

# ジモティー

## 2023年12月期 通期 決算説明資料

---

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

株式会社ジモティー  
東証グロース：7082

# 目次

- 01 2023年12月期 通期業績概要
- 02 全社戦略
- 03 事業別戦略
- 04 2024年12月期 業績予想
- 05 APPENDIX

01

## 2023年12月期 通期業績概要

---

## 2023年12月期 通期の業績概要

- 売上高は主に第三者配信の単価下落により昨対割れしたが3Qで底打ちし業績予想比では+1.2%となった
- 営業利益はコスト効率の見直しにより前年同期比+10.3%、業績予想比+0.3%となった

単位：百万円

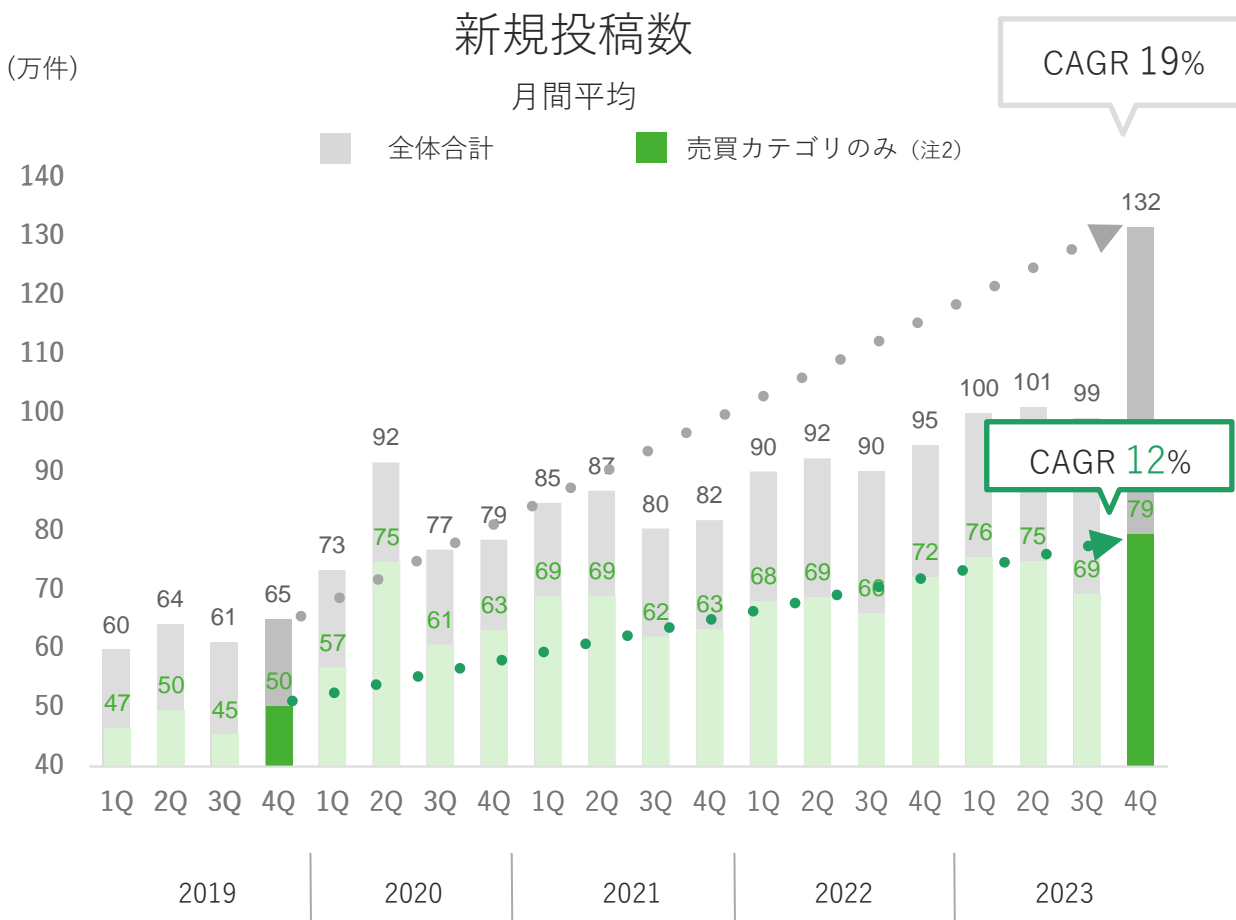
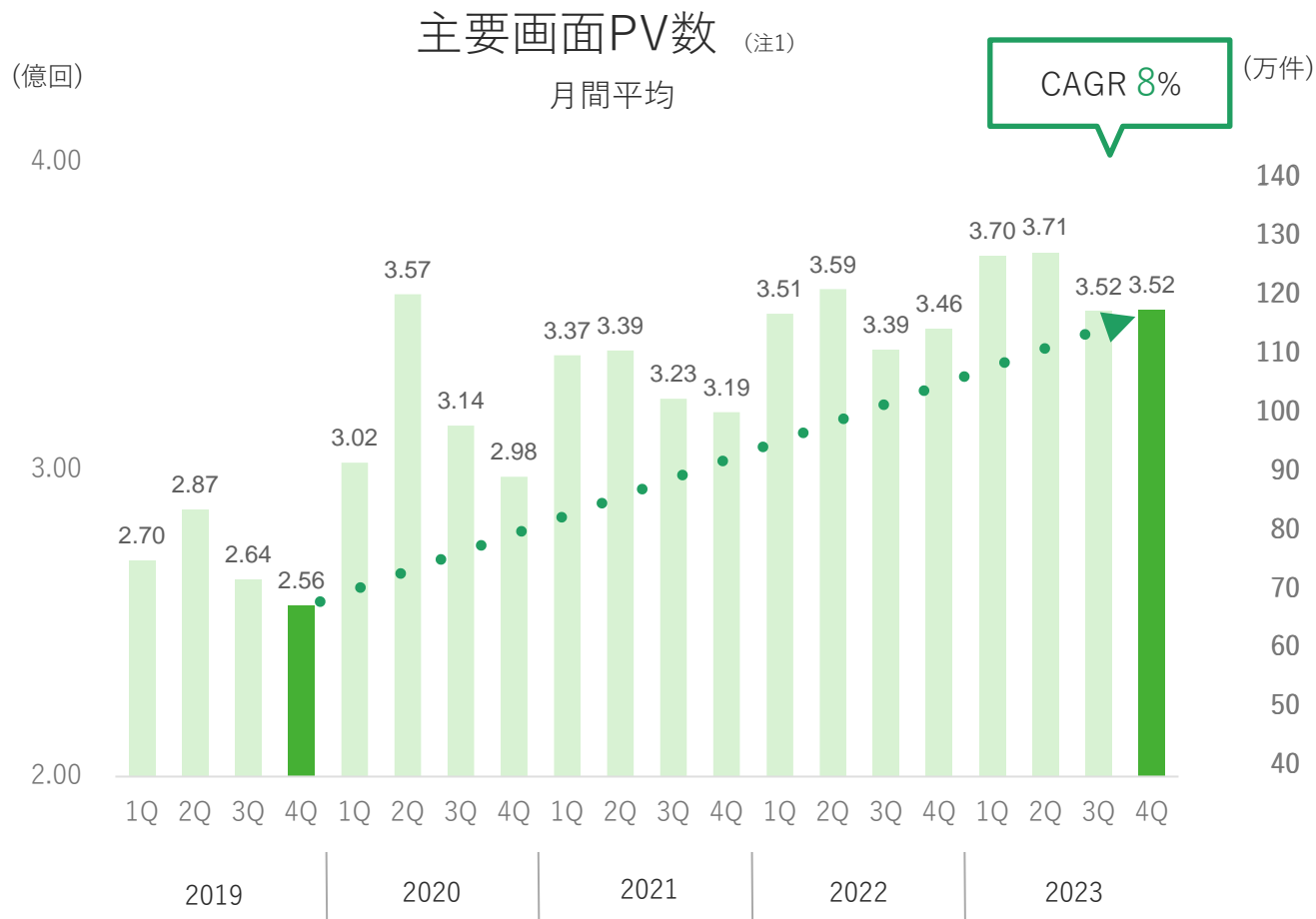
前年同期比	2023年12月期 通期累計実績	2022年12月期 通期累計実績	前年同期比
売上高	1,751	1,802	-2.8%
営業利益	508	461	+10.3%
純利益	433	406	+6.5%

業績予想比	2023年12月期 通期累計実績	2023年12月期 通期累計業績予想	業績予想比
売上高	1,751	1,730	+1.2%
営業利益	508	507	+0.3%
純利益	433	425	+1.9%

# 主要KPI

- CAGRでPV数は8%、売買カテゴリにおける新規投稿数は12%成長
- 後述のプロダクト成長戦略の推進により、PV数及び新規投稿数のさらなる成長を狙う



注1 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

注2 売買以外のカテゴリにおいて特定のヘビーユーザーからの異常な数の投稿があったため、これを除外した売買カテゴリのみの新規投稿数を併せて掲載しています

# 当四半期より売上報告区分を変更

- 自社広告売上について売上シェアと関連性の高さから従来の「手数料売上＋その他売上」から「広告売上」に区分を変更

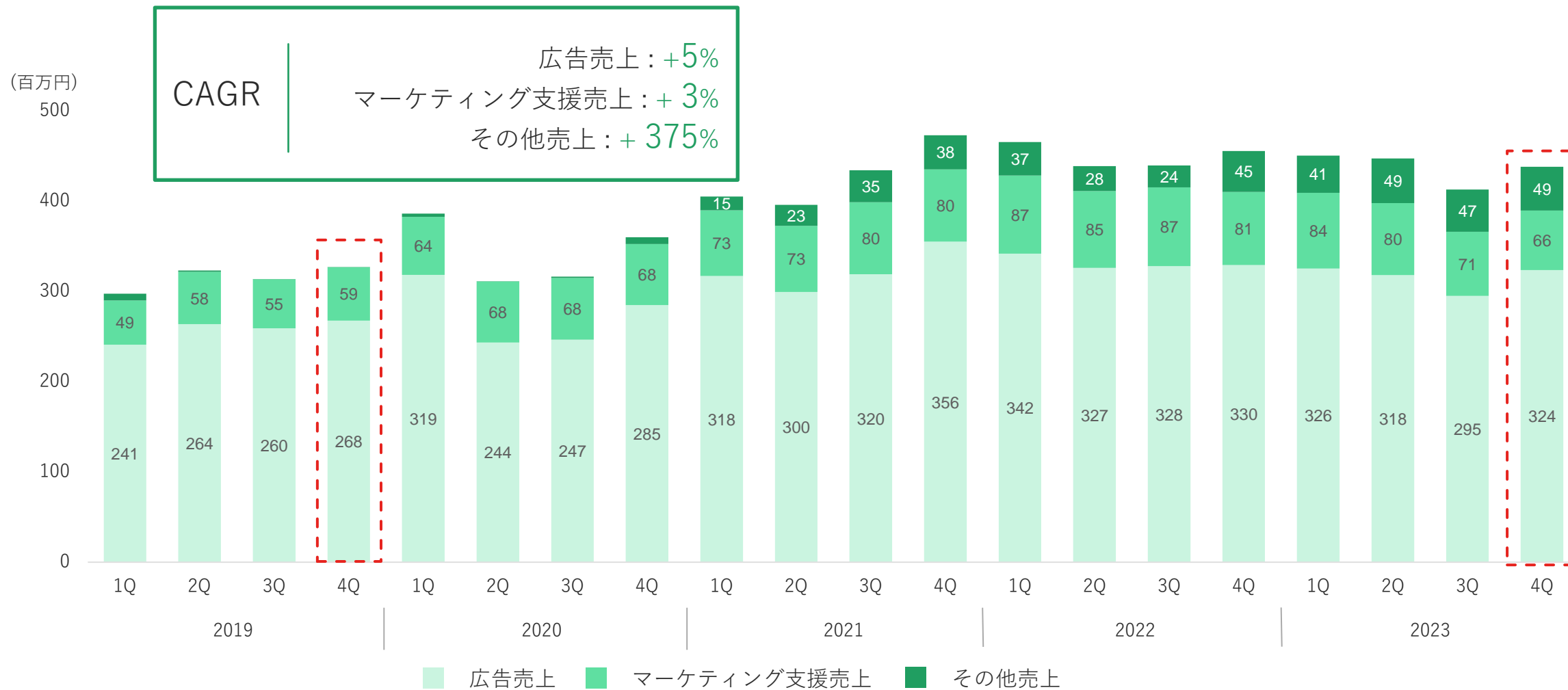
売上項目 (注1)	本決算報告以降	2023年12月期第3四半期以前	変更内容
第三者配信	広告売上	自動配信売上	名称変更
自社広告	広告売上	手数料売上＋その他売上	「手数料売上＋その他売上」から「広告売上」へ区分変更
DB連携（成果報酬）	マーケティング支援売上	マーケティング支援売上	－
機能課金	マーケティング支援売上	マーケティング支援売上	－
EC手数料	その他売上	手数料売上＋その他売上	名称変更
HR	その他売上	手数料売上＋その他売上	名称変更
ジモスポ (注2)	その他売上	手数料売上＋その他売上	名称変更
他	その他売上	手数料売上＋その他売上	名称変更

注1：各売上項目の内容については、Appendix「売上の構成」をご参照ください。

注2：ジモティースポットの略称

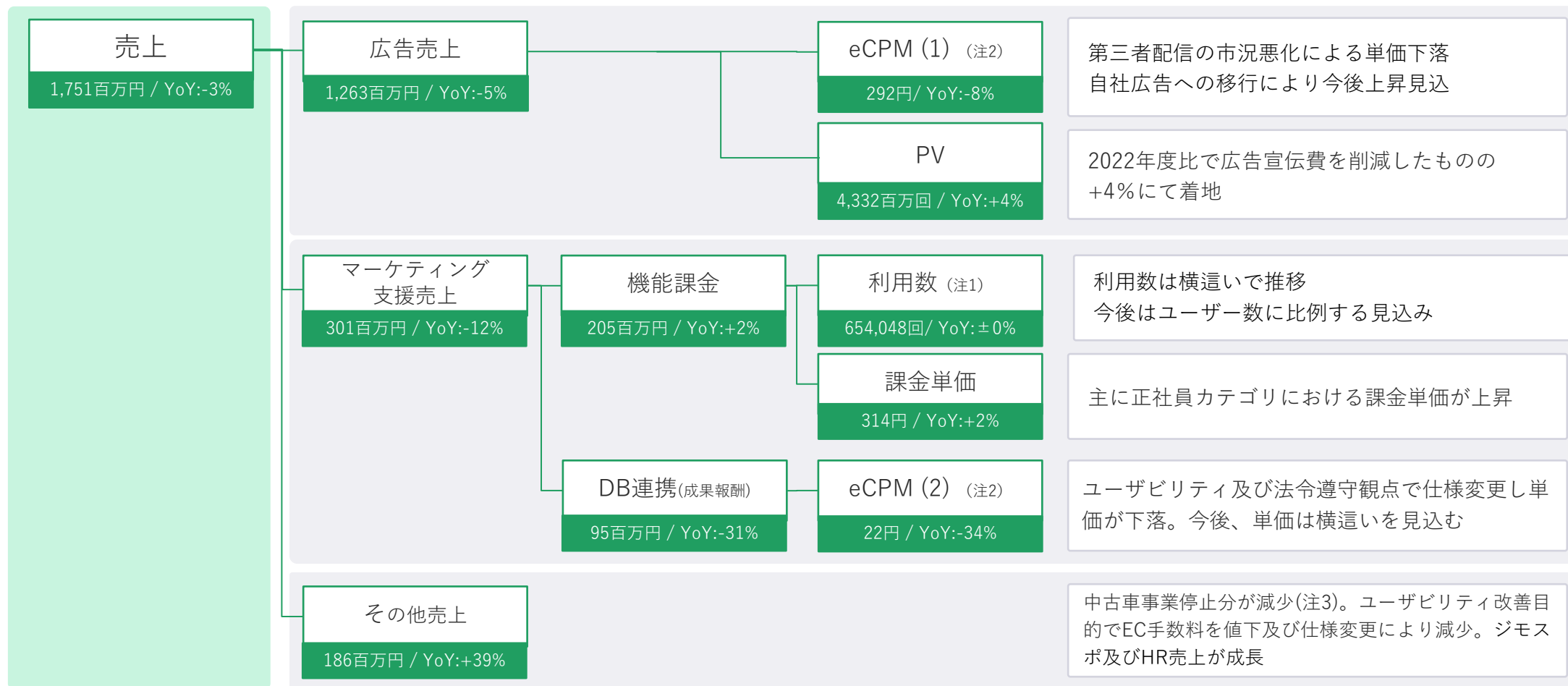
# 売上内訳\_全体

- 広告売上は第三者配信の市況悪化により単価下落したものの3Qに底打ちし4Qは伸長
- その他売上はジモスポ領域を中心に成長



# 2023年通期と2022年通期のKPI比較

- 広告売上、マーケティング支援売上ともに昨年対比で一時的に下落したものの底打ち
- 2024年度は自社広告による広告単価改善、ユーザー数の拡大、ジモティースポットの拡大を想定



注1：2023年3Qより、課金者数（ユニークユーザー）からオプション利用された回数に表記を変更

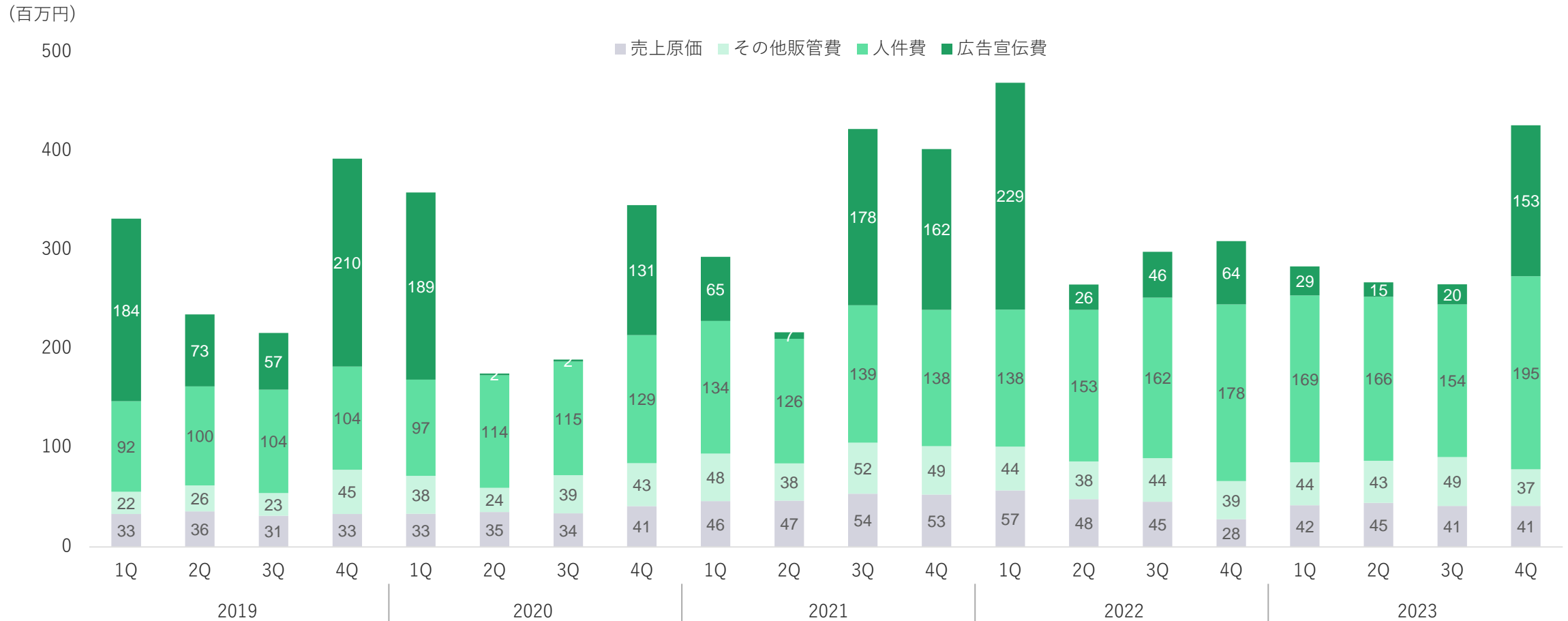
注2：PV1,000回表示あたりの収益

注3：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、事業縮小の意思決定を2022年2Qに実施



# コスト構造

- 広告領域、ジモスポ領域を中心に、人件費（採用費、外注費を含む）に投資
- 利益目標達成の範囲内で4Qにテストマーケティングを実施、ROIの高い広告運用方針の策定ができた



02

# 全社戦略

---

# 経営理念

- 当社のサービスを通じて地域の生活をより豊かで持続性のあるものにする
- そのために地域で必要とされるリソースを可視化し、つないでいく

## 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

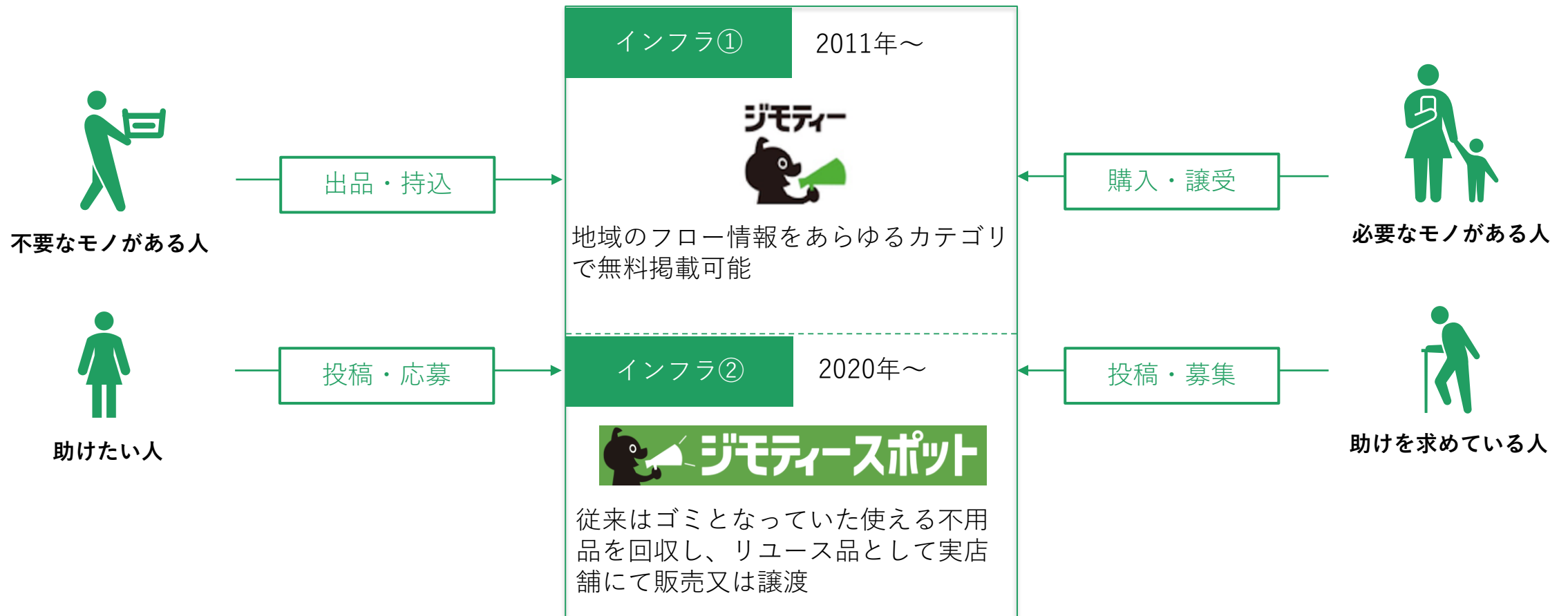
可視化のUP

流れの阻害要因を除く

つながりのUP

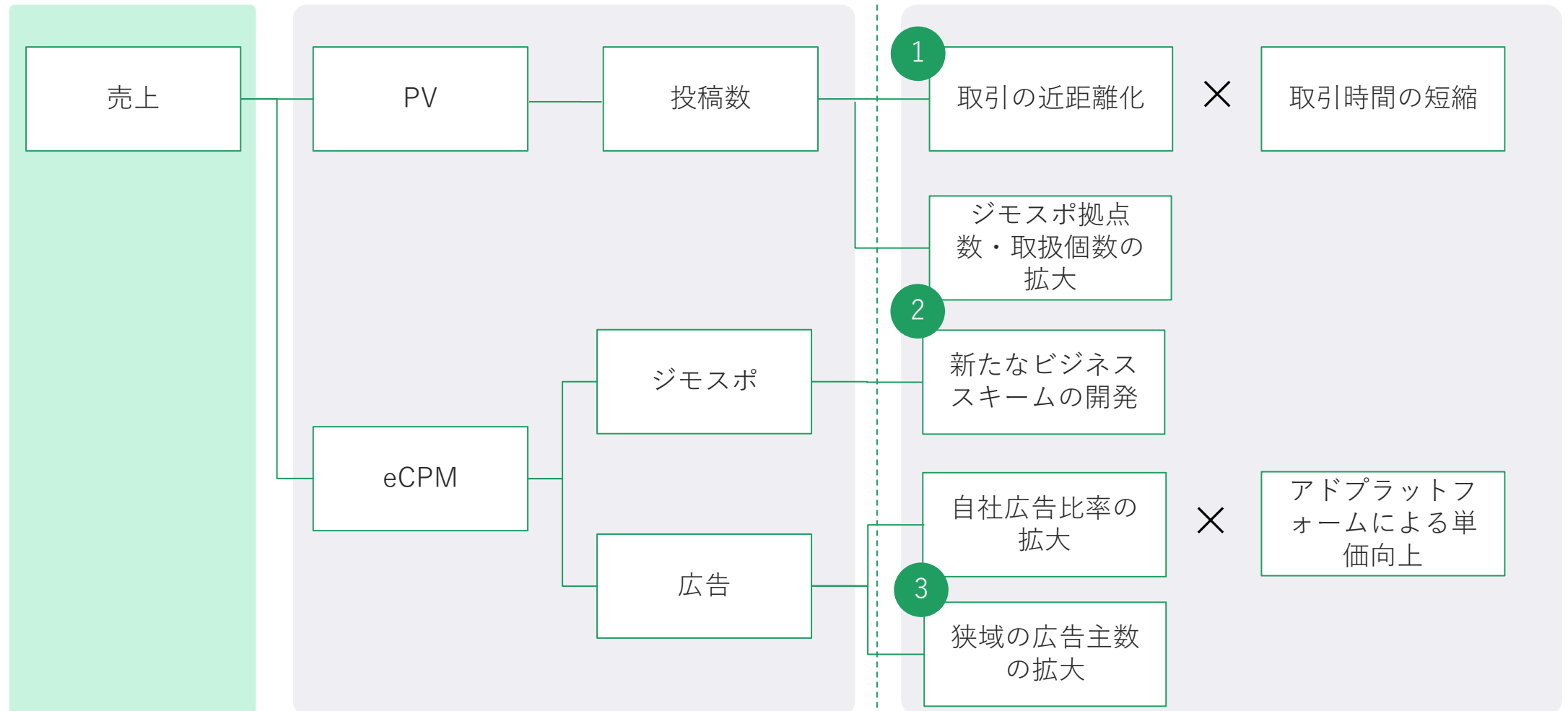
# ジモティーが提供する社会インフラ

- ネットプロダクトのジモティーとリアルスポットのジモテースポットを通じて必要な人へ必要なものを送り届ける
- 誰かの役に立ちたいという気持ちを地域で活かし、助け合う
- 人とモノのリソースを円滑に地域で受け渡すためのプラットフォームを作る






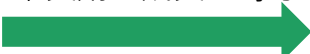
# KPIと主な成長戦略

- 「①取引の近距離化・取引時間の短縮」および「②ジモスポの拠点展開・取扱個数拡大」で投稿数を伸ばす
- 「③自社広告比率の拡大」と「③狭域広告の拡大」で広告単価（eCPM）の上昇を目指す



# 主な成長戦略とKPIへ寄与する時期の見立て

- 今期の前半はプロダクトとアドの自社広告化を主体として成長を押し進める
- ジモスポ、狭域広告（HR含む）によって、後半からさらに成長を加速させる

	領域	成長戦略の概要	寄与する 主なKPI	KPIに寄与する時期	
				2024年度	2025年度以降
1	プロダクト <sup>(注)</sup>	取引の近距離化×取引時間の短縮 の機能開発とプロモーション	投稿数 PV	2024年度3Q~ 中長期の成長に寄与 	
2	ジモスポ	ジモスポ拠点・取扱数拡大と 事業提携出店等の新たなビジネス スキーム開発	PV eCPM	2024年度4Q~ 中長期の成長に寄与 	
3-1	自社広告 プラットフォーム	自社広告比率の拡大とアドプラッ トフォームによる単価向上	eCPM	2024~2025年度の 短期成長に寄与 	
3-2	狭域広告 (HR含む)	地域に根付いたお得情報ローカル の広告主数の拡大	eCPM	2025年度~ 中長期の成長に寄与 	

注：当社におけるプロダクトとは、クラシファイドサイト「ジモティー」を提供するためのWEBサービス、スマートフォンアプリ及びその他関連システムを指します

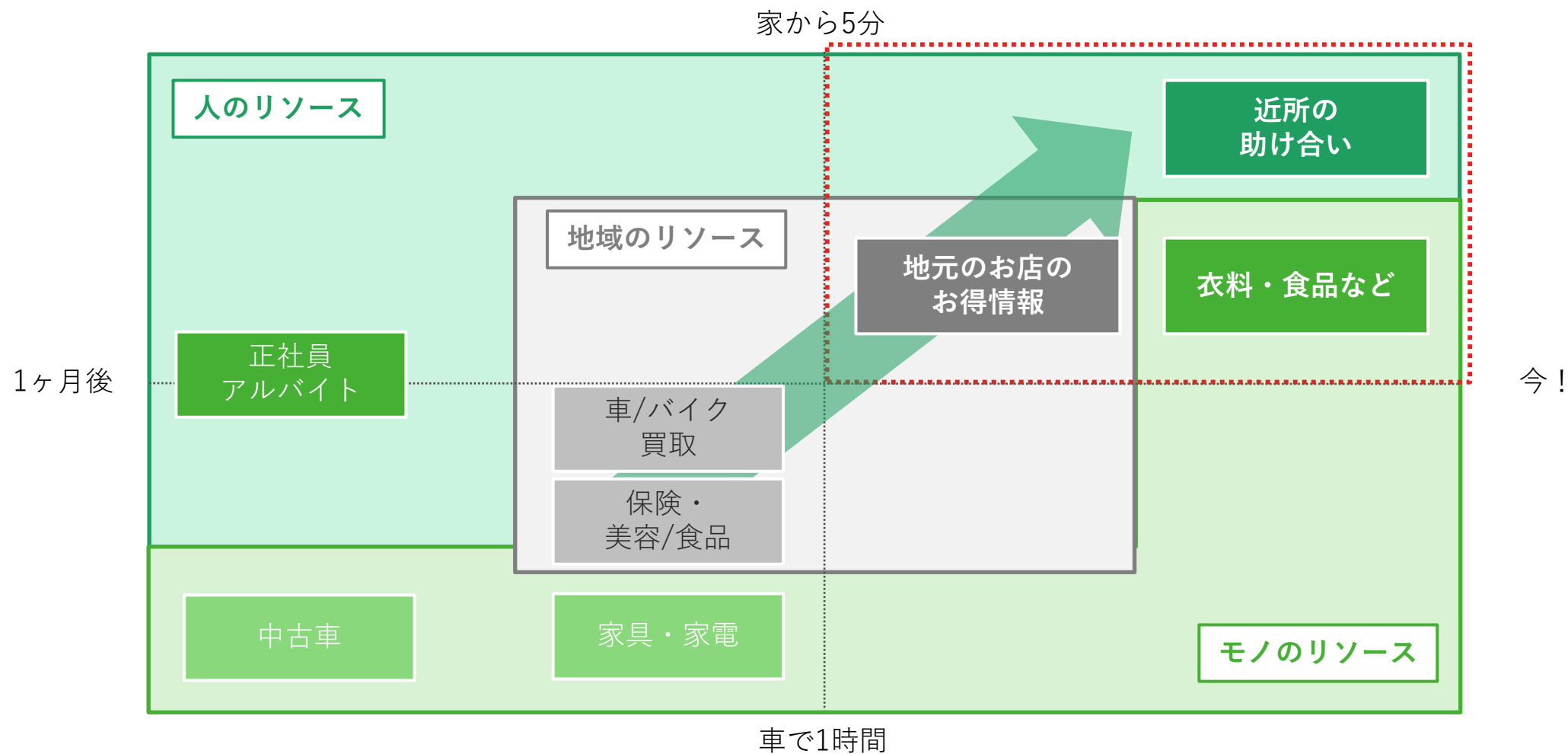
03

## 事業別戦略

---

# ①\_プロダクトの成長戦略

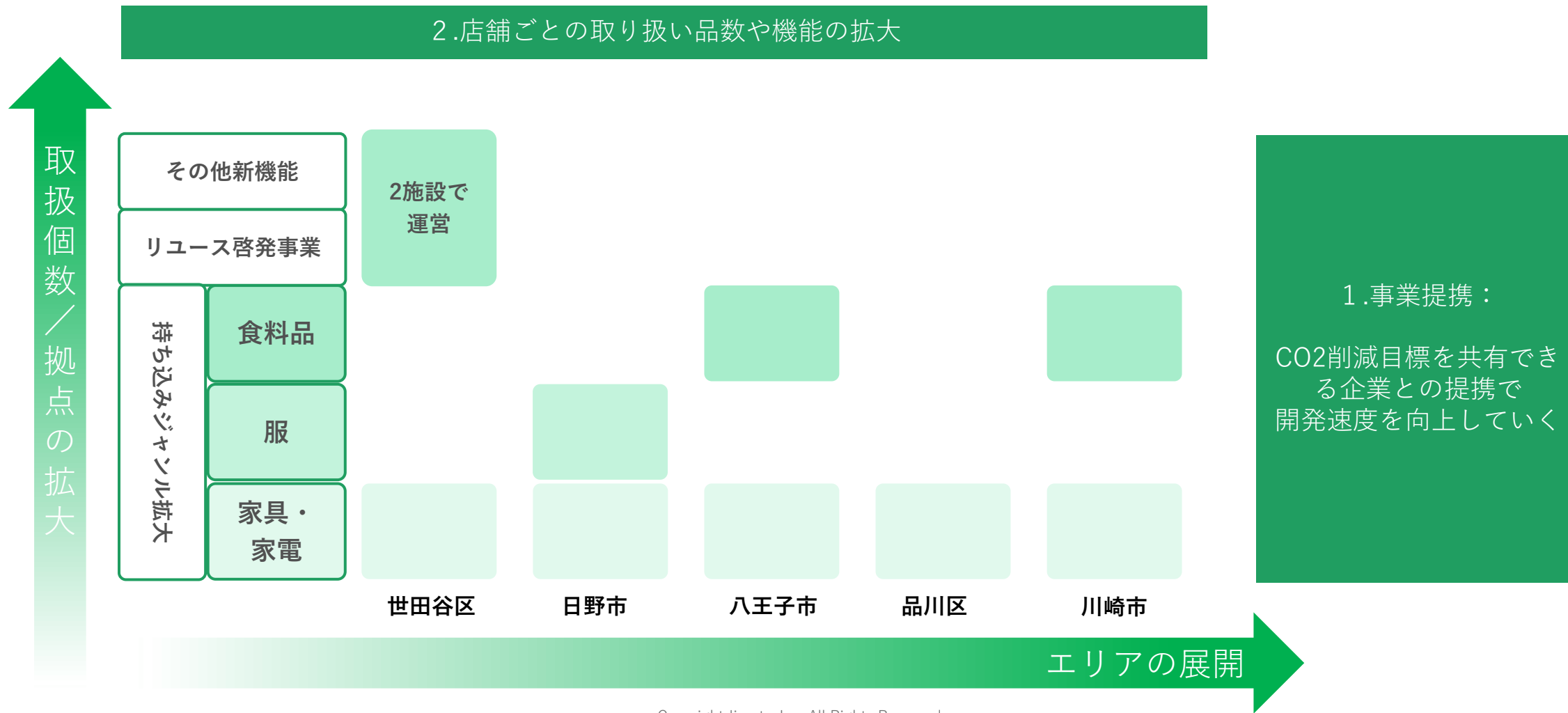
- 「近距離」かつ「短時間」のセグメントに対してマーケ、プロダクトを一貫性をもって革新していく
- 2023年4Qからプロダクトの抜本的な見直しに着手中





## ②\_ジモスポの成長戦略

- 事業提携も含めた新たな店舗開発と店舗ごとの取り扱い品数・機能の拡大を同時に行なっていく
- 2024年2Qから新たな店舗がローンチされていく見込み（やや進捗に遅れが出たが概ね順調）



### ③-1\_広告領域の成長戦略

- 2024年度は自社広告比率の向上とアドプラットフォームの機能追加により広告単価の上昇を目指す
- 中期戦略としてジモティーと相性の良い狭域広告の獲得により、さらなる単価上昇を目指す

	2023年度	短期	中期
配信元	第三者配信が中心	自社広告を中心とした アドプラットフォーム配信へ 切り替え	左記に加えて ジモティーにしかできない広告商 品を開発・販売
広告の中身	金融・通販系など (ネットワーク中心)	金融・通販系など (ネットワーク中心)	狭域広告 (クーポン等、地域のお得情報の深耕)
目標の広告単価 (eCPM)	100とした場合	1.5~2倍	3~10倍
広告の位置付け	PVをマネタイズする手段の1つ	PVをマネタイズする手段の1つ	広告 = コンテンツとなり 広告自体がユーザーの来訪目的と なる

### ③-1 \_アドプラットフォーム「ジモティーAds」をリリース

- 2023年11月に自社広告の運用型アドプラットフォーム「ジモティーAds」を正式リリース
- 2023年12月末において「ジモティーAds」における配信企業者数が100社を突破
- 計画に対して若干の開発遅延があったものの概ね順調に進捗中

#### アドプラットフォームの概要

当社が保有するユーザーデータを活用し、  
ユーザー毎に最適な広告を配信

#### 当社が保持する ユーザーデータ

デモグラ  
(性別、年齢、エリア  
等の登録情報)

行動履歴・  
興味関心

広告のクリック履歴

アドプラット  
フォーム



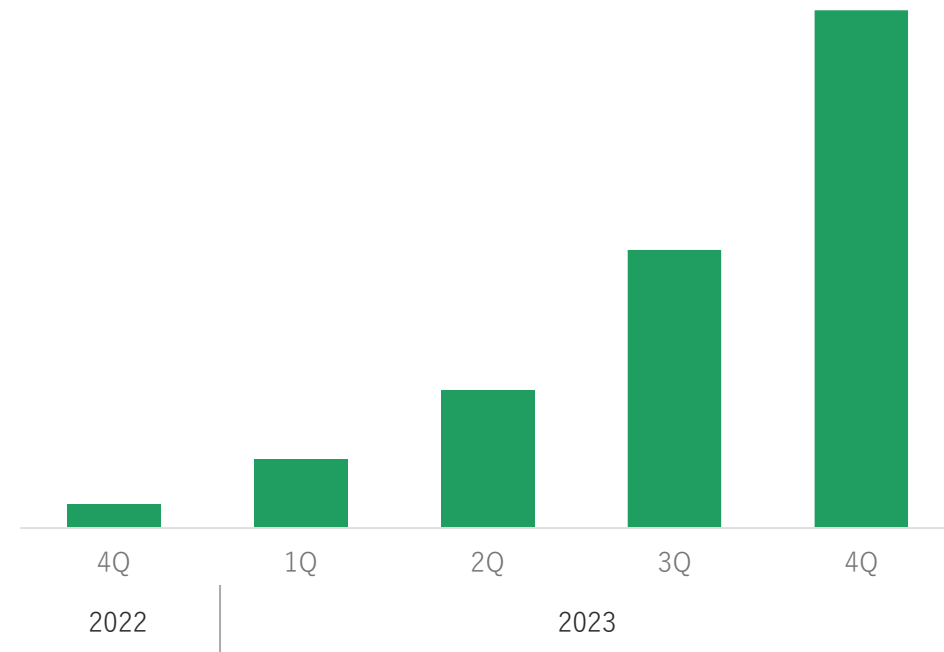
#### 広告の情報

広告枠位置

商材のカテゴリや  
広告単価

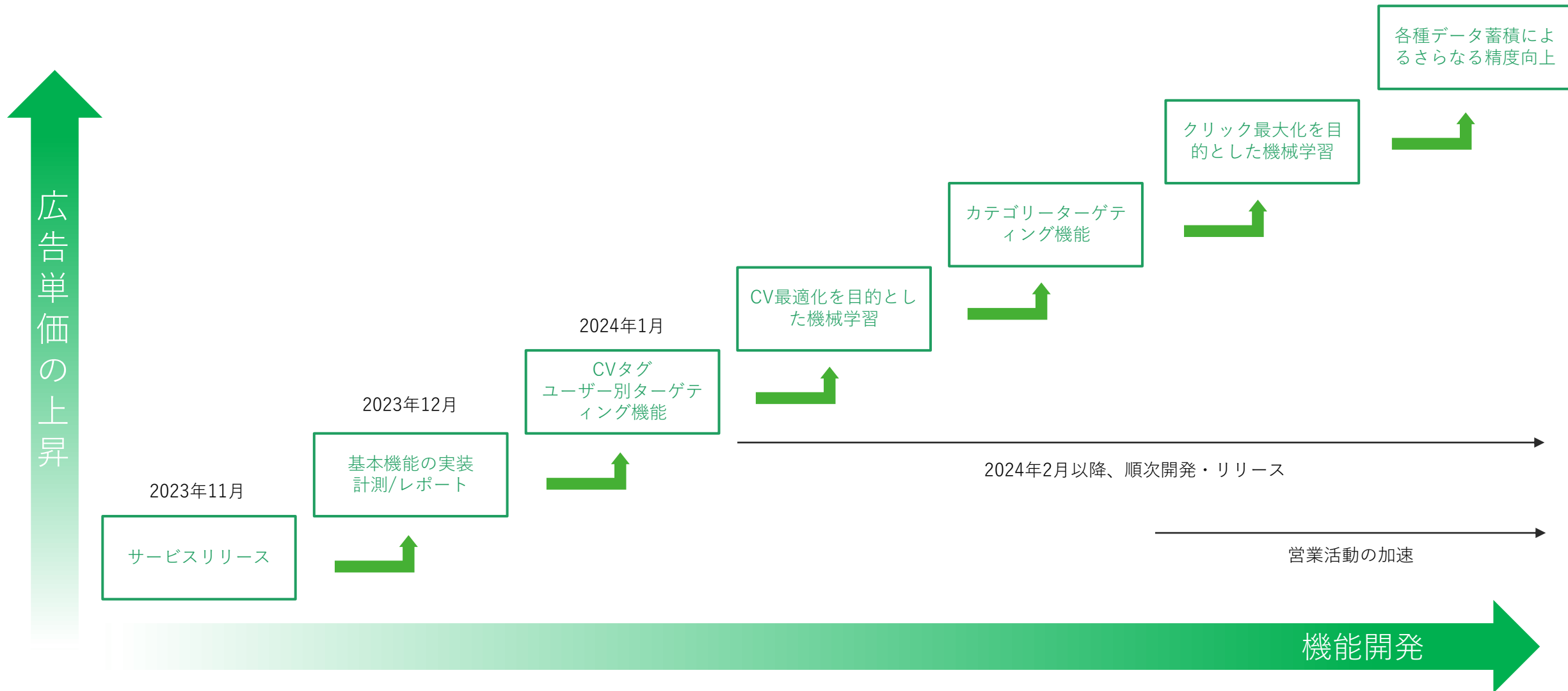
クリエイティブ

#### 自社広告数の推移



### ③-1 \_アドプラットフォーム「ジモティーAds」の成長戦略

- 広告効果を高めるための機能を今後、順次リリース予定
- ジモティー独自のデータによってクライアントの広告ROIを高め、売上を拡大していく

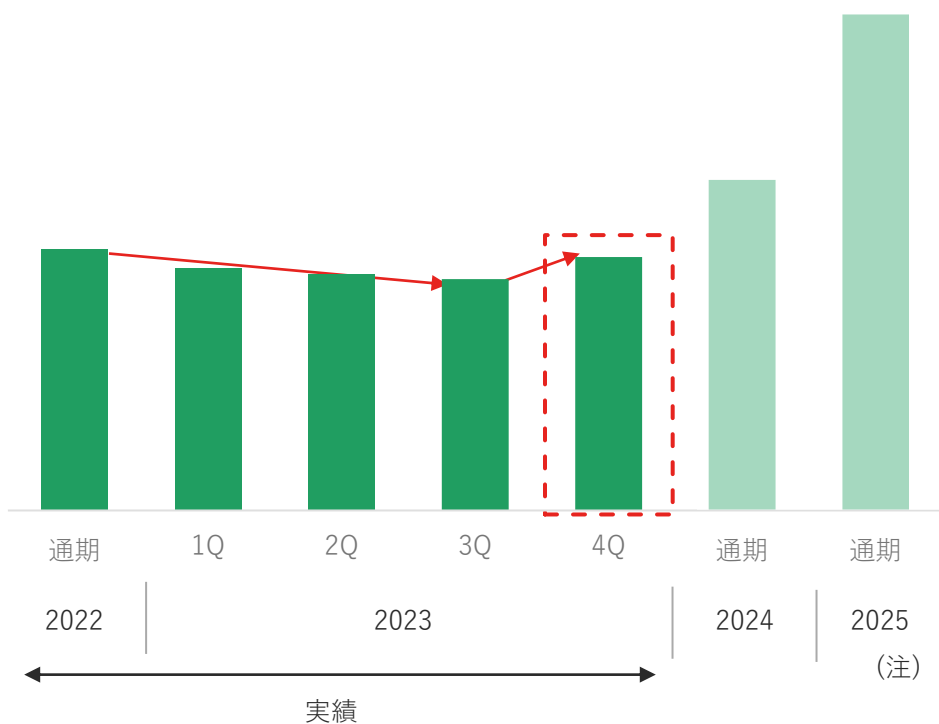


### ③-1 広告単価（eCPM）と自社広告比率の推移

- 広告単価は2023年度3Qにて底打ちし4Qは上昇基調。12月から2022年度平均を超え始めている
- 自社広告の比率も上昇、今後さらに成長速度を上げていける見込み

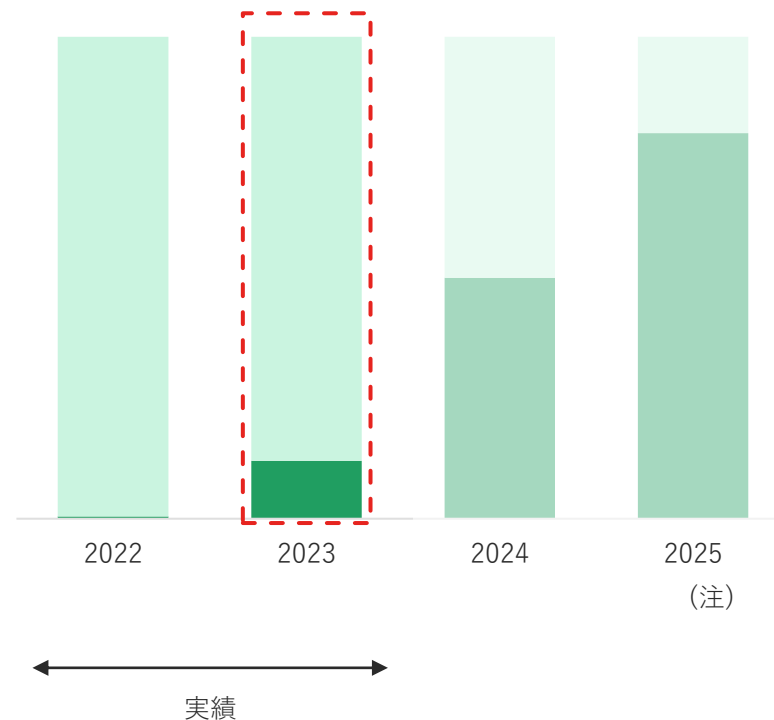
#### 広告単価推移

eCPM（1,000PV当たり広告単価）の推移



#### 自社広告比率

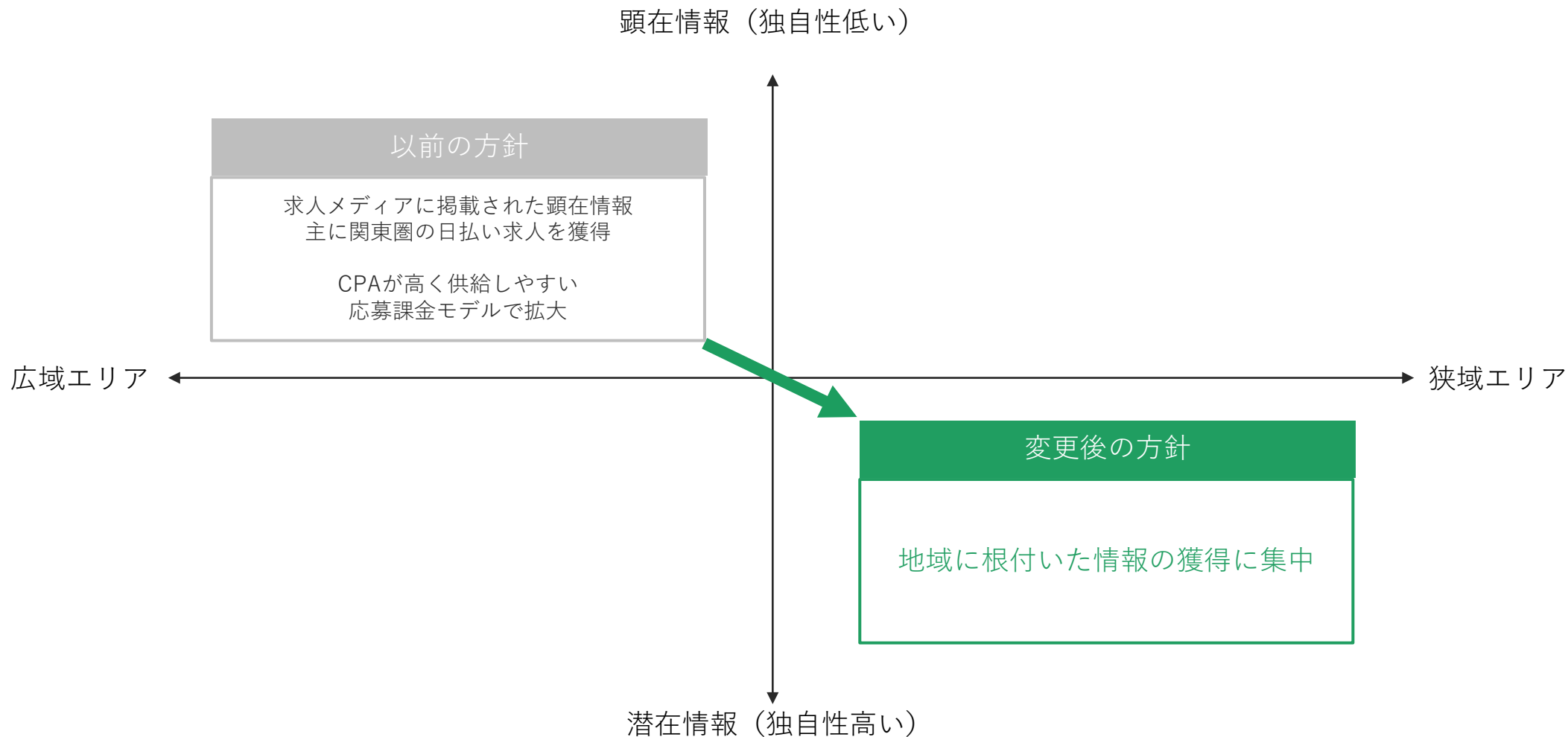
広告売上全体に占める自社広告売上比率



注：2024年及び2025年は、今後の成長イメージ

### ③-2\_HR・狭域広告の戦略フォーカスの変更について

- HR領域のこれまでの検証によってより中長期的に顧客に支持される広告開発が可能と判断
- より狭域性と独自性の高いセグメントに絞ったメニューを開発していく



04

2024年12月期 業績予想

---

## 2024年12月期の業績予想

- 売上高、営業利益ともに前期比+10%と設定
- 主に自社広告商品の拡販によって+10%以上の増収を目指す
- 新規領域であるジモスポとHRの増収は上振れ余地として計画には織り込んでいない

単位：百万円

	2024年12月期 通期業績予想	2023年12月期 通期実績	前年同期比
売上高	1,926	1,751	+10.0%
営業利益	559	508	+10.0%
経常利益	556	519	+7.2%
当期純利益	466	433	+7.7%



05

# 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	147名（2023年12月末時点）			
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	監査役	川波拓人
	社外取締役	伊藤邦宏	監査役	神先孝裕
	社外取締役	松本行哲	監査役	臼坂悦子

# 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、代表取締役に就任、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、M&Aやコーポレート・ガバナンス業務全般、各種業法等の規制法及び消費者関連法対応、並びに労働法務等に幅広く従事。現在は管理本部副本部長兼リスクマネジメント部長として、法務及びリスクマネジメントを担当  
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

実際の投稿例

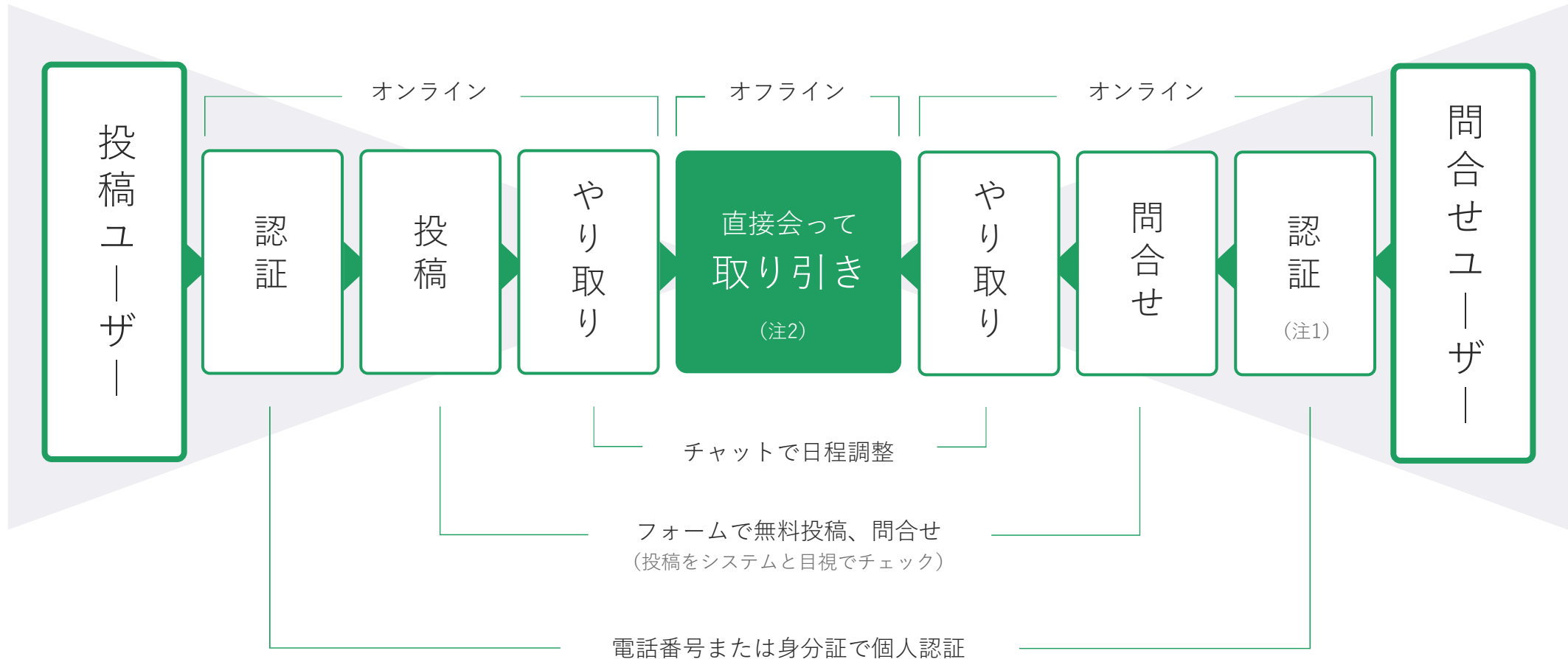


投稿の特徴

 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

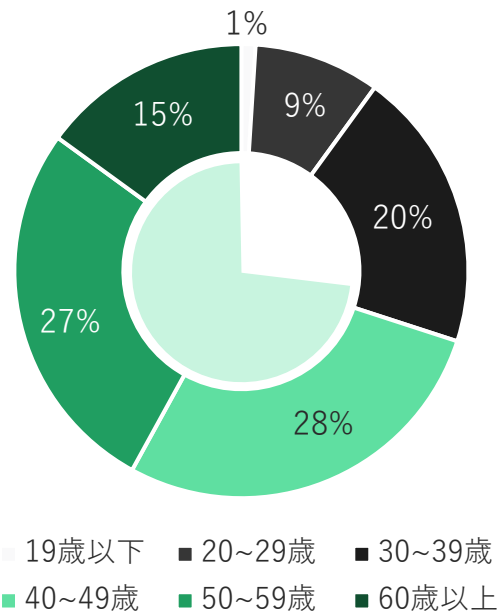


注1：問合せユーザーの認証は一部カテゴリでは任意  
注2：「売ります・あげます」カテゴリにおける取引例

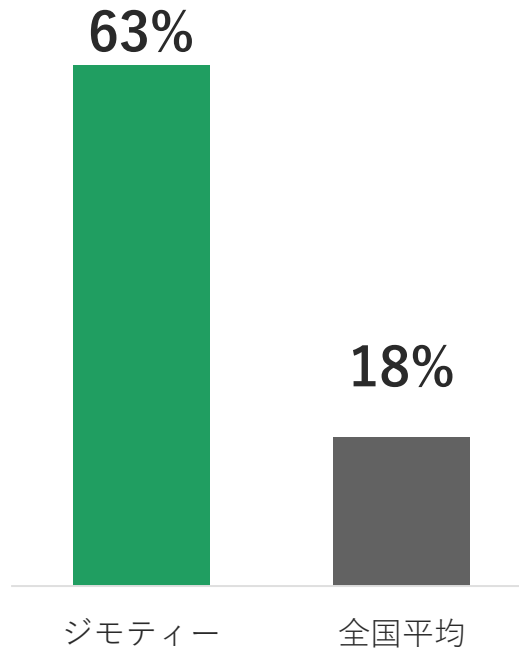
# ユーザーの特徴

- 40代以上の子供のいる女性が多く利用

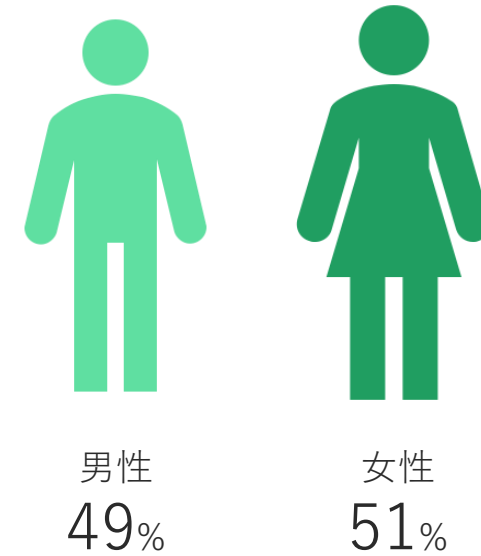
40代以上で全体の70% (注)



子供有り世帯は平均の約3倍以上 (注)



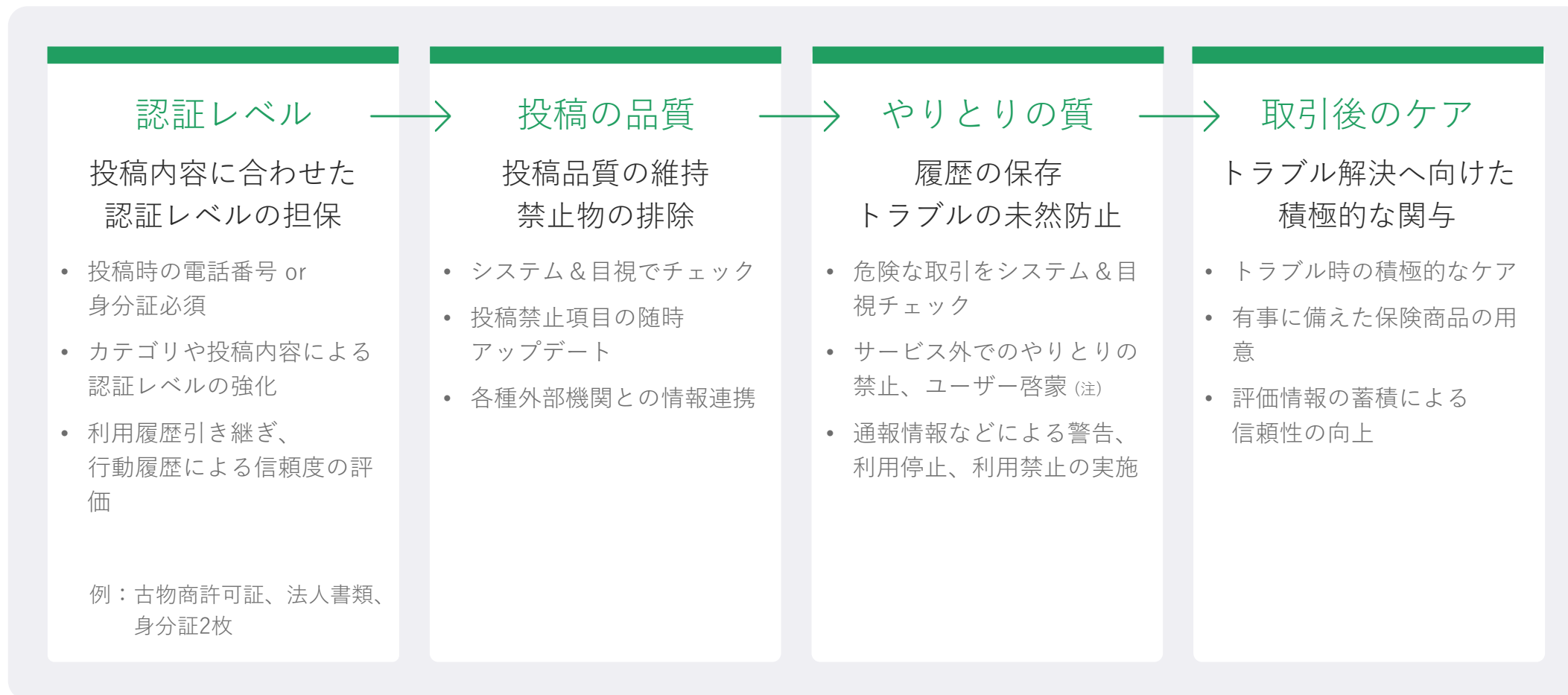
女性の利用が51% (注)



注 会社資料 2023年7月のサービス利用者調査。サンプル数約1,000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

- 広告売上、企業向けのマーケティング支援売上、その他売上の3種類



注1: 広告主から媒体 (ジモティー) に広告を直接配信せず、媒体を横断した広告管理や効果測定ができるサーバー (3rd party) を介して配信する手法

注2: 広告主から媒体 (ジモティー) に広告を直接配信する手法

# ジモスポ\_自治体との協定数

- 提携実績は着実に増加し、全国で146箇所を突破
- 今後の事業展開の礎が着々と出来上がってきている

## 提携自治体



## 行政との提携ステップ

リユースの啓発から共同でのリユースモデルの構築まで各行政のニーズに合わせて検証を実施

### パターン3：官民共同リユース



より多くの回収品をジモティーを通して住民に譲渡できるスキームを共同で構築

### パターン2：自治体回収品のリユース



自治体が回収したモノのうち一部の再利用が可能な商品をジモティーに掲載し譲渡先を探す

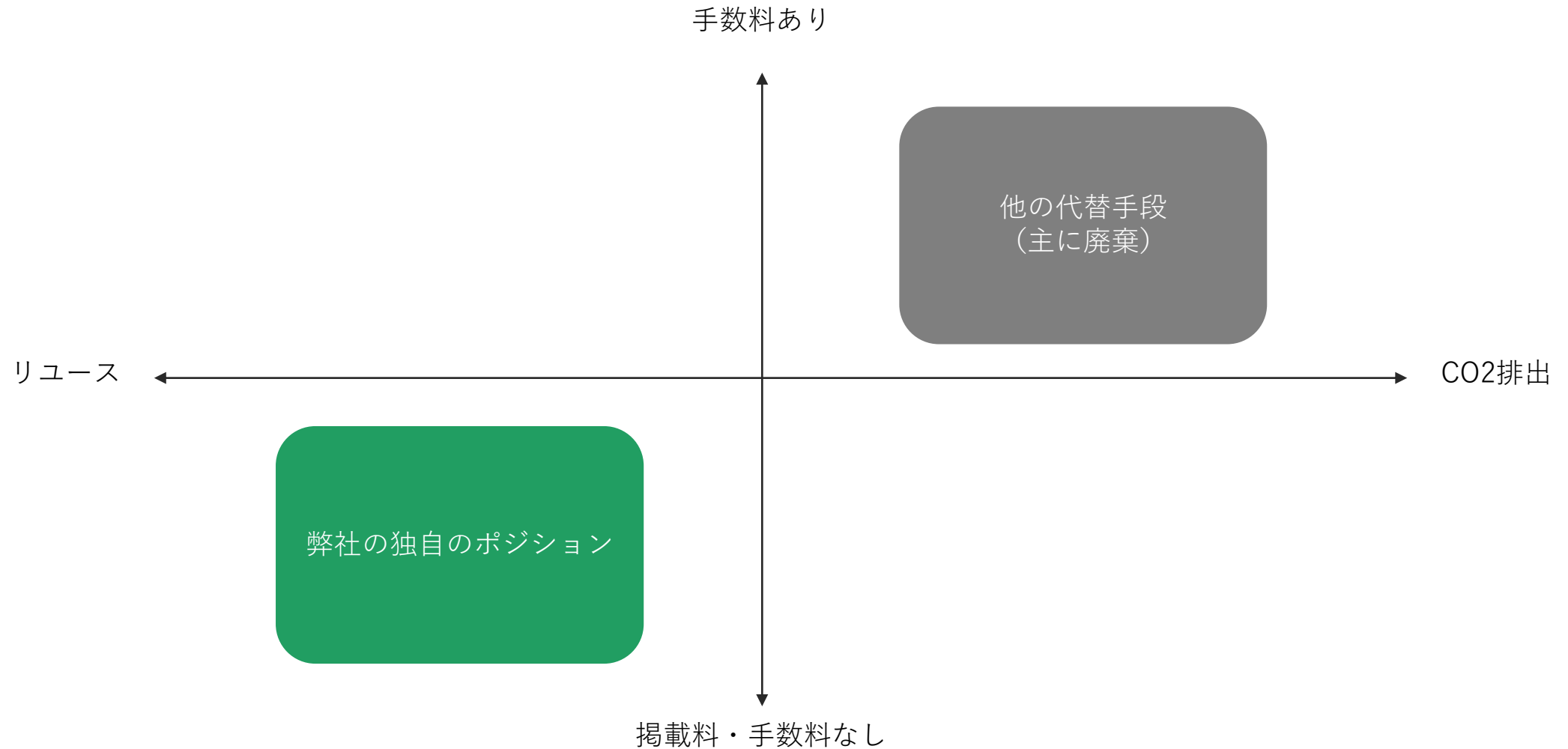
### パターン1：リユースの啓発



自治体の冊子やWEBサイトでジモティーを紹介。自治体に回収を依頼する前に自ら譲渡先を探してもらう

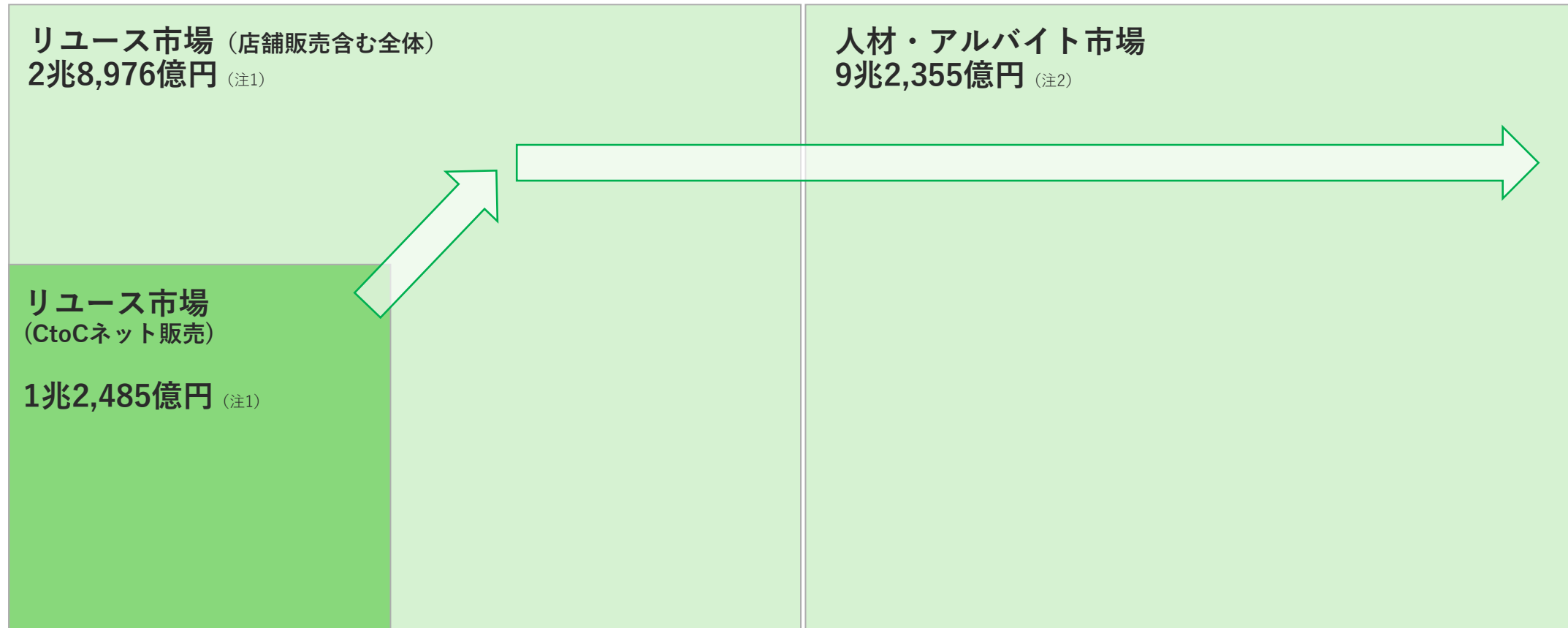
# ジモティーの独自性

- 掲載料、手数料が無料であるため、本当は使えるが廃棄してしまっているものをリユースすることが可能
- 排気量を減らしリユース量を増やすことで持続性にも直接的に貢献することができる



# ターゲット市場規模

- 「ジモティー」上でリユース品を取引（CtoCネット販売）に加えて、店舗型の「ジモテースポット」を通じてリアルを含むリユース市場全体をターゲットとする
- HR領域について、「ジモティー」の強みである狭域性を武器に人材・アルバイト市場を開拓していく
- 2023年までターゲットとしていた中古車・不動産領域は、短中期的には非注力領域とし、除外している



注 (1) 出所：リフォーム産業新聞社（2023年）「リユース市場データブック2023」

(2) 出所：矢野経済研究所（2023年）「人材ビジネスの現状と展望」

# 認識するリスク及び対応策について

- 当社事業に関するリスクについては以下の通りと認識しており、今後も継続的に対応を実施

リスク項目	認識するリスクと対応策
プラットフォーム提供会社の動向について	<p>&lt;顕在化可能性：中／影響：中&gt;            当社はスマートフォン向けアプリケーションを提供しており、Apple Inc.並びにGoogle Inc.の両社にアプリケーションを提供することが現段階における当社事業の重要な前提条件であり、動向を注視しております。これらプラットフォーム事業者の事業戦略の転換並びに動向によっては、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>
投稿内容の健全性について	<p>&lt;顕在化可能性：低／影響：大&gt;            当社が運営する「ジモティー」では、利用規約やガイドライン等を整備し、投稿された内容を監視するための体制の構築や適切なサポート人員の配置をはじめとした施策により、投稿内容の健全性の維持に努めております。その中で誹謗中傷や嫌がらせ、知的財産権の侵害等、明らかに不適切な投稿を発見した場合には、一定の基準に基づいて当該投稿を削除する等により、規制しております。しかしながら、ビジネスの特性上悪意をもって行われた取引を全て排除することは難しく、健全性の維持は可能な範囲で行われているため、一定のユーザー間でトラブルが発生する可能性があります。さらに、それらのトラブルが適切に解決されない場合は当社のブランドイメージ及び社会的信用の低下等により、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>
事業拡大に伴うシステム開発について	<p>&lt;顕在化可能性：低／影響：中&gt;            当社はサービスの安定稼働やユーザー満足度向上を図るため、サービスの成長に合わせてシステムやインフラの開発を継続的に行っていくことが必要であると認識しており、今後予測されるユーザー数、PV数及び投稿数の伸長、新サービスの導入、セキュリティ向上に備えて継続的なシステム開発を計画しております。しかしながら、想定よりも急速に増加した場合には、システム開発計画の前倒し等により想定外の開発費用が生じる可能性、また、適切な対応ができない場合はサービスの稼働やユーザー満足度が低下する可能性があります。そのような場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>
事業運営体制について	<p>&lt;顕在化可能性：低／影響：低&gt;            当社では、専門的知識を有した優秀な人材の確保及び育成が企業成長に向けた重要な課題であると認識しております。事業環境や内容に応じた適切な人材の確保に取り組むとともに、教育・研修制度も充実させてまいります。しかしながら、事業の急速な拡大や事業環境の急激な変化等により、適切なタイミングで当社の求める人材の確保が十分になされない場合は、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>

※その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

# 貸借対照表

- 財務基盤は引き続き堅固な状態を維持
- 2023年5月及び8月に実施した自己株取得により流動資産および純資産が減少

(単位:百万円)	2023年12月期 期末	2022年12月期 期末	増減
流動資産	1,351	1,390	-38
現金及び預金	1,120	1,123	-3
固定資産	141	154	-13
総資産	1,493	1,544	-51
流動負債	430	312	+117
固定負債	75	141	-66
純資産	987	1,090	-103
自己資本比率	66%	71%	-5pt

# 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。
- 「事業計画及び成長可能性に関する事項」は、今後、本決算後2月頃を目途としてアップデートを行う予定です。



ジモティー