



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



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



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~)

1

2023年6月期 通期決算概況

売上高

- ✓ 前期比27.3%の増収で、過去最高の売上高。当初計画通り（計画比：+1.7%）の実績
- ✓ セグメント毎には計画比で上振れ・下振れがあったものの、全セグメント共に過去最高の売上高を記録。

営業利益

- ✓ 売上総利益段階では前期比36.3%の増益も、当初計画を下回る実績（計画比：▲68.5%）。主な差異要因は以下の通り
 - ・売上総利益の未達 : ネット型リユースセグメントにおける売上総利益率は改善も、売上高が下振れたことにより売上総利益額が下振れ
 - ・販管費の増加 : 信託型ストックオプションに関連する想定外の費用（60百万円／詳細はP.12参照）発生、拠点展開前倒し等の一時費用が増加

経常利益・純利益

- ✓ 経常利益は計画通りの水準、親会社株主に帰属する当期純利益は当初計画を大幅に上回る実績
 - ・経常利益 : デリバティブ評価益（219百万円／詳細はP.13参照）の計上により、計画比同水準の着地（計画比：+1.1%）
 - ・当期純利益 : 投資有価証券売却益（345百万円／詳細はP.14参照）の計上により、当初計画を上回る実績（計画比：+73.6%）

2023年6月期 通期 損益計算書

- ✓ 売上、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は計画比上振れ
- ✓ 営業利益ベースで黒字転換を果たすも、計画比下振れ

(単位：百万円)	2023年6月期通期			2022年6月期通期	
	計画	実績	計画比	実績	前期比
売上高	15,000	15,257	+1.7%	11,986	+27.3%
売上総利益	6,215	5,820	▲6.4%	4,268	+36.3%
営業利益	300	94	▲68.5%	▲319	—
経常利益	275	278	+1.3%	▲328	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	167	290	+73.9%	▲404	—

2023年6月期 通期 計画と実績の差異要因

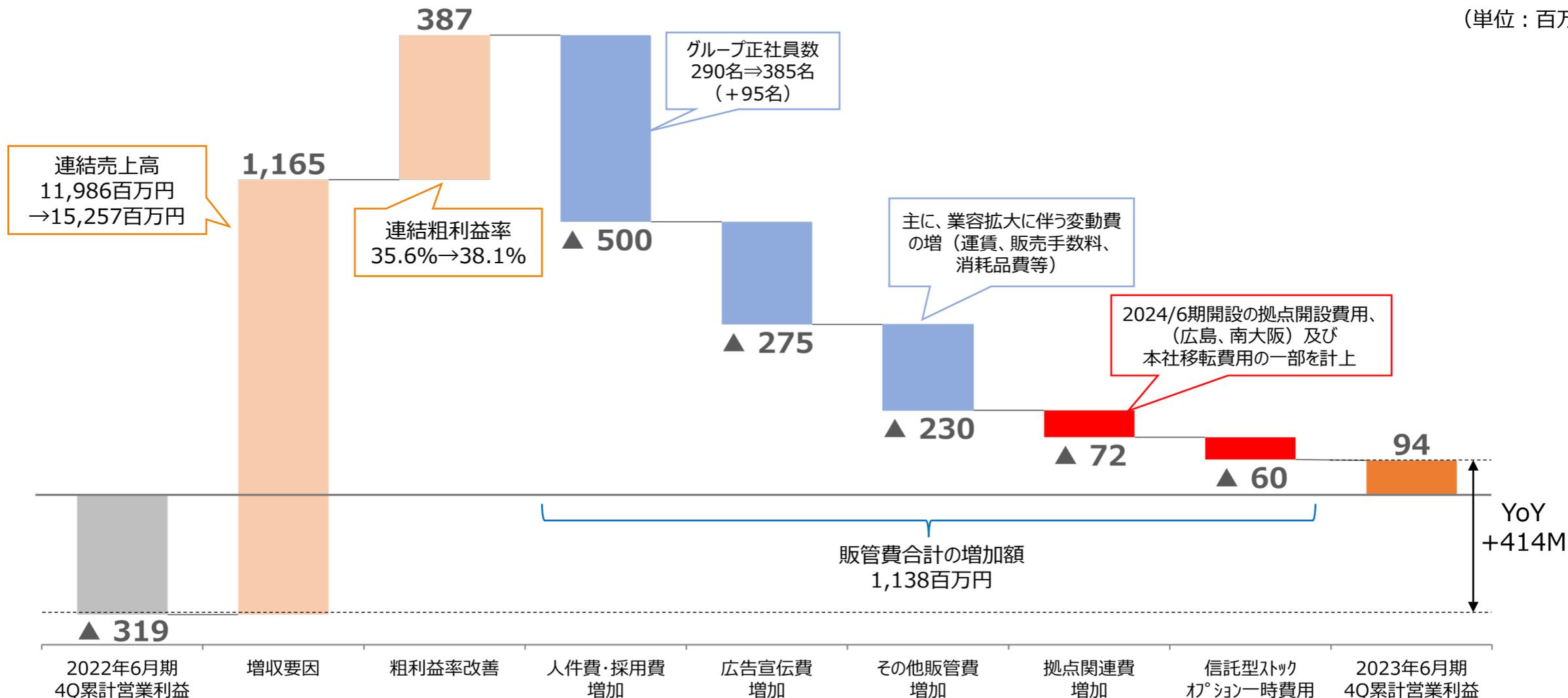
✓ 売上・営業利益の主な計画比差異要因とその影響額は以下の通り

(単位：百万円)

セグメント	計画と実績の差異要因	売上影響額	営業利益影響額
ネット型リース	個人向けリースの人員採用及び育成遅延による稼働バイヤー数の下振れ	▲1,350	▲369
	個人向けリースの粗利率上振れ	－	+78
	マシナリー（農機具）の国内法人取引チャネルの拡大	+120	－
	マシナリー（農機具）の収益率改善遅延	－	▲121
メディア	通信分野以外の収益基盤構築	+75	+63
モバイル通信	メディアとのシナジーによる新規契約回線数の増加と3Q以降のショット型収益比率の増加	+1,204	+204
全社	信託型ストックオプション関連費用の計上	－	▲60
	連結調整額等の計画比増減	+100	－
上記合計		+150	▲205

2023年6月期 営業利益の増減益分析

- ✓ ①増益要因 = 増収及び、粗利率の改善継続により、1,552百万円の増
- ②減益要因 = 人員・拠点を中心とした投資及び信託型ストックオプション関連費用の一時的な販管費増により、1,138百万円の減
- ⇒① + ②の合計で、414百万円の改善。黒字転換

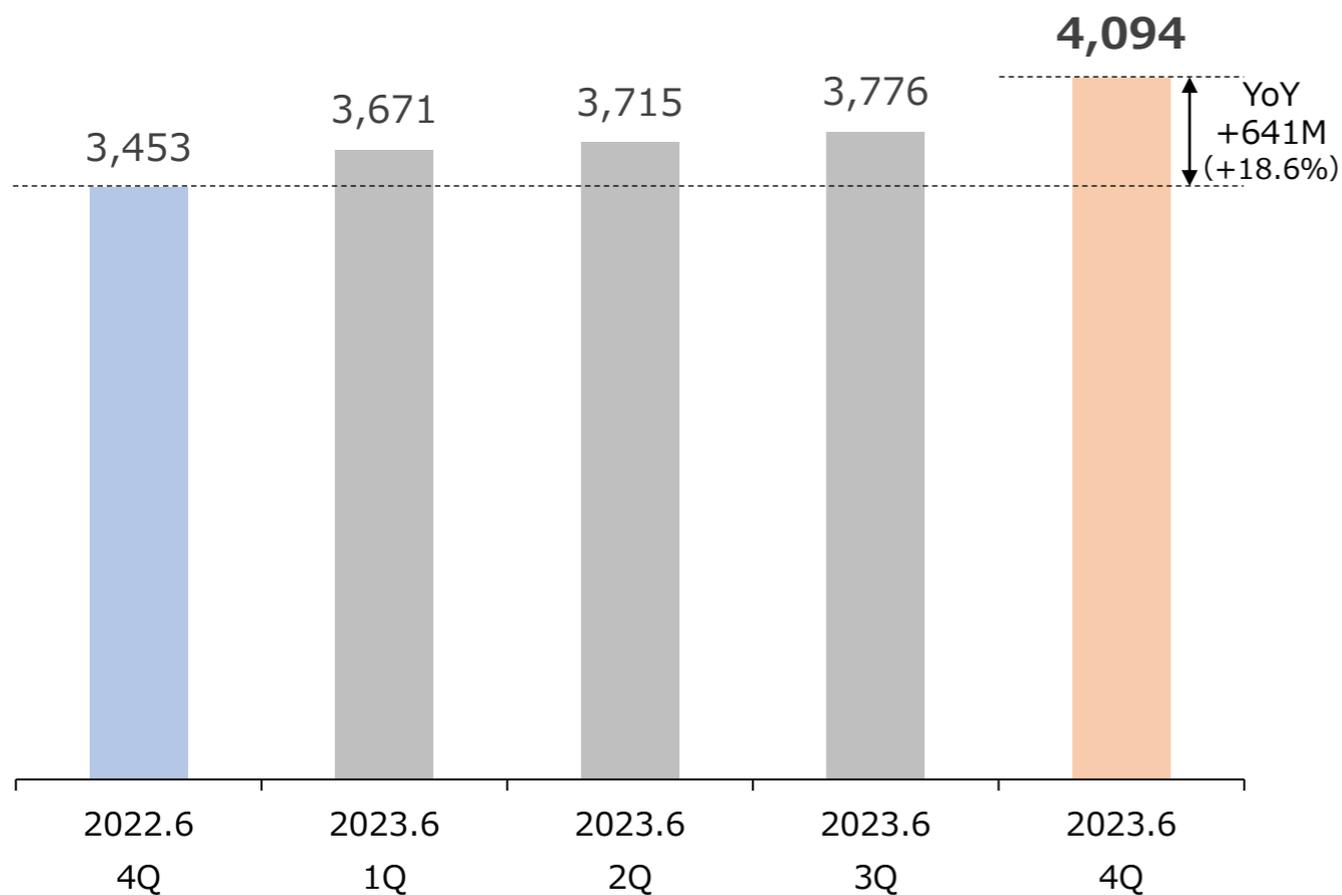


四半期別連結業績推移

- ✓ 売上高 7四半期連続で前四半期比増収
- ✓ 営業利益 回復基調で推移

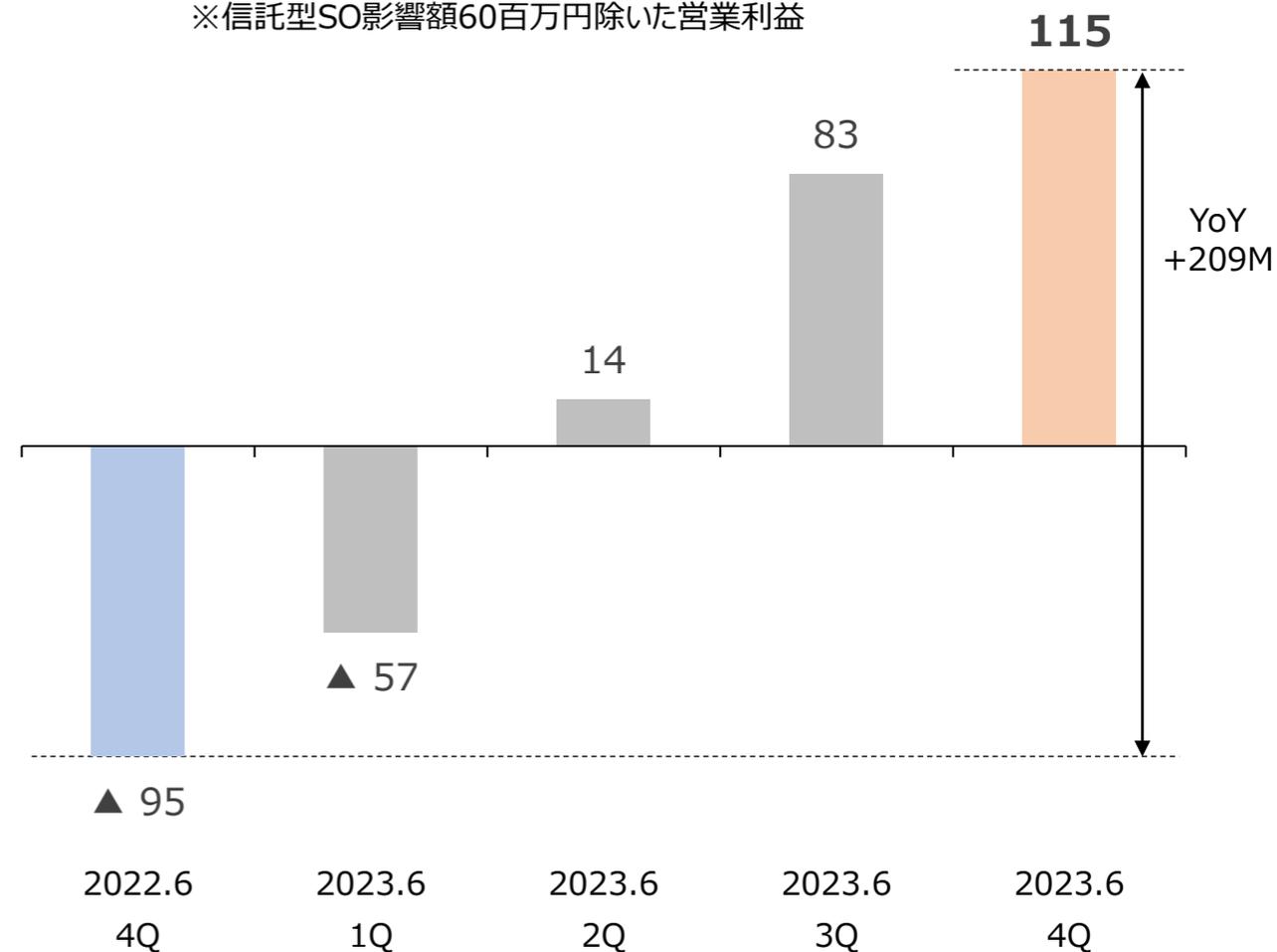
(単位：百万円)

売上高推移



調整後営業利益 (※) 推移

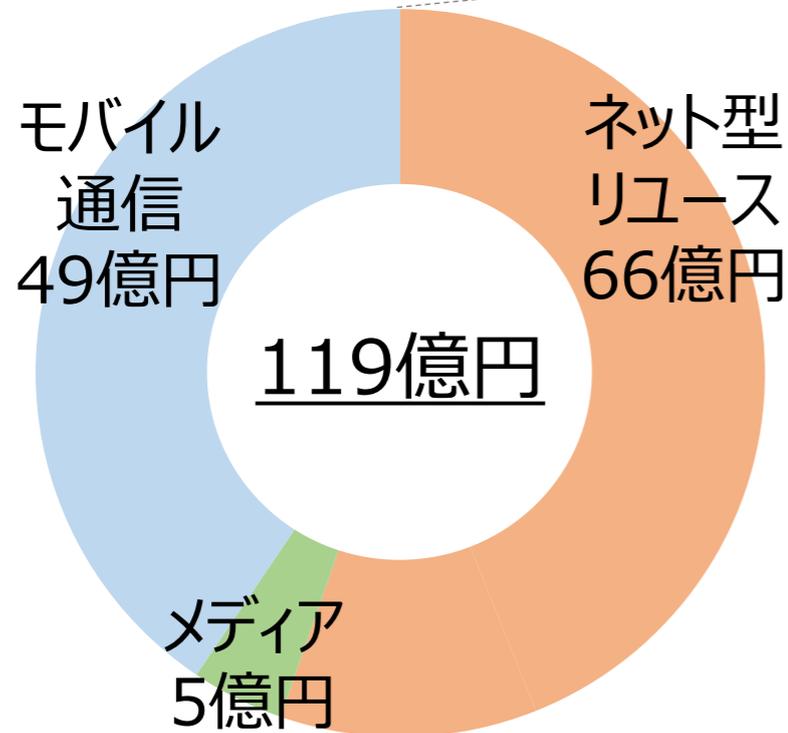
※信託型SO影響額60百万円除いた営業利益



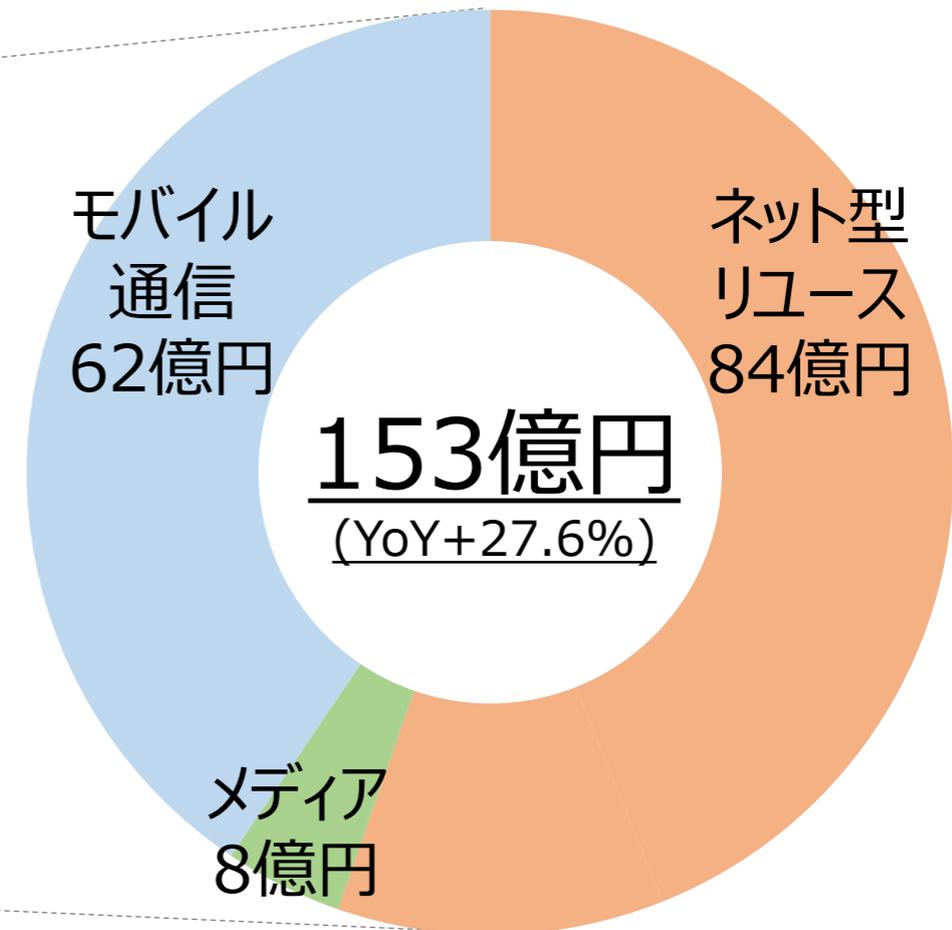
セグメント別売上高構成比

✓ 全セグメント共に前期比増収、過去最高売上を記録

前期 (2022年6月期)



当期 (2023年6月期)

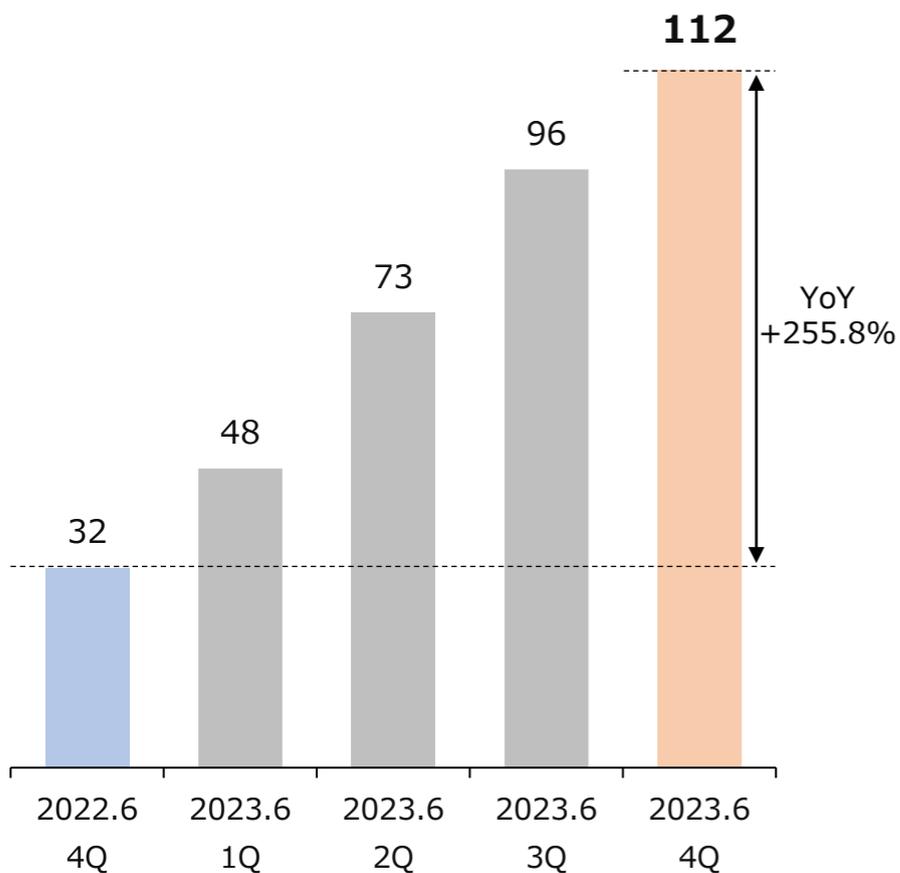


セグメント別 四半期別利益推移

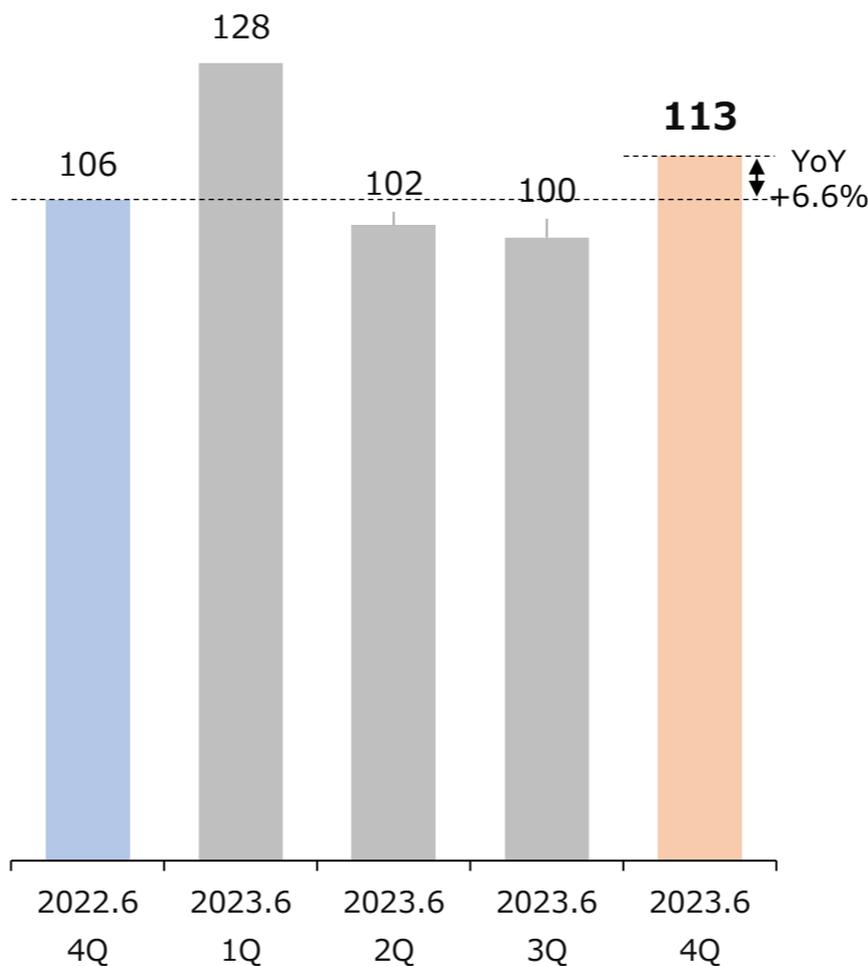
- ✓ 成長ドライバーであるネット型リユース事業が収益拡大基調
- ✓ モバイル通信事業は一時的なショット型収益の拡大により、大幅増益

(単位：百万円)

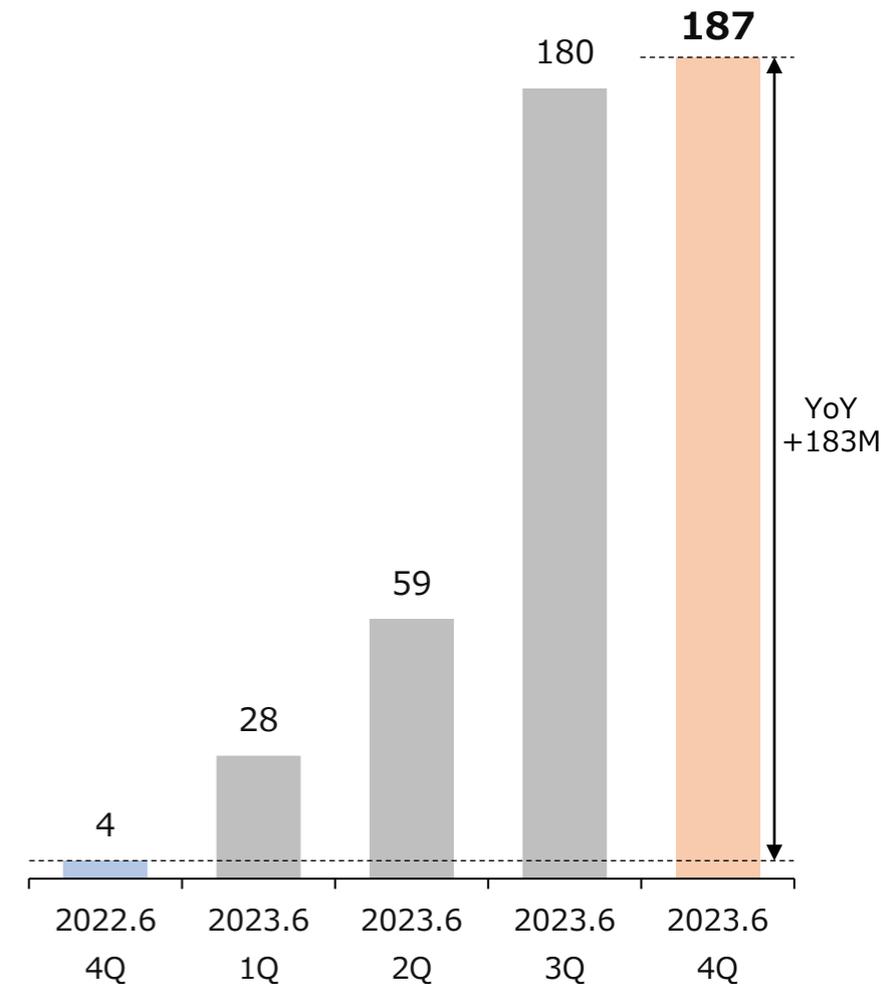
ネット型リユース



メディア



モバイル通信



その他業績に関する説明事項 ① (一時的な販管費の増加)

- ✓ 信託型ストックオプション (以下、「信託型SO」といいます) に係る一時的な販管費の発生
- ✓ 本費用負担は一時的なものであり、今後の影響は軽微

概要

- ・2023年5月30日に国税庁から公表された「ストックオプションに対する課税(Q&A)」において、従業員が当該ストックオプションの権利を行使して株式を取得した時点で、実質的な給与とみなされ、給与課税の対象となるとの見解が示され、さらに過去に行使済みの従業員に対しても、会社側が遡及して源泉徴収を行うことが求められた

当社の対応

(導入当初から上記の公表に至るまで)

当社は2017年8月に信託型SOを導入したが、当時の税務当局への照会結果、各種専門家の意見を踏まえ、信託型SOの行使時点において、給与課税に該当しないものとして認識しており、特段の費用負担を行っていなかった

(上記公表を踏まえた対応)

過年度から当連結会計年度末の間に行使された信託型SOに対する源泉徴収額相当額を、当社が費用負担

当連結会計年度における影響額

- ・当連結会計年度における影響額 = 60百万円の販管費 (人件費) の増加

✓ 当連結会計年度における営業外収益 (デリバティブ評価益) の発生状況

概要

- ・2022年9月14日に株式会社SBI証券と締結した、「差金決済型自社株価先渡取引契約」(※)により発生した営業外収益
- ・当該契約期間中の各四半期末時点における当社の株価が当社の業績 (営業外損益) に影響を及ぼす
- ・具体的には、当四半期末日時点の当社の株価が前四半期末日時点の株価を
 - ↳上回った場合 = 「営業外収益」を計上する
 - ↳下回った場合 = 「営業外費用」を計上する

(※) 当該契約の詳細は、2022年9月14日公表の[「差金決済型自社株価先渡取引の締結に関するお知らせ」](#)をご参照ください

当連結会計年度における影響額

- ・当連結会計年度における影響額 = 219百万円の営業外収益 (デリバティブ評価益) の増加

	第3四半期末時点	当連結会計年度末時点	
株価	1,219円	1,659円	
評価益	87百万円	219百万円	(第3四半期末比 +132百万円)

✓ 第4四半期における特別利益（投資有価証券売却益）の発生状況

概要

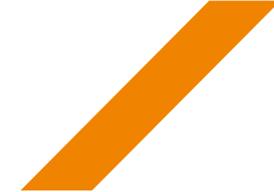
- ・投資有価証券売却の理由
 - ↳ 今後の事業成長に向けた財務体質の強化及び保有資産の効率化
- ・投資有価証券売却の内容
 - ① 売却する投資有価証券の内容
 - ↳ 当社保有の未上場有価証券 1 銘柄
 - ② 売却月
 - ↳ 2023年 6 月
 - ③ 投資有価証券売却益
 - ↳ 345百万円

当連結会計年度における影響額

- ・当連結会計年度における影響額 = 345百万円の特別利益（投資有価証券売却益）の増加

2

セグメント別事業概況



ネット型リユース事業

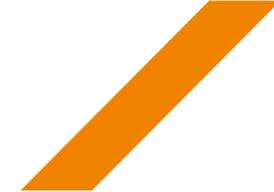
ネット型リユース事業 2023年6月期 通期実績

- ✓ 売上高：個人向けリユースのバイヤー採用・育成遅延が影響し、売上が計画比下振れ
- ✓ 利益：セグメント利益率は大幅向上も、売上下振れの影響で想定を下回る

(単位：百万円)	ネット型リユース事業 合計				
	計画	実績	計画比	前期実績	前期比
売上高	9,804	8,392	▲14.4%	6,631	+26.6%
セグメント利益	—	329	—	111	+195.6%
セグメント利益率	—	3.9%		1.7%	

(単位：百万円)	個人向けリユース					マシナリー				
	計画	実績	計画比	前期実績	前期比	計画	実績	計画比	前期実績	前期比
売上高	7,500	6,146	▲18.0%	5,140	+19.6%	2,000	2,104	+5.2%	1,365	54.1%

(単位：百万円)	おいくら				
	計画	実績	計画比	前期実績	前期比
売上高	304	141	▲53.4%	125	+12.8%



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

個人向けリユース①：重点戦略

- ✓ 顕在層に加えて潜在層へのアプローチを本格化し、ニーズの掘り起しに注力
- ✓ 出張買取バイヤーの採用・育成の強化に加え、生産性の向上も併せて推進

顕在市場規模 = 3.0兆円



潜在市場（かくれ資産）規模 = 44兆円

■ 既存のターゲット

・若年～中年層 ≡ 「リユース」を明確に認知している層

⇒ コンタクトセンターによる事前査定で価格を明示の上、宅配／店頭／出張のいずれかのチャネルで買取

■ 新たに加わるターゲット

・シニア層 ≡ 「リユース」を明確に認知していない層

⇒ コンタクトセンターによる買取相談受領の後、顧客宅へ訪問。直接対面での買取営業活動より、ニーズを掘り起こし

出張買取の強化が事業成長の重要なポイント

個人向けリユース②：直近のアクション概要

✓ 出張買取バイヤーの採用・育成に加え、以下2点の取組を実施

- ① 出張買取商圈の拡大を目的とした新規拠点開設
- ② 効果的に潜在ニーズにアプローチすることを目的とした取扱商材の拡充

新規拠点開設

2022年10月
千葉リユースセンター開設
(千葉県千葉市)



2023年5月
品川リユースセンター開設
(東京都品川区)



取扱商材の拡充

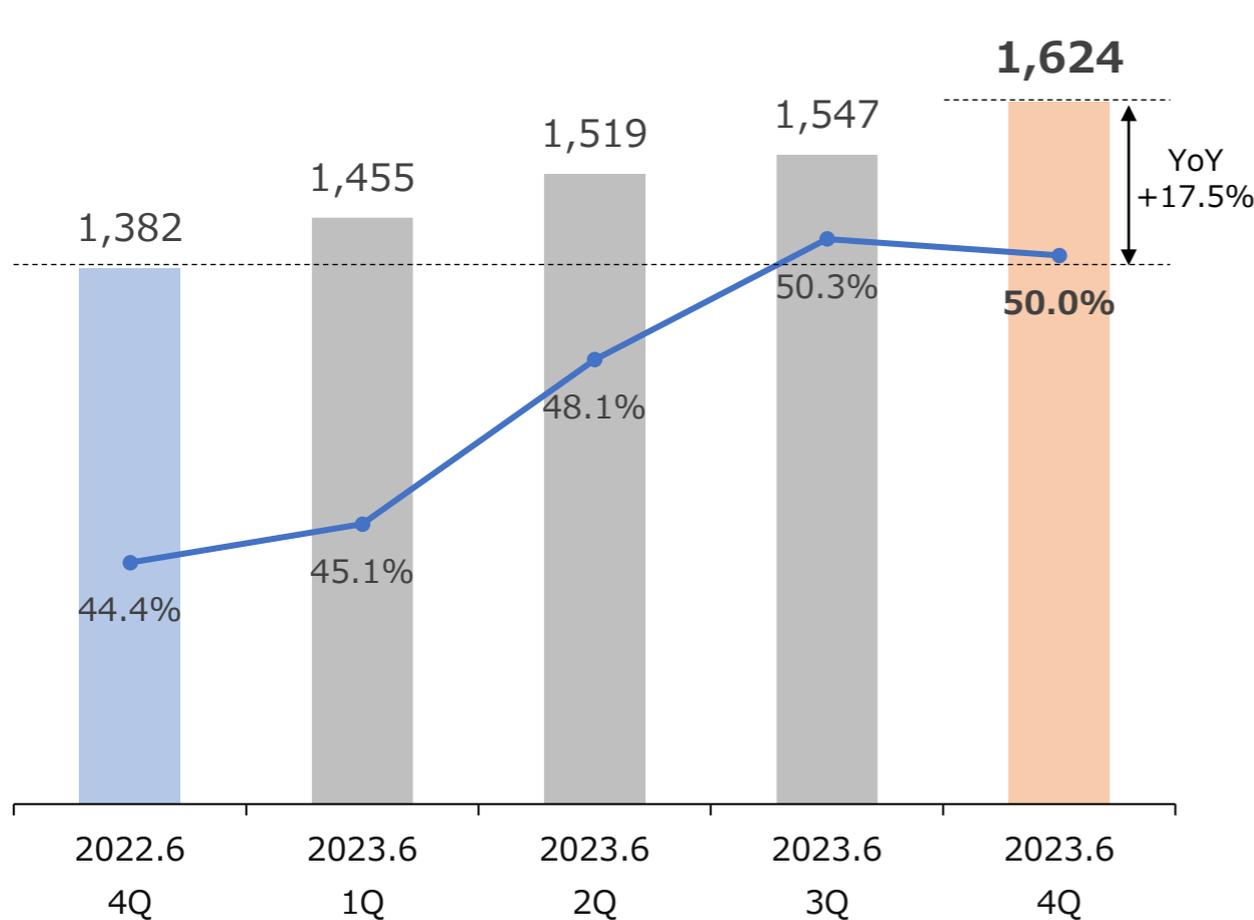


個人向けリユース③：四半期別業績推移

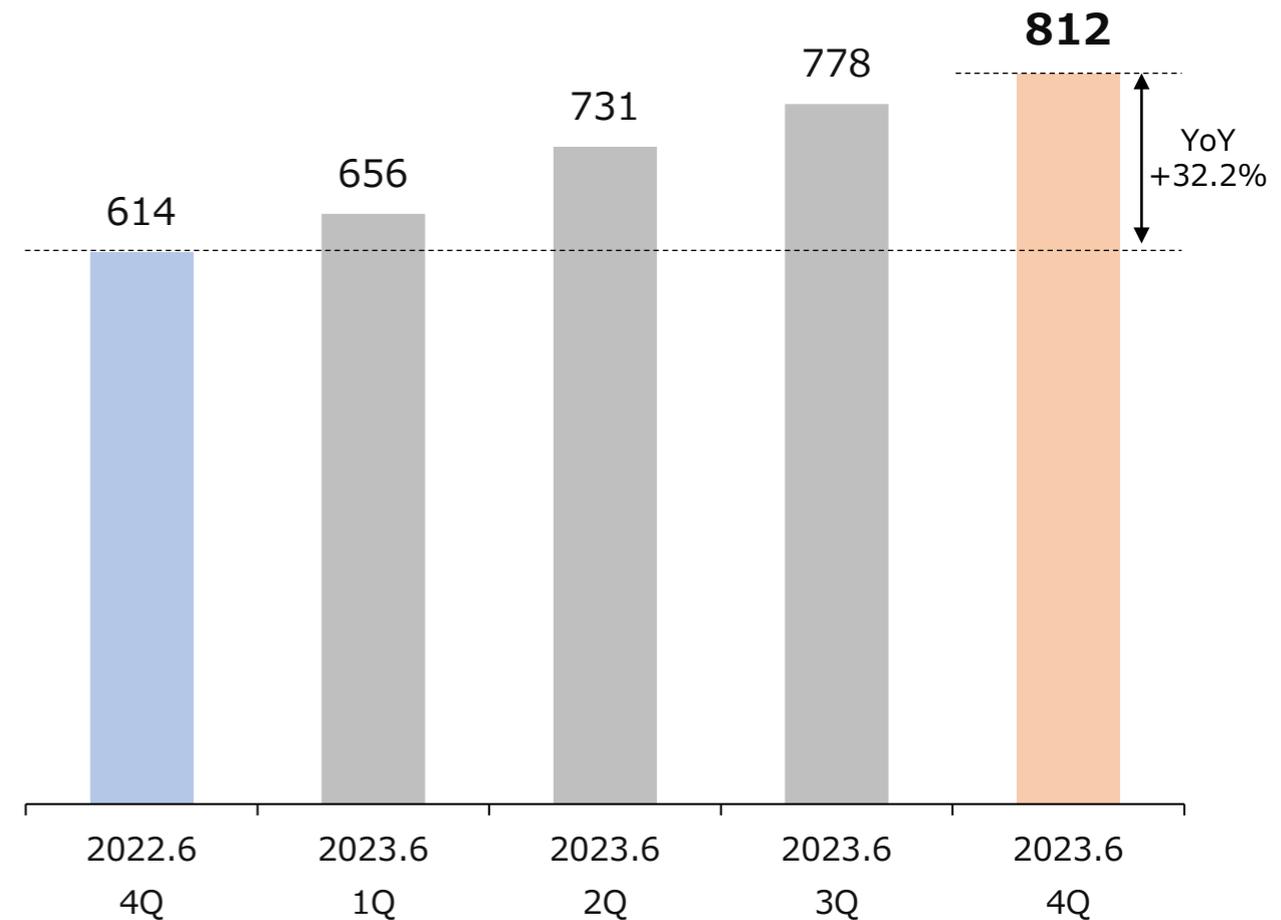
- ✓ 売上高：前期比大幅増も、バイヤーの採用・育成遅延が影響し売上高は計画比下振れ
- ✓ 粗利：出張買取比率の増加に伴う粗利率の改善により、売上成長を上回る伸長

(単位：百万円)

売上高・粗利率推移



粗利額推移

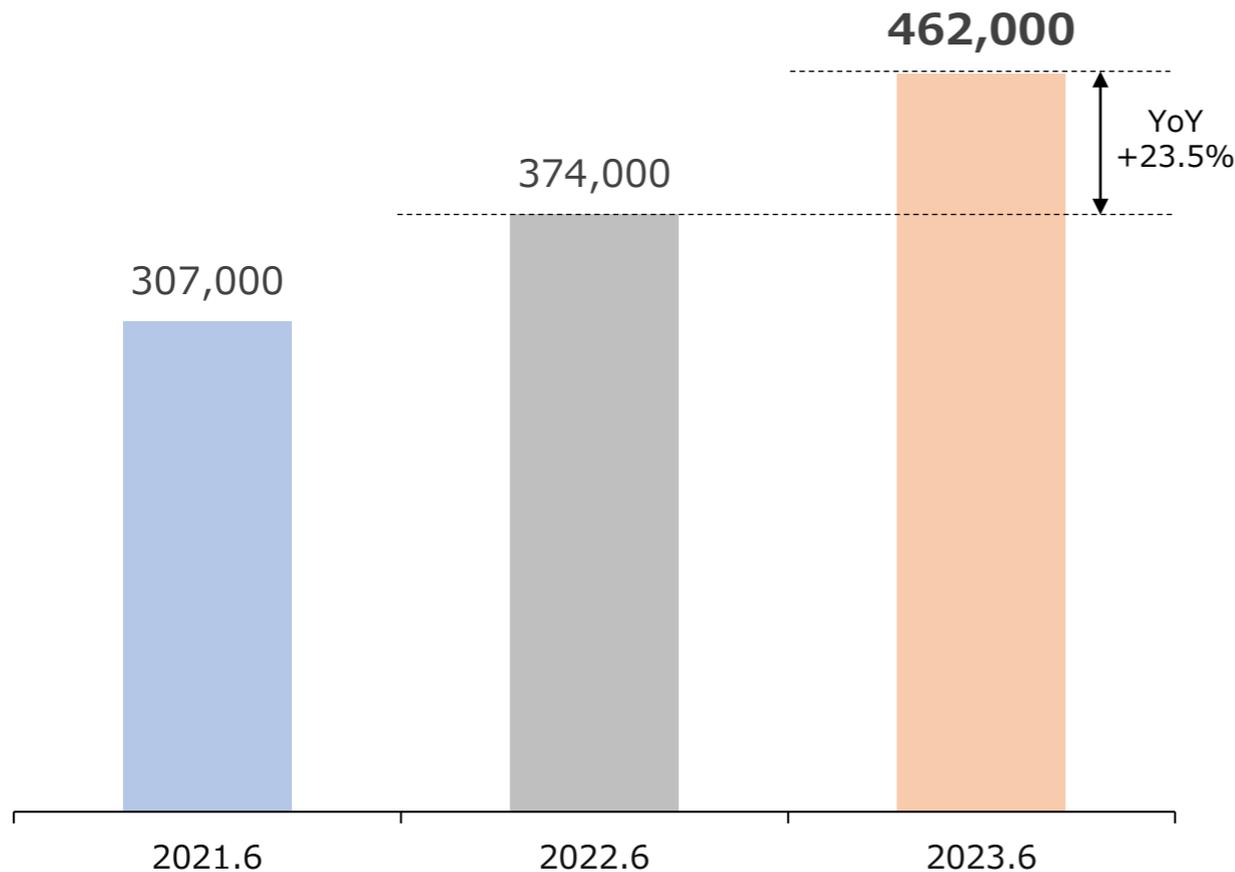


個人向けリユース④：買取依頼数推移

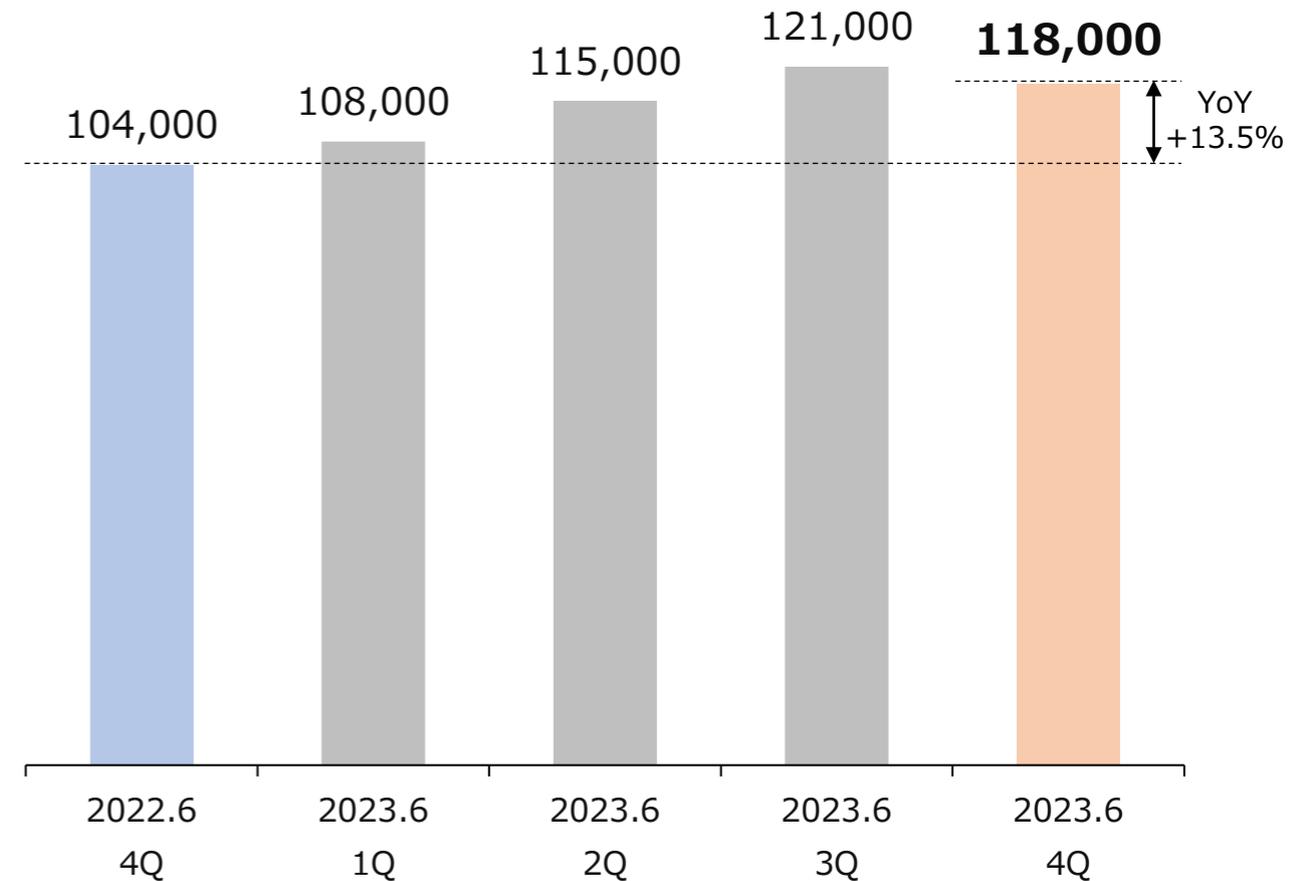
✓ 従前に引き続き、消費者の旺盛な需要と効率的なマーケティング施策を背景に買取依頼数は増加基調

(単位：件)

年間依頼数推移



四半期別依頼数推移

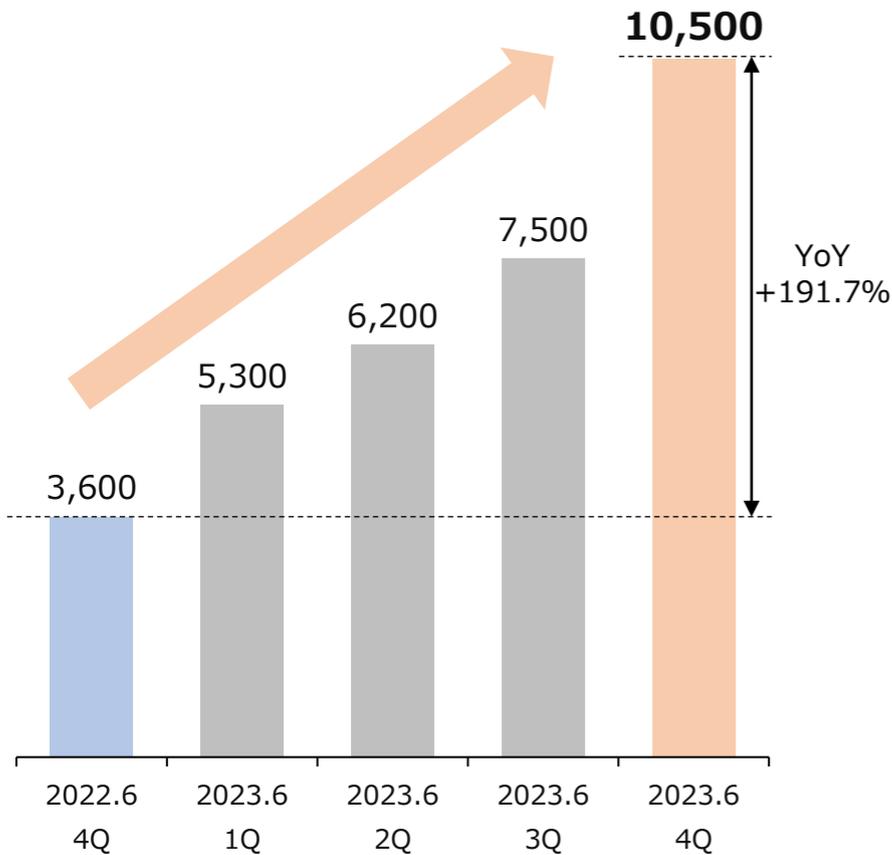


個人向けリユース⑤：チャンネル別買取案件数推移

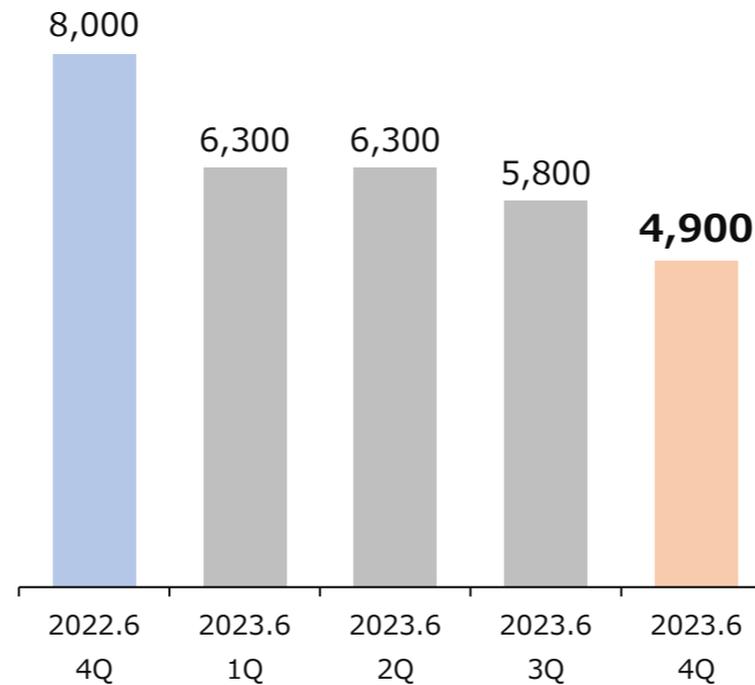
- ✓ 潜在ニーズをターゲットとした高単価な案件が多い出張買取に注力。件数は大幅拡大
 - ↳ 従来は宅配買取で対応していた案件に対しても積極的に訪問し、単価向上につなげる
- ✓ 千葉・品川の新規拠点開設により、店頭買取件数が増加

(単位：件)

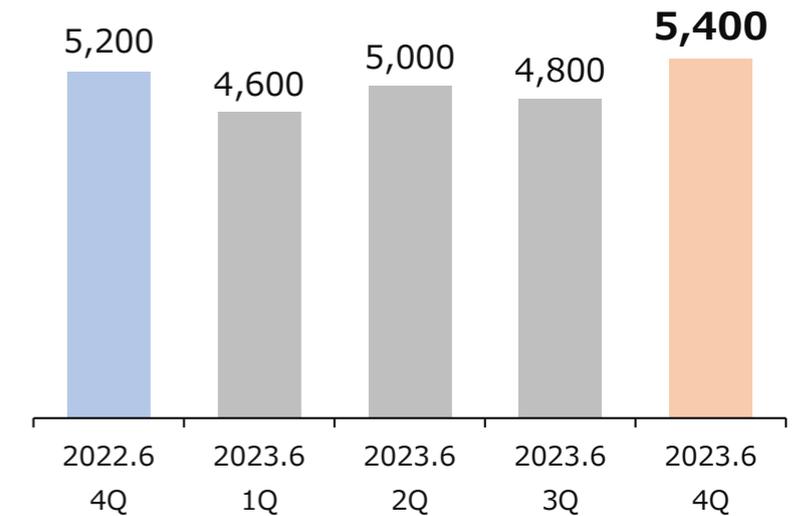
出張買取件数推移



宅配買取件数推移



店頭買取件数推移

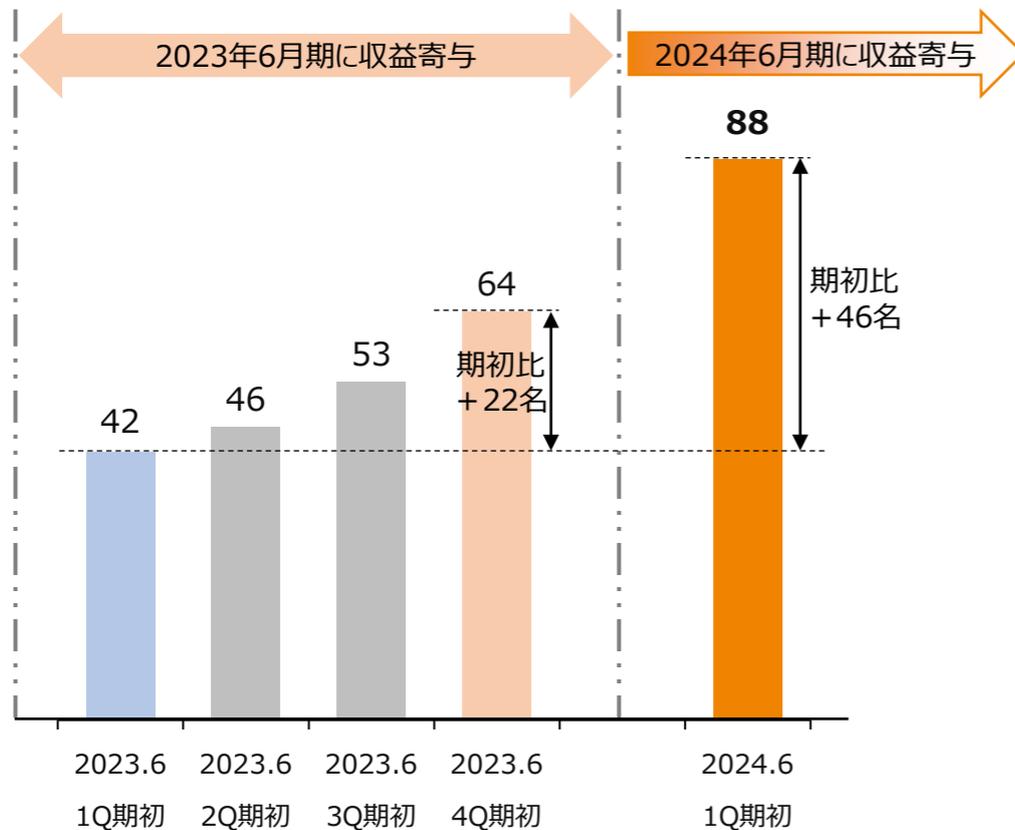


個人向けリユース⑥：出張バイヤー数・生産性推移

- ✓ 期初比では大幅に増加も、採用・育成遅延により、稼働人員数は当初計画を下回る
- ✓ 一方、稼働バイヤーの生産性は順調に高まり、今後の人員増による収益改善を見込む

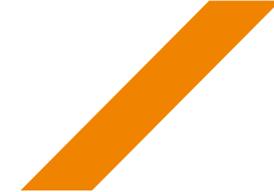
稼働バイヤー数推移

(単位：名)



出張買取バイヤー生産性推移

	2023年6月期実績			
	1Q	2Q	3Q	4Q
出張買取件数	5,300	6,200	7,500	10,500
期初時点の稼働バイヤー数	42	46	53	64
一人当たり買取件数	126.2	134.8	141.5	164.1
前Q比での対応数増加率	-	+6.8%	+5.0%	+16.0%
1Q vs 4Qでの対応数増加率	-			+30.0%



ネット型リユース事業

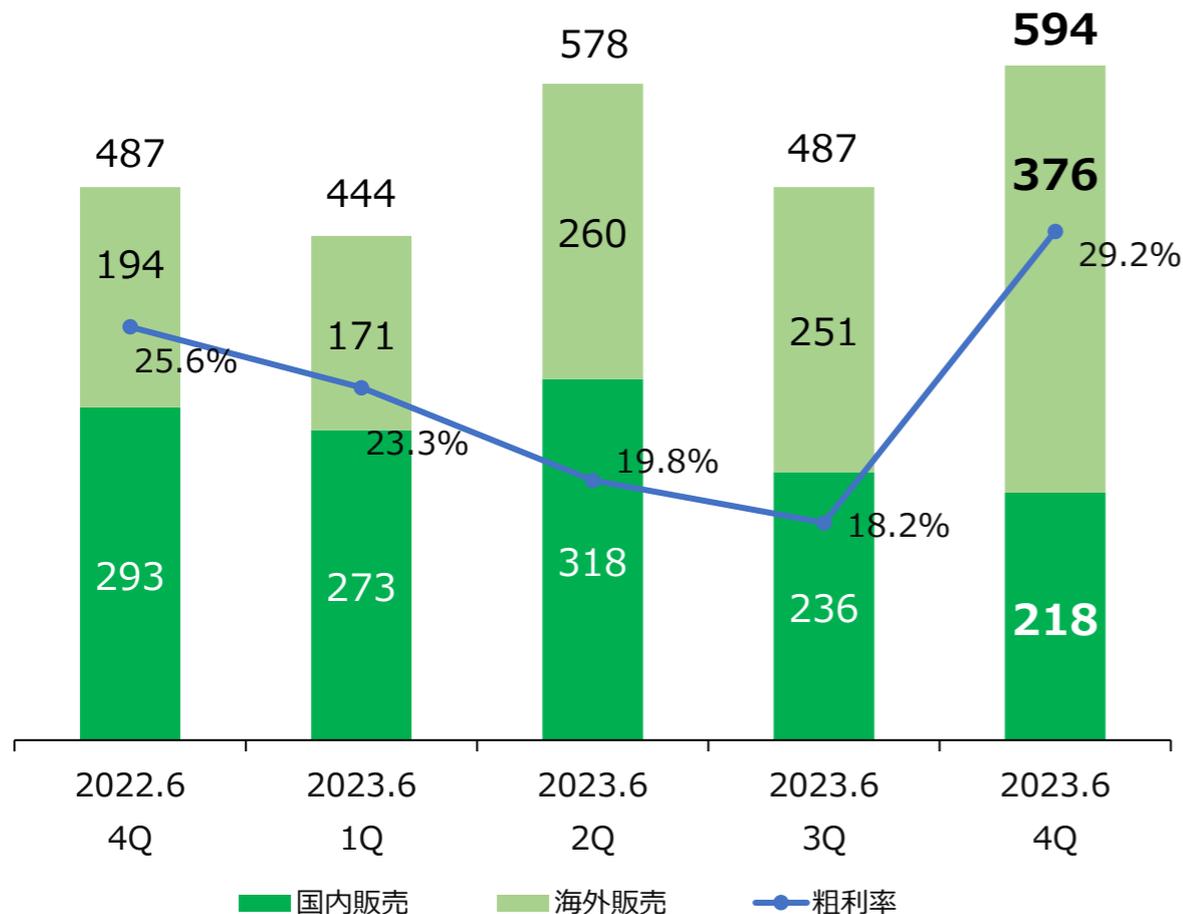
- ①個人向けリユース
- ②マシナリー（農機具）
- ③おいくら

マシナリー①：四半期別業績推移

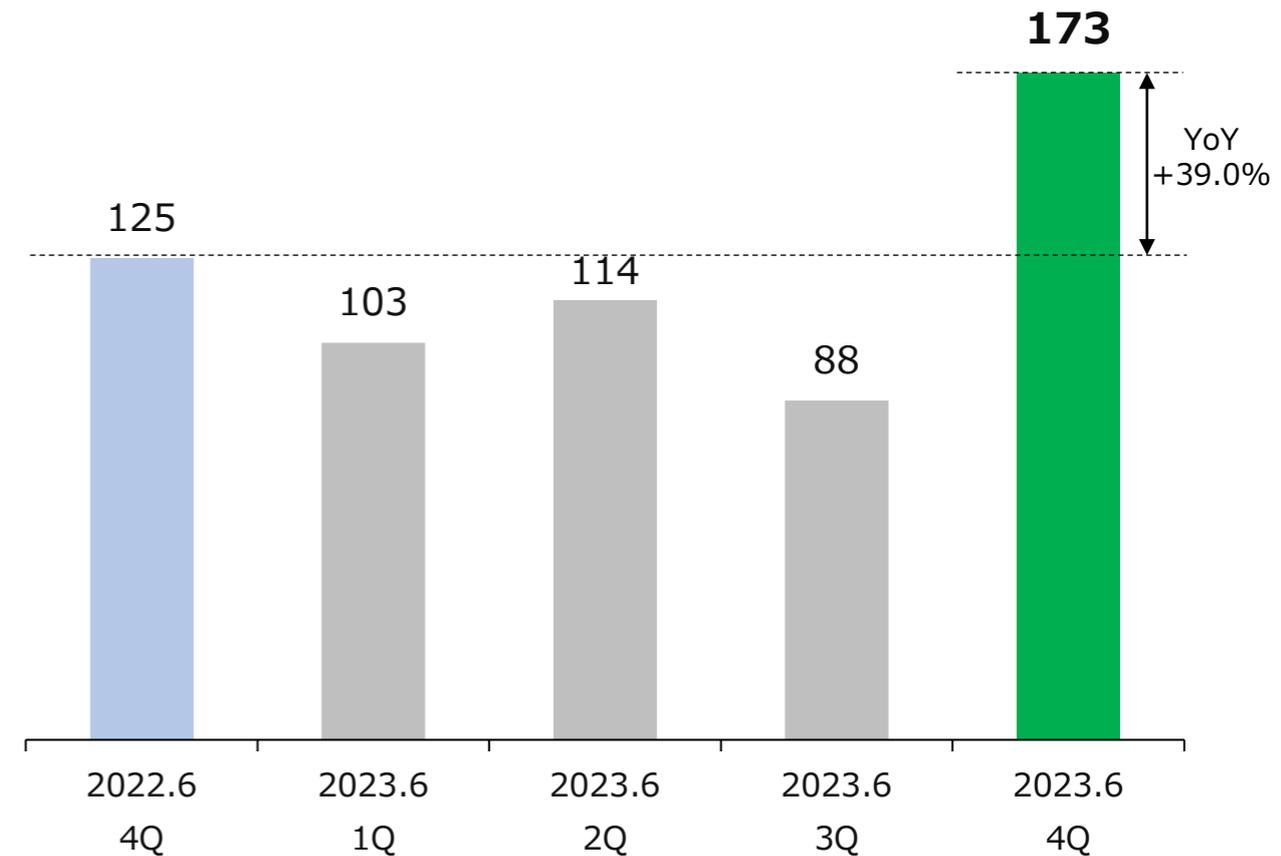
- ✓ 売上高：国内法人取引先及び海外販路の拡大により、前期比22.0%増収
- ✓ 粗利：PMIを経たマネジメントレベルの向上及び海外販売比率の増加により、粗利率・額ともに大幅向上

(単位：百万円)

販路別売上高・粗利率推移



粗利額推移

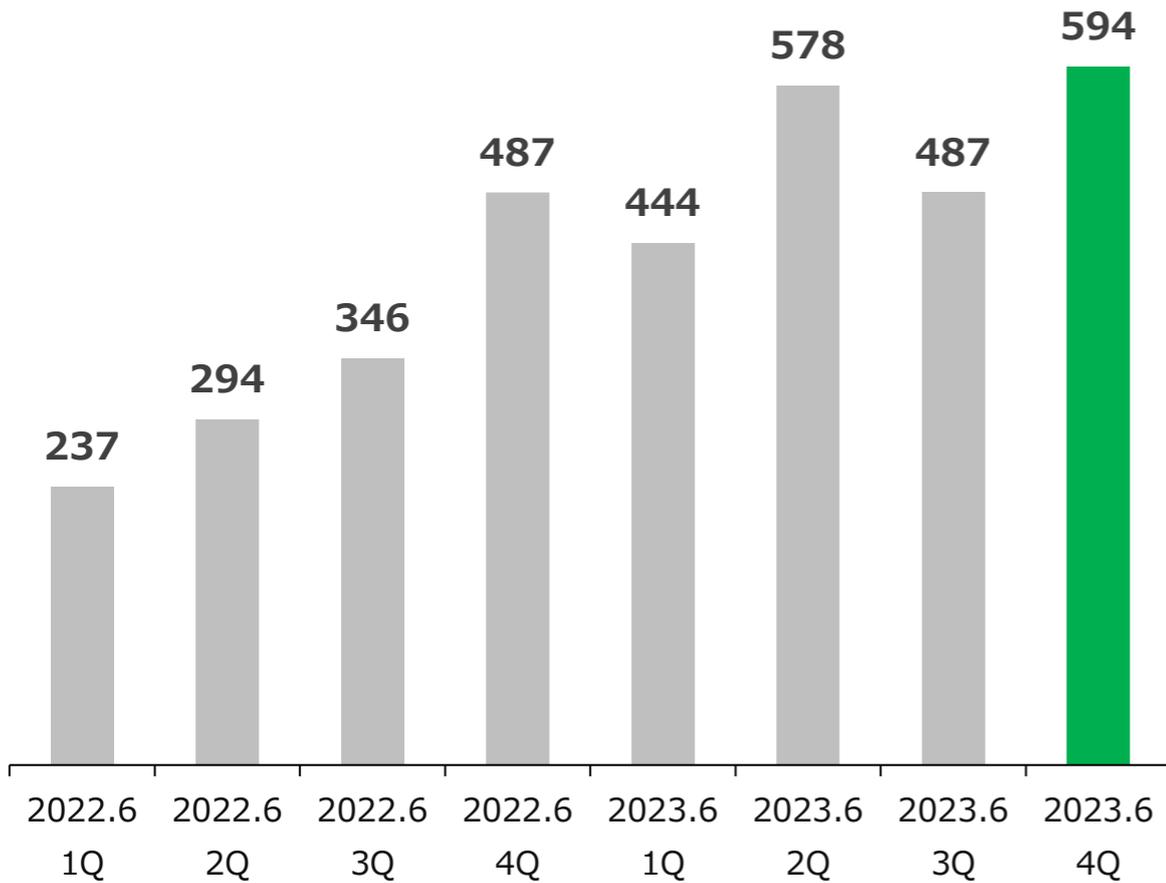


マシナリー②：中期経営期間中の利益推移

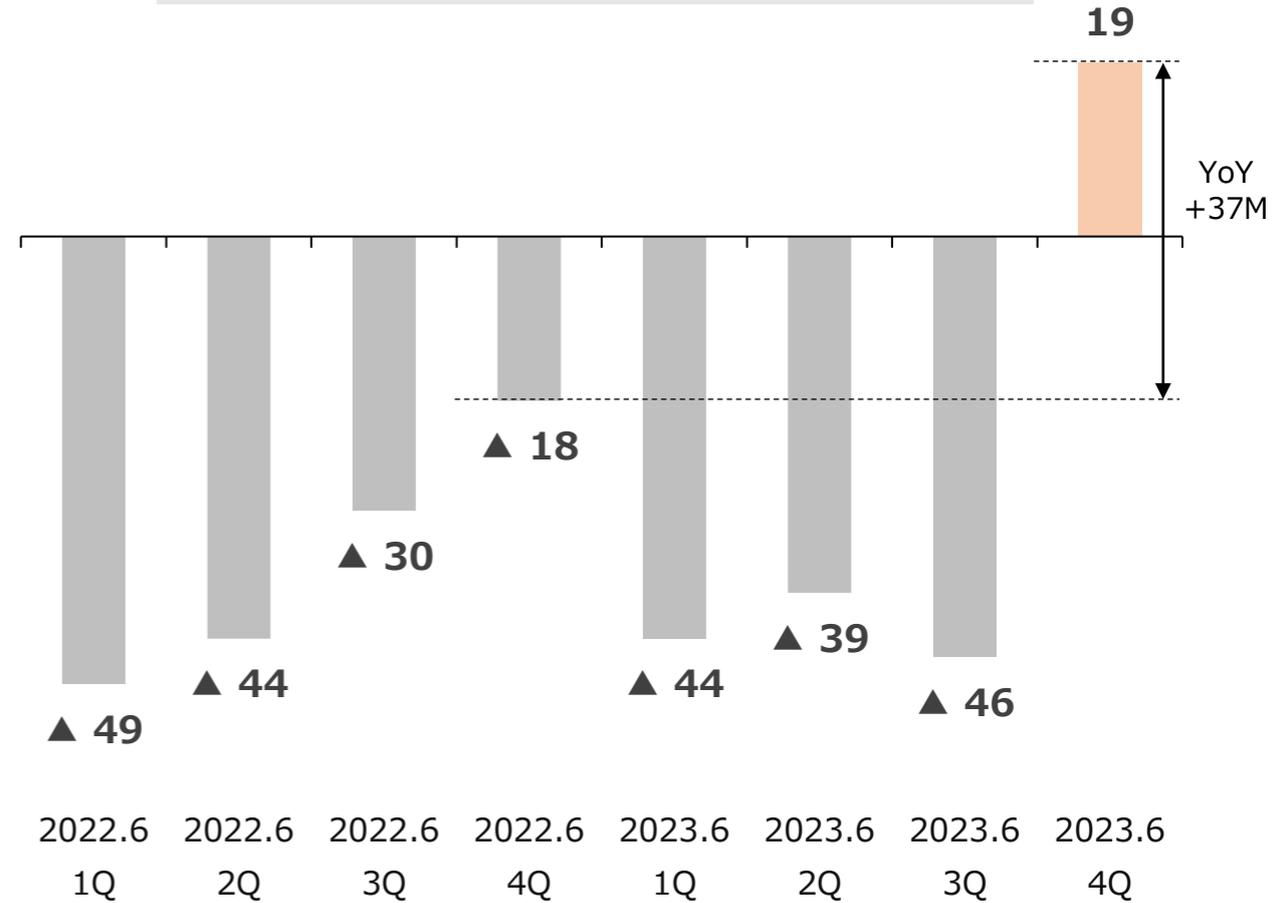
✓ 四半期ベースで過去最高の売上高。7四半期ぶりの黒字転換

(単位：百万円)

売上高推移



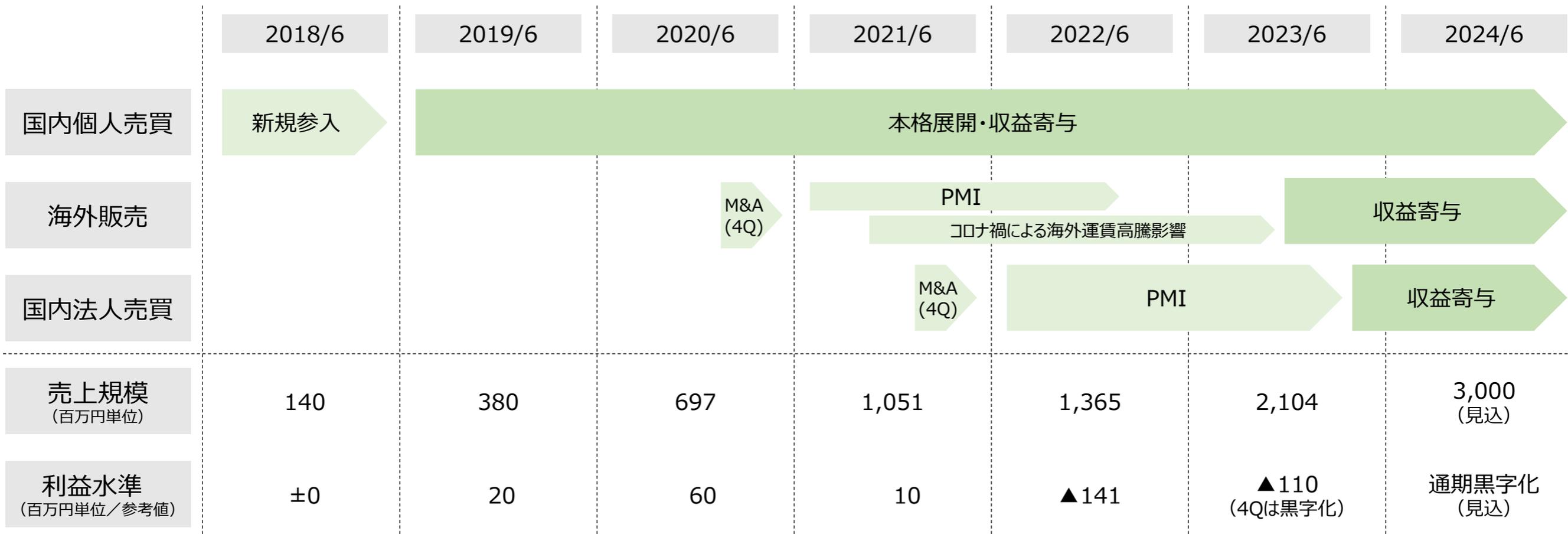
セグメント利益推移 (参考値)



マシナリー③：黒字転換の主な内部要因 ～PMIを経たマネジメントレベル向上～

- ✓ 中長期の拡大を見据え、海外販売機能、国内法人販売機能をM&Aで拡充
- ✓ それぞれのPMIを経て、マネジメントレベルが向上したことに伴い、当期4Qから黒字化

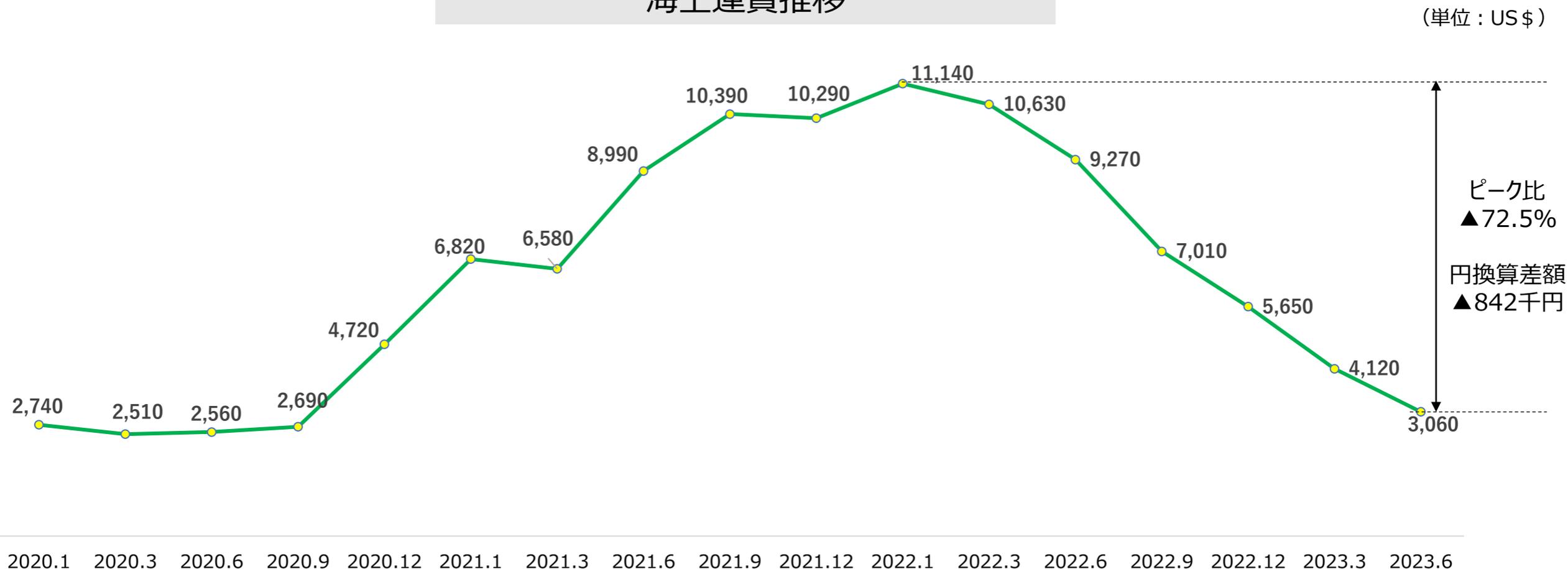
※ 海外販売、国内法人売買ともにM&A相手先の企業（もしくは事業）については、その時点で赤字の状態であり、ターンアラウンドに想定を上回る時間を要した



マシナリー③：黒字転換の主な外部要因 ～海外運賃の低下～

- ✓ 海上運賃はコロナ期間中の2022年1月をピークに、足元では72.5%の低下
- ✓ 海外顧客の運賃負担額が低下。円安影響も後押しし、より購入しやすい水準で推移

海上運賃推移



※日本海事センター 主要コンテナ運賃動向データより当社作成 横浜→ロッテルダム間 40ftコンテナ輸送にかかる運賃
※円換算額のレートは、2022年1月末日及び2023年6月末日時点におけるUSD/JPYのTTMを利用

マシナリー④：日本製中古農機具に対する海外の需要

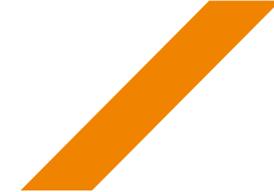
- ✓ そもそも性能が良く、中古でも壊れにくい
- ✓ Used in Japanとしてヨーロッパ、中東、アジアで需要が旺盛で、最近では、アフリカ諸国からのニーズも顕在化。

海外顧客の利用状況



アフリカ諸国の大使館による視察





ネット型リユース事業

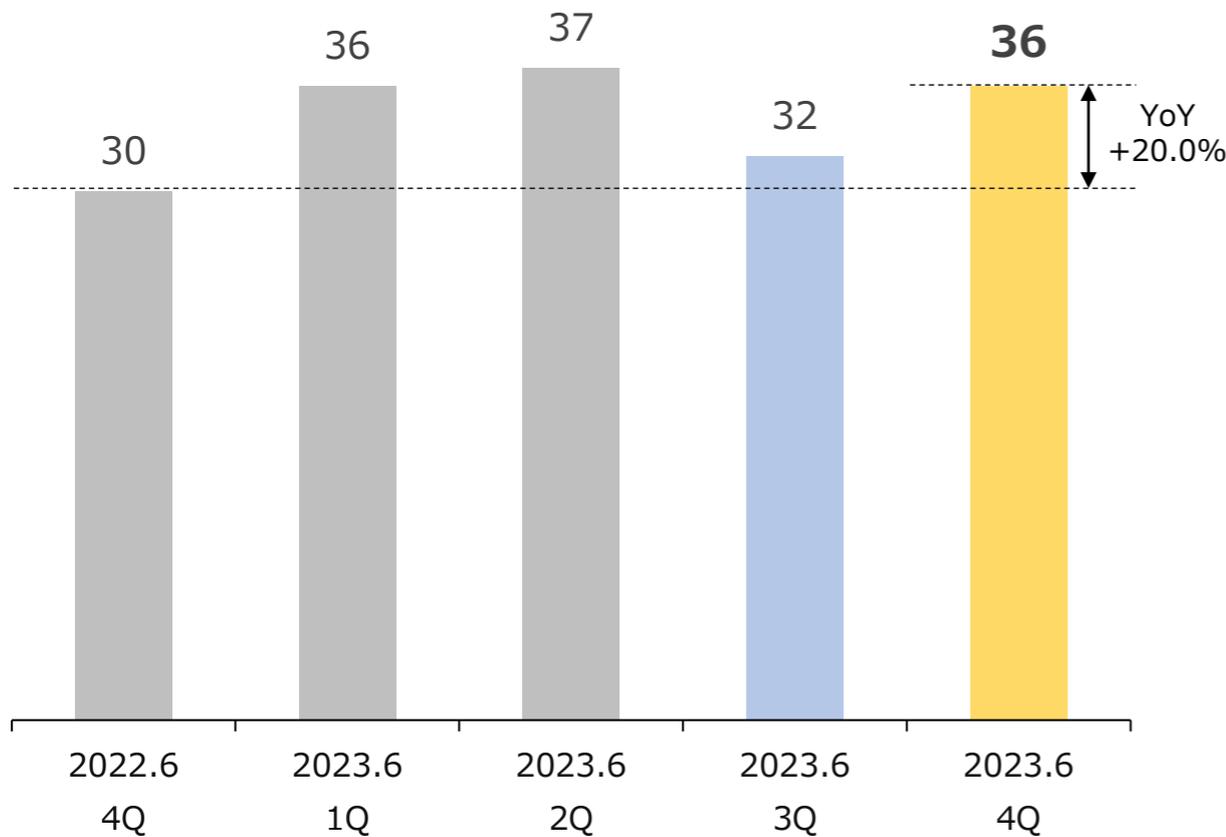
- ①個人向けリユース
- ②マシナリー（農機具）
- ③おいくら

おいくら①：売上高及び加盟店数推移

- ✓ 売上高：月額収入の増加により、前四半期比増収
- ✓ 加盟店数：従量課金から月額課金プランへの変更に伴い、一時的に減少も直近では回復基調

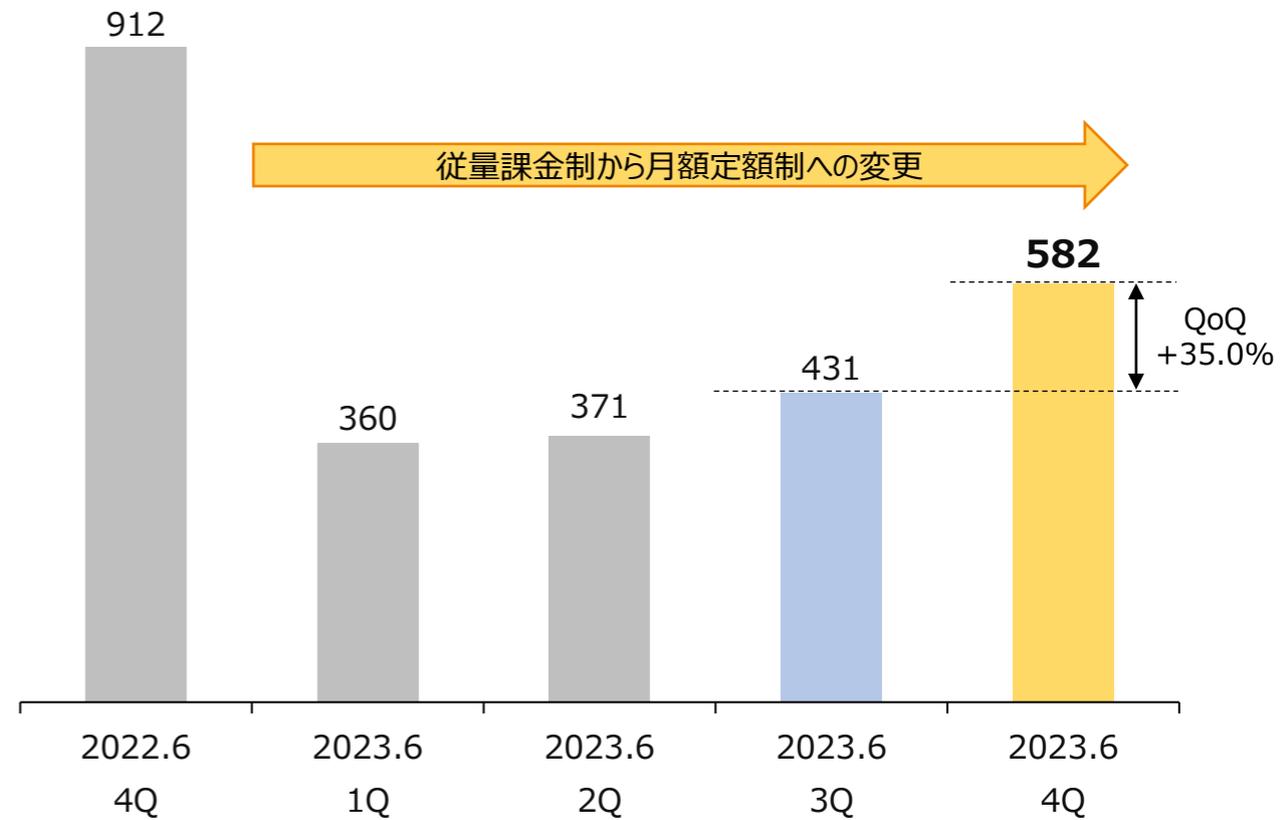
売上高推移

(単位：百万円)



加盟店数推移

(単位：店)

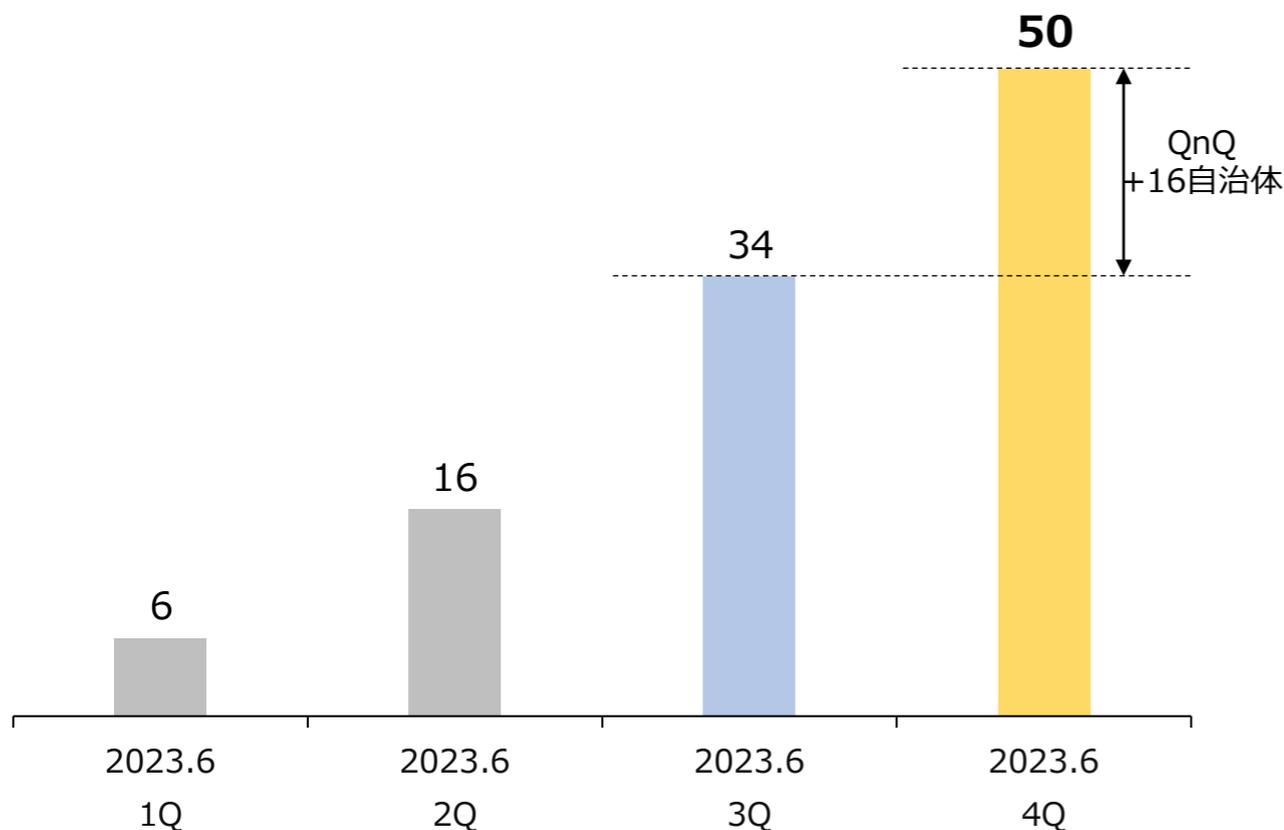


おいくら②：自治体連携について

- ✓ 自治体からの引き合いが増加。連携数は順調に増加し、当期末時点で50自治体との連携
- ✓ 人口カバー率（連携自治体の人口÷日本総人口）は17.4%へ拡大（3Q比+4.0ポイント）

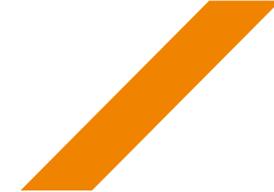
提携自治体数推移

(単位：自治体)



提携自治体





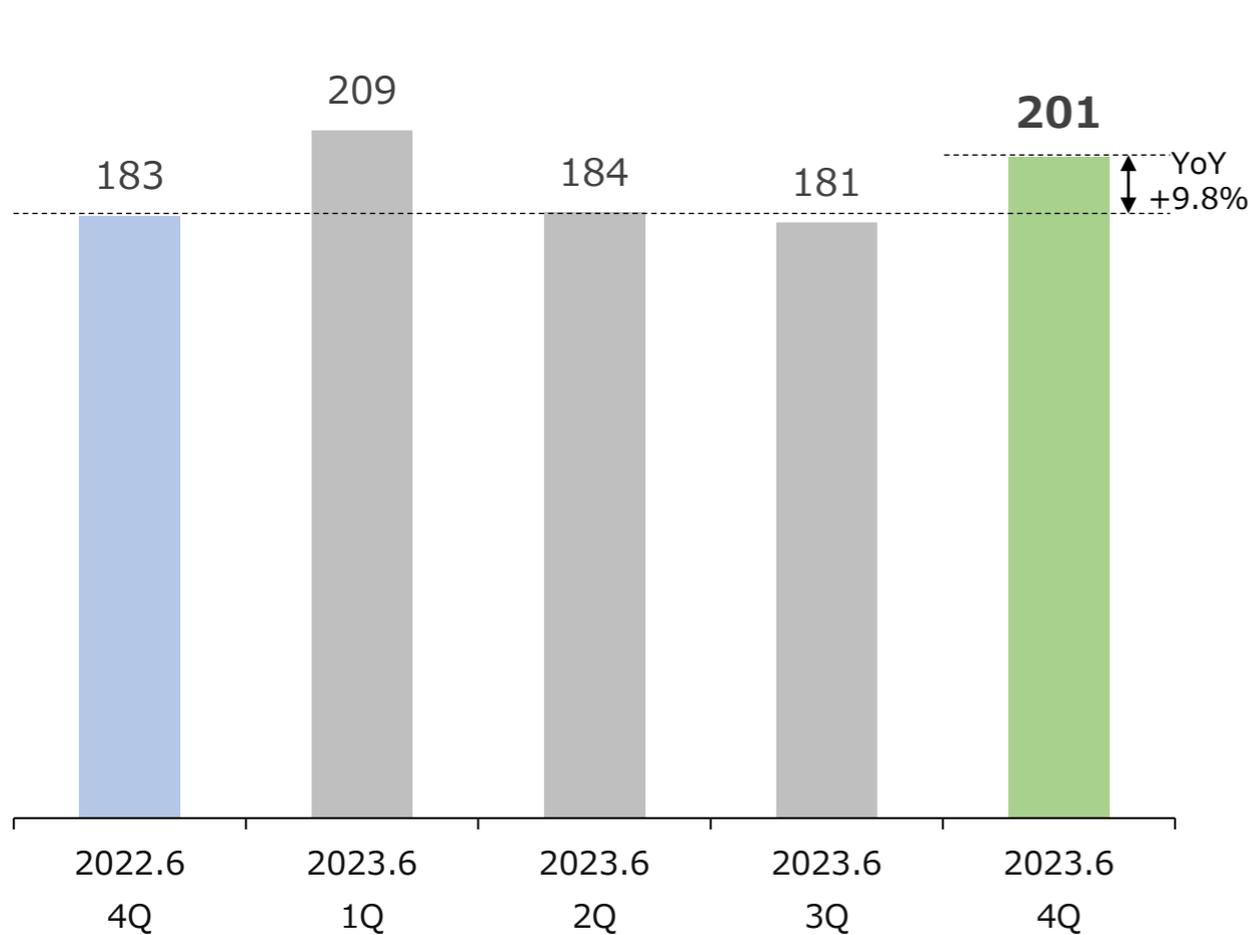
メディア事業

メディア事業①：四半期別業績推移

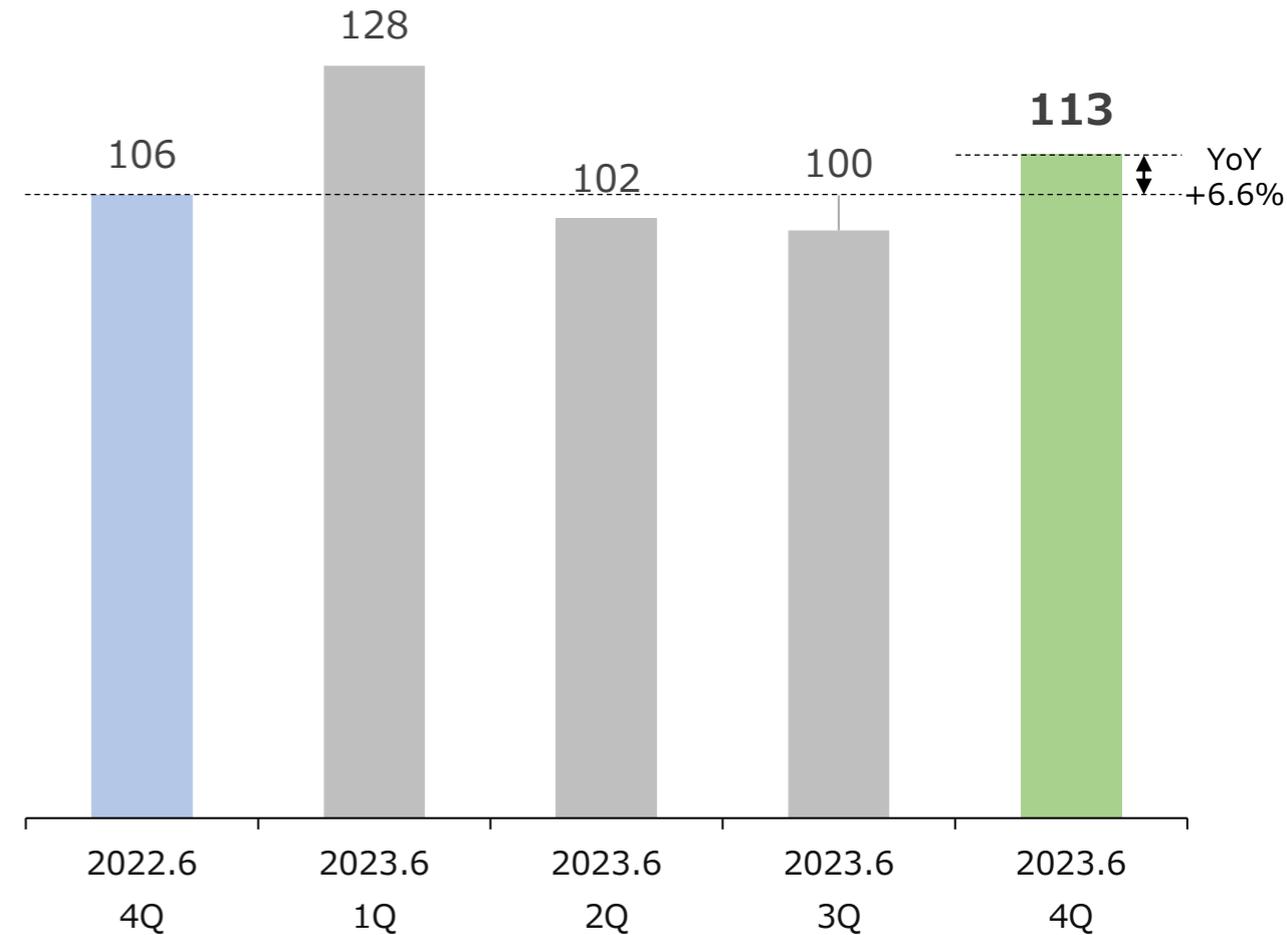
- ✓ 売上高：グループ内外各分野の送客数増加により、前年同期比増収
- ✓ 粗利：売上高の増加に合わせて増益

(単位：百万円)

売上高推移



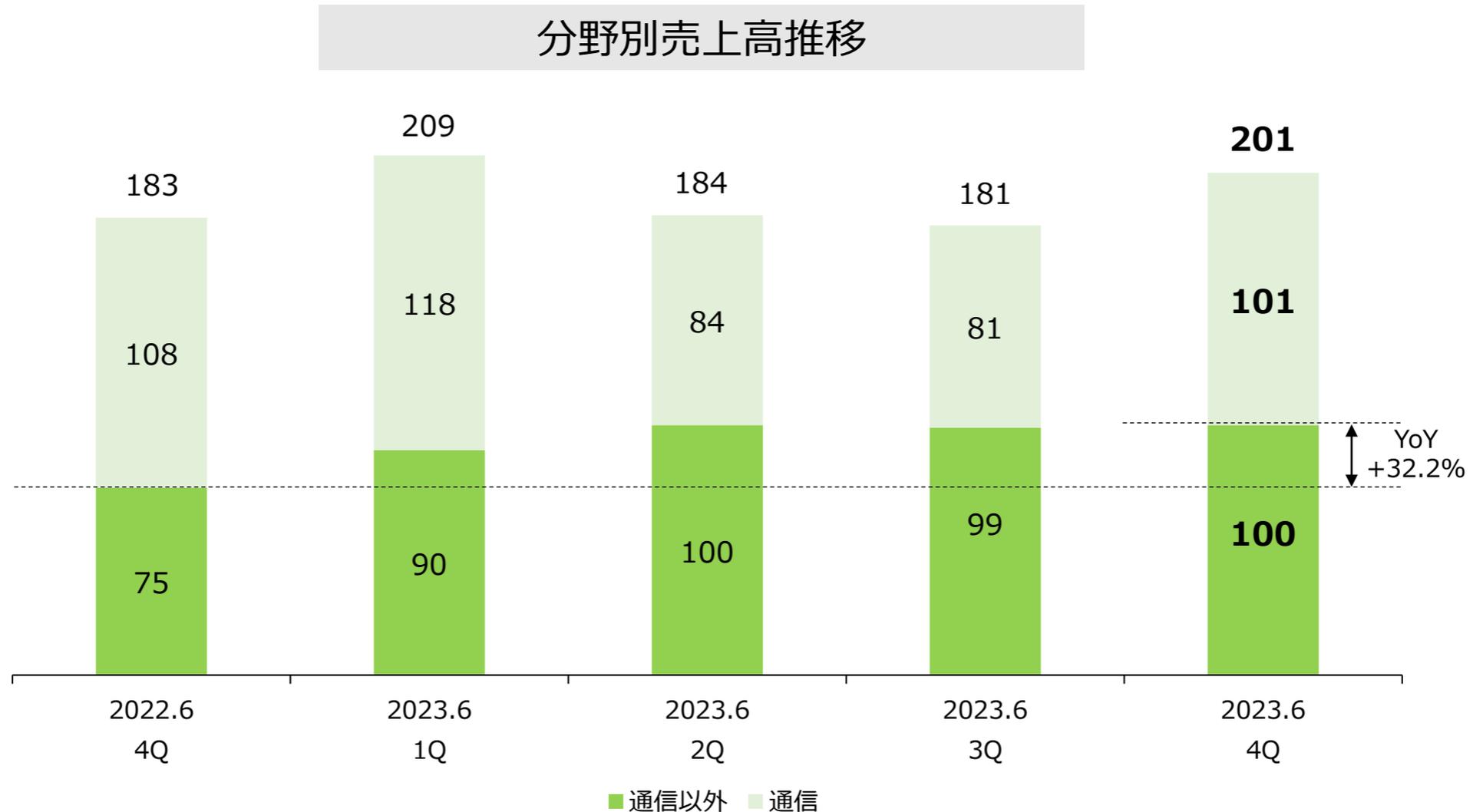
セグメント利益推移

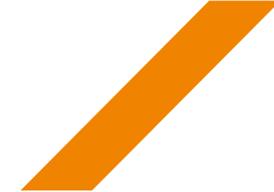


メディア事業：四半期別売上高内訳

- ✓ 通信分野は堅調な推移を示し、通信以外の分野が大幅に成長
- ✓ 収益基盤の分散化が進み、更なる安定的な利益構造へ

(単位：百万円)





モバイル通信事業

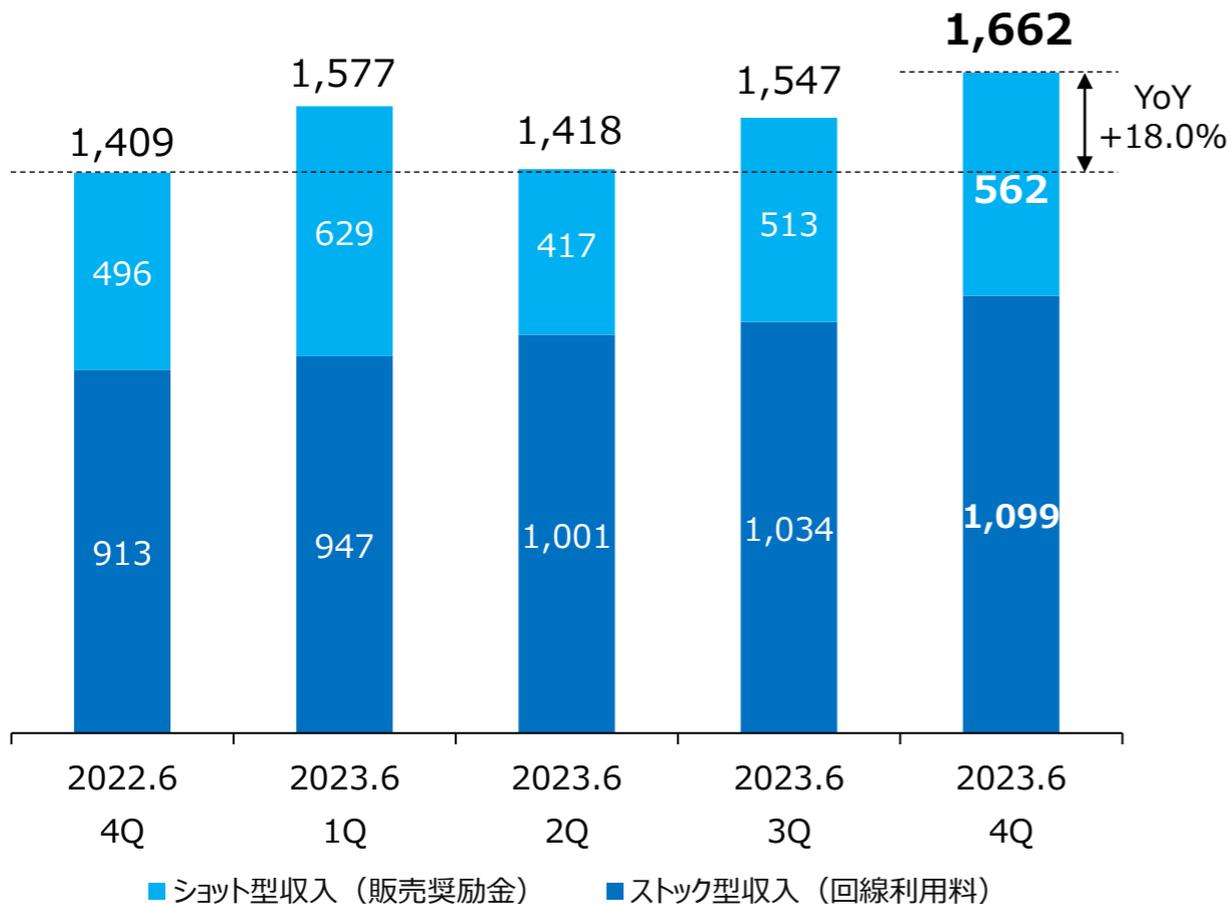
モバイル通信事業①：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：前年同期比増収。ショット型・ストック型収入共にが安定的に推移
- ✓ 利益：一時的なショット型収益の拡大により、前年同期比大幅増益

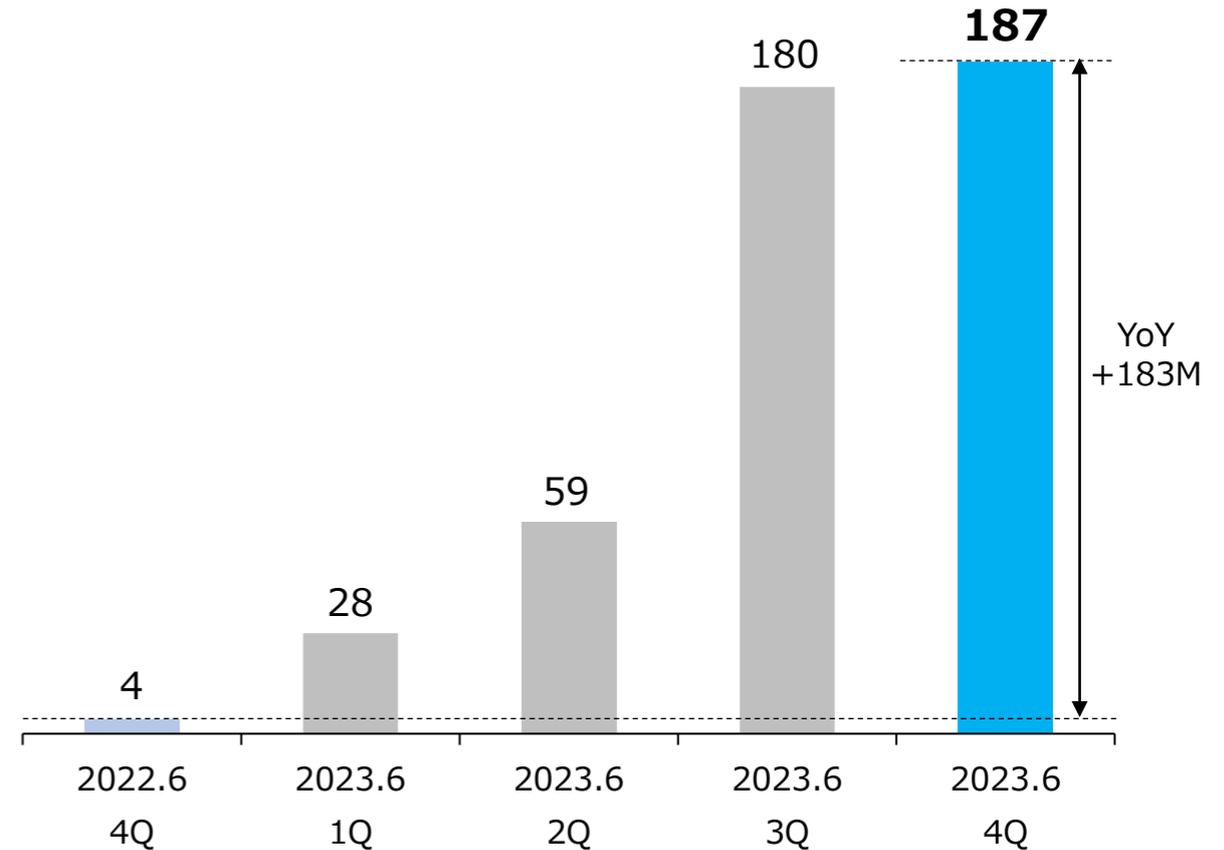
└ 一時的な要因であり、2024年6月期 1Q以降のセグメント利益は平準化される見込み

(単位：百万円)

売上高推移



セグメント利益推移

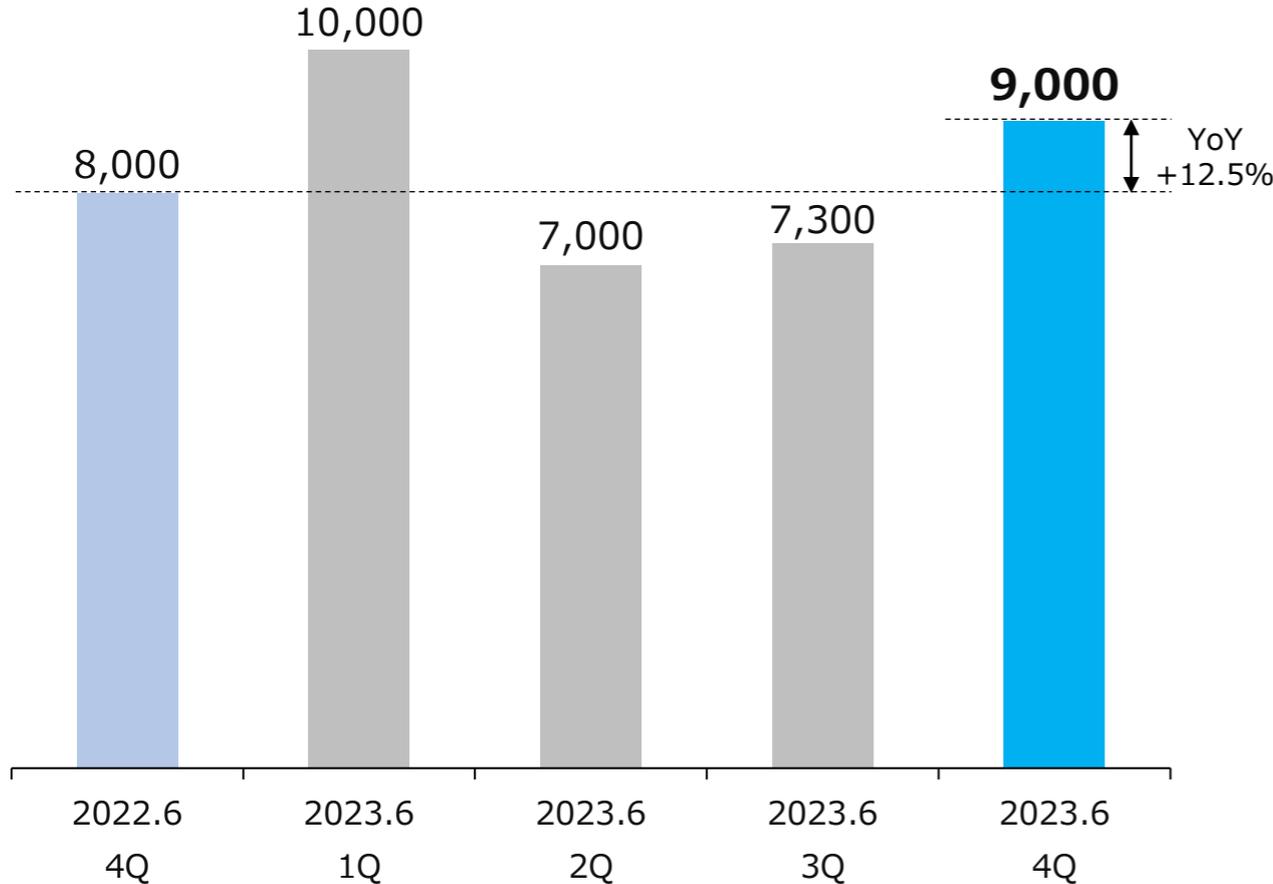


モバイル通信事業②：保有回線数及び新規回線獲得数推移

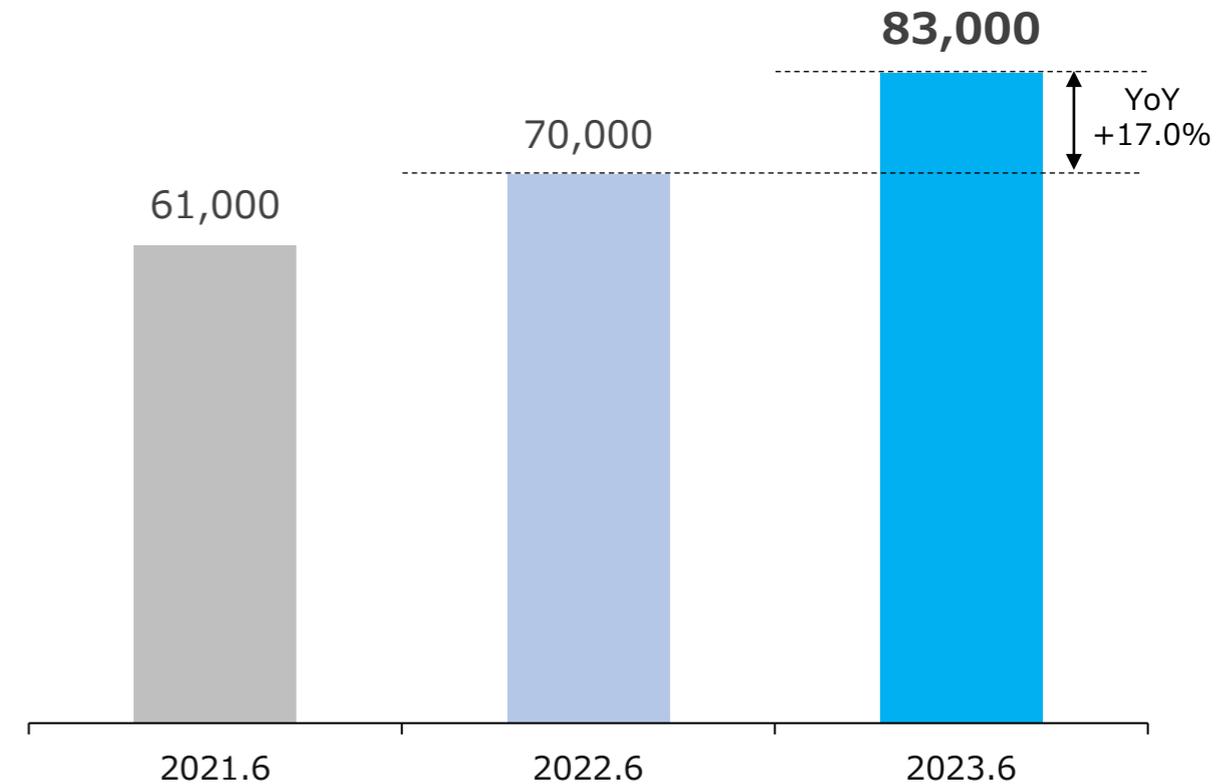
- ✓ 新規回線：ニーズにマッチしたプラン展開及び社内外からの送客が堅調に推移し、前年同期比12.5%の増加
- ✓ 保有回線：4G→5Gへの変更等による契約継続数が堅調に推移し、前期比17.0%の増加

(単位：件)

新規回線契約獲得数推移



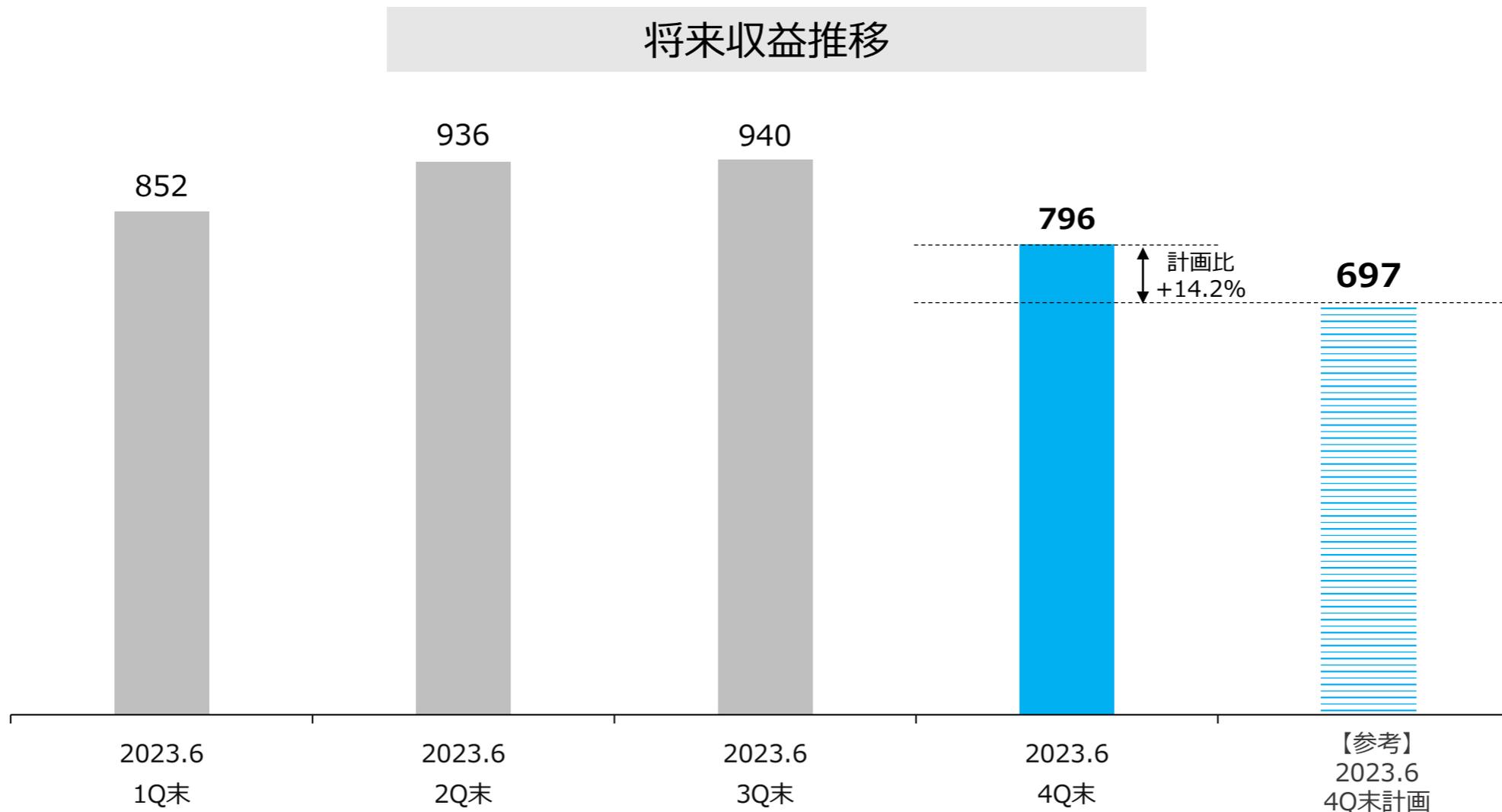
保有回線数推移



モバイル通信事業③：

- ✓ 社内外からの送客が堅調に推移し、前年同期比12.5%の増加
- ✓ 以降はこの水準を維持し、安定的な収益を見込む

(単位：百万円)



3

2024年6月期以降の3カ年計画

✓ 「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

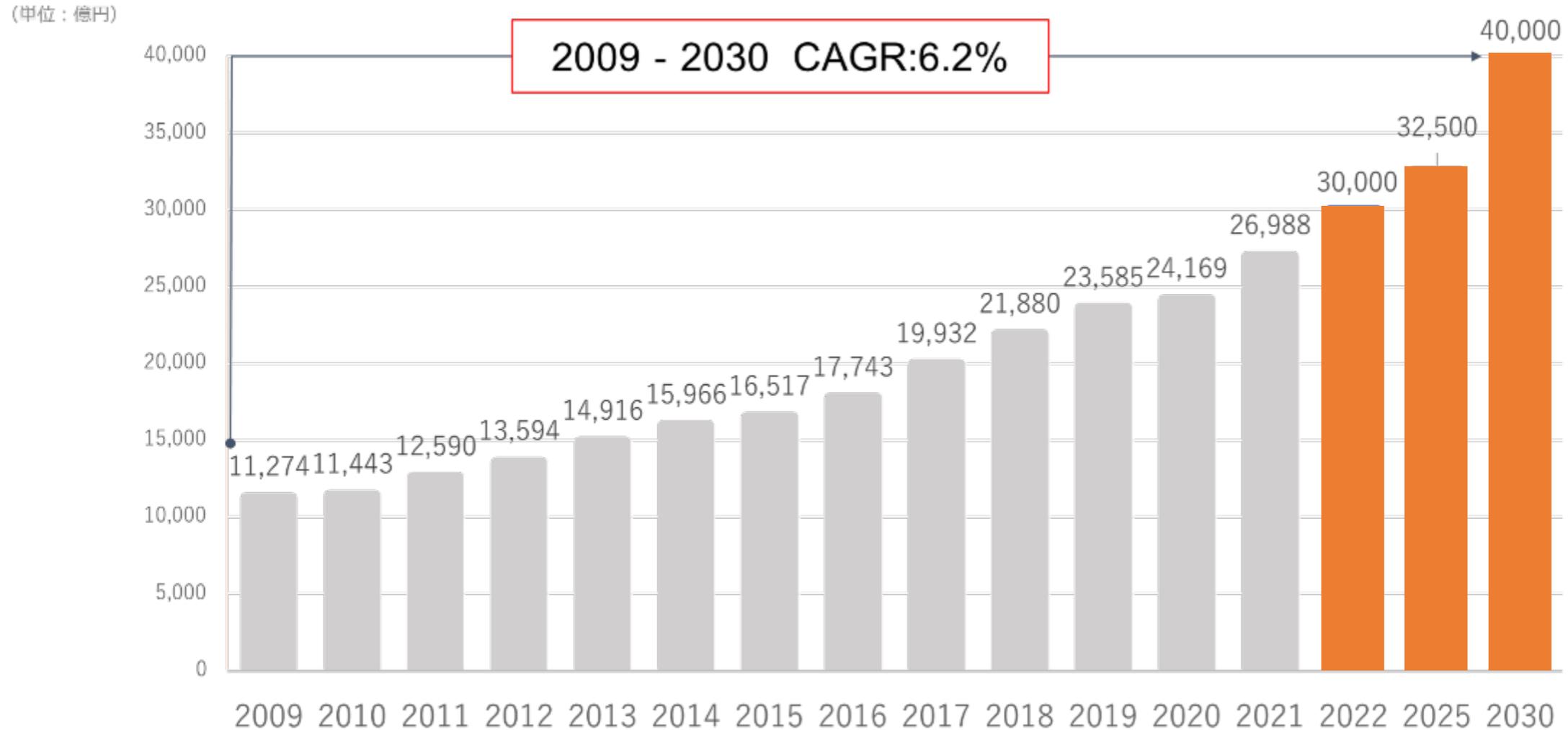


サービスブランド



当社の市場認識：リユース市場の拡大

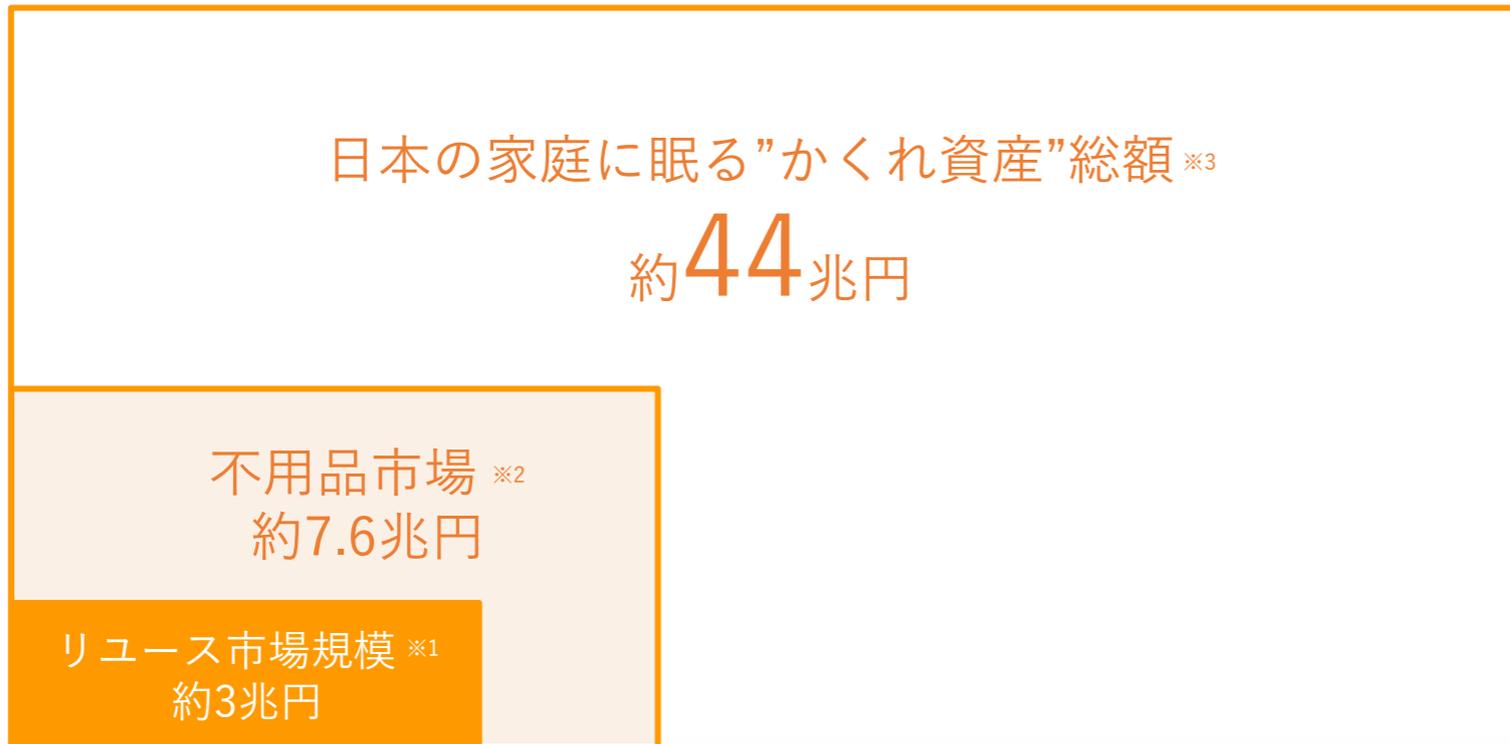
✓ リユース市場は順調に拡大



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

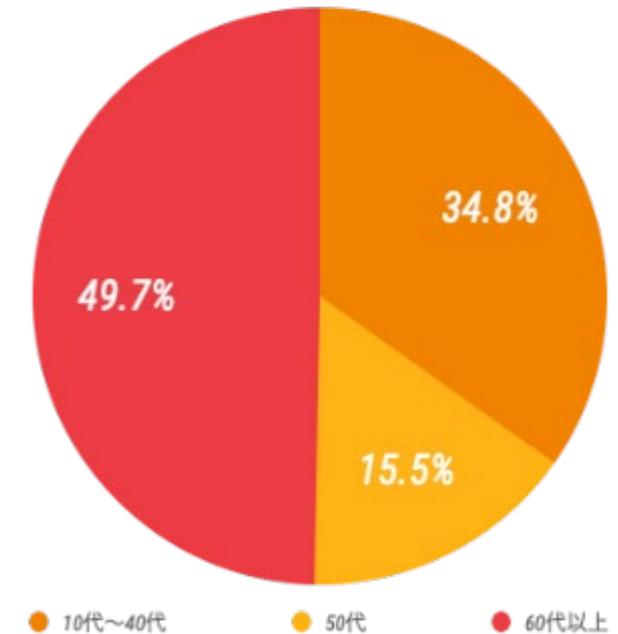


※1:リサイクル通信

※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



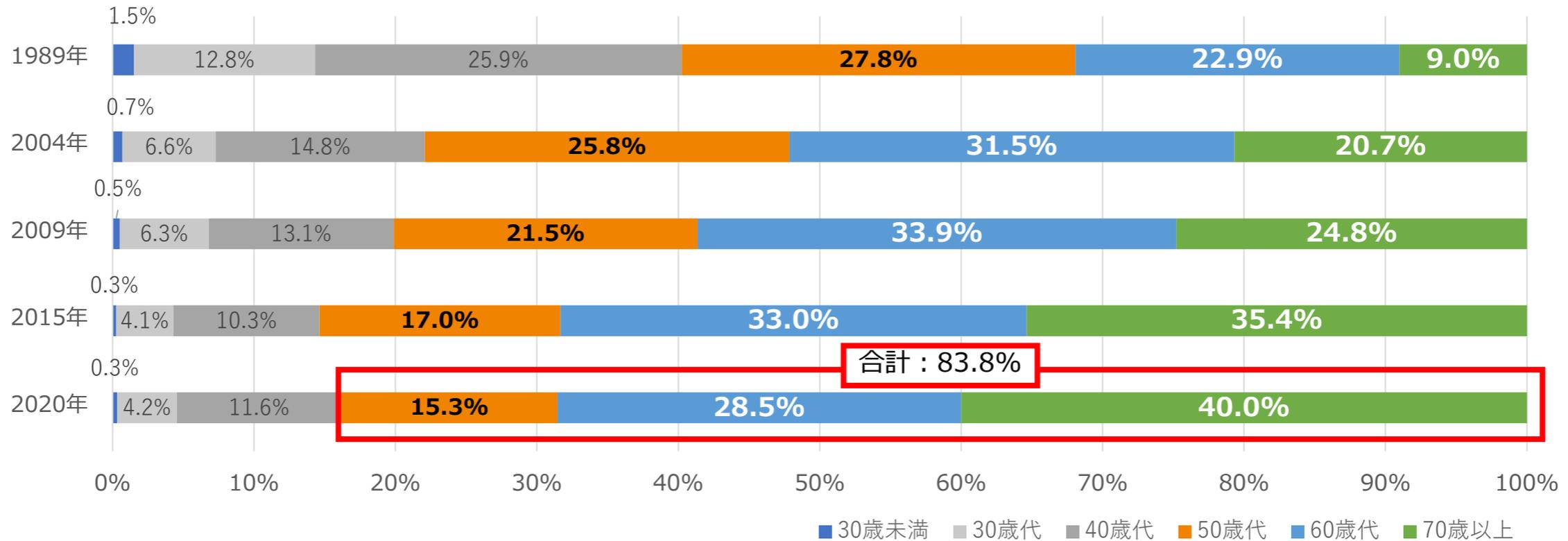
※:メルカリ 2021年版 日本の家庭に眠る“かくれ資産”調査プレスリリースより（2021年12月）

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

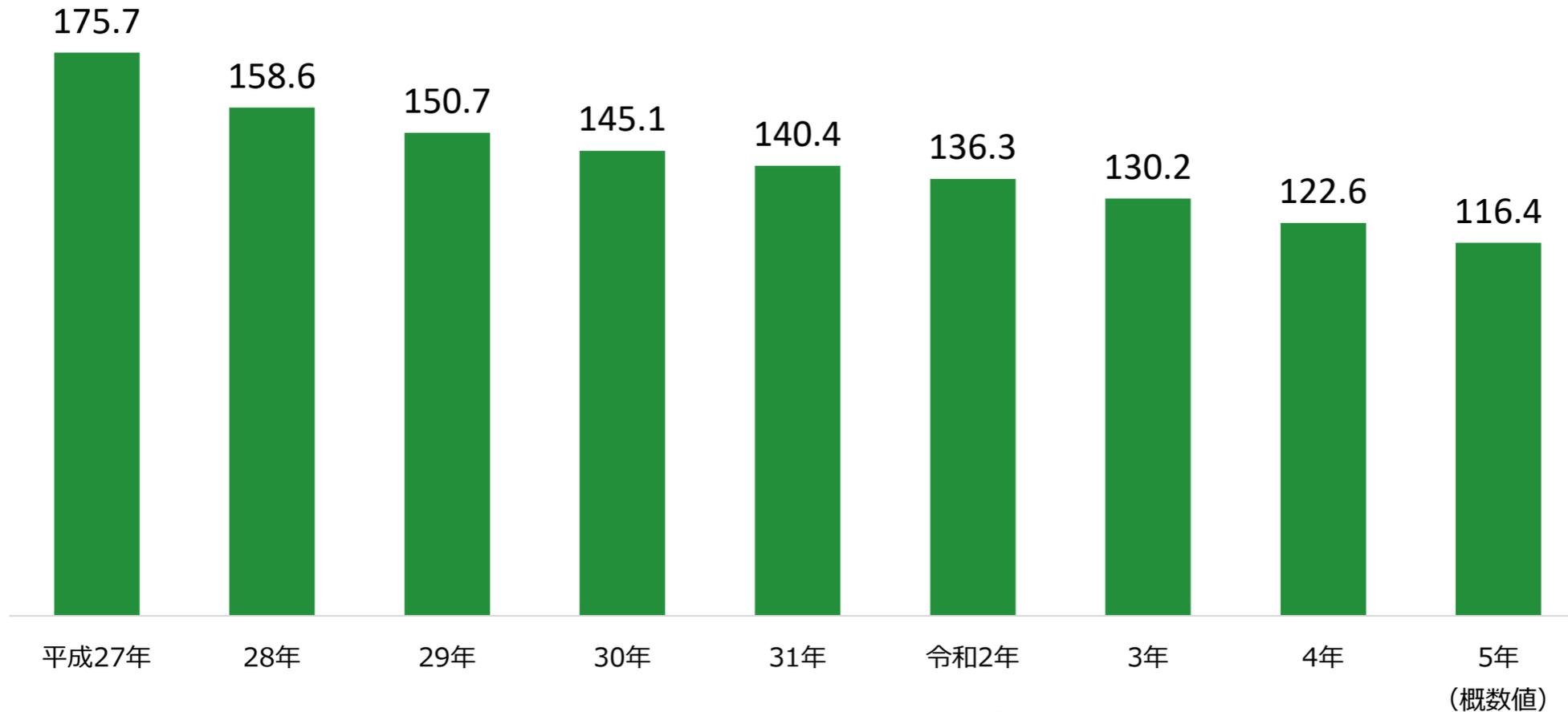


出展：総務省「全国消費実態調査」（二人以上の世帯）注：金融資産とは貯蓄現在高（負債現在高控除前）による

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（個人経営者）※



※農業に主として従事した世帯員（農業就業人口）のうち、調査期日前1年間の普段の主な状態が「仕事に従事していた者」のこと

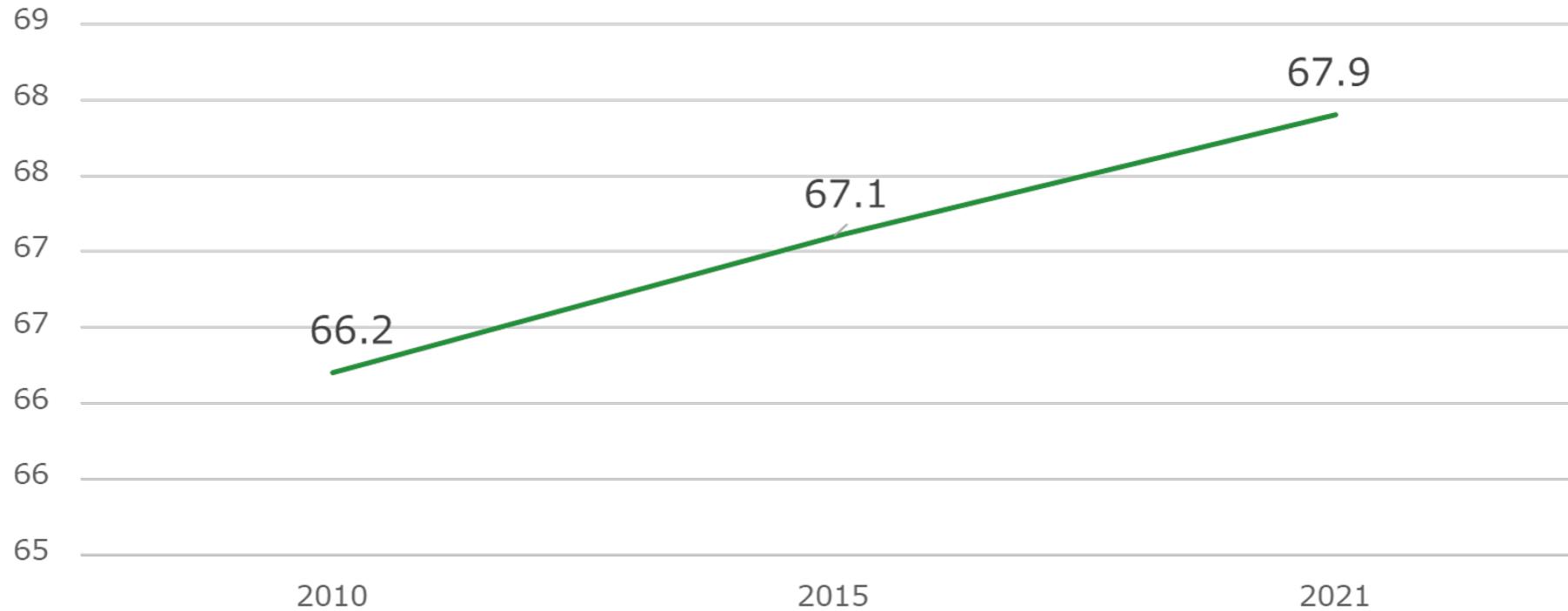
出典：農林水産省：農業労働力に関する統計より作成

当社の市場認識：農業人口の減少

- ✓ 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
- ✓ 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

- ✓ 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	—

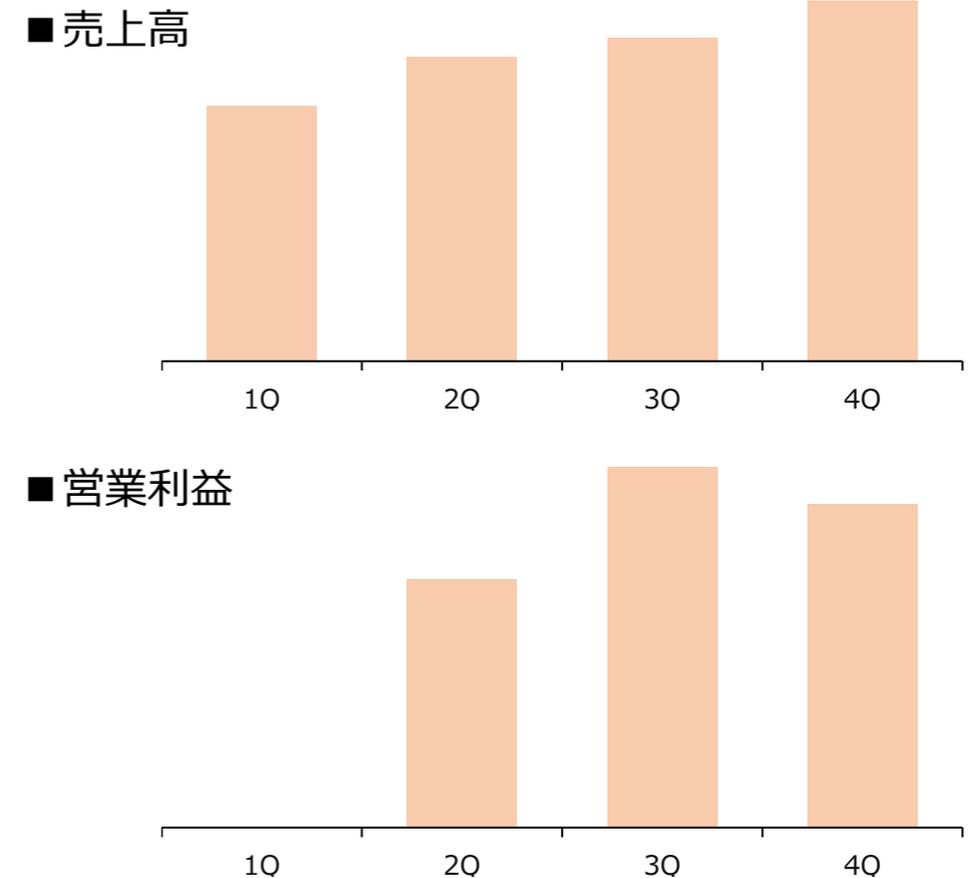
2024年6月期 連結業績計画

- ✓ 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



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

- ストック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)

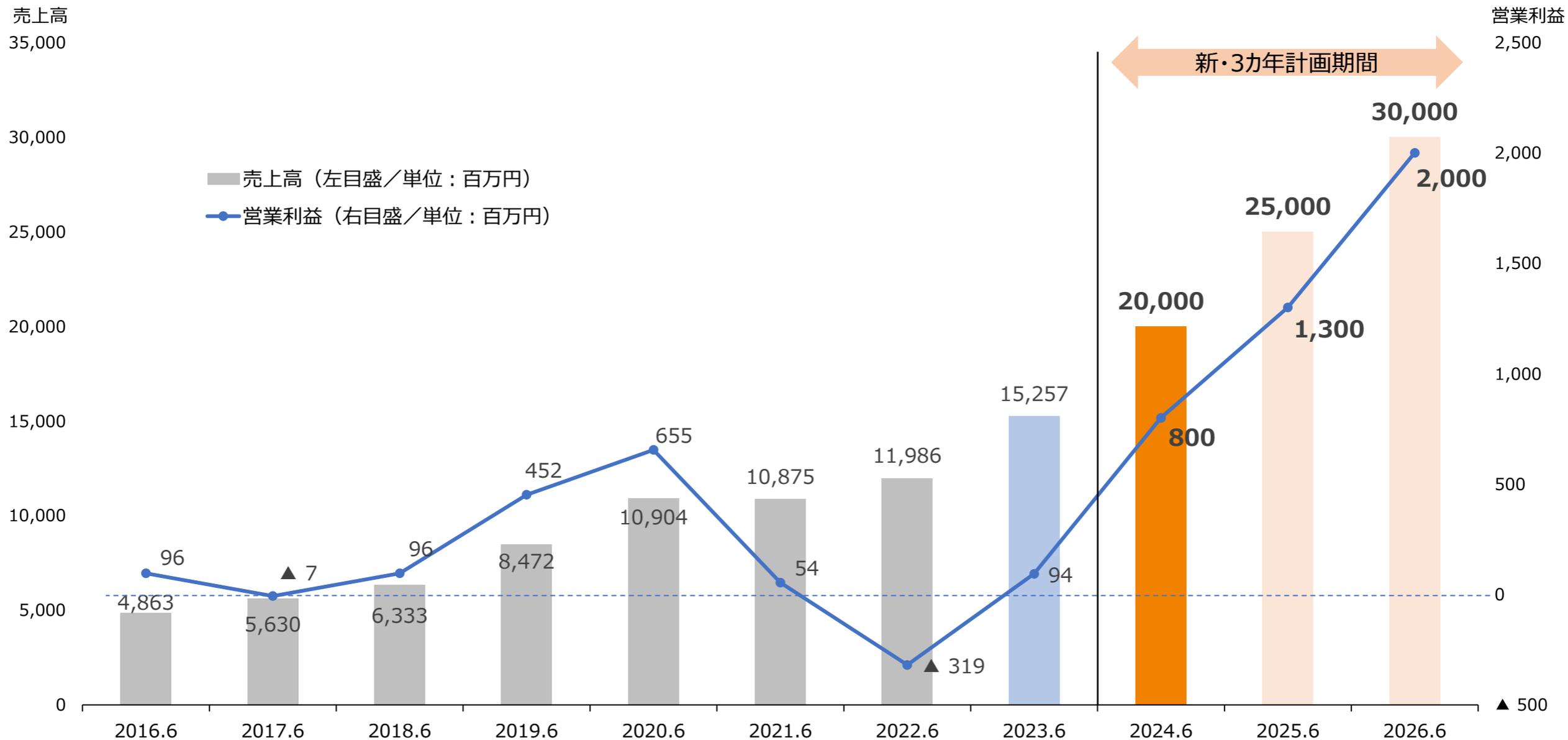
	2022年6月期		2023年6月期		2024年6月期
	計画	実績	計画	実績	計画
売上高	12,000	11,986	15,000	15,257	20,000
営業利益	▲400	▲319	300	94	1,200

■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



4

Appendix



Company Profile

Appendix



証券コード 3135



社名の由来：

マーケット（市場）をエンタープライズ（冒険的創出）すること

※当社のパーパスは社名の由来と長期ビジョンによって表現されています。

● 企業理念

Win Winの関係が築ける商売を展開し
商売をいかに楽しむ
主体者集団で在り続ける

● 長期ビジョン

持続可能な社会を実現する
最適化商社

● 10 CORE VALUES

01  Speed 速度	02  Change & Challenge 変化と挑戦	03  Input & Output 学びと行動	04  Priority 優先順位	05  Continuous Outcome 継続的成果
06  Responsibility 責任感	07  Key Communication 本質的議論	08  Team Work 共創	09  Creativity 発想	10  Long-term thinking 長期思考

社名	株式会社マーケットエンタープライズ
設立	2006年7月7日(事業開始・2004年11月1日)
事業内容	ネット型リユース事業、メディア事業、モバイル通信事業
資本金	3億2,593万7,400円(2022年6月末現在)
役員	代表取締役社長(CEO) 小林 泰士 専務取締役(COO) 加茂 知之 取締役(CFO) 今村 健一 社外取締役 寺田 航平 寺田倉庫株式会社 代表取締役社長CEO 社外取締役 谷井 等 シナジーマーケティング株式会社 取締役会長 常勤監査役 山崎 眞樹 監査役 伊藤 英佑 公認会計士 伊藤英祐会計事務所 所長 監査役 大井 哲也 弁護士 TMI総合法律事務所 パートナー
本社所在地	〒104 - 0031 東京都中央区京橋3 - 6 - 18 東京建物京橋ビル3F
従業員数	652名(アルバイトスタッフ含む) ※2023年6月現在
上場市場	東京証券取引所 プライム(証券コード：3135)
関連会社	株式会社MEモバイル 株式会社MEトレーディング 株式会社UMM MARKETENTERPRISE VIETNAM Co., Ltd

- 受賞歴
- ・デロイトトウシュ トーマツ リミテッド 日本テクノロジーFast50 (2015, 2016, 2017, 2020)
 - ・デロイト アジア太平洋地域テクノロジーFast500 (2015, 2016, 2017)
 - ・中小企業基盤整備機構 Japan Venture Awards中小機構理事長賞 (2015)
 - ・新日本有限責任監査法人 EY Entrepreneur Of The Year 2013 Japan
 - ・ヤフオク! Best Store Awards 総合グランプリ (2017, 2018, 2019)
 - ・リンクアンドモチベーション モチベーションチームアワード(2020)



国内17拠点、海外1拠点を展開

●マーケットエンタープライズ 本社

東京都中央区

●コンタクトセンター／カスタマーサポートセンター

東京都墨田区、徳島県徳島市

●リユースセンター

北海道札幌市、宮城県仙台市、埼玉県和光市、
東京都江東区、東京都府中市、神奈川県横浜市、
愛知県名古屋市、大阪府吹田市、兵庫県神戸市、
福岡県福岡市、鳥取県鳥取市、茨城県結城市
千葉県千葉市、東京都品川区 ※2023年5月18日 OPEN

●MEモバイル

東京都墨田区

●MEトレーディング

鳥取県鳥取市、茨城県結城市

●UMM

東京都中央区

●MARKETENTERPRISE VIETNAM

HCMC, Viet Nam.

※2023年5月に『京橋ブランチ』を閉鎖、本社を増床し集約いたしました。

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、
多角的に事業を展開

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



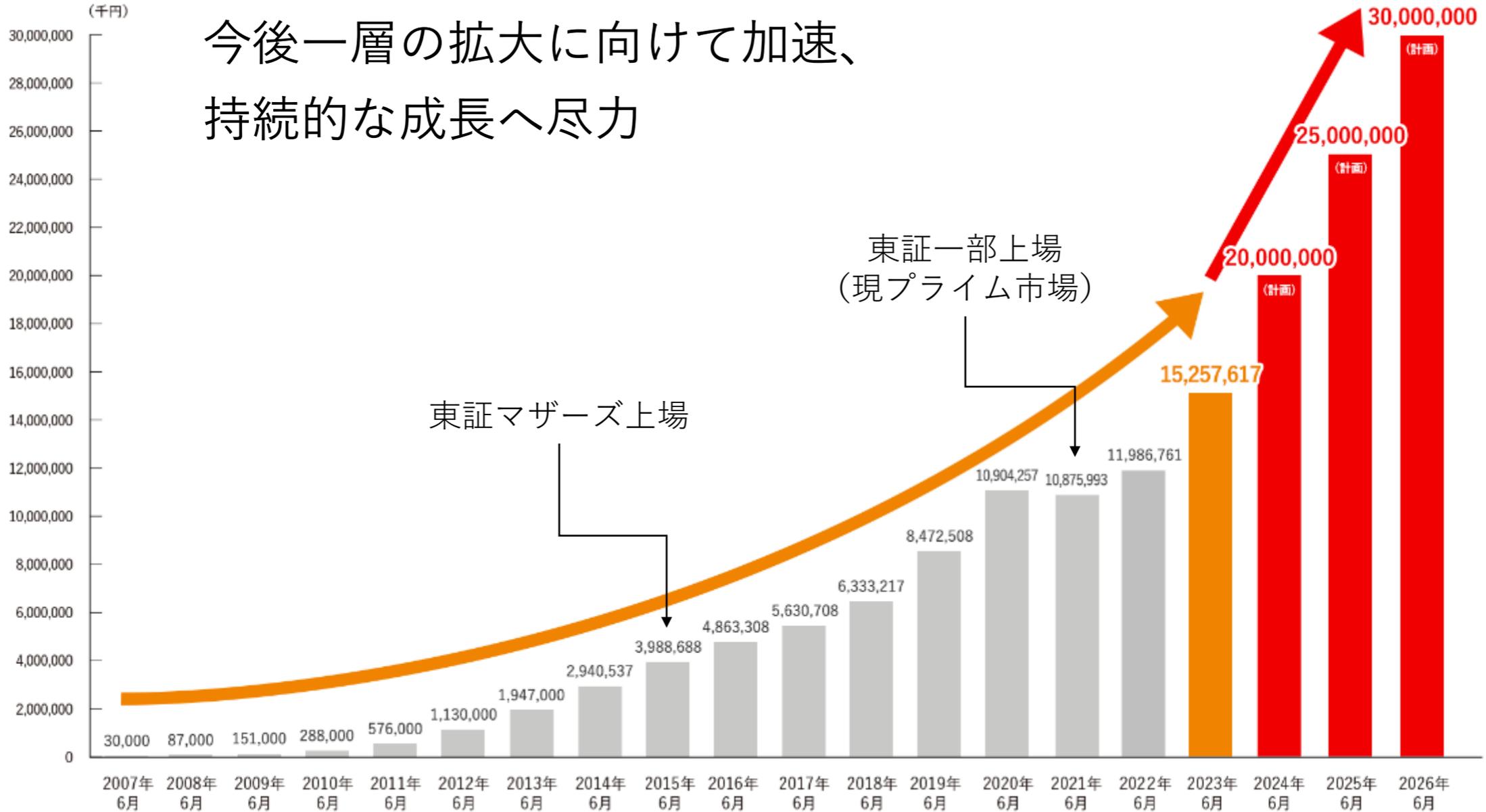
モバイル通信



サービスブランド



今後一層の拡大に向けて加速、
持続的な成長へ尽力



事業概要

- 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
- メディア事業
- モバイル通信事業

リユースをもっと身近に、 賢い消費を提案

循環型社会形成の基盤となる安心・安全・便利な二次流通市場を
創造すべく、ネット型リユース事業を展開しています。

個人向け



高く売れるドットコム



マシナリー



トラクター - コムバ K320C-
305A/C
販売価格 964 千円

トラクター - コムバ K321
販売価格 964 千円

トラクター - コムバ
M101 DANKO/CEDEK
販売価格 675 千円

おいくら



おいくら?



● 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

全国対応の総合ネット買取サービス
高く売れるドットコムを運営

高く売れるドットコム

<https://www.takakuureru.com/>

高く売れるドットコム

買取査定の流れ 買取カテゴリ 買取実績 店舗一覧 お客様の声 よくあるご質問 コラム 運営会社

どこよりも安心。どこよりも満足。

業界最大級の
高価買取サービス

買取サービス利用者が
「薦めたい」と思う買取サービス※

イメージキャラクター 小泉 今日子

※調査実施：株式会社ショッピングアイ ※調査方法：インターネット調査
※調査期間：2020年1月31日～2月2日 ※調査対象：1044名、男女20～79歳
※調査概要：家電買取サービス10サービスを対象にしたサイト比較イメージ調査
※比較対象企業：“家電買取サービス” Google検索(2020年1月23日時点)

中古品の買取販売を『C to B to C』をベースに展開
マーケティング、コールセンター、物流センター、
基幹システムを内製化



※C to B to C：Consumer to Business to Consumerの略 個人間で直接取引をするのではなく、法人を介して行う取引形態のこと

商材別にカテゴリライズされた専門サイトを運営することで、
多様な買取ニーズに対応



店頭・宅配に加え、各拠点からお客様の自宅に直接訪問
自分で梱包や運搬する手間をかけずに不用品を売却できる出張買取を強化



東京リユースセンター
開設：2010年



大阪リユースセンター
開設：2012年



名古屋リユースセンター
開設：2013年



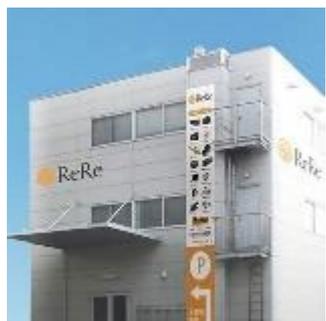
横浜リユースセンター
開設：2013年



福岡リユースセンター
開設：2014年



埼玉リユースセンター
開設：2015年



神戸リユースセンター
開設：2015年



仙台リユースセンター
開設：2016年



西東京リユースセンター
開設：2017年



札幌リユースセンター
開設：2018年



千葉リユースセンター
開設：2022年



品川リユースセンター
開設：2023年

西日本エリアの買取強化、中国地方にも初進出

2023年9月(予定)大阪市内と広島市内の2か所に新拠点を開設



●大阪リユースセンター 東住吉店
住所：〒546-0013大阪府大阪市東住吉区湯里6-3-25
面積：442.86坪
開設：2023年9月(予定)

●広島リユースセンター
住所：〒730-0835 広島県広島市中区江波南1-7-1
面積：220坪
開設：2023年9月(予定)

●リユースセンター ●マシナリー事業拠点

東京都墨田区へコンタクトセンター新拠点開設予定 現在の場所から機能を集約、フロア拡張

●コンタクトセンター

住所：東京都墨田区江東橋2-3-7
ONEST錦糸町スクエア 3階

面積：159坪

開設：2023年10月(予定)

※現在、コンタクトセンターが入居する
錦糸町・両国オフィスは別部門にて使用

キャパシティ約2.5倍以上へ
増強



● コンタクトセンターによる事前受付



買取価格や買取方法等をご提案
安心のリユース体験を提供

● 全国に展開するリユースセンター



札幌、仙台、茨城、埼玉、東京（江東区、品川区）、西東京、千葉、横浜、名古屋、大阪、神戸、鳥取、福岡の14の地区にリユースセンターを展開

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

● 多彩な買取方法と取り扱いジャンル



宅配買取



店頭買取



出張買取

● 標準化されたオペレーション



1,000ページの業務マニュアルと、
独自の育成プログラム

創業以来蓄積してきたデータやノウハウをはじめ、ビジネスプロセスを網羅する独自のオペレーションシステムを『STANDARD BOOK』として集約。
オペレーション基盤整備によるサービスレベルの標準化。

● 事業運営に最適化されたIT基盤



ビジネスプロセスを一気通貫で支え、
その変化にも柔軟に対応する
自社開発のITシステム



日本、ベトナムにIT開発部署を配置

● ショップーズアイ 『買取サービス利用者が「薦めたい」と思う買取サービス』



- ・「フリマアプリ利用者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス 1位
- ・「オークションサイト利用者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス 1位
- ・「オーディオ愛好者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス 1位
- ・「カメラ愛好者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス 1位
- ・「鉄道模型愛好者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス 1位
- ・「楽器愛好者」が選ぶ「薦めたい」と思う買取サービス 1位

調査実施：株式会社ショップーズアイ 調査方法：インターネット調査 調査期間：2020年1月31日～2月2日 調査対象：1044名、男女20～79歳 調査概要：家電買取サービス10サービスを対象にしたサイト比較イメージ調査 比較対象企業：“家電買取サービス” Google検索 (2020年1月23日 時点)

● ヤフオク! 『ベストストアアワード』



- ・「年間ベストストア」 1位 (2017年、2018年、2019年)
- ・「家電部門」 1位 (2014年、2016年、2017年、2018年、2019年、2020年、2021年、2022年)
- ・「PC、スマホ部門」 1位 (2015年、2016年、2017年、2018年、2019年、2020年、2021年、2022年)
- ・「DIY、農業機械部門」 1位 (2017年、2018年、2019年)
- ・「住まい、インテリア部門」 1位 (2016年)

● 『シンプルスタイル大賞2021』 一般社団法人ハウスキーピング協会



- ・「シンプルスタイル大賞」特別賞

● 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

日本全国の農機具を買取、自社ECを通じて販売することで国内だけでなく世界各国に向けて農機具の提供



中古農機具の買取専門サイト「農機具 高く売れるドットコム」の運営
農機具を売買したい農家や販売店を繋ぐ「UMM 中古農機具市場」を展開



農機具高く売れるドットコム

<https://www.noukigu-takakuureru.com/>



UMM 中古農機具市場

<https://ummkt.com/>

直接海外へ中古農機具の輸出を行い、
これまでに81ヶ国以上への実績があり現在も海外販路は拡大中



海外向けECサイト

<https://farm-mart.jp/en>

FARM MART Company Profile Make a purchase Access & Map Inside ME Trading FAQ

Product & Equipment Search

Contact
TEL +81-050-71-0900 FAX +81-050-71-0901
E-mail info@yuyutsu@metrading.co.jp
Office : Open Monday to Friday
AMR 00 HRS 00 Japan time

JAPAN time 17:03
Register now

High-Quality Farm machinery from Japan
DISCOUNT UPDATE
Wed 16:30(JST)~
MORE THAN 20
ITEMS PRICE DOWN

How To Start Importing
Presently used farm and construction machines are being sold, and it is to person who has no experience in importing them directly from Japan and would like to find ways of getting the machines at good price by importing on your own.

マシナリー(農機具)：日本製の中古農機具

性能が良く壊れにくいUsed in Japanとして
EU、中東、アジアで需要
最近では、アフリカ諸国からのニーズも顕在化



●アフリカ諸国の大使による視察



駐日コートジボワール
大使館
ダエ モンケ ネストル
参事官



駐日ウガンダ共和国
大使館
特命全権大使
カーフワ・トーファス
閣下



駐日ザンビア共和国
大使館



駐日タンザニア連合共和国
大使館



2023年5月26日
JICA研修員「共創セミナー」に参加
31カ国約60名の関係者が参加

福島市との廃棄物削減と循環型社会の形成を目的にした連携協定を きっかけに、中古農業機械の流通活性化や新規就農者支援も開始



2022年12月21日福島市の廃棄物削減と循環型社会の形成を目指し連携協定を締結



【福島・青森】
福島市では、「魅力と実力にあふれ、次世代に向け事業成長する農業」を実現すべく、これまでさまざまな農業振興策を進めてきました。その成果、蓄へ蓄せられる効果(成果)に則する4年連続(1)、「福島市では、さらなる収益増進策を推進させる施策を推進してまいりました。その中で、今年11月、就農者支援を目的に当社とのリユース連携がスタートしました。この日に福島市が、当社(福島県外)で行なう農機具のリユース事業を知り、福島市と連携し、中古農機具を再利用した就農者支援がスタートすることになりました。

<https://www.marketenterprise.co.jp/news/202303233814.html>

● 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

全国のリユースショップへ一括査定が行える
リユースプラットフォームこれまでに110万人が利用 ※2022年11月現在

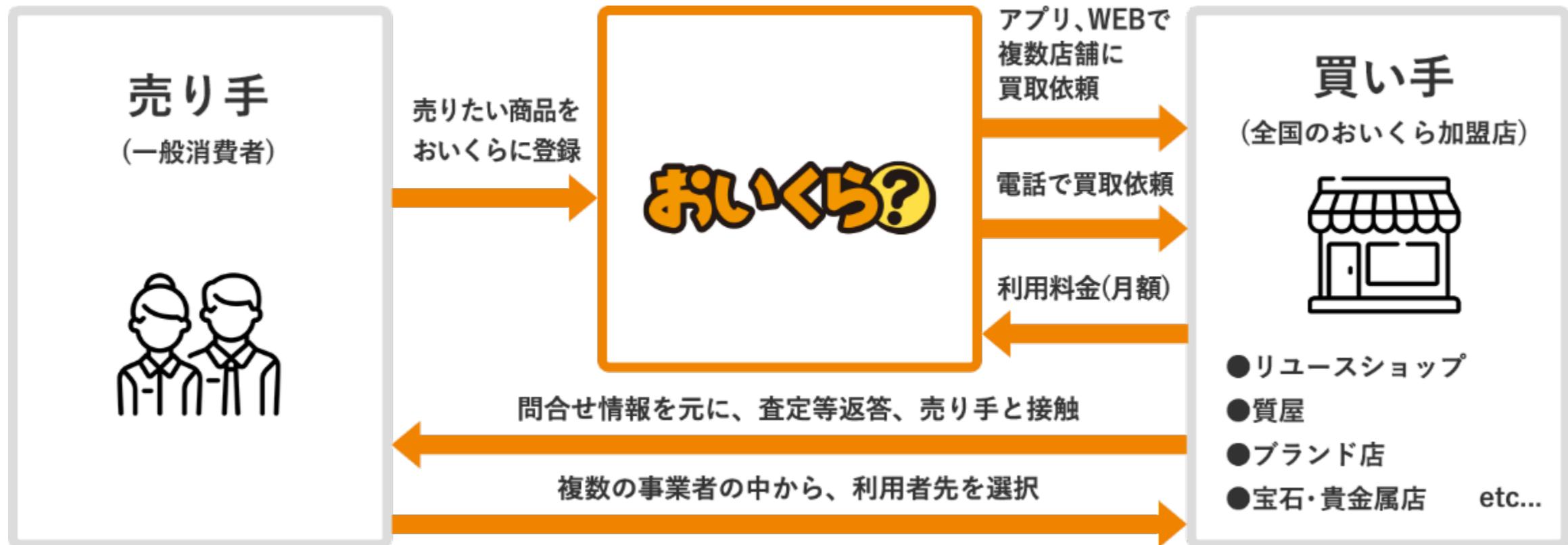


おいくら

<https://oikura.jp/>



査定したい・売りたいリユース品の情報を登録するだけで複数のリユースショップに依頼が可能。最適な買取業者を選択可能



住民・行政・環境の課題をリユースで
解決持続可能な循環型社会の実現に向けて地方自治体との連携を加速

おいくら 自治体様向け

<https://oikura.jp/lg/>



累計連携数：50ヶ所※



※2023年6月末現在

2023年6月期で46自治体と連携 リユース促進する自治体が急増中

●メディア事業

多様化する消費行動に その人にとって 最適な選択肢を提供

多様化する消費行動に合わせ「賢い消費」行動に役立つコンテンツを提供し、
個々人にとって最適な選択肢が見つかるウェブメディアを運営しています。

ビギナーズ

OUTLET JAPAN

高く売れる
お宝
MAGAZINE

おいくら?
MAGAZINE

iPhone 格安SIM 通信

最安修理+

SIM CHANGE
携帯SIM・スマホの専売がわかる SIMチェンジ

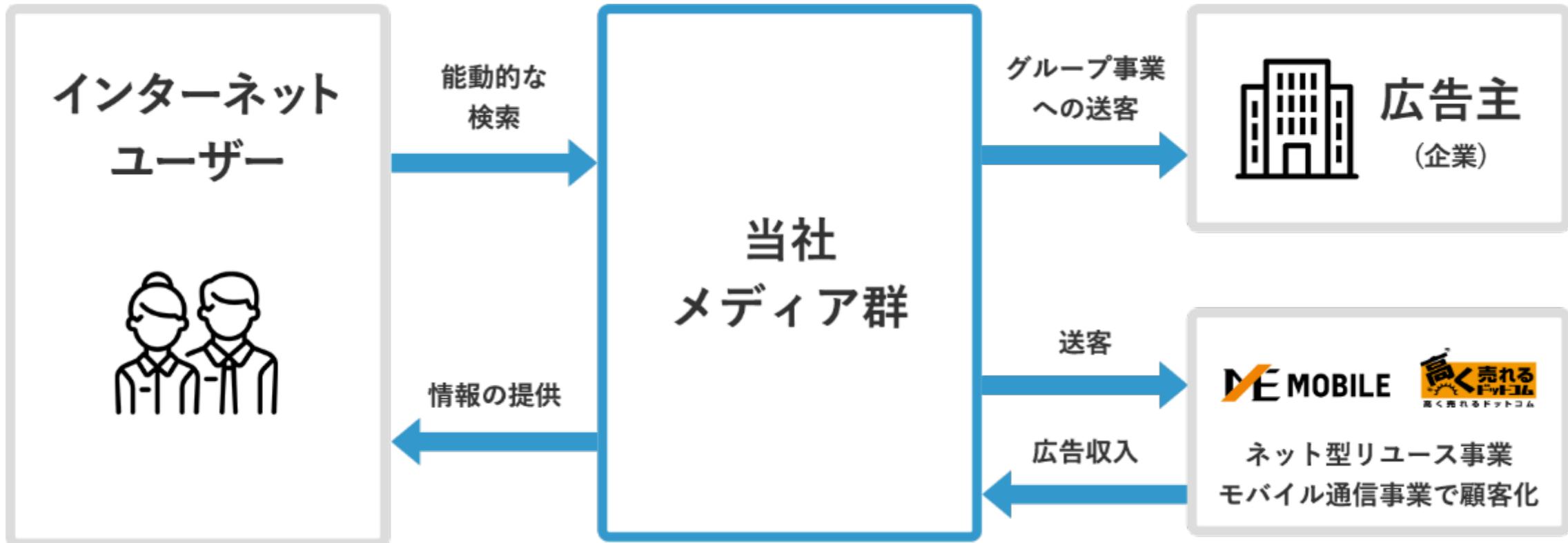
UMM
USED MACHINE MARKET

賢い消費を求める消費者に対し、
有益な情報をインターネットメディアで提供
当社メディア群からグループ事業へ送客

月間平均PV数

約1,400万PV

※2022年7月～2023年6月 月間平均PV数



通信、モノの売買や修理に関するサイトなど
賢い消費行動に役立つ8つの最適なウェブコンテンツを提供。



<https://www.rere.jp/beginners/>

ビギナース

趣味を見つけたい、今までと違うことを新しく始めたい人を応援する「趣味探しができる」メディアです。100種類を超える趣味を紹介し、さまざまな年代・性別の方向けの趣味が見つかります。



<https://www.takakuureru.com/magazine/>

高く売れるドットコムマガジン

あらゆるモノの買取・売却・処分方法を発信するリユースメディアです。不要品の処分方法として「捨てる」だけではない新たな選択肢を提供します。



<https://oikura.jp/magazine/>

おいくらマガジン

おいくらマガジンでは不要になったモノの処分やリサイクル方法や、リサイクルショップを上手く使うコツや不要になったものを高く買い取ってもらう方法を解説しています。



<https://saiyasu-syuuri.com/>

最安修理ドットコム

iPhone・Androidのスマートフォン端末、パソコン、iPad、腕時計、カメラ、家電、車、バイクなどさまざまなカテゴリの修理業者の情報を掲載する、日本最大級の修理業者情報プラットフォームです。消費者と修理業者とのマッチングが叶う修理業者比較・検討サイトです。



<https://www.kashi-mo.com/media/>

iPhone 格安SIM通信

iPhone・WiFi・WiMAXの情報をわかりやすく解説します。今や日常生活に欠かせないインフラとなった「通信」について、自分に合ったスマホ・ネットを提案します。



<https://simchange.jp/>

SIMチェンジ

自分にあった格安SIM・格安スマホを選ぶための、通信領域全般を取り扱うメディアです。スマホのレビューや速度調査など独自のコンテンツを提供します。



<https://outlet-mall.jp/>

OUTLET JAPAN

全国のアウトレットモールのセール・イベント情報をはじめ、ECサイトなどオンラインショッピングでの新商品・お得情報など、消費者が「賢い消費」をするために知っておきたい情報を提案します。

農業とつながる情報メディア



<https://ummkt.com/blog/>

農業とつながる 情報メディア UMM

新規就農を考えている方はもちろん、離農検討者や農業経営に携わっている方など、農業に関わるすべての方たちへ有益な情報をお届けします。

● モバイル通信事業

価格・スピード・安心感で 皆さまに選ばれる データ通信サービス

今や日常生活を支えるインフラの一部となったデータ通信分野において、
高速通信サービスであるWiMAXを業界最安級(*)で提供しています。
※自社にて主要な通信会社カタログ・HP調べ



カシモ WiMAX
powered by **UQ WiMAX**

WiMAX + 5Gがギガ放題で
月額 **1,280**円(税込)~
(税込1,408円) ※初月のみ

違約金 **0**円

端末代 **0**円
月々負担
※端末分償払いサポート適用時

送料 **0**円

※一定期間内に大量のデータ通信のご利用があった場合、混雑する時間帯の通信速度を制限する場合があります。

「カシモ（＝”賢いモバイル”の略称）」というブランド名で、
安心・安全・快適なモバイルデータ通信のサービスを提供

カシモWiMAX

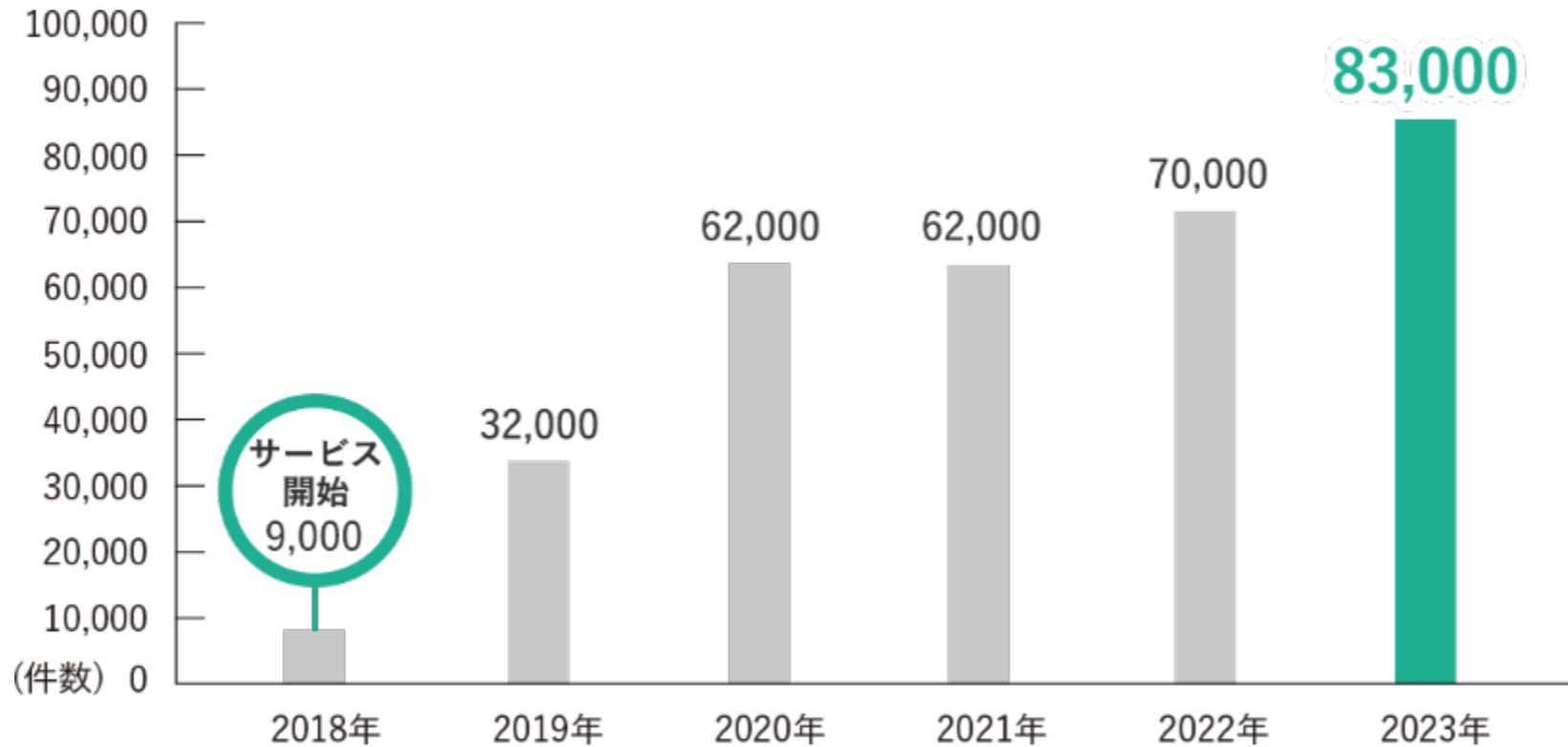
<https://www.ka-shimo.com/wimax>



価格.com
モバイル回線プロバイダ
人気ランキング 2022年
・モバイルルーター部門
・ホームルーター部門
共に年間1位を獲得
(集計期間：2022年1月～2022年12月)

「業界最安級」の安くシンプルな料金プランで契約数が増加中

● 保有回線推移



保有回線数約
8.3
万回線

※2023年6月末現在

楽器寄附ふるさと納税

不要になった楽器を集め学校などへ寄贈 寄付者は査定額に応じた税還付を受けることができる取組



楽器寄附ふるさと納税

<https://www.gakki-kifu.jp/>

募集楽器



自治体のPR



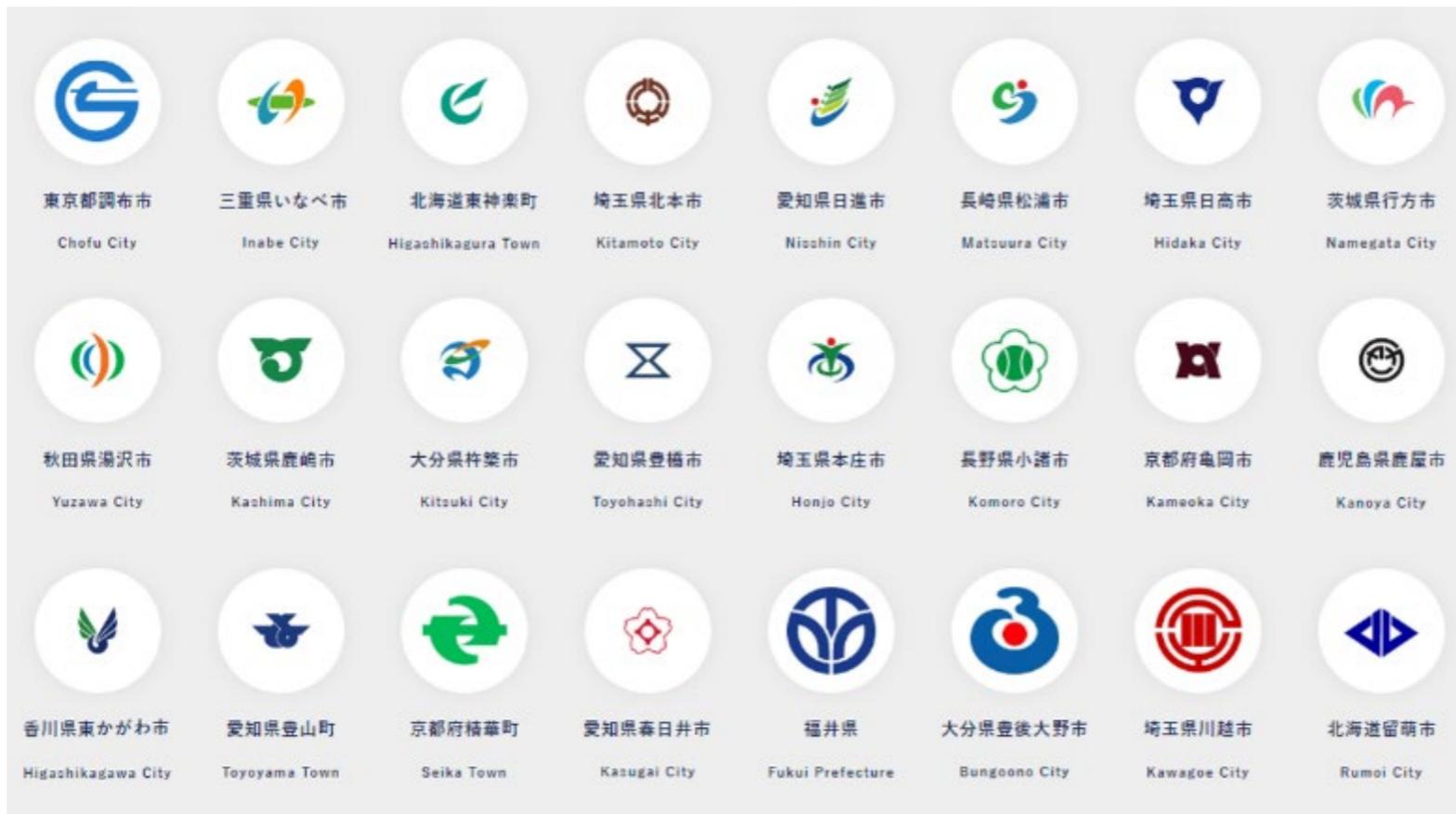
楽器を使ったコンサート



感謝の手紙



2023年6月末現在24自治体が参画



累計査定件数

約1,600件

累計寄付点数

約720点

※2018年10月～2023年3月末現在

その他

現本社在籍ビルの建て替えに伴う、本社移転を計画

●新本社予定地

住所：東京都中央区銀座1-10-6
銀座ファーストビル 2階・3階

面積：230坪×2フロア

開設：2024年5~6月(予定)

更なる業容拡大に向け、
キャパシティ2倍以上へ増強



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