



2026年6月期 第2四半期決算説明資料

2026年2月13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

2026年6月期 第2四半期決算概況 (P.2～)

2

セグメント別事業概況 (P.8～)

3

連結業績まとめ (P.26～)

4

Appendix (P.30～)

1

2026年6月期 第2四半期決算概況



2026年6月期 第2四半期決算ハイライト

売上高・売上総利益

✓ 売上高・売上総利益ともに、2Q累計期間としては過去最高を更新

・売上高	:	12,966百万円（前年同期比 +13.0%）
・売上総利益	:	4,039百万円（前年同期比 + 1.1%）

営業損失

✓ リユースは復調も、モバイルは広告宣伝効率の低下つづき新規回線獲得苦戦。優待費用(69百万円)の計上もあり、

・営業損失	:	△ 92百万円（前年同期は249百万円の利益）
-------	---	-------------------------

経常損失・純損失

✓ 上記の結果、

・経常損失	:	△125百万円（前年同期は313百万円の利益）
-------	---	-------------------------

✓ その他、法人税等調整額の計上等により、

・親会社株主に帰属する 中間純損失	:	△215百万円（前年同期は153百万円の利益）
----------------------	---	-------------------------

2026年6月期 第2四半期 連結損益計算書

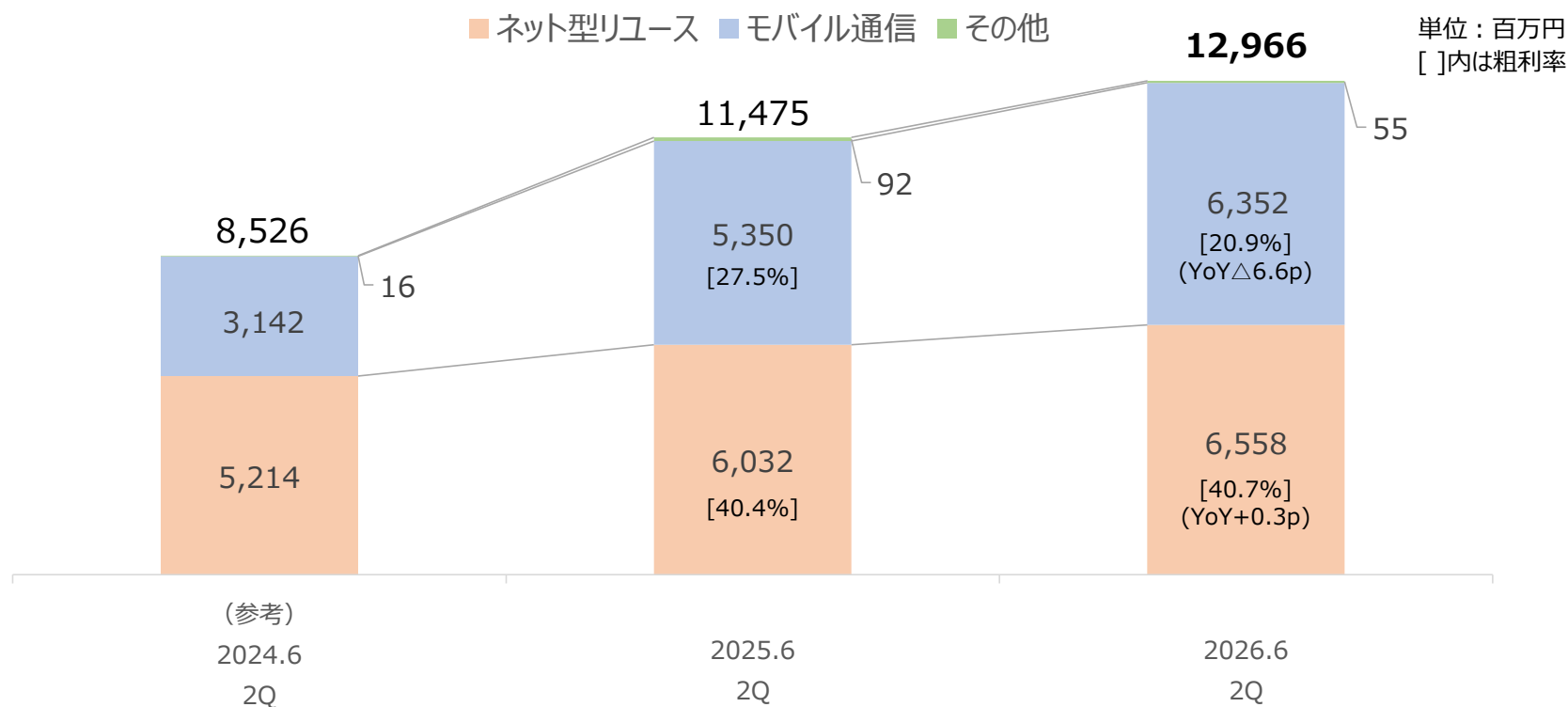
✓ リユースは2Q以降復調も、モバイルの広告宣伝効率低下の影響が全体成績を押し下げ

(単位：百万円)	2025.6 2Q	2026.6 2Q	増減	前年同期比
売上高	11,475	12,966	1,490	113.0%
売上総利益	3,994 (34.8%)	4,039 (31.2%)	45	101.1%
営業利益 (△は損失)	249 (2.2%)	△ 92 (- %) (参考：優待費用 △69)	△341	-
経常利益 (△は損失)	313 (2.7%) (参考：デリバティブ評価益 +113)	△125 (- %)	△438	-
親会社株主に帰属する 中間純利益(△は損失)	153 (1.3%)	△215 (- %)	△369	-

※括弧内は利益率

2026年6月期 第2四半期 セグメント別売上高

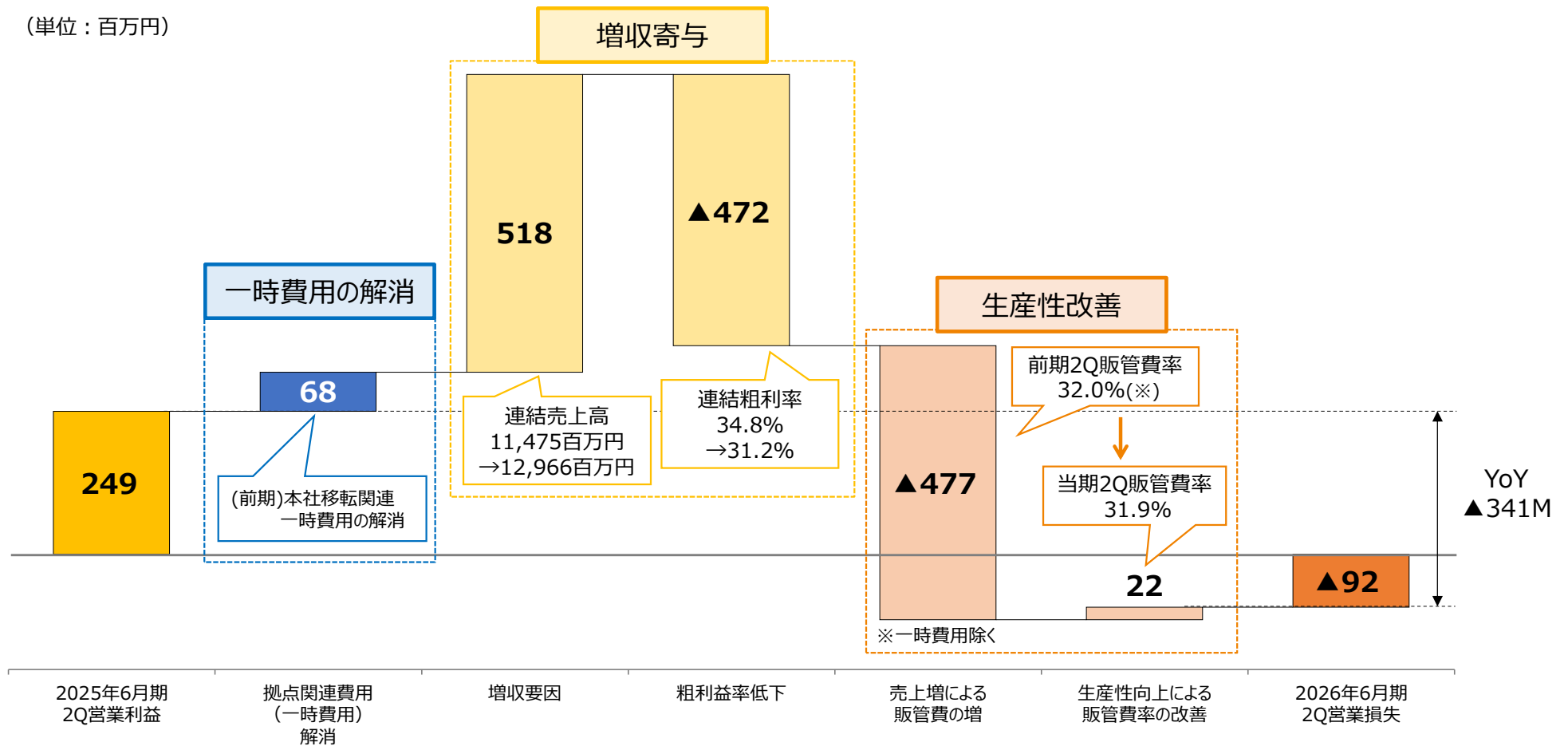
- ✓ ネット型リユースは高粗利商材の獲得が進み、2Q累計売上としては過去最高を更新
(売上高YoY + 8.7%、粗利率YoY + 0.3%)
- ✓ モバイル通信は新規回線獲得に課題があるもののストック収入の増傾向続き、同じく売上は過去最高を更新
(売上高YoY +18.7%、粗利率YoY △6.6%)



2026年6月期 第2四半期 営業利益の増減益分析

✓ 増収分をモバイルの広告効率低下による減益分がほぼ相殺。販管費を賄うだけの利益を確保できず営業減益

(単位：百万円)



2026年6月期 業績見通しの修正について

- ✓ 売上高 : リユースは力強さを取り戻す一方、モバイルの広告宣伝効率低下の影響が長期化し下方修正
- ✓ 営業利益以下 : 上記の結果、主にモバイルの利益率悪化が影響し下方修正

➡ 今後の見通し : Qベースで**モバイルは、2Qにてボトムアウトし4Q以降再度黒字化見込み**

(なお、計画進捗に遅れはあるものの、通期での連結粗利益は前期を上回っての着地を予想)

(単位：百万円)	2025.6期 通期実績	2026.6期 通期予想			前期実績比
		前回発表	今回修正	増減	
売上高	24,771	30,000	26,900	△3,100	8.6%
営業利益	625	1,100	180	△ 920	△71.2%
経常利益	684 <small>(内、デリバティブ解約益 + 143)</small>	1,050	130	△ 920	△81.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	484	650	10	△ 640	△97.9%

2

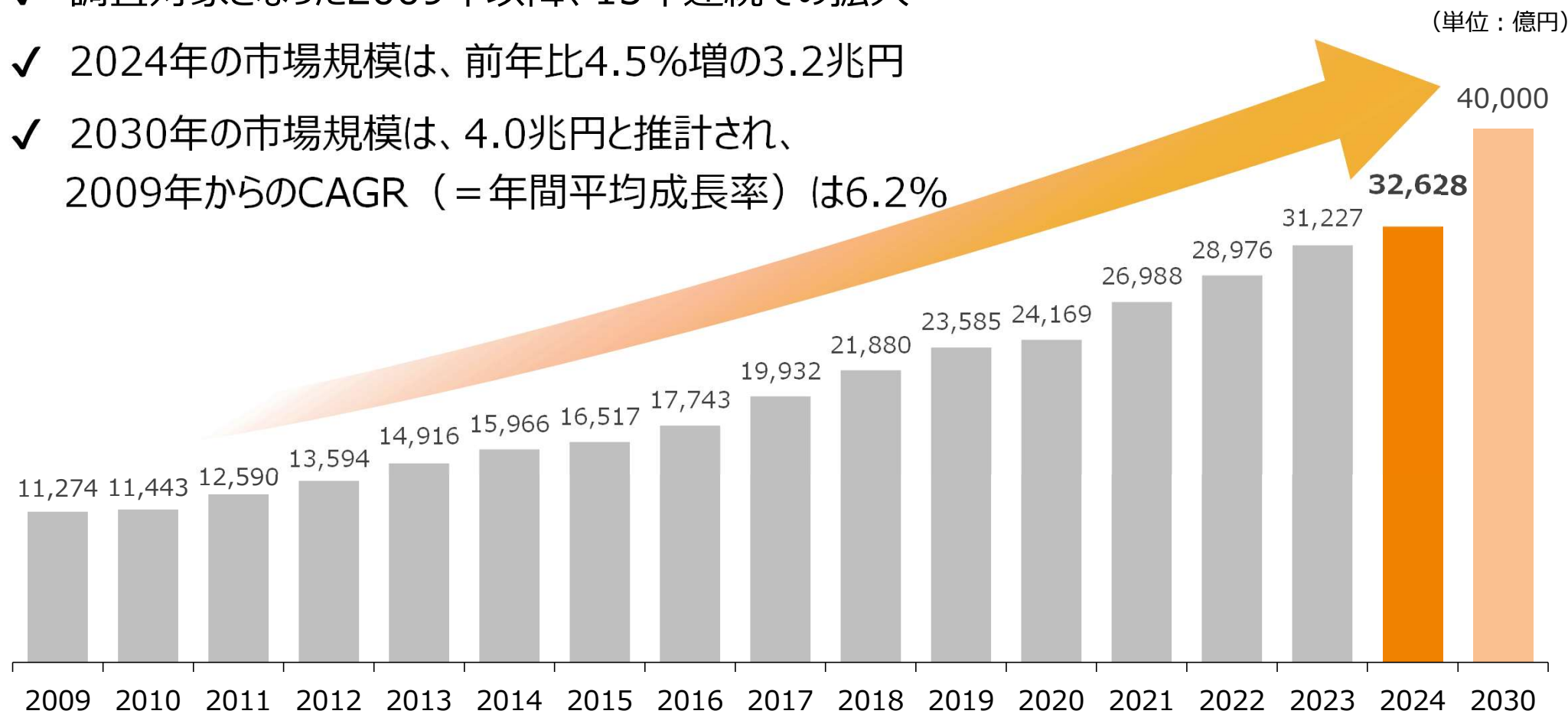
セグメント別事業概況



ネット型リユース事業

当社の市場認識①：リユース市場の拡大

- ✓ 調査対象となった2009年以降、15年連続での拡大
- ✓ 2024年の市場規模は、前年比4.5%増の3.2兆円
- ✓ 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

当社の市場認識②：潜在リユース市場

✓「かくれ資産」は約90.5兆円。「かくれ資産」の70%は40代以上のミドル～シニア層が保有

■ リユース市場のポテンシャル

かくれ資産（一般家庭に眠る不要品）

90.5 兆円

過去1年間に不要となった製品

7.6 兆円

顕在市場

3.2 兆円

■ 「かくれ資産」の年代構成比

40代以上

70.7 %

30代以下

※メルカリ2025年版日本の家庭に眠る“かくれ資産”調査プレスリリースより（2025年11月）及び総務省統計局人口推計（2024年10月現在）を元に弊社作成

ネット型リユース事業 2026年6月期 第2四半期実績

- ✓ 売上高 : 34億56百万円 (前年同期比+ 8.9%)
- ✓ 売上総利益 : 14億09百万円 (前年同期比+15.1%)
- ✓ セグメント利益 : 3億51百万円 (前年同期比+39.4%)

2Qは高粗利商材の獲得が進み、粗利率が改善。
繁忙期の下期に向け順調を取り戻し、増収増益

(単位：百万円)		1Q		2Q		3Q		4Q		計		
売上高	2025.6期	ネット型リユース	2,858	(-)	3,174	(-)	3,120	(-)	3,568	(-)	12,722	(-)
		個人向けリユース	2,788	(-)	3,096	(-)	3,025	(-)	3,476	(-)	12,386	(-)
		おいくら	70	(-)	77	(-)	94	(-)	92	(-)	335	(-)
	2026.6期	ネット型リユース	3,101	(108.5%)	3,456	(108.9%)						
		個人向けリユース	3,008	(107.9%)	3,369	(108.8%)						
		おいくら	93	(131.5%)	87	(112.4%)						

※括弧内は前年同期比



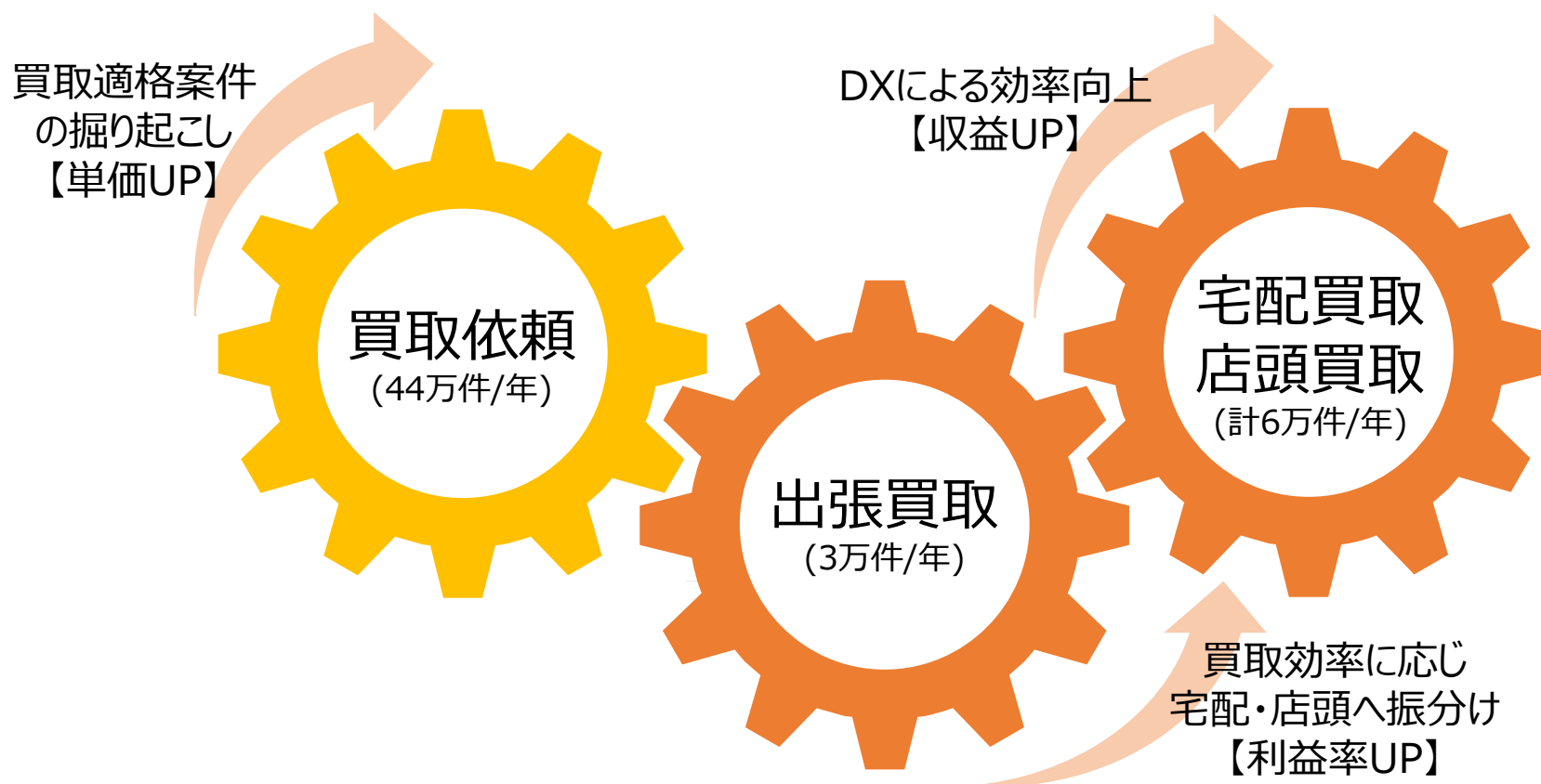
ネット型リユース事業

①個人向けリユース

②おいくら

個人向けリユース①：重点戦略

- ✓ デジタルマーケティングの強みを活かし、年間約44万件の買取依頼を獲得
- ✓ 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



個人向けリユース②：2026年6月期 第2四半期実績

- ✓ 売上高：33億69百万円（前年同期比＋8.8%）
 ✓ 粗利益：13億22百万円（前年同期比＋14.9%）
- 高額商材の取扱高拡大や滞留品処分による影響はあったものの、粗利率は安定～改善。各商材とも黒字基調を維持

(単位：百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
2025.6期	売上高	2,788 (-)	3,096 (-)	3,025 (-)	3,476 (-)	12,386 (-)
	(内訳)					
	個人向け商材	1,930 (-)	1,960 (-)	1,911 (-)	2,219 (-)	8,022 (-)
	中古農機具	570 (-)	751 (-)	679 (-)	837 (-)	2,838 (-)
	中古自動車	258 (-)	357 (-)	399 (-)	385 (-)	1,401 (-)
	粗利額	1,147 (-)	1,151 (-)	1,165 (-)	1,308 (-)	4,772 (-)
2025.6期	粗利率	41.1% (-)	37.2% (-)	38.5% (-)	37.6% (-)	38.5% (-)
	[参考:個人向け商材]	[49.6%] (-)	[47.4%] (-)	[48.4%] (-)	[47.3%] (-)	[48.1%] (-)
	売上高	3,008 (107.9%)	3,369 (108.8%)			
	(内訳)					
	個人向け商材	2,091 (108.3%)	2,327 (118.7%)			
	中古農機具	573 (100.6%)	689 (91.8%)			
2025.6期	中古自動車	306 (118.5%)	298 (83.5%)			
	粗利額	1,167 (101.8%)	1,322 (114.9%)			
	粗利率	38.8% (△2.3p)	39.3% (+2.1p)			
	[参考:個人向け商材]	[45.2%] (△4.4p)	[46.1%] (△1.3p)			

※1 内訳にその他売上（旧メディア事業からの移管分）は含めていないため、内訳計は売上計と一致しません。 ※2 括弧内は前年同期比

個人向けリユース③:直近のアクション概要（1Q以降）

個人向け商材（1Q）

出品作業のDX化

✓ 商品写真の撮影・編集など出品作業をDX化。現在二次フェーズとして、AIを活用した商品情報の生成を試行中

スマート買取の運用範囲拡大

✓ スマート買取（買取依頼～買取までのプロセス自動化）で対応可能な商材カテゴリを拡大

TGS2025・企業ブース協賛

✓ 東京ゲームショウ
出展企業*に中古
ゲーミングPCを協賛



* 7 Digital Labs (<https://7digilabs.com/>)

新規業務提携（2社）

✓ 8/29 三井不動産レジデンシャル
(出張買取)



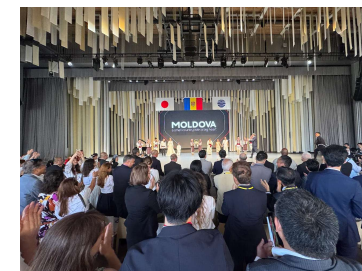
✓ 9/1 Azoop
(車両売買)



中古農機具（1Q）

EXPO2025・ナショナルデー参加

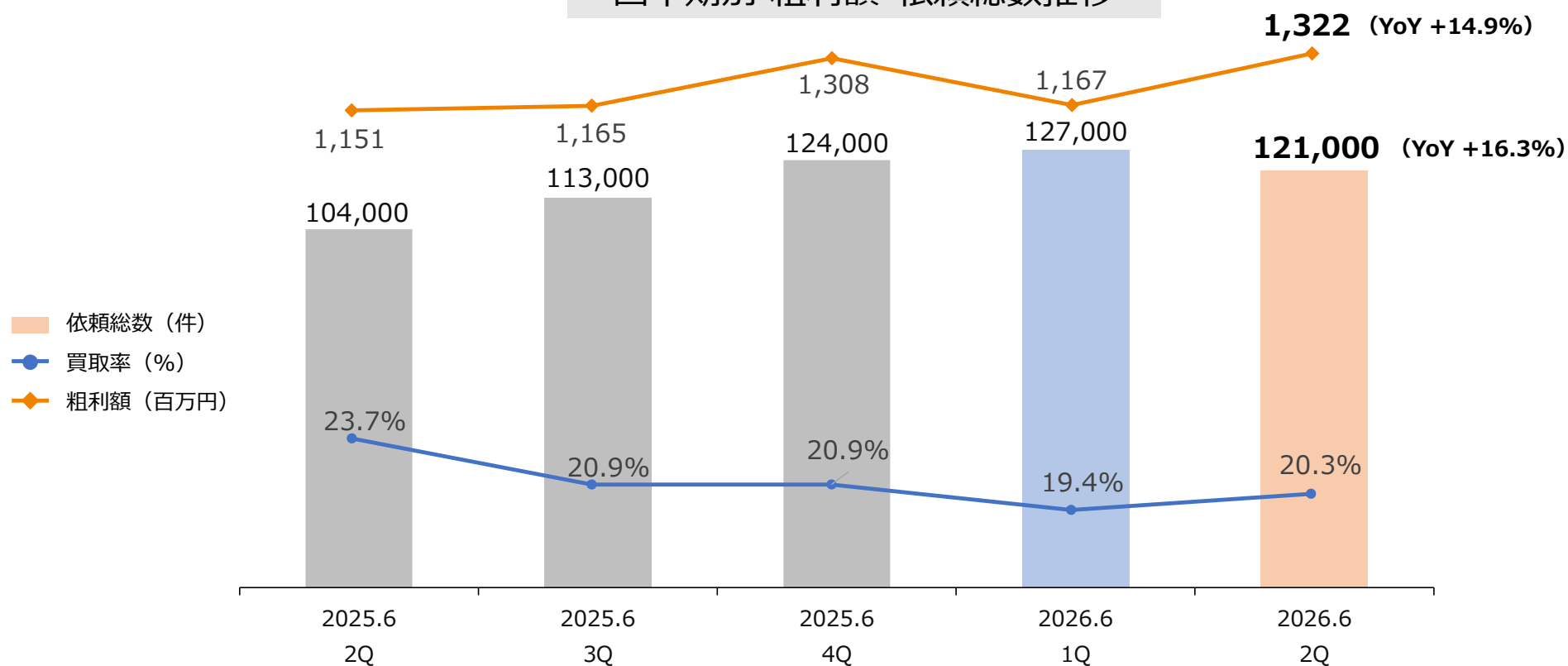
✓ 大阪・関西万博で行われた、当社中古
農機具輸出国の一つであるモルドバ共和国
のナショナルデーに賓客参加



個人向けリユース④：買取依頼総数推移

- ✓ 買取依頼総数は過去最高水準で進捗し、2Q粗利額も過去最高を更新
また、これまでの生産性向上策の進捗により、買取率も20%台へ復位

四半期別 粗利額・依頼総数推移

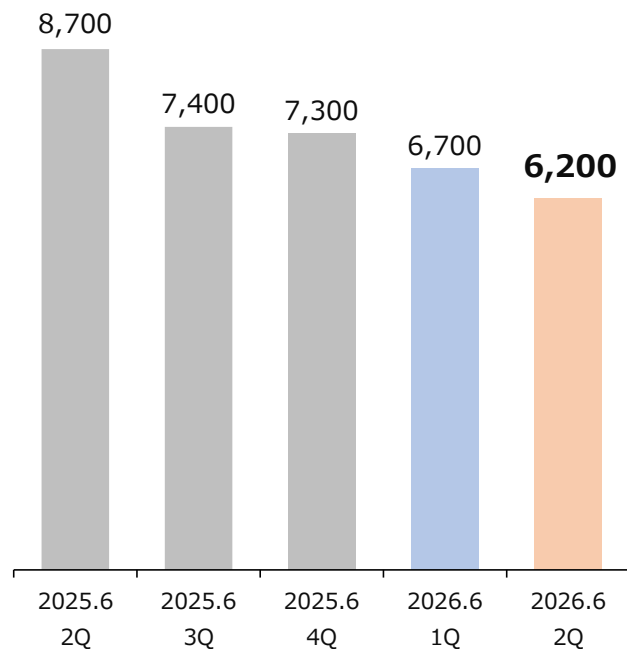


個人向けリユース⑤：チャネル別買取件数推移

- ✓ 引き続き案件毎の内容（見込み単価等）による買取チャネルの振り分けを深化。
買取総件数は高水準を維持しつつ、買取1件あたり生産性の向上を図る

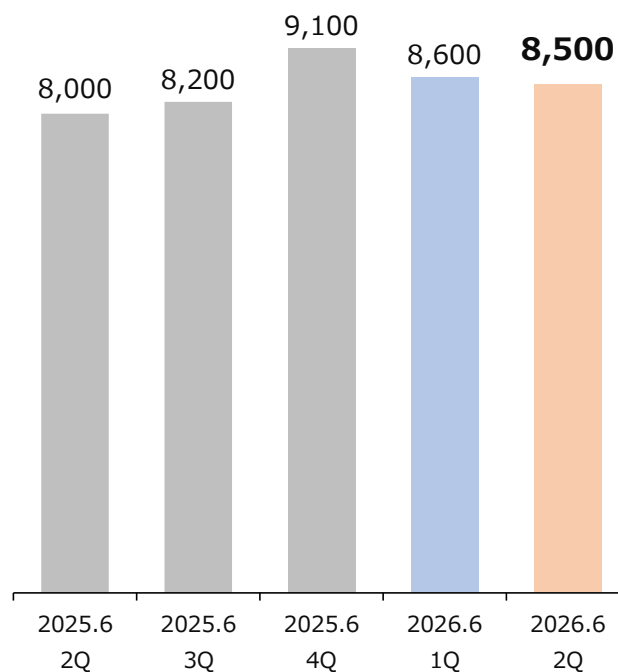
出張買取件数推移

(単位：件)

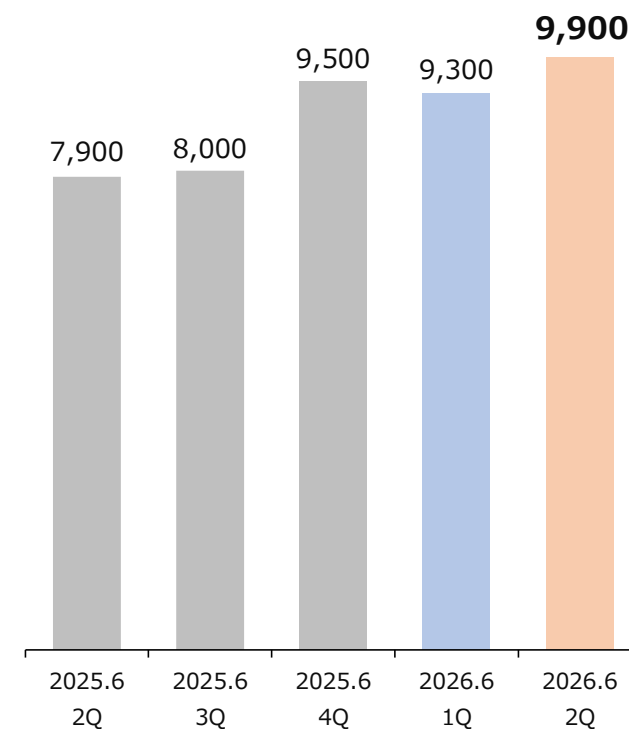


※ 中古農機具・中古自動車は出張買取に計上しております。

宅配買取件数推移

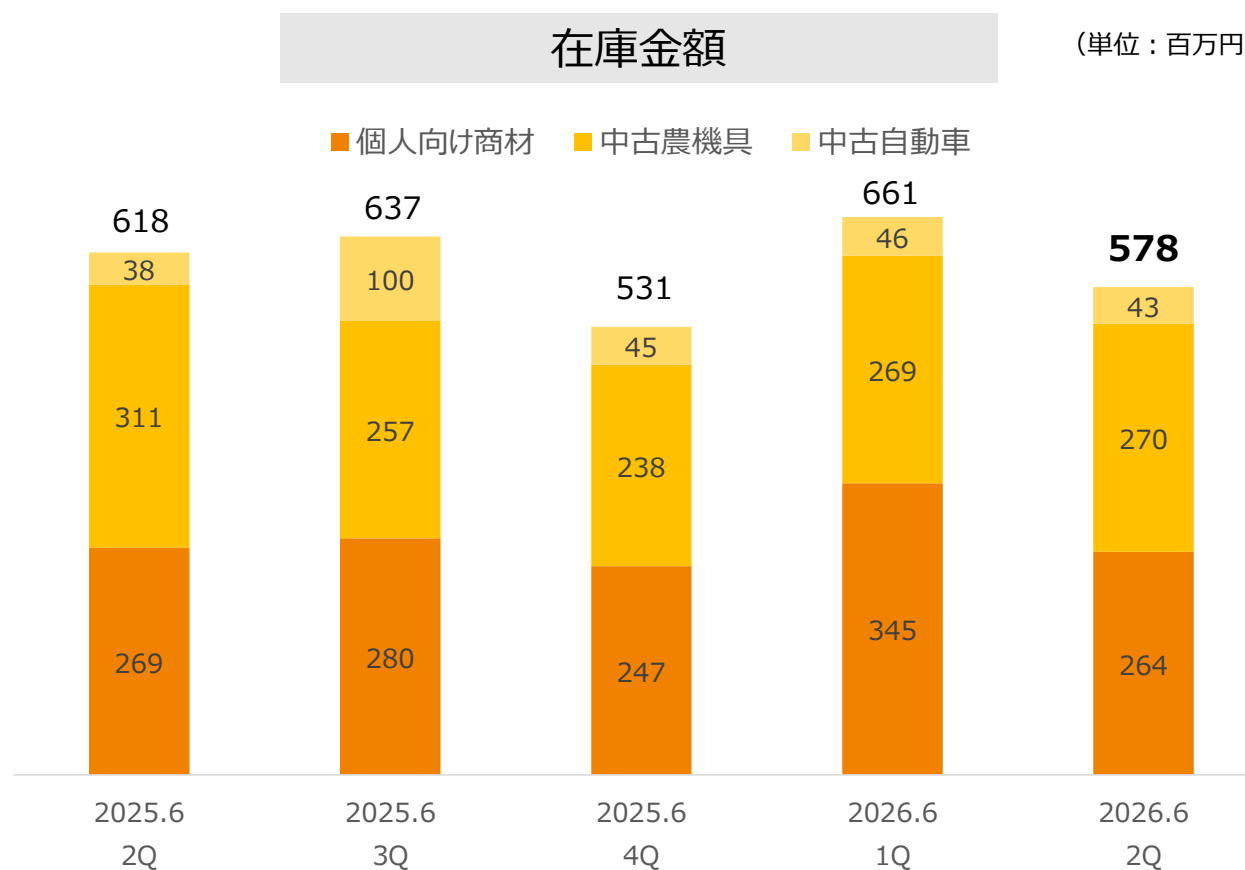


店頭買取件数推移



個人向けリユース⑥：在庫状況

- ✓ 1Q末対比で在庫金額は減少するも、在庫回転日数(※)は大幅に改善しており
3Q以降、さらなる粗利率の改善を見込む (※参考：1Q・30.5日→2Q・20.9日)





ネット型リユース事業

①個人向けリユース

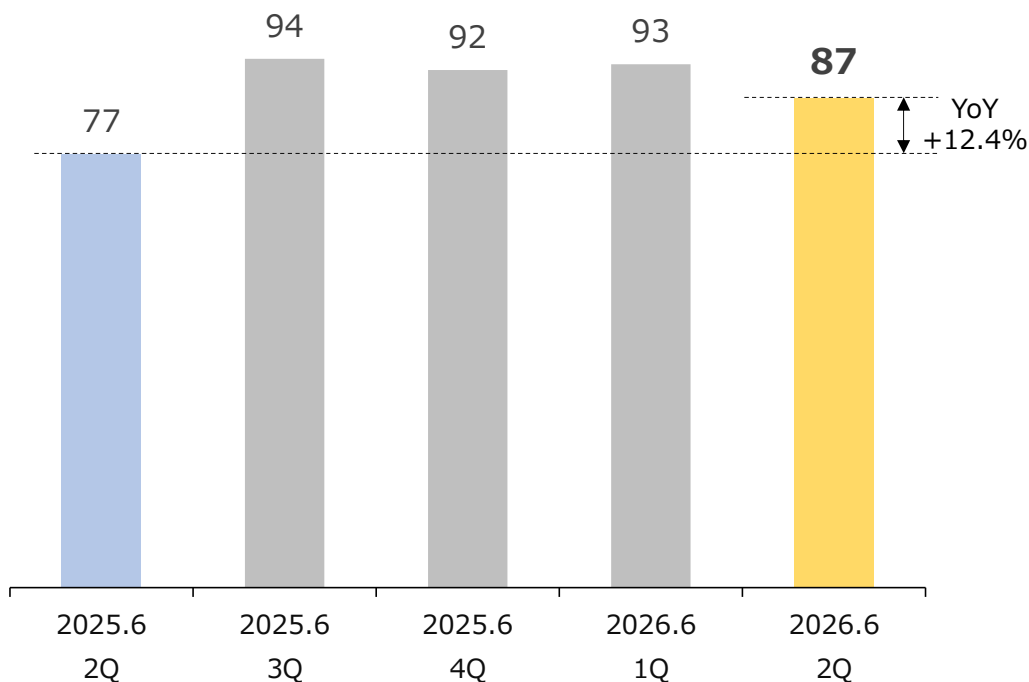
②おいくら

おいくら①：売上高および加盟店数推移

- ✓ 売上高 : 加盟店数の純増により、前年同期比+12.4%。
- ✓ 利益 : 堅調な売上と、自治体連携拡大による依頼獲得コストの低下により、損益分岐超えつづく
(参考：セグメント利益率 前期2Q・46.2%→当期2Q・58.3%)
- ✓ 加盟店数 : 加盟店営業は順調も、一部加盟店の店舗整理に伴いID総数は一時的に減少

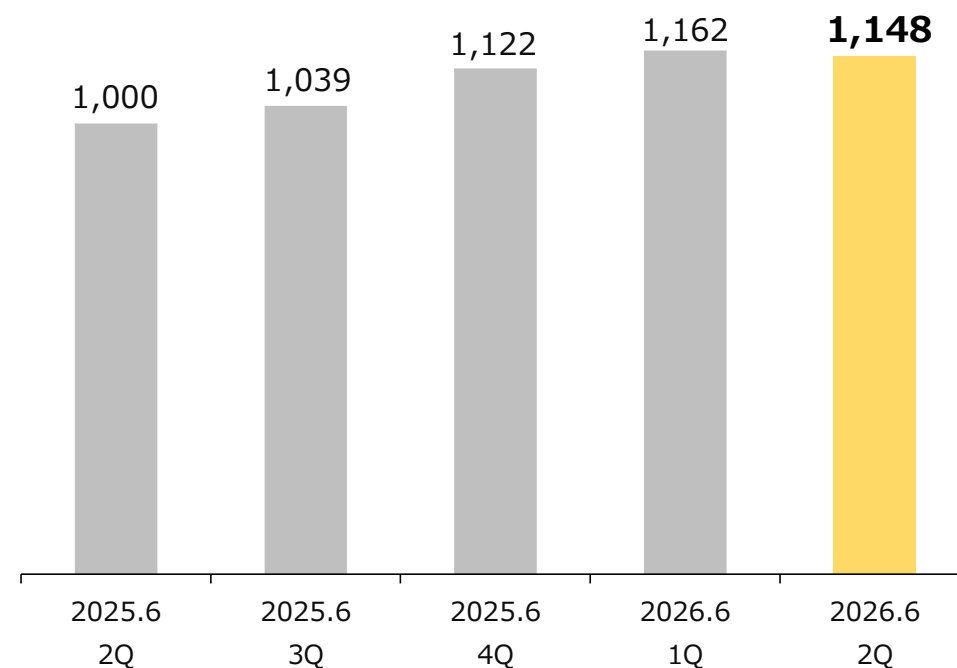
売上高推移

(単位：百万円)



加盟店数推移

(単位：店)

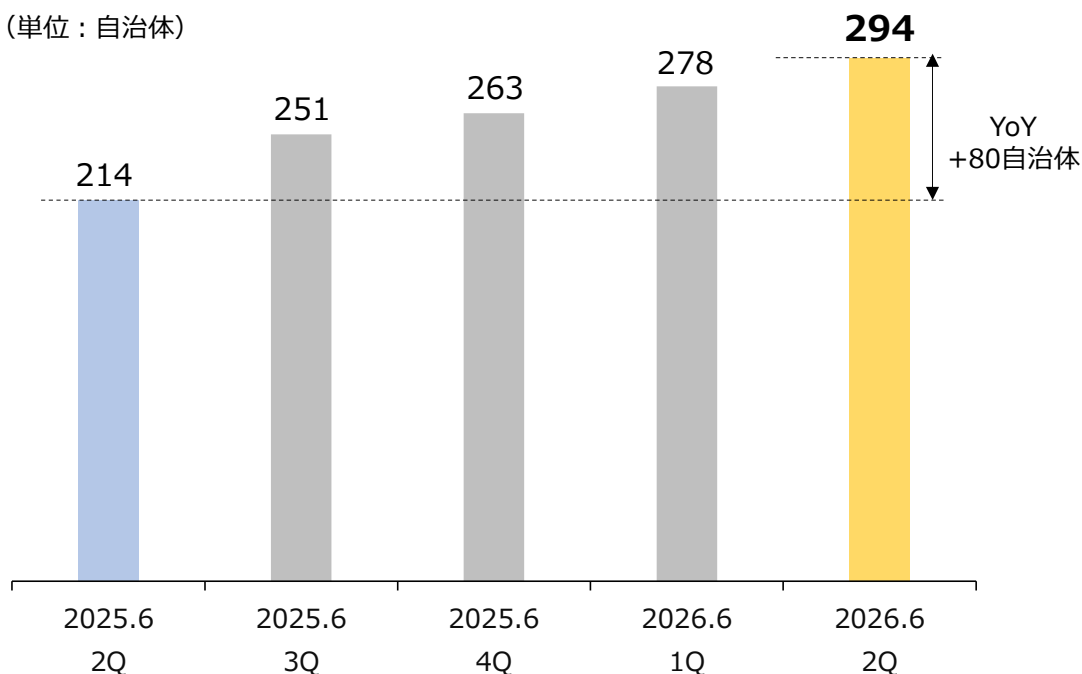


おいくら②：自治体連携について

- ✓ 連携自治体数は引き続き順調に増加。当2Q末時点では、294自治体と連携
(※2Q累計期間での「おいくら」Web買取依頼数 14,000件/月のうち、5割超が自治体からの流入)
- ✓ 人口カバー率（連携自治体の人口÷日本の総人口）は45.1%となり、総人口の5割カバーが視野に

提携自治体数推移

(単位：自治体)



(2026年2月5日リリース)

「おいくら」が 44 都道府県・300 自治体と連携達成
水戸市と官民連携で不要品リユース事業を開始
～連携自治体人口は約 5660 万人、循環型社会を全国で実現～

茨城県水戸市(市長:高橋 靖)と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、地域社会における課題解決を目的としたリユース事業に関する協定を締結し、2026 年 2 月 5 日(木)より連携をスタートいたします。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」を用いて、不要品を捨てずに再利用する仕組みを構築し、水戸市の廃棄物削減と循環型社会の形成を目指します。水戸市の「おいくら」導入により、全国の「おいくら」導入自治体数は 300 に到達、連携自治体人口は約 5660 万人となりました。

おいくら?

導入自治体

300
突破

44 都道府県

連携自治体人口
約 5660 万人

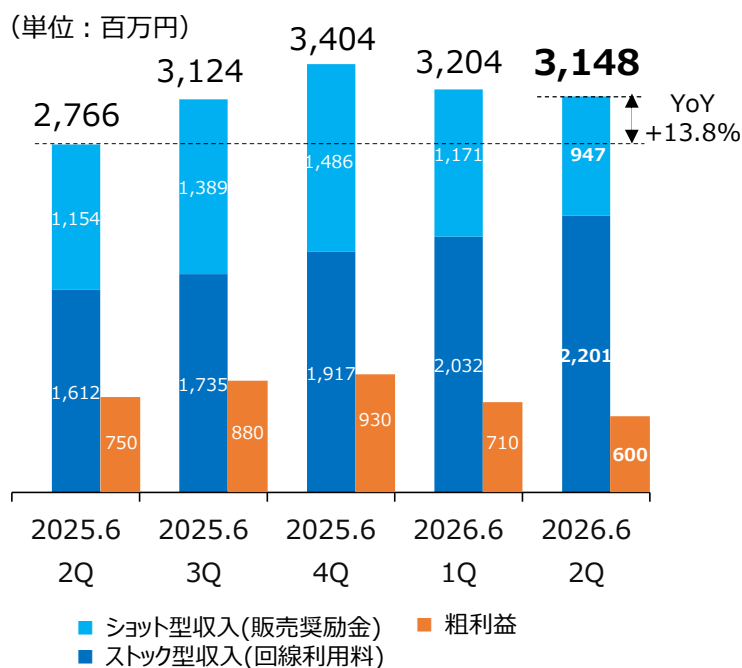


モバイル通信事業

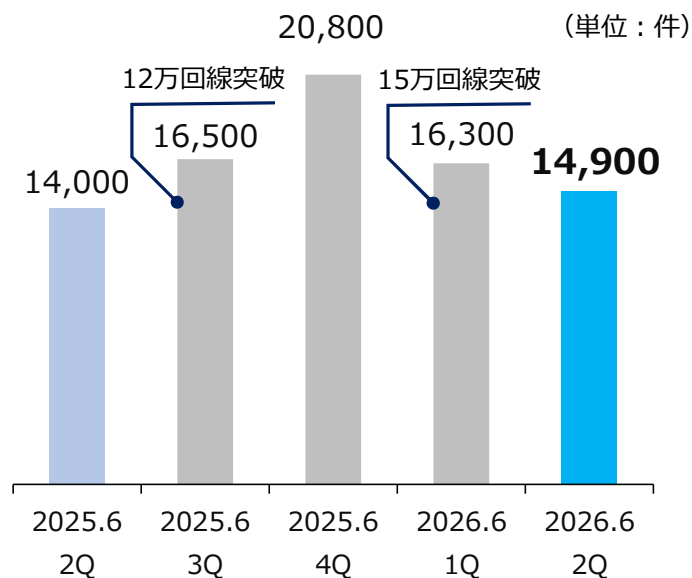
モバイル通信事業①：四半期別業績推移

- ✓ 売上高 : ストックは純増続くも、1Qに生じた広告宣伝効率の落ち込み回復に時間を要しておりショットの伸びが鈍化
- ✓ 利益 : 主にショット構成比の低下等に伴う粗利率の低下の影響により大幅減益
- ✓ 今後の見通し : 回線数の増減トレンドとしては2025/9(1Q)に底打ちし、月次ベースではすでに回線獲得数およびCPAともに回復トレンドに転換。2Qにてボトムアウトし4Q以降再度黒字化見込み

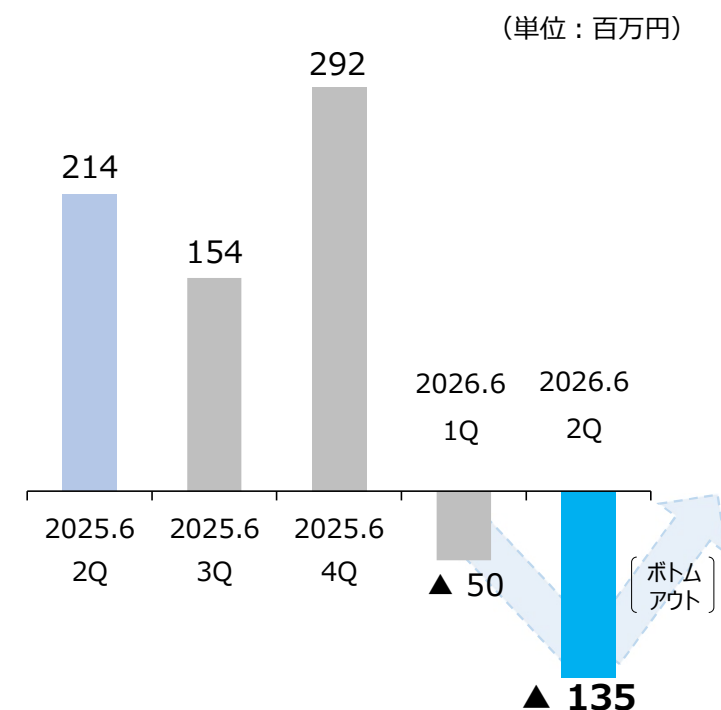
売上高・粗利益推移



新規回線契約獲得数推移

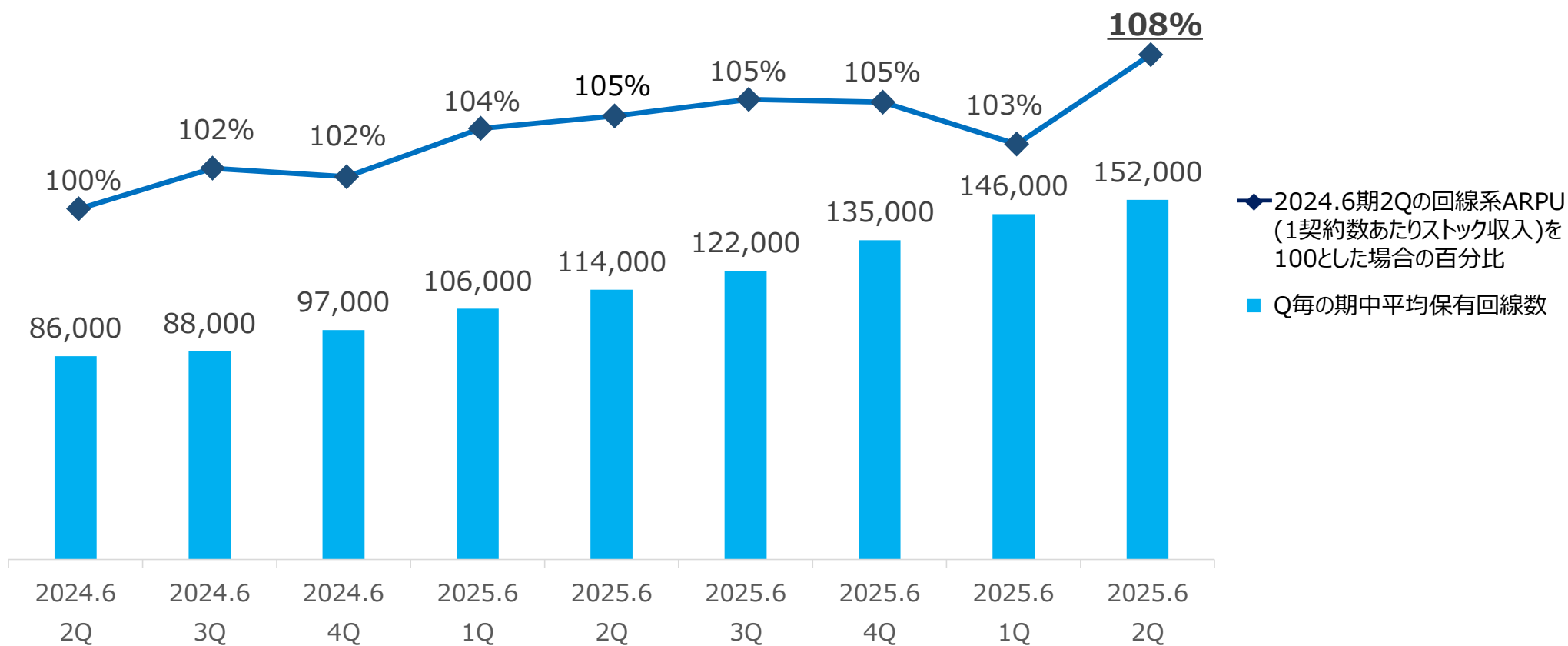


セグメント利益推移



モバイル通信事業②:回線系ARPU及び期中保有回線数の推移

✓ 保有回線数およびARPUの積み上げにより、ストック収入を中心とした事業基盤の安定化を進める



3

連結業績まとめ

2026年6月期 第2四半期 連結損益計算書（再掲）

✓ リユースは2Q以降復調も、モバイルの広告効率低下の影響が全体成績を押し下げ

（単位：百万円）	2025.6 2Q	2026.6 2Q	増減	前年同期比
売上高	11,475	12,966	1,490	113.0%
売上総利益	3,994 (34.8%)	4,039 (31.2%)	45	101.1%
営業利益（△は損失）	249 (2.2%)	△ 92 (- %) <small>（参考：優待費用 △69）</small>	△341	-
経常利益（△は損失）	313 (2.7%) <small>（参考：デリバティブ評価益 +113）</small>	△125 (- %)	△438	-
親会社株主に帰属する 中間純利益(△は損失)	153 (1.3%)	△215 (- %)	△369	-

※括弧内は利益率

2026年6月期 第2四半期 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2025.6 4Q末	2026.6 2Q末	増減
流動資産	5,031	4,612	△ 419
現金及び預金	1,710	1,447	△ 262
売掛金	2,494	2,299	△ 194
商品	561	666	104
その他流動資産	264	198	△ 66
固定資産	1,206	1,062	△ 144
有形固定資産	312	299	△ 13
無形固定資産	77	64	△ 12
(うち、のれん)	(69)	(59)	△ 9
投資その他の資産	816	697	△ 118
資産合計	6,238	5,674	△ 563

	2025.6 4Q末	2026.6 2Q末	増減
負債	4,324	4,039	△ 285
買掛金	887	978	91
短期有利子負債	2,125	2,025	△ 100
未払金	509	490	△ 18
長期有利子負債	48	35	△ 12
その他負債	753	508	△ 245
純資産	1,913	1,635	△ 278
負債純資産合計	6,238	5,674	△ 563

※ 商品内訳の残高は、評価損反映前の数値です。

連結キャッシュ・フロー計算書

- ✓ 前期計上のデリバティブ解約益の資金回収により投資CFがプラスに。営業CFは期末に向け良化見込みであり、期末にはフリーキャッシュフローも収入超過に転じる見込み

(単位：百万円)	2025.6 2Q	2026.6 2Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	78	△235	△314
投資活動によるキャッシュ・フロー	△66	99	165
フリーキャッシュ・フロー	12	△136	△148
財務活動によるキャッシュ・フロー	△72	△133	△61
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,424	1,447	22

4

Appendix

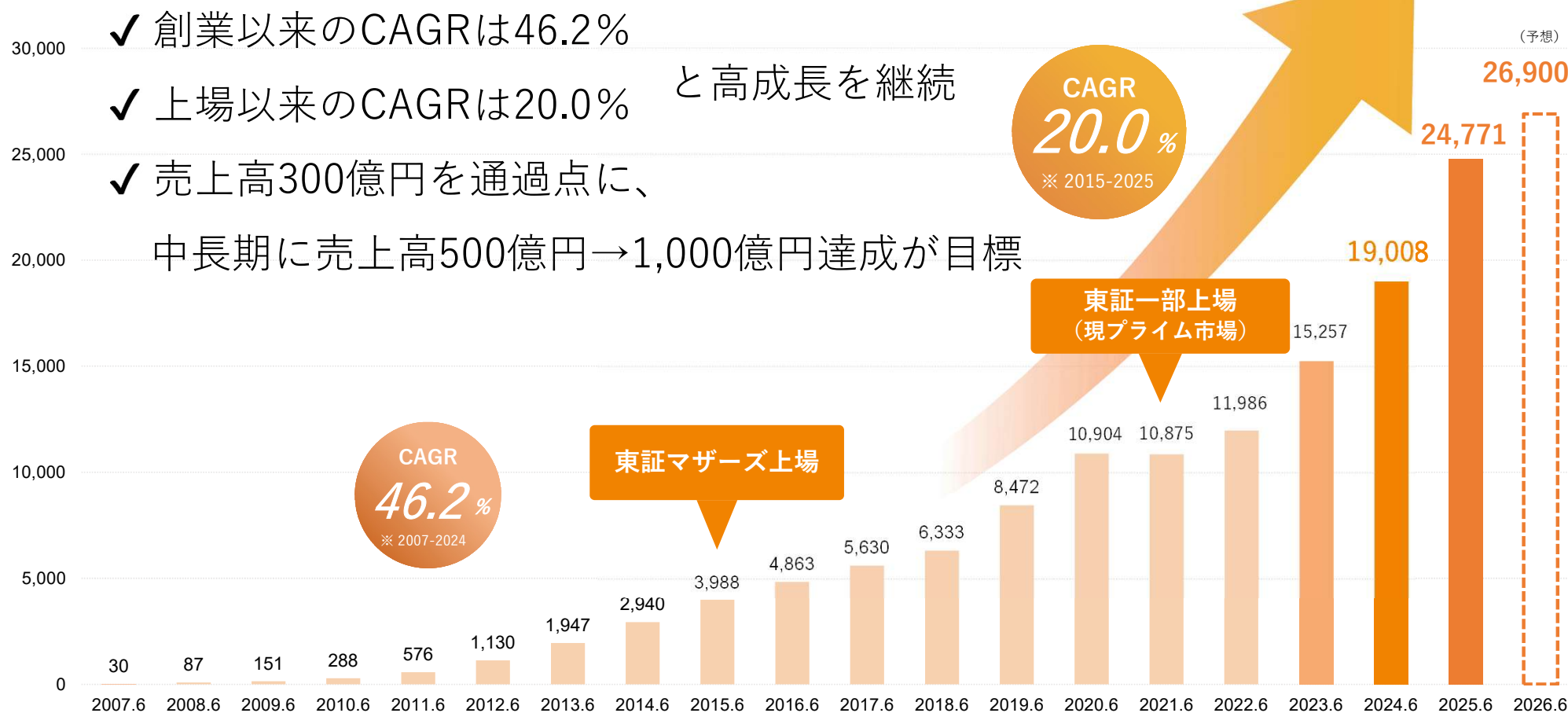


[会社案内動画](#)



創業以降の売上高の成長推移

(単位：百万円)



金/中古車/PCの価格相場 直近5か年推移（参考）

金価格

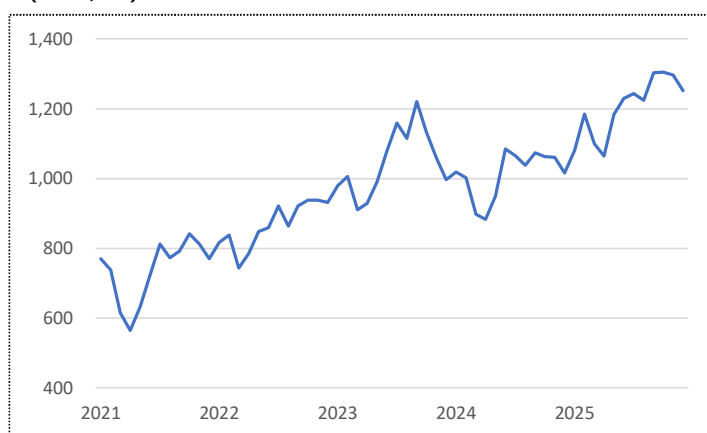
(XAUUSD)



出典：TradingView提供のチャート

中古車価格

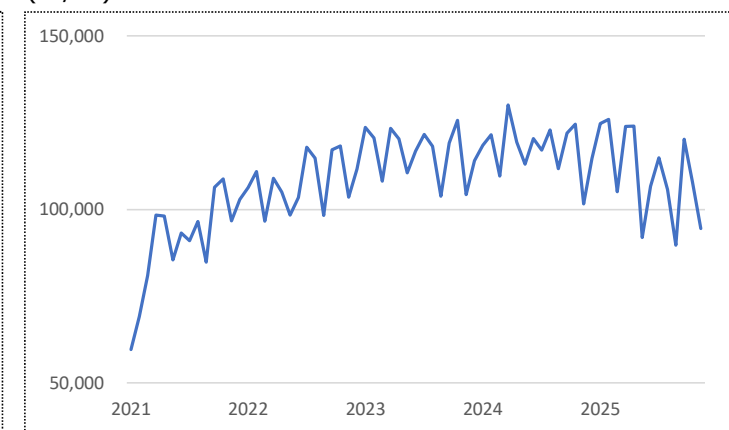
(千円/台)



出典：USSオークションデータ「成約車両単価実績」を元に弊社加工

PC価格

(円/台)



出典：JEITA「PC国内出荷実績」を元に弊社加工

コア事業（ネット型リユース事業）の強み

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 **44** ※1 万件以上

02

多種多様な 取扱商材

専門商材

31 ※2 種類

03

業界最高水準の 高回転ビジネス

在庫回転率

23.5 ※3 回以上

※1 2025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 2025年6月期の実績

セグメント変更

- ✓ 当期よりメディア事業を組織再編し、ネット型リユース事業およびモバイル通信事業の2事業へ分割・統合。主力2事業とし両事業のさらなる成長を推進。

(※詳細は2025年8月14日公表の適時開示文書[「報告セグメントの変更に関するお知らせ」](#)をご参照ください)

(2025年6月期まで)

旧 報 告 セ グ メ ン ト	ネット型リユース事業
	個人向けリユース分野
	マシナリー（中古農機具）分野
	おいくら分野
	メディア事業
	モバイル通信事業

(統合)

(再編)

(2026年6月期以降)

新 報 告 セ グ メ ン ト	ネット型リユース事業
	個人向けリユース分野
	おいくら分野
	モバイル通信事業
	その他事業

セグメント情報 2026年6月期 第2四半期実績 (ハイライト)

(単位：百万円)		1Q		2Q		3Q		4Q		計	
2025.6期	売上高	5,492	(-)	5,983	(-)	6,288	(-)	7,008	(-)	24,771	(-)
	ネット型リユース	2,858	(-)	3,174	(-)	3,119	(-)	3,568	(-)	12,721	(-)
	モバイル	2,584	(-)	2,766	(-)	3,124	(-)	3,403	(-)	11,877	(-)
	その他	49	(-)	42	(-)	44	(-)	36	(-)	172	(-)
	営業利益 (△は損失)	69	(-)	180	(-)	224	(-)	151	(-)	625	(-)
	ネット型リユース	226	(-)	252	(-)	311	(-)	256	(-)	1,046	(-)
	モバイル	197	(-)	213	(-)	161	(-)	284	(-)	857	(-)
	その他	19	(-)	18	(-)	66	(-)	△ 35	(-)	68	(-)
	調整額	△ 375	(-)	△ 304	(-)	△ 315	(-)	△ 353	(-)	△ 1,347	(-)
	売上高	6,334	(115.3%)	6,631	(110.8%)						
2026.6期	ネット型リユース	3,101	(108.5%)	3,456	(108.9%)						
	モバイル	3,203	(124.0%)	3,148	(113.8%)						
	その他	28	(58.2%)	26	(63.0%)						
	営業利益 (△は損失)	△ 80	(-)	△ 12	(-)						
	ネット型リユース	167	(74.1%)	351	(139.5%)						
	モバイル	△ 50	(-)	△ 135	(-)						
	その他	△ 4	(-)	△ 6	(-)						
	調整額	△ 192	(-)	△ 221	(-)						

※括弧内は前年同期比

過年度実績：販管費推移

- ✓ 販管費率の改善は引き続き順調に進捗（前年同期比△6.7p）
- ✓ 粗利率の改善により利益創出フェーズの安定化を図る

(単位：百万円)	2022.6 2Q	2023.6 2Q	2024.6 2Q	2025.6 2Q	2026.6 2Q
売上高	5,492	7,386	8,526	11,475	12,966
±成長率	△2.4%	+34.5%	+15.4%	+34.6%	+13.0%
売上総利益	1,914	2,682	3,114	3,994	4,039
[粗利率]	[34.9%]	[36.3%]	[36.5%]	[34.8%]	[31.2%]
販管費合計	2,119	2,726	3,155	3,744	4,132
[販管費率]	[38.6%]	[36.9%]	[37.0%]	[32.6%]	[31.9%]
広宣費＋販促費	424	669	521	1,092	1,431
(構成比)	(20.0%)	(24.5%)	(16.5%)	(29.2%)	(34.6%)
人件費＋採用関連費	753	918	1,213	1,216	1,123
(構成比)	(35.5%)	(33.7%)	(38.4%)	(32.5%)	(27.2%)
地代家賃(含、敷金償却)	155	162	195	222	225
(構成比)	(7.3%)	(5.9%)	(6.2%)	(5.9%)	(5.5%)
その他	785	976	1,226	1,212	1,352
営業利益（△は損失）	△ 204	△ 43	△ 41	249	△ 92

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



● ボードメンバー多様化の取り組み



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



株主優待制度について

2026年12月末日を基準日とする株主優待より、下記贈呈条件を適用いたします。

✓ 株主優待贈呈条件

基準日	継続保有期間	保有株式数	株主優待
2026年 6 月末日	条件なし		
2026年12月末日以降	1年以上	500株以上	25,000円分のデジタルギフト
2027年 6 月末日以降			

※「500株以上・1年以上継続保有」とは、毎年12月31日および6月30日の株主名簿において、同一の株主番号で500株以上を3回連続で記録または記載されていることを指します。

✓ 対象となるデジタルギフト（交換可能単位の合計が 25,000 円分になるまで、任意の種類、任意の回数交換いただけます。）

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/ GooglePlay 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/ 選べるおいしいお肉カード/ ブックライブ デジタルプリペイドカード/ 選べるお取り寄せスイーツカード/ 選べるお取り寄せグルメカード/ Hulu チケット/ 選べるブランド肉カード/ オイシックスギフトコード/ Roblox ギフトカード/ えらべるおむつギフト/ U-NEXT ギフトコード(ポイント)/ U-NEXT ギフトコード(30days)/ ビットコイン by bitFlyer/ ビットコイン by CoinTrade/ ビットコインキャッシュ by CoinTrade/ リップル by CoinTrade/ イーサリアム by CoinTrade/ ライトコイン by CoinTrade

※ ギフトの詳細は、2025年12月16日公表[「株主優待品の内容変更（利用範囲の変更）に関するお知らせ」](#)および2025年6月3日公表[「株主優待品の内容変更\(利用範囲の拡大\)に関するお知らせ」](#)をご参照ください。

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	運営	申込み詳細
2026年2月20日(金)11:00-	オンライン	日興IR	https://zoom.us/webinar/register/WN_2M8oyQvJQFOMeTEG6F9yNw

✓ 個人投資家向けIR説明会

開催予定日時	会場	運営	申込み詳細
2026年2月24日(火)18:30-	オンライン	SBI証券	※詳細は後日、弊社IRサイト等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