



2022年3月期第2四半期 決算説明会資料

ジオホールディングス(2681)

November.18.2021

GEO HOLDINGS CORPORATION

本資料の記載内容

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





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(2021年9月30日現在)
・株式上場市場	東京証券取引所 第一部 (2022年4月予定の新市場区分は、「プライム市場」を選択し申請中)

1

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9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 プレー レイ	BOOK CD	衣料 服飾 雑貨	AV家電		ゲーム 機器 ゲーム ソフト
GEO GEO mobile		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	1,138
2nd STREET		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	737 (国内)
OKURA TOKYO (おお蔵)		●	● (時計 バッグ)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	17
Luck Rack		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	14

※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。

2022年3月期第2四半期サマリー

第2四半期トピック

- ・ 2nd STREET(国内) 当期累計27店舗出店（通期出店計画は60店舗）
- ・ 2nd STREET(海外) 台湾に3店舗出店（通期出店計画は台湾7店舗。当期累計4店出店完了）
- ・ 高級腕時計を中心としたリユース海外卸売売上の大幅増

第2四半期業績ハイライト

- ・ 前期巣ごもり需要の反動減によるレンタル商材・ゲーム関連商材の売上減少と収益認識基準の適用により
売上高は、前期比95.8%の1,519億円と減収
- ・ 売上総利益が、前期比97.9%の621億円となり、広告宣伝費・出店に伴う地代家賃等の販管費増加により
営業利益は、前期比40.9%の14.8億円と減益
- ・ リユース系リユース商材売上は、前期比40.7%増と新型コロナウイルス感染症拡大影響の鎮静化に応じて
成長軌道に回帰

2022年3月期第 2 四半期連結業績

前期第1四半期に生じた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 2Q実績	22.3月期 2Q実績	前期比	増減
売上高	158,578	151,948	95.8%	▲6,629
売上総利益	63,516	62,178	97.9%	▲1,338
(売上総利益率)	40.1%	40.9%		
販管費	59,893	60,696	101.3%	802
営業利益	3,623	1,482	40.9%	▲2,141
(営業利益率)	2.3%	1.0%		
経常利益	3,897	1,993	51.2%	▲1,903
当期純利益	1,229	725	59.0%	▲503

※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

単位：百万円	21.3月期 2Q実績	22.3月期 2Q実績	前期比	増減額
リユース	62,587	74,493	119.0%	11,905
リユース系	34,081	47,952	140.7%	13,870
メディア系	28,505	26,541	93.1%	▲1,964
新品	50,062	45,052	90.0%	▲5,010
レンタル	28,511	22,632	79.4%	▲5,879
その他	17,417	9,770	56.1%	▲7,646
合計	158,578	151,948	95.8%	▲6,629

2nd STREETの新店とおお蔵の海外卸売市況好調により増収

前期の巣ごもり特需により、ゲーム関連商材はリユース・新品ともに反動減

レンタルに対する巣ごもり特需は、前期1Q以外は発生せず

※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。

単位：百万円	21.3月期 2Q実績	22.3月期 2Q実績	前期比	増減額
リユース	30,450	33,410	109.7%	2,959
リユース系	18,475	22,782	123.3%	4,307
メディア系	11,975	10,627	88.7%	▲1,347
新品	8,077	7,200	89.1%	▲876
レンタル	18,851	14,846	78.8%	▲4,005
その他	6,137	6,721	109.5%	584
合計	63,516	62,178	97.9%	▲1,338

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少するものの、取引量の増加により売上総利益は増加

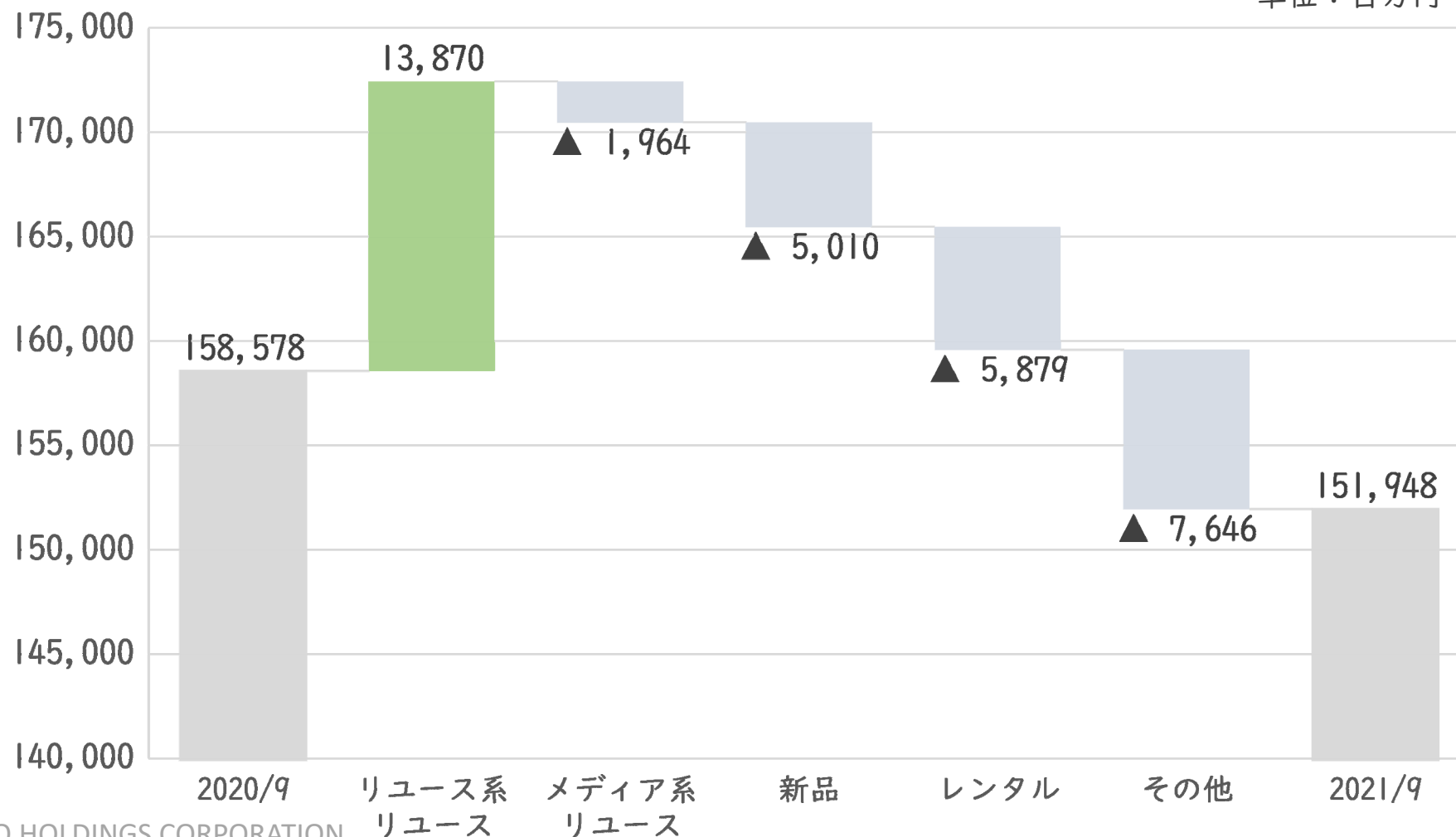
※前期まで「その他」区分としていましたGEO・2nd STREET(国内)以外の取扱商材について、
今期より各商材の属性に基づき、リユース系リユース・メディア系リユース・新品の集計区分に変更しています。

2

2022年3月期第2四半期 売上高前期比増減

リユース系リユース商材が回復と成長するもレンタルとゲーム関連商材の販売の巣ごもり特需の反動減により売上高は減少

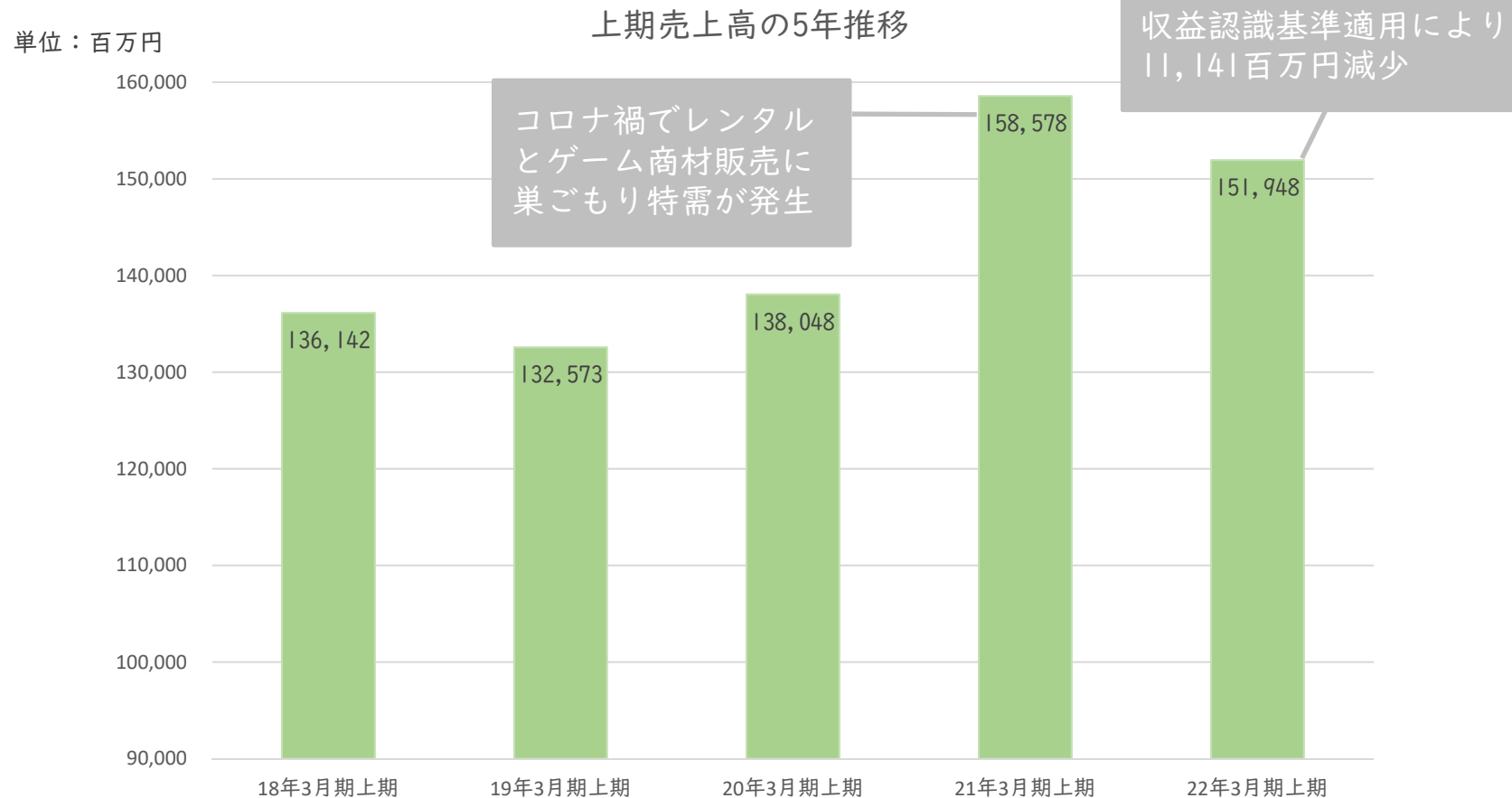
単位：百万円



2

上期売上高推移

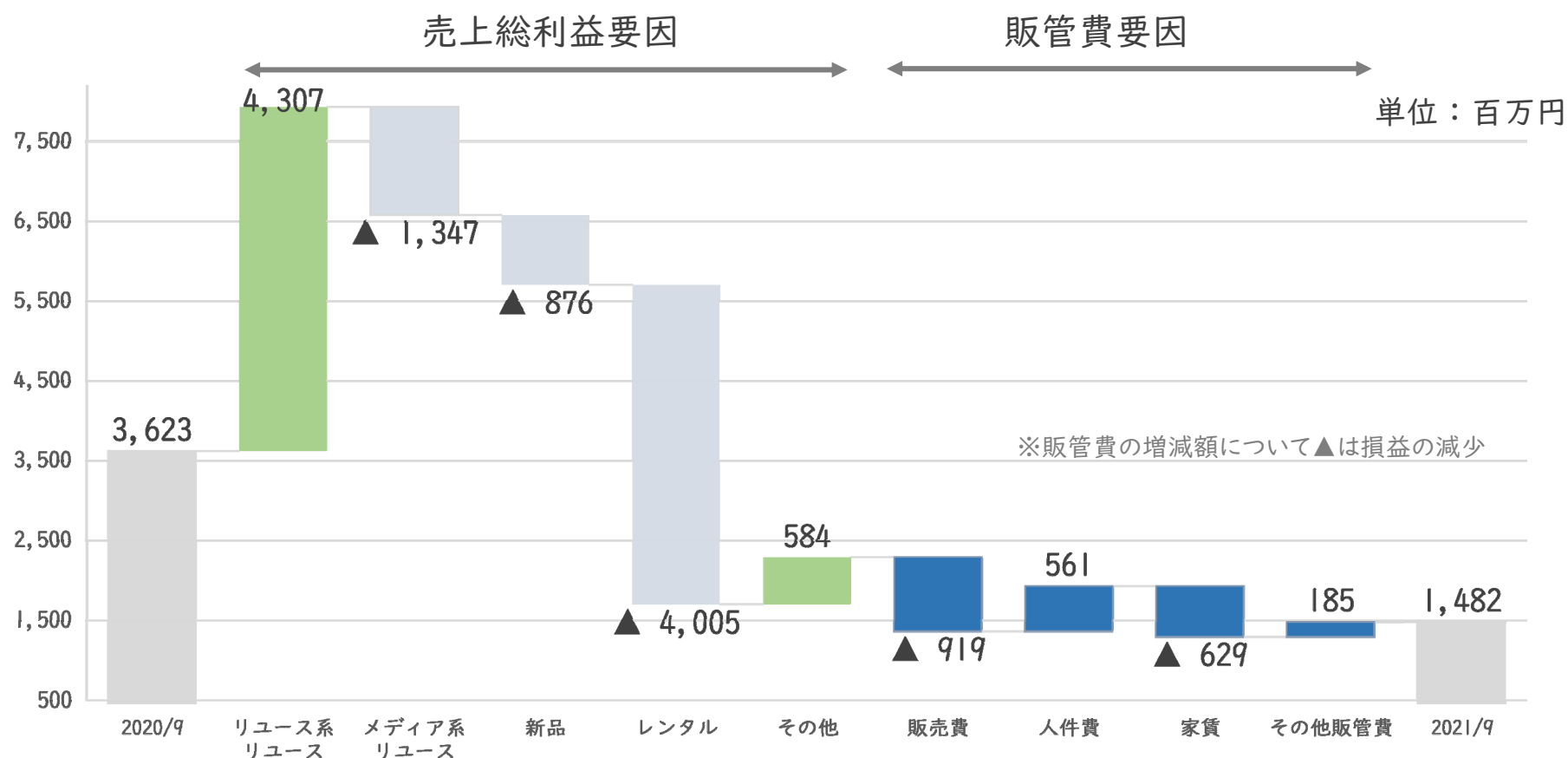
当第2四半期の売上高は、コロナ禍によるゲームソフト・ゲーム機本体を中心とした巣ごもり特需が終息し、収益認識基準適用の影響もあり、前年同期比で減収となりましたが、コロナ禍前の売上高水準に対しては上回った推移となっています。



2

2022年3月期第2四半期 営業利益前期比増減

巣ごもり特需の反動減による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商材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



2

2022年3月期第2四半期 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1.3%増

※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)
	2Q実績	(売上比)	2Q実績	(売上比)		
販売費計	7,372	4.6%	8,291	5.5%	919	112.5%
広告宣伝費	3,122	2.0%	3,844	2.5%	722	123.2%
販売促進費	427	0.3%	181	0.1%	▲246	42.4%
販売手数料	1,940	1.2%	2,339	1.5%	399	120.6%
人件費計	29,349	18.5%	28,788	18.9%	▲561	98.1%
その他諸経費計	23,170	14.6%	23,616	15.5%	445	101.9%
水道光熱費	1,771	1.1%	1,808	1.2%	36	102.1%
地代家賃	11,842	7.5%	12,472	8.2%	629	105.3%
減価償却費	2,194	1.4%	2,054	1.4%	▲140	93.6%
備品消耗品費	1,138	0.7%	955	0.6%	▲183	83.9%
修繕費	361	0.2%	366	0.2%	4	101.2%
販管費計	59,893	37.8%	60,696	39.9%	802	101.3%

2

2022年3月期第2四半期 連結貸借対照表

単位：百万円	2021年 3月31日	構成比	2021年 9月30日	構成比	増減額	
流動資産	113,687	67.0%	106,795	65.4%	▲6,892	買掛金の支払、消費税・法人税の納付による減少
現金及び預金	51,865		40,895		▲10,970	
商品	42,218		47,419		5,201	
固定資産	56,050	33.0%	56,550	34.6%	500	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
有形固定資産	28,177		28,620		443	
無形固定資産	2,349		2,592		243	
投資その他資産	25,524		25,338		▲186	
資産合計	169,738	-	163,345	-	▲6,393	
流動負債	41,038	24.2%	31,632	19.4%	▲9,406	前期末に発売された新品ゲームソフト関連の債務の支払による減少
買掛金	15,108		11,705		▲3,403	
1年以内返済予定の長期借入金	5,012		5,637		625	
固定負債	55,717	32.8%	59,137	36.2%	3,420	
長期借入金	45,943		49,806		3,863	
負債合計	96,755	57.0%	90,770	55.6%	▲5,985	
純資産合計	72,982	43.0%	72,575	44.4%	▲407	
負債純資産合計	169,738	-	163,345	-	▲6,393	

2

2021年3月期第2四半期：連結キャッシュフロー

単位：百万円		2020年 9月30日	2021年 9月30日	増減額
税金等調整前四半期純利益		3,701	2,142	▲ 1,559
うち棚卸資産の増減額(▲は減少)		▲ 1,452	▲ 5,137	▲ 3,685
うち仕入債務の増減額(▲は減少)		320	▲ 3,919	▲ 4,239
うち未払消費税等の増減額(▲は減少)		10	▲ 4,972	▲ 4,982
営業CF 小計		8,587	▲ 8,434	▲ 17,021
うち法人税等の支払額又は還付額(▲は支払)		▲ 1,212	▲ 3,195	▲ 1,983
営業CF		7,291	▲ 11,716	▲ 19,007
うち有形固定資産の取得による支出		▲ 2,688	▲ 3,016	▲ 328
投資CF		▲ 3,720	▲ 3,613	107
うち短期借入金の純増減額(▲は減少)		6,000	0	▲ 6,000
うち長期借入による収入		11,000	6,800	▲ 4,200
うち長期借入金の返済による支出		▲ 1,687	▲ 2,312	▲ 625
うち配当金の支払額		▲ 720	▲ 719	1
財務CF		14,521	3,687	▲ 10,834
現金及び現金同等物の増減額(▲は減少)		18,072	▲ 11,612	▲ 29,684
現金及び現金同等物の期末残高		53,739	42,963	▲ 10,776

リユース系リユースの買取が好調に推移したことによる棚卸資産の取得の増加

前期末に仕入れた新品ゲームソフト関連の買掛金支払による支出の増加

前期は会社分割に伴い予定納付がなく、一括納付による当期は納税支出が増加

主に国内外のリユース店舗の出店による固定資産の取得

2

2nd STREET（国内）

当第2四半期の国内2nd STREETでは、12店舗の出店を行い、当期累計の出店数は27店舗となりました。依然コロナウイルスの影響について不透明な部分もございますが、当期60店舗の新規出店計画達成に向けて出店を継続しております。

成長を続けるリユース市場で、顧客接点となる店舗という仕入れと販売の拠点の整備を進め、またテレビCM、WEB広告等を効果的に行い、各種キャンペーン施策も含めたリユースの認知向上を図ることにより、2nd STREETは成長を継続させております。



2

2nd STREET (海外)

2nd STREETにおける海外展開として、当第2四半期では、台湾に買取専門店を含めて3店舗を新規出店しました。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。マレーシアでは6月からの首都圏でのロックダウンにより店舗営業に規制がなされておりましたが、9月から緩和がなされております。アメリカにおいては、コロナウイルスの影響が沈静化しており、順調な回復をみせており、10月にはHaight St店(カリフォルニア州サンフランシスコ)の出店を行い今後も出店計画を進めています。



セカンドストリート汐止遠雄店(台湾 新北市)



セカンドストリート台中一中店(台湾 台中市)



セカンドストリート信義市府收購専門店(台湾 台北市)

2

リユースラグジュアリー商材の強化



「OKURA TOKYO」(おお蔵)は、高級時計・ブランドバッグ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17店舗で展開しており、店舗販売以外にも海外への卸売や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。

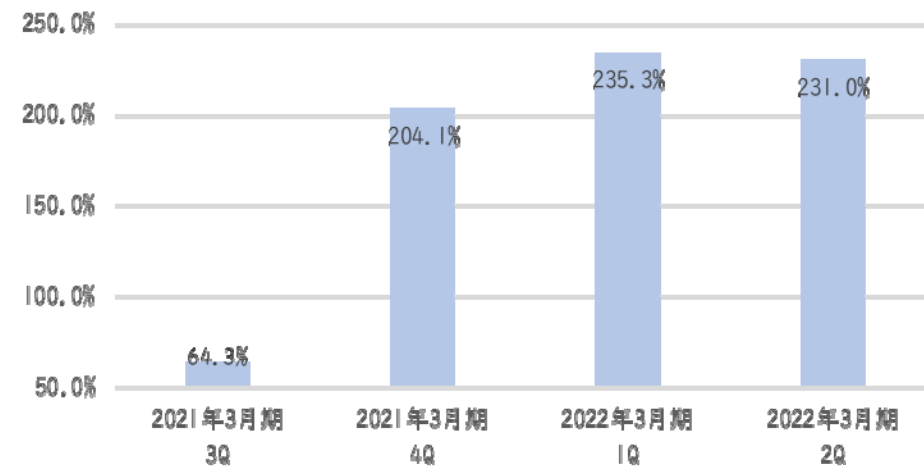
当期においては、高級時計を中心に海外でのブランド品リユース需要が好調に推移し、海外卸売りの売上が大幅増となっております。

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。



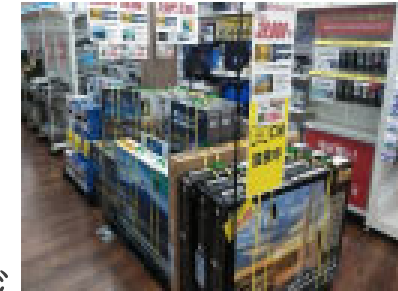
OKURA TOKYO大阪本店&セカンドストリート心斎橋南店
(大阪市中央区)

海外卸売売上の前年四半期比

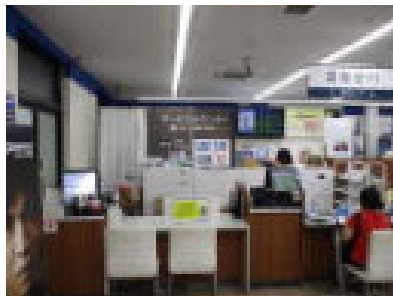


2

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、大型テレビ等のリテール家電・スマホとその関連アクセサリ売場の拡張に加え、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。



ながら専用

耳をふさがない
骨伝導ワイヤレスイヤホン
税抜 **2,980円** (税込3,278円)

累計販売数55,000台以上



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。

当第2四半期においては、POP-UPショップを含めて4店舗の出店を行い、東京23区内に初出店として「Luck Rack 東急プラザ表参道原宿店」を出店しました。



ラックラック東急プラザ表参道原宿店（東京都渋谷区）



ラック・ラック 名古屋名鉄百貨店（愛知県名古屋市）

2

ITの積極活用とオンラインの強化







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133.6%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り、2nd STREET自社サイト(アプリ経由含む)の売上高・販売数の前期比は、それぞれ159.8%・141.3%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 2Q実績	22.3月期 2Q実績	前期比
EC関与売上高(百万円)	7,286	9,732	133.6%
EC関与販売数(千個)	1,791	1,948	108.8%

2

ゲオグループ店舗数の状況

・ 2022年3月期第2四半期総店舗数 1,946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	993	683	21	17	14	10	9	1,747
（期中出店）	4	27	5	3	7	0	0	46
（期中閉店）	▲ 31	▲ 18	0	▲ 1	▲ 3	▲ 1	▲ 2	▲ 56
FC・代理店	145	54	—	—	—	—	—	199
合計	1,138	737	21	17	14	10	9	1,946

※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2四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、また8月には天候不順もあり、2nd STREETが主力とする衣料品販売の回復が遅れていましたが、9月からは外出自粛ムードの緩和傾向によりリユース系リユース商材に回復が見られました。

単位：百万円	22.3月期 通期予想	22.3月期 2Q実績値	22.3月期 2Q時進捗率
売上高	320,000	151,948	47.5%
営業利益	4,000	1,482	37.1%
経常利益	4,500	1,993	44.3%
当期純利益	2,000	725	36.3%

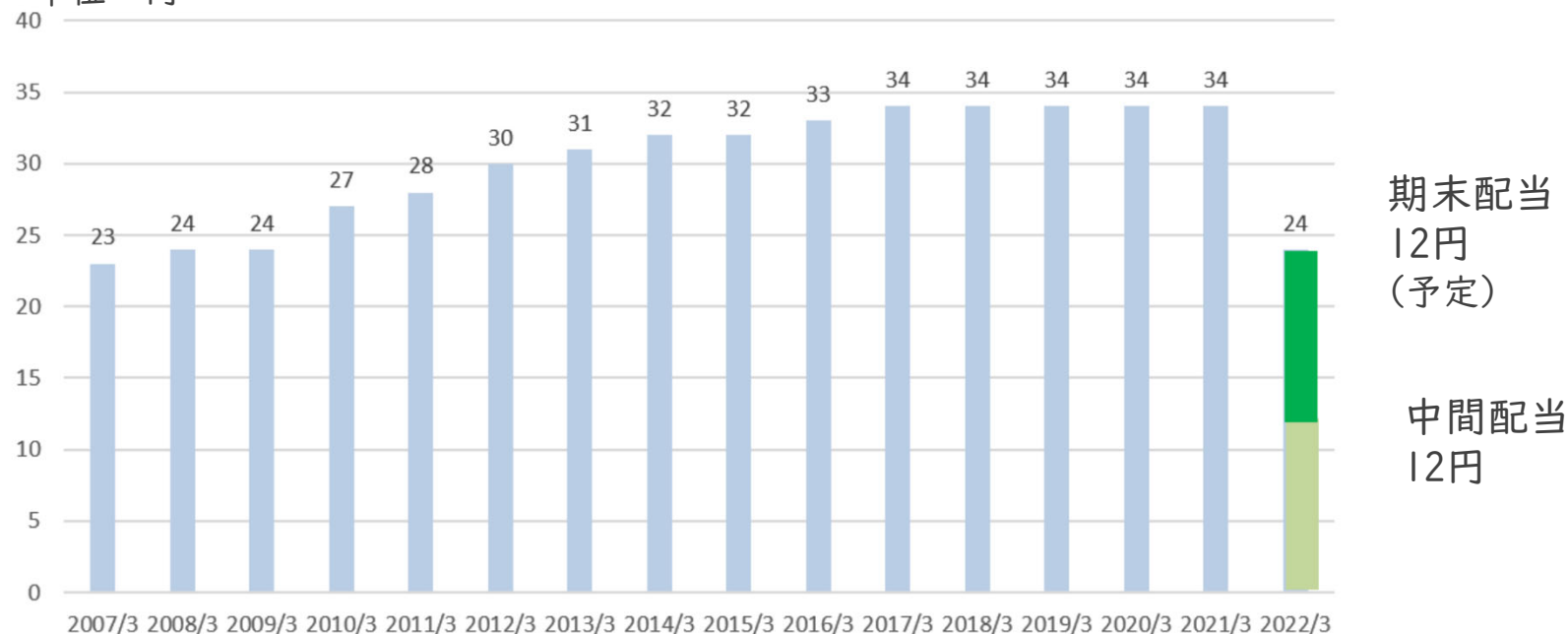
3

配当

株主に対する利益還元を経営の重点課題の一つと認識し、安定的な経営基盤の確保と利益率の向上に努めるとともに、安定的な配当を行うことを基本方針としております。2022年3月期につきましては、利益水準の低下が継続することを想定するため、誠に遺憾ではございますが年間配当24円への減配を予定しております。

分割調整後の1株当たり配当額推移

単位：円



成長への取組み

ネットワークリテイラーへの挑戦

(あらゆるモノの循環インフラとなること)

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。

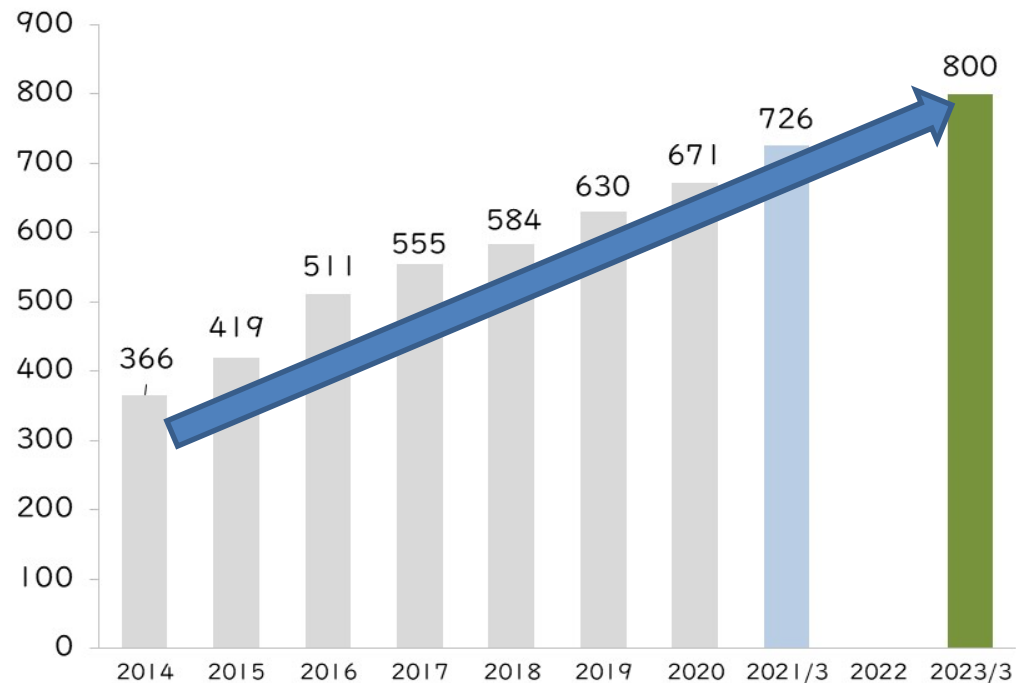


4

リユース市場の深耕

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、子会社において、デジタルコンテンツ事業を展開しています。

二次元コンテンツダウンロードサイト「DLsite」、電子コミック配信サイト「DLsite comipo」、二次元に特化したアプリ・ブラウザのゲームプラットフォーム「DLsite にじGAME」の運営のほか、ゲーム・ボイス・ASMRコンテンツの制作販売、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。



forcs

『楽しさをシェアする』

「フォークス」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。

DLsite

DLsite comipo

4

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。

4

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、直営店舗中心であることのメリットを活かして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

(直営店)

(代理店)

(FC店)

1,138店舗

993店舗

100店舗

45店舗

(2021年9月30日時点)

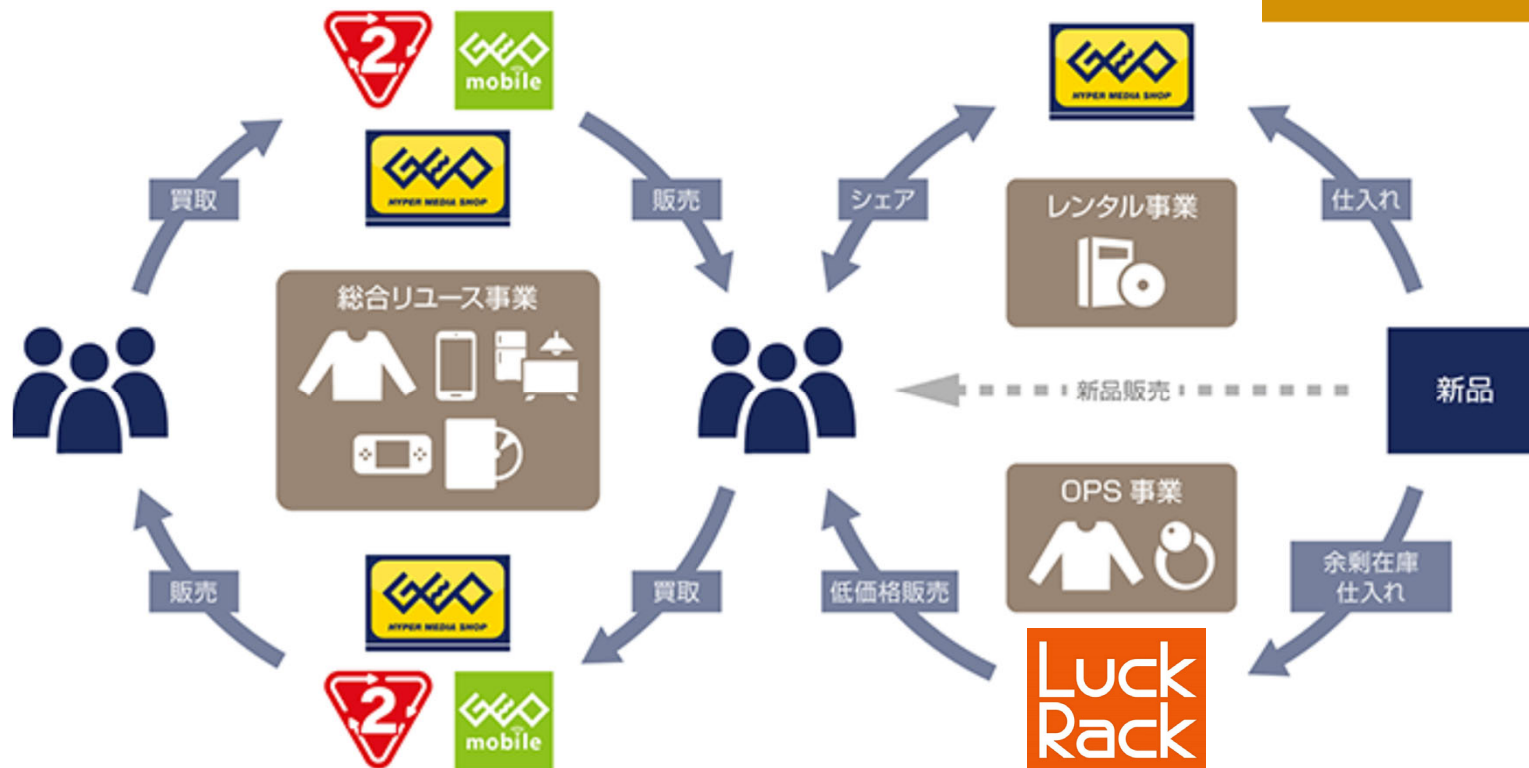


セルフレジ

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。

多様な働き方に合わせた環境の構築



■女性従業員の活躍

女性が出産、育児などのライフイベントとキャリア形成を両立でき、一人ひとりが柔軟な働き方を選択できるような仕組みを整えています。2021年の産前産後休業および育児休業取得率は100%です。

■LGBTQ

同性パートナーシップ制度を導入し、婚姻関係にある夫婦と同じようにパートナーとして、会社の福利厚生を受けることができます。

■障がい者雇用

ゲオグループの障がい者雇用率は3.39%（2021年6月現在）と、法定雇用率(2.3%)を超えています。2010年から障がい者の雇用促進を目的にした子会社「ゲオビジネスサポート」を設立し、取扱商材の加工などの受託業務、店舗及び各グループ事務所の清掃業務、就労移行支援事業所運営などを行っています。

補足資料

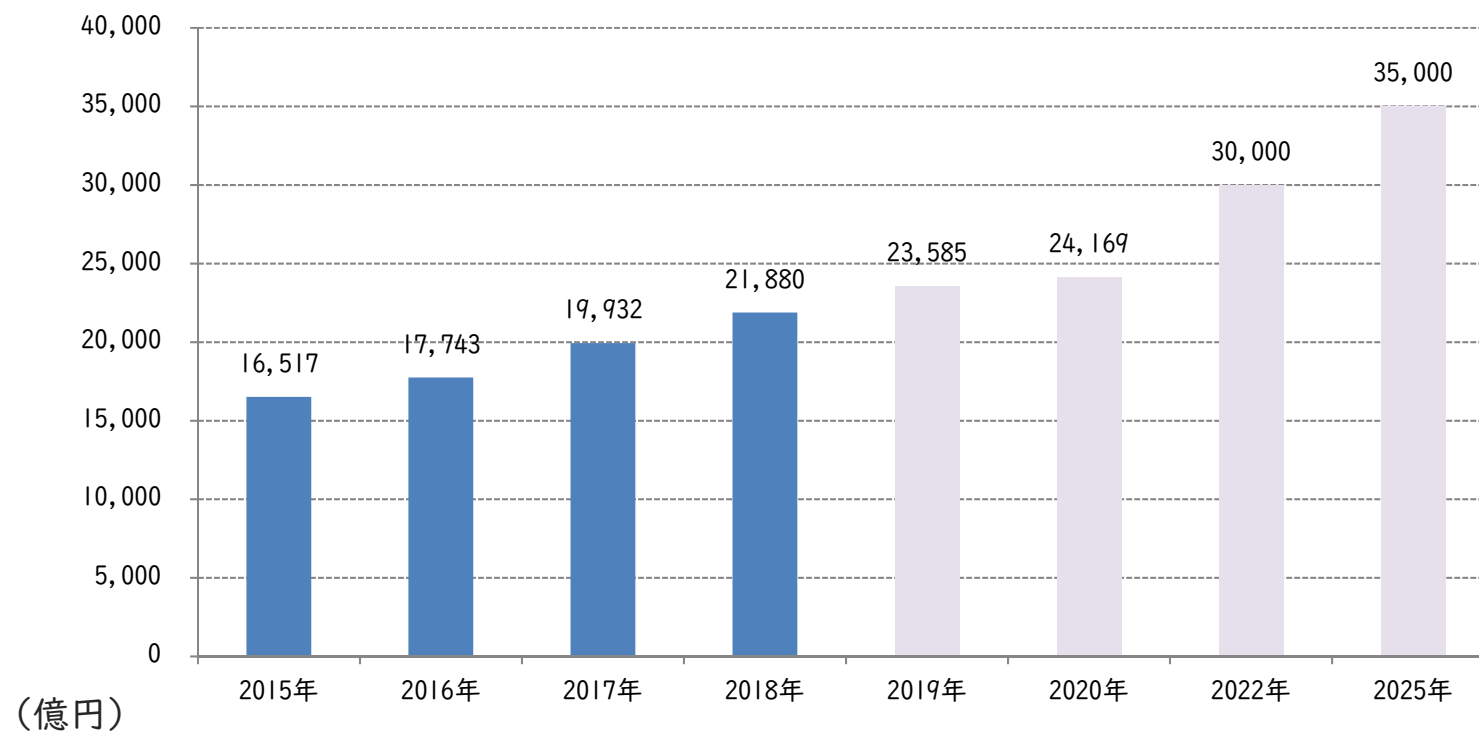
5

2022年3月期：連結損益計算書(会計期間)

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	76,088	75,860		
(前期比)	129.6%	102.1%	101.0%	102.3%	91.8%	100.2%		
売上総利益	33,230	30,286	31,428	30,278	31,011	31,167		
(前期比)	111.8%	100.2%	98.7%	94.6%	93.3%	102.9%		
(売上総利益率)	40.1%	40.0%	37.1%	35.6%	40.8%	41.1%		
販管費	29,673	30,219	30,594	30,424	29,855	30,840		
(前期比)	109.4%	106.9%	104.3%	104.6%	100.6%	102.1%		
営業利益	3,557	66	834	▲145	1,155	326		
(前期比)	136.7%	3.4%	33.1%	—	32.5%	490.6%		

5

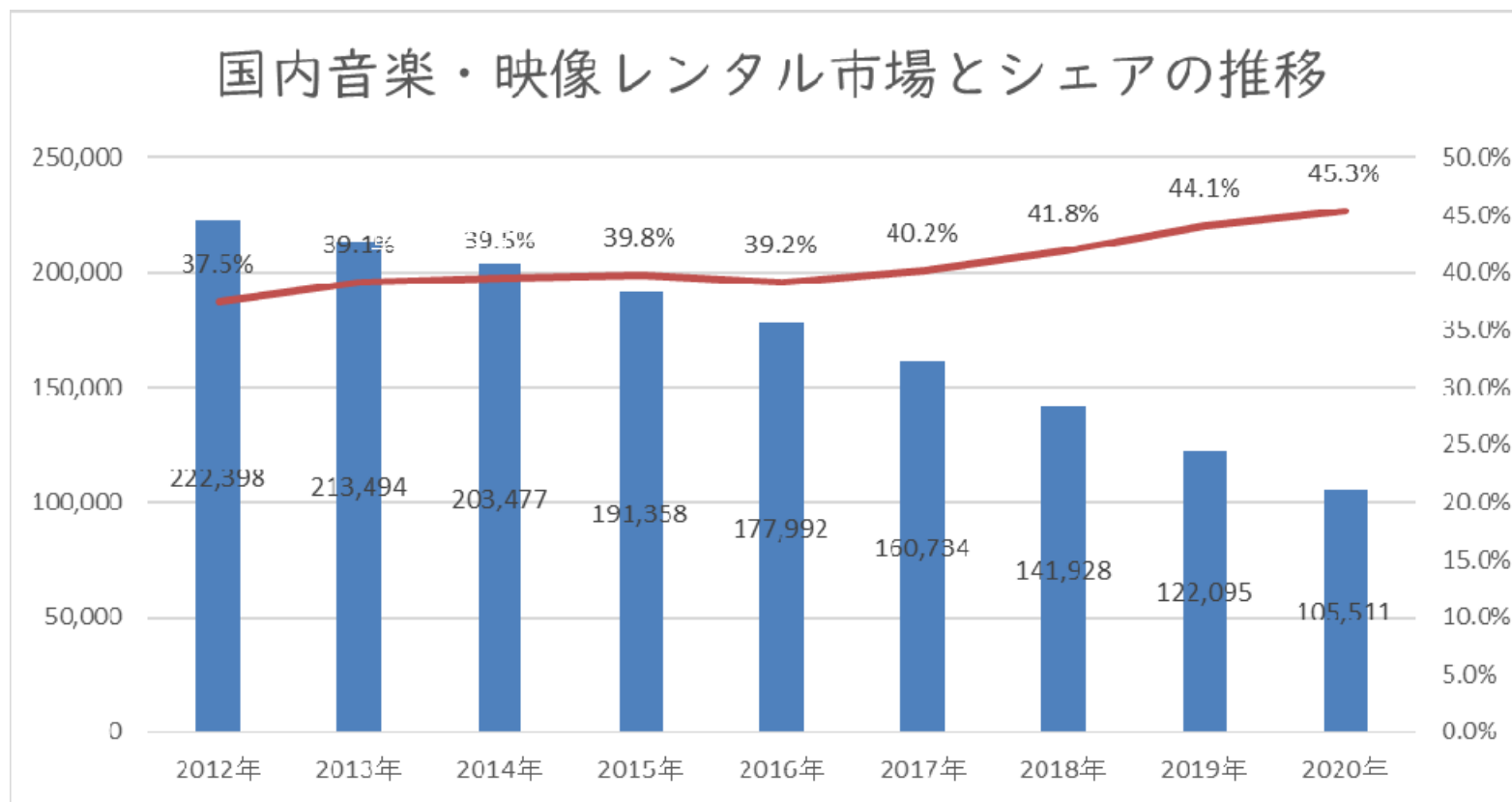
市場動向(リユース)



(出典:リサイクル通信「中古市場データブック2021」)

5

市場動向（レンタル）



(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