

# ジモティー

2024年12月期

通期 決算説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

株式会社ジモティー

東証グロース：7082

# 目次

- 01 2024年12月期 通期業績概要
- 02 事業内容
- 03 中期数值目標
- 04 2025年12月期 業績予想
- 05 APPENDIX

01

# 2024年12月期 通期業績概要

---

1

## ジモスポの収益性と多店舗展開の蓋然性が高まった

ジモスポにおいて、ユニットエコノミクス（1店舗当り収益性）が複数の既存店で証明され、人口5万人以上の地域（554自治体）へ、最低でも300店舗の展開の蓋然性が高まった。また、現時点で月当り3~4店舗ペースでの新規出店可能な体制が整ったので早急に店舗展開を進めたいと考えている

2

## 広告宣伝に依存せずネットユーザー数の成長を実現できることを確認

ジモスポ出店エリアにおいて、ネット投稿ユーザー数の10倍程度の持込者数があること、当該エリアのPV数が大きく上昇することが確認された。今後、ジモスポの新規出店及びネットへの誘導施策を進めることにより、ネットプロダクトのPV数を上昇させられると考えている

3

## 2030年度目標として売上高135億円、営業利益率25%を設定

ジモスポの多店舗展開のみで、2030年度までに売上高135億円、営業利益率25%（注）の達成が可能であると考えている

注：マス広告費等の戦略投資実行前の営業利益率

## 2024年度 通期の業績概要

- 前期に対して売上高+1.3%、営業利益+10.0%にて着地
- 業績予想に対しては売上高は未達となったが、コスト構造の見直しにより営業利益は達成。営業利益率を31%まで向上させた

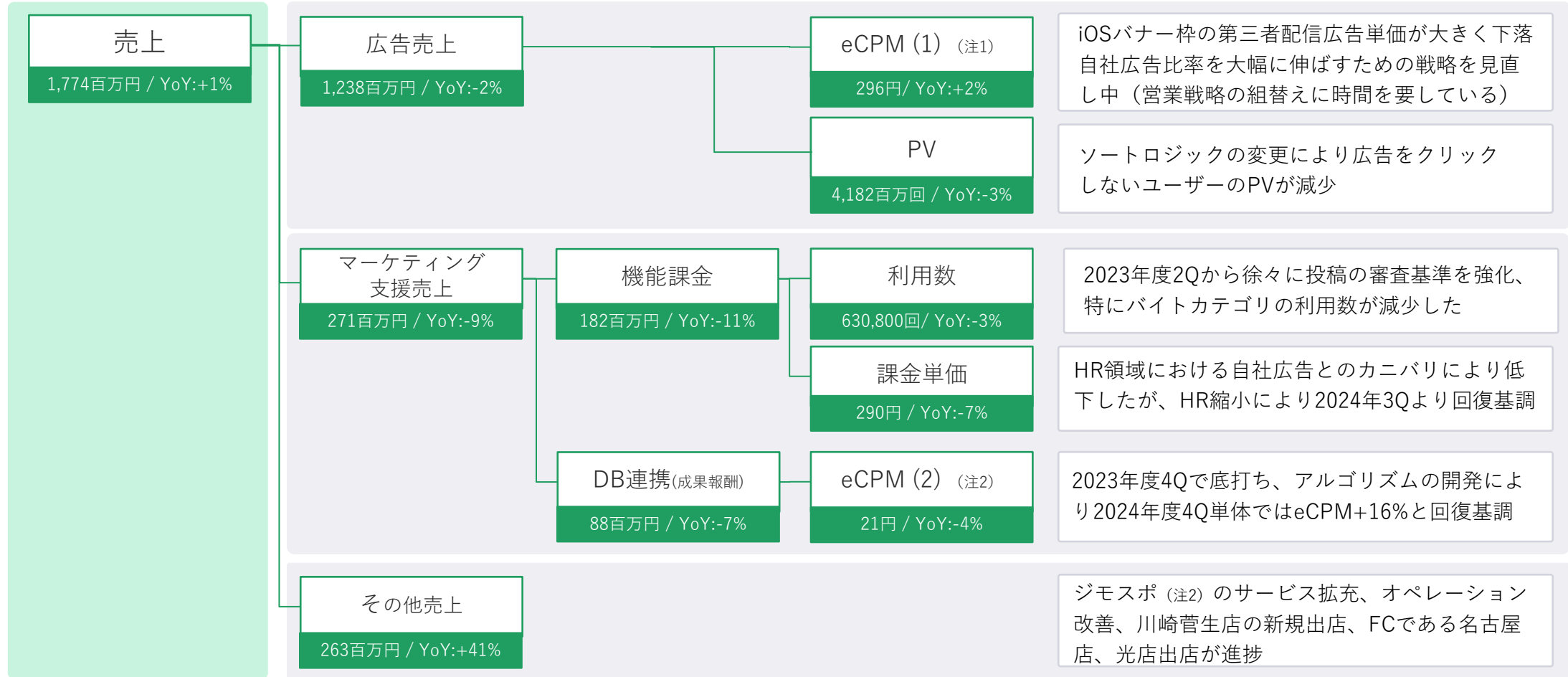
単位：百万円

前年同期比	2024年12月期 通期実績	2023年12月期 通期実績	前年同期比
売上高	1,774	1,751	+1.3%
営業利益	559	508	+10.0%
純利益	471	433	+8.8%

業績予想比	2024年12月期 通期実績	2024年12月期 通期業績予想	業績予想比
売上高	1,774	1,926	-7.9%
営業利益	559	559	+0.1%
純利益	471	466	+1.2%

# KPI比較（年度累計/前年比）

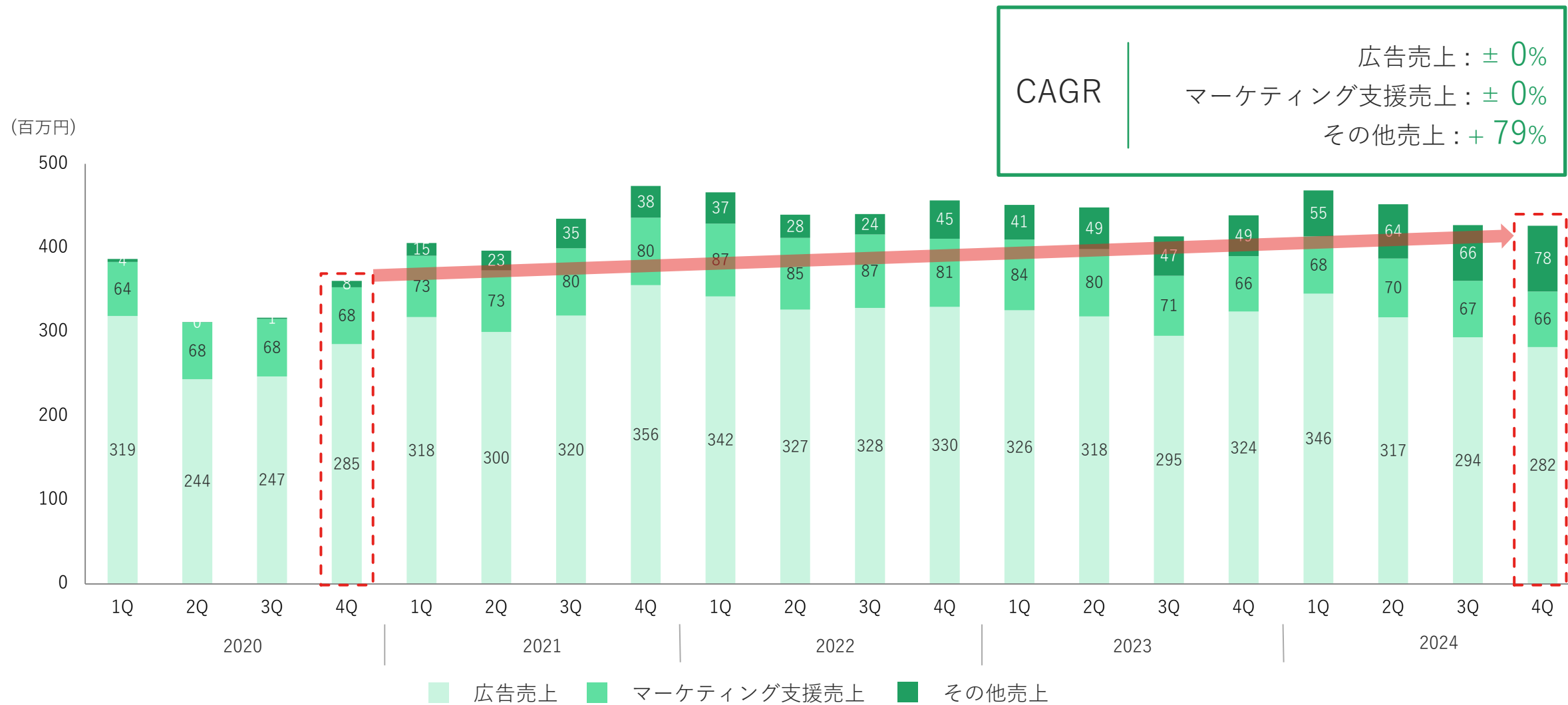
- 広告売上は、主にiOSのバナー枠の単価が2024年度前半から継続的に大幅に下落したことから前年比-2%
- マーケティング支援売上は、通期累計は-9%だが4Q単体は前年比プラスに転じ、下落幅は縮小している
- その他売上は、ジモスポ売上が大幅に成長 来期以降は開示する全体のKPIを修正予定（後述）



注1：PV1,000回表示あたりの収益  
注2：ジモスポ=ジモティースポットの略称

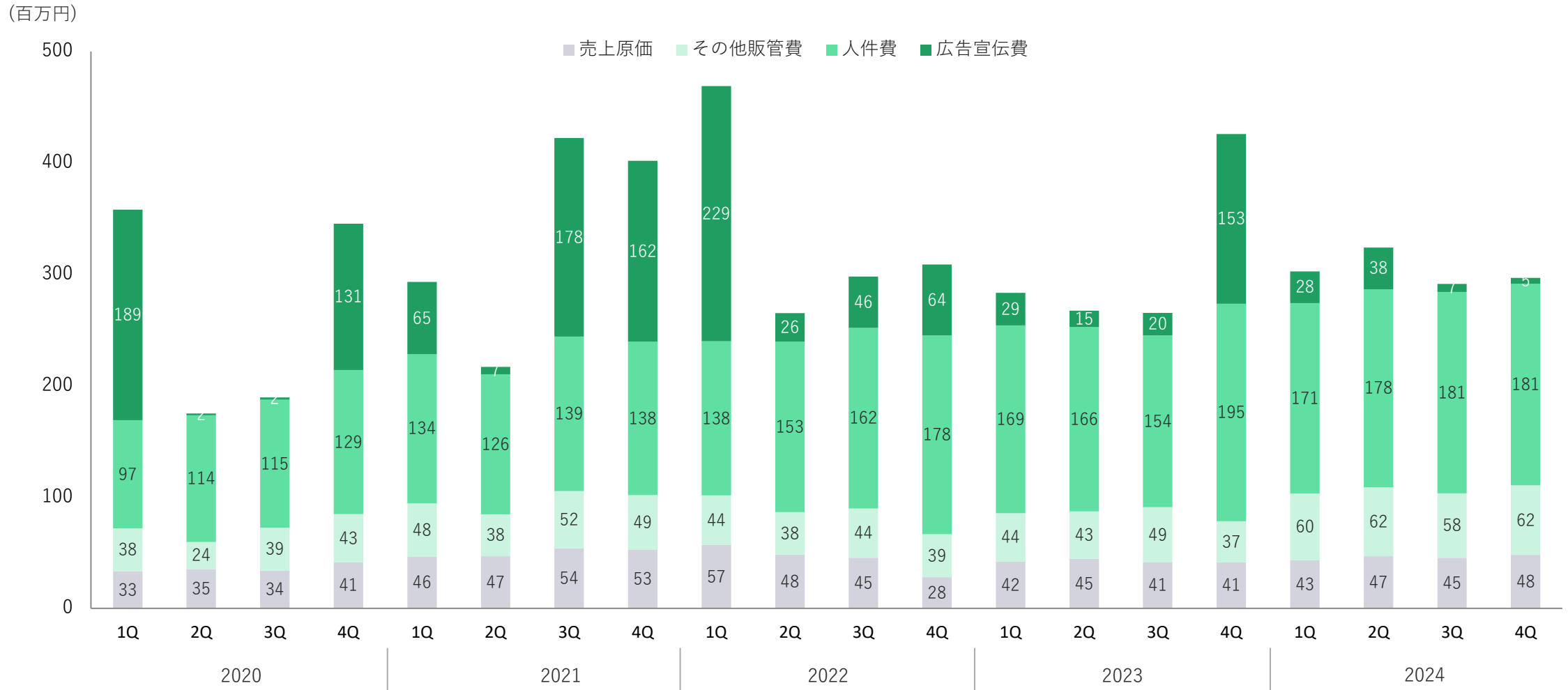
# 売上内訳\_全体

- 広告売上は広告単価が下振れた影響により前年同期比-41百万、その他売上はジモスポ売上（1Q 30百万→2Q 38百万→3Q 46百万→4Q 56百万）が増加



# コスト構造

- 2023年度と比較して2024年度は広告宣伝から人材への投資にシフト
- 2025年度はジモスポの新規出店に投資予定

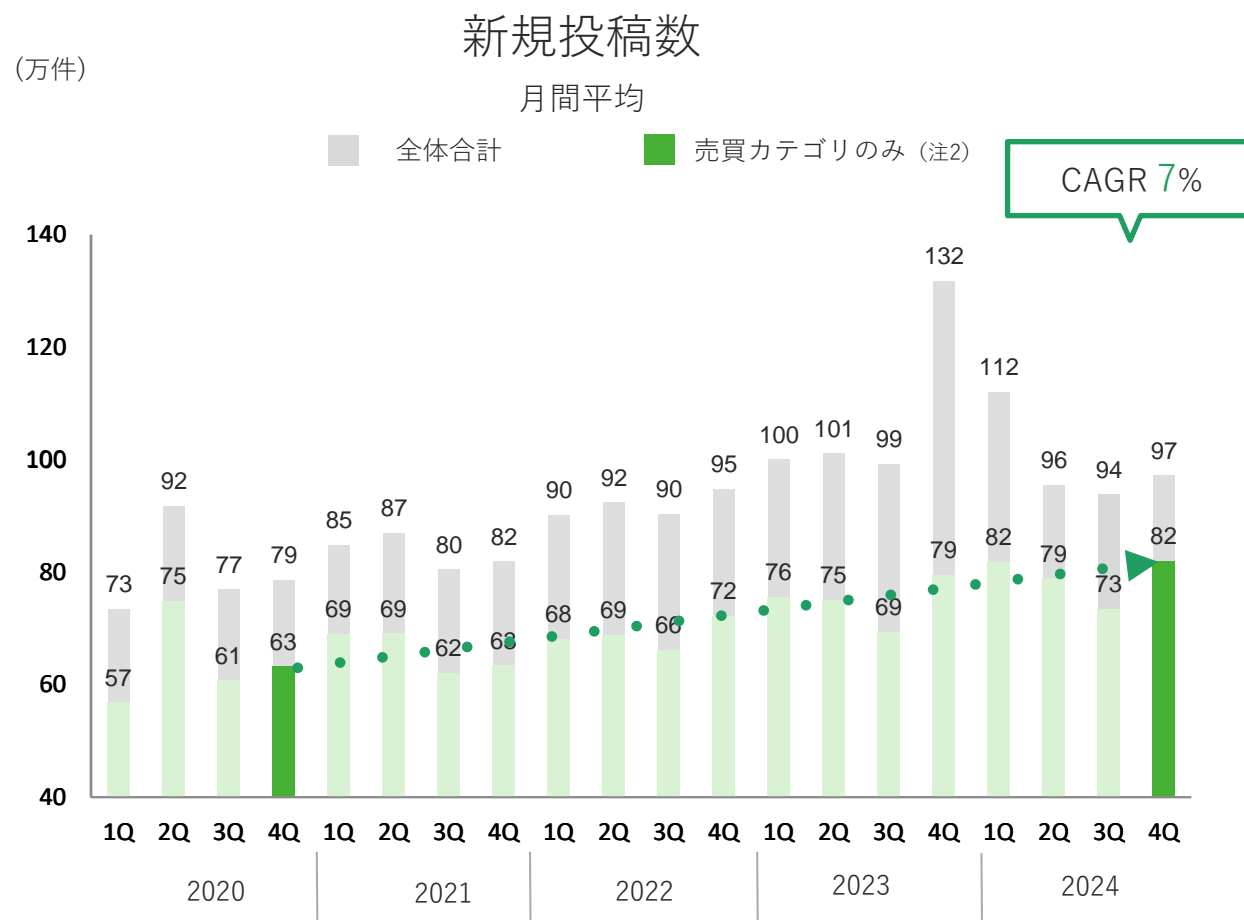
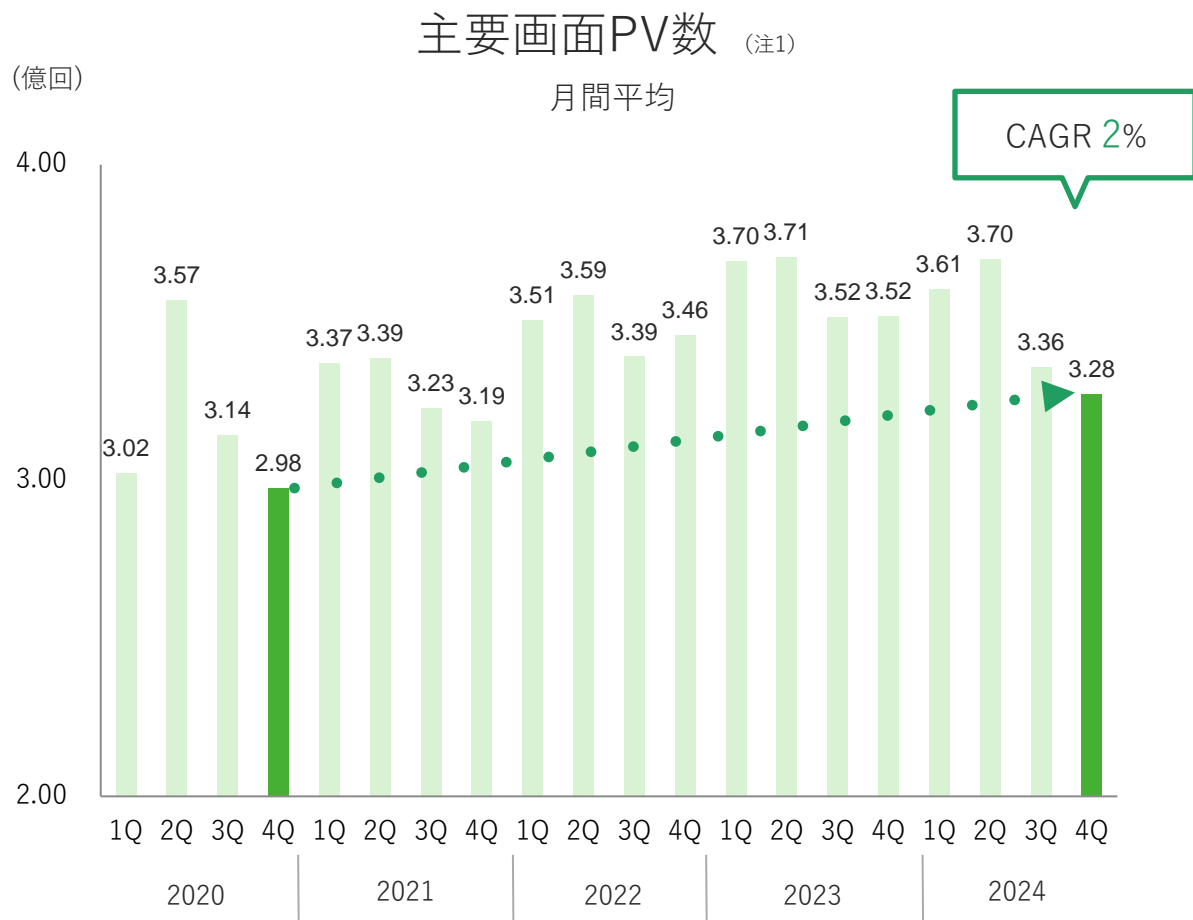


注 2023年度4Qは、新規採用による人材会社への成果報酬により人件費が増加している



# PV数と新規投稿数の推移

- 投稿数の増加を優先した機能開発を実施し、新規投稿数が先行して成長している

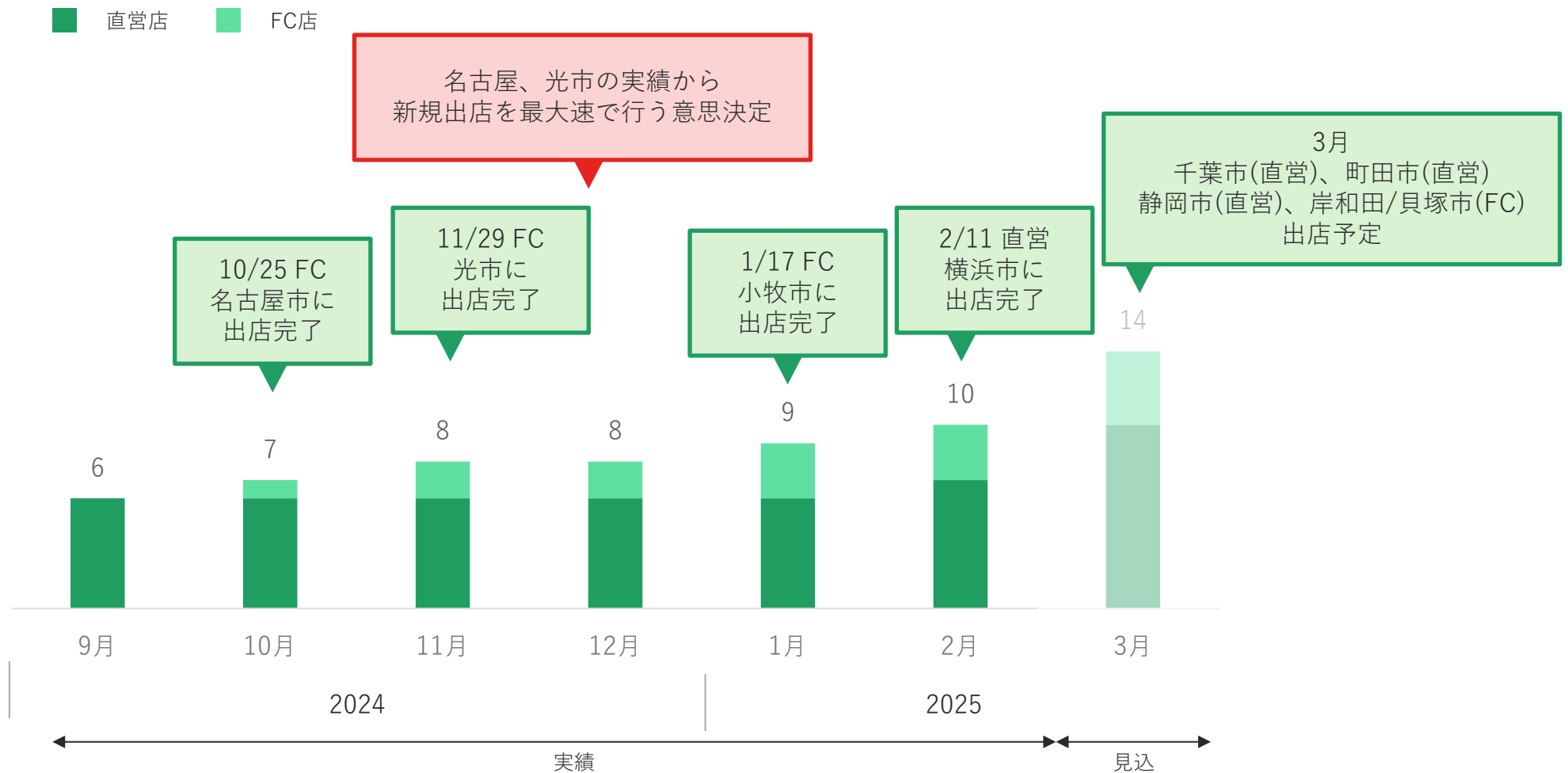


注1 自動配信売上と相関性の高いPV数として広告をメインで掲載している画面 (TOP・リスト・詳細) のPV数

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。また、今回よりジモスポの投稿数を含む数値へ2020年度1Qより訴求修正しております。

# ジモティースポット（ジモスポ）出店の進捗

- 2024年度4Q途中に新規出店を最大速で進められる蓋然性が確認された
- 2025年度3月は単月で+4店舗を予定、コンスタントに4店舗程度の新規出店が可能な体制が整った



# 中型店（50坪前後）の出店実績

- 中型店（注）を4店舗出店し、商圈人口5万人以上の都市での展開手法を確立

## ジモスポ川崎菅生店

出店時期：2024年4月  
売り場面積：約70坪



## ジモスポ名古屋店

出店時期：2024年10月  
売り場面積：約40坪



## ジモスポ光店

出店時期：2024年11月  
売り場面積：約47坪



## ジモスポ小牧店

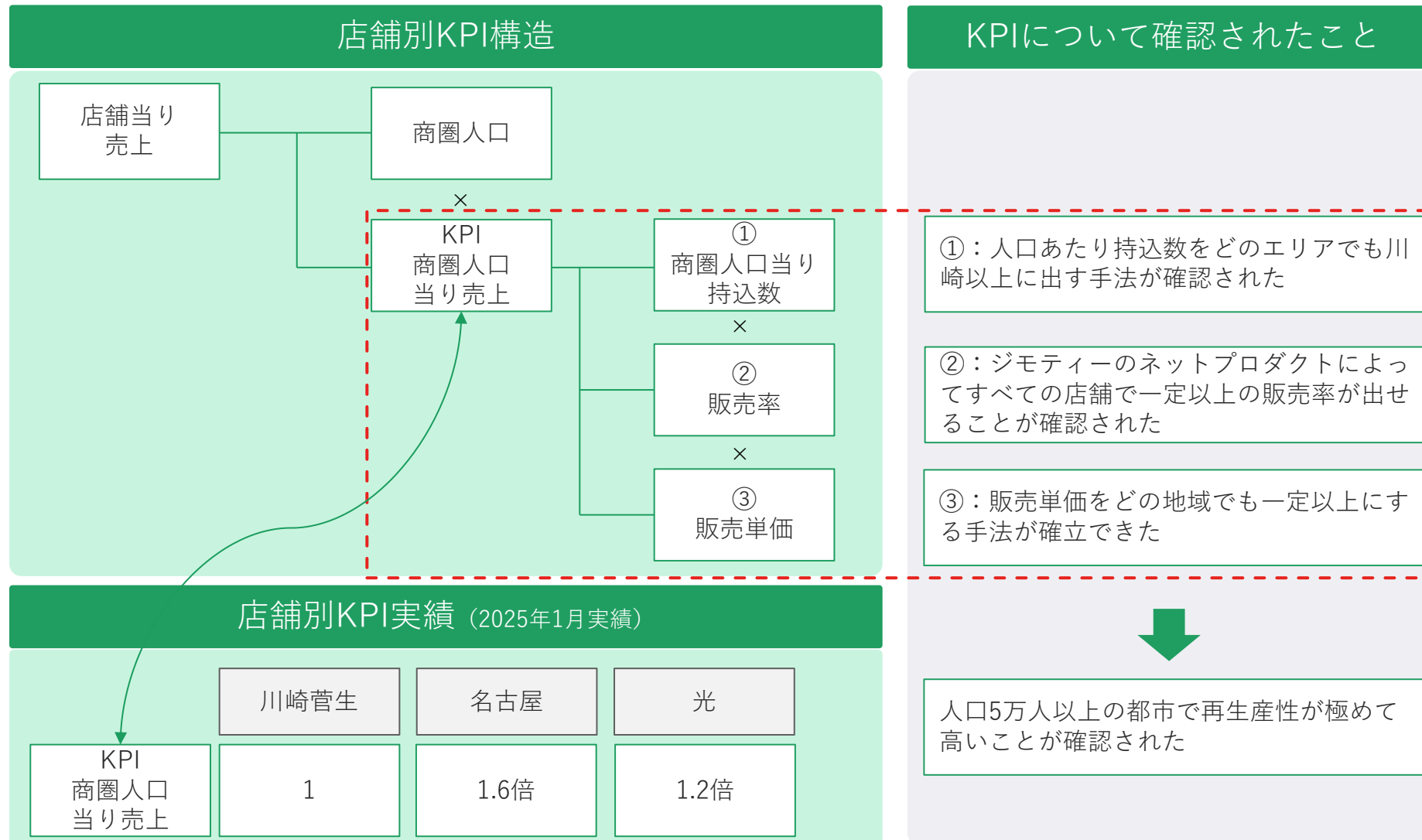
出店時期：2025年1月  
売り場面積：約40坪



注 中型店とは、売り場面積40～80坪程度の店舗を指す

# ジモスポ店舗のKPI構造

- 川崎菅生店のモデルを名古屋（商圏人口約21万人）、小牧（同13万人）、光市（同4.4万人）に導入した
- 店舗展開による収益拡大の蓋然性が確認された



# 自治体との提携実績

- 2025年2月1日時点で207の自治体とリユース協定を締結
- リユース協定を締結した自治体を中心にジモティースポットの展開を進めていく

## 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

(事例) ジモスポ出店先  
世田谷区、日野市、八王子市  
品川区、川崎市  
名古屋市、小牧市



### 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

(事例) ジモスポ出店のリード  
札幌市、福島市、さいたま市  
千葉市、静岡市、津市  
京都市、大阪市、神戸市  
高松市、宮崎市など多数



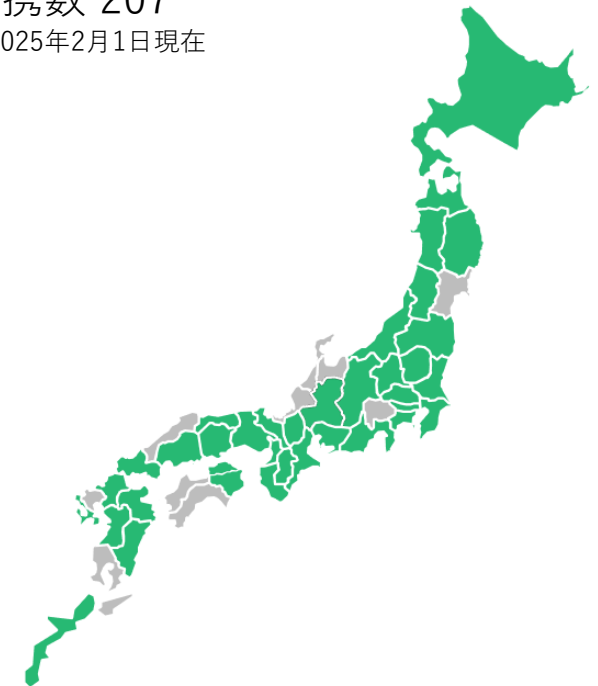
### パターン1：リユースの啓発

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

## 提携自治体

提携数 207

※2025年2月1日現在



02

## 事業内容

---

# 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

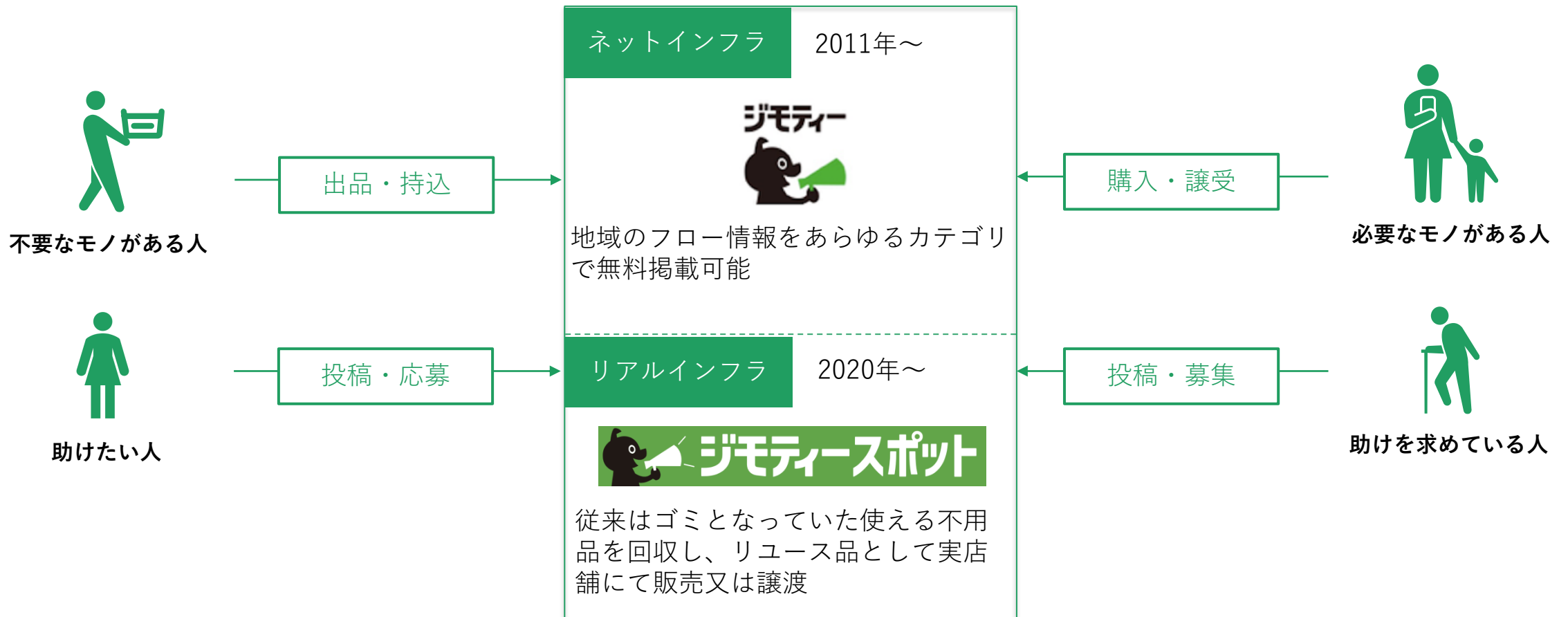
可視化のUP

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

- ネットとリアル両インフラ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

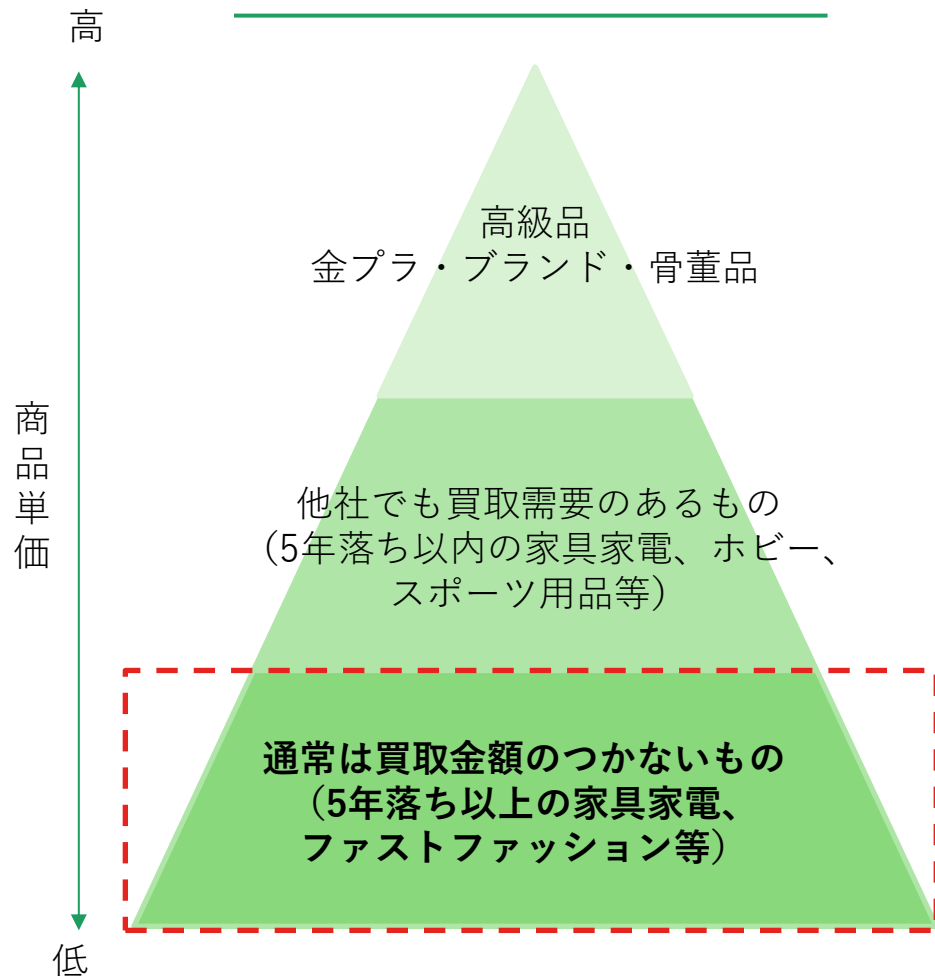




# ジモスポの提供価値

## 真の循環型システムを構築し、環境負荷低減と経済成長を同時に実現する

### 主な取り扱い品

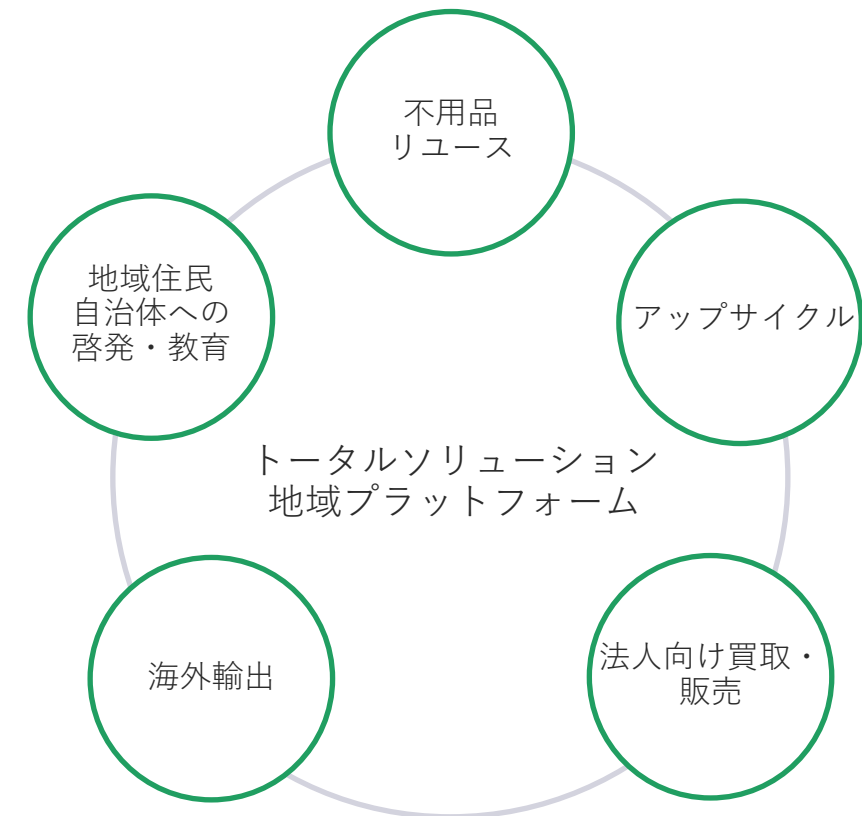


### ジモテースポット



持込品の98%以上を  
リユースするシステム

### サービス内容

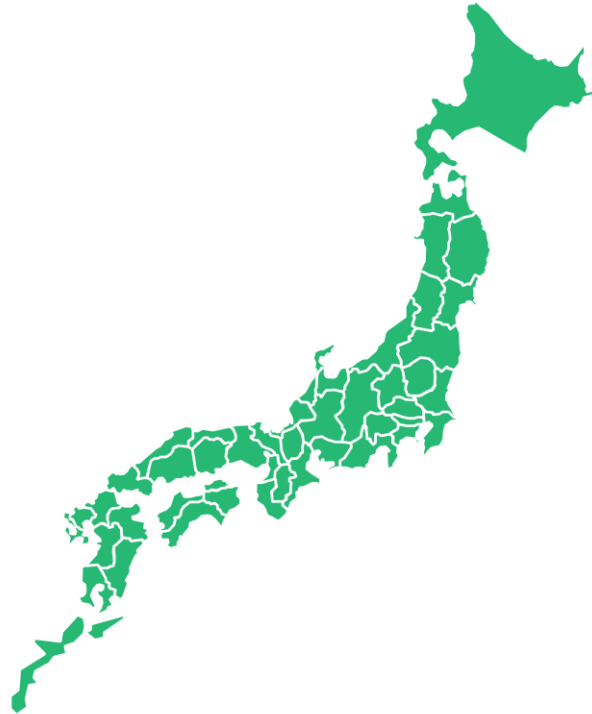


注：上記記載のソリューションは、一部店舗にて既に実績があり

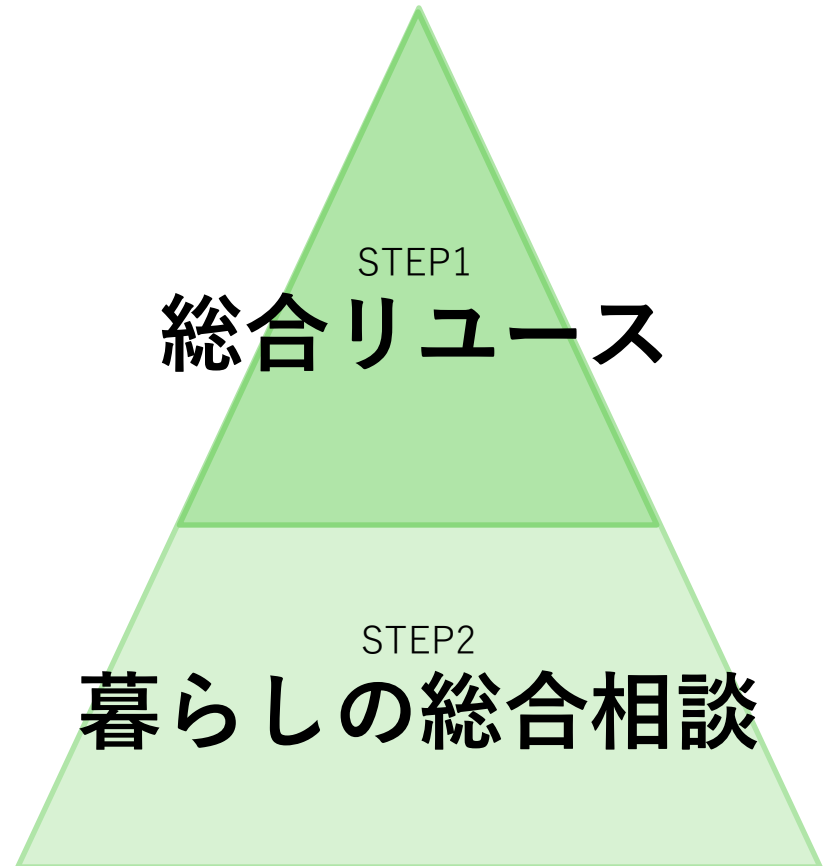
# ジモスポが目指す世界観

全ての自治体に存在する、あって当たり前前の暮らしの総合相談サービスに成長する

## 展開都市数の目標

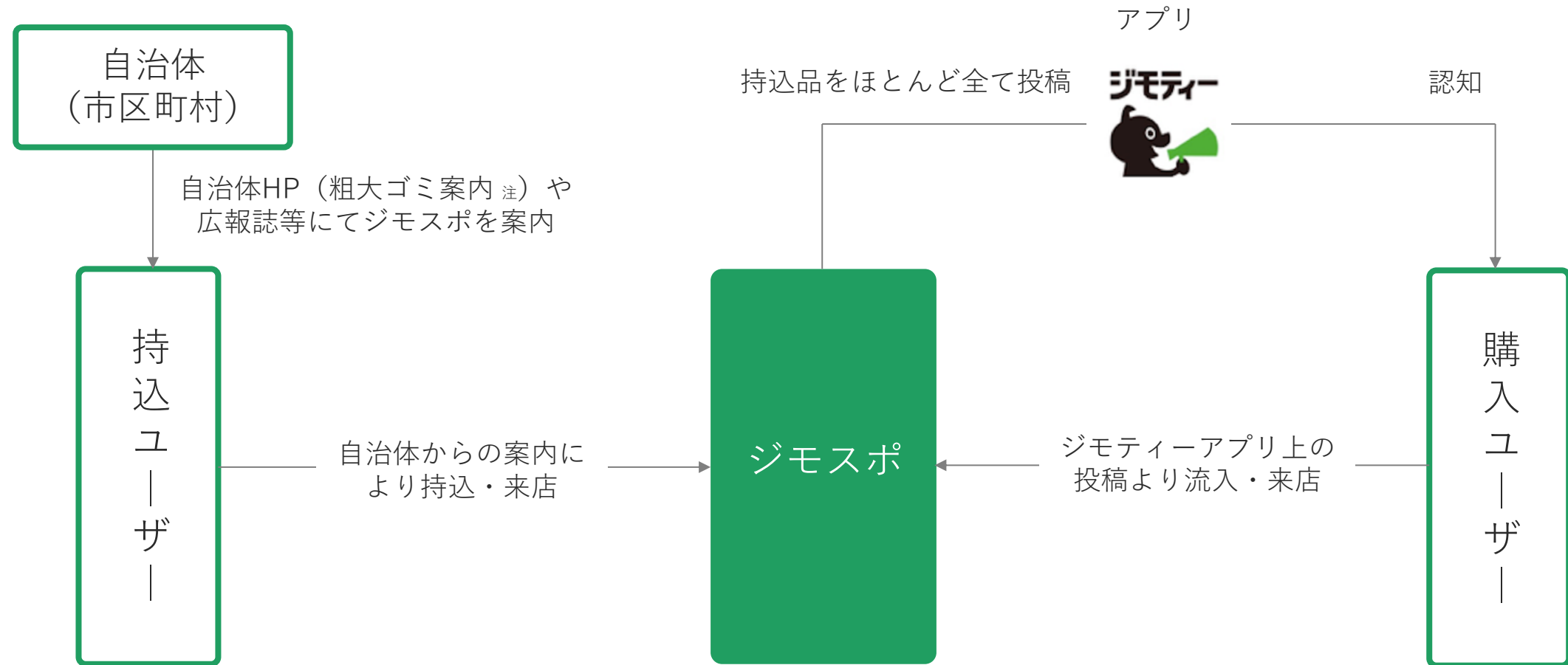


## 展開サービス



# ジモスポのサービスの流れと特徴

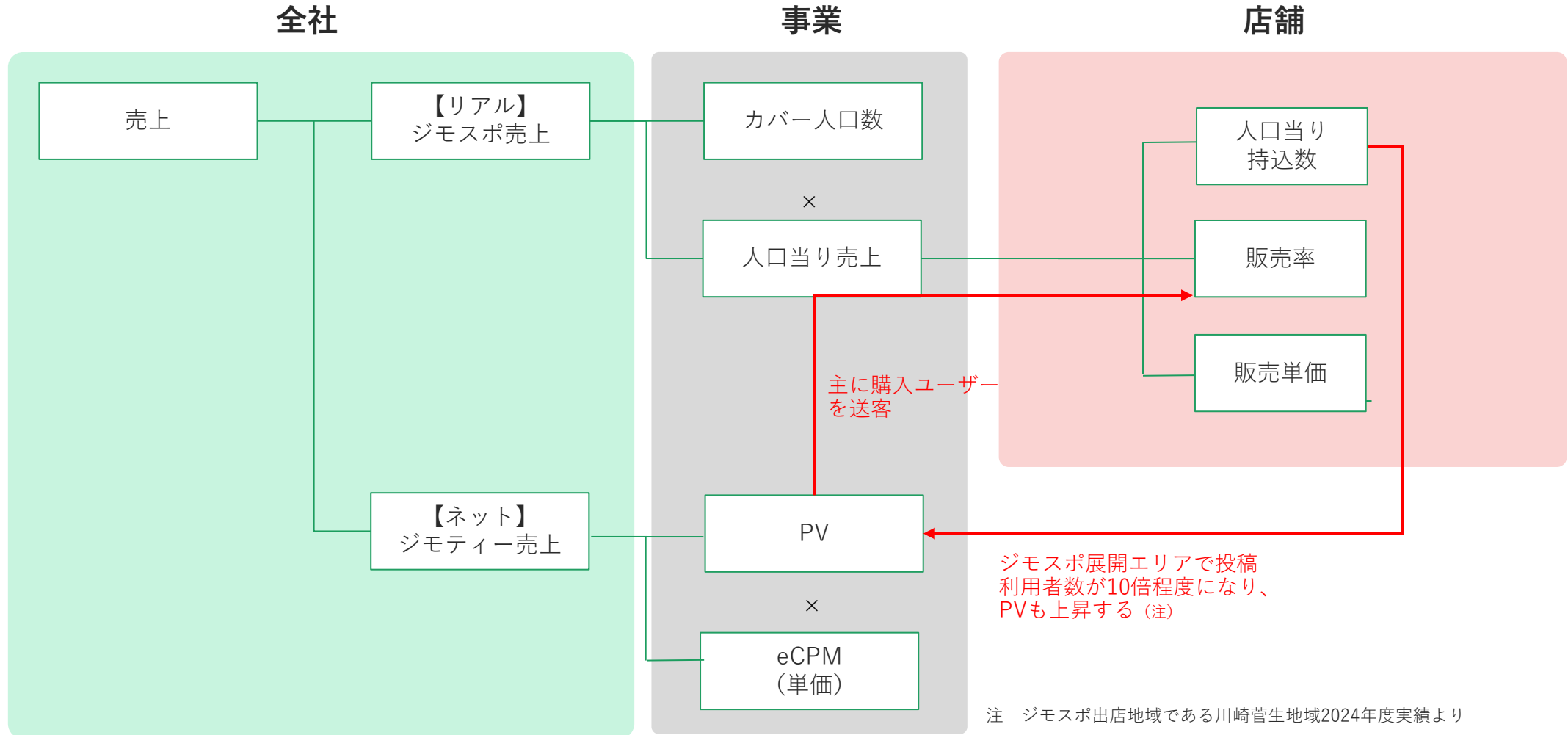
- 持ち込みは自治体告知を基本とし、販売はジモティー掲載を基本とするため販促費がかからない
- そのため、低単価商品をメインで取り扱ったとしても十分な利益が出るモデルとなっている



注：日野市のHP（粗大ゴミの出し方）におけるジモスポ案内事例 (<https://www.city.hino.lg.jp/kurashi/gomi/kihon/sodai/1002904.html>)

# ジモスポとジモティーのKPI構造

- ジモスポのKPIはカバー人口数と人口当り売上となる想定
- ジモティーのKPIはこれまでどおりPVとeCPMとなる想定
- ジモティーのPV数がジモスポの販売数の上昇とともに増加する想定



03

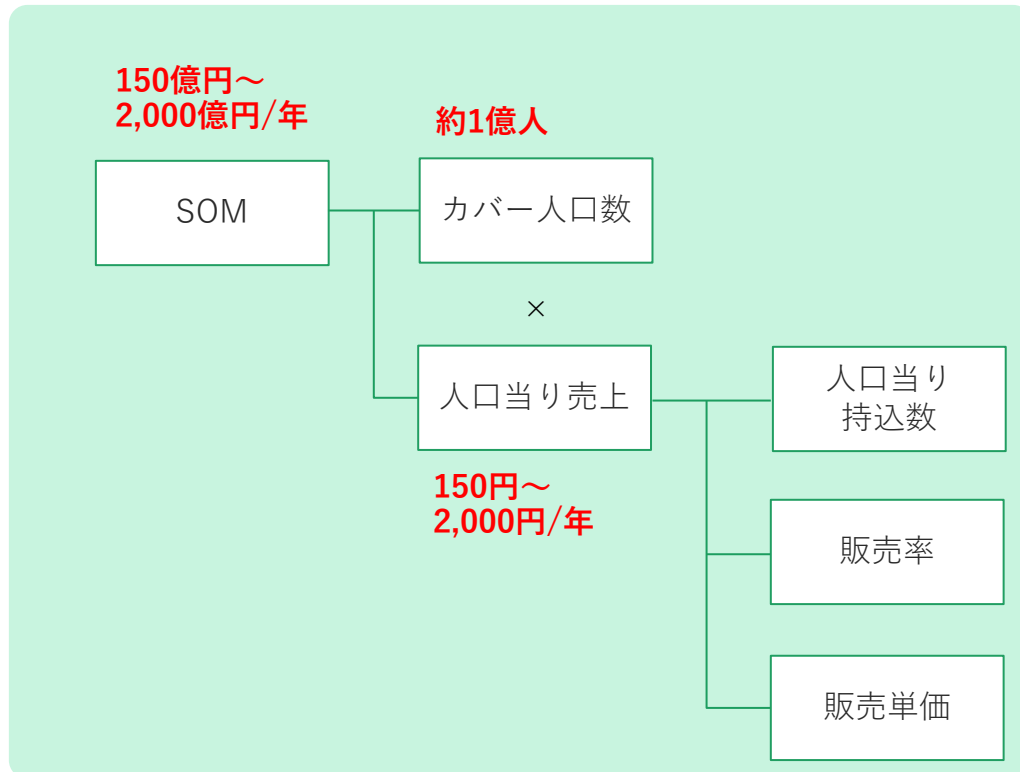
## 中期数值目標

---

# ジモスポの市場規模 (SOM)

- ユニットエコノミクスが確立している中型店モデルを人口5万人以上の自治体 (554カ所 注) へ出店した場合の市場規模 (SOM) は2,000億円になる

## SOMツリー



## ロジック

カバー人口数：

- 出店対象とする自治体は人口5万人以上 (554自治体) とする
- 総務省HP「市区町村別の人口及び世帯数」より人口5万人以上の自治体の総人口を集計し、1.05億人 (約1億人) を算出

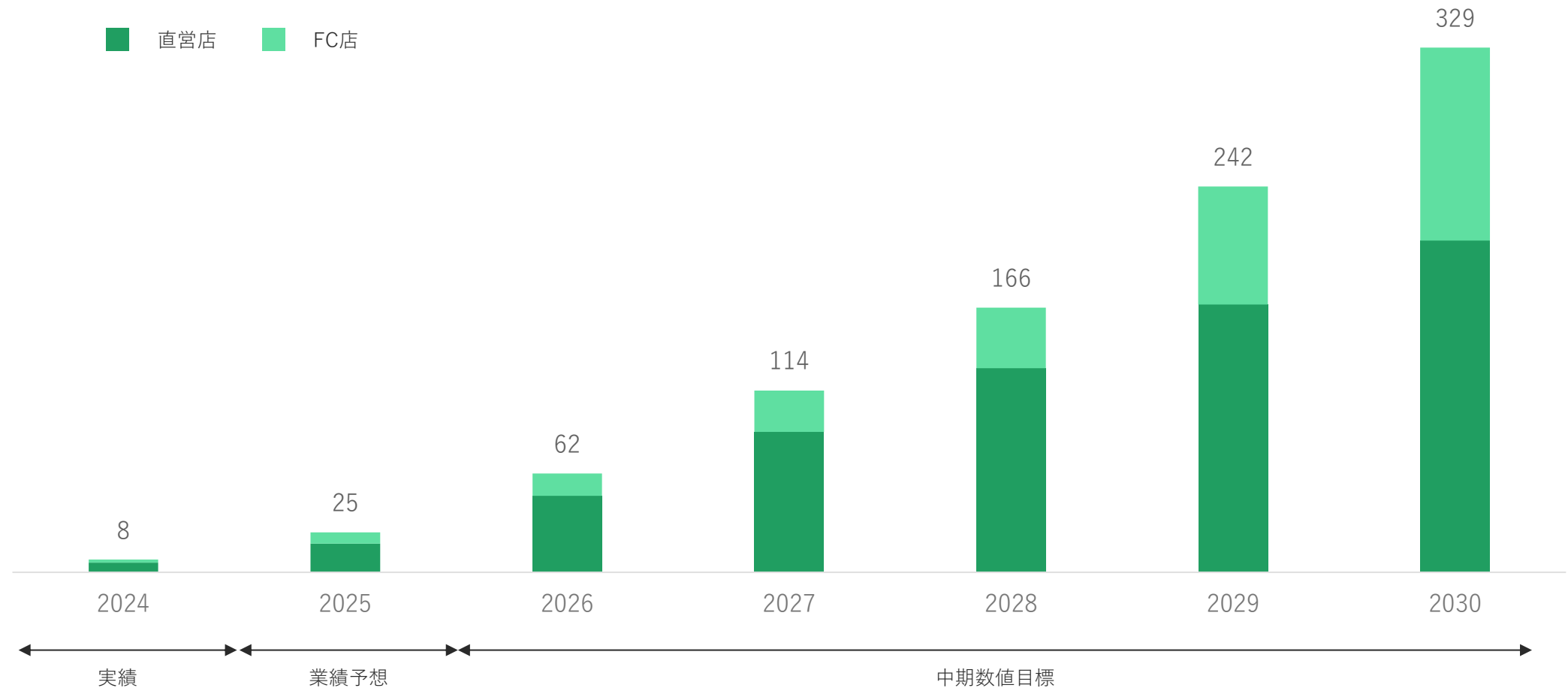
人口当り売上：

- 下限：商圈人口当り売上を名古屋店と同程度で試算
- 上限：海外の類似事例より試算

注：現時点でジモスポが出店して十分な利益率が確保可能な商圈人口数を5万人以上と分析している。総務省HP「市区町村別の人口及び世帯数」より人口5万人以上の自治体の数を算出

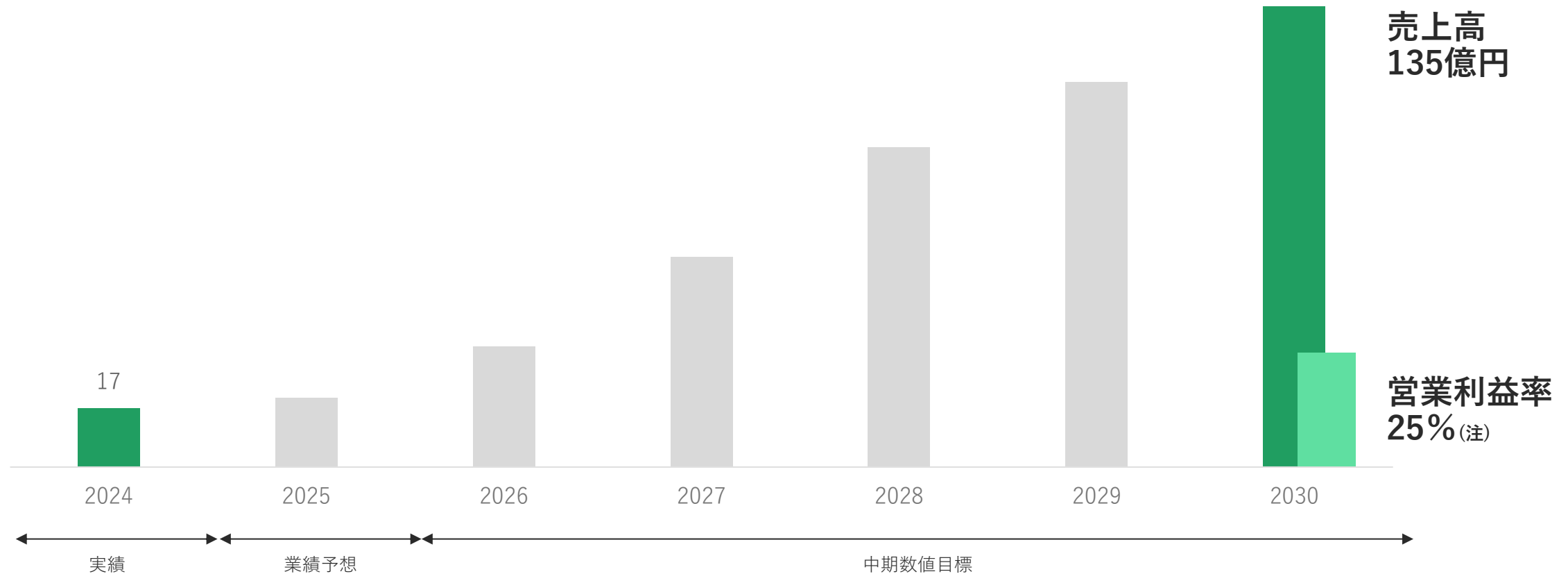
# ジモスポ出店計画

- 出店ターゲットとなる人口5万人以上の自治体554のうち、2030年度までに最低300店舗以上は出店していく
- 2025年3月以降は直営+3店/月以上のペースで進捗を見込んでおり、今後さらに体制強化を行い、展開速度の向上を狙っていききたい



# 中期数値目標

- 2030年度の売上高135億円、営業利益率を25%を目標とした中期経営計画を立案
- ジモティースポットの実績から店舗展開だけの成長率で十分達成可能な数字だと考えている
- 2030年度末時点での店舗によるカバー人口は6,700万人、人口当り売上は現在の名古屋店の数値で試算
- ネットプロダクトの収益成長率はジモスポ展開効果（川崎エリアの増加PV数同等の上昇率）のみを試算





04

2025年12月期 業績予想

---

## 2025年度 業績予想（通期）

- 売上高+14%。2024年12月にHRを撤退（注）したこと等により2025年度1Qは若干の減収となる予想だが、2Q以降はジモスポ新規出店により四半期ごとに増収率が上昇していく予定である
- 多店舗展開初年度の立ち上げ費用分を含めても営業利益額は昨対と同等を目指す

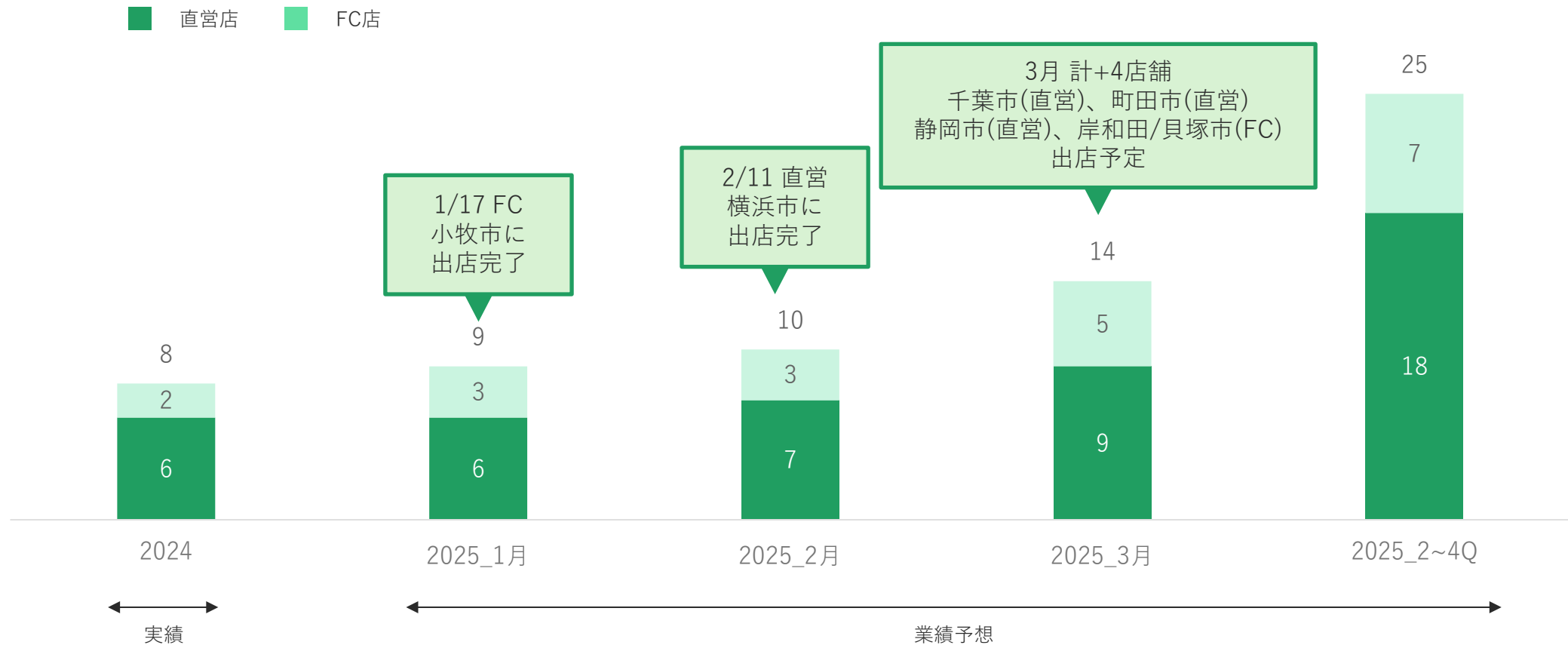
単位：百万円

	2025年12月期 通期業績予想	2024年12月期 通期実績	前期比	補足
売上高	2,028	1,775	+14.2%	出店数計画は次ページ参照 人口当り売上は中型店実績のうち最小値で計画
営業利益	559	559	±0.0%	ジモスポ新規出店による投資を含めた計画
純利益	465	471	-1.3%	—

注：ジモティーのアルバイトカテゴリにて展開していた採用代行等のHR事業について、ジモスポ領域へ集中することを目的に撤退を決定

# 業績予想の前提

- 業績予想の前提として、新規出店は+17店舗（うち直営+12店舗）
- 上期中に17店舗の展開を計画



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	157名（2024年12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	臼坂悦子

# 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  
JCOM株式会社入社後、企業内弁護士として、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。2024年10月より、株式会社SHIFT入社。法務部長として、経営法務及び事業法務全般を担当  
2022年株式会社ジモティー社外取締役に就任

# 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

# サービス概要

- 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



# サービスの特徴

- ジモティーは認証済みの人なら誰でも**無料**で情報を掲載できる地域の情報プラットフォーム
- 取引内容は不要品の売買に限らず、中古車やバイクの売買、バイト・正社員の募集や不動産の入居者募集など多岐にわたる



## 代表的なカテゴリと特徴的な内容



### 不用品の譲渡

- 家具、家電などの大きなもの
- バイク、車のパーツ、自転車
- 子供用品や食品までかさばるもの



### 中古車の売買

- 格安車、自社ローン販売車
- 地元の人に販売し修理や車検のアフターサービスを提供



### アルバイト・正社員募集

- 隙間時間バイト、通勤時間がほとんどない近所のバイト
- ドライバーや住み込みの正社員

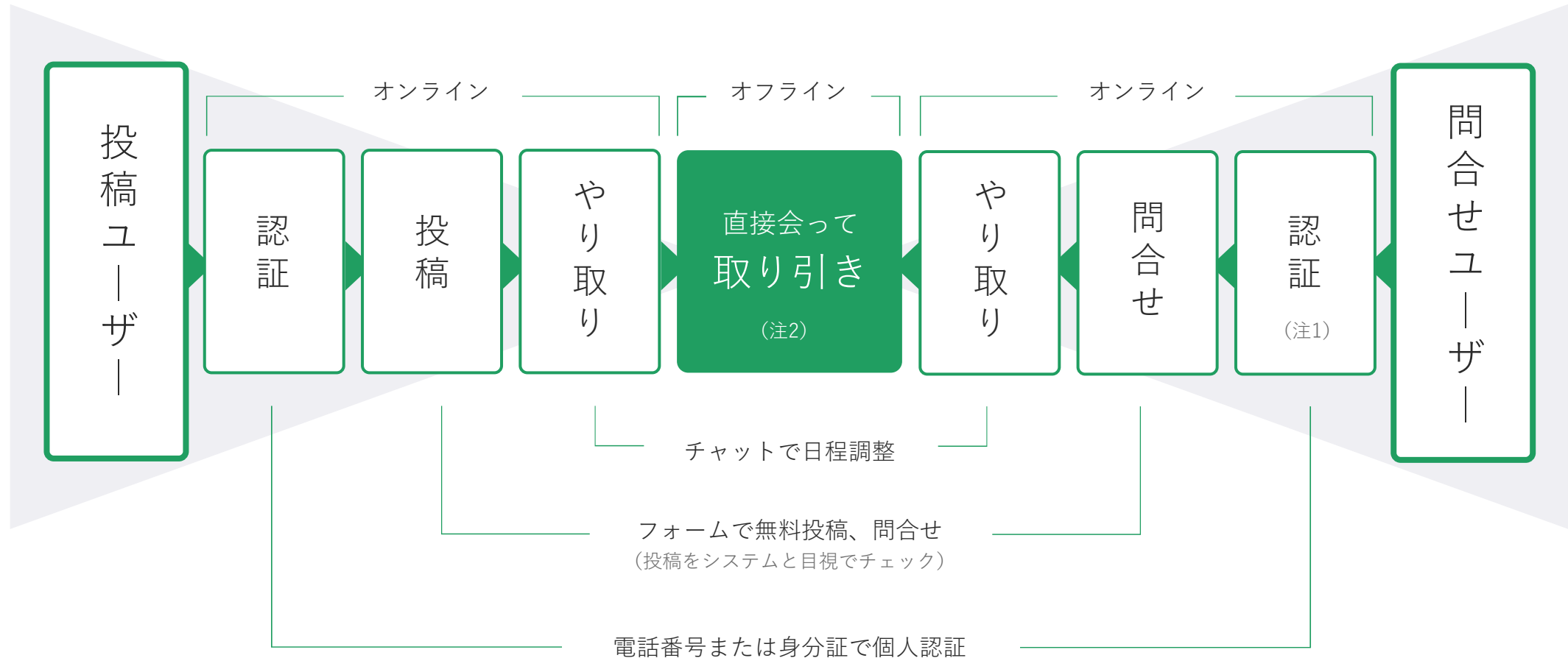


### 不動産の入居者募集

- オーナー直接掲載物件
- 初期費用格安の物件

# 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

# サービスの特徴

- 近所で直接取引をするので、買う人はお得な価格で信頼できる品物を手に入れることができる
- 売る人は送料や梱包のコストなどをかけずにリピート客となる可能性が高い顧客を獲得できる
- 双方にとって移動や輸送のコストがほとんどかからず、ゴミを減らすことも可能なため地球環境にも優しいサービスになっている



情報を探す人

- なるべく**近所**でなるべく**お得**な情報を探すことができる  
(例：子供用品を近所のママ同士でまとめて売り買いする)
- 地元の人から買うから品物の状態を直接確認できるし、**信頼**できる  
(例：バイクや車の動作確認を目の前でできる)
- 移動、輸送のコストがかからないから**地球環境にも優しい**



情報を掲載する人

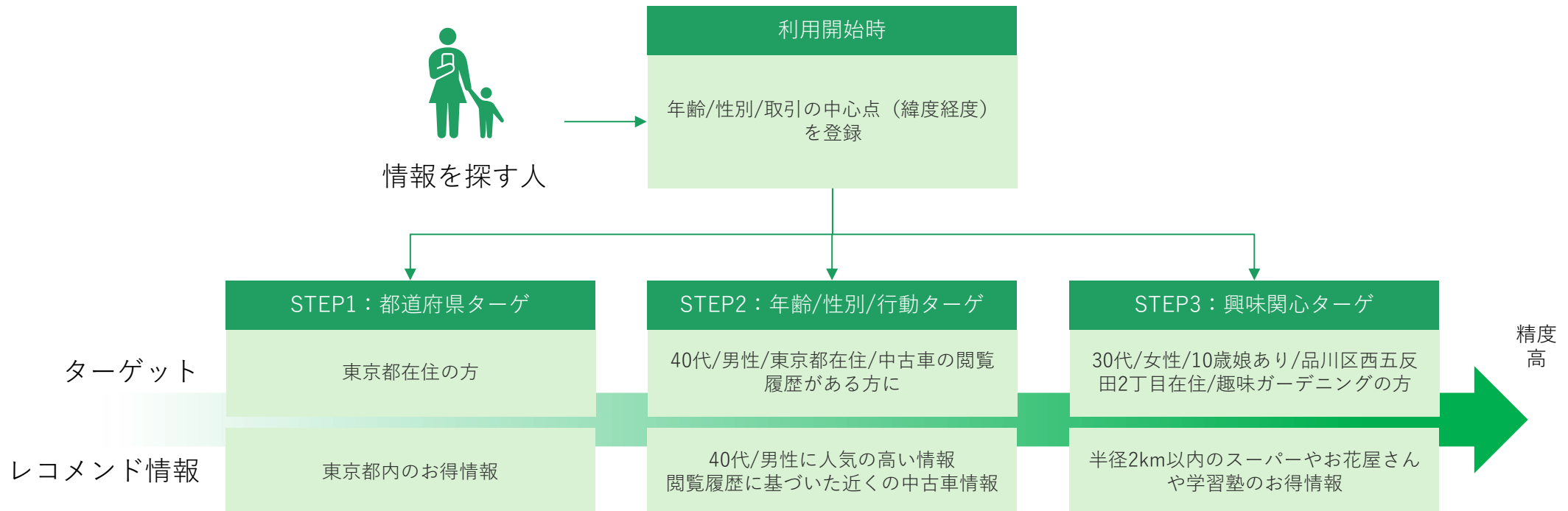
- 地元の人に売るから**郵送料、手間がかからない**  
(例：一品、一品を梱包・郵送せずに済む)
- 地元の人に売ると、**次の取引に繋がる**  
(例：車を売って修理を受注する)
- 通常は販売できずにゴミとして処分していたものでも貰い手をつけて**ゴミを減らす**ことができる

# ジモティーの競争優位性：情報を探す人

- 情報を探す人は基本的に手数料を払うことなく、地域の人と直接取引をすることが可能
- コンテンツを出し分けるため、サービスを閲覧する人の約80%の年齢/性別/緯度経度情報を保有している
- データに基づいたコンテンツ配信を行うことで驚くほどお得な商品や自分が潜在的に求めていた地域情報やローカルのサービスに偶発的に出会うこともできる

## 自分に合った地域情報が配信される

緯度経度情報等の豊富なユーザー情報を用いているため、  
各ユーザーに合った地域情報をレコメンド可能

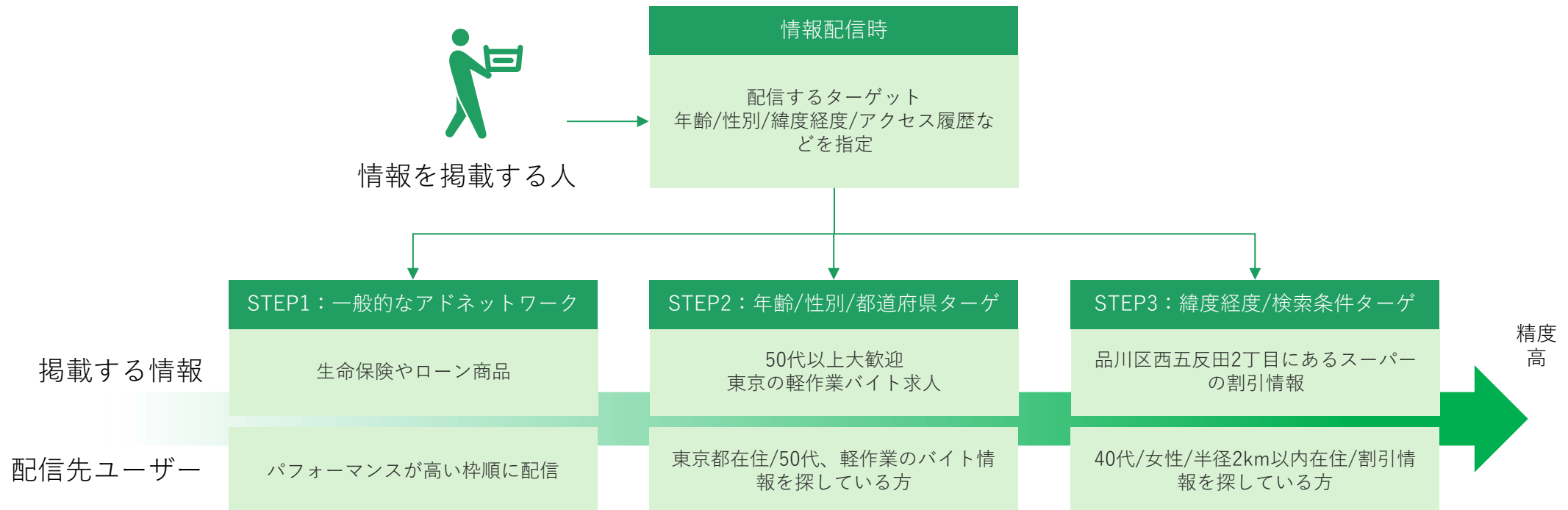


# ジモティーの競争優位性：情報を掲載する人

- 基本的に無料で情報を掲載することができる
- 商品決済時に手数料が必要となる仲介サービスを使うかどうかは任意で選択できる
- 有料の商品を使うことで年齢/性別/地域/関心カテゴリに合わせたターゲティングを行うことができ、高い広告効果を上げることが可能となる

## 地域情報を効果高く配信できる

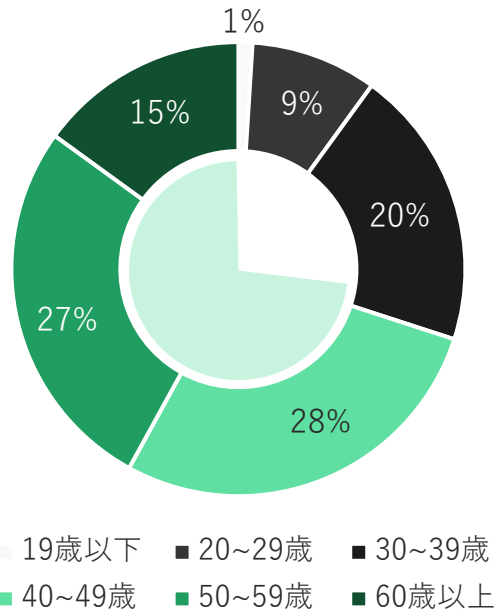
配信するターゲットを細かく指定するし  
特に狭域の地域情報を広告効果高く配信できる



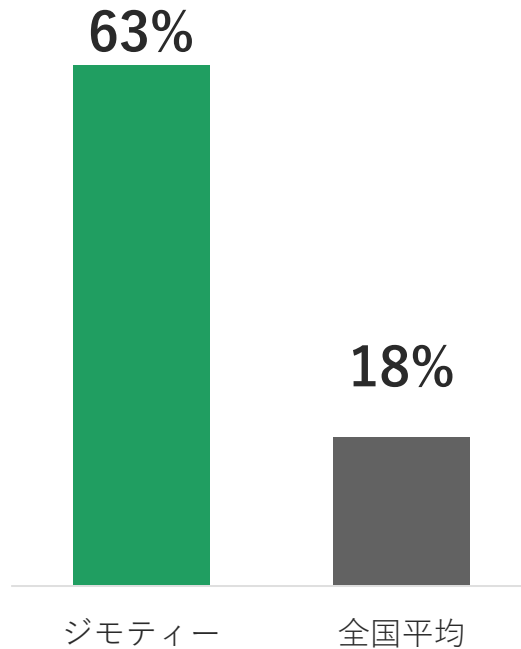
# ユーザーの特徴

- 40代以上の子供のいる女性が多く利用

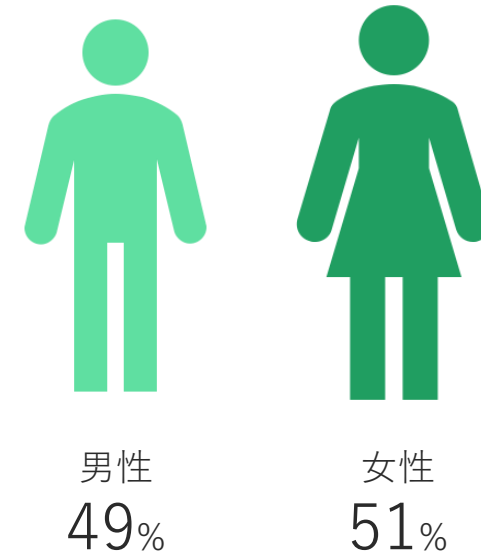
40代以上で全体の70% (注)



子供有り世帯は平均の約3倍以上 (注)



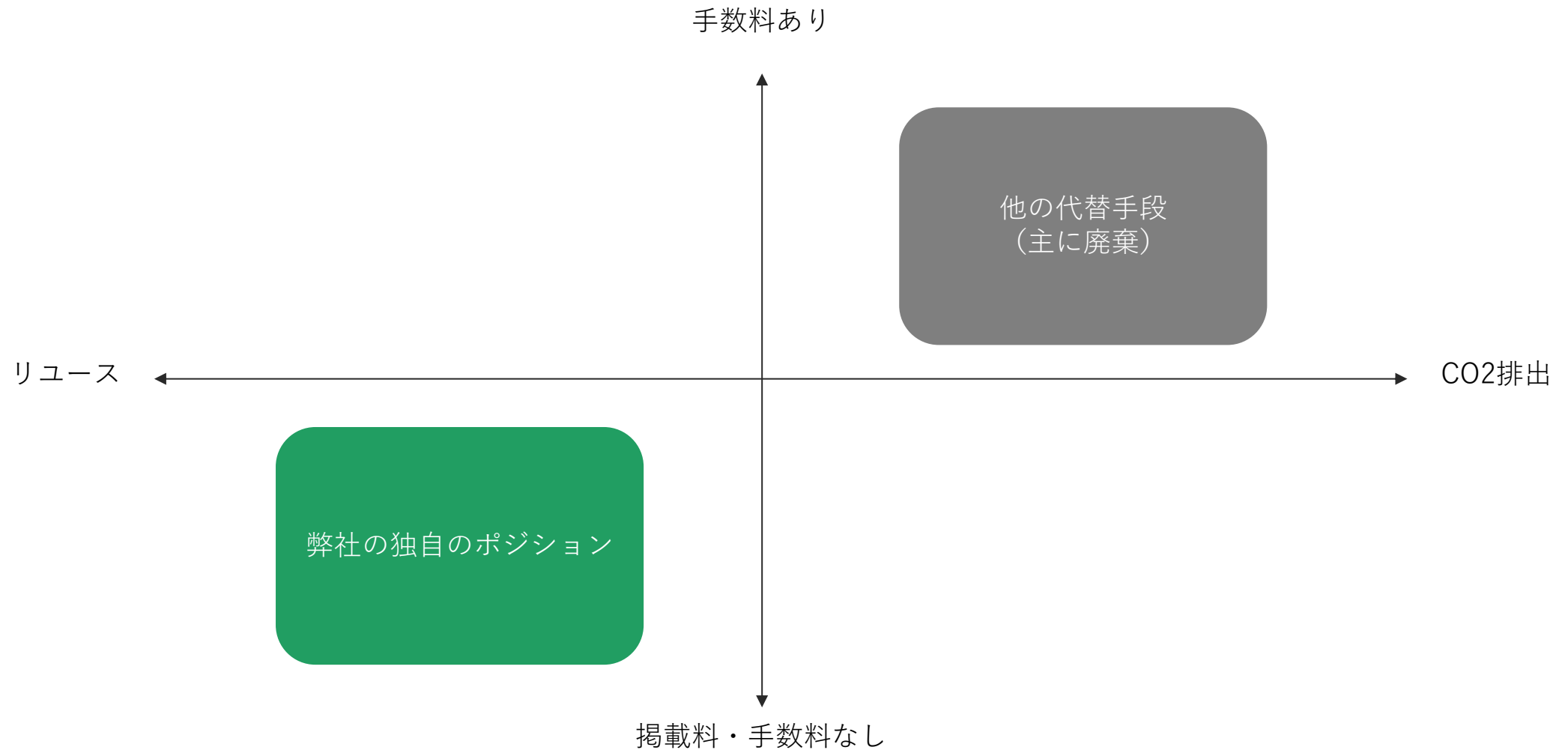
女性の利用が51% (注)



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

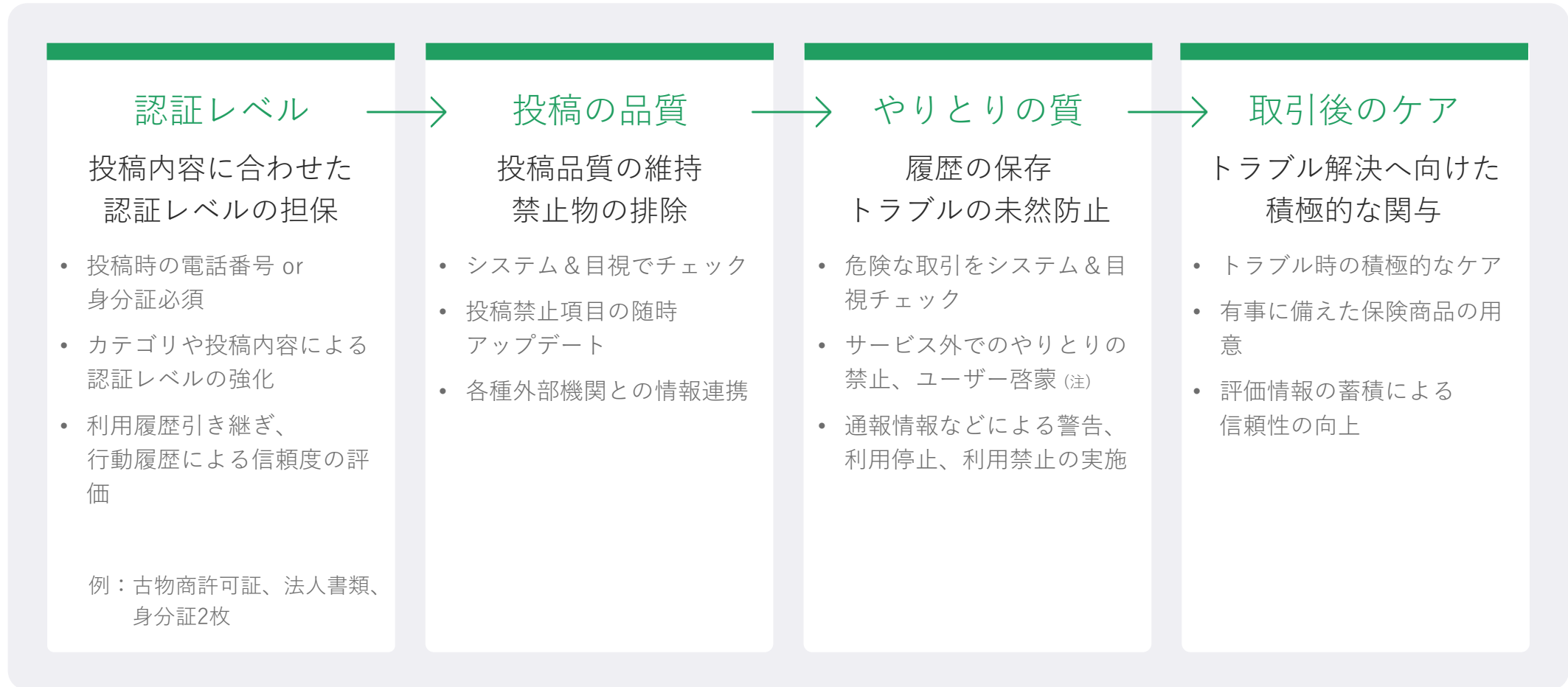
# ジモティーの独自性

- 掲載料、手数料が無料であるため、本当は使えるが廃棄してしまっているものをリユースすることが可能
- 排気量を減らしリユース量を増やすことで持続性にも直接的に貢献することができる



# 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



# 闇バイト問題に向けた取り組み

- 当社では、東京労働局へ相談の上、2023年4月より下記フローを整備・強化し、闇バイト問題の温床となる投稿防止に向けた取り組みを実施している

## 事前の啓蒙活動等

### 利用規約にて禁止事項を規定

- 利用規約にて法令又は公序良俗に反する行為を禁止し、投稿ガイドラインにてその温床となる投稿を禁止することにより、ユーザーから該当投稿があった場合に、当社は削除、利用停止、損害賠償等の処分を下すことができる

### ユーザーへの啓蒙活動

- ユーザーに対して注意すべき投稿の特徴を啓蒙している  
<https://jmtj.jp/support/recruit/>

## 求人企業審査

### 書類審査の実施

- 求人広告を掲載可能な投稿者を法人に限定し、かつ、法人の社名/本社所在地/事業内容等が確認できる書類の提出を必須としており、一定の審査を受けた法人のみに投稿を許可している

## 投稿前チェック

### 全件目視チェック

- 当社がリスクが高いと定義したカテゴリ等の投稿については、ユーザーの投稿内容は即時反映されず、当社カスタマーサポートスタッフの目検審査を通過したもののみが表示されるフローとしている
- 審査の抜け道を突かれるリスクを下げるために、具体的な審査基準は非公開とするとともに、常に見直しをかけている

上記業務を行うカスタマーサポートスタッフの法令リテラシー向上  
(入社時及び定期コンプライアンス研修の実施)

# 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>&lt;顕在化可能性：中／影響：中&gt;            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>&lt;顕在化可能性：低／影響：大&gt;            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>&lt;顕在化可能性：低／影響：中&gt;            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行っ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>
出店政策について	<p>&lt;顕在化可能性：中／影響：中&gt;            当社が運営する「ジモティースポット」では、新規店舗展開を推進し、新規出店及び他社との業務提携などによるフランチャイズ出店を実施しております。今後さらに当社店舗網を加速させていく計画であるため、出店の成否が当社の成長力に大きな影響を及ぼす可能性があります。従いまして、今後、新規出店等の案件が継続的に成立するとは限らず、そのような場合には当社の成長力が鈍化する可能性があります。</p>
事業運営体制について	<p>&lt;顕在化可能性：低／影響：低&gt;            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。 Copyright Jimoty, Inc. All Rights Reserved.

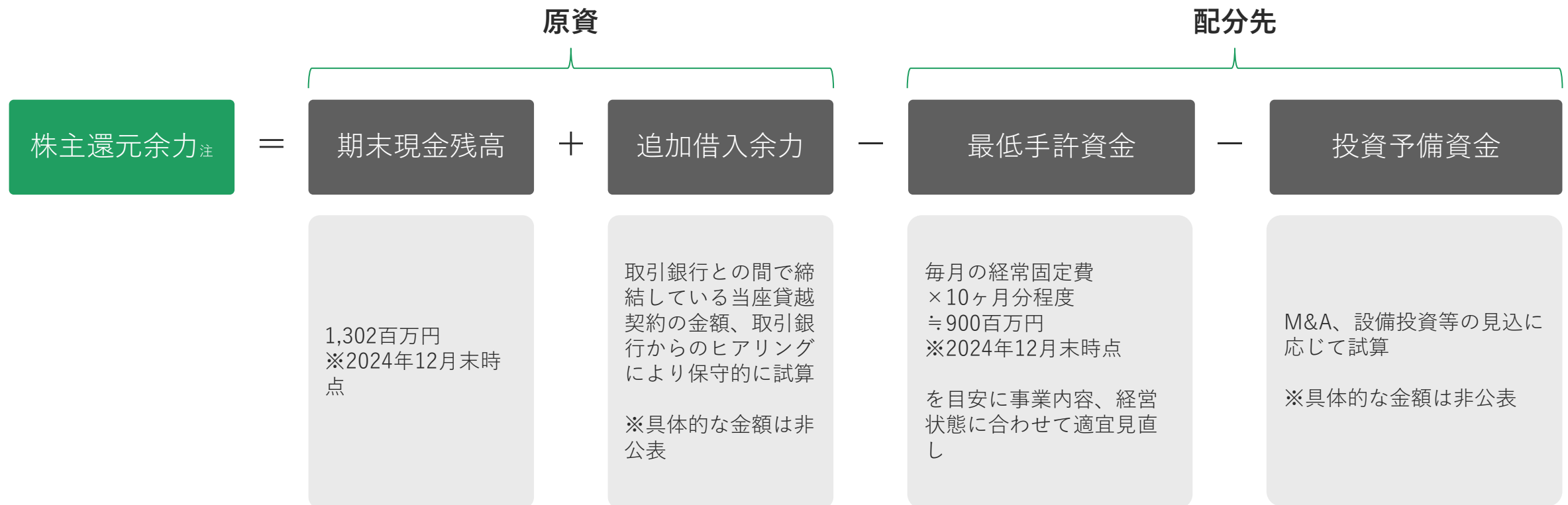
# 貸借対照表

- 財務基盤は引き続き堅固な状態を維持

(単位:百万円)	2024年12月期 期末	2023年12月期 期末	増減
流動資産	1,543	1,351	+191
現金及び預金	1,302	1,120	+182
固定資産	176	141	+35
総資産	1,720	1,493	+226
流動負債	356	430	-74
固定負債	22	75	-52
有利子負債	77	135	-57
純資産	1,340	987	+353
自己資本比率	78%	66%	+12pt

# 株主還元に関する考え方

- 中長期的な株主価値を目的として、下記考え方に基づき余力を試算し、株主還元を実施していく予定  
計算式) 株主還元余力 = 期末現金残高 + 追加借入余力 - 最低手元資金 - 投資予備資金
- 手法は自己株式取得を主軸に考えている。配当については、今後の事業成長及び経営安定度を加味して継続検討



注) 株主還元余力は、必ずしも即時に全額を還元するわけではなく、経営環境、市場関係、株価等を加味して株主還元の意思決定をする予定

# 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