



個人投資家向け会社説明会 マーケットエンタープライズ (ウェルスアドバイザー主催)



証券コード 3135

1

会社概要 (P.2～)

2

セグメント別事業概要 (P.11～)

3

業績推移と各事業の直近の動き (P.34～)

1

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	3億3654万8,000円(2025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 原田 典子 AI CROSS株式会社 代表取締役 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	638名(アルバイトスタッフ含む) ※2025年7月1日現在
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MEモバイル 株式会社MEトレーディング 株式会社UMM MARKETENTERPRISE VIETNAM Co., Ltd

受賞歴	・デロイトトウシュ 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, 2024) ・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)
-----	--



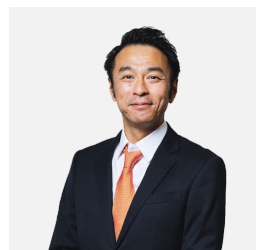
取締役会



代表取締役社長

小林 泰士

2004年 格安電池のリユース事業で創業。
2006年 当社設立、代表取締役就任。
日本リユース業協会会長、東洋大学理事。



専務取締役 事業本部長

加茂 知之

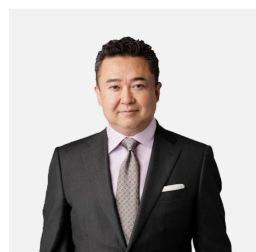
2004年の創業より参画。
当社設立以来、ボードメンバーの一人として
事業執行の責務を担う。
MEモバイル(連結子会社)代表取締役社長。



常務取締役 管理本部長

今村 健一

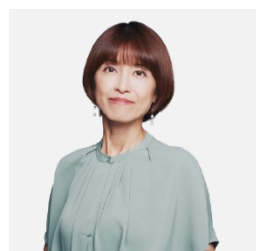
2012年より当社管理本部長。
2014年、取締役就任。
財務をはじめコーポレート部門全般を所管。
2022年、常務取締役管理本部長。



社外取締役

寺田 航平

2014年より参画。
・寺田倉庫株式会社代表取締役社長CEO
・株式会社コウエル代表取締役会長

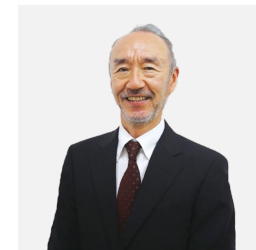


社外取締役

原田 典子

2024年より参画。
・AI CROSS株式会社代表取締役
・AIX Tech Ventures株式会社 取締役

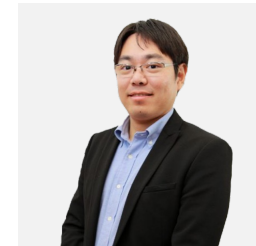
監査役会



常勤監査役

山崎 眞樹

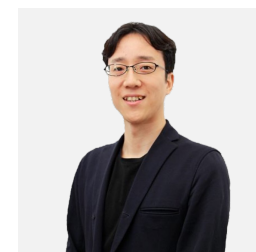
三菱重工(株)入社後、
三菱農機(株)顧問を経て2013年より
当社常勤監査役。



社外監査役

伊藤 英佑

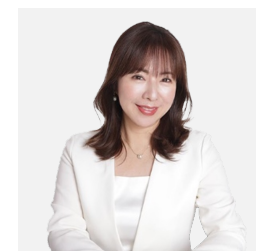
2013年より参画。
伊藤会計事務所代表(公認会計士)



社外監査役

大井 哲也

2014年より参画。
TMI総合法律事務所パートナー(弁護士)



社外監査役

野田 優子

2023年より参画。
野田総合会計事務所代表(公認会計士)



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
商売をいかに楽しむ
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



Speed
速度



Change & Challenge
変化と挑戦



Input & Output
学びと行動



Priority
優先順位



Continuous Outcome
継続的成果



Responsibility
責任感



Key Communication
本質的議論



Team Work
共創



Creativity
発想



Long-term thinking
長期思考

事業変遷

- ネット型リユース事業

- モバイル通信事業
- マシナリー事業

- おいくら事業
- メディア事業

グループ 経営期



- 格安電池ドットコム
- フリーマーケット事業
- 初の拠点を開設
東京リユースセンター

- 拠点開設を拡充
- WEBマーケティング注力
- 自社開発によるシステム投資

- 初の海外拠点
ベトナムに開発拠点
- 錦糸町支社開設
- 本社移転



多角化期

東証一部上場
(現プライム市場)

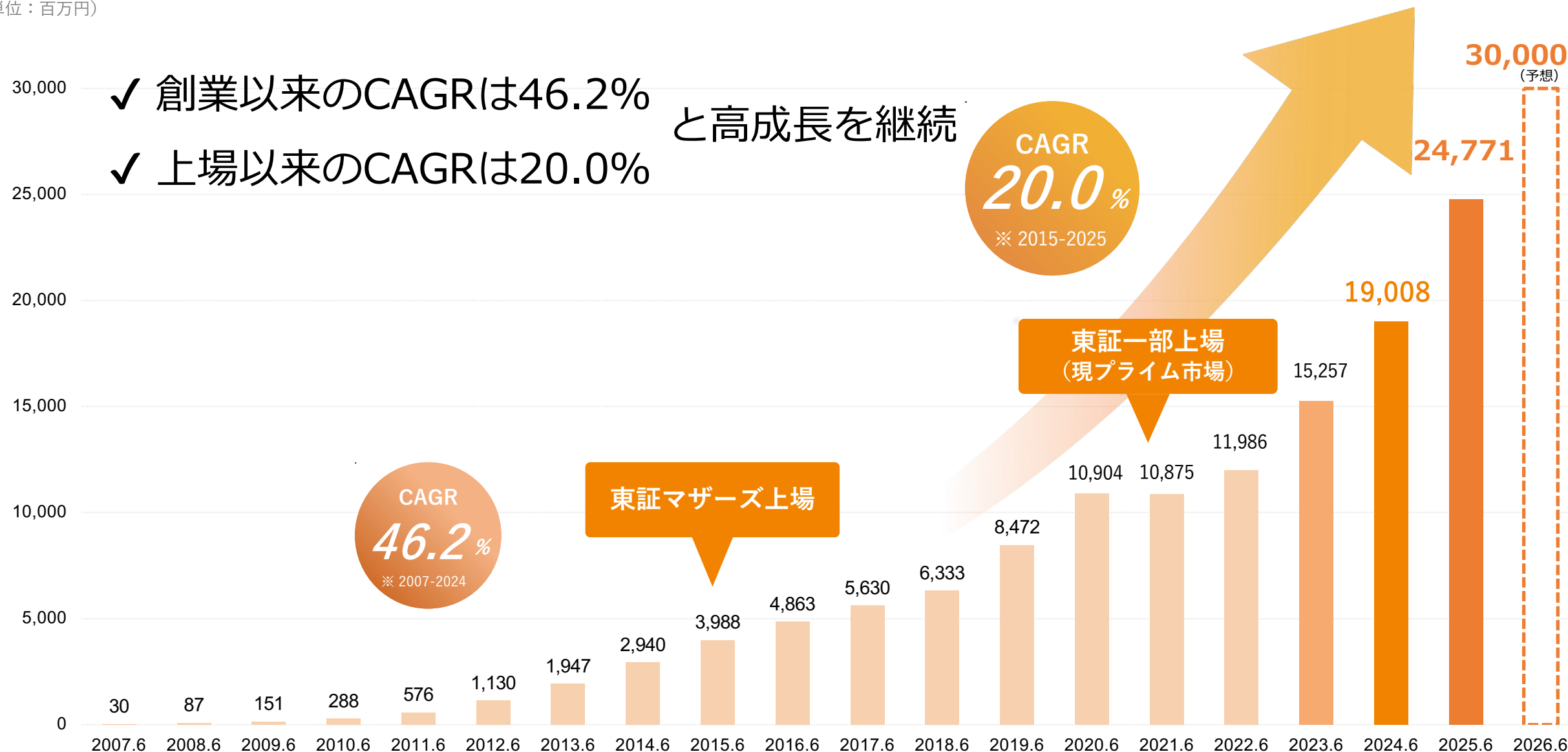
成長期

東証マザーズ上場

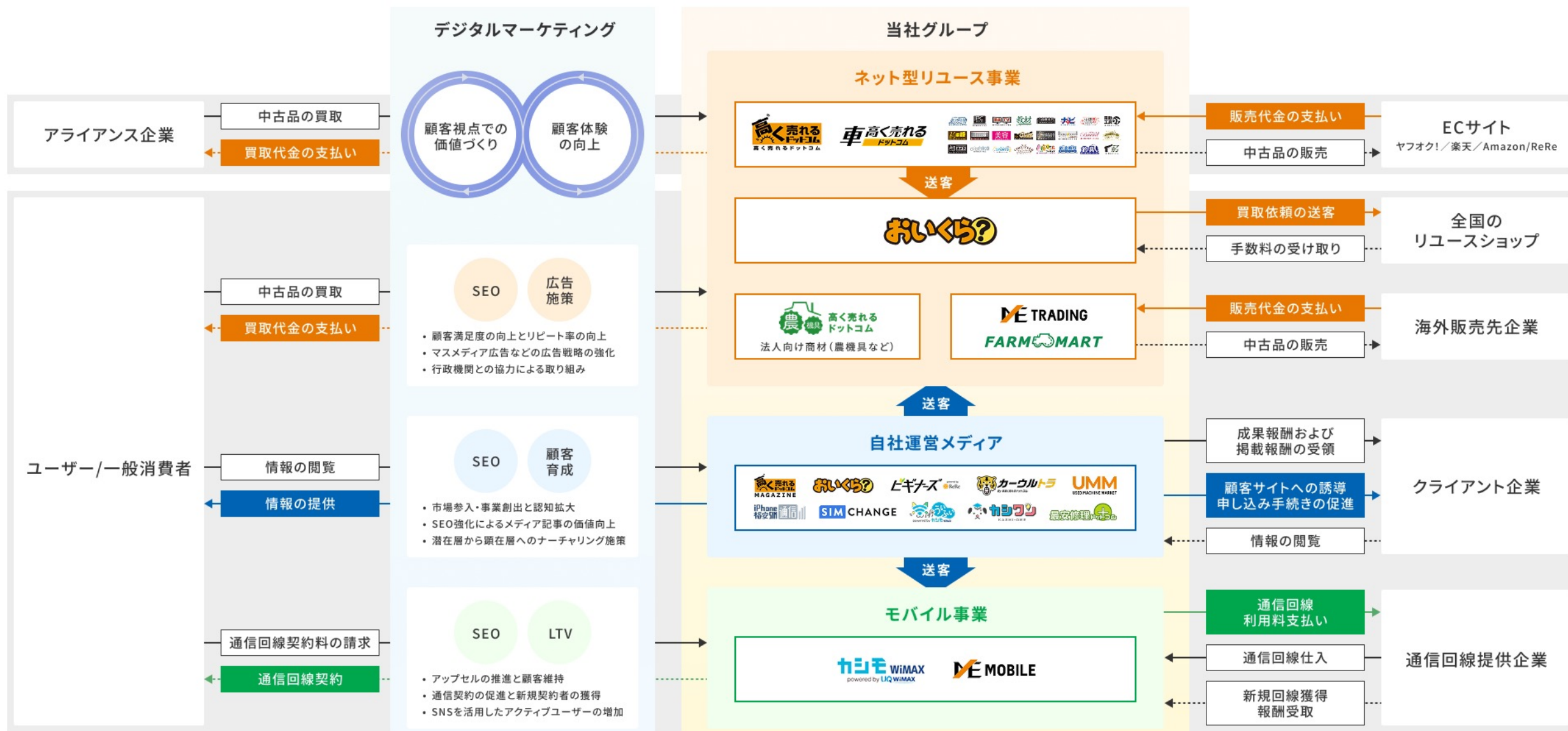
創業期

2007.6 2008.6 2009.6 2010.6 2011.6 2012.6 2013.6 2014.6 2015.6 2016.6 2017.6 2018.6 2019.6 2020.6 2021.6 2022.6 2023.6 2024.6 2025.6

(単位：百万円)



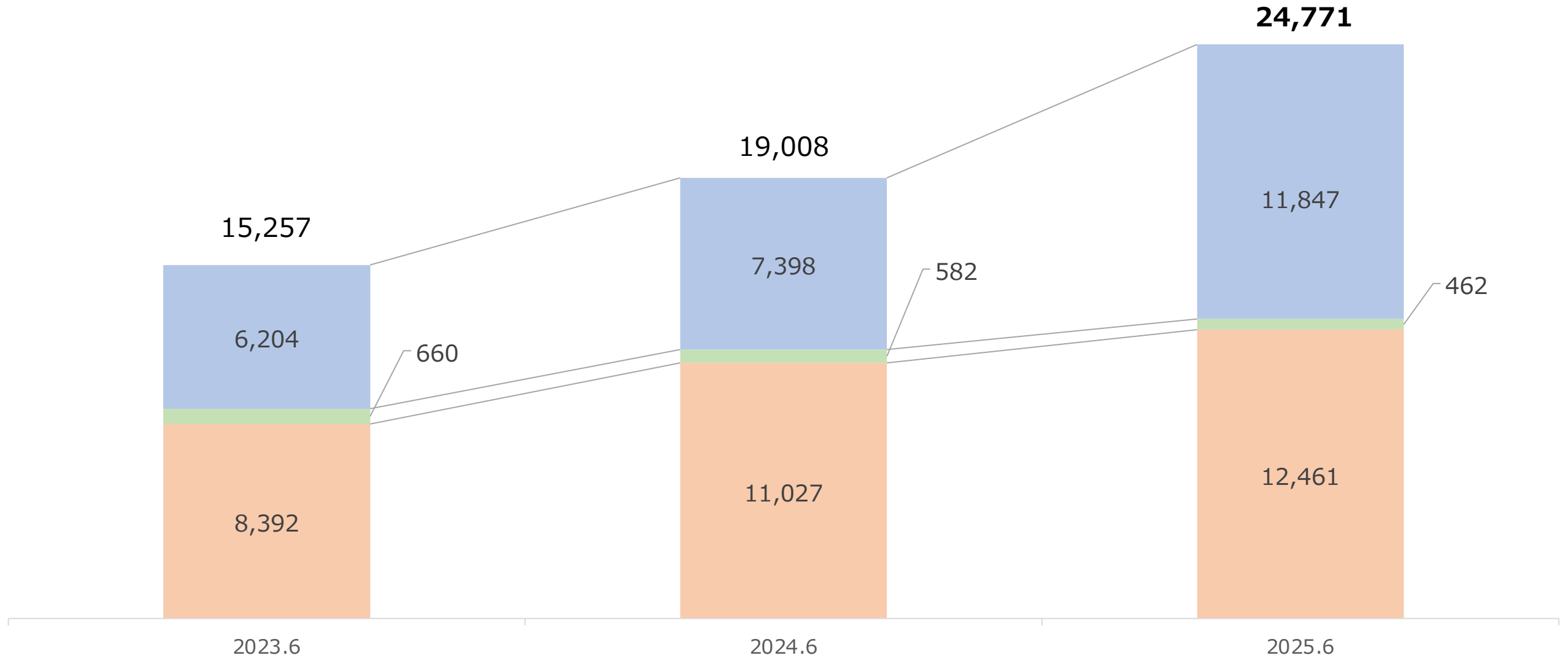
✓ デジタルマーケティングでの集客力を強みに事業を多角化



過年度 セグメント別売上高推移

(単位：百万円)

■ ネット型リユース ■ メディア ■ モバイル通信



- ✓ 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。上場来CAGR20.0%を上回る高い成長率を目指す
(※詳細は8/14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)

(変更前)

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

(変更後)

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

(統合)

(再編)

2

セグメント別事業概要

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。

個人向けリユース

高く売れるドットコム

車 高く売れるドットコム

農機具 高く売れるドットコム

商品名	価格	特徴
トヨタ/アルファード	500万円以上	中古車
BMW / BMW116i	25万円以上	中古車
トヨタ / ランドクルーザー	780万円以上	中古車
トラクター クボタ KB20-BEMAPC	使用時間: h	農業用
トラクター クボタ GL21	使用時間: 864 h	農業用
トラクター クボタ M1010HSEDTODSK	使用時間: 675 h	農業用

おいくら

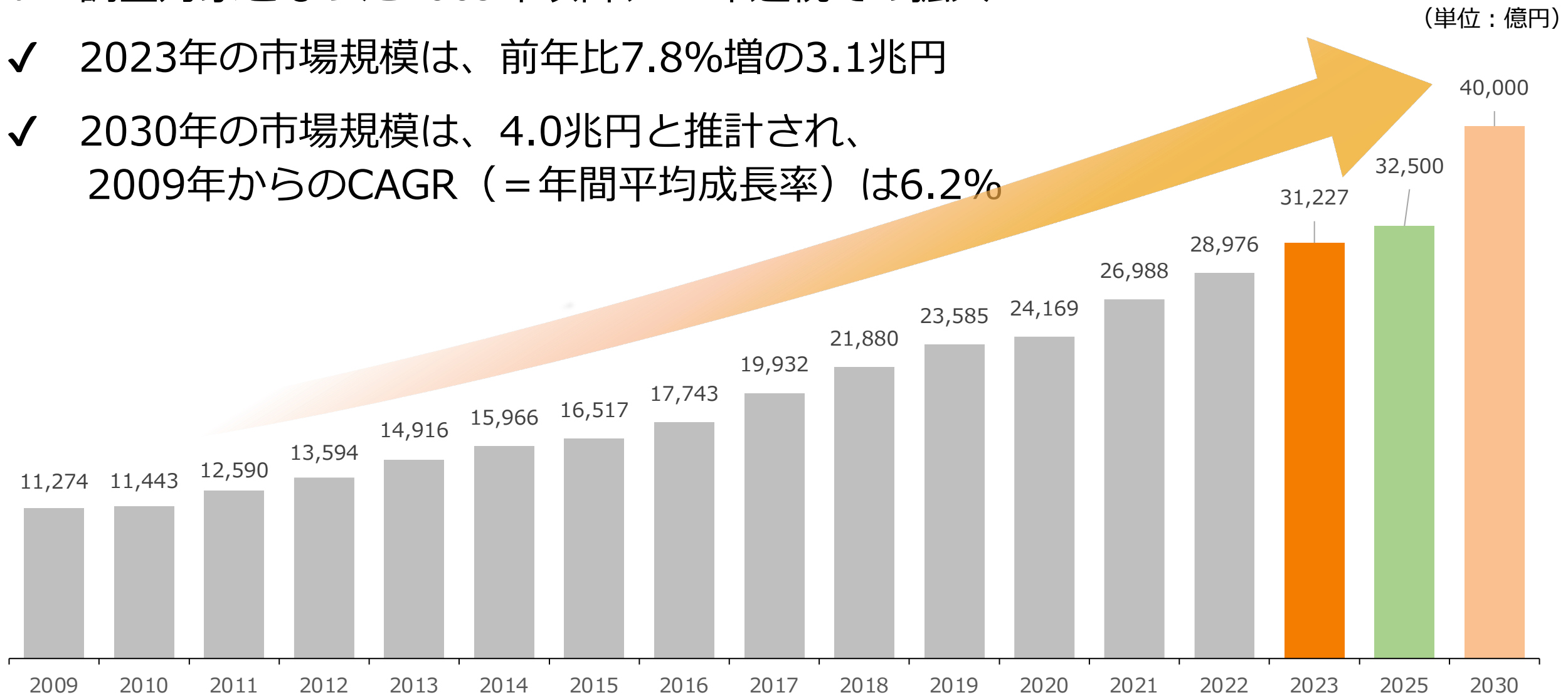
おいくら?

おいくら?

商品名	価格	特徴
冷蔵庫・AV・カメラ	¥4,000 - ¥11,500	家電
洗濯機	¥2,000 - ¥8,500	家電
エアコン	¥2,000 - ¥8,500	家電
キッチン・食器	¥1,500 - ¥7,000	キッチン

I.当社の市場認識：リユース市場の拡大

- ✓ 調査対象となった2009年以降、14年連続での拡大
- ✓ 2023年の市場規模は、前年比7.8%増の3.1兆円
- ✓ 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

- ✓ 複数回に渡るリユース品の取引が発生している三次流通※が活発化
- ✓ 三次流通での購入経験47.8%、売却経験は53.8%があり



● リユース品の利用における意識調査

三次流通のリユース品を
購入したことがある

47.8%

三次流通としてさらに
売却したことがある

53.8%

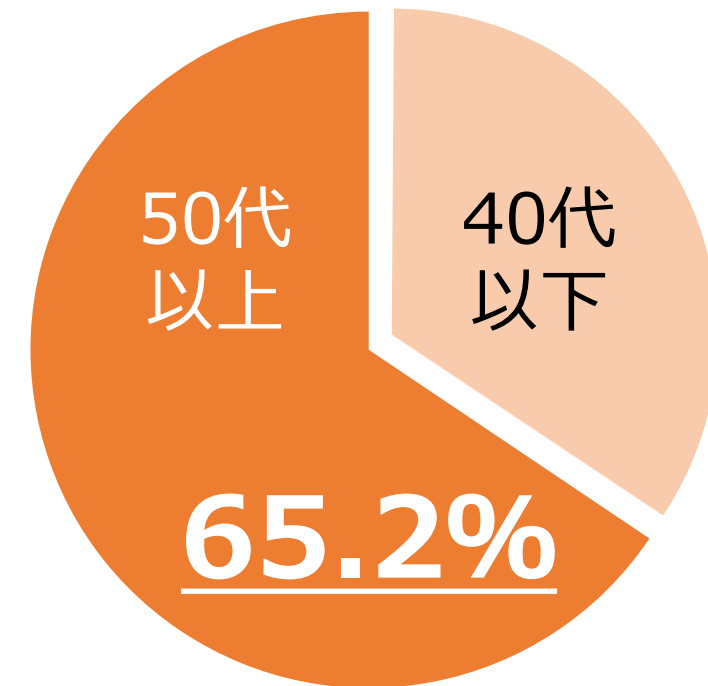
※二次流通市場で購入したリユース品が再売却されること
出典：楽天グループ株式会社『リユース品(中古品)の利用』に関する意識調査』

✓ 「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

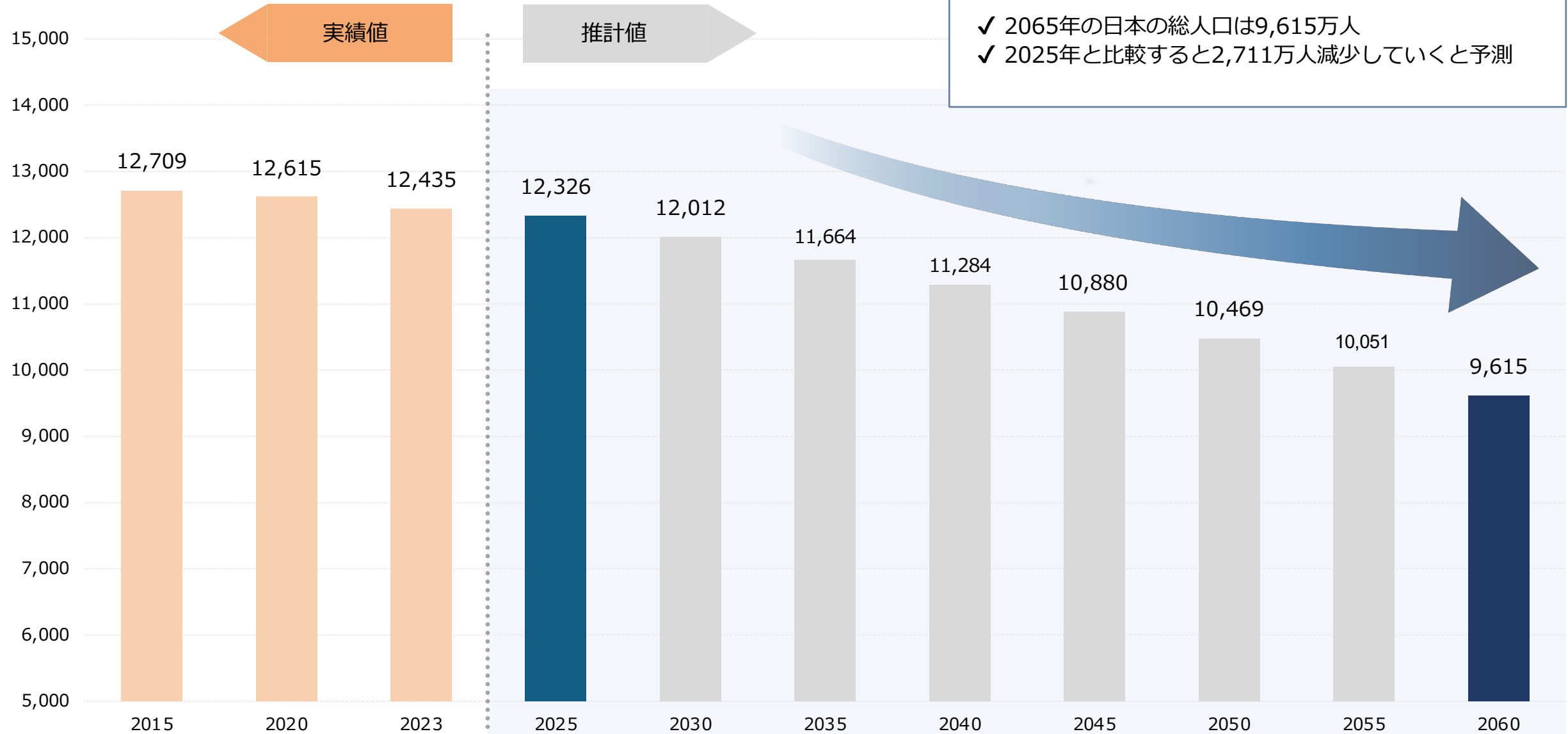


● 「かくれ資産」の年代構成比



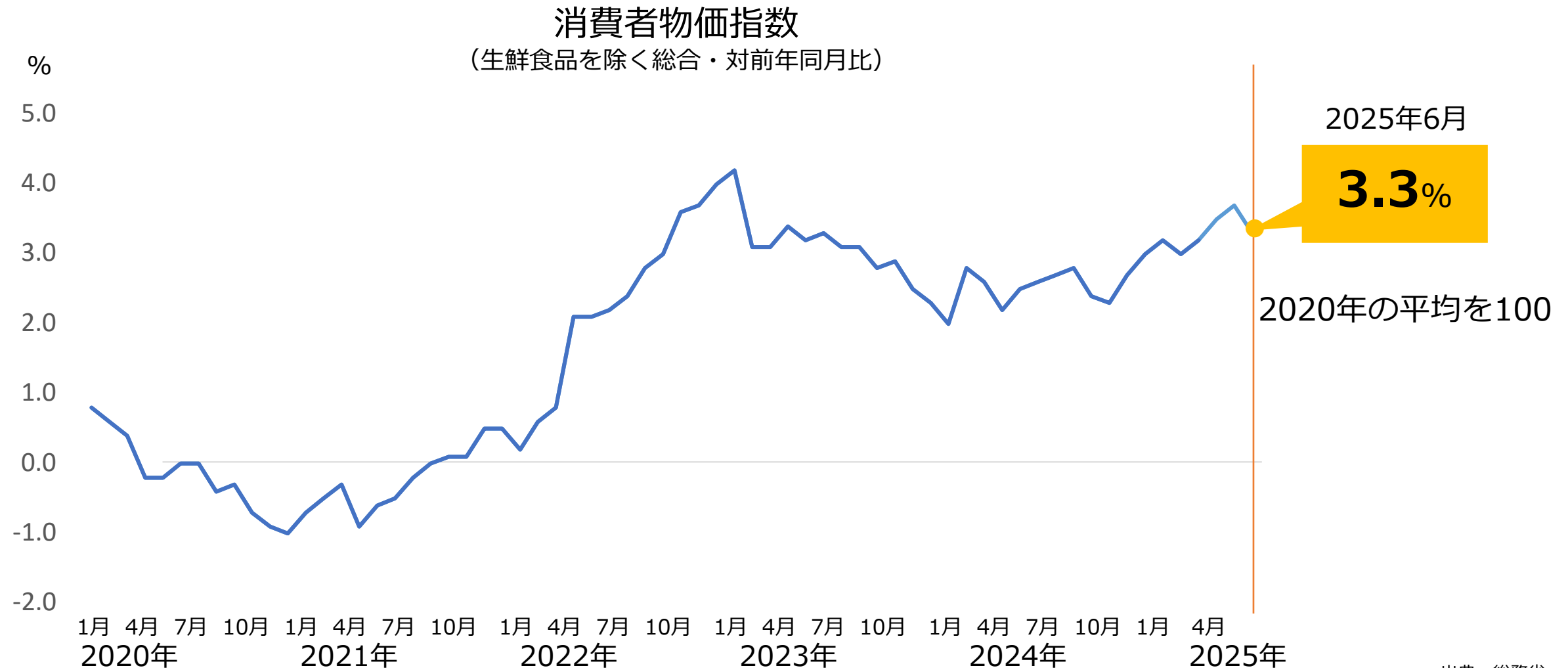
I .当社の市場認識：人口減少と高齢化

(単位：万人)



出典：内閣府「令和6年版高齢社会白書（全体版）（PDF版）」より当社作成

物価高を受け、割安なリユース品へのニーズが高まっている



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 **43** ※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

I. ネット型リユース事業の強み 01. デジタルマーケティング

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
商品別にカテゴライズされた専門サイトを展開し、多様な買取ニーズに対応

依頼数 **43** 万件 ※1

累計利用者数 **940** 万件 ※2

お客さま満足度 **99.7** % ※3



高く売れるドットコム 本サイト
<https://www.takakuuru.com/>



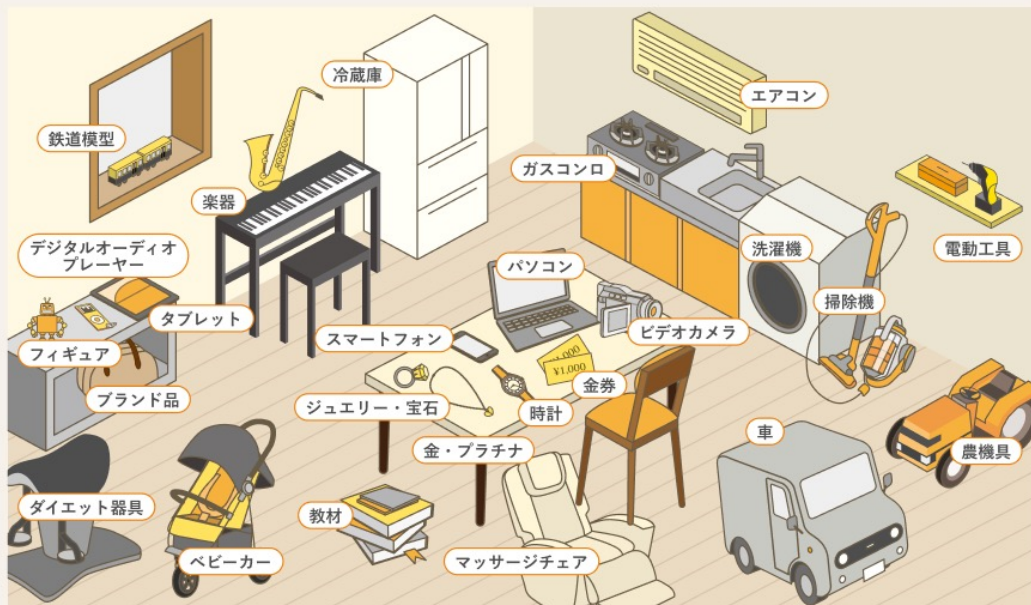
※1 2025年6月期の依頼合計数

※2 2025年3月31日までの利用者数

※3 2024年6月のお客さま満足度

幅広い31種類の商材を取り扱う中で、3つの買取方法を採用
また、全国対応は15拠点を通じて実現

買取媒体31種類



専門性高い商材の買取対応

- ✓ 盗難防止装置の解除処理
- ✓ 個人情報消去
- ✓ 真贋鑑定

特別仕様のダンボール

お客様のニーズに基づき
梱包の手間をなくした
サービス設計



15拠点で在庫管理、2拠点で顧客対応

札幌リユースセンター	名古屋リユースセンター
仙台リユースセンター	大阪リユースセンター 江坂店
北関東リユースセンター	大阪リユースセンター 東住吉店
埼玉リユースセンター	神戸リユースセンター
千葉リユースセンター	鳥取リユースセンター
東京リユースセンター	広島リユースセンター
西東京リユースセンター	福岡リユースセンター
横浜リユースセンター	錦糸町コンタクトセンター
徳島コンタクトセンター	

※北関東リユースセンターおよび
鳥取リユースセンターはマシナリーの拠点です



全国対応

3つの買取方法



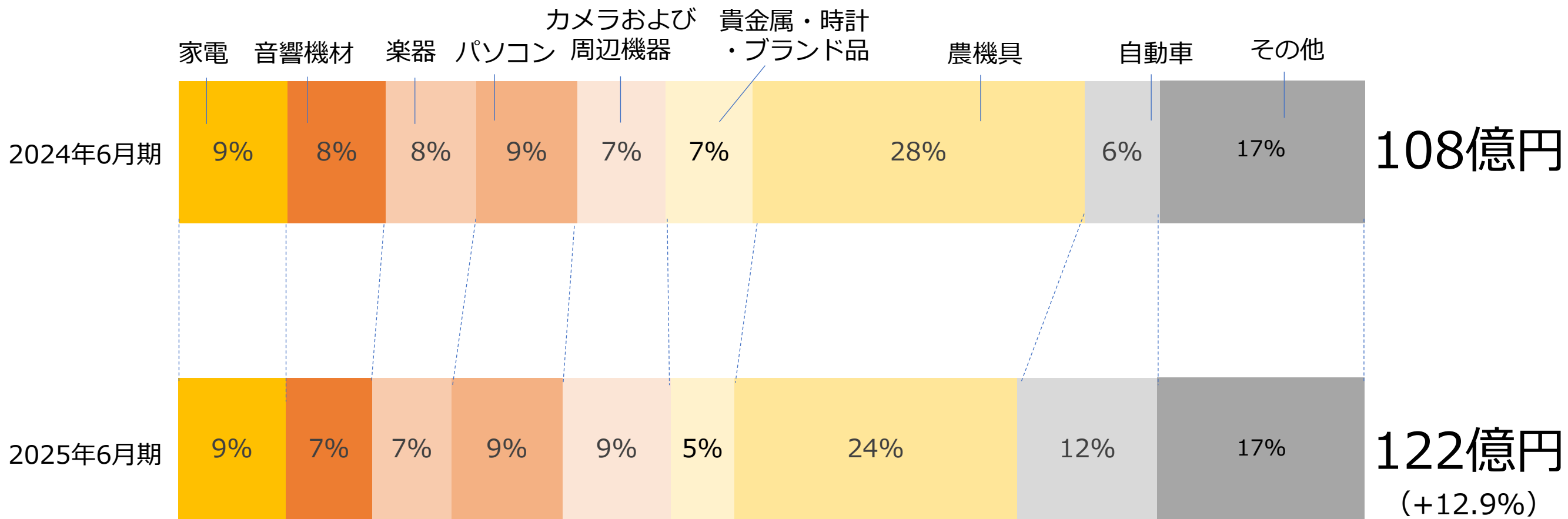
I. ネット型リユース事業の強み 03. 業界最高水準の在庫回転率

商品在庫を一元管理する基幹システムを内製化し、仕入れ～販売までのリードタイムを短縮することで商品回転率は業界最高水準の23.5回以上（前期実績）



※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、法人を会する介して行う取引形態のこと

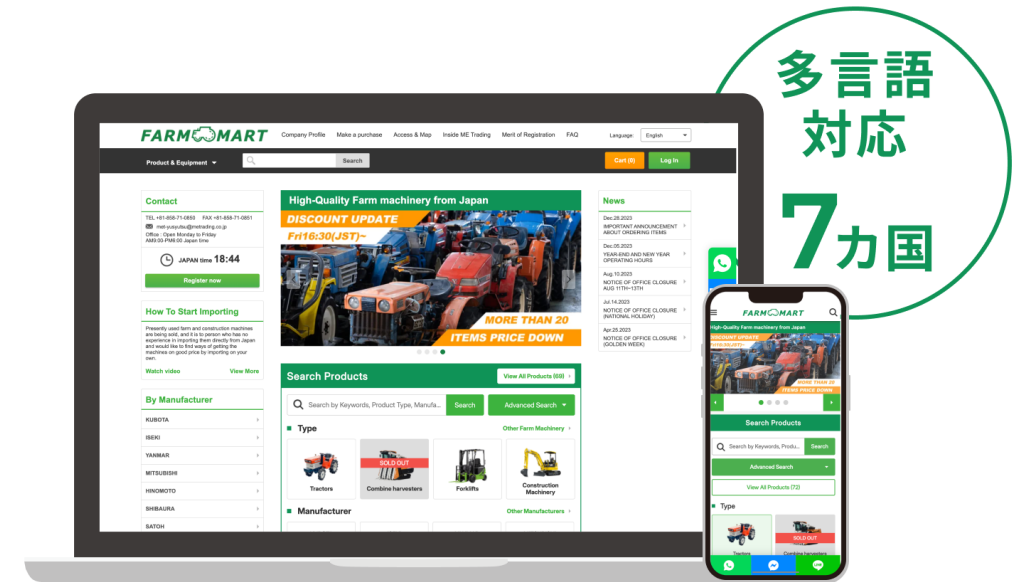
I.① 個人向けリユース分野：商材別売上高比率



I.① 個人向けリユース分野：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



登録社数※

1428 **社**

海外向けECサイト
「FARM MART」
<https://farm-mart.jp/en>

※2025年3月31日現在

I.① 個人向けリユース分野：海外開発

✓ アフリカ諸国から、当社輸出の中古農機具に強い関心が寄せられており、駐日外交官の視察相次ぐ



✓ JICAで当社の「タンザニア国中古農機具における部品調達および修理体制にかかるニーズ確認調査」が採択(2Q)

JICA						
寄附について コンテンツ一覧 よくある質問 お問い合わせ Google 検索 JP EN FR ES JICAについて 事業について 海外での取り組み 日本国内での取り組み ニュース・広報 国際協力について						
2024	ニーズ確認調査	農業	タンザニア国中古農機具における部品調達および修理体制にかかるニーズ確認調査	株式会社マーケットエンタープライズ	東京都	タンザニア

https://www2.jica.go.jp/ja/priv_sme_partner/index.php

✓ 外務省「令和6年度アフリカ貿易・投資促進官民合同ミッション」に参加、タンザニア・ケニア訪問(3Q)



https://www.mofa.go.jp/mofaj/afr/af2/pageit_000001_01540.html

令和6年度アフリカ貿易・投資促進官民合同ミッション (概要)

1月12日から1月17日まで、藤井比早之外務副大臣を団長として、タンザニア連合共和国及びケニア共和国を訪問しました。

写真提供：外務省

(左)三澤康 駐タンザニア日本大使 (中央左)藤井比早之 外務副大臣(中央)タンザニア連合共和国カシム・マジャリワ首相(中央右)コサト・デイビッド・チュミ タンザニア連合共和国外務・東アフリカ協力副大臣(右)バラカ・ハラ・ルヴァンダ駐日タンザニア連合共和国特命全権大使



現地官邸にて (2列目左) 小林泰士 弊社代表

✓ タンザニアを皮切りに、アフリカの市場開拓を進める方針

● ネット型リユース事業

① 個人向けリユース

② おいくら

全国のリユースショップへ一括査定が行える リユースプラットフォーム



おいくら

<https://oikura.jp/>



推奨環境:iOS 13.0以降、Android 8.0以降でご利用になれます。

加盟店数

1122店舗

※2025/6/30現在

年間依頼数

20万件

※TEL、Web依頼含む、2025年6月期の依頼数合計

I. ② おいくら分野：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



I. ② おいくら分野：地方自治体との連携

持続可能な循環型社会の実現に向けて地方自治体との連携を加速

人口カバー率（連携自治体の人口÷日本の総人口）は42.6%となり、総人口の約4割をカバー

（※2025.6期における「おいくら」Web買取依頼数 14,000件/月のうち、5割近くが自治体からの流入）

おいくら 自治体様向け

<https://oikura.jp/lg/>



人口カバー率※1

42.6%

連携自治体数※2

263箇所

※1 ※2 2025年6月30日 現在

ごみカレンダーや出し方・分け方マニュアルへの掲載

深谷市の掲載例


名古屋
 City of Nagoya



「名古屋市連携事業」早い！手軽！簡単！に
不要品処分ができる



一括査定のお申込みはこちら

**名古屋市は、連携サービス「おいくら」で
不要品のリユース(再利用)を推進しています。**

不要品を捨てる前に「おいくら」を活用してリユースを検討してみませんか？廃棄物の削減で捨てない暮らしへ。
おいくらは全国の自治体と連携してSDGsを推進しています。

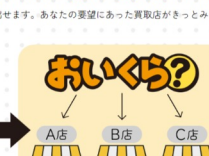


SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS


ちょっとまって！その不要品、売れるかも！
おいくらなら不要品を捨てるより 手軽に 早く売れることも！

一度に複数の買取店へ無料で査定依頼を出せます。あなたの要望にあった買取店がきっとみつかる！





[illegible]

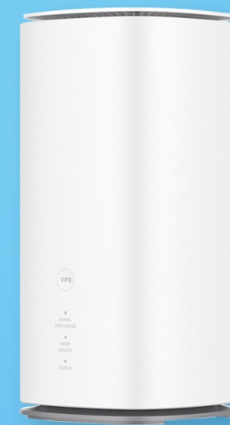
- モバイル通信事業

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
月々負担 **0** 円
※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。

「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

法人契約はこちら MENU 最短即日発送 / 今すぐ申し込む!

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

※価格.com モバイル回線プロバイダ人気ランキング 2023 第1位
(集計期間: 2022年1月1日～12月31日)

カシモWiMAX
アンバサダー
磯山さやか

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 2023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: 2023年1月～2023年12月)

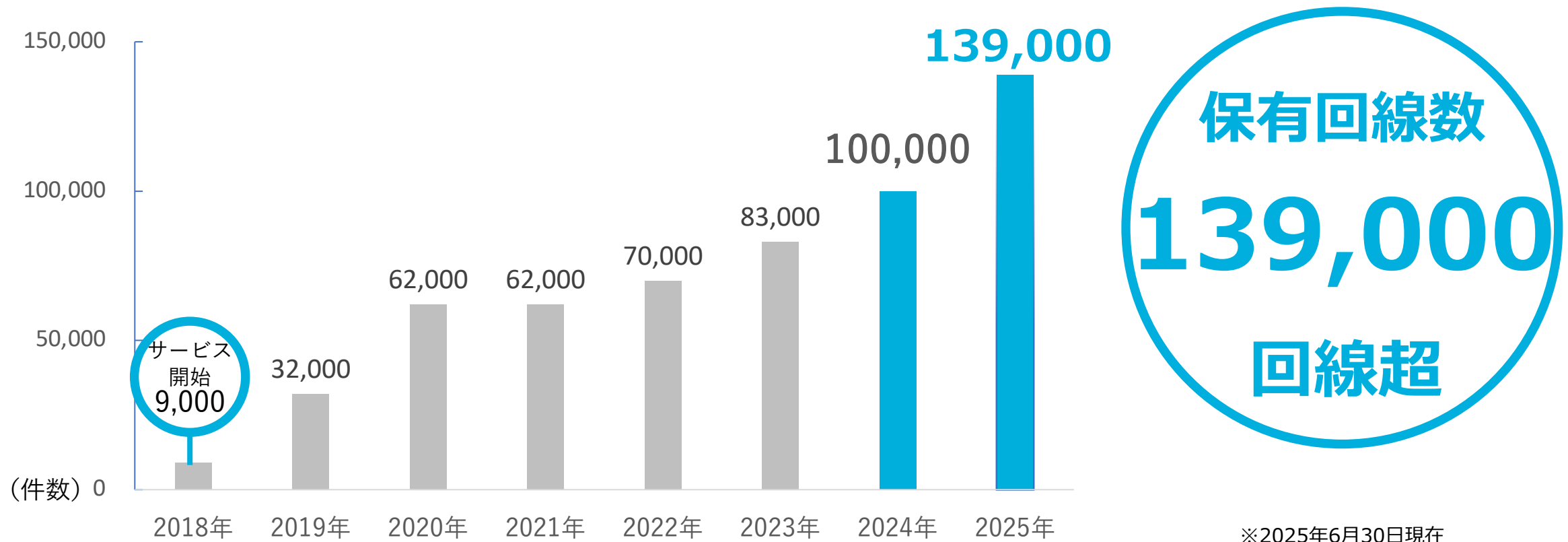
No.1 3冠 獲得!!

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: 株式会社ショッパーズアイ ※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社を抜粋 ※調査対象: 男女、18～69歳、営業職を対象

✓ 「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



3

業績推移と各事業の直近の動き

- ✓ 売上高・売上総利益・経常利益・当期純利益、いずれも過去最高を記録
- ✓ 今後は営業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

(単位：百万円)	2024.6 通期	2025.6 通期	増減	前年同期比
売上高	19,008	24,771	5,763	130.3%
売上総利益	6,941 (36.5%)	8,532 (34.4%)	1,590	122.9%
営業利益	298 (1.6%)	625 (2.5%)	326	209.4%
経常利益	40 (0.2%)	684 (2.8%)	643	1693.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益(△は損失)	△ 476 (- %)	484 (2.0%)	961	[過去最高益]

※括弧内は利益率

売上高・売上総利益

✓ ネット型リユース事業は順調に伸長し、またモバイル通信事業が大きく収入をけん引した結果、
売上高・売上総利益とも過去最高を更新

・売上高	:	24,771百万円（前年同期比 + 30.3%）
・売上総利益	:	8,532百万円（前年同期比 + 22.9%）

営業利益

✓ 株主優待関連費用55百万円の計上があったものの、販管費率は大きく改善（前期34.9%→当期31.9%）し、
営業利益は前年同期比で倍増

・営業利益	:	625百万円（前年同期比 + 109.4%）
-------	---	------------------------

経常利益・純利益

✓ 営業外収益として、デリバティブ解約益143百万円を計上した結果、
経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益とも過去最高を更新

・経常利益	:	684百万円（前年同期比 + 1593.0%）
・当期純利益	:	484百万円（前年同期は476百万円の損失）

- ✓ 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。上場来CAGR20.0%を上回る高い成長率を目指す
（※詳細は8/14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）

（変更前）

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

（変更後）

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

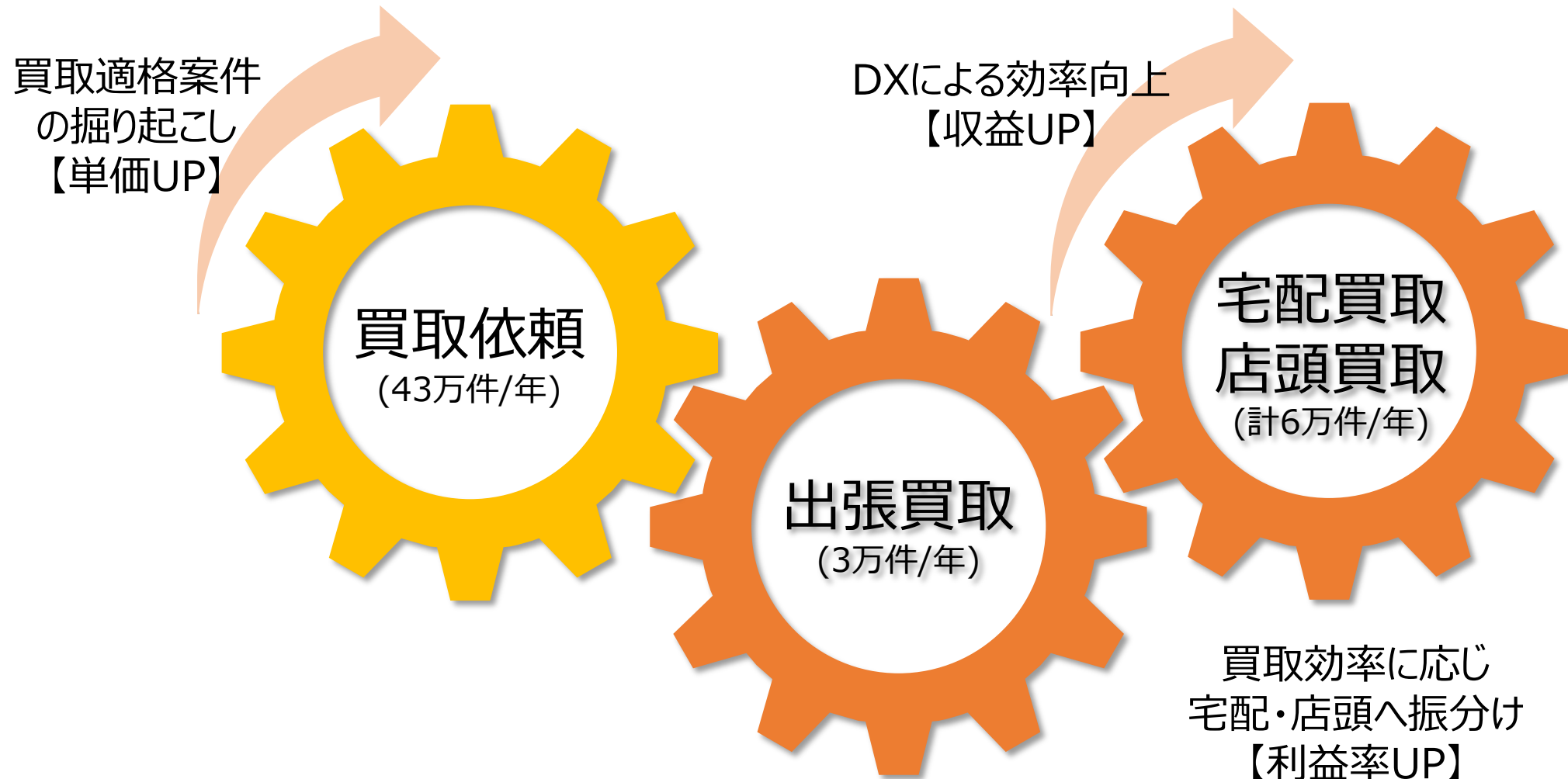
（統合）

（再編）

- ネット型リユース事業
 - └ 個人向けリユース分野

I.① 個人向けリユース分野：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43万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

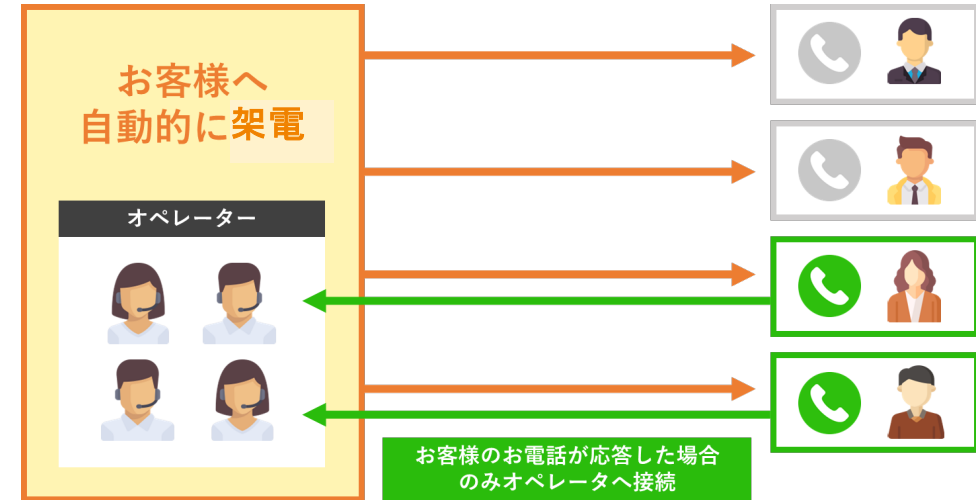


I.① 個人向けリユース分野：直近のアクション概要(1～4Q)

✓ 前期に引き続き、生産性向上を目的としたDX施策をさらに深耕

オートコールシステムのブラッシュアップ(1～3Q)

- ✓ オートコールシステム*の架電効率向上のため、つながる可能性が高いお客様から優先して発信できるようになど機能改善
(*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)



「スマート買取」の運用開始 (2～4Q)

- ✓ 一定の商品カテゴリと顧客属性との組合せ条件においては買取パターンが類型化しやすいため、買取依頼への初期対応から査定提示、買取チャネル選択までを人手を介さず自動で進行させる、ハイブリッドでの対応を運用開始

主要商材の量的拡大 (4Q)

- ✓ 需要増を背景に、再度中古スマホ・タブレットを主要商材として位置づけ、専用買取サイトにて本格的な買取強化に着手



生成AI導入による業務効率化（2Q）

- ✓ RAGチャットによる業務マニュアル検索システムの試験運用を開始

研修へのAIロープレの導入（2Q）

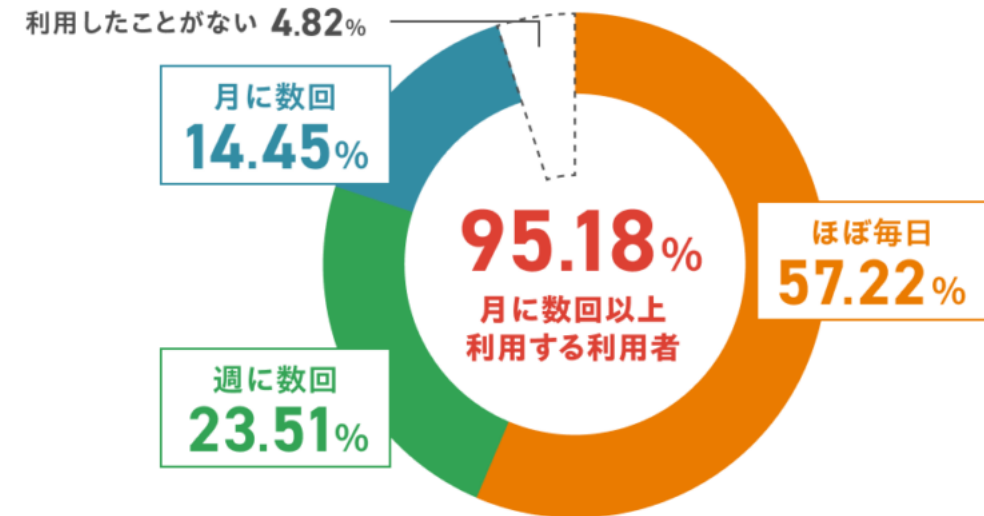
- ✓ 新たに、生成AIを活用した「対話型研修ロープレシステム」を導入。研修品質の向上を図るとともに、インサイドセールス職の研修運営に関わる管理者負担を約30%削減

AI agent活用の営業アシスタント開発開始(3Q)

- ✓ 東大松尾開発のWanderlust社と、AIエージェントを活用した営業アシスタントの共同開発を開始。優秀なCC担当者のノウハウを解析し、買取成約率向上を目指す

(2025年5月30日リリース)

生成AIを利用する頻度



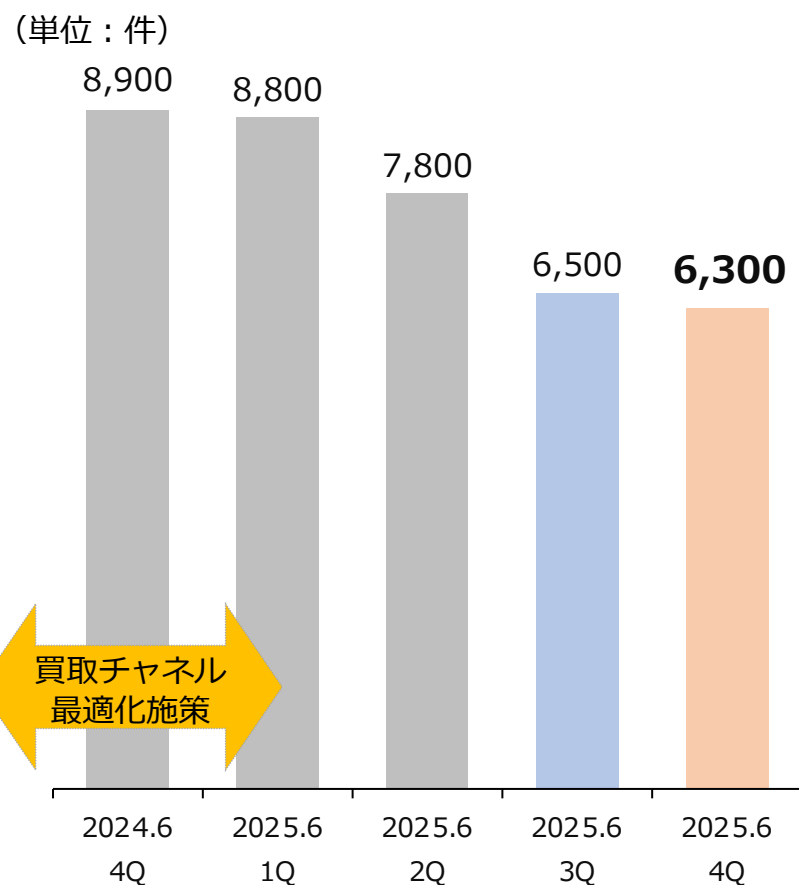
年間75,216時間*まで削減幅を拡大

(* 2025年4月に当社の社員を対象に実施。有効回答数:336件)

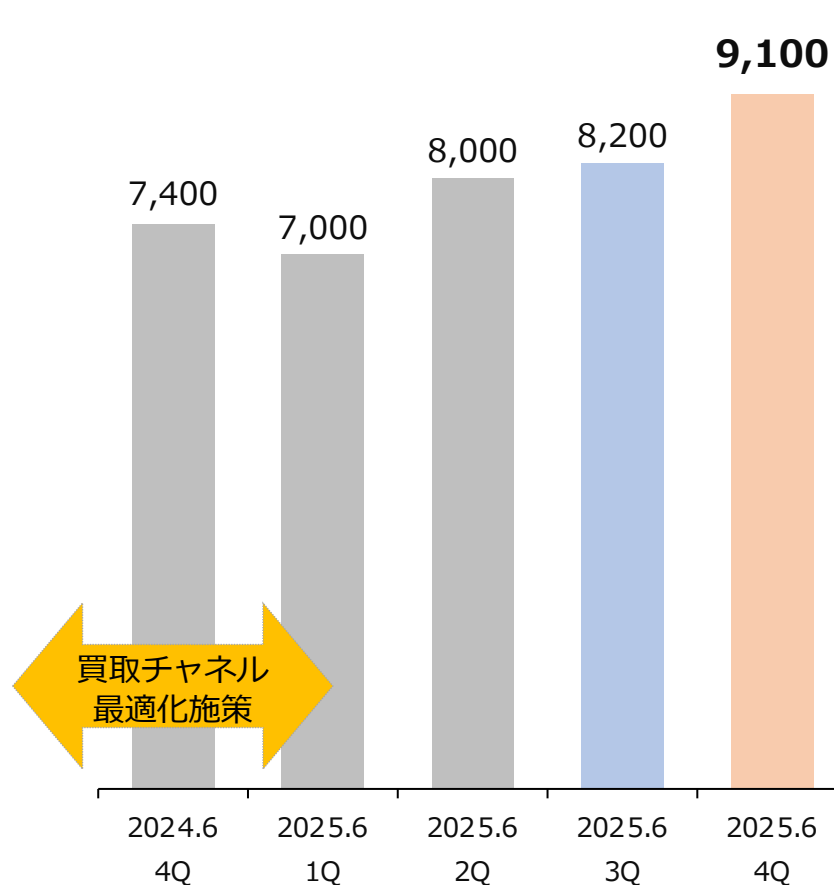
I.① 個人向けリユース分野：チャネル別買取件数推移*(*中古自動車除く)

- ✓ 買取チャネルの最適化施策はその後も順調に進捗。買取適格案件に対する出張買取の稼働率は高水準で推移しており、買取効率に応じ宅配買取・店頭買取への振分け進む

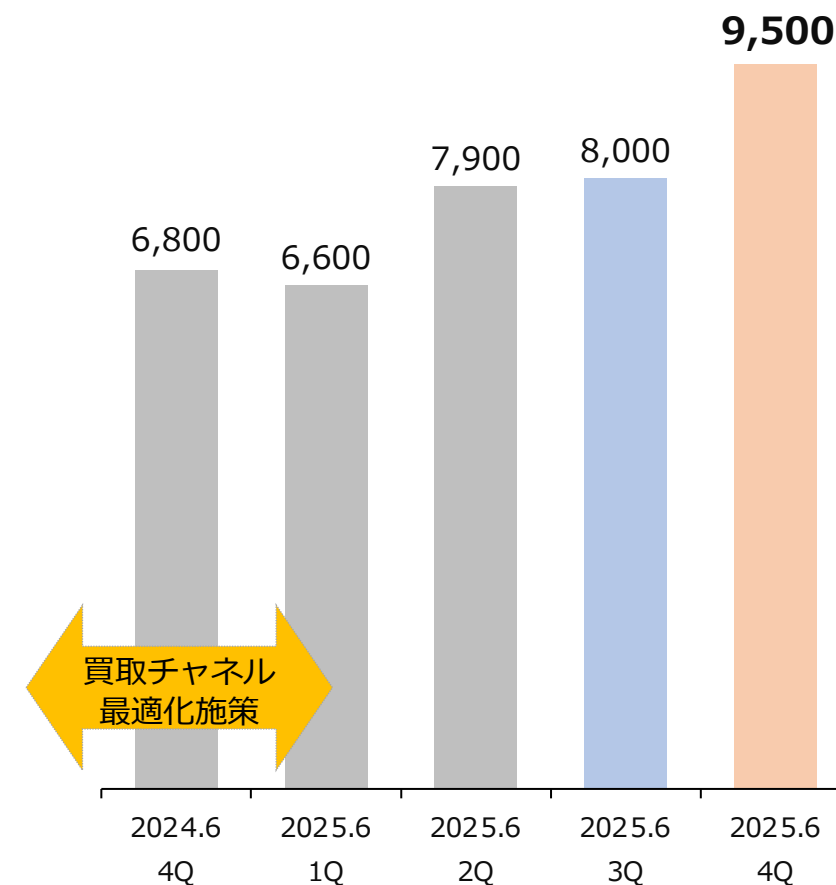
出張買取件数推移



宅配買取件数推移



店頭買取件数推移



I.① 個人向けリユース分野： 2025年6月期 第4四半期実績

- ✓ 売上高： 26億 4百万円（前年同期比 + 18.6%）
 - ✓ 粗利益： 10億93百万円（前年同期比 + 10.6%）
- 当4Q需要期においては、高額商材の取扱増により粗利率が低下するも、それを上回る買取総件数を確保し、売上・粗利とも四半期ベースで過去最高を更新

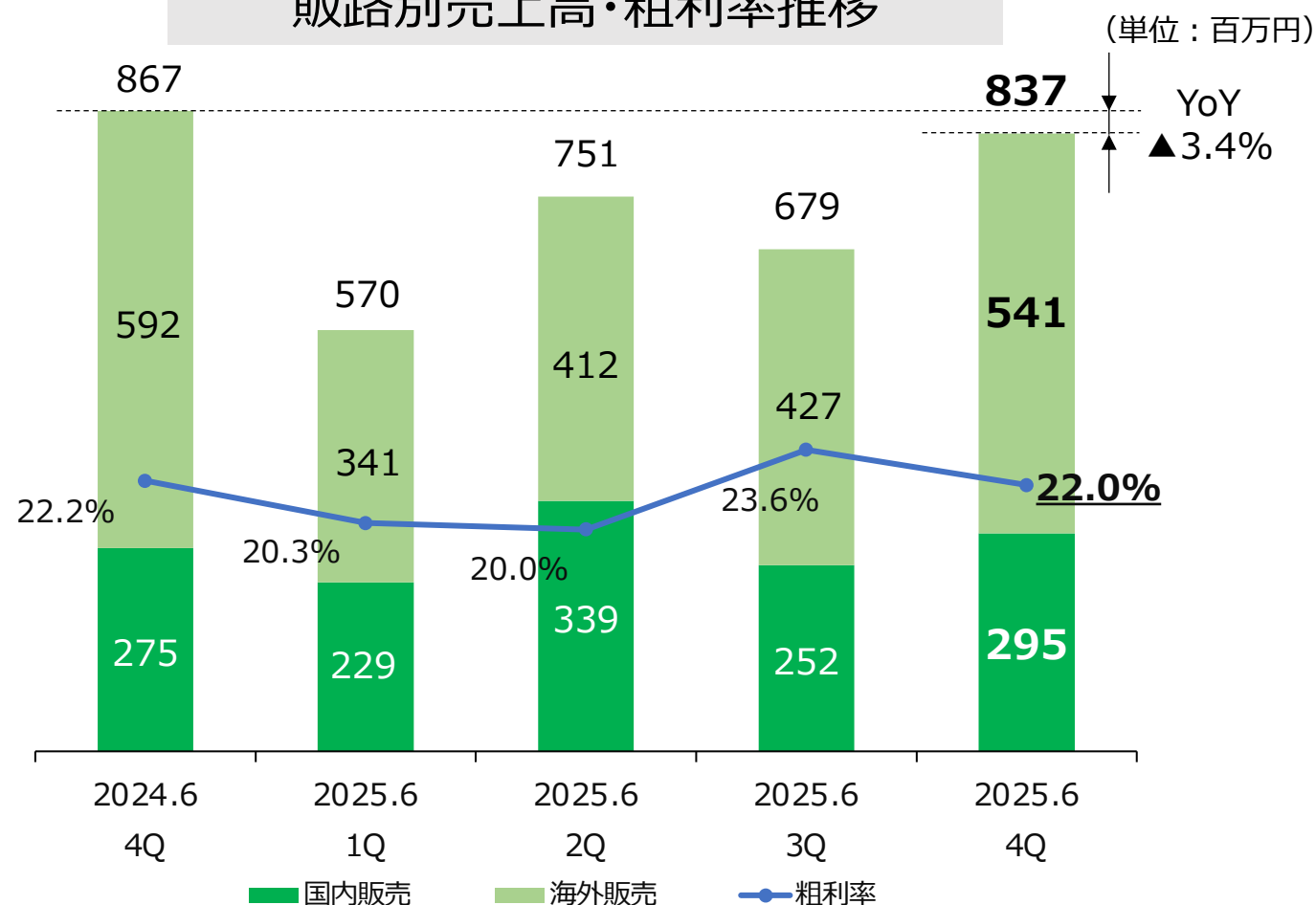
(単位：百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
2023.6期	売上高	1,455 (121.0%)	1,519 (115.9%)	1,546 (124.2%)	1,624 (117.5%)	6,145 (119.6%)
	粗利額	660 (131.8%)	729 (124.8%)	763 (140.2%)	812 (132.1%)	2,965 (132.1%)
	粗利率	45.4% (+3.7p)	48.0% (+3.4p)	49.4% (+5.6p)	50.0% (+5.5p)	48.3% (+4.6p)
2024.6期	売上高	1,726 (118.7%)	1,956 (128.8%)	2,047 (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%] (-)
2025.6期	売上高	2,188 (126.7%)	2,318 (118.5%)	2,311 (112.9%)	2,604 (118.6%)	9,423 (118.9%)
	粗利額	1,004 (124.9%)	976 (109.7%)	977 (107.4%)	1,093 (110.6%)	4,050 (112.8%)
	粗利率	45.9% (△0.7p)	42.1% (△3.4p)	42.3% (△2.2p)	42.0% (△3.0p)	43.0% (△2.3p)
	[参考:中古車除く]	[49.6%] (-)	[47.4%] (△0.7p)	[48.4%] (+0.1p)	[47.3%] (△1.0p)	[48.1%] (+0.3p)

※括弧内は前年同期比

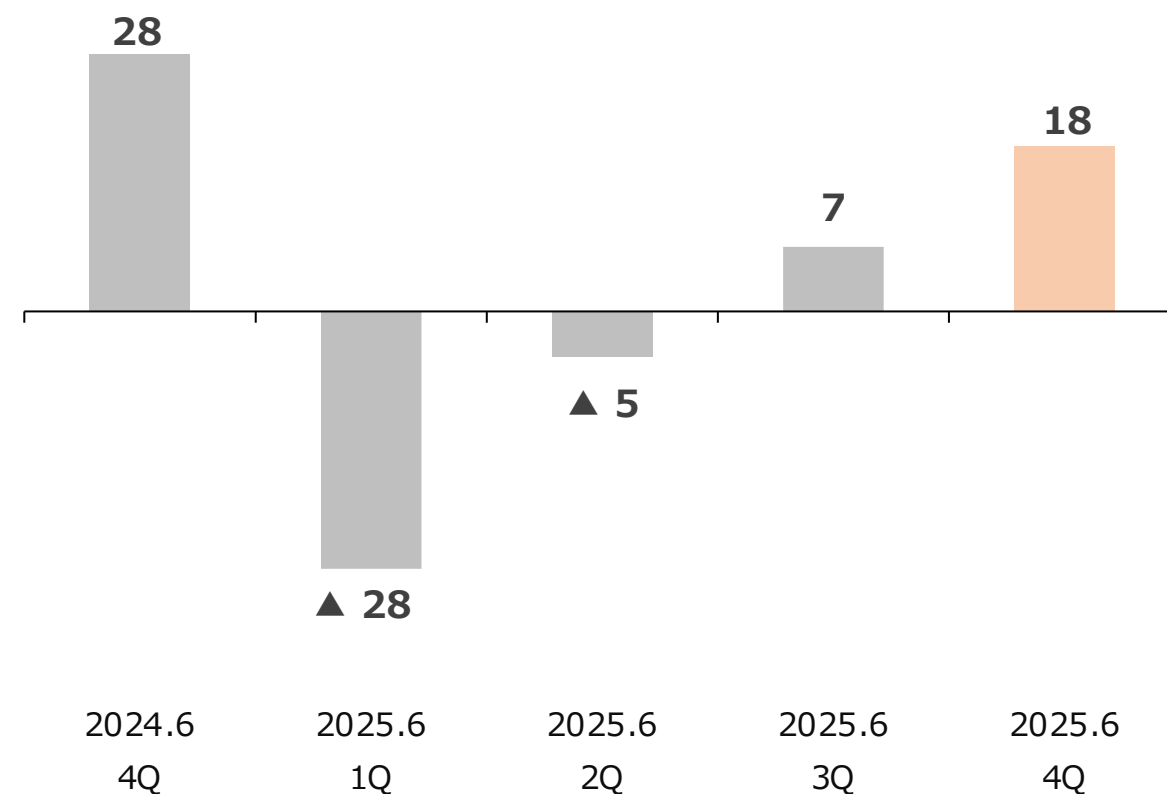
I. ① 個人向けリユース分野（マシナリー）：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：8億37百万円（前年同期比△ 3.4%） 海上輸送の正常化（抜港の沈静化）により海外販売が回復
- ✓ 利益：18百万円（前年同期比△33.3%） 高回転・高利益の取引方針を推し進めた結果、再度黒字基調へ転換

販路別売上高・粗利率推移



セグメント利益推移 (参考値)



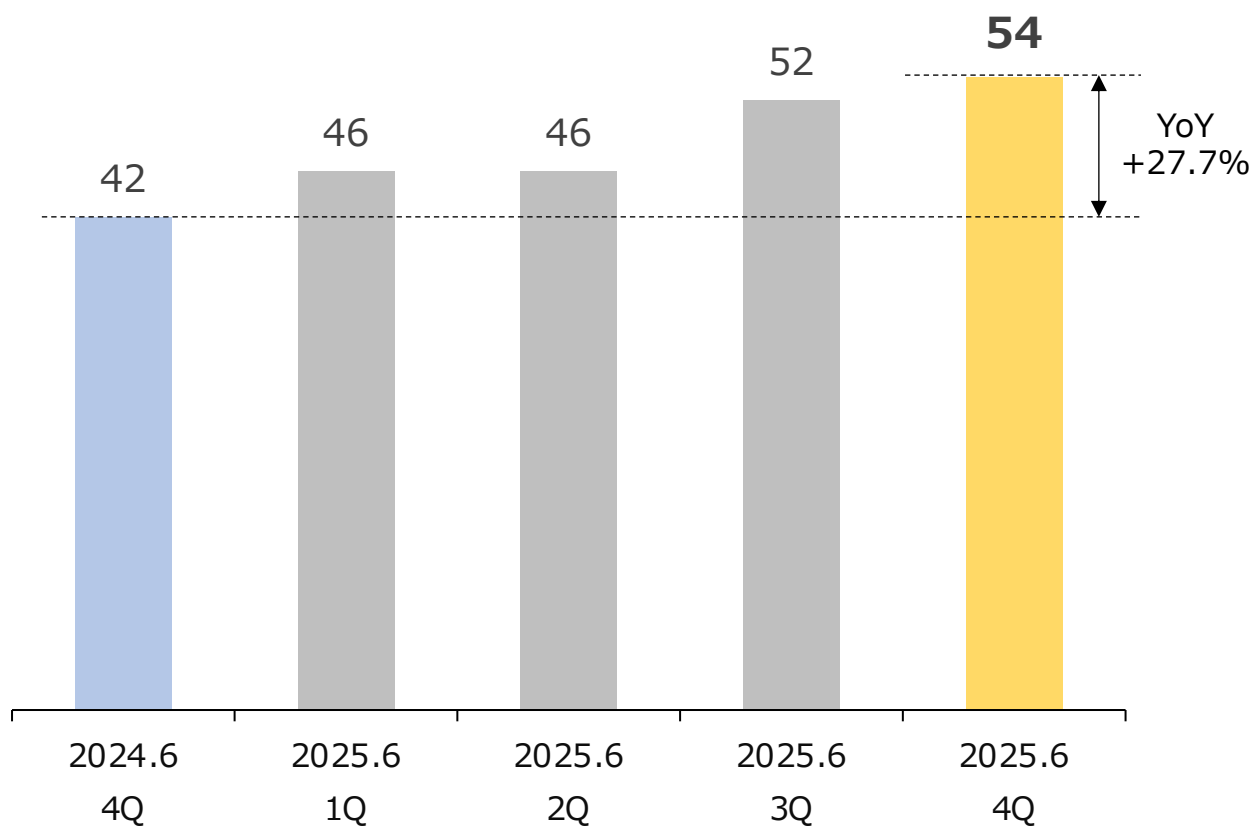
- ネット型リユース事業
 - └ おいくら分野

I.② おいくら分野：売上高および加盟店数推移

- ✓ 売上・利益： 売上高は前年同期比+27.7%。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、高利益体質を継続（参考：セグメント利益率 前期41.6%→当期50.8%）
- ✓ 加盟店数： 自治体連携(詳細次頁)と両輪の営業活動により、前期4Q以降、加盟店数は大幅増加。順次収益貢献開始

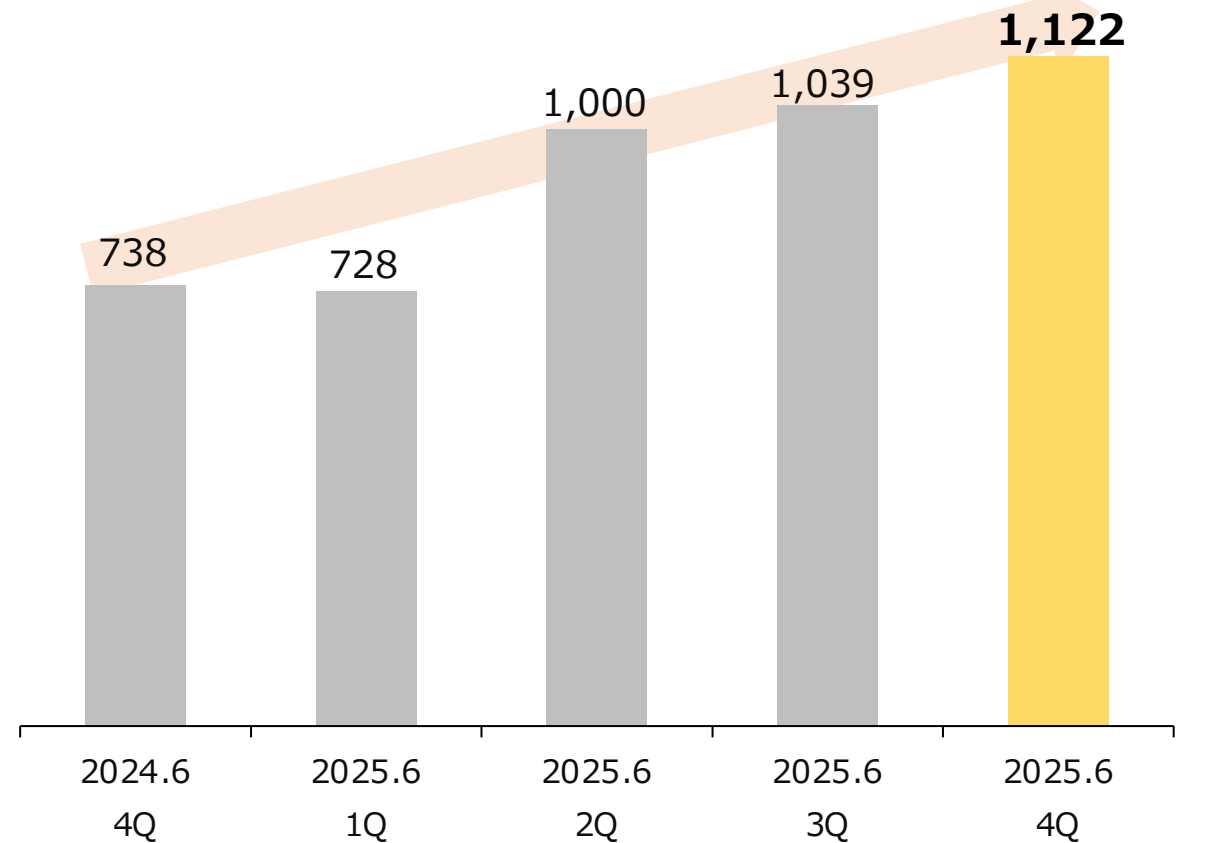
売上高推移

(単位：百万円)



加盟店数推移

(単位：店)



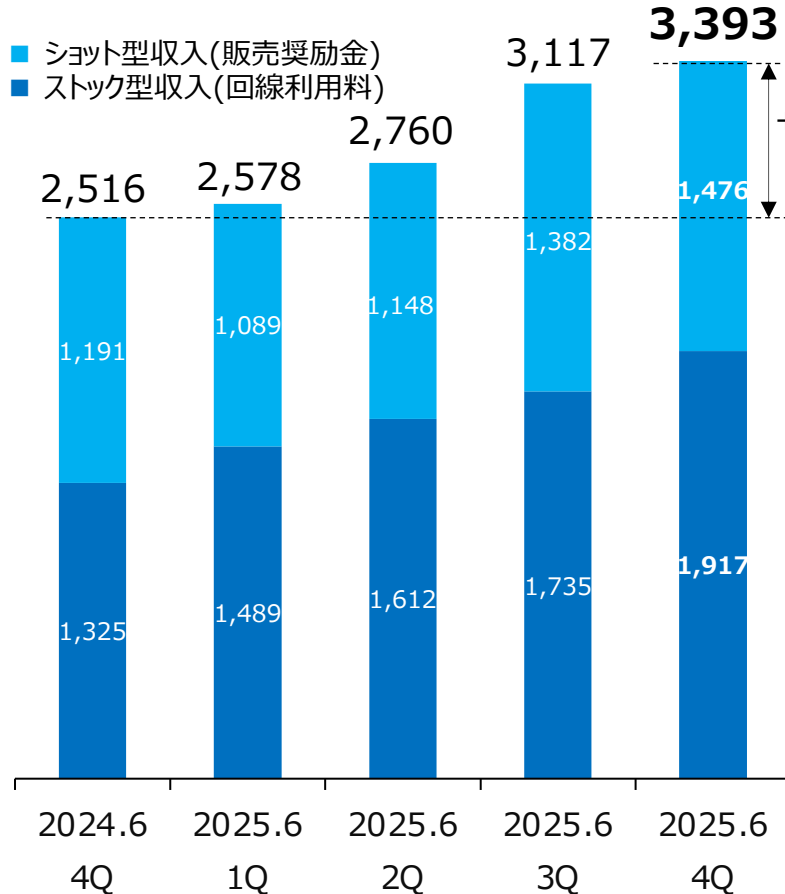
- モバイル通信事業

Ⅱ.モバイル通信事業：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：前期4Q以降サービス認知が進み、新規回線契約獲得数の大幅増がつづく
- ✓ 利益：大幅増収により前倒しで通期利益計画を達成。来期以降のさらなる増収増益に向け、需要期に合わせた潜在ニーズの掘り起こしのため、認知広告を戦略的に拡大

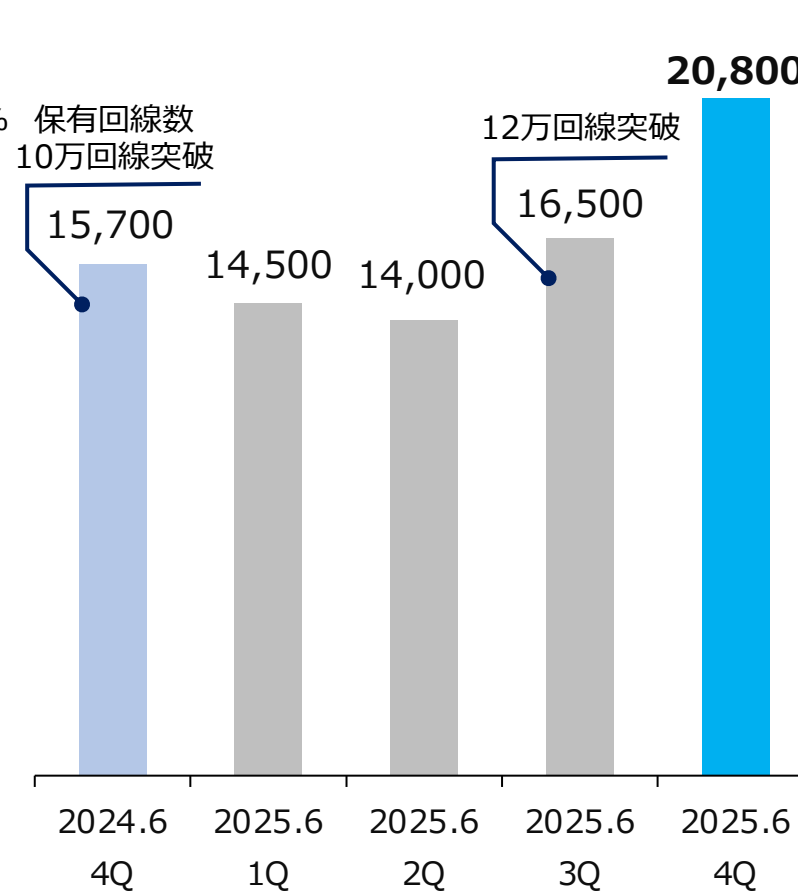
売上高推移

(単位：百万円)



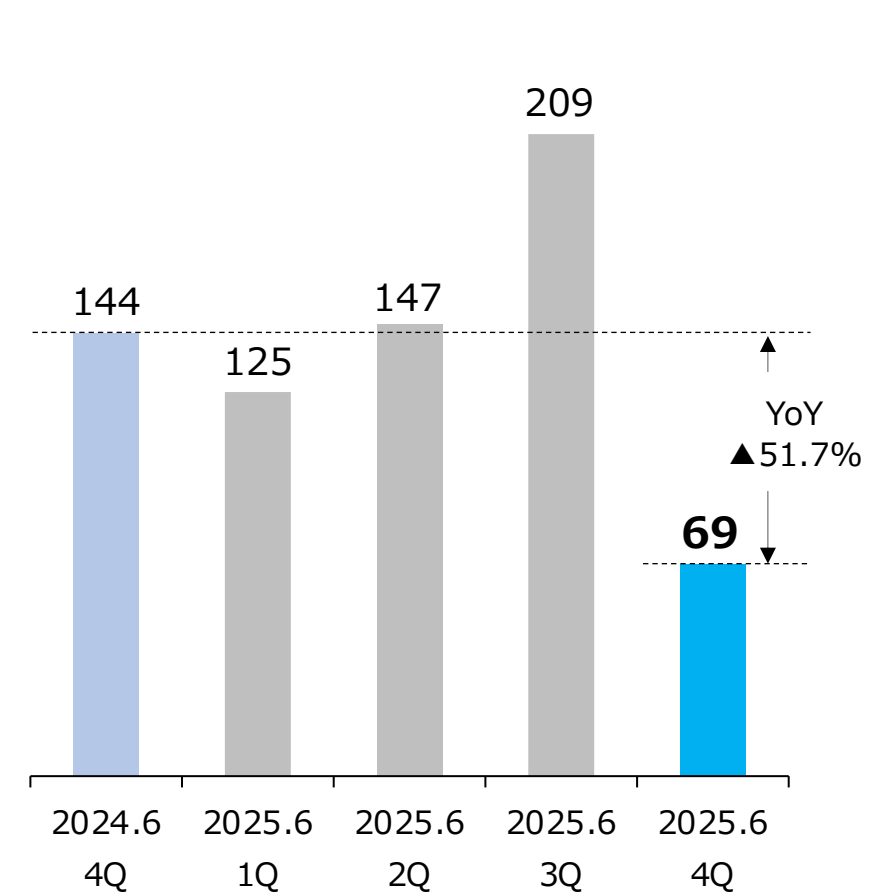
新規回線契約獲得数推移

(単位：件)

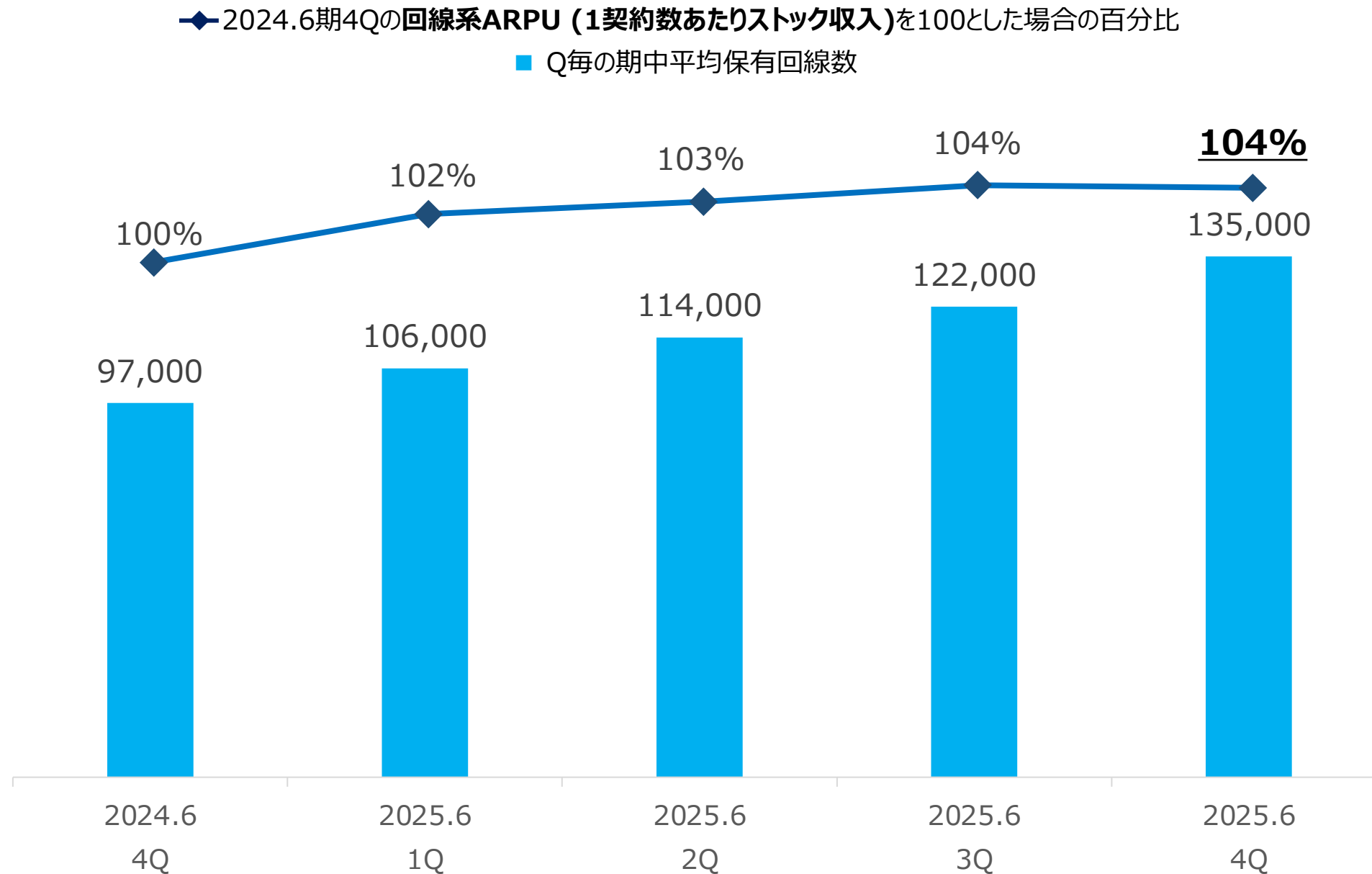


セグメント利益推移

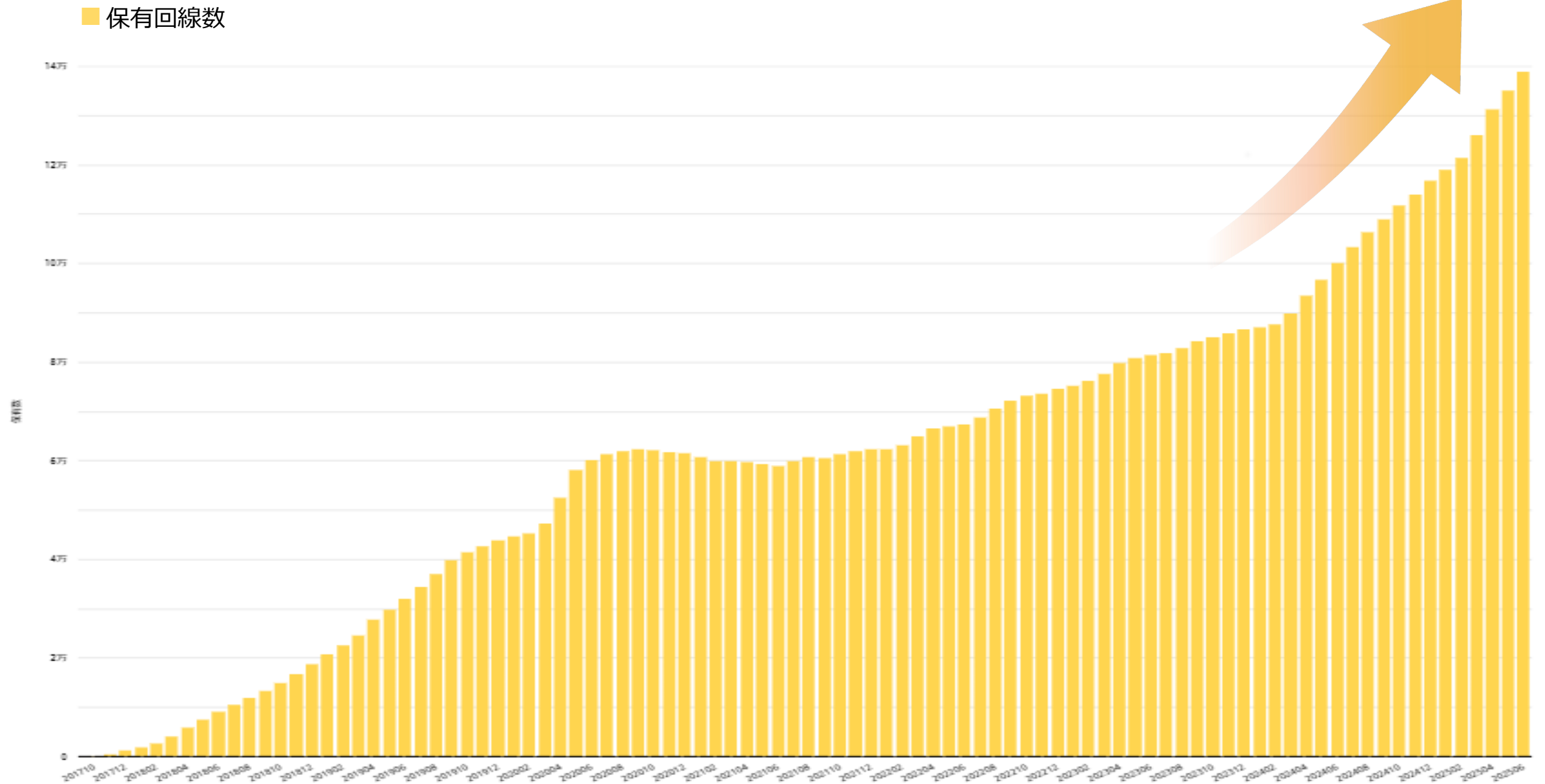
(単位：百万円)



Ⅱ.モバイル通信事業：回線系ARPU及び期中保有回線数の推移(参考)



Ⅱ.モバイル通信事業：サービス開始以来の保有回線数推移（参考）



- 業績見通し

2026年6月期 業績見通し

- ✓ 売上高 : 引き続き高成長を維持、二桁増収を目指す
- ✓ 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 : ここ数年変動の大きかったデリバティブ評価損益（営業外損益）の計上は前期にて終了。
業績予想と実績との差異におけるボラティリティは大幅縮小見込み
- ✓ 当期純利益 : 前期より黒字基調に転換し、引き続き大幅増益見込み

(単位：百万円)	2025.6期 通期実績	2026.6期 通期予想	増減	当期実績比
売上高	24,771	30,000	5,228	121.1%
営業利益	625	1,100	474	175.8%
経常利益	684 (内、デリバティブ解約益+143)	1,050	365	153.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	484	650	165	134.1%

過年度実績：セグメント別売上高推移

旧報告セグメント	2023.6期	2024.6期	2025.6期
	実績	実績	実績
売上高	152億円 (+27.3%)	190億円 (+24.6%)	247億円 (+30.3%)
ネット型リユース	83億円 (+26.6%)	110億円 (+31.4%)	124億円 (+13.0%)
個人向けリユース	61億円 (+19.6%)	79億円 (+29.0%)	94億円 (+18.9%)
マシナリー	21億円 (+54.1%)	29億円 (+39.2%)	28億円 (▲3.1%)
おいくら	1億円 (+13.3%)	1億円 (+20.0%)	1億円 (+16.7%)
メディア	6億円 (+33.7%)	5億円 (▲11.8%)	5億円 (▲15.0%)
モバイル	62億円 (+27.6%)	73億円 (+19.2%)	118億円 (+60.2%)
営業利益	0.9億円 (－)	2.9億円 (+215.7%)	6.2億円 (+109.4%)
営業利益率	0.6%	1.6%	2.5%

(統合)

(再編)

新報告セグメント	2025.6期	2026.6期
	実績	業績予想
売上高	247億円 (+30.3%)	300億円 (+21.1%)
ネット型リユース	127億円	140億円
個人向けリユース	123億円	136億円
おいくら	3億円	4億円
モバイル	118億円	158億円
その他	1億円	2億円
営業利益	6.2億円 (+109.4%)	11億円 (+75.8%)
営業利益率	2.5%	3.7%

- Appendix

連結貸借対照表

✓ ネット型リユース事業の当期商品回転率は、**23.5回転**（*業界最高水準）

✓ 当期純利益の計上により自己資本比率は20%超へ（前期末16.5%→当期末21.8%）

（単位：百万円）	2024.6 4Q末	2025.6 4Q末	増減
流動資産	4,334	5,031	696
現金及び預金	1,486	1,710	224
売掛金	1,914	2,494	579
商品	731	561	△ 169
（うち、個人向けリユース）※	(354)	(293)	△ 61
（うち、マシナリー）※	(317)	(238)	△ 78
その他流動資産	202	264	62
固定資産	1,010	1,206	196
有形固定資産	269	312	42
無形固定資産	48	77	28
（うち、のれん）	(32)	(69)	37
投資その他の資産	691	816	124
資産合計	5,345	6,238	893

	2024.6 4Q末	2025.6 4Q末	増減
負債	4,038	4,324	285
買掛金	695	887	192
短期有利子負債	2,262	2,125	△ 136
未払金	453	509	56
長期有利子負債	62	48	△ 14
その他負債	565	753	187
純資産	1,306	1,913	607
負債純資産合計	5,345	6,238	893

※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

- ✓ 営業CF：当期純利益の計上によりプラス転換
- ✓ 投資CF：当期は投資フェーズの終了と、本社移転に関わる敷金およびデリバティブ解約に伴う保証金の回収あり
- ✓ 財務CF：投資フェーズ終了と利益伸長・デリバティブ解約益等により増加した収入で、有利子負債を圧縮

(単位：百万円)	2024.6 通期	2025.6 通期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	△424	482	906
投資活動によるキャッシュ・フロー	△230	△ 51	179
フリーキャッシュ・フロー	△654	431	1,085
財務活動によるキャッシュ・フロー	495	△196	△692
現金及び現金同等物の期末残高	1,486	1,710	224

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

✓ 変更する株主優待の内容

基準日	継続保有期間	保有株式数	株主優待
2025年12月末日	条件なし	500株以上	25,000円分のデジタルギフト
2026年 6 月末日			
2026年12月末日以降	1年以上		
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/ JAL マイレージバンク/ 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。



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

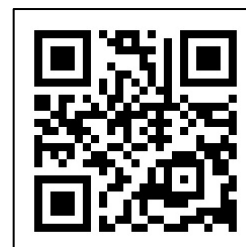
https://www.bridge-salon.jp/tekiji/alert_mail.php



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



持続可能な社会を実現する
最適化商社

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

Q&A(質疑応答)