



2024年6月期 通期決算説明資料

2024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

当期決算概況および来期業績予想 (P.2~)

2

セグメント別事業概況 (P.12~)

3

連結業績まとめ (P.45~)

4

Appendix (P.50~)

1

当期決算概況および来期業績予想



2024年6月期 通期決算ハイライト

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、**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 : 19,008百万円 (前年同期比 +24.6%)
- ・売上総利益 : 6,941百万円 (前年同期比 +19.3%)

営業利益

✓ **1QビハインドののちV字回復。2Q黒字転換後は増益続く (1Q △154M→2Q 113M→3Q 148M→4Q 192M)**

- ・営業利益 : 298百万円 (前年同期比 +215.7%)

経常利益・純利益

✓ 期末において営業外費用にデリバティブ評価損197百万円 (詳細P51参照) の計上があったものの、**経常利益は黒字転換**

- ・経常利益 : 40百万円 (前年同期比 △85.5%)

✓ 純利益については、2Qにおいて特別損失に減損損失190百万円 (詳細P11参照) を計上したため、

- ・当期純損失 : 476百万円 (前年同期は290百万円の利益)

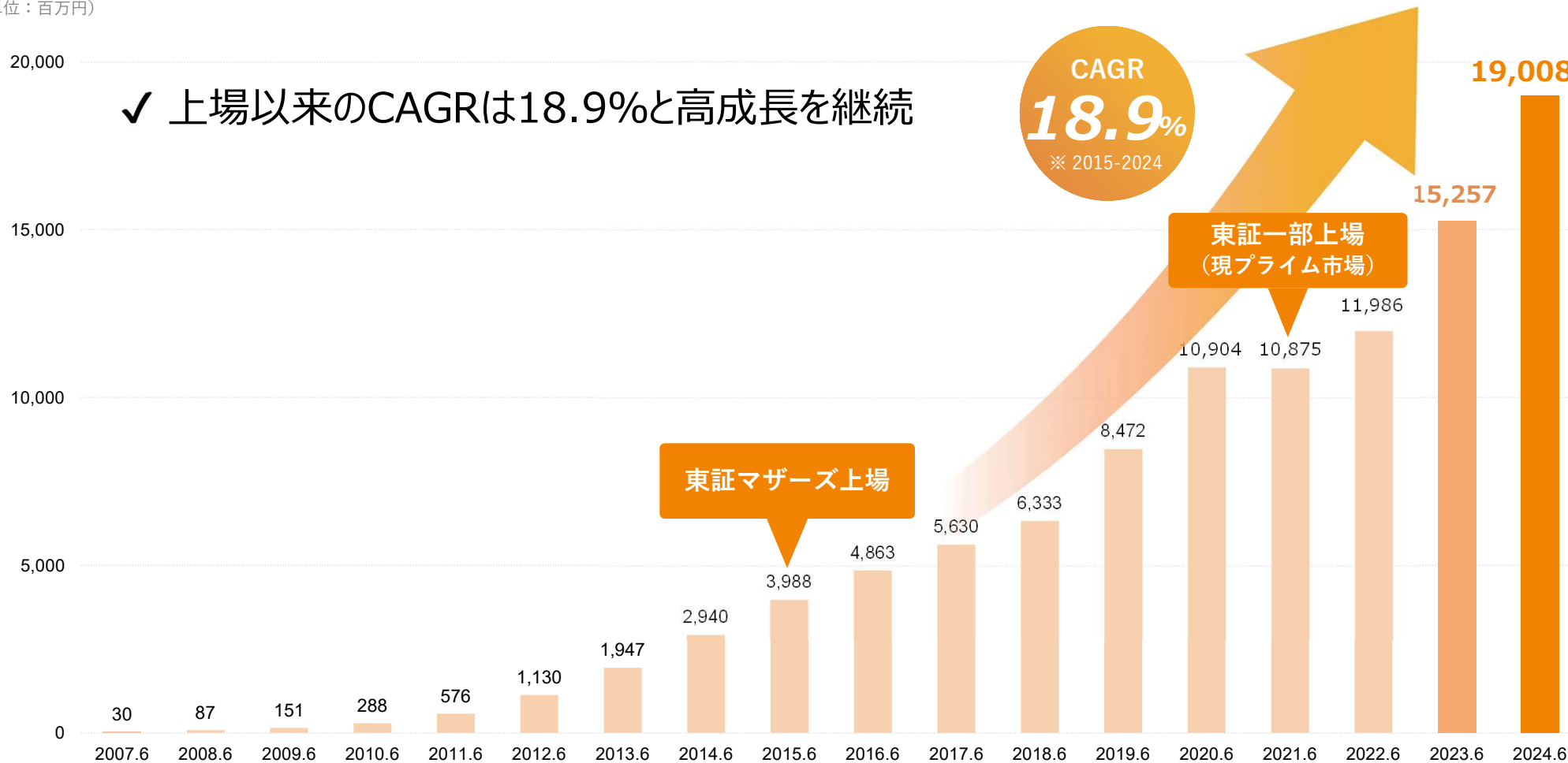
2024年6月期 業績進捗結果

- ✓ 売上高 : 2Qでの下方修正後急ピッチに進んだ生産性改善により、増収つづく
- ✓ 営業利益 : 増収効果により、6月公表の業績予想値からさらに20%近く増益し着地
- ✓ 経常利益以下 : 株価上昇に伴うデリバティブ評価損の縮小により経常ベースでも黒字転換 (詳細P52参照)

(単位：百万円)	2024.6期 修正予想 (2/14公表)①	2024.6期 修正予想 (5/14公表)②	2024.6期 修正予想 (6/14公表)③	2024.6期 通期実績 (8/14公表)④	最終進捗率 ④÷③
売上高	18,000	18,000	↑ 18,500	↑ 19,008	102.7%
営業利益	100	↑ 180	↑ 250	↑ 298	119.2%
経常利益 (△は損失)	△135	↑ △100	↑ △55	↑ 40	(黒字転換)
親会社株主に帰属する 当期純利益(△は損失)	△547	↑ △540	↑ △520	↑ △476	(赤字幅縮小)

創業以降の売上高の成長推移

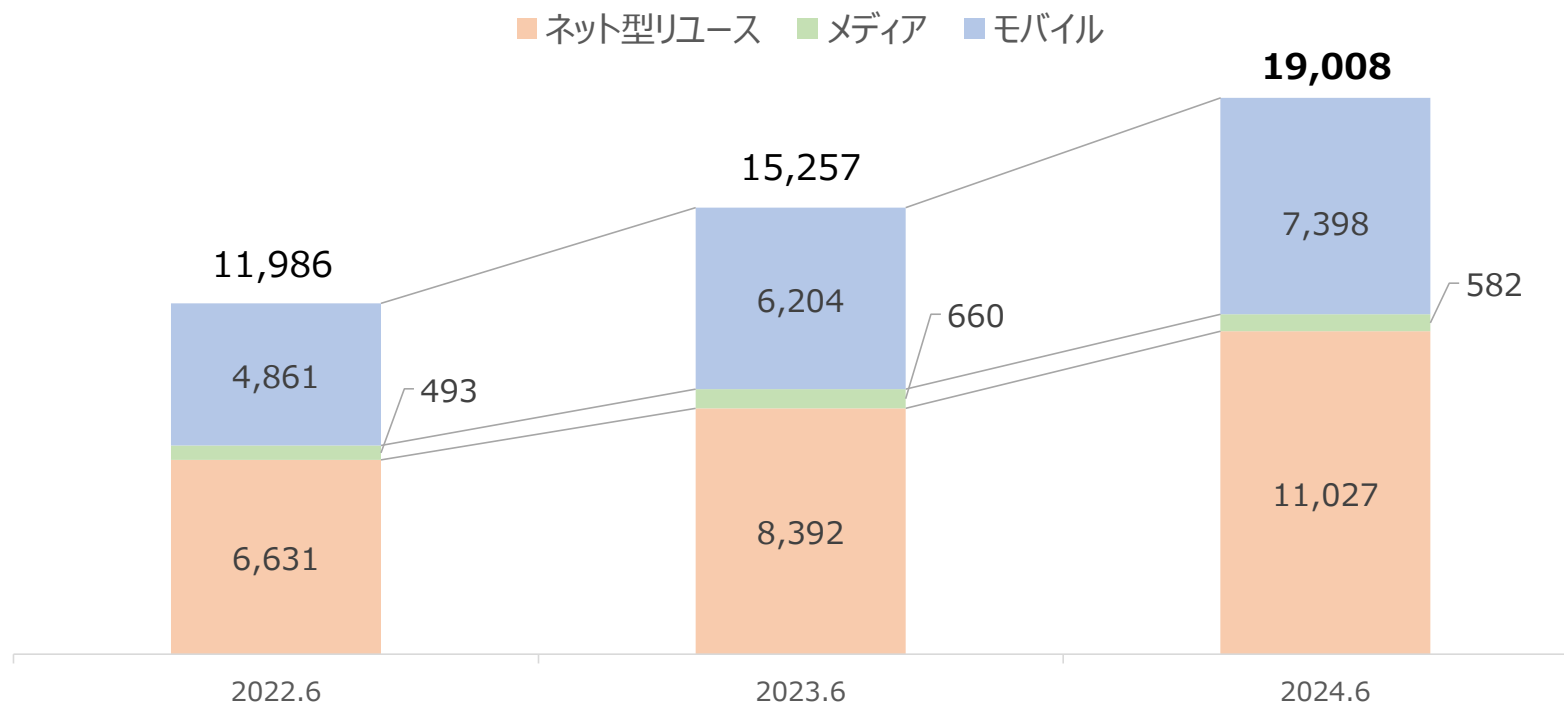
(単位：百万円)



2024年6月期 通期 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高成長がつづく（前年同期比+31.4%）
- ✓ メディアはアルゴリズムアップデートの影響で減収も復調の兆し(前年同期比△11.8%)(詳細P41参照)
- ✓ モバイルは新規回線の獲得が好調に推移し増収（前年同期比+19.2%）

(単位：百万円)



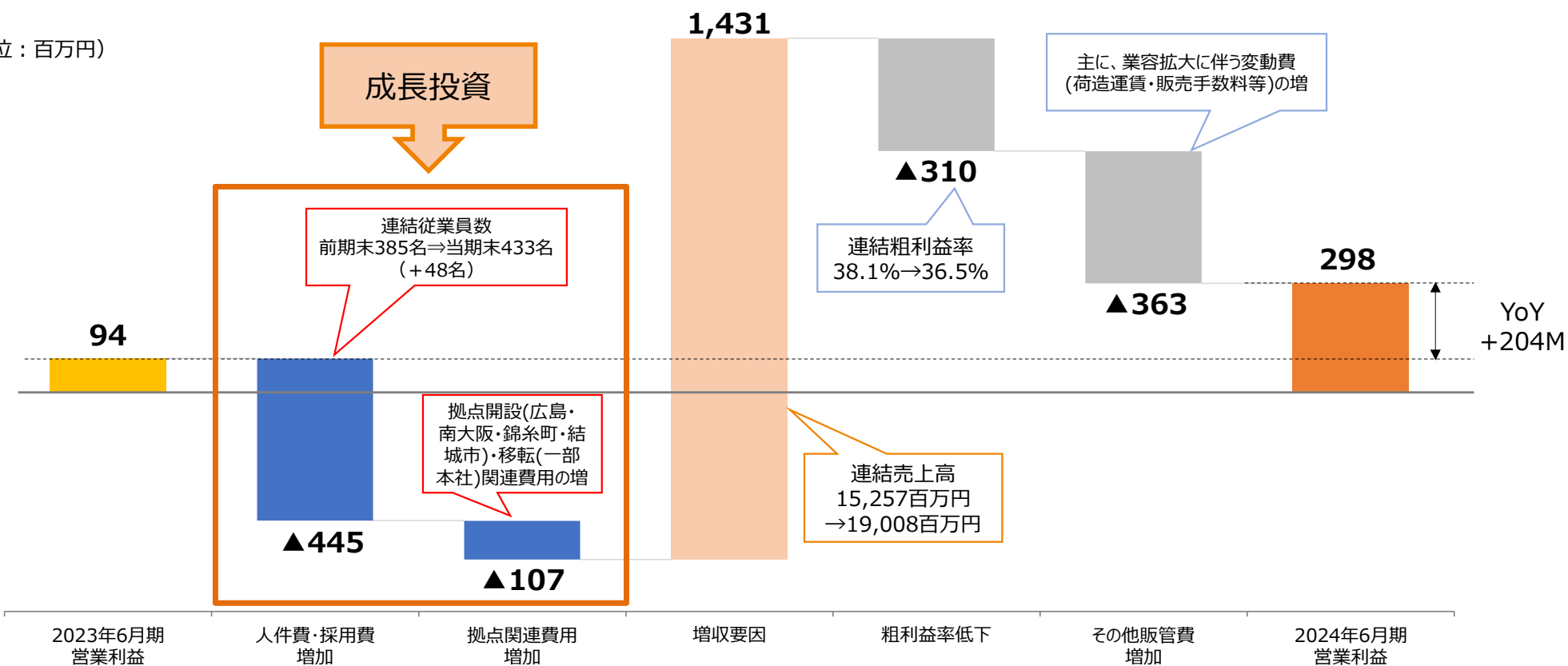
2024年6月期 通期 営業利益の増減益分析

✓ ①増益要因 = 増収効果により1,120百万円の増

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916百万円の減

➡事業を成長軌道に乗せるための先行投資期間は終了し、引き続きシステム投資・人的投資は重視するものの来期以降、全体としての販管費率は逡減見込み

(単位：百万円)



2025年6月期 業績見通し

- ✓ 売上高 : 生産性向上策の進捗と2024年4月以降の増員効果により、引き続き2桁の増収を目指す
- ✓ 営業利益 : 増収効果および販管費率の低減により増益の見込み
- ✓ 経常利益 : 営業増益により大幅増益の見込み
- ✓ 当期純利益 : 経常利益の伸長により黒字転換の見込み

(単位：百万円)	2024.6期 通期実績	2025.6期 通期予想	増減	当期実績比
売上高	19,008	23,000	3,992	121.0%
営業利益	298	700	402	234.3%
経常利益	40 <small>(内、デリバティブ評価損▲197)</small>	650 <small>※</small>	610	1625.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益(△は損失)	△476	330	806	-

※デリバティブ評価損益については算定困難なため見込んでおりません

2025年6月期 業績見通しの基本となる考え方①



業績予想の基本的考え方

- ✓ 売上高 : 各セグメントの市場成長性に加え、それを上回る上場来CAGR 18.9%という高い成長率を継続
- ✓ 営業利益 : 増収効果およびそれに伴う販管費率の低減により、2025年6月期において過去最高となる7億円の営業利益達成を計画し、以降連続増益を目指す（費用・損失項目の考え方についてはP10参照）
- ✓ 経常利益 : 業績の伸長およびそれに合わせた株主還元の実施（後述）により、株価が安定的上昇基調に向かうことを前提に、現在のデリバティブ契約については順次見直しの方針
- ✓ 純利益 : 上記のとおり、営業利益の増加および経常利益の安定化により最終利益ベースでも黒字化を見込む

株価および株主還元に関する基本的な考え方

基本的には業績伸長による企業価値そのものの向上を目指す方針に変わりはないが、業績進捗の節目節目で、具体的株主還元の計画（株主優待制度の内容拡充や配当開始時期の検討等）についても議論を進める方針

2025年6月期 業績見通しの基本となる考え方②

費用・損失に関する基本的考え方

✓ 以下の、費用・損失については2025年6月期には計上されません

内容	科目	2024年6期計上額（概算）
拠点開設（広島・南大阪・錦糸町・結城市） および移転（一部本社）関連費用	販管費	107百万円
減損損失（詳細P11参照）	特別損失	190百万円
計		297百万円

※但し、本社移転関連費用の一部（概算70百万円）については2025年6月期にも発生予定

✓ また、ここ数年の成長投資に付随した、システムおよび人的資本への先行投資は今後均衡状態へ移行の予定

その他業績に関する説明事項（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）

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、第2四半期末時点において、当初計画に比し収益化の遅延が生じており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、新規拠点（広島・南大阪・錦糸町）等事業拠点の設備・備品などの帳簿価額を第2四半期において減損処理
- ・第2四半期末時点における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リカバリ中

通期における影響額

- ・通期における影響額 = 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

2

セグメント別事業概況

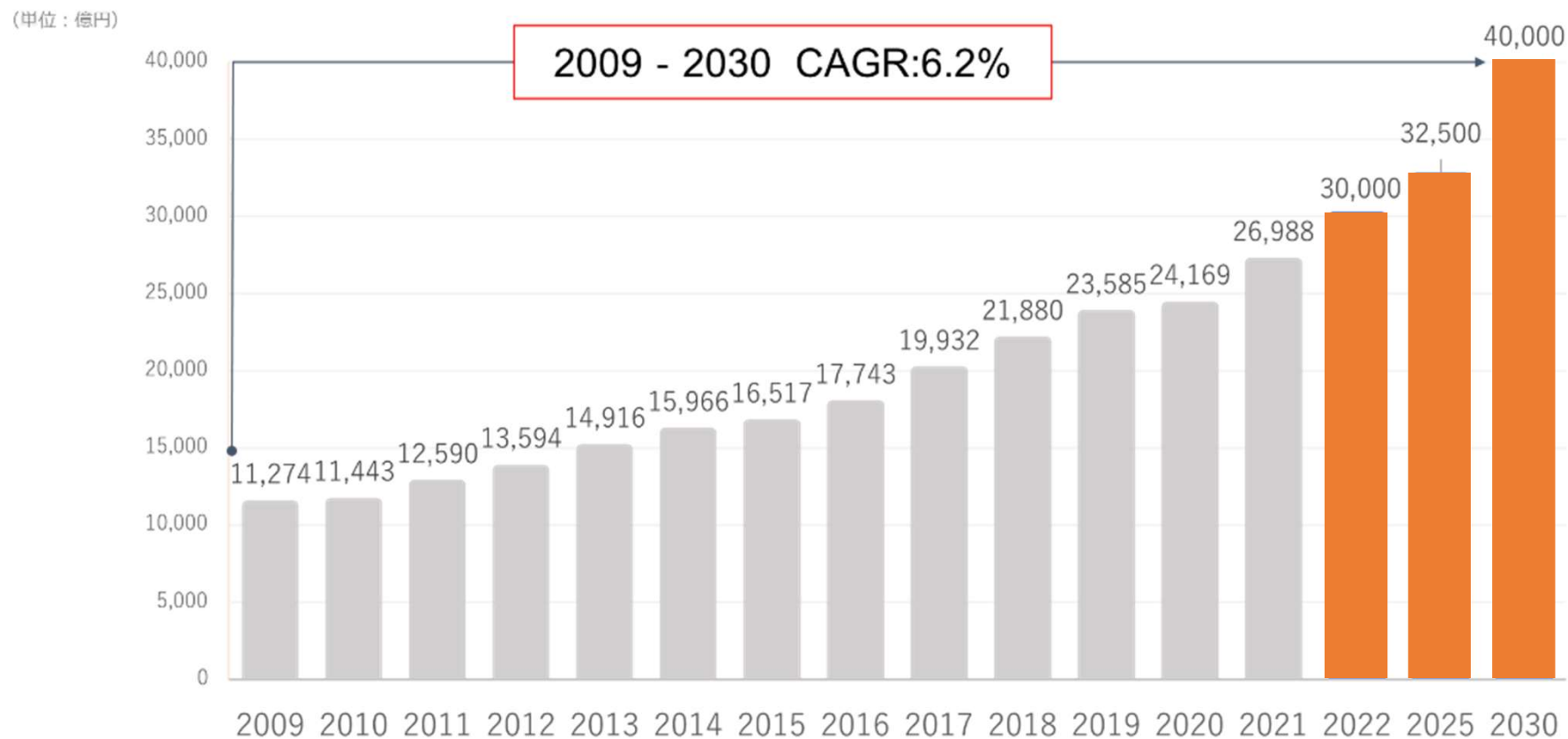




ネット型リユース事業

市場認識

✓ リユース市場は順調に拡大



出典：リユース経済新聞より当社作成

ネット型リユース事業 2024年6月期 第4四半期実績



- ✓ 売上高 : 31億 6百万円 (前年同期比+37.8%)
 - ✓ 売上総利益 : 12億23百万円 (前年同期比+19.8%)
 - ✓ セグメント利益 : 1億96百万円 (前年同期比+75.7%)
- 3Qに続き四半期ベースの過去最高を更新
 → 3Q+4Qで半期4億円を見込める水準に

(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 (131.6%)	2,134 (130.5%)	2,065 (127.3%)	2,254 (118.7%)	8,391 (126.6%)
		個人向けリユース	1,455 (121.0%)	1,519 (115.9%)	1,546 (124.2%)	1,624 (117.5%)	6,145 (119.6%)
		マシナリー	444 (187.6%)	578 (196.5%)	486 (140.7%)	594 (121.9%)	2,104 (154.1%)
		おいくら	36 (113.2%)	37 (119.3%)	32 (101.0%)	36 (120.3%)	142 (113.3%)
	2024.6期	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%)
		個人向けリユース	1,726 (118.7%)	1,956 (128.8%)	2,047 (132.4%)	2,196 (135.2%)	7,927 (129.0%)
		マシナリー	636 (143.1%)	705 (122.0%)	719 (147.8%)	867 (145.9%)	2,929 (139.2%)
		おいくら	41 (113.1%)	43 (117.2%)	43 (133.7%)	42 (117.6%)	171 (120.0%)

※括弧内は前年同期比

ネット型リユース事業 売上高・セグメント利益 四半期推移

- ✓ 2022.6期以降、売上高の年平均成長率は+30%前後と高水準で推移
- ✓ 利益面でも、2024.6期1Qの谷を境にV字回復

(単位：百万円)





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

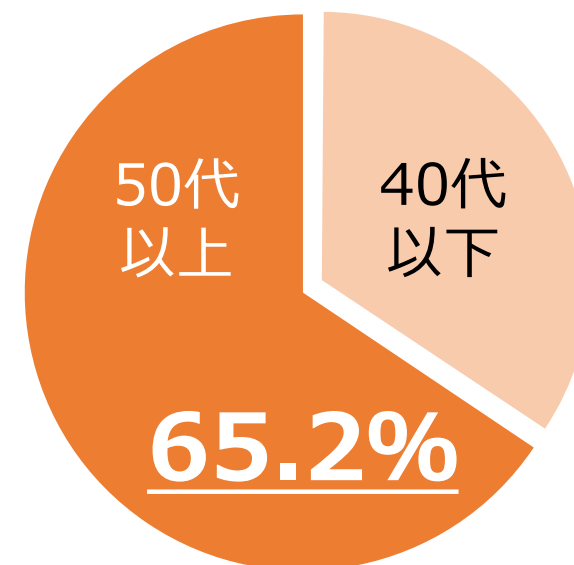
● リユース市場のポテンシャル

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』

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

顕在市場規模 = 3.0兆円



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

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

個人向けリース③：2024年6月期 第4四半期実績



✓ 売上高：21億96百万円（前年同期比+35.2%）
 ✓ 粗利益：9億88百万円（前年同期比+21.7%）

3Qに続き売上高・粗利益とも
 四半期ベースで過去最高を更新

(単位：百万円)		1Q		2Q		3Q		4Q		計	
2022.6期	売上高	1,202	(-)	1,310	(-)	1,245	(-)	1,382	(-)	5,140	(-)
	粗利額	501	(-)	584	(-)	544	(-)	614	(-)	2,245	(-)
	粗利率	41.7%	(-)	44.6%	(-)	43.7%	(-)	44.5%	(-)	43.7%	(-)
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	(132.2%)	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%]	(-)

※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・2Q）

- ✓ 出張買取商圈および業務処理能力の拡大を目的に新規拠点開設（2023/9、11）
- ✓ 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



〔参考〕 拠点開設等関連投資額(再掲)
：107百万円 (2024.6期販管費計上額)

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

〔参考〕 中古自動車事業売上高 (2024.6期通期)
：665百万円

個人向けリユース⑤：直近のアクション概要（2Q～）

概要

先行投資は計画通り進捗したものの、1Qにおいて投資回収計画に遅れ

2Q以降、対策と改善を着実に進め、生産性は着実に向上
→ **2QにてV字回復後、増益続く**

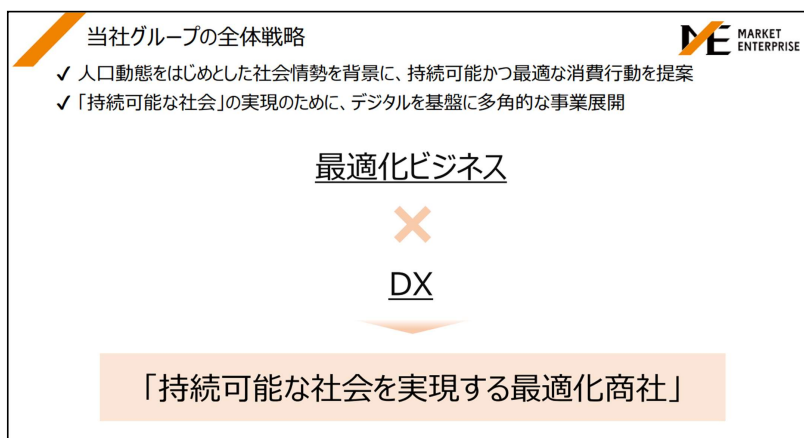
対策・改善

- ✓ DX等、テクノロジーの活用（詳細P23～24参照）
- ✓ 買取見込額に応じた買取チャネル（出張・宅配・店頭）の再最適化
- ✓ 人員配置の最適化
- ✓ 高単価商材への到達ロジックの見直し
 ➡ 上流工程（コンタクトセンターによるヒアリング能力等）の強化
- ✓ 商品別販売チャネルの見直しによる粗利率の引き上げ

個人向けリユース⑥：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

(2023年6月期通期 決算説明資料より抜粋)



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～）

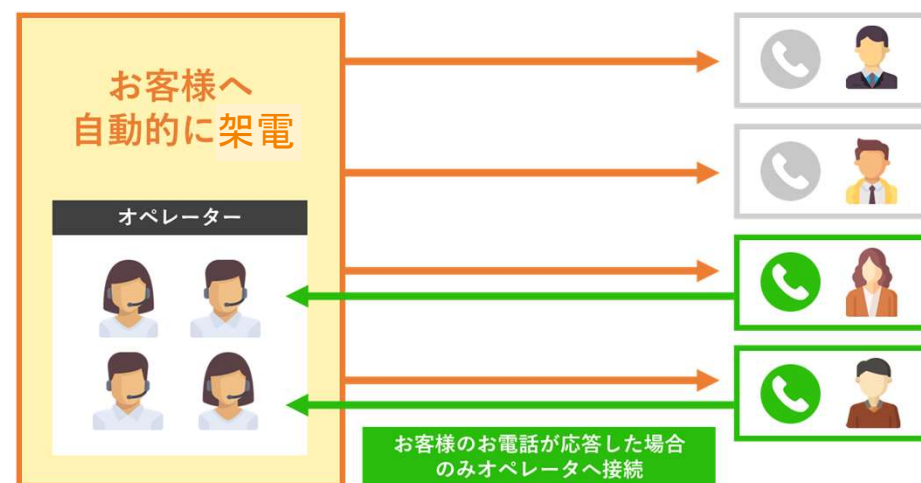
- ✓ 新たに日報システムとして、ダッシュボードによる生産性指標（買取実績額等）のデイリーでのフィードバックと、マネージャーとのコミュニケーション機能を強化。課題の発見と解決サイクルをスピードアップ

個人向けリユース⑦：直近のアクション概要（4Q）

- ✓ 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

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



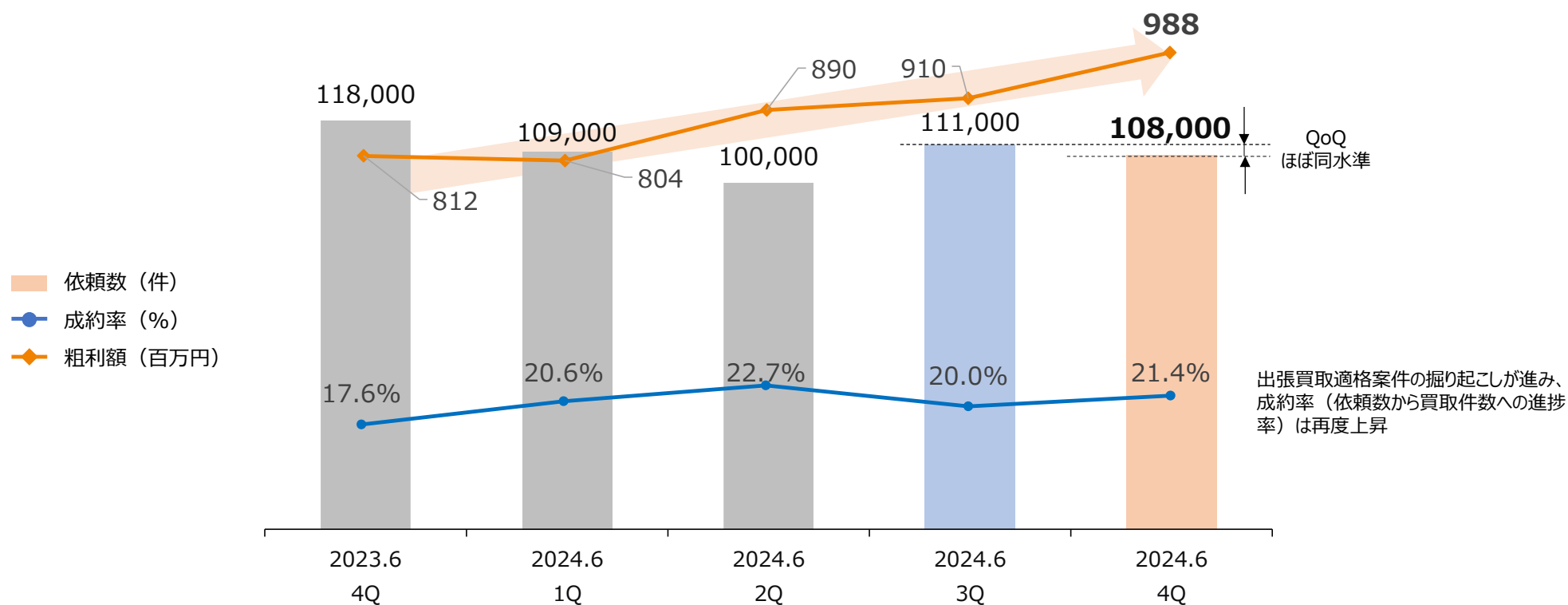
顧客メッセージツールのバージョンアップ（4Q）

- ✓ 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⑧：買取依頼数推移

✓ 依頼数はQoQ同水準にて推移。一方の依頼数あたり粗利単価は引き続き上昇

四半期別 粗利額・依頼数推移

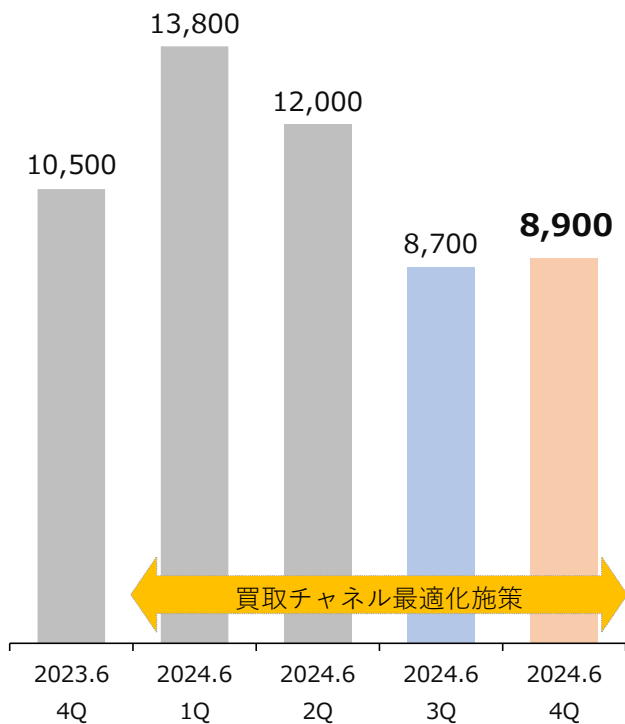


個人向けリユース⑨：チャネル別買取件数推移

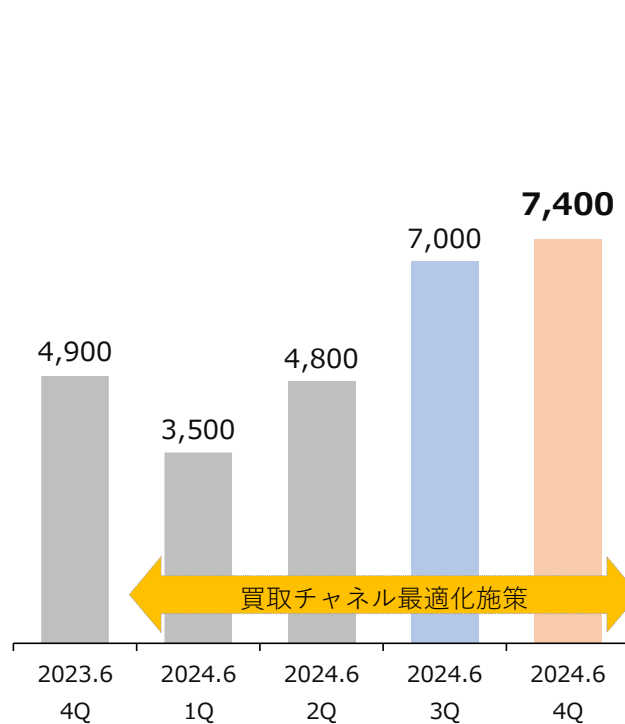
- ✓ 買取チャネルの最適化施策は順調に進捗。出張買取案件の掘り起こしを起点に、宅配買取件数も伸長。想定利益をもとにしたチャネルの振分けはバランスよく積み上がり、総件数としてもYoYで+11.1%の増加（前期4Q・20,800件→当期4Q・23,100件）

（単位：件）

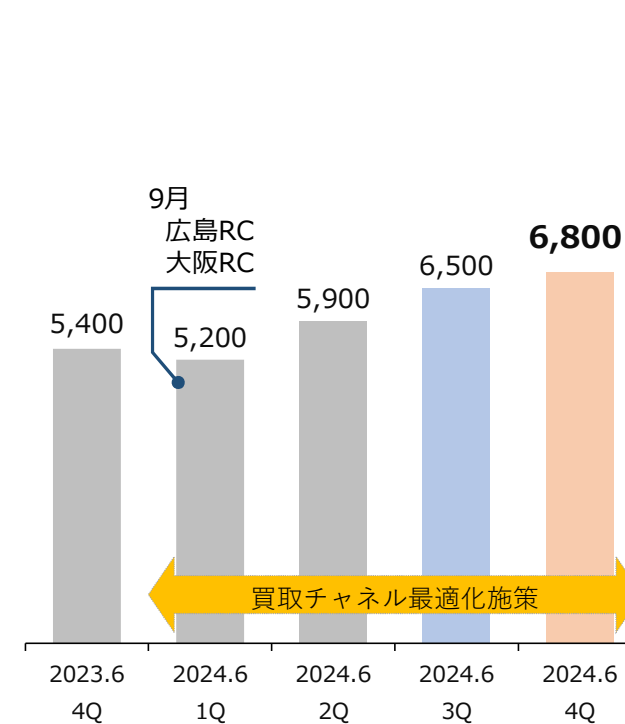
出張買取件数推移



宅配買取件数推移

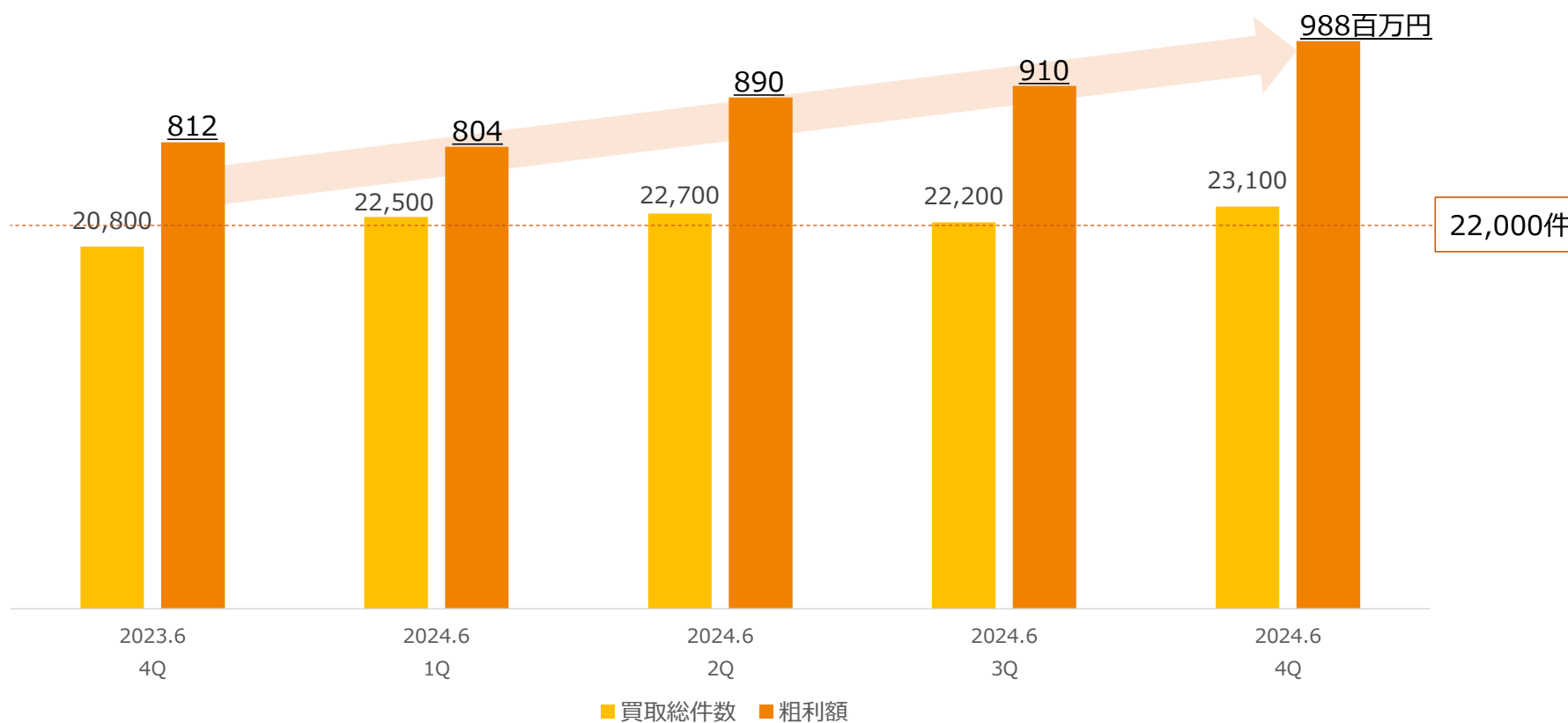


店頭買取件数推移



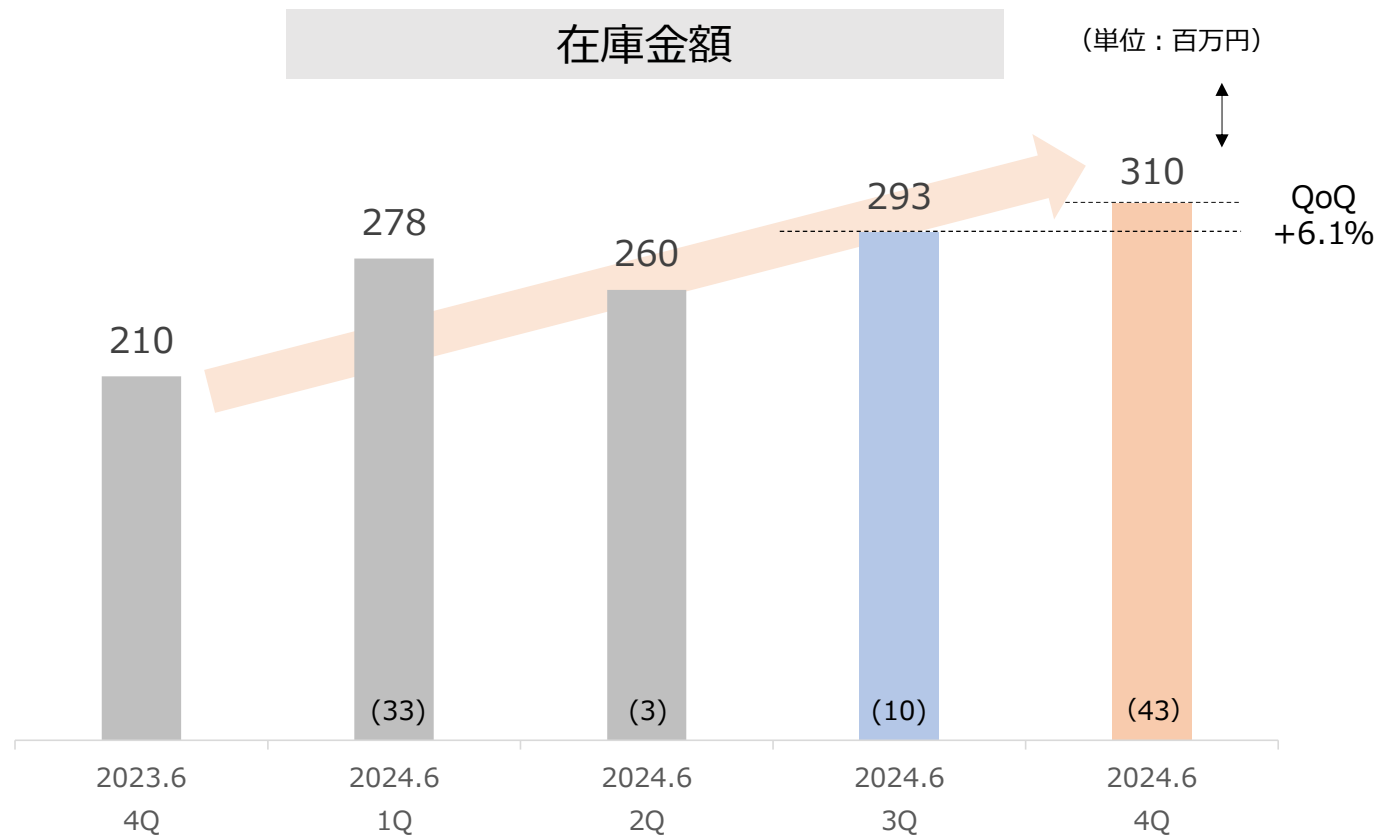
個人向けリユース⑩：粗利額・買取総件数推移（参考）

- ✓ 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⑪：在庫状況

✓ 商品在庫も順調に伸長



※括弧内は中古車の在庫金額 (内数)



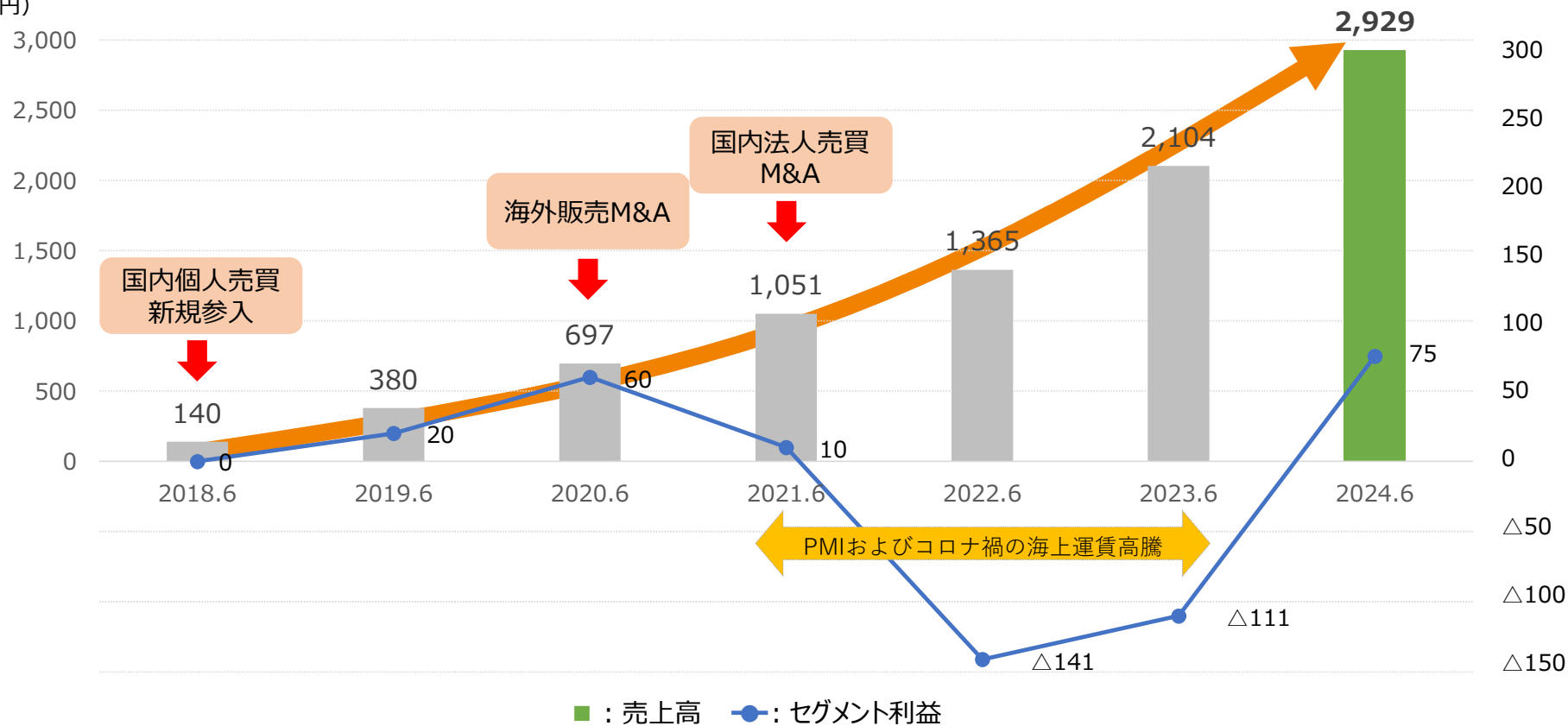
ネット型リユース事業

- 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：売上高・セグメント利益 年度推移

- ✓ 6年間で売上高は20倍超に
- ✓ 前期4Qにターンラウンドを終え、当期は過去最高益で黒字転換

(単位：百万円)



マシナリー②：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③：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P35参照）、取引社数は850社超まで拡大
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。
当期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P34参照）

マシナリー④：直近のアクション概要（4Q）

サイト多言語化対応

- ✓ 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

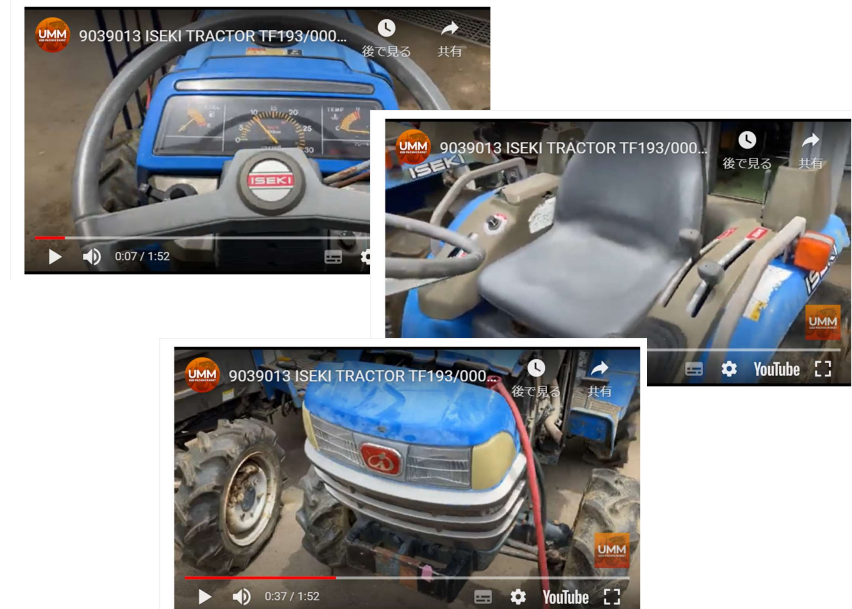
(3/22～英語・スペイン語、4/1～フランス語・ロシア語・ドイツ語・ポルトガル語)



(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。

商品紹介動画の実装

- ✓ 現品チェックが難しい海外ユーザーの不安を解消すべく、販売サイト(FARMMART)において稼働状況等が確認できる商品紹介動画の実装を開始

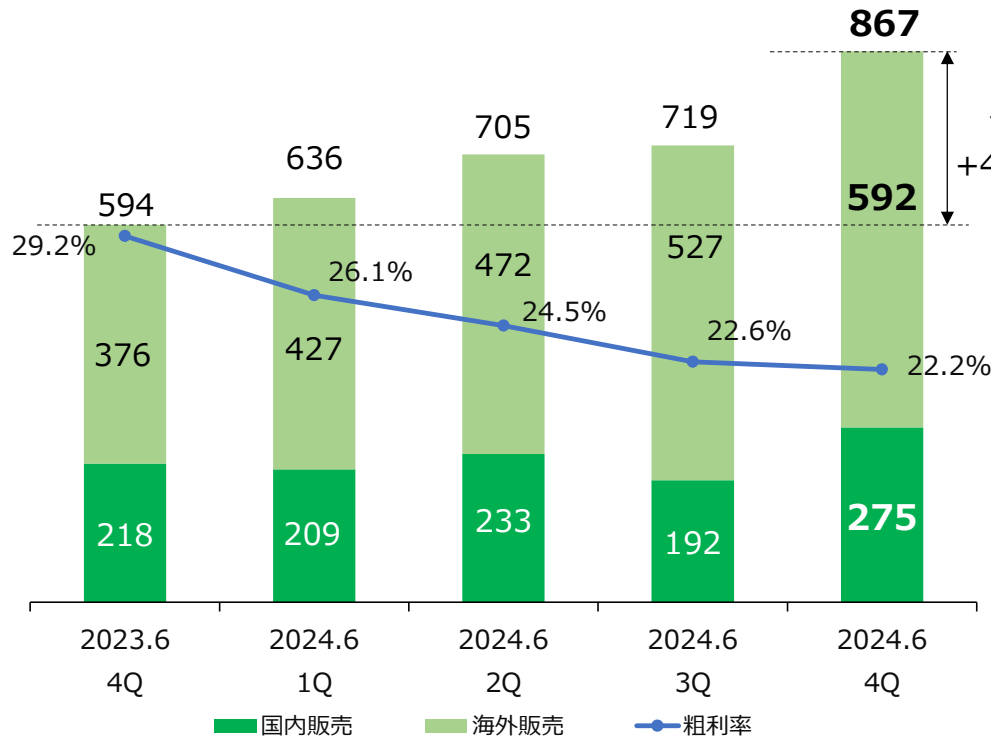


マシナリー⑤：四半期別業績推移

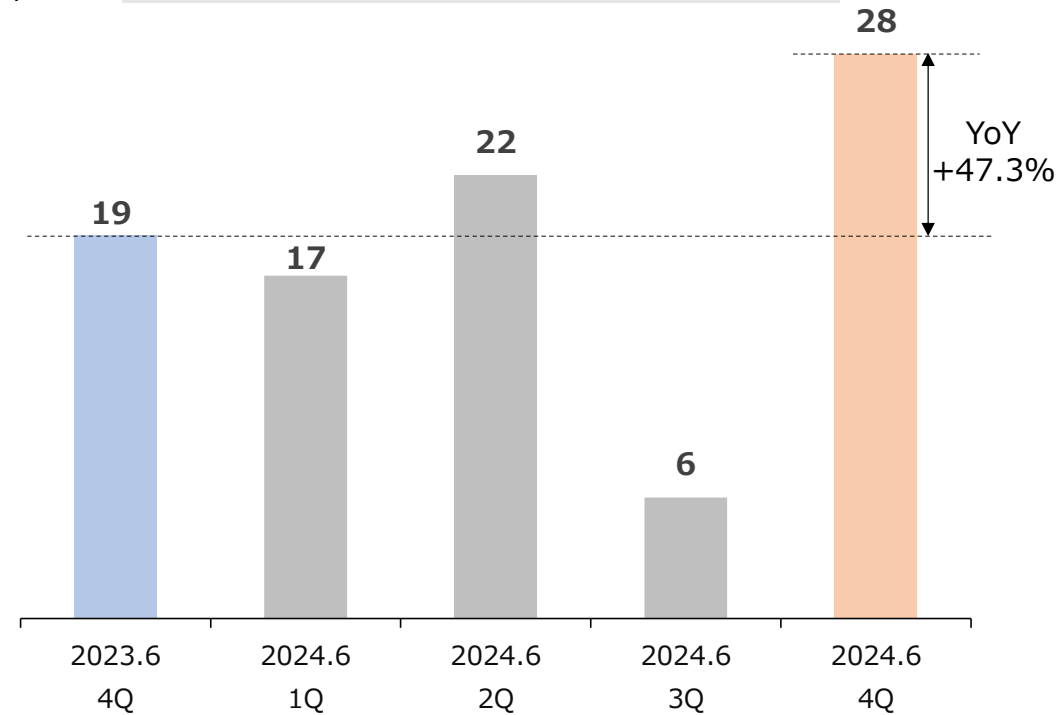
- ✓ 売上高：8億67百万円（前年同期比+45.9%） 海外拡販策が奏功し、四半期売上としては引き続き過去最高
- ✓ 利益：28百万円（前年同期比+47.3%） 法人仕入の増加に伴い粗利率は低下するも、仕入活動は安定化

販路別売上高・粗利率推移

(単位：百万円)



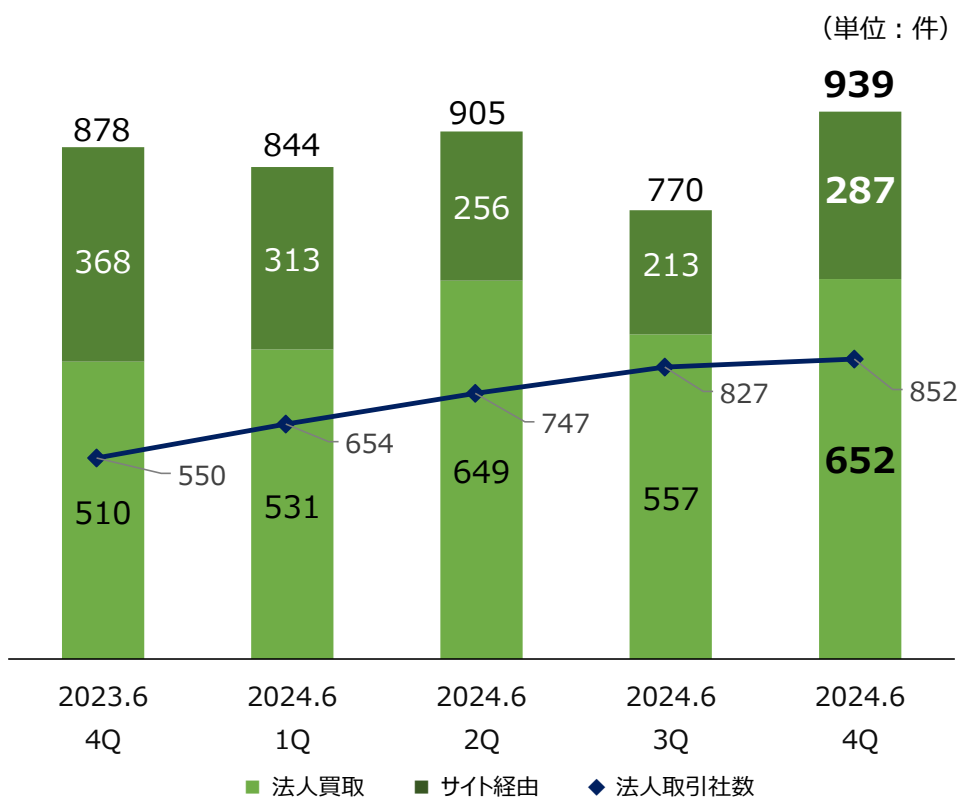
セグメント利益推移 (参考値)



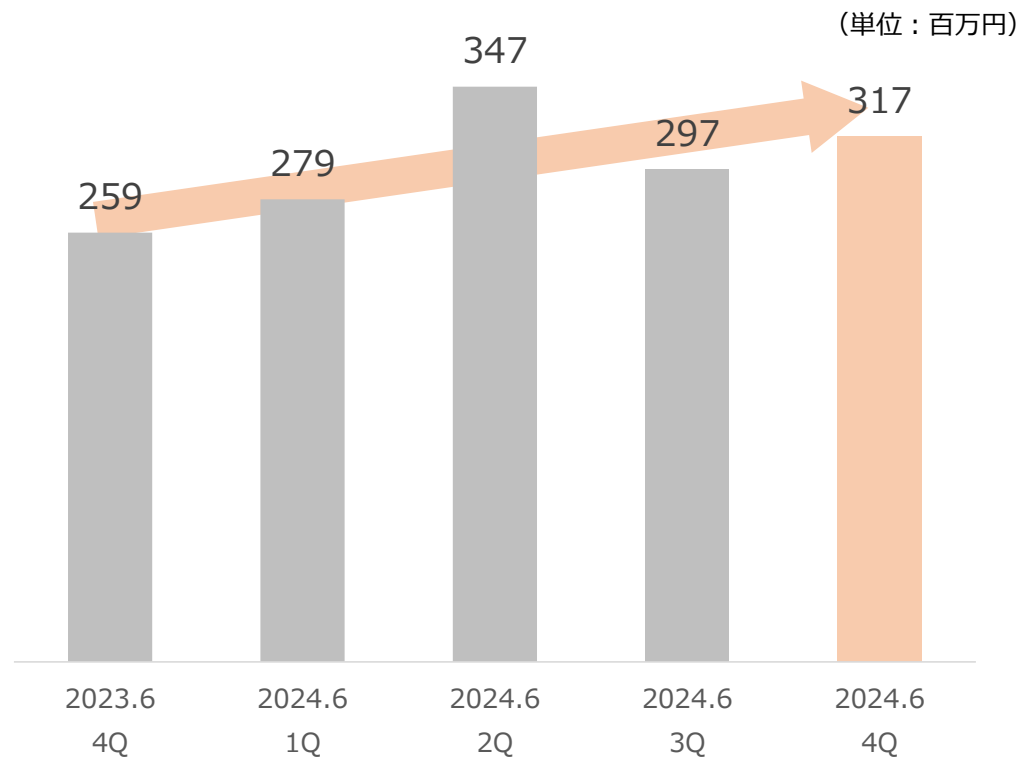
マシナリー⑥：買取件数及び在庫状況

✓ 法人仕入の安定化により、在庫高は再び増加傾向

買取件数



在庫金額





ネット型リユース事業

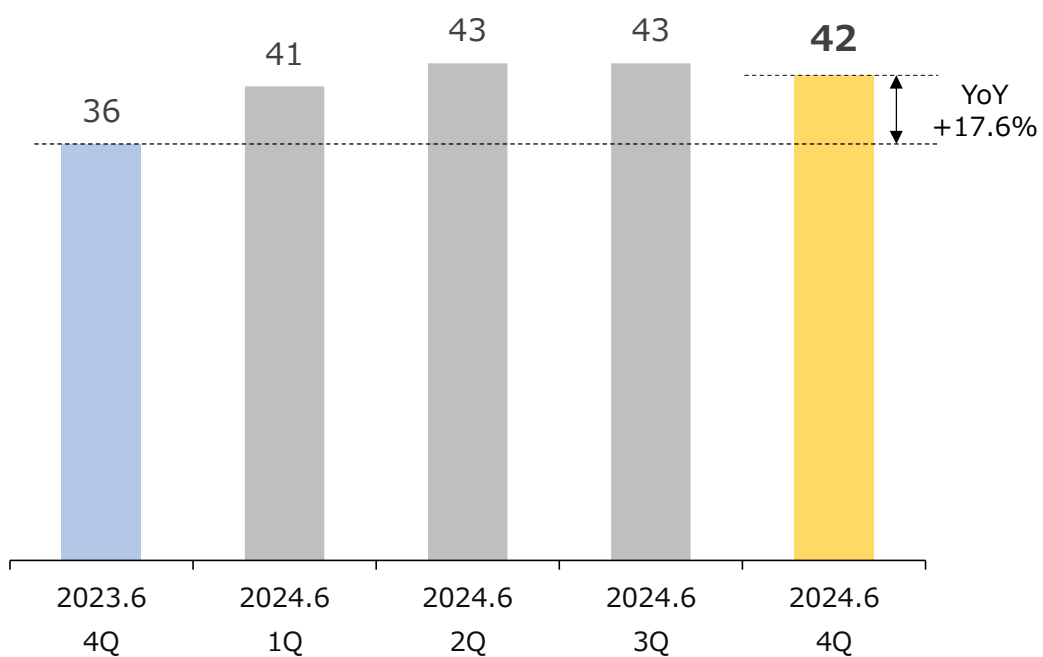
- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

おいくら①：売上高及び加盟店数推移

- ✓ 売上・利益：売上高は前年同期比+17.6%。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（参考:セグメント利益率…前期 24.4%→当期 41.6%）
- ✓ 加盟店数：年度最終月(6月)に締結した大型提携により、加盟店数は大幅増加。来期以降、収益貢献の見込み

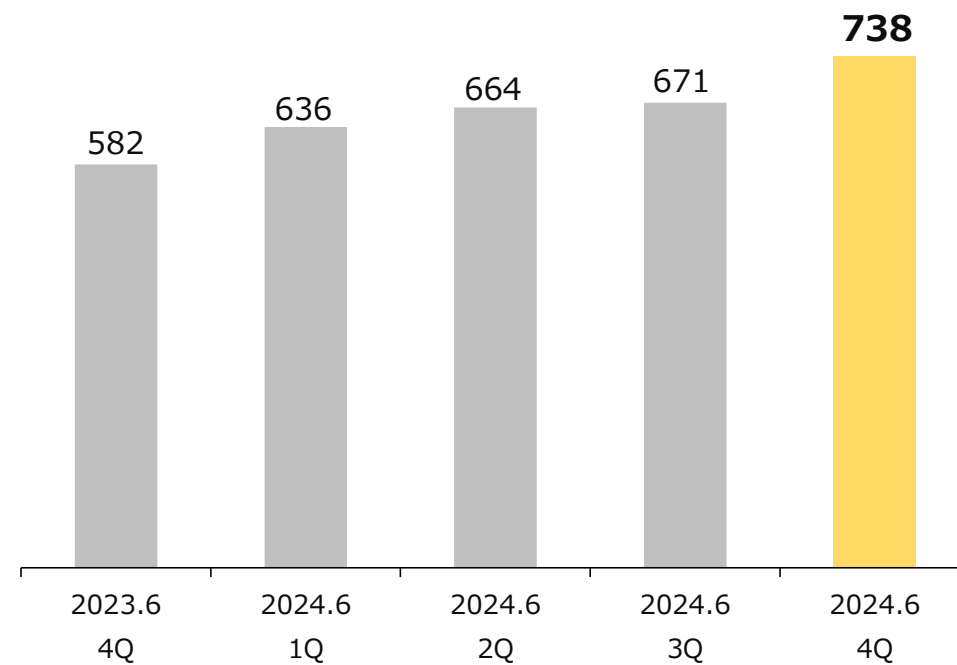
売上高推移

(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

- ✓ 連携自治体数は、前期末・50自治体から当期末・142自治体と、約3倍に拡大
- ✓ 7/1の練馬区との連携開始により、連携自治体による人口カバー率（連携自治体の人口÷日本の総人口）は33.3%に到達（※なお、「おいくら」Web買取依頼数 年間15万件のうち、3分の1超が自治体からの流入）

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

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 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」)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

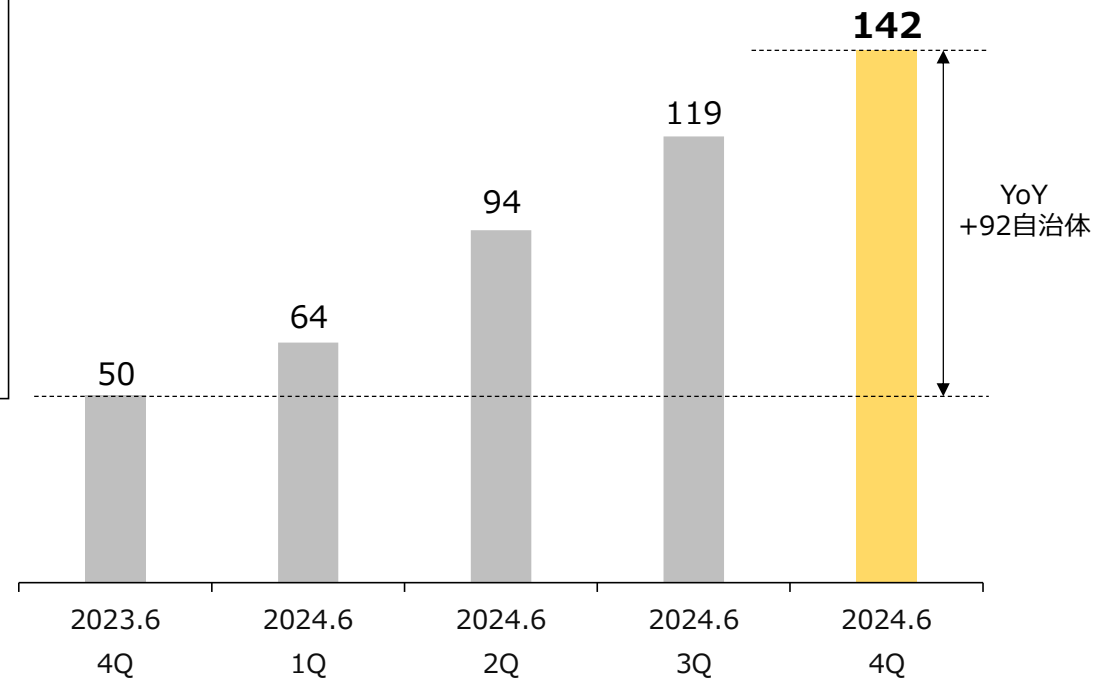
株式会社マーケットエンタープライズ(東京都中央区、代表取締役社長:小林 泰士、東証プライム・証券コード:3135、以下「マーケットエンタープライズ」)は、リユースプラットフォーム「おいくら」と官民連携の事業促進を加速させるために、株式会社ホープ(福岡県福岡市、代表取締役社長:CEO:時津 孝康、東証Q-Board・証券コード:6195)のグループ会社である株式会社デジタルワークス(福岡県福岡市、代表取締役社長:時津 孝康)と業務提携することとなりました。これにより、今後3年以内に100自治体での「おいくら」新規導入を目指してまいります。

おいくら?

(2022年7月29日リリース)

提携自治体数推移

(単位：自治体)



「おいくら」との連携自治体（参考）





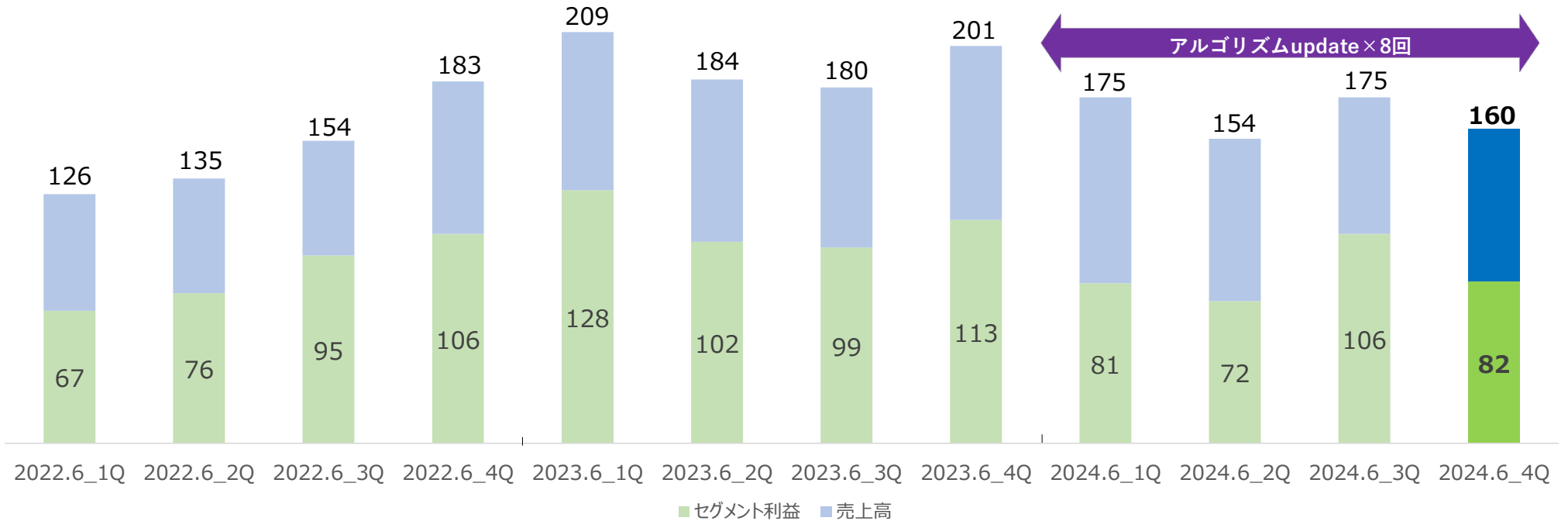
メディア事業

メディア事業：四半期別業績推移

- ✓ 売上・利益：従前より進めてきたメディアの分散化（リスクヘッジ）により、検索エンジンのアルゴリズムアップデートによる影響も3Q以降下げ止まり。引き続き高い利益率を維持

売上高・セグメント利益推移

(単位：百万円)



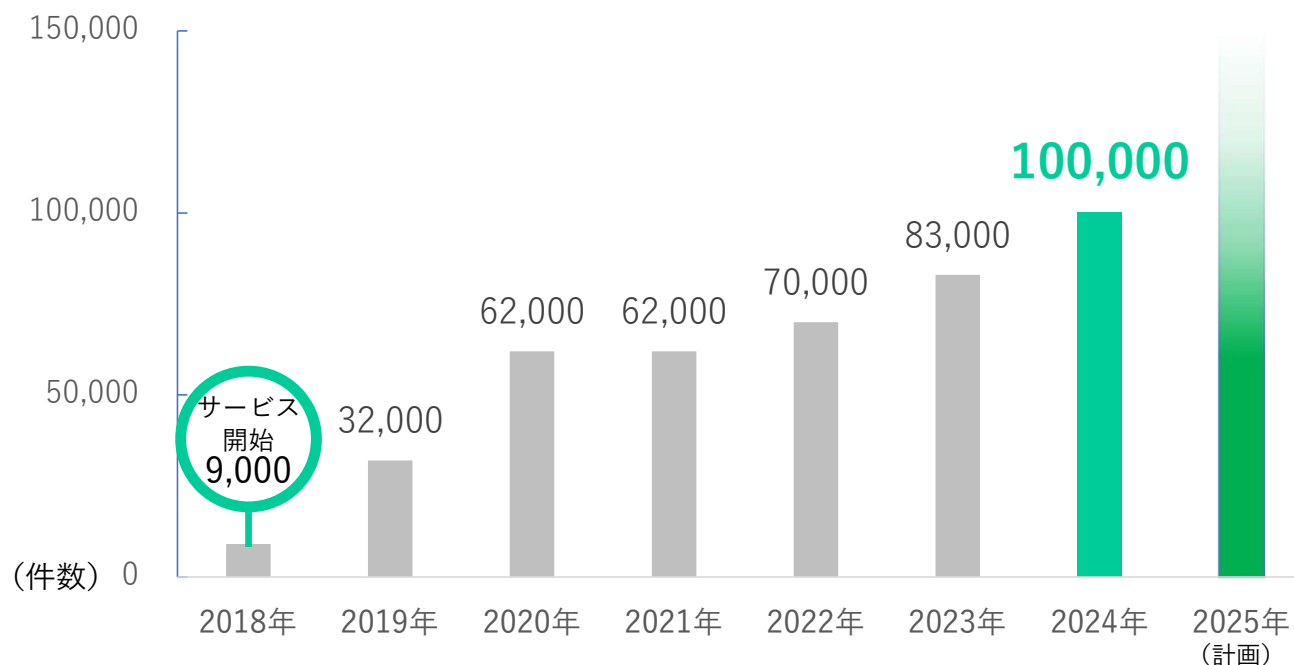


モバイル通信事業

モバイル通信事業①：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
100,000
回線超

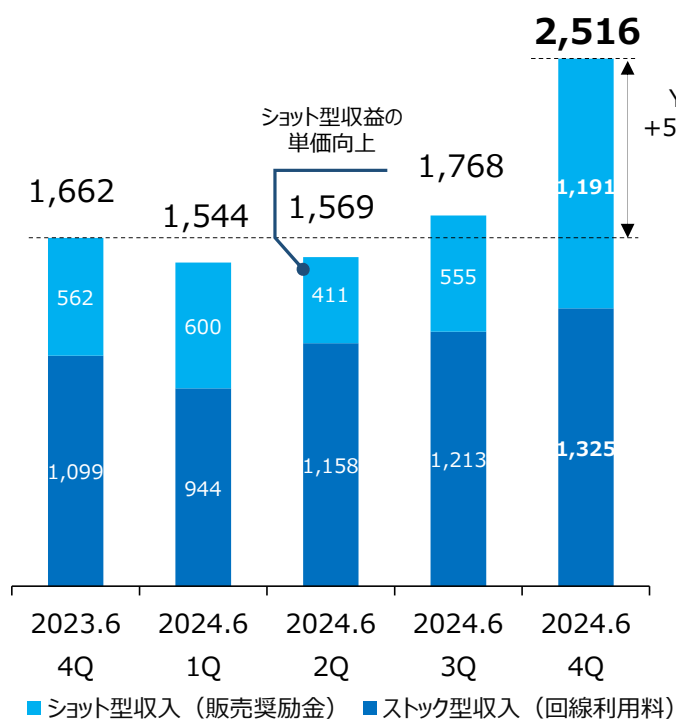
※2024年6月末現在

モバイル通信事業②：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：認知広告との連携戦略が奏功し、新規回線契約獲得数が大幅増
- ✓ 利益：4Qは広告投資を加速。4Q獲得実績に鑑み、来期以降はベースとなる獲得数のステージアップが見込まれ、利益ベースでは再成長フェーズへ

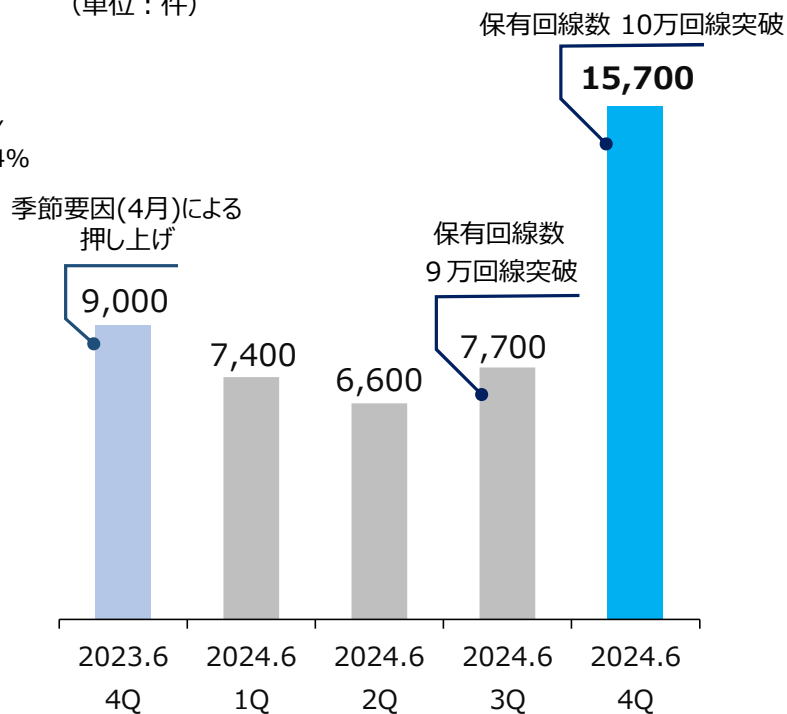
売上高推移

(単位：百万円)



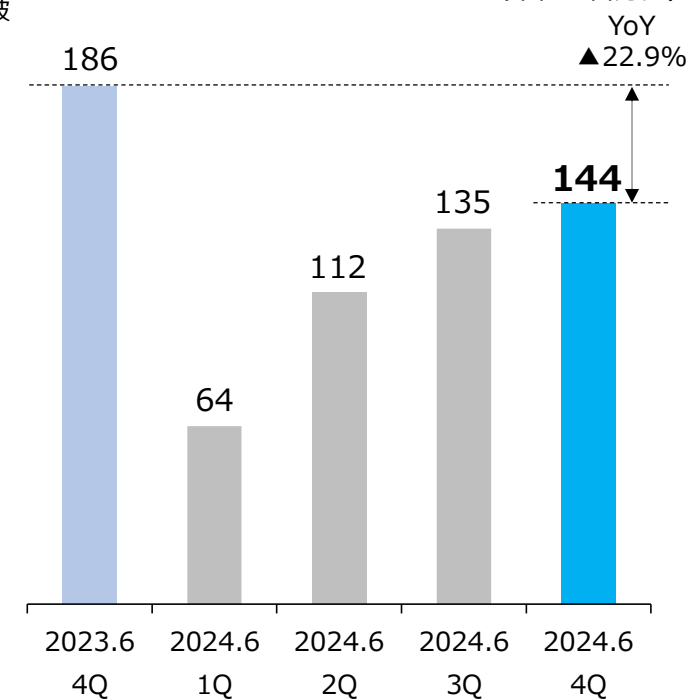
新規回線契約獲得数推移

(単位：件)



セグメント利益推移

(単位：百万円)



3

連結業績まとめ



2024年6月期 通期 連結損益計算書

- ✓ 売上高、売上総利益とも過去最高を記録
- ✓ 今後は利益率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 通期	2024.6 通期	増減	前年同期比
売上高	15,257	19,008	3,750	124.6%
売上総利益	5,820 (38.1%)	6,941 (36.5%)	1,120	119.3%
営業利益	94 (0.6%)	298 (1.6%)	204	315.7%
経常利益	278 (1.8%) <small>(参考：デリバティブ評価益 +219)</small>	40 (0.2%) <small>(参考：デリバティブ評価損 △197)</small>	△ 238	14.5%

※括弧内は利益率

セグメント情報 2024年6月期 通期実績 (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 (126.0%)
	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%)
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%)
	調整額	△ 310 (-)	△ 215 (-)	△ 298 (-)	△ 231 (-)	△ 1,055 (-)

四半期ベースで過去最高

新卒入社後も過去最高水準をキープ

高利益率を維持し、安定的に利益貢献

4Qの広告投資加速で、来期以降
回線獲得数のベースアップへ

※括弧内は前年同期比

連結貸借対照表

✓ ネット型リユース事業の商品回転率は、業界最高水準の**17.6回**※2

✓ 有利子負債については、今後の利益伸長(営業CFの拡大)に合わせ段階的に圧縮してゆく方針

(単位：百万円)	2023.6 4Q末	2024.6 4Q末	増減
流動資産	3,472	4,334	862
現金及び預金	1,643	1,486	△ 156
売掛金	1,111	1,914	803
商品	574	731	156
(うち、個人向けリユース) ※1	(210)	(310)	100
(うち、マシナリー) ※1	(259)	(317)	57
その他流動資産	143	202	59
固定資産	1,380	1,010	△ 370
有形固定資産	429	269	△ 159
無形固定資産	127	48	△ 78
(うち、のれん)	(97)	(32)	△ 65
投資その他の資産	824	691	△ 132
資産合計	4,853	5,345	491

	2023.6 4Q末	2024.6 4Q末	増減
負債	3,151	4,038	887
買掛金	424	695	270
短期有利子負債	1,672	2,262	589
未払金	355	453	97
長期有利子負債	74	62	△ 11
その他負債	625	565	△ 59
純資産	1,701	1,306	△ 395
負債純資産合計	4,853	5,345	491

※1 商品内訳の残高は、評価損反映前の数値です。 ※2 商品回転率 = 売上高 ÷ 商品

連結キャッシュ・フロー計算書

- ✓ 営業CF：期末日が土日に重なったため出荷・入金待ちの一時在庫が増加。順次解消予定
- ✓ 投資CF：2025.6期においては、本社移転関連支出が一部残るものの大部分が解消予定（詳細P10参照）
- ✓ 財務CF：投資フェーズの終了と今後の利益伸長により、財務活動による調達は減少に向かう見通し

(単位：百万円)	2023.6 通期	2024.6 通期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	192	△424	△617
投資活動によるキャッシュ・フロー	87	△229	△317
フリーキャッシュ・フロー	280	△654	△934
財務活動によるキャッシュ・フロー	421	495	74
現金及び現金同等物の期末残高	1,643	1,486	△156

4

Appendix



[会社案内動画](#)



その他業績に関する説明事項 (営業外費用)

✓ 第4四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4四半期における影響額

- ・第4四半期における影響額 = 197百万円の営業外費用(デリバティブ評価損)の計上

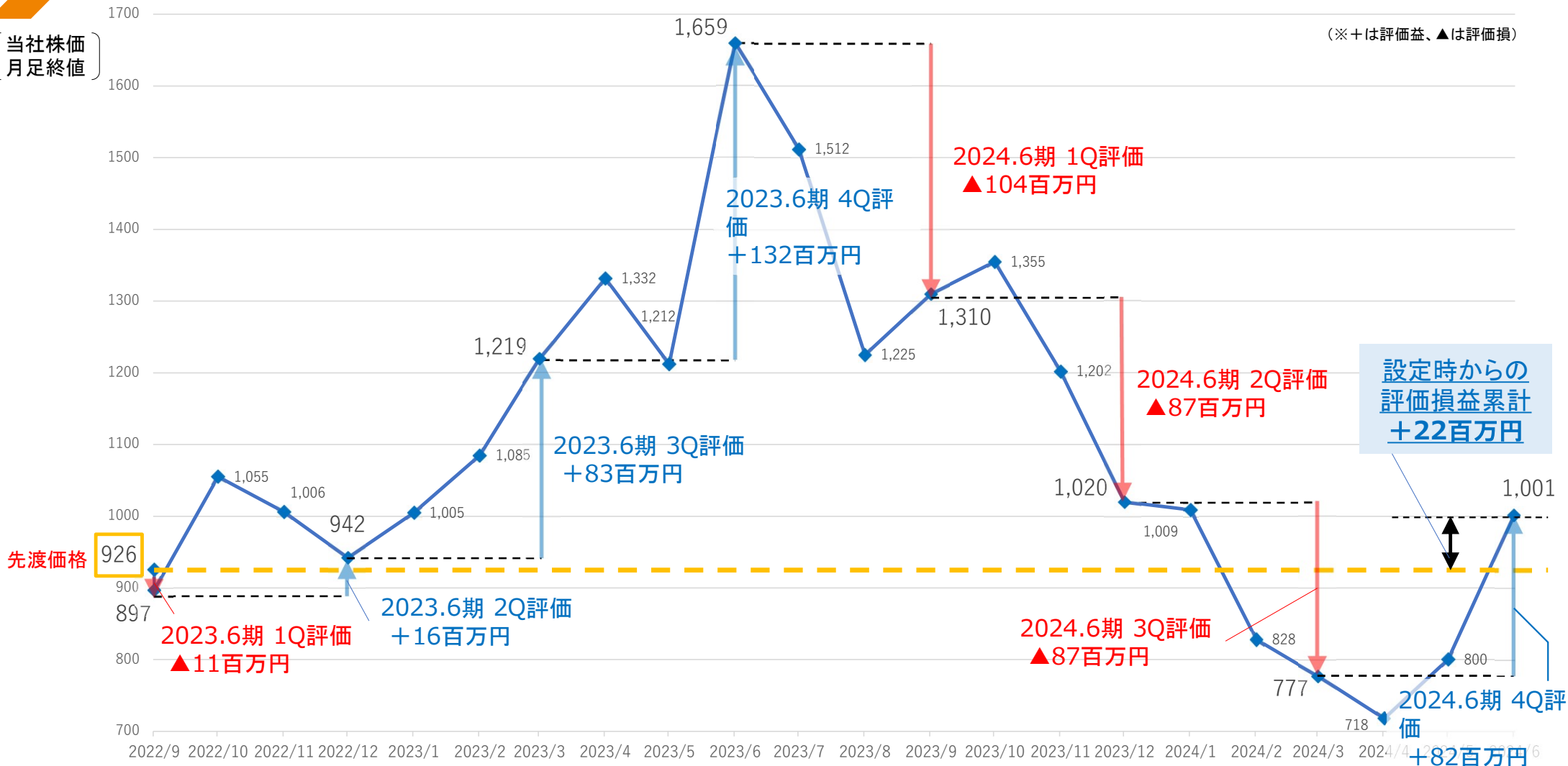
	第3四半期末時点	第4四半期末時点	
株価	777円	1,001円	※1 設定時株価 (@926円)
評価損益 (▲は評価損)	▲279百万円	▲197百万円	※2 キャッシュフロー上の影響はありません

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



過年度実績①：販管費推移

- ✓ 今後とも、高い売上高成長率と、販管費率の相対的低下を見込む
- ✓ 販管費の構成としては、利益獲得の源泉（人員・システム）への投資比率を拡大予定

(単位：百万円)	2020.6 通期	2021.6 通期	2022.6 通期	2023.6 通期	2024.6 通期	
売上高	10,904	10,875	11,986	15,257	19,008	高い成長水準を維持
±成長率	-	△0.3%	+10.2%	+27.3%	+24.6%	
売上総利益	4,241	3,879	4,268	5,820	6,941	
販管費合計	3,586	3,825	4,588	5,725	6,642	販管費率は相対的に低下
[販管費率]	[32.9%]	[35.2%]	[38.3%]	[37.5%]	[34.9%]	
広宣費+販促費 (構成比)	667 (18.6%)	540 (14.1%)	999 (21.8%)	1,274 (22.3%)	1,396 (21.0%)	
人件費+採用関連費 (構成比)	1,181 (32.9%)	1,433 (37.5%)	1,602 (34.9%)	2,102 (36.7%)	2,462 (37.1%)	営業・開発要員への投資は惜しまず
地代家賃(含、敷金償却) (構成比)	243 (6.8%)	271 (7.1%)	314 (6.9%)	344 (6.0%)	413 (6.2%)	
その他	1,495	1,582	1,672	2,005	2,371	
営業利益	655	54	△319	94	298	

過年度実績②：セグメント別売上高推移

	2020.6期	2021.6期	2022.6期	2023.6期	2024.6期	2025.6期
	実績	実績	実績	実績	実績	業績予想
売上高	109億円	108億円 (△0.3%)	119億円 (+10.2%)	152億円 (+27.3%)	190億円 (+24.6%)	230億円 (+21.0%)
ネット型リユース	66億円	65億円 (△1.1%)	66億円 (+0.8%)	83億円 (+26.6%)	110億円 (+31.4%)	134億円 (+21.9%)
個人向けリユース	58億円	53億円 (△8.1%)	51億円 (△3.7%)	61億円 (+19.6%)	79億円 (+29.0%)	96億円 (+21.4%)
マシナリー	6億円	10億円 (+50.8%)	13億円 (+29.9%)	21億円 (+54.1%)	29億円 (+39.2%)	36億円 (+22.9%)
おいくら	1億円	1億円 (△9.6%)	1億円 (△24.6%)	1億円 (+13.3%)	1億円 (+20.0%)	2億円 (+28.7%)
メディア	3億円	4億円 (+12.8%)	4億円 (+15.1%)	6億円 (+33.7%)	5億円 (△11.8%)	6億円 (+2.1%)
モバイル	38億円	38億円 (△0.2%)	48億円 (+25.7%)	62億円 (+27.6%)	73億円 (+19.2%)	88億円 (+19.9%)
営業利益	6.5億円	0.5億円 (△91.7%)	△3.1億円 (-)	0.9億円 (-)	2.9億円 (+215.7%)	7億円 (+134.3%)
営業利益率	6.0%	0.5%	-	0.6%	1.6%	3.0%

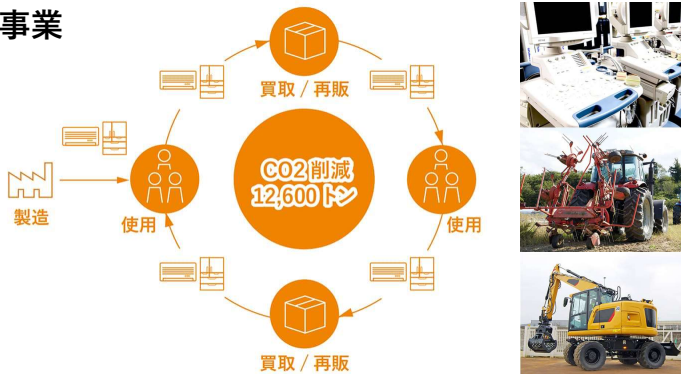
成長軸

※括弧内は対前年増減率

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



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、2024年から株主優待制度を導入しております。

✓ 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



今後の決算・IR説明会について

✓ アナリスト・機関投資家向け決算説明会

開催予定日時	会場	主催	申込み詳細
2024年8月21日(水)11:00-	オンライン	日興IR	https://zoom.us/webinar/register/WN_HR_jFW1NSzyrr7RQwtpt2g

✓ 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8月24日(土)16:55-	東京	神戸投資勉強会	https://peatix.com/event/4018225/view
2024年8月28日(水)20:00-	オンライン	楽天証券	https://www.rakuten-sec.co.jp/web/learn/seminar/20240828-01/
2024年9月 9 日(月)20:00-	オンライン	イベントス	※詳細は後日、弊社IRサイト等にてお知らせいたします

✓ IFA向けIR説明会

開催予定日時	会場	主催	申込み詳細
2024年9月 4 日(水)16:00-	オンライン	青潮出版	https://www.marketenterprise.co.jp/ir/upload_file/tdnrelease/3135_20240805562109_P01_.pdf

✓ アナリスト向けラージミーティング

開催予定日時	会場	主催	申込み詳細
2024年9月19日(木)15:30-	東京	アナリスト協会	※詳細は後日、弊社IRサイト等にてお知らせいたします

2024年6月期 お問合せの多かったトピックス（参考）

Q1. 中期経営計画について

A.

・2024年6月期については、第1四半期については拠点開設等の投資負担もあり、ビハインドの状態となりましたが、第2四半期以降は四半期ベースで前期比大幅に利益回復をいたしました。

特に、第4四半期においては、新卒採用に伴い人件費増加、教育研修による稼働率低下のフェーズではありますが、売上高、四半期営業利益について過去最高(売上高57.4億、営業利益1.9億)となり、その結果、2回の上方修正を実施いたしました。

足許における事業環境は良好であり、内部においても生産性向上の取組、経営管理体制の強化を進めている中で、2025年6月期は増収増益(売上高230億、営業利益7億)を計画しております。

当期は、一層の生産性向上に取り組み、収益力の向上を図っていきます。

・デリバティブ取引については、株価によりプラスにもマイナスにも影響を受けるボラティリティの高い性質のものであることは認識しており、今後の取引方針については、業績、市況を見て判断いたします。

・また、市場選択につきましては、万が一のスタンダード市場への移行も視野に入れて検討しておりますが、現段階におきましては、プライム市場への残留を最優先として取組みを進めております。具体的には業績向上はもとより、今回、株主の皆様への還元策として、初めて株主優待制度を導入いたしました。本制度については、今後もより充実したものとなるように努めていきたいと考えております。

Q2. 差金決済型自社株価先渡取引 (自社株を対象としたデリバティブ 取引) について

Q3. プライム市場上場維持について



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。

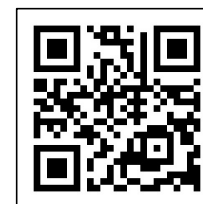


IRメール配信サービス
https://www.bridge-salon.jp/tekiji/alert_mail.php



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



Company Profile



[会社案内動画](#)



証券コード 3135



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

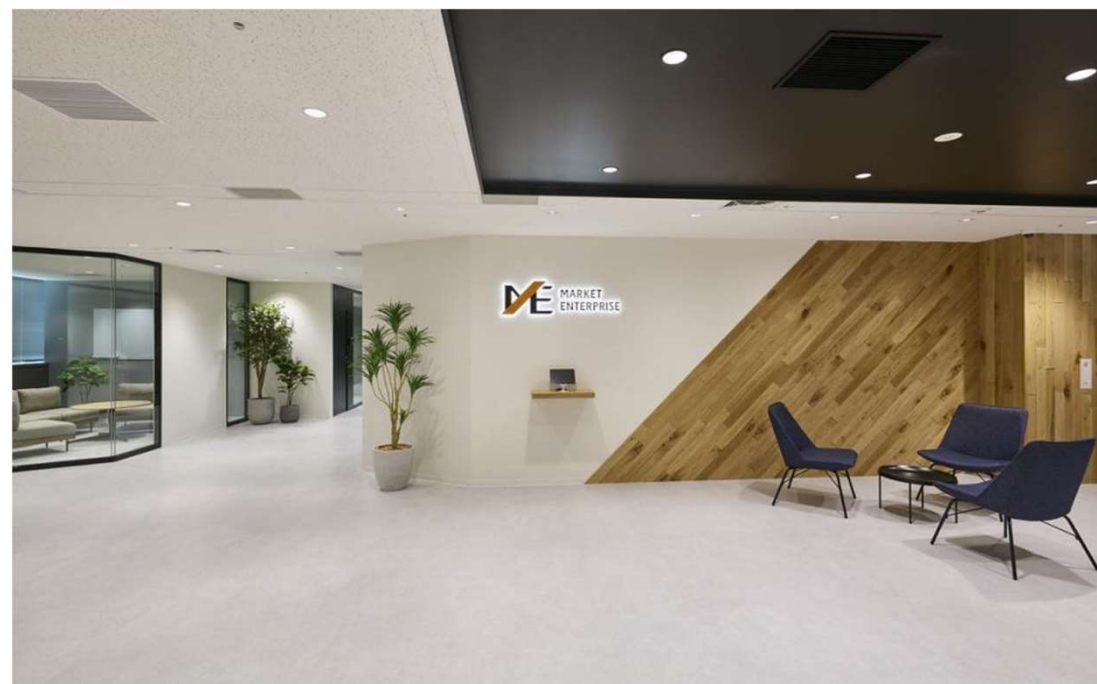
会社概要



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	3億3,133万9,800円(2023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 谷井 等 シナジーマーケティング株式会社 取締役会長 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	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MEMモバイル 株式会社METレーディング 株式会社UMM MARKETENTERPRISE VIETNAM Co., Ltd

受賞歴

- ・デロイトトウシュートーマツ 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)



事業概要

- 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
- メディア事業
- モバイル通信事業

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



高く売れるドットコム



マシナリー



トラクター クボタ K820-BSMAPC
使用時間: h

トラクター クボタ GL21
使用時間: 864 h

トラクター クボタ M1010WSED00SK ...
使用時間: 675 h

おいくら



● 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：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

710万人

依頼数 ※2

45万人

※1 2023年10月現在までの利用者数 ※2 2023年度の依頼数合計

個人向けリユース：販売

Web販売は自社サイトのReRe（リリ）をはじめマーケットプレイスを利用

ReRe

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



累計販売件数※

174万件

※これまでWeb経由で販売したのべ件数2024/3/31現在

“モノを好循環させる社会へ”との思いをブランドマークに
ブランドマークのモチーフには吉祥文様「七宝つなぎ」を採用しました。永遠の連鎖を意味するこの文様に、革新的なシェアリングエコノミーを上げたい当社の「志」を、また、ブランドカラーのヒューマニティ・オレンジには、心と心があたたかく織り成してモノを大切に
し合うコミュニティを育みたい当社の「願い」を込めています。

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

個人向けリユース：リユースセンター 一覧

店頭・宅配に加え、各拠点からお客様の自宅に直接訪問
 手間をかけずに不用品を売却できる出張買取を強化中



東京リユースセンター
開設：2010年



大阪リユースセンター
開設：2012年



名古屋リユースセンター
開設：2013年



横浜リユースセンター
開設：2013年



福岡リユースセンター
開設：2014年



埼玉リユースセンター
開設：2015年



神戸リユースセンター
開設：2015年



仙台リユースセンター
開設：2016年



西東京リユースセンター
開設：2017年



札幌リユースセンター
開設：2018年



千葉リユースセンター
開設：2022年



広島リユースセンター
開設：2023年



大阪(東住吉)リユースセンター
開設：2023年

個人向けリユース：提携事例

多数の企業様と提携し、サービスの拡大や販売促進など

新たな価値を創出

-買取サービス支援-



-会員向けサービス支援-



-メーカー買取支援-



個人向けリユース：事業の強み

●コンタクトセンターによる事前受付



買取価格や買取方法等をご提案
安心のリユース体験を提供
徳島、東京(錦糸町)の2拠点体制で対応

●全国に展開するリユースセンター



札幌、仙台、茨城、埼玉、東京（江東区）、
西東京、千葉、横浜、名古屋、大阪（東住吉、
江坂）、神戸、広島、福岡の地区にリユースセ
ンターを展開

顧客の身近な地域へ展開することにより
心理的・物理的障壁を低減

●多彩な買取方法と取り扱いジャンル



宅配買取

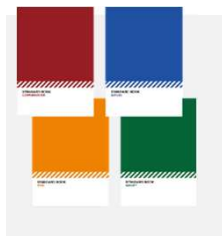


店頭買取



出張買取

●標準化されたオペレーション



1,000ページの業務マニュアルと、
独自の育成プログラム

創業以来蓄積してきたデータやノウハウをはじめ、ビジネスプロセスを網羅する独自のオペレーションシステムを『STANDARD BOOK』として集約。オペレーション基盤整備によるサービスレベルの標準化。

●事業運営に最適化されたIT基盤



ビジネスプロセスを一気通貫で支え、
その変化にも柔軟に対応する
自社開発のITシステム

日本、ベトナムにIT開発部署を配置

●購入時の保証サービスで安心を提供



● 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(農機具)：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

耘摺り機

発電機

草刈機

水中ポンプ



他多数

マシナリー(農機具)：運営サイト

中古農機具の買取専門サイト「農機具 高く売れるドットコム」

農機具を売買したい農家や販売店を繋ぐ「UMM 中古農機具市場」を展開



農機具高く売れるドットコム

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

年間依頼数 ※1

1.2 万件

※1 第17期 依頼件数実績 ※2 2024/3/31 現在



UMM 中古農機具市場

<https://ummkt.com/>

流通取引金額 (GMV) ※2

13 億円

事業会員数 ※2

980 事業者

農家会員数 ※2

1 万名

マシナリー(農機具)：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

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

海外向けECサイト

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

登録者社数 ※

918社

※ 2024/3/31 現在

マシナリー(農機具)：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

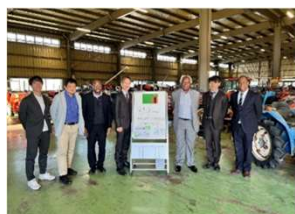
● アフリカ諸国の大使による視察



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・トーフス
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

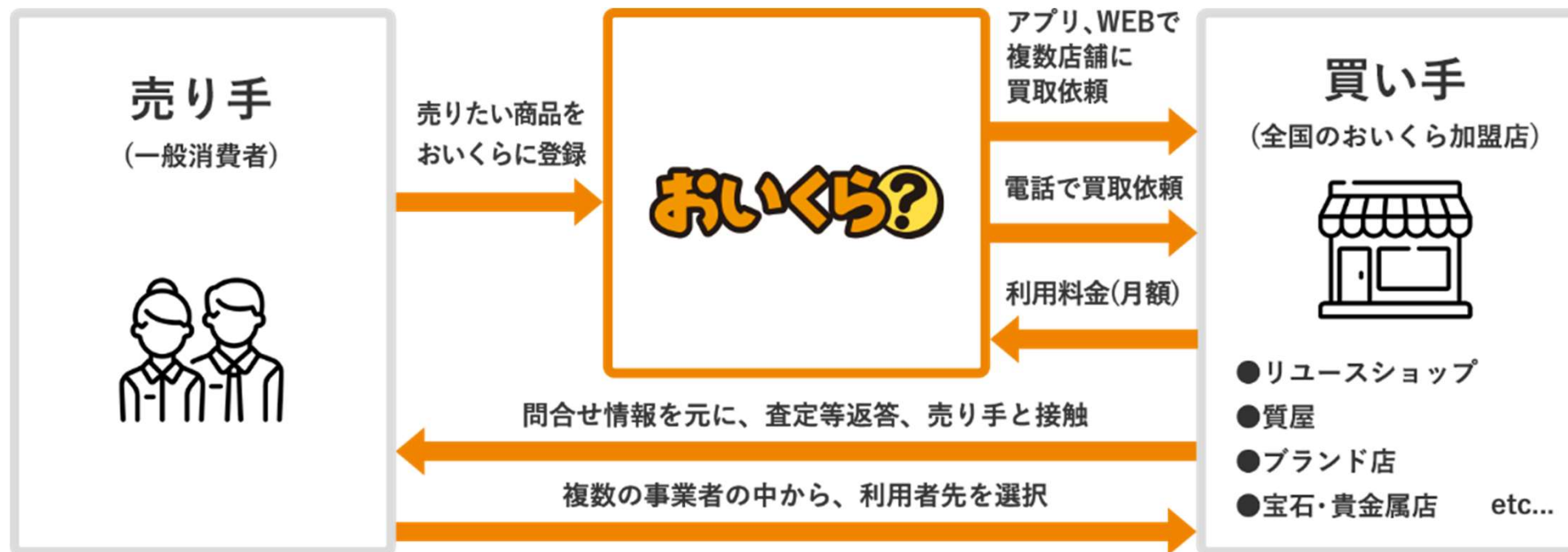


● ネット型リユース事業

- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

おいくら事業：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



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?」のサービスに関する情報。サービス概要、利用の流れ（STEP1-4）、お問い合わせ先などが紹介されています。

自治体専用ページ（弊社作成）

名古屋市と「おいくら?」の協賛による専用ページ。Sustainable Development Goalsとの連携、サービスの詳細、回収の流れなどが詳しく説明されています。

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

墨田区のごみカレンダーや出し方・分け方マニュアルに掲載された「おいくら?」のサービスに関する情報。家電リサイクル法対象品目や回収方法が詳しく記載されています。

深谷市の掲載例

深谷市のごみカレンダーや出し方・分け方マニュアルに掲載された「おいくら?」のサービスに関する情報。回収スケジュールやお問い合わせ先が詳しく記載されています。

- 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。

ヒギナズ

OUTLET JAPAN

高く売れる
ドットコム
MAGAZINE

おいくら?
MAGAZINE

iPhone 格安SIM 通信

最安修理ドットコム

SIM CHANGE
格安SIM・スマホの本当がわかる シムチェンジ

UMM
USED MACHINE MARKET

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最適なウェブコンテンツを提供。

ビギナーズ

<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。

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。

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。

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。

OUTLET JAPAN

<https://outlet-mall.jp/>

OUTLET JAPAN

全国のアウトレットモールのセール・イベント情報をはじめ、ECサイトなどオンラインショッピングでの新商品・お得情報など、消費者が「賢い消費」をするために知っておきたい情報を提案します。

農業とつながる情報メディア

UMM
USED MACHINE MARKET

<https://ummk.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。

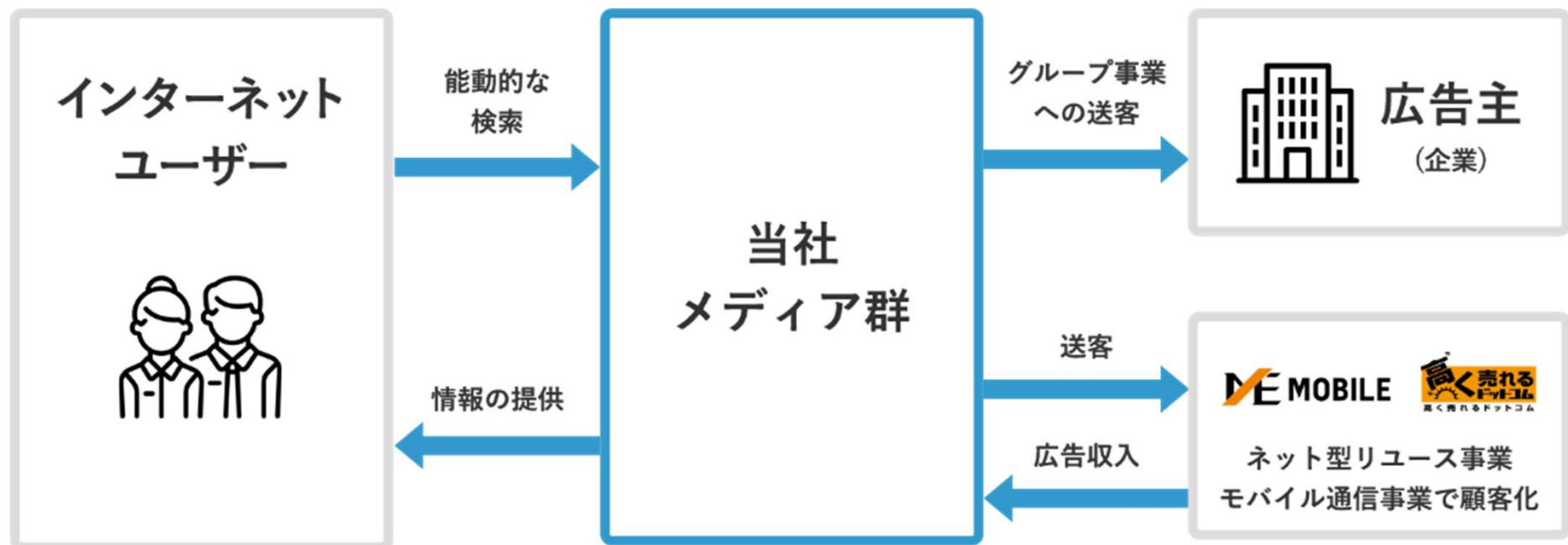
メディア事業：ビジネスモデル

賢い消費を求める消費者に対し、
有益な情報をインターネットメディアで提供
当社メディア群からグループ事業へ送客

月間PV数累計

約800万PV

※2022年7月～2023年6月 月間平均PV数



- 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。

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

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

価格.com
第1位
モバイル回線プロバイダ
人気ランキング
2022

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
利用経験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：株式会社ショップスアイ ※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

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