



2024年3月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社ゲオホールディングス

プライム市場 2681



本資料の記載内容

1. グループ概要
2. 2024年3月期 第1四半期 連結業績
3. 2024年3月期 通期業績予想
4. 成長に向けた取組み
5. 新たな取組み
6. 補足資料

1. 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	株式会社ジオホールディングス GEO HOLDINGS CORPORATION
会社設立	1989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	90億94百万円 (2023年6月30日現在)
株式上場市場	東京証券取引所 プライム市場

ゲオグループの主なショップと主要な取扱い商材

					
店舗数(23年6月末時点)	1,079店 (内 GEO mobile単独24店)		国内 807店 海外 58店	23店	20店
衣料・服飾雑貨			リユース		新品
生活雑貨・家具・家電			リユース		
ラグジュアリー商材			リユース	リユース	
ゲーム機器・ゲームソフト	リユース・新品				
A V家電	リユース・新品	新品	リユース		
スマホ・タブレット端末・PC	リユース	リユース	リユース		
DVD・Blu-ray・CD・コミック	レンタル・新品				
特 色	リユースゲーム、リユーススマホ、映像・音楽レンタルでトップシェア。新品ゲーム機器・ソフトのほか、新品AV家電・スマホアクセサリーを展開。	GEOに併設するほか、単独店としても出店しており、リユースモバイルのトップシェア。スマホの専門スタッフによるサービスを提供。	リユース衣料・服飾雑貨のトップシェア。買取専門店、アウトドアや楽器などの専門店も展開。	ラグジュアリー商材として、主に時計・バックを展開。お蔵のオークションを通じて、安定的な商材供給を実現。	メーカーから余剰在庫を調達し、割安価格で提供するOPS(オフプライスストア)を展開。

※店舗によっては、取扱いがない場合があります。

グループ戦略：ネットワークリテイラーへの挑戦

お客様の消費行動を理解し、オンライン・オフライン(店舗)の境目をなくした双方で、商品・サービスを自在に選択してご利用いただける“ネットワークリテイラー”の体制を構築し、リユースとレンタルの循環型流通やリテール(新品販売)を通して、世界の方々に豊かで楽しい「日常」を届け続ける“グローバルプラットフォーマー”でありたいと考えています。



2. 2024年3月期 第1四半期 連結業績

2024年3月期 第1四半期サマリー

連結業績ハイライト

売上高

物価高の生活防衛手段としてのリユース需要継続やリユース市場規模拡大により国内外の2nd STREETの売上伸長
家庭用ゲーム機本体の順調な販売やゲームのヒットタイトルもあり売上高は前年同期比31.1%増の1,067億円と大幅増収

営業利益・経常利益・当期純利益

レンタル売上高の縮小、販売管理費の増加が続くものの、リユース衣料・服飾雑貨、新品販売大幅伸長に加え、リユーススマホ販売が堅調に推移し、前年同期比で営業利益が43.8%増、経常利益が49.5%増、当期純利益は59.1%の大幅増益

売上総利益

リユース衣料・服飾雑貨販売は好調な一方、主に家庭用ゲーム機本体やゲームソフト、ゲーム周辺機器等の新品販売の売上構成比上昇に起因し、売上総利益率は前年同期比で5.2ポイントの低下

トピックス

トピック①



(国内)

4店舗純増で2023年6月末
807店舗
リユース系リユース売上高前年同期比
31.5%増



(海外)

トピック②

当期出店数
アメリカ 2店舗
台湾 2店舗
マレーシア 2店舗



トピック③

GEOへの来店動機を高めるため
強化商品施策を継続展開
家庭用ゲーム機本体、ゲームソフト販売好調

2024年3月期 第1四半期 連結損益計算書

■ 増収増益、第1四半期の売上高、営業利益、当期純利益において過去最高を更新しています。

■ 販売費や人件費の上昇影響はあったものの、リユース商材、新品販売の売上総利益増加を中心に吸収し、営業利益は前年同期比43.8%増の57億円と大きく伸長しました。

単位：百万円	23.3月期 1Q実績	24.3月期 1Q実績	前年同期比	増減額
売上高	81,377	106,725	131.1%	25,348
売上総利益	34,194	39,289	114.9%	5,094
(売上総利益率)	42.0%	36.8%		
販管費	30,167	33,498	111.0%	3,330
営業利益	4,027	5,790	143.8%	1,763
(営業利益率)	4.9%	5.4%		
経常利益	4,729	7,068	149.5%	2,339
当期純利益	3,034	4,828	159.1%	1,794

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益。



2024年3月期 第1四半期 商材別売上高

単位：百万円	23.3月期 1Q実績	24.3月期 1Q実績	前年同期比	増減額
リユース	46,152	55,787	120.9%	9,635
リユース系	30,011	39,460	131.5%	9,448
メディア系	16,140	16,327	101.2%	187
新品	20,625	37,025	179.5%	16,400
その他	14,599	13,912	95.3%	▲687
内) レンタル	9,606	8,253	85.9%	▲1,352
合計	81,377	106,725	131.1%	25,348

物価高による生活防衛手段としてのリユース需要が続き、積極出店を進めてきた国内外2nd STREETの売上好調により大幅増収

リユースゲーム本体、ゲームソフト、スマホ・タブレット等の通信機器の堅調な売上により増収

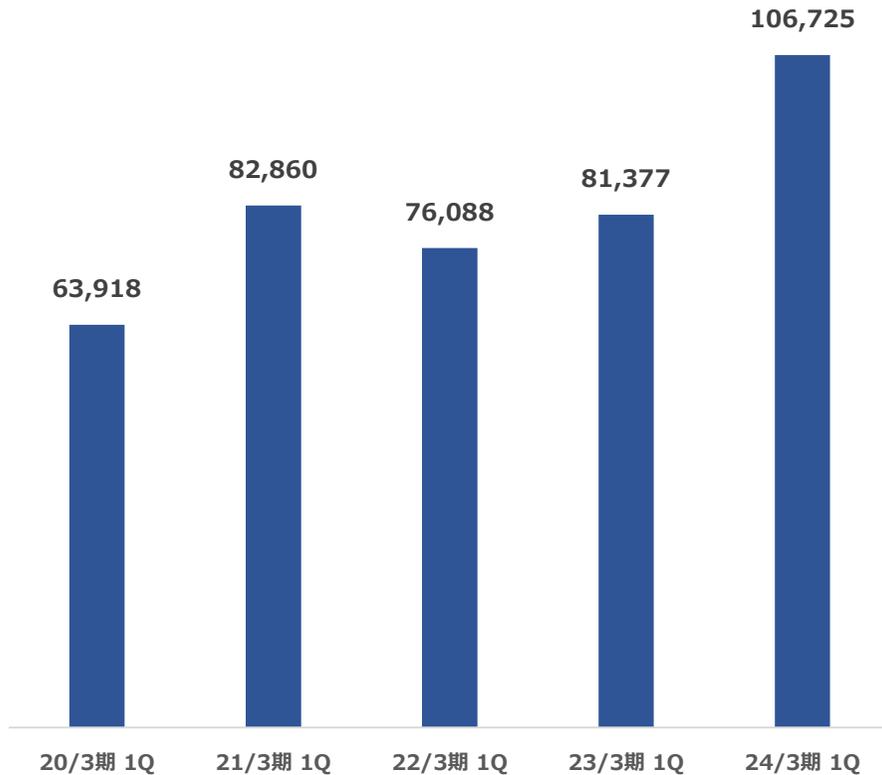
家庭用ゲーム機器本体、ゲームソフトのヒットにより増収

2024年3月期 第1四半期 売上高関連データ

前事業年度に引き続き物価高の生活防衛手段としてのリユース需要が継続し、現代の消費スタイルにマッチしたリユース市場の拡大の影響により2nd STREETの売上好調が続きました。また、家庭用ゲーム機「PlayStation 5」本体の販売好調やゲームソフトのヒットタイトルもあり売上高は前年同期比131.1%と大きく増加しました。

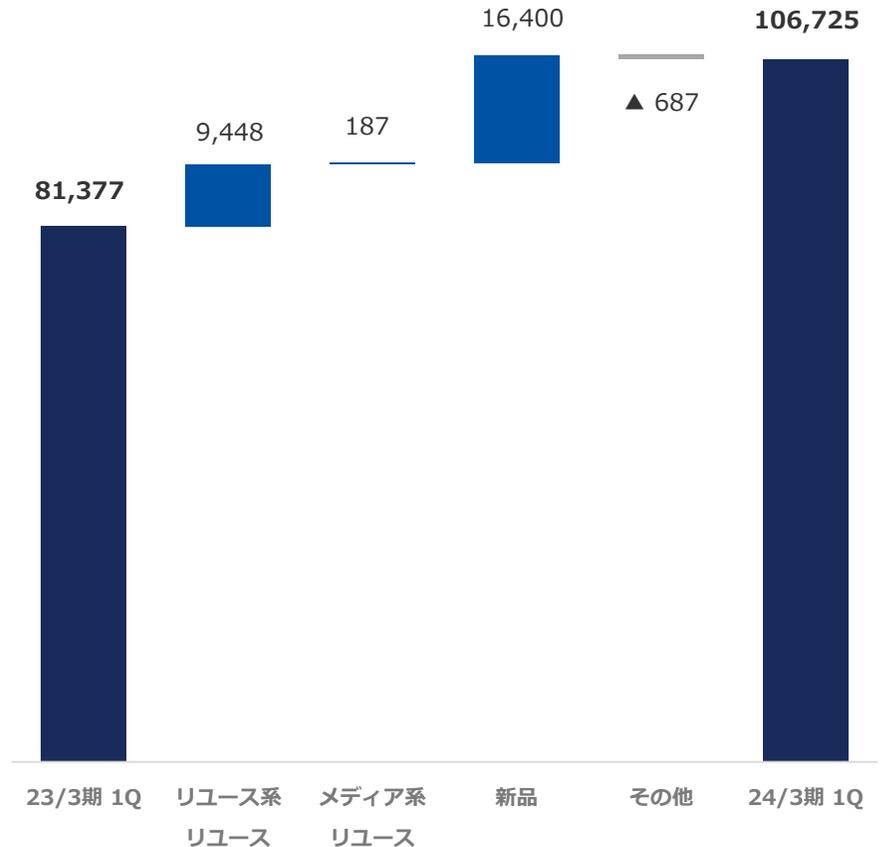
第1四半期売上高の5年推移

(百万円)



2024年3月期 第1四半期 売上高前年同期比増減

(百万円)



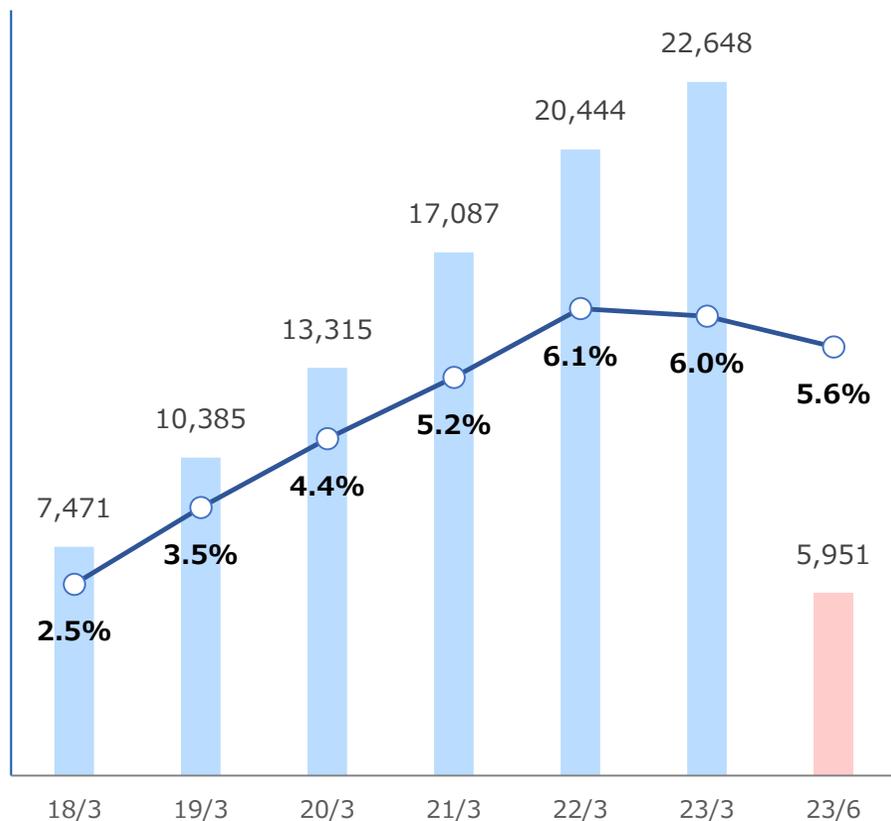
※「収益認識に関する会計基準」を2022年3月期期首から適用

2024年3月期 第1四半期 EC関与売上高・比率の推移

- ECサイト（2nd STREET online・GEO online）や公式アプリ等からの販売、2nd STREET店舗での「お取り寄せサービス」の利用を含むEC関与売上高は伸長傾向が続いています。
- 「お取り寄せサービス」は利用者の送料・手数料負担がなく、指定店舗で実物を確認・試着してから購入できるため利便性が高く、直営店中心のメリットを活用したサービスになっています。

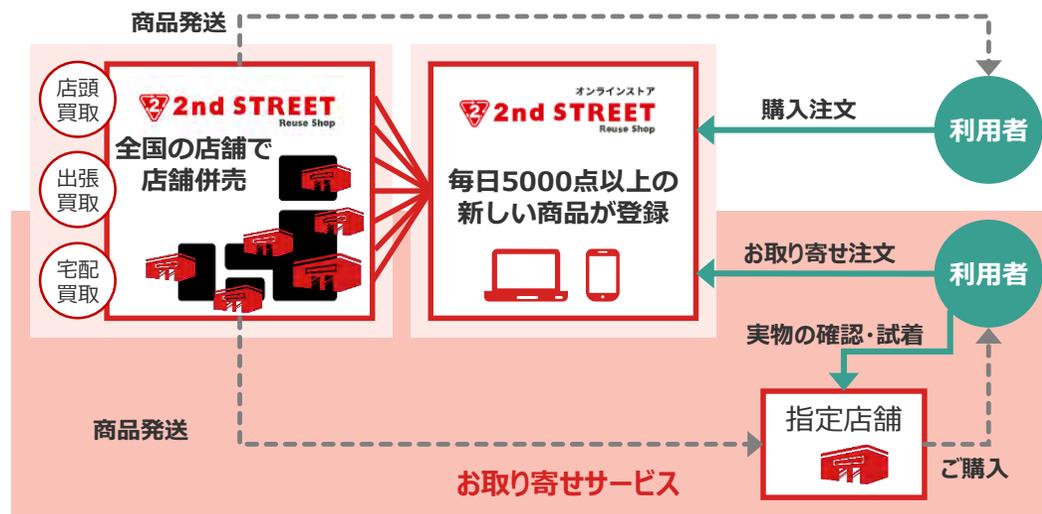
EC関与売上高とEC関与比率（対売上高）推移

(百万円)



	23.3月期 1Q実績	24.3月期 1Q実績	前年同期比
EC関与売上高 (百万円)	5,070	5,951	117.4%
EC関与販売数 (千個)	861	980	113.7%

2nd STREET オンラインストアの概要



2024年3月期 第1四半期 商材別売上総利益

単位：百万円	23.3月期 1Q実績	24.3月期 1Q実績	前年同期比	増減額
リユース	20,721	25,170	121.5%	4,448
リユース系	15,101	19,357	128.2%	4,255
メディア系	5,619	5,812	103.4%	192
新品	3,798	5,002	131.7%	1,203
その他	9,674	9,116	94.2%	▲558
内) レンタル	5,957	5,063	85.0%	▲893
合計	34,194	39,289	114.9%	5,094

リユース市場認知拡大に伴う消費行動の変化により需要は高まり、衣料・服飾が好調に推移し、大幅増加

家庭用ゲーム機器本体、ゲームソフトのヒットにより大きく増加

2024年3月期 第1四半期 販売管理費

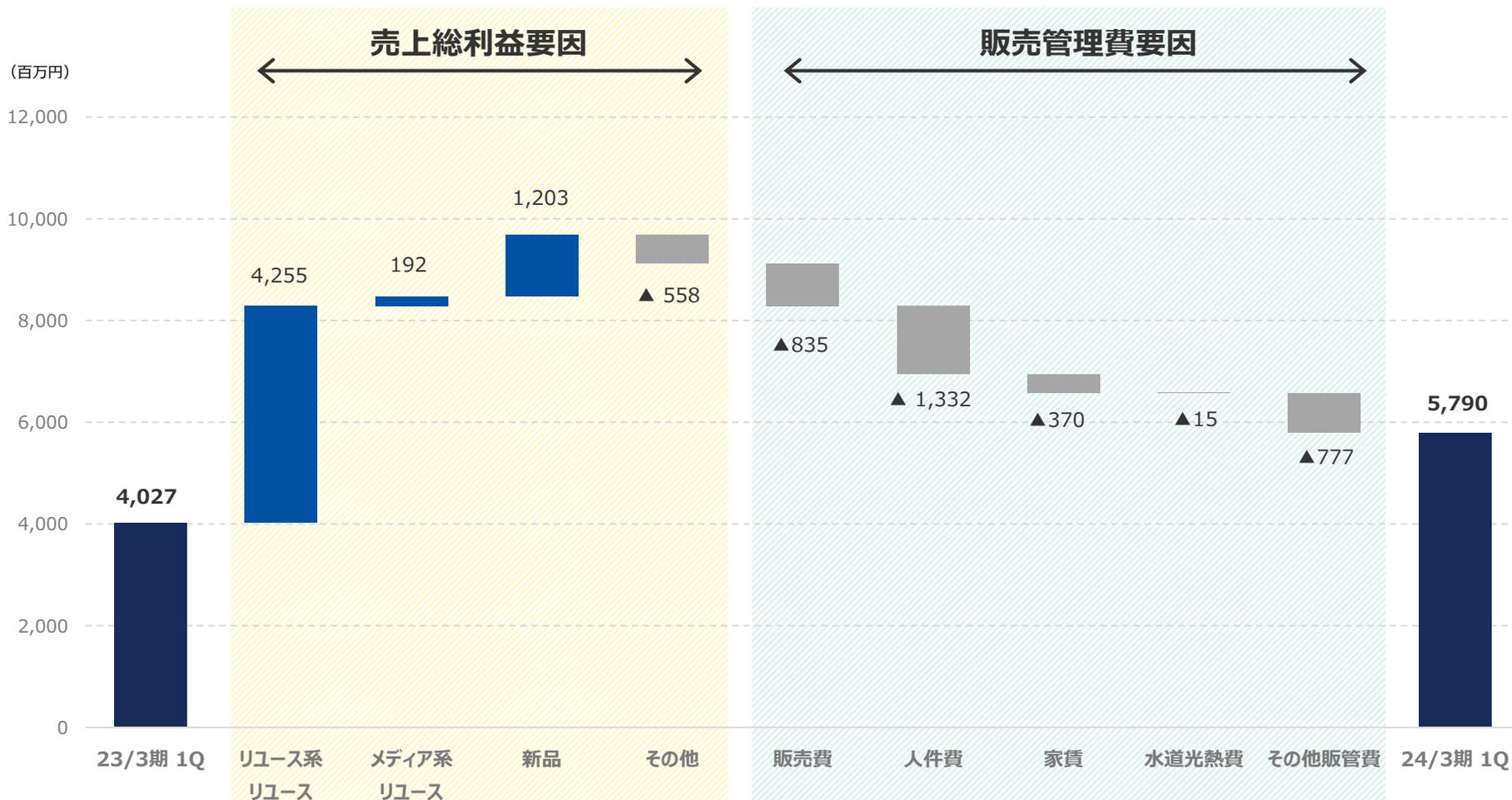
■ 節電施策により電力使用量を抑えた結果、水道光熱費の上昇は軽微であったものの、広告宣伝費の投下や人件費増加、地代家賃増加の影響により、販売管理費は前年同期比で11.0%増加しました。

単位：百万円	23.3月期 1Q 実績	売上高比	24.3月期 1Q 実績	売上高比	前年同期比	増減額
販売費計	3,894	4.8%	4,729	4.4%	121.4%	835
広告宣伝費	1,700	2.1%	2,215	2.1%	130.3%	514
販売促進費	75	0.1%	80	0.1%	106.7%	5
販売手数料	1,277	1.6%	1,546	1.4%	121.1%	269
人件費計	14,169	17.4%	15,501	14.5%	109.4%	1,332
その他諸経費計	12,104	14.9%	13,267	12.4%	109.6%	1,162
水道光熱費	868	1.1%	883	0.8%	101.7%	15
地代家賃	6,441	7.9%	6,812	6.4%	105.8%	370
減価償却費	931	1.1%	1,077	1.0%	115.6%	145
備品消耗品費	367	0.5%	642	0.6%	174.9%	275
修繕費	150	0.2%	155	0.1%	103.5%	5
販管費計	30,167	37.1%	33,498	31.4%	111.0%	3,330

※販売管理費の増減について、▲は営業損益へのプラス要因。

2024年3月期 第1四半期 営業利益前年同期比増減

リユース系リユース商材の売上総利益が前年同期比で42億円と大幅に伸長し、加えて新品販売が順調に推移いたしました。その他に含まれるレンタルの売上総利益の減少と販売管理費の増加を吸収し、営業利益は前年同期比で43.8%の増加となりました。



※販管費の増減額について▲は利益の減少要素となります。

2024年3月期 第1四半期 連結貸借対照表

単位：百万円	2023年3月31日	構成比	2023年6月30日	構成比	増減額
流動資産	131,311	65.1%	137,383	65.7%	6,071
現金及び預金	44,286		44,729		442
商品	64,241		67,672		3,430
固定資産	70,492	34.9%	71,725	34.3%	1,232
有形固定資産	40,847		42,553		1,706
無形固定資産	3,264		3,427		163
投資その他資産	26,380		25,743		▲636
資産合計	201,804	-	209,108	-	7,304
流動負債	49,225	24.4%	43,617	20.9%	▲5,608
買掛金	16,034		19,553		3,519
短期借入金	6,000		-		▲6,000
1年以内返済予定の長期借入金	7,487		7,925		437
固定負債	75,366	37.3%	83,932	40.1%	8,566
長期借入金	54,462		62,200		7,737
負債合計	124,592	61.7%	127,550	61.0%	2,958
純資産合計	77,212	38.3%	81,558	39.0%	4,345
負債純資産合計	201,804	-	209,108	-	7,304

店舗数の増加に加え、リユース衣料服飾、リユーススマホ需要の高まり、リユースラグジュアリー商材需要への戦略的対応により増加

ゲーム関連販売好調による仕入により増加

取引金融機関より98億円を調達

ゲオグループの店舗数の状況

2023年6月期末の総店舗数 2,028店

	GEO※1	2nd STREET※2				OKURA TOKYO	Luck Rack	その他	合計
	 mobile	国内	米国	台湾	マレーシア				
直営店	961	753	25	20	13	23	20	41	1,856
(期中出店)	6	9	2	2	2	1	3	6	31
(期中閉店)	▲ 9	▲ 4	0	0	0	▲ 1	▲ 4	0	▲ 18
FC・代理店	118	54	0	0	0	0	0	0	172
合計	1,079	807	25	20	13	23	20	41	2,028

※1：GEO mobile単独店を含む

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



3. 2024年3月期 通期業績予想

2024年3月期 通期業績予想

2023年5月に公表しました予想値を据え置いております。

第1四半期におきましては、売上高は循環型社会の形成やインフレへの生活防衛手段としてのリユース需要の継続により、積極的に出店している国内外の2nd STREETの大幅伸長および家庭用ゲーム機本体、ゲームソフトの販売を主因に、好調に推移いたしました。2024年3月期の通期業績予想の公表値に対して、第1四半期において良好に推移しておりますが、資源価格の高騰や、人件費、水道光熱費の増加など不透明な部分が懸念されるものであり、通期業績予想につきましては現在精査を続けております。

単位：百万円	24.3月期 通期予想	24.3期 1Q実績	24.3期 1Q進捗率	(参考) 23.3期 通期実績	(参考) 前期比増減率
売上高	400,000	106,725	26.7%	377,300	6.0%
営業利益	13,000	5,790	44.5%	10,620	22.4%
経常利益	13,500	7,068	52.4%	11,926	13.2%
当期純利益	7,000	4,828	69.0%	5,681	23.2%

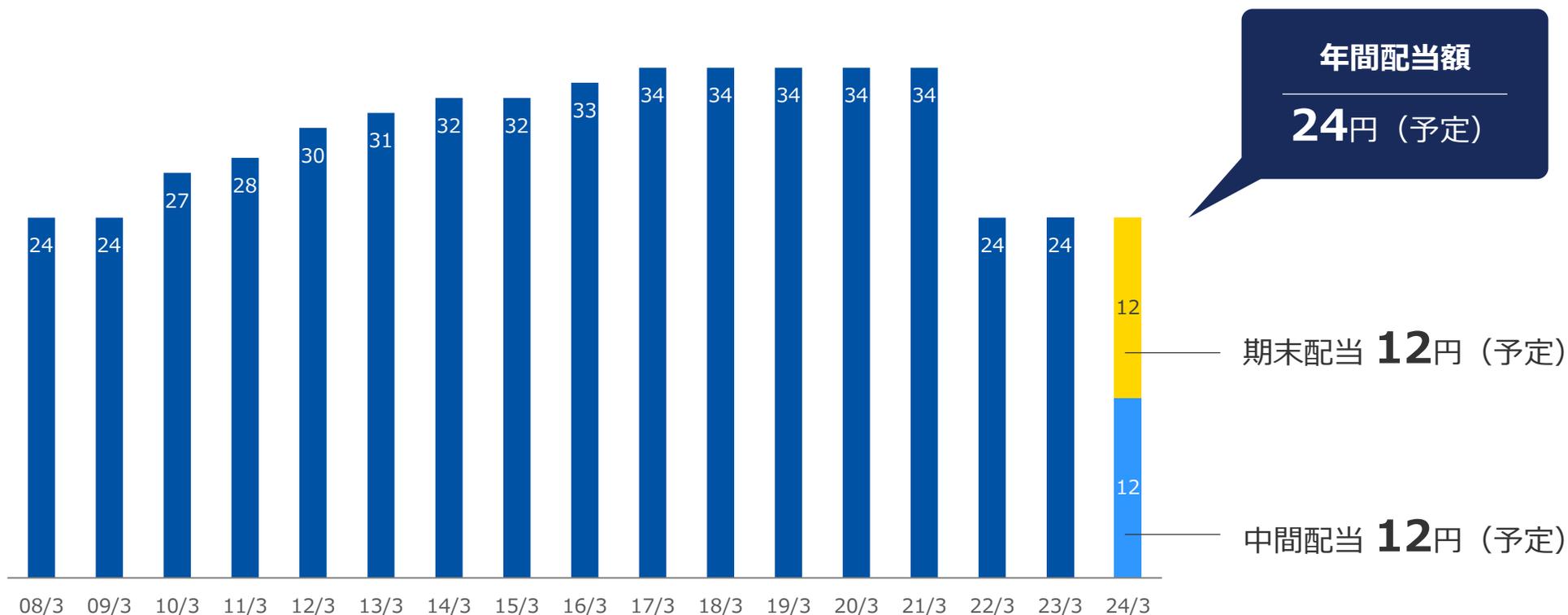
2024年3月期 出店計画

		出店計画		
		店舗数	概要	
	国内 65店舗	総合リユース店を中心に开店し、1,000店舗達成に向けた取組みを展開する予定です。		
	海外 31店舗	北米	15店	既進出の州での开店に加え、开店する州の拡大を図ります。
		台湾	10店	开店エリアの拡大を含む开店を進めます。
		マレーシア	6店	クアラルンプールおよび近郊を中心に开店を行います。
	60店舗	GEO mobile単独店を積極的に开店することに加え、GEOについても新フォーマットによる开店を行う方針です。		
	4店舗	繁華街立地に加え、買取専門店も开店する予定です。		
	8店舗	駅前立地の商業ビルに加えて、郊外ロードサイドへの开店も計画します。		

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。
- 2024年3月期につきましては、新型コロナウイルス感染症の「5類感染症」への位置づけの変更に伴い経済活動は持ち直しが期待されていますが、地政学的リスクの長期化や資源・原材料価格の上昇、賃金の引き上げによる人件費の増加など、依然として先行きは不透明な状況にあります。また、財務体質の強化と積極的な事業展開に必要な内部留保の充実を勘案し、年間配当24円での配当額維持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



4. 成長に向けた取組み

成長に向けた取組みで重点的に経営資源を投入する施策のマトリックス

重点的に経営資源を投入する取組み

	積極的な出店	強化商品を通じた 来客数の増加	業容の拡大
2nd STREET 国内	●		
2nd STREET 海外	●		
OKURA TOKYO			●
LUCK RACK	●		
GEO	●	●	
デジタルコンテンツ事業			●

※重点的に経営資源を投入する取組みをハイライトしています。

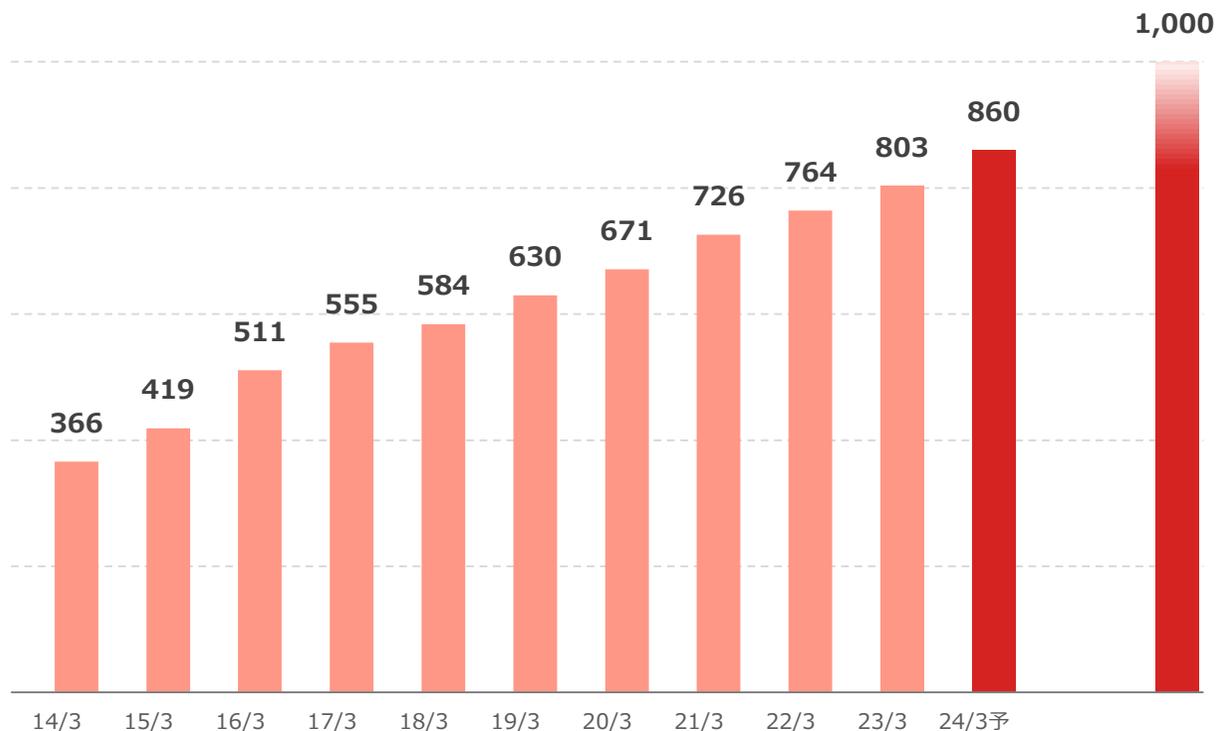
2nd STREETの国内店舗数推移と中期目標



- リユース市場での圧倒的No.1企業となるために、次のターゲットとして中期的に1,000店舗を目指します。
- 国内2nd STREETの各店舗では、①オペレーション力の向上、②在庫状況に合わせた機動的な売場変更・買取対応、③人件費の適切なコントロール、などの施策を通じて収益性を高める取組みを継続します。

国内の店舗数推移

(店)



店舗の収益性を高める取組み

店舗業務の標準化・簡易化によるオペレーション力の向上

在庫状況に合わせた機動的な売場変更・重点買取の実施

店舗人時の分析と人件費の適切なコントロール

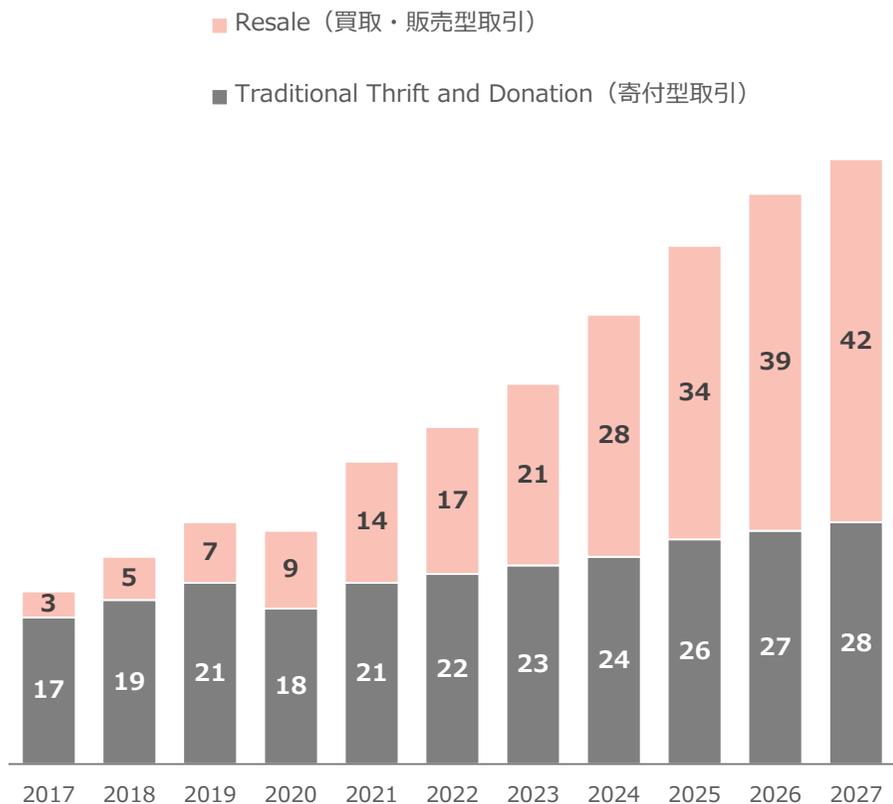
ポテンシャルが大きい米国での事業戦略



- 米国のリユース市場は様々な世代からの支持を高めていることを背景に、2022年の390億ドルから2027年には700億ドルまでマーケット規模が拡大するという見方があります。
- 米国では従来型の寄付を商材調達とするリユースショップに加え、買取・販売型のリユースショップ市場が拡大していることを踏まえ、試験的な出店段階から複数店舗のマネジメントの可否を検証するステージへ進む方針です。

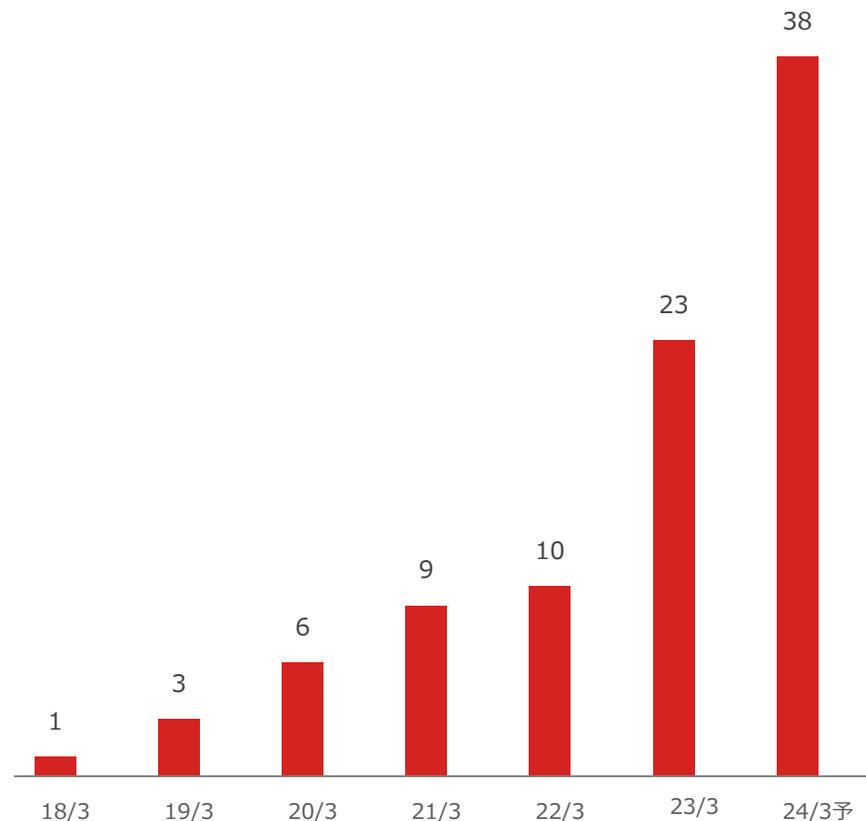
米国のリユース市場の規模推移

(10億ドル)



2nd STREETの米国の店舗数推移

(店)



米国での店舗展開と強み



- 西海岸からスタートした米国店舗は業績と同時に現地従業員の育成も順調に進展し、今後も人口の多い都市を中心に積極的に出店を進めていきます。
- 米国の店舗では、①現地での買取商品を基本としつつ、日本から輸送するリユース商材や米国では入手困難な商材の提供、②流行シーンや天候に合わせたスピード感ある対応、③日本型ホスピタリティ、なども強みとします。

カリフォルニア州：Long Beach店（2023年4月オープン）



カリフォルニア州では10店舗目となるLong Beach店。年間降水量の少ない温暖な気候で、古くから若者文化発祥の地であり観光都市・ビーチリゾートとしても知られています。日米欧のデザイナーズブランド、国際的に人気のあるラグジュアリーブランドなど、さまざまなブランドの商品を豊富に取りそろえています。

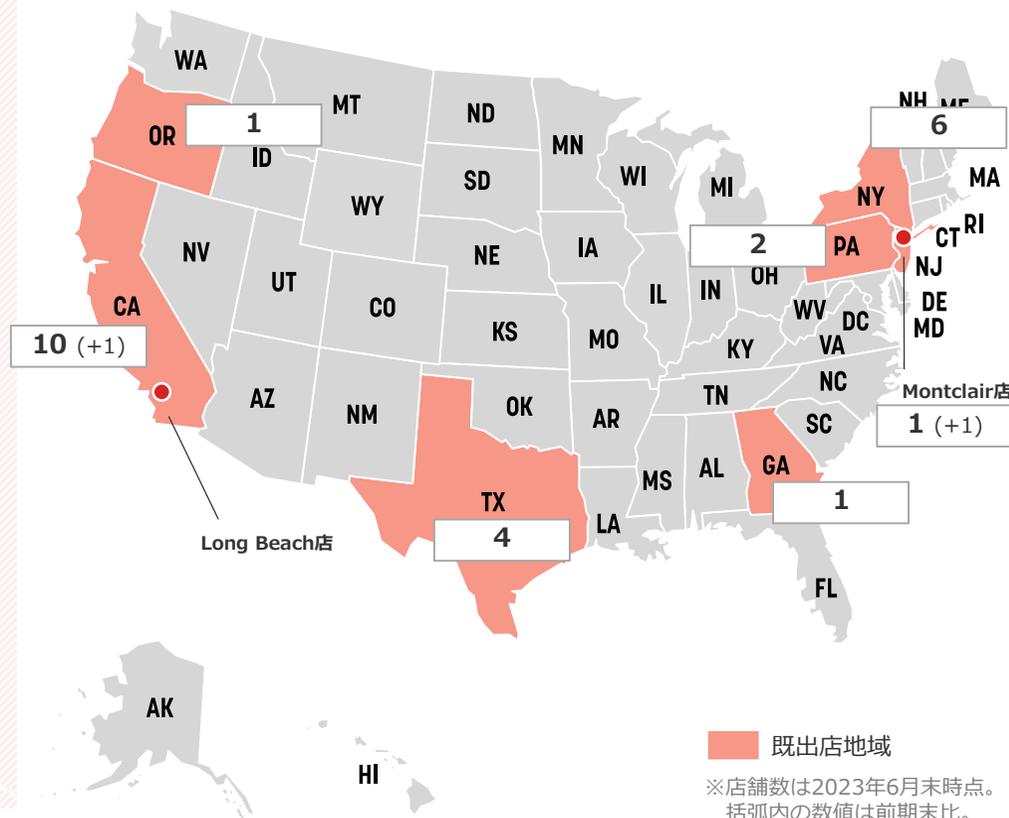
ニュージャージー州：Montclair店（2023年5月オープン）



ニュージャージー州の初店舗。当州は豊かな自然と、交通アクセスの良さを兼ね備えており、全米の中でも人口密度の高い地域となっています。メンズ・レディースの衣料品やバッグ・靴・アクセサリなどの服飾品など、さまざまなブランドの商品を販売しています。なお、同店では買取サービスも行います。

北米での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



既出店地域

※店舗数は2023年6月末時点。
括弧内の数値は前期末比。



リユース市場が発展途上にある台湾での出店戦略

- 台湾のリユース市場は発展途上段階のため、積極的な出店を行うことで確固たるポジションを形成する方針です。
- 台湾での買取商材だけではなく、日本からの商材が継続的に店頭で並んでいることも強みに、人材育成とコスト管理を一段と強化しつつ、台湾市場での地歩を固めていきます。

台中市：LaLaport台中收購専門店（2023年5月オープン）



衣食住・子育て・娯楽と人気のブランドをはじめユニークなショップが北館・南館あわせて約300店舗集まるショッピングセンター「LaLaport 台中」の北館2階（2023年5月グランドオープン）に出店。日本で800店舗以上の実店舗を展開する総合リサイクルショップとしてリユース商品を提供しています。

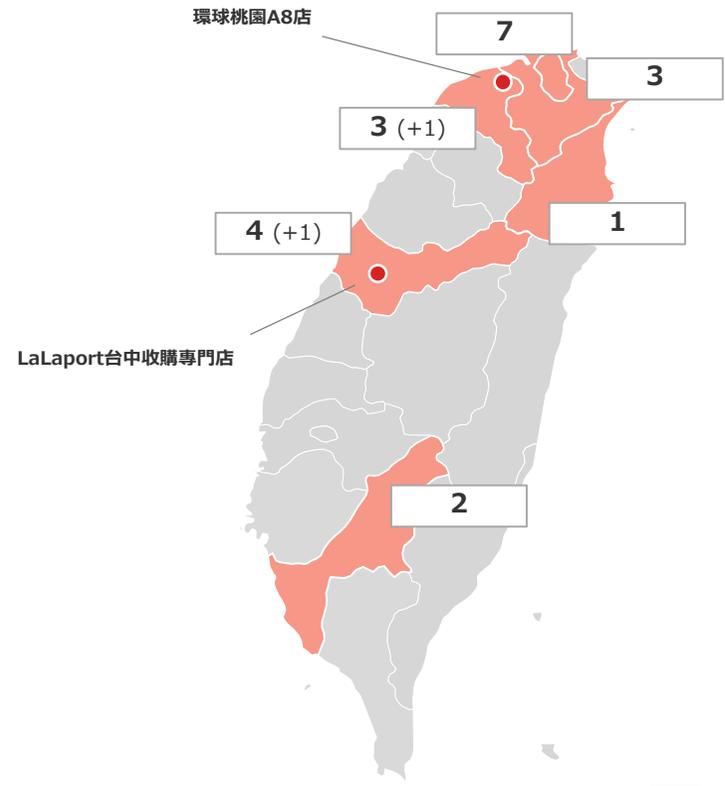
桃園市：環球桃園A8店（2023年5月オープン）



同店の出店をもって台湾20店舗の出店達成となりました。ショッピングモール「Global Mall 桃園A8」の地下1階にオープンし利便性の高い立地となっています。日本の2nd STREETの陳列方法に合わせ、アイテムをカテゴリごとに分類し、見やすく整頓された売場に仕上げています。同店の買取サービスは、オープンと同時に開始となります。

台湾での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



既出店地域

※店舗数は2023年6月末時点。括弧内の数値は前期末比。

マレーシアでの出店戦略

- マレーシアでは日本から輸出したリユース商材の卸売・店舗販売を、クアラルンプールおよび近郊を中心にドミナント展開しています。
- マレーシアでのマーケティングリサーチと人員の増加を継続しながら、更に事業展開を強化していく方針です。

クアラルンプール：Sungei Wang Plaza店 (2023年4月オープン)



モノレールのブキピンタン駅を降りてすぐ「Sungei Wang Plaza」は、ローカル色が強い大型ショッピングセンターです。周辺には大型ショッピングモールやホテル、レストランなど様々なお店が軒を連ね、地元民や観光客で賑わっています。衣料品を2段吊りできる什器を現地で開発・手配することで、より多くの商品を展示できる工夫をしています。

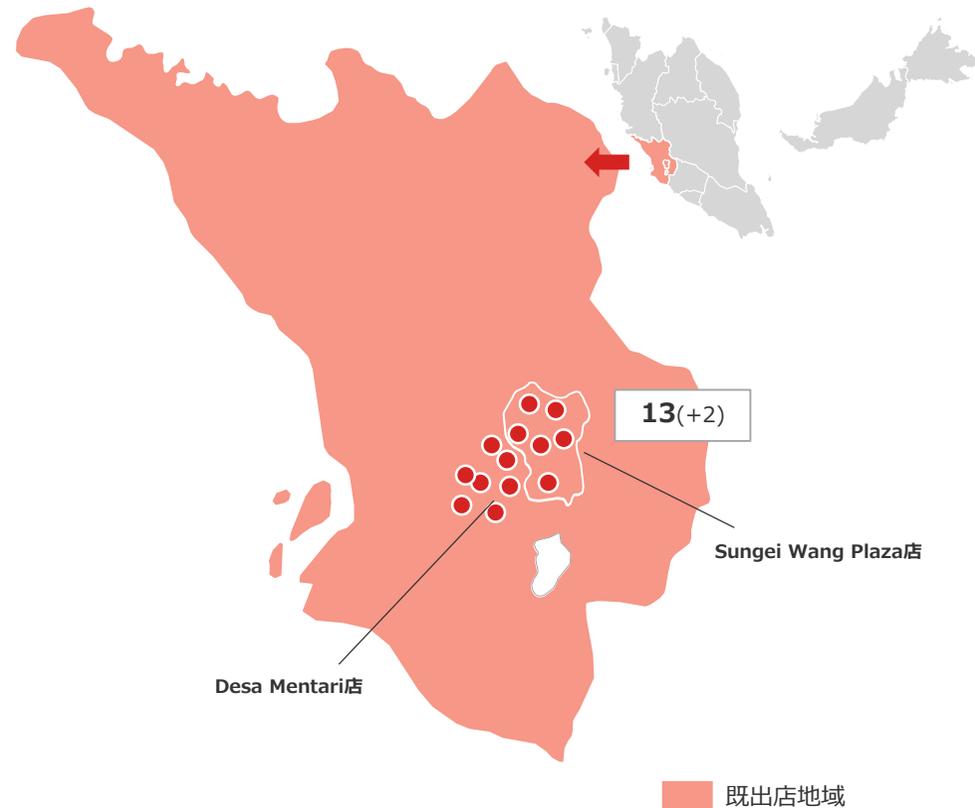
セランゴール州：Desa Mentari店 (2023年5月オープン)



マレーシアの13号店。日本ブランドの商品や国際的に人気のあるラグジュアリーブランドのバッグ、低価格帯アイテムなどを取りそろえています。日本のセカンドストリートのカテゴリーごとで分類し、見やすく整頓された売場に仕上げ、同国で支持されています。

マレーシアでの出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。

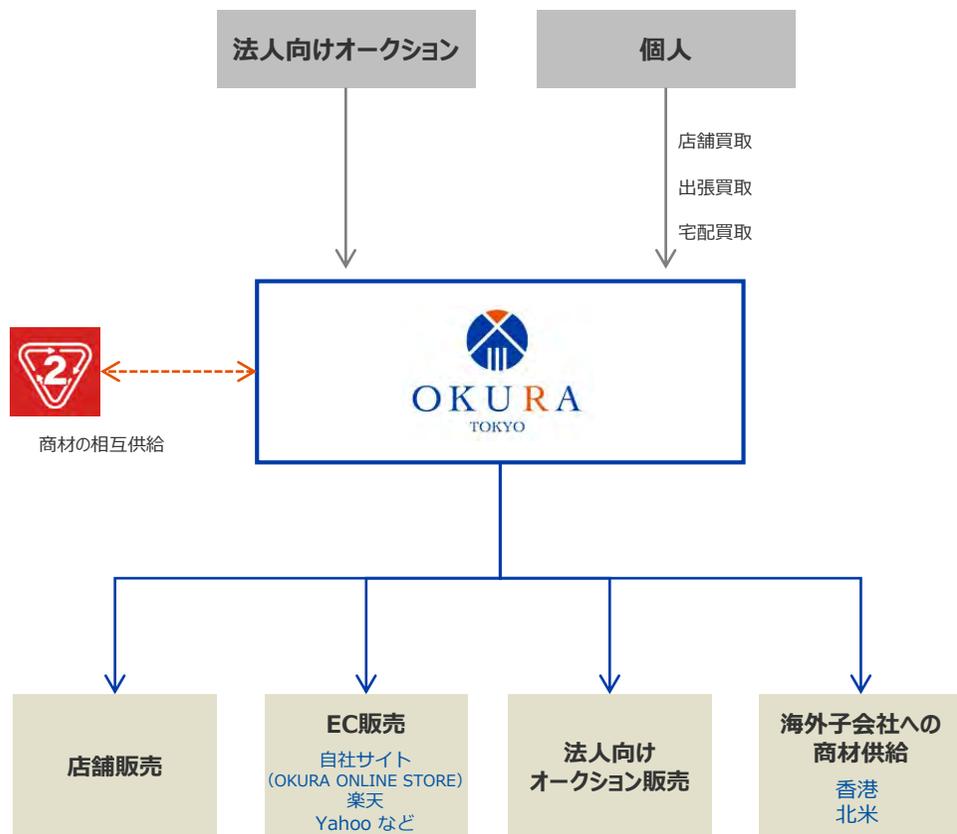


※店舗数は2023年6月末時点。
括弧内の数値は前期末比。

リユースのラグジュアリー商材の中核を担うOKURA

- 個人買取に加えて法人向けオークションを通じての幅広いラインナップのラグジュアリー商材を、店舗やEC、法人向けオークション、海外子会社で販売しています。
- OKURA ではトライアルを行っている出張買取について、各種媒体を通じた出張買取の機会増加に向けた取組みを継続し、顧客接点の強化を図っています。

OKURA のビジネス概要



来店動機を高めるための強化商品施策を展開

- GEOに来店していただく動機を一段と高めるために強化商品を設定し、売上高の拡大と販売量の増加による仕入力上昇を図り、店舗の魅力向上に努めています。
- 強化商品施策を通じて、「〇〇買うならGEO」というイメージシェアを高めていきます。



強化商品の事例紹介と拡大施策、新しいGEOフォーマットの確立



- 強化商品であるリユースのスマホ・タブレット端末、チューナーレス・スマートテレビやワイヤレスイヤホンなどは、メディアやSNS等で注目され、高いイメージシェアを形成しています。
- 強化商品部門の拡大に向けて、①バイイング人材の獲得と育成、②マーケティングの精度向上（折込チラシ、TVCM・Web広告）を行うと同時に実験店舗を通じた検証を行い新しいGEOフォーマットを確立していく方針です。

強化商品部門の拡大と新しいGEOフォーマットの確立

リユースのスマホ・タブレット端末



GEO・GEOmobileはリユースのスマホ・タブレット端末のシェアトップと従来から注力していた商材ですが、足元の円安傾向や新品のスマホ・タブレット端末の価格上昇トレンドを受けて、これまで以上にニーズが高まっています。

チューナーレス・スマートテレビ



Android TVを搭載し、Chromecast機能にも対応したスマートテレビ。地デジなどのチューナーがなく、ネット動画配信サービスに特化したテレビとして人気があります。

ワイヤレスイヤホン



リーズナブルな価格でありながら、高品質ということで各種のメディアやSNS等で取り上げられています。豊富なラインナップを揃え、ユーザーの利用スタイルにあった商品を提供しています。

強化商品部門の拡大に向けた取組み

既存店全店で継続・強化

バイイング人材の獲得と育成

マーケティングの精度向上

実験店舗を通じた検証

いっでも! 暮らしの必需品が超特価!

毎日の暮らしに欠かせない日用品がお買い求めいただけるお近くのGEOでDVDレンタル・ゲームやスマホもご一緒にお楽しみください!

4/21 (日) 開店

日用品・化粧品

- 398円 (税込)
- 598円 (税込)
- 398円 (税込)
- 598円 (税込)
- 978円 (税込)
- 98円 (税込)

お菓子・食品

- 98円 (税込)
- 68円 (税込)
- 158円 (税込)
- 398円 (税込)
- 198円 (税込)
- 138円 (税込)



新しいGEOフォーマットの確立



リユースのスマホ・タブレット端末でトップシェア

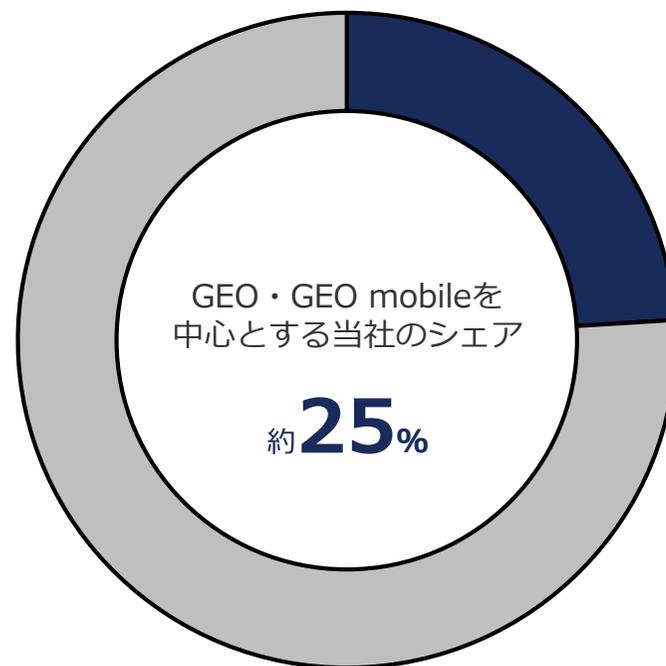


- GEO・GEO mobile を中心に、リユースのスマホ・タブレット端末市場で約25%のトップシェアを保持し、今後、さらにシェアを高めていく方針です。
- GEO・GEO mobile は、①在庫の一元管理による柔軟な販売体制、②完全に初期化・クリーニングされた端末、③SIMカードの販売、④GEO mobile では専門の相談員によるサポート、などを強みとします。

GEO・GEO mobile の強み

販売店舗	<ul style="list-style-type: none">• 全国のGEO・GEO mobile の在庫を一元管理しているため、需要に応じた適切な販売が可能
販売する端末	<ul style="list-style-type: none">• 端末内はすべて初期化するから安心・安全• 端末は外部・内部ともにしっかりクリーニング• 初期不良に対して30日間の安心保障 
SIMカード	<ul style="list-style-type: none">• 全国のGEO・GEO mobile にて、「UQ mobile」、「Y!mobile」のSIMカードを販売
店頭サポート	<ul style="list-style-type: none">• 安心の店頭サポート、特にGEO mobile では専門の相談員によるサポートを提供

リユースのスマホ・タブレット端末のマーケットシェア



リユースのスマホ・タブレット端末で圧倒的なナンバー1を目指す



- GEO mobile単独店やグループ店併設による積極的な店舗数の拡大、家電量販店等への出店に加え、家電量販店等へのリユース機能の提供による協業も展開しています。
- オンライン買取・販売・契約の強化とともに、B to Bビジネスの拡大にも注力することで、リユースのスマホ・タブレット端末で圧倒的なナンバー1を目指します。

リユースのスマホ・タブレット端末で圧倒的なナンバー1を目指す

リアル店舗

GEO mobile
単独店・併設店の拡大



家電量販店等への
出店



オンライン

デジタルを活用した
顧客接点の強化
(買取・販売・契約)



B to B

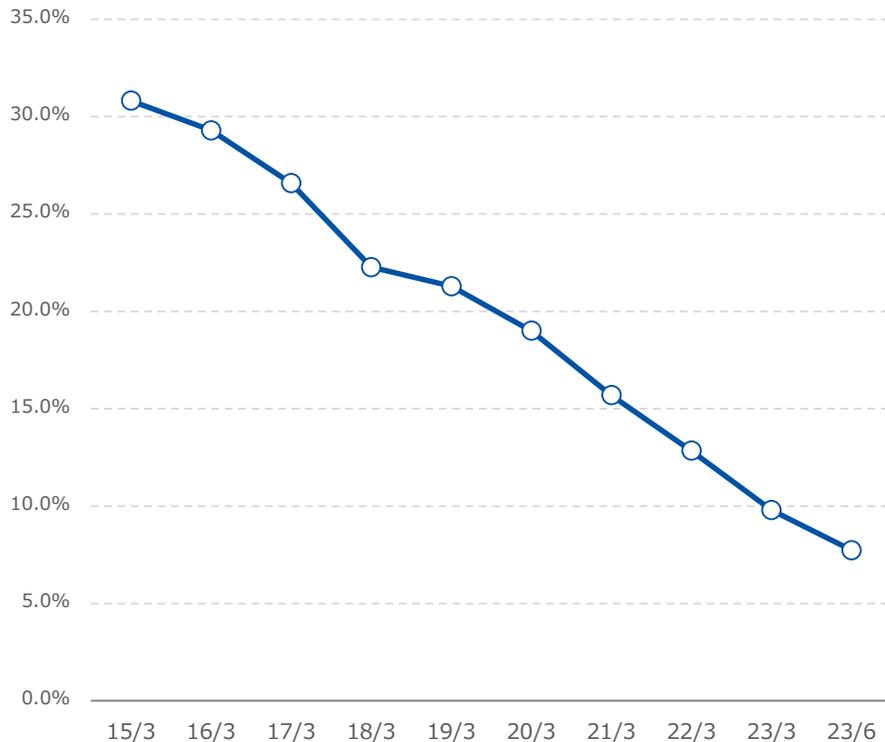
国内法人仲介取引
海外輸出入



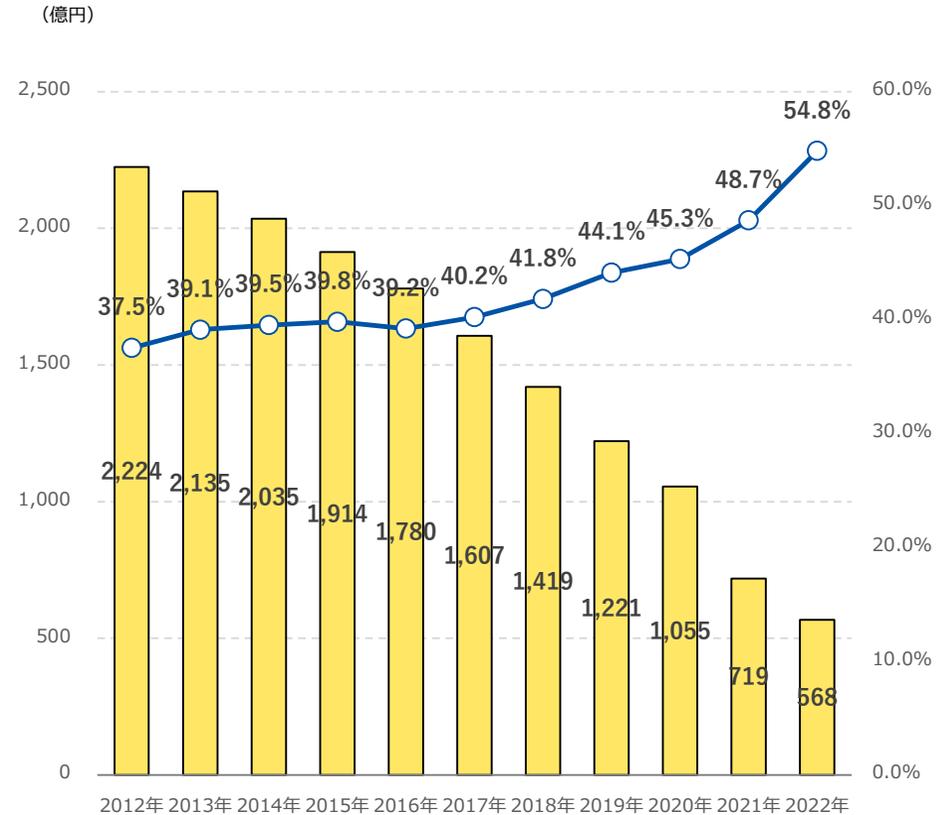
レンタル市場は縮小傾向も、トップシェアを一段と盤石なかたちに

- 国内の音楽・映像レンタル市場が縮小傾向にある影響は避けられませんが、音楽・映像レンタルの国内トップシェアを一段と盤石にするべく、今後も積極的な取組みを展開します。
- トップシェアを背景とするレンタル目的の来客に加え、強化商材を目的とした来客に対してもレンタルの訴求を行うなどしてレンタルの収益を最大化し、レンタルを主要な収益源として大事にする方針に変更はありません。

連結売上高に占めるレンタル事業の構成比推移



国内の音楽・映像レンタル市場と当社シェア推移*



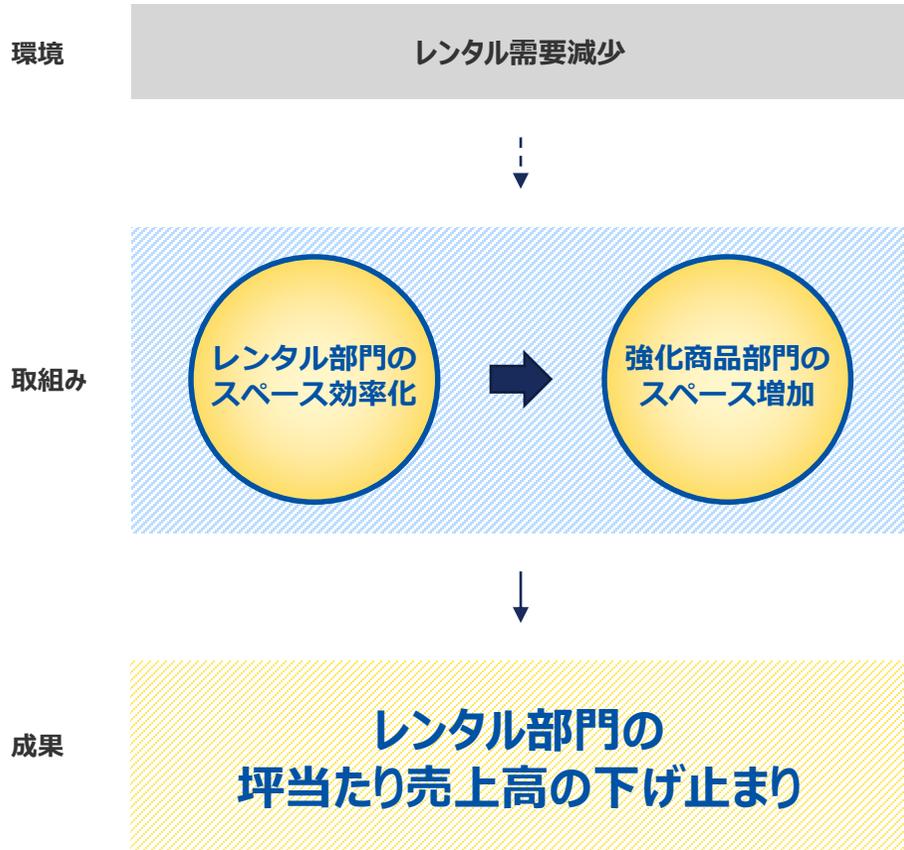
※出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」をもとにゲオホールディングス推定。
 注1：シェアはゲオホールディングス推計。 注2：市場規模の対象に宅配レンタル・コミックレンタルは含まれていません。



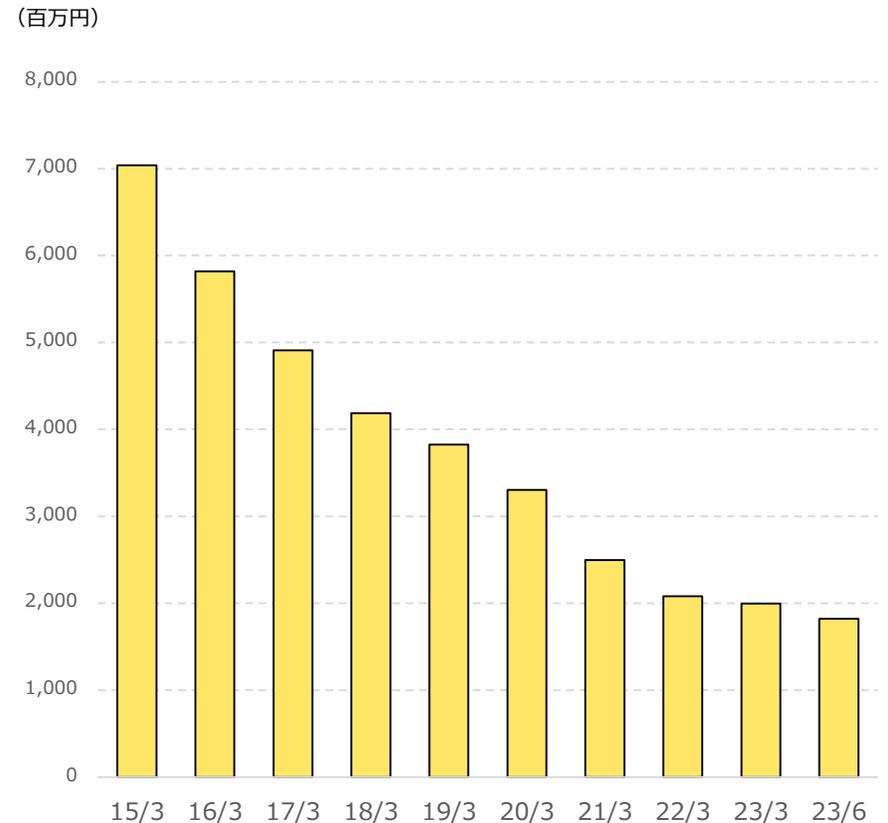
レンタル部門のスペース効率化施策は成果が出てきている

- 国内のレンタル市場縮小に対応するかたちで、レンタル用資産に関して仕入の抑制および既存資産のリユース販売を行っているため、レンタル用資産残高は低下しています。
- 店舗におけるレンタル部門のスペース効率化施策に取り組んでいる結果、レンタル部門の坪当たり売上高は下げ止まりつつあり、また、効率化したスペースは強化商品の販売に充当しています。

レンタル需要減少に対する取組みと成果



レンタル用資産（減価償却後）の期末残高推移

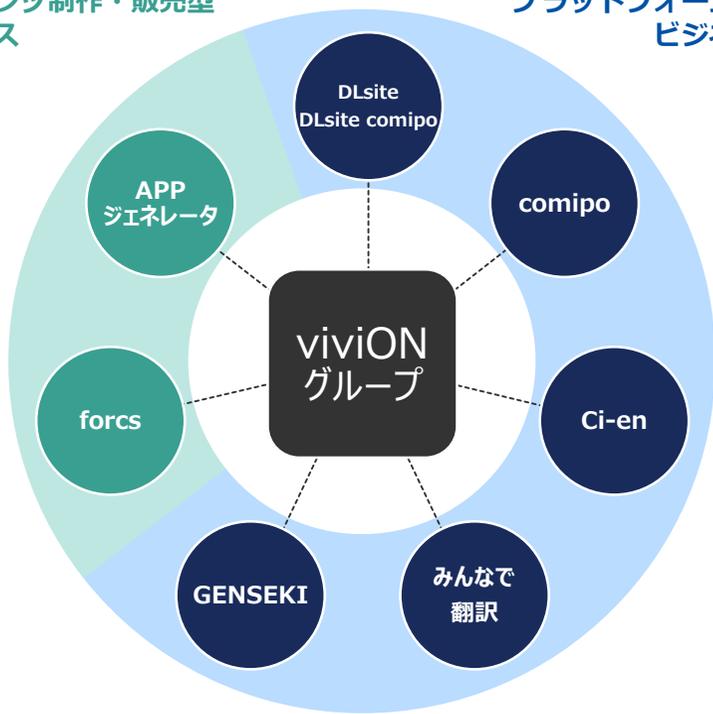


- viviONグループでは、デジタルコンテンツのプラットフォーム型ビジネス、コンテンツの制作・販売ビジネスを展開しています。
- 二次元コンテンツダウンロードサイトの「DLsite」は国内最大級の作品数を取り揃えていることに加え、「comipo」ではマンガを音で楽しむボイスコミックを提供、新しいビジネスモデルとして「みんなで翻訳」、クリエイター支援の「Ci-en」などの事業を手掛けています。

viviONグループの主なデジタルコンテンツ事業

コンテンツ制作・販売型
ビジネス

プラットフォーム型
ビジネス



国内最大級の二次元コンテンツダウンロードサイト『DLsite』及び『DLsite comipo』における配信作品が86万作品に到達いたしました。

同人誌、電子書籍だけではなく、小説、アニメ、ゲーム、ボイス・ASMRなど幅広いジャンルを取り扱っています。

「聴いて」「楽しむ」マンガアプリ



comipoのボイスコミックは、マンガに音と声の要素を加えた目と耳で作品を楽しむことができる、今まで以上にイマーシブで満足感のある電子コミックです。

国内外のコミック6,200作品以上をラインナップし、大手出版社の有名作品や海外の縦読みコミックのヒット作、comipoオリジナル作品も取り扱っています。

5. 新たな取組み

2nd STORAGE（セカンドストレージ）を本格展開

- 配送無料の宅配型トランクルームサービス「2nd STORAGE」の本格展開を開始し、サービス対応エリアは中央区、港区、江東区、品川区、千代田区、新宿区、目黒区、渋谷区の区域となり、今後順次拡大予定です。
- 「預ける」サービスの展開だけでなく、保管中の品物のなかで不要になったモノを買取・販売することで、リユース事業の深耕を図ります。

セカンドストレージのビジネスモデル

利用者

月額料金

契約スペースの範囲内であれば、
宅配を通じて何回でも荷物の預入・取出が可能



預けた荷物はスマホで確認可能

必要時に取り出しの依頼が可能



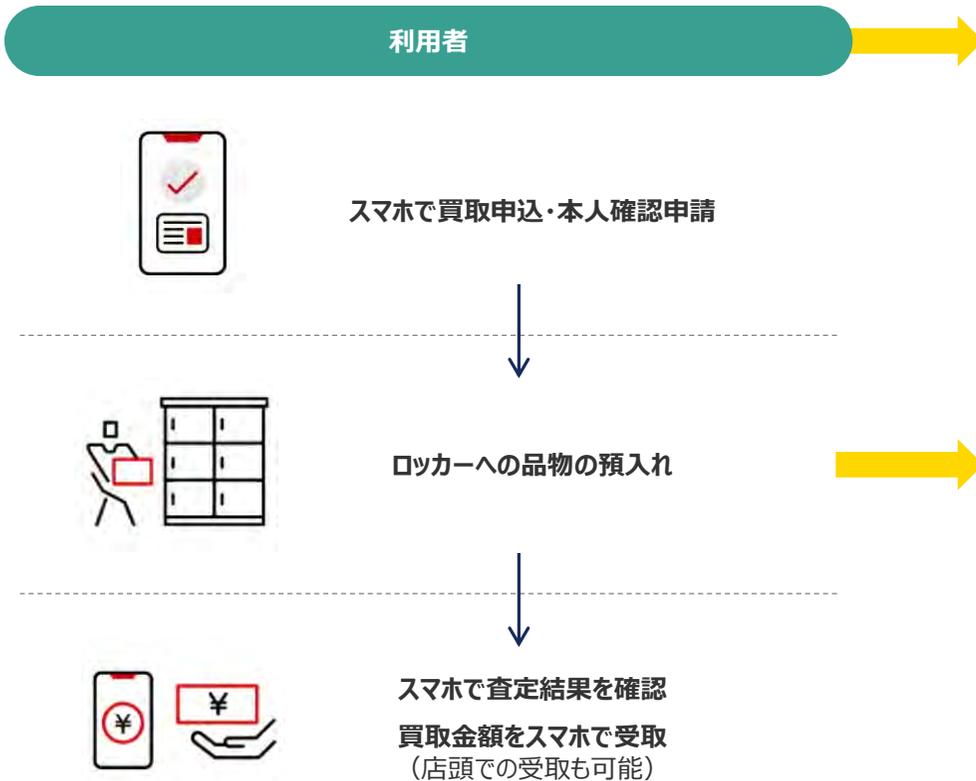
預けた荷物を選択して
買取することも可能



ロッカー買取サービスをテスト導入

- 24時間365日、いつでも、時間を有効に使いながら、スマホを活用すれば完全非対面で買取サービスを利用することができる「セカスト買取ロッカー」をテスト導入しています。
- 関東エリアの一部店舗でのテスト結果を踏まえて、全国の店舗へロッカー設置を拡大していくかどうかを検討していきます。

ロッカー買取サービスのビジネスモデル



ロッカー買取サービスのメリット

- 買取受付の待ち時間がないため、時間を有効活用しながらサービスを利用することができる
- スマホを活用することで、完全非対面で買取申込・本人確認・査定金額の受取りをすることができる



ロッカーのボックスサイズはXS・S・M・L・XLの5サイズ
衣料品、家電、楽器、スポーツ用品など幅広い預入れが可能

VTuberグループ “あおぎり高校” が活動開始

- VTuberグループ “あおぎり高校” が移籍により2023年4月からviviONで活動開始し、チャンネル登録者数は200万人を超えています。
- 「おもしろければ、何でもあり！」をモットーに、イベントやオフライン活動を含めて、他のプロダクションがやっていない面白いことやワクワクすることにチャレンジするプロダクション運営をしていく方針です。



あおぎり高校在校生 (VTuber)



カプセルトイ専門店 カプセル楽局（らっきょく）を順次出店

- 『カプセル楽局』は、「楽しさこそ、元気になるための薬」をコンセプトにしたカプセルトイ専門店です。仕事や学校、買い物の帰りに、ふらっと立ち寄ってカプセルトイを手にする楽しさをお客さまに届け、元気を与えられるお店にしたいという思いから、カプセルトイの“カプセル”と薬の“カプセル”をかけたカプセルトイ専門店が『カプセル楽局（らっきょく）』です。

当店では、1日何度でもカプセルで「クスリ」と笑っちゃうような「楽しさ」を処方します。

- 板橋区、練馬区、品川区、葛飾区に6店舗を展開し、順次出店予定です。



6. 補足資料

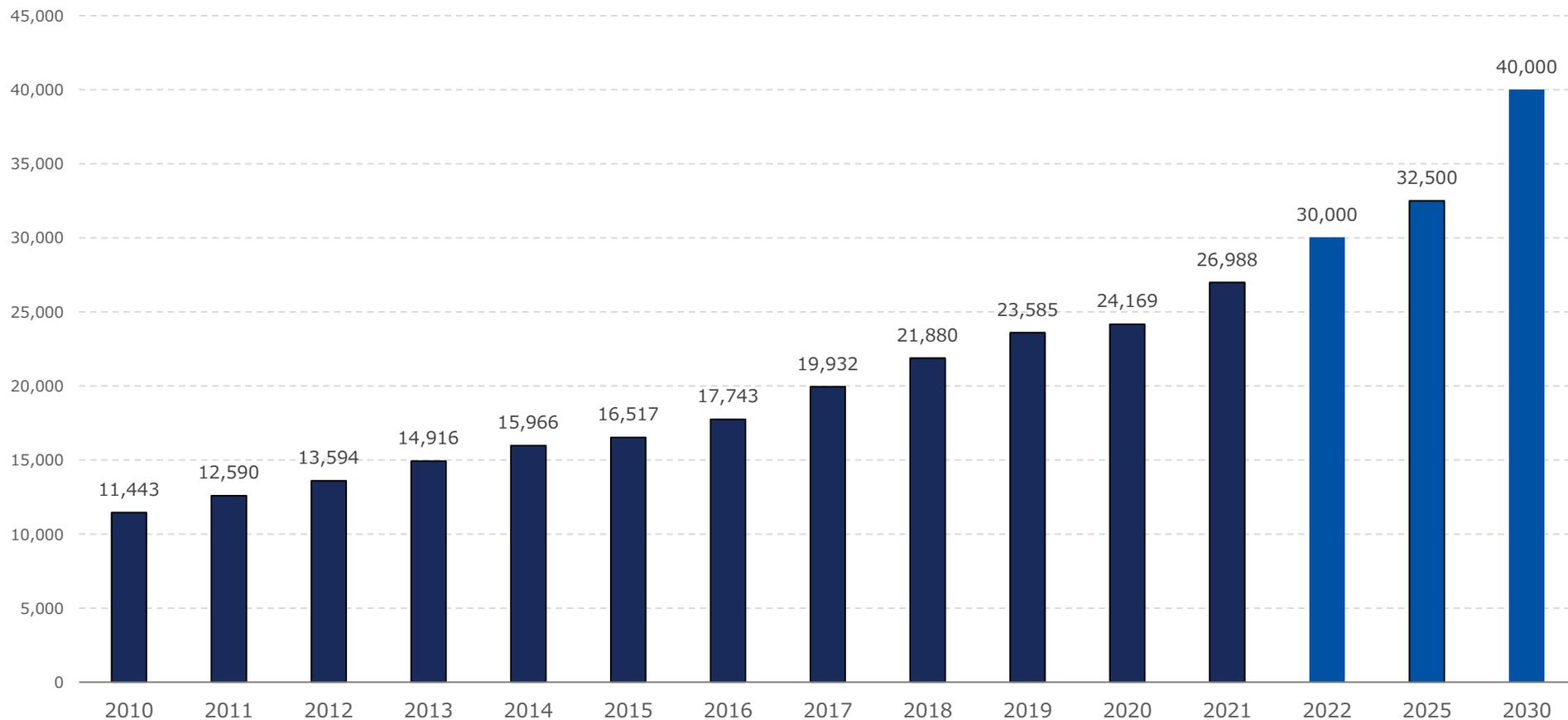
2024年3月期 四半期別連結損益計算書

	23.3月期				24.3月期			
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
単位：百万円	実績	実績	実績	実績	実績			
売上高	81,377	91,185	107,134	97,603	106,725			
(前年同期比)	107.0%	120.2%	115.1%	108.7%	131.1%			
売上総利益	34,194	34,464	39,315	34,507	39,289			
(前年同期比)	110.3%	110.6%	112.4%	102.6%	114.9%			
(売上総利益率)	42.0%	37.8%	36.7%	35.4%	36.8%			
販管費	30,167	32,199	34,251	35,244	33,498			
(前年同期比)	101.0%	104.4%	111.2%	113.2%	111.0%			
営業利益	4,027	2,265	5,064	▲736	5,790			
(前年同期比)	348.4%	693.9%	121.2%	—	143.8%			

リユースの国内市場動向

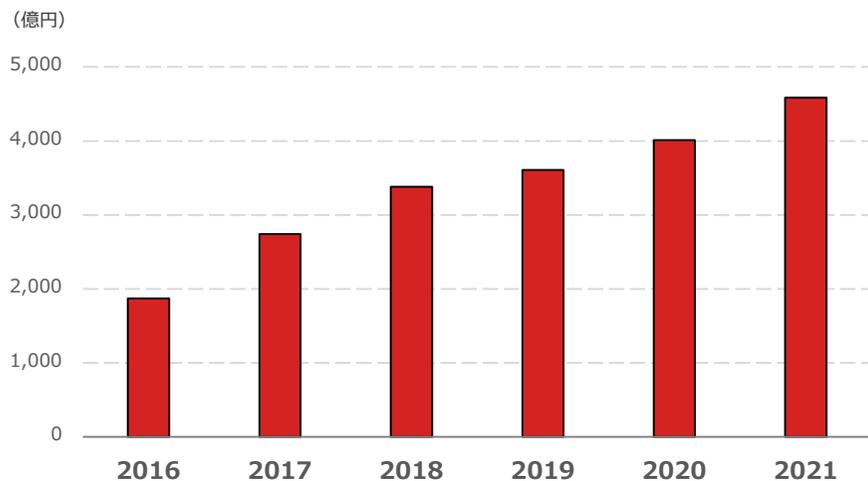
- リユースの国内市場規模は2030年には4兆円規模となり、2021年の2兆6,988億円から48.2%伸長すると予測されています。
- 資材価格高騰による物価上昇や、認知拡大による消費行動の変化やSDGsを意識した消費スタイルの変化などを背景にリユース人口の増加が予測され、国内のリユース市場は更なる成長が期待できます。

(億円)

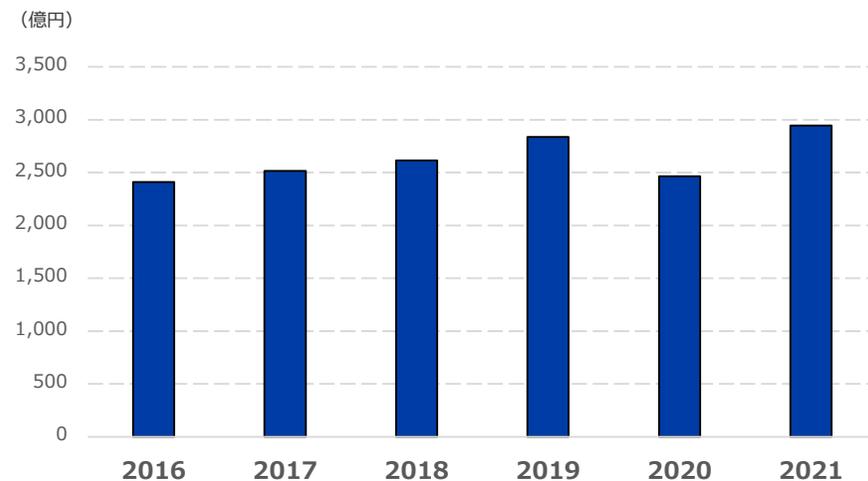


リユースの主要商材別の国内市場推移

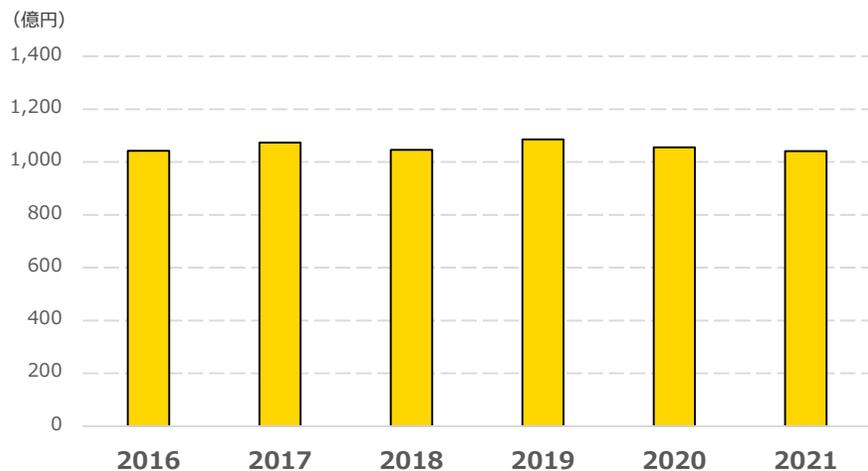
衣料・服飾品



ブランド品



ゲーム・メディア（書籍は除く）

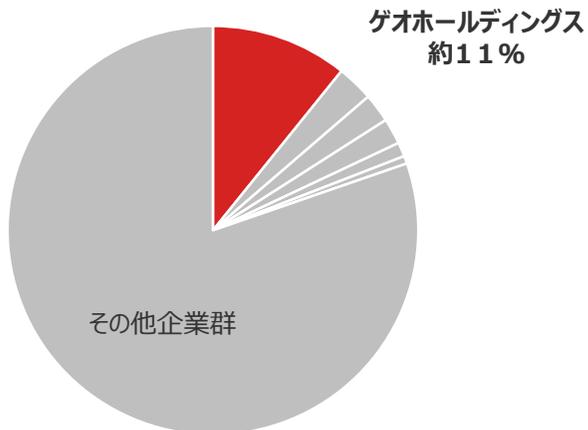


携帯・スマホ

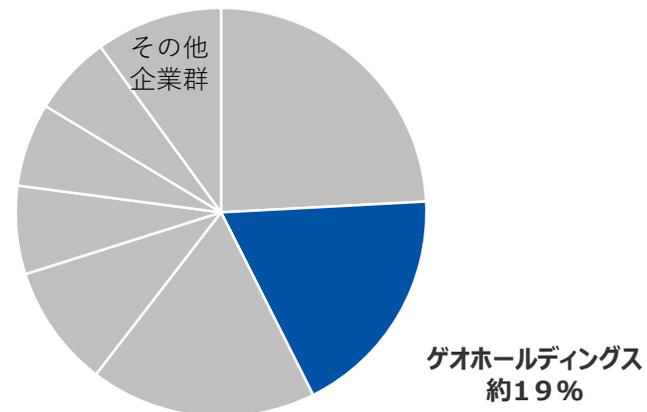


リユースの主要商材別のマーケットシェア

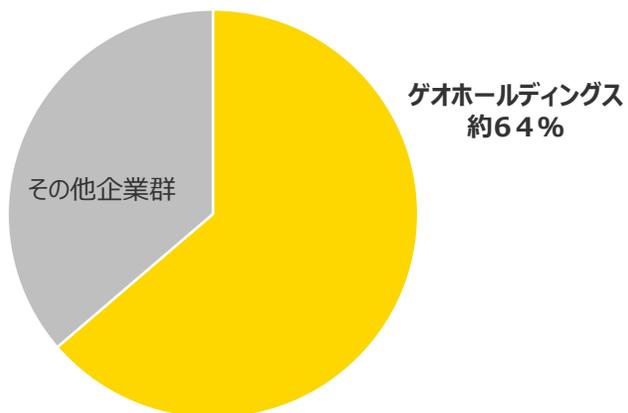
衣料・服飾品



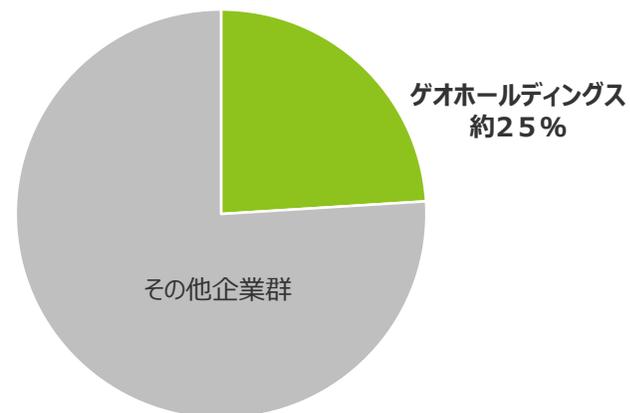
ブランド品



ゲーム



携帯・スマホ





“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。





事業を通じたCO2排出量

ゲオグループでは事業活動を通じたCO2排出量についての数値実績を開示しております。

企業活動が環境に与える影響を考慮し、事業活動とCO2排出量の削減の両立を目指します。

当社の活動を通じて、様々なモノの循環を生み出すことにより廃棄物を削減し、循環型社会の構築をけん引することで環境負荷や気候変動への対応を推進していきます。

持続可能な社会の実現に向け、ゲオグループはこれからも貢献を続けていきます。

リユース事業によるCO2排出削減量

種類	CO2削減量 (トン)
衣料	104,945
家電	28,399
ゲーム家電	21,042
家具	8,241
携帯電話	4,094
DVD/CD	3,694
合計	170,636

CO2削減量
単位 t-CO2



※環境省『3R見える化ツール』『平成22年度使用済リユース促進研究会報告書』
『光ディスク (CD/DVD等) の計算方法について (案)』よりゲオホールディングス算出

事業運営におけるCO2排出量

項目	CO2排出量 (トン)
scope1	1,712
scope2	68,468
合計	70,179

CO2排出量
単位 t-CO2

※scope1：自社での燃料の使用や工業プロセスによる直接排出の温室効果ガスの排出量
2021年度のゲオHD請求の給油明細から、購入されたガソリン量を油種別に集計し、
環境省が発表する燃料の種類別排出係数を元に算出

※ scope2：自社で他社から供給された電気、熱、蒸気を使用した事による間接排出の
温室効果ガスの排出量
2021年度のゲオHD電気料金明細から消費電力量を集計し、環境省が示す排出係数を
元にしたロケーションベースにて算出

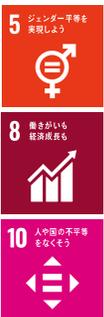
※ scope2は、消費電力量が算出可能であった999箇所分のデータを元に算出 (店舗・
事務所・倉庫を含む)



エネルギー効率化によるSDGsへの貢献

約1,600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。また、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ています。

多様な働き方に合わせた環境の構築



<p>女性従業員の活躍</p>	<p>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。ゲオグループでは、女性の活躍や社員全員が働きやすい環境を目指し、行動計画を策定しています</p>
<p>LGBTQ</p>	<p>ダイバーシティ推進活動の一環として、LGBTQへの取り組みを積極的に行っています。「work with Pride」によるLGBTQに関する企業の取り組みを評価する制度であるPRIDE指標ゴールドを4年連続で受賞しました。</p>
<p>障がい者雇用</p>	<p>ゲオグループの障がい者雇用率は2.60%（2023年6月現在）と、日本の法定雇用率（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、店舗およ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。</p>



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。



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

TEL

052-350-5711

Email

info@geonet.co.jp