

mercari

IMPACT REPORT

FY2025.6

目次

p03
|
p05

ミッション達成に向けて

- CEOメッセージ
- 5つのマテリアリティ
- 価値創造プロセス

p06
|
p08

ハイライト

- 事業を通じて生まれたポジティブインパクト（削減貢献量）
- AI-Native Companyへ
- 安心・安全への取り組み強化

p09
|
p27

各マテリアリティの取り組み

- マテリアリティ①個人と社会のエンパワーメント
- マテリアリティ②あらゆる価値が循環する社会の実現
- マテリアリティ③テクノロジーを活用した新しいお客さま体験の創造
- マテリアリティ④中長期にわたる社会的な信頼の構築
- マテリアリティ⑤世界中の多様なタレントの可能性を解き放つ組織の体現

p28
|
p31

Appendix

- 外部評価・外部団体との連携
- ポジティブインパクト（削減貢献量）の考え方
- FY2026.6 重点領域
- 編集方針

CEOメッセージ

創業10周年を機に制定した新たなミッション、「あらゆる価値を循環させ、あらゆる人の可能性を広げる」。これは、私たちが単なるCtoCマーケットプレイスから、あらゆる価値が循環するエコシステムへと進化し、お客さま、社会、地球へポジティブなインパクトを提供するためのコミットメントです。

このエコシステムの基盤は、お客さまを含めた社会からの「信頼」です。月間2,300万人のお客さまにご利用いただくマーケットプレイスとしての「安心・安全」の強化を最重要課題とし、不正利用者の「徹底的な排除」とお客さまの「徹底的な救済」を掲げました。この基盤強化は、持続的な成長およびお客さまに安心して私たちのエコシステムに参画いただくために必要不可欠な取り組みと考えており、社内においても組織の共通の価値観をまとめた資料「Culture Doc」にCustomer Perspective（お客さま視点）を追加しました。

また、私たちはAIを未来のビジネスの不可欠な要素と捉え、AIの推進・活用による業務生産性向上と事業成長を通じた「AI-Nativeな企業文化」を確立し、AIの価値をお客さまや社会に届ける先駆的存在となり、新たなお客さま体験と社会価値を創造してまいります。

そしてミッションは今、さらなる拡大フェーズにあります。「メルカリ ハロ」は多様な働き方を支える選択肢として成長し、「メルカード ゴールド」の提供開始や「メルコイン」によるつみたて機能の開始により、新しい価値交換が拡大しました。これらのサービスとマーケットプレイスの連携で一層価値を循環させ、お客さまの可能性を広げる取り組みを、新Value「Move Fast」のもとでよりスピーディーに進めていきます。

事業を通じたサステナビリティの実践は、長期的な企業価値向上に直結すると考えています。CtoCマーケットプレイスによる温室効果ガスの削減貢献量は年間約69万トンに拡大し、持続可能な社会の実現に積極的に貢献しています。

そして、イノベーションの源泉である多様な人材の活躍推進にも、引き続きコミットしていきます。私たちは、性別や国籍などに関わらず、すべてのメンバーが能力を最大限に発揮できる環境を整備することが、メルカリの成長を加速させると信じています。

このインパクトレポートでは、メルカリがFY2025.6にどのようなポジティブなインパクトを社会に与えられたか、その具体的な取り組みをお伝えしていきます。

株式会社メルカリ
取締役 兼 代表執行役 CEO（社長）

山田 進太郎



5つのマテリアリティ

マテリアリティはミッションと密接に関係しています。ミッション達成には「強固な組織と経営基盤」を土台とした「事業を通じた価値創造」が不可欠です。この価値創造が「社会的インパクト」を生み出し、達成へ繋がります。これらの考え方と自社及びステークホルダーへの影響度を考慮し、マテリアリティを定義しています。

① 個人と社会のエンパワーメント



誰もがやりたいことを実現し、人や社会に貢献するための選択肢を増やすことで、あらゆる人の可能性が発揮される世界を実現します。

② あらゆる価値が循環する社会の実現



事業を通じて環境や社会に貢献する「プラネット・ポジティブ」な企業を追求することで、物理的なモノやお金に限らずあらゆる価値がなめらかに循環する社会を実現します。

③ テクノロジーを活用した新しいお客さま体験の創造



データ/AIなど、革新し続けるテクノロジーも活用しながら常にプロダクトを進化させ、なめらかな価値交換による新しいお客さま体験を創造していきます。

④ 中長期にわたる社会的な信頼の構築



コーポレートガバナンスの実効性向上とコンプライアンスの徹底による健全で透明性の高い意思決定プロセスを構築することで、社会の公器としての責任を果たし信頼を構築します。安心・安全で公正な取引環境を実現し、さらに業界全体での啓発・情報共有を行うことで、世界の健全なインターネットサービス環境の実現に寄与していきます。

⑤ 世界中の多様なタレントの可能性を解き放つ組織の体現



世界中の多様なバックグラウンドを持つ人材がポテンシャルを最大限に発揮して働ける環境を整えることで、持続的に成長できる企業としてあり続けます。

MISSION
あらゆる価値を循環させ、
あらゆる人の
可能性を広げる

社会的
インパクト

マテリアリティ1

マテリアリティ2

プロダクト・サービスを通じて創出する事業価値

マテリアリティ3

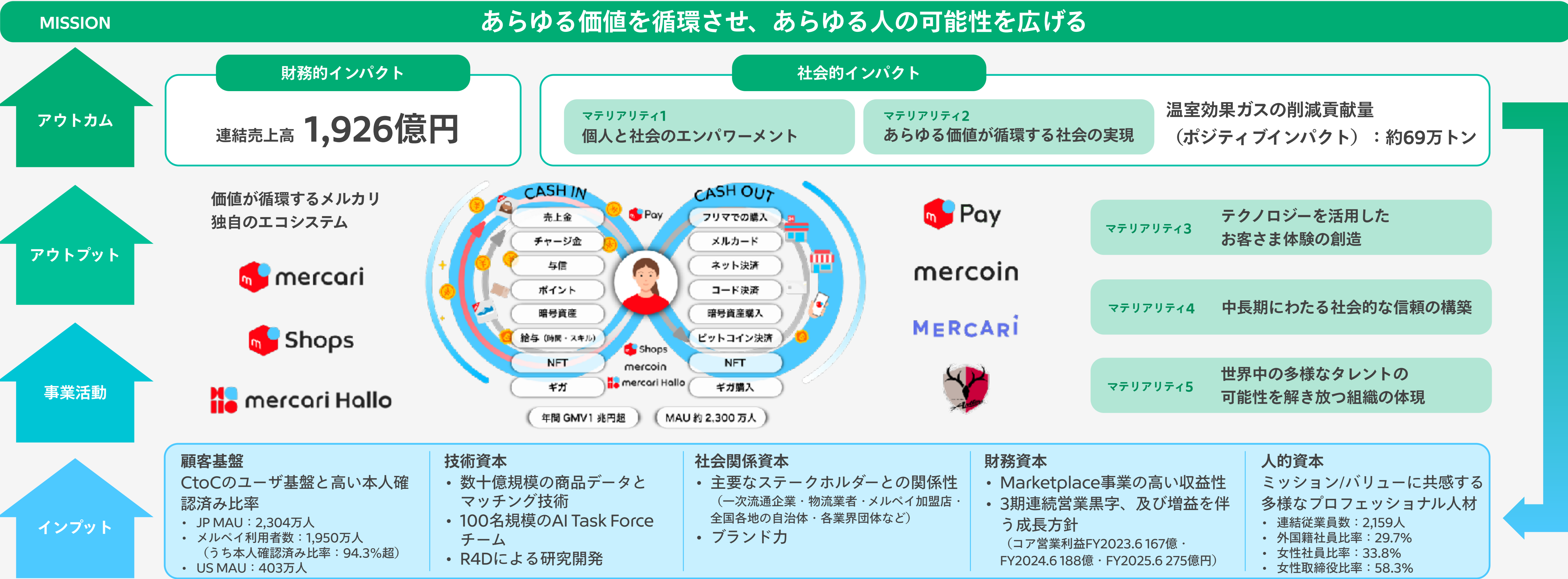
価値創造を支える
組織・経営基盤

マテリアリティ4

マテリアリティ5

価値創造プロセス

事業が社会にもたらすポジティブインパクトは定量的にも示されており、事業成長することが社会的インパクトの拡大に繋がると考えています。各資本を戦略的に配分することで、財務的インパクトと社会的インパクトの拡大を両立し、ミッション達成に向けて持続可能な企業価値向上を実現していきます。



ハイライト [事業を通じて生まれたポジティブインパクト（削減貢献量）]

新しい製品を作るには、原材料の採取から廃棄に至るまで、多くの環境負荷が発生します。

メルカリでは、中古品を新品の代替として活用することで、この環境負荷を抑えられると考えています。

そこで、「メルカリ」での取引によって新品取引がどれくらい抑制され、社会全体の環境負荷をどれくらい削減できたのかを、温室効果ガス（greenhouse gas, GHG）の「削減貢献量」として算出しました。

「メルカリ」での取引を通じて生まれた温室効果ガスの削減貢献量は、算定対象カテゴリーで日米合わせて年間約69万トン*1,2でした。事業の成長を通じてリユースを推進することで、限りある資源が大切に使われるサーキュラーエコノミーの実現に貢献します。

温室効果ガスの削減貢献量



=



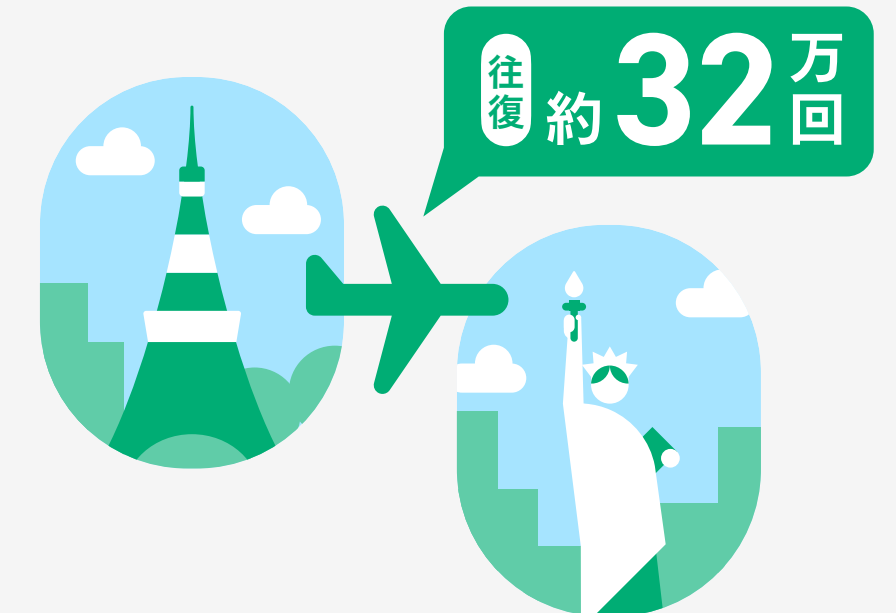
東京ドーム約285杯に相当*3

=



約7,900万本もの杉の木が1年間に
吸収するCO₂量に相当*4

=



飛行機で個人が東京・ニューヨーク間を
約32万回往復する分のCO₂排出量に相当*5

*1：対象カテゴリーは「衣類」、「電子機器」、「メディア（本、CD、DVD等）」、「バッグ」、「靴（昨年までのスニーカーに他のカテゴリーの靴も追加）」、「洗濯機（本年より追加）」となります。

*2：2024年4月-2025年3月における日本版メルカリとUS版メルカリの当該カテゴリーで取引完了となった商品が対象

*3：ドーム1杯分の二酸化炭素：約2,436t-CO₂(東京ドームの容積：124万m³=124万kL、1mol=22.4L=44g-CO₂, 出典：東京ドーム)

*4：林野庁HP「森林はどのぐらいの量の二酸化炭素を吸収しているの？」より

*5：国土交通省HP「運輸部門における二酸化炭素排出量」より

ハイライト [AI-Native Companyへ]

メルカリは、「AI-Native Company」への進化として、プロダクト開発からマーケティング、カスタマーサポートに至るあらゆる事業プロセスにAIを実装し、抜本的な生産性向上と、お客さま一人ひとりに最適化された新しい購入体験の創出を目指します。

AIと共に
お客さまに
新たな価値を
Create new value
for our customers
with AI



ハイライト [安心・安全への取り組み強化]

正しくご利用いただいているお客さまが安心して好きなことや、やりたいことを追求できる。
そのような環境を構築することこそが、私たちのミッション実現の土台であると考えています。

安心・安全への取り組み強化の背景

メルカリは、外部有識者との議論を経て策定した基本原則に基づき、多様な商品が自由に取引される開かれたマーケットプレイスであることを目指しています。しかし、その自由は誰もが安心して参加できる「信頼」という土台があって初めて成り立ちます。

社会全体で詐欺犯罪が増加・巧妙化するなか、月間2,300万人が利用するマーケットプレイスとしての社会的責任は、ますます大きくなっていると認識しています。この状況を重く受け止め、私たちはこれまでの対策をさらに強化し、お客さまが安心して価値の交換を楽しめる、信頼されるマーケットプレイスであり続けるために、投資を続けていくことを改めて決意しました。

お客さまとの2つの約束

メルカリが最も重視する「信頼」を基盤としたマーケットプレイスであり続けるため、私たちは改めてお客さまと以下の2つをお約束します。



1.不正利用者の「徹底的な排除」

不正をリアルタイムで検知・排除する仕組みを強化し、安全なマーケットプレイスを維持します。



2.お客さまの「徹底的な救済」

万が一被害にあわれた場合でも、適切な対応をお約束し、お客さまを徹底的にサポートします。

マテリアリティ1

個人と社会の エンパワーメント

FY2025.6 重点領域

あらゆる人の可能性が発揮される世界の実現

FY2025.6 サマリー

フリマアプリ「メルカリ」の利用を通じて、22.1%のお客さまが「欲しい物を探すときに中古品から探すようになった」と回答するなど、中古品が「当たり前」の選択肢となる新たな消費行動が定着。

さらに、大学で初めて「メルカリShops」が活用され、自治体による取り組みも全国に拡大するなど、循環型の価値提供は社会全体へと拡大。



「メルカリ」を通じた個人のエンパワーメント①

「メルカリ」は、単なる個人間取引の場を超え、「誰もがやりたいことを実現し、人や社会に貢献するための選択肢を増やすことで、あらゆる人の可能性が発揮される世界」の実現に貢献しています。

経済的メリットと環境貢献の好循環

個人の経済的メリットと環境貢献が結びつき、持続可能な行動が自然と促される好循環を生み出しています。

〈「メルカリ」で商品が売れたときの気持ちTOP3〉

ちょっとした収入になって嬉しかった **84.8%**

また売りたいと思った **84.3%**

捨てなくて済んでよかった **78.1%**

お客さまの意識と行動変容

日常的な行動から社会貢献への「気づき」を提供

「メルカリ」利用者の52.9%が、「メルカリの利用が、環境問題を含む社会課題への関心を持つきっかけになった」と思うと回答。

中古品が「当たり前」の選択肢となる新たな消費行動の定着

利用者の22.1%が「欲しい物を探すときに、中古品から探すようになった」と答え、非利用者よりも10.6pt高い傾向に。

「捨てる」から「活かす」へ。モノの新しい価値観を提供

〈「メルカリ」を利用した経験を通じて起きた変化TOP3〉

1位
(69.5%) 誰かに使ってもらえるなら手放したいと思うようになった

2位
(69.4%) モノを「長く使えるか」で選ぶようになった

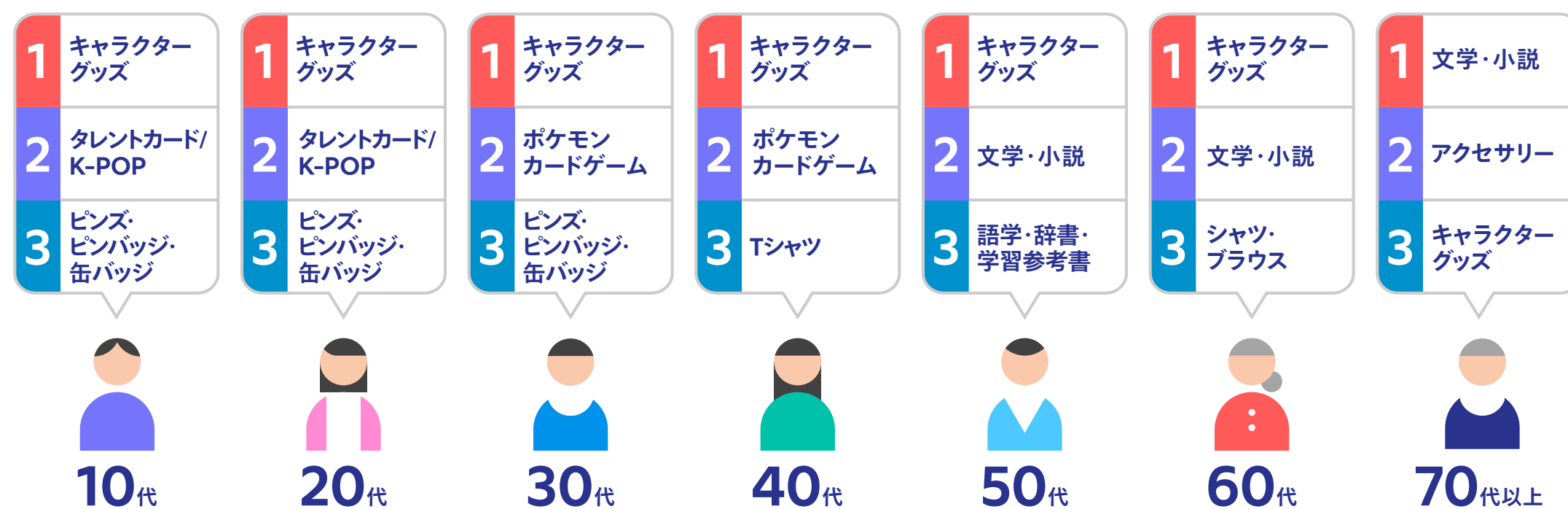
3位
(68.7%) 「不要品」を「売れるかもしれない」と考えるようになった

「メルカリ」を通じた個人のエンパワーメント②

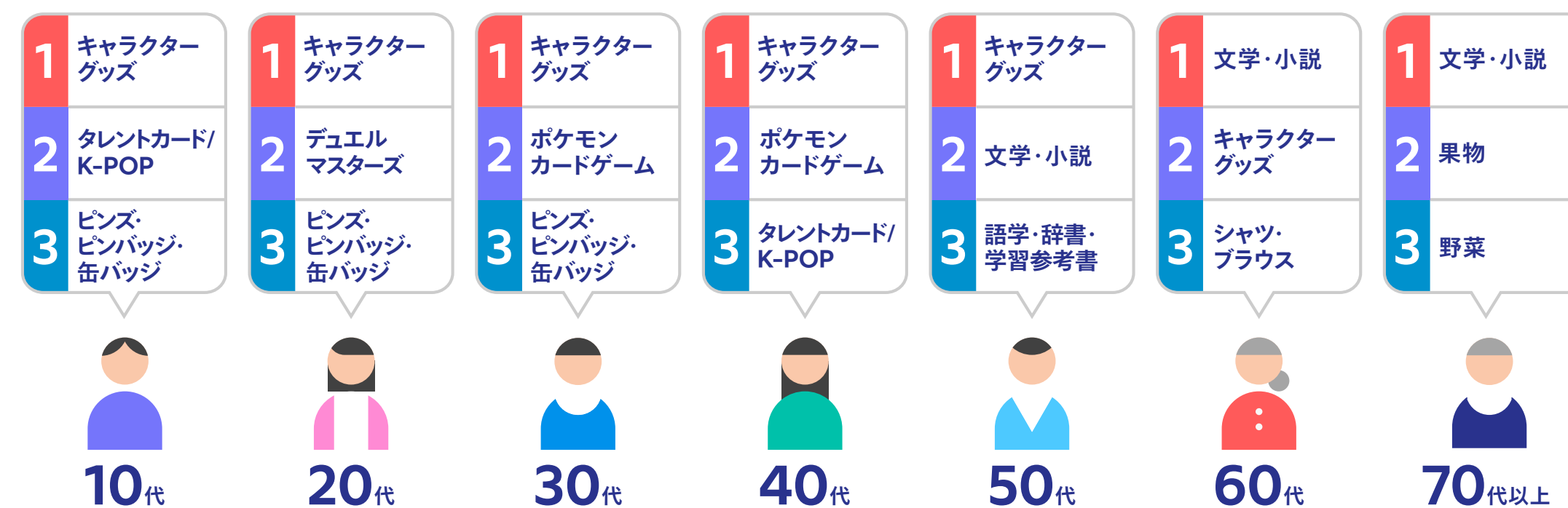
メルカリでは、「エンタメ・ホビー」カテゴリーが取引全体の約43%※を占め、特に「キャラクターグッズ」や「タレントグッズ」が「推し活」トレンドに牽引され活発に取引されています。

若年層（10代～30代）は、K-POP関連の「タレントカード」などを通じて推し活ツールとして「メルカリ」を活用。若年層にとって「メルカリ」は単なるフリマアプリにとどまらず、趣味や関心を深めるためのツールやコミュニティとして定着していることが明らかになりました。一方、50代以上は趣味関連商品の購入に利用する傾向が見られ、特に70代以上では「文学・小説」に加え、物価上昇を背景に「果物」や「野菜」といった実用的な食品の購入が増えるなど、生活に密着した利用が特徴的です。

世代別 出品カテゴリー



世代別 購入カテゴリー



「メルカリ」を通じた個人と社会のエンパワーメント

「メルカード ゴールド」の提供開始

2025年3月より、クレジットカード「メルカード ゴールド」の提供を開始しました。街のお店で実質最大2%還元・「メルカリ」での売買の利用額に応じて年会費無料のゴールドカードです。支払いに加えて、「メルカリ」で”売る”行動もおトクにつながります。「メルカード ゴールド」で、より多くのお客さまが好きなこと・やりたいことを叶えられる社会の実現を目指します。



茨城県および鹿島アントラーズとのカシマサッカースタジアムネーミングライツ契約

2025年7月1日より、新愛称が「メルカリスタジアム」となりました。また、同日よりオクトパスエナジーと提携し、カシマスタジアムを含むクラブ関連施設の電力を再生可能エネルギーへ切り替えました。鹿島アントラーズではこれまでも飲食売店にて環境に配慮されたカトラリーの採用やペットボトルの水平リサイクルなどの取り組みを実施してきましたが、ネーミングライツ取得を機に、スタジアムでのフリーマーケットの施策など一層価値の循環を加速させる取り組みを行ってまいります。



愛知県公立大学法人が不要になった備品を「メルカリShops」で販売開始 大学として全国初の出店

不要になった学内の備品などを、大学という枠組みを越えてリユースし、リユースの促進と収益の活用の両面から、大学の学生の学びや研究の更なる充実に繋がります。国内の大学として、全国初の開設です。



あらゆる価値が 循環する社会の実現

FY2025.6 重点領域

- ・事業成長に伴うポジティブインパクトの拡大
- ・グローバルでの価値循環の拡大

FY2025.6 サマリー

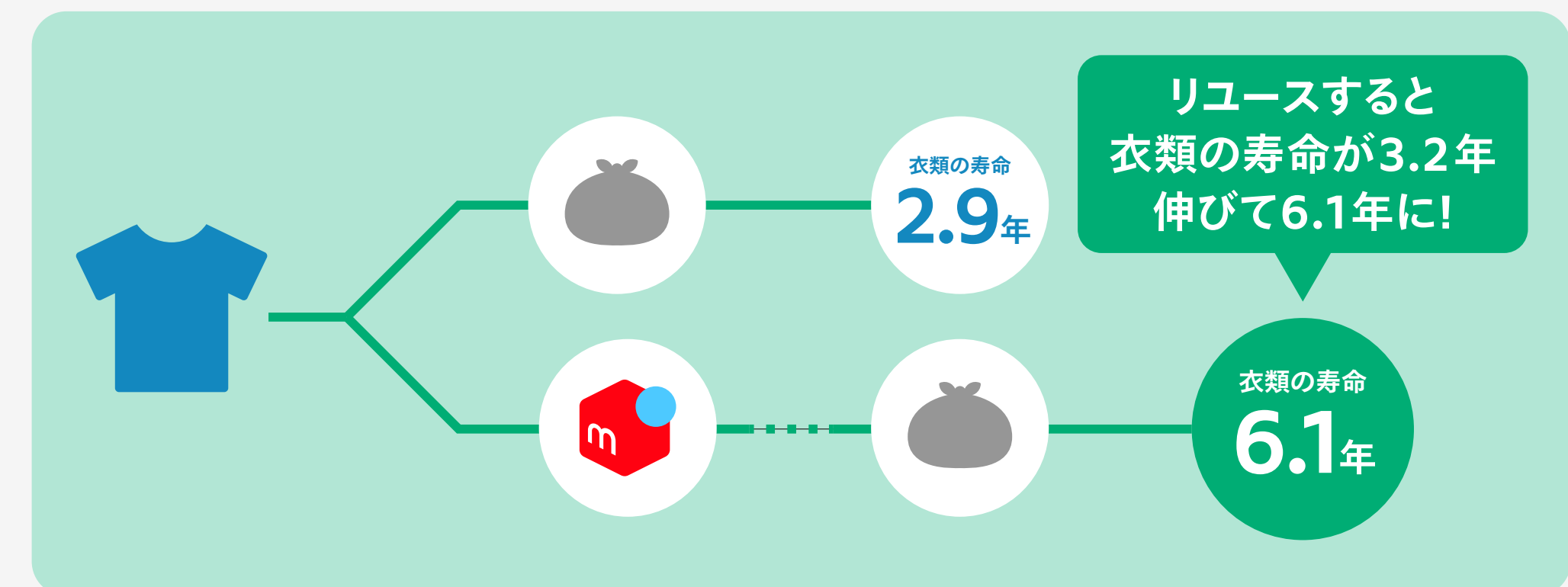
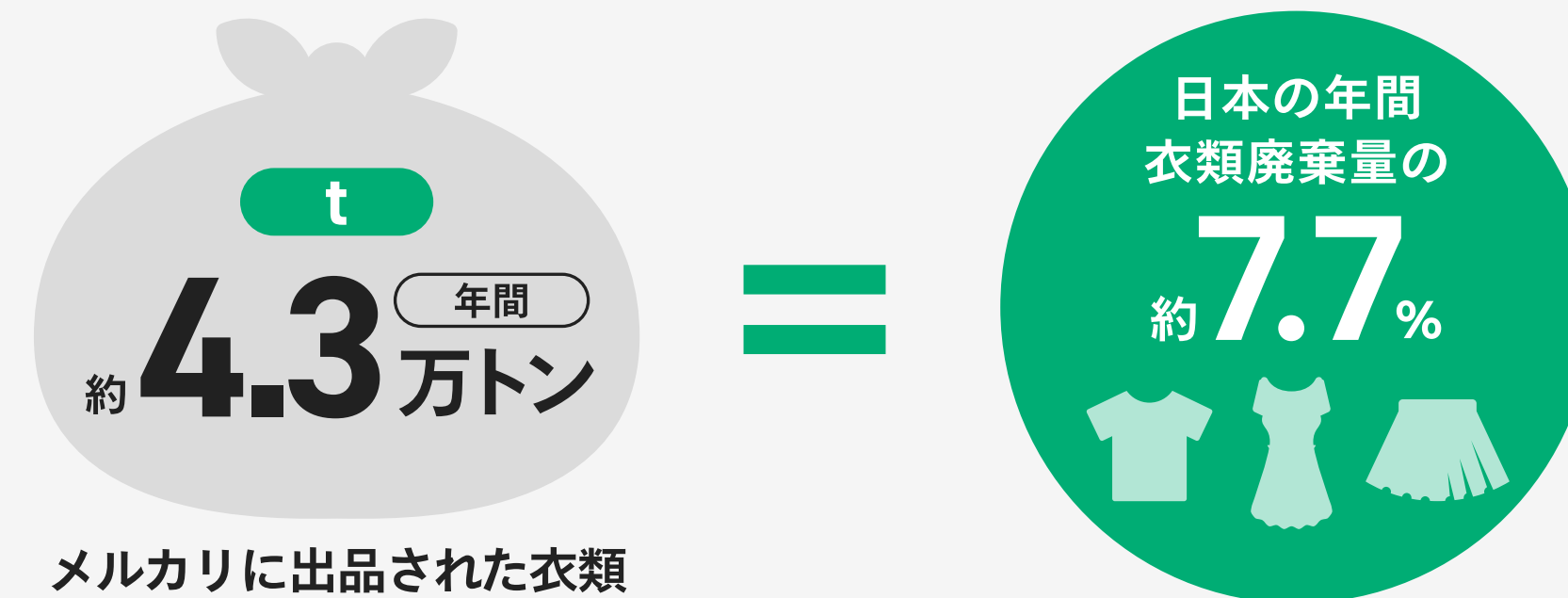
あらゆる価値が循環する社会の実現に向け、越境取引（台湾・香港）やデジタル資産の流通（NFT）の提供、時間・スキルを活かした「メルカリ ハロ」の登録者数が1,200万人を突破するなど、価値循環の対象と領域が拡大。また、算定対象の拡大により、ポジティブインパクト（温室効果ガス削減貢献量）は年間69万トンを突破。



事業を通じて生まれたポジティブインパクト（削減貢献量）：衣類

「メルカリ」を通じて約4.3万トンの衣類が出品され、廃棄を回避できています。これは、日本の年間衣類廃棄量の約7.7%に相当します。

「メルカリ」で衣類を1着取引することで、平均約9.6kgの温室効果ガスの排出を回避、さらに新品のみ使用する場合と比較して衣類の平均使用年数は3.2年増加します。一人ひとりが「メルカリ」で取引することを通じて「捨てる」をへらすことで、限りある資源が大切に使われるサーキュラーエコノミーの実現につながります。



※1 家庭のエアコン使用1時間あたり 0.36kg/h 環境省「デコ活データベース」より https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/decokatsu_db/

※2 ペットボトル（500ml）を製造し、廃棄・リサイクルするのにかかる排出量0.119kg/本

環境省「リユース可能な飲料容器およびマイカップ・マイボトルの使用に係る 環境負荷分析について」P.17より https://www.env.go.jp/recycle/yoki/c_3_report/pdf/h23_lca_01.pdf

事業を通じて生まれたネガティブインパクト（温室効果ガス排出量）

FY2025.6の温室効果ガス排出量

- ・ 温室効果ガス排出量は合計約25.9万トンとなりました。
- ・ Scope1,2については、第三者保証機関による保証手続きを踏まえた算定項目の見直しや、回収センターなどの拠点増加による排出量の変動がありました。
- ・ また、Scope3カテゴリー9（下流の輸送・配送）については、越境取引の増加により、排出量が増加しています。

	排出量 (t-CO2)
Scope1	576
Scope2 (マーケット基準)	389
Scope3カテゴリー9	201,230

※詳細はコーポレートサイトをご覧ください。
URL：<https://about.mercari.com/sustainability/esg/esgdata/>

目標値と今後の削減アクション

目標値

Scope1+2^{*A}

2021年を基準年とし、2030年までに100%削減

Scope3^{*B}

2023年を基準年とし、2030年までに
付加価値あたりの排出量（原単位）51.6%削減

*A：90%削減目標でSBT認定を取得。さらに100%削減目標を独自に設定。
*B：当社の場合カテゴリー9が対象。

今後の削減アクション

- ・ 鹿島アントラーズの社用車などの燃料の見直し
- ・ サプライヤーエンゲージメントの推進

トピック：サステナビリティ・リンク・ローン（以下、SLL）について

メルカリは2025年3月、株式会社みずほ銀行とSLLの融資契約を締結しました。SLLは、企業のESG戦略と連携したサステナビリティ目標（サステナビリティ・パフォーマンス・ターゲット：以下「SPT」）を設定し、金利などの借入条件をSPTの達成状況に連動させることで、企業に目標達成に向けたインセンティブを与え、環境・社会面において持続可能な経済活動および経済成長を促進し、支援することを目指すものです。

あらゆる価値循環の拡大①

モノの価値を循環させる「メルカリ」のマーケットプレイスは、12周年を迎え、国内だけでなく越境取引を通じて世界へとその循環の輪を広げています

「メルカリ」12周年

2025年7月、「メルカリ」はサービス開始12周年を迎えました。この12年で、「メルカリ」は単なる不要品を売買する場から、お客さま一人ひとりの「好き」や「趣味」といった多様な価値観に応えるマーケットプレイスへと進化しました。この進化を支えるため、「まとめ買い」機能でコレクションの楽しみを、「画像検索」機能で言語の壁を超えた宝探し体験を、「あんしん鑑定」で高額品の取引にも安心を提供するなど、新しい機能開発を続けています。これからもお客さまの多様なニーズに応え、あらゆる価値が循環する社会の実現をリードしていきます。



越境取引の拡大

2019年に開始した越境取引は、グローバル戦略の柱として大きな成長を遂げています。現在、連携企業は70社を超え、世界約120の国と地域のお客さまに日本の商品をお届けしています。特に海外からの“推し活”需要を背景にエンタメ・ホビー関連の取引は活発で、越境取引全体のGMVは過去3年で約15倍となり、900億円を突破しました。これまでの事業者連携に加え、お客さまが商品を直接購入できる国・地域の拡大にも挑戦しています。2024年8月の台湾進出に続き、2025年5月には2か所目として香港でのサービスを開始しました。香港は、かねてより「メルカリ」の越境取引において取引額・件数ともに4番目に大きい市場であり、特にキャラクターグッズなど日本ならではの商品への需要が非常に高いことから、今後のさらなる価値循環の拡大を期待しています。



あらゆる価値循環の拡大②

個人の時間やスキル、デジタル資産といった多様な価値を循環させ、あらゆる個人のエンパワーメントを後押ししています。

「メルカリ ハロ」登録者が1200万人を突破

2024年3月に提供を開始したスキマバイトサービス「メルカリ ハロ」が、サービス開始から約1年3ヶ月で登録者数1,200万人を突破しました。「だれでも、すぐに、かんたんに」働ける体験を通じて、個人の時間やスキルといった価値を循環させ、誰もが持つ可能性を広げることを目指しています。スキマバイト市場が急速に拡大するなかで、「メルカリ ハロ」は業界の新規登録者の約6割を占める[※]など、多くのお客さまに新しい働き方の選択肢を届けています。



「メルカリNFT」を提供開始

2025年1月より、NFTを売買できる「メルカリNFT」の提供を開始しました。海外大手NFTマーケットプレイス「OpenSea」と連携し、人気NFTをいつもの「メルカリ」の売上金などを使って簡単・安心にご購入いただけます。これまで循環させてきたモノやお金といった価値に加え、新たにデジタル資産も循環の対象とすることで、デジタルマーケットプレイスへと事業を拡大していきます。



マテリアリティ 3

テクノロジーを 活用した新しい お客さま体験の創造

FY2025.6 重点領域

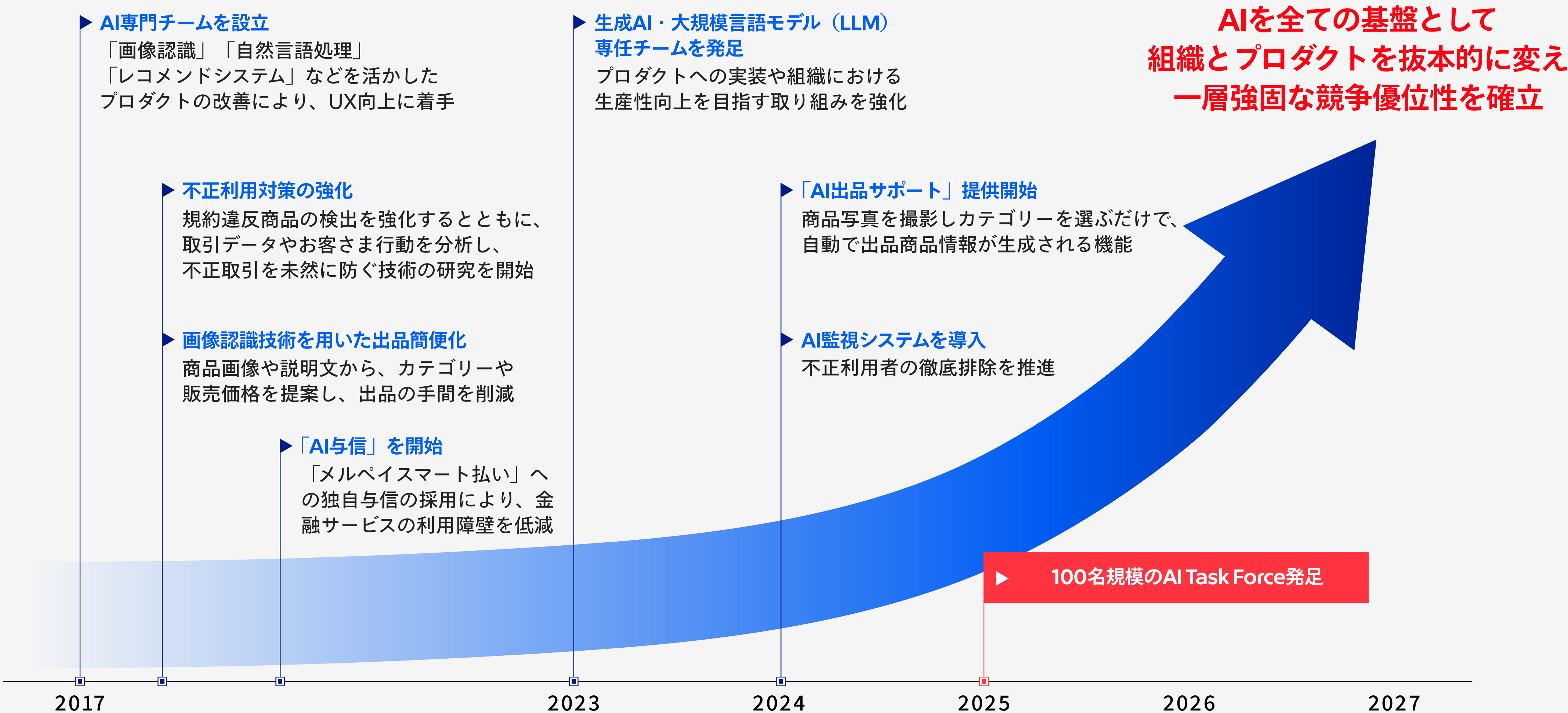
- ・データ/AIによる機能革新
- ・お客さま基盤を活用したイノベーションの創出

FY2025.6 サマリー

AIを活用し、商品画像からタイトルやカテゴリを自動提案する「AI出品サポート」機能を提供。あわせて、マイページや検索機能、タブ構成の見直しなどホーム画面を全面的に刷新し、出品から購入までの導線をより直感的でスムーズな体験を実現。



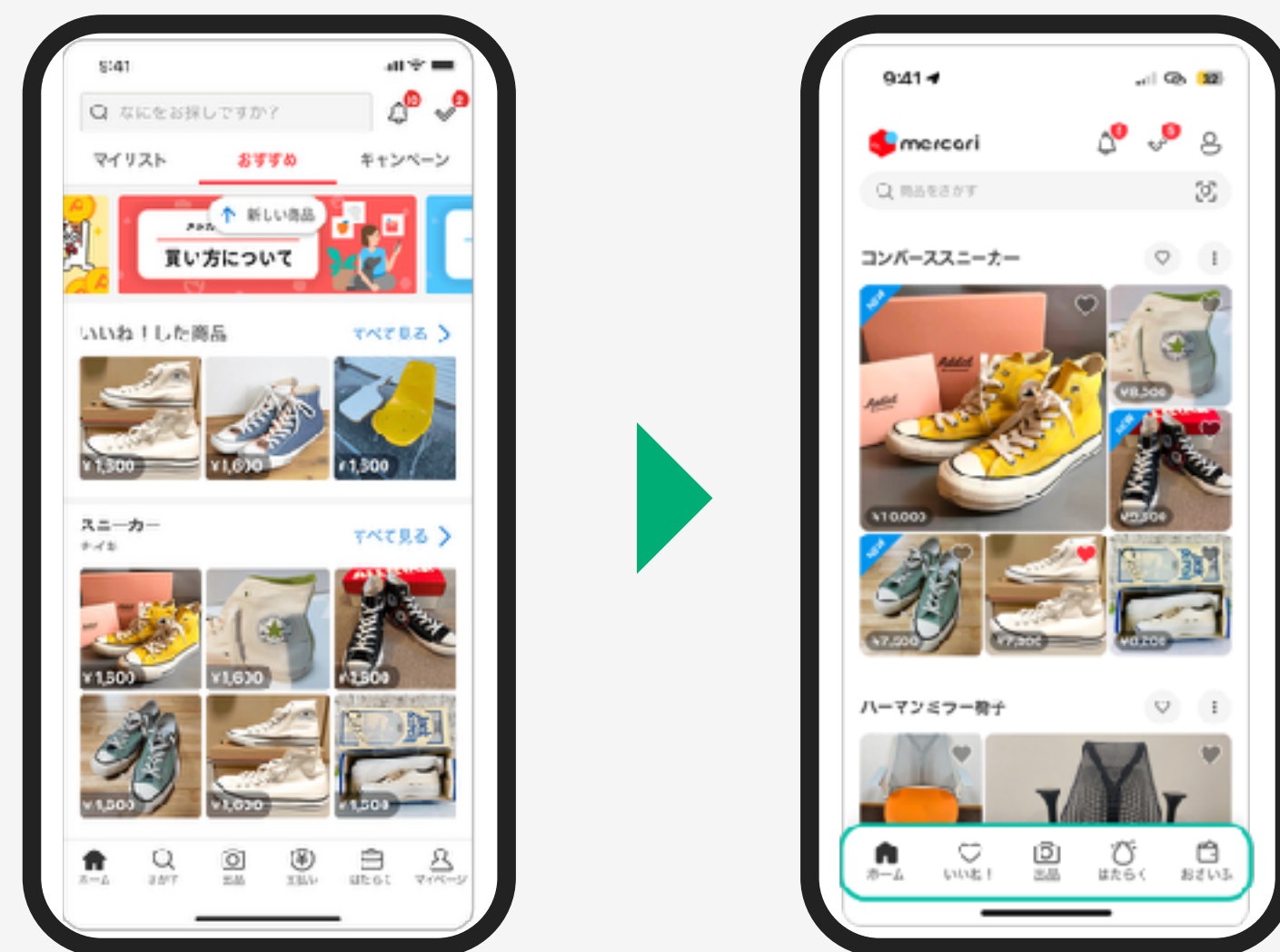
これまでのAIの取り組みとAI-Native Companyへの進化



新しいお客さま体験の創造

ホーム画面の刷新や、AIを活用した新機能の導入により、誰でもカンタンに、ここでしか得られないモノに出会えるマーケットプレイスの実現を目指しています。

ホーム画面の刷新



2024年12月には「メルカリ」のサービス開始以来最大規模となるホーム画面の刷新を行い、その後も継続的にアップデートを行っています。AIによるレコメンデーションを強化し、初めてのお客さまでも簡単に使いやすく、そして、「宝探し」のような発見体験の提供を実現しました。

「AI出品サポート」により、出品のハードルが大幅に低下



2024年10月に提供開始した「AI出品サポート」は、初出品者の約3人に1人が利用しており、出品の心理的・作業的なハードルが大幅に下がったことがわかります。AIが「編引きシューズ」や「ビデオテープのアジア映画」といったニッチな商品の説明文作成をガイドすることで、誰もがカンタンに出品を始められる体験を提供しています。

マテリアリティ 4

中長期にわたる 社会的な信頼の構築

FY2025.6 重点領域

- ・ 安心・安全で公正な取引環境の実現
- ・ お客さま、ステークホルダー（社会、投資家、メディア等）からの信頼獲得

FY2025.6 サマリー

安心・安全な取引環境の実現に向け、不正利用者の「徹底的な排除」とお客さまの「徹底的な救済」を掲げた対応方針を対外的に公開し、信頼性向上を推進。セキュリティ体制の強化により重大インシデントゼロを継続したほか、大学・行政・企業との連携を通じて社会的信頼の基盤を強化。



私たちがつくりたいマーケットプレイス

「安全であること（Safe）」「信頼できること（Trustworthy）」「人道的であること（Humane）」の3つを柱に「マーケットプレイスの基本原則」を定めています。私たちはこれらの考えを大切にし、誰もが安心して参加できる、多様で自由なマーケットプレイスを創っていきます。メルカリは、本基本原則に基づくマーケットプレイスを実現し維持すること、そして、外部有識者によるアドバイザリーボードにて定期的にレビューを行い、必要に応じて見直しを行いながら、より良いマーケットプレイスとなるよう運用していくことを約束します。

マーケットプレイスの基本原則



安全であること

安全な取引環境を守るため、法令違反品に加えて以下の取引を禁止します。

- ・ 生命や身体に危害を及ぼす可能性が高いもの
- ・ 犯罪行為につながる可能性が高いもの
- ・ 緊急事態において、供給が著しく不足している生活必需品



信頼できること

信頼性の高いマーケットプレイスの構築のため、以下の行為を禁止します。

- ・ 商品情報の偽装や、詳細が不明な取引
- ・ 商品に問題がある場合の返品拒否
- ・ 手元にない商品の出品
- ・ 販売を目的としない出品



人道的であること

多様な価値観の尊重と人道的な観点から、以下の取引や行為を禁止します。

- ・ 人種、民族、宗教、性別等による差別を助長するもの
- ・ 誹謗中傷、脅迫行為等



安心・安全への取り組み強化



不正利用者の 「徹底的な排除」

AI技術を活用した不正監視の強化

巧妙化する不正利用に対抗するため、AI技術で疑わしい行為を検知・スコア化し、不正利用者を特定。特定した利用者にはアカウント制限に加え、刑事・民事両面での法的措置を含む厳正な対応を強化しています。

「メルカリ鑑定センター」の設立

メルカリ内での偽ブランド品を撲滅するため、「メルカリ鑑定センター」を設立し、鑑定可能な対象商品を拡大するとともに、鑑定不備発生時の商品の買取や、対象商品の鑑定義務化も検討します。（2025年秋稼働予定）



お客さまの 「徹底的な救済」

「全額補償サポートプログラム」の開始

2025年7月から、万一のトラブル時に条件を満たしたお客さまの購入代金や販売利益を全額補償する制度を開始しました。また、安全な取引のための情報やトラブル時の対応策を集約した「安心・安全ポータルサイト」も公開し、お客さまがより安心して取引できる環境を構築します。

「商品回収センター」の設立

2024年11月から、顧客サポート体制強化の一環として「商品回収センター」を開設しました。顧客間で解決が困難な問題に対してメルカリがより関与を強め、早期解決を実現します。

組織の共通の 価値観として お客さま視点を追加

組織の共通の価値観をまとめた社内資料「Culture Doc」にCustomer Perspective（お客さま視点）を追加しました。

お客さまと同じ視点にたち、サービスを提供していくとともに、短期的な視点だけでなく、中長期的な視点でお客さまを含むステークホルダーとの信頼関係を築いていきます。

「あんしんで頼れる」「誰でもカンタン」「使うほどワクワク」「ちょっといいことしてる気分のよさ」という体験を提供し、お客さまがより自由に、より創造的に活動できるよう支援します。

<https://careers.mercari.com/culture/>

政府・自治体・一次流通事業者との連携強化

大阪大学と 「メルカリR4Dラボ・大阪大学協働研究所」を設立

これまでの研究をさらに発展させ、人文社会科学の知見を通じて、メルカリのミッションでもある「あらゆる価値が循環する社会」への道筋を描くことを目指します。また、メルカリをフィールドワークの場として、企業活動から導かれるさまざまなテーマを対象にした研究を行い、得られた知見を学術的な成果として広く社会へ還元していきます。



「落とし物クラウドfind」と破棄されていた落とし物を リユースする実証実験を開始

「落とし物クラウドfind」と提携し、鉄道会社や商業施設で保管期間を過ぎた遺失物を再利用する取り組みを開始しました。警察庁によると、2023年度、全国の警察に届けられた落とし物は約2,979万点。落とし物を管理する各企業や施設でのコスト負担も課題です。本来廃棄される物品を「メルカリShops」で販売することで「捨てる」をへらし、廃棄物削減、施設負担軽減、サーキュラーエコノミーの推進を目指します。



環境省の「デコ活データベース」の作成に、 メルカリのGHG削減貢献量算出の知見を提供

2022年より、「メルカリ」での取引を通じて生まれた温室効果ガス（GHG）の削減貢献量を公表してきました。メルカリは環境省の提唱する国民運動「デコ活」※1と、その一環のプロジェクトとして企業と連携した活動である「The POSITIVE ACTION Initiative」に参画し、生活者によるさまざまな脱炭素に資する行動のCO2排出削減効果のデータベースである「デコ活データベース」の作成に対し知見を提供し、2025年2月に発表されました。



「グリーンフライデープロジェクト2024 ～新作ゼロのファッションフェス～」を開催

今年度は過去最多となる計11社のパートナー企業を迎え、昨年度に引き続き「新作ゼロのサステナブルファッションショー」を開催するとともに、お客さまが不要になった衣類を持参し、欲しいものと交換できる物々交換ブース「Bring One Get One Free」、まだ着用できる服のアップサイクル・リペアを体験いただけるブースなどを設置しました。開催に先立ち3,500着超の衣類を事前回収し、衣類交換では678着が交換され、ワークショップにも325人が参加しました。オンラインファッションショーも約300人が視聴し、3日間で900人超が持続可能なファッションを体験しました。



世界中の多様な タレントの可能性を 解き放つ組織の体現

FY2025.6 重点領域

- ・ 多様なタレントの育成と抜擢
- ・ インクルージョン&ダイバーシティの体現
- ・ 大胆な挑戦に向けた生産的な組織環境の構築

FY2025.6 サマリー

新たなValue「Move Fast」の追加とHybrid Workstyleの導入により、組織のスピードと柔軟性を高める文化変革を推進。成長領域への再配置やAI Task Forceの立ち上げに加え、生成AIの活用で業務生産性も向上。取締役における女性比率も増加し、多様な人材の活躍が着実に進展。



人的資本ハイライト

ミッション達成において、多様性こそイノベーションの源泉であり、Inclusion & Diversityが欠かせないと考えています。FY2025.6においては、管理職における女性比率、特に取締役における女性比率が加速しました。また、男女間賃金格差の「説明できない格差」は定期的なモニタリングとアクションの継続により、1.4%まで縮小しました。

メルカリにはミッションに共感するメンバーが
2,159人在籍しています（連結）



メルカリには約**55**ヵ国から世界中の
プロフェッショナル人材が集まっています



外国籍社員比率は

全体
29.7%

管理職
25.6%

エンジニア
組織
58.5%

特にエンジニア組織を中心に外国籍社員比率が増加しています

女性比率の改善を図るため、採用・登用・昇格の
各候補者プールにおける多様性のKPIを定め推進しています

女性社員比率		33.8%
管理職に おける女性比率		26.0%
取締役に おける女性比率		58.3%

男性の育児休業等の
取得率

84.8%



男性の育児休業等の
取得平均日数は

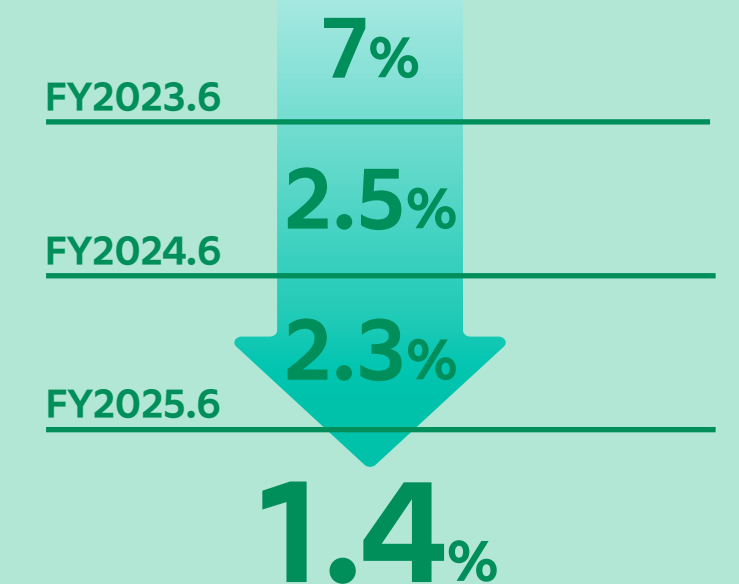
126.3日



男女間賃金格差の
是正アクション

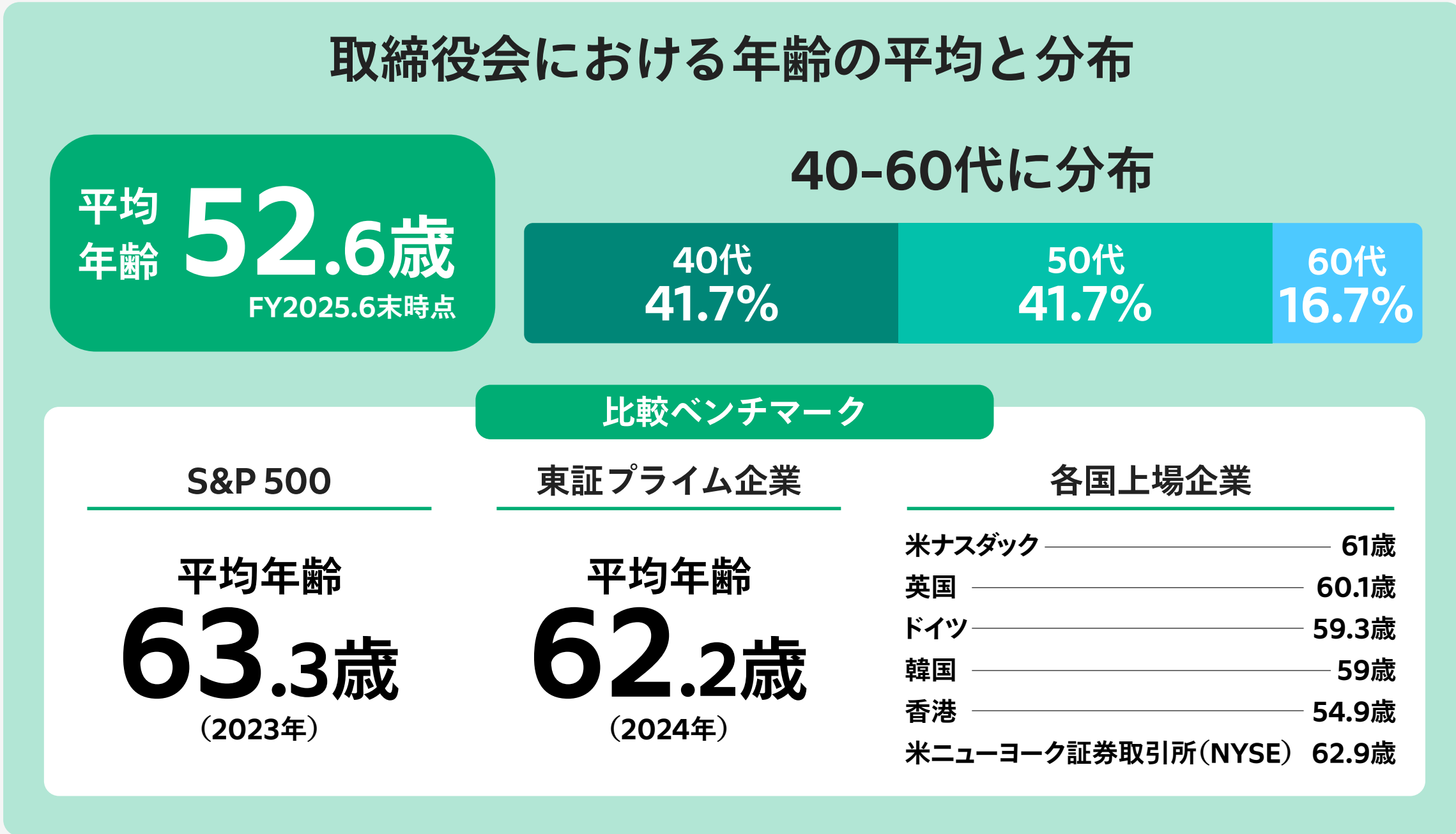
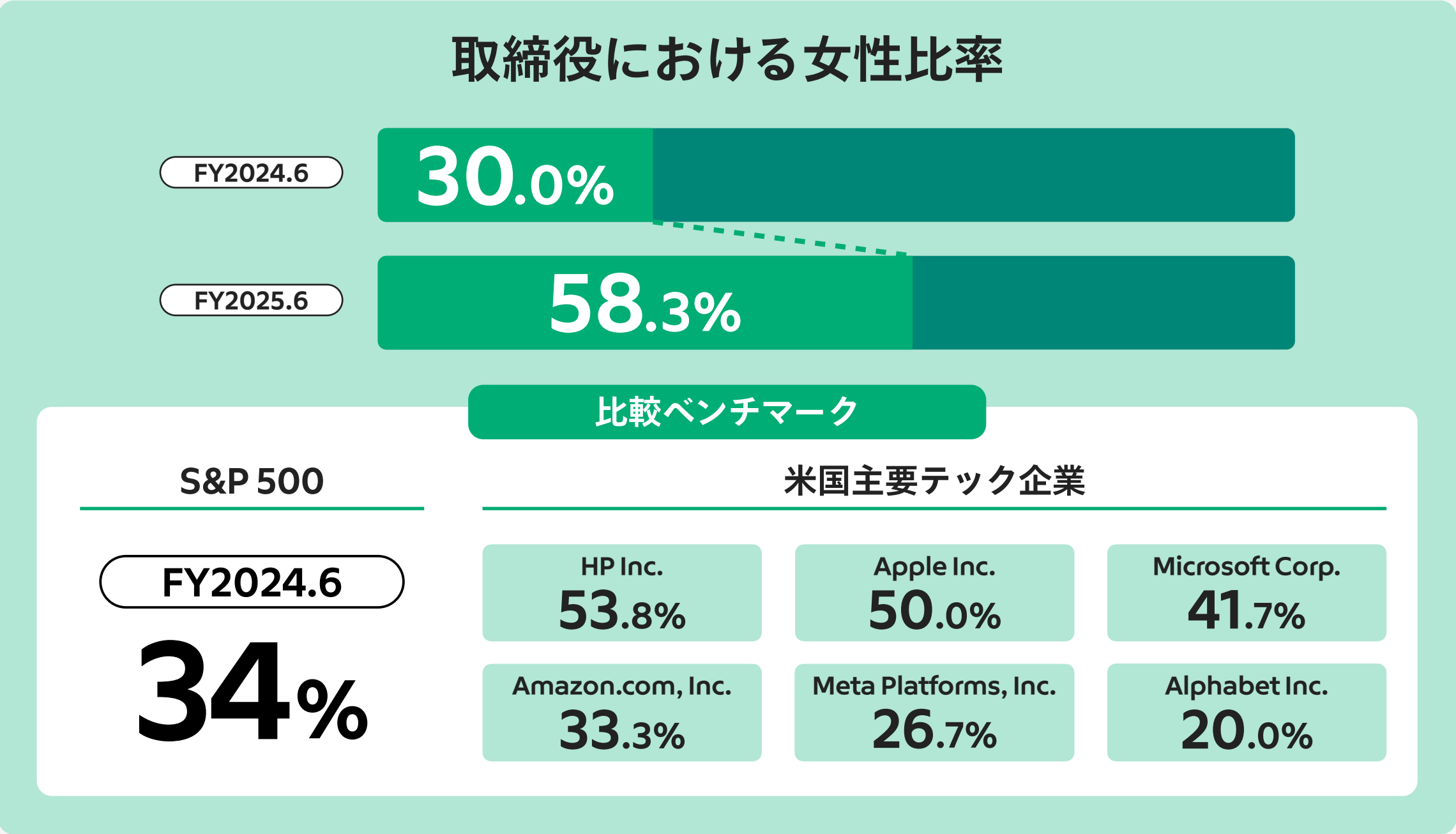
役割・等級や職種等の差に起因しない男女の「説明できない格差」の解消にFY2023.6より取り組んでいます。今後も更なる格差縮小を目指して、継続的にモニタリングを行い、必要に応じた取り組みを実施していきます。

説明できない格差



インクルージョン&ダイバーシティの体現：取締役会におけるダイバーシティ

当社は、経営に対する実効性の高い監督を実現するために必要となる知識・経験・能力のバランス、取締役会全体としての多様性の確保を考慮して、取締役会体制を構成することを基本方針とします。特にジェンダーバランスに配慮し、指名委員会は原則として女性候補者を含めて選定しており、FY2025.6は取締役における女性比率が増加しました。現在の当社取締役の女性比率は国際的に見ても高い水準であり、多様な年齢の取締役で構成されています。



Appendix：外部評価・外部団体との連携

外部機関からの評価

- 女性の職業生活における活躍の推進に関する法律（女性活躍推進法）に基づく「えるぼし」認定で、5つの評価項目全てを満たし、最高位の3つ星（3段階目）を取得
- 女性投資家が審査し、環境・社会貢献と女性活躍を適切に行う企業を表彰する「ESG Women's Award」の最優秀賞であるGold Awardを受賞
- 「日経クロスウーマン」2025年女性取締役比率ランキングで首位を獲得
- 経済産業省の選定する「なでしこ銘柄」において、女性の活躍推進に関する特徴的な取組を実施する企業としてメルカリの取組が紹介
- 「メルカリ・ヤクルト山陽・安芸高田市・三次市によるリユース推進の実証実験」が、循環経済パートナーシップ（J4CE）の注目事例集2024年度版に掲載、「全国シェアリングシティ大賞」優秀賞を受賞
- インターブランド社「Best Japan Brands 2025」にランクイン
- エンジニアが選ぶ「開発者体験が良い」イメージのある企業ランキング「Developer eXperience AWARD 2025」に4年連続選出（2025年第2位）
- 「メルカリ」の「まとめ買い機能」「メルカリ寄付 かんたん寄付設定」「エコメルカリ便」が「2024年度グッドデザイン賞」のスマホ・タブレット向けアプリ部門で受賞
- 『日経トレンドィ』2024年12月号「2024年ヒット商品ベスト30」において、スキマバイトサービス「メルカリハロ」が第10位に選出



外部団体や自治体との連携

- 一般社団法人日本人材紹介事業協会に加盟
- 「メルカリShops」を活用した備品・粗大ごみなどの販売（新規24自治体）

ESG評価

- GPIFが採用する6つのESG銘柄のうち、5つに採用
- CDPによる気候変動分野に対する質問書に初めて回答し、「B」スコアを獲得。また、そのうちのサプライヤーエンゲージメント評価（SEA）においては「A-」を獲得

Appendix：ポジティブインパクト（削減貢献量）の考え方

削減貢献量の考え方

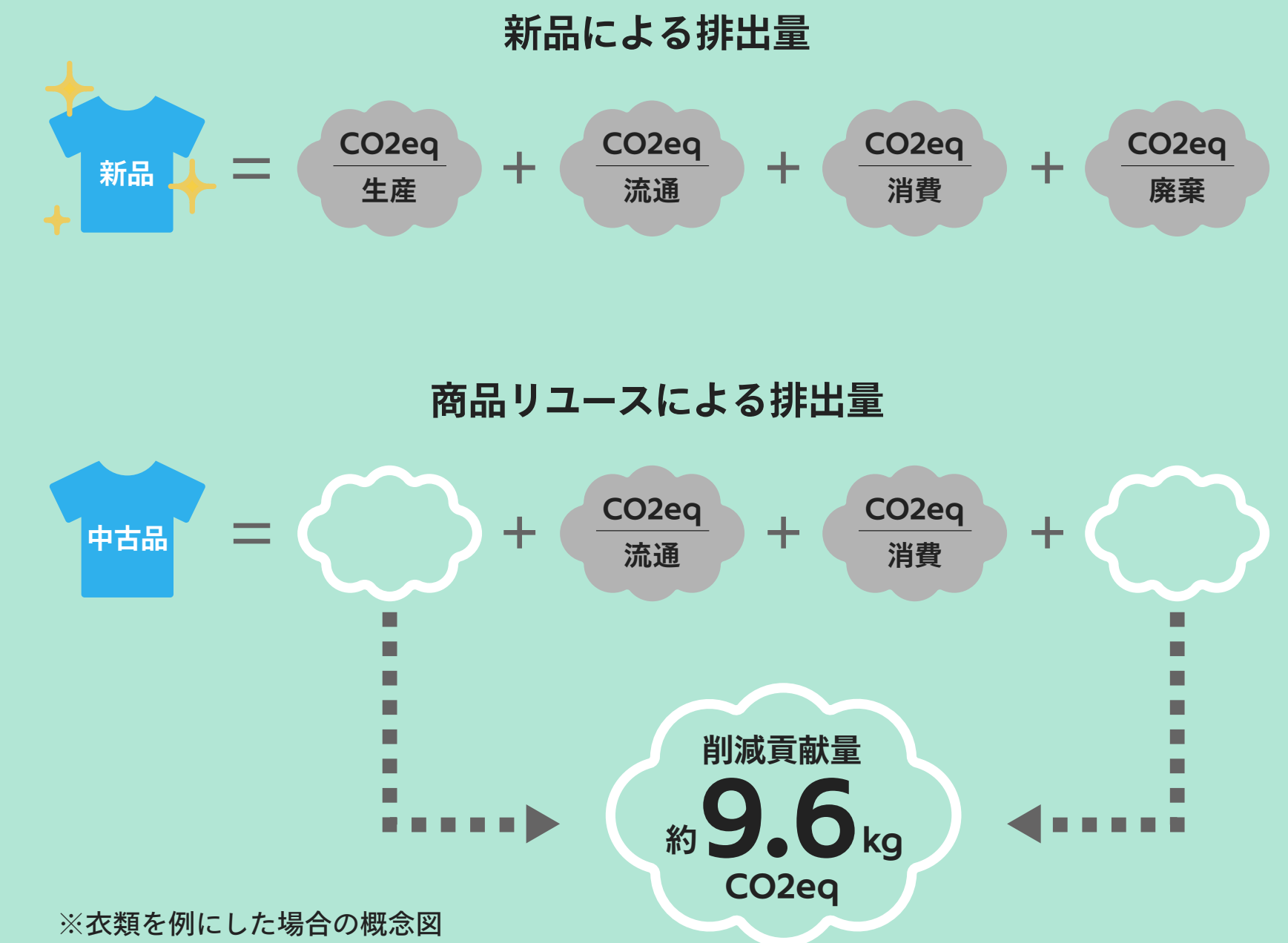
新しい製品を作るには、原材料の採取から廃棄に至るまで、多くの環境負荷が発生します。メルカリでは、中古品を新品の代替として活用することで、この環境負荷を抑えられると考えています。そこで、「メルカリ」での取引によって新品取引がどれだけ抑制され、社会全体の環境負荷をどれくらい削減できたのかを、温室効果ガス（greenhouse gas, GHG）の「削減貢献量」として算出しました。

削減貢献量の算出方法

削減貢献量の算出には、LCAを用います。LCAとはLife Cycle Assessment（ライフサイクルアセスメント）の略で、製品やサービスのライフサイクル全体（生産～流通～消費～廃棄）における環境負荷を定量的に評価する手法です。

「①新品を購入した場合」と「②「メルカリ」で中古品を購入した場合」の2つのシナリオのGHG排出量を比較し、その差分を削減貢献量と定義しました。具体的には、新品の全ライフサイクルにかかる環境負荷量と、「メルカリ」で購入した中古品の流通および消費にかかる環境負荷量を、それぞれ計算し、その差分を算出しています。さらに、中古品の取引件数すべてが新品の製造抑制に繋がるとは限らないため、「置き換え率（displacement rate）」の概念を取り入れています。これは、メルカリで購入することでどれくらい新品の購入が抑えられたのかを示す割合で、お客さまアンケートの回答結果を用いて算出しています。

これらの算出にあたっては、メルカリの研究開発組織「R4D」で算定方法を構築しており、詳細については、コーポレートサイト※をご覧ください。



Appendix : FY2026.6 重点領域

マテリアリティ	重点領域
1 個人と社会のエンパワーメント	・あらゆる人の可能性が発揮される世界の実現
2 あらゆる価値が循環する社会の実現	・事業成長に伴うポジティブインパクトの拡大 ・グローバルでの価値循環の拡大
3 テクノロジーを活用した新しいお客さま体験の創造	・データ/AIを活用したなめらかなお客さま体験の提供 ・エコシステム拡大のための協業の推進
4 中長期にわたる社会的な信頼の構築	・安心・安全で公正な取引環境の実現 ・お客さま、ステークホルダー（社会、投資家、メディア等）からの信頼獲得 ・持続的成長を支える収益力強化
5 世界中の多様なタレントの可能性を解き放つ組織の体現	・AIの活用による組織生産性の飛躍的な向上 ・多様なタレントの人材開発とI&Dの推進

Appendix：編集方針

ミッションの達成と同時にメルカリの事業を通じて社会にポジティブなインパクトを与えていくという決意を示すべく、FY2023.6より、本レポートの名称を「Sustainability Report」から「Impact Report」に変更しています。

発行日：2025年9月

報告対象期間：FY2025.6（2024年7月1日～2025年6月30日）の取り組みを中心に一部対象期間外の活動内容も掲載しています。

財務情報：適時開示や決算情報などの財務関連情報は[IRサイト](#)でご紹介しています。

非財務情報：非財務情報については[サステナビリティサイト](#)にてご紹介しています。



mercari

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。

株式会社 メルカリ

〒106-6118
東京都港区六本木6-10-1
六本木ヒルズ森タワー

© Mercari, Inc.