



2024年6月期 第2四半期決算説明資料

2024年2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





Agenda

1

2024年6月期 第2四半期決算概況 (P.2~)

2

セグメント別事業概況 (P.9~)

3

連結業績まとめ (P.35~)

4

Appendix (P.41~)

1

2024年6月期 第2四半期決算概況



2024年6月期 第2四半期決算ハイライト



売上高

✓ 生産性向上フェーズに入った個人向けリユース及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を更新中**

- ・売上高 : 8,526百万円 (前年同期比 +15.4%)
- ・売上総利益 : 3,114百万円 (前年同期比 +16.1%)

営業利益

✓ 新規拠点開設等の先行投資をこなしながら、会計期間ベースでは1Q △154百万円→**2Q 113百万円と黒字転換**

- ・営業損失 : 41百万円 (前年同期は43百万円の損失)

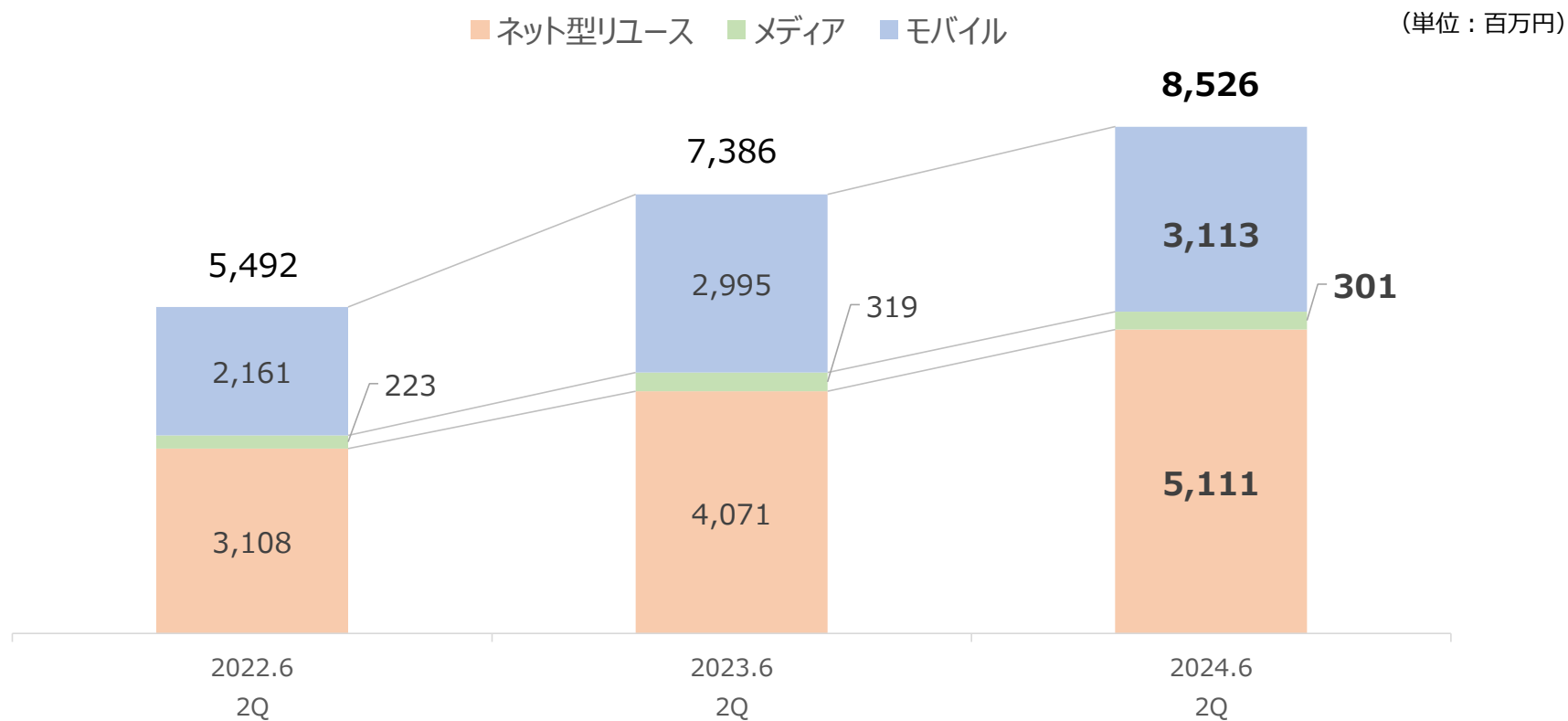
経常利益・純利益

✓ 営業外損失にデリバティブ評価損191百万円 (詳細はP6)、特別損失に減損損失190百万円 (詳細はP7) を計上した結果、

- ・経常損失 : 282百万円 (前年同期は 73百万円の損失)
- ・四半期純損失 : 627百万円 (前年同期は134百万円の損失)

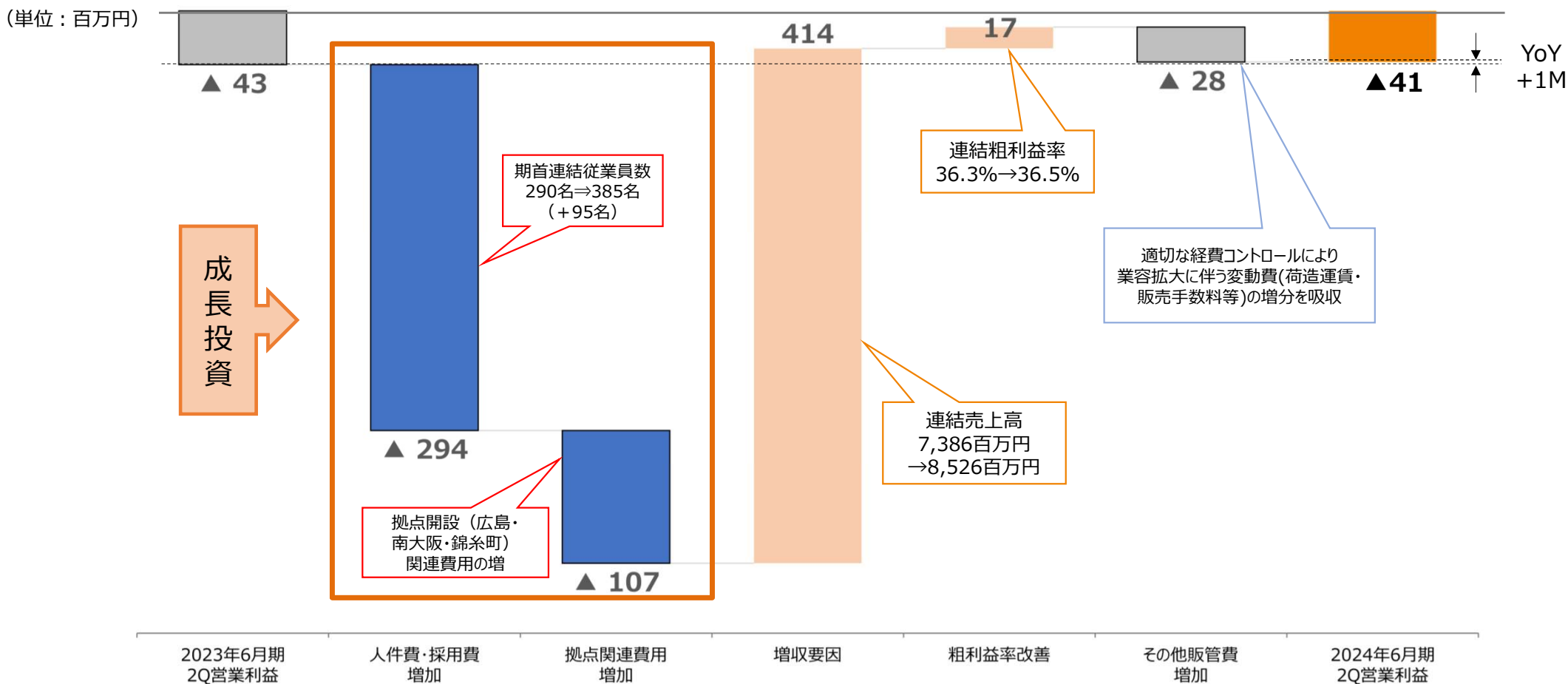
2024年6月期 第2四半期 セグメント別売上高

- ✓ 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+25.5%）
- ✓ メディアは検索エンジンのアルゴリズムアップデートの影響で減収（前年同期比△5.5%）
- ✓ モバイルは契約回線（ストック型収入）の積み上げ効果もあり増収（前年同期比+3.9%）



2024年6月期 第2四半期 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431百万円の増
- ②減益要因 = 主に成長投資（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429百万円の減



その他業績に関する説明事項① (営業外損失の計上)

✓ 第2四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2四半期における影響額

- ・第2四半期における影響額 = 191百万円の営業外損失(デリバティブ評価損)の計上

	第1四半期末時点	第2四半期末時点	
株価	1,310円	1,020円	※1 設定時株価 (@926円)
評価損益 (△は評価損)	▲104百万円	▲191百万円	※2 キャッシュフロー上の影響はありません

その他業績に関する説明事項② (特別損失の計上)

✓ 第2四半期における特別損失（減損損失）の発生状況

概要

- ・ネット型リユース事業（特に個人向けリユース）において、直近では急速な生産性の向上が見られるものの、当初計画に比し収益化の遅延が生じており、当第2四半期末時点において当初計画と乖離が発生
- ・これにともない、当該事業における固定資産として計上されていた、事業拠点の設備・備品等の帳簿価額を減損処理
- ・上記収益計画の遅延にともなう会計上の処理であり、その対象となった設備・備品等の実稼働および事業運営等、収益創造のための実体には影響なし ➡ 生産性向上のペースをより加速し、早期に収益計画の遅れを取り戻す

第2四半期における影響額

- ・第2四半期における影響額 = 190百万円の特別損失（減損損失）の計上
- ・帳簿価額上の処理であり、キャッシュフロー上の影響はありません

2024年6月期 第2四半期 決算概況（参考情報）

- ✓ 今回計上のデリバティブ評価損および減損損失は、ともにキャッシュフローの減少を伴わないもの
- ✓ これらを考慮しなかった利益水準では、先行投資を飲み込みながら、中計達成に向け着実に進捗している状況

(単位：百万円)	2023期2Q	2024期2Q	前年同期比	
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	7,386	8,526	1,140	15.4%
売上原価	4,703	5,412	708	15.1%
売上総利益	2,682	3,114	431	16.1%
販管費	2,726	3,155	429	15.8%
営業損失（△）	△ 43	△ 41	1	-
① デリバティブ評価益	4	-	△ 4	-
② デリバティブ評価損	-	191	191	-
その他の営業外損益（純額：△は損失）	△ 34	△ 49	-	-
経常損失（△）	△ 73	△ 282	△ 208	-
③ 減損損失	-	190	190	-
その他の特別損益（純額：△は損失）	1	△ 1	2	-
税金等調整前四半期純損失（△）	△ 72	△ 474	△ 402	-
✓ 実体ベース（参考情報）				
上記①・②・③を考慮しない場合の 経常損失（△）	△ 78	△ 90	△ 12	-
上記①・②・③を考慮しない場合の 税金等調整前四半期純損失（△）	△ 77	△ 92	△ 15	-

2

セグメント別事業概況

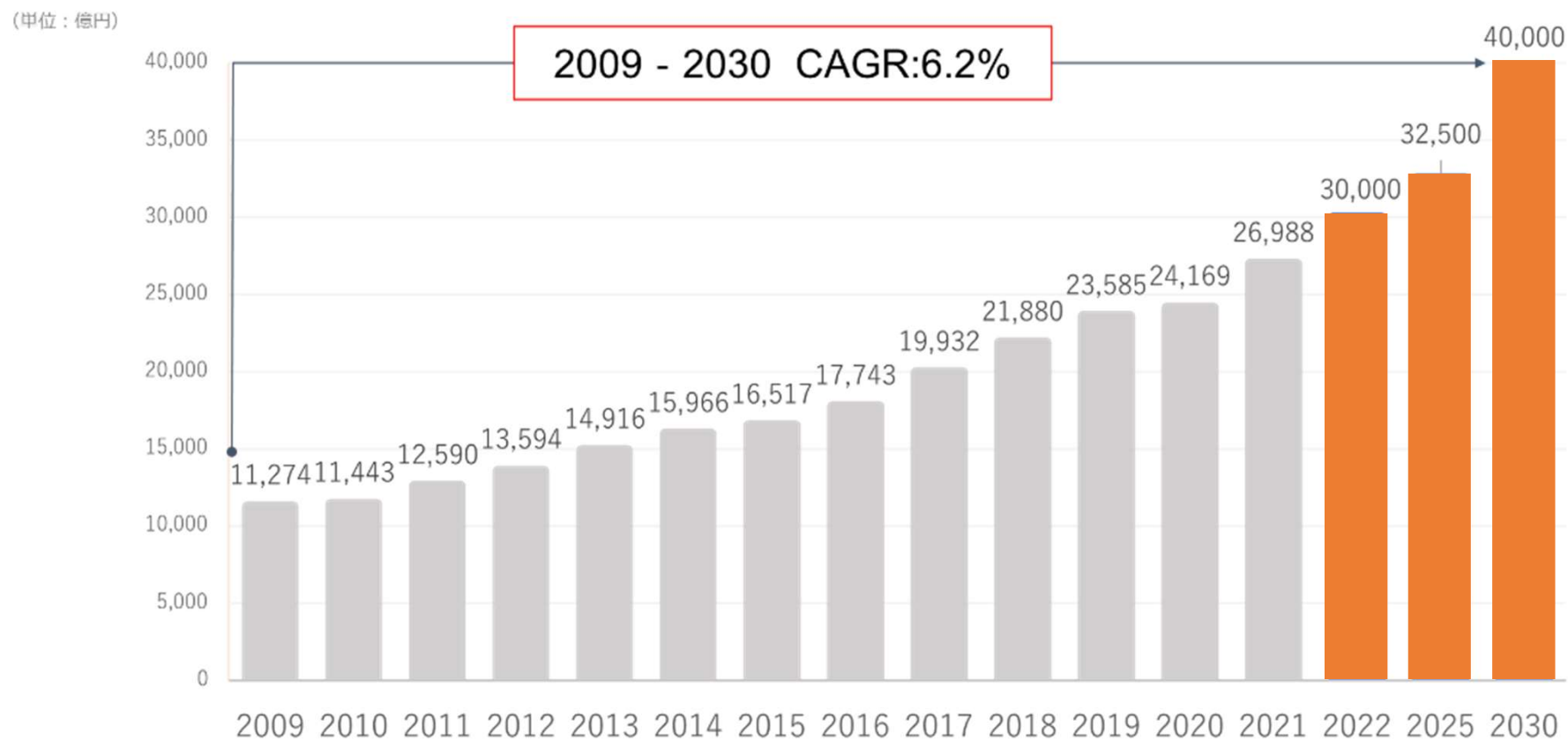




ネット型リユース事業

市場認識

✓ リユース市場は順調に拡大



出典：リサイクル通信より当社作成

ネット型リユース事業 2024年6月期 第2四半期実績



- ✓ 売上高 : 27億06百万円 (前年同期比+26.8%) → 四半期ベースでは過去最高
- ✓ 売上総利益 : 11億06百万円 (前年同期比+25.6%) → 四半期ベースで過去最高水準
- ✓ セグメント利益 : 142百万円 (前年同期比+95.0%) → 2Q以降の生産性向上策により収益力が改善

(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%)	2,706 (126.8%)			
		個人向けリユース	1,726 (118.7%)	1,956 (128.8%)			
		マシナリー	636 (143.1%)	705 (122.0%)			
		おいくら	41 (113.1%)	43 (117.2%)			

※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：市場認識（潜在リユース市場）

- ✓ 「かくれ資産」は約67兆円
- ✓ 「かくれ資産」の65%は50代以上のシニア層が保有

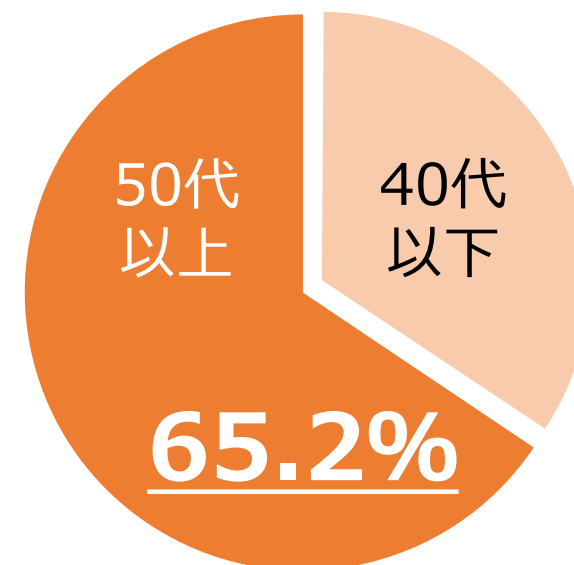
● リユース市場のポテンシャル

過去1年間に不要となった製品 **7.6兆円**

「かくれ資産」66.7兆円
(一般家庭に眠る不要品)

顕在市場
3.0兆円

● 「かくれ資産」の年代構成比



出典：顕在市場＝『リサイクル通信』、かくれ資産＝ニッセイ基礎研究所・メルカリ共同調査、過去1年間に不要となった製品＝経済産業省『電子商取引に関する市場調査』

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育成の強化および生産性向上策を合わせて推進



■ 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（CC）による買取相談受領の後、顧客宅へ訪問。
CCでのヒアリングおよび直接対面での買取営業活動より、ニーズを掘り起こし

引き続き**出張買取の強化**が事業成長の重要なポイント

出典：顕在市場 = 『リサイクル通信』、かくれ資産 = ニッセイ基礎研究所・メルカリ共同調査

個人向けリユース③：2024年6月期 第2四半期実績



- ✓ 売上高：19億56百万円（前年同期比+28.8%）
 - ✓ 粗利益：8億90百万円（前年同期比+22.1%）
- 引き続き増収増益基調を継続

⇒ 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%)	1,956 (128.8%)			
	粗利額	804 (121.7%)	890 (122.1%)			
	粗利率	46.6% (+1.5p)	45.5% (△2.6p)			

一層の生産性向上へ

※括弧内は前年同期比

個人向けリユース④：直近のアクション概要（1Q）

- ✓ 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 car purchase service used by 5.3 million people as of February 2023. It highlights that they are strengthening purchases for minivans, SUVs, and sports cars. The slogan is 'If you want to sell your car for a high price, use Dotcom where cars are sold for high prices.' It also states they are confident in their used car purchase prices. An image of a white minivan and a blue SUV is shown.

個人向けリユース⑤：直近のアクション概要（2Q）

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

新規拠点開設

● 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11月16日

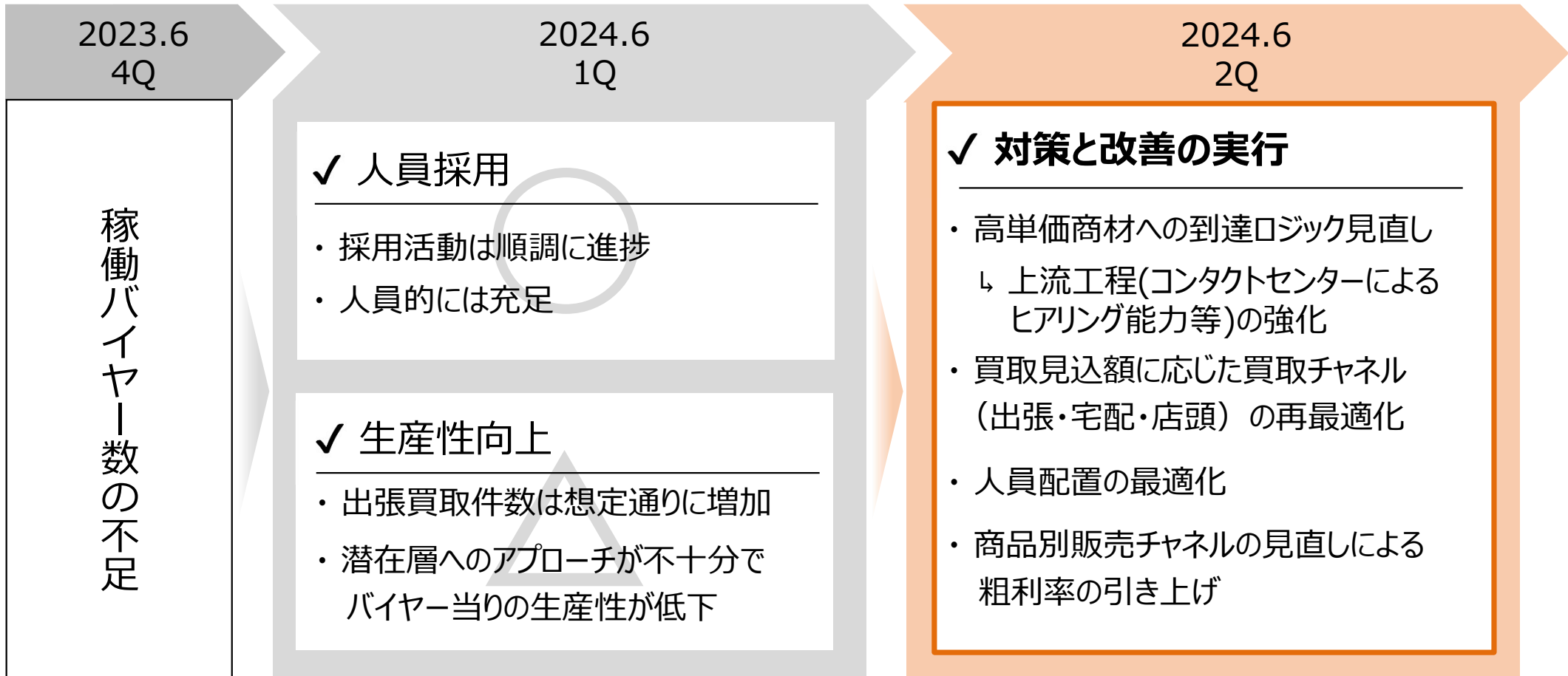
※現在、コンタクトセンターが入居する
錦糸町・両国オフィスは別部門にて使用



⇒ キャパシティ約2倍へ増強

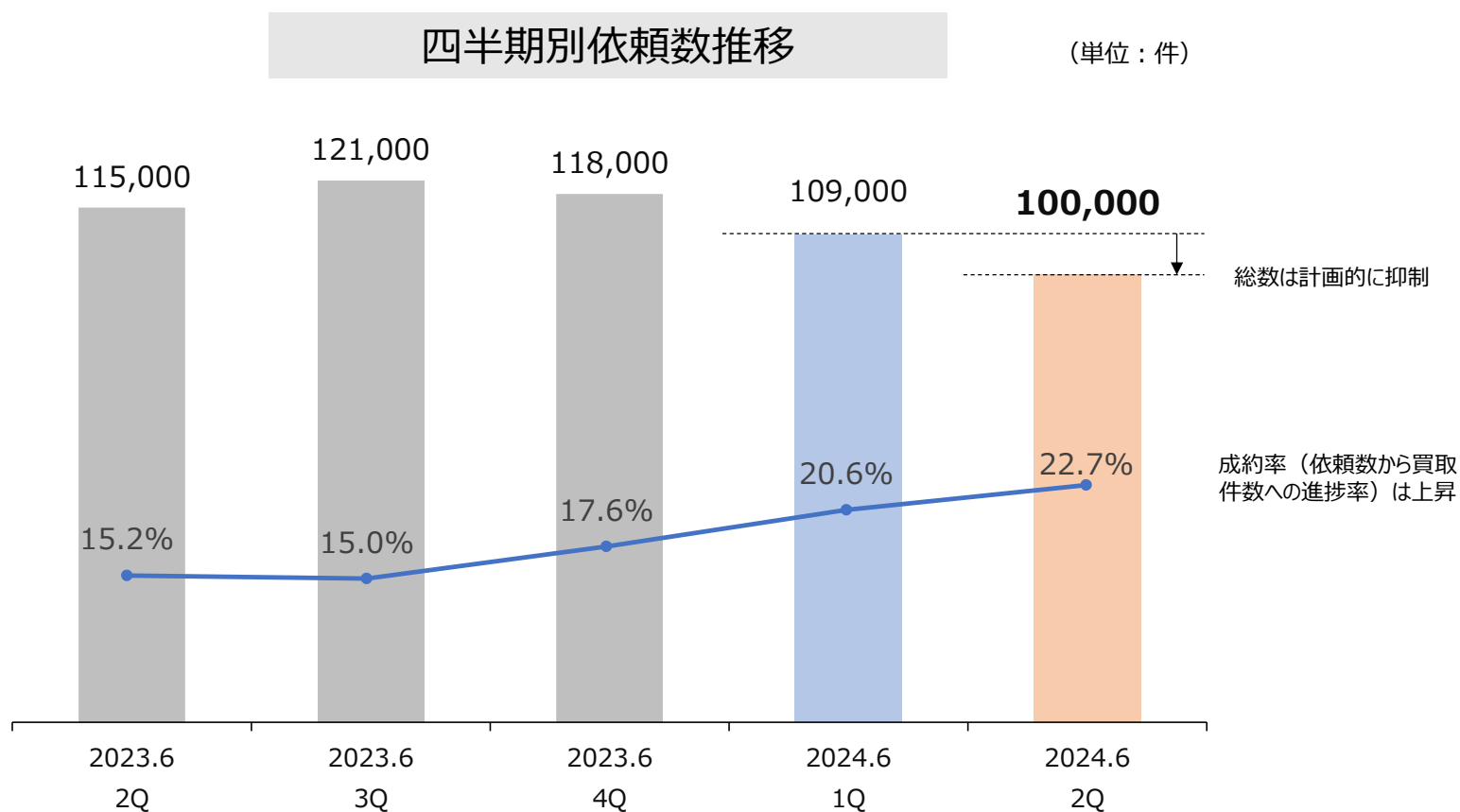
個人向けリユース⑥：直近のアクション概要（2Q）

- ✓ 1Qにおいて、成長投資は予定通り進捗したものの、生産性が低下。
- ✓ 2Qでは、その対策と改善を着実に進め、見込みどおり生産性が向上 → 2Q以降、黒字転換



個人向けリユース⑦：買取依頼数推移

- ✓ 2Qは、買取チャネルの最適化を目的にコンタクトセンター（CC）でのヒアリングの深化を重点的に実施。これを受け買取依頼件数については、適切な広告宣伝費コントロールにより、CCの処理能力に対応した総数を確保。

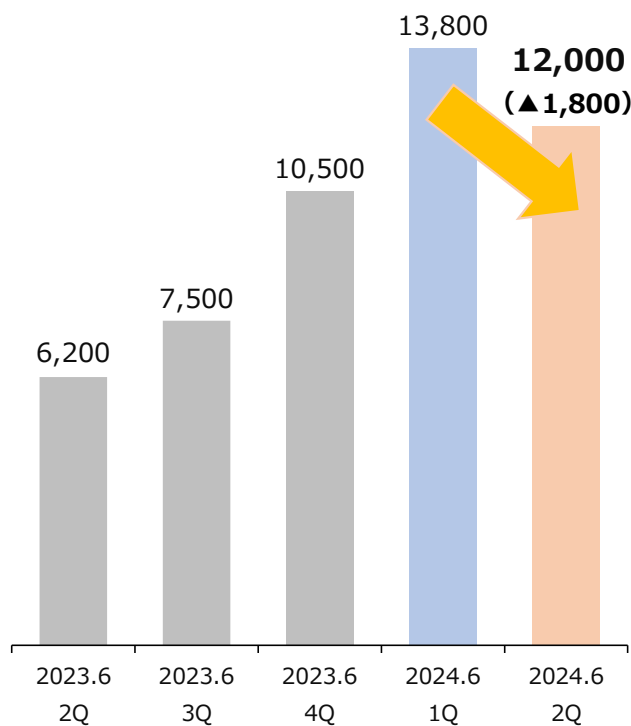


個人向けリユース⑧：チャンネル別買取案件数推移

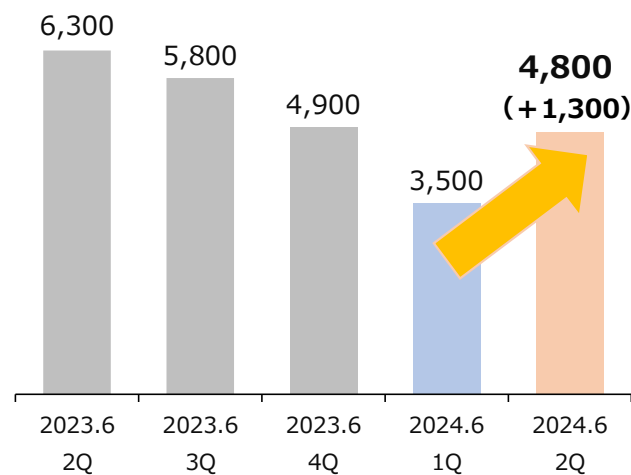
- ✓ 出張バイヤー数の増加に伴い、出張買取件数はYoYで194%と大幅伸長。QoQでの減少は、買取チャンネルの最適化施策により計画されたものであり、出張買取件数の減少以上に、宅配買取件数および店頭買取件数が増加。

(単位：件)

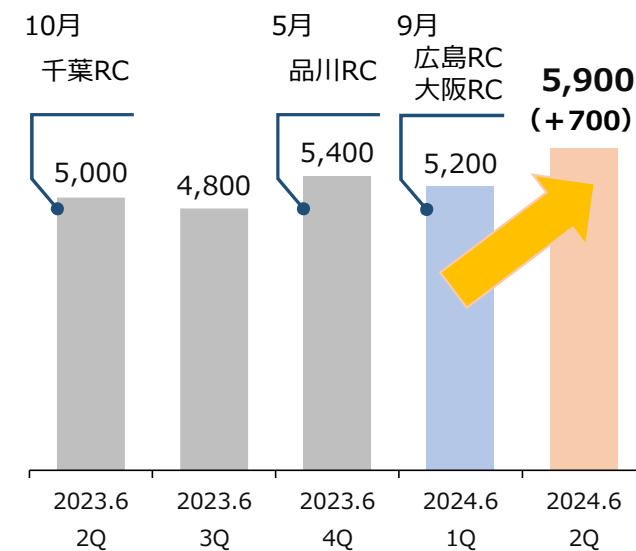
出張買取件数推移



宅配買取件数推移

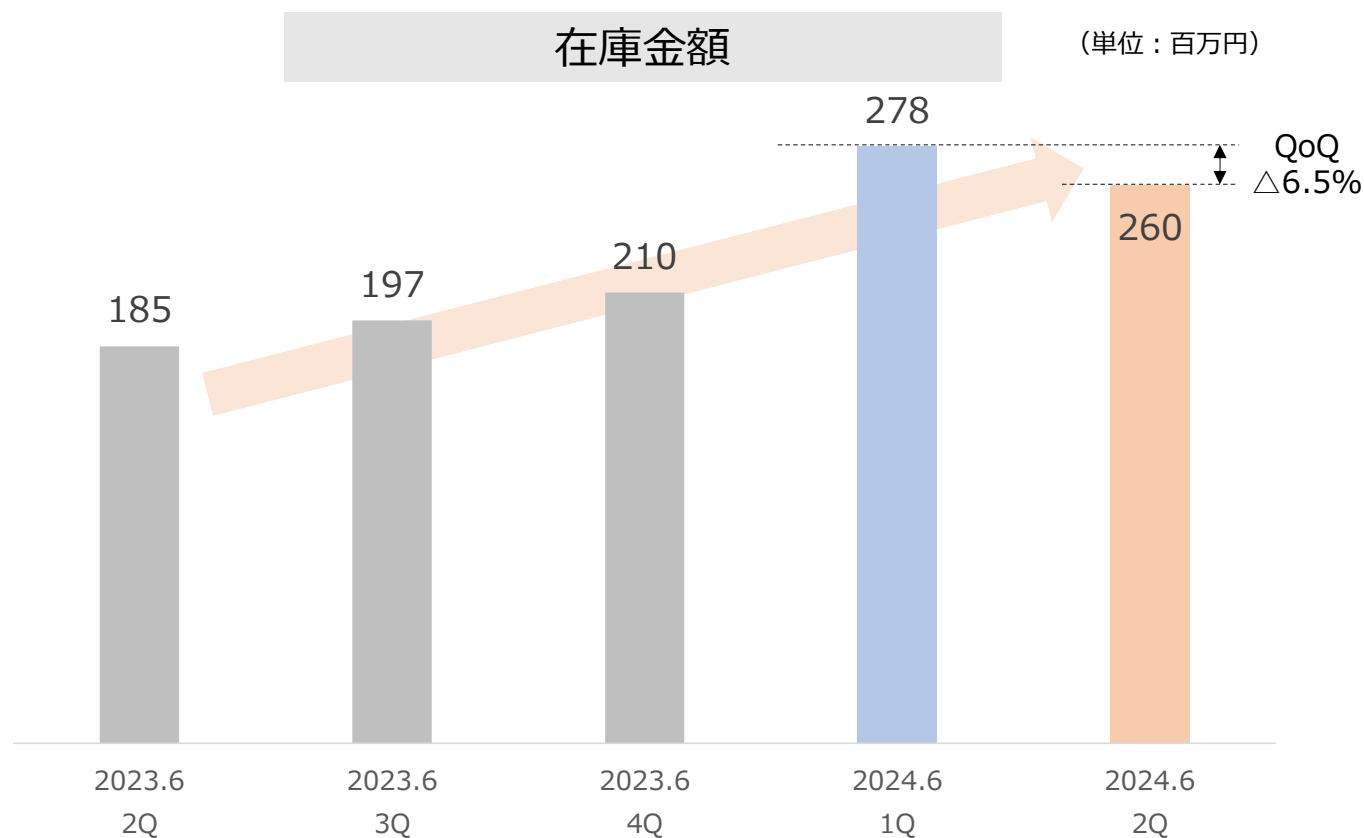


店頭買取件数推移



個人向けリユース⑨：在庫状況

- ✓ 買取件数が伸びる一方、旺盛な販売需要への対応もあり、商品在庫は直近四半期末同水準で推移（前四半期末比△6.5%）





ネット型リユース事業

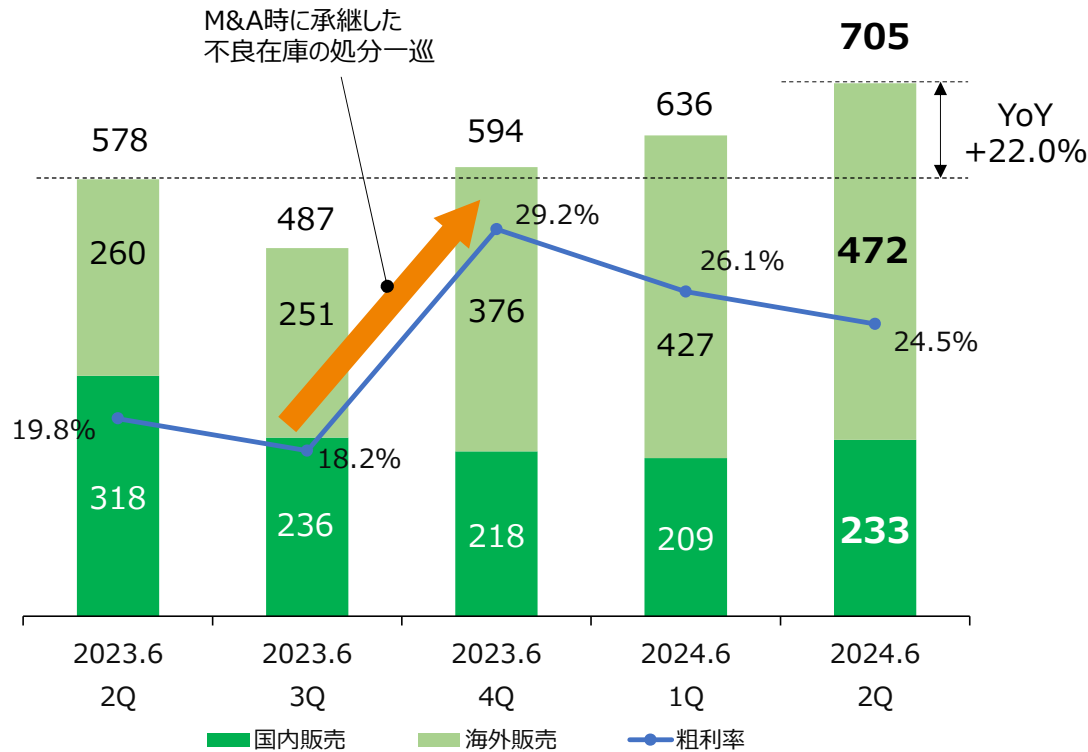
- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

マシナリー①：四半期別業績推移

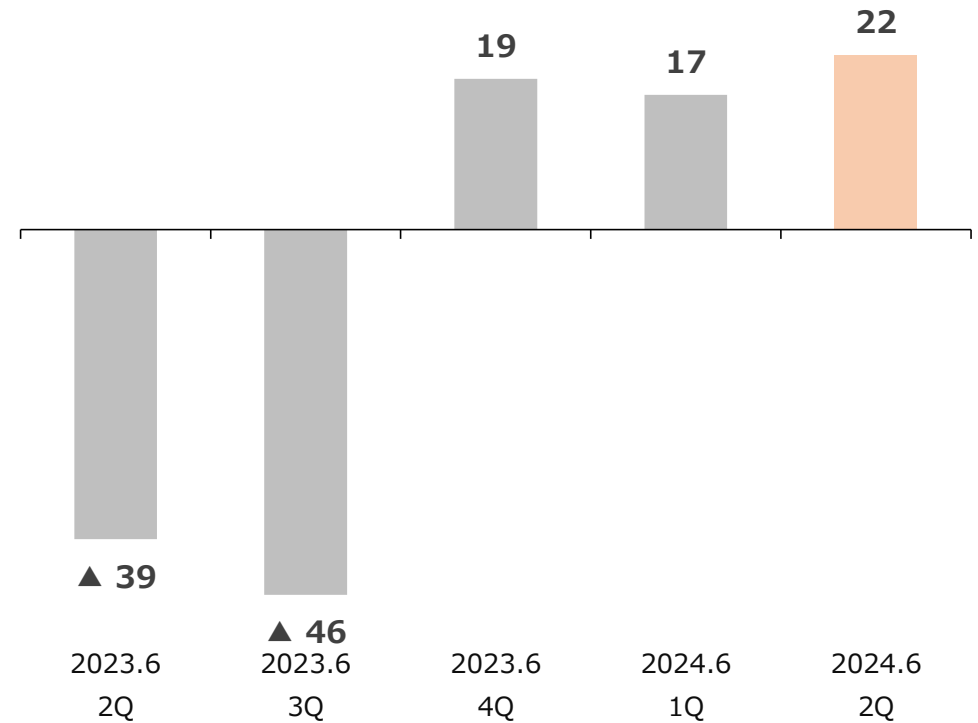
- ✓ 売上高：7億05百万円（前年同期比+22.0%） 海外販売好調。国内販売も堅調に推移し、四半期売上としては過去最高
- ✓ 利益：22百万円（前年同期は39百万円の損失） 前期4Qに黒字転換以降、安定的に黒字基調づく

（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）

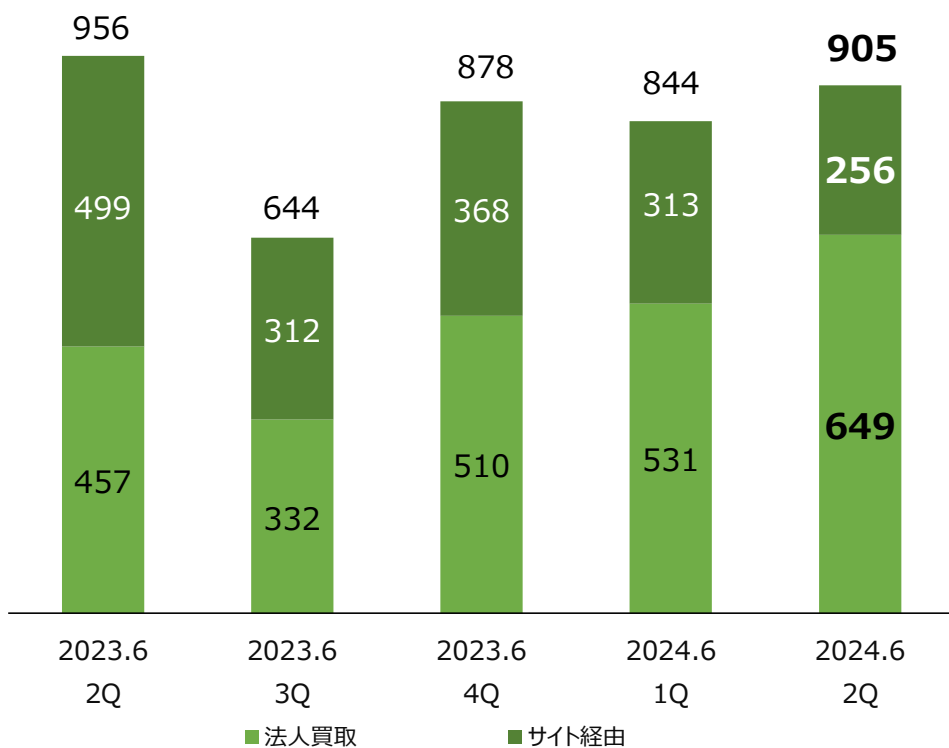


マシナリー②：買取件数及び在庫状況

✓ 法人仕入の強化が奏功し、商品在庫は順調に増加

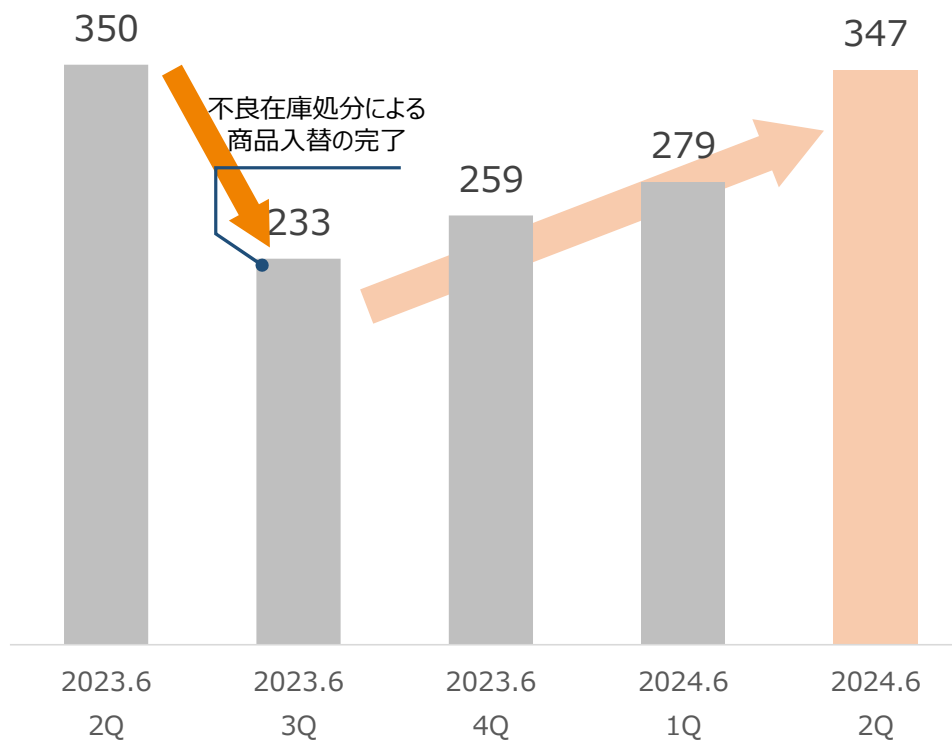
買取件数

(単位：件)



在庫金額

(単位：百万円)





ネット型リユース事業

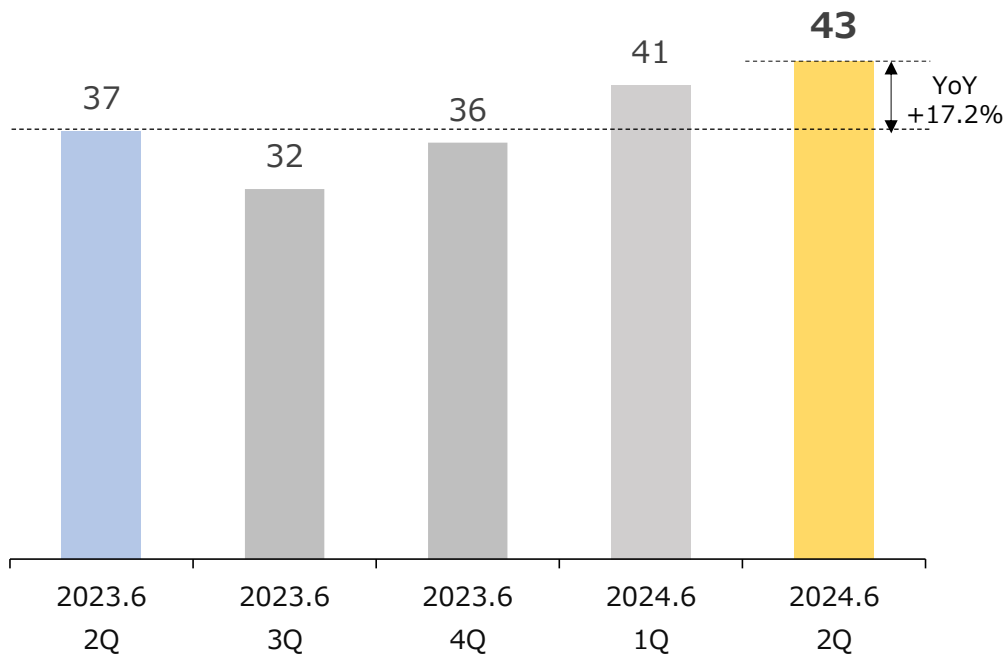
- ①個人向けリユース
- ②マシナリー（農機具）
- ③おいくら

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（+17.2%）
- ✓ 加盟店数：前期3Qからの料金プラン多様化策が奏功し、解約率が低下。加盟店は順調に増加

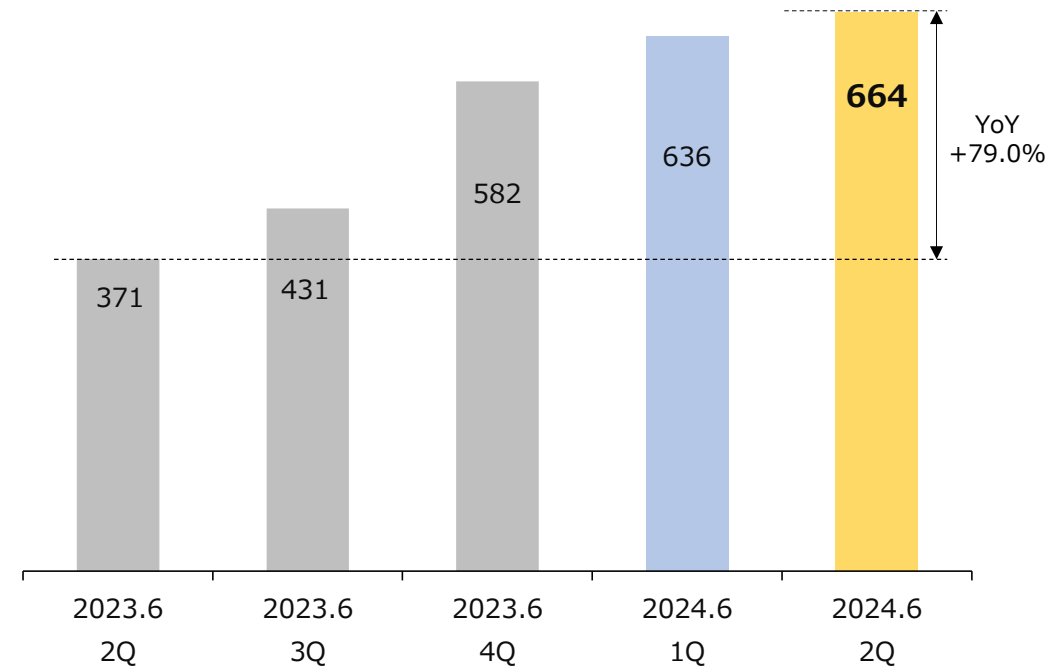
売上高推移

(単位：百万円)



加盟店数推移

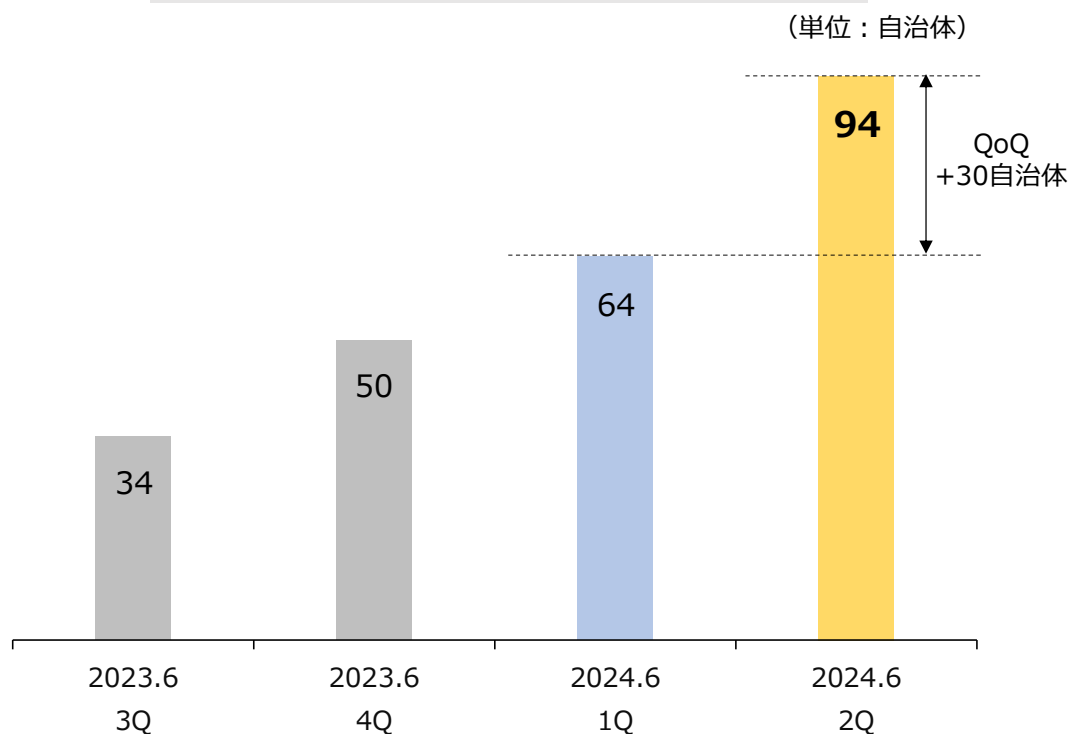
(単位：店)



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2Q末時点では、94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26.7%となり、総人口の1/4超をカバー

提携自治体数推移



提携自治体

2023年10月度



2023年11月度



2023年12月度



おいくら③：「おいくら」との連携自治体（参考）

✓ 2021年7月の連携開始から2023年12月末時点までで、以下の94自治体と連携





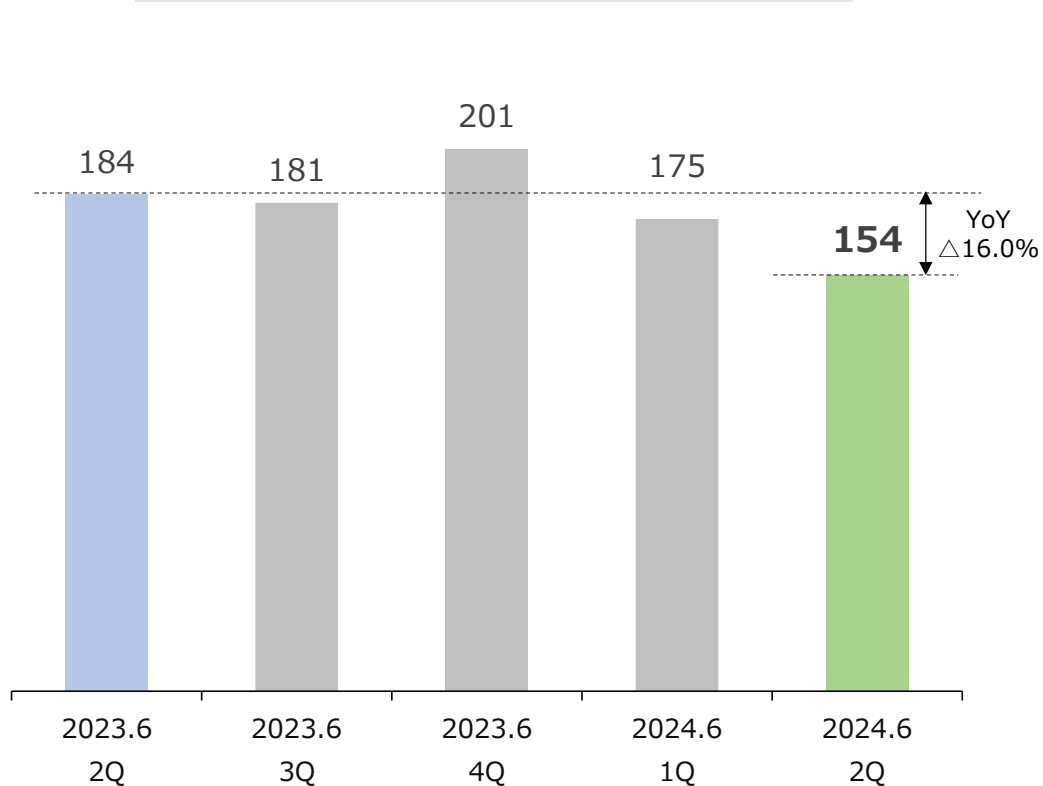
メディア事業

メディア事業：四半期別業績推移

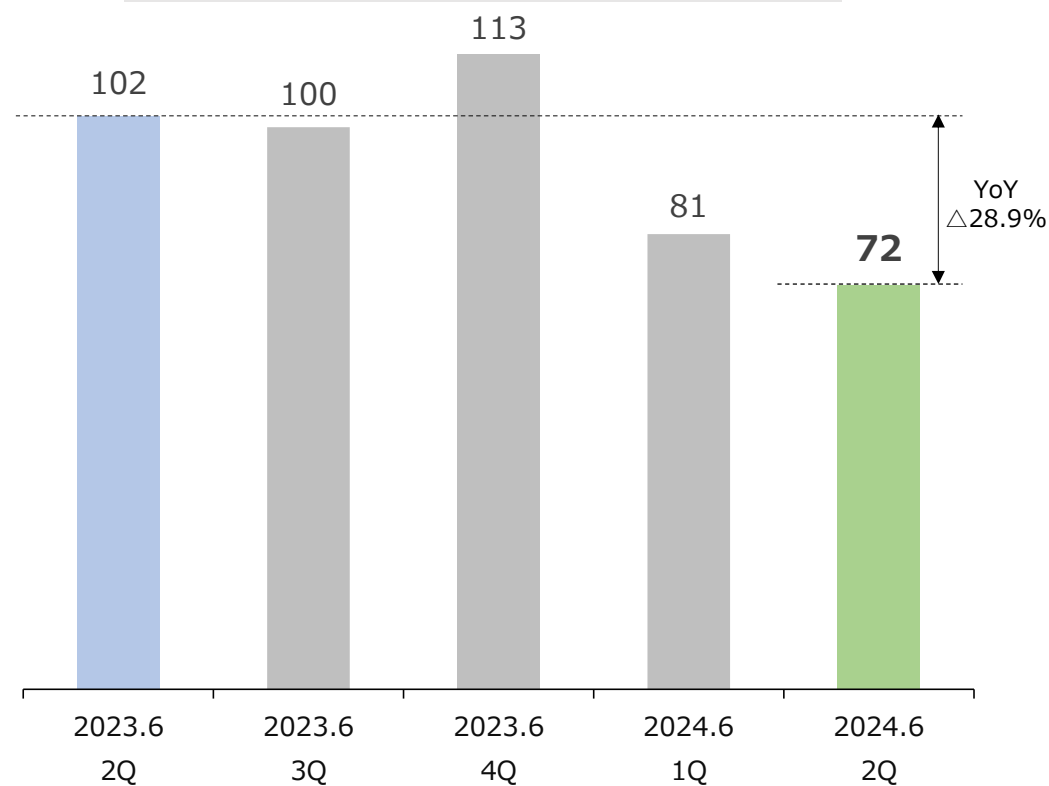
- ✓ 検索エンジンのアルゴリズムアップデートにより、主たるメディアが順位変動の影響を受け、減収減益。
- ✓ アップデートの影響は現在も継続しているものの、従来より取り組んできた収益メディアの分散化および適切なコストコントロールにより収益力の回復を図る予定

(単位：百万円)

売上高推移



セグメント利益推移





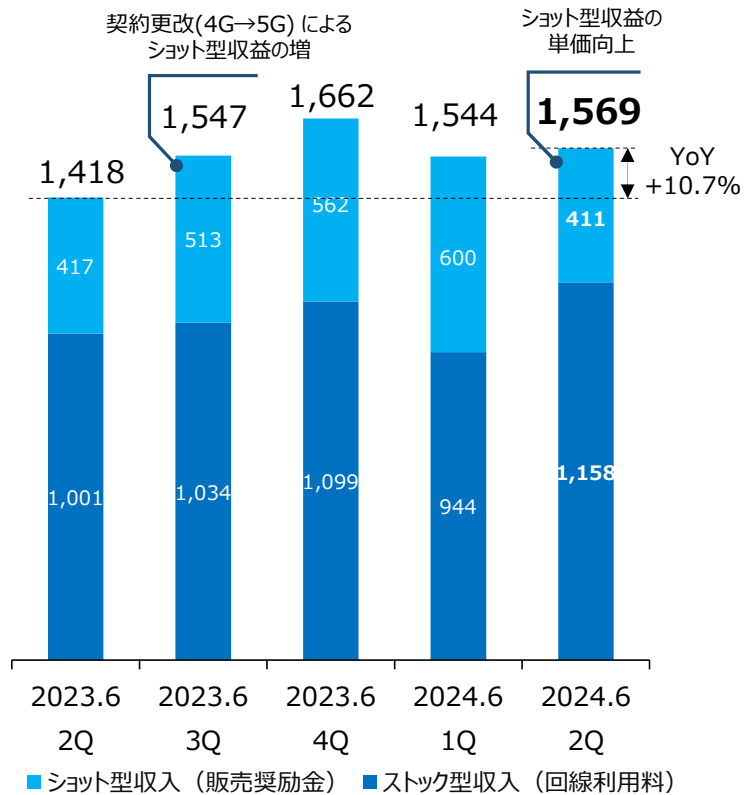
モバイル通信事業

モバイル通信事業①：四半期別業績推移

✓ ストック型収入の積み上げに加え、ショット型収入の単価向上策もあり、増収増益

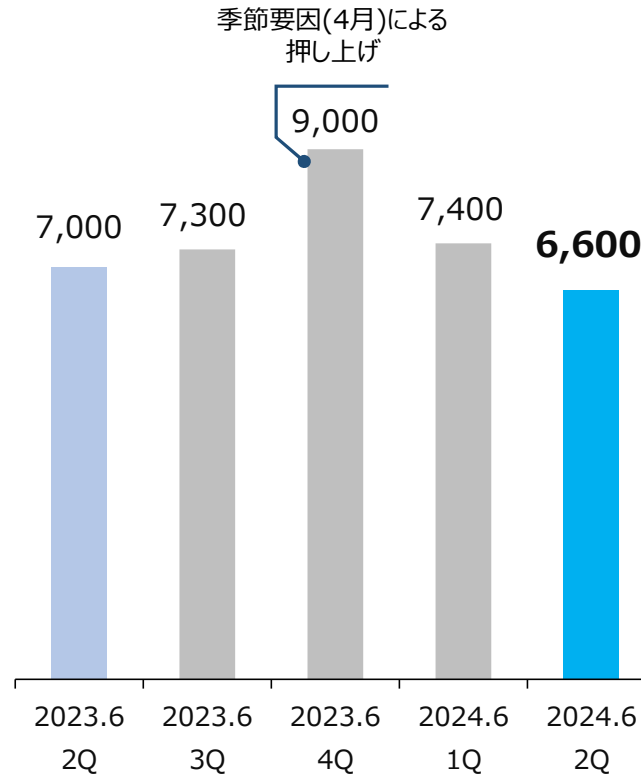
売上高推移

(単位：百万円)



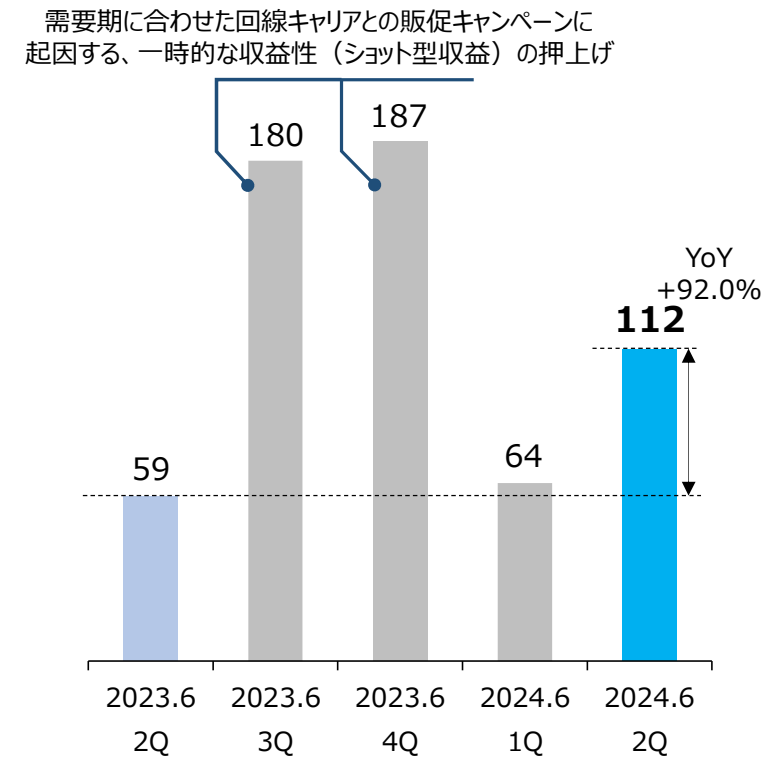
新規回線契約獲得数推移

(単位：件)



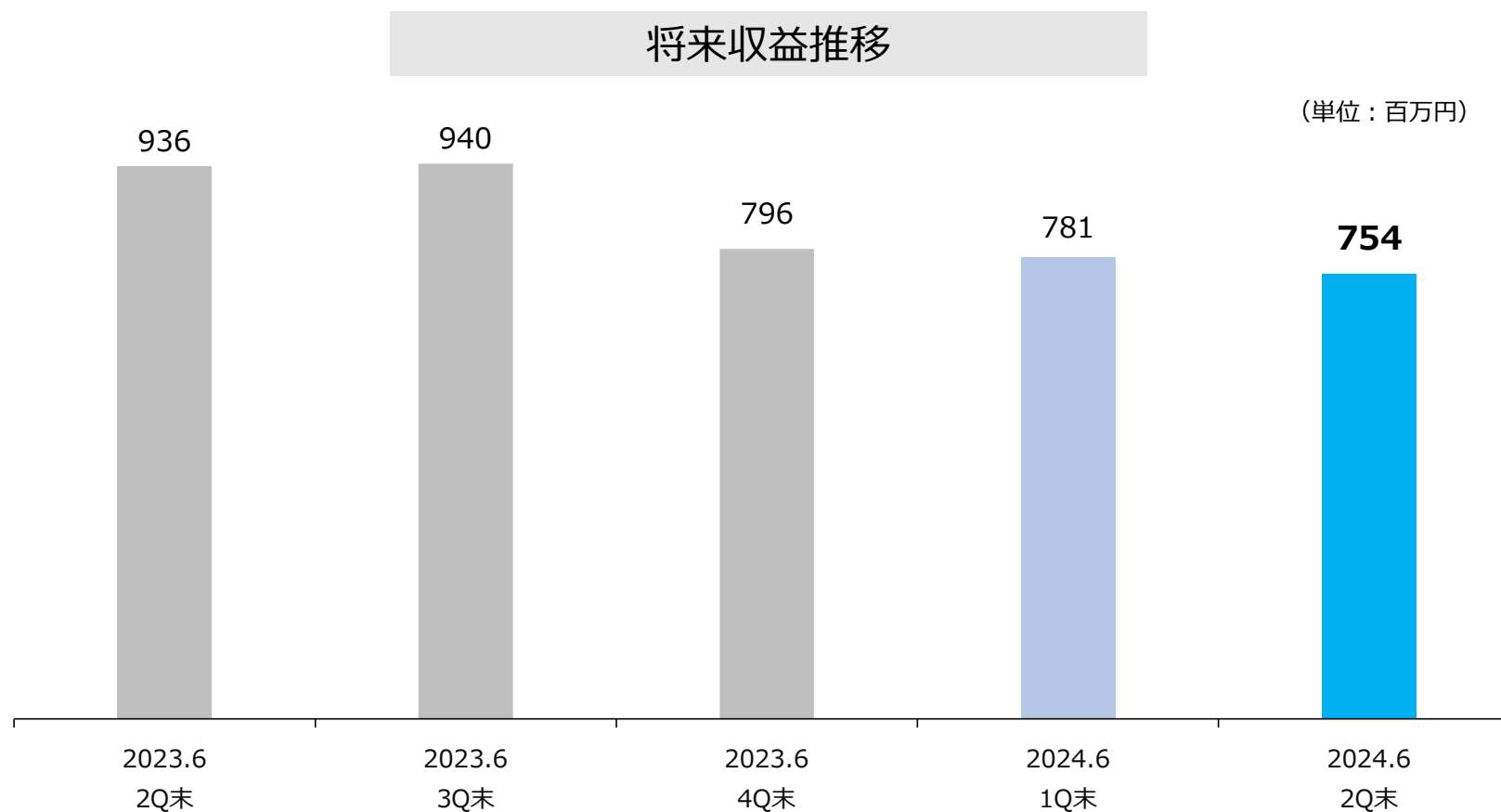
セグメント利益推移

(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。今後ともストック型収益の積み上げに向け各種施策を進める方針。



3

連結業績まとめ



2024年6月期 第2四半期 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
- ✓ 引き続き2Q以降は、生産性の向上に注力

(単位：百万円)	2023.6 2Q	2024.6 2Q	増減	前年同期比
売上高	7,386	8,526	1,140	115.4%
売上総利益	2,682 (36.3%)	3,114 (36.5%)	431	116.1%
営業損失	△ 43 (- %)	△ 41 (- %)	1	-
経常損失	△ 73 (- %) (参考：デリバティブ評価益 +4)	△ 282 (- %) (参考：デリバティブ評価損 △191)	△ 208	-
親会社株主に帰属する 四半期純損失	△ 134 (- %)	△ 627 (- %)	△ 493	-

※括弧内は利益率

セグメント情報 2024年6月期 第2四半期実績 (ハイライト)



(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%)	4,419 (119.0%)	4,419 (119.0%)	4,419 (119.0%)	17,263 (140.8%)
	ネット型リユース	2,405 (124.2%)	2,706 (126.8%)	2,706 (126.8%)	2,706 (126.8%)	10,823 (162.6%)
	メディア	157 (100.6%)	144 (88.7%)	144 (88.7%)	144 (88.7%)	569 (88.7%)
	モバイル	1,544 (97.9%)	1,569 (110.7%)	1,569 (110.7%)	1,569 (110.7%)	6,271 (110.7%)
	営業利益 (△は損失)	△ 154 (-)	113 (799.0%)	113 (799.0%)	113 (799.0%)	453 (799.0%)
	ネット型リユース	10 (21.3%)	142 (195.0%)	142 (195.0%)	142 (195.0%)	536 (195.0%)
	メディア	81 (63.5%)	72 (71.1%)	72 (71.1%)	72 (71.1%)	297 (71.1%)
モバイル	64 (226.4%)	112 (192.0%)	112 (192.0%)	112 (192.0%)	460 (192.0%)	
調整額	△ 310 (-)	△ 215 (-)	△ 215 (-)	△ 215 (-)	△ 855 (-)	

※括弧内は前年同期比

四半期ベースで過去最高

インフラ投資をこなしつつ、収益は過去最高

検索エンジンのアルゴリズムアップデートにより主なメディアの順位が下落

契約回線数の増等により安定的に収益貢献

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2023.6 4Q末	2024.6 2Q末	増減
流動資産	3,472	3,610	137
現金及び預金	1,643	1,515	△ 128
売掛金	1,111	1,241	130
商品	574	649	74
(うち、個人向けリユース) ※	(210)	(260)	49
(うち、マシナリー) ※	(259)	(347)	87
その他流動資産	143	204	61
固定資産	1,380	1,072	△ 308
有形固定資産	429	270	△ 158
無形固定資産	127	82	△ 44
(うち、のれん)	(97)	(61)	△ 36
投資その他の資産	824	718	△ 105
資産合計	4,853	4,682	△ 171

	2023.6 4Q末	2024.6 2Q末	増減
負債	3,151	3,569	417
買掛金	424	502	77
短期有利子負債	1,672	2,273	600
未払金	355	294	△ 60
長期有利子負債	74	71	△ 2
その他負債	625	427	△ 197
純資産	1,701	1,112	△ 589
負債純資産合計	4,853	4,682	△ 171

※商品内訳の残高は、評価損反映前の数値です。

連結キャッシュフロー・計算書



(単位：百万円)	2023.6 2Q	2024.6 2Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 96	△469	△373
投資活動によるキャッシュ・フロー	△198	△204	△ 6
フリーキャッシュ・フロー	△294	△674	△379
財務活動によるキャッシュ・フロー	654	549	△104
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,296	1,515	218

2024年6月期 業績見通しの修正について

- ✓ 売上高 : 2Q以降巻き返しを図るも、期初計画より生産性向上の進捗が遅延（前回200億円→今回180億円）
- ✓ 営業利益 : 会計期間ベースでは2Q以降黒字化継続を見込むが、上記売上計画の見直しおよび3Qに控えた本社移転費用の計上もあり、利益計画を修正（前回8億円→今回1億円）
- ✓ 経常利益以下 : デリバティブ評価損益については、2Q末株価基準で算定のまま据え置き

(単位：百万円)	2023.6期 通期実績	2024.6期 通期予想			前期実績比
		前回発表	今回修正	増減	
売上高	15,257	20,000	18,000	△ 2,000	118.0%
営業利益 (△は損失)	94	800	100	△ 700	105.7%
経常利益 (△は損失)	278 <small>(内、デリバティブ評価益 + 219)</small>	745	△135	△880	-
親会社株主に帰属する 当期純利益(△は損失)	290	370	△547	△917	-

4

Appendix



[会社案内動画](#)



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 2Q	2021.6 2Q	2022.6 2Q	2023.6 2Q	2024.6 2Q
売上高	5,179	5,628	5,492	7,386	8,526
売上総利益	1,981	2,058	1,914	2,682	3,114
販管費合計	1,672	1,851	2,119	2,726	3,155
広宣費＋販促費	298	235	424	669	521
人件費＋採用関連費	540	600	753	918	1,212
地代家賃(含、敷金償却)	117	134	155	162	195
その他	717	882	787	977	1,227
営業利益	309	206	△ 204	△ 43	△ 41

進行期（3Q）の動き①：個人向けリユース

- ✓ 品川リユースセンターは、建物取壊しにともない当初予定どおり2024年2月末にて営業終了予定
- ✓ 商圈拡大に向けたマーケティングのパイロット運用として、今後も同様の取組みは継続していく予定

(2023年6月期第3四半期 決算説明資料より抜粋)

個人向けリユース⑦：品川リユースセンター五反田TOC店 新設



- ✓ 首都圏の買取能力拡充のため、東京都品川区五反田にリユースセンターを新設
- ✓ 顕在・潜在双方の需要が特に旺盛な、都心部の出張買取をさらに強化
- ✓ 期間限定契約のため、ローコストかつ拡張性が高い柔軟な運用が可能



- ・住所
東京都品川区西五反田7-22-17 TOCビル9階
- ・店舗面積
127.18坪 ※：今後の業容拡大に伴い、拡張予定
- ・開設日
2023年5月18日

進行期（3Q）の動き②：マシナリー

- ✓ 茨城県結城市に「北関東第2ヤード」を開設。在庫収容能力を拡充
- ✓ 既存の北関東RCとあわせ、在庫収容能力 最大800台に拡充

新規拠点開設

●北関東第2ヤード

住所：結城市大字結城字柳下 12228 番地の1,3

ヤード面積：約1,400坪

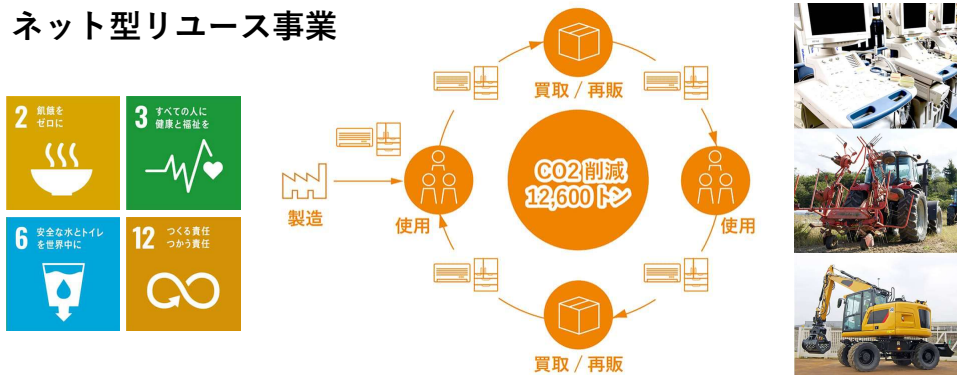
使用開始：2024年1月5日



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

● ボードメンバー 多様化の取り組み

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



今後のIR説明会について

✓ 個人投資家向けIR説明会

開催予定日時	会場	主催	申込み詳細
2024年2月22日(木)20:00-	オンライン	イベントス	https://www.kojintoushika.com/live-2-22-thu-market-enterprise/
2024年3月15日(金)20:00-	オンライン	Kabu Berry	https://kabuberry.com/lab185/

✓ アナリスト・機関投資家向け決算説明会

開催予定日時	会場	申込み詳細
2024年2月21日(水)11:00-	オンライン	1月22日公表の「 2024年6月期第2四半期 アナリスト・機関投資家向けオンライン決算説明会のお知らせ 」をご参照ください。

※ なお、アナリスト・機関投資家向け決算説明会の書き起こし資料および質疑応答概要につきましては、開催日以降 1 週間以内を目途に公開の予定です。



IR情報メール配信

外部配信サイト「ブリッジサロン」(運営・株式会社インベストメントブリッジ)より最新情報をメールで受け取れます。
メールでお受け取りの方は以下QRコードからご登録ください。



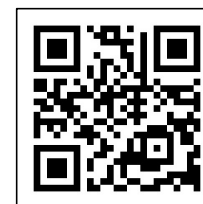
IRメール配信サービス

https://www.bridge-salon.jp/tekiji/alert_mail.php



IR情報SNS配信

IR公式アカウント(@IR_Menter)にて適時開示情報やPR情報などを発信しています。
X(旧Twitter)でお受け取りの方は以下QRコードからご登録ください。



マーケットエンタプライズ

公式Xアカウント：@IR_Menter

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