

各位

会社名 株式会社マーケットエンタープライズ  
代表者名 代表取締役社長 小林 泰士  
(コード：3135、東証プライム)  
問合せ先 常務取締役 今村 健一  
(TEL. 03-5159-4060)

## 2024年6月期第2四半期決算説明会 動画および書き起こし資料公開のお知らせ

当社は、2023年6月期第2四半期決算説明会の動画および書き起こし資料について下記のとおり公開しましたので、お知らせいたします。

記

### 【決算説明会概要】

- ・開催日時 2024年2月21日（水）11：00～12：00
- ・開催方法 オンライン
- ・開催内容 第2四半期決算概要および業績予想等に関する説明ならびに質疑応答
- ・登壇者 代表取締役社長 小林 泰士  
常務取締役 今村 健一

### ①決算説明会動画

URL：[https://www.youtube.com/watch?v=y3I\\_Zsu7qEU](https://www.youtube.com/watch?v=y3I_Zsu7qEU)

### ②決算説明会書き起こし

## 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～)

小林泰士：それでは、2024年6月期の第2四半期決算説明をさせていただきます。本日のアジェンダですが、こちらに沿って進めさせていただきます。

## 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)

3

まず、第2四半期の決算概況からご説明させていただきます。まずハイライトですが、売上高としましては生産性向上フェーズに入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まして、四半期売上高としては過去最高を更新中です。

売上高 85 億 2,600 万円、前年同期比で 15.4%増。売上総利益としては 31 億 1,400 万円、前年同期比 16.1%増となっております。

営業利益に関しては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1クォーターはマイナス1億5,400万円でしたが、第2クォーターにおいては1億1,300万円と黒字に転換しております。結果として、半期営業損失は4,100万円となっております。

また経常利益、純利益につきましては営業外損失としてデリバティブ評価損1億9,100万円、特別損失として減損損失1億9,000万円、それぞれを計上した結果、経常損失としては2億8,200万円、四半期純損失としては6億2,700万円のマイナスとなっております。

## 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%）

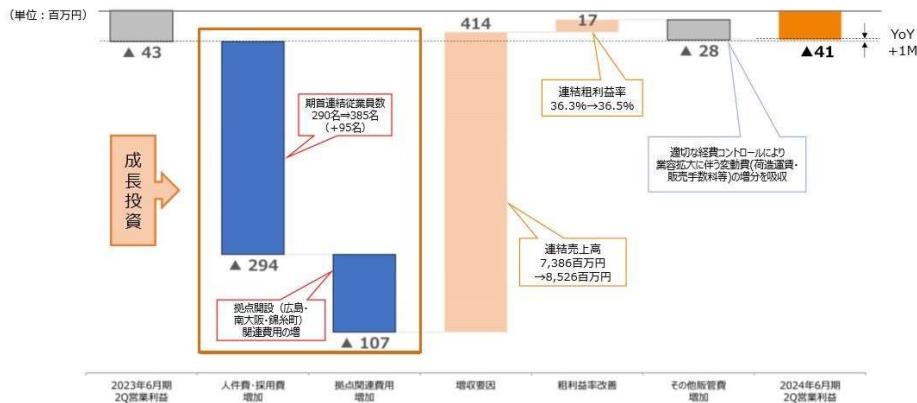


4

セグメント別の売上高になりますけれども、コア事業のネット型リユース事業においては引き続き成長が続いておりまして、前年同期比で25.5%の増加となっております。メディア事業に関しましては検索エンジンのアルゴリズムのアップデートの影響を受けまして、前年同期比でマイナス5.5%となっております。モバイル通信事業においては、契約回線増によるストックの積み上げもあり増収となっております、前年同期比で3.9%の増加で推移しております。

## 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



5

こちらが営業利益の増減益分析になりますが、増益要因としましてはこの増収、および粗利率の改善によりまして4億3,100万円の増加となっております。減益要因としましては、主に成長投資を加速した結果、人件費の増加、および新拠点開設関連費用による販管費の増により、4億2,900万円の減となっております。

## 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<br>(△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 |

6

先ほど申し上げましたデリバティブ評価損の部分ですが、こちらに関してはデリバティブ契約締結時点における設定時株価は926円で、前期においては株価の上昇局面であったんですけれども、第1四半期以降、また第2四半期末の終値では1,020円と、株価が下がった影響で1億9,100万円のデリバティブ評価損を計上しております。

## 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

7

また特別損失の計上についてですが、こちらはネット型リユース事業、特にその中でも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、当初計画に比較して収益化が遅延していることで、第2四半期末時点で当初計画との乖離が発生しております。

これに伴いまして、当該事業における固定資産に計上されていた事業拠点の設備、備品の帳簿価額を減損処理しました。上記収益計画の遅延に伴う会計上の処理でして、その対象となった設備、備品の稼働、および事

業運営等、収益創造のための実体には影響がありませんので、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してまいりたいと思っております。

### 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、中計達成に向けて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   | <b>8,526</b> | 1,140 | 15.4% |
| 売上原価                            | 4,703   | <b>5,412</b> | 708   | 15.1% |
| 売上総利益                           | 2,682   | <b>3,114</b> | 431   | 16.1% |
| 販管費                             | 2,726   | <b>3,155</b> | 429   | 15.8% |
| 営業損失(△)                         | △43     | △ <b>41</b>  | 1     | -     |
| ① デリバティブ評価益                     | 4       | -            | △4    | -     |
| ② デリバティブ評価損                     | -       | <b>191</b>   | 191   | -     |
| その他の営業外損益(純額：△は損失)              | △34     | △ <b>49</b>  | -     | -     |
| 経常損失(△)                         | △73     | △ <b>282</b> | △208  | -     |
| ③ 減損損失                          | -       | <b>190</b>   | 190   | -     |
| その他の特別損益(純額：△は損失)               | 1       | △ <b>1</b>   | 2     | -     |
| 税金等調整前四半期純損失(△)                 | △72     | △ <b>474</b> | △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     | △ <b>90</b>  | △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     | △ <b>92</b>  | △15   | -     |

8

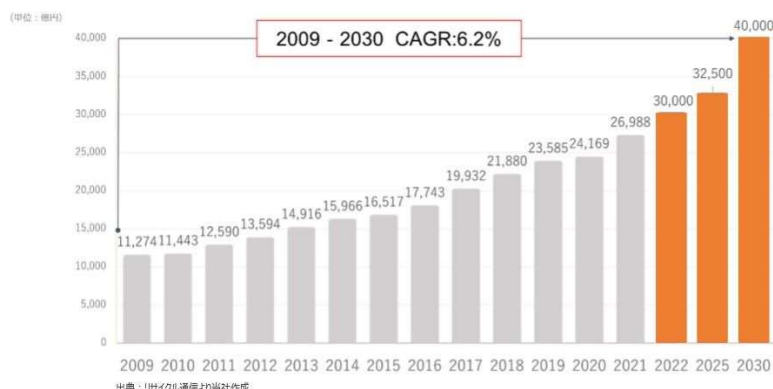
今回計上のデリバティブ評価損、および減損損失はともにキャッシュ・フローの減少は伴わないものであり、これらを考慮しなかった利益水準では先行投資を飲み込みながら、中計達成に向けて着実に進捗している状況と認識しております。

続きまして、セグメント別の事業概況についてご説明させていただきます。

### 市場認識



- ✓ リユース市場は順調に拡大



11

ネット型リユース事業についてです。まずマーケットの状況ですけれども、リユース市場のマーケットに関しては年々右肩上がり成長を遂げております。2022年時点でのこの市場、マーケットサイズは約3兆円で、2030年においては4兆円に迫るといことで、年々CAGRとしては6.2%の成長を遂げている成長市場となっ

ております。

**ネット型リユース事業 2024年6月期 第2四半期実績**

**ME MARKET ENTERPRISE**

✓ 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 (-)      |
|          | 2023.6期 | 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 (-)        |
|          |         | 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%) |
|          | 2024.6期 | 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%)   |
|          |         | 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

そんな中、弊社でも投資を加速させて事業を進捗していますけれども、ネット型リユース事業においては売上高にしましては前年同期比で26.8%の増加で、過去最高の売上水準。売上総利益にしましては前年同期比25.6%の増加で、力強く成長しております。

セグメント利益にしましては1億4,200万円と、前年同期比では95%増で、第2クォーター以降の生産性向上施策により、収益力の改善がなされていていっている状況です。

個人向けリユース、マシナリー、おいくら、それぞれ成長を遂げておりまして、全体として売上高は前年同期比26.8%の増加となっております。

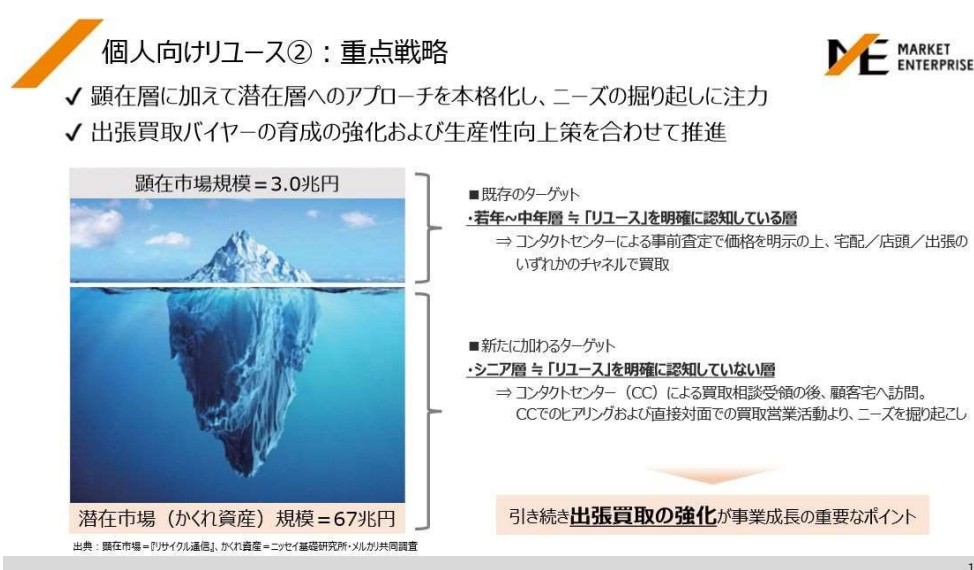


出典：顕在市場＝リサイクル流通、かくれ資産＝コセイ基礎研究所・MICA共同調査、過去1年間に不要となった製品＝経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

特に、個人向けリユースについてご説明させていただきます。まず個人向けリユースのマーケットですが、先ほど2022年の3兆円の顕在化されたマーケットがありましたが、実際、このリユースのマーケットにはまだ顕在化されていない潜在需要、ご自宅に眠っているかくれ資産が非常に多くあるとわれわれは見ておりまして、その金額、なんと66.7兆円といわれています。

また毎年商品が購入されて、またリユースに回ってまいりますので、そうやって1年で不要となる製品も7.6兆円分がマーケットに、どんどんと一般家庭に眠る不用品として追加されている状態ですので、非常に大きなマーケットになってございます。

中でも右側の円グラフで示しておりますように、50歳以上の方のかくれ資産の保有比率は全体の65.2%となっております。ご自宅に眠る不用品、シニア層の保有量が非常に多い状態となっております。



弊社で、氷山でたとえさせていただいているのですが、まず顕在化されたマーケットが水上に見える3兆円のマーケットでして、この水面下の潜在層、かくれ資産の眠っているところが67兆円と。そんなマーケットで認識しております。

もともとの弊社のネット型リユース事業として、この顕在化されたマーケットで宅配買取だったり店頭買取、出張買取とさまざまなチャネルで効率良く買取をさせていただいていたところから、もう一步踏み込んで潜在層に向けて、出張買取でお伺いさせていただいて、しっかりとヒアリングした上で、このニーズを掘り起こしていく。ここを引き続き、出張買取の強化という形で果たしながら事業の成長を進めてまいりたいということで、重点戦略として進めてきております。

### 個人向けリース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 (-)      |
|          | 粗利益額 | 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%) |
|          | 粗利益額 | 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%) |                |                |                |
|          | 粗利益額 | 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

この結果、売上高に関しましては前年同期比 28.8%増、粗利に関しても 22.1%増で、引き続き増収増益基調で継続していております。

### 個人向けリース④：直近のアクション概要（1Q）



- ✓ 出張買取商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



第1クォーターで展開したアクションとしては、エリアの拡大ということで、今までは展開しておらなかった中国地方、広島にリユースセンターの開設。また大阪の東住吉店ということで、関西エリアの拠点を追加しました。

また、中古車の取扱いも年間数多くの買取エリアをお伺いさせていただく中で、車の見積りもできないのかというお問合せをいただくこともございましたので、積極的に私どもがゼロから中古車事業をスタートしていくよりは、既にいただいているご依頼の中から中古車の取扱いもスタートしていったらいいかなと。そんなかたちでスタートしました。



## 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



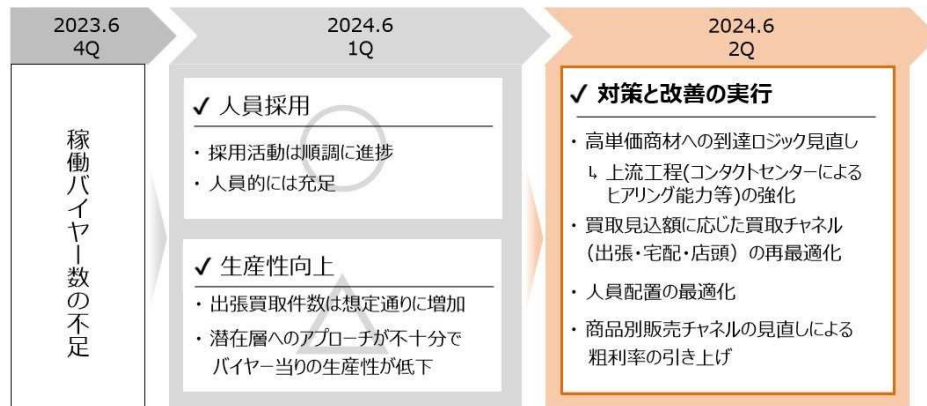
⇒ キャパシティ約2倍へ増強

18

またお客様の潜在的ニーズのヒアリングの強化に関しましては、そのお問合せを受け付けるコンタクトセンター強化のため新拠点を開設しまして、現在の拠点の機能を集約、フロアの拡張ということでキャパシティを2倍に増強しまして、投資を加速して進めさせていただいております。

## 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



19

結果としまして、第1クォーターに関しては昨年から続けてきました採用活動に関しては順調に進捗し、人力的には充足を果たしました。ただ一方で生産性の向上という部分に関しては、出張買取の件数は想定どおり増加を図っていったんですけども、その手前のヒアリングが不十分で単価の低いところにもお伺いしてしまったことで、生産性の低下が見られてしまったのが改善課題と考えておりまして、この第2クォーターではその対策と改善の実行をいたしました。

高単価商材への到達ロジックの見直しとしては、コンタクトセンターによるヒアリングの強化、また本来の強

みであった宅配買取や店頭買取もしっかり活かしながら出張買取を増やしていく、買取チャネルの最適化を図りながら進めました。

人員の配置に関しましてもコールセンターと出張買取の人員を、買取依頼の質・量に応じてバランス良く配置していくかたちを取りました。また、商品別販売チャネルの見直しによる粗利率の上げも、引き続き図ってまいりたいと考えております。

### 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。



20

結果として2クォーター3か月間では黒字転換を果たしたんですけれども、買取の依頼に関しては多くいただいていたところから、このコンタクトセンターのヒアリングを深く重点的に実施しまして、買取依頼の件数確保に関しては適切に広告宣伝費をコントロールしまして、CCの処理に合わせた、能力に対応したソースを確保しながら展開してまいりました。

結果として成約率に関しましては22.7%で、実際の買取件数は非常に伸びている状況でさらに上昇を図ること、生産性の向上も図ることができました。

## 個人向けリース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)



21

チャンネル別の買取案件の推移で考えますと、まず出張買取ですけれども、前年同期比で見ますと194%と大幅な伸長を果たしているんですけれども、クォーター単位では先ほど申し上げた買取チャンネルの最適化を実施しまして、少し減少しているんですけれども、これは買取チャンネルの最適化を図っております。

一方で宅配買取、店頭買取という、本来出張にお伺いせずとも効率良く買取をさせていただけるこれらチャンネルに関しては、しっかりとこのアプローチを強化することによって、全体としての買取数はしっかりと向上させながら、効率化を図って進めていっている状況です。

## 個人向けリース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%)



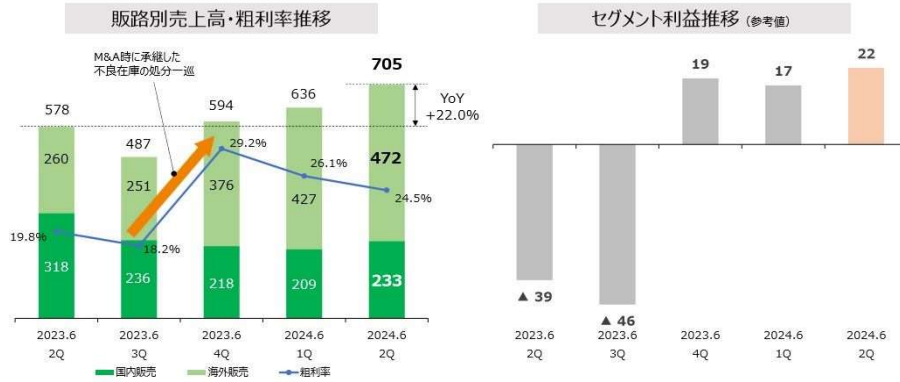
22

在庫の状況です。買取件数が伸びる一方、旺盛な販売需要への対応もあり、在庫に関しては同水準で推移している状況です。

## 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）



24

続けてマシナリー、農機具についてのご説明をさせていただきます。マシナリーに関しましては、売上高に関しては7億500万円、前年同期比で22%の増加となっております。海外の販売が好調に推移しておりまして、海外比率が少しずつ上がってきている状況です。国内の販売も堅調に推移しまして、全体としての四半期売上高としては過去最高を更新している状態です。

セグメント利益に関しましては前期の3クォーターから黒字転換を果たして、そこからは黒字が継続的に続いている、安定的な黒字基調が続いている状況です。

## 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



25

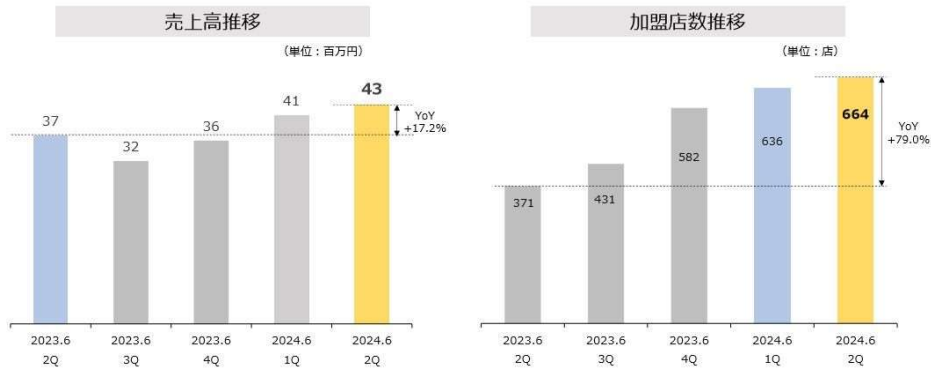
買取に関しても法人からの買取が順調に推移しておりまして、継続的な取引が増えてまいりました。在庫高に関しても積み上げて、この第2クォーターの締めが終わっている段階で、順調に増加している状況です。



### 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



おいくらについてです。こちらの売上高と加盟店の推移ですけれども、月額収入の増加ということで増収基調が続いております。前年同期比で 17.2% の売上高の増加となっております。

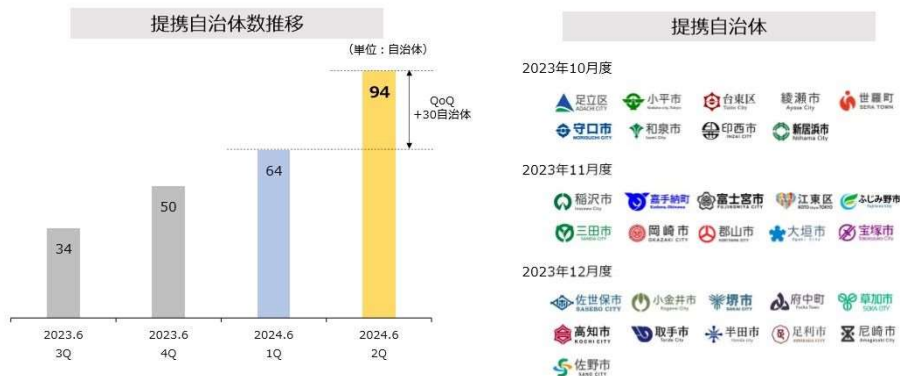
加盟店数に関しましても、前期 3 クォーターの料金プランの多様化策が奏功し、解約率が低下しまして、加盟店数も順調に増加基調になっております。



### 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



また、自治体連携が加速しております。連携自治体数は引き続き順調に増加しておりまして、当第 2 クォーター終了時点では 94 の自治体と連携が図れるかたちになってまいりまして、人口カバー率といいますか、おいくらを導入している自治体人口が全国人口に占める比率は 26.7% となりまして、多くの方に利用していただけるかたちになってまいりました。

## 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、以下の94自治体と連携

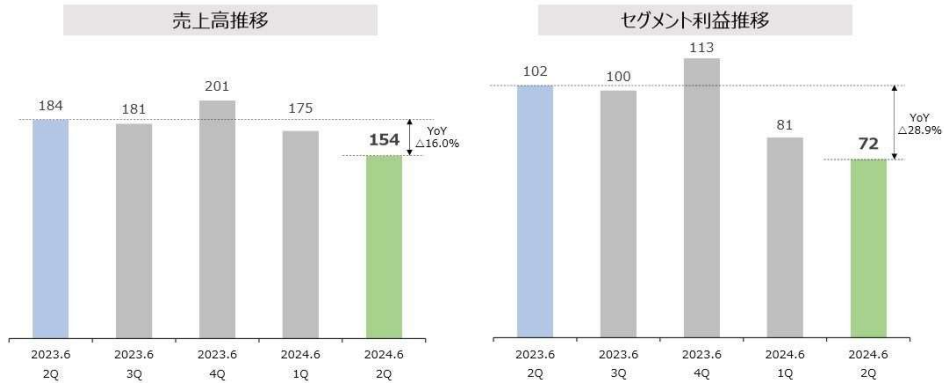


2021年7月の連携開始から2023年12月末時点では94自治体と連携しており、非常に早いペースで自治体との連携が進んでいる状況となっております。

## 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)



続けて、メディア事業です。四半期別の業績推移になります。メディア事業に関しましては検索エンジンのアルゴリズムのアップデートにより、主たるメディアが検索順位の変動の影響を受けまして、減収減益となっています。前年同期比では売上高でマイナス16.0%、セグメント利益としてはマイナス28.9%の影響を受けてしまいました。

アップデートの影響は現在も継続しているものの、従来より収益メディアの分散化に取り組んでまいりましたので、今後適切なコストコントロールにより、収益の回復を図る予定です。

## 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

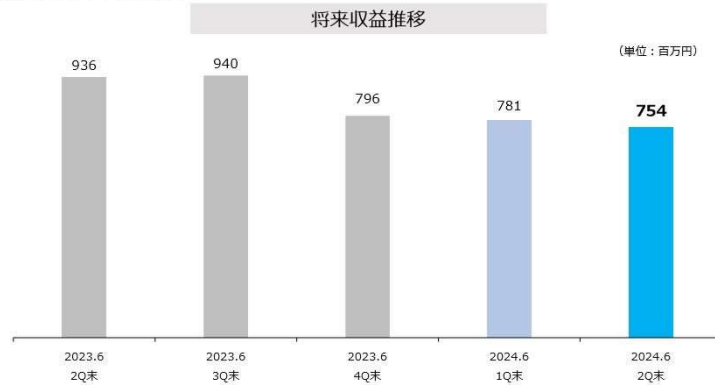


33

モバイル通信事業についてです。こちらが四半期別の業績推移になります。ストック型収入の積上げに加え、ショット型収入の単価向上策もあり、増収増益となっています。季節要因もございますが、セグメント利益としては前年同期比で92%増となっております。

## 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て各種施策を進める方針。



34

こちらが保有回線から得られる将来にわたる収益の見通しですが、前四半期比では同水準で推移しており、今後ともショット型とストック型の収益の積み上げに向けて、各種施策を進めてまいりたいと考えております。

## 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<br>2Q                      | 2024.6<br>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 ( - %)<br>(参考：テリ(タイプ)評価益 +4) | △ 282 ( - %)<br>(参考：テリ(タイプ)評価損 △191) | △ 208 | -      |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純損失 | △ 134 ( - %)                      | △ 627 ( - %)                         | △ 493 | -      |

※括弧内は利益率

36

連結業績のまとめになります。第2四半期としては、連結損益計算書になりますけれども、売上高は過去最高を記録しまして、売上総利益も過去最高水準を維持しております。引き続き、第2クォーター以降も生産性の向上に注力してまいります。

営業損失としては4,100万円、経常損失としては2億8,200万円のマイナス。親会社株主に帰属する四半期純損失は、6億2,700万円のマイナスとなっております。

## 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                      |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|
| <b>売上高</b>  | <b>2,607</b> (○)      | <b>2,885</b> (○)      | <b>3,039</b> (○)      | <b>3,453</b> (○)      | <b>11,986</b> (○)      |
| 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 (○)                |
| モバイル        | △ 7 (○)               | 57 (○)                | 79 (○)                | 4 (○)                 | 134 (○)                |
| 調整種         | △ 220 (○)             | △ 200 (○)             | △ 252 (○)             | △ 237 (○)             | △ 911 (○)              |
| <b>売上高</b>  | <b>3,671</b> (140.8%) | <b>3,715</b> (128.7%) | <b>3,776</b> (124.2%) | <b>4,094</b> (118.6%) | <b>15,257</b> (127.3%) |
| ネット型リユース    | 1,836 (191.6%)        | 2,134 (180.5%)        | 2,065 (127.3%)        | 2,754 (118.7%)        | 8,392 (116.6%)         |
| メディア        | 156 (142.5%)          | 162 (142.5%)          | 163 (129.5%)          | 177 (119.2%)          | 569 (183.7%)           |
| モバイル        | 1,577 (159.6%)        | 1,417 (124.9%)        | 1,547 (119.9%)        | 1,652 (117.9%)        | 5,201 (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%)           |
| モバイル        | 28 (○)                | 58 (101.5%)           | 180 (223.8%)          | 186 (440.6%)          | 454 (386.8%)           |
| 調整種         | △ 263 (○)             | △ 220 (○)             | △ 291 (○)             | 四半期ベースで過去最高           | △ 1,132 (○)            |
| <b>売上高</b>  | <b>4,106</b> (111.0%) | <b>4,419</b> (110.0%) |                       |                       |                        |
| ネット型リユース    | 2,405 (124.2%)        | 2,706 (126.6%)        |                       |                       |                        |
| メディア        | 157 (100.5%)          | 144 (88.7%)           |                       |                       |                        |
| モバイル        | 1,544 (97.9%)         | 1,569 (110.7%)        |                       |                       |                        |
| 営業利益 (△は損失) | △ 154 (○)             | 113 (79.0%)           |                       |                       |                        |
| ネット型リユース    | 10 (21.3%)            | 142 (95.5%)           |                       |                       |                        |
| メディア        | 81 (63.5%)            | 72 (71.1%)            |                       |                       |                        |
| モバイル        | 64 (126.4%)           | 112 (192.0%)          |                       |                       |                        |
| 調整種         | △ 310 (○)             | △ 215 (○)             |                       |                       |                        |

※括弧内は前年同期比

37

こちらがセグメント情報になりますけれども、第2四半期実績のハイライトです。

トップラインは順調に右肩上がりに上がってまいりました。過去最高の売上高で推移しております。また営業利益に関しても、ネット型リユース事業はインフラ投資をこなしつつ収益は過去最高で、第1クォーターには広島と大阪東住吉の拠点を開設、その実稼働も2クォーターはまだ本格的ではございませんでしたが、そこに



錦糸町支社の開設もありましたが、その投資もこなしつつ過去最高の利益となっております。

メディア事業は、検索エンジンのアップデートの影響も受けましてこのようなかたちになっておりますが、全体としては四半期営業利益 1 億 1,300 万円の黒字転換を果たして、進んでいる状況です。

### 連結貸借対照表



| (単位：百万円)       | 2023.6<br>4Q末 | 2024.6<br>2Q末 | 増減    |         | 2023.6<br>4Q末 | 2024.6<br>2Q末 | 増減    |
|----------------|---------------|---------------|-------|---------|---------------|---------------|-------|
| 流動資産           | 3,472         | 3,610         | 137   | 負債      | 3,151         | 3,569         | 417   |
| 現金及び預金         | 1,643         | 1,515         | △ 128 | 買掛金     | 424           | 502           | 77    |
| 売掛金            | 1,111         | 1,241         | 130   | 短期有利子負債 | 1,672         | 2,273         | 600   |
| 商品             | 574           | 649           | 74    | 未払金     | 355           | 294           | △ 60  |
| (うち、個人向けコース) ※ | (210)         | (260)         | 49    | 長期有利子負債 | 74            | 71            | △ 2   |
| (うち、マンション) ※   | (259)         | (347)         | 87    | その他負債   | 625           | 427           | △ 197 |
| その他流動資産        | 143           | 204           | 61    | 純資産     | 1,701         | 1,112         | △ 589 |
| 固定資産           | 1,380         | 1,072         | △ 308 | 負債純資産合計 | 4,853         | 4,682         | △ 171 |
| 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 |         |               |               |       |

※商品内訳の残高は、評価損反映前の数値です。

38

こちらが連結貸借対照表になります。

### 連結キャッシュ・フロー計算書



| (単位：百万円)         | 2023.6<br>2Q | 2024.6<br>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   |

こちらが連結キャッシュ・フロー計算書になります。

## 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<br>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<br><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<br>当期純利益(△は損失) | 290                                     | 370          | △547   | △917    | -      |

40

2024年6月期の業績見通しの修正についてです。売上高は2クォーター以降、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しまして、前回200億円で通期の売上予想を組んでおりましたが、今回180億円に修正させていただきます。

また営業利益に関しましては、会計期間ベースで2クォーター以降、黒字化の継続を見込んでおりますが、上記売上高計画の見直し、および3クォーターに控えた本社移転の費用計上等もあり、利益計画を修正させていただきます。前回8億円から今回1億円への修正をさせていただきました。

経常利益以下に関しましては、デリバティブ評価損益については2クォーター末の株価水準で、据え置きのまま算定させていただいております。

以上、第2四半期の決算説明をさせていただきました。