

# 株式会社マーケットエンタープライズ 個人投資家向け説明会

2022年11月26日



証券コード：3135

# マーケットエンタープライズについて

# 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)		
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		
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	3億2,593万7,400円(2022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	
	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
	社会取締役	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	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	〒104-0031 東京都中央区京橋3-6-18 東京建物京橋ビル3F		
従業員数	473名(アルバイトスタッフ含む) ※2022年6月末現在		
上場市場	東京証券取引所 プライム(証券コード：3135)		

## 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)
- ・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)

## 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

## 国内17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  
東京都墨田区、徳島県徳島市

| リユースセンター

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、鳥取県鳥取市、茨城県結城市  
千葉県千葉市

| MEモバイル

東京都墨田区

| MEトレーディング

鳥取県鳥取市、茨城県結城市

| UMM

東京都中央区

| MARKETENTERPRISE VIETNAM

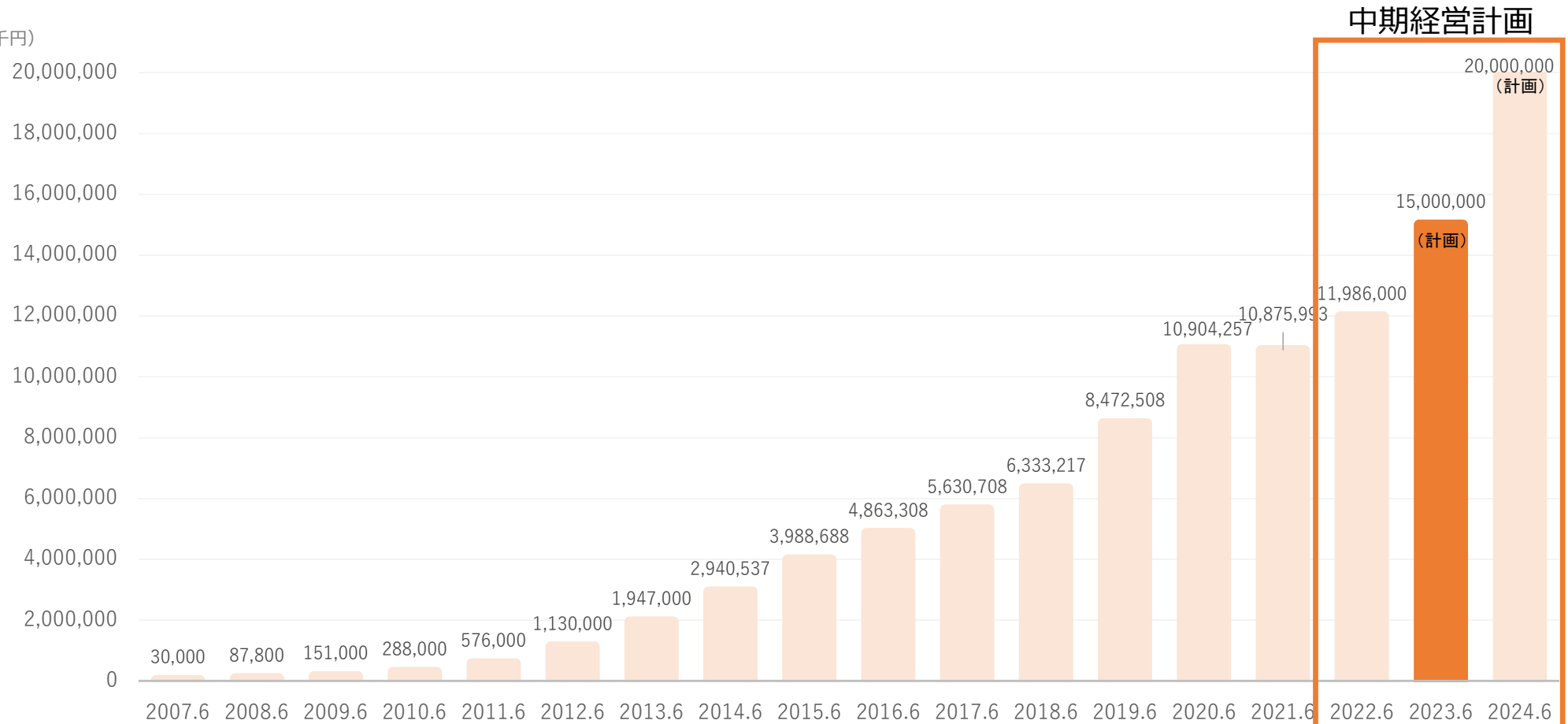
HCMC, Viet Nam.

# 売上高推移



「持続可能な社会を実現する最適化商社」をビジョンに掲げ、  
中期経営計画達成に向けて様々な施策を推進中

(単位：千円)



## 代表者プロフィール



### 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 埼玉県川越市出身（41歳）

2003年 大学卒業後、ベンチャー企業に入社

2004年 独立起業（個人事業開始 23歳）


2006年 当社創立 代表取締役社長（現任）

2015年 東証マザーズ上場

2018年 一般社団法人 EO Tokyo 第23期 会長  
学校法人 東洋大学 理事（現任）

2021年 東証一部上場（現プライム市場）（当時39歳）  
一般社団法人 日本リユース業協会 副会長（現任）  
EO Tokyo Platinum 第3期 会長

# 当社が目指すもの



マーケットエンタープライズ 社名の由来



# マーケットエンタープライズ

**M**ARKET (市場) + **E**NTERPRISE (冒険的創出)



## 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」

## 長期ビジョン

「持続可能な社会を実現する最適化商社」

## 10core values

- |                               |                              |
|-------------------------------|------------------------------|
| 01. Speed(速度)                 | 06. Responsibility(責任感)      |
| 02. Change & Challenge(変化と挑戦) | 07. Key Communication(本質的議論) |
| 03. Input & Output(学びと行動)     | 08. Teamwork(共創)             |
| 04. Priority(優先順位)            | 09. Creativity(発想)           |
| 05. Continuous Outcome(継続的成果) | 10. Long-term thinking(長期思考) |

※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。

# 事業概要

## ネット型リユース

個人向け



マシナリー



ME TRADING



おいくら



## 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



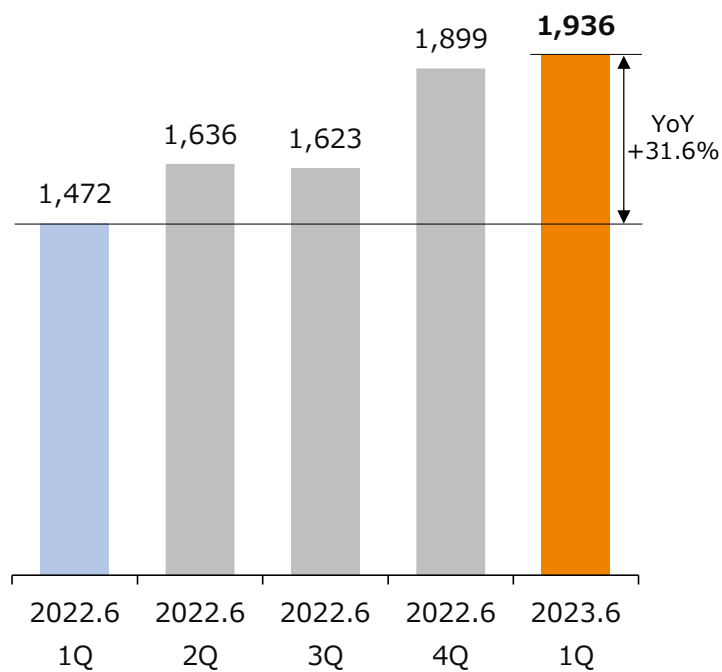
サービスブランド



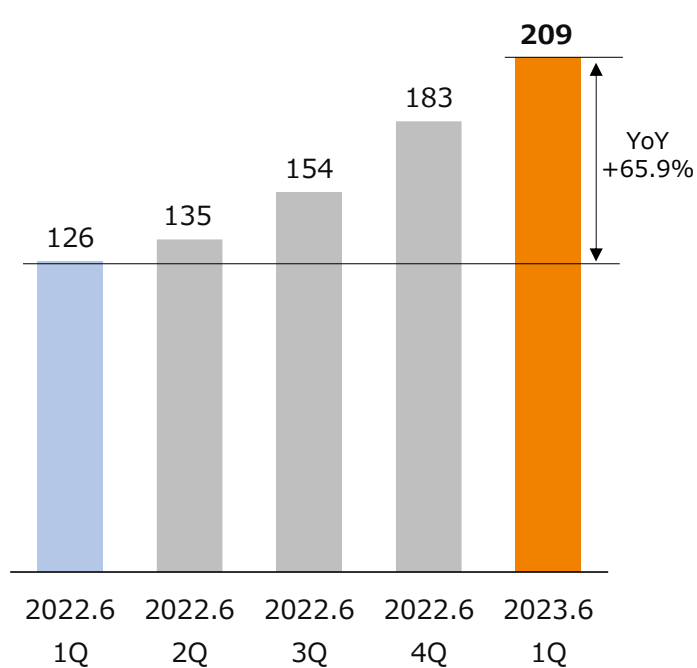
# 四半期別売上高

- 全事業で前年同期比増収
- ネット型リユース事業は過去最高の四半期売上高を更新

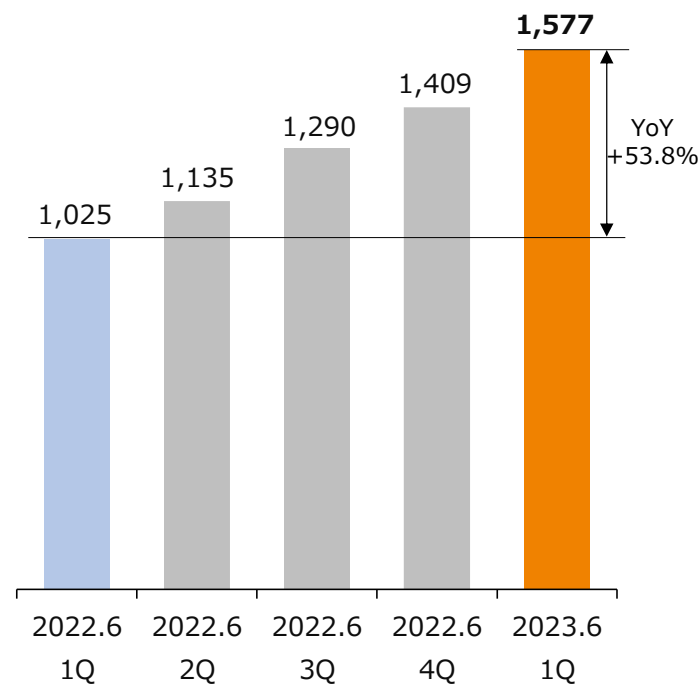
(単位：百万円) ネット型リユース



(単位：百万円) メディア



(単位：百万円) モバイル通信



## 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 KB20-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 M1010WSEDTODSK...  
使用時間: 675 h

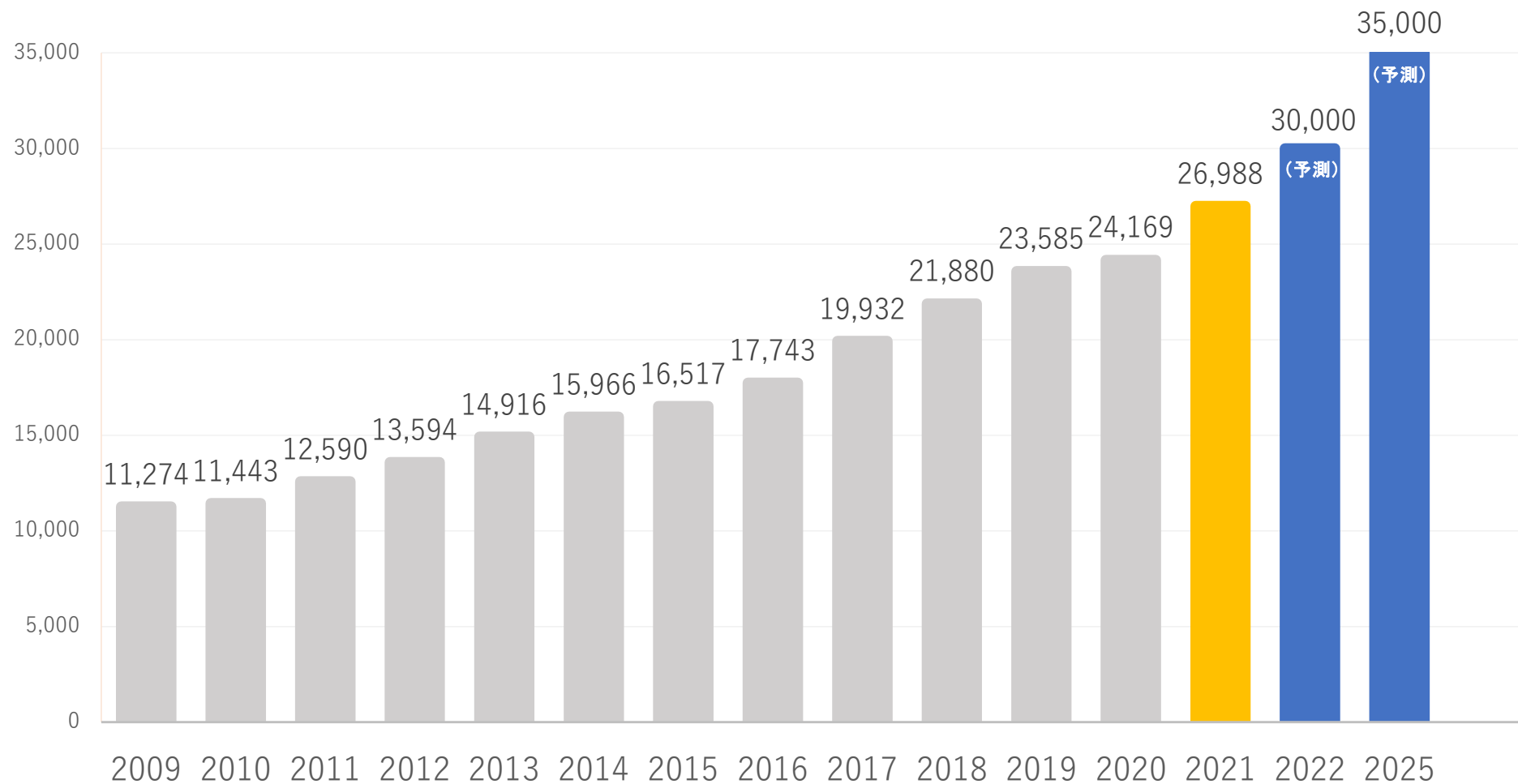
### おいくら



# リユース市場について

## リユース市場は順調に拡大

(単位：億円)

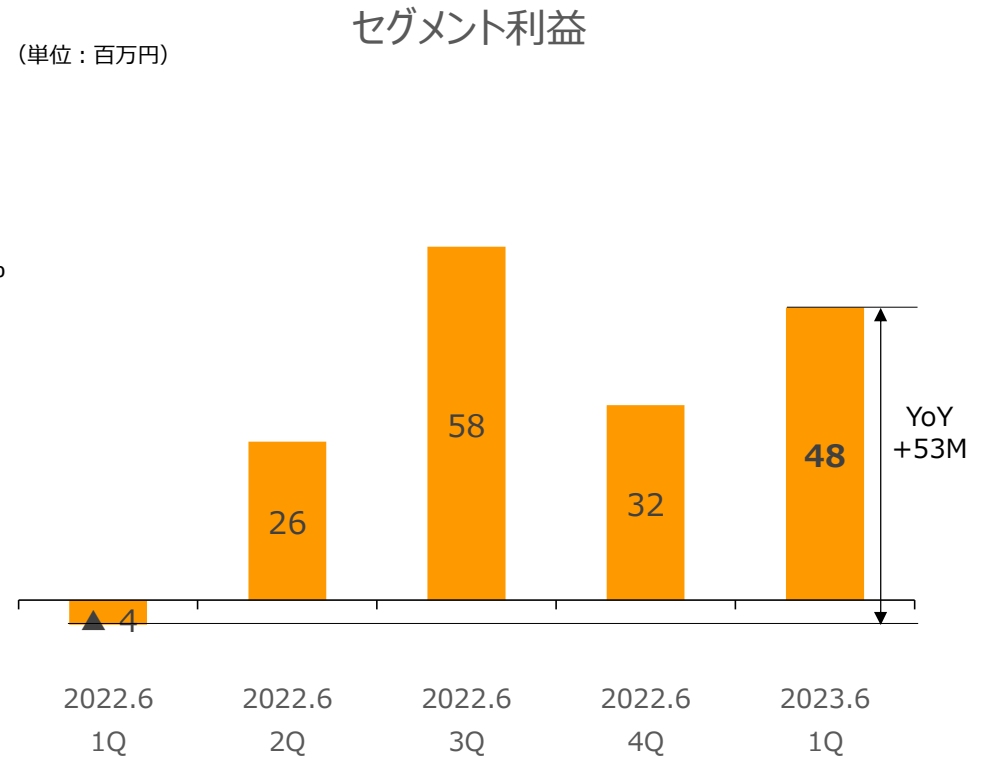
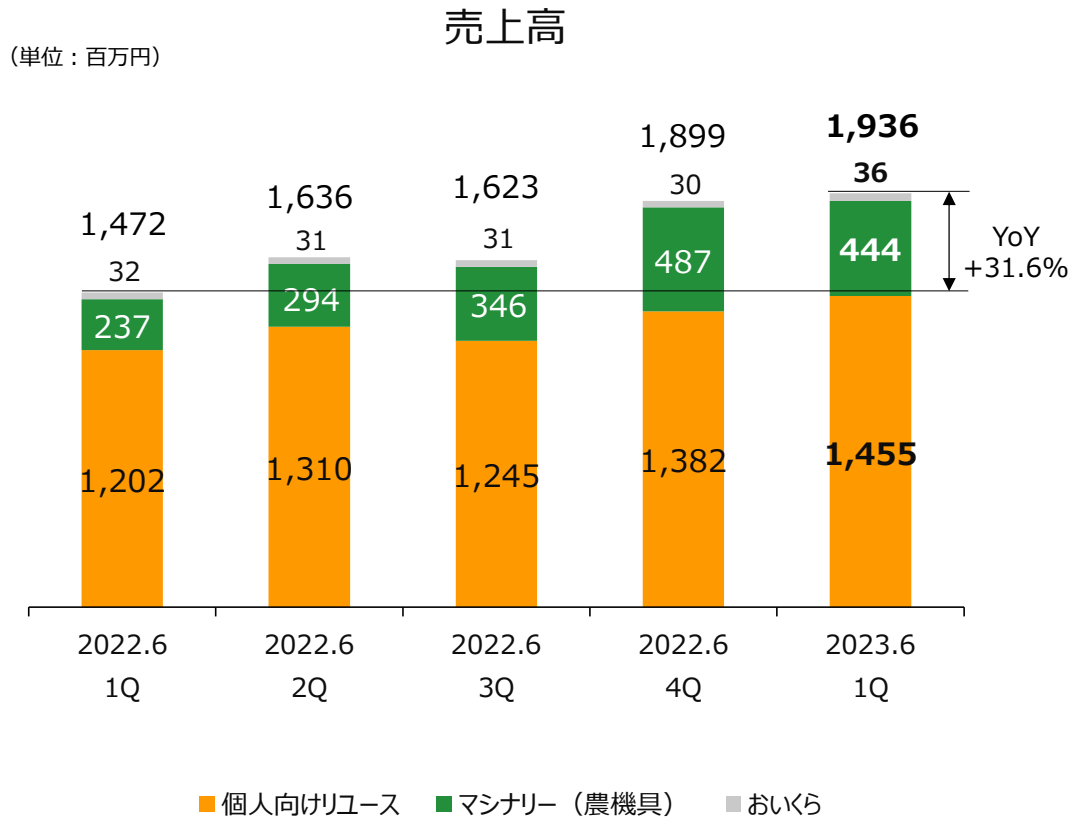


出典：リサイクル通信

# ネット型リユース事業：四半期別業績推移



- ・売上高：3事業領域とも前年同期比増収
- ・利益：増収により損益改善



# 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：事業の強み①



ニッチな商材を中心に30カテゴリーに及ぶ幅広い対応

## 個人向けリユース：事業の強み②



中古品の買取販売を『C to B to C』をベースに展開。コールセンター、物流センター、基幹システムを内製化。販売はWEBに特化

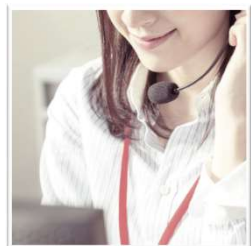


※C to B to C : Consumer to Business to Consumerの略  
個人間で直接取引をするのではなく、法人を介して行う取引形態のこと

## 個人向けリユース：事業の強み③

多様なニーズに対応できる体制と標準化されたオペレーション

### 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

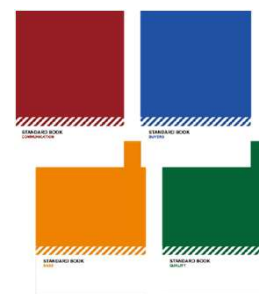
### 全国に展開するリユースセンター



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、鳥取、結城、  
千葉の13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



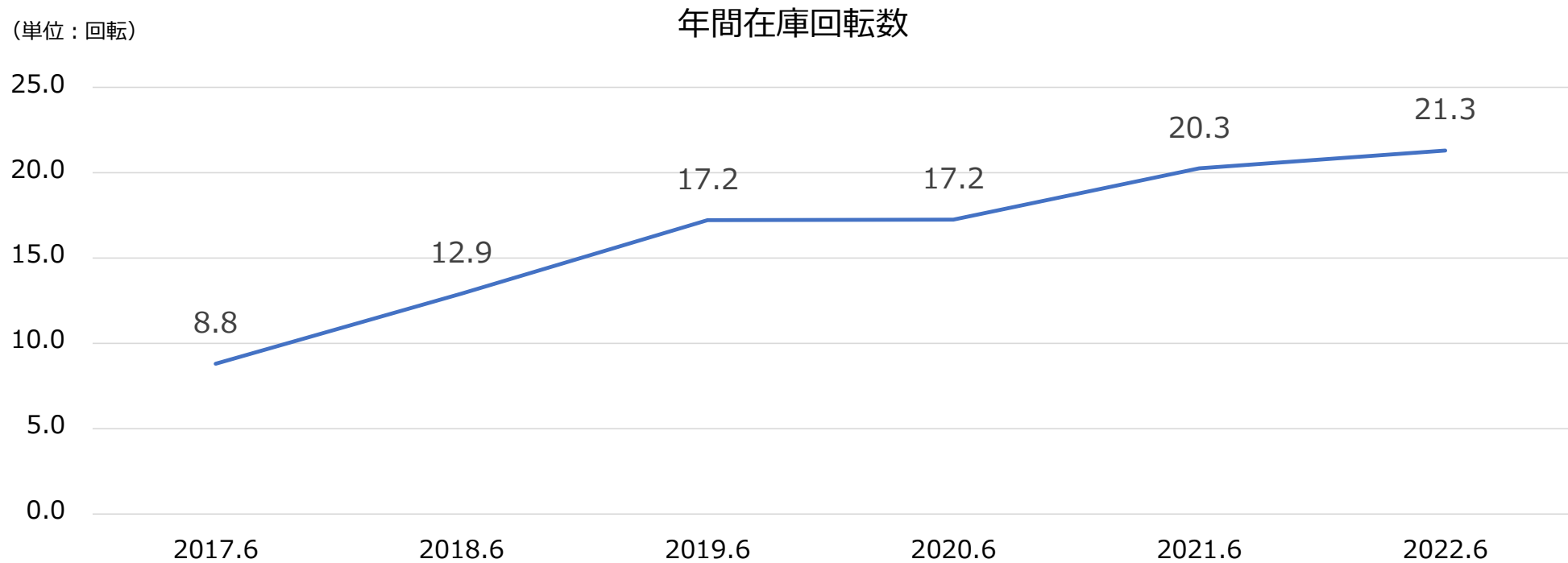
1,000ページの業務マニュアル

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

## 個人向けリユース：事業の強み④



効率的なオペレーション体制により、高い在庫回転率を実現



## 個人向けリユース：受賞歴



### ■ ショッパーズアイ 『買取サービス利用者が「薦めたい」と思う買取サービス』

- ・「フリマアプリ利用者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス No.1
- ・「オークションサイト利用者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス No.1
- ・「オーディオ愛好者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス No.1
- ・「カメラ愛好者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス No.1
- ・「鉄道模型愛好者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス No.1
- ・「楽器愛好者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス No.1

調査実施：株式会社ショッパーズアイ 調査方法：インターネット調査 調査期間：2020年1月31日～2月2日 調査対象：1044名、男女20～79歳  
調査概要：家電買取サービス10サービスを対象にしたサイト比較イメージ調査 比較対象企業：“家電買取サービス” Google検索（2020年1月23日 時点）



### ■ ヤフオク! 『ベストストアアワード』

- ・「年間ベストストア」 1位（2017年、2018年、2019年）
- ・「家電部門」 1位（2014年、2016年、2017年、2018年、2019年）
- ・「PC、スマホ部門」 1位（2015年、2016年、2017年、2018年、2019年、2020年）
- ・「DIY、農業機械部門」 1位（2017年、2018年、2019年）
- ・「住まい、インテリア部門」 1位（2016年）



### ■ 『シンプルスタイル大賞2021』 一般社団法人ハウスキーピング協会

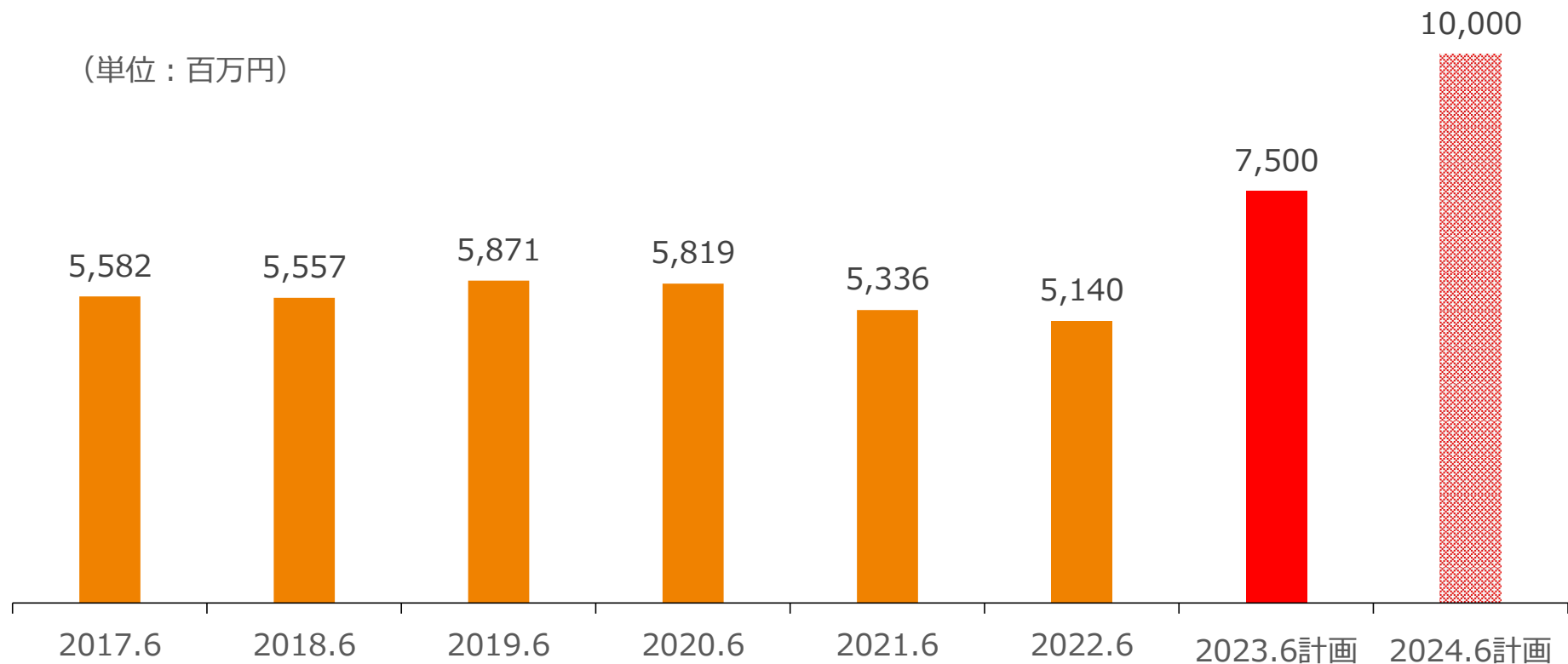
- ・「シンプルスタイル大賞」特別賞

## 個人向けリユース：売上高計画（2022年6月期決算資料より）



- ・出張買取人員の採用強化と千葉拠点の新規開設
- ・潜在層へのアプローチ強化を通じて前年比+46%の増収を目指す

（単位：百万円）



## 個人向けリユース：事業環境①

潜在リユース市場「かくれ資産」は約44兆円と巨大  
かくれ資産の65%は50代以上のシニア層が保有していると思われる

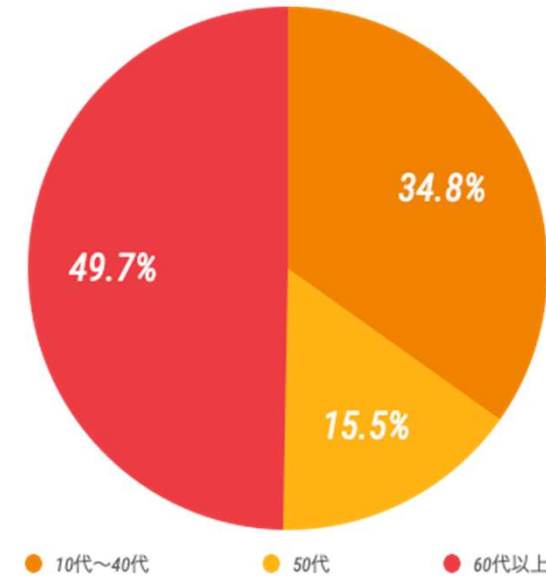
日本の家庭に眠る  
”かくれ資産”総額 ※3  
約44兆円

不用品市場 ※2  
約7.6兆円

リユース市場規模 ※1  
約2.7兆円

- ※1:リサイクル通信
- ※2:経済産業省「平成29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)」
- ※3:メルカリ 2021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(2021年12月)

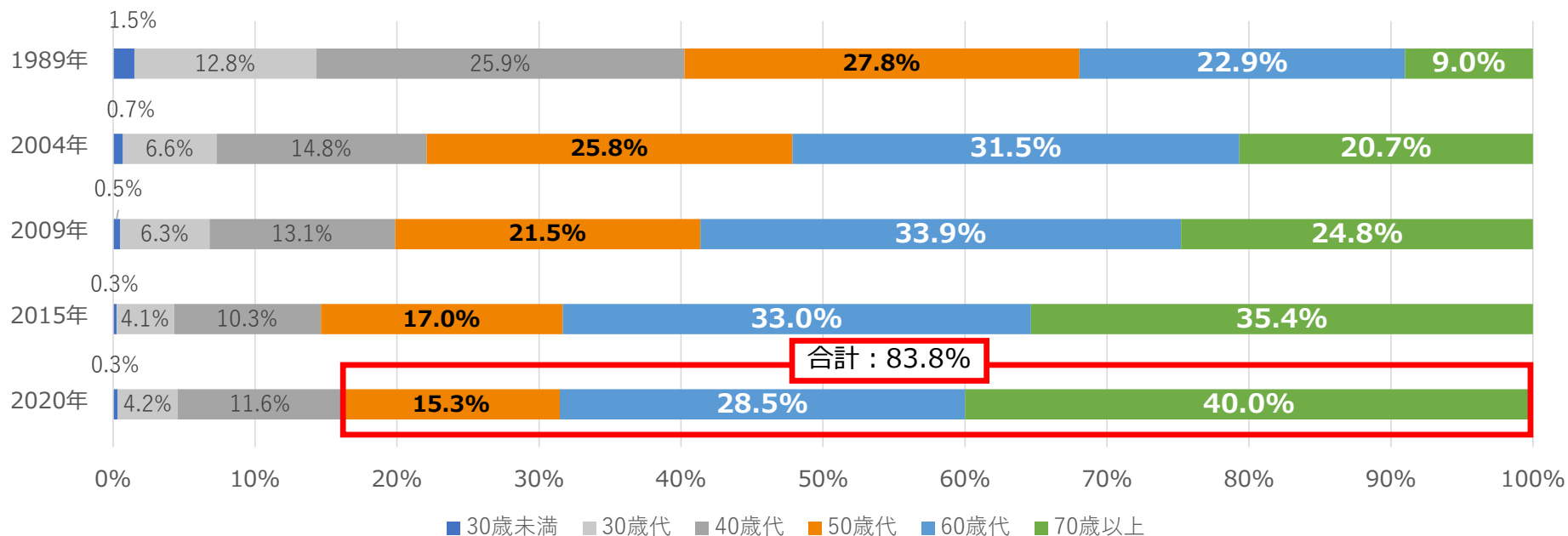
かくれ資産  
性別世代別構成比



- ※:メルカリ 2021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(2021年12月)  
及び総務省統計局人口推計(2021年8月現在)を元に弊社作成

## 個人向けリユース：事業環境②

個人金融資産は過去30年間で60歳代以上の構成比がほぼ倍増  
2020年の個人金融資産の保有割合は60歳以上で83.8%を占める  
年代別金融資産残高の分布の推移



出所：総務省「全国消費実態調査」(二人以上の世帯)

注：金融資産とは貯蓄現在高(負債現在高控除前)による。



## 個人向けリユース：今後の成長に向けた施策

- ・ 当期より、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
- ・ 買取人員の採用・教育の強化に加えて、生産性の向上も併せて推進



### 【既存のターゲット層】

- ・ ニーズが明確で再販価値を意識する消費者
- ・ 適切なフロー及び価格を提示して買取  
(当社の従来型営業スタイル)

### 【新たに加わるターゲット層】

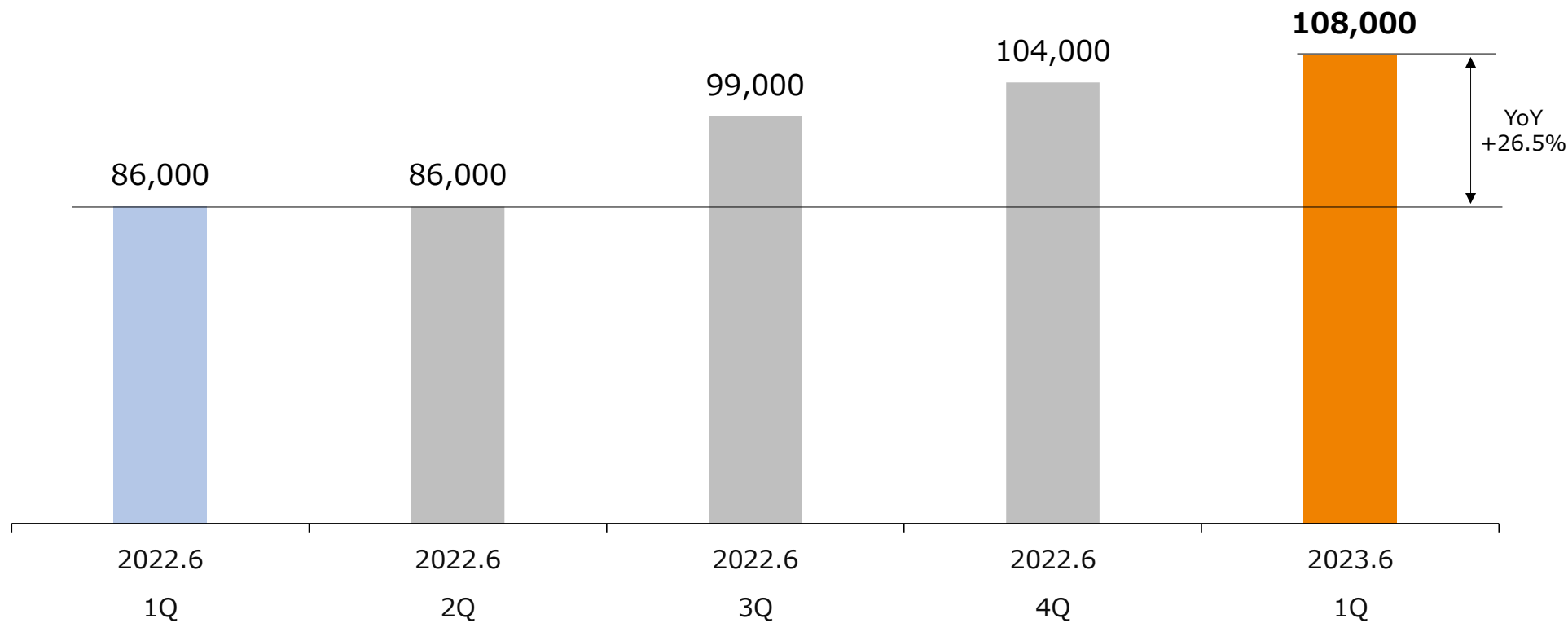
- ・ ニーズをはっきりと意識していない消費者
- ・ 直接的なコミュニケーションを通じてお客様の  
ニーズを顕在化

→コンサルティング営業による掘り起し

## 個人向けリユース：四半期別買取依頼数推移

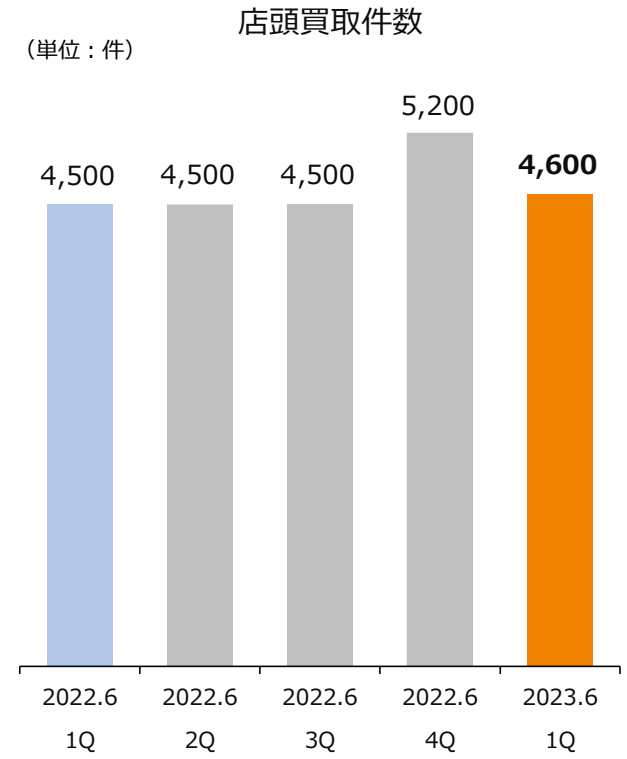
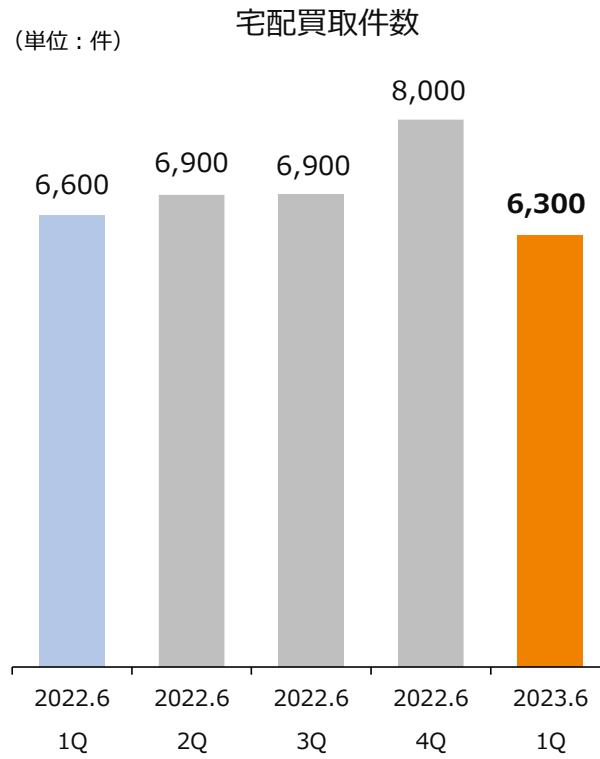
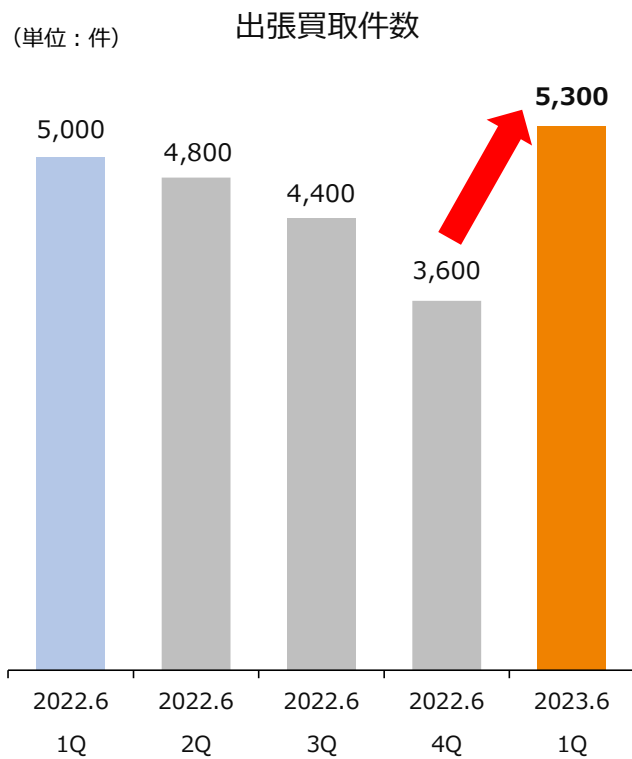
旺盛な需要を背景に、買取依頼数は増加基調で推移

(単位：件)



## 個人向けリユース：四半期別買取件数推移

- 出張買取人員の増加を背景に、高単価の出張買取にシフト
- 出張買取件数は過去最高を記録



## 個人向けリユース：千葉リユースセンター開設



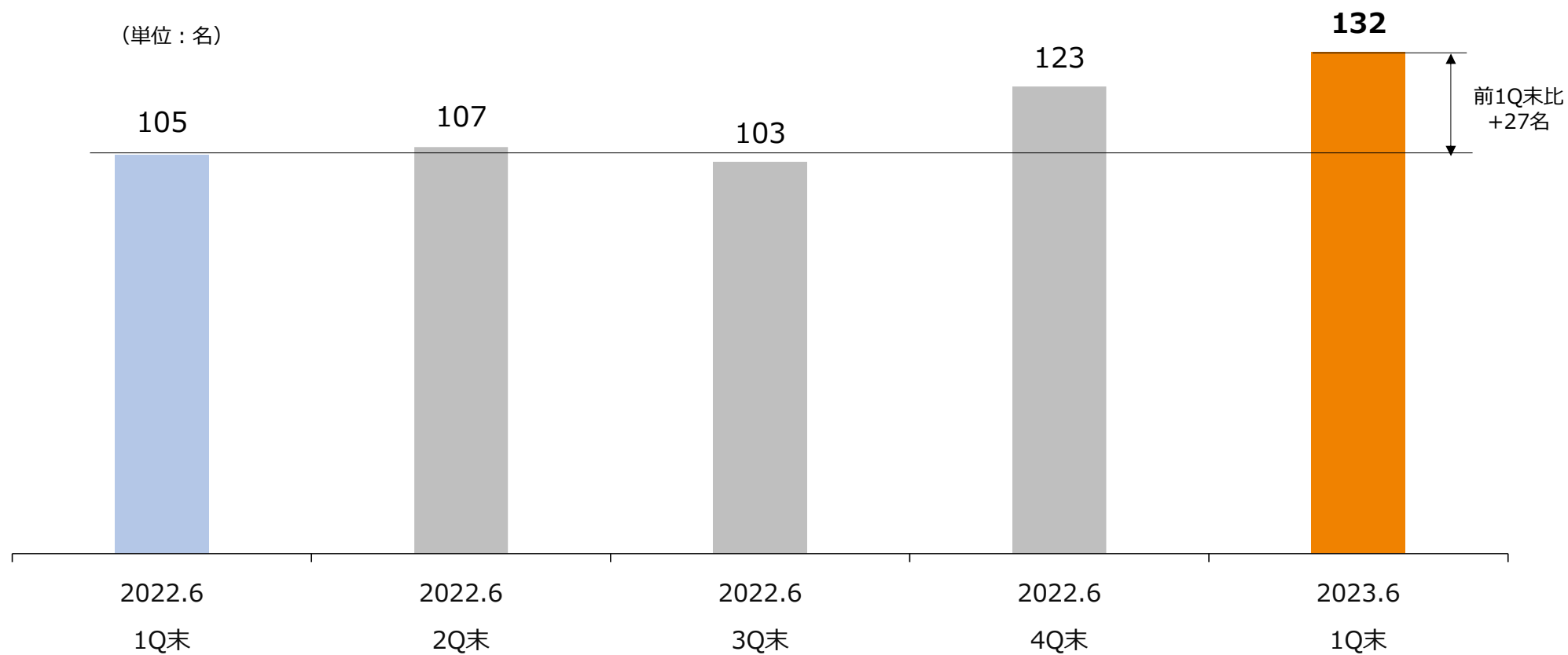
出張買取需要の高まりを受け、首都圏の買取能力拡充のため  
千葉市にリユースセンターを新設



- ・住所  
千葉県千葉市花見川区宮野木台4-1-40
- ・敷地面積  
785.96坪
- ・延床面積  
263.95坪
- ・開設日  
2022年10月13日

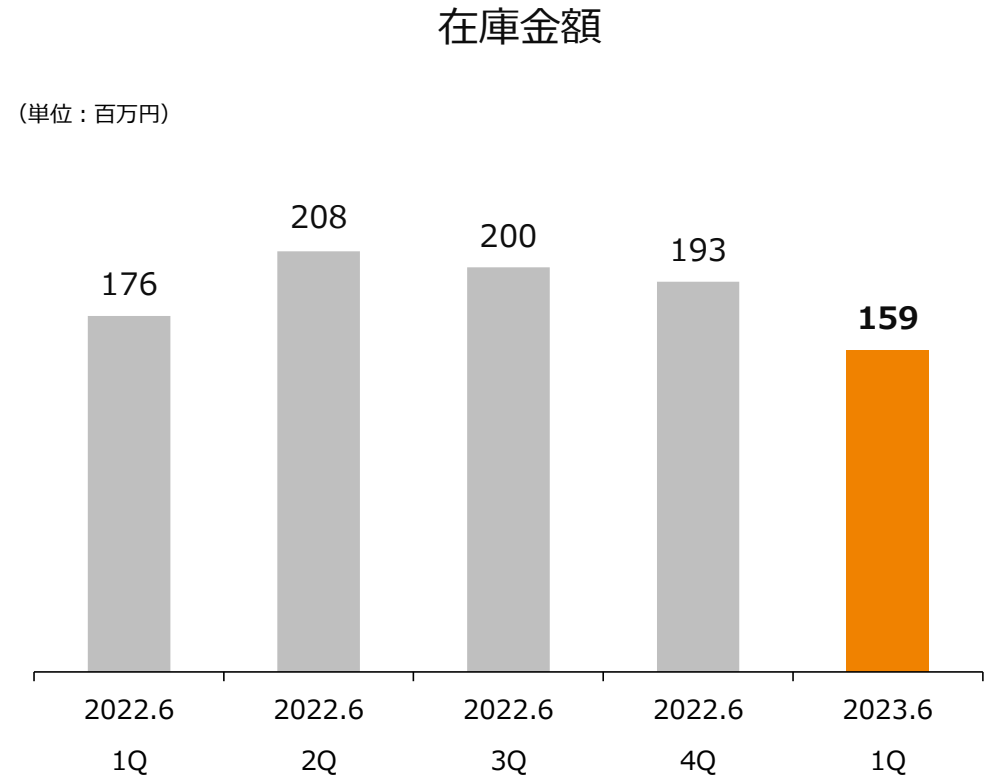
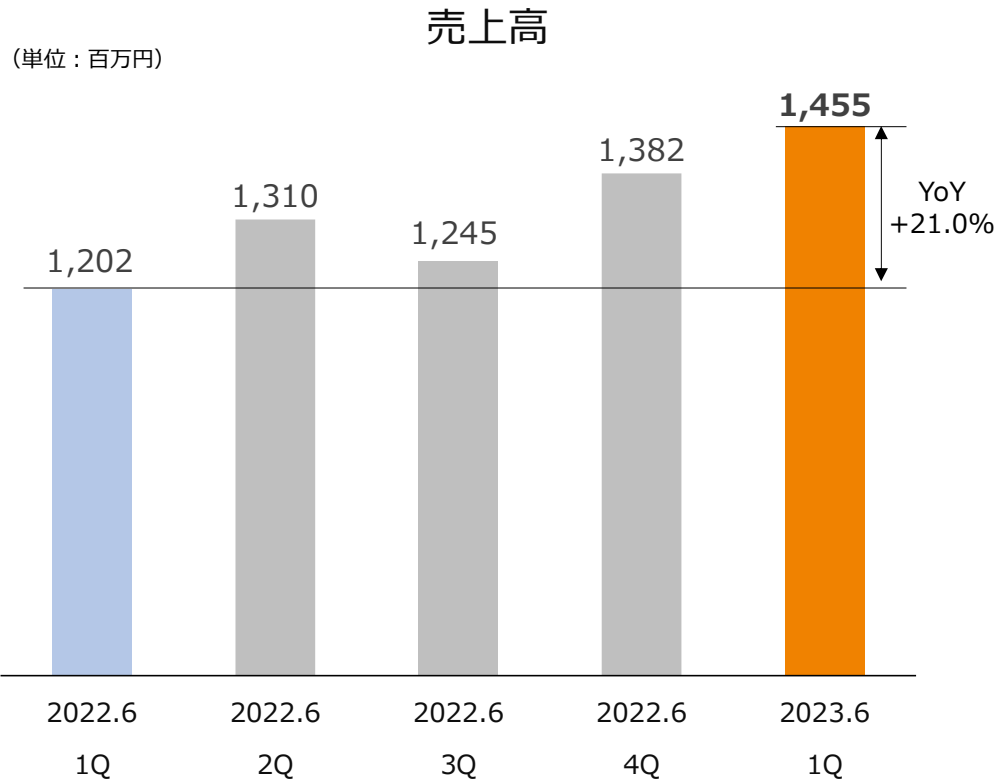
# 個人向けリユース：四半期別従業員数推移

採用活動は順調に推移



# 個人向けリユース：四半期別売上高及び在庫状況

- ・売上高 : 前年同期比増収
- ・在庫 : 販売好調により在庫は前四半期より減少も、想定どおりの推移



# ネット型リユース事業

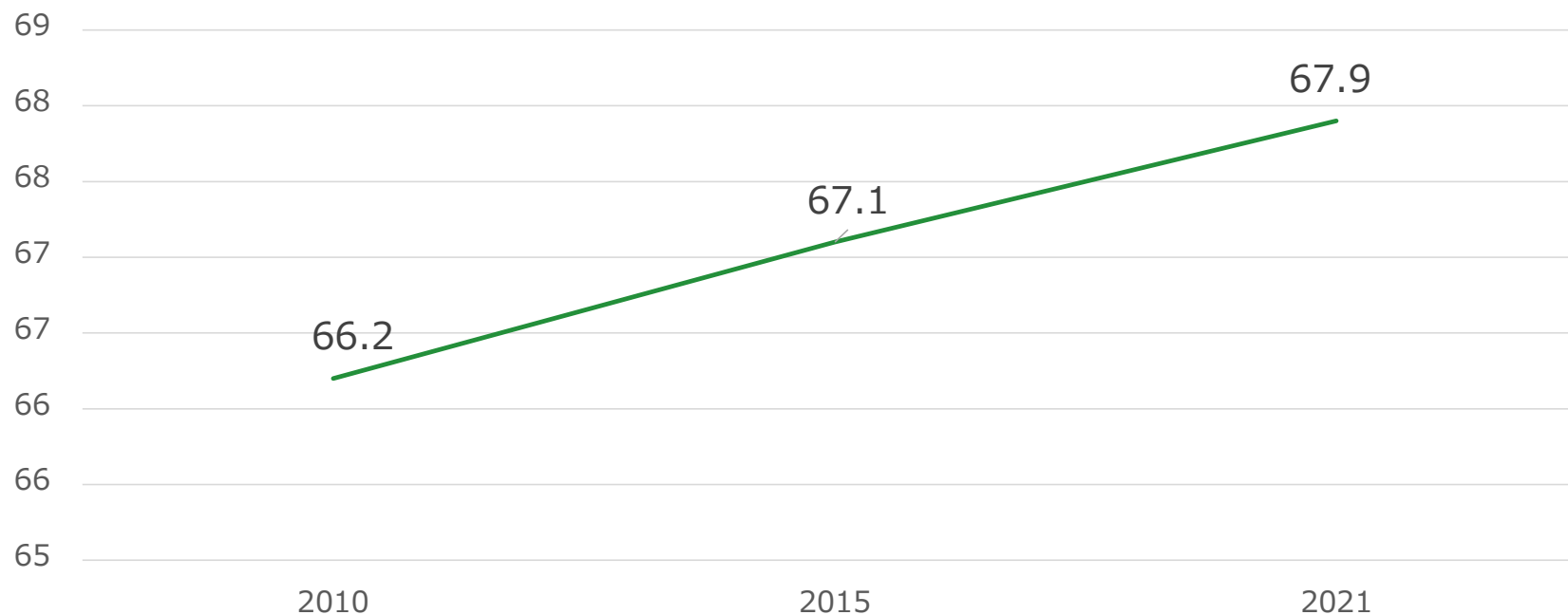
- ①個人向けリユース
- ②マシナリー（農機具）
- ③おいくら

## 農機具市場について

日本の農家の平均年齢は67.9歳と高年齢化が進行 離農に伴って不要となった  
中古農機具の処分という社会的課題は今後も継続

基幹的農業従事者数と平均年齢

単位：歳



出所：農林水産省「令和3年度食料・農業・農村白書」より



# マシナリー（農機具）：ビジネスフロー



個人向けリユースで培ったノウハウを活かし、中古農機具の買取から国内販売・輸出まで一気通貫のビジネスフローを確立

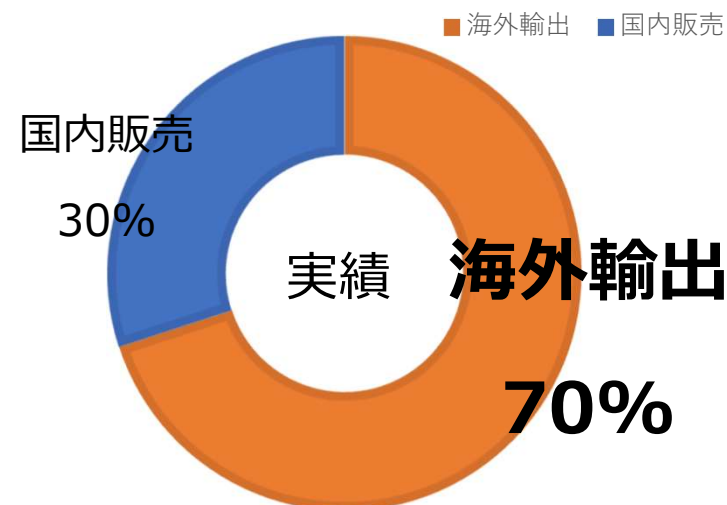


# マシナリー（農機具）：輸出実績について



直接海外へ中古農機具の輸出を行い、これまでに80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
- ・アルバニア
- ・アルメニア
- ・ベルギー
- ・フランス
- ・イギリス
- ・ギリシャ
- ・イタリア
- ・ハンガリー
- ・モルドバ
- ・ポーランド
- ・ルーマニア
- ・スペイン
- ・エジプト
- ・サウジアラビア
- ・イエメン
- ・ケニア
- ・モロッコ
- ・南アフリカ
- ・バングラデシュ
- ・カンボジア
- ・中国



**FARM MART** Company Profile Make a purchase Access & Map Inside ME Trading FAQ

Product & Equipment Search

**Contact**  
TEL +81-858-71-0850 FAX +81-858-71-0851  
✉ met-yuysu@metrading.co.jp  
Office - Open Monday to Friday  
AM9:00-PM6:00 Japan time  
🕒 JAPAN time 17:03  
Register now

**How To Start Importing**  
Presently used farm and construction machines are being sold, and it is to person who has no experience in importing them directly from Japan and would like to find ways of getting the machines on good price by importing on your own.

**High-Quality Farm machinery from Japan**  
**DISCOUNT UPDATE**  
Wed 16:30(JST)~  
MORE THAN 20  
ITEMS PRICE DOWN

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

## マシナリー（農機具）：日本製の中古農機具について

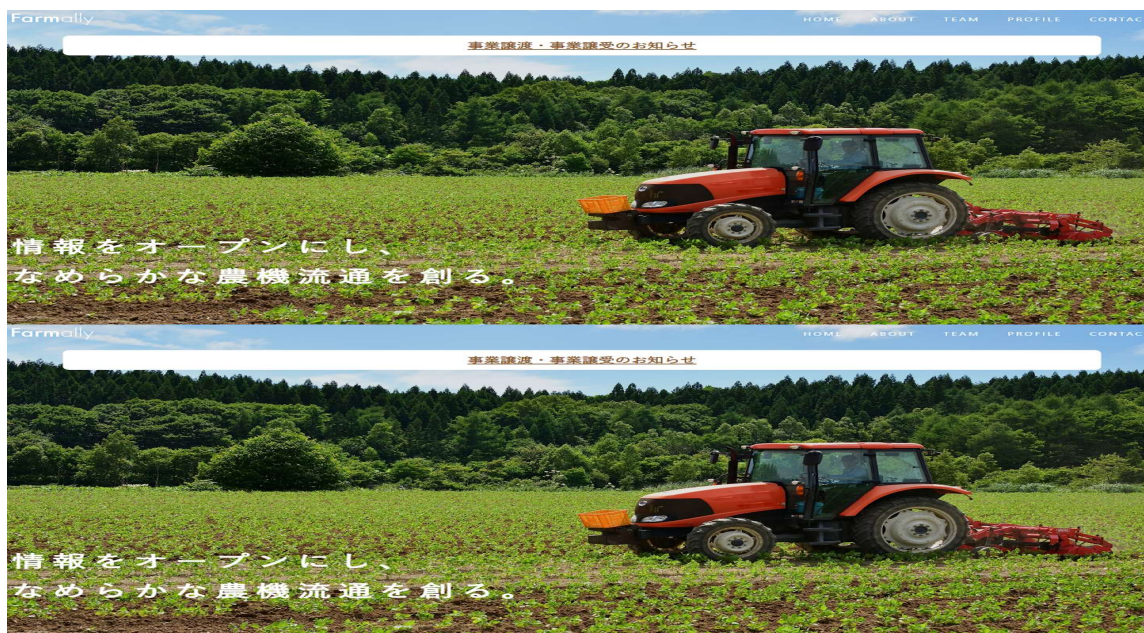
日本のトラクターは20年、30年前のものでも性能が良く壊れにくいいため  
Used in Japan としてヨーロッパ、中東、アジアで需要が高い



# マシナリー（農機具）：事業のM&A



2022年4月1日 DMM.com子会社のファーマリーから  
中古農機具買取・販売事業を譲り受け



## 事業の譲受に関するお知らせ

株式会社マーケットエンタープライズ

当社は本日、株式会社ファーマリーが展開する中古農機具の買取・販売事業の譲受について、事業譲渡契約を締結いたしましたので、以下のとおりお知らせいたします。

なお、本案件は適時開示基準に該当ませんが、株主・投資家各位にとって有用な情報であると判断し、任意開示を行うものであります。

### 1. 事業譲受の理由

当社グループは、多様化する消費行動や賢い消費を求める消費者に対して、最適な選択肢を提供する「最適化商社」の実現に向け、ネット型リユース事業（インターネットに特化したリユース品の買取及び販売）、メディア事業、モバイル通信事業の3つの事業を展開しております。

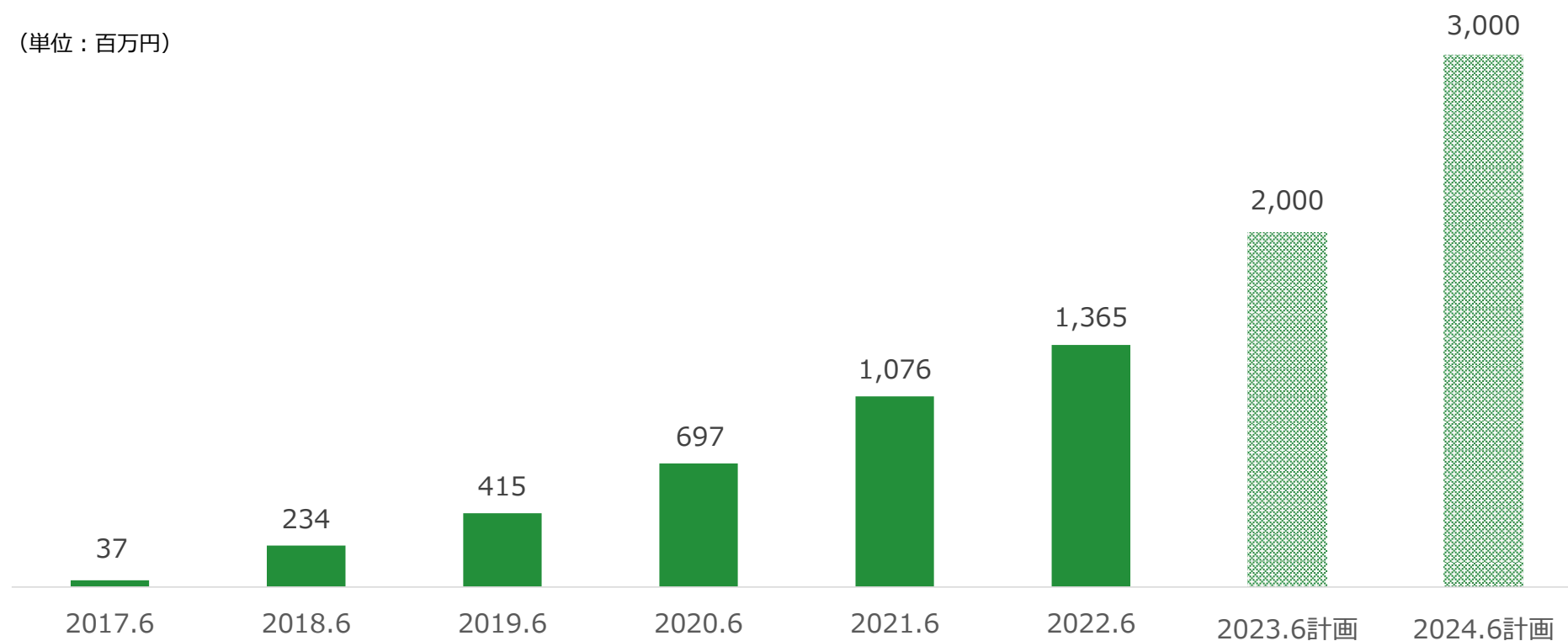
ネット型リユース事業では「リユース」の既成概念に捉われず、顧客のニーズに応えるべく様々な商品の買取・販売を行っております。

## マシナリー（農機具）：売上高計画（2022年6月期決算資料より）



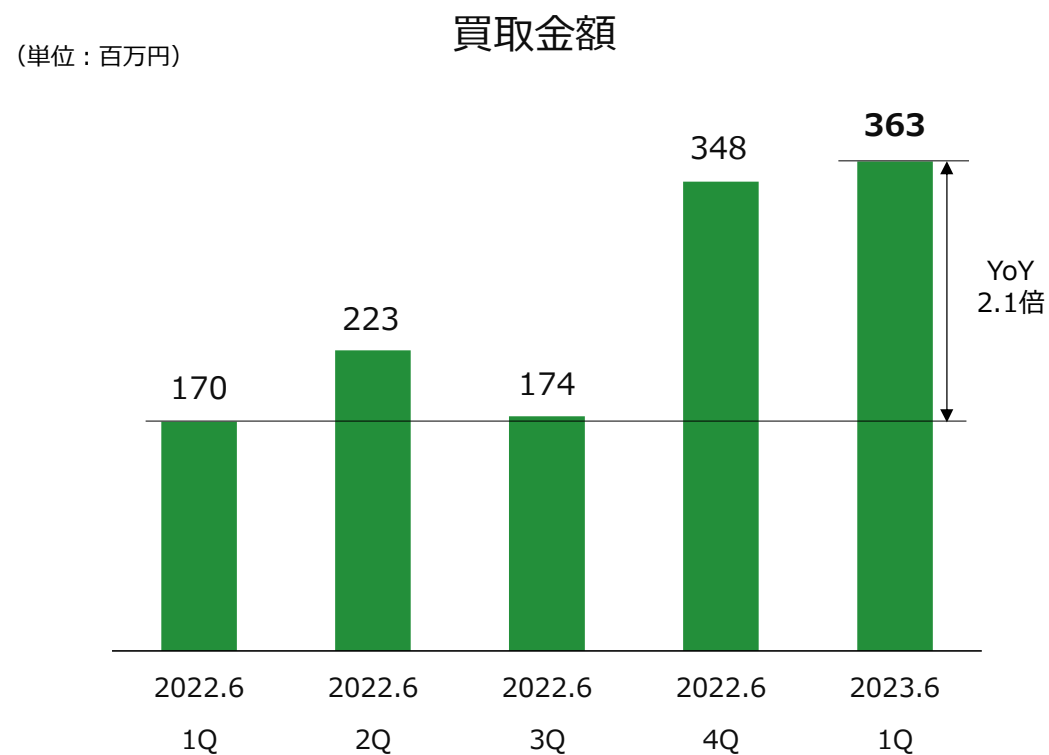
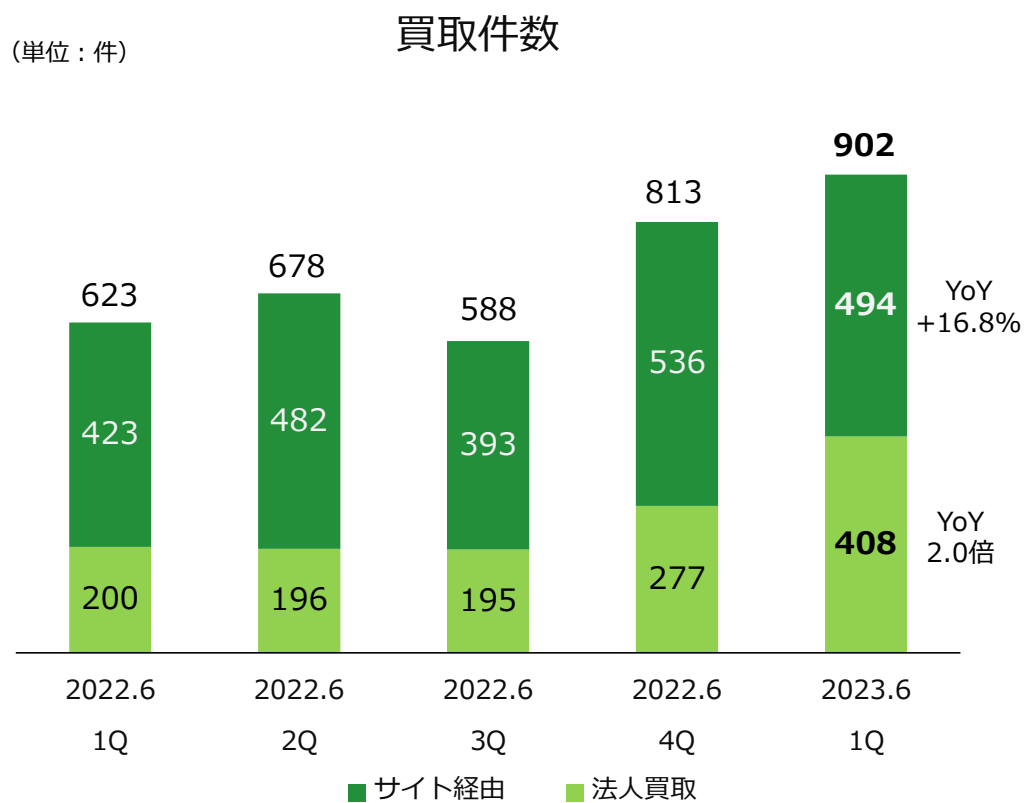
ファーマリー事業譲受のシナジー推進、国内外法人向け販売体制の強化

(単位：百万円)



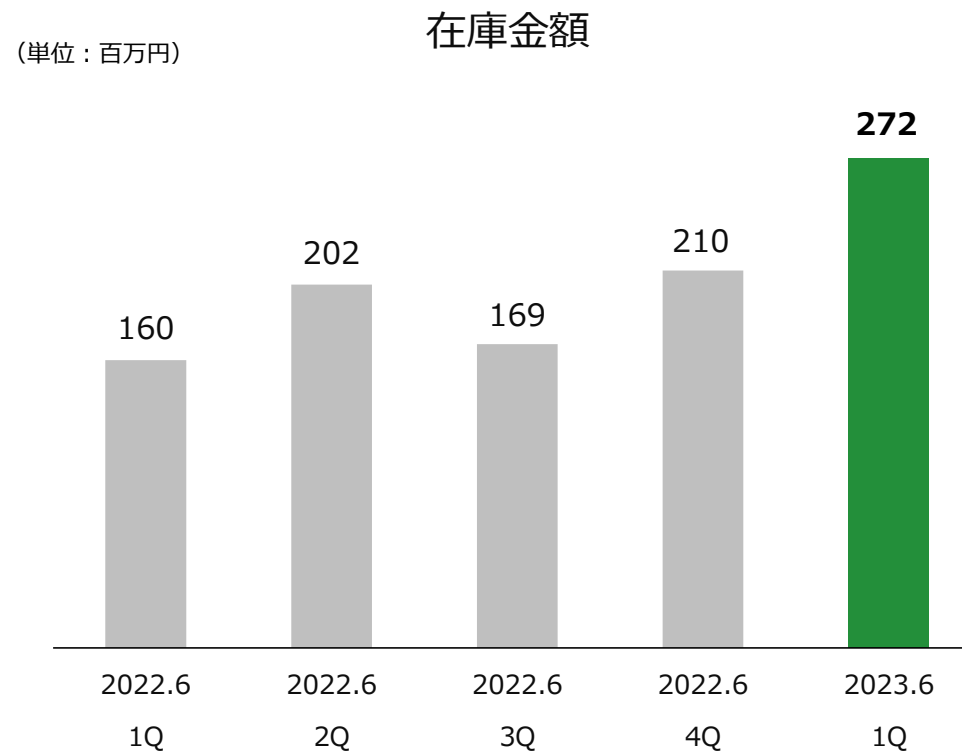
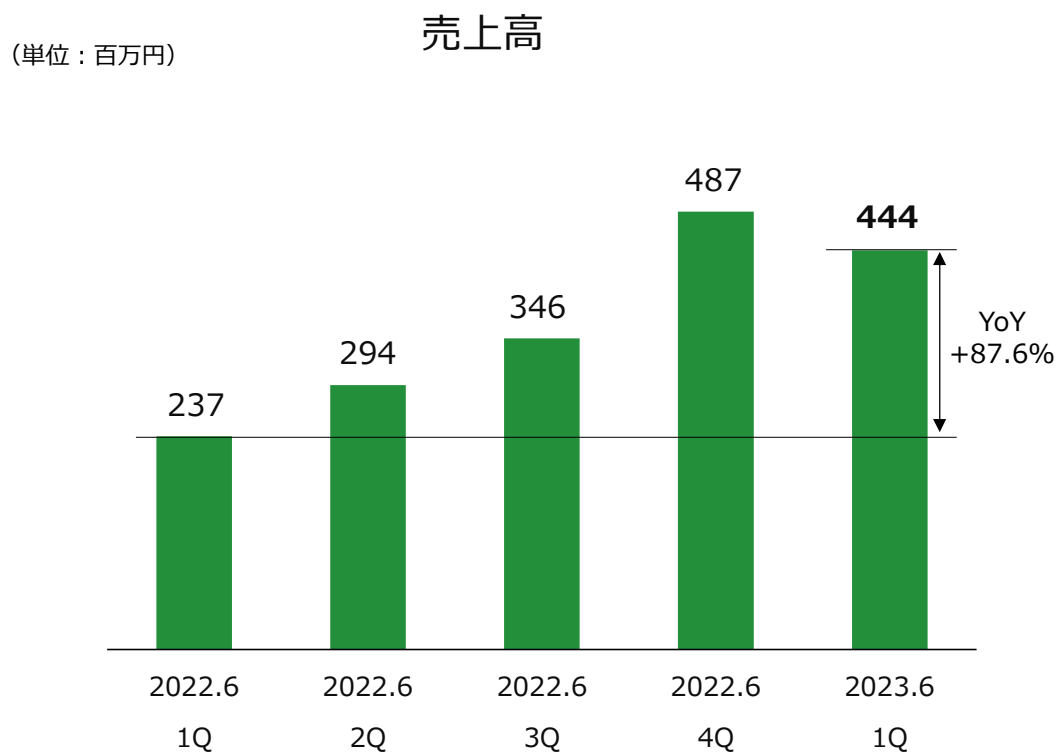
# マシナリー（農機具）：買取件数及び買取金額推移

法人からの買取を中心に好調に推移



# マシナリー（農機具）：四半期別売上高及び在庫状況

- ・売上高：順調に推移
- ・在庫：好調な買取を背景に、在庫増加



# 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



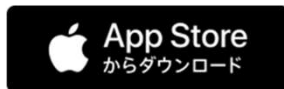
# ネット型リユース事業：おいくら



- 全国のリユースショップへ一括見積が行えるプラットフォーム
- これまでに約90万人が利用



▼ アプリダウンロード



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

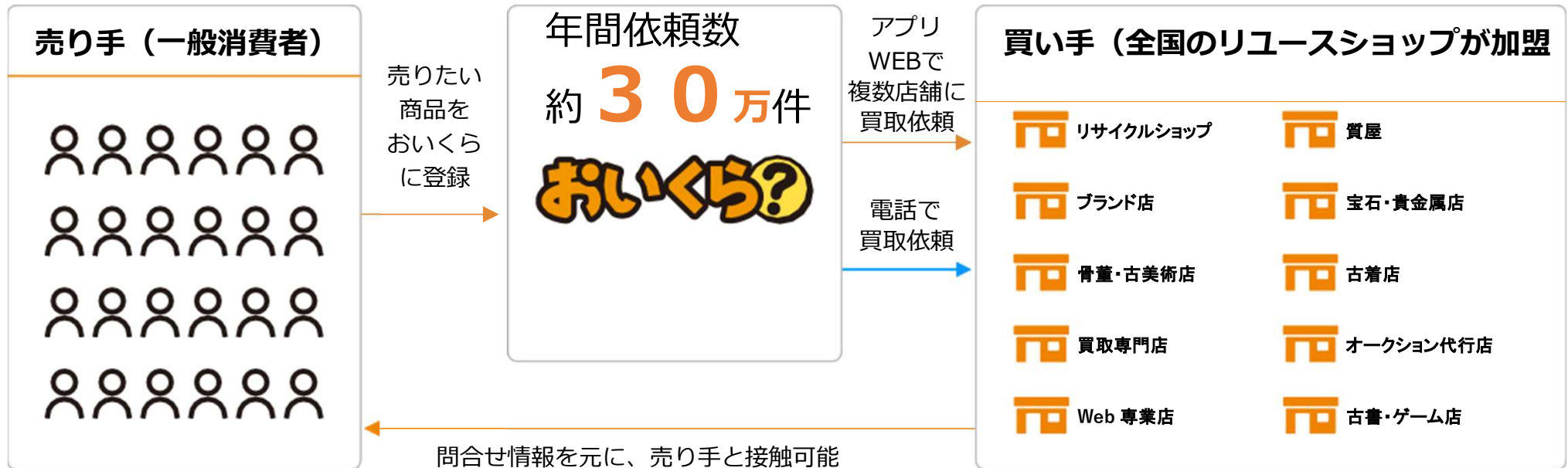


<https://oikura.jp/>

# おいくら：ビジネスフロー



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  
査定依頼が可能



## ■ ショッパーズアイ 「買取比較サイトについての調査」

- ・価格に納得感がある買取比較サイト No.1
- ・スピード感がある買取比較サイト No.1

調査概要：買取比較サイト4社を対象にしたサイト比較イメージ調査 比較対象企業：“買取比較サイト” Google検索 (2021年1月29日 時点)

# おいくら：民間企業との連携



不動産業界を中心に提携が加速

(株)三好不動産



(株)リロクラブ



大東建託パートナーズ(株)



(株)AMBITION

(現(株)アンビション DX ホールディングス)



(株)レオパレス21



(株)LIFULL



(株)CHINTAI



# おいくら：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

おいくら? 東証プライム上場企業が運営 自治体様向け

• 買取を依頼したい方はこちら ☺ • 加盟店舗はこちら ☺

ゼロ予算 住民・行政・環境の課題を解決

「まだ使える」をリユース  
持続可能な社会の実現へ

お問い合わせ・資料請求

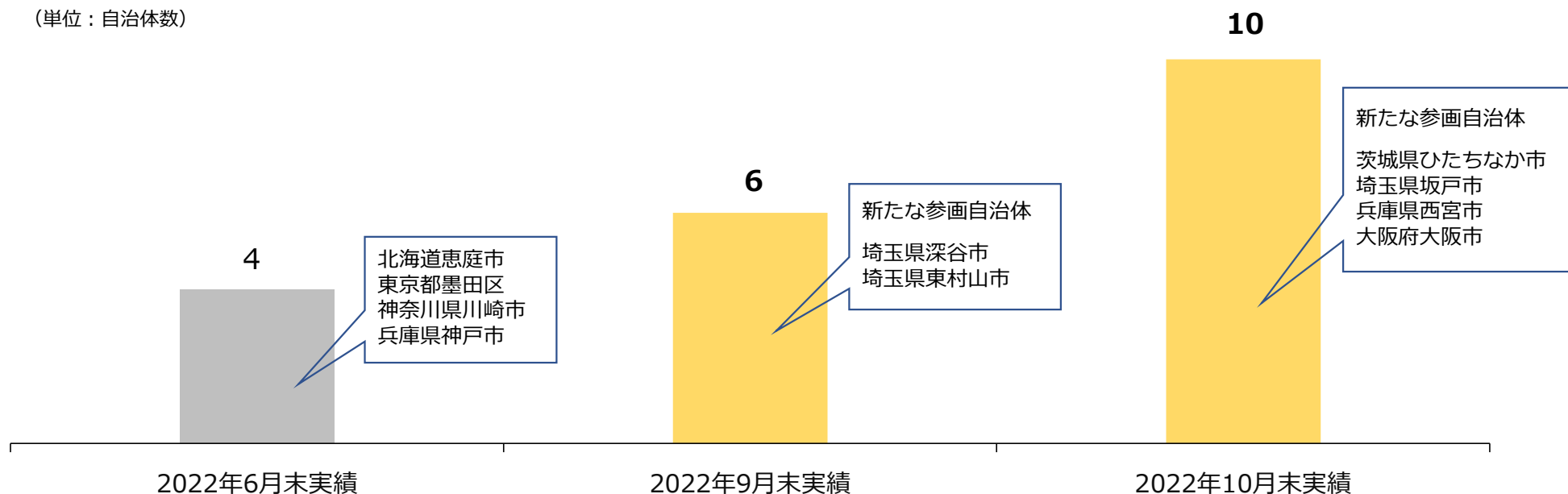


<https://oikura.jp/lg/>

## おいくら：自治体連携について

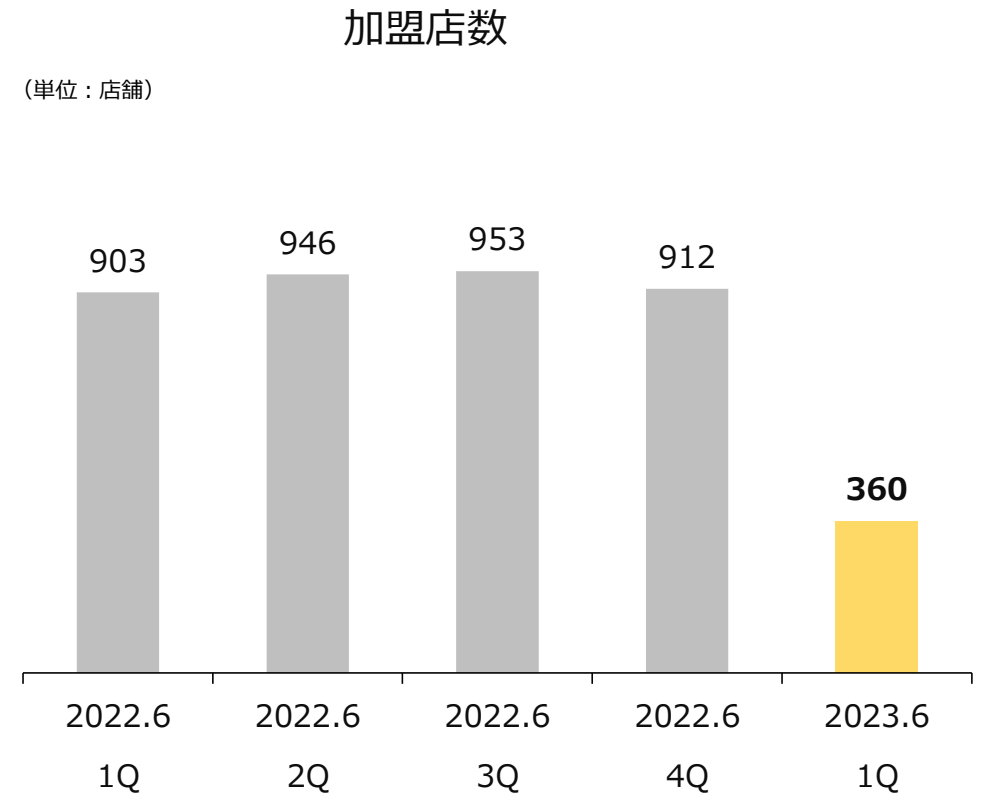
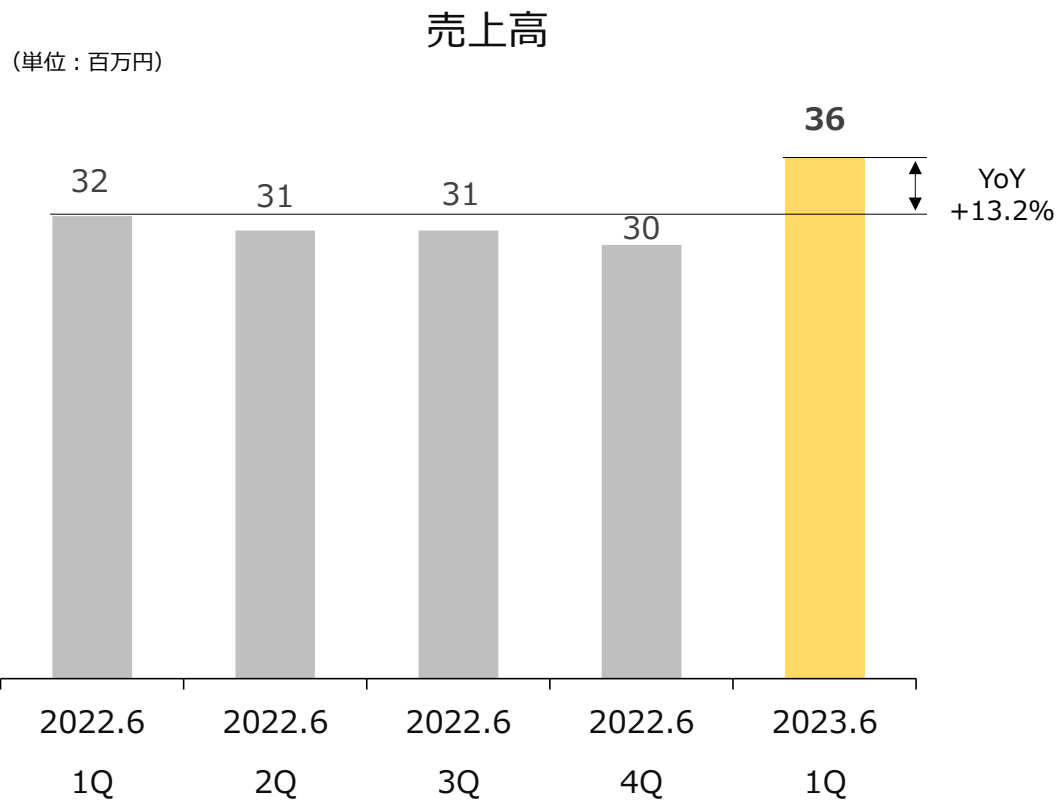
- ・連携自治体数は、2022年10月末時点までに新たに6自治体が参画し10自治体に
- ・官民連携でのリユース促進によるごみ減量の取り組みが更に加速

(単位：自治体数)



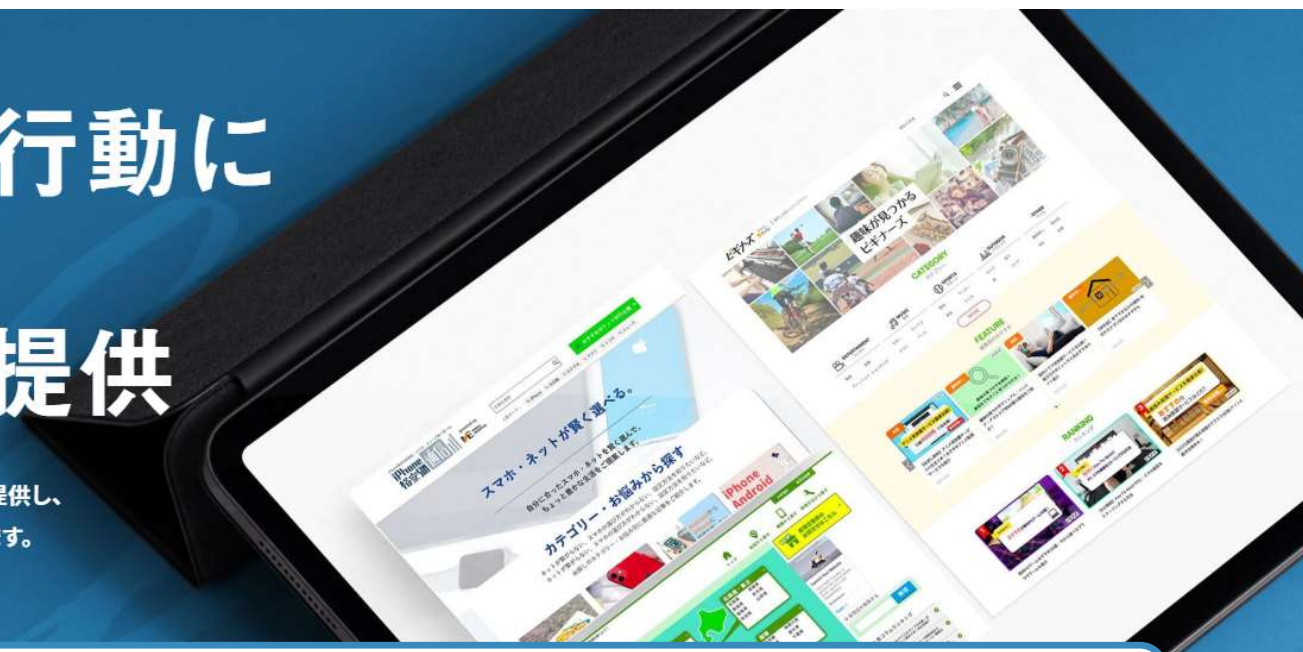
## おいくら：売上高及び加盟店数推移

- 売上高：店舗当たり月額収入の増加により前年同期比増収
- 加盟店数：月額料金制導入により加盟店数は減少



# 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

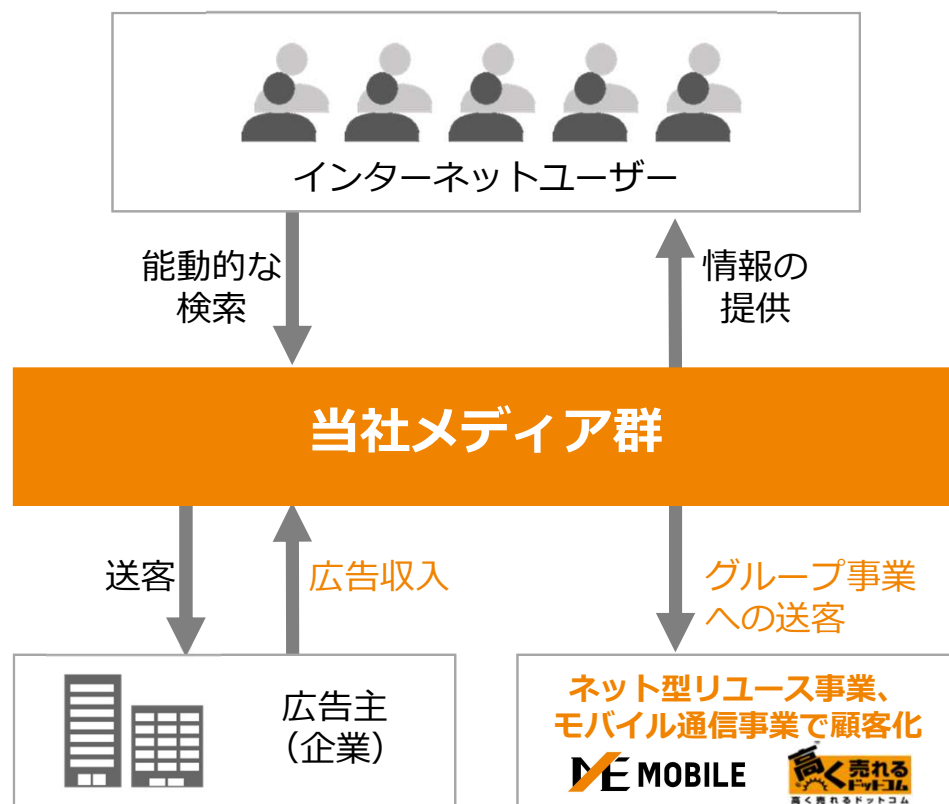
多様化する消費行動に合わせ「賢い消費」行動に役立つコンテンツを提供し、  
個人々人にとって最適な選択肢が見つかるウェブメディアを運営しています。



# 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



PV数 月間  
約 **1,400万** PV

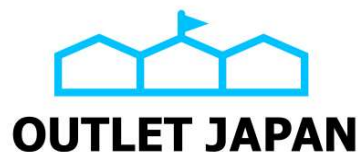


## メディア事業：運営メディア一覧



通信、モノの売買や修理に関するサイトなど8つのウェブメディアを運営

### メディア



### プラットフォーム



農業とつながる情報メディア

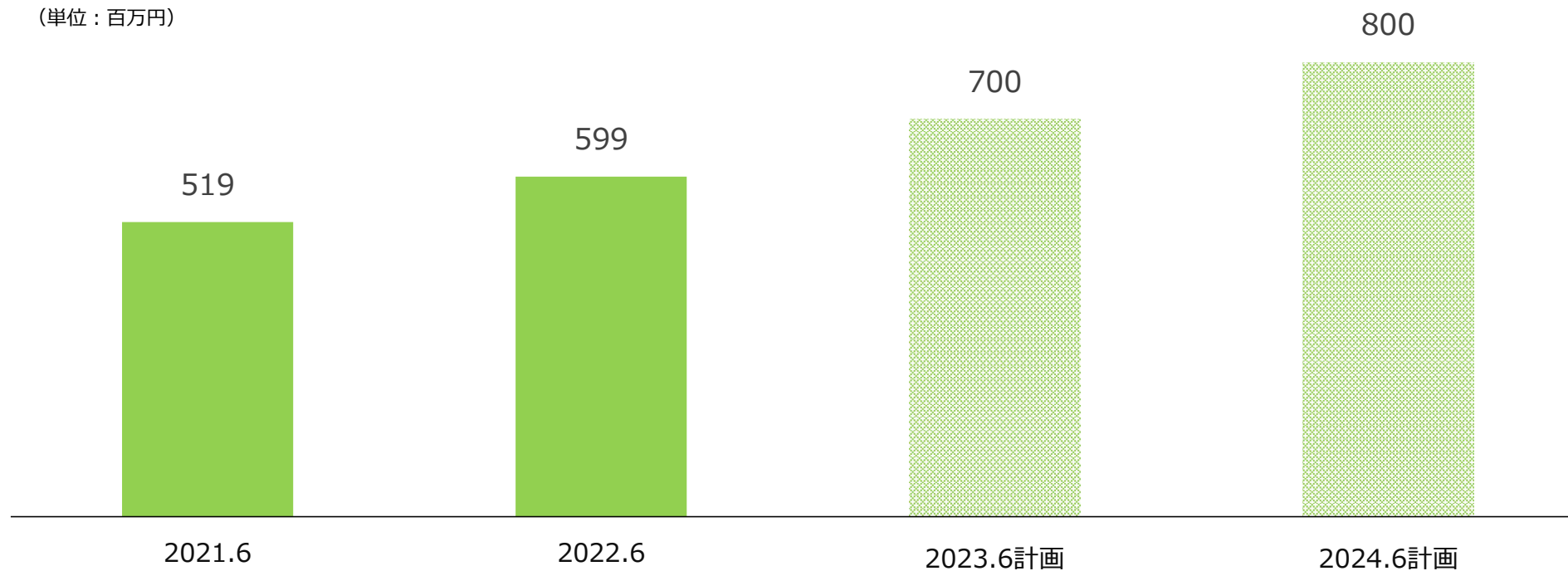


## メディア事業：売上高計画 (2022年6月期決算資料より)



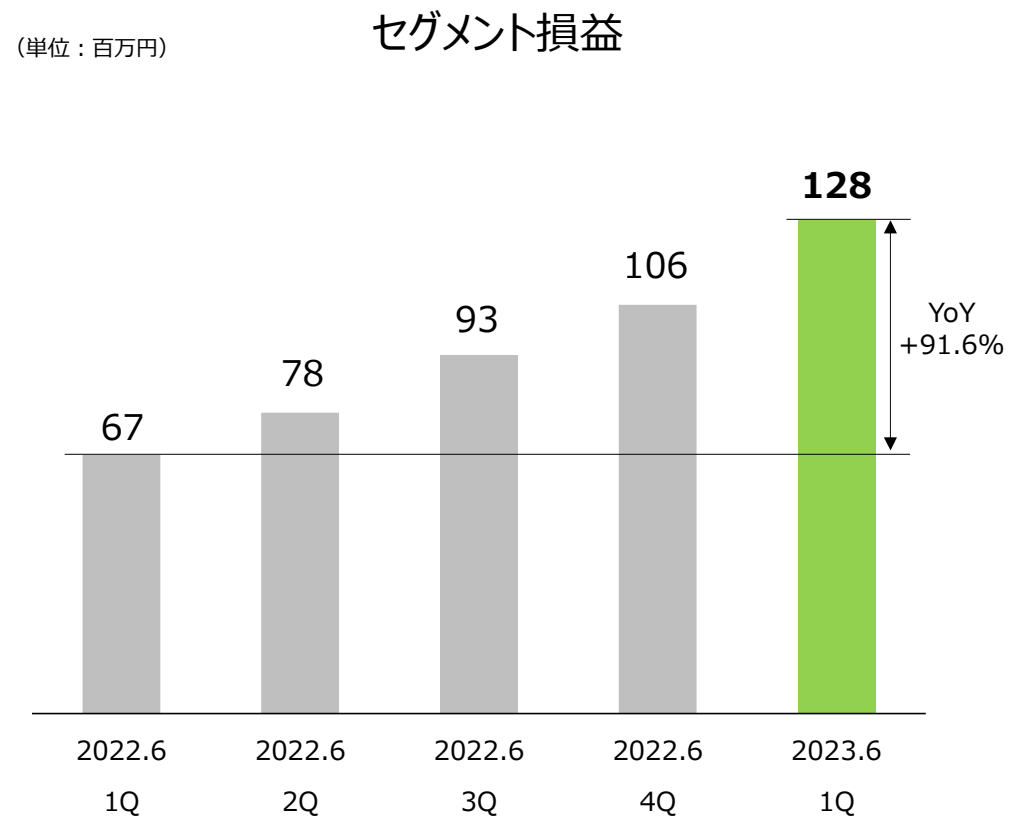
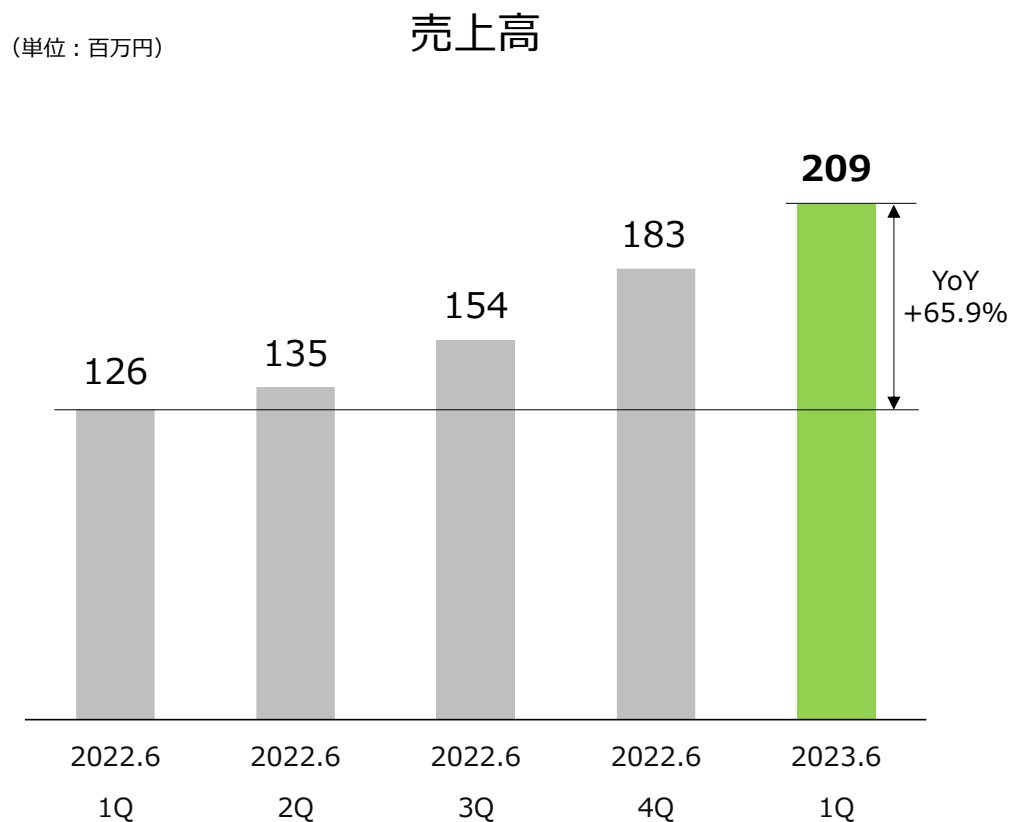
- ・ 既存領域の深堀
- ・ 新規領域への横展開

(単位：百万円)



## メディア事業：四半期別業績推移

- ・売上高：グループ内外各分野の送客数増加により、前年同期比増収
- ・利益：効率的な事業運営により、前年同期比大幅増益

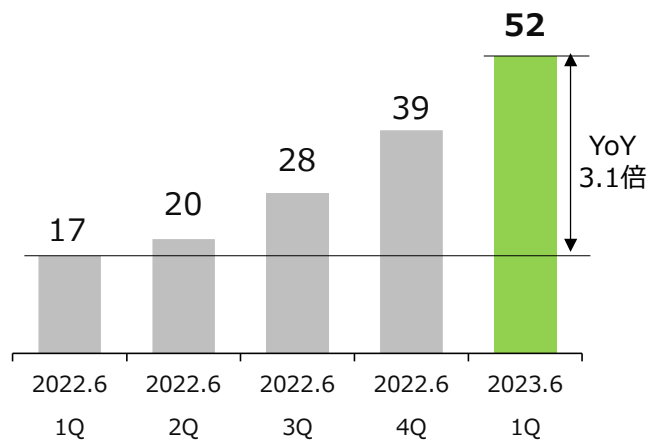


## メディア事業：四半期別売上高内訳

- ・ 通信関連グループ会社向け及びその他分野グループ外向けが好調
- ・ 収益基盤の分散化による安定的な基盤構築は、当初想定通り進捗

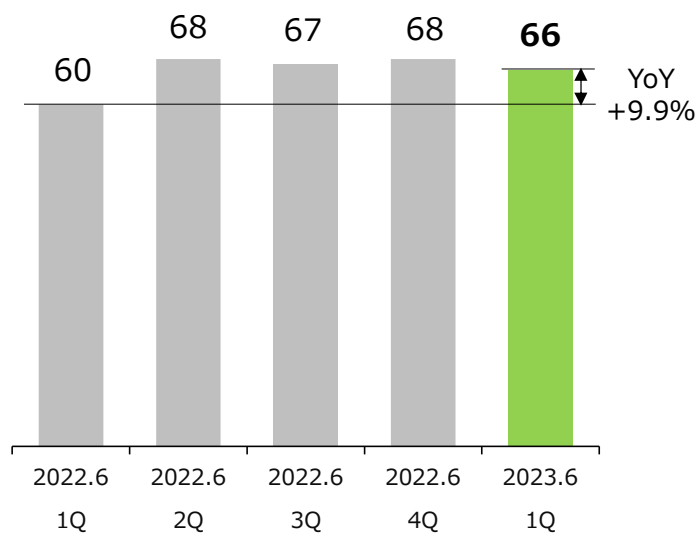
通信関連グループ会社向け

(単位：百万円)



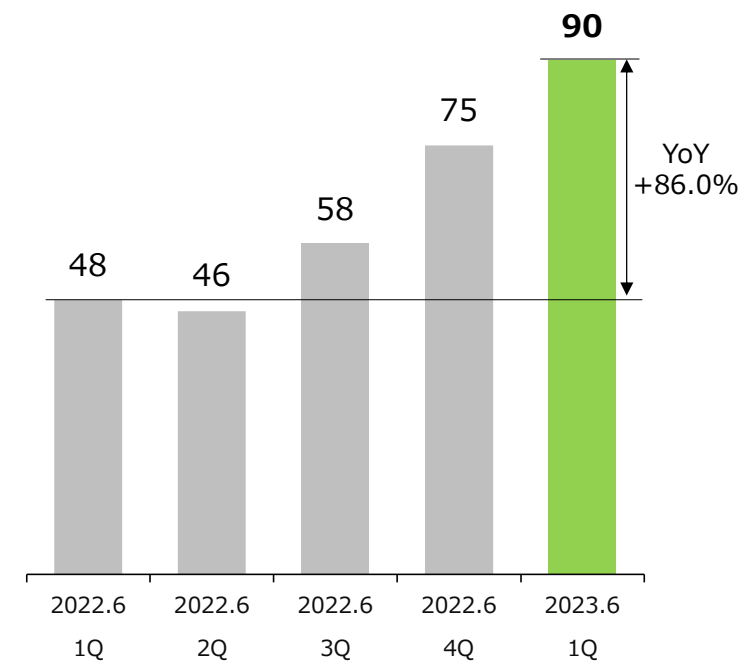
通信関連グループ外向け

(単位：百万円)



その他分野グループ外向け

(単位：百万円)



## 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がデータ容量無制限\*で  
ずっと月額 **3,980円** (税抜)  
(税込4,378円)

さらに  
契約  
解除料 **0円**

今すぐ申し込む! >

\*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

業界最安級 月額1280円〜使えるWiMAXなら、カシモWiMAX

法人契約 お困りですか? お問い合わせ 契約内容の確認・変更・請求照会等ご利用いただけます。 マイページ

カシモ WiMAX powered by UQ WiMAX

MENU ▾

最短即日発送 / 今すぐ申し込む!

WiMAX+5Gがギガ放題で  
月額 1,280円(税抜)〜  
(月額税込1,408円)

さらに契約解除料 0円

今すぐ申し込む! >

カシモWiMAX アンバサダー 磯山さやか

## モバイル通信事業：カシモ WiMAX



「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

**No.1 3冠 獲得!!**



保有回線数

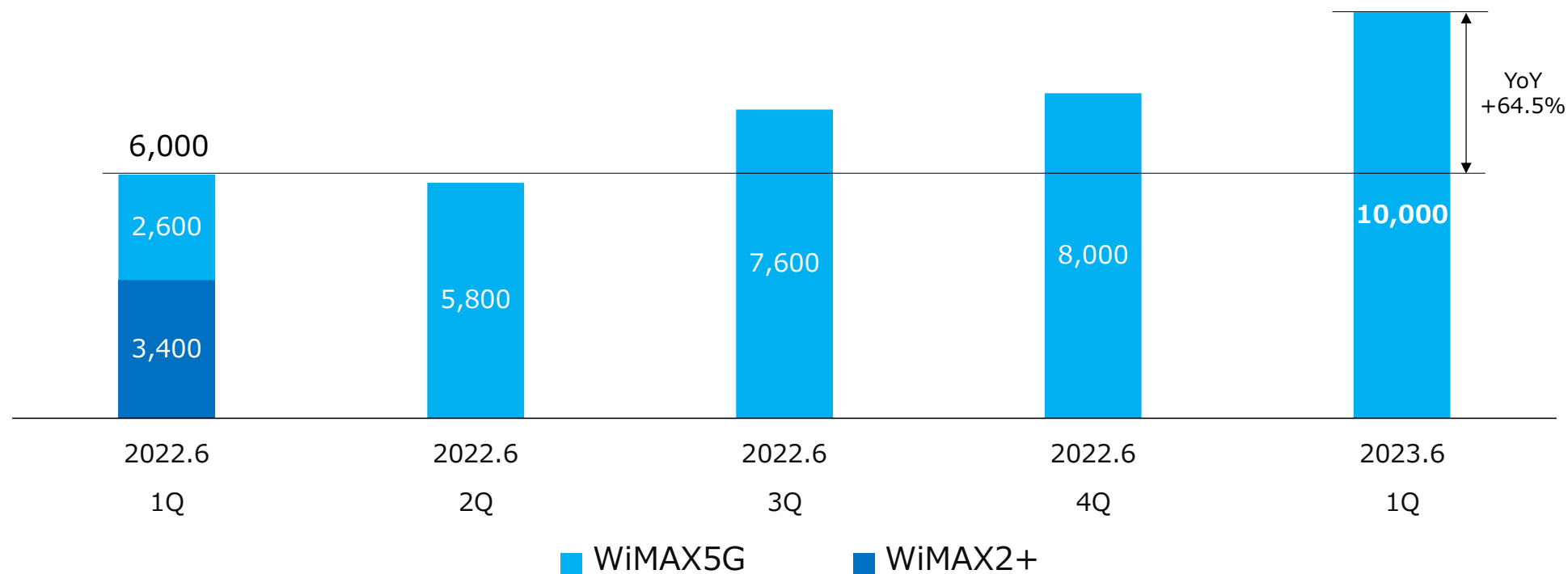
約 **7万** 件

※「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

# モバイル通信事業：新規回線獲得数推移

## WiMAX5Gの新規回線獲得は順調に推移

(単位：回線)

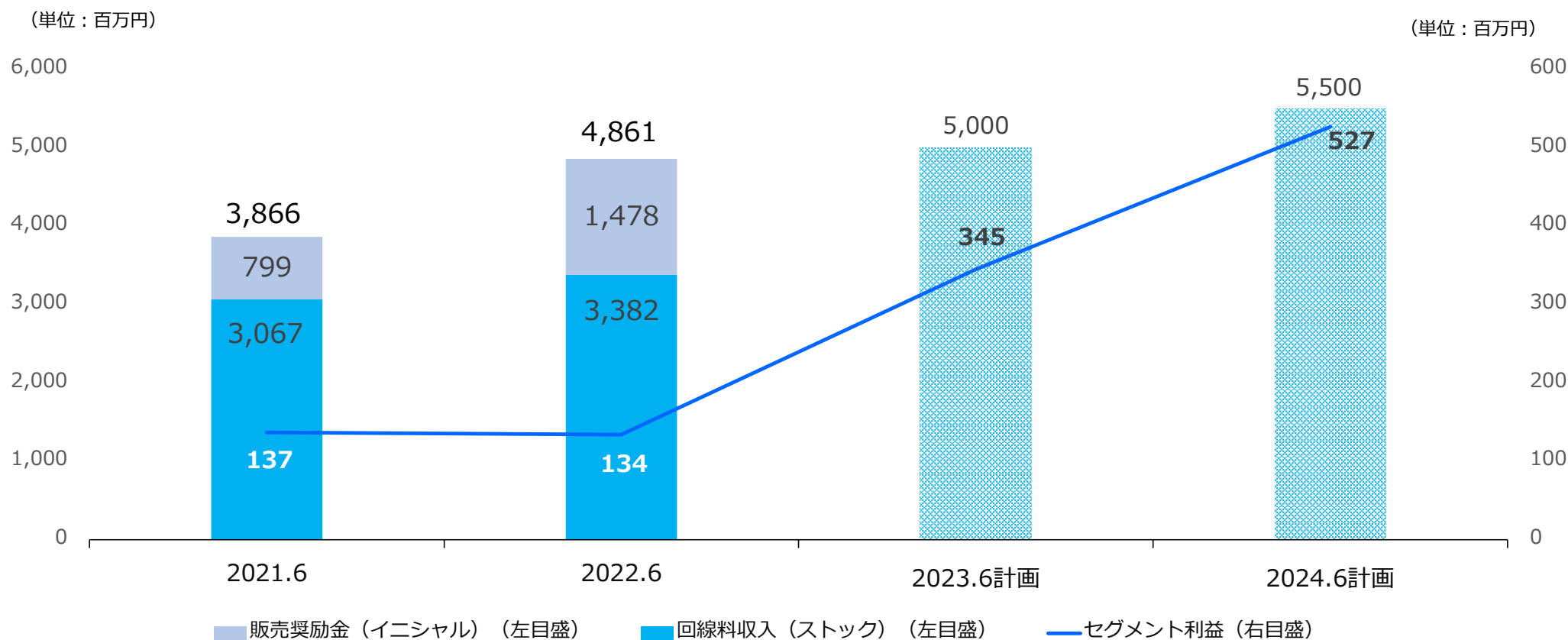




# モバイル通信事業：事業計画 (2022年6月期決算資料より)



## WiMAX5Gの獲得強化に加え、ストック収益力の向上に注力

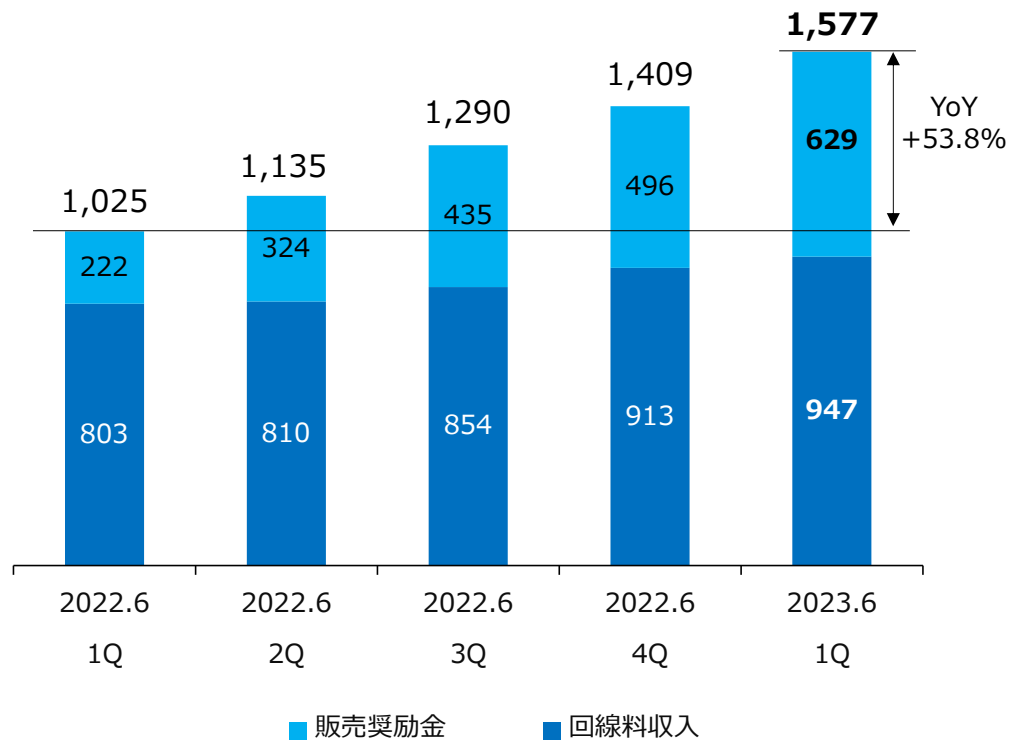


# モバイル通信事業：四半期別業績推移

- ・売上高：新規回線獲得数の伸長により、前年同期比増収
- ・利益：回線獲得増に伴う広告費増加、貸倒引当金の計上開始をカバーして増益

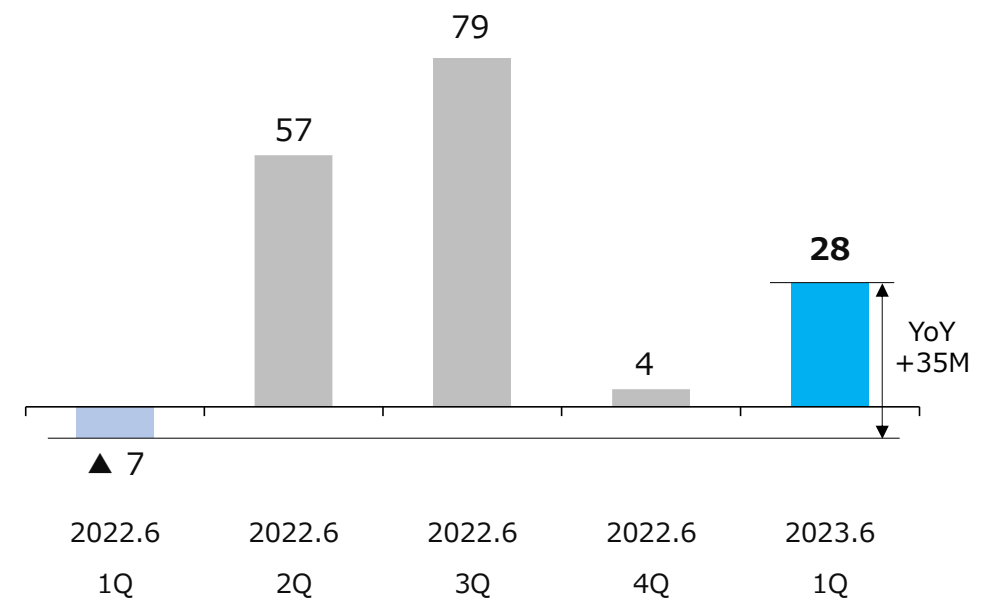
(単位：百万円)

## 売上高



(単位：百万円)

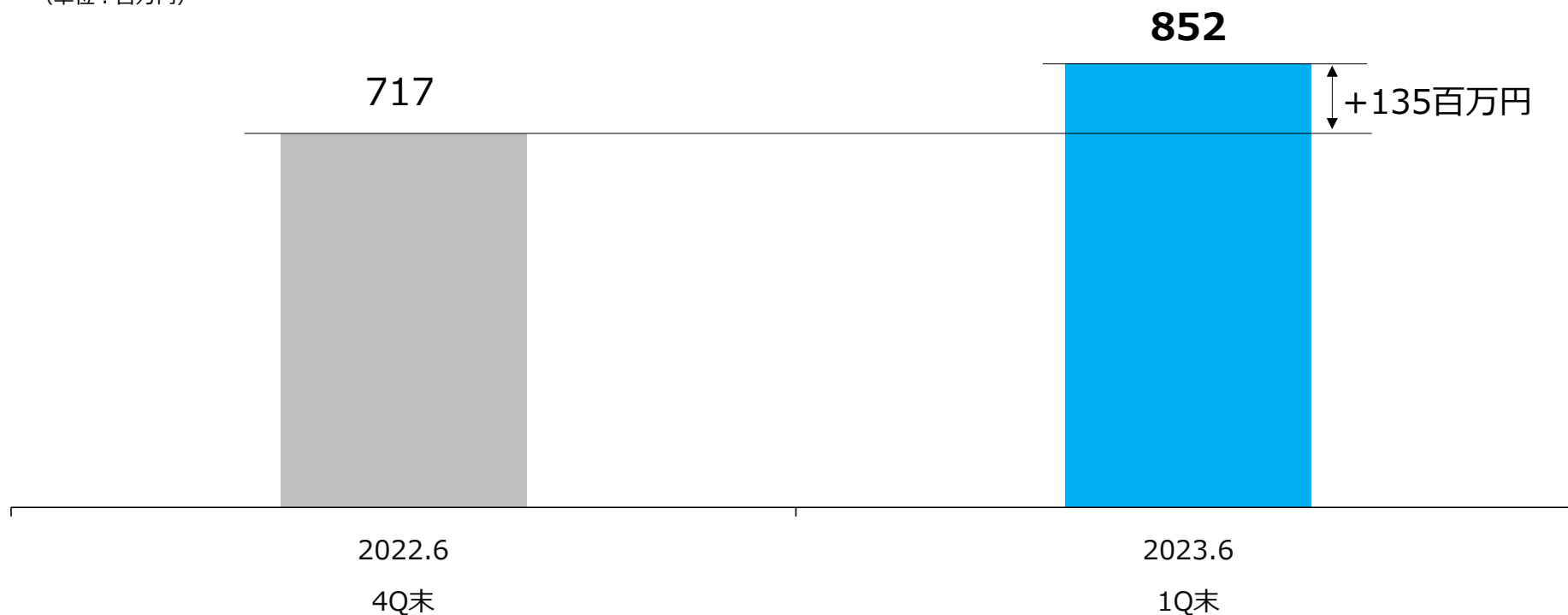
## セグメント損益



## モバイル通信事業：将来収益推移

ストック型の5G回線獲得好調により、将来収益も順調に積み増し

(単位：百万円)



※将来収益：既存の回線契約により発生が見込まれる将来の通信料収入がもたらす粗利益

# サステイナビリティ

## サステナビリティ：楽器寄付ふるさと納税①

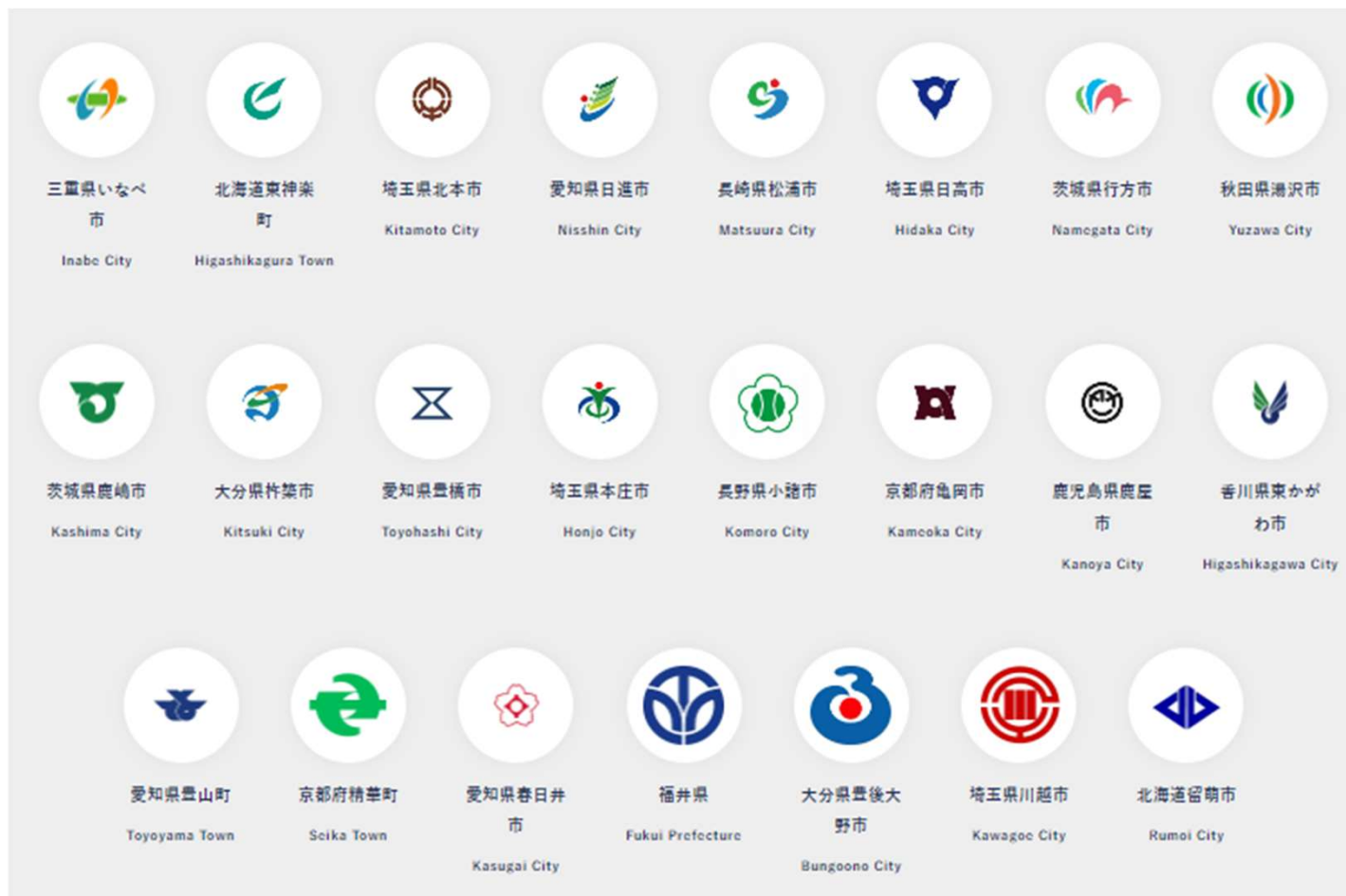
- 不要になった楽器を集め学校などへ寄贈  
寄付者は査定額に応じた税還付を受けられる取組
- 2021年1月に総務省「ふるさとづくり大賞」の「地方自治体表彰」を受賞




<https://www.gakki-kifu.jp/>

# サステナビリティ：楽器寄付ふるさと納税②

2022年10月 現在23自治体が参画





# 中期経営計画の進捗と 2023年6月期見通し

## 中期経営計画目標値 (2022年6月期決算資料より)



- ・ ネット型リユース事業を中心とした売上成長による計画の達成
- ・ モバイル通信事業での将来収益の獲得による収益基盤の安定化
- ・ 現段階において、当期は想定どおりの進捗

**当期**

(単位：百万円)	2021年6月期 (実績)	2022年6月期 (実績)	2023年6月期 (計画)	2024年6月期 (計画)
売上高	10,875	11,986	<b>15,000</b>	20,000
ネット型リユース事業	6,580	6,631	<b>9,804</b>	13,744
個人向けリユース	5,350	5,140	<b>7,500</b>	10,000
マシナリー（農機具）	1,061	1,365	<b>2,000</b>	3,000
おいくら	169	125	<b>304</b>	744
メディア事業	519	599	<b>700</b>	800
モバイル通信事業	3,866	4,861	<b>5,000</b>	5,500
営業利益	54	▲ 319	<b>300</b>	1,200
営業利益率	0.5%	-2.7%	<b>2.0%</b>	6.0%
営業利益+将来収益	373	398	<b>997</b>	1,950



# 2023年6月期 セグメント別の今後の方向性について



通期達成に向け、以下のアクションに注力

事業セグメントと戦略		アクションプラン
ネット型リユース	個人向けリユース 事業戦略 <ul style="list-style-type: none"> <li>└買取依頼数の増加</li> <li>└買取能力の増強</li> <li>└潜在層へのアプローチ</li> </ul>	出張買取人員を中心とした社員採用の強化 教育研修体系の整備による新入社員の早期戦力化と生産性の向上 販路の多様化
	マシナリー（農機具） 事業戦略 <ul style="list-style-type: none"> <li>└買取ボリュームの拡大</li> <li>└法人商流の強化</li> </ul>	国内法人からの買取及び販売商流の強化 海外法人への営業積極化による更なる輸出先拡大
	おいくら 事業戦略 <ul style="list-style-type: none"> <li>└認知度の拡大</li> <li>└有料加盟店数の拡大</li> </ul>	自治体連携数の増加 アクティブな月額課金加盟店の獲得
メディア 事業戦略 <ul style="list-style-type: none"> <li>└安定的な売上成長</li> </ul>	既存領域の深堀による収益の分散化 新規領域への横展開	
モバイル通信 事業戦略 <ul style="list-style-type: none"> <li>└将来収益の積上げ</li> </ul>	WiMAX5Gの新規回線獲得 保有回線のARPU（1回線当たり売上高）アップ	

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](mailto:ir@marketenterprise.co.jp)

# 持続可能な社会を実現する最適化商社

