

FY2023.6 2Q

Presentation Material

mercari

目次

1 決算サマリー

2 決算概況

3 ESG

4 Appendix

決算サマリー

1 FY2023.6 2Qの進捗状況・ハイライト

連結

- グループシナジー創出の最大化に向けて、クレジットカード事業への投資を開始しつつも、Marketplace・Fintech・USの既存事業は収益性を重視し、過去最高の売上高とともに、3四半期連続となる営業黒字を計上
- 3Q以降も、クレジットカード事業への投資に伴い、2Q比でグループの投資額は増加する見通しだが、既存事業は引き続き成長と収益のバランスを意識した経営を実施

Marketplace

- 2Q GMV成長率はYoY+10%と概ね想定通りに進捗。規律ある投資と筋肉質な事業基盤の構築により、調整後¹営業利益率は42%に上昇
- 通期でGMV+10-15%達成のハードルは高まりつつあるが、引き続き目標達成に向けて取り組む

Fintech

- 好調なCredit事業のさらなる成長に向けて11月8日よりクレジットカード事業に参入。投資を開始するも、2Qも調整前¹営業黒字を継続
- 3Q投資額は2Q比で増加を想定。2Q投資内容を効果検証のうえ、規律ある投資を行う

US

- 継続的な認知度の向上により、MAUはYoY+1%と伸長
- 厳しい事業環境を踏まえて通期GMV成長目標を取り下げるとも、新たな目標値は策定中。引き続きプロダクト施策に注力しつつ下期は費用の見直しを通じた赤字の縮小を推進

1 FY2023.6 2QのKPIサマリー

Marketplace

GMV¹

2,548億円
YoY **+10%**

調整後営業利益率²

42%
(YoY **+16ppts**)

Fintech

メルペイ利用者数³

1,458万人

債権残高⁴

923億円

債権回収率⁵

98.0%

US

GMV¹

270百万ドル
YoY **-12%**

MAU⁶

516万人
(YoY **+1%**)

1. キャンセル等を考慮後の取引高の合計。MarketplaceはCtoCとBtoC合算した数値

2. 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

3. メルペイ「電子マネー」の登録、「バーチャルカード」の設定、「メルカード」の発行を行ったユーザと「メルペイコード決済」「ネット決済」「メルペイスマート払い（翌月払い・定額払い）」等の利用者の合計（自主退会・重複を除く）2022年12月末時点

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（破産更生債権を除く）

5. 11ヶ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ヶ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

1

FY2023.6 2Qのセグメント別 売上高・営業利益

単位：億円

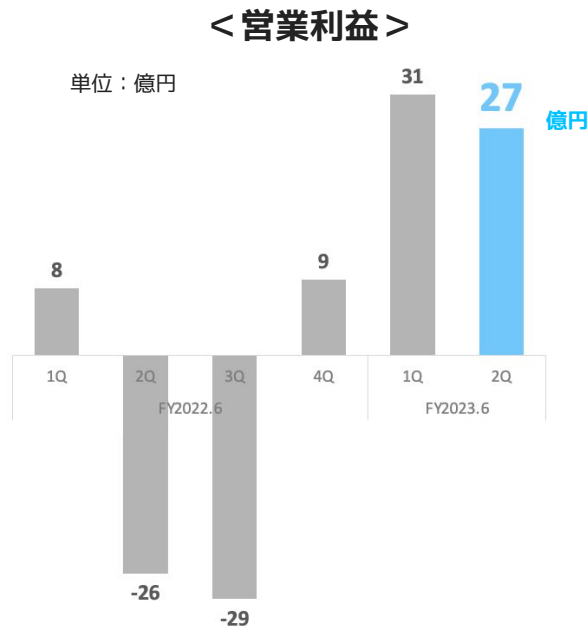
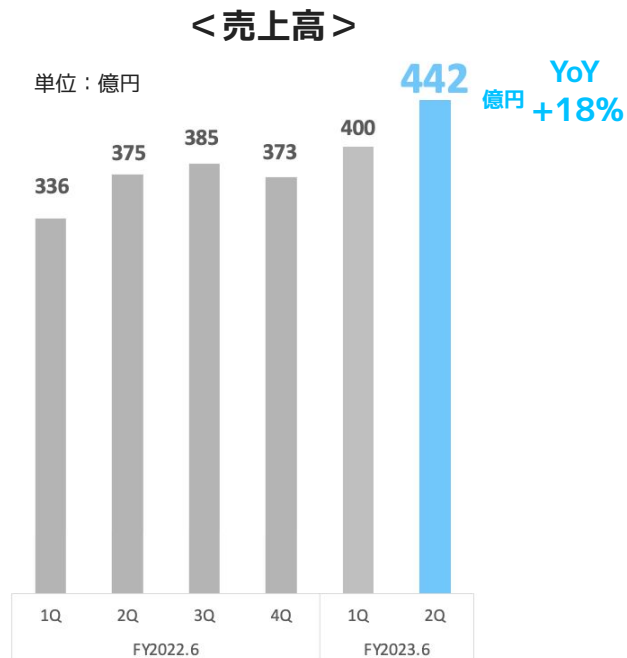
セグメント		FY2022.6 2Q		FY2023.6 2Q		YoY	
		売上高 / 外部売上高	営業損益 / 調整後営業損益	売上高 / 外部売上高	営業損益 / 調整後営業損益	売上高 / 外部売上高	営業損益 / 調整後営業損益
Japan Region		257	25	309	84	+20%	+229%
Marketplace		220	31 / 57	263	83 / 110	+19%	+161%/+92%
Fintech		62 / 36	-6 / -31	74 / 46	1 / -26	+20%/+28%	-
US	J-GAAP (億円)	108	-26	119	-33	+10%	-
	US GAAP(百万ドル)	95	-23 / -20	84	-22 /-18	-12%	-
その他		12	-3	13	-4	+15%	+31%
調整額		-2	-21	-0	-19	-	-
連結		375	-26	442	27	+18%	-

FY2023.6 2Q

決算概況

連結 売上高/営業損益

- Marketplaceを中心に、事業の着実な成長によって四半期売上高は過去最高を更新
- 優先順位を明確にした規律ある投資により、3四半期連続での営業黒字を計上
- 不正対策は2Qにおいても想定通り進捗し、下期に正常化できる見通しに変更なし

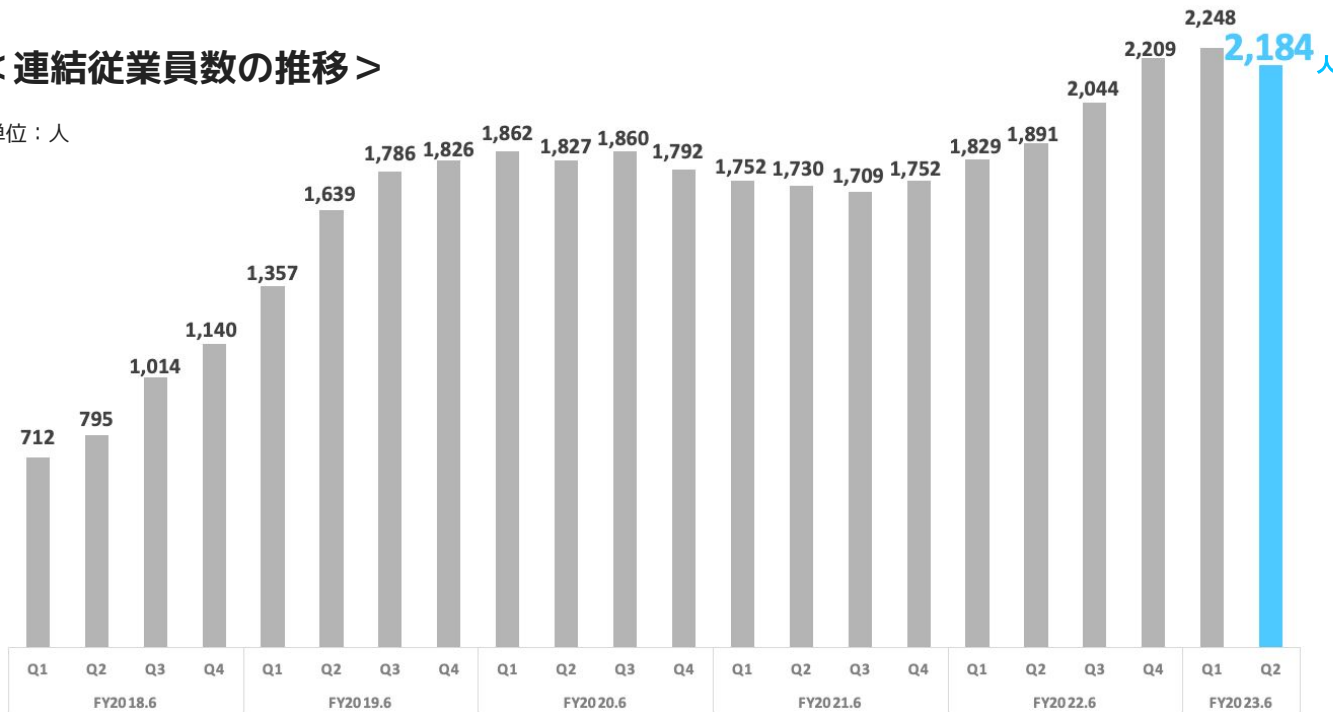


2 メルカリの高成長を支える優秀な人材

- 外部環境を鑑み、より厳選した採用を行いQoQで減少
- 引き続き、エンジニアを中心に厳選した採用は継続

<連結従業員数の推移>

単位：人



2 Marketplace FY2023.6 2Qの進捗状況

FY2023.6
事業方針

CtoCとBtoCの連携強化を通じた出品増によって、
通期GMVはYoY+10-15%、調整後営業利益率30-35%を想定

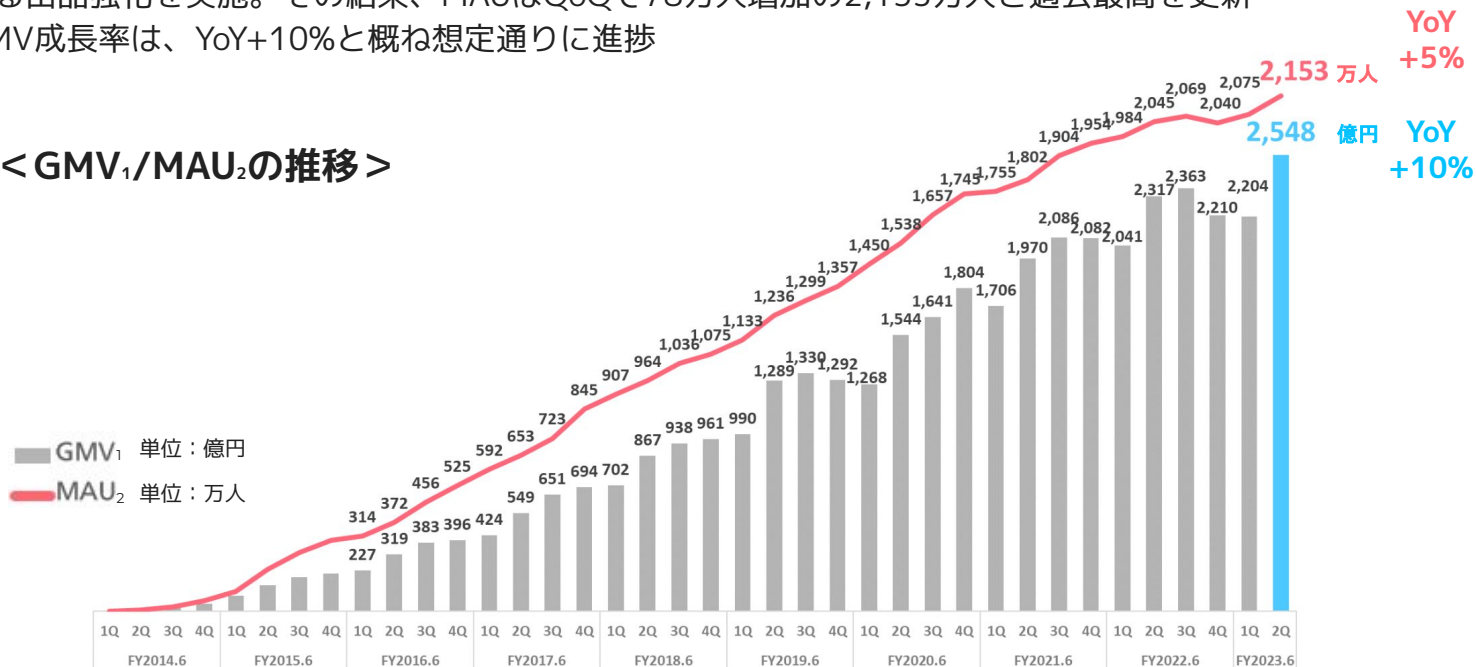
新規ユーザ獲得と出品強化に注力し、MAU増によってGMV成長率は+10%。規律のある投資と筋肉質な事業基盤の構築により、調整後営業利益率は42%

- 「メルカリ」アプリ内部の大幅なアップデートが完了し、中長期での成長に向けた施策のPoC₁を推進。出品強化やパーソナライゼーション機能の向上など、中長期で着実に積み上がる施策と投資にフォーカス
- BtoCは引き続き機能改善にフォーカス。ムラサキスポーツなどのアウトレット品販売が好調だったことを受け、メルカリShopsとの親和性が高い大規模事業者へも裾野の拡大を開始

Marketplace GMV/MAU

- 引き続き、招待キャンペーンによる新規ユーザ獲得やメルカリ教室などのオフライン施策による出品強化を実施。その結果、MAUはQoQで78万人増加の2,153万人と過去最高を更新
- GMV成長率は、YoY+10%と概ね想定通りに進捗

< GMV₁/MAU₂の推移 >



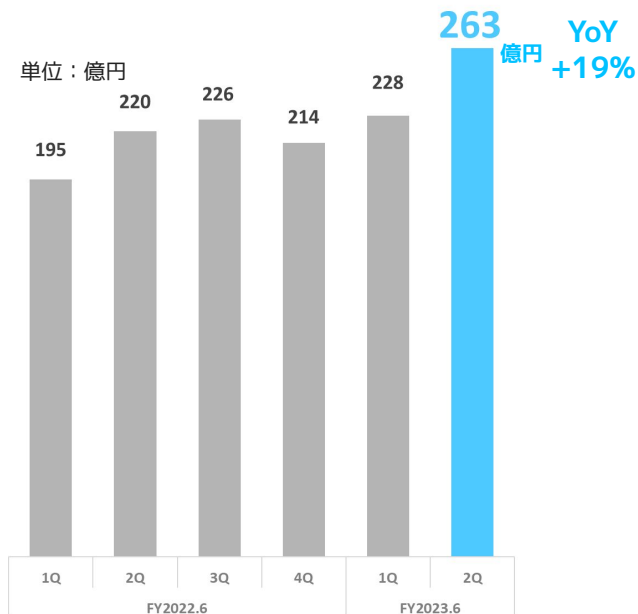
1. FY2022.6からCtoCとBtoCを合算し週及開示

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

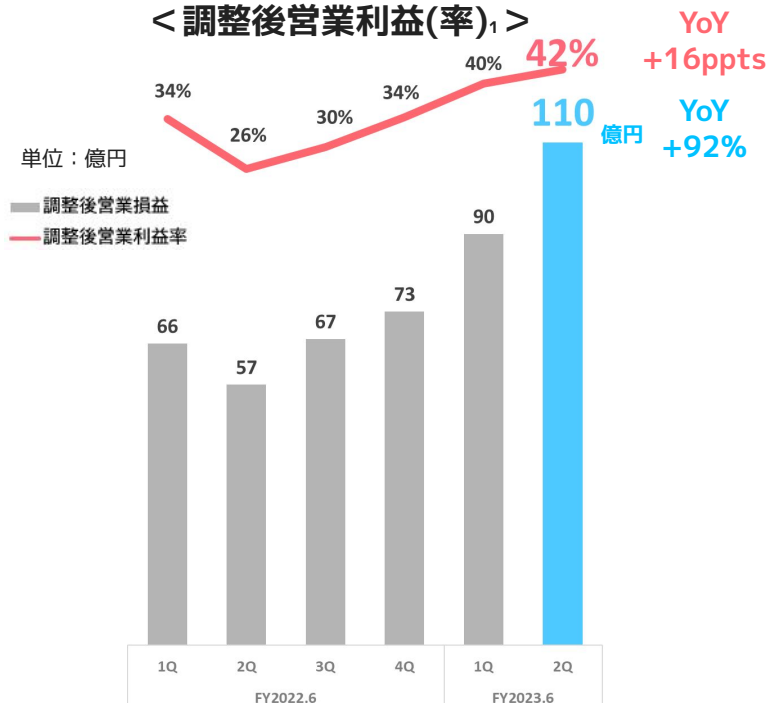
2 Marketplace FY2023.6 2Qの進捗状況

Financial Results Presentation Material

<売上高>



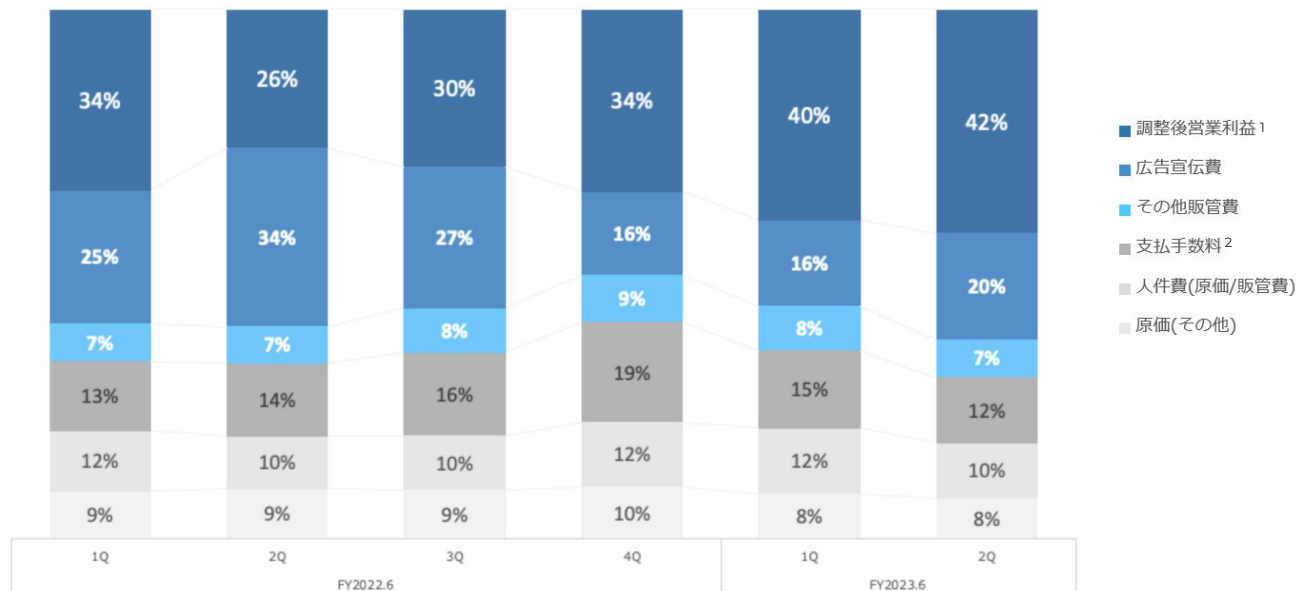
<調整後営業利益(率)¹⁾>



1. 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

2 Marketplace 四半期毎コスト構成

- 効果が着実に積み上がる新規ユーザ獲得や出品促進に厳選して投資を行ったことで、広告宣伝費の比率はYoYで縮小
- 不正関連費用減により支払手数料比率も縮小し、調整後営業利益¹は42%に上昇



1. 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

2. 業務委託費、地代家賃、採用費

2 Fintech FY2023.6 2Qの進捗状況

FY2023.6
事業方針

グループシナジー強化による循環型金融の促進

さらなるCredit事業の成長と収益基盤の強化に向けてクレジットカード事業を開始。「メルカード」の会員獲得等の投資を開始するも、既存事業の順調な伸長により調整前¹営業黒字を継続

- 11月8日より順次提供を開始したクレジットカード事業は順調なスタート。3Q投資額は2Q比で増加を想定
- Credit事業の順調な成長により、債権残高²は900億円を突破。独自の与信が奏功し、債権回収率³は98.0%と健全な成長を継続
- ブロックチェーン技術を生かしたサービスの開発を推進。売上金を使ってビットコインを購入できるサービスの今春提供開始を目指す

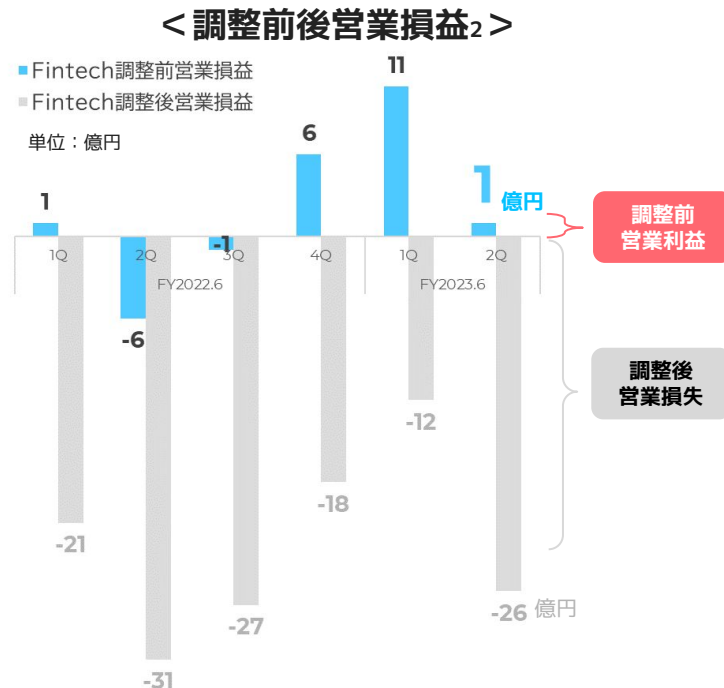
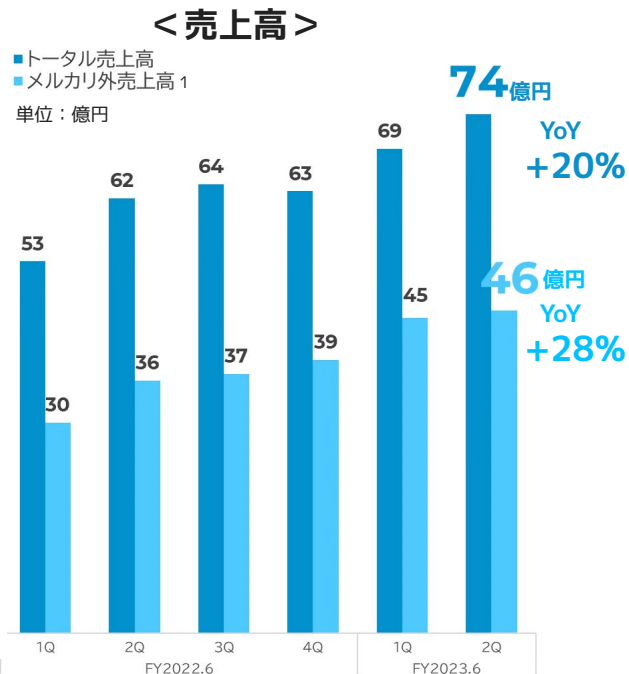
1. Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値を指す

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（破産更生債権を除く）

3. 11ヶ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ヶ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）

2 Fintech 売上高 / 調整前後営業損益

- Payment・Creditの順調な成長により、トータル売上高・メルカリ外売上高ともに高い成長率を継続
- 11月以降、クレジットカード事業への投資を開始するも、既存Creditサービスの順調な成長により、調整前営業黒字を継続。3Q投資額は2Q比で増加を想定



2 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



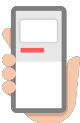
クレジットカード

NEW



バーチャル
カード

カード番号を
設定するだけ



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%

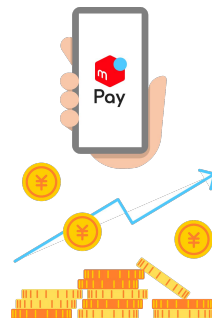


スマートマネー

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%

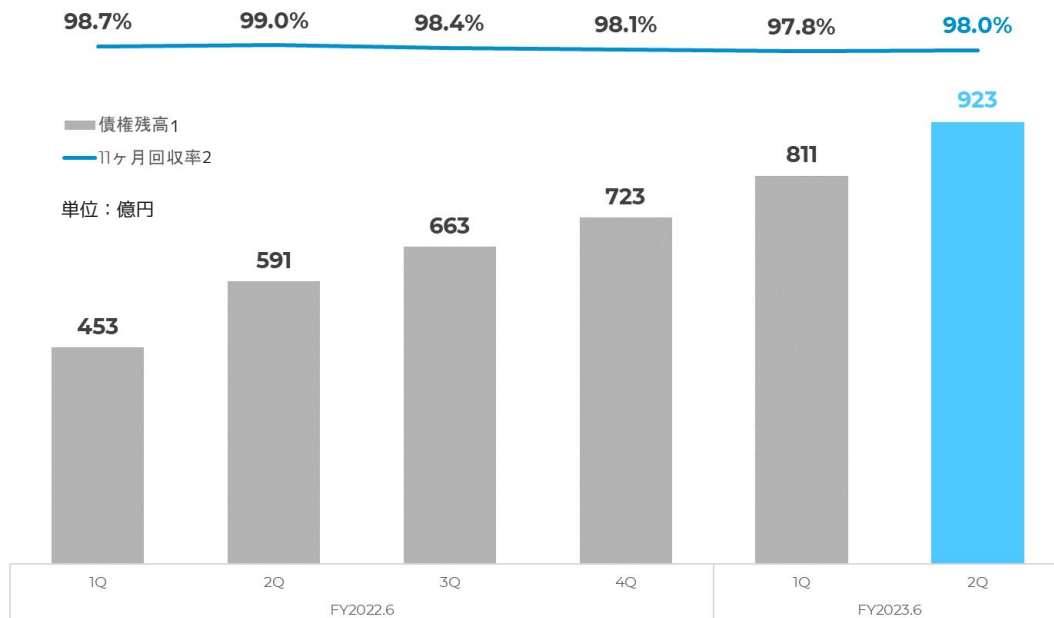
資産運用

メルペイ残高を利用して
資産運用ができる
サービスを提供



Fintech Creditサービス債権残高 / 回収率

- FY2021.6より注力してきた定額払いを中心に債権残高が順調に伸長し、収益基盤を構築
- 債権残高が伸長する中、独自の与信ロジックの継続的な精度向上により、高い回収率を実現
- 高い回収率を維持向上させつつ、「メルカード」によるさらなる債権残高の成長を見込む



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（破産更生債権を除く）

2. 11ヶ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ヶ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）

Fintech 「メルカード」による4つの狙い

- 「メルカード」の提供を順次開始。テレビCMや会員登録キャンペーンも奏功し、好調に会員数が増加
- キャンペーン実施中の初速ではあるが、「メルカード」保有前後のARPU₁を比較すると保有後の方が高い傾向

1

メルペイの 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

「メルカリ」GMV のさらなる成長

常時ポイント還元プログラムによるPay, Buy, Sellの促進

3

メルカリ内の 支払手数料削減

「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支払手数料削減に伴うグループ収益性の向上

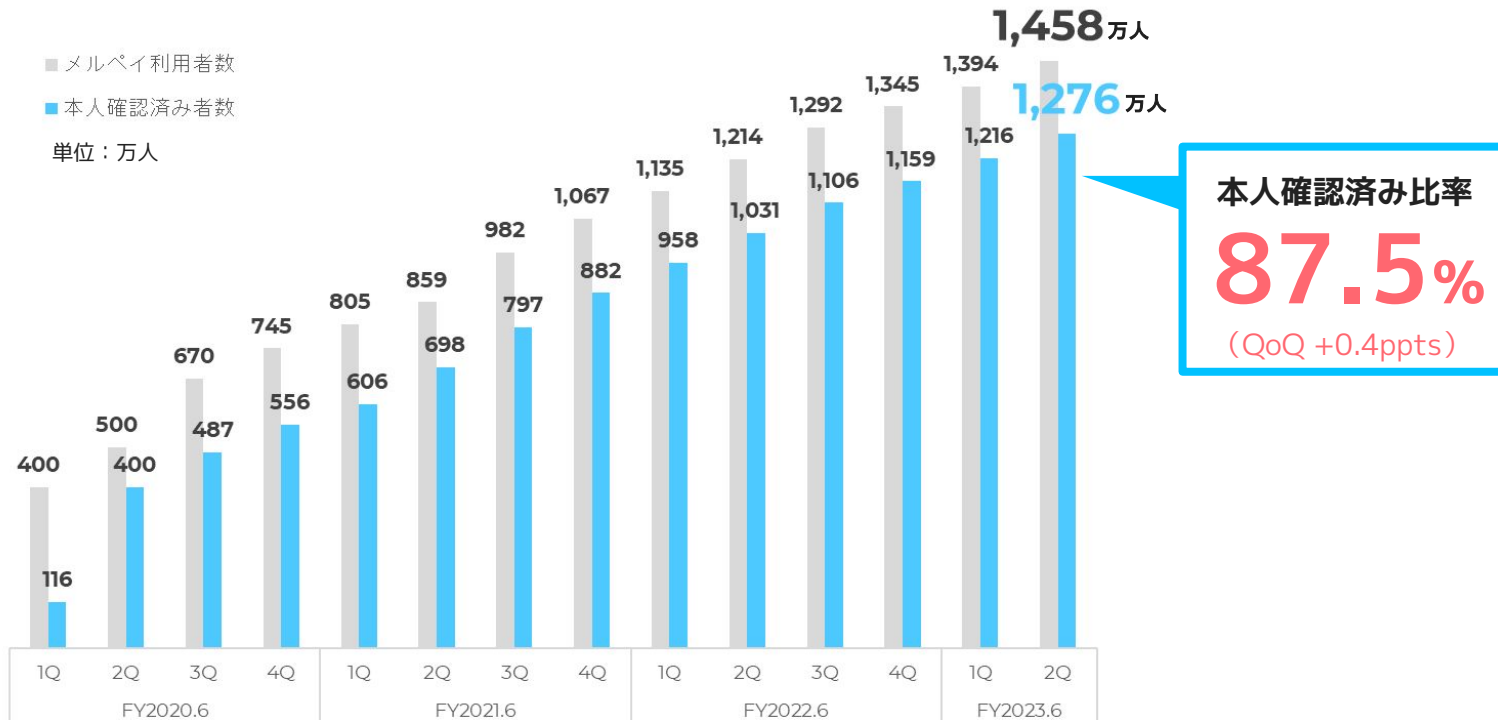
4

一次流通も 含めた 循環の促進

Apple等のメーカーやDAISO・ヤマダ電機等の小売企業と連携した取り組み等を通じた循環型社会実現の促進

Fintech 「メルペイ」利用者数、本人確認済み者数の推移

- 引き続き「メルペイ」利用者数・本人確認済み者数が共に増加。本人確認済み比率も順調に伸長し87.5%に
- 本人確認済みによりCreditサービスの利用開始がスムーズになる等、Credit事業の成長にも貢献



1.メルペイ「電子マネー」の登録、「バーチャルカード」の設定、「メルカード」の発行を行ったユーザと「メルペイコード決済」「ネット決済」「メルペイスマート払い（翌月払い・定額払い）」等の利用者の合計（自主退会・重複を除く）2022年12月末時点

FY2023.6 事業方針

出品と購入両方の促進に向けたプロダクトの磨き込みに注力
通期GMVはYoY +0-10%を想定

MAUは伸長するも、GMVは想定を下回って着地。
厳しい事業環境が続く見通しであることを踏まえて、通期GMV成長目標を取り下げるも、新規の目標値は策定中。
引き続きプロダクト施策に注力しつつ、下期は費用の見直しを通じて赤字の縮小を推進

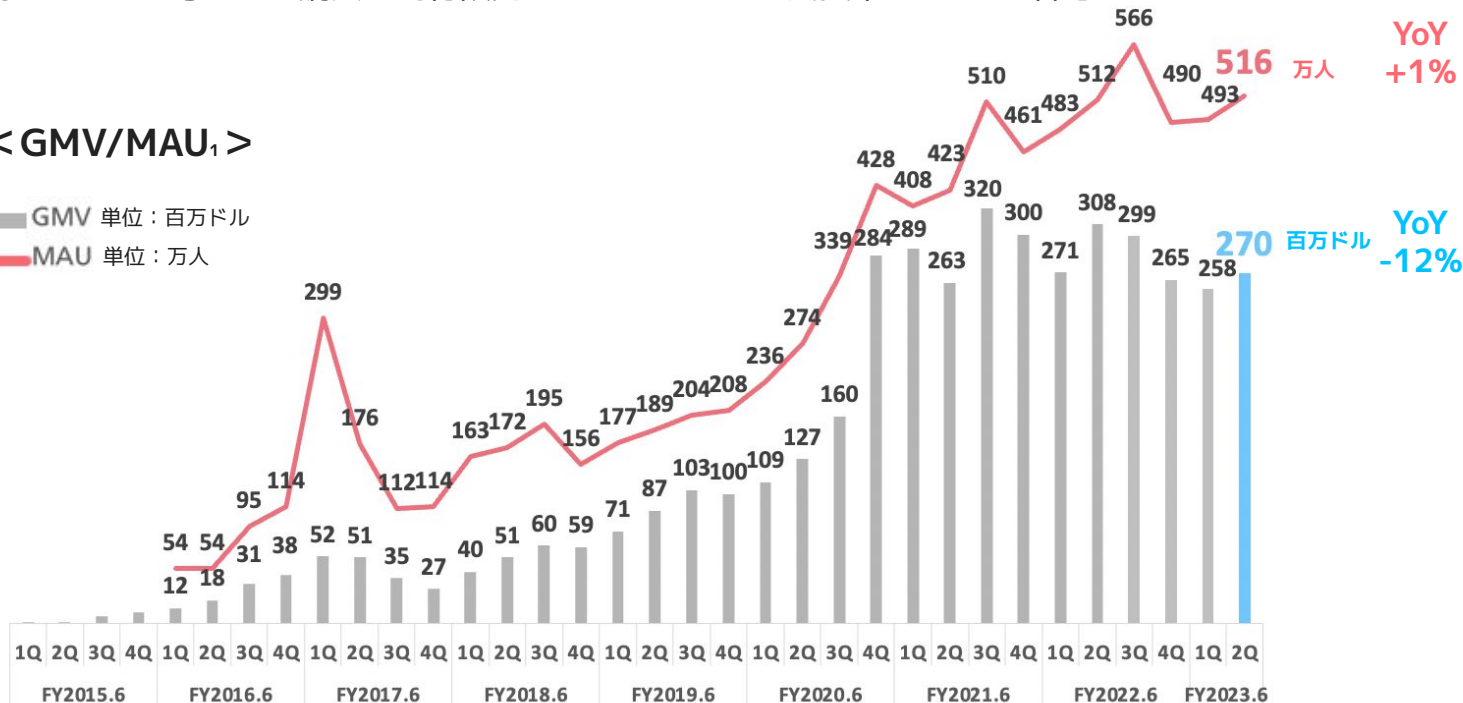
- 出品数は引き続き伸長し、“the easiest and safest selling app”に向けて着実に進捗
- 購入の促進に向けた施策のリリースを実施。下期も効果を確認しながら、更なる施策の強化を進める

US FY2023.6 2Q GMV/MAU

- 一定の認知度を獲得できている中、ターゲットを絞った効果的な広告によって新規ユーザーが増加し、MAUはYoY+1%の516万人
- 引き続きインフレ等により購入が鈍化傾向のため、YoY GMV成長率は-12%で着地

< GMV/MAU₁ >

■ GMV 単位：百万ドル
 ■ MAU 単位：万人

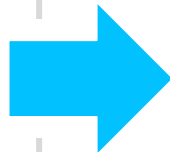


US 主要施策の進捗状況

- 主に購入の促進に向けた施策を予定通りリリース
- 下期にかけても、これらの施策のアップデートを中心とした各種プロダクト施策や継続購入を促進するサービスの強化等に注力

注力分野

- **購入における頻度の向上、及び継続率の強化**
 - 継続的な購入を促進するサービスの強化
 - インフレによる単価の上昇や配送料金の値上げ等による影響の軽減



2Qまでに実施した主な施策

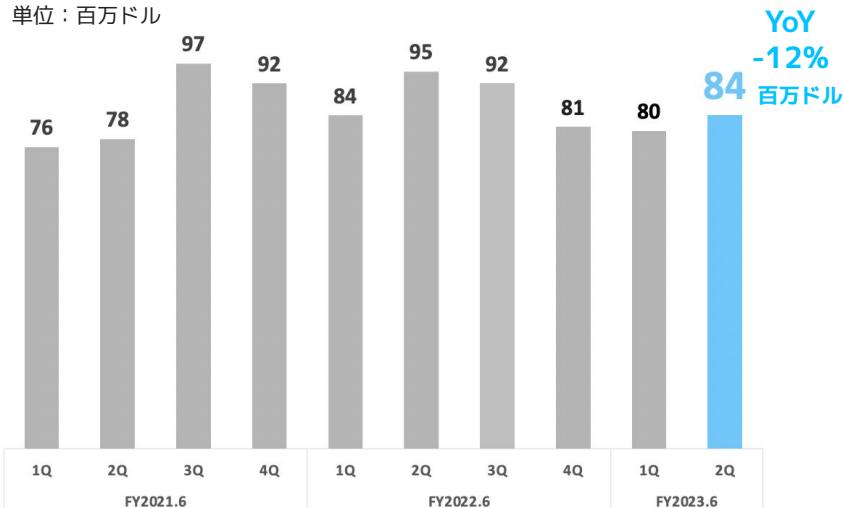
- **購入の促進**
 - 購入履歴に応じたカテゴリ特化型ホーム画面の導入
 - 自動価格調整機能の提供開始
 - 継続購入に対するポイント還元システムの試験導入
- **購入者負担の軽減**
 - 一括配送オプションの導入
 - Zip社に加えて、新たにPayPal社との提携強化を通じた後払い決済サービス（BNPL）の拡大

US 売上高 / 調整後営業損益 (US GAAP/四半期)

- 成長と収益のバランスを意識した筋肉質な経営を継続し、下期は更なる費用の見直し等により赤字の縮小を推進

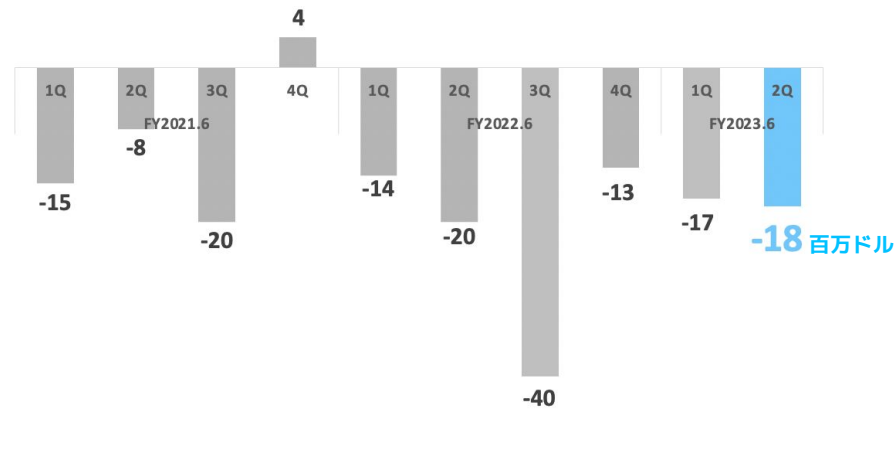
<売上高>

単位：百万ドル



<調整後営業損益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）

ESG

3 ESG メルカリの5つのマテリアリティ

- 事業を通じて環境課題の解決に貢献し、限りある地球資源が世代を越えて共有され、人々が新たな価値を生みだし続けることができる世界「プラネット・ポジティブ」を追求
- 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

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だけでなく、限りある資源が大切に使用される循環型社会を実現し、事業を通じて環境課題解決に貢献する「プラネット・ポジティブ」を追求していきます。

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目指します。

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。

ESG 循環型社会の実現 / 地域活性化に向けた活動

- 「プラネット・ポジティブ」の実現に向けたアクションプランとして、主に「EC活用・リユース促進」「教育」「寄付」の3つのカテゴリで全国の自治体との連携強化を推進し、地域活性化に貢献

カテゴリ	これまでの主な自治体との連携事例
EC活用・リユース促進	<ul style="list-style-type: none"> 自治体による「メルカリShops」での粗大ごみや不要備品の出品 「メルカリShopsセミナー」「メルカリ教室」の開催 「メルカリエコボックス」の各家庭への配布 (PoC)
教育	<ul style="list-style-type: none"> 金融およびESGリテラシー向上に向けた教育プログラム等の提供
寄付	<ul style="list-style-type: none"> 災害時の支援など自治体への寄付を集める「メルカリ寄付」導入



【2Qにおける自治体との連携事例】

10月24日から西宮市（兵庫県）と連携協定を締結し、粗大ごみの販売実証実験を開始（全国で3例目）

1. 新しいアイデアの実証を目的とした、試作開発の前段階における検証やデモンストレーション

Appendix

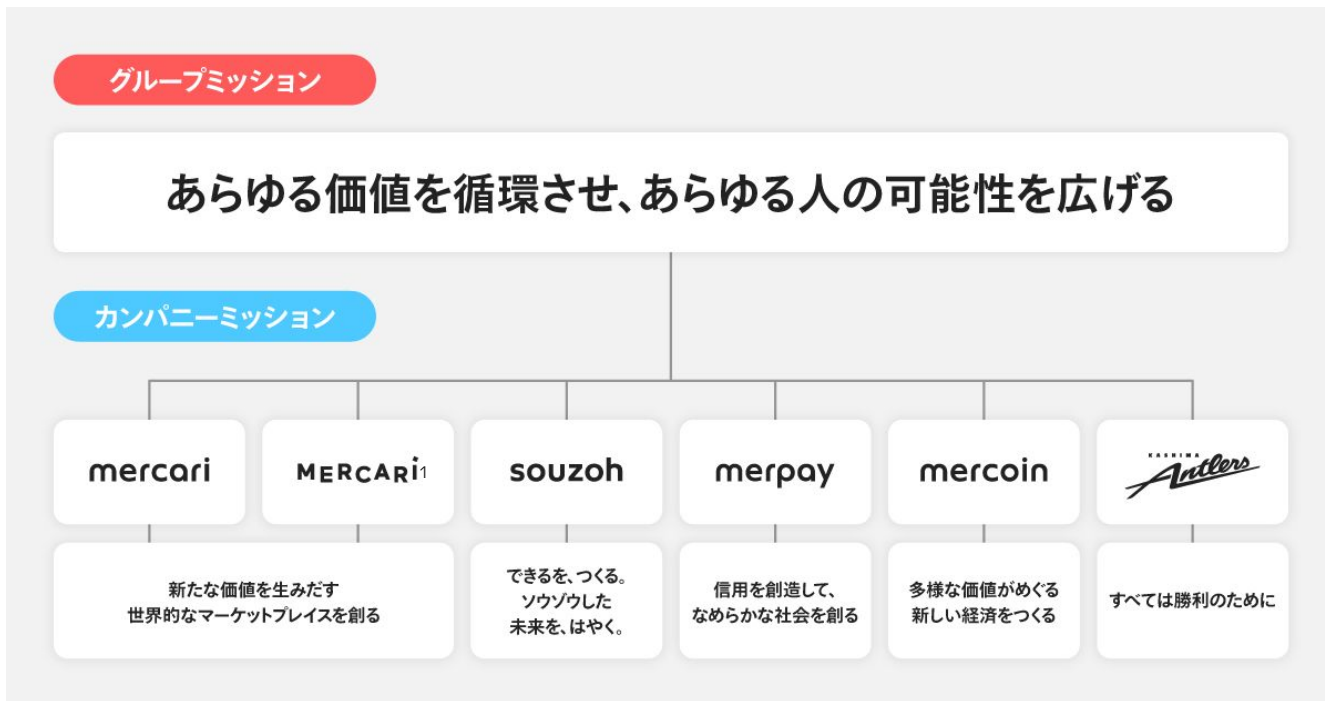
新たなグループミッション

- 創業10周年にあわせて新たな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)」を発表
- 世界中のあらゆる人をUnleashする(可能性を広げる)存在を目指して、失敗を恐れず大胆な挑戦を続ける



新たなグループミッション

- 新たなグループミッションは各カンパニーミッションの上位概念として、当社グループが社会に対して果たすべき役割を明記



事業環境の変化を踏まえた方針のアップデート

- FY2022.6 下期に経営方針・投資方針をアップデート

	FY2022.6 上期まで	FY2022.6 下期以降
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
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 ■ 将来利益の最大化に繋がらぬintech(クレジットカード事業)においては、必要な投資を検討

事業毎の投資方針と主な内容

	FY2022.6 上期まで	FY2022.6 下期以降
	投資方針と主な内容	投資方針と主な内容
Marketplace	<p>GMVの高成長を目指し、GMVリフトアップに即効性のある分野に積極的な投資</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規ユーザ獲得 ■ 出品・購入促進 ■ 出店者獲得 	<p>成長と収益のバランスを図りながら、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投資</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規ユーザ獲得 ■ 出品促進に向けたマーケティング、プロダクトの強化
Fintech	<p>メルカリユーザによる「メルペイ」利用促進とCredit事業の成長にともなう収益基盤の確立を目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「メルペイスマート払い(定額払い)」に関するキャンペーン ■ 本人確認の推進 	<p>グループシナジー創出および収益性のさらなる向上を目指し、Credit事業に規律の範囲で投資</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Creditサービスの利便性向上、AI与信精度向上 ■ クレジットカード事業におけるユーザ獲得
US	<p>マーケティングを中心とした、認知度向上とGMVの高成長を最優先とする積極的な投資</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ブランディング広告 ■ 即効性のあるCRM施策 ■ 出品簡便化を中心としたプロダクト施策 	<p>中長期的な成長に向けた、出品と購入の両方を促進するプロダクトの磨き込み</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 出品簡便化、購入促進に向けたプロダクトの強化 ■ 継続的な購入を促進するインセンティブや BNPL等の強化

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5名

社内取締役(2名)



山田 進太郎

代表取締役 CEO (社長)



小泉 文明

取締役 President (会長) 兼
株式会社アントラース・エフ・
シー代表取締役社長

独立社外取締役(3名)



篠田 真貴子



村上 憲郎



渡辺 雅之 (新任)

ガバナンス体制の強化（独立社外取締役）



篠田 真貴子



村上 憲郎



渡辺 雅之（新任）

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）

- ・ 日立電子株式会社（現株式会社日立国際電気）
- ・ グーグル株式会社（現グーグル 合同会社）名誉会長
- ・ 株式会社ブイキューブ社外取締役（現任）
- ・ 株式会社ウェザーニューズ 社外取締役
- ・ 株式会社エナリス代表取締役 会長
- ・ セルソース株式会社社外取締役（現任）

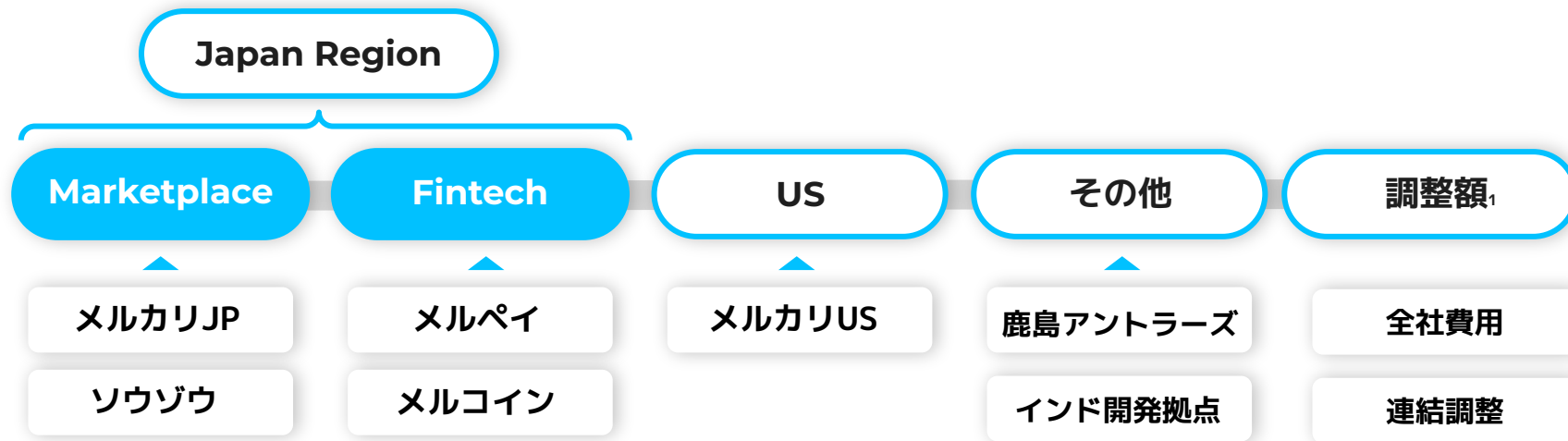
- ・ マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク・ジャパン
- ・ 株式会社ディー・エヌ・エー共同創業者
- ・ Quipper Ltd. CEO
- ・ 株式会社FOODCODE取締役（現任）

当社社外取締役 選任理由

- ・ D&I、ESG、ファイナンス等における専門的な知識や深い経験
- ・ グローバル企業の経営経験及び技術的な知見
- ・ IT企業における事業のグローバル展開に関する知見

セグメントの変更

- 今期より報告セグメントを「Japan Region」及び「US」の報告セグメントに変更
- Japan Regionにおいては、MarketplaceとFintechの二つのドメインに基づき説明を実施



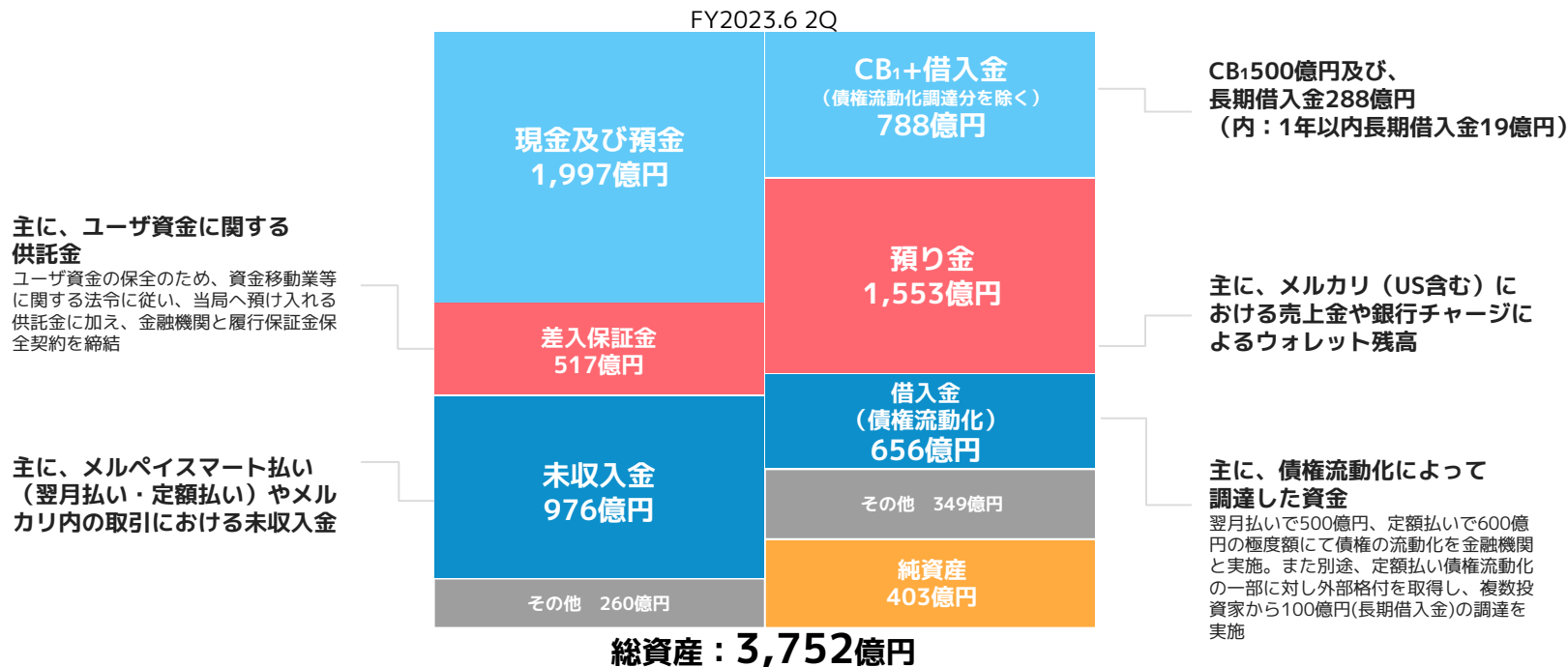
1. これまでメルカリJPに含めていた全社費用をFY2023.6以降外出して表示

(百万円)	FY2021.6 4Q末	FY2022.6 4Q末	FY2023.6 2Q末
流動資産合計	227,926	303,396	314,595
現金及び預金	171,463	211,406	199,777
未収入金	47,001	80,287	97,667
固定資産合計	34,603	36,466	60,679
資産合計	262,529	339,862	375,275
負債合計	222,516	301,864	334,880
未払金	17,775	18,217	20,865
預り金	117,099	139,094	155,372
短期借入金	19,602	54,254	55,665
長期借入金 ¹	51,547	27,097	38,898
転換社債型新株予約権付社債	-	50,000	50,000
純資産合計	40,013	37,998	40,394
負債・純資産合計	262,529	339,862	375,275

1. 1年以内に返済予定の長期借入金を含む

連結BSの主な内訳

- 事業成長を支えるため、各種資金調達手法を活用し、健全な財務基盤構築に向けた適切なBSコントロールを実施
- 長期的な資金調達の安定性確保のため、2Qに定額払い債権流動化の一部に対し当社として初となる外部格付を取得し、100億円を調達



1. 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）

(百万円)	FY2022.6 2Q	FY2023.6 1Q	FY2023.6 2Q	成長率	
	(10-12月)	(7-9月)	(10-12月)	YoY	QoQ
売上高	37,556	40,029	44,256	+17.8%	+10.6%
EBITDA ₁	-2,431	3,313	2,934	-	-11.4%
マージン (%)	-6.5%	8.3%	6.6%	-	-
営業損益	-2,624	3,119	2,713	-	-13.0%
マージン (%)	-7.0%	7.8%	6.1%	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	-2,609	412	790	-	+91.8%
マージン (%)	-6.9%	1.0%	1.8%	-	-

1. 営業利益+減価償却費及びのれん償却費

(百万円)	FY2022.6 2Q(10-12月)	FY2023.6 1Q(7-9月)	FY2023.6 2Q(10-12月)
GMV	231,724	220,443	254,844
YoY	N/A	+8.0%	+10.0%
売上高	22,082	22,876	26,310
対GMV比	9.5%	10.4%	10.3%
営業損益	3,191	6,729	8,319
マージン (%)	14.5%	29.4%	31.6%
調整後営業損益 ¹	5,767	9,099	11,092
マージン (%)	26.1%	39.8%	42.2%

1. Fintechとの内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除

(百万円)		FY2022.6 2Q(10-12月)	FY2023.6 1Q(7-9月)	FY2023.6 2Q(10-12月)
調整前 ¹	Fintech売上高	6,201	6,952	7,430
	YoY	N/A	+30.8%	+19.8%
	Fintech営業損益	-619	1124	131
調整後 ¹	売上高	3,625	4,582	4,658
	YoY	N/A	+49.9%	+28.5%
	Fintech営業損益	-3,195	-1,245	-2,641

1. 調整前：Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除前の数値、調整後：Marketplace・Fintech間の内部取引（決済業務委託に関わる手数料）を控除した数値を指す

(百万ドル)	FY2022.6 2Q(10-12月)	FY2023.6 1Q(7-9月)	FY2023.6 2Q(10-12月)
GMV	308	258	270
YoY	+17.2%	-4.7%	-12.4%
売上高	95	80	84
対GMV比	31.0%	31.0%	31.2%
営業損益	-23	-21	-22
マージン (%)	-24.3%	-26.7%	-27.1%
調整後営業損益 ²	-20	-17	-18
マージン (%)	-21.1%	-21.5%	-22.5%

1. US GAAPにて表記。連結PLに占めるメルカリUS計数(J GAAP)とは、一部、計上方法が異なる

2. 調整後営業利益：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)

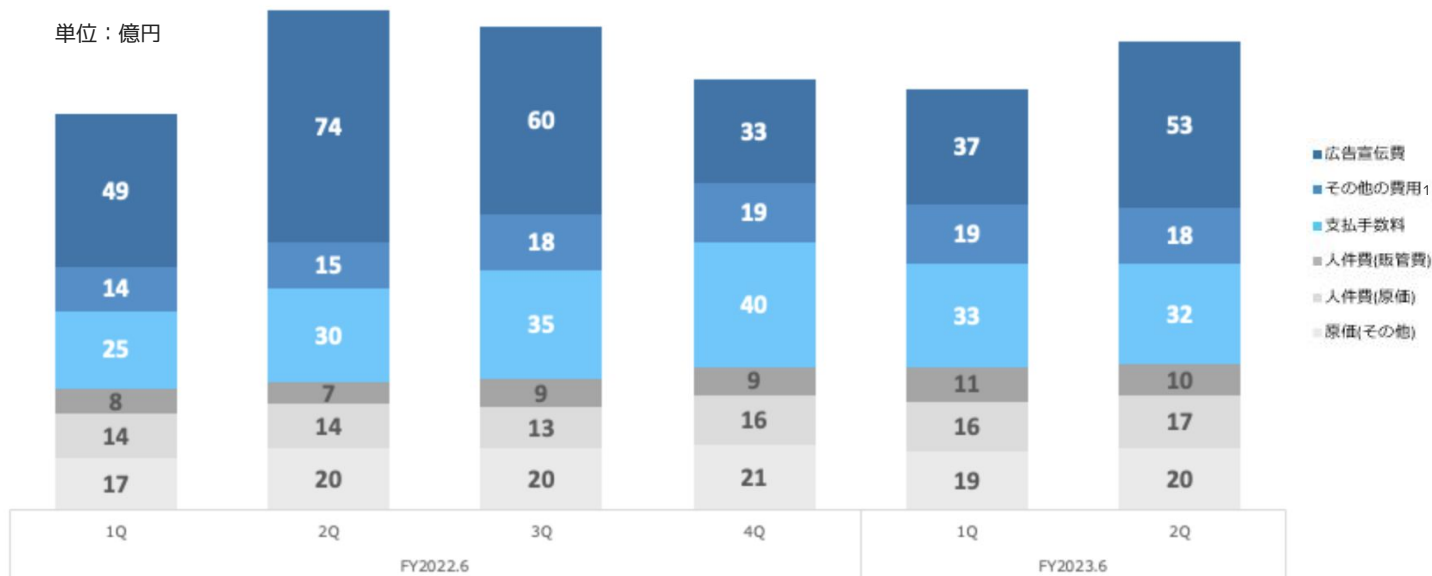
Japan Region グループシナジー創出による持続的な成長

- Marketplace(CtoC・BtoC)とFintechがより一体となり、効率的・効果的なプロダクトのUI・UX改善やマーケティング等を推進
- モノとお金だけでなく、信用、NFTや暗号資産などあらゆる価値が循環するエコシステムを構築



4 Marketplace 四半期毎コスト構成

- 優先順位を明確にした規律ある投資に加え、不正関連費用の減少により支払手数料が減少



1. 業務委託費、地代家賃、採用費

4

Marketplace/US カテゴリーの変化 2Q(10-12月)

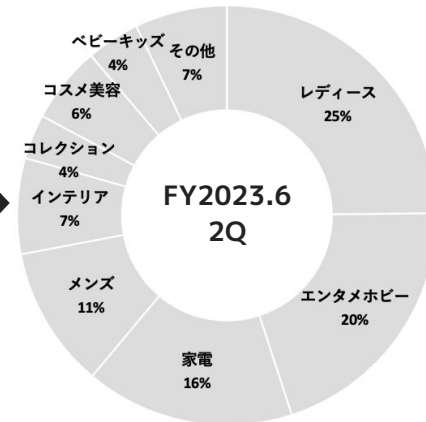
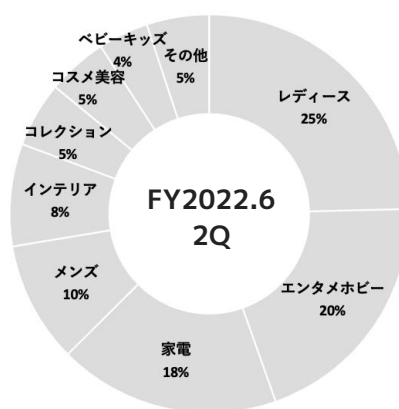
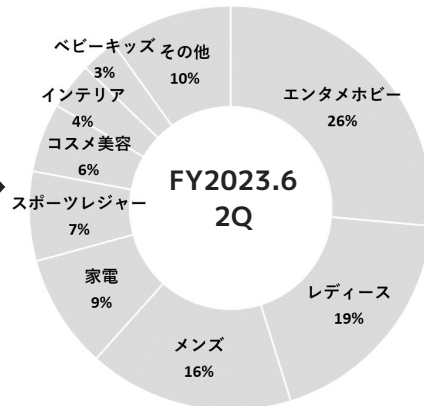
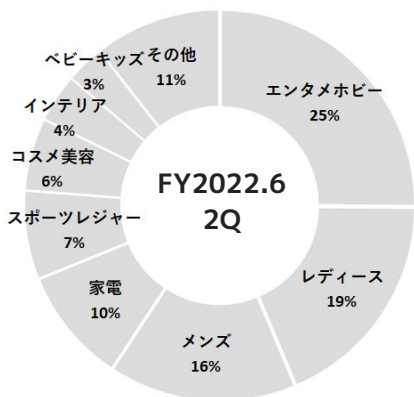
- Marketplace、USともに大きな変動なし



Marketplace

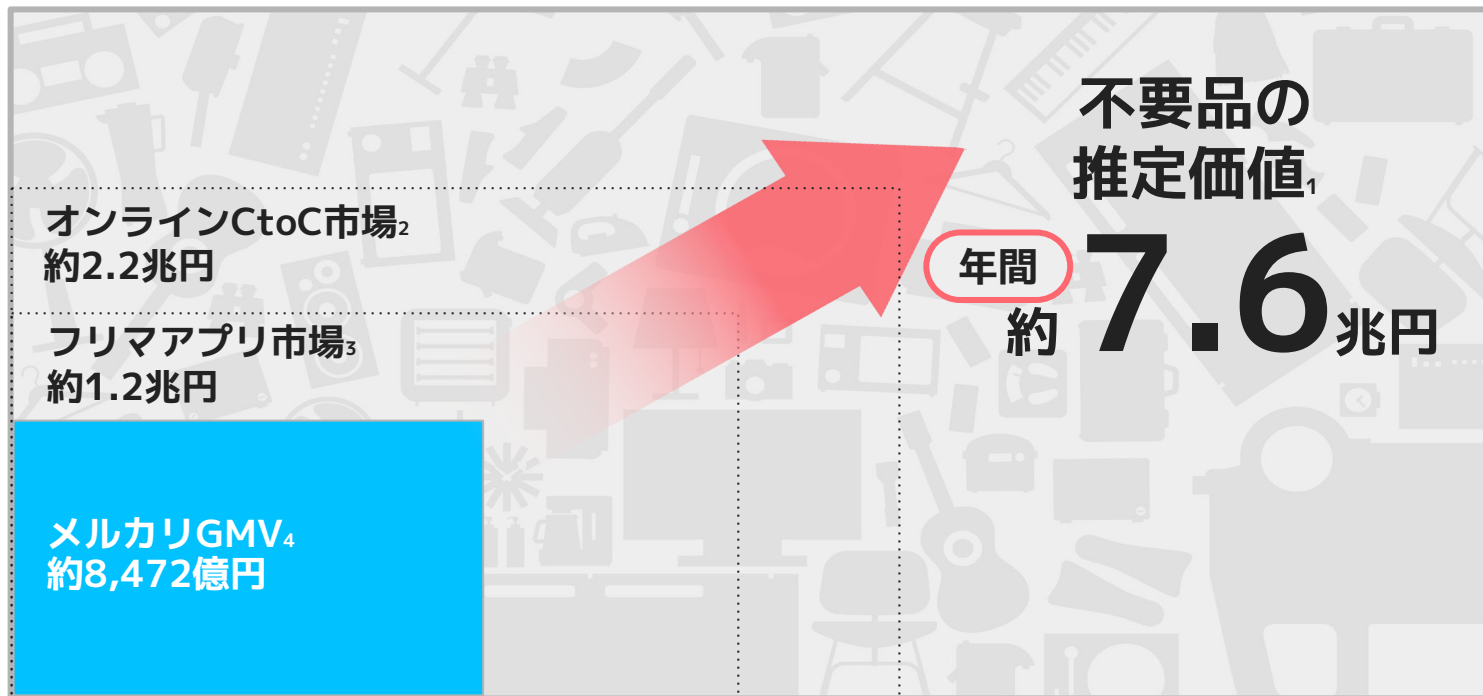


US



4 Marketplaceフリマアプリ市場データ

- 拡大する国内フリマアプリ市場において、メルカリのGMVシェアは約7割を占める



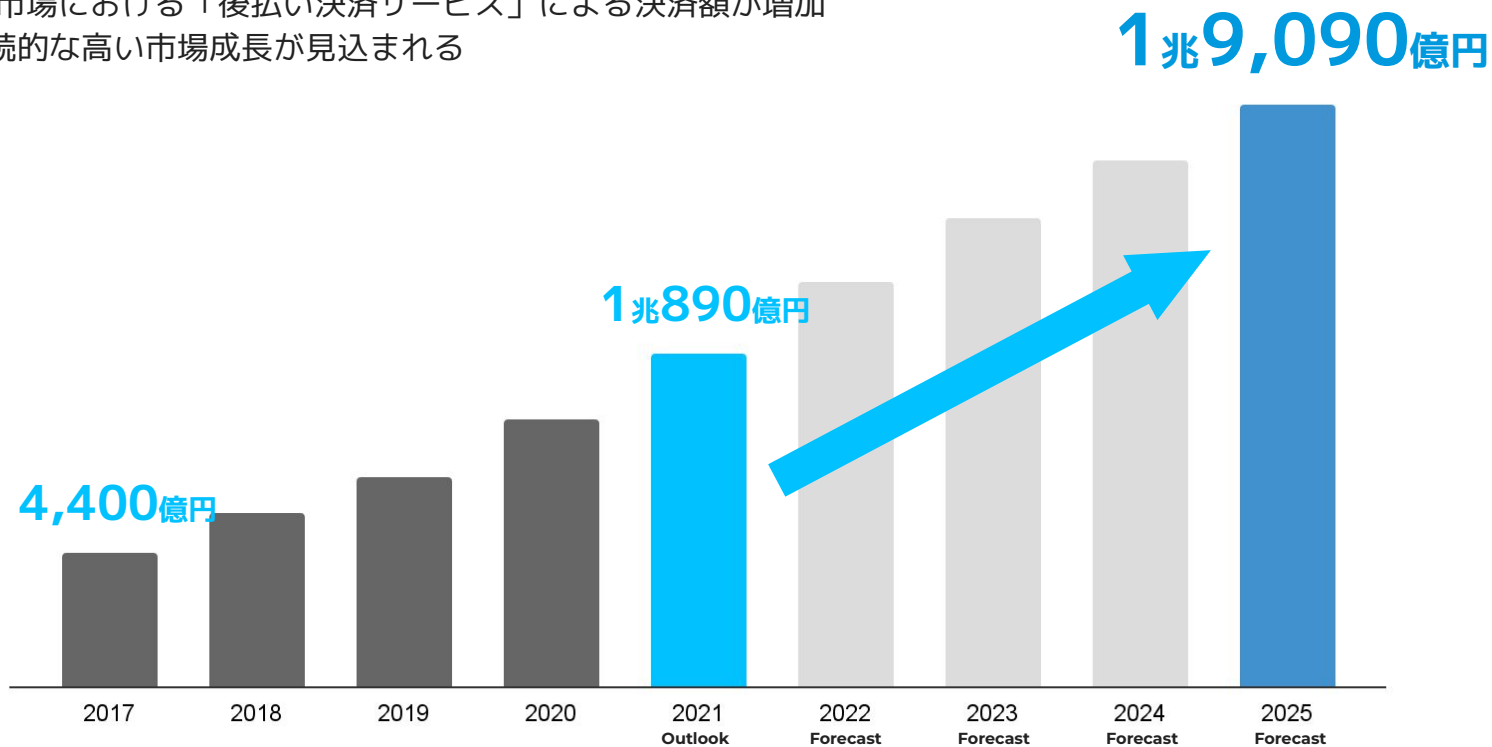
1. 出典: 経済産業省(2017年4月、2018年4月)、中古品店舗販売、オンライン中古品販売、オークション等の市場規模の合計。自動車、バイク、原付バイクは含まれない

2. 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、2021年12月時点における過去12ヵ月間のCtoC GMV

4 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

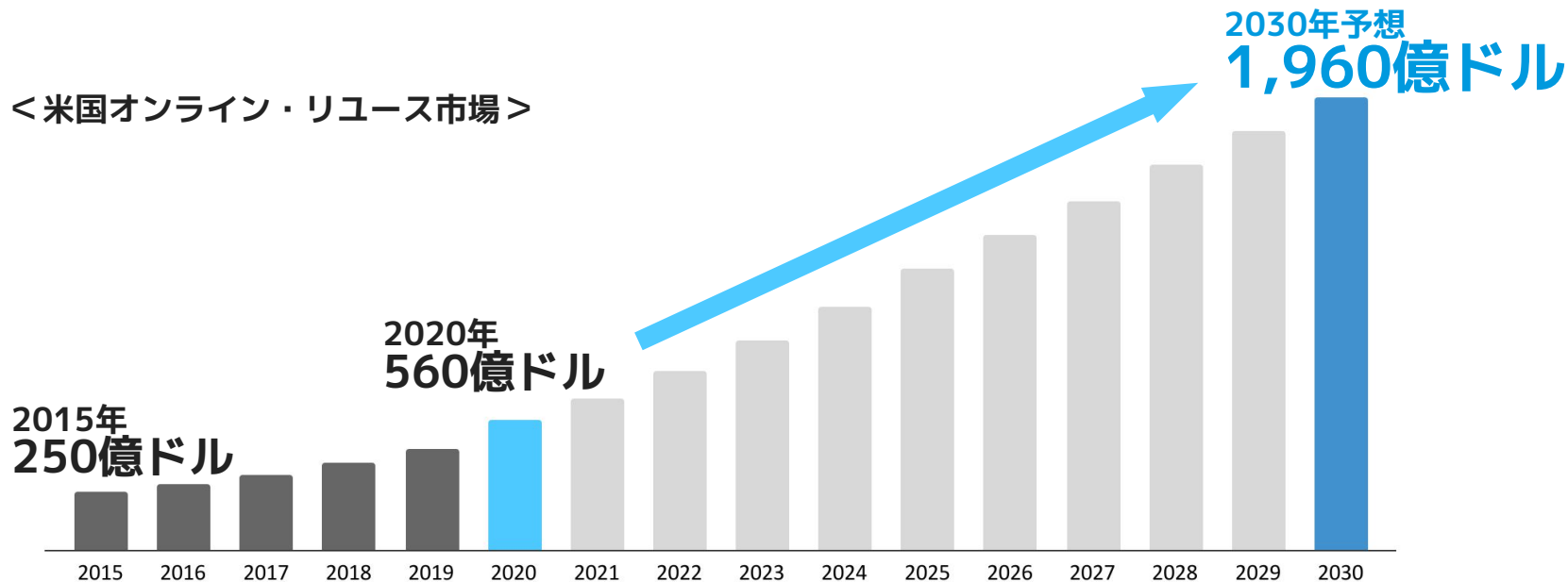


1. 出典：矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査（2022年）」2022年4月13日発表（注：後払い決済サービス提供事業者の取扱高ベース）

4 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2015年から2倍以上に拡大しており、2030年にはおよそ2,000億ドルになると推測される
- 成長カテゴリーにはアパレルや家電などメルカリが強みを持つ分野が含まれる。成長する市場需要を取り込み、幅広い層に向けたカテゴリーを強化するオールジャンルマーケットプレイスとしての戦略をサポート

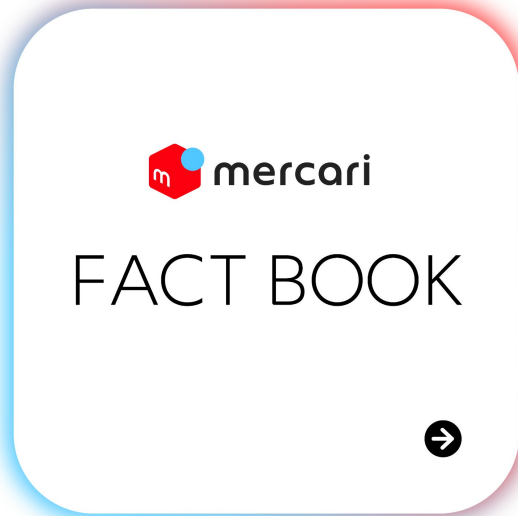
<米国オンライン・リユース市場>



1. 出典: Mercari US 『The Reuse Report』

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。

FY2023.6 3Qの決算発表は、2023年4月28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