



2026年3月期 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. 2026年3月期 連結業績
3. 2027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	93億17百万円 (2026年3月31日現在)
株式上場市場	東京証券取引所 プライム市場

ゲオグループの主なショップと主要な取扱い商材

	 2nd STREET	 GEO	 GEO mobile	 OKURA	 Luck Rack	 カプセル薬局
店舗数(26年3月末時点)	1,079店 (内 海外148店)	1,027店 (内 GEO mobile単独141店、併設696店)		23店 (内 海外3店)	45店	61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・PC	リユース	リユース	リユース			
DVD・Blu-ray・CD・コミック		レンタル・新品				
カプセルトイ		新品				新品
特色	リユース衣料・服飾雑貨でトップシェアを誇っております。買取専門店、アウトドアや楽器などの専門店も展開しております。	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を維持しております。ゲーム機本体・ソフトのほか、A V家電・スマホアクセサリー、新品の衣料品・生活雑貨を展開しております。	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を維持しております。スマホの専門スタッフによるサービスを提供しております。	ラグジュアリー商材として、主に時計・バックを展開しております。お蔵のオークションを通じて、安定的な商材供給を実現しております。	メーカーから余剰在庫を調達し、割安価格で提供するOPS(オププライスストア)を展開しております。	「薬局」をモチーフにしたカプセルトイ専門店です。GEO限定商品を含む豊富なラインナップで「楽しさ」を処方いたします。

※店舗によっては、取扱い無し。



2. 2026年3月期 連結業績

業績ハイライト

連結売上高は 4,812億円（前期比12.5%増）

リユース衣料・服飾雑貨商材：売上高 1,223億円（前期比19.7%増）

リユースラグジュアリー商材：売上高 575億円（前期比1.1%減）

リユーススマホ・タブレット商材：売上高 488億円（前期比7.3%増）

新品商材：売上高 1,243億円（前期比25.5%増）

営業利益 142億円（前期比26.6%増）、**経常利益 153億円**（前期比25.6%増）、

親会社に帰属する当期純利益 87億円（前期比92.6%増）

TOPIC

- ・ 2nd STREETは国内外合計100店舗を新規出店、積極的な拡大路線を継続
- ・ 2nd STREETがGEOの店舗数を抜き、グループ最多に
- ・ 新フォーマット：GEO DIGITAL BASEの展開を開始
- ・ 統合報告書を発行
- ・ 商号変更についてを公表

2026年3月期 連結損益計算書

■ **全体業績は増収増益**：売上高および各利益はともに前期を大幅に上回っており、好調に推移いたしました。また、為替差益を7億円、特別利益として、負ののれん発生益を15億円計上しております。

■ **リユースは好調**：引き続き、衣料・服飾雑貨商材が牽引いたしました。また、国内外への積極的な出店に加え、消費者のリユース志向の高まりが追い風として寄与いたしました。

■ **新品は大幅増収**：「Nintendo Switch 2」本体が安定供給され、売上を大きく牽引いたしました。

単位：百万円	25.3月期 通期実績	26.3月期 通期実績	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	427,669	481,249	53,580	12.5%
売上総利益	170,671	189,446	18,774	11.0%
(売上総利益率)	39.9%	39.4%	-	▲ 0.5pt
販管費	159,421	175,207	15,785	9.9%
営業利益	11,250	14,239	2,989	26.6%
(営業利益率)	2.6%	3.0%	-	0.3pt
経常利益	12,224	15,348	3,123	25.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,537	8,738	4,200	92.6%

2026年3月期 商材別売上高

単位：百万円	25.3月期 通期実績	26.3月期 通期実績	前期比 増減額	前期比 増減率
リユース	273,915	300,606	26,690	9.7%
衣料・服飾雑貨※ ¹	102,168	122,310	20,142	19.7%
家具・家電※ ¹	11,968	12,975	1,007	8.4%
ラグジュアリー※ ⁴	58,261	57,595	▲ 665	▲ 1.1%
ゲーム※ ²	33,048	34,041	993	3.0%
スマホ・タブレット※ ^{2,3}	45,494	48,830	3,335	7.3%
その他リユース系※ ¹	17,848	19,965	2,116	11.9%
その他メディア系※ ²	5,126	4,887	▲ 238	▲ 4.7%
新品※ ²	99,100	124,333	25,232	25.5%
その他	54,653	56,310	1,656	3.0%
デジタルコンテンツ※ ⁵	17,163	20,922	3,758	21.9%
レンタル※ ²	28,647	25,131	▲ 3,516	▲ 12.3%
その他	8,841	10,256	1,415	16.0%
合計	427,669	481,249	53,580	12.5%

新規出店による販売チャネルの拡大にともない、国内外の2nd STREETにおける中心商材である衣料・服飾雑貨の販売は、引き続き順調に成長しています。

上期は米国関税の影響により減少したものの、時計相場の回復に伴い、業績は好転の兆しを見せています。

GEO mobileにおける新規出店および併設店舗の増加を主因として、増収を達成しております。

「Nintendo Switch 2」や周辺機器を含むゲーム関連が好調に推移したほか、新品トレカ商材やPB商材も堅調に伸びています。

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 商材別売上総利益

単位：百万円	25.3月期 通期実績	26.3月期 通期実績	前期比 増減額	前期比 増減率
リユース	115,306	130,338	15,031	13.0%
衣料・服飾雑貨※ ¹	64,853	77,734	12,880	19.9%
家具・家電※ ¹	7,255	7,811	556	7.7%
ラグジュアリー※ ⁴	4,544	4,671	126	2.8%
ゲーム※ ²	10,296	9,445	▲ 851	▲ 8.3%
スマホ・タブレット※ ^{2,3}	10,824	12,318	1,494	13.8%
その他リユース系※ ¹	12,829	13,753	924	7.2%
その他メディア系※ ²	4,703	4,604	▲ 99	▲ 2.1%
新品※ ²	17,851	20,664	2,813	15.8%
その他	37,513	38,443	929	2.5%
デジタルコンテンツ※ ⁵	15,407	18,601	3,193	20.7%
レンタル※ ²	18,059	15,759	▲ 2,300	▲ 12.7%
その他	4,046	4,083	37	0.9%
合計	170,671	189,446	18,774	11.0%

新規出店による販売チャネルの拡大にともない、国内外の2nd STREETにおける中心商材である衣料・服飾雑貨の販売は、引き続き順調に成長しています。

米国関税の影響で低利益の卸売が減少し減収となったものの、商材ミックスの改善により粗利は増益いたしました。

GEO mobileにおける新規出店および併設店舗の増加を主因として、増益を達成しております。

「Nintendo Switch 2」や周辺機器を含むゲーム関連が好調に推移したほか、新品トレカ商材やPB商材も堅調に伸びています。

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 販売管理費

- 人材採用にともなう従業員の増員、給与のベースアップ、および新規出店によるコスト増加が継続しております。
- 広告宣伝費の内製化による抑制はあったものの、販管費合計は前期比9.9%増となり、概ね想定の範囲内で推移いたしました。

単位：百万円	25.3月期 通期実績	売上高比	26.3月期 通期実績	売上高比	前期比 増減額	前期比 増減率
販売費計	20,553	4.8%	21,289	4.4%	735	3.6%
広告宣伝費	8,441	2.0%	7,777	1.6%	▲ 663	▲ 7.9%
販売手数料	7,975	1.9%	9,064	1.9%	1,089	13.7%
運送費	2,814	0.7%	2,797	0.6%	▲ 16	▲ 0.6%
人件費計	74,970	17.5%	85,315	17.7%	10,345	13.8%
その他諸経費計	63,897	14.9%	68,602	14.3%	4,704	7.4%
水道光熱費	5,557	1.3%	5,239	1.1%	▲ 318	▲ 5.7%
地代家賃	30,726	7.2%	32,671	6.8%	1,944	6.3%
減価償却費	6,033	1.4%	7,438	1.5%	1,405	23.3%
備品消耗品費	3,463	0.8%	2,997	0.6%	▲ 465	▲ 13.4%
修繕費	792	0.2%	682	0.1%	▲ 109	▲ 13.8%
販管費計	159,421	37.3%	175,207	36.4%	15,785	9.9%

※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 連結貸借対照表

単位：百万円	2025年 3月31日	構成比	2026年 3月31日	構成比	増減額
流動資産	165,072	65.3%	196,393	66.5%	31,320
現金及び預金	60,090		86,656		26,566
売掛金	15,930		18,792		2,862
商品	73,887		77,062		3,175
固定資産	87,735	34.7%	98,817	33.5%	11,082
有形固定資産	56,283		64,498		8,214
無形固定資産	5,030		5,447		417
投資その他資産	26,421		28,871		2,450
資産合計	252,807	-	295,211	-	42,403
流動負債	46,603	18.4%	54,899	18.6%	8,295
買掛金	12,686		12,469		▲ 217
1年以内返済予定の長期借入金	10,849		13,421		2,571
固定負債	115,734	45.8%	142,121	48.1%	26,386
社債	12,175		12,175		0
長期借入金	71,475		93,053		21,578
負債合計	162,338	64.2%	197,020	66.7%	34,682
純資産合計	90,469	35.8%	98,190	33.3%	7,720
負債純資産合計	252,807	-	295,211	-	42,403

継続的な成長投資を控える中、金利上昇リスクを見据えた利息負担の軽減を目的として、前倒しで資金調達を実施したことにより現預金が増加しました。

新年度に向けた衣料服飾雑貨の在庫確保により増加いたしました。

事業拡大に伴う、積極的な出店やシステム投資により増加いたしました。

取引金融機関から累計で、350億円調達いたしました。

2026年3月期 連結キャッシュフロー計算書

単位：百万円	25.3月期 通期実績	26.3月期 通期実績	増減額
税金等調整前当期純利益	8,912	12,427	3,514
うち減価償却費	6,667	8,108	1,441
うち売上債権の増減額(▲は増加)	▲ 746	▲ 2,327	▲ 1,580
うち棚卸資産の増減額(▲は増加)	▲ 2,950	▲ 2,462	488
うち仕入債務の増減額(▲は減少)	▲ 1,624	▲ 647	977
営業CF 小計	13,906	25,180	11,274
うち法人税等の支払額	▲ 5,423	▲ 4,756	667
営業CF	8,012	19,475	11,463
うち有形固定資産の取得による支出	▲ 11,121	▲ 13,131	▲ 2,009
投資CF	▲ 12,494	▲ 15,339	▲ 2,845
うち短期借入金の純増減額(▲は減少)	▲ 2,000	-	2,000
うち長期借入による収入	18,000	35,000	17,000
うち長期借入金の返済による支出	▲ 8,737	▲ 10,849	▲ 2,112
うち社債の発行による収入	5,547	-	▲ 5,547
うち配当金の支払額	▲ 1,349	▲ 1,345	3
財務CF	10,778	22,489	11,710
現金及び現金同等物の増減額(▲は減少)	6,204	26,987	20,782
現金及び現金同等物の期末残高	64,760	91,747	26,987

新規出店の拡大に伴う、固定資産、リース資産の増加が要因となります。

衣料・服飾雑貨およびSwitch2関連商材の売上が伸長したことにより、前年比で増加いたしました。

取引金融機関より累計で、350億円調達いたしました。

ゲオグループの店舗数の状況

2026年3月末の総店舗数 2,274店

		直営店	(期中出店)	(期中閉店)	FC・代理店	26.3月末	25.3月末	24.3月末
2nd STREET※1	国内外合計	1,023	100	▲ 15	56	1,079	993	919
	国内計	875	64	▲ 14	56	931	880	838
	海外計	148	36	▲ 1	0	148	113	81
	米国	55	9	▲ 1	0	55	47	35
	台湾	50	11	0	0	50	39	28
	マレーシア	30	7	0	0	30	23	17
	タイ	9	5	0	0	9	4	1
	シンガポール	2	2	0	0	2	0	0
	香港	2	2	0	0	2	0	0
GEO※2	  	963	31	▲ 34	64	1,027	1,054	1,084
OKURA TOKYO※3		23	1	▲ 2	0	23	24	23
Luck Rack		45	21	▲ 3	0	45	27	18
カプセル薬局		61	27	▲ 8	0	61	42	22
その他		38	3	▲ 11	1	39	46	43
合計		2,153	183	▲ 73	121	2,274	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 141店舗を含む。併設店としてのGEO mobileは 696店舗。GEO DIGITAL BASEは 1店舗。

※3：海外店舗を含む。台湾2店舗、香港1店舗。

3. 2027年 通期業績予想

2027年3月期 通期業績予想






国内100店舗・海外38店舗の積極出店を進める2nd STREETを中心に、リユース商材の拡充や調達網の効率化を通じて売上高5,100億円の増収を目指します。一方で、賃上げや物価高騰、出店費用の増加が利益を圧迫する要因となり、2027年3月期は増収減益の業績を見込んでいます。今後は付加価値サービスの提供や在庫運用の最適化を一層加速させ、不透明な環境下においても持続的な企業価値の向上に努めてまいります。

単位：百万円	(参考) 26.3月期 通期実績	27.3月期 通期予想	(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	481,249	510,000	28,750	6.0%
営業利益	14,239	13,000	▲ 1,239	▲ 8.7%
(営業利益率)	3.0%	2.5%	—	▲ 0.5pt
経常利益	15,348	12,500	▲ 2,848	▲ 18.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,738	6,000	▲ 2,738	▲ 31.3%
直営店舗数	2,153店	2,346店 ※	193店舗出店	—
ROE※	8.91%	5.48%	▲ 3.43pt	—
NetD/Eレシオ※	0.33倍	0.30倍	0.03減	—

※直営店舗数予想は出店計画合計数（閉店を除く）

※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。

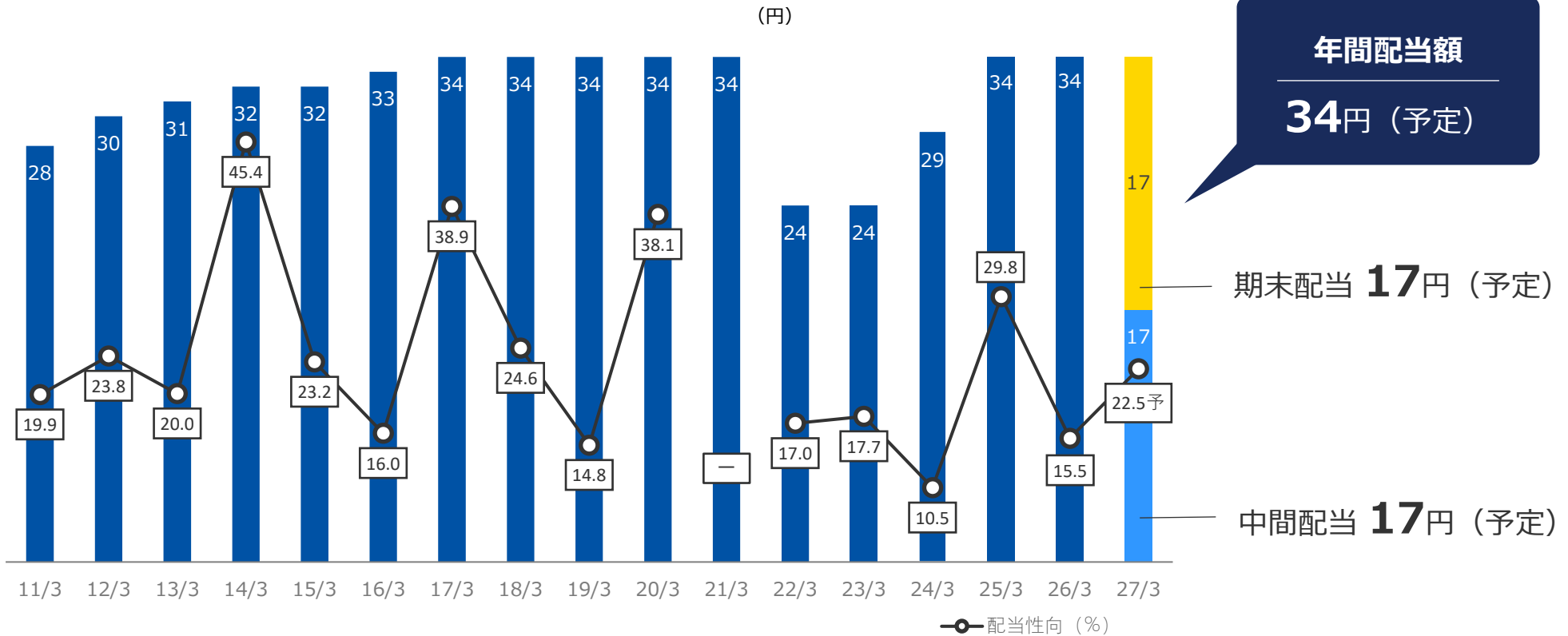
2027年3月期 出店計画

		出店計画		
		出店数	概要	
 2nd STREET	国内 100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、2027年3月期中に国内1,000店舗を達成する見込みです。さらなる店舗拡大を進める方針です。		
	海外 38店舗	米国	12店舗	主に新店舗済みエリアのドミナント強化を図ります。
		台湾	6店舗	ドミナント出店および郊外路面店への展開を継続します。
		マレーシア	6店舗	クアラルンプールおよび近郊を中心に新店舗を出します。
		タイ	6店舗	バンコク首都圏を中心に新店舗を拡大します。
		シンガポール	2店舗	都市型店舗をドミナント出店していく方針です。
香港	6店舗	都市型店舗をドミナント出店していく方針です。		
 GEO mobile	2店舗	GEO mobile単独店の新店舗を進めるとともに、既存のGEOについてもリニューアルを行い、収益を高める方針です。		
 OKURA	3店舗	繁華街立地に加え、買取専門店の新店舗も計画しています。		
 Luck Rack	30店舗	ドミナント出店を基本とし、地方都市への新店舗を拡大します。		
 カプセル薬局	20店舗	首都圏を中心に新店舗を拡大し、100店舗体制を目指す方針です。		

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います。
- 2027年3月期の配当につきましては、利益水準や財政状態などを総合的に勘案し、中間配当を1株当たり17円といたしました。また、期末配当予想も1株当たり17円とし、年間配当金は34円となる予定です。今後も財務健全性を確保しつつ、資本効率の向上と安定的かつ継続的な配当に努めてまいります。

分割調整後の1株当たり配当額推移



4. 成長に向けた取組み

成長に向けた取組みで重点的に経営資源を投入する施策のマトリックス

重点的に経営資源を投入する取組み

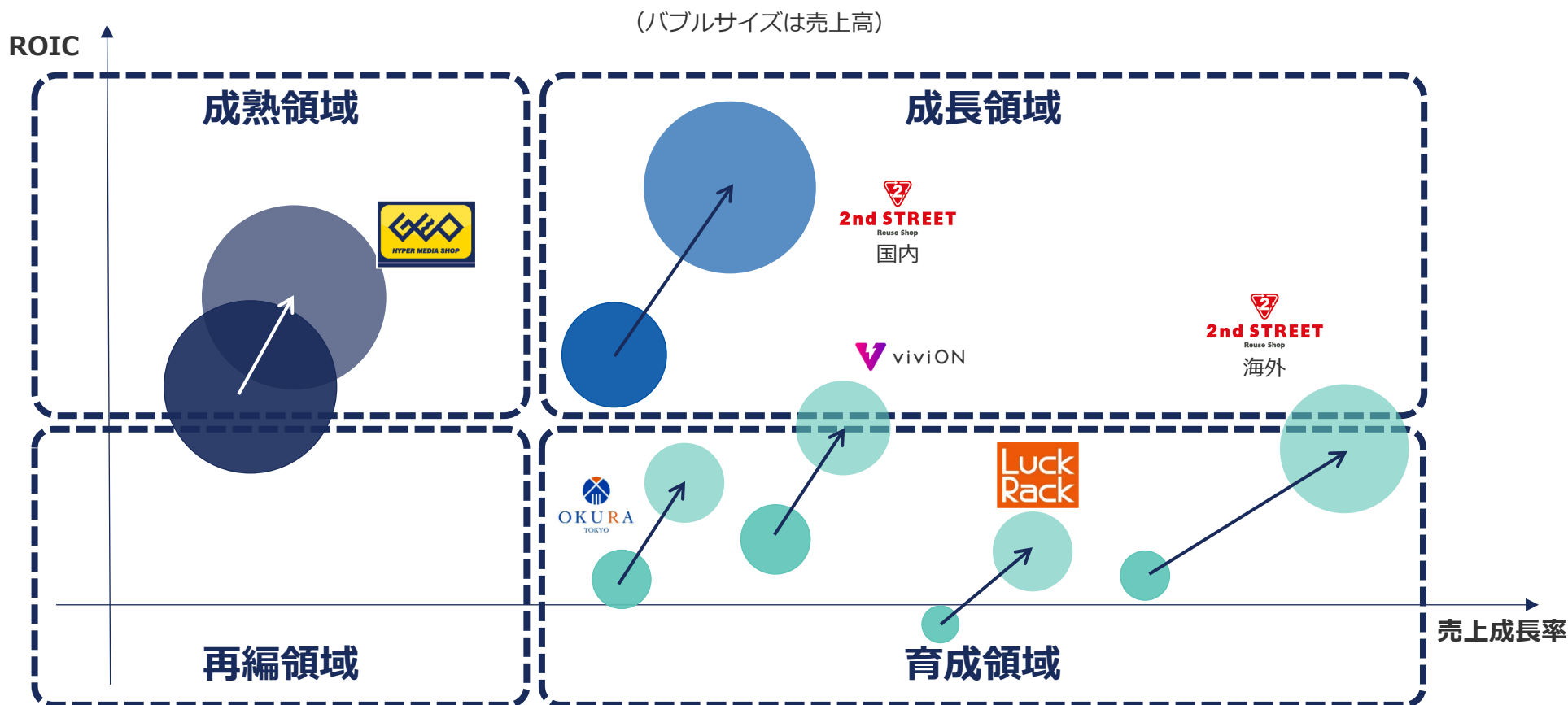
	積極的な出店	強化商品を通じた 来客数の増加	事業領域の拡大
<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">成長領域</div> 2nd STREET 国内	●		
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> 2nd STREET 海外	●		
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> OKURA TOKYO			●
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> Luck Rack	●		
<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">成熟領域</div> GEO・GEO mobile		●	
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> デジタルコンテンツ事業			●

※重点的に経営資源を投入する取組みをハイライト。

将来の展望と各事業の成長イメージ

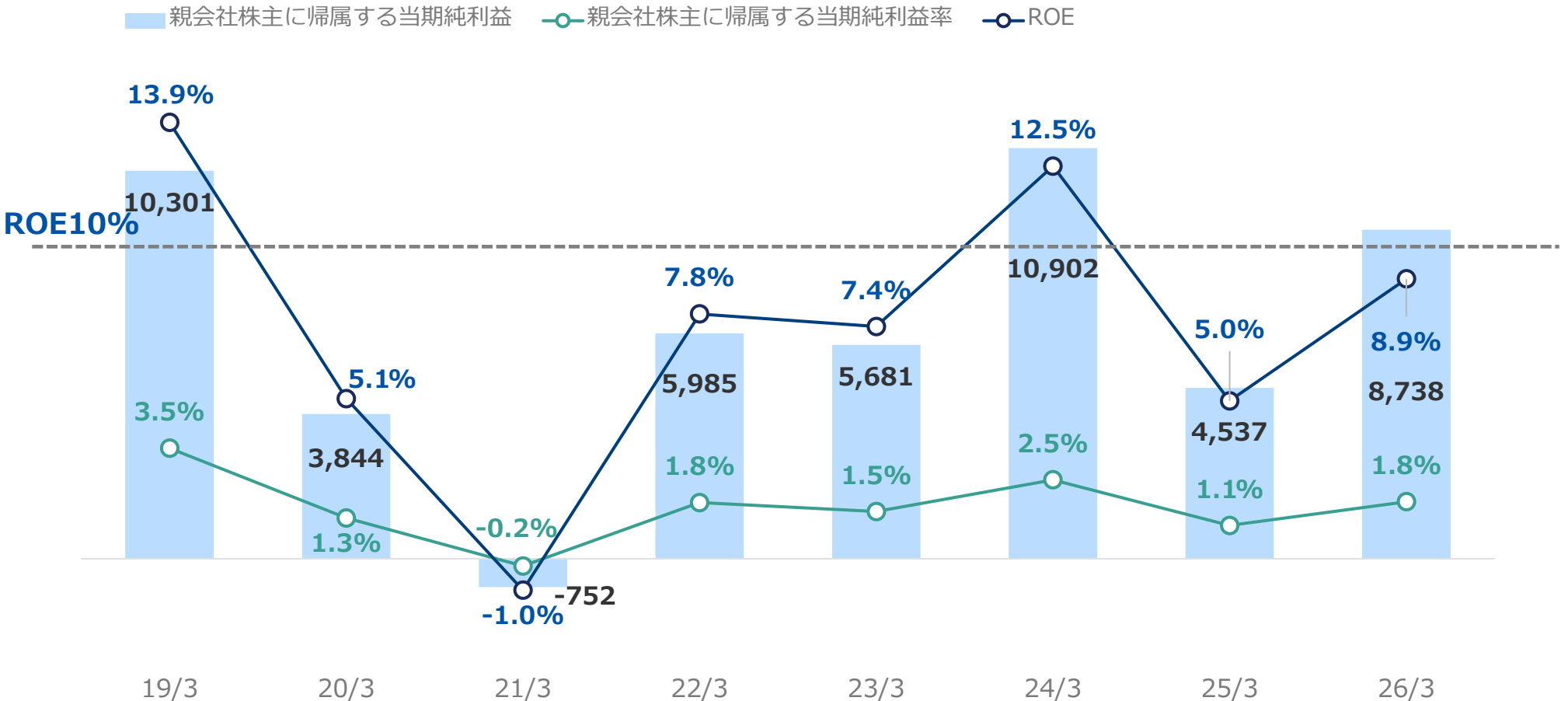
■ 現在、ゲオグループの年間売上高は5,000億円を切る規模ですが、2035年度にグループ連結売上高1兆円、グループ全体で5,000店舗（うち海外1,000店舗）を目指しております。その目標達成の核はリユース事業になると考え、リユース業界のさらなる発展に努め、世界中のお客様の日常を豊かにすることを目標に、挑戦し続けてまいります。

各事業の今後数年間の成長イメージ



ROE目標

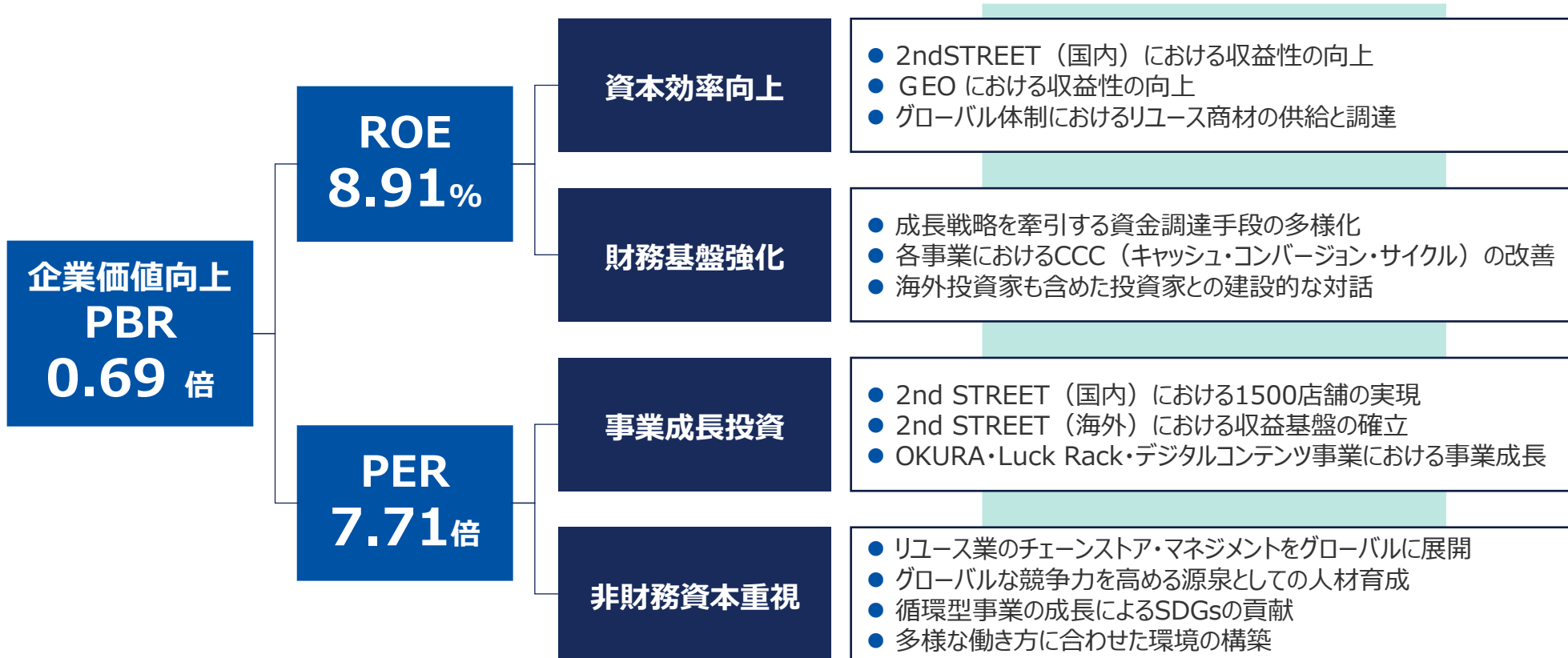
積極的な投資を控えることによりROE10%水準は達成できるものの、当面はROE8%以上を目標値としております。



※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まいります。



リユース業界で圧倒的な世界一を目指す

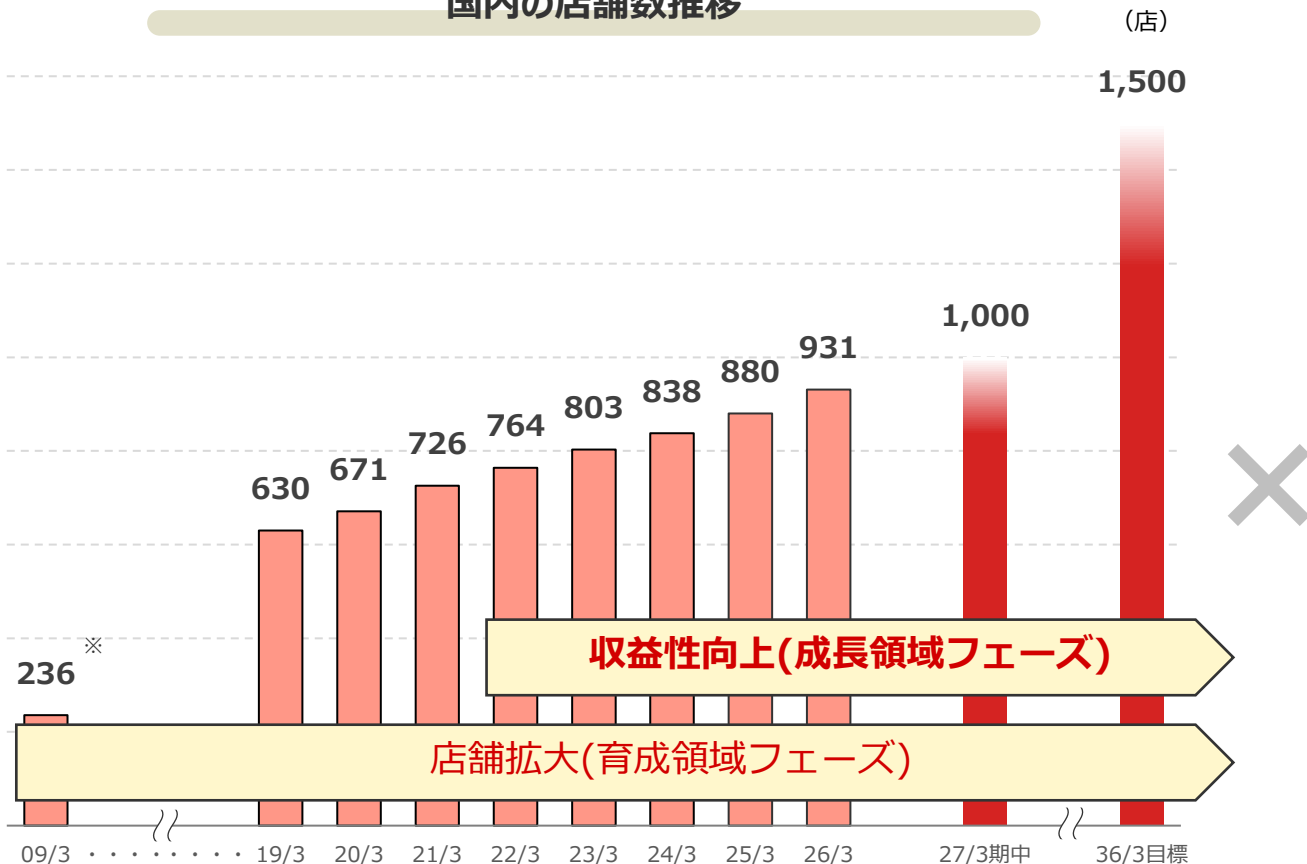
※PBR、ROE、PERは、26年3月時点の数値。PBR＝期末時価総額 ÷ 期末純資産額。ROE＝親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 期末自己資本。PER＝期末時価総額 ÷ 親会社株主に帰属する当期純利益。

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なNo.1の地位を確固たるものにするため、国内の大きな出店ポテンシャルを最大限に活用してまいります。2009年3月期にM&Aで買収した2nd STREETの国内店舗数は、15年間で約4倍の規模へと急拡大いたしました。この成長スピードをさらに加速させ、**当初2029年3月期に掲げていた「国内1,000店舗」の目標を2年前倒しし、2027年3月期での達成**を目指してまいります。さらに、**2036年3月期までには国内1,500店舗体制を構築し、店舗網のさらなる拡充を通じて市場シェアの拡大と収益性の向上を同時に実現**してまいります。

国内の店舗数推移



店舗の収益性を高める取組み

標準化・単純化・専門化の3つの原則に基づく運営

本部で決定・標準化された業務やマニュアルを店舗の現場で完全実行

PDCAサイクルによる改善

業務基準を絶えず向上させ、品質と効率を継続的に高める

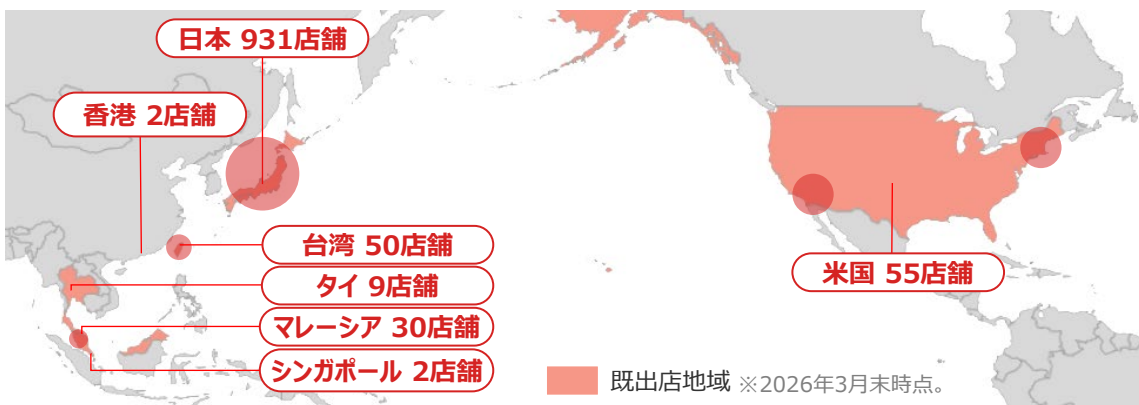
※2009年3月期、株式会社セカンドストリート（旧株式会社フォー・ユー）を株式公開買い付けにより連結子会社化。

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、**2036年3月期までに1,000店舗を目標とし**、リユース業界で圧倒的な世界一へと挑戦してまいります。
- 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。

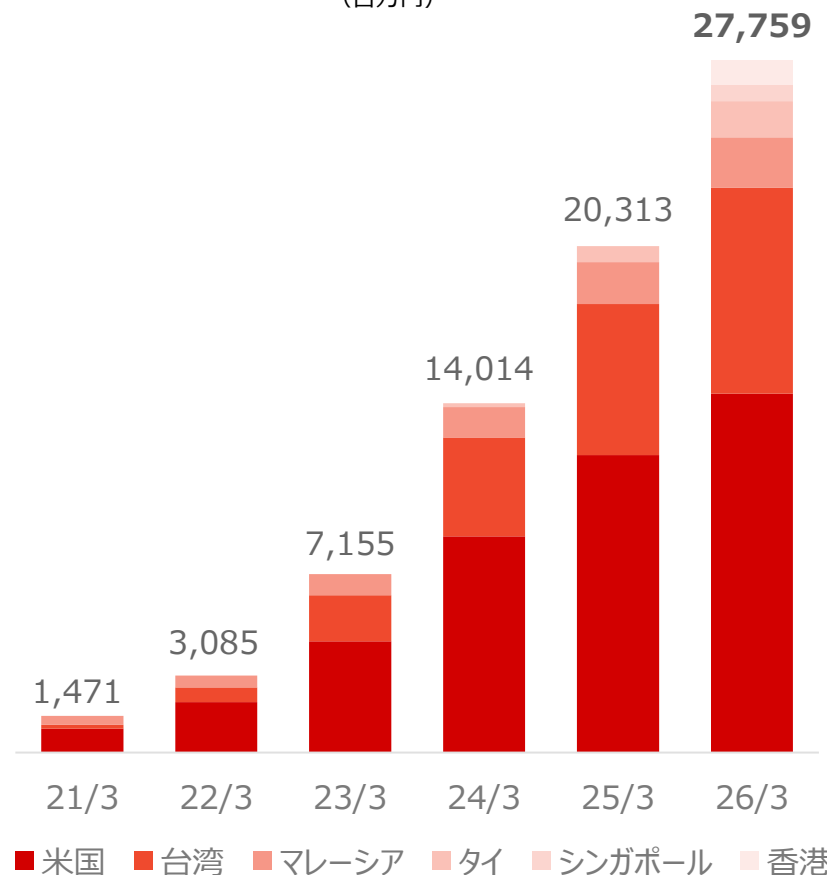
海外2nd STREET展開地域



店舗数	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3	27/3 予
米国	10	23	35	47	55	67
台湾	8	18	28	39	50	56
マレーシア	8	11	17	23	30	36
タイ	-	-	1	4	9	15
シンガポール	-	-	-	-	2	4
香港	-	-	-	-	2	8
日本	764	803	838	880	931	1,031

海外2nd STREET売上高推移

(百万円)



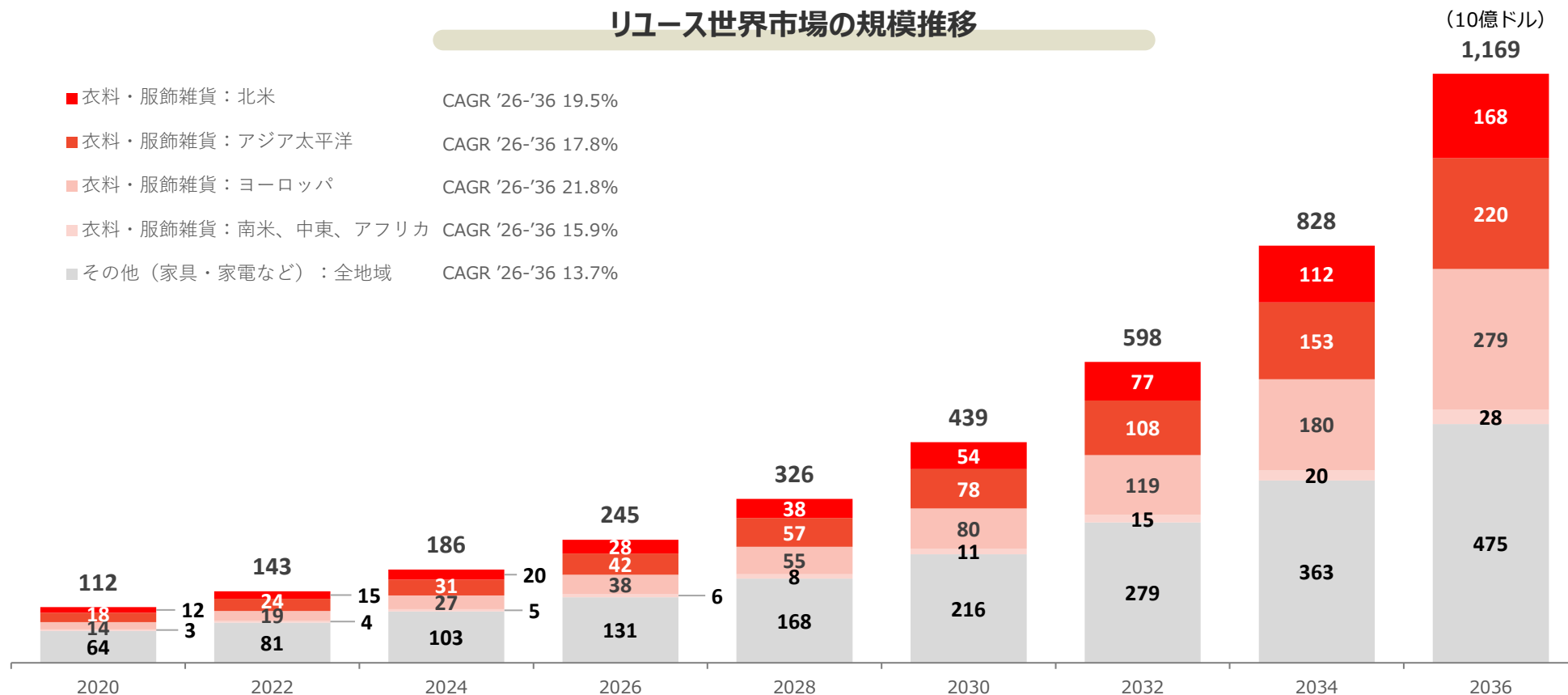
※店舗数予想は出店計画合計数（閉店を除く）

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、2026年の2,450億ドルから2036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めております。

リユース世界市場の規模推移



米国での店舗展開と強み



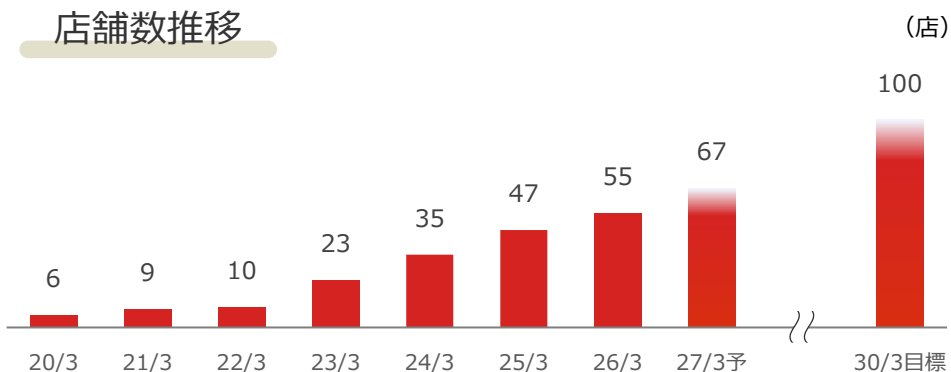
- 西海岸からスタートした米国店舗は業績と同時に現地従業員の育成も順調に進展しており、今後は主に新店舗エリアのドミナントを強化していく方針です。
- 米国の店舗では、①現地での買取商品を基本としつつ、低価格帯から高価格帯まで幅広い衣料・服飾雑貨の提供、②流行シーンや天候に合わせたスピード感ある対応、③日本型ホスピタリティ、なども強みとしております。

Colorado : Pearl St (2026年3月オープン)



コロラド州パールストリートに「2nd STREET Pearl Street」をオープンいたしました。現地のライフスタイルに即したアウトドアウェアやヴィンテージ商材など、地域特性に合わせたラインナップを展開しております。独自の買取サービスを通じた循環型消費の促進により、北米市場における継続的な事業成長とブランド認知の向上を図ってまいります。

店舗数推移

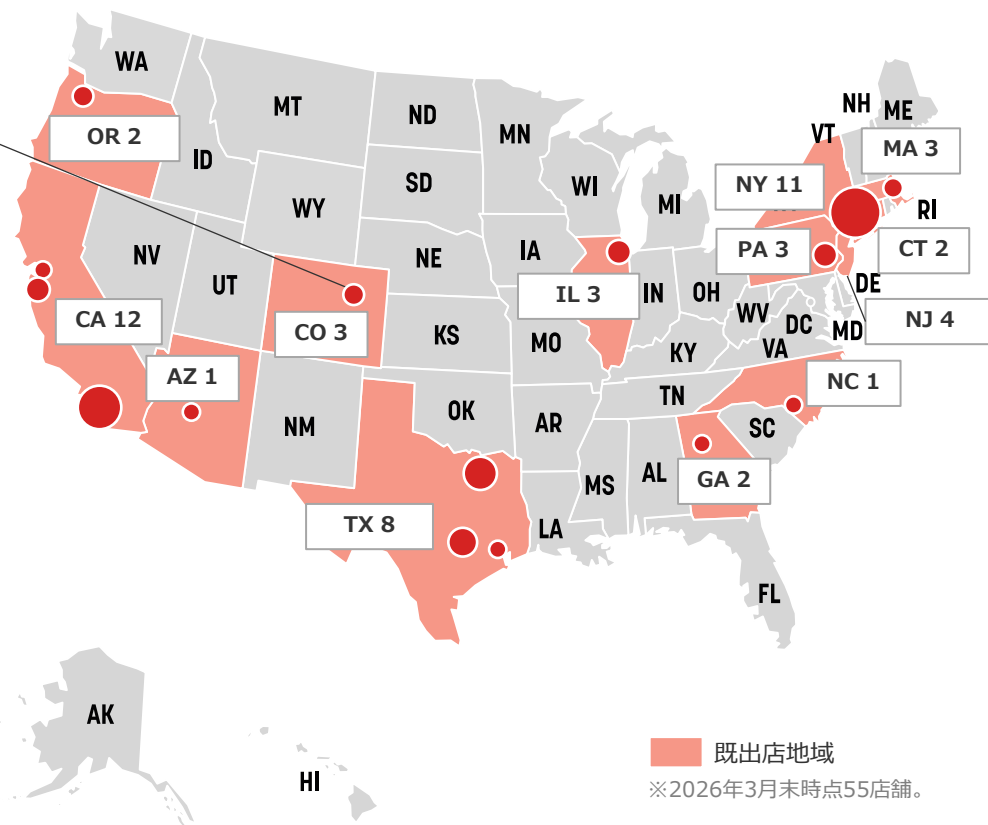


2nd STREET USA <https://2ndstreetusa.com/>



米国での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



リユース市場が発展途上にある台湾での出店戦略

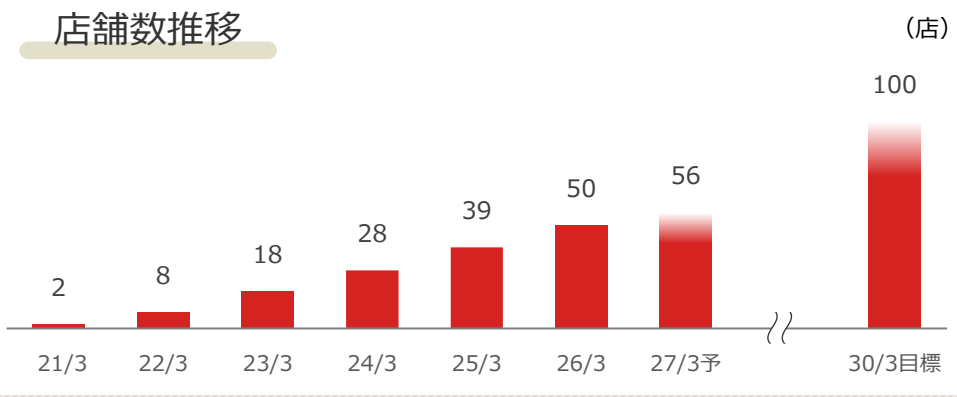
- 台湾のリユース市場は発展途上段階のため、積極的な出店を行うことで確固たるポジションを形成する方針です。
- 台湾での買取商材だけではなく、日本からの商材が継続的に店頭で並んでいることも強みに、人材育成とコスト管理を一段と強化しつつ、台湾市場での地歩を固めてまいります。

新北市：CITY LINK 三重（2025年12月オープン）



MRT三重駅直結の商業施設「CITYLINK」内に、売場面積約67坪の店舗を出店いたしました。店内には厳選されたユ衣料や服飾雑貨が並び、セレクトショップのような洗練された空間を展開しております。販売に加え、店頭での買取サービスも実施しております。駅直結の利便性を活かし、日常的なリユース体験を提供する店舗を目指してまいります。

店舗数推移

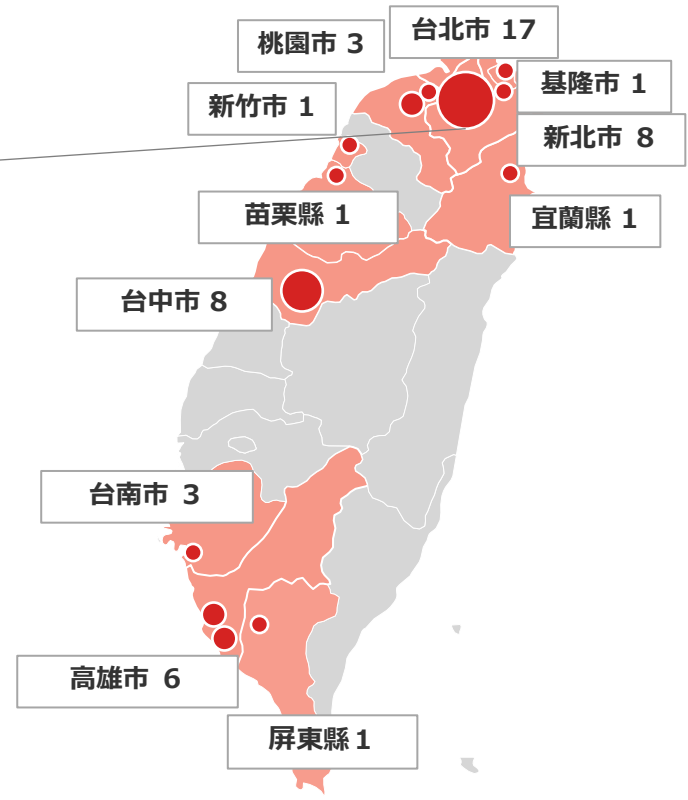


2nd STREET TAIWAN <https://2ndstreet.com.tw/>



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

※2026年3月末時点50店舗。



マレーシアでの出店戦略

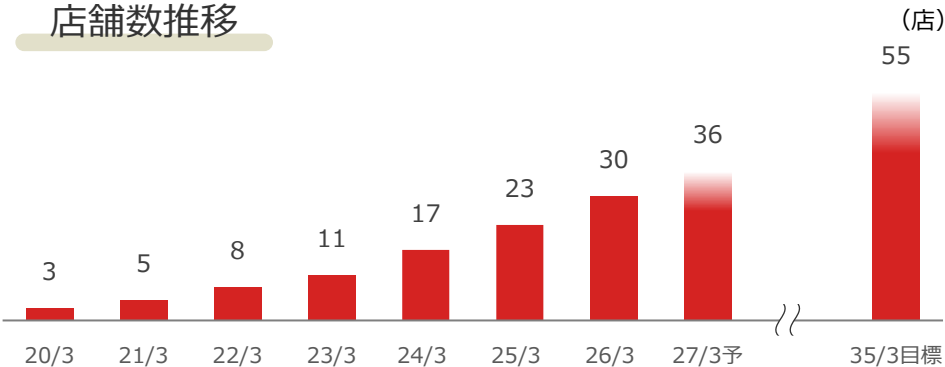
- マレーシアでは日本の2ndSTREETで買取したUsed in Japanの衣料・服飾を輸入し、クアラルンプールの倉庫で卸売または商品化後に近郊にドミナント展開している各店舗へ再配布することで販売網を着実に広げております。
- 引き続き、マーケティングサーチと現地採用を継続しながら、クアラルンプール中心に流通整備を行い、さらに事業展開を強化してまいります。

Shah Alam : Lotus's Shah Alam (2025年12月オープン)



マレーシアで30号店となる2nd STREET Lotus's Shah Alamはショッピングモール内にある売場面積約112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・服飾雑貨を展開しております。さらに、これら日本からの在庫をクアラルンプールの倉庫で仕分けし、卸売りまたは各店舗へ再配布することで販売網を着実に広げております。

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

※2026年3月末時点30店舗。

順調に出店を進めるタイの戦略

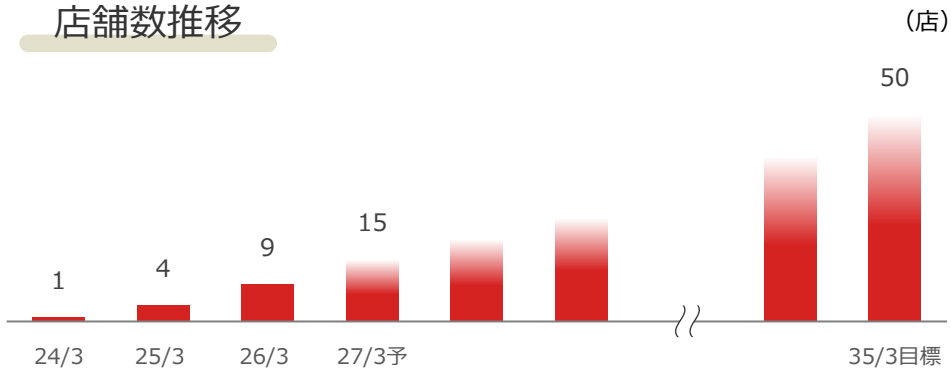
- リユース市場黎明期の東南アジアにて、買取と販売を国内完結するモデルを構築し、海外展開を加速してまいります。
- タイにおきましては、都市部に住む人口の割合が50%を超えるなど都市化が加速しており、今後も人口増加が予測されるバンコク首都圏を中心に出店を継続してまいります。

Nonthaburi : Central Chaeng Wattana (2026年3月オープン)



バンコク近郊の大型商業施設内に「2nd STREET Central Chaeng Wattana」をオープンいたしました。集客力の高いモール立地を活かし、ファミリー層から若年層まで幅広い顧客に向けた高品質なリユース衣料を展開しております。現地のニーズに応えつつ買取サービスを定着させ、東南アジア市場における事業基盤のさらなる強化を図ってまいります。

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

※2026年3月末時点9店舗。

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おりますが、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という、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てまいります。

シンガポール・香港での出店地域

New Territories : New Town Plaza (2025年11月オープン)



香港・沙田 (Sha Tin) のハブ機能を担う大型モールへ進出し、ファッション感度の高い若年層からファミリー層まで幅広い顧客層にアプローチを開始いたしました。日本式の丁寧な管理ノウハウと厳選された商品ラインナップは現地でも高く評価されており、香港エリアにおけるドミナント形成およびブランドプレゼンスの最大化に寄与しております。

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

Paya Lebar : PLQ Mall (2025年12月オープン)



成長著しい副都心エリアへの戦略的配置により、シンガポール事業のドミナント強化を推進してまいります。シンガポールの主要なライフスタイル拠点である同施設において、日本から供給される高品質な衣料・服飾雑貨商材を展開しております。リユースに対する信頼性が高い現地市場のニーズに対し、圧倒的な商品力で応えることで、客単価の向上とロイヤルカスタマーの育成を図ってまいります。

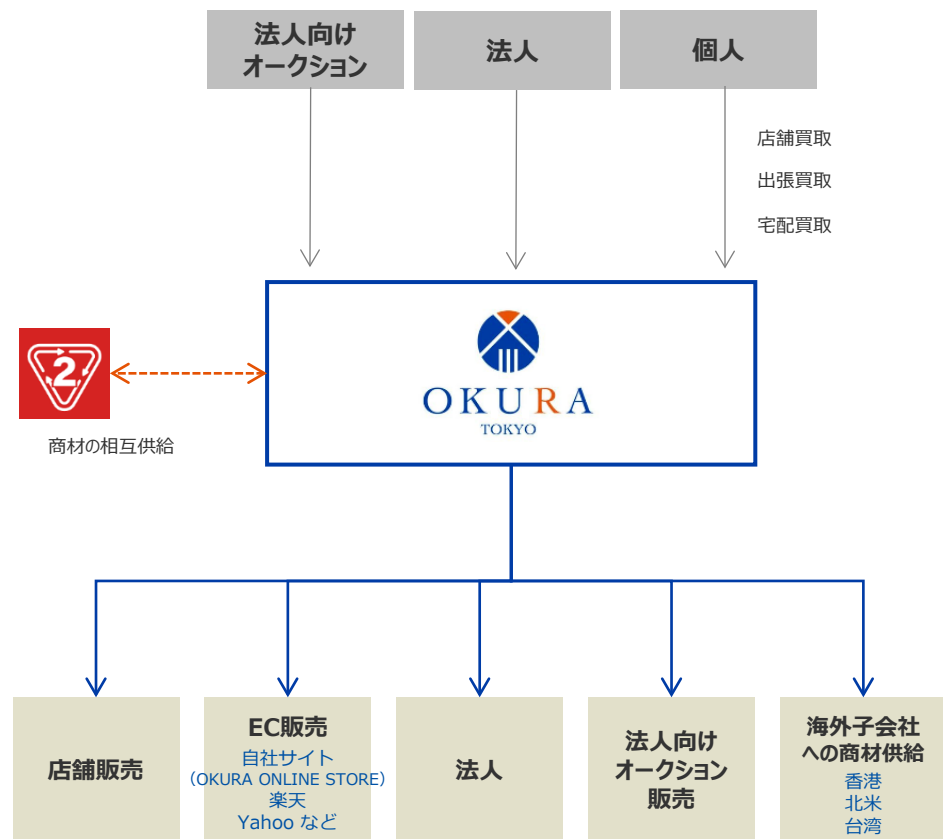
2nd STREET SINGAPORE <https://2ndstreet-sg.com/>



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から調達した幅広いラインナップのラグジュアリー商材を、店舗やECサイト、さらには法人向けオークション、海外子会社において販売しております。

OKURA のビジネス概要



OKURA が展開するオークション事業

特徴	毎月開催しており、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おります。	日本最大級のオークションであり、高級時計に強みを持っております。	毎月開催しており、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おります。
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です。	ウイ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です。	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・販売を行っております。
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

新フォーマット：GEO DIGITAL BASEの展開を開始

- 「GEO DIGITAL BASE」は、GEO および GEO mobile がこれまで培ってきたゲーム・スマホのノウハウを基盤（BASE）とし、今後の生活に不可欠なデジタル領域に特化した新フォーマットです。
- 単なる「買取・販売」にとどまらず、デジタルデバイスの修理や初期設定、レンタルといった包括的なサービスを提供しており、物品とサービスの両面から、お客様の生活を「アップデート」する新たな中核拠点として展開してまいります。

商材とサービス体系

販売・買取

- ・ スマホ・タブレット、PC、ゲーム関連
 - ・ イヤホン、スピーカー、カメラ、モニター
 - ・ 周辺機器（ケース、ケーブル等）
 - ・ GEO DIGITALBASEオリジナル商品
- リユース品をはじめ、新品・未使用品まで幅広く取り扱っております。

修理

- ・ iPhone修理（画面、バッテリー、端子、カメラ）
 - ・ Nintendo Switch修理（各種パーツ交換）
- その場で受付からお渡しまで店内クルーが対応いたします。
ゲーム機修理は、ゲオグループとして初の取り組みとなります。

レンタル

- ・ スマホ・タブレット、ゲーム機本体
- その他、ウェアラブルデバイス・イヤホン・デジカメのレンタルを予定しております。
店頭で即時対応と対面サポートにより、安心してご利用いただけます。

無形サービス

- ・ 無料相談サービス（設定・料金プラン・トラブル）
- ・ 通信契約（格安SIM契約）
- ・ 保証・保険サービス
- ・ 無料回収・買取（スマホ・タブレット、PC、ゲーム機本体、モバイルバッテリー）
- ・ 店頭サービス（スマホフィルム貼付、スマホケース作成※）

※一部店舗でのみ取扱い。




リユースのスマホ・タブレット端末でトップシェア



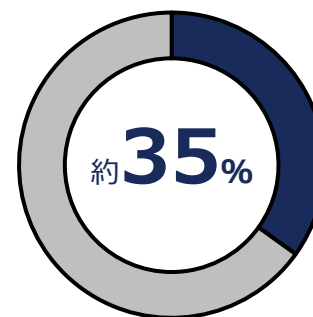
目標であった800店舗※を達成いたしました。引き続き、GEO・GEO mobileを中心に、リユースのスマホ・タブレット端末市場でさらなるシェア向上を図ってまいります。

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、などを強みとしています。

GEO・GEO mobile の強み

販売店舗	<ul style="list-style-type: none"> 全国のGEO・GEO mobileの在庫を一元管理しているため、需要に応じた適切な販売が可能です。
販売する端末	<ul style="list-style-type: none"> 端末内はすべて初期化するから安心・安全 端末は外部・内部ともにしっかりクリーニング 初期不良に対して30日間の安心保障   
SIMカード	<ul style="list-style-type: none"> 全国のGEO・GEO mobileにて、「UQ」、「Y!mobile」のSIMカードを販売 GEO・GEO mobile 20店舗にて、「HIS Mobile」の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を提供しております。特にGEO mobileでは、専門の相談員によるサポートを行っております。

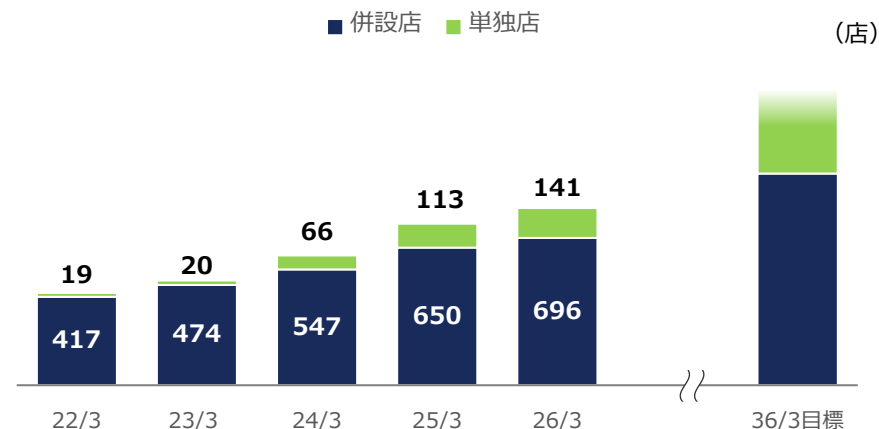
リユースのスマホ・タブレット端末のマーケットシェア



シェア1位※

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。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2025」をもとにゲオホールディングス推定。

Luck Rackの買い物でサステナブルな未来へ

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てまいります。

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おります。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。



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も削減しております。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。

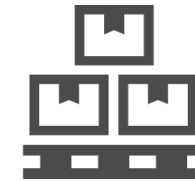


お買い得な理由

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おります。パートナー企業の協力により、特別な割引が可能となりました。



特別提供品



余剰在庫品



季節外商品

オフプライスストアのビジネスモデル



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おります。

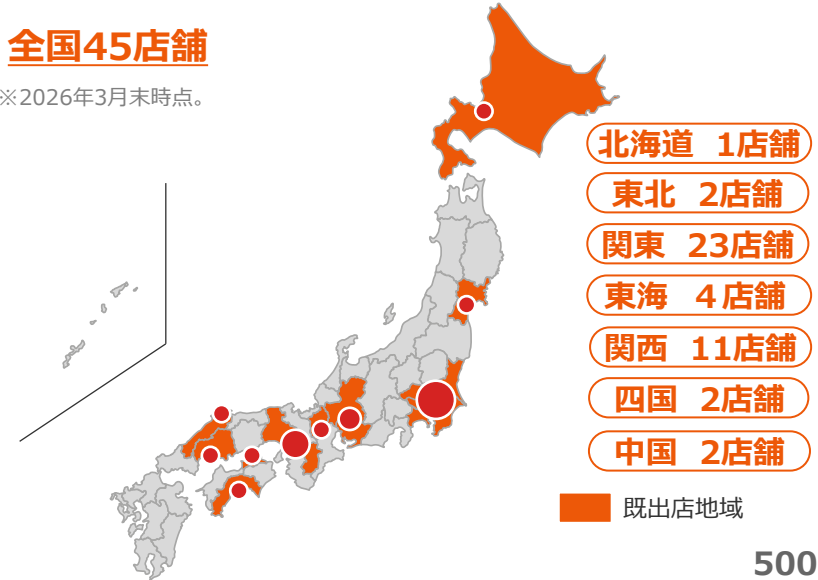
目標

- ・ **市場の確立**：日本にオフプライス市場を確立してまいります。
- ・ **循環型社会への貢献**：余剰品を仕入・販売することで、大量廃棄を抑制し、二酸化炭素削減にも貢献いたします。
- ・ **事業拡大**：出店を加速、2036年3期に500店舗を目指してまいります。

国内地方別展開地域および店舗推移

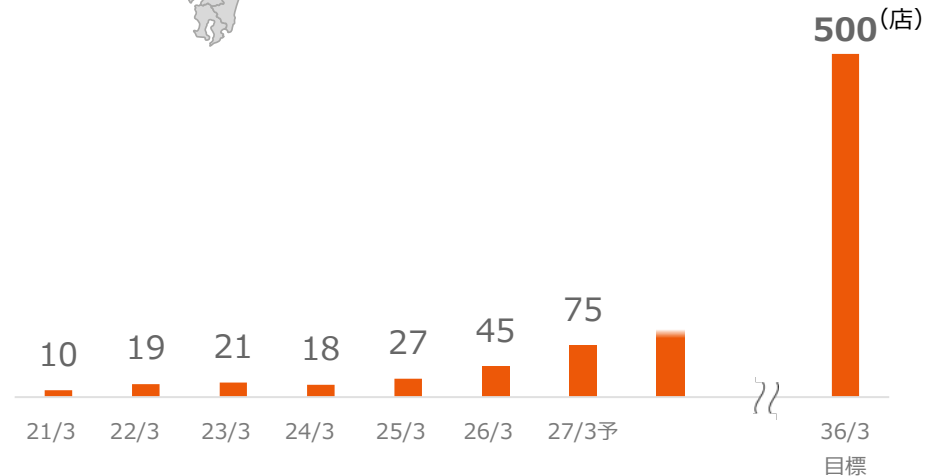
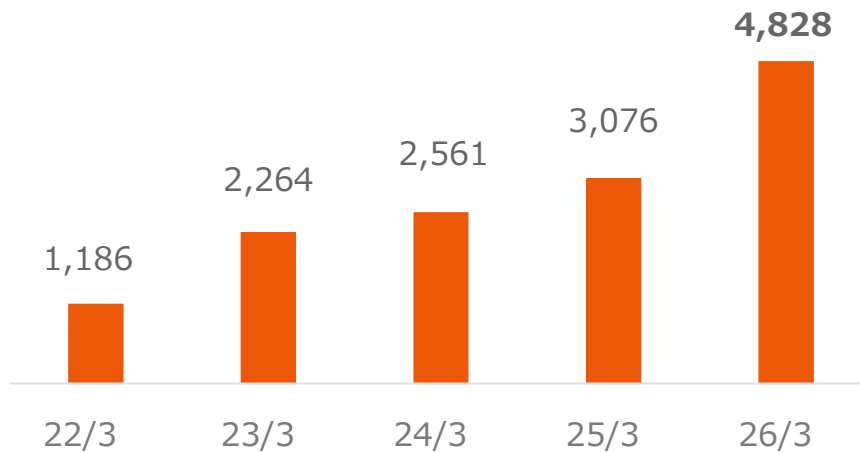
全国45店舗

※2026年3月末時点。



Luck Rack 売上高推移

(百万円)

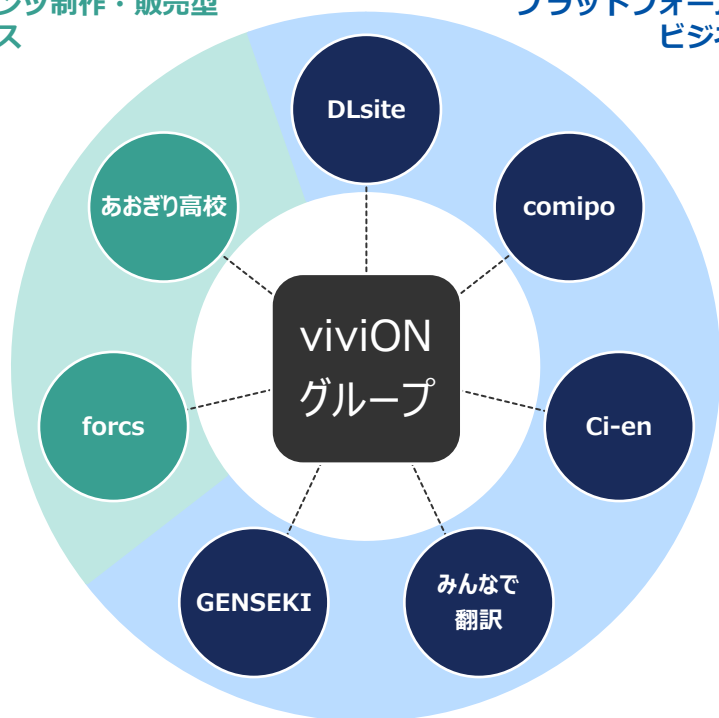


- viviONグループでは、デジタルコンテンツのプラットフォーム型ビジネス、コンテンツの制作・販売ビジネスを展開しております。
- 二次元コンテンツダウンロードサイトの「DLsite」は国内最大級の作品数を取り揃えるとともに、14言語でサービスを展開しております。また、「comipo」ではマンガを音で楽しむボイスコミックを提供、新しいビジネスモデルとして「みんなで翻訳」、クリエイター支援の「Ci-en」などの事業を手掛けております。

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

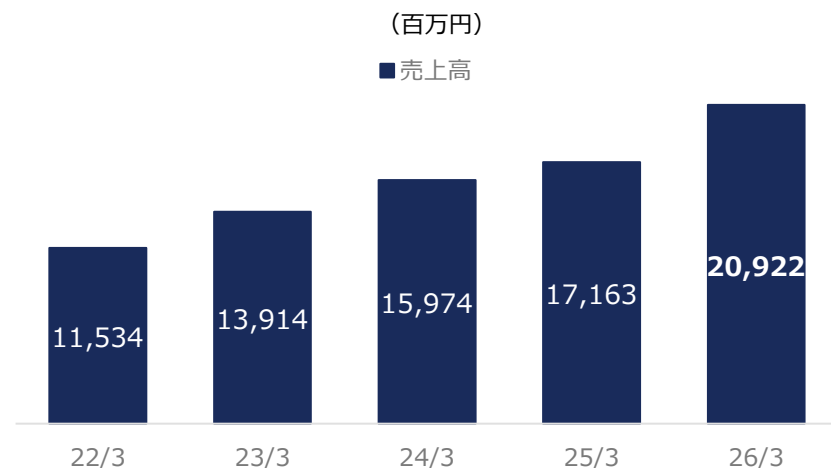


世界最大の二次元コンテンツダウンロードサイト。配信作品が196万作品に到達いたしました。



マンガに音と声の要素を加えた電子コミックサービスです。55,000作品以上の国内外のコミックラインナップを取り揃えております。

売上高推移



5. その他の取組み

その他の取組み一覧

■ 当社グループは主力の店舗事業に加え、様々な取り組みを推進しております。

宅配型トランクルームサービス 2nd STORAGE 2nd STORAGE



カメラ・家電製品のレンタルサービス ゲオあれこれレンタル レンタル

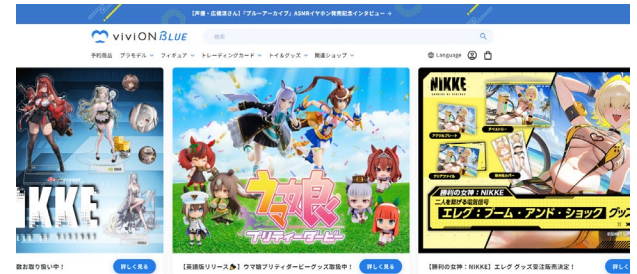


循環サイクル構築を包括的に支援する リユースアライアンス事業 RECOGENE(リコジェネ)の始動

1 RECOGENE



オンラインECサイト viviON BLUEを展開 viviON BLUE



宅配ロッカーやコンビニへ品物を持ち込むだけ 簡単・便利な買取サービス ゲオ買取 ロッカー/コンビニ



6. 補足資料

リユースの国内市場動向

- 2040年にかけてリユース品を購入する人の割合が高まり、**リユース品の購買者人口が増加かつ訪日外国人の増加に伴う免税販売が増加した場合、リユース市場規模は5兆円に拡大すると予測***が発表されております。
- 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、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」世代の成長などから、国内リユース市場は長期的成長が期待できるものと考えております。

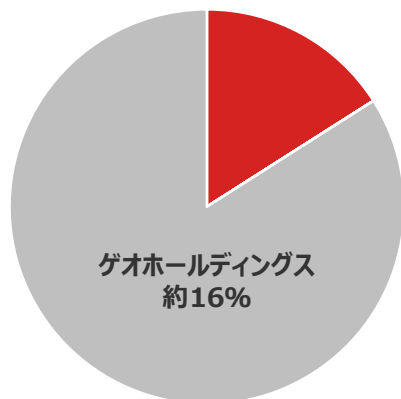
(億円)



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

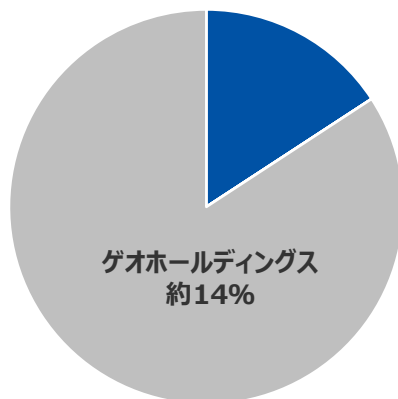
衣料・服飾品シェア

シェア1位※



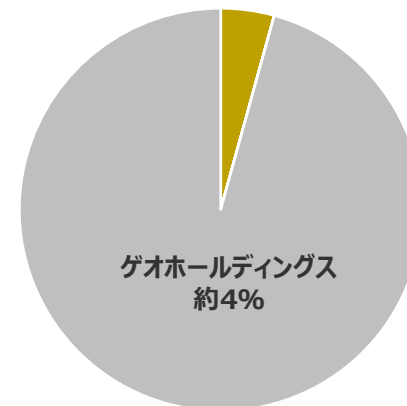
ブランド品シェア

シェア5位※



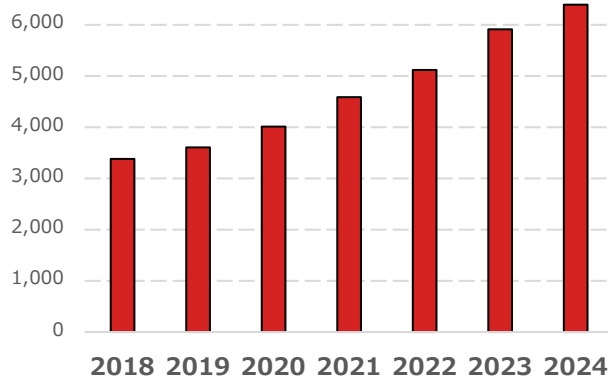
家具・家電シェア

シェア1位※



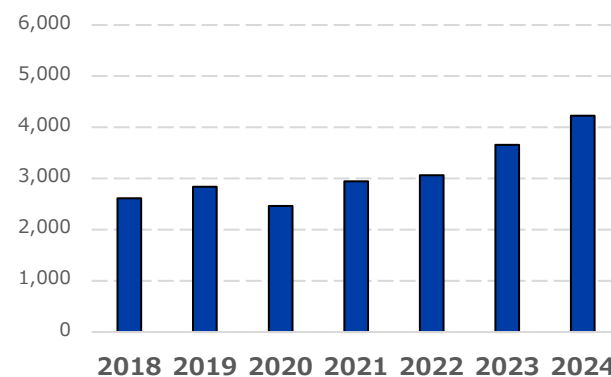
衣料・服飾品市場規模

(億円)



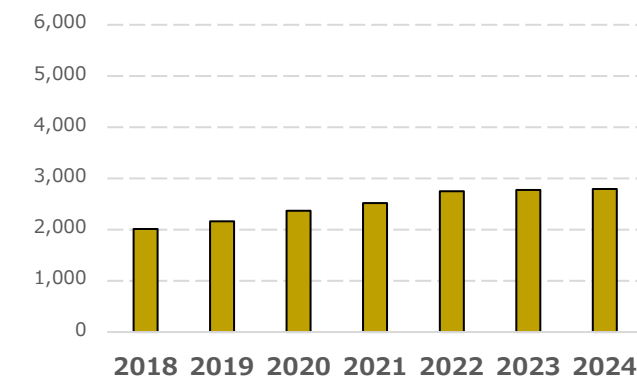
ブランド品市場規模

(億円)



家具・家電市場規模

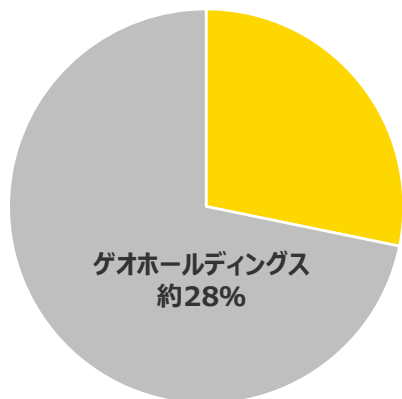
(億円)



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

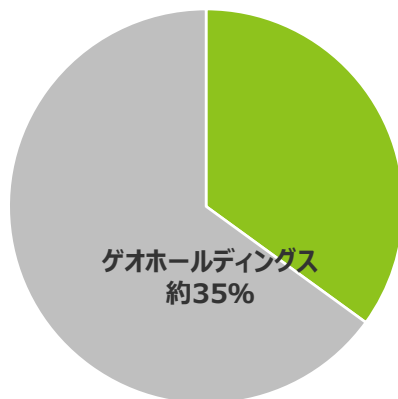
ゲーム・メディアシェア

シェア2位※

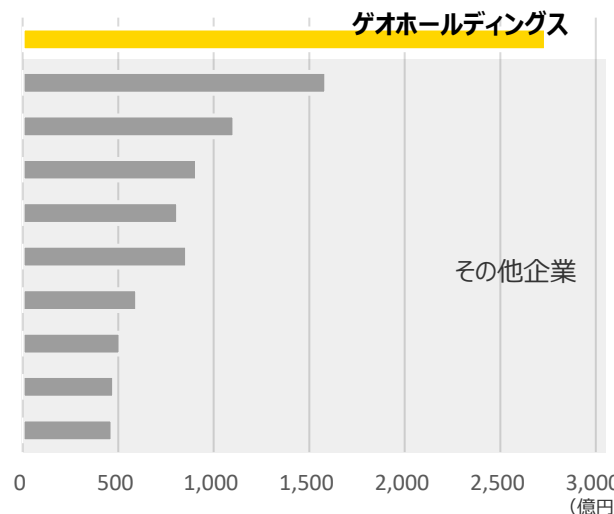


携帯・スマホシェア

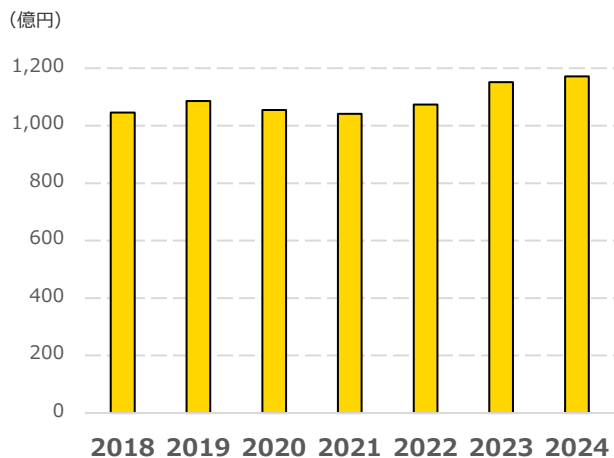
シェア1位※



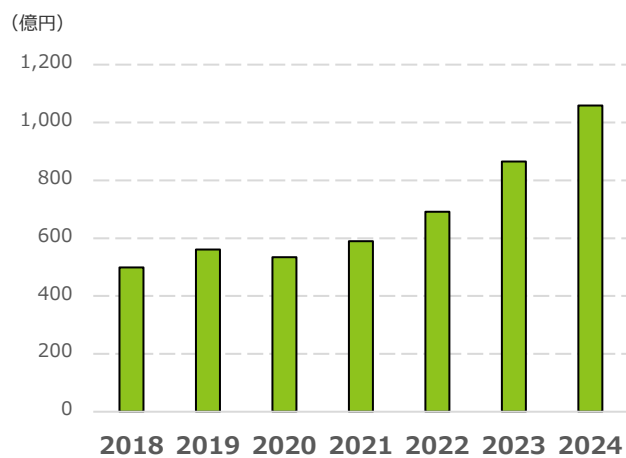
リユース売上ランキング



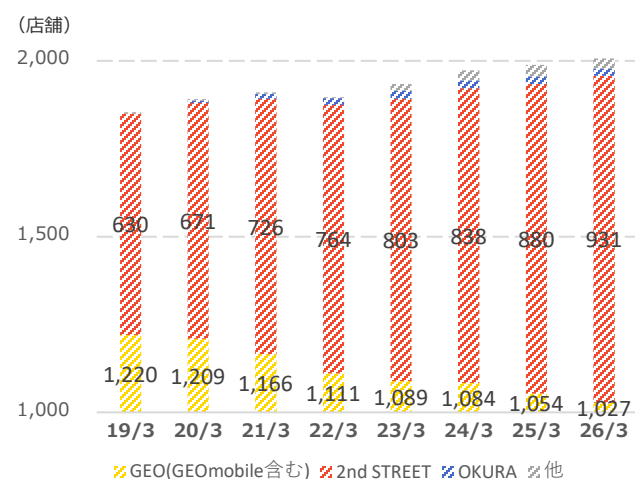
ゲーム・メディア市場規模



携帯・スマホ市場規模



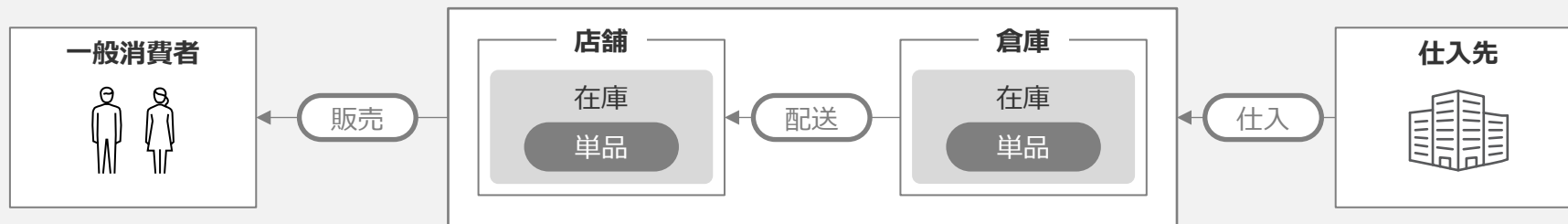
当社国内リユース店舗推移



リユース業の特徴

リユース業は参入しやすい一方で、一般的な小売業と比較して買取・個品管理といった特殊な対応が求められます。そのため、多店舗での事業展開には、リユース業特有の高度なマネジメントが必要となります。

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

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。

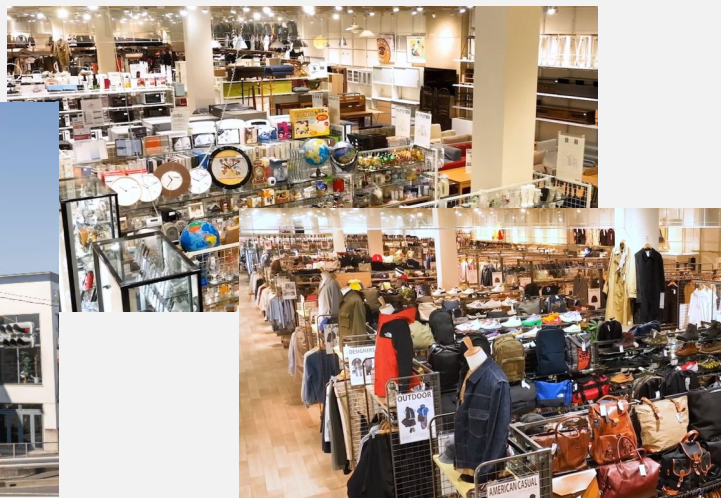
2nd STREET 店舗タイプ

2nd STREETはあらゆるニーズに対応できるように、様々な店舗タイプを展開しております。

国内外問わず、清潔感のある売り場と良質な在庫を陳列しております。

国内

フルスペックリユース

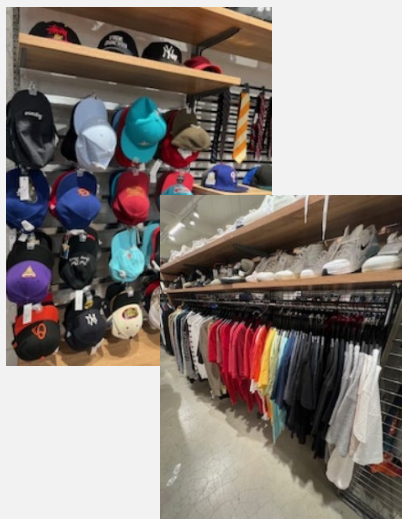


展開一覧

- トータルリユース
- アパレルリユース
- ユーズドセレクト
- ブランド専門店
- アウトドア専門店
- 楽器専門店
- インテリア専門店
- 買取専門店

海外

北米



アジア太平洋



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	112,482	138,660	125,646
(前期増減率)	31.1%	19.6%	4.2%	9.1%	▲6.2%	▲8.7%	4.3%	4.8%	4.3%	13.0%	19.1%	12.7%
売上総利益	39,289	36,597	43,081	40,855	41,694	40,092	45,491	43,392	44,813	43,951	51,755	48,925
(前期増減率)	14.9%	6.2%	9.6%	18.4%	6.1%	9.6%	5.6%	6.2%	7.5%	9.6%	13.8%	12.8%
(売上総利益率)	36.8%	33.6%	38.6%	38.4%	41.6%	40.3%	39.1%	38.9%	42.9%	39.1%	37.3%	38.9%
販管費	33,498	35,081	37,045	37,384	37,328	39,044	41,086	41,962	40,820	42,860	45,185	46,341
(前期増減率)	11.0%	8.9%	8.2%	6.1%	11.4%	11.3%	10.9%	12.2%	9.4%	9.8%	10.0%	10.4%
営業利益	5,790	1,516	6,036	3,470	4,366	1,048	4,405	1,430	3,993	1,091	6,570	2,583
(前期増減率)	43.8%	▲33.1%	19.2%	—	▲24.6%	▲30.9%	▲27.0%	▲58.8%	▲8.5%	4.2%	49.1%	80.6%

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	71,056	83,631	81,496
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	25,962	35,922	32,864
家具・家電※1	2,562	2,622	2,858	2,959	3,022	2,939	3,021	2,986	3,110	3,159	3,384	3,322
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	15,362	15,604	17,468
ゲーム※2	7,839	7,974	9,120	8,504	7,812	8,295	8,313	8,628	7,733	8,380	9,133	8,795
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	12,390	12,864	12,592
その他リユース系※1	3,933	3,691	4,437	4,244	4,506	3,974	4,800	4,566	4,678	4,560	5,476	5,249
その他メディア系※2	1,343	1,305	1,316	1,289	1,300	1,257	1,289	1,278	1,194	1,241	1,246	1,205
新品※2	37,025	37,250	30,856	27,258	21,257	23,235	28,947	25,660	26,446	27,599	41,312	28,974
その他	13,912	14,779	14,184	14,491	13,224	14,066	13,559	13,802	13,592	13,825	13,716	15,175
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	5,229	5,316	5,594
レンタル※2	8,253	8,337	8,183	8,019	7,401	7,446	7,021	6,778	6,572	6,453	6,225	5,880
その他	1,890	2,269	2,179	2,259	2,096	2,240	2,095	2,409	2,238	2,143	2,174	3,700
合計	106,725	109,035	111,640	106,447	100,147	99,576	116,432	111,512	104,460	112,482	138,660	125,646



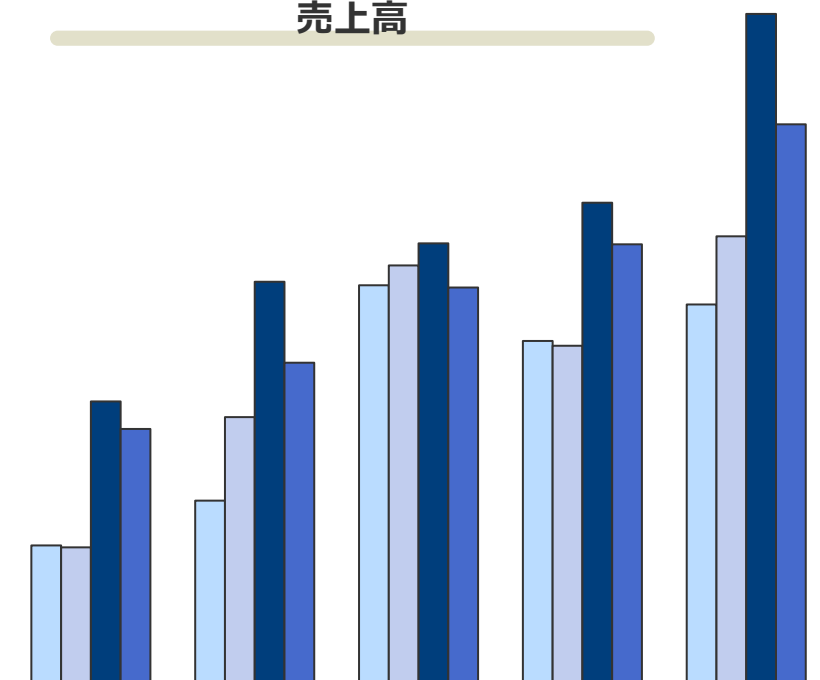
2026年3月期 商材別四半期売上総利益推移

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	29,088	36,615	33,808
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	16,561	22,700	20,087
家具・家電 ^{※1}	1,573	1,552	1,698	1,747	1,868	1,750	1,839	1,798	1,915	1,827	2,013	2,056
ラグジュアリー ^{※4}	1,777	1,472	1,232	1,341	1,666	721	1,309	846	944	1,357	956	1,413
ゲーム ^{※2}	2,467	2,540	2,697	2,455	2,487	2,831	2,509	2,469	2,290	2,250	2,498	2,407
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	2,814	3,381	3,420
その他リユース系 ^{※1}	2,817	2,553	3,210	2,992	3,270	2,824	3,500	3,233	3,453	3,111	3,899	3,288
その他メディア系 ^{※2}	1,227	1,180	1,183	1,169	1,195	1,150	1,180	1,177	1,136	1,165	1,166	1,135
新品 ^{※2}	5,002	2,589	5,132	4,392	3,886	4,248	5,099	4,617	4,926	4,802	6,360	4,575
その他	9,116	10,457	9,197	10,178	8,910	9,966	8,702	9,934	9,060	10,061	8,779	10,541
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	4,668	4,652	4,962
レンタル ^{※2}	5,063	5,383	5,173	5,078	4,712	4,737	4,413	4,195	4,020	4,103	3,981	3,653
その他	720	1,328	626	1,282	852	1,298	427	1,468	723	1,289	145	1,924
合計	39,289	36,597	43,081	40,856	41,694	40,092	45,491	43,392	44,813	43,951	51,755	48,925

季節性に伴う四半期の動向

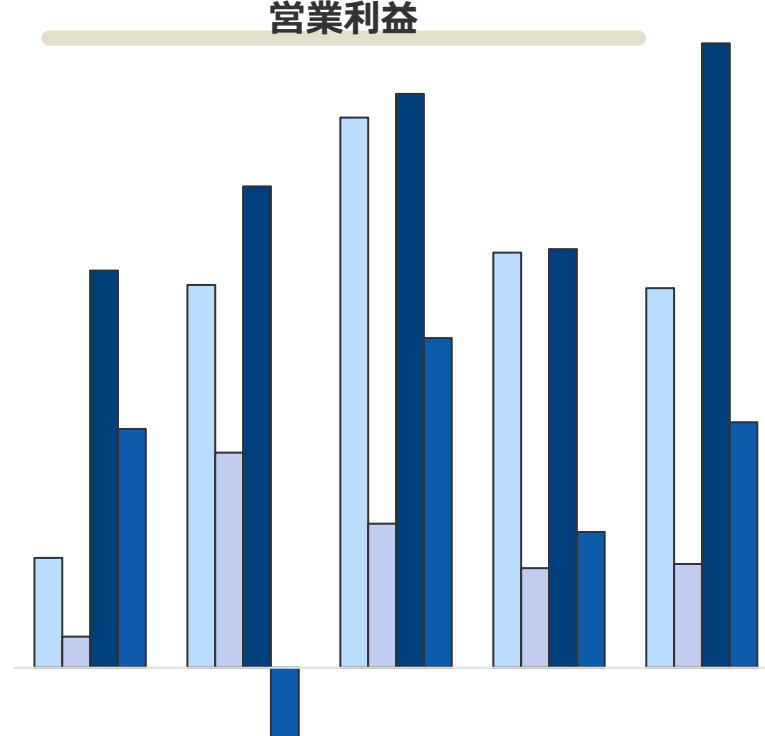
■ 当社グループは、リユースの衣料・服飾雑貨、スマホ、ゲーム関連商材を取り扱っております。これらの商材には特有の季節性があるため、売上高は下半期に偏重する事業特性がございます。

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	112,482
■ 3Q	93,042	107,134	111,640	116,432	138,660
■ 4Q	89,797	97,603	106,446	111,512	125,646

営業利益



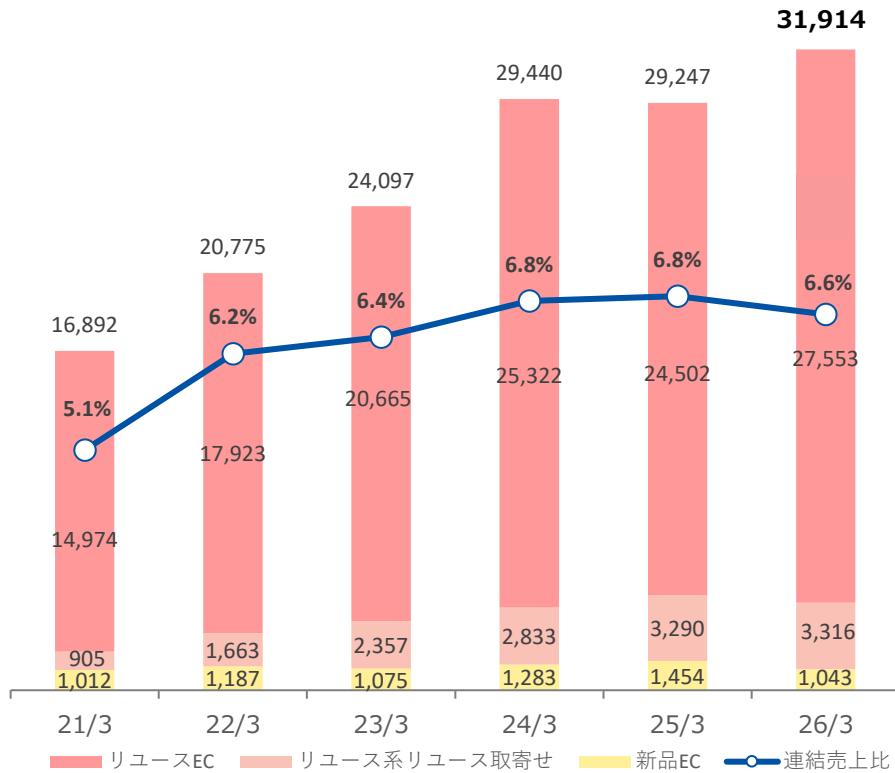
(百万円)	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期	26.3期
■ 1Q	1,155	4,027	5,790	4,366	3,993
■ 2Q	326	2,265	1,516	1,048	1,091
■ 3Q	4,178	5,064	6,036	4,405	6,570
■ 4Q	2,513	▲ 736	3,470	1,430	2,583

2026年3月期 EC関与売上高・比率の推移

- 衣料・服飾雑貨商材の売上増加に伴い、EC関与売上高※は前期比9.1%増となりました。
- 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っていただけるサービスとなっております。

EC関与売上高※とEC関与比率（対売上高）推移

(百万円)

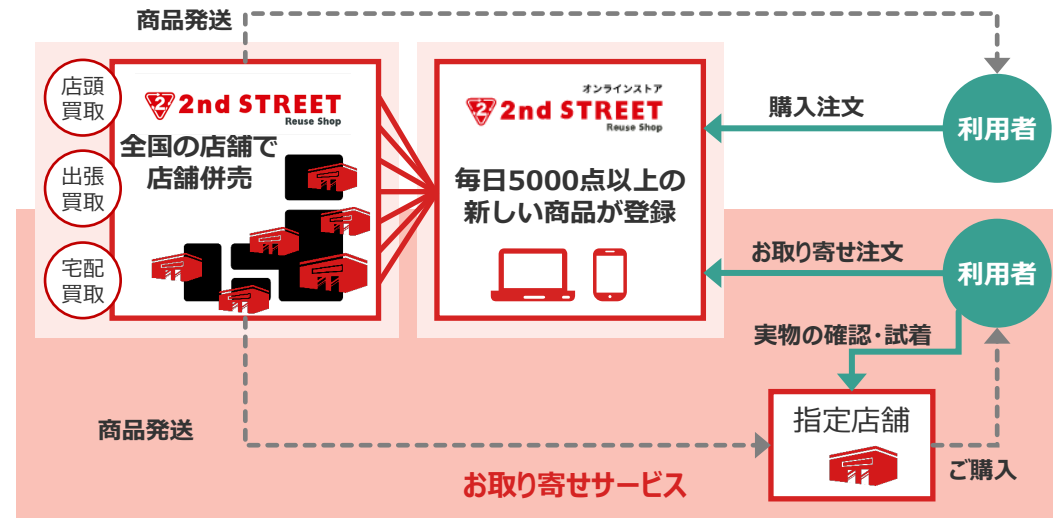


※点線グラフは通期見込み

※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 16.8%

	25.3月期 通期実績	26.3月期 通期実績	前期比 増減率
EC関与売上高（百万円）	29,247	31,914	9.1%

2nd STREET オンラインストアの概要



2026年3月期 株主との対話実施状況等

当社の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、関連部署と連携の上、年2回の決算説明会の開催、国内外の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 シェアードリサーチ社（日本語版）： https://sharedresearch.jp/ja/companies/2681 シェアードリサーチ社（英語版）： https://sharedresearch.jp/en/companies/2681

対話・フィードバックの概要

項目	状況
主な対応者	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 対応実績 : 2025年4月-2026年3月 140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	<ul style="list-style-type: none"> 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 対話内容の重要事項を定期的に取締役会へ報告・議論

2026年3月期 株主との対話実施状況等

株主・投資家との対話の主なテーマと経営への反映

項目	対話の内容	対話の成果・対応状況
経営戦略 ・成長性	<ul style="list-style-type: none"> 出店についての進捗と見通し Luck Rackの出店と収益について 販管費、人件費の増加について リユース市場の変化 海外展開について 来年度ガイダンスの考え方 営業利益率を伸ばす考えについて M&A戦略とターゲット選定基準 	<ul style="list-style-type: none"> 概ね計画通りだが、進捗よく上振れ地域もあり 現在は店舗拡大フェーズであり、順調に成長 賃金の増加や出店に伴うコスト増も含む 鈍化はあるものの、堅調な成長 積極的な出店は継続、認知度の拡大、人材育成など課題 新品商材反動減の可能性を示唆 ローコストオペレーションの徹底 シナジー効果が見込まれる企業を検討
個別事業	<ul style="list-style-type: none"> ラグジュアリー商材について Nintendo Switch2の影響 2nd STREETの既存店成長 USAを含めた海外の状況 	<ul style="list-style-type: none"> 関税の影響はあるものの、相場は上昇傾向に有り 潤沢に販売を継続、抽選販売から会員販売へシフト 売上も好調で、出店を含め順調に成長している 課題はあるが、海外展開は成長の要である
財務戦略	<ul style="list-style-type: none"> 株主還元方針について 成長投資後の還元期待 相場影響の大きい事業のリスク対応 	<ul style="list-style-type: none"> 安定配当の継続を基本とし、積極的な出店投資を優先 数年先である、現状より最大限成長させることを第一優先 オークション利用による滞留在庫リスク低減策
ガバナンス・ その他	<ul style="list-style-type: none"> 株価対策、PBR対策 来期、社名変更の理由 業績の進捗よく、株価が低迷する要因 	<ul style="list-style-type: none"> 取締役会へのIR活動状況定期報告継続 リユース市場のトップランナーであることを公言 業績予想や着地見込の課題

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」を投資を行っております。

非財務資本	知的資本	<ul style="list-style-type: none">● 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おります● 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まいります
	設備資本	<ul style="list-style-type: none">● 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おります● 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投資を推進してまいります
	人的資本	<ul style="list-style-type: none">● チャレンジを推進する積極的な育成投資を行っております● 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まいります
	社会関係資本	<ul style="list-style-type: none">● 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おります● 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まいります
	自然資本	<ul style="list-style-type: none">● 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おります● 全国の店舗における省エネルギーの推進を実施し、持続可能な社会の実現に取り組んでおります

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定めております。

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おります。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まいります。

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おります。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まいります。

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おります。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まいります。

「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いたします

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」を参照。

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



商号の変更に関するお知らせ

- 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を条件としております。

- 移行の目的

リユース事業を中核とする方向性の明確化

グローバル展開の加速と意思表示

創業40周年の節目と長期ビジョンの実現

成長戦略の中核であるリユース事業の方向性を明確にし、
リユース市場でのグローバルなトップランナーを目指します

統合報告書 2025のご案内

幅広いステークホルダーの皆様へ、当社の持続的な企業価値創造についてご理解を深めていただき、対話をより一層推進していくことを目的に、当社初となる統合報告書を2025年10月1日に発行いたしました。



ゲオホールディングス

統合報告書 2025

Change



人々のニーズやさまざまな社会課題への対応 | 価値観の変化 | 生活様式の変容 | 人口動態の推移 | 技術革新 | 地球温暖化・環境破壊 | 資源枯渇

GEO HOLDINGS CORPORATION | Integrated Report 2025

*1 数値は2025年3月末時点、店舗展開地域については3月末時点のもの

*2 VIVIONグループのGHG(直接取引範囲)を売上とみなしています

価値創造プロセス 14

統合報告書 <https://www.geonet.co.jp/csr/integrated-report/>



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ないものです。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、不正確である可能性や、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ことを保証するものではありませんので、あらかじめご承知おきください。



豊かで楽しい日常の暮らしを提供する

お問い合わせ

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

