

本資料は、2023年8月14日公表の「2023年6月期通期決算説明及び中期経営計画ローリング資料」より一部を抜粋・再構成したものです。



2023年6月期 通期決算説明資料

2023年8月14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

2023年6月期 通期決算概況 (P.4~)

2

セグメント別事業概況 (P.15~)

3

2024年6月期以降の3カ年計画 (P.41~)

4

Appendix (P.55~)

3

2024年6月期以降の3カ年計画



事業内容

✓「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、ネット型リユース中心に多角的に展開

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



リユース



プラットフォーム



趣味



モバイル通信

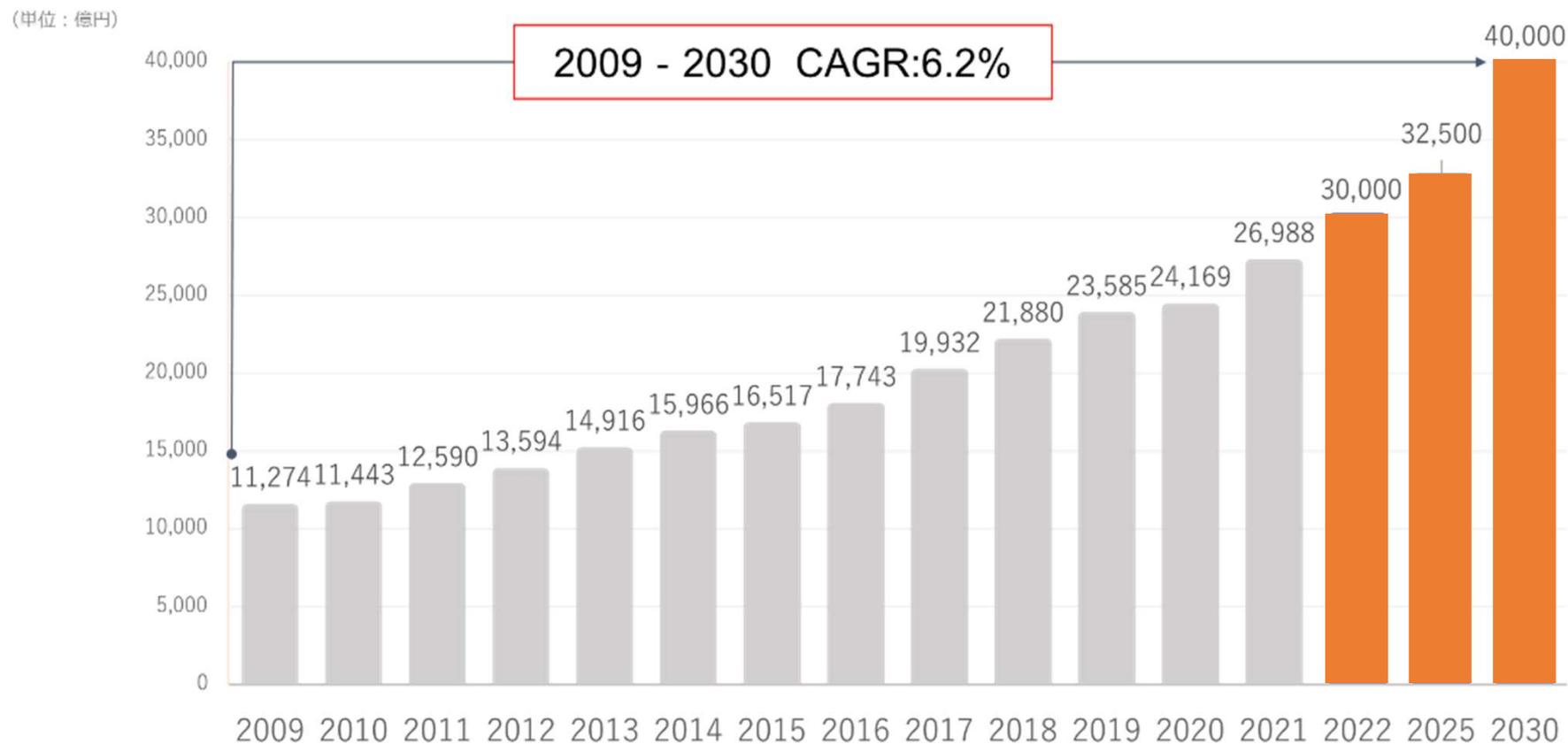


サービスブランド



当社の市場認識：リユース市場の拡大

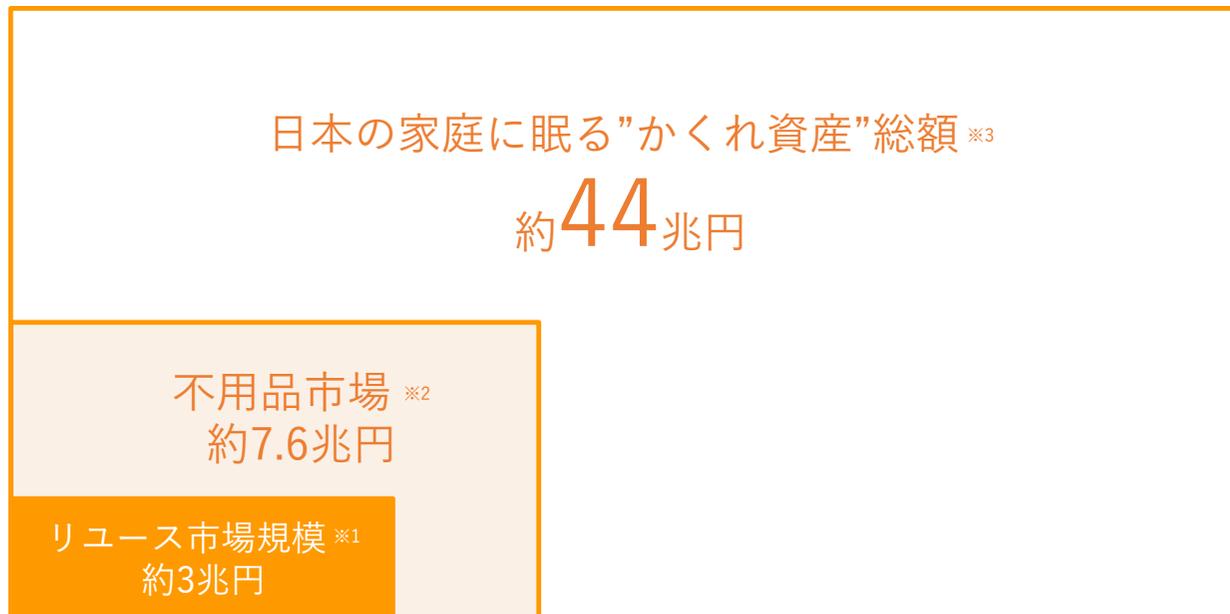
✓ リユース市場は順調に拡大



出展：リサイクル通信より当社作成

当社の市場認識：潜在リユース市場

- ✓ 「かくれ資産」は約44兆円
- ✓ 「かくれ資産」の65%は50代以上のシニア層が保有

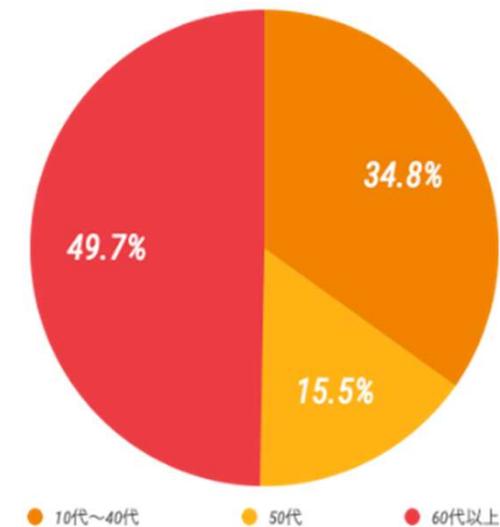


※1:リサイクル通信

※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



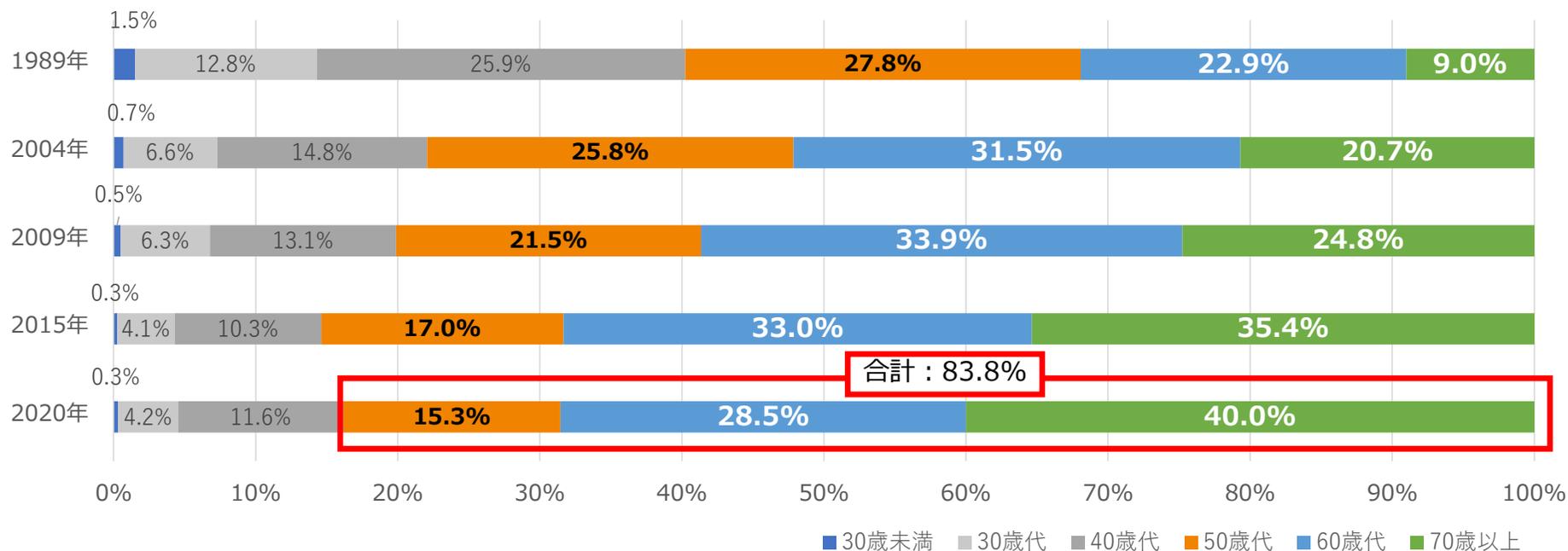
※:メルカリ 2021年版 日本の家庭に眠る“かくれ資産”調査プレスリリースより（2021年12月）

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

当社の市場認識：個人金融資産の世代別保有状況

- ✓ 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



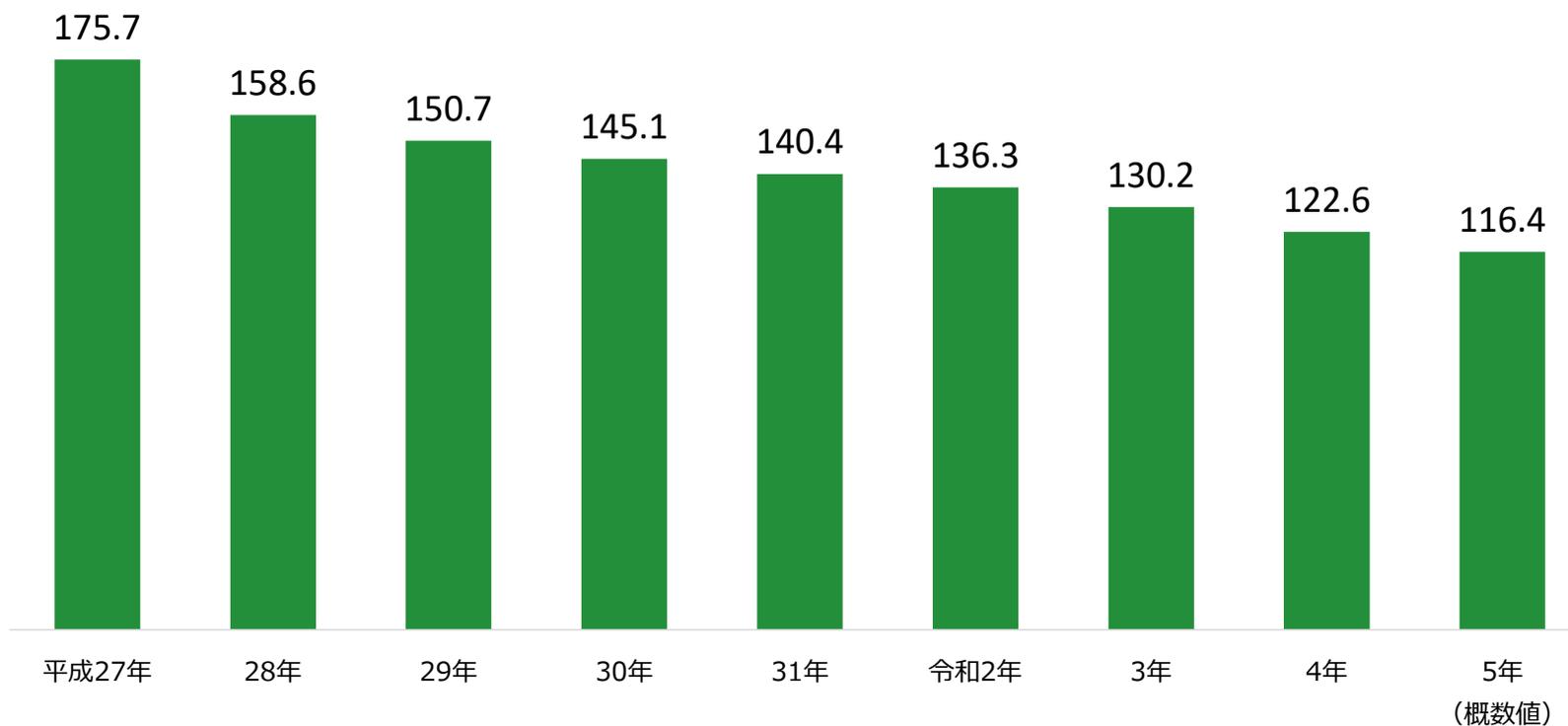
出展：総務省「全国消費実態調査」（二人以上の世帯）注：金融資産とは貯蓄現在高（負債現在高控除前）による

当社の市場認識：農業人口の減少

✓ 国内の農業就業人口は年々減少傾向

● 基幹的農業従事者（個人経営体）※

（単位：万人）



※「基幹的農業従事者」とは、普段仕事として主に自営農業に従事している者をいう

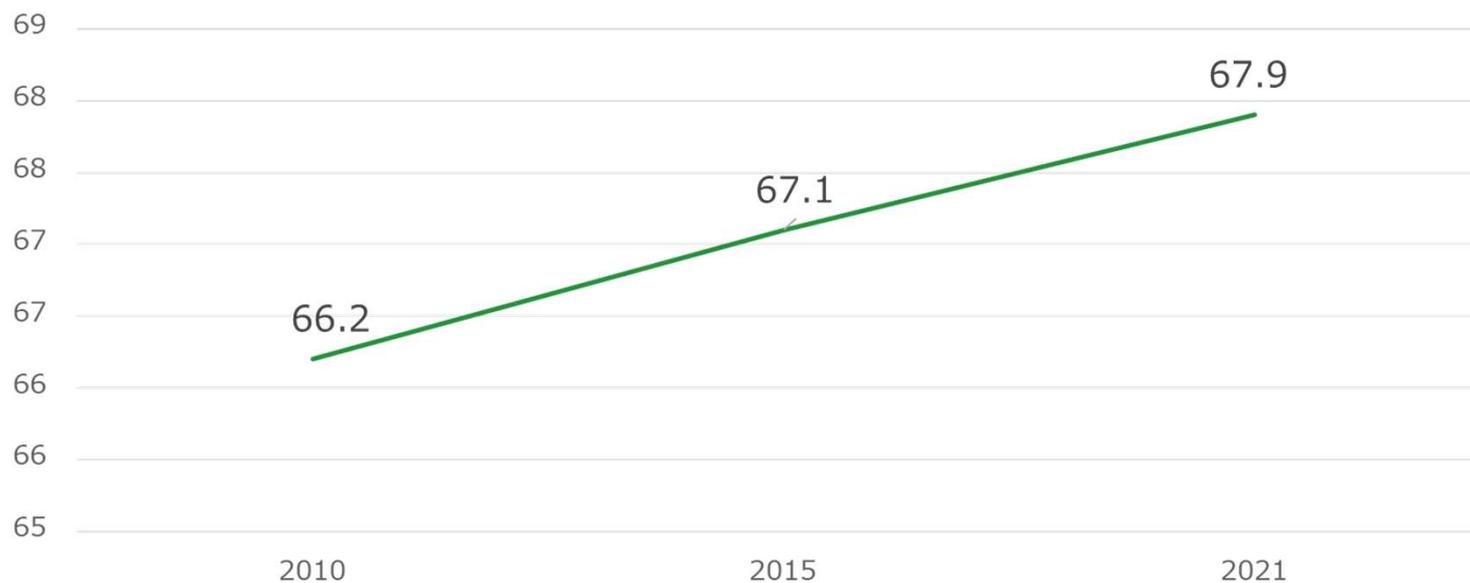
出典：農林水産省：農業労働力に関する統計より作成

当社の市場認識：農業人口の減少

✓ 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

● 基幹的農業従事者数と平均年齢

単位：歳



出典：農林水産省「令和3年度食料・農業・農村白書」より当社作成

当社グループの全体戦略

- ✓ 人口動態をはじめとした社会情勢を背景に、持続可能かつ最適な消費行動を提案
- ✓ 「持続可能な社会」の実現のために、デジタルを基盤に多角的な事業展開

最適化ビジネス



DX

「持続可能な社会を実現する最適化商社」

2024年6月期 セグメント別売上高計画

- ✓ 全セグメントにおいて、増収の計画。連結売上高は当初公表の中計を維持
- ✓ 直近の事業進捗に鑑み、セグメント毎の売上高を修正

(単位：百万円)	2024年6月期通期			2022年8月公表の中計	
	計画	前期実績	前期比	計画	計画比
ネット型リユース事業	12,200	8,392	+45.4%	13,744	▲11.2%
個人向けリユース	9,000	6,146	+46.4%	10,000	▲10.0%
マシナリー	3,000	2,104	+42.6%	3,000	—
おいくら	200	141	+41.2%	744	▲73.2%
メディア	800	775	+3.1%	800	—
モバイル	7,000	6,204	+12.8%	5,500	+27.3%
連結売上高合計	20,000	15,257	31.1%	20,000	—

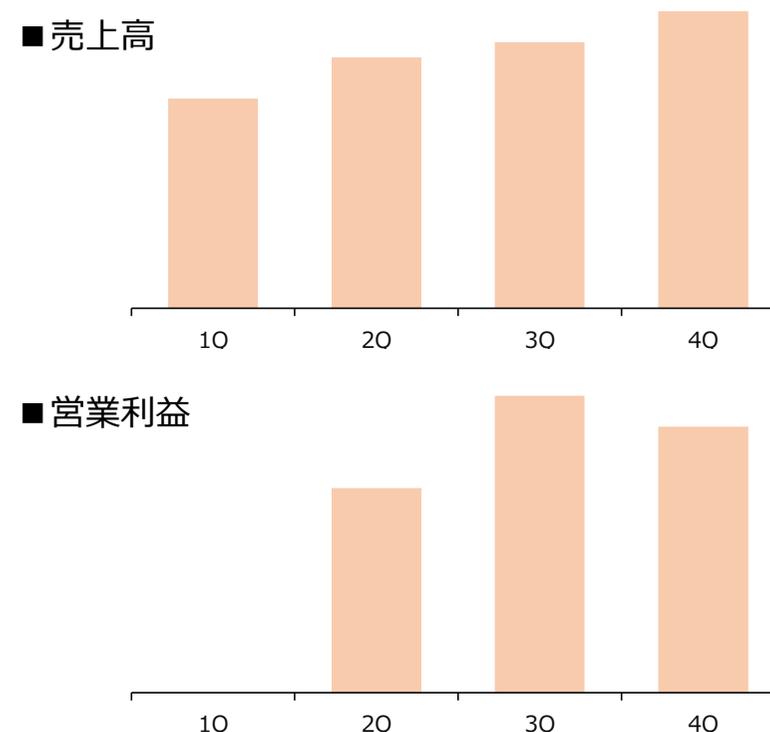
2024年6月期 連結業績計画

- ✓ 売上高 = 200億円（2022年8月公表の中計比同水準）、営業利益8億円（同▲4.0億円）の計画
- ✓ 1Q～2Q前半に2つの新規拠点開設及びコンタクトセンター増設を行うため、1Qは費用が先行
- ✓ 経常利益以下については、2023年6月期末現在と同等の株価水準を前提とする。

2024年6月期 通期計画

(単位：百万円)	2024年6月期通期		
	計画	前期実績	計画比
売上高	20,000	15,257	+31.1%
売上総利益	8,500	5,820	+46.0%
営業利益	800	94	+745.3%
経常利益	745	278	+167.5%
親会社株主に 帰属する当期純利益	370	290	+27.4%

四半期別売上・営業利益イメージ



前回公表の中計における戦略サマリと現状認識

全体方針

- ✓ ネット型リユース : 個人向けリユースの再拡大とマシナリーの拡大・収益化
- ✓ メディア事業 : 高収益体質を維持しながら、市場水準+αの成長
- ✓ モバイル通信事業 : 保有回線数の拡大によるストック型収益基盤の構築 (= 将来収益の積み上げ)

ネット型リユース事業

メディア事業

モバイル通信事業

当初戦略

- (個人向けリユース)
- 潜在層へのアプローチに向けた、出張買取の強化
- (マシナリー)
- M&Aで取得した、海外輸出及び国内法人取引機能の拡大とPMIによる収益性向上

- 通信分野に依存していた収益基盤の多様化・安定化に向けた、新たな分野への展開

- スtock型収益基盤構築に向けた、保有回線数の拡大

現状認識

- (個人向けリユース)
- 稼働バイヤー数の計画比下振れに伴う進捗遅延。**稼働バイヤー数の拡充が最大の課題**
- (マシナリー)
- PMIが遅れたものの、事業規模は想定通り拡大。4Qで体質改善に成功し黒字化。今後は収益が見込める状況

- 通信以外の分野におけるメディアの立ち上げに成功。収益基盤の多様化が図られ、売上高・利益ともに順調な推移

- 「わかりやすい」「シンプル」「低価格」を差別化要因とし、保有回線数は順調に拡大。売上高、利益、将来収益ともに想定を上回る推移

当初中計と2024年6月期計画との差異要因

✓ 当初中計と今回発表計画の主な差異要因は以下の通り

(単位：百万円)

セグメント	当初公表の中計と2024年6月期計画との差異要因	営業利益影響額
ネット型リユース	個人向けリユースにおける期初時点の稼働バイヤー数下振れ	▲200
	個人向けリユースへの追加投資（南大阪拠点、広島拠点、コンタクトセンター増設）	▲150
モバイル通信	既存保有回線数（＝ストック型収入）の上振れと新規契約回線獲得数見込の上振れ	+100
全社	現本社在籍ビルの建て替えに伴う、本社移転費用（3Q後半～4Q）	▲100
上 記 合 計		▲350

2024年6月期を期初とする3カ年計画①

- ✓ 前回公表の中計における戦略を踏襲しつつ、2023年6月期の遅れを取り戻し、かつ、投資の継続により2026年6月期には売上高300億円、営業利益20億円の達成を目指す

■ 当初公表の3カ年計画

(単位：百万円)

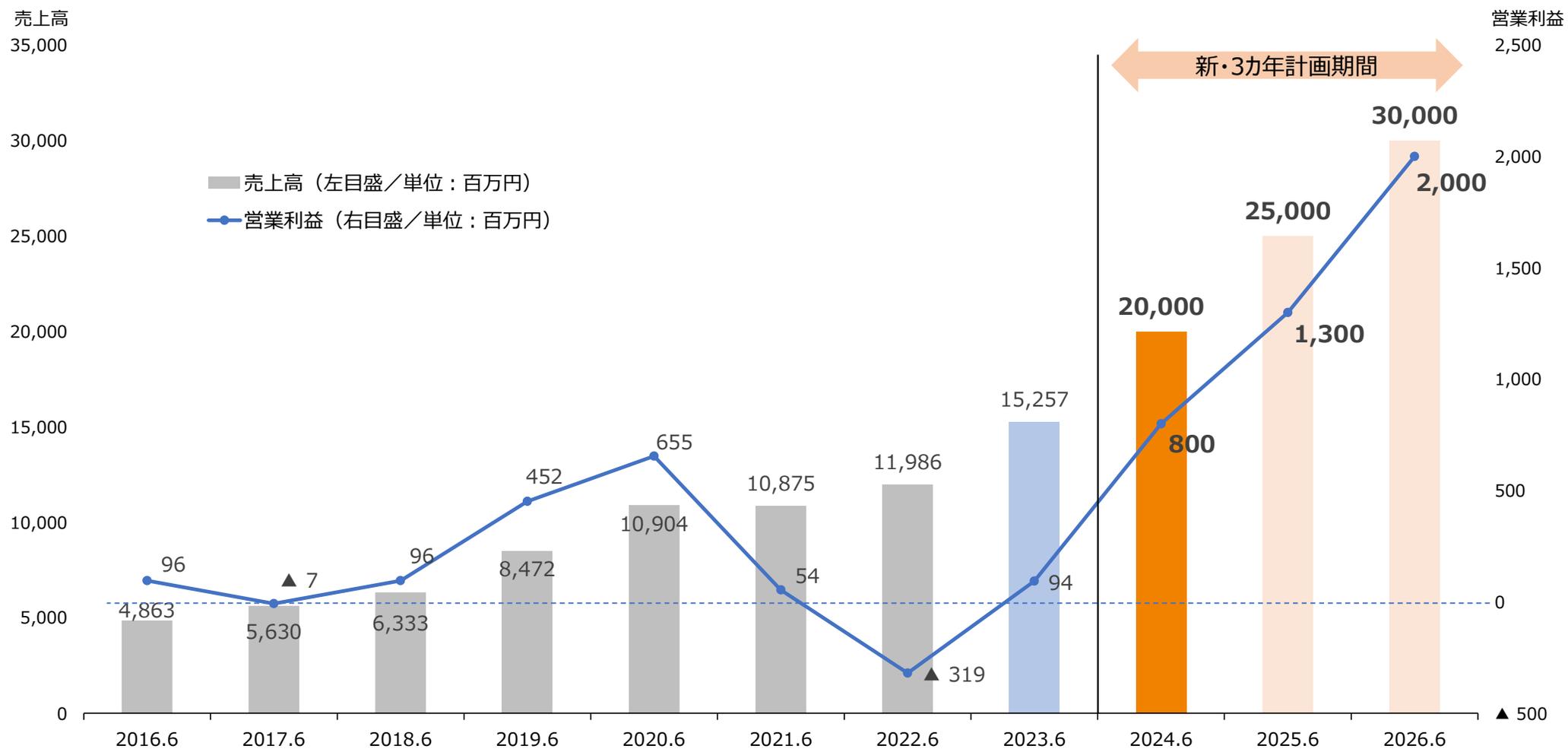
	2022年6月期		2023年6月期		2024年6月期
	計画	実績	計画	実績	計画
売上高	12,000	11,986	15,000	15,257	20,000
営業利益	▲400	▲319	300	94	1,200

■ 新・3カ年計画

	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期
	計画	計画	計画
売上高	20,000	25,000	30,000
営業利益	800	1,300	2,000

2024年6月期を期初とする3カ年計画②

✓ 上場来の実績推移及び今後の3カ年計画は以下の通り



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



持続可能な社会を実現する
最適化商社