



2023年6月期 通期決算説明資料

2023年8月14日

株式会社マーケットエンタープライズ

証券コード：3135





Agenda

1

2023年6月期 通期決算概況

2

セグメント別事業概況

3

2024年6月期以降の3カ年計画

1

2023年6月期 通期決算概況



2023年6月期 決算ハイライト



売上高

- ✓ 前期比27.3%の増収で、当初計画通り（計画比：+1.7%）の実績
- ✓ セグメント毎には計画比で上振れ・下振れがあったものの、全セグメント共に過去最高の売上高を記録し、前期比27.3%増収

営業利益

- ✓ 売上総利益段階では前期比36.3%の増益も、当初計画を下回る実績（計画比：▲68.6%）。主な差異要因は以下の通り
 - ・売上総利益の未達 : ネット型リユースセグメントにおける売上総利益率は改善も、売上高が下振れたことにより売上総利益額が下振れ
 - ・販管費の増加 : 信託型ストックオプションに関連する想定外の費用（60百万円）が発生、拠点展開前倒し等の一時費用が増加

経常利益・純利益

- ✓ 経常利益は計画通りの水準、親会社株主に帰属する当期純利益は当初計画を大幅に上回る実績
 - ・経常利益 : デリバティブ評価益の計上（219百万円）により、計画比同水準の着地（計画比：+1.1%）
 - ・当期純利益 : 投資有価証券売却益の計上（345百万円）により、当初計画を上回る実績（計画比：+73.6%）

2023年6月期 通期 損益計算書

- ✓ 売上、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は計画比上振れ
- ✓ 営業利益ベースで黒字転換を果たすも、計画比下振れ

(単位：百万円)	2023年6月期通期			2022年6月期通期	
	計画	実績	計画比	実績	前期比
売上高	15,000	15,257	+1.7%	11,986	+27.3%
売上総利益	6,215	5,820	▲6.4%	4,268	+36.3%
営業利益	300	94	▲68.5%	▲319	—
経常利益	275	278	+1.3%	▲328	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	167	290	+73.9%	▲404	—

2023年6月期 通期 計画と実績の差異要因



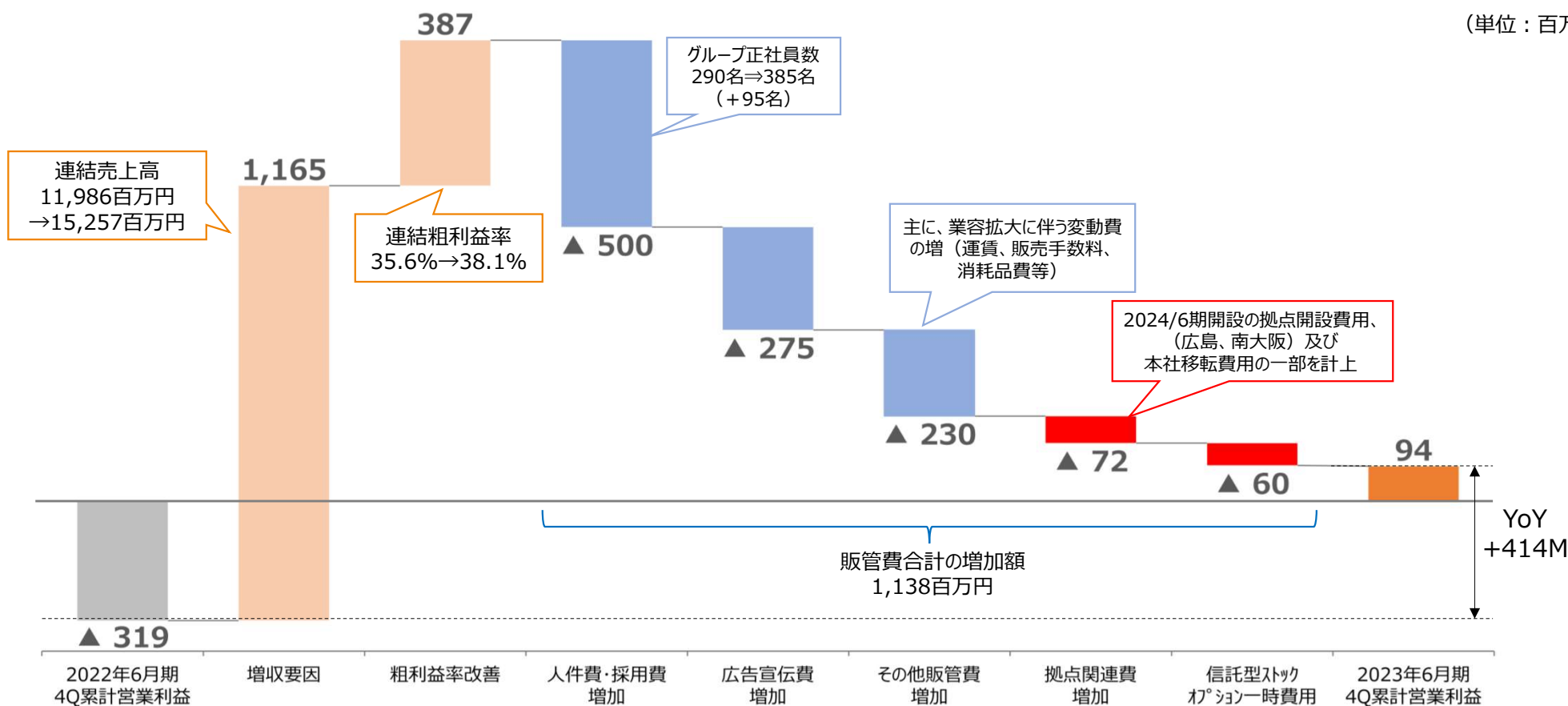
✓ 売上・営業利益の主な計画比差異要因とその影響額は以下の通り

(単位：百万円)

セグメント	計画と実績の差異要因	売上影響額	営業利益影響額
ネット型リユース	個人向けリユースの人員採用及び育成遅延による稼働バイヤー数の下振れ	▲1,350	▲369
	個人向けリユースの粗利率上振れ	－	+78
	マシナリー（農機具）の国内法人取引チャネルの拡大	+120	－
	マシナリー（農機具）の収益率改善遅延	－	▲121
メディア	通信分野以外の収益基盤構築	+75	+63
モバイル通信	メディアとのシナジーによる新規契約回線数の増加と3Q以降のショット型収益比率の増加	+1,204	+204
全社	信託型ストックオプション関連費用の計上	－	▲60
	連結調整額等の計画比増減	+100	－
上 記 合 計		+150	▲205

2023年6月期 営業利益の増減益分析

- ✓ ①増益要因 = 増収及び、粗利率の改善継続により、1,552百万円の増
- ②減益要因 = 人員・拠点を中心とした投資及び信託型ストックオプション関連費用の一時的な販管費増により、1,138百万円の減
- ⇒① + ②の合計で、414百万円の改善。黒字転換



その他業績に関する説明事項 (一時的な販管費の増加)



- ✓ 信託型ストックオプション (以下、「信託型SO」といいます) に係る一時的な販管費の発生
- ✓ 本費用負担は一時的なものであり、今後の影響は軽微

概要

- ・2023年5月30日に国税庁から公表された「ストックオプションに対する課税(Q&A)」において、従業員が当該ストックオプションの権利を行使して株式を取得した時点で、実質的な給与とみなされ、給与課税の対象となるとの見解が示され、さらに過去に行使済みの従業員に対しても、会社側が遡及して源泉徴収を行うことが求められた

当社の対応

(導入当初から上記の公表に至るまで)

当社は2017年8月に信託型SOを導入したが、当時の税務当局への照会結果、各種専門家の意見を踏まえ、信託型SOの行使時点において、給与課税に該当しないものとして認識しており、特段の費用負担を行っていなかった

(上記公表を踏まえた対応)

過年度から当連結会計年度末の間に行使された信託型SOに対する源泉徴収額相当額を、当社が費用負担

当連結会計年度における影響額

- ・当連結会計年度における影響額 = 60百万円の販管費 (人件費) の増加

2

セグメント別事業概況





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

個人向けリユース①：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採用・育成の強化に加え、生産性の向上も併せて推進

顕在市場規模 = 3.0兆円



潜在市場規模（かくれ資産） = 44兆円

■ 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による買取相談受領の後、顧客宅へ訪問。直接対面での買取営業活動より、ニーズを掘り起こし

出張買取の強化が事業成長の重要なポイント

個人向けリユース②：直近のアクション概要

✓ 出張買取バイヤーの採用・育成に加え、以下2点の取組を実施

- ① 出張買取商圏の拡大を目的とした新規拠点開設
- ② 効果的に潜在ニーズにアプローチすることを目的とした取扱商材の拡充

新規拠点開設

2022年10月
千葉リユースセンター開設
(千葉県千葉市)



2023年5月
品川リユースセンター開設
(東京都品川区)



取扱商材の拡充

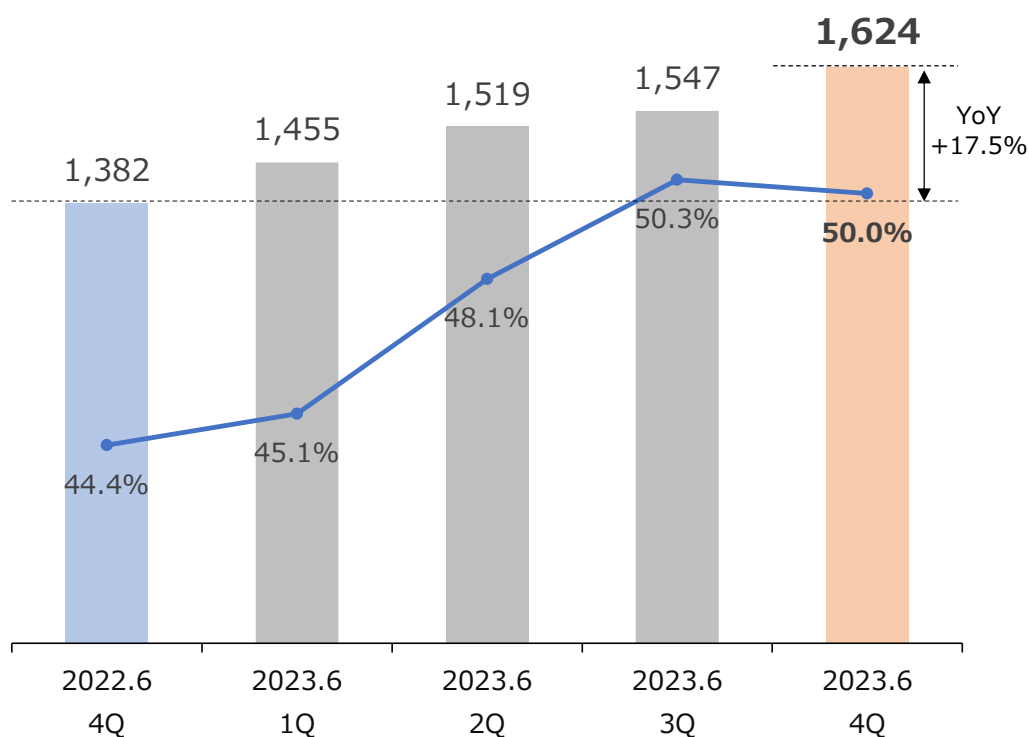


個人向けリユース③：四半期別業績推移

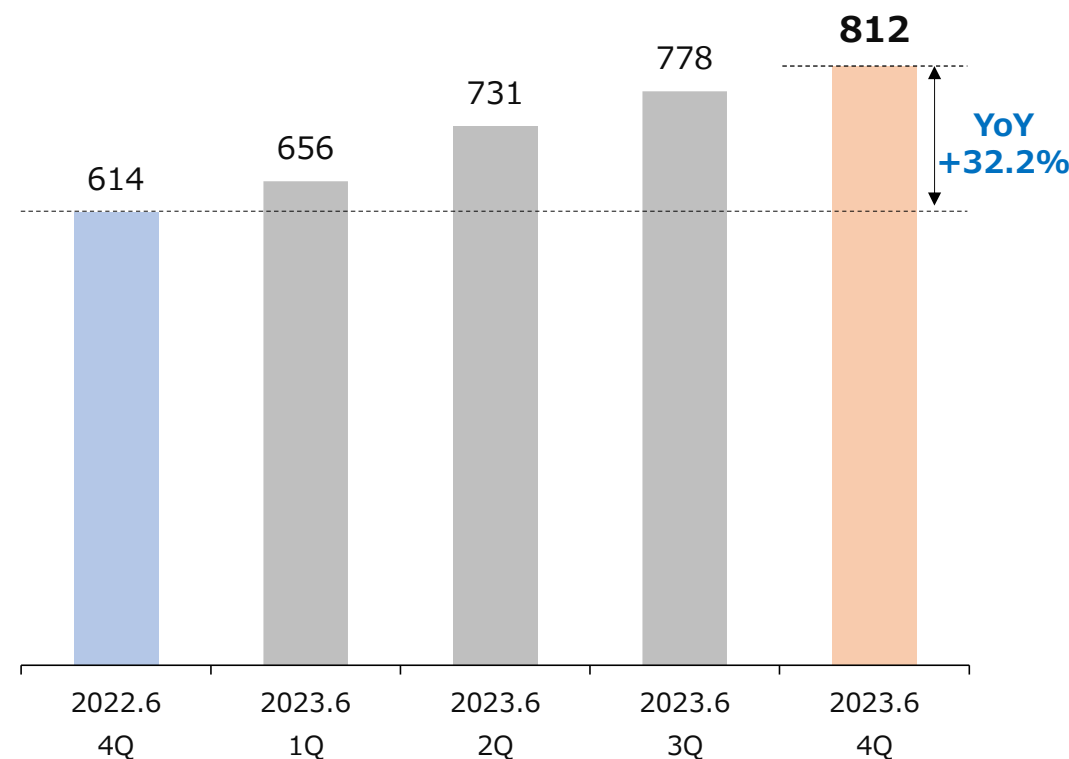
- ✓ 売上高：前期比大幅増も、バイヤーの採用・育成遅延が影響し売上高は計画比下振れ
- ✓ 粗利：出張買取比率の増加に伴う粗利率の改善により、売上成長を上回る伸長

(単位：百万円)

売上高・粗利率推移



粗利額推移



個人向けリユース④：チャネル別買取案件数推移

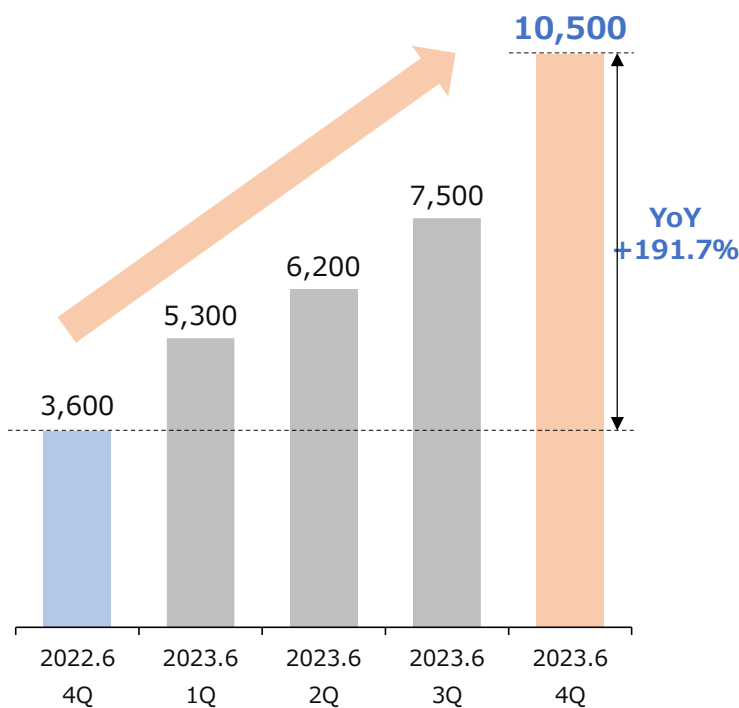
✓ 潜在ニーズをターゲットとした高単価な案件が多い出張買取に注力。件数は大幅拡大

↳ 従来は宅配買取で対応していた案件に対しても積極的に訪問し、単価向上につなげる

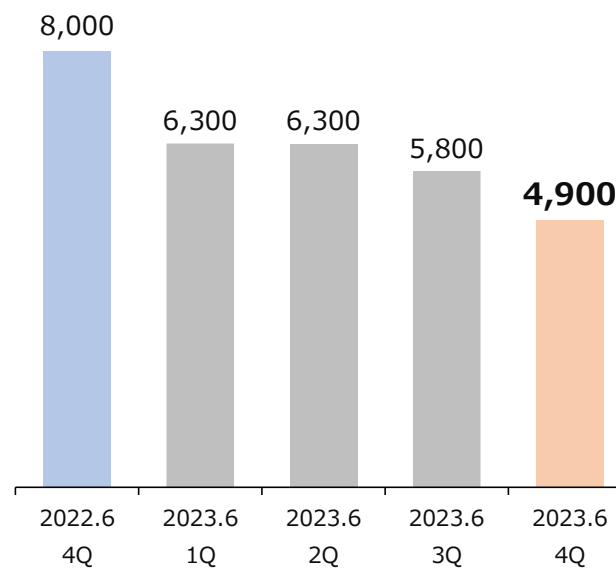
✓ 千葉・品川の新規拠点開設により、店頭買取件数が増加

(単位：件)

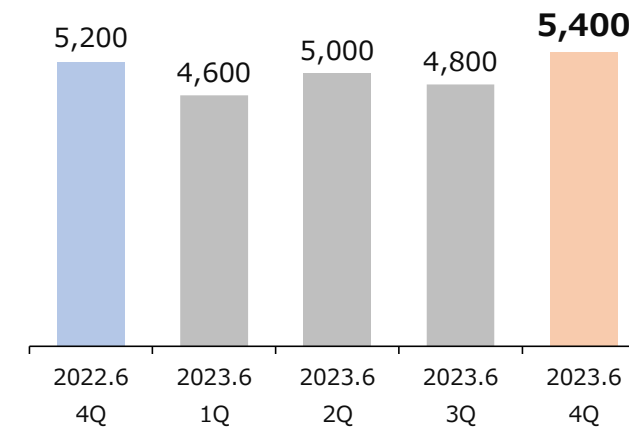
出張買取件数推移



宅配買取件数推移



店頭買取件数推移

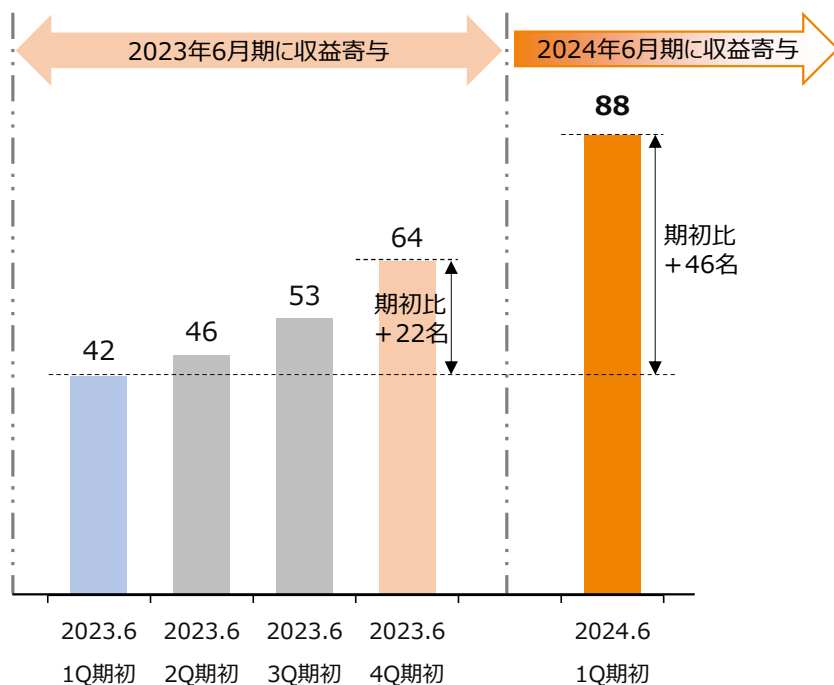


個人向けリユース⑤：出張バイヤー数・生産性推移

- ✓ 期初比では大幅に増加も、採用・育成遅延により、稼働人員数は当初計画を下回る
- ✓ 一方、稼働バイヤーの生産性は大幅に高まり、今後の人員増による収益改善を見込む

稼働バイヤー数推移

(単位：名)



出張買取バイヤー生産性推移

	2023年6月期実績			
	1Q	2Q	3Q	4Q
出張買取件数	5,300	6,200	7,500	10,500
期初時点の稼働バイヤー数	42	46	53	64
一人当たり買取件数	126.2	134.8	141.5	164.1
前Q比での対応数増加率	-	+6.8%	+5.0%	+16.0%
1Q vs 4Qでの対応数増加率	-			+30.0%



ネット型リユース事業

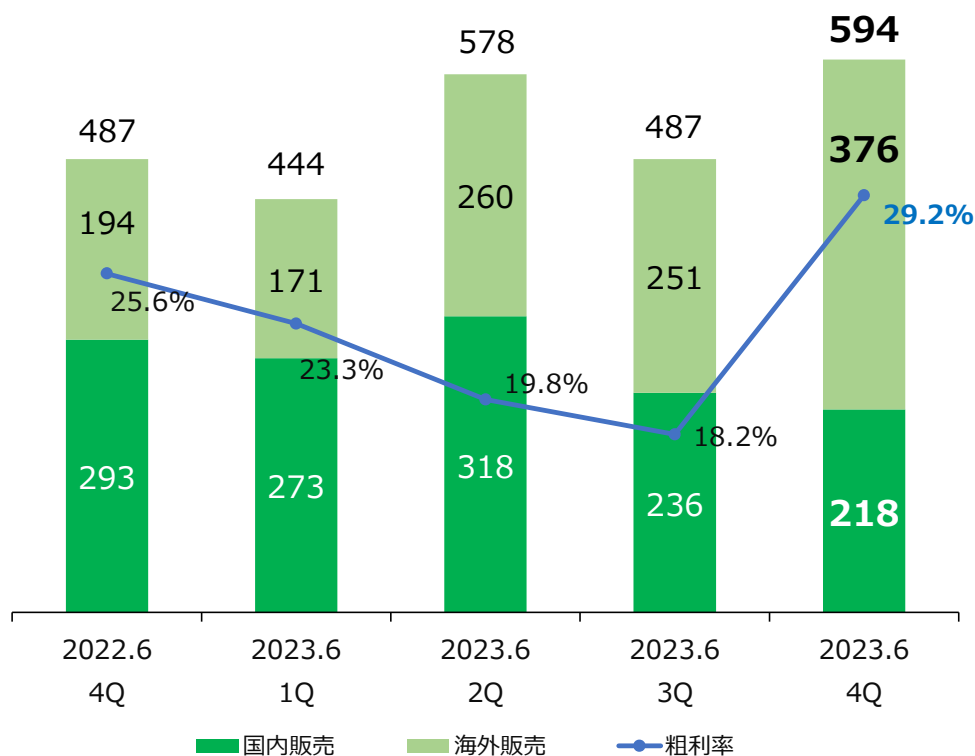
- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

マシナリー①：四半期別業績推移

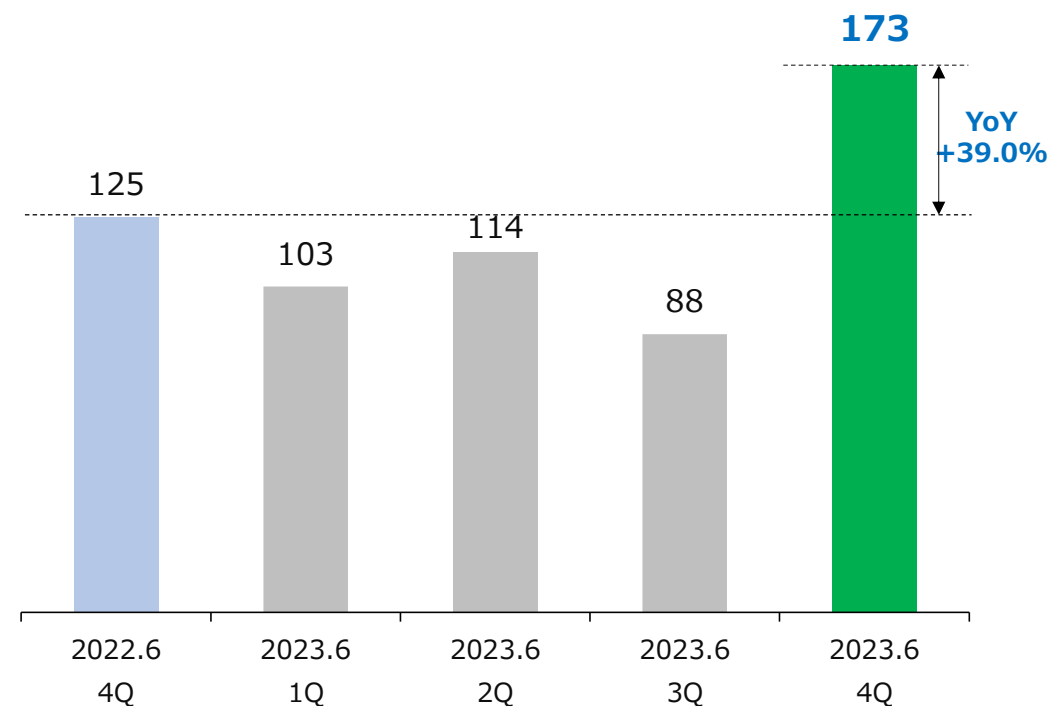
- ✓ 売上高：国内法人取引先・海外販路の拡大により、前期比22.0%増収
- ✓ 粗利：PMIを経たマネジメントレベルの向上及び海外販売比率の増加により、粗利率・額ともに大幅向上

(単位：百万円)

販路別売上高・粗利率推移



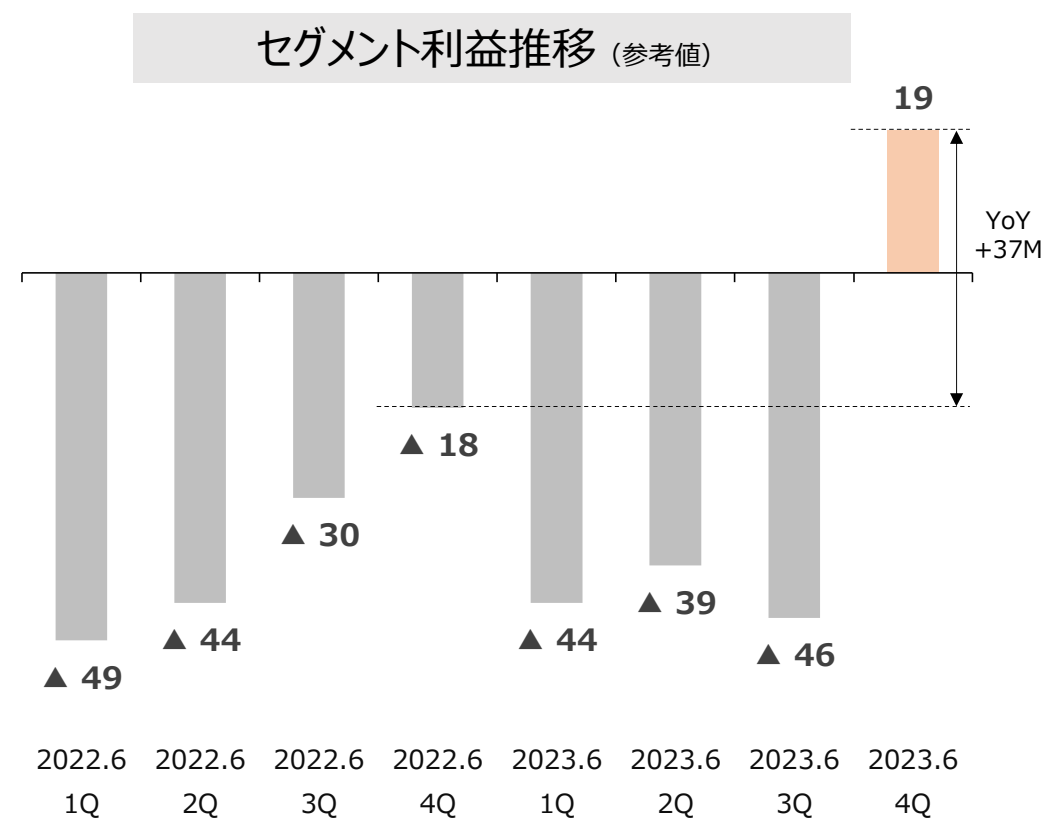
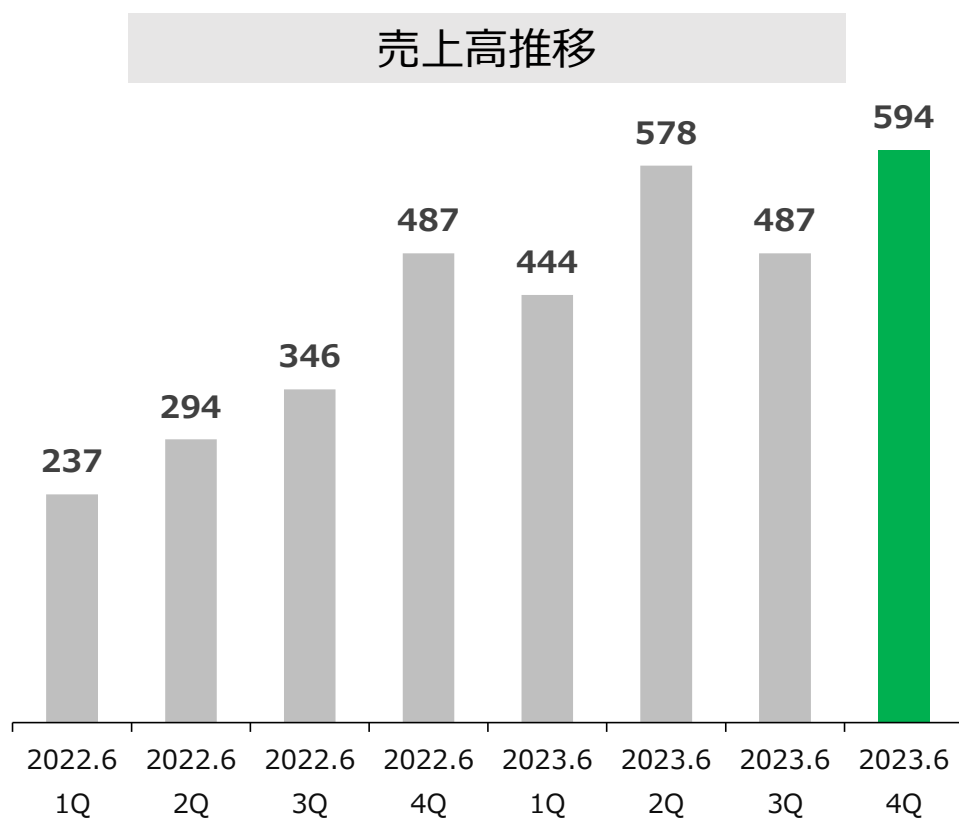
粗利額推移



マシナリー②：中期経営期間中の利益推移

✓ 四半期ベースで過去最高の売上高とともに、7四半期ぶりの黒字転換

(単位：百万円)

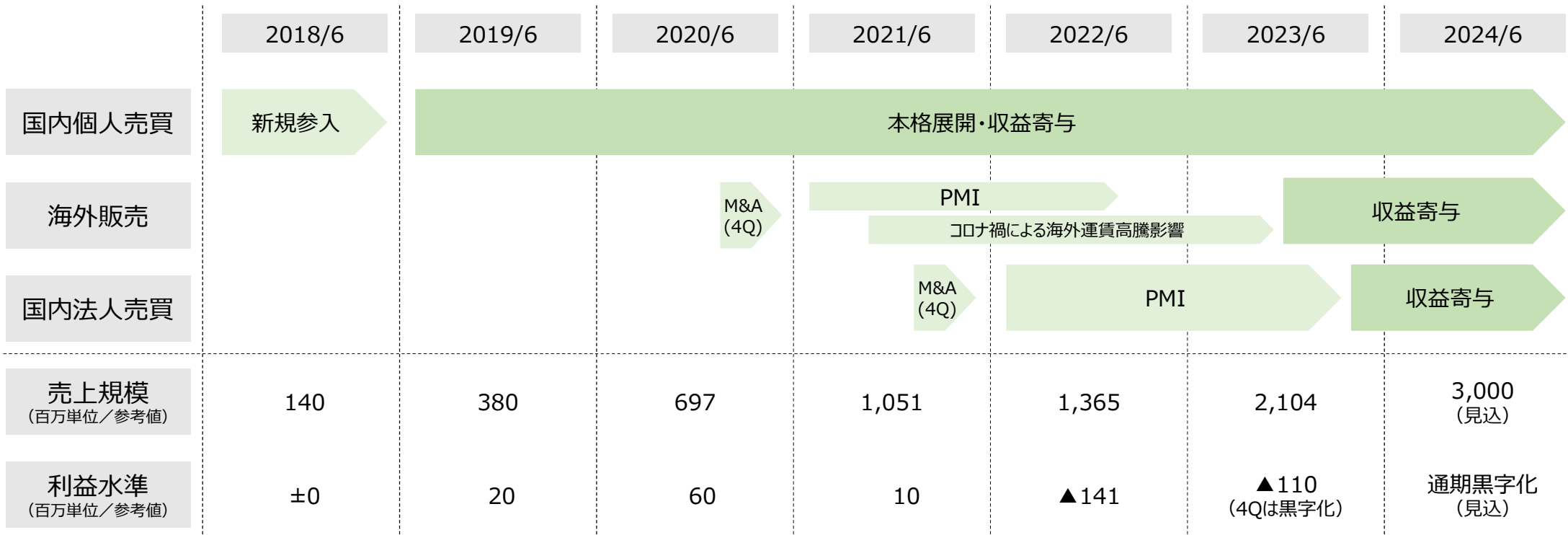


マシナリー③：黒字転換の主な内部要因 ～PMIを経たマネジメントレベル向上～



- ✓ 中長期の拡大を見据え、海外販売機能、国内法人販売機能をM&Aで拡充
- ✓ それぞれのPMIを経て、マネジメントレベルが向上したことに伴い、当期4Qから黒字化

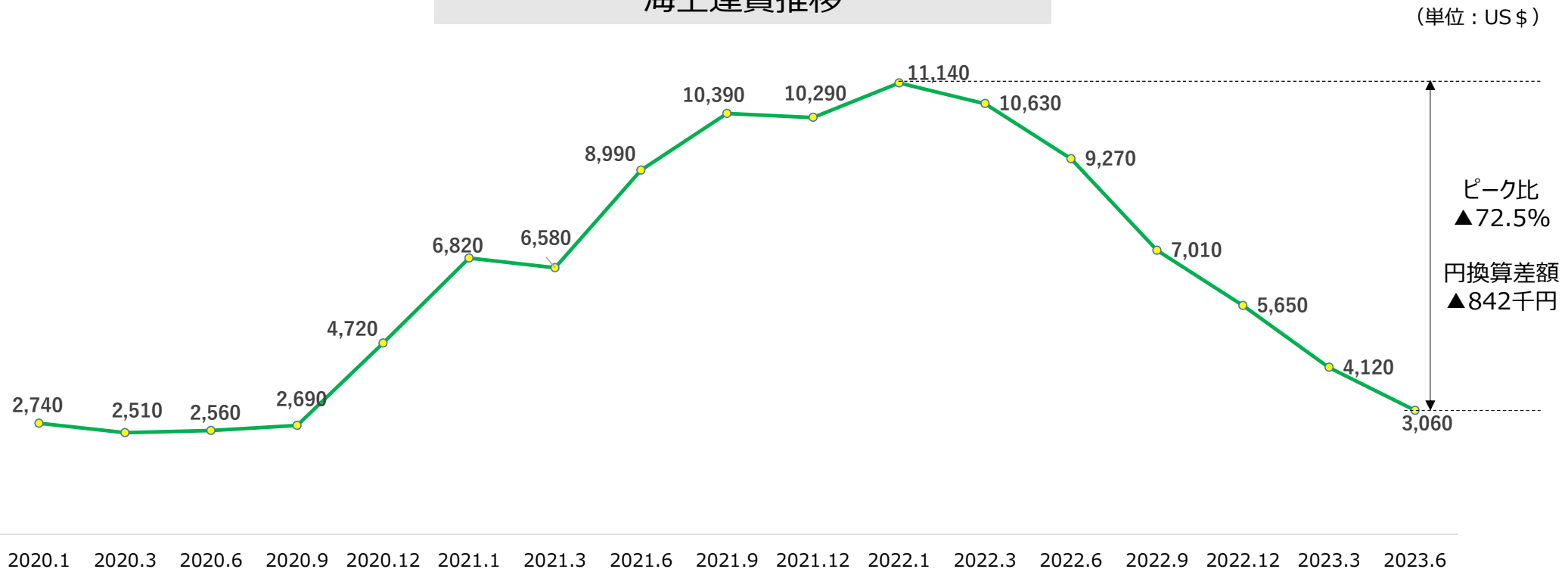
※ 海外販売、国内法人売買ともにM&A相手先の企業（もしくは事業）については、その時点で赤字の状態であり、ターンアラウンドに想定を上回る時間を要した



マシナリー③：黒字転換の主な外部要因 ～海外運賃の低下～

- ✓ 海上運賃はコロナ期間中の2022年1月をピークに、足元では72.5%の低下
- ✓ 海外顧客の運賃負担額が低下。円安影響も後押しし、より購入しやすい水準で推移

海上運賃推移



※日本海事センター 主要コンテナ運賃動向データより当社作成 横浜→ロッテルダム間 40ftコンテナ輸送にかかる運賃
※円換算額のレートは、2022年1月末日及び2023年6月末日時点におけるUSD/JPYのTTMを利用

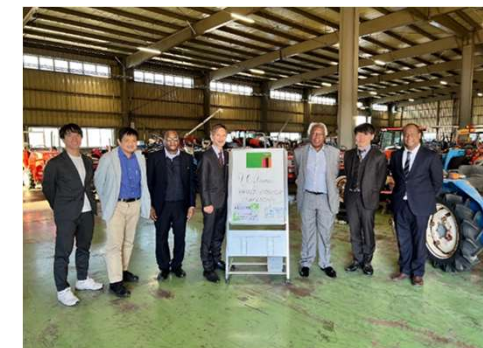
マシナリー④：日本製中古農機具に対する海外の需要

- ✓ そもそも性能が良く、中古でも壊れにくい
- ✓ Used in Japanとしてヨーロッパ、中東、アジアで需要が旺盛で、最近では、アフリカ諸国からのニーズも顕在化。

海外顧客の利用状況



アフリカ諸国の大使館による視察





ネット型リユース事業

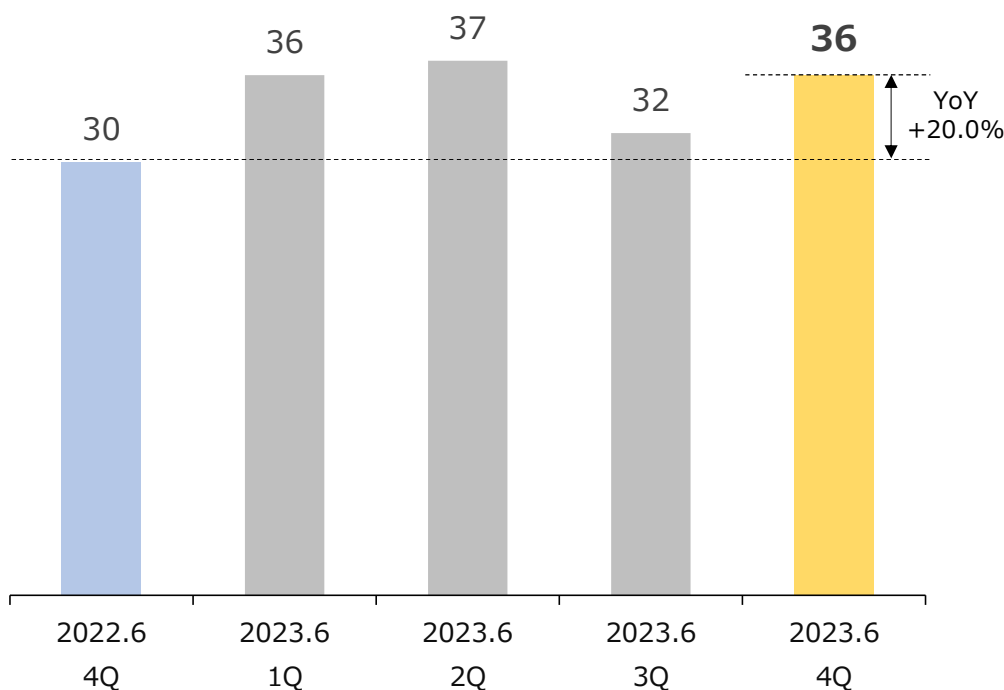
- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

おいくら①：売上高及び加盟店数推移

- ✓ 売上高：月額収入の増加により、前四半期比増収
- ✓ 加盟店数：従量課金から月額課金プランへの変更に伴い、一時的に減少も直近では回復基調

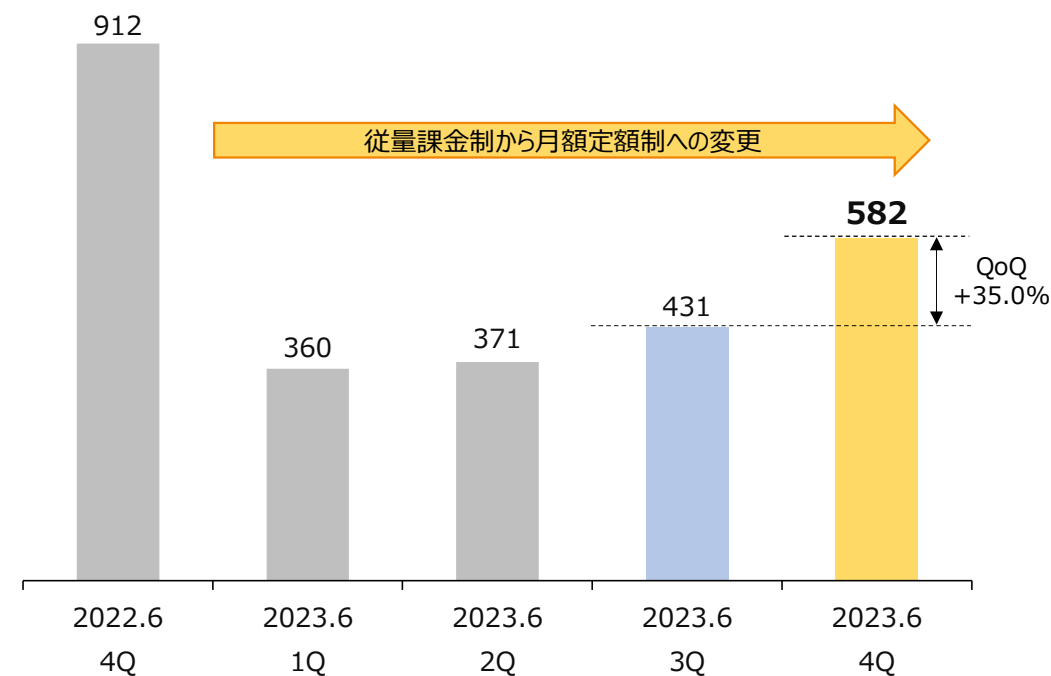
売上高推移

(単位：百万円)



加盟店数推移

(単位：店)

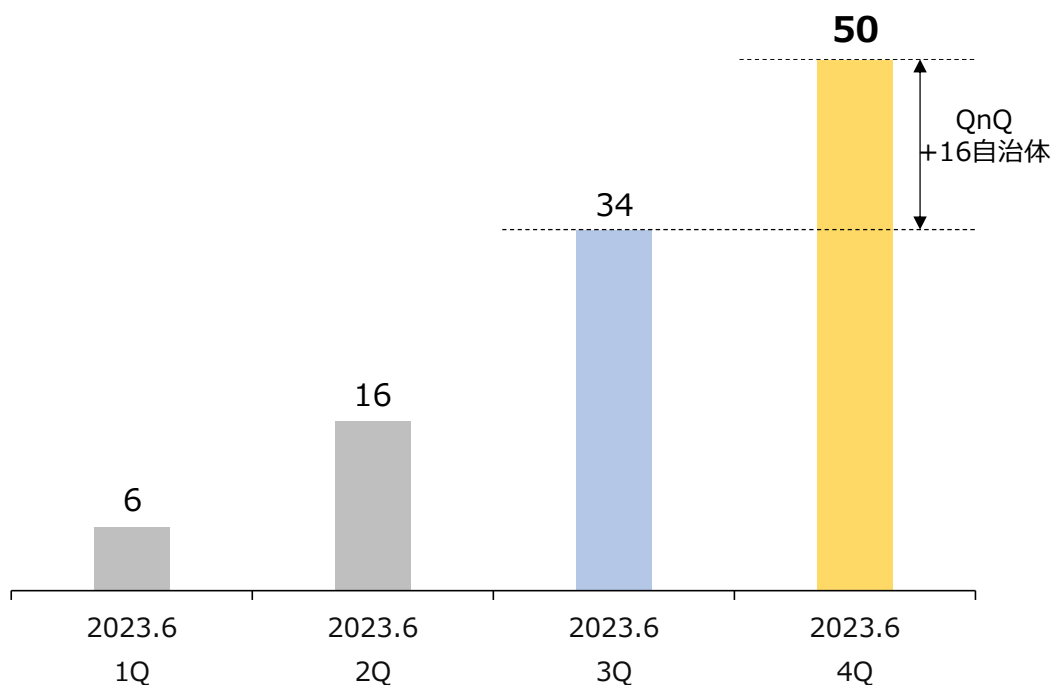


おいくら②：自治体連携について

- ✓ 自治体からの引き合いが増加。連携数は順調に増加し、当期末時点で50自治体との連携
- ✓ 人口カバー率（連携自治体の人口÷日本総人口）は17.4%へ拡大（3Q比+4.0ポイント）

提携自治体数推移

(単位：自治体)



提携自治体





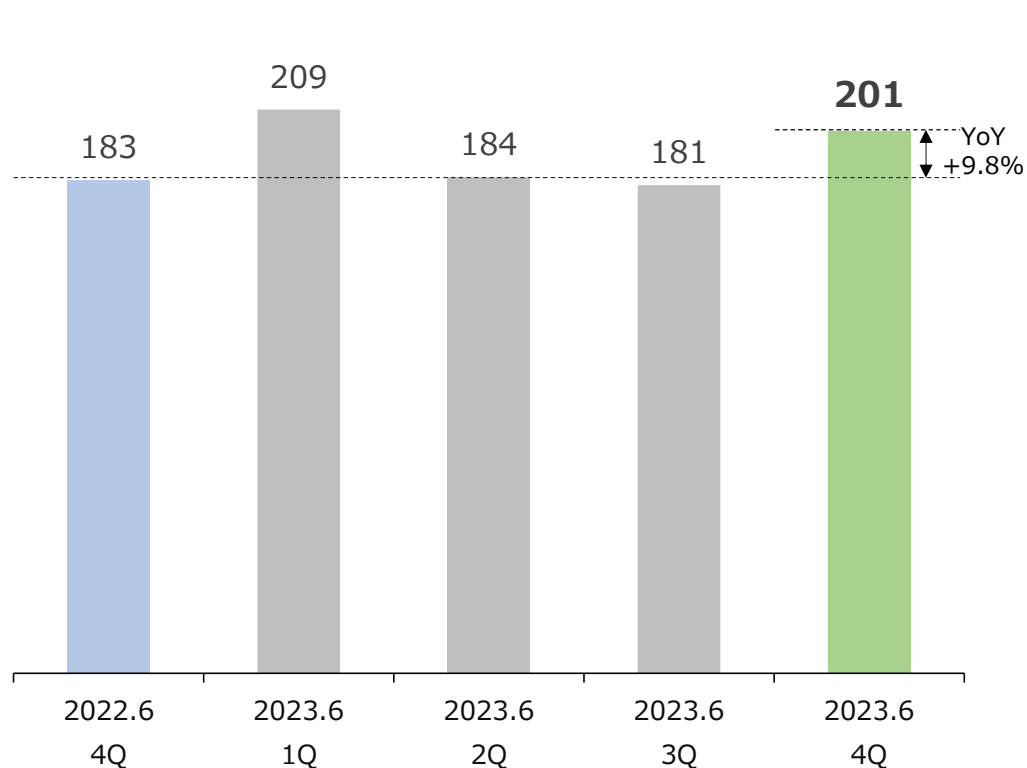
メディア事業

メディア事業：四半期別業績推移

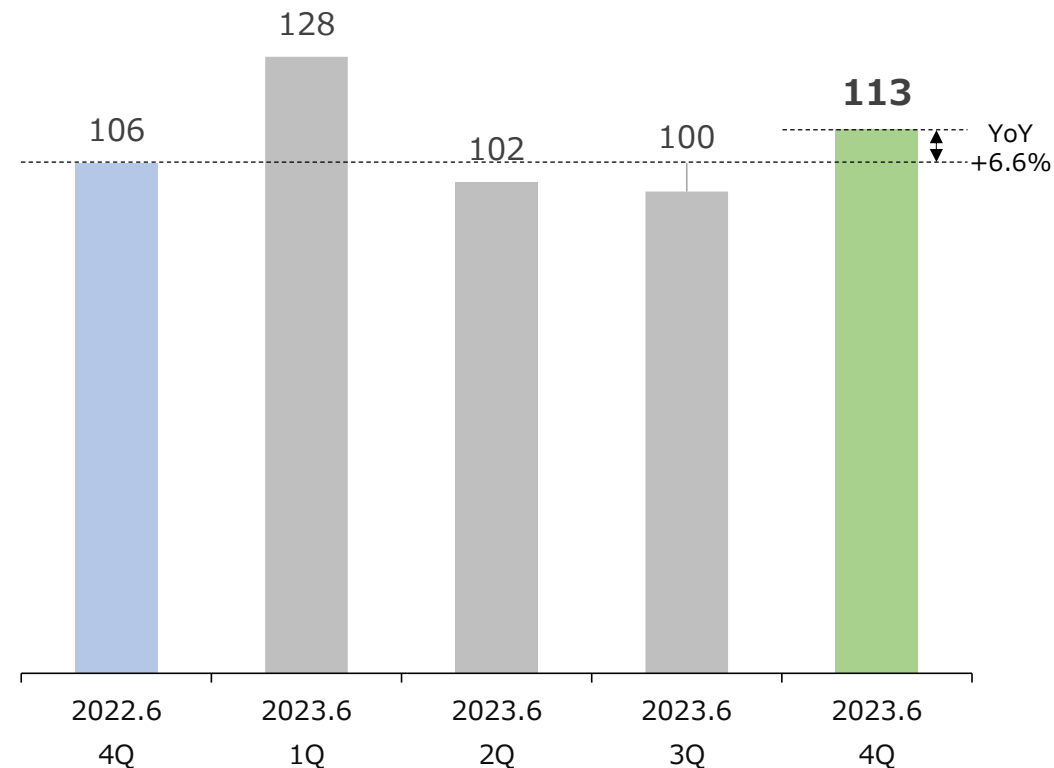
- ✓ 売上高：グループ内外各分野の送客数増加により、前年同期比増収
- ✓ 利益：売上高の増加に合わせて増益

(単位：百万円)

売上高推移



セグメント利益推移





モバイル通信事業

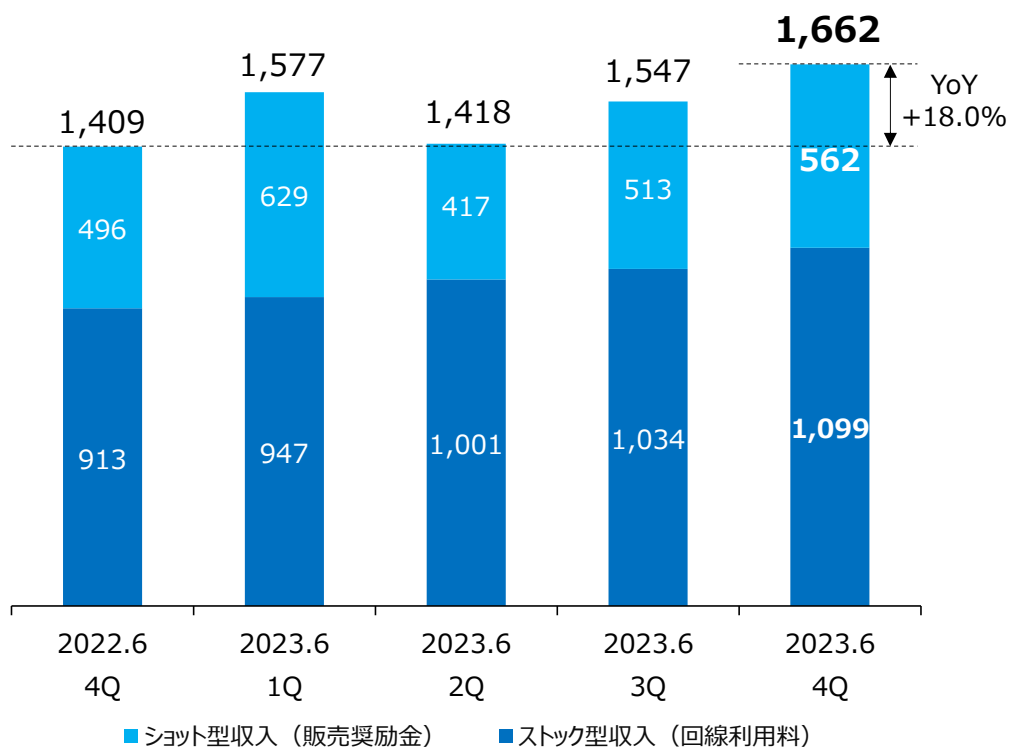
モバイル通信事業①：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：前年同期比増収。ショット・ストック収入ともに安定的に推移
- ✓ 利益：一時的なショット型収益の拡大により、前年同期比大幅増益

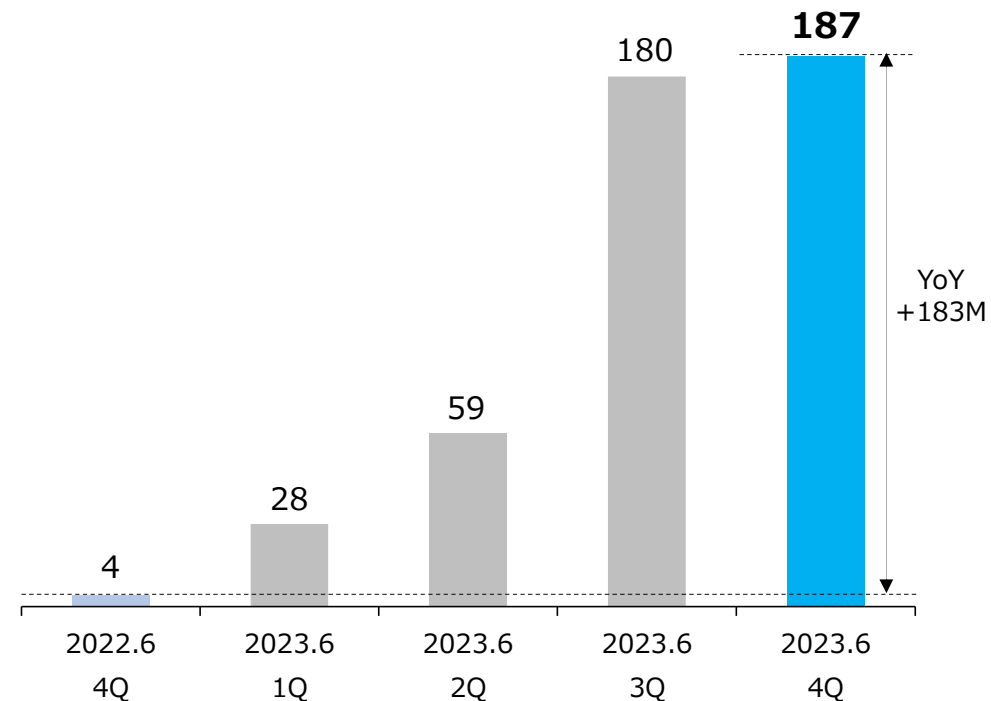
↳ 一時的な要因であり、2024年6月期 1Q以降のセグメント利益は平準化される見込み

(単位：百万円)

売上高推移



セグメント利益推移

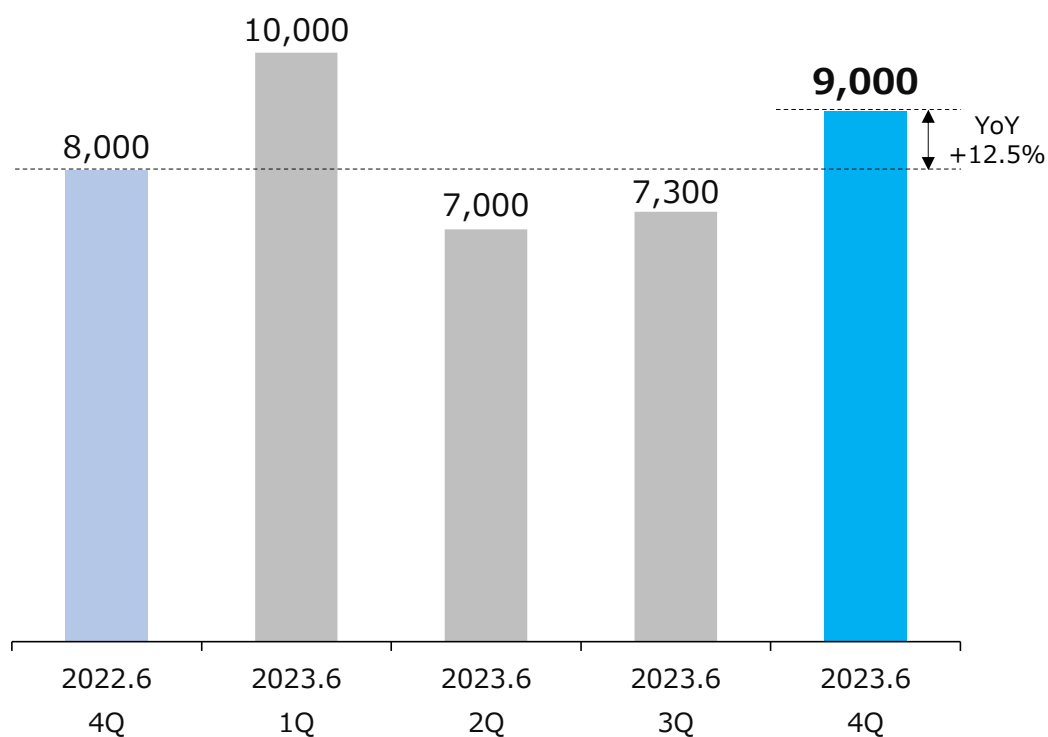


モバイル通信事業②：保有回線数及び新規回線獲得数推移

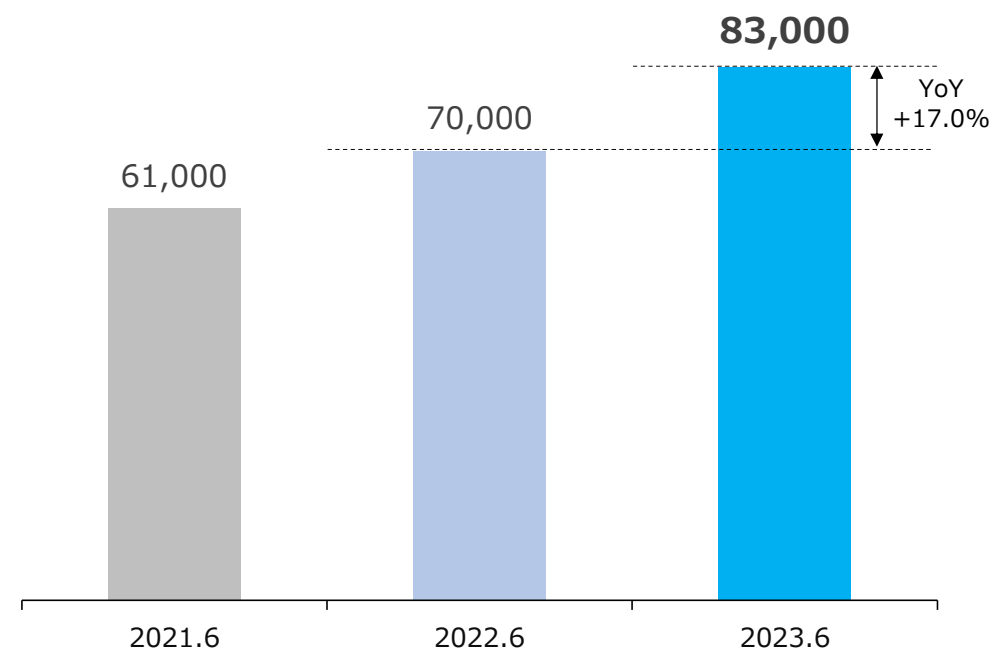
- ✓ 新規回線：ニーズにマッチしたプラン展開及び社内外からの送客が堅調に推移し、前年同期比12.5%の増加
- ✓ 保有回線：4G→5Gへの変更等による契約継続数が堅調に推移し、前期比17.0%の増加

(単位：件)

新規回線契約獲得数推移



保有回線数推移



3

2024年6月期以降の3カ年計画



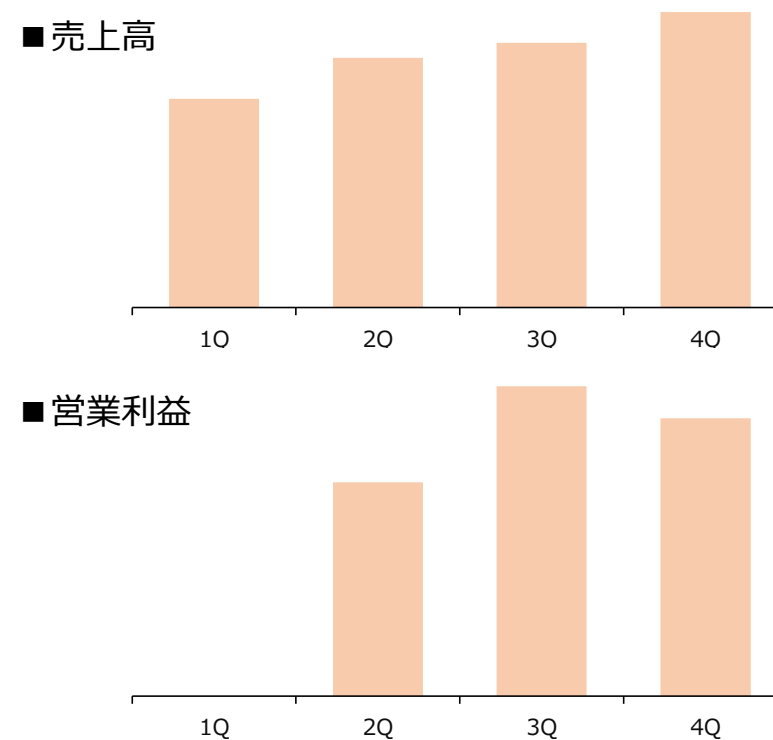
2024年6月期 連結業績計画

- ✓ 売上高 = 200億円、営業利益 = 8億円の計画
- ✓ 1Q～2Q前半に2拠点の新規拠点開設及びコンタクトセンター増設を行うため、1Qは費用が先行。
2Q後半から段階的に利益計上

2024年6月期 通期計画

(単位: 百万円)	2024年6月期通期		
	計画	前期実績	計画比
売上高	20,000	15,257	+31.1%
売上総利益	8,500	5,820	+46.0%
営業利益	800	94	+745.3%

四半期別売上・営業利益イメージ



2024年6月期 セグメント別売上高計画

- ✓ 全セグメントにおいて、増収の計画。連結売上高は当初公表の中計を維持
- ✓ 直近の事業進捗に鑑み、セグメント毎の売上高を修正

(単位：百万円)	2024年6月期通期			2022年8月公表の中計	
	計画	前期実績	前期比	計画	計画比
ネット型リユース事業	12,200	8,392	+45.4%	13,744	▲11.2%
個人向けリユース	9,000	6,146	+46.4%	10,000	▲10.0%
マシナリー	3,000	2,104	+42.6%	3,000	—
おいくら	200	141	+41.2%	744	▲73.2%
メディア	800	775	+3.1%	800	—
モバイル	7,000	6,204	+12.8%	5,500	+27.3%
連結売上高合計	20,000	15,257	31.1%	20,000	—

前回公表の中計における戦略サマリと現状認識

全体方針

- ✓ ネット型リユース : 個人向けリユースの再拡大とマシナリーの拡大・収益化
- ✓ メディア事業 : 高収益体質を維持しながら、市場水準+αの成長
- ✓ モバイル通信事業 : 保有回線数の拡大によるストック型収益基盤の構築

ネット型リユース事業

メディア事業

モバイル通信事業

当初戦略

- (個人向けリユース)
- 潜在層へのアプローチに向けた、出張買取の強化
- (マシナリー)
- M&Aで取得した、海外輸出及び国内法人取引機能の拡大とPMIによる収益性向上

- 通信分野に依存していた収益基盤の多様化・安定化に向けた、新たな分野への展開

- ストック型収益基盤構築に向けた、保有回線数の拡大

現状認識

- (個人向けリユース)
- 稼働バイヤー数の計画比下振れに伴う進捗遅延。**稼働バイヤー数の拡充が最大の課題**
- (マシナリー)
- PMIが遅れたものの、事業規模は想定通り拡大。4Qで体質改善に成功し黒字化。今後は収益が見込める状況

- 通信以外の分野におけるメディアの立ち上げに成功。収益基盤の多様化が図られ、売上高・利益ともに順調な推移

- 「わかりやすい」「シンプル」「低価格」を差別化要因とし、保有回線数は順調に拡大。売上高、利益ともに想定を上回る推移

当初中計と2024年6月期計画との差異要因

✓ 当初中計と今回発表計画の主な差異要因は以下の通り

(単位：百万円)

セグメント	当初公表の中計と2024年6月期計画との差異要因	営業利益影響額
ネット型リユース	個人向けリユースにおける期初時点の稼働バイヤー数下振れ	▲200
	個人向けリユースへの追加投資（南大阪拠点、広島拠点、コンタクトセンター増設）	▲150
モバイル通信	既存保有回線数（＝ストック型収入）の上振れと新規契約回線獲得数見込の上振れ	+100
全社	現本社在籍ビルの建て替えに伴う、本社移転費用	▲100
上 記 合 計		▲350

2024年6月期を期初とする3カ年計画①

- ✓ 前回公表の中計における戦略を踏襲しつつ、2023年6月期の遅れを取り戻し、かつ、投資の継続により2026年6月期には売上高300億円、営業利益20億円の達成を目指す

■ 当初公表の3カ年計画

(単位：百万円)

	2022年6月期		2023年6月期		2024年6月期
	計画	実績	計画	実績	計画
売上高	12,000	11,986	15,000	15,257	20,000
営業利益	▲400	▲319	300	94	1,200

■ 新・3カ年計画

	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期
	計画	計画	計画
売上高	20,000	25,000	30,000
営業利益	800	1,300	2,000

2024年6月期を期初とする3カ年計画②

✓ 上場来の実績推移及び今後の3カ年計画は以下の通り

