

2020年12月期 第2四半期

決算説明資料



- 1. 2020年12月期上半期業績概要**
- 2. 新型コロナウイルス感染症による影響**
- 3. 戦略**
- 4. 参考資料**

2020年12月期 上半期業績概要

2020年12月期 上半期の主なポイント

- ・ **営業利益は前年比で+199%**

第2四半期の営業利益率は44%と高い水準を達成
広告宣伝費、カスタマーサポートの業務フロー見直しなどコスト効率化を実施

- ・ **KPIは前年同期比でPV+37% 投稿数+43%と伸張**

コロナウイルスの影響で新規ユーザー数・一人当たりの利用機会の双方が増加
中でも家具・家電の投稿数が高い成長率

- ・ **売上は前年比+12%**

広告需要の減少により広告単価が下落
6月から徐々に単価は回復傾向

- ・ **新しいモデルの検証を実施**

7月末よりネット決済機能を導入
運送代行などの新スキームも導入検証を予定

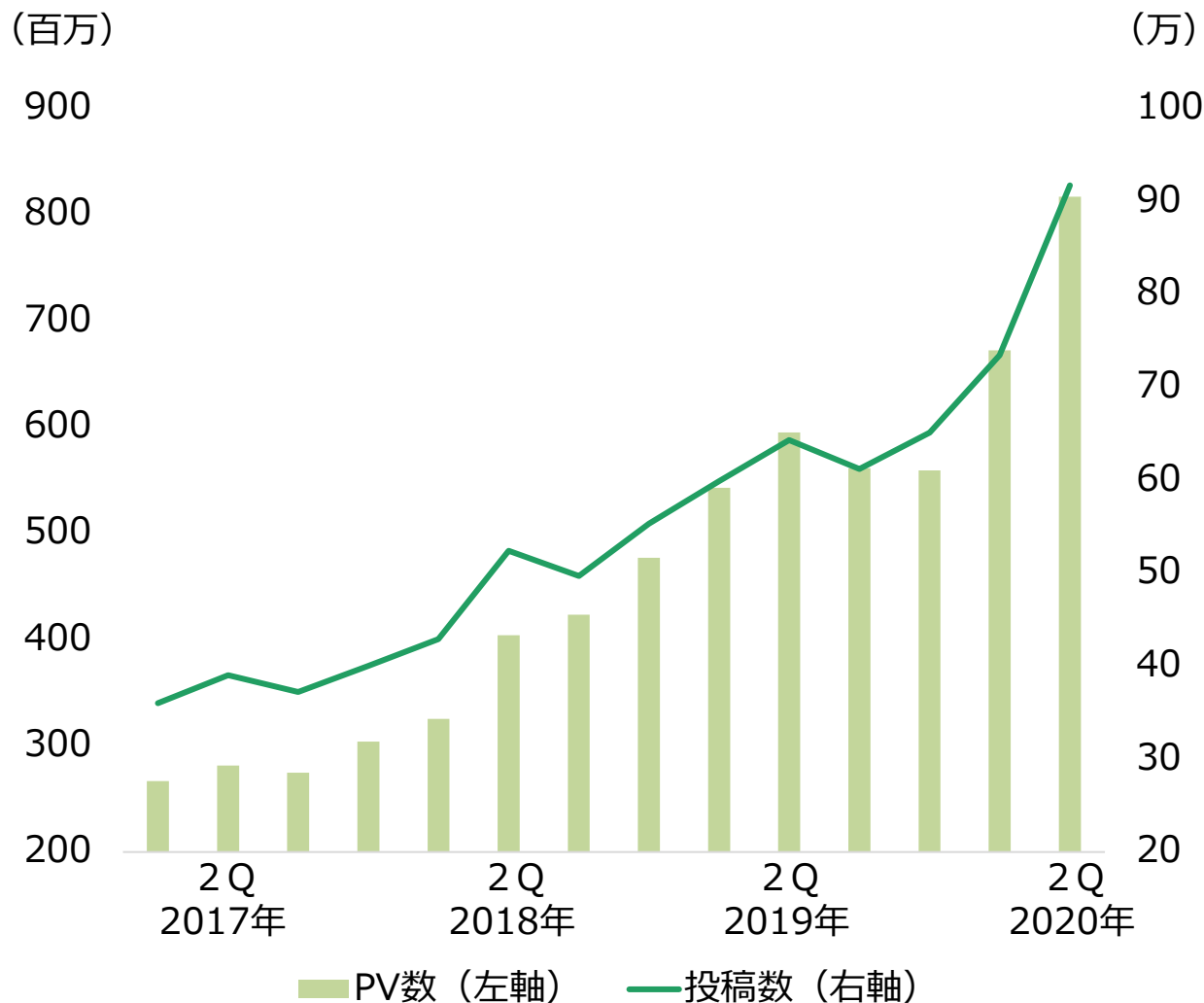
2020年12月期 上半期累計の業績概要

売上高は前年比+12%、原価・販管費ともに効率化を実施
営業利益、経常利益ともに前年比約+200%

	2020年12月期 上半期累計 (単位：百万円)	2019年12月期 上半期累計 (単位：百万円)	前年比 (小数点以下四捨五入)
売上高	698	621	+12%
売上原価	68	69	-1%
売上総利益	629	552	+14%
販管費及び 一般管理費	464	497	-7%
営業利益	165	55	+199%
営業利益率	24%	9%	+15 p
経常利益	164	54	+204%

PV・投稿数の推移

PV数は前年同期比で+37%、投稿数は+43%
在宅時間、地域内情報の需要増加によりユーザー数は順調に成長



成長率
(2019年2Q→2020年2Q)

PV数
+37%

新規投稿数
+43%

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の2種類

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



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

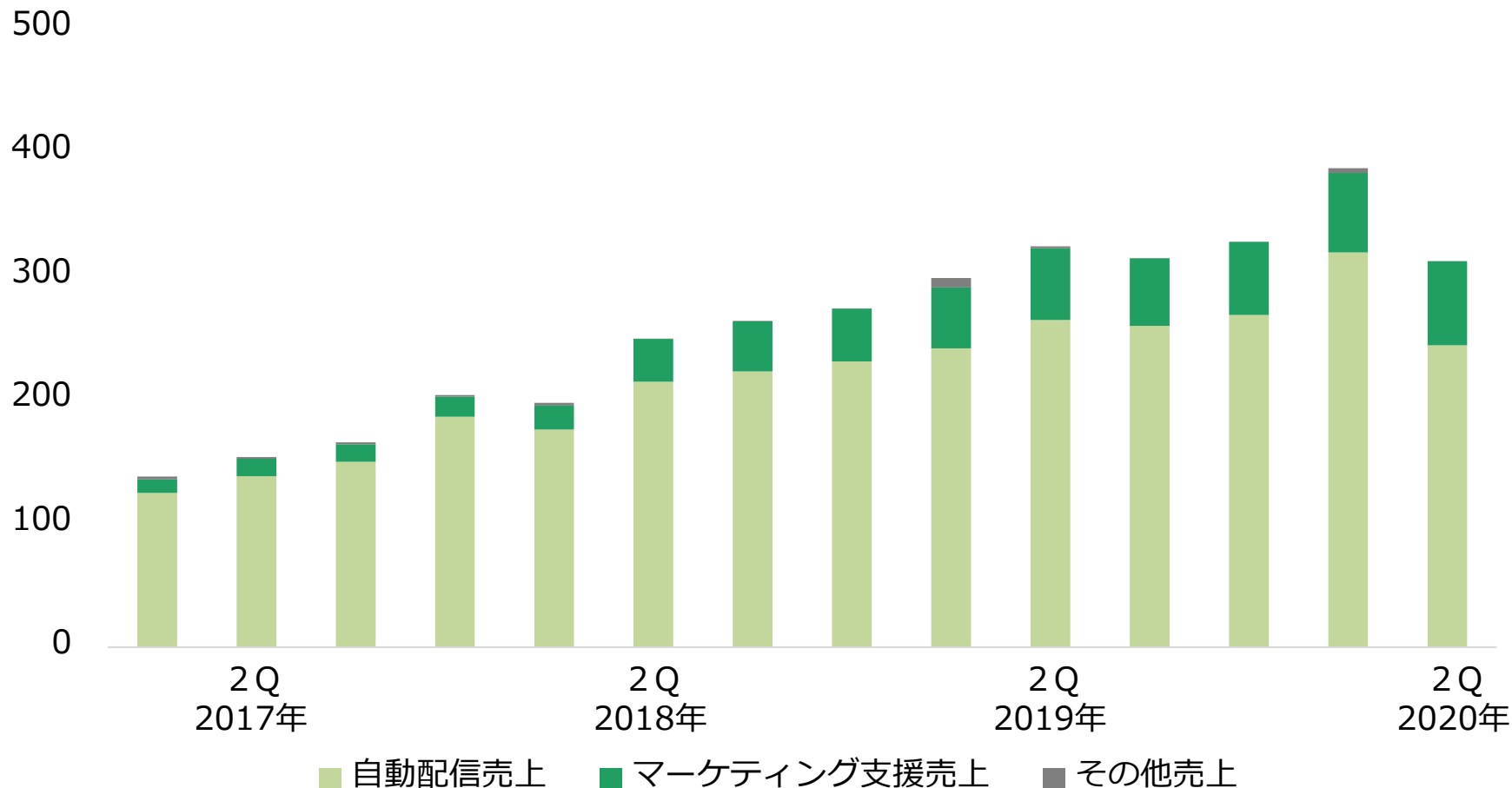


売上推移（内訳別）

第2四半期の自動配信売上は単価下落により前年同期比-8%

マーケティング支援売上は提携先の見直しにより前年同期比+17%

（百万円）



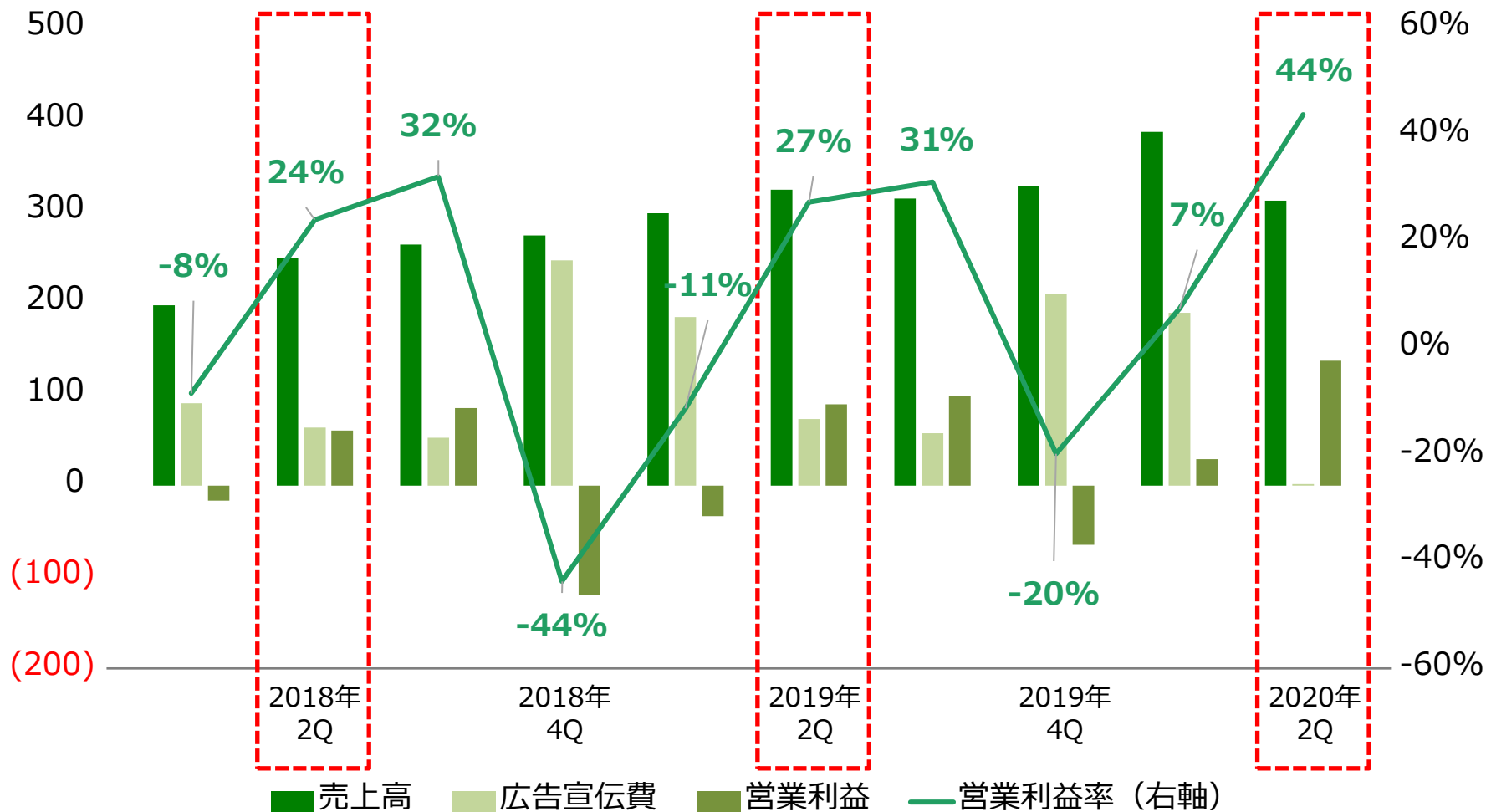
注 自動配信売上・機能課金売上・成果報酬売上以外の売上を「その他売上」として区分いたしました。

四半期ごとの営業利益率

第2四半期の営業利益率は44%と高い水準を達成

広告宣伝費、カスタマーサポートの業務フロー見直しなどコスト効率化を実施

(百万円)



貸借対照表

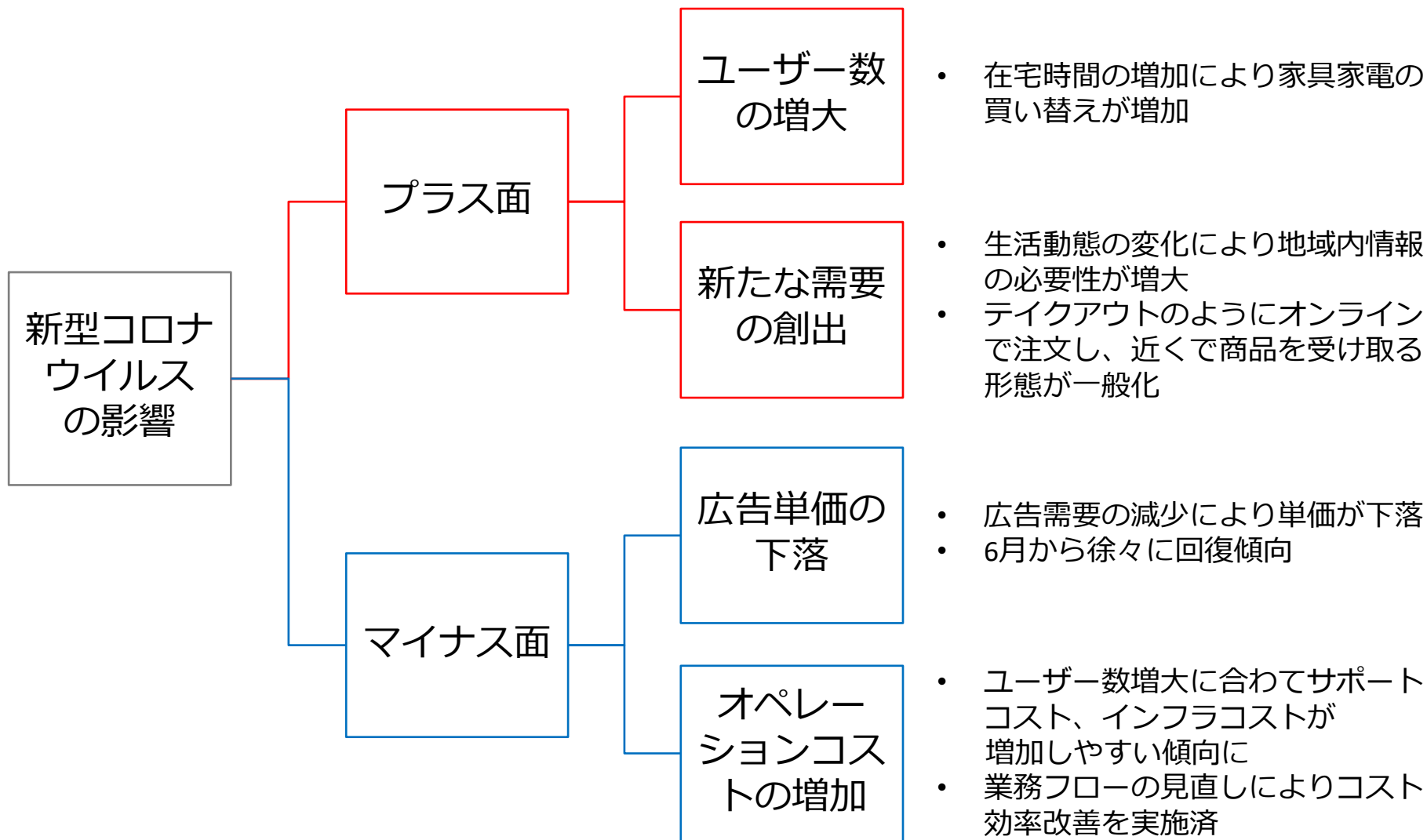
営業利益率改善によりキャッシュが積み上がり自己資本比率は89%に
情勢が落ち着くまでは健全な財務状態の維持を目指して大きな投資を控える

	2020年12月期 第2四半期 (単位：百万円)	2019年12月期 (単位：百万円)	増減 (単位：百万円)
流動資産	1,139	866	+272
現金及び預金	965	643	+321
固定資産	98	86	+12
総資産	1,238	952	+285
流動負債	122	198	△75
固定負債	6	6	—
純資産	1,109	748	+360

新型コロナウイルス感染症 による影響

新型コロナウイルス感染症による影響

長期的には地域情報サイトにとってはマーケット拡大の好機
短期的には広告需要の減少がマイナス要因



20年上半期と19年上半期のKPIの比較

ユーザー数の指標は好調

広告単価の指標が市況影響を受けている

売上	マーケティング 支援売上	機能課金	課金者数
698百万円	132百万円	72百万円	16,696人
YoY:+12%	YoY:+23%	YoY:+13%	YoY:+26%
			課金単価
			4,341円
			YoY:-11%
		成果報酬	eCPM①*
		59百万円	13円
		YoY:+40%	YoY:+6%
			PV
			4,467百万件
			YoY:+32%
	自動配信売上		PV
	562百万円		4,467百万件
	YoY:+11%		YoY:+32%
	その他売上		eCPM②*
	3百万円		125円
			YoY:-16%

- 有料オプション利用者は増加
- 一人当たりの利用単価は市況の影響を受け一時的に低下が継続すると想定

- データ連携先を5社から11社に増やしたことにより単価が改善

- 特にジモティー内で流通の多い家具、家電の取引量が増大
- 広告宣伝を削減しても事業計画を上回る成長率が継続する想定

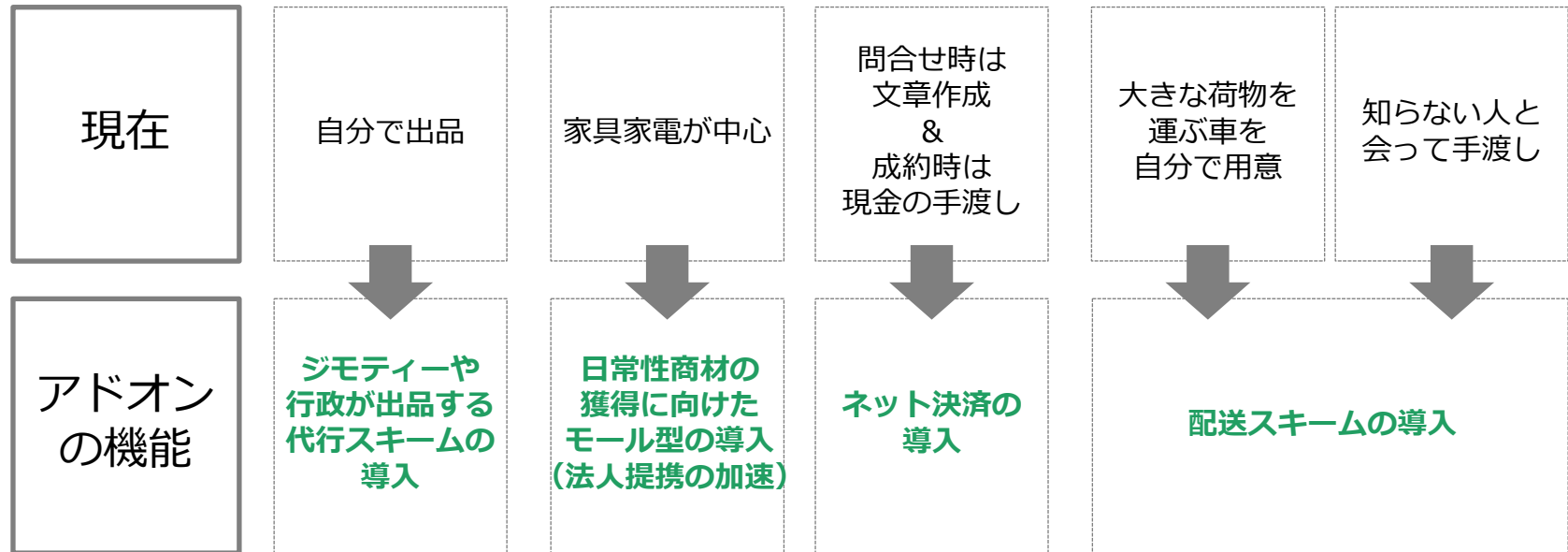
- 広告需要の減少により広告単価は下落
- 6月から単価は緩やかに回復傾向

注 eCPM : 1000回表示当たりの収益

戰略

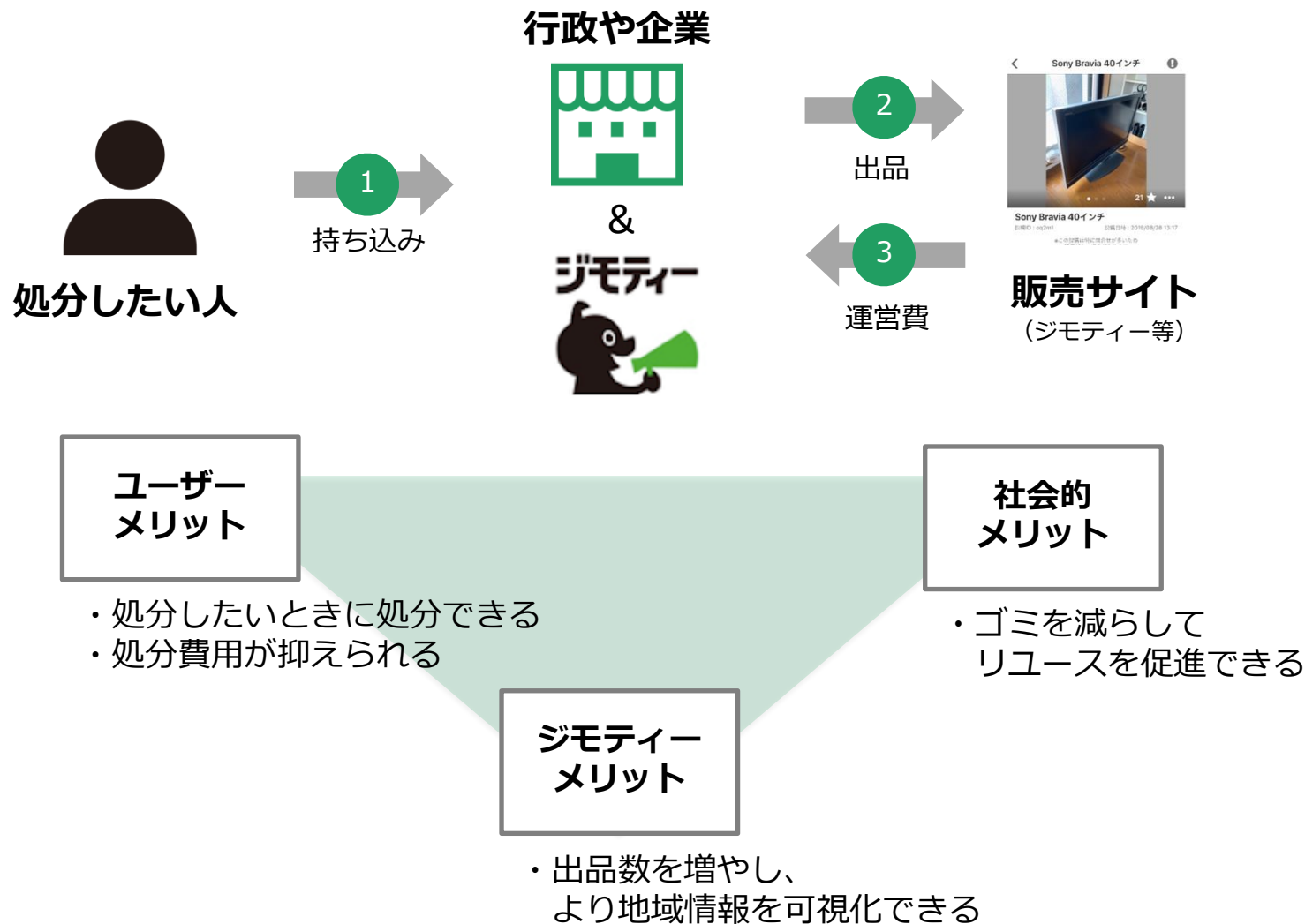
誰でも、いつでも、なんでも、モノを譲りやすい場所に

出品の代行、引き取り場所の設置、モール型の導入、ネット決済や配送スキームの導入により、地域のモノの譲り合いをより円滑に行える場所へと進化



不用品を引き取りジモティーでお譲り先を探す場所を増やす

処分しにくい大きな家具や家電などを引き取るスポットを順次開設予定
使えるモノであれば「すぐに」「なんでも」持ち込める場所



引き取り場所や出品代行の先行事例

さいたま市、北見市、羅臼町とゴミ削減を目指し協定を締結済み
今後、他の市区町村へも同様のスキームを展開予定

認知

提携方法①

市民向けの冊子やアプリで
「捨てる前にジモティーを活用
してリユース」の認知を促進

さいたま市

北見市



投稿

提携方法②

自治体職員が町民を訪問しジモティーの掲載をサポート

提携方法③

自治体が回収したものをジモティーで市民へお譲り



処分したい人

自治体への
サポート依頼

自治体への
処分依頼



自治体職員が
町民を訪問し
利用サポート



まだ使える
ものを選別



ジモティーで
リユース

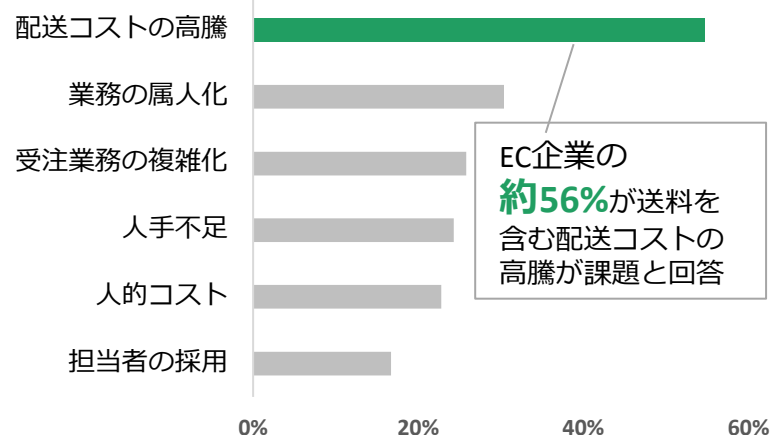
ネットで注文、地元で受け取るモデルの構築

オンラインで決済し、地元で商品を手渡しするクリック＆コレクトのモデルを推進
出品者の売上額に応じた手数料をお支払いいただく形の新しいビジネススキーム



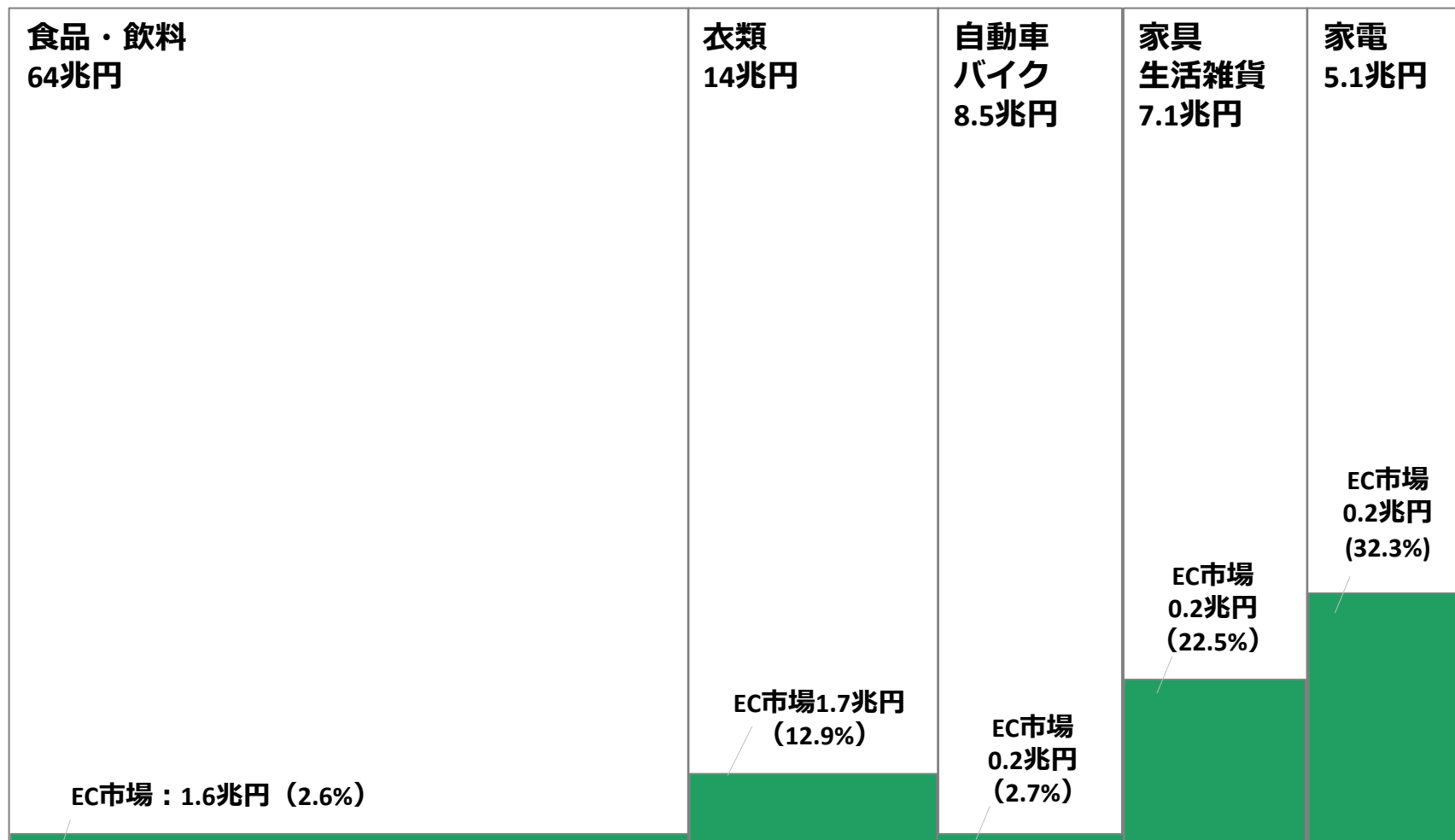
参考：既存ECの課題

宅配便運賃は2013年からの5年で約3割増加するなど送料を含む配送コストの高騰が課題となっている。



Local to Localの市場規模

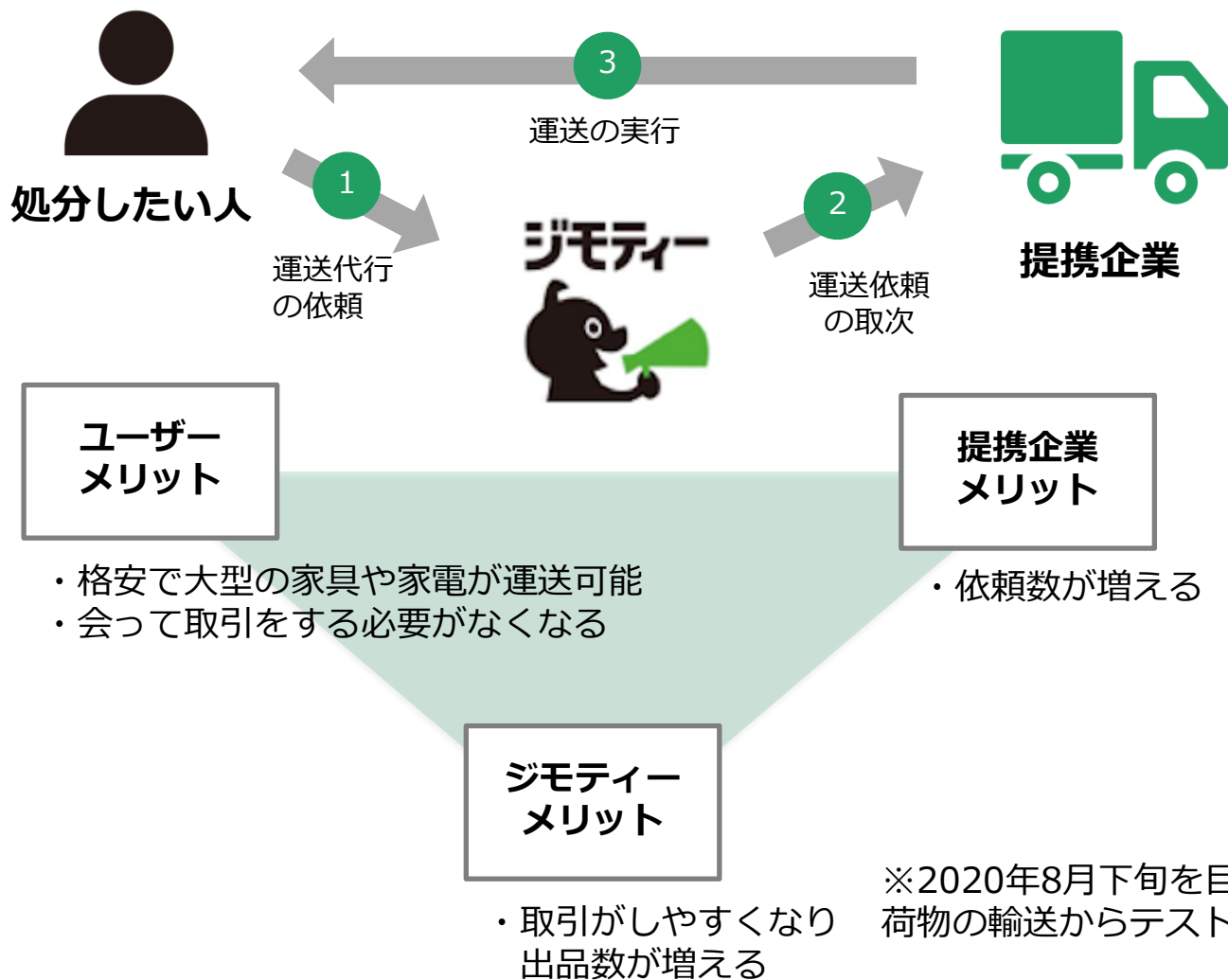
リユースに限らず、Local to Localのネット決済化されていない市場をターゲットにサービスを拡大していく予定



注 出所：経済産業省（平成30年）「我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備」

格安運送代行

近距離輸送に特化した大型の荷物を格安で運ぶ運送代行サービスを提供予定※



参考資料

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: 79名（2020年6月末現在） ※臨時雇用者数34名を含む

経営陣: 代表取締役社長 加藤貴博

代表取締役 片山翔

取締役 岩崎優一

取締役 佐々木将洋

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 マーケティングプラットビジネス推進部担当部長（現任）

社外取締役 吉田大志

※本多・森田・吉田法律会計事務所 パートナー弁護士（現任）

監査役 平井新也

監査役 川波拓人

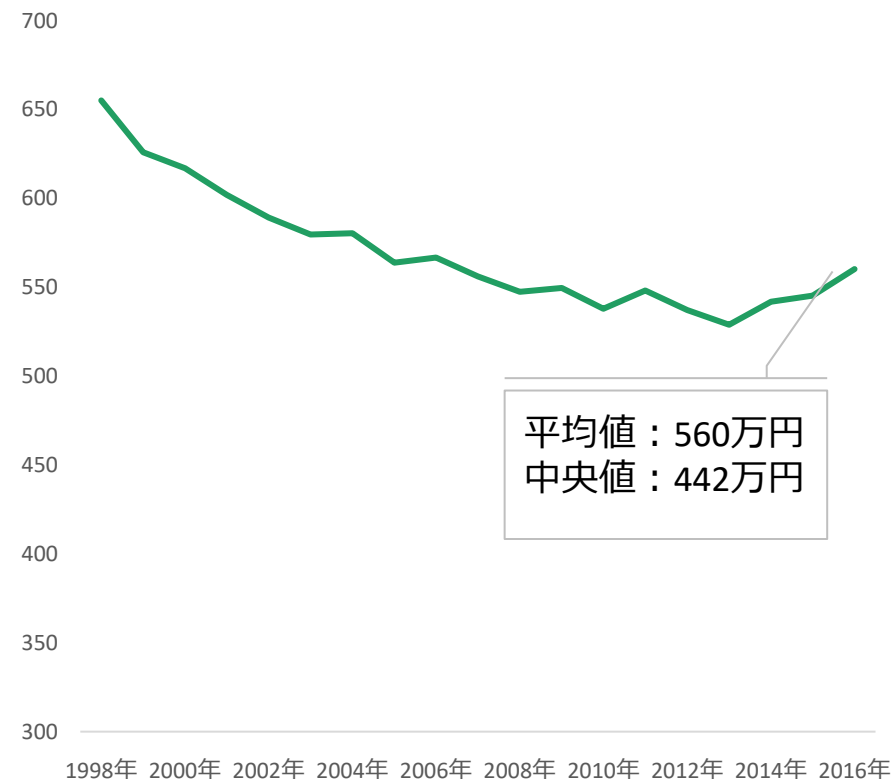
監査役 神先孝裕

地域の今を可視化して
人と人の未来をつなぐ

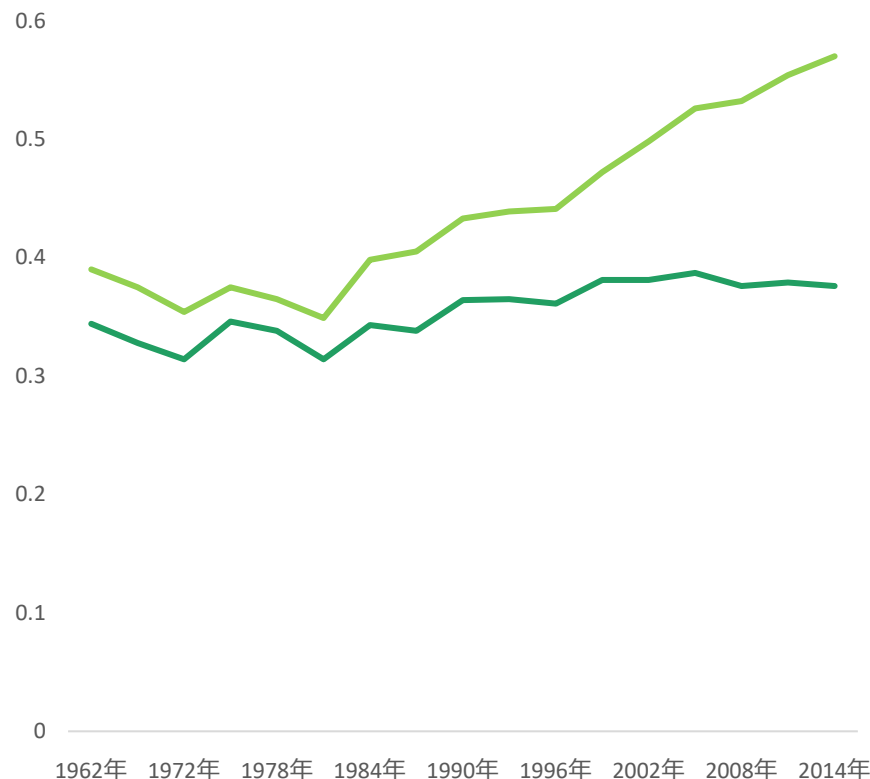
情報を可視化するインフラが求められる背景

平均所得は低下傾向、当初所得の所得格差は拡大傾向
無駄のない効率的な仕組みの必要性が増すと考えられる

(万円) 1世帯あたりの平均所得の推移(注1)



ジニ係数の推移(注2)



注 (1) 出所：厚生労働省（平成30年）「国民生活基礎調査の概況」

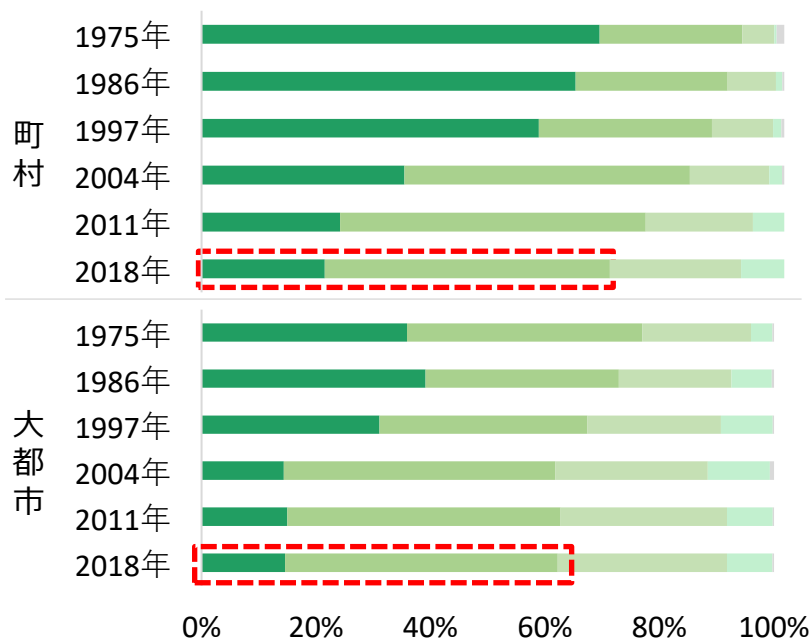
(2) 出所：厚生労働省「所得再分配調査報告書」 ジニ係数とは社会における所得の不平等さを測る指標である。

— 当初所得のジニ係数 — 再分配所得のジニ係数

地域のつながりの希薄化

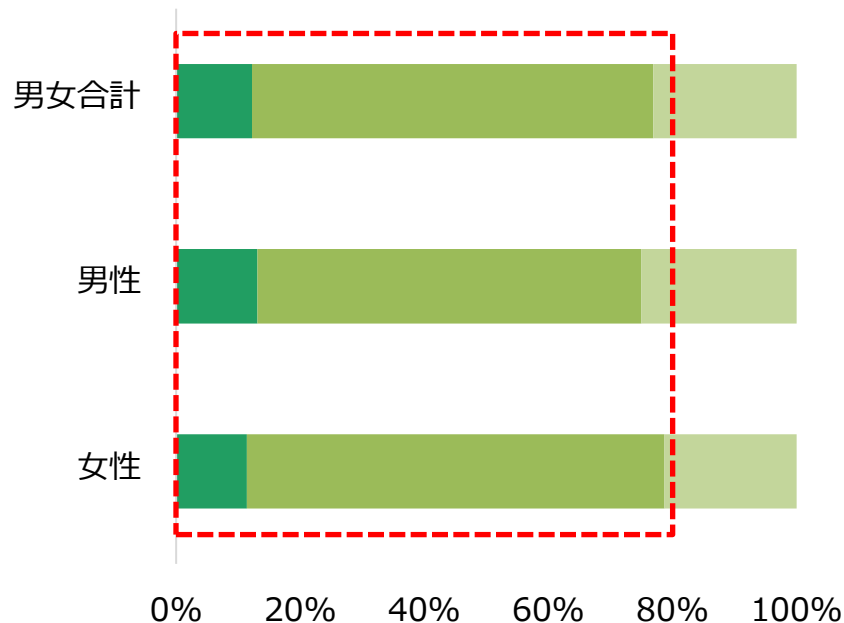
地域でのつながりが希薄化する一方、協力を必要とする人が大多数を占めている

地域での付き合いの程度に関する
意識調査結果 (注1)



- よく付き合っている (親しく付き合っている)
- ある程度つきあっている (付き合いはしているがあまり親しくない)
- あまり付き合っていない
- 全く付き合っていない (付き合いはしていない)
- その他

生活上の困難の解決方法 (注2)



- 地域の人がお互いに協力して取組んだ方が良い。
- 自分自身や家族による自助努力で表現したほうが良い。
- 上記の両方が必要である。

注 (1) 出所：国土交通省（平成29年度）「国土交通白書本文」
(2) 出所：国立社会保障・人口問題研究所（2017年）「生活と支え合いに関する調査」

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

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



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

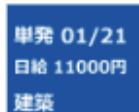
中古車の処分



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



【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



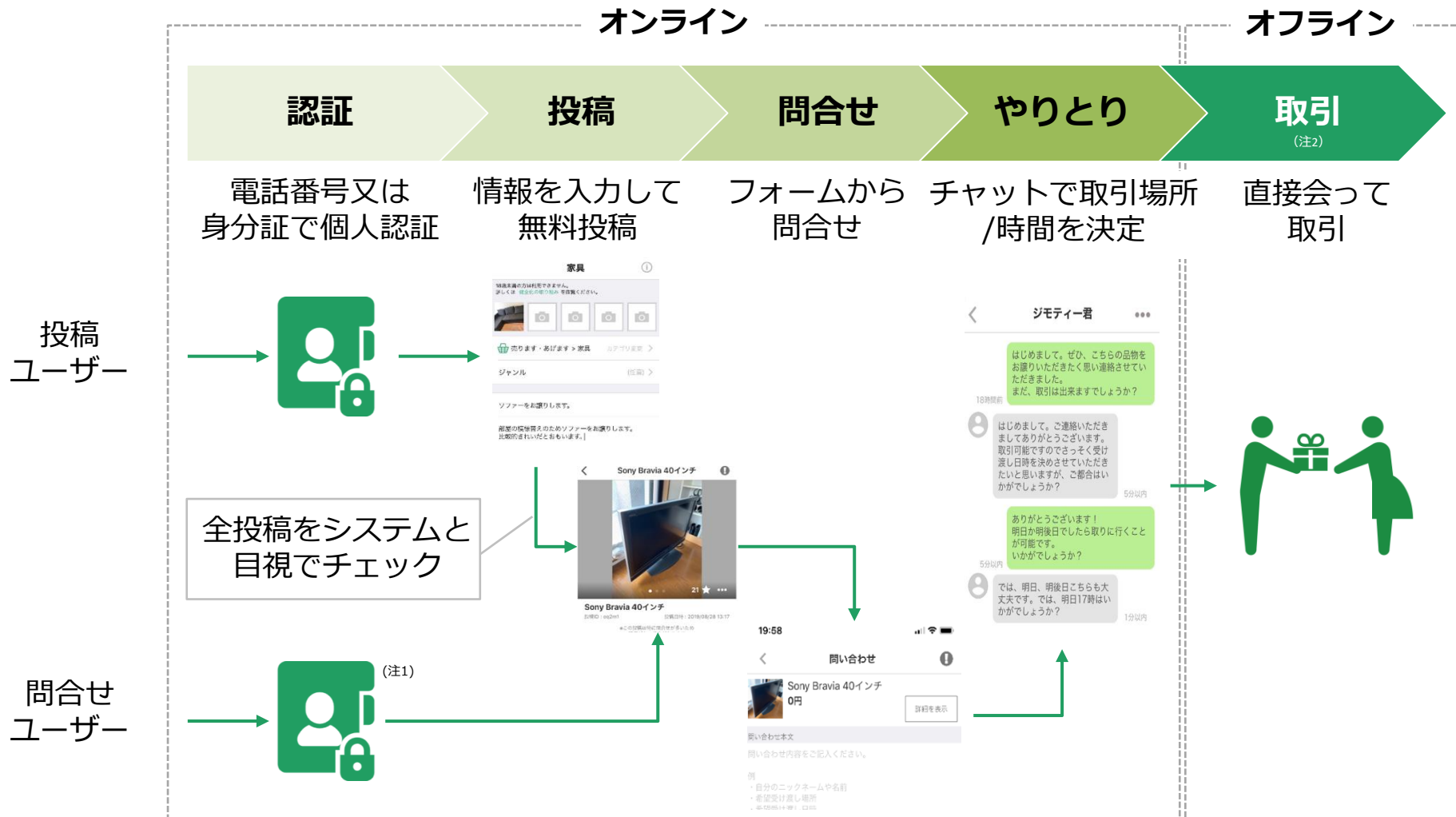
【短期シェアハウス】水天宮前駅
から徒歩5分★礼金0円★
12,600円
1R 共有部約45.5㎡ 専有部7㎡
水天宮前駅

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となっております。
(2) 「売ります・あげます」カテゴリにおける取引例となっております。

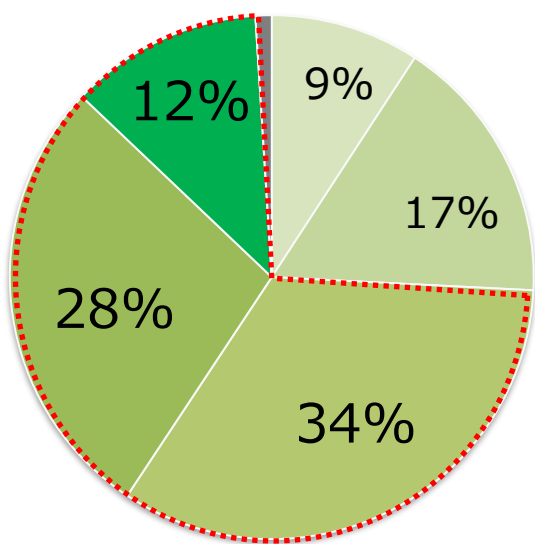
ユーザーの特徴

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 ・ カテゴリや 投稿内容による 認証レベルの強化 ・ 利用履歴引き継ぎ、 行動履歴による 信頼度の評価	・ システム&目視で 全件チェック ・ 投稿禁止項目の随時 アップデート ・ 各種外部機関との 情報連携	・ やりとり内容の 全件フィルタリング ・ サービス外での やりとりの禁止、 ユーザー啓蒙^(注) ・ 通報情報などによる 警告、利用停止、 利用禁止の実施	・ トラブル時の 積極的なケア ・ 有事に備えた 保険商品の用意 ・ 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ります。

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およ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およ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。