



2025年3月期 第2四半期
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. 2025年3月期 第2四半期 連結業績
3. 2025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	92億57百万円 (2024年9月30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(24年9月末時点)	1,065店 (内 GEO mobile単独90店、併設613店)		国内 853店 海外 94店	22店	21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A V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일러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일러”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. 2025年3月期 第2四半期 連結業績

2025年3月期 第2四半期 サマリー

連結業績ハイライト

売上高

リユース市場の拡大を背景に国内外の2nd STREETの売上は堅調に推移し、GEO mobile のリユーススマホ・タブレット販売も伸張しましたが、新品ゲーム商材の需要一巡による反動減を主要因に、連結売上高は前年同期比7.4%減の1,997億円で着地

営業利益・経常利益・当期純利益

売上総利益が増加した一方で、新品、レンタル売上高の減少や人件費による販売管理費を回収しきれず、前年同期比で営業利益が25.9%の減益、経常利益が40.0%の減益、親会社株主に帰属する中間純利益が50.6%の減益

売上総利益

リユース系商材の売上が増加、粗利率が低い新品の売上が減少したことによる売上構成比の変動を理由に、売上総利益率は前年同期比で5.7ポイント上昇し、売上総利益は7.8%増の817億円で着地

トピック

トピック①



(国内)

第2四半期、15店舗純増により
2024年9月末853店舗

トピック②



(海外)

第2四半期、13店舗の出店
米国4店舗・台湾4店舗
マレーシア4店舗・タイ1店舗
2024年9月末海外店舗数 94店舗
シンガポール・香港に子会社を設立

トピック③



リユースモバイル注力、
GEO mobile単独店90店舗・併設店613店舗
GEOの来店動機を高めるための強化商品施策を展開

2025年3月期 第2四半期 連結損益計算書

リユース衣料・服飾商材、リユーススマホ・タブレット商材が売上を伸ばした結果、売上構成比が好転し、売上総利益率は5.7ポイント上昇しました。一方で、新品ゲーム商材の需要一巡による反動減を主要因に売上が大幅に減少したことに加え、持続的な成長のために投じた人件費が増加したため、営業利益は前年同期比25.9%減の54億円で、減収減益となりました。なお、為替差損を7億円計上しております。

単位：百万円	24.3月期 2Q実績	25.3月期 2Q実績	前年同期比	増減額
売上高	215,761	199,724	92.6%	▲16,036
売上総利益	75,886	81,787	107.8%	5,900
(売上総利益率)	35.2%	40.9%	—	5.7pt
販管費	68,579	76,372	111.4%	7,792
営業利益	7,307	5,414	74.1%	▲1,892
(営業利益率)	3.4%	2.7%	—	▲0.7pt
経常利益	8,675	5,201	60.0%	▲3,473
親会社株主に帰属する 中間純利益	5,717	2,825	49.4%	▲2,892

2025年3月期 第2四半期 商材別売上高

単位：百万円	24.3月期 2Q実績	25.3月期 2Q実績	前年同期比	増減額
リユース	112,793	127,940	113.4%	15,147
リユース系	78,757	87,324	110.9%	8,566
衣料・服飾雑貨 ^{※1}	38,678	45,872	118.6%	7,194
家具・家電 ^{※1}	5,184	5,961	115.0%	777
ラグジュアリー ^{※4}	27,270	27,008	99.0%	▲261
その他 ^{※1}	7,624	8,481	111.2%	857
メディア系	34,036	40,616	119.3%	6,580
ゲーム ^{※2}	15,813	16,107	101.9%	294
スマホ・タブレット ^{※2.3}	15,574	21,951	140.9%	6,376
その他 ^{※2}	2,648	2,558	96.6%	▲90
新品 ^{※2}	74,276	44,492	59.9%	▲29,783
その他	28,691	27,291	95.1%	▲1,400
デジタルコンテンツ ^{※5}	7,939	8,106	102.1%	166
レンタル ^{※2}	16,591	14,847	89.5%	▲1,744
その他	4,160	4,336	104.3%	176
合計	215,761	199,724	92.6%	▲16,036

リユース市場の拡大や新規出店により国内外2nd STREETの中心商材である衣料・服飾雑貨販売が引き続き堅調

ECの販売や新規出店、併設店増加など様々なチャネル拡大により、GEO mobileの中心商材であるリユーススマホ・タブレット商材が大幅に伸張

半導体不足の解消により販売堅調であった新品ゲーム商材需要が一巡したことの反動減や、ゲーム事業の特性であるヒットタイトルが例年に比べて少なく減収

主要な取扱いショップまたは主な事業：※1：2nd STREET ※2：GEO ※3：GEO mobile ※4：OKURA ※5：viviON

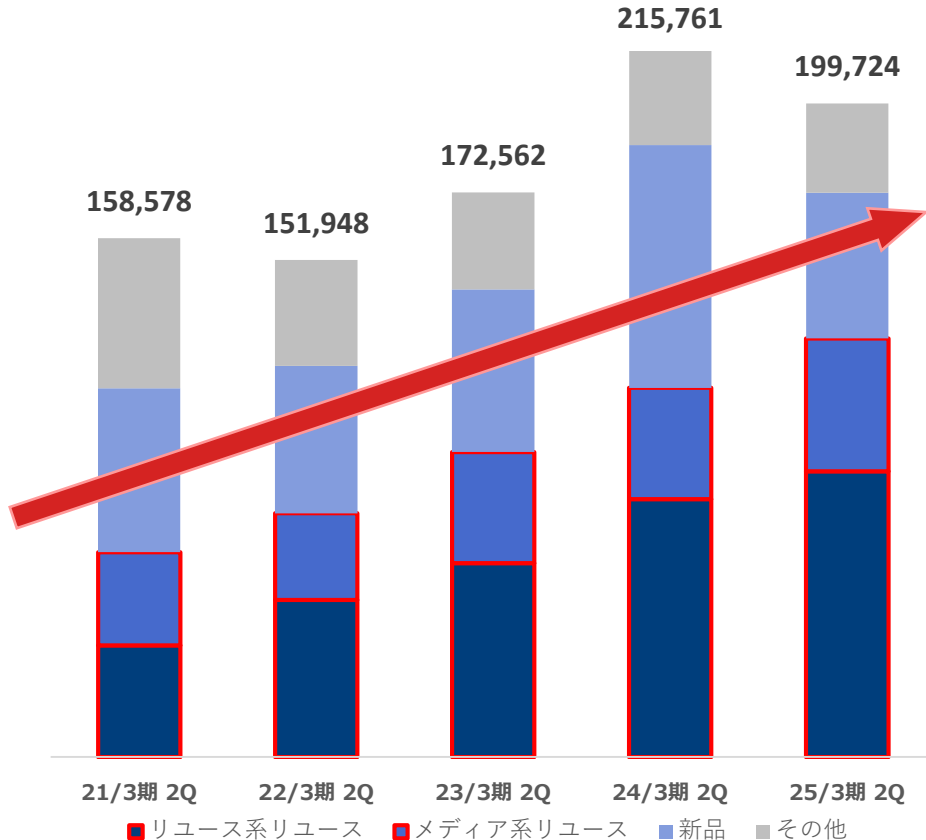


2025年3月期 第2四半期 売上高関連データ

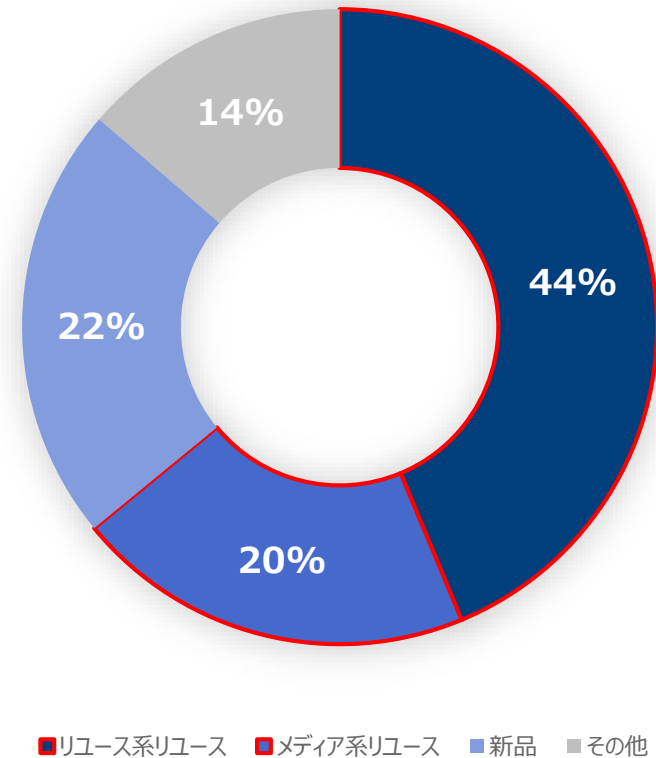
リユース市場の拡大を背景にリユース系リユースの2nd STREETの売上は順調に売上を伸ばしており、メディア系リユースにおきましてはGEO mobile の店舗展開や、ECや併設店による買取販売チャネルの拡大により著しく成長しており、リユース関連事業の売上が大幅に伸張いたしました。一方で、新品ゲーム商材の需要一巡による反動減を主要因に売上高は前期同期比7.4減の1,997億円を着地しました。

第2四半期売上高の5年推移

(百万円)



2025年3月期 第2四半期 売上高構成比

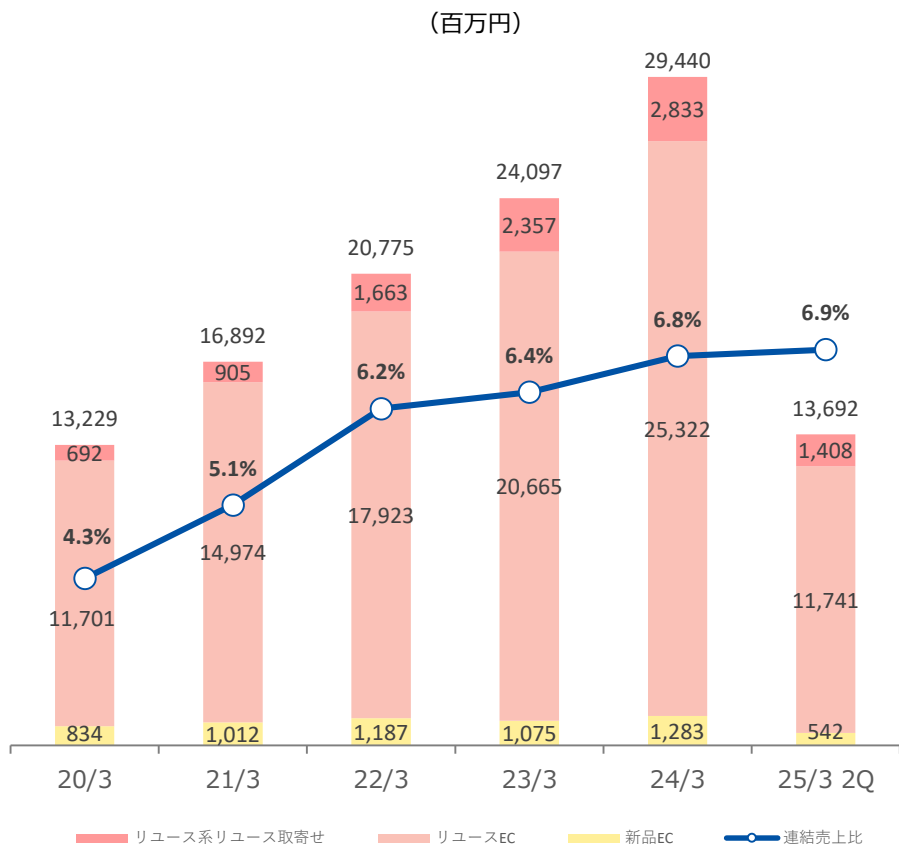


2025年3月期 第2四半期 EC関与売上高・比率の推移

EC関与売上高※は伸長傾向が続いています。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が、国内EC関与売上高として、前年同期比3.9%増と成長しています。

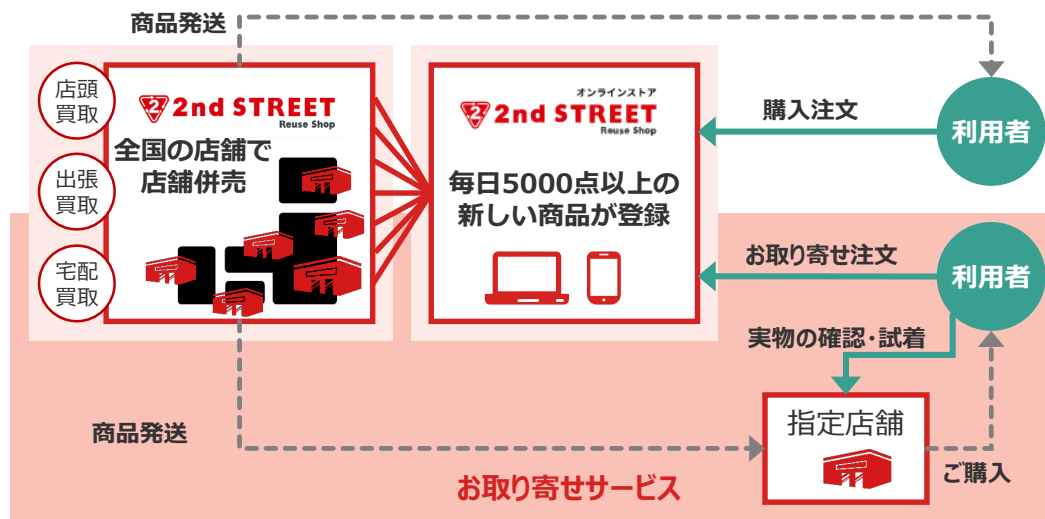
直営店中心のメリットを活用した「お取り寄せサービス」は利用者の送料・手数料負担がなく、指定店舗で実物を確認・試着してから購入できるため利便性が高く、全国から一期一会の商品を手にとれるサービスとなっています。

EC関与売上高※とEC関与比率（対売上高）推移



	24.3月期 2Q実績	25.3月期 2Q実績	前年同期比
EC関与売上高（百万円）	13,180	13,692	103.9%

2nd STREET オンラインストアの概要



※ECサイト（2nd STREET online・GEO online・OKURA等）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。

2025年3月期 第2四半期 商材別売上総利益

単位：百万円	24.3月期 2Q実績	25.3月期 2Q実績	前年同期比	増減額
リユース	48,721	54,776	112.4%	6,054
リユース系	36,907	41,788	113.2%	4,881
衣料・服飾雑貨 ^{※1}	25,161	29,686	118.0%	4,524
家具・家電 ^{※1}	3,125	3,618	115.8%	493
ラグジュアリー ^{※4}	3,250	2,390	73.5%	▲859
その他 ^{※1}	5,370	6,094	113.5%	723
メディア系	11,814	12,987	109.9%	1,172
ゲーム ^{※2}	5,007	5,318	106.2%	311
スマホ・タブレット ^{※2.3}	4,398	5,323	121.0%	924
その他 ^{※2}	2,408	2,345	97.4%	▲62
新品 ^{※2}	7,591	8,134	107.1%	542
その他	19,573	18,876	96.4%	▲696
デジタルコンテンツ ^{※5}	7,077	7,275	102.8%	197
レンタル ^{※2}	10,446	9,450	90.5%	▲996
その他	2,049	2,151	105.0%	101
合計	75,886	81,787	107.8%	5,900

売上に比例して国内外2nd STREETの中心商材である衣料・服飾雑貨販売が引き続き堅調であり増益

ラグジュアリーの相場不調により減益

新規出店やチャネル拡大により、大幅な増益となり、減少するレンタル利益をカバー

主要な取扱いショップまたは主な事業：※1：2nd STREET ※2：GEO ※3：GEO mobile ※4：OKURA ※5：viviON

2025年3月期 第2四半期 販売管理費

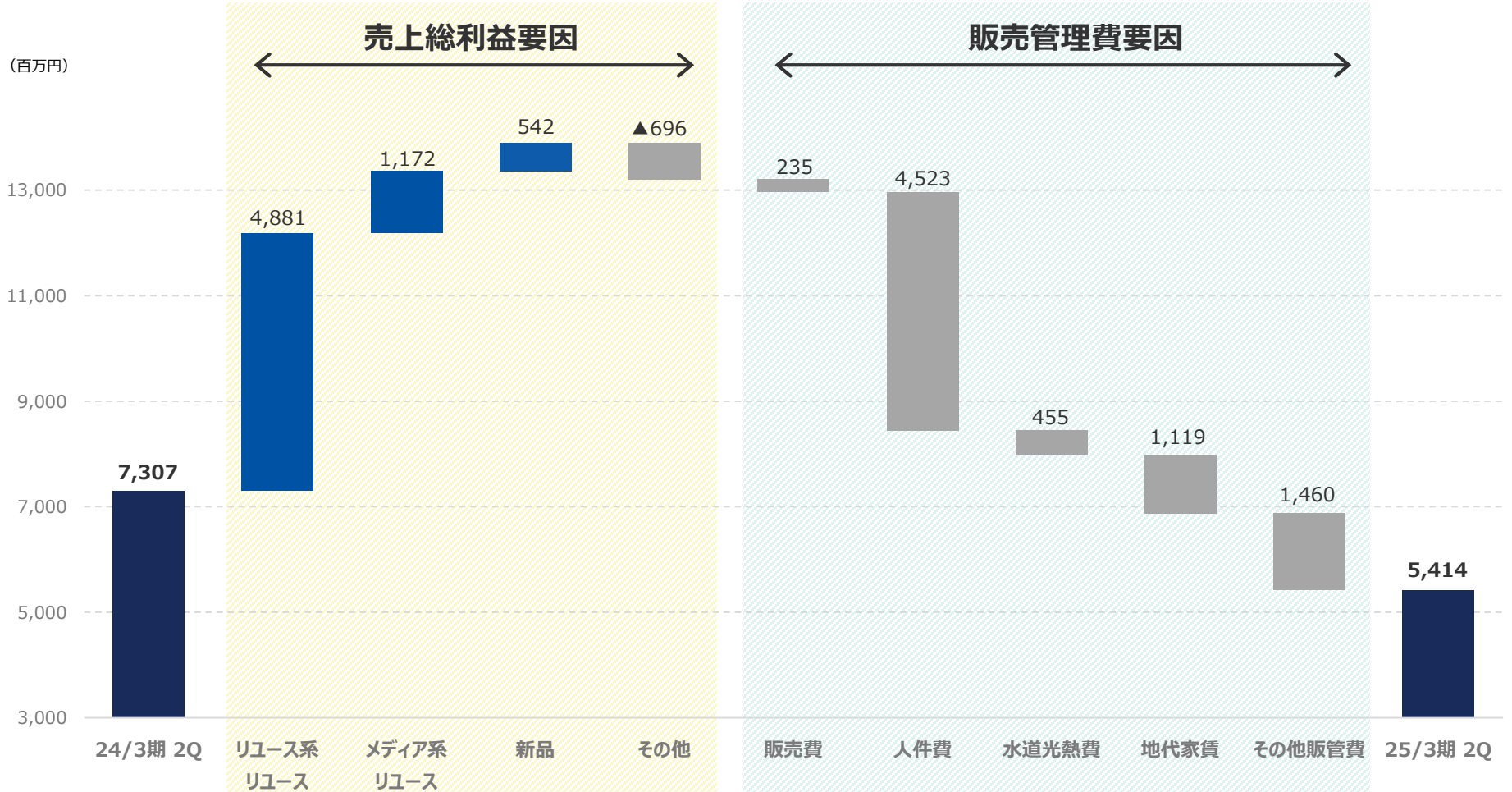
販売手数料の増加や、人材採用による社員の増員、給与のベースアップ、出店などによる地代家賃および減価償却費、水道光熱費増加の影響により、販管費合計では前年同期比11.4%増となりました。

単位：百万円	24.3月期 2Q実績	売上高比	25.3月期 2Q実績	売上高比	前年同期比	増減額
販売費計	9,816	4.5%	10,052	5.0%	102.4%	235
広告宣伝費	4,462	2.1%	4,184	2.1%	93.8%	▲278
販売手数料	3,204	1.5%	3,893	1.9%	121.5%	689
運送費	1,180	0.5%	1,325	0.7%	112.3%	145
人件費計	31,366	14.5%	35,890	18.0%	114.4%	4,523
その他諸経費計	27,396	12.7%	30,430	15.2%	111.1%	3,034
水道光熱費	2,338	1.1%	2,794	1.4%	119.5%	455
地代家賃	13,729	6.4%	14,849	7.4%	108.2%	1,119
減価償却費	2,318	1.1%	2,674	1.3%	115.4%	356
備品消耗品費	1,328	0.6%	1,596	0.8%	120.1%	267
修繕費	368	0.2%	402	0.2%	109.3%	34
販管費計	68,579	31.8%	76,372	38.2%	111.4%	7,792

※販売管理費の増減について、▲は営業損益へのプラス要因。

2025年3月期 第2四半期 営業利益前期比増減

2nd STREETのリユース衣料服飾や、GEO mobileのリユーススマホ・タブレットが全体を牽引する形となり、新品商材やレンタル商材の売上減少を補ったことに加え、売上構成の変化により粗利率は5.7ポイント上昇しました。一方で、人件費をはじめとする販売管理費の増加により営業利益は前年同期比25.9%減の54億円となりました。



※販管費の増減額について▲は利益の減少要素となります。

2025年3月期 第2四半期 連結貸借対照表

単位：百万円	2024年 3月31日	構成比	2024年 9月30日	構成比	増減額
流動資産	154,308	66.8%	168,011	67.2%	13,702
現金及び預金	54,977		68,276		13,298
売掛金	15,226		13,718		▲1,508
商品	70,970		72,671		1,701
固定資産	76,817	33.2%	81,897	32.8%	5,079
有形固定資産	46,840		51,280		4,439
無形固定資産	4,341		4,760		418
投資その他資産	25,635		25,857		221
資産合計	231,125	-	249,908	-	18,782
流動負債	47,487	20.5%	45,421	18.2%	▲2,066
買掛金	14,692		13,567		▲1,125
1年以内返済予定の長期借入金	8,737		9,612		875
固定負債	96,287	41.7%	114,840	46.0%	18,553
社債	6,600		12,100		5,500
長期借入金	64,325		75,325		11,000
負債合計	143,775	62.2%	160,261	64.1%	16,486
純資産合計	87,349	37.8%	89,646	35.9%	2,296
負債純資産合計	231,125	-	249,908	-	18,782

スマホ在庫の消化が進んだ一方、海外事業及び衣料服飾、ラグジュアリー在庫確保により増加

主にゲーム事業の特性であるヒットタイトルが例年に比べて少なく仕入が減少

第2回無担保社債発行により55億円調達、取引金融機関より160億円調達

2025年3月期 連結キャッシュフロー計算書

単位：百万円	2023年 9月30日	2024年 9月30日	増減額
税金等調整前中間純利益	8,546	5,169	▲3,376
うち減価償却費	2,587	2,971	383
うち売上債権の増減額(▲は増加)	▲1,045	1,439	2,484
うち棚卸資産の増減額(▲は増加)	▲2,285	▲1,810	474
うち仕入債務の増減額(▲は減少)	▲1,847	▲840	1,007
営業CF 小計	5,030	7,921	2,890
うち法人税等の支払額	▲2,488	▲2,927	▲439
営業CF	2,453	4,796	2,343
うち有形固定資産の取得による支出	▲3,177	▲4,926	▲1,749
投資CF	▲5,524	▲5,803	▲278
うち短期借入金の純増減額(▲は減少)	▲6,000	▲1,500	4,500
うち長期借入による収入	13,200	16,000	2,800
うち長期借入金の返済による支出	▲3,477	▲4,124	▲647
うち社債の発行による収入	-	5,472	5,472
うち配当金の支払額	▲473	▲676	▲202
財務CF	3,160	14,787	11,626
現金及び現金同等物の増減額(▲は減少)	354	13,624	13,270
現金及び現金同等物の中間期末残高	46,919	72,181	25,261






事業構成の変化に伴い掛取引が減少し、リユース商材の現金買取仕入増加

国内外新規出店のため、建設仮勘定が増加

第2回無担保社債発行により55億円調達、取引金融機関より160億円調達

ゲオグループの店舗数の状況

2024年9月末の総店舗数 2,130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			
直営店	970	798	39	32	21	2	22	21	75	1,980
(期中出店)	16	21	4	4	4	1	1	3	10	64
(期中閉店)	▲ 23	▲ 7	0	0	0	0	▲ 1	0	0	▲ 31
FC・代理店	95	55	0	0	0	0	0	0	0	150
合計	1,065	853	39	32	21	2	22	21	75	2,130
2024.3月末	1,084	838	35	28	17	1	22	18	65	2,108
2023.3月末	1,089	803	23	18	11	0	23	21	35	2,023

※1：直営店にGEO mobile単独店90店舗を含む。併設店としてのGEO Mobileは 613店舗。

※2：Super 2nd STREET・2nd OUTDOOR・JUMBLE STORE・買取専門店等を含む。

3. 2025年3月期 通期業績予想

2025年3月期 通期業績予想

2024年5月に公表しました業績予想からの修正はありません。






第2四半期におきましては、リユース需要の継続により、積極的に出店している国内外2nd STREET、GEO mobile を中心とした商材が好調に推移しました。当社グループの取り扱い商材であるリユースの衣料・服飾雑貨、スマホ、ゲーム関連商材の需要には、特有の季節性があることから、売上高・営業利益は下半期の比重が高くなる事業特性があります。

単位：百万円	25.3月期 通期予想	25.3月期 2Q実績	25.3月期 2Q進捗率	(参考) 24.3月期 通期実績	(参考) 通期予想 前期比増減額
売上高	436,000	199,724	45.8%	433,848	2,151
営業利益	12,000	5,414	45.1%	16,814	▲4,814
(営業利益率)	2.8%	2.7%	-	3.9%	▲1.1pt
経常利益	12,000	5,201	43.3%	18,749	▲6,749
親会社株主に帰属する 中間純利益	6,000	2,825	47.1%	10,902	▲4,902
直営店舗数	2,076店	1,980店	33店舗純増	1,947店	129店舗純増
ROE	6.38%	-	-	13.29%	▲6.91pt
NetD/Eレシオ	0.33倍	0.28倍	0.05減	0.26倍	0.07増

※ROE=親会社株主に帰属する当期純利益÷期末自己資本。NetD/Eレシオ=期末純有利子負債(リース債務を除く)÷期末純資産額。



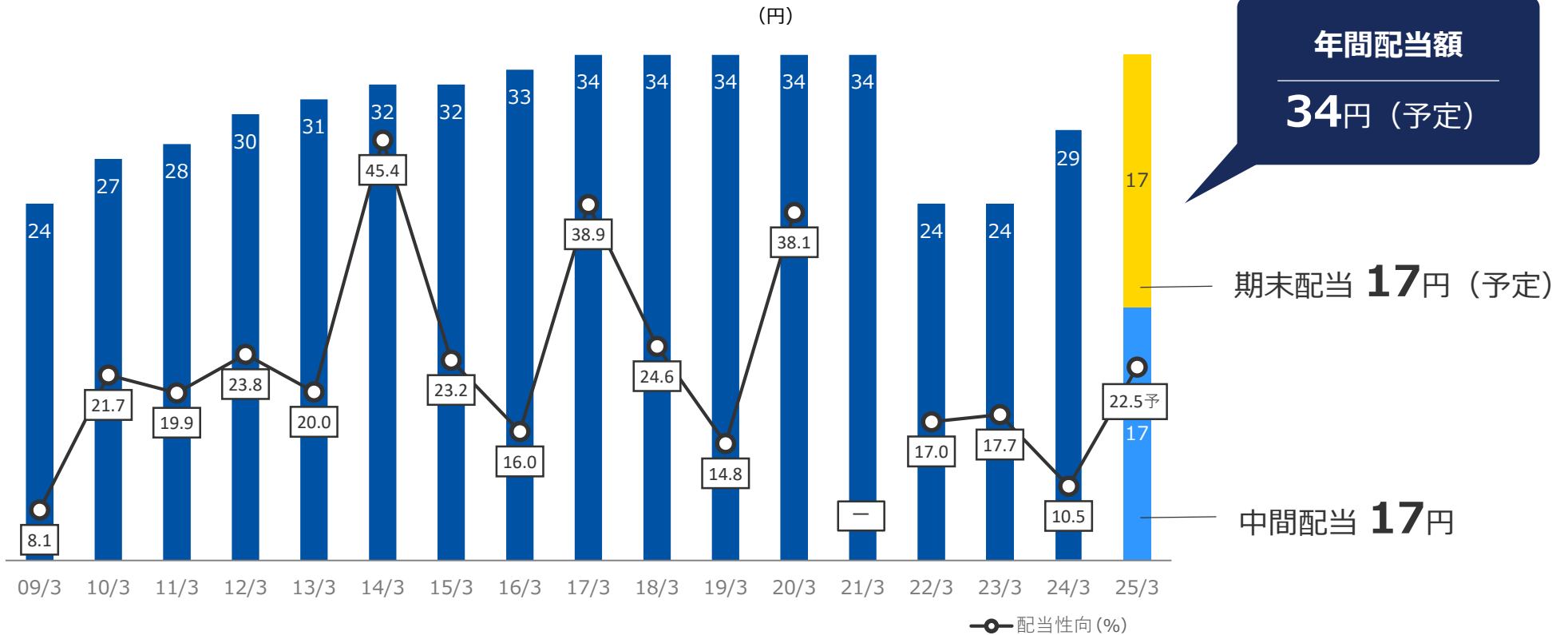
2025年3月期 出店計画

	出店計画			出店実績	
	店舗数	概要		25.3月期 2Q	
	国内 60店舗	総合リユース店に加え、都心型店舗および買取専門店を出店し、2029年3月期までに1,000店舗を目指します。		21店舗	
	海外 34店舗	北米	15店	東海岸への出店に加え、出店する州の拡大を図ります。	4店舗
		台湾	10店	出店エリアの拡大を含む出店を進めます。	4店舗
		マレーシア	6店	クアラルンプールおよび近郊を中心に出店を行います。	4店舗
		タイ	3店	バンコク首都圏を中心に出店を行います。	1店舗
 	50店舗	内、45店舗がGEO mobile単独店。出店のほかGEO併設店展開を推進します。GEOについても新フォーマットによる出店を行う方針です。		16店舗	
	3店舗	繁華街立地に加え、買取専門店も出店する予定です。		1店舗	
	6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出店も計画します。		3店舗	

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。
- 2025年3月期につきましては利益水準、財政状態などを総合的に勘案した結果、2025年3月期の剰余金の配当（中間配当）は、2024年5月10日に公表いたしましたとおり1株当たり17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、1株当たり17円00銭とし、年間配当金は34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



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: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> 2nd STREET 海外	●		
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> OKURA TOKYO			●
<div style="background-color: #00a68a; 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・GEO mobile	●	●	
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> デジタルコンテンツ事業			●

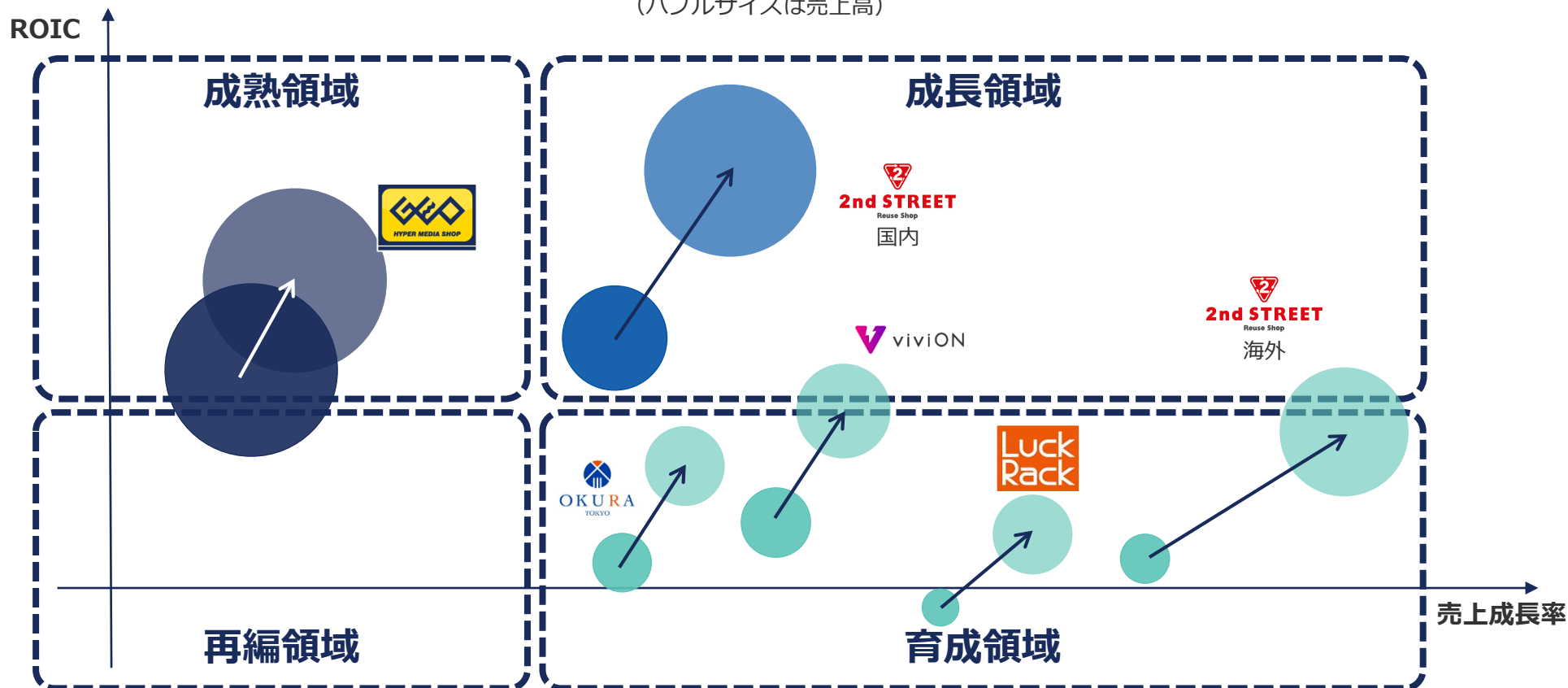
※重点的に経営資源を投入する取組みをハイライトしています。

将来の展望と各事業の成長イメージ

- 現在、ゲオグループは年間売上高5000億円を切る規模ですが、将来の展望として2035年頃には売上規模を倍にしたいと考えています。その時の一丁目一番地はリユース事業になると考え、リユース業界の更なる発展に努め、世界中のお客様の日常を豊かにすることを目標に、挑戦し続けてまいります。
- 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

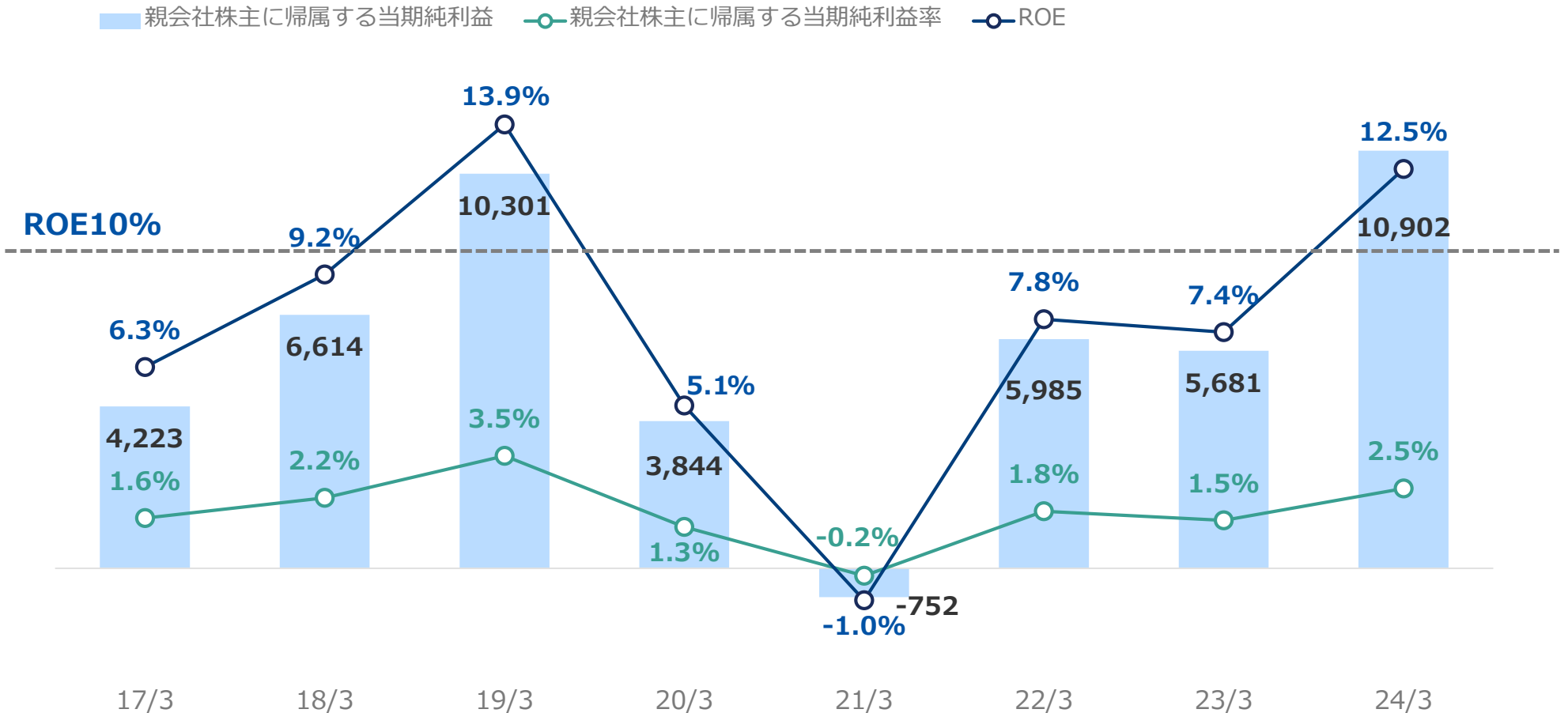
(バブルサイズは売上高)



※vivIONは収益認識基準による影響を加味しています。

ROE目標

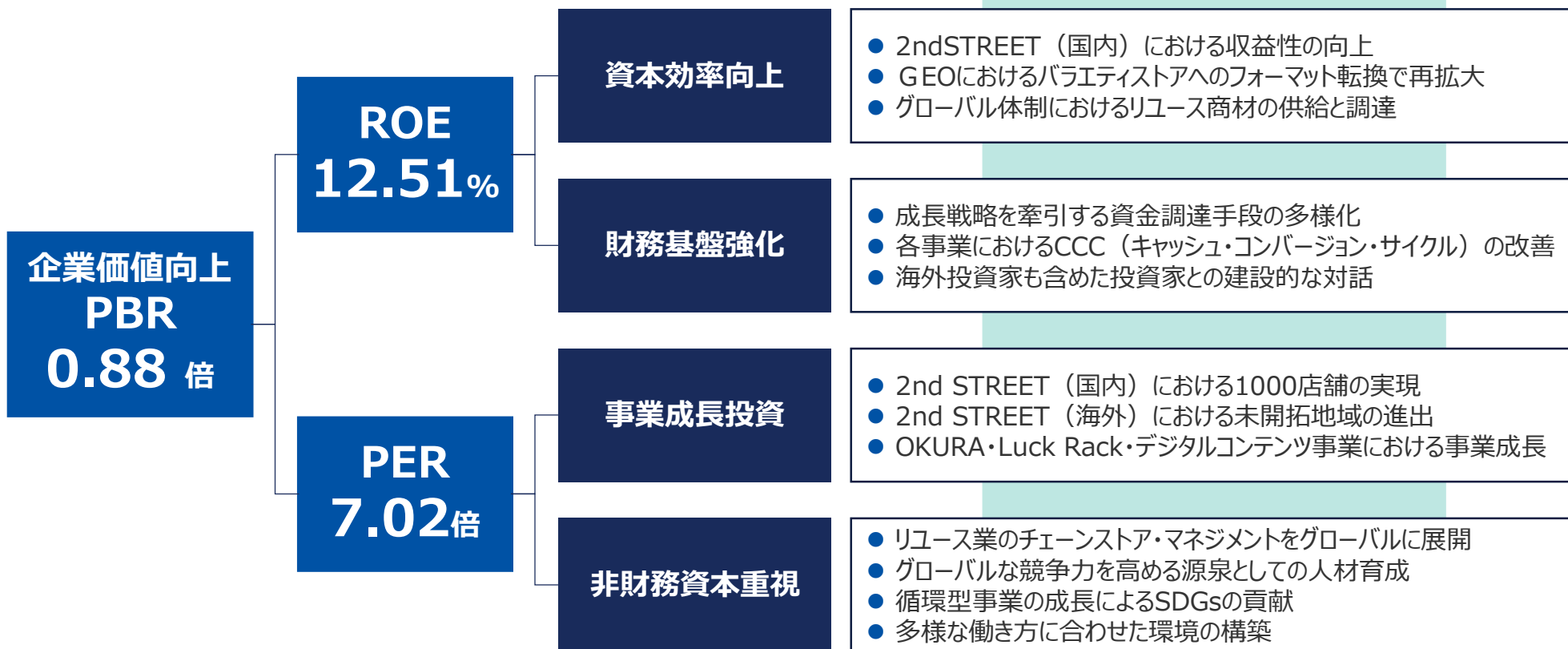
積極的な投資を控えることによりROE10%水準は達成できるものの、当面はROE8%以上を目標値としています。



※ROE=親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 期末自己資本。

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、24年3月時点の数値。PBR＝期末時価総額 ÷ 期末純資産額。ROE＝親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 期末自己資本。PER＝期末時価総額 ÷ 親会社株主に帰属する当期純利益。

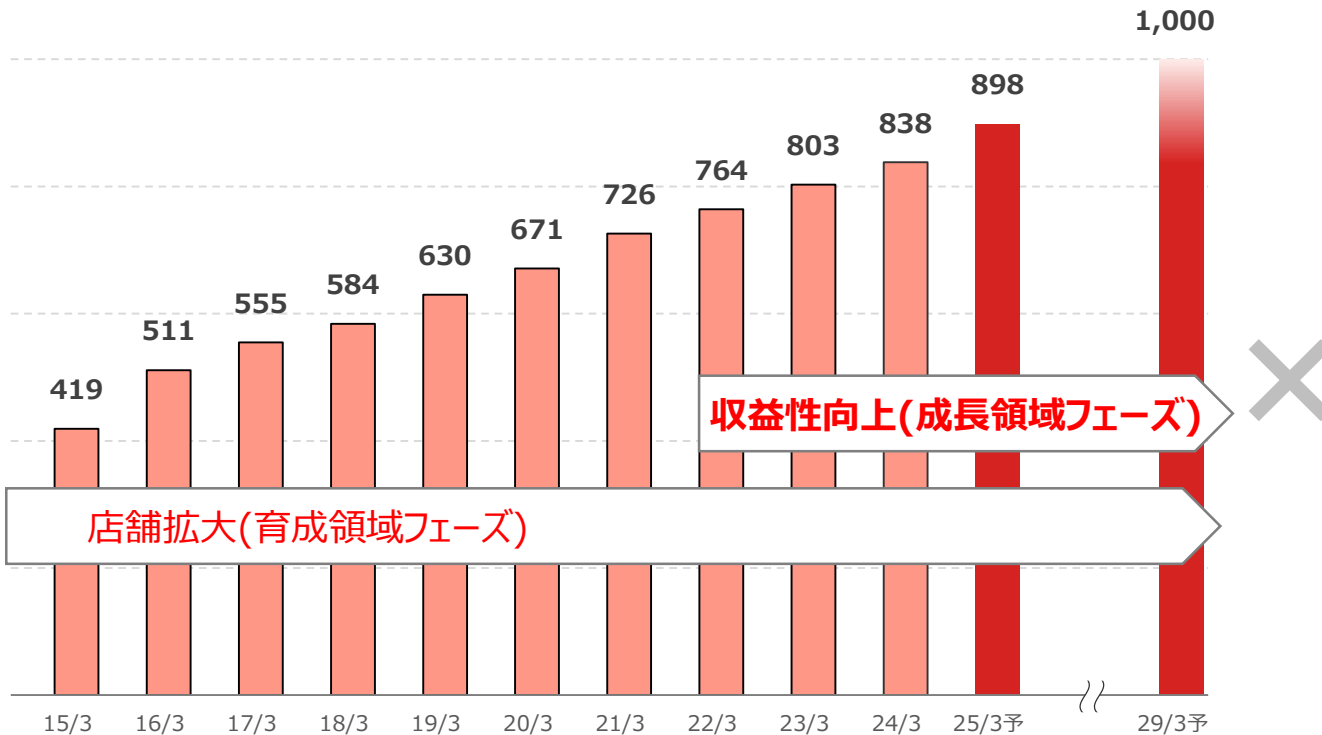


2nd STREETの国内店舗数推移と中期目標

- リユース市場での圧倒的No.1企業となるために、国内においても2nd STREETの出店余地は十分あると考え、2029年3月期までに1,000店舗を通過点として設定しています。
- 国内2nd STREETの各店舗では、①査定システムの標準化による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真贋オペレーションによる人件費や在庫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

査定システムの標準化による
顧客満足度向上

在庫管理システムによる入口
戦略・出口戦略

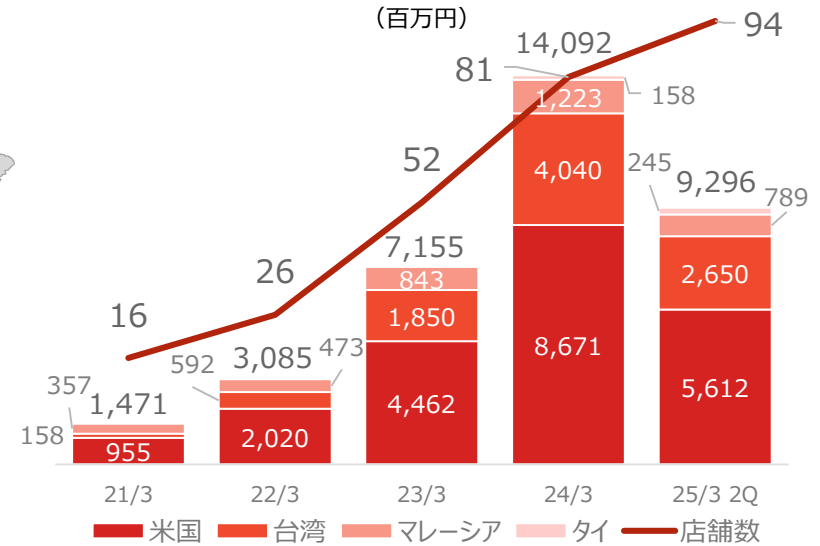
真贋オペレーションによるロ
ス削減

2nd STREETの海外展開

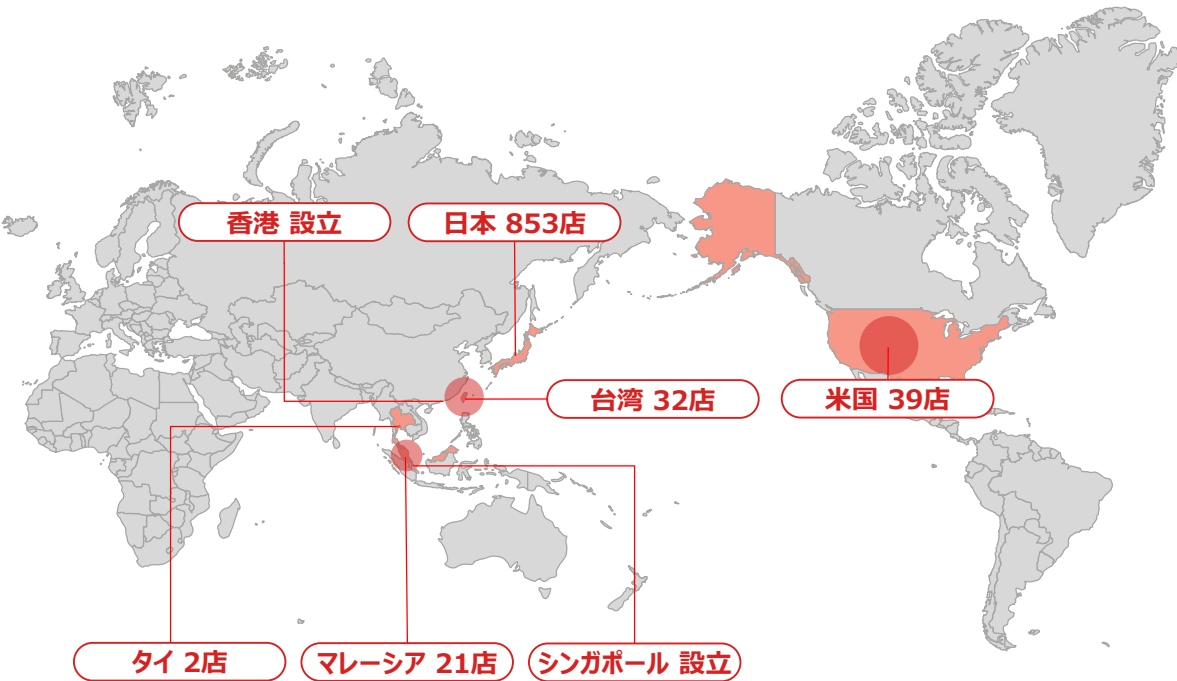


- 海外100店舗達成を通過点とし、米国は2028年3月までに100店舗、台湾は2030年3月までに100店舗、タイは10年間で50店舗の展開を目指します。今後も地産地消モデルが可能な地域を中心に新店を検討しています。
- 新たな進出地域として、シンガポール、香港に子会社を設立しました。シンガポール・香港における新規出店では、内製化している基幹システムをオープン時より活用することで、今後のグローバル展開を加速してまいります。
- 当社グループは海外事業を成長戦略の柱の1つと捉え、世界のリユース市場におけるシェア拡大の実現に取り組み、リユース業界で圧倒的な世界一へと挑戦いたします。

海外2nd STREET売上高推移



店舗数	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3 2Q
米国	9	10	23	35	39
台湾	2	8	18	28	32
マレーシア	5	8	11	17	21
タイ	-	-	-	1	2
シンガポール	-	-	-	-	予定
香港	-	-	-	-	予定
日本	726	764	803	838	853



■ 既出店地域 ※2024年9月末時点。

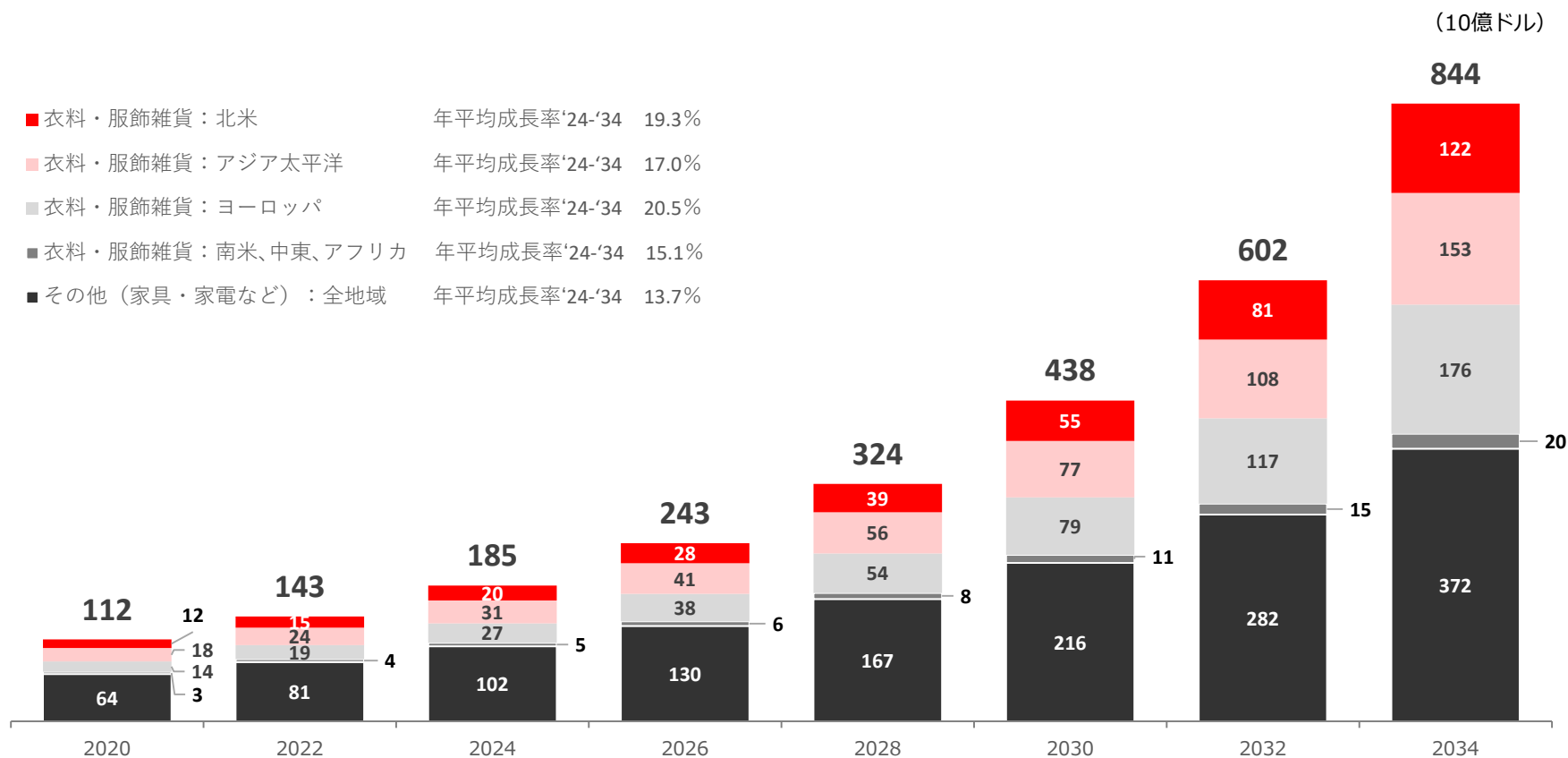
ポテンシャルが大きいリユース世界市場での事業戦略



リユースの世界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1430億ドルから2034年には8400億ドルを超えるマーケット規模に拡大するという見方があります。

当社グループの主力商材であるリユース衣料・服飾雑貨は、リユース市場における構成割合が大きく、特に北米地域・アジア太平洋地域・欧州地域におけるリユース衣料・服飾雑貨の市場拡大を踏まえ、試験的な出店段階から複数店舗のマネジメントを進行中です。

リユース世界市場の規模推移



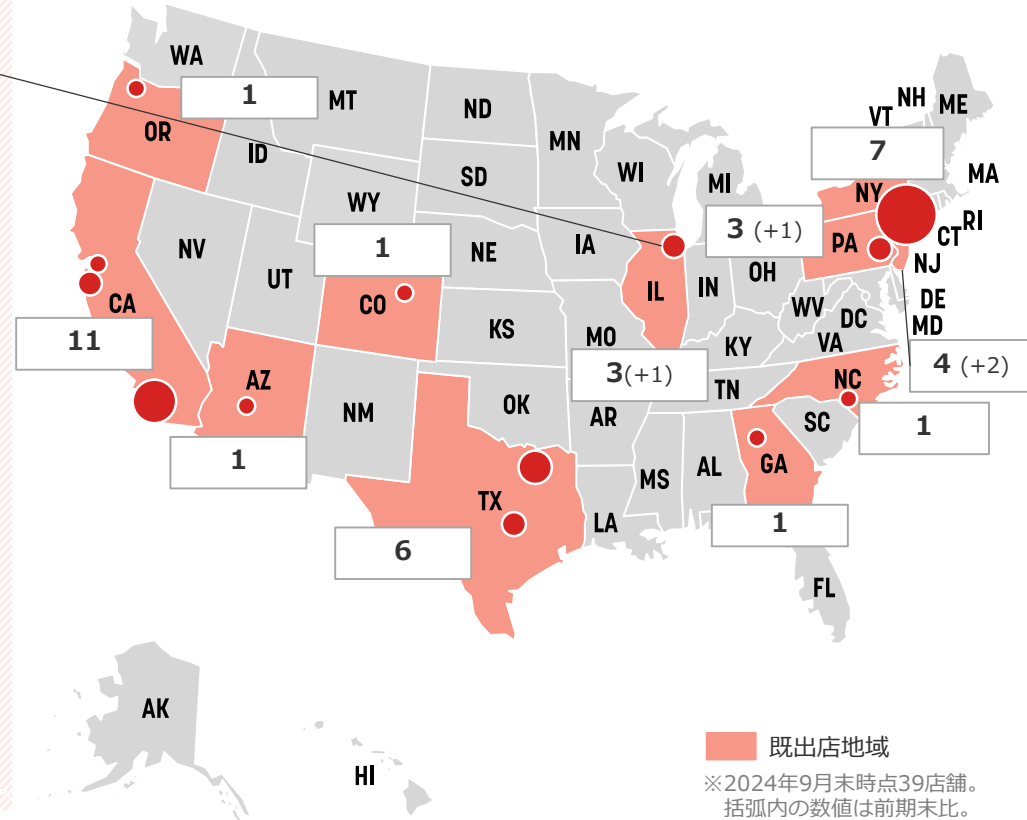


米国での店舗展開と強み

- 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、今後は東海岸へ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。

北米での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。

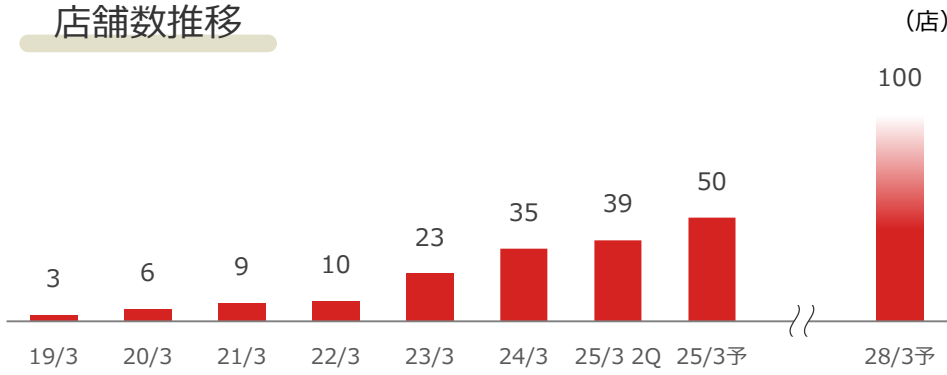


イリノイ州：Andersonville店（2024年8月オープン）



イリノイ州で3店舗目。同じくシカゴに展開しているLincoln Park店、Wicker Park店からほど近いクラクストリートに出店。レンガ造りのモダンな建物が並ぶこの通りには、人気のヴィンテージショップやリユースショップ、飲食店などで活気に満ちています。衣料、服飾雑貨を中心としたリユース品を取り扱い、地元で支持されるお店づくりを目指しています。

店舗数推移



リユース市場が発展途上にある台湾での出店戦略

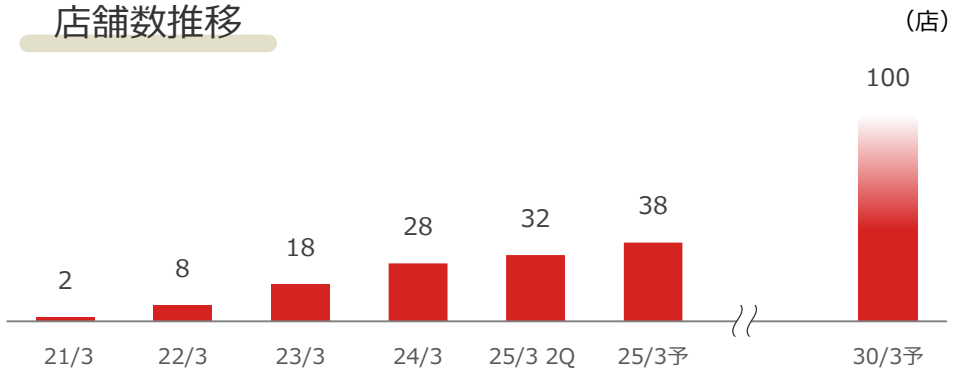
- 台湾のリユース市場は発展途上段階のため、積極的な出店を行うことで確固たるポジションを形成する方針です。
- 台湾での買取商材だけではなく、日本からの商材が継続的に店頭で並んでいることも強みに、人材育成とコスト管理を一段と強化しつつ、台湾市場での地歩を固めていき、2030年3月までに100店舗を目指します。

台中市：誠品生活台中480店（2024年8月オープン）



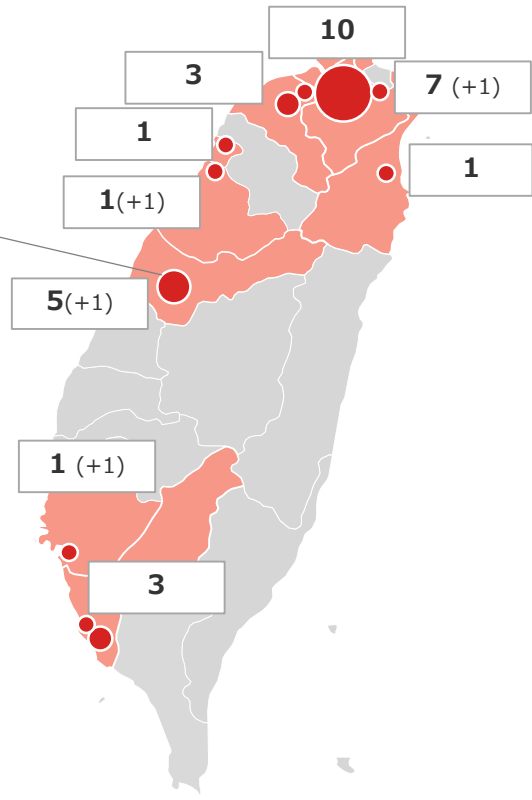
台中市内にある複合店「誠品生活480」3階のフロアに、誠品生活台中480店をオープンしました。厳選した衣料品やバッグ・靴・アクセサリなどの服飾品を取り扱い、デザイナーズブランドや国際的に人気のあるラグジュアリーブランドの商品などを、高品質かつリーズナブルな価格でラインアップしています。

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

※2024年9月末時点32店舗。
括弧内の数値は前期末比。

マレーシアでの出店戦略

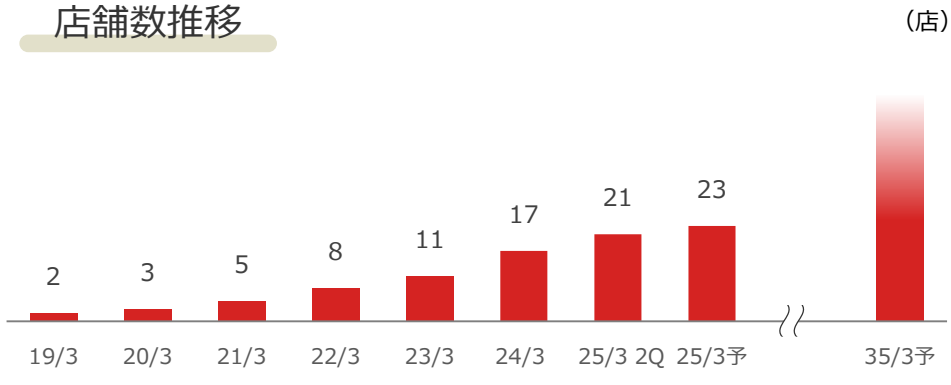
- マレーシアでは日本から輸出したリユース商材の卸売・店舗販売を、クアラルンプールおよび近郊を中心にドミナント展開しています。
- マレーシアでのマーケティングリサーチと人員の増加を継続しながら、更に事業展開を強化していく方針です。

セランゴール : Kota Damansara (2024年8月オープン)



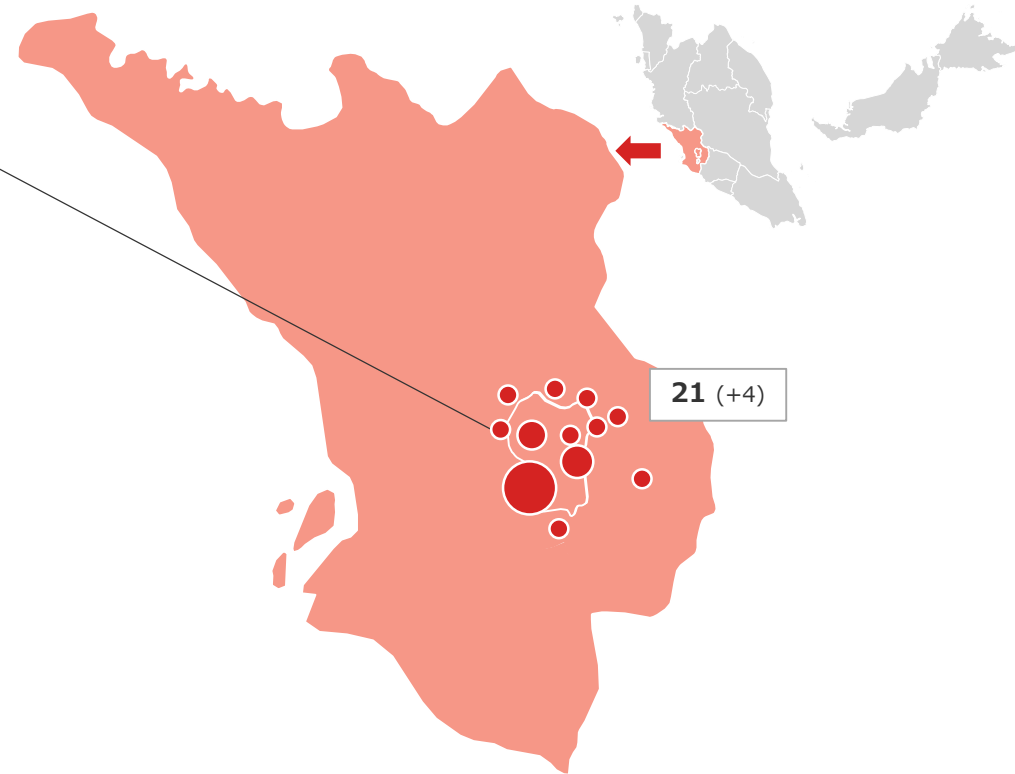
マレーシアでは21号店となる2nd STREET Kota Damansara (コタ ダマンサラ) はペタリンジャヤのMRTスガイプローカジャン線スリアン駅前にある売り場面積約139坪の3階建て店舗です。日本の2nd STREETで買取した衣料・服飾雑貨をクアラルンプールの倉庫で仕分けし卸売り又は各店舗へ再配布することで販売網を着実に広げています。

店舗数推移



マレーシアでの出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



既出店地域

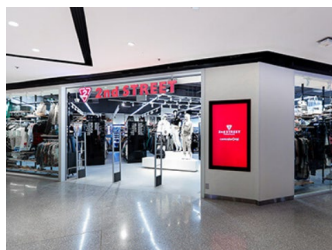
※2024年9月末時点21店舗。
括弧内の数値は前期末比。

2024年8月、タイに2店舗目が出店



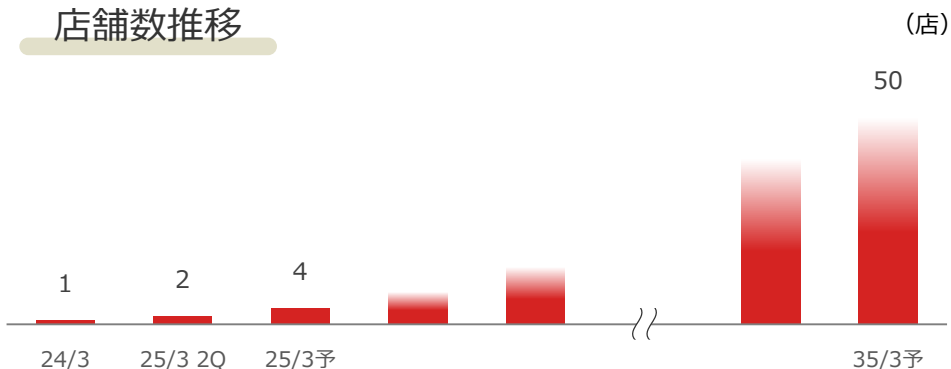
- リユース市場黎明期の東南アジアにて、買取と販売を国内完結するモデルを構築し、海外展開を加速します。
- タイは、都市部に住む人口の割合が50%を超えるなど都市化が加速しており、今後も人口増加が予測されるバンコク首都圏を中心に10年間で50店舗の展開を目指します。

バンコク : centralwOrld店 (2024年8月オープン)



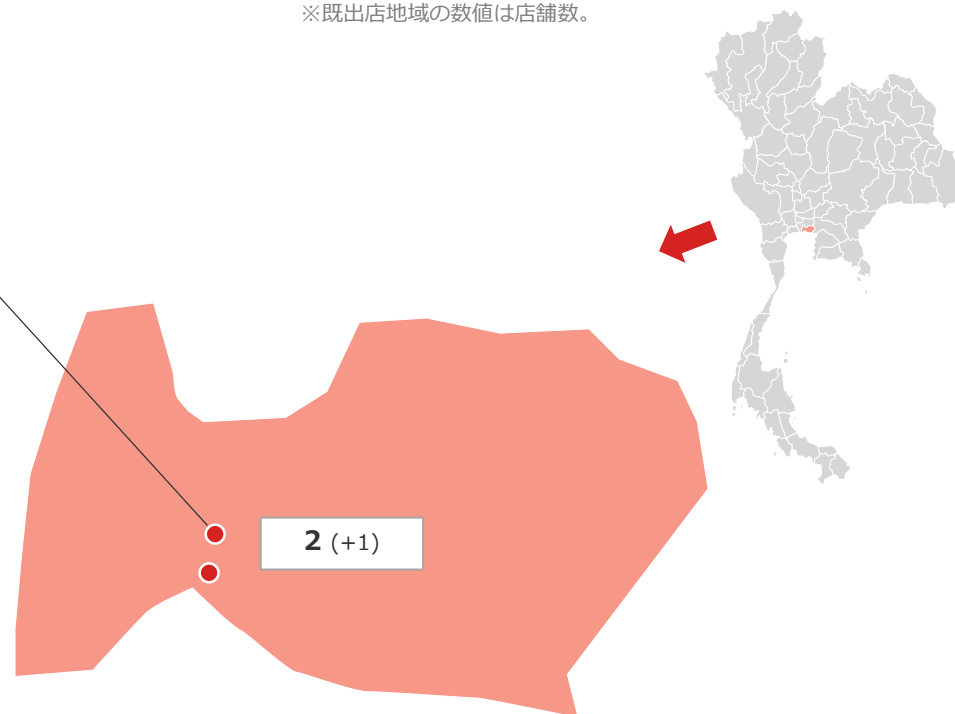
バンコク中心地に位置し500店以上のショップを有する、タイ最大級のショッピングモール「セントラルワールド」内に出店します。今回の「セントラルワールド」内への出店では、バンコクの中でも中心部の繁華街である立地特徴に合わせて、高価格帯の商品を中心とした商品構成とし、タイのファッションラバーに刺さる商品を厳選しています。

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。



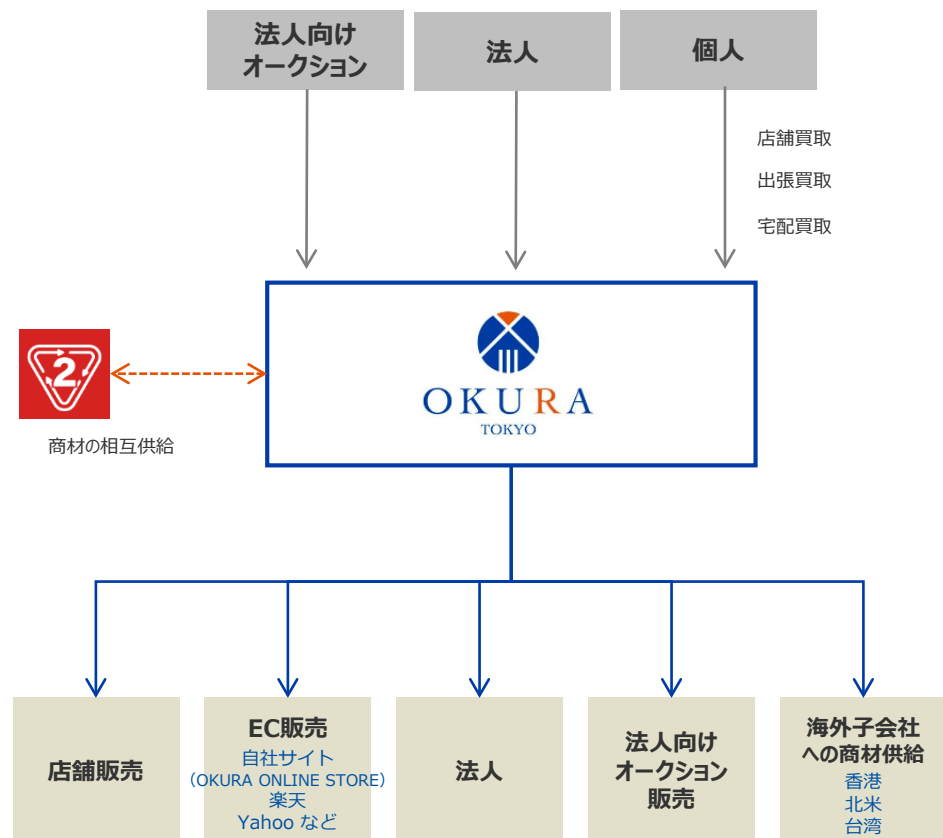
既出店地域

※2024年9月末時点2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。
- 合併会社「ワールド・ウォッチ・オークション」を設立したことで、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

「ワールド・ウォッチ・オークション」を持分適用化

特徴	オークションを毎月開催。 時計やバッグ、宝飾品だけでなく、着物や道具類まで幅広く取扱っている。	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。	オークションを毎月開催。 世界中から集まる希少性の高い商品をメインとして取り扱っている。オークション会員は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130億円以上	約210億円以上	7月設立 9月に第1回開催
主な取扱品目	時計、バッグ、宝飾品、 着物、道具類	時計、バッグ、宝飾品	時計

CHANGE as CHANCE ～変化の中にこそ、チャンスあり～



- ゲオグループは、「豊かで楽しい日常の暮らしを提供する」という企業理念のもとつき、お客様の日常の暮らしに対して、身近に広がる豊かさ・楽しさを実感していただくためのサービスを提供し続けています。
- その根底にあるのが、「Change as Chance(変化の中にこそ、チャンスあり)」というスローガン。
- この言葉を社員一人ひとりのDNAとして、「世の中に豊かさや楽しさを広げていくために今何をすべきか」を追求し、実践していきます。

ゲオ事業のあゆみ

1986～

映像と音楽のレンタルで
市場を席巻

1989～

ゲームの取り扱い開始
中古品の取り扱いを本格化

2002～

「モバイル事業」開始
2014年より本格化

2017～

オリジナル商品の開発
スタート

2024～

新たな
CHANGE as CHANCE
ゲオの
バラエティストア化への
フォーマット転換

豊富な商品ラインナップが最大の魅力

- 当社ゲオグループが創業より営んできたメディアショップ「ゲオ」は、映画、音楽、ゲーム、書籍、モバイルなどを取り扱い、直営店を中心に展開しています。「運営」「物流」等を直営店の強みである本部で一元管理することで、全国の店舗を一つの巨大な店舗とみなして迅速で効率的なオペレーションを実現しています。
- 現在では、レンタルやメディア商材に加え、リユースのスマホ・タブレットやイヤホン、AV家電、生活雑貨など幅広い商品のラインナップを展開しており、日常の暮らしに根差した商品を提供するバラエティストア化へのフォーマット転換を進めている事業となります。



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フォーマット転換を進め、狭小店舗の新フォーマット転換や閉店による店舗の見直し、中規模から大型店の新フォーマット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



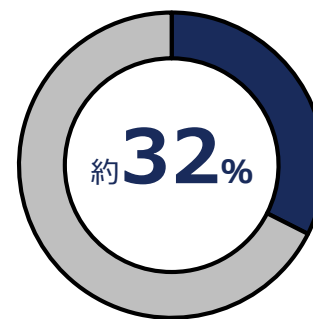
■ GEO・GEO mobile を中心に、成長著しいリユースのスマホ・タブレット端末市場で更なるシェア向上を図り、2026年3月までに800店舗※の出店を目指します。

■ 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

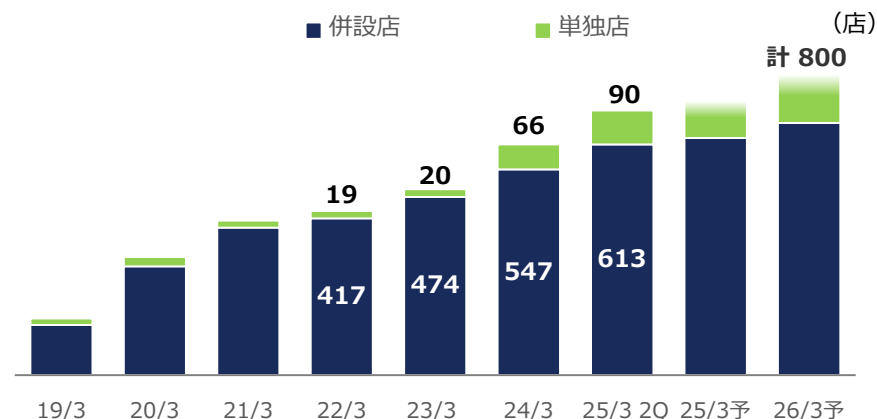
販売店舗	<ul style="list-style-type: none"> 全国のGEO・GEO mobile の在庫を一元管理しているため、需要に応じた適切な販売が可能
販売する端末	<ul style="list-style-type: none"> 端末内はすべて初期化するから安心・安全 端末は外部・内部ともにしっかりクリーニング 初期不良に対して30日間の安心保障 
SIMカード	<ul style="list-style-type: none"> 全国のGEO・GEO mobile にて、「UQ」、「Y!mobile」のSIMカードを販売 GEO・GEO mobile 20店舗にて、「HIS Mobile」の取り扱いを開始
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



※単独店および施設内店舗、ゲオショップなどへの併設店舗の合計店舗数。24年4月に行った屋号変更による増減含む。

※出典：リユースのスマホ・タブレット端末のマーケットシェアは「リユース市場データブック2024」をもとにゲオホールディングス推定。

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GEOグループ店併設による積極的な店舗数の拡大に伴い、2024年9月末では単独店・併設店合計で700店舗を突破しました。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引き続き展開してまいります。
- 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

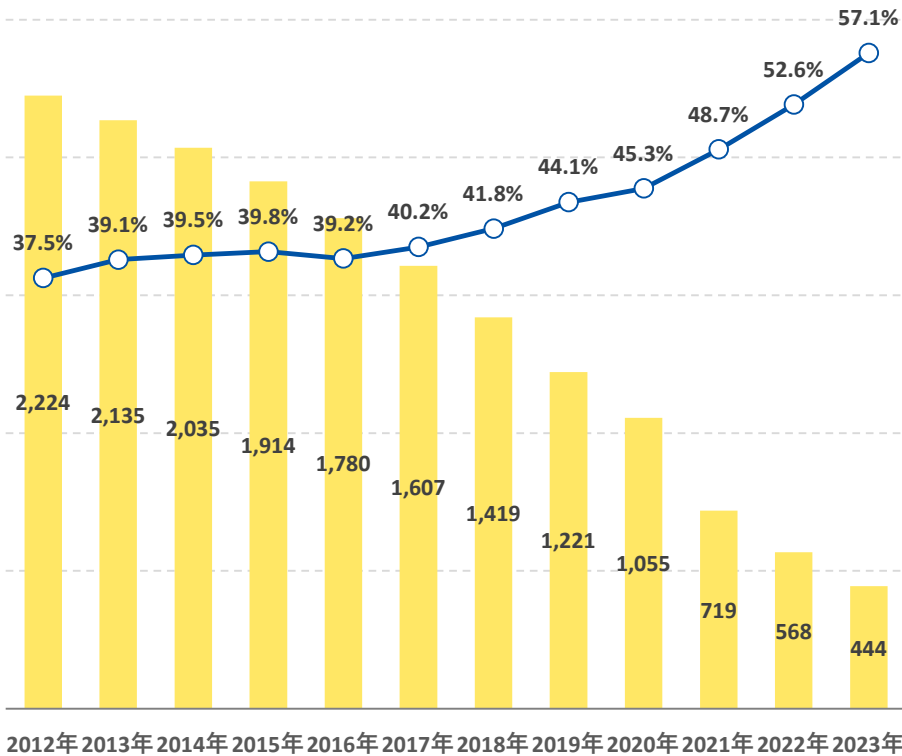


盤石なかたちでスペース効率化を施策するレンタル部門

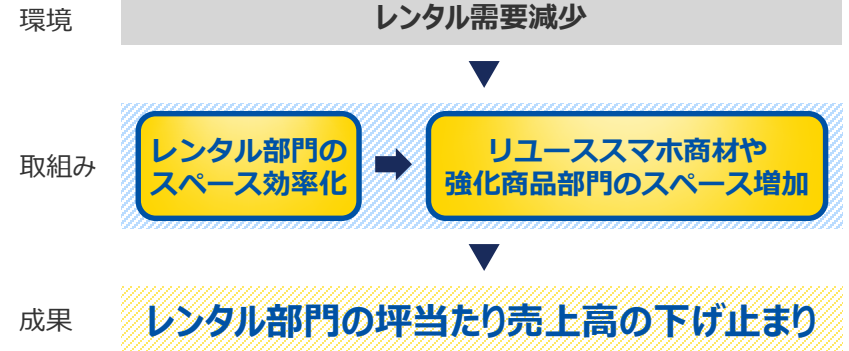
- 国内の音楽・映像レンタル市場が縮小傾向にある影響は避けられませんが、当社グループの祖業として、音楽・映像レンタルの国内トップシェアを一段と盤石にするべく、効率化を推進しつつ、取り組んでまいります。
- 店舗におけるレンタル部門のスペース効率化施策に取り組んでいる結果、レンタル部門の坪当たり売上高は下げ止まりつつあり、また、効率化したスペースはリユーススマホや強化商品の販売に充当しています。

国内の音楽・映像レンタル市場と当社シェア推移*

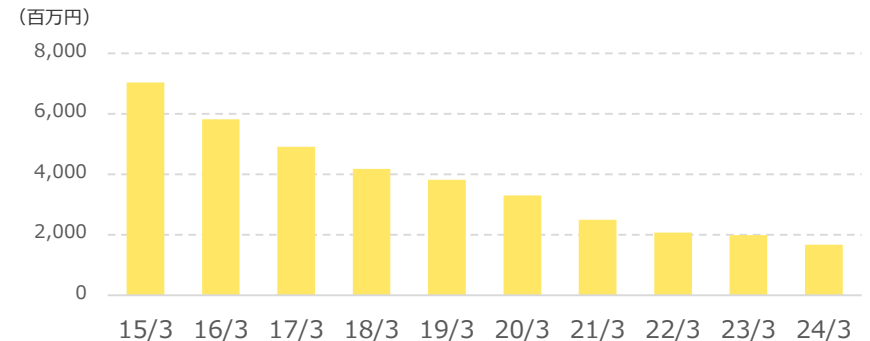
(億円)



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。

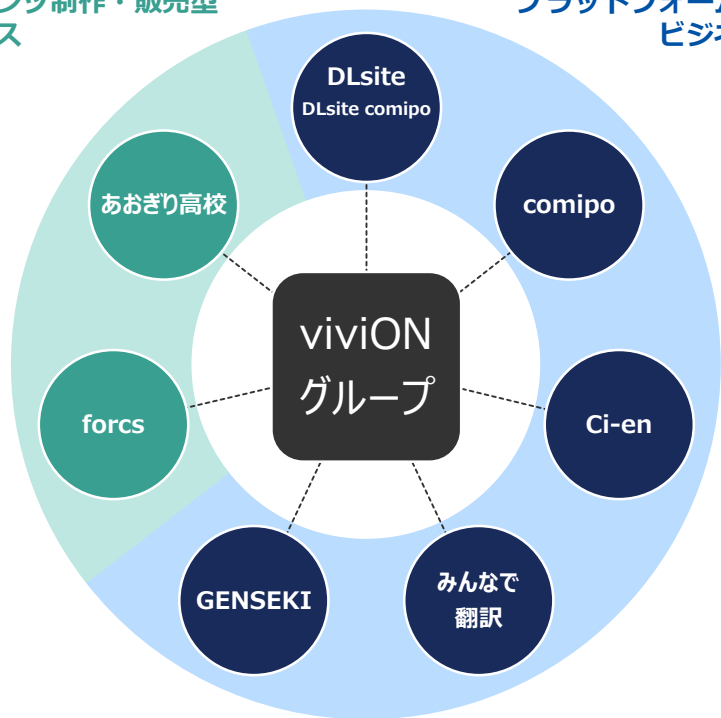
注1：シェアはゲオホールディングス推計。注2：市場規模の対象に宅配レンタル・コミックレンタルは含まれていません。

- 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

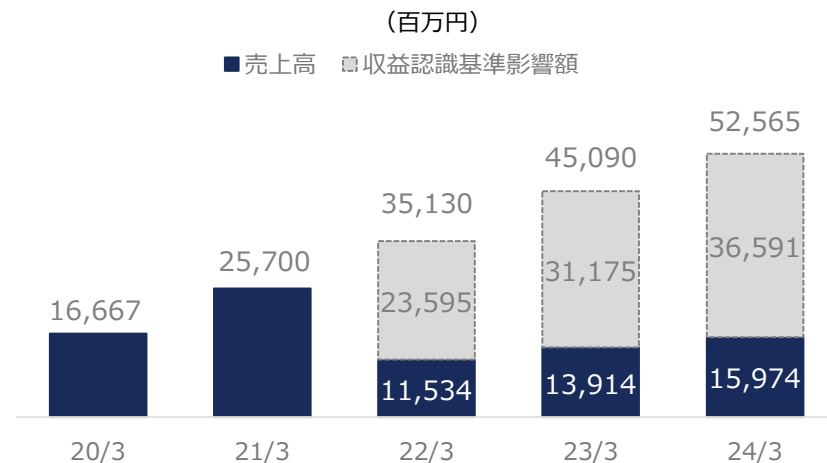


世界最大の二次元コンテンツダウンロードサイト。配信作品が130万作品に到達いたしました。



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45,000作品以上をラインナップ。

売上高推移



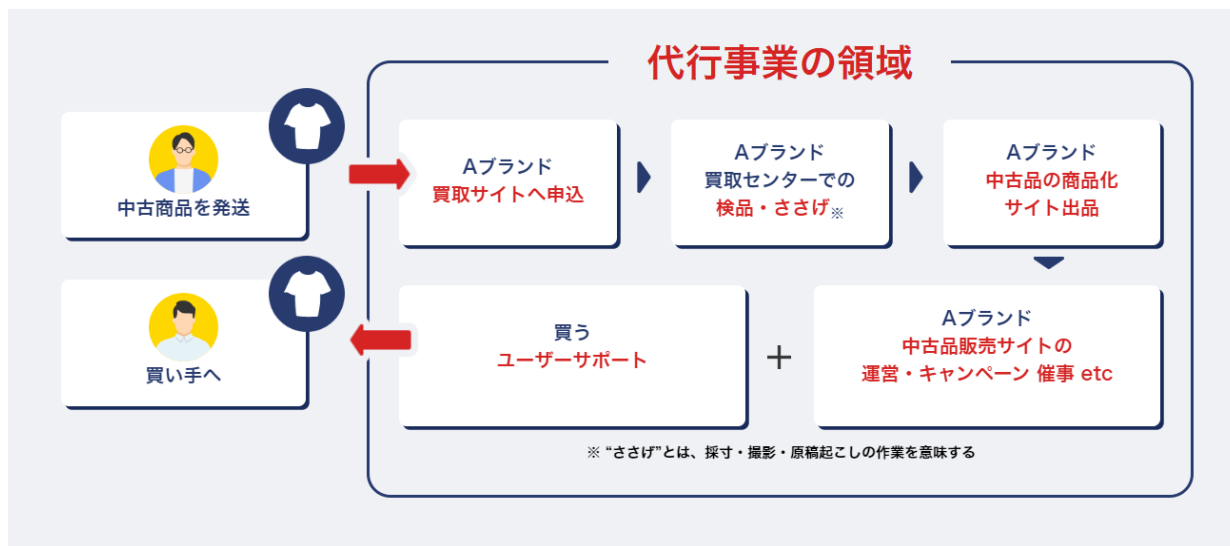
※合計値は内部取引相殺後金額。

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年度中に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を2024年10月7日（月）より東京都（離島を除く）・横浜市・川崎市に拡大します。2027年3月期までは引き続き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



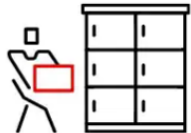
- 24時間365日、いつでも、時間を有効に使いながら、スマホを活用すれば完全非対面で買取サービスを利用することができる「ロッカー買取サービス」を導入しています。
- 順次出店する買取専門店へ買取ロッカーを設置し、東京23区内をはじめとする首都圏中心にサービス範囲を拡大していく方針です。

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

東京 セカンドストリート白山ブランド買取専門店



※セカンドストリート白山ブランド買取専門店

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15万人、取扱品目は2,300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

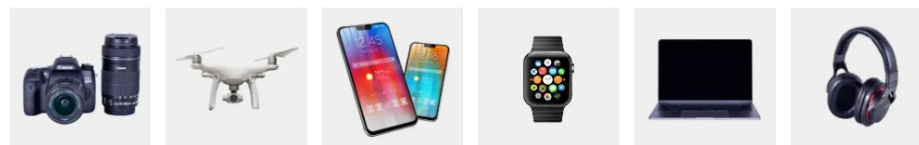
短期レンタル (3泊4日～)、**月額レンタル** (1か月単位)、**買えるレンタル***

*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

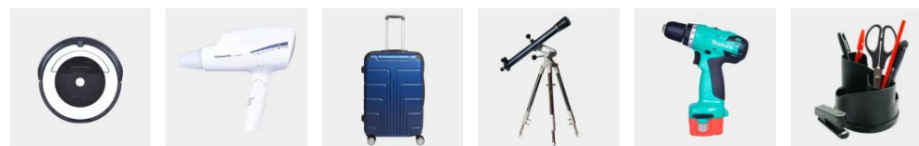
ドローン

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”は、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。
- 2次元コンテンツとコラボした商品を取り扱う総合バラエティストア『vivION BLUE』は、アニメ・ゲームなどの限定コラボ商品、自社コンテンツを取り扱うECサイトです。2次元コンテンツを余すことなく楽しんでいただきたいという思いから開設しました。『ブルーアーカイブ』等有名IPの公式グッズを販売し、ファンから大変好評を頂いております。

あおぎり高校



YouTubeチャンネル登録者数は384万人を超えています。

vivION BLUE



現在の取り扱いジャンル：プラモデル、フィギュア、トレーディングカードや海外TOY、vivIONのキャラクターグッズ等

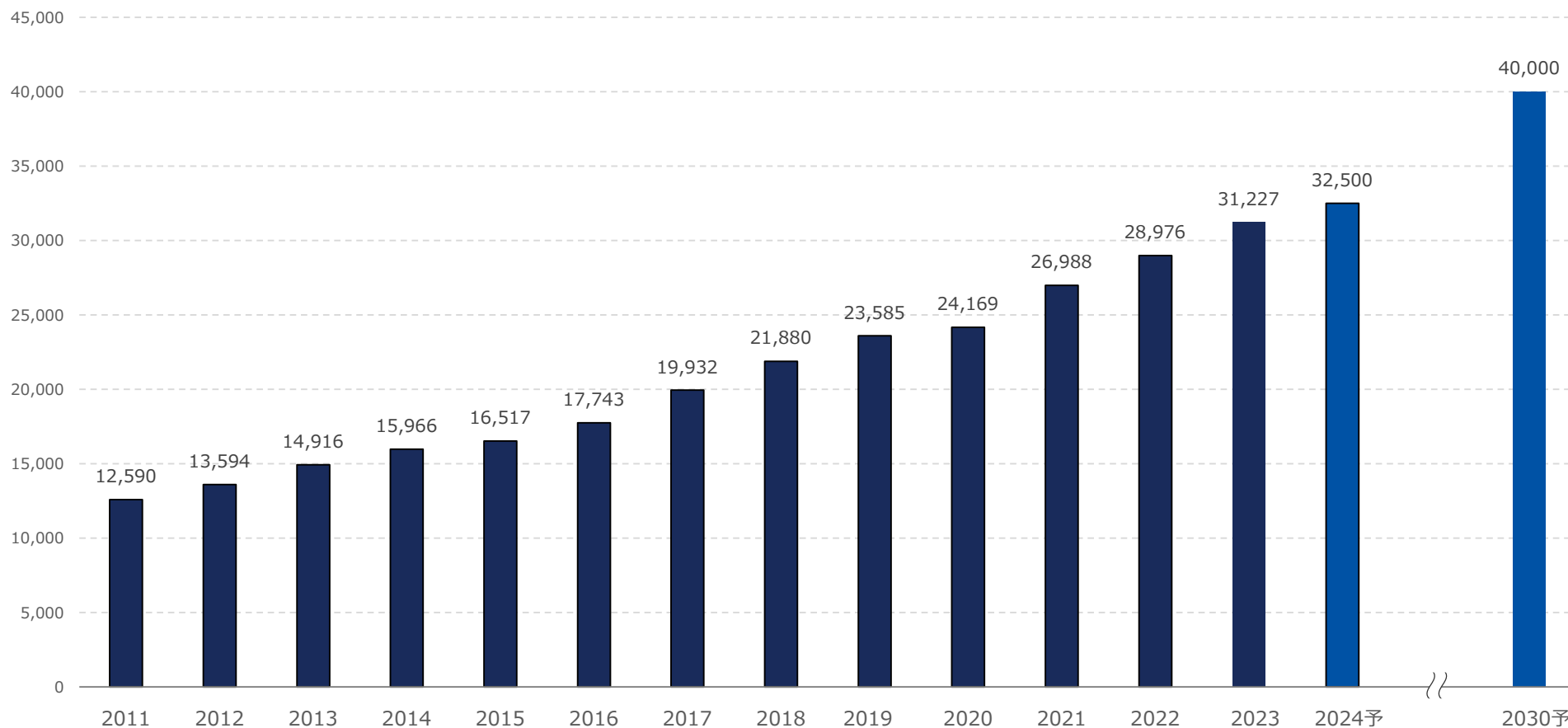
6. 補足資料

リユースの国内市場動向

2023年のリユースの国内市場規模は、前年比7.8%増の3兆1227億円。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、訪日観光客によるインバウンド需要の回復も追い風になり、市場が拡大しました。

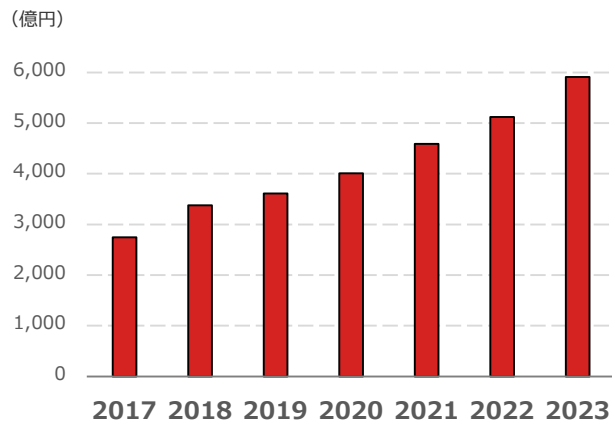
全世界的なリユースの潮流による一次流通企業の環境保全取り組み推進や越境ECの発展、リユースショップの利用に抵抗がない「リユースネイティブ」世代の拡大成長など、国内リユース市場は長期的成長が期待できます。

(億円)

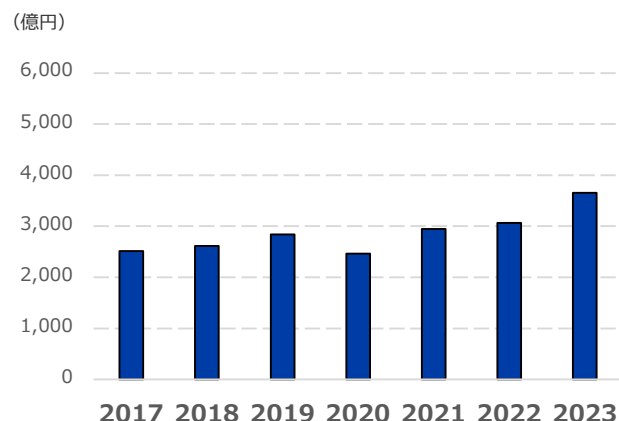


リユースの主要商材別の国内市場推移

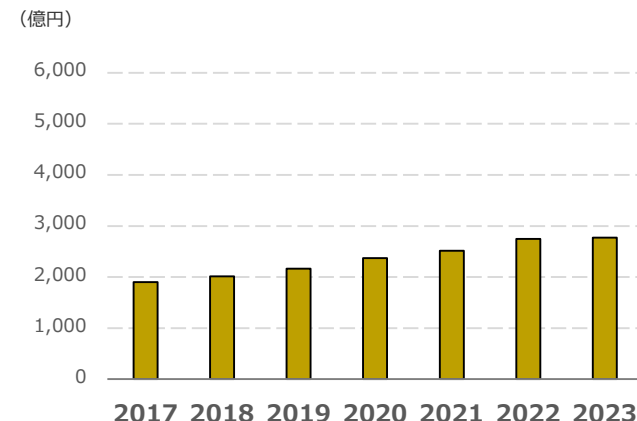
衣料・服飾品



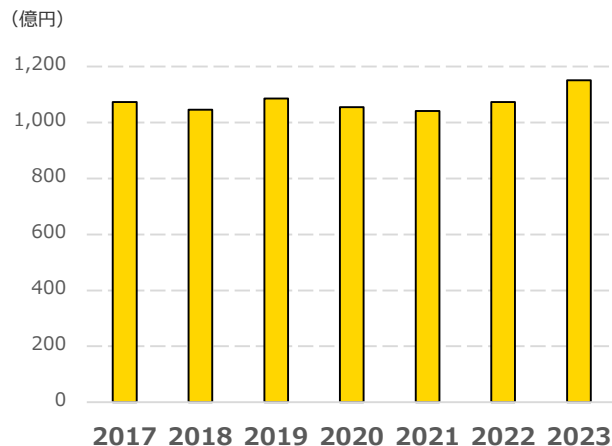
ブランド品



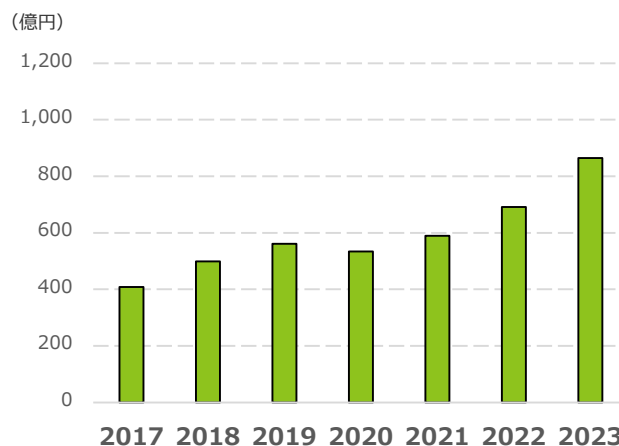
家具・家電



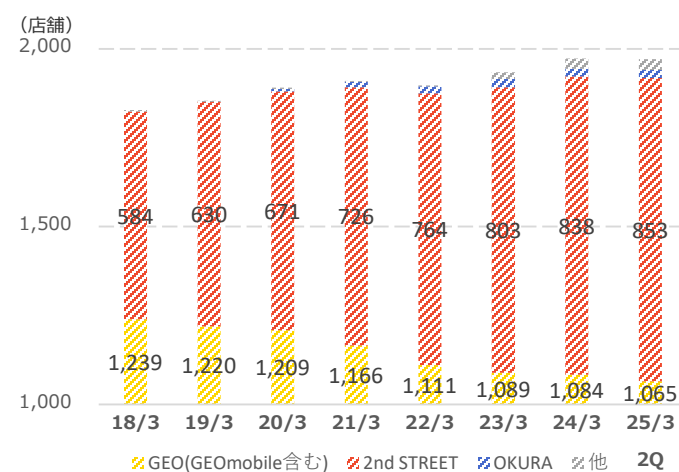
ゲーム・メディア



携帯・スマホ

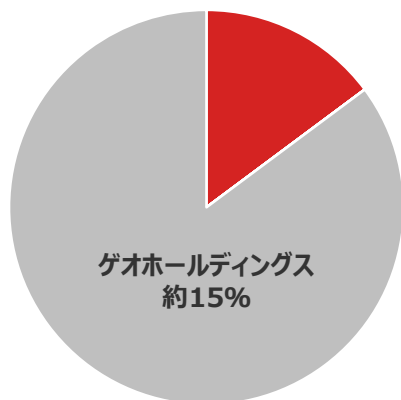


当社国内リユース店舗推移

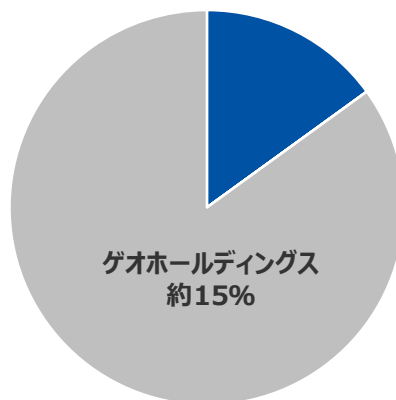


リユースの主要商材別のマーケットシェア等

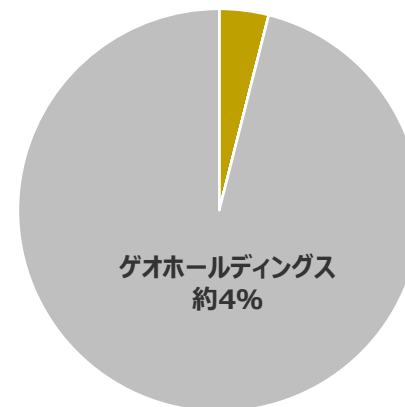
衣料・服飾品



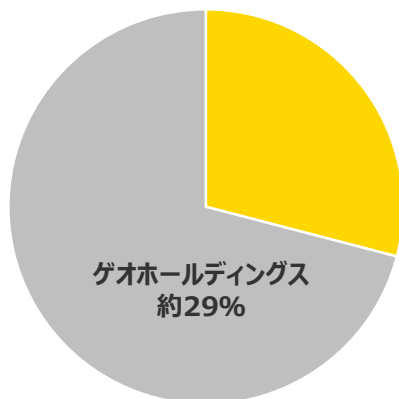
ブランド品



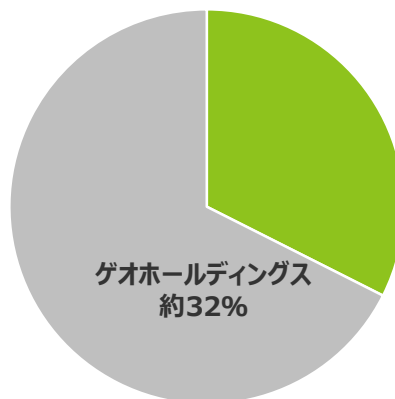
家具・家電



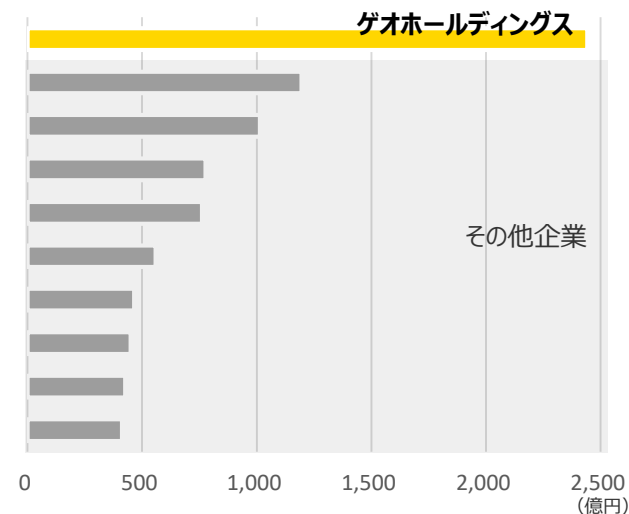
ゲーム・メディア



携帯・スマホ



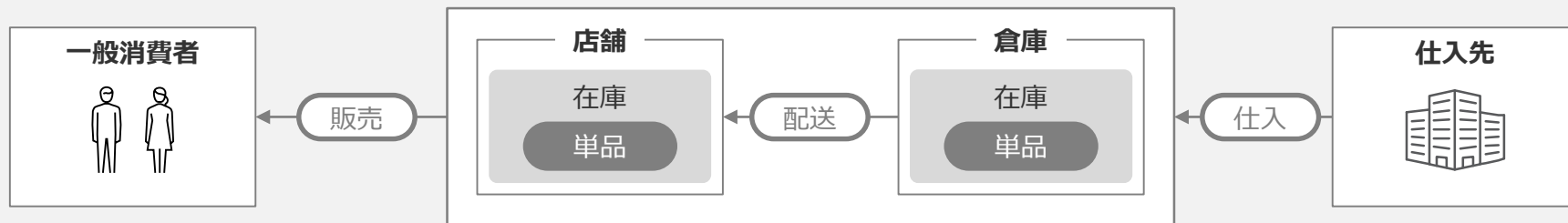
リユース売上ランキング



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。

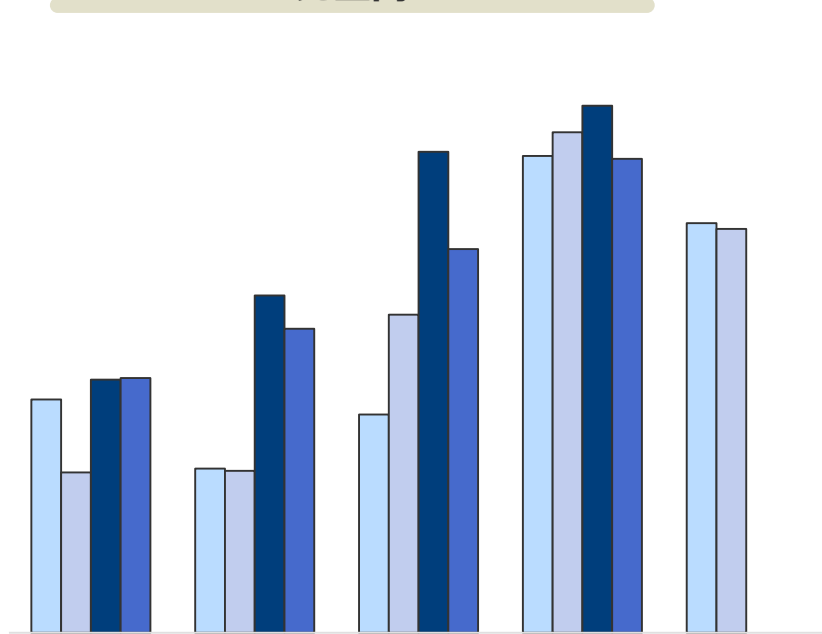
2025年3月期 四半期別連結損益計算書

単位：百万円	2024年3月期				2025年3月期			
	1 Q 実績	2 Q 実績	3 Q 実績	4 Q 実績	1 Q 実績	2 Q 実績	3 Q 実績	4 Q 実績
売上高	106,725	109,035	111,640	106,446	100,147	99,576		
(前期比)	131.1%	119.6%	104.2%	109.1%	93.8%	91.3%		
売上総利益	39,289	36,597	43,081	40,855	41,694	40,092		
(前期比)	114.9%	106.2%	109.6%	118.4%	106.1%	109.6%		
(売上総利益率)	36.8%	33.6%	38.6%	38.4%	41.6%	40.3%		
販管費	33,498	35,081	37,045	37,384	37,328	39,044		
(前期比)	111.0%	108.9%	108.2%	106.1%	111.4%	111.3%		
営業利益	5,790	1,516	6,036	3,470	4,366	1,048		
(前期比)	143.8%	66.9%	119.2%	—	75.4%	69.1%		

季節性に伴う四半期の動向

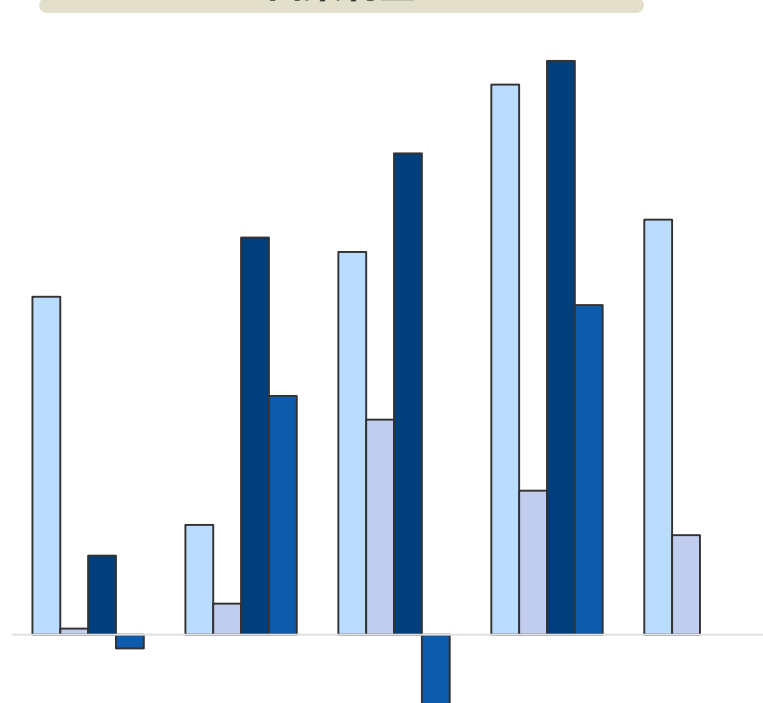
■ 当社グループの取り扱い商材であるリユースの衣料・服飾雑貨、スマホ、ゲーム関連商材の需要には、特有の季節性があることから、売上高・営業利益は下半期の比重が高くなる事業特性があります。

売上高



(百万円)	21.3期	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期
■ 1Q	82,860	76,088	81,377	106,725	100,147
■ 2Q	75,717	75,860	91,185	109,035	99,576
■ 3Q	84,817	93,043	107,134	111,640	
■ 4Q	84,961	89,797	97,604	106,446	

営業利益



(百万円)	21.3期	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期
■ 1Q	3,557	1,155	4,027	5,790	4,366
■ 2Q	66	326	2,265	1,516	1,048
■ 3Q	834	4,178	5,064	6,036	
■ 4Q	▲ 145	2,513	▲ 736	3,470	

2025年3月期 第2四半期 株主との対話実施状況等

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するため、投資者との建設的な対話の実施に努めております。対話の実施につきましては、IR担当部署を管掌する執行役員が統括し、関連部署と連携のうえ、年2回の決算説明会の開催のほか、国内外機関投資家との対話対応、当社ウェブサイトでのIR関連資料の掲載およびリサーチ会社によるリサーチレポート提供による情報発信を行っております。また、IR活動結果のうち株主の関心事項や投資家目線とのギャップなど特に重要な事項は、取締役会へ報告しております。

主なIR活動

活動	内容
個別面談	・各四半期決算日の翌日から当該四半期決算発表日までのIR自粛期間外での対応
決算説明会	・第2四半期及び本決算発表後にアナリスト・機関投資家向けに実施
IR資料のウェブサイト掲載	・決算短信、説明会、株主総会の資料、有価証券報告書等をコーポレートサイトへ掲載 ・英語版コーポレートサイトを日本語版に準じて作成
リサーチ会社レポート掲載	・リサーチ会社による日本語版・英語版リサーチレポートの各四半期決算毎更新・掲載 シエアードリサーチ社（日本語版）： https://sharedresearch.jp/ja/companies/2681 シエアードリサーチ社（英語版）： https://sharedresearch.jp/en/companies/2681 アストリスアドバイザリージャパン社（日本語版）： https://corporateresearch.astrisadvisory.com/ja/geohd アストリスアドバイザリージャパン社（英語版）： https://corporateresearch.astrisadvisory.com/geohd

対話・フィードバックの概要

項目	状況
主な対応者	・株主総会 : すべての取締役及び監査役 ・決算説明会 : 代表取締役社長、取締役常執行役員 ・IR・SR個別面談 : IR担当執行役員、IR担当部門
対話を行った株主等の概要	・対応実績 : 第2四半期 98件 ※対応件数は延べ件数 ・運用方法 : アクティブ投資家中心 ・対応者の担当分野 : アナリスト、ファンドマネージャー等
フィードバックの実施状況	・IR戦略や課題と対応策、指標等のIR状況報告は適宜経営陣にフィードバックしています。 ・対話内容の重要事項を定期的に取り締役会へ報告、議論しています。

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
- リユース事業におけるチェーンストア・マネジメントを強固にするDX投資をしています

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
～事業成長によるSDGsへの貢献～

ゲオグループは様々な循環型事業を通して、廃棄物の発生を削減し、
私たちはSDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」に貢献します。



サステナビリティ実現に向けて

マテリアリティ（重要課題）の特定

当社グループの重要課題について、マテリアリティ特定プロセスに従い17のESG課題を特定しました。これらの課題を「ステークホルダーにとっての重要性」「ゲオグループにとっての重要性」の2つの視点から分析し、6つのマテリアリティを最重要課題として特定しました。また、各課題の関係を表したマテリアリティマップを作成しました。

【6つの最重要課題】

<環 境>

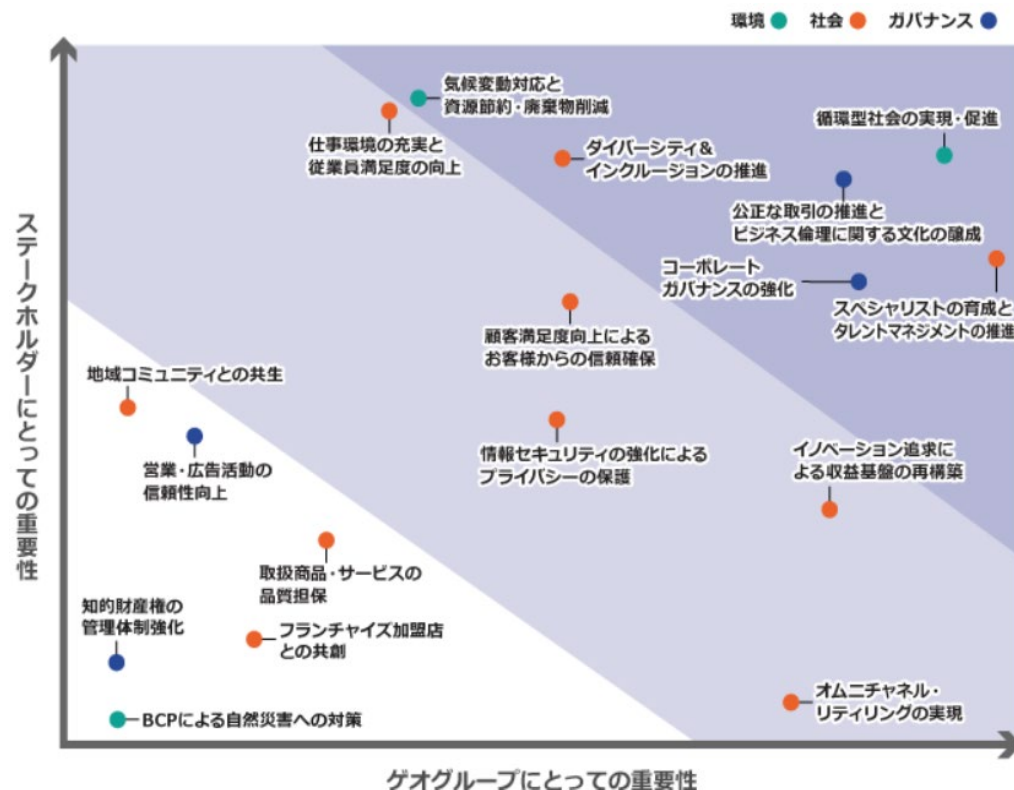
- ・循環型社会の実現・促進
- ・気候変動対応および資源節約・廃棄物削減

<社 会>

- ・ダイバーシティ&インクルージョンの推進
- ・スペシャリストの育成とタレントマネジメントの推進

<ガバナンス>

- ・コーポレートガバナンスの強化
- ・公正な取引の推進とビジネス倫理に関する文化の醸成



詳細については、ゲオホールディングスHP「マテリアリティ」をご覧ください。

URL : <https://www.geonet.co.jp/csr/materiality/>

サステナビリティ実現に向けて

TCFD提言に基づく情報開示

2030年を中心とした世界を想定し、当社の主幹事業に影響を及ぼす気候変動によるリスクと機会を抽出しました。その上で、1.5℃シナリオと4℃シナリオに基づく分析を行いその影響を評価しました。

【TCFDフレームワークに基づく主な開示内容】

1.ガバナンス

- ・ゲオグループが気候変動に対するリスクと機会を評価し統括するための組織体制

2.戦略

- ・今後の気候変動を想定した当社事業を取り巻く世界感
- ・事業に与えるリスクと機会が、財務計画に及ぼす影響についての分析
- ・事業に与えるリスクと機会に対する対応策

3.リスク管理

- ・気候関連リスクの特定、評価、マネジメントをするために使用するプロセス

4.指標と目標

- ・関連する気候変動に対する取り組みにおいて、評価に使用される指標と目標

詳細については、ゲオホールディングスHP「TCFD 提言に基づく情報開示」をご覧ください。

URL : https://www.geonet.co.jp/pdf/2024/20240829_TCFD.pdf



事業を通じたGHG排出量

ジオグループでは事業活動を通じたGHG排出量についての数値実績を開示しています。企業活動が環境に与える影響を考慮し、事業活動とGHG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牽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、ジオグループはこれからも貢献を続けていきます。

事業運営におけるGHG排出量

(単位：t-CO2e)		22年3月期	23年3月期	24年3月期
Scope1		1,712	1,543	1,465
Scope2	マーケットベース	71,796	64,601	63,743
	ロケーションベース	69,085	63,274	63,919
Scope3		-	910,024	963,976
合計	マーケットベース	73,508	976,168	1,029,184
	ロケーションベース	70,796	974,841	1,029,360

- ※ 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
各年度のジオHD請求の給油明細から、購入されたガソリン、軽油を油種別に集計し、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
使用した電力を自然エネルギー由来など種別ごとに排出係数を適用し算出する「マーケットベース」、地域全体の平均排出係数をもとに算出する「ロケーションベース」の2種類の方式でそれぞれ算出
各年度のジオグループ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算出
- ※ Scope2は、消費電力量が算出可能であった下記拠点分のデータを元に算出（店舗・事務所・倉庫を含む）
2022年3月期1271拠点、2023年3月期1242拠点、2024年3月期1381拠点
- ※ Scope3：Scope1、Scope2以外の間接的な温室効果ガスの排出量
自社グループ保有の各年度データをGHGプロトコルに基づいて算出

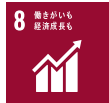
リユース事業によるGHG削減量

(単位：t-CO2e)		23年3月期	24年3月期
GHG削減量	家電	14,155	15,772
	衣料・服飾	19,416	22,639
	家具	3,280	3,458
	ゲーム関連機器	1,634	1,685
	生活雑貨	2,643	2,674
	キッズ用品	1,763	2,054
	DVD/CD	1,097	1,023
	ホビー用品	1,067	1,178
	その他	1,263	1,404
合計		46,318	51,886

※ 国立研究開発法人 産業技術総合研究所提供のデータ（IDEA）に基づき、ジオグループ購買データより算出。



人的資本に関する指標と実績



ゲオグループは、日々の仕事を通じて豊かさや楽しさを感じられるとともに、多様な人々の多様な価値観を認め合い、従業員一人ひとりの人生に寄り添える会社であることを目指しています。従業員一人ひとりがライフイベントとキャリア形成を両立でき、柔軟な働き方を選択できるよう、今後も人材育成や社内環境整備を進めていきます。



指標	定義	目標達成予定時期 目標数値	実績 (2024年3月31日時点)
管理職（課長級以上）に占める女性労働者の割合	ゼネラルマネジャー(部長級)、マネジャー(課長級)における女性労働者の比率	2030年3月31日 30%以上	7.3%
女性労働者比率	総従業員における女性従業員の比率	2030年3月31日 30%以上	21.6%
障がい者雇用率	総従業員における障がい者従業員の比率	法定雇用率達成 2.3%以上	2.5%
男性労働者育児休業取得率	当該年度中に配偶者が出産した男性労働者における、新規育休取得者の比率	達成済 以後継続 50%以上	57.6%
女性労働者育児休業取得率	当該年度中に出産した労働者における新規育休取得者の比率	達成済 以後継続 80%以上	103.0%
定期健診受診率	当該年度の定期健康診断対象者数における受診完了数の比率	2025年3月31日 100%	99.1%
ストレスチェック受検率	当該年度のストレスチェック対象者数における受検完了数の比率	2025年3月31日 100%	94.9%
時間外労働時間(平均)	総従業員における当該年度の1ヶ月あたり平均の時間外労働時間	2025年3月31日 10時間以下	13.5時間

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 グローバル経理財務部

TEL

052-350-5711

Email

info@geonet.co.jp