

FY2019.6 4Q

**PRESENTATION
MATERIAL**

APR.2019 – JUN. 2019

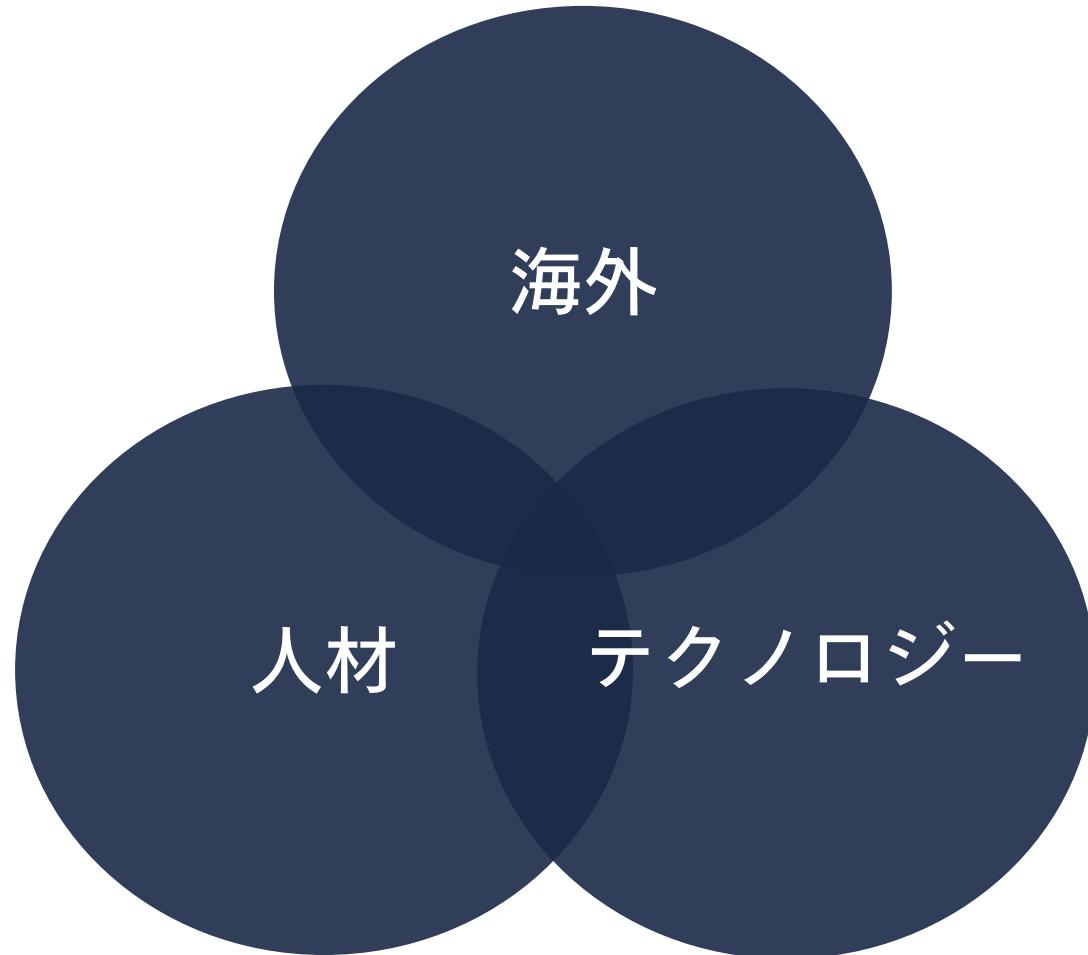
-
- 1 メルカリが目指す姿
 - 2 FY2019.6 振り返り
 - 3 FY2020.6 方針
 - 4 FY2019.6 決算概況
 - 5 直近のM&A
 - 6 Appendix

メルカリが目指す姿

新たな価値を生みだす
世界的なマーケットプレイスを創る

1 重点的な投資領域

mercari



1 重点的な投資領域の成果

mercari

人材

- ✓ 優秀なエンジニアをグローバル採用
- ✓ メルペイの垂直立ち上げの実現

テクノロジー

- ✓ AI出品⁽¹⁾・検索機能の強化
- ✓ 安心安全なマーケットプレイス・ペイメントサービスの構築

海外

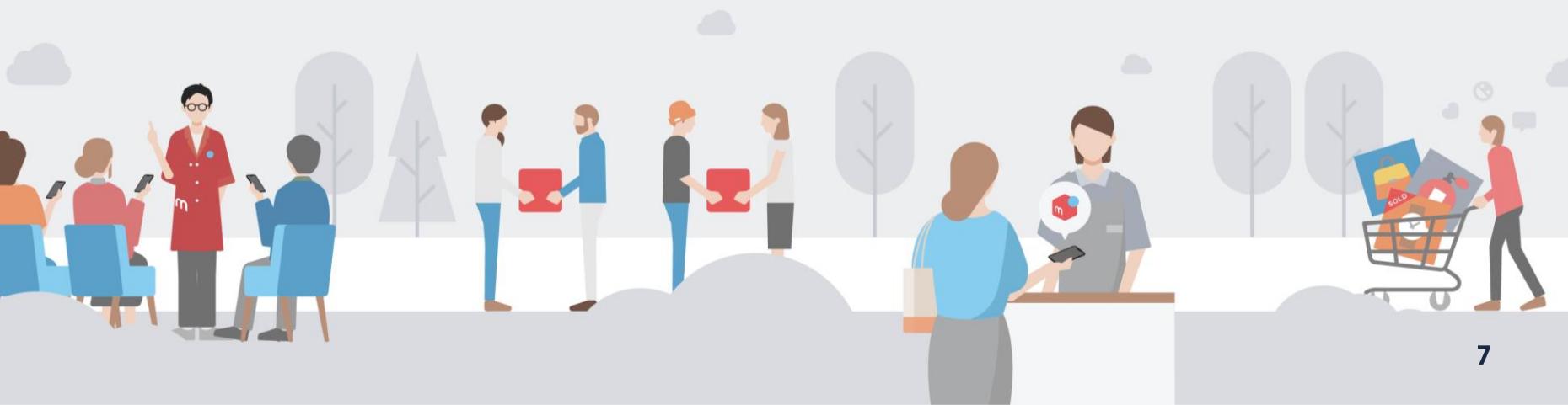
- ✓ メルカリUSにフォーカス
- ✓ 規律ある投資のもと、GMVが通期YoY+70%成長

1. 出品画像を認識し、リアルタイムに商品のタイトルやブランドを表示



「捨てる」をなくす
価値が循環する社会の実現

安心・安全で信頼される 社会の公器





メルカリが
テクノロジー・AIで可能にする



世界中で使われる
サービスへ

FY2019.6 振り返り

GMV
4,900億円
(YoY+41%(+1,400億円))

- ✓ エンタメ・ホビーが通期YoY+59%の成長
- ✓ 将来の成長ドライバーとなる自動車やカーパーツなどの強化

MAU
1,350万人⁽¹⁾
(YoY+26%(+280万人))

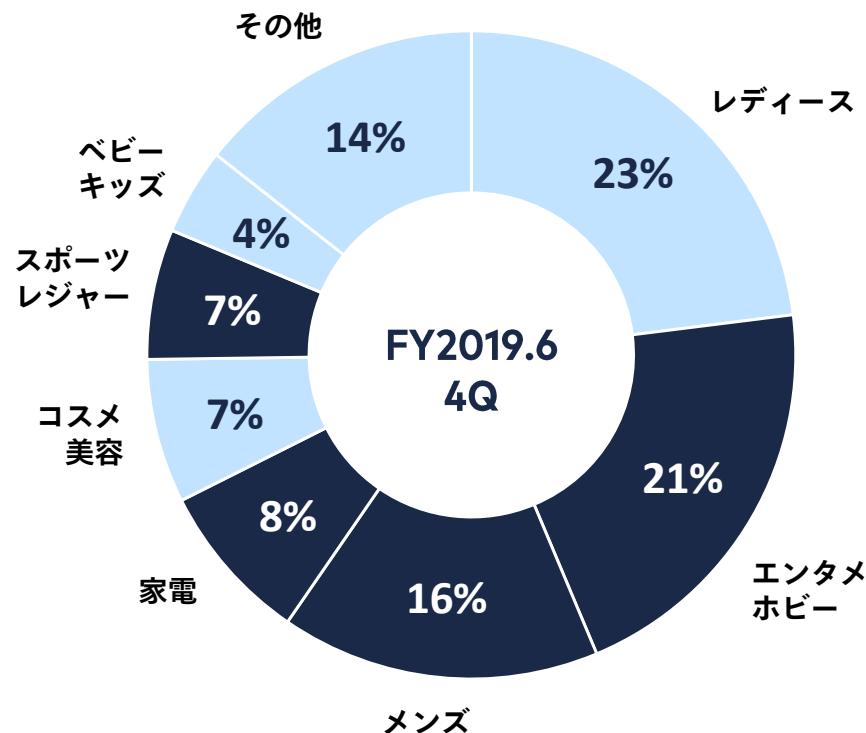
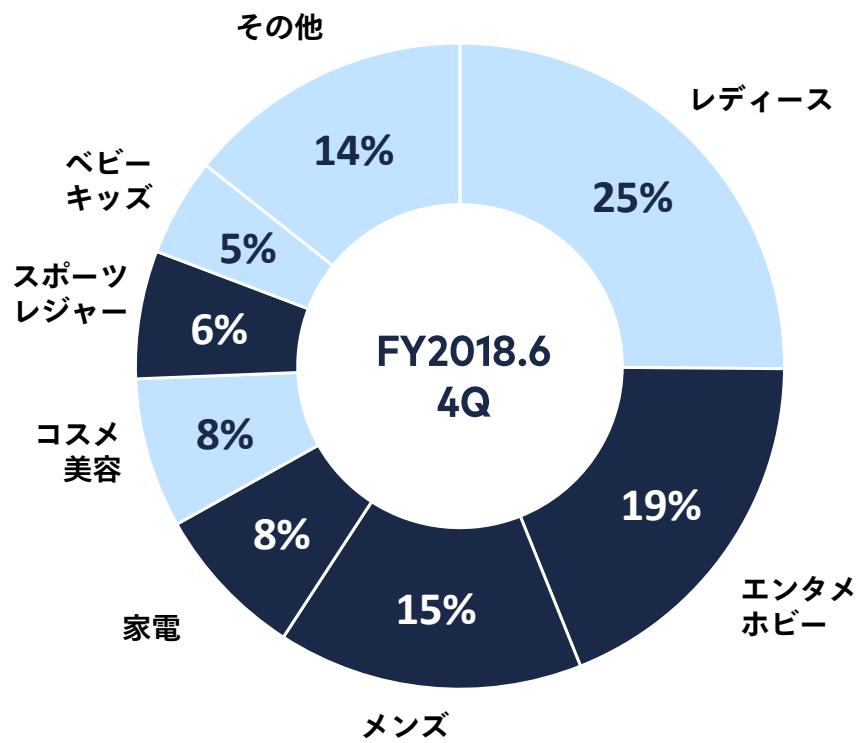
- ✓ コアユーザである20-30代女性の着実なMAUの増加に加え、50歳以上のユーザが通期YoY約6割の増加
- ✓ 男性ユーザもMAU増加を牽引
- ✓ 「メルペイ」によるメルカリMAUへの貢献

2 メルカリ事業 (JP) カテゴリー構成

mercari

- ・ カテゴリー毎に強化施策を行い、購入単価・購入頻度の向上を目指す
- ・ 新しいユーザ層の取り込みにより、エンタメ・ホビー、メンズ、家電、スポーツ・レジャーが高成長

<カテゴリー別のGMV構成比>



2 メルカリ事業 (JP) プロダクト施策

mercari

<カテゴリー強化>
バーコード出品



<検索機能の向上>
AIによる画像検索



<情報掲載量の増加>
画像10枚対応



2 メルペイの垂直立ち上げ

mercari

- 19年2月 「メルペイ」スタート
iD決済に対応
- 19年3月 コード払いに対応
- 19年4月 登録者数⁽¹⁾100万人突破
「メルペイあと払い」を開始
- 19年5月 ネット決済を開始
- 19年6月 登録者数⁽¹⁾200万人突破





1.MMD研究所による「2019年7月QRコード決済利用動向調査」において利用率が高かったQRコード決済サービス上位6サービスを対象
18歳~69歳の男女600人の利用者に対して2019年6月14日~18日の期間に調査を実施

GMV
\$360M
(YoY +70%)

- ✓ FY2018.6の通期YoY+27%から成長の急加速
- ✓ 限界利益率を改善しつつ、各四半期においても継続的に約70%成長を達成

MAU
200万人突破⁽¹⁾
(YoY +34%)

- ✓ TV・ラジオ・オンラインメディアを通じた効果的なマーケティング施策によりブランド認知度が上昇
- ✓ 出品・購入ともにバランスのとれた成長

2 メルカリ事業(US) 更に信頼されるサービスへ

mercari

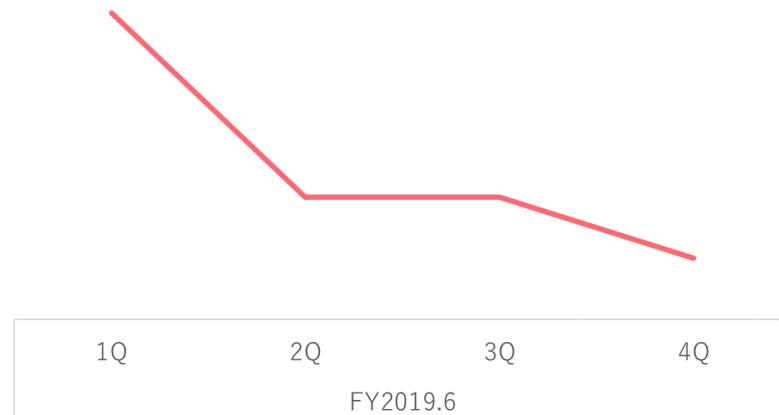
- UI/UX向上により、更に信頼されるアプリ、サービスへ進化
- サービスの信頼向上によるキャンセル率の低下

<最も使いやすいアプリに選出>
「Sellers Choice Awards 2019」の
使いやすさ部門において1位を獲得⁽¹⁾

<キャンセル率の低下>
サービスの信頼向上によって、取引開始後
のキャンセル率が過去1年で約2割改善



キャンセル率の推移



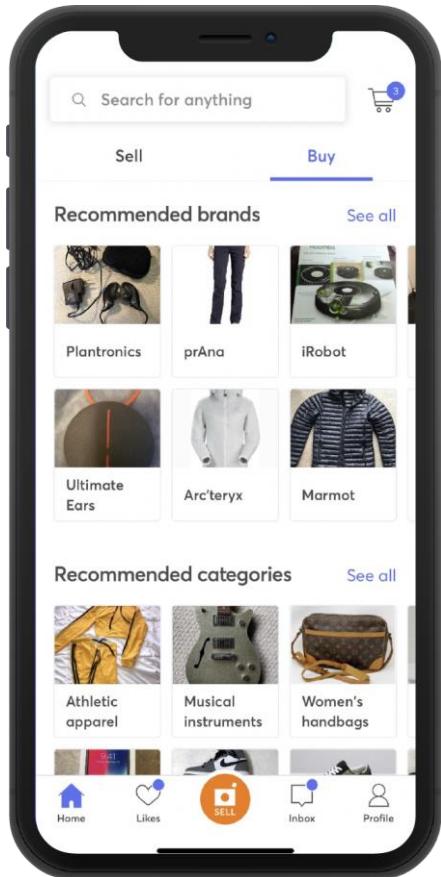
1. Ecommerce Bytes社がオンラインで出品したことがある人を対象に毎年行う調査。13,000人以上の出品者たちが販売経験のあるオンラインサービスを評価し、格付け

2 メルカリ事業(US) プロダクト施策

mercari

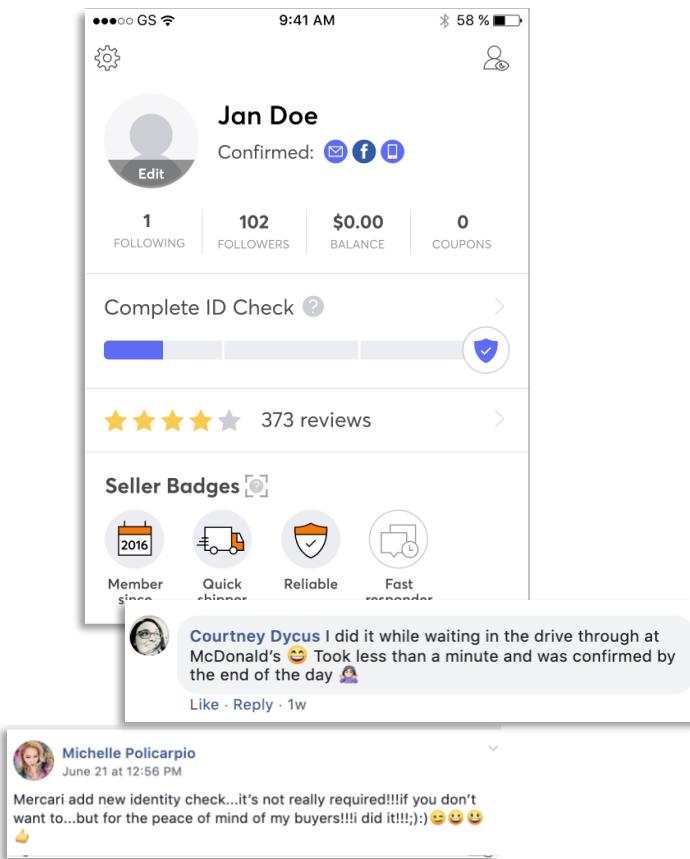
<「売ること」を「買うこと」より簡単に>

Seller/Buyerホーム画面



<信頼されるマーケットプレイス>

本人確認/ ID Check



FY2020.6

方針

3 FY2020.6の事業方針

mercari

連結

メルカリJP/メルペイ/メルカリUSの3本柱を確立し、引き続きグロースを最優先した投資を継続する勝負の年として位置づけ、ミッション達成にむけた強固な基盤を構築



メルカリJP

出品の拡大による更なる成長にむけて

- AIテクノロジーを活用した圧倒的なユーザ体験
- リアルタッチポイントの強化



メルペイ

キャッシュレス市場で確固たるポジション獲得にむけて

- メルカリJPとのシナジーを最大化しメルカリエコシステムを構築
- OPENNESS戦略による様々な協業によってキャッシュレス化を促進



メルカリUS

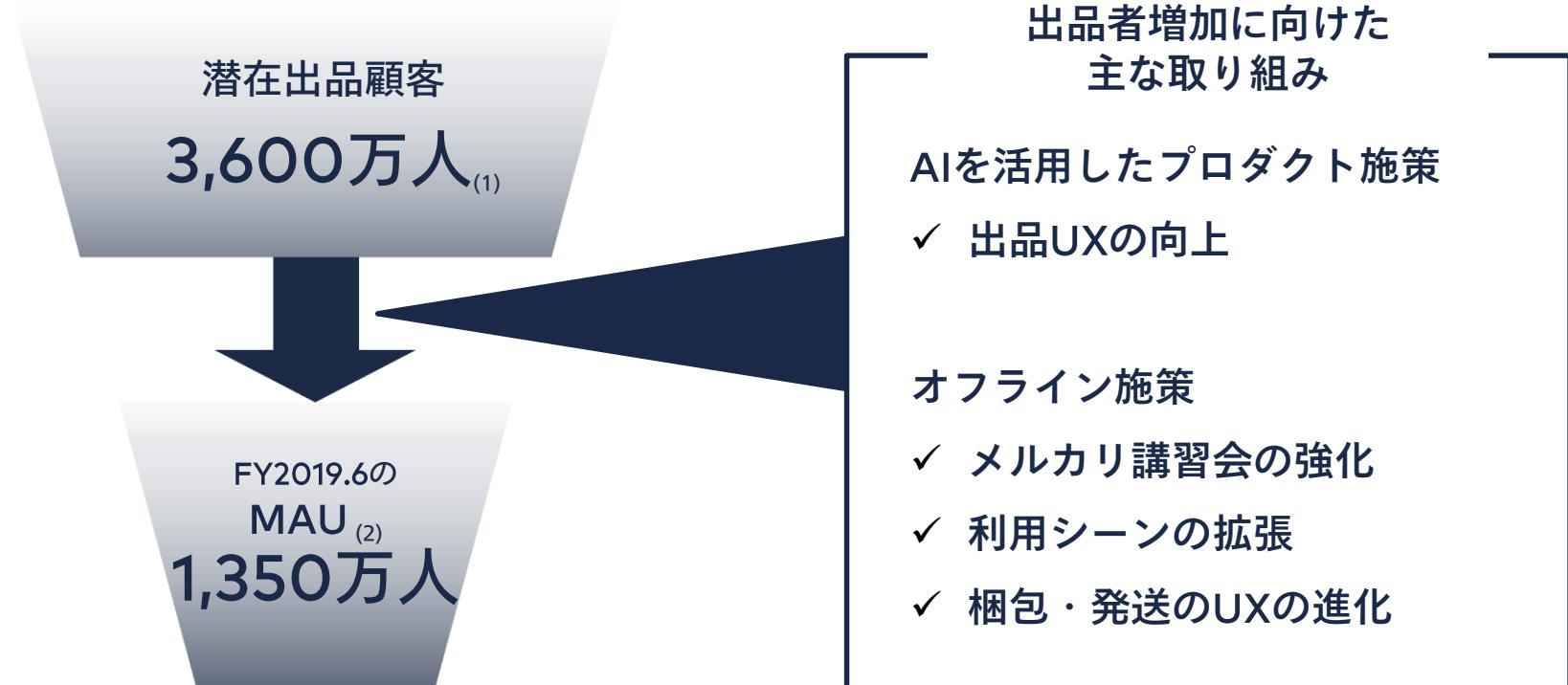
月間GMV 100M USD達成にむけて

- 「売ること」を「買うこと」より簡単に
- 限界利益率を改善しながら、購入を活性化

3 メルカリ事業 (JP) 成長ポテンシャル

mercari

- メルカリの持続的な成長に向けて、出品者の増加施策を実施



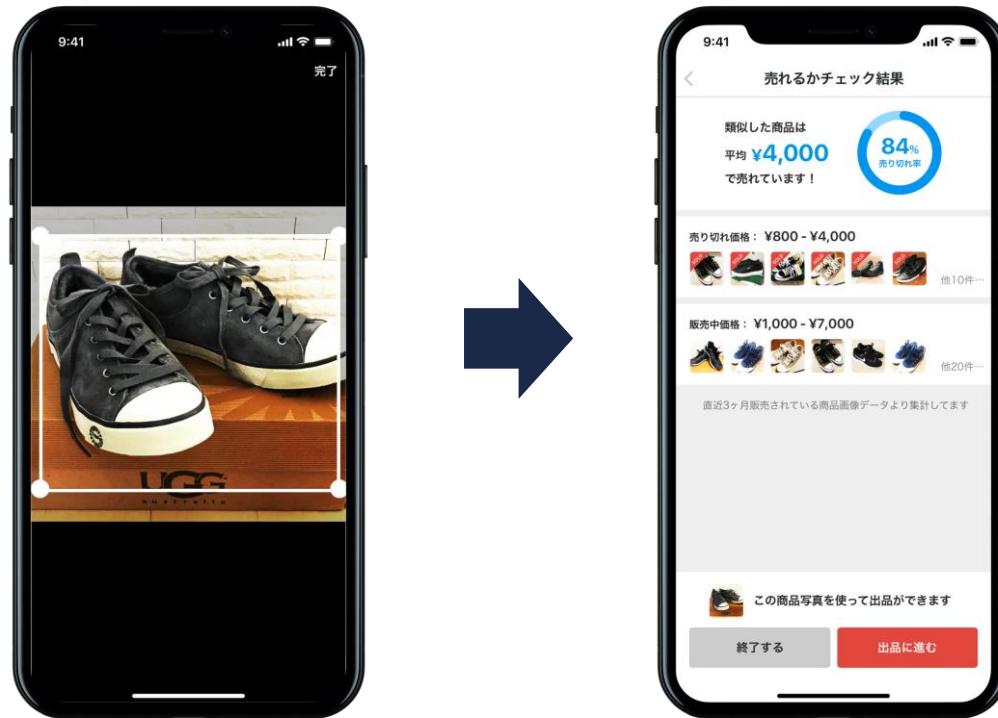
1.18-74歳までの男女1,260名を対象に電通マクロミルインサイトが2019年4月に実施した調査に基づく

潜在出品顧客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DL有無や購入経験は不問

2.MAUの中には一部潜在出品顧客を含む

3 メルカリ事業 (JP) AIを活用したプロダクト施策 mercari

- AIテクノロジーを活用した圧倒的なユーザ体験
- 出品予定の商品を撮影するとAIによって売れ筋の価格帯が簡単に分かる



今後導入を検討している機能のイメージ画像

3 メルカリ事業 (JP) オフライン施策による出品拡大 mercari

- リアルタッチポイントの強化による成長の促進

メルカリ講習会

メルカリの使い方等
について説明



※コサガスタッフが使い方や商品をサポート!



利用シーンの拡張

外部コミュニティサイト
との連携強化



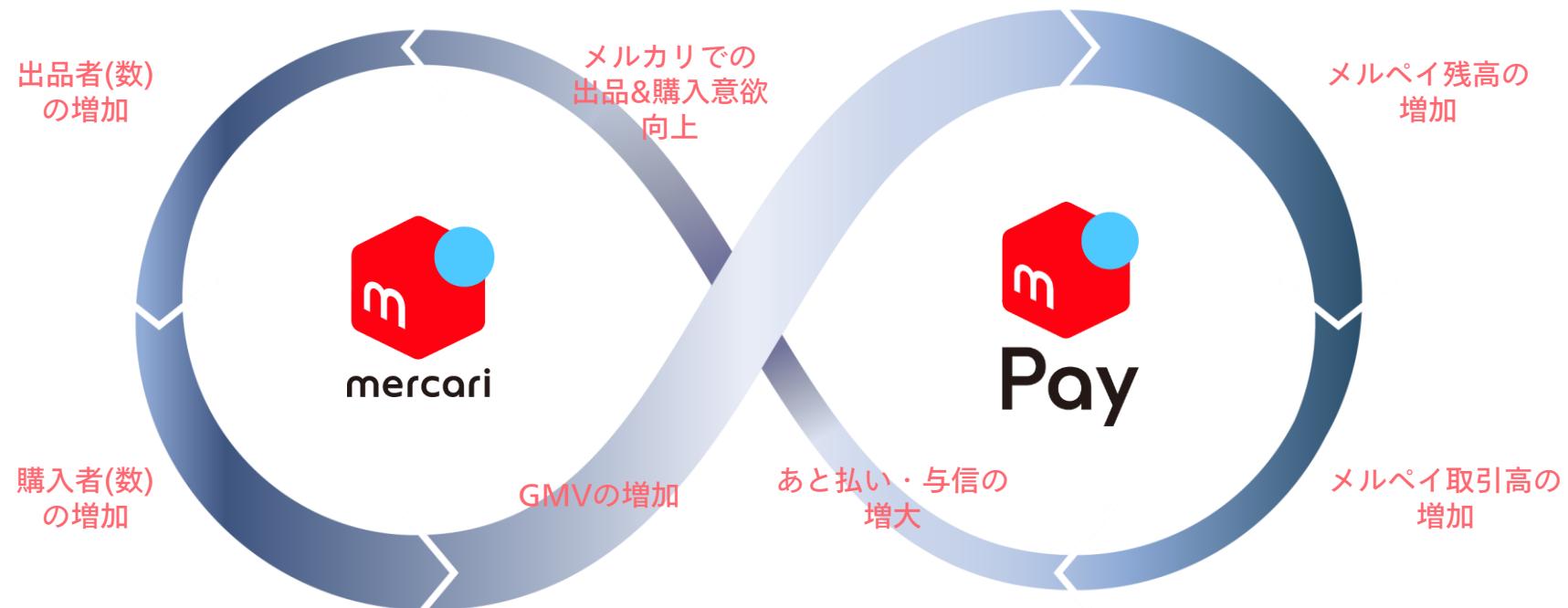
梱包・発送UXの進化

郵便局等での梱包・
発送場所の増加



3 メルカリとメルペイのシナジー効果の創出

mercari



3 メルペイ事業 事業方針

mercari

フェーズ 先行投資

1

- ・ ユーザ及び加盟店の拡大により
「日常で使われる決済」を目指す

FY2020.6に
注力するフェーズ

フェーズ メルカリとのシナジー

2

- ・ メルペイを使ってメルカリの出品
拡大
- ・ あと払いサービスの強化

フェーズ メルペイ収益化

3

- ・ 取引データの蓄積に伴う、更なる
信用の創造と個人及び企業への
付加価値提供

3 メルペイのパートナーシップ戦略

mercari

- ・ 業種・業界を超えた中立でオープンなパートナーシップでキャッシュレスの普及促進

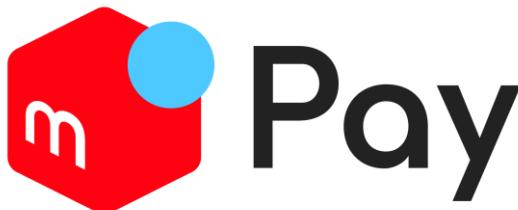


Mobile
Payment
Alliance

- ・ 3社の相互補完的な加盟店拡大
「Mobile Payment Alliance」
(MoPA)を推進



- ・ 加盟店の相互開放予定



- ・ 非接触型決済サービスに対応
- ・ 全国90万か所の「iD」加盟店で利用可能



- ・ コード決済の加盟店開拓において、
両社の決済サービスを相互提案



世界にひとつ。あなたにひとつ。

- ・ JCBが推進するコード決済基盤
(Smart Code) をサポートする
加盟店でもメルペイが利用可能

3 メルカリ事業(US) 更なる加速へ

mercari



月間GMV 100 million USD達成のために

1. 「売ること」を「買うこと」より簡単に
2. 限界利益率を改善しながら、購入を活性化
 - ✓ ブランド認知の更なる向上と新規ユーザ獲得
 - ✓ 外部コミュニティとの連携により、カテゴリを強化
 - ✓ より安心安全なマーケットプレイスの構築

※上図はGMV成長のイメージです

3 メルカリ事業(US) 「売ること」をより簡単に

mercari



出品者のツール・
機能拡充
(Instant Pay等)

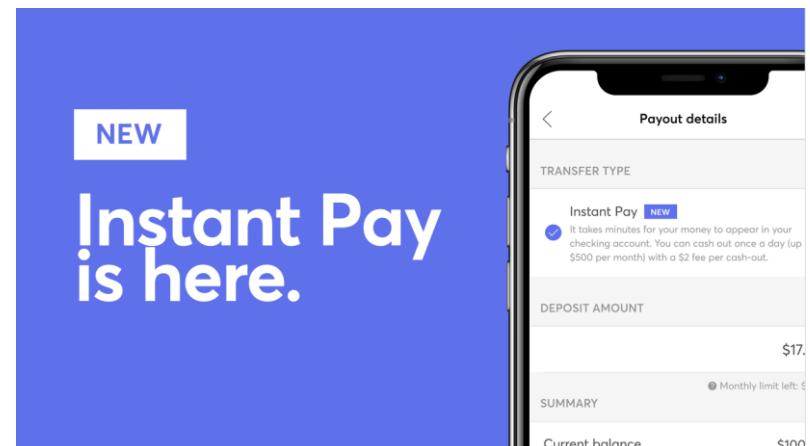


梱包と配送の簡略化



売れやすい価格を提案

出品者向けの機能拡充: Instant Pay

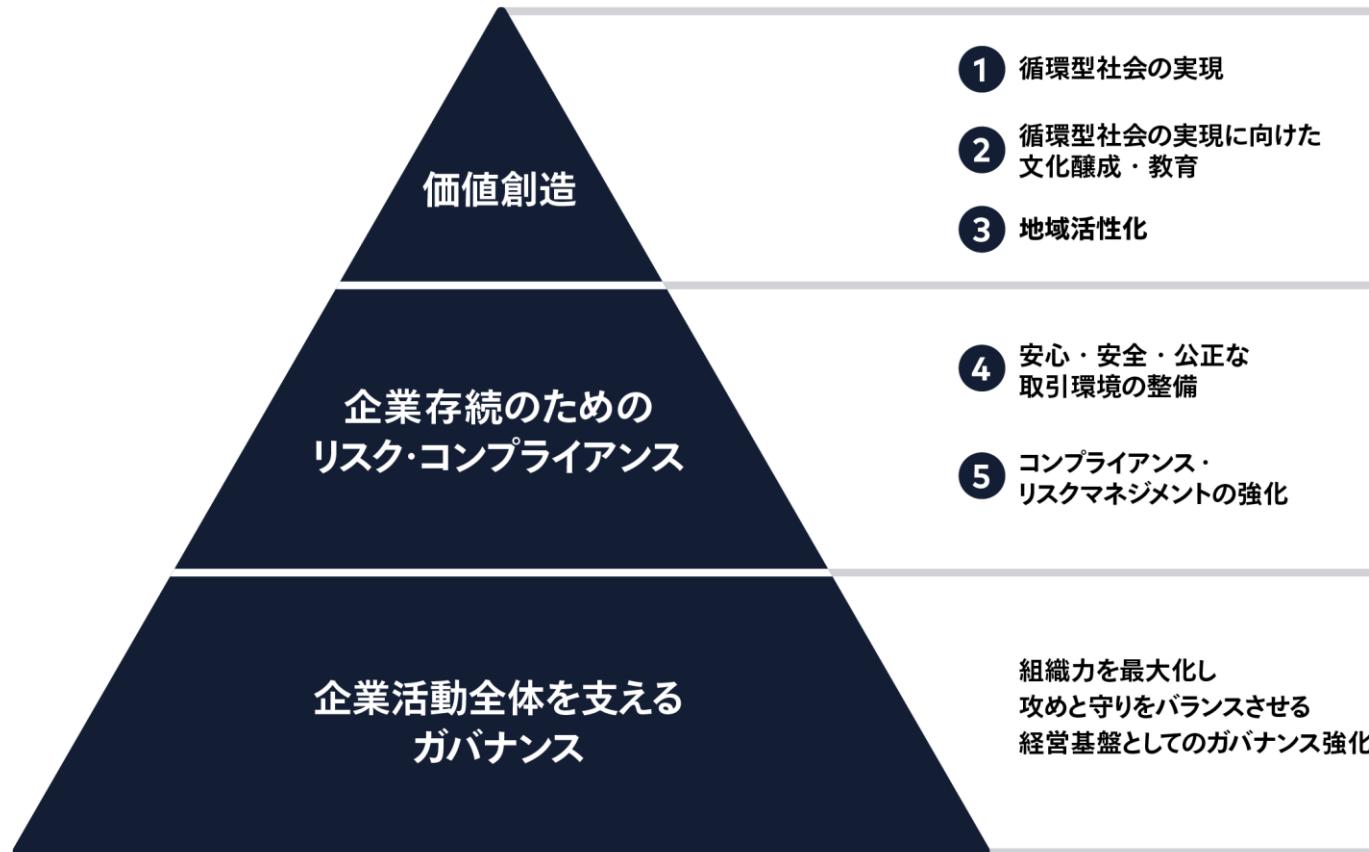


- ✓ 今まで数日かかっていた
売上金の引き出しが数分で可能に
- ✓ 他のマーケットプレイスに先がけて
リリース

3 メルカリのESG

mercari

- ・ 持続的な成長に向けて5つの重要な課題(マテリアリティ)を特定
- ・ 事業を通じた社会課題の解決に取り組む



3 具体的なESGの取り組み

mercari

<リユース可能な梱包材の商品企画・展開>
梱包材をすぐに捨てない習慣を作る
「メルカリエコパック」



<地域活性化>
地域の住民や地域に関わる人々の利便性の
向上および課題解決に努めるため、
各自治体との連携協定



写真：岐阜市とメルカリ、メルペイが地域社会活性化などへの寄与を目的に包括連携協定を締結

FY2019.6 決算概況

連結

- ・ メルカリ(JP)は継続的に高い成長を維持
- ・ メルペイ及びメルカリ(US)は規律ある投資により次なる事業の柱へと成長させていく

GMV⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾売上高⁽³⁾

5,307 億円 **516 億円**
(YoY+43.2%) (YoY+44.5%)

メルカリ JP



GMV⁽¹⁾⁽⁴⁾
YoY +41%

調整後
営業利益率
21%

メルペイ



総合満足度⁽⁵⁾
No.1

登録者数⁽⁶⁾
200万人

メルカリ US



GMV⁽¹⁾
YoY +70%

MAU⁽⁷⁾
200万人超

1.キャンセル等を考慮後の取引高の合計

2.GMVはメルペイ含まず

3.売上高はメルペイ含む

4.メルカリ カウル・メゾンズ、CARTUNE経由含む

5.MMD研究所調査の「2019年7月QRコード決済利用動向調査」による

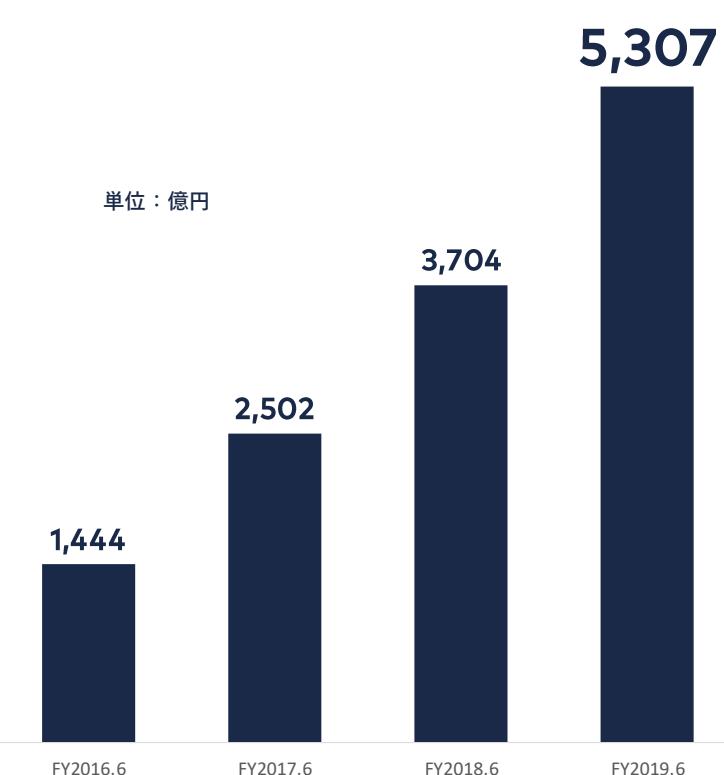
6.2019年6月18日時点におけるメルペイ「電子マネー」の登録を行ったユーザの累計 コード払いは除く

7.四半期平均のMAU

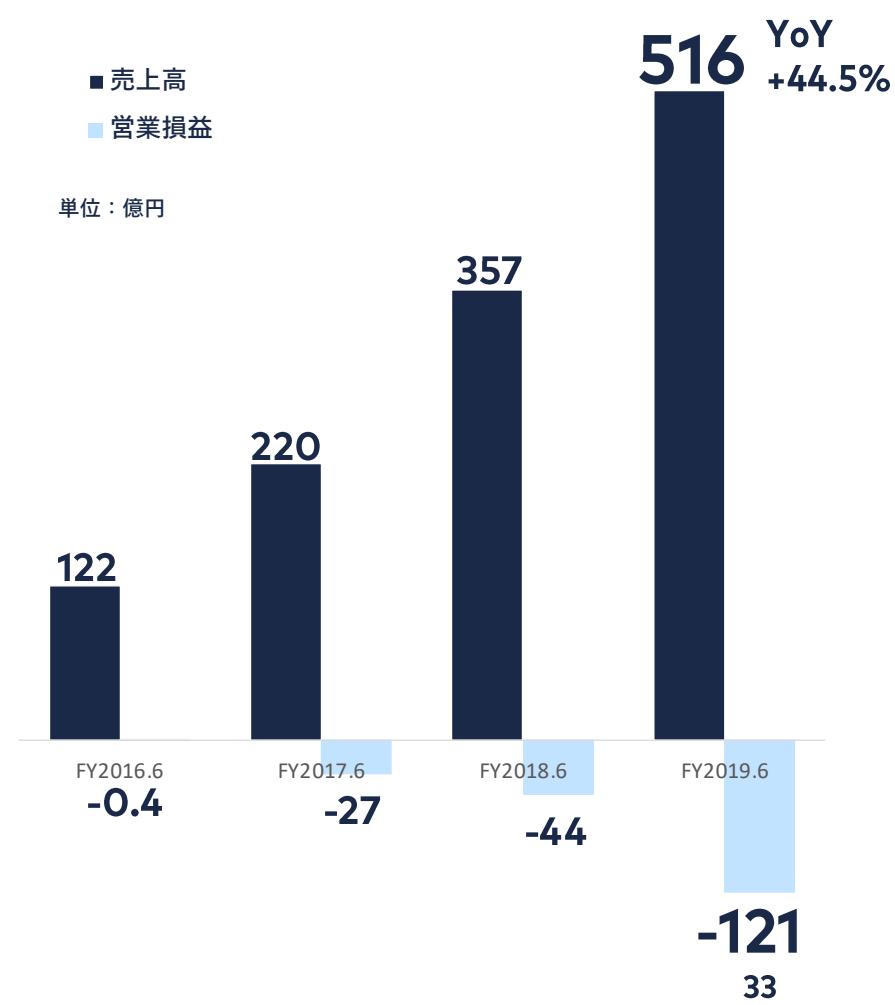
4 決算概況（連結）通期

mercari

<GMVの推移>



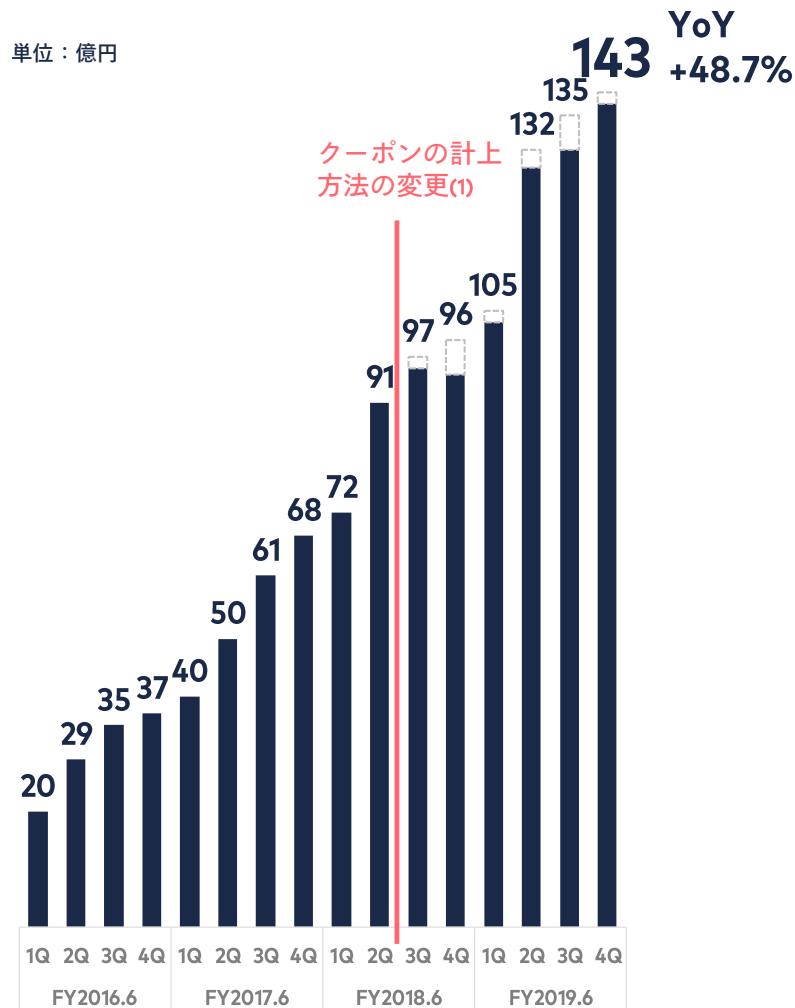
<売上高/営業損益の推移>



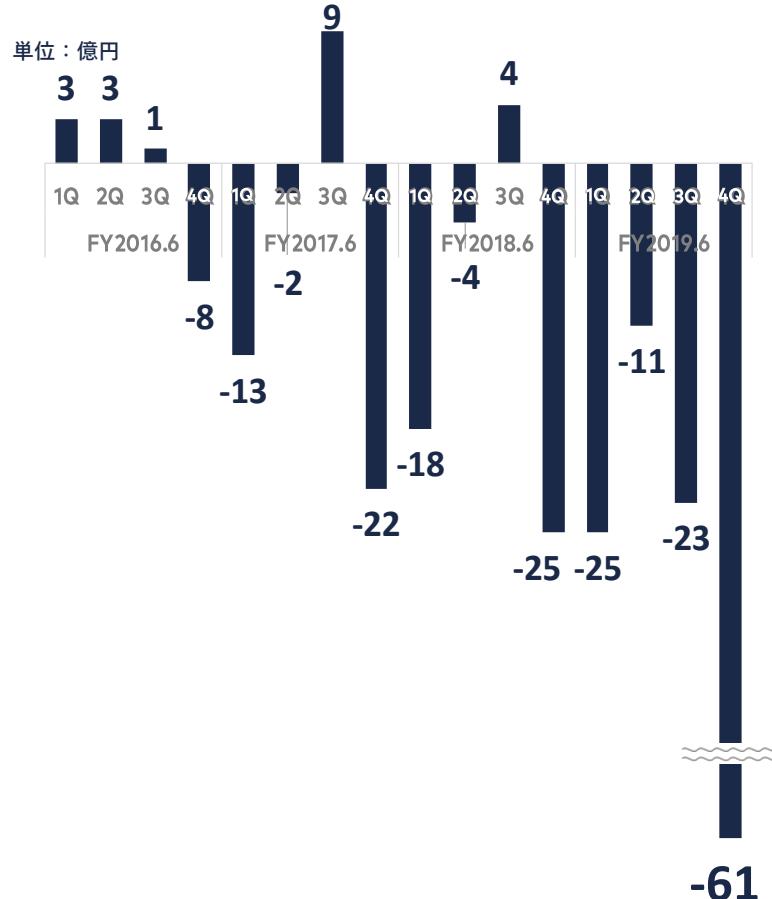
4 決算概況(連結) 4Q(4月–6月)

mercari

<売上高の推移>



<営業損益の推移>

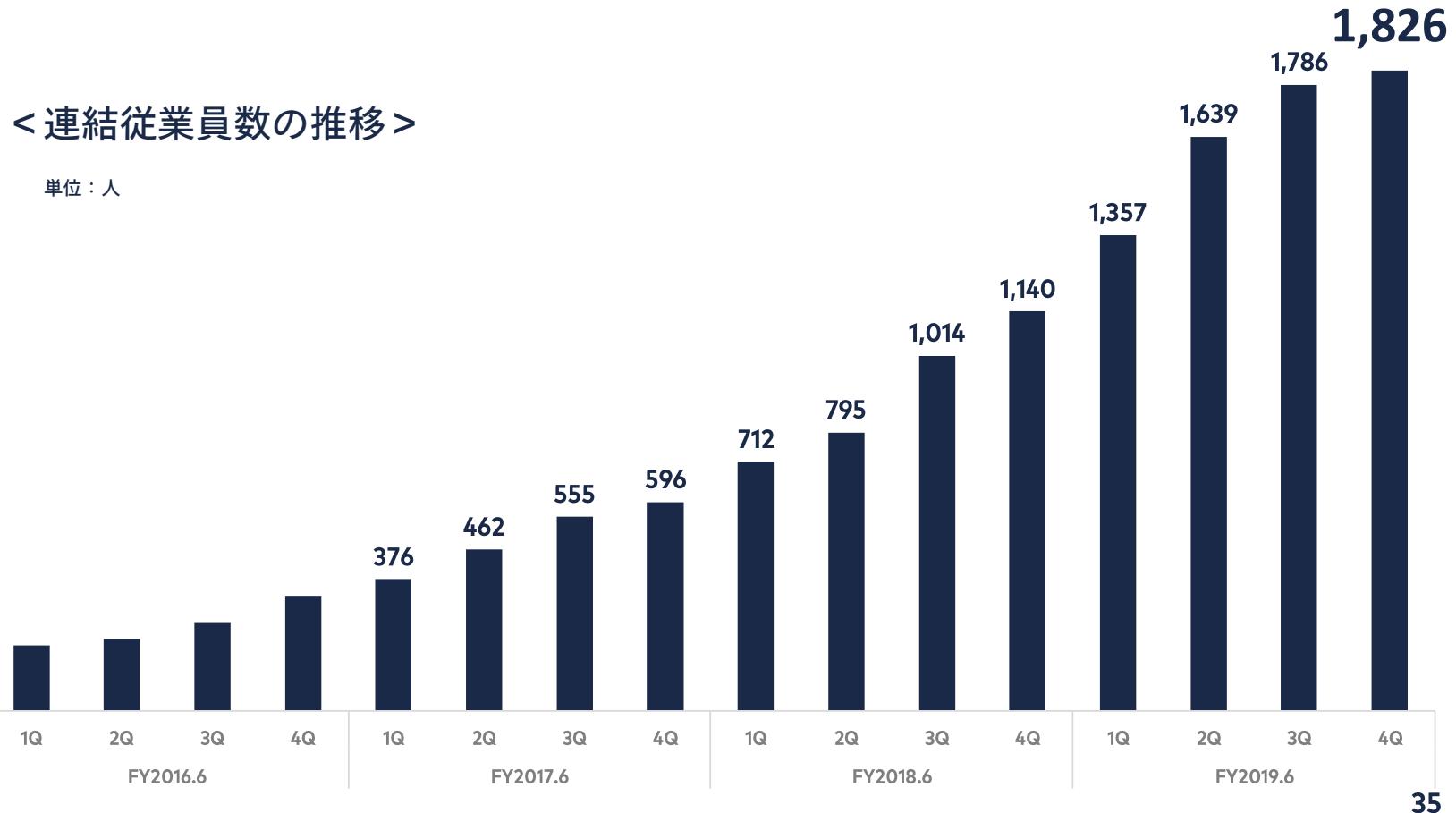


1.2018年1月より、ユーザ規約の変更に伴い、広告宣伝費に計上していたクーポン利用額を売上高から控除

4 メルカリの高成長を支える優秀な人材

mercari

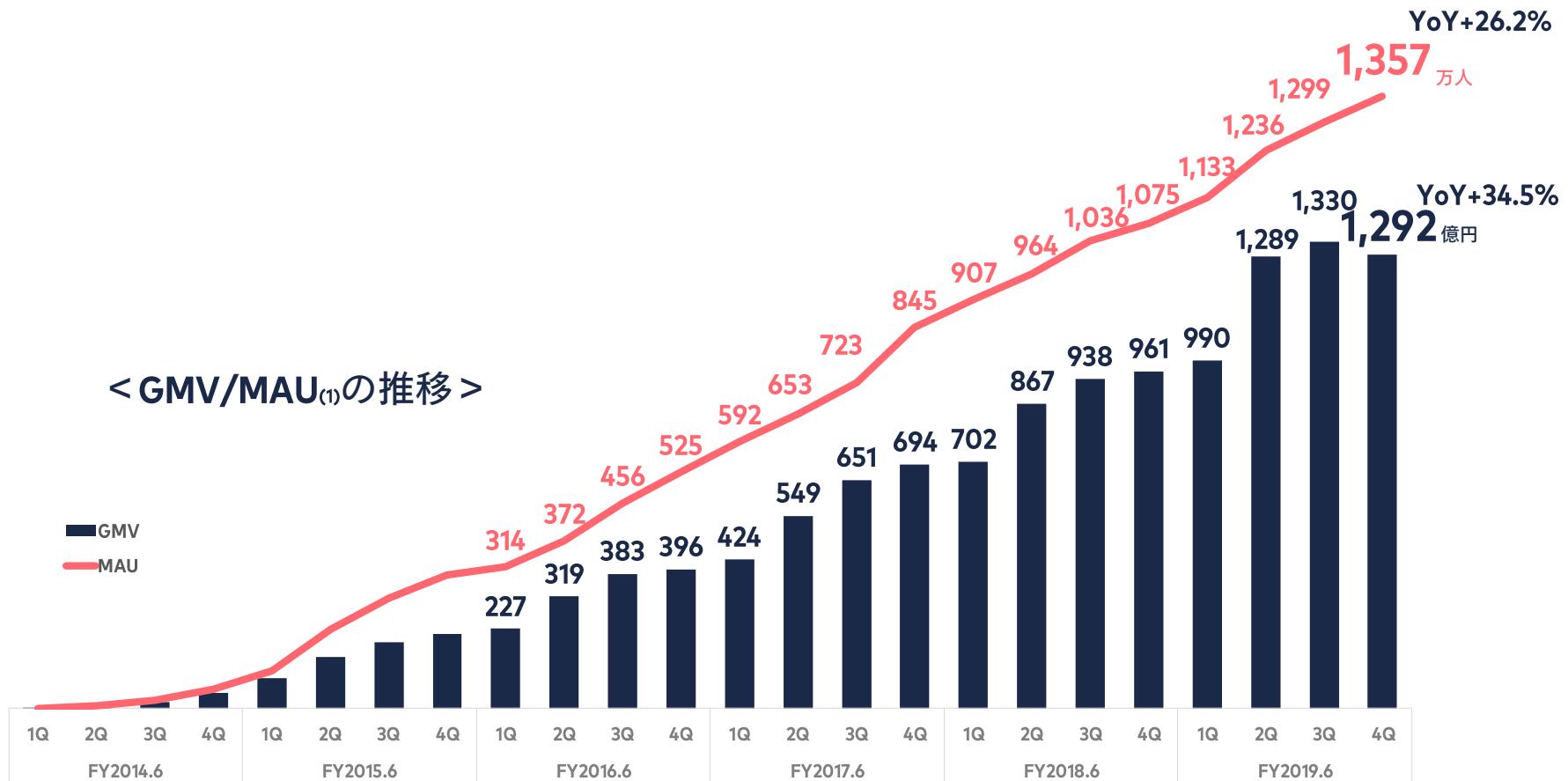
- FY2019.6 4Qは、エンジニア以外の採用を限定した結果、前四半期比で増加ペースがスローダウン
- FY2020.6においても主に専門性の高いエンジニアに限った採用を継続



4 メルカリ事業 (JP) 4Q(4月–6月)

mercari

- QoQでGMVは減少したものの、広告効率を上げる等でYoYでは+34.5%成長と収益率の大幅な向上を達成
- 当四半期は季節性要因とGWの10連休のマイナス影響あるが、加えて前年同四半期はIPOでの露出増等の特殊後押し要因あり



1.四半期平均のMAU

4 メルカリ事業 (JP) 4Q(4月–6月)

mercari

- メルカリーメルペイ間の内部取引を控除した調整後営業損益を新たな指標として導入

↓メルペイローンチ

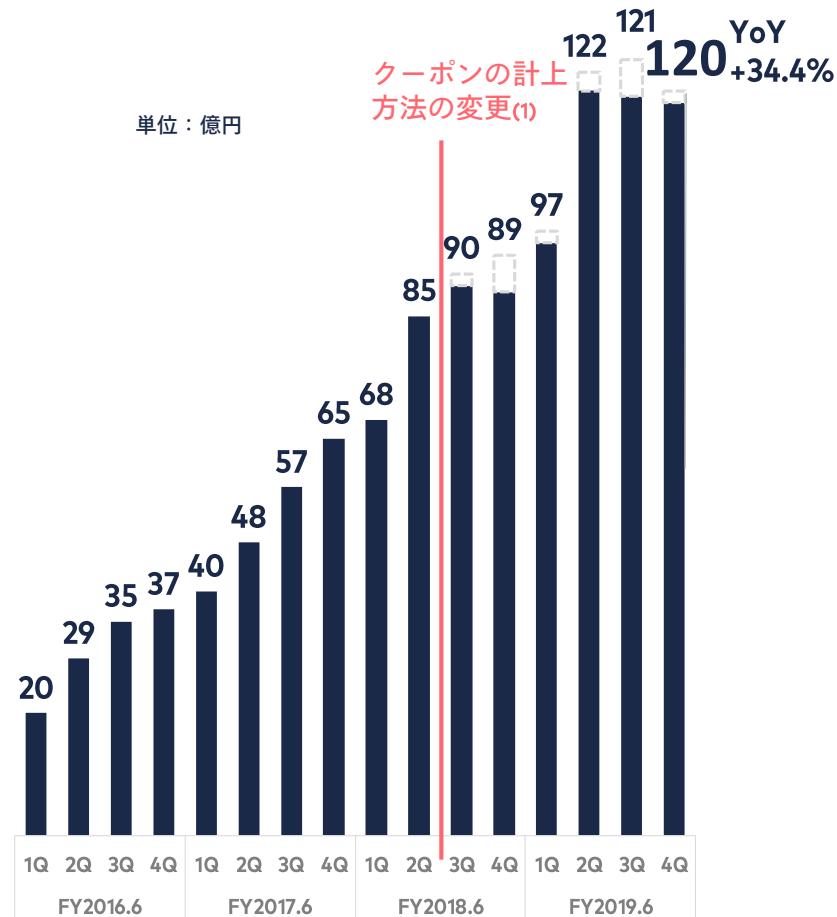
(億円)	FY2018.6 4Q(4-6月)	FY2019.6 1Q(7-9月)	FY2019.6 2Q(10-12月)	FY2019.6 3Q(1-3月)	FY2019.6 4Q(4-6月)
GMV	961	990	1,289	1,330	1,292
売上高	89	97	122	121	120
対GMV比	9.3%	9.9%	9.5%	9.1%	9.3%
営業損益	8	14	30	20	6
マージン (%)	9.8%	14.5%	24.7%	16.5%	5.7%
調整後営業損益 ⁽¹⁾	8	14	30	29	20
マージン (%)	9.8%	14.5%	24.7%	24.5%	17.2%

1.メルペイとの内部取引(決済業務委託に関する手数料)を控除

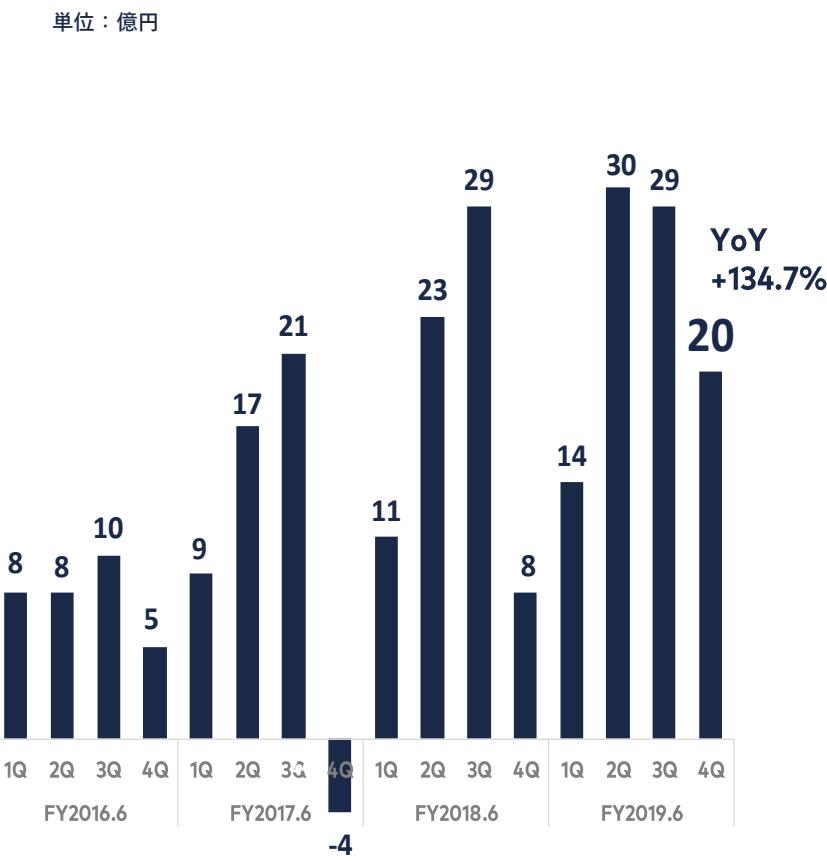
4 メルカリ事業 (JP) 4Q(4月–6月)

mercari

<売上高の推移>



<調整後営業損益の推移⁽²⁾>



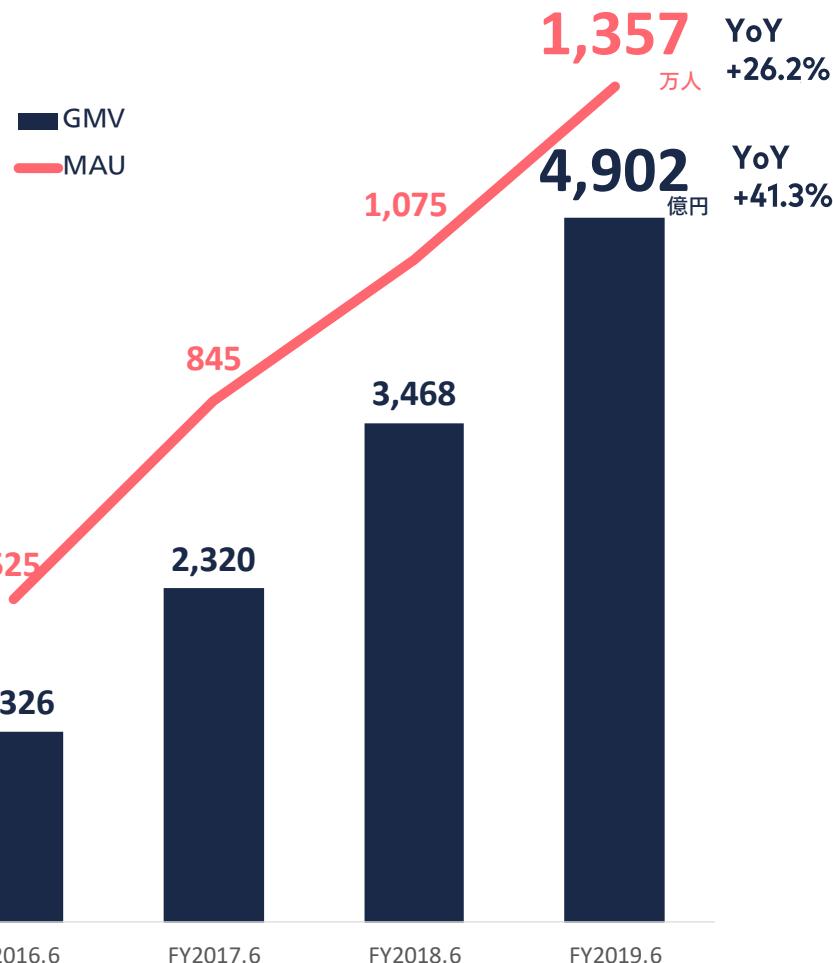
1.2018年1月より、ユーザ規約の変更に伴い、広告宣伝費に計上していたクーポン利用額を売上高から控除

2.メルペイへの決済機能移管に伴うメルカリ・メルペイ間の内部取引(決済業務委託に関わる手数料)計上前の金額にFY2019.6 3Qから遡及的に変更したものとして
グラフに反映

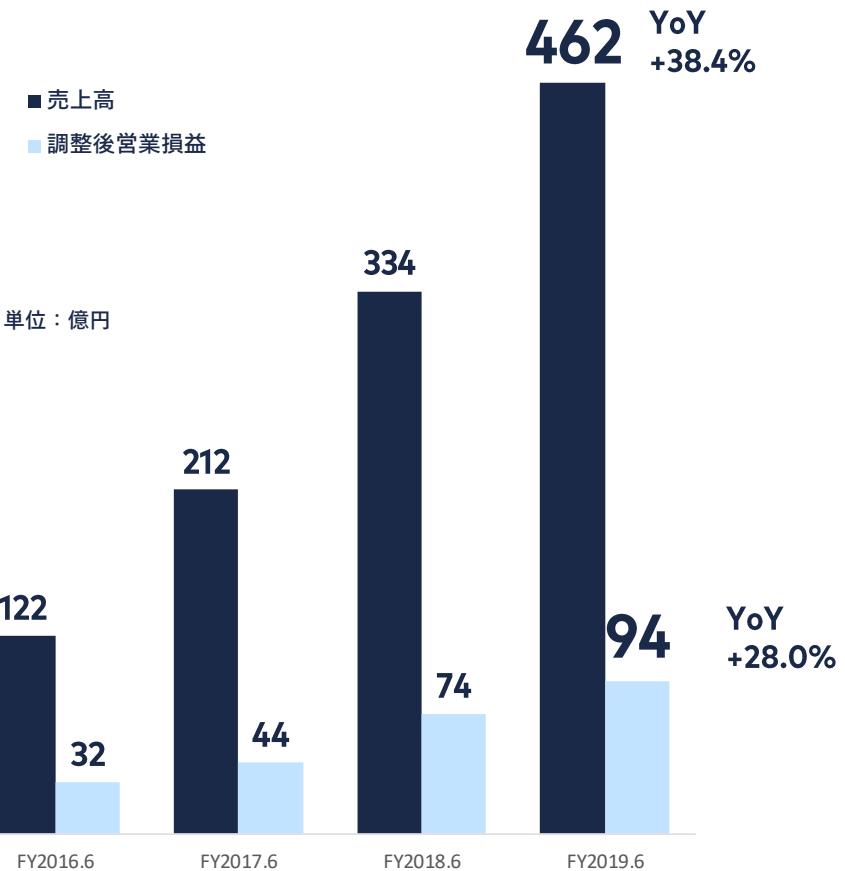
4 メルカリ事業 (JP) 通期

mercari

<GMV/MAU⁽¹⁾の推移>



<売上高/調整後営業損益の推移⁽²⁾>



1.四半期平均のMAU

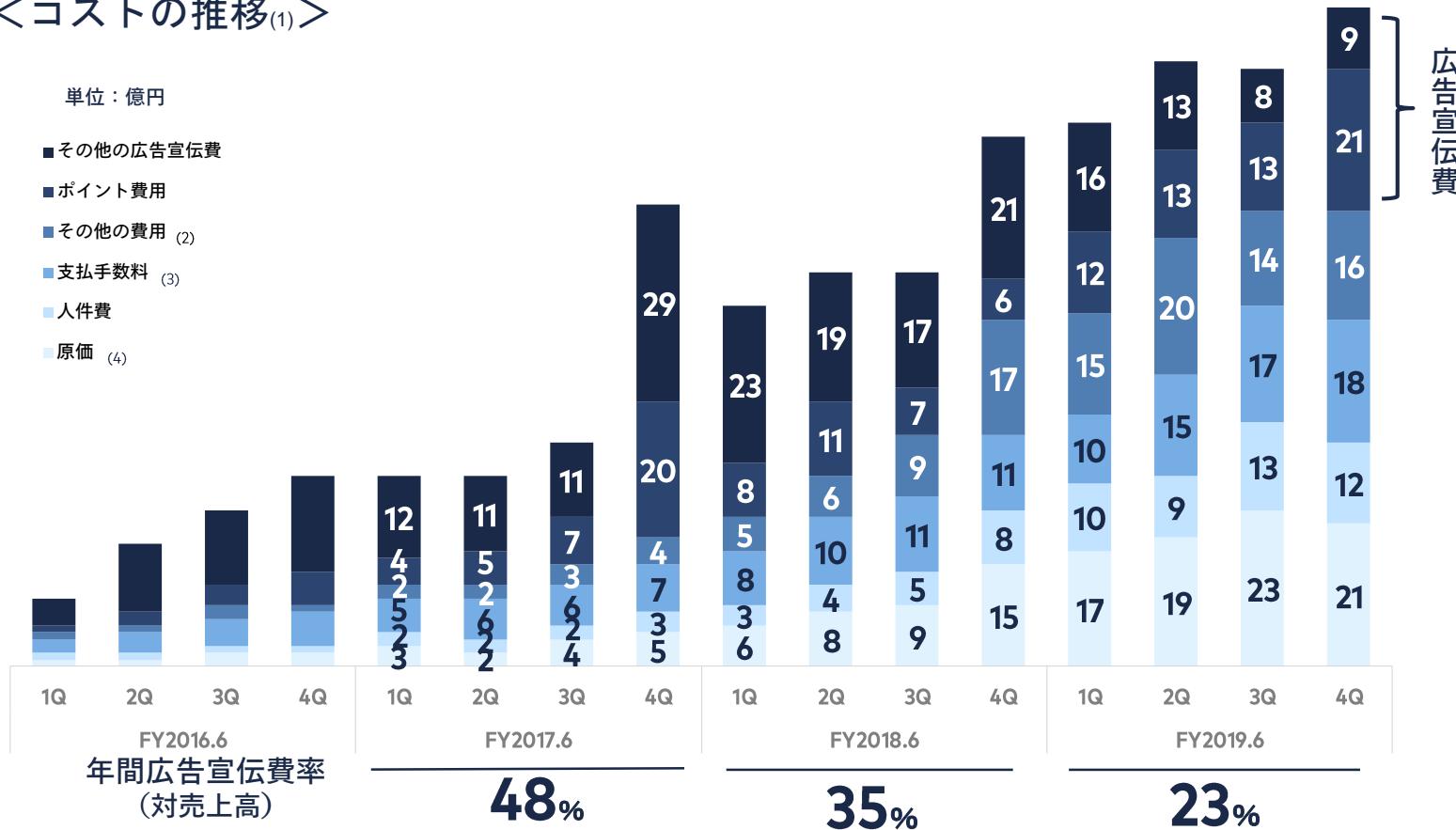
2.メルペイへの決済機能移管に伴うメルカリ・メルペイ間の内部取引(決済業務委託に関わる手数料)計上前の金額にFY2019.6 3Qから遡及的に変更したものとして
グラフに反映

4 メルカリ事業 (JP) コスト構成

mercari

- FY2019.6もYoYで広告宣伝費の効率化を実現(対売上高比35%→23%)
- FY2019.6 4Qの対売上高広告宣伝費はYoYで6ポイント改善の25%

<コストの推移⁽¹⁾>



1.原価および販管費の内訳であり、営業外損益および特別損益は含まず

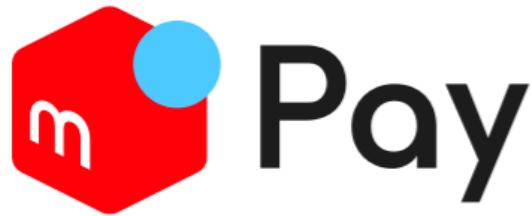
2.業務委託費、採用費、租税公課、地代家賃、支払報酬等

3.メルペイへの決済機能移管に伴うメルカリ・メルペイ間の内部取引(決済業務委託に関する手数料)計上前の金額にFY2019.6 3Qから遡及修正

4.開発人件費を含む

4 メルペイ事業 着実なユーザの拡大

mercari



「メルペイ」登録者数
125日間で200万人⁽¹⁾突破!



1.2019年6月18日時点におけるメルペイ「電子マネー」の登録を行ったユーザの累計 コード払いは除く
2.グラフはイメージです。

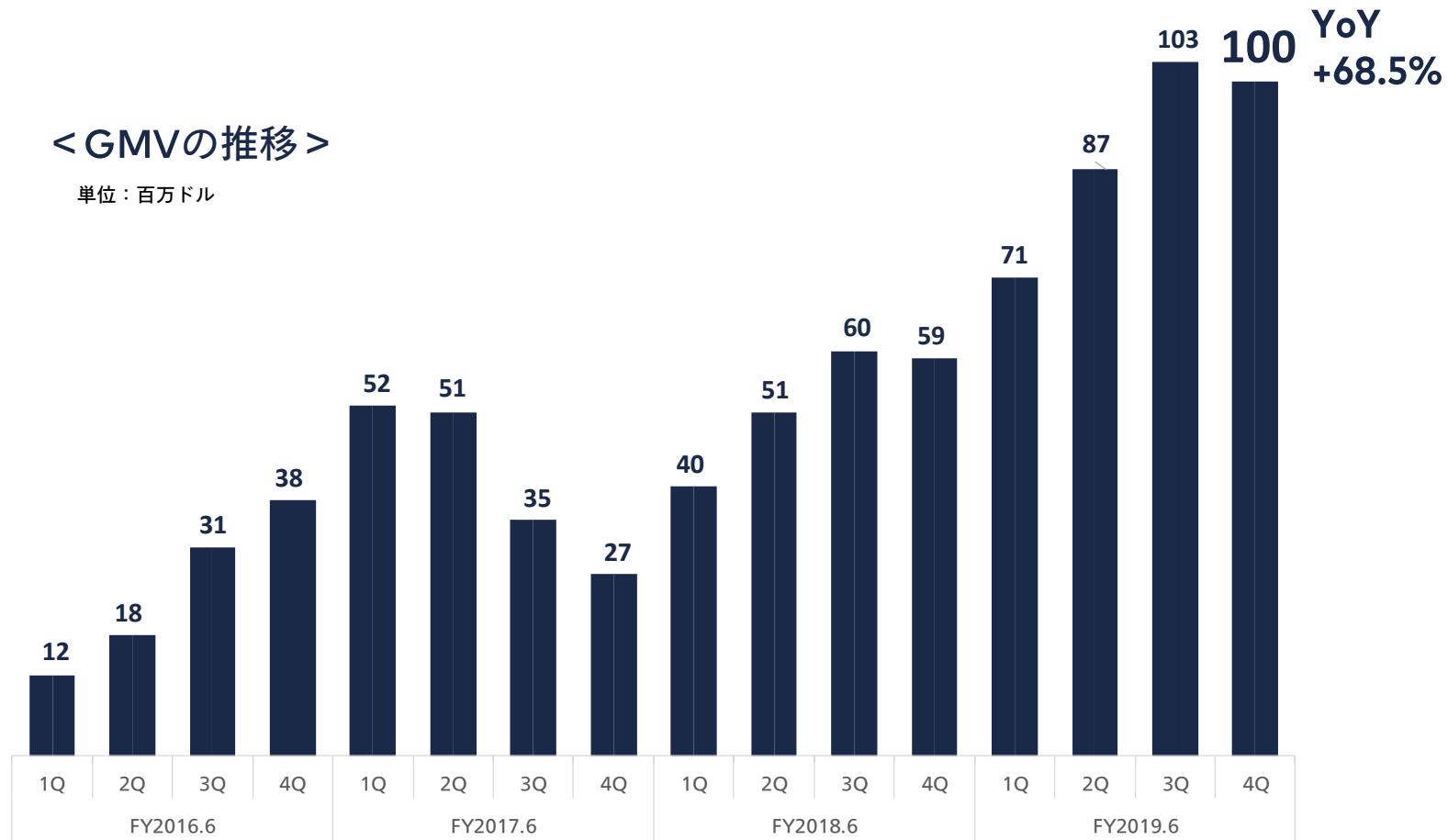
4 メルカリ事業(US)

mercari

- FY2019.6 4Q GMVはYoY+68.5%(100million USD)と引き続き着実な成長を継続

<GMVの推移>

単位：百万ドル



直近のM&A

5 鹿島アントラーズへの経営参画の理由

mercari

- 鹿島アントラーズが「メルカリ」及び「メルペイ」のさらなる発展に貢献

顧客層の
拡大

ブランド力
の向上

ビジネス
機会の創出

アントラーズと
相互に顧客層を拡大

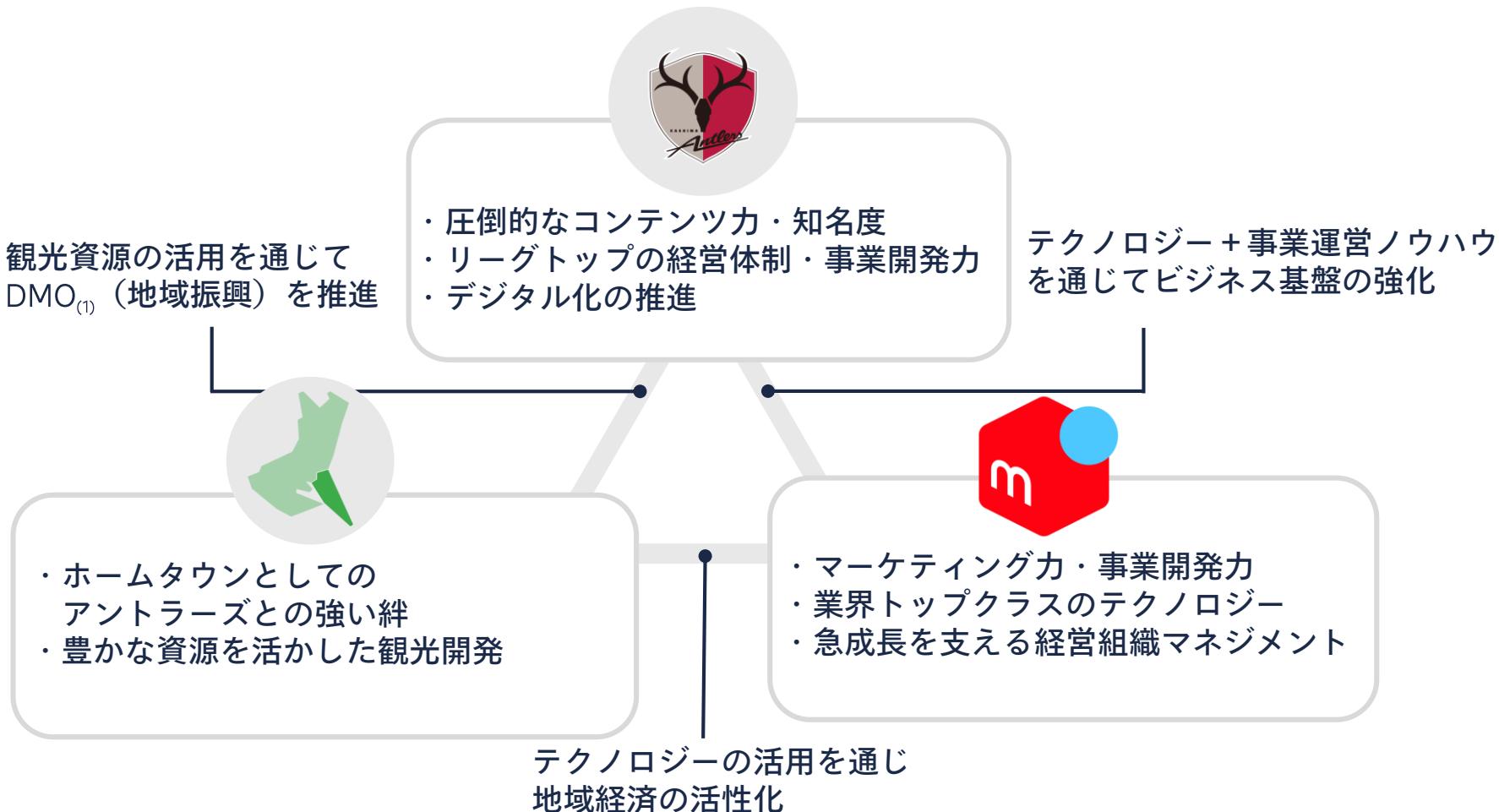
Jリーグを牽引してきた
アントラーズのブランド
を活かす

Jリーグの変革期において
メルカリのノウハウを活用

5 鹿島アントラーズへの経営参画の理由

mercari

メルカリ×鹿島アントラーズ×地域の三位一体でスポーツビジネスを進化させる



1. DMO : Destination Management Organization。地域資源を最大限に活用し、効果的・効率的な集客を図る「稼げる」観光地域づくりを推進する（観光庁資料より）45

Appendix

経験豊富な経営陣(社内取締役)

mercari



山田 進太郎

CEO



小泉 文明

COO



濱田 優貴

CPO



John
Lagerling

CBO
US CEO



青柳 直樹

メルペイ CEO

経歴

Unoh **zynga**

(ソーシャルゲーム)
創業者

mixi

(SNS)
CFO

**Daiwa
Securities**

CYBRIDGE
サイブリッジ

(インターネットメディア)
創業者

facebook

VP of Business
Development,
Mobile and
Product Partnerships

Google

Senior Director,
Android Global
Partnership

GREE

(ゲーム)
CFO
GREE International Inc.
CEO

6 ガバナンス体制の強化(独立社外取締役)

mercari



鈴木 健

- スマートニュース(株)
代表取締役会長兼社長CEO(現任)
- SmartNews International, Inc.
President(現任)



高山 健

- 主な経歴
- (株)日本興業銀行(現(株)みずほ銀行)
 - 楽天(株)最高財務責任者
 - スターフェスティバル(株)社外取締役(現任)
 - テクマトリックス(株)社外取締役(監査等委員)(現任)
 - (株)メタップス社外取締役(監査等委員)(現任)
 - (株)メディアドゥホールディングス社外取締役(現任)



生田目 雅史

- (株)日本長期信用銀行(現(株)新生銀行)
- モルガン・スタンレー証券会社
(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券(株))
- エグゼクティブ・ディレクター
- ドイツ証券(株)投資銀行本部 マネージング・ディレクター
- ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株)ビジネスデベロップメント統括責任者
- ブラックロック・ジャパン(株)取締役
- 東京海上ホールディングス(株)執行役員(現任)

当社社外取締役 選任理由

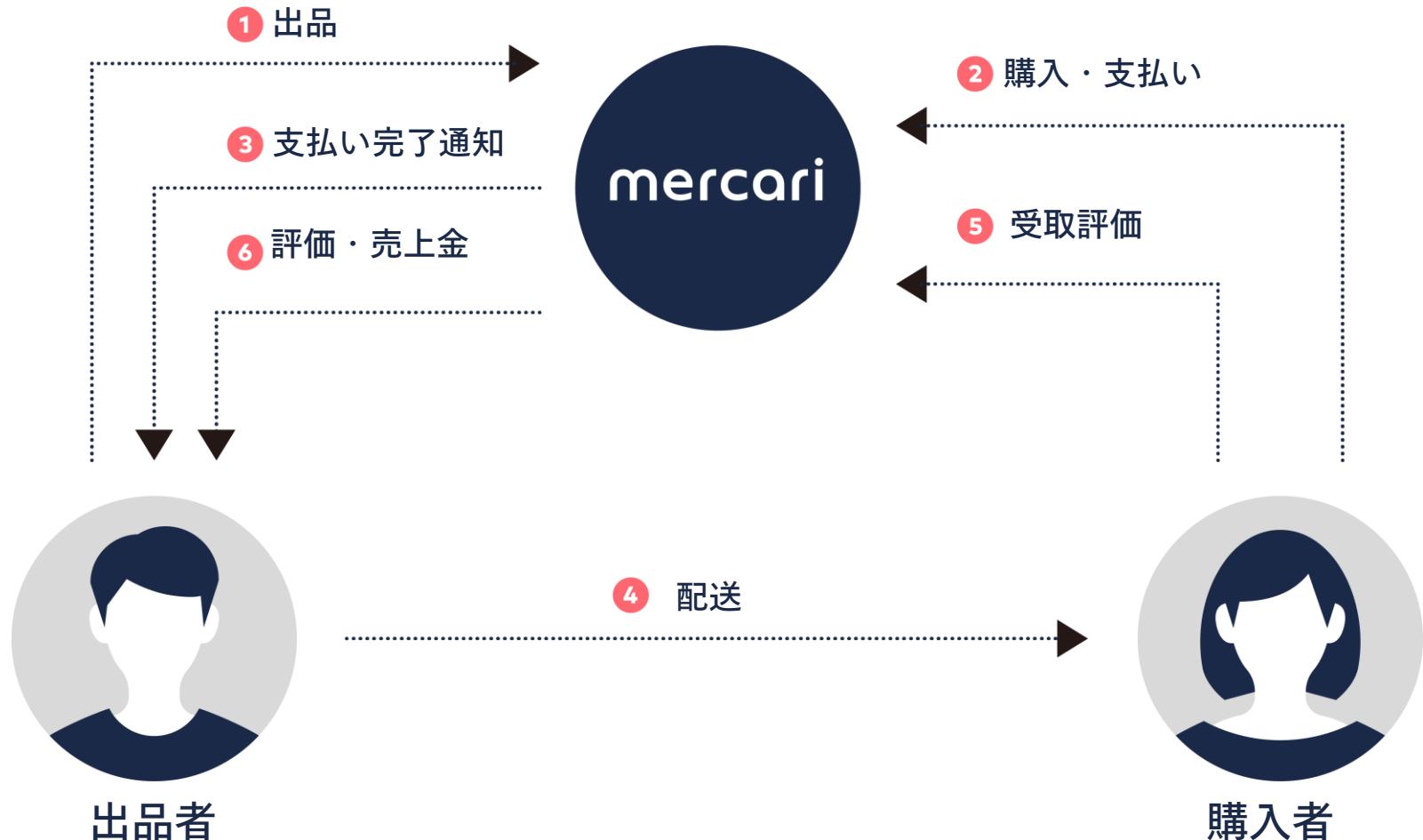
- インターネット事業会社経営における専門的な知識や深い経験

- 金融事業
- インターネット事業会社経営における専門的な知識や深い経験

- 銀行
- 証券
- 投資業界
- における専門的な知識や深い経験

6 安心・安全な取引を実現するエスクロー決済

mercari



6 連結通期PL

mercari

(百万円)	FY2017.6	FY2018.6	FY2019.6	成長率 YoY
GMV	250,230	370,475	530,702	+43.2%
売上高	22,071	35,765	51,683	+44.5%
EBITDA ⁽¹⁾	-2,582	-3,981	-11,083	N/A
マージン (%)	-11.7%	-11.1%	-21.4%	-
営業損益	-2,775	-4,422	-12,149	N/A
マージン (%)	-12.6%	-12.4%	-23.5%	-
当期純利益	-4,207	-7,041	-13,764	N/A

1.営業利益 + 減価償却費及びのれん償却費

6 連結四半期PL

mercari

(百万円)	FY2018.6 4Q(4-6月)	FY2019.6 3Q(1-3月)	FY2019.6 4Q(4-6月)	成長率	
				YoY	QoQ
GMV	102,662	144,453	140,259	+36.6%	-2.9%
売上高	9,617	13,590	14,304	+48.7%	+5.3%
EBITDA ⁽¹⁾	-2,388	-2,008	-5,872	N/A	N/A
マージン (%)	-24.8%	-14.8%	-41.1%	-	-
営業損益	-2,526	-2,326	-6,168	N/A	N/A
マージン (%)	-26.3%	-17.1%	-43.1%	-	-
当期純利益	-3,606	-2,865	-6,423	N/A	N/A

1.営業利益 + 減価償却費及びのれん償却費

(百万円)	FY2017.6	FY2018.6	FY2019.6
流動資産合計	53,039	113,725	151,813
現金及び現金同等物	50,863	109,157	125,578
固定資産合計	1,450	4,026	11,871
資産合計	54,489	117,752	163,685
負債合計	50,072	63,329	112,748
未払金 ⁽¹⁾	24,064	5,170	7,281
預り金 ⁽¹⁾	807	23,730	45,818
短期借入金 ⁽²⁾	9,502	10,061	1,261
長期借入金	12,887	18,956	51,447
純資産合計	4,416	54,422	50,936

1. 従来「未払金」として計上していたユーザに対する債務の一部を事業活動の実態をより適切に表すため「預り金」として計上(FY2019.6および、FY2018.6も遡って修正)
 2. 1年以内に返済予定の長期借入金を含む

安心・安全な取引環境の強化

1 全国万引犯罪防止機構への加盟

盗品流通を阻止するための様々な取り組みを共同で推進

2 禁止出品物・禁止行為基準策定委員会の設立

社内関係部門横断で出品物の禁止/解禁基準・ガイドラインなどを策定

3 本人確認の強化

反社会的勢力や悪質な行為を行う利用者の排除を強化

4 模倣品取引の撲滅

全国の消費生活センターと協力し、啓発冊子「ブランド品のあんしんお取引」を配布

6 メルカリの多彩な決済手段

mercari



6 簡単で安価な配送

mercari

ラストワンマイル をカバーする配送網



約4,000
拠点



コンビニエンスストア
約37,400
拠点



約4,300
拠点

約79,300
拠点



約20,100
拠点

LAWSON
コンビニエンスストア
約13,500
拠点

2019年6月時点

QRコードを活用した スムーズな手続き⁽¹⁾

- 匿名配送
- ワンタッチ決済



安価な配送料金

mercari

らくらくメルカリ便⁽²⁾



Yamato Transport

小型サイズ⁽³⁾

195円

~378円⁽⁶⁾

60サイズ⁽⁴⁾

700円⁽⁵⁾

~1,987円

100サイズ⁽⁴⁾

1,000円⁽⁵⁾

~3,089円

mercari

ゆうゆうメルカリ便⁽²⁾



小型サイズ⁽³⁾

175円

~350円

60サイズ⁽⁴⁾

700円⁽⁵⁾

~1,520円

100サイズ⁽⁴⁾

1,000円⁽⁵⁾

~1,970円

2019年6月時点

1.一部の配送拠点ではバーコードにより対応

2.ヤマト運輸株式会社及び日本郵便株式会社との提携により提供される配送サービス

3.らくらくメルカリ便は厚さ2.5cm以内、ゆうゆうメルカリ便は厚さ3.0cm以内のサイズ

4.荷物全体のサイズが60cm若しくは100cm以下。荷物全体のサイズは横幅・縦幅・厚さの合計。

なお、らくらくメルカリ便は荷物全体のサイズが100cmよりも大きい荷物にも対応

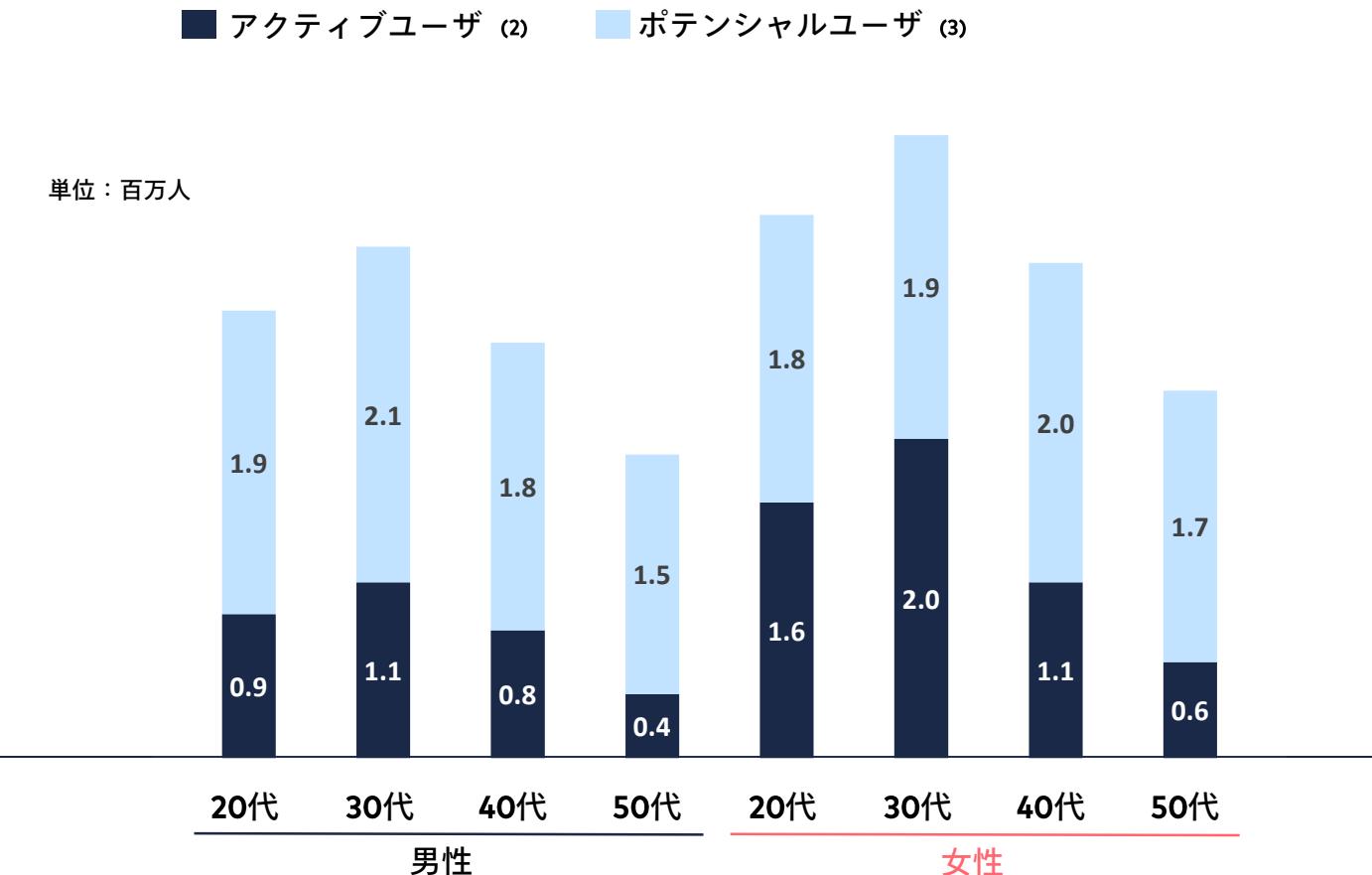
5.2019年4月1日以降、60サイズ以上の配送料金を各100円値上げ

6.配送料は発送数、発送地、配送地によって変動

6 ユーザ拡大のポテンシャル

mercari

<アクティブユーザーの拡大余地⁽¹⁾>



1.18歳から59歳までの6,000人を対象にマクロミルが2019年3月に実施したオンライン調査に基づく。アクティブユーザー数及びポテンシャルユーザー数は、18歳から59歳までの全スマートフォン利用者数を5,517万人と仮定し、同調査結果を拡大推計することにより計算された推計値

2.同調査において、1ヶ月以内にメルカリを利用したと回答した個人

3.同調査において、メルカリを知っているが過去1ヶ月以内にメルカリを利用しておらず、今後利用したいと回答した個人

6 ポテンシャルを有する市場環境

mercari



1.出所: 経済産業省(2018年4月、2019年5月)

2.出所: 会社資料、2018年12月時点における過去12カ月間の日本GMV

3.出所: 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

6 メルカリ事業(JP) カテゴリー別施策

mercari

- 「あんしん・あんぜんに」 「手間なく」自動車の売買が可能に

<メルカリあんしん自動車保証>



<車検証2次元コード出品>



6 メルカリ事業 (JP) 幅広い層へのマーケティング mercari

- オフラインでもメルカリとのタッチポイントを増やす施策を実施

<オフライン施策>

コインランドリーの出品スペース：出品強化施策



メルカリサロン：60歳以上限定座談会



<オンライン施策>



6 メルカリエコシステム構築

mercari

- ペイメントプラットフォーム「メルペイ」を中心にメルカリエコシステムを構築

Cash IN



「メルカリ」内
売上金・ポイント



銀行口座から
口座振替



あと払い



Cash OUT



「メルカリ」内決済



加盟店
(対面・オンライン)

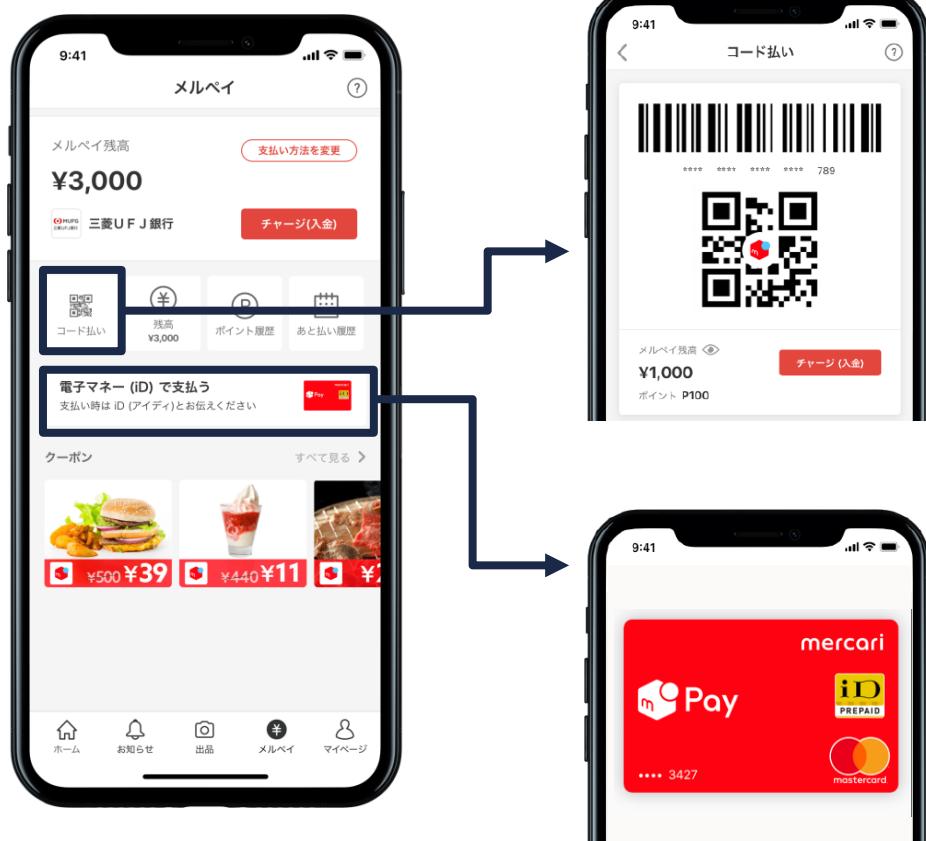


銀行口座から出金

6 メルペイ事業 「メルペイ」

mercari

- iOS・Android両方で非接触型決済「iD」・コード払いに対応
 - 135万か所の加盟店⁽¹⁾で利用可能(2019年中に200万か所を目指す)



1. 一部ご利用いただけない店舗があります

6 USで支持されるメルカリ

mercari

- App Storeの平均評価が4.8/5.0まで上昇
- 全体の評価のうち、1つ星をつけたのはわずか1%

<メルカリと競合アプリのApp Store評価>



Last Updated: Mar 5, 2019

Stars	Avg. Rating
224.5k	4.804



Last Updated: Mar 5, 2019

Stars	Avg. Rating
989.8k	4.765



Last Updated: Mar 5, 2019

Stars	Avg. Rating
2.1M	4.789



Last Updated: Mar 5, 2019

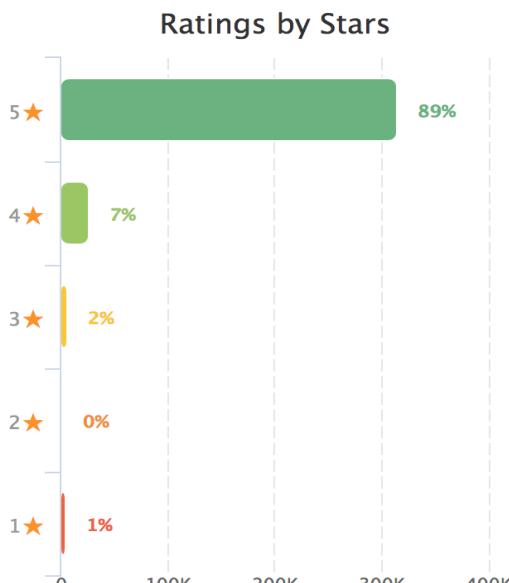
Stars	Avg. Rating
105.9k	4.685



Last Updated: Mar 5, 2019

Stars	Avg. Rating
441.3k	4.365

<評価の内訳>



6 US市場におけるユニークなポジショニング

mercari



マーケットプレイス



ebay



クラシファイド



	M	ebay	Poshmark	craigslist	OfferUp	letgo	Facebook Marketplace
モバイルファースト ⁽¹⁾	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✓
CtoCフォーカス ⁽²⁾	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗
オールジャンル ⁽³⁾	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
取引地域(全国)	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
配送サポート ⁽⁴⁾	✓	✓	✓	✗	✗ ⁽⁵⁾	✗	✗
決済サポート ⁽⁶⁾	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓

当社が定義する以下の基準に従う

- 1.モバイルファースト：ユーザがPCではなくスマートフォンをはじめとしたモバイル端末においてサービスを利用することを前提にサービス開発、仕様設計を行っている
- 2.CtoCフォーカス：商業目的で利用する事業者ではなく、主に一般消費者に対してサービスが提供されている
- 3.オールジャンル：ファッション関連カテゴリーに限らず、複数のカテゴリーの商品を扱う
- 4.配送サポート：配送に関して必要な情報がインターフェース上で簡単に確認でき、望ましい配送手段を選択・利用可能
- 5.特定の限定された商品につき、配送サポートを提供
- 6.決済サポート：クレジットカード払い、銀行振り込み、第三者の決済サービスを利用した決済(PayPal等)等の複数の決済手段をインターフェース上で選択・利用可能

6 メルカリUSのメルカリ事業をけん引する経営陣 mercari



John Lagerling

メルカリ CBO・US CEO

経歴

facebook Google



Mok Oh, PhD.

CTO

SAMSUNG PayPal



Germaine Cota

CFO

LinkedIn



Jenny Kim

GC

経歴

VISA intel



Scott Levitan

CMO

Google



Shida Schubert

VP of Product

Digital Garage



Sho Masuda

VP of Growth

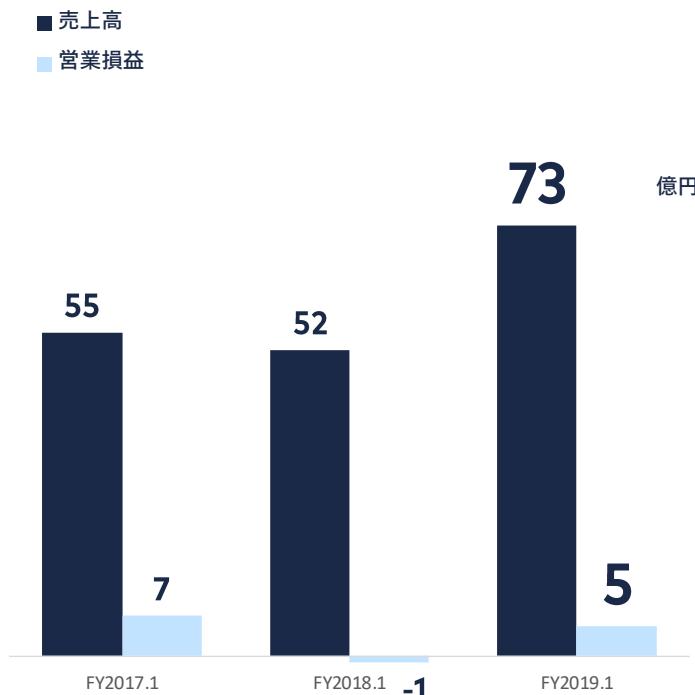
POSHMARK

6 鹿島アントラーズの安定した経営と圧倒的な戦績

mercari

<経営状況>

黒字を計上する安定した経営状況。



<チームの戦績>

20冠はJリーグチームで最多。Jリーグ創設からJ1に居続けているのはアントラーズと横浜FMの2クラブのみ。



1996	Jリーグ
1997	ナビスコカップ(現ルヴァンカップ)、天皇杯
1998	Jリーグ
2000	ナビスコカップ(現ルヴァンカップ)、Jリーグ、天皇杯
2001	Jリーグ
2002	ナビスコカップ(現ルヴァンカップ)
2003	天皇杯
2004	天皇杯
2005	天皇杯
2006	天皇杯
2007	Jリーグ、天皇杯
2008	Jリーグ
2009	Jリーグ
2010	天皇杯
2011	ナビスコカップ(現ルヴァンカップ)
2012	ナビスコカップ(現ルヴァンカップ)
2013	天皇杯
2014	天皇杯
2015	ナビスコカップ(現ルヴァンカップ)
2016	Jリーグ、天皇杯
2017	天皇杯
2018	AFCチャンピオンズリーグ

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。

FY2020.6 1Qの決算発表は、2019年11月7日15時以降を予定しております。



株式会社メルカリ 証券コード：4385