

2021年12月期 第2四半期

決算説明資料



1. 2021年12月期上半期業績概要

2. 今後の戦略

3. 参考資料

2021年12月期 上半期業績概要

2021年12月期 上半期の主なポイント

- **営業利益は前年比+77%**

上半期の営業利益率は36%と高い水準を達成
売上も通期の業績予想が前年比+7%に対して+15%と堅調な伸び

- **手数料売上の売上シェアが全体の6%まで増加**

2020年3Qから開始したネット決済・配送代行の手数料売上のシェアが拡大
今後、急拡大させる道筋もつきつつある

- **PVは2020年の緊急事態宣言による急増の影響で横ばい**

上半期では計画どおりに推移
3Qには広告効果検証を含めたCM実施を予定

- **「投稿数最大化」の取組みが進捗**

投稿数を最大化するための行政、法人との提携が加速

2021年12月期 上半期の業績概要

営業利益は前年比+77%、営業利益率も36%と高い水準となった

| | 2021年12月期 上半期累計 <small>(単位：百万円)</small> | 2020年12月期 上半期累計 <small>(単位：百万円)</small> | 前年比 <small>(小数点以下四捨五入)</small> |
|----------------|---|---|-----------------------------------|
| 売上高 | 802 | 698 | +15% |
| 売上原価 | 92 | 68 | +36% |
| 売上総利益 | 709 | 629 | +13% |
| 販売費及び 一般管理費 | 416 | 464 | -10% |
| 営業利益 | 292 | 165 | +77% |
| 営業利益率 | 36% | 24% | +12pt |
| 経常利益 | 286 | 164 | +74% |

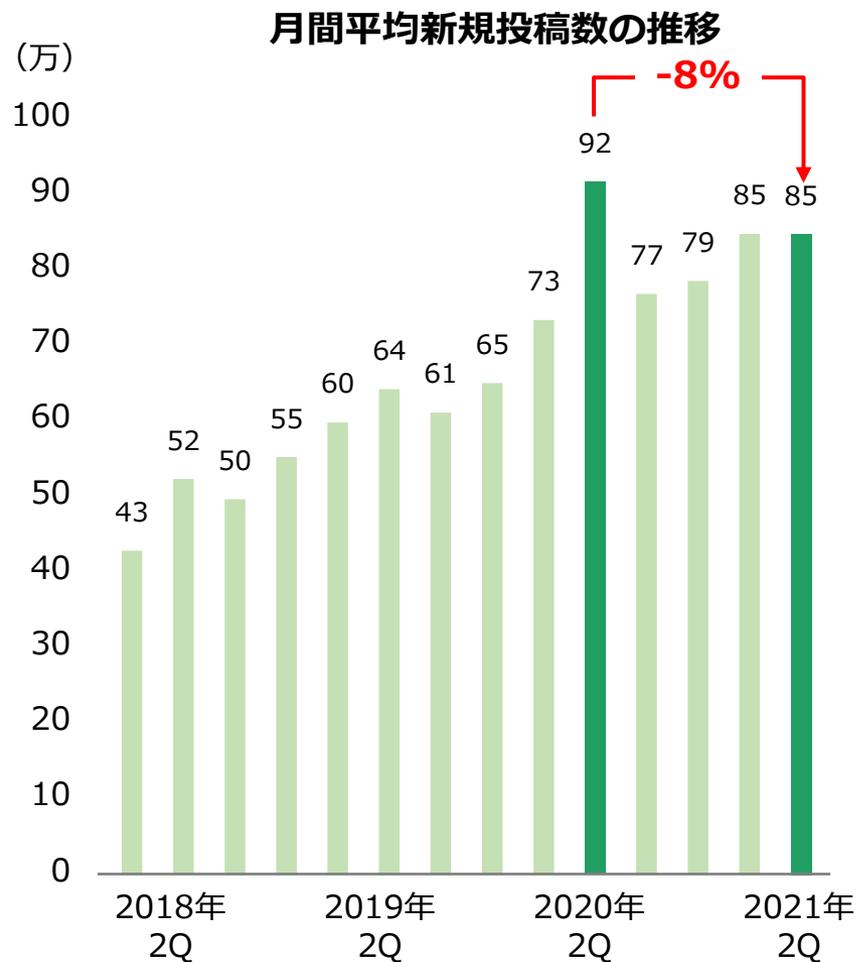
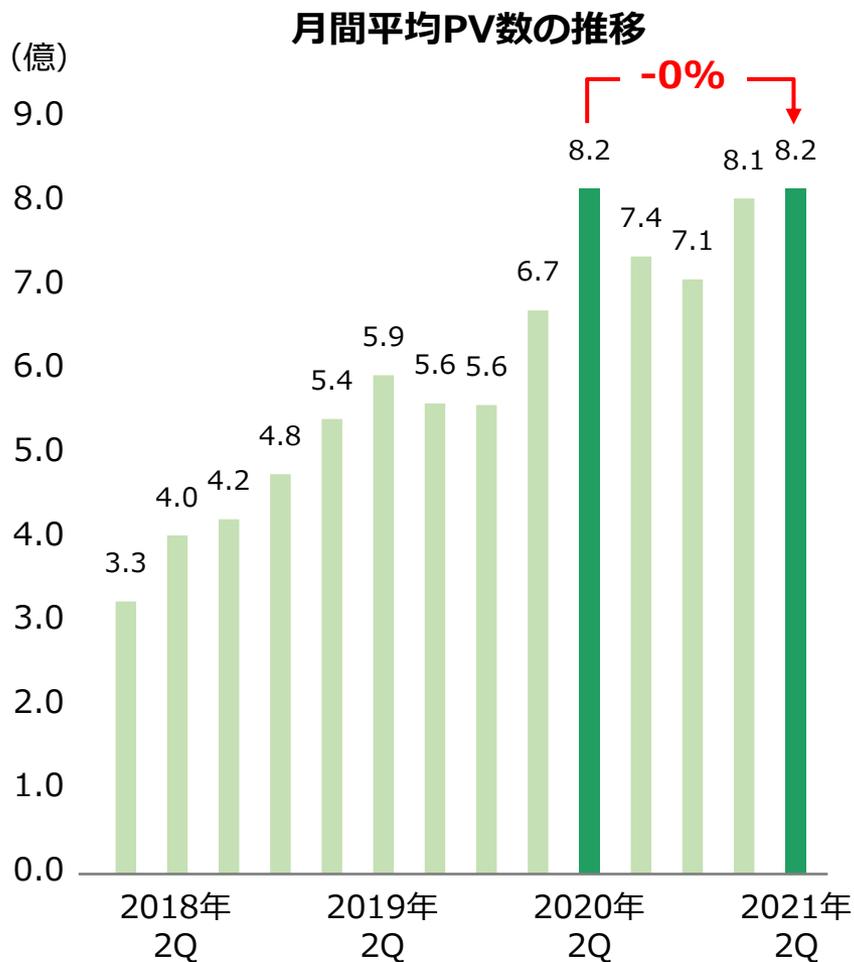
2021年12月期 上半期実績と業績予想に対する進捗率

いずれの指標も進捗率は順調に推移
3Qに広告宣伝へのコスト投下を行う予定

| | 2021年12月期 上半期累計実績 (単位：百万円) | 2021年12月期 業績予想 (単位：百万円) | 進捗率 (小数点以下四捨五入) |
|-------|----------------------------------|-------------------------------|--------------------|
| 売上高 | 802 | 1,467 | 55% |
| 営業利益 | 292 | 335 | 87% |
| 経常利益 | 286 | 334 | 86% |
| 当期純利益 | 241 | 279 | 86% |

PV数・投稿数の推移

前年同期比では2020年4月からの需要急増の反動でPV数はほぼ横ばい



補足：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の3種類

① マーケティング支援売上

機能課金

投稿を目立たせる機能を販売

リストの上部に戻すリフレッシュ

リストの上部に固定するPR枠



成果報酬

メディアとデータを連携し送客



② 自動配信売上

アドネットワークを利用した自動配信型の広告をコンテンツ内に掲載

③ 手数料売上

Jimoty内で特定の機能を利用したトランザクションに対して、一定金額を課金

ネット決済機能

オンライン上で決済を済ませる機能
決済金額の5%が売上となる



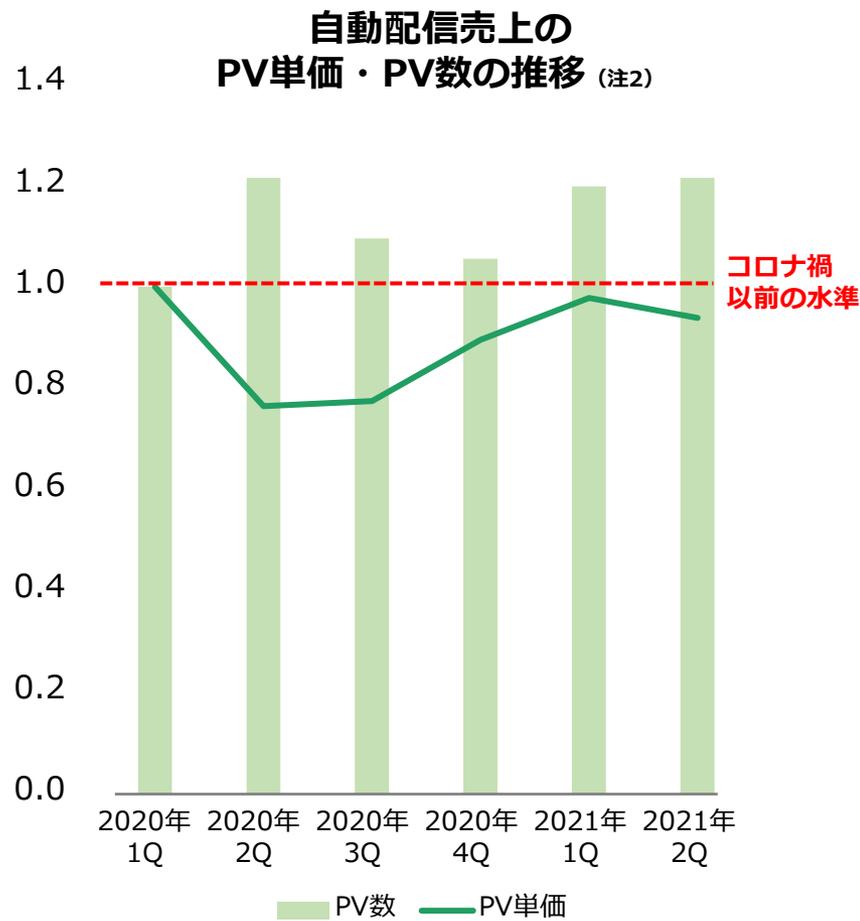
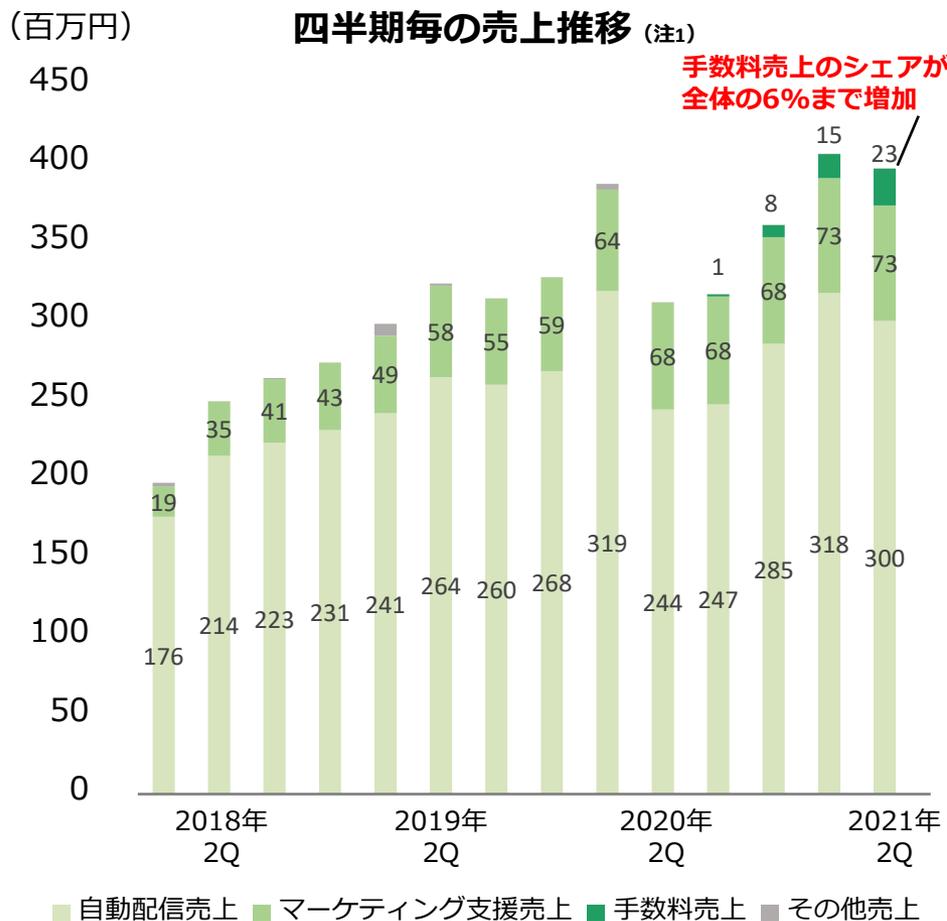
配送代行機能

成約時に荷物の輸送を代行する機能
距離、重さで料金変動



売上推移（内訳別）

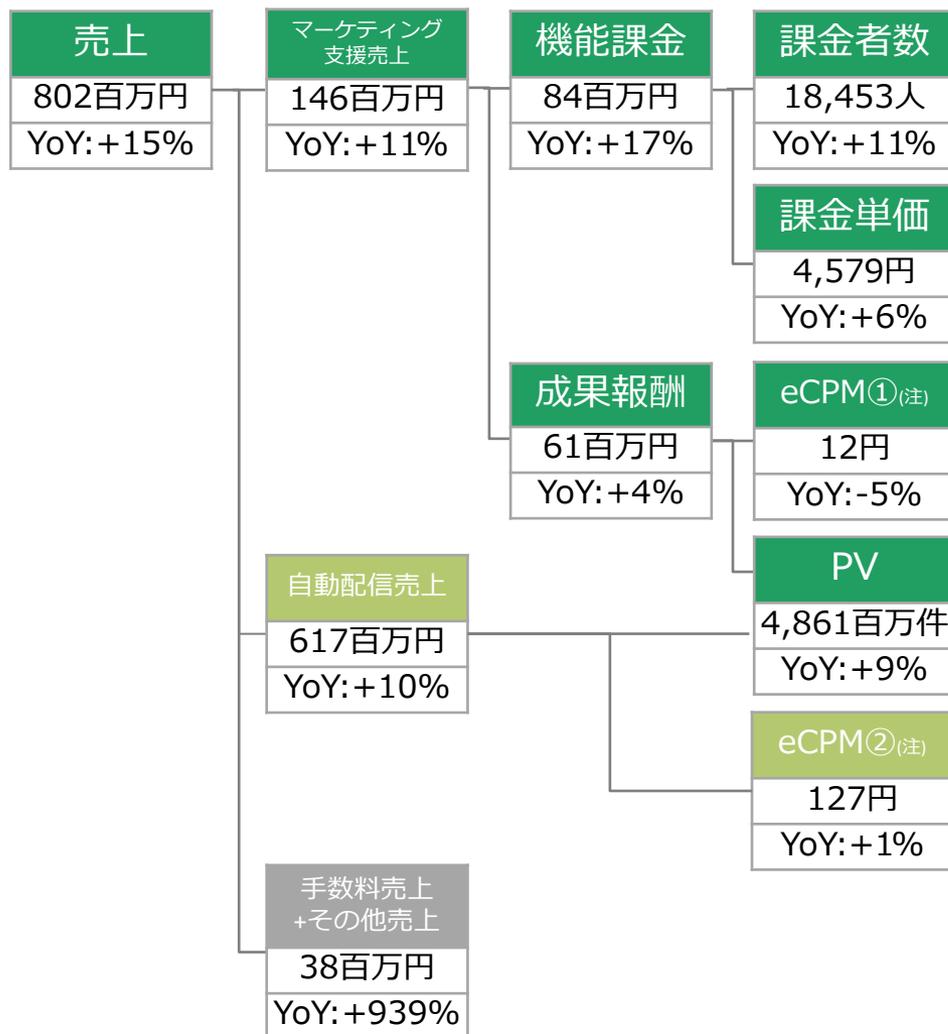
2020年3Qから開始した手数料売上シェアは、全体の6%まで増加
 広告単価が前年比で回復傾向、2Qは前年同期比で+23%で着地



注 (1) 自動配信売上・マーケティング支援売上（機能課金+成果報酬）、手数料売上（ネット決済+配送代行）以外の売上を「その他売上」として区分
 (2) PV数・自動配信売上のPV単価推移ともに2020年1Qの月次平均を1とした場合の指数を算出

2021年上半期と2020年上半期のKPI比較

マーケティング支援売上及び自動配信売上は前年比で+10%と想定よりもやや回復が早い
手数料売上が予想より早い立ち上がりとなった



- 機能課金利用者数は市況の影響を受けず順調に増加
- 利用回数が増加し課金単価も上昇

- 市況悪化の影響を受けて、接続先メディアにおける情報件数の減少傾向が続いている

- PV数は1Qの発射角からはほぼ想定通りに推移

- PV単価はコロナ禍前の水準にはまだ届かないものの、回復基調

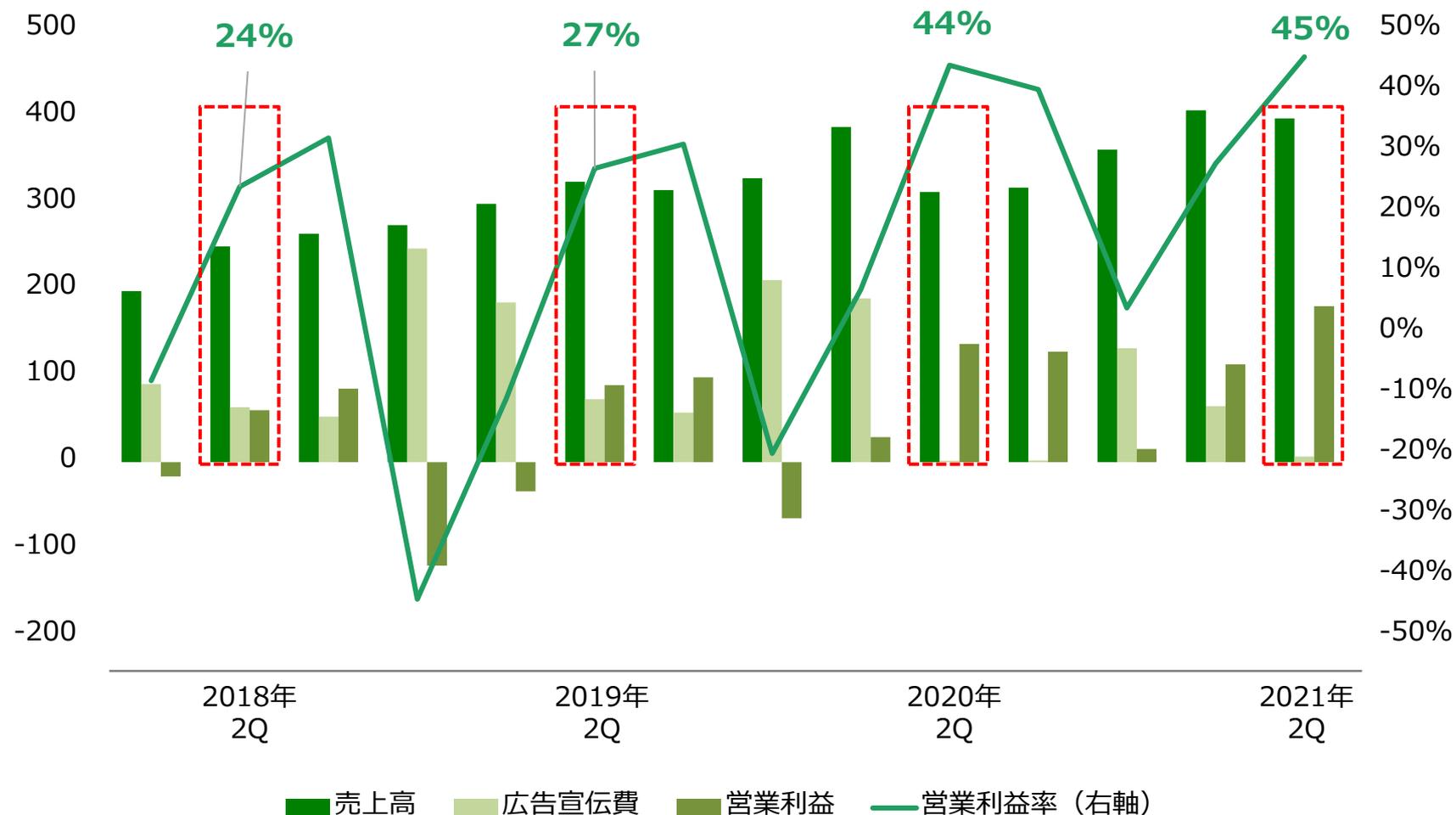
- ネット決済、配送代行など手数料売上が成長
- 今後、売上シェアを伸ばす施策も進捗

注 eCPM : 1000回表示当たりの収益

四半期ごとの売上・営業利益率

2Qは例年通り大きな広告宣伝は実施せず、高い営業利益率となった
TVCMの投下は例年11月実施だったが季節トレンドの再検証により3Q実施を予定

(百万円)



貸借対照表

2021年5月に実施した約8億円分の自己株式の取得により流動資産と純資産に変動がある

| | 2021年12月期 第2四半期 (単位：百万円) | 2020年12月期 期末 (単位：百万円) | 増減 (単位：百万円) |
|--------|--------------------------------|-----------------------------|----------------|
| 流動資産 | 1,220 | 1,623 | -403 |
| 現金及び預金 | 1,035 | 1,399 | -363 |
| 固定資産 | 98 | 99 | -0 |
| 総資産 | 1,318 | 1,722 | -404 |
| 流動負債 | 243 | 318 | -75 |
| 固定負債 | 226 | 6 | +220 |
| 純資産 | 848 | 1,397 | -549 |
| 自己資本比率 | 64% | 81% | -17pt |

今後の戦略

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

当社が解決したい課題

増加する余剰と増加する不足をうまくマッチングして無駄のない社会を実現したい

余剰

- まだ使えるのに捨てられる家具や家電
- まだ走れる走行距離の多い中古車

- 昼間に数時間だけ働ける主婦
- 定年退職したが、まだまだ元気な高齢者

余剰を



足りないに

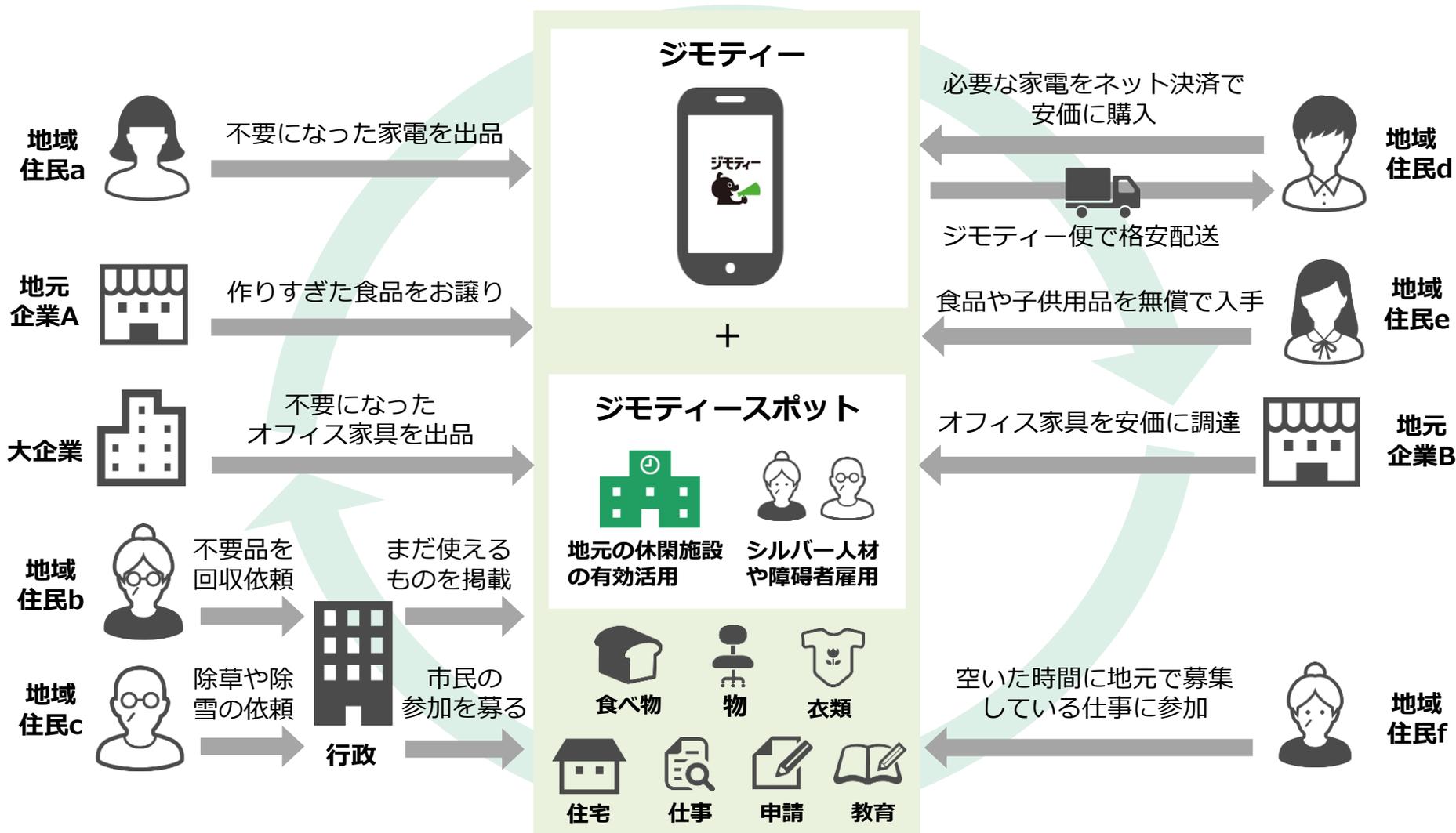
足りない

- 経済的な観点から、まだ使えるものであれば譲ってほしい人
- 条件にこだわりはないが仕事の車が必要な人

- 市民参加でインフラ維持を効率化したい市役所
- 専門性がある人に短時間の仕事を頼みたい企業

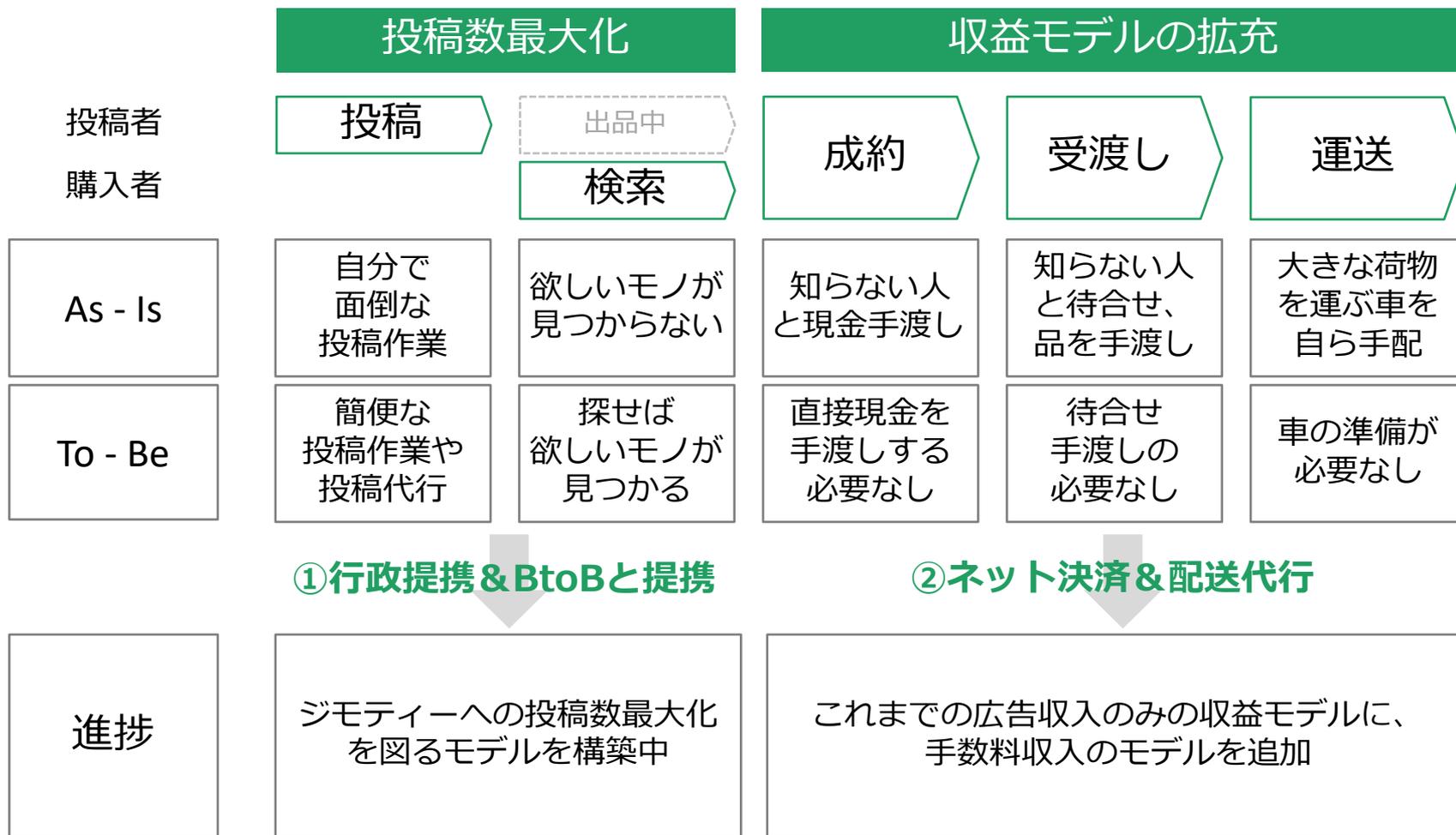
実現したい世界観

地元で個人・企業・行政が必要なものを互いに融通しあえる
持続可能で豊かな世界をつくりたい



戦略上の重点施策

戦略上の主な注力ポイントは「投稿数最大化」と「収益モデルの拡充」の2つ



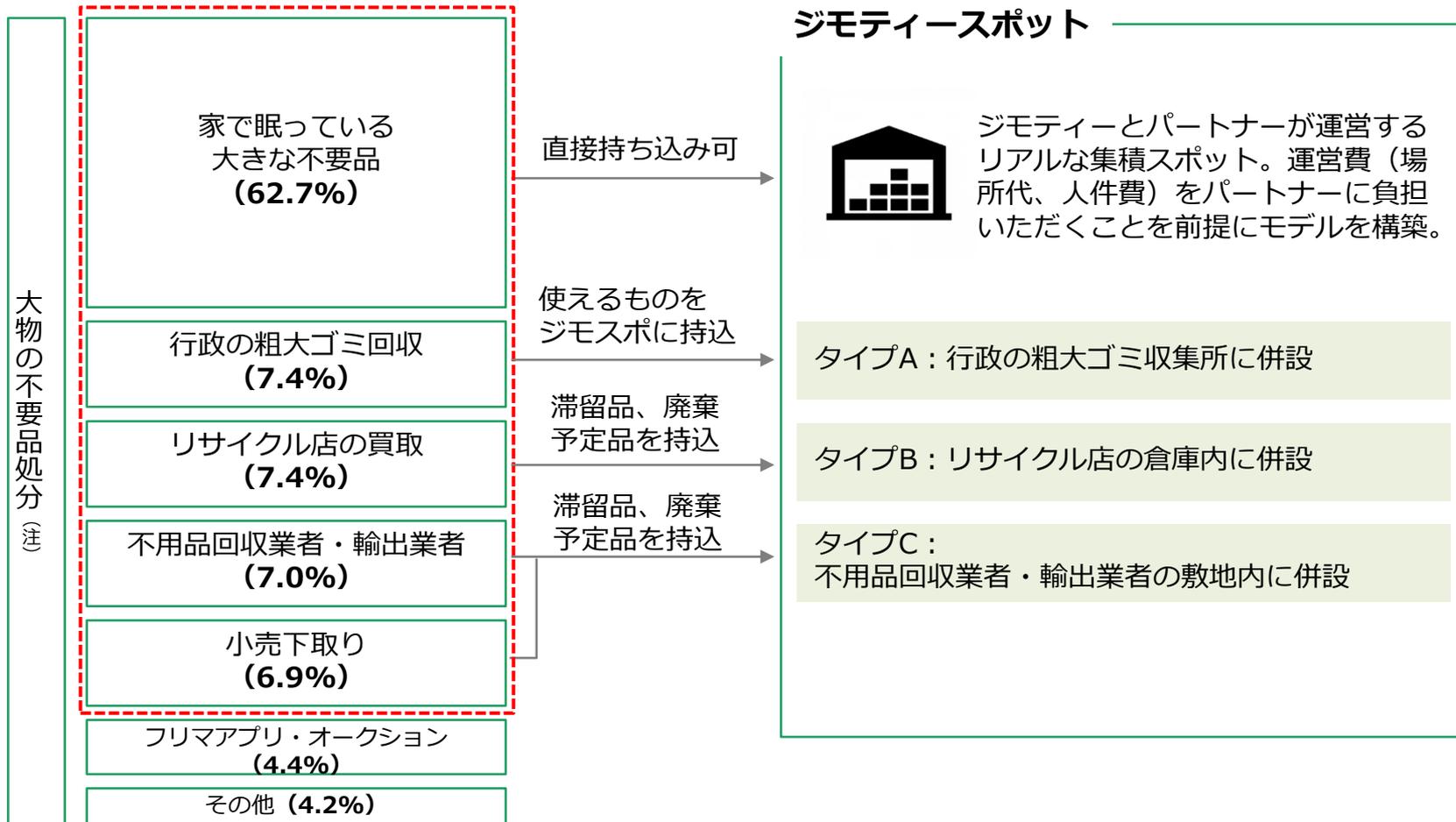
不要品が捨てられる確率を下げる仕組み作り

投稿数
最大化

収益モデル
拡充

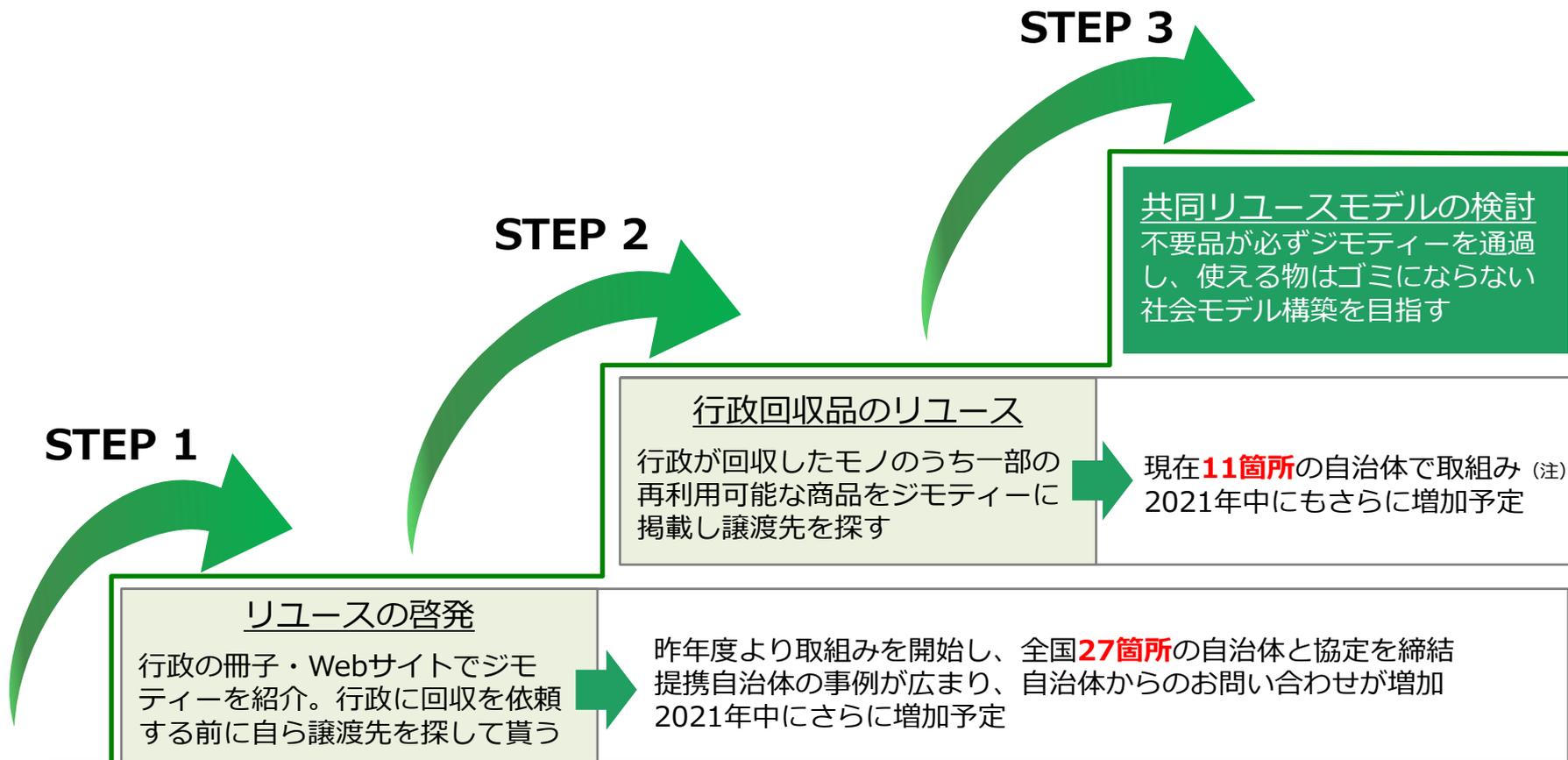
不要品が捨てられる前にジモティーを通過する確率を爆発的に伸ばすため、リアルなスポットを行政、法人と一緒に構築中

このなかで当社の想定シェアは1.7%
莫大な成長余地がある



注 出所: 特に廃棄・放置されやすい家具・家電や自転車・バイク・自動車などの大型のものの処分方法を、環境省(平成30年度)「リユース市場規模調査報告書」より当社分析割合はそれぞれの品種の不要品個数で加重して算出/当社数値データは該当期間の同品種に関する実績数値から想定を試算

提携数は着実に増加し全国で27箇所の自治体と協定を締結
いよいよ社会モデルを変革するスキームの構築に着手



注 掲載予定の自治体を含む

これまで商品化しにくかった在庫をジモティーと共同で販売
廃棄を減らし、収益が上がるモデルを実現

法人との提携事例

大手を中心に下記のような企業と提携を推進中。法人の在庫に含まれる「今まで売れづらかったもの」をジモティーに掲載し、地域でのマッチングを加速していく。

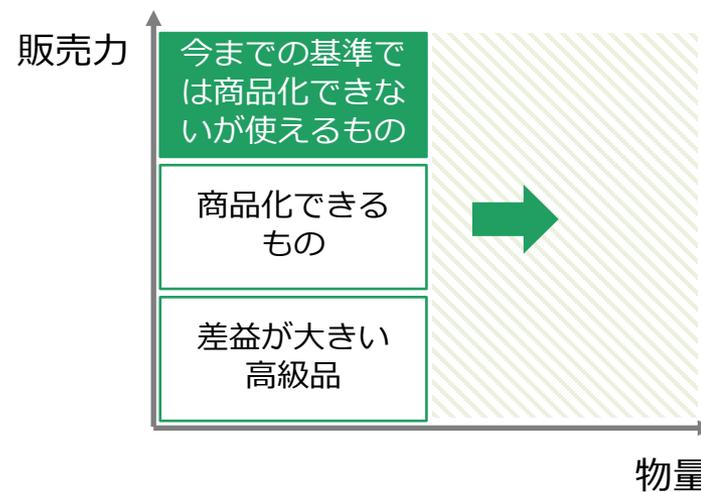
BOOK・OFF[®]

Super Recycle Shop
Wattmann

HAMAYA

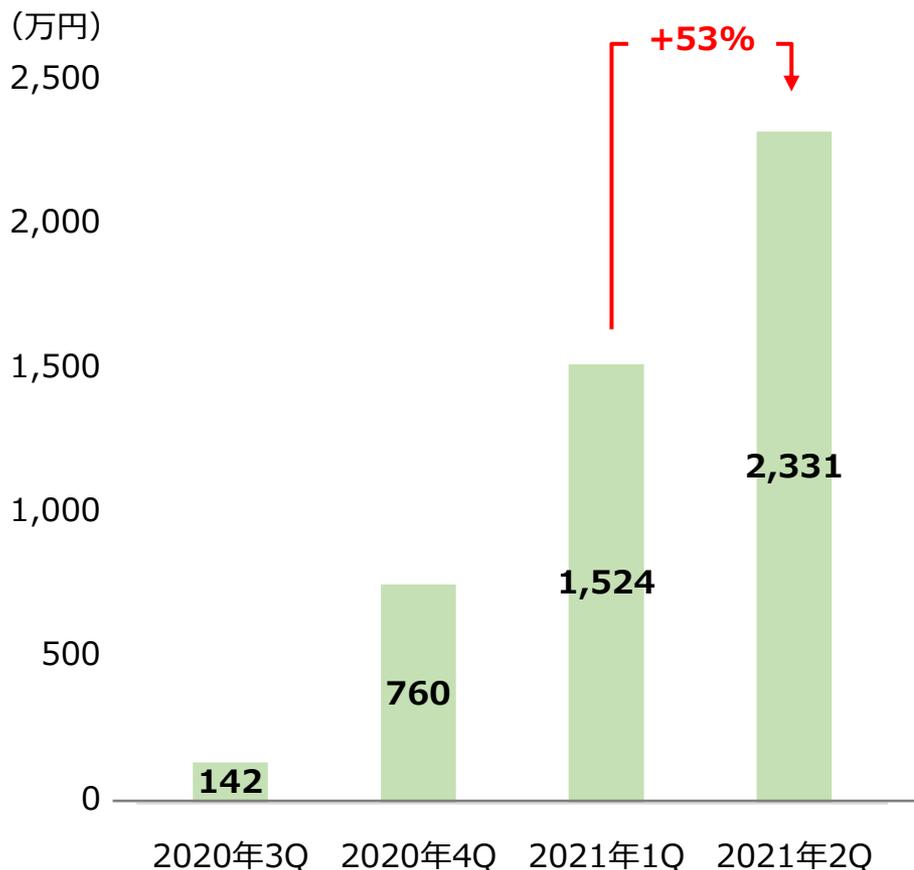
今後の方針

売れるものの拡大に合わせ、仕入れの拡大
をご提案していく



手数料売上（ネット決済+配送代行）は順調に拡大
特に短期的にはネット決済の手数料売上には成長の余地が大幅にある

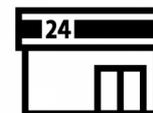
手数料売上の推移



主な施策概要

ネット決済：支払い手段拡充

コンビニ払い、クレジットカードの種類追加、銀行支払に対応。今後も後払い、キャリア決済など手段を拡充予定。



ネット決済：利用事例の展開

エスクロー機能の拡充により、取引量の増大を図る。



配送代行：システム効率化

マッチングシステムを自動化し、対応人員のコスト削減及び効率的なマッチングを実現。

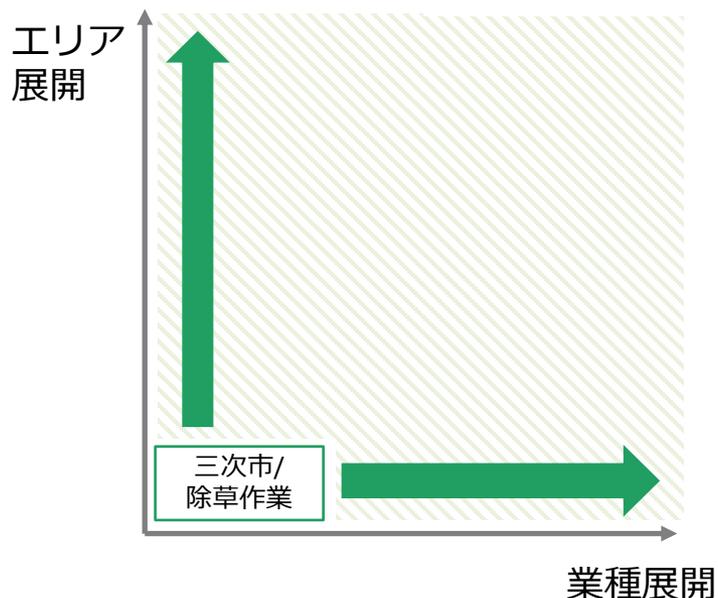


人材マッチングの新たな取組み

自治体と地域住民のマッチングを促進することで労働力不足を解消し、作業負担を軽減するシステム「LOCONET」を7月上旬にリリース（広島県三次市と実証実験を実施中）

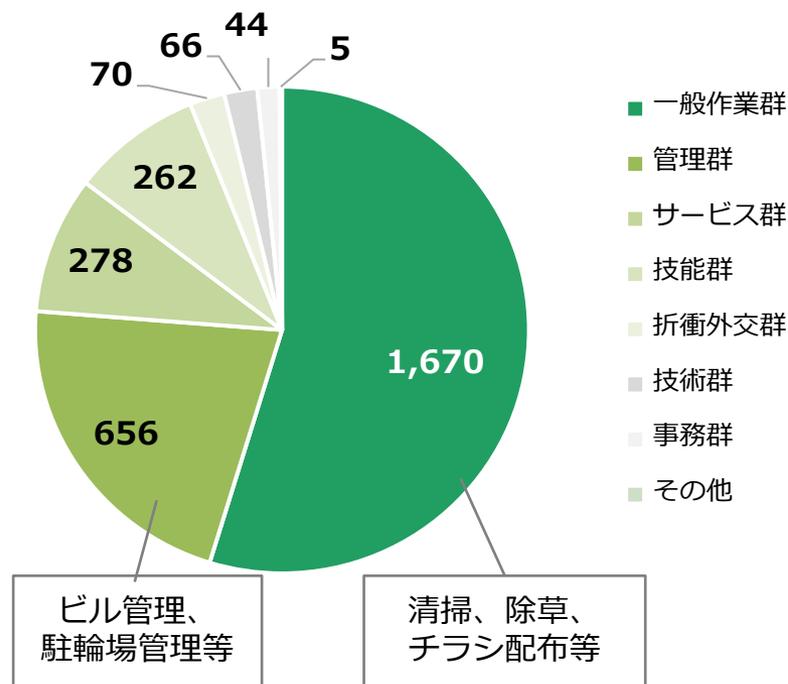
展開イメージ

エリアごとに存在するセミプロマッチング
×業務管理システムの市場に展開を行う



ターゲットとなる市場例

シルバー人材センター
就業分野別契約金額推計（億円）



ご参考

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: 92名（2021年6月末現在）※臨時雇用者数44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 岩崎優一

取締役 日向野朋実

社外取締役 伊藤邦宏

※株式会社NTTドコモ マーケティングメディア部長 兼
事業戦略室 事業戦略担当部長（現任）

社外取締役 吉田大志

※本多・森田・吉田法律会計事務所 パートナー（現任）

監査役 平井新也

監査役 川波拓人

監査役 神先孝裕

経営陣



**代表取締役社長
加藤貴博**

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。



**取締役
片山翔**

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。



**取締役
岩崎優一**

東京理科大学卒業後、1996年会計事務所に入所し、クライアント先の経理、労務等の業務に従事。その後事業会社にてバックオフィス業務及び上場準備業務に携わる。2015年株式会社ジモティーに入社、2018年取締役に就任。



**取締役
日向野朋実**

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。



**社外取締役
伊藤邦宏**

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。



**社外取締役
吉田大志**

成蹊大学大学院法務研究科修了。最高裁判所司法研修所修了。新規事業のリーガルサポート、民事訴訟を中心に取扱う法律事務所を経て、本多・森田・吉田法律会計事務所にパートナーとして参画。2020年株式会社ジモティー社外取締役に就任。

地域の今を可視化して
人と人の未来をつなぐ

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

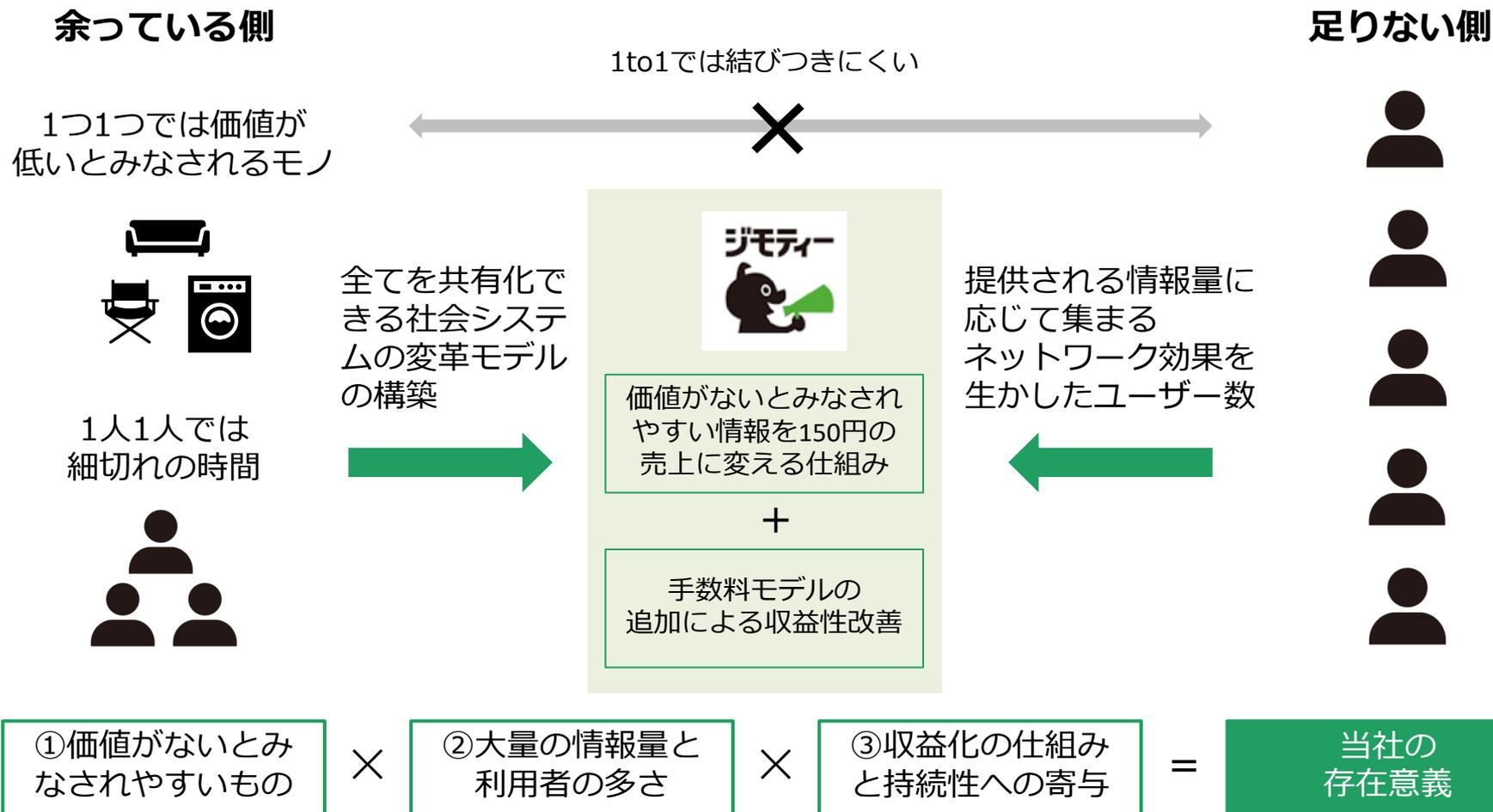


提供カテゴリ

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

当社だからこそ提供できる互助システムの構築

経済的価値がほとんど無いとみなされているモノや情報でも大量に扱うことと、収益化の工夫で大きな互助システムとなり、同時に社会の持続性に貢献することができる



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

不要品の譲渡



引っ越しのため家具家電一掃します！
0円

千代田区

2月3日

- ・ 0円で譲渡
- ・ 早く処分

中古車の処分



軽トラ ホンダ アクティ AC
5F
60,000円
アクティ
174,400km

- ・ 高走行距離
- ・ 低価格

アルバイト募集

単発 01/21
日給 11000円
建築

【急募】 01月21日/単発/日払い/
渋谷区: 【日給1万円! 事務所待…
日給11,000円

東京都 渋谷区

1月18日 ★

- ・ 単発
- ・ 日払い

不動産の入居者募集



【短期シェアハウス】 水天宮前駅
から徒歩5分★礼金0円★
12,600円

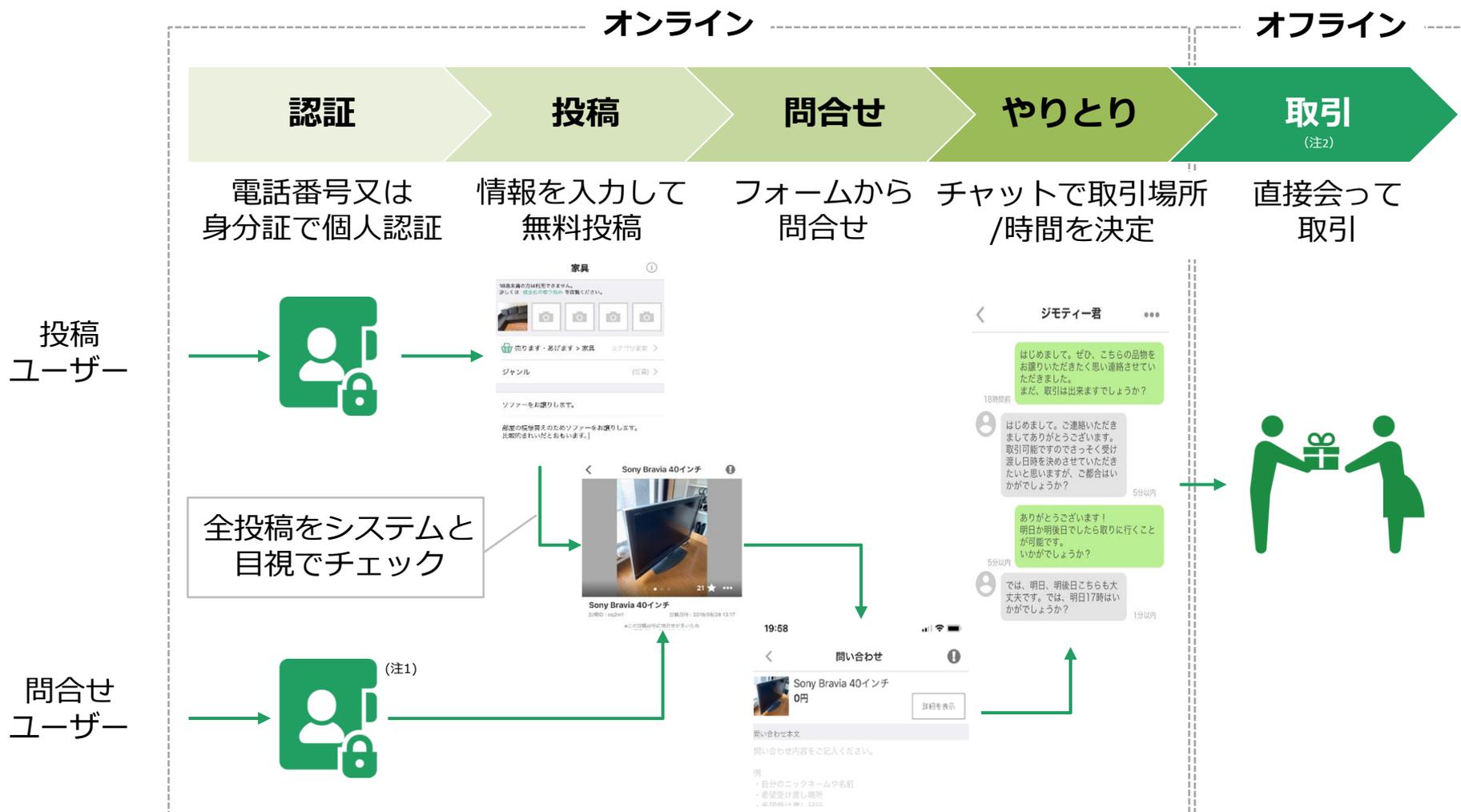
1R 共有部約45.5㎡ 専有部7㎡
水天宮前駅

8月29日

- ・ 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
(2) 「売ります・あげます」カテゴリにおける取引例

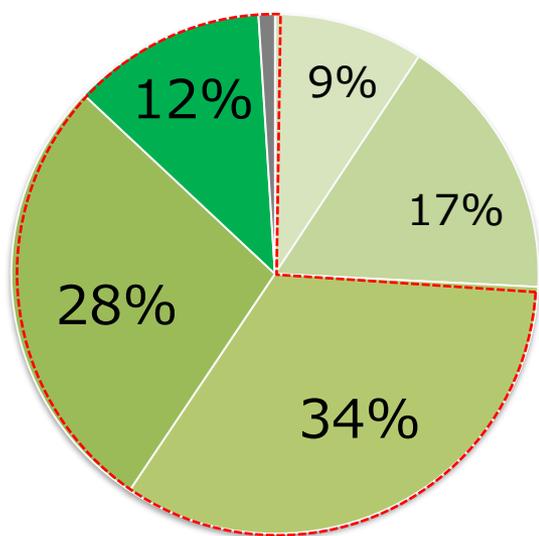
ユーザーの特徴

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)



■ 20～29歳 ■ 30～39歳 ■ 40～49歳
■ 50～59歳 ■ 60歳以上 ■ 19歳以下



■ ジモティー ■ 全国平均



男性
41%



女性
59%

注 (1) 出所：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
(2) 出所：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が重要

認証レベル

投稿の品質

やりとりの質

取引後のケア

取組みの 基本姿勢

投稿内容に合わせた
認証レベルの担保

投稿品質の維持、
禁止物の排除

履歴の保存、
トラブルを未然防止

トラブル解決に向け
た積極的な関与

実施施策の 概要

- ・ 投稿時の電話番号
or 身分証必須

- ・ システム&目視で
全件チェック

- ・ やりとり内容の
全件フィルタリング

- ・ トラブル時の
積極的なケア

- ・ カテゴリや
投稿内容による
認証レベルの強化

- ・ 投稿禁止項目の随時
アップデート

- ・ サービス外での
やりとりの禁止、
ユーザー啓蒙^(注)

- ・ 有事に備えた
保険商品の用意

- ・ 利用履歴引き継ぎ、
行動履歴による
信頼度の評価

- ・ 各種外部機関との
情報連携

- ・ 通報情報などによる
警告、利用停止、
利用禁止の実施

- ・ 評価情報の蓄積に
よる信頼性の向上

例：

- 古物商許可証
- 法人書類
- 身分証2枚

注 カテゴリにより異なる

免責事項

- 本資料に掲載されている情報には、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大きく異なる可能性があることにご留意ください。
- 上記の実際の業績に影響を与える要因としては、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・修正を行う義務を負うものではありません。