



2024年9月26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)

## アナリスト向けIR説明会 動画および書き起こし資料公開のお知らせ

当社は、日本証券アナリスト協会主催アナリスト向けIR説明会の動画および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

### 【決算説明会概要】

- ・開催日時 2024年9月19日（木）15：30～16：30
- ・開催方法 ハイブリッド開催（対面によるリアル開催と Zoom によるオンライン開催の同時開催）
- ・開催内容 会社説明、業績概要（実績・予測）、経営戦略および質疑応答
- ・登壇者 代表取締役社長 小林 泰士

### ①説明会動画

URL：<https://youtu.be/7FbQhDGRrws>

### ②IR説明会書き起こし

小林：皆様、こんにちは。マーケットエンタープライズ、代表取締役社長の小林でございます。本日は、当社のアナリスト向けIRミーティングにご来場、またご視聴いただきまして、誠にありがとうございます。

私から、これからお時間をいただきまして、ご説明の後、質疑応答に入っていければと思います。どうぞよろしく願いいたします。

1 会社概要 (P.2~)

2 セグメント別事業概要 (P.9~)

3 各事業の直近の動きと業績推移 (P.39~)

本日のアジェンダですが、会社概要、セグメント別の事業概要、各事業の直近の動きと業績推移と、このような流れで進めさせていただければと思います。

会社概要

社名	株式会社マーケットエンタープライズ
設立	2006年7月7日(事業開始・2004年11月1日)
事業内容	ネット型リユース事業、メディア事業、モバイル通信事業
資本金	3億3,241万6,200円(2024年6月末現在)
役員	代表取締役社長(CEO) 小林 泰士 専務取締役(COO) 加茂 知之 常務取締役(CFO) 今村 健一 社外取締役 寺田 前平 寺田倉庫株式会社 代表取締役社長CEO 社外取締役 谷井 等 シナジーマーケティング株式会社 取締役会長 常勤監査役 山崎 真樹 監査役 野田 優子 野田綜合M&Aコンサルティング(株) 代表取締役 監査役 伊藤 英佑 公認会計士 伊藤英祐会計事務所 所長 監査役 大井 哲也 弁護士 TMI総合法律事務所 パートナー
本社所在地	〒104 - 0061 東京都中央区銀座1-10-6 銀座ファーストビル2階・3階(受付3階)
従業員数	722名(アルバイトスタッフ含む) ※2024年4月現在
上場市場	東京証券取引所 プライム(証券コード：3135)
関連会社	株式会社MEモバイル 株式会社MEトレーディング 株式会社UMM MARKETENTERPRISE VIETNAM Co., Ltd

- 受賞歴
- ・デロイトトウシュートーマツリミテッド 日本テクノロジーFast50 (2015, 2016, 2017, 2020)
  - ・デロイト アジア太平洋地域テクノロジーFast500 (2015, 2016, 2017)
  - ・中小企業基盤整備機構 Japan Venture Awards 中小機構理事長賞 (2015)
  - ・新日本有限責任監査法人 EY Entrepreneur Of The Year 2013 Japan
  - ・ヤフオク! Best Store Awards 総合グランプリ (2017, 2018, 2019)
  - ・リンクアンドモチベーション モチベーションチームアワード(2020)



まず、会社概要ですが、弊社はマーケットエンタープライズと申しまして、2006年の7月に設立をいたしまして、現在19期目を迎えている企業でございます。創業からの事業に、ネット型リユース事業がございまして、その他、メディア、モバイルと3セグメントに分かれて事業展開をしております。

現在、アルバイトスタッフを含めると700名を超える体制でございまして、正社員で400名を超える体制で展開をしております。

証券コードが3135、東証プライムの市場に上場しております。関連会社4社ということで、グループ5社体制で事業展開をしております。

## 目指す姿



社名の由来：

マーケット（市場）をエンタープライズ（冒険的創出）すること

※当社のパーパスは社名の由来と長期ビジョンによって表現されています。

### ● 企業理念

Win Winの関係が築ける商売を展開し  
商売を心から楽しむ  
主体者集団で在り続ける

### ● 長期ビジョン

持続可能な社会を実現する  
最適化商社

### ● 10 CORE VALUES

01  Speed 速度	02  Change & Challenge 変化と挑戦	03  Input & Output 学びと行動	04  Priority 優先順位	05  Continuous Outcome 継続的成果
06  Responsibility 責任感	07  Key Communication 本質的議論	08  Team Work 共創	09  Creativity 発想	10  Long-term thinking 長期思考

弊社、マーケットエンタープライズの社名の由来ですけれども、マーケットは「市場」、エンタープライズには「冒険的に創出すると」という意味合いが込められておりまして、市場を冒険的に創造していこうと、そんな思いで創業いたしました。

企業理念に「Win Win の関係が築ける商売を展開し、商売を心から楽しむ主体者集団で在り続ける」を掲げまして、長期ビジョンに「持続可能な社会を実現する最適化商社」を掲げております。



簡単な沿革をご説明させていただきますと、19 期目を迎えています、個人事業としてはその 2 年前からスタートしました。当時は、使い捨てカメラにフラッシュを焚く専用のアルカリ電池が組み込まれていまして、電力をほとんど消費しないということで、まだ使える電池が全部廃棄処分されることを知りまして、もったいないなということで、格安電池ドットコムという、大量に集めた電池の通販から創業いたしました。

その後、フリーマーケットの全国展開ということで、Web で集客をして、全国 36 都道府県で延べ 800 回以上のフリーマーケットの開催をしまして、その後、ネット型リユースという事業を興して、マーケットエンタープライズを設立させていただいております。

当時は、まだスマートフォンもない時代だったんですけども、これからリユースの機運が高まっていくなど、またインターネットを使った商取引が大きく発展していくなど、そんなことを感じまして、当時創業したというようなところがございます。

2015 年に、設立から 9 年目、東証マザーズにネット型の総合リユースとしては初めて上場いたしまして、そこから、需要旺盛な農機具の事業をスタートしたりですとか、中古パソコンも日本で一番ネットオークションで販売をしておりましたので、それに付随するようなかたちでモバイル通信事業をスタートしたりですとか、リユース品を売りたい方と買取業者のマッチングのプラットフォーム「おいくら」ですとか、メディアですとか、多角化をいたしまして、東証一部(現プライム市場)に 2021 年に市場変更したと、そんな背景がございます。

## 創業以降の売上高の成長推移



こちらが、創業からの売上高の推移になります。

創業からは、CAGRで見ますと、46.2%ということで成長してきました。

東証マザーズに上場したこの9期目のところから見ても、毎年CAGRとしては18.9%ということで、高い成長を続けているかなと考えております。

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、  
多角的に事業を展開

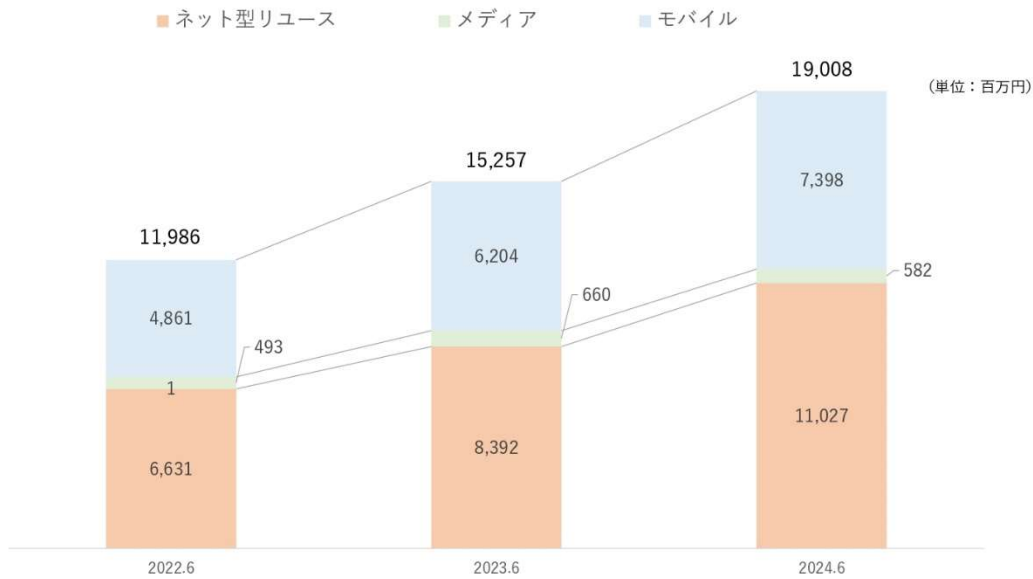


ここから、事業概要の説明に入らせていただきます。

「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、多角的に事業展開しています。

先ほど申し上げさせていただいたとおり、このネット型リユースの個人向けリースというのが、東証マザーズに上場するまで展開していた事業で、現在も中核の事業ではあるんですけども、そこから、マシナリー、おいくら、メディア、モバイルと広がりながら事業展開をしてきた企業グループでございます。

## 過年度 セグメント別売上高推移



8

現在の売上高 190 億円の内訳になりますけれども、ネット型リユースが 110 億円、メディア事業が 5 億 8,000 万円、モバイル事業が 73 億 9,000 万円というかたちに、前期の段階ではなっております。

## ネット型リユース事業：①個人向け、②マシナリ、③おいくら

# リユースをもっと身近に、賢い消費を提案

循環型社会形成の基盤となる安心・安全・便利な二次流通市場を創造すべく、ネット型リユース事業を展開しています。

個人向け

高く売れるドットコム

マシナリ

おいくら

10



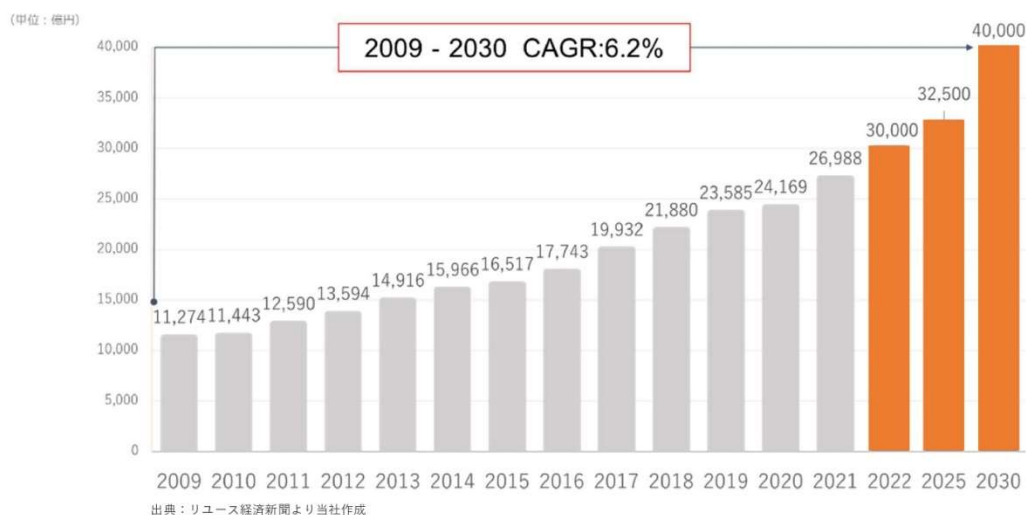
セグメント別の事業概要になります。

まず、ネット型リユース事業ですけれども、個人向けと、マシナリーと、おいくらとありますので、それぞれ分けてご説明をさせていただければと思います。

I-① 個人向けリユース分野 > 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



まず、このリユースマーケットですけれども、市場自体が右肩上がり成長している成長産業になります。業界平均では年率 6.2%ということで、2022 年には 3 兆円のマーケットになりまして、2030 年には 4 兆円になると言われております。



I-① 個人向けリユース分野> 当社の市場認識：潜在リユース市場

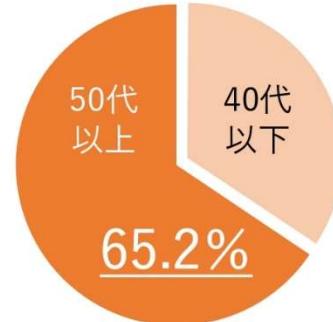
「かくれ資産」は約67兆円

「かくれ資産」の65%は50代以上のシニア層が保有

● リユース市場のポテンシャル



● 「かくれ資産」の年代構成比



出典：顕在市場＝『リユース経済新聞』、かくれ資産＝ニッセイ基礎研究所・メルカリ共同調査、過去1年間に不要となった製品＝経済産業省『電子商取引に関する市場調査』

これは、当然ネットが発展したことによって、若年層の方がリユースに抵抗がなくなってきたということもございますし、また年配の方が断捨離を含めて、市場にいろいろな品物を放出していくという流れもありました。世界的にもマーケットが広がっておりますけれども、日本はさらにかくれ資産が多くありますので、そのマーケットの伸びが大きいというような状況になっております。

先ほど申し上げた、この顕在化されたマーケットが今3兆円となっております、実際にはまだ、かくれ資産と言われていたものが66.7兆円あると言われておりまして、非常に多くのものが家庭に眠っているというような状況です。

また、毎年のように新品が購入されますので、この購入したものが毎年、7.6兆円分不要品になってリユースに回ってまいりますので、非常に大きなマーケットがあると認識をしております。

当時から、非常にこれから成長性のあるマーケットだと思っていたんですけども、より一層感じているといいますか、1商品がリユースされる回数も増えていると感じます。そんなかたちも含めて、再販価値をベースに購入される方もいらっしゃいますので、リユースマーケットもますます大きくなってきたなと思っております。また、50代以上の方が65.2%のかくれ資産を保有しているという、そういった、シニアに少し寄っているようなマーケットでもございます。

I-① 個人向けリユース分野：買取

全国対応の総合ネット買取サービス  
高く売れるドットコムを運営



高く売れるドットコム

<https://www.takakuureru.com/>



累計利用者数 ※1

710万人

依頼数 ※2

43万件

※1 2023年10月現在までの利用者数 ※2 2024年6月期の依頼数合計

そんなマーケットの中、弊社はネット専用の総合リユース事業として、初めて東証マザーズに上場したようなそんな企業ですけれども、現在では年間 43 万件もの買取ご依頼をインターネット経由でいただいているような企業グループです。

買取専門の Web サイトを 30 サイト展開しておりまして、家電ですとか、楽器ですとか、カメラですとか、オーディオですとか、そういった男性の趣味嗜好品を基本的には得意としながら発展をしてきましたが、その領域がどんどん広がってきたというような状況でございます。



## 全国 15 拠点

- ・店頭・宅配に加え、各拠点からお客様の自宅に直接訪問
- ・自分で梱包や運搬する手間を  
かけずに不用品を売却できる  
出張買取を柱に、最適な買取  
サービスをご提供

買取専門の Web サイトで集客をしたものを、個人向けリユースでは全国 13 カ所のリユースセンターで取り扱っております。

お持ち込みいただくこともできますし、宅配キットを送付させていただいて、一番近いセンターに送っていただいで、より早い時間で換金をさせていただくこともいたします。

また、この出張買取ということで、この 13 の拠点からは、出張買取のバイヤーが直接ご自宅にお伺いをさせていただいて、商品を買取りさせていただくような、そんなモデルになっております。

中古品の買取販売を『C to B to C』をベースに展開  
マーケティング、コールセンター、物流センター、  
基幹システムを内製化

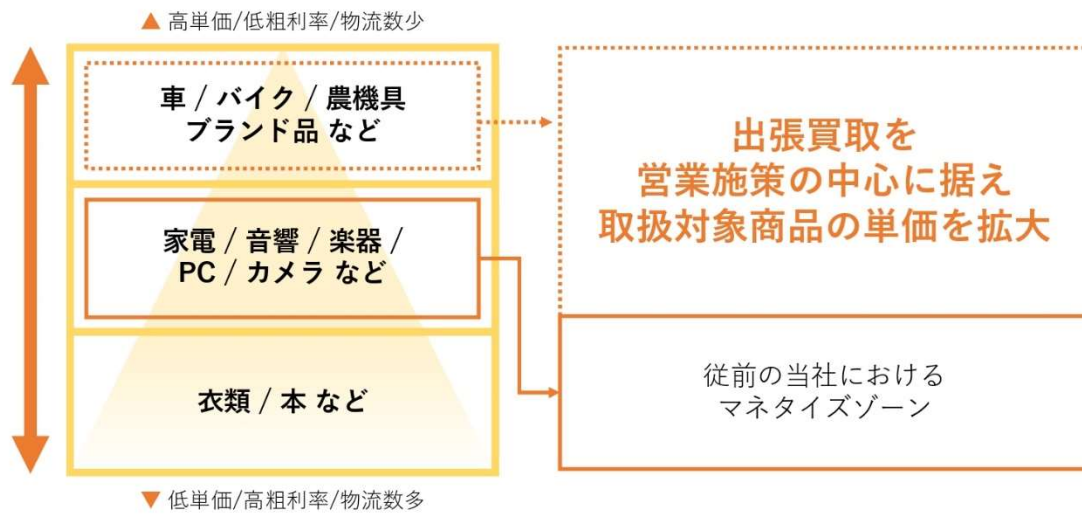


※C to B to C : Consumer to Business to Consumerの略 個人間で直接取引をするのではなく、法人を介して行う取引形態のこと

いわゆる買取専門の Web サイトで集客をして、弊社のコンタクトセンターという、東京と徳島に拠点がござい  
ますが、そこでお客様とのやり取りをして、宅配、出張、店頭、それぞれの買取チャネルを提案して、実際に商  
品を買い取ります。

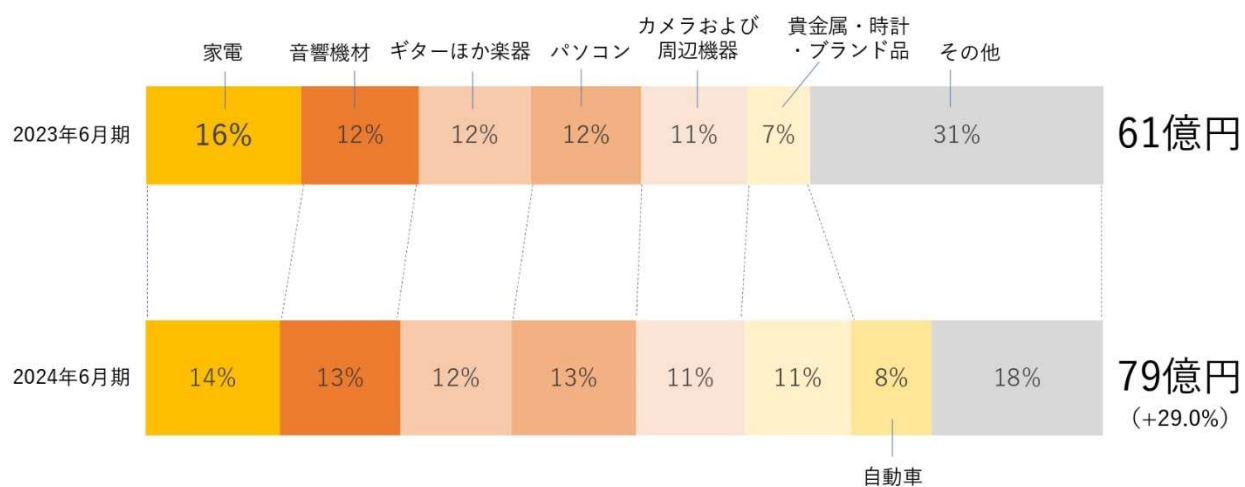
そういったものを、基本的にはインターネットを介して、e コマースを通じて商品を販売するというので、自  
社 EC の ReRe や、Yahoo!オークションや、楽天や Amazon など、1品しかないものを在庫連動させて出品して  
いくと、そんな自社開発の仕組みで、高回転で商品を販売しています。

通常このリユースのマーケットは、商品を仕入れて店頭に並べて、大体在庫の回転率というのが、年間約4回転  
から6回転ぐらいと言われているんですけども、弊社はこの在庫の回転率が約17回転ということで、非常に  
資金効率が高い、そんな事業のモデルになっております。



もともと弊社が得意だったところは、総合のネット型リユースということで、家電、音響、楽器、PC、カメラなど、趣味嗜好品を得意として発展してきましたが、そこに最近では、お伺いをさせていただいて追加商品を獲得させていただくような、この出張買取という営業施策を中心に据えて、取り扱いの対象商品の単価が拡大しているような、そんな状況のサイクルに入っていました。

I-① 個人向けリユース分野：商材別売上高比率



これが、前々期と前期の、商品別の構成比の内訳です。

61 億円から 79 億円へということで、29%成長いたしました。貴金属・ブランド・時計の領域が広がったりですとか、追加の中から自動車を獲得したりですとか、そのような領域の広がりが出てきたようなかたちでございます。

✓ 6年間で売上高は20倍超に



また、マシナリー（中古農機具）についてのご説明になります。

こちらでもネット型リユースを展開していく中で、当時、農家の方から、農機具を買い取ってほしいというような話をよくいただいていたんですけれども、そんなところから弊社で新規参入をしまして、少しずつ発展を遂げました。

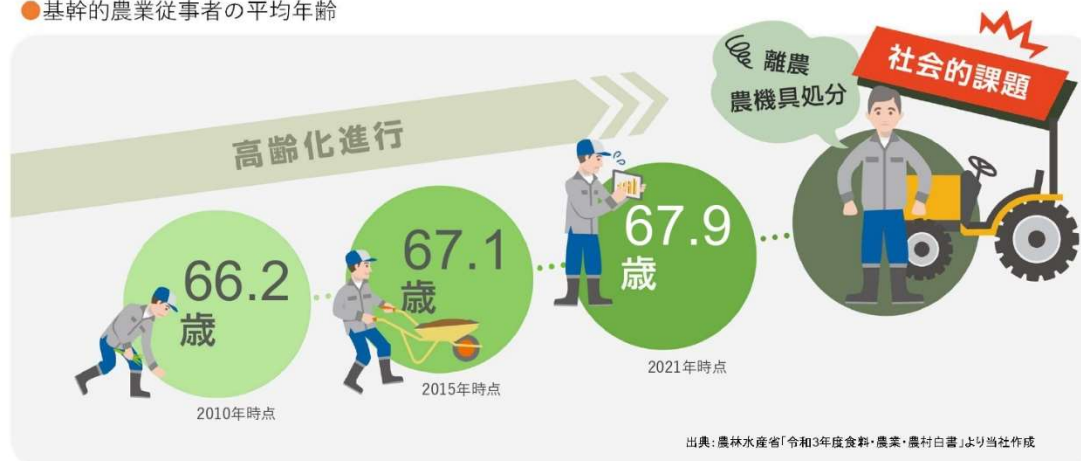
参入後、海外向けに輸出をしているような企業様の M&A ですとか、国内の農機具店、またディーラーさんと取引をしている会社さんの M&A を経て、この PMI が終了しました。前期にようやく黒字転換を果たしながら、今は、6年前に比べると 20 倍に発展しながら、売上規模が 29 億円程度ということで、大きく成長してきているようなモデルになります。



## 1-② 中古農機具分野 > 当社の市場認識：農業人口の減少

日本の農家の平均年齢は67.9歳と高年齢化が進行。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

### ● 基幹的農業従事者の平均年齢

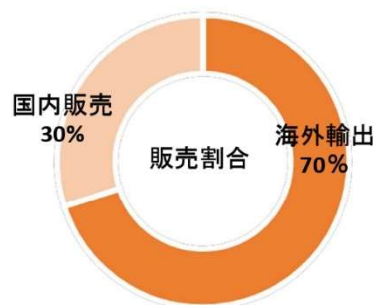


農家の方の平均年齢は 67.9 歳で、非常に高齢化が進んでおりまして、農家をやめてしまわれる離農というのが多くなってございます。

そういった中で、農機具の処分というのも、納屋に眠っているものも非常に多くて、先ほどのかくれ資産ではないですけども、そのようなマーケットがございまして。

新規就農者の方は、この中古ブームといいますか、安価な中古の農機具で十分だという方も国内にはいらっしゃいますし、海外からしますと、日本製のメイド・イン・ジャパンの品質の良いものを活用したいというニーズもございまして、広がっております。

日本全国の農機具を買取、自社ECを通じて販売することで  
国内だけでなく世界各国に向けて農機具の提供



こちらは、弊社の鳥取のリユースセンターの拠点になりますけれども、ズラリと商品が並んでいますが、ここから海外に出て行ったりしております。北関東のヤードと、こちらの鳥取のヤードの、2カ所から出ていております。

販売割合はもともとは国内半分、海外半分だったんですけれども、最近は海外のニーズが非常に多くて、約7割が海外で、国内のリユースが3割というようなかたちになっております。

1-② 中古農機具分野：取り扱い商材

幅広い商品を買取・販売。また、故障してしまっている  
トラクター(乗用農機具)等も取り扱い可能



中心となるような商品は、トラクター、コンバイン、田植え機というようなところで約9割がたというかたちになりますけれども、このような中古の農機具を取り扱っております。

1-② 中古農機具分野：輸出実績

直接海外へ中古農機具の輸出を行い、  
これまでに81ヶ国以上への実績があり現在も海外販路は拡大中

- オランダ
- ハンガリー
- ケニア
- アルバニア
- モルドバ
- モロッコ
- アルメニア
- ポーランド
- 南アフリカ
- ベルギー
- ルーマニア
- バングラデシュ
- フランス
- スペイン
- カンボジア
- イギリス
- エジプト
- 中国
- ギリシャ
- サウジアラビア
- イタリア
- イエメン

海外向けECサイト

<https://farm-mart.jp/en>

登録者社数 ※

918社

※ 2024/3/31 現在

直接海外に、この左上の「FARM-MART」という e コマースで顧客とやり取りをしまして、出荷をしております。

累計ではもう 81 カ国ということで、本当に幅広い国に出ていっており、登録の事業者数も 918 の海外事業者の方が登録してくださっております。特に北欧、ヨーロッパを中心に商品が出ていくことが多いなと思っておりますが、このような状況です。

## 1-② 中古農機具分野：日本製の中古農機具

20年、30年前の年式でも性能が良く壊れにくい  
Used in JapanとしてEU、中東、アジアで需要  
最近では、アフリカ諸国からのニーズも顕在化

### ● アフリカ諸国の大使による視察



駐日コートジボワール  
大使館  
ダニ モンケ ネストル  
参事官



駐日ウガンダ共和国  
大使館  
特命全權大使  
カーフワ・トーファス  
閣下



駐日ザンビア共和国  
大使館



駐日タンザニア連合共和国  
大使館



2023年5月26日  
JICA研修員「共創セミナー」に参加  
31カ国約60名の関係者の参加

また、この Used in Japan ということで、人気ではあるんですけども、アフリカの各大使館の皆様も弊社のヤードに直接たくさん来ておられます。これからは、まだ機械化が進んでいない、手作業でやっている農作業に、農機具を国策として仕入れていきたいというような話もいただいているような状況になっております。

### 1-③ おいくら分野

全国のリユースショップへ一括査定が行える

リユースプラットフォーム



加盟店数 **738**店舗  
※2024/6/30現在

年間依頼数 **19**万件  
※TEL、Web依頼含む2023/4/1~2024/3/31実績

続けて、おいくらというサービスです。

こちらは、全国のリサイクルショップに一括の査定ができるリユースのプラットフォームになっております。リサイクルショップさんが738店舗加盟をさせていただいておりまして、年間で約19万件もの買取ご依頼をいただいております。



査定したい・売りたいリユース品の情報を登録するだけで複数のリユースショップに依頼が可能。最適な買取業者を選択可能



もともと弊社は、買い取って販売するというのをベースにやってきたんですけども、例えば実際に買い取っても、梱包して配送しますと送料のほうが高くなってしまふものというのが、リユース品には非常に多くございまして。そういったものは、ある程度地産地消で展開をしていかないとリユースできないという側面がありまして、こんな事業もスタートする形になりました。

売りたいよという方がここに登録をしますと、近隣のリサイクルショップさんから、弊社だったらいくらで買い取るよと、見積もりが届くような、そんなモデルです。

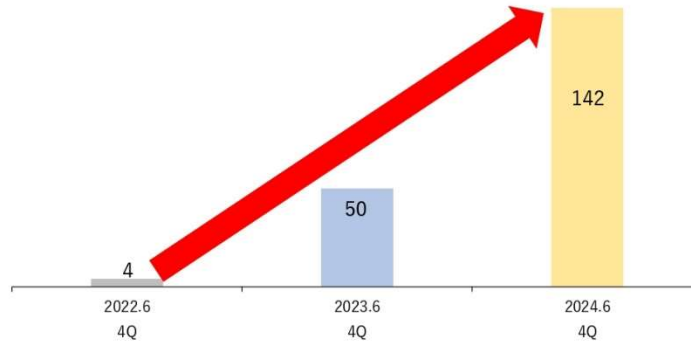
### 1-③ おいくら分野：地方自治体との連携

住民・行政・環境の課題をリユースで  
解決持続可能な循環型社会の実現に向けて地方自治体との連携を加速

(※「おいくら」Web買取依頼数 年間15万件のうち、3分の1超が自治体からの流入)



連携自治体数※ **142箇所**  
人口カバー率※ **32.7%**



当期1年間※で連携数は約3倍に拡大

※2023年7月1日～2024年6月30日

※ 2024年6月30日 現在

これが今、発展をしております、全国の自治体との連携が加速をしております。

昨年までに 50 の自治体と連携協定を結びましたが、昨期、大幅に連携協定が加速しまして、142 の自治体と連携協定を結びました。人口カバー率でいうと、約3分の1ということで、数多くの、人口の多い自治体を中心に導入がされているようなかたちです。



自治体のゴミ案内等のHPでリユースを啓発

ホームページ掲載 (名古屋市)



自治体専用ページ (弊社作成)



ごみカレンダーや出し方・分け方マニュアルへの掲載

墨田区の掲載例



深谷市の掲載例



具体的に申し上げますと、粗大ゴミを捨てるタイミングで自治体のホームページに行きますと、シールを貼って、税金で回収されて、燃やしたりということがありますが、捨てる前に1回リユースをしてみて、それでも駄目だったら捨てましょうと、そんなかたちで、自治体のホームページですとか、さまざまなチラシだったり、ポスターに「おいくら」を掲載いただいて、実際にゴミの削減ができるということで、一気に連携協定が進んでいるような状況でございます。

ここまでがリユース事業です。

## 多様化する消費行動に その人にとって 最適な選択肢を提供

多様化する消費行動に合わせて「買い消費」行動に役立つコンテンツを提供し、  
個人にとって最適な選択肢が見つかるウェブメディアを運営しています。

ヒギナス

OUTLET JAPAN

高く売れる  
ドットコム  
MAGAZINE

おいくら?  
MAGAZINE

iPhone  
格安SIM通信

最安修理ドットコム

SIM CHANGE  
格安SIM・中古iPhone・中古iPad

UMM  
USED MACHINE MARKET

メディア事業です。いわゆるインターネットのコンテンツのメディアを展開しています。

もともと、先ほど申し上げたとおり、買取専門のサイトを30サイト展開して、個人向けのリユースについて43万件もの年間買取依頼を獲得するとか、おいくら?は年間19万件もの買取依頼をいただくとか、デジタルで集客するのが非常に得意な、弊社に優位性のある領域でした。

自社で買い取れるものは自社で取り扱うんですけども、自社で買い取れないものとか、その生活の転機になるときは、いろいろな企業様に送客をさせていただいて、広告として収益をいただく。そんな展開でメディア事業が発展したというような状況でございます。

## II.メディア事業：運営メディア一覧

月間平均PV数

約800万PV

※2023年7月～2024年3月 月間平均PV数

通信、モノの売買や修理に関するサイトなど  
賢い消費行動に役立つ  
主に8つの最適なウェブコンテンツを提供。



<https://www.tere.jp/beginners/>

ビギナーズ

興味を見つけた、今までと違うことを新しく始めたい人を応援する「興味深しができる」メディアです。100種類を超える趣味を紹介し、さまざまな年代・性別の方向けの趣味が見つかります。



<https://www.takakureru.com/magazine/>

高く売れるドットコムマガジン

あらゆるモノの買取・売却・処分方法を発信するリユースメディアです。不要品の処分方法として「捨てる」だけではない新たな選択肢を提供します。



<https://oikura.jp/magazine/>

おいくらマガジン

おいくらマガジンでは不要になったモノの処分やリサイクル方法や、リサイクルショップを上手く使うコツや不要になったものを高く買い取ってもらう方法を解説しています。



<https://saiyasu-syouri.com/>

最安修理ドットコム

iPhone・Androidのスマートフォン端末、パソコン、iPad、時計計、カメラ、家電、車、バイクなどさまざまなカテゴリの修理業者の情報を掲載する、日本最大級の修理業者情報プラットフォームです。消費者と修理業者とのマッチングがしやすい修理業者比較・検討サイトです。



<https://www.kashi-mo.com/media/>

iPhone格安SIM通信

iPhone・WiFi・WiMAXの情報をわかりやすく解説します。今や日常生活に欠かせないインフラとなった「通信」について、自分に合ったスマホ・ネットを提案します。



<https://simchange.jp/>

SIMチェンジ

自分にあった格安SIM・格安スマホを選ぶための、通信領域全般を取り扱うメディアです。スマホのレビューや速度調査など独自のコンテンツを提供します。



<https://outlet-mall.jp/>

OUTLET JAPAN

全国のアウトレットモールのセール・イベント情報をはじめ、ECサイトなどオンラインショッピングでの新商品・お得情報など、消費者が「買い消費」をするために知っておきたい情報を提案します。



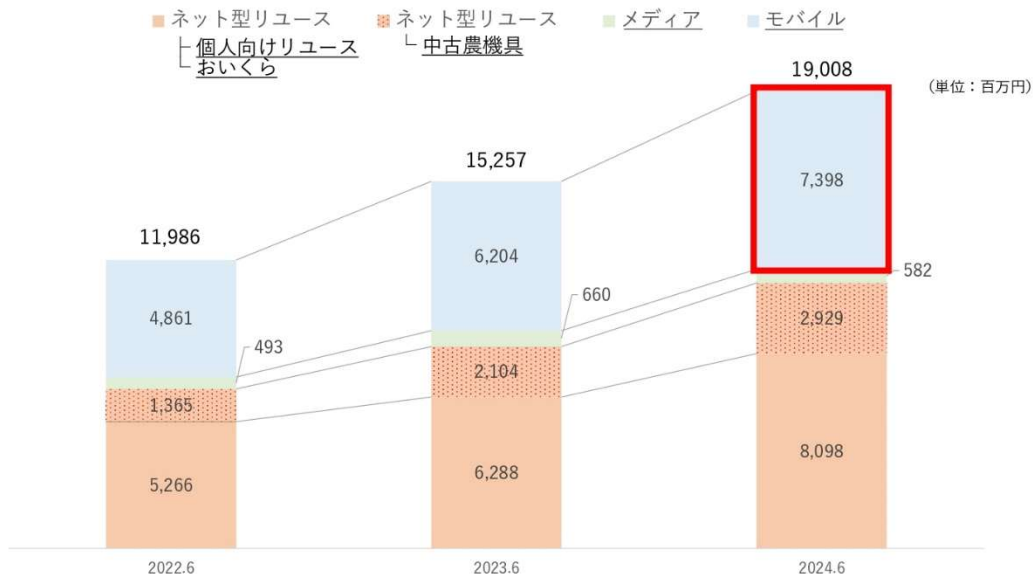
<https://ummkt.com/blog/>

農業とつながる情報メディア UMM

新規就農を考えている方ももちろん、離農検討者や農業経営に携わっている方など、農業に関わるすべての方たちへ有益な情報をお届けします。

主たるサイトで、約8サイト、月間800万PVほどありますけれども、通信やモノの売り買い、修理などに、こういった賢い消費といますか、生活のライフサイクルに根付いたコンテンツの提供をしております、事業展開をしているようなモデルでございます。

## 過年度 セグメント別売上高推移



最後に、モバイル通信事業です。大きくこちらにも成長するような領域になってきております。

## III. モバイル通信事業

価格・スピード・安心感で  
皆さまに選ばれる  
データ通信サービス

今や日常生活を支えるインフラの一部となったデータ通信分野において、  
高速通信サービスであるWiMAXを業界最安級(※)で提供しています。  
※自社にて主要な通信会社カタログ・HP調べ

**カシモ WiMAX**  
powered by **UQ WiMAX**

WiMAX + 5Gがギガ放題で  
月額 **1,280**円(税込)~  
(税込1,408円) ※初月のみ

- 違約金 **0**円
- 端末代 **0**円
- 送料 **0**円

※一部期間内に大量のデータ通信のご利用があった場合、接続する時間帯の通信速度を制限する場合があります。

「カシモ（＝”賢いモバイル”の略称）」というブランド名で、  
安心・安全・快適なモバイルデータ通信のサービスを提供



カシモWiMAX

<https://www.ka-shimo.com/wimax>



価格.com  
モバイル回線プロバイダ  
人気ランキング 2022年  
・モバイルルーター部門  
・ホームルーター部門  
共に年間1位を獲得  
(集計期間：2022年1月～2022年12月)

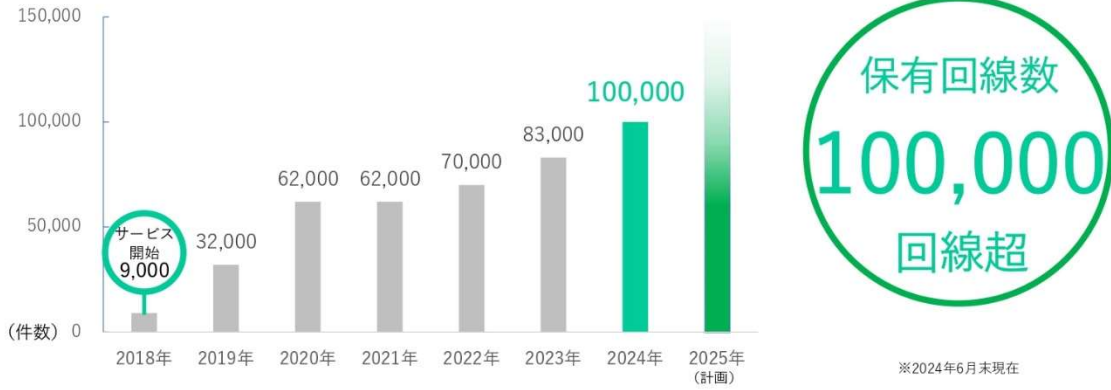


賢いモバイルを略しまして、カシモという名前で展開をしているんですけども、いわゆる WiMAX というサービスを展開しておりまして、現在では分かりやすい料金設定ということで、有名サイトでも人気 No.1 になりまして、快適なデータ通信を提供しております。



✓ 「業界最安級」の安くシンプルな料金プランで契約数が増加中

●保有回線推移



シンプルな価格設定で分かりやすいということで、このサービス開始以来人気を博しまして、現在では10万回線以上の方が利用して下さるようになっていまして、継続的な収益も多く発生するようなかたちになってきました。

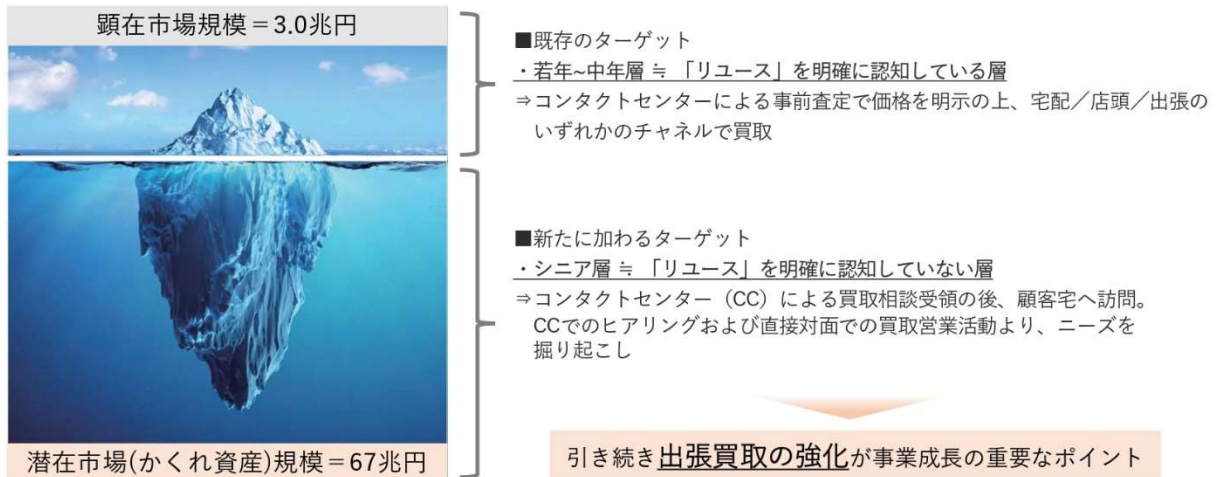


もともとは中古パソコンをネットオークションで、日本で一番売っておいりましたので、通信もセットで販売をしたほうが、より消費者の方に好まれるということで、当時は中古の iPhone と SIM をセットで販売したりということからスタートしたんですが。そこから、高速データ通信、5G がスタートいたしまして、現在ではこの WiMAX が人気を博して、結果 10 万回線を超えるような体制になってきたという状況でございます。

ここまでがモバイル通信事業の内容でございました。



- ✓ 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育成の強化および生産性向上策を合わせて推進



出典：顕在市場 = 『リユース経済新聞』、かくれ資産 = ニッセイ基礎研究所・メルカリ共同調査

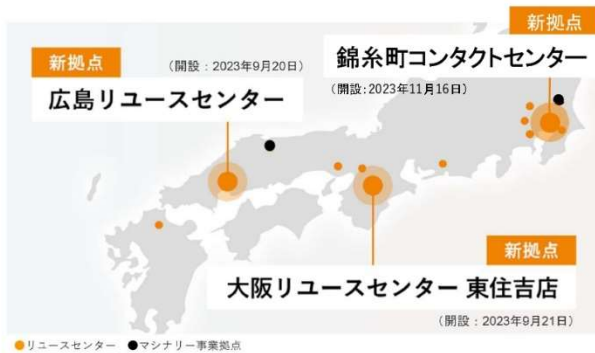
各事業の、直近の動きと業績の推移を、ここからご説明させていただきます。

まず、個人向けリユースですけれども、もともとその宅配買取や店頭買取が得意でもあったのですけれども、出張買取の領域を広げていこうということで、数年前からこの戦略を重点的に取ってまいりました。

顕在マーケット 3 兆円に対して、自宅に眠っているかくれ資産が 67 兆円あるということで、消費者の方が売りたいと思った商材だけではなくて、こういったものも売れるんだと、こういったものも追加で売れるんだということで、自宅にお伺いをさせていただくことで掘り下げさせていただくような、この出張買取を強化してきたという背景がございました。

- ✓ 出張買取圏および業務処理能力の拡大を目的に新規拠点開設（2023/9、11）
- ✓ 買取商材の面的拡充を目的に、“中古車”の取扱いを開始（2023/9末～）

新規拠点開設



取扱商材の拡充



昨年は、広島リユースセンターを開設したりですとか、大阪リユースセンター東住吉店を開設したりですとか、お客様との窓口であるコンタクトセンターの機能拡充ということで、コンタクトセンターを大幅に拡充したりですとか、そういうことも展開いたしました。

この年間 43 万件の買取のご依頼をいただく皆様から、当時農機具買取をスタートしたときと同じように、車も売却見積もりが取れるの？と、そんな話もいただくようなことが増えてまいりましたので、車の取り扱いもスタートし始めたりということで、そんな展開もいたしました。

- ✓ 前期末の中計ローリング時にも再確認したとおり、当社は「DX施策の推進」を全体戦略に掲げており、その後の生産性向上策においても、DXによる効率化を強力に推進

(2023年6月期通期 決算説明資料より抜粋)



#### 買取時スコアリングの開始（2Q～）

- ✓ 顧客データを属性毎にスコアリングのうえ、これまで蓄積した買取データと照合・統計処理し、予想買取額の推定精度を向上。優良顧客の属性を特定することで、買取の生産性向上へつなげる

#### ルートアレンジツールの導入（3Q）

- ✓ 出張バイヤーの1日の訪問計画（ルート）について、訪問先ごとの予想買取額および商談予想時間を可視化することにより、1ルートで得られる予想買取総額が最大化できるようアレンジメント可能に



#### 業務効率化推進に向けた機能改修（2Q～）

- ✓ 新たに日報システムとして、ダッシュボードによる生産性指標（買取実績額等）のデイリーでのフィードバックと、マネージャーとのコミュニケーション機能を強化。課題の発見と解決サイクルをスピードアップ

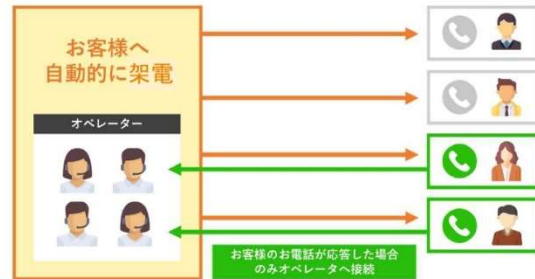
また、当社は DX 施策の推進も全社的に掲げて展開をしております。

去年はコンタクトセンターで、お客様から買取のヒアリングをする際に、買取のスコアリングを開始いたしました。こういった商品を売却する場合は、こういったものも売却する可能性が高い、そういったものの統計をしっかりと属性とともに分析するようなことをスタートしたりですとか、ルートアレンジツールということで、出張バイヤーの1日の稼働訪問ルートを、機械学習でより効率的に展開するようなことをしまして、1件当たりの訪問の効率を上げたり、1日のルート効率を上げたりといったことも展開いたしました。

✓ 4Qにおいて、さらなる生産性向上に向け以下の施策を推進

オートコールシステムの導入（4Q）

- ✓ 買取総件数の再伸長を図るため、コンタクトセンター（CC）にオートコールシステム\*を導入  
（\*システムにより一斉架電し、つながった回線をオペレーターへ受け渡す仕組み）
- ✓ 稼働オペレーターの数を実タイムで監視することにより総架電数を制御。応答までのアイドルタイムを短縮することで、CC稼働時間のさらなる生産性向上を図る



顧客メッセージツールのバージョンアップ（4Q）

- ✓ CRM施策の一環として、来店予約日時のリマインド等を、SMSで顧客あて自動メッセージ通知。意図せざる商談の中止を防ぎ、成約率の向上を図る

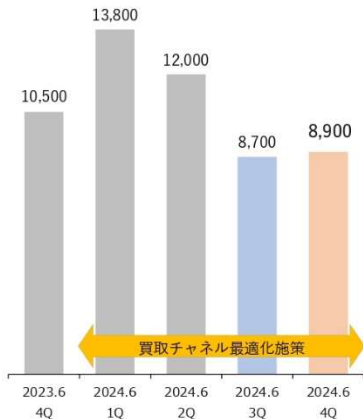
また、4クォーターには、オートコールシステムの導入ということで、これまでは1件1件お客様へ問い合わせの電話をかけて、結局つながらなかったということをやっていたんですけども、同時に架電をして、つながったお客様と順次接続するようなかたちでのシステムの導入ということもいたしました。

さまざまなDXをすることによって、今、効率化を図っているような状況でございます。

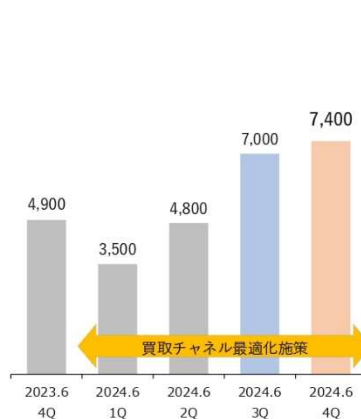
- ✓ 買取チャンネルの最適化施策は順調に進捗。出張買取案件の掘り起こしを起点に、宅配買取件数も伸長。想定利益をもとにしたチャンネルの振分けはバランスよく積み上がり、総件数としてもYoYで+11.1%の増加（前期4Q・20,800件→当期4Q・23,100件）

（単位：件）

出張買取件数推移



宅配買取件数推移



店頭買取件数推移



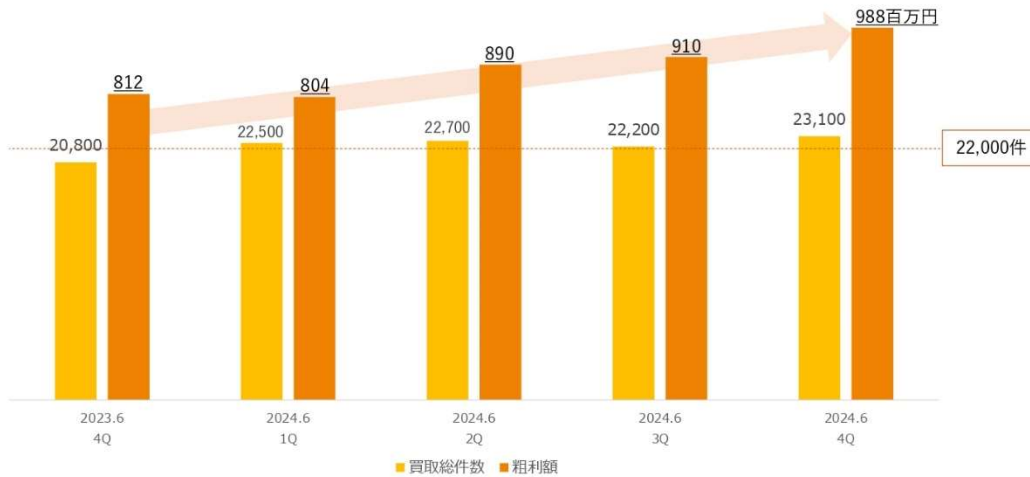
こちらが、チャンネル別の買取件数の推移です。

買取チャンネルの最適化施策は順調に進捗ということで、出張買取案件の掘り起こしを起点に、宅配買取件数も伸長、想定利益を基にしたチャンネル売上がバランスよく積み上がり、総件数としては昨年対比で 11.1%の増加となっております。

ぱっと見、出張買取の件数推移が下がっているように見えるんですけども、当時かなり出張買取に寄せてしまっていて、もともと宅配だったり、店頭だったり、弊社の得意なところまで出張で行ってしまったということで、低単価なところまで出張でリーチしてしまったというのが、少し業績がばらついてしまったところの要因でございました。

その後、しっかりとヒアリングをして売上に貢献する案件に出張でお伺いすることになりまして、出張の件数は減っているんですけども、出張 1 件当たりの単価は大きく向上しました。比較的出張に行くほどでもないものといえますか、買取金額がそう高くない価格帯に関しては、宅配と店頭買取の提案を効率的に進めるようなかたちで進めてきたのが、私たちが取り組んできた直近の動きになります。

- ✓ コンタクトセンターのヒアリング能力向上および買取チャネルの最適化施策の進捗により、Qあたり買取総件数2.2万件を超える水準を維持しつつ、粗利額の増加傾向づく

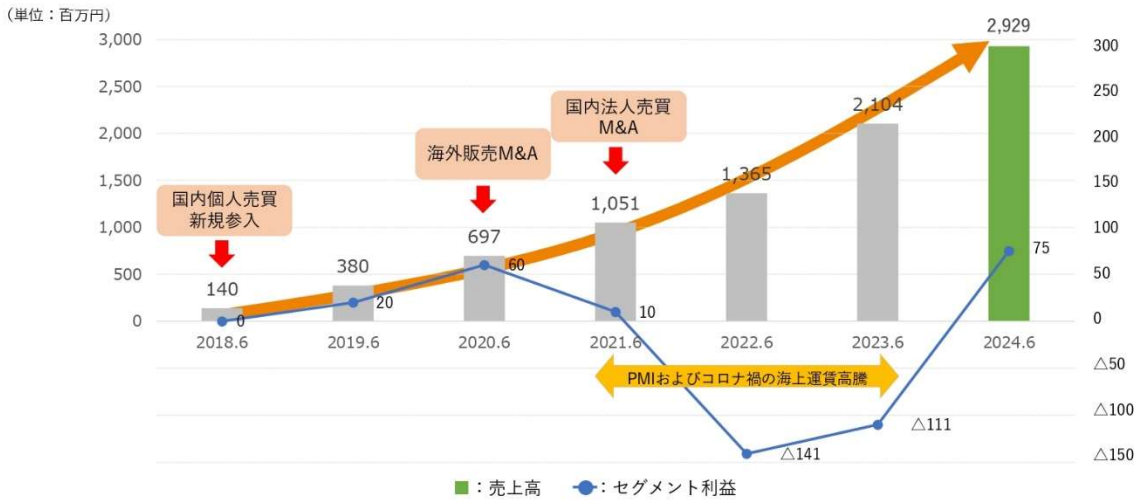


このコンタクトセンターのヒアリング能力の向上および買取チャネルの最適化施策が進捗いたしました結果、クォーター毎の買取総件数は2.2万件を超える水準を維持しつつ、粗利額の増加が続いているというかたちで、最終的に粗利額というのが右肩上がりで再成長するような体制にもう一度入ってきたというのが、このリユースの領域でございます。



中古農機具分野：売上高・セグメント利益 年度推移

- ✓ 6年間で売上高は20倍超に
- ✓ 前期4Qにターンラウンドを終え、当期は過去最高益で黒字転換



また、農機具に関しましては、PMI が終わりにまして、ようやく収益化というかたちを迎えました。

中古農機具分野：直近のアクション概要 (3Q)

- ✓ 茨城県結城市に「北関東第2ヤード」を開設。在庫収容能力を拡充
- ✓ 既存の北関東RCとあわせ、在庫収容能力 最大800台に拡充

新規拠点開設

- 北関東第2ヤード
  - 住所： 茨城県結城市
  - ヤード面積：約1,400坪
  - 使用開始： 2024年1月5日





ここからは大きく、国内業者からの仕入れ、また、海外販売の販路を開拓していくということを積極的に進めていこうということで、昨年、この在庫をより持てるようヤードの拡張も併せてさせていただきました。

## 中古農機具分野：直近のアクション概要（4Q）



### サイト多言語化対応

- ✓ 海外拡販のため輸出国の多様化を図るべく中古農機具事業の紹介コンテンツについて多言語化対応を開始

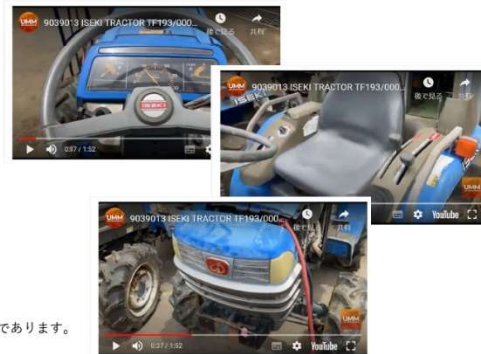
(3/22～英語・スペイン語、4/1～フランス語・ロシア語・ドイツ語・ポルトガル語)



(参考) 当社の現在の主要輸出国はウクライナ、ポーランド、フランス、オランダ、ベトナム等であります。

### 商品紹介動画の実装

- ✓ 現品チェックが難しい海外ユーザーの不安を解消すべく、販売サイト(FARMMART)において稼働状況等が確認できる商品紹介動画の実装を開始



多言語対応のサイトも各言語に合わせて展開をいたしまして、問い合わせもどんどんと今、増えてきているようなタイミングになっております。

また出品も、動画の掲載もいたしまして、商品状態がよりくわしく分かるようなかたちで質問に対するやり取り等購入決定までの調整事項の低減、および購入単価の向上に寄与するような動きも進めております。

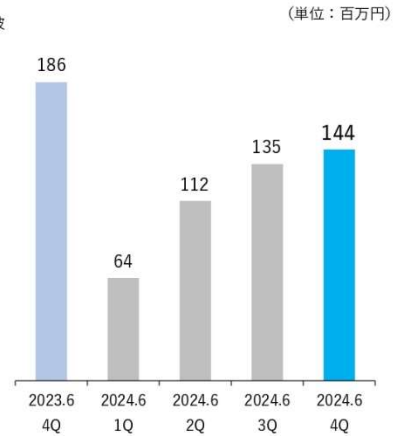
売上高推移



新規回線契約獲得数推移



セグメント利益推移



最後に、モバイル通信の領域でございます。

こちらは昨年、4クォーターに大きく、この新規の回線数がどんどん獲得できるような施策も展開をいたしました。これまで Web で効率よく獲得していたところに加え、認知広告の展開もさせていただきまして、ボリュームがどんと増えるようなかたちになっております。

この認知広告は、広告が先にかかりまして、その後、継続的に指名検索とかが増えて、効率性が上がっていくんですけども、そういう動きがスタートしましたので、来期以降、少し水準が上がったかたちでの獲得ができる体制が整ってきたのではないかと考えております。

### 売上高・売上総利益

- ✓ ネット型リユースおよびモバイルの収入拡大がけん引し、引き続き四半期売上高・売上総利益ともに過去最高
- ・売上高 : 19,008百万円 (前年同期比 +24.6%)
  - ・売上総利益 : 6,941百万円 (前年同期比 +19.3%)

### 営業利益

- ✓ 1QビハインドのちV字回復。2Q黒字転換後は増益続く (1Q △154M→2Q 113M→3Q 148M→4Q 192M)
- ・営業利益 : 298百万円 (前年同期比 +215.7%)

### 経常利益・純利益

- ✓ 期末において営業外費用にデリバティブ評価損197百万円の計上があったものの、経常利益は黒字転換
- ・経常利益 : 40百万円 (前年同期比 △85.5%)
- ✓ 純利益については、2Qにおいて特別損失に減損損失190百万円を計上したため、
- ・当期純損失 : 476百万円 (前年同期は290百万円の利益)

併せて、前期の業績のハイライトになりますが、売上高に関しましては190億円を超える数字になりまして、前年同期比24.6%の増となっております。粗利に関しましては69.4億円と、19.3%増で、売上、粗利ともに過去最高の水準となっております。

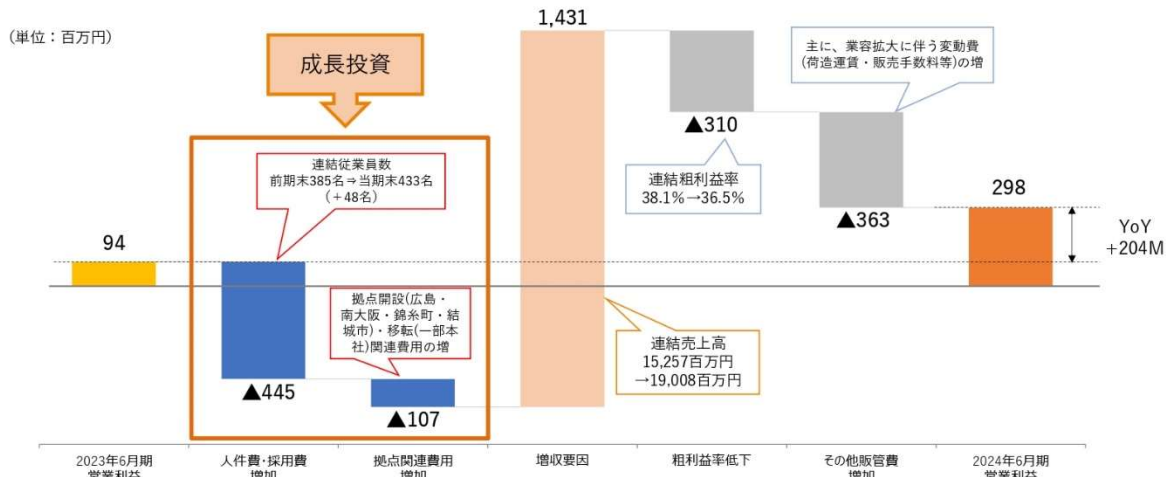
営業利益に関しましては、1クォーターのビハインドの後、V字回復ということで、2クォーターの黒字転換後に増益が続いているというかたちの体制になりまして、営業利益が2億9,800万円、前年同期比で215%の増となっております。

経常利益・純利益に関してですけれども、期末に、営業外費用にデリバティブ評価損1億9,700万円の計上があったものの、経常利益は黒字転換となっております。これは、差金決済という株式の領域ですけれども、株価が上がると、この経常利益以下が上がるようなかたち、株価が下がると、経常利益以下が下がるようなかたちです。そんな取引での評価損が1億9,700万円ございました。

純利益に関しましては、2クォーターに特別損失として減損損失1億9,000万円を計上いたしましたので、当期純損失としては4億7,600万円のマイナスとなっております。

## 2024年6月期 通期 営業利益の増減益分析

- ✓ ①増益要因 = 増収効果により1,120百万円の増
- ②減益要因 = 主に業容拡大のための先行投資（人件費および拠点関連費）による販管費の増により916百万円の減  
 → 事業を成長軌道に乗せるための先行投資期間は終了し、引き続きシステム投資・人的投資は重視するものの来期以降、全体としての販管費率は通減見込み



全体としましては、増収効果により 11 億 2,000 万円の増益要素があった一方で、減益要因としては、主に業容拡大のための先行投資による販管費増により、9 億 1,600 万円の減益要素がありました。

このオレンジ枠で囲んでいる部分が、主に成長投資というかたちになっておりますが、この拠点開設ですとか、錦糸町のコールセンターの拡張ですとか、ヤードの拡張というものは今後予定しておりませんので、投資も一服したタイミングかなと考えております。

セグメント情報 2024年6月期 通期実績 (ハイライト)



(単位:百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
2022.6期	売上高	2,607 (-)	2,885 (-)	3,039 (-)	3,453 (-)	11,986 (-)
	ネット型リユース	1,472 (-)	1,636 (-)	1,623 (-)	1,899 (-)	6,631 (-)
	メディア	109 (-)	114 (-)	126 (-)	144 (-)	493 (-)
	モバイル	1,025 (-)	1,135 (-)	1,290 (-)	1,409 (-)	4,861 (-)
	営業利益 (△は損失)	△ 165 (-)	△ 39 (-)	△ 18 (-)	△ 95 (-)	△ 319 (-)
2023.6期	売上高	3,671 (140.8%)	3,715 (128.7%)	3,776 (124.2%)	4,094 (118.5%)	15,257 (127.3%)
	ネット型リユース	1,936 (131.6%)	2,134 (130.5%)	2,065 (127.3%)	2,254 (118.7%)	8,392 (126.0%)
	メディア	156 (143.5%)	162 (142.4%)	163 (129.5%)	177 (123.2%)	660 (133.7%)
	モバイル	1,577 (153.8%)	1,417 (124.9%)	1,547 (119.9%)	1,662 (117.9%)	6,204 (127.6%)
	営業利益 (△は損失)	△ 57 (-)	14 (-)	83 (-)	55 (-)	94 (-)
2024.6期	売上高	4,106 (111.9%)	4,419 (119.0%)	4,732 (125.3%)	5,749 (140.4%)	19,008 (124.6%)
	ネット型リユース	2,405 (124.2%)	2,706 (126.8%)	2,809 (136.0%)	3,106 (137.8%)	11,027 (131.4%)
	メディア	157 (100.6%)	144 (88.7%)	154 (94.2%)	126 (71.2%)	582 (88.2%)
	モバイル	1,544 (97.9%)	1,569 (110.7%)	1,768 (114.3%)	2,516 (151.4%)	7,398 (119.2%)
	営業利益 (△は損失)	△ 154 (-)	113 (79.0%)	148 (178.3%)	192 (349.2%)	298 (315.7%)
	ネット型リユース	10 (21.3%)	142 (195.0%)	204 (214.7%)	196 (175.7%)	554 (168.5%)
	メディア	81 (63.5%)	72 (71.1%)	106 (106.9%)	82 (72.7%)	342 (77.3%)
	モバイル	64 (226.4%)	112 (192.0%)	135 (75.1%)	144 (77.1%)	456 (100.5%)
	調整額	△ 310 (-)	△ 215 (-)	△ 298 (-)	△ 231 (-)	△ 1,055 (-)

※括弧内は前年同期比

四半期 & 通期ベースで過去最高

人員増も過去最高水準をキープ

高利益率を維持し、安定的に利益貢献

4Qの広告投資加速で、来期以降  
回線獲得数のベースアップへ

セグメント利益としましては、4クォーターのところ、四半期ベースでも過去最高の水準となっておりますし、新入社員が入社した人員増後も、過去最高益の水準をキープしながら進行期に入っていったというような状況になっております。



## 過年度実績：販管費推移

- ✓ 今後とも、高い売上高成長率と、販管費率の相対的低下を見込む
- ✓ 販管費の構成としては、利益獲得の源泉（人員・システム）への投資比率を拡大予定

(単位：百万円)	2020.6 実績	2021.6 実績	2022.6 実績	2023.6 実績	2024.6 実績	2025.6 業績予想	
売上高	10,904	10,875	11,986	15,257	19,008	23,000	
±成長率	-	△0.3%	+10.2%	+27.3%	+24.6%	+21.0%	高い成長水準を維持
売上総利益	4,241	3,879	4,268	5,820	6,941		
販管費合計	3,586	3,825	4,588	5,725	6,642		
[販管費率]	[32.9%]	[35.2%]	[38.3%]	[37.5%]	[34.9%]		販管費率は相対的に低下
広宣費 + 販促費 (構成比)	667 (18.6%)	540 (14.1%)	999 (21.8%)	1,274 (22.3%)	1,396 (21.0%)		
人件費 + 採用関連費 (構成比)	1,181 (32.9%)	1,433 (37.5%)	1,602 (34.9%)	2,102 (36.7%)	2,462 (37.1%)		営業・開発要員への投資は惜しまず
地代家賃(含、敷金償却) (構成比)	243 (6.8%)	271 (7.1%)	314 (6.9%)	344 (6.0%)	413 (6.2%)		
その他	1,495	1,582	1,672	2,005	2,371		
営業利益	655	54	△319	94	298	700	

54

こちらが、今後とも高い売上高の成長率と、販管費の相対的低下を見込んでいくということをお示した推移です。

進行期に関しましては、売上高は 230 億円ということで、引き続き 21%増というかたちで高い水準で成長を維持してまいります。

販管費率に関しましては、大型の投資も一服いたしまして、引き続き相対的に低下していく傾向という状態になっております。人件費、採用関連およびシステム開発に関しては、引き続き進めていくんですけども、相対的にこちらも粗利向上に伴って、構成比としては下がっていくような水準に入ってきたかなということで、営業利益では進行期は 7 億円を見込んでいくという状況でございます。



## 2025年6月期 業績見通し



- ✓ 売上高 : 生産性向上策の進捗と2024年4月以降の増員効果により、引き続き2桁の増収を目指す
- ✓ 営業利益 : 増収効果および販管費率の低減により増益の見込み
- ✓ 経常利益 : 営業増益により大幅増益の見込み
- ✓ 当期純利益 : 経常利益の伸長により黒字転換の見込み

(単位：百万円)	2024.6期 通期実績	2025.6期 通期予想	増減	当期実績比
売上高	19,008	23,000	3,992	121.0%
営業利益	298	700	402	234.3%
経常利益	40 <small>(内、デリバティブ評価損▲197)</small>	650 <small>※</small>	610	1625.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益(△は損失)	△476	330	806	-

※デリバティブ評価損益については算定困難なため見込んでおりません

結果としまして、売上高に関しては、生産性向上策の進捗と、2024年4月以降の増員効果により、引き続き2桁以上の増収を目指します。

営業利益に関しましては、増収効果および販管費率の低減により増益の見込みとなっております。

経常利益に関しましても、営業増益により大幅増益の見込みというかたちになっています。

当期純利益に関しましても、経常利益の伸長に黒字転換というかたちで、大きく過去の投資フェーズから過去最高益を見込んでいるような、そんな体制に入っていく状況となっております。

## 株主優待制度について

- ✓ 当社は、中長期的な企業価値向上へ向けて、主として拡大を続けるリユース市場での当社のプレゼンス確立を図るための取組みをつづけております。このような状況のもと、株主の皆様の日ごろのご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高め、流動性向上、投資家層の拡大を図ることを目的として、株主優待制度を設けております。
- ✓ 株主優待制度の対象となる株主様  
下記①②両方の条件を満たす株主様
  - ① 2024年6月以降、毎年6月末日時点で当社株主名簿に記載された株主様
  - ② 当社株式を100株以上保有の株主様

- ✓ 株主優待の内容

保有株式数	株主優待
100株以上	500円分のクオ・カード



- ➔ なお今後とも株主優待制度の拡充をはじめ、具体的な株主還元施策の実施について継続的に議論を進めてまいります

また前期は、期中で株主優待制度ということで、このような取り組みをさせていただきました。

今後、大きくこういった株主優待を含めた拡充を、還元策を、継続的に議論を進めてまいりたいと考えているような状況でございます。



## IR情報メール配信

外部配信サイト「ブリッジサロン」(運営・株式会社インベストメントブリッジ)より最新情報をメールで受け取れます。メールでお受け取りの方は以下QRコードからご登録ください。



IRメール配信サービス  
[https://www.bridge-salon.jp/tekiiji/alert\\_mail.php](https://www.bridge-salon.jp/tekiiji/alert_mail.php)



## IR情報SNS配信

IR公式アカウント(@IR\_Menter)にて適時開示情報やPR情報などを発信しています。X(旧Twitter)でお受け取りの方は以下QRコードからご登録ください。



マーケットエンタプライズ  
公式Xアカウント：@IR\_Menter

IR情報の配信はこちらからご確認いただけますので、登録をいただければと思っております。  
以上、弊社、マーケットエンタプライズの投資家向けの説明会をさせていただきました。