



投資WEB IRセミナー(第198回) マーケットエンタープライズ



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.9～)

3 各事業の直近の動きと業績推移 (P.42～)

1

会社概要

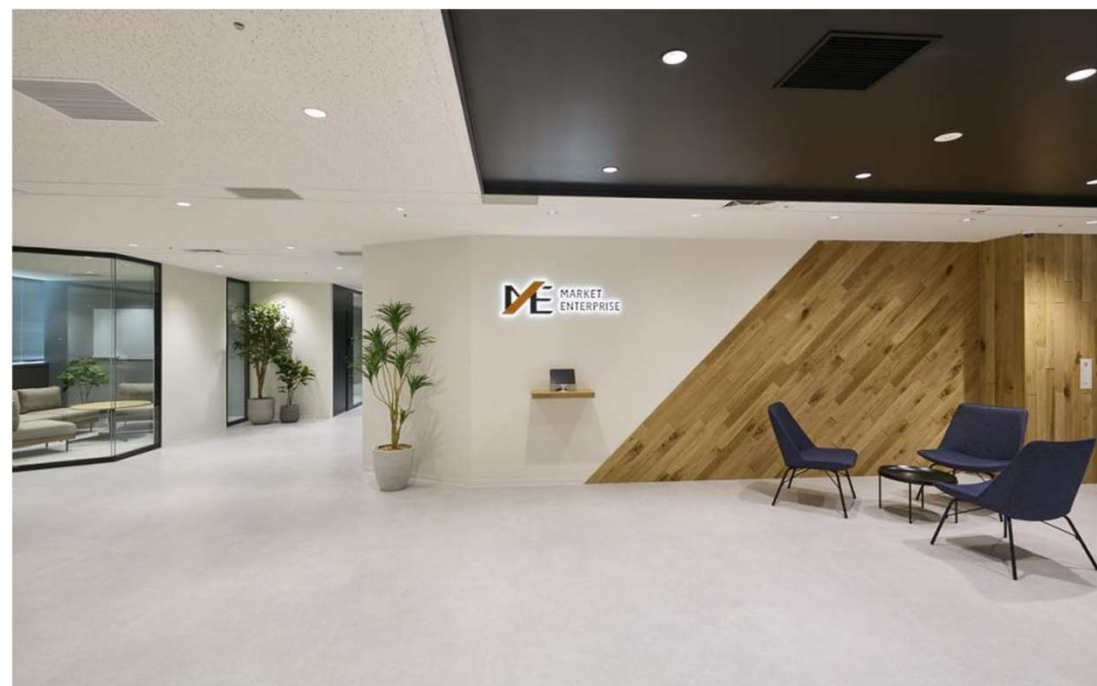
会社概要



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	3億3,241万6,200円(2024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)
- ・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)



目指す姿



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

※当社のバ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

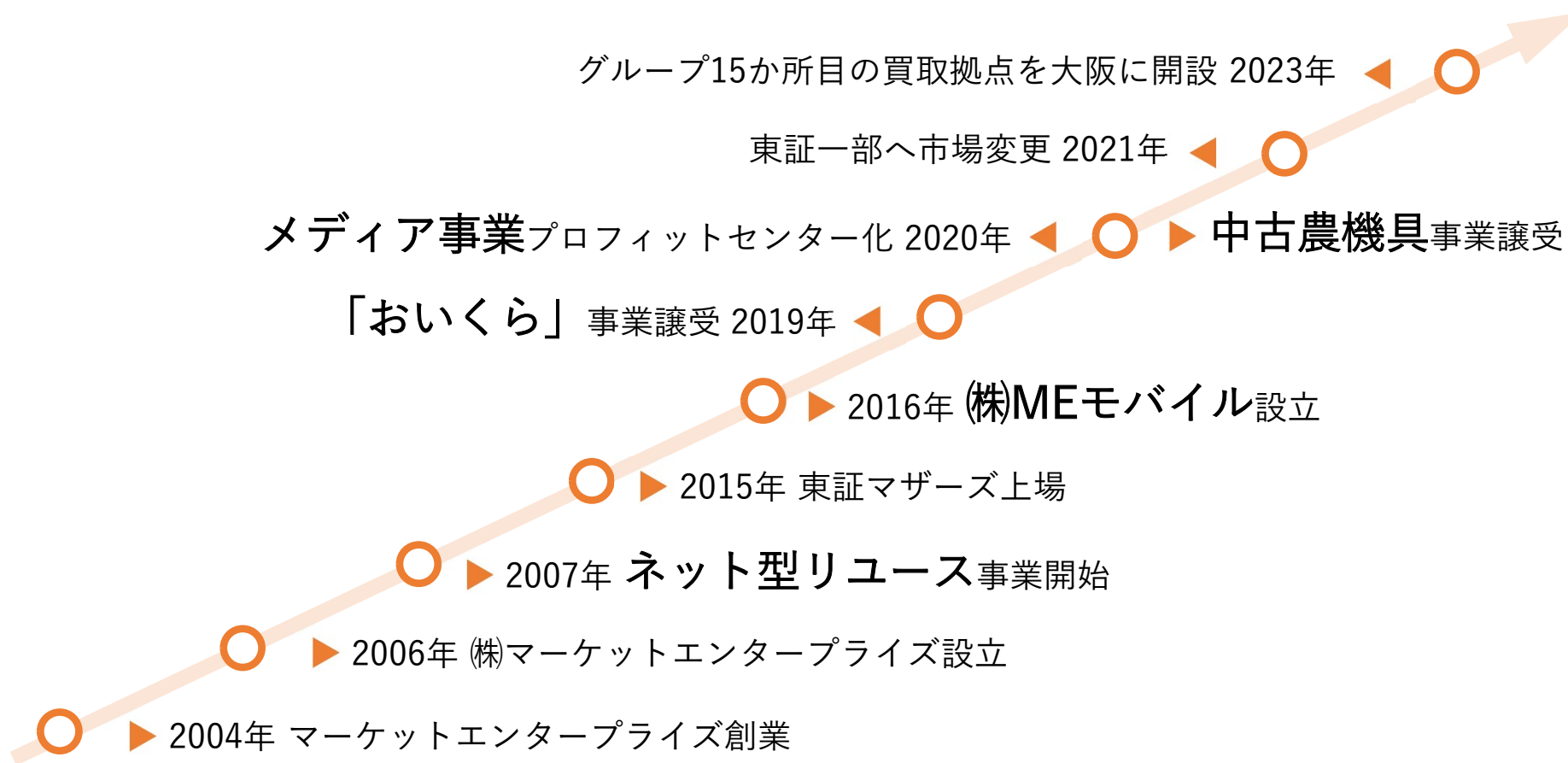
Win Winの関係が築ける商売を展開し
商売をバカウ楽しむ
主体者集団で在り続ける

● 長期ビジョン

持続可能な社会を実現する
最適化商社

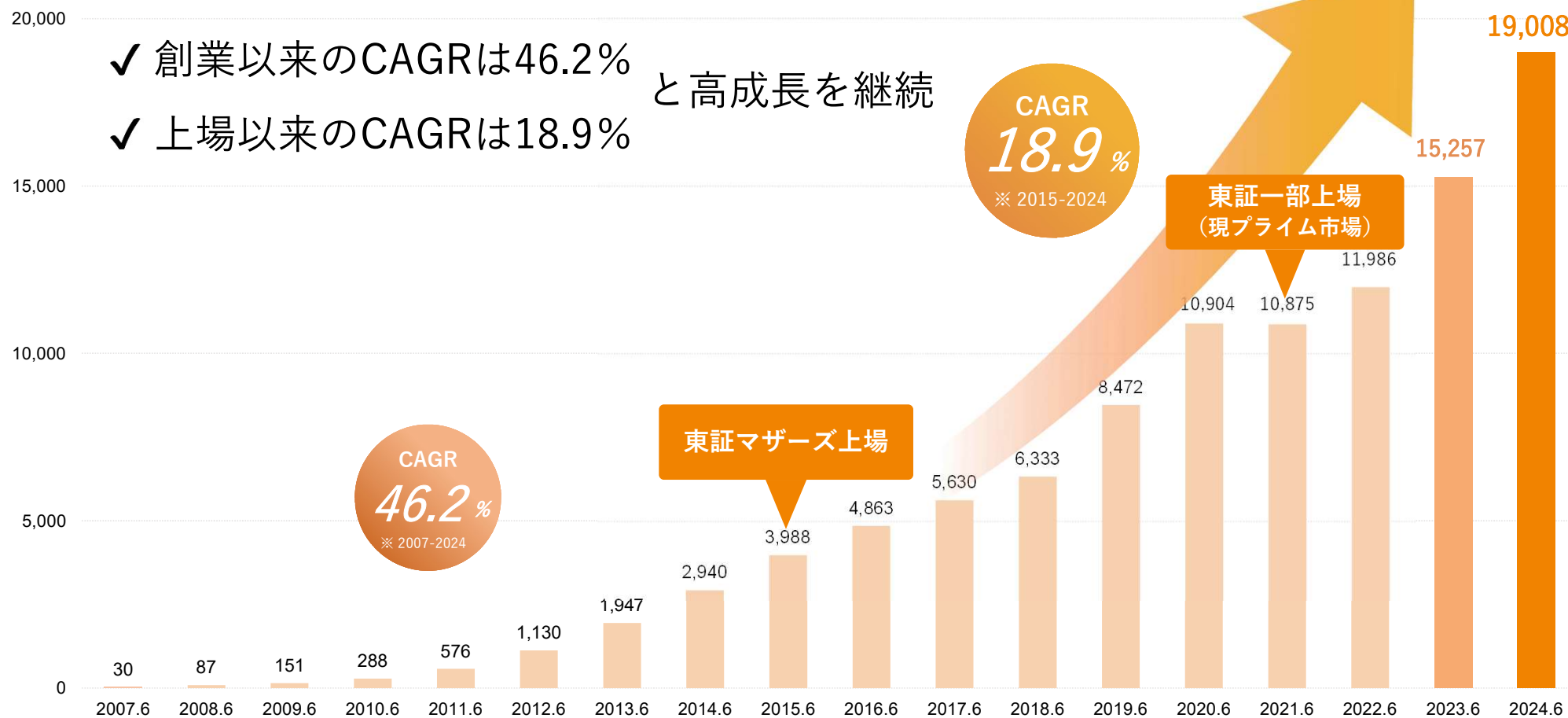
● 10 CORE VALUES

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



創業以降の売上高の成長推移

(単位：百万円)



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、
多角的に事業を展開

ネット型リユース

個人向け



マシナリー



おいくら



メディア

通信



プラットフォーム



リユース



趣味



モバイル通信



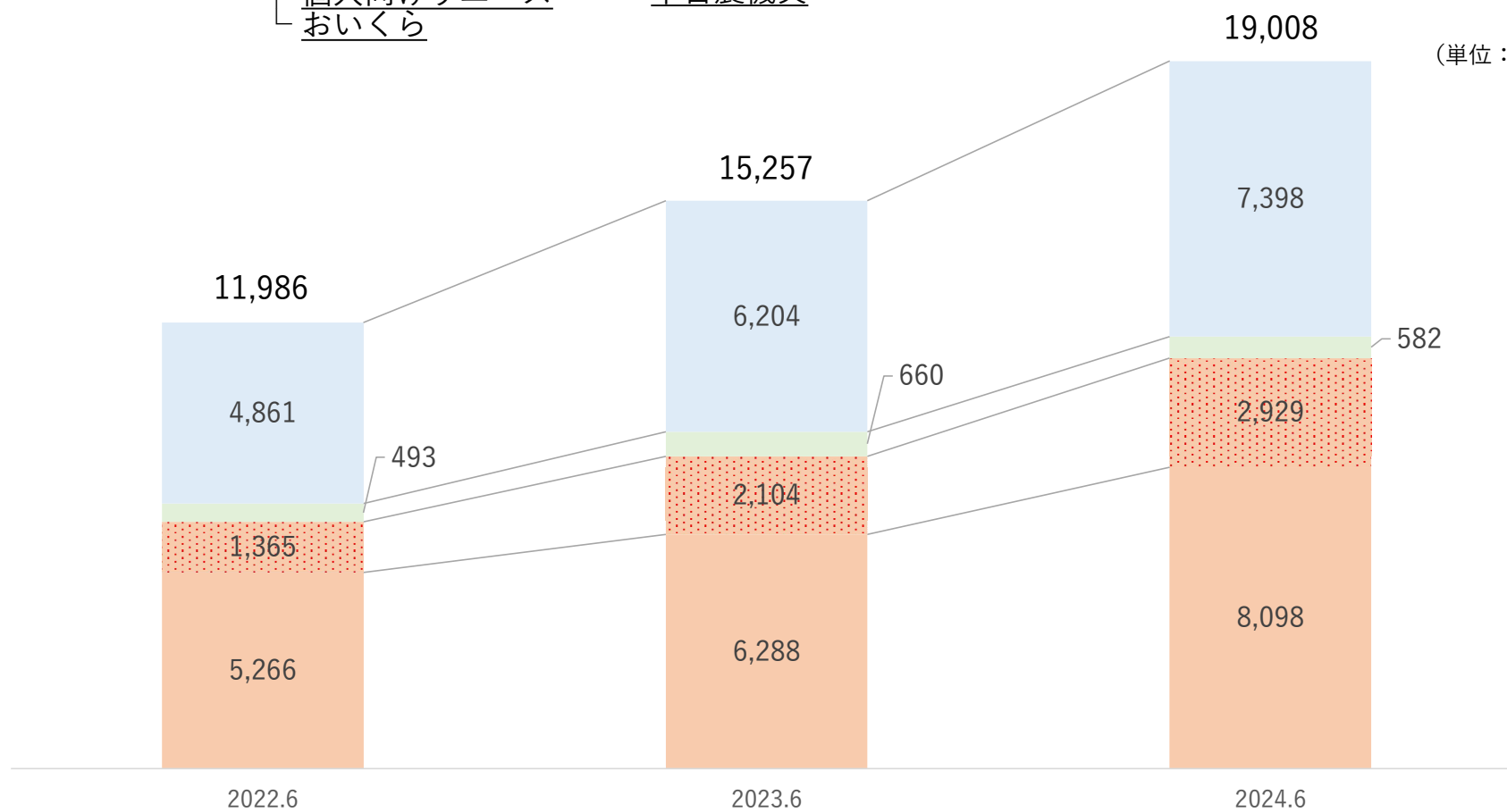
サービスブランド



過年度 セグメント別売上高推移

■ ネット型リユース
■ ネット型リユース
■ メディア
■ モバイル
■ 個人向けリユース
■ おいくら
■ 中古農機具

(単位：百万円)



2

セグメント別事業概要

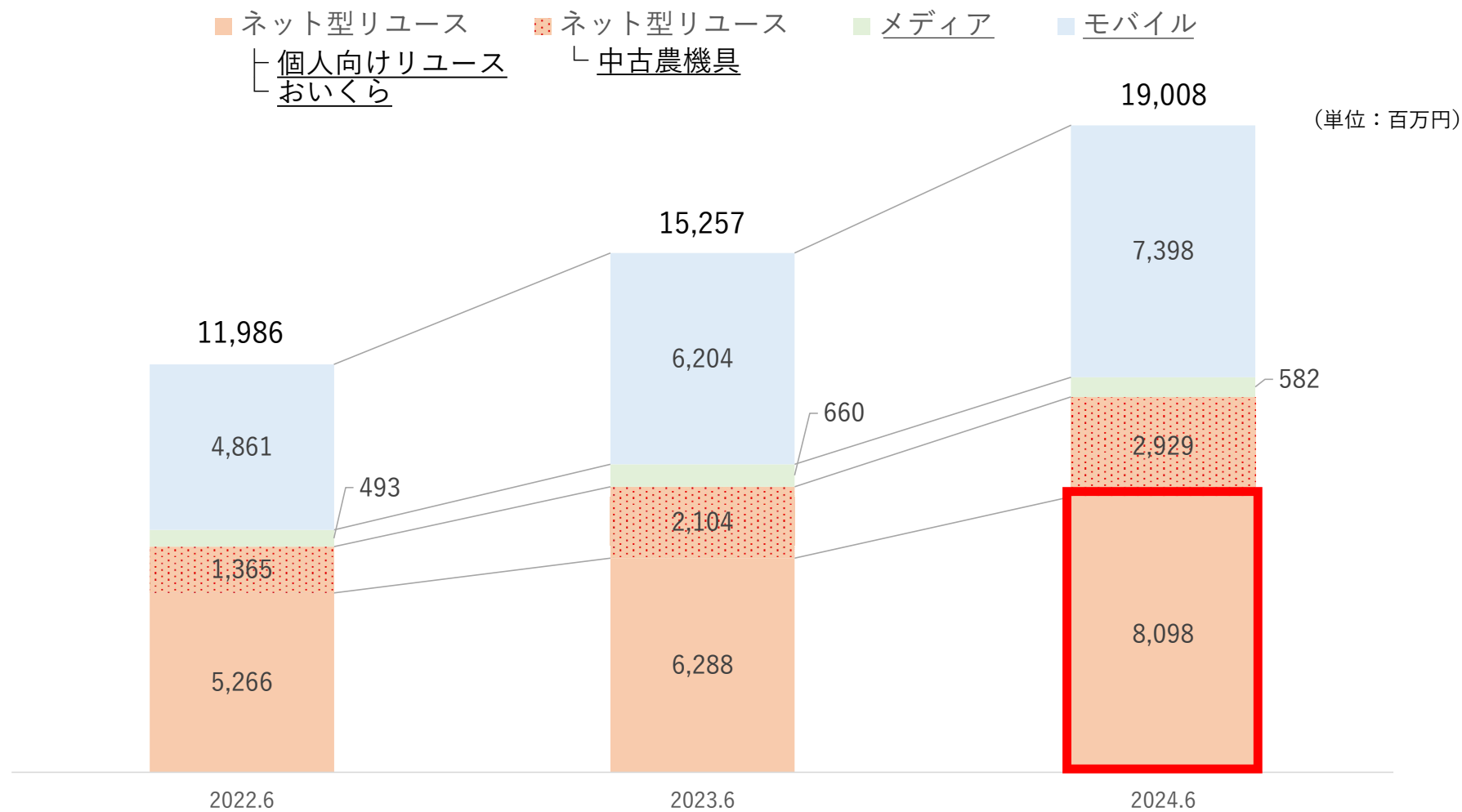
● ネット型リユース事業

① 個人向けリユース

② マシナリー（農機具）

③ おいくら

過年度 セグメント別売上高推移



ネット型リユース事業：①個人向け、②マシナリ、③おいくら

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



マシナリー

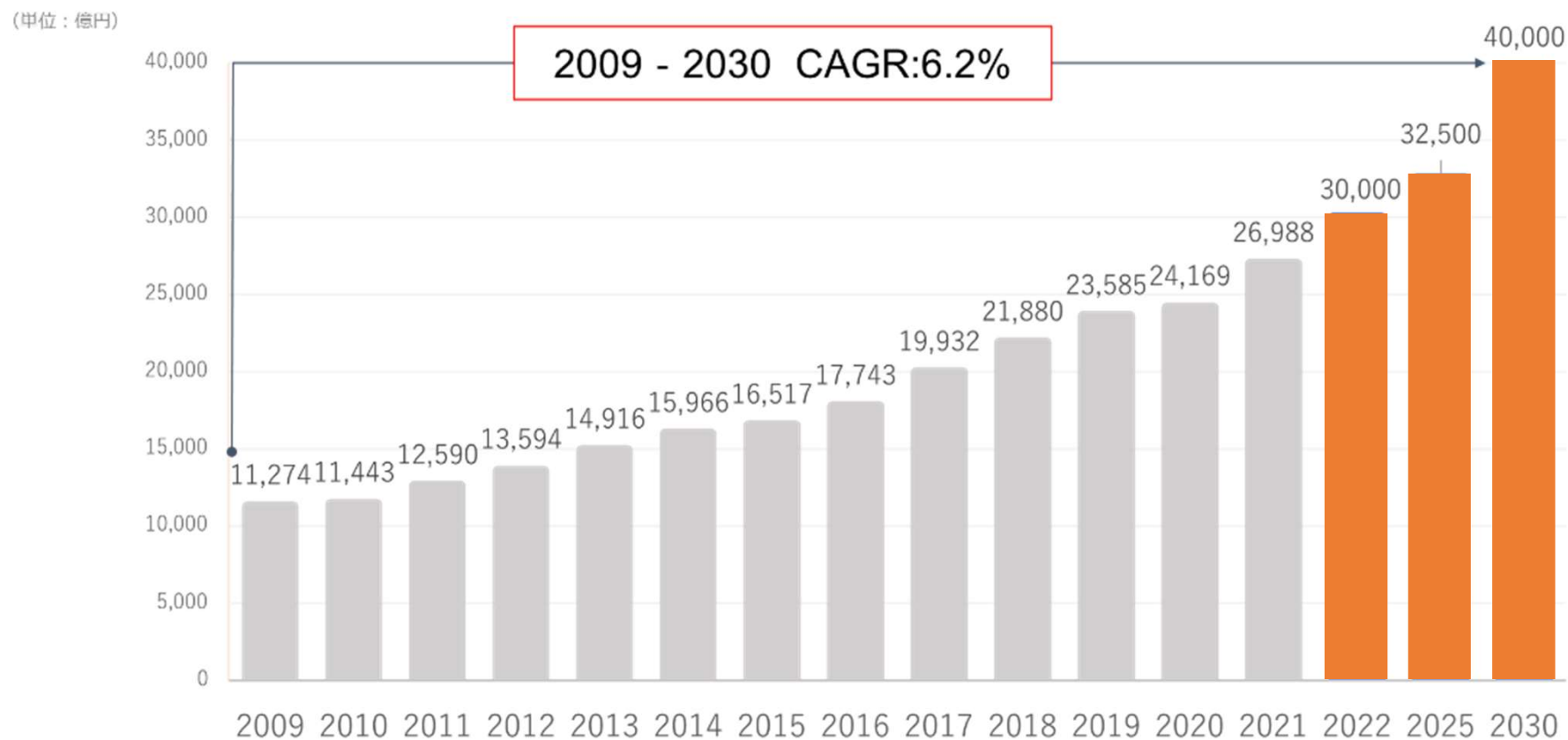


おいくら



I-① 個人向けリユース分野＞当社の市場認識：リユース市場の拡大

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

I -① 個人向けリユース分野＞ 当社の市場認識：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

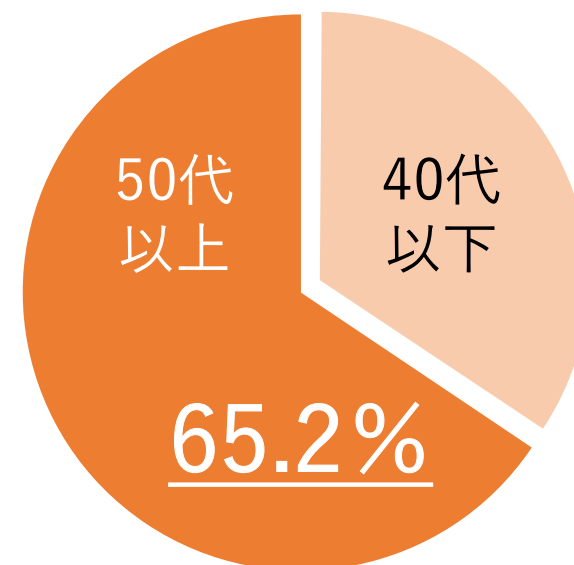
過去1年間に不要となった製品 7.6兆円

「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』

I-① 個人向けリユース分野：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

43万件

※1 2023年10月現在までの利用者数 ※2 2024年6月期の依頼数合計

I-① 個人向けリユース分野：リユースセンター 一覧

全国 **15** 拠点

- ・店頭・宅配に加え、各拠点からお客様の自宅に直接訪問
- ・自分で梱包や運搬する手間をかけずに不用品を売却できる出張買取を柱に、最適な買取サービスをご提供



I-① 個人向けリユース分野：ビジネススキーム

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

I-① 個人向けリユース分野：取扱対象商品

▲ 高単価/低粗利率/物流数少

車 / バイク / 農機具
ブランド品 など

家電 / 音響 / 楽器 /
PC / カメラ など

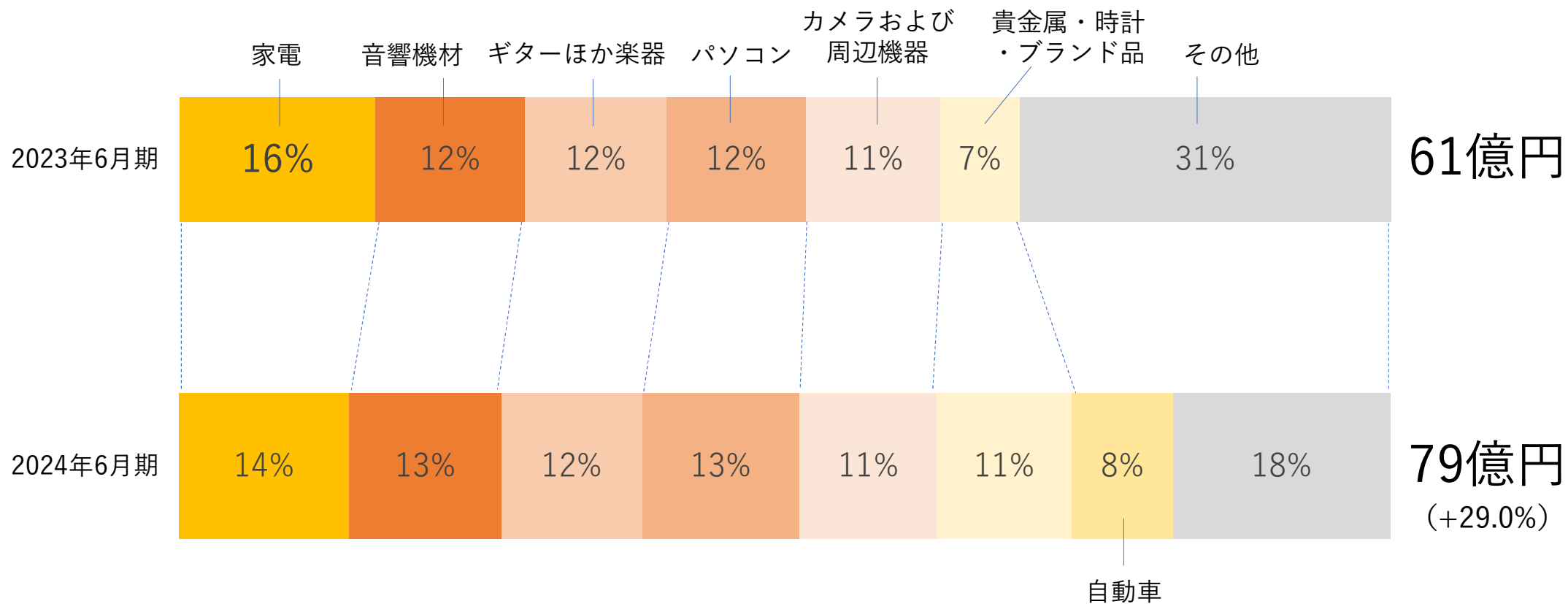
衣類 / 本 など

▼ 低単価/高粗利率/物流数多

出張買取を
営業施策の中心に据え
取扱対象商品の単価を拡大

従前の当社における
マネタイズゾーン

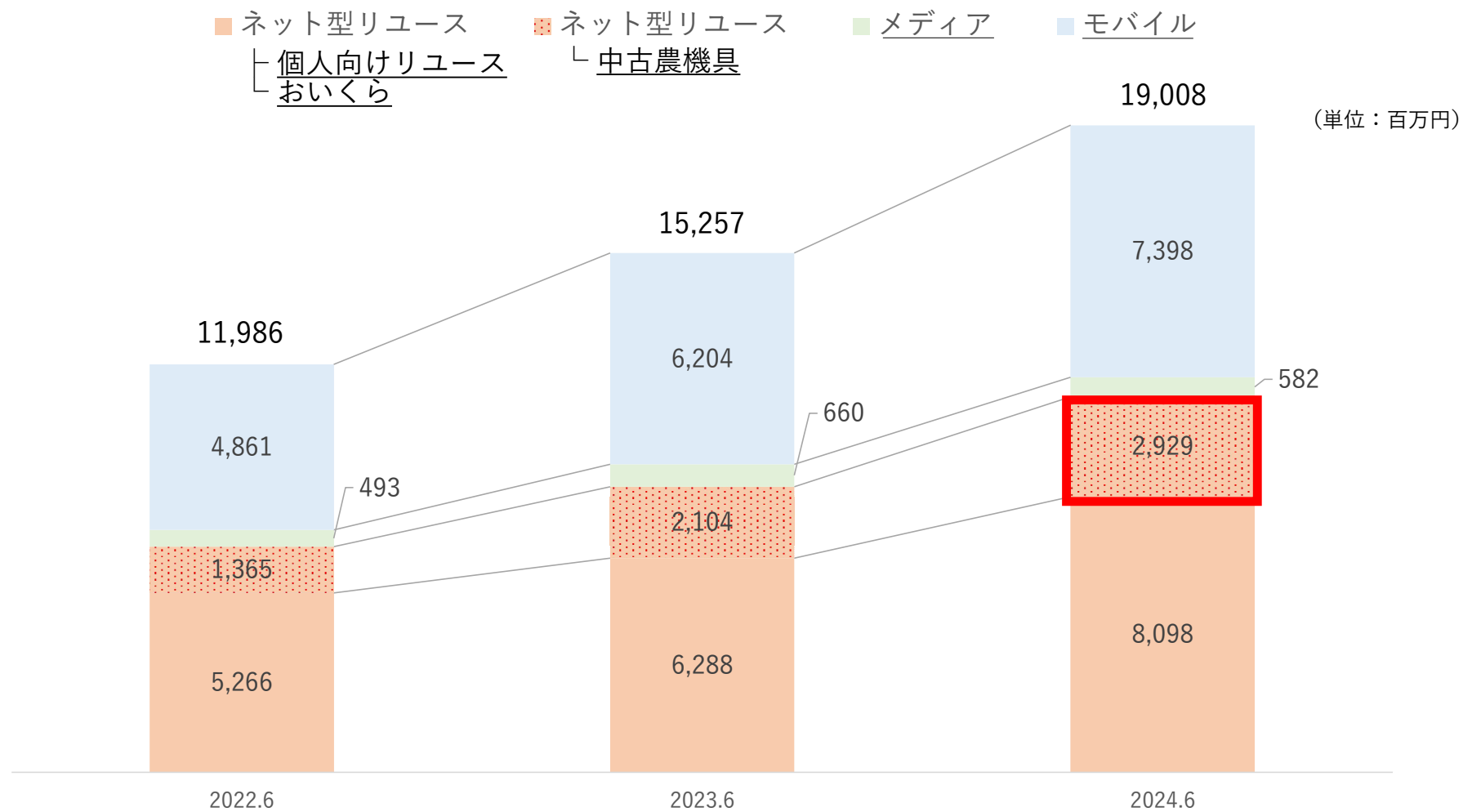
I-① 個人向けリユース分野：商材別売上高比率



● 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

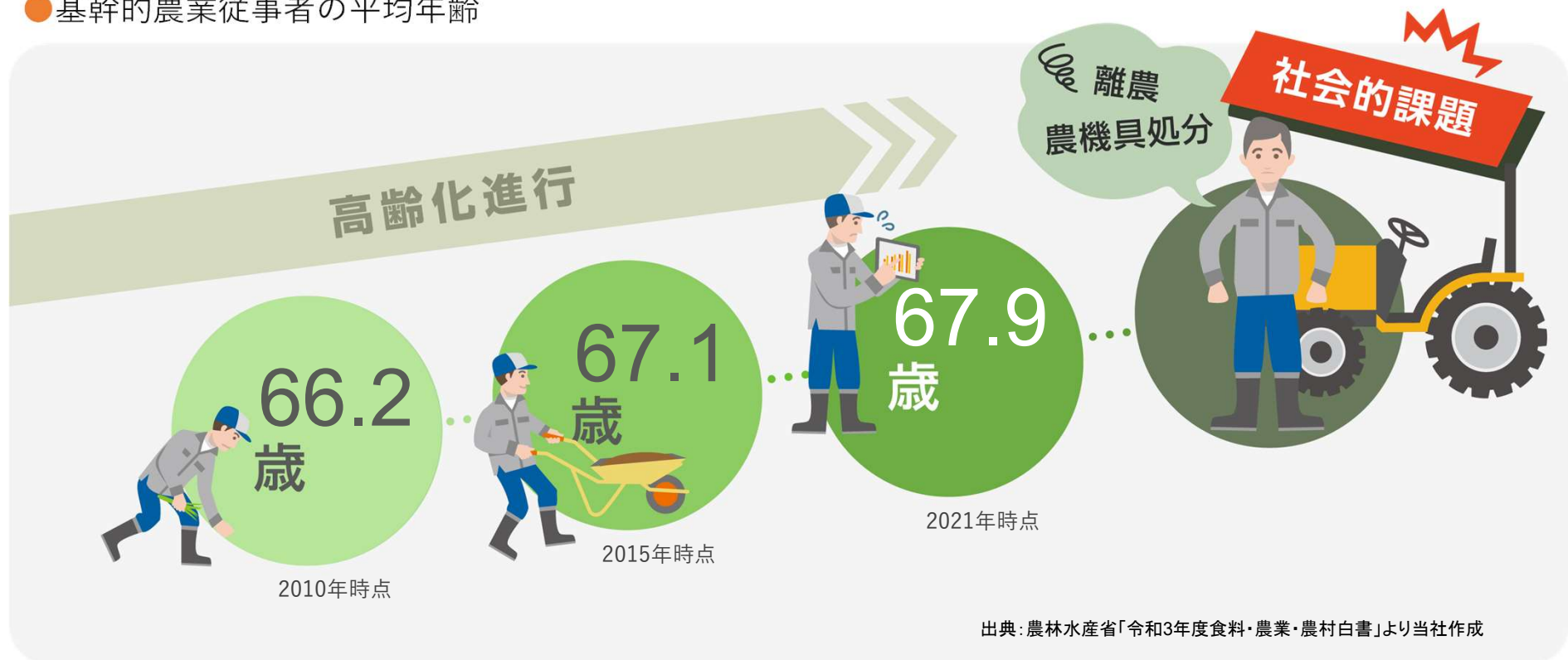
過年度 セグメント別売上高推移



Ⅰ-② 中古農機具分野＞当社の市場認識：農業人口の減少

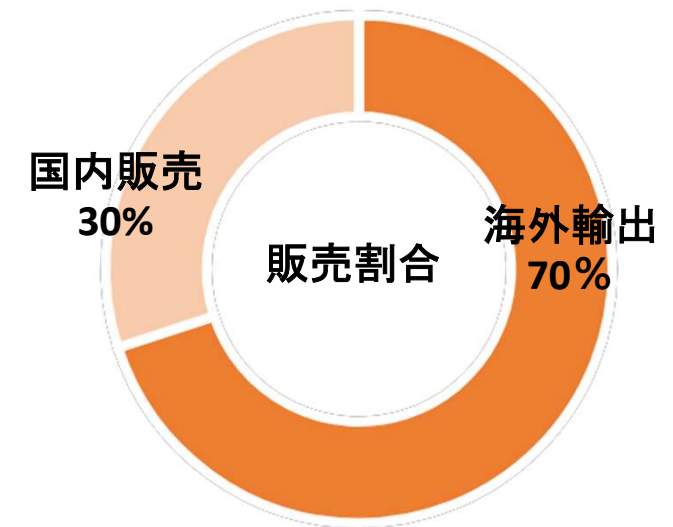
日本の農家の平均年齢は67.9歳と高年齢化が進行。離農にともない不要となった中古農機具の処分という社会的課題は今後も継続

● 基幹的農業従事者の平均年齢



I -② 中古農機具分野

日本全国の農機具を買取、自社ECを通じて販売することで
国内だけでなく世界各国に向けて農機具の提供



I-② 中古農機具分野：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



田植え機



ハロー



糞摺り機



発電機



コンバイン



乾燥機



草刈機



畦塗り機



水中ポンプ



他多数

I-② 中古農機具分野：輸出実績

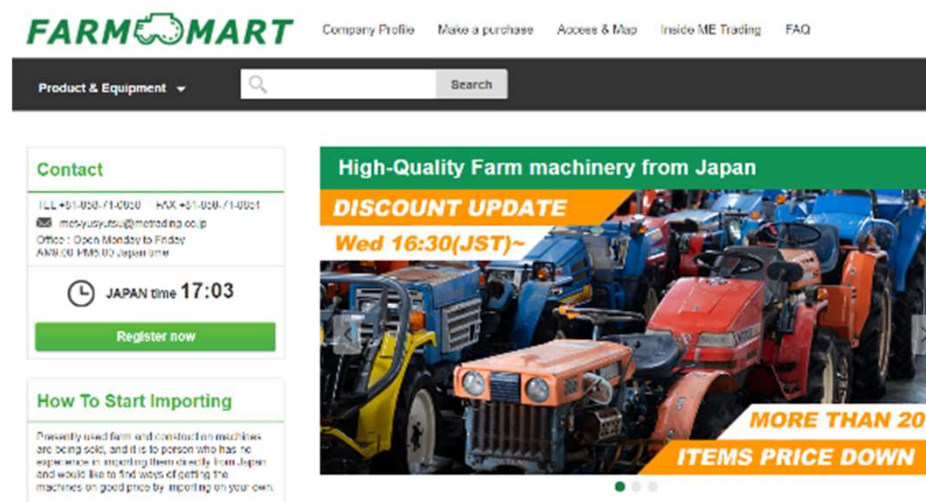
直接海外へ中古農機具の輸出を行い、

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

- 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

I-② 中古農機具分野：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
カーフワ・トーフラス
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



2023年5月26日

JICA研修員「共創セミナー」に参加
31カ国約60名の関係者の参加

● 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

I-③ おいくら分野

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



加盟店数

738店舗

※2024/6/30現在

おいくら

<https://oikura.jp/>



おいくら?

買取一括査定アプリ



推奨環境: iOS 11.0以降, Android 5.0以降でご利用になれます。



年間依頼数

19万件

※TEL、Web依頼含む2023/4/1～2024/3/31実績

1-③ 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-③ おいくら分野：地方自治体との連携

住民・行政・環境の課題をリユースで
解決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」Web買取依頼数 年間15万件/月のうち、3分の1超が自治体からの流入)

おいくら 自治体様向け

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

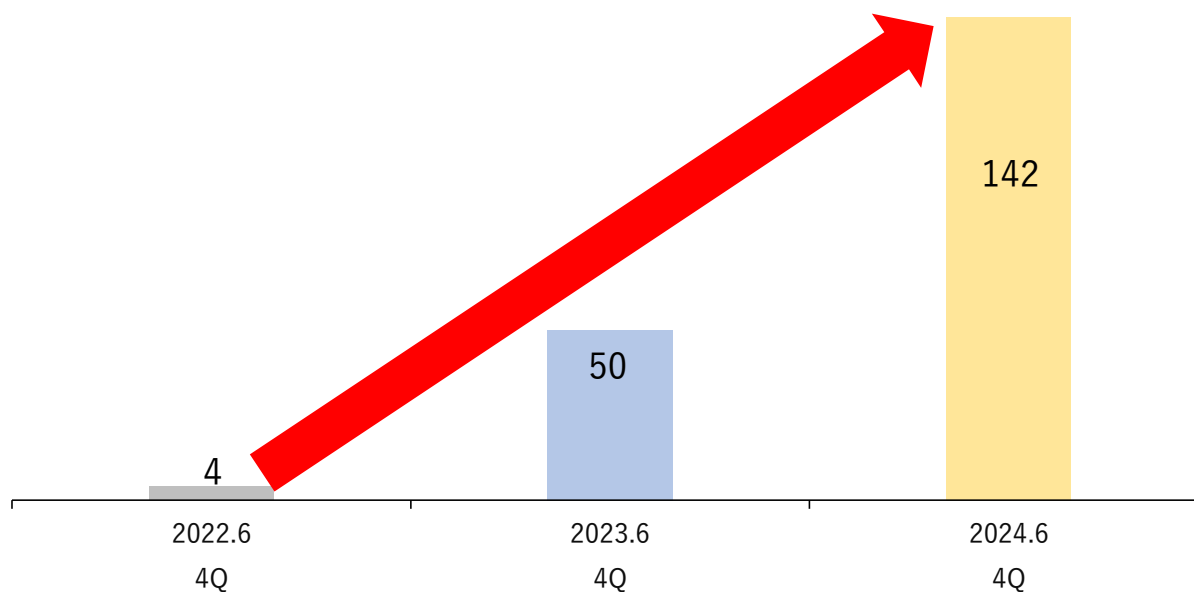


連携自治体数※

142箇所

人口カバー率※

32.7%



当期1年間※で連携数は約3倍に拡大

※2023年7月1日～2024年6月30日

※ 2024年6月30日 現在

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ている「おいくら?」サービスの紹介ページ。ページの上部には「名古屋 City of Nagoya」のロゴとナビゲーションメニューがあります。中央には「おいくら?」のサービス概要と、4つのステップ（STEP1: 査定したい商品のカテゴリを選ぶ、STEP2: 商品・お客様情報を入力して査定依頼、STEP3: 届いた査定結果から買取店を選択、STEP4: 環境とお財布に優しい不要品処分完了）が示されています。下部には「Sustainable Development Goals」のロゴと、サービスの利便性に関する説明が記載されています。

自治体専用ページ（弊社作成）

名古屋市と「おいくら?」の共同で制作された専用ページ。ページの上部には「名古屋 City of Nagoya × おいくら?」のロゴと、サービスの概要が示されています。中央には、市民が不要品を売却するまでの流れ（査定依頼、査定結果、買取店選択、完了）がイラストとフローチャートで詳しく説明されています。下部には「Sustainable Development Goals」のロゴと、サービスの利便性に関する説明が記載されています。

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

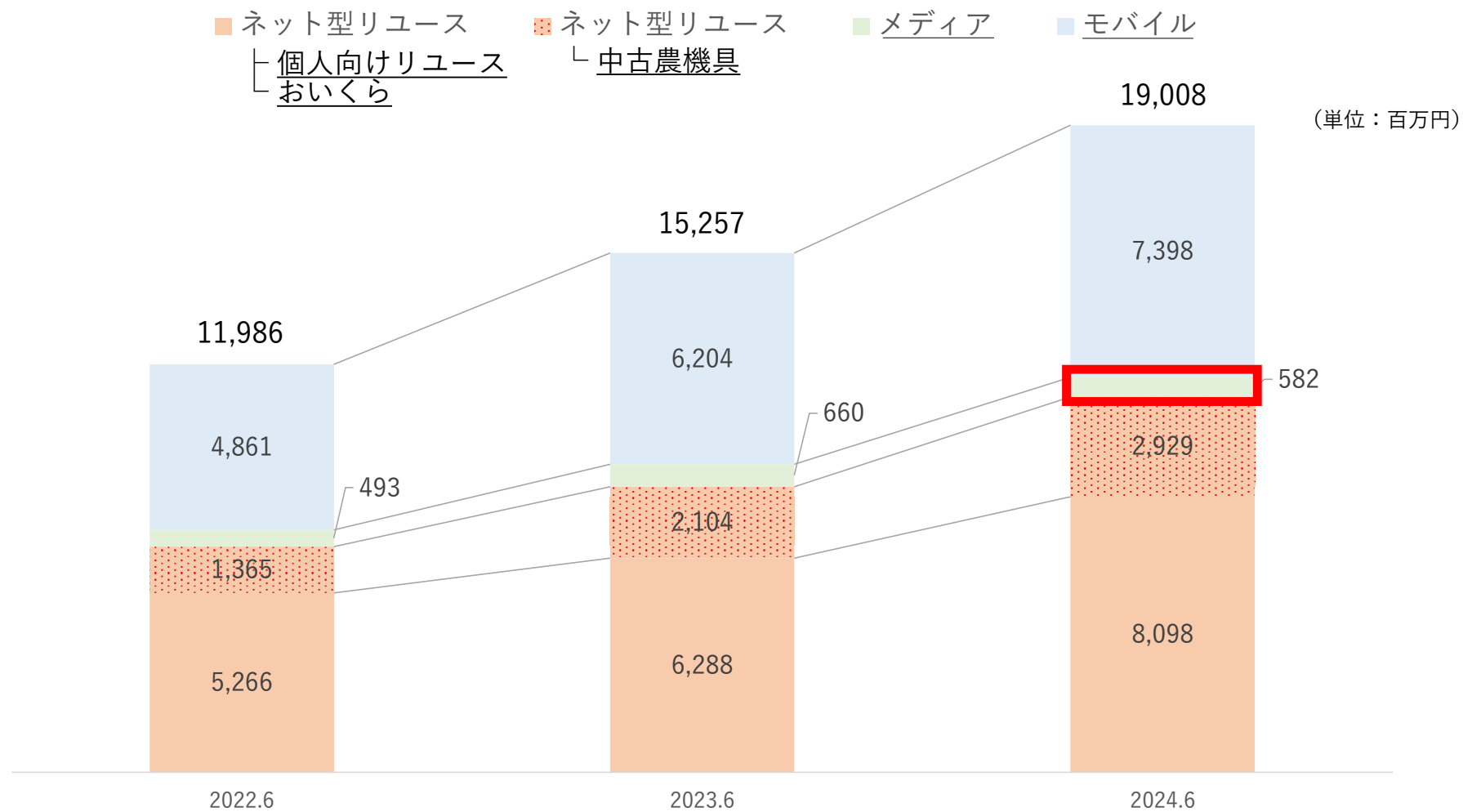
墨田区の「おいくら?」サービスの紹介ページ。ページの上部には「墨田区」のロゴとナビゲーションメニューがあります。中央には「おいくら?」のサービス概要と、4つのステップ（STEP1: 査定したい商品のカテゴリを選ぶ、STEP2: 商品・お客様情報を入力して査定依頼、STEP3: 届いた査定結果から買取店を選択、STEP4: 環境とお財布に優しい不要品処分完了）が示されています。下部には「Sustainable Development Goals」のロゴと、サービスの利便性に関する説明が記載されています。

深谷市の掲載例

深谷市の「おいくら?」サービスの紹介ページ。ページの上部には「深谷市」のロゴとナビゲーションメニューがあります。中央には「おいくら?」のサービス概要と、4つのステップ（STEP1: 査定したい商品のカテゴリを選ぶ、STEP2: 商品・お客様情報を入力して査定依頼、STEP3: 届いた査定結果から買取店を選択、STEP4: 環境とお財布に優しい不要品処分完了）が示されています。下部には「Sustainable Development Goals」のロゴと、サービスの利便性に関する説明が記載されています。

●メディア事業

過年度 セグメント別売上高推移



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「買い消費」行動に役立つコンテンツを提供し、
個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。

ヒギナース

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・スマホの本当のわかる シムチェンジ

UMM
USED MACHINE MARKET

II.メディア事業：運営メディア一覧

月間平均PV数

約800万PV

※2023年7月～2024年3月 月間平均PV数

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
主に8つの最適なウェブコンテンツを提供。

ビギナース

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

ビギナース

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」だけではない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・Wi-Fi・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

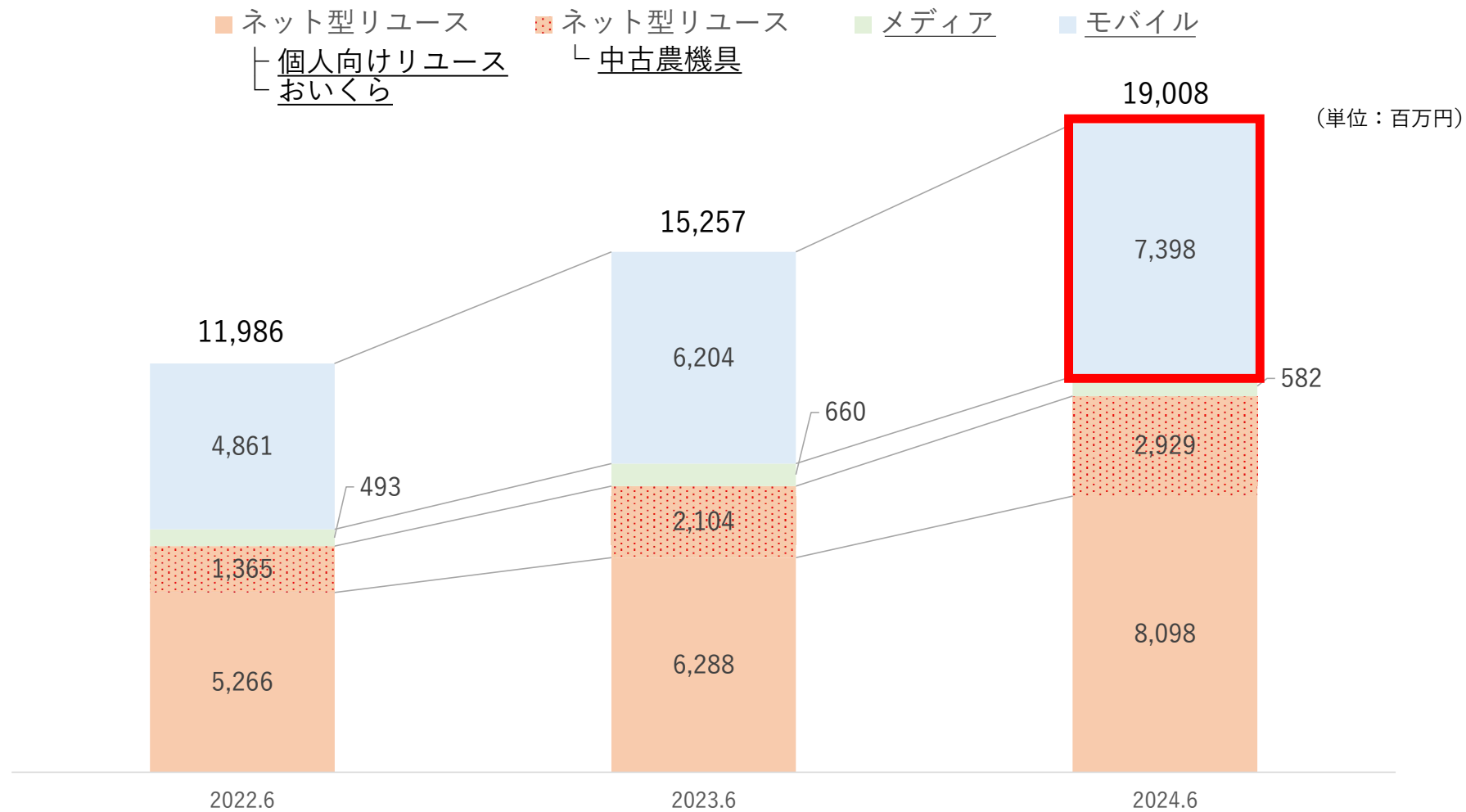
<https://ummkt.com/blog/>

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。

●モバイル通信事業

過年度 セグメント別売上高推移



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
※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。

Ⅲ.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

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カテゴリ総合ランキング 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



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

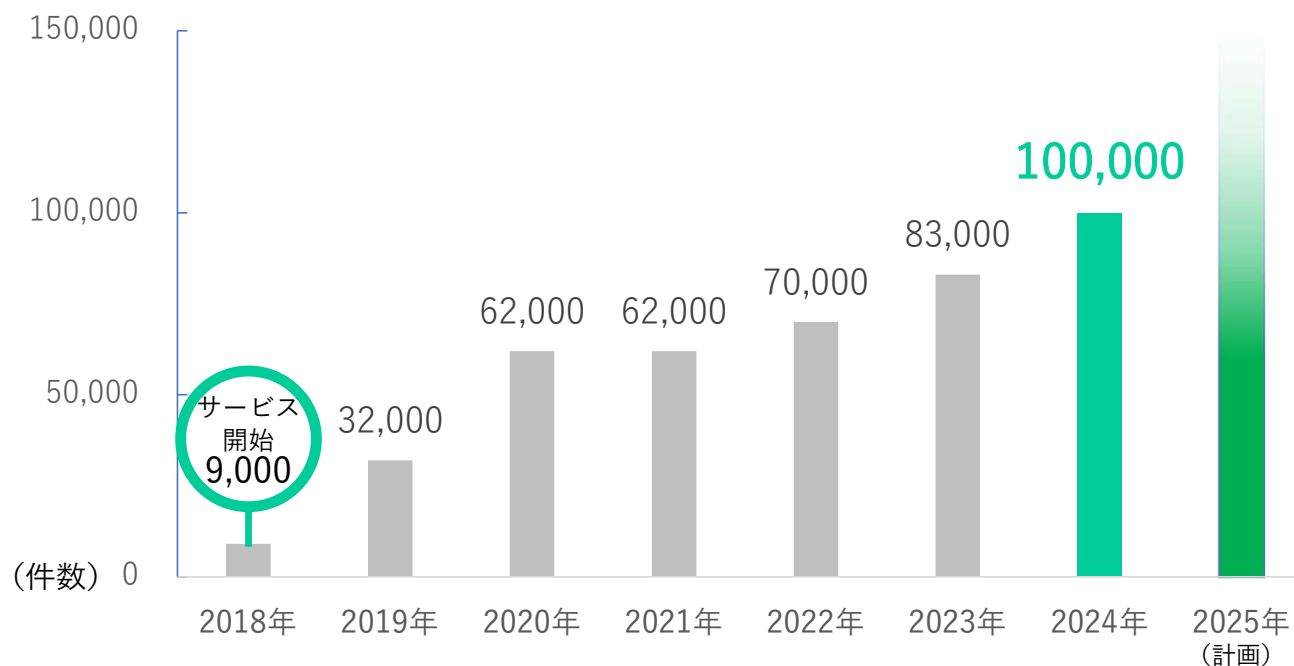
※「Wi-Fi」10サービスを対象としたサイト比較イメージ調査 ※調査実施: 株式会社ショッパーズアイ ※実施日時: 2020年4月17日～20日
※比較対象企業: 「Wi-Fi」でのWEB検索上位9社を候補 ※調査対象: 男女、18～69歳、営業職を対象

<https://www.ka-shimo.com/wimax>

Ⅲ.モバイル通信事業：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



※2024年6月末現在

III.モバイル通信事業：沿革



2016

2017

2020

2021

2024

(株)MEモバイル
設立

カシモWiMAX
提供開始

カシモWiMAX
料金シンプル化

カシモWiMAX+5G
提供開始

保有回線数が
10万回線を超える

「高機能リユース端末(中古スマホ)と格安SIMの組合せで通信料金の合計コストを業界最安クラスで提供する」ことを目的に、(株)光通信との合併で、(株)MEモバイル (ME持分65%) を設立。

業界最安級となる最初の2ヶ月間が1,380円(3カ月目以降3,380円、端末費用込み、税抜き)から利用可能な、高速モバイル通信サービス「カシモWiMAX」を提供開始。

25カ月目以降の契約後期に利用料金が高くなるシステムを撤廃し、1カ月目以降はずっと同じ料金となるシンプルでユーザーが継続しやすい価格設計に変更。

「WiMAX 2+」に加え、高速通信網の「5G」、これまでオプションでしか利用できなかった「4G LTE」も追加料金なしで利用することが可能に。

3

各事業の直近の動きと業績推移

個人向けリユース分野：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



■ 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

潜在市場(かくれ資産)規模 = 67兆円

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

個人向けリユース分野：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



取扱商材の拡充

530万人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！

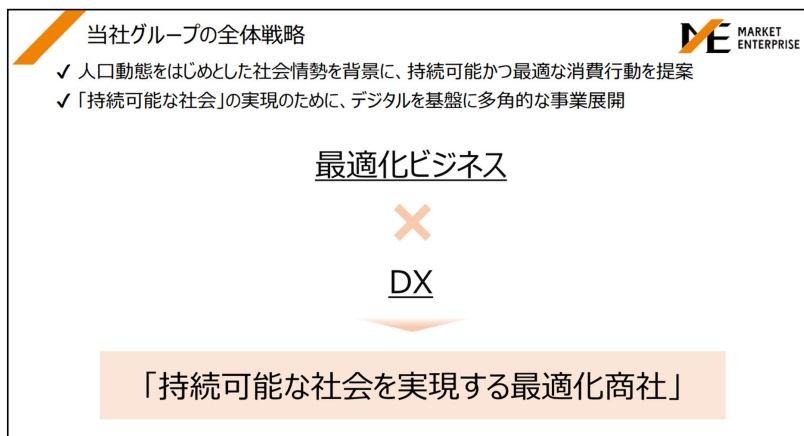
イメージキャラクター
小泉今日子

個人向けリユース分野：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/DD		9:00		18:00	
京橋 太郎	〇〇区・□□様	移動	〇〇区・●●様	移動	△△市・〇〇様
計【〇〇〇円】	【△△△円】		【〇〇〇円】		【□□□円】

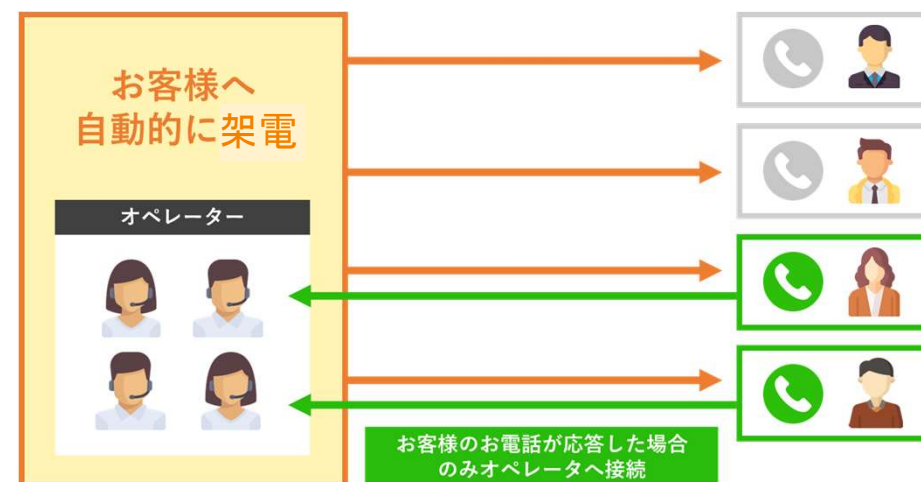
業務効率化推進に向けた機能改修（2Q～）

- ✓ 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

✓ 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）

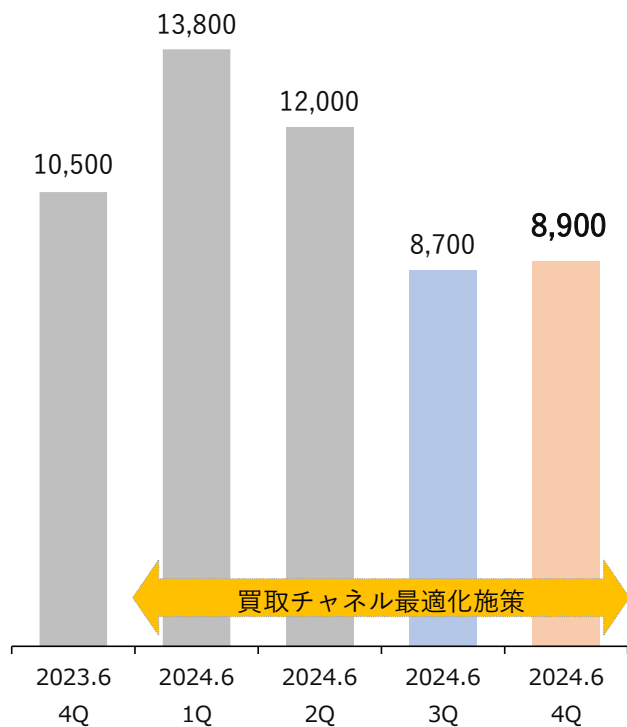
- ✓ CRM施策の一環として、来店予約日時のリマインド等を、SMSで顧客あて自動メッセージ通知。
意図せざる商談の中止を防ぎ、成約率の向上を図る

個人向けリユース分野：チャネル別買取件数推移

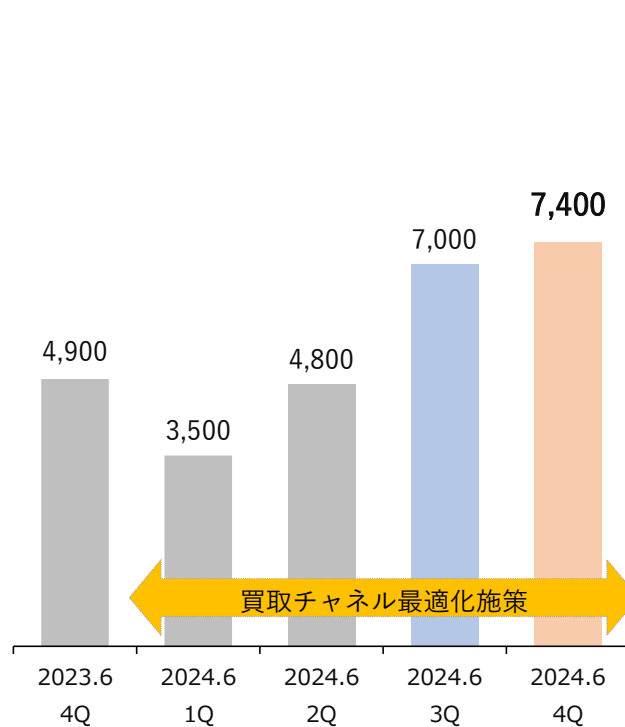
- ✓ 買取チャネルの最適化施策は順調に進捗。出張買取案件の掘り起こしを起点に、宅配買取件数も伸長。想定利益をもとにしたチャネルの振分けはバランスよく積み上がり、総件数としてもYoYで+11.1%の増加（前期4Q・20,800件→当期4Q・23,100件）

（単位：件）

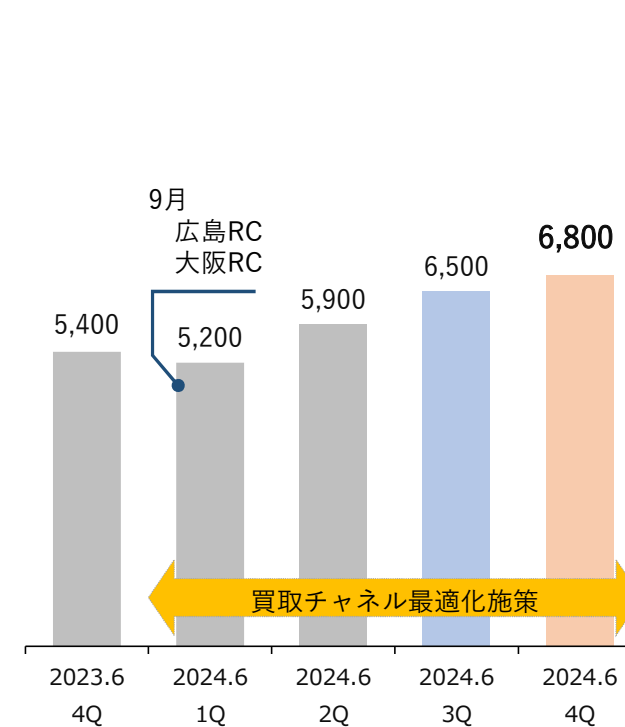
出張買取件数推移



宅配買取件数推移

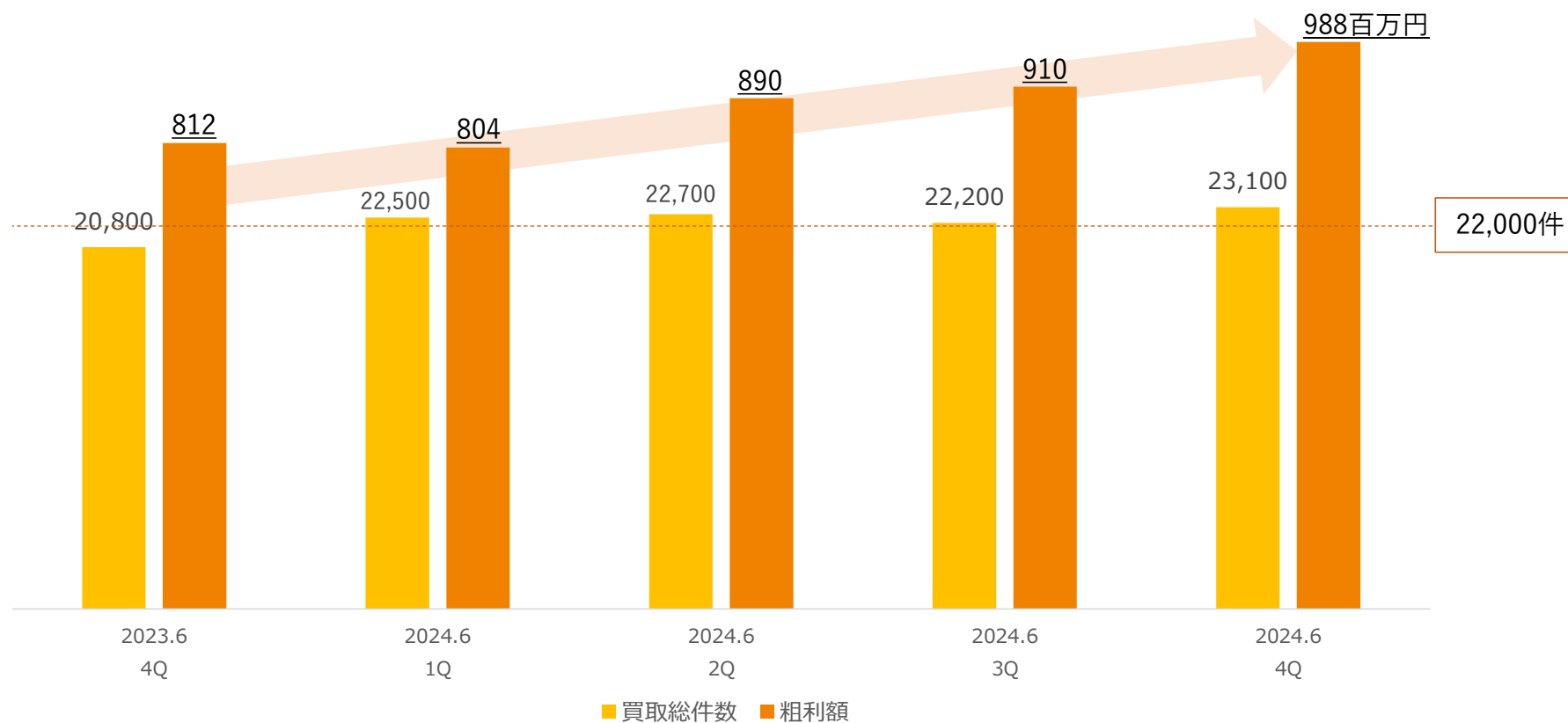


店頭買取件数推移



個人向けリユース分野：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、粗利額の増加傾向つづく

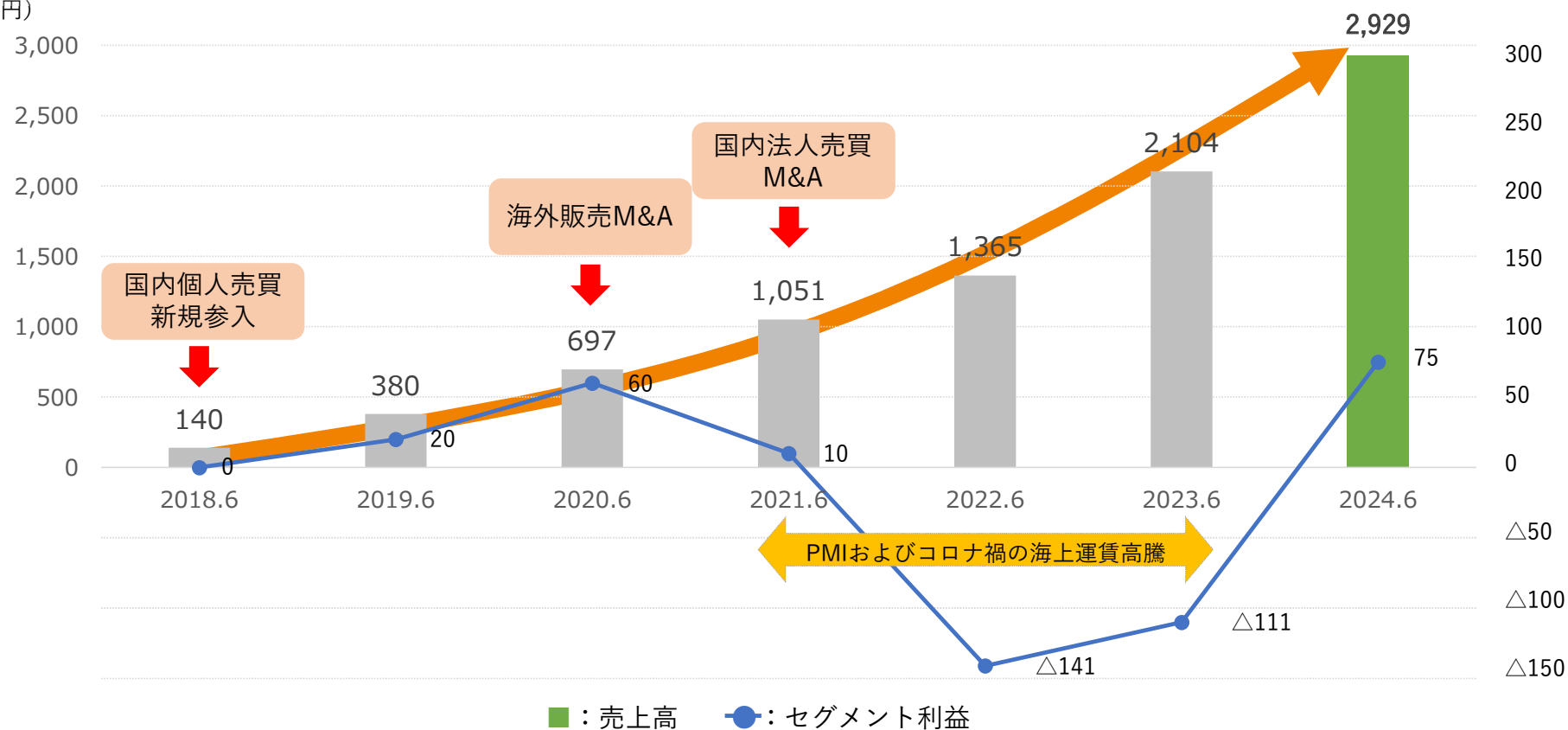


中古農機具分野：売上高・セグメント利益 年度推移

✓ 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)



中古農機具分野：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



中古農機具分野：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

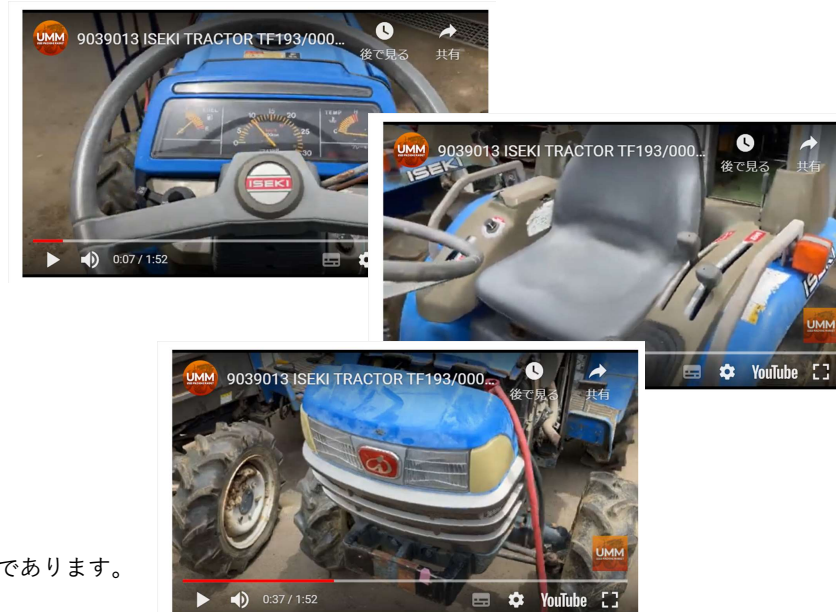
(3/22～英語・スペイン語、4/1～フランス語・ロシア語・ドイツ語・ポルトガル語)



（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

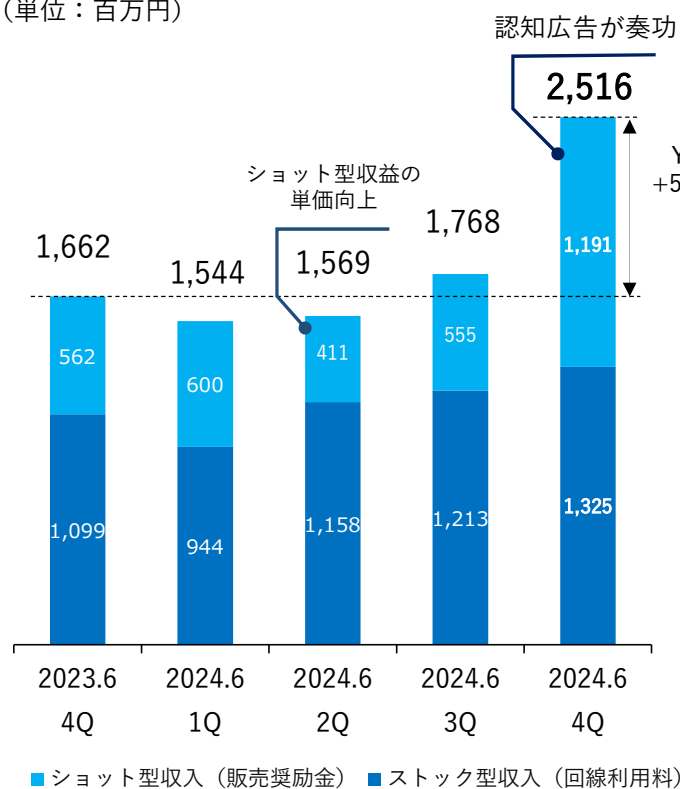
- ✓ 現品チェックが難しい海外ユーザーの不安を解消すべく、販売サイト(FARM MART)において稼働状況等が確認できる商品紹介動画の実装を開始



モバイル通信事業：四半期別業績推移

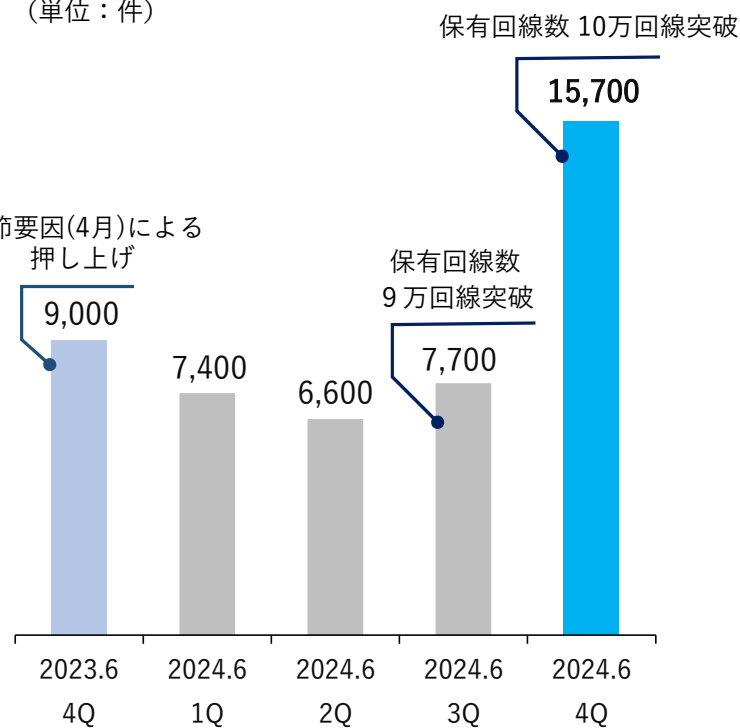
売上高推移

(単位：百万円)



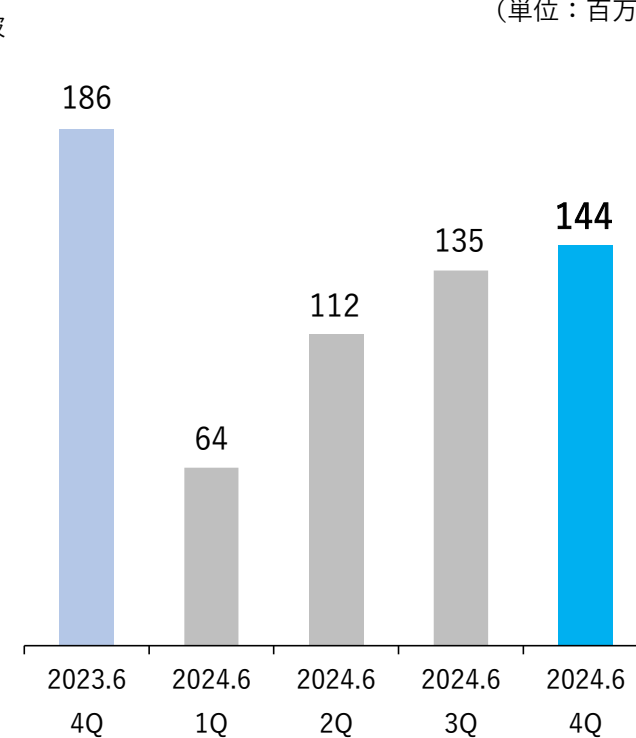
新規回線契約獲得数推移

(単位：件)



セグメント利益推移

(単位：百万円)



●直近の業績推移（2024年6月期）

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、

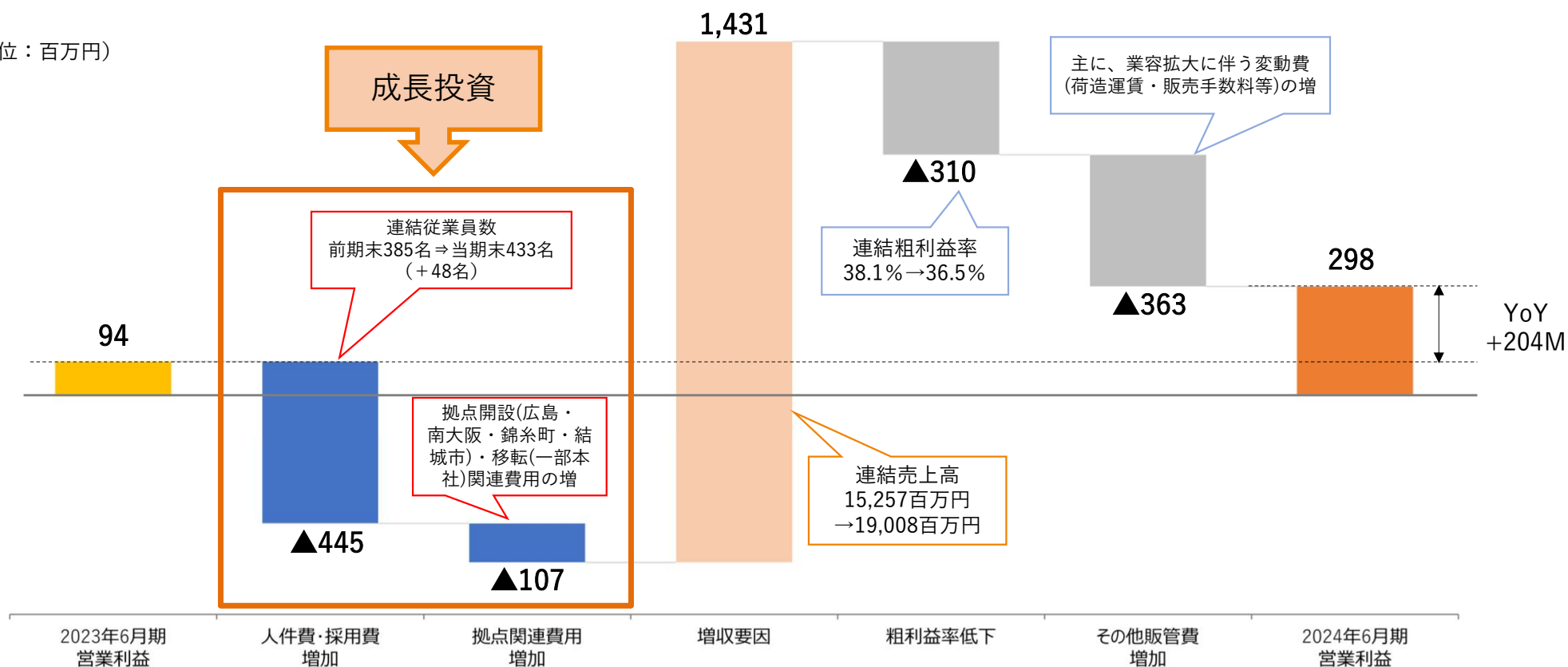
・当期純損失 : 476百万円（前年同期は290百万円の利益）

2024年6月期 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)



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	(-)
	モバイル	△ 7	(-)	57	(-)	79	(-)	4	(-)	134	(-)
	調整額	△ 220	(-)	△ 200	(-)	△ 252	(-)	△ 237	(-)	△ 911	(-)
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%)
	モバイル	28	(-)	58	(101.5%)	180	(225.8%)	186	(44.3.4%)	454	(336.8%)
	調整額	△ 263	(-)	△ 220	(-)	△ 291	(-)	△ 357	(-)	△ 1,132	(-)
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

人員増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

過年度実績：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 実績	2021.6 実績	2022.6 実績	2023.6 実績	2024.6 実績	2025.6 業績予想	
売上高	10,904	10,875	11,986	15,257	19,008	23,000	
±成長率	-	△0.3%	+10.2%	+27.3%	+24.6%	+21.0%	高い成長水準を維持
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]	[32.9%]	[35.2%]	[38.3%]	[37.5%]	[34.9%]		販管費率は相対的に低下
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	700	

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 (内、デリバティブ評価損▲197)	650 ※	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

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、株主優待制度を設けております。
- ✓ 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



- ➡ なお今後とも株主優待制度の拡充をはじめ、具体的な株主還元施策の実施について継続的に議論を進めてまいります



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/tekiiji/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）