



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 (Kabu Berry主催)



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.40～)

1

会社概要

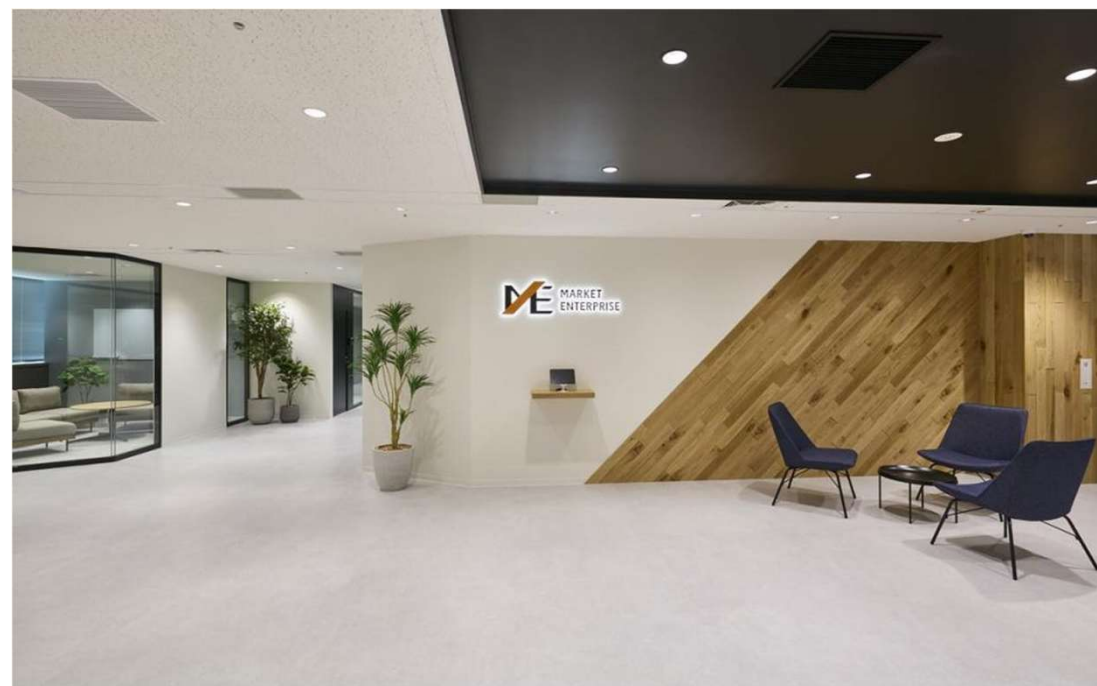
会社概要



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	3億3552万5,000円(2025年3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 眞樹 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	648名(アルバイトスタッフ含む) ※2025年4月1日現在
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, 2024)
- ・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)



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。
野田綜合会計事務所代表(公認会計士)



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

※当社のバ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

事業変遷



グループ 経営期

- ネット型リユース事業

2006

2007

2010



- モバイル通信事業
- マシナリー事業

2016

- おいくら事業
- メディア事業

2019

2020

2023

2024

- 格安電池ドットコム
- フリーマーケット事業

- 初の拠点を開設
東京リユースセンター

- 拠点開設を拡充
- WEBマーケティング注力
- 自社開発によるシステム投資

- 初の海外拠点
ベトナムに開発拠点

- 錦糸町支社開設
- 本社移転



創業期

成長期

東証マザーズ上場

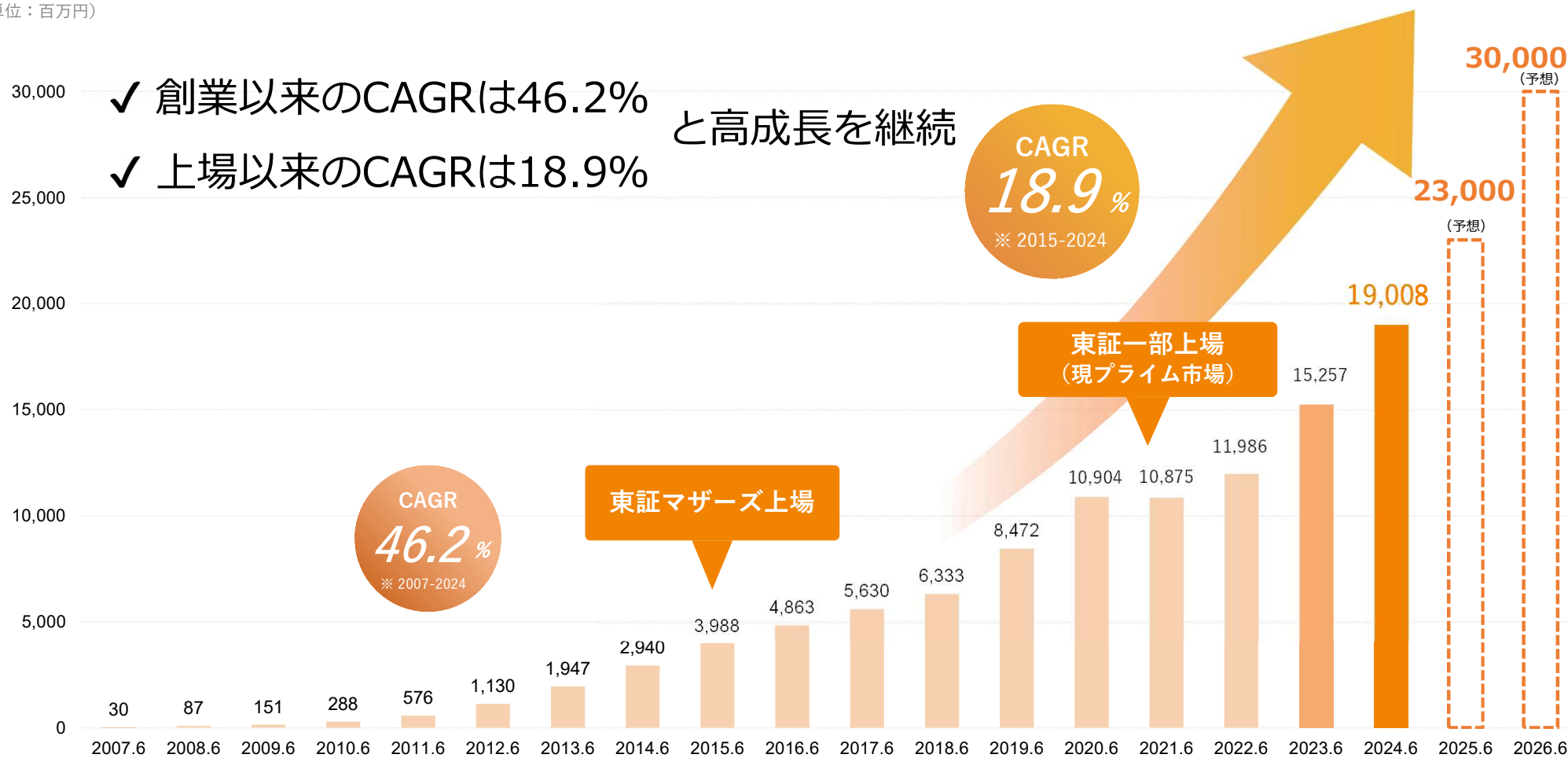
多角化期

東証一部上場
(現プライム市場)

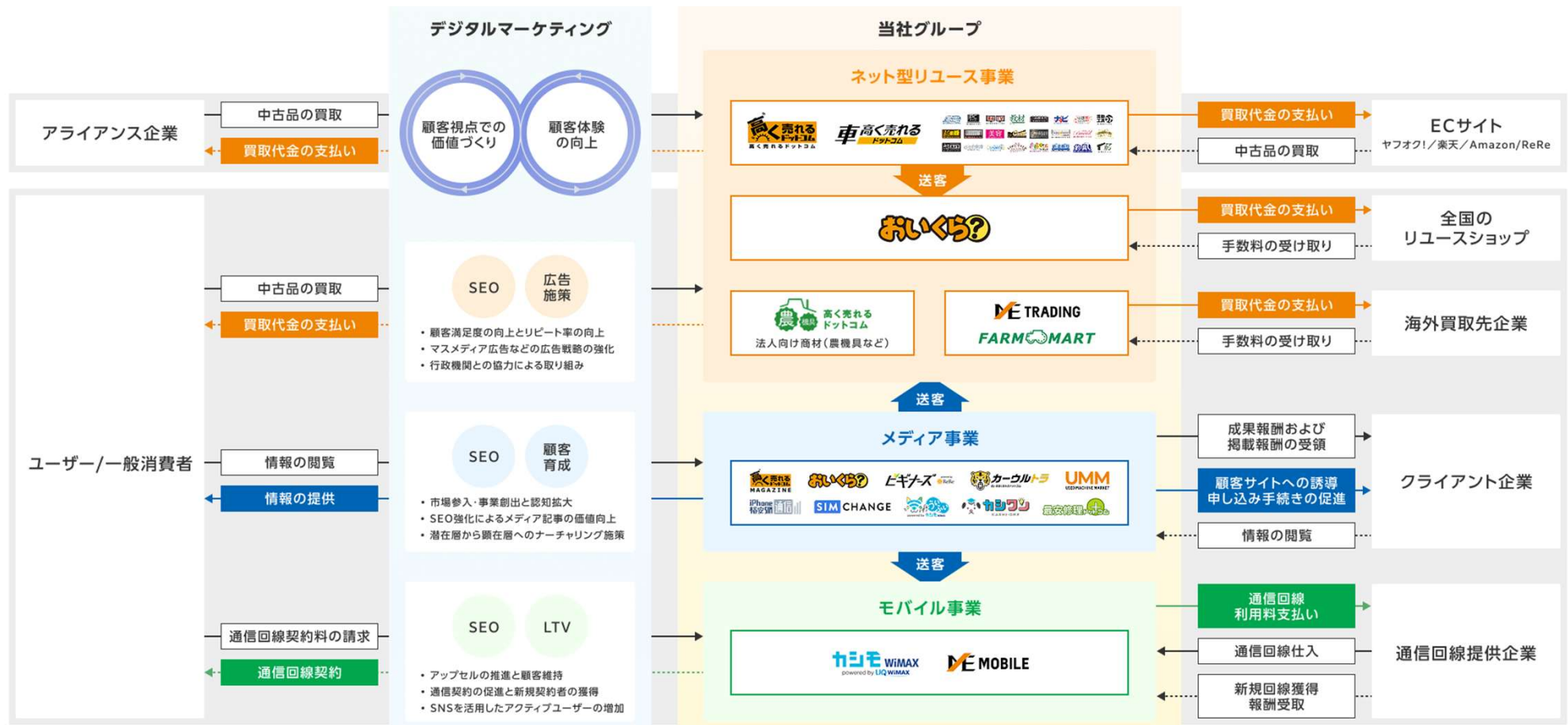
2007.6 2008.6 2009.6 2010.6 2011.6 2012.6 2013.6 2014.6 2015.6 2016.6 2017.6 2018.6 2019.6 2020.6 2021.6 2022.6 2023.6 2024.6

創業以降の売上高の成長推移

(単位：百万円)



✓ デジタルマーケティングでの集客力を強みに事業を多角化

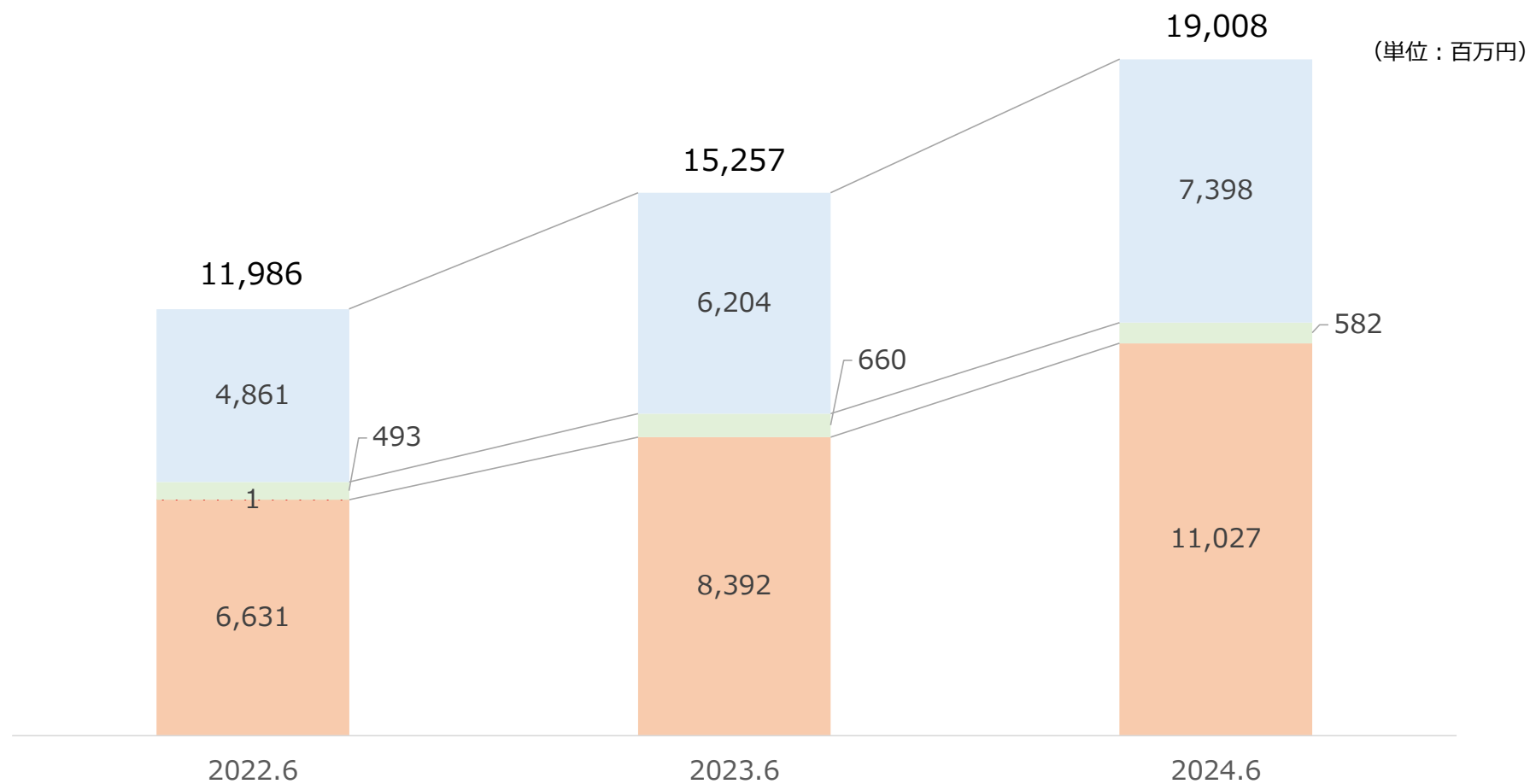


過年度 セグメント別売上高推移

■ 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

I. 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



マシナリー

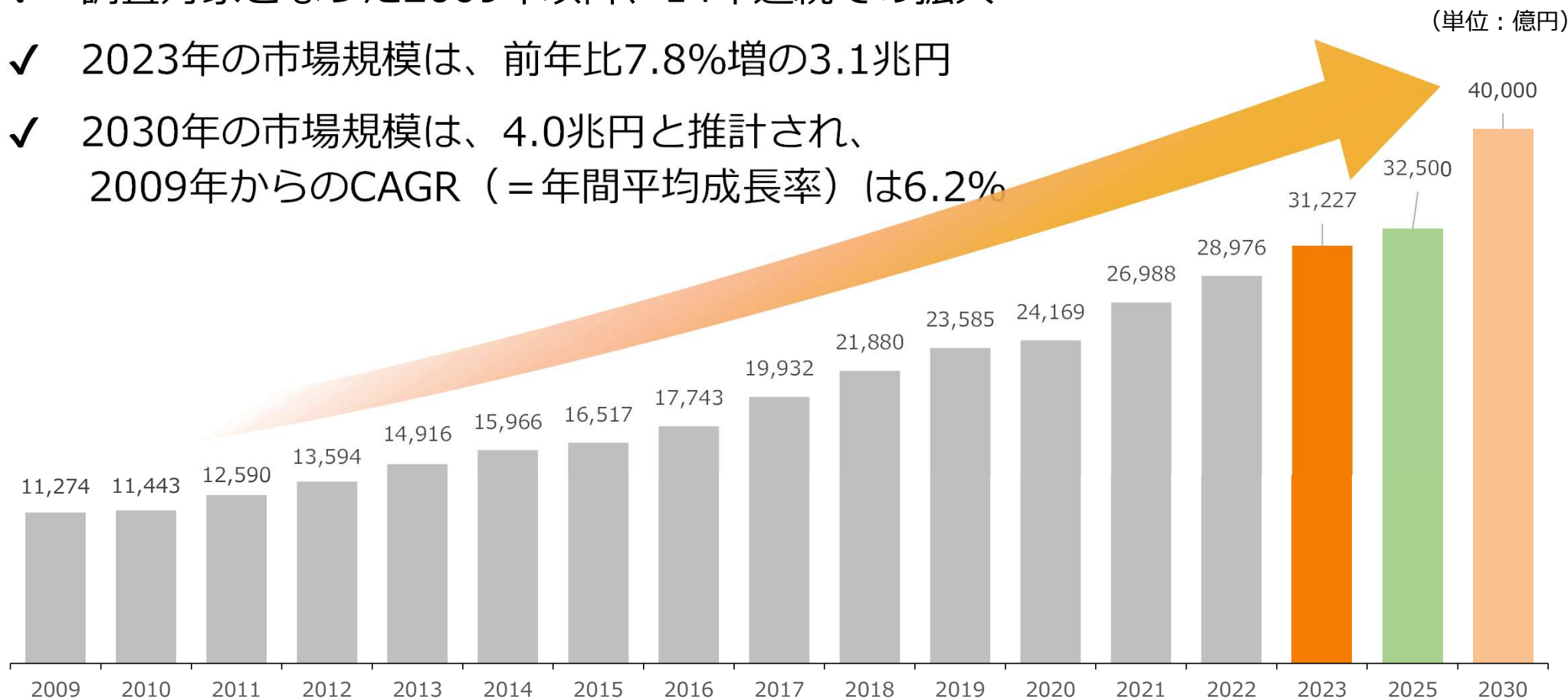


おいくら



I. 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. 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

I. 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

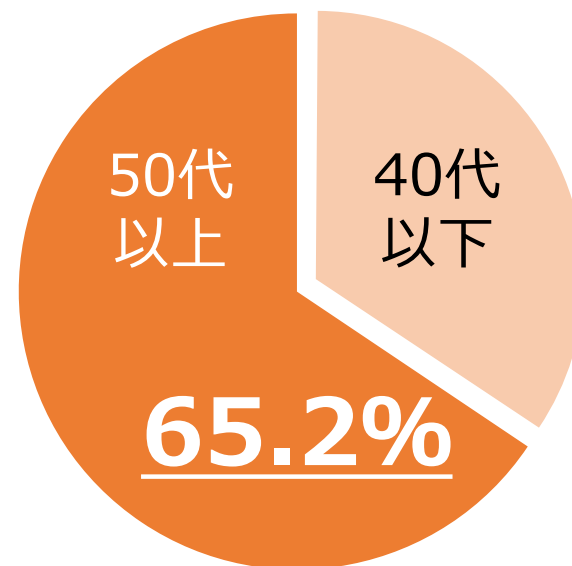
過去1年間に不要となった製品 **7.6兆円**

「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

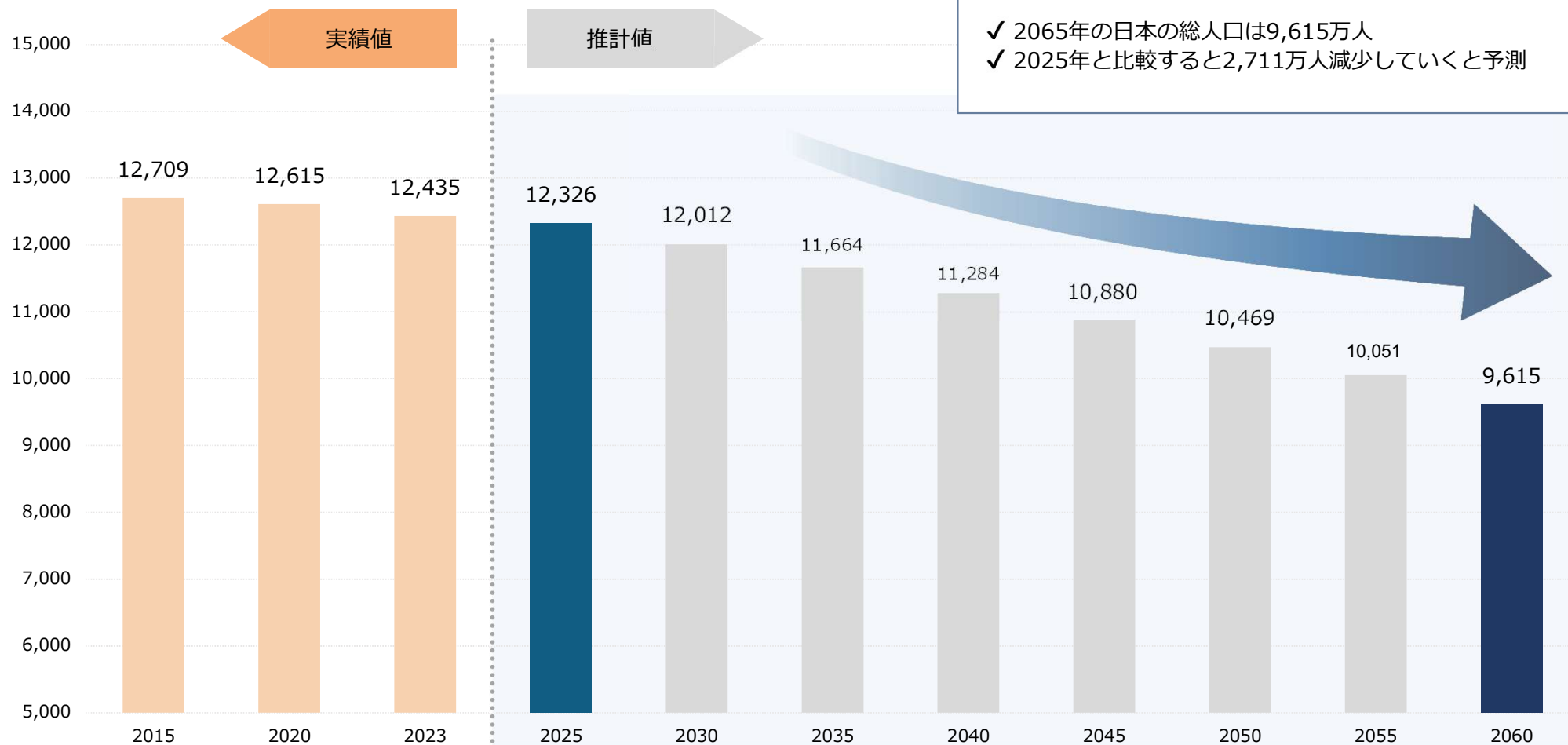
● 「かくれ資産」の年代構成比



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. 当社の市場認識：人口減少と高齢化

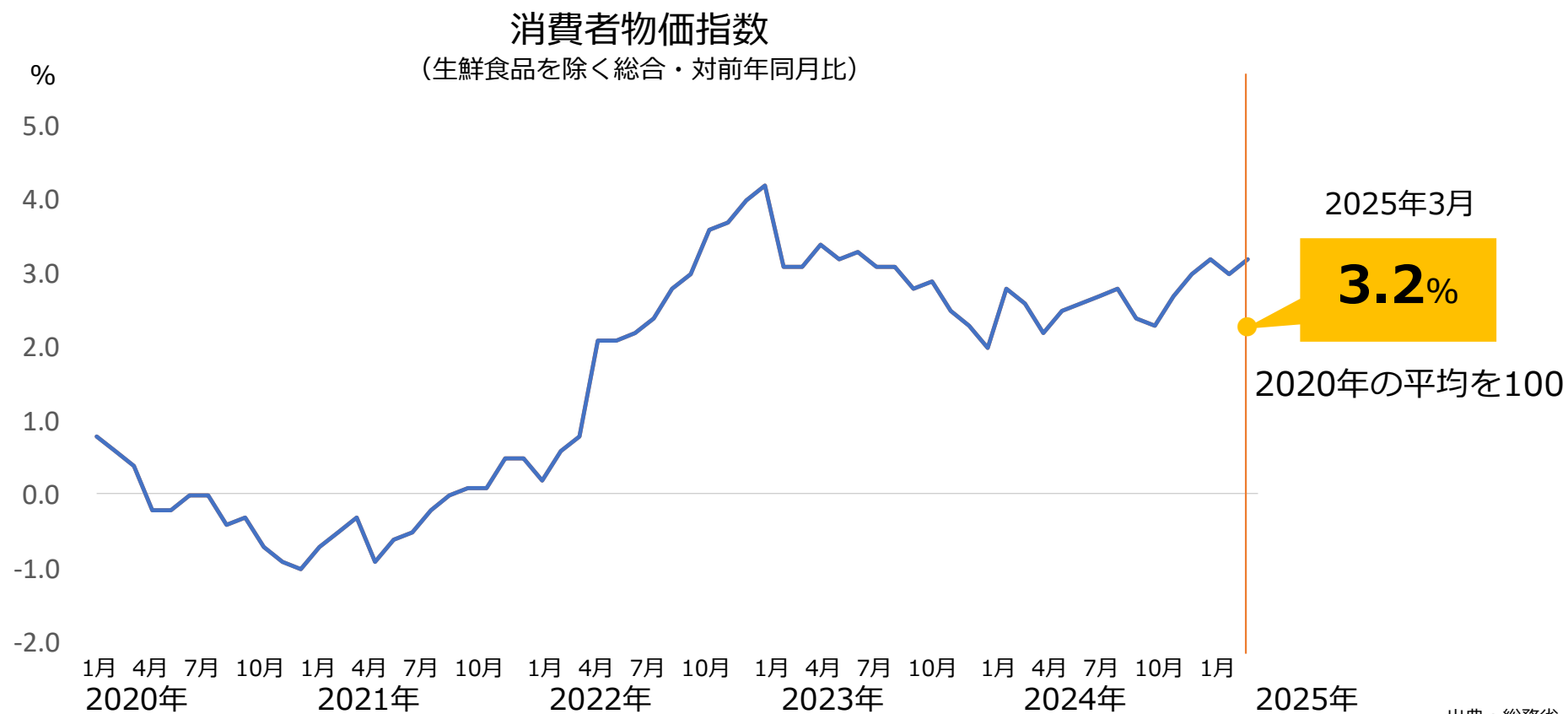
(単位：万人)



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. 当社の市場認識：消費者物価指数

物価高を受け、割安なリユース品へのニーズが高まっている



出典：総務省

IT×リアルで、オペレーショナルエクセレンスを推進

01

デジタル
マーケティング

依頼数

年間 **43** 万件以上 ※1

02

多種多様な
取扱商材

専門商材

31 種類 ※2

03

業界最高水準の
高回転ビジネス

在庫回転率

17.6 回以上 ※3

※1 2024年6月期の依頼合計数

※2 商材別に分類された高く売れるドットコムの特設サイト数

※3 2024年6月期の実績

I. ネット型リユース事業の強み 01. デジタルマーケティング

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
商品別にカテゴライズされた専門サイトを展開し、多様な買取ニーズに対応

依頼数 **43** ^{※1} 万件

累計利用者数 **940** ^{※2} 万件

お客さま満足度 **99.7** ^{※3} %



高く売れるドットコム 本サイト
<https://www.takakuureru.com/>



※1 2024年6月期の依頼合計数 ※2 2025年3月31日までの利用者数 ※3 2024年6月のお客さま満足度

I. ネット型リユース事業の強み 02. 多種多様な商材取扱

幅広い31種類の商材を取り扱う中で、3つの買取方法を採用
また、全国対応は15拠点を通じて実現

買取媒体31種類



専門性高い商材の買取対応

- ✓ 盗難防止装置の解除処理
- ✓ 個人情報消去
- ✓ 真贋鑑定

特別仕様のダンボール

お客様のニーズに基づき
梱包の手間をなくした
サービス設計



15拠点で在庫管理、2拠点で顧客対応

札幌リユースセンター	名古屋リユースセンター
仙台リユースセンター	大阪リユースセンター 江坂店
北関東リユースセンター	大阪リユースセンター 東住吉店
埼玉リユースセンター	神戸リユースセンター
千葉リユースセンター	鳥取リユースセンター
東京リユースセンター	広島リユースセンター
西東京リユースセンター	福岡リユースセンター
横浜リユースセンター	錦糸町コンタクトセンター
徳島コンタクトセンター	

※北関東リユースセンターおよび
鳥取リユースセンターはマシナリーの拠点です

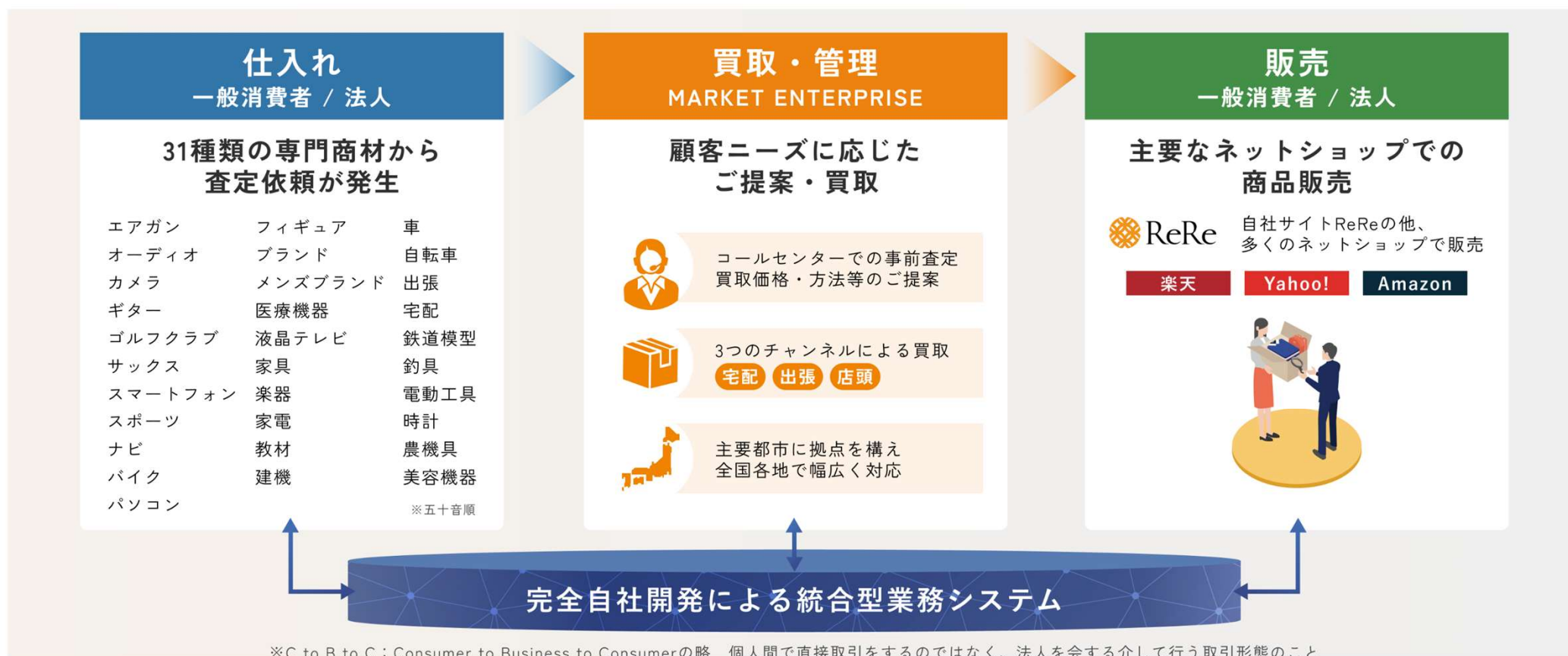


3つの買取方法



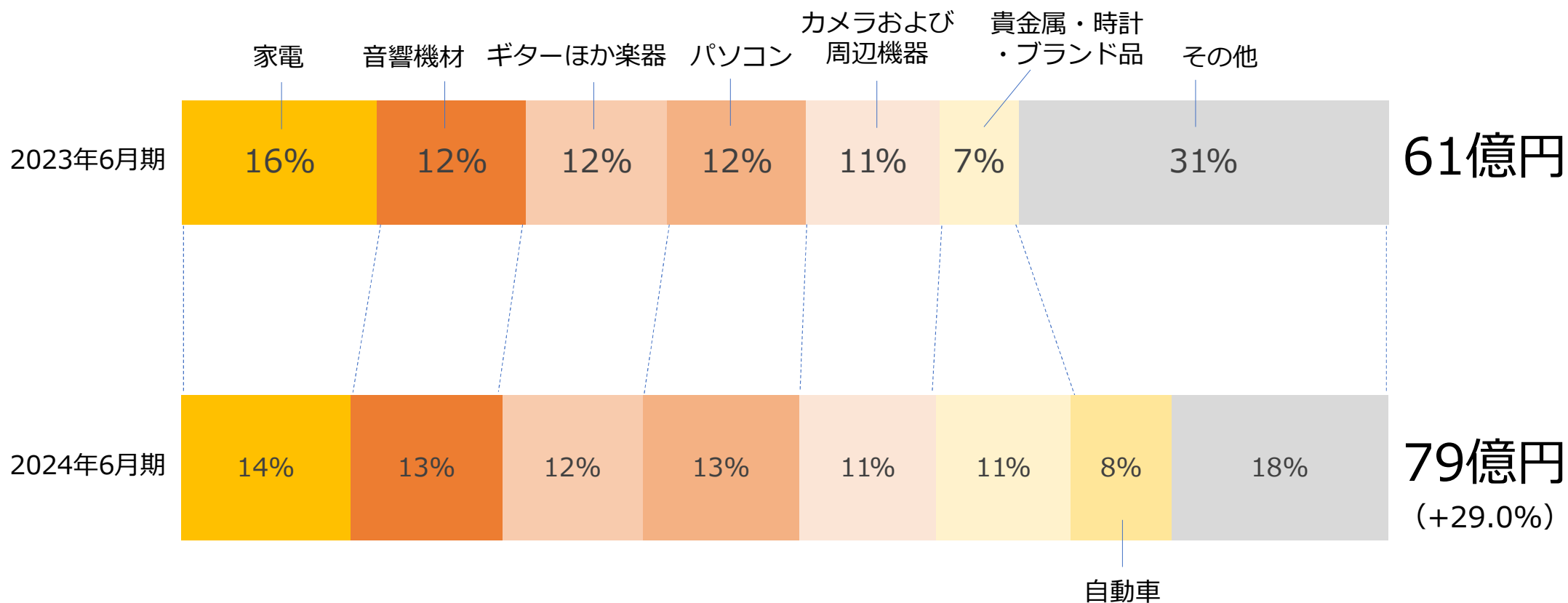
I. ネット型リユース事業の強み 03. 業界最高水準の在庫回転率

商品在庫を一元管理する基幹システムを内製化し、仕入れ～販売までのリードタイムを短縮することで商品回転率は業界最高水準の17.6回（前期実績）



※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、法人を介する介して行う取引形態のこと

I.① 個人向けリユース分野：商材別売上高比率



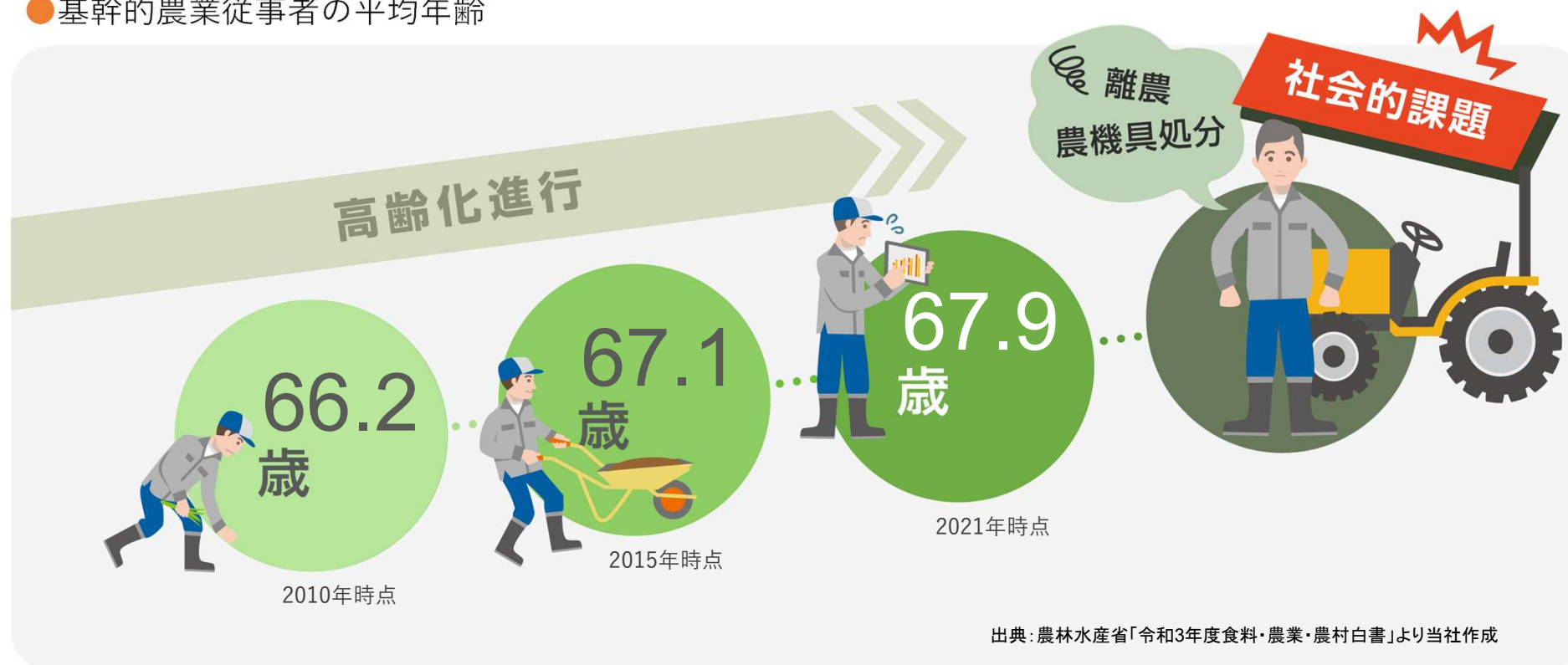
● ネット型リユース事業

- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

I.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



I.② 中古農機具分野

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



田植え機



ハロー



コンバイン



耕運機



畦塗り機



発電機

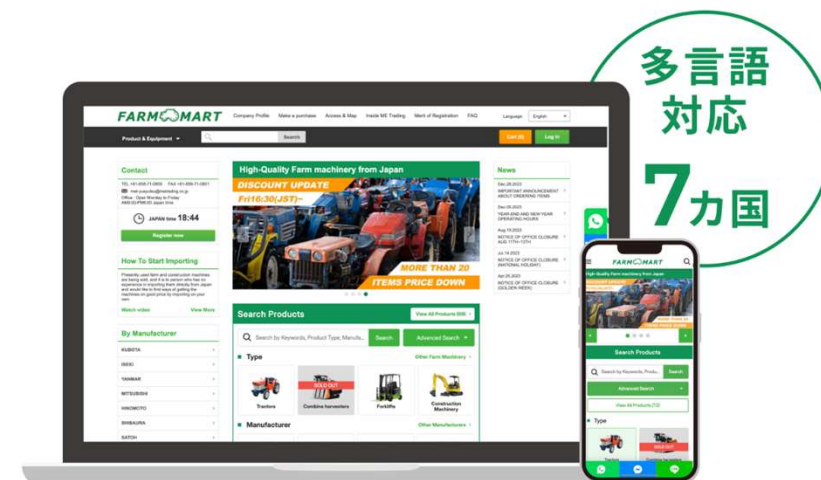


他多数



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



登録社数※

1428 社

海外向けECサイト
「FARM MART」
<https://farm-mart.jp/en>

※2025年3月31日現在

● 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

I.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



加盟店数

1039店舗

※2025/3/31現在

おいくら

<https://oikura.jp/>



おいくら?
買取一括査定アプリ



推奨環境: iOS 11.0以降、Android 8.0以降でご利用になれます。



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

I.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



I.③ おいくら分野：地方自治体との連携

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

人口カバー率（連携自治体の人口÷日本の総人口）は41%となり、総人口の約4割をカバー

（※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/>



人口カバー率※1

41%

連携自治体数※2

251箇所

※1 ※2 2025年3月31日 現在

- 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「買い消費」行動に役立つコンテンツを提供し、
個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。

ヒギナース

 **カシワ**
KASHI-ONE


MAGAZINE


MAGAZINE

iPhone
格安SIM 通信

最安修理 

SIM CHANGE
格安SIM・スマホの本当のわかる シムチェンジ

UMM
USED MACHINE MARKET

Ⅱ.メディア事業：運営メディア一覧

✓ 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10の最適なウェブコンテンツを提供

ビギナース

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

ビギナース

趣味を見つけた、今までと違うことを新しく始めたい人を応援する「趣味深しができる」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。

高く売れる
ドットコム
MAGAZINE

<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。

おいくら?

マガジン

<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に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。

最安修理ドットコム

<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。

カーウルトラ

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

カーウルトラ

車を高く売るためのコツやお得に購入する方法など、車に関する情報をわかりやすく解説するメディアです。車に関する不安や疑問を解消し、最適な業者選びや売却のタイミングなどの情報をお届けします。

iPhone
格安SIM通信

<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。

SIM CHANGE

<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。

カシワン

<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

UMM
USED MACHINE MARKET

<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。

Motorz

<https://motorz.jp/>

Motorz

車・バイク・モータースポーツ好きに向け、日本の魅力を国内外に発信するモーターライフ情報メディアであり、エンジニアやドライバーへの憧れを育み、業界を盛り上げることを目指しています。

Ⅱ.メディア事業：メディア事業の再成長について

✓ 既存のビジネスモデルに捉われず、動画メディア等、検索以外での流入ルート確保により
収益源の多様化を図る方針



高く売れるドットコム

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



みれい@Wi-FiとWiMAXのコンシェルジュ

<https://www.youtube.com/@iphonesim>



チャンネルカシモ

https://www.youtube.com/@kashimo_wimax_official



UMM / FARM MART

<https://www.youtube.com/@UMM.FARMMART>



おいくらチャンネル

<https://www.youtube.com/@おいくらチャンネル>

Motorz

モーターズ

企業が運営する YouTubeとしては黎明期から本格的に取り組み、チャンネル登録数は 26万人を突破。クルマ好きの民意を形にする **唯一の法人 CarTuber**です。



Media Date  YouTube

チャンネル登録数: 26.5万人

月間動画再生数: 約300万回

月間視聴者数: 約150万人

※2025年1月現在

代表企画

パターン1
パーツテスト



パターン2
デモカー紹介



パターン3
コンプリートカー販売



- モバイル通信事業

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

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

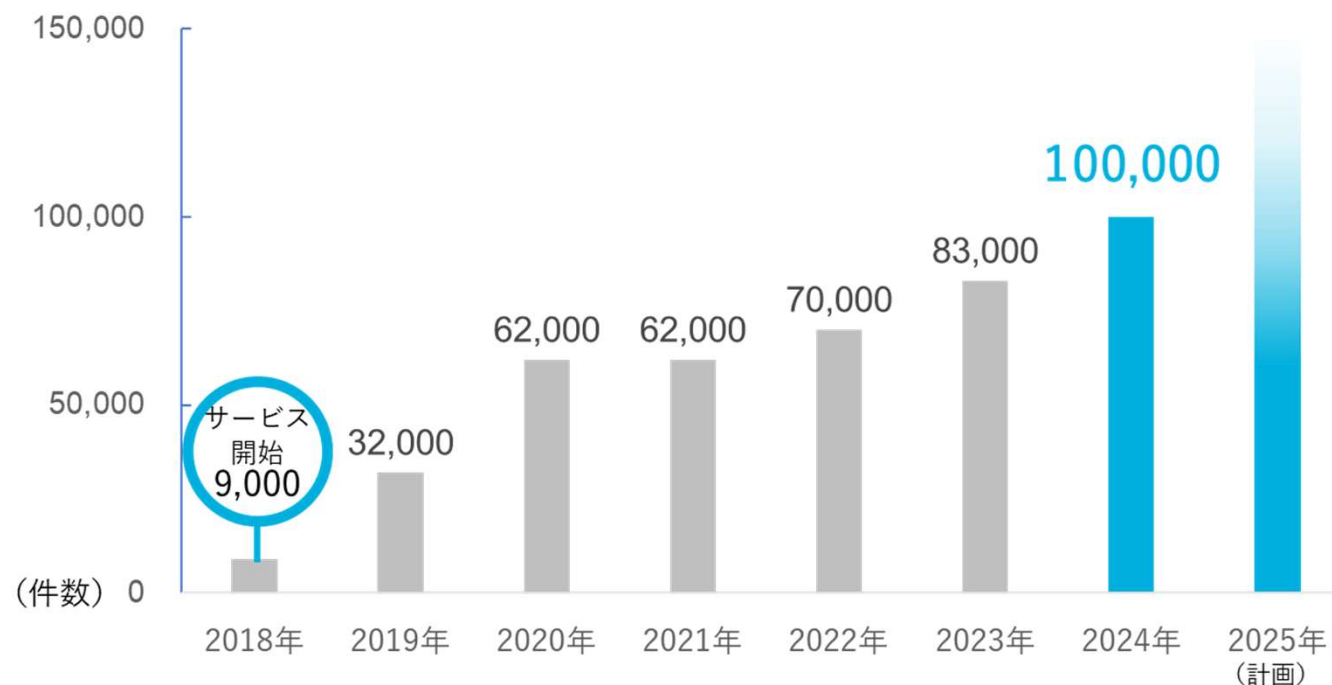


価格.com
モバイル回線プロバイダ
人気ランキング 2022年
・モバイルルーター部門
・ホームルーター部門
共に年間1位を獲得
(集計期間：2022年1月～2022年12月)

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



保有回線数
120,000
回線超

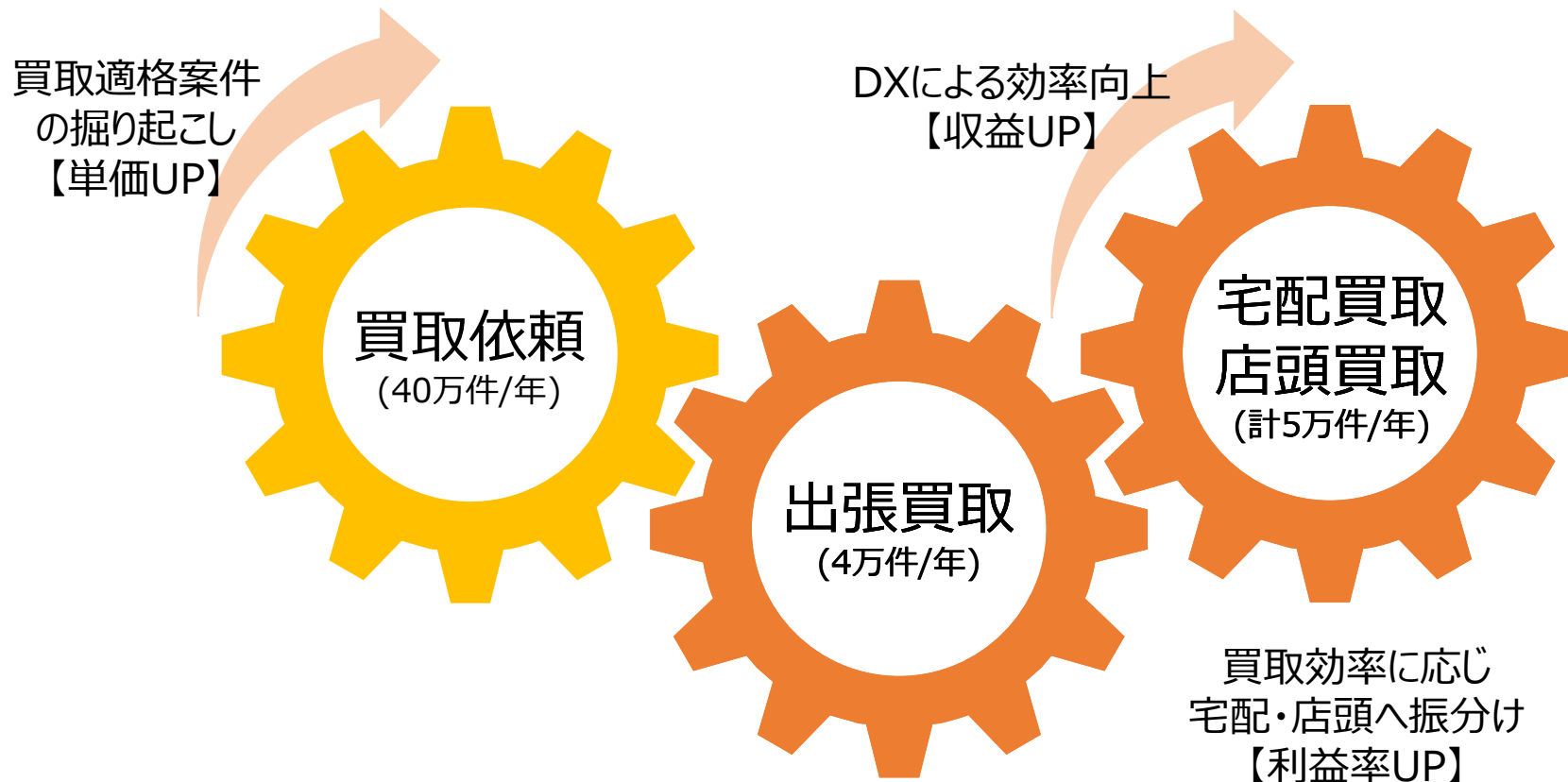
※2025年3月31日現在

3

各事業の直近の動きと業績推移

I.① 個人向けリユース分野：重点戦略

- ✓ デジタルマーケティングの強みを活かし、年間40万件超の買取依頼を獲得
- ✓ 能力増強したコンタクトセンター(CC)でのスコアリングにより、買取適格案件を掘り起こし
- ✓ CCとDXの組合せにより、もっとも効率的な買取チャネル(出張/宅配/店頭)にて買い取り



I.① 個人向けリユース分野：直近のアクション概要(1～3Q)/進むAI活用

生成AI導入による業務効率化（2Q）

- ✓ 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

研修へのAIロープレの導入（2Q）

- ✓ 新たに、生成AIを活用した「対話型研修ロープレシステム」を導入。研修品質の向上を図るとともに、インサイドセールス職の研修運営に関わる管理者負担を約30%削減

AI agent活用の営業アシスタント開発開始(3Q)

- ✓ 東大松尾開発のWanderlust社と、AIエージェントを活用した営業アシスタントの共同開発を開始。優秀なCC担当者のノウハウを解析し、買取成約率向上を目指す

(2024年10月21日リリース)

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 ～社内での生成 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。

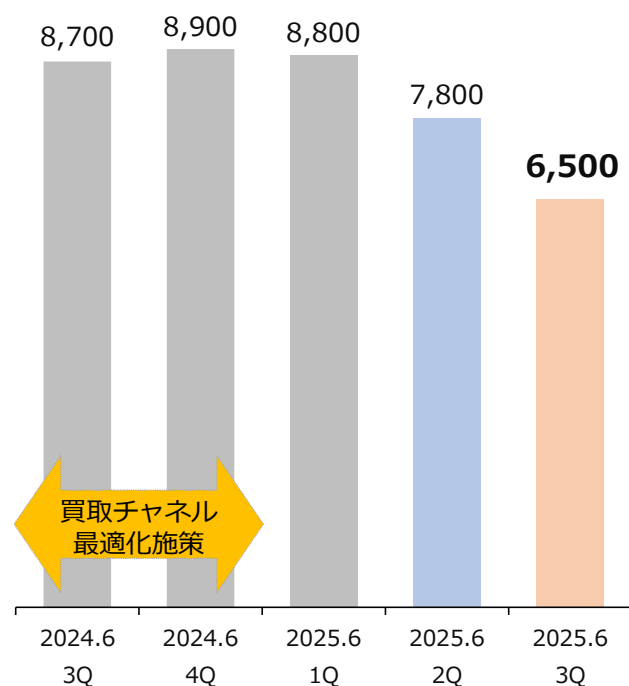
その後の追跡調査*で全従業員の総労働時間の約6%に
当たる、年間**62,136時間**まで削減幅を拡大

(* 2025年3月に当社およびベトナム子会社対象に実施。
有効回答数:318件)

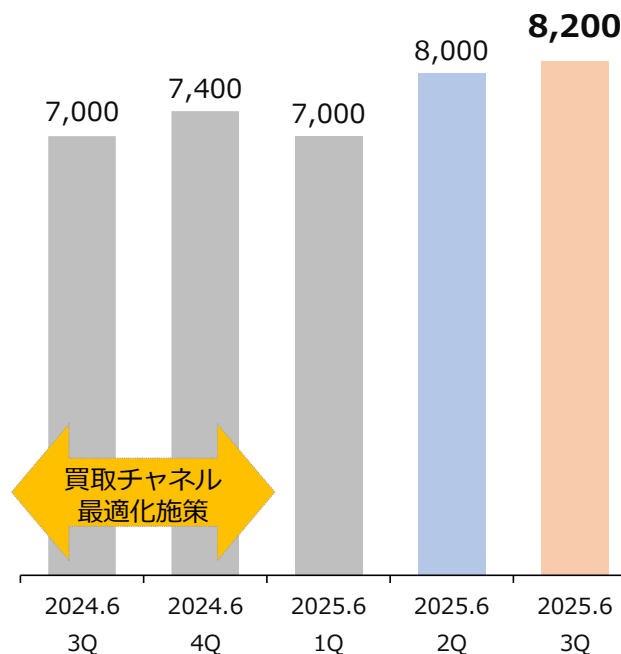
I.① 個人向けリユース分野：チャンネル別買取件数推移*(*中古自動車除く)

- ✓ 買取チャンネルの最適化施策はその後も順調に進捗。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
- ✓ 出張買取はインフルエンザの流行(1月)による出遅れがあったが、以降は順調に推移

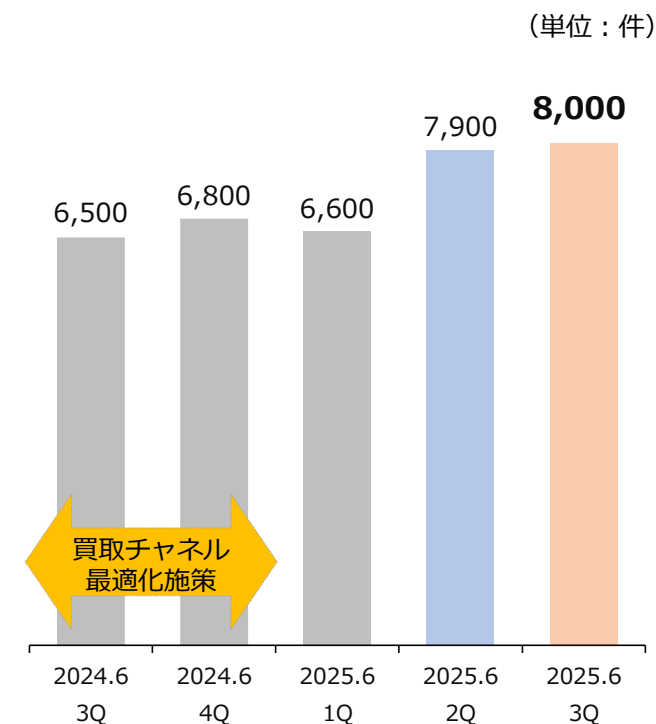
出張買取件数推移



宅配買取件数推移



店頭買取件数推移



I.① 個人向けリユース分野：2025年6月期 第3四半期実績



- ✓ 売上高：23億11百万円（前年同期比+12.9%）
 - ✓ 粗利益：9億77百万円（前年同期比+7.4%）
- 1月に一時的な稼働低下（詳細P43）があったものの粗利率は2Q時点の見通しどおり上昇

(単位：百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
2023.6期	売上高	1,455 (121.0%)	1,519 (115.9%)	1,546 (124.2%)	1,624 (117.5%)	6,145 (119.6%)
	粗利額	660 (131.8%)	729 (124.8%)	763 (140.2%)	812 (132.1%)	2,965 (132.1%)
	粗利率	45.4% (+3.7p)	48.0% (+3.4p)	49.4% (+5.6p)	50.0% (+5.5p)	48.3% (+4.6p)
2024.6期	売上高	1,726 (118.7%)	1,956 (128.8%)	2,047 (132.4%)	2,196 (135.2%)	7,927 (129.0%)
	粗利額	804 (121.7%)	890 (122.1%)	910 (119.2%)	988 (121.7%)	3,592 (121.1%)
	粗利率	46.6% (+1.2p)	45.5% (△2.5p)	44.5% (△4.9p)	45.0% (△5.0p)	45.3% (△2.9p)
	[参考:中古車除く]	- (-)	[48.1%] (-)	[48.3%] (-)	[48.3%] (-)	[47.8%] (-)
2025.6期	売上高	2,188 (126.7%)	2,318 (118.5%)	2,311 (112.9%)		
	粗利額	1,004 (124.9%)	976 (109.7%)	977 (107.4%)		
	粗利率	45.9% (△0.7p)	42.1% (△3.4p)	42.3% (△2.2p)		
	[参考:中古車除く]	[49.6%] (-)	[47.4%] (-)	[48.4%] (-)		

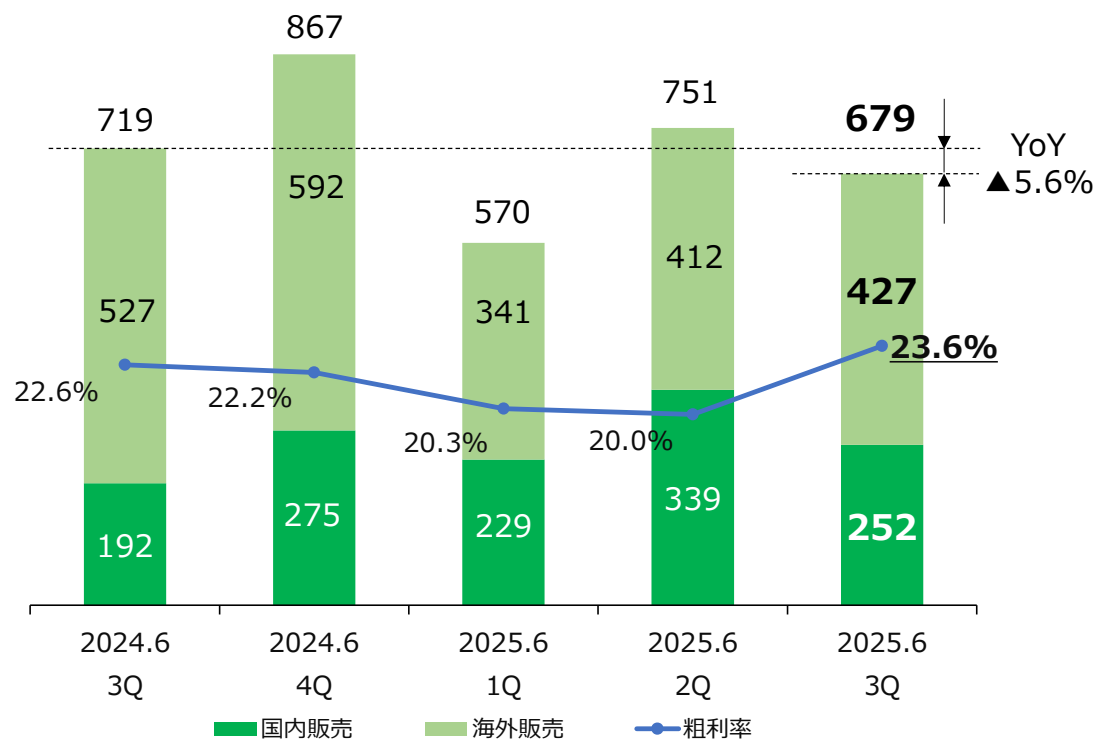
※括弧内は前年同期比

I.② 中古農機具分野：四半期別業績推移

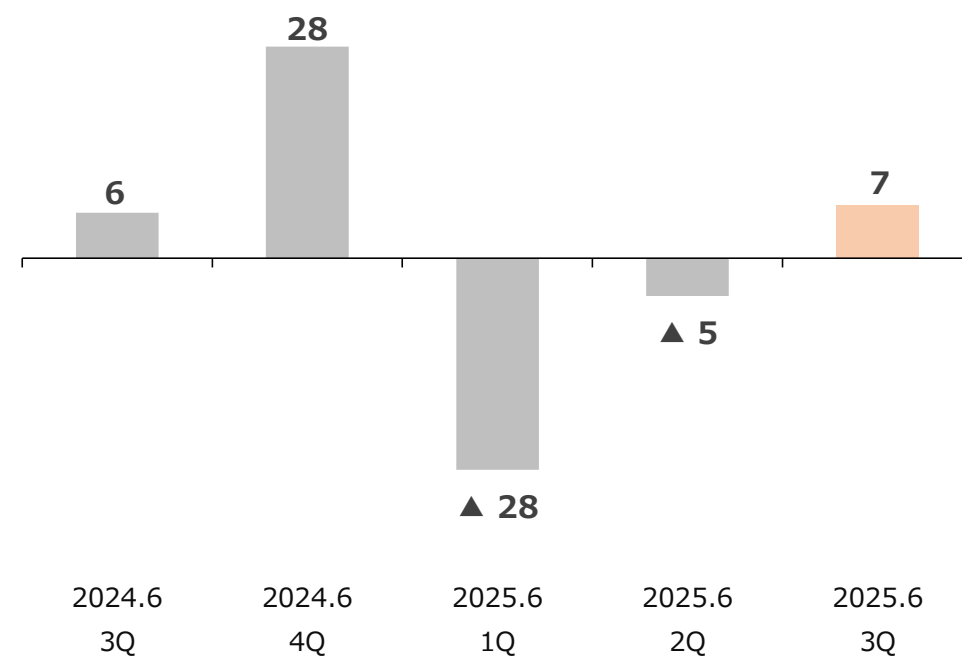
- ✓ 売上高：6億79百万円（前年同期比 △5.6%） 抜港等の影響で海外販売が伸び悩むなか、農閑期(3Q)においても国内シフトが順調に進捗
- ✓ 利益：7百万円（前年同期比 +26.7%） 高回転・高利益の観点から、買取・販売双方のオペレーションを見直した結果、粗利率が向上

販路別売上高・粗利率推移

(単位：百万円)



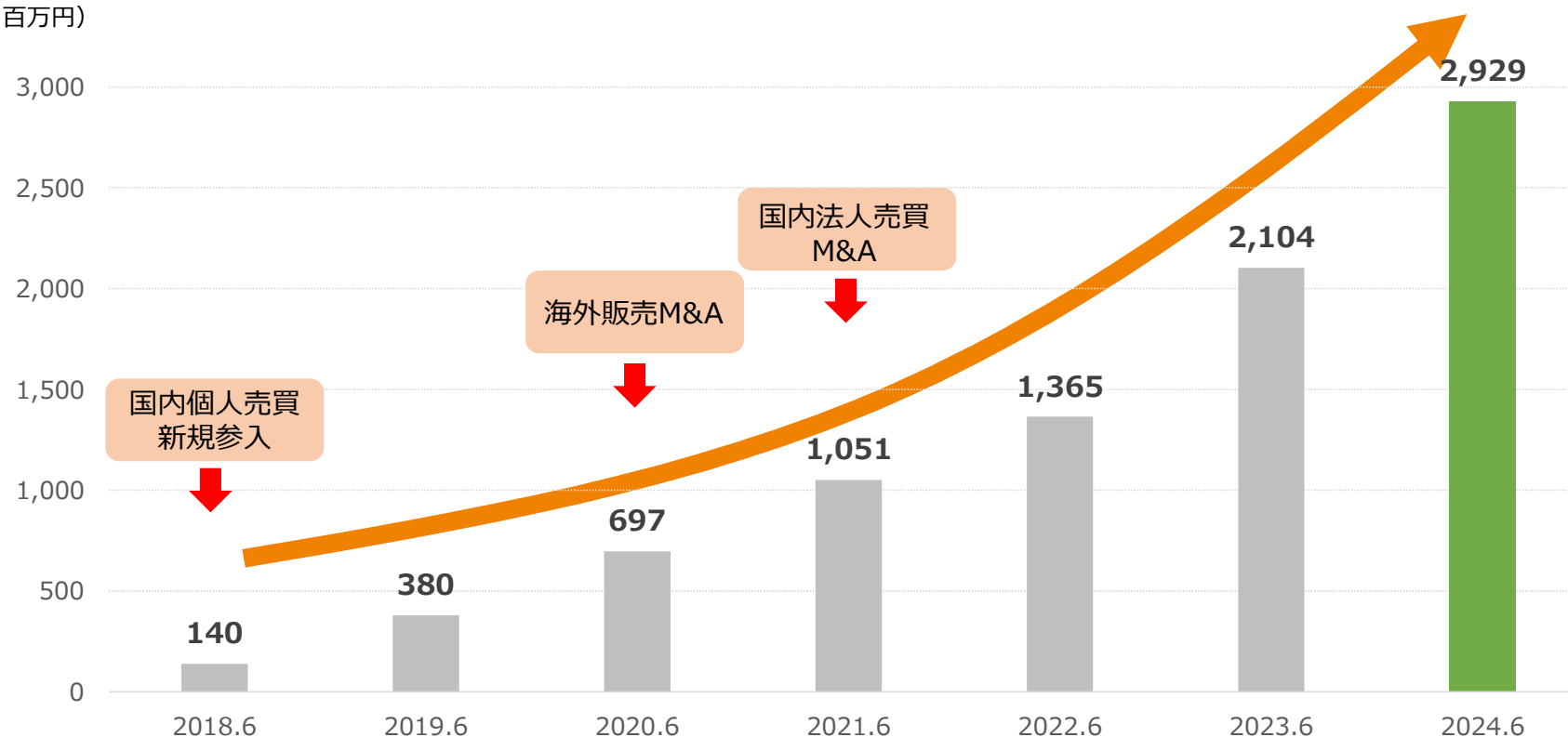
セグメント利益推移 (参考値)



I.② 中古農機具分野：売上高 年度推移

- ✓ 6年間で売上高は20倍超に
- ✓ 直近の事業環境の変化を受け、オペレーション(国内外比率・粗利率管理等)を再構築中

(単位：百万円)

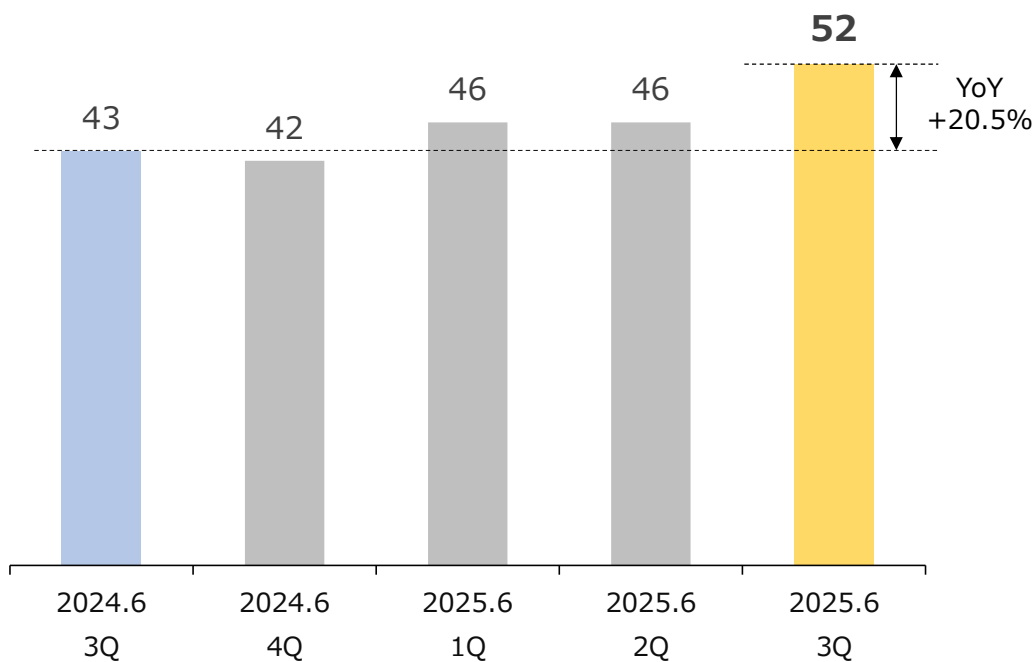


I.③ おいくら分野：売上高および加盟店数推移

- ✓ 売上・利益： 売上高は前年同期比+20.5%。利益ベースでは、自治体連携の拡大により、依頼数獲得コストが低下し、高利益体質を継続（参考：当期3Qセグメント利益率 50.6%）
- ✓ 加盟店数： 自治体連携と両輪の営業活動により、前期4Q以降、加盟店数は大幅増加。順次収益貢献開始

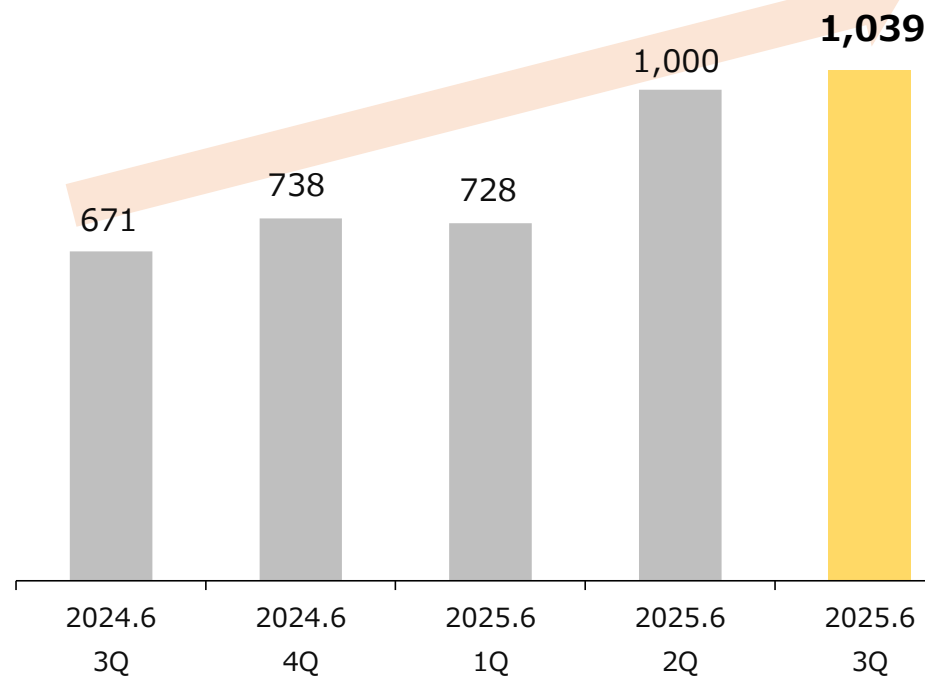
売上高推移

(単位：百万円)



加盟店数推移

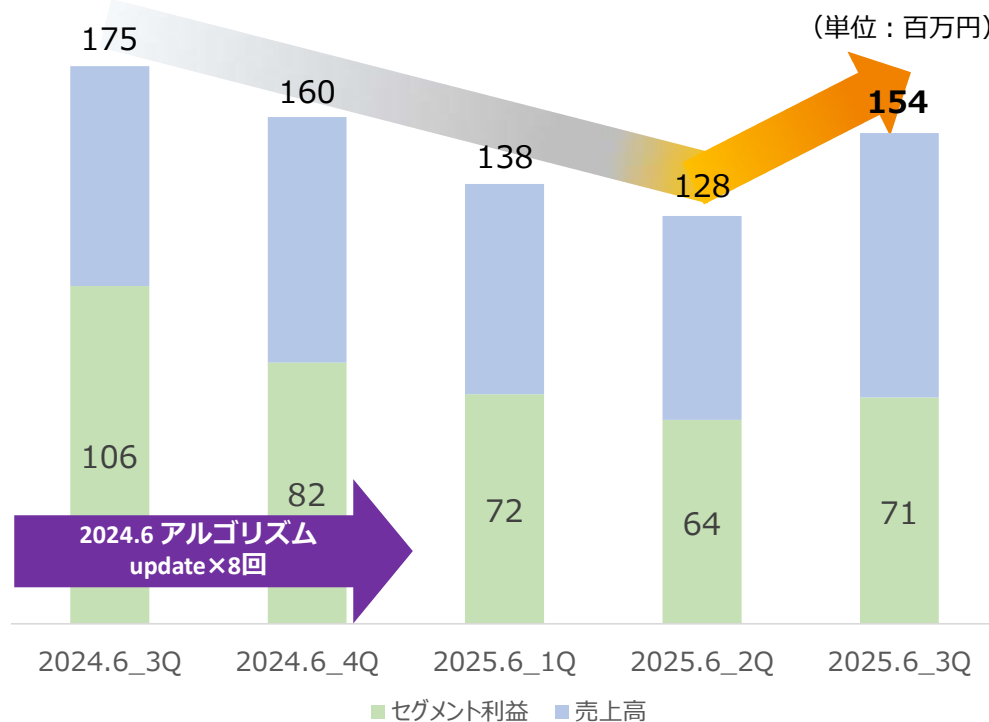
(単位：店)



Ⅱ.メディア事業：四半期別業績推移及び直近のアクション概要(2Q)

- ✓ 売上・利益：影響の大きいGoogle社による検索エンジンアルゴリズムのアップデートリスクに対応すべく、引き続きメディアポートフォリオの再構築とコンテンツの見直しを進めるとともに、適切な販管費コントロールにより利益確保を実施

売上高・セグメント利益推移



新規メディアの立上げ(2Q)

通信



リユース/趣味



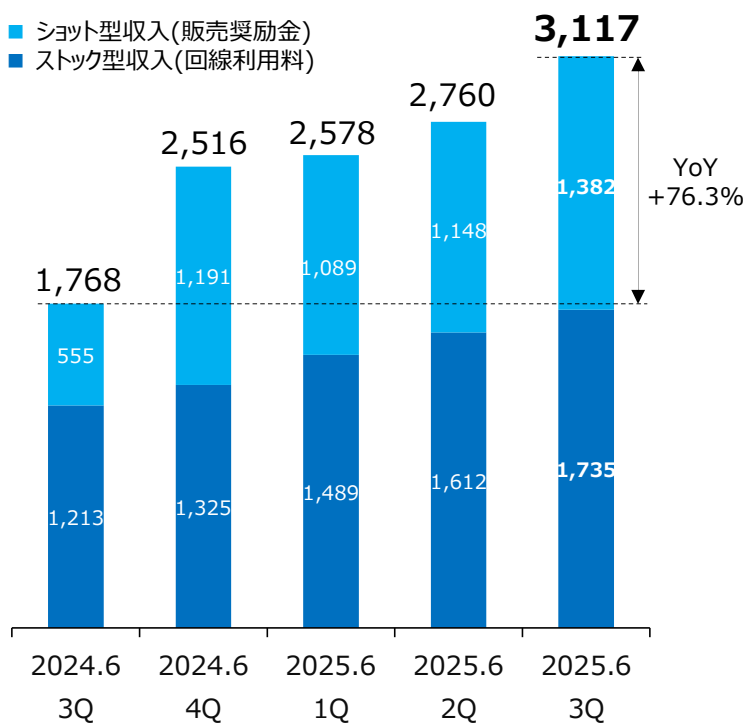
Ⅲ.モバイル通信事業：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：前期4Q以降サービス認知が進み、新規回線契約獲得数の大幅増がつづく
- ✓ 利益：当面の間、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(詳細次頁)に伴い、利益率は徐々に改善してゆく見通し

売上高推移

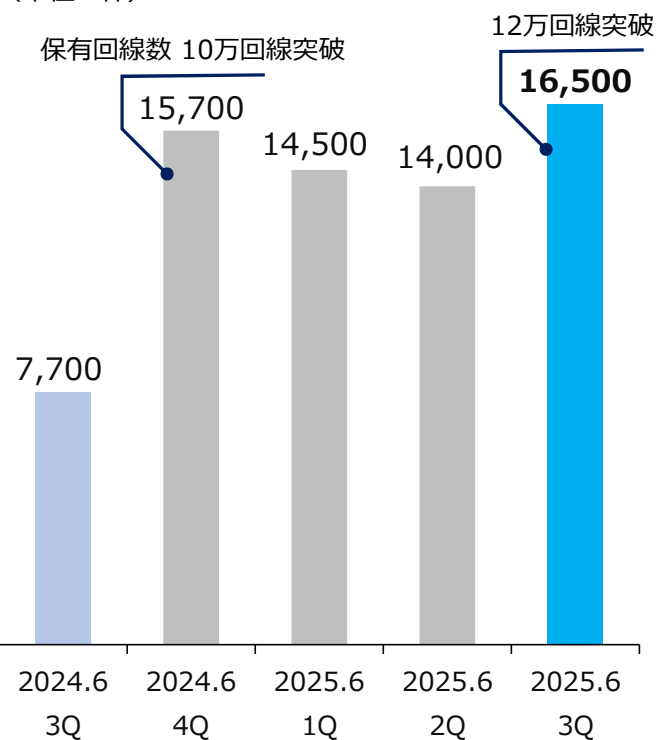
(単位：百万円)

■ ショット型収入(販売奨励金)
■ ストック型収入(回線利用料)



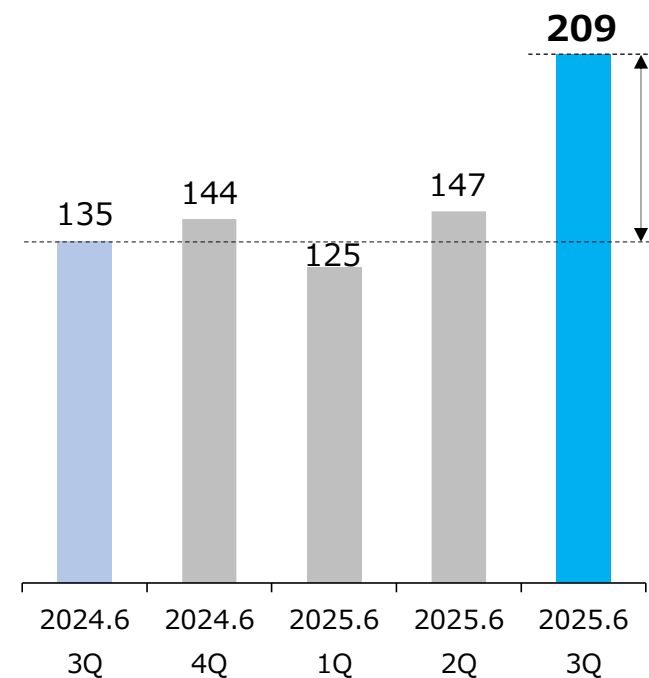
新規回線契約獲得数推移

(単位：件)

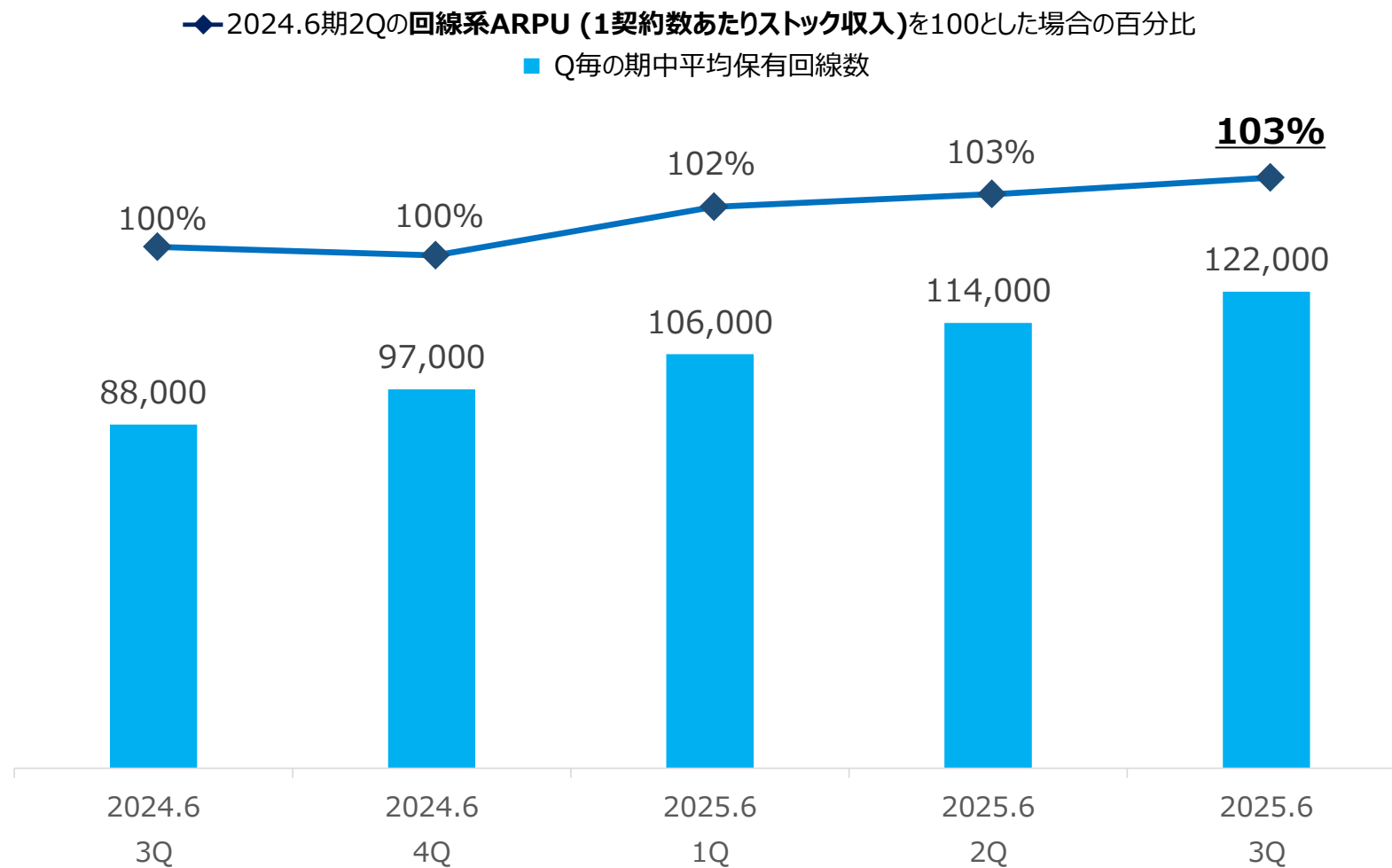


セグメント利益推移

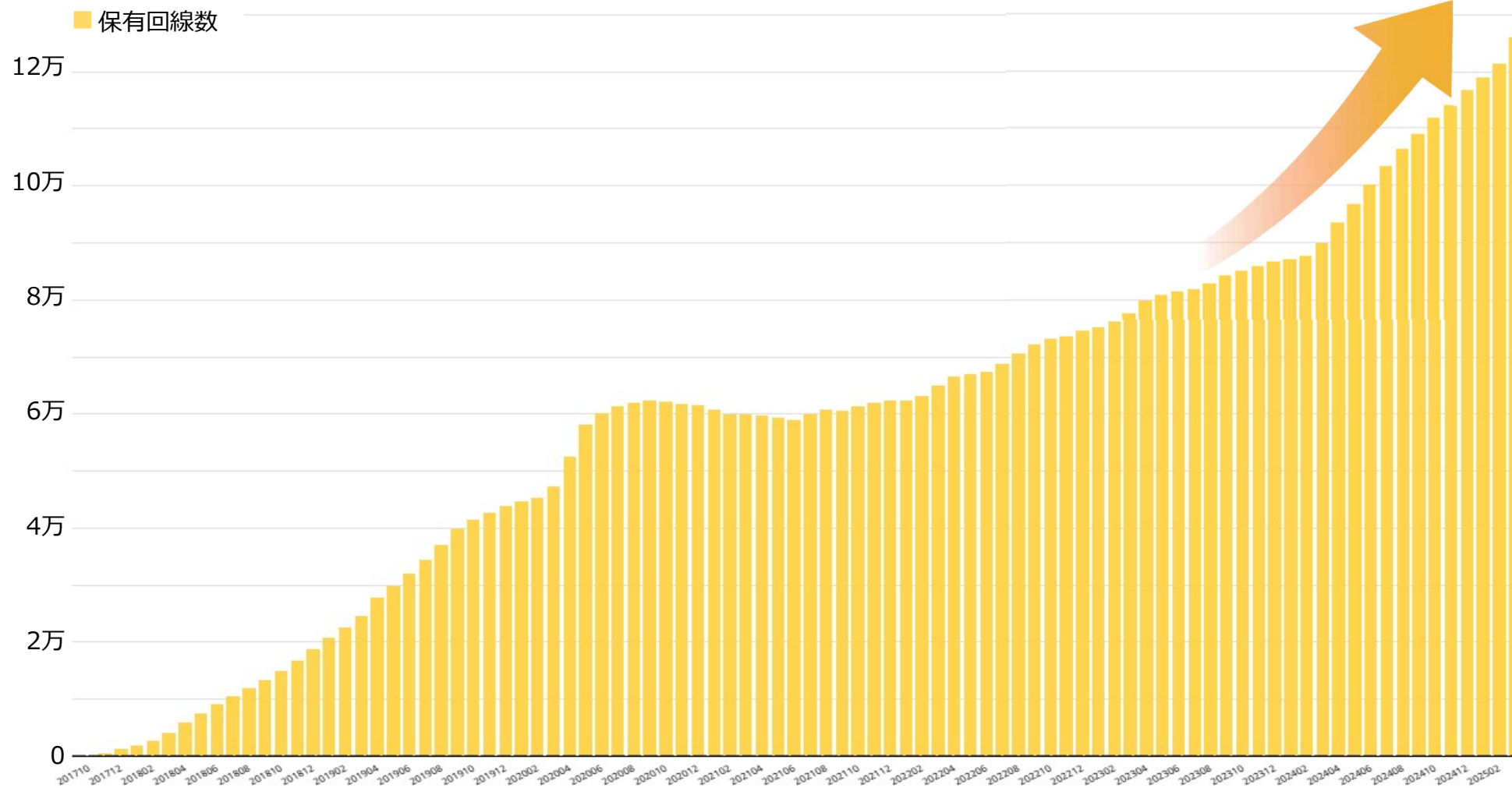
(単位：百万円)



Ⅲ.モバイル通信事業：回線系ARPU及び期中保有回線数の推移(参考)



Ⅲ.モバイル通信事業：サービス開始以来の保有回線数推移（参考）



- 直近の業績推移（2025年6月期 第3四半期）

売上高・売上総利益

✓ ネット型リユース事業およびモバイル事業が収入をけん引。2Qに引き続き、**売上高・売上総利益とも過去最高を更新**

・売上高 : 17,763百万円（前年同期比 + 34.0%）

・売上総利益 : 6,171百万円（前年同期比 + 28.0%）

営業利益

✓ コストコントロールの精緻化により**営業利益率の良化がつづく**（1Q:1.3%→2Q:3.0%→3Q:3.6%）

2Q会計期間180百万円につづき、3Q会計期間においても224百万円は過去最高

・営業利益 : 474百万円（前年同期比 + 344.9%）

経常利益・純利益

✓ 営業外収益として、デリバティブ解約益・69百万円および同評価益68百万円（詳細P59～60参照）を計上した結果、

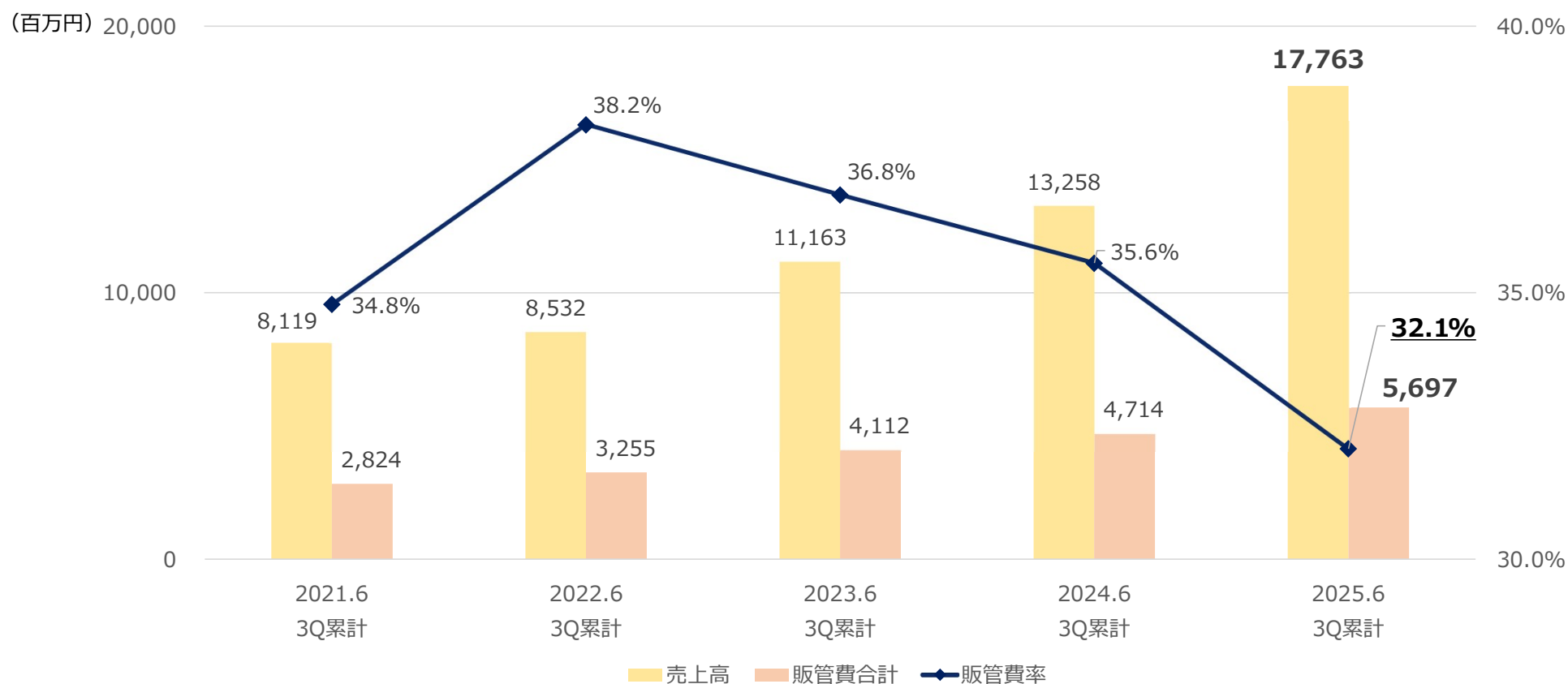
・経常利益 : 545百万円（前年同期は227百万円の損失）

✓ 純利益については、法人税等合計170百万円の計上等により

・四半期純利益 : 277百万円（前年同期は651百万円の損失）

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△3.5p）
- ✓ 需要期の第4四半期を控え、過去最高となる通期営業利益7億円に向け順調な進捗



セグメント情報 2025年6月期 第3四半期実績 (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 (-)
	ネット型リユース	48 (-)	73 (277.4%)	95 (163.9%)	112 (355.8%)	329 (295.6%)
	メディア	128 (191.6%)	102 (133.5%)	99 (104.0%)	113 (106.5%)	443 (128.3%)
	モバイル	28 (-)	58 (101.5%)	180 (225.8%)	186 (4403.4%)	454 (336.8%)
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%)
	ネット型リユース	10 (21.3%)	142 (195.0%)	204 (214.7%)	196 (175.7%)	554 (168.5%)
	メディア	81 (63.5%)	72 (71.1%)	106 (106.9%)	82 (72.7%)	342 (77.3%)
	モバイル	64 (226.4%)	112 (192.0%)	135 (75.1%)	144 (77.1%)	456 (100.5%)
2025.6期	売上高	5,492 (133.7%)	5,983 (135.4%)	6,288 (132.9%)		
	ネット型リユース	2,805 (116.6%)	3,116 (115.2%)	3,043 (108.3%)		
	メディア	108 (68.9%)	106 (74.2%)	127 (83.3%)		
	モバイル	2,578 (167.0%)	2,760 (175.9%)	3,117 (179.3%)		
	営業利益 (△は損失)	69 (-)	180 (159.1%)	224 (151.8%)		
	ネット型リユース	204 (1982.4%)	227 (159.6%)	211 (108.2%)		
	メディア	72 (89.0%)	64 (89.4%)	71 (67.7%)		
	モバイル	125 (195.5%)	147 (131.2%)	209 (154.7%)		
2025.6期	調整額	△ 333 (-)	△ 260 (-)	△ 267 (-)		

・各種生産性向上策の進捗により、引き続き売上増と販管費率の改善進み、営業利益の増益傾向づく

・高利益体質を維持しつつ、売上再成長に向け動画メディアへの本格参入を開始

・新規回線契約獲得数 大幅増づく
・ARPU向上にあわせ、積極的な広告宣伝は継続予定

※括弧内は前年同期比

2025年6月期 業績見通し①

✓ 売上高・営業利益 : 期初予想を据え置き

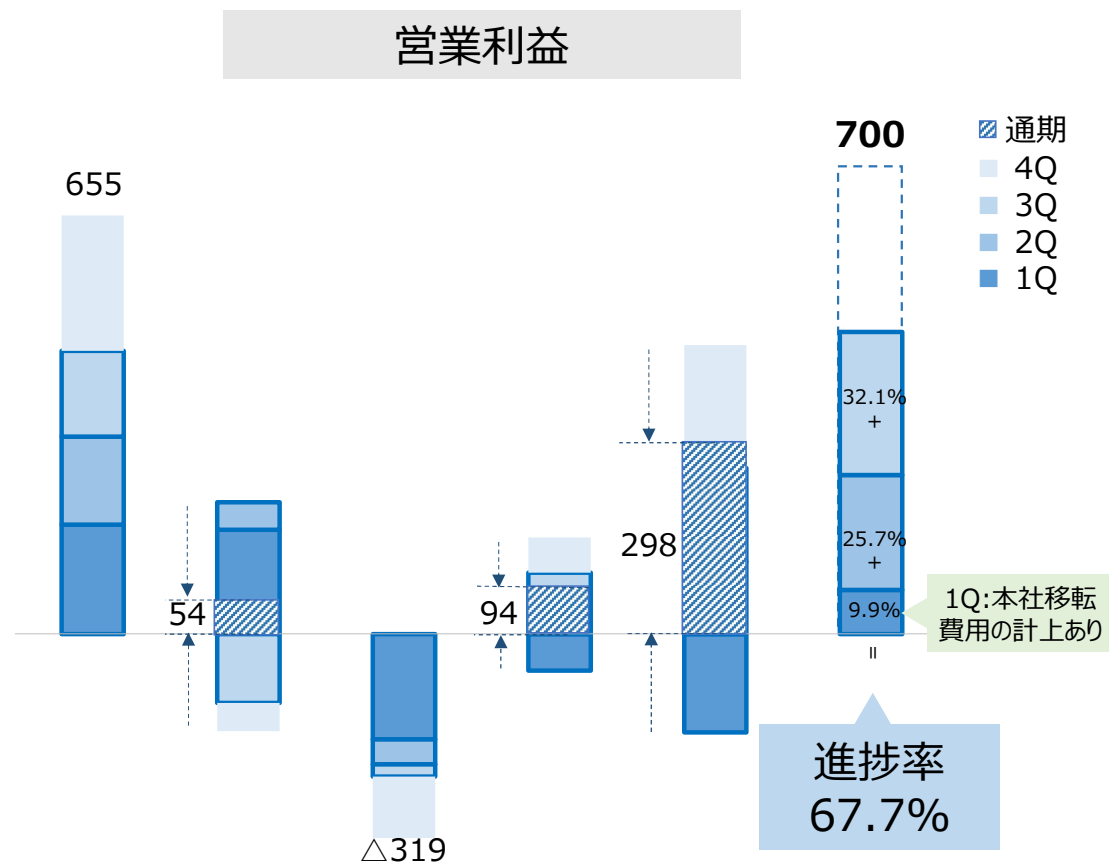
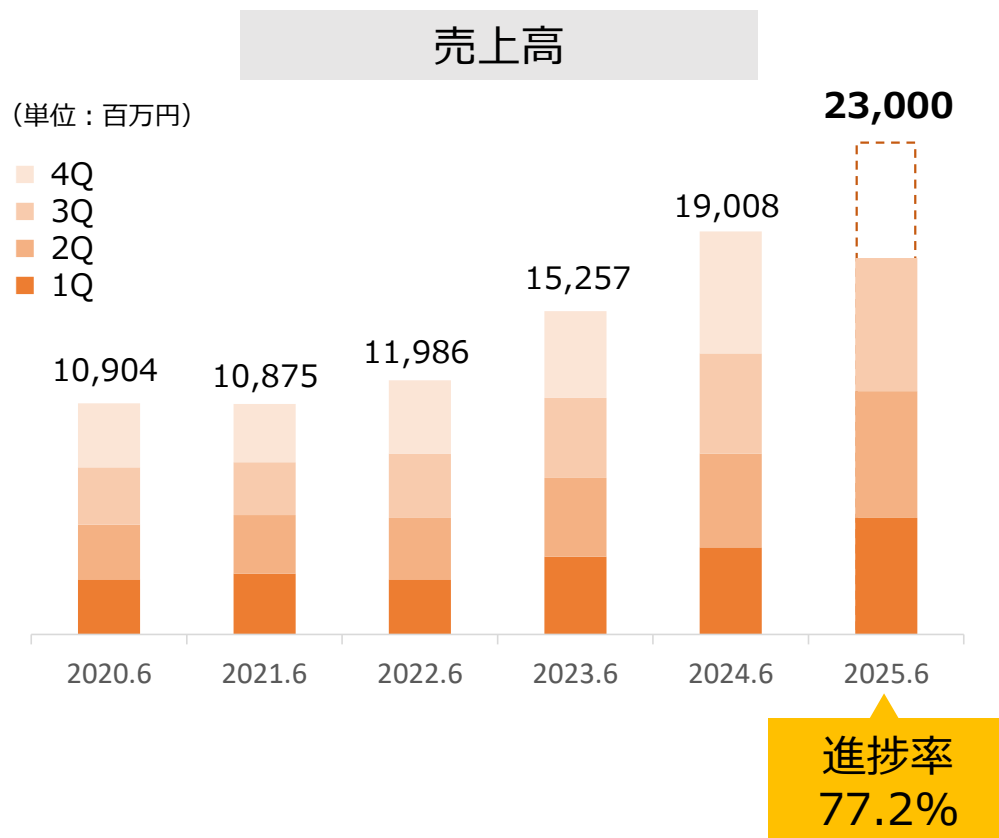
✓ 経常利益以下 : デリバティブ解約益 (詳細P59参照) の計上による増益分を反映

(単位 : 百万円)	2025.6期 通期 期初予想① (2024/8/14公表)①	2025.6期 通期 修正予想② (2025/5/14公表)	2025.6期 3Q 実績③	進捗率 ③÷②
売上高	23,000	23,000	17,763	77.2%
営業利益	700	700	474	67.7%
経常利益	650	 700	545	77.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	330	 360	277	77.0%

2025年6月期 業績見通し②

✓ 売上高は引き続き順調に進捗

✓ 2Q会計期間につづき、3Q会計期間の営業利益224百万円は過去最高



- Appendix

第3四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収益
- ・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
 - ①上回った場合 = 会計期間ごとに「営業外収益」を計上する 又は ②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。また、当該契約の対象となる当社普通株式40万株のうち20万株につきましては、2025年2月14日公表「差金決済型自社株価先渡取引契約の一部期限前解約に関するお知らせ」および2025年4月2日公表「営業外収益(デリバティブ解約益)計上に関するお知らせ」にてお知らせしましたとおり売却を完了しております。

(※2) 先渡価格が新たに設定された場合は、直近の先渡価格

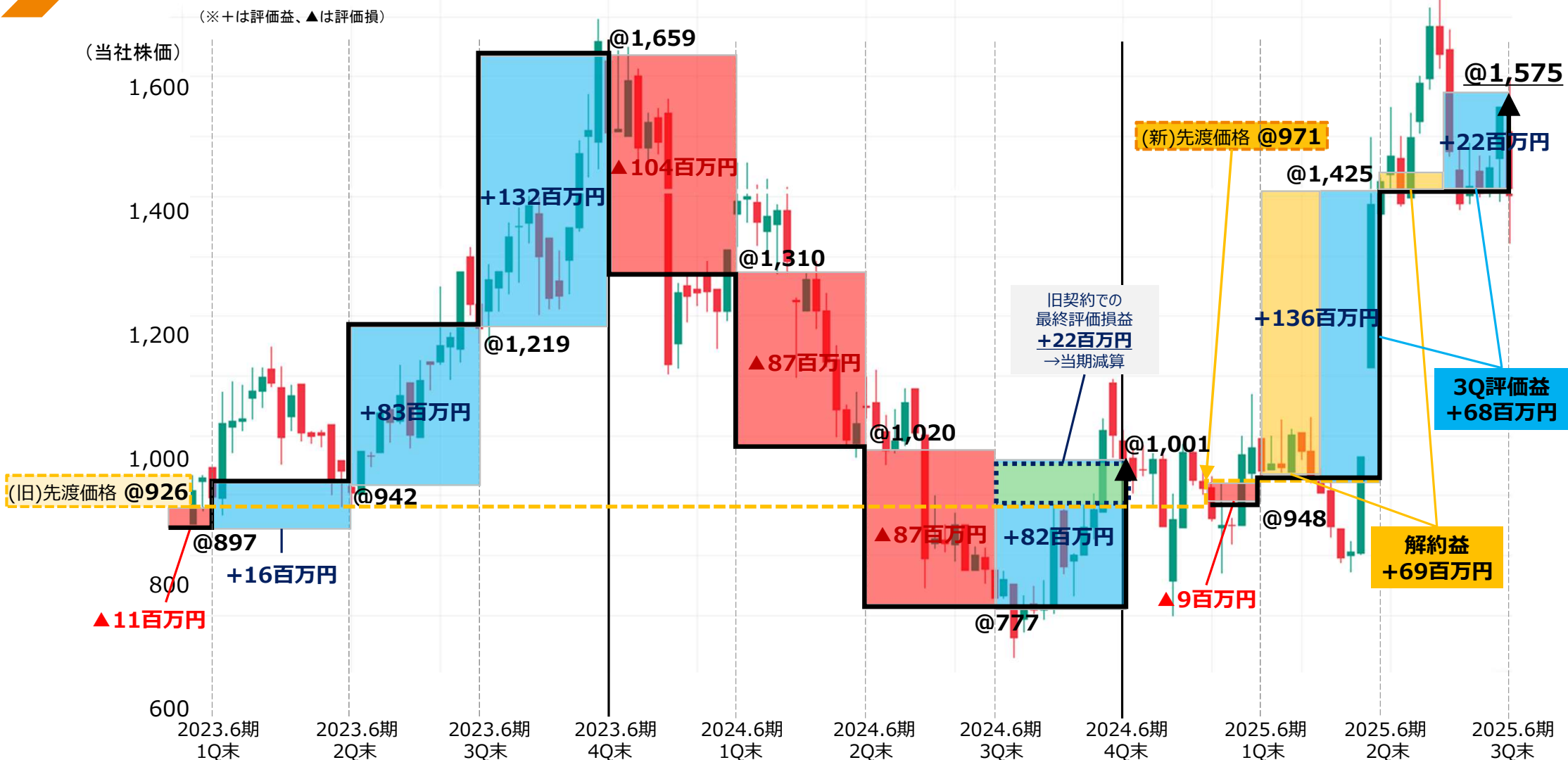
- なお、本契約の締結経緯につきましては、2024年10月25日付IR note「[デリバティブ評価損益を発生させている『差金決済型自社株価先渡取引』について解説します](#)」もご参照ください。

第3四半期における影響額

- ・第3四半期における影響額 = 68百万円の営業外収益(デリバティブ評価益)の計上

	第2四半期末時点		第3四半期末時点	
株価	1,425円		1,575円	注1 先渡価格 @971円
対象株式数	40万株		20万株	
評価損益	+113百万円		+68百万円	注2 キャッシュフロー上の影響はありません

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）



*TradingView提供のチャート

差金決済型自社株価先渡取引契約の期限前解約について



✓ 2025年5月14日公表の「差金決済型自社株価先渡取引契約の期限前解約に関するお知らせ」の概要は以下のとおりです。

本件原契約の締結経緯について

2024年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](#)」をご参照ください。

今回の期限前解約に係る内容

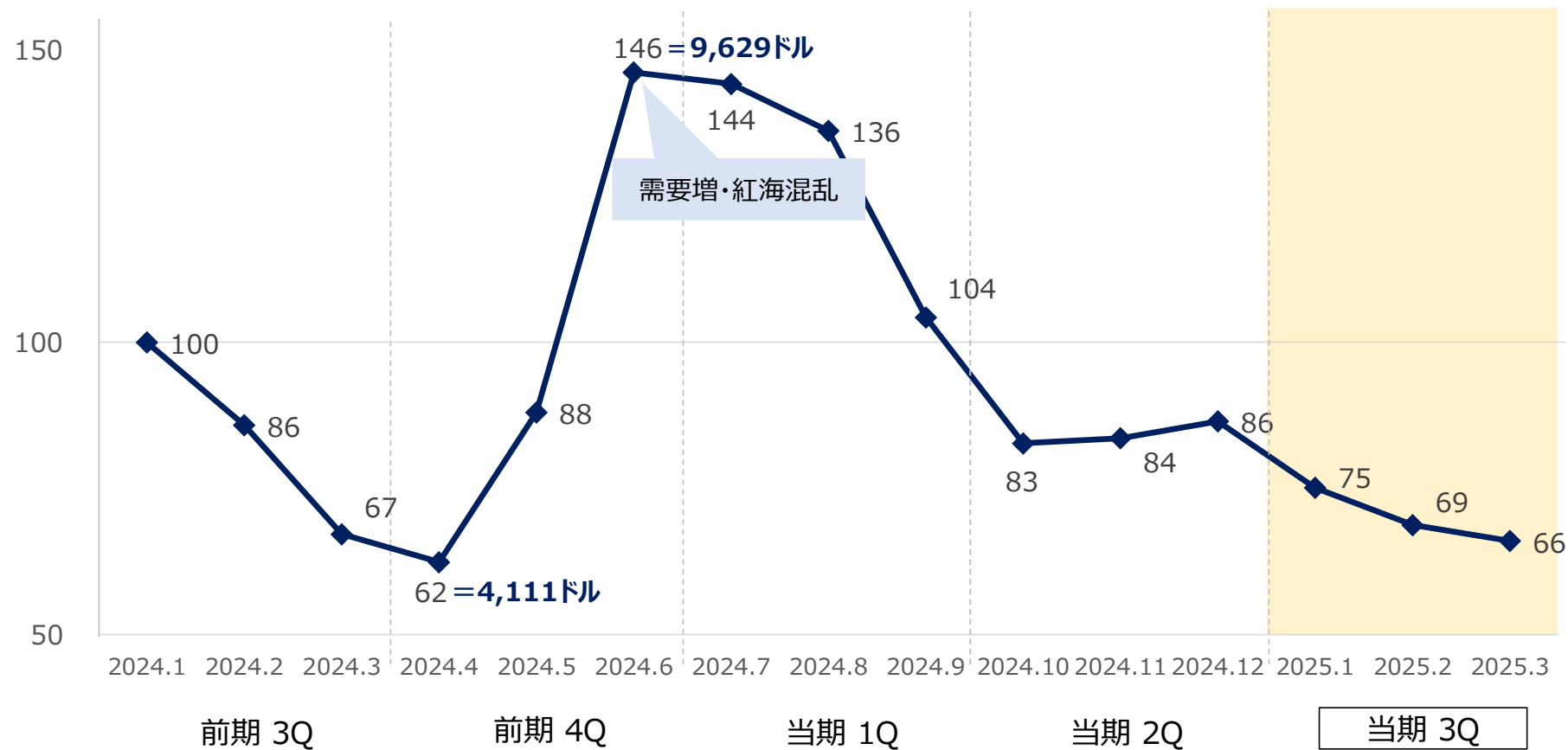
- ・今回、SBI証券により売却される当社株式総数：全数（200,000株）を上限とする（参考）発行済株式総数に対する割合：3.7%
- ・売却期間：2025年5月21日～2025年8月21日
- ・売却方法：SBI証券からは「売却清算方式(期限前)」により清算を行う旨の連絡を受けており、この場合、SBI証券は、期限前解約基準日（2025年5月21日）から3ヶ月以内に期限前解約対象株式と同数の対象株式を売却することになります。売却手法・売却時期等、売却の具体的な方法はSBI証券の裁量によって決定されますが、SBI証券が市場環境、当社株式の売買金額等の諸条件を勘案し、その時点で需給バランスへの影響を抑えることが可能と思われる合理的な売却方法を検討する旨を確認しております。また、売却することにより法令等に違反するおそれがある場合や、社会通念上不当な結果を招く合理的な可能性がある場合には、売却そのものを行わないことができます。

業績等への影響

- ・本件解約により、当第3四半期累計期間末においては評価損益であった本取引による損益が確定することになります。
損益が確定し、業績予想の修正等が必要となった場合は速やかに開示いたします。
- ・なお、今回当社の発行済株式総数の変動はないため、**本件による希薄化はありません。**

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

株主優待制度の拡充について

- ✓ 当社は、2024年6月期通期決算発表において「株価および株主還元に関する基本的な考え方」として株主優待制度の内容拡充について議論を進める方針を打ち出しておりましたが、当期において、下記のとおり株主優待制度を変更（拡充）させていただくこととしております。

✓ 株主優待の内容

基準日	保有株式数	株主優待
6月末日	500株以上	25,000円分のデジタルギフト
12月末日	500株以上	25,000円分のデジタルギフト

✓ 対象となるデジタルギフト

Amazon ギフトカード/ QUO カード pay/ PayPay マネーライト/ dポイント/ au PAY ギフトカード/ Visa e ギフト vanilla/ 図書カード NEXT/ Uber Taxi ギフトカード/ Uber Eats ギフトカード/ Google Play ギフトコード/ プレイステーション®ストア チケット/ DMM プリペイドカード/ すかいらーくご優待券/ JAL マイレージバンク

✓ 適用開始時期

本変更は、2025年6月末日現在（基準日）の株主名簿に記載または記録された株主様への優待発送分より適用を開始いたします。



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)