



2026年3月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社ジ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. 2026年3月期 第1四半期 連結業績
3. 2026年3月期 通期業績予想
4. 成長に向けた取組み
5. その他の取組み
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	92億76百万円 (2025年6月30日現在)
株式上場市場	東京証券取引所 プライム市場

商号の変更に関するお知らせ

2026年6月26日開催予定の第38期定時株主総会にて、商号の変更を下記のとおり付議することといたしました。

● 新商号

株式会社セカンドリテイリング（英文：2nd RETAILING Co., Ltd.）

モノを よろこびを 循環させる

2nd RETAILING

● 移行の時期

2026年10月1日（木） ※本商号変更は、2026年6月26日開催予定の定時株主総会において、定款の一部変更が承認されることが条件となります。

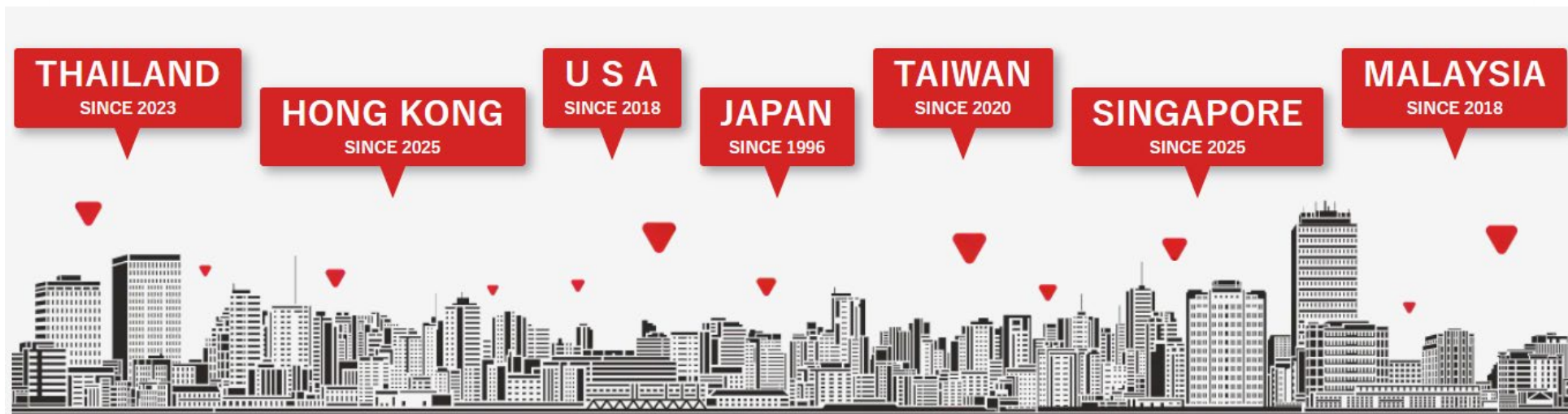
● 移行の目的

当社は1986年に創業し、ビデオレンタル店から始まった当社のビジネスは、時代の移り変わりとともにリユースを中核とする方向へ舵を切りました。世に出てきた価値あるものを、循環させ、再分配することで、人々の暮らしの豊かさを追求してゆくビジネスです。英語では中古のことを「second-hand」といいます。これからリユースにおけるグローバルでのトップランナーを目指す決意を込め、創業40周年の節目を迎える2026年に商号変更を行うものであります。現状と今後の展望を踏まえ、当社が推進する事業の方向性と合致した商号に変更することで、一層の企業価値向上に努めていきます。

2025年4月に『2nd STREET』世界で1,000店舗を達成



皆さまのご愛顧のおかげで、
私たちは世界で
1,000店舗を達成することができました。
これからもリユースを通じて、
より多くの方に愛されるサービス
をお届けしてまいります。



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(25年6月末時点)	国内 894店 海外 121店	1,045店 (内 GEO mobile単独117店、併設672店)		24店	30店
衣料・服飾雑貨	リユース	新品			新品
家具・家電	リユース				
生活雑貨	リユース	新品			新品
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	リユース・新品		
A V家電	リユース	リユース・新品	新品		
スマホ・タブレット・P C	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。	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。ゲーム機本体・ソフトのほか、A V家電・スマホアクセサリ、新品の衣料品・生活雑貨を展開。	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。	ラグジュアリー商材として、主に時計・バックを展開。お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。

2. 2026年3月期 第1四半期 連結業績

2026年3月期 第1四半期 サマリー

連結業績ハイライト

売上高

ラグジュアリー商材は関税と相場の影響で減収となりましたが、リユース市場の拡大を背景に国内外の2nd STREETの売上堅調に加え、次世代家庭用ゲーム機「Nintendo Switch 2」発売を皮切りに、新品商材が好調に推移した結果、連結売上高は前年同期比4.3%増の1044億円で着地

営業利益・経常利益・当期純利益

新規出店や人件費による販売管理費を吸収しきれず、前年同期比で営業利益が8.5%の減益、経常利益が22.5%の減益、親会社株主に帰属する四半期純利益が31.3%の減益

売上総利益

2nd STREETの衣料服飾が堅調なことに加え、新品の周辺機器を含むゲーム関連やトレカ商材が好調に推移した結果、売上総利益率は前年同期比で1.3ポイント上昇し、売上総利益は7.5%増の448億円で着地

トピック

トピック①



(国内)

2026年3月期累計、14店舗純増により894店舗
専門店や買取専門店などを含め、出店を継続



(海外)

2026年3月期累計、9店舗の出店
米国2店舗・台湾2店舗・マレーシア3店舗・シンガポール1店舗・香港1店舗
新たな出店地域として、シンガポール・香港に出店



トピック③

リユースモバイル注力、
GEO mobile単独店117店舗・併設店672店舗
6月に待望の次世代家庭用ゲーム機、「Nintendo Switch 2」を発売

2026年3月期 第1四半期 連結損益計算書

■ 次世代家庭用ゲーム機「Nintendo Switch 2」の発売に伴い、周辺機器を含むゲーム関連の売上が好調に推移し、リユース衣料・服飾商材が売上を伸ばした結果、売上総利益は前年同期比7.5%増の448億円となりました。一方で、持続的な成長のために投じた新規出店や人件費により販管費が増加したため、営業利益は前年同期比8.5%減の39億円となりました。

単位：百万円	25.3月期 1 Q実績	26.3月期 1 Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	100,147	104,460	4,312	4.3%
売上総利益	41,694	44,813	3,119	7.5%
(売上総利益率)	41.6%	42.9%	－	1.3pt
販管費	37,328	40,820	3,492	9.4%
営業利益	4,366	3,993	▲ 372	▲ 8.5%
(営業利益率)	4.4%	3.8%	－	▲ 0.5pt
経常利益	5,481	4,249	▲ 1,231	▲ 22.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,547	2,438	▲ 1,108	▲ 31.3%

2026年3月期 第1四半期 商材別売上高

単位：百万円	25.3月期 1 Q実績	26.3月期 1 Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
リユース	65,665	64,421	▲ 1,244	▲ 1.9%
リユース系	46,204	44,510	▲ 1,694	▲ 3.7%
衣料・服飾雑貨※1	24,109	27,561	3,452	14.3%
家具・家電※1	3,022	3,110	88	2.9%
ラグジュアリー※4	14,566	9,160	▲ 5,405	▲ 37.1%
その他※1	4,506	4,678	171	3.8%
メディア系	19,461	19,910	449	2.3%
ゲーム※2	7,812	7,733	▲ 79	▲ 1.0%
スマホ・タブレット※2.3	10,348	10,983	634	6.1%
その他※2	1,300	1,194	▲ 106	▲ 8.2%
新品※2	21,257	26,446	5,189	24.4%
その他	13,224	13,592	367	2.8%
デジタルコンテンツ※5	3,726	4,782	1,055	28.3%
レンタル※2	7,401	6,572	▲ 829	▲ 11.2%
その他	2,096	2,238	141	6.8%
合計	100,147	104,460	4,312	4.3%

新規出店の販売チャネル拡大により国内外2nd STREETの中心商材である衣料・服飾雑貨販売は引き続き順調に成長

関税による輸出減少と時計相場下落による影響

GEO mobile の新規出店、併設店増加や店舗間での在庫移動などを主要因に、リユーススマホ・タブレット商材は堅調に推移

6月、次世代家庭用ゲーム機「Nintendo Switch 2」の発売に伴い、周辺機器を含むゲーム関連が好調に推移し、新品トレカ商材やPB商材も好調に推移

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

2026年3月期 第1四半期 商材別売上総利益

単位：百万円	25.3月期 1 Q実績	26.3月期 1 Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
リユース	28,897	30,826	1,928	6.7%
リユース系	22,686	24,698	2,011	8.9%
衣料・服飾雑貨※1	15,882	18,385	2,503	15.8%
家具・家電※1	1,868	1,915	47	2.5%
ラグジュアリー※4	1,666	944	▲ 722	▲ 43.4%
その他※1	3,270	3,453	183	5.6%
メディア系	6,210	6,128	▲ 82	▲ 1.3%
ゲーム※2	2,487	2,290	▲ 197	▲ 7.9%
スマホ・タブレット※2.3	2,528	2,701	173	6.9%
その他※2	1,195	1,136	▲ 59	▲ 4.9%
新品※2	3,886	4,926	1,040	26.8%
その他	8,910	9,060	150	1.7%
デジタルコンテンツ※5	3,345	4,317	971	29.0%
レンタル※2	4,712	4,020	▲ 692	▲ 14.7%
その他	852	723	▲ 128	▲ 15.1%
合計	41,694	44,813	3,119	7.5%

新規出店により、売上に比例して2nd STREETの中心商材である衣料・服飾雑貨販売が引き続き順調に成長しており増益

関税による輸出減少と時計相場下落による影響

新規出店や併設店増加による販売チャネルの拡大、店舗間での在庫移動を行うことにより増益

新品商材は次世代家庭用ゲーム機「Nintendo Switch 2」の発売を皮切りに、周辺機器を含むゲーム関連やトレカ商材が好調に推移し、増益

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

2026年3月期 第1四半期 販売管理費

■ 広告宣伝費を抑えているものの、販売手数料の増加や、出店に掛かる人材採用による従業員の増員、給与のベースアップ、地代家賃および減価償却費により、販管費合計では前年同期比9.4%増となり、想定の範囲での増加となりました。

単位：百万円	25.3月期 1 Q実績	売上高比	26.3月期 1 Q実績	売上高比	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
販売費計	4,899	4.9%	4,970	4.8%	70	1.4%
広告宣伝費	1,946	1.9%	1,807	1.7%	▲ 139	▲ 7.2%
販売手数料	1,943	1.9%	2,083	2.0%	139	7.2%
運送費	682	0.7%	725	0.7%	43	6.3%
人件費計	17,772	17.7%	19,961	19.1%	2,189	12.3%
その他諸経費計	14,656	14.6%	15,888	15.2%	1,232	8.4%
水道光熱費	1,048	1.0%	925	0.9%	▲ 123	▲ 11.8%
地代家賃	7,365	7.4%	7,912	7.6%	546	7.4%
減価償却費	1,272	1.3%	1,591	1.5%	319	25.1%
備品消耗品費	682	0.7%	785	0.8%	102	15.1%
修繕費	205	0.2%	170	0.2%	▲ 35	▲ 17.0%
販管費計	37,328	37.3%	40,820	39.1%	3,492	9.4%

※販売管理費の増減について、▲は営業損益へのプラス要因。

2026年3月期 第1四半期 連結貸借対照表

単位：百万円	2025年 3月31日	構成比	2025年 6月30日	構成比	増減額
流動資産	165,072	65.3%	180,812	67.3%	15,740
現金及び預金	60,090		69,259		9,168
売掛金	15,930		14,690		▲ 1,240
商品	73,887		81,608		7,721
固定資産	87,735	34.7%	87,851	32.7%	116
有形固定資産	56,283		56,490		207
無形固定資産	5,030		5,042		11
投資その他資産	26,421		26,318		▲ 103
資産合計	252,807	-	268,664	-	15,856
流動負債	46,603	18.4%	43,309	16.1%	▲ 3,293
買掛金	12,686		12,030		▲ 656
1年以内返済予定の長期借入金	10,849		11,124		275
固定負債	115,734	45.8%	133,207	49.6%	17,472
社債	12,175		12,175		0
長期借入金	71,475		89,300		17,825
負債合計	162,338	64.2%	176,517	65.7%	14,179
純資産合計	90,469	35.8%	92,146	34.3%	1,676
負債純資産合計	252,807	-	268,664	-	15,856

在庫確保のための買取資金や新規出店の拡大により増加

2nd STREET国内外事業、ラグジュアリー商材の在庫増加

未払金および未払法人税等、賞与引当金減少

取引金融機関より206億円調達

ゲオグループの店舗数の状況

2025年6月末の総店舗数 2,208店

		直営店	(期中出店)	(期中閉店)	FC・代理店	25.6月末	25.3月末	24.3月末
2nd STREET※1	国内	839	16	▲ 2	55	894	880	838
	海外	121	9	▲ 1	0	121	113	81
	米国	48	2	▲ 1	0	48	47	35
	台湾	41	2	0	0	41	39	28
	マレーシア	26	3	0	0	26	23	17
	タイ	4	0	0	0	4	4	1
	シンガポール	1	1	0	0	1	0	0
	香港	1	1	0	0	1	0	0
GEO※2		961	4	▲ 9	84	1,045	1,054	1,084
OKURA TOKYO※3		24	0	0	0	24	24	23
Luck Rack		30	3	0	0	30	27	18
その他		94	8	▲ 2	0	94	88	65
合計		2,069	40	▲ 14	139	2,208	2,186	2,109

※1：Super 2nd STREET・2nd OUTDOOR・JUMBLE STORE・買取専門店等を含む。
※2：直営店にGEO mobile単独店 117店舗を含む。併設店としてのGEO Mobileは 672店舗。
※3：海外店舗を含む。台湾1店舗、香港1店舗。



3. 2026年3月期 通期業績予想

2026年3月期 通期業績予想

- 2025年5月に公表しました業績予想からの修正はございません。
- 第1四半期におきましては、ラグジュアリー商材が関税と相場の影響を受け減収となったものの、リユース需要の継続により、積極的に出店している2nd STREET中心とした商材と、次世代家庭用ゲーム機「Nintendo Switch 2」発売を皮切りに、新品商材が好調に推移しました。

単位：百万円	26.3月期 通期予想	26.3月期 1 Q実績	26.3月期 1 Q進捗率	(参考) 25.3月期 通期実績	(参考) 通期予想 前期比増減額	(参考) 通期予想 前期比増減率
売上高	470,000	104,460	22.2%	427,669	42,331	9.9%
営業利益	11,500	3,993	34.7%	11,250	250	2.2%
(営業利益率)	2.4%	3.8%	1.2pt	2.6%	－	▲ 0.2pt
経常利益	11,000	4,249	38.6%	12,224	▲ 1,224	▲ 10.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5,500	2,438	44.3%	4,537	963	21.2%
直営店舗数	2,193店舗	2,069店舗	40店舗出店	2,043店舗	180店舗出店	－
ROE	5.83%	－	－	5.03%	0.80pt	－
NetD/Eレシオ	0.41倍	0.42倍	0.01増	0.33倍	0.08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。



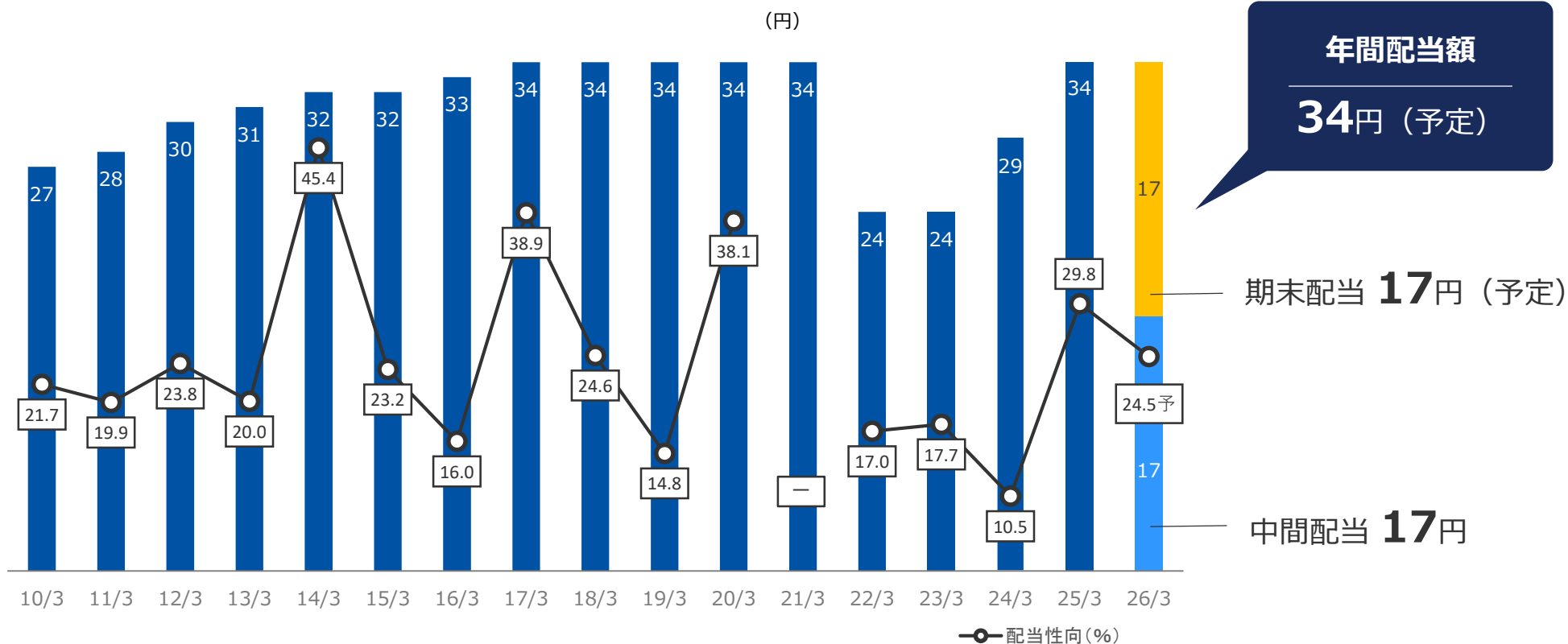
2026年3月期 出店計画

	25.6月末		出店計画	
	実績/ 期初出店計画	期初出店概要		
	国内 16/60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。		
	海外 9/35店舗	米国	2/12店舗	出店済みエリアに出店を集中し、ドミナントを強化。
		台湾	2/10店舗	ドミナント出店と郊外路面店の出店を進めます。
		マレーシア	3/6店舗	クアラルンプールおよび近郊を中心に出店を行います。
		タイ	0/4店舗	バンコク首都圏を中心に出店を行います。
		シンガポール	1/2店舗	都市型店舗をドミナント出店していく方針。
		香港	1/1店舗	1号店の収益分析を基に出店を拡大予定。
 	4/32店舗	うち、30店舗がGEO mobile単独店。既存のGEOについても、GEO mobileの併設店拡大を行う方針です。		
	0/3店舗	繁華街立地に加え、買取専門店の出店も計画。		
	3/20店舗	ドミナント出店を基本とし、地方都市への出店を拡大。		

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。
- 2026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、2026年3月期の剰余金の配当（中間配当）は、2025年5月9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
成長領域 2nd STREET 国内	●		
育成領域 2nd STREET 海外	●		
育成領域 OKURA TOKYO			●
育成領域 Luck Rack	●		
成熟領域 GEO・GEO mobile	●	●	
育成領域 デジタルコンテンツ事業			●

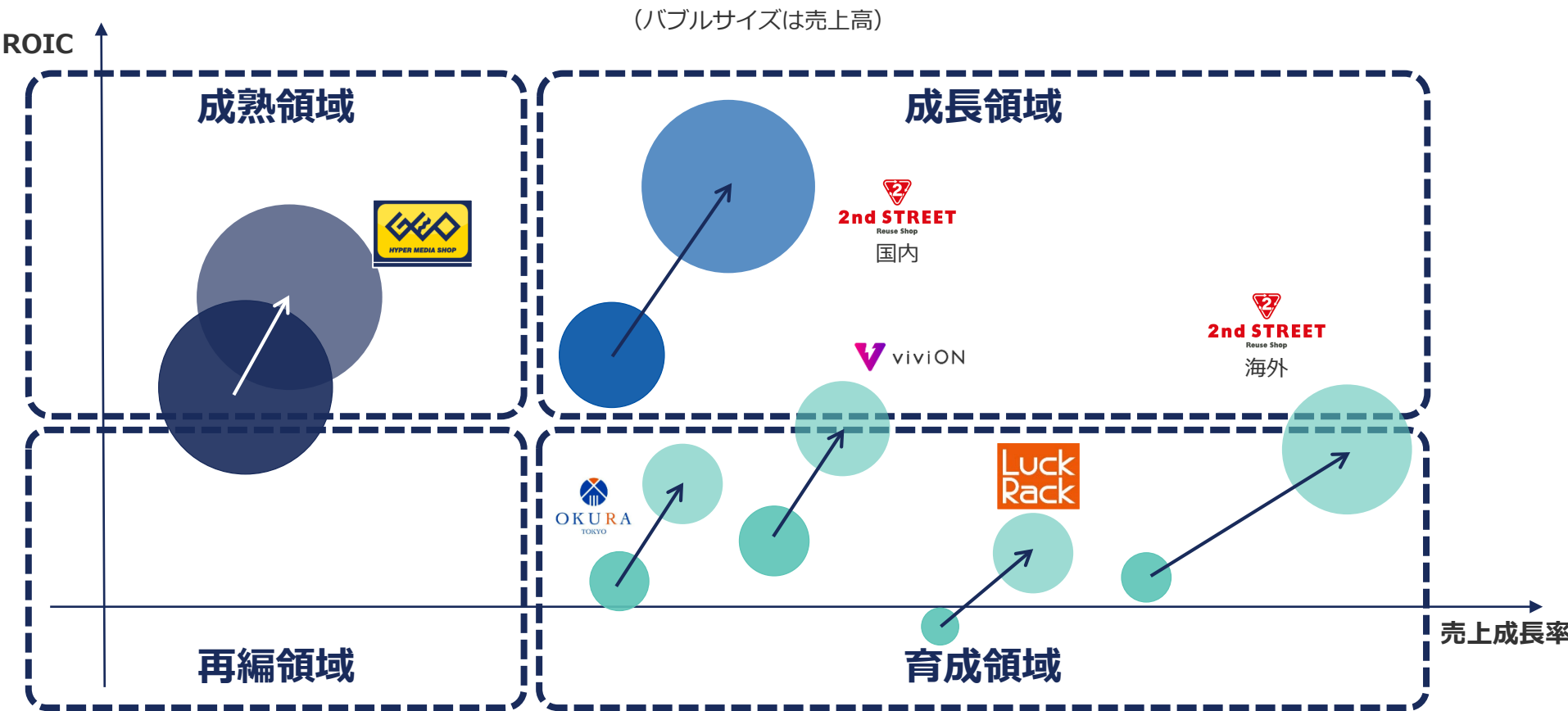
※重点的に経営資源を投入する取組みをハイライトしています。



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、2035年度にグループ連結売上高1兆円、グループ全体で5,000店舗（うち海外1,000店舗）を目指しています。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。

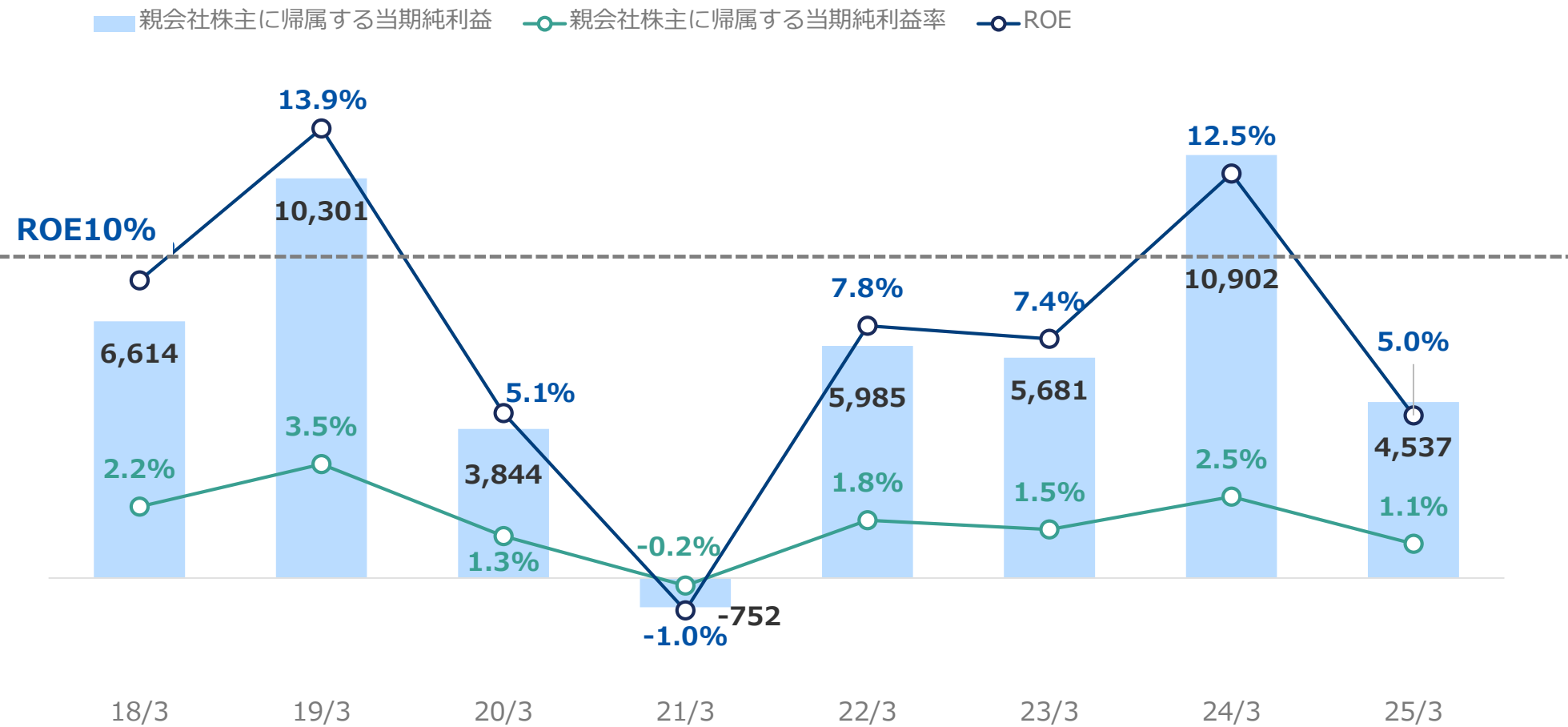
各事業の今後数年間の成長イメージ



※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。

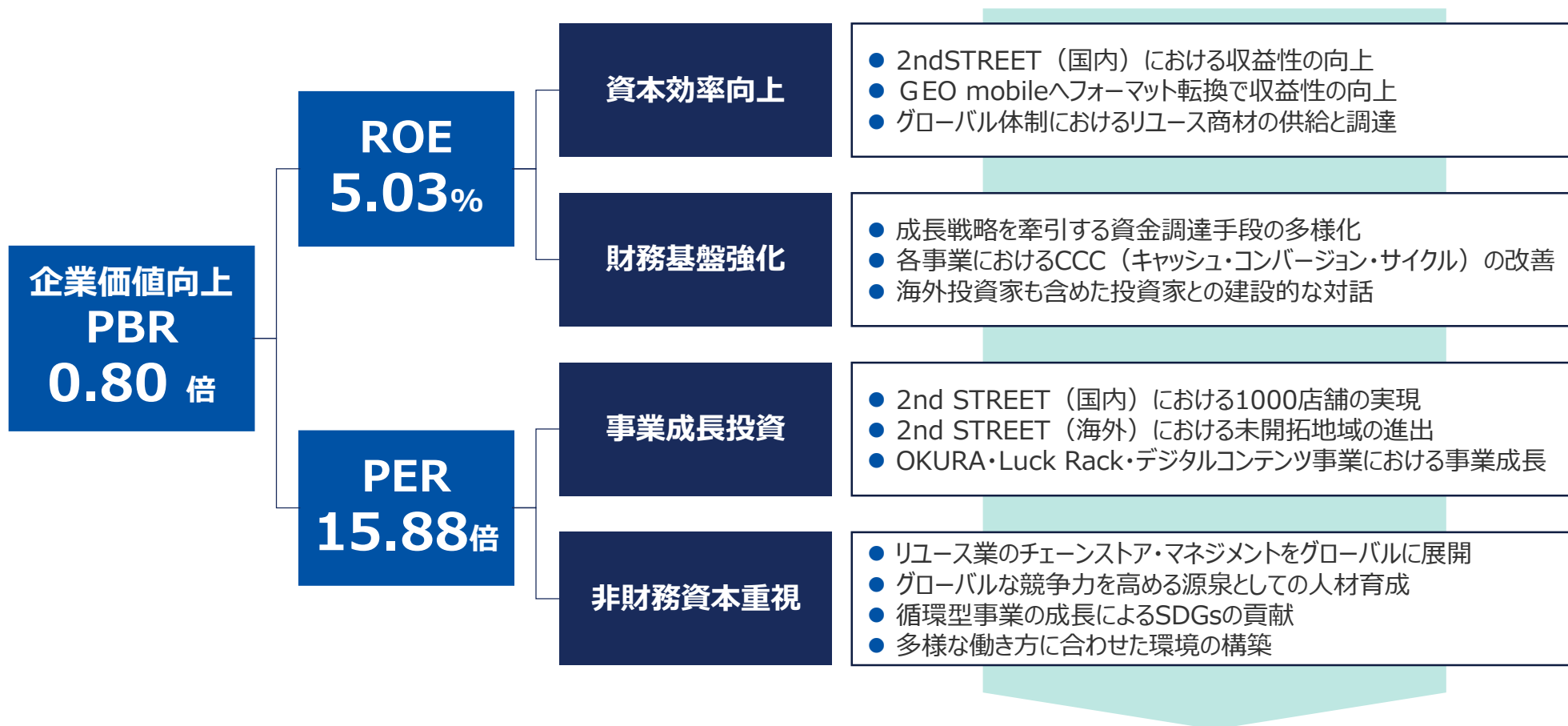


※ROE＝親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 期末自己資本。



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

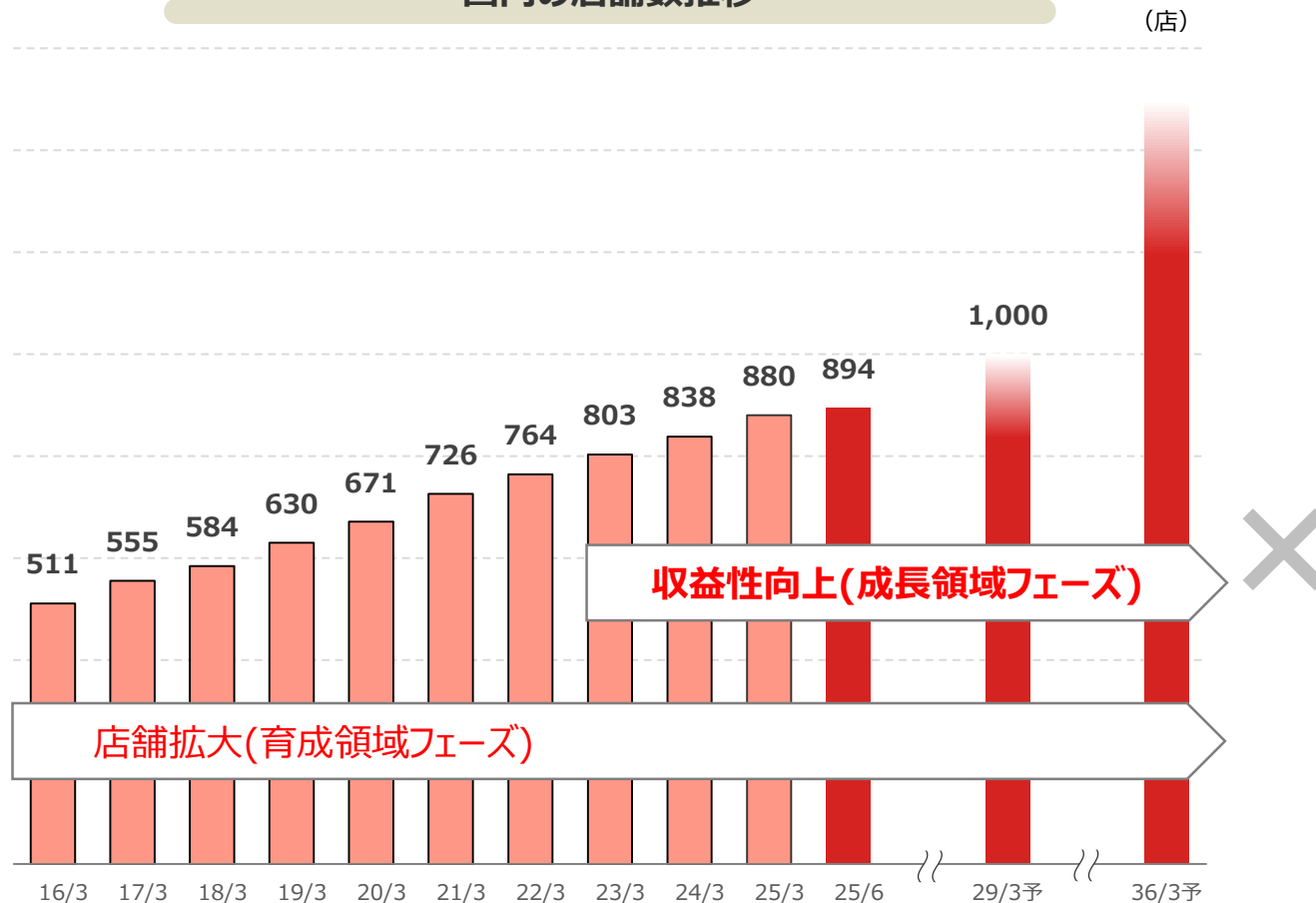
※PBR、ROE、PERは、25年3月時点の数値。PBR＝期末時価総額 ÷ 期末純資産額。ROE＝親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 期末自己資本。PER＝期末時価総額 ÷ 親会社株主に帰属する当期純利益。

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。

国内の店舗数推移



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

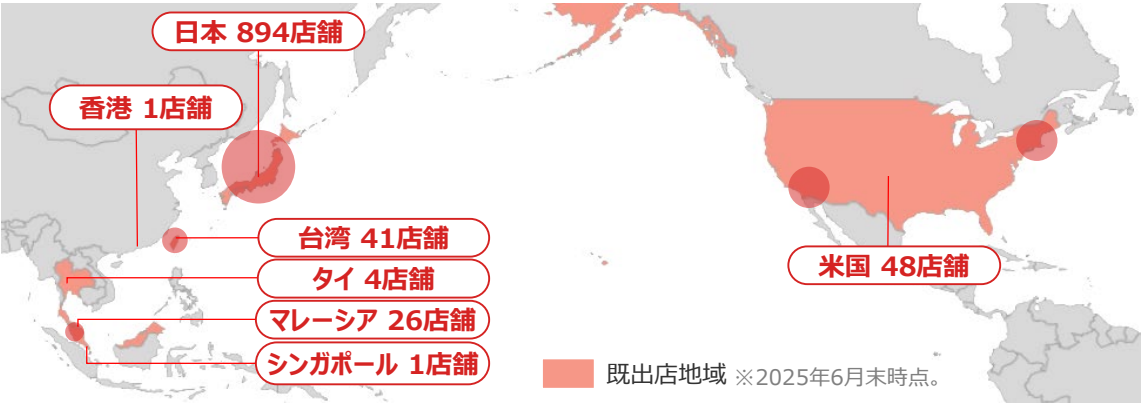
真贋オペレーションによるロ
ス削減

2nd STREETの海外展開



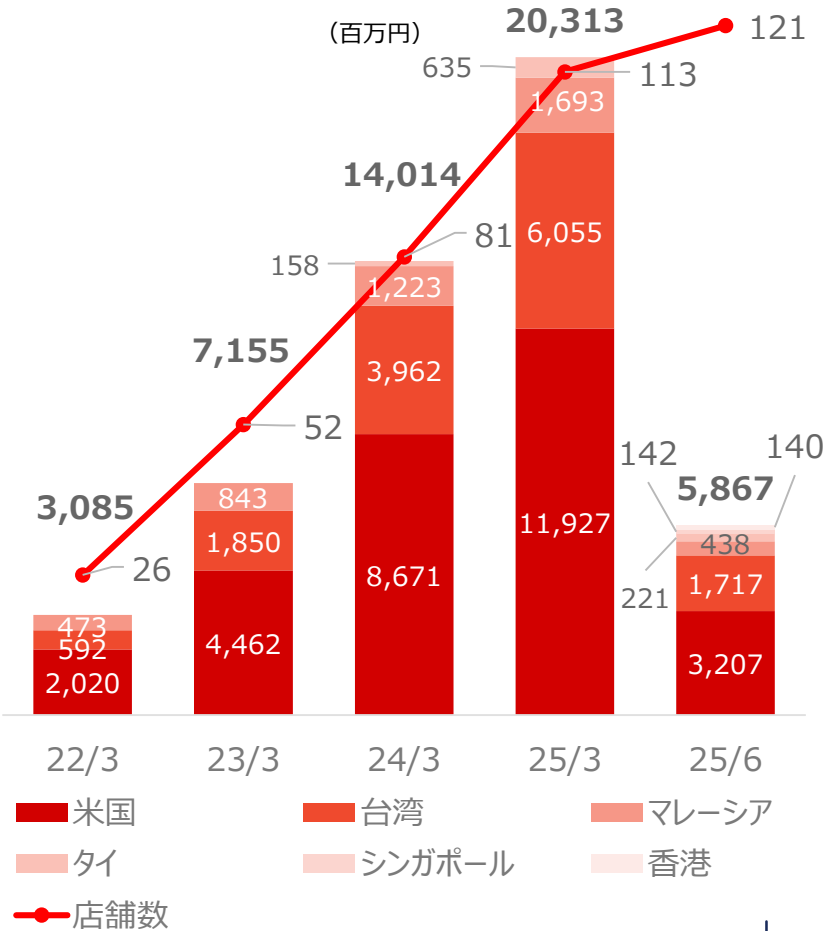
- 当社グループは海外事業を成長戦略の柱の1つと捉え、世界のリユース市場におけるシェア拡大の実現に取り組み、リユース業界で圧倒的な世界一へと挑戦いたします。
- 新たな進出地域として、シンガポール・香港に新規出店を上半期に行いました。内製化している基幹システムをオープン時より活用することで、今後のグローバル展開を加速してまいります。

海外2nd STREET展開地域



店舗数	22/3	23/3	24/3	25/3	25/6	26/3 予
米国	10	23	35	47	48	58
台湾	8	18	28	39	41	49
マレーシア	8	11	17	23	26	29
タイ	-	-	1	4	4	8
シンガポール	-	-	-	-	1	2
香港	-	-	-	-	1	1
日本	764	803	838	880	894	940

海外2nd STREET売上高推移



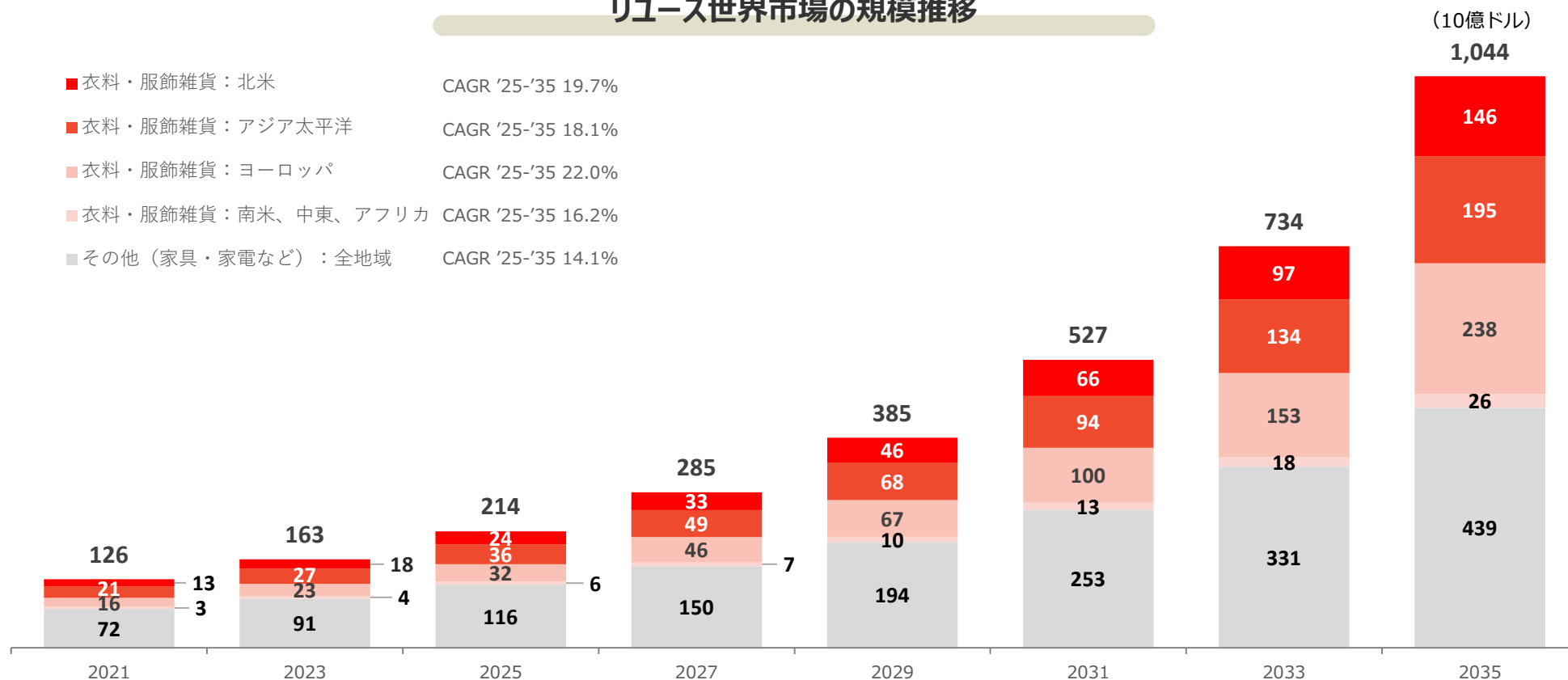
ポテンシャルが大きいリユース世界市場での事業戦略



■ 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、2025年の2140億ドルから2035年には1兆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



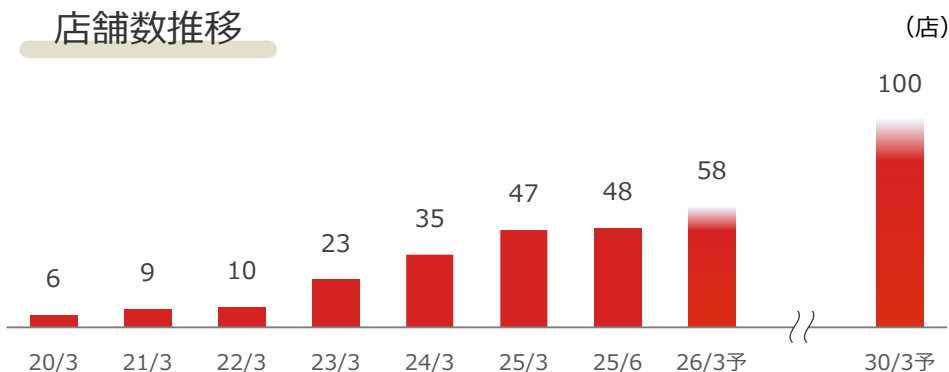
- 西海岸からスタートした米国店舗は業績と同時に現地従業員の育成も順調に進展し、今後は出店済みエリアに出店を集中し、ドミナントを強化してまいります。
- 米国の店舗では、①現地での買取商品を基本としつつ、低価格帯から高価格帯まで幅広い衣料・服飾雑貨の提供、②流行シーンや天候に合わせたスピード感ある対応、③日本型ホスピタリティ、なども強みとします。

Los Angeles : Westwood (2025年7月オープン予定)



カリフォルニア大学ロサンゼルス校近くに、売場面積約127坪の店舗を出店しました。十分な敷地面積を確保したことで、より開放感のある売場レイアウトを実現しました。周辺には地元で愛されるレストランや映画館などが立ち並び、学生から地元住民、観光客までが行き交う街として知られており、幅広いお客様に愛されるお店作りを目指します。

店舗数推移

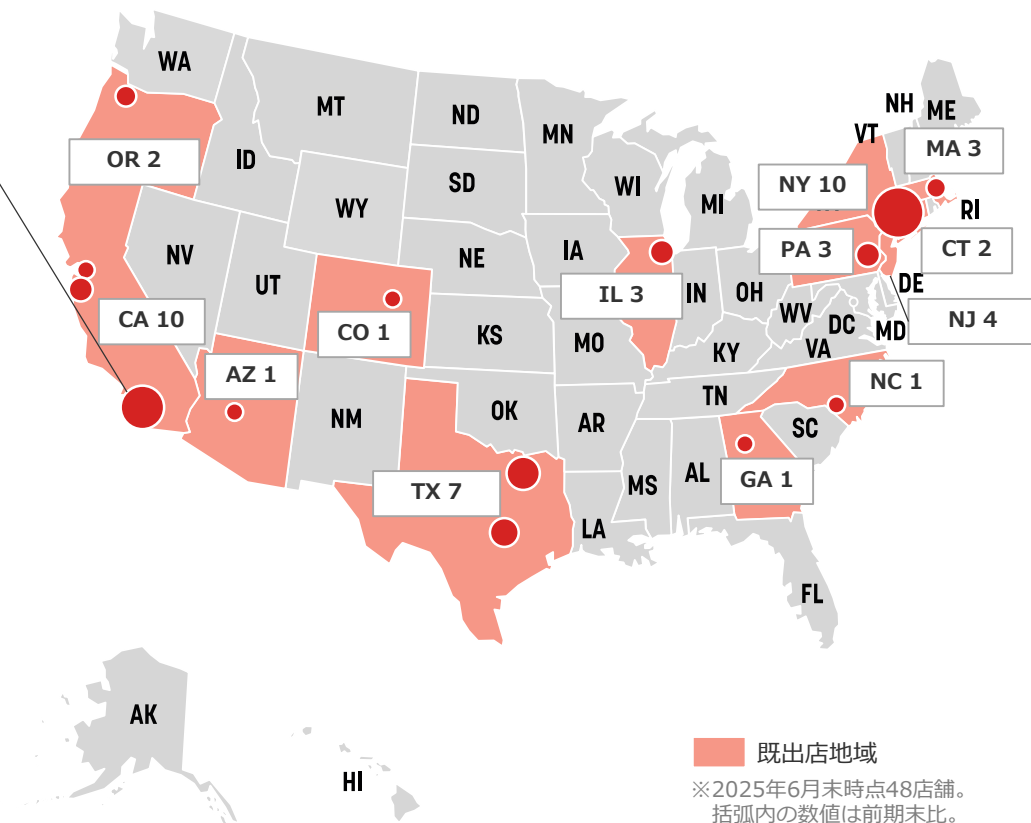


2nd STREET USA <https://2ndstreetusa.com/>



米国での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



既出店地域

※2025年6月末時点48店舗。
括弧内の数値は前期末比。

リユース市場が発展途上にある台湾での出店戦略



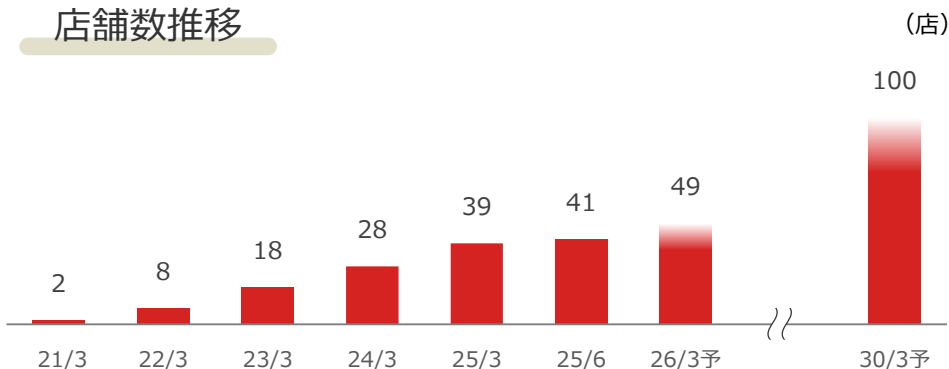
- 台湾のリユース市場は発展途上段階のため、積極的な出店を行うことで確固たるポジションを形成する方針です。
- 台湾での買取商材だけではなく、日本からの商材が継続的に店頭に並んでいることも強みに、人材育成とコスト管理を一段と強化しつつ、台湾市場での地歩を固めていきます。

基隆市：基隆店（2025年5月オープン）



基隆市に台湾では41店舗目となる売場面積約135坪の路面店を出店しました。メンズ・レディースの衣料・服飾雑貨を取り扱っています。日本と遜色のないリユース衣料の品揃えで、高品質かつリーズナブルな価格の商品をラインナップしています。

店舗数推移

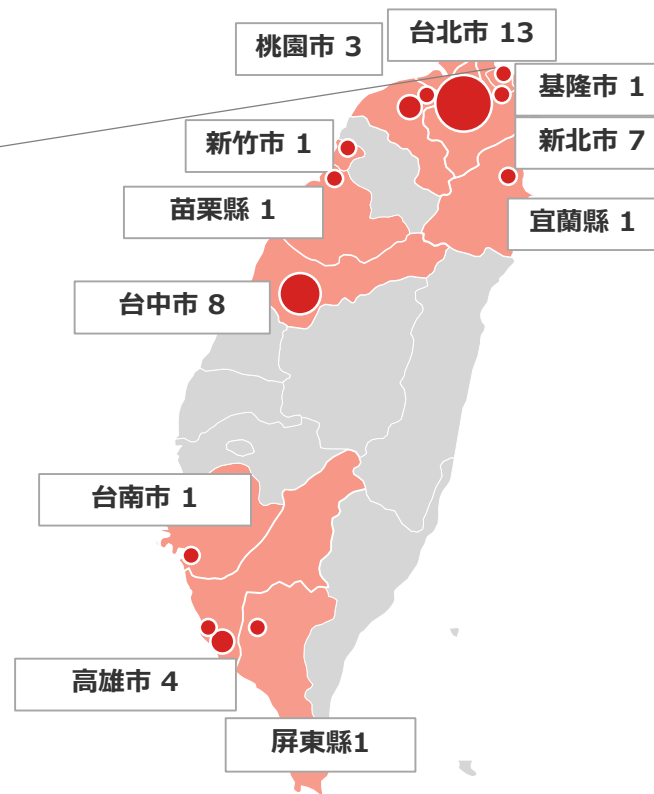


2nd STREET TAIWAN <https://2ndstreet.com.tw/>



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

※2025年6月末時点41店舗。
括弧内の数値は前期末比。

マレーシアでの出店戦略



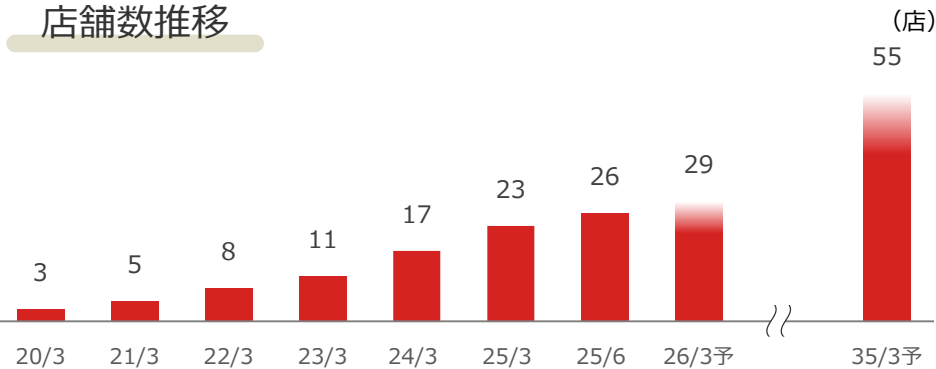
- マレーシアでは日本の2ndSTREETで買取したUsed in Japanの衣料・服飾を輸入し、クアラルンプールの倉庫で卸売または商品化後に近郊にドミナント展開している各店舗へ再配布することで販売網を着実に広げています。
- マレーシアではマーケティングサーチと現地採用を継続しながら、クアラルンプール中心に流通整備を行い更に事業展開を強化する方針です。

Selangor : Cheras Traders Square店 (2025年6月オープン)



マレーシアでは26号店となる2nd STREET Cheras Traders Squareはハイパーマーケット内にある売り場面積約70坪の店舗です。清潔感のある店内に、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



2nd STREET MALAYSIA <https://www.2ndstreet.global/>



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

※2025年6月末時点26店舗。
括弧内の数値は前期末比。

順調に出店を進めるタイの戦略



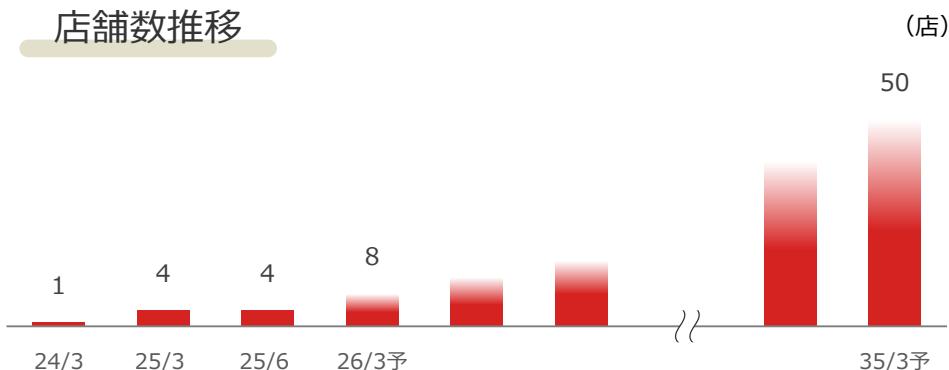
- リユース市場黎明期の東南アジアにて、買取と販売を国内完結するモデルを構築し、海外展開を加速します。
- タイは、都市部に住む人口の割合が50%を超えるなど都市化が加速しており、今後も人口増加が予測されるバンコク首都圏を中心に出店を続けます。

Bangkok : The Mall Bangkapi (2025年8月オープン予定)



8月にタイで5店舗目となる、The Mall Bangkapiのショッピングモール内に売場面積約83坪の店舗を出店します。MRTの駅から徒歩5分の好立地にあり、学生やファミリー層を中心に多くのお客様が来店され、賑わいを見せています。国内の2nd STREET同様に、高価格帯から低価格帯までの幅広いリユース衣料・服飾雑貨を取り揃えています。

店舗数推移



2nd STREET THAILAND <https://2ndstreet-th.com/>



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

※2025年6月末時点4店舗。
括弧内の数値は前期末比。

2026年3月期 シンガポール・香港に第1号店を出店



香港では近年、環境意識の高まりとともにリユース品の需要が増加していますが、新品志向が根強く、市場全体としてはまだ拡大の余地があります。一方、シンガポールでは政府がサステナビリティ政策を推進しているものの、ファッション分野におけるリユースは一般的ではなく、今後の成長が期待される市場です。当社グループは、香港とシンガポールで、経済が成熟した国・エリアにおけるリユース市場の掘り起こしに挑戦します。

シンガポール・香港での出店地域

Orchard : 313@somerset (2025年4月オープン)



Orchard Rdはシンガポール最大の商業エリアであり、ラグジュアリーからカジュアルまで幅広いブランドが揃うショッピング街として知られています。その中でも、当社1号店が位置するSomersetエリアは特に若者に人気があり、出店する商業施設は地下鉄MRTと直結しています。また、同店の買取サービスはオープンと同時に開始となります。

2nd STREET SINGAPORE <https://2ndstreet-sg.com/>

Mong Kok : MOKO新世紀廣場 (2025年5月オープン)



日本全国のセカンドストリートで買取したリユース衣料・服飾雑貨を厳選して取り扱います。ブランド古着から手頃な価格帯のアイテムまで、多彩なカテゴリー・ブランドを幅広く取り揃えています。オープンと同時に買取サービスも開始し、現地での買取ニーズを見極めながら、積極的な事業展開を目指していきます。

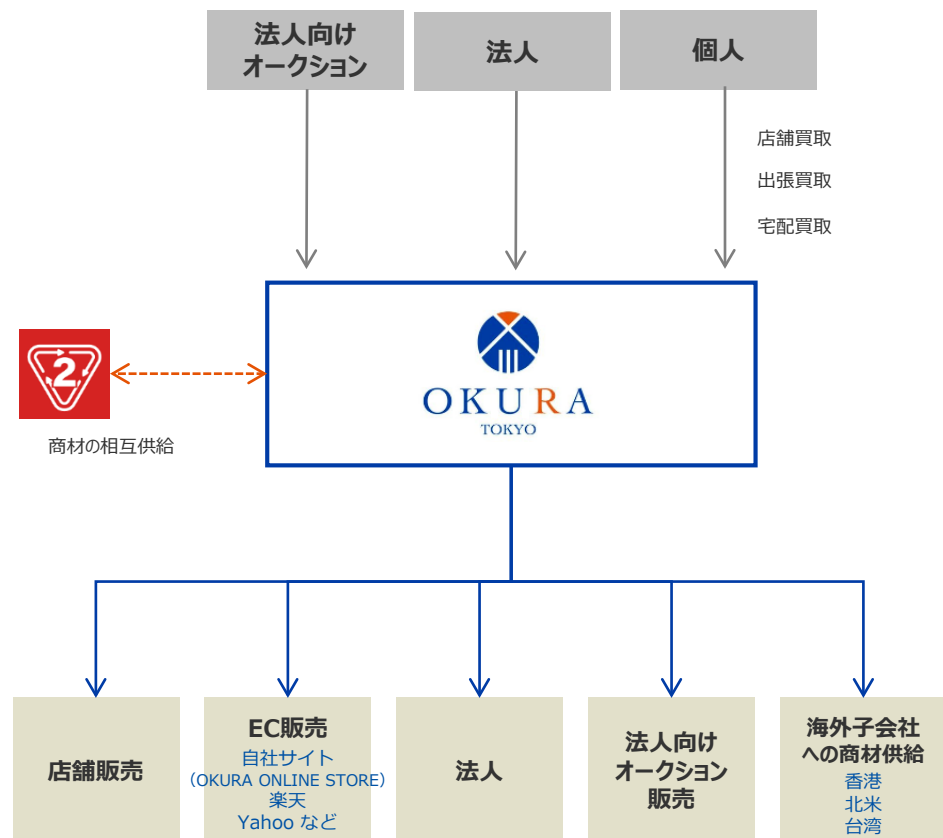
2nd STREET HONGKONG <https://2ndstreet-hk.com/>



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 のビジネス概要



OKURA が展開するオークション事業

			
特徴	毎月開催。時計やバッグ、宝飾品だけではなく、着物や道具類まで幅広く取り扱っている。	日本最大級のオークション。高級時計に強みを持っている。	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。
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

OKURA が展開する店舗事業

			
特徴	時計やバッグ、宝飾品を中心に、買取、販売を行うリユースショップ。	ウィメンズのヴィンテージアイテムを中心に取扱うリユースショップ。	横浜・福岡・熊本でバッグ・時計・ジュエリー・化粧品等の質・買取・販売を行う。
主な取扱品目	時計、バッグ、宝飾品	時計、バッグ、宝飾品	時計、バッグ、宝飾品、化粧品等

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を行います。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



リユースのスマホ・タブレット端末でトップシェア



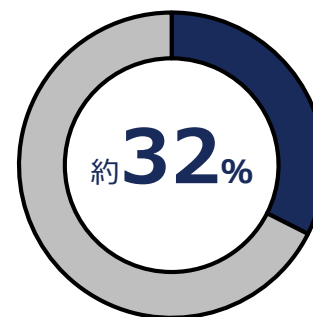
■ GEO・GEO mobile を中心に、成長著しいリユースのスマホ・タブレット端末市場で更なるシェア向上を図り、2026年3月までに800店舗※の出店を目指します。

■ 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

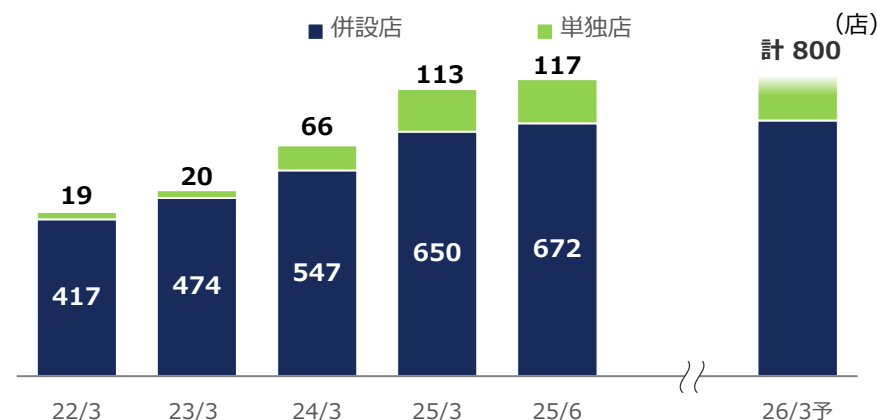
販売店舗	全国のGEO・GEO mobile の在庫を一元管理しているため、需要に応じた適切な販売が可能
販売する端末	- 端末内はすべて初期化するから安心・安全 - 端末は外部・内部ともにしっかりクリーニング - 初期不良に対して30日間の安心保障   
SIMカード	- 全国のGEO・GEO mobile にて、「UQ」、「Y!mobile」のSIMカードを販売 - GEO・GEO mobile 20店舗にて、「HIS Mobile」の取り扱いを開始
店頭サポート	安心の店頭サポート、特にGEO mobile では専門の相談員によるサポートを提供

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。

© GEO HOLDINGS CORPORATION

■ オフプライスストアは日本ではまだ馴染みが少ない循環型システムですが、より全国へ広げることで、今までにない新たな買い物体験を実現します。

Luck Rack

オフプライスストアって何？

価値ある新品商品をいつでも驚きの価格で提供しています。アウトレットでも古着でもない、新しい買い物のかたちです。

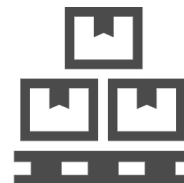


お買い得な理由

販売時期が過ぎてしまった在庫製品などからセレクトしています。パートナー企業の協力により、特別な割引が可能になります。



特別提供品



余剰在庫品



季節外商品

サステナブルな未来へ

製品の大量廃棄を減らし、廃棄時に発生するCO2も削減しています。モノと地球を大切にする気持ちから生まれた、未来のための仕組みです。

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。

オフプライスストアのビジネスモデル



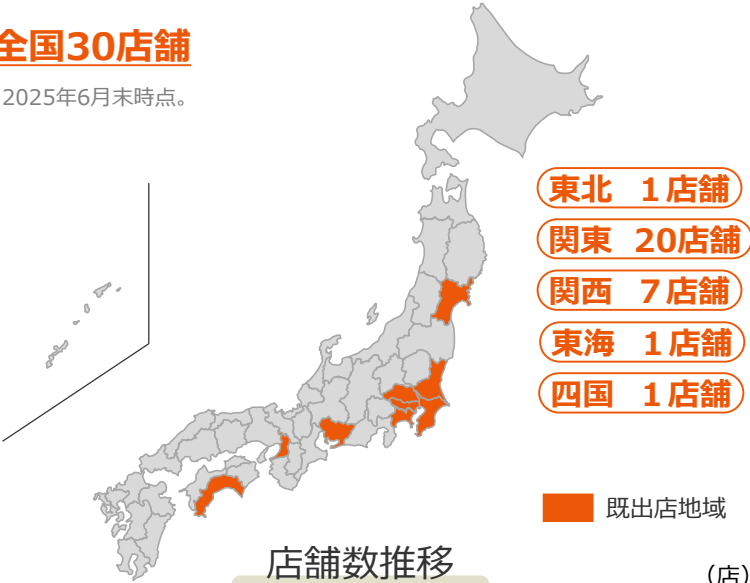
オフプライスストアとアウトレットストアの違い

	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等への出店	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

国内地方別展開地域

全国30店舗

※2025年6月末時点。



店舗数推移

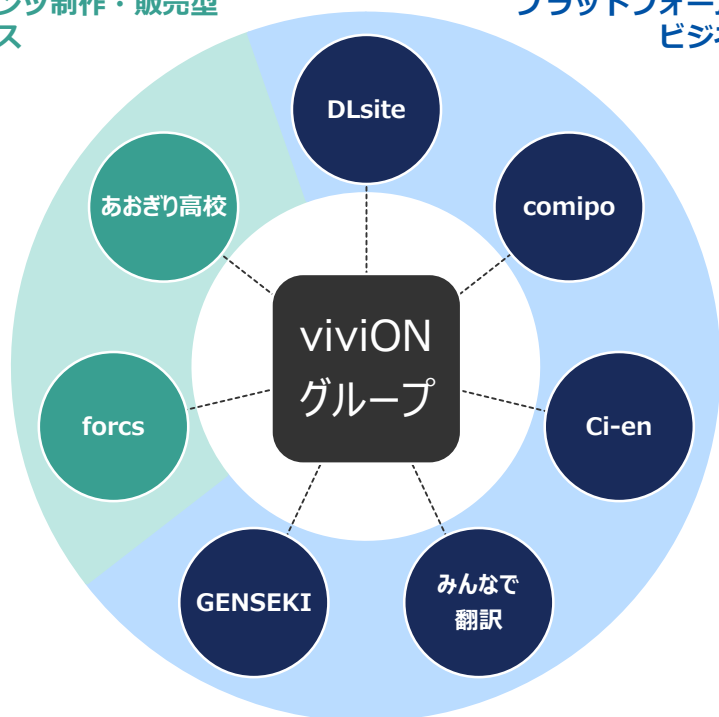


- viviONグループでは、デジタルコンテンツのプラットフォーム型ビジネス、コンテンツの制作・販売ビジネスを展開しています。
- 二次元コンテンツダウンロードサイトの「DLsite」は国内最大級の作品数を取り揃えるとともに、14言語でサービスを展開しております。また、「comipo」ではマンガを音で楽しむボイスコミックを提供、新しいビジネスモデルとして「みんなで翻訳」、クリエイター支援の「Ci-en」などの事業を手掛けています。

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

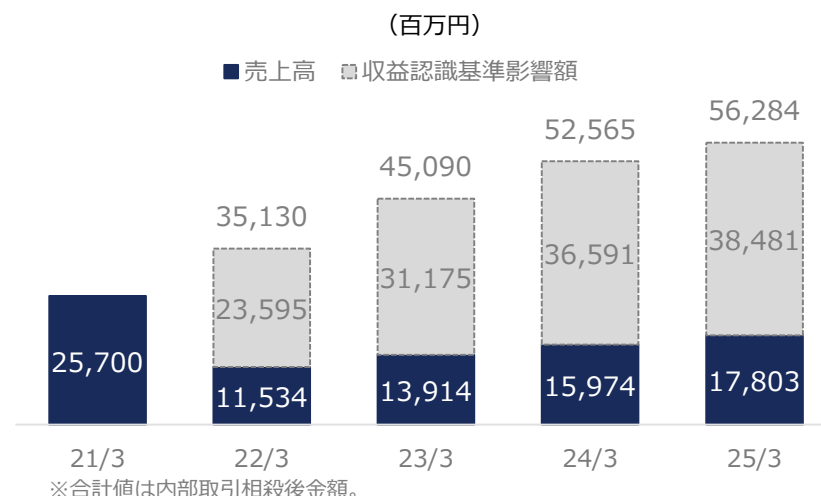


世界最大の二次元コンテンツダウンロードサイト。配信作品が130万作品に到達いたしました。



「聴いて」「楽しむ」マンガアプリ 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



5. その他の取組み

取組み一覧

リユースアライアンス事業



今後、リリース予定の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しするか、ゲオグループの販売力を活かし、販売促進いたします。

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)



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東京都（離島を除く）・横浜市・川崎市に拡大しました。引き続き首都圏に拡大する予定です。

セカンドストレージ：<https://www.2ndstorage.com/>



ゲオあれこれレンタル



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。家庭用ゲーム機本体「PS5」のレンタルを開始し、好評いただいております。

ゲオあれこれレンタル：<https://geo-arekore.jp/>



viviON BLUE



viviON BLUEは株式会社viviONが運営する、二次元コンテンツ専門の総合オンラインストアです。取り扱い製品はすべて正規品のみ。ライトなファンからディープなファンまで、ワクワクするショッピングを提供します。

viviON BLUE：<https://vivionblue.com/>



全国のゲオ50店舗で 「viviONグッズ コーナー」を常設



2025年7月1日（火）より全国のゲオショップ50店舗にて、二次元コンテンツグッズの常設コーナーを展開します。viviONの「ユーザー、クリエイターが楽しみながら、幸せに生きていける社会にする」というパーパスとゲオグループの「豊かで楽しい日常の暮らしを提供する」という理念を同時に実現するものです。ゲオストアが持つ全国的な販売網とviviONが持つコンテンツ企画開発力というグループシナジーを最大限に活かし、全国の各コンテンツファンの皆さまへリアル店舗ならではの購買体験をお届けします。

株式会社viviON：<https://vivion.jp/>



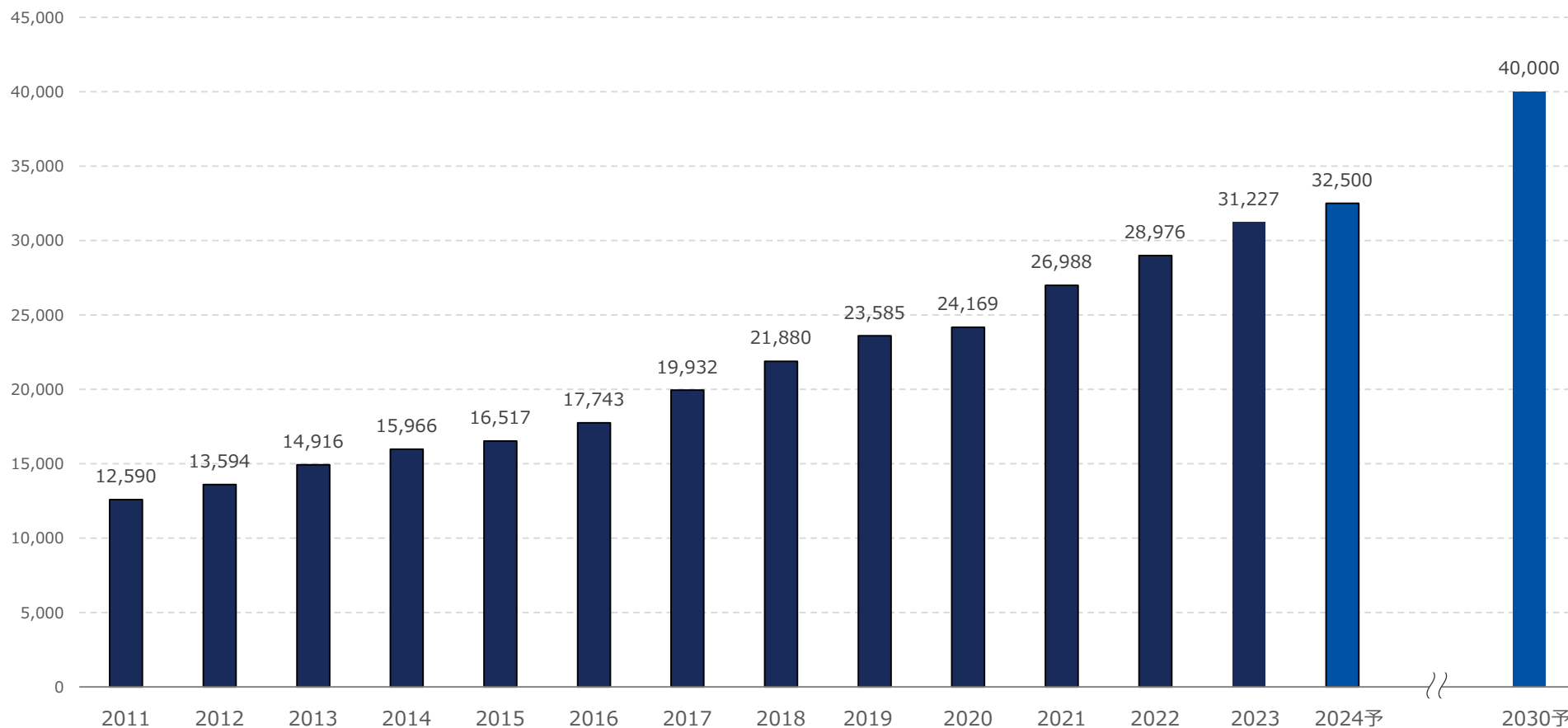
6. 補足資料

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。

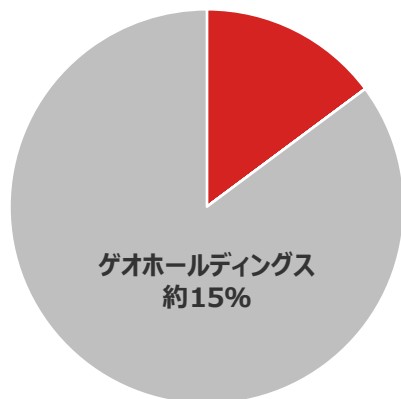
■ 全世界的なリユースの潮流による一次流通企業の環境保全取り組み推進や越境ECの発展、リユースショップの利用に抵抗がない「リユースネイティブ」世代の拡大成長など、国内リユース市場は長期的成長が期待できます。

(億円)

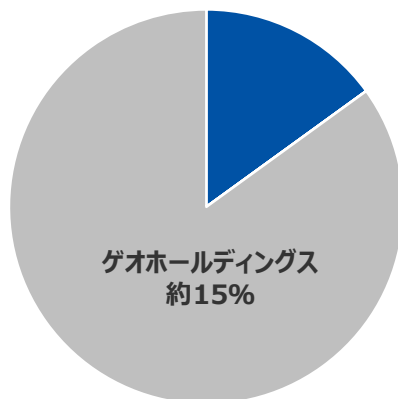


リユースの主要商材別の国内シェアと国内市場規模推移

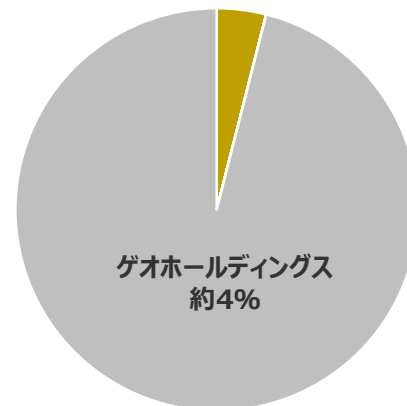
衣料・服飾品シェア



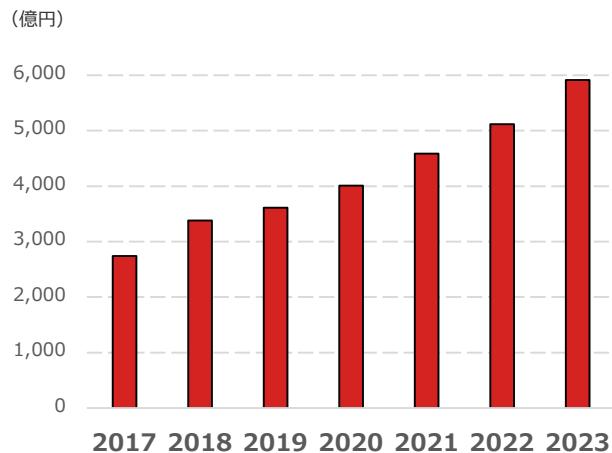
ブランド品シェア



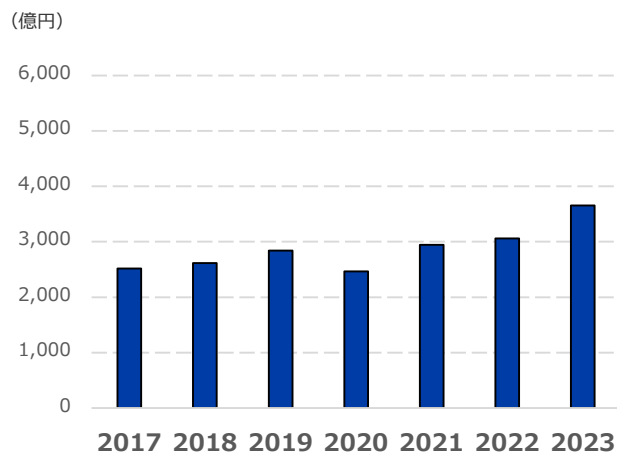
家具・家電シェア



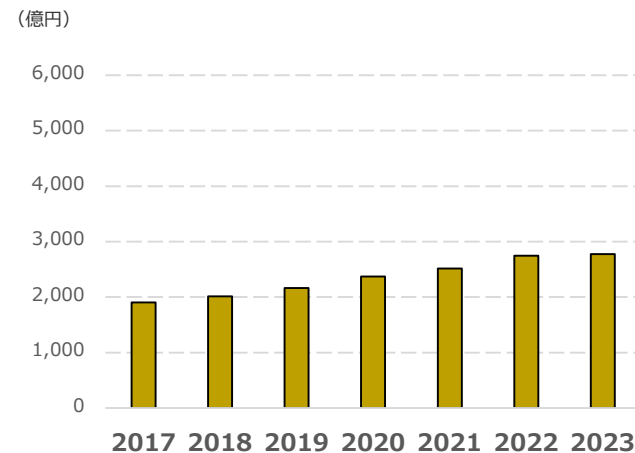
衣料・服飾品市場規模



ブランド品市場規模

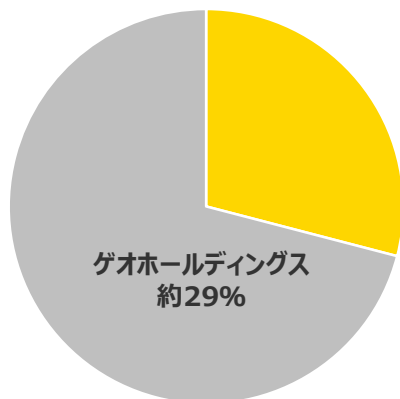


家具・家電市場規模

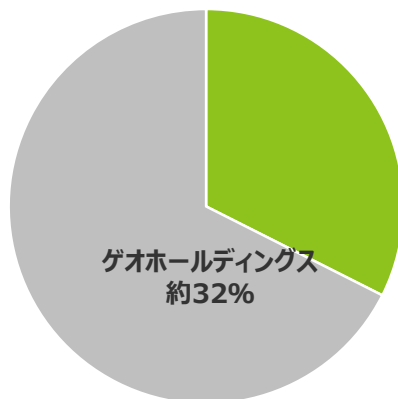


リユースの主要商材別の国内シェアと国内市場規模推移

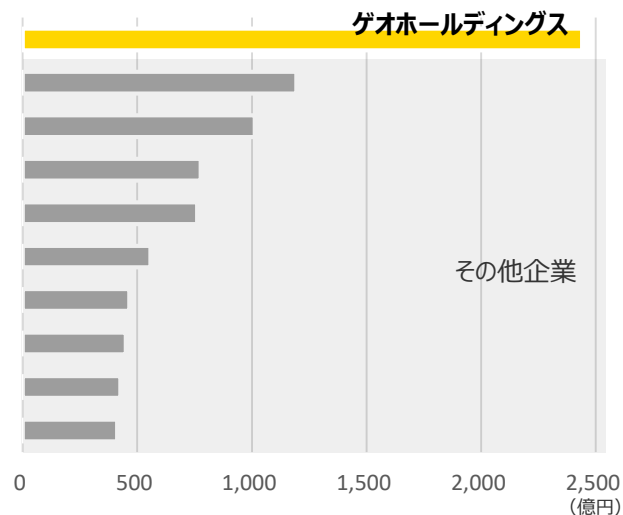
ゲーム・メディアシェア



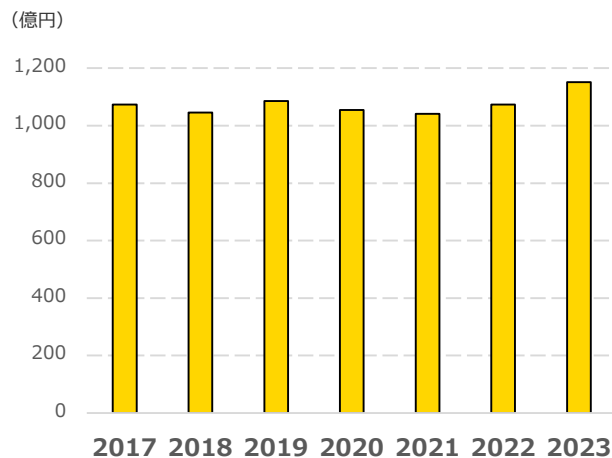
携帯・スマホシェア



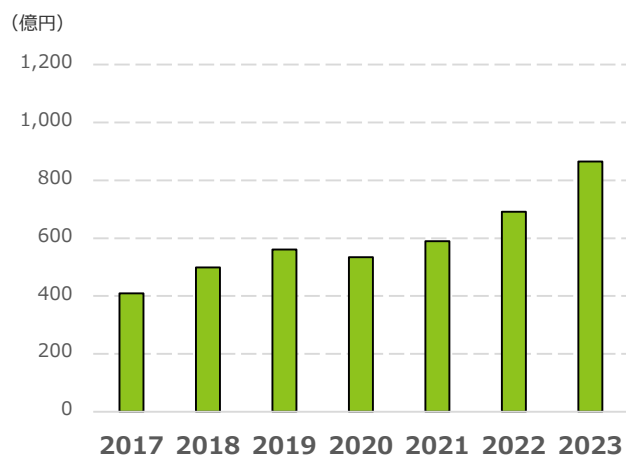
リユース売上ランキング



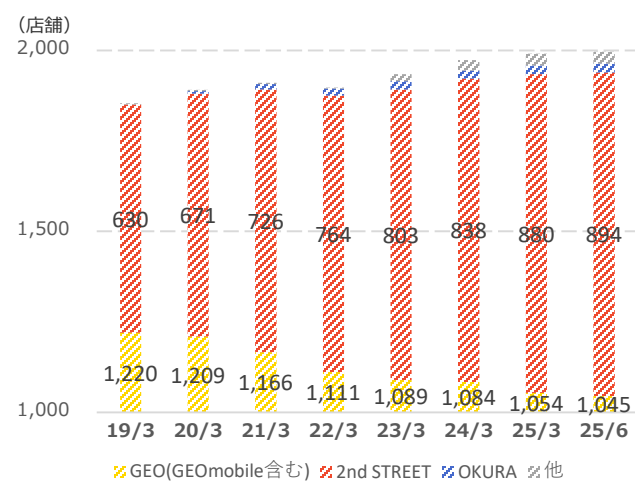
ゲーム・メディア市場規模



携帯・スマホ市場規模



当社国内リユース店舗推移



国内 2nd STREET 店舗タイプ

国内の2nd STREETはあらゆるニーズに対応できるよう、様々な店舗タイプがあります。

フルスペックリユース



セカンドストリートが取り扱うあらゆるアイテムの販売、買取を行う国内最大級のリユースショップ

アパレルリユース

ファッションアイテムに加え、一部の店舗では家具・家電の買取も行うアパレル特化のリユースショップ

アウトドア専門店

ウェアをはじめ、キャンプ用品、スポーツ用品を専門に販売、買取を行うショップ

トータルリユース



衣料・服飾雑貨・家電・楽器などを中心に、一部の店舗では家具の販売、買取を行うリユースショップ

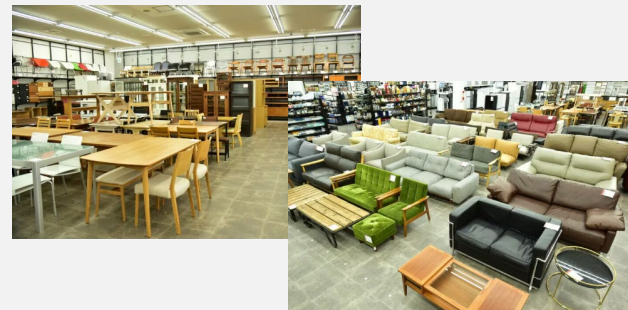
ユーズドセレクト

ブランド古着を中心にバイヤーが選定したファッションアイテムの販売、買取を行う都市型セレクトショップ

楽器専門店

弦楽器を中心に、楽器の周辺機器や消耗品を専門に販売、買取を行うショップ

インテリア



家具、家電、生活雑貨などを中心に販売、買取を行うリユースショップ

ブランド専門店

衣料・時計・バッグなどラグジュアリーブランドを専門に販売、買取を行うショップ

買取専門店

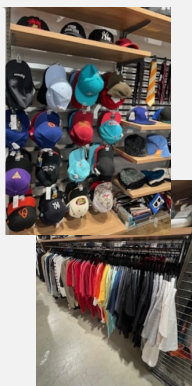
衣料服飾品・家具・家電・楽器などのあらゆるアイテムの買取サービスのみを専門に扱うショップ

海外 2nd STREET 店舗タイプ

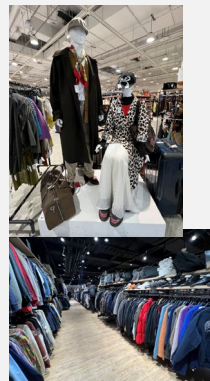
海外の2nd STREETは路面店や商業施設内など地域に応じた店舗タイプがあります。



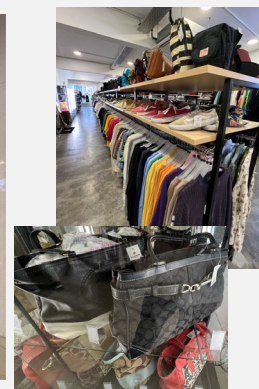
米国



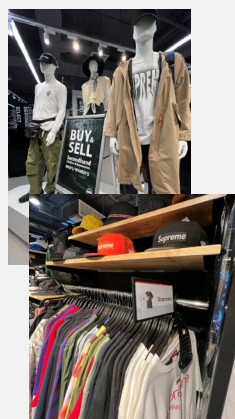
台湾



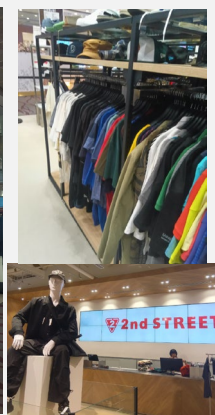
マレーシア



タイ



シンガポール



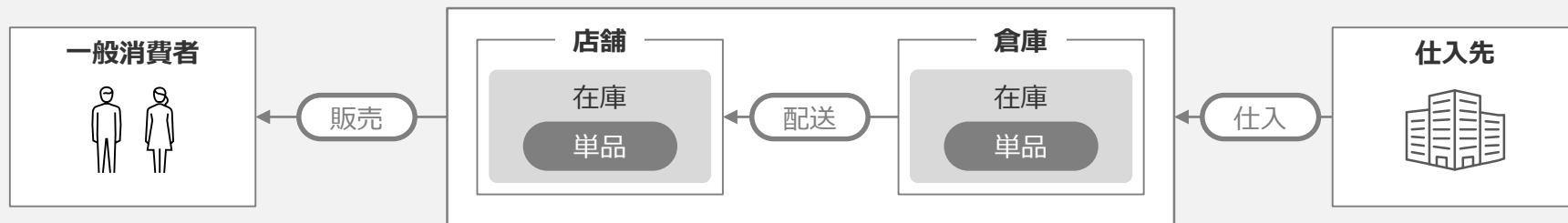
香港



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い取る。

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。

個品の特徴

2026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				2026年3月期			
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
売上高	106,725	109,035	111,640	106,446	100,147	99,576	116,432	111,512	104,460			
(前期増減率)	31.1%	19.6%	4.2%	9.1%	▲6.2%	▲8.7%	4.3%	4.8%	4.3%			
売上総利益	39,289	36,597	43,081	40,855	41,694	40,092	45,491	43,392	44,813			
(前期増減率)	14.9%	6.2%	9.6%	18.4%	6.1%	9.6%	5.6%	6.2%	7.5%			
(売上総利益率)	36.8%	33.6%	38.6%	38.4%	41.6%	40.3%	39.1%	38.9%	42.9%			
販管費	33,498	35,081	37,045	37,384	37,328	39,044	41,086	41,962	40,820			
(前期増減率)	11.0%	8.9%	8.2%	6.1%	11.4%	11.3%	10.9%	12.2%	9.4%			
営業利益	5,790	1,516	6,036	3,470	4,366	1,048	4,405	1,430	3,993			
(前期増減率)	43.8%	▲33.1%	19.2%	—	▲24.6%	▲30.9%	▲27.0%	▲58.8%	▲8.5%			

2026年3月期 商材別四半期売上高推移

単位：百万円	2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期			
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
リユース	55,787	57,005	66,599	64,697	65,665	62,274	73,925	72,049	64,421			
リユース系	39,299	39,457	45,945	44,979	46,204	41,119	53,028	49,893	44,510			
衣料・服飾雑貨※1	19,828	18,850	25,814	23,108	24,109	21,912	29,758	26,388	27,561			
家具・家電※1	2,562	2,622	2,858	2,959	3,022	2,939	3,021	2,986	3,110			
ラグジュアリー※4	12,975	14,294	12,835	14,667	14,566	12,293	15,448	15,953	9,160			
その他※1	3,933	3,691	4,437	4,244	4,506	3,974	4,800	4,566	4,678			
メディア系	16,488	17,547	20,654	19,717	19,461	21,155	20,897	22,156	19,910			
ゲーム※2	7,839	7,974	9,120	8,504	7,812	8,295	8,313	8,628	7,733			
スマホ・タブレット※2,3	7,305	8,268	10,218	9,924	10,348	11,602	11,294	12,249	10,983			
その他※2	1,343	1,305	1,316	1,289	1,300	1,257	1,289	1,278	1,194			
新品※2	37,025	37,250	30,856	27,258	21,257	23,235	28,947	25,660	26,446			
その他	13,912	14,779	14,184	14,491	13,224	14,066	13,559	13,802	13,592			
デジタルコンテンツ※5	3,767	4,171	3,821	4,212	3,726	4,379	4,442	4,614	4,782			
レンタル※2	8,253	8,337	8,183	8,019	7,401	7,446	7,021	6,778	6,572			
その他	1,890	2,269	2,179	2,259	2,096	2,240	2,095	2,409	2,238			
合計	106,725	109,035	111,640	106,447	100,147	99,576	116,432	111,512	104,460			



2026年3月期 商材別四半期売上総利益推移

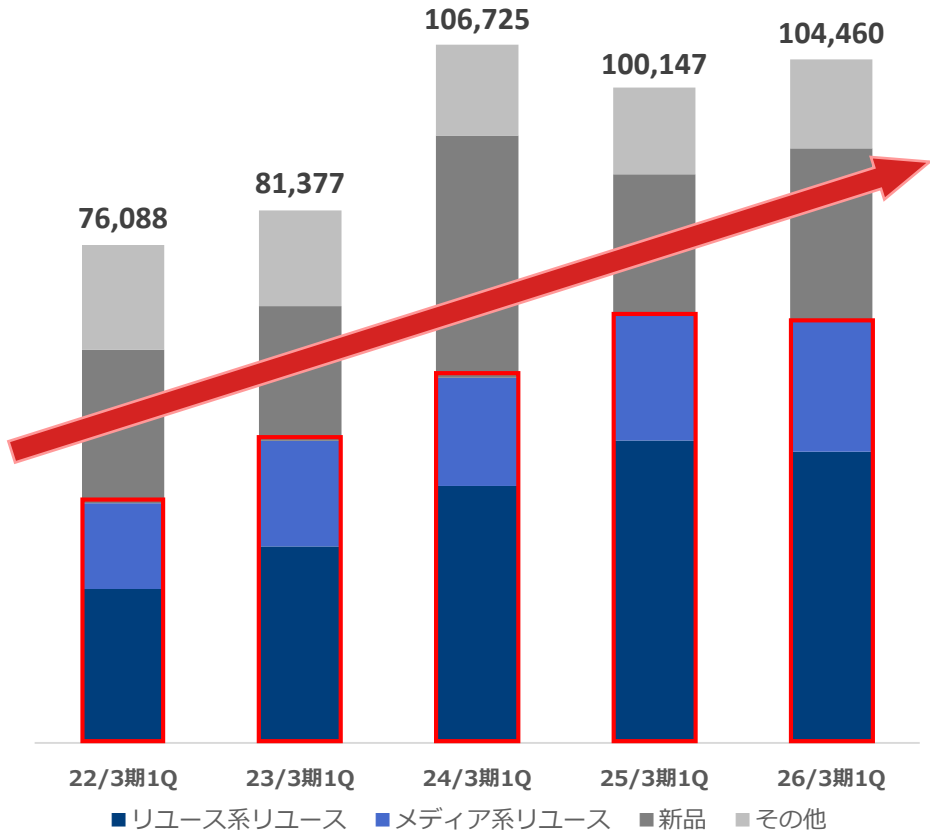
単位：百万円	2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期			
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
リユース	25,170	23,551	28,751	26,284	28,897	25,878	31,690	28,840	30,826			
リユース系	19,357	17,550	22,367	20,171	22,686	19,101	25,310	22,383	24,698			
衣料・服飾雑貨※1	13,189	11,972	16,226	14,090	15,882	13,806	18,660	16,505	18,385			
家具・家電※1	1,573	1,552	1,698	1,747	1,868	1,750	1,839	1,798	1,915			
ラグジュアリー※4	1,777	1,472	1,232	1,341	1,666	721	1,309	846	944			
その他※1	2,817	2,553	3,210	2,992	3,270	2,824	3,500	3,233	3,453			
メディア系	5,812	6,002	6,383	6,113	6,210	6,776	6,379	6,456	6,128			
ゲーム※2	2,467	2,540	2,697	2,455	2,487	2,831	2,509	2,469	2,290			
スマホ・タブレット※2,3	2,117	2,281	2,503	2,488	2,528	2,795	2,690	2,810	2,701			
その他※2	1,227	1,180	1,183	1,169	1,195	1,150	1,180	1,177	1,136			
新品※2	5,002	2,589	5,132	4,392	3,886	4,248	5,099	4,617	4,926			
その他	9,116	10,457	9,197	10,178	8,910	9,966	8,702	9,934	9,060			
デジタルコンテンツ※5	3,332	3,744	3,398	3,818	3,345	3,929	3,861	4,271	4,317			
レンタル※2	5,063	5,383	5,173	5,078	4,712	4,737	4,413	4,195	4,020			
その他	720	1,328	626	1,282	852	1,298	427	1,468	723			
合計	39,289	36,597	43,081	40,856	41,694	40,092	45,491	43,392	44,813			

2026年3月期 第1四半期 売上高関連データ

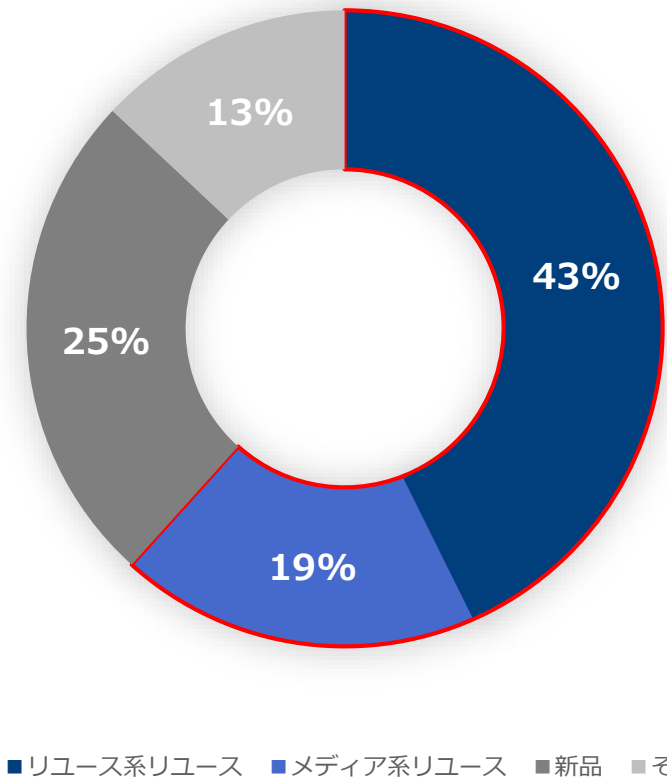
リユース市場の拡大や新規出店を背景にリユース系リユースの2nd STREETの売上は順調に売上を伸ばしております。一方、ラグジュアリー商材の売上減少と次世代家庭用ゲーム機「Nintendo Switch 2」の発売に伴い、商材の売上構成比に変化があり、2026年3月期 第1四半期の売上は1044億円で着地しました。

売上高の5年推移

(百万円)



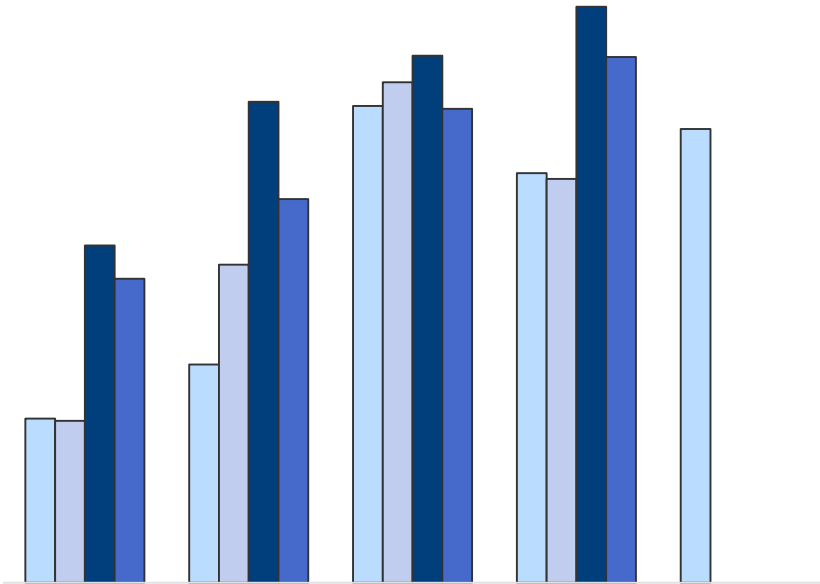
2026年3月期 第1四半期 売上高構成比



季節性に伴う四半期の動向

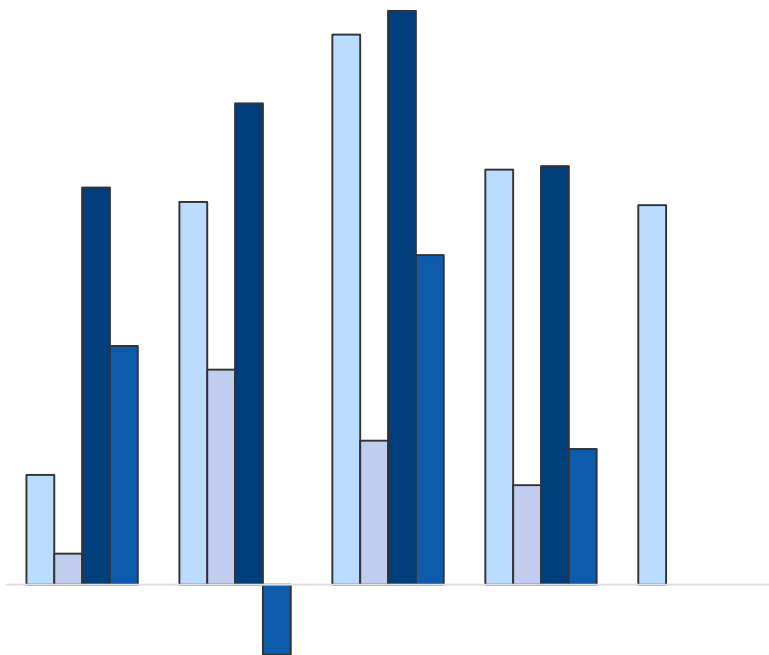
■ 当社グループの取扱い商材であるリユースの衣料・服飾雑貨、スマホ、ゲーム関連商材の需要には、特有の季節性があることから、売上高・営業利益は下半期の比重が高くなる事業特性があります。

売上高



(百万円)	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期	26.3期
1Q	76,088	81,377	106,725	100,147	104,460
2Q	75,860	91,185	109,035	99,576	
3Q	93,042	107,134	111,640	116,432	
4Q	89,797	97,603	106,446	111,512	

営業利益

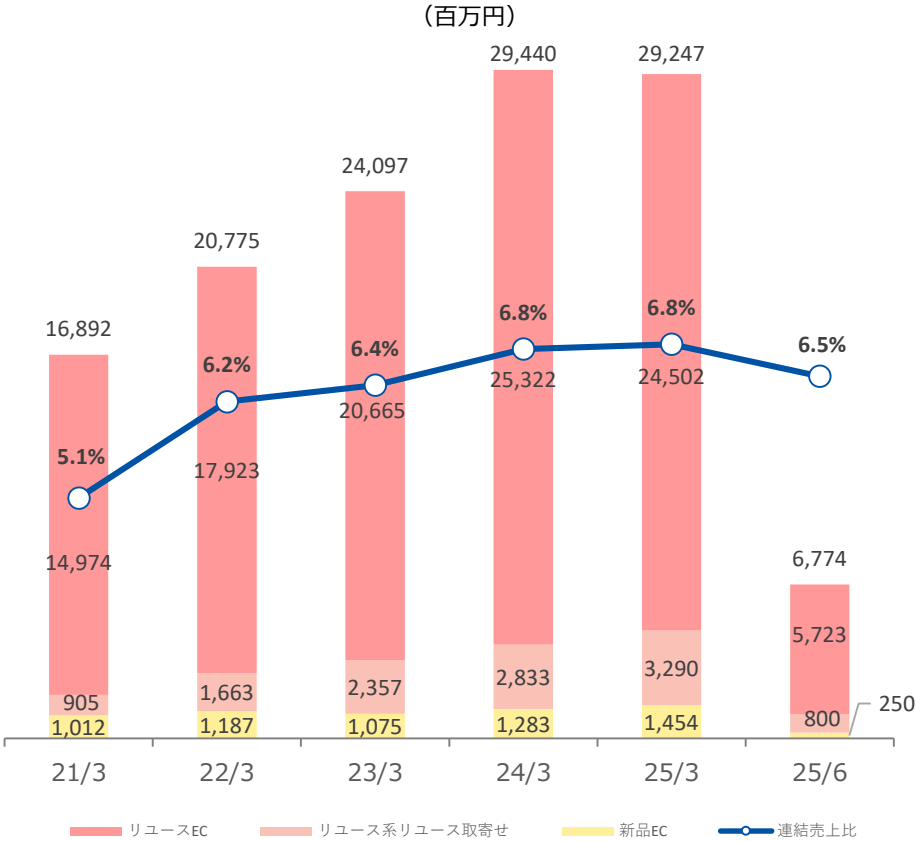


(百万円)	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期	26.3期
1Q	1,155	4,027	5,790	4,366	3,993
2Q	326	2,265	1,516	1,048	
3Q	4,178	5,064	6,036	4,405	
4Q	2,513	▲ 736	3,470	1,430	

2026年3月期 EC関与売上高・比率の推移

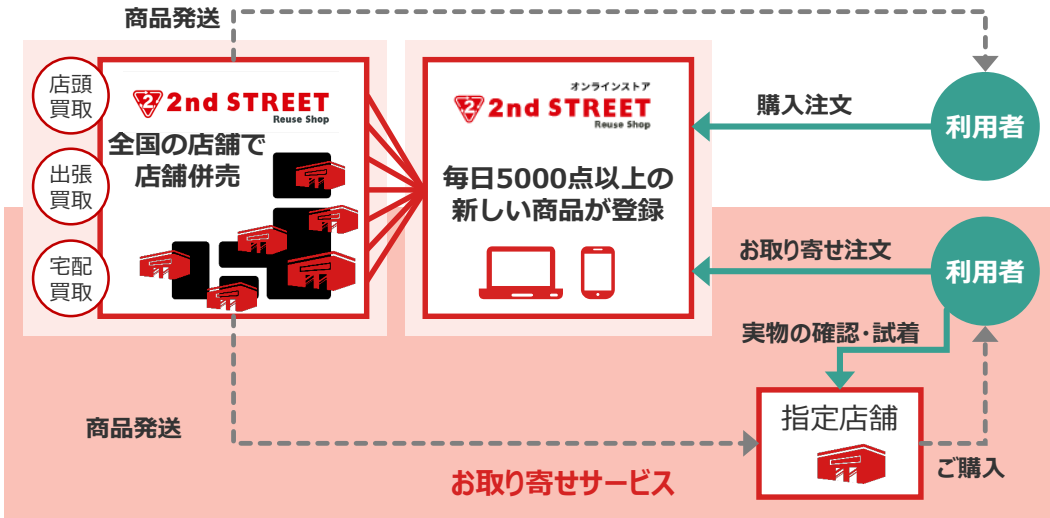
- EC関与売上高※はラグジュアリー商材とSwitch2発売によるメディア系リユースの買い控えが影響し、EC関与売上高は低調に推移しました。その結果、EC関与売上高と連結売上比はともに微減となりました。
- 直営店中心のメリットを活用した「お取り寄せサービス」は利用者の送料・手数料負担がなく、指定店舗で実物を確認・試着してから購入できるため利便性が高く、全国から一期一会の商品を手にとれるサービスとなっています。

EC関与売上高※とEC関与比率（対売上高）推移



	25.3月期 1Q実績	26.3月期 1Q実績	前年同期比 増減率
EC関与売上高（百万円）	7,146	6,774	▲ 0.5%

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。
※（参考）国内2nd STREETのEC売上比率は約 14.58%

2026年3月期 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 シエードリサーチ社（日本語版）： https://sharedresearch.jp/ja/companies/2681 シエードリサーチ社（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 ・ 決算説明会 ：代表取締役社長、取締役専務執行役員 ・ 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 ：2025年4月-2025年6月 47件 ・ 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	● 国内リユース市場最大規模の店舗、海外店舗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んでいます ● 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



サステナビリティ実現に向けて

ジオグループの最重要課題

当社グループの重要課題について、「ステークホルダーにとっての重要性」「ジ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います。

マテリアリティ（6つの最重要課題）		社会的価値創造
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	ジオグループでは事業活動により様々なモノの循環を生み出すことで、CO2の削減だけでなく、エネルギーの効率化や海外事業、地域活動の分野においても持続可能な社会を実現するための取り組みを実施しています。 未来へ繋がる事業の実現を目指し、気候変動をはじめとする環境問題へ取り組んでいきます。
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	ジオグループは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すると共に、日々の仕事を通じて豊かさや楽しさを感じられる会社であるよう、多様な働き方へのサポート制度を導入しています。 また、企業と社会の繋がりを重視し、地域活動への協賛や社会貢献活動へ取り組むことによって、社会と共に成長する企業として貢献を続けていきます。
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健全な企業文化の醸成	ジオグループでは、「豊かで楽しい日常の暮らしを提供する」を企業理念とし、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の提供を追求しています。 今後も、企業価値の最大化を図るため、変化する経営環境に迅速かつ的確に対応するとともに、経営内容の透明性の向上、法令遵守の徹底を図ることにより、コーポレート・ガバナンスの強化に努めていきます。

「循環型社会の実現・促進」を掲げ、持続可能な社会の実現に貢献する

詳細については、ジオホールディングスHP「サステナビリティ」をご覧ください。

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



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

Email

info@geonet.co.jp