

FY2025

The Fiscal Year Ended March 2025

決算説明資料

株式会社ワットマン

2025年5月27日

WATTMANN at a Glance

「リユース事業」と「ホビー新品EC事業」の2つの小売事業を展開

リユース事業



売上高	営業利益
53 億円	8.0 億円
粗利率	SGA率
61%	46%

店舗型リユース業「ワットマン」の運営

個人のお客様から商材をお買取りし、店舗で商品化し、個人のお客様へ販売する店舗型リユース業を主に展開。国内では販売が難しく他では買い取ることができない商材も買い取ることができる「トコトン買取」が強み

ホビー新品EC事業



売上高	営業利益
31 億円	1.6 億円
粗利率	SGA率
18%	13%

ホビーECサイト「ホビーサーチ」の運営

自社サイトを通じて国内外のお客様にホビー商品を販売する「ホビーサーチ事業」を展開。2021年7月 M&Aにより連結子会社化。業界トップクラスの品揃えと圧倒的な商品情報量により、SEOに強いECサイトを形成

* 当ページの各種数値は、2025年3月期の数値（四捨五入。共通費354百万円、のれん償却費29百万円等は含まず）

これまでの実績と成長の余地

2019年3月期の経営体制変更以降、企業価値および株主価値は、概ね右肩上がりで成長中

これまでの実績

売上高と営業利益 (百万円)

概ね、右肩上がりで成長
営業利益は18年3月期比で3.2倍



M&A

19年3月期以降、2件のM&Aを遂行。どちらもバリューアップ施策が奏功し、平均で**買収価格の50%程度の営業利益を単年度で創出**

成長の余地

リユース事業

リユース市場は2030年までに約25%の成長が見込まれており、当社は「トコトン買取」を競争優位の源泉として、更なる成長を図る

ホビーサーチ事業

M&A以後、4年間で営業利益は約5倍に増加。今後、組織強化やHPのフルリニューアルなど、成長に直結する施策を順次実行

M&A

年間ソーシング件数は100件を超え、複数案件で具体的に進行。自社の基盤構築スキルを活かし、M&A後の企業価値向上を推進

企業価値の向上

株価と配当額 (百万円)

株価・配当とも、継続的に上昇
配当額は18年3月期比で8倍



19年3月期以降、配当方針を変更。企業価値の向上に伴い、株価・配当額ともに着実に右肩上がりで成長

株価

発行済み株式数調整後のEPSは過去6年間で継続的に成長。既存事業の成長に加え、借入を活用したM&Aを通じて、今後もEPSの向上を図る

配当

株主価値の持続的な向上を目指し、配当額は再現性の高い『既存事業 営業利益』の状況と、キャッシュの保有状況を基に検討。今後も継続的に増配を図る

株主価値の向上

Section

01

FY2025の業績

主力2事業は堅調に推移したものの、戦略的な支出により減益

リユース事業・ホビーサーチ事業とも概ね好調に推移したが、一過性費用により営業減益
連結売上高は83.8億円（前年比106.8%）、連結営業利益は5.8億円（前年比89.9%）

Section

02

成長戦略

リユースの基盤構築とホビーサーチの成長の両面から企業価値向上を図る

リユース事業においては、安定的な成長と確実な利益の創出を図り、ホビーサーチ事業においては、高成長を追求。また、インオーガニックな成長を実現する手段として、積極的にM&Aを活用

Section

03

FY2026の見通し

現時点では、リユース事業・ホビーサーチ事業とも堅調な成長を見込む

現時点で、リユース事業は堅調に推移しており、またホビーサーチ事業も足元の売上高は好調に推移しているが、外部環境の影響を慎重に考慮し、進行期の業績予想を算出。
連結売上高は91億円（前年比108%）、連結営業利益は7.4億円（前年比127%）予想

Section

01

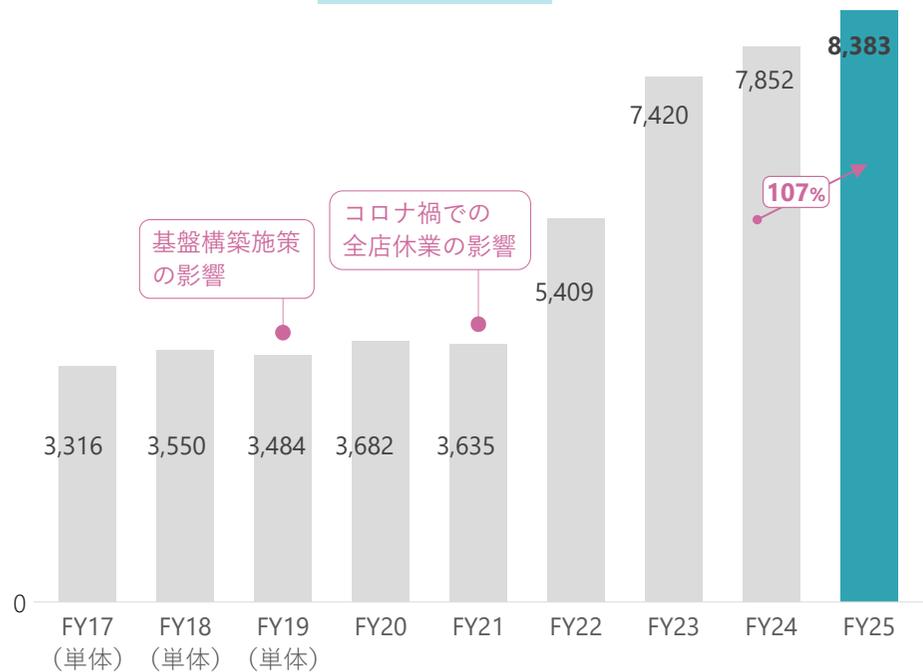
FY2025の業績

25年3月期の財務諸表について説明します

売上高の推移

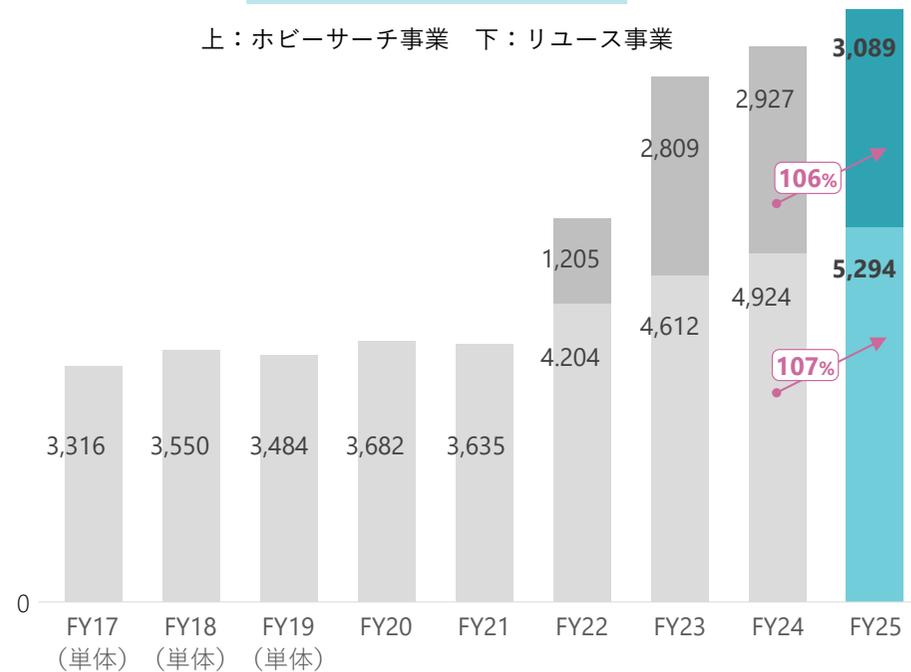
リユース事業は堅調な成長を維持。ホビーサーチ事業は、前期下期の不調から脱却し、概ね順調に推移

連結売上高 (百万円)



セグメント別売上高 (百万円)

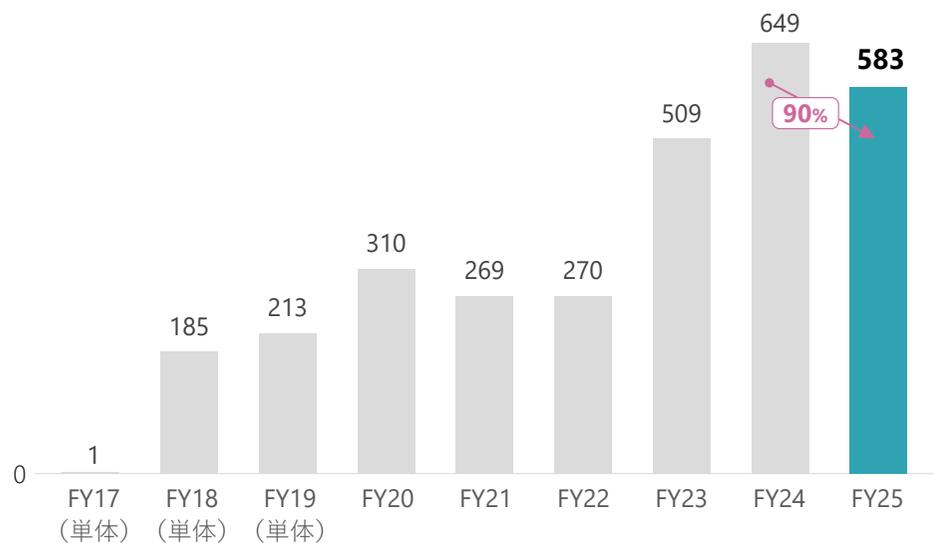
上：ホビーサーチ事業 下：リユース事業



営業利益の推移

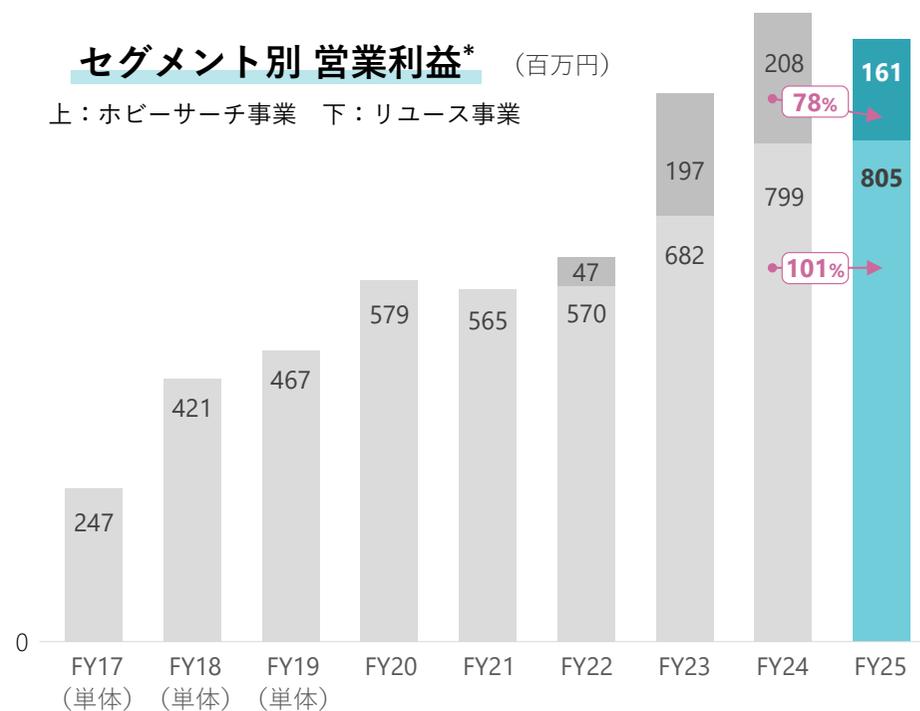
各事業とも一過性の支出が増加し、営業利益を一時的に押し下げた（詳細は次ページ）

連結営業利益 (百万円)



セグメント別 営業利益* (百万円)

上：ホビーサーチ事業 下：リユース事業



* 共通費・のれん償却費等控除前の営業利益

営業利益の増減要因

M&A案件進行に伴う関連費用や、ホビーサーチのキャンペーン施策に伴う粗利率低下など、一時的な支出が発生

(百万円)

24年3月期 連結営業利益	649
リユース事業 営業増益	+ 6
リユース事業 売上総利益額増加 (率低下)	+ 150
リユース事業 SGA増加	+ 144
ホビーサーチ事業 営業減益	- 47
ホビーサーチ事業 売上総利益額増加 (率低下)	+ 11
ホビーサーチ事業 SGA増加	+ 58
共通費増加 (営業利益に対してはマイナス影響)	+ 24
25年3月期 連結営業利益	583

1. 買取強化に起因する粗利率の一時的低下

- 新店等での特定商材（主に電化製品等）の在庫充実を目的とした買取強化により粗利率が一時的に低下。通常時は行わないイレギュラー対応であり、今後の出店では同様の影響は発生しない（約30百万円の影響）
- SGAは概ねコントロール下にある

2. 成長戦略に即した一過性支出の増加

- M&A案件進行に伴う関連費用や、ホビーサーチのキャンペーン施策に伴う粗利率低下など、一時的な支出が発生（約74百万円の影響）

3. 人員体制拡充による人件費の先行的増加

- ホビーサーチにおいて人員体制を拡充したため、足元では人件費が先行。今後の売上拡大に向けた体制づくりを進行中（約24百万円の影響）

主力2事業は堅調に推移したものの、戦略的な支出により減益

単位：百万円

科目	24/3期		25/3期		前年同期比	主な要因
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	7,851	100 %	8,383	100 %	107 %	主力2事業の堅調な成長
売上総利益	3,635	46 %	3,796	45 %	104 %	リユース事業における粗利率の低下
販売費及び一般管理費	2,985	38 %	3,212	38 %	108 %	戦略的支出や人件費の増加等
EBITDA	728	9 %	665	8 %	91 %	-
営業利益	649	8 %	583	7 %	90 %	-
経常利益	656	8 %	594	7 %	91 %	-
当期純利益	459	6 %	345	4 %	75 %	-

* 当ページにおける「金額」の表示は、決算短信等に準拠して切り捨て表示としています

連結B/S

自己資本比率は約67%と、財務の健全性は維持

単位：百万円

科目	24/3期末	25/3期末	増減額	主な要因
流動資産	3,455	3,581	126	商品増加等
固定資産	1,488	1,505	18	-
資産合計	4,943	5,087	144	-
流動負債	1,277	1,311	34	買掛金の増加等
固定負債	427	349	△ 78	長期借入金の減少等
負債合計	1,705	1,661	△ 44	-
純資産合計	3,238	3,425	187	純利益の計上等
自己資本比率	65.2 %	67.2 %	-	-

* 当ページにおける「金額」の表示は、決算短信等に準拠して切り捨て表示としています

連結キャッシュ・フロー計算書 概況

現金残高は、成長機会を逸失しないための十分な水準を維持

単位：百万円

項目	24/3期	25/3期	主な増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	409	396	税金等調整前当期純利益の減少等（に伴う減少）
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 93	△ 144	有形固定資産の取得等（に伴う支出増加）
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 253	△ 283	配当金の支払額の増加等（に伴う支出増加）
現金及び現金同等物の増減額	64	△ 22	-
現金及び現金同等物の期首残高	1,811	1,876	-
現金及び現金同等物の期末残高	1,876	1,854	-

* 当ページにおける「金額」の表示は、決算短信等に準拠して切り捨て表示としています

仕入および販売の状況

2025年3月期

11

仕入および販売とも概ね順調に進捗

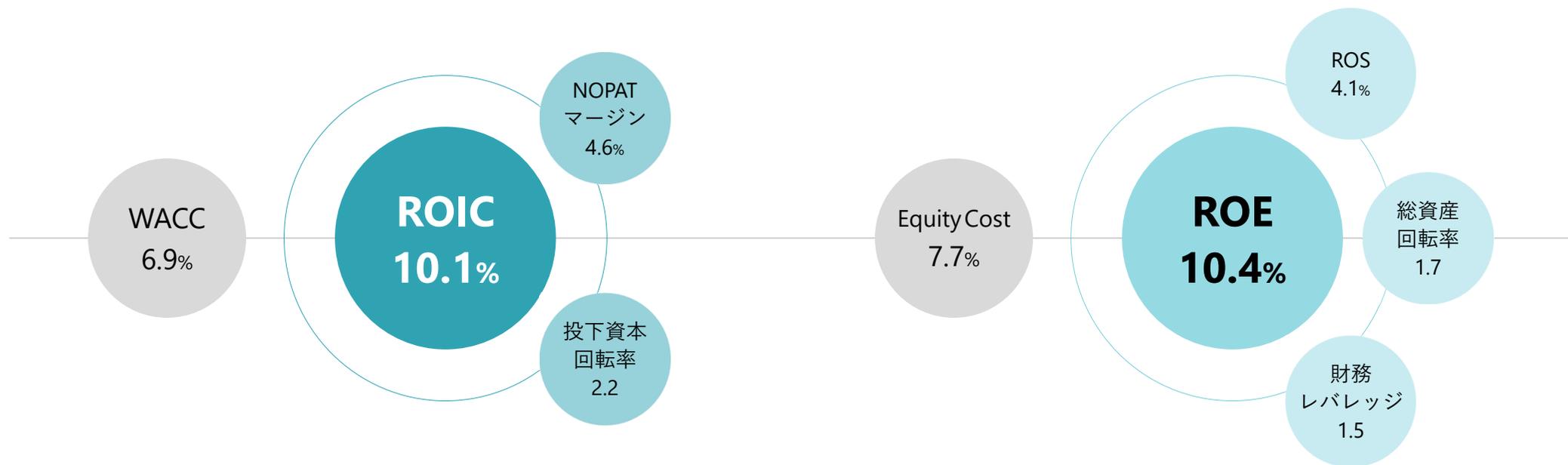
事業	品目	仕入			販売		
		金額 (百万円)	構成比 (%)	前年比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前年比 (%)
リユース事業	電化製品等	389	19 %	123 %	993	19 %	112 %
	服飾等	624	30 %	107 %	1,640	31 %	108 %
	パッケージメディア	301	14 %	107 %	863	16 %	101 %
	ホビー	580	28 %	89 %	1,001	19 %	113 %
	その他	191	9 %	105 %	795	15 %	103 %
	合計	2,086	100 %	103 %	5,293	100 %	107 %
ホビーサーチ事業		2,626	100 %	112 %	3,089	100 %	106 %
総合計		4,713	-	108 %	8,383	-	107 %

* 当ページにおける「金額」の表示は、決算短信等に準拠して切り捨て表示としています。また各種数値は、グループ内売上高を控除した値です。

資本効率

2025年3月末時点

基盤構築及び成長フェーズにおいては、WACCを超えるROIC創出を一つの指標とする。25年3月期は、一過性費用等の影響もあり連結営業利益は減少したものの、ROIC・ROEとも十分なスプレッドは確保

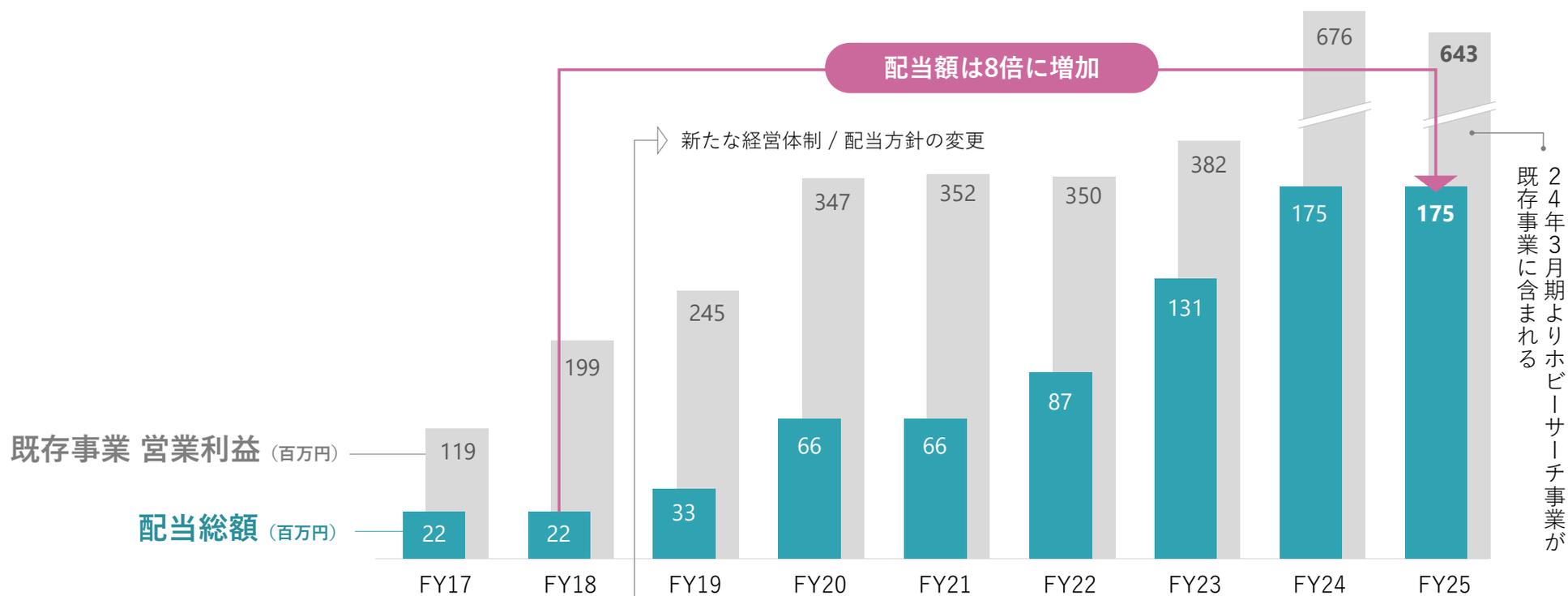


* WACC及びEquity Cost算出には次の数値を使用。リスクフリーレート：10年長期国債利回り、リスクプレミアム：5.5%、 β 値：120ヶ月間の月次株価データより算出

配当の考え方

2025年3月末時点

株主価値の持続的な向上を目指し、配当額は、比較的再現性の高い『既存事業 営業利益』とキャッシュの保有状況をもとに検討。『既存事業 営業利益』は着実に成長を続けており、それに伴い配当額も約8倍に増加



* 「既存事業」：直前事業年度 1年間を通じて同一状態で営業した事業または店舗（前年比において同一条件で比較が可能な事業）

保有キャッシュの考え方

2025年3月末時点

14

期末における手元資金から、成長投資および安定経営に必要な資金を確保した後の残高を、株主の皆様への配当に充てる方針



* 「攻めのキャッシュ」は3年間の平均年額目安であり、この金額を単年度で使い切るものでもなく、またこの範囲内で単年度の成長投資を制限するものでもない

キャッシュフローアロケーション方針

2025年3月末時点

15

25年3月期は国内外のオーガニックな成長投資が最優先事項であり、進行期もその方針に変わりはないが、中期的な企業価値向上に資すると判断した場合は、M&Aも積極的に検討

オーガニック成長投資

最優先の投資対象

引き続き、国内外の既存ビジネスモデルの強化を最優先事項として投資を図る。

25年3月期は当領域への再投資により、営業キャッシュフローを397百万円創出

インオーガニック (M&A)

案件は精査も積極的に検討

国内・クロスボーダー問わず幅広く案件を取得し検討。

「オーガニック領域と明確なシナジーが創出可能である場合」・「既存のスキルで確実なバリューアップが図れる場合」は積極的に案件を進行する。過去に、「ゲームステーション事業」の譲受、および「ホビーサーチ社」のM&Aを遂行

配当

安定的な増配を図る

株主価値の持続的な向上を目指し、配当額は、比較的再現性の高い『既存事業 営業利益』の状況と、キャッシュの保有状況を基に検討

自己株式取得

直近では優先的に検討せず

中期的な企業価値向上に資する自己株式取得は、常時検討の範疇にあるものの、自己資本の絶対額及び浮動株比率が低水準であることに鑑み、現時点では、ROE向上のみを目的とした自己株取得枠は設定していない。

短期的には、ROIC/Equity spreadを毀損しない範囲において、財務の健全性を求める

外部環境の影響

2025年4月末時点

16

総じて、「リユース事業」は外部環境の変化に強く、「ホビーサーチ事業」は外部環境の影響を受けやすい

外部環境	リユース事業への影響	ホビーサーチ事業への影響
1 米国の関税措置	影響は軽微 国内での買取と販売が主なビジネスであるため、今回の関税措置による直接的な影響は軽微	影響あり(-) 足元の売上高は好調だが、当該措置が継続した場合、今後影響が生じる可能性あり
2 原材料費の高騰	影響は軽微 原材料費高騰に伴い、店舗光熱費は上昇したものの節電等の工夫もあり、業績への影響は軽微	影響あり(-) 原材料費の高騰により、商品の単価や生産状況に影響する可能性あり
3 インフレの進行	影響あり(+) 日用品や消費財のインフレ進行に伴い、リユース商材が見直され、全体的にポジティブな影響を享受	影響あり(-) 生活必需品の価格上昇に伴う消費者の購買力低下で、趣味関連の非必需品は影響を受ける可能性あり
4 為替変動	影響は軽微 国内での買取と販売が主なビジネスであるため、為替変動の影響は限定的	影響は軽微 為替変動の影響もあり得るが、商品の人気や価格の方が業績への影響は大きいと認識
5 インバウンド需要	影響は軽微 神奈川県の外郊を中心に店舗展開しているため、インバウンド旅行客の恩恵は限定的	影響は軽微 リアル店舗を展開していないため、恩恵はほぼ無い
6 最低賃金引き上げ	影響あり(-) 24年10月の最低賃金上昇を受け、給与テーブルを全体的に見直し。当事業の総人件費に2%程度の影響	影響あり(-) 左記同様、給与テーブルを見直し。当事業の総人件費に2%程度の影響

* 各外部環境による影響は、「直接的な影響」のみ記載

Section

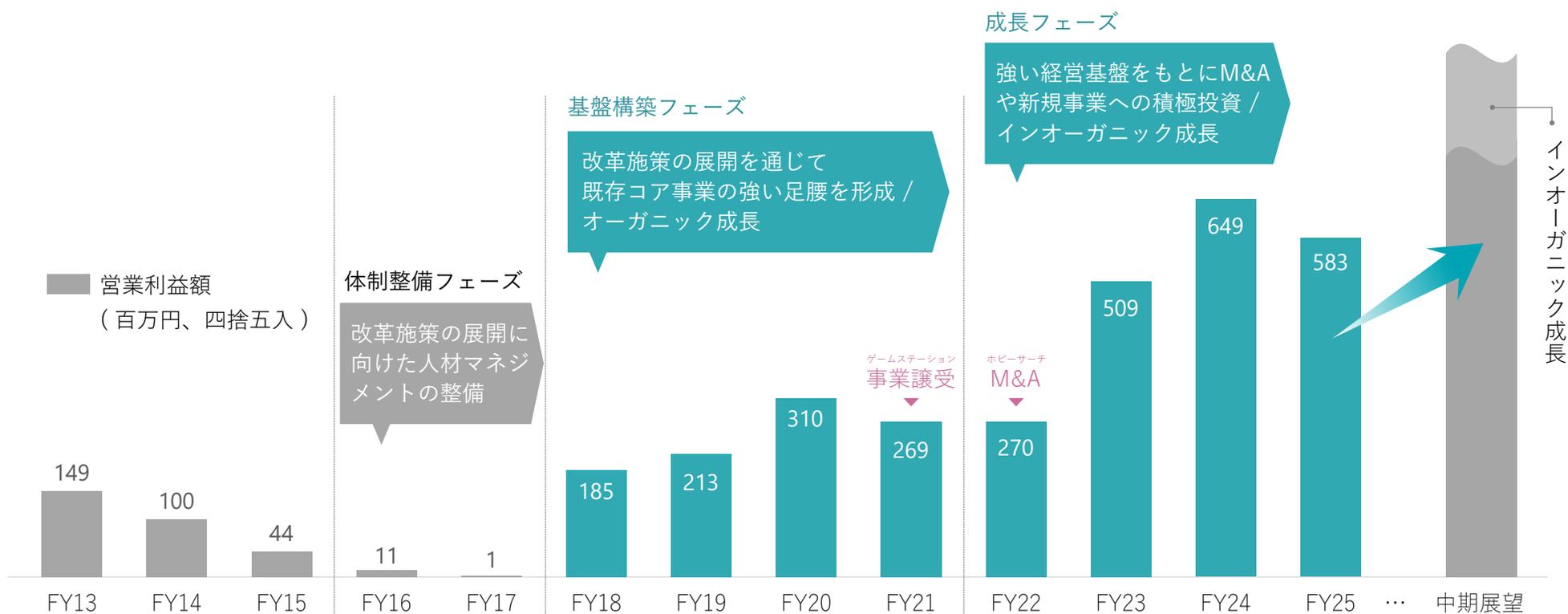
02

成長戦略

成長戦略の内容と進捗状況について説明します

改革のロードマップ

2018年3月期より基盤構築フェーズと位置づけ、利益構造改革を推進。2022年3月期からは成長フェーズに移行してホビーサーチ事業を取得。今後も、既存事業の成長に加え、戦略的にM&Aを活用して、さらなる成長を目指す



ホビーサーチ社のM&Aから1年以上経過し、ホビー新品EC事業が既存事業として位置づけられたことに伴い、成長戦略を再整理。中期的な企業価値向上に向け、M&Aも積極的に活用

02-a

オーガニック成長戦略

リユース事業

安定的な成長と確実な利益創出

「トコトン買取」を持続的な競争優位の源泉とし、コア事業・スピンオフ事業・海外事業の3つから構成される成長戦略。基盤構築を軸に据え、コア事業においては、安定成長しつつ、共通費を除く営業利益率20%を目指す

ホビーサーチ事業

高成長の追求

2021年7月に子会社化したホビーサーチ事業の成長戦略。業界トップクラスの品揃えと圧倒的な商品情報量により、SEOに強いECサイトを形成。成長を軸に据え、年間売上高30%以上の成長を目標とする

See pp.20-29

02-b

インオーガニック成長戦略

M&A

戦略的にM&Aを活用

インオーガニックな成長を実現する手段として積極的にM&Aを活用。「オーガニック領域と明確なシナジーが創出可能」もしくは「既存のスキル・ノウハウで確実なバリューアップが図れる」案件を推進

See pp.30-32

Section

02-a

オーガニック成長戦略

リユース事業

各事業の概要と概況について説明します

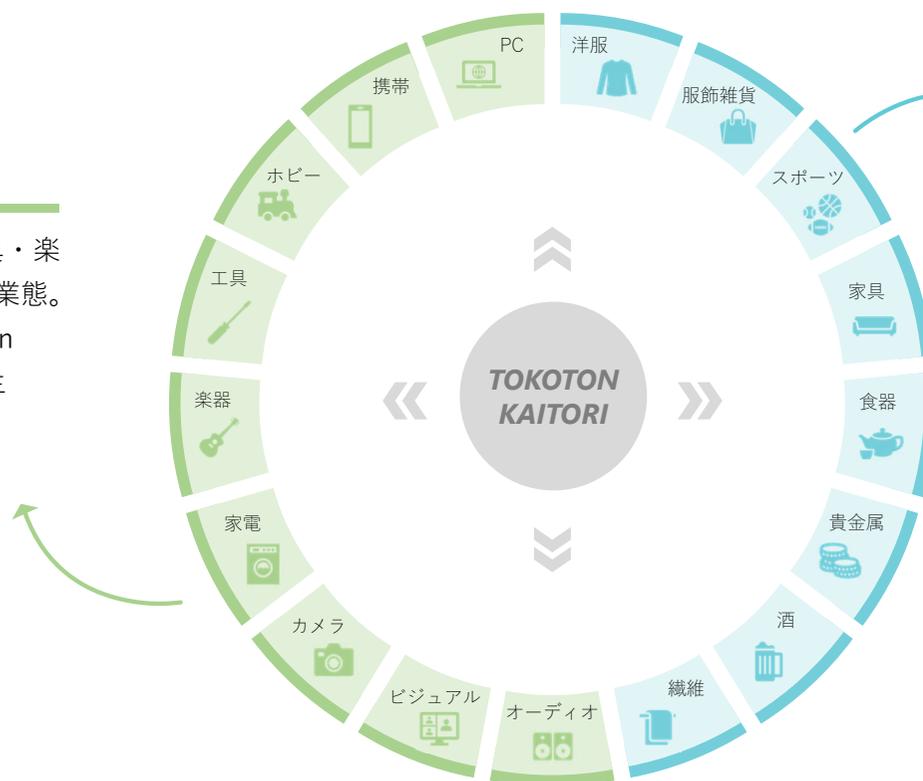
コア事業

リユース事業

「トコトン買取」を中心に据え、多様な商材を取り扱う総合リユース事業。特定商材への依存度が低く、外部環境の変化に対し柔軟に対応が可能。スピンオフ事業の源泉、海外事業の原資

WATTMANN TECH

国内20店舗展開。家電・PC・工具・楽器など、主に電化製品を取り扱う業態。店舗型スピンオフ事業のWattmann HobbyやCameraは当業態から派生



WATTMANN STYLE

国内20店舗展開。アパレル・スポーツ用品・家具・食器など、生活関連商材を取り扱う業態。店舗型スピンオフ事業のWattmann Spo&Camは当業態から派生

全体的に好調

外部環境

総じて市場は好調に推移

この2年間は、世界的なインフレ傾向や日用品の供給逼迫傾向が進んだ事などにより、リユース市場は活況。リユースを本業とする同業他社も売上が前年比で好調に推移

25/3期の状況

市場の好調を受け安定的成長

リユース市場は全体的に好調ではあるが、商材ごとにパフォーマンスに差が見られ、特に服飾やホビー全般が堅調に推移。一方、トレーディングカードは23年をピークに買取価格および販売価格が調整され、現在は安定した水準にある。24年4月横須賀中央店移転、24年10月新丸子店移転

26/3期の展開

大型店を中心に出店を検討

総合リユース事業においては、出店基準の厳格化により、出店ペースは若干ダウン。グループ全体の成長を促進するため、リソース配分を最適化し、当事業では大型店の出店を中心に検討。新規出店によるオーガニックな成長も引き続き検討するが、必要に応じてM&Aも活用して事業拡大を進める

総合リユース業から一部の商材を切り出して専門性を高めた事業



ROAD BIKE

ロードバイク本体やパーツを扱う業態。主に街道沿いの物件を中心に出店を検討

2 店舗



HOBBY

ホビー商材を扱う業態。WATTMANN HOBBY 3店舗に加え、Game Station 2店舗を展開。主に駅前物件を中心に出店を検討

5 店舗



SPORTS

スポーツ商材やキャンプ商材を扱う業態。主に既存店の中か隣接する物件での出店を検討

2 店舗



CAMERA

カメラや周辺機器を扱う業態。主に駅前物件を中心に出店を検討

2 店舗

スピンオフ事業の概況

リユース事業

25

コア事業と同様、外部環境にポジティブな影響を受ける商材が多く、順調な進捗

外部環境

コア事業と同様に市場は好調

コア事業（総合リユース事業）と同様に、当事業の外部環境も概ね好況。特に、カメラ商材やホビー商材、スポーツ商材が好調。トレーディングカードは前年（2023年）をピークに買取価格および販売価格が調整され、現在は安定した水準にある

25/3期の状況

市場の好調を受け安定的成長

各業態とも売上高・売上総利益率が概ね順調に成長。
トレーディングカードは、前年と比較して買取価格・販売価格が低下しているが、当商材の売上構成比がそれほど高くないため、影響は軽微。
また、カメラ業態の2店舗目（吉祥寺店）を2024年9月に新規オープン

26/3期の展開

引き続き 各業態で出店を検討

各スピンオフ業態において、中期的には既存業態の多店舗展開を進める予定。短期的には基盤構築に主眼を置き、まずは営業利益率を総合リユース事業並みの水準に高めることを優先的に考え、各種施策を進める

資本配分の最適化を図る観点からタイ直営店舗を閉鎖。現在は、直営店運営から卸売販路への切り替えが完了しており、「トコトン買取」を支える海外事業の戦略的機能は引き続き維持されている

海外事業の方針転換

キャピタルアロケーションの最適化を図る観点から、収益性や運営効率等を総合的に勘案し、タイ直営店舗を閉鎖

今後は、直営から卸売販売に切り替え、「日本で販売が難しい商材」の輸出・販売を継続

よって、海外事業の戦略的位置づけに変更はなく、今後も「トコトン買取」を支える仕組みとして機能

本件による業績への影響は軽微

Section

02-a

オーガニック成長戦略

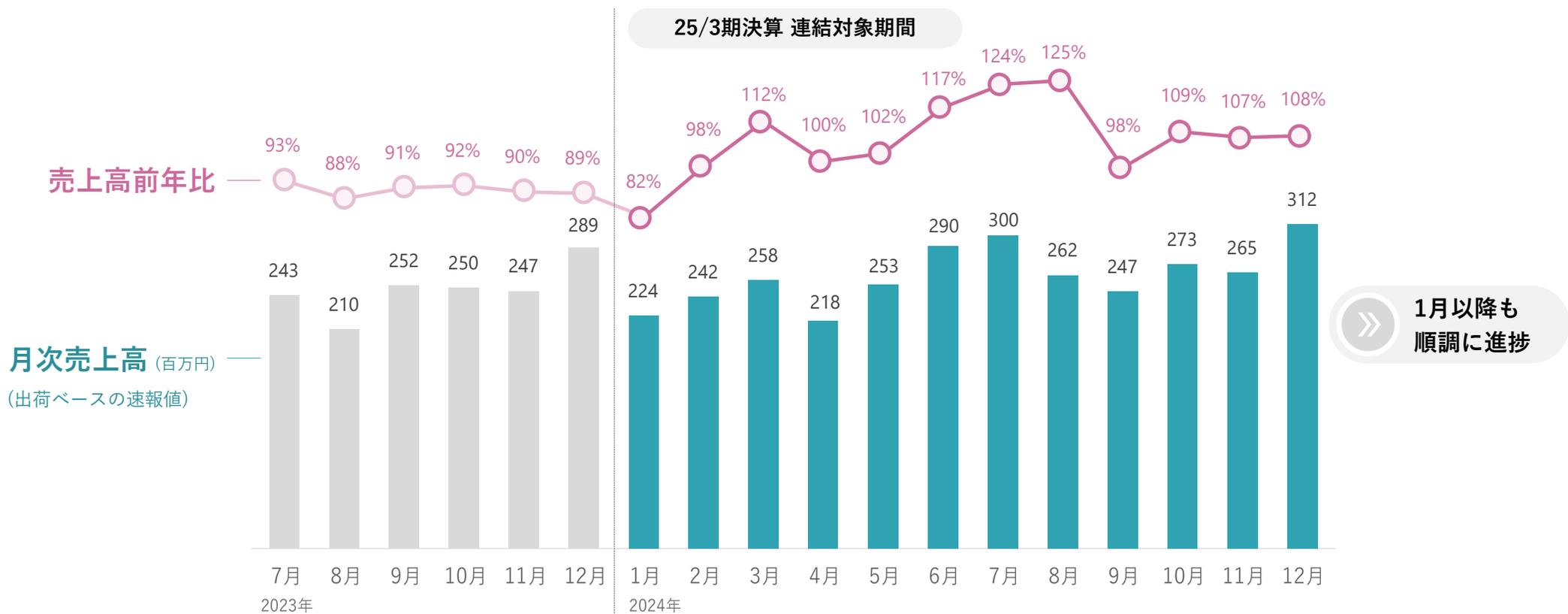
ホビーサーチ事業

足元の状況を中心に説明します

月次売上高推移

ホビーサーチ事業

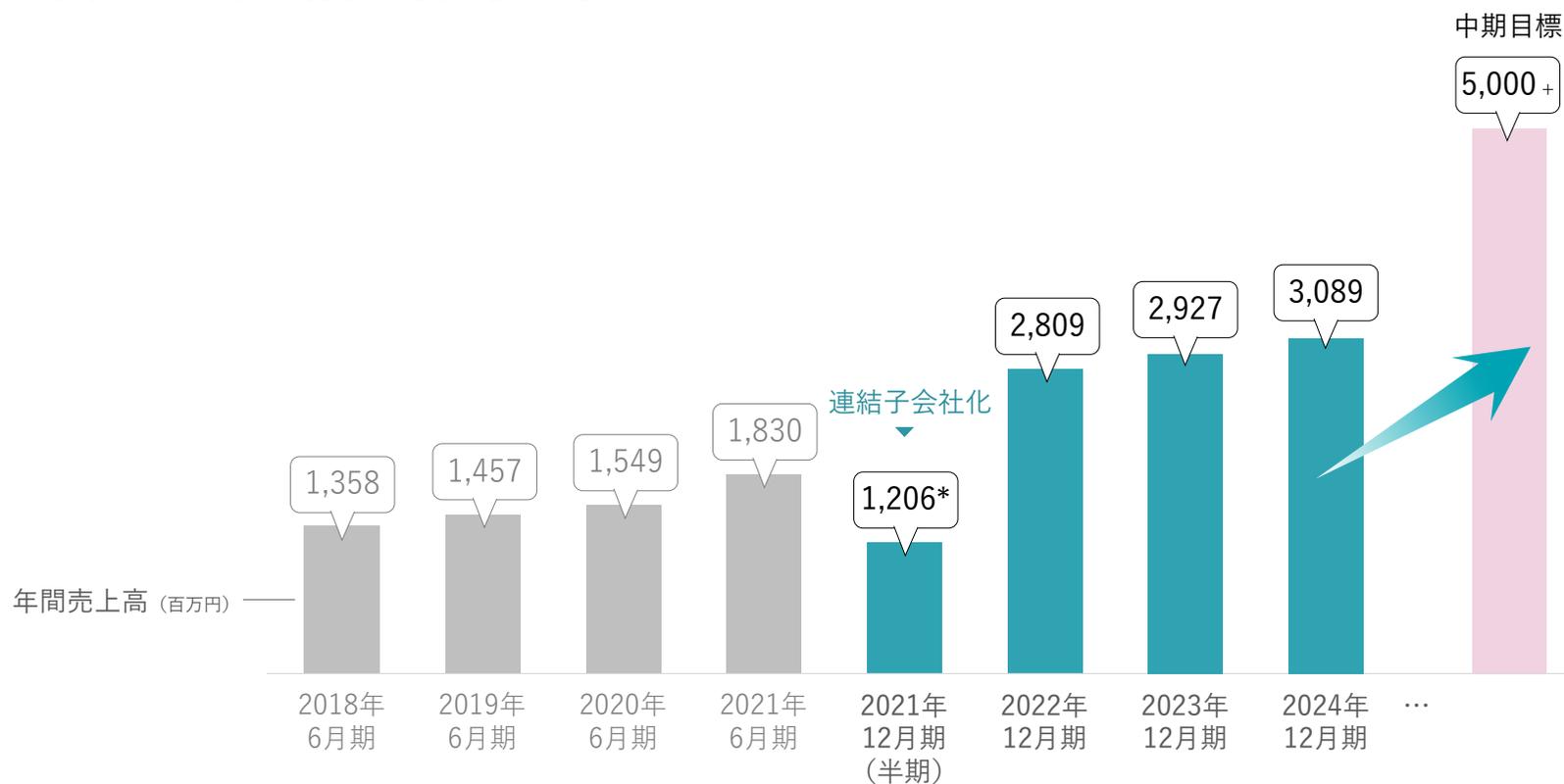
24年12月期は、月ごとにばらつきはあるものの、全体としては順調に進捗。25年1月以降も堅調に推移



中期成長目標

ホビーサーチ事業

売上高50億円の早期達成に向け、ホームページの改修や倉庫スペースの拡充が課題と認識。
本社機能も移転し、必要な体制整備を優先的に進めている



* 2021年1月～12月の売上高は、2,128百万円（出荷ベース）

Section

02-b

インオーガニック成長戦略

M&Aの状況や方針について説明します

M&A Track Record

M&A

過去に実行した2件のM&Aでは、最新の業績において買収価格の約50%に相当する営業利益を単年度で創出。

両案件ともに3年以内で投資額を回収

	企業/事業	買収規模	構想	M&A前 営業利益/年	直近 営業利益/年
 2021年2月 事業譲受	ゲームステーション 店舗型ホビーリユース事業	1億円未満	既存事業と同一商圏での店舗型ホビーリユース事業の出店の一環	営業損失	約20-30百万円 既存店のため詳細は非開示
 2021年7月 株式取得(100%)	ホビーサーチ ホビー新品EC事業	1億円 ~ 5億円	店舗型リユース事業と補完関係にある新品EC事業取得による中期的なリスクヘッジ	30百万円	161百万円
(検討中)			(複数の案件において各種準備を推進)		

* 当ページに記載の「営業利益」は、のれん償却前営業利益

中期的な企業価値向上に向け、戦略的にM&Aを活用。M&Aが目的化し、高値掴みや無理な取引に走るリスクを避けるため、「M&Aの年間投資枠」や「M&A戦略」は設けない



対象事業

原則、既存事業と同一事業が対象

原則、既存のリユース事業およびホビー事業をM&Aの対象とするが、表面的な関連性に惑わされず、既存のスキルやノウハウを活かせる領域にて積極的にM&Aを推進



定量要件

原則、営業利益1億円が見込める案件が対象

ハードルレートを上回る収益率が期待できる案件を対象とし、現時点では管理コストに鑑み、将来的に営業利益1億円以上を見込む規模感を重視。ただし、厳格な要件とはせず柔軟に対応



資金源

自己資金と借入が主な資金源

現時点では、M&Aの最大買収規模を約20億円としているため、資金調達は自己資金と借入で対応可能と判断。将来的には、企業価値の向上に応じて、より大規模な案件にも着手する想定



M&Aにおける強み

PMIを通じたバリューアップが強み

従業員エンゲージメントに重点を置いたPMIが、当社のM&Aにおける強み。自社での経験から築かれた基盤構築施策とエンゲージメント向上施策を基本に、バリューアップを実現

Section
03

FY2026の見通し

進行期の業績見通しについて説明します

2026年3月期 業績見通し

現時点で、リユース事業は堅調に推移しており、またホビーサーチ事業も足元の売上高は好調に推移しているが、外部環境の影響を慎重に考慮し、進行期の業績予想を算出

単位：百万円

	売上高		EBITDA		営業利益		経常利益		当期純利益	
2025年3月期	8,383	+6.8%	665	△8.7%	583	△10.1%	594	△9.4%	345	△25.0%
【予想】 2026年3月期	9,050	+8.0%	827	+24.3%	740	+26.8%	738	+24.2%	498	+44.6%

リユース事業は、現時点で堅調に推移しており、その状況が継続することを前提に業績を見積もり。
ホビーサーチ事業は、足元の売上高は好調に推移しているものの、米国の関税措置の影響等が不透明なため、その影響度合いを慎重に見極めたうえで反映

—

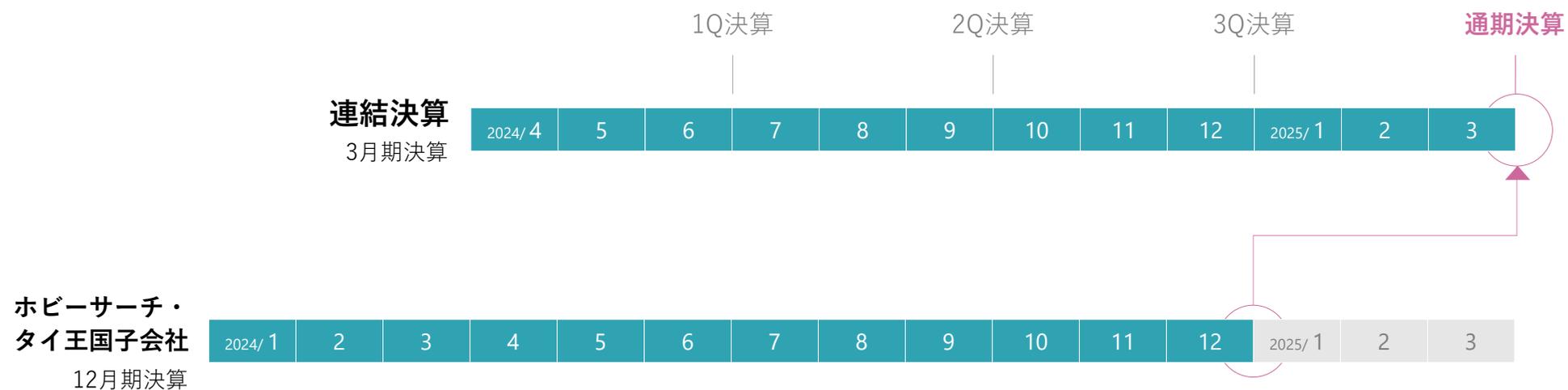
事業展開状況と今後の予定

進行期は、前期と同程度またはそれ以上の出店を目指す。グループ全体の成長に向けたリソース配分の最適化に伴い、総合リユース事業は大型店を中心に出店を検討

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期 (進行期)
出店	<p>+5</p> <p>Sai3 (Thailand) 本厚木店 2業態 ホビーOSC湘南シティ店 ロードバイク鎌倉手広店</p>	<p>+5</p> <p>横須賀中央店 2業態 カメラ吉祥寺店 新丸子駅前店 2業態</p>	<p>+1</p> <p>5月 カメラ町田店</p>
閉店	<p>△3</p> <p>Saimai (Thailand) 横須賀中央プライム店 2業態</p>	<p>△7</p> <p>オーディオカウマン (テック店舗に統合) 新丸子店 2業態 タイ4店舗</p>	<p>-</p>
M&A			

連結決算に関する留意点

ホビーサーチ社及びタイ王国子会社は12月期決算のため、その業績は3か月の時差をもって連結合算



APPENDIX

事業概要や人材マネジメントの方針について説明します

設立

1978年9月

事業内容

店舗型リユース事業・ホビー新品EC事業

リユース店舗数

59店舗

従業員数（連結）

639名

代表者

代表取締役社長 川畑泰史

売上高

83.8億円 2025年3月期

営業利益

5.8億円 2025年3月期

資本金

5億円

『ニチジョウをミタス』

ワットマンは、働く人を『幸せ』にするための手段です。

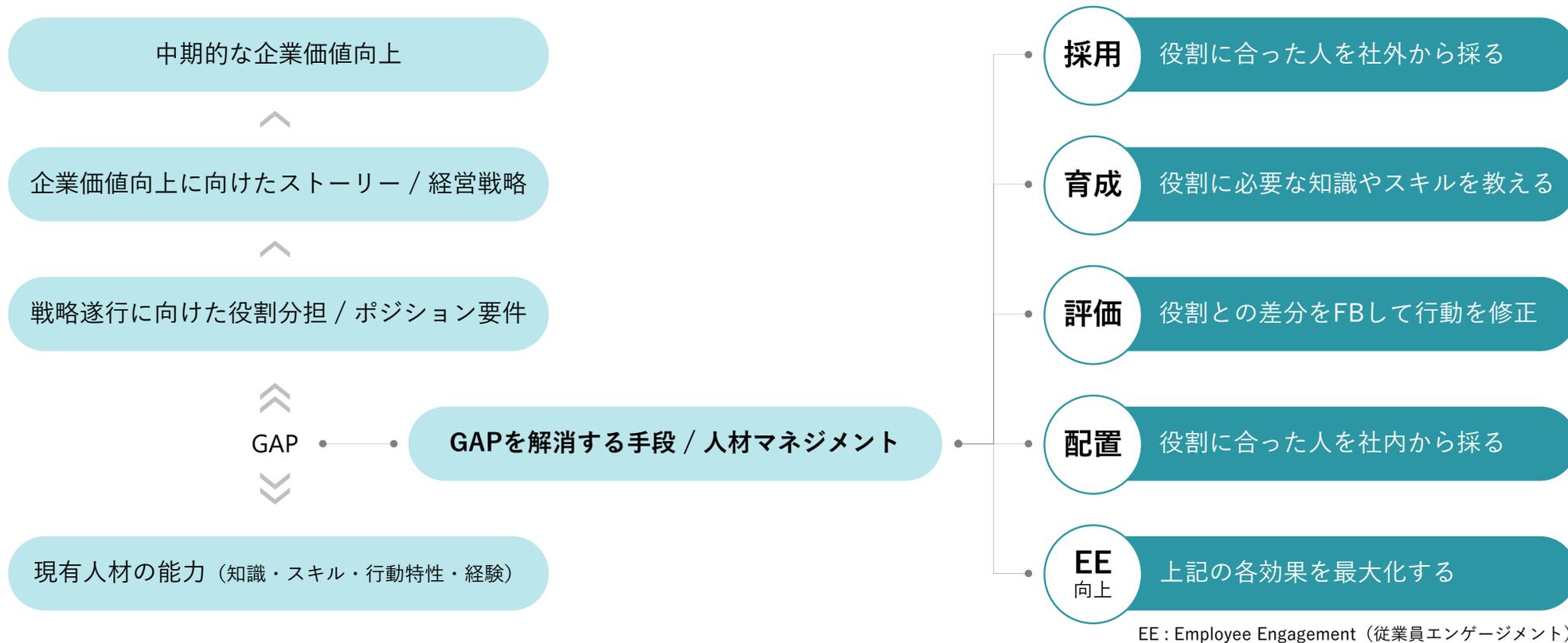
『幸せ』ってなんだろう？人によって幸せに感じることは異なります。幸せのかたちは人の数だけ。ワットマンはこう考えます。働く人の幸せとは、胸を張って『今の仕事が天職だ』と言い切れること。社会の役に立っているという満足感と、成長を通じた達成感。大層な成功体験はいらない。毎日の小さな充実。それだけで人生は満たされる。

ワットマンで仕事をしてよかった、ふとしたときにそう思う状態でありたい。それがわたしたちの目指すところです。



人材マネジメント方針

人材マネジメントとは、「戦略遂行に向けた役割」と「現有人材の能力」のGAPを解消し、戦略を確実に遂行するための手段



人材マネジメント 各施策のコンセプト

人材マネジメントの各種施策は、「こころざし」から一貫通貫で整備

採用

マッチングを徹底重視

- 採用面談を、応募者と会社のマッチングの場と位置づけ、お互いの理解を深めることを重視
- 採用面談における応募者と会社のミスマッチを極力減らすため、面談時に会社の良い点・課題点を含め、すべて紹介した「Evidence Book」を手渡し

育成

市場価値向上に向けた教育

- 「どこでも活躍できる人材の育成」・「教えないことは評価しない」が設計思想
- 評価項目に従って40種類以上の研修プログラムを内製
- 日々の業務に役立つ研修だけでなく、市場価値を高める研修も提供
- 育成効果を最大化するためにOJTも活用。「OJTフォローシート」によって、OJTを体系化し、OJTの弱点である教え方の主観性を解消

評価

FBが最も重要な育成の場

- 評価を「継続的に人材を育成するための仕組み」と定義
- 40以上の評価項目による評価基準の徹底的な明確化
- 一日がかりの評価会議
- 評価結果を伝える「フィードバック面談」を一連の評価プロセスの中で最も重要な「成長支援の場」と位置づけ
- 管理職にマネジメント上の気づきを与えるため、部下によるアップワードフィードバックを実施（評価に反映せず）

配置

プロアクティブなキャリア

- 「一定以上のキャリアは自ら形成」が設計思想
- 例えば、店長を統括するエリア長という役職は、「店長による自律的な立候補でのみ到達できる」ポジション（任期は1年）
- 会社が行うべきは、キャリア形成に向けたチャレンジを促すこと。そのためにエリア長には、店長と比較して圧倒的に高い報酬を付与

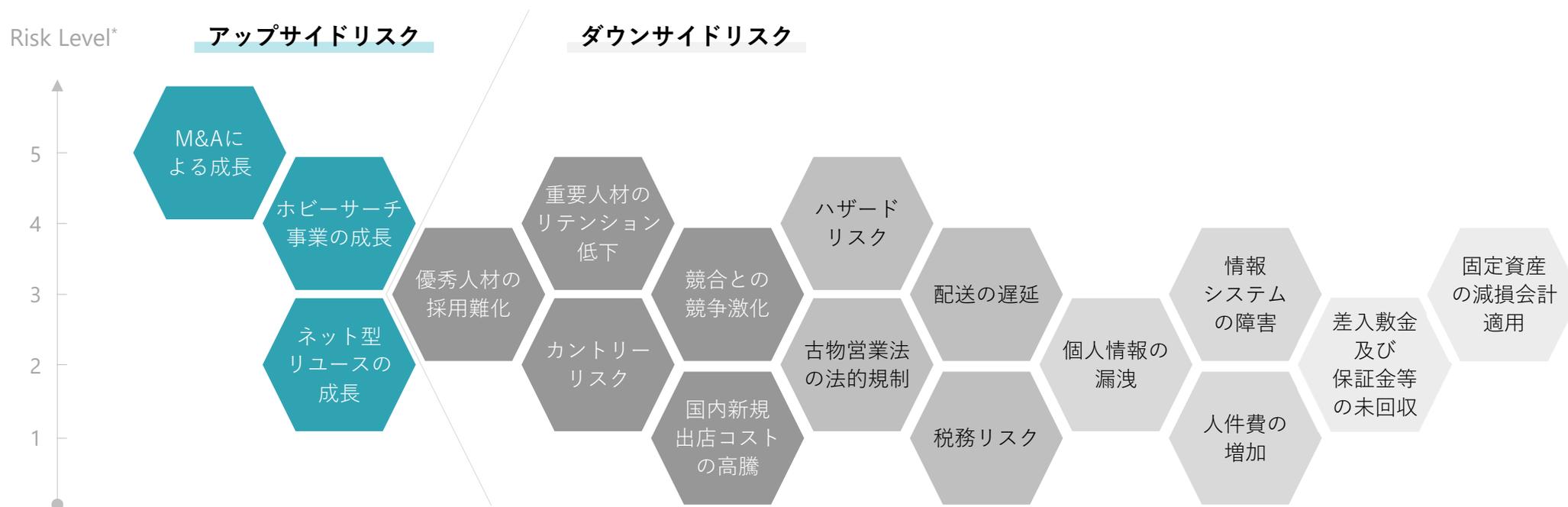
EE_{向上}

労働集約型ビジネスの肝

- 定期的に「エンゲージメントサーベイ」を実施し、職場環境や人事制度の改善のインプットにするとともに、将来の配置やキャリア形成を可能な限り従業員の希望に沿ったものとするために活用
- 会社の問題点を忖度なく指摘してもらうために、退職者に対し「イグジットインタビュー」を実施

事業リスクの識別

直近1年間で比較的発生可能性が高く、顕在化した場合、売上高に30%以上または利益額に10%以上の重要な影響を及ぼすリスクをピックアップ（年次でアップデート）



* Risk Level：「発生可能性×顕在化した場合の影響額」の定性評価（次ページも同様）

リスクへの対策

アップサイドリスクの最大化とダウンサイドリスクの最小化を図る

重要リスク		Level	最大化または最小化に向けた対策	
アップサイド	M&Aによる成長	5	社外取締役としてM&Aスペシャリストの配置	
	ホビーサーチ事業の成長	4	経営陣の積極的関与による意思決定の質とスピードの最大化	
	ネット型リユースの成長	2	短期的には基盤構築の推進	
ダウンサイド	戦略リスク	重要人材のリテンション低下	4	重要人材のエンゲージメントの維持・向上
		優秀人材の採用難化	3	マッチングプロセスへの経営陣の積極的関与
		競合との競争激化	3	商材の幅・深さ両面からの「トコトン買取」の徹底
		海外事業のカントリーリスク	2	一定程度はリスクテイク
		国内新規出店コストの高騰	1	イニシャルコストの低減及び出店時オペレーションの効率化
	社外要因リスク	ハザードリスク	4	社長をトップとする体制構築、月商の2か月分の現預金保有
		配送の遅延	3	販売地域の多様化
		古物営業法の法的規制	2	古物台帳の管理徹底等、古物営業法の法令遵守
		税務リスク	1	社外専門家の活用
	オペレーショナルリスク	情報システムの障害	3	不正アクセスに対する対策、レガシーオペレーションのバックアップ
		個人情報の漏洩	2	機密情報へのアクセス制限や社員の情報管理リテラシー向上
		人件費の増加	1	人材確保に向けリスクテイク
	財務リスク	固定資産の減損会計適用	3	新規出店等の投資判断の厳格化
		差入敷金及び保証金の未回収	2	賃貸人の経済的状況を可能な限り調査・分析

* リスクの詳細な内容につきましては、2025年6月27日開示予定の「有価証券報告書」をご参照ください

SDGsへの取り組み

当社は事業活動を通じてSDGsの達成に貢献します。“Small Start, Quick Win”を念頭に、目標に対して「できるところから」「すぐに」着手し、継続的に貢献範囲を拡大していくことを基本方針としております

リユース事業による温室効果ガスの削減



当社は、「トコトン買取」を掲げ、リユース商材を可能な限り拡大することで、温室効果ガスの削減に努めるとともに、廃棄物に関しても、各店舗における分別とリサイクルを徹底し削減を進めております

市場価値を高める質の高い教育の提供



当社は、人材マネジメントの強化を重要経営課題として捉えております。40種以上のオリジナル研修を用意し、日常業務に役立つ知識はもちろんのこと、「市場価値を高める」スキルも教育しています

ジェンダー平等の促進



当社は、女性従業員比率が高い環境です。引き続き、女性の活躍をさらに支援する方針です。また、株式会社ユナイテッドアローズの下取りに協力し、買取金はピンクリボンバッジ運動に役立てられています

ディーセントワークの促進



当社は、古本回収プロジェクトを通じて、NPO法人「アンガージュマン・よこすか」が推進する不登校やひきこもり児童・青少年の就学・就労の自立支援に協力しています

ビジネスモデル

リユース事業

45

「トコトン買取」を強みに、主に個人のお客様から商材をお買取りし、店舗で商品化して、個人のお客様へ販売



「トコトン買取」を強みに、リユース市場において一定の競争優位性を確立

トコトン買取

 大きなものから、小さなものまで 

 高額品から、低額品まで 

 未使用品から、一部壊れたものまで 

他では買い取ることができない商材もお買い取り

リユース業における競争優位性は買取力（仕入力）の強弱によって決定されます。当社は、15分単位で組まれた効率的なオペレーションと、回収から輸出、販売まで一貫して行い、中間コストを徹底排除したグローバル再リユースの仕組みにより、国内では販売が難しく他では買い取ることができないリユース商材も1点1点値段をつけてお買い取りすることが可能です。

買取のお客様の流入を促し、離脱を防ぐ強みとなっております

ビジネスモデル

ホビーサーチ事業

自社サイトを通じて国内外のお客様に販売するホビーサーチ事業を展開。2021年7月21日、ホビーサーチ社の全株式を取得し、子会社化。



* その他：キャラグッズ、ドール、トレカ、工具・塗料、雑誌・資料等

創業20年以上で蓄積された各種ノウハウにより、SEOに強いECサイトを形成

1

業界トップクラスの品揃え

8つにカテゴライズされた商品ジャンル毎に精通したバイヤーを配置し、新製品情報を常にモニタリング。取扱商品数は100万点を超え、業界トップクラスの品揃えを実現

2

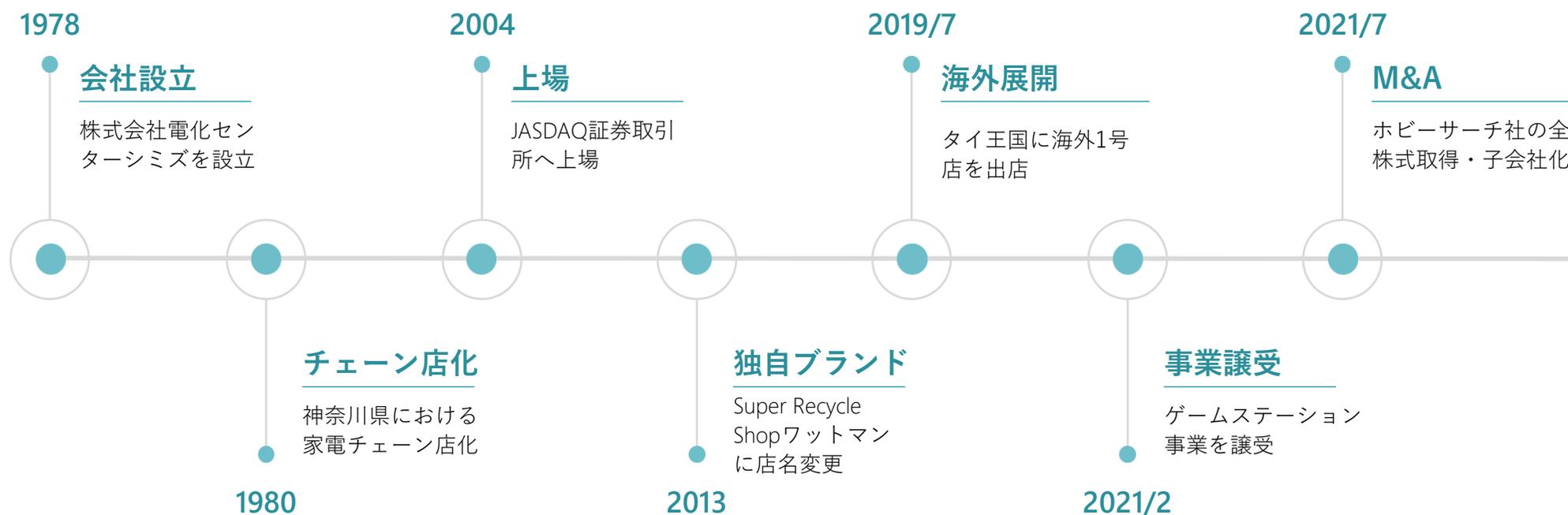
圧倒的な商品情報量

体系化されたデータ入力により商品ごとの詳細な情報（独自の画像や口コミ、リンク等の情報）をユーザーに提供。オーガニック流入を促進

3

全て自社開発のシステム

基幹システムは全て自社開発し、保守運用も自前で実施。外部環境の変化に対し、スピーディかつ柔軟な対応力を持つ



THANK YOU!

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述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、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

IR問い合わせ : info-ir@wattmann.co.jp