



2024年6月期 第3四半期決算説明資料

2024年5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

2024年6月期 第3四半期決算概況 (P.2~)

2

セグメント別事業概況 (P.10~)

3

連結業績まとめ (P.41~)

4

Appendix (P.47~)

1

2024年6月期 第3四半期決算概況



2024年6月期 第3四半期決算ハイライト



売上高

✓ 生産性向上中の個人向けリユースおよびモバイルの収入拡大がけん引し、引き続き四半期売上高・売上総利益ともに過去最高

- ・売上高 : 13,258百万円 (前年同期比 +18.8%)
- ・売上総利益 : 4,821百万円 (前年同期比 +16.1%)

営業利益

✓ 拠点開設等の先行投資をこなしながら、会計期間ベースでは1Q △154M→2Q 113M→3Q 148Mと黒字転換
➔ 3Q時点において前回業績予想 (通期1億円) を上回ったため、今回上方修正へ

- ・営業利益 : 106百万円 (前年同期比 +169.1%)

経常利益・純利益

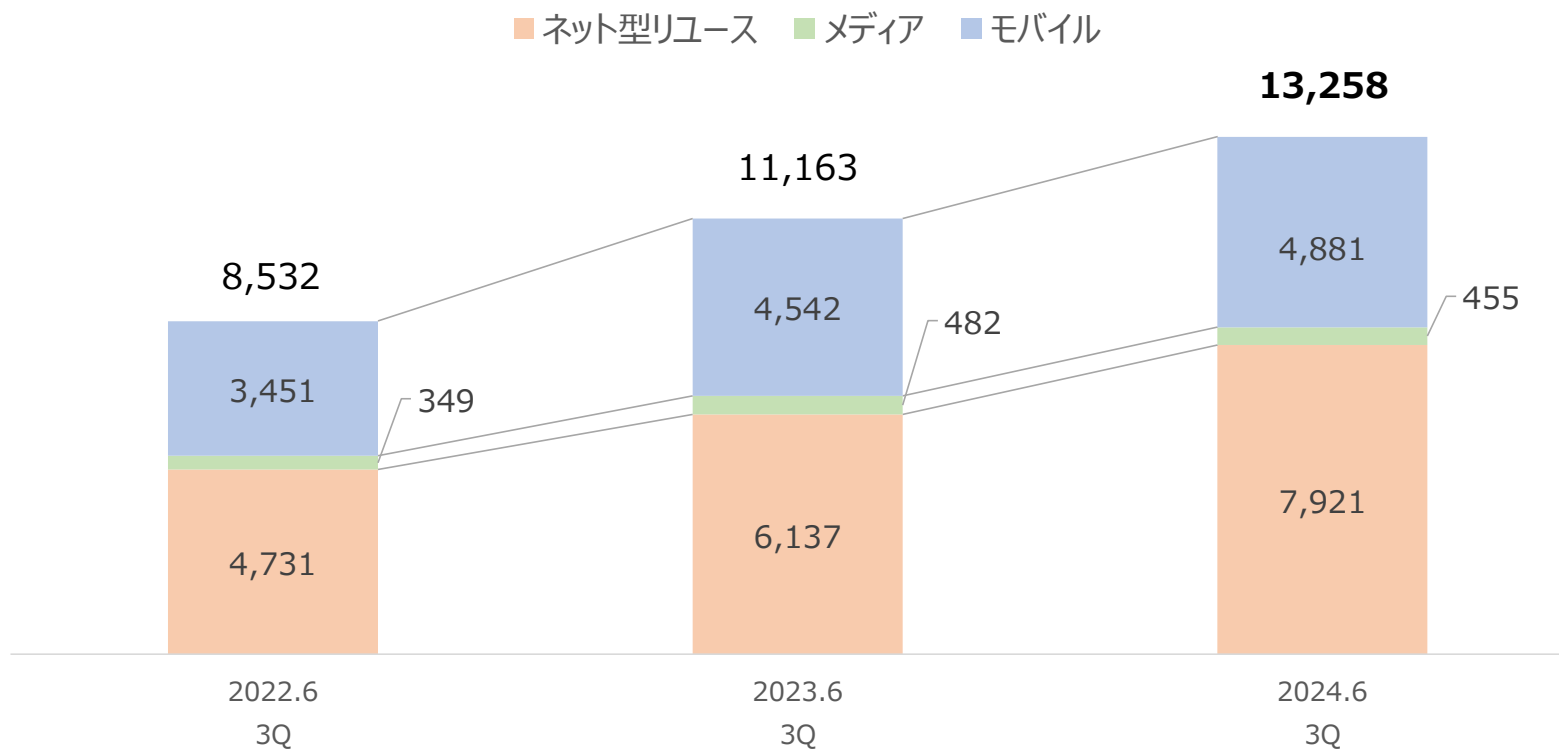
✓ 今回、営業外費用にデリバティブ評価損279百万円 (詳細はP6) を、
2Qにおいて、特別損失に減損損失190百万円 (詳細はP8) をそれぞれ計上した結果、

- ・経常損失 : 227百万円 (前年同期は 89百万円の利益)
- ・四半期純損失 : 651百万円 (前年同期は106百万円の損失)

2024年6月期 第3四半期 セグメント別売上高

- ✓ コア事業のネット型リユースは引き続き成長がつづく（前年同期比+29.1%）
- ✓ メディアはアルゴリズムアップデートの影響続き減収も復調の兆し（前年同期比△5.6%）（詳細P36参照）
- ✓ モバイルは契約回線（ストック型収入）の積み上げ効果もあり増収（前年同期比+7.5%）

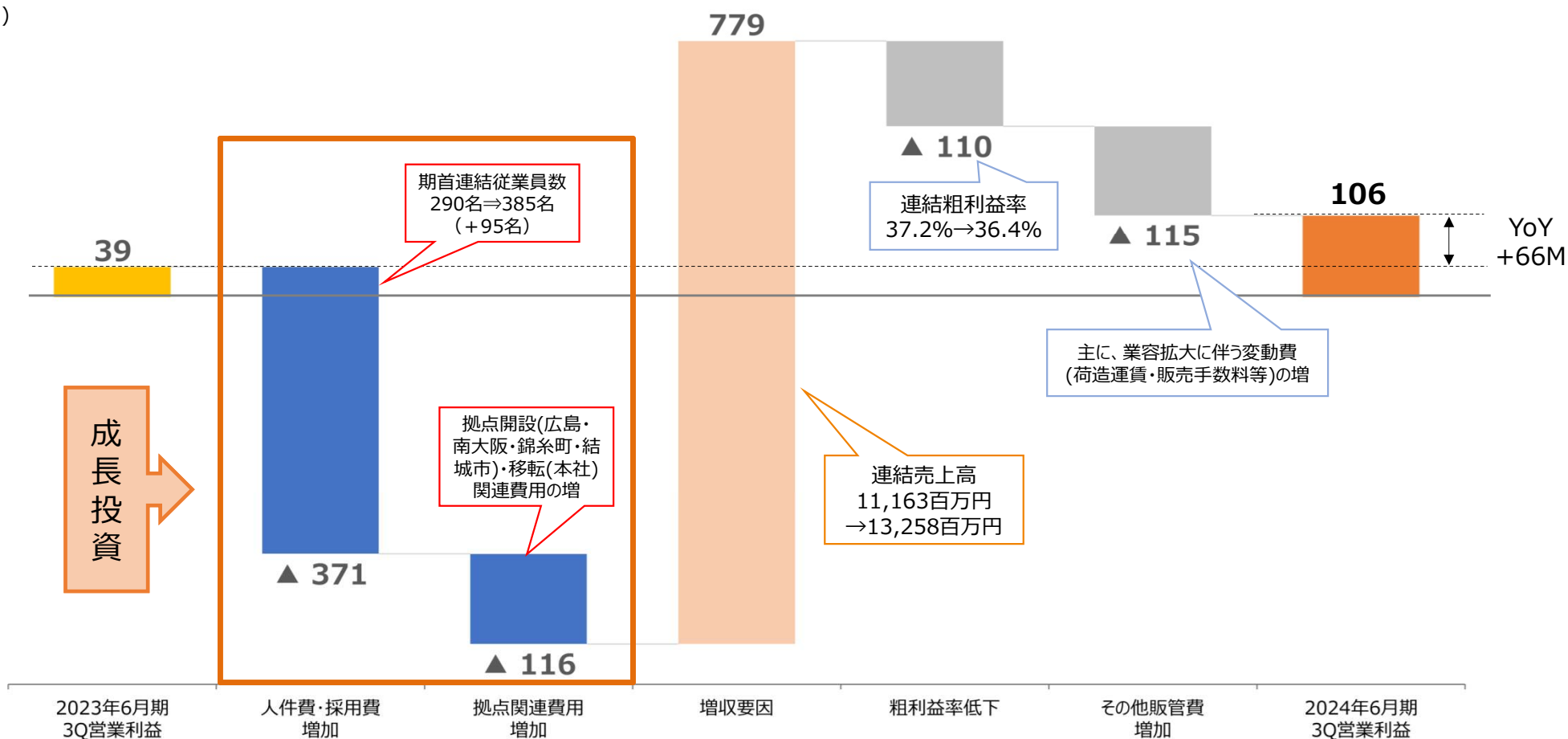
（単位：百万円）



2024年6月期 第3四半期 営業利益の増減益分析

- ✓ ①増益要因 = 増収効果により779百万円の増
- ②減益要因 = 主に業容拡大のための先行投資（人件費および拠点関連費）による販管費の増により712百万円の減

(単位：百万円)



成長投資

その他業績に関する説明事項① (営業外費用の計上)

✓ 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日に株式会社SBI証券と締結した、「差金決済型自社株価先渡取引契約」(※)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を
 - ↳ 上回った場合 = 「営業外収益」を計上する
 - ↳ 下回った場合 = 「営業外費用」を計上する

(※) 当該契約の詳細は、2022年9月14日公表の[「差金決済型自社株価先渡取引の締結に関するお知らせ」](#)をご参照ください

第3四半期における影響額

- ・第3四半期における影響額 = 279百万円の営業外費用(デリバティブ評価損)の計上

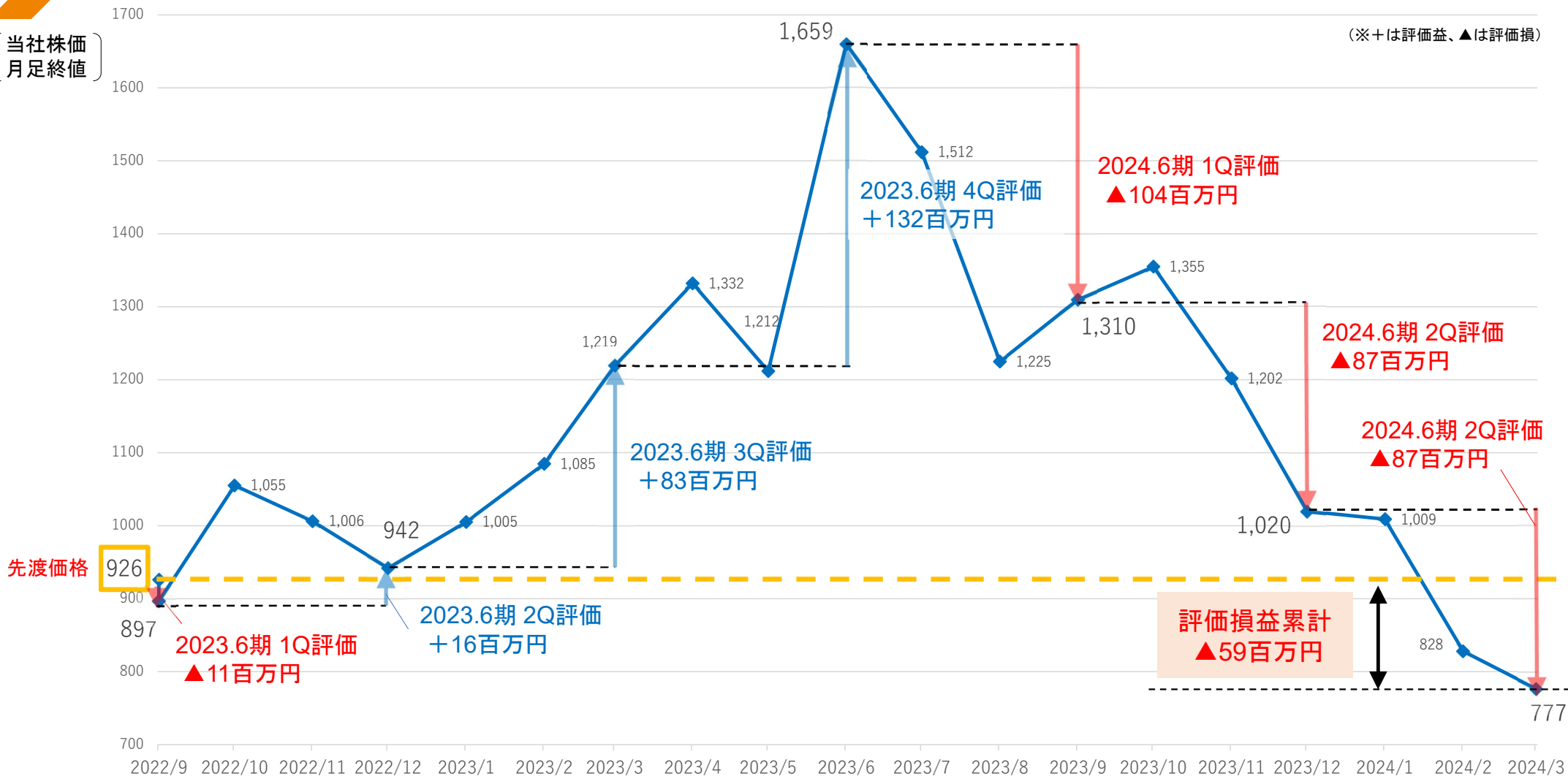
	第2四半期末時点	第3四半期末時点	
株価	1,020円	777円	※1 設定時株価 (@926円)
評価損益 (△は評価損)	▲191百万円	▲279百万円	※2 キャッシュフロー上の影響はありません

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）



(※+は評価益、▲は評価損)

当社株価
月足終値



その他業績に関する説明事項② (特別損失の計上)

✓ 特別損失（減損損失）の発生状況（*第2四半期計上済み）

概要

- ・ネット型リユース事業（特に個人向けリユース）において、直近では急速な生産性の向上が見られるものの、当初計画に比し収益化の遅延が生じており、第2四半期末時点において当初計画と乖離が発生
- ・これにともない、当該事業における固定資産として計上されていた、事業拠点の設備・備品等の帳簿価額を第2四半期において減損処理
- ・上記収益計画の遅延にともなう会計上の処理であり、その対象となった設備・備品等の実稼働および事業運営等、収益創造のための実体には影響なし ➡ 生産性向上のペースをより加速し、早期に収益計画の遅れを取り戻す

第3四半期累計期間における影響額

- ・第3四半期累計期間における影響額 = 190百万円の特別損失（減損損失）の計上
- ・帳簿価額上の処理であり、キャッシュフロー上の影響はありません

2024年3月期 第3四半期 決算概況（参考情報）

- ✓ 3Q計上のデリバティブ評価損および減損損失は、ともにキャッシュフローの減少を伴わないもの
- ✓ これらを考慮しなかった利益水準では、先行投資を飲み込みながら、着実に進捗している状況

(単位：百万円)	2023期3Q	2024期3Q	前年同期比	
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	11,163	13,258	2,095	18.8%
売上原価	7,010	8,437	1,426	20.3%
売上総利益	4,151	4,821	669	16.1%
販管費	4,112	4,714	602	14.6%
営業利益	39	106	66	169.1%
① デリバティブ評価益	87	- △	87	-
② デリバティブ評価損	-	279	279	-
その他の営業外損益（純額：△は損失）	△ 38	△ 54	△ 15	-
経常利益（△は損失）	89	△ 227	△ 316	-
③ 減損損失	-	190	190	-
その他の特別損益（純額：△は損失）	1	△ 2	△ 3	-
税金等調整前四半期純利益（△は損失）	90	△ 419	△ 510	-

✓ 実体ベース（参考情報）

上記①・②を考慮しない場合の 経常利益	1	52	50	3,730.3%
上記①・②・③を考慮しない場合の 税引前当期純利益	2	50	47	1,916.1%

2

セグメント別事業概況

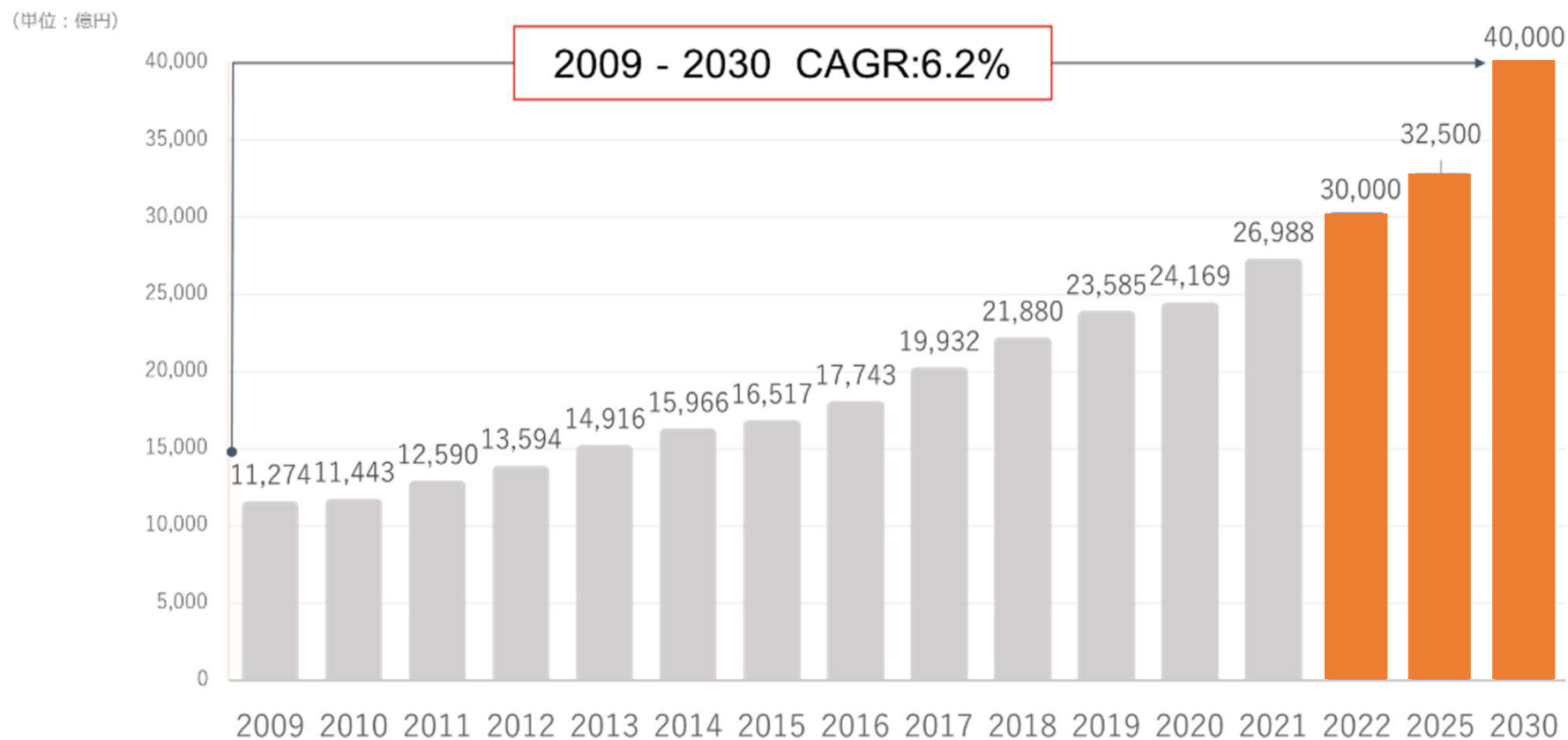




ネット型リユース事業

市場認識

✓ リユース市場は順調に拡大



出典：リサイクル通信より当社作成

ネット型リユース事業 2024年6月期 第3四半期実績



- ✓ 売上高 : 28億 9百万円 (前年同期比+ 36.0%)
 - ✓ 売上総利益 : 11億15百万円 (前年同期比+ 26.1%)
 - ✓ セグメント利益 : 2億 4百万円 (前年同期比+ 114.7%)
- } 四半期ベースで過去最高
→ 2Q以降の生産性向上策により収益力が大きく改善

(単位：百万円)

		1Q	2Q	3Q	4Q	計	
売上高	2022.6期	ネット型リユース	1,472 (-)	1,636 (-)	1,623 (-)	1,899 (-)	6,631 (-)
		個人向けリユース	1,202 (-)	1,310 (-)	1,245 (-)	1,382 (-)	5,140 (-)
		マシナリー	237 (-)	294 (-)	346 (-)	487 (-)	1,365 (-)
		おいくら	32 (-)	31 (-)	31 (-)	30 (-)	125 (-)
	2023.6期	ネット型リユース	1,936 (131.5%)	2,134 (130.4%)	2,065 (127.2%)	2,254 (118.7%)	8,391 (126.5%)
		個人向けリユース	1,455 (121.0%)	1,520 (116.0%)	1,546 (124.2%)	1,624 (117.5%)	6,146 (119.6%)
		マシナリー	444 (187.3%)	578 (196.6%)	486 (140.5%)	594 (122.0%)	2,104 (154.1%)
		おいくら	36 (112.5%)	36 (116.1%)	32 (103.2%)	36 (120.0%)	140 (112.0%)
	2024.6期	ネット型リユース	2,405 (124.2%)	2,706 (126.8%)	2,809 (136.0%)		
		個人向けリユース	1,726 (118.7%)	1,956 (128.8%)	2,047 (132.4%)		
		マシナリー	636 (143.1%)	705 (122.0%)	719 (147.8%)		
		おいくら	41 (113.1%)	43 (117.2%)	43 (133.7%)		

※括弧内は前年同期比



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：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

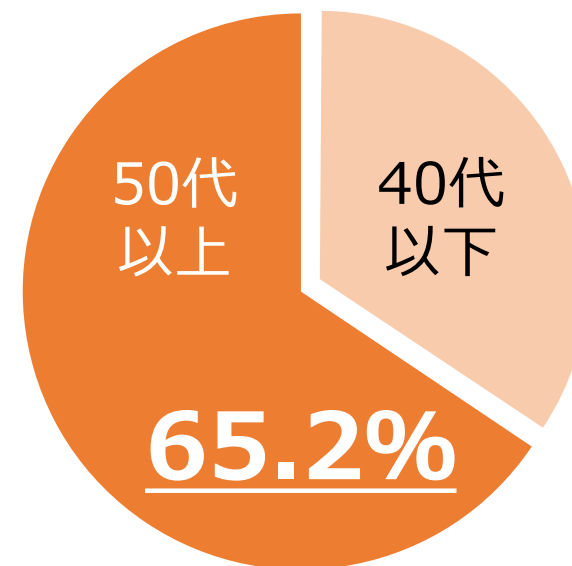
● リユース市場のポテンシャル

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
3.0兆円

● 「かくれ資産」の年代構成比



出典：顕在市場＝『リサイクル通信』、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』

個人向けリユース②：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



■ 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

出典：顕在市場 = 『リサイクル通信』、かくれ資産 = ニッセイ基礎研究所・メルカリ共同調査

個人向けリース③：2024年6月期 第3四半期実績



✓ 売上高：20億47百万円（前年同期比+32.4%）
 ✓ 粗利益：9億10百万円（前年同期比+17.3%）

} 売上高・粗利益とも
 } 四半期ベースで過去最高を記録

(単位：百万円)		1Q		2Q		3Q		4Q		計	
2022.6期	売上高	1,202	(-)	1,311	(-)	1,245	(-)	1,382	(-)	5,140	(-)
	粗利額	492	(-)	574	(-)	565	(-)	614	(-)	2,245	(-)
	粗利率	40.9%	(-)	43.9%	(-)	45.4%	(-)	44.4%	(-)	43.7%	(-)
2023.6期	売上高	1,455	(121.0%)	1,519	(115.9%)	1,547	(124.3%)	1,624	(117.5%)	6,146	(119.6%)
	粗利額	656	(133.3%)	731	(127.4%)	778	(137.6%)	812	(132.2%)	2,977	(132.6%)
	粗利率	45.1%	(+4.2p)	48.1%	(+4.2p)	50.3%	(+4.9p)	50.0%	(+5.6p)	48.3%	(+4.7p)
2024.6期	売上高	1,726	(118.7%)	1,956	(128.8%)	2,047	(132.4%)				
	粗利額	804	(121.7%)	890	(122.1%)	910	(117.3%)				
	粗利率	46.6%	(+1.5p)	45.5%	(△2.6p)	44.5%	(△5.8p)				
	[参考:中古車除く]	-	(-)	[48.4%]	(-)	[48.3%]	(-)				



※括弧内は前年同期比

個人向けリユース④：直近のアクション概要（1Q）

- ✓ 出張買取商圈の拡大を目的とした新規拠点開設（2023/9）
- ✓ 買取商材の面的拡充を目的に、“中古車”の取扱いを開始（2023/9末～）

新規拠点開設



取扱商材の拡充

530万人※2023年2月末時点での累計利用者数が利用する業界最大級の総合買取サービス

ミニバン・SUV・スポーツカー
買取強化中！

愛車を高く売るなら
車高く売れるドットコム

中古車の買取価格
に自信があります！

イメージキャラクター
小泉今日子

The advertisement features a woman in a yellow sweater pointing towards the text. It includes a gold seal with '530万人' and a red banner with '業界最大級の総合買取サービス'. A yellow speech bubble highlights 'ミニバン・SUV・スポーツカー 買取強化中！'. The main headline is '愛車を高く売るなら 車高く売れるドットコム'. A large orange arrow points to the text '中古車の買取価格に自信があります！'. At the bottom right, it says 'イメージキャラクター 小泉今日子'.

個人向けリユース⑤：直近のアクション概要（2Q）

- ✓ 東京都墨田区へコンタクトセンター新拠点を開設。現在の場所から機能を集約、フロア拡張

新規拠点開設

● コンタクトセンター

住所：東京都墨田区江東橋2-3-7

ONEST錦糸町スクエア 3階

面積：159坪

開設：2023年11月16日

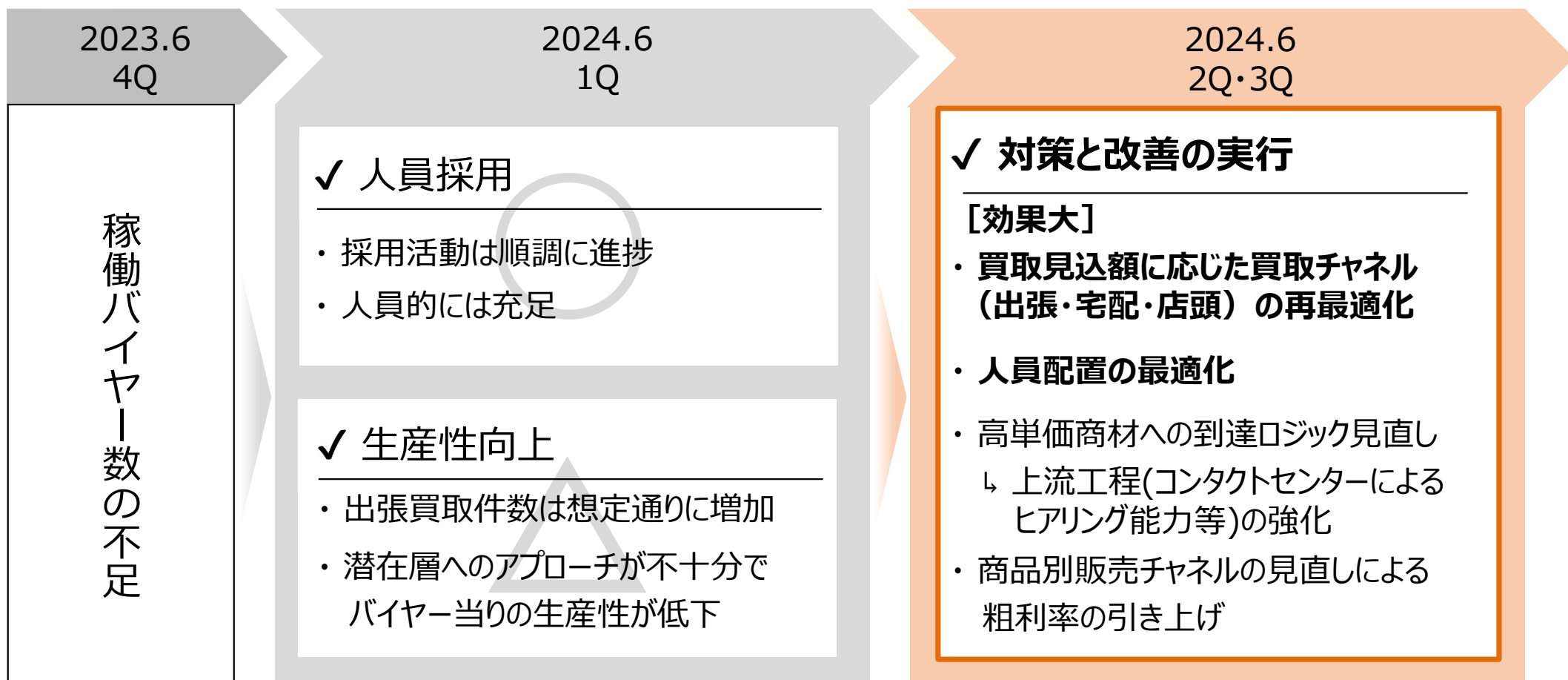
※現在、コンタクトセンターが入居する
錦糸町・両国オフィスは別部門にて使用



⇒ キャパシティ約2倍へ増強

個人向けリユース⑥：直近のアクション概要（2Q～）

- ✓ 1Qにおいて、先行投資は計画通り進捗したものの、その後の収益拡大に遅れ
- ✓ 2Q以降、対策と改善を着実に進め、生産性は着実に向上 → 2Q・3Qと、V字回復



個人向けリユース⑦：直近のアクション概要（2Q～）

- ✓ 前期末の中計ローリング時にも再確認したとおり、当社は「DX施策の推進」を全体戦略に掲げており、その後の生産性向上策においても、DXによる効率化を強力に推進中

(2023年6月期通期 決算説明資料より抜粋)

当社グループの全体戦略

- ✓ 人口動態をはじめとした社会情勢を背景に、持続可能かつ最適な消費行動を提案
- ✓ 「持続可能な社会」の実現のために、デジタルを基盤に多角的な事業展開

最適化ビジネス

×

DX

「持続可能な社会を実現する最適化商社」

買取時スコアリングの開始（2Q～）

- ✓ 顧客データを属性毎にスコアリングのうえ、これまで蓄積した買取データと照合・統計処理し、予想買取額の推定精度を向上。優良顧客の属性を特定することで、買取の生産性向上へつなげる

ルートアレンジツールの導入（3Q）

- ✓ 出張バイヤーの1日の訪問計画（ルート）について、訪問先ごとの予想買取額および商談予想時間を可視化することにより、1ルートで得られる予想買取総額が最大化できるようアレンジメント可能に

(表示イメージ)

MM月DD日	9:00			18:00	
京橋 太郎	○○区・□□様	移動	◎◎区・●●様	移動	△△市・○○様
計【○○○円】	【△△△円】		【○○○円】		【□□□円】

業務効率化推進に向けた機能改修（2Q～）

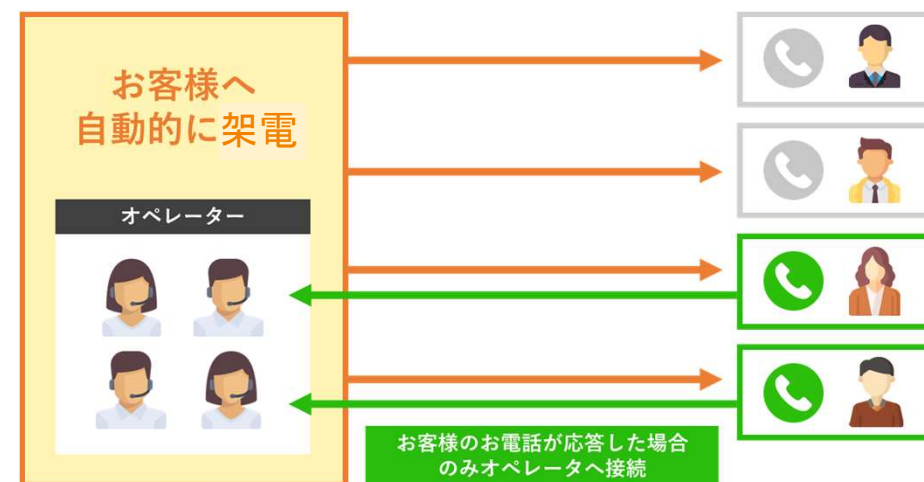
- ✓ 新たに日報システムとして、ダッシュボードによる生産性指標（買取実績額等）のデイリーでのフィードバックと、マネージャーとのコミュニケーション機能を強化。課題の発見と解決サイクルをスピードアップ

個人向けリユース⑧：進行期の動き（4Q）

- ✓ 進行期（4Q）において、さらなる生産性向上に向け以下の施策を推進中

オートコールシステムの導入（4Q）

- ✓ 買取総件数の再伸長を図るため、コンタクトセンター（CC）にオートコールシステム*を導入
（*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）
- ✓ 稼働オペレーターの数を実タイムで監視することにより総架電数を制御。応答までのアイドルタイムを短縮することで、CC稼働時間のさらなる生産性向上を図る



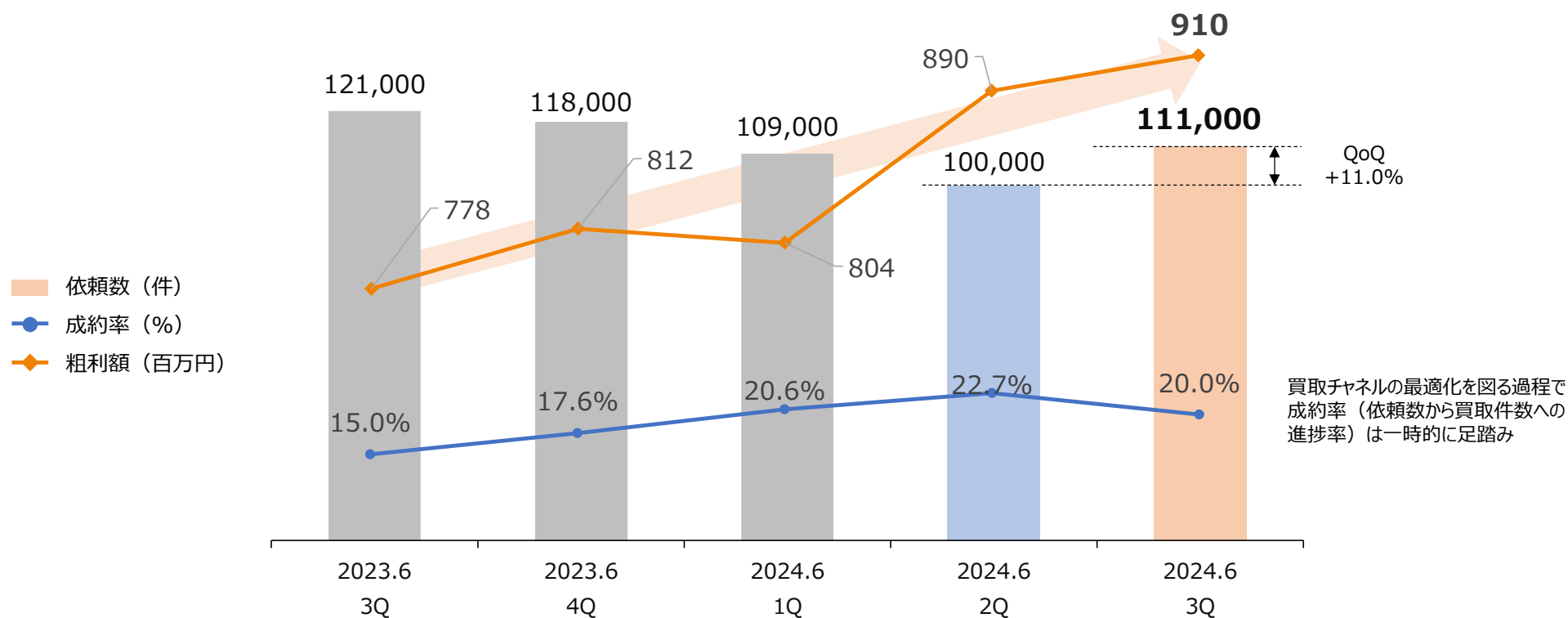
顧客メッセージツールのバージョンアップ（4Q）

- ✓ CRM施策の一環として、来店予約日時のリマインド等を、SMSで顧客あて自動メッセージ通知。意図せざる商談の中止を防ぎ、成約率の向上を図る

個人向けリユース⑨：買取依頼数推移

- ✓ 3Qでは、2QにおいてCCの処理能力に合わせ抑制していた買取依頼数の獲得について、その生産性向上策の進捗に合わせ、再びキャップを解放（QoQ+11.0%）

四半期別 粗利額・依頼数推移

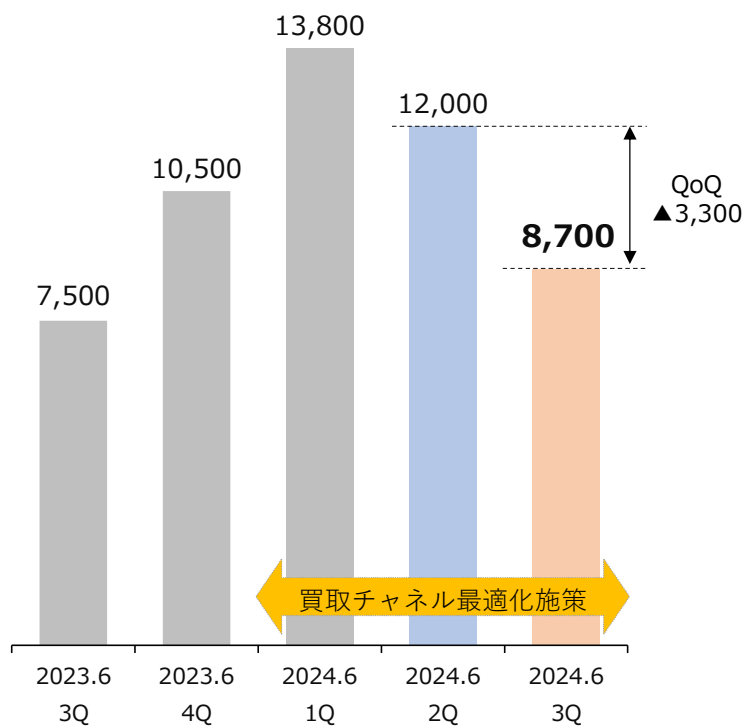


個人向けリユース⑩：チャンネル別買取案件数推移

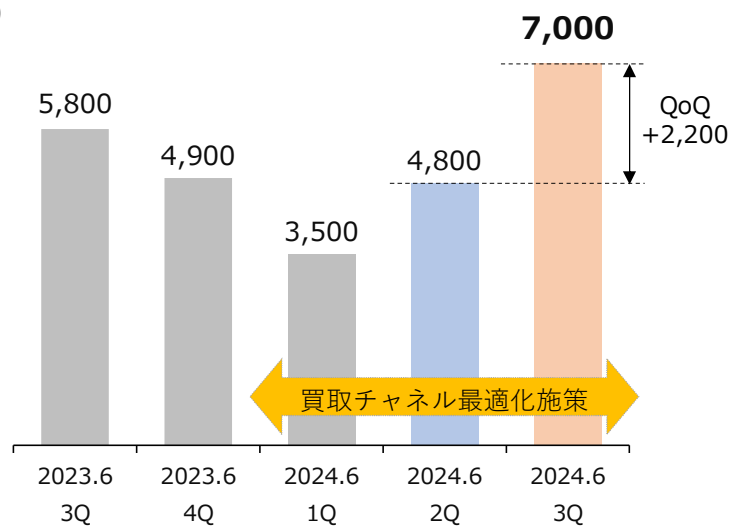
- ✓ 想定利益率を基準に依頼毎の買取チャンネル最適化施策を一層進めた結果、買取1件当たりの買取金額は上昇し増収

(単位：件)

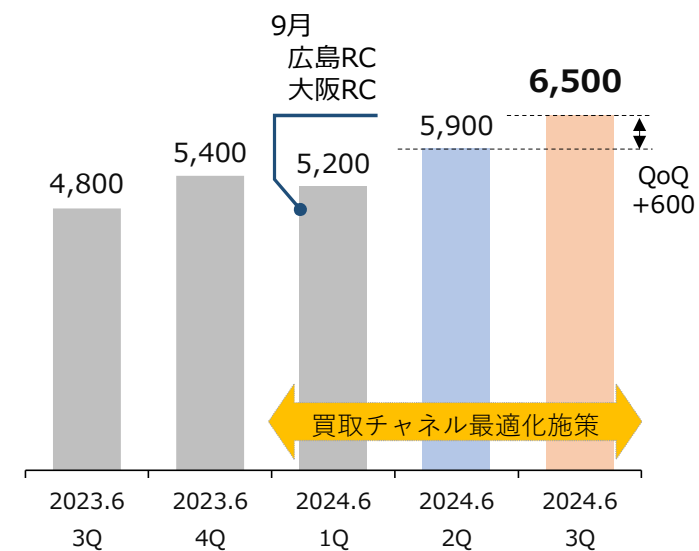
出張買取件数推移



宅配買取件数推移

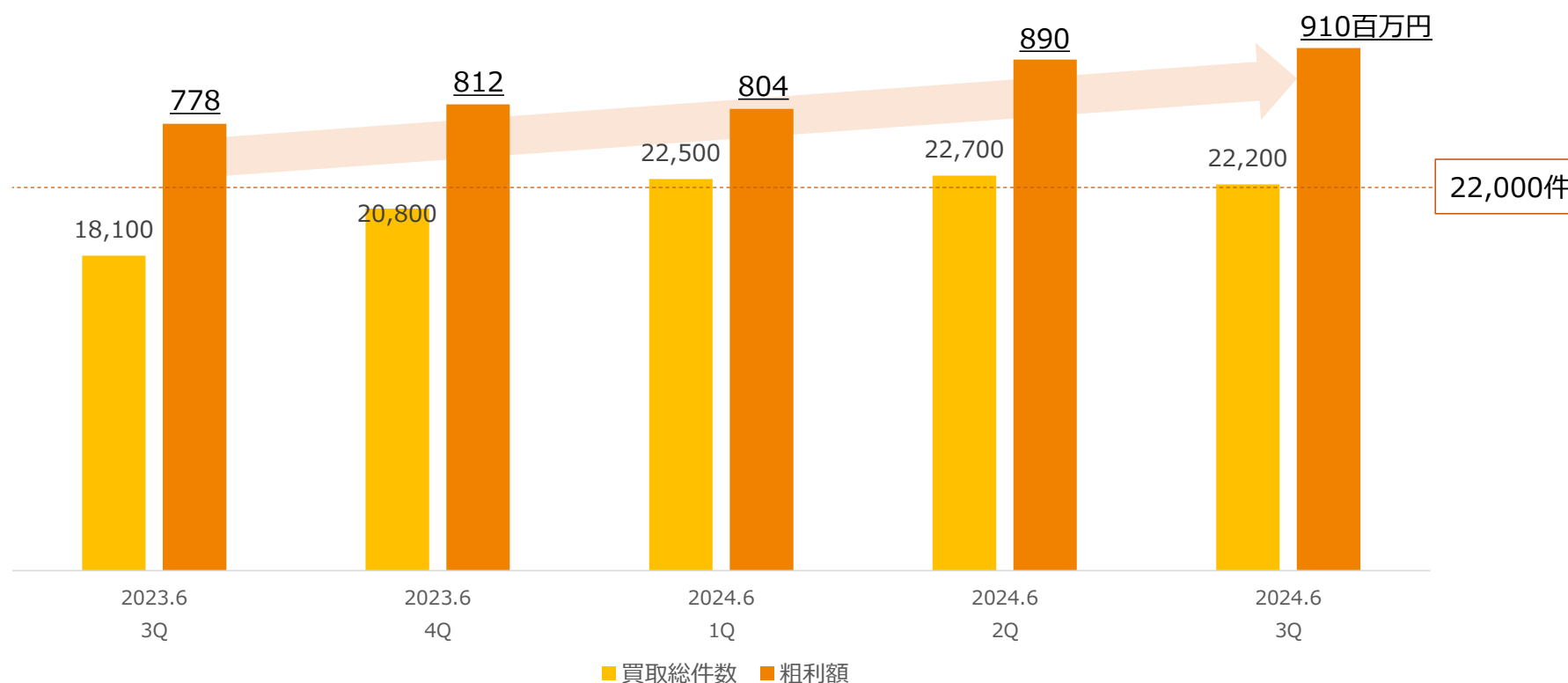


店頭買取件数推移



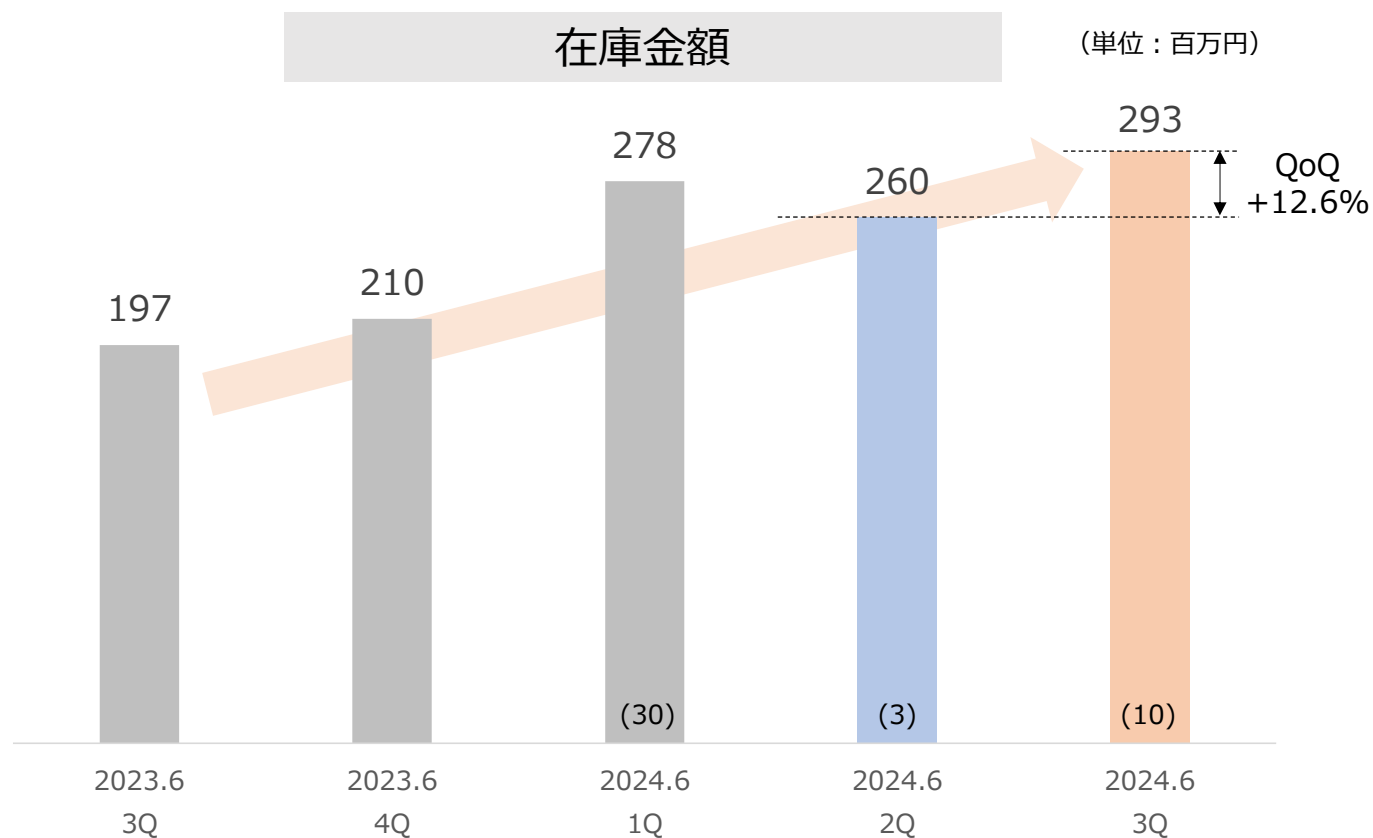
個人向けリユース⑪：粗利額・買取総件数推移（参考）

✓ 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、粗利額の増加傾向づく



個人向けリース⑫：在庫状況

✓ 買取1件当たりの買取金額が上昇したことにより、商品在庫も再び伸長



※括弧内は中古車の在庫金額 (内数)



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：直近のアクション概要（3Q）

- ✓ 茨城県結城市に「北関東第2ヤード」を開設。在庫収容能力を拡充
- ✓ 既存の北関東RCとあわせ、在庫収容能力 最大800台に拡充

新規拠点開設

●北関東第2ヤード

住所： 茨城県結城市

ヤード面積：約1,400坪

使用開始： 2024年1月5日



マシナリー②：直近のアクション概要（3Q）

仕入

- ✓ 売上伸長のため、在庫の安定的確保（＝仕入の安定化）を優先事項とし
1取引あたりの買取ロットが大きい法人仕入を強化（詳細P31参照）
その結果、仕入効率が向上し、粗利率は低下したものの収益の安定的確保に貢献

販売

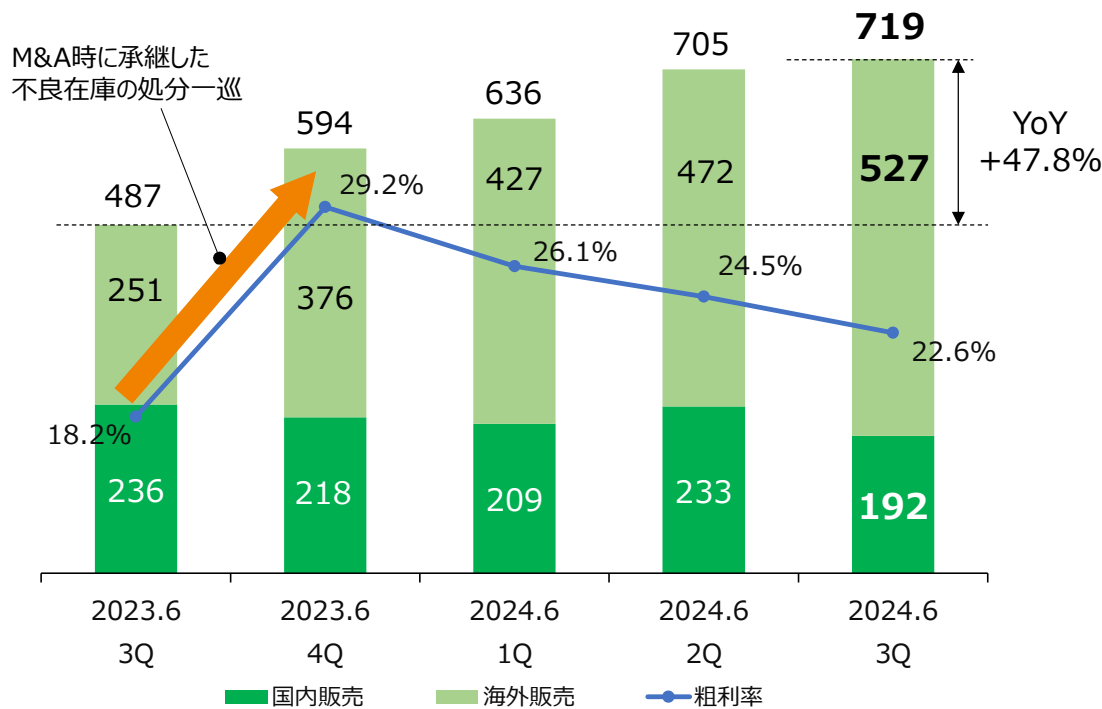
- ✓ 海外販売を強化した結果、国内農閑期（3Q）における影響が軽減。
当3Qはこの強化策が奏功し、従来季節性がマイナスとなる1～2月にも
利益計上できるだけの増収分を確保（詳細P30参照）

マシナリー③：四半期別業績推移

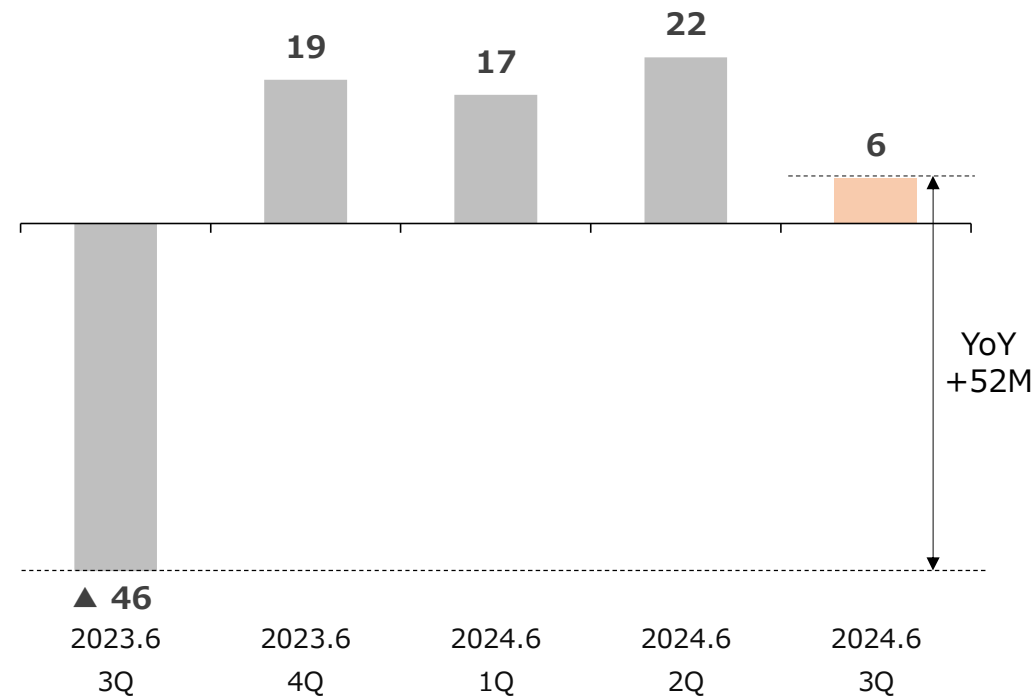
- ✓ 売上高：7億19百万円（前年同期比+47.8%） 海外拡販策が奏功し、海外販売が伸長。四半期売上としては過去最高
- ✓ 利益：6百万円（前年同期は46百万円の損失） 法人仕入の増加に伴い粗利率は低下するも、仕入活動は安定化。3Q農閑期においても安定的に利益確保できる体制整う

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)

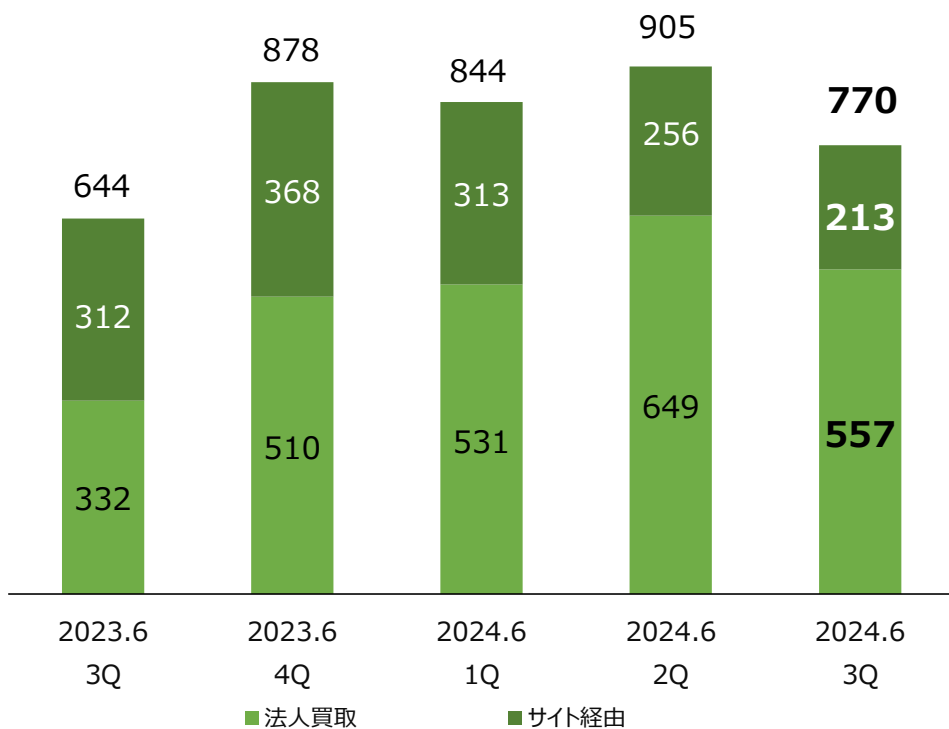


マシナリー④：買取件数及び在庫状況

✓ 例年3Qは農閑期のため売買とも動きは低調であるが、当3Qは海外販売を伸ばすことができたため、一時的に在庫金額が減少

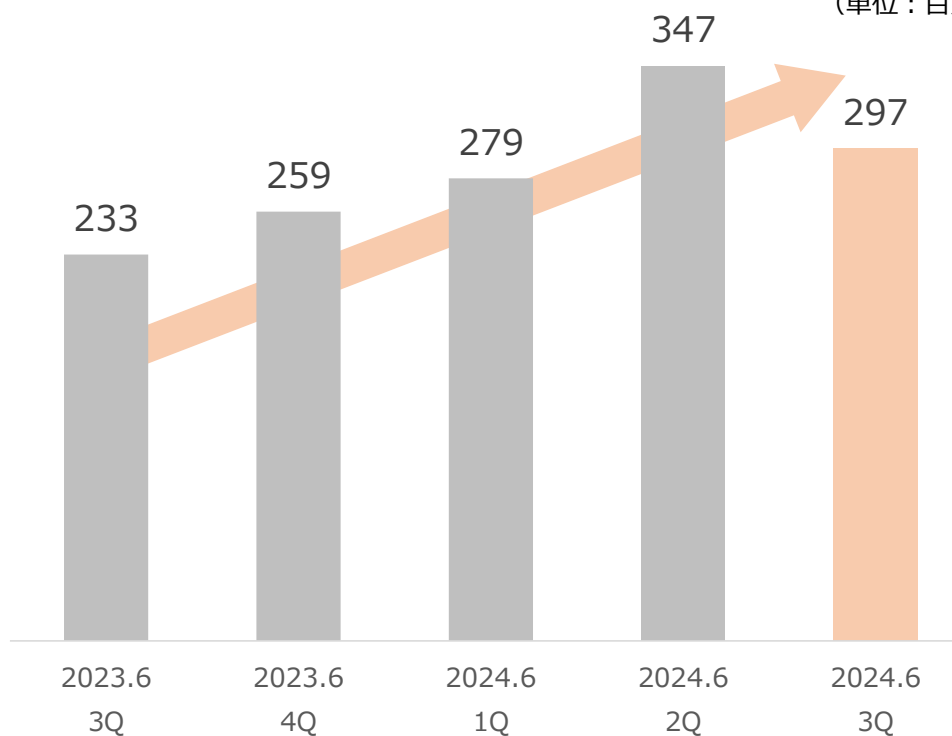
買取件数

(単位：件)



在庫金額

(単位：百万円)



マシナリー⑤：進行期の動き（4Q）

- ✓ さらなる海外拡販のため輸出国の多様化を図るべく、中古農機具事業の紹介コンテンツについて多言語化対応を開始（3/22～英語・スペイン語、4/1～フランス語・ロシア語・ドイツ語・ポルトガル語）

（参考）当社の現在の主要輸出国はウクライナ、ポーランド、フランス、オランダ、ベトナム等であります。



ネット型リユース事業

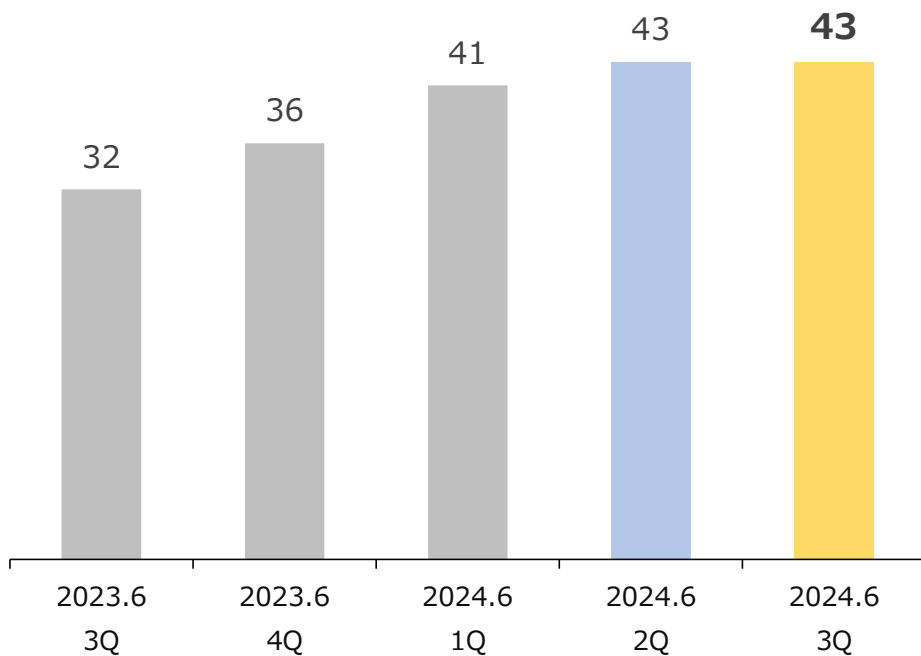
- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

おいくら①：売上高及び加盟店数推移

- ✓ 売上高：QoQでほぼ同水準で推移。一方利益ベースでは、自治体連携の拡大により、依頼数獲得コストが低下し利益体質の強化進む
- ✓ 加盟店数：加盟店数の増加ペースは引き続き安定的に増加基調。また、おいくらの買取依頼数も引き続き増加傾向にあるため、今後も依頼増に伴い加盟店数は増加の見込み

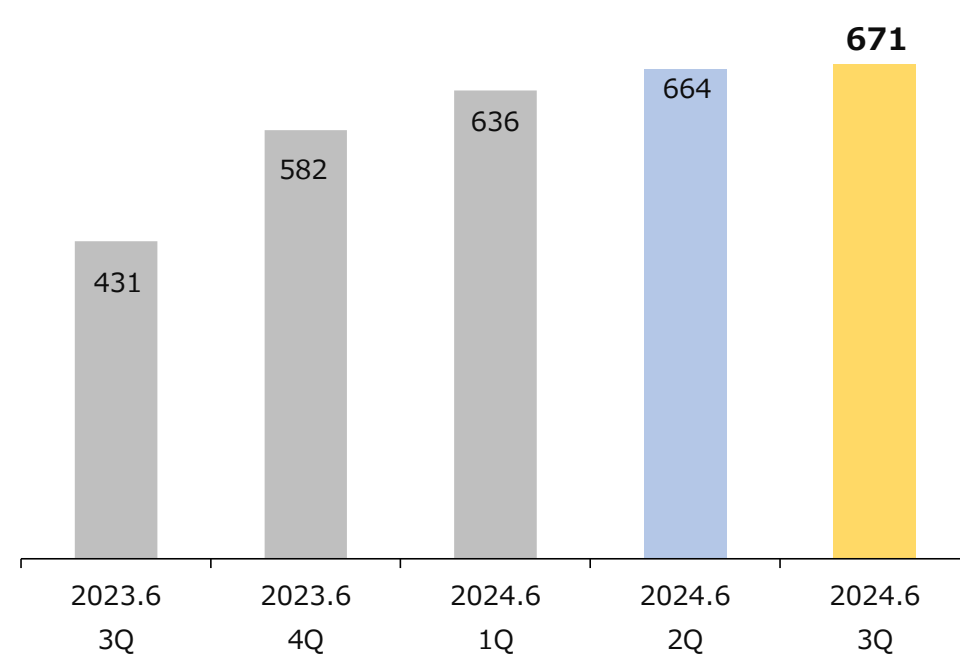
売上高推移

(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

- ✓ 2025年目標であった100自治体との連携を1年前倒しに達成し、当3Q末時点では119自治体と連携
- ✓ 人口カバー率（連携自治体の人口÷日本の総人口）は30.9%となり、初の総人口の3割超え
（なお、3Qの「おいくら」Web買取依頼数 15,000件/月のうち、約4割が自治体からの流入）

報道関係者各位
2024年2月1日
株式会社マーケットエンタープライズ

「おいくら」導入自治体が100自治体を突破
～急拡大で人口カバー率は約27.65%に～

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 憲士、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」)が運営するリユースプラットフォーム「おいくら」は、2024年1月31日(水)、全国での導入自治体数が100を達成いたしました。これにより、「おいくら」の人口カバー率は約27.65%となりました。

おいくら?
導入自治体
100突破
人口カバー率
約27.65%

(2024年2月1日リリース)

報道関係者各位
2022年7月29日
株式会社マーケットエンタープライズ

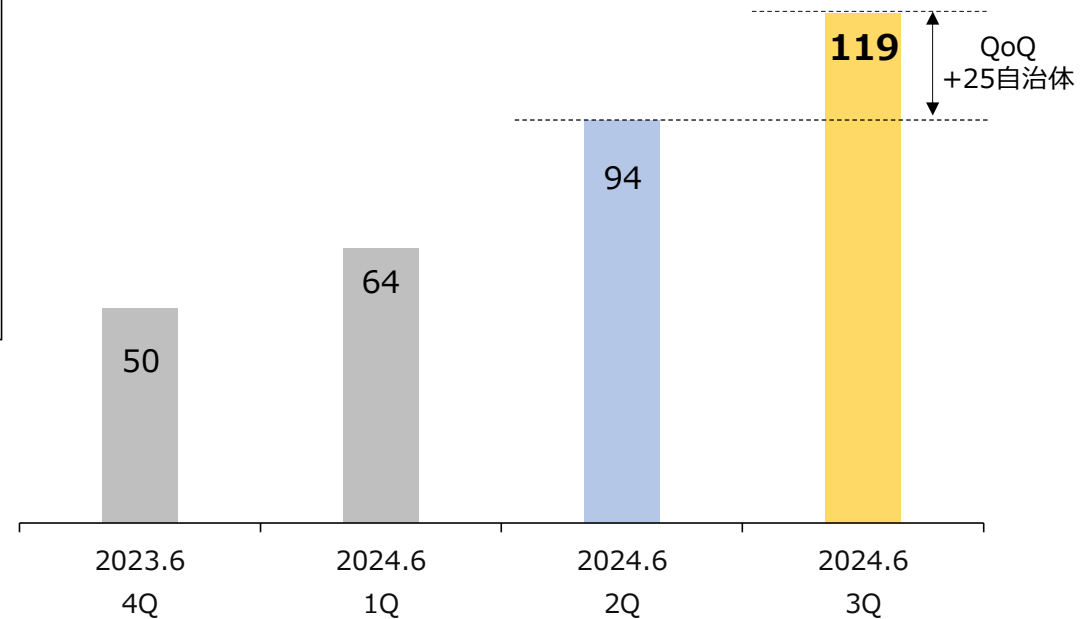
3年で100自治体導入 官民連携事業促進と
価格体系変更で「おいくら」の成長加速へ

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 憲士、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、リユースプラットフォーム「おいくら」と官民連携の事業促進を加速させるために、株式会社ホープ(福岡県福岡市、代表取締役社長:CEO:時津 孝康、東証Q-Board・証券コード:6195)のグループ会社である株式会社デジタルワークス(福岡県福岡市、代表取締役社長:時津 孝康)と業務提携することとなりました。これにより、今後3年以内に100自治体での「おいくら」新規導入を目指してまいります。

(2022年7月29日リリース)

提携自治体数推移

(単位：自治体)



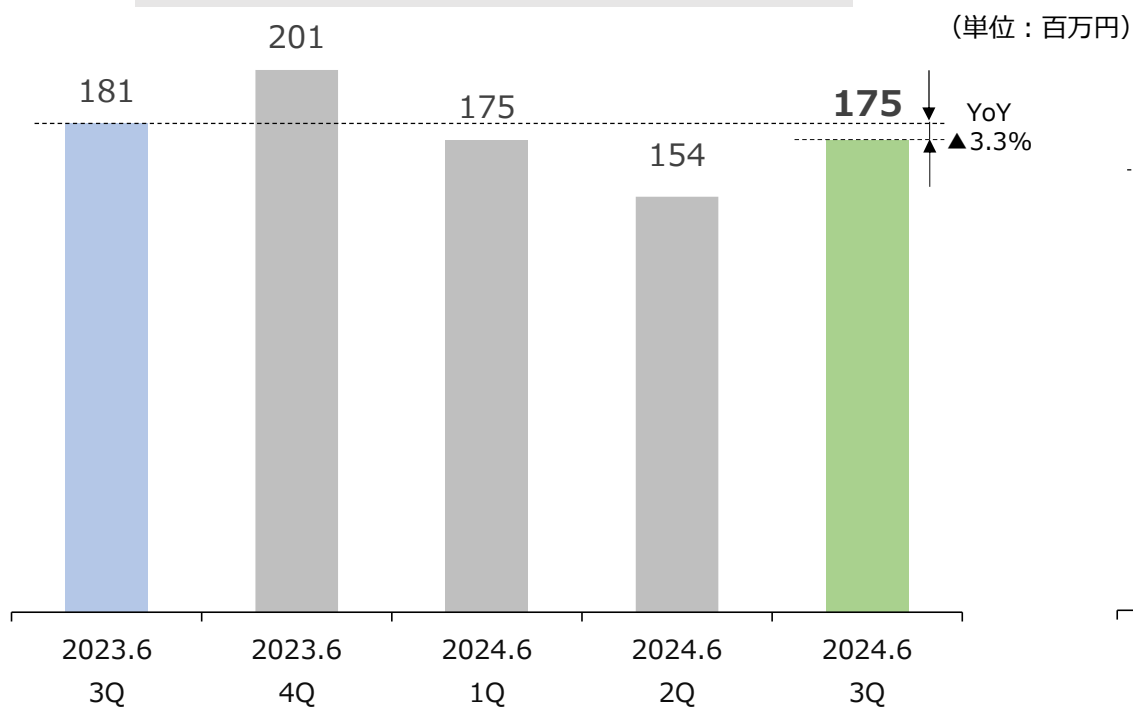


メディア事業

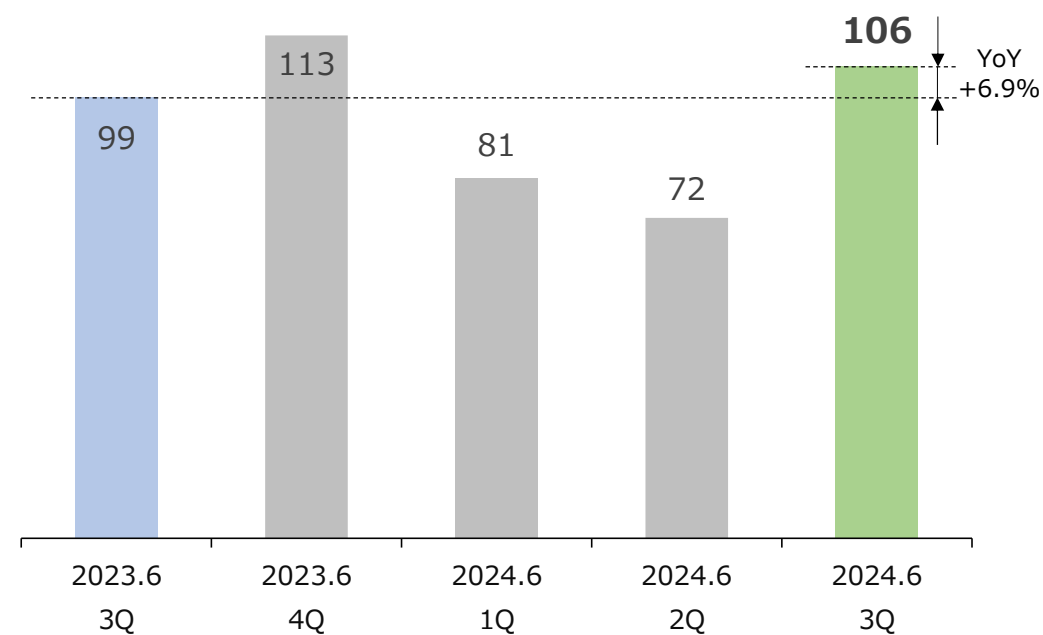
メディア事業：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：検索エンジンのアルゴリズムアップデートにより良質なコンテンツの選別が進んだ結果、当社コンテンツの表示順位も一部で回復傾向。一部メディアは広告需要期である3Qの動きを適切に捉え、前年同期比でほぼ同水準(▲3.3%)まで復調
- ✓ 利益：こうした売上進捗に合わせた適切な販管費コントロールを実施した結果、前年同期比増益(+6.9%)

売上高推移



セグメント利益推移





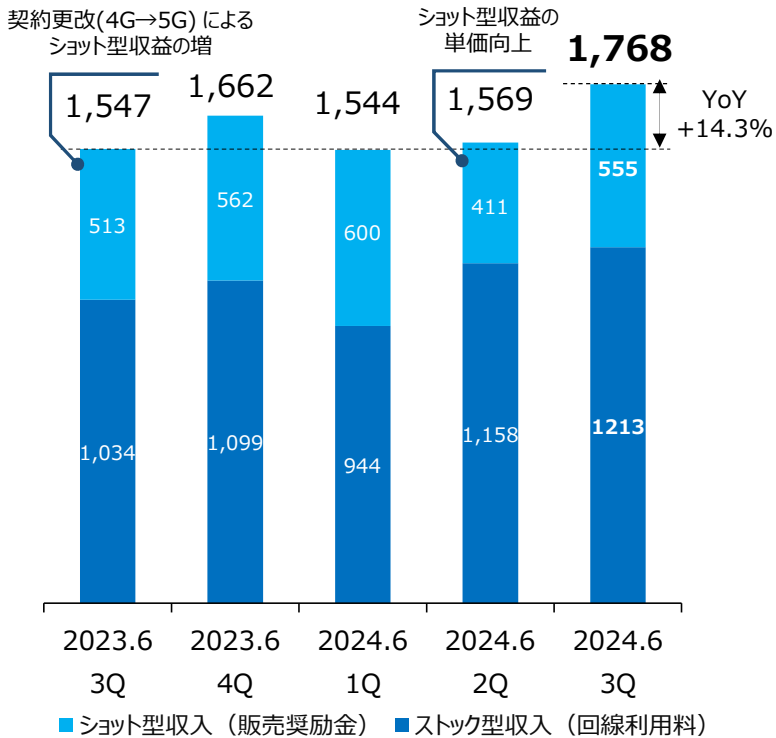
モバイル通信事業

モバイル通信事業①：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：ストック型収入の積み上げに加え、キャンペーン等のショット型収入の単価向上策もあり増収
- ✓ 利益：認知度向上を目的としたTVer広告の開始等、広告投資を増加させたことにより減益

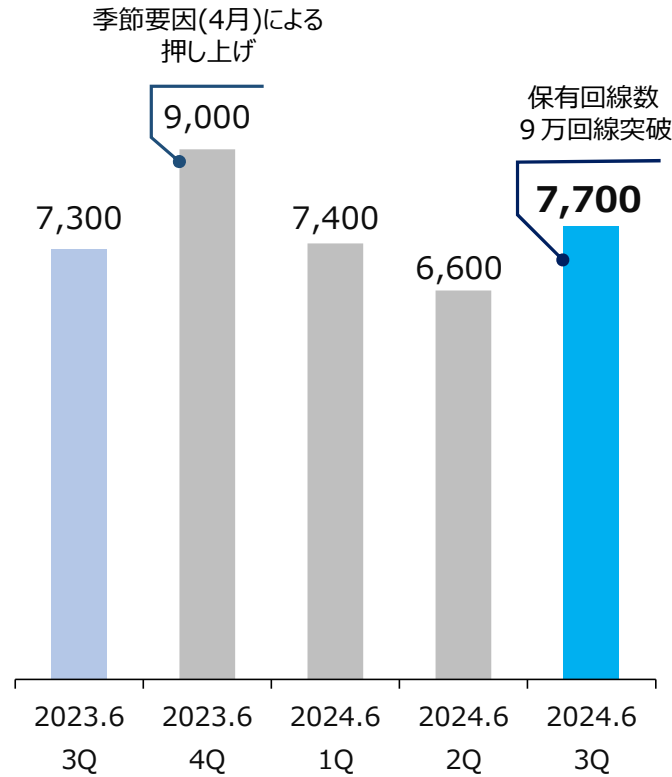
売上高推移

(単位：百万円)



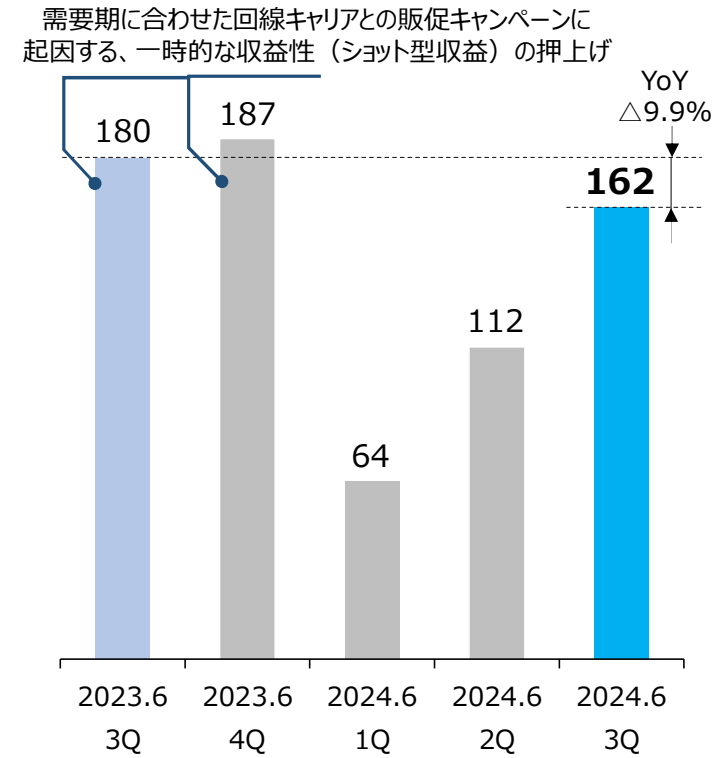
新規回線契約獲得数推移

(単位：件)



セグメント利益推移

(単位：百万円)

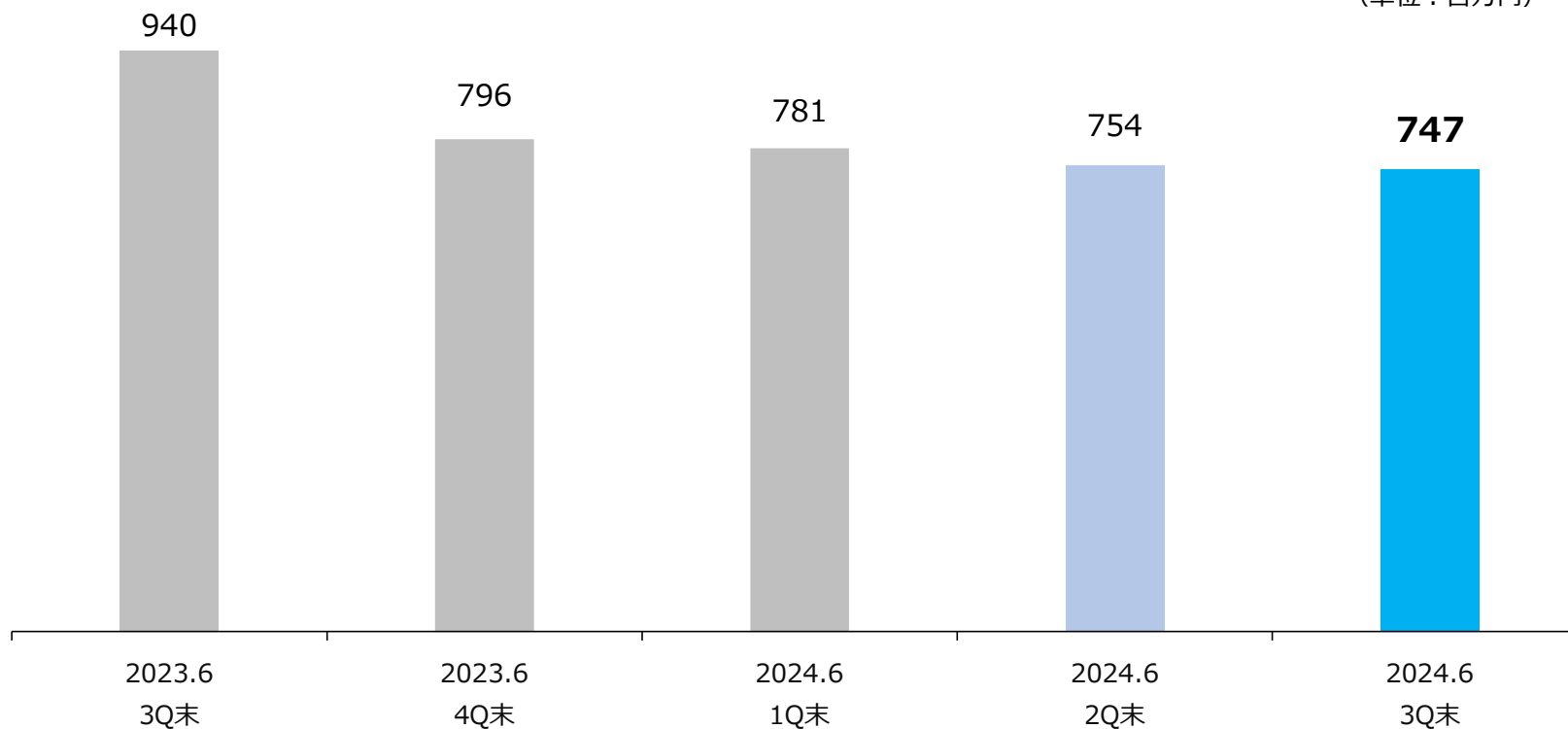


モバイル通信事業②：将来収益推移

- ✓ 現在の保有回線数から見込める将来収益（＝平均契約期間中に見込めるストック型収益の累計額）は、QoQで同水準で推移。今後ともストック型収益の積み上げに向け各種施策を進める方針。

将来収益推移

(単位：百万円)



3

連結業績まとめ



2024年6月期 第3四半期 連結損益計算書

- ✓ 売上高、売上総利益とも過去最高を記録
- ✓ 今後は利益を重視した事業運営をより深化させ、企業価値の向上を図る予定

(単位：百万円)	2023.6 3Q	2024.6 3Q	増減	前年同期比
売上高	11,163	13,258	2,095	118.8%
売上総利益	4,151 (37.2%)	4,821 (36.4%)	669	116.1%
営業利益	39 (0.4%)	106 (0.8%)	66	269.1%
経常利益 (△は損失)	89 (0.8%) <small>(参考：デリバティブ評価益 +4)</small>	△ 227 (- %) <small>(参考：デリバティブ評価損 △279)</small>	△ 316	-
親会社株主に帰属する 四半期純損失	△ 106 (- %)	△ 651 (- %)	△ 544	-

※括弧内は利益率

セグメント情報 2024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
2022.6期	売上高	2,607 (-)	2,885 (-)	3,039 (-)	3,453 (-)	11,986 (-)
	ネット型リユース	1,472 (-)	1,636 (-)	1,623 (-)	1,899 (-)	6,631 (-)
	メディア	109 (-)	114 (-)	126 (-)	144 (-)	493 (-)
	モバイル	1,025 (-)	1,135 (-)	1,290 (-)	1,409 (-)	4,861 (-)
	営業利益 (△は損失)	△ 165 (-)	△ 39 (-)	△ 18 (-)	△ 95 (-)	△ 319 (-)
	ネット型リユース	△ 4 (-)	26 (-)	58 (-)	31 (-)	111 (-)
	メディア	67 (-)	76 (-)	95 (-)	106 (-)	345 (-)
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 (355.7%)	329 (295.6%)
	メディア	128 (191.6%)	102 (133.5%)	99 (104.0%)	113 (106.5%)	443 (128.3%)
2024.6期	売上高	4,106 (111.9%)	4,419 (119.0%)	4,732 (125.3%)	4,957 (125.3%)	18,214 (125.3%)
	ネット型リユース	2,405 (124.2%)	2,706 (126.8%)	2,809 (136.0%)	2,954 (136.0%)	11,074 (136.0%)
	メディア	157 (100.6%)	144 (88.7%)	154 (94.2%)	162 (106.9%)	617 (106.9%)
	モバイル	1,544 (97.9%)	1,569 (110.7%)	1,768 (114.3%)	1,838 (114.3%)	7,720 (114.3%)
	営業利益 (△は損失)	△ 154 (-)	113 (799.0%)	148 (178.3%)	187 (178.3%)	502 (178.3%)
	ネット型リユース	10 (21.3%)	142 (195.0%)	204 (214.7%)	214 (106.9%)	570 (214.7%)
	メディア	81 (63.5%)	72 (71.1%)	106 (106.9%)	106 (106.9%)	365 (106.9%)
モバイル	64 (226.4%)	112 (192.0%)	162 (90.1%)	162 (90.1%)	500 (90.1%)	
調整額	△ 310 (-)	△ 215 (-)	△ 325 (-)	△ 357 (-)	△ 1,207 (-)	

四半期ベースで過去最高

生産性向上フェーズに入り、過去最高収益

季節需要の捕捉と販管費抑制で復調の兆し

広告宣伝費の増により増収減益

※括弧内は前年同期比

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2023.6 4Q末	2024.6 3Q末	増減
流動資産	3,472	4,042	568
現金及び預金	1,643	1,621	△ 21
売掛金	1,111	1,540	428
商品	574	663	88
(うち、個人向けリース) ※	(210)	(293)	82
(うち、マシナリー) ※	(259)	(297)	37
その他流動資産	143	216	73
固定資産	1,380	1,015	△ 365
有形固定資産	429	270	△ 159
無形固定資産	127	65	△ 62
(うち、のれん)	(97)	(46)	△ 51
投資その他の資産	824	679	△ 144
資産合計	4,853	5,056	203

	2023.6 4Q末	2024.6 3Q末	増減
負債	3,151	3,933	781
買掛金	424	621	197
短期有利子負債	1,672	2,387	715
未払金	355	387	32
長期有利子負債	74	64	△ 9
その他負債	625	470	△ 154
純資産	1,701	1,123	△ 578
負債純資産合計	4,853	5,056	203

※商品内訳の残高は、評価損反映前の数値です。

2024年6月期 業績見通しの再修正について

- ✓ 売上高 : 繁忙期の4Qを迎え、前回発表どおり進捗する見通し
- ✓ 営業利益 : 生産性向上策の収益影響が前回発表時の想定を上回り進捗したため、上方修正
- ✓ 経常利益以下 : デリバティブ評価損益については、3Q末株価基準(@777円)で算定のまま据え置き

(単位：百万円)	2023.6期 通期実績	2024.6期 通期予想			前期実績比
		前回発表	今回修正	増減	
売上高	15,257	18,000	18,000	-	118.0%
営業利益 (△は損失)	94	100	180	80	190.2%
経常利益 (△は損失)	278 <small>(内、デリバティブ評価益+219)</small>	△135	△100	35	-
親会社株主に帰属する 当期純利益(△は損失)	290	△547	△540	7	-

株主優待制度の新設について

- ✓ 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、株主優待制度の新設を決定いたしました。

✓ 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



4

Appendix

[会社案内動画](#)



過年度実績

- ✓ 売上・粗利の成長トレンドつづく
- ✓ 当期投資方針は、既存投資の最適化・再配分により回収の早期最大化を優先する考え

(単位：百万円)	2020.6 3Q	2021.6 3Q	2022.6 3Q	2023.6 3Q	2024.6 3Q
売上高	7,885	8,119	8,532	11,163	13,258
売上総利益	3,019	2,922	3,031	4,151	4,821
販管費合計	2,576	2,824	3,255	4,112	4,714
広宣費＋販促費	459	389	669	960	826
人件費＋採用関連費	835	1,053	1,152	1,441	1,813
地代家賃(含、敷金償却)	178	202	235	247	297
その他	1,104	1,180	1,199	1,464	1,778
営業利益	443	98	△ 223	39	106

通期業績予想（セグメント別売上高）

	2023年6月期		2024年6月期
	実績		業績予想
売上高	152億円		180億円
ネット型リユース	83億円		109億円
個人向けリユース	61億円		79億円
マシナリー	21億円		29億円
おいくら	1億円		1億円
メディア	7億円		6億円
モバイル	62億円		65億円
営業利益	0.9億円		1.8億円
営業利益率	0.6%		1.0%

同業他社比較

✓ リユース市場のCAGRが6.2%であるなか、当社ネット型リユース事業の成長率（2024.6期3Q（3か月間）のYoY）は高水準を維持

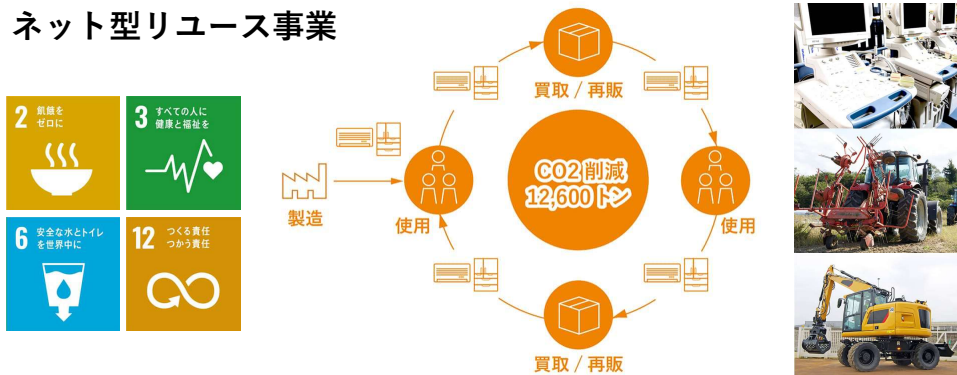
	売上高増減率	粗利増減率
当社 (ネット型リユース事業)	+36.0%	+26.1%
(他社参考)		
A社	+34.2%	+29.6%
B社	+26.2%	+25.2%
C社	+22.1%	+17.2%
D社	+14.9%	+12.5%
E社	+10.2%	+10.3%
F社	+17.1%	+10.2%
G社	+8.1%	+8.3%
H社	+10.6%	+7.6%

※他社増減率は直前四半期累計期間における連結PL売上高・粗利のYoY

SDGsの取り組み

当社の中核であるネット型リユース事業を通じて、循環型社会の推進や多様な外部パートナーと積極的に連携しながらさまざまな取り組みを進めています。

● ネット型リユース事業



● 楽器寄附ふるさと納税

● 「捨てない暮らし」の提案で廃棄処理量の削減や循環型社会形成を目指す

● 捜査機関との連携



● 内閣府「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」参画

地方創生SDGs官民連携プラットフォーム



私たちは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

● ボードメンバー多様化の取り組み



2023年9月に野田優子氏が当社社外監査役に就任したことに伴い、監査役を含む当社ボードメンバーの社外役員比率は67%、女性役員比率は11%となっています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



今後のIR説明会について

✓ 個人投資家向けIR説明会

開催予定日時	会場	主催	申込み詳細
2024年5月23日(木)19:00-	オンライン	グロースキャピタル	https://growth-ir.com/event.php?id=19
2024年5月30日(木)18:30-	オンライン	SBI証券	https://go.sbisec.co.jp/ir/ir_top.html
2024年6月17日(月)	オンライン	湘南投資勉強会	(詳細決まり次第、弊社IRサイトにてお知らせいたします)



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。



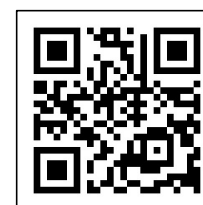
IRメール配信サービス

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

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



持続可能な社会を実現する
最適化商社