



日本証券新聞社主催
個人投資家向け会社説明会
マーケットエンタープライズ



証券コード 3135

1

会社概要 (P.2~)

2

セグメント別事業概要 (P.10~)

3

各事業の直近の動きと業績推移 (P.42~)



1

会社概要

会社概要



社名	株式会社マーケットエンタープライズ
設立	2006年7月7日(事業開始・2004年11月1日)
事業内容	ネット型リユース事業、メディア事業、モバイル通信事業
資本金	3億3,241万6,200円(2024年6月末現在)
役員	代表取締役社長(CEO) 小林 泰士 専務取締役(COO) 加茂 知之 常務取締役(CFO) 今村 健一 社外取締役 寺田 航平 寺田倉庫株式会社 代表取締役社長CEO 社外取締役 原田 典子 AI CROSS株式会社 代表取締役 常勤監査役 山崎 真樹 監査役 野田 優子 野田総合M&Aコンサルティング(株) 代表取締役 監査役 伊藤 英佑 公認会計士 伊藤英祐会計事務所 所長 監査役 大井 哲也 弁護士 TMI総合法律事務所 パートナー
本社所在地	〒104 - 0061 東京都中央区銀座1-10-6 銀座ファーストビル2階・3階(受付3階)
従業員数	722名(アルバイトスタッフ含む) ※2024年4月現在
上場市場	東京証券取引所 プライム(証券コード：3135)
関連会社	株式会社MEモバイル 株式会社MEトレーディング 株式会社UMM MARKETENTERPRISE VIETNAM Co., Ltd

受賞歴

- ・デロイトトウシュ トーマツ リミテッド 日本テクノロジーFast50 (2015, 2016, 2017, 2020)
- ・デロイト アジア太平洋地域テクノロジーFast500 (2015, 2016, 2017)
- ・中小企業基盤整備機構 Japan Venture Awards中小機構理事長賞 (2015)
- ・新日本有限責任監査法人 EY Entrepreneur Of The Year 2013 Japan
- ・ヤフオク! Best Store Awards 総合グランプリ (2017, 2018, 2019)
- ・リンクアンドモチベーション モチベーションチームアワード(2020)





社名の由来：

マーケット（市場）をエンタープライズ（冒険的創出）すること

※当社のパーパスは社名の由来と長期ビジョンによって表現されています。

● 企業理念

Win Winの関係が築ける商売を展開し
商売をバカウ楽しむ
主体者集団で在り続ける

● 長期ビジョン

持続可能な社会を実現する
最適化商社

● 10 CORE VALUES

01  Speed 速度	02  Change & Challenge 変化と挑戦	03  Input & Output 学びと行動	04  Priority 優先順位	05  Continuous Outcome 継続的成果
06  Responsibility 責任感	07  Key Communication 本質的議論	08  Team Work 共創	09  Creativity 発想	10  Long-term thinking 長期思考

ボードメンバー



取締役会



代表取締役社長

小林 泰士

2004年 格安電池のリユース事業で創業。
2006年 当社設立、代表取締役就任。
日本リユース業協会副会長、東洋大学理事。



専務取締役 事業本部長

加茂 知之

2004年の創業より参画。
当社設立以来、ボードメンバーの一人として
事業執行の責務を担う。
MEモバイル(連結子会社)代表取締役社長。



常務取締役 管理本部長

今村 健一

2012年より当社管理本部長。
2014年、取締役就任。
財務をはじめコーポレート部門全般を所管。
2022年、常務取締役管理本部長。



社外取締役

寺田 航平

2014年より参画。
・寺田倉庫株式会社代表取締役社長CEO
・株式会社コウエル代表取締役会長



社外取締役

原田 典子

2024年より参画。
・AI CROSS株式会社代表取締役
・AIX Tech Ventures株式会社 取締役

監査役会



常勤監査役

山崎 眞樹

三菱重工(株)入社後、
三菱農機(株)顧問を経て2013年より
当社常勤監査役。



社外監査役

伊藤 英佑

2013年より参画。
伊藤会計事務所代表(公認会計士)



社外監査役

大井 哲也

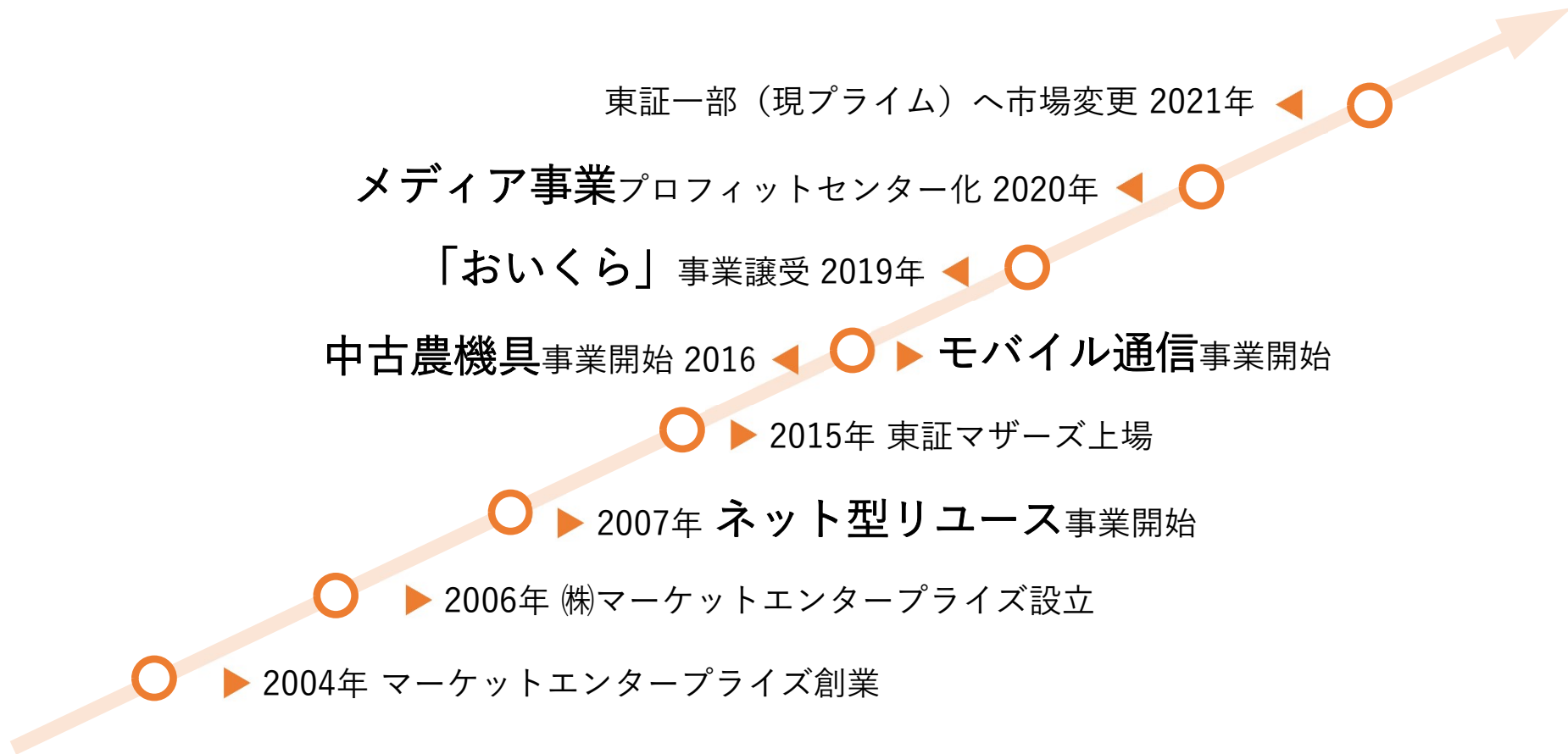
2014年より参画。
TMI総合法律事務所パートナー(弁護士)



社外監査役

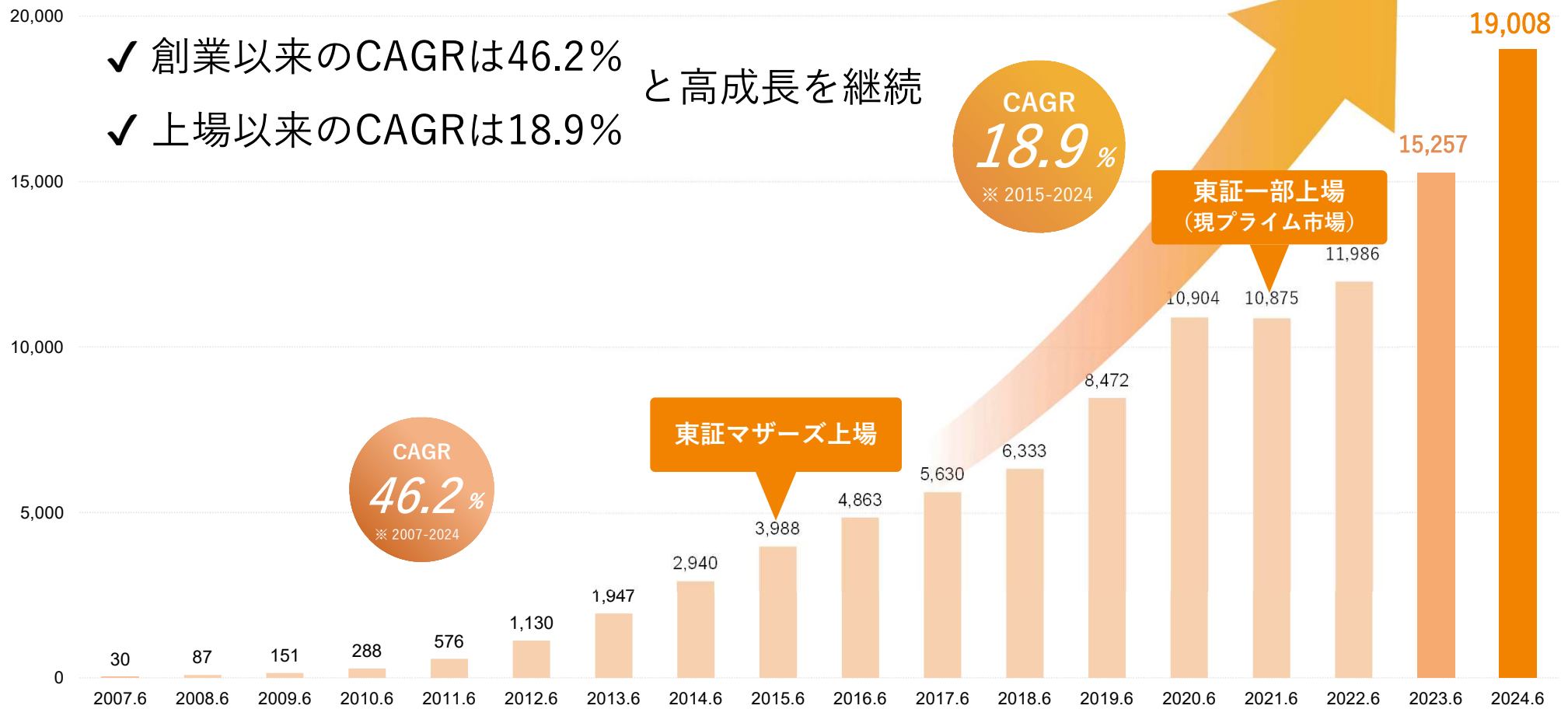
野田 優子

2023年より参画。
野田総合会計事務所代表(公認会計士)



創業以降の売上高の成長推移

(単位：百万円)



- ✓ 創業以来のCAGRは46.2%
- ✓ 上場以来のCAGRは18.9%

と高成長を継続

CAGR
46.2%
※ 2007-2024

東証マザーズ上場

CAGR
18.9%
※ 2015-2024

東証一部上場
(現プライム市場)

持続可能な社会を実現する最適化商社をビジョンに掲げ、
多角的に事業を展開

ネット型リユース

個人向け



マシナリー

おいくら



メディア

通信



リユース/趣味



モバイル通信



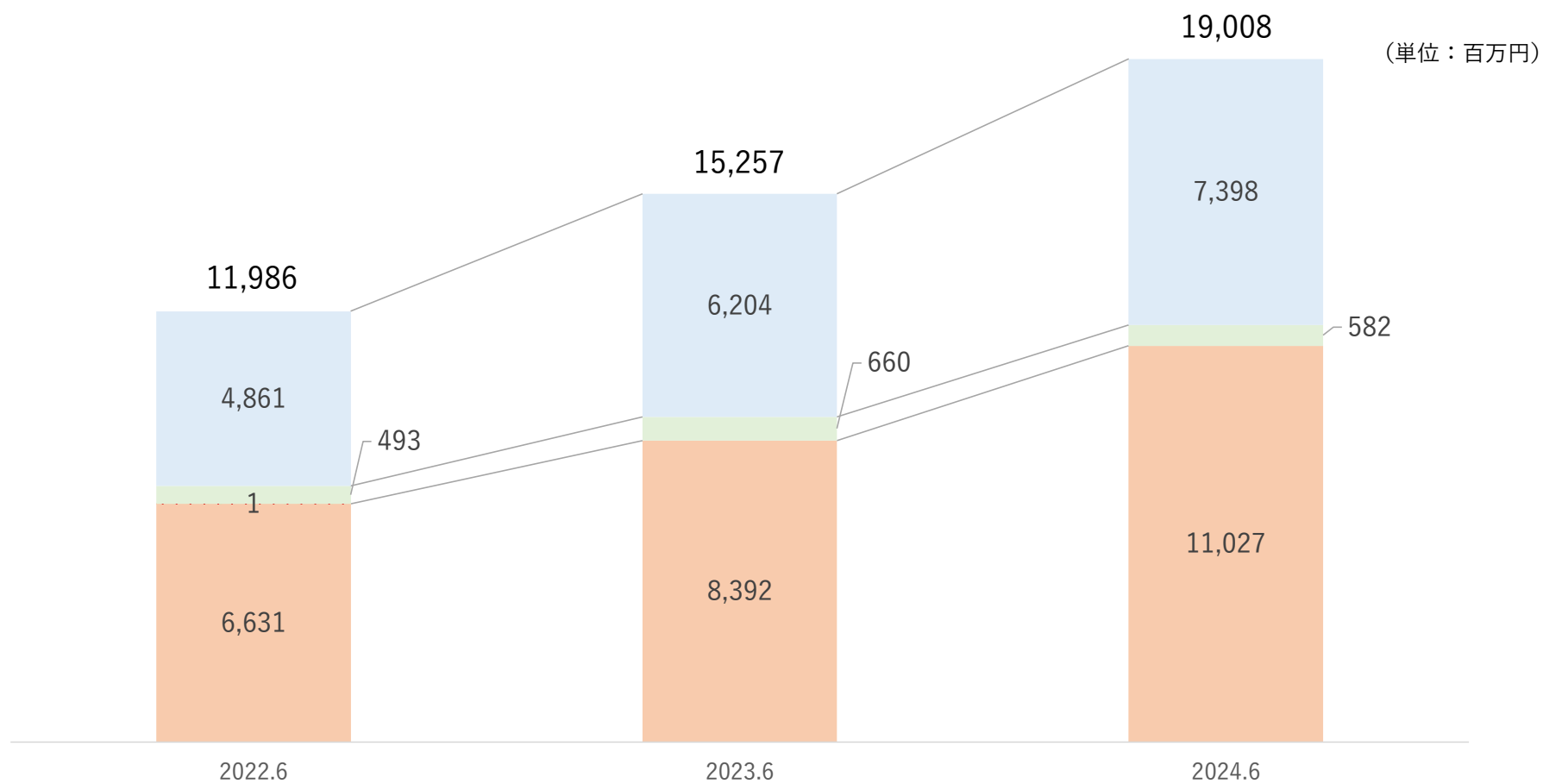
サービスブランド



過年度 セグメント別売上高推移



■ ネット型リユース ■ メディア ■ モバイル





2

セグメント別事業概要

ネット型リユース事業：①個人向け、②マシナリ、③おいくら

リユースをもっと身近に、 賢い消費を提案

循環型社会形成の基盤となる安心・安全・便利な二次流通市場を
創造すべく、ネット型リユース事業を展開しています。

個人向け



マシナリ

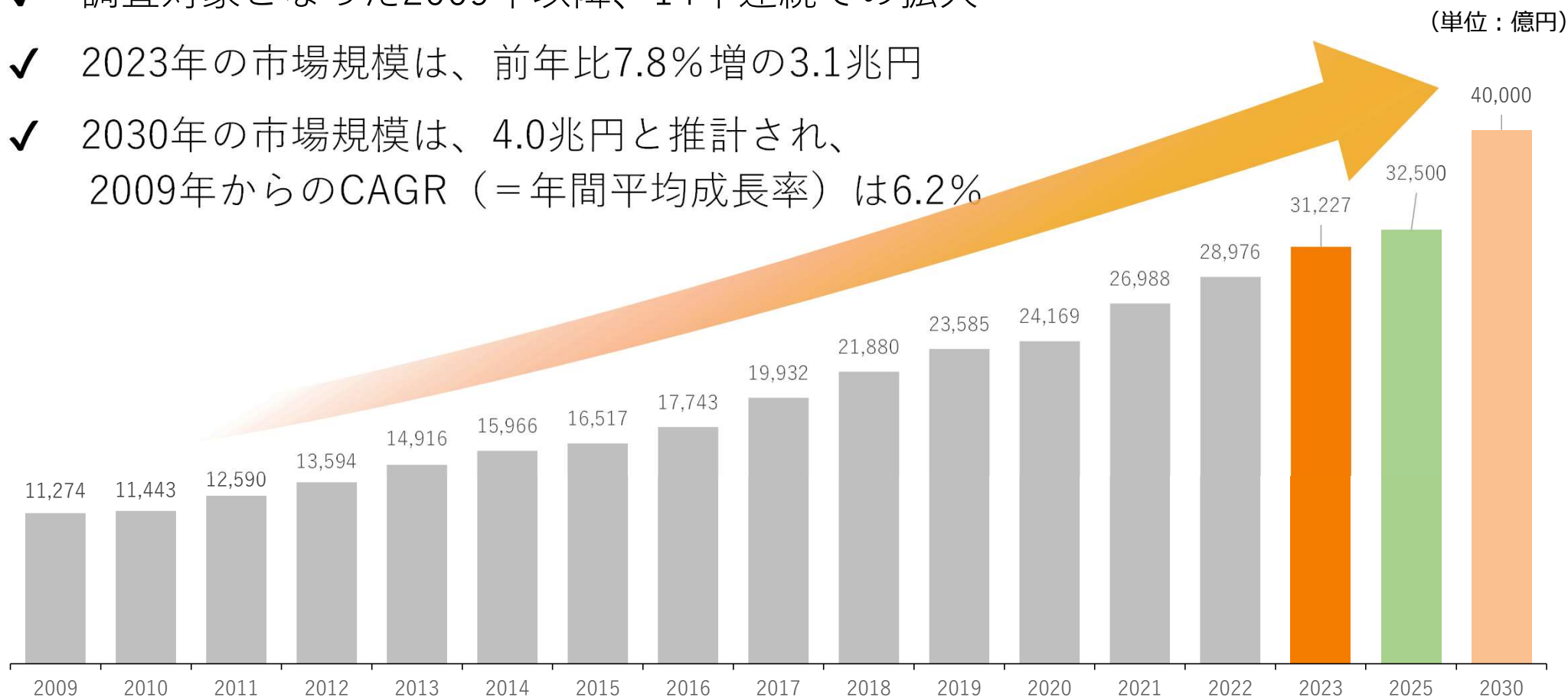


おいくら



I-① 個人向けリユース分野 > 当社の市場認識：リユース市場の拡大

- ✓ 調査対象となった2009年以降、14年連続での拡大
- ✓ 2023年の市場規模は、前年比7.8%増の3.1兆円
- ✓ 2030年の市場規模は、4.0兆円と推計され、2009年からのCAGR（=年間平均成長率）は6.2%



出典：リユース経済新聞より当社作成

I-① 個人向けリユース分野 > 当社の市場認識：リユース市場の動向

- ✓ 複数回に渡るリユース品の取引が発生している三次流通※が活発化
- ✓ 三次流通での購入経験47.8%、売却経験は53.8%があり



● リユース品の利用における意識調査

三次流通のリユース品を
購入したことがある

47.8%

三次流通としてさらに
売却したことがある

53.8%

※二次流通市場で購入したリユース品が再売却されること
出典：楽天グループ株式会社『リユース品(中古品)の利用』に関する意識調査』

┆-① 個人向けリユース分野> 当社の市場認識：潜在リユース市場

「かくれ資産」は約67兆円

「かくれ資産」の65%は50代以上のシニア層が保有

● リユース市場のポテンシャル

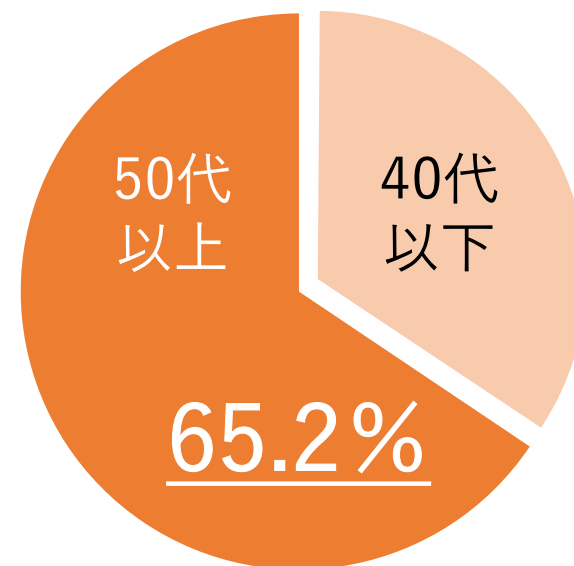
過去1年間に不要となった製品 7.6兆円

「かくれ資産」 66.7兆円

(一般家庭に眠る不要品)

顕在市場
3.1兆円

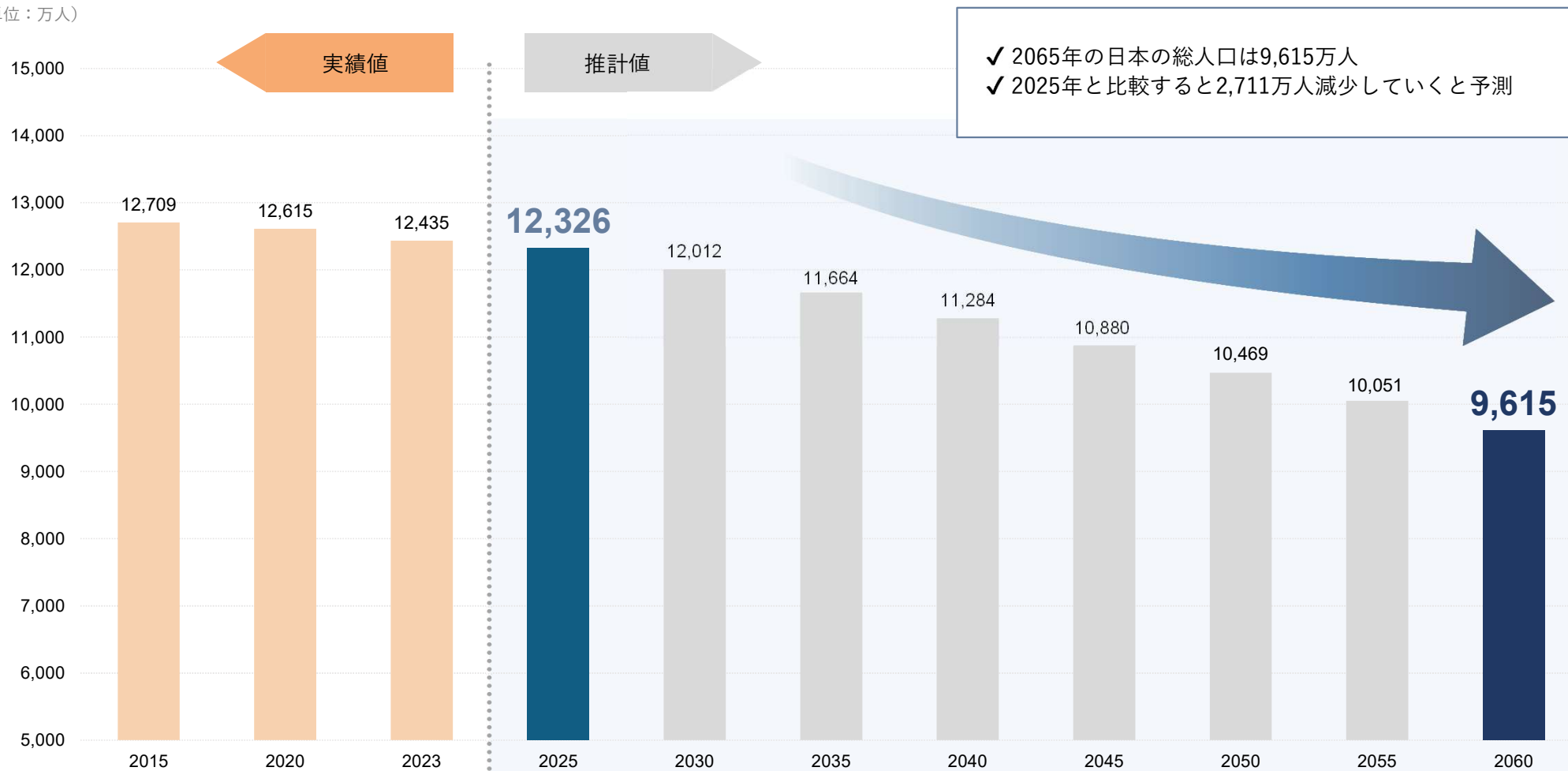
● 「かくれ資産」の年代構成比



出典：顕在市場＝『リユース経済新聞』、かくれ資産＝ニッセイ基礎研究所・メルカリ共同調査、過去1年間に不要となった製品＝経済産業省『電子商取引に関する市場調査』

I - ① 個人向けリユース分野 > 当社の市場認識：人口減少と高齢化

(単位：万人)



✓ 2065年の日本の総人口は9,615万人
✓ 2025年と比較すると2,711万人減少していくと予測

出典：内閣府「令和6年版高齢社会白書(全体版)(PDF版)」より当社作成

I-① 個人向けリユース分野：買取

全国対応の総合ネット買取サービス 高く売れるドットコムを運営

高く売れるドットコム

<https://www.takakuureru.com/>



累計利用者数 ※1

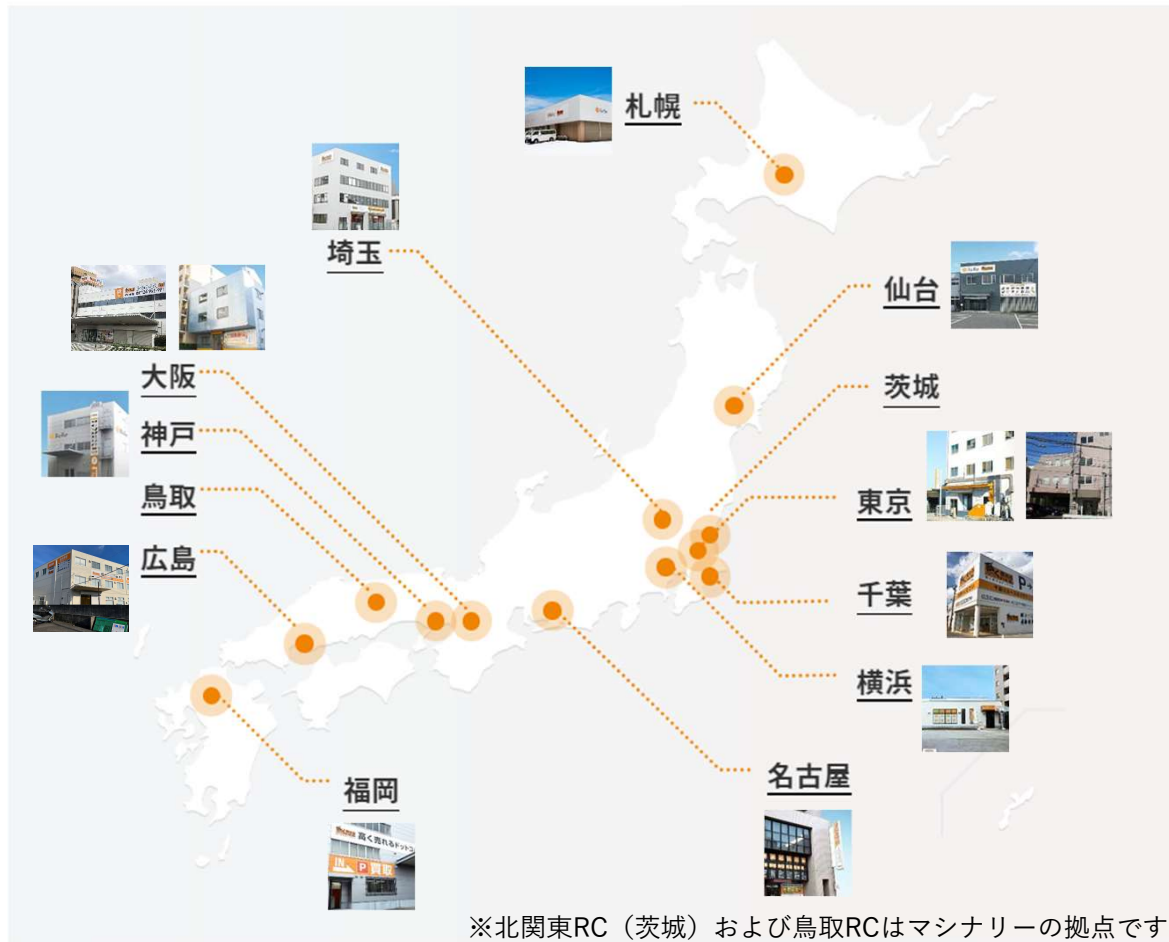
790万人

依頼数 ※2

43万件

※1 2024年6月30日現在までの利用者数 ※2 2024年6月期の依頼数合計

I-① 個人向けリユース分野：リユースセンター 一覧



全国 **15** 拠点

- ・店頭・宅配に加え、各拠点からお客様の自宅に直接訪問
- ・自分で梱包や運搬する手間を
かけずに不用品を売却できる
出張買取を柱に、最適な買取
サービスをご提供

I-① 個人向けリユース分野：ビジネススキーム

中古品の買取販売を『C to B to C』をベースに展開
 マーケティング、コールセンター、物流センター、
 基幹システムを内製化



※C to B to C：Consumer to Business to Consumerの略 個人間で直接取引をするのではなく、法人を介して行う取引形態のこと

I-① 個人向けリユース分野：取扱対象商品

▲ 高単価/低粗利率/物流数少

車 / バイク / 農機具
ブランド品 など

家電 / 音響 / 楽器 /
PC / カメラ など

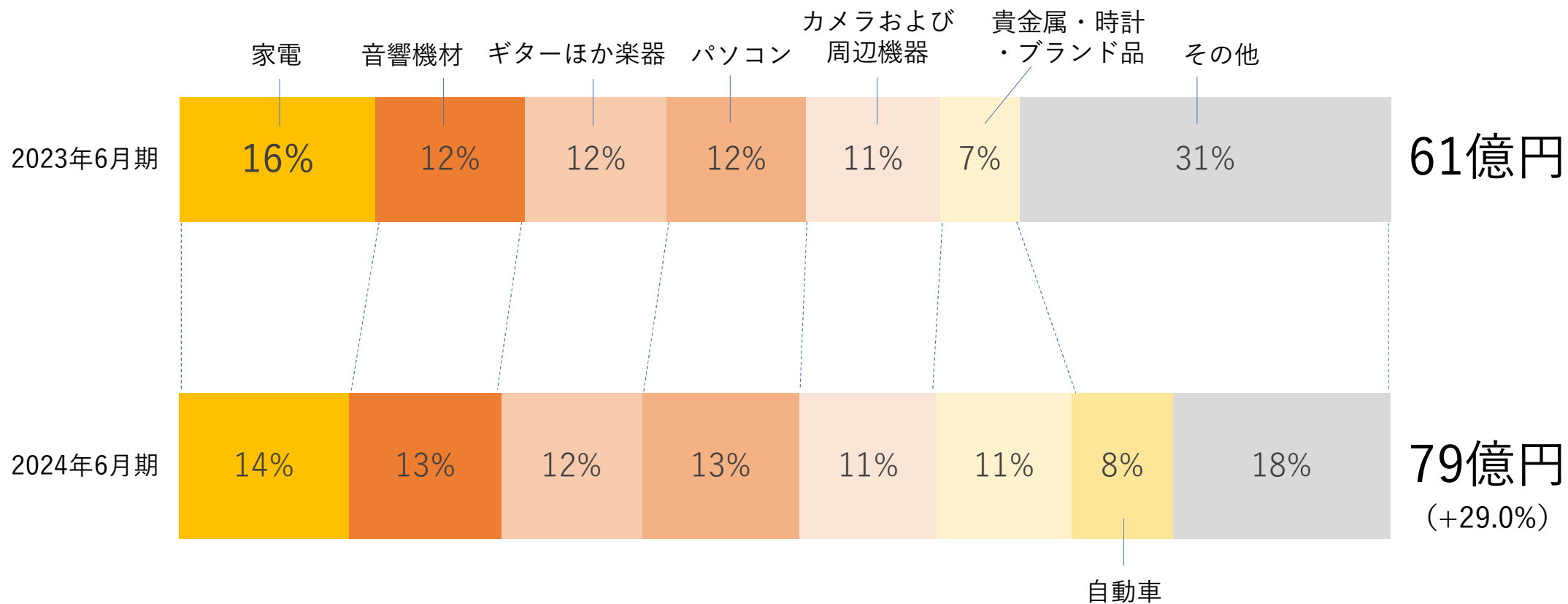
衣類 / 本 など

▼ 低単価/高粗利率/物流数多

出張買取を
営業施策の中心に据え
取扱対象商品の単価を拡大

従前の当社における
マネタイズゾーン

I-① 個人向けリユース分野：商材別売上高比率

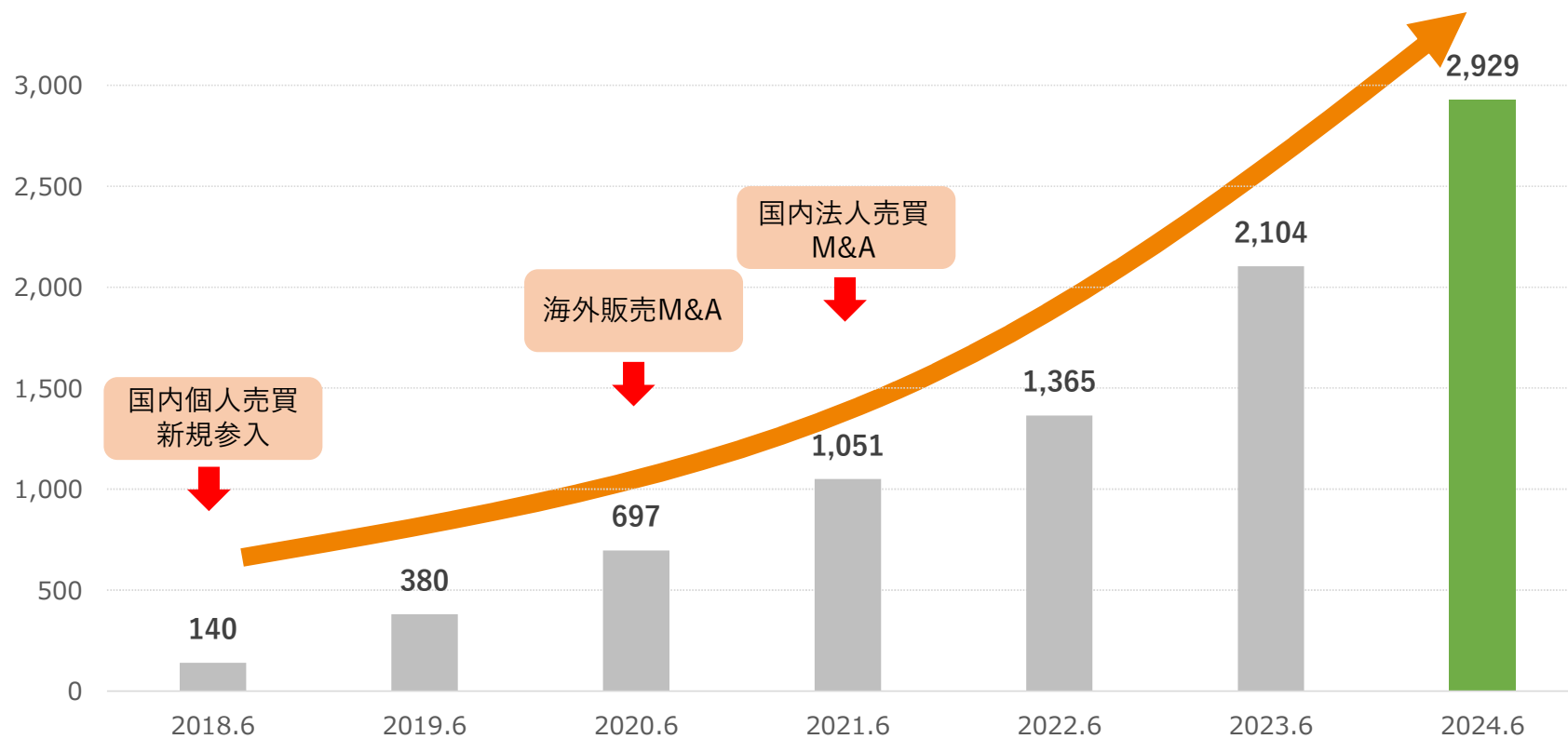


● ネット型リユース事業

- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

✓ 6年間で売上高は20倍超に

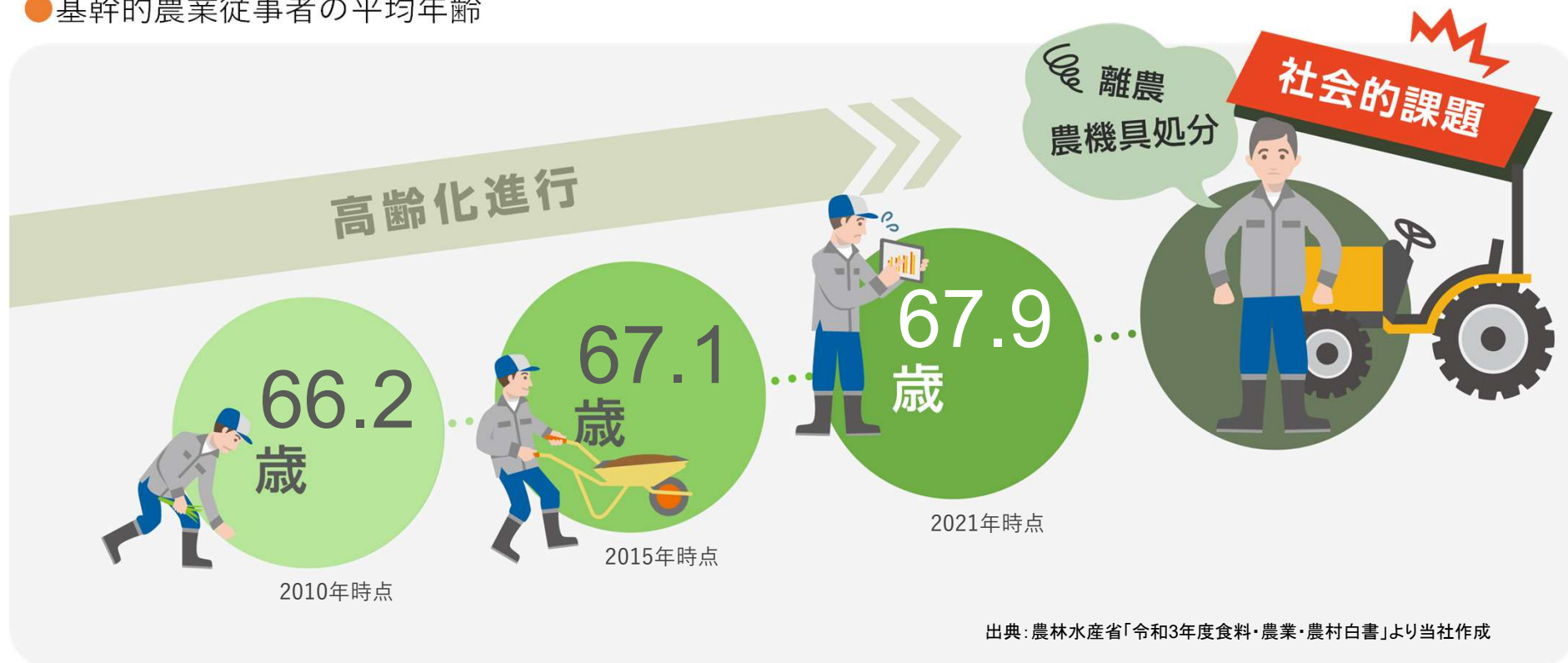
(単位：百万円)



1-② 中古農機具分野 > 当社の市場認識：農業人口の減少

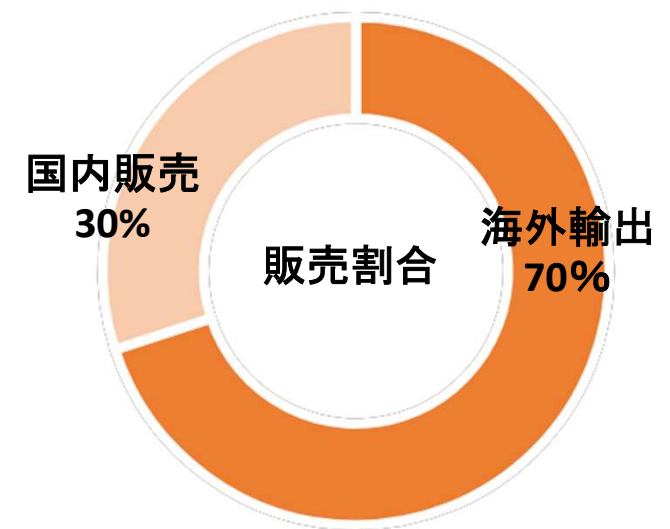
日本の農家の平均年齢は67.9歳と高年齢化が進行。離農にともない不要となった中古農機具の処分という社会的課題は今後も継続

● 基幹的農業従事者の平均年齢



1-② 中古農機具分野

日本全国の農機具を買取、自社ECを通じて販売することで
国内だけでなく世界各国に向けて農機具の提供



1-② 中古農機具分野：取り扱い商材

幅広い商品を買取・販売。また、故障してしまっている

トラクター(乗用農機具)等も取り扱い可能

トラクター



コンバイン



田植え機

耕運機

乾燥機

畦塗り機



ハロー

籾摺り機

発電機

草刈機

水中ポンプ



他多数

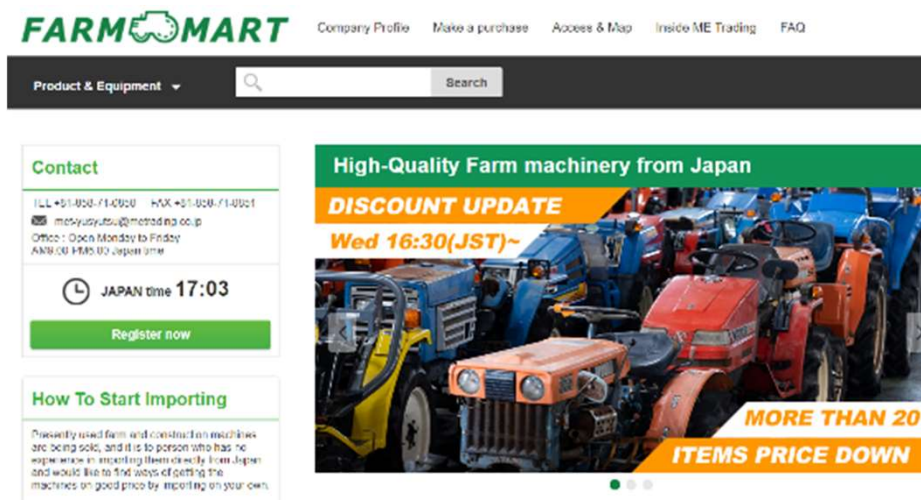
I-② 中古農機具分野：輸出実績

直接海外へ中古農機具の輸出を行い、

これまでに81ヶ国以上への実績があり現在も海外販路は拡大中

海外向けECサイト

<https://farm-mart.jp/en>



- オランダ
- アルバニア
- アルメニア
- ベルギー
- フランス
- イギリス
- ギリシャ
- イタリア
- ハンガリー
- モルドバ
- ポーランド
- ルーマニア
- スペイン
- エジプト
- サウジアラビア
- イエメン
- ケニア
- モロッコ
- 南アフリカ
- バングラデシュ
- カンボジア
- 中国

登録者社数 ※

918社

※ 2024/3/31 現在

I-② 中古農機具分野：日本製の中古農機具

20年、30年前の年式でも性能が良く壊れにくい
Used in JapanとしてEU、中東、アジアで需要
最近では、アフリカ諸国からのニーズも顕在化



● アフリカ諸国の大使による視察



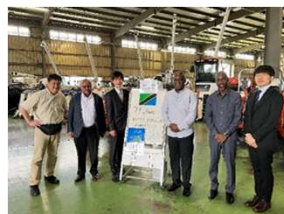
駐日コートジボワール
大使館
ダエ モンケ ネストル
参事官



駐日ウガンダ共和国
大使館
特命全権大使
カーフワ・トーフラス
閣下



駐日ザンビア共和国
大使館



駐日タンザニア連合共和国
大使館



2023年5月26日

JICA研修員「共創セミナー」に参加
31カ国約60名の関係者の参加

● ネット型リユース事業

- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

1-③ おいくら分野

全国のリユースショップへ一括査定が行える

リユースプラットフォーム



おいくら

<https://oikura.jp/>



加盟店数

728店舗

※2024/9/30現在

年間依頼数

20万件

※TEL、Web依頼含む、2024年6月期の依頼数合計

1-③ おいくら分野：ビジネススキーム

査定したい・売りたいリユース品の情報を登録するだけで複数のリユースショップに依頼が可能。最適な買取業者を選択可能



1-③ おいくら分野：地方自治体との連携

住民・行政・環境の課題をリユースで
解決持続可能な循環型社会の実現に向けて地方自治体との連携を加速

(※1Qの「おいくら」Web買取依頼数 13,000件/月のうち、約4割が自治体からの流入)

おいくら 自治体様向け

<https://oikura.jp/lg/>



連携自治体数※

179箇所

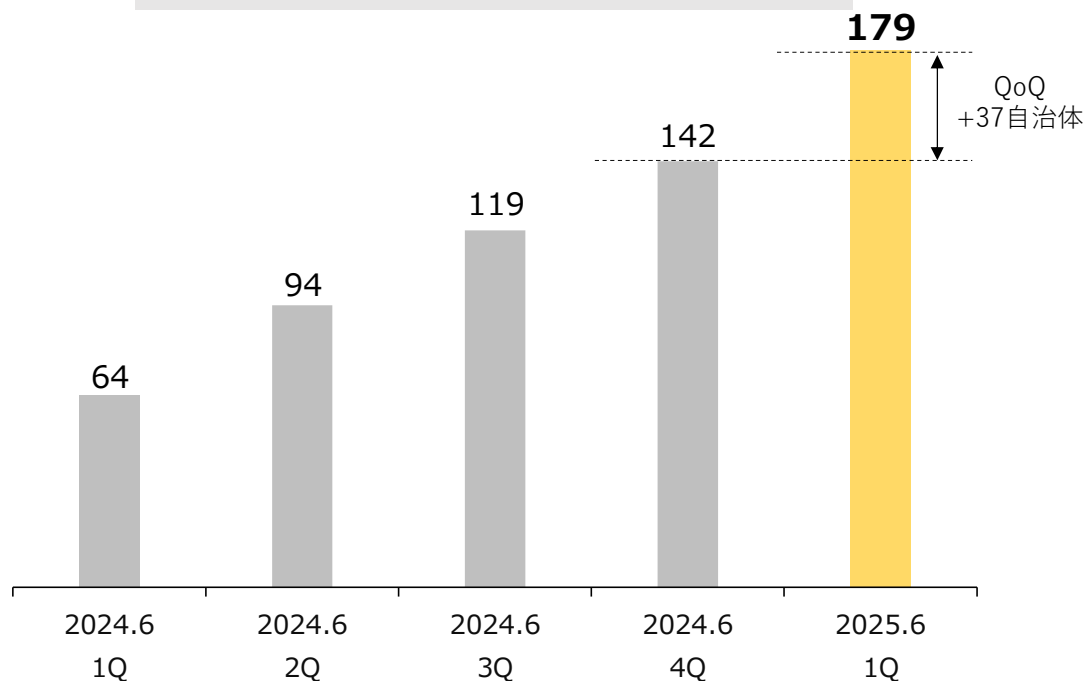
人口カバー率※

35.3%

※ 2024年9月30日 現在

提携自治体数推移

(単位：自治体)



※2023年7月1日～2024年9月30日

自治体様の利用例



自治体のゴミ案内等のHPでリユースを啓発

ホームページ掲載（名古屋市）

名古屋市のホームページに掲載された「おいくら?」サービスの紹介ページ。ページの上部には「おいくら?」のロゴと「おいくら?」の概要が記載されています。また、4つのステップ（STEP1～STEP4）でサービスの流れが示されています。

自治体専用ページ（弊社作成）

名古屋市の「おいくら?」サービスに関する専用ページ。ページの上部には「名古屋市 × おいくら?」のロゴと「名古屋市連携事業『おいくら?』簡単!に不要品処分ができる」というキャッチコピーが記載されています。また、「Sustainable Development Goals」のロゴと「ちょっとまって!その不要品、売れるかも! おいくらなら不要品を捨てるより手軽に早く売れることも!」というメッセージが強調されています。

ごみカレンダーや出し方・分け方マニュアルへの掲載

墨田区の掲載例

墨田区の「おいくら?」サービスに関する掲載ページ。ページの上部には「粗大ごみリユース」のロゴと「利用手順」が記載されています。また、「家電リサイクル法対象品目」(エアコン・テレビ・冷蔵庫・冷凍庫・洗濯機・衣類乾燥機)と「家庭用パソコン」の回収に関する情報が提供されています。

深谷市の掲載例

深谷市の「おいくら?」サービスに関する掲載ページ。ページの上部には「不要品を捨てる前にリユース(売却)をご検討ください」というメッセージが記載されています。また、「家電リサイクル法対象品」(エアコン・テレビ・冷蔵庫・冷凍庫・洗濯機・衣類乾燥機)と「小型充電式電池の回収について」に関する情報が提供されています。

●メディア事業

多様化する消費行動に その人にとって 最適な選択肢を提供

多様化する消費行動に合わせて「買い消費」行動に役立つコンテンツを提供し、
個人々人にとって最適な選択肢が見つかるウェブメディアを運営しています。

ヒギナーズ

高く売れる
ドットコム
MAGAZINE

iPhone
格安SIM 通信

SIM CHANGE
格安SIM・スマホの本当のわかる シムチェンジ

カシワ
KASHI-ONE

おいくら?
MAGAZINE

最安修理ドットコム

UMM
USED MACHINE MARKET

II.メディア事業：運営メディア一覧

月間平均PV数

約720万PV

※2023年7月～2024年6月 月間平均PV数

通信、モノの売買や修理に関するサイトなど
賢い消費行動に役立つ
主に8つの最適なウェブコンテンツを提供。



<https://www.rere.jp/beginners/>

ビギナーズ

趣味を見つけたい、今までと違うことを新しく始めたい人を応援する「趣味探しができる」メディアです。100種類を超える趣味を紹介し、さまざまな年代・性別の方向けの趣味が見つかります。



<https://www.takakuureru.com/magazine/>

高く売れるドットコムマガジン

あらゆるモノの買取・売却・処分方法を発信するリユースメディアです。不要品の処分方法として「捨てる」だけではなく新たな選択肢を提供します。



<https://oikura.jp/magazine/>

おいくらマガジン

おいくらマガジンでは不要になったモノの処分やリサイクル方法や、リサイクルショップを上手く使うコツや不要になったものを高く買い取ってもらう方法を解説しています。



<https://saiyasu-syuuri.com/>

最安修理ドットコム

iPhone・Androidのスマートフォン端末、パソコン、iPad、腕時計、カメラ、家電、車、バイクなどさまざまなカテゴリの修理業者の情報を掲載する、日本最大級の修理業者情報プラットフォームです。消費者と修理業者とのマッチングが叶う修理業者比較・検討サイトです。



<https://www.kashi-mo.com/media/>

iPhone格安SIM通信

iPhone・WiFi・WiMAXの情報をわかりやすく解説します。今や日常生活に欠かせないインフラとなった「通信」について、自分に合ったスマホ・ネットを提案します。



<https://simchange.jp/>

SIMチェンジ

自分にあった格安SIM・格安スマホを選ぶための、通信領域全般を取り扱うメディアです。スマホのレビューや速度調査など独自のコンテンツを提供します。



<https://www.marketenterprise.co.jp/mobile/>

カシワン

モバイルWifi・WiMAXの情報に特化し、お客様の悩みに寄り添い、解決します。実際の通信速度や、お客様の実際の悩みの声からのコンテンツなど、リアルにこだわったコンテンツを提供します。

農業とつながる情報メディア



<https://ummkt.com/blog/>

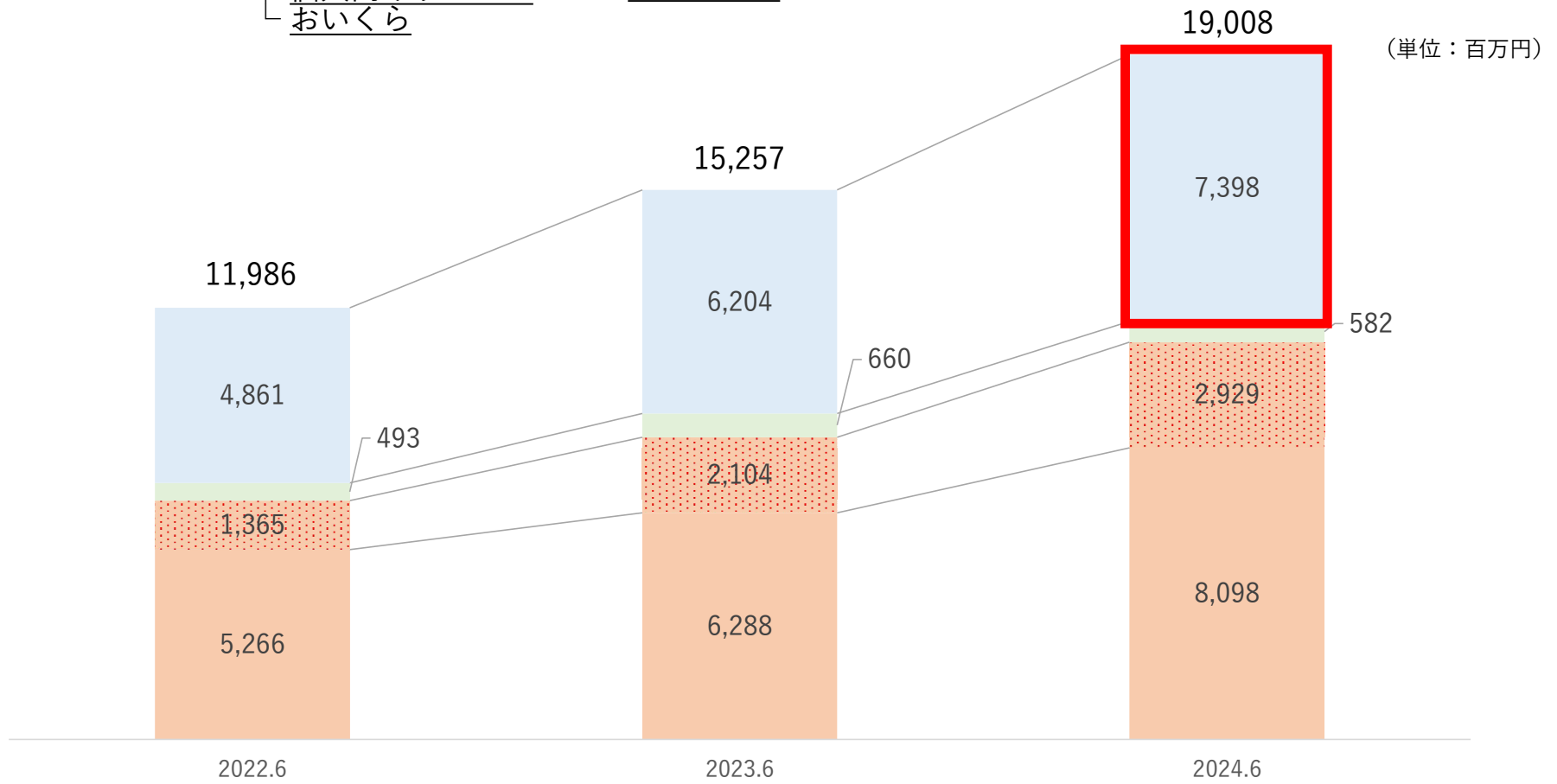
農業とつながる 情報メディア UMM

新規就農を考えている方はもちろん、離農検討者や農業経営に携わっている方など、農業に関わるすべての方たちへ有益な情報をお届けします。

● モバイル通信事業

過年度 セグメント別売上高推移

- ネット型リユース
- ネット型リユース
- メディア
- モバイル
- └ 個人向けリユース
- └ おいくら
- └ 中古農機具



価格・スピード・安心感で 皆さまに選ばれる データ通信サービス

今や日常生活を支えるインフラの一部となったデータ通信分野において、
高速通信サービスであるWiMAXを業界最安級(※)で提供しています。

※自社にて主要な通信会社カタログ・HP調べ



カシモ WiMAX
powered by **UQ WiMAX**

WiMAX + 5Gがギガ放題で

月額 **1,280**円(税抜)
(税込1,408円) ※初月のみ

違約金 **0**円

端末代 **0**円
月々負担
※端末分割払いサポート適用時

送料 **0**円

※一定期間内に大量のデータ通信のご利用があった場合、混雑する時間帯の通信速度を制限する場合があります。

III.モバイル通信事業：カシモ WiMAX

「カシモ（＝”賢いモバイル”の略称）」というブランド名で、
安心・安全・快適なモバイルデータ通信のサービスを提供

カシモ WiMAX powered by UQ WiMAX

法人契約はこちら MENU

最短即日発送 / 今すぐ申し込む!

WiMAXならデータ容量無制限で
月額 1,280円(税抜)〜
(月額税込1,408円)

端末代 0円
月々負担 0円
違約金 0円

カシモWiMAX アンバサダー 磯山さやか

24時間受付・最短即日発送 / 今すぐWebで申し込み

カシモWiMAX

<https://www.ka-shimo.com/wimax>



価格.com
モバイル回線プロバイダ
人気ランキング 2022年
・モバイルルーター部門
・ホームルーター部門
共に年間1位を獲得
(集計期間：2022年1月～2022年12月)

No.1 3冠獲得!!

価格で選ぶ Wi-Fi No.1

利用経路者が選ぶ 安心感がある Wi-Fi No.1

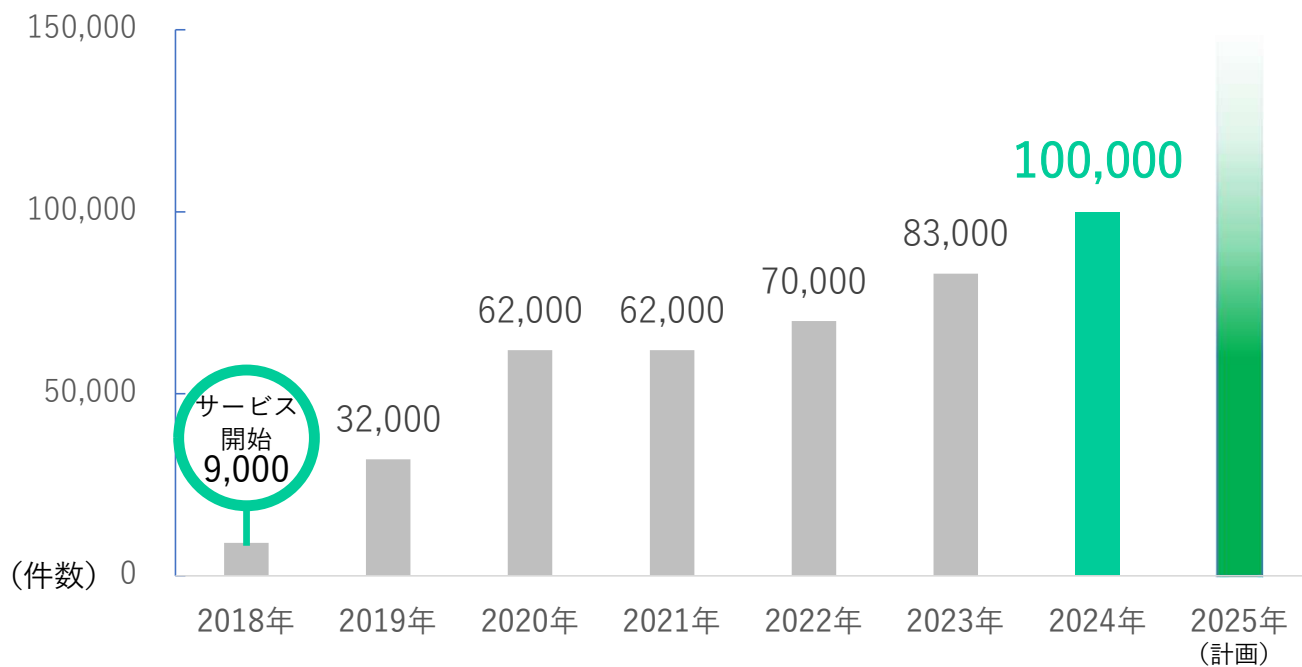
価格で決める人が選ぶ 安心感がある Wi-Fi No.1

※「Wi-Fi」10サービスを対象としたサイト比較イメージ調査 ※調査実施：株式会社ショップパーズアイ※実施日時：2020年4月17日-20日
※比較対象企業：「Wi-Fi」でのWEB検索上位9社を候補 ※調査対象：男女、18-69歳、営業職を対象

III. モバイル通信事業：保有回線数推移

✓ 「業界最安級」の安くシンプルな料金プランで契約数が増加中

● 保有回線推移



※2024年6月末現在

Ⅲ.モバイル通信事業：沿革



2016



(株)MEモバイル
設立

「高機能リユース端末(中古スマホ)と格安SIMの組合せで通信料金の合計コストを業界最安クラスで提供する」ことを目的に、(株)光通信との合併で、(株)MEモバイル (ME持分65%) を設立。

2017



カシモWiMAX
提供開始

業界最安級となる最初の2ヶ月間が1,380円(3カ月目以降3,380円、端末費用込み、税抜き)から利用可能な、高速モバイル通信サービス「カシモWiMAX」を提供開始。

2020



カシモWiMAX
料金シンプル化

25カ月目以降の契約後期に利用料金が高くなるシステムを撤廃し、1カ月目以降はずっと同じ料金となるシンプルでユーザーが継続しやすい価格設計に変更。

2021



カシモWiMAX+5G
提供開始

「WiMAX 2+」に加え、高速通信網の「5G」、これまでオプションでしか利用できなかった「4G LTE」も追加料金なしで利用することが可能に。

2024



保有回線数が
10万回線を超える



3

各事業の直近の動きと業績推移

個人向けリユース分野：重点戦略

- ✓ 顕在層に加えて潜在層へのアプローチを本格化し、ニーズの掘り起しに注力
- ✓ 出張買取バイヤーの育成の強化および生産性向上策を合わせて推進

顕在市場規模 = 3.1兆円



潜在市場(かくれ資産)規模 = 67兆円

■ 既存のターゲット

- ・若年~中年層 ≒ 「リユース」を明確に認知している層

⇒ コンタクトセンターによる事前査定で価格を明示の上、宅配/店頭/出張のいずれかのチャネルで買取

■ 新たに加わるターゲット

- ・シニア層 ≒ 「リユース」を明確に認知していない層

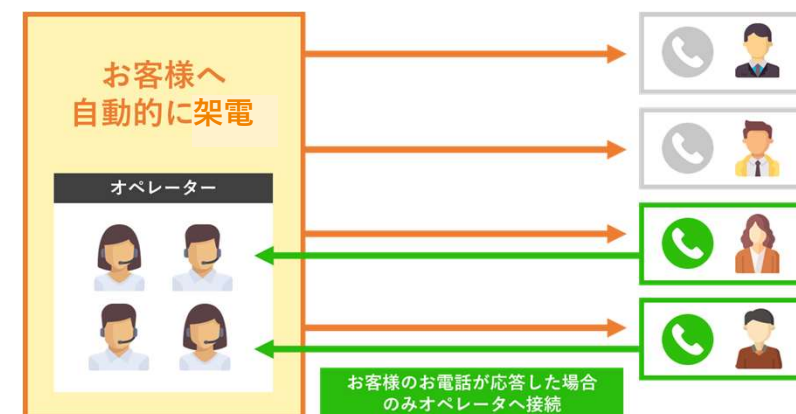
⇒ コンタクトセンター (CC) による買取相談受領の後、顧客宅へ訪問。CCでのヒアリングおよび直接対面での買取営業活動より、ニーズを掘り起こし

引き続き **出張買取の強化** が事業成長の重要なポイント

✓ 前期に引き続き、生産性向上を目的としたDX施策をさらに深耕

オートコールシステムのブラッシュアップ（1Q）

- ✓ オートコールシステム*の架電効率向上のため、つながる可能性が高いお客様から優先して発信できるよう機能改善
（*システムにより一斉架電し、つながった回線をオペレーターへ受け渡す仕組み）



「人手を介さない買取対応」の試行（2Q）

- ✓ 一定の商品カテゴリと顧客属性との組合せ条件においては買取パターンが類型化しやすいため、買取依頼への初期対応から査定提示までを人手を介さず自動で進行させる、セミオートでの対応を試行開始

個人向けリユース分野：直近のアクション概要（2Q）



生成AI導入による業務効率化（2Q）

（2024年10月21日リリース）

✓ RAGチャットによる業務マニュアル検索システム*の試験運用を開始

（*社員が入力した質問に対し、DB上の社内情報群から関連情報を検索し、その結果を基に回答を構築(生成)する生成AIを用いたチャットボットのこと）



「REUSE AI CHANNEL」（社員向け生成AI活用チャンネル）

報道関係者各位

2024年10月21日
株式会社マーケットエンタープライズ

業務効率化と生産性向上を目的とした マーケットエンタープライズの生成 AI 活用について ～社内の生成 AI 利用率 8 割以上 1,878 時間/月を捻出～

株式会社マーケットエンタープライズ（東京都中央区、代表取締役社長：小林 泰士、東証プライム・証券コード 3135、以下「マーケットエンタープライズ」）は、生成 AI の積極的な活用による業務効率化や生産性向上及び社員の AI スキル向上を目的に、10 月より社内向け生成 AI を用いた有料版ツールの配布数を拡大いたしました。加えて、2024 年 10 月 21 日（月）、専門性の高いリユース業務ニーズとナレッジ共有の対応や、バックオフィス業務の効率化を促進するために、RAG の利用を開始いたしました。RAG は、生成 AI モデルが知らない知識をデータソースから補完し、生成 AI モデルが扱える情報を増やす手法です。マーケットエンタープライズでは、生成 AI 活用による業務効率化と生産性向上に加え、生成 AI 活用の浸透度を高めることでグループ全体の成長を加速させてまいります。



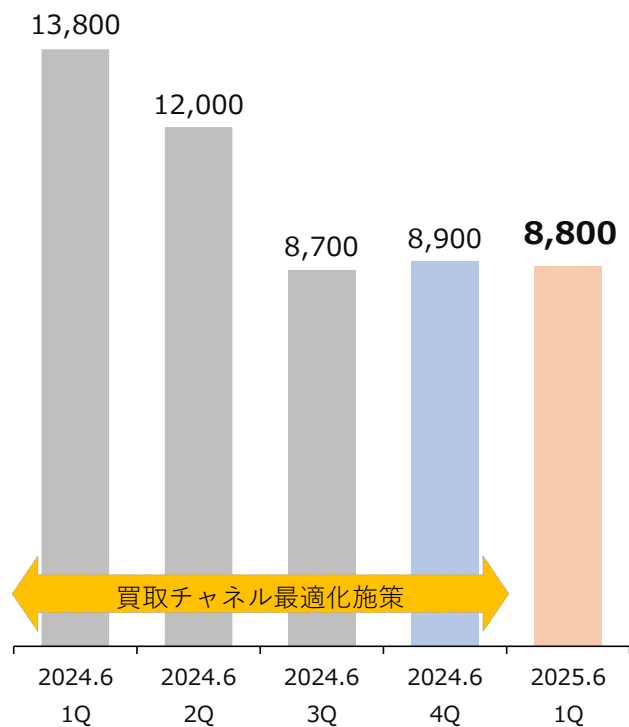
個人向けリユース分野：チャンネル別買取件数推移



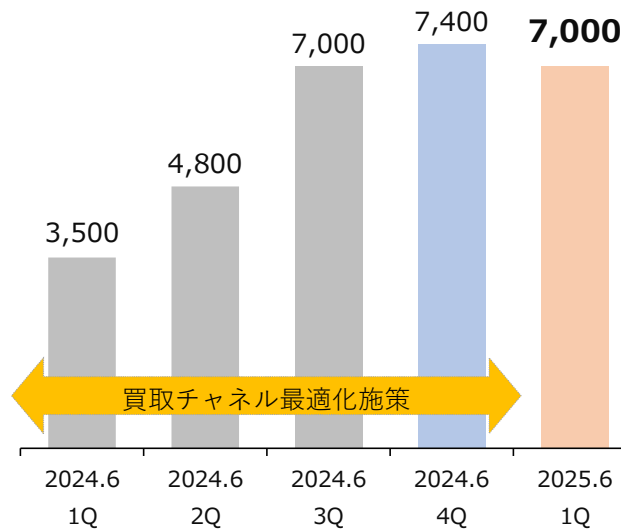
- ✓ 買取チャンネルの最適化施策は順調に進捗。出張買取適格案件の掘り起こしを起点に、買取効率に応じ宅配買取・店頭買取への振分け進む。総件数としても当1Qは、需要期の前4Qとほぼ同水準の件数を獲得（前期4Q・23,100件→当期1Q・22,400件）

（単位：件）

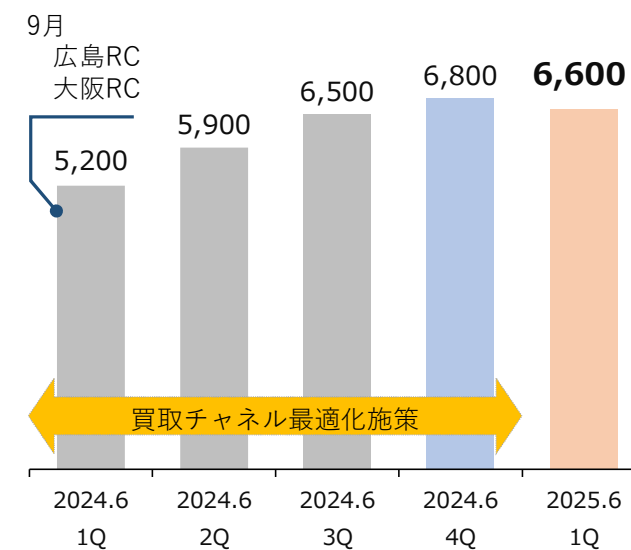
出張買取件数推移



宅配買取件数推移

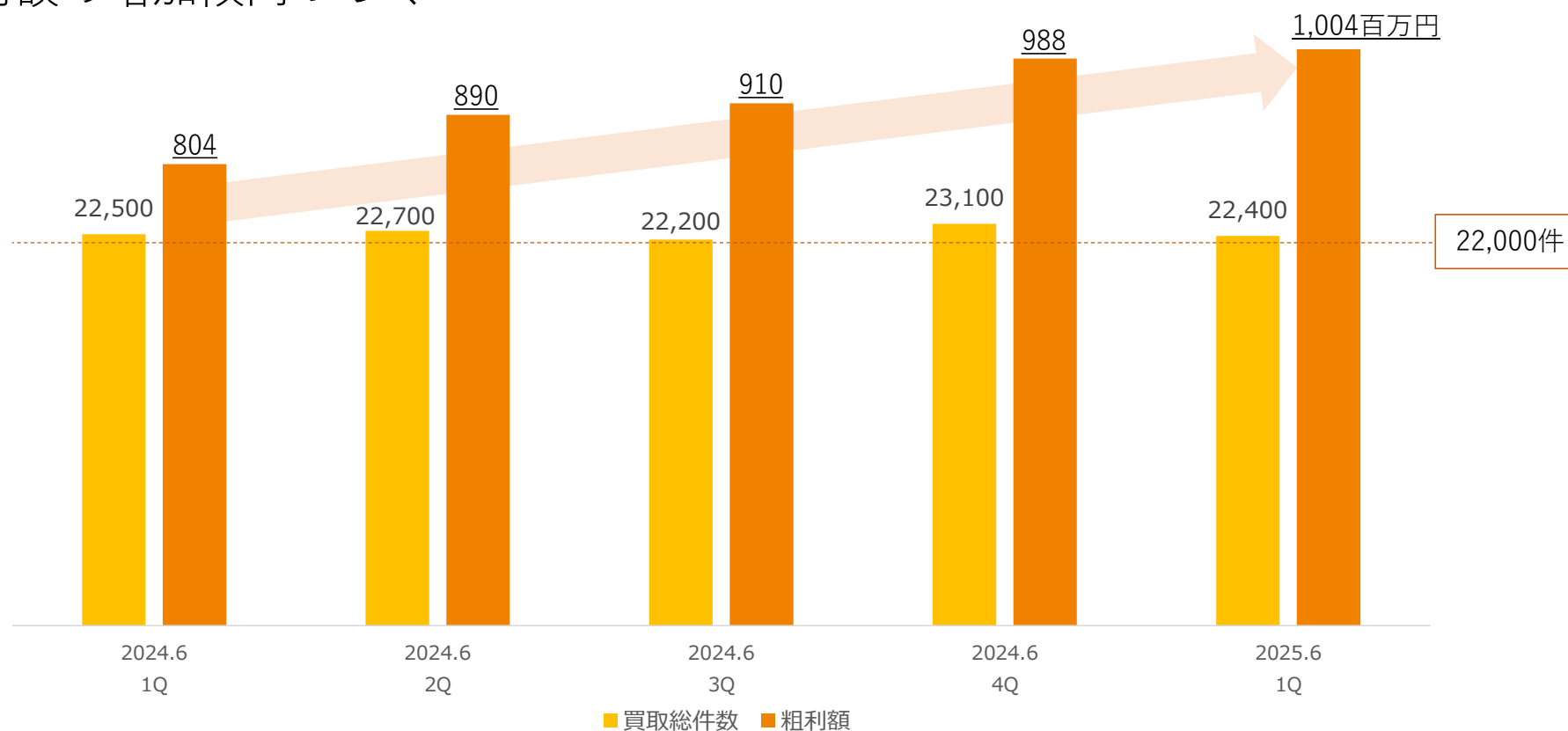


店頭買取件数推移



個人向けリユース分野：粗利額・買取総件数推移（参考）

- ✓ 前期実施のコンタクトセンターのヒアリング能力向上および買取チャネルの最適化施策の進捗により、Qあたり買取総件数2.2万件を超える水準を維持しつつ、粗利額の増加傾向つづく



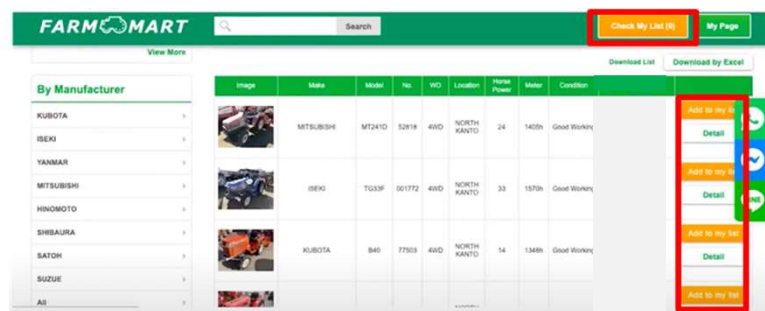
中古農機具分野：直近のアクション概要（1Q・2Q）



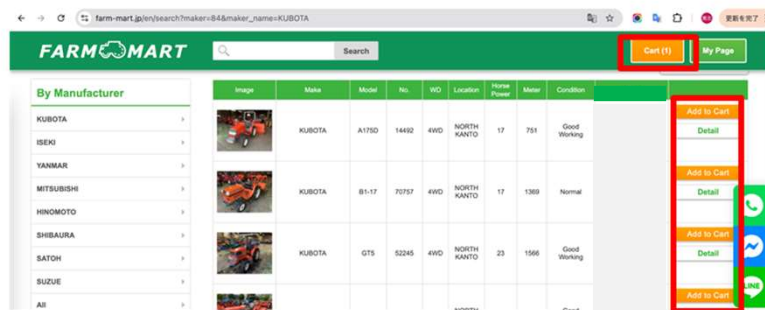
海外向けECサイトのユーザビリティ向上(1Q)

- ✓ 新規顧客の囲い込み施策として
販売サイト(FARMMART)のユーザビリティを向上

Before

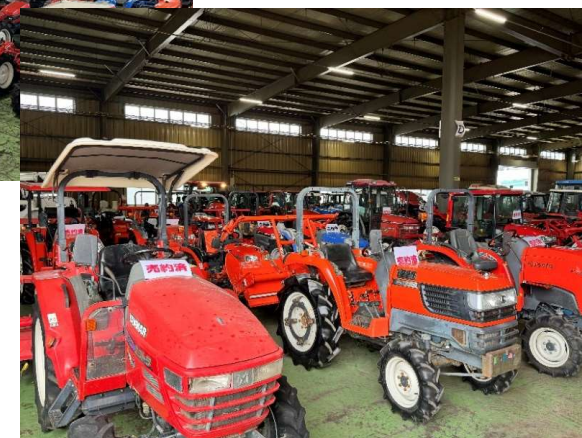


After



国内向け展示商談会の実施(2Q)

- ✓ 国内向け販売振興策として2年ぶりに
展示商談会を開催

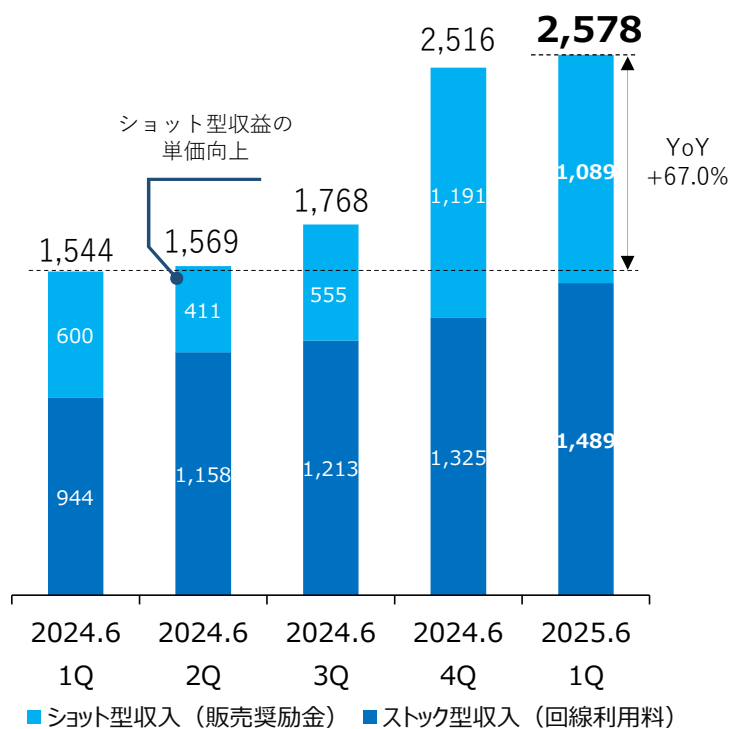


モバイル通信事業：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：前期4Q以降サービス認知が進み、引き続き新規回線契約獲得数が大幅増
- ✓ 利益：現状は保有回線数のボリューム増を優先し広告宣伝費が先行。今後、1回線あたり売上向上策の進捗に伴い利益率は改善してゆく見通し

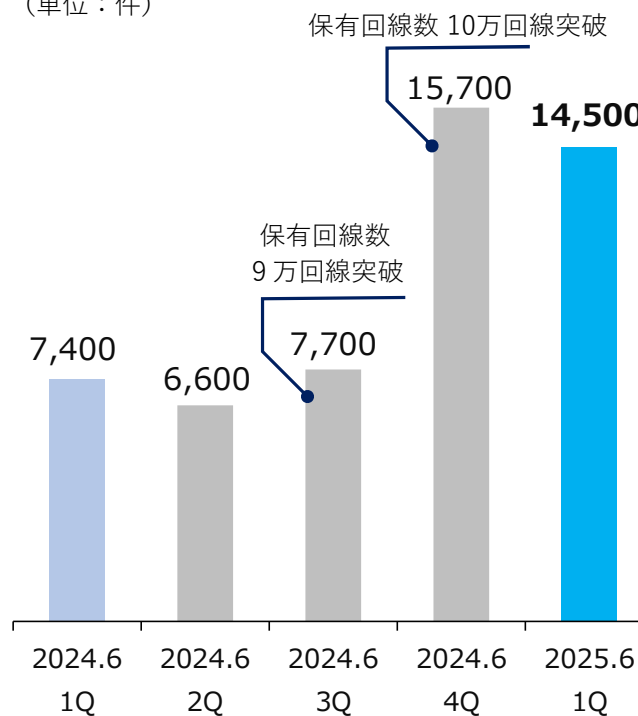
売上高推移

(単位：百万円)



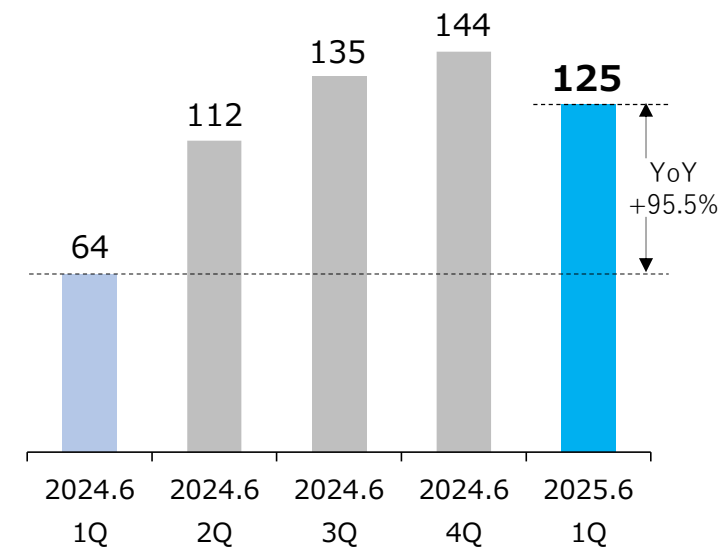
新規回線契約獲得数推移

(単位：件)



セグメント利益推移

(単位：百万円)



●直近の業績推移（2025年6月期 第1四半期）

売上高・売上総利益

✓ ネット型リユースおよびモバイルの収入拡大がけん引し、当期は、**1Q売上高としては過去最高となる50億円を突破してスタート**

- ・売上高 : 5,492百万円（前年同期比 +33.7%）
- ・売上総利益 : 1,980百万円（前年同期比 +30.0%）

営業利益

✓ 一時費用（本社移転費用 68百万円）の計上があったものの、**前年同期比で+223百万円の改善。**

売上進捗順調で利益ベースでも**計画値を上回って着地**

- ・営業利益 : 69百万円（前年同期は154百万円の損失）

経常利益・純利益

✓ 営業外費用にデリバティブ評価損31百万円（詳細P40参照）の計上があったものの、

1Q会計期間としては四期ぶりに経常黒字を計上

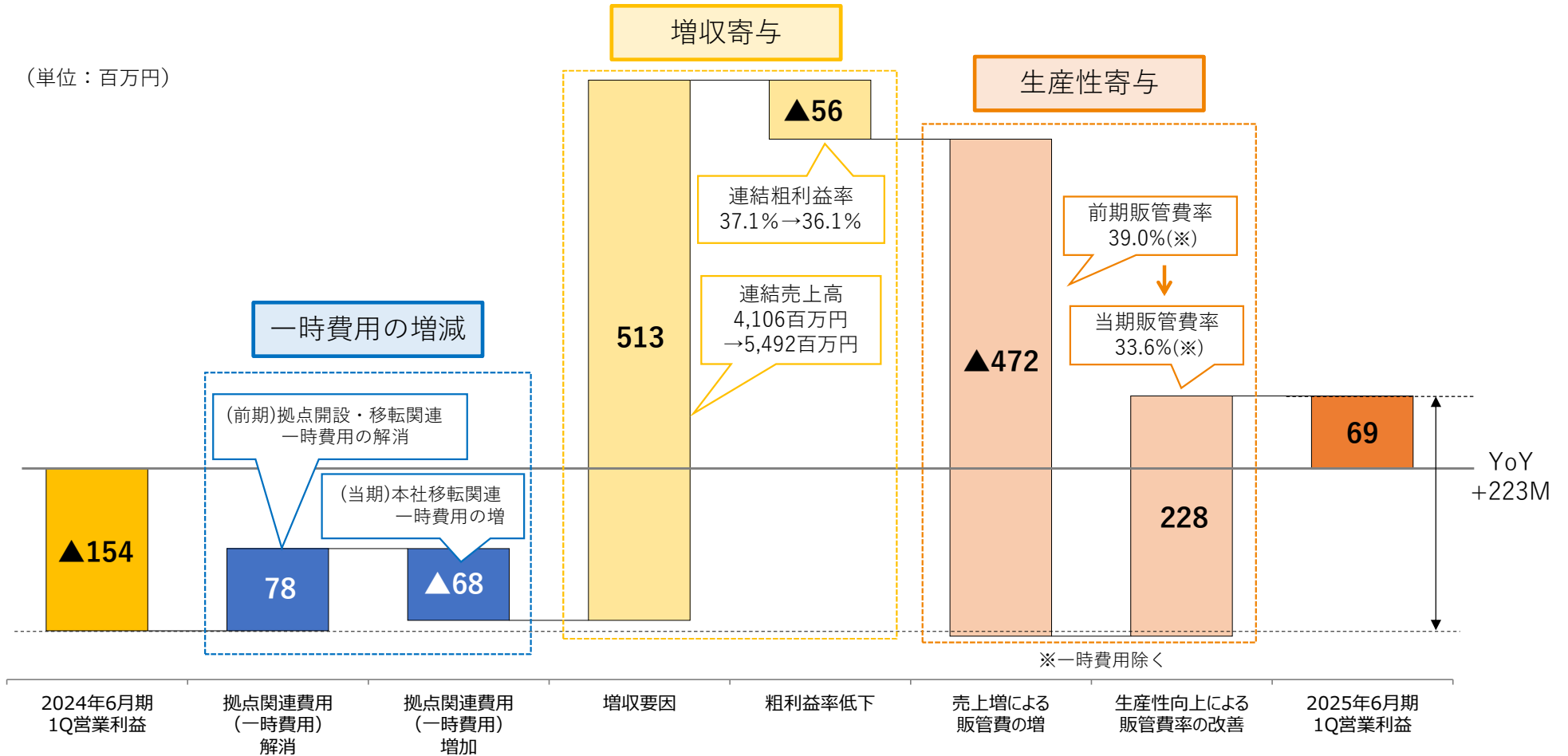
- ・経常利益 : 25百万円（前年同期は263百万円の損失）

✓ 純利益については、法人税および法人税等調整額43百万円の計上等により

- ・四半期純損失 : 48百万円（前年同期は325百万円の損失）

2025年6月期 第1四半期 営業利益の増減益分析

✓ 主に、売上高の成長および生産性向上による販管費率改善により、前年同期比+223百万の大幅プラス



セグメント情報 2025年6月期 第1四半期実績 (ハイライト)



(単位：百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
2023.6期	売上高	3,671 (140.8%)	3,715 (128.7%)	3,776 (124.2%)	4,094 (118.5%)	15,257 (127.3%)
	ネット型リユース	1,936 (131.6%)	2,134 (130.5%)	2,065 (127.3%)	2,254 (118.7%)	8,392 (126.6%)
	メディア	156 (143.5%)	162 (142.4%)	163 (129.5%)	177 (123.2%)	660 (133.7%)
	モバイル	1,577 (153.8%)	1,417 (124.9%)	1,547 (119.9%)	1,662 (117.9%)	6,204 (127.6%)
	営業利益 (△は損失)	△ 57 (-)	14 (-)	83 (-)	55 (-)	94 (-)
	調整額	△ 263 (-)	△ 220 (-)	△ 291 (-)	△ 357 (-)	△ 1,132 (-)
2024.6期	売上高	4,106 (111.9%)	4,419 (119.0%)	4,732 (125.3%)	5,749 (140.4%)	19,008 (124.6%)
	ネット型リユース	2,405 (124.2%)	2,706 (126.8%)	2,809 (136.0%)	3,106 (137.8%)	11,027 (131.4%)
	メディア	157 (100.6%)	144 (88.7%)	154 (94.2%)	126 (71.2%)	582 (88.2%)
	モバイル	1,544 (97.9%)	1,569 (110.7%)	1,768 (114.3%)	2,516 (151.4%)	7,398 (119.2%)
	営業利益 (△は損失)	△ 154 (-)	113 (799.0%)	148 (178.3%)	192 (349.2%)	298 (315.7%)
	調整額	△ 310 (-)	△ 215 (-)	△ 298 (-)	△ 231 (-)	△ 1,055 (-)
2025.6期	売上高	5,492 (133.7%)				
	ネット型リユース	2,805 (116.6%)				
	メディア	108 (68.9%)				
	モバイル	2,578 (167.0%)				
	営業利益 (△は損失)	69 (-)				
	調整額	△ 333 (-)				

・個人向けリユース好調
・過去最高の利益水準で1Qスタート

・売上は回復途上もこれを機に、徹底した販管費コントロールで高利益体質に磨き

・新規回線契約獲得数 大幅増
・広宣費先行も、回線あたり売上向上策の推進により、利益率上昇の見込み

※括弧内は前年同期比

過年度実績：販管費推移

- ✓ 投資回収フェーズに入り、販管費率が大幅改善（前年同期比△6.1p）
- ✓ 売上・粗利の伸長もあり、営業利益ベースで4期ぶりに1Qからの黒字体質に転換

(単位：百万円)	2021.6 1Q	2022.6 1Q	2023.6 1Q	2024.6 1Q	2025.6 1Q
売上高	2,870	2,607	3,671	4,106	5,492
±成長率	-	△9.2%	+40.8%	+11.9%	+33.7%
売上総利益	1,103	878	1,339	1,523	1,980
[粗利率]	[38.4%]	[33.7%]	[36.5%]	[37.1%]	[36.1%]
販管費合計	939	1,043	1,397	1,678	1,911
[販管費率]	[32.7%]	[40.0%]	[38.1%]	[40.9%]	[34.8%]
広宣費+販促費	119	208	367	299	542
(構成比)	(12.7%)	(19.9%)	(26.3%)	(17.8%)	(28.4%)
人件費+採用関連費	344	371	460	638	621
(構成比)	(36.6%)	(35.6%)	(32.9%)	(38.0%)	(32.5%)
地代家賃(含、敷金償却)	68	76	78	97	111
(構成比)	(7.2%)	(7.3%)	(5.6%)	(5.8%)	(5.8%)
その他	407	387	490	642	635
営業利益	163	△ 165	△ 57	△ 154	69

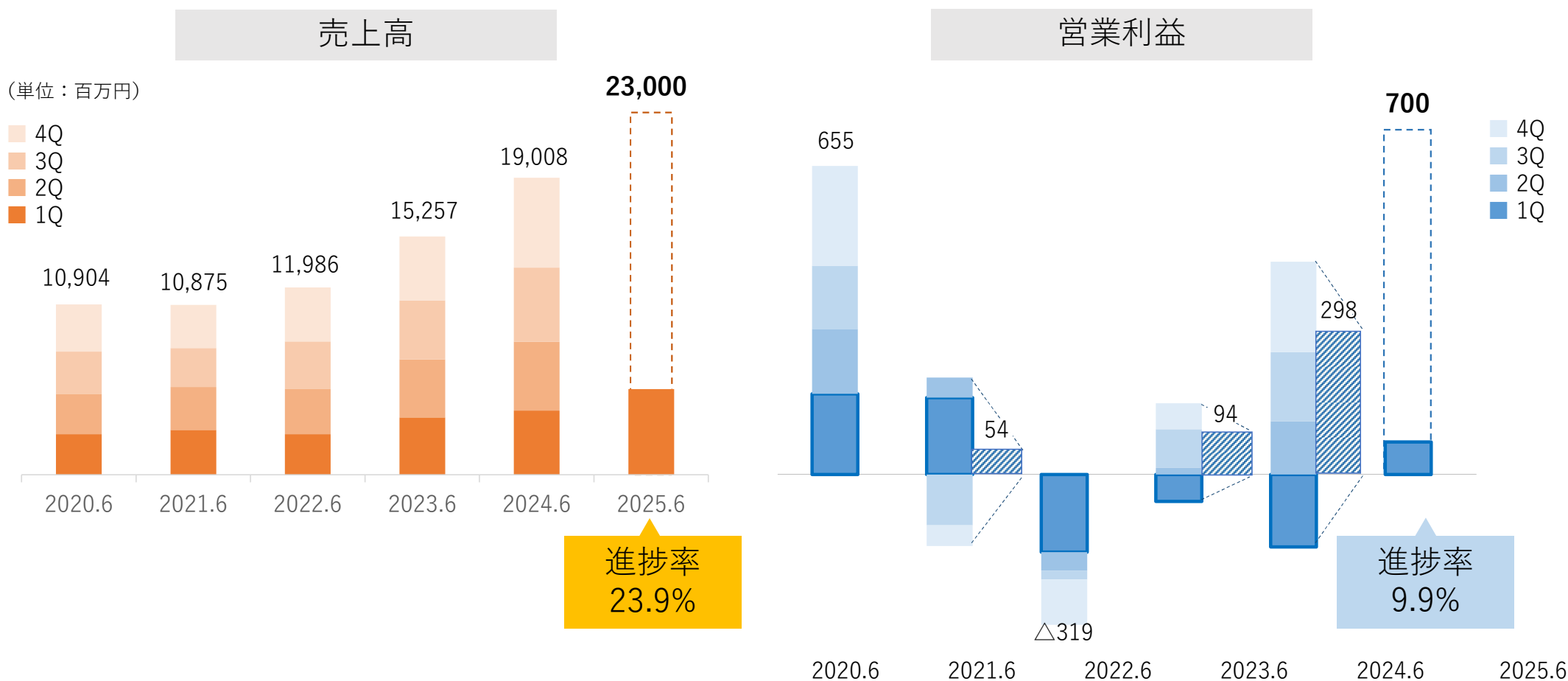
2025年6月期 業績見通し①

- ✓ 売上高 : 需要のシーズンリティから、期末に向け右肩上がりで増収見込み
- ✓ 営業利益 : 2Q以降、損益分岐を超えた増収分が利益貢献開始。進捗率も躍進予想
- ✓ 経常利益以下 : 通期予想にデリバティブ評価損益は見込まず。オーガニックでの目標達成を目指す

(単位：百万円)	2025.6 1Q	2025.6期 通期予想	進捗率
売上高	5,492	23,000	23.9%
営業利益	69	700	9.9%
経常利益	25	650	3.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益(△は損失)	△ 48	330	- %

2025年6月期 業績見通し②

✓ 売上高は順調に進捗。営業利益も各Qプラスで積み上がる見通し



● Appendix

第1四半期における営業外費用(デリバティブ評価損)の発生状況



概要

- ・ 2022年9月14日締結・2024年9月4更新の、株式会社SBI証券との「差金決済型自社株価先渡取引契約」(※1)により発生した営業外費用
- ・ 当該契約期間中の各四半期末時点における当社の株価が当社の業績(営業外損益)に影響を及ぼす
- ・ 具体的には、当四半期末日時点の当社の株価が前四半期末日時点の株価(※2)を
 - ↳ 上回った場合 = 会計期間ごとに「営業外収益」を計上する
 - ↳ 下回った場合 = 会計期間ごとに「営業外費用」を計上する

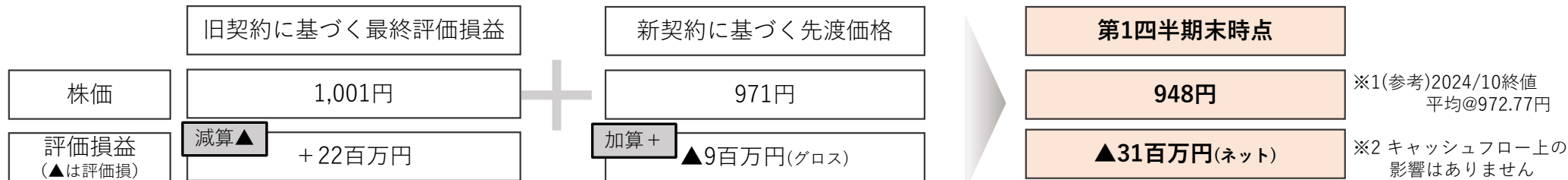
(※1) 当該契約の詳細は、2022年9月14日公表「[差金決済型自社株価先渡取引の締結に関するお知らせ](#)」(旧契約) および2024年9月4日公表「[差金決済型自社株価先渡取引の先渡期間延長及び先渡価格変更に関するお知らせ](#)」(新契約) をご参照ください

(※2) 先渡価格が新たに設定された場合は、直近の先渡価格

● なお、本契約の締結経緯につきましては、10月25日付IR note「[デリバティブ評価損益を発生させている『差金決済型自社株価先渡取引』について解説します](#)」もご参照ください。

第1四半期における影響額

- ・ 第1四半期における影響額 = 31百万円の営業外費用(デリバティブ評価損)の計上



会計期間ベースでの、デリバティブ評価損益の推移 (参考情報)

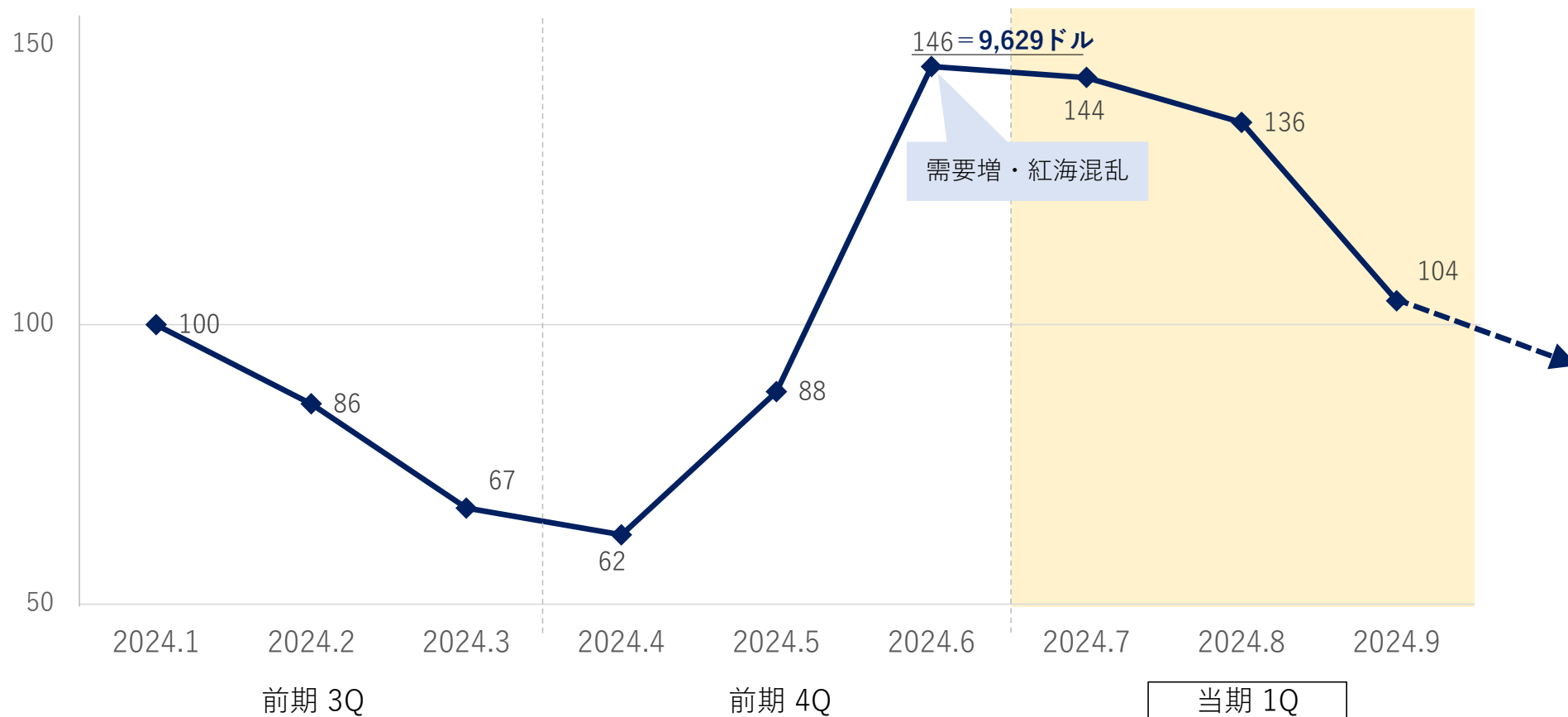
(※+は評価益、▲は評価損)



*TradingView提供のチャート

中古農機具分野：海上運賃動向※（参考）

(百分比)



※2024年1月度の下記運賃を100として当社作成
・日本海事センター 主要コンテナ運賃動向データより、横浜→ロッテルダム間 40ftコンテナ輸送にかかる運賃

株主優待制度について

- ✓ 当社は、中長期的な企業価値向上へ向けて、主として拡大を続けるリユース市場での当社のプレゼンス確立を図るための取組みをつづけております。このような状況のもと、株主の皆様の日ごろのご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高め、流動性向上、投資家層の拡大を図ることを目的として、株主優待制度を設けております。
- ✓ 株主優待制度の対象となる株主様
下記①②両方の条件を満たす株主様
 - ① 2024年6月以降、毎年6月末日時点で当社株主名簿に記載された株主様
 - ② 当社株式を100株以上保有の株主様

✓ 株主優待の内容

保有株式数	株主優待
100株以上	500円分のクオ・カード



- ➔ なお今後とも株主優待制度の拡充をはじめ、具体的な株主還元施策の実施について継続的に議論を進めてまいります



IR情報メール配信

外部配信サイト「ブリッジサロン」(運営・株式会社インベストメントブリッジ)より最新情報をメールで受け取れます。メールでお受け取りの方は以下QRコードからご登録ください。

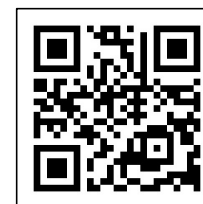


IRメール配信サービス
https://www.bridge-salon.jp/tekiji/alert_mail.php



IR情報SNS配信

IR公式アカウント(@IR_Menter)にて適時開示情報やPR情報などを発信しています。X(旧Twitter)でお受け取りの方は以下QRコードからご登録ください。



マーケットエンタプライズ
公式Xアカウント：@IR_Menter



持続可能な社会を実現する
最適化商社

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、
将来の見通し、計画のもととなる前提、予測を含んで記載しております。
実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

【本資料及び当社IRに関するお問合せ先】

マーケットエンタープライズ・IR

ir@marketenterprise.co.jp

Q&A(質疑応答)