



# 2022年3月期 第1四半期 決算説明資料

ジオホールディングス(2681)

GEO HOLDINGS CORPORATION

August.12.2021

# 2022年3月期第1四半期サマリー

## 第1四半期トピック

- ・ 2nd STREET 15店舗出店（通期計画は60店舗）
- ・ 2nd STREET マレーシア・台湾の各地域に1店舗出店（通期計画はマレーシア3店舗・台湾7店舗）
- ・ 「第6回ホワイト企業アワード」で最優秀賞を受賞

## 第1四半期業績ハイライト

- ・ 減少トレンドであるレンタル商材売上は、巣ごもり需要の終息、新作タイトルの不足により悪化傾向
- ・ 衣料・服飾雑貨を主力とする2nd STREETは、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う外出自粛継続も、売上回復基調、ラグジュアリーを主力とするお蔵は海外市況の好調を受けて回復
- ・ 収益認識基準の適用により、売上高は前期比減少

# 本資料の記載内容

---

- ・ 2022年3月期 第1四半期 サマリー
- 1 2022年3月期 第1四半期 連結業績
- 2 2022年3月期 業績予想の進捗
- 3 成長への取組み
- 4 グループ概要
- 5 補足資料

# 2022年3月期第 1 四半期連結業績

# 1 2022年3月期第1四半期 連結損益計算書

## 前期巣ごもり特需の反動により営業利益減

単位：百万円	21.3月期 1Q実績	22.3月期 1Q実績	増減	前期比
売上高	82,860	76,088	▲6,772	91.8%
売上総利益	33,230	31,011	▲2,219	93.3%
(売上総利益率)	40.1%	40.8%		
販管費	29,673	29,855	182	100.6%
営業利益	3,557	1,155	▲2,401	32.5%
(営業利益率)	4.3%	1.5%		
経常利益	3,641	1,341	▲2,299	36.8%
当期純利益	2,392	526	▲1,866	22.0%

※当第1四半期から収益認識基準の適用により、前期売上高につきまして基準の異なる算定方法に基づいた数値を用いています。  
※当期純利益は、親会社株主に帰属する四半期純利益

# 1 2022年3月期第1四半期 商材別売上高

	21.3月期 1Q実績	22.3月期 1Q実績	前期比	増減額
リユース	31,933	36,627	114.7%	4,693
リユース系	16,078	23,507	146.2%	7,429
メディア系	15,855	13,119	82.7%	▲2,735
新品	27,477	23,507	85.6%	▲3,970
レンタル	15,128	11,205	74.1%	▲3,923
その他	8,320	4,748	57.1%	▲3,572
合計	82,860	76,088	91.8%	▲6,772

単位：百万円

2nd STREETの新店とおお蔵の海外市況好調により増収。

前期の巣ごもり特需の反動で、ゲーム関連商材のリユース・新品ともに売上減少

収益認識基準の適用による影響で5,195百万円減少

※前期まで「その他」区分としていましたGEO・2nd STREET(国内)以外の取扱商材について、今期より各商材の属性に基づき、リユース系リユース・メディア系リユース・新品の集計区分に変更しています。

	21.3月期 1Q実績	22.3月期 1Q実績	前期比	増減額
リユース	15,915	16,912	106.3%	997
リユース系	9,149	11,649	127.3%	2,500
メディア系	6,765	5,263	77.8%	▲1,502
新品	4,445	3,659	82.3%	▲785
レンタル	10,075	7,286	72.3%	▲2,789
その他	2,793	3,152	112.8%	358
合計	33,230	31,011	93.3%	▲2,219

単位：百万円

高額商材販売と卸売の増加により売上総利益率は低下

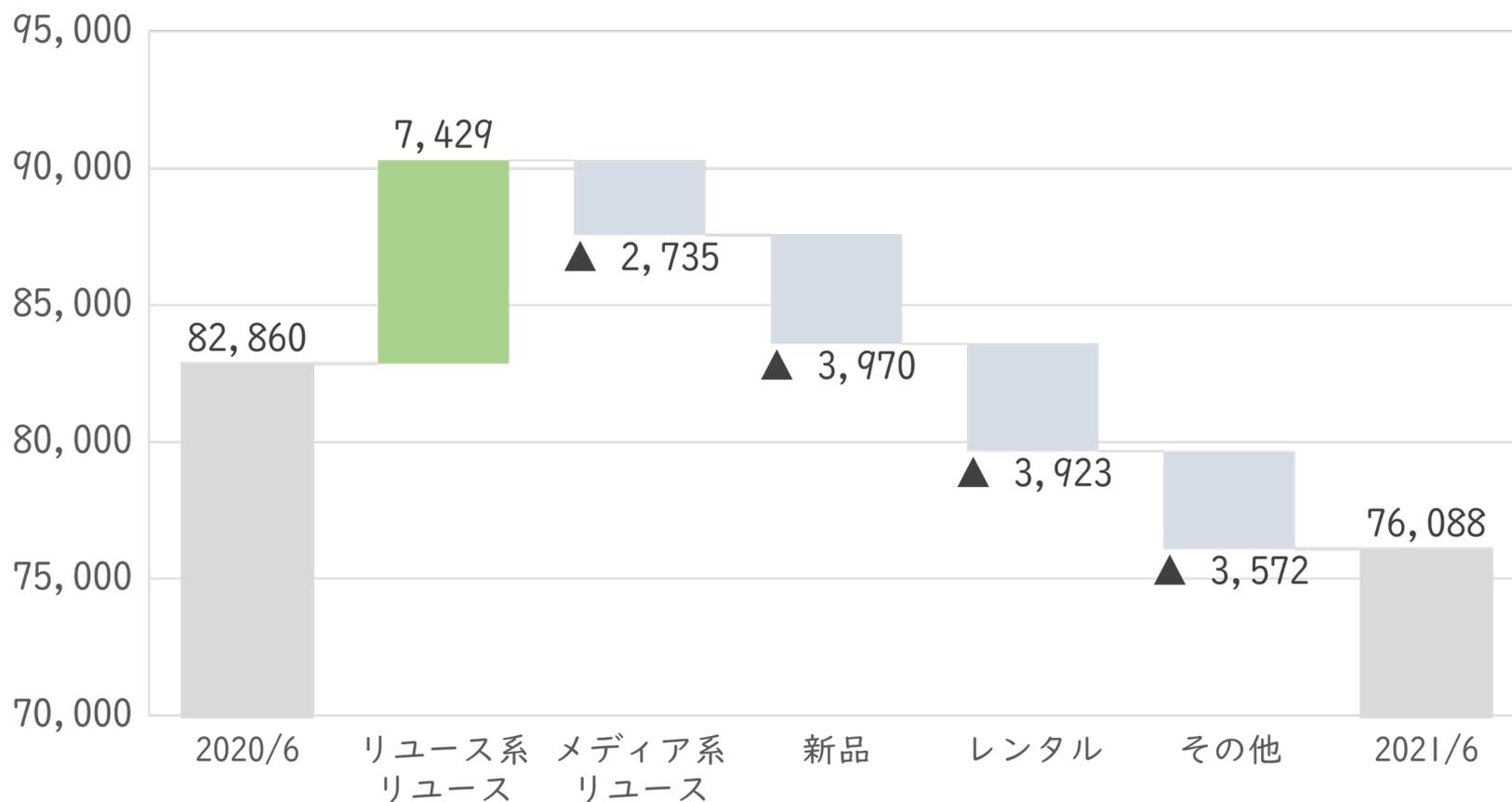
デジタルコンテンツ商材販売が収益認識基準の適用により減収するものの、取引高の増加により売上総利益は増加

※前期まで「その他」区分としていましたGEO・2nd STREET(国内)以外の取扱商材について、今期より各商材の属性に基づき、リユース系リユース・メディア系リユース・新品の集計区分に変更しています。

# 1 2022年3月期第1四半期 売上高前期比増減

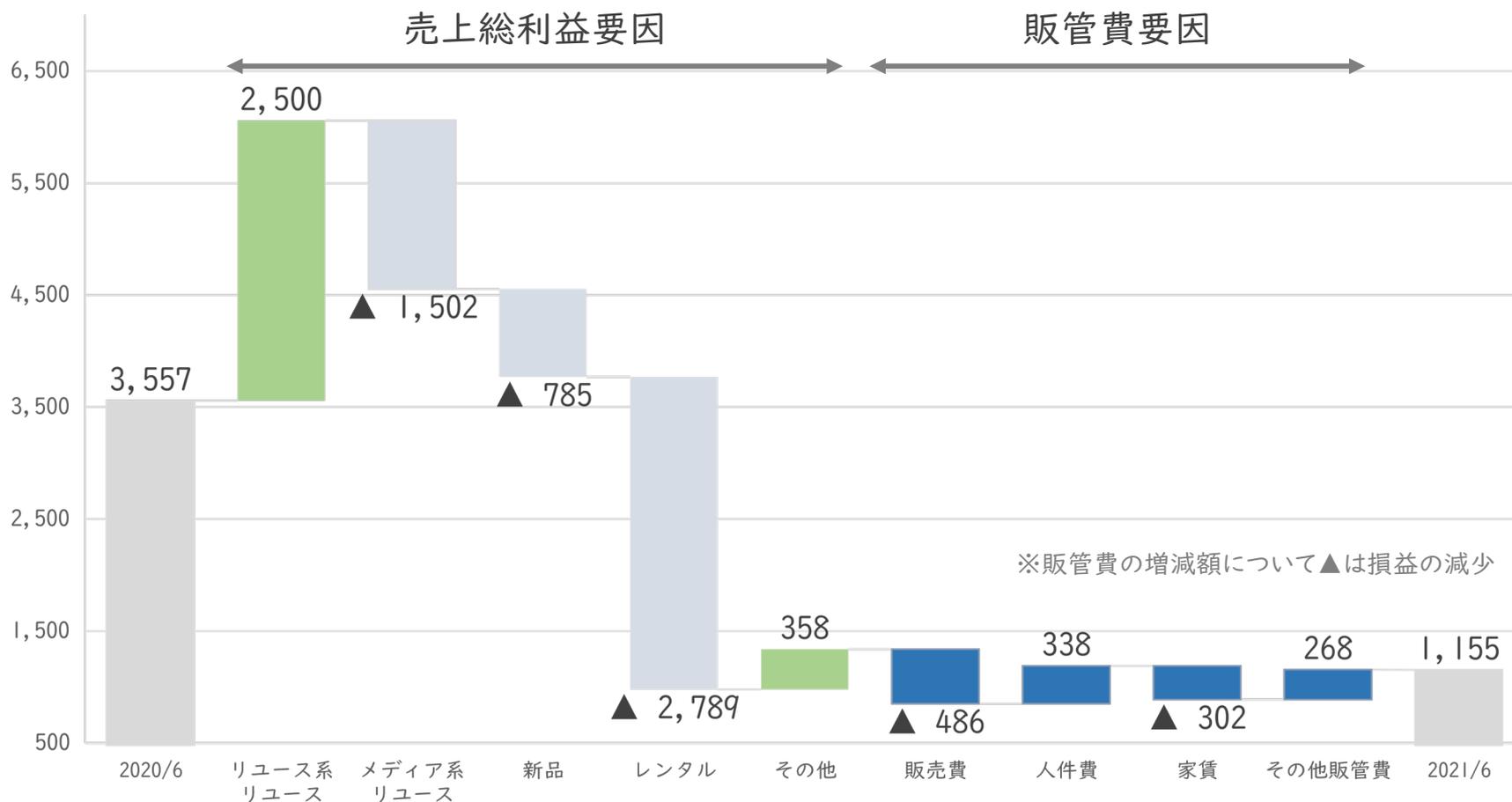
レンタルとゲーム関連商材の販売の巣ごもり特需終息により  
売上高は反動減

単位：百万円



レンタルとゲーム商材の売上総利益の減少をリユース系リユースの増加だけでは補いきれず、人件費等の販売管理費の抑制に努めるも、営業利益減

単位：百万円



# 1 2022年3月期第1四半期 販売管理費

新規出店による地代家賃やデジタルコンテンツ事業における広告宣伝費の増加がありました。人件費を中心としたコスト抑制により販管費合計では前期比0.6%増とほぼ前期同水準

※販管費の増減額について、▲は損益の増加

単位：百万円	21.3月期		22.3月期		増減	(前期比)
	1Q実績	(売上比)	1Q実績	(売上比)		
販売費計	3,516	4.2%	4,002	5.3%	486	113.8%
広告宣伝費	1,293	1.6%	1,773	2.3%	480	137.1%
販売促進費	88	0.1%	74	0.1%	▲13	84.6%
販売手数料	981	1.2%	1,184	1.6%	203	120.7%
人件費計	14,614	17.6%	14,276	18.8%	▲338	97.7%
その他諸経費計	11,542	13.9%	11,576	15.2%	34	100.3%
水道光熱費	680	0.8%	680	0.9%	0	100.0%
地代家賃	5,905	7.1%	6,208	8.2%	302	105.1%
減価償却費	1,100	1.3%	1,019	1.3%	▲80	92.6%
備品消耗品費	595	0.7%	482	0.6%	▲112	81.0%
修繕費	134	0.2%	222	0.3%	88	166.0%
販管費計	29,673	35.8%	29,855	39.2%	182	100.6%

# 1 2022年3月期第1四半期 連結貸借対照表

単位：百万円	2021年 3月末	構成比	2021年 6月末	構成比	増減額
流動資産	113,687	67.0%	102,694	64.5%	▲10,993
現金及び預金	51,865		41,486		▲10,379
商品	42,218		44,821		2,603
固定資産	56,050	33.0%	56,428	35.5%	378
有形固定資産	28,177		28,606		429
無形固定資産	2,349		2,415		66
投資その他資産	25,524		25,406		▲118
資産合計	169,738	-	159,122	-	▲10,616
流動負債	41,038	24.2%	32,689	20.5%	▲8,349
買掛金	15,108		10,954		▲4,154
短期借入金	-		4,000		4,000
1年以内返済予定の長期借入金	5,012		5,325		313
固定負債	55,717	32.8%	53,937	33.9%	▲1,780
長期借入金	45,943		44,475		▲1,468
負債合計	96,755	57.0%	86,627	54.4%	▲10,128
純資産合計	72,982	43.0%	72,495	45.6%	▲487
負債純資産合計	169,738	-	159,122	-	▲10,616

買掛金の支払、消費税・法人税の納付による減少

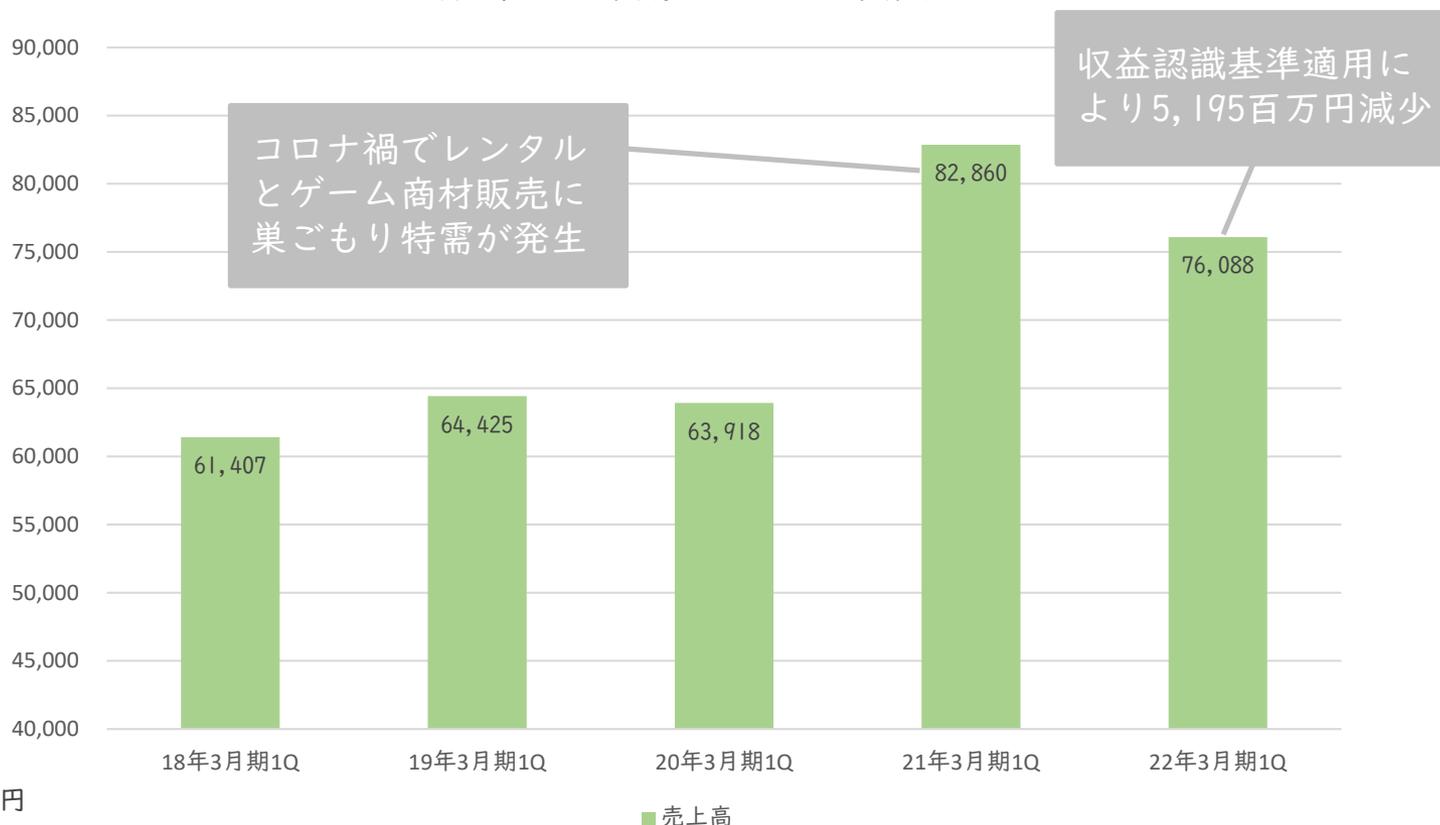
主に衣料・ラグジュアリー商材などのリユース系リユース商材の好調な買取により増加

前期末に発売した新品ゲームソフト関連の債務の支払による減少

# 第1四半期売上高推移

当第1四半期の売上高は、コロナ禍によるゲームソフト・ゲーム機本体を中心とした巣ごもり特需が終息し、収益認識基準適用の影響もあり、前第1四半期から減収となりますが、コロナ禍前の水準に対しては上回った推移となっています。

連結第1四半期売上高の5年推移



## 2nd STREETの海外展開

2nd STREETにおける海外展開として、当第1四半期では、マレーシアと台湾の各地域に1店舗を新規出店しました。マレーシアでは6月からのロックダウンにより店舗営業に規制があり、台湾ではオンラインストア・宅配買取も開始し、買取専門店業態での出店も含めて出店計画を進めています。アメリカにおいては、時短営業がありましたがコロナウイルスの影響は沈静化し、順調に回復し、出店計画を進めています。



セカンドストリートTTDI店(マレーシア6号店)



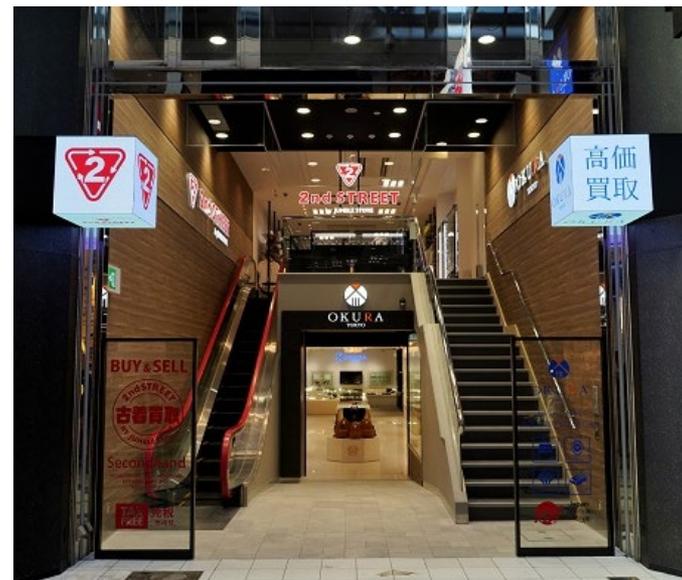
セカンドストリートチェルシー店(アメリカ ニューヨーク)



「OKURA TOKYO」(おお蔵)は、関東・関西地区を中心に、高級時計・ブランドバックなどのラグジュアリーブランドのリユースを、買取専門店も含めて16店舗で展開しており、店舗販売以外にも海外への卸売や福岡でのオークション市場も運営しています。引き続きラグジュアリー商材を強化していくため、今期は出張買取にも注力いたします。

当第1四半期においては、店舗で販売したROLEX製品のリユース腕時計を、販売価格(税抜)の95%の金額で買い戻す「ROLEX製品 95%買い戻しサービス」を開始しました。

当社グループは国内リユース市場におけるラグジュアリー商材でもNo.1を目指していきます。



OKURA TOKYO大阪本店&セカンドストリート心斎橋南店  
(大阪市中央区)



モデルの指定はお客様ご自身の  
総写真にイテグです

ROLEX製品95%買い戻しサービス開始記念

ROLEX製品が当たるキャンペーン実施中!  
応募期間: 2021年6月25日(金)~2021年7月31日(土)

# 1 GEO店舗での商材追加・売場リニューアル



省スペース型のレンタルパッケージの検証試験、リテール家電・携帯電話・スマホ売場の拡張に加え、菓子・食品の導入等、レンタル市場の縮小に対応する商材追加・売場リニューアルに取り組んでおります。



# オフプライスストアの開発



OPS（オフプライスストア）業態とはメーカーの生産余剰品やシーズンオフ品などを仕入れて、店内商品の全てをいつでもセール価格で提供するフォーマットです。アパレルの余剰在庫問題に関心が寄せられる中、資源活用につながる注目の業態で、当社グループでは、OPS業態のトップランナーとして店舗モデルの確立と運営の標準化を進めながらチェーン展開を進めています。

また、常設店以外にも期間限定のPOP-UP STOREとしても展開し、当第1四半期においては、浦和パルコ店・水戸エクセル店・松坂屋豊田店に、POP-UP STOREとして出店しました。



POP-UP STORE 浦和パルコ店（さいたま市浦和区）



ラック・ラック 名古屋名鉄百貨店（愛知県名古屋市）

EC販売だけでなく、インターネットを介した「取り寄せサービス」を含む電子商取引に関与した物販売上高は、前期比132.7%と伸長しています。特に新型コロナウイルス環境下で前期から推進しました2nd STREETの各店舗における店舗とECの併売促進の結果、巣ごもり消費の波に乗れて、2nd STREET自社サイト(アプリ経由含む)での売上高・販売数の前期比は、それぞれ155.7%・127.2%と大きく伸長しました。自社サイトの認知向上と物流整備により、お客様が求めるシームレスなサービス提供基盤の整備に努めていきます。

	21.3月期 1Q実績	22.3月期 1Q実績	前期比
EC関与売上高(百万円)	3,601	4,780	132.7%
EC関与販売数(百万個)	940	974	103.5%

# 1

## ゲオグループ店舗数の状況

・ 2022年3月期第1四半期総店舗数 1,956店

	GEO ※1 	2nd STREET ※2 	2nd STREET (海外) 	OKURA TOKYO (おお蔵) 	Luck Rack 	ウェア ハウス 	その他	合計
直営店	1,009	685	18	16	12	10	9	1,759
（期中出店）	2	15	2	2	3	0	0	24
（期中閉店）	▲ 13	▲ 4	0	▲ 1	▲ 1	▲ 1	▲ 2	▲ 22
FC・代理店	146	51	—	—	—	—	—	197
合計	1,155	736	18	16	12	10	9	1,956

※1:GEO mobile単独店を含む

※2:Super 2nd STREET・ジャンブルストア・2nd OUTDOOR・買取専門店等を含む



# 2022年3月期 業績予想の進捗

---

2021年5月に以下の通り予想値を公表しており、新型コロナウイルスの業績に対する影響は、ワクチン接種が進むことにより消費者の外出自粛が徐々に改善して期末を迎えるものと想定しています。

第1四半期におきましては、外出自粛が求められる状態が継続し、2nd STREETが主力とする衣料品販売の回復が遅れていますが、新規出店はほぼ計画通りに進捗できています。

単位：百万円	22.3月期 通期予想	22.3月期 1Q実績値	22.3月期 1Q進捗率
売上高	320,000	76,088	23.8%
営業利益	4,000	1,155	28.9%
経常利益	4,500	1,341	29.8%
当期純利益	2,000	526	26.3%

	出店計画	
	店舗数	概要
GEO 	20店舗	移転・統合による出店のほか、既存店リニューアルにより、レンタル売場を圧縮、モバイル店舗を併設、リユース家電等の商材追加を進めます。
2nd STREET(国内) 	60店舗	2023年3月期 800店舗構想を継続します。
2nd STREET(海外) 	24店舗	海外店舗網を拡張します。 (北米14店、マレーシア3店、台湾7店)
Luck Rack 	10店舗	郊外ロードサイドに加えて、駅前立地の商業ビルへの出店も計画します。

# 成長への取組み

---

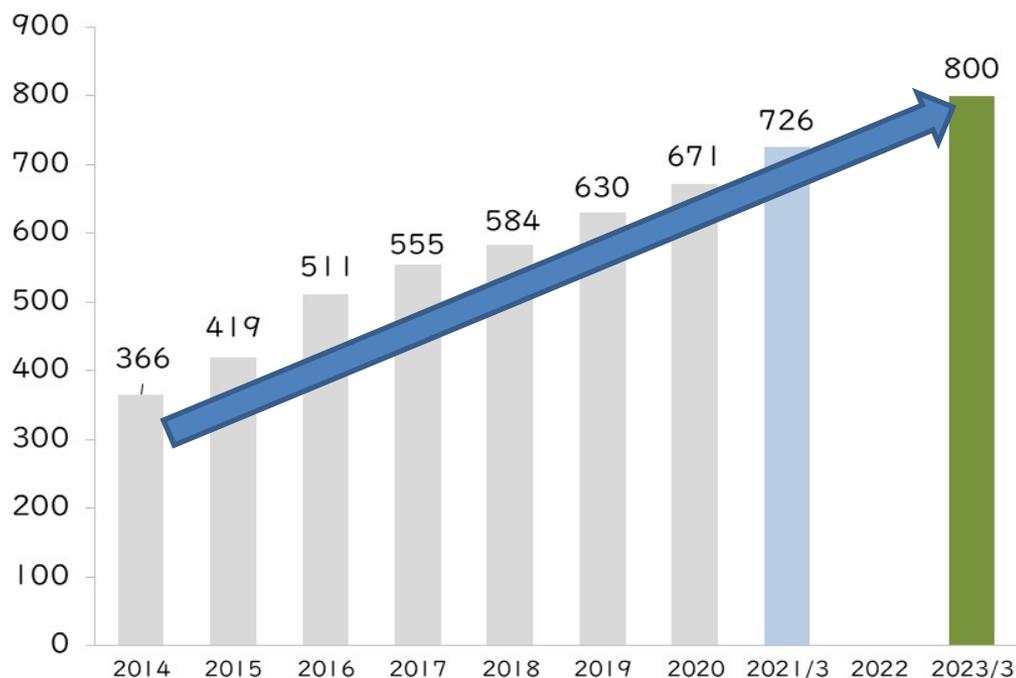
## ネットワークリテイラーへの挑戦

お客様の消費行動をより理解して、オンラインとオフライン(店舗)の両方で、商品・サービスを自在に選択して利用いただける体制をグループで構築します。



## 2nd STREETの出店継続

リユースに対する認知向上により、リユース市場の成長は続いており、リユース市場において圧倒的No.1企業となるために、2023年3月期末までに2nd STREETの800店舗体制を目指しています。新型コロナウイルスの影響が続く中ではありますが、積極的な出店を継続することにより顧客とのアクセスポイントを増やし、リユース市場の深耕を推進しています。



スーパーセカンドストリート大宮日進店(埼玉県さいたま市)

## デジタルコンテンツ事業

当社グループは、実店舗における販売・サービスの提供が主な事業領域であります。デジタル化が進むビジネス環境を見据えて、子会社の(株)エイシス及び(株)forcs（2021年4月1日に(株)ゲオインタラクティブより商号変更）において、デジタルコンテンツ事業を展開しています。

(株)エイシスでは、二次元コンテンツダウンロードサイト「DLsite」の運営のほか、ゲーム・ボイス・ASMRコンテンツの制作販売を展開し、(株)forcsでは電子コミック制作および各種コミックサイトへの電子コミック提供を展開しています。



**DLsite**

**forcs**  
『楽しさをシェアする』

「フォーカス」は新しいアイデアや物語を生み出し、それを分かち合うために生まれたデジタル生まれの出版社です。



# グループ概要

---

## 企業理念：豊かで楽しい日常の暮らしを提供する

- ・ 社名 株式会社ゲオホールディングス  
(英文表記：GEO HOLDINGS CORPORATION)
- ・ 会社設立 1989年（平成元年）1月
- ・ 本社 〒460-0014  
愛知県名古屋市中区富士見町8番8号
- 東京本部 〒170-0005  
東京都豊島区南大塚三丁目53番11号 今井三菱ビル
- ・ 代表取締役 遠藤 結蔵
- ・ 資本金 89億75百万円\*
- ・ 株式上場市場 東京証券取引所 第一部

\*2021年6月30日現在

# ゲオグループの主なショップと取扱い商材

		リユース					レンタル		新品			店舗数 (2021年6月 末時点)
		衣料 服飾 雑貨	ブラン ド品	生活 家具 家電	ゲーム 機器 ゲーム ソフト	携帯 電話 スマー トフォ ン	AV家電 PC	DVD ブルー レイ	BOOK CD	衣料 服飾 雑貨	AV家電	
GEO GEO mobile	 	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	1,155
2nd STREET		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	736
OKURA TOKYO (おお蔵)		●	● (時計 バッグ)	●	●	●	●	●	●	●	●	16
Luck Rack		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	12

※主な取扱い商材の一覧になります。店舗によっては、取扱いがない場合がございます。

## リユース(2nd STREET)事業の特徴と強み



全国700以上の店舗数と選べる3つの買取方法  
 直接店舗へお持ち込みいただく「店舗買取」、大型家具・家電をご自宅で査定する「出張買取」、段ボールに詰めて送るだけの「Web(宅配)買取」の3つを用意し、顧客のニーズにこたえ、リユース業の根幹である仕入に注力しています。

### 幅広い取扱いと買取実績

洋服、家具、家電、ホビー、アウトドア用品など幅広く取り扱い、買取実績は直接年間7,000万点以上。豊富な実績データを活用して、買取精度を高めています。



### バイヤー育成

買取業務を担うバイヤーの育成と買取能力の更なるレベルアップを目的とする社内検定「バイヤー認定制度」を設けています。同制度では、衣料・服飾部門、総合部門の2部門で試験結果に応じて、4段階の認定を行い、その他社内コンテストの継続的開催により大量出店と日々増加する買取商品査定を支える体制を構築しています。

## メディア(GEO)事業の特徴と強み

GEOは、直営店舗を中心として全国1100店舗以上を展開し、本部による在庫の一元管理を行うことで、GEO全体の買取・販売バランス、在庫配分を最適化しています。また、高シェアのレンタルに加えて、ゲーム商材の新品とリユースを同一店舗で取り扱う独自の店舗スタイルや、徹底したローコストオペレーションにより、高い収益力を維持しています。

### ■全国に広がる

GEO	1,155店舗
(直営店)	1,009店舗
(代理店)	100店舗
(FC店)	46店舗
	(2021年6月30日時点)

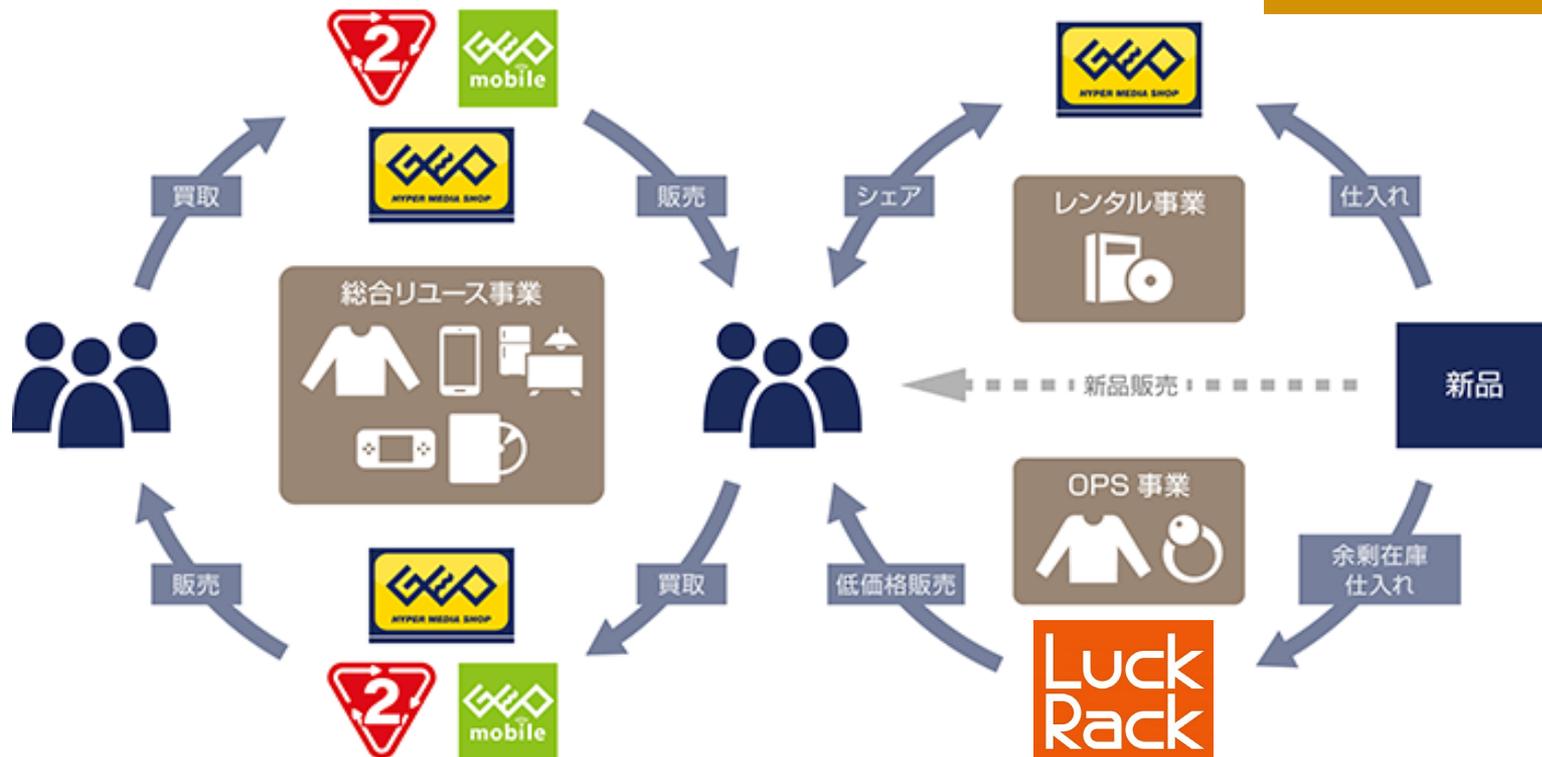


セルフレジ

## 事業成長によるSDGsへの貢献

“モノ”を不要な場所から必要な場所へ。  
 当社は様々な循環型事業を通して、廃棄物の発生を削減し、  
 SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」に貢献します。

12 つくる責任  
 つかう責任



## エネルギー効率化によるSDGsへの貢献

約1600店舗にLED照明設置を完了。当社の店舗の9割超で、LEDによるCO2削減を進めています。

各店舗のレジにタブレット端末を導入し、買取伝票などのペーパーレス化に取り組んでいます。エネルギーの効率化と業務効率化につなげます。

7 エネルギーをみんなに  
そしてクリーンに



## 「第6回ホワイト企業アワード」で最優秀賞

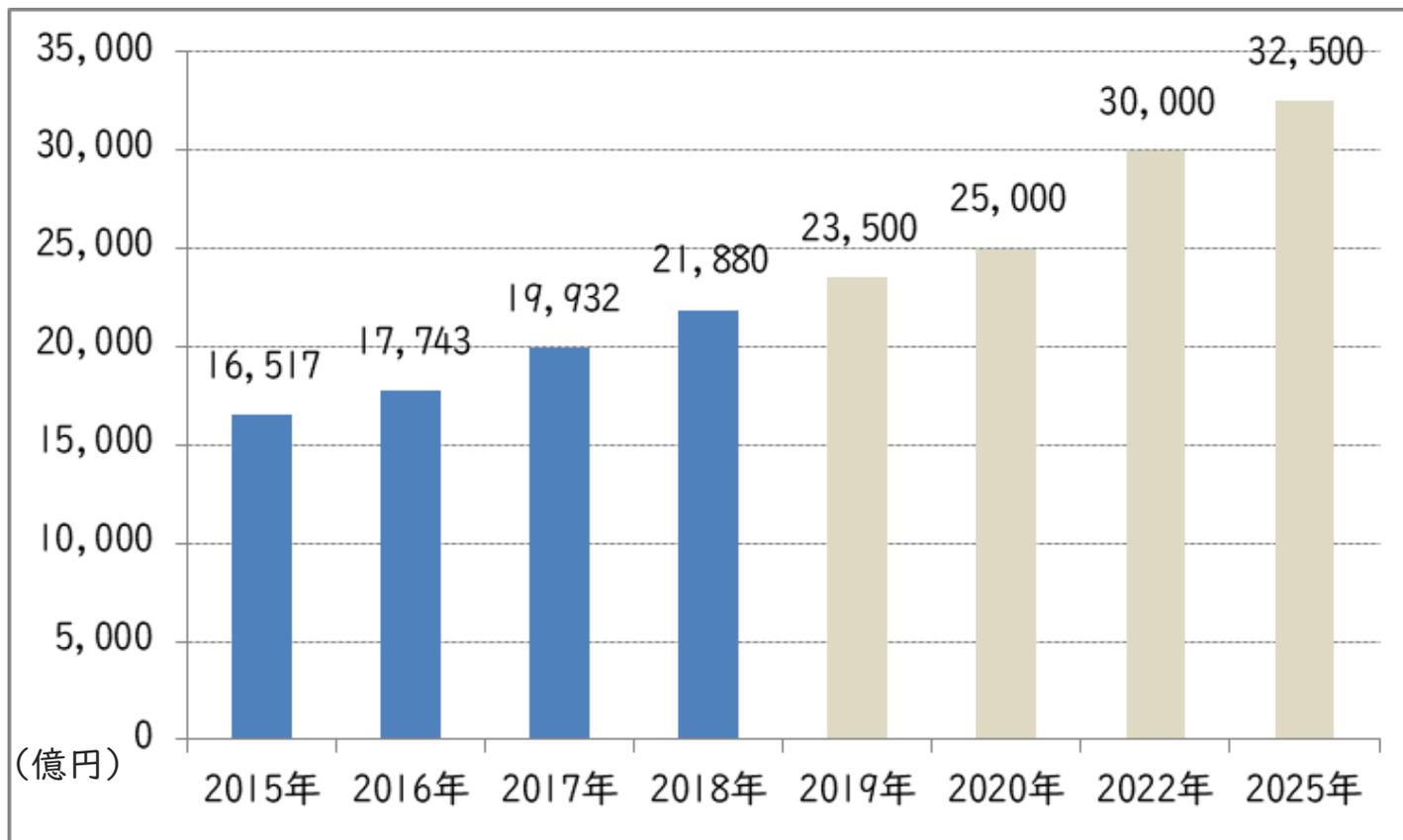
一般財団法人日本次世代企業普及機構が主催する「第6回ホワイト企業アワード」において大企業区分の「最優秀賞」を受賞しました。部門別では「柔軟な働き方部門」を受賞し、2019年の「ダイバーシティ&インクルージョン部門」、2020年の「ワーク・ライフバランス部門」に続き、3年連続の受賞となりました。ステークホルダーからの信頼獲得、企業価値の向上および企業の継続的発展につなげます。



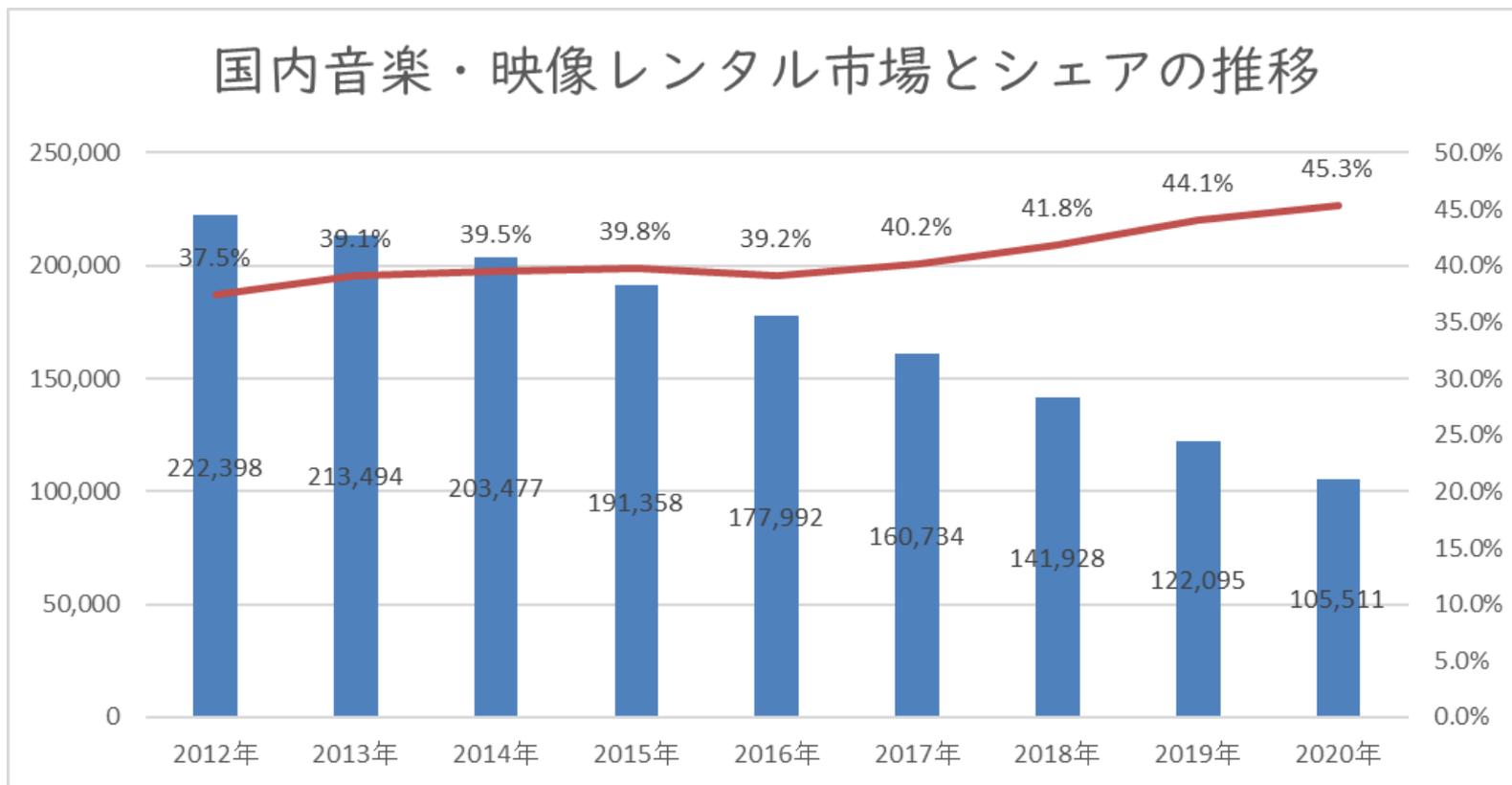
# 補足資料

---

単位：百万円	21.3月期				22.3月期			
	1 Q 実績	2 Q 実績	3 Q 実績	4 Q 実績	1 Q 実績	2 Q 実績	3 Q 実績	4 Q 実績
売上高	82,860	75,718	84,817	84,961	<b>76,088</b>			
(前期比)	129.6%	102.1%	101.0%	102.3%	<b>91.8%</b>			
売上総利益	33,230	30,286	31,428	30,278	<b>31,011</b>			
(前期比)	111.8%	100.2%	98.7%	94.6%	<b>93.3%</b>			
(売上総利益率)	40.1%	40.0%	37.1%	35.6%	<b>40.8%</b>			
販管費	29,673	30,219	30,594	30,424	<b>29,855</b>			
(前期比)	109.4%	106.9%	104.3%	104.6%	<b>100.6%</b>			
営業利益	3,557	66	834	▲145	<b>1,155</b>			
(前期比)	136.7%	3.4%	33.1%	—	<b>32.5%</b>			



(出典:リサイクル通信「中古市場データブック2020」)



(単位:百万円)

(出典:経済産業省 特定サービス産業動態統計調査)

\*特定サービス産業動向調査をもとに当社推計

\*宅配レンタル・コミックレンタルは含まれておりません。

## 将来の見通しに関する記述の注意

本資料に記載されている、当社グループに関する業績見通し、方針、経営戦略、目標、予定、事実の認識・評価ならびに業績や配当の見通し等といった将来に関する記述を含む歴史的事実以外のすべての事実は、当社グループが現在入手している情報に基づく、現時点における期待、想定、計画、認識、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。これらの記述ないし事実または前提（仮定）については、その性質上客観的には、不正確であったり、一般的な状況、天候、景気および消費動向の変化、消費者の嗜好変化等による潜在的リスクを含んでおり、将来その通りに実現するという保証はいたしかねます。



GEO HOLDINGS CORPORATION

企業理念：豊かで楽しい日常の暮らしを提供する

お問合せ 株式会社ゲオホールディングス 経理財務部

T E L : 052-350-5711

Email : [info@geonet.co.jp](mailto:info@geonet.co.jp)