



2023年8月14日

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)

2023年6月期決算および中期経営計画ローリング説明会 書き起こし資料公開のお知らせ

当社は、2023年6月期決算および中期経営計画ローリング説明会の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

2023年8月14日に開催いたしました、株式会社マーケットエンタープライズ 2023年6月期決算および中期経営計画ローリング説明会の内容を書き起こしでお伝えいたします。



2023年6月期
通期決算説明資料

2023年8月14日

株式会社マーケットエンタープライズ

証券コード：3135



小林泰士（以下、小林）：株式会社マーケットエンタープライズ、代表取締役社長、小林泰士でございます。本日はお忙しい中、当社決算説明会にご出席いただきまして誠にありがとうございます。

本日は、まず初めに、私より当社の事業内容等についてご説明をさせていただき、続いて、常務取締役の今村より当期業績の概況についてご説明したのち、私から中期経営計画のリバイズ状況について説明をさせていただきます。

なお、ご質問につきましては、説明の最後に質疑応答の時間を設けております。

事業内容



✓「持続可能な社会を実現する最適化商社」をビジョンに掲げ、ネット型リユース中心に多角的に展開



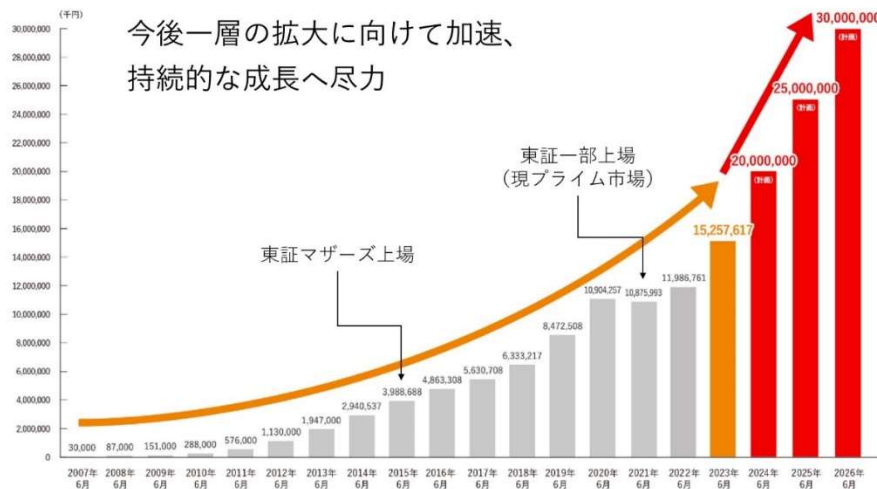
1

それでは、まず当社の事業内容についてご説明をさせていただきます。

弊社は長期ビジョンに、「持続可能な社会を実現する最適化商社」を掲げ、ネット型リユースを中心に多角的に展開してまいりました。

ネット型リユースに関しましては、個人向けのリユース、農機具を中心としたマシナリー、またマッチングプラットフォームの、おいくら?という事業を展開しており、メディアは八つのメディアと、モバイル通信はカシモWiMAXというサービスを中心に展開しております。

事業規模



こちらは、創業から現在に至るまでの売上の成長のグラフになります。

2023年6月期、売上152億5,700万円という状況になりまして、のちほど中期経営計画のリバイズ状況もご説明させていただきますが、今後、売上を200億円、250億円、300億円と、一層の拡大に向けて加速をしてまいりたい所存でございます。

Agenda

- 1** 2023年6月期 通期決算概況 (P.4~)
- 2** セグメント別事業概況 (P.15~)
- 3** 2024年6月期以降の3カ年計画 (P.41~)
- 4** Appendix (P.55~)

3

今村健一（以下、今村）：本日のAgendaをご紹介します。

一つ目、2023年6月期の通期決算概況について、二つ目、セグメント別の状況について、この上二つにつきましては、私からご説明をさせていただきます。

三つ目、先ほど小林からもございましたとおり、2024年6月期以降の3カ年計画をリバイズをさせていただいております。こちらにつきましては、代表の小林よりご説明をさせていただきます。

四つ目の資料は、本日開示いたしましたAppendixという形で当社の事業内容等々をまとめております。今回のご説明からは割愛をさせていただきますが、お時間のあるときにご確認をいただければと思っております。

売上高

- ✓ 前期比27.3%の増収で、過去最高の売上高。当初計画通り（計画比：+1.7%）の実績
- ✓ セグメント毎には計画比で上振れ・下振れがあったものの、全セグメント共に過去最高の売上高を記録。

営業利益

- ✓ 売上総利益段階では前期比36.3%の増益も、当初計画を下回る実績（計画比：▲68.5%）。主な差異要因は以下の通り

・売上総利益の未達 : ネット型リユースセグメントにおける売上総利益率は改善も、売上高が下振れたことにより売上総利益額が下振れ

・販管費の増加 : 信託型ストックオプションに関連する想定外の費用（60百万円／詳細はP.12参照）発生、拠点展開前倒し等の一時費用が増加

経常利益・純利益

- ✓ 経常利益は計画通りの水準、親会社株主に帰属する当期純利益は当初計画を大幅に上回る実績

・経常利益 : デリバティブ評価益（219百万円／詳細はP.13参照）の計上により、計画比同水準の着地（計画比：+1.1%）

・当期純利益 : 投資有価証券売却益（345百万円／詳細はP.14参照）の計上により、当初計画を上回る実績（計画比：+73.6%）

5

それでは早速ではございますが、通期の決算概況についてご説明を申し上げます。

決算ハイライトで、売上、営業利益、経常利益・当期純利益を書かせていただいております。

まず売上高は、前期比27.3%の増収となり、過去最高の売上高を記録いたしました。150億円の計画を掲げておりましたが、おおむね当期計画どおりになっております。セグメント別には、それぞれ計画比で上振れ・下振れがありましたが、全セグメントともに過去最高の売上高を記録しております。

続きまして、営業利益は、売上総利益段階では前期比36.3%増益ですが、営業利益の額としては当初の計画を下回る実績となっております。主な差異要因については、以下の2点が挙げられます。

まず売上総利益額の未達です。リユースセグメントにおいて、売上総利益率はかなり改善しましたが、売上額そのものが下振れしたことによって売上総利益額が下振れいたしました。もう一つ、販管費の増加の要因がございます。こちらにつきましては、のちほど詳細をご説明させていただきますが、信託型ストックオプションに関連する想定外の費用が発生したことならびにネット型リユースの拠点展開の前倒し等を行った結果、一時的な費用が増加したところがございまして、営業利益は、当初計画を下回る実績となりました。

経常利益および親会社株主に帰属する当期純利益は、当初計画を上回る実績となっております。経常利益は、デリバティブ評価益を計上したことによりまして、計画比同水準の着

地となっております。親会社に株主に帰属する当期純利益は、投資有価証券売却益をこの第4四半期で計上いたしました結果、当初計画を大幅に上回る実績となっております。

以上がハイライトでございます。



2023年6月期 通期 損益計算書



- ✓ 売上、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は計画比上振れ
- ✓ 営業利益ベースで黒字転換を果たすも、計画比下振れ

(単位：百万円)	2023年6月期通期			2022年6月期通期	
	計画	実績	計画比	実績	前期比
売上高	15,000	15,257	+1.7%	11,986	+27.3%
売上総利益	6,215	5,820	▲6.4%	4,268	+36.3%
営業利益	300	94	▲68.5%	▲319	—
経常利益	275	278	+1.3%	▲328	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	167	290	+73.9%	▲404	—

6

続きまして、これらを踏まえたPLの状況となっております。

売上高150億円の計画に対して152億5,700万円、営業利益は3億円に対して9,400万円、経常利益は2億7,500万円に対して2億7,800万円、親会社株主に帰属する当期純利益は1億6,700万円の計画に対して2億9,000万円、こういった実績となっております。

売上総利益は、前年対比36.3%増益となっておりますが、額が足りなかったため、営業利益はご覧のとおりとなっております。

✓ 売上・営業利益の主な計画比差異要因とその影響額は以下の通り

(単位：百万円)

セグメント	計画と実績の差異要因	売上影響額	営業利益影響額
ネット型リース	個人向けリースの人員採用及び育成遅延による稼働バイヤー数の下振れ	▲1,350	▲369
	個人向けリースの粗利率上振れ	-	+78
	マシナリー（農機具）の国内法人取引チャネルの拡大	+120	-
	マシナリー（農機具）の収益率改善遅延	-	▲121
メディア	通信分野以外の収益基盤構築	+75	+63
モバイル通信	メディアとのシナジーによる新規契約回線数の増加と3Q以降のショット型収益比率の増加	+1,204	+204
全社	信託型ストックオプション関連費用の計上	-	▲60
	連結調整額等の計画比増減	+100	-
上記合計		+150	▲205

7

売上ならびに営業利益に関する主な差異要因です。大きなところをご説明させていただきます。

まず、ネット型リースセグメントにおいて、上二つです。個人向けリースの出張買取バイヤーの人員採用および育成の遅れによる稼働バイヤー数の下振れにつきまして、売上の影響額が約13億5,000万円、営業利益の影響額が3億6,900万円になっております。

一方、個人向けリースの粗利率、売上総利益率が当初想定よりも上振れたことがございまして、こちらの結果、営業利益のインパクトで7,800万円プラスの方向に振れている状況でございます。

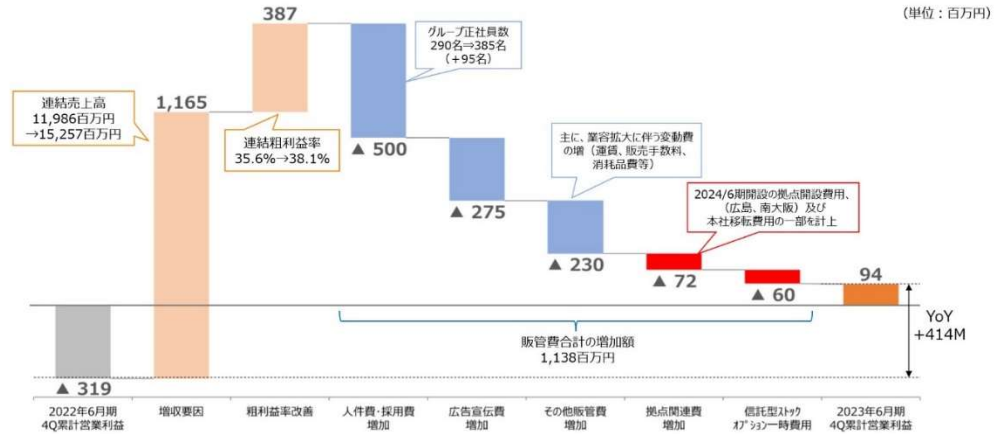
あと、大きなところで申し上げますと、上からセグメントで三つ目、モバイル通信事業は、一言で言うとかかなり好調でございました。売上の影響額はプラス12億400万円、営業利益はプラス2億400万円で、ネット型リースの下振れをカバーしている状況でございます。

全社としては冒頭申し上げましたとおり、信託型ストックオプション関連費用を急遽計上する状況になりました。一時的に販管費が増えた影響が、約6,000万円となっております。

おおむね今のところを要因といたしまして、それぞれ売上、営業利益に影響があったという形になっております。

2023年6月期 営業利益の増減益分析

- ✓ ①増益要因 = 増収及び、粗利率の改善継続により、1,552百万円の増
- ②減益要因 = 人員・拠点を中心とした投資及び信託型ストックオプション関連費用の一時的な販管費増により、1,138百万円の減
⇒①+②の合計で、414百万円の改善。黒字転換



こちらが、連結ベースでの営業利益の増減益分析になります。

増収要因は、売上高の増加ならびに粗利率の改善が継続したことによって、15億5,200万円増加しました。オレンジ色のところがそちらに該当いたしますが、増益要因としてはこの二つが挙げられます。

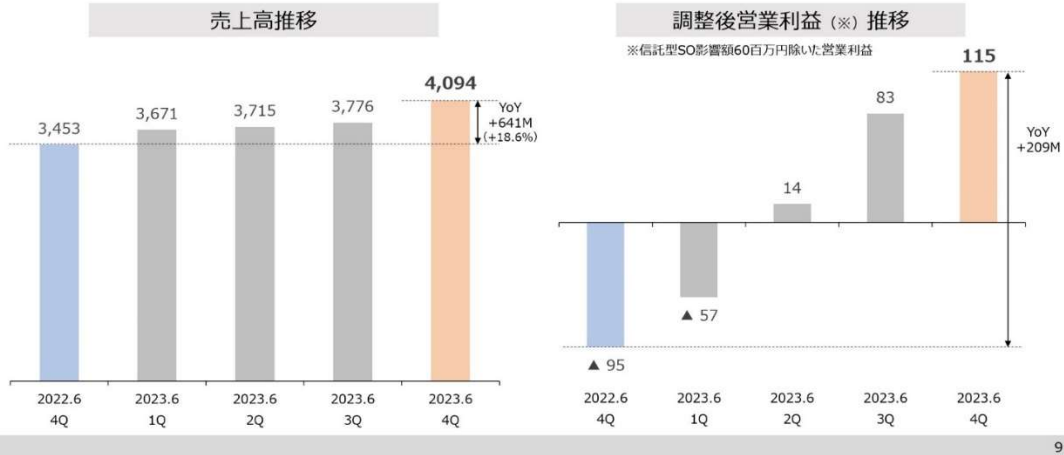
一方、減益の要因は、人員および拠点を中心とした投資ならびに先ほど申し上げました信託型ストックオプション関連費用の一時的な販管費の増加によって、11億3,800万円の減少要因がございました。

1と2の増益要因、減益要因を合計いたしますと、4億1,400万円の改善となりまして、最終的にプラス9,400万円の黒字となっております。

四半期別連結業績推移

- ✓ 売上高 7四半期連続で前四半期比増収
- ✓ 営業利益 回復基調で推移

(単位：百万円)

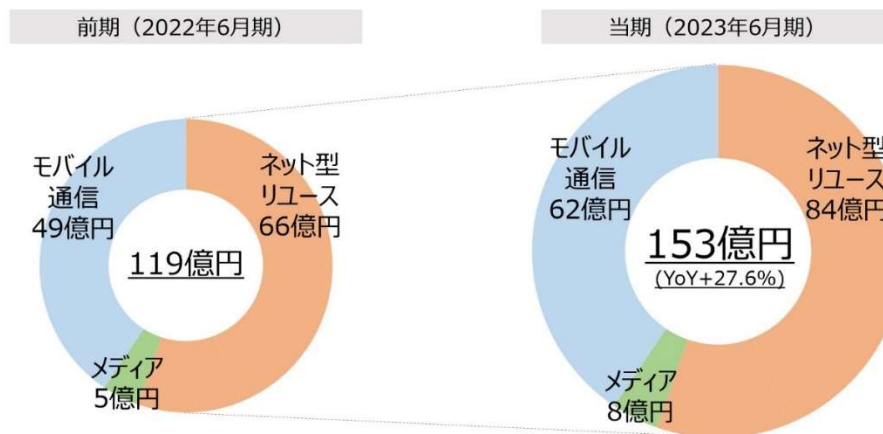


四半期別に連結業績の推移を示しております。

左側が売上高、右側が調整後の営業利益です。こちらにつきましては、一時的な費用であります信託型ストックオプションの影響額を除いたものになりますが、売上高、営業利益ともに順調に回復傾向、拡大傾向にあるのを見ていただけるかと思えます。

セグメント別売上高構成比

- ✓ 全セグメント共に前期比増収、過去最高売上を記録



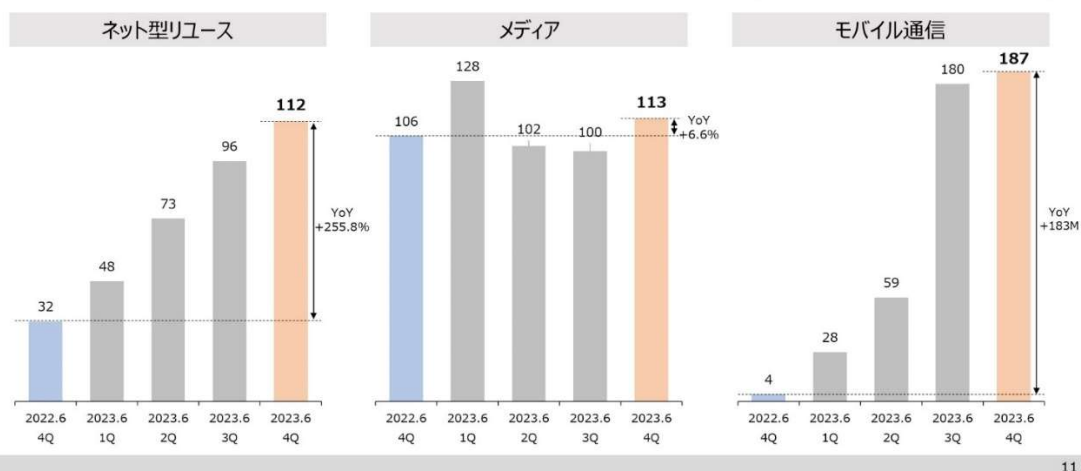
続きまして、セグメント別の売上高構成比はこちらのとおりとなっております。

先ほど申し上げましたとおり、全セグメントともに過去最高の売上高を記録いたしました。連結ベースでは119億円から153億円への成長、27.6%の成長となっております。

セグメント別 四半期別利益推移

- ✓ 成長ドライバーであるネット型リユース事業が収益拡大基調
- ✓ モバイル通信事業は一時的なショット型収益の拡大により、大幅増益

(単位：百万円)



こちらが、セグメント別の四半期別の利益推移です。

セグメント利益の推移ですが、中期経営計画の中心として掲げましたネット型リユース事業は、順調に右肩上がりに伸びています。

一番右側のモバイル通信事業は、一時的なショット型収益の拡大によって、第3クォーター、第4クォーターと大幅な増益を示しております。こちらにつきましても、またモバイル通信のパートで詳細をご説明させていただきます。今後につきましては、この3クォーター、4クォーターの一時的な拡大ではなく、通期として平準化されたような利益の構造になってまいるかと考えております。

その他業績に関する説明事項 ① (一時的な販管費の増加)

- ✓ 信託型ストックオプション (以下、「信託型SO」といいます) に係る一時的な販管費の発生
- ✓ 本費用負担は一時的なものであり、今後の影響は軽微

概要

・2023年5月30日に国税庁から公表された「ストックオプションに対する課税(Q&A)」において、従業員が当該ストックオプションの権利を行使して株式を取得した時点で、実質的な給与とみなされ、給与課税の対象となるとの見解が示され、さらに過去に行使済みの従業員に対しても、会社側が遡及して源泉徴収を行うことが求められた

当社の対応

(導入当初から上記の公表に至るまで)

当社は2017年8月に信託型SOを導入したが、当時の税務当局への照会結果、各種専門家の意見を踏まえ、信託型SOの行使時点において、給与課税に該当しないものとして認識しており、特段の費用負担を行っていなかった

(上記公表を踏まえた対応)

過年度から当連結会計年度末の間に行使された信託型SOに対する源泉徴収額相当額を、当社が費用負担

当連結会計年度における影響額

・当連結会計年度における影響額 = 60百万円の販管費 (人件費) の増加

その他業績に関する説明事項として、一つ目です。一時的に販管費が増加したものにつき

ましては、信託型ストックオプションに係る一時的な販管費の発生です。

結論から申し上げますと一番下に書いてありますとおり、6,000万円の販管費の増加が、この事象によって発生いたしました。本費用はあくまでも一時的なものでありまして、今後の影響は軽微なものと考えております。

一言で申し上げますと、5月30日に国税庁が公表いたしました、ストックオプションに対する課税のQ&Aにおいて、当社が導入しておりました信託型ストックオプションについて、過年度に遡って源泉徴収をする必要が発生いたしました。そちらについてこの決算、特に第4四半期にその分を費用計上したところが、こちらの影響額の内訳となっております。

その他業績に関する説明事項 ② (営業外収益の計上)



✓ 当連結会計年度における営業外収益(デリバティブ評価益)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収益
- ・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

当連結会計年度における影響額

- ・当連結会計年度における影響額 = 219百万円の営業外収益(デリバティブ評価益)の増加

	第3四半期末時点	当連結会計年度末時点
株価	1,219円	1,659円
評価益	87百万円	219百万円 (第3四半期末比 +132百万円)

13

二つ目、営業外収益の計上です。当連結会計年度における営業外収益、会計上の科目で言うとデリバティブ評価益となっておりますが、その発生状況がこちらとなっております。

当連結会計年度における影響額につきましては、2億1,900百万円で今回計上しております。こちら一言で申し上げますと、当社の株価が上がれば営業外利益を計上、下がれば営業外損失を計上という形のスキームとなっております。前第3クォーターと比べて、株価が上がったため、こちらの金額を計上しております。

✓ 第4四半期における特別利益（投資有価証券売却益）の発生状況

概要

- ・投資有価証券売却の理由
 - ↳ 今後の事業成長に向けた財務体質の強化及び保有資産の効率化
- ・投資有価証券売却の内容
 - ① 売却する投資有価証券の内容
 - ↳ 当社保有の未上場有価証券 1 銘柄
 - ② 売却月
 - ↳ 2023年 6月
 - ③ 投資有価証券売却益
 - ↳ 345百万円

当連結会計年度における影響額

- ・当連結会計年度における影響額 = 345百万円の特別利益（投資有価証券売却益）の増加

14

最後です。特別利益、具体的に申し上げますと投資有価証券売却益の計上です。当社が保有しておりました未上場の投資有価証券の1銘柄を第4四半期中に売却した影響で3億4,500万円の特別利益、投資有価証券売却益を計上しております。

以上が、全体的な業績の動向になります。

ネット型リユース事業 2023年6月期 通期実績

- ✓ 売上高：個人向けリユースのバイヤー採用・育成遅延が影響し、売上が計画比下振れ
- ✓ 利益：セグメント利益率は大幅向上も、売上下振れの影響で想定を下回る

(単位：百万円)	ネット型リユース事業 合計				
	計画	実績	計画比	前期実績	前期比
売上高	9,804	8,392	▲14.4%	6,631	+26.6%
セグメント利益	-	329	-	111	+195.6%
セグメント利益率	-	3.9%		1.7%	

(単位：百万円)	個人向けリユース					マシナリー				
	計画	実績	計画比	前期実績	前期比	計画	実績	計画比	前期実績	前期比
売上高	7,500	6,146	▲18.0%	5,140	+19.6%	2,000	2,104	+5.2%	1,365	54.1%

(単位：百万円)	おいくら				
	計画	実績	計画比	前期実績	前期比
売上高	304	141	▲53.4%	125	+12.8%

17

こちらからは、セグメント別の事業概要につきましてご説明をさせていただきます。

まず、こちらがネット型リユース事業の通期の実績です。売上高は、主に個人向けリユースのバイヤーの採用・育成に遅延が生じました。その結果、売上高が計画比で下振れになっております。利益は、セグメントの利益率は前期から大幅に向上しておりますが、売上下振れの影響で額としては想定を下回る形となっております。詳細につきましては、こち

らの表中を確認いただければと思います。

個人向けリユース①：重点戦略



- ✓ 顕在層に加えて潜在層へのアプローチを本格化し、ニーズの掘り起しに注力
- ✓ 出張買取バイヤーの採用・育成の強化に加え、生産性の向上も併せて推進



19

こちらは、三つの分野がございます。

まずは、個人向けリユースのご説明をさせていただきます。個人向けリユースの重点戦略は、これまで顕在層へのアプローチだったところが、顕在層に加えて潜在層へのアプローチを本格化して、ニーズの掘り起こしに注力してまいりました。そのため、出張買取バイヤーの採用・育成に加えて、生産性の向上も併せて推進いたしました。

左側に氷山の図があるかと思いますが、当社が今までターゲットとして対応してきたのが、顕在市場規模3.0兆円で、こちらでも十分大きな数字ではあるんですけども、こちらにおきまして、主に若年から中年層を中心に、リユースを明確に認知している層をターゲットとして、コンタクトセンターによる事前査定でしっかり価格を提示した上で、宅配/店頭/出張のいずれかのチャネルで買取をさせていただいております。

当期に入りまして、下に書いてありますが潜在市場ですね、かくれ資産の規模は44兆円あると言われております。こちらを新たなターゲットに加えて、おおむねシニア層であるリユースを明確に認知していない層をターゲットに、もともと買取の相談をいただいたタイミングでお客様のお宅に買取出張バイヤーがお伺いする。そこで直接対面で営業活動を行うことによって、そのお客様の潜在ニーズにしっかりアプローチをしていこう、このニーズを掘り起こしていこうということで、こちらのターゲットを新たに加えて事業を展開してまいりました。

そのため、出張買取の強化が事業成長に向けての重要なポイントと掲げて、この事業を進めてまいりました。

個人向けリユース②：直近のアクション概要



✓ 出張買取バイヤーの採用・育成に加え、以下2点の取組を実施

- ① 出張買取商圏の拡大を目的とした新規拠点開設
- ② 効果的に潜在ニーズにアプローチすることを目的とした取扱商材の拡充

新規拠点開設

2022年10月
千葉リユースセンター開設
(千葉県千葉市)



2023年5月
品川リユースセンター開設
(東京都品川区)



取扱商材の拡充



20

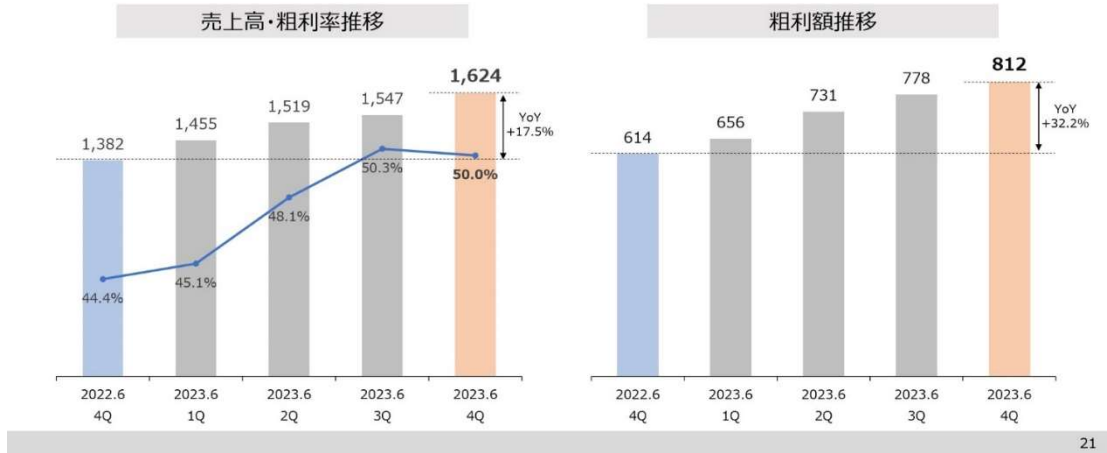
加えまして、直近のアクション概要を申し上げます。

出張買取バイヤーの採用・育成に加えて、この以下二つです。左側に書いてございます商圏拡大を目的とした新規拠点開設、去年2022年10月には千葉リユースセンターを、今年の5月には品川リユースセンターを開設いたしました。

右側が2番目です。効果的に潜在ニーズにアプローチすることを目的とした取扱商材の拡充で、当社はこれまでの取扱商材以外にも、右側に書いてございますような取扱商材の拡充をいたしまして、潜在ニーズにアプローチすることを重点に展開してまいりました。

個人向けリユース③：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：前期比大幅増も、バイヤーの採用・育成遅延が影響し売上高は計画比下振れ
 - ✓ 粗利：出張買取比率の増加に伴う粗利率の改善により、売上成長を上回る伸長
- (単位：百万円)



それらの結果、こちらが四半期別の業績の推移となっております。

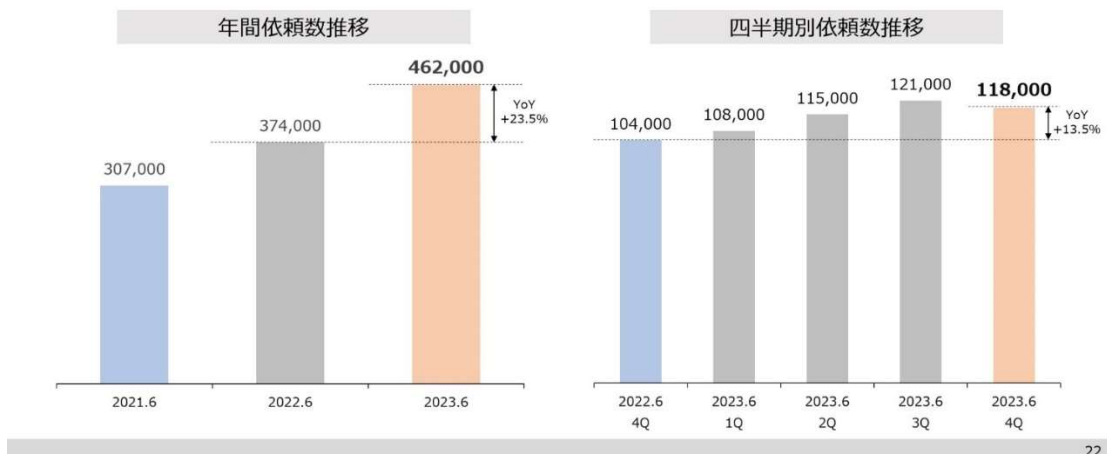
売上高は、クォーター別には順調に推移をしております。去年の第4クォーターから比べると、17.5%成長いたしました。一方で、やはりバイヤーの採用・育成遅延が影響して、売上高は計画比を下回ったような状況となっております。

売上総利益です。左側の図をご覧くださいと思うんですが、出張買取比率の増加に伴いまして、粗利率が順調に改善しております。右側の粗利額の推移で申し上げますと、売上成長を大きく上回る伸長となっております。売上高が前年同期比で17.5%成長したのに対して、粗利額は32%以上の成長となっております。

個人向けリユース④：買取依頼数推移

- ✓ 従前に引き続き、消費者の旺盛な需要と効率的なマーケティング施策を背景に買取依頼数は増加基調

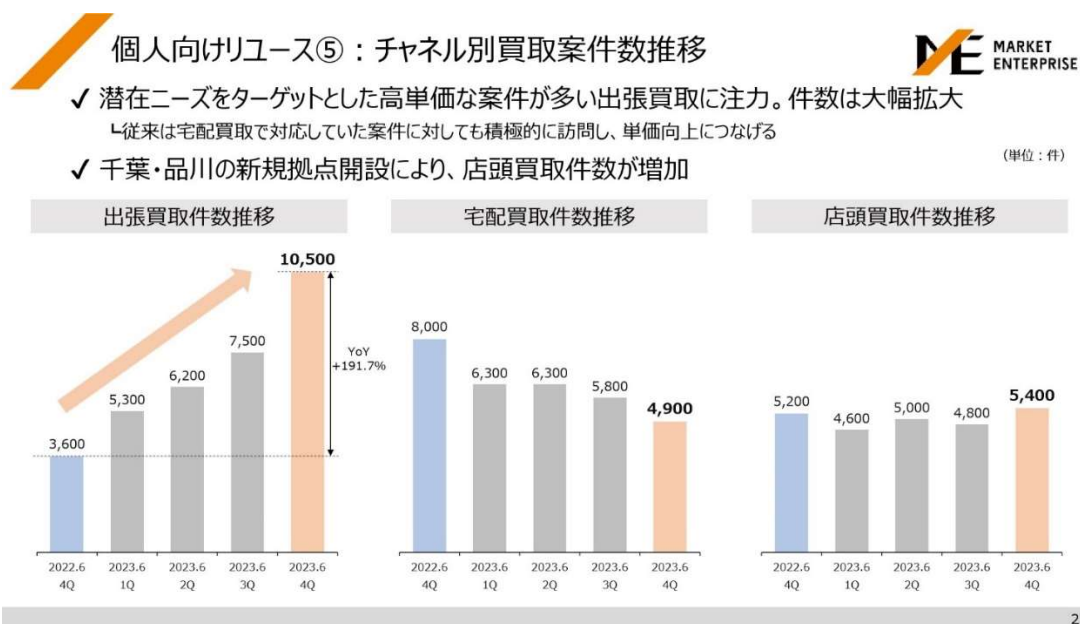
(単位：件)



こちらが、一つのポイントとなります買取依頼数の推移になります。

引き続き潤沢な買取依頼数を受領しております。左側が年間で申し上げますと前年比23.5%増、46万2,000件の買取依頼を受領しました。右側が四半期別になっておりますけれども、四半期別も順調に買取依頼数が伸びています。

こちらにつきましては、弊社の中で効率的なマーケティング施策を積極的に展開していることで、ずっと増加基調にあるとご認識をいただければと思います。



こちらが、個人向けリースのチャンネル別の買取案件数の推移でございます。

先ほども申し上げましたとおり、潜在ニーズをターゲットとした高単価の案件が多い出張買取に注力いたしております。そのため出張買取の件数は、去年の同じ四半期に比べて大幅に成長している形になります。

宅配買取の件数は、真ん中の棒グラフになります。減っているんですけども、こちらは従来は宅配買取で対応していた案件に対しても、積極的に出張買取に振り替えることで、訪問して単価向上につなげていくという施策をとってまいりました。

一番右側、店頭買取の件数は、千葉・品川の新規拠点開設によって、商圈が拡大したことにより、店頭買取の件数が増加しております。

個人向けリース⑥：出張バイヤー数・生産性推移

- ✓ 期初比では大幅に増加も、採用・育成遅延により、稼働人員数は当初計画を下回る
- ✓ 一方、稼働バイヤーの生産性は順調に高まり、今後の人員増による収益改善を見込む



出張買取バイヤー生産性推移

	2023年6月期実績			
	1Q	2Q	3Q	4Q
出張買取件数	5,300	6,200	7,500	10,500
期初時点の稼働バイヤー数	42	46	53	64
一人当たり買取件数	126.2	134.8	141.5	164.1
前Q比での対応数増加率	-	+6.8%	+5.0%	+16.0%
1Q vs 4Qでの対応数増加率	-			+30.0%

24

続きまして、出張買取バイヤー数と生産性の推移になっております。

こちら、期初比では大幅に増加いたしました。42名から64名と、第4四半期の期初につきましては増加をしているんですけども、数としての計画には届かなかった形になっております。

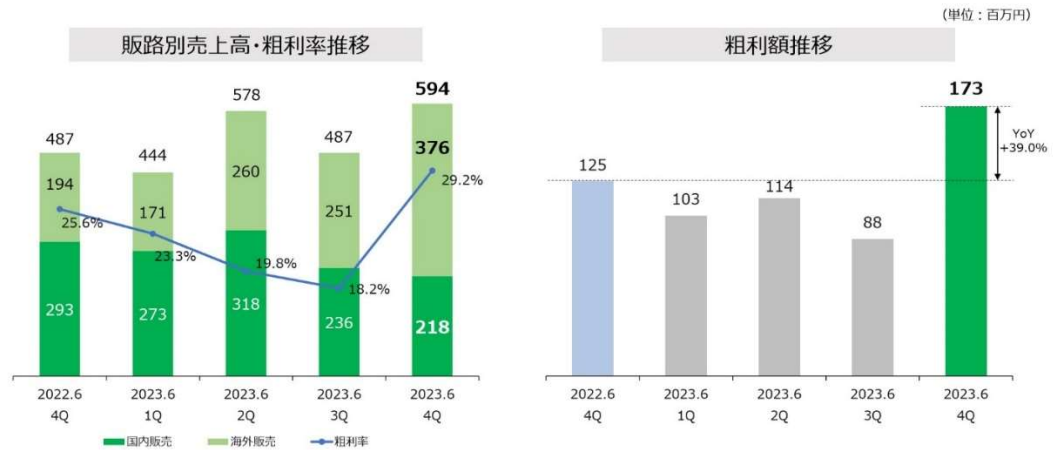
一方で右側の表組みですが、稼働バイヤーの生産性は極めて順調に高まっておりまして、今後の人員増による収益改善が見込まれる状況になっております。

左側の棒グラフに戻りますが、去年の期初の多いところで42名で、倍以上のメンバーが増えております。2024年6月期の期初は、今88名が在籍している状況でございます。こちらが2026年6月期に収益にヒットしてくるような状況です。

右側の図で特徴的なことを申し上げますと、上から3番目の一人当たりの買取件数を確認いただければと思います。第1クォーターでは、一人当たりのクォーターの買取件数が126.2件で、第4クォーターは164.1件まで伸びています。1クォーター対4クォーターで申し上げますと一番下、30%ほど生産性が向上しております。こちら掛ける当期末のバイヤー数でいうと、昨年から46名、倍以上になっているところがございます。ここを踏まえて、2024年6月期については生産性を高め、収益を改善してまいりたいと考えております。

マシナリー①：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：国内法人取引先及び海外販路の拡大により、前期比22.0%増収
- ✓ 粗利：PMIを経たマネジメントレベルの向上及び海外販売比率の増加により、粗利率・額ともに大幅向上



26

続きまして、マシナリーでございます。

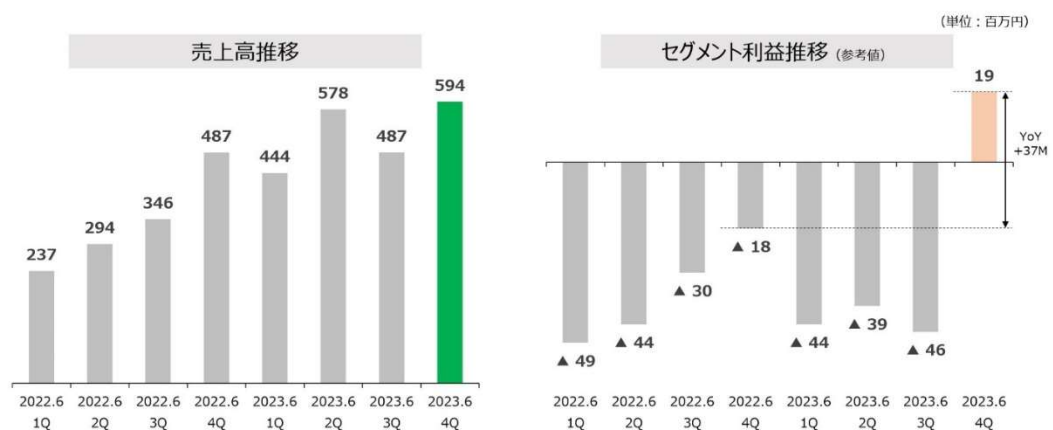
こちら、四半期別の売上推移を出させていただきます。

多少クォーターごとにシーズンリティ等々ありました結果、でこぼこはしておりますが、基本的には前年対比で22%の増収となっております。こちら特徴的なところは粗利、左側の折れ線グラフをご確認いただければと思います。PMIを経たマネジメントレベルの向上および海外販売比率の増加に伴って、粗利率・額ともに大幅に向上いたしております。

右側が、粗利額の推移となっております。粗利額は、前年同期比より39%ほど成長しておりますまして、1億7,300万円となっております。

マシナリー②：中期経営期間中の利益推移

- ✓ 四半期ベースで過去最高の売上高。7四半期ぶりの黒字転換



27

こちらは、四半期別でおおむね右肩上がりに売上高が成長してまいりました。

右側が、セグメント利益の参考値で出させていただきます。こちらの事業は、もともとオーガニックで弊社が独自で始めたものに加えて、海外の輸出機能をM&Aしてまいりました。あとは、国内の法人向けのチャネルもM&Aしてまいりました。そのPMIの真っ只中であつたというところから、そのPMIが徐々に終結を見せ始めて、この2023年6月期、直近の四半期ではしっかり黒字に転換をいたしました。

マシナリー③：黒字転換の主な内部要因 ~PMIを経てマネジメントレベル向上~ **NE MARKET ENTERPRISE**

- ✓ 中長期の拡大を見据え、海外販売機能、国内法人販売機能をM&Aで拡充
- ✓ それぞれのPMIを経て、マネジメントレベルが向上したことに伴い、当期4Qから黒字化

※ 海外販売、国内法人売買ともにM&A相手先の企業（もしくは事業）については、その時点で赤字の状態であり、ターンアラウンドに想定を上回る時間を要した



こちらが、おおむね先ほど申し上げたものの推移になります。

海外販売、国内販売が収益に寄与し始めたのが、この2023年の下期以降となっております。ここから黒字化したものを、2024年6月期はしっかり収益軌道に乗せていくといったフェーズでございます。

マシナリー③：黒字転換の主な外部要因 ～海外運賃の低下～

- ✓ 海上運賃はコロナ期間中の2022年1月をピークに、足元では72.5%の低下
- ✓ 海外顧客の運賃負担額が低下。円安影響も後押し、より購入しやすい水準で推移



※日本海事センター 主要コンテナ運賃動向データより当社作成 横浜→ロッフルダム間 40ftコンテナ輸送にかかる運賃
※円換算額のレートは、2022年1月末日及び2023年6月末日時点におけるUSD/JPYのTTMを利用

もう一つ、海外販売の要因がございます。コロナ禍による海外運賃高騰影響があります。こちらを具体的に示しますと、こちらの海上運賃の推移になります。コロナが影響いたしまして、海上運賃がずっとずっと高止まりしていたところから、直近で申し上げますとピーク時から72.5%低下しております。

海外のお客様が弊社の商品をお求めになるには、商品そのもののお値段プラス海外の運賃がございます。そちらにつきまして、徐々に下がってきました。さらに円安の影響も後押しして、海外のお客様からすると比較的運賃が今下がっていて、トータルで言うと、より購入しやすい水準で推移し始めたところが、こちらも好影響としては考えられるところで

マシナリー④：日本製中古農機具に対する海外の需要

- ✓ そもそも性能が良く、中古でも壊れにくい
- ✓ Used in Japanとしてヨーロッパ、中東、アジアで需要が旺盛で、最近では、アフリカ諸国からのニーズも顕在化。

海外顧客の利用状況



アフリカ諸国の大使館による視察



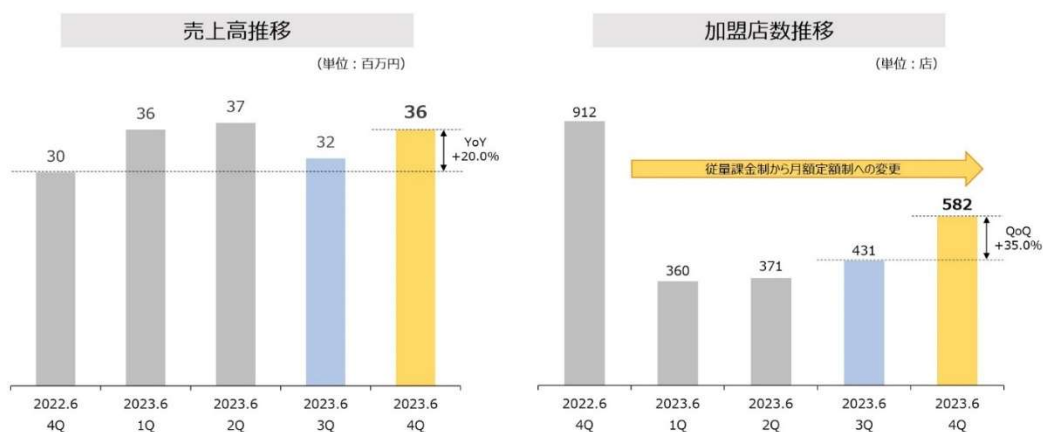
直近ではございますけれども、そもそも日本の中古農機具に対する海外の需要は、中古で

性能が良く、壊れづらいというところと、Used in Japanとしてヨーロッパ、中東、アジアでもともと需要が旺盛に加えて、最近では、アフリカ諸国からのニーズも顕在化しているところが、今後の成長要因として挙げられると思っております。

おいくら①：売上高及び加盟店数推移



- ✓ 売上高：月額収入の増加により、前四半期比増収
- ✓ 加盟店数：従量課金から月額課金プランへの変更に伴い、一時的に減少も直近では回復基調



32

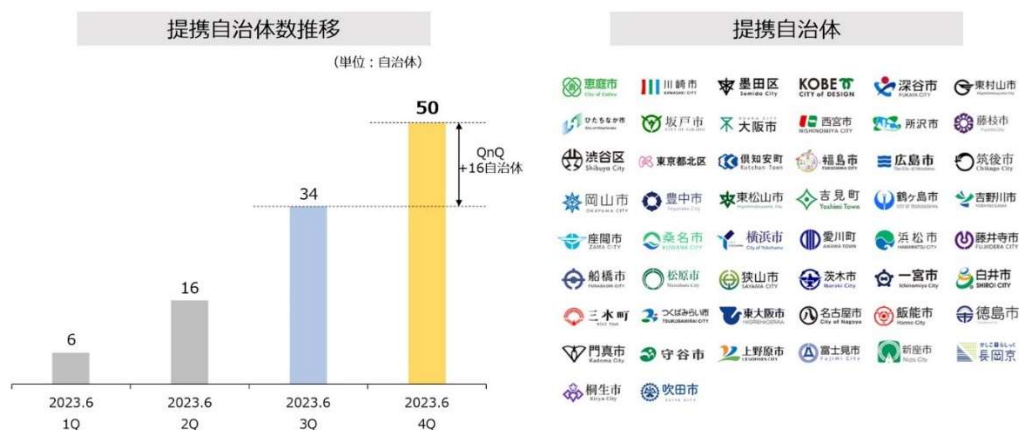
続きまして、おいくらです。

こちらは、売上高の推移は覧のとおり前四半期比増収で、加盟店の推移も順調に増えている状況でございます。一時期、従量課金プランから月額課金プランへの変更に伴って減少したものの、直近ではしっかり回復基調で推移をしています。

おいくら②：自治体連携について



- ✓ 自治体からの引き合いが増加。連携数は順調に増加し、当期末時点で50自治体との連携
- ✓ 人口カバー率（連携自治体の人口÷日本総人口）は17.4%へ拡大（3Q比+4.0ポイント）



33

また加えまして、自治体連携についてもテーマとして掲げております。

当期末時点で、50自治体との連携が完了いたしました。人口カバー率は17.4%まで、今拡大をしている状況でございます。

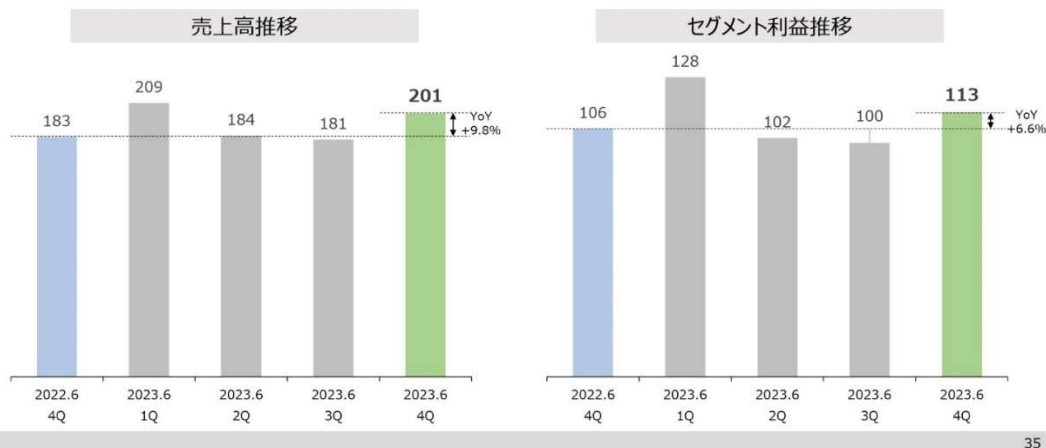


メディア事業①：四半期別業績推移



- ✓ 売上高：グループ内外各分野の送客数増加により、前年同期比増収
- ✓ 粗利：売上高の増加に合わせて増益

(単位：百万円)



メディア事業で申し上げます。二つ目のセグメントです。

売上高、セグメント利益ともに順調に推移しております。売上高は前年度同期比9.8%増、セグメント利益は6.6%増でございます。こちらも計画どおり、順調な成長を示しているところでございます。



メディア事業：四半期別売上高内訳

- ✓ 通信分野は堅調な推移を示し、通信以外の分野が大幅に成長
- ✓ 収益基盤の分散化が進み、更なる安定的な利益構造へ

(単位：百万円)



こちらは、経営計画の中での重点課題として掲げておりました、通信以外の領域のメディアの収益性の拡大、それに伴う収益基盤の分散化です。

濃い緑色が通信以外での売上高、薄い緑色が通信の売上高になっております。しっかり収益基盤の分散化が進みまして、通信だけではないところで、その他メディアでの売上もしっかりキープできるようになったところでございます。

モバイル通信事業①：四半期別業績推移

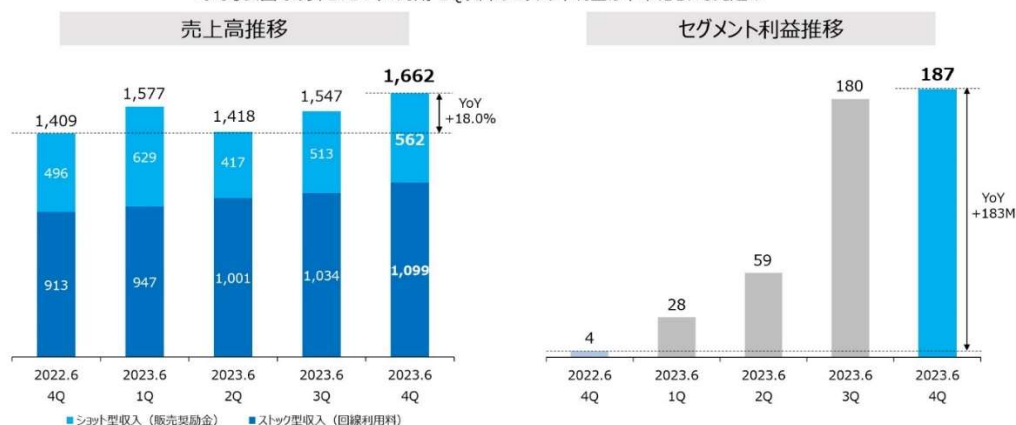


✓ 売上高：前年同期比増収。ショット型・ストック型収入共にが安定的に推移

✓ 利益：一時的なショット型収益の拡大により、前年同期比大幅増益

↳ 一時的な要因であり、2024年6月期 1Q以降のセグメント利益は平準化される見込み

(単位：百万円)



38

セグメントの最後、モバイル通信事業でございませう。

こちらも売上高は順調に推移をしております。順調な成長をしております、前年同期比増収、ショット型・ストック型収益ともに安定的に推移しております。

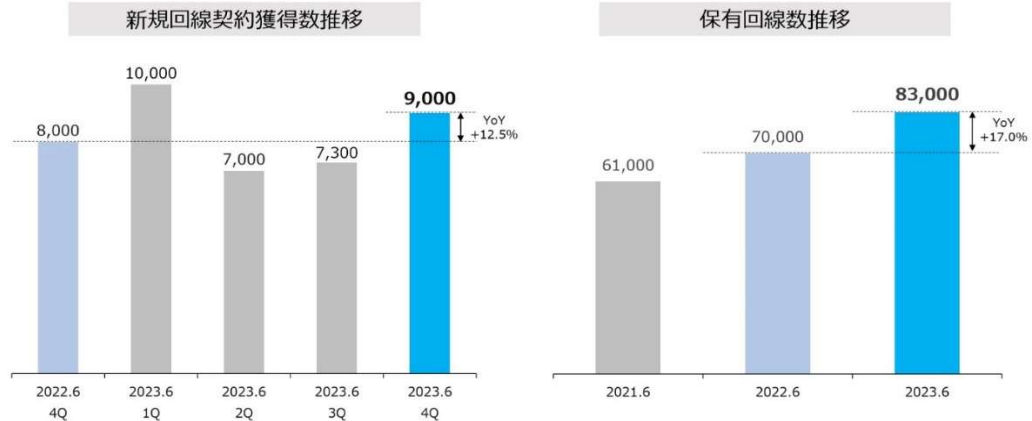
利益は、一時的なストック収益の拡大によって前年同期比大幅増という形で、右側の棒グラフになっております。前年の4クォーターが400万円のセグメント利益に対して、今期は1億8,700万円へと大幅に増加しております。ただ、こちらにつきましては一時的な要因でございませう。2024年6月期の1クォーター以降については、このぐっと伸びているところが、全体的に平準化されるような見込みで推移をしております。

モバイル通信事業②：保有回線数及び新規回線獲得数推移



- ✓ 新規回線：ニーズにマッチしたプラン展開及び社内外からの送客が堅調に推移し、前年同期比12.5%の増加
- ✓ 保有回線：4G→5Gへの変更等による契約継続数が堅調に推移し、前期比17.0%の増加

(単位：件)



39

こちらは、KPIである新規回線ならびに保有回線数の推移です。

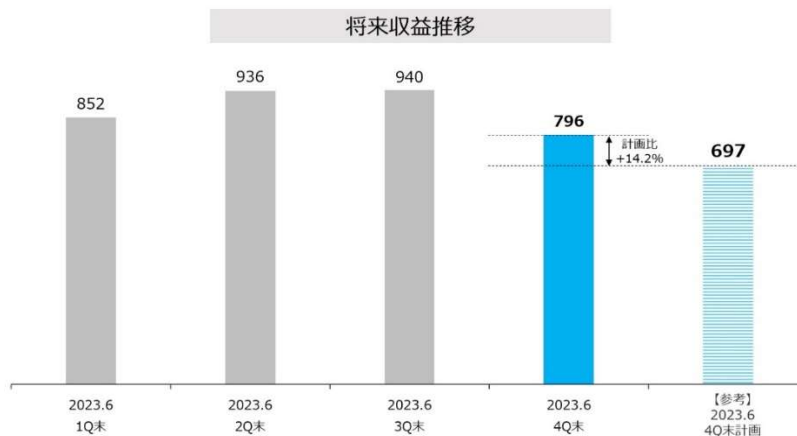
新規回線獲得数の推移も、前年同期から12.5%伸びております。保有回線の推移も、前年同期比17%増加でございます。解約数もプラン変更であったり、積極的な営業活動によって抑えられながら、しっかり保有回線数も積み上げられている状況でございます。

モバイル通信事業③：



- ✓ 社内外からの送客が堅調に推移し、前年同期比12.5%の増加
- ✓ 以降はこの水準を維持し、安定的な収益を見込む

(単位：百万円)



40

最後、先ほどの保有回線がもたらす将来的な利益の見込みでございます。

社内外からの送客が順調に推移しまして、前年同期比12.5%増加したところと、この水準を計画的にして、今後安定的な収益を見込みます。当初計画が右側の薄い棒グラフになっておりますけれども、当初計画は6億9,700万円を掲げておりましたが、実際の収益が積み上がったところで申し上げますと、7億9,600万円と計画比14.2%増加しております。

以降はこの水準を維持しながら、しっかりモバイル通信事業のストック収益を安定的に目指してまいりたいと考えております。

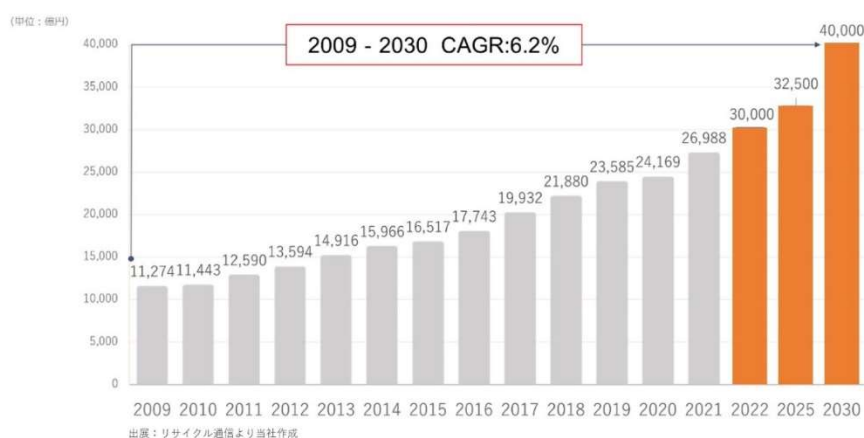
以上、2023年6月期の決算概況ならびにセグメント別の数字の概況でございました。ここから、2024年6月以降の3カ年計画、中期経営計画をリバイズした内容について、代表取締役の小林からご説明をさせていただければと思います。では小林社長、よろしくお願いいたします。

小林： それでは、2024年6月期以降の3カ年の計画を、私よりご説明をさせていただきます。

まず、弊社の事業内容です。「持続可能な社会を実現する最適化商社」をビジョンに掲げ、ネット型リユースを中心に多角的に展開をしてまいります。

当社の市場認識：リユース市場の拡大

✓ リユース市場は順調に拡大



43

こちらは当社の市場認識です。

リユース市場が年々拡大をしております。2022年度には3兆円のマーケットと言われておりましたが、2030年には4兆円に迫る勢いでマーケットが拡大をしております。

当社の市場認識：潜在リユース市場

- ✓ 「かくれ資産」は約44兆円
- ✓ 「かくれ資産」の65%は50代以上のシニア層が保有



44

また、1年以内に不用品の売却のニーズが大体7.6兆円ほどあると言われております。かくれ資産という自宅に眠る資産に関しては、44兆円の膨大なマーケットがあると言われております。また、かくれ資産は、65%が50代以上のシニア層が保有していると言われております。

当社の市場認識：個人金融資産の世代別保有状況

- ✓ 個人金融資産は過去30年間で60歳以上の構成比がほぼ倍増
- ✓ 2020年の保有割合は60歳以上で68.5% 50歳以上で83.8%を占める



45

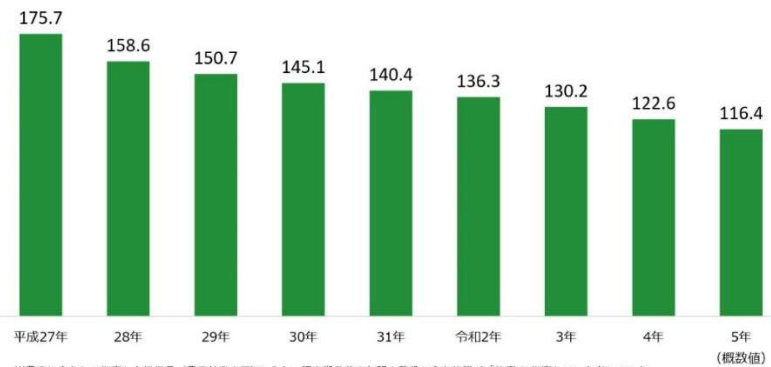
こちらが、個人の金融資産の世代別保有状況でございます。

2020年の保有割合は60歳以上で68.5%、50歳以上で83.8%を占めております。構成比が大きく変わってまいりました。人口動態として、日本では人口が減っていく中で、リユース市場が年々成長するとともに、保有資産の転換期を迎えていると弊社では捉えております。

当社の市場認識：農業人口の減少

✓ 国内の農業就業人口は年々減少傾向

● 基幹的農業従事者（個人経営者）※



※農業に主として従事した世帯員（農業就業人口）のうち、調査期日前1年間の首級の主な状態が「仕事に従事していた者」のこと
出典：農林水産省：農業労働力に関する統計より作成

こちらは、農業人口の減少のデータになります。

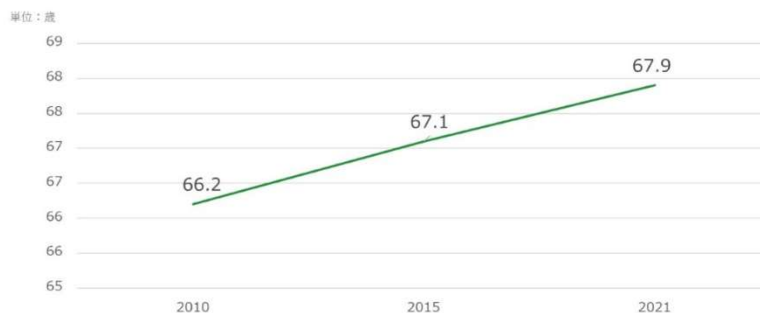
国内の農業就業人口は年々減少傾向で、基幹的農業従事者という形ですが、平成27年では175万人だった人口が、直近のデータでは116万人まで減少しているデータになっております。

また、農業人口の減少とともに離農、農家をやめてしまう方が非常に増えております。

当社の市場認識：農業人口の減少

- ✓ 個人金融資産は過去30年間で60歳以上の構成比がほぼ倍増
- ✓ 離農にともない不要となった中古農機具の処分という社会的課題は今後も継続

● 基幹的農業従事者数と平均年齢



出典：農林水産省「令和3年度食料・農業・農村白書」より当社作成

農家の方の平均年齢が現在67.9歳で、そんな環境下の中、中古農機具の処分というニーズは、今後も継続的に発生し続けていく状況になっております。

- ✓ 人口動態をはじめとした社会情勢を背景に、持続可能かつ最適な消費行動を提案
- ✓ 「持続可能な社会」の実現のために、デジタルを基盤に多角的な事業展開

最適化ビジネス



DX

「持続可能な社会を実現する最適化商社」

48

当社グループ全体の戦略です。

改めて人口が、1億2,000万人から2060年には9,000万人を切ってしまうと国内では言われております。その中で、非常に多くのリユース商品がかくれ資産として自宅から出てくる。また、先ほどの44兆円には、車や書籍や農機具のようなデータは含まれていない、自宅に眠っているかくれ資産という形になりますので、より多くのものがこれから世の中に出てくる状況になっております。

私どもは、こんな背景の中で、持続可能かつ最適な消費行動を提案してまいりたいと考えております。

また創業以来、このインターネットを通じたリユース事業を展開してまいりましたが、持続可能な社会の実現に向けて、デジタルを基盤に多角的な事業展開をしてまいりたいと思っております。最適化ビジネス×DX、この領域で「持続可能な社会を実現する最適化商社」を実現してまいりたいと考えております。

2024年6月期 セグメント別売上高計画

- ✓ 全セグメントにおいて、増収の計画。連結売上高は当初公表の中計を維持
- ✓ 直近の事業進捗に鑑み、セグメント毎の売上高を修正

(単位：百万円)	2024年6月期通期			2022年8月公表の中計	
	計画	前期実績	前期比	計画	計画比
ネット型リース事業	12,200	8,392	+45.4%	13,744	▲11.2%
個人向けリース	9,000	6,146	+46.4%	10,000	▲10.0%
マシナリー	3,000	2,104	+42.6%	3,000	-
おいくら	200	141	+41.2%	744	▲73.2%
メディア	800	775	+3.1%	800	-
モバイル	7,000	6,204	+12.8%	5,500	+27.3%
連結売上高合計	20,000	15,257	31.1%	20,000	-

49

2024年6月期 セグメント別の売上高の計画になります。

全セグメントにおいて、増収の計画は引き続き維持させていただくんですが、このセグメントごとの売上高を一部修正させていただいております。全体としてネット型リース事業は、前年対比で45.4%の成長、個人向けリースが46.4%、マシナリーが42.6%、おいくら事業が41.2%の増収を見込んでおります。

モバイルに関しましては、進捗が好調だった背景から、このような形にさせていただきまして、連結の売上高合計は200億円の計画を維持という形で、前年比31.1%の増加を見込んで進んでまいりたいと考えております。

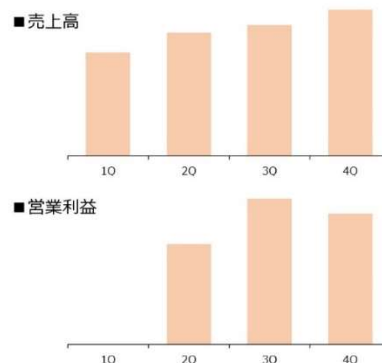
2024年6月期 連結業績計画

- ✓ 売上高 = 200億円 (2022年8月公表の中計比同水準)、営業利益8億円 (同▲4.0億円) の計画
- ✓ 1Q~2Q前半に2つの新規拠点開設及びコンタクトセンター増設を行うため、1Qは費用が先行
- ✓ 経常利益以下については、2023年6月期末現在と同等の株価水準を前提とする。

2024年6月期 通期計画

(単位：百万円)	2024年6月期通期		
	計画	前期実績	計画比
売上高	20,000	15,257	+31.1%
売上総利益	8,500	5,820	+46.0%
営業利益	800	94	+745.3%
経常利益	745	278	+167.5%
親会社株主に 帰属する当期純利益	370	290	+27.4%

四半期別売上・営業利益イメージ



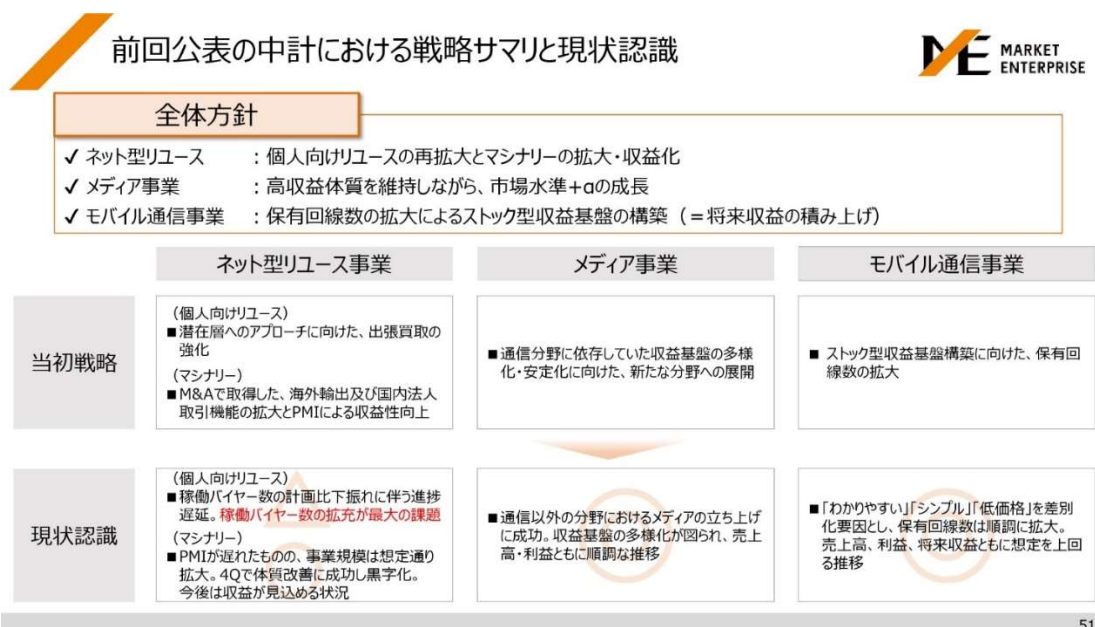
50

連結の業績計画になります。

売上高は200億円の同水準なのですが、営業利益は8億円の計画とさせていただきました。内容は、1クォーターから2クォーター前半に、この南大阪と広島、二つの新規拠点の開設ならびにコンタクトセンターの増設を行うために、1クォーターは費用が先行して発生します。

経常利益以下については、2023年6月期現在と同等の株価水準を前提として設定をさせていただいております。

結果として、売上高は31.1%の増加、売上総利益は46%の増加、営業利益は745%の増加を見込んで事業を展開してまいります。



前回公表の中期経営計画における戦略サマリと現状認識についてです。

全体方針は、ネット型リユース、個人向けリユースの再拡大とマシナリーの拡大・通期収益化を目指してまいります。メディア事業に関しては、高収益体質を維持しながら、市場水準プラスアルファの成長。モバイル通信事業に関しては、保有回線数の拡大によるストック型収益基盤の構築を挙げてきておりました。

当初の計画に対しまして、個人向けリユースに関しては、潜在層へのアプローチに向けた出張買取強化、マシナリーはM&Aで取得した、海外輸出および国内法人取引機能の拡大とPMIによる収益性向上を目指してまいりました。現状としましては、個人向けリユースに

においては稼働バイヤー数の計画比下振れに伴う進捗遅延、稼働バイヤー数の拡充が最大の課題となっております。マシンリーにつきましては、PMIが遅れたものの、事業規模は想定どおり拡大をいたしまして、4クォーターで体質改善に成功し黒字化、今後は収益が見込める状況となっております。

メディア事業に関しましては、通信分野に依存していた収益基盤の多様化・安定化に向けた新たな分野の展開を展開してまいりました。現状としては、通信以外の分野におけるメディアも立ち上がりに成功しまして、収益基盤の多様化が図られ、売上高・利益ともに順調な推移となっております。

モバイル通信事業に関しましても、ストック型収益基盤構築に向けた、保有回線拡大を掲げておりました。わかりやすい、シンプル、低価格を差別化要因として、保有回線が順調に拡大しました。売上高、利益、将来収益ともに想定を上回る推移となっております。



当初中計と2024年6月期計画との差異要因



✓ 当初中計と今回発表計画の主な差異要因は以下の通り

(単位：百万円)

セグメント	当初公表の中計と2024年6月期計画との差異要因	営業利益影響額
ネット型リユース	個人向けリユースにおける期初時点の稼働バイヤー数下振れ	▲200
	個人向けリユースへの追加投資（南大阪拠点、広島拠点、コンタクトセンター増設）	▲150
モバイル通信	既存保有回線数（＝ストック型収入）の上振れと新規契約回線獲得数見込の上振れ	+100
全社	現本社在籍ビルの建て替えに伴う、本社移転費用（3Q後半～4Q）	▲100
上記合計		▲350

52

当初中期経営計画の2024年6月期計画との差異要因になります。

ネット型リユースにおいては、個人向けリユースの期初時点の稼働バイヤーの下振れによる営業利益影響が2億円。また、個人向けリユースの追加投資、南大阪拠点、広島拠点、コンタクトセンターの増設においては1億5,000万円の投資。モバイル通信においては、既存保有回線数の上振れと新規契約回線獲得数見込の上振れが1億円。全社として、現本社在籍ビルの建て替えに伴う本社移転が3クォーター後半から4クォーターで発生しますが、マイナス1億円。合計3.5億円のマイナスを見込んでおります。

2024年6月期を期初とする3カ年計画①

- ✓ 前回公表の中計における戦略を踏襲しつつ、2023年6月期の遅れを取り戻し、かつ、投資の継続により2026年6月期には売上高300億円、営業利益20億円の達成を目指す

■ 当初公表の3カ年計画

(単位：百万円)

	2022年6月期		2023年6月期		2024年6月期
	計画	実績	計画	実績	計画
売上高	12,000	11,986	15,000	15,257	20,000
営業利益	▲400	▲319	300	94	1,200

■ 新・3カ年計画

	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期
	計画	計画	計画
売上高	20,000	25,000	30,000
営業利益	800	1,300	2,000

53

この2024年6月期を期初とする3カ年計画でございます。

前回公表の中計における戦略を踏襲しつつ、2023年6月期の遅れを取り戻し、かつ、投資の継続により2026年6月期には売上高300億円、営業利益20億円の達成を目指してまいります。

2024年6月期を期初とする3カ年計画②

- ✓ 上場来の実績推移及び今後の3カ年計画は以下の通り



54

上場来の実績の推移および今後の3カ年の計画は以下のとおりとなります。

2023年6月期売上高152億円、営業利益9,400万円から、今後新3カ年の計画とさせていただきます。2024年6月期には売上高200億円、営業利益8億円、2025年6月期は売上高250億円、営業利益13億円、2026年6月期は売上高300億円、営業利益20億円として、さらなる成長と営業利益率の改善に伴って計画を進めてまいりたいと考えております。

私からは以上になります。