



2023年3月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社ゲオホールディングス

プライム市場 2681



本資料の記載内容

1. グループ概要
2. 2023年3月期 第3四半期 連結業績
3. 2023年3月期 通期業績予想
4. 攻めの取組み
5. 守りの取組み
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	90億33百万円 (2022年12月31日時点)
株式上場市場	東京証券取引所 プライム市場

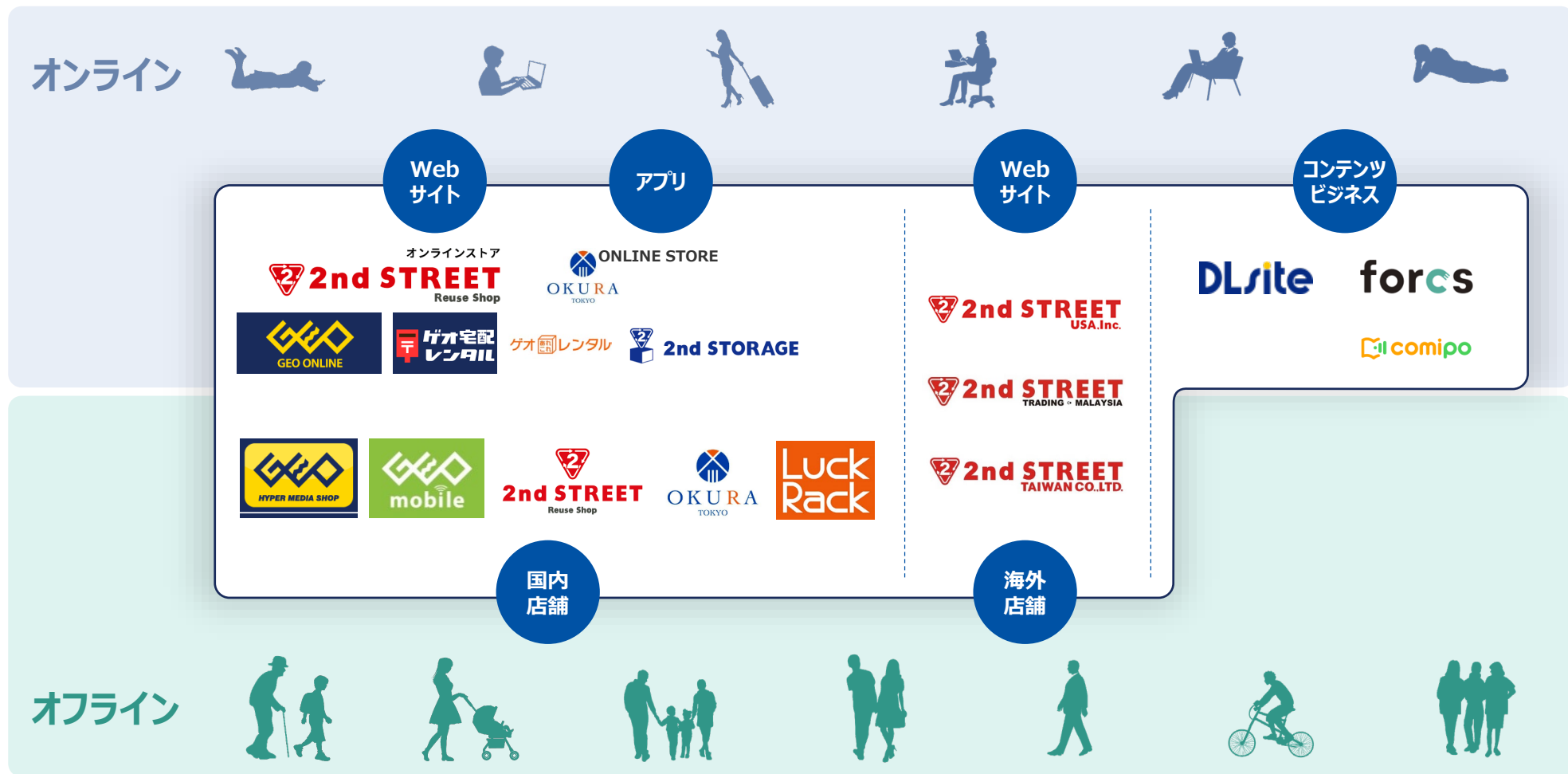
ゲオグループの主なショップと主要な取扱い商材

					
店舗数(2022年12月末時点)	1,098店 (内 GEOモバイル単独 19店)		国内 787店 海外 45店	21店	21店
衣料・服飾雑貨			リユース		新品
生活雑貨・家具・家電			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			
スマホ・タブレット端末・PC	リユース	リユース			
DVD・Blu-ray・CD・コミック	レンタル・新品				
特 色	リユースゲーム、リユーススマホ、映像・音楽レンタルでトップシェア。新品ゲーム機器・ソフトのほか、新品AV家電・スマホアクセサリーを展開。	GEOに併設するほか、単独店としても出店しており、リユースモバイルのトップシェア。スマホの専門スタッフによるサービスを提供。	リユース衣料・服飾雑貨のトップシェア。買取専門店、アウトドアや楽器などの専門店も展開。	ラグジュアリー商材として、主に時計・バックを展開。お蔵のオークションを通じて、安定的な商材供給を実現。	メーカーから余剰在庫を調達し、低価格帯で提供するOPS(オフプライスストア)を展開。

※店舗によっては、取扱いがない場合があります。

グループ戦略：ネットワークリテイラーへの挑戦

お客様の消費行動を理解し、オンライン・オフライン(店舗)の境目をなくした双方で、商品・サービスを自在に選択してご利用いただける“ネットワークリテイラー”の体制を構築し、リユースとレンタルの循環型流通やリテール(新品販売)を通して、世界の方々に豊かで楽しい「日常」を届け続ける“グローバルプラットフォーマー”でありたいと考えています。



2. 2023年3月期 第3四半期 連結業績

2023年3月期 第3四半期サマリー

第3四半期業績ハイライト

売上高

物価高による生活防衛手段としてリユースへの需要が高まり、また、リユース購入に対する抵抗感が薄くなる意識変化もあり、2nd STREETを中心に好調な販売が続いたことから、売上高は、前年同期比14.2%増の2,796億円と大幅な増収

営業利益・経常利益・当期純利益

レンタルの縮小、水道光熱費の増加傾向は続くものの、リユースが大幅に伸張し、前年同期比で営業利益が100.6%増、経常利益が84.3%増、当期純利益が67.9%増と好調

売上総利益

新品ゲームのヒットやメディア系リユースのうちリユーススマホの比率が高くなったことを主因に、売上総利益率は、前年同期に比べて1.1ポイント低下

第3四半期トピック

トピック①



(国内)

今期末までの800店舗達成に向けて
順調な出店により**23店舗純増**して
787店舗



(海外)

トピック②

アメリカで**9店舗**
マレーシアで**3店舗**
台湾で**7店舗**を出店



トピック③

来店動機を高めるための
強化商品施策を展開

2023年3月期 第3四半期 連結損益計算書

■ 増収増益、第3四半期の売上高では過去最高を更新しています。

■ 売上高の増加にともない営業利益は前年同期比100.6%増の113億57百万円となりました。

単位：百万円	22.3月期 3Q実績	23.3月期 3Q実績	前年同期比	増減額
売上高	244,991	279,696	114.2%	34,705
売上総利益	97,152	107,975	111.1%	10,822
(売上総利益率)	39.7%	38.6%		
販管費	91,490	96,618	105.6%	5,127
営業利益	5,661	11,357	200.6%	5,695
(営業利益率)	2.3%	4.1%		
経常利益	6,643	12,247	184.3%	5,603
当期純利益	4,308	7,232	167.9%	2,924

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益。



2023年3月期 第3四半期 商材別売上高

単位：百万円	22.3月期 3Q実績	23.3月期 3Q実績	前年同期比	増減額
リユース	122,244	149,122	122.0%	26,877
リユース系	80,709	96,525	119.6%	15,816
メディア系	41,535	52,597	126.6%	11,061
新品	76,023	86,648	114.0%	10,624
レンタル	32,716	28,382	86.8%	▲4,333
その他	14,007	15,543	111.0%	1,536
合計	244,991	279,696	114.2%	34,705

物価高による生活防衛手段としてリユースへの需要が高まり、第2四半期以降も2nd STREETの売上好調が続き増収

第2四半期以降もスマホ・タブレット等の通信機器の売上好調が続き増収

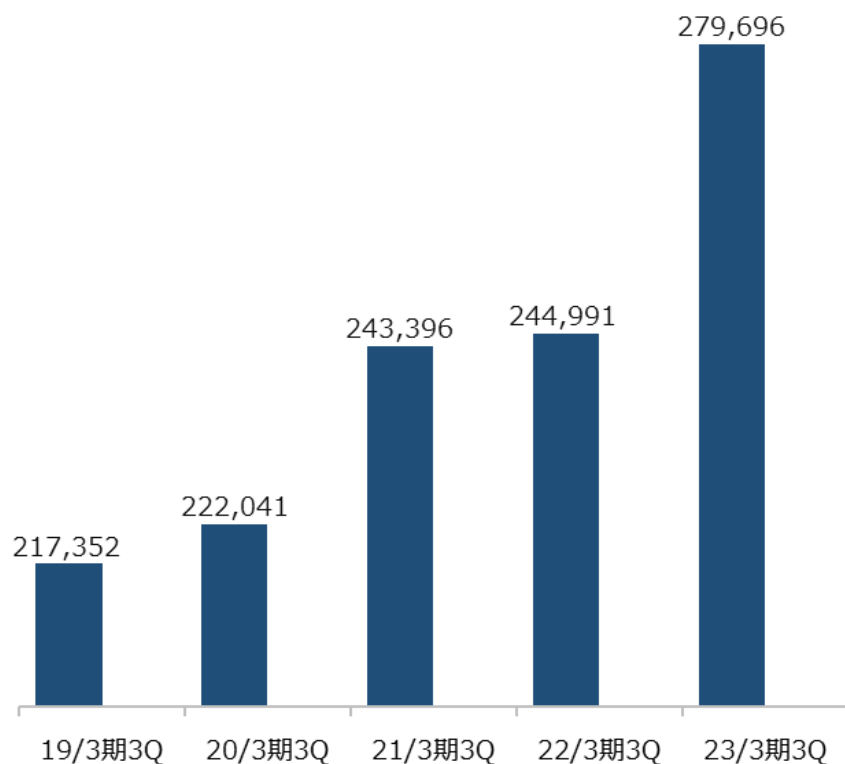
新品ゲームの大型タイトル発売があり増収

2023年3月期 第3四半期 売上高関連データ

■ 物価高による生活防衛手段としてリユースへの需要が高まり、また、リユース購入に対する抵抗感が薄くなる意識変化もあり、売上高は前年同期比14.2%増加となりました。

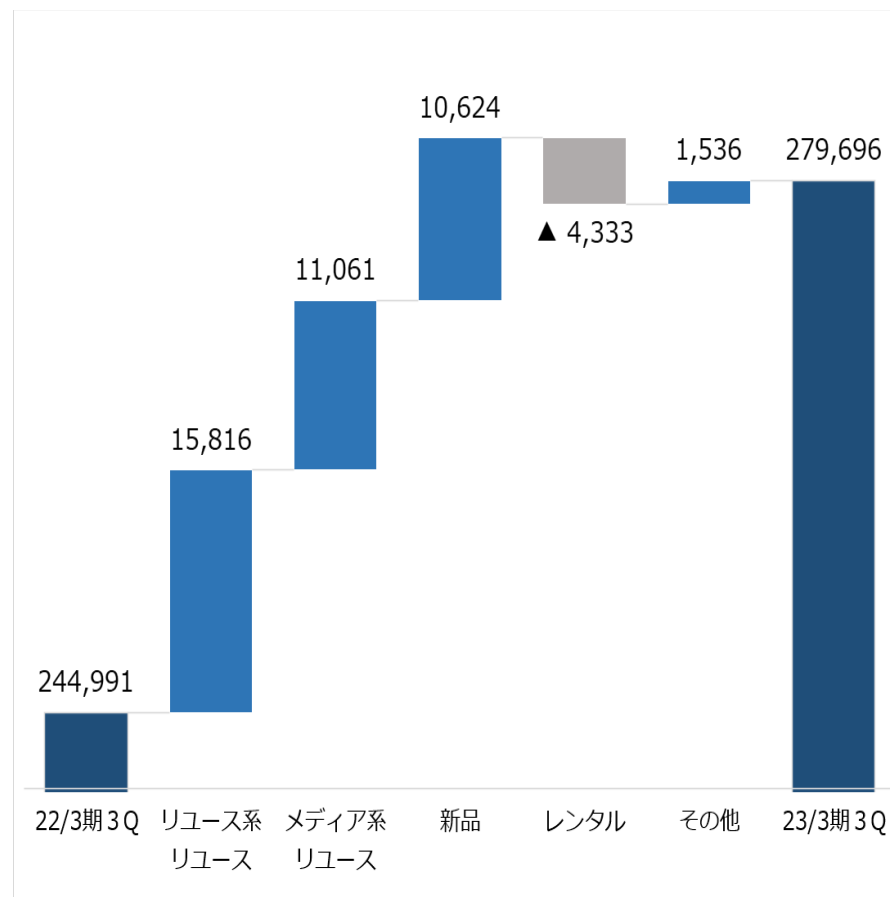
第3四半期売上高の5年推移

(百万円)



2023年3月期 第3四半期 売上高前年同期比増減

(百万円)

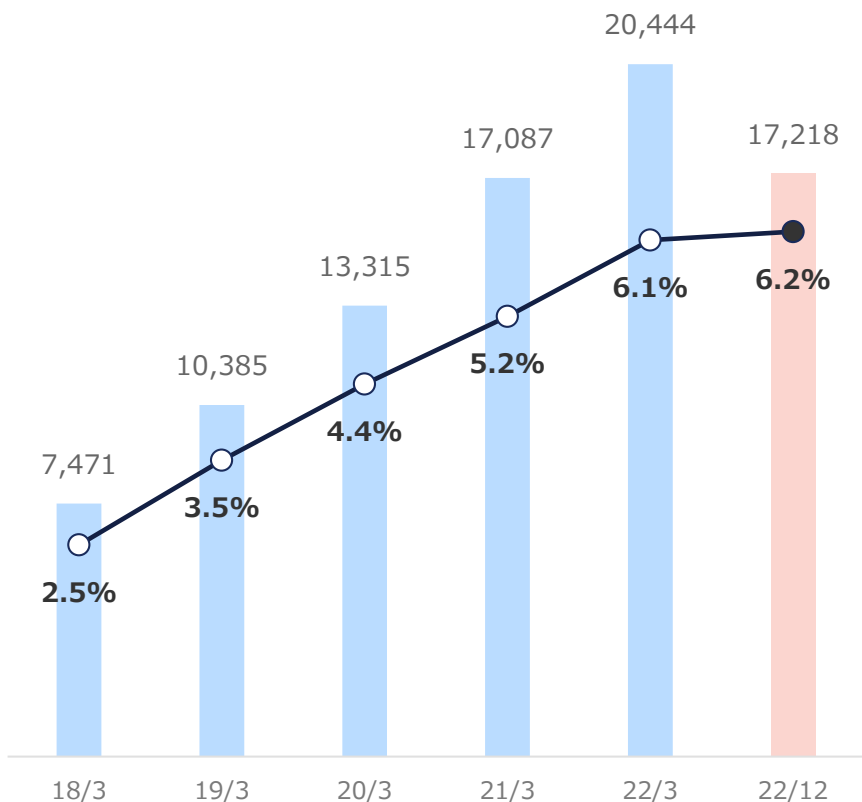


2023年3月期 第3四半期 EC関与売上高・比率の推移

- ECサイト（2nd STREET online・GEO online）や公式アプリ等からの販売、2nd STREET店舗での「お取り寄せサービス」の利用を含むEC関与売上高は伸長傾向が続いています。
- 「お取り寄せサービス」は利用者の送料・手数料負担がなく、指定店舗で実物を確認・試着してから購入できるため利便性が高く、直営店中心のメリットを活用したサービスになっています。

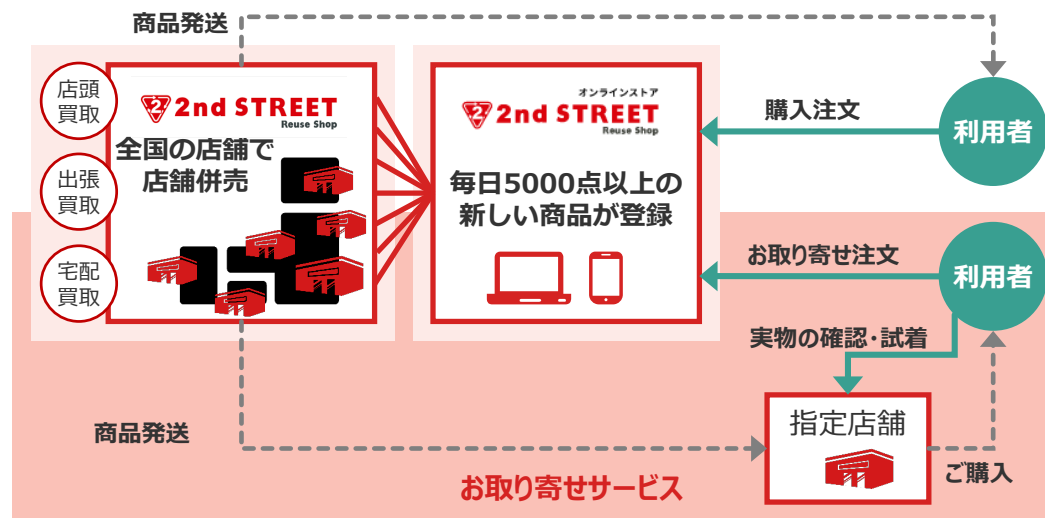
EC関与売上高とEC関与比率（対売上高）推移

(百万円)



	22.3月期 3Q実績	23.3月期 3Q実績	前年同期比
EC関与売上高 (百万円)	15,548	17,218	110.7%
EC関与販売数 (千個)	2,991	2,827	94.5%

2nd STREET オンラインストアの概要



2023年3月期 第3四半期 商材別売上総利益

単位：百万円	22.3月期 3Q実績	23.3月期 3Q実績	前年同期比	増減額
リユース	54,040	65,384	121.0%	11,344
リユース系	37,602	47,594	126.6%	9,992
メディア系	16,437	17,789	108.2%	1,352
新品	11,966	13,322	111.3%	1,355
レンタル	20,657	17,925	86.8%	▲2,731
その他	10,487	11,342	108.1%	854
合計	97,152	107,975	111.1%	10,822

リユースへの需要の高まりを受け、衣料・服飾が好調に推移し、売上総利益率は上昇

2023年3月期 第3四半期 販売管理費

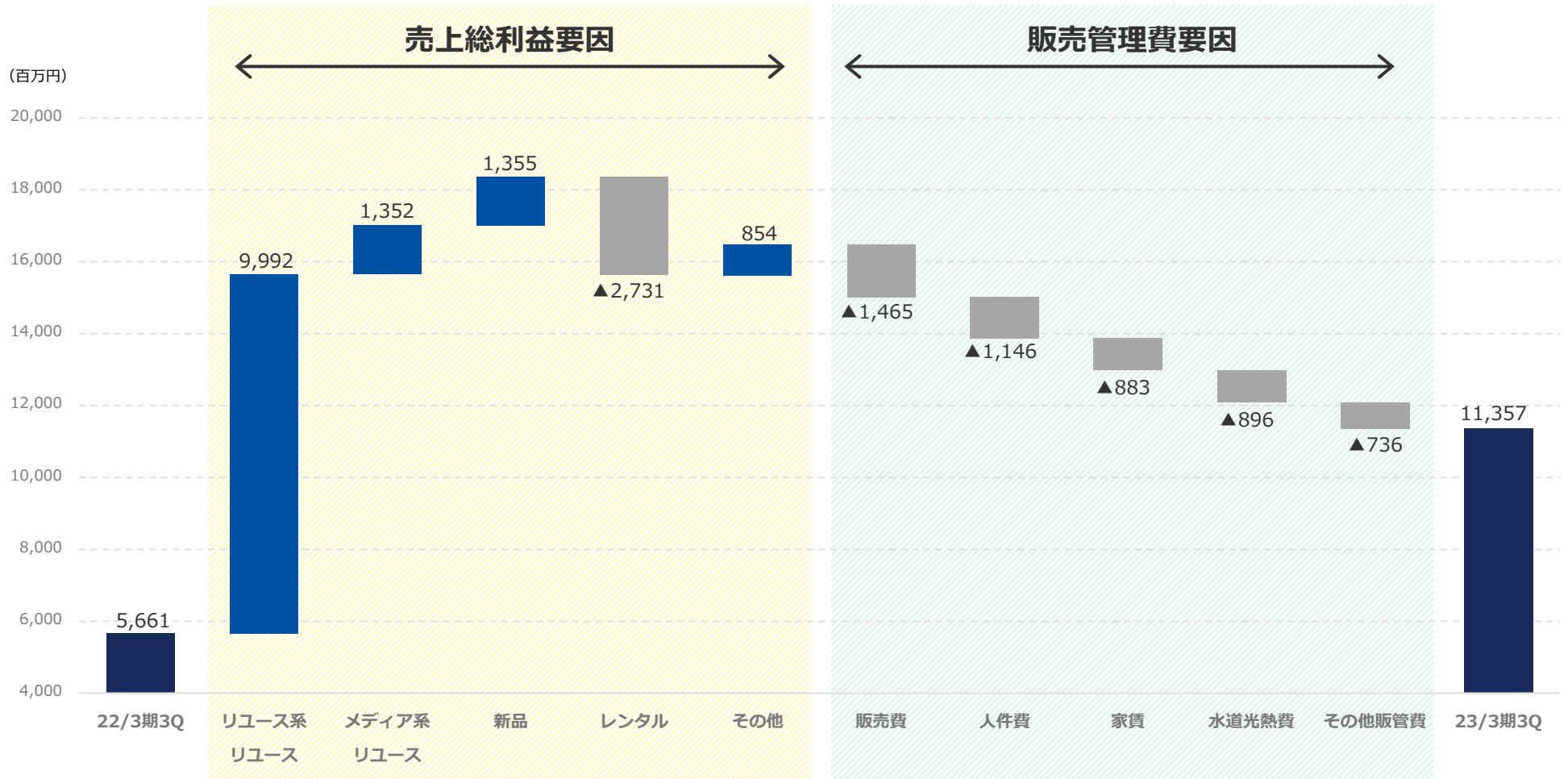
第3四半期の販売管理費は電気料金の大幅な上昇、積極的な戦略的広告宣伝費の投下により、前年同期比5.6%の増加となりました。今後も電気料金が増加し、キャッシュレス決済の普及に伴う販売手数料の増加が想定されます。

単位：百万円	22.3月期 3Q実績	(売上高比)	23.3月期 3Q実績	(売上高比)	増減額	(前年同期比)
販売費計	12,724	5.2%	14,190	5.1%	1,465	111.5%
広告宣伝費	5,892	2.4%	6,617	2.4%	725	112.3%
販売促進費	280	0.1%	306	0.1%	26	109.4%
販売手数料	3,654	1.5%	4,450	1.6%	795	121.8%
人件費計	43,230	17.6%	44,376	15.9%	1,146	102.7%
その他諸経費計	35,536	14.5%	38,051	13.6%	2,515	107.1%
水道光熱費	2,630	1.1%	3,527	1.3%	896	134.1%
地代家賃	18,761	7.7%	19,645	7.0%	883	104.7%
減価償却費	3,144	1.3%	2,932	1.0%	▲211	93.3%
備品消耗品費	1,460	0.6%	1,174	0.4%	▲286	80.4%
修繕費	504	0.2%	484	0.2%	▲20	95.9%
販管費計	91,490	37.3%	96,618	34.5%	5,127	105.6%

※販売管理費の増減について、▲は営業損益へのプラス要因。

2023年3月期 第3四半期 営業利益前年同期比増減

リユース商材の売上総利益増加によりレンタルの売上総利益の減少と販売管理費の増加を吸収し、営業利益は前年同期比100.6%増と大幅な改善が継続しました。



※販管費の増減額について▲は利益の減少要素となります。

2023年3月期 第3四半期 連結貸借対照表






単位：百万円	2022年 3月31日	構成比	2022年 12月31日	構成比	増減額
流動資産	117,970	67.7%	145,769	71.8%	27,799
現金及び預金	45,604		53,588		7,983
商品	51,438		63,387		11,948
固定資産	56,405	32.3%	57,392	28.2%	987
有形固定資産	27,121		28,419		1,297
無形固定資産	2,821		3,238		416
投資その他資産	26,461		25,735		▲726
資産合計	174,375	-	203,162	-	28,787
流動負債	36,057	20.7%	54,375	26.8%	18,318
買掛金	14,123		19,506		5,383
短期借入金	-		8,000		8,000
1年以内返済予定の長期借入金	5,893		7,431		1,537
固定負債	61,124	35.1%	65,265	32.1%	4,141
長期借入金	52,050		55,981		3,931
負債合計	97,181	55.7%	119,641	58.9%	22,459
純資産合計	77,193	44.3%	83,521	41.1%	6,327
負債純資産合計	174,375	-	203,162	-	28,787

2nd STREETの順調な事業拡大とGEOのリユーススマホ、チューナーレス・スマートテレビなどの強化商品施策の展開により増加

運転資金として当座借越で調達により増加

ゲオグループの店舗数の状況

2023年3月期 第3四半期末の総店舗数 2,007店

	GEO※1	2nd STREET※2				OKURA TOKYO	Luck Rack	その他	合計
	 		国内	米国	マレーシア	台湾			
直営店	967	733	19	11	15	21	21	35	1,822
(期中出店)	5	33	9	3	7	2	4	18	81
(期中閉店)	▲ 10	▲ 10	0	0	0	0	▲ 2	▲ 2	▲ 24
FC・代理店	131	54	0	0	0	0	0	0	185
合計	1,098	787	19	11	15	21	21	35	2,007

※1：GEO mobile単独店を含む

※2：Super 2nd STREET・ジャンプストア・2nd OUTDOOR・買取専門店等を含む

3. 2023年3月期 通期業績予想

2023年3月期 業績予想（2022年11月11日公表）

- 2022年11月11日に公表しました予想値を据え置いております。
- 2023年3月期通期業績予想の公表値に対して、第3四半期末時点で良好に推移しておりますが、著しい乖離がわかり次第、速やかに公表する予定です。

単位：百万円	2022/11/11公表 23.3月期 通期予想	(参考) 22.3期 通期実績	(参考) 対前期比増減率
売上高	350,000	334,778	4.5%
営業利益	10,000	8,173	22.3%
経常利益	11,500	9,662	19.0%
当期純利益	5,750	5,985	▲3.9%

2023年3月期 出店計画

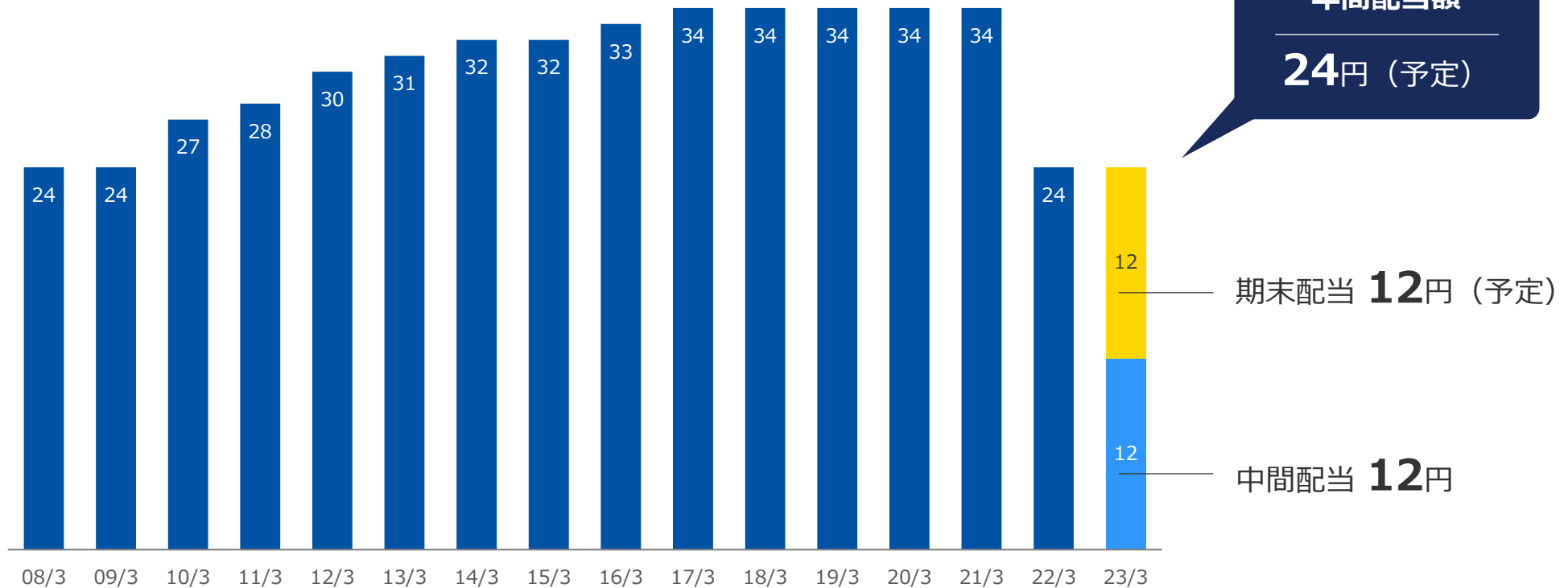
		出店計画		
		店舗数	概要	
	国内 60店舗	総合リユース店を中心に开店し、2023年3月期に 800店舗を達成する予定です。		
	海外 26店舗	北米	14店	既進出の州での开店に加え、开店する州の拡大を図ります。
		マレーシア	3店	クアラルンプールおよび近郊を中心に开店を行います。
		台湾	9店	开店エリアの拡大を含む开店を進めます。
	4店舗	繁華街立地に加え、買取専門店も开店する予定です。		
	10店舗	郊外ロードサイドに加えて、駅前立地の商業ビルへの开店も計画します。		
	20店舗	移転・統合による开店を中心に既存店リニューアルにより、レンタル売場を圧縮し、モバイル店舗を併設、ゲーム周辺機器、デジタル家電、モバイルアクセサリ等の商材追加を進めます。		

配当

- 株主に対する利益還元を経営の重点課題の一つと認識し、安定的な経営基盤の確保と利益率の向上に努めるとともに、安定的な配当を行うことを基本方針としております。
- 2023年3月期につきましては、利益水準は新型コロナウイルス以前の状態に戻りつつありますが、長期化しているロシア・ウクライナ情勢等によるエネルギー価格の高騰、最低賃金の引き上げによる人件費の増加など、依然として先行きは不透明な状況であると認識しており、年間配当24円での配当額維持を予定しております。

分割調整後の1株当たり配当額推移

(円)



4. 攻めの取組み

攻めの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	業容の拡大
2nd STREET 国内	●		
2nd STREET 海外	●		
OKURA TOKYO			●
LUCK RACK	●		
GEO		●	
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。

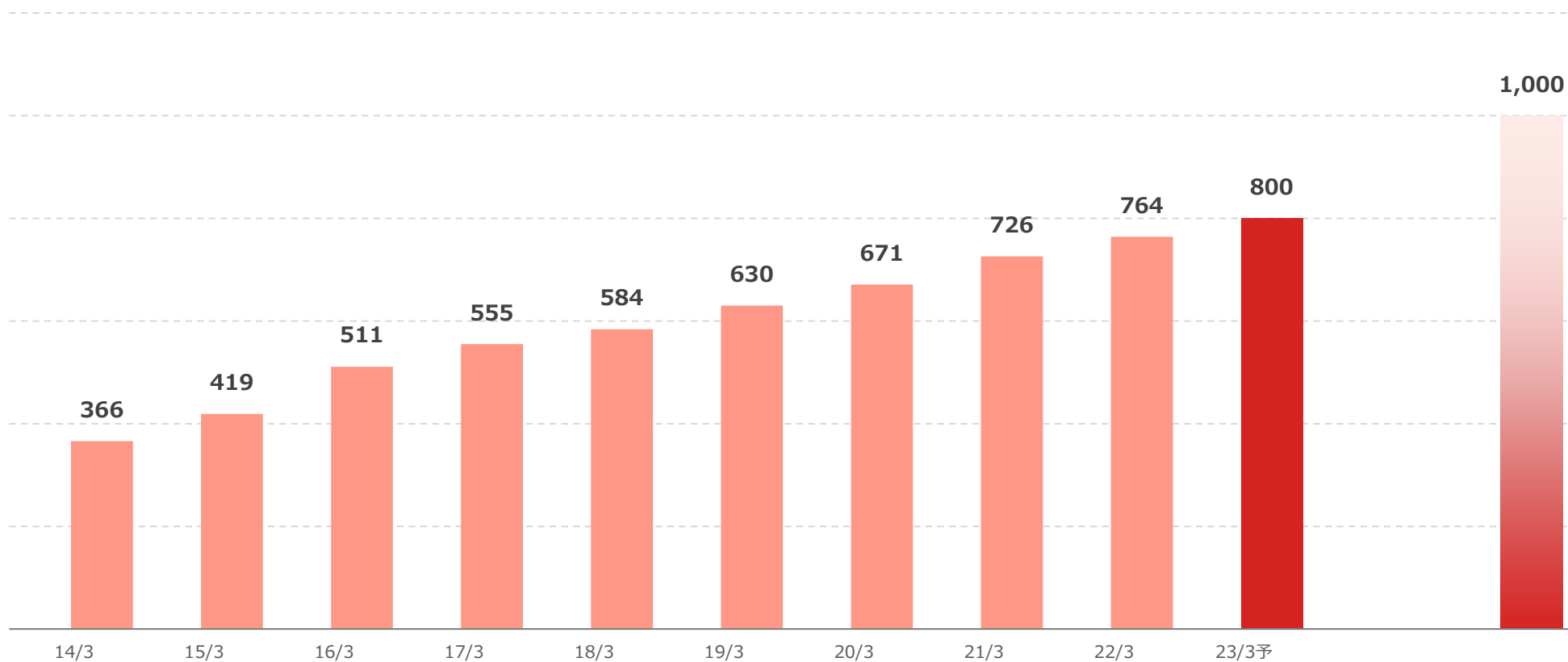
2nd STREETの国内店舗数推移と中期目標



リユース市場での圧倒的No.1企業となるために、2023年3月期末までに国内2nd STREETを800店舗、中期的には1,000店舗を目指します。

国内の店舗数推移

(店)



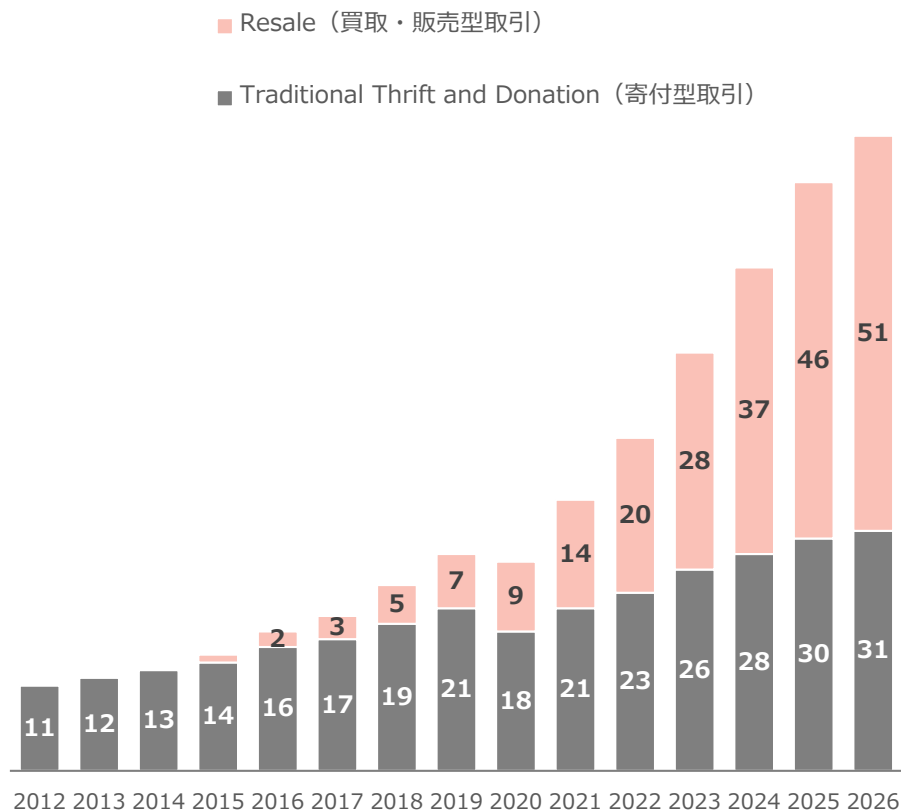
ポテンシャルが大きい米国での事業戦略



- 米国のリユース市場は様々な世代からの支持を高めていることを背景に、2021年の350億ドルから2026年には820億ドルまでマーケット規模が拡大するという見方があります。
- 米国では従来型の寄付を商材調達とするリユースショップに加え、買取・販売型のリユースショップ市場が拡大していることから、米国での試験的な出店を継続していく方針です。

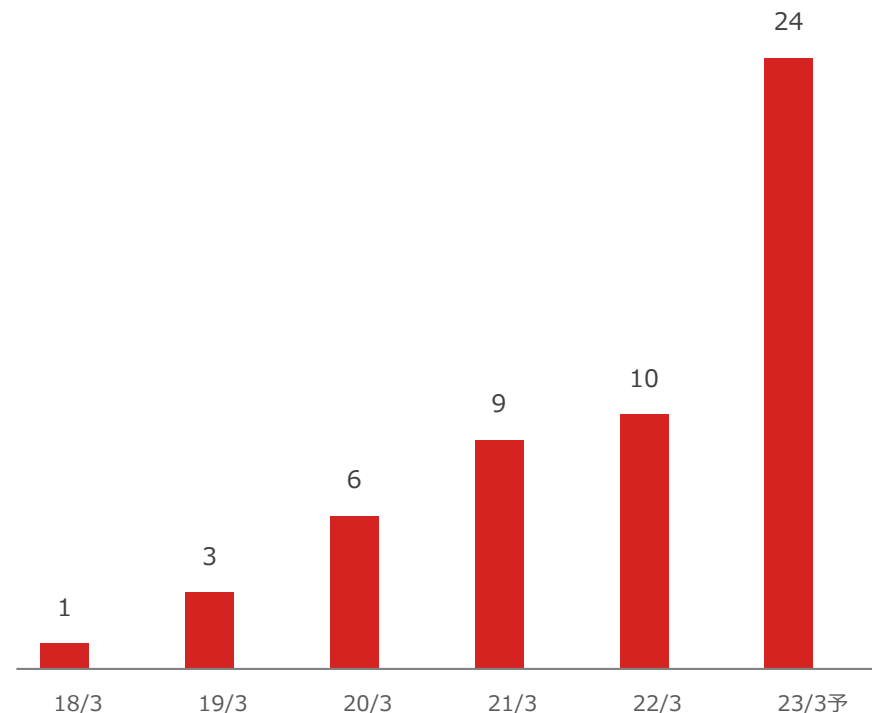
米国のリユース市場の規模推移

(10億ドル)



2nd STREETの米国の店舗数推移

(店)





米国での店舗展開と強み

- 西海岸からスタートした米国店舗の業績は順調に推移し、今後は人口の多い州を中心に新店エリアを拡大するかたちでチャレンジして行きます。
- 米国の店舗では、①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。

カリフォルニア州：Melrose店



米国の1号店。販売だけではなく買取も行い、衣料・服飾雑貨約1万点を揃えています。日本の2nd STREETで買取した在庫も活用し、日本ブランドコーナーで差別化を図っています。

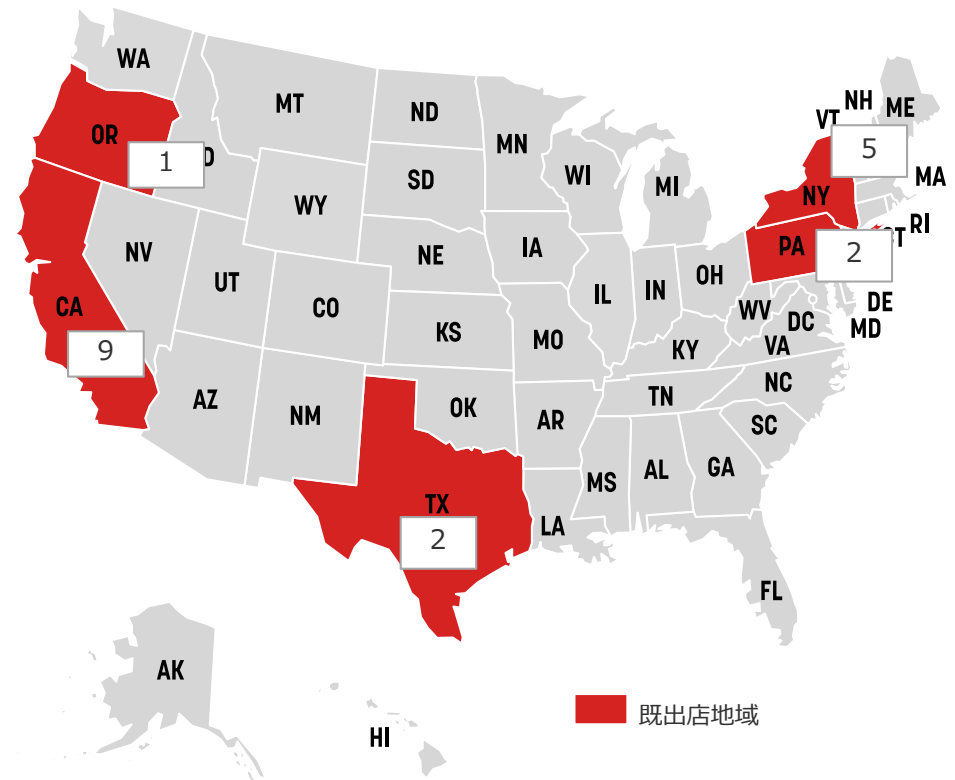
ニューヨーク州：NoHo店



米国の4号店。カリフォルニア州以外では最初の店舗。マンハッタンはビンテージと古着の文化が根付いているため、リユース事業との親和性が高いと考えています。販売だけではなく買取も行い、日本ブランドコーナーによる差別化も展開しています。

北米での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



※店舗数は2022年12月末時点。



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。

セランゴール州 : 2nd STREET SS13



卸売り倉庫の一角に、東南アジア初出店である小売店舗「2nd STREET SS13」を併設出店。卸売り取引を検討している企業に向けたショールームとしての機能を持つとともに、一般のお客様も利用できる環境を整えています。

クアラルンプール : 2nd STREET KEPONG



マレーシアの9号店。日本ブランドの商品や国際的に人気のあるラグジュアリーブランドのバッグ、低価格帯アイテムなどを約1.3万点取りそろえています。マレーシアでは、商品の陳列方法に統一感がなく雑多に並べられている店舗が多いため、2nd STREETの見やすく整頓された陳列方法は、同国でも支持されています。

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

※店舗数は2022年12月末時点。

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の段階のため、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、台湾市場での地歩を固めていきます。

台北市：台北西門店



台湾1号店。台湾の若者文化を中心としたトレンドの発信地である西門町の店舗。日米欧のデザイナーズブランドの商品や国際的に人気のあるラグジュアリーブランドなどを高品質かつリーズナブルな価格でラインナップしています。

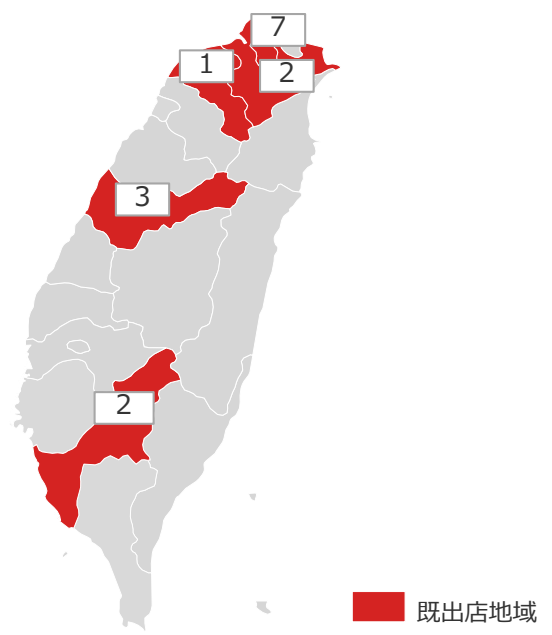
台北市：南港店



台湾7号店で、販売の専門店。台湾ではまだ認知度が高くはないリユース衣料を利用していただきやすい店舗を志向し、「安い」、「広い」、「選びやすい」をコンセプトにしています。

台湾での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



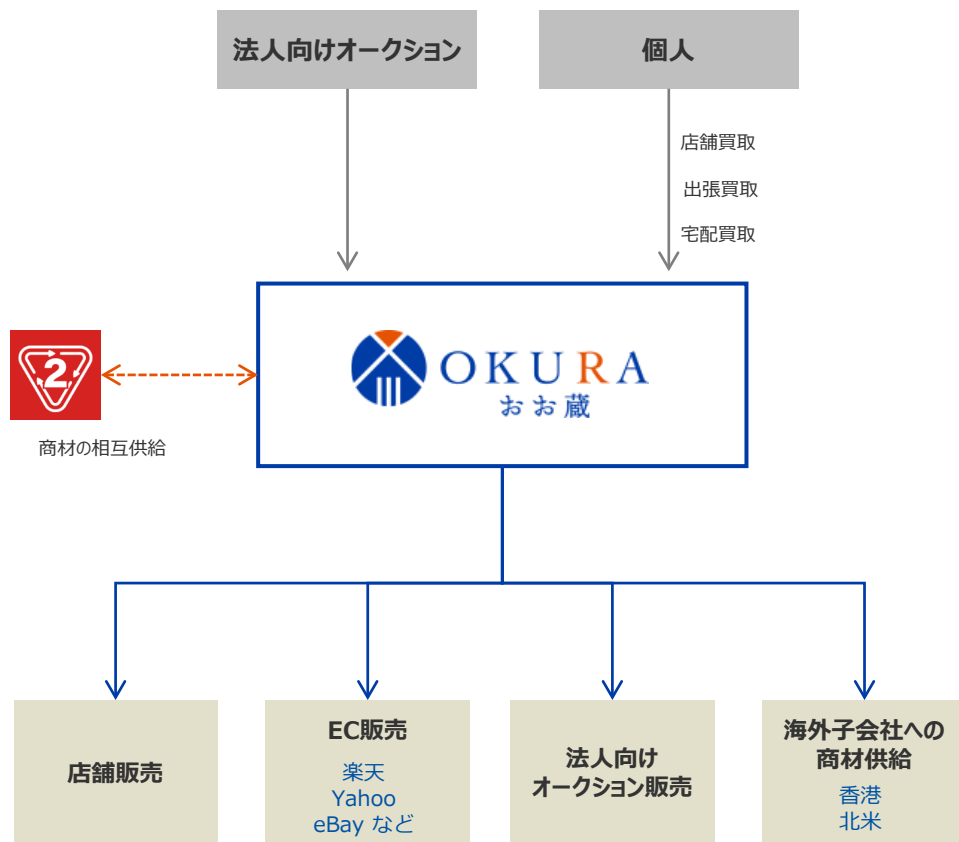
■ 既出店地域

※店舗数は2022年12月末時点。

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。
- OKURA では出張買取のトライアルを開始し、各種の媒体を通じて出張買取の機会増加に向けた取り組みを行っています。

OKURA のビジネス概要



Luck Rackは日本のオフプライスストア先駆者として積極チャレンジ



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

オフプライスストアのビジネスモデル

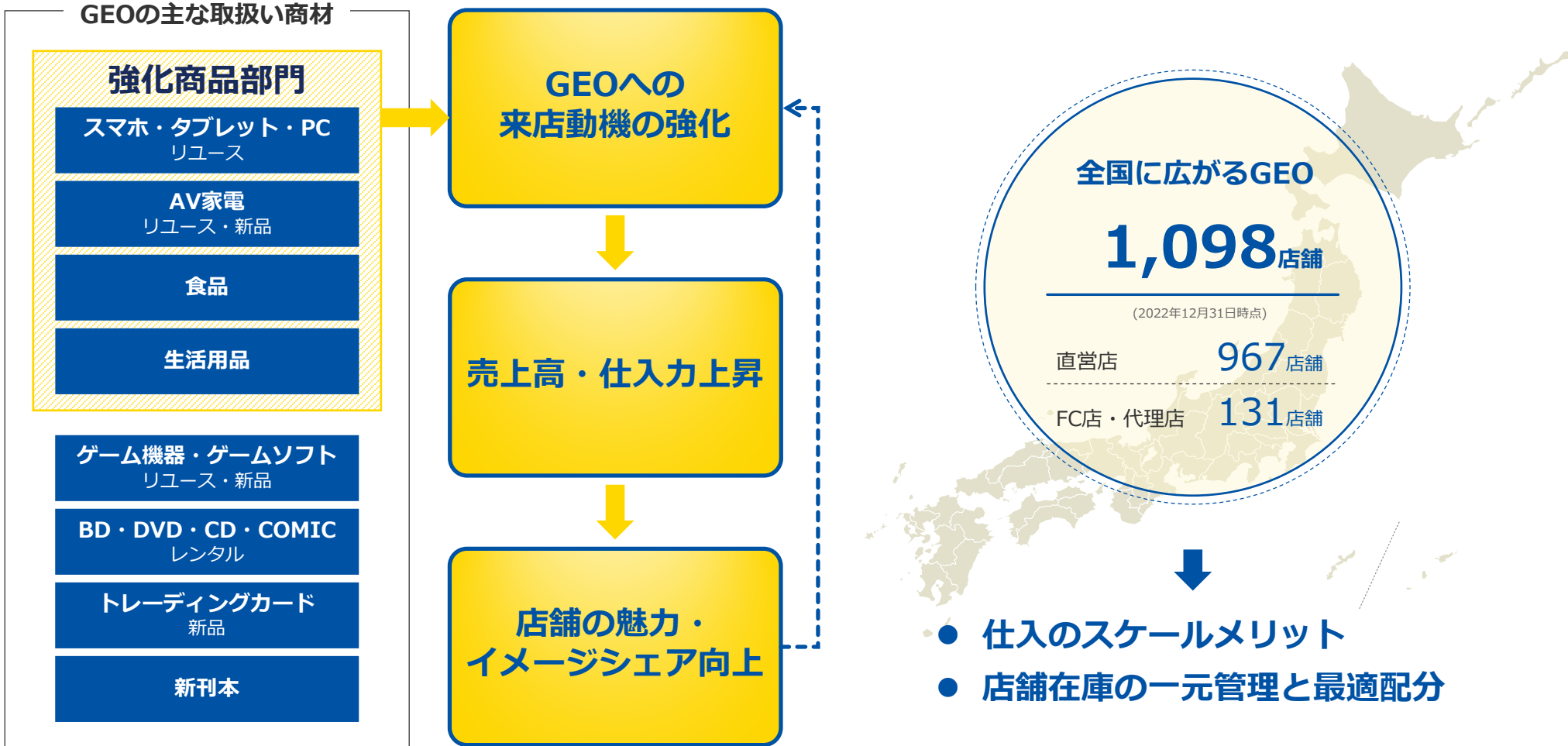


オフプライスストアとアウトレットストアの違い

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

来店動機を高めるための強化商品施策を展開

- GEOに来店していただく動機を一段と高めるために強化商品を設定し、売上高の拡大と販売量の増加による仕入力上昇を図り、店舗の魅力向上に努めています。
- 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を高めていきます。



強化商品の事例紹介とGEO店舗の収益向上施策



- 強化商品であるリユースのスマホ・タブレット端末、チューナーレス・スマートテレビやワイヤレスイヤホンなどは、メディアやSNS等で注目され、高いイメージシェアを形成しています。
- 強化商品の取組みに加えて、さらなる店舗業務の標準化によりローコストオペレーションを深耕し、各店舗の収益性を一段と追及しています。

GEO店舗の収益向上施策



リユースのスマホ・タブレット端末

GEO・GEOmobileはリユースのスマホ・タブレット端末のシェアトップと従来から注力していた商材ですが、足元の円安傾向や新品のスマホ・タブレット端末の価格上昇トレンドを受けて、これまで以上にニーズが高まっています。



チューナーレス・スマートテレビ

Android TVを搭載し、Chromecast機能にも対応したスマートテレビ。地デジなどのチューナーがなく、ネット動画配信サービスに特化したテレビとして注目されています。



ワイヤレスイヤホン

リーズナブルな価格でありながら、高品質ということで各種のメディアやSNS等で取り上げられています。豊富なラインナップを揃え、ユーザーの利用スタイルにあった商品を提供しています。

店舗の売場構成

- 強化商品部門の売場面積の拡大
- レンタル部門の売場面積最適化による坪効率の向上
- 店舗によっては移転による大型化を検討

店舗運営の効率性向上

- 店舗業務の標準化のさらなる深堀り
- 運営マネジメントの範囲拡大
- 物流を含む業務システム改革の推進

リユースのスマホ・タブレット端末でトップのシェアをさらに高める

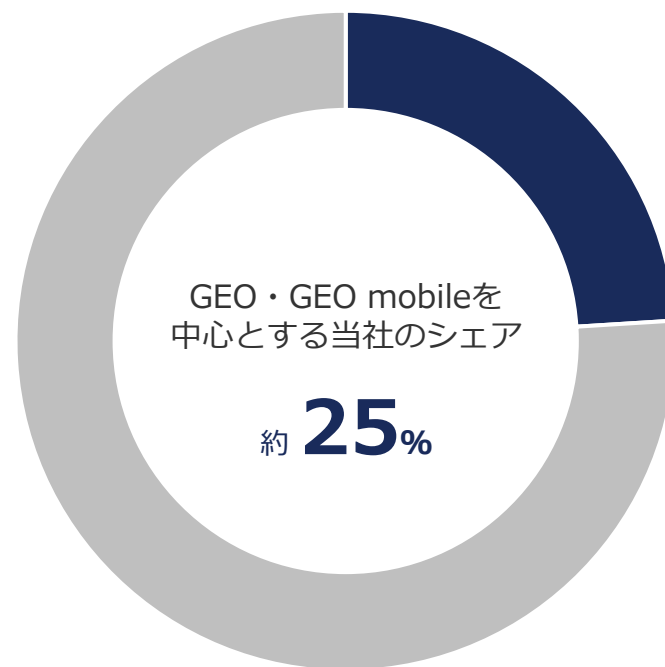


- GEO・GEO mobile を中心に、リユースのスマホ・タブレット端末市場で約25%のトップシェアを保持し、今後、さらにシェアを高めていく方針です。
- GEO・GEO mobile は、①在庫の一元管理による柔軟な販売体制、②完全に初期化・クリーニングされた端末、③SIMカードの販売、④GEO mobile では専門の相談員によるサポート、などを強みとします。

GEO・GEO mobile の強み

リユースのスマホ・タブレット端末のマーケットシェア

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 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"></div>
SIMカード	<ul style="list-style-type: none">• 全国のGEO・GEO mobile にて、「UQ」、「Y!mobile」のSIMカードを販売
店頭サポート	<ul style="list-style-type: none">• 安心の店頭サポート、特にGEO mobile では専門の相談員によるサポートを提供



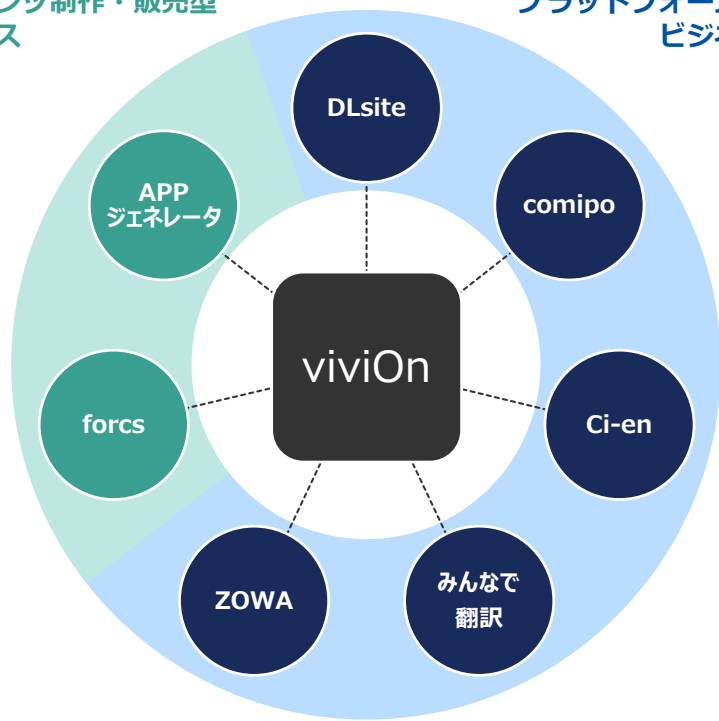
デジタルコンテンツ事業

- 子会社のviviON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ていることに加え、「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



世界最大の同人ダウンロードサイト。登録作品数は56万以上と国内最大級の取り揃えになっています。

同人コミックだけでなく、小説、アニメ、ゲーム、ボイス・ASMRなど幅広いジャンルを取り扱っています。

「聴いて」「楽しむ」マンガアプリ



comipoのボイスコミックは、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6,200作品以上をラインナップし、大手出版社の有名作品や海外の縦読みコミックのヒット作、comipoオリジナル作品も続々と取扱う予定になっています。



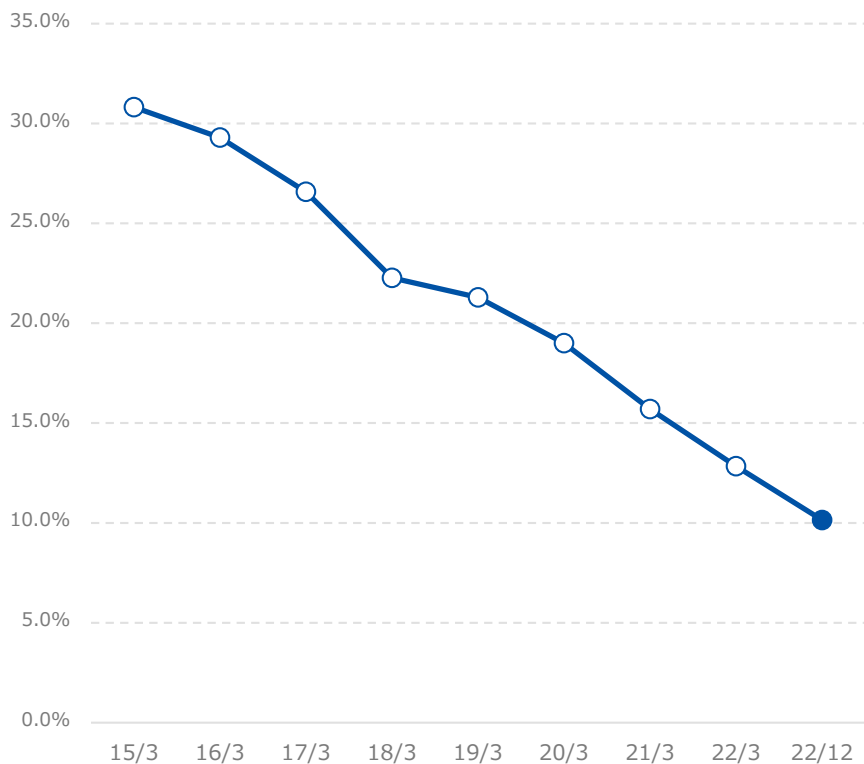
5. 守りの取組み

レンタル市場は縮小傾向も、トップシェアを一段と盤石なかたちに

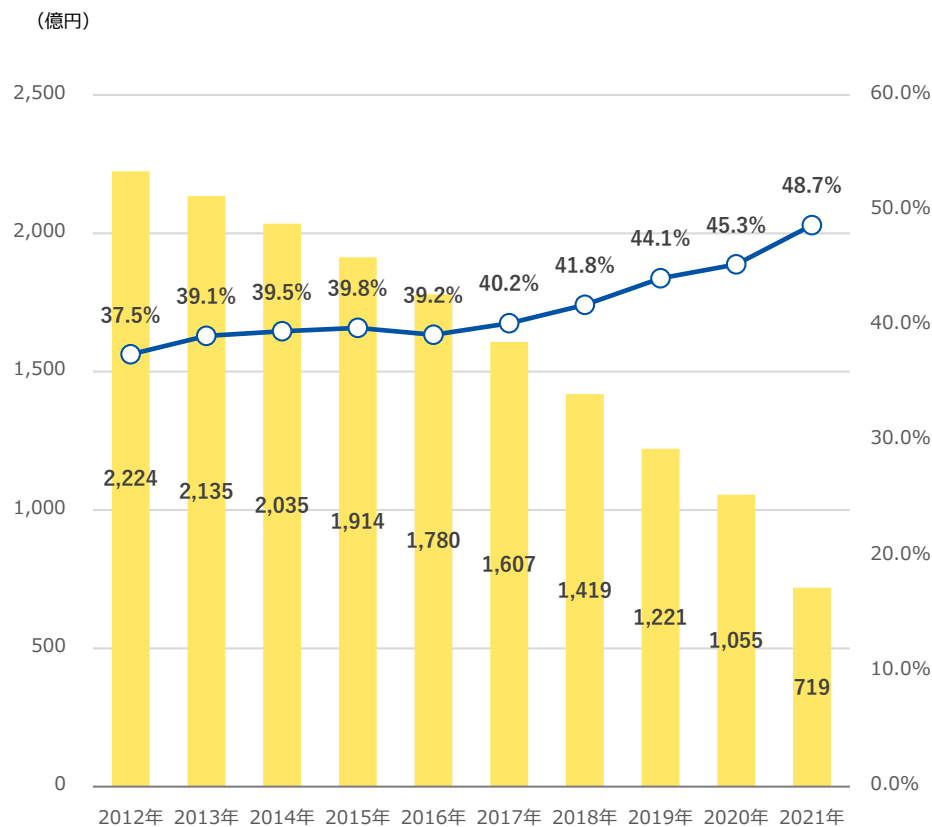


- 国内の音楽・映像レンタル市場が縮小傾向にある影響は避けられませんが、音楽・映像レンタルの国内トップシェアを一段と盤石にするべく、今後も積極的な取組みを展開します。
- トップシェアを背景とするレンタル目的の来客に加え、強化商材を目的とした来客に対してもレンタルの訴求を行うなどしてレンタルの収益を最大化し、レンタルを主要な収益源として大事にする方針に変更はありません。

連結売上高に占めるレンタル事業の構成比推移



国内の音楽・映像レンタル市場と当社シェア推移※



※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。

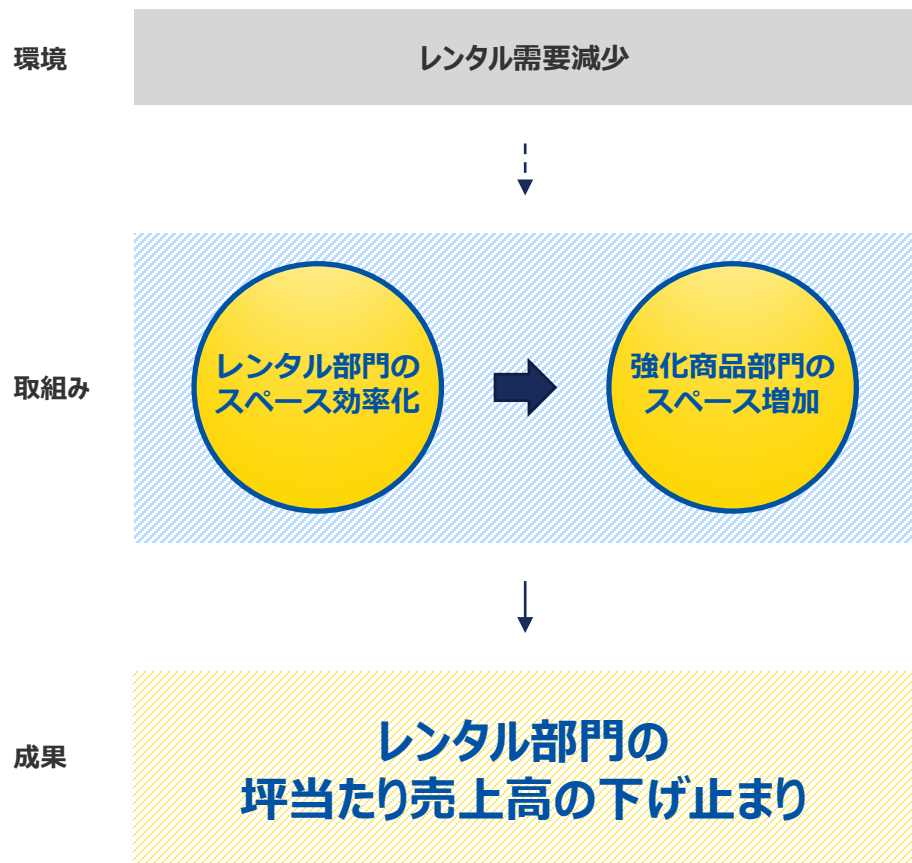
注1：シェアはゲオホールディングス推計。 注2：市場規模の対象に宅配レンタル・コミックレンタルは含まれていません。



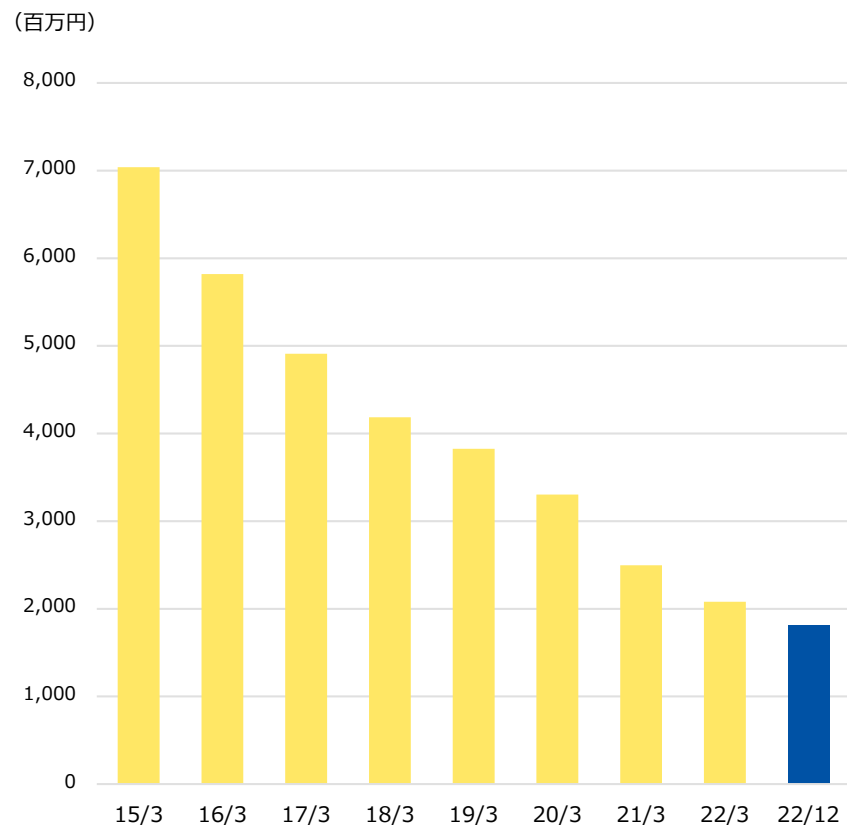
レンタル部門のスペース効率化施策は成果が出てきている

- 国内のレンタル市場縮小に対応するかたちで、レンタル用資産に関して仕入の抑制および既存資産のリユース販売を行っているため、レンタル用資産残高は低下しています。
- 店舗におけるレンタル部門のスペース効率化施策に取り組んでいる結果、レンタル部門の坪当たり売上高は下げ止まりつつあり、また、効率化したスペースは強化商品の販売に充当しています。

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



6. 補足資料

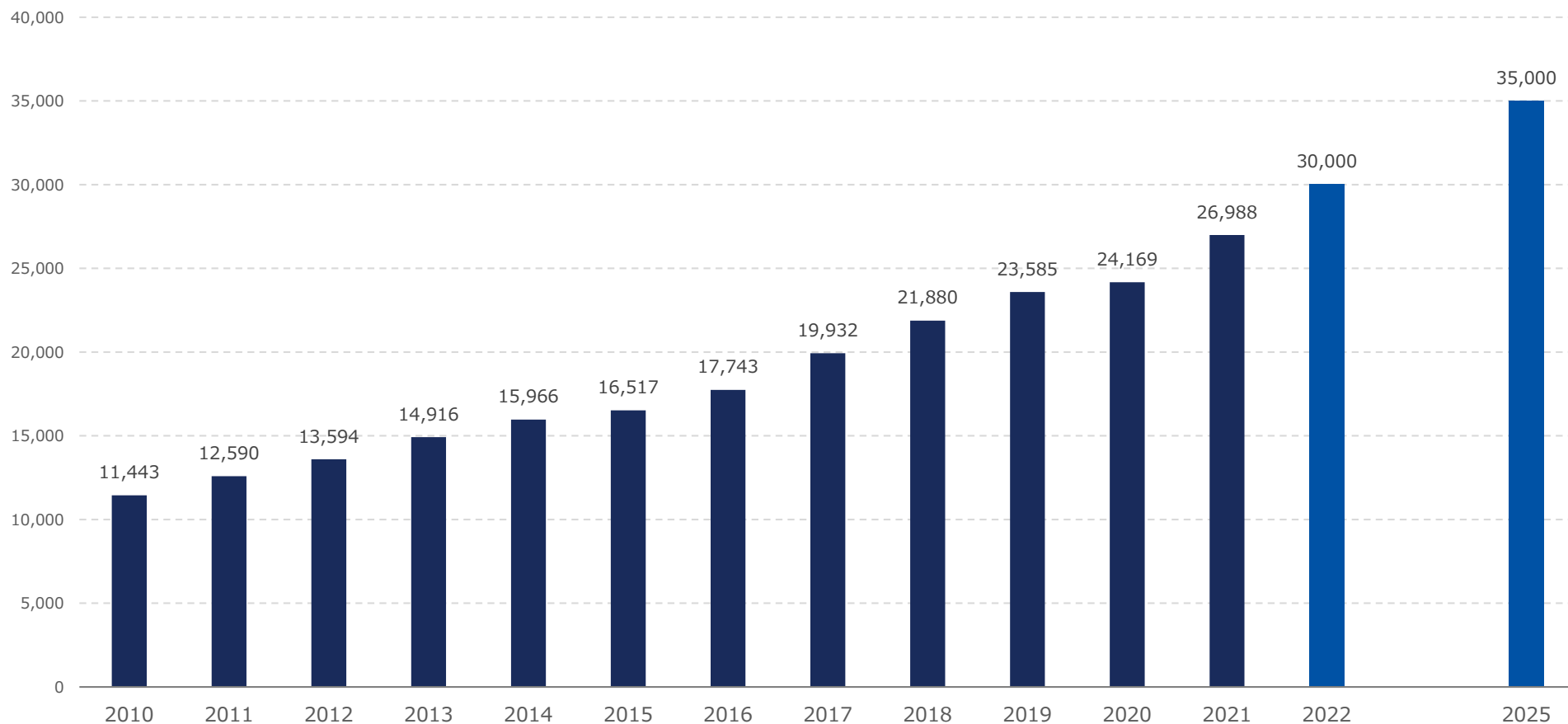
2023年3月期 四半期別連結損益計算書

単位：百万円	22.3月期				23.3月期			
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	
売上高	76,088	75,860	93,042	89,797	81,377	91,185	107,134	
(前年同期比)	91.8%	100.2%	109.7%	105.7%	107.0%	120.2%	115.1%	
売上総利益	31,011	31,167	34,974	33,645	34,194	34,464	39,315	
(前年同期比)	93.3%	102.9%	111.3%	111.1%	110.3%	110.6%	112.4%	
(売上総利益率)	40.8%	41.1%	37.6%	37.5%	42.0%	37.8%	36.7%	
販管費	29,855	30,840	30,795	31,132	30,167	32,199	34,251	
(前年同期比)	100.6%	102.1%	100.7%	102.3%	101.0%	104.4%	111.2%	
営業利益	1,155	326	4,178	2,513	4,027	2,265	5,064	
(前年同期比)	32.5%	490.6%	500.9%	—	348.4%	693.9%	121.2%	

リユースの国内市場動向

- 2021年のリユースの国内市場規模は、①ラグジュアリー商材、②衣料・服飾雑貨、③玩具・模型、などを中心に、市場が全体的に拡大するかたちで、前年比11.7%増の2兆6988億円。
- 資材価格高騰による物価上昇やコロナ影響の薄まり、SDGsを意識したライフスタイルへの変化などを背景に、国内のリユース市場は更なる成長が期待できます。

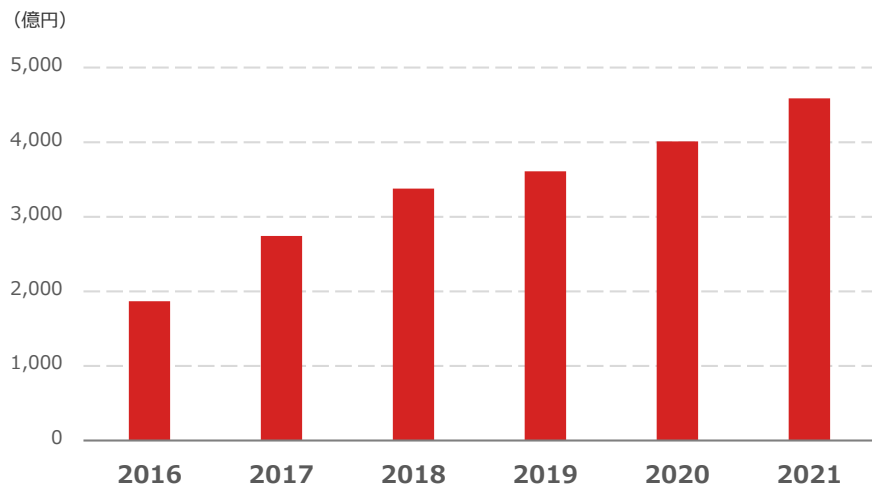
(億円)



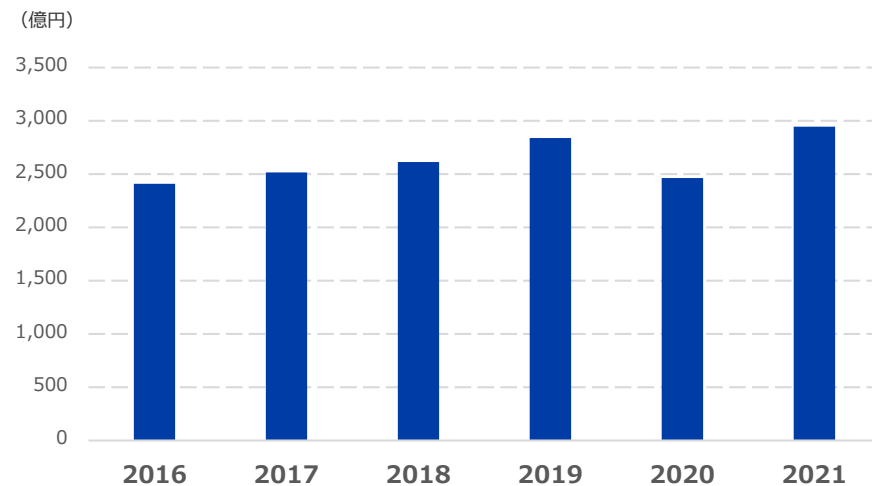
※出典：リサイクル通信「リユース市場 データブック2022」。市場予想はリサイクル通信。

リユースの主要商材別の国内市場推移

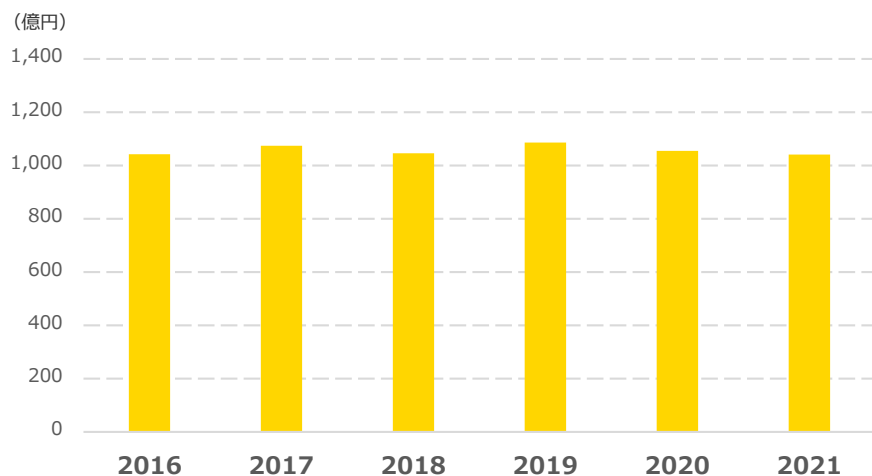
衣料・服飾品



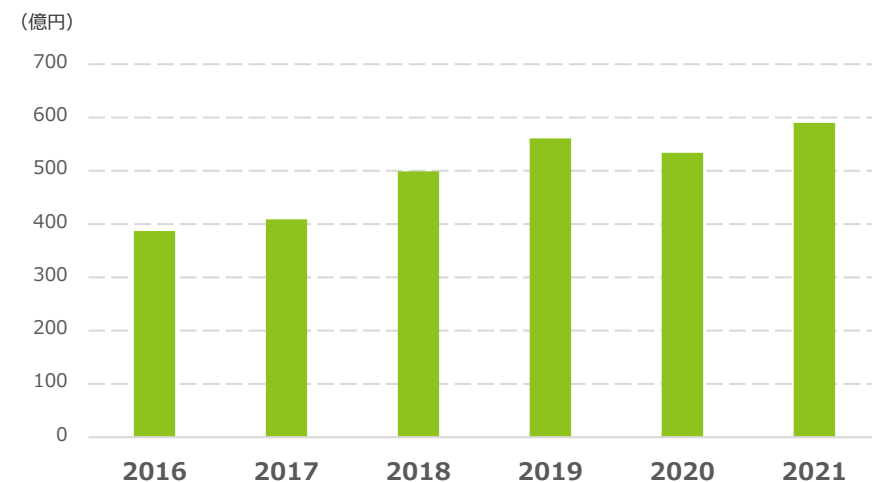
ブランド品



ゲーム・メディア



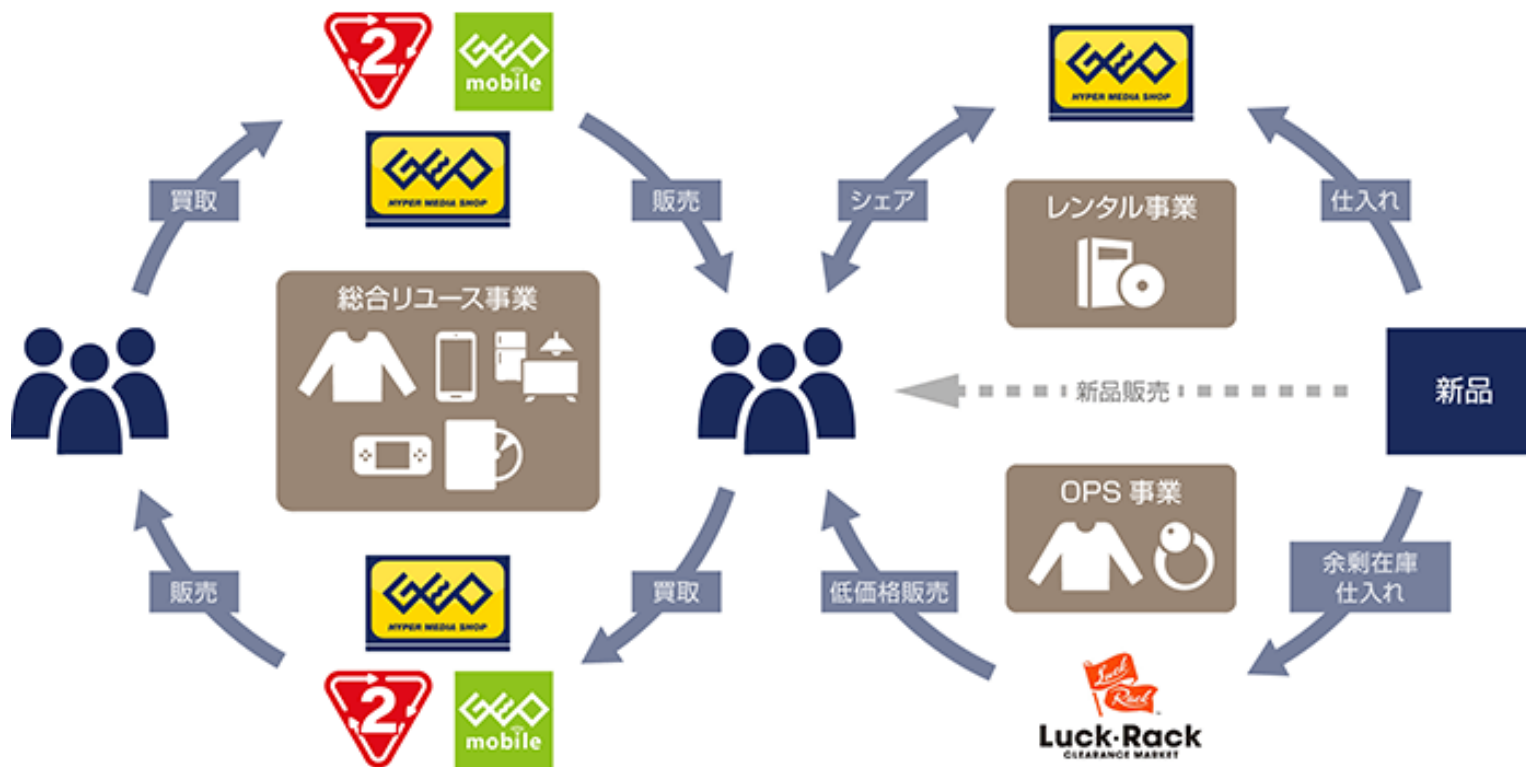
携帯・スマホ





“モノ”を不要な場所から必要な場所へ

当社は様々な循環型事業を通して、廃棄物の発生を削減し、SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」に貢献します。





エネルギー効率化によるSDGsへの貢献

約1,600店舗にLED照明設置を完了。当社の店舗の9割超で、LEDによるCO2削減を進めています。各店舗のレジにタブレット端末を導入し、買取伝票などのペーパーレス化に取り組んでいます。エネルギーの効率化と業務効率化につなげます。



多様な働き方に合わせた環境の構築



<p>女性従業員の活躍</p>	<p>女性が出産、育児などのライフイベントとキャリア形成を両立でき、一人ひとりが柔軟な働き方を選択できるような仕組みを整えています。2021年の産前産後休業および育児休業取得率は100%です。</p>
<p>LGBTQ</p>	<p>ダイバーシティ推進活動の一環として、LGBTQへの取り組みを積極的に行っています。「work with Pride」によるLGBTQに関する企業の取り組みを評価する制度であるPRIDE指標ゴールドを4年連続で受賞しました。</p>
<p>障がい者雇用</p>	<p>ゲオグループの障がい者雇用率は3.49%（2022年6月現在）と、法定雇用率(2.3%)を超えています。2010年から障がい者の雇用促進を目的にした子会社「ゲオビジネスサポート」を設立し、取扱商材の加工などの受託業務、店舗及び各グループ事務所の清掃業務、就労移行支援事業所運営などを行っています。</p>



将来の見通しに関する記述の注意

本資料に記載されている、当社グループに関する業績見通し、方針、経営戦略、目標、予定、事実の認識・評価ならびに業績や配当の見通し等といった将来に関する記述を含む歴史的事実以外のすべての事実は、当社グループが現在入手している情報に基づく、現時点における期待、想定、計画、認識、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。これらの記述ないし事実または前提（仮定）については、その性質上客観的には、不正確であったり、一般的な状況、天候、景気および消費動向の変化、消費者の嗜好変化等による潜在的リスクを含んでおり、将来その通りに実現するという保証はいたしかねます。



豊かで楽しい日常の暮らしを提供する

お問合せ

株式会社ジオホールディングス 経理財務部

TEL

052-350-5711

Email

info@geonet.co.jp