



2024年3月期 第3四半期 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3四半期 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	92億24百万円 (2023年12月31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12月末時点)	1,096店 (内 GEO mobile単独52店、併設524店)		国内 832店 海外 74店	22店	19店
衣料・服飾雑貨			リユース		新品
家具・家電・生活雑貨			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・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。
- 当社グループが創業から一貫して内製化している基幹システムは、売・買・レンタルの業務を一元的に管理運用でき、今後の展開として、取扱い商材品種やお客様との接点（オン・オフ/グローバル）を拡大していくことが経営課題となっております。



2. 2024年3月期 第3四半期 連結業績

2024年3月期 第3四半期 サマリー

連結業績ハイライト

売上高

消費者物価の上昇が続く中、リユース市場の拡大を背景に国内外の2nd STREETの売上好調に加え、リユースラグジュアリー商材やゲームを中心とした新品商材、GEO mobileによるリユーススマホ販売が好調に推移した結果、売上高は前年同期比17.1%増の3,274億円と大幅増収

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、リユースの衣料・服飾雑貨販売好調を主要因に、前年同期比で営業利益が17.5%増、経常利益が17.6%増、当期純利益が28.7%の増益

売上総利益

レンタル商材の売上遞減やリユースラグジュアリー商材、新品商材の売上高比率が高まったことにより売上高総利益率は前年同期比で2.3ポイントの低下

トピック

トピック①



(国内)

当期29店舗純増により2023年12月末
832店舗

トピック②



(海外)

アメリカ 8店舗
台湾 8店舗
マレーシア 5店舗
タイ 1店舗 それぞれ当期出店
2023年12月末海外店舗数 74店舗

トピック③



GEOの来店動機を高めるための強化商品施策を展開
リユースモバイル注力、GEO mobile単独店52店舗・併設店524店舗

2024年3月期 第3四半期 連結損益計算書

■ 増収増益、第3四半期累計期間の売上高、純利益は過去最高を更新しています。2nd STREETの主力であるリユース衣料服飾商材の好調などによる売上高の増加により、販管費の増加を吸収し販管費率は前年同期比で2.2ポイント低下いたしました。以上のことから営業利益は前年同期比17.5%増の133億円となりました。

単位：百万円	23.3月期 3Q実績	24.3月期 3Q実績	前年同期比	増減額
売上高	279,696	327,401	117.1%	47,704
売上総利益	107,975	118,968	110.2%	10,992
(売上総利益率)	38.6%	36.3%		
販管費	96,618	105,624	109.3%	9,006
営業利益	11,357	13,343	117.5%	1,985
(営業利益率)	4.1%	4.1%		
経常利益	12,247	14,399	117.6%	2,152
当期純利益	7,232	9,308	128.7%	2,075

※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3四半期 商材別売上高

単位：百万円	23.3月期 3Q実績	24.3月期 3Q実績	前年同期比	増減額
リユース	149,122	179,392	120.3%	30,270
リユース系	96,525	125,277	129.8%	28,752
衣料・服飾雑貨	49,714	64,447	129.6%	14,733
家具・家電	6,797	8,042	118.3%	1,245
ラグジュアリー	28,461	40,150	141.1%	11,688
その他	11,551	12,637	109.4%	1,085
メディア系	52,597	54,115	102.9%	1,518
ゲーム	23,909	24,933	104.3%	1,024
スマホ・タブレット	24,265	25,792	106.3%	1,526
その他	4,422	3,390	76.7%	▲1,032
新品	86,648	105,132	121.3%	18,484
その他	43,926	42,875	97.6%	▲1,050
デジタルコンテンツ	10,099	11,761	116.4%	1,661
レンタル	28,382	24,775	87.3%	▲3,606
その他	5,444	6,339	116.4%	895
合計	279,696	327,401	117.1%	47,704

新店寄与効果もあり、国内外2nd STREETの中心商材である衣料・服飾雑貨販売は引き続き好調

店舗売上の増加を主要因として売上高増加

リユースゲーム本体のリユース販売が増加基調であることに加え、年末商戦良好

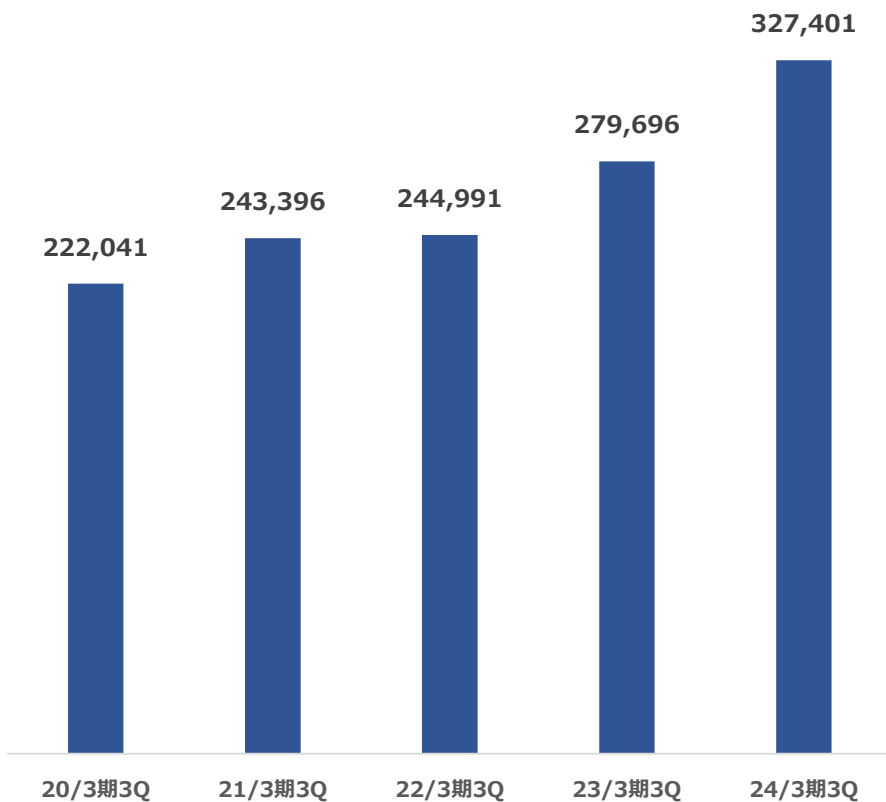
卸売前期好調の反動減の一方、GEO mobile好調

2024年3月期 第3四半期 売上高関連データ

消費者物価の上昇が続く中、リユース市場の拡大を背景に国内外の2nd STREETの売上好調に加え、リユースラグジュアリー商材やゲームを中心とした新品商材が好調に推移した結果、売上高は前年同期比17.1%増の3,274億円と大幅増収となり、第3四半期累計期間の売上高は過去最高を更新いたしました。

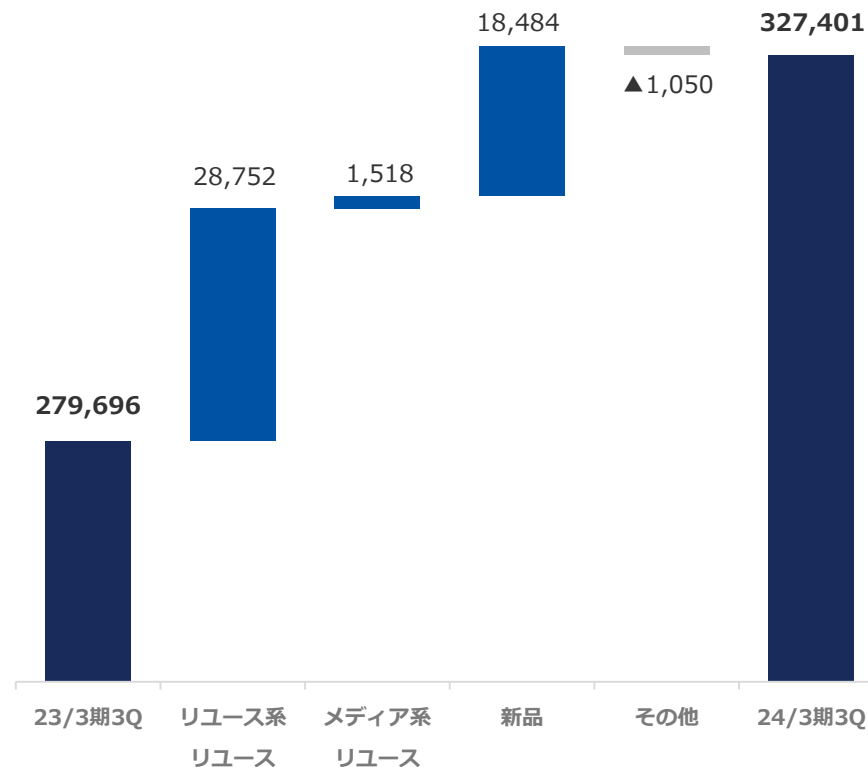
第3四半期売上高の5年推移

(百万円)



2024年3月期 第3四半期 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

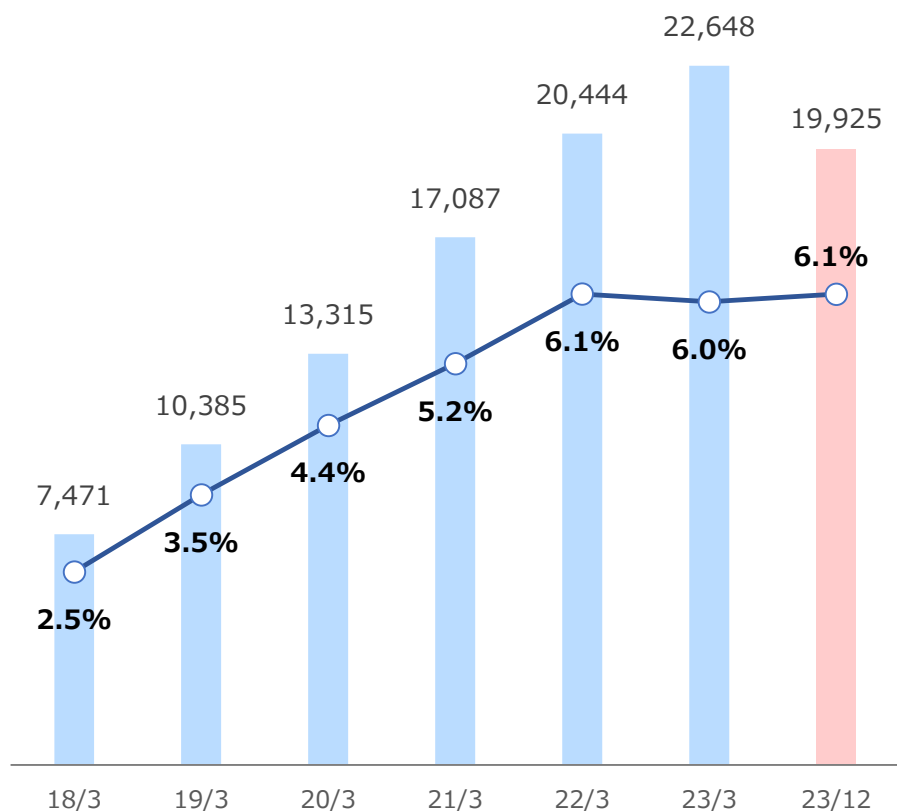
2024年3月期 第3四半期 EC関与売上高・比率の推移

EC関与売上高※は伸長傾向が続いていますが、全体の売上高が増収していることから、EC関与比率の伸び率は低調となっています。

「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

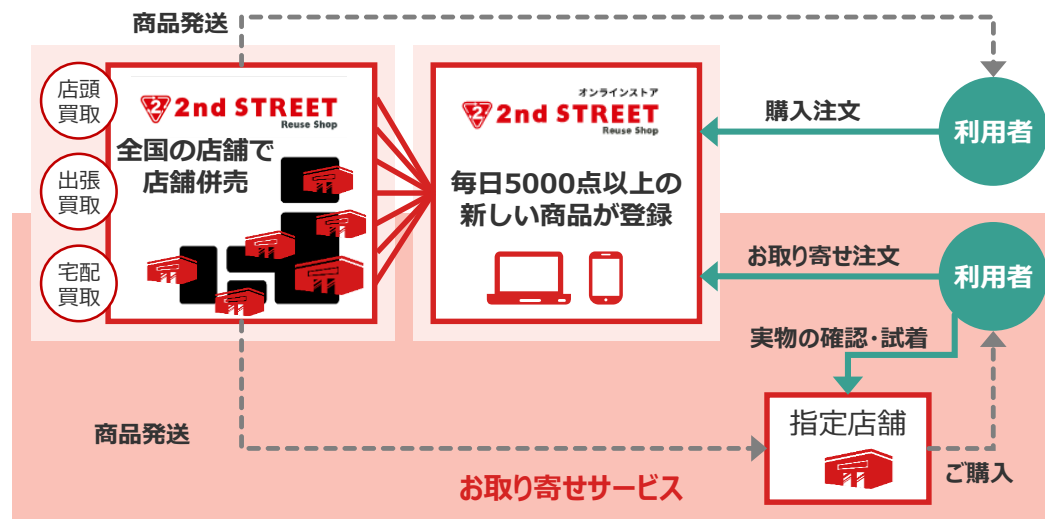
(百万円)



※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

	23.3月期 3Q実績	24.3月期 3Q実績	前年同期比
EC関与売上高（百万円）	17,218	19,925	115.7%
EC関与販売数（千個）	2,827	3,169	112.1%

2nd STREET オンラインストアの概要



2024年3月期 第3四半期 商材別売上総利益

単位：百万円	23.3月期 3Q実績	24.3月期 3Q実績	前年同期比	増減額
リユース	65,384	77,473	118.5%	12,088
リユース系	47,594	59,274	124.5%	11,680
衣料・服飾雑貨	32,144	41,388	128.8%	9,244
家具・家電	4,297	4,823	112.2%	526
ラグジュアリー	3,053	4,481	146.8%	1,427
その他	8,099	8,581	105.9%	481
メディア系	17,789	18,198	102.3%	408
ゲーム	7,729	7,704	99.7%	▲25
スマホ・タブレット	6,150	6,902	112.2%	751
その他	3,910	3,592	91.9%	▲318
新品	13,322	12,723	95.5%	▲598
その他	29,268	28,770	98.3%	▲497
デジタルコンテンツ	9,006	10,475	116.3%	1,469
レンタル	17,925	15,620	87.1%	▲2,305
その他	2,335	2,675	114.5%	339
合計	107,975	118,968	110.2%	10,992

2024年3月期 第3四半期 販売管理費

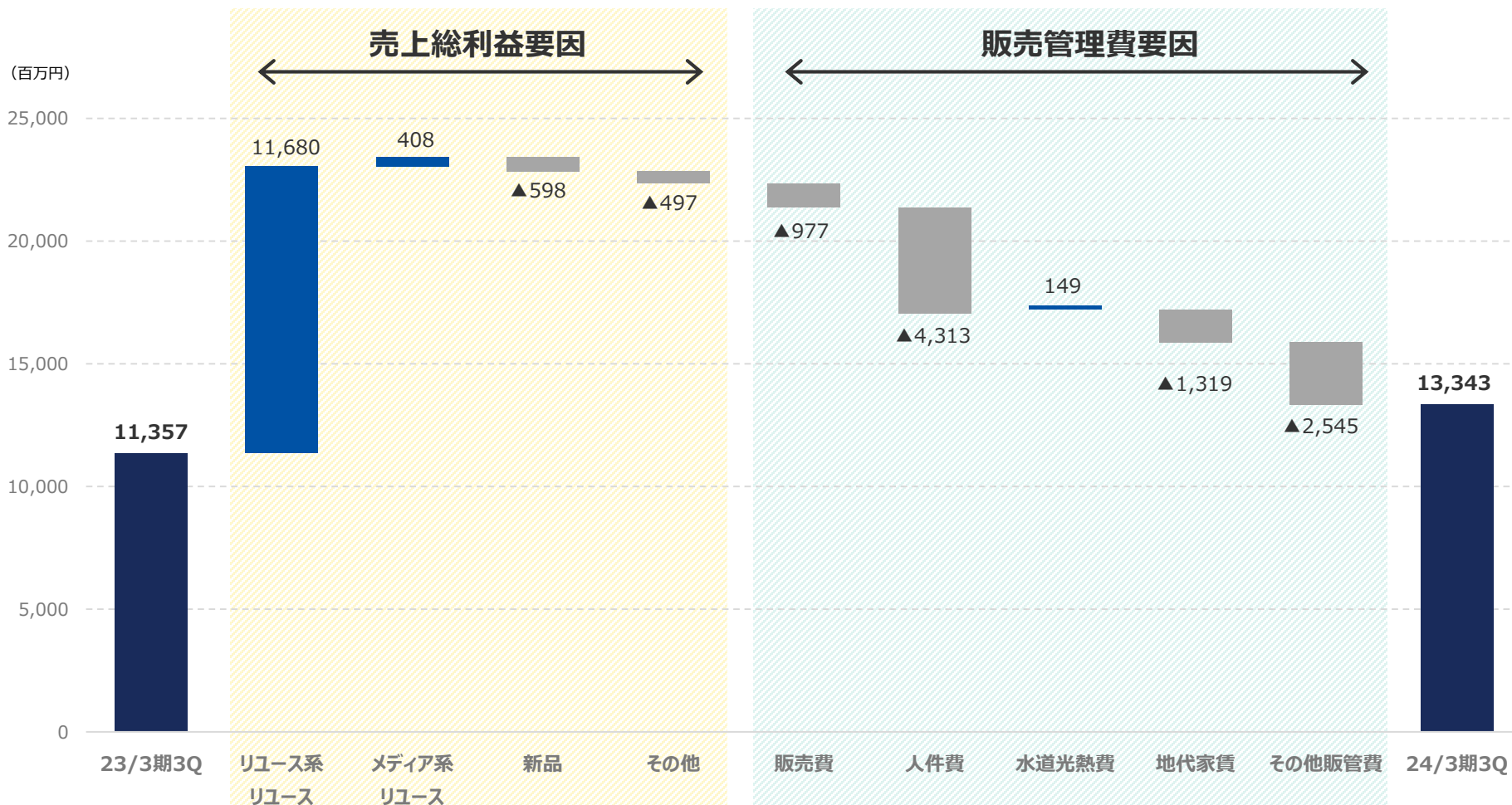
売上に比例したキャッシュレス決済の利用増に伴う販売手数料の増加や、人件費、地代家賃および減価償却費、備品消耗品増加の影響により、販管費合計では前年同期比9.3%の増加となりました。

単位：百万円	23.3月期 3Q実績	売上高比	24.3月期 3Q実績	売上高比	前年同期比	増減額
販売費計	14,181	5.1%	15,158	4.6%	106.9%	977
広告宣伝費	6,617	2.4%	6,799	2.1%	102.7%	181
販売促進費	306	0.1%	288	0.1%	94.2%	▲17
販売手数料	4,450	1.6%	5,060	1.5%	113.7%	609
人件費計	44,376	15.9%	48,690	14.9%	109.7%	4,313
その他諸経費計	38,060	13.6%	41,775	12.8%	109.8%	3,715
水道光熱費	3,527	1.3%	3,377	1.0%	95.8%	▲149
地代家賃	19,645	7.0%	20,964	6.4%	106.7%	1,319
減価償却費	2,932	1.0%	3,571	1.1%	121.8%	638
備品消耗品費	1,596	0.6%	2,007	0.6%	125.8%	411
修繕費	484	0.2%	512	0.2%	105.9%	28
販管費計	96,618	34.5%	105,624	32.3%	109.3%	9,006

※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3四半期 営業利益前期比増減

リユース系リユース商材の売上総利益が前年同期比24.5%増加し、116億円の増益と全体を牽引し、その他に含まれるレンタルの売上総利益の減少や人件費をはじめとする販売管理費の増加を吸収し、営業利益は前期同期比17.5%増加の133億円となりました。



※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3四半期 連結貸借対照表

単位：百万円	2023年 3月31日	構成比	2023年 12月31日	構成比	増減額
流動資産	131,311	65.1%	151,219	66.9%	19,907
現金及び預金	44,286		45,755		1,468
売掛金	11,712		16,586		4,874
商品	64,241		74,965		10,723
固定資産	70,492	34.9%	74,919	33.1%	4,426
有形固定資産	40,847		44,792		3,944
無形固定資産	3,264		4,403		1,139
投資その他資産	26,380		25,723		▲657
資産合計	201,804	-	226,138	-	24,333
流動負債	49,225	24.4%	51,564	22.8%	2,338
買掛金	16,034		15,634		▲399
短期借入金	6,000		7,416		1,416
1年以内返済予定の長期借入金	7,487		8,443		956
固定負債	75,366	37.3%	88,861	39.3%	13,495
長期借入金	54,462		66,131		11,668
負債合計	124,592	61.7%	140,425	62.1%	15,833
純資産合計	77,212	38.3%	85,712	37.9%	8,500
負債純資産合計	201,804	-	226,138	-	24,333





衣料・服飾雑貨、リユーススマホ、ラグジュアリー商材、新品ゲーム商材の在庫確保により増加

運転資金として当座借越調達により増加

取引金融機関より186億円を調達

ゲオグループの店舗数の状況

2023年12月末の総店舗数 2,097店

	GEO※1	2nd STREET※2					OKURA TOKYO	Luck Rack	その他	合計
	 HYPER MEDIA SHOP  mobile	国内	米国	台湾	マレーシア	タイ	 OKURA TOKYO	 Luck Rack		
直営店	983	777	31	26	16	1	22	19	54	1,929
(期中出店)	40	37	8	8	5	1	2	4	22	127
(期中閉店)	▲ 21	▲ 8	0	0	0	0	▲ 3	▲ 6	▲ 3	▲ 41
FC・代理店	113	55	0	0	0	0	0	0	0	168
合計	1,096	832	31	26	16	1	22	19	54	2,097

※1：直営店にGEO mobile単独店52店舗を含む。併設店としてのGEO Mobileは524店舗。

※2：Super 2nd STREET・2nd OUTDOOR・JUMBLE STORE・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11月10日に公表しました予想値を据え置いております。
- 2024年3月期通期業績予想の公表値に対して、第3四半期において良好に推移しておりますが、著しい乖離がわかり次第、速やかに公表する予定です。

単位：百万円	24.3月期 通期予想	24.3期 3Q実績	24.3期 3Q進捗率	(参考) 23.3月期 通期実績	(参考) 通期予想 前期比増減額	(参考) 通期予想 前期比増減率
売上高	428,000	327,401	76.5%	377,300	50,699	13.4%
営業利益	17,000	13,343	78.5%	10,620	6,379	60.1%
経常利益	18,000	14,399	80.0%	11,926	6,073	50.9%
当期純利益	9,000	9,308	103.4%	5,681	3,318	58.4%

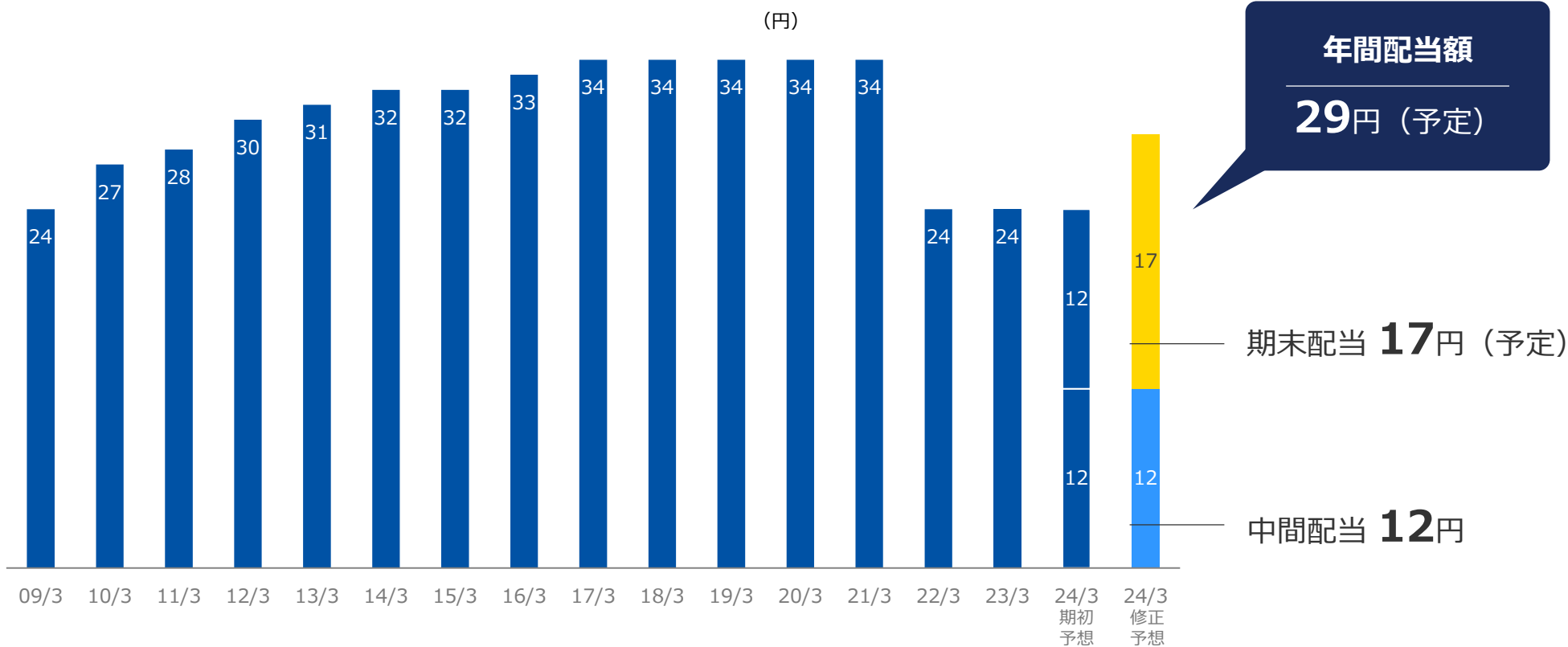
2024年3月期 出店計画

		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単独店の开店を積極的に推進することに加え、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月期につきまして利益水準、財政状態などを総合的に勘案した結果、2024年3月期の剰余金の配当（中間配当）は2023年5月12日に公表いたしましたとおり1株当たり12円00銭といたしました。また、期末配当予想につきましては、前回予想から5円増配し、1株当たり17円00銭とすることといたしました。年間配当金は29円00銭となる予定です。今後も財務健全性を確保しつつ、資本効率の向上を図るとともに、安定的な配当の継続に努めてまいります。

分割調整後の1株当たり配当額推移



株主優待制度の廃止について

2023年11月10日開催の取締役会において、以下のとおり、株主優待制度を廃止することとしました。

● 株主優待制度廃止の理由

当社は、株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資魅力を高め、より多くの方々に中長期的に当社株式を保有していただくことを目的として、株主優待制度を実施してまいりました。

しかしながら、より公平な利益還元を実現するという観点から、資金を投資や事業拡大に活用することで企業の収益性や競争力を強化し、事業の成長や発展に注力することを中長期的な企業価値の向上を重視する戦略の一環として慎重に検討を重ねました結果、株主優待制度を廃止することといたしました。

今後も株主の皆様への公平な利益還元を経営の重要課題と位置づけ、安定的かつ継続的に配当等が実施できますよう企業価値の向上に取り組んでまいりますので、何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

● 株主優待制度の廃止時期

2024年3月末日を基準日とした当社株式名簿に記載または記録された当社株式100株（1単元）以上を保有されている株主の皆様への株主優待の提供(2024年6月下旬送付予定)をもちまして、株主優待制度を廃止させていただきます。

監査等委員会設置会社への移行について

2024年2月9日開催の取締役会において、2024年6月開催予定の第36期定時株主総会での承認を条件として、監査等委員会設置会社に移行することとしました。

● 移行の目的

取締役の職務執行の監査等を担う監査等委員を取締役会の構成員とすることにより、取締役会の監督機能を強化し、更なる監視体制の強化を通じてより一層のコーポレート・ガバナンスの充実を図るため、監査等委員会設置会社へ移行するものです。

● 移行の時期

2024年6月開催予定の第36期定時株主総会において、移行に必要な定款変更についてご承認をいただき、監査等委員会設置会社に移行する予定であります。

● その他

定款変更の内容および取締役候補者の詳細につきましては、決定次第お知らせいたします。

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	事業領域の拡大
<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">成長領域</div> 2nd STREET 国内	●		
<div style="background-color: #00a68f; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> 2nd STREET 海外	●		
<div style="background-color: #00a68f; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> OKURA TOKYO			●
<div style="background-color: #00a68f; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> Luck Rack	●		
<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">成熟領域</div> GEO	●	●	
<div style="background-color: #00a68f; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> デジタルコンテンツ事業			●

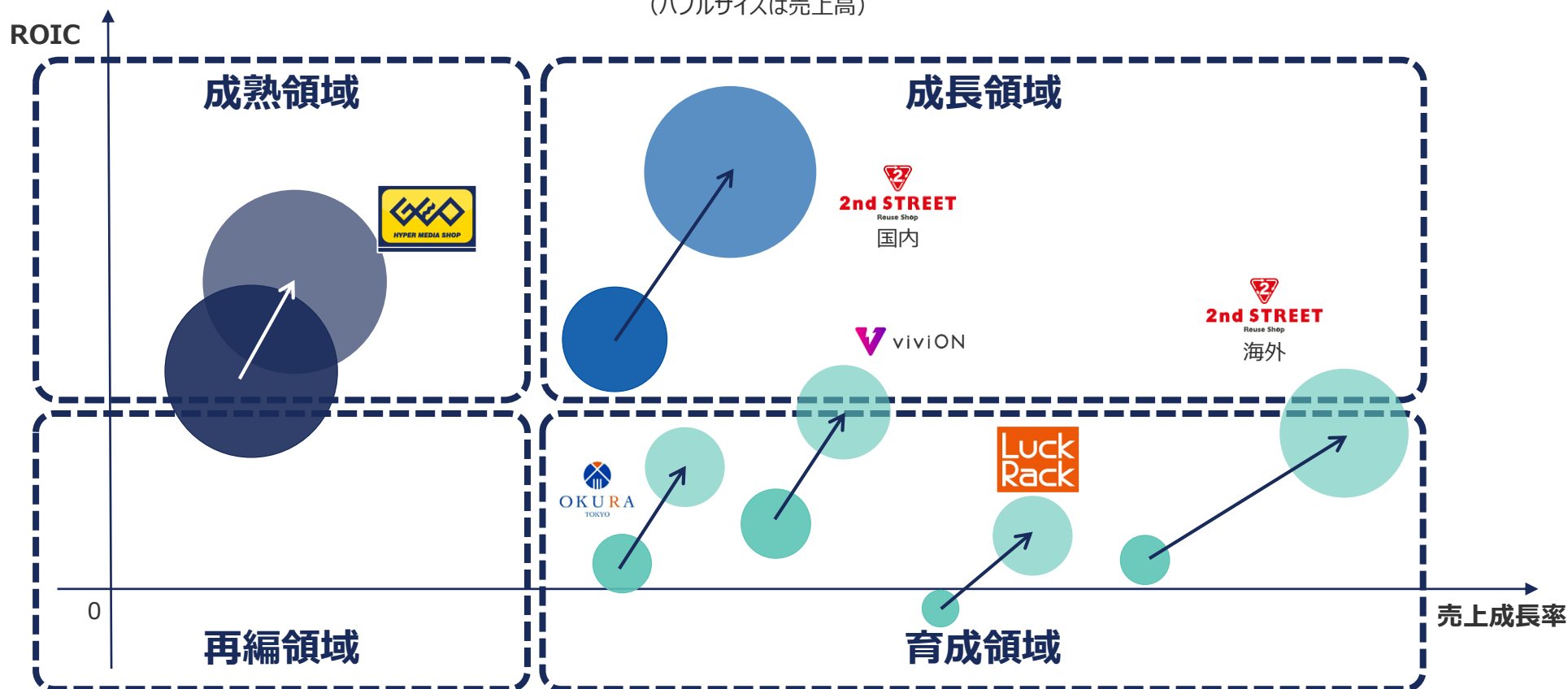
※重点的に経営資源を投入する取組みをハイライトしています。

各事業の成長イメージ

オフライン・オンライン事業における多店舗型プラットフォームを武器に既存業界で収益拡大を図るとともに、新商圈や新事業での収益化が進んでいます。オンライン事業のデジタルコンテンツ事業でもプラットフォーム確立で収益化に目途が立っています。

各事業の今後数年間の成長イメージ

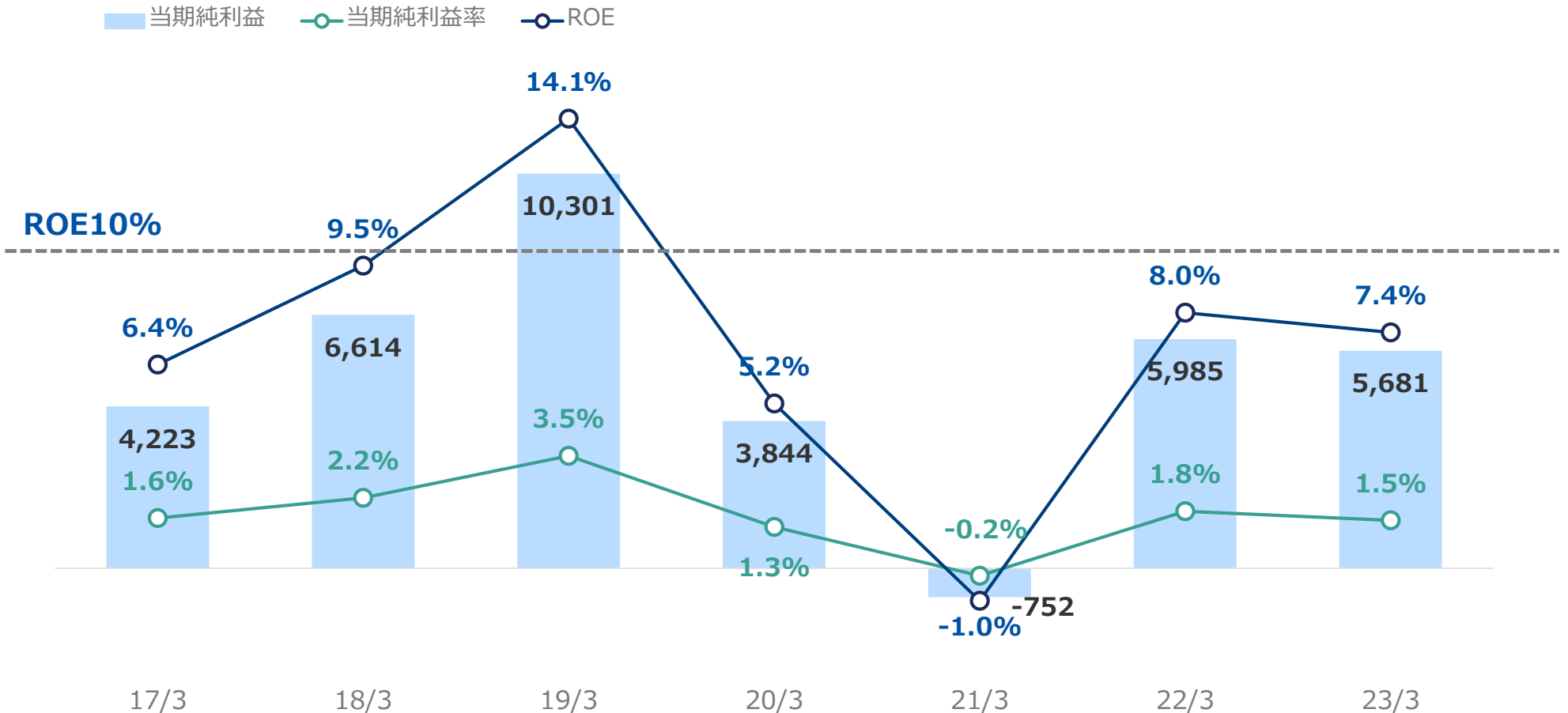
(バブルサイズは売上高)



※vivIONは収益認識基準による影響を加味しています

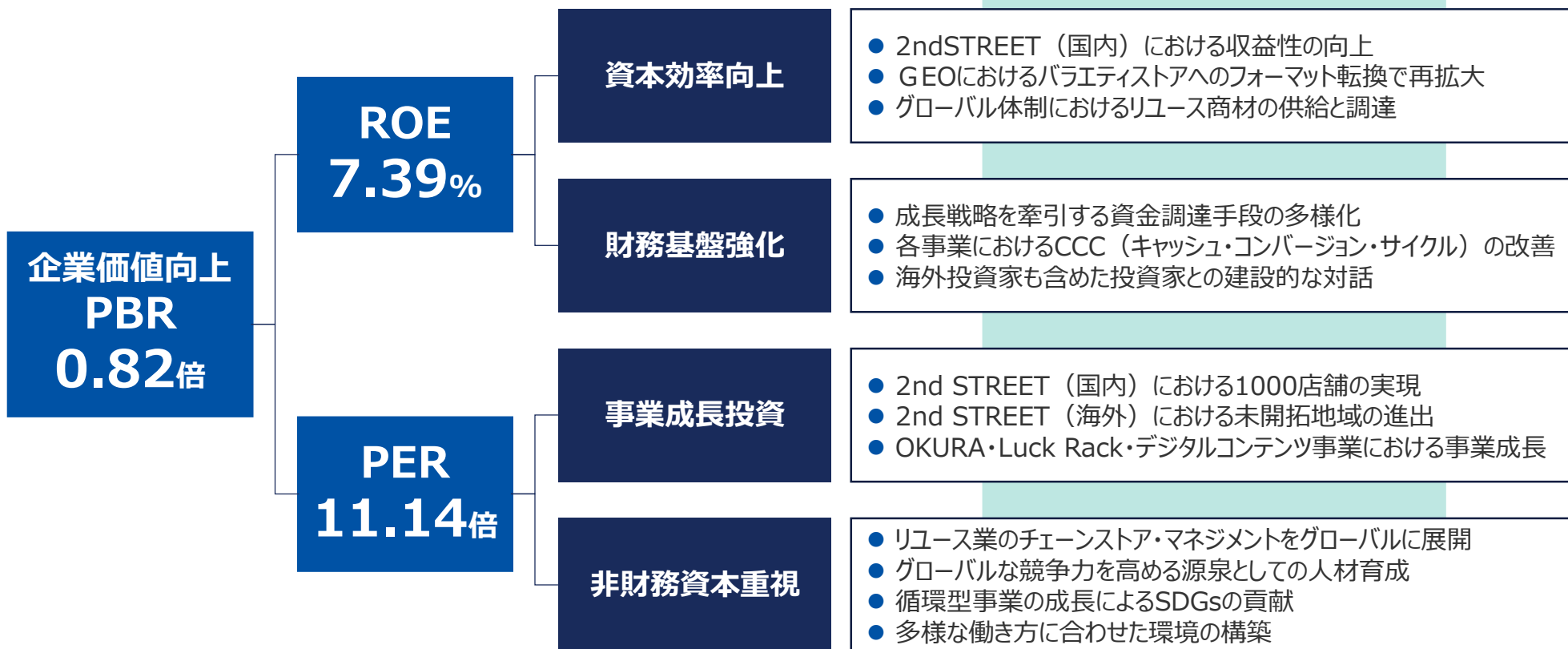
ROE目標

積極的な投資を控えることによりROE10%水準は達成できるものの、当面はROE8%以上を目標値としています。



企業価値向上に向けて

リユース業界で圧倒的な世界一を目指すにあたり、「資本効率向上」「財務基盤強化」「事業成長投資」「非財務資本重視」、これらを取り組み、持続的なPBR1.0倍超に改善して企業価値の向上を実現していきます。



リユース業界で圧倒的な世界一を目指す

※PBR、ROE、PERは、23年3月時点の数値

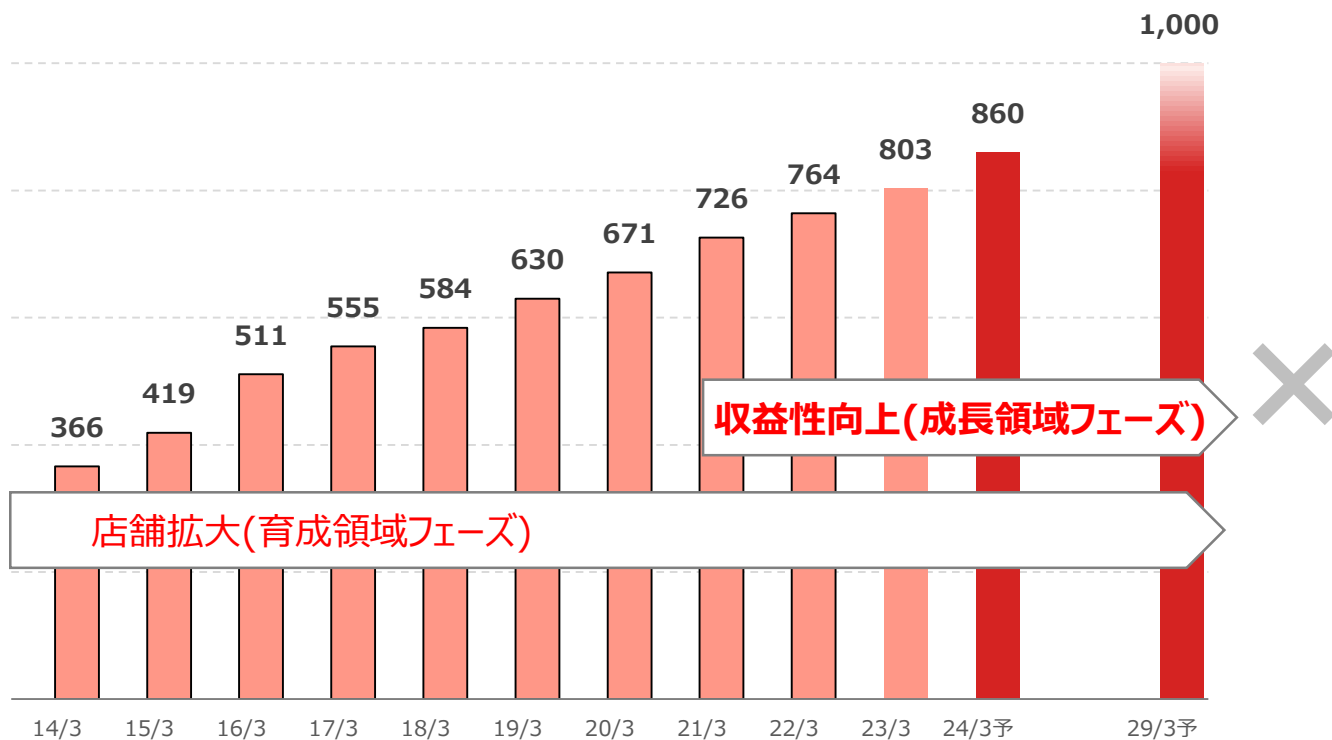
2nd STREETの国内店舗数推移と中期目標



- リユース市場での圧倒的No.1企業となるために、2023年3月期末までに経過目標であった国内2nd STREET800店舗を達成し、次のターゲットとして2029年3月期までに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

2nd STREET海外出店の強化

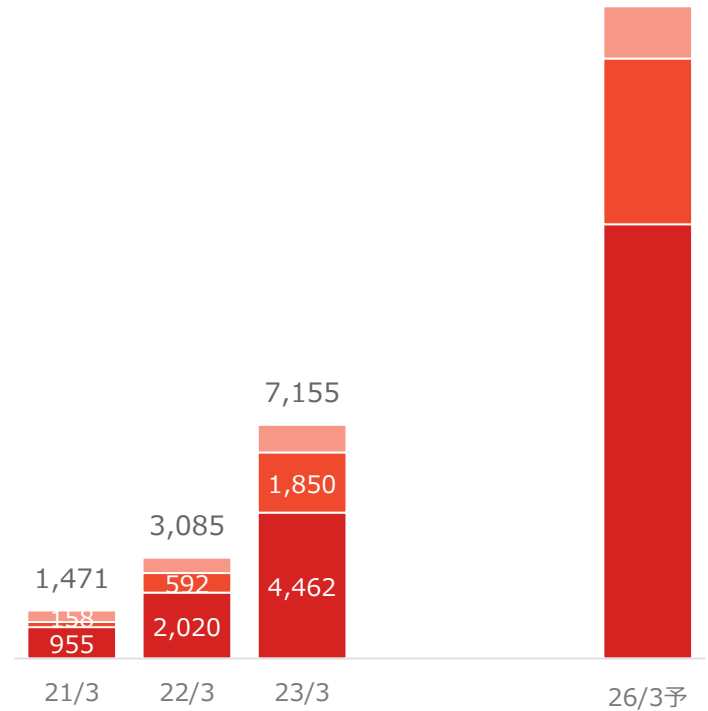
- 日本から「リユースマネジメント（基幹システム）」「商材供給」の提供により、台湾・マレーシア・米国での多店舗展開により成長を加速させます。
- 新たな進出地域として、2023年12月タイに初出店。他東南アジアや他地域での出店も検討しています。



海外売上高推移

(百万円)

■ USA ■ 台湾 ■ マレーシア



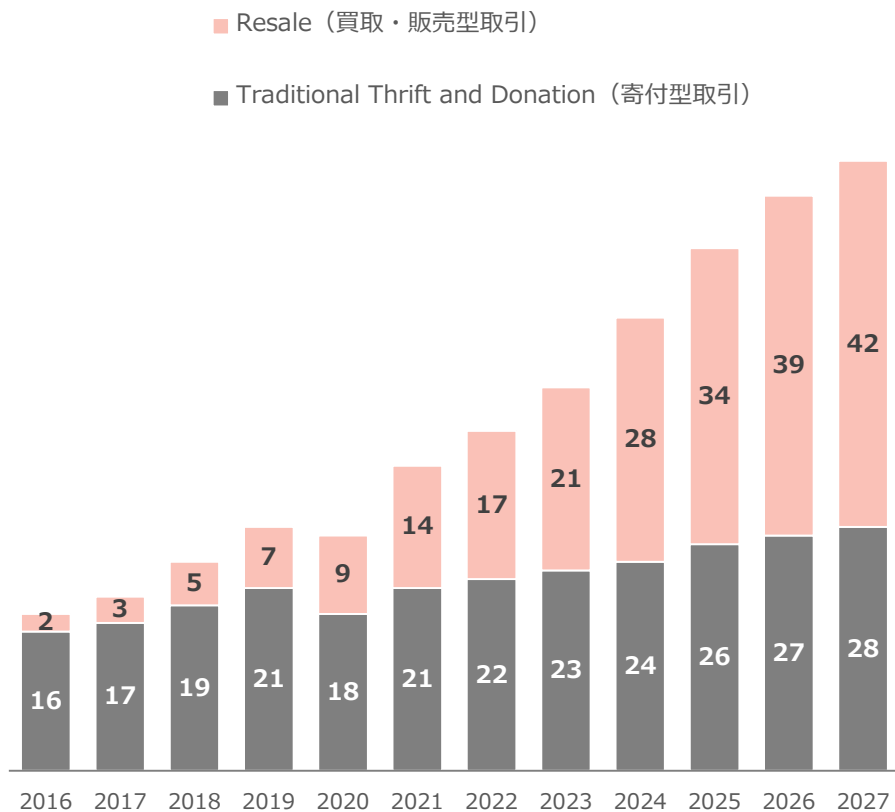
ポテンシャルが大きい米国での事業戦略



- 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が進行中です。

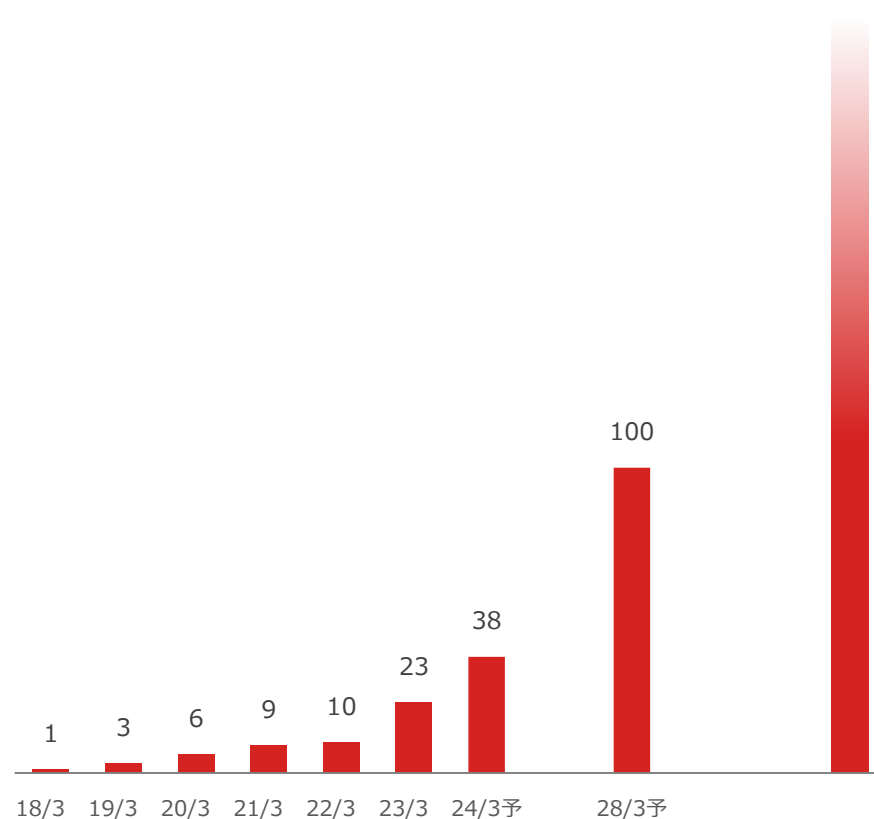
米国のリユース市場の規模推移

(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



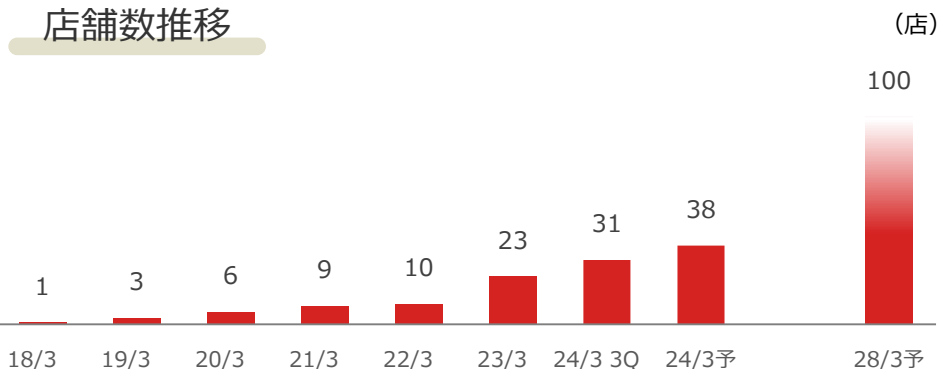
- 西海岸からスタートした米国店舗は業績と同時に現地従業員の育成も順調に進展し、今後も人口の多い都市を中心に積極的に出店を進めて、米国での店舗展開の通過点として2028年3月までに100店舗を目指します。
- 米国の店舗では、①現地での買取商品を基本としつつ、日本から輸送するリユース商材や米国では入手困難な商材の提供、②流行シーンや天候に合わせたスピード感ある対応、③日本型ホスピタリティ、なども強みとします。

イリノイ州：Lincoln Park店（2023年12月オープン）



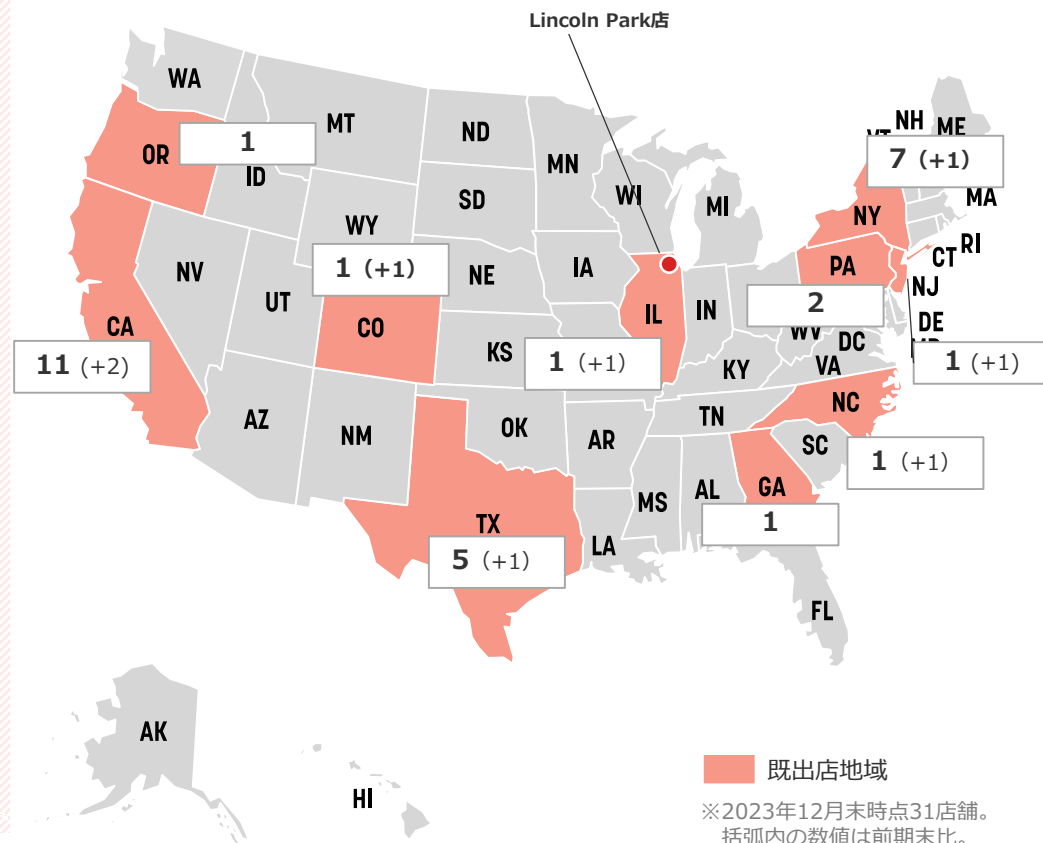
イリノイ州初出店。アメリカで人口第3位の大都市シカゴのリンカーンパーク隣接地にオープン。シカゴノースエリア主要通りであるDiversey Parkwayに面し、さまざまなショップが立ち並びにぎやかなエリアです。さまざまなブランドの商品を豊富に取りそろえ、この地域で愛される店づくりを目指していきます。

店舗数推移



北米での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



※2023年12月末時点31店舗。
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

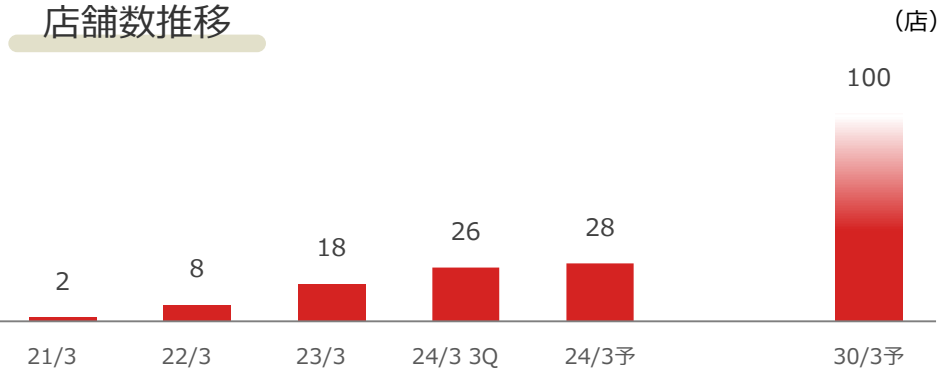
- 台湾のリユース市場は発展途上段階のため、積極的な出店を行うことで確固たるポジションを形成する方針です。
- 台湾での買取商材だけではなく、日本からの商材が継続的に店頭で並んでいることも強みに、人材育成とコスト管理を一段と強化しつつ、台湾市場での地歩を固めていき、2030年3月までに100店舗を目指します。

台北市：台北西門漢中店（2024年1月オープン）



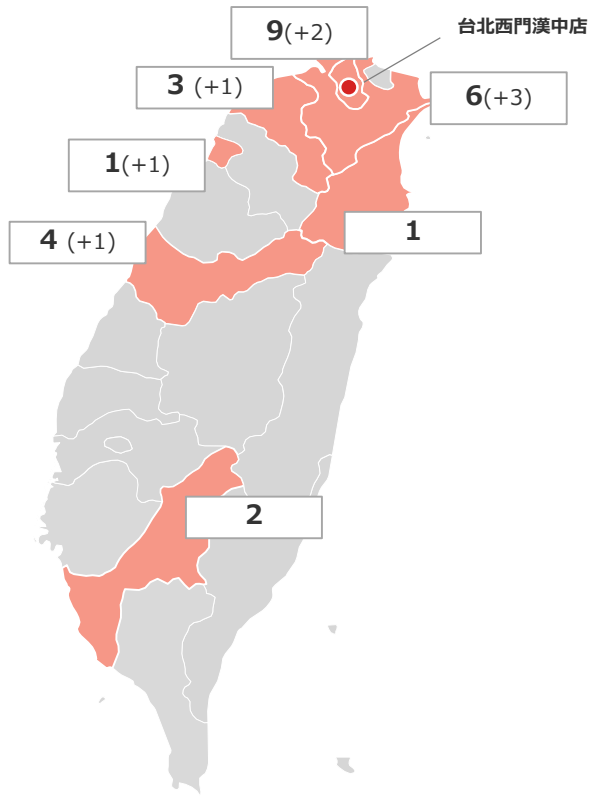
2020年8月に开店した2nd STREET台湾の常設店舗1号店となる「2nd STREET台北西門店」のほど近く、西門駅出ですぐの立地に2024年1月、「台北西門漢中店」がオープンしました。台湾出店数は同店で27店舗目となります。約30坪の売り場面積ではエリアの客層に合わせ、高級ブランド品を中心に1,500点ほどの商品を展開しています。

店舗数推移



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

※2023年12月末時点26店舗。括弧内の数値は前期末比。



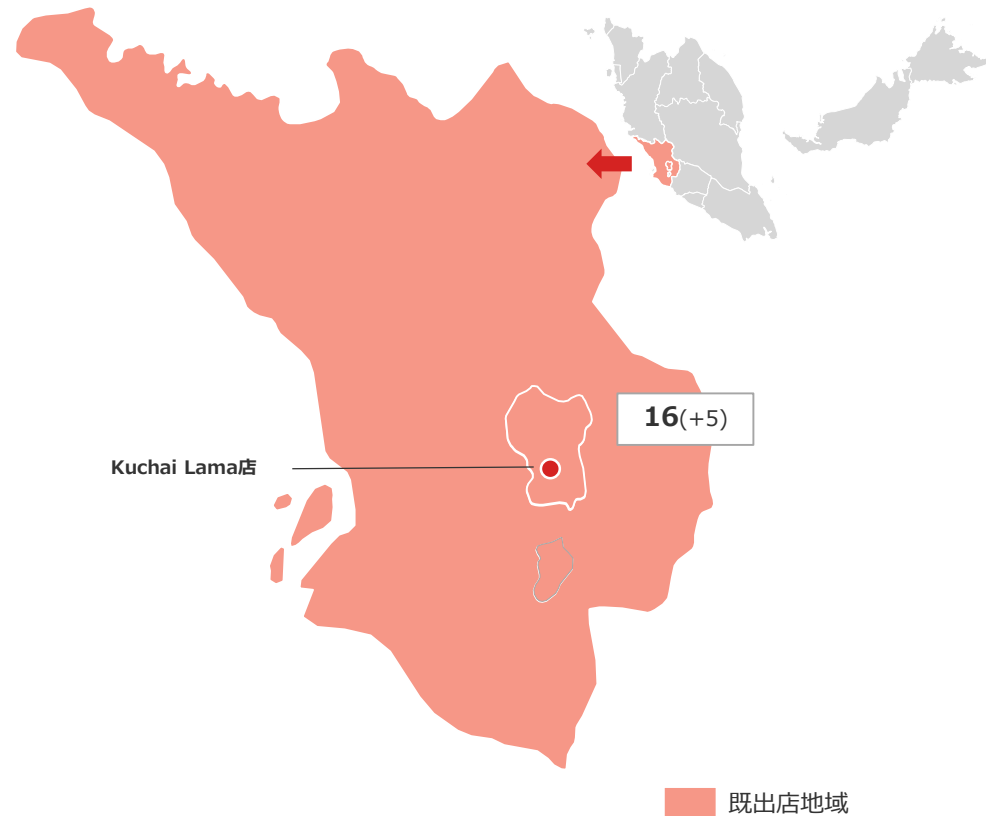


マレーシアでの出店戦略

- 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。

マレーシアでの出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



※2023年12月末時点16店舗。
括弧内の数値は前期末比。

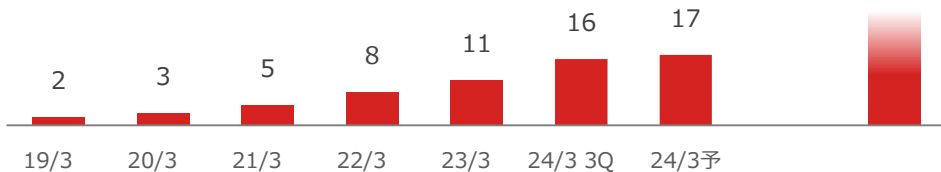
クアラルンプール：Kuchai Lama店 (2023年11月オープン)



マレーシアの16号店。約240坪の売り場面積にて日本から取り寄せたリユースアイテムを豊富に取りそろえています。日本のセカンドストリートの陳列方法と同様にアイテムやジャンル別など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。

店舗数推移

(店)



2023年12月タイ初出店



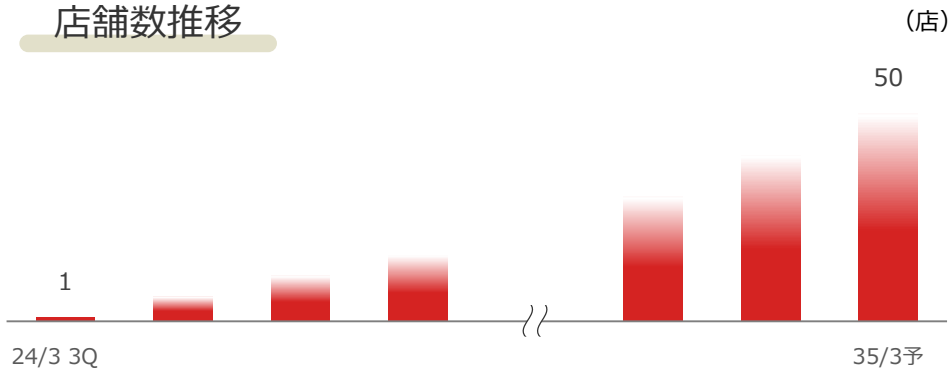
- リユース市場黎明期の東南アジアにて、買取と販売を国内完結するモデルを構築し、海外展開を加速します。
- タイは、都市部に住む人口の割合が50%を超えるなど都市化が加速しており、今後も人口増加が予測されるバンコク首都圏を中心に10年間で50店舗の展開を目指します。

バンコク : BIG-C RAMA4店 (2023年12月オープン)



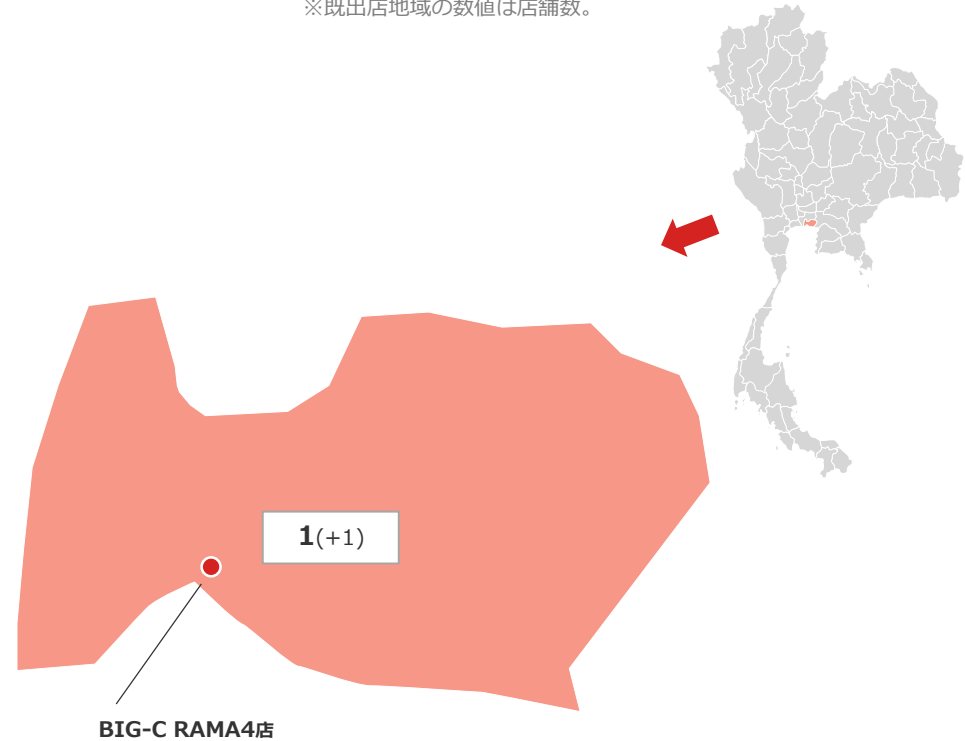
タイの首都バンコクの大型複合商業施設「BIG-C」内に出店。スーパーマーケットが隣接しており、日常的に現地の人々が利用するショッピングの場として親しまれ日本企業も多く出店しています。店内ではラグジュアリーブランドをはじめ、日本から取り寄せたリユースアイテムを展開し、買取サービスも行っています。

店舗数推移



タイでの出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



既出店地域

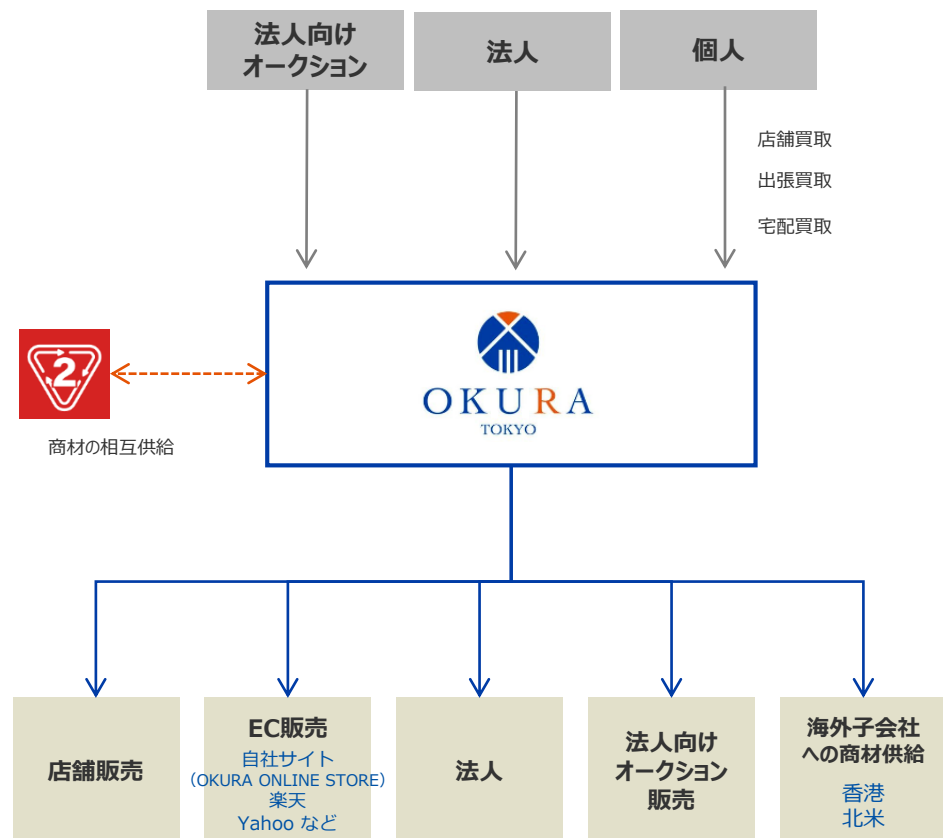
※2023年12月末時点1店舗。
括弧内の数値は前期末比。



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。
- 高級時計に強みを持ち、日本最大級のオークションである「(株)日本オークション協会」を子会社化したことで、ラグジュアリー商材の調達・販売面での強化が期待できます。

OKURA のビジネス概要



OKURA が活用するコア・オークション

「(株)日本オークション協会」を連結子会社化

	自社開催オークション お蔵市場	自社開催オークション 日本オークション協会 JWA
特徴	自社主催のオークションを毎月開催。時計やバッグ、宝飾品だけではなく、着物や道具類まで幅広く取扱っている。	子会社化を行った日本最大級のオークション。高級時計に強みを持ち、オークション会員は専用のWEBサイトを通じて、いつでもどこでも入札が可能。
年間 出来高	約120億円以上	約210億円以上
主な 取扱品目	時計、宝飾品、骨董、雑貨	時計、バッグ、宝飾品

Luck Rackは日本のオフプライスストア先駆者として積極チャレンジ



- Luck Rackは日本におけるオフプライスストアの先駆者として、メーカーのブランドを毀損せずに価値ある買い物をしていただくための新しいフォーマットを提供したいと考えています。
- 関東・関西を中心に積極的なチャレンジを行い、日本のオフプライスストアのリーディング・カンパニーを目指します。

オフプライスストアのビジネスモデル



オフプライスストアとアウトレットストアの違い

	オフプライスストア	アウトレットストア
取扱ブランド	複数ブランド	単一ブランド
品揃え	多様なブランドを組合わせたラインナップ	アウトレット専用品も利用したラインナップ
メインの出店形態	ショッピングセンター等への出店	アウトレットモールへの出店
アクセス	高い来店頻度が期待できる立地	マイカーによるアクセスが中心の立地

来店動機を高めるための強化商品施策を展開

- GEOのバラエティストアへの業態転換を進め、狭小店舗の閉店等による店舗の見直し、200坪相当の新業態対応の出店再拡大を行います。
- 来店動機を高めるために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アップを図ります。
- 一方で専門サービスで差別化されたGEO mobileの出店も拡大してまいります。

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

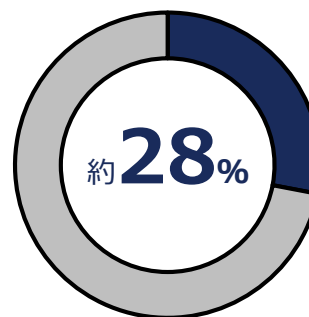


- GEO・GEO mobile を中心に、リユースのスマホ・タブレット端末市場で約28%のトップシェアを保持し、今後、さらにシェアを高めていく方針です。
- GEO・GEO mobile は、①在庫の一元管理による柔軟な販売体制、②完全に初期化・クリーニングされた端末、③SIMカードの販売、④GEO mobile では専門の相談員によるサポート、などを強みとします。

GEO・GEO mobile の強み

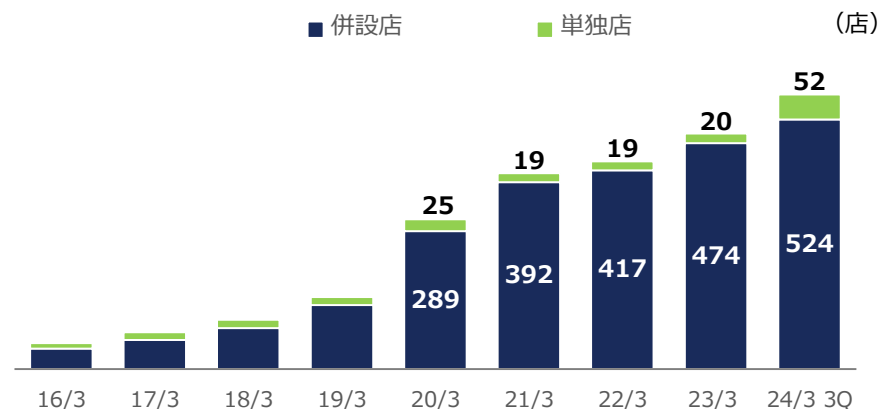
販売店舗	<ul style="list-style-type: none">• 全国のGEO・GEO mobile の在庫を一元管理しているため、需要に応じた適切な販売が可能
販売する端末	<ul style="list-style-type: none">• 端末内はすべて初期化するから安心・安全• 端末は外部・内部ともにしっかりクリーニング• 初期不良に対して30日間の安心保障 
SIMカード	<ul style="list-style-type: none">• 全国のGEO・GEO mobile にて、「UQ」、「Y!mobile」のSIMカードを販売
店頭サポート	<ul style="list-style-type: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



GEO・GEO mobileを中心とする当社のシェア

GEO mobile 店舗数の推移



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

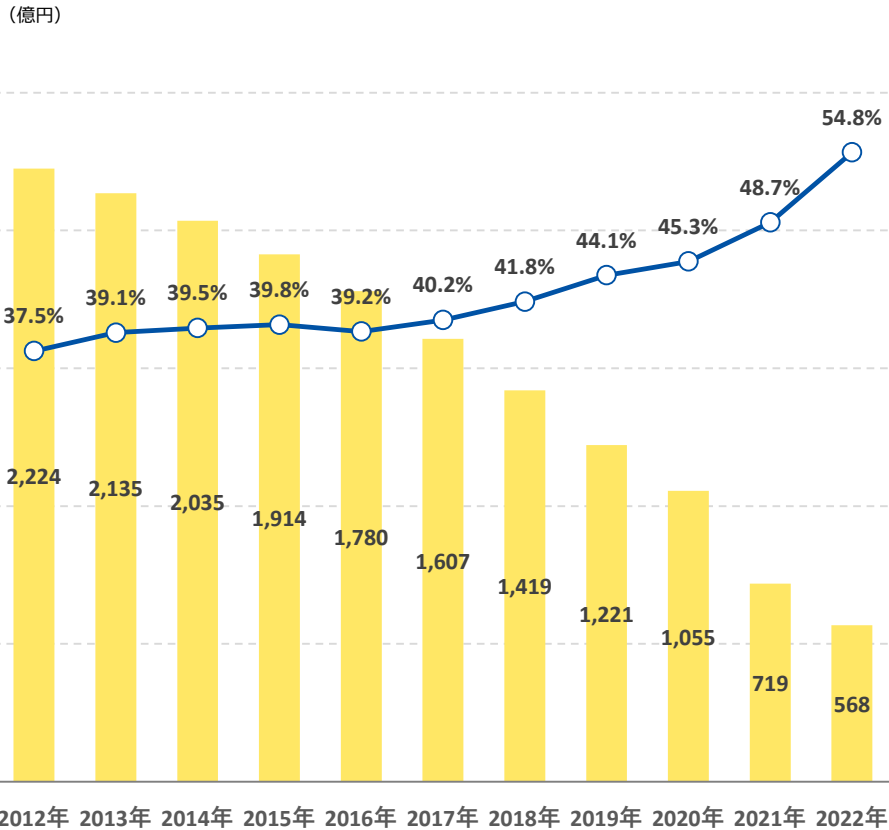
国内法人仲介取引
海外輸出入



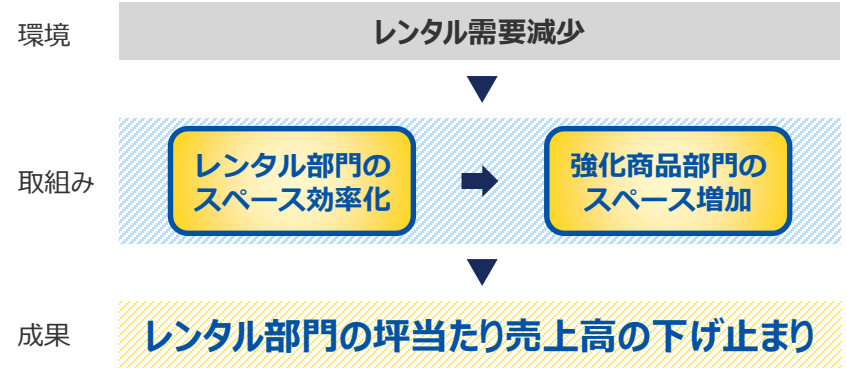
盤石なかたちでスペース効率化を施策するレンタル部門

- 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、当社グループの祖業として、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、効率化を推進しつつ、取り組んでまいります。
- 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。

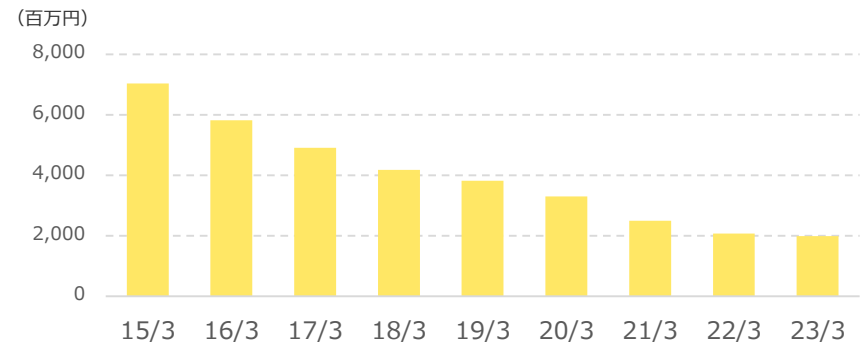
国内の音楽・映像レンタル市場と当社シェア推移*



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



※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。

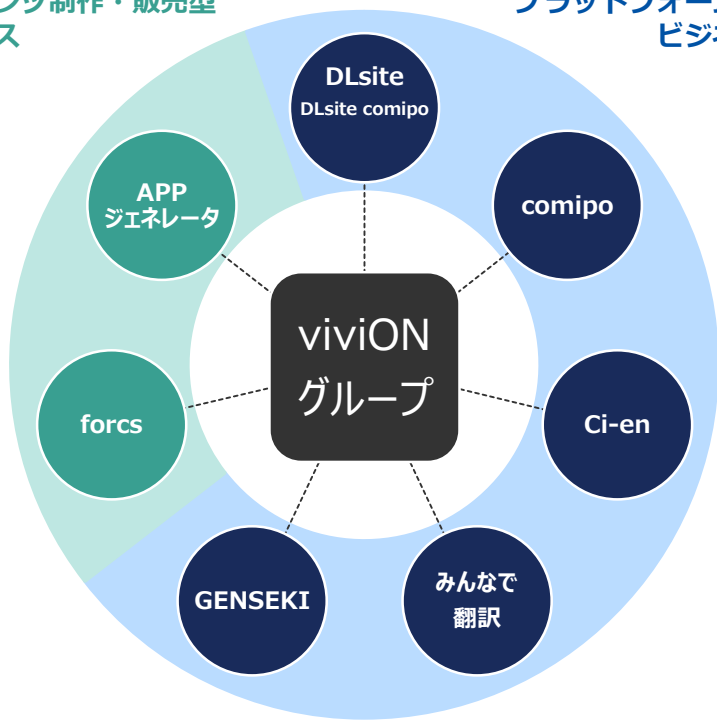
注1：シェアはゲオホールディングス推計。注2：市場規模の対象に宅配レンタル・コミックレンタルは含まれていません。

- 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るとともに、14言語でサービスを展開しております。また、「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



主なサービス



世界最大の二次元コンテンツダウンロードサイト。配信作品が107万作品に到達いたしました。

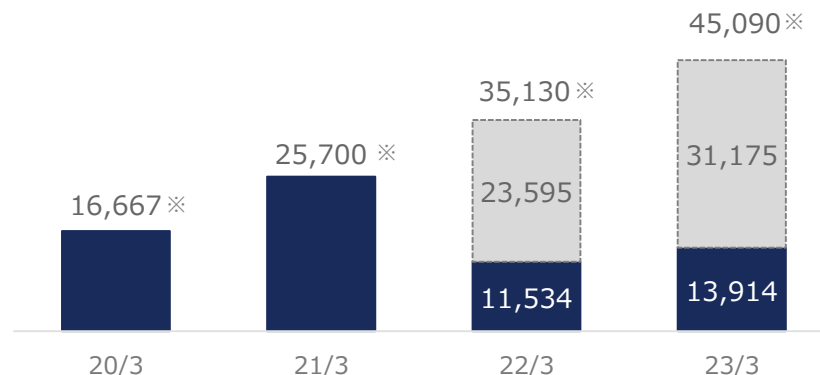


マンガに音と声の要素を加えた電子コミックです。国内外のコミック17,200作品以上をラインナップ。

売上高推移

(百万円)

■ 売上高 □ 収益認識基準影響額



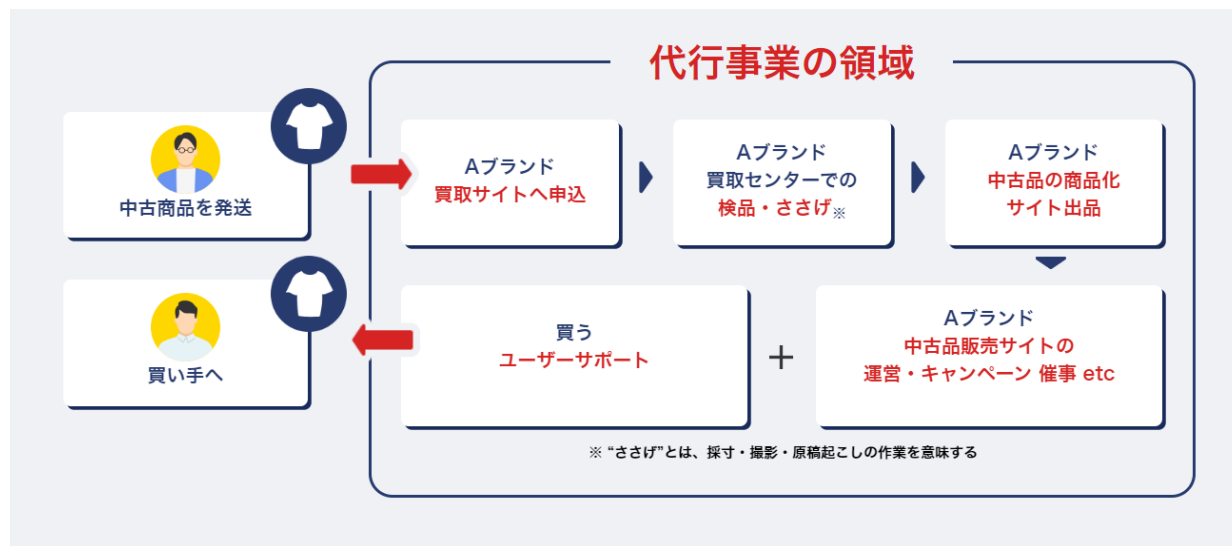
※内部取引相殺後の金額

5. 新たな取組み

「リユースアライアンス事業」へ参入



- リユースアライアンス事業では、一次流通企業の店頭やWebサイトをリユースの窓口とし、顧客から回収・買取した商品を検品・再商品化の工程を経て、リユース品として一次流通企業にお戻りするか、ゲオグループの販売力を活かし、販売促進いたします。
- 一次流通企業がリユースの窓口となり、ゲオグループが持つリユース店舗やリユースECのオペレーションおよびシステムにおけるノウハウを一次流通企業に提供することによって、これまでアクセスできなかったユーザー層を掘り起こし、循環型社会へのさらなる貢献を図ります。
- リユースアライアンス事業は、2024年夏よりサービス開始を予定しています。



取り扱いアイテム：トップス・ボトムス・バッグ・靴・自転車・楽器

フル代行サービス

中古品買取
検品・ささげ・商品化
販売・発送
運営・ユーザーサポート

個別サポート

買取サイト運営

買い取り業務

検品・ささげ・商品化

販売サイト運営

リユースアライアンス事業特設ページ： <https://www.geonet.co.jp/business/ra/>

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東京23区。2027年3月期までに首都圏に拡大する予定です。
- 「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



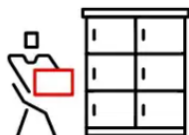
- 24時間365日、いつでも、時間を有効に使いながら、スマホを活用すれば完全非対面で買取サービスを利用することができる「ロッカー買取サービス」を導入しています。
- 順次出店する買取専門店へ買取ロッカーを設置し、東京23区内をはじめとする首都圏中心にサービス範囲を拡大していく方針です。

ロッカー買取サービスのビジネスモデル

利用者



スマホで買取申込・本人確認申請



ロッカーへの品物の預入れ



スマホで査定結果を確認
買取金額をスマホで受取
(店頭での受取も可能)



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

導入店舗

東京 セカンドストリート経堂買取専門店



※2024年1月19日をもって、一部店舗での買取ロッカーサービスを終了

ゲオあれこれレンタルは、カメラやスマートフォン、家電等の様々な品物を必要な時に必要な期間だけレンタルできるWEBサービスです。製品購入前のお試しとしてもご利用いただけます。

ゲオあれこれレンタルのビジネスモデル

利用者

会員登録数約12万人、取扱品目は1,800種類以上



ネットでカンタン申込み

会員登録は無料

※一部の商品は本人確認書類が必要です



レンタル

レンタル期間の種類

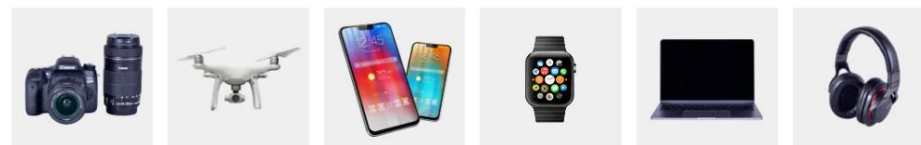
短期レンタル (3泊4日～)、**月額レンタル** (1か月単位)、**買えるレンタル***

*販売価格から支払い済みのレンタル料金を引いた金額で購入可能



返却もしくは購入

返却はコンビニで発送可能
(配送伝票、梱包用テープ付き)



カメラ

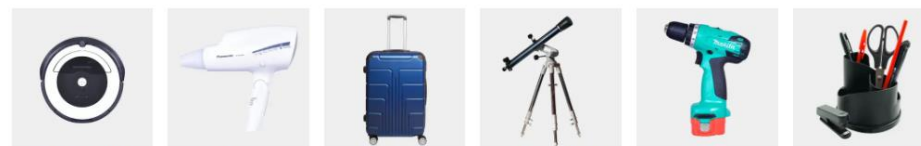
ドローン

スマートフォン・タブレット

スマートウォッチ・ウェアラブル

パソコン・周辺機器

オーディオ・映像機器



生活家電・用品

美容・ヘルスケア

旅行用品

望遠鏡・双眼鏡

DIY

ビジネス・学習

メーカー協業レンタル品の一例



デンキバリブラシ®

液晶ペンタブレット
Artist Pro 16

超音波ヘアケア
SonoRepro

ドキュメントスキャナー
Scan Snap

Happy Hacking
Keyboard

レンタル後、メーカーサイトで新品をお得に購入可能

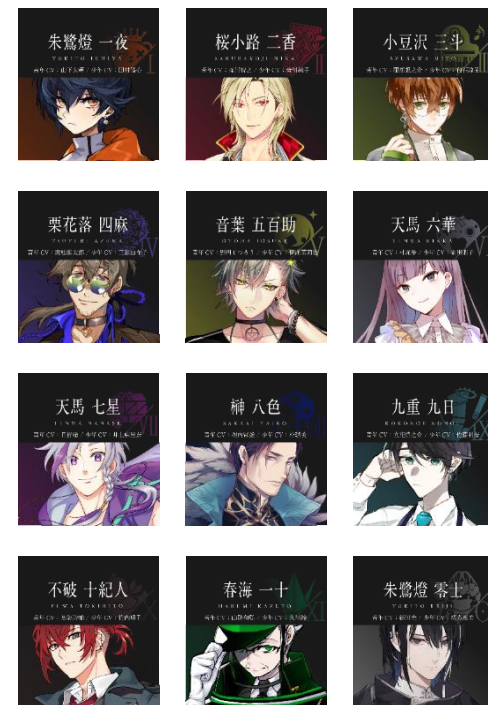
- viviONグループで活動しているVTuberグループ“あおぎり高校”が、2023年10月27日に活動5周年。今後も「おもしろければ、何でもあり！」をモットーに、イベントやオフライン活動を含めて、他のプロダクションがやっていない面白いことやワクワクすることにチャレンジするプロダクション運営をしていく方針です。
- 『Clock over ORQUESTA』（公式略称 #クロケスタ）はSNS、ボイスドラマ、楽曲を連動して展開するプロジェクト。物語の展開はTwitterの投票結果次第となり、結末はCDに付属されている投票券ポイントを合算して決定されるといったマルチエンディング方式です。

あおぎり高校



YouTubeチャンネル登録者数は270万人を超えています。

Clock over ORQUESTA



2024年2月よりSecond season BATTLEを開催します。

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、買い物帰りにふらっと立ち寄ったお客さまや、SNS映え・面白さ・ワクワクドキドキを求めるお客さまに、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、豊島区、中野区、杉並区、江東区、新宿区、千代田区に12店舗を展開し、順次出店予定です。



6. 補足資料

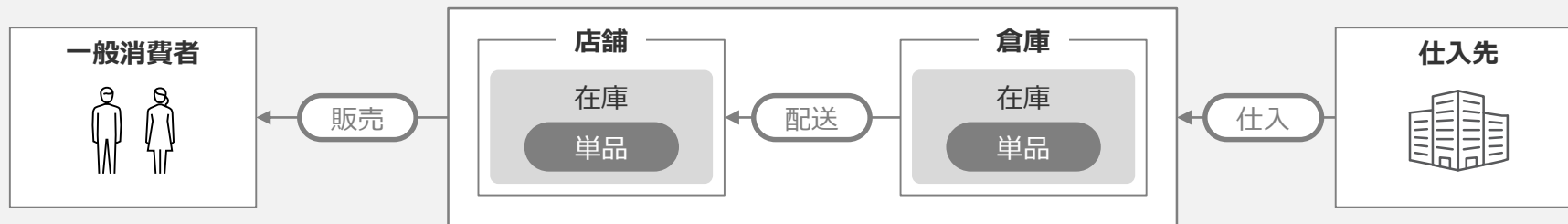
2024年3月期 四半期別連結損益計算書

単位：百万円	23.3月期				24.3月期			
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	
売上高	81,377	91,185	107,134	97,603	106,725	109,035	111,640	
(前年同期比)	107.0%	120.2%	115.1%	108.7%	131.1%	119.6%	104.2%	
売上総利益	34,194	34,464	39,315	34,507	39,289	36,597	43,081	
(前年同期比)	110.3%	110.6%	112.4%	102.6%	114.9%	106.2%	109.6%	
(売上総利益率)	42.0%	37.8%	36.7%	35.4%	36.8%	33.6%	38.6%	
販管費	30,167	32,199	34,251	35,244	33,498	35,081	37,045	
(前年同期比)	101.0%	104.4%	111.2%	113.2%	111.0%	108.9%	108.2%	
営業利益	4,027	2,265	5,064	▲736	5,790	1,516	6,036	
(前年同期比)	348.4%	693.9%	121.2%	—	143.8%	66.9%	119.2%	

リユース業の特徴

リユース業は参入しやすいが、一般的な小売業に対して買取・個品による特殊対応が必要となり、多店舗で展開するにはリユース業の独特なマネジメントが必要です。

一般的な小売業



リユース業



販売業務だけでなく買取業務がある。

店舗運営が煩雑

内部統制が必要

商材調達が店舗に分散するため不正が起こりやすい。

偽物・不良品・状態を確認した上で妥当な金額で買取る。

査定能力が必要

買取の特徴

商材調達が不安定

需要にあわせた商材調達ができない。

偽物・不良品は販売できない。

品質保証が必要

法令順守が必要

本人確認・取引記録・不正品報告などの古物営業法を違反すると、罰金・営業停止・許可取消などの罰則・行政処分がある。

1品毎に販売可能な状態にする。

品質管理が必要

管理数量が多い

1品毎にデータを保持する。

1品毎の状態が異なるので1品毎に写真とコメントを掲載する。

E C掲載数量が多い

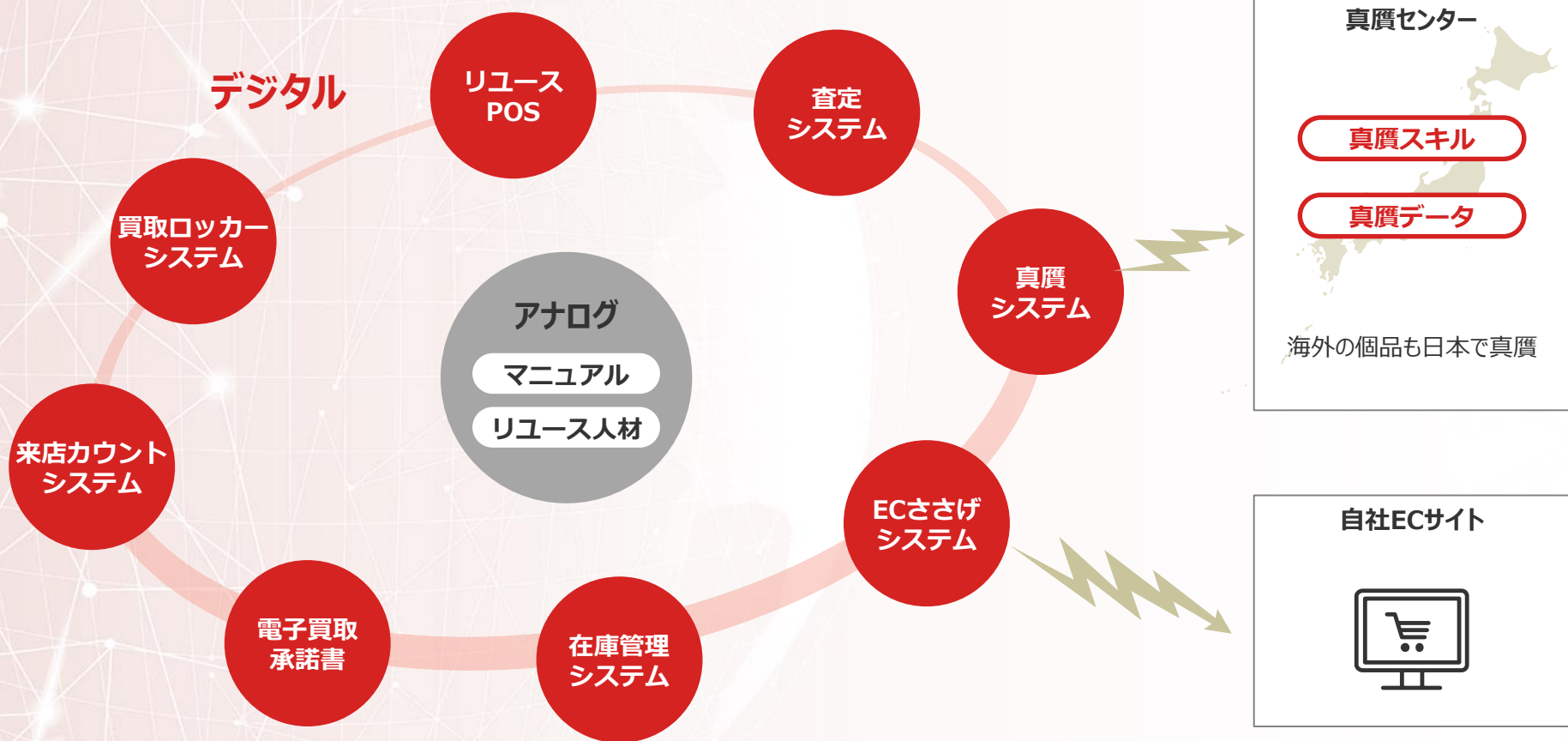
商品陳列が煩雑

同一商品で整理した陳列ができない。

リユース事業のDX（デジタルによる変革）

■ 当社グループで蓄積したリユース業のチェーンストア・マネジメントをデジタルに移行し、国内事業のみならず、海外事業に対しても、業務・組織の変革を実現しています。

リユースマネジメント



リユースの国内市場動向

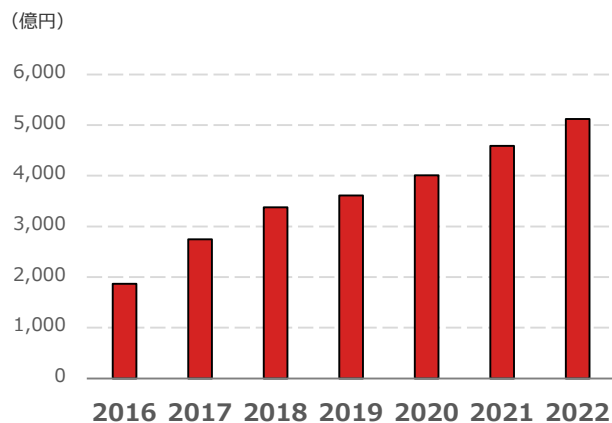
- 2022年のリユースの国内市場規模は、前年比7.4%増の2兆8976億円。物価上昇による消費者の生活防衛意識の高まりから新品よりも割安なリユース品が注目を集める形で市場が拡大しました。
- 資材価格高騰による物価上昇やコロナ影響の薄まり、SDGsを意識したライフスタイルへの変化などを背景に、国内のリユース市場は更なる成長が期待できます。

(億円)

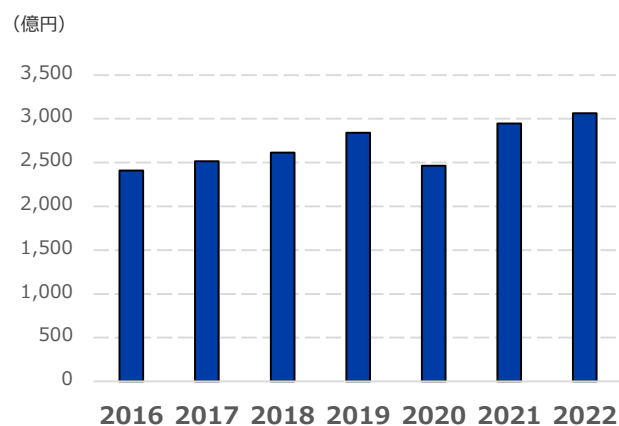


リユースの主要商材別の国内市場推移

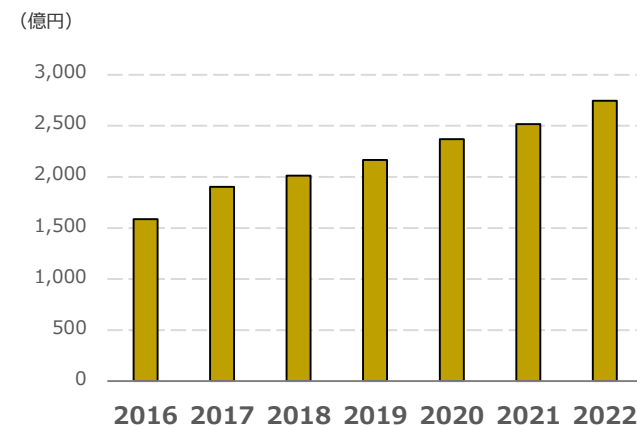
衣料・服飾品



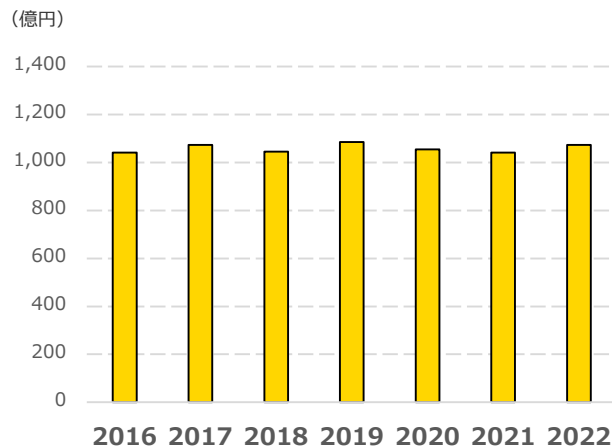
ブランド品



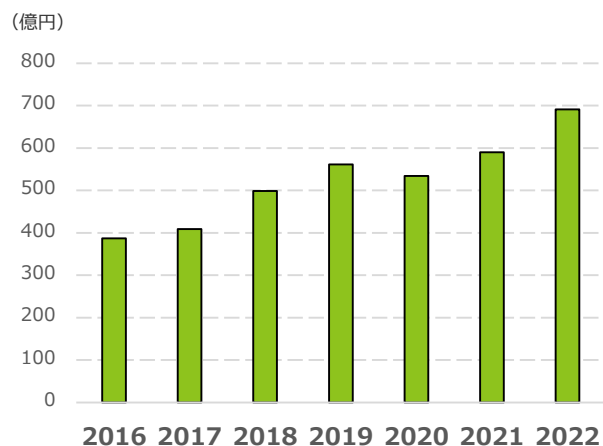
家具・家電



ゲーム・メディア（書籍は除く）

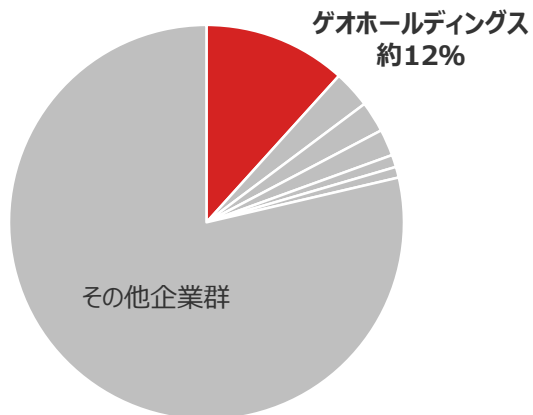


携帯・スマホ

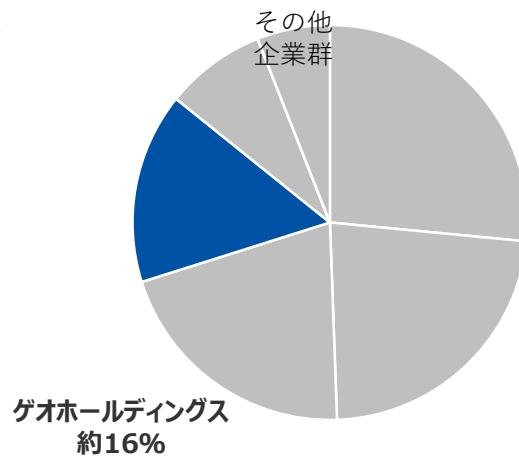


リユースの主要商材別のマーケットシェア

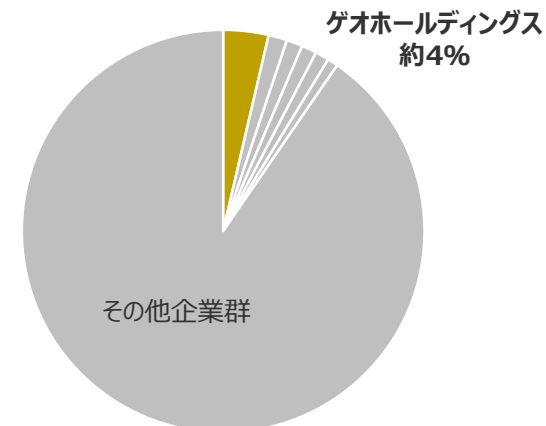
衣料・服飾品



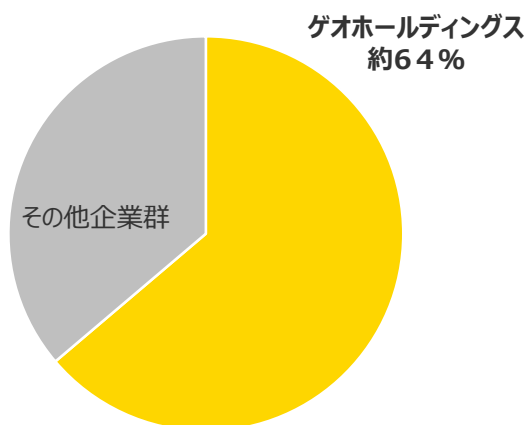
ブランド品



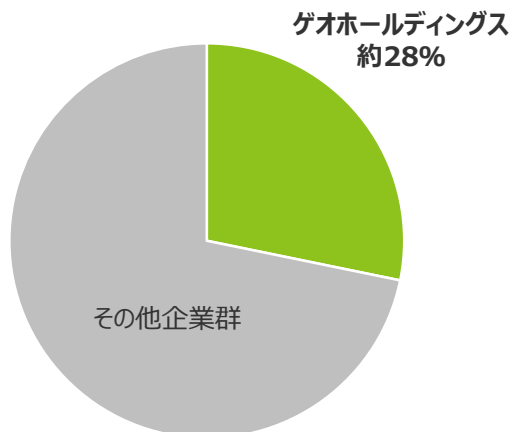
家具・家電



ゲーム



携帯・スマホ



非財務資本の強化

財務諸表に表記されない「非財務資本」を重視し、中長期的な視点で積極的に「知的資本」「設備資本」「人的資本」「社会関係資本」「自然資本」を投資しています。

非財務資本

知的資本

- 長年にわたり蓄積されたリユース業のチェーンストア・マネジメントは企業競争力の源泉になっています
- 当社グループで培ったリユース業のチェーンストア・マネジメントをグローバルに拡散していきます

設備資本

- 国内1,800店舗規模、海外100店舗規模の販売拠点を経営基盤として展開しています
- リユースマネジメントを強固にするDX投資をしていきます

人的資本

- チャレンジを推進する積極的な育成投資をしています
- グローバルな競争力を高める源泉として、スペシャリストの創出、女性管理職の創出に注力していきます

社会関係資本

- 多様な価値観を尊重し、従業員一人ひとりの個性が最大限発揮される環境づくりを推進し、多様な働き方へのサポート制度を導入しています
- 地域活動への協賛や社会貢献活動に取り組み、社会と共に成長する企業として貢献していきます

自然資本

- 循環型事業の成長によって、経済的価値のみならず社会的価値の向上に取り組み、SDGsに貢献しています
- 全国の店舗における省エネルギーの推進を実施して、持続可能な社会の実現に取り組んでいます



“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)
CO2削減量 単位 t-CO2	衣料	135,364
	家電	31,490
	ゲーム家電	20,455
	家具	8,506
	携帯電話	4,462
	DVD/CD	3,548
	合計	203,826



※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)
CO2排出量 単位 t-CO2	scope1	1,543
	scope2	62,781
	合計	64,324

※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
2022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
2022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1220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。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>同性パートナーシップ制度を導入しています。 同性パートナーシップに登録することで、婚姻関係にある夫婦と同じように「パートナー」として、慶弔休暇や慶弔見舞金などの会社の福利厚生を受けることができます。</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