

ジモティー

2024年12月期

第1四半期 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 2024年12月期 第1四半期業績概要

02 全社戦略

03 事業別戦略

05 APPENDIX

01

2024年12月期 第1四半期業績概要

2024年12月期 第1四半期の業績概要

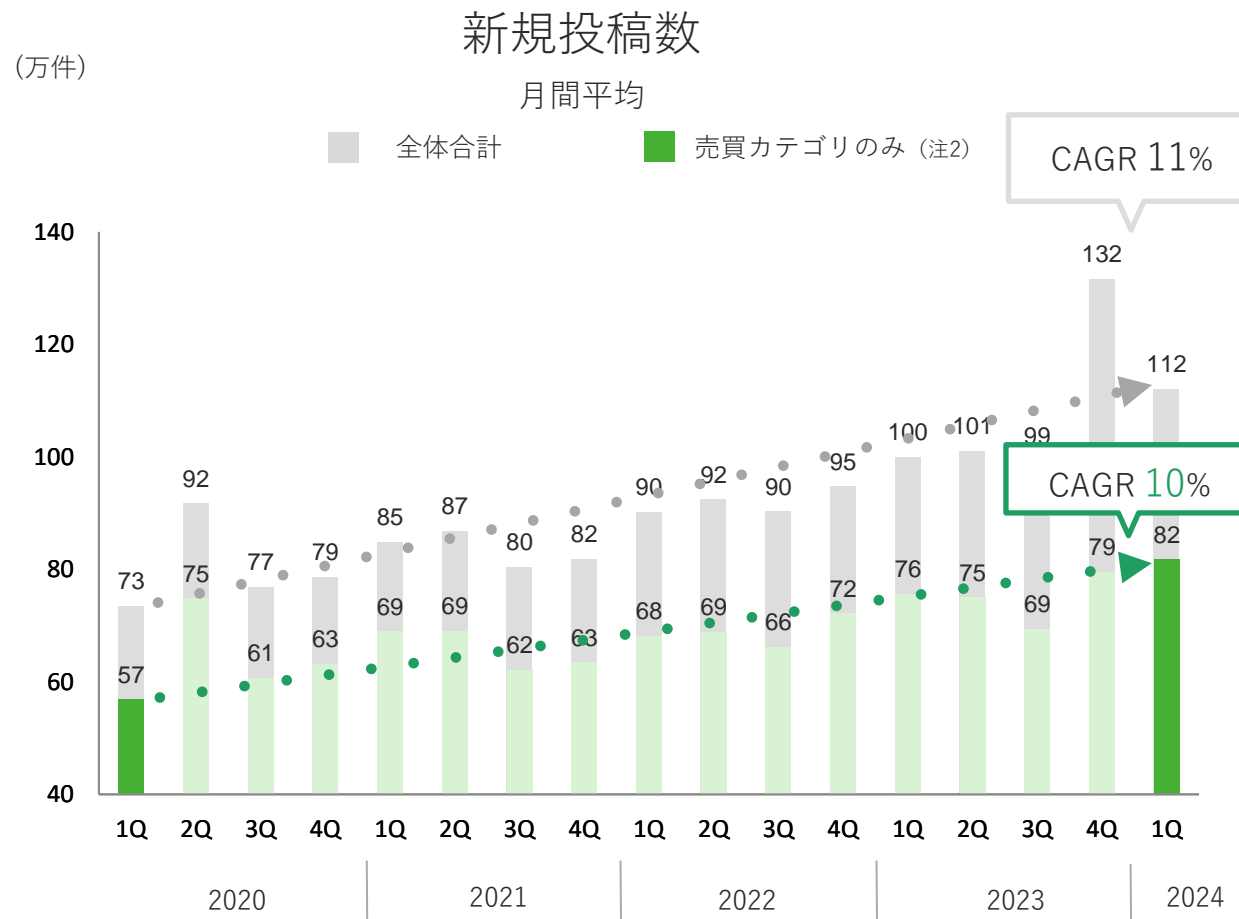
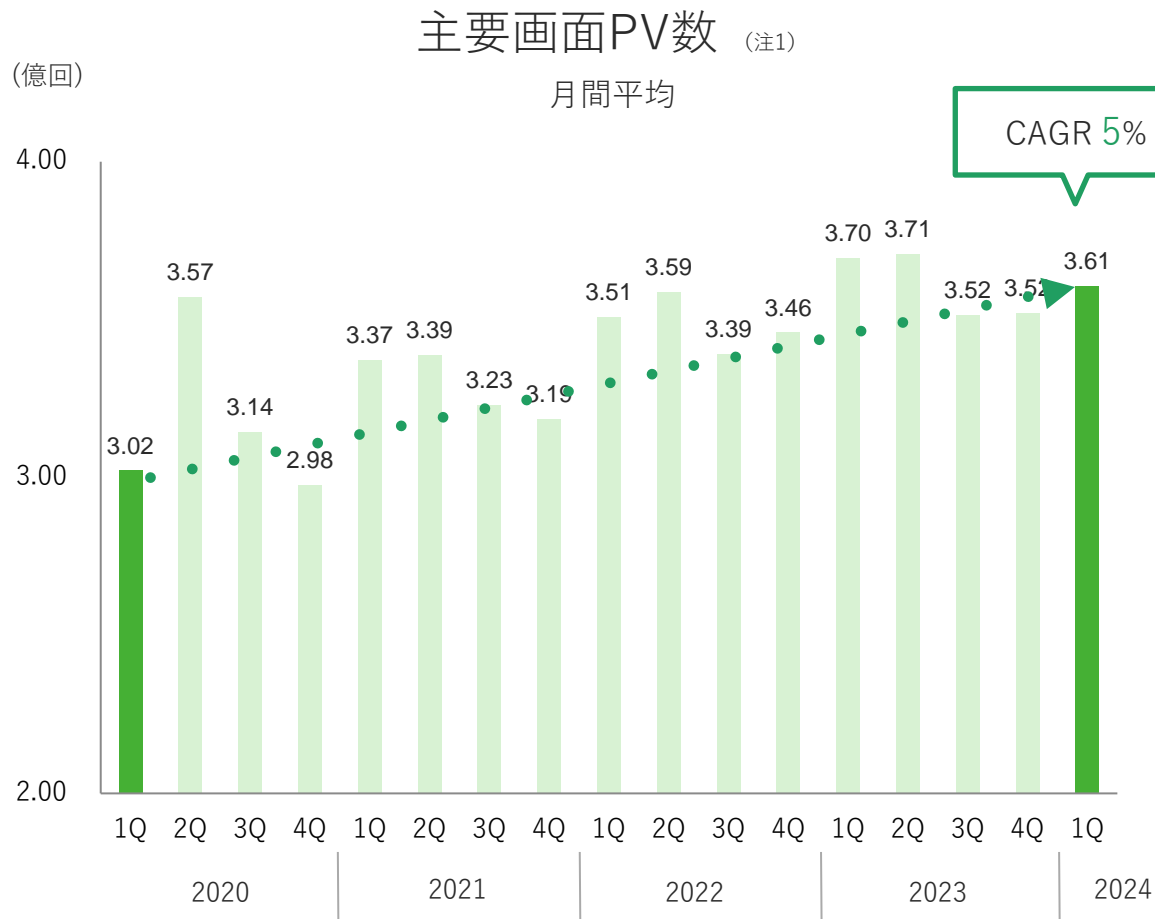
- 売上高は、主に広告事業とジモスポ事業の成長により前年同期比+3.8%となった
- 営業利益はコストが想定よりも下振れし、通期業績予想に対して29.5%の進捗となった

単位：百万円

前年同期比	2024年12月期 第1四半期実績	2023年12月期 第1四半期実績	前年同期比
売上高	468	451	+3.8%
営業利益	165	167	-1.2%
純利益	114	139	-18.0%
業績予想比	2024年12月期 第1四半期実績	2024年12月期 通期業績予想	進捗率
売上高	468	1,926	24.3%
営業利益	165	559	29.5%
純利益	114	466	24.5%

主要KPI

- CAGRでPV数は+5%、売買カテゴリにおける新規投稿数は+10%成長
- プロダクト開発及びプロモーション投資により、PV数及び新規投稿数のさらなる成長を狙う

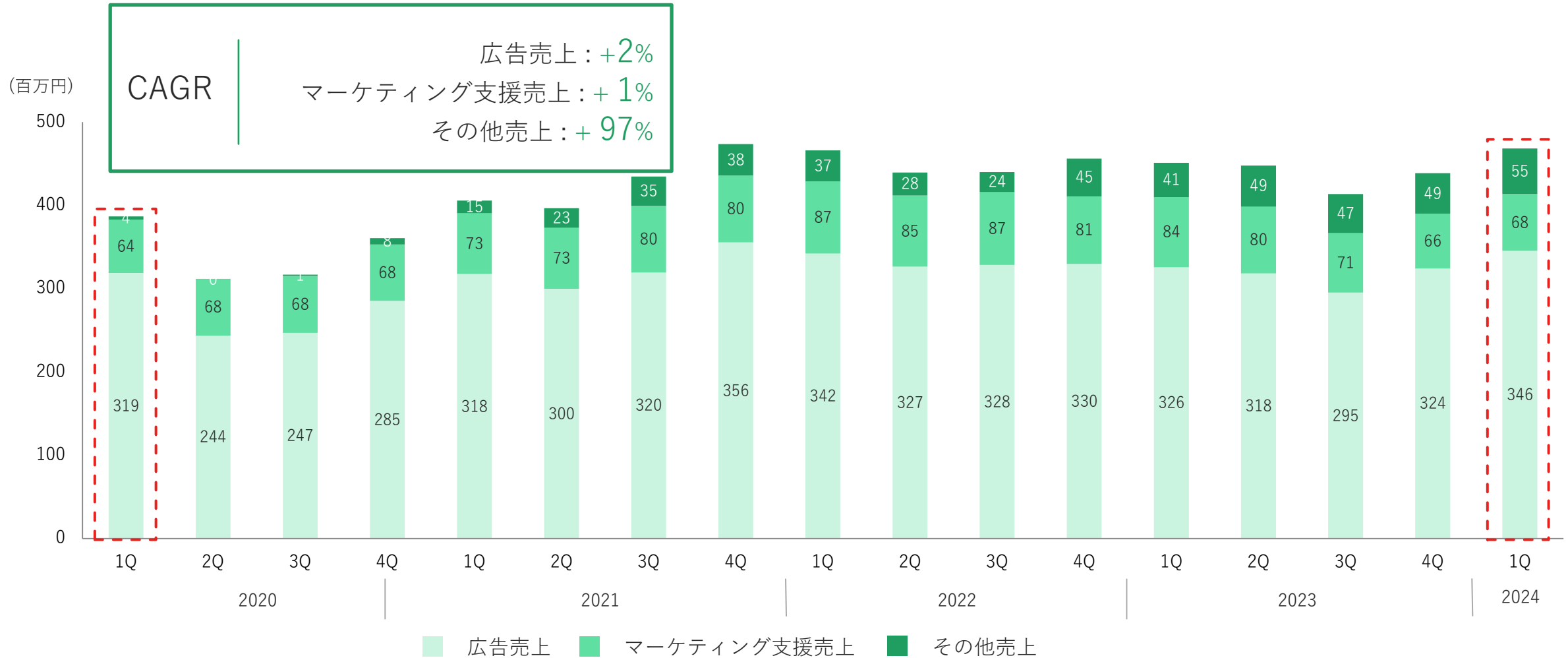


注1 自動配信売上と相関性の高いPV数として広告をメインで掲載している画面 (TOP・リスト・詳細) のPV数

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

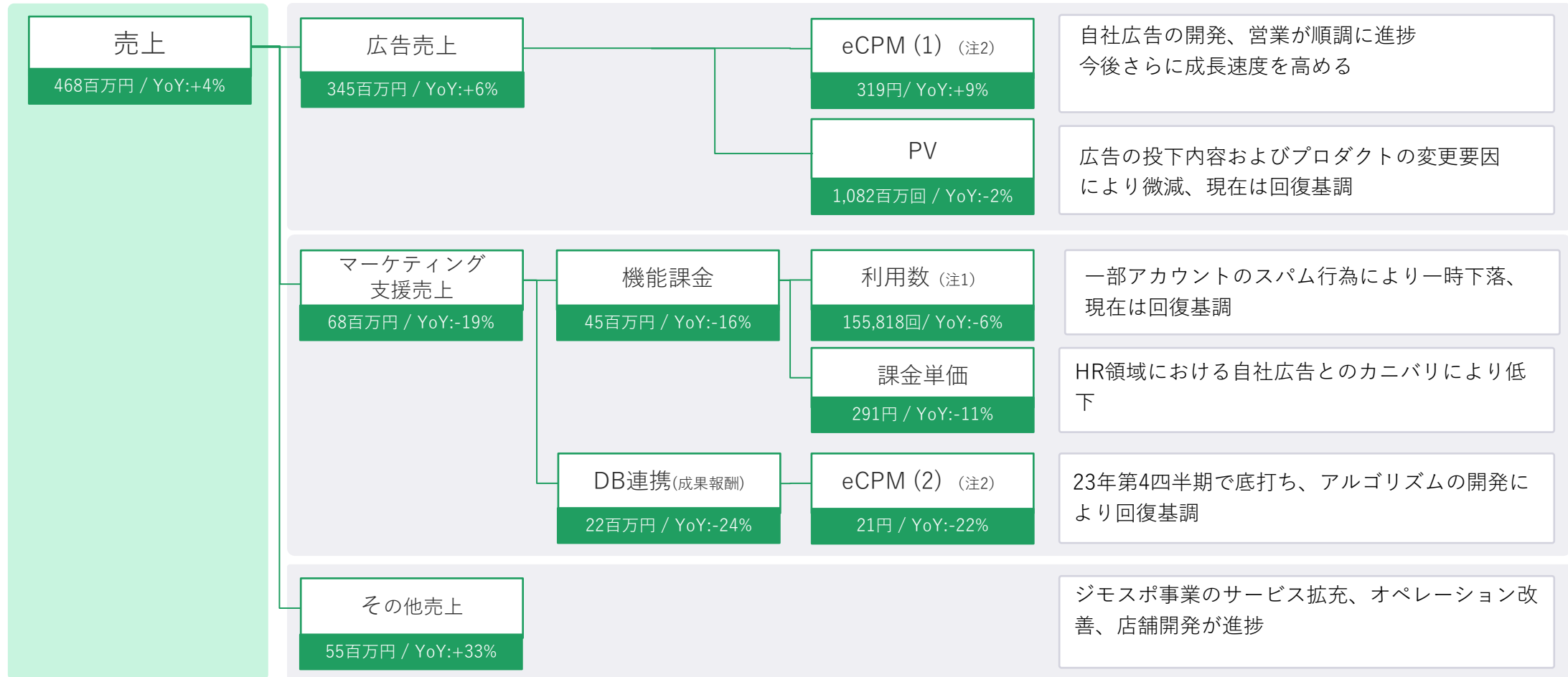
売上内訳_全体

- 広告売上は自社広告の機能開発および営業が順調に進捗し成長率が改善した
- その他売上はジモスポ領域を中心に成長



2024年度1Qと2023年度1QのKPI比較

- 広告売上は広告単価上昇により前年同期比+6%、前年比+20%以上の成長を早期に目指す
- マーケティング支援の減少率は昨年末に底打ち、再成長軌道に乗せる
- その他売上のうち、自治体連携を核としたジモスポ事業が順調に成長している

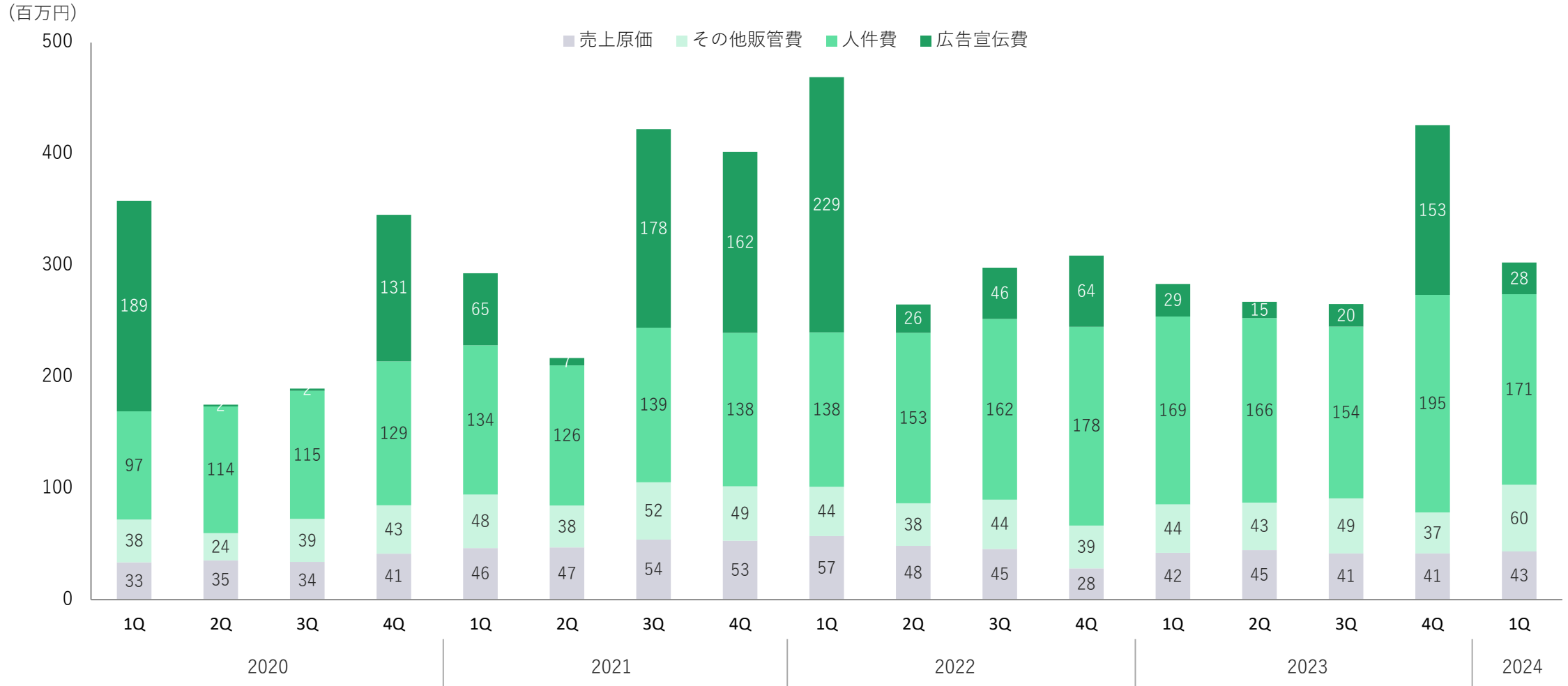


注1：2023年3Qより、課金者数（ユニークユーザー）からオプション利用された回数に表記を変更

注2：PV1,000回表示あたりの収益

コスト構造

- 2024年度1Qは、主にアドプラットフォーム領域（外注費、サーバー代、営業費用等）に投資
- 広告宣伝は利益目標の必達範囲内で平準化して運用予定



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

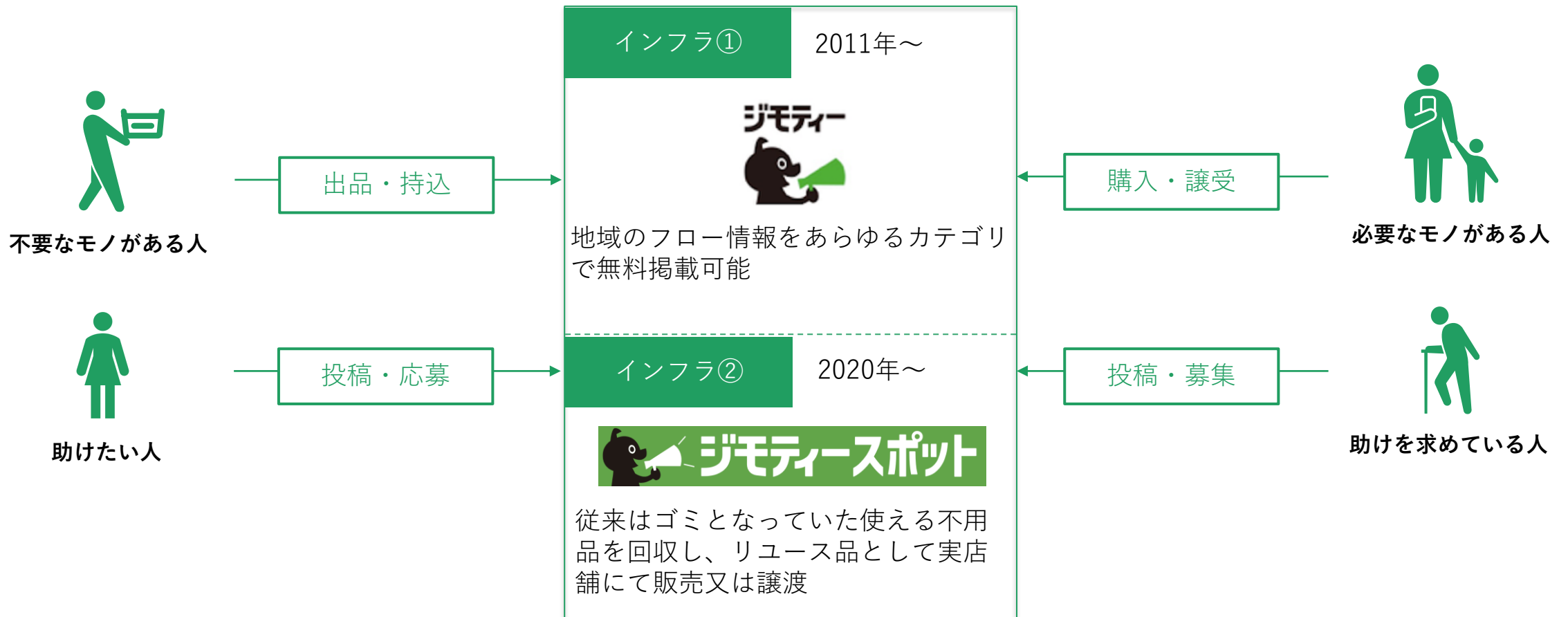
可視化のUP

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



リユースマーケットにおけるポジショニング

- 不用品のうちまだ使えるのにリユースされていないものをマッチングするマーケットの確立が必要
- 流通総額ではなくマッチング総量の最大化を目標にすることによってゴミの削減、リユース量の増大に貢献していく

低

高

換金価値

使えない品

使えるのにリユースされていないもの

換金価値が高い品

食品、衣料、家具、自転車等

家電、ブランド品、ホビー等

現在

ゴミとして処分

ゴミとして処分
家に保管されているもの

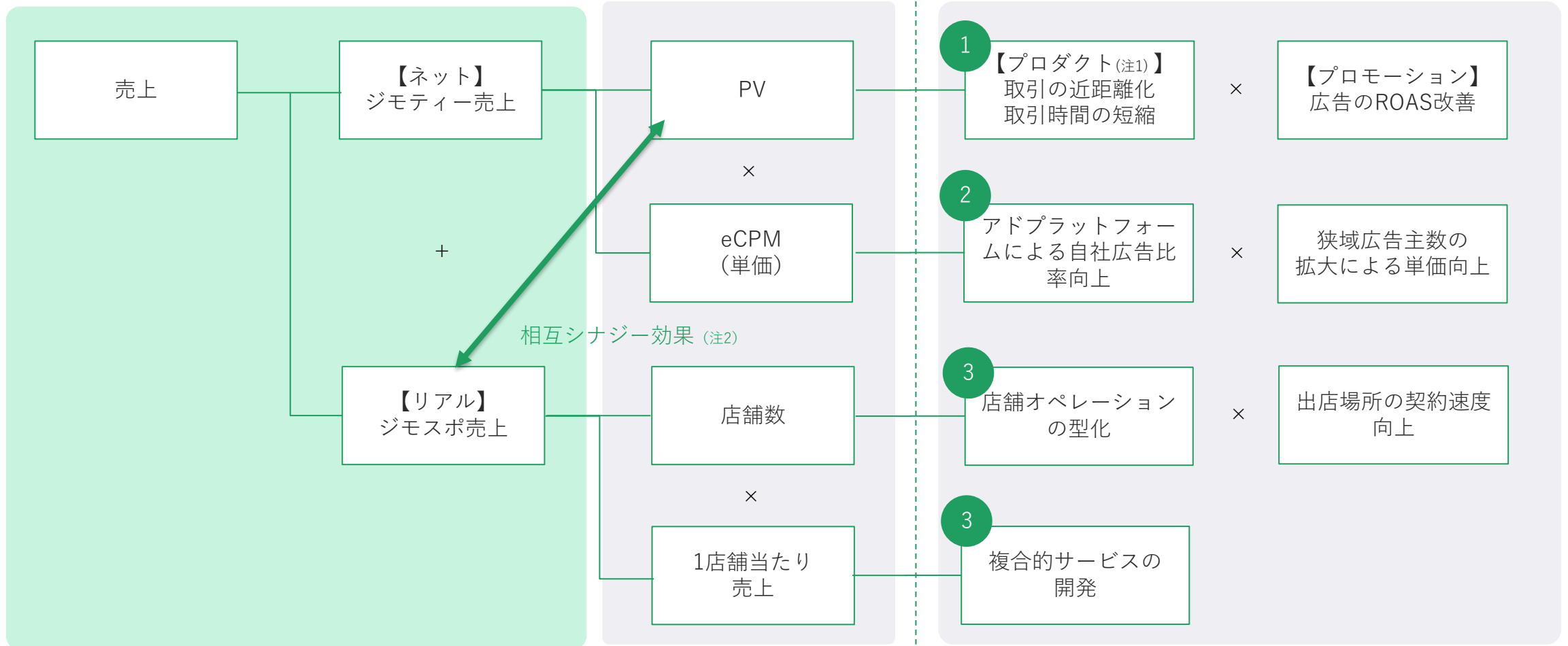
既にリユースマーケットが
確立されている
(リサイクルショップ、
CtoCマーケット等)

未来

当社が介在して
ジモティー・ジモスポにてリユース

主な成長戦略

- ネットプロダクトのジモティーは利用者数の増大、換金効率ともに著しい改善余地が残っている
- ジモスポ領域については展開速度とサービス改善の速度を早める



注1：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

注2：「ジモスポ」での取扱商品は、一部を除き「ジモティー」に掲載され、投稿数及びPV数の増加に寄与するとともに、「ジモティー」から「ジモスポ」への送客効果もあります

主な成長戦略とKPIへ寄与する時期の見立て

- 広告プラットフォームの開発は順調に進捗、今後営業チャネル強化でさらに速度を上げる
- プロダクト開発とジモスポはやや遅れたものの戦略の方向性は明確であり、成長加速は時間の問題だと考えている
- 狭域広告は広告プラットフォーム開発の一部リソースの中でテスト中

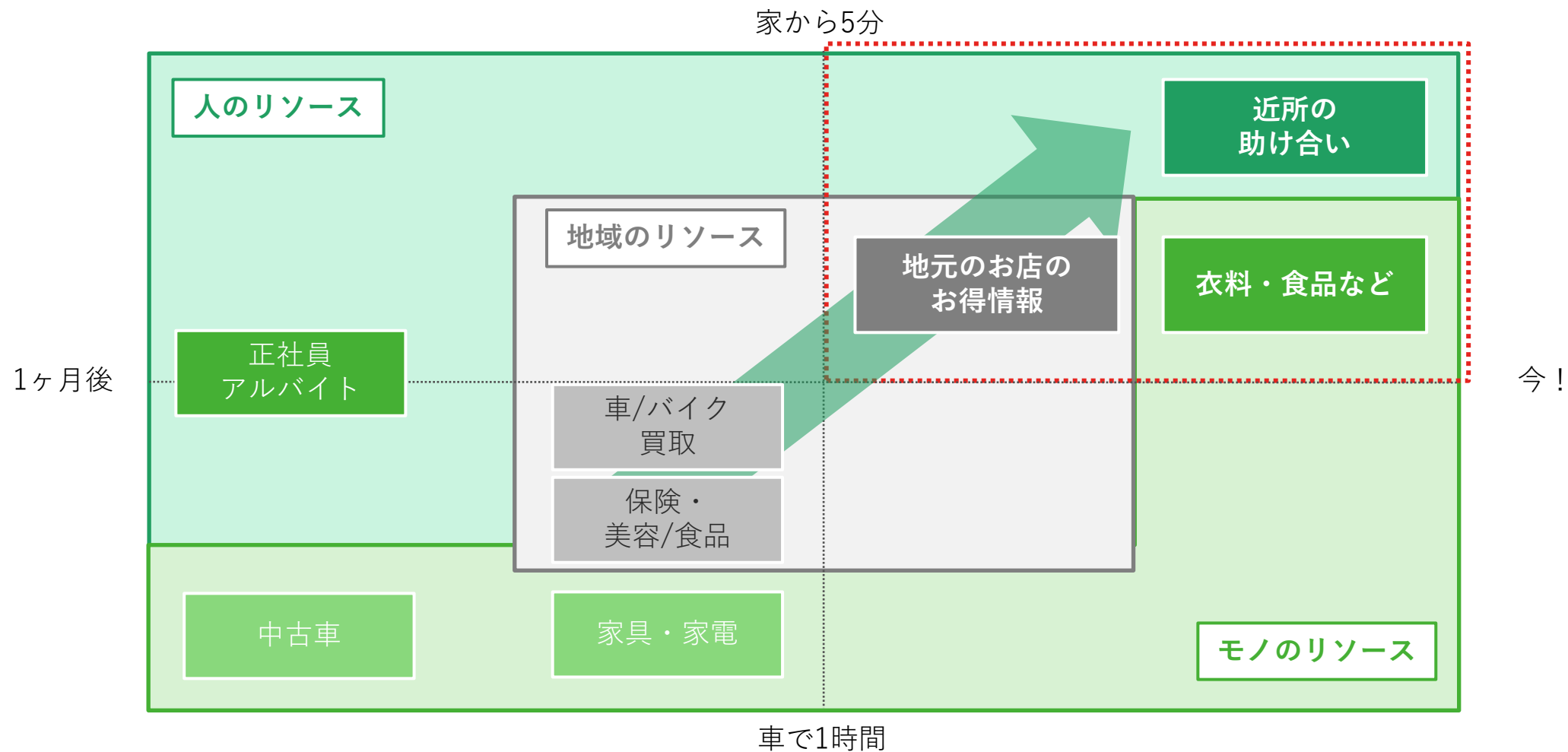
	領域	成長戦略の概要	寄与する 主なKPI	KPIに寄与する時期		進捗
				2024年度	2025年度以降	
1	プロダクト	取引の近距離化×取引時間の短縮 の機能開発とプロモーション	投稿数 PV	2024年度3Q~ 中長期の成長に寄与		△ やや遅れ
2-1	自社広告 プラットフォーム	「ジモティーAds」による 自社広告比率と広告単価の向上	eCPM	2024~2025年度の 短期成長に寄与		○ 順調
2-2	狭域広告 (HR含む)	地域に根付いたお得情報や ローカル広告主数の拡大	eCPM	2025年度~ 中長期の成長に寄与		× テスト中
3	ジモスポ	多店舗展開可能な出店モデルの開発と 店舗展開、不用品回収スキームの開発	店舗数 1店舗当り売上	2024年度4Q~ 中長期の成長に寄与		△ やや遅れ

03

事業別戦略

①_プロダクトの成長戦略

- 取引距離と取引時間を短縮するためのプロダクトの新たな機能開発が進捗中、今後の成長率改善に大きな期待が持てると考えている



②_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

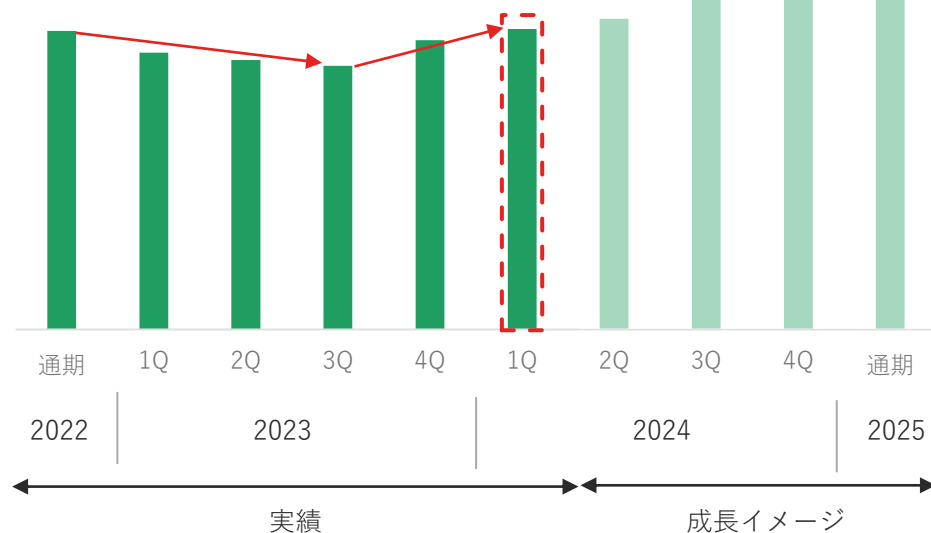
	2023年度	短期	中期
配信元	第三者配信が中心	自社広告を中心とした アドプラットフォーム配信へ 切り替え	左記に加えて ジモティーにしかできない広告商 品を開発・販売
広告の中身	金融・通販系など (ネットワーク中心)	金融・通販系など (ネットワーク中心)	狭域広告 (クーポン等、地域のお得情報の深耕)
目標の広告単価 (eCPM)	1とした場合	1.5~2倍	3~10倍
広告の位置付け	PVをマネタイズする手段の1つ	PVをマネタイズする手段の1つ	広告 = コンテンツとなり 広告自体がユーザーの来訪目的と なる

②_広告単価（eCPM）と自社広告比率の推移

- 広告単価は引き続き上昇基調、営業の人員を今後一気に増大し成長速度をさらに加速させる
- 自社広告比率も合わせて順調に増加、市況影響を受けづらい構造へと徐々に移行しつつある

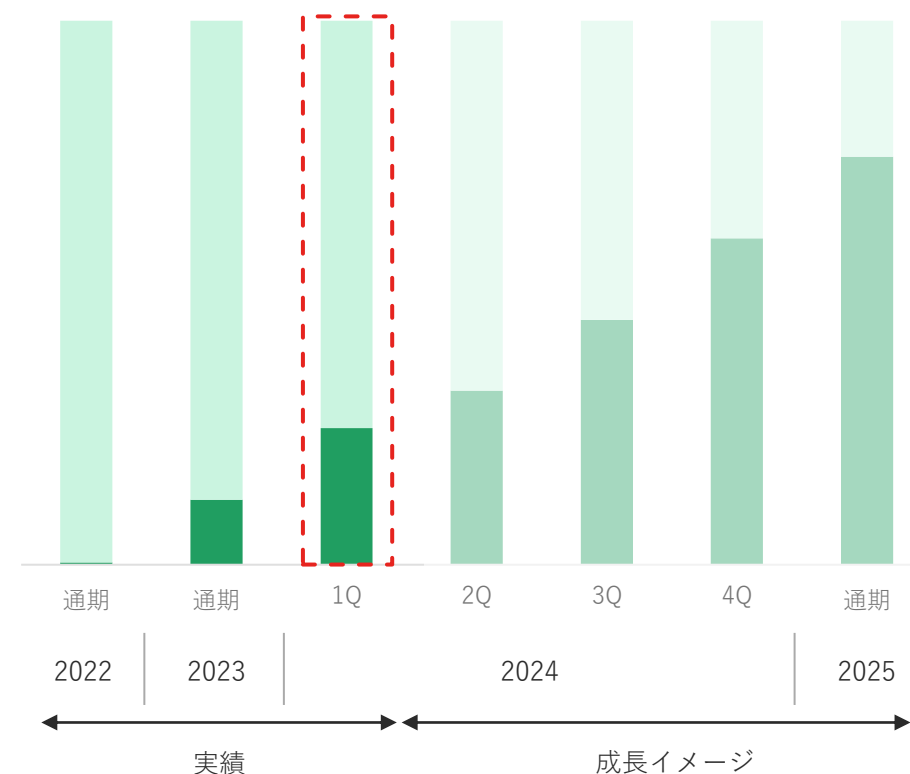
広告単価推移

eCPM（1,000PV当たり広告単価）の推移



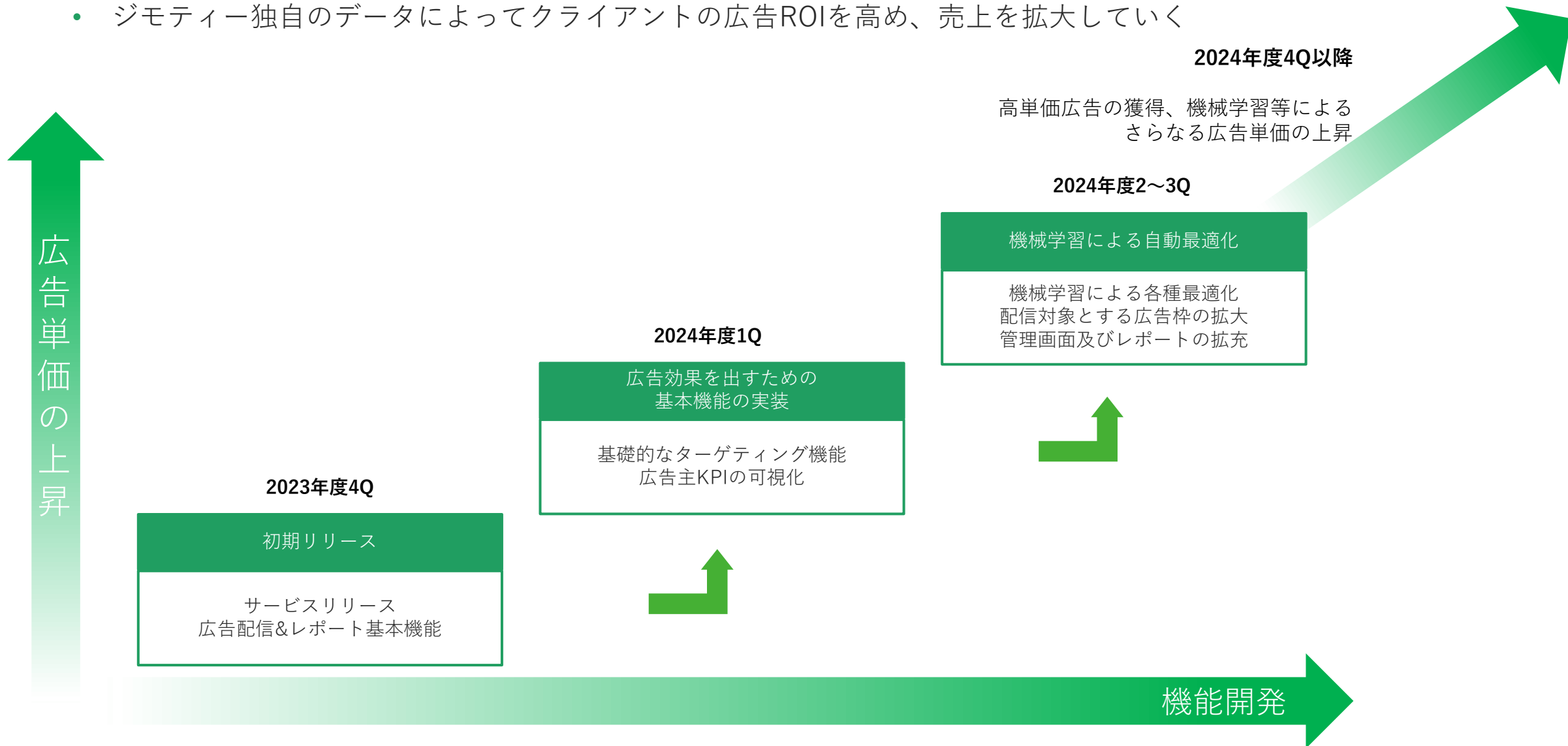
自社広告比率

広告売上全体に占める自社広告売上比率



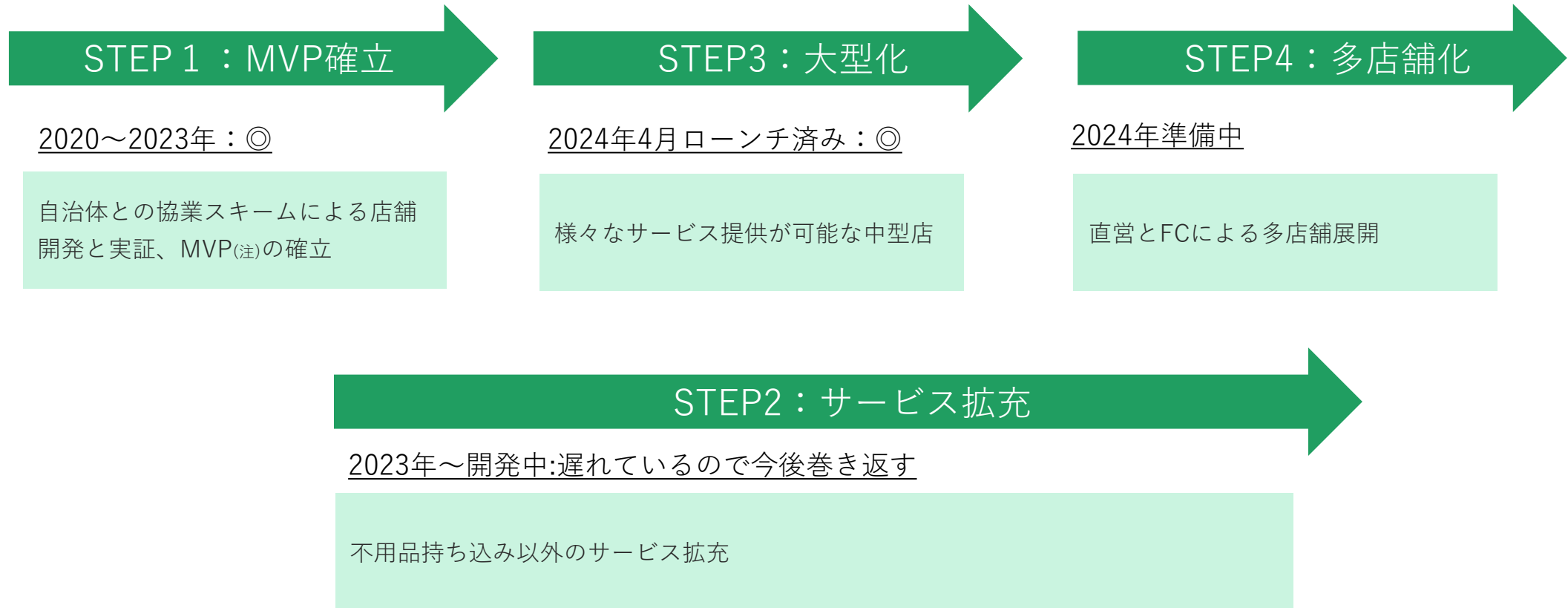
②_アドプラットフォーム「ジモティーAds」の成長戦略

- 2024年度3Qまでに、一般的なアドプラットフォームに必要な機能が揃う予定
- 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_ジモスポの成長戦略

- 中型店のローンチが完了、想定通り順調な滑り出し
- 多店舗展開の速度をあげつつ、提供するサービスをさらにバージョンアップしていく

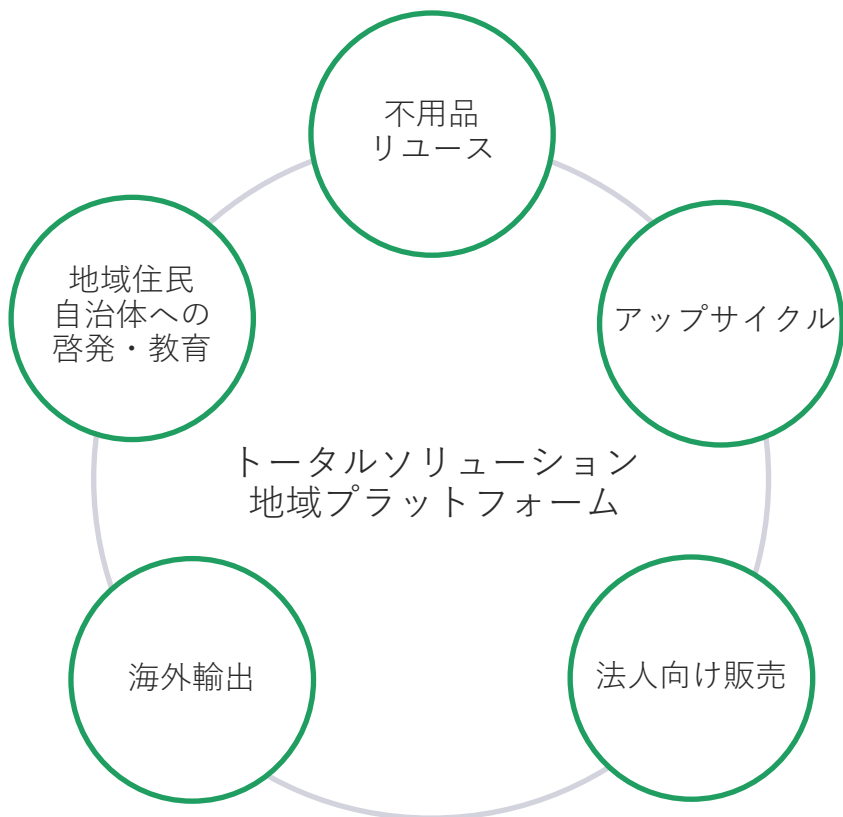


注 : MVP=Minimum Viable Product

③_ジモスポの展開状況

- 現在の自治体提携数は169（ジモスポ拠点数は6）。2024年度1Qから本格的にジモスポ共同出店（パターン3）の提案を開始、同時にFCモデルも提案を開始しており順調に開設見込みの地域が増加中
- サービス内容としてリユースの啓発活動、海外輸出、法人向け販売などのチャネル多角化および身の回りのお困りごとを解決するサービス提供を行い、地域の総合的な課題解決スポットを目指していく

サービス内容



注：上記記載のソリューションは、一部店舗にて既に実績があり

提携自治体

提携数 169

※2024年5月1日現在

(事例)
札幌市
さいたま市
世田谷区
名古屋市
大阪市
北九州市
など



Copyright Jimoty, Inc. All Rights Reserved.

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

③_ジモティースポット川崎菅生店の出店

- 2024年4月19日ジモティースポット初となる中規模タイプの川崎菅生店をオープン
- 従来店よりも店舗面積が3倍程度の大きさと初速の来店者数は好調
- 施設内での複合的なサービス提供も同時に開発を行なっていく



店舗概要

住所 : 神奈川県川崎市宮前区菅生4-14-5

店舗面積 : 約300㎡

営業時間 : 9時～20時

定休日 : なし (年末年始除く)

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1-2-10

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

136名（2024年3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 白坂悦子

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

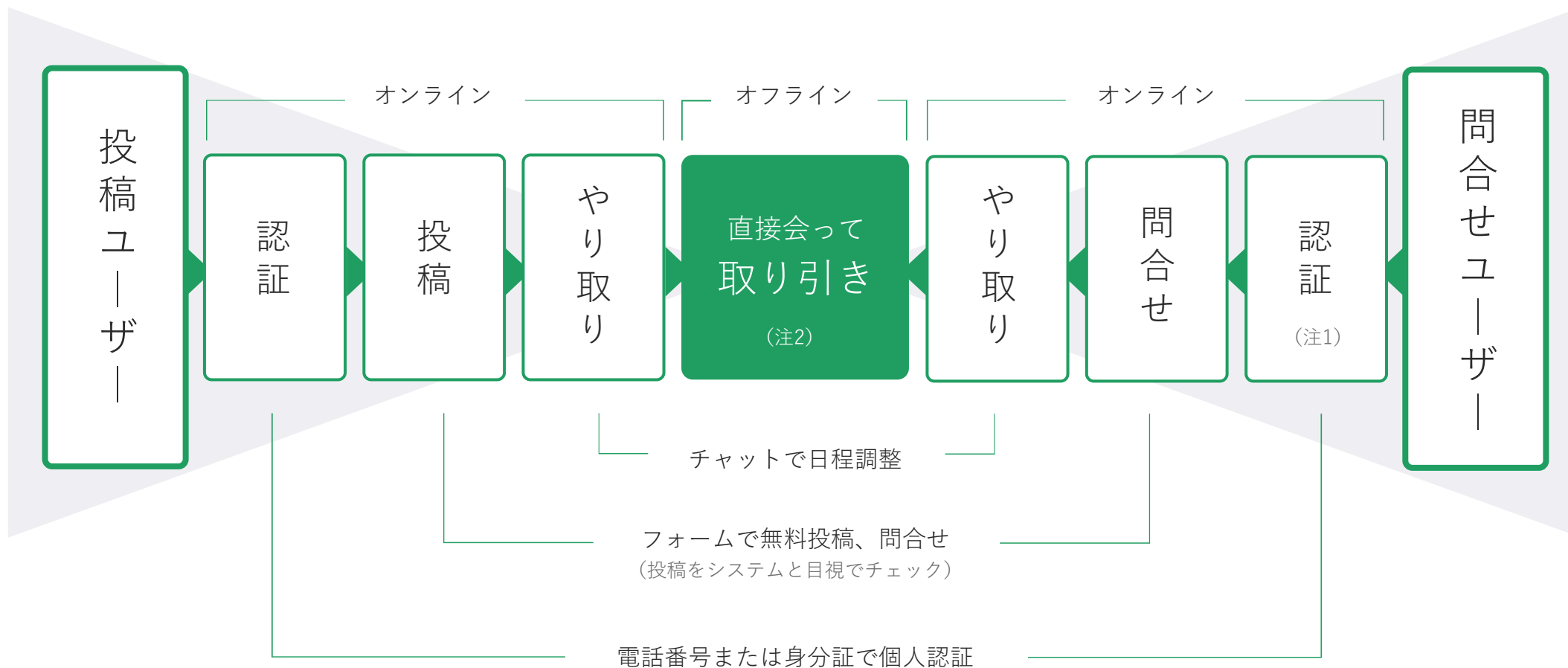
実際の投稿例

投稿の特徴

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

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

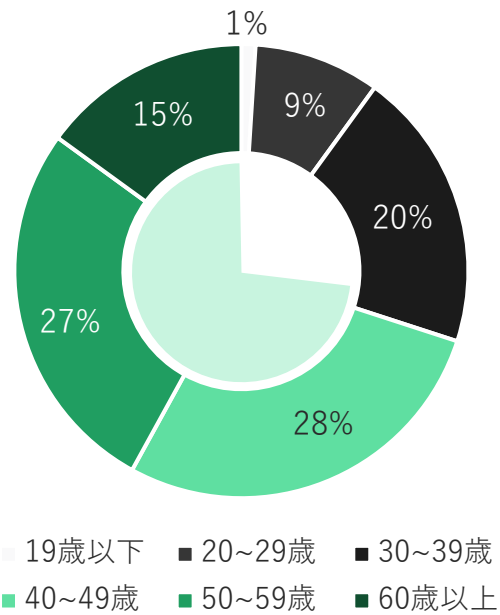


注1：問合せユーザーの認証は一部カテゴリでは任意
注2：「売ります・あげます」カテゴリにおける取引例

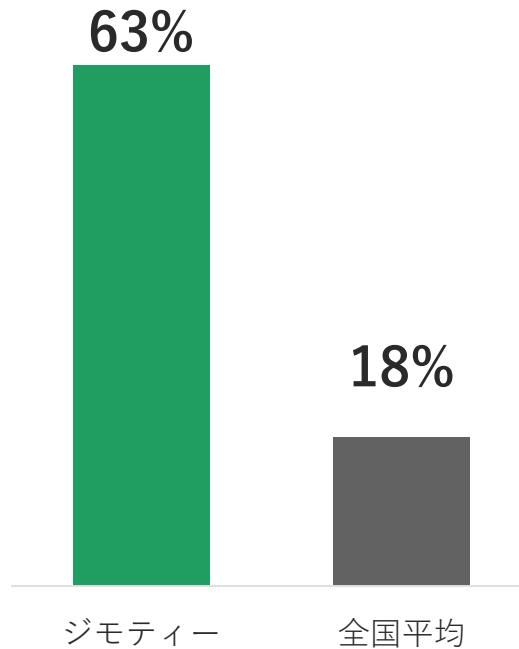
ユーザーの特徴

- 40代以上の子供のいる女性が多く利用

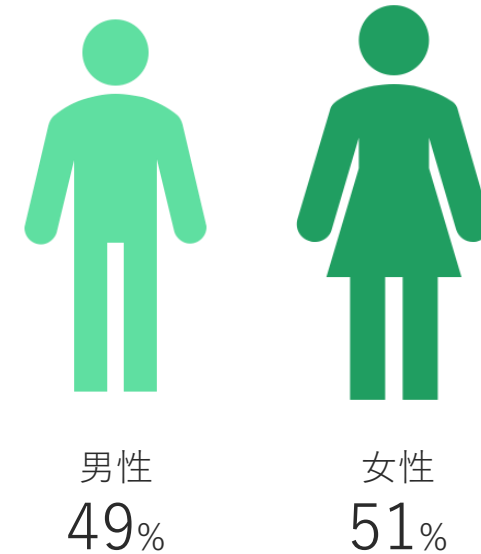
40代以上で全体の70% (注)



子供有り世帯は平均の約3倍以上 (注)



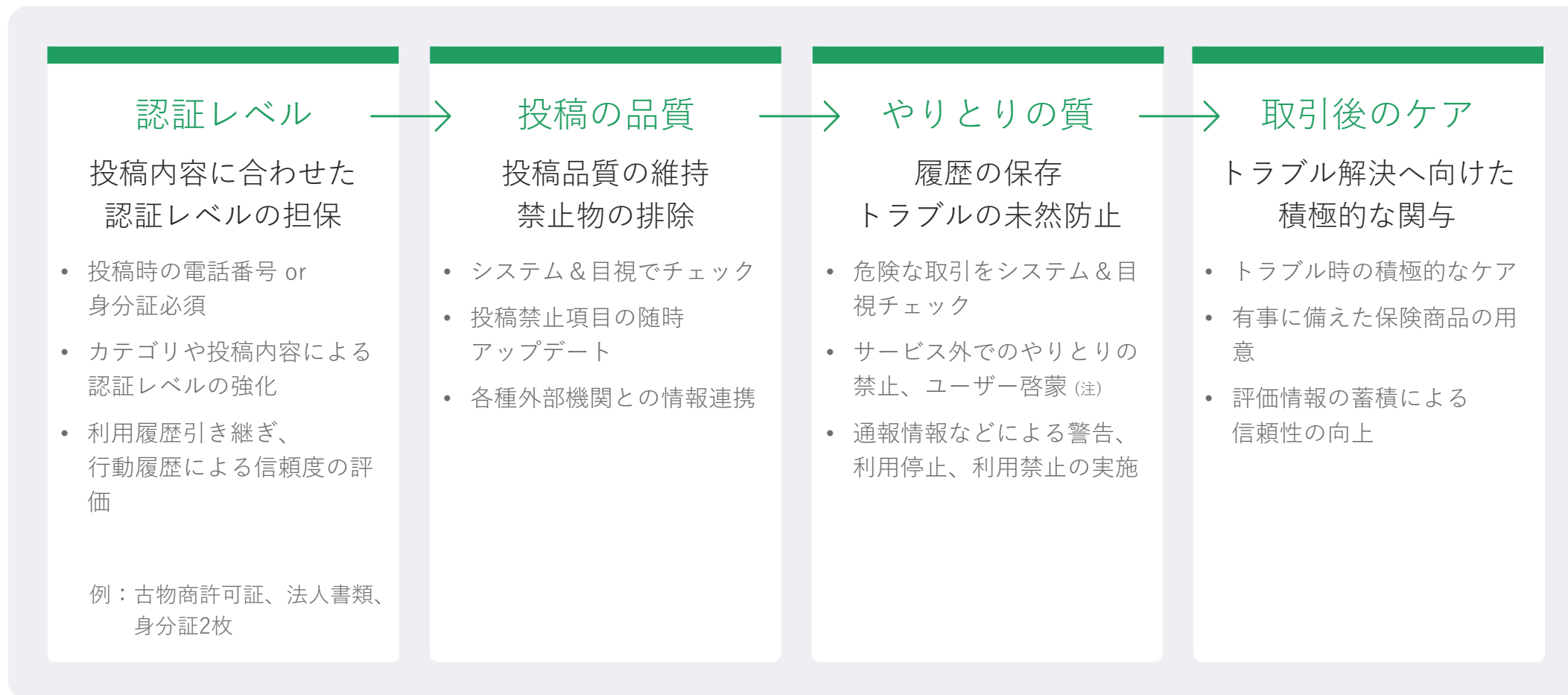
女性の利用が51% (注)



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

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><顕在化可能性：中／影響：中> 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><顕在化可能性：低／影響：大> 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><顕在化可能性：低／影響：中> 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進め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><顕在化可能性：低／影響：低> 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
- 2024年2月から3月にかけて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)	2024年12月期 第1四半期末	2023年12月期 期末	増減
流動資産	1,134	1,351	-217
現金及び預金	886	1,120	-233
固定資産	153	141	+11
総資産	1,287	1,493	-205
流動負債	271	430	-159
固定負債	64	75	-10
有利子負債	123	135	-11
純資産	952	987	-34
自己資本比率	74%	66%	-8pt

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