



株式会社マーケットエンタープライズ

**個人投資家さま向け
会社説明会**

2020.08.29

証券コード:3135

マーケットエンタープライズについて

- 商号 株式会社マーケットエンタープライズ (MarketEnterprise Co.,Ltd.)
- 設立 2006年7月7日 (七夕 大安) (事業開始年月日 2004年11月1日)
- 企業理念 WinWinの関係が築ける商売を展開し、商売を心から楽しむ主体者集団で在り続ける
- 資本金 3億679万7,000円 (2020年6月末現在)
- 上場 2015年 6月27日東証マザーズ上場 (証券コード3135)
- 代表者 代表取締役社長 小林 泰士
- 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
- 従業員数 426名 (アルバイトスタッフ含む) (2020年6月末現在)
- 本社 〒104-0031 東京都中央区京橋3-6-18 東京建物京橋ビル3F
- 主要取引先 ヤフー株式会社/楽天株式会社/アマゾンジャパン合同会社/eBAY Inc./株式会社電通/株式会社NTTドコモ
大日本印刷株式会社/コープデリ生活協同組合連合会/佐川急便株式会社/ヤマトホールディングス株式会社



ネット型リユース事業・メディア事業

ネット型リユース事業

株式会社MEトレーディング

出資比率
100%

中古農機具の買取代行
国内及び海外販売・輸出の代行

メディア事業

株式会社UMM

出資比率
90%

国内最大級の農機具特化型マーケットプレイス「中古農機市場UMM」を運営

モバイル通信事業

株式会社MEモバイル

出資比率
65%

WiMAX、格安SIMなどのMVNOサービスを展開

MARKETENTERPRISE
VIETNAM CO., LTD.

出資比率
100%

MEグループ全事業に関する
ITシステム基盤のオフショア開発拠点

国内16拠点 海外1拠点

■ **マーケットエンタープライズ 本社、京橋ブランチ**
東京都中央区

■ **コンタクトセンター／カスタマーサポートセンター（2拠点）**
東京都墨田区、徳島県徳島市

■ **リユースセンター（10拠点）**
北海道札幌市、宮城県仙台市、埼玉県和光市、
東京都江東区、東京都府中市、神奈川県横浜市、
愛知県名古屋市、大阪府吹田市、兵庫県神戸市、
福岡県福岡市

■ **MEモバイル**

東京都墨田区

■ **MEトレーディング（2拠点）**

鳥取県鳥取市、栃木県小山市

■ **UMM**

東京都中央区

■ **MARKETENTERPRISE VIETNAM**

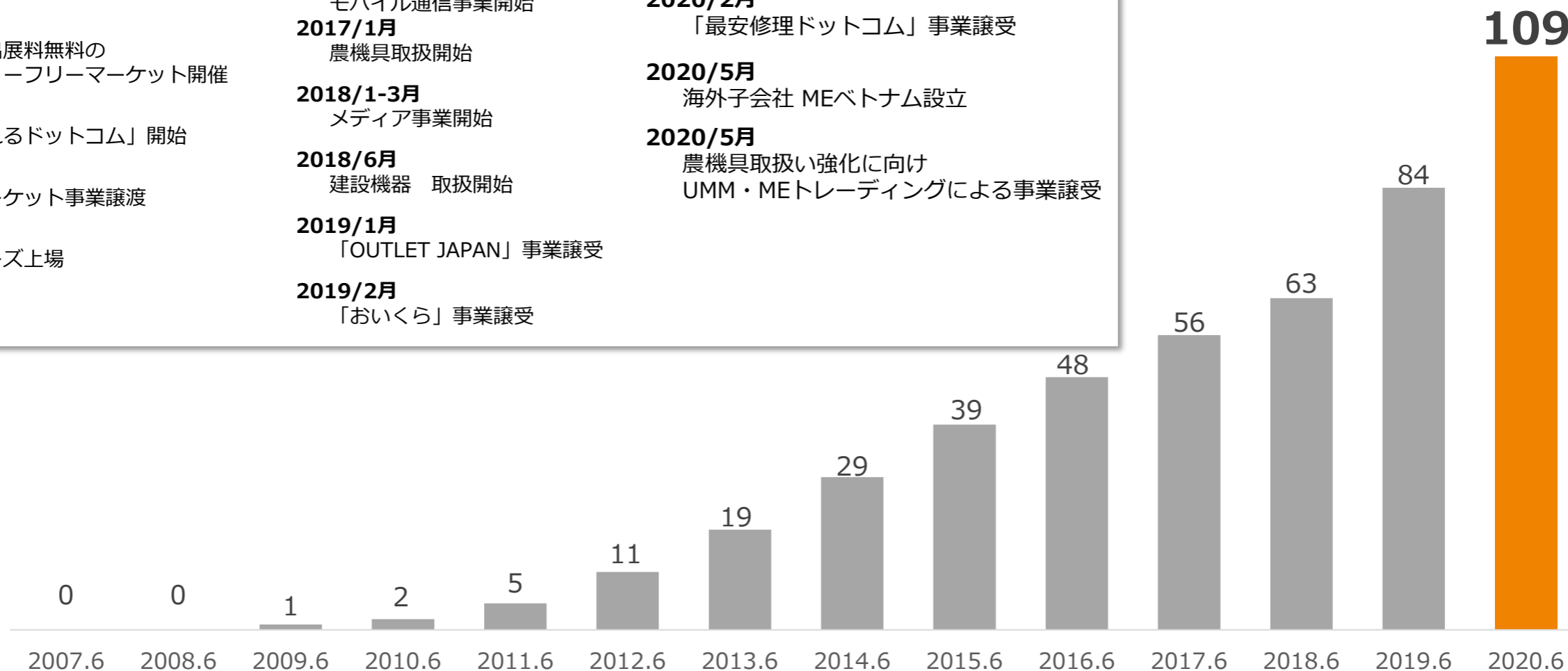
HCMC, Viet Nam.

会社設立後、14期連続増収達成

- 2006/7月**
格安電池ドットコム開始
フリーマーケット「楽市楽座」事業開始
- 2007/11月**
日本初！出展料無料の
チャリティーフリーマーケット開催
- 2008/10月**
「高く売れるドットコム」開始
- 2013/10月**
フリーマーケット事業譲渡
- 2015/6月**
東証マザーズ上場

- 2016/8月**
「プライベートバイヤー」開始
- 2016/9月**
モバイル通信事業開始
- 2017/1月**
農機具取扱開始
- 2018/1-3月**
メディア事業開始
- 2018/6月**
建設機器 取扱開始
- 2019/1月**
「OUTLET JAPAN」事業譲受
- 2019/2月**
「おいくら」事業譲受
- 2019/8月**
「SIMチェンジ」事業譲受
- 2020/2月**
「最安修理ドットコム」事業譲受
- 2020/5月**
海外子会社 MEベトナム設立
- 2020/5月**
農機具取扱い強化に向け
UMM・MEトレーディングによる事業譲受

(単位：億円)



株式会社マーケットエンタープライズ

代表取締役社長 小林 泰士 (こばやし やすし)



- 1981年 埼玉県川越市生まれ(39歳)
- 2003年 大学卒業後、ベンチャー企業に入社
- 2004年 独立起業、2006年株式会社マーケットエンタープライズ設立、代表取締役に就任
30サイトからなるメディア群と、全国10拠点のフルフィルメントセンターをベースに国内最大規模のネット型リユース事業を展開
- 2015年 東京証券取引所マザーズ上場
ネット型リユース事業に加え、宅配レンタルやモバイル通信事業など事業の多角化を進める
- 2018年 一般社団法人EO(Entrepreneurs' Organization) Tokyo 第23期会長 / 学校法人東洋大学 理事

【受賞歴】 ヤフオク!ベストストアアワード総合賞第1位(2017,2018,2019)
Japan Venture Awards中小機構理事長賞(2015)
EY Entrepreneur Of The Year 2013 Japan
Deloitte Touche Tohmatsu 日本テクノロジー Fast50 (2015,2016,2017)
デロイトトウシュートーマツアジア太平洋地域テクノロジーFast 500(2015,2016)等

当社が目指すもの

マーケットエンタープライズとは？

MARKET (市場) + **ENTERPRISE** (冒険的創出)

リソースを核とした**最適化商社**を目指し、
様々な事業を展開している会社

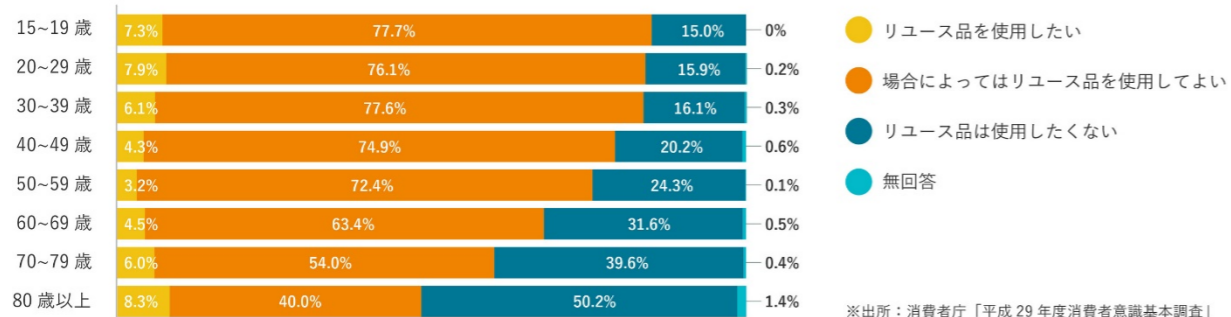
最適化商社とは？

賢い消費 を望む消費者に様々な選択肢を提供できる会社

※賢い消費: 自身にとって満足度が高く、かつ再販価値の(買ったものがいくらで売れるのか)を意識した消費行動のこと

1 リユース品に対する抵抗感が薄れてきた

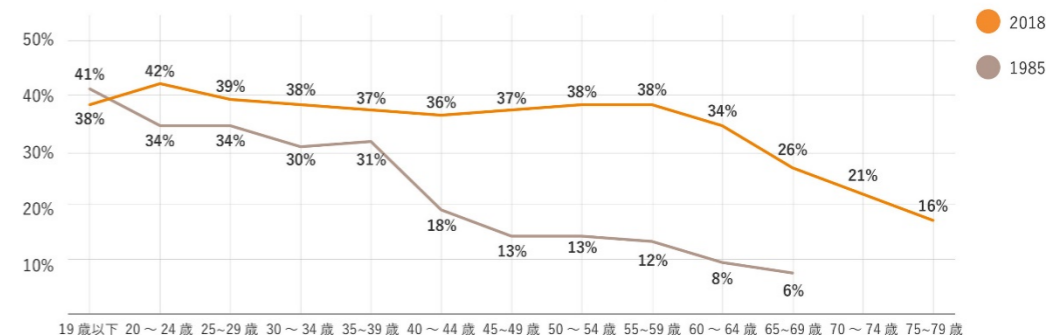
Q あなたは、リユース品（中古品）を使用することについて、どのように考えますか？
あなたの考えに最も近いものを1つお選びください



2 所有による満足から使用による満足へ

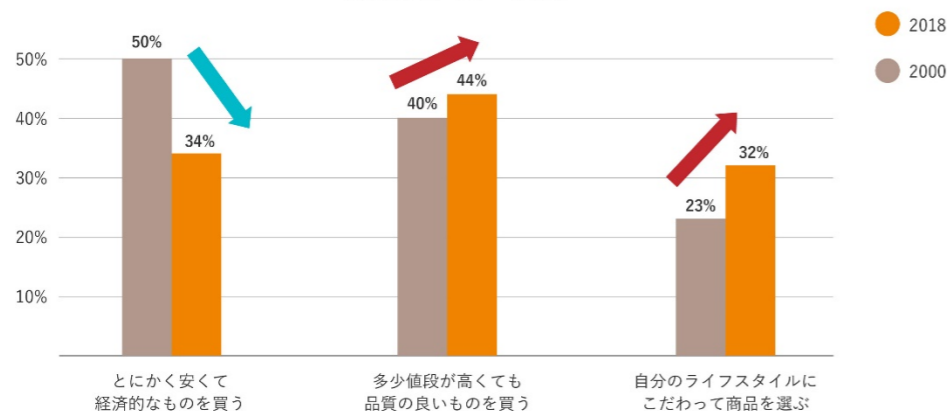
Q A. レンタルやリース（お金を出して物を借りること）を使うことに抵抗はない
B. 自分の使うものは、なるべく買って自分のものにしたい

Aに近いと回答する割合



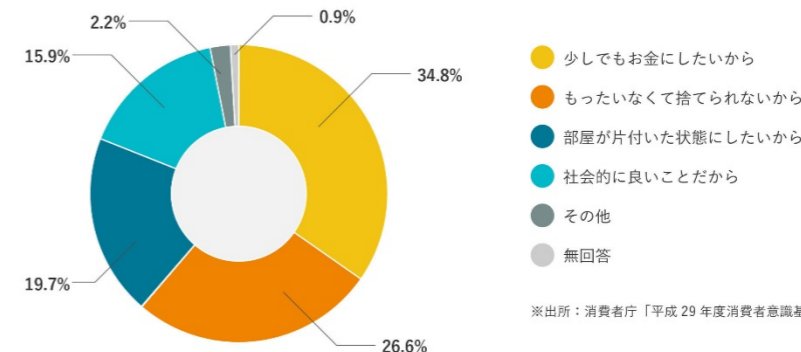
3 自分に合ったものを求める消費スタイルに

消費価値観の変化



4 換金ニーズが最も高く、今後再販価値を意識する消費者の増加が期待される

Q あなたが不要品をリユースに回した（い）理由は何ですか？
以下のうち最も近いものを1つお選びください



当社が考える賢い消費とは？

絶対的価値 と **相対的価値** を意識した消費者

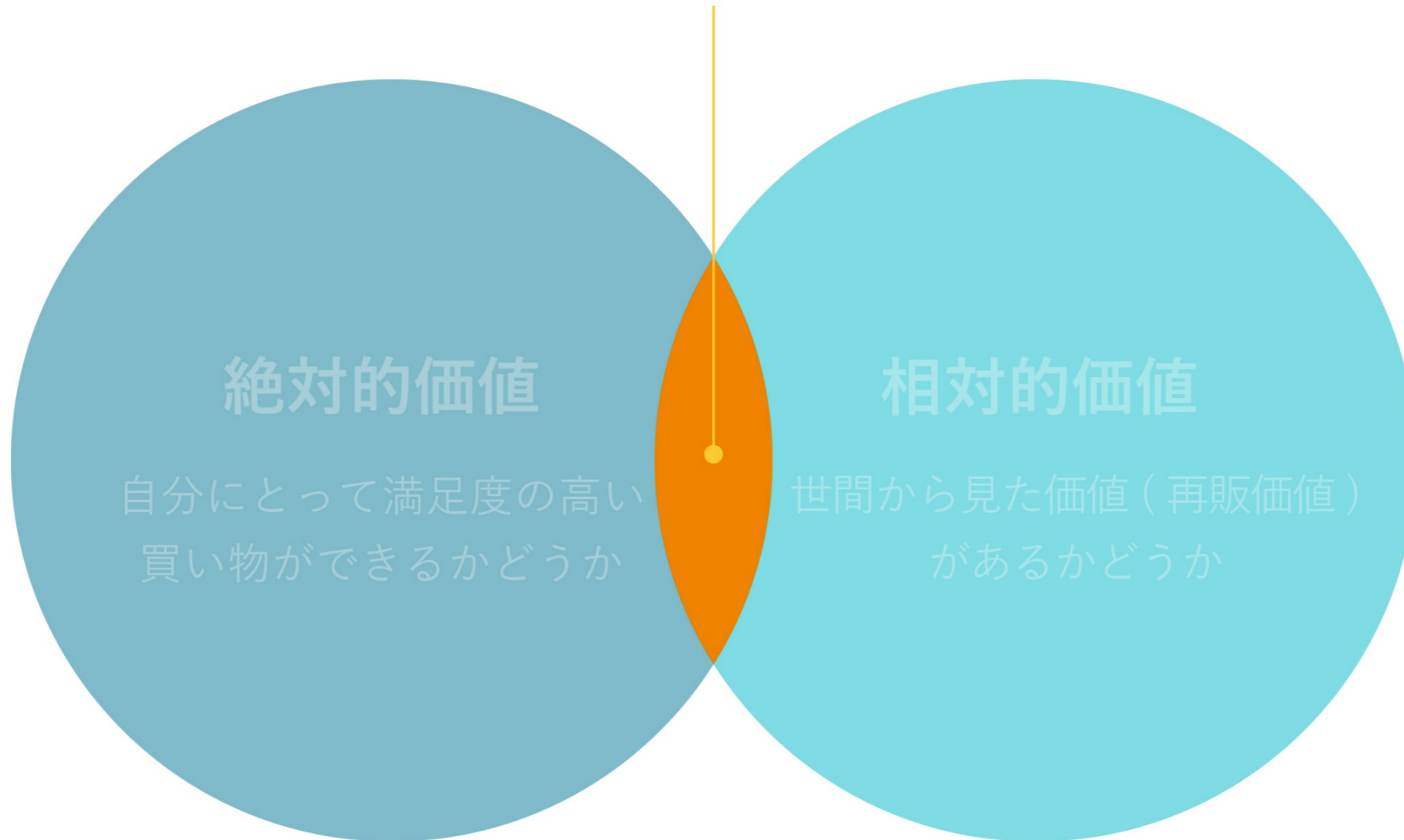
絶対的価値

自分にとって満足度の高い
買い物ができるかどうか

相対的価値

世間から見た価値（再販価値）
があるかどうか

賢い消費者



『持続可能な社会を目指す最適化商社』

賢い消費者に
様々な選択肢を
提供

国内外の
個人法人とともに
循環型ビジネスを
構築

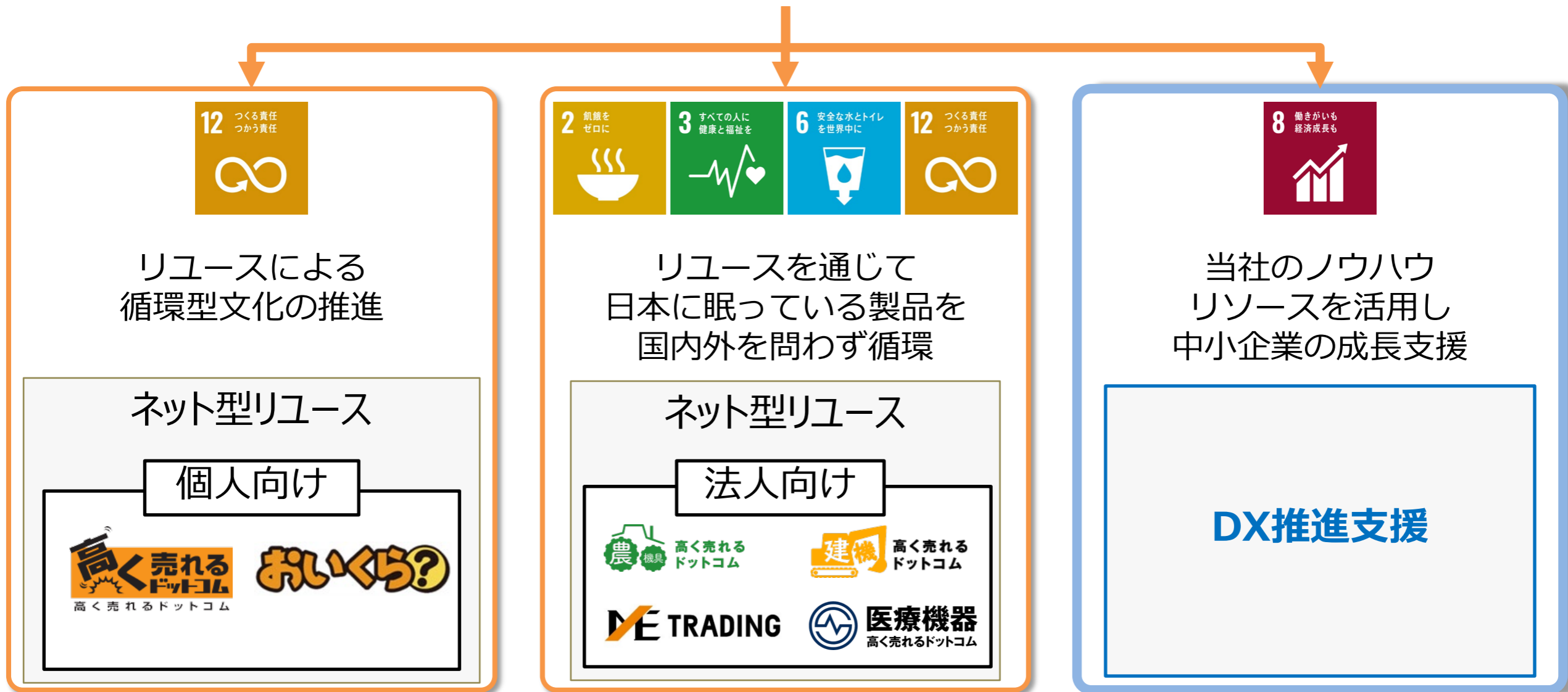
少子高齢化や環境問題など、日本は多くの課題を抱える課題先進国

SDGs（持続可能な開発目標）を経営の指針に掲げる

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



持続可能な社会の実現



事業概要

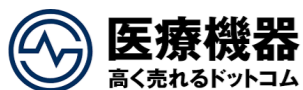
個人向けリユースから事業領域を拡大

ネット型リユース

個人向け



法人向け



プラットフォーム



メディア

通信



リユース



プラットフォーム



趣味



モバイル通信



サービスブランド



事業概要

① ネット型リユース事業

買取、販売ともにマルチチャネル対応で、幅広いニーズに対応
『C to B to C※』をベースとしつつも、法人大型案件にも対応

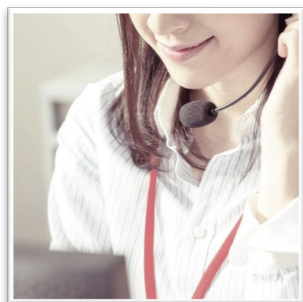


※C to B to C : Consumer to Business to Consumerの略
個人間で直接取引をするのではなく、法人を介して行う取引形態のこと

ニッチな商材を中心に30カテゴリーに及ぶ幅広い対応で、月間約4万件の買取依頼を確保



コンタクトセンターでの事前査定



買取価格・買取方法等のご提案

3つのチャンネルで買取



宅配買取



店頭買取



出張買取

全国に展開するリユースセンター



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

札幌、仙台、埼玉、東京、西東京、横浜、
名古屋、大阪、神戸、福岡の10都市に
リユースセンターを展開

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

業務プロセスを明文化したマニュアル
『STANDARD BOOK』とその実践による
サービスレベルの標準化

2次流通のプラットフォームとして、さらなる成長を目指す

サービス利用者 **延べ4,300,000人**

※2020年6月累計

月間買取依頼数 **約40,000件**

※2020年6月度

平均販売単価 **約32,000円**

※2020年6月度実績

顧客満足度 **99.50%**

※2020年8月時点の「ヤフオク!」累計評価

ネットオークション売上高

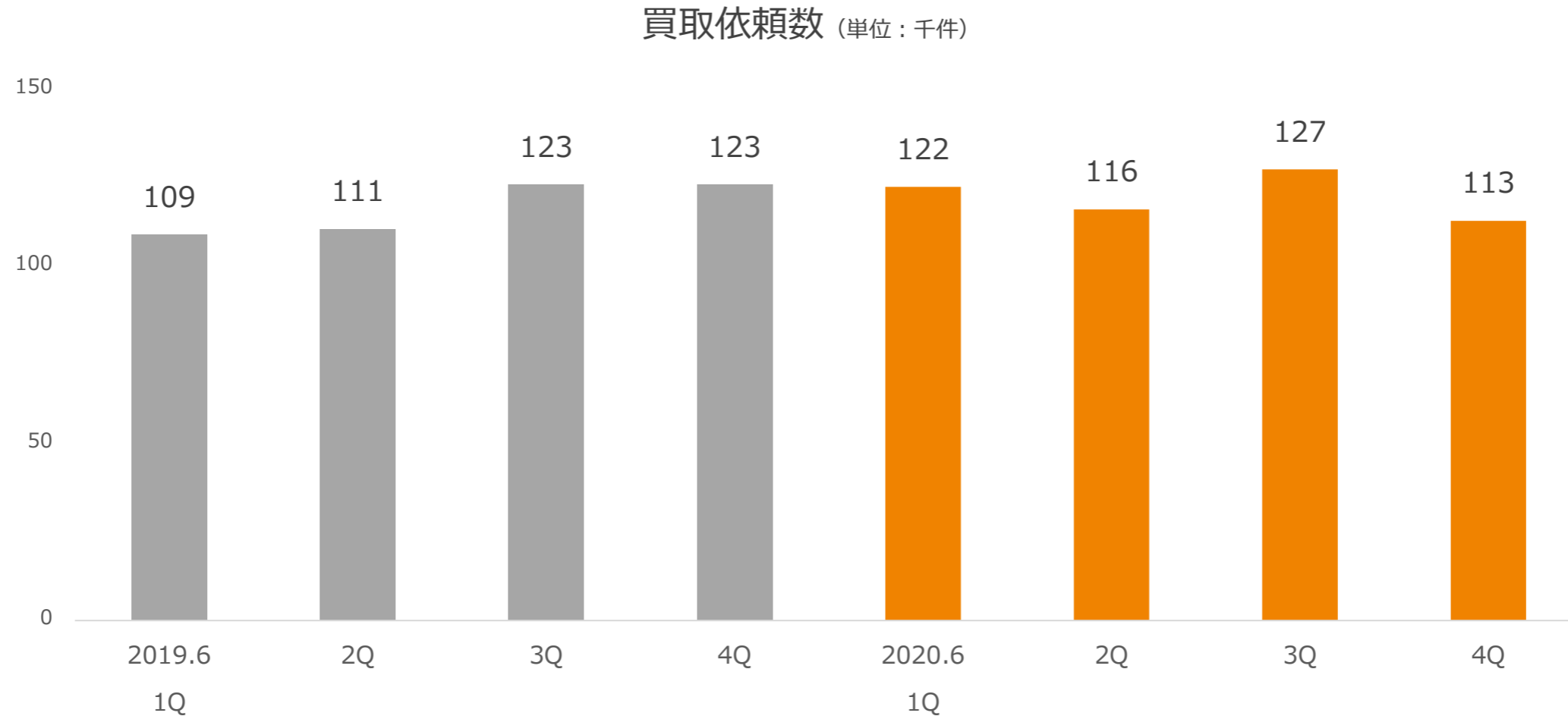
3年連続 **1位**



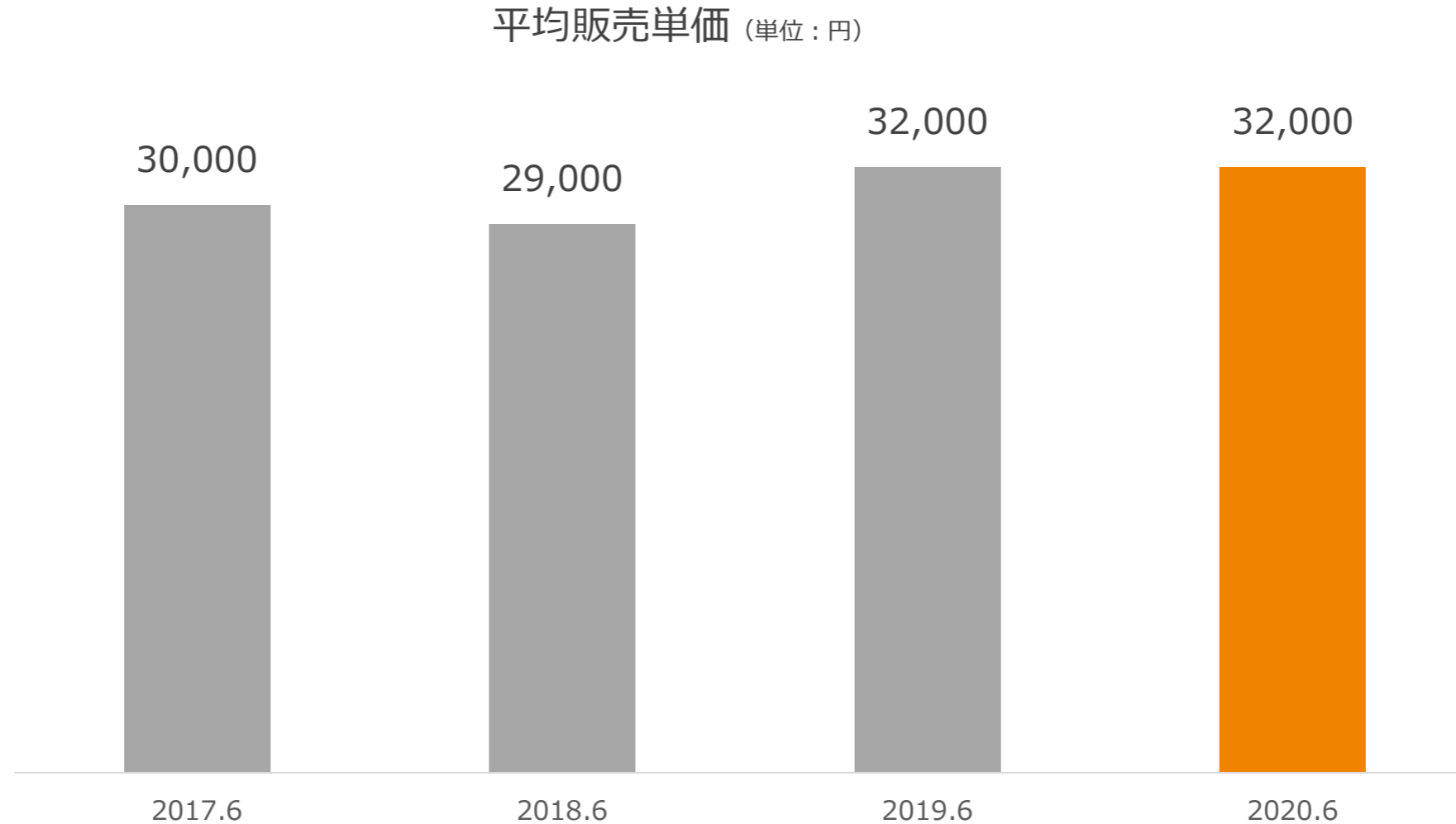
- リユースセンター
- コンタクトセンター
- カスタマーサポートセンター



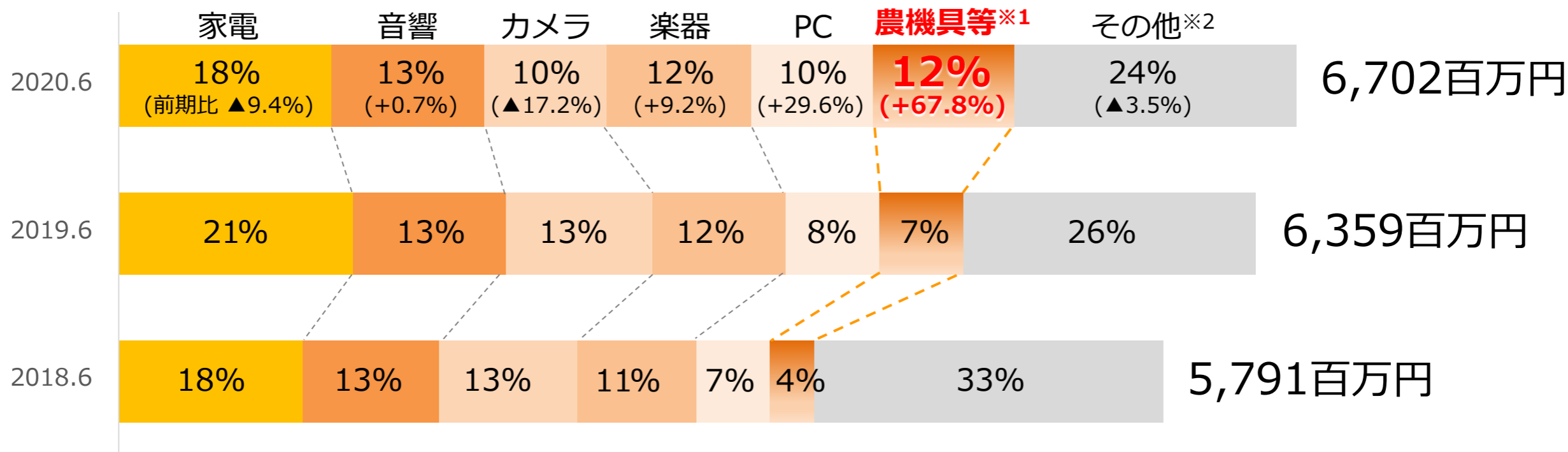
2020.6月期の年間買取依頼数は47.9万件（前期比+3%）
WEBマーケティングを活用し、毎月約4万件の買取依頼を獲得



高単価・大型商材を中心に取り扱い、平均販売単価は30,000円以上で推移



企業がリユース品の取引に介在することによる取引への安心感をお客様へ提供
大型商材や専門商材など幅広く取扱う

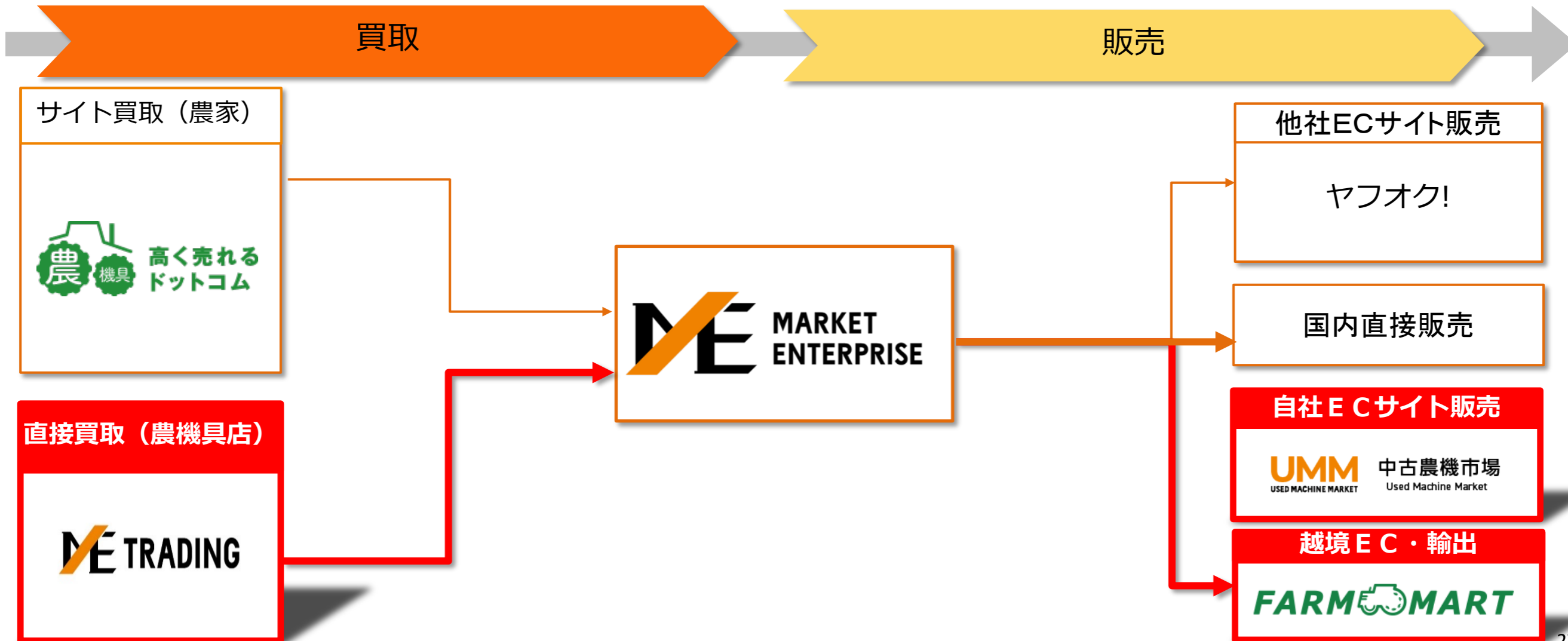


※1. 農機具等には、建設機械および医療機器の売上高を含みます。

※2. その他には、「おいくら」、「ReReレンタル」、規模縮小に伴いブランド・時計等の売上高を含みます。

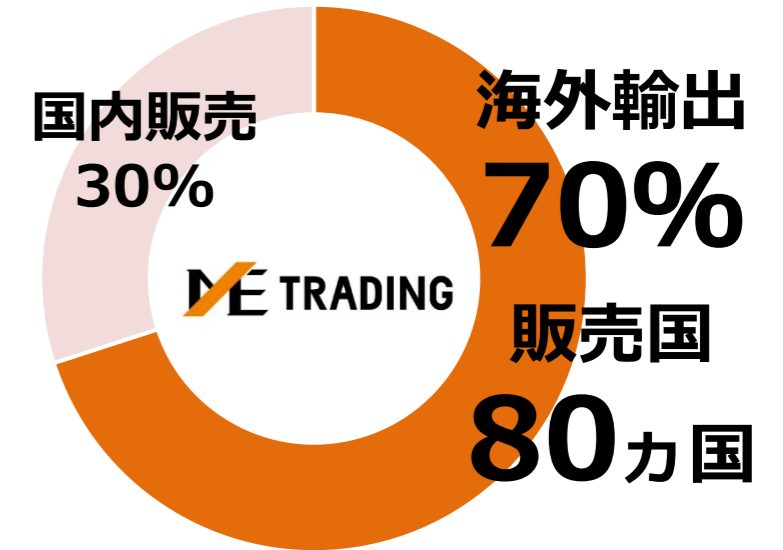
ネット型リユース事業：事業の強み③ 農機具への展開

買取面では農機具店からの直接買取、
販売面では輸出、及び自社のマーケットプレイスを獲得



中古農機具の海外輸出を行う旺方トレーディング社より農機具事業を新設子会社(株)MEトレーディングが事業譲受 (2020年4月28日発表)

販売実績



新設子会社	株式会社MEトレーディング
所在地/営業所	鳥取県鳥取市、栃木県小山市
事業内容	中古農機具の買取代行 国内及び海外販売・輸出の代行



国内最大級の中古農機具に特化したマーケットプレイス「JUM」を新設子会社(株)UMMが事業譲受 (2020年5月15日発表)

新設子会社	株式会社UMM
所在地	東京都中央区
事業内容	農機具を中心とした古物のマーケットプレイスの企画・運営

UMMという社名の由来は、Used Machine Marketの略で、国内のみならず海外にも日本の優良な中古農機具を提供するためのマーケットプレイスを構築するという想いを込めました。

流通取引金額(GMV) **12億円** (2019年実績)

累計登録
農機具事業者 **726事業者**

農家会員数 **4,849名**

UMM 中古農機市場
Used Machine Market

初めての方へ | 中古農機を買う | 中古農機具を売る | 新品農機を買う | 相場情報 | 会員一覧 | お問い合わせ

ログイン 農機具店の皆様へ

取引実績
Trading
総取引件数 **18,934件**
総取引金額 **9,726,279,027円**

会員実績
Members
累計業者会員数 **726事業者**
農家会員数 **4,850名**

掲載台数 **1,181台** 08月12日更新

中古農機を探す 地域 カテゴリ キーワード 検索



国内最大級の農機具買取ネットワークを構築

事業譲受前

パートナー企業

12社

事業譲受後

パートナー企業

12社

UMM
USED MACHINE MARKET

中古農機市場
Used Machine Market

農機具事業者 **135社**

ME TRADING

買取先企業 **200社**

MEトレーディング
鳥取事業所

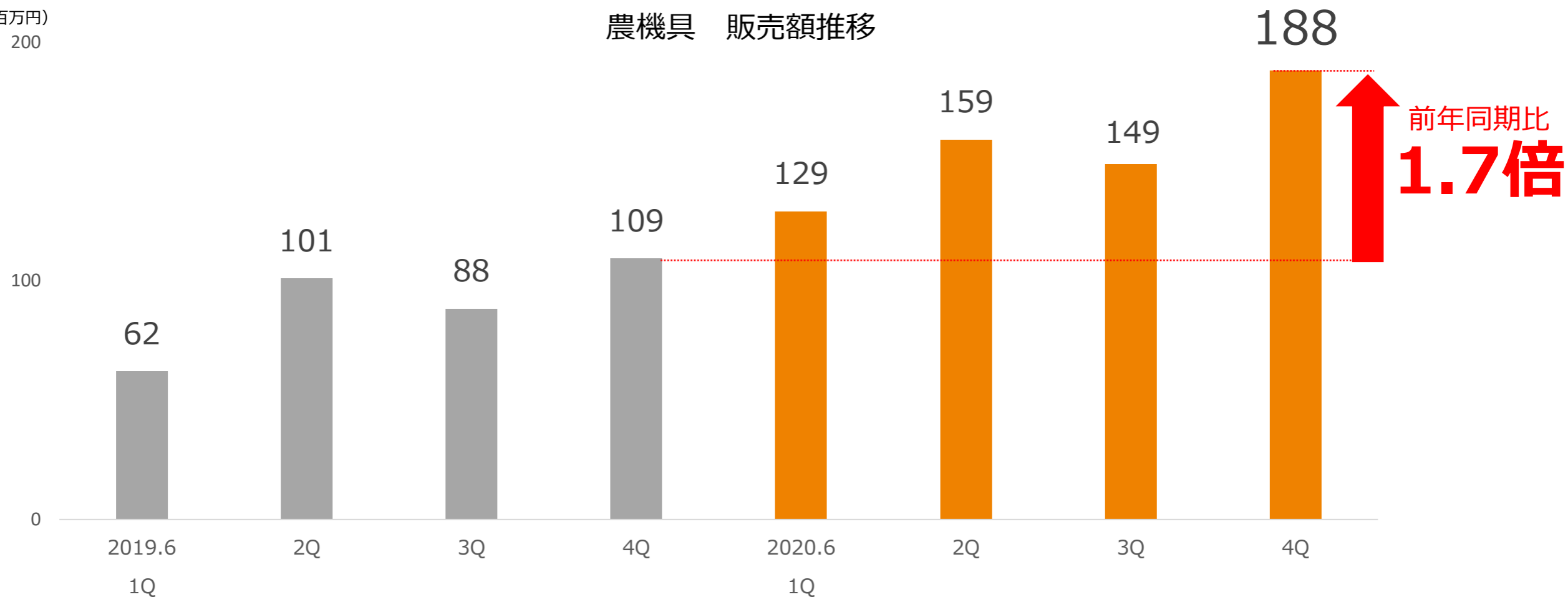
MEトレーディング
小山営業所

農機具買取・販売は順調に推移

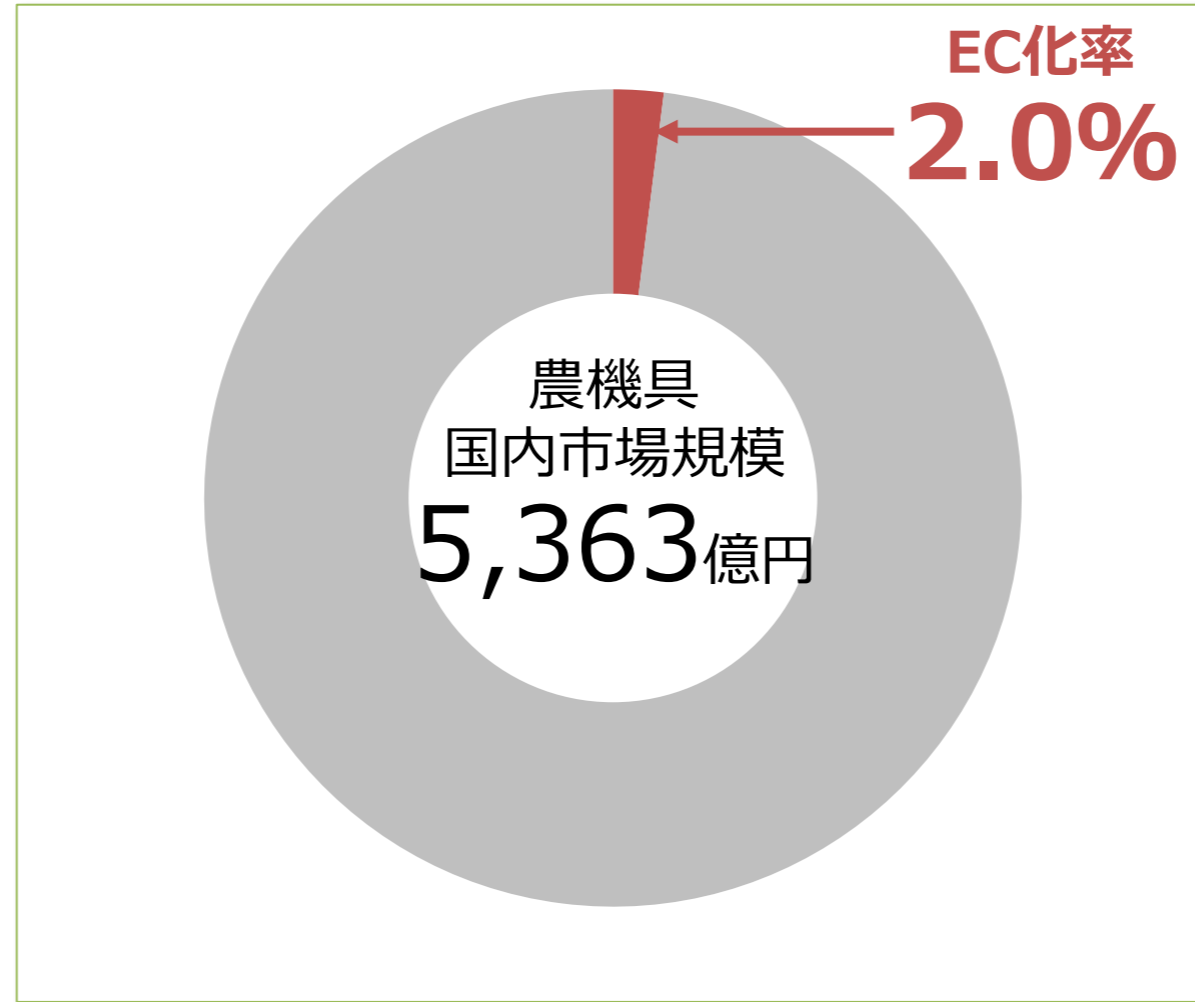
季節性：3Q(1-3月)は農閑期のため減少傾向

(単位：百万円)
200

農機具 販売額推移



農機具のEC化率はわずか2.0%。市場拡大余地は大きい



出典：一般社団法人日本農業機械工業会「2019年出荷実績（確定値）」
財務省通関統計「農業機械輸出実績」「農業機械輸入実績」
EC販売額は当社推計

ネット型リユース事業の潜在市場規模

CtoC（個人間取引）

4.4兆円

梱包・配送が容易
比較的安価な商品

- 衣服・服飾品
- 書籍
- 日用品・生活雑貨
- ソフト・メディア類
- ベビー・子供用品
- その他

CtoBtoC

3.2兆円

大型、配送・梱包が困難
安心・安全な状態の商品

- 家電4品目
- カメラ・周辺機器
- パソコン・周辺機器
- 携帯電話・スマートフォン
- 玩具・模型、楽器、音響
- 自転車・自動車部品・パーツ
- ブランド品
- 家具類
- その他

法人市場

1.3兆円

専門知識

- 農機具
- 建設機械
- 医療機器
- その他

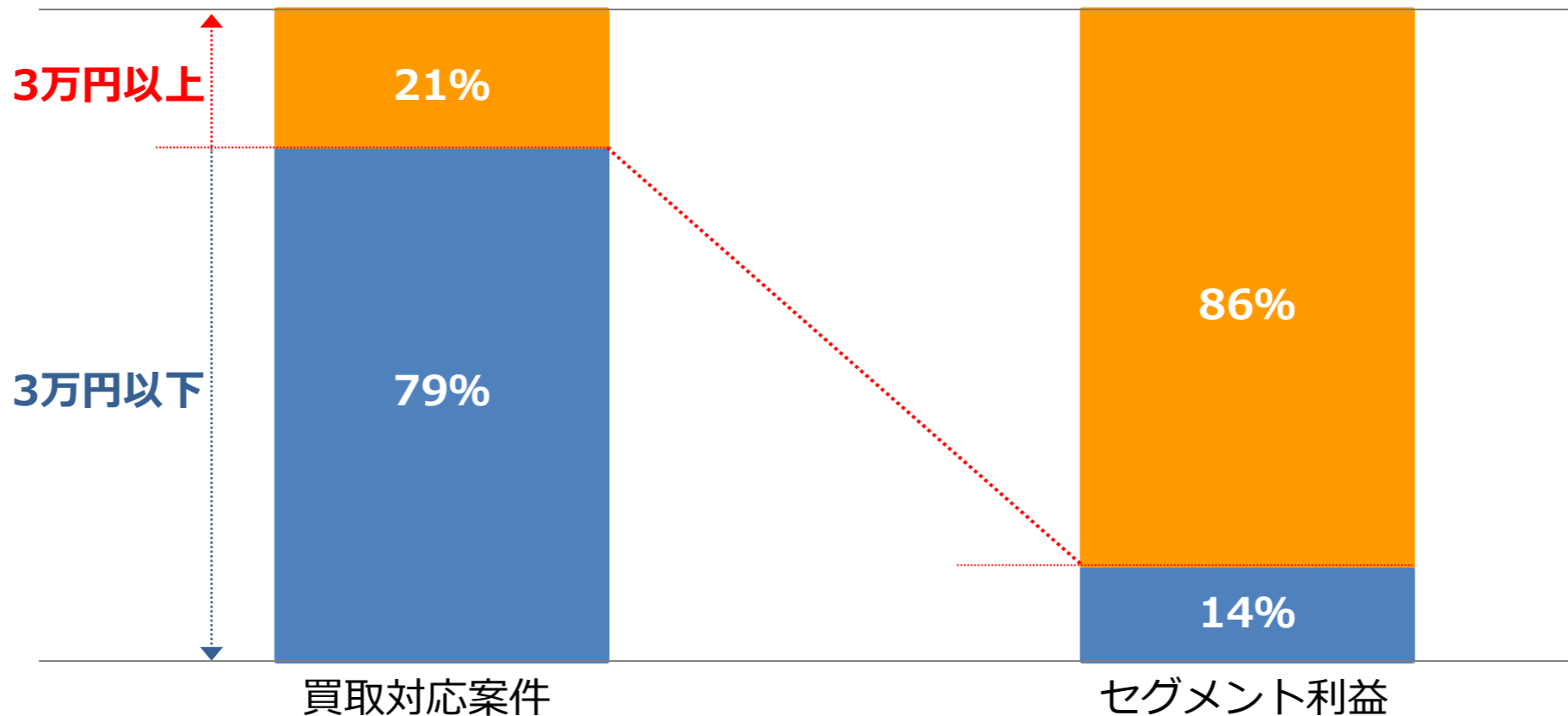
※出典：経済産業省「平成28年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」より引用

※出典：農機具：農林水産省 建設機械：日本建設機械工業会
医療機器：薬事工業生産動態統計（年報）に将来中古品比率30%乗じた金額

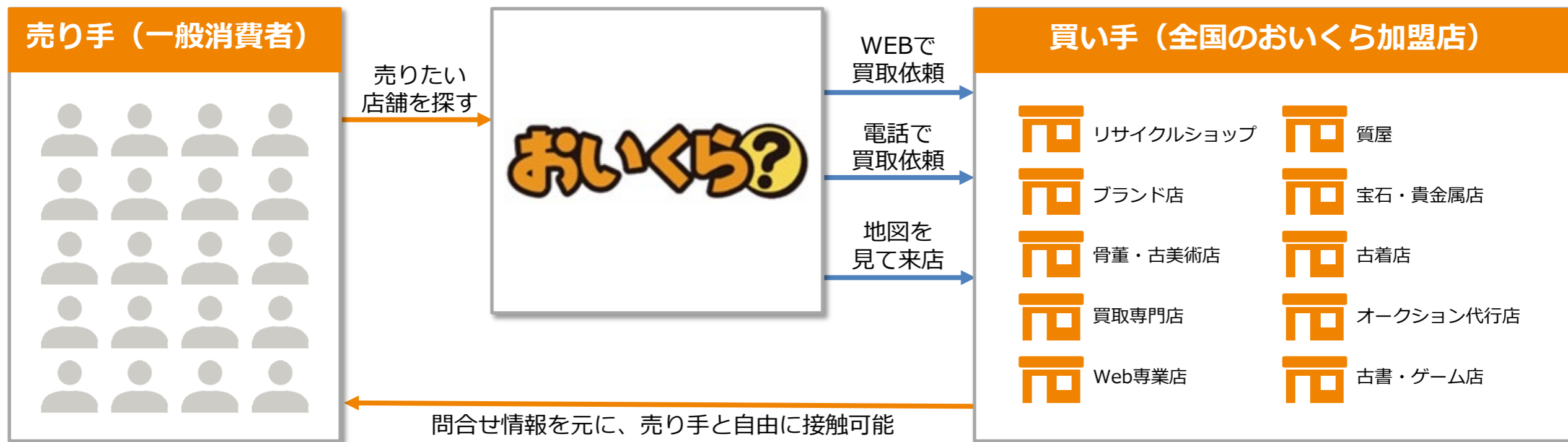
当社市場 4.5兆円 + a

「高く売れるドットコム」の収益構造

買取対応案件のうち、販売単価 3 万円以上の商材が占める割合21%
その 3 万円以上の商材でセグメント利益の86%を創出



全国のリサイクルショップの**998店舗**が加盟する集客支援プラットフォーム



「おいくら」とのパートナー共創モデルを構築、一つでも多くの商材をリユースに

高く売れるドットコム

2019年6月~連携開始

2020年
7月7日~

① 22の買取サイトと本格連携開始

送客を拡充

② パートナー連携プログラム開始

- 物流・引越企業
- 流通小売企業
- 不動産（賃貸・分譲）企業
- メディア
- メーカー

おいくら?

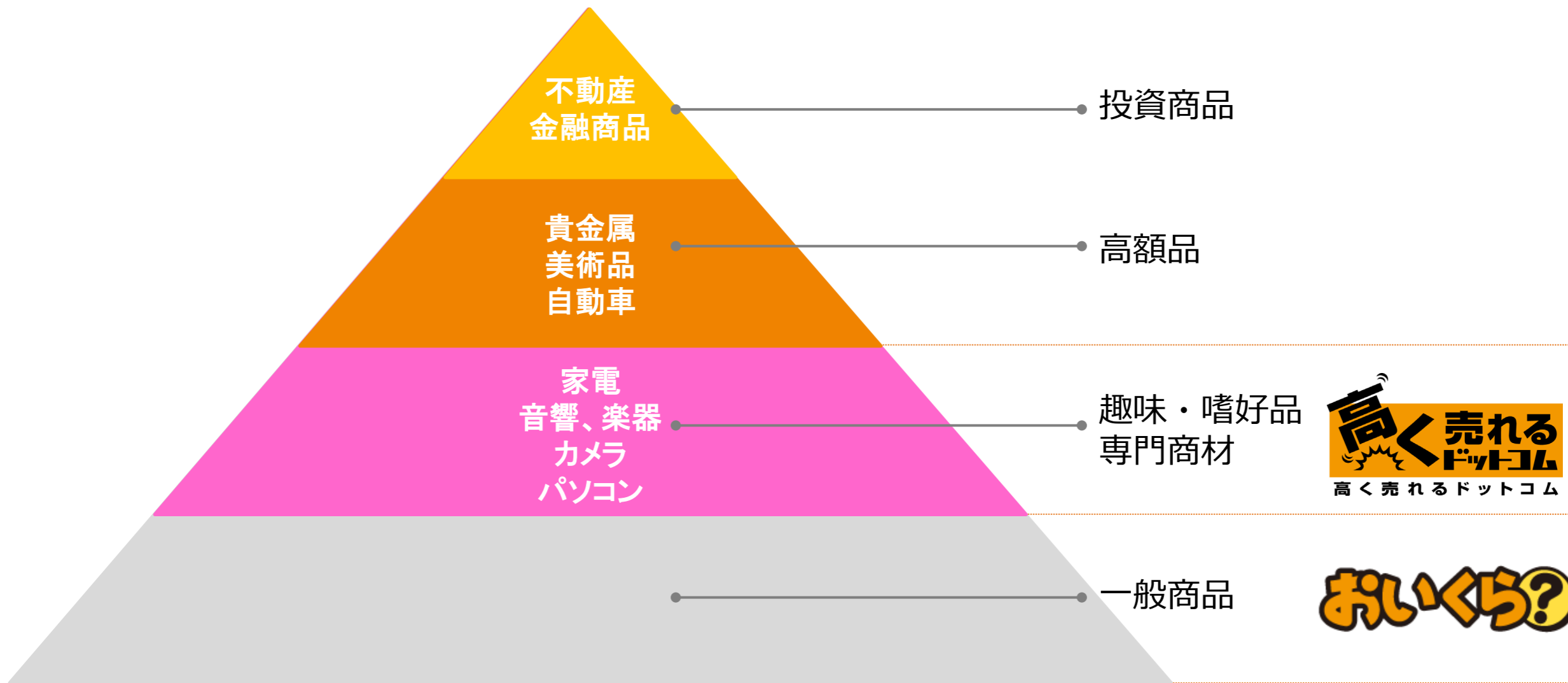
加盟店の所在地域によって買取依頼数、買取オファーに差が生じている



お客様の買取依頼が全国のリサイクルショップからオファーされるようシステム改修を予定。



「高く売れるドットコム」と「おいくら」で幅広い商材の取扱いが可能に



ネット型リユース事業の潜在市場規模

CtoC（個人間取引）

4.4兆円

梱包・配送が容易
比較的安価な商品

- 衣服・服飾品
- 書籍
- 日用品・生活雑貨
- ソフト・メディア類
- ベビー・子供用品
- その他

CtoBtoC

3.2兆円

大型、配送・梱包が困難
安心・安全な状態の商品

- 家電4品目
- カメラ・周辺機器
- パソコン・周辺機器
- 携帯電話・スマートフォン
- 玩具・模型、楽器、音響
- 自転車・自動車部品・パーツ
- ブランド品
- 家具類
- その他

法人市場

1.3兆円

専門知識

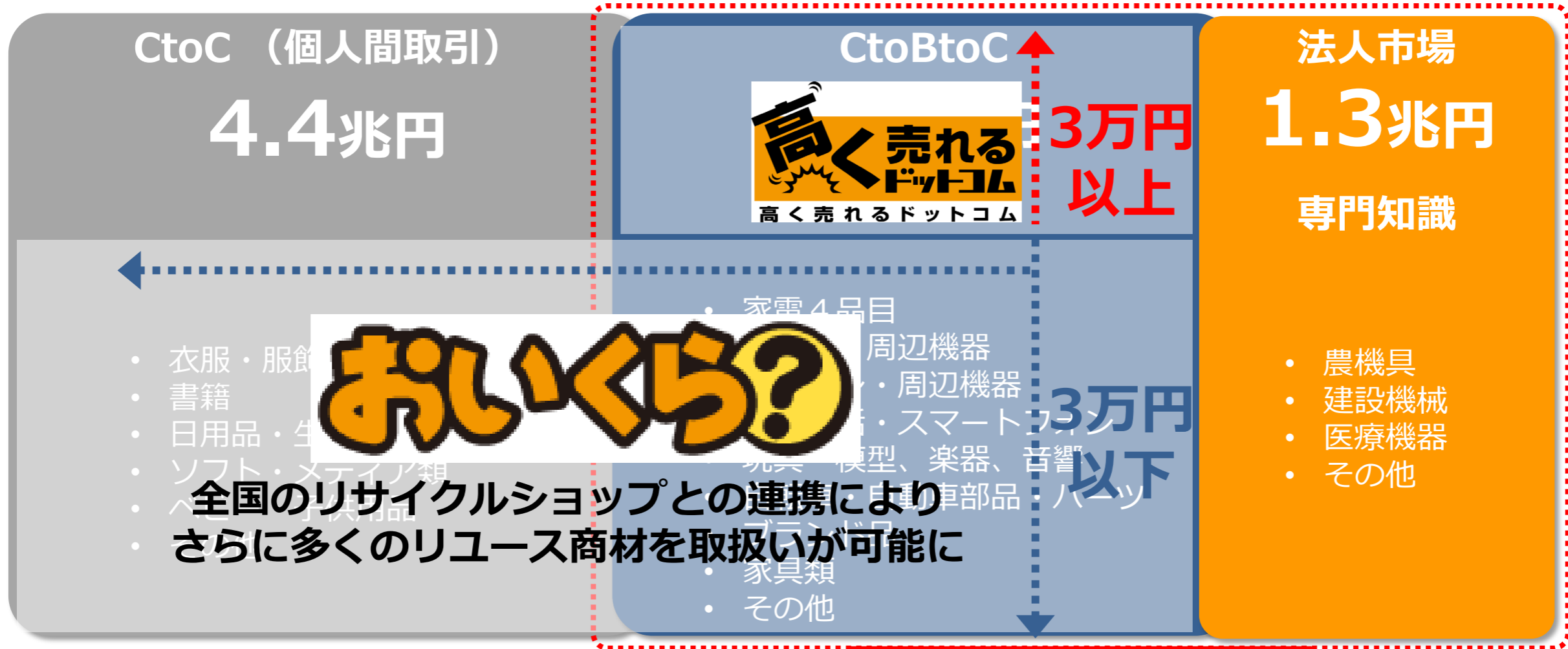
- 農機具
- 建設機械
- 医療機器
- その他

※出典：経済産業省「平成28年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」より引用

※出典：農機具：農林水産省 建設機械：日本建設機械工業会
医療機器：薬事工業生産動態統計（年報）に将来中古品比率30%乗じた金額

当社市場 4.5兆円 + a

ネット型リユース事業の潜在市場規模



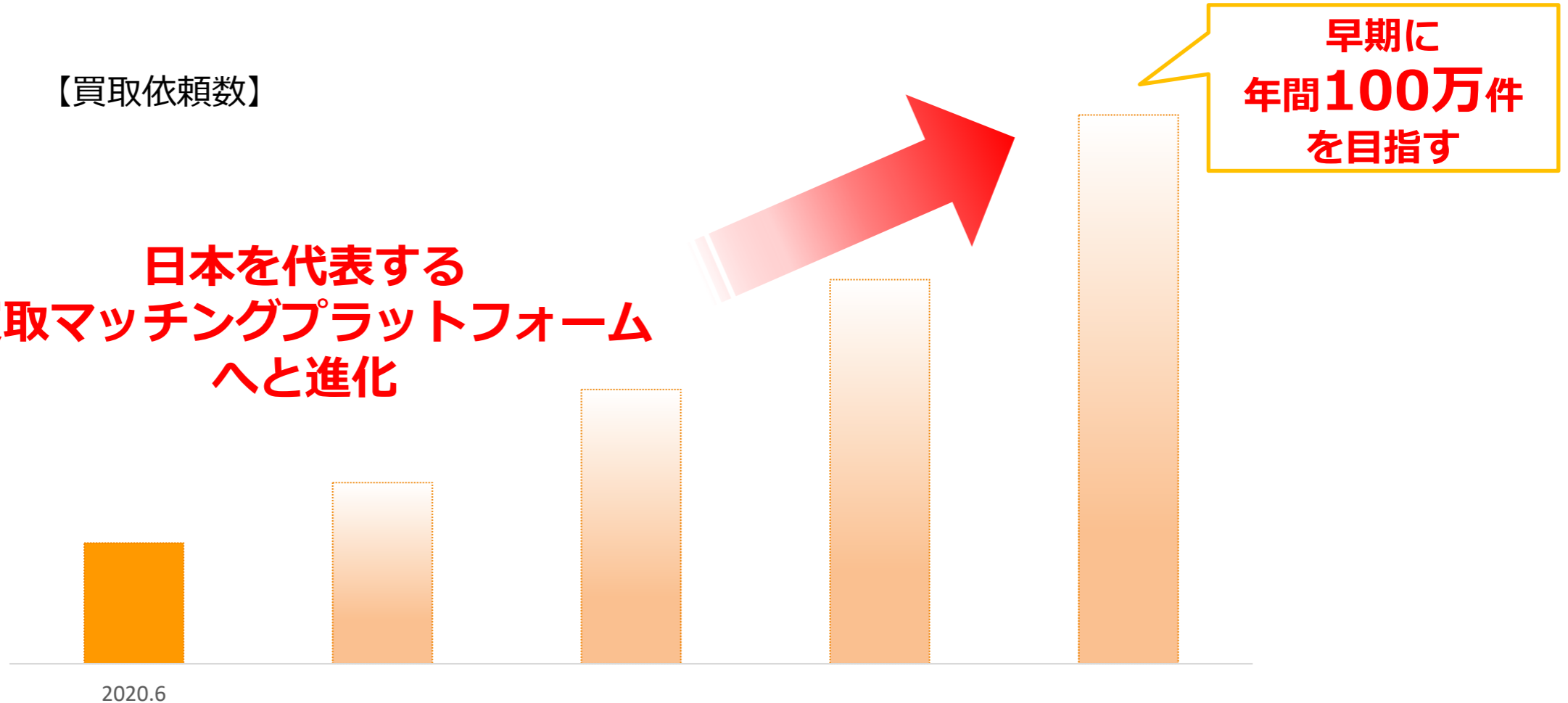
※出典：経済産業省「平成28年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」より引用
 ※出典：農機具：農林水産省 建設機械：日本建設機械工業会
 医療機器：薬事工業生産動態統計（年報）に将来中古品比率30%乗じた金額

当社市場 4.5兆円 + a

今期施策が完了すれば、テレビCM等マスマーケティングによる本格拡大も視野に
買取依頼件数は早期に年間100万件を目指す

【買取依頼数】

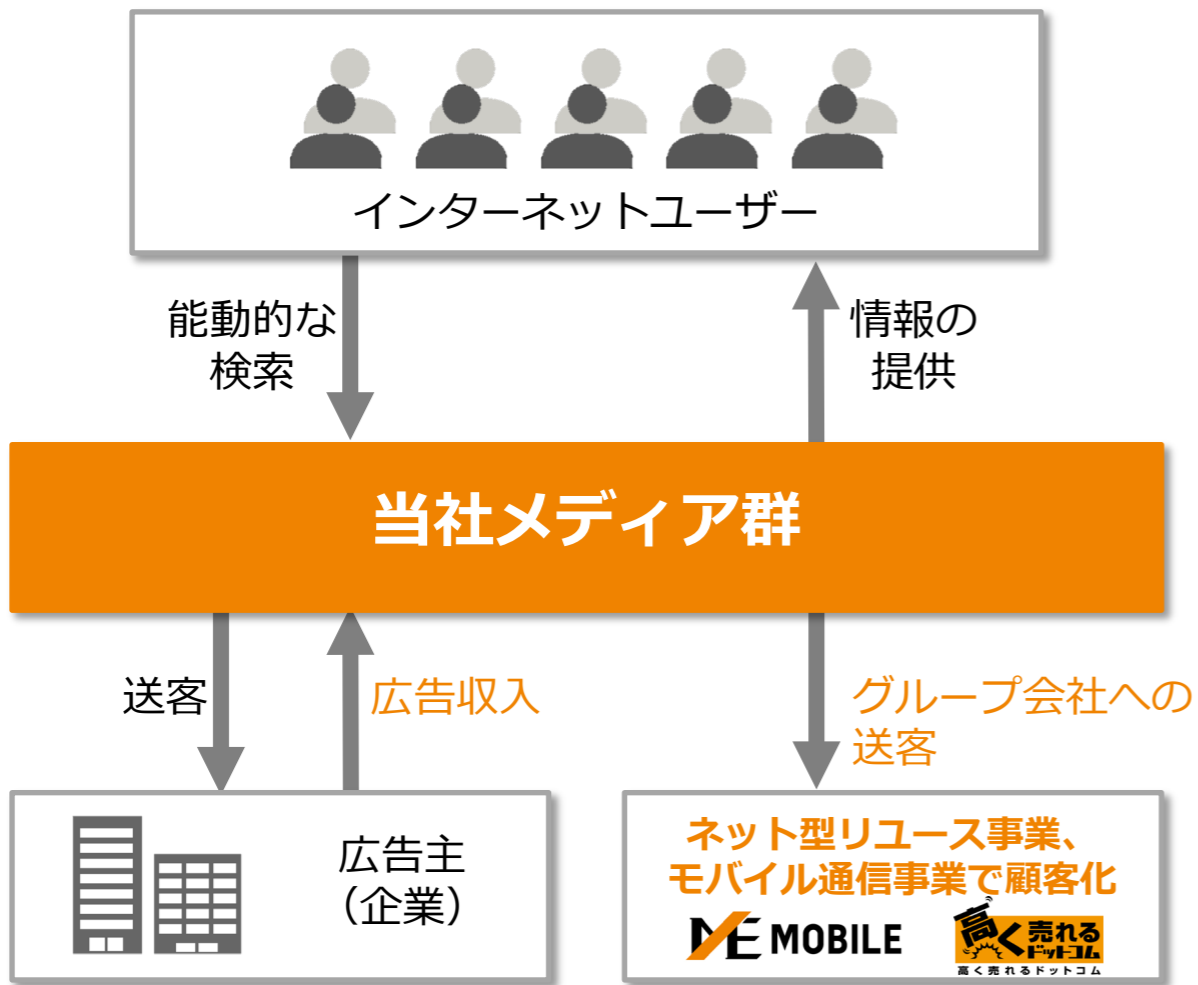
日本を代表する
買取マッチングプラットフォーム
へと進化



事業概要

②メディア事業

■ ビジネスモデル



2017/06~
iPhone・Wi-Fi・WiMAXの
情報メディア



2019/08~
格安SIMサービスの比較メディア



2018/03~
買取・売却・処分がよくわかる
リユースメディア

家具・家電をお得に買取・
リサイクルするコツ



2017/06~
新しい趣味と出会うメディア



2019/01~
全国のアウトレットモールの
情報メディア



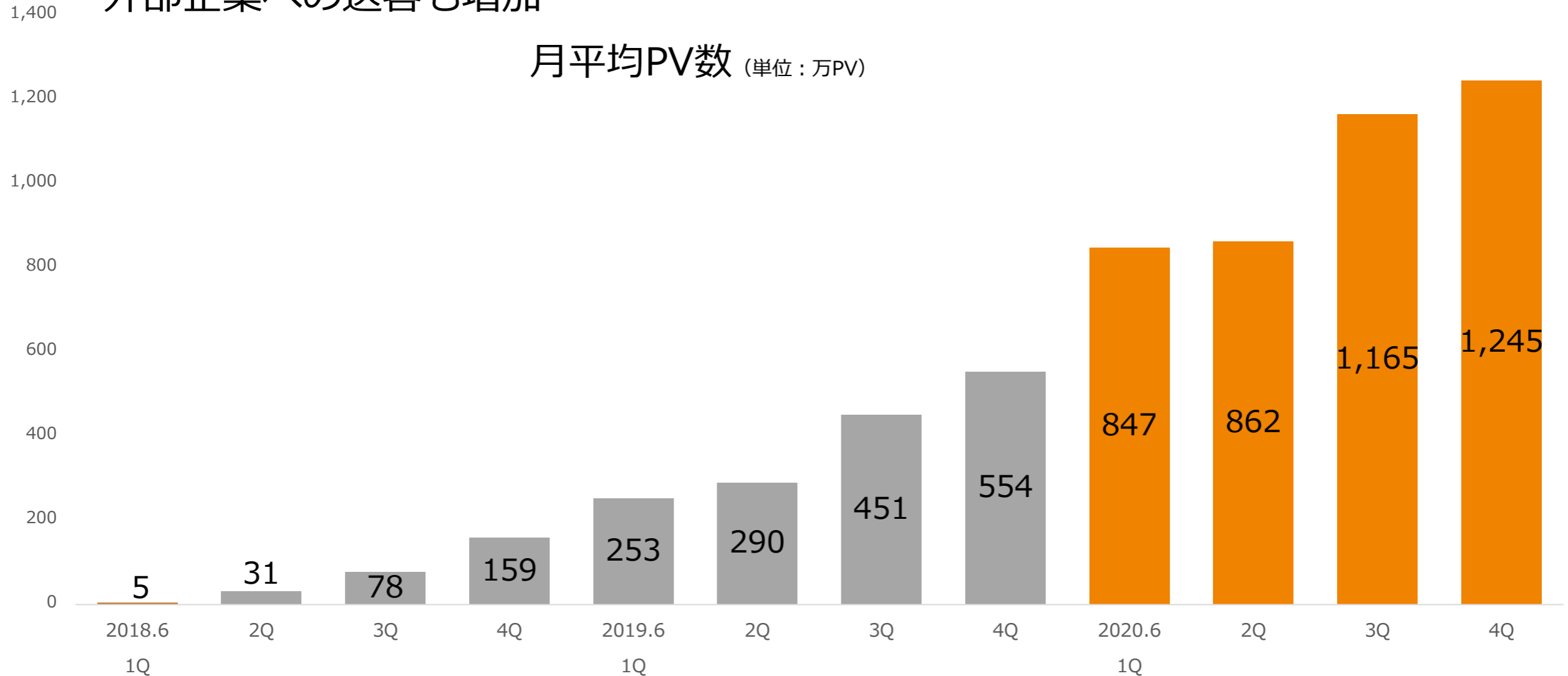
2020/02~
モノの修理に関するメディア



2020/05~
中古農機具の買取・販売プラッ
フォーム

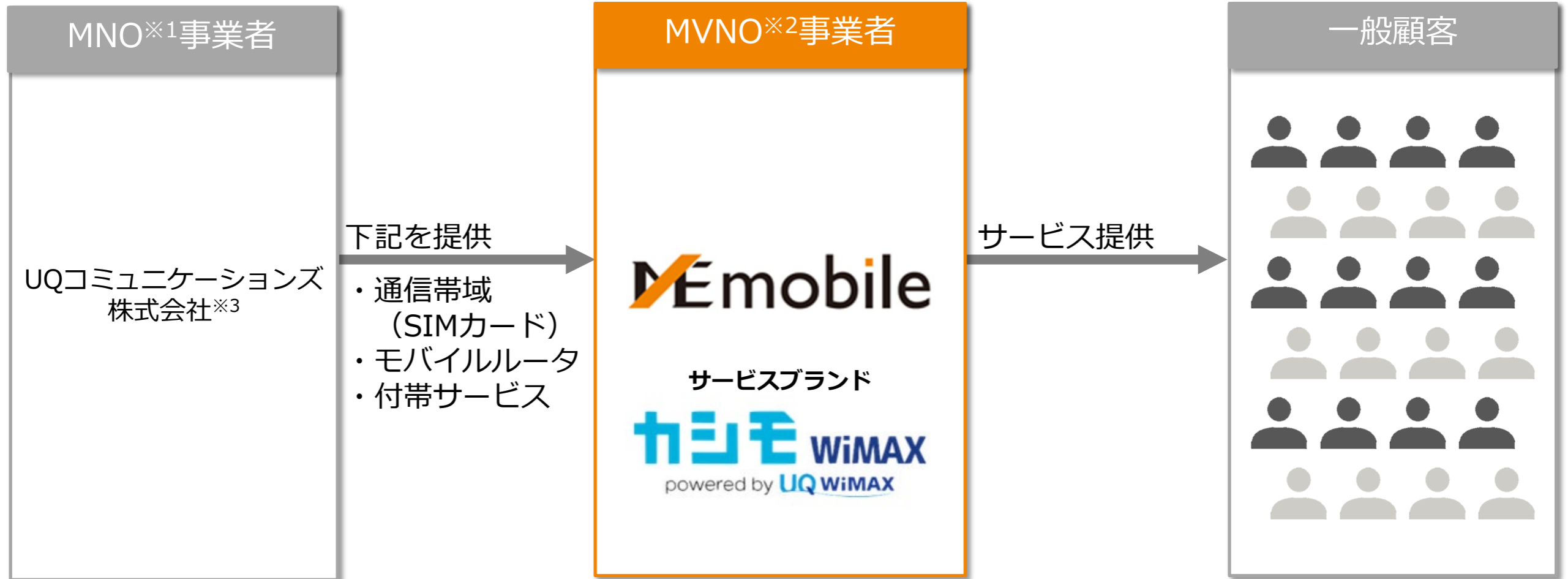
2018年6月期から3年間で、月平均1,250万PVのメディア群にまで成長
当社グループ内へのシナジー効果を最大限に発揮するとともに、
外部企業への送客も増加

月平均PV数 (単位：万PV)



事業概要

③モバイル通信事業



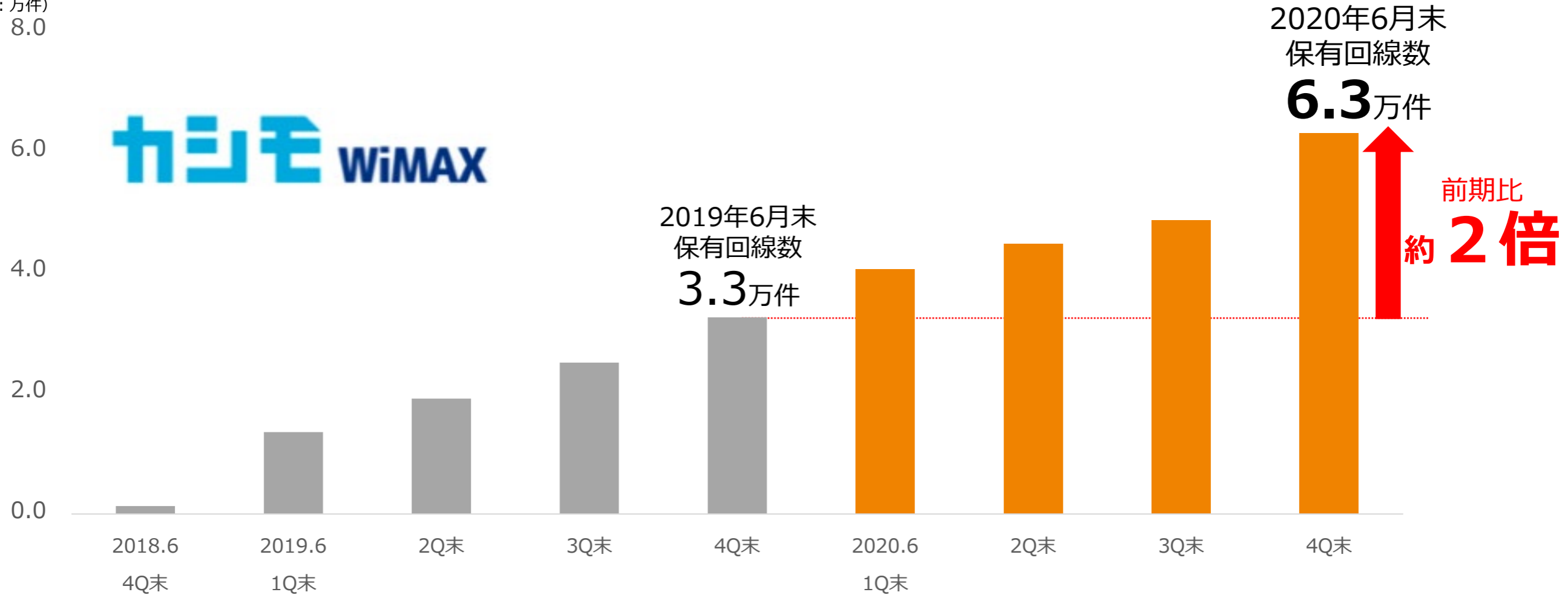
※1. MNO事業者とは、移動体通信業者を指し、携帯電話等の移動体回線網を自社で設置・保有し、通信サービスを提供する事業者をいう。

※2. MVNO事業者とは、仮想移動体通信業者を指し、移動体回線網を自社で持たず、無線通信インフラを他社から借り受けてサービスを提供する事業者をいう。

※3. UQコミュニケーションズ株式会社のUQモバイル事業は、会社分割により2020年10月1日をもってKDDI株式会社が承継することを2020年5月14日の同社取締役会で決議されています。

2020年6月末保有回線数は前期比で倍増

(単位: 万件)
8.0



2020年6月期 連結業績

+ : 業績プラス影響、 - : 業績マイナス影響

セグメント	影響度	概況
ネット型リユース	±0	緊急事態宣言発令下においては一時的に買取依頼が減少も、同宣言解除後、需要は回復。農機具、おいくら、は、コロナ禍でも好調な推移を継続。
メディア	++	コロナ禍での巣ごもり生活が追い風。通信・趣味メディアを中心に情報需要は好調に推移。
モバイル通信	++	コロナをきっかけとしたテレワークの常態化、巣ごもり生活などを背景とした通信環境整備の特需を受け拡大。

売上高・全利益項目において過去最高業績を達成
 増収に加え**販管費率改善**を背景に大幅な営業増益、営業利益率は6.0%に向上

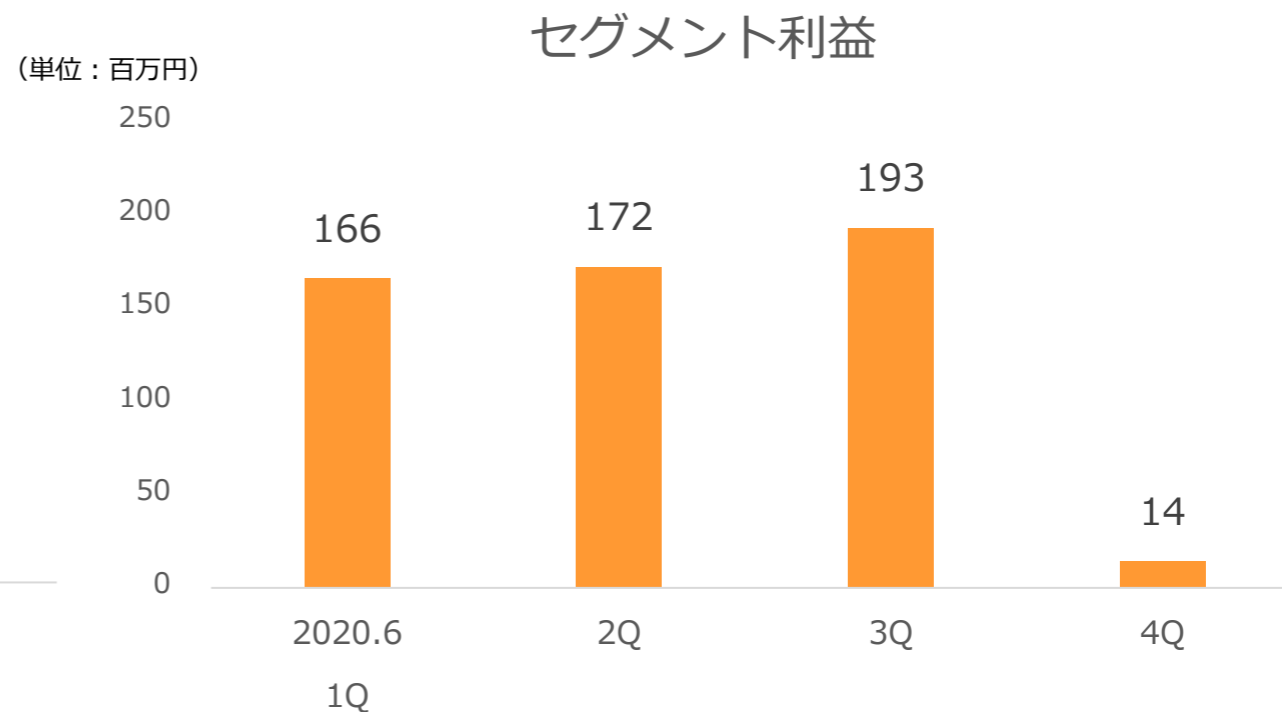
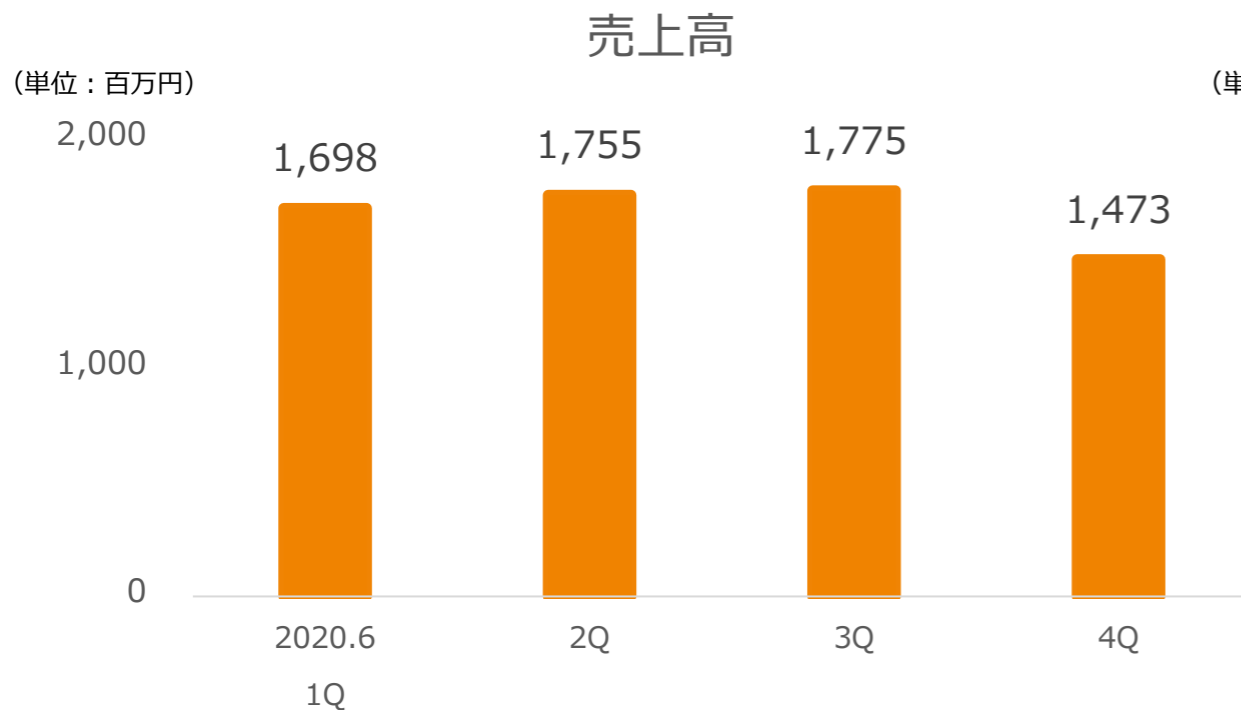
(単位：百万円)	2019年 6月期	2020年 6月期	前期比		(参考) 2020年6月期業績予想	
			増減額	増減率	金額	達成率
売上高	8,472	10,904	+2,431	+28.7%	10,000	+9.0%
売上原価	5,039	6,662	+1,622	+32.2%	—	—
売上総利益	3,432	4,241	+809	+23.6%	—	—
販売費および一般管理費	2,980	3,586	+605	+20.3%	—	—
販管費率	35.1%	32.9%	—	▲2.3pt	—	—
営業利益	452	655	+203	+45.0%	600	+9.3%
営業利益率	5.3%	6.0%	—	+0.7pt	—	—
経常利益	455	664	+208	+45.9%	602	+10.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	203	291	+87	+43.1%	270	+8.0%

2020年
6月期

3Qまでは堅調に推移するも、4Qに入り緊急事態宣言に伴う営業時間短縮により買取依頼数は広告抑制を背景に減少。また、在庫調整による販売時期のずれ込みから販売量が減少したことにより、利益率は一時的に低下

売上高 6,702百万円（前期比+5.4%※）
セグメント利益 547百万円

※2019年6月期の売上高については未監査であり、前期比は参考値として記載しています。利益については参考値の算出が困難なため記載しておりません。



2020年
6月期

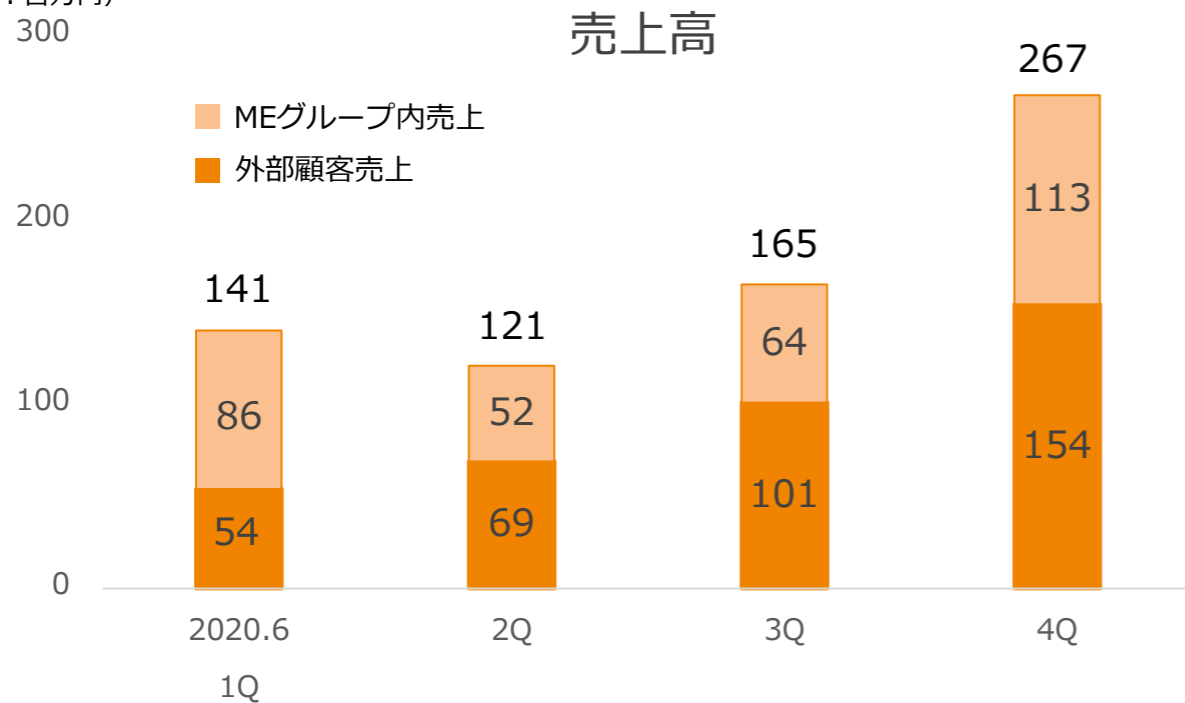
新型iPhone端末発売に伴う情報需要に加えて、4Qにコロナによる巣ごもり特需発現により、外部顧客向け売上高が大幅増加

売上高 696百万円（前期比3.5倍※）

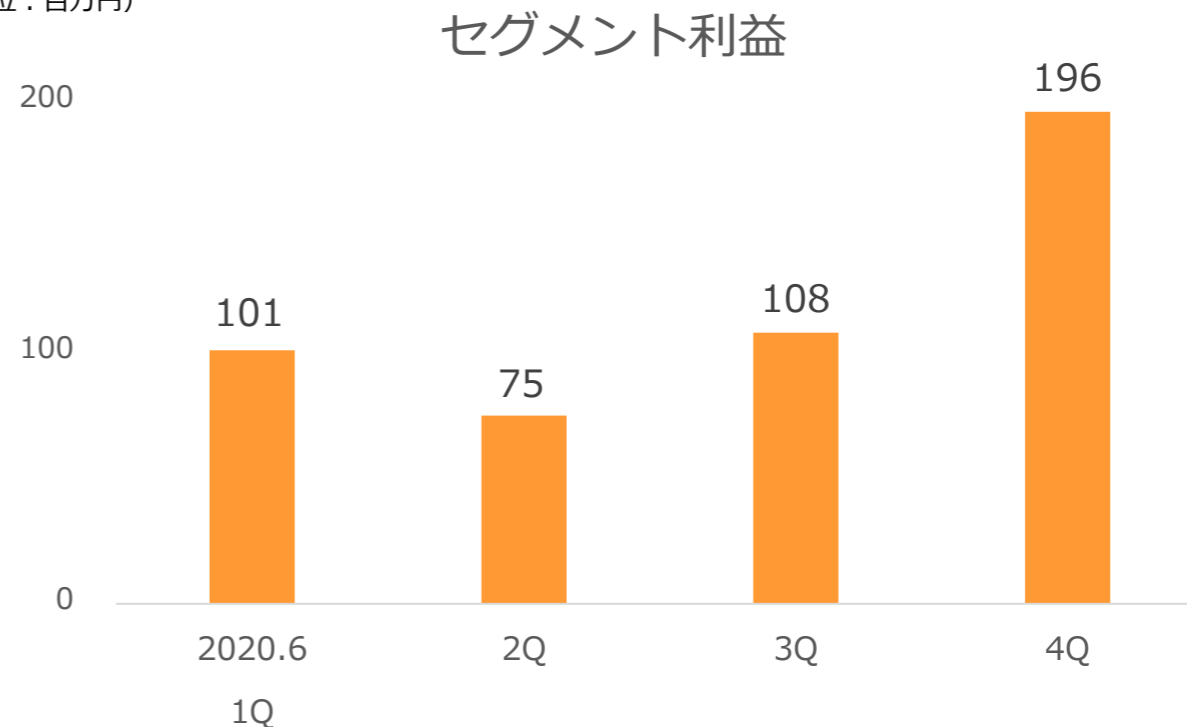
セグメント利益 481百万円

※2019年6月期の売上高については未監査であり、前期比は参考値として記載しています。利益については参考値の算出が困難なため記載しておりません。

(単位：百万円)



(単位：百万円)



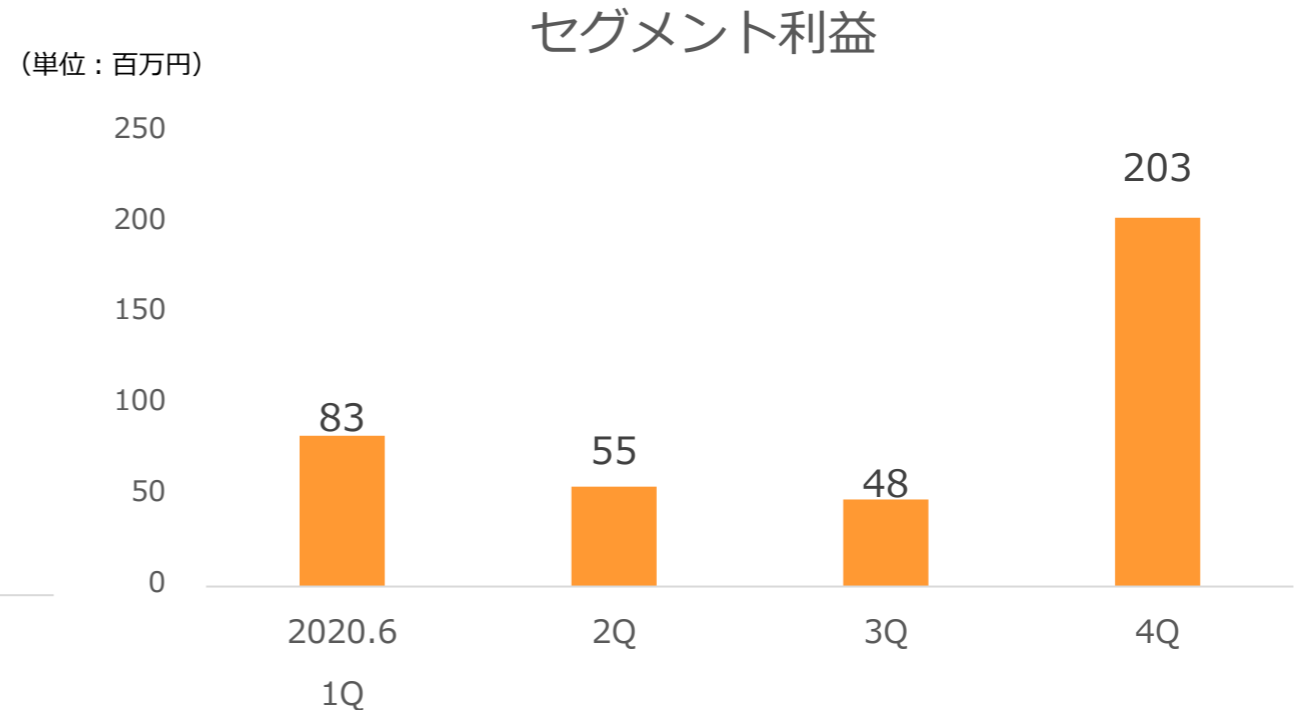
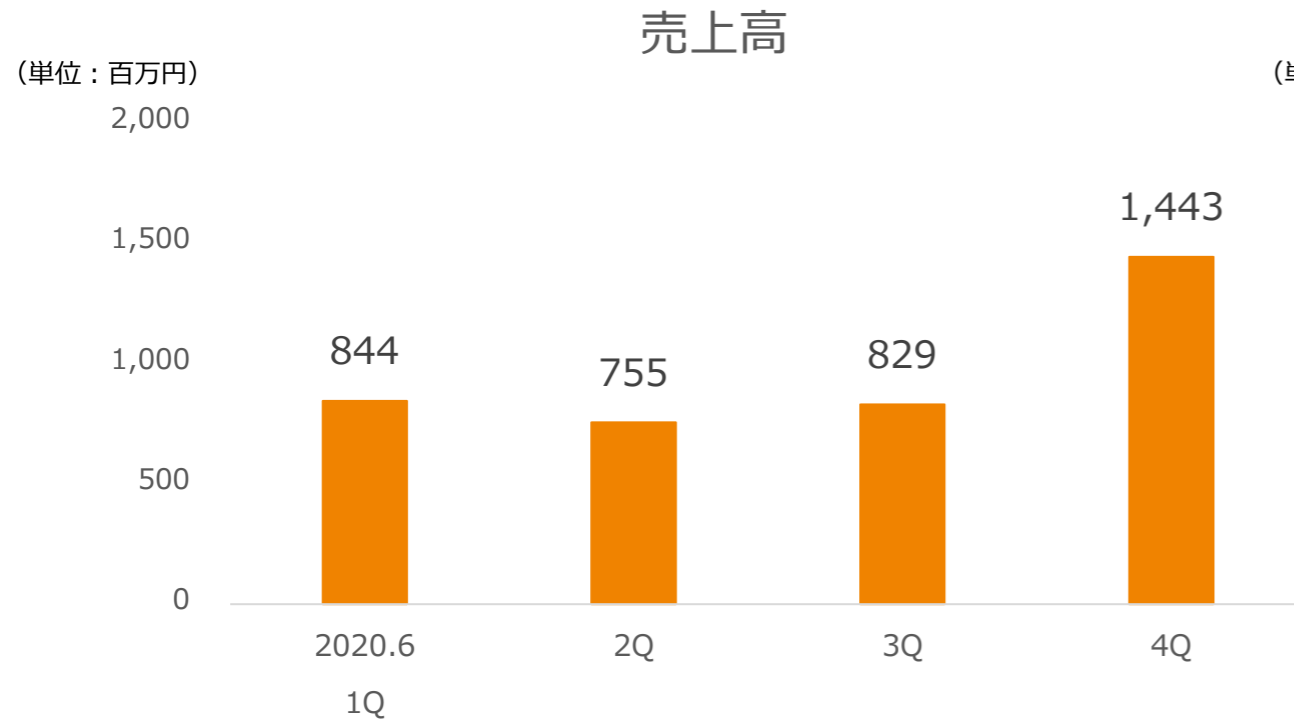
2020年
6月期

3Qまでは競争激化により低迷も、4Qはコロナ影響によるテレワーク向け特需発現により新規獲得が好調に推移

売上高 3,873百万円（前期比1.9倍※）

セグメント利益 390百万円

※2019年6月期の売上高については未監査であり、前期比は参考値として記載しています。利益については参考値の算出が困難なため記載しておりません。



2021年6月期業績予想

今期（2021.6）～

～前期（2020.6）まで

賢い消費を望む消費者に
様々な選択肢を提供できる会社

●対象顧客

日本国内に在住する個人
（賢い消費者）

●ビジネスモデル

自社買取自社販売
（自社完結モデル）

●対象顧客

日本国内に在住する個人
（賢い消費者）

+

国内外の法人パートナー

●ビジネスモデル

自社買取自社販売
（自社完結モデル）

+

**パートナーへの送客
マーケットプレイス
パートナー共創モデル**

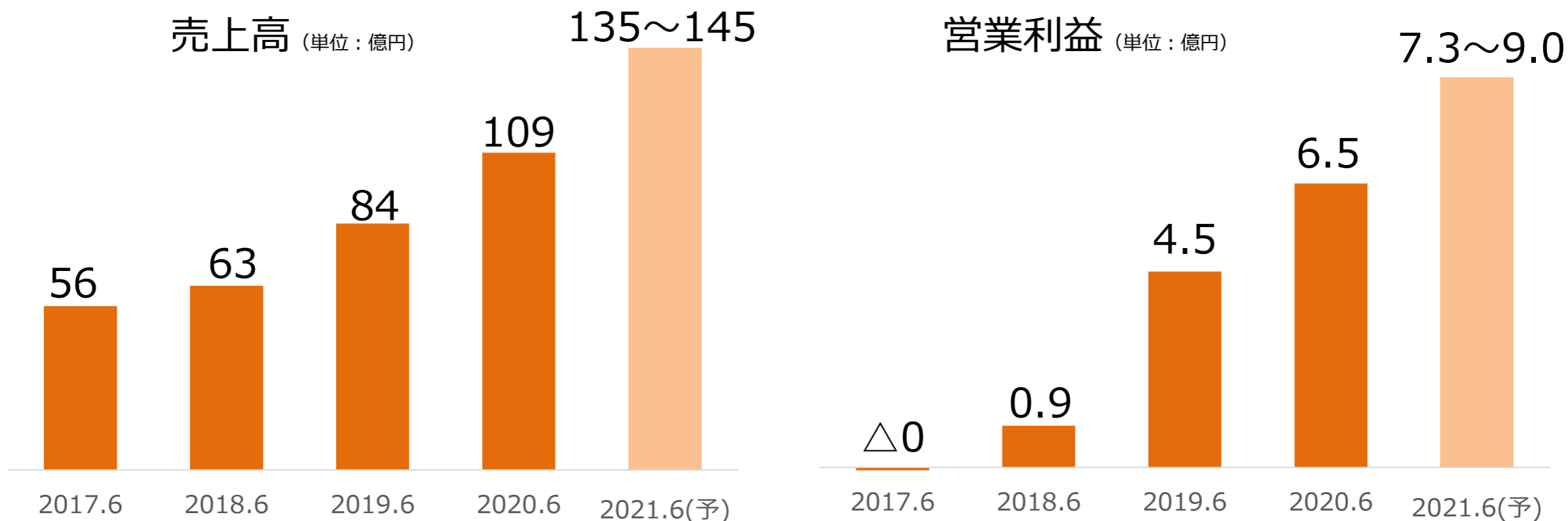
今期の事業別成長ステージ (2021.6)

- ・ ネット型リユース事業が業績をけん引
- ・ ネット型リユースの中でも特においくら、農機具がけん引役と想定 (青枠)



セグメント	戦略
ネット型リユース	<p>個人向けリユース：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さらなるWebマーケティングの精度向上による集客力向上 ・業務プロセスのIT化・標準化による業務効率化を推進 <p>法人向けリユース：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・M&Aシナジー発揮、農機具の買取と海外販売量の増加 <p>おいくら：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パートナー連携プログラム等による買取依頼数拡充 ・地域に依存しないマッチングシステムへの改修
メディア	<ul style="list-style-type: none"> ・運営メディアのコンテンツ拡充等によるドメイン価値向上 ・送客数、送客単価双方の向上
モバイル通信	<ul style="list-style-type: none"> ・Webマーケティング、サービスラインナップ拡充による新規契約回線数拡大に注力

2021年6月期も**2桁増収増益の予想**で、**過去最高業績を更新する見込み**



【業績予想に関する前提】

特に2020年7月中旬以降、全国的にコロナ感染者数は急拡大の傾向にあり、経済活動自体は段階的に再開されてはいるものの、その先行きは極めて不透明なものであると認識しております。

上記を背景に、一義的な業績予想を合理的に算出することが困難であることから、2021年6月期におきましてはレンジ形式にて公表することといたします。

持続可能な社会を目指す最適化商社

