



2022年6月期 決算説明会資料

2022年8月12日



証券コード：3135

Agenda

1. 2022年6月期 決算概況

取締役管理本部長 CFO 今村 健一

- ① 連結決算概況
- ② セグメント別概況

2. 中期経営計画の進捗について

代表取締役社長 CEO 小林 泰士

- I 中期経営計画の進捗について
- II 当社の市場認識と注力戦略について
- III 今期の事業別戦略について

Agenda

1. 2022年6月期 決算概況

取締役管理本部長 CFO 今村 健一

- ① 連結決算概況
- ② セグメント別概況

2. 中期経営計画の進捗について

代表取締役社長 CEO 小林 泰士

- I 中期経営計画の進捗について
- II 当社の市場認識と注力戦略について
- III 今期の事業別戦略について

売上は創業来過去最高を記録 計画並みで着地

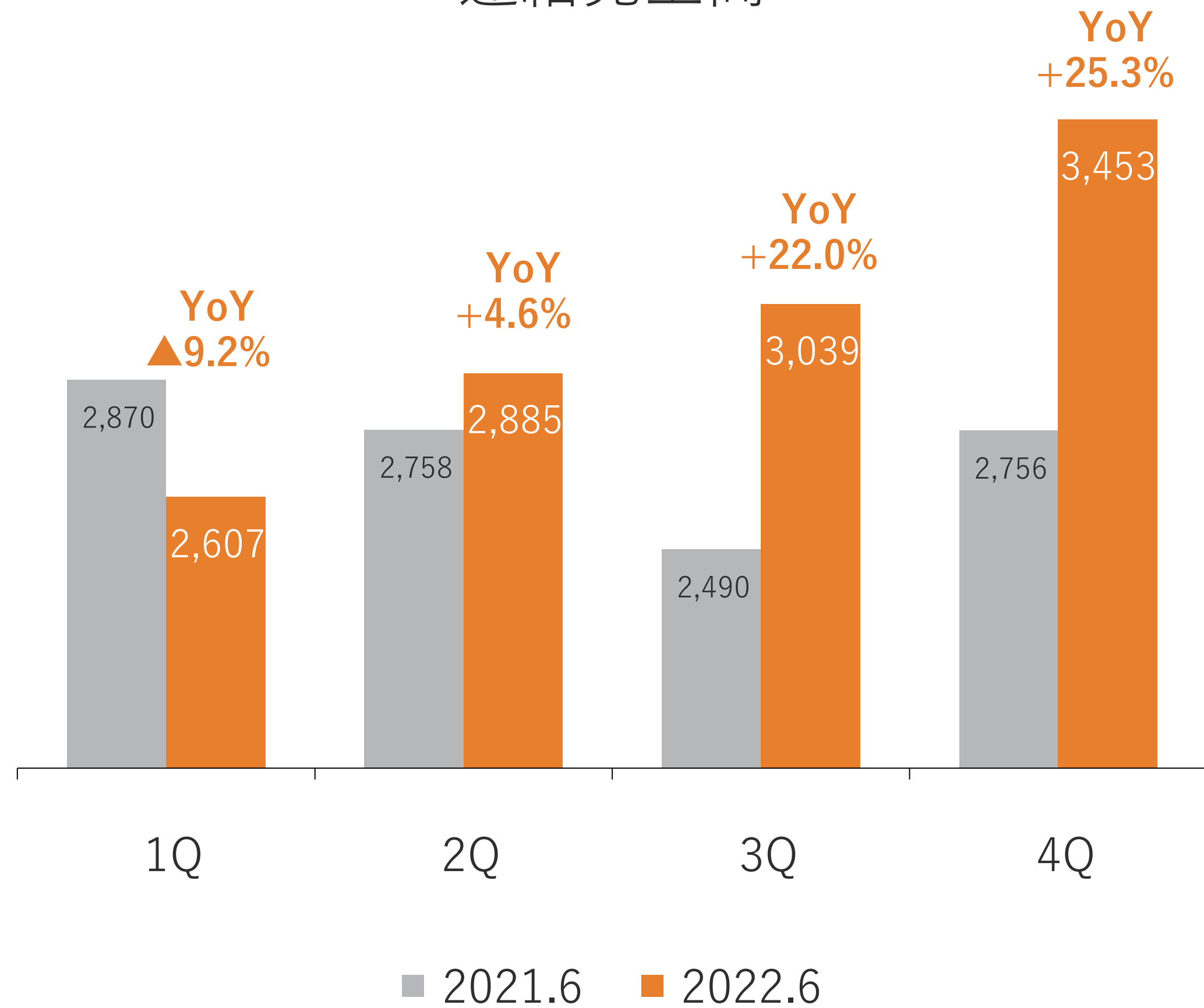
(単位：百万円)	2021年 6月期実績 (A)	2022年 6月期実績 (B)	B/A	2022年 6月期計画 (C)	B/C
売上高	10,875	11,986	+10.2 %	12,000	▲0.1%
営業利益	54	▲ 319	—	▲ 400	—
経常利益	32	▲ 328	—	▲ 405	—
親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 40	▲ 404	—	▲ 440	—

第2四半期以降は増収基調 **第4四半期は四半期として過去最高の売上を記録**

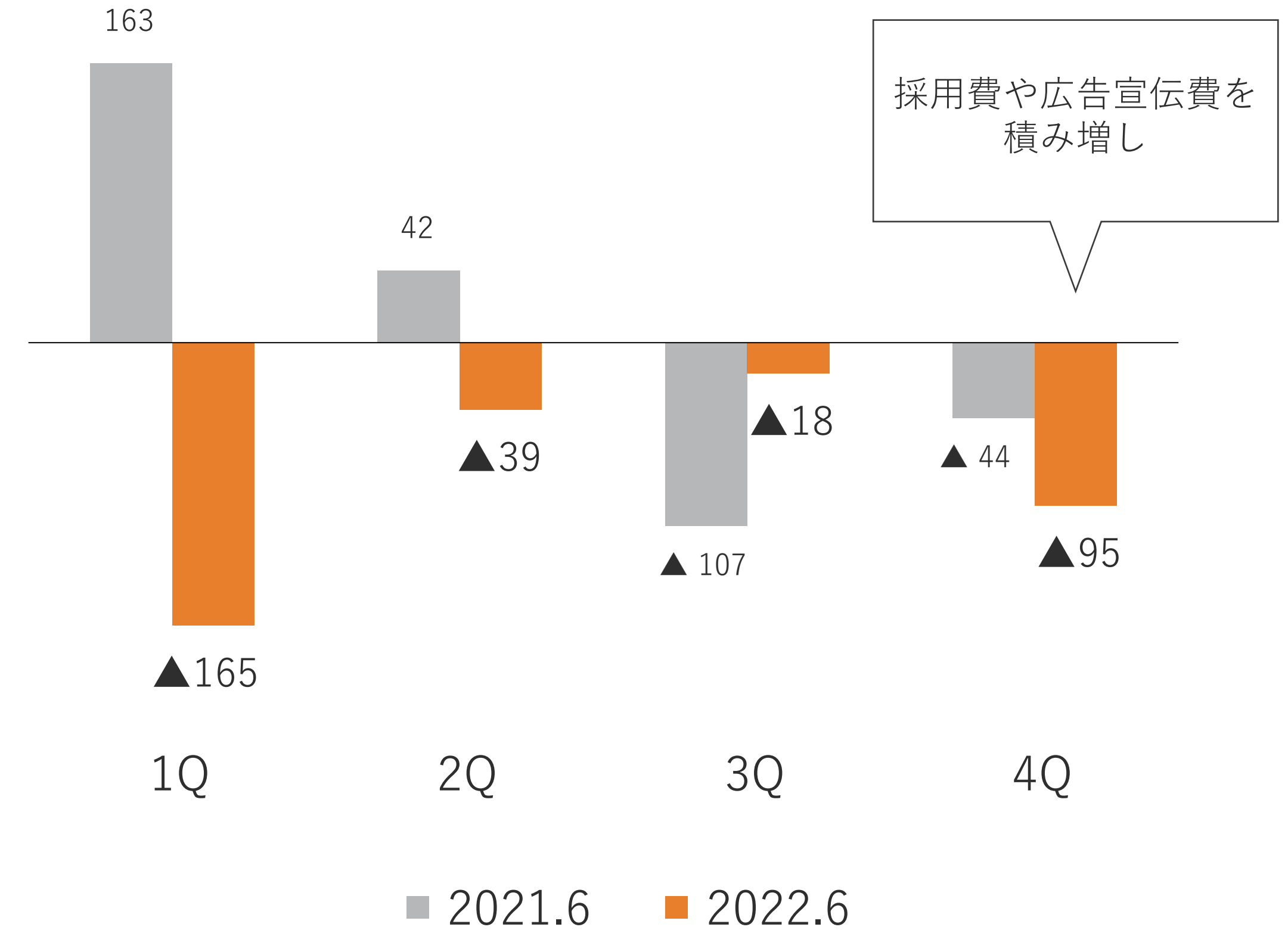
第4四半期は広告・採用面での投資を加速

(単位：百万円)

連結売上高



連結営業損益



Agenda

1. 2022年6月期 決算概況

取締役管理本部長 CFO 今村 健一

- ① 連結決算概況
- ② セグメント別概況

2. 中期経営計画の進捗について

代表取締役社長 CEO 小林 泰士

- I 中期経営計画の進捗について
- II 当社の市場認識と注力戦略について
- III 今期の事業別戦略について

全事業セグメントが増収

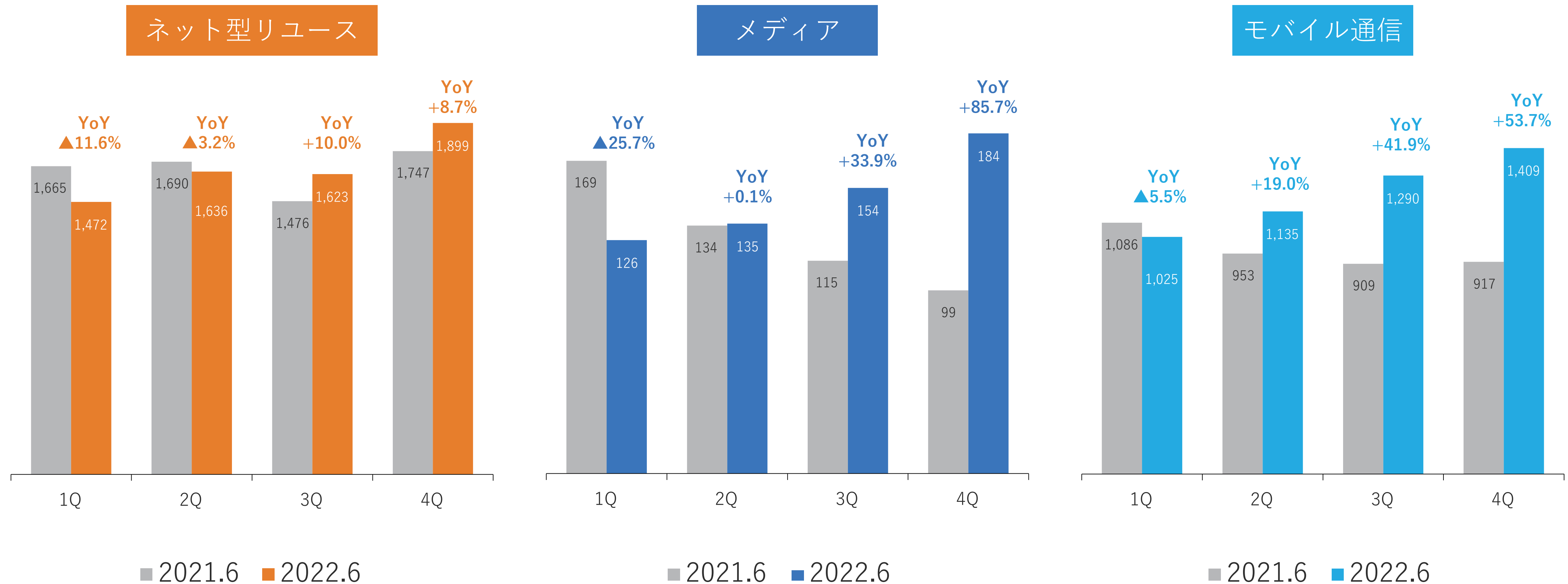
(単位：百万円)	2021年6月期 (実績)	2022年6月期 (実績)	前期比
売上高	10,875	11,986	+10.2%
ネット型リユース	6,580	6,631	+0.8%
メディア	519	599	+15.5%
モバイル通信	3,866	4,861	+25.7%
調整額	▲ 89	▲ 105	—

セグメント別概況②：四半期セグメント別売上高

各セグメントとも下半期以降は増収基調

特に**第4四半期のネット型リユースは過去最高の売上を記録**

(単位：百万円)

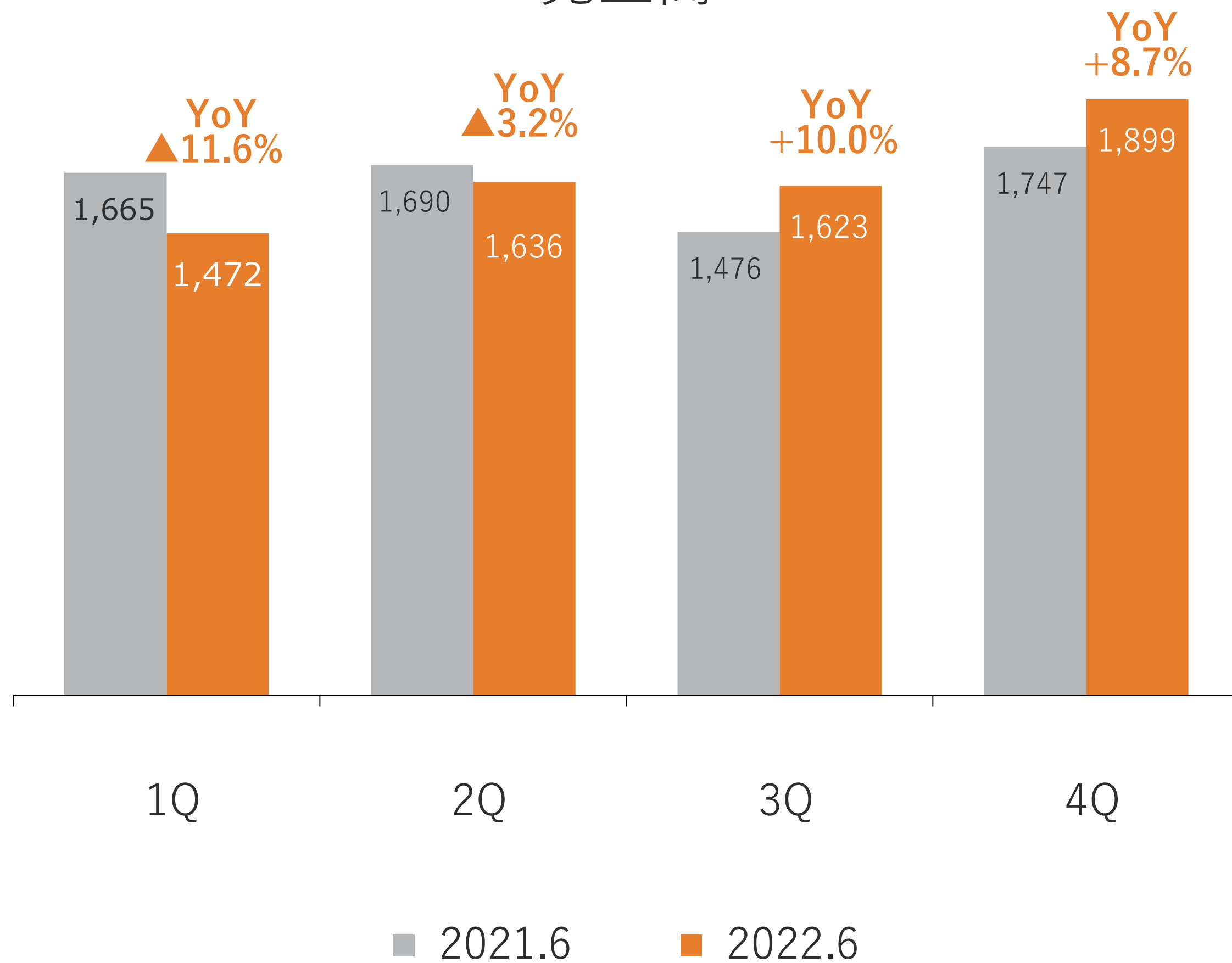


／ ネット型リユース事業

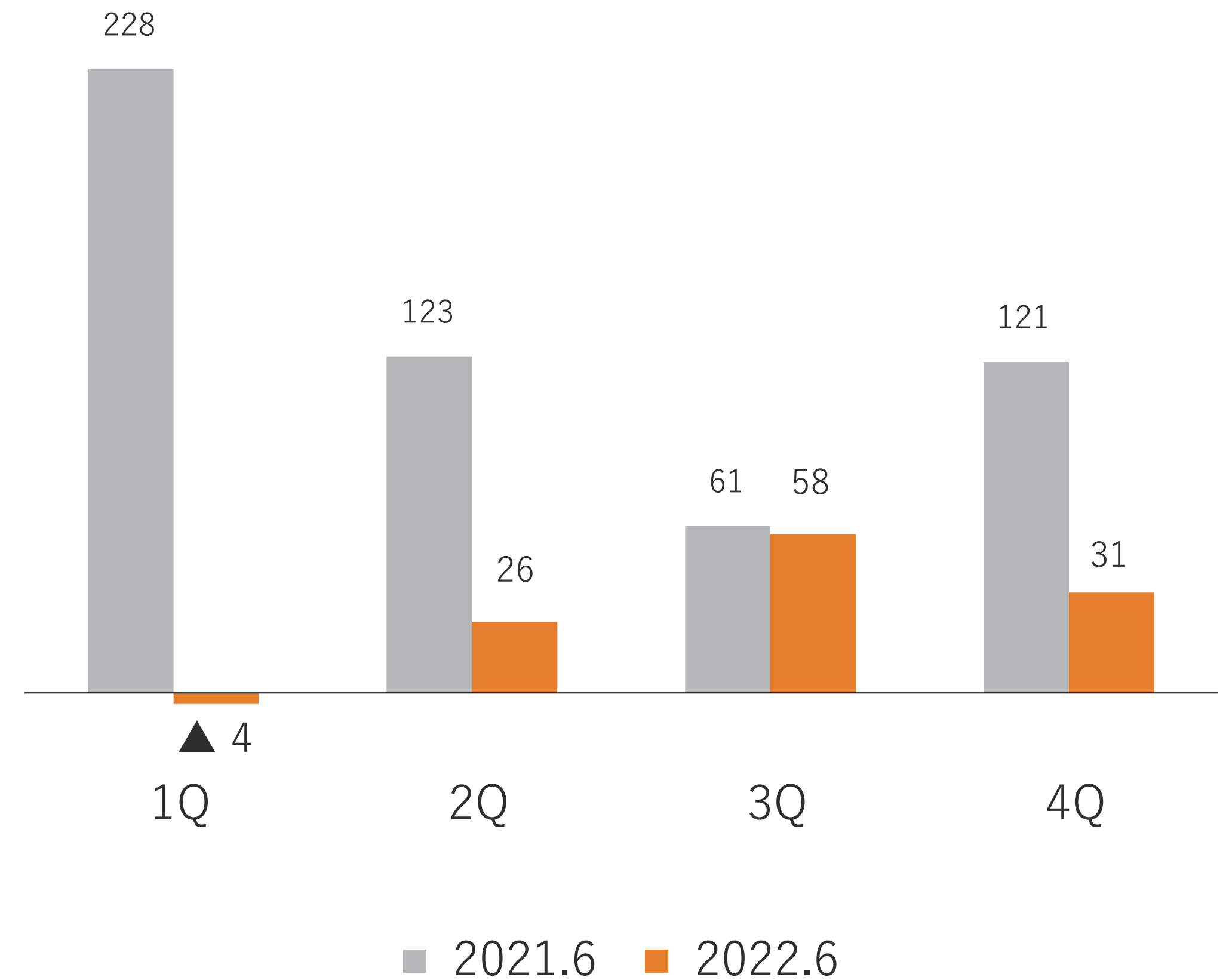
下期以降は増収・利益改善

(単位：百万円)

売上高



セグメント利益



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

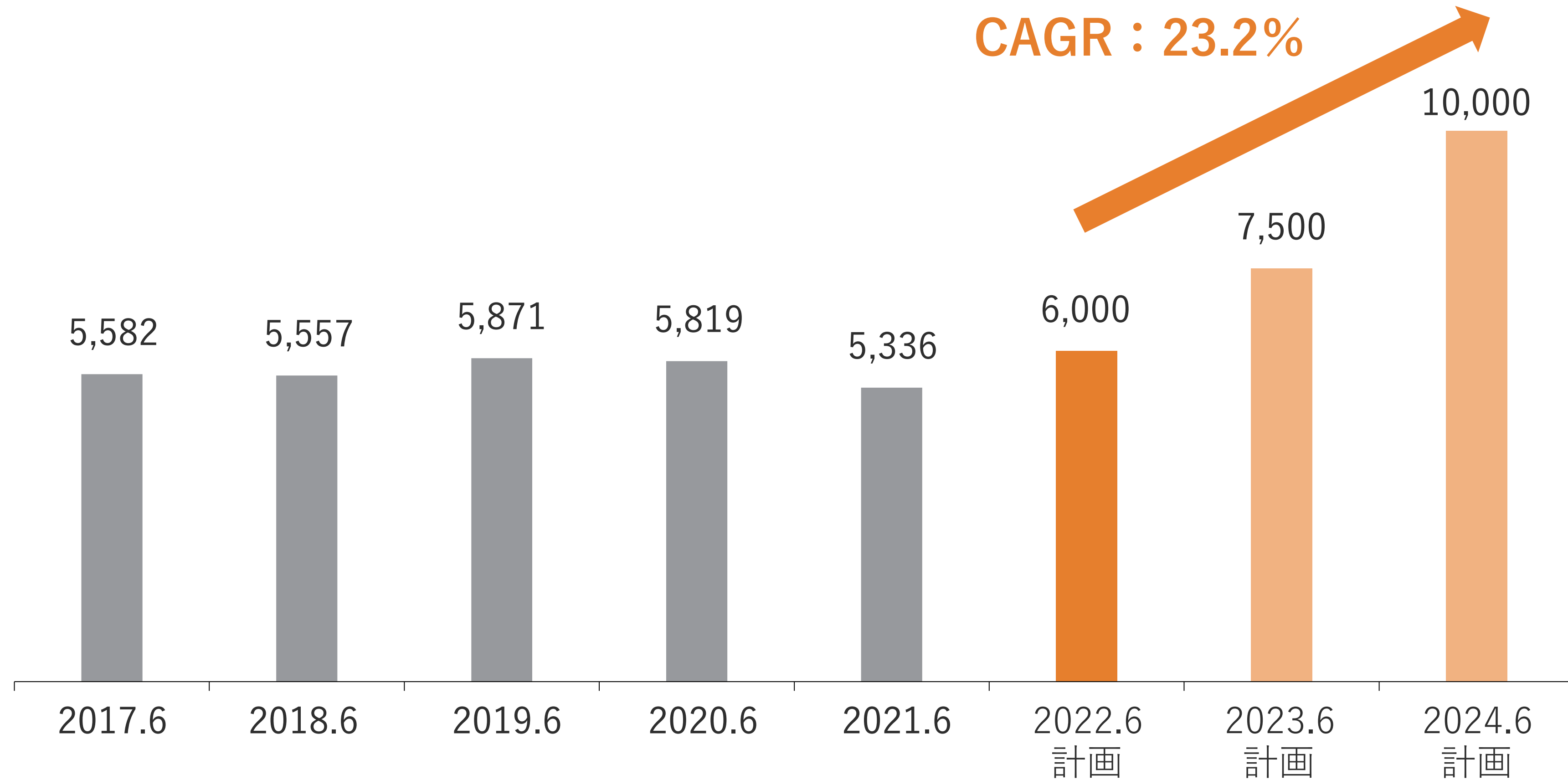
買取依頼数・買取能力の両面で再拡大方針にシフト そのための基盤を整備する

買取依頼数増加

買取能力の増強

依頼数の増加、買取能力の拡充により年平均 20%以上の成長を目指す

（単位：百万円）

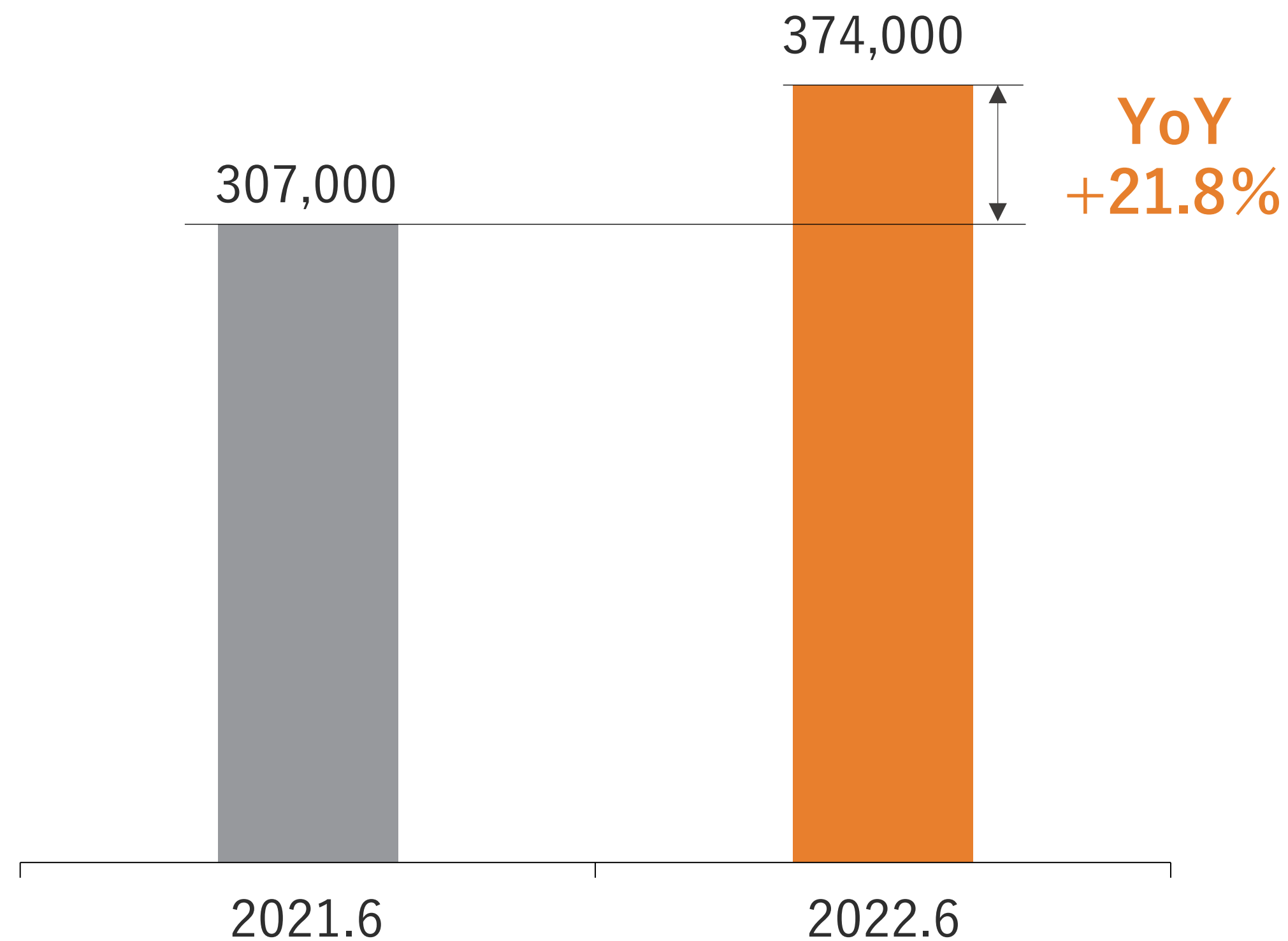


買取依頼数：積極的なマーケティング施策が奏功し**増加基調**で推移

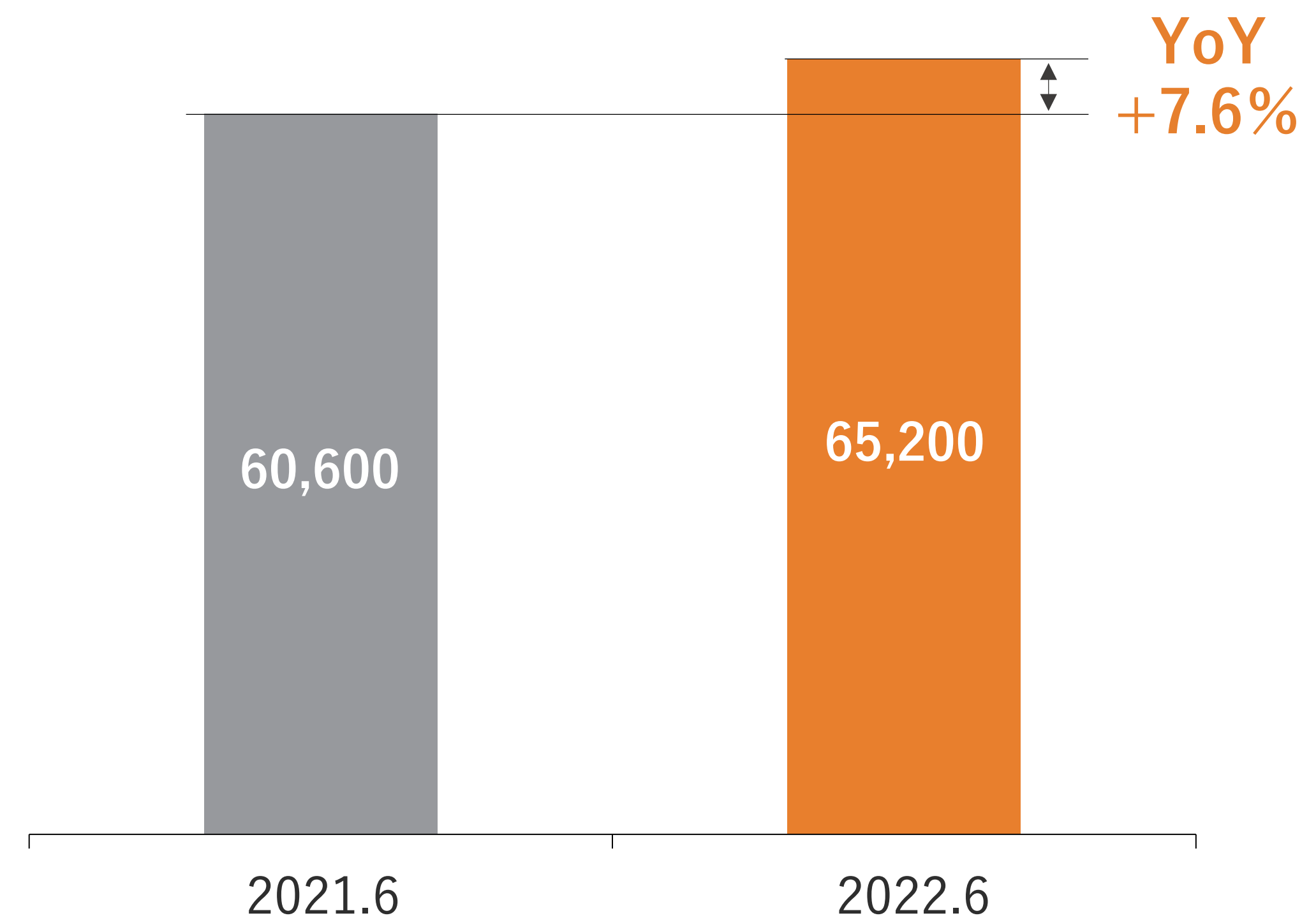
買取件数：出張買取人員の採用の遅れから 買取依頼数に比べて小幅な成長率となった

(単位：件)

買取依頼数 ※



買取件数 ※

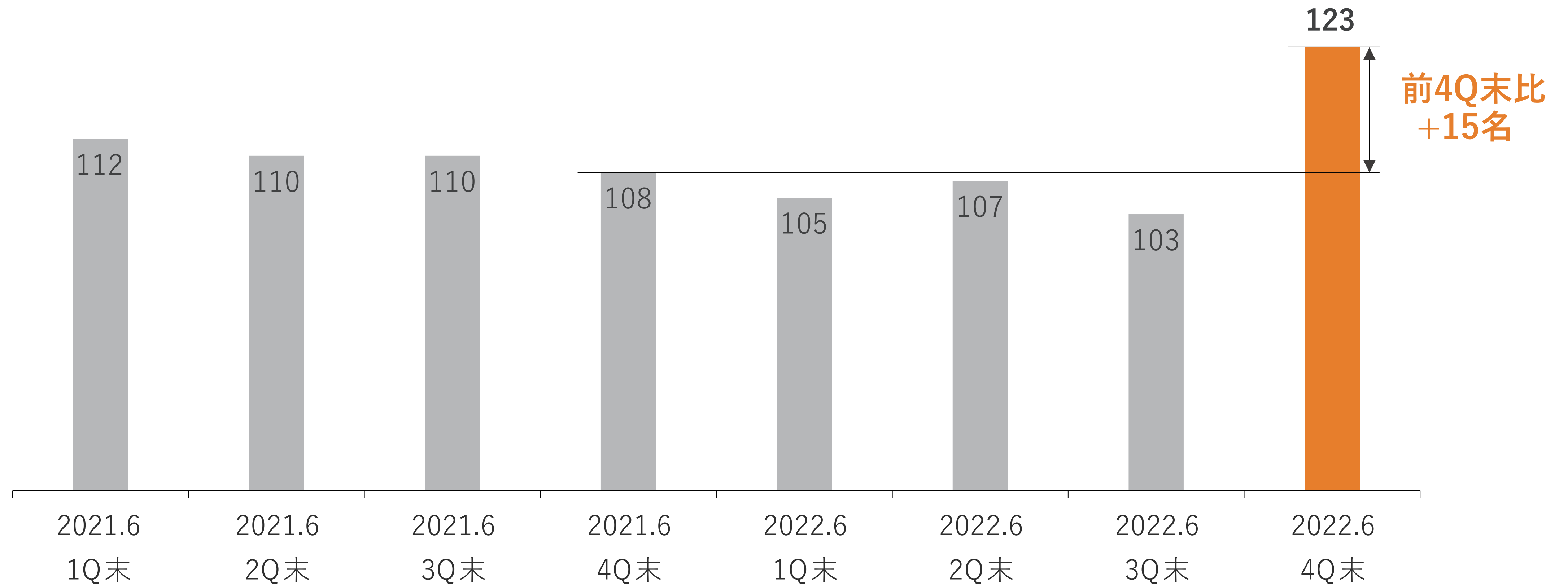


※買取依頼数、買取件数ともマシナリー（農機具）を除く個人向けリユースのみの数値に修正

新卒配属及び下期にかけての中途採用施策が奏功し **4Q 末従業員数は増加**

(単位：人)

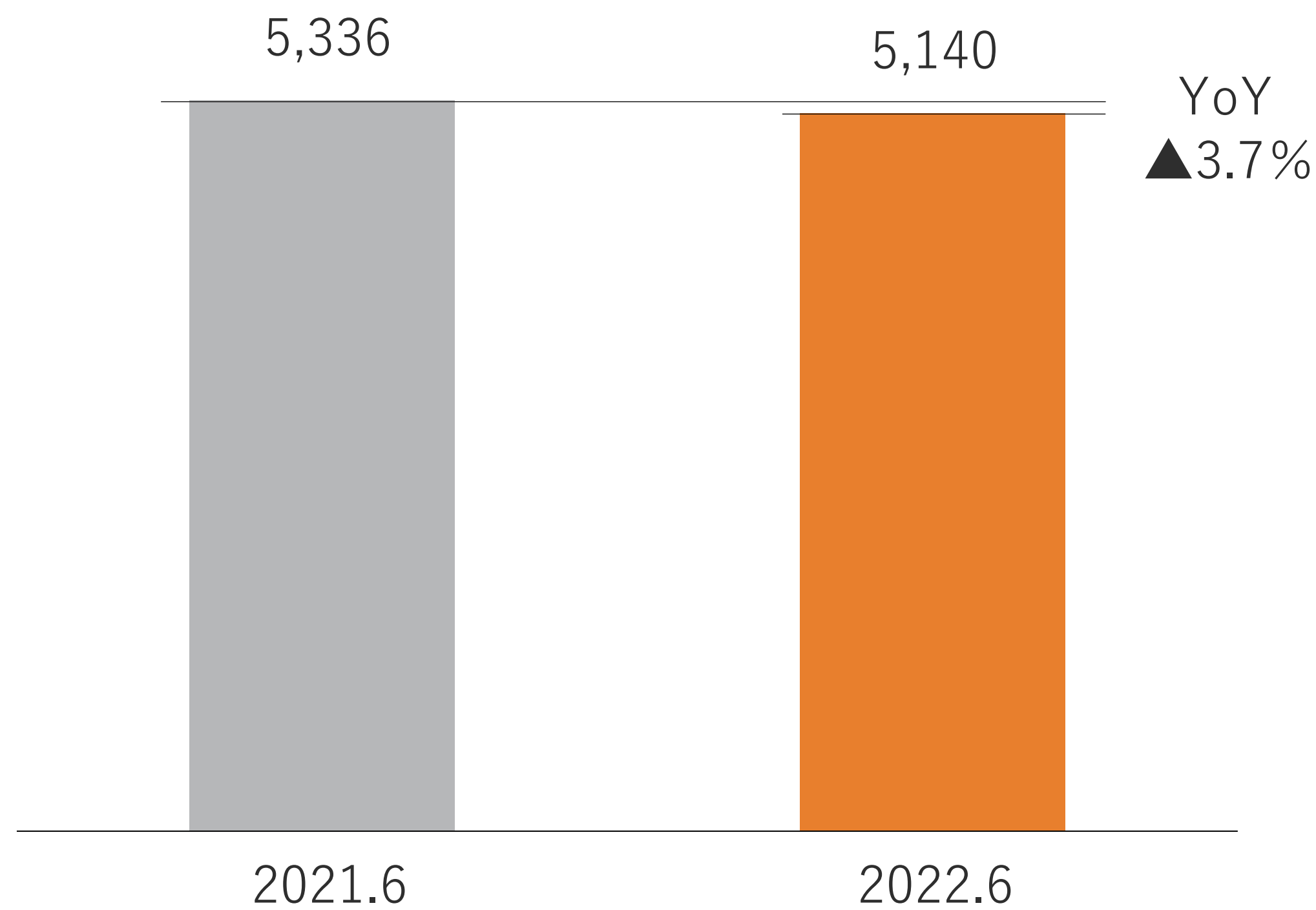
リユース事業本部従業員数推移



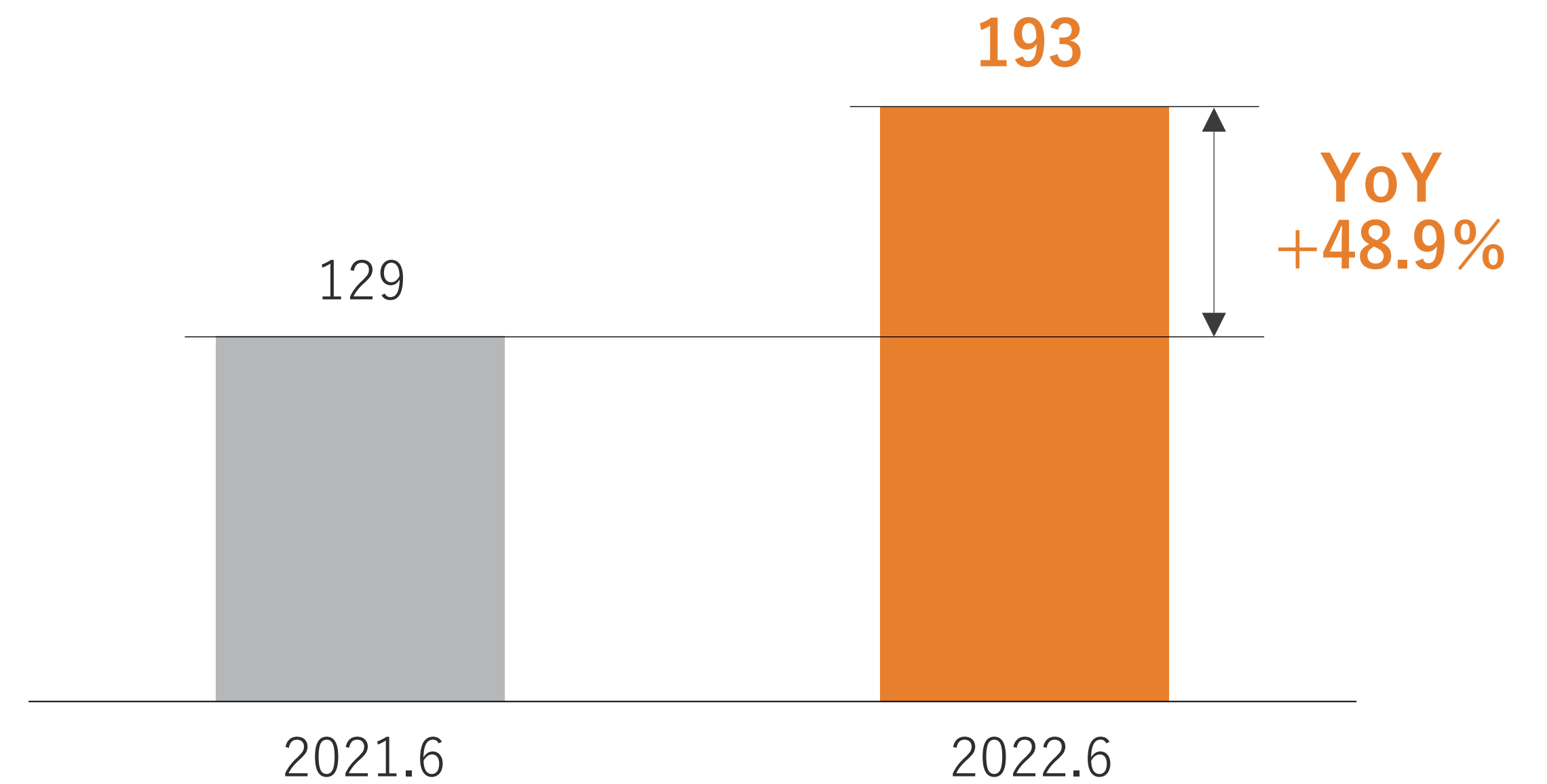
売上高は前期比微減収も **在庫は前期末を大幅に上回る水準を確保**

(単位：百万円)


売上高



在庫金額

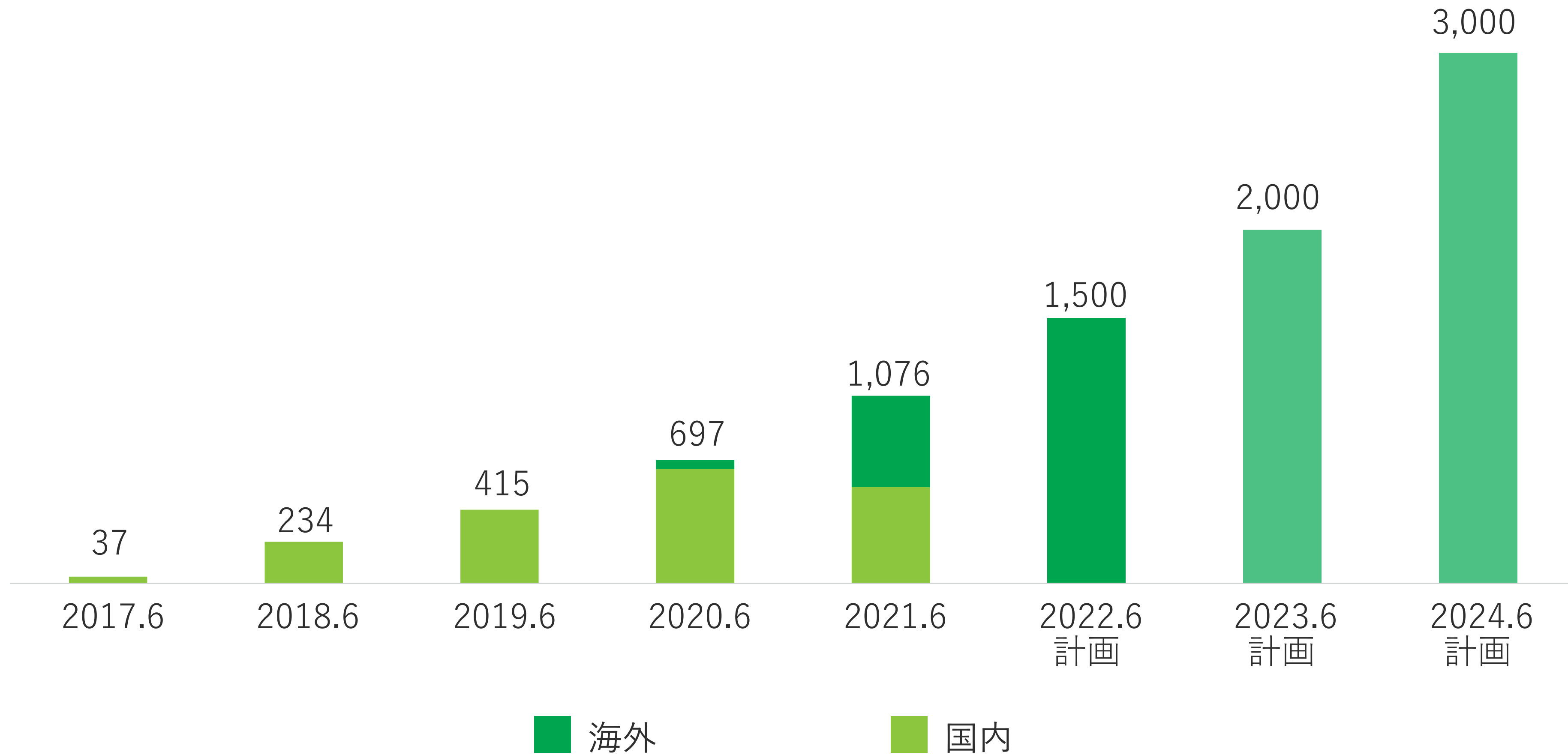


ネット型リユース事業

- ① 個人向けリユース
-  ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

高成長を続ける計画

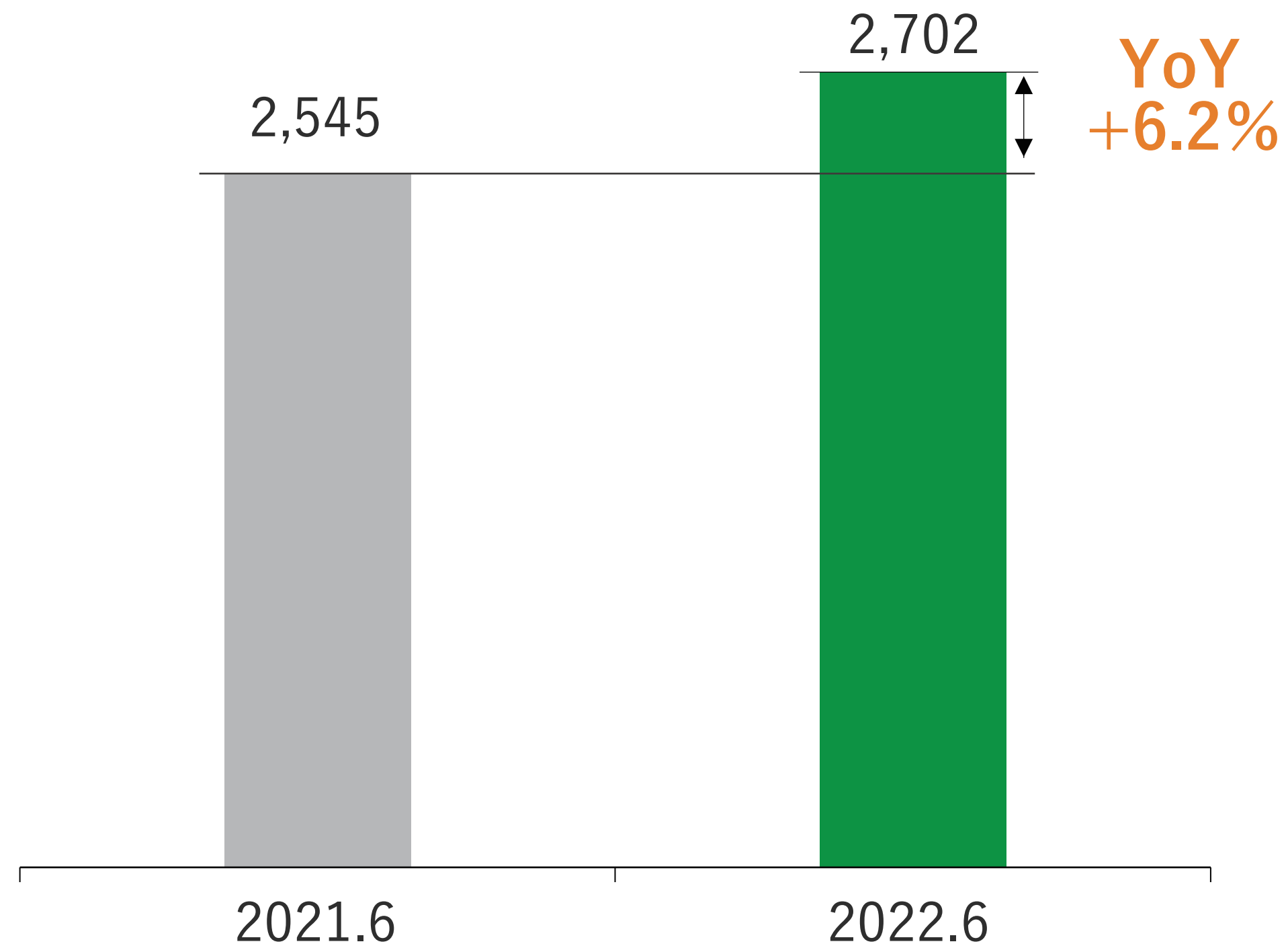
（単位：百万円）



買取は好調に推移

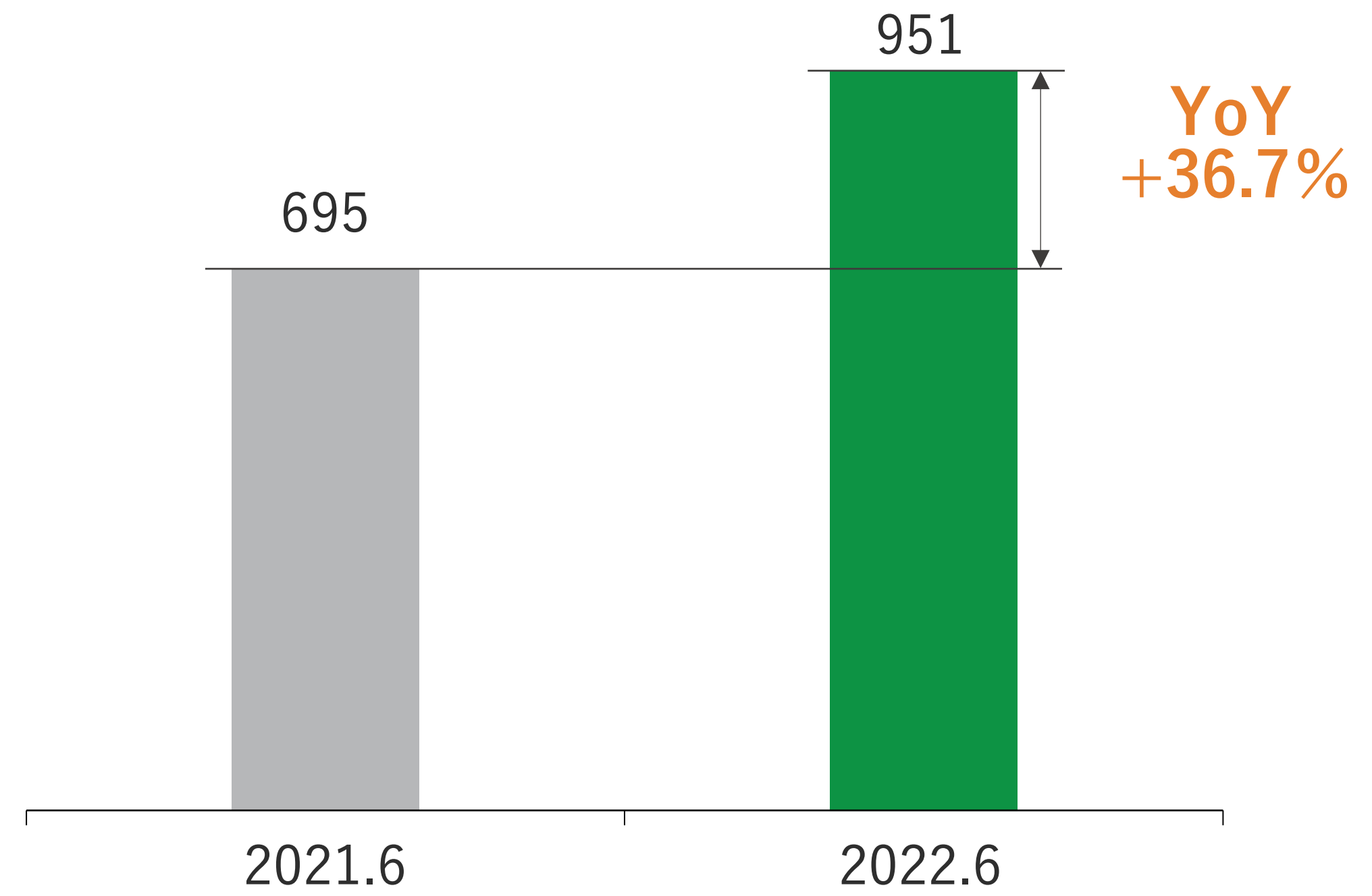
(単位：件)

買取件数



(単位：百万円)

買取金額

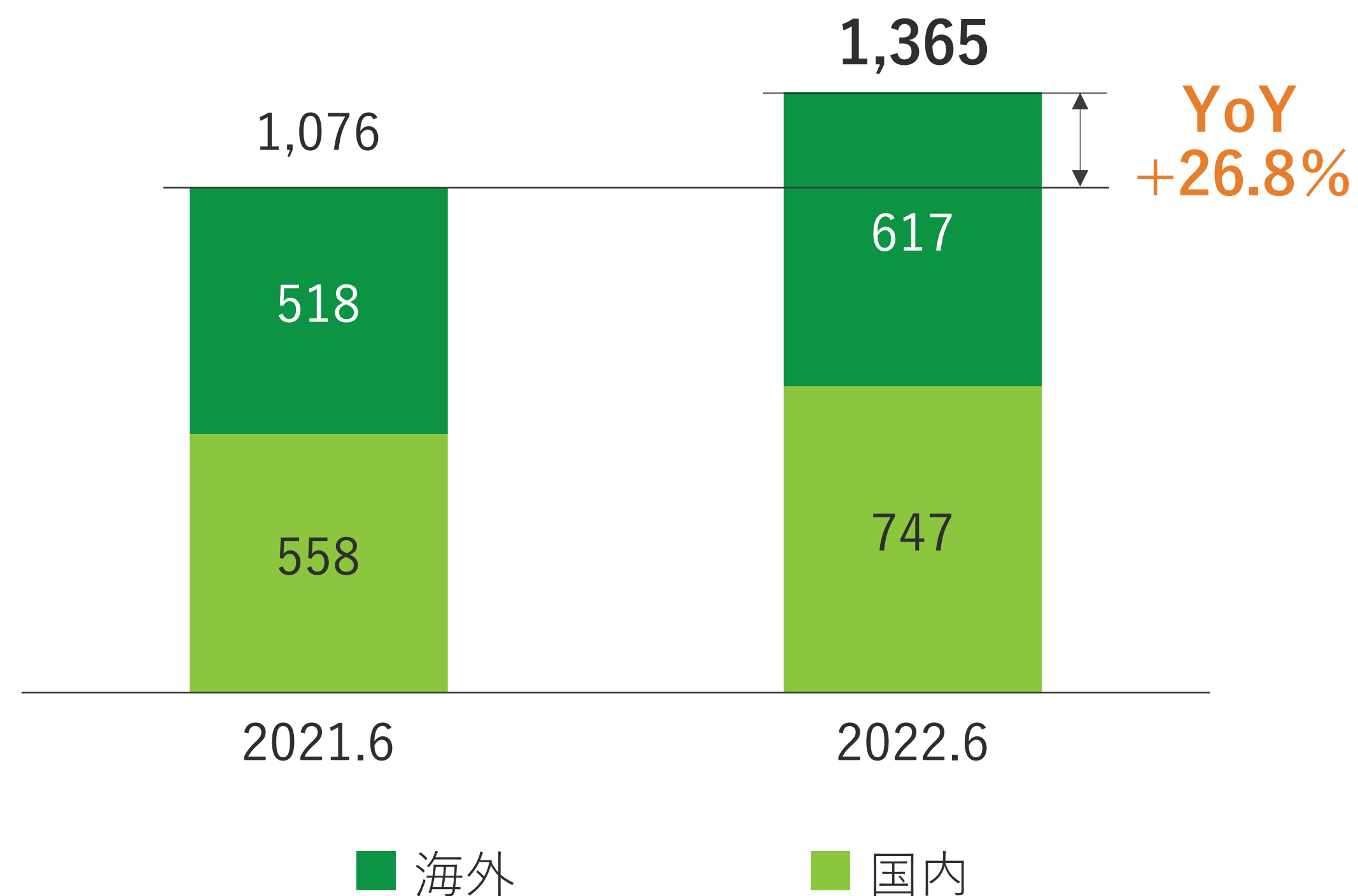


売上高：国内販売及び輸出とも順調に推移し**過去最高売上高を更新**

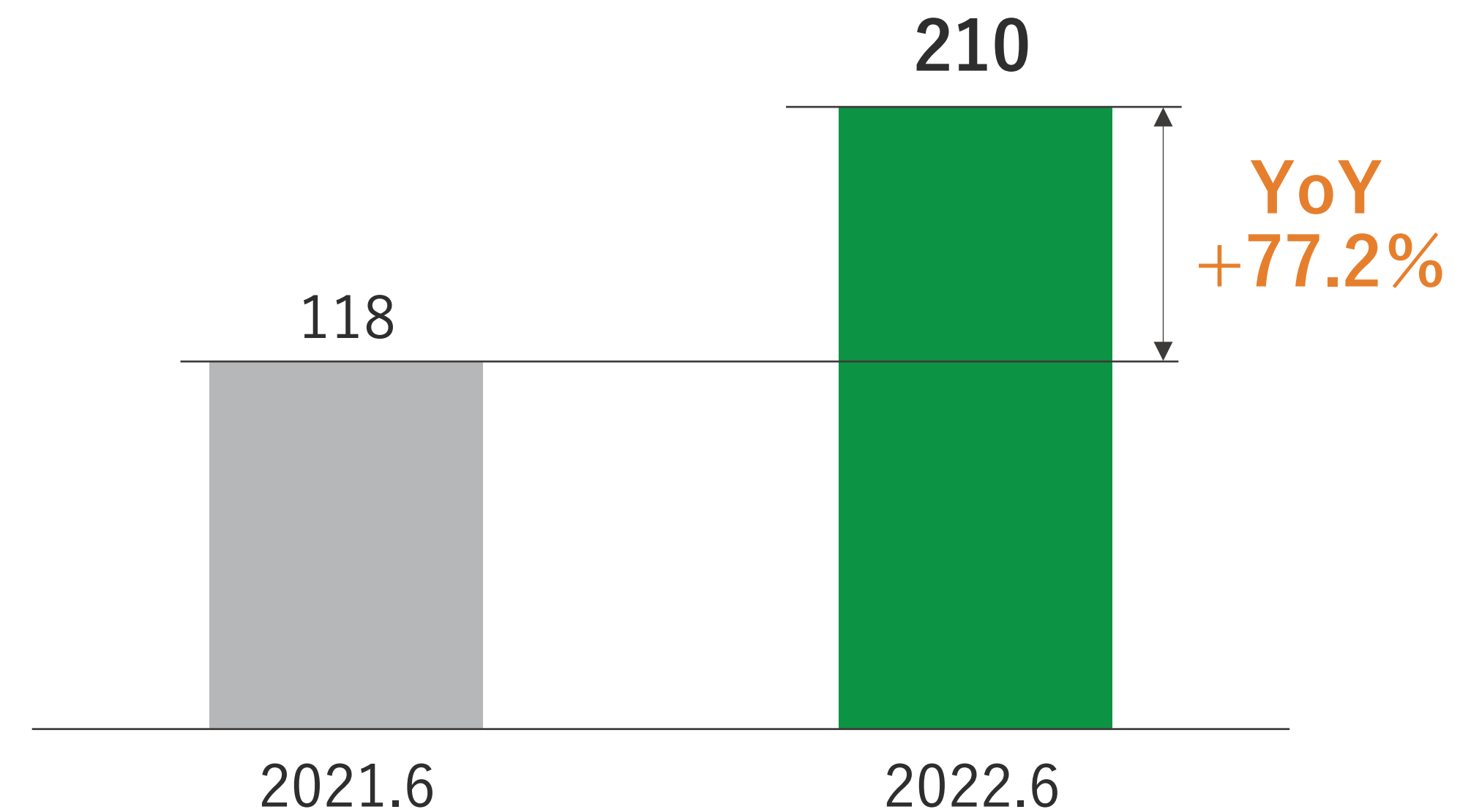
在庫：**前期末比で大幅に積み増し**

(単位：百万円)

売上高

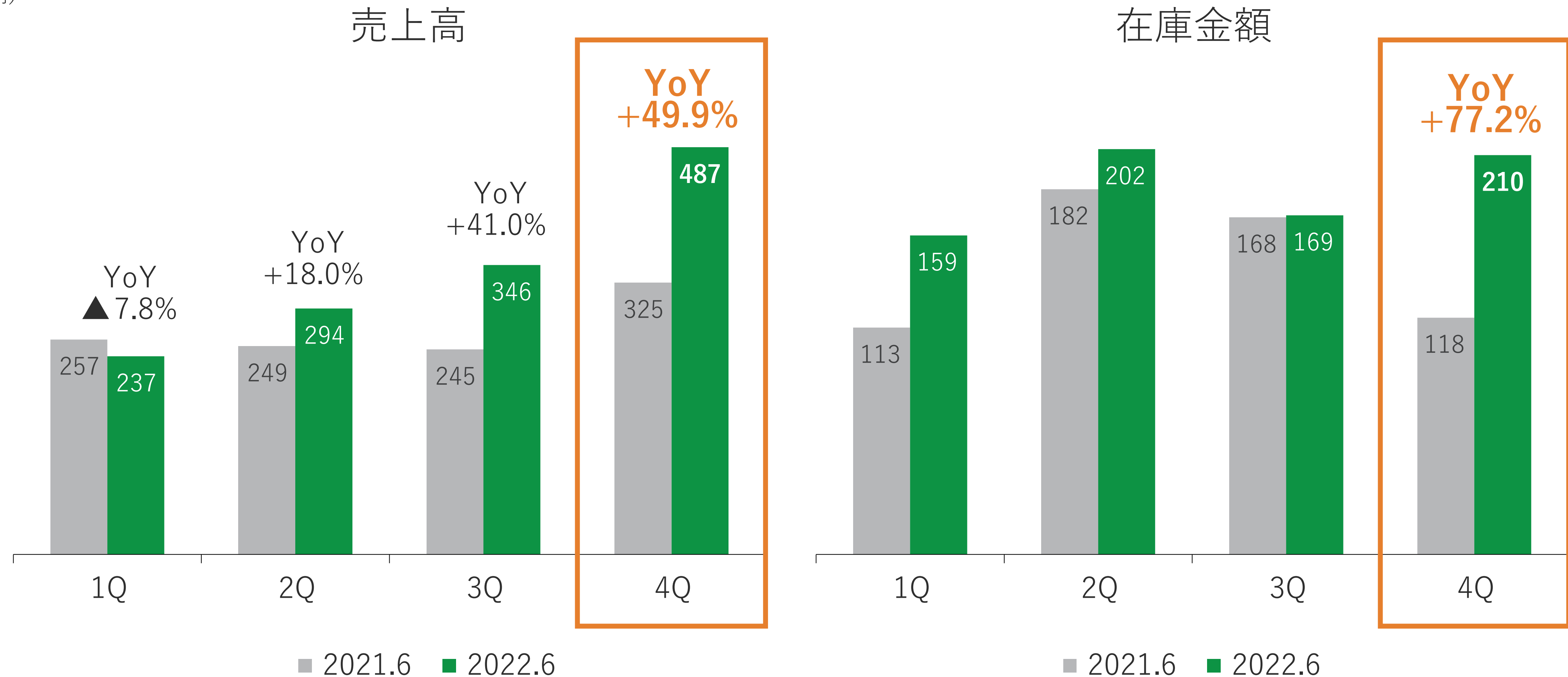


在庫金額




4月15日にファーマリーを事業譲受したことにより 4Qの商品取扱量が増加

(単位：百万円)

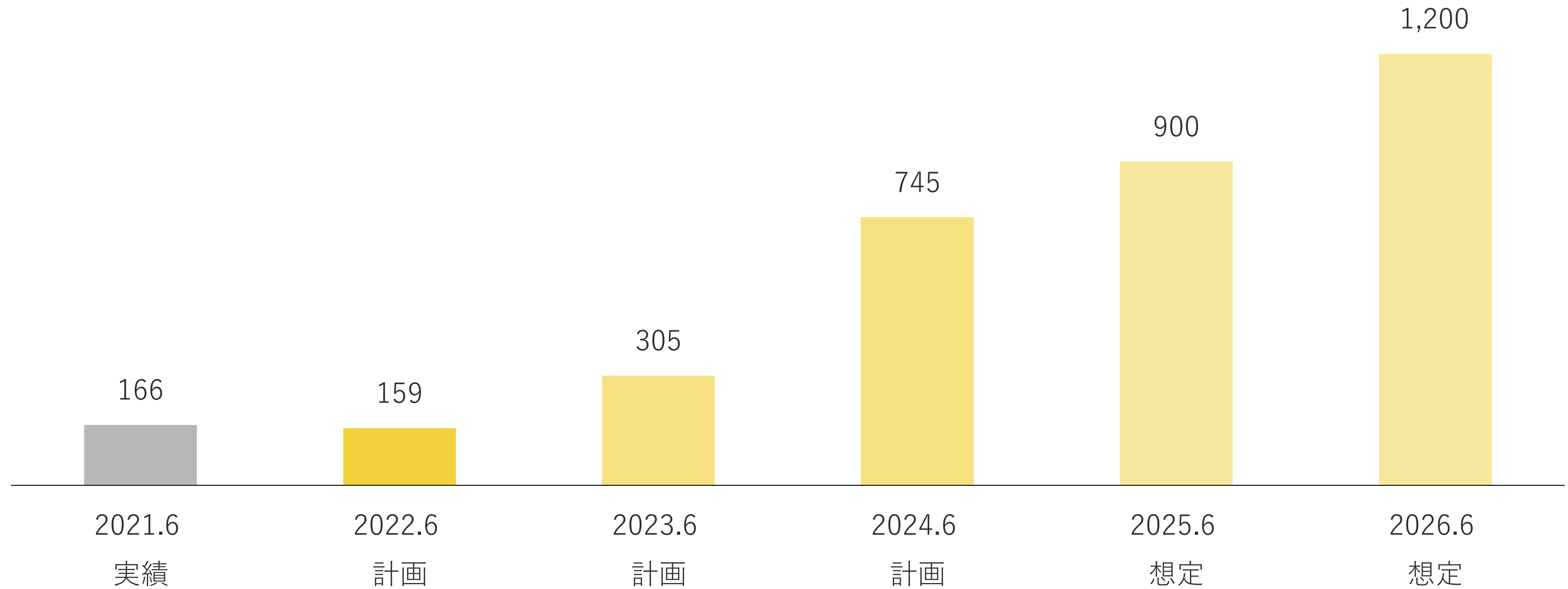


ネット型リユース事業

- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
-  ③ おいくら

2024.6期以降に本格業績貢献となるよう基盤強化

（単位：百万円）

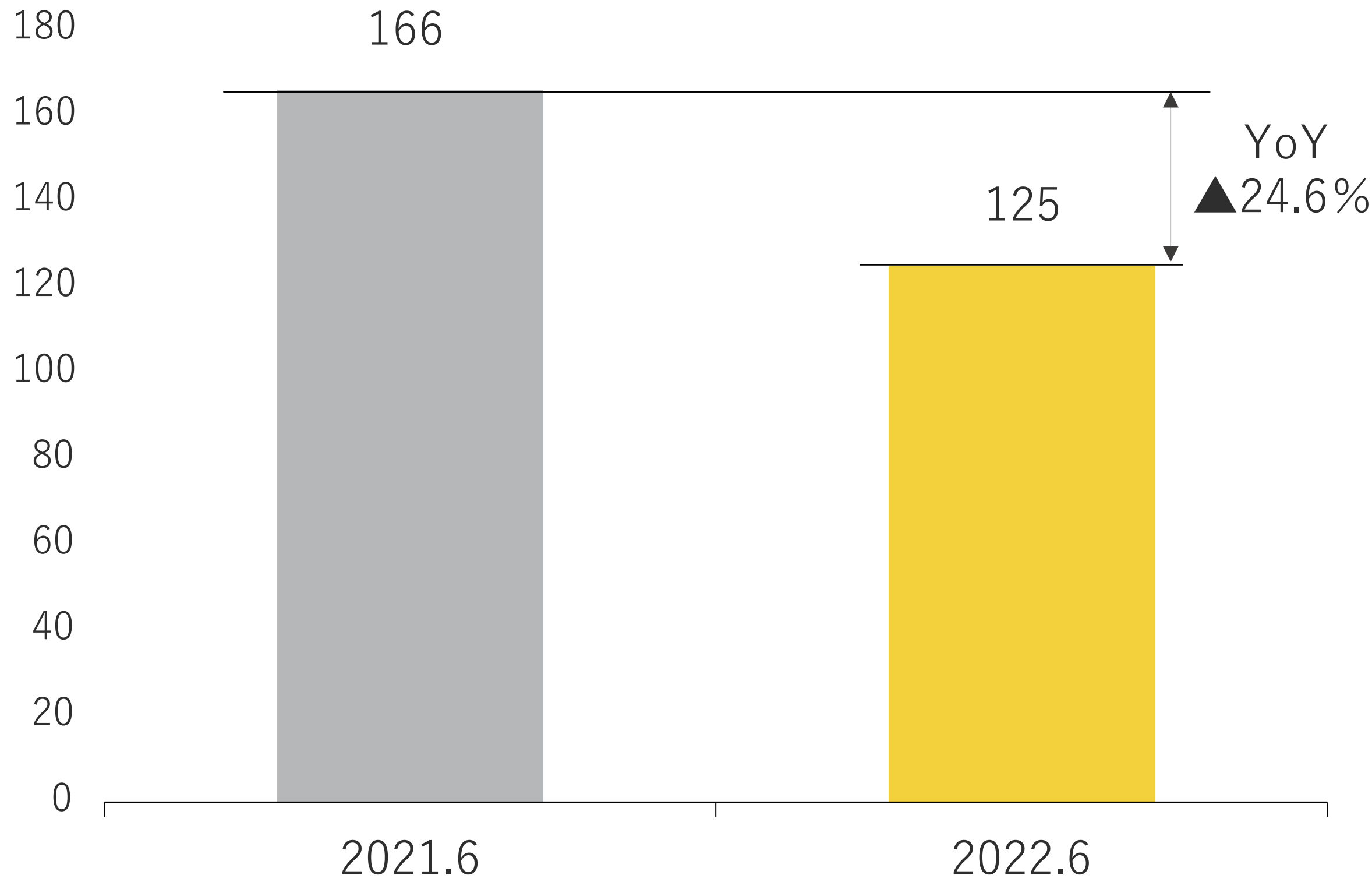


おいくら②：売上高及び Web 買取依頼数実績

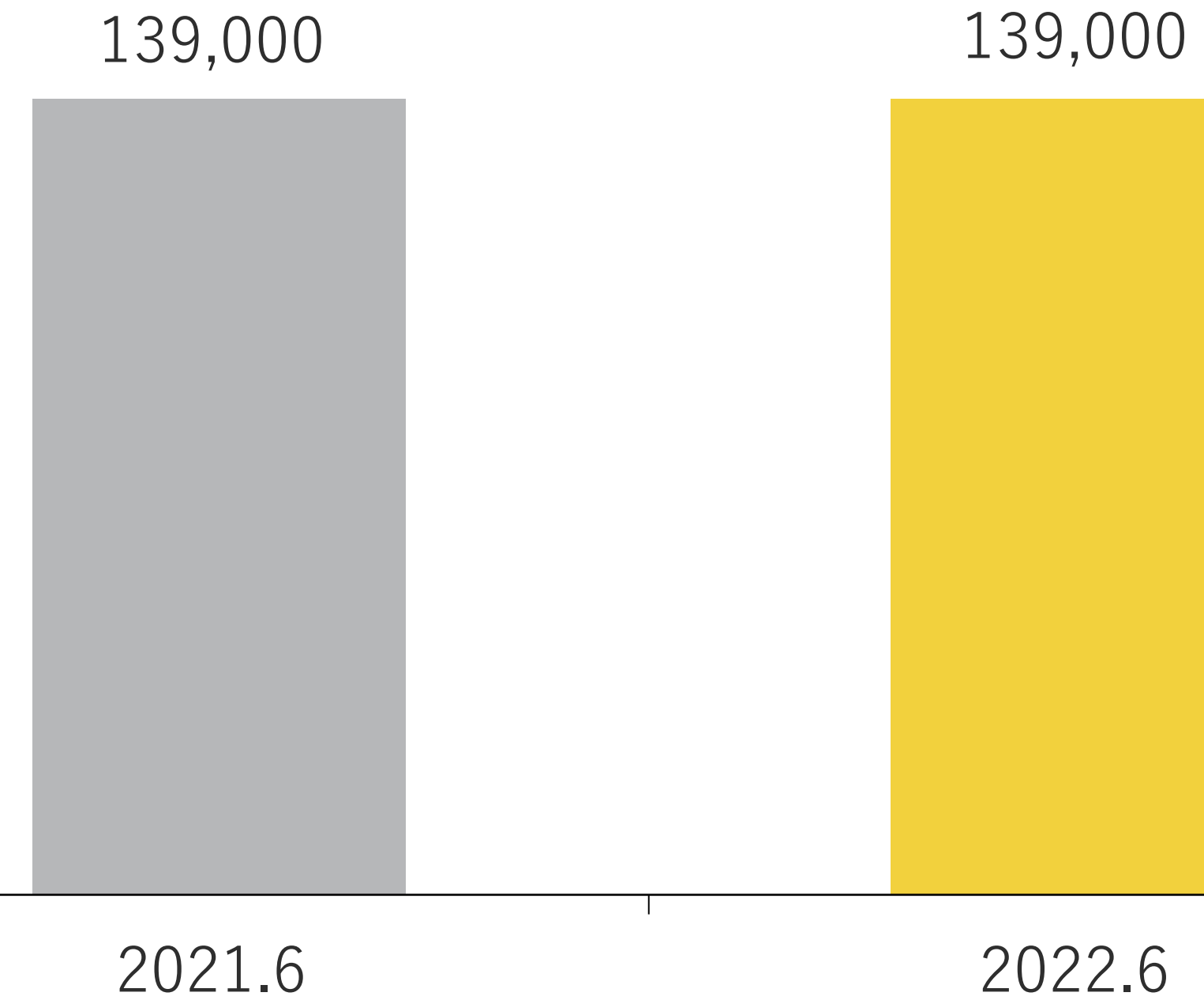
売上高は前期比減収、Web 買取依頼数は横ばい
 (おいくらの戦略については後半パートで説明)

(単位：百万円)

売上高



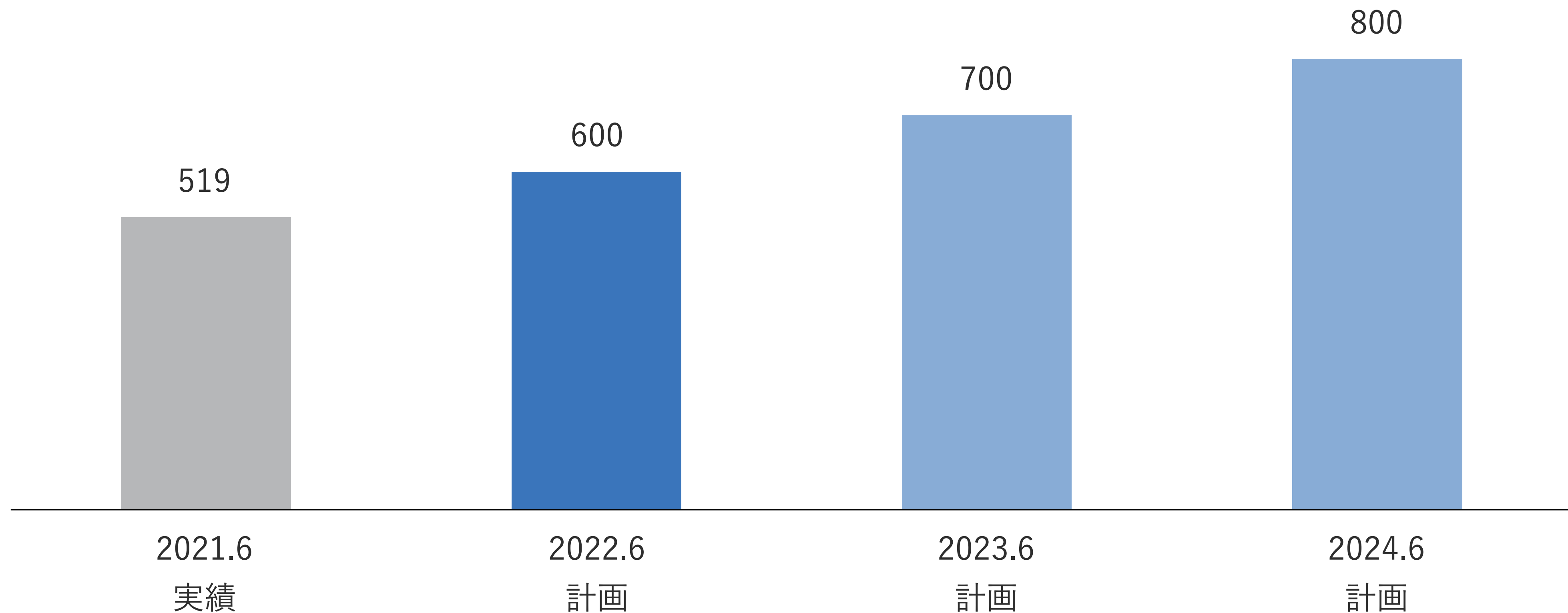
Web買取依頼数



／メディア事業

既存戦略を深掘し安定的な収益体質の構築を目指す

（単位：百万円）



PV数は主力の通信分野に加えてその他分野も**順調に増加**

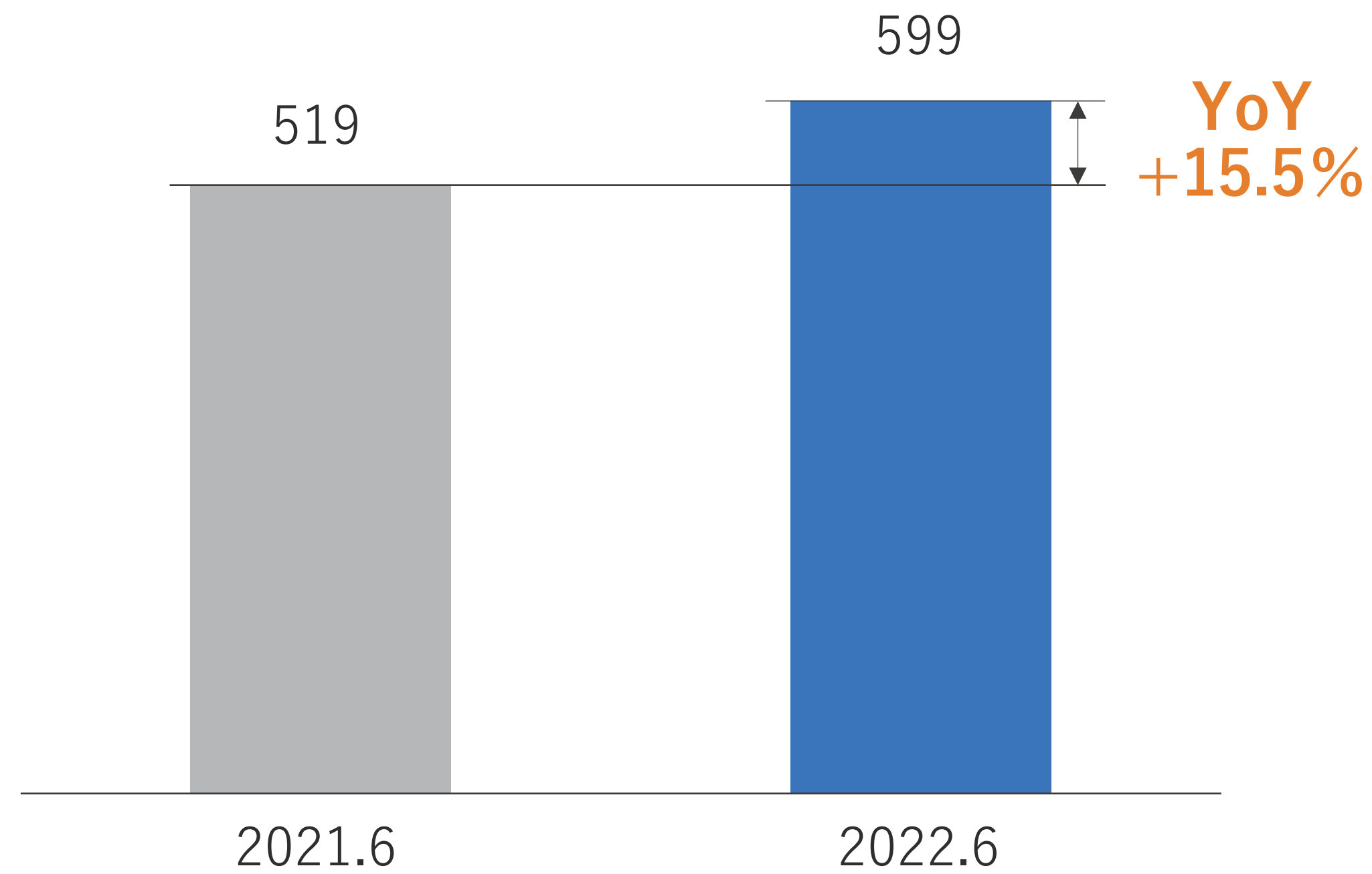
単位：万PV	2021.6	2022.6	YoY
メディア月平均PV数	1,016	1,381	+35.9%
通信分野	527	738	+40.2%
その他分野	489	642	+31.3%

売上高：前期比増収

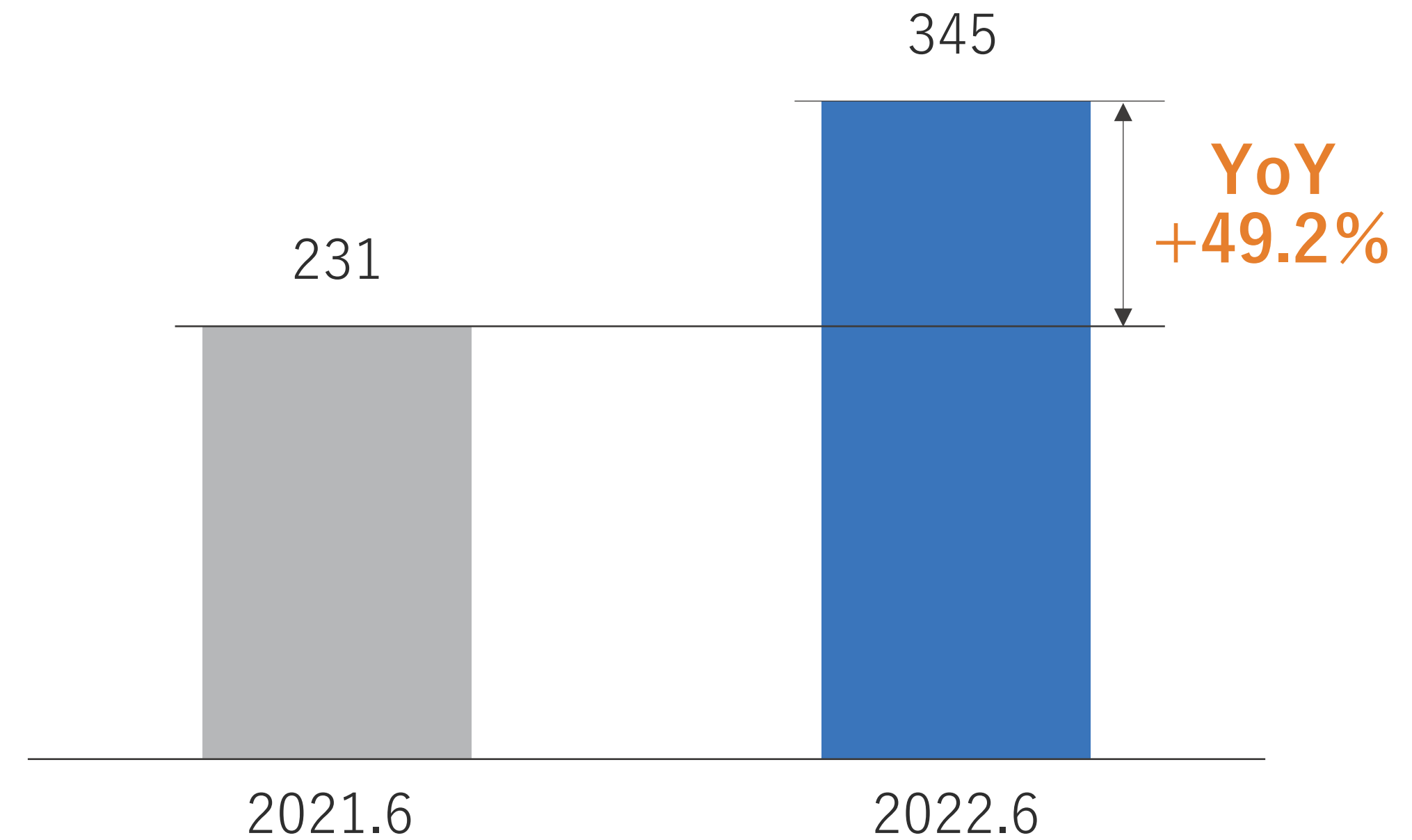
利益：**効率的な事業運営により、前期比大幅増益**

(単位：百万円)

売上高



セグメント損益

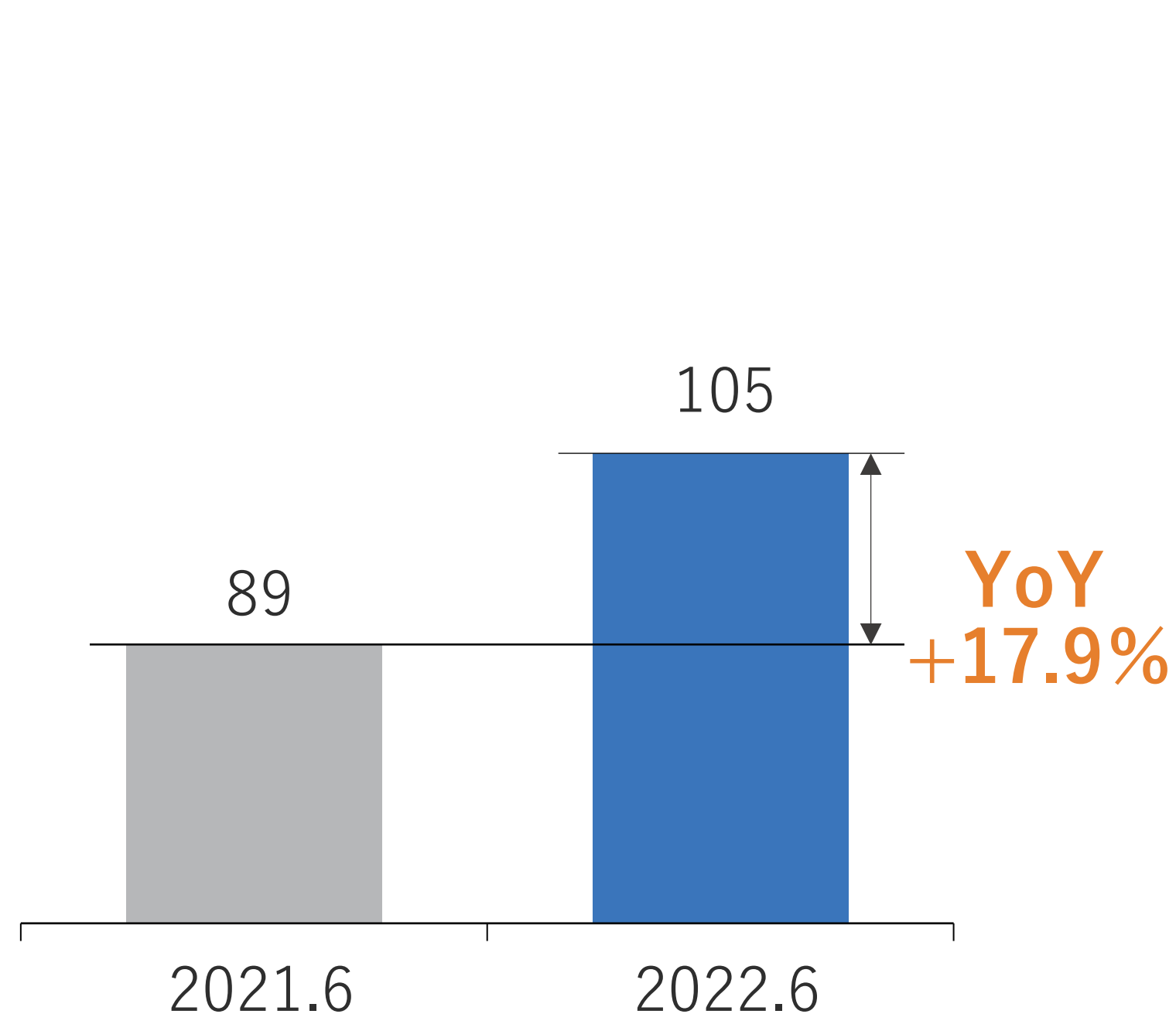


全分野とも増収を確保

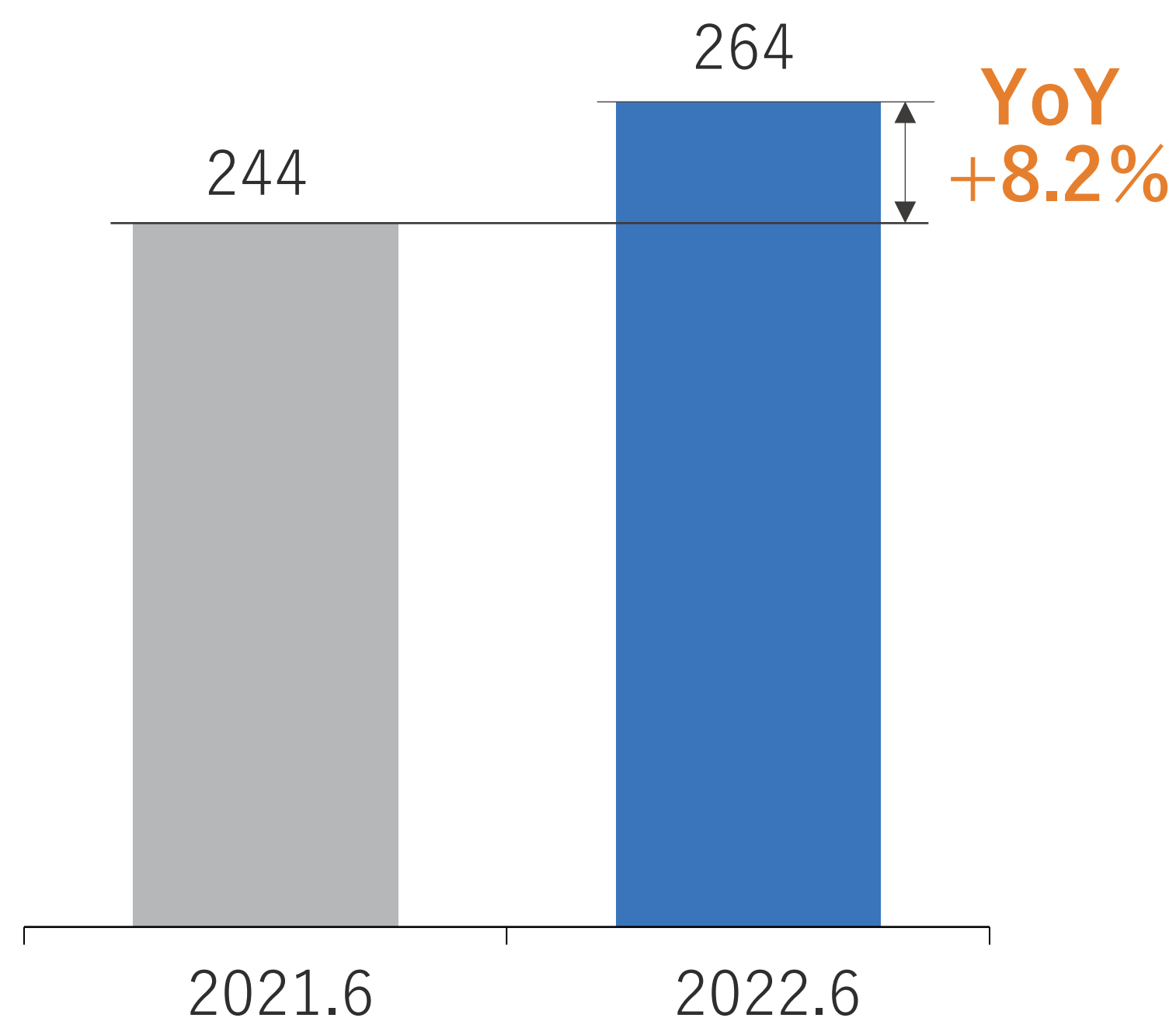
収益基盤の分散化による安定的な基盤構築は想定通り進んでいる

(単位：百万円)

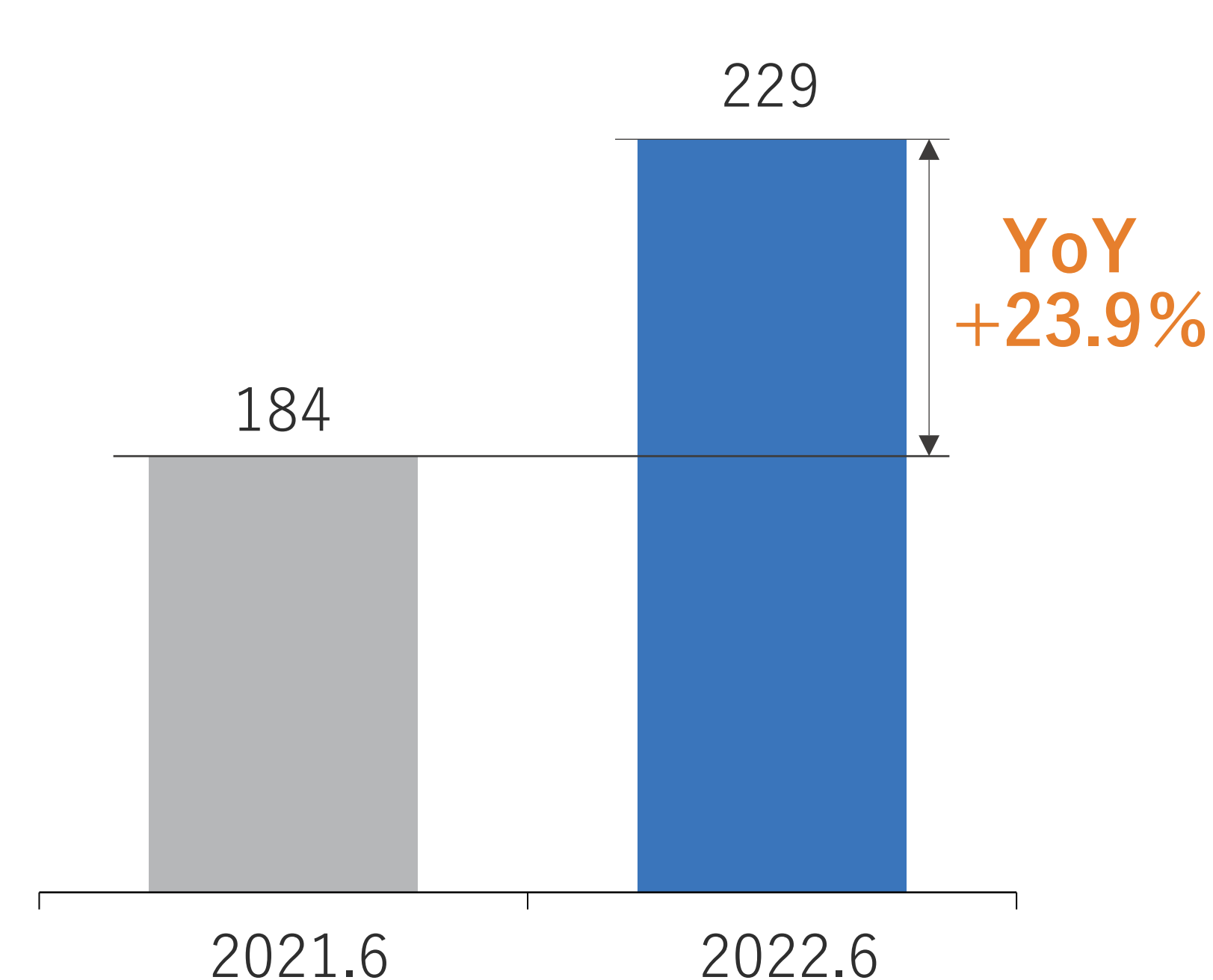
通信関連グループ会社向け



通信関連グループ外向け



その他分野グループ外向け

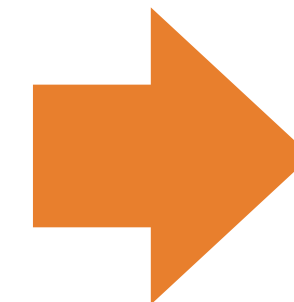


／ モバイル通信事業

ショット型からストック型にシフト 将来収益※の積み上げに注力

WiMAX2+

販売奨励金（ショット）：大
回線料収入（ストック）：小



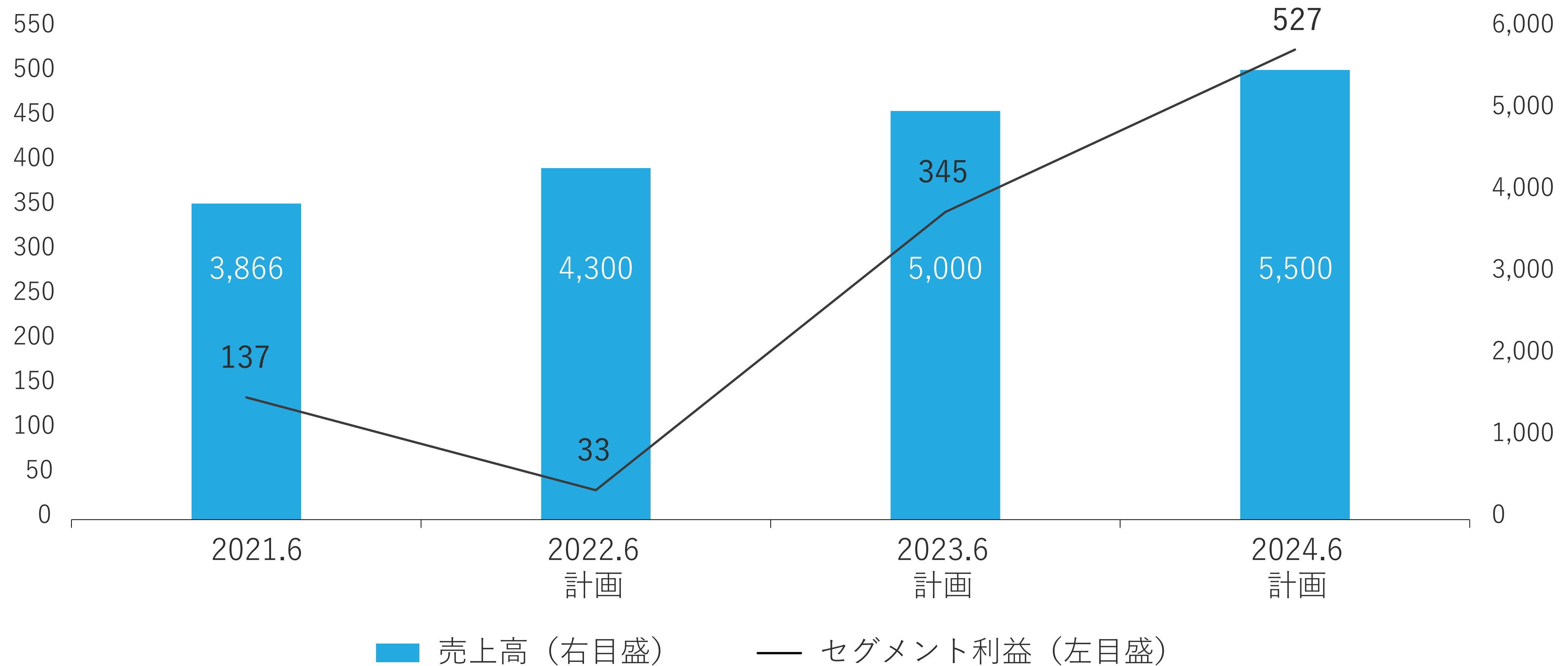
WiMAX 5G

販売奨励金（ショット）：小
回線料収入（ストック）：大
2021年4月よりサービス提供開始

※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

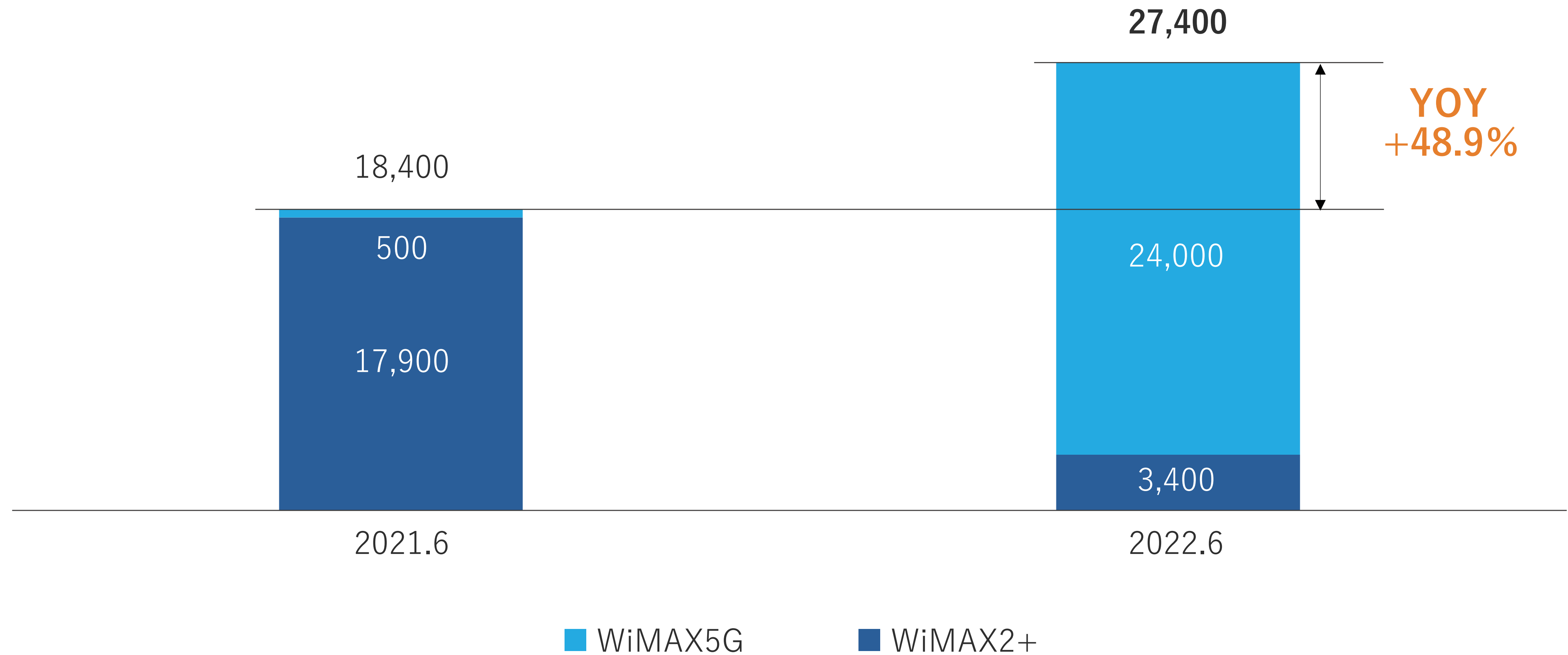
ストック型の5G回線の獲得増加に伴い、短期的に利益は減少する見通し

（単位：百万円）



WiMAX5G を中心に **新規回線獲得は順調に推移**

(単位：回線)

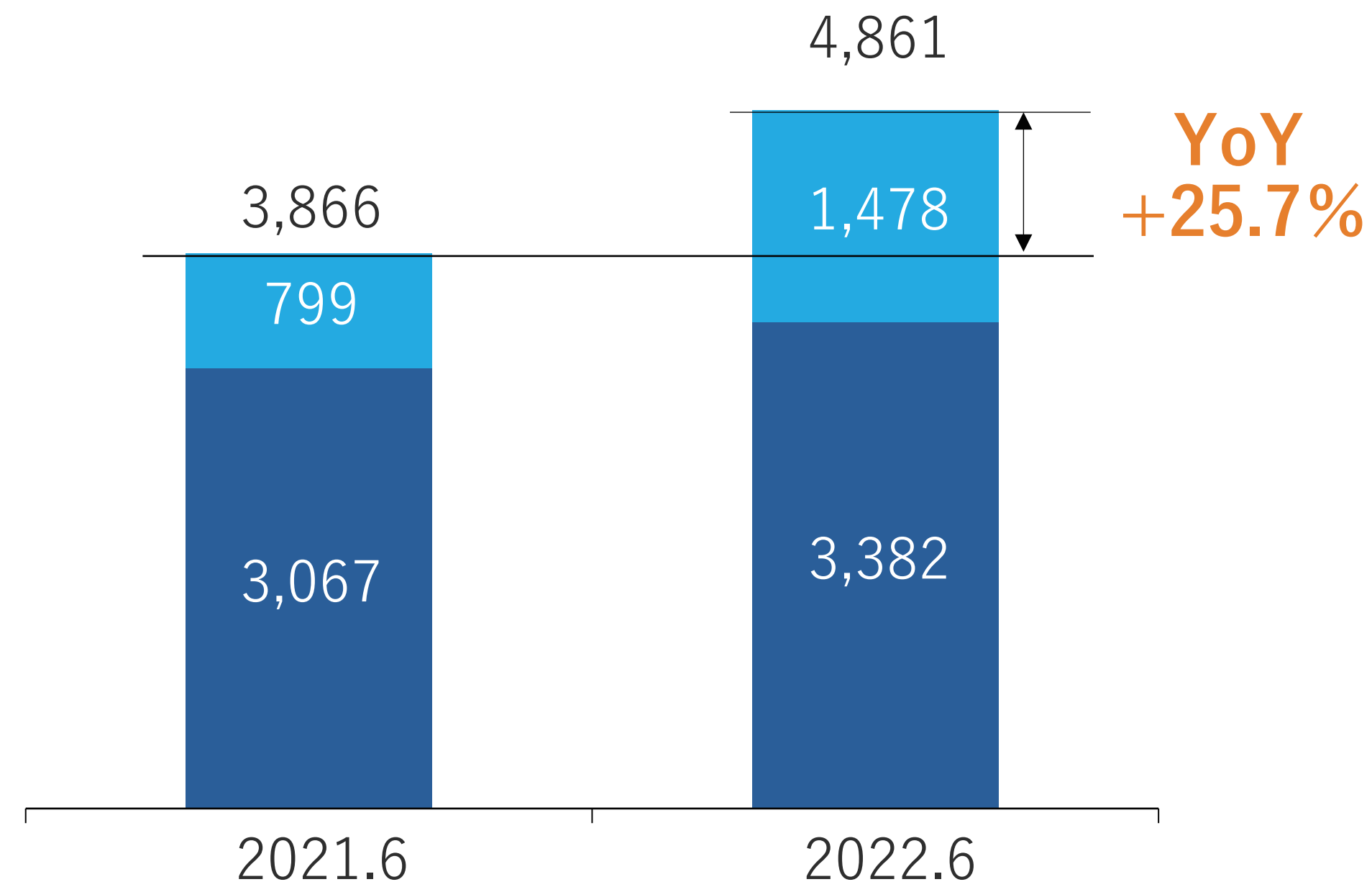


売上高：新規回線獲得数の伸長により前期比増収

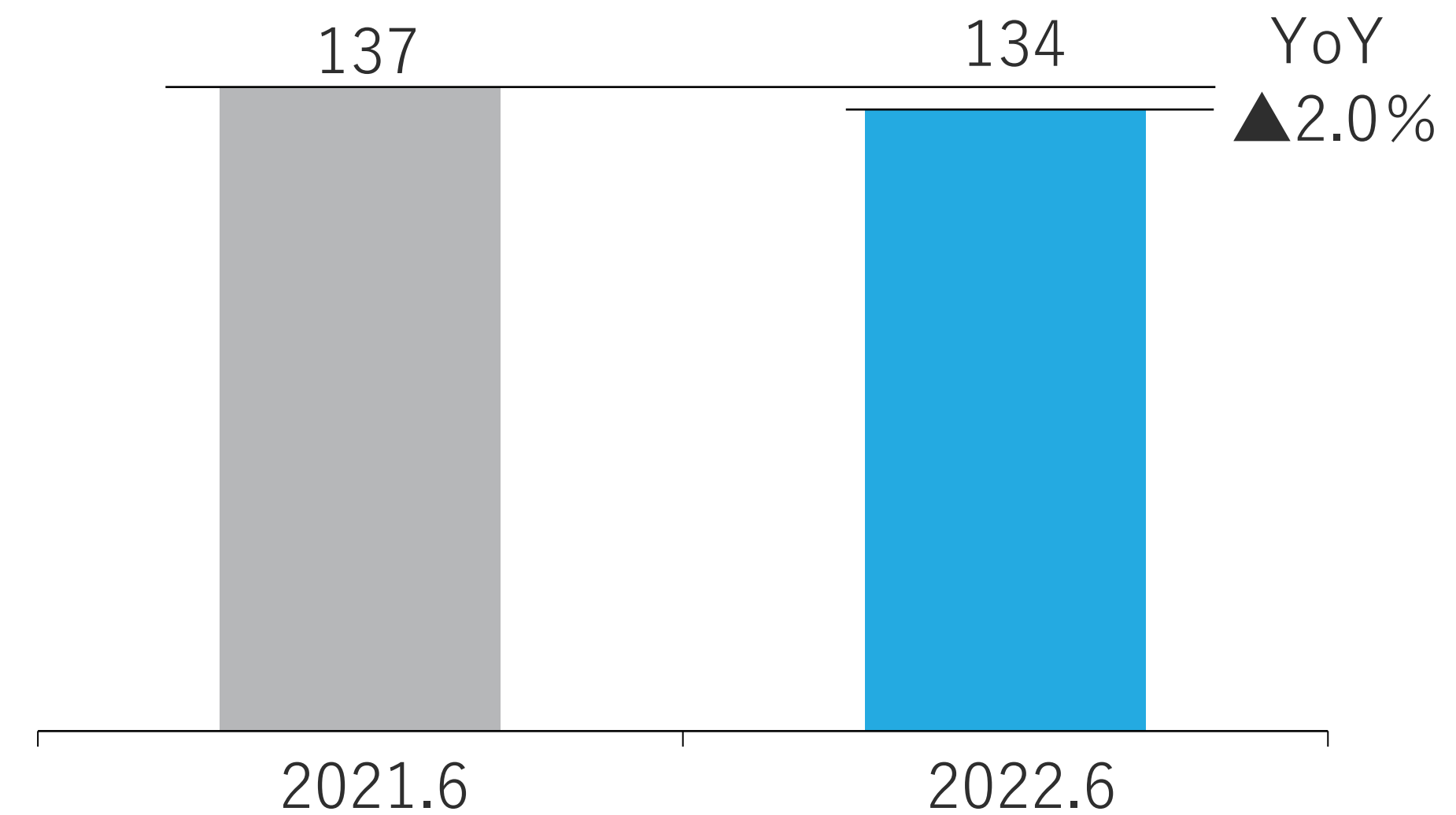
利益：当初計画（33 百万円）を大幅に超過

(単位：百万円)

売上高



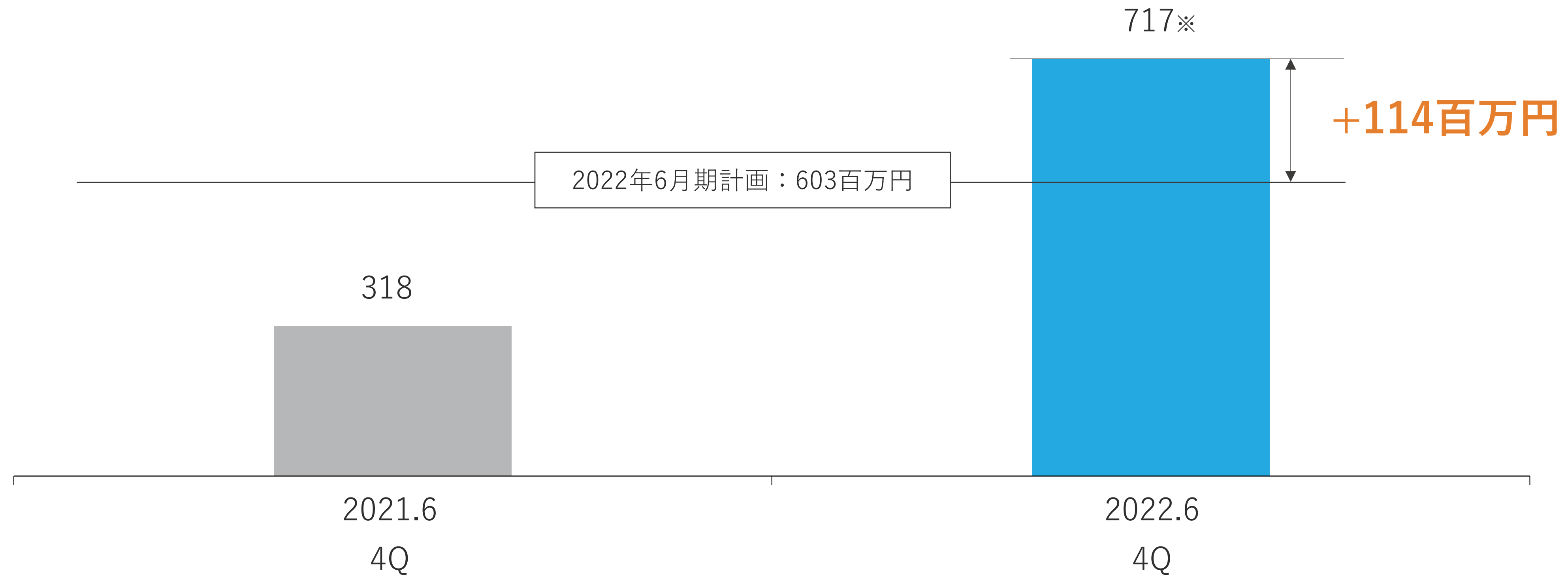
セグメント損益



■ 販売奨励金 (ショット) ■ 回線料収入 (ストック)

回線獲得好調により 2022.6 期 4Q 末時点の将来収益は年度計画を超過

(単位：百万円)



※7月の電気通信事業法改正に合わせて、既存回線契約に発生する手数料などを一部を保守的に算出

— Agenda

1. 2022年6月期 決算概況

取締役管理本部長 CFO 今村 健一

- ① 連結決算概況
- ② セグメント別概況

2. 中期経営計画の進捗について

代表取締役社長 CEO 小林 泰士

- I 中期経営計画の進捗について
- II 当社の市場認識と注力戦略について
- III 今期の事業別戦略について

Agenda

1. 2022年6月期 決算概況

取締役管理本部長 CFO 今村 健一

- ① 連結決算概況
- ② セグメント別概況

2. 中期経営計画の進捗について

代表取締役社長 CEO 小林 泰士

- I 中期経営計画の進捗について
- II 当社の市場認識と注力戦略について
- III 今期の事業別戦略について

下期にかけて戦略の実行スピードが加速 下記赤字部分が3Qからの変更点

セグメント		事業戦略	現状認識
ネット型リユース	個人向けリユース	買取依頼数の増加	成長に向けた施策進行中 → 戦略加速中
		買取能力の増強	
		シニアマーケットへの対応強化	
	マシナリー（農機具）	買取ボリュームの拡大	順調に推移
		法人商流の強化	ファミリー事業買収 → 順調に推移
	おいくら	有料加盟店数の増加	成長に向けた施策進行中 → 月額課金導入により安定化
システム開発の強化			
メディア		安定的な売り上げ成長	順調に推移
モバイル通信		5G新規回線獲得強化による将来収益の積上げ	順調に推移

売上総利益を上回る販管費（投資）を実施

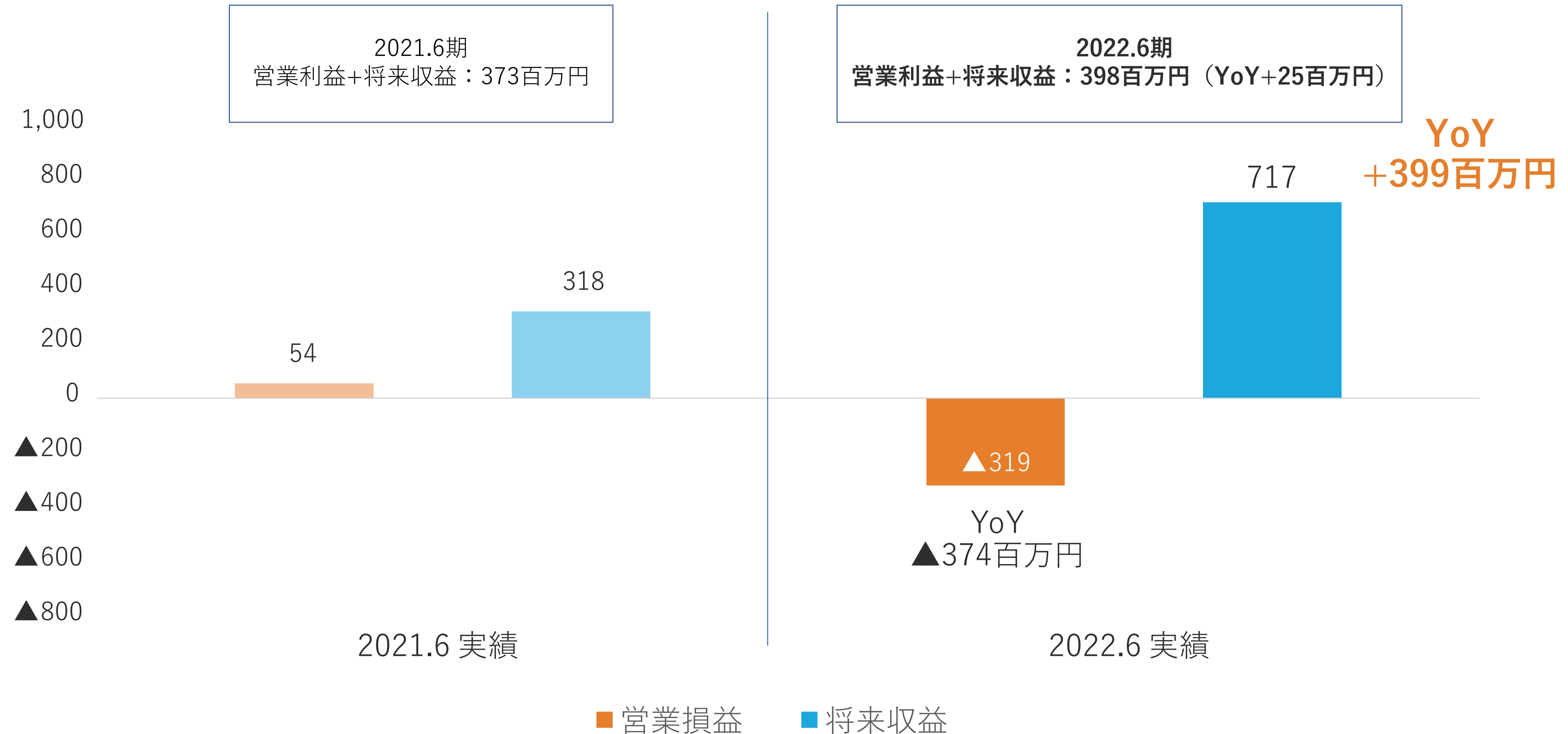
(単位：百万円)	2021年6月期実績 (A)	2022年6月期実績 (B)	増減額 (B-A)
売上高	10,875	11,986	+1,110
売上総利益	3,879	4,268	+389
販管費合計	3,825	4,588	+763
広告宣伝費	540	999	+459
人件費 + 採用関連費	1,433	1,602	+168
地代家賃	269	312	+42
その他	1,582	1,674	+92
営業利益	54	▲319	▲373

中期経営計画の進捗について③：連結営業損益 + 将来収益

投資を積極化させたにもかかわらず、ストック型の WiMAX5G の獲得好調により

連結営業利益 + 将来収益は 2021.6 期を超過

(単位：百万円)



Agenda

1. 2022年6月期 決算概況

取締役管理本部長 CFO 今村 健一

- ① 連結決算概況
- ② セグメント別概況

2. 中期経営計画の進捗について

代表取締役社長 CEO 小林 泰士

- I 中期経営計画の進捗について
- II 当社の市場認識と注力戦略について
- III 今期の事業別戦略について

／ 当社の市場認識と注力施策について

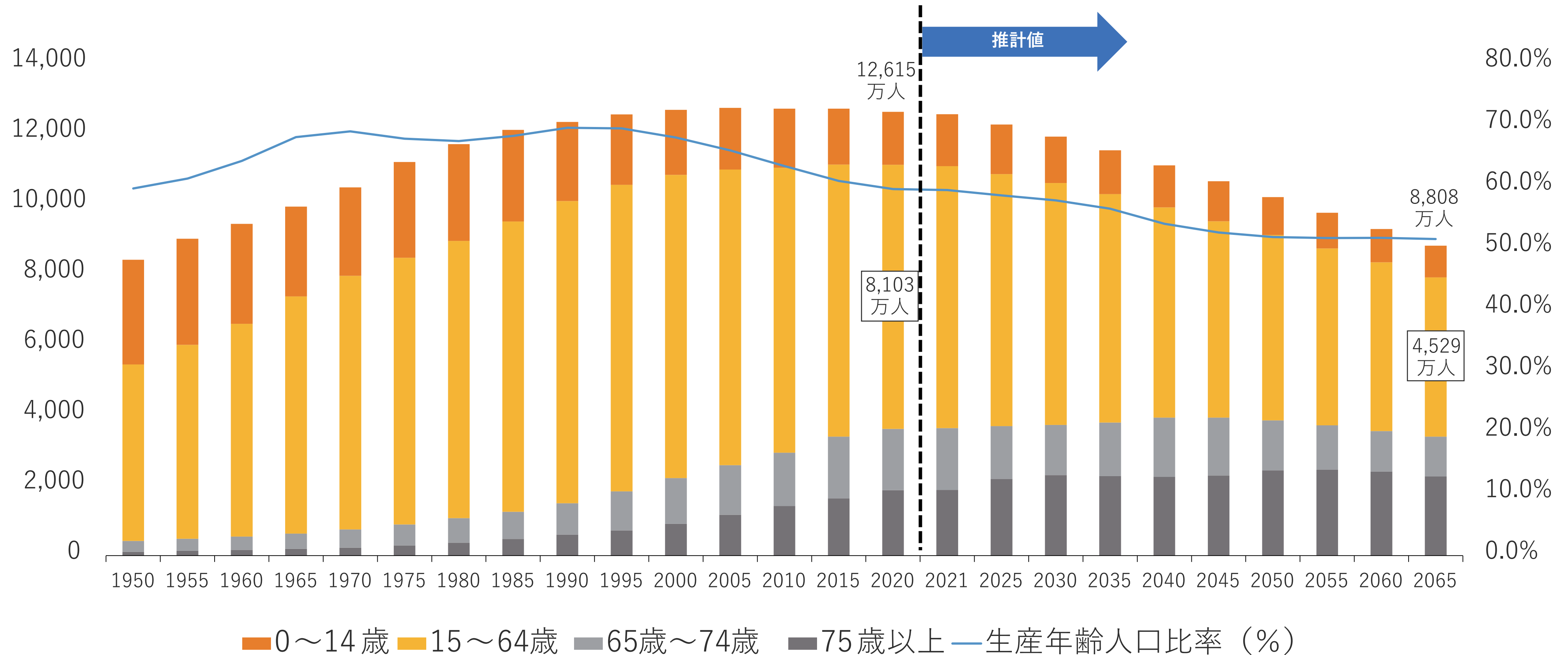
- ① 当社の市場認識
- ② 当社の強みと強化すべき分野
- ③ 今後の注力施策について

当社の市場認識と注力施策について

- ① 当社の市場認識
- ② 当社の強みと強化すべき分野
- ③ 今後の注力施策について

2065年の日本の総人口は8,808万人と2020年比▲30.2%に また、2065年の生産年齢人口（15～64歳）は4,529万人と2020年比▲44.1%に

(単位：万人)



出所：内閣府「令和4年版高齢社会白書」より当社作成

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

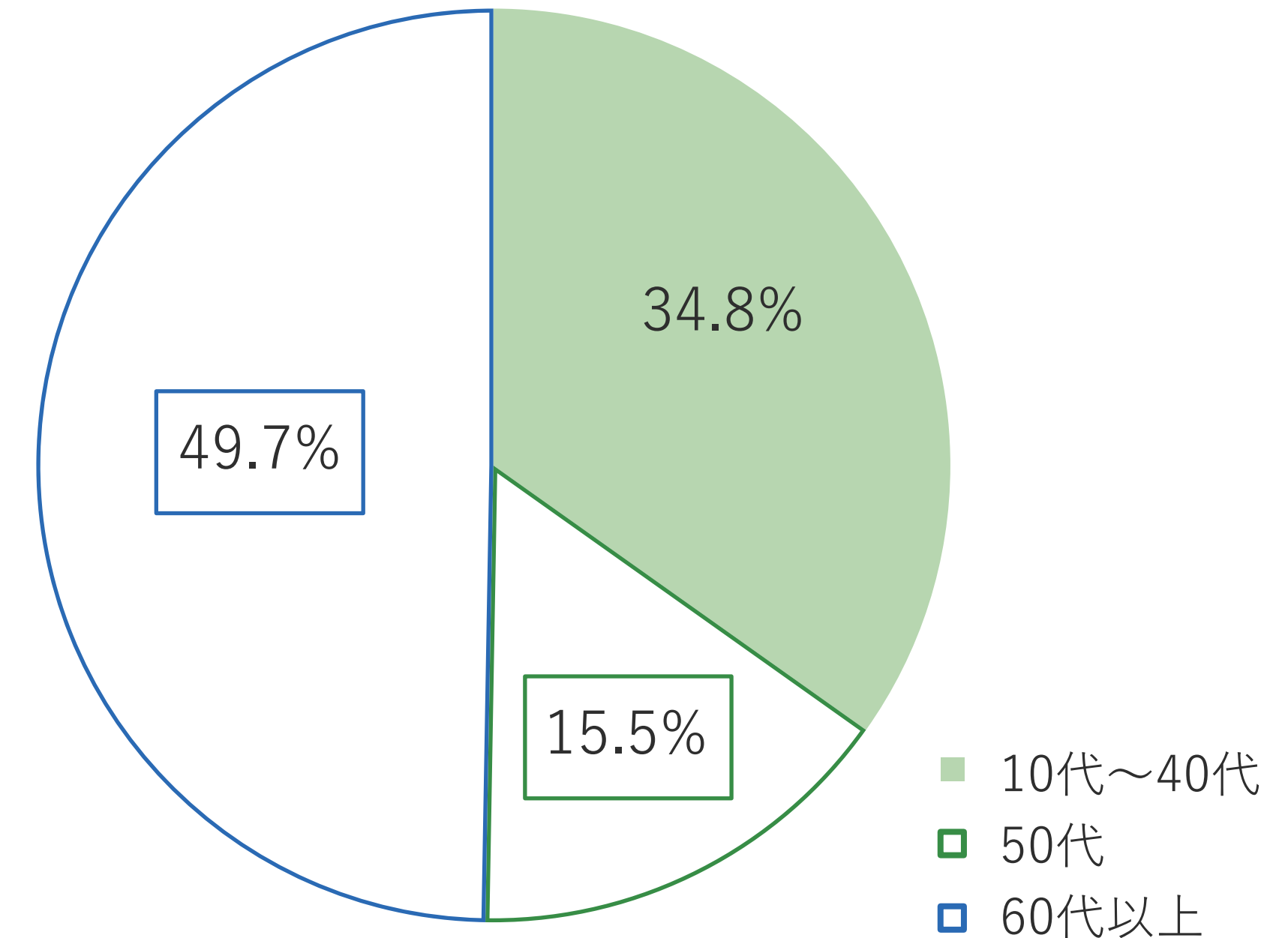


※1: リサイクル通信

※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: みんなのかくれ資産調査委員会プレスリリースより(2021年12月)

かくれ資産
世代別構成比

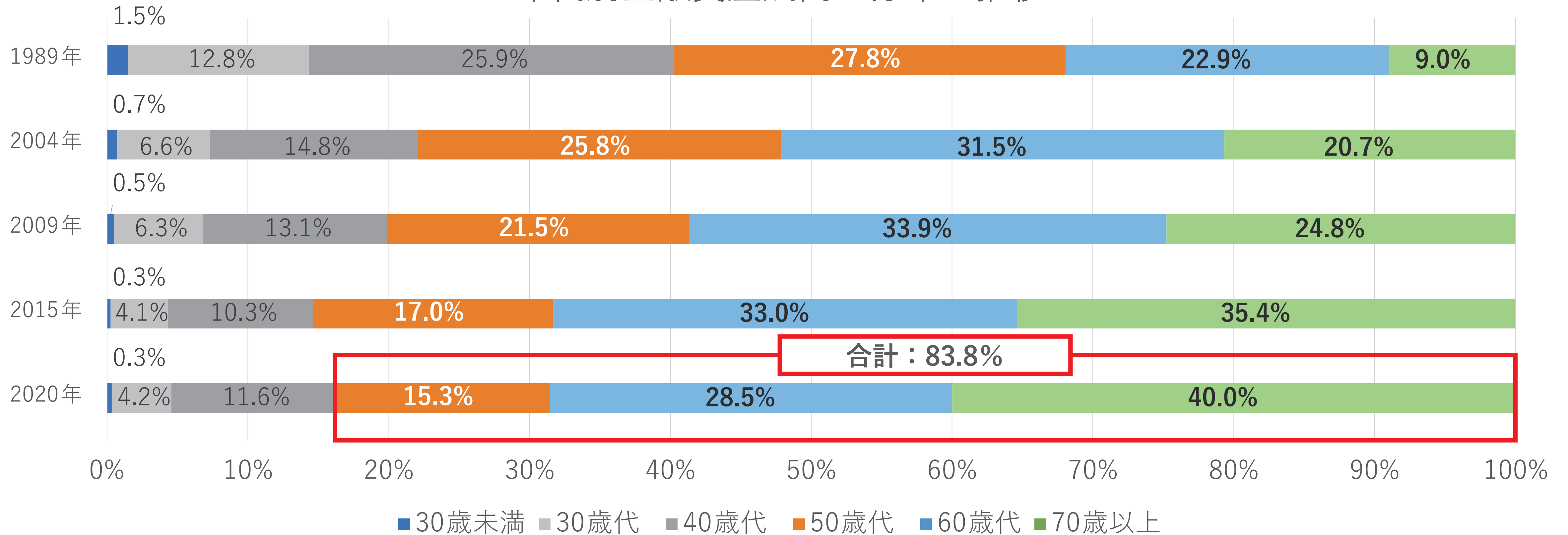


※: みんなのかくれ資産調査委員会プレスリリース(2021年12月)及び総務省統計局人口推計(2021年8月現在)を元に弊社作成

個人金融資産は過去30年間で60歳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68.5% 50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

高齢化が進行中のマシナリーに加えて **個人向けリユースは今後市場成長率が高まる** と考え
 今期は個人向けリユースの戦略加速に注力する

注力

事業部門	影響
個人向けリユース	高齢者の不用品売却需要の高まりが見込まれリユース市場は成長率をより高めると想定している。
マシナリー（農機具）	農家の平均年齢は67.9歳※と高齢化が進展。今後さらに高齢化が進展することで不要農機具の買取に関するニーズなどがより高まると想定している

※：農林水産省「農業構造動態調査」より

お客様の中心が今後ニーズが顕在化していないシニア層（潜在層）になる
ニーズを掘り起こすためにお客様との最終接点（ラストワンマイル）での営業が重要



当社の市場認識と注力施策について

① 当社の市場認識

／ ② 当社の強みと強化すべき分野

③ 今後の注力施策について

当社の強みと強化すべき分野①：当社の強み（マーケティングI）

商品軸バーティカルメディアを基軸に低コストで

年間 37 万件の依頼を獲得できる

当社の主な買取バーティカルメディア

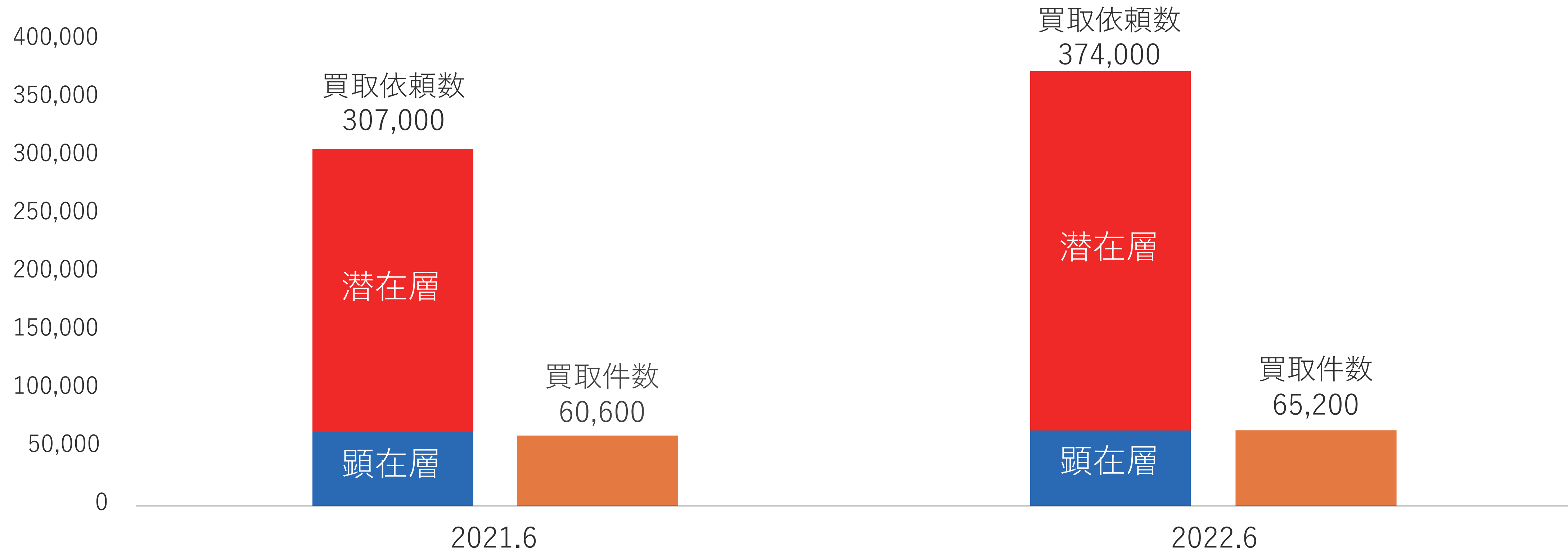
The grid contains the following categories (from top-left to bottom-right):

- 家電 (Home Appliances)
- 楽器 (Musical Instruments)
- カメラ (Cameras)
- ブランド (Brands)
- Men's BRAND
- フィギュア (Figures)
- 鉄道模型 (Train Models)
- オーディオ (AUDIO)
- 電動工具 (Power Tools)
- 高く売れるドットコム (Large central logo)
- ナビ (Navigation)
- 美容 (Beauty)
- サクソフォーン (Saxophone)
- GOLF CLUB ゴルフクラブ (Golf Club)
- 宅配買取 (Home Delivery Buyback)
- 液晶TV (LCD TV)
- Guitar
- 出張買取 (Home Visit Buyback)
- 釣具 (Fishing Tackle)
- 時計 (Watches)
- 教材 (Textbooks)
- 高級家具 (High-end Furniture)
- エアガン (Airsoft Guns)
- PC パソコン (PC)
- スポーツ (Sports)
- BICYCLE 自転車 (Bicycles)
- スマホ (Smartphones)
- 医療機器 (Medical Equipment)
- 建機 (Construction Machinery)
- 農機具 (Agricultural Machinery)

当社は既に**潜在層を含めた買取依頼の確保は出来ている**

(単位：件)

買取依頼数、買取件数推移



多種多様な商品を買取可能な**買取営業ノウハウ**は当社最大の強み
またお客様に合わせた3つの買取チャンネルと全国12カ所の買取拠点と**インフラの整備は進んでいる**

多様な買取商品

家電・楽器・カメラ・PC
ブランドバック、貴金属、釣り具、電動工具、
電動ろくろ、農機具、建機、医療機器 等

3つのチャンネルでの買取



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、結城の
12都市にリユースセンターを展開

潜在層に対しては **ニーズ顕在化のため対面コンサルティング営業が必要**
そのため **出張買取人員の増員** に注力



当社の市場認識と注力施策について

① 当社の市場認識

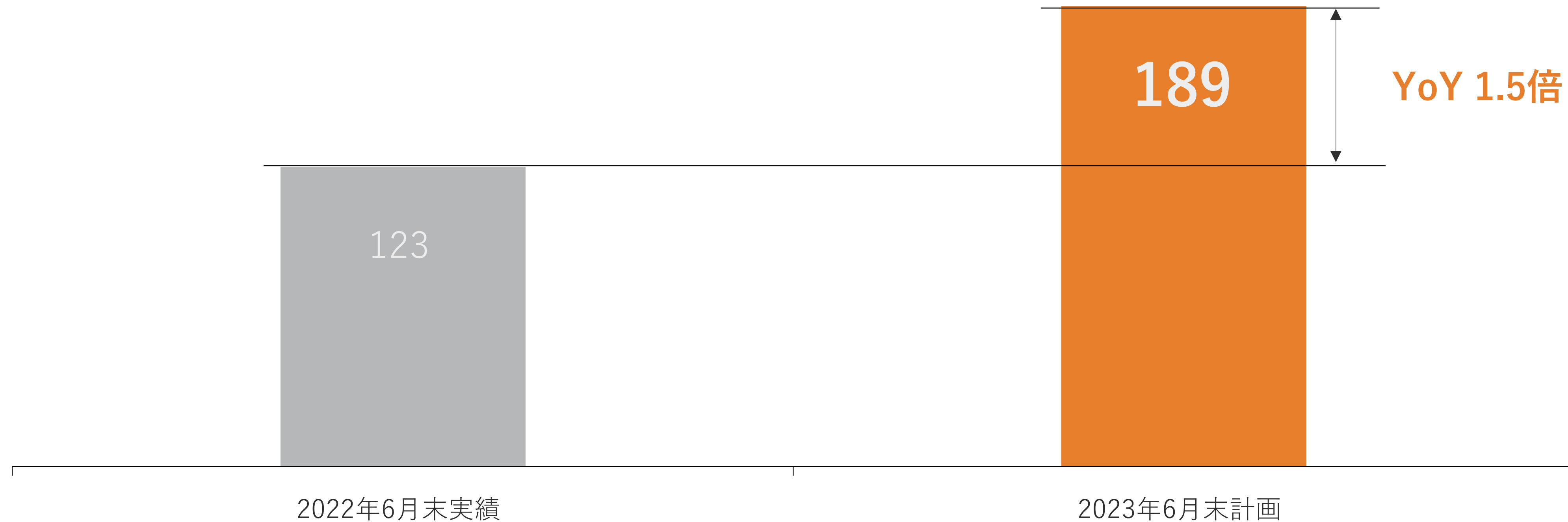
② 当社の強みと強化すべき分野

／ ③ 今後の注力施策について

潜在的なお客様に対する提案リソースの強化のため出張買取人員を中心に採用を加速
中途採用を中心に2023年6月末に従業員数の5割増を目指す

(単位：人)

リソース事業本部従業員数計画



需要が旺盛な首都圏の買取能力拡充のため

個人向けリユースとして4年半ぶりにリユースセンターを千葉市に開設



住所：千葉県千葉市花見川区宮野木台 4-1-40

敷地面積：1,508.95 m²

延床面積：872.55 m²

開設予定日：10月上旬

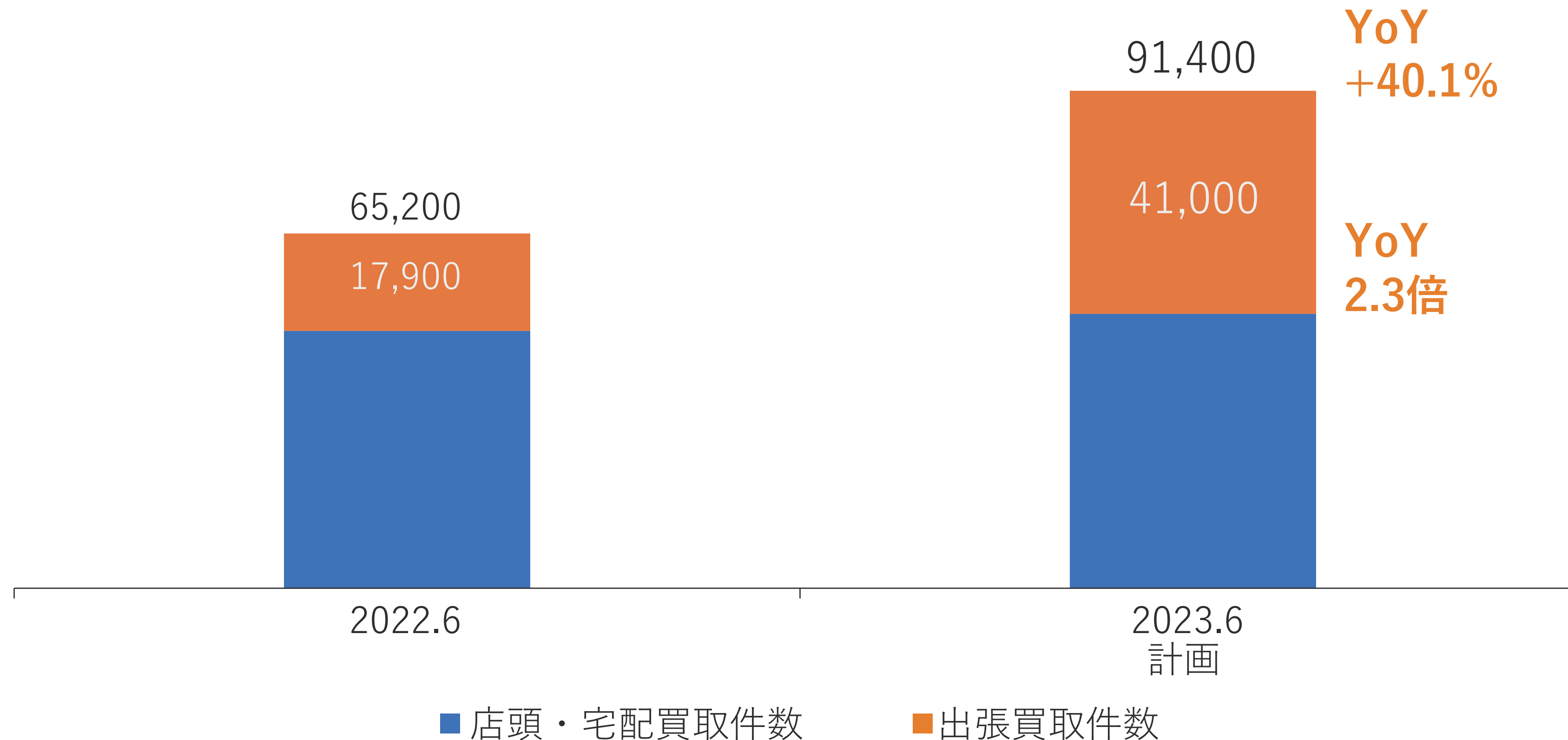
今後の注力施策について①-3：買取件数に関して

出張買取人員の増強及び新規拠点開設により出張買取能力を強化

2023年6月期の出張買取件数は前期比2.3倍、買取件数全体も約4割増とする

(単位：件)

個人向けリユース買取件数計画



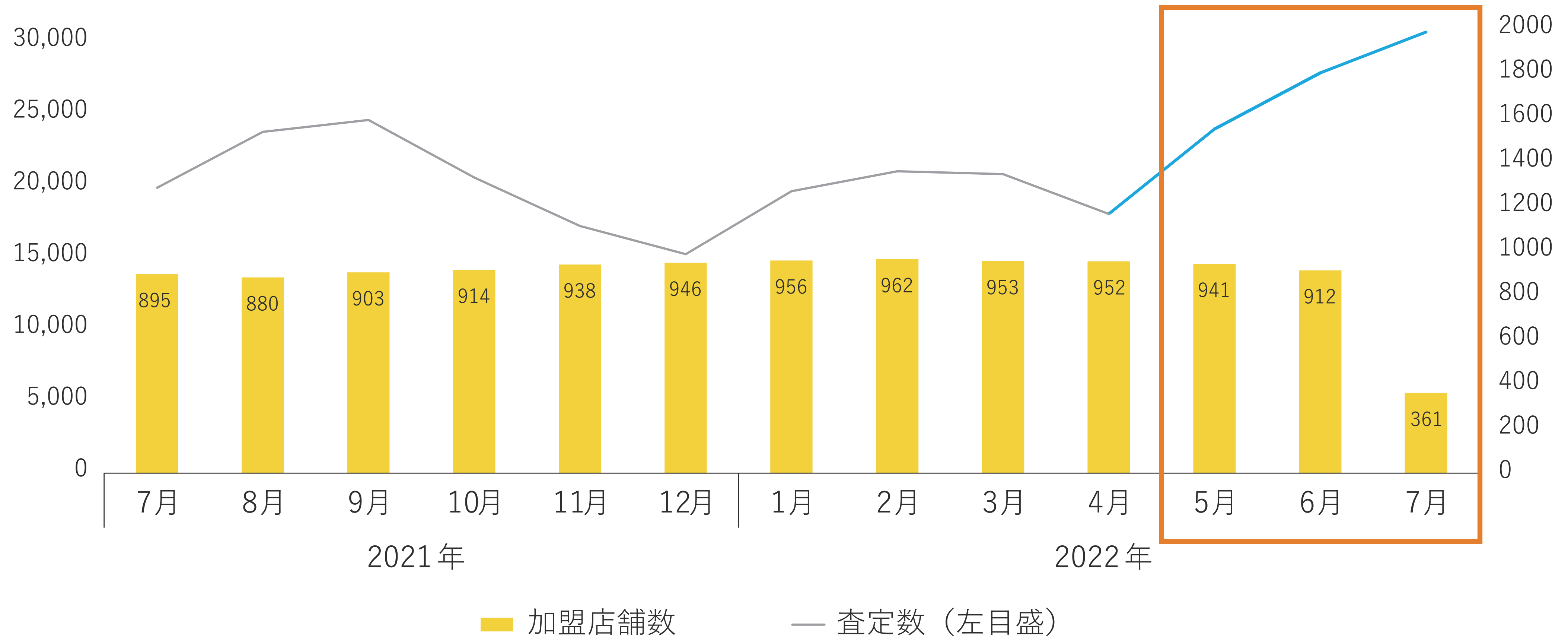
2022年7月に新料金プランを本格導入

依頼ユーザー及びアクティブな加盟店にとってより良いサービスへ

	旧料金プラン		新料金プラン
加盟店月額基本料金	無料		定額料金
加盟店商品査定料金	従量課金		無料
課題・影響（加盟店）	査定のみで費用が発生することから積極的に査定活動につながらず	➔	加盟店数は減少したものの、 査定数は増加
課題・影響（売り手）	1買取依頼に対する査定数が少数にとどまっていた		1買取依頼当たり査定数は増加

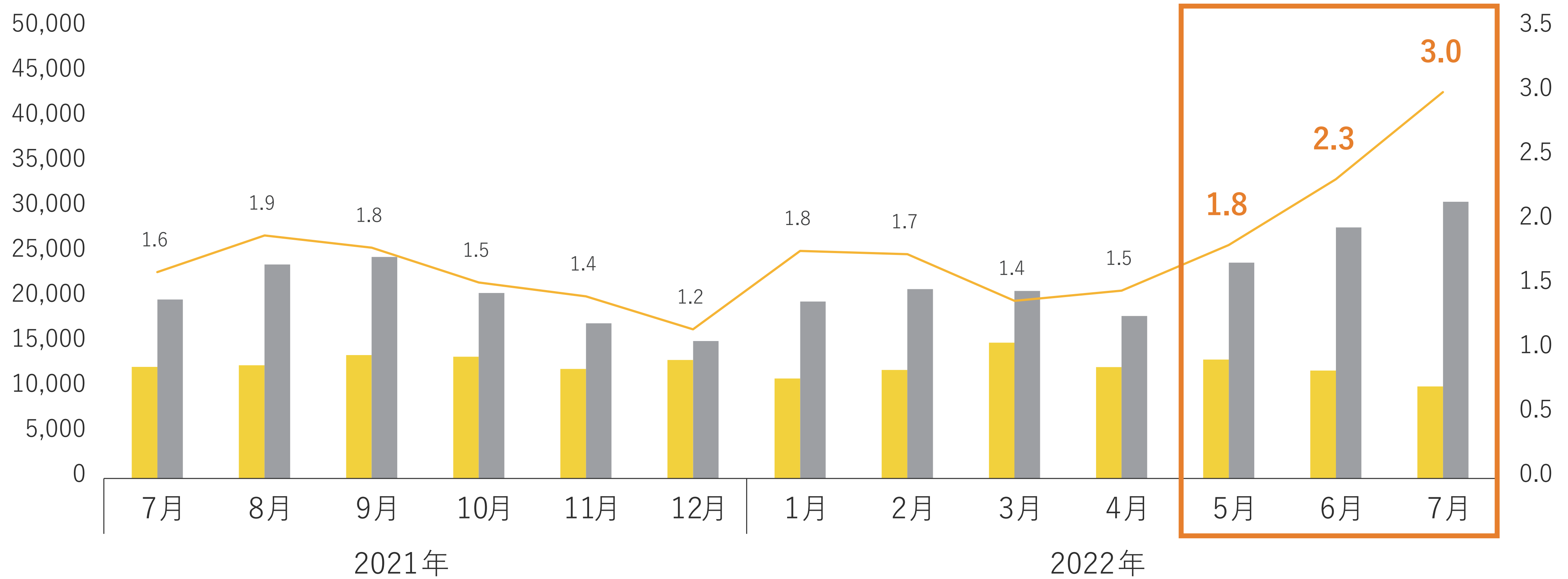
2022年5月にテスト導入以降、加盟店数は減少したものの**査定数は増加**
アクティブな店舗様が積極的に査定活動を実施

(単位：件)



依頼当たり査定数は改善傾向

(単位：件)



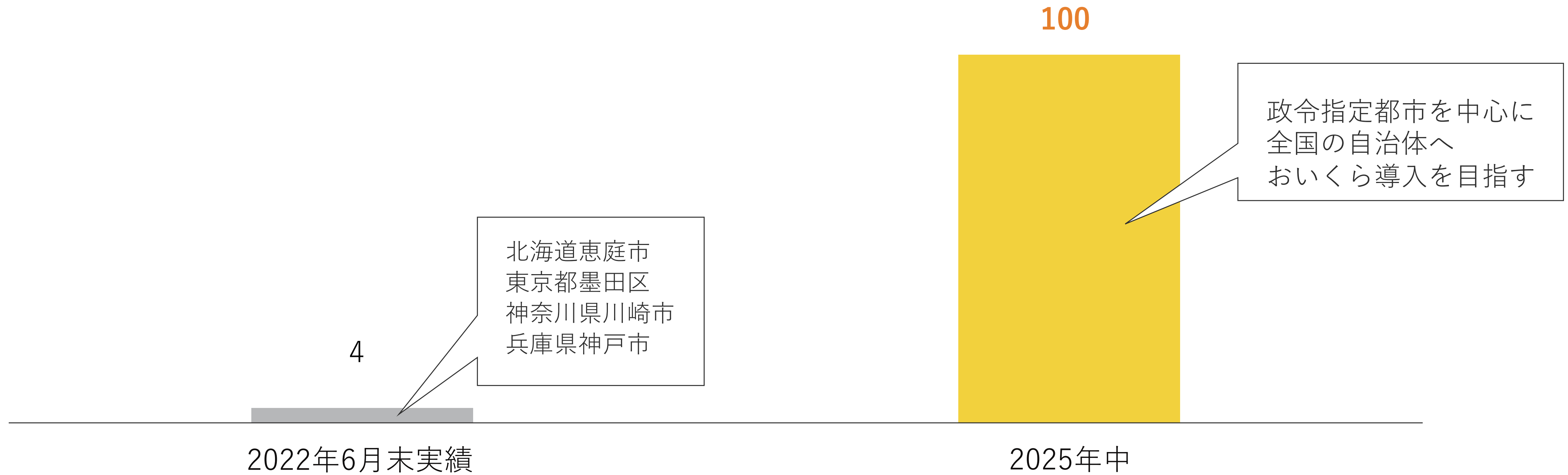
■ 買取依頼数 (左目盛) ■ 査定数 (左目盛) — 依頼当たり入札件数 (右目盛)

今後の注力施策について②-4：おいくら自治体連携について

当社の社会的信用度向上のため、官民連携でのごみ減量の取り組みを加速

3年で「おいくら」**新規導入 100 自治体を目指す**

また、信用度の高い大手企業とのパートナー関係構築にも注力



Agenda

1. 2022年6月期 決算概況

取締役管理本部長 CFO 今村 健一

- ① 連結決算概況
- ② セグメント別概況

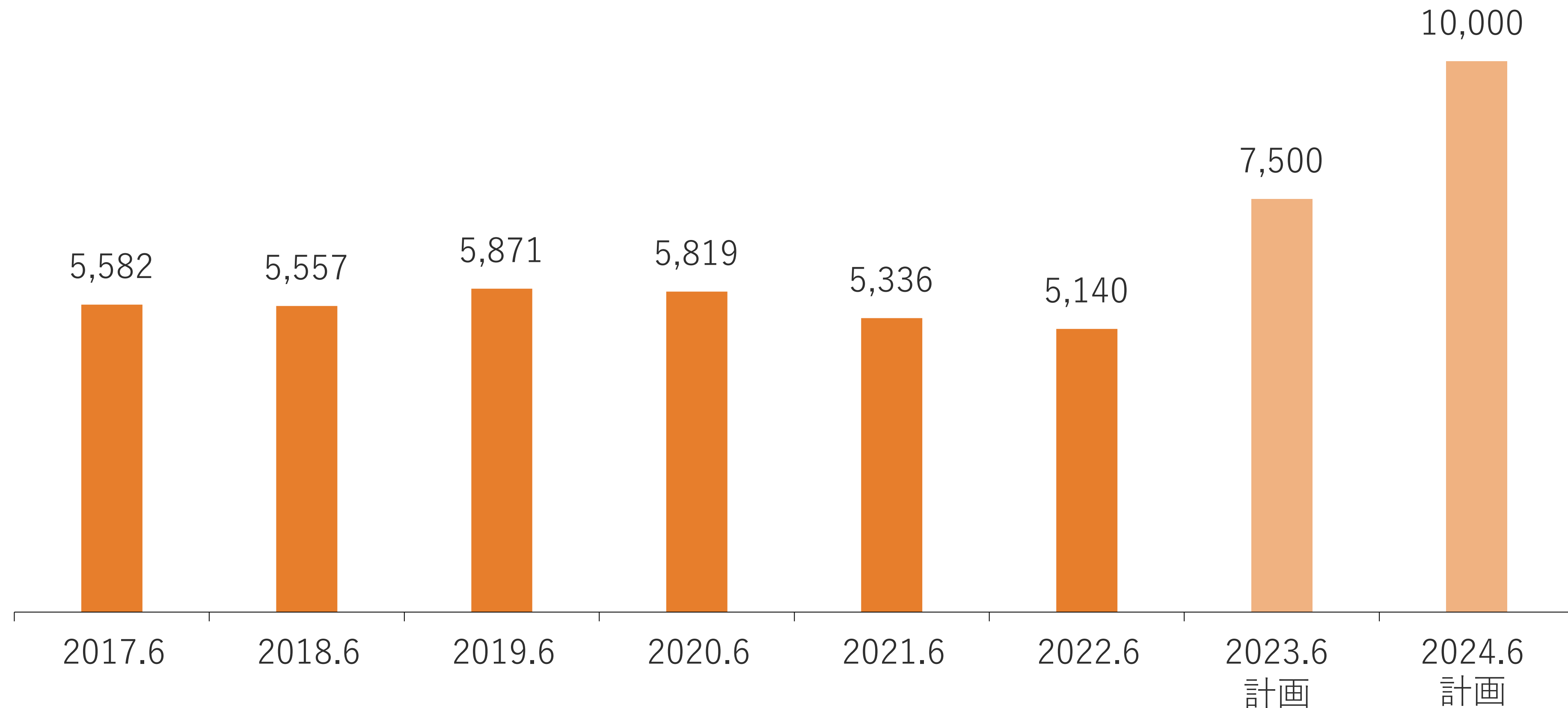
2. 中期経営計画の進捗について

代表取締役社長 CEO 小林 泰士

- I 中期経営計画の進捗について
- II 当社の市場認識と注力戦略について
- III 今期の事業別戦略について

2023.6 期計画は変更なし 出張買取人員の採用強化と千葉拠点開設などを実行 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

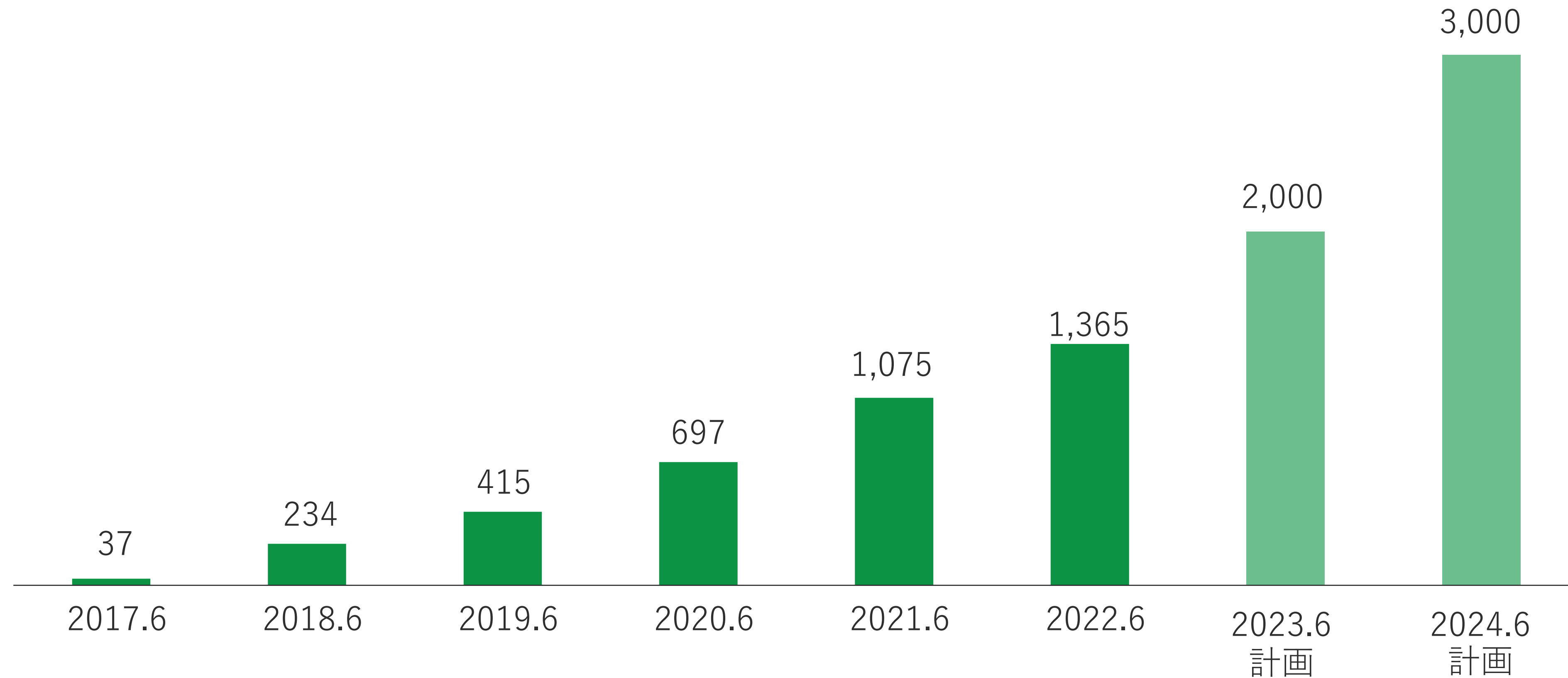
(単位：百万円)



2023.6 計画は変更なし

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に注力

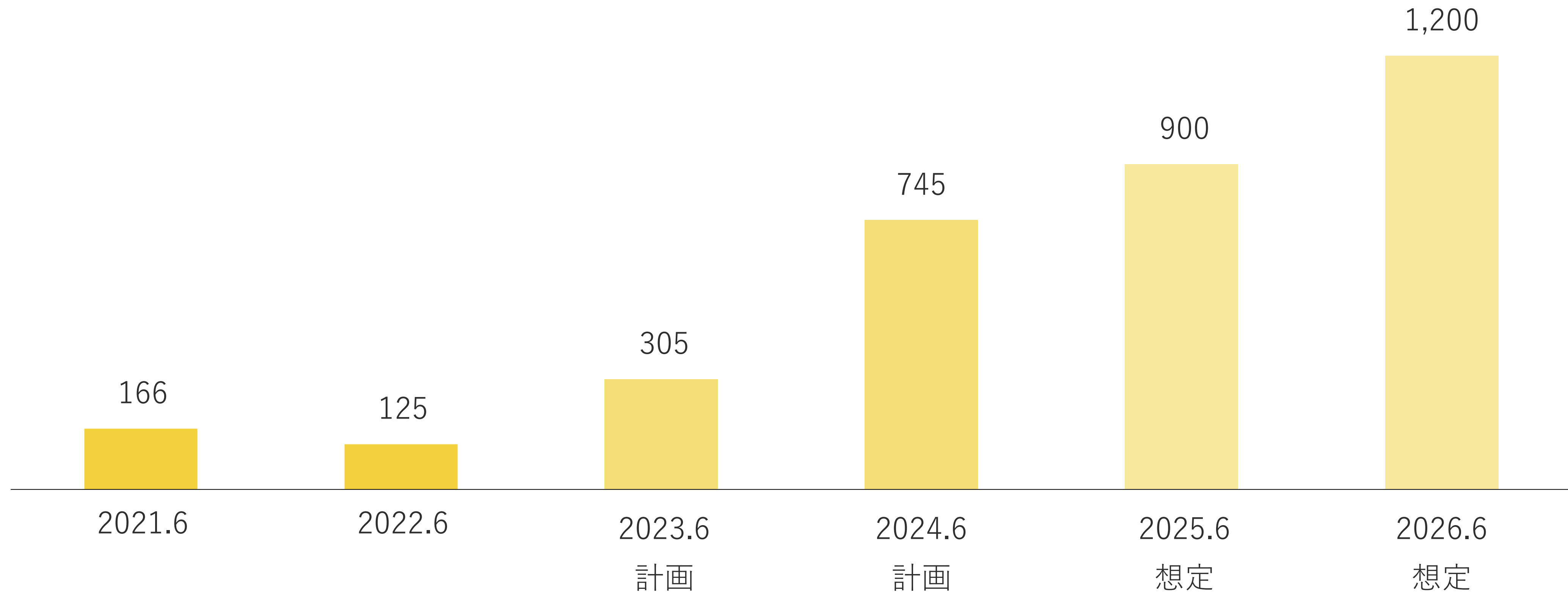
(単位：百万円)



2023.6 計画は変更なし

月額課金の導入店舗の獲得と自治体連携数の積み増しに注力

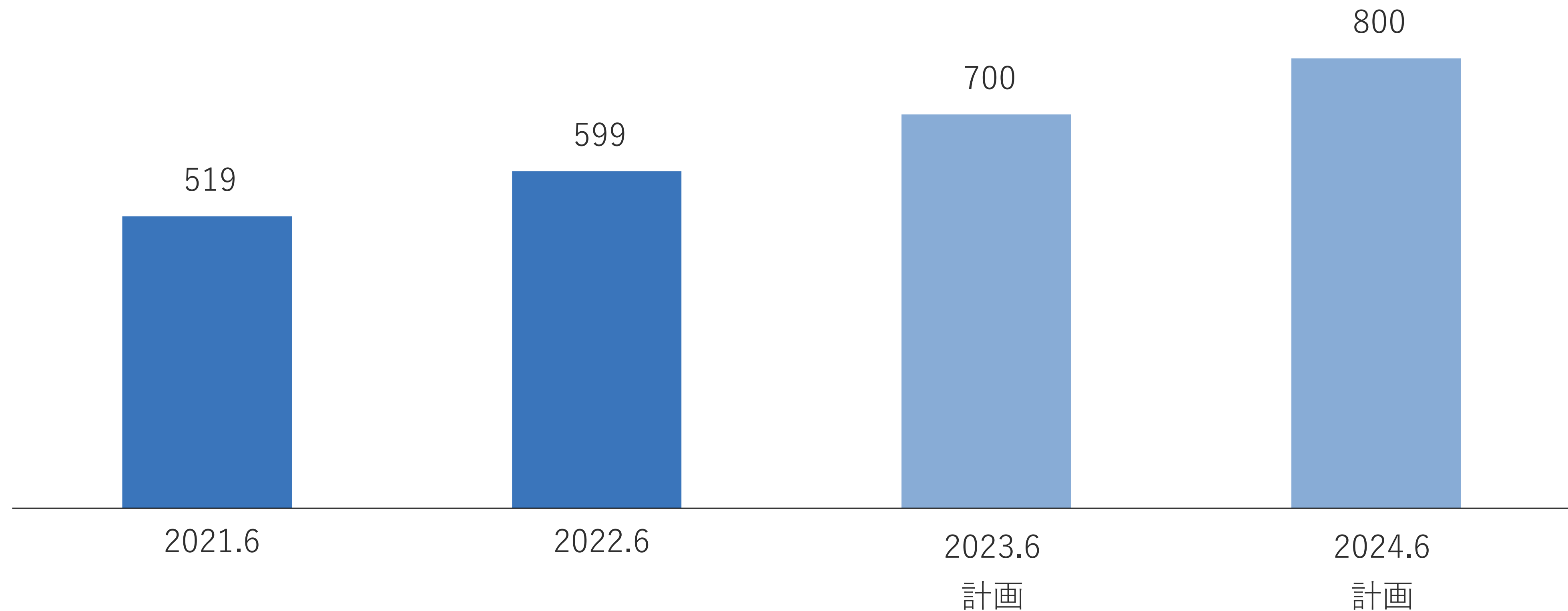
(単位：百万円)



2023.6 計画は変更なし

既存戦略の深堀と新規領域への進出の足掛かりをつける

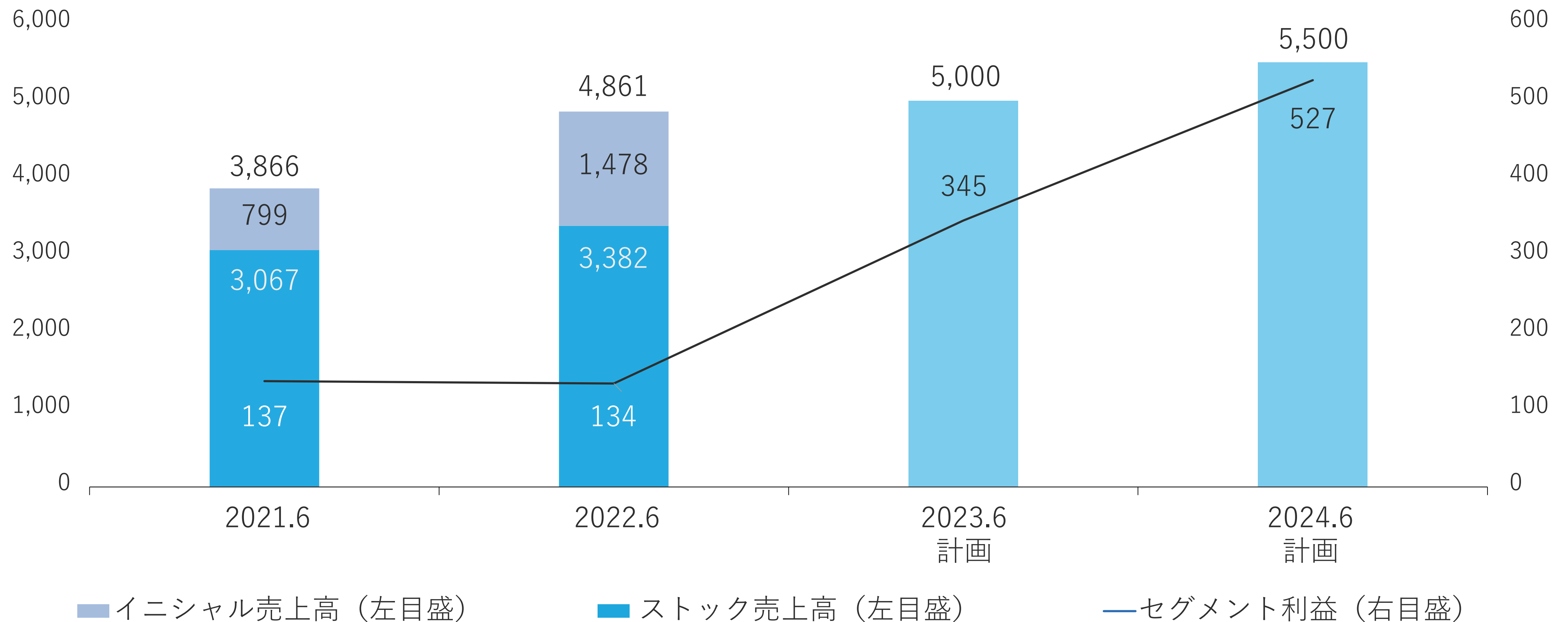
(単位：百万円)



2023.6 計画は変更なし

WiMAX5G の獲得強化に加え、ストック収益力の向上に注力

(単位：百万円)



計画は変更せず

(単位：百万円)	2022年6月期 実績	2023年6月期 計画	前期比
売上高	11,986	15,000	+25.1%
営業利益	▲ 319	300	—
経常利益	▲ 328	275	—
親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 404	167	—

個人向けリユースを中心に成長戦略を加速していく

セグメント		事業戦略
ネット型リユース	個人向けリユース	出張買取人員を中心とした社員採用の強化
		新規拠点（千葉リユースセンター）の開設
		販路の多様化を推進
	マシナリー（農機具）	ファーマリー事業譲受によって法人買取商流の強化
		販売商流の多様化（自社オークション、自社運営展示即売会）
	おいくら	アクティブな月額課金加盟店の獲得に注力
自治体連携数増加に向けて開拓を加速		
メディア		既存戦略の深堀と新規領域への進出の足掛かりをつける
モバイル通信		WiMAX5Gの新規回線獲得に注力 保有回線のARPUアップ

計画は変更なし

全部門増収を実現する

(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	11,968	15,000	20,000
ネット型リユース事業	6,580	6,631	9,804	13,744
個人向けリユース	5,336	5,140	7,500	10,000
マシナリー（農機具）	1,077	1,365	2,000	3,000
おいくら	166	125	304	744
メディア事業	519	599	700	800
モバイル通信事業	3,866	4,861	5,000	5,500
営業利益	54	▲319	300	1,200
営業利益率	0.5%	-2.7%	2.0%	6.0%
営業利益+将来収益	373	398	997	1,950

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

