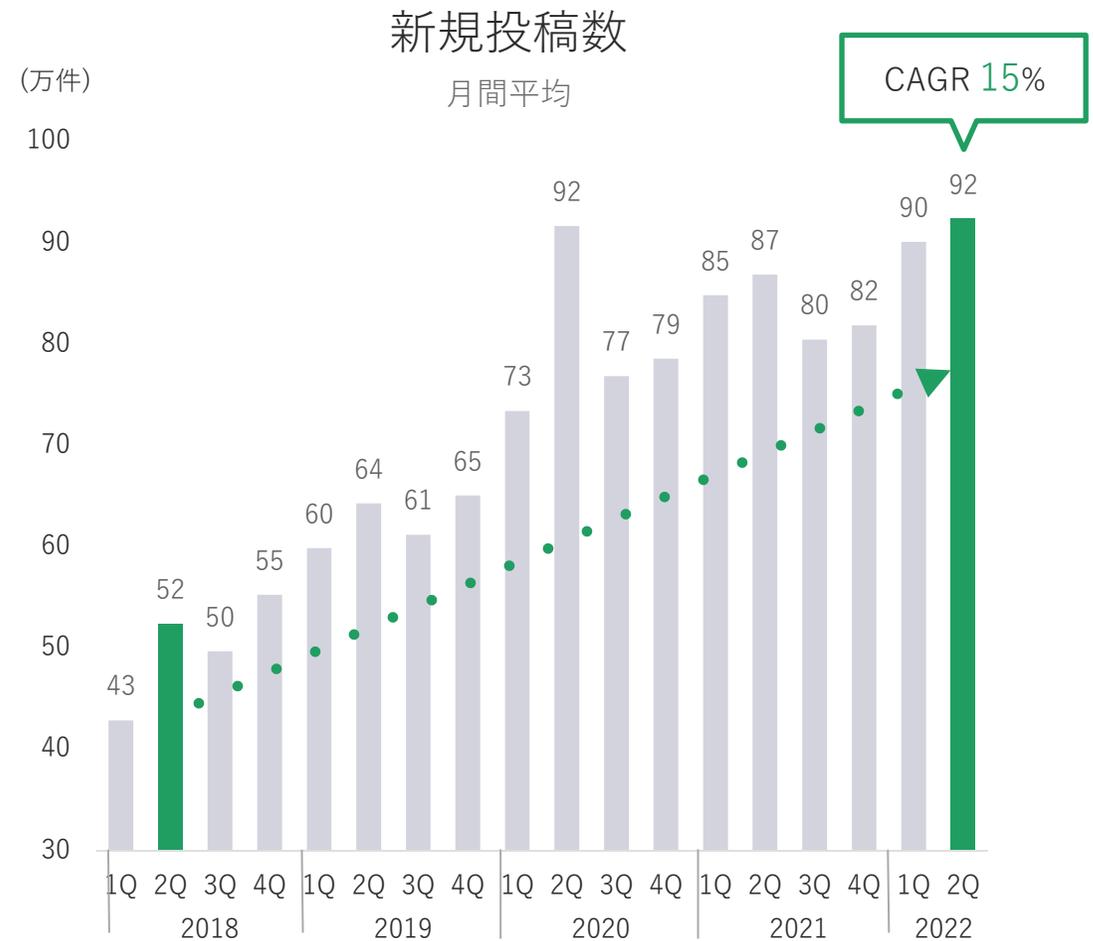
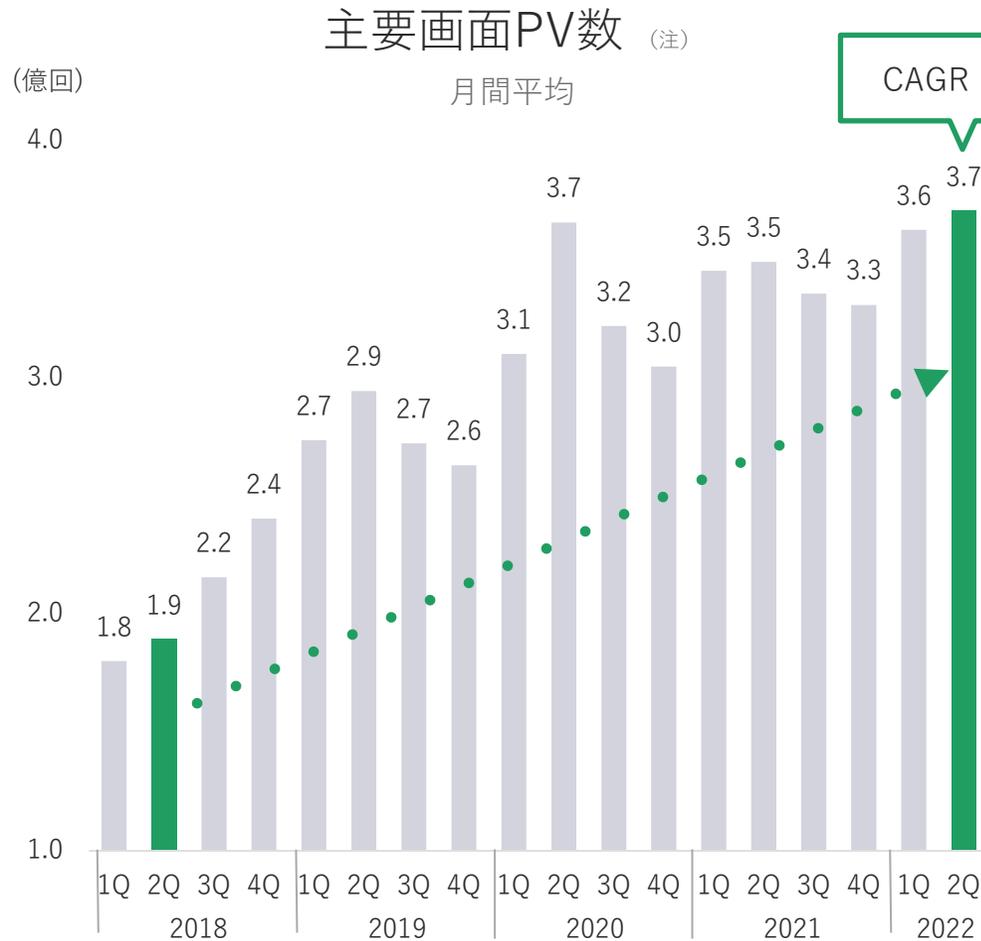
- 第2四半期累計の業績予想に対する達成率は、売上高は97%、営業利益は116%と順調な進捗
- TVCMを伴う広告宣伝の実施時期を、2021年は下半期に実施したのに対し、2022年は上半期に実施したことに伴い、前年比の営業利益水準が低く見えるが、今期業績予想は下期偏重であり達成できる見通し

(単位：百万円)	2022年12月期 第2四半期累計実績	2021年12月期 第2四半期累計実績	前年比
売上高	905	802	+13%
営業利益	171	292	-41%
四半期純利益	152	241	-37%

(単位：百万円)	2022年12月期 第2四半期累計実績	2022年12月期 第2四半期累計業績予想	達成率
売上高	905	936	97%
営業利益	171	148	116%
四半期純利益	152	128	118%

# 主要KPI

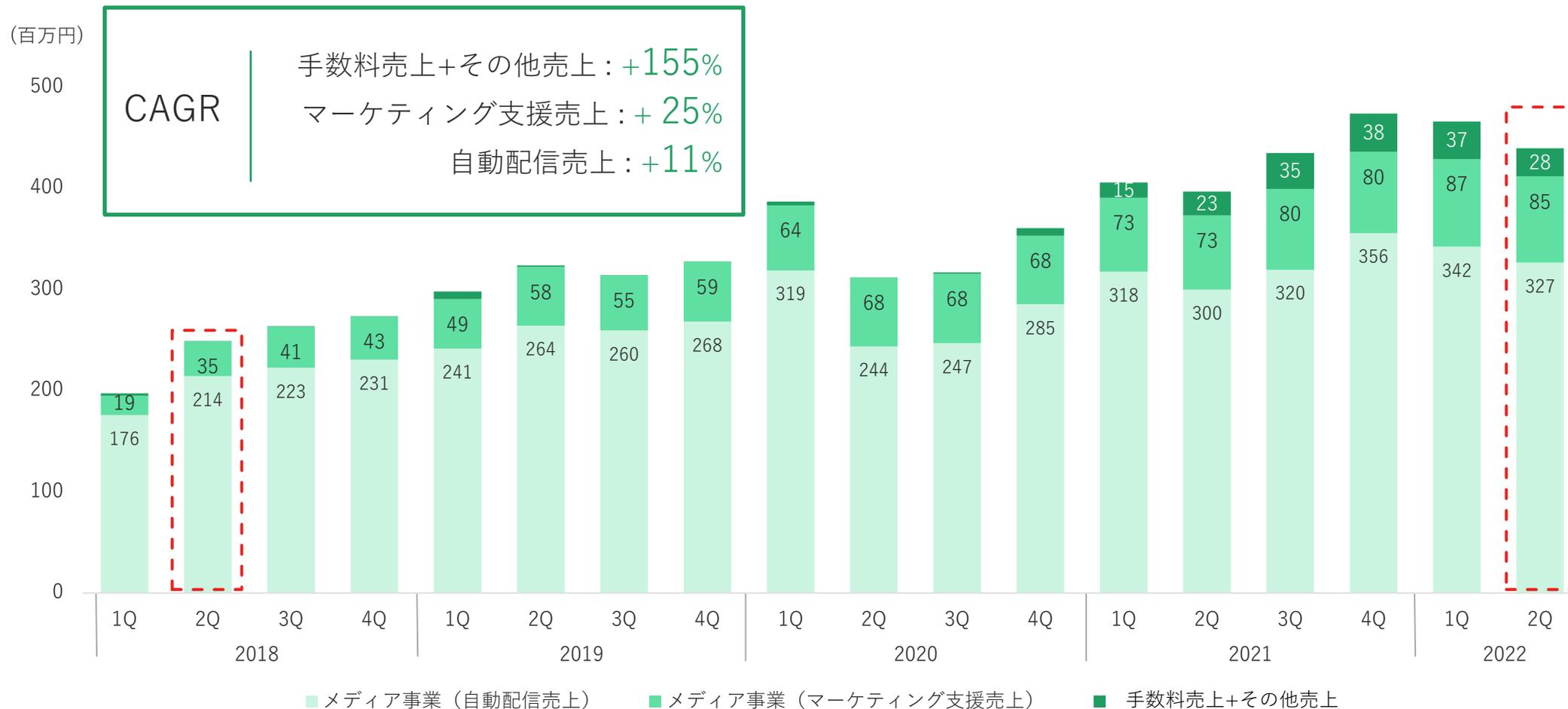
- PV数、投稿数ともにCAGRで15%以上の堅調な成長
- コロナ禍で急増した2020年の第2四半期の実績を超え、過去最高のPV数、投稿数を記録



注 自動配信売上と相関性の高いPV数として広告をメインで掲載している画面 (TOP・リスト・詳細) のPV数

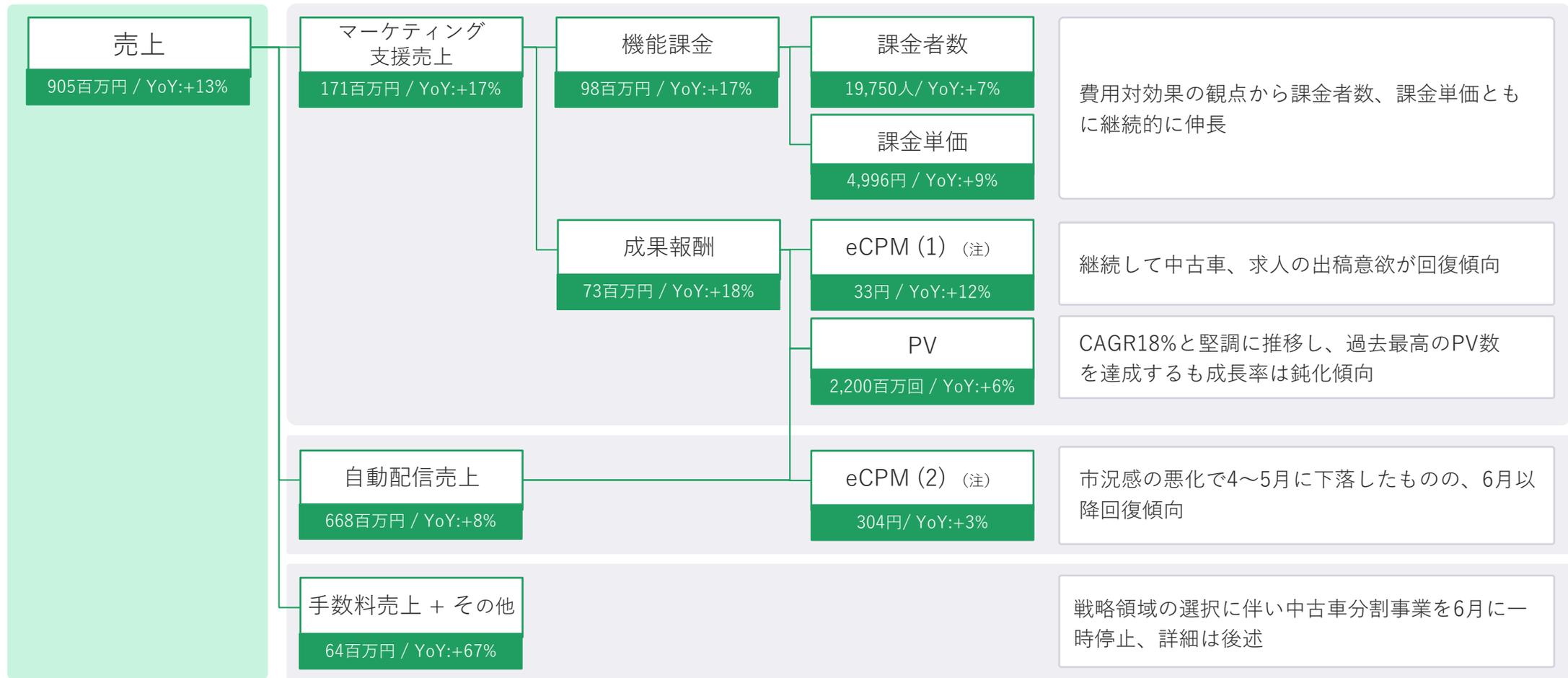
# 売上（セグメント別）

- CAGRで自動配信売上は+11%の伸び 4月以降の市況感悪化の影響を受け低調
- マーケティング支援売上は+25%と引き続き高い成長率



# 2022年第2四半期累計と2021年第2四半期累計のKPI比較

- マーケティング支援売上は前年比で+17%と高い成長率  
商品利用者から見た費用対効果が高く課金者数が積み上がっている
- 自動配信売上は市況悪化の影響を受け低調なトレンドだったが、6月以降改善活動が奏功し回復傾向

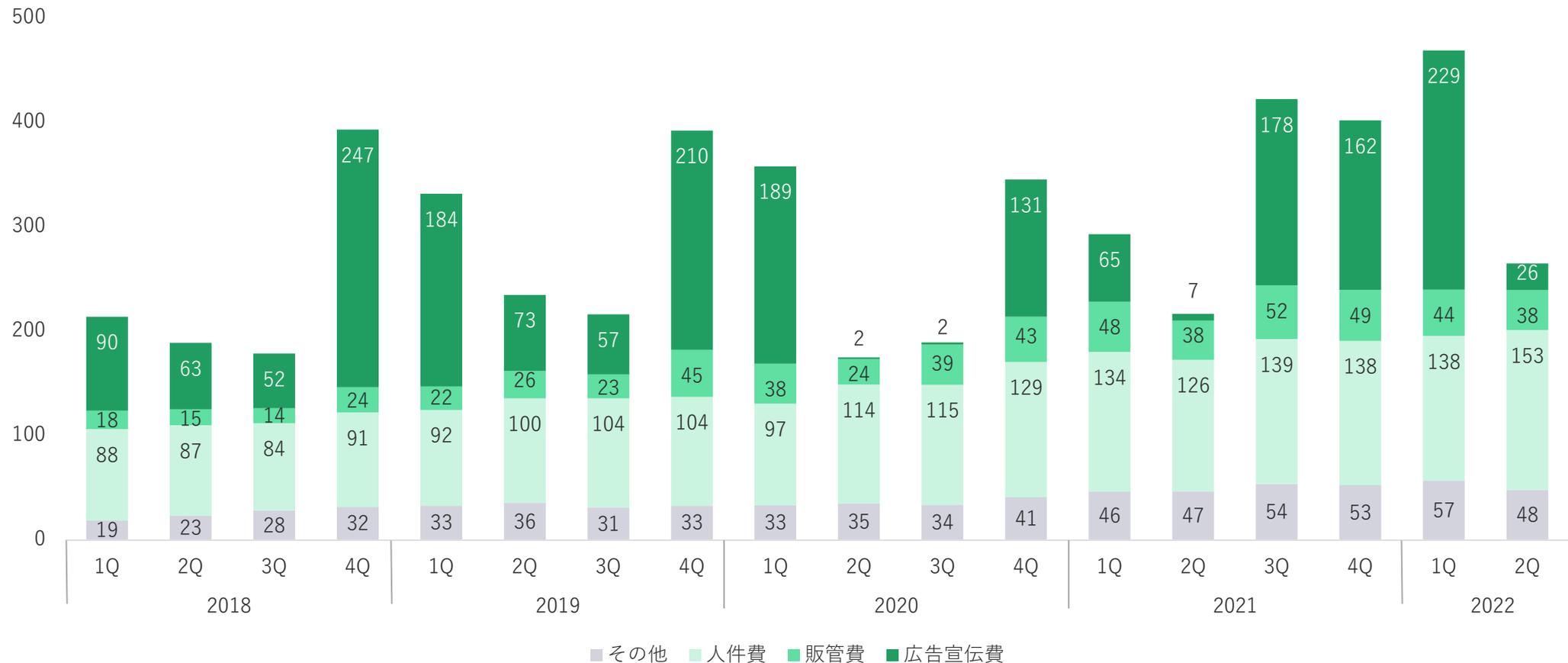


注 1,000回表示あたりの収益

# コスト構造

- 第2四半期は一部の地方TVCMのみ実施
- 第3四半期、第4四半期は昨年のTVCMからアプリプロモーションに切り替えて広告宣伝を実施予定  
年間の広告宣伝の予算は前期とほぼ同等になる見込み

(百万円)



02

## 經營戰略

---

## 当社の目指す姿

- 当社のサービスで「地域生活の豊かさ」を提供し、持続的社会的実現につなげる

### 当社の経営理念

# 地域の今を可視化して 人と人の未来をつなぐ

### 当社が行うべき事

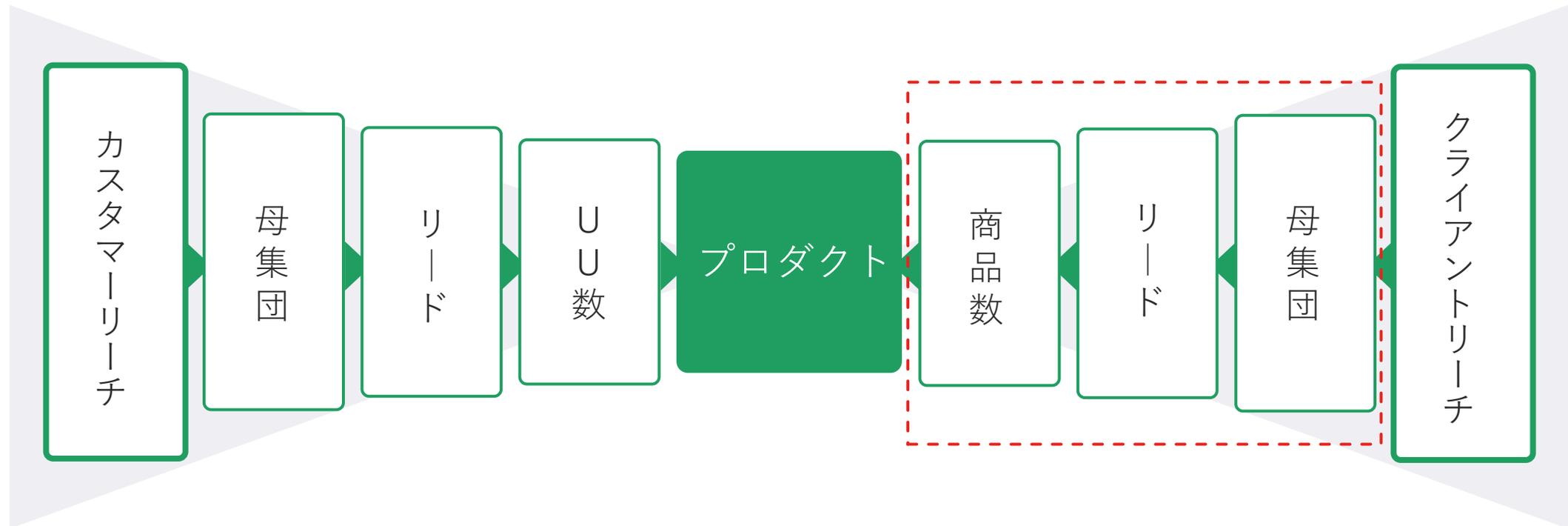
流れる商材・情報量を増やす

可視化のUP

流れの阻害要因を除く

つながりのUP

# 目指す姿を実現するための戦略変更のポイント



これまで

- 売上は自動配信が主体
- 広告もセルフサーブで、営業組織はゼロ

これから

- 営業組織を設け、主体的に規模と利益を追求できるモデルを構築する
- 結果的に自動配信の売上比率を下げ、掲載課金型商品の売上比率を主としていく

## 注力する領域とマネタイズ手法の選択

- 事業の新規性、利益率、キャッシュフロー、他カテゴリへの展開力の観点で、今期は人材領域における掲載課金型商品の販売に注力
- 中古車領域における検証結果は想定通りではあったものの、求める規模に達するまでに要する時間軸の観点から一時停止し、リソースを人材領域に集中する

	掲載課金型商品（人材領域から開始）	中古車割賦販売
商品の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 特定期間の掲載課金型商品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 当社による中古車割賦販売サービスの提供</li> </ul>
事業の新規性（≒難易度）	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 既にアクションが出ているアルバイトカテゴリの応募を価値とした換金化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 既にあるアクションの換金化ではなく、割賦販売事業という新しい付加価値提供</li> </ul>
利益率	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主に人件費のみがコストとなる為、粗利率が非常に高くなる想定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 割賦販売の範囲では粗利率が広告事業と比べるとかなり低くなる想定</li> </ul>
キャッシュフロー	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人件費以外の元手が必要なく、投資回収速度も早い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 割賦販売形式での実績づくりには多くの手元キャッシュが必要であり、割賦販売以外への移行には時間がかかる想定</li> </ul>
他カテゴリへの展開力	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告事業の営業モデルのため、法人向けカテゴリにおいては展開が容易（不動産、中古車、地元のお店など）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• カテゴリ別に求められるモデルが異なってくる</li> </ul>

# 人材領域における掲載課金型商品の追加

- これまでのセルフサービスの機能課金に加え、新たな掲載課金型商品を追加
- 無料掲載している顧客に送客している応募を、掲載課金型商品を購入した顧客へ優先的に送客することで売上の50%近くを人材領域だけで獲得できると想定

	無料掲載顧客	セルフサービスの機能課金顧客	営業による掲載課金型商品顧客
掲載内容	掲載されている情報の内容は同じ		掲載中の原稿から勝ちパターンを分析 顧客の原稿をプチコンサル
送客シェア	95%以上 数万件規模/月 (利用者数2万社)	5%未満 (利用者数400社)	無料掲載顧客に対して約50%のシェアを目指す
平均単価	0円	数千円/月	数万円/月



既に獲得率の検証は進んでおり  
順調な滑り出し

## 当社が既に有している媒体価値の一部と検証結果

- プラットフォーム全体のユーザー数増加に伴い、各カテゴリが年間で約20億円程度の広告効果を既に創出
- 各領域でジモティーならではのユーザー層の送客が可能であり、集客コストがかからない点も含め競争優位性が作れると想定
- アルバイト領域の検証では、想定通りクライアントにとって高い費用対効果を提供できる見込み。品質を落とさずに高速で販売体制を拡大していくことが今後の課題

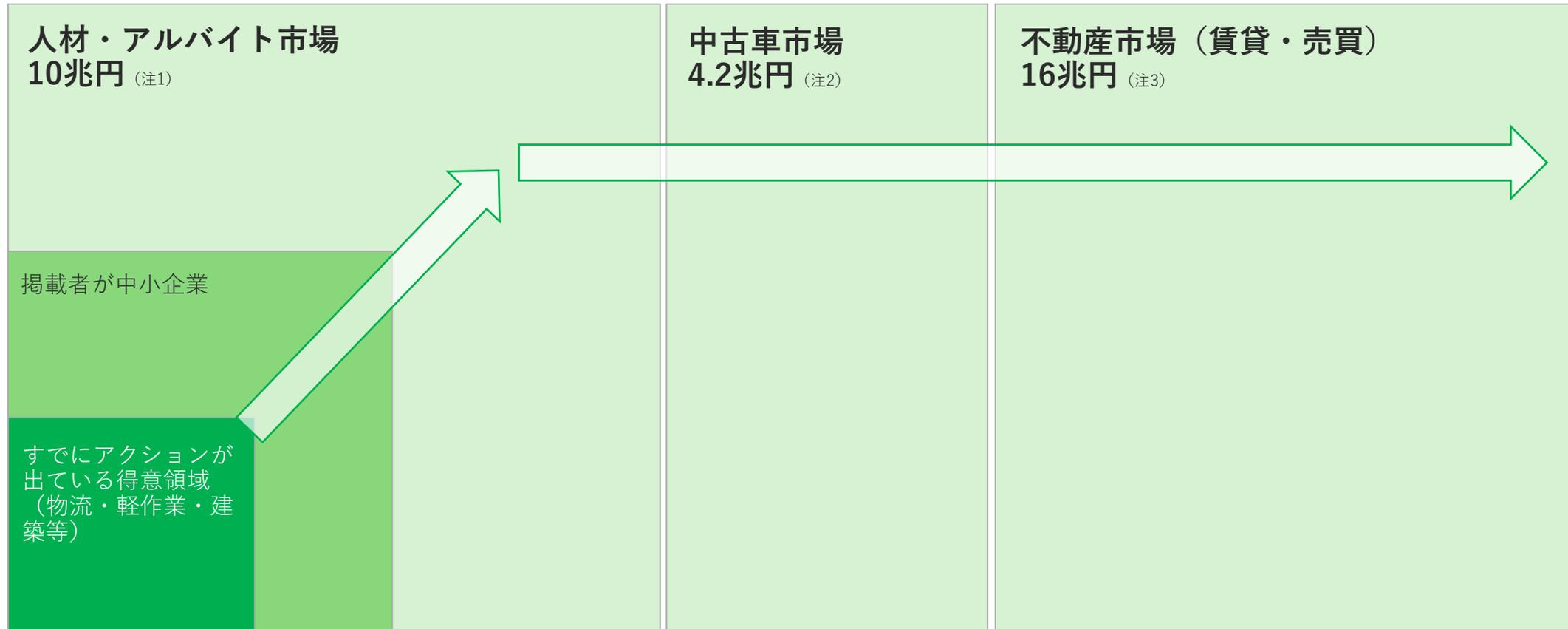
	月間応募/問合せ数 (2022年7月実績)	1応募/問合せの リードの価値 (注)	既に有している 送客価値/月	組織とコスト検証の 現状	今後の見通し
アルバイト 領域	約45,000件	3,000円～5,000円 (採用単価2万円程度の 相場観に基づき試算)	約1.8億円/月	<ul style="list-style-type: none"> <li>既に10名程度の営業組織が稼働中</li> <li>コスト効率も想定通り</li> </ul>	品質を維持しながら 販売体制の拡大を 早期に行う
正社員 領域	約6,000件	2万円～3万円 (採用単価10万円程度と して試算)	約1.5億円/月	今後検証予定	アルバイト領域の次 に領域を横展開して いく計画
中古車 領域	約45,000件	3,000円～5,000円 (成約単価3万円程度 として試算)	約1.8億円/月		

不動産や地元のお店、教室・スクールカテゴリなども将来的なターゲット。上記領域と同様、既に相当規模の送客価値がある。

注：採用や成約にクライアントがかけられる平均的な相場観を弊社独自に調査。応募や問い合わせ情報からの決定率を加味した場合のリード価値を算出。

# ターゲットとなる領域とTAM

- まずは当社の得意とする、物流・軽作業・建築の求人を中心に掲載課金型商品顧客の開拓を開始
- その後、掲載課金型商品を購入した顧客に対して優先的に送客するモデルを中古車、不動産等にも展開し、当社サービスと相性の良い、地域に関する情報の専有率を上げていく



注 (1) 出所：一般社団法人 人材サービス産業協会 (2021年) 「2030年の労働市場と人材サービス産業の役割」

(2) 出所：リクルート (2020年) 「カーセンサー中古車購入実態調査2020」

(3) 出所：一般財団法人 日本不動産研究所 (2020年) 「不動産取引市場調査」、みずほコーポレート銀行 (2013年) 「賃貸住宅市場の現状と展望」より当社試算

# 自治体と共同運営するリユース拠点（ジモティースポット）の進捗①

- 提携実績は着実に増加し50以上の自治体と協定を締結、ジモティースポットも2箇所目を日野市にオープン
- 先行事例である世田谷区では、約半年間の実績で68トンのゴミ削減、1,700万円の財政削減効果

## 提携自治体数



## 世田谷での実績 (注)

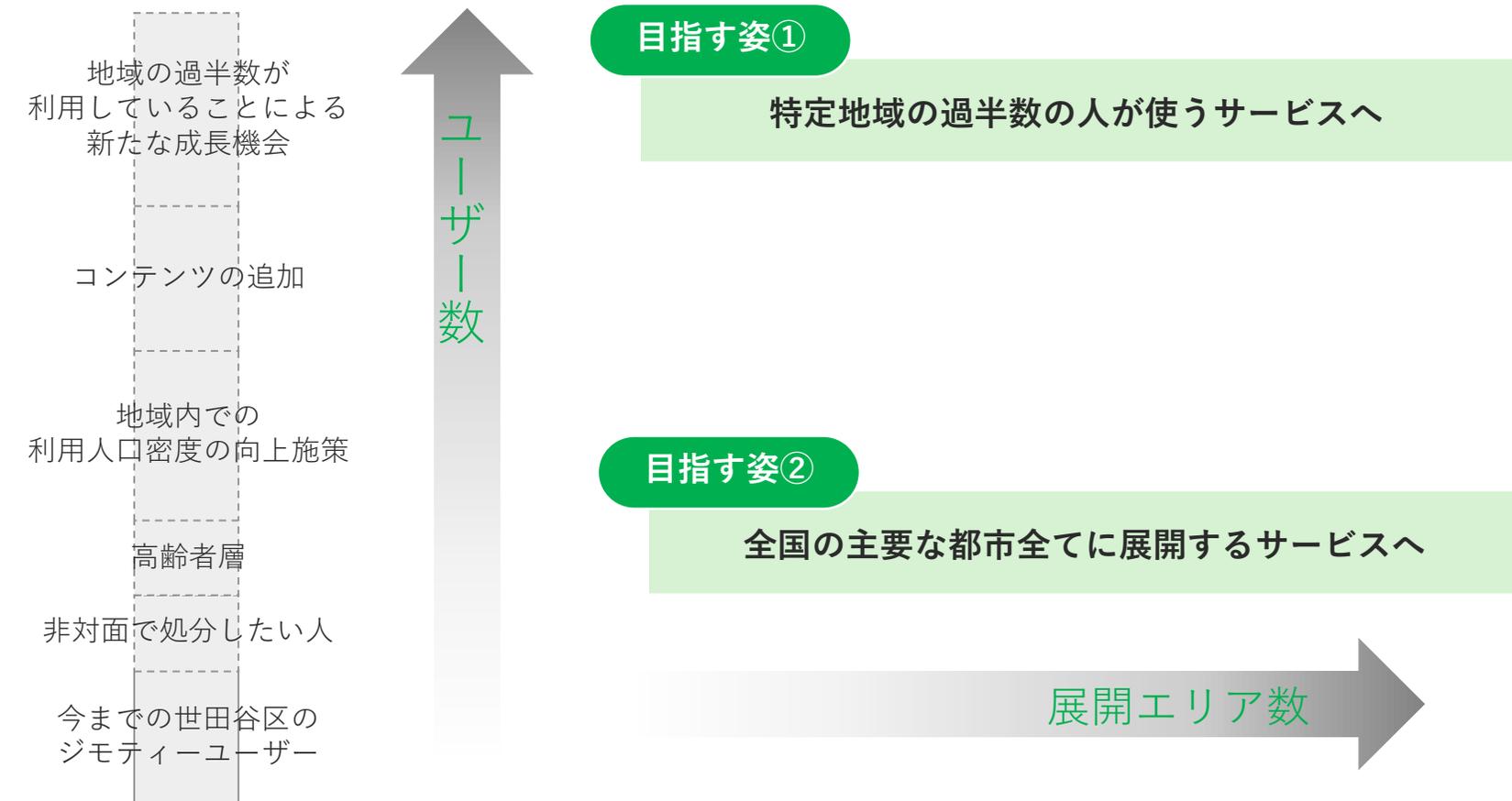
持込まれた不要品数	<b>12,854 個</b>
粗大ごみ削減量	<b>68 トン</b>
リユース率	<b>95 %</b>
財政削減効果	<b>1,700 万円</b>
利用者満足度	<b>97 %</b>



注 2021年10月～2022年3月の実績

## ジモティースポットの進捗②

- 縦軸となるユーザー数及びコンテンツの追加については  
7月から新たに開設した日野市において、粗大ごみ以外のコンテンツの回収や買取を検討中
- 横軸となる展開エリア数については、年内に5か所の開設を目指して進行中



# Appendix



# 会社概要

会社名

株式会社ジモティー

所在地

東京都品川区西五反田1-30-2

設立

2011年2月

事業内容

クラシファイドサイト「ジモティー」の企画・開発・運営

従業員数

108名（2022年6月末時点） ※臨時雇用者数57名を含む

経営陣

代表取締役社長 加藤貴博

取締役 片山翔

取締役 日向野朋実

社外取締役 伊藤邦宏 監査役 平井新也

社外取締役 松本行哲 監査役 川波拓人

社外取締役 山本遼太郎 監査役 神先孝裕

# 経営メンバー



加藤貴博 / 代表取締役社長

早稲田大学政治経済学部卒業後、2001年株式会社リクルート入社。広告営業、メディアプロデューサー、編集長、新規事業開発責任者を経て、2011年株式会社ジモティーの代表取締役に就任。



片山翔 / 取締役

慶應義塾大学卒業後、2008年株式会社リクルート入社。広告営業や新規事業開発、事業企画に従事。2016年株式会社ジモティーに入社。マーケティング部部長、代表取締役を経て、2021年取締役に就任。



日向野朋実 / 取締役

一橋大学社会学部卒業後、2007年名古屋テレビ放送株式会社に入社。スポットCM業務、番組企画などを経験し、2011年株式会社ジモティーに創業期メンバーとして入社。2021年取締役に就任。



伊藤邦宏 / 社外取締役

明治学院大学社会学部卒業。株式会社NTTドコモ入社後、法人営業や決済サービス、ポイントビジネスなどの新規事業の立ち上げに携わる。現在はマーケティングビジネスを担当。2019年株式会社ジモティー社外取締役に就任。



松本行哲 / 社外取締役

中央大学大学院法務研究科修了。企業内弁護士としてJCOM株式会社入社後、法務部長として、多数のM&Aや新規事業立上げ、並びに自社の株式非公開化を担当。同社では、コーポレート・ガバナンス業務全般や、各種業法等の規制法及び消費者関連法、並びに労働法務等の対応に幅広く従事。2022年株式会社ジモティー社外取締役に就任。



山本遼太郎 / 社外取締役

慶應義塾大学卒業。Procter & Gamble Far East, Inc.にて消費財マーケティング、株式会社リクルートにて営業・経営企画・海外投資、ソフトバンクグループ株式会社社長室を経て、2018年在宅医療を担うソフィアメディ株式会社代表取締役社長就任。2022年地域発の多様な関係創造から次々と新しいものが芽吹く未来を目指して株式会社neighborhood創業。2022年株式会社ジモティー社外取締役に就任。

# サービスの概要

- 地域に根付いたフロー情報をあらゆるカテゴリで無料で掲載可能  
地域内でモノ、サービスを見つけることでより豊かな暮らしを送れるようにする



## 提供カテゴリ

 売ります・あげます	
 メンバー募集	 中古車
 助け合い	 イベント
 アルバイト	 正社員
 教室・スクール	 不動産
 地元のお店	 里親募集

# 具体的な掲載内容

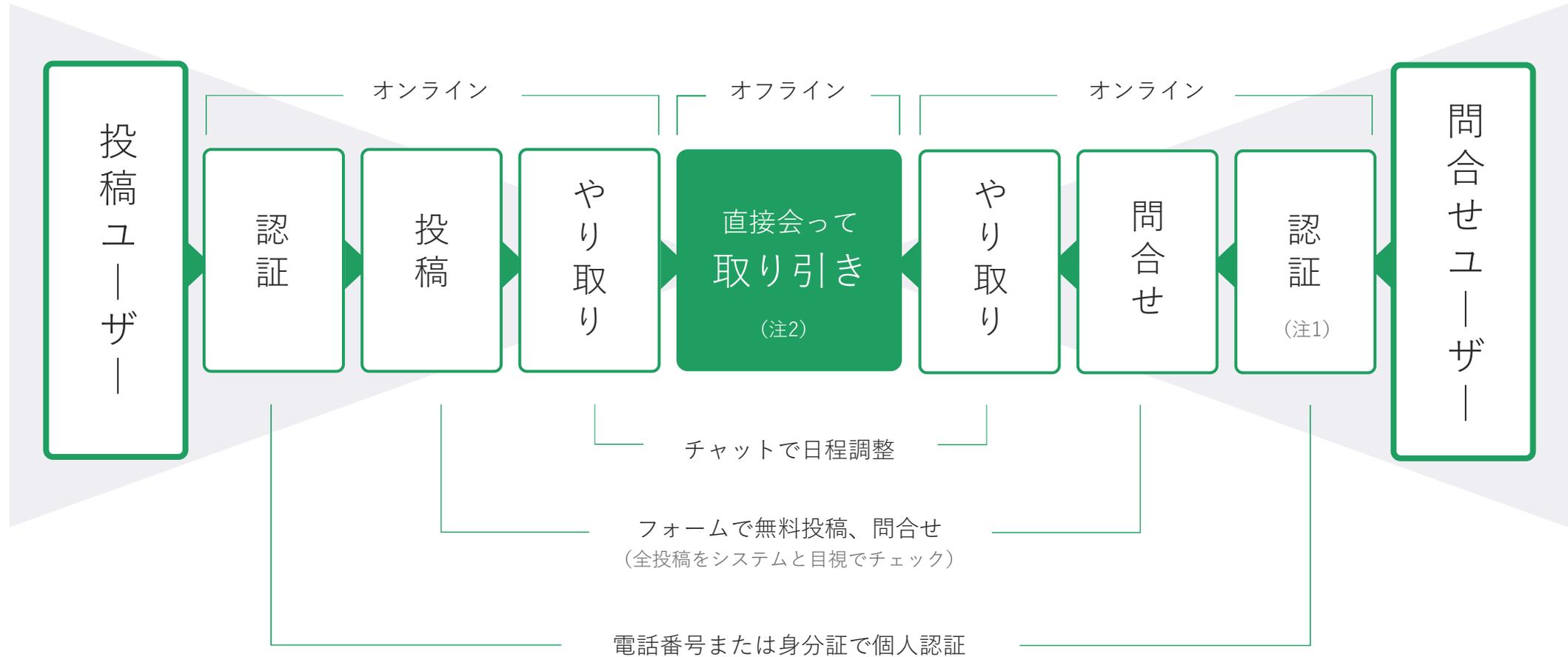
- 各カテゴリで他のサービスには掲載されにくい、お得な情報が増加している



投稿の特徴	
 不用品の譲渡	<ul style="list-style-type: none"><li>0円で譲渡</li><li>早く処分</li></ul>
 中古車の処分	<ul style="list-style-type: none"><li>高走行処理</li><li>低価格</li></ul>
 アルバイト募集	<ul style="list-style-type: none"><li>単発</li><li>日払い</li></ul>
 不動産の入居者募集	<ul style="list-style-type: none"><li>低価格</li><li>初期費用安</li></ul>

# ユーザーの利用フロー

- オンライン上でやりとり後、オフラインで直接取引を行うことが前提

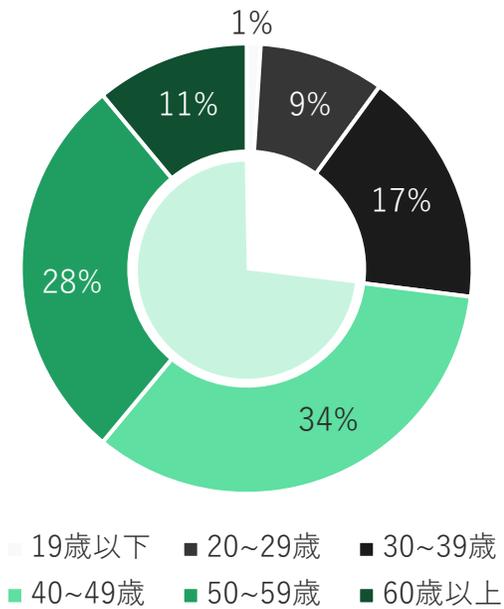


注 (1) 問合せユーザーの認証は一部カテゴリでは任意  
注 (2) 「売ります・あげます」カテゴリにおける取引例

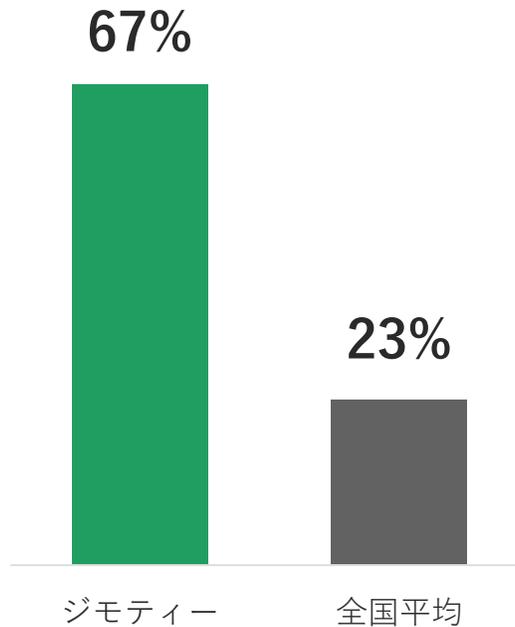
# ユーザーの特徴

- 40代以上の子供のいる女性が多く利用

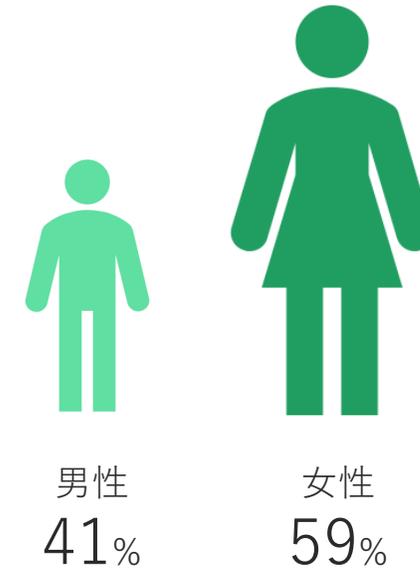
40代以上で全体の70%以上 (注1)



子供有り世帯は平均の約3倍 (注1)



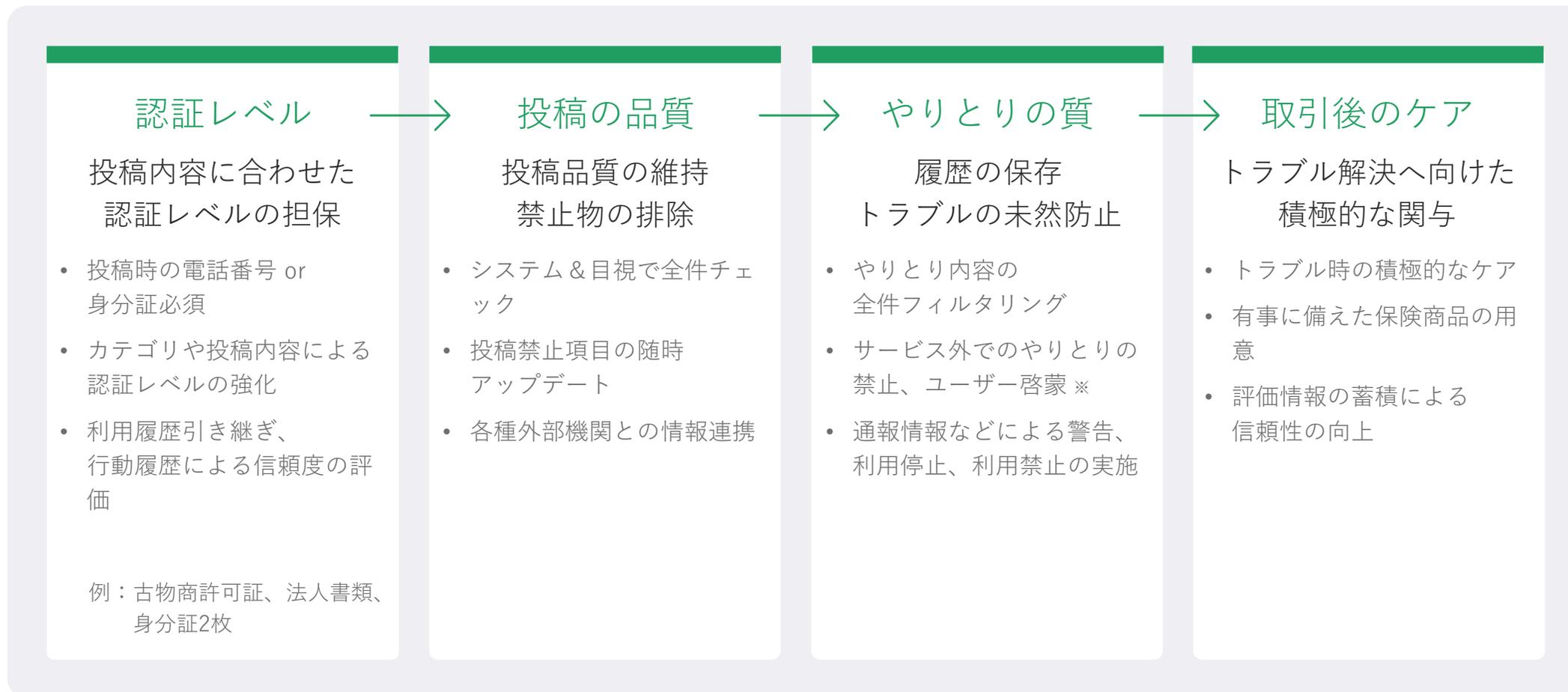
女性の利用が約6割 (注2)



注 (1) 会社資料 2018年7月のサービス利用者調査。サンプル数約4,000人  
注 (2) 会社資料 2018年12月のサービス利用者調査。サンプル数約800人

# 安心・安全の取組み

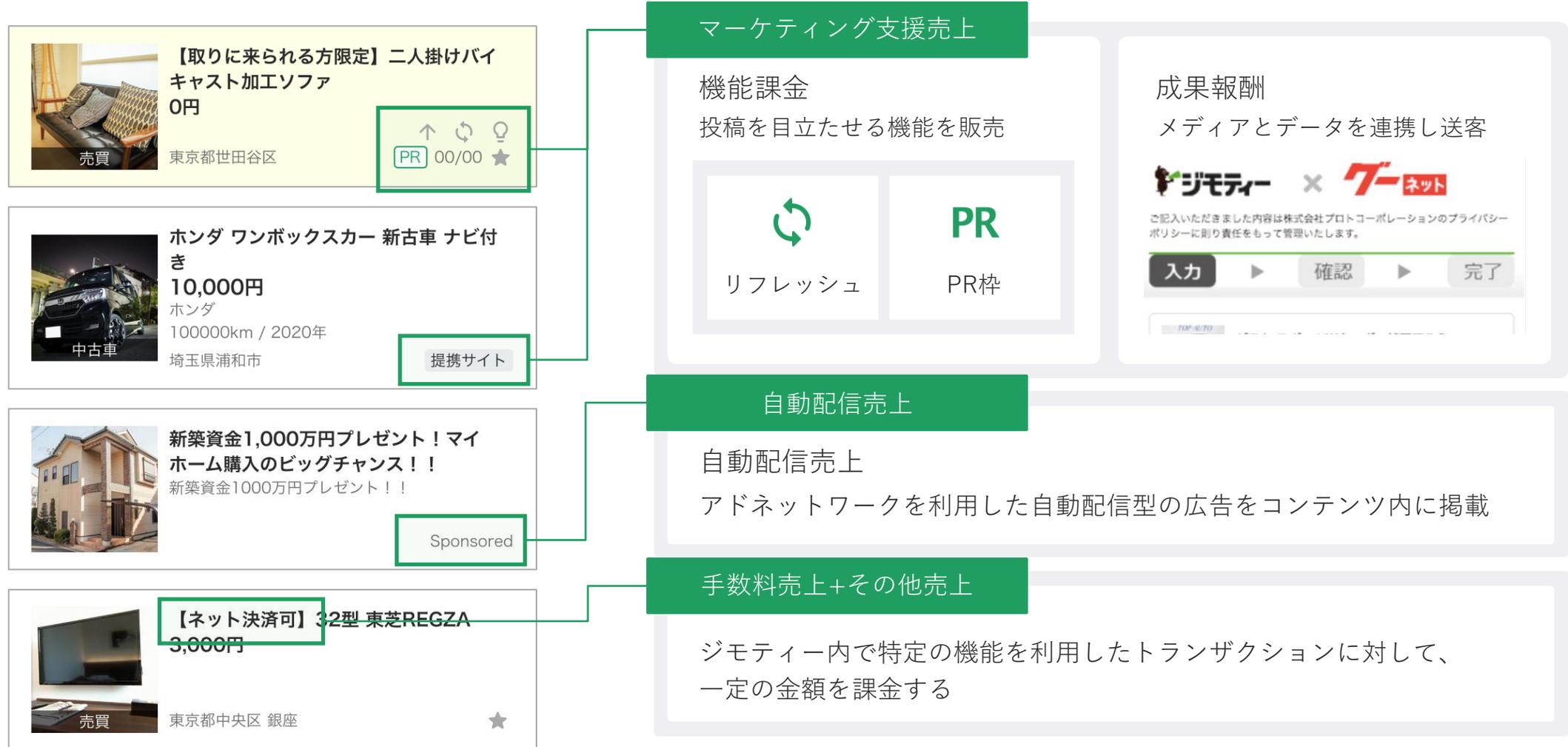
- 健全なサービス提供のため継続的な改善を実施



注 カテゴリにより異なる

# 売上の構成

- 企業向けのマーケティング支援売上と、PV数に応じた自動配信売上、トランザクションに対して課金する手数料売上+その他売上の3種類



# 貸借対照表

- TVCMに関する未払金を支払ったことにより、流動負債が減少。その他は前回開示からの大きな変更なし

(単位:百万円)	2022年12月期 第2四半期	2021年12月期 期末	増減
流動資産	1,350	1,412	-62
現金及び預金	1,128	1,183	-55
固定資産	162	161	0
総資産	1,512	1,574	-62
流動負債	220	402	-182
固定負債	166	201	-35
純資産	1,125	971	+154
自己資金比率	74%	62%	+12pt

# 免責事項

- 本資料に掲載されている情報には、業績予想・事業計画等の将来の見通しに関するものが含まれています。
- これらの情報については、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。
- 本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。当社の有価証券への投資判断は、ご自身の判断で行うよう、お願いいたします。



ジモティー