



2024年6月期 第1四半期決算説明資料

2023年11月10日

株式会社マーケットエンタープライズ

証券コード：3135





Agenda

1

2024年6月期 第1四半期決算概況 (P. 2～)

2

セグメント別事業概況 (P. 7～)

3

連結業績まとめ (P.29～)

4

Appendix (P.34～)

1

2024年6月期 第1四半期決算概況



2024年6月期 第1四半期決算ハイライト



売上高

✓ 営業増員効果のあった個人向けリユースおよび業績好調なマシナリーがけん引し、四半期売上高としては過去最高

- ・売上高 : 4,106百万円 (前年同期比 +11.9%)
- ・売上総利益 : 1,523百万円 (前年同期比 +13.7%)

営業利益

✓ 主に個人向けリユースにおいて成長投資（人員採用・拠点開設）を継続。一方で、営業人員1人当り生産性が低下したことから、人件費の増加分（前年同期比 +37.8%）をまかなうことができず、

- ・営業損失 : 154百万円 (前年同期は57百万円の損失)

経常利益・純利益

✓ 営業外損失としてデリバティブ評価損104百万円（詳細はP6参照）を計上した結果、

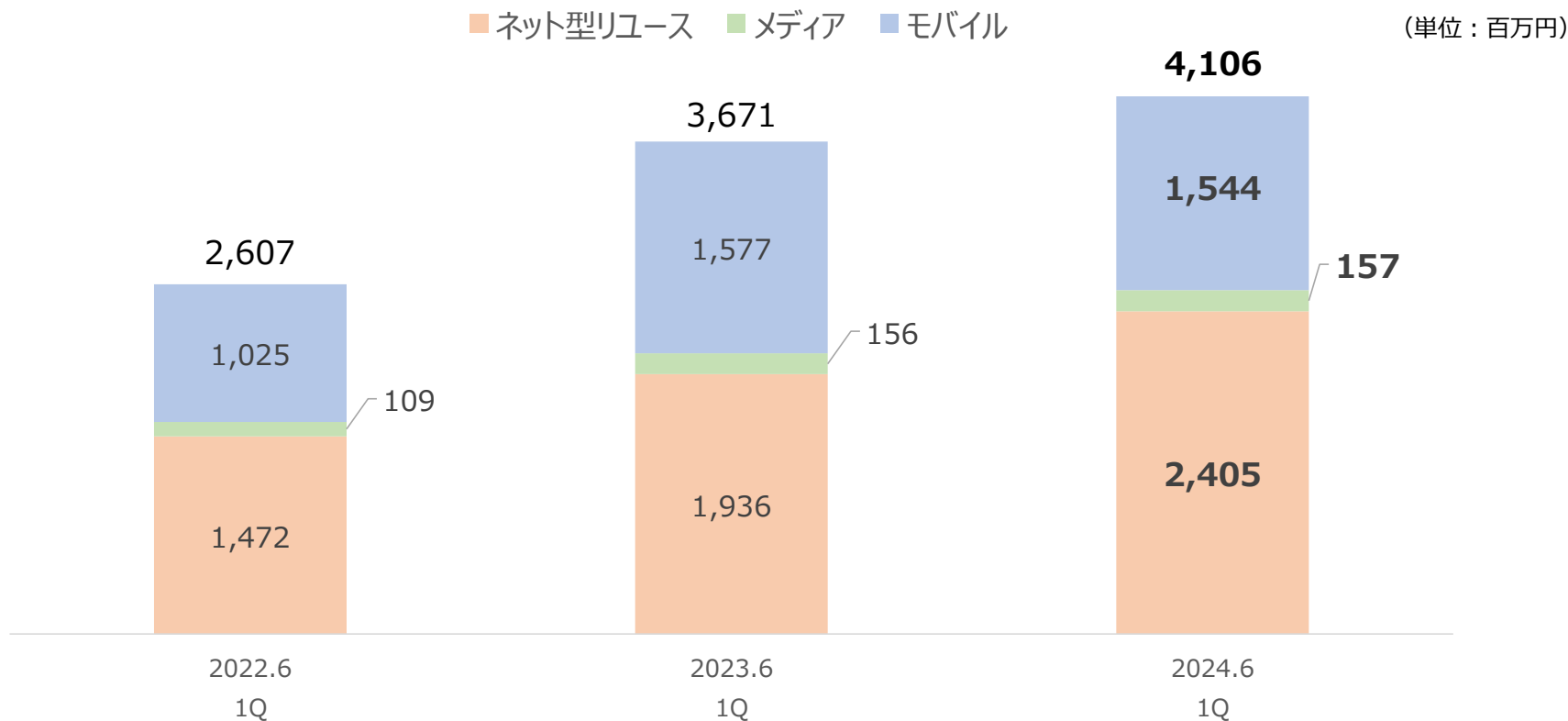
- ・経常損失 : 263百万円 (前年同期は 70百万円の損失)
- ・四半期純損失 : 325百万円 (前年同期は101百万円の損失)

2024年6月期 第1四半期 セグメント別売上高

✓ コア事業のネット型リユースは引き続き成長がつづく（前年同期比+24.2%）

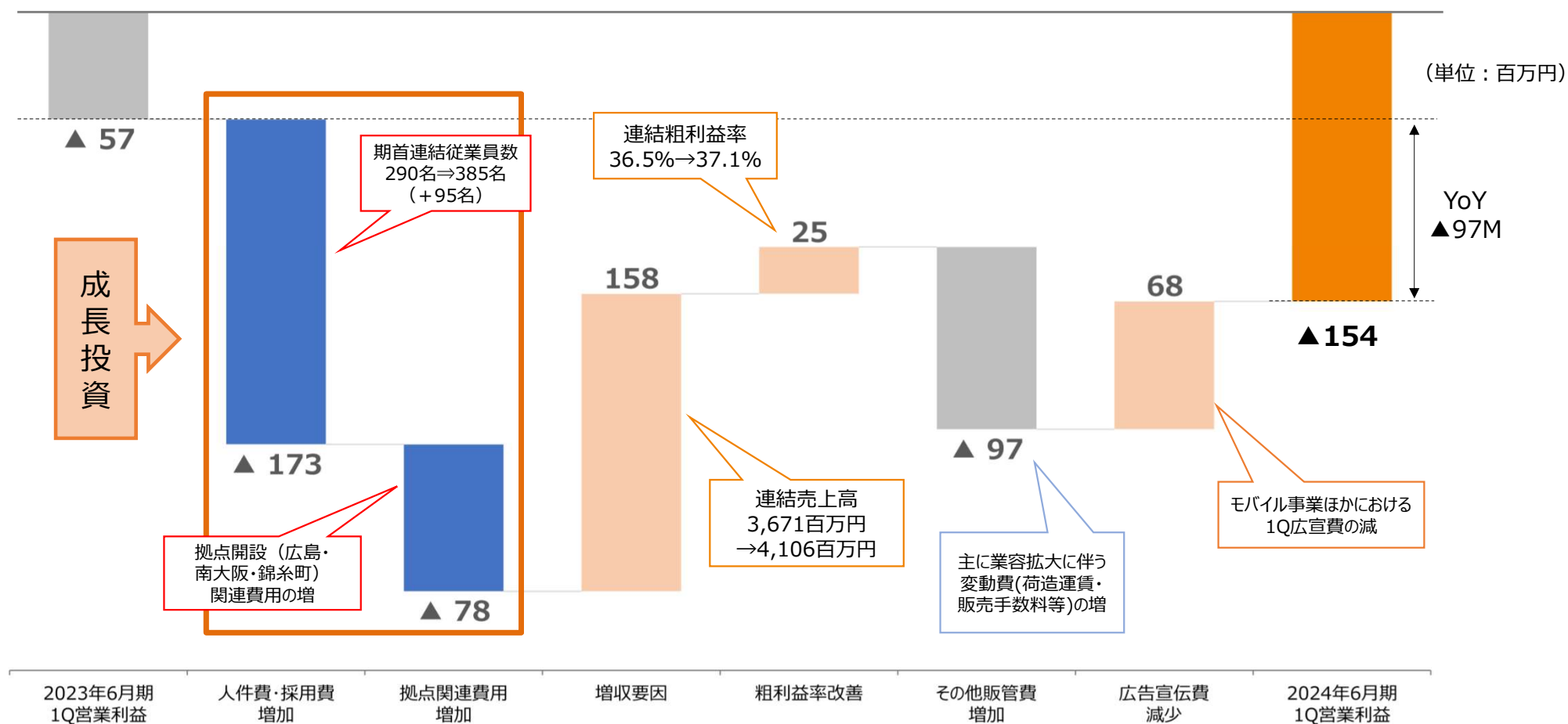
↳ 個人向けリユースについては、BS商品在庫についてもQoQで+32.2%と大幅増加（詳細P16参照）

✓ メディア（前年同期比+0.6%）およびモバイル（同△2.1%）はほぼ前期並みの水準で推移



2024年6月期 第1四半期 営業利益の増減益分析

- ✓ ①増益要因 = 増収および粗利率の改善により183百万円の増
- ②減益要因 = 主に成長投資の加速（人件費および新規拠点開設関連費）による販管費の増により280百万円の減



その他業績に関する説明事項 (営業外損失の計上)

✓ 第1四半期における営業外損失 (デリバティブ評価損) 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損失
- ・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

第1四半期における影響額

- ・第1四半期における影響額 = 104百万円の営業外損失 (デリバティブ評価損) の増加

| | 前連結会計年度末時点 | 第1四半期末時点 | |
|-----------------|------------|----------|-----------------------|
| 株価 | 1,659円 | 1,310円 | ※1 設定時株価 (@926円) |
| 評価損益 (△は評価損) | 219百万円 | ▲104百万円 | ※2 キャッシュフロー上の影響はありません |

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 2024年6月期 第1四半期実績



- ✓ 売上高 : 24億05百万円 (前年同期比+24.2%) → 四半期ベースでは過去最高
- ✓ 売上総利益 : 10億12百万円 (前年同期比+26.3%) → 四半期ベースで過去最高水準
- ✓ セグメント利益 : 10百万円 (前年同期比△78.7%) → 当1Qは成長投資を加速、2Q以降は生産性向上に注力

(単位：百万円)

| | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 計 | |
|-----|---------|----------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高 | 2022.6期 | ネット型リユース | 1,472 (-) | 1,636 (-) | 1,623 (-) | 1,899 (-) | 6,631 (-) |
| | | 個人向けリユース | 1,202 (-) | 1,310 (-) | 1,245 (-) | 1,382 (-) | 5,140 (-) |
| | | マシナリー | 237 (-) | 294 (-) | 346 (-) | 487 (-) | 1,365 (-) |
| | | おいくら | 32 (-) | 31 (-) | 31 (-) | 30 (-) | 125 (-) |
| | 2023.6期 | ネット型リユース | 1,936 (131.5%) | 2,134 (130.4%) | 2,065 (127.2%) | 2,254 (118.7%) | 8,391 (126.5%) |
| | | 個人向けリユース | 1,455 (121.0%) | 1,520 (116.0%) | 1,546 (124.2%) | 1,624 (117.5%) | 6,146 (119.6%) |
| | | マシナリー | 444 (187.3%) | 578 (196.6%) | 486 (140.5%) | 594 (122.0%) | 2,104 (154.1%) |
| | | おいくら | 36 (112.5%) | 36 (116.1%) | 32 (103.2%) | 36 (120.0%) | 140 (112.0%) |
| | 2024.6期 | ネット型リユース | 2,405 (124.2%) | | | | |
| | | 個人向けリユース | 1,726 (118.7%) | | | | |
| | | マシナリー | 636 (143.1%) | | | | |
| | | おいくら | 41 (113.1%) | | | | |

※括弧内は前年同期比



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①：2024年6月期 第1四半期実績



- ✓ 売上高：17億26百万円（前年同期比+18.7%）と、引き続き増収基調を継続
- ✓ 粗利益：8億04百万円（前年同期比+21.7%）と、増益ペースは増収率を上回る
⇒ 売上高は四半期ベースで過去最高額。粗利益も四半期ベースで過去最高水準を維持

| (単位：百万円) | | 1Q | | 2Q | | 3Q | | 4Q | | 計 | |
|----------|-----|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|
| 2022.6期 | 売上高 | 1,202 | (-) | 1,311 | (-) | 1,245 | (-) | 1,382 | (-) | 5,140 | (-) |
| | 粗利額 | 492 | (-) | 574 | (-) | 565 | (-) | 614 | (-) | 2,245 | (-) |
| | 粗利率 | 40.9% | (-) | 43.9% | (-) | 45.4% | (-) | 44.4% | (-) | 43.7% | (-) |
| 2023.6期 | 売上高 | 1,455 | (121.0%) | 1,519 | (115.9%) | 1,547 | (124.3%) | 1,624 | (117.5%) | 6,146 | (119.6%) |
| | 粗利額 | 656 | (133.3%) | 731 | (127.4%) | 778 | (137.6%) | 812 | (132.2%) | 2,977 | (132.6%) |
| | 粗利率 | 45.1% | (+4.2p) | 48.1% | (+4.2p) | 50.3% | (+4.9p) | 50.0% | (+5.6p) | 48.3% | (+4.7p) |
| 2024.6期 | 売上高 | 1,726 | (118.7%) | | | | | | | | |
| | 粗利額 | 804 | (121.7%) | | | | | | | | |
| | 粗利率 | 46.6% | (+1.5p) | | | | | | | | |

生産性向上フェーズへ

※括弧内は前年同期比

個人向けリユース②：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③：直近のアクション概要

- ✓ 出張買取圏の拡大を目的とした新規拠点開設（9月）
- ✓ 買取商材の面的拡充を目的に、“中古車”の取扱いを開始（9月末～）

新規拠点開設



取扱商材の拡充

530万人※2023年2月末時点での累計利用者数が利用する業界最大級の総合買取サービス

ミニバン・SUV・スポーツカー
買取強化中!

愛車を高く売るなら
車高く売れるドットコム

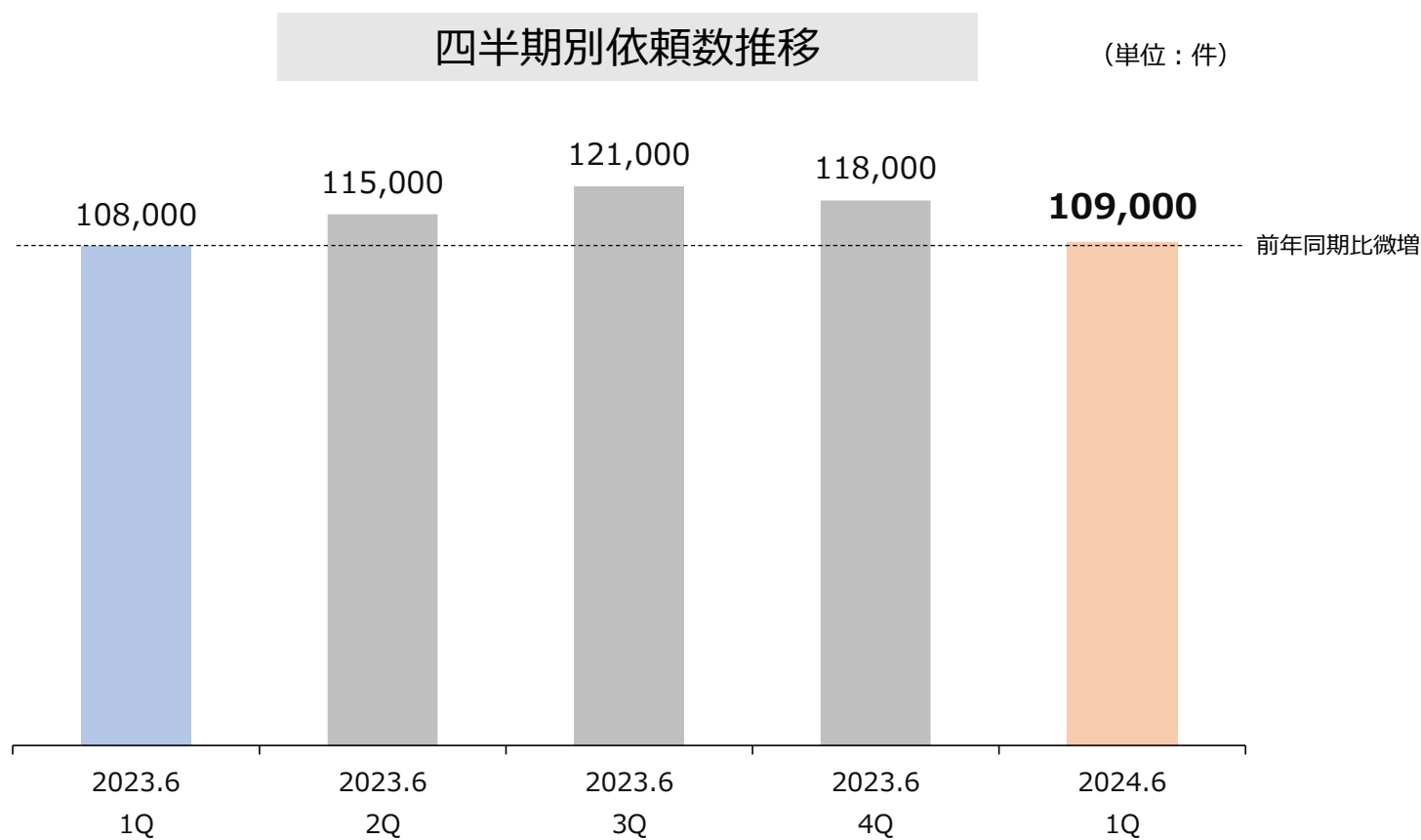
中古車の買取価格
に自信があります!

イメージキャラクター
小泉今日子

The advertisement features a woman in a yellow sweater pointing towards the text. It promotes a comprehensive used car buyback service used by 5.3 million people as of February 2023. The service is particularly focused on buying back minivans, SUVs, and sports cars. The slogan is 'If you want to sell your car for a high price, use DotCom'. A testimonial from actress Kohno Keiko states, 'I have confidence in the used car buyback price!'. Images of a blue SUV and a white minivan are also shown.

個人向けリユース④：買取依頼数推移

✓ 1Q買取依頼件数としては、前年同期比微増

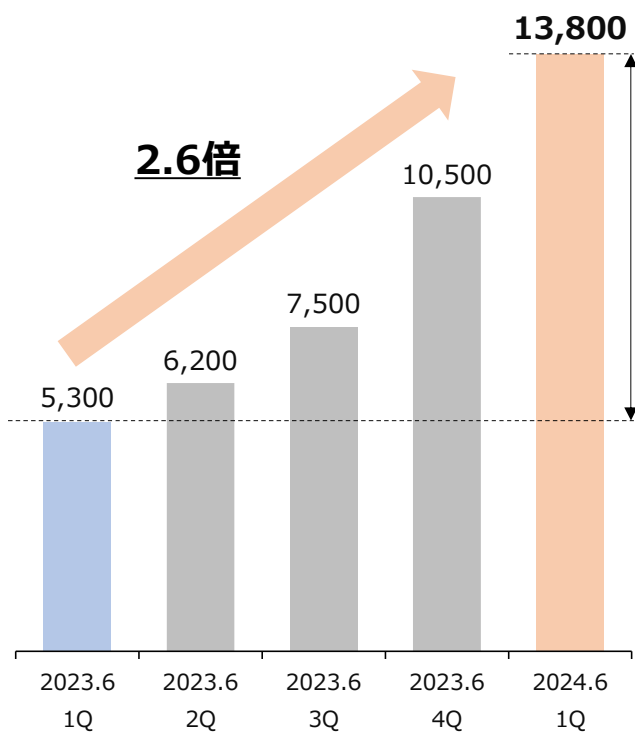


個人向けリユース⑤：チャネル別買取案件数推移

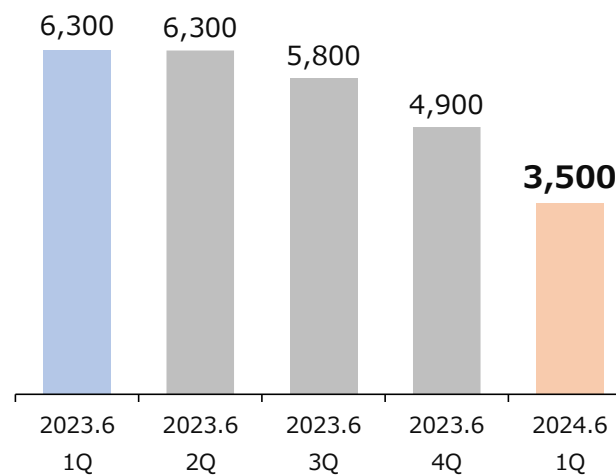
- ✓ 出張バイヤー数の増加に伴い、出張買取件数は引き続き大幅伸長。宅配買取から出張買取へのシフトがつづく。
- ✓ 新規拠点開設もあり、店頭買取件数は安定的に推移

(単位：件)

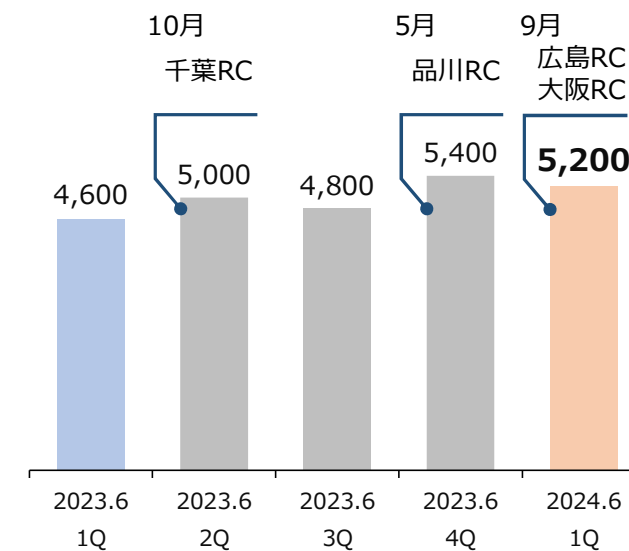
出張買取件数推移



宅配買取件数推移

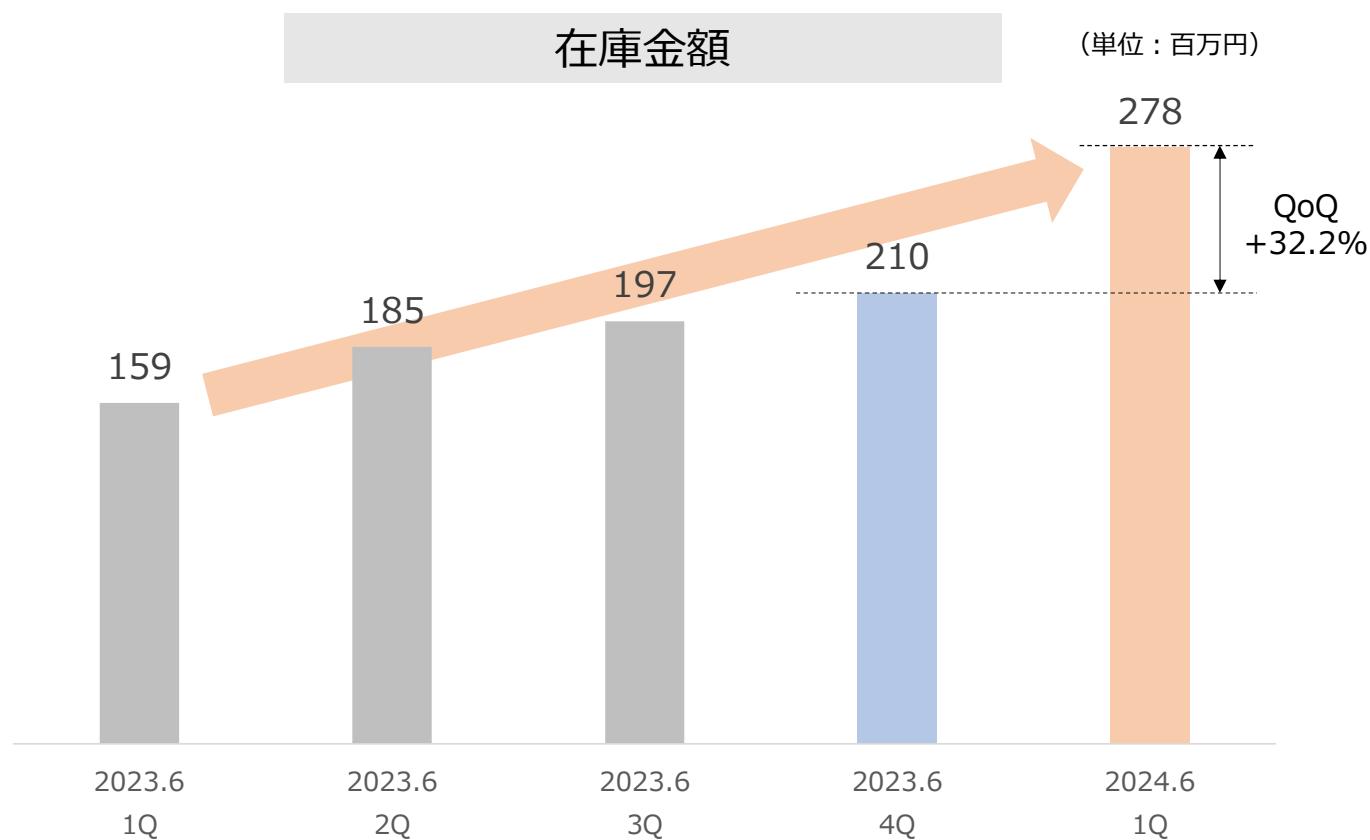


店頭買取件数推移



個人向けリユース⑥：在庫状況

✓ 出張買取の伸びに合わせ、商品在庫は順調に増加（前期末比+32.2%）



個人向けリユース⑦：出張バイヤー数・生産性推移

- ✓ 1Qについては、成長投資は予定通り進捗したものの、生産性が低下。
一方で、対策と改善は着実に進んでおり、2Q以降、生産性の向上により四半期黒字を見込む

2023.6
4Q

稼働バイヤー数の不足

2024.6
1Q

✓ 人員採用

- ・ 採用活動は順調に進捗
- ・ 人員の的には充足

✓ 生産性向上

- ・ 出張買取件数は想定通りに増加
- ・ 潜在層へのアプローチが不十分でバイヤー当りの生産性が低下

2024.6
2Q

✓ 対策と改善の完了（見込み）

- ・ 高単価商材への到達ロジック見直し
↳ 上流工程(コンタクトセンターによるヒアリング能力等)の強化
- ・ 買取見込額に応じた買取チャネル（出張・宅配・店頭）の再最適化
- ・ 人員配置の最適化
- ・ 商品別販売チャネルの見直しによる粗利率の引き上げ



ネット型リユース事業

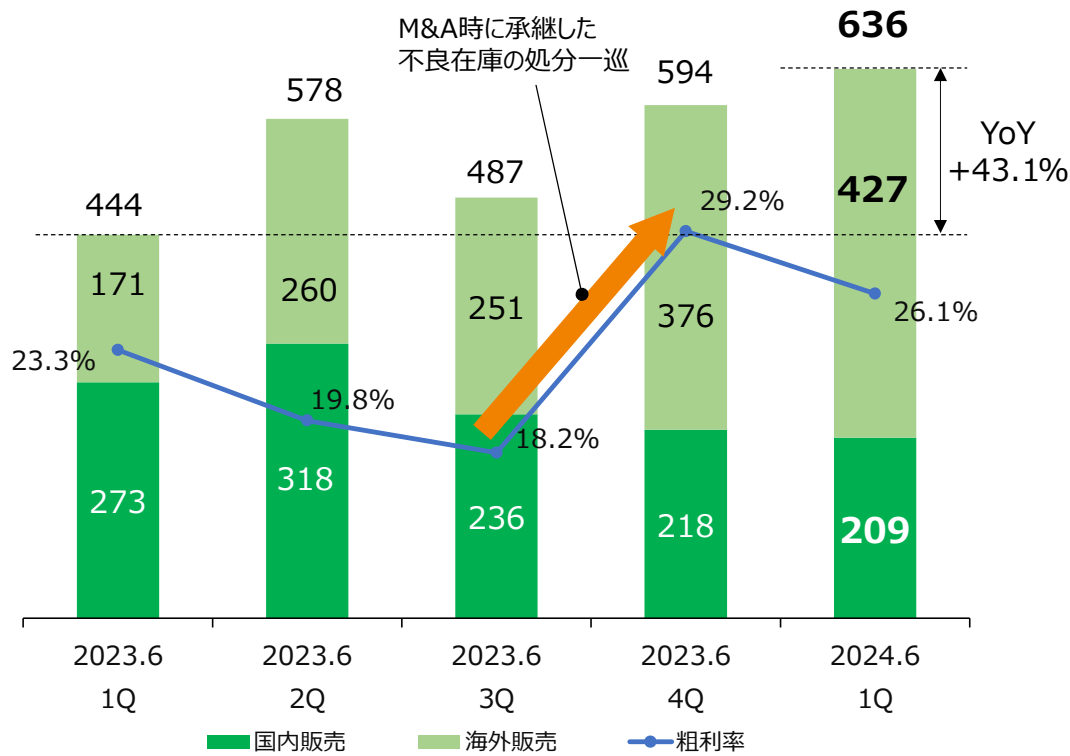
- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

マシナリー①：四半期別業績推移

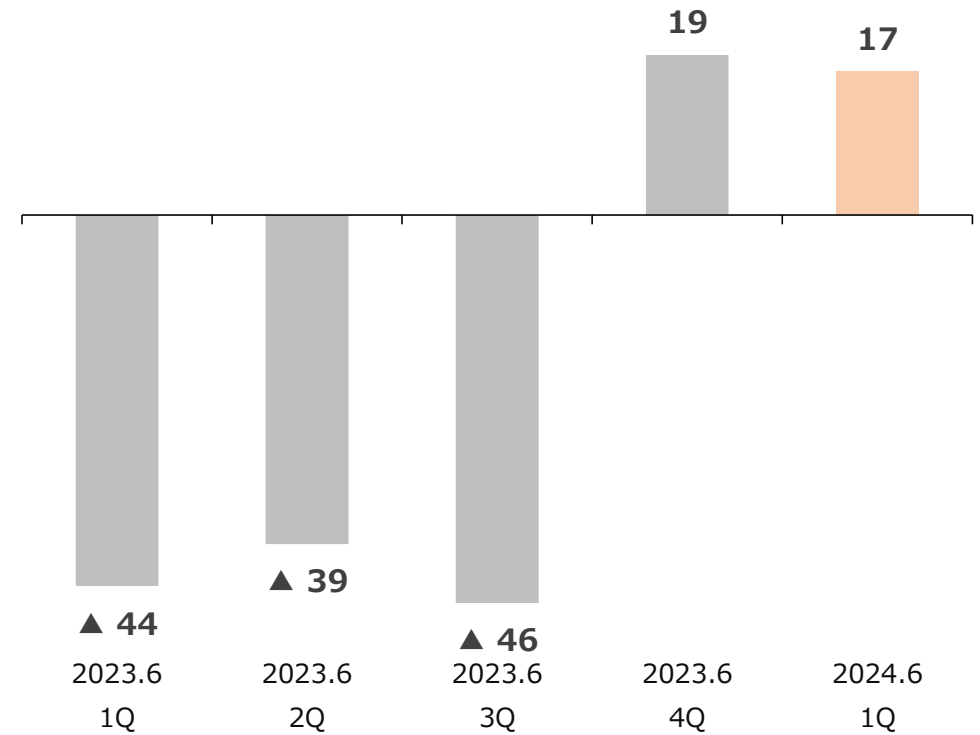
- ✓ 売上高：6億36百万円（前年同期比+43.1%） 海外販売好調。国内販売も堅調に推移し、四半期売上としては過去最高
- ✓ 利益：17百万円（前年同期は44百万円の損失） 前期3Qをボトムに粗利率の改善傾向につき、増収増益

（単位：百万円）

販路別売上高・粗利率推移



セグメント利益推移（参考値）

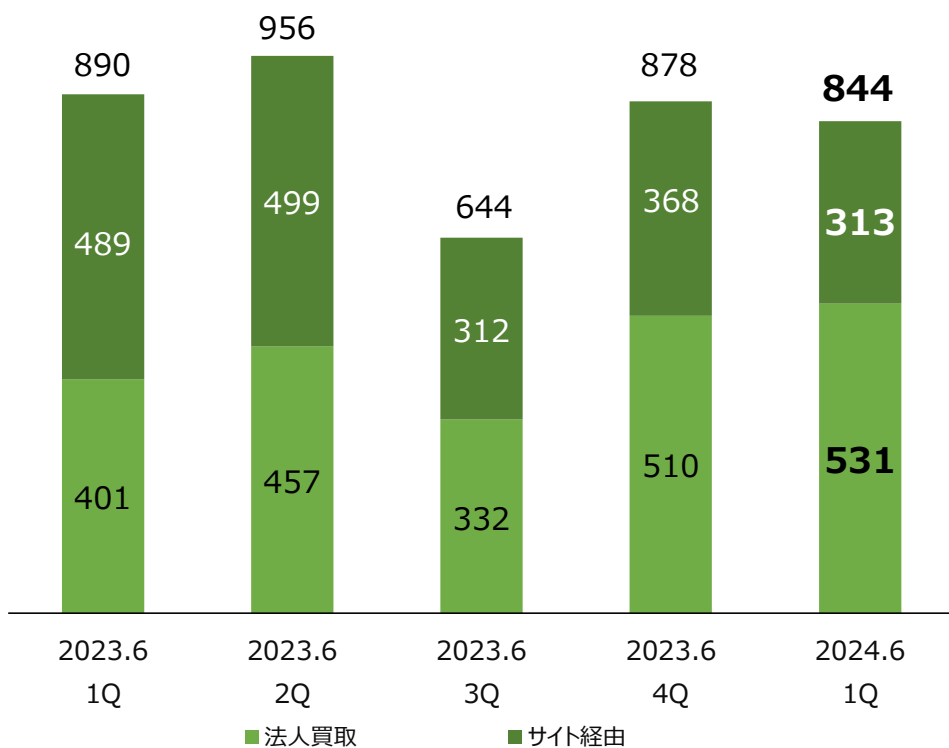


マシナリー②：買取件数及び在庫状況

✓ 法人仕入の強化が奏功し、商品在庫は安定的に推移

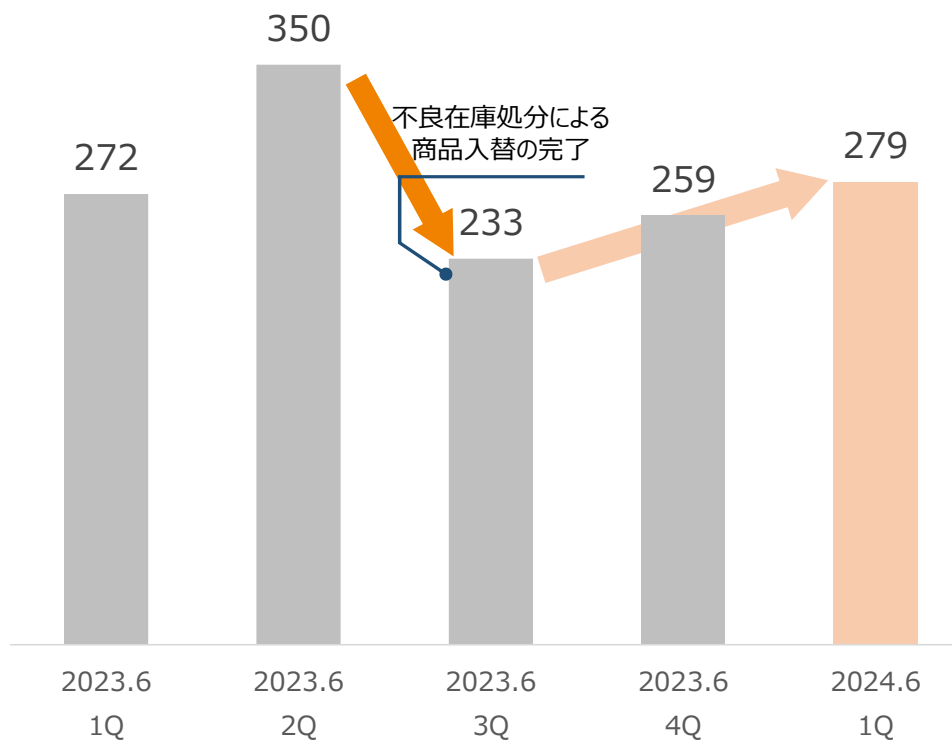
買取件数

(単位：件)



在庫金額

(単位：百万円)





ネット型リユース事業

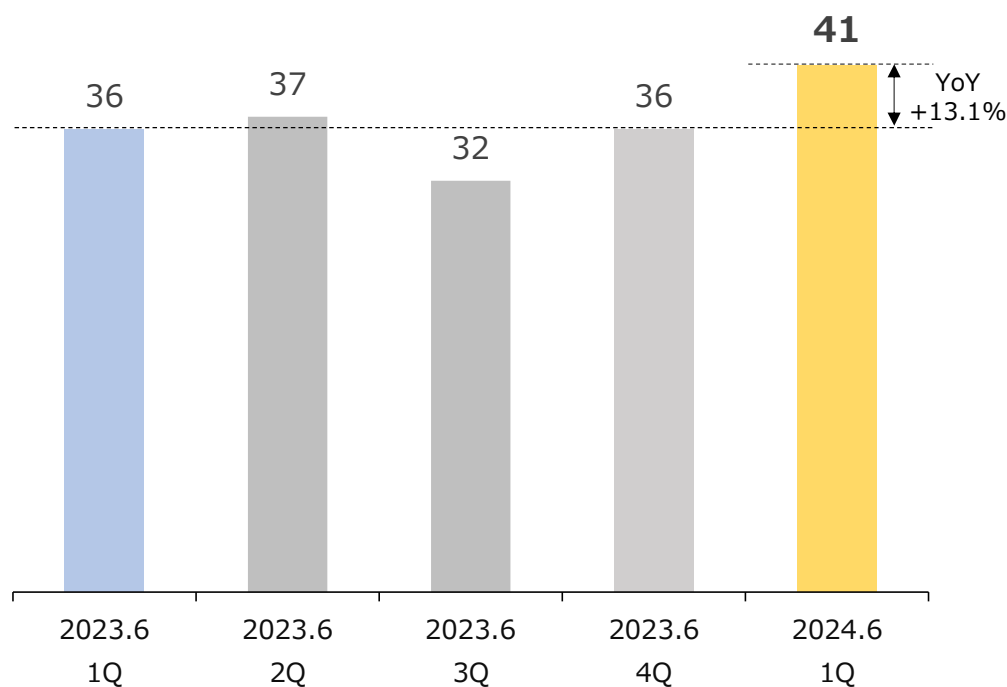
- ①個人向けリユース
- ②マシナリー（農機具）
- ③おいくら

おいくら①：売上高及び加盟店数推移

- ✓ 売上高：月額収入増により、増収基調つづく。前年同期比二桁増（+13.1%）
- ✓ 加盟店数：前期初の月額課金体系への変更後も、加盟店は順調に増加

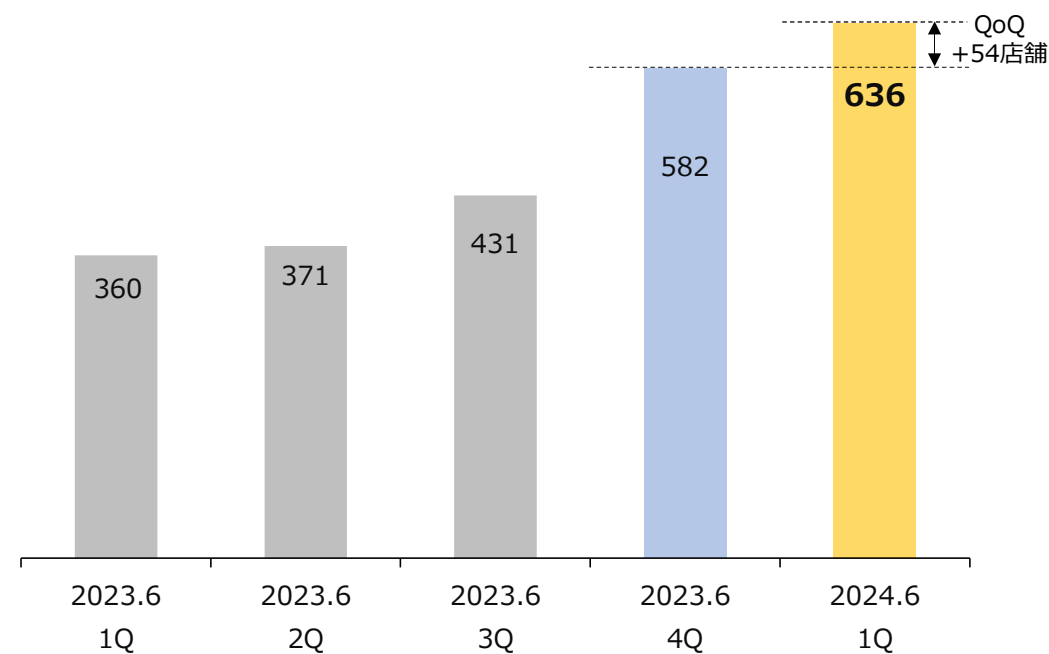
売上高推移

（単位：百万円）



加盟店数推移

（単位：店）

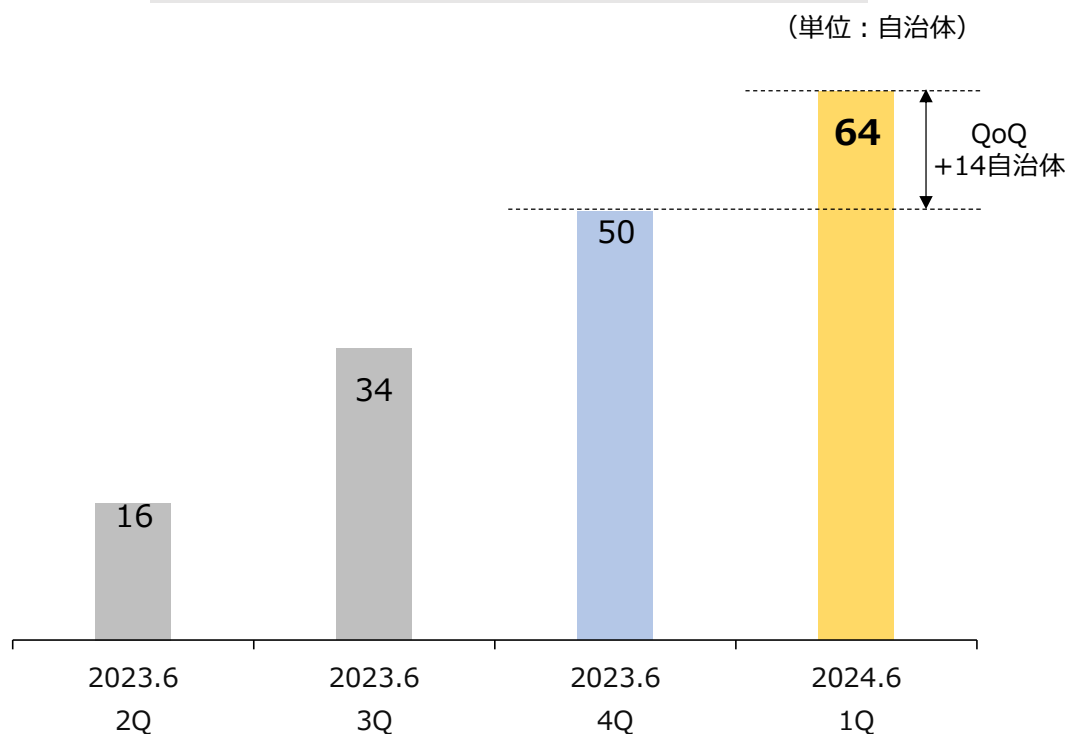


※2023年6月期初より従量課金から月額課金へ課金体系の変更を行っております。

おいくら②：自治体連携について

- ✓ 連携自治体数は引き続き順調に増加。当1Q末時点では、64自治体と連携
- ✓ 人口カバー率（連携自治体の人口÷日本の総人口）は21.4%へ拡大し、初の20%台に。

提携自治体数推移



提携自治体





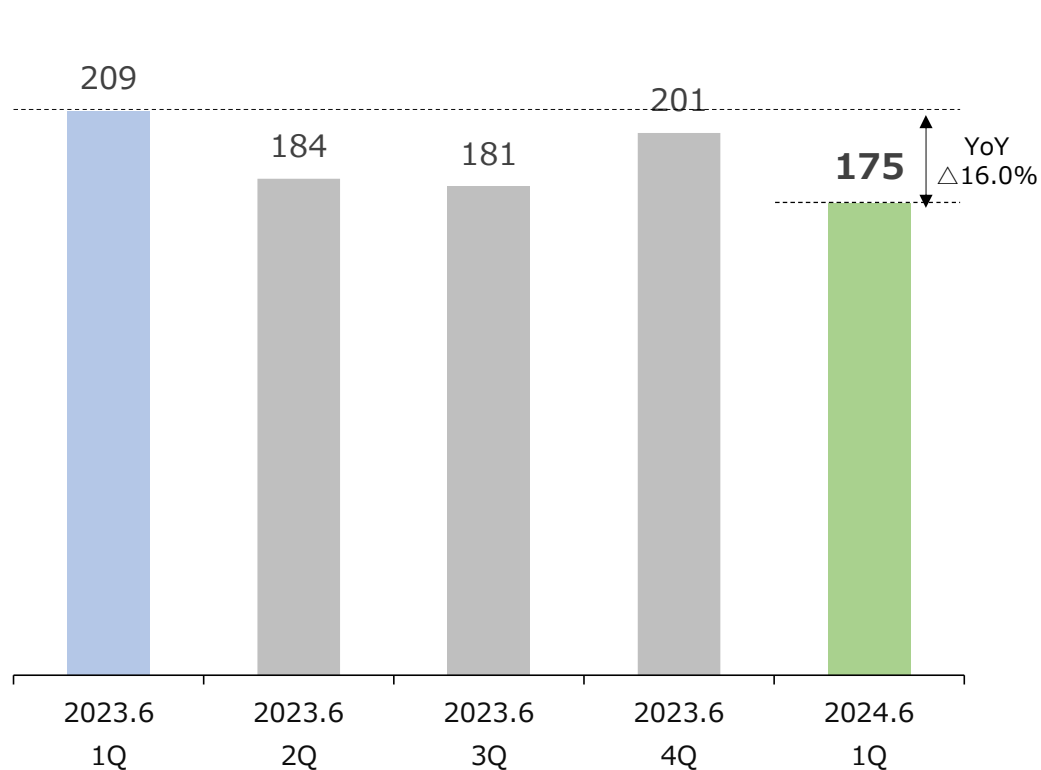
メディア事業

メディア事業：四半期別業績推移

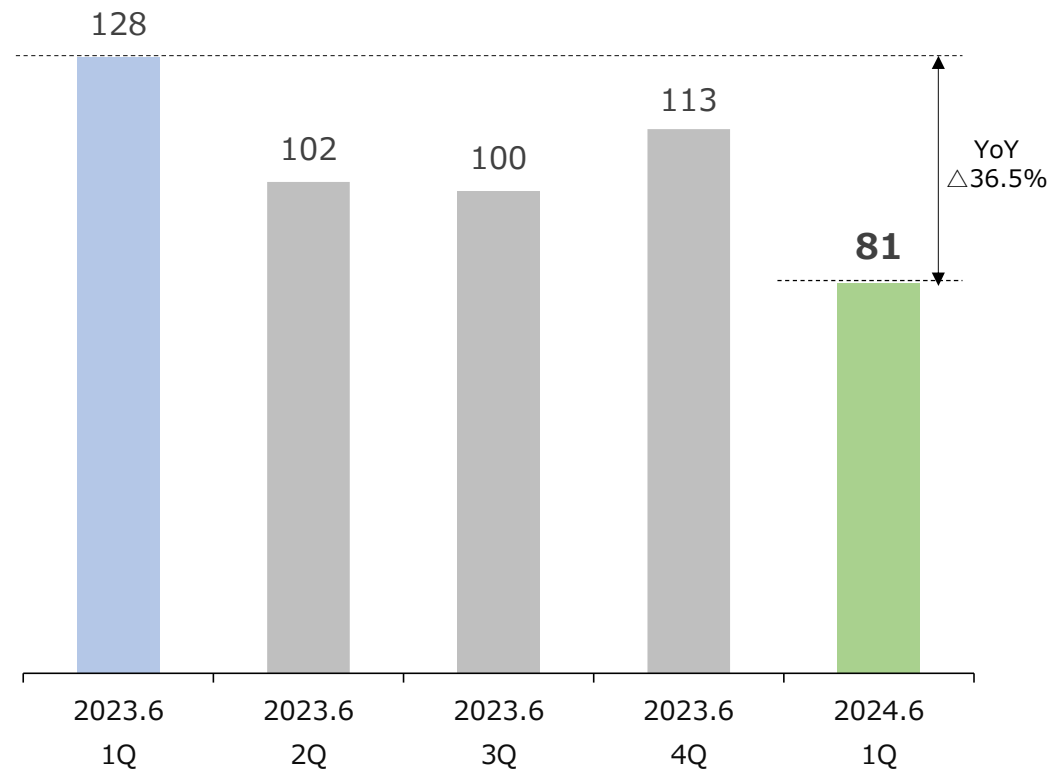
- ✓ 検索エンジンのアルゴリズムアップデートにより売上比率の高いメディアが順位変動を被り、減収減益。
- ✓ アップデートは現在も継続しており、適切なコストコントロールにより利益水準の維持を図る

(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

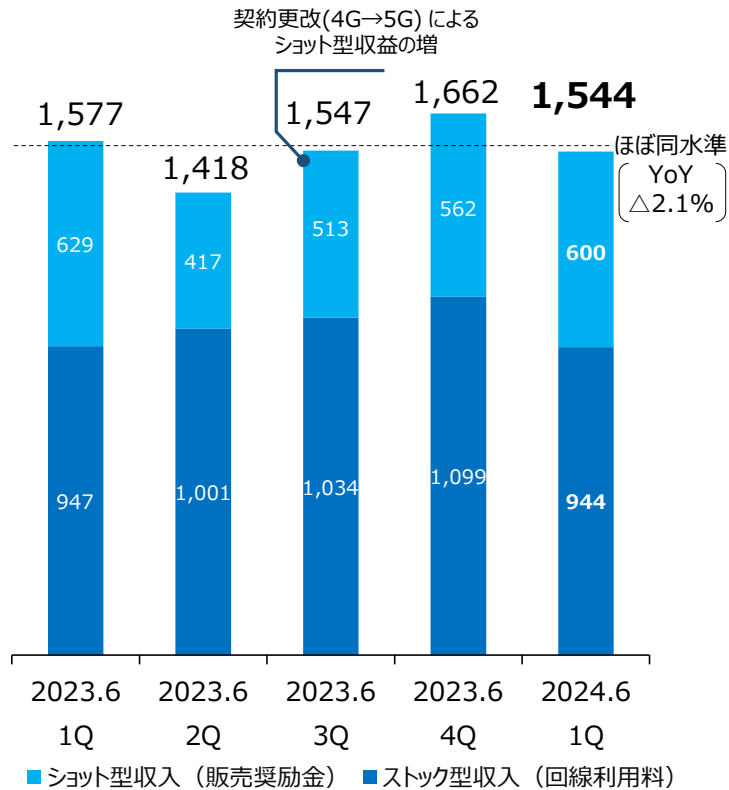
モバイル通信事業①：四半期別業績推移



✓ 獲得収入と広宣費のバランスを図った結果、売上・新規獲得数ともに安定的に推移し、利益ベースではほぼ倍増。

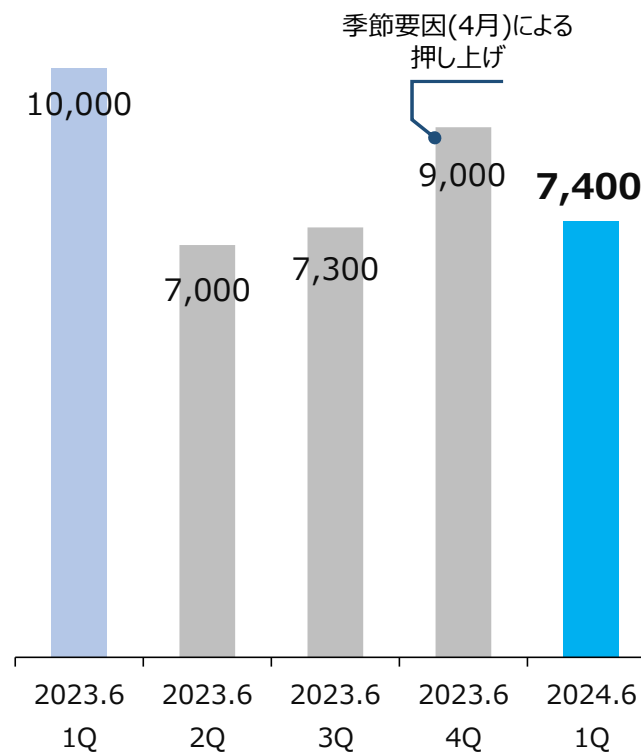
売上高推移

(単位：百万円)



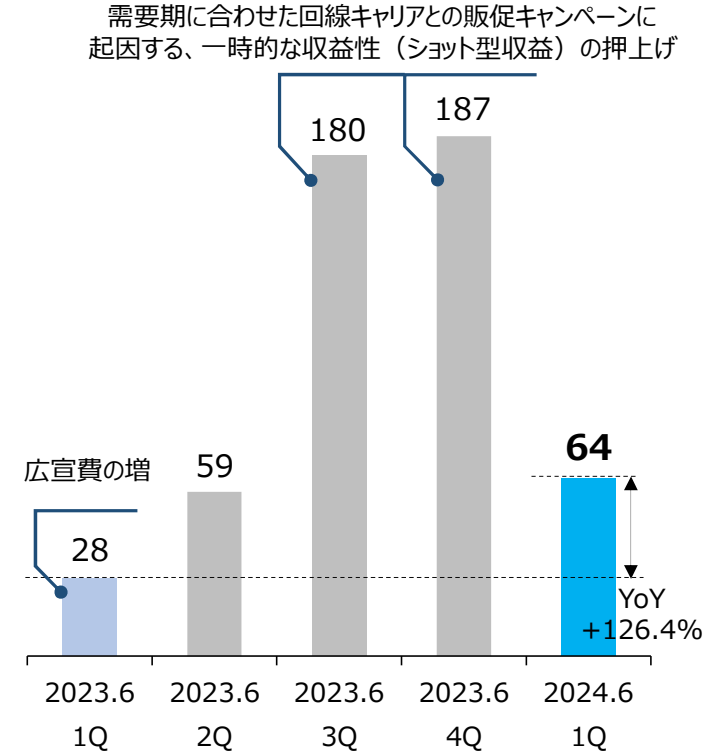
新規回線契約獲得数推移

(単位：件)



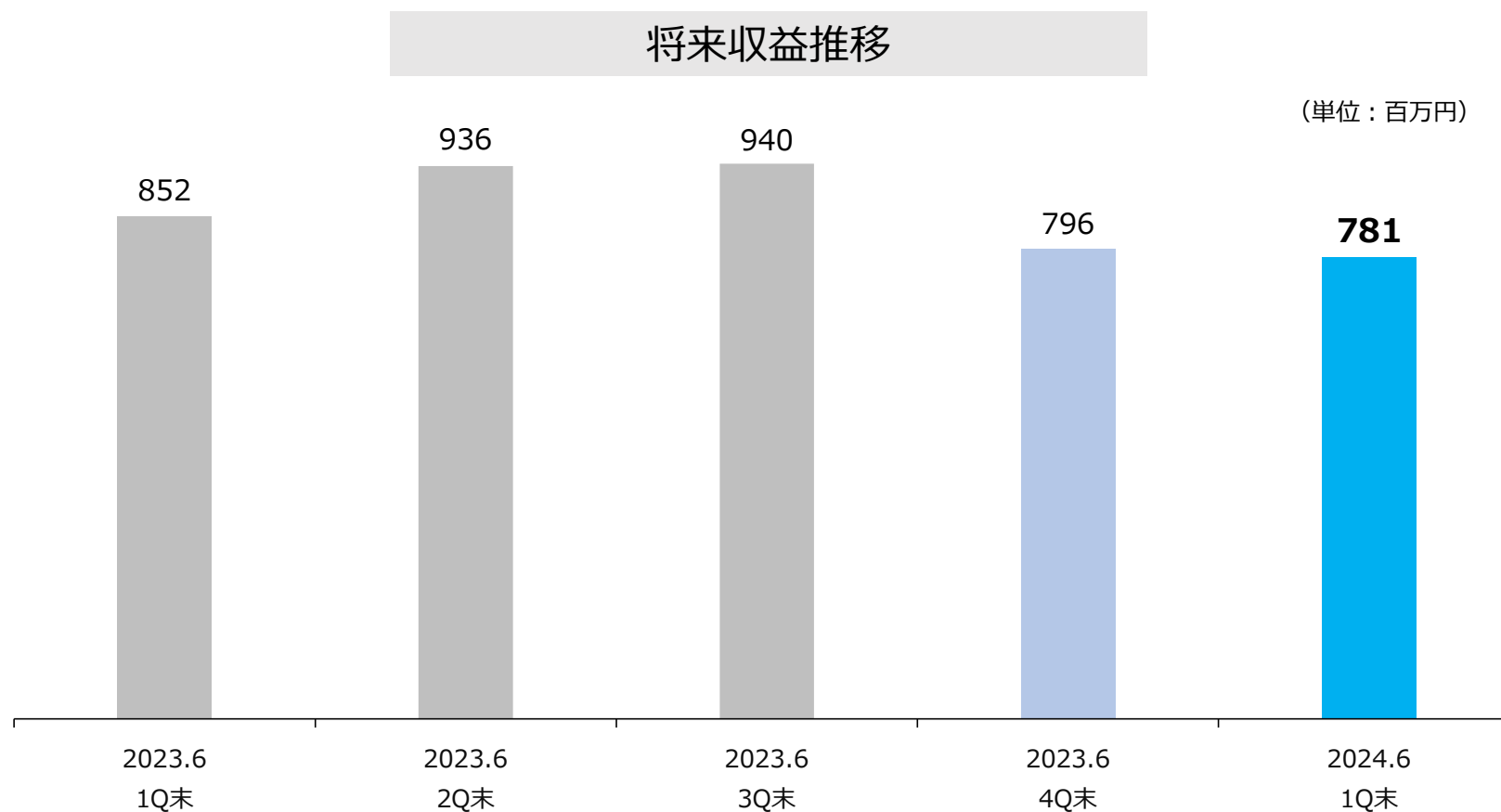
セグメント利益推移

(単位：百万円)



モバイル通信事業②：将来収益推移

- ✓ 現在の保有回線数から見込める将来収益（＝平均契約期間中に見込めるストック型収益の累計額）は、QoQで同水準で推移



3

連結業績まとめ



2024年6月期 第1四半期 連結損益計算書



- ✓ 売上高は過去最高を記録。売上総利益も過去最高水準を維持
- ✓ 人員採用・拠点開設等の成長投資は1Qで一巡し、2Q以降は生産性の向上に注力

| (単位：百万円) | 2023.6 1Q | 2024.6 1Q | 増減 | 前年同期比 |
|----------------------|---------------|--|-------|--------|
| 売上高 | 3,671 | 4,106 | 435 | 111.9% |
| 売上総利益 | 1,339 (36.5%) | 1,523 (37.1%) | 183 | 113.7% |
| 営業損失 | △ 57 (- %) | △ 154 (- %) | △ 97 | - |
| 経常損失 | △ 70 (- %) | △ 263 (- %) <small>(参考：デリバティブ評価損 △104)</small> | △ 193 | - |
| 親会社株主に帰属する 四半期純損失 | △ 101 (- %) | △ 325 (- %) | △ 223 | - |

※括弧内は利益率

セグメント情報 2024年6月期 第1四半期実績



| (単位：百万円) | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 計 |
|----------|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| 2022.6期 | 売上高 | 2,607 (-) | 2,885 (-) | 3,039 (-) | 3,453 (-) | 11,986 (-) |
| | ネット型リユース | 1,472 (-) | 1,636 (-) | 1,623 (-) | 1,899 (-) | 6,631 (-) |
| | メディア | 109 (-) | 114 (-) | 126 (-) | 144 (-) | 493 (-) |
| | モバイル | 1,025 (-) | 1,135 (-) | 1,290 (-) | 1,409 (-) | 4,861 (-) |
| | 営業利益 (△は損失) | △ 165 (-) | △ 39 (-) | △ 18 (-) | △ 95 (-) | △ 319 (-) |
| | ネット型リユース | △ 4 (-) | 26 (-) | 58 (-) | 31 (-) | 111 (-) |
| | メディア | 67 (-) | 76 (-) | 95 (-) | 106 (-) | 345 (-) |
| 2023.6期 | 売上高 | 3,671 (140.8%) | 3,715 (128.7%) | 3,776 (124.2%) | 4,094 (118.5%) | 15,257 (127.3%) |
| | ネット型リユース | 1,936 (131.6%) | 2,134 (130.5%) | 2,065 (127.3%) | 2,254 (118.7%) | 8,392 (126.6%) |
| | メディア | 156 (143.5%) | 162 (142.4%) | 163 (129.5%) | 177 (123.2%) | 660 (133.7%) |
| | モバイル | 1,577 (153.8%) | 1,417 (124.9%) | 1,547 (119.9%) | 1,662 (117.9%) | 6,204 (127.6%) |
| | 営業利益 (△は損失) | △ 57 (-) | 14 (-) | 83 (-) | 55 (-) | 94 (-) |
| | ネット型リユース | 48 (-) | 73 (277.4%) | 95 (163.9%) | 112 (355.7%) | 329 (295.6%) |
| | メディア | 128 (191.6%) | 102 (133.5%) | 99 (104.0%) | 113 (106.5%) | 443 (128.3%) |
| 2024.6期 | 売上高 | 4,106 (111.9%) | | | | |
| | ネット型リユース | 2,405 (124.2%) | | | | |
| | メディア | 157 (100.6%) | | | | |
| | モバイル | 1,544 (97.9%) | | | | |
| | 営業利益 (△は損失) | △ 154 (-) | | | | |
| | ネット型リユース | 10 (21.3%) | | | | |
| | メディア | 81 (63.5%) | | | | |
| モバイル | 64 (226.4%) | | | | | |
| 調整額 | △ 310 (-) | | | | | |

四半期ベースで過去最高

成長投資（人員採用・新規拠点開設等）に伴う販管費の増による

検索エンジンのアルゴリズムアップデートにより売上比率の高いメディアの順位が下落

収支バランスを図った結果、利益ベースでほぼ倍増

※括弧内は前年同期比

連結貸借対照表

| (単位：百万円) | 2023.6 4Q末 | 2024.6 1Q末 | 増減 |
|-----------------|---------------|---------------|-------|
| 流動資産 | 3,472 | 3,089 | △ 383 |
| 現金及び預金 | 1,643 | 1,211 | △ 431 |
| 売掛金 | 1,111 | 1,090 | △ 21 |
| 商品 | 574 | 637 | 63 |
| (うち、個人向けリユース) ※ | (210) | (278) | 68 |
| (うち、マシナリー) ※ | (259) | (279) | 20 |
| その他流動資産 | 143 | 149 | 6 |
| 固定資産 | 1,380 | 1,359 | △ 21 |
| 有形固定資産 | 429 | 451 | 22 |
| 無形固定資産 | 127 | 106 | △ 20 |
| (うち、のれん) | (97) | (79) | △ 18 |
| 投資その他の資産 | 824 | 801 | △ 23 |
| 資産合計 | 4,853 | 4,449 | △ 404 |

| | 2023.6 4Q末 | 2024.6 1Q末 | 増減 |
|---------|---------------|---------------|-------|
| 負債 | 3,151 | 3,106 | △ 45 |
| 買掛金 | 424 | 437 | 12 |
| 短期有利子負債 | 1,672 | 1,822 | 150 |
| 未払金 | 355 | 370 | 15 |
| 長期有利子負債 | 74 | 78 | 4 |
| その他負債 | 625 | 396 | △ 228 |
| 純資産 | 1,701 | 1,342 | △ 358 |
| 負債純資産合計 | 4,853 | 4,449 | △ 404 |

※商品内訳の残高は、評価損反映前の数値です。

2024年6月期 業績見通し

- ✓ 売上高 : 2Q以降ペースアップの見通し
- ✓ 営業損失 : 成長投資による販管費増に伴い損失計上となったが、1Qにて成長投資は一巡。2Q以降は四半期黒字を見込む
- ✓ 経常損失以下 : デリバティブ評価損の計上あり（キャッシュ影響なし）

| (単位：百万円) | 2024.6 1Q | 2024.6期 通期予想 | 進捗率 |
|----------------------------|--------------|-----------------|-------|
| 売上高 | 4,106 | 20,000 | 20.5% |
| 営業利益（△は損失） | △ 154 | 800 | - |
| 経常利益（△は損失） | △ 263 | 745 | - |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益(△は損失) | △ 325 | 370 | - |

4

Appendix



過年度実績

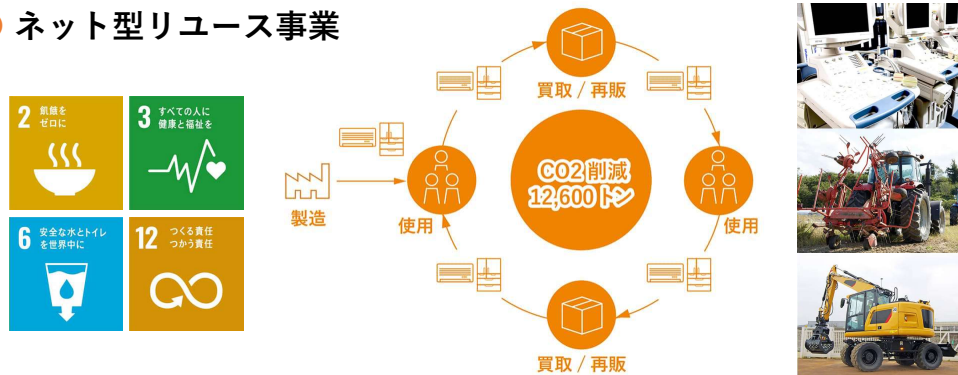
- ✓ 売上・粗利の成長トレンドつづく
- ✓ 当期投資方針は、長期的な業容拡大よりも投資の最適化・再配分を優先する考え

| (単位：百万円) | 2020.6 1Q | 2021.6 1Q | 2022.6 1Q | 2023.6 1Q | 2024.6 1Q |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 売上高 | 2,598 | 2,870 | 2,607 | 3,671 | 4,106 |
| 売上総利益 | 1,003 | 1,103 | 878 | 1,339 | 1,523 |
| 販管費合計 | 832 | 939 | 1,043 | 1,397 | 1,678 |
| 広宣費＋販促費 | 152 | 119 | 208 | 367 | 299 |
| 人件費＋採用関連費 | 267 | 330 | 371 | 460 | 634 |
| 地代家賃(含、敷金償却) | 58 | 68 | 76 | 78 | 97 |
| その他 | 355 | 422 | 388 | 492 | 648 |
| 営業利益 | 171 | 163 | △ 165 | △ 57 | △ 154 |

SDGsの取り組み

当社の中核であるネット型リユース事業を通じて、循環型社会の推進や多様な外部パートナーと積極的に連携しながらさまざまな取り組みを進めています。

● ネット型リユース事業



● 楽器寄附ふるさと納税

● 「捨てない暮らし」の提案で廃棄処理量の削減や循環型社会形成を目指す

● 捜査機関との連携

● 内閣府「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」参画

地方創生SDGs官民連携プラットフォーム

私たちは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

● ボードメンバー多様化の取り組み

2023年9月に野田優子氏が当社社外監査役に就任したことに伴い、監査役を含む当社ボードメンバーの社外役員比率は67%、女性役員比率は11%となっています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



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