

# ジモティー

2025年12月期  
第2四半期 決算説明資料

---

株式会社ジモティー  
東証グロース：7082

# 目次

01 2025年12月期 2Q業績概要

02 サービス開発の進捗

03 APPENDIX

01

## 2025年12月期 2Q業績概要

---

## エグゼクティブサマリー

### 1 2Qは前年同期比 売上高+9.7%、営業利益+23.4%

- ジモティースポット（ジモスポ）売上が+187%と大幅成長。新規出店と既存店の継続成長が寄与
- ネット売上は第三者配信広告の単価下落がやや改善し、1Q実績の-12%から-7%に

### 2 ジモティースポットの新規出店と営業利益率が上がる出店形態の検証が進捗

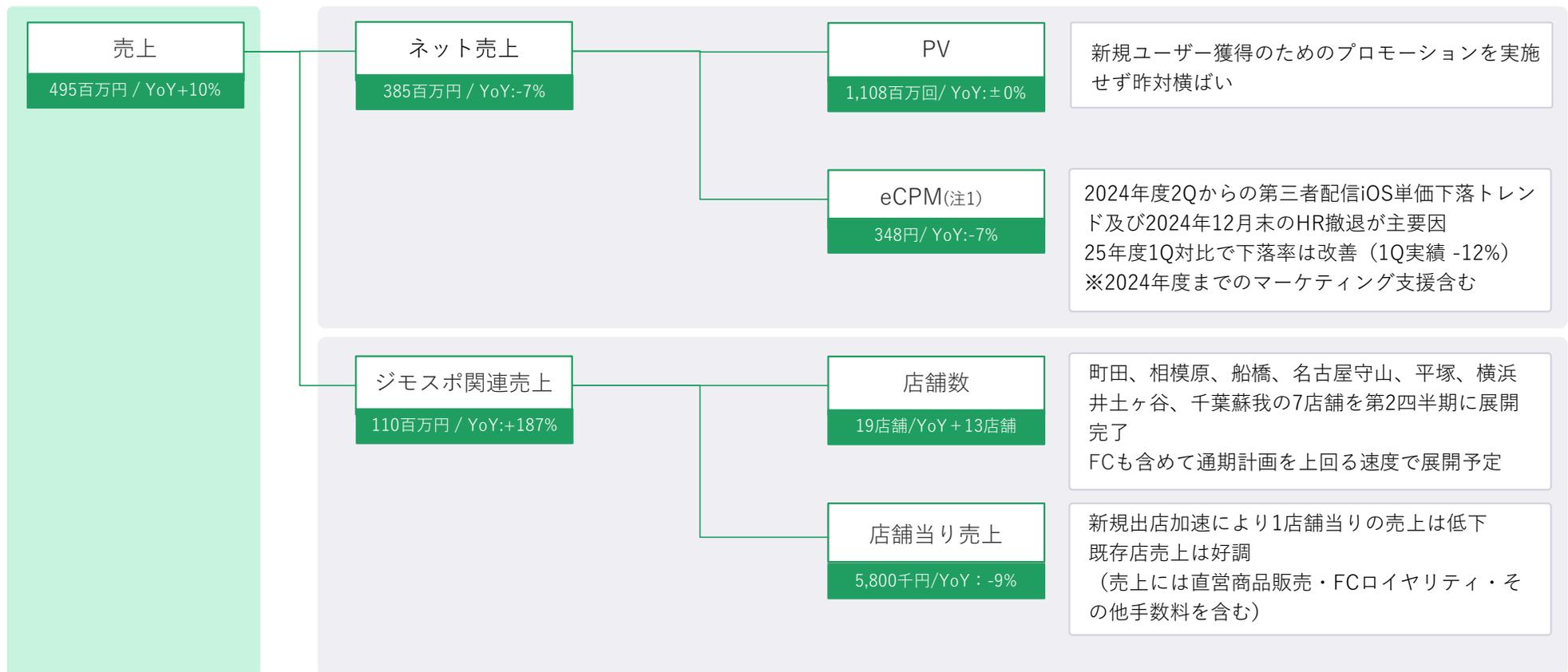
- ジモティースポットの出店は前四半期想定よりはやや遅れたが通期では大幅な出店数増加を狙う
- 中でも営業利益率が上がる出店形態の検証が進んでおり、今後の展開速度向上も見込まれる
- さらに出店形態の精度向上のために人的投資を加速したいと考えている

### 3 ネットプロダクト/広告商品は漸次的改善と非連続な開発を並行して進捗中

- 漸次的改善と同時に非連続な成長を遂げるための新機能の開発を進捗中

## KPI比較（2Q単体/前年同期比）

- ネット売上は-7%、iOS広告単価の下落が2025年1Qに底打ちし、下落率は改善
- ジモスポ関連売上は、店舗数が昨対+13店舗と順調に推移、また既存店売上も好調なことから昨対で+187%と増収



注1：PV1,000回表示あたりの収益

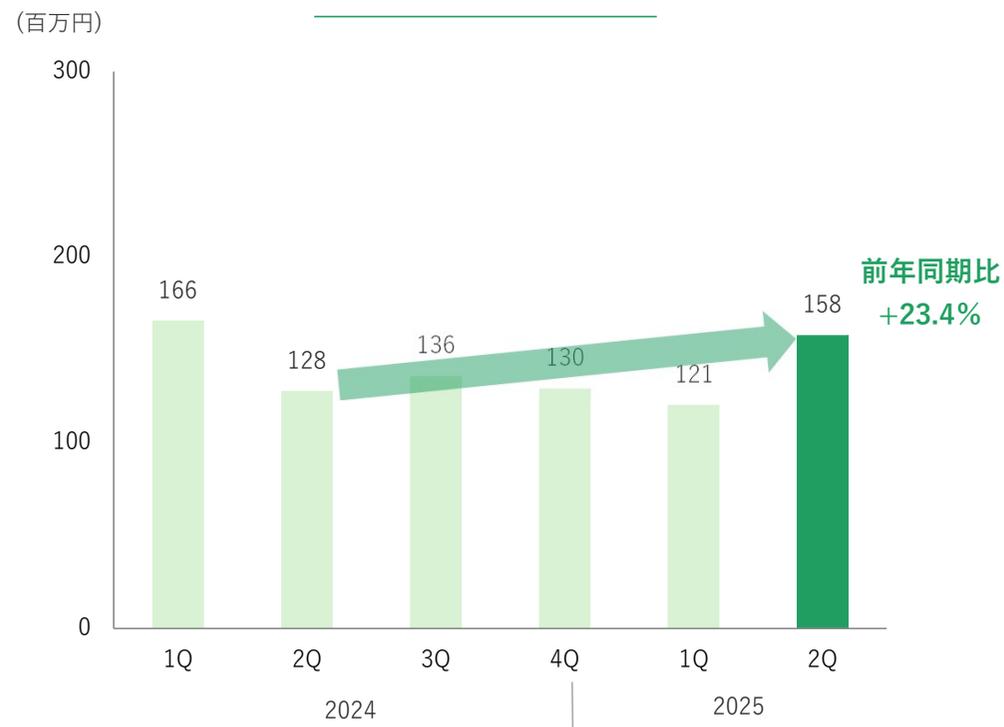
## 2025年度2Qの業績概要

- 2Qの前年同期比は売上高+9.7%、営業利益+23.4%となった
- 売上高の成長率は3～4Qに徐々に上昇していく見込み
- 3～4Qには人的リソースの投資を増やし、ジモスポ事業の成長率を計画よりも飛躍的に上げる開発を行っていきたいと考えている

### 売上高



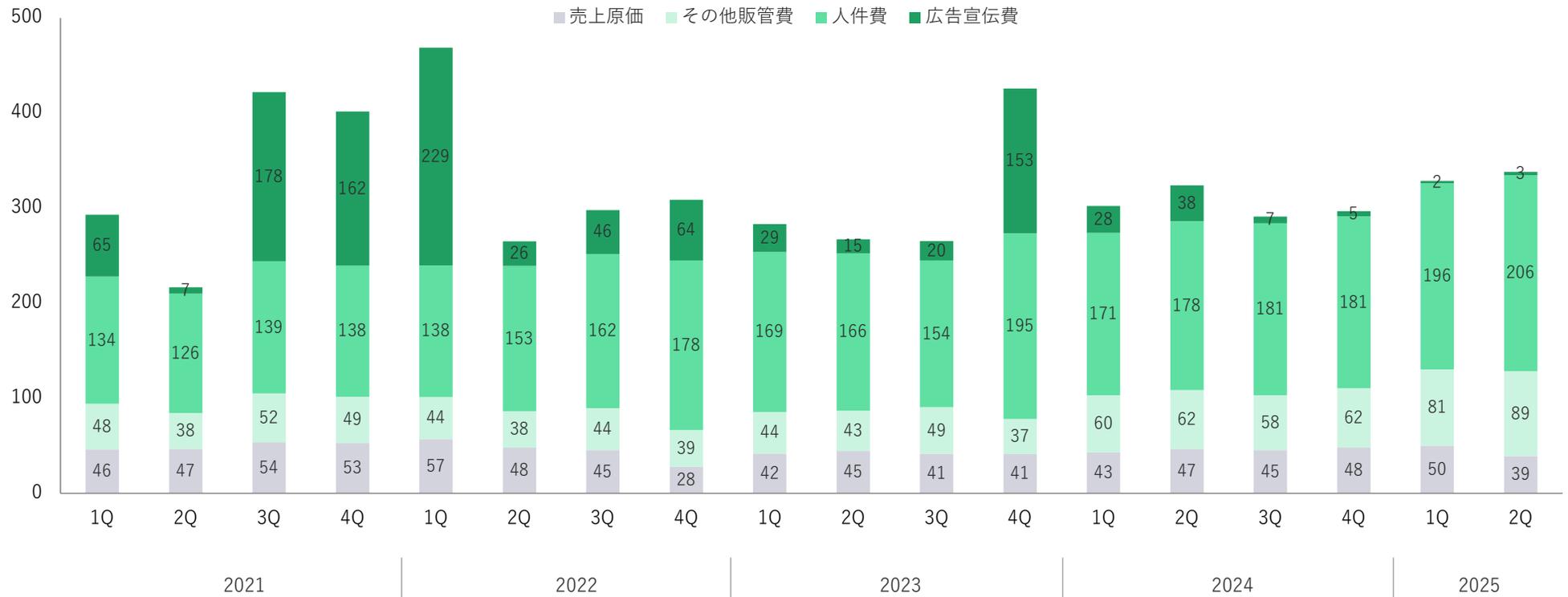
### 営業利益



# コスト構造

- 広告宣伝費を縮小し、ジモスポを中心とした人件費、新規出店費、店舗運営費へシフトさせている

(百万円)



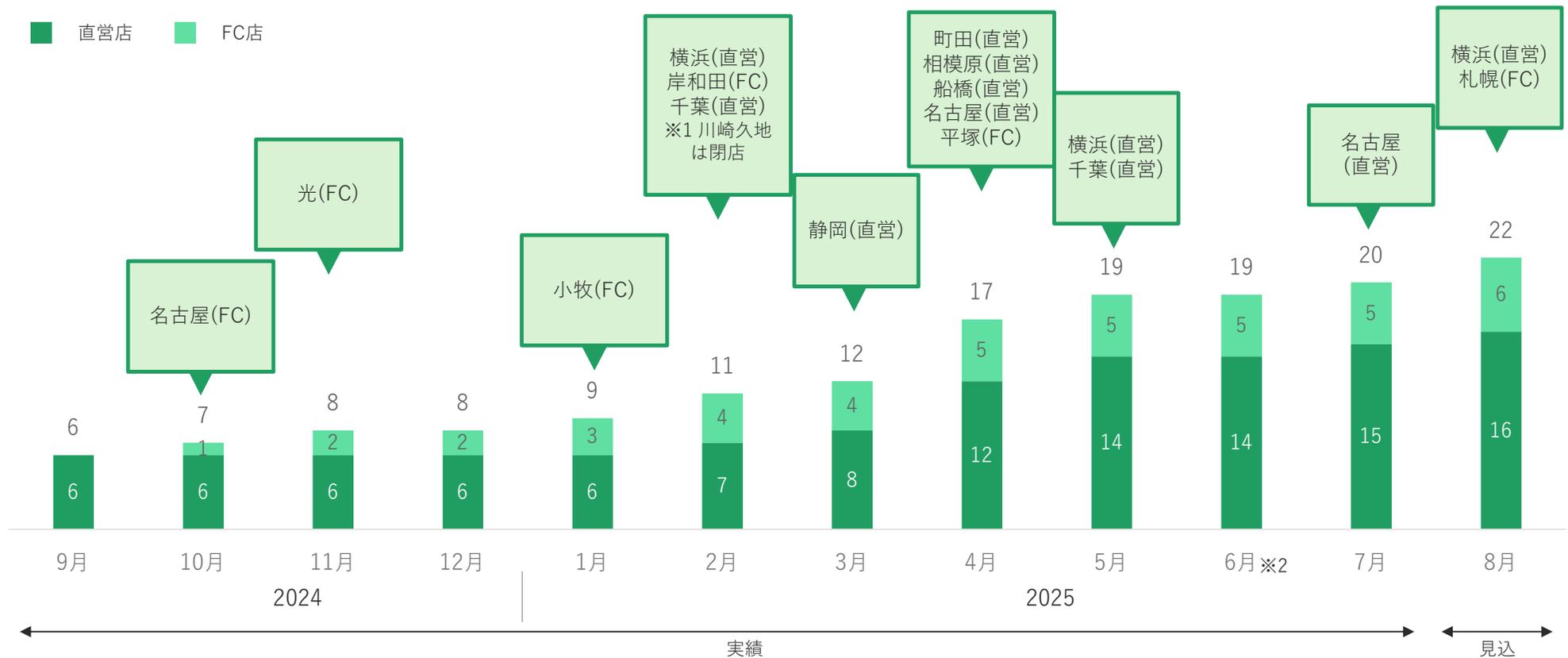
02

## サービス開発の進捗

---

# ジモティースポット出店の進捗

- 通期出店計画25店舗に対して8月末までに22店舗を出店完了（見込）
- 自治体/FC等との契約が順調に進んでおり、通期出店計画を上回る速度で展開が可能と考えている



※1 2022年オープンの川崎久地店（約20坪）は、近隣エリアに2024年にオープンした川崎菅生店（約70坪）への移行が完了し、役割を終了したため閉店

※2 2025年5月15日時点では6月に+3店の新規出店を見込んでいたが、社外関係者（物件オーナー等）との調整により月ズレが発生した

Copyright Jimoty, Inc. All Rights Reserved.

## ジモティースポットの2Q出店事例

- 2Qは大都市×直営店を中心に展開がさらに進んだ
- 他企業や他サービスとの併設店舗の事例も増加、より効率的な店舗開発の手法が発見されている
- 下半期は、収益性を高める検証を進めながら、出店を加速させていく

### 船橋店(直営)

出店時期：2025年4月  
売り場面積：約60坪



### 相模原店(直営)

出店時期：2025年4月  
売り場面積：約60坪



### 横浜井土ヶ谷店(直営)

リユースのサカイ併設  
出店時期：2025年5月  
売り場面積：約70坪



### 平塚店(FC)

出店時期：2025年4月  
売り場面積：約65坪



## カルチュア・コンビニエンス・クラブ（CCC）との基本合意

- 高い店舗開発能力（多店舗展開、新規モデル開発等）を有するCCCとの業務提携を通じて、ジモティースポットの店舗展開スピードの加速と、ユーザー提供価値の拡大に向けた新たな業態の共同開発を目指す



### 2025年7月に締結した基本合意の内容

下記の実現及び契約締結に向けた具体的な協議を開始

【STEP1】 CCCによるジモスポFC加盟と新規出店の加速

【STEP2-1】 新たな業態の共同開発

【STEP2-2】 地域住民を対象としたコミュニティの企画・運営

03

# APPENDIX



03-1

APPENDIX：会社概要

---

# 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 自治体との共同リユース拠点「ジモテースポット」の企画・開発・運営			
従業員数	216名（2025年6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	堀直之	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。2017年取締役に就任



堀直之 / 取締役

関西学院大学社会学部卒業後、2007年大和証券SMBC株式会社に入社し、公開引受等の投資銀行業務に従事。2013年より株式会社もしも、株式会社ROXX等のスタートアップにて、CFOとして資金調達、パイアウト、新規事業開発等を経験。2023年株式会社ジモティーに入社し、執行役員を経て、2025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

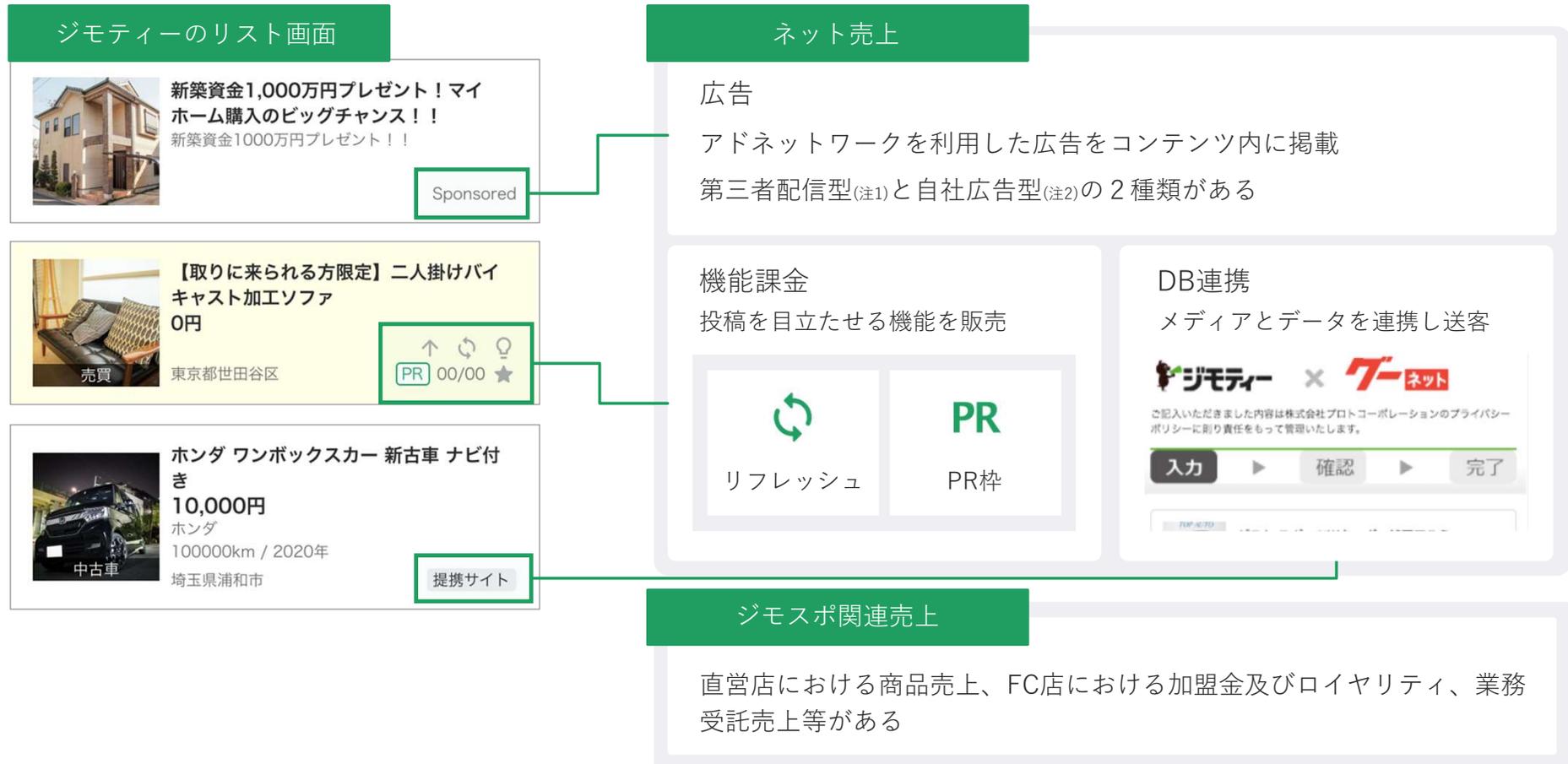


松本行哲 / 社外取締役

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

- ネット売上及びジモスポ関連売上の2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

03-2

APPENDIX：サービス概要と進捗

---

# ジモティー\_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

## ジモティー\_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

## ジモティー\_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



#### 不要品の譲渡

- 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

## ジモティー\_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

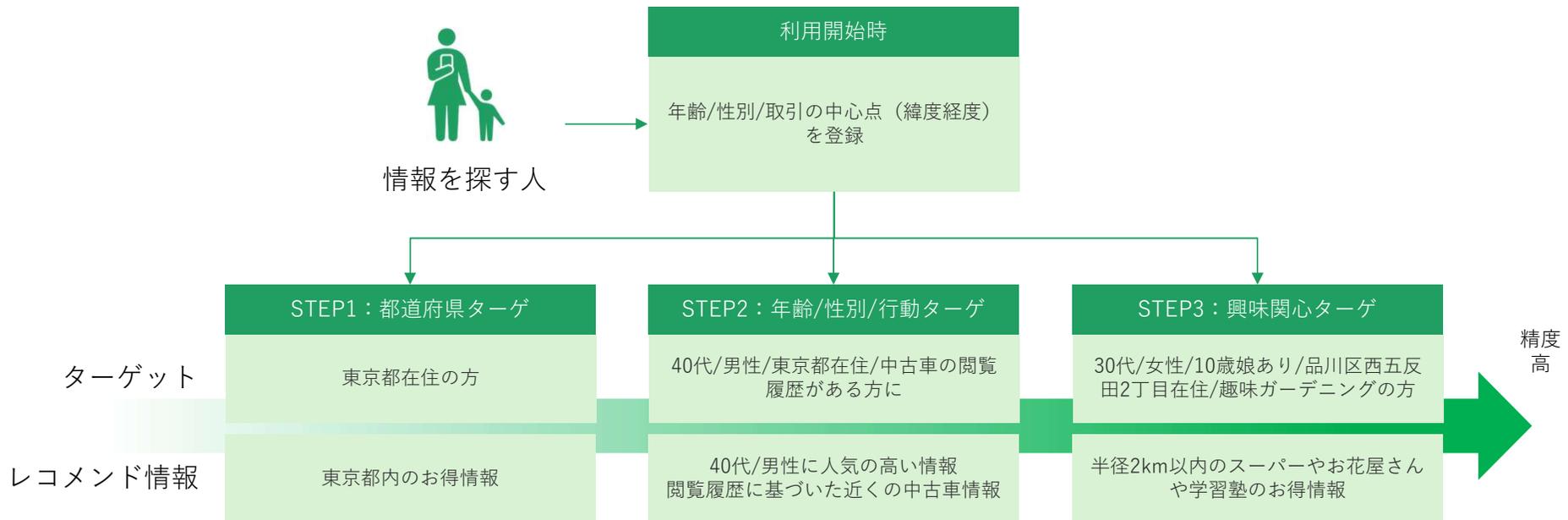
- 地元の人に売るから**郵送料、手間がかからない**  
(例：一品、一品を梱包・郵送せずに済む)
- 地元の人に売ると、**次の取引に繋がる**  
(例：車を売って修理を受注する)
- 通常は販売できずにゴミとして処分していたものでも買い手をつけて**ゴミを減らす**ことができる

## ジモティー\_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

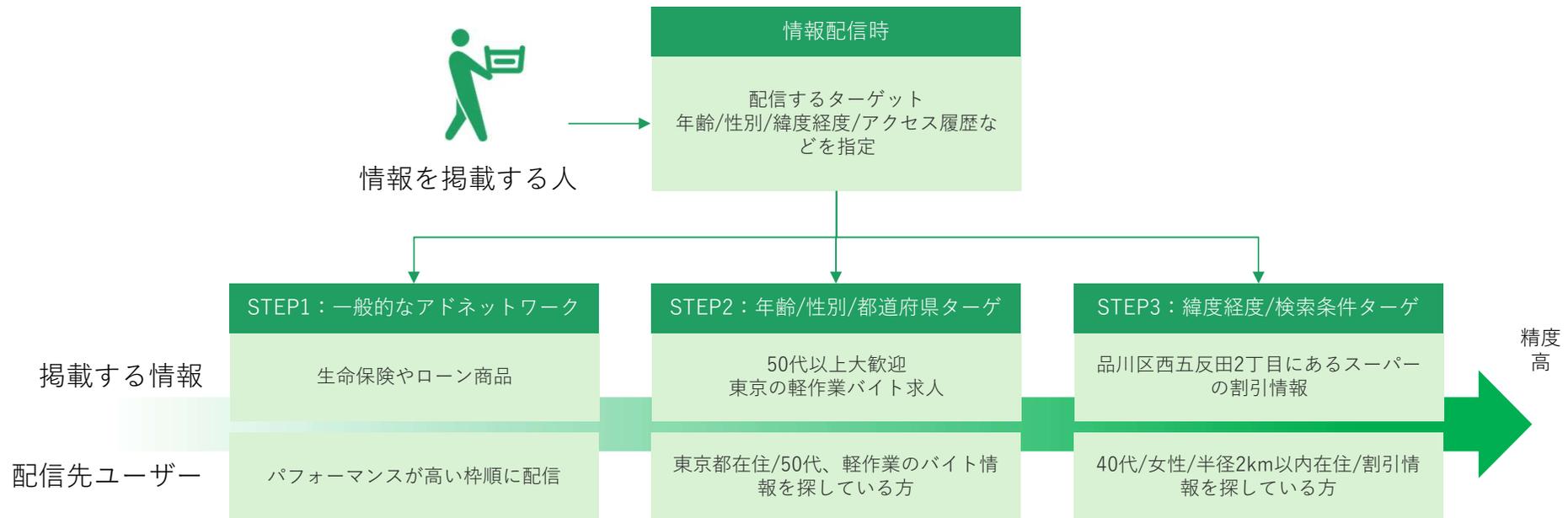


## ジモティー\_競争優位性：情報を掲載する人

- 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

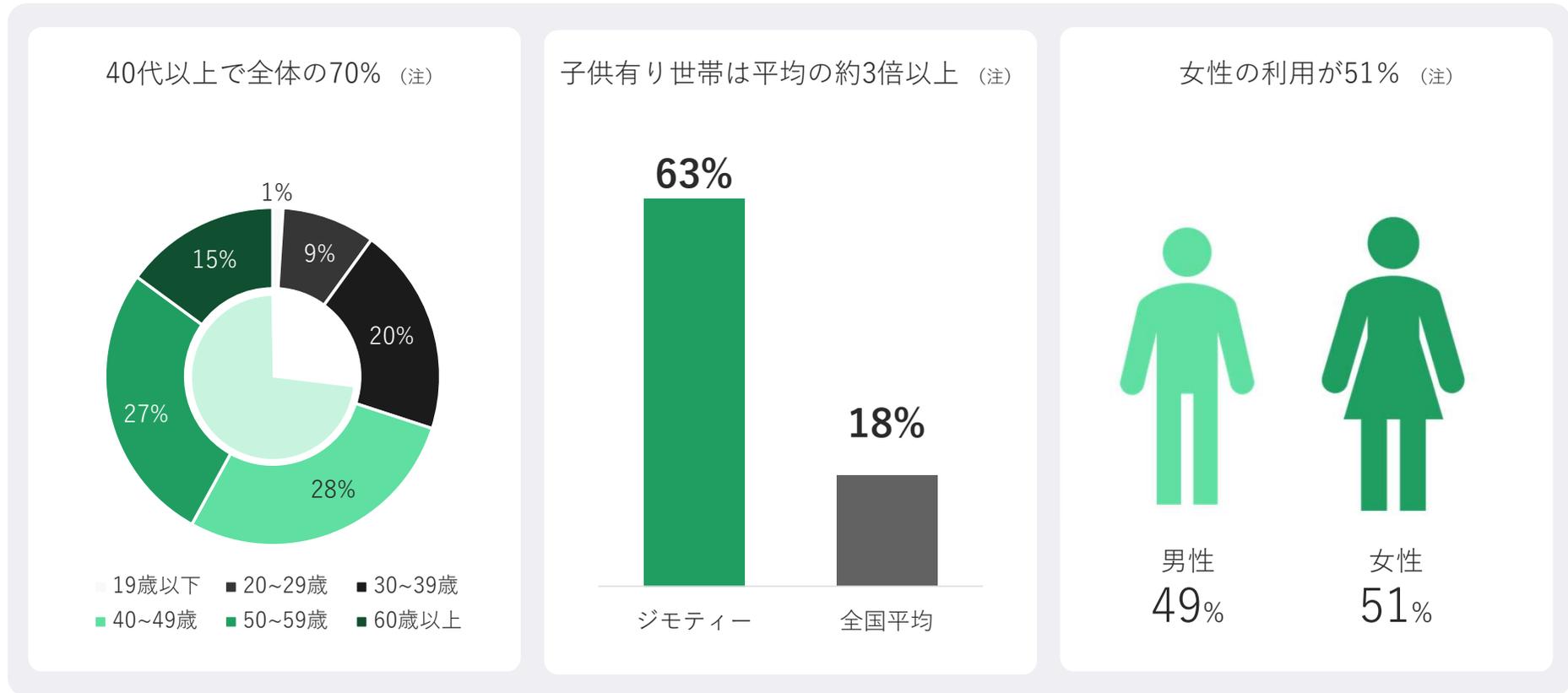
### 地域情報を効果高く配信できる

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



## ジモティー\_ユーザーの特徴

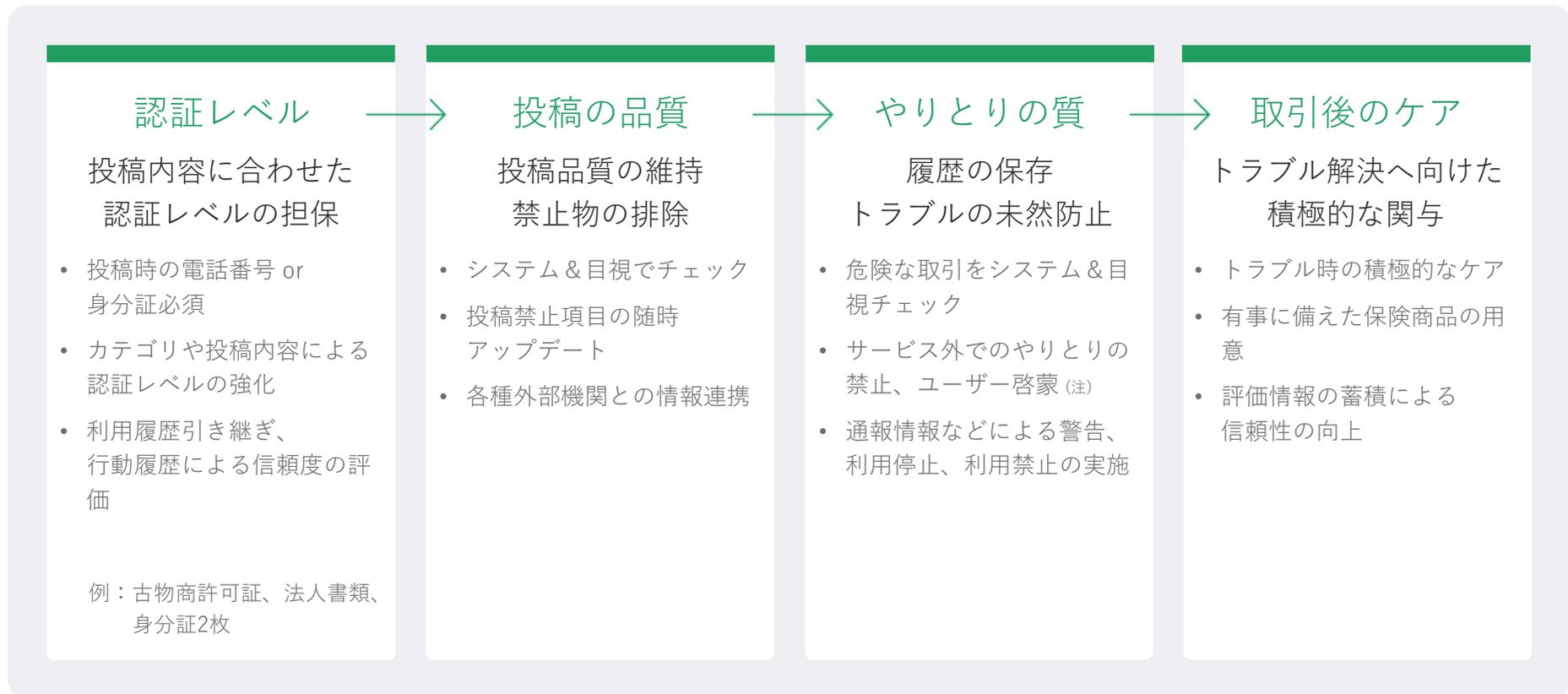
- 40代以上の子供のいる女性が多く利用



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\_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

## ジモティー\_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://jmt.y.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

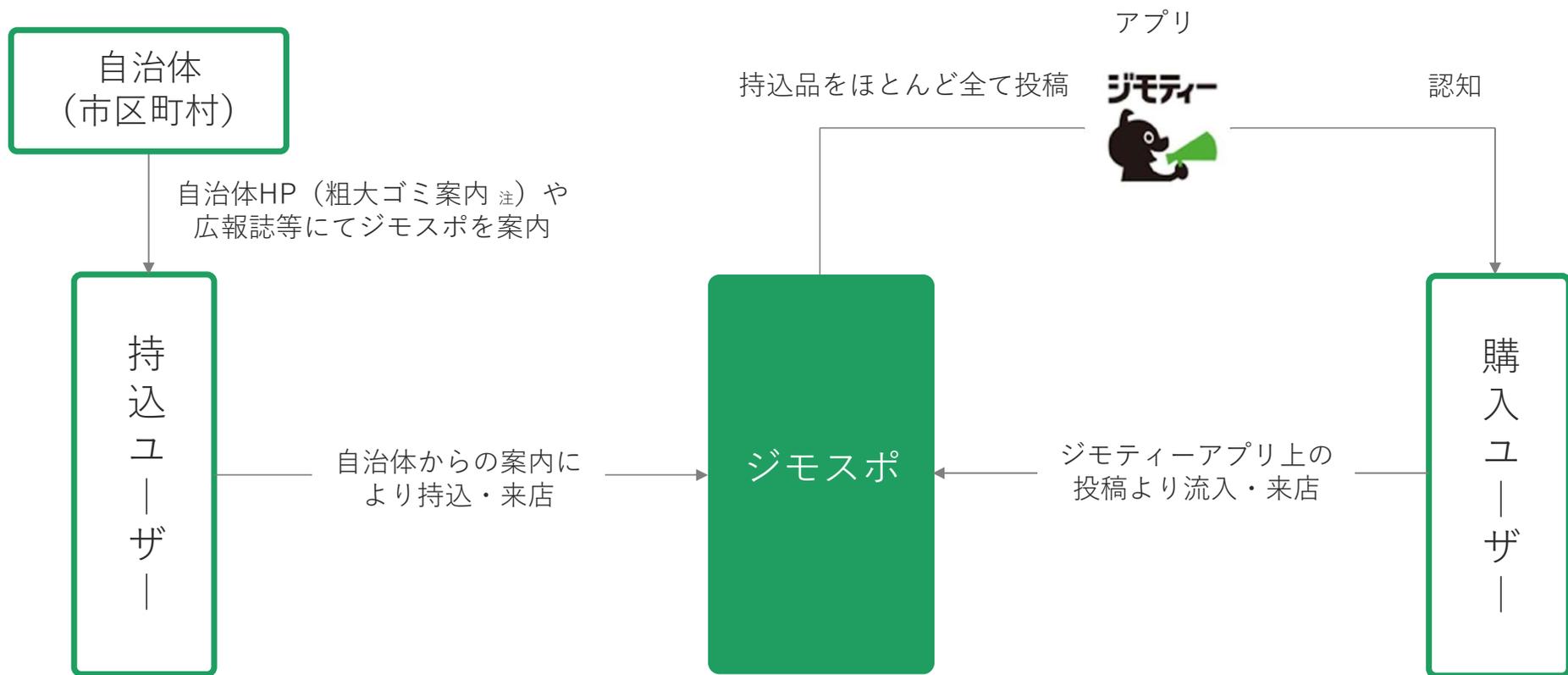
#### 全件目視チェック

- 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)

## ジモスポ\_サービスの流れと特徴

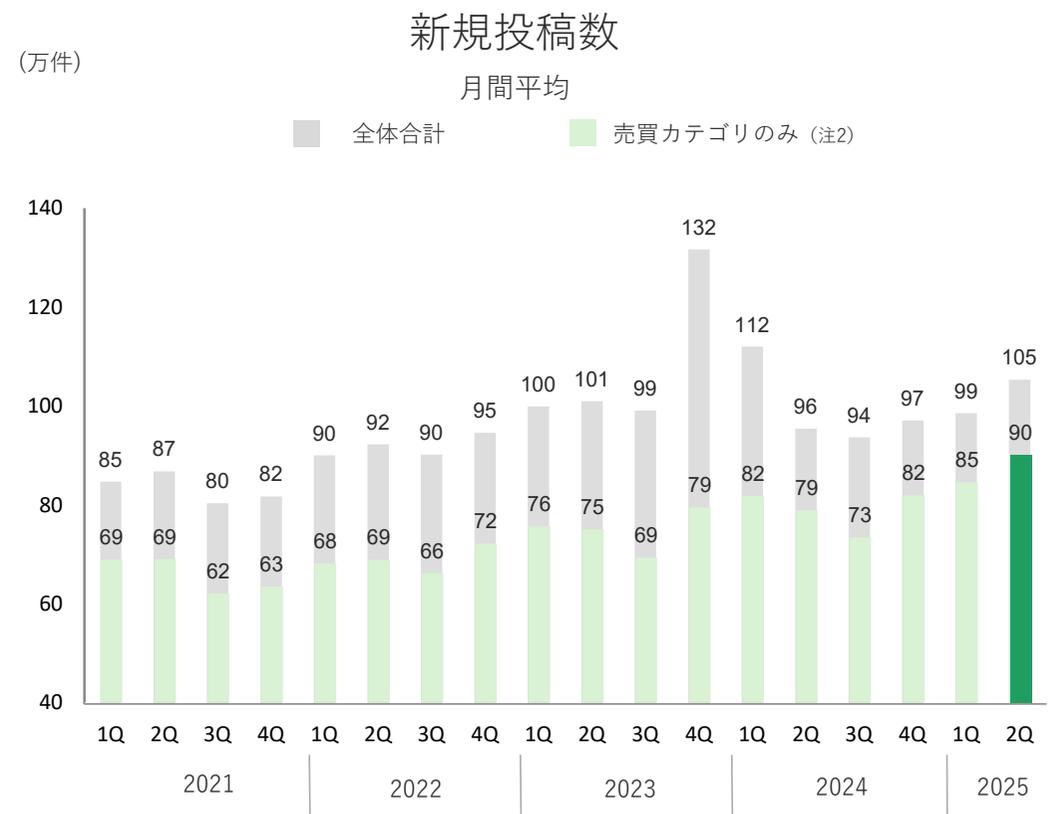
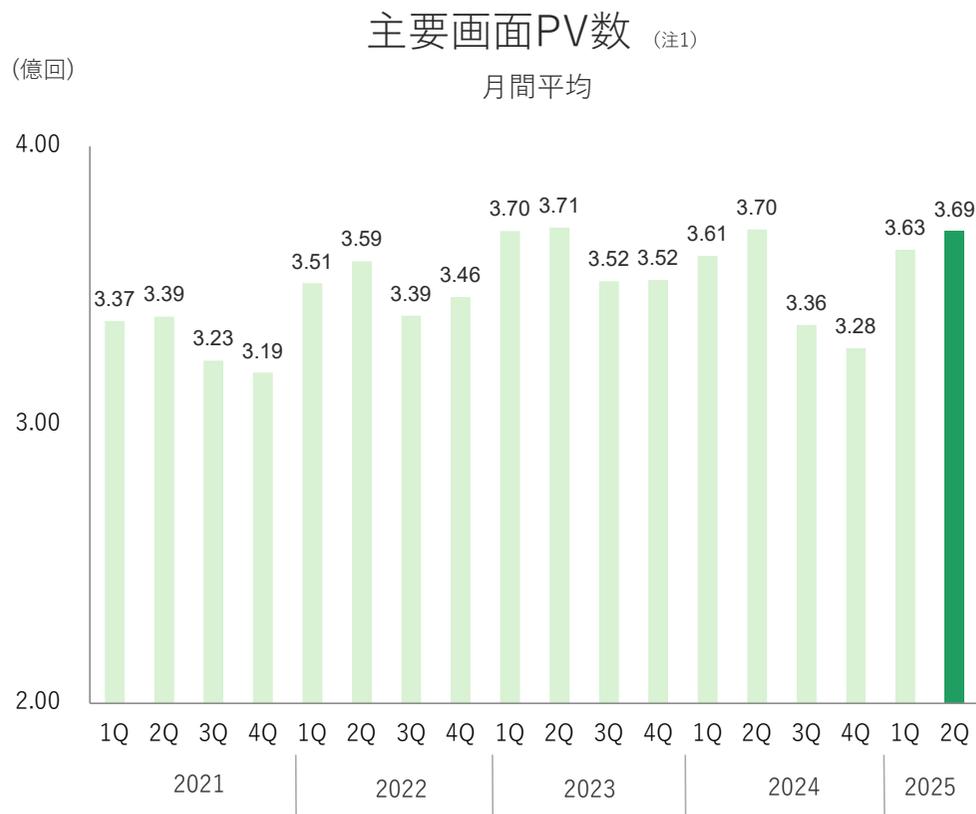
- 持ち込みは自治体告知を基本とし、販売はジモティー掲載を基本とするため販促費がかからない
- そのため、低単価商品をメインで取り扱ったとしても十分な収益性が担保できるモデルとなっている



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>)

# PV数と新規投稿数の推移

- ユーザー獲得プロモーションを全く投下しなかったもののPV数は前年同期比で横ばい、投稿数は増加傾向
- ジモスポの新規出店→ネットのコンテンツ増加でPV数、投稿数の増加を図っていく



注1 広告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

03-3

APPENDIX：中期計画

---

## 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

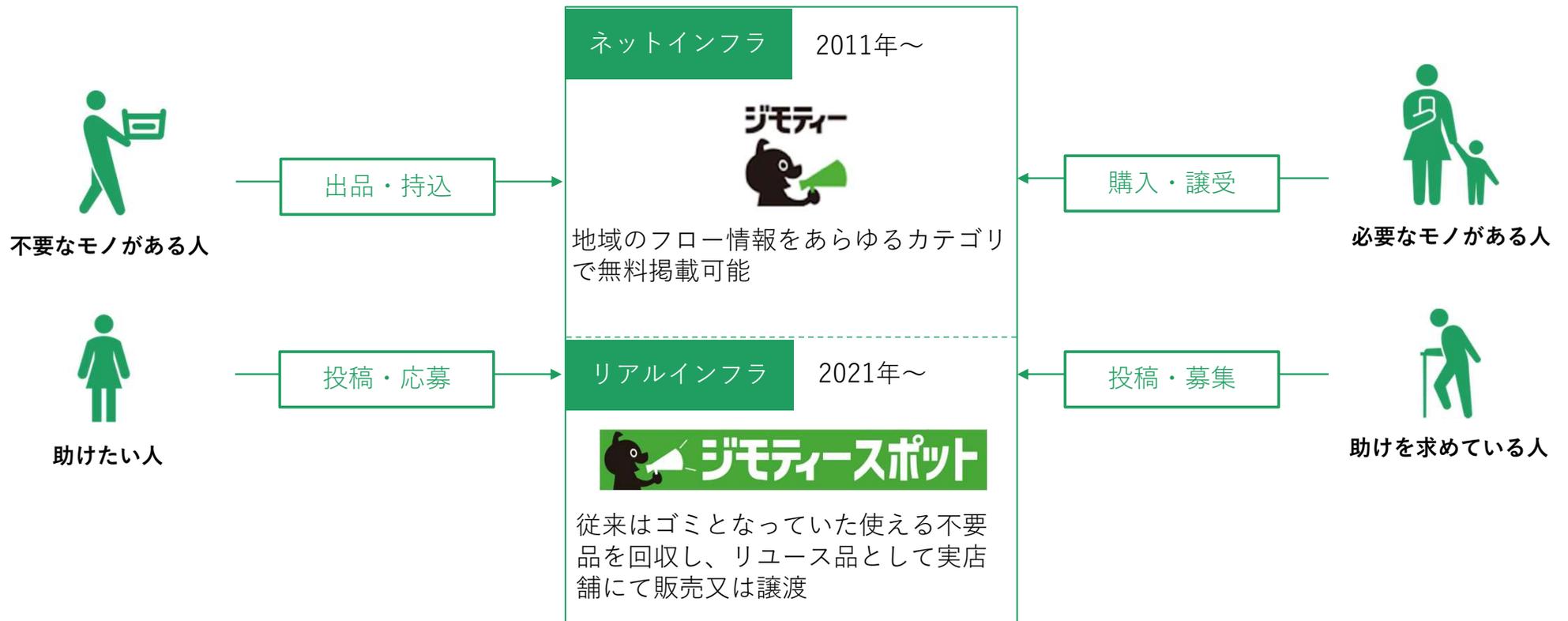
可視化のUP

流れの阻害要因を除く

つなぐのUP

# ジモティーが提供する社会インフラ

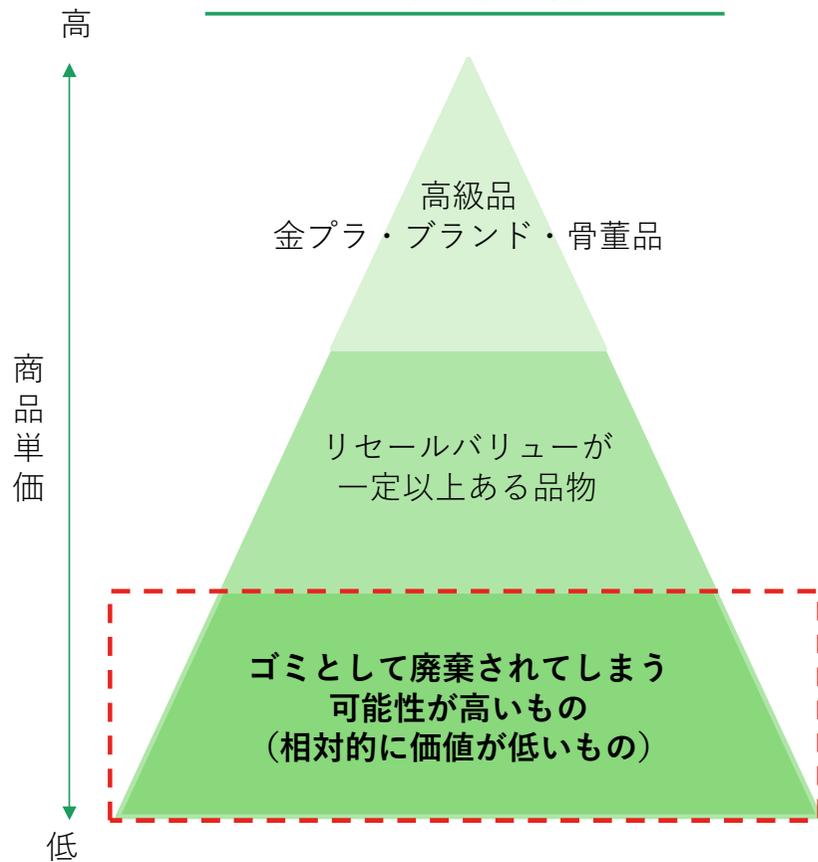
- ネットとリアル両インフラを通じて必要な人へ必要なものを送り届ける
- 誰かの役に立ちたいという気持ちを地域で活かし、助け合う
- 人とモノのリソースを円滑に地域で受け渡すためのプラットフォームを作る



# 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



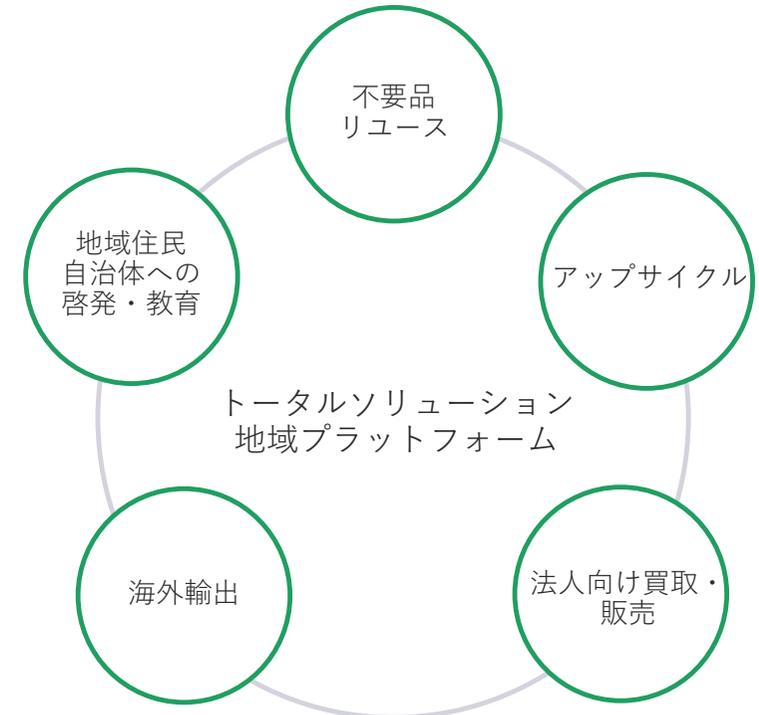
### ジモティースポット

**商品展示・販売**  
いらないものはないという思想

**スタッフ**  
地域人材・  
シルバー人材・  
障害者の積極雇用

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

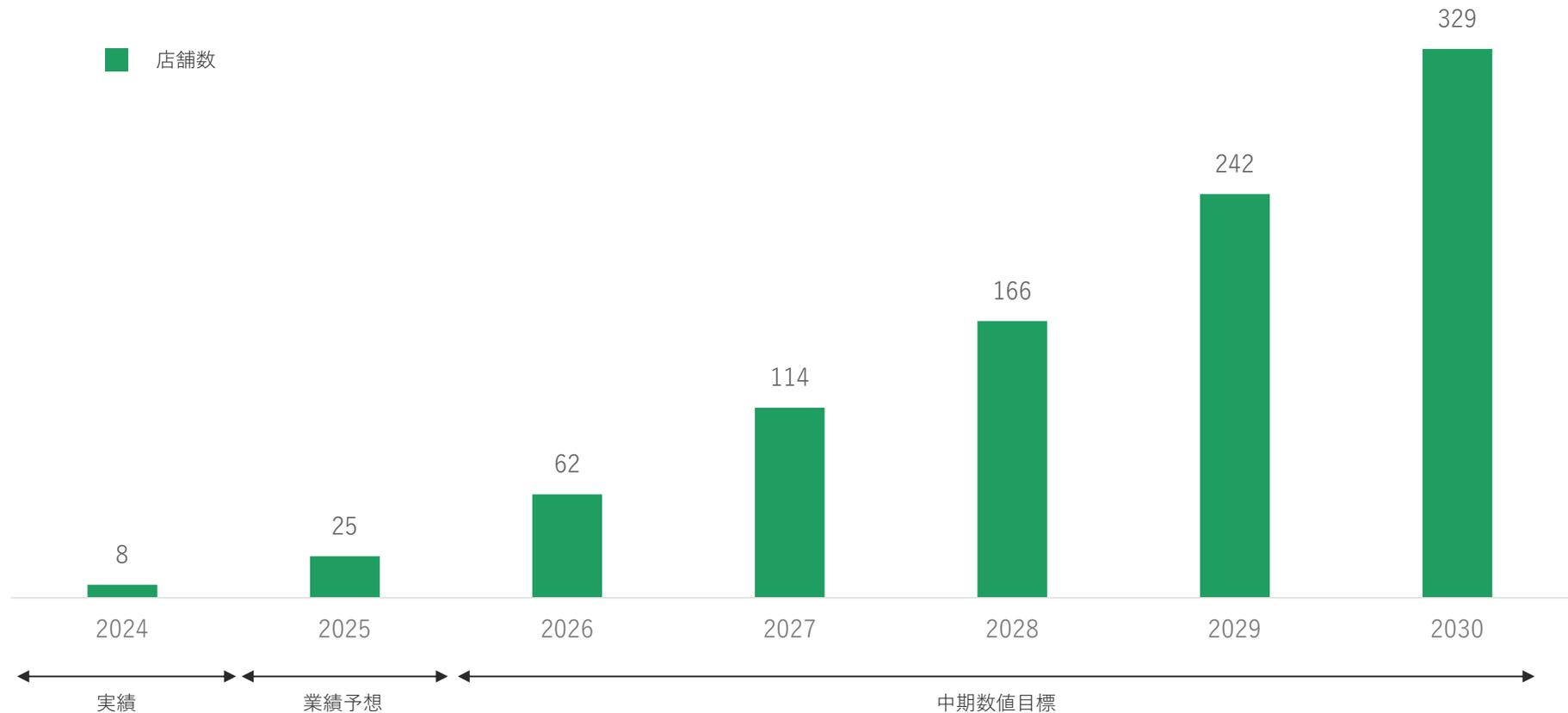


### 展開サービス



## ジモスポ出店計画

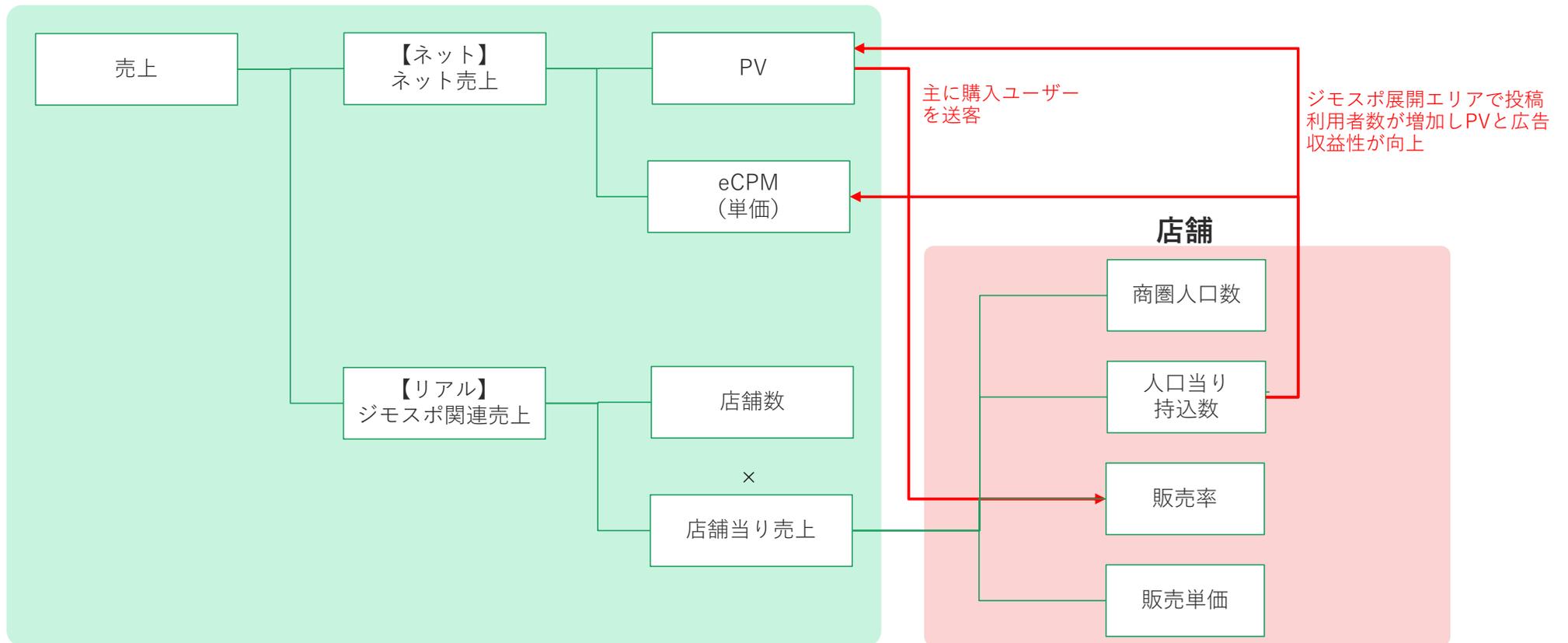
- 出店ターゲットとなる人口5万人以上の自治体554のうち、2030年度までに最低300店舗以上は出店していく
- 直営店とFC店の割合は、成長スピード及び中期利益最大化を基準に柔軟に判断していく



# ジモスポとジモティーのKPI構造

- ネット売上はPV数と広告のeCPMで算出され、双方にジモスポの出店が寄与していく想定
- ジモスポ関連売上は「店舗数」×「店舗当り売上」で算出(注)

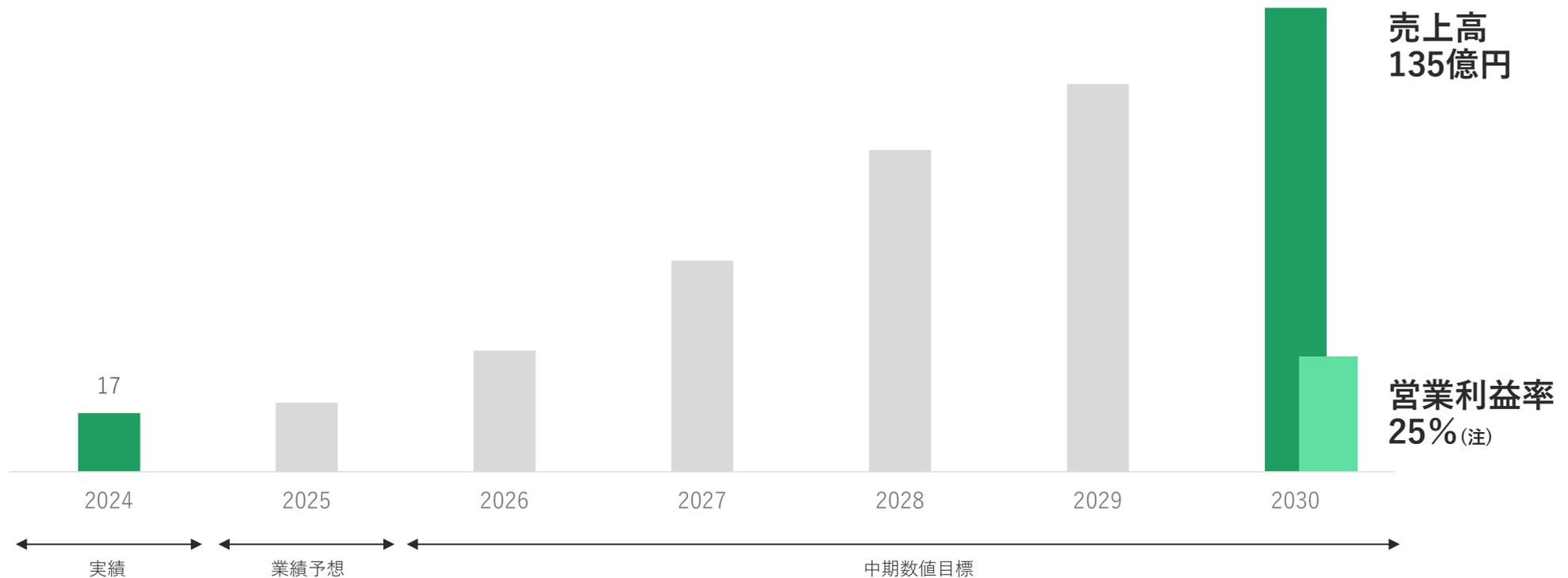
## 開示KPI



(注) 2月時点ではKPIをカバー人口数と人口あたり売上で想定していたが、当面は店舗数が重要指標になることを踏まえ修正

## 中期数値目標

- 2030年度の売上高135億円、営業利益率25%の目標に向けて順調に推移している
- 下記数値はジモティースポットの実績から店舗展開及びネットとのシナジー効果だけの成長率で十分達成可能だと考えている



03-4

APPENDIX：その他

---

## 認識するリスク及び対応策について

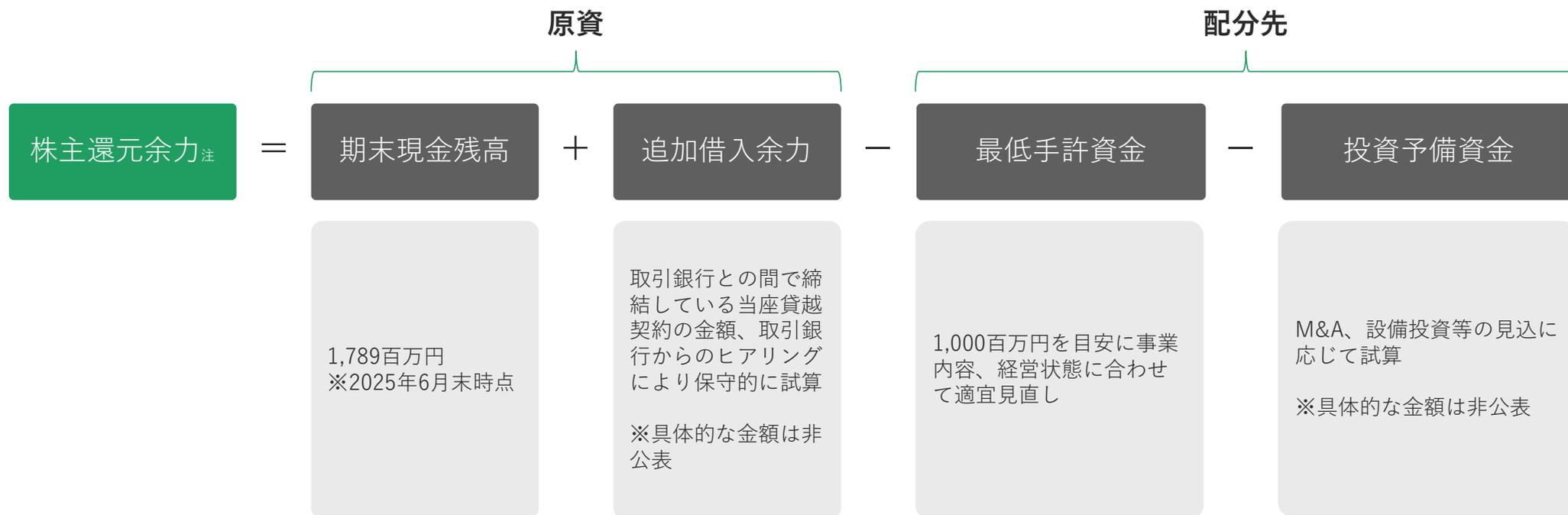
- 当社事業に関するリスクについては以下の通りと認識しており、今後も継続的に対応を実施

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.

## 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

## 貸借対照表

- 2025年4月に400百万円の長期借入を実施。財務基盤は引き続き堅固な状態を維持

(単位:百万円)	2025年12月期 第2四半期末	2024年12月期 期末	増減
流動資産	2,065	1,543	+522
現金及び預金	1,789	1,302	+487
固定資産	274	176	+98
総資産	2,339	1,720	+619
流動負債	442	356	+86
固定負債	319	22	+297
有利子負債	428	77	+351
純資産	1,577	1,340	+237
自己資本比率	67%	78%	-11pt

## 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