



2025年6月期 第1四半期決算説明資料

2024年11月13日

株式会社マーケットエンタープライズ

証券コード：3135





Agenda

1

2025年6月期 第1四半期決算概況 (P.2~)

2

セグメント別事業概況 (P.8~)

3

連結業績まとめ (P.34~)

4

Appendix (P.39~)

1

2025年6月期 第1四半期決算概況



2025年6月期 第1四半期決算ハイライト

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、当期は、**1Q売上高としては過去最高となる50億円を突破してスタート**

・売上高 : 5,492百万円 (前年同期比 +33.7%)

・売上総利益 : 1,980百万円 (前年同期比 +30.0%)

営業利益

✓ 一時費用 (本社移転費用 68百万円) の計上があったものの、**前年同期比で+223百万円の改善。**

売上進捗順調で利益ベースでも**計画値を上回って着地**

・営業利益 : 69百万円 (前年同期は154百万円の損失)

経常利益・純利益

✓ 営業外費用にデリバティブ評価損31百万円 (詳細P40参照) の計上があったものの、**1Q会計期間としては四期ぶりに経常黒字を計上**

・経常利益 : 25百万円 (前年同期は263百万円の損失)

✓ 純利益については、法人税および法人税等調整額43百万円の計上等により

・四半期純損失 : 48百万円 (前年同期は325百万円の損失)

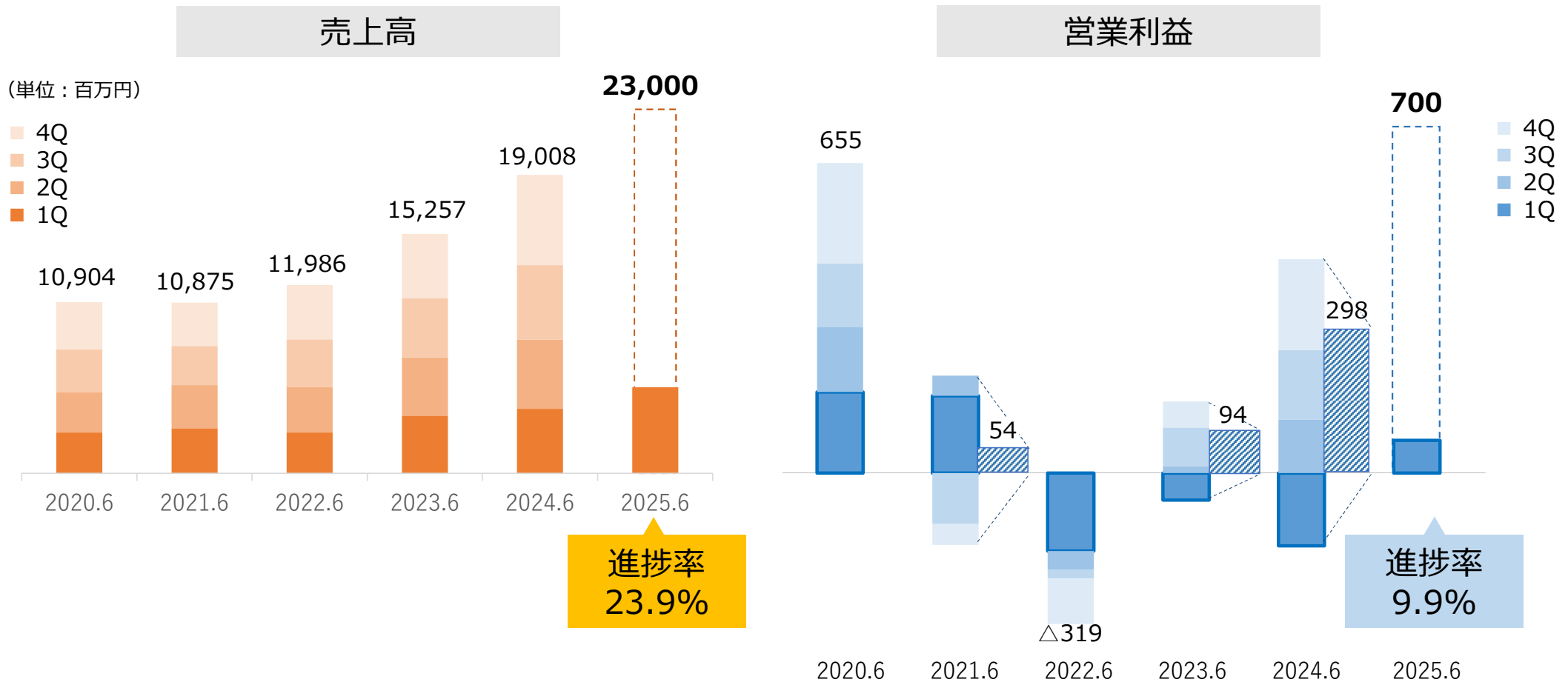
2025年6月期 業績見通し①

- ✓ 売上高 : 需要のシーズンリティから、期末に向け右肩上がりで増収見込み
- ✓ 営業利益 : 2Q以降、損益分岐を超えた増収分が利益貢献開始。進捗率も躍進予想
- ✓ 経常利益以下 : 通期予想にデリバティブ評価損益は見込まず。オーガニックでの目標達成を目指す

(単位：百万円)	2025.6 1Q	2025.6期 通期予想	進捗率
売上高	5,492	23,000	23.9%
営業利益	69	700	9.9%
経常利益	25	650	3.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益(△は損失)	△ 48	330	- %

2025年6月期 業績見通し②

✓ 売上高は順調に進捗。営業利益も各Qプラスで積み上がる見通し

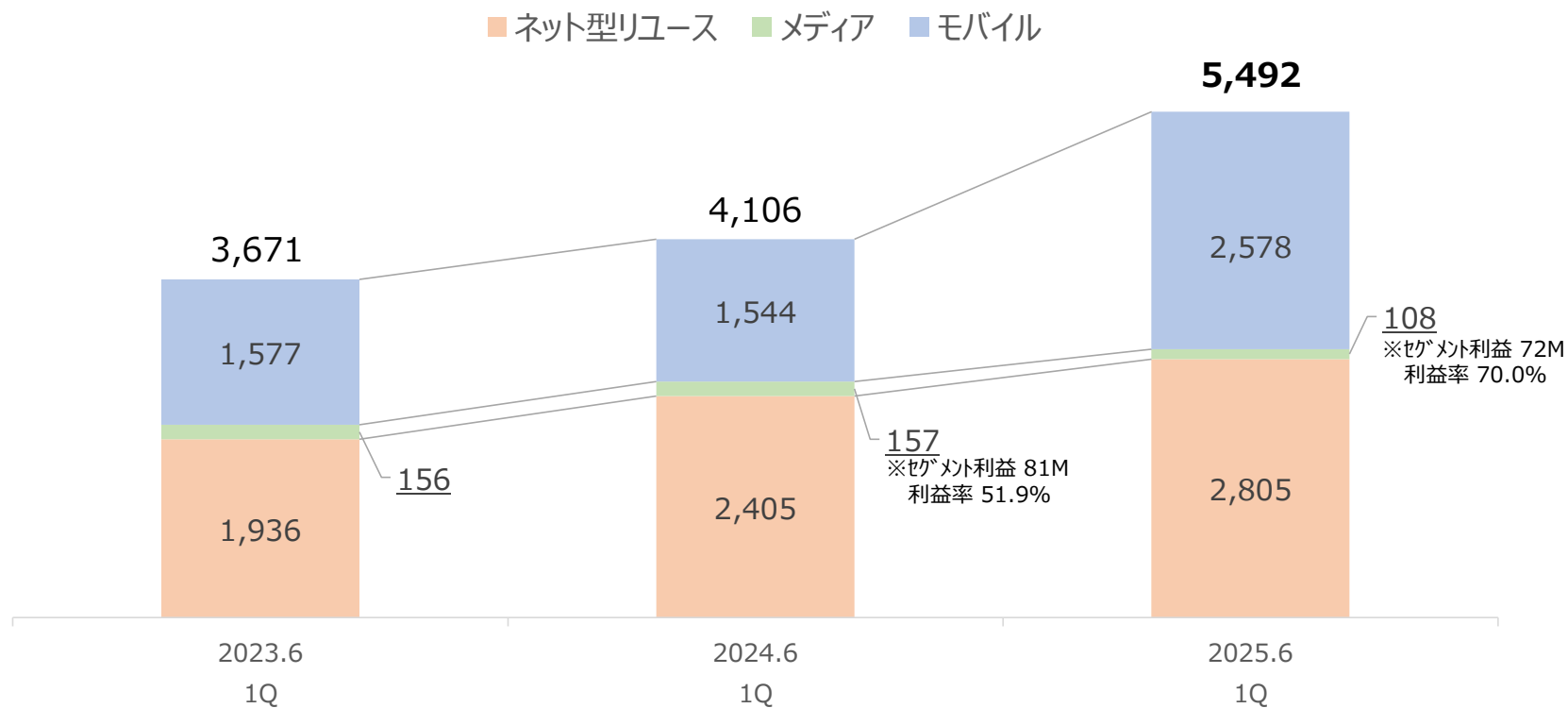


2025年6月期 第1四半期 セグメント別売上高



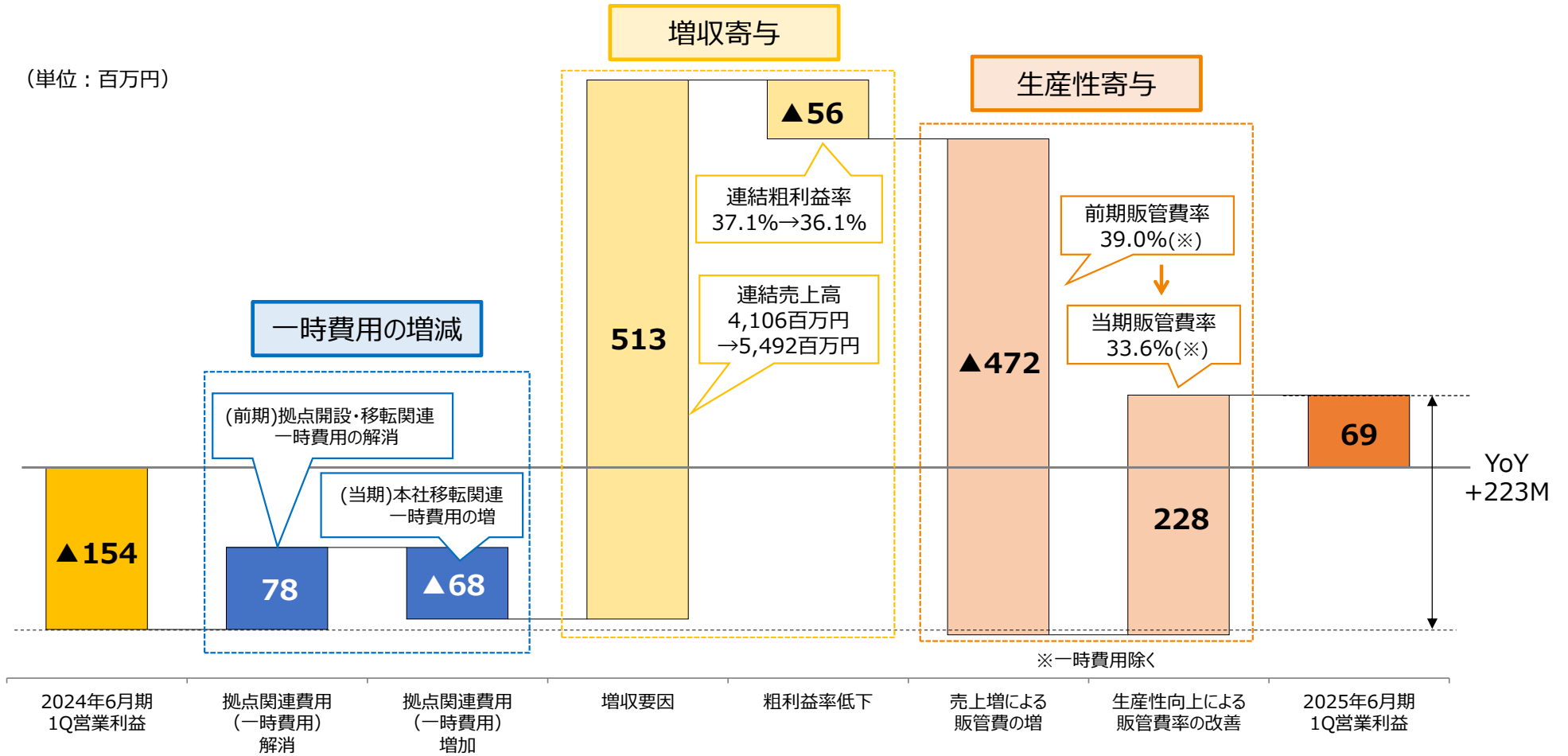
- ✓ コア事業のネット型リユースは引き続き成長つづく（前年同期比+16.6%）
- ✓ メディアは、売上はいましばらく回復期間にあるものの、利益体質の強化(※)進む（同△31.1%）
- ✓ モバイルは、前期4Q以降新規回線の獲得が好調に推移し、大幅増収（同+67.0%）

（単位：百万円）



2025年6月期 第1四半期 営業利益の増減益分析

✓ 主に、売上高の成長および生産性向上による販管費率改善により、前年同期比+223百万円の大増益



2

セグメント別事業概況

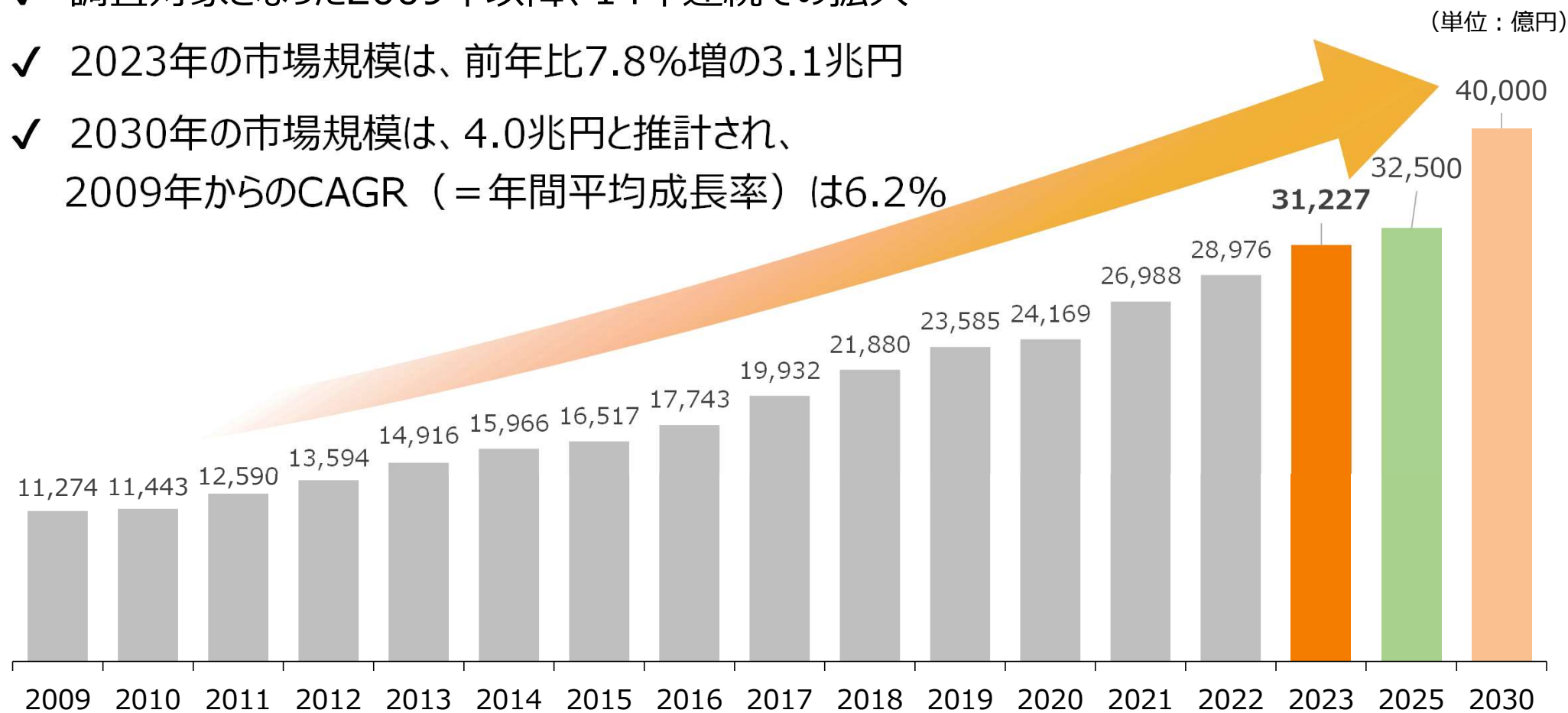




ネット型リユース事業

当社の市場認識：リユース市場の拡大

- ✓ 調査対象となった2009年以降、14年連続での拡大
- ✓ 2023年の市場規模は、前年比7.8%増の3.1兆円
- ✓ 2030年の市場規模は、4.0兆円と推計され、2009年からのCAGR（＝年間平均成長率）は6.2%



出典：リユース経済新聞より当社作成

ネット型リユース事業 2025年6月期 第1四半期実績



- ✓ 売上高 : 28億 5百万円 (前年同期比+16.6%)
 - ✓ 売上総利益 : 11億67百万円 (前年同期比+15.3%)
 - ✓ セグメント利益 : 2億 4百万円 (前年同期比+1882.4%) → 4期ぶりの2億円超え。投資回収本格化
- } 個人向けリユースが引き続き成長を牽引

(単位：百万円)

		1Q	2Q	3Q	4Q	計	
売上高	2023.6期	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 (126.6%)
		個人向けリユース	1,455 (121.0%)	1,519 (115.9%)	1,546 (124.2%)	1,624 (117.5%)	6,146 (119.6%)
		マシナリー	444 (187.6%)	578 (196.5%)	486 (140.7%)	594 (121.9%)	2,104 (154.1%)
		おいくら	36 (113.2%)	37 (119.3%)	32 (101.0%)	36 (120.3%)	142 (113.3%)
	2024.6期	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%)
		個人向けリユース	1,726 (118.7%)	1,956 (128.8%)	2,047 (132.4%)	2,196 (135.2%)	7,927 (129.0%)
		マシナリー	636 (143.1%)	705 (122.0%)	719 (147.8%)	867 (145.9%)	2,929 (139.2%)
		おいくら	41 (113.1%)	43 (117.2%)	43 (133.7%)	42 (117.6%)	171 (120.0%)
	2025.6期	ネット型リユース	2,805 (116.6%)				
		個人向けリユース	2,188 (126.7%)				
		マシナリー	570 (89.5%)				
		おいくら	46 (111.8%)				

※括弧内は前年同期比



ネット型リユース事業

- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

個人向けリユース①：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

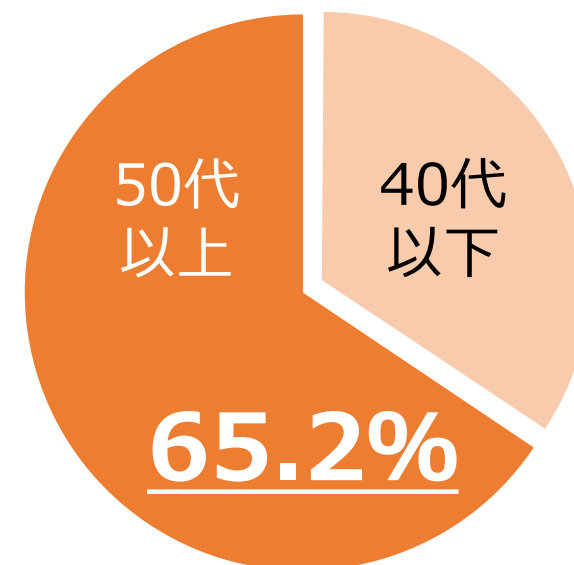
● リユース市場のポテンシャル

過去1年間に不要となった製品 **7.6兆円**

「かくれ資産」66.7兆円
(一般家庭に眠る不要品)

顕在市場
3.1兆円

● 「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』

個人向けリユース②：重点戦略

- ✓ 顕在層に加えて潜在層へのアプローチを本格化し、ニーズの掘り起しに注力
- ✓ 出張買取バイヤーの育成の強化および生産性向上策を合わせて推進



■ 既存のターゲット

・若年～中年層 ≒ 「リユース」を明確に認知している層

⇒ コンタクトセンターによる事前査定で価格を明示の上、宅配／店頭／出張のいずれかのチャネルで買取

■ 新たに加わるターゲット

・シニア層 ≒ 「リユース」を明確に認知していない層

⇒ コンタクトセンター（CC）による買取相談受領の後、顧客宅へ訪問。CCでのヒアリングおよび直接対面での買取営業活動より、ニーズを掘り起こし

引き続き**出張買取の強化**が事業成長の重要なポイント

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

個人向けリース③：2025年6月期 第1四半期実績



- ✓ 売上高：21億88百万円（前年同期比+26.7%）
 - ✓ 粗利益：10億4百万円（前年同期比+24.9%）
- 引き続き、売上高・粗利益とも
四半期ベースで過去最高を更新

(単位：百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
2023.6期	売上高	1,455 (121.0%)	1,519 (115.9%)	1,546 (124.2%)	1,624 (117.5%)	6,146 (119.6%)
	粗利額	660 (131.8%)	729 (124.8%)	763 (140.2%)	812 (132.1%)	2,965 (132.1%)
	粗利率	45.4% (+3.7p)	48.0% (+3.4p)	49.4% (+5.6p)	50.0% (+5.5p)	48.3% (+4.7p)
2024.6期	売上高	1,726 (118.7%)	1,956 (128.8%)	2,047 (132.4%)	2,196 (135.2%)	7,927 (129.0%)
	粗利額	804 (121.7%)	890 (122.1%)	910 (119.2%)	988 (121.7%)	3,592 (121.1%)
	粗利率	46.6% (+1.2p)	45.5% (△2.5p)	44.5% (△4.9p)	45.0% (△5.0p)	45.3% (△3.0p)
	[参考:中古車除く]	- (-)	[48.1%] (-)	[48.3%] (-)	[48.3%] (-)	[47.8%] (-)
2025.6期	売上高	2,188 (126.7%)				
	粗利額	1,004 (124.9%)				
	粗利率	45.9% (△0.7p)				
	[参考:中古車除く]	[49.6%] (-)				

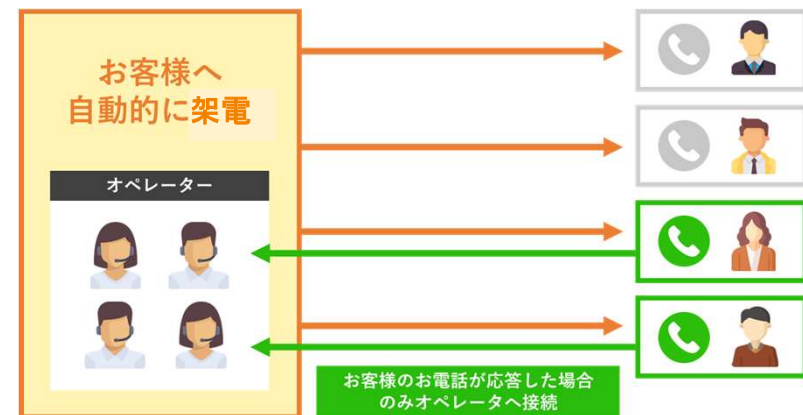
※括弧内は前年同期比

個人向けリユース④:直近のアクション概要(1Q)及び進行期の動き(2Q)

✓ 前期に引き続き、生産性向上を目的としたDX施策をさらに深耕

オートコールシステムのブラッシュアップ (1Q)

- ✓ オートコールシステム*の架電効率向上のため、つながる可能性が高いお客様から優先して発信できるよう機能改善
(*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)



「人手を介さない買取対応」の試行 (2Q)

- ✓ 一定の商品カテゴリと顧客属性との組合せ条件においては買取パターンが類型化しやすいため、買取依頼への初期対応から査定提示までを人手を介さず自動で進行させる、セミオートでの対応を試行開始

個人向けリユース⑤:進行期の動き(2Q)



生成AI導入による業務効率化 (2Q)

✓ RAGチャットによる業務マニュアル検索システム*の試験運用を開始

(*社員が入力した質問に対し、DB上の社内情報群から関連情報を検索し、その結果を基に回答を構築(生成)する生成AIを用いたチャットボットのこと)



「REUSE AI CHANNEL」(社員向け生成AI活用チャンネル)

(2024年10月21日リリース)

報道関係者各位

2024年10月21日
株式会社マーケットエンタープライズ

業務効率化と生産性向上を目的とした マーケットエンタープライズの生成 AI 活用について ～社内の生成 AI 利用率 8 割以上 1,878 時間/月を捻出～

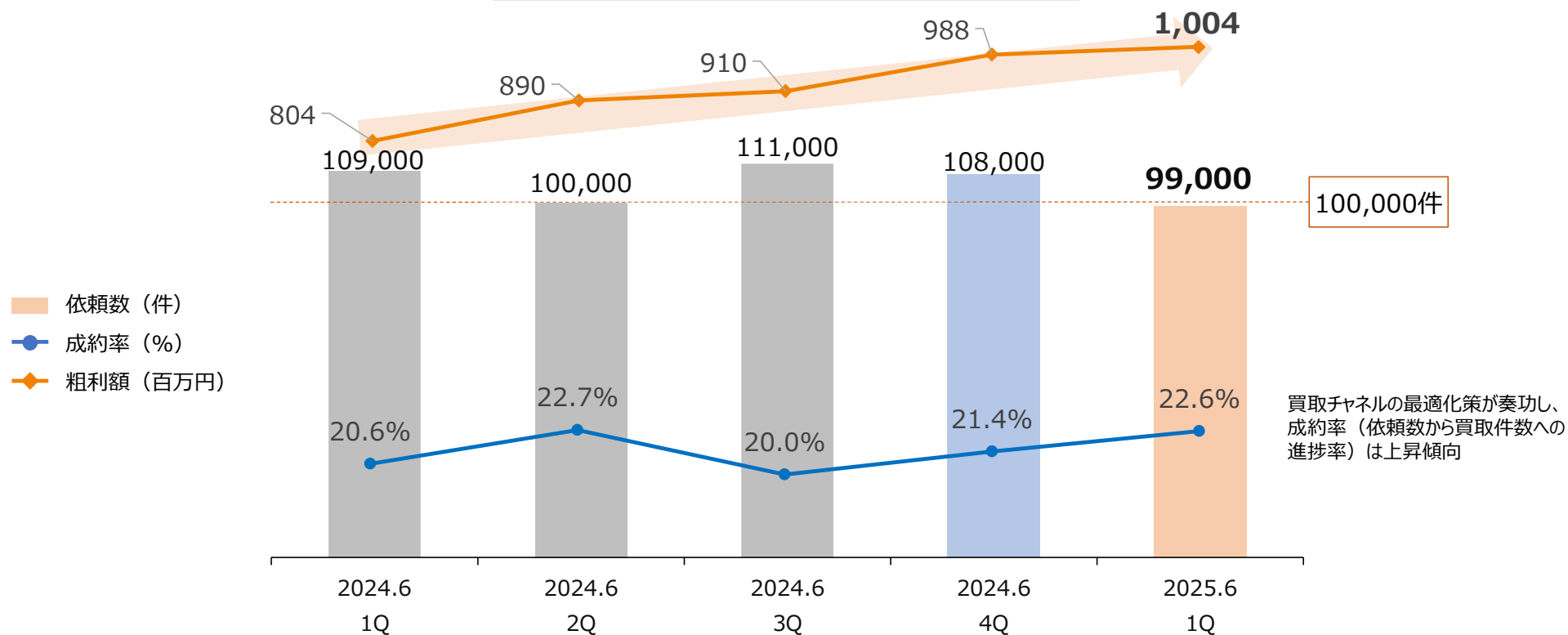
株式会社マーケットエンタープライズ(東京都中央区、代表取締役社長:小林 泰士、東証プライム・証券コード 3135、以下「マーケットエンタープライズ」)は、生成 AI の積極的な活用による業務効率化や生産性向上及び社員の AI スキル向上を目的に、10 月より社内向け生成 AI を用いた有料版ツールの配布数を拡大いたしました。加えて、2024 年 10 月 21 日(月)、専門性の高いリユース業務ニーズとナレッジ共有の対応や、バックオフィス業務の効率化を促進するために、RAG の利用を開始いたしました。RAG は、生成 AI モデルが知らない知識をデータソースから補完し、生成 AI モデルが扱える情報を増やす手法です。マーケットエンタープライズでは、生成 AI 活用による業務効率化と生産性向上に加え、生成 AI 活用の浸透度を高めることでグループ全体の成長を加速させてまいります。



個人向けリユース⑥：買取依頼数推移

- ✓ 成約率向上により、1Q買取依頼数9.9万件で同買取総件数2.2万件の水準を達成。これにより、依頼数あたり粗利単価は引き続き上昇

四半期別 粗利額・依頼数推移

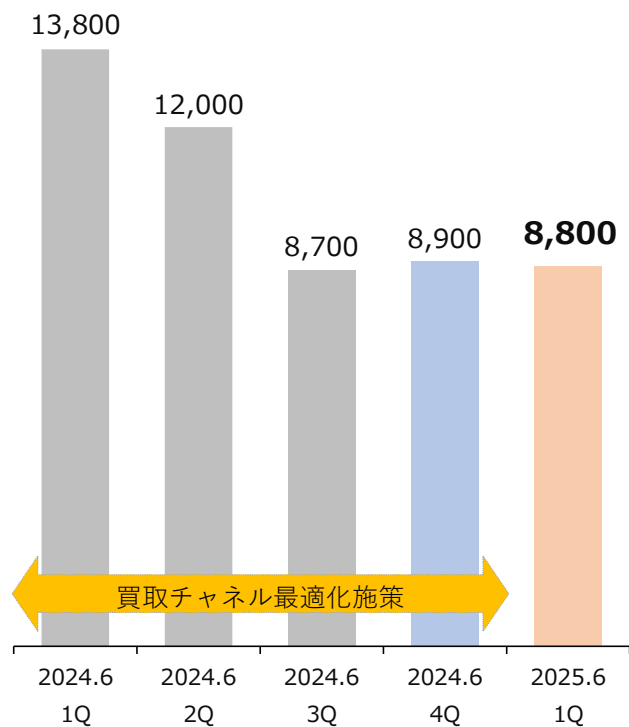


個人向けリユース⑦：チャネル別買取件数推移

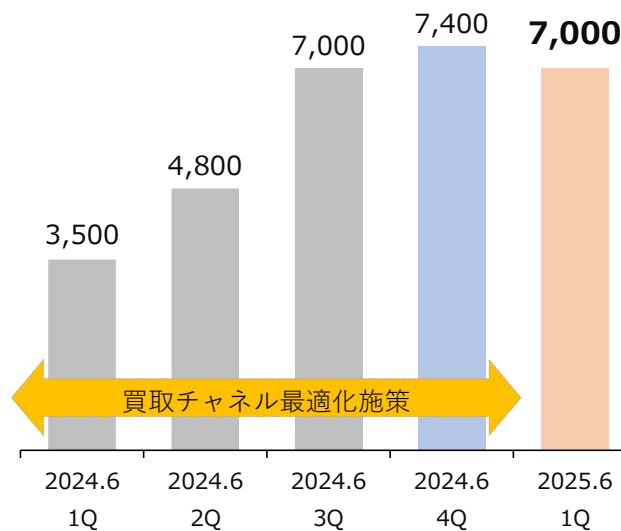
✓ 買取チャネルの最適化施策は順調に進捗。出張買取適格案件の掘り起こしを起点に、買取効率に応じ宅配買取・店頭買取への振分け進む。総件数としても当1Qは、需要期の前4Qとほぼ同水準の件数を獲得（前期4Q・23,100件→当期1Q・22,400件）

（単位：件）

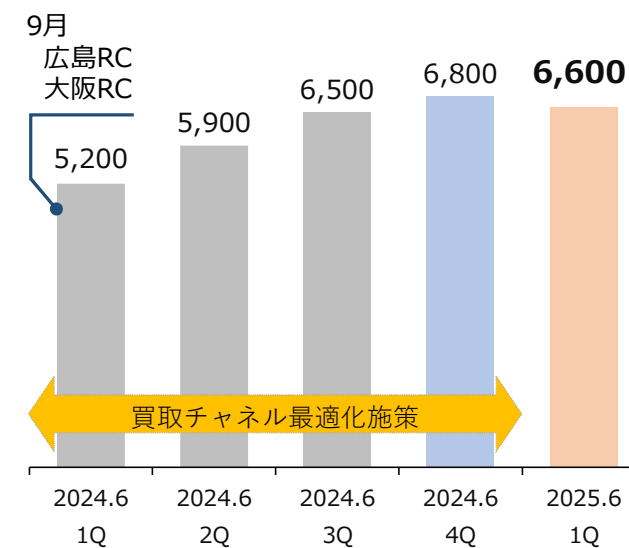
出張買取件数推移



宅配買取件数推移

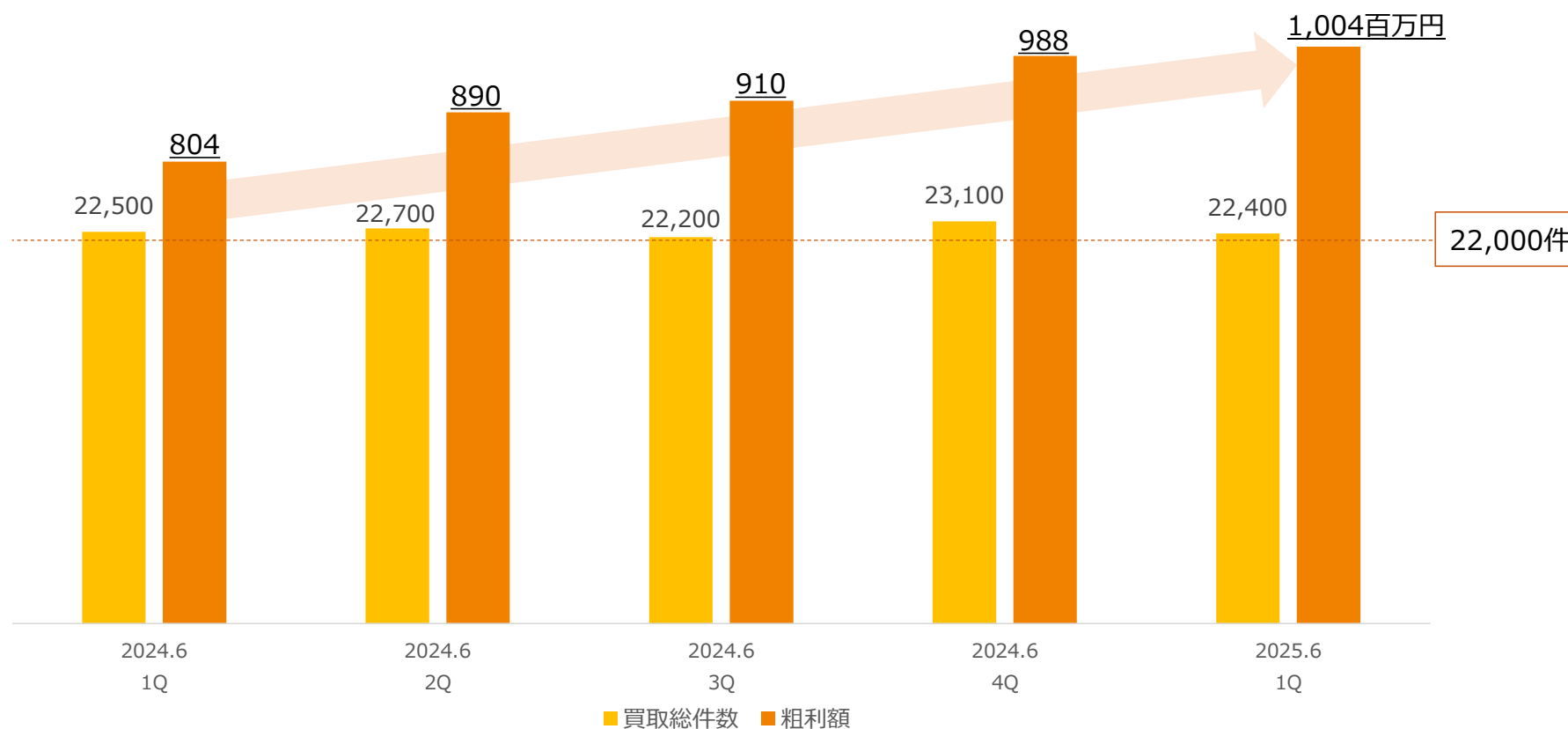


店頭買取件数推移



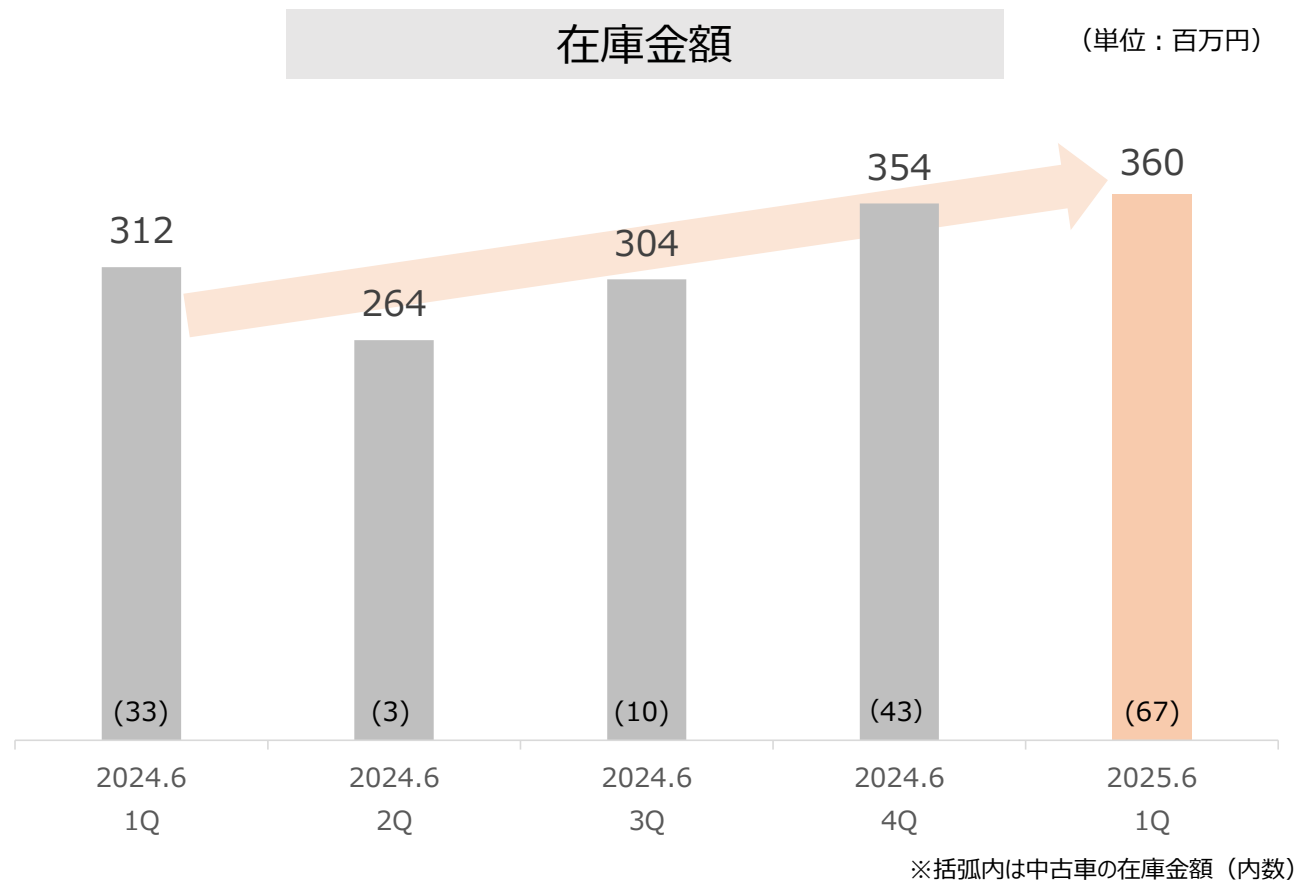
個人向けリユース⑧：粗利額・買取総件数推移（参考）

- ✓ 前期実施の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



個人向けリース⑨：在庫状況

✓ 在庫水準も高い水準で推移





ネット型リユース事業

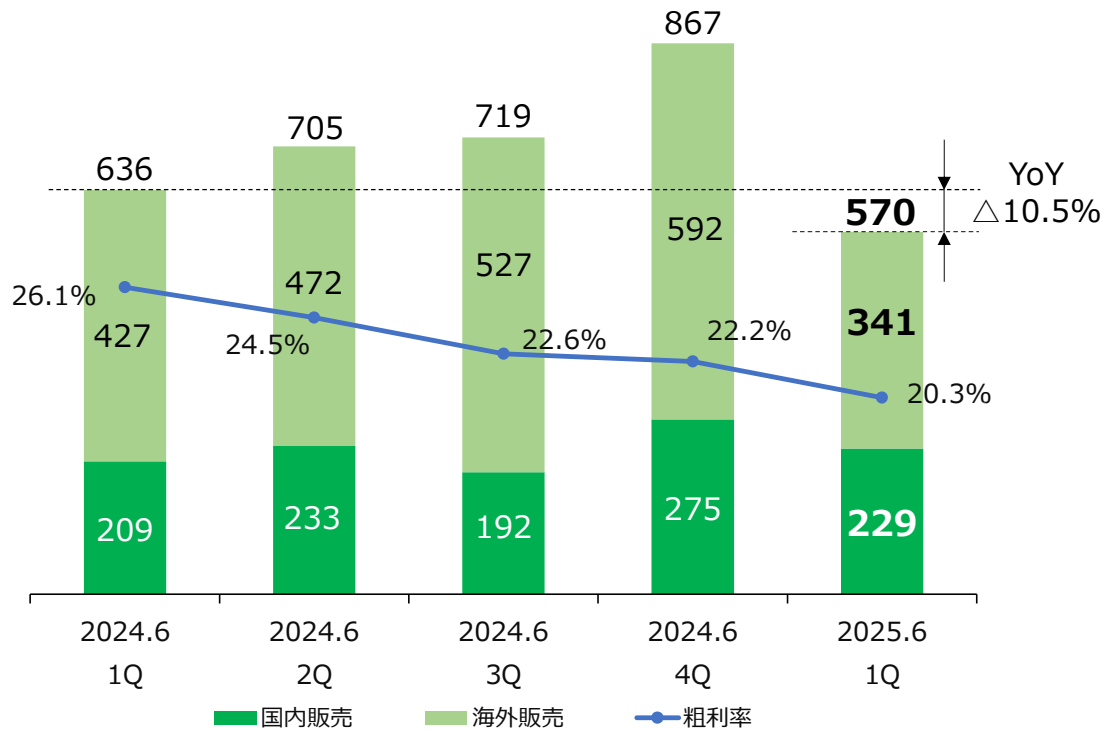
- ①個人向けリユース
- ②マシナリー（農機具）
- ③おいくら

マシナリー①：四半期別業績推移

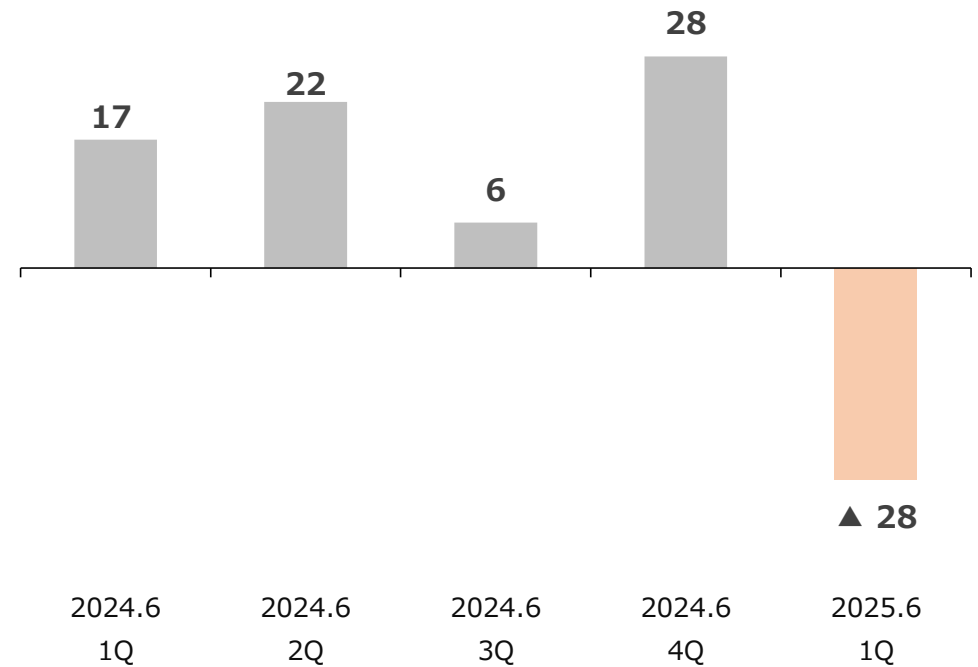
- ✓ 売上高：5億70百万円（前年同期比△10.5%） 海上運賃の急騰続き海外顧客に買い控え広がるも、直近は沈静化傾向
- ✓ 損失：28百万円（前年は17百万円の利益） 海外販売鈍化により1Q会計期間ベースではセグメント損失を計上

販路別売上高・粗利率推移

(単位：百万円)

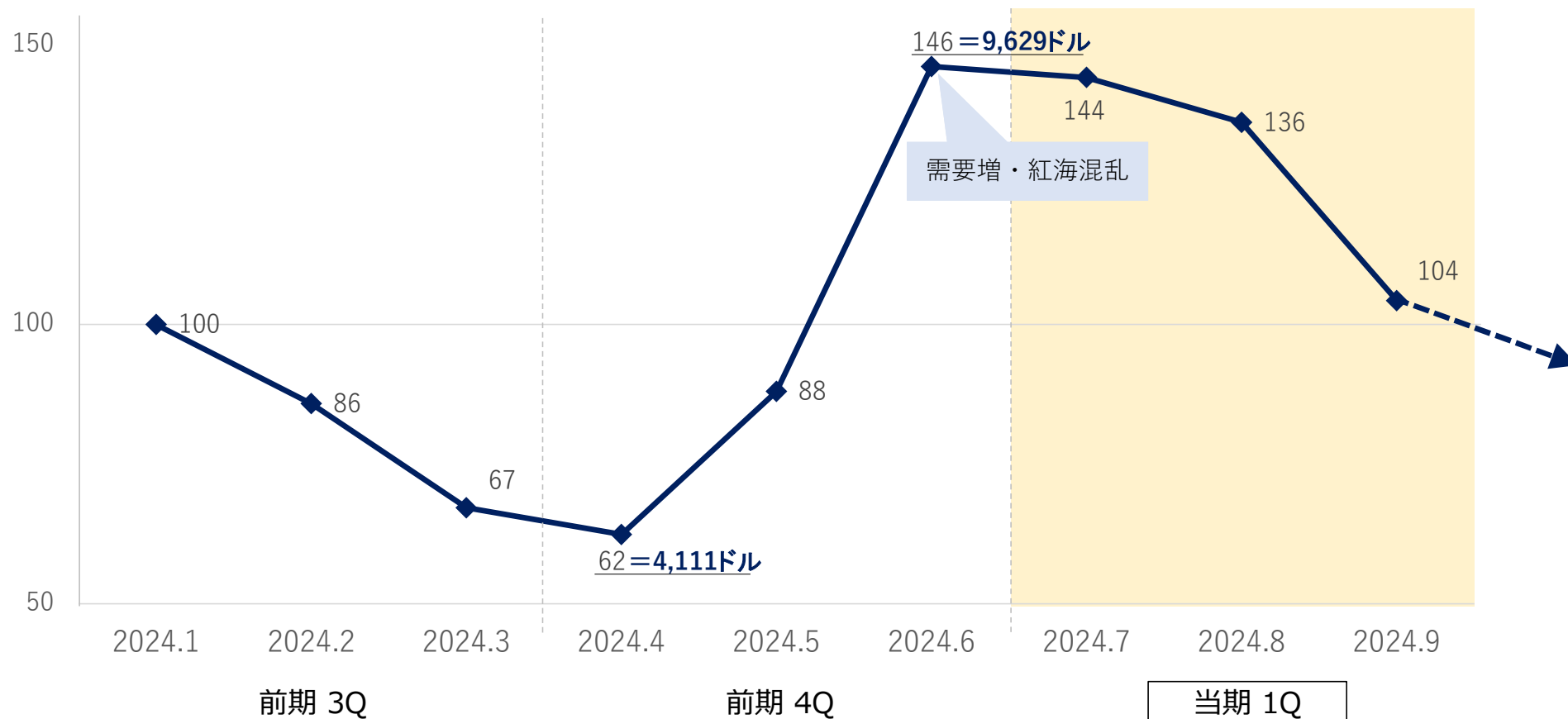


セグメント利益推移 (参考値)



マシナリー②：海上運賃動向※（参考）

(百分比)



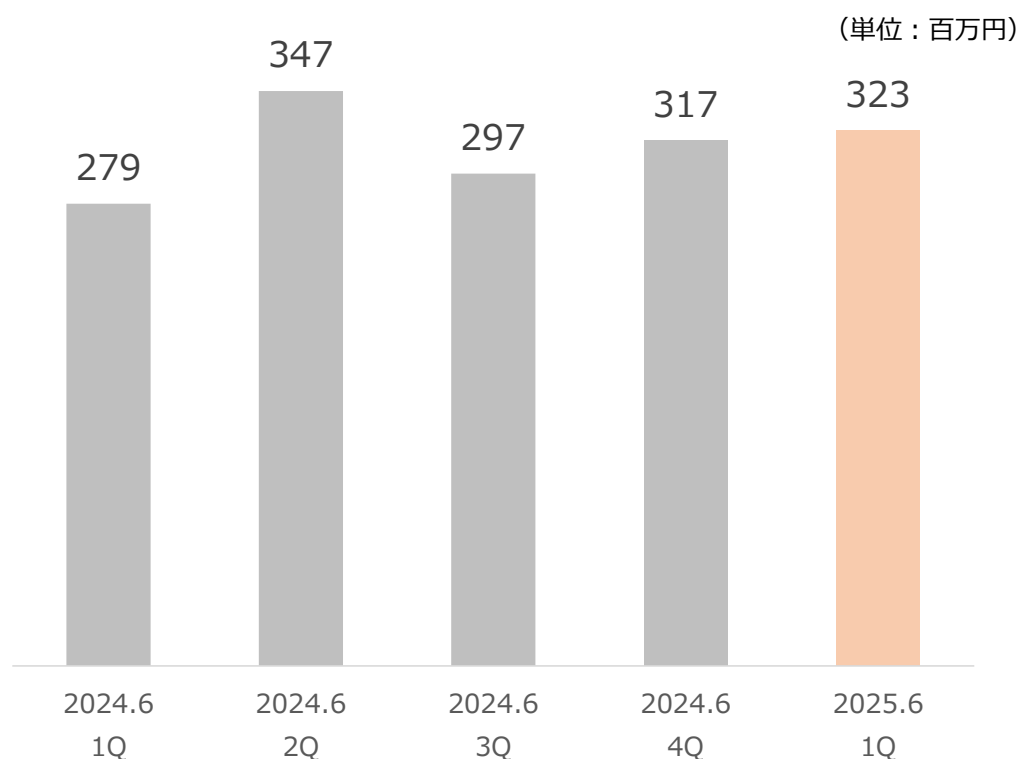
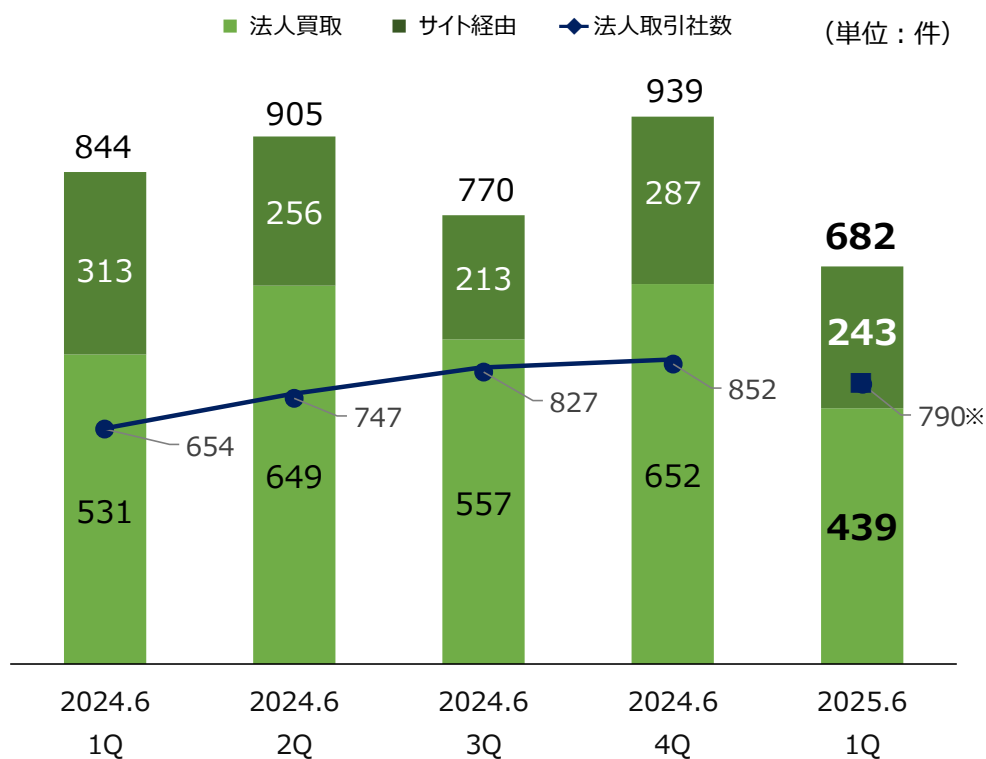
※2024年1月度の下記運賃を100として当社作成
・日本海事センター 主要コンテナ運賃動向データより、横浜→ロテルダム間 40ftコンテナ輸送にかかる運賃

マシナリー③：買取件数および在庫状況

✓ 1Qは海外与信強化に伴う出荷リードタイムの長期化により、受注在庫の割合が増加。
受注在庫の増加に対応し、1Qの買取件数（＝販売在庫）は一時的に抑制

買取件数

在庫金額



※ 当期より法人取引社数の表示方法を「直近1年間に取引実績のあった事業者数」に変更しております

マシナリー④：直近のアクション概要(1Q)及び進行期の動き(2Q)



✓ 海上運賃の沈静化および国内販売の再強化により、2Qは黒字転換の見込み

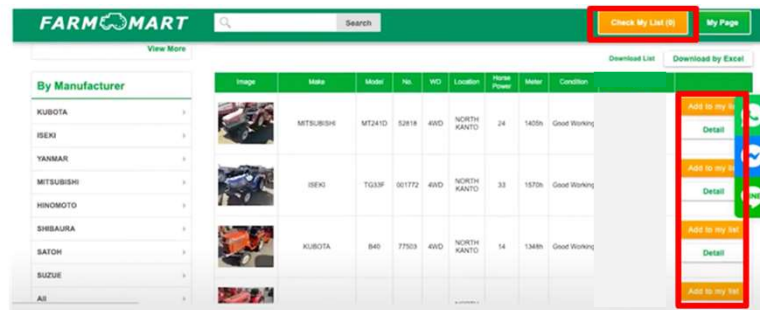
海外向けECサイトのユーザビリティ向上(1Q)

✓ 新規顧客の囲い込み施策として
販売サイト(FARMMART)のユーザビリティを向上

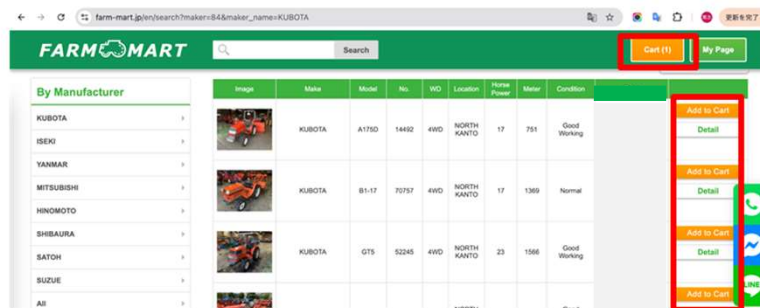
国内向け展示商談会の実施(2Q)

✓ 国内向け販売振興策として2年ぶりに
展示商談会を開催

Before



After





ネット型リユース事業

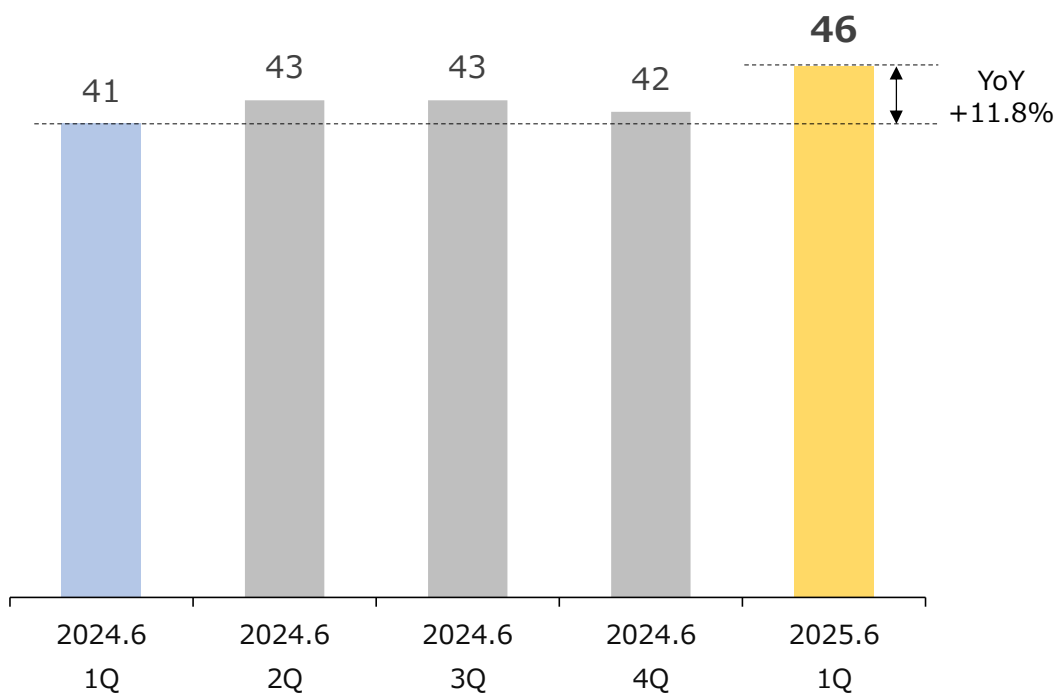
- ① 個人向けリユース
- ② マシナリー（農機具）
- ③ おいくら

おいくら①：売上高および加盟店数推移

- ✓ 売上・利益： 売上高は前年同期比+11.8%。一方利益ベースでは、自治体連携の拡大により、依頼数獲得コストが低下し利益体質の強化進む（参考:セグメント利益率…前期1Q 35.9%→当期1Q 43.8%）
- ✓ 加盟店数： 1Qにおいては、解約数が新規加盟数を上回ったものの、前期4Qの大型提携の売上貢献が開始

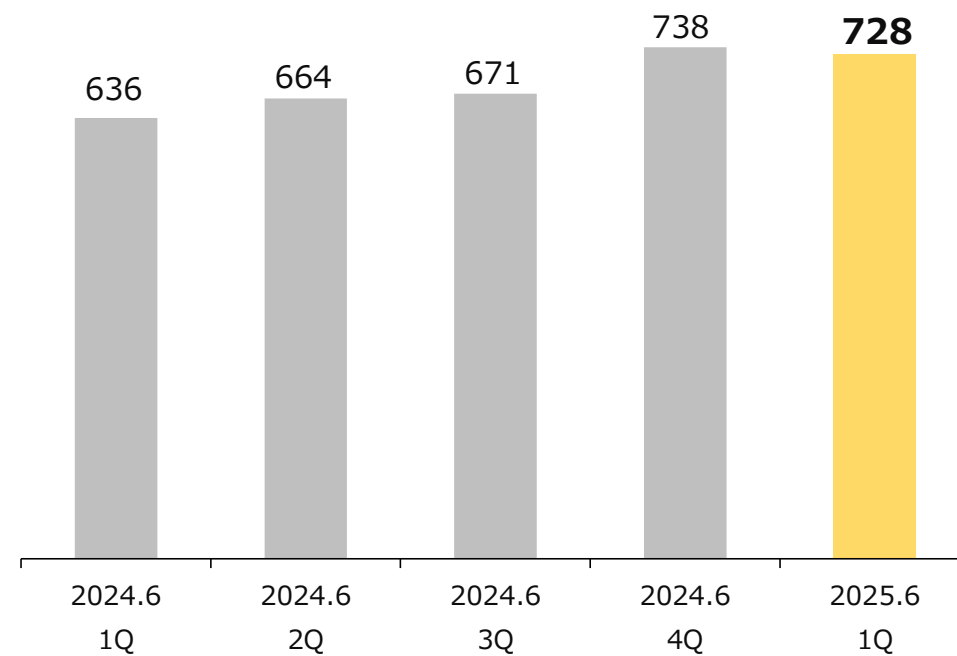
売上高推移

(単位：百万円)



加盟店数推移

(単位：店)

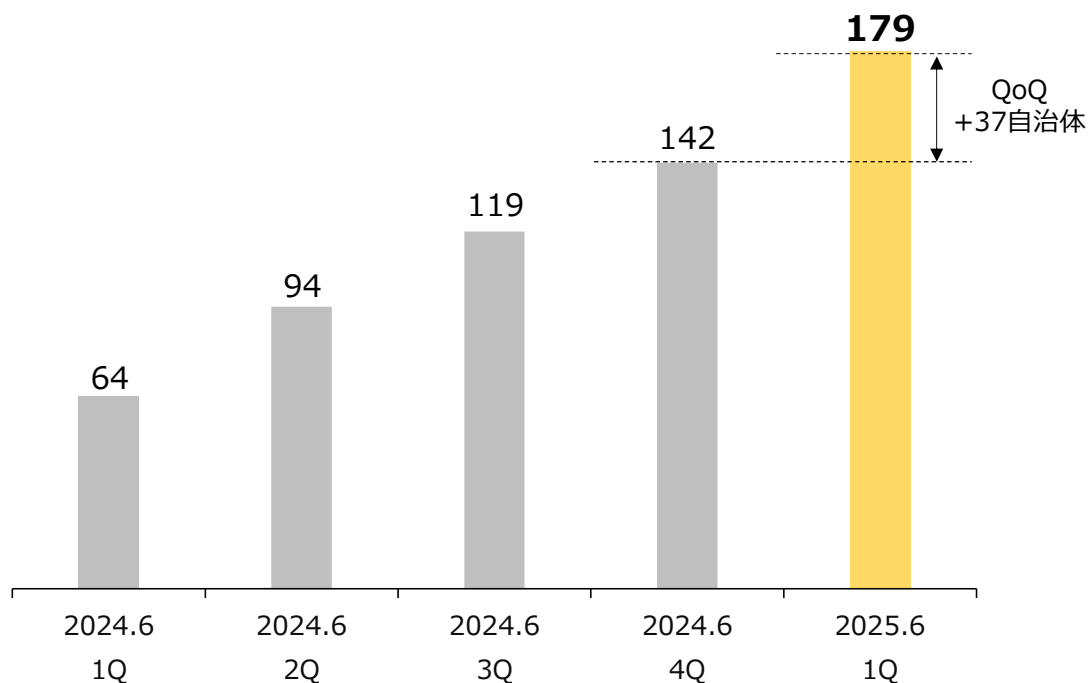


おいくら②：自治体連携について

- ✓ 連携自治体数は引き続き順調に増加。当1Q末時点では、179自治体と連携
(※1Qの「おいくら」Web買取依頼数 13,000件/月のうち、約4割が自治体からの流入)
- ✓ 人口カバー率（連携自治体の人口÷日本の総人口）は35.3%となり、総人口の1/3超をカバー。
早期に「人口カバー率50%突破」を目指す

提携自治体数推移

(単位：自治体)





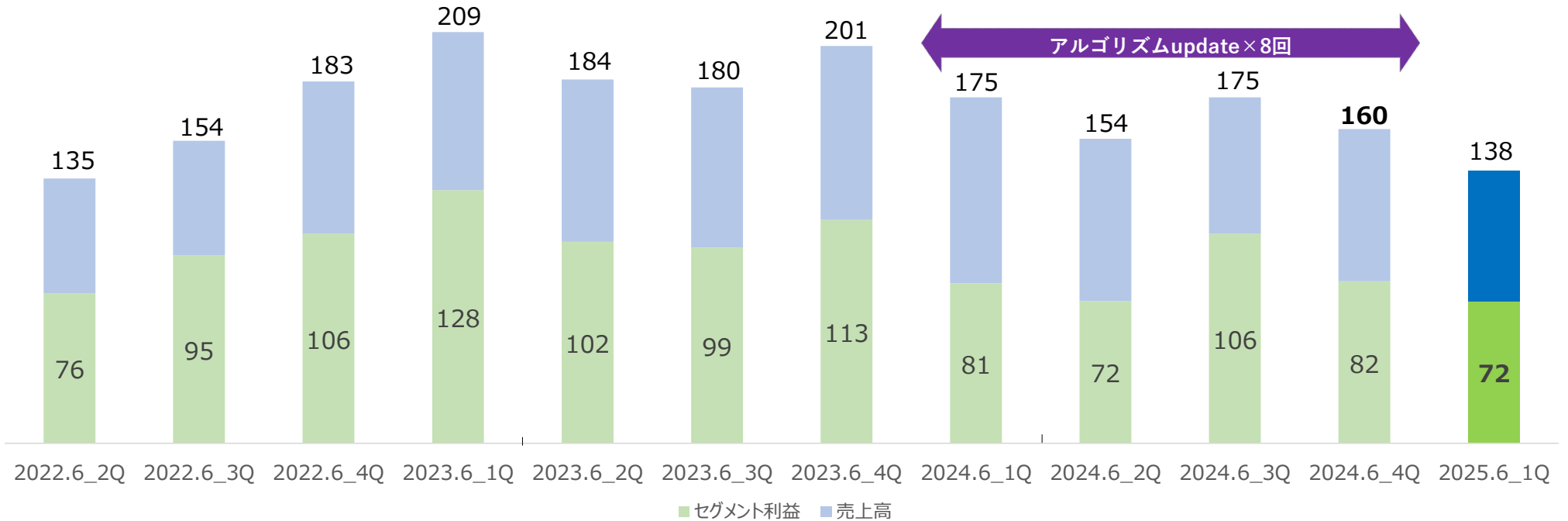
メディア事業

メディア事業：四半期別業績推移

- ✓ 売上・利益：前期続いた検索エンジンのアルゴリズムアップデートの影響から回復を図るため、メディアポートフォリオの再構築を進めるとともに、販管費コントロールによる利益確保を図る

売上高・セグメント利益推移

(単位：百万円)





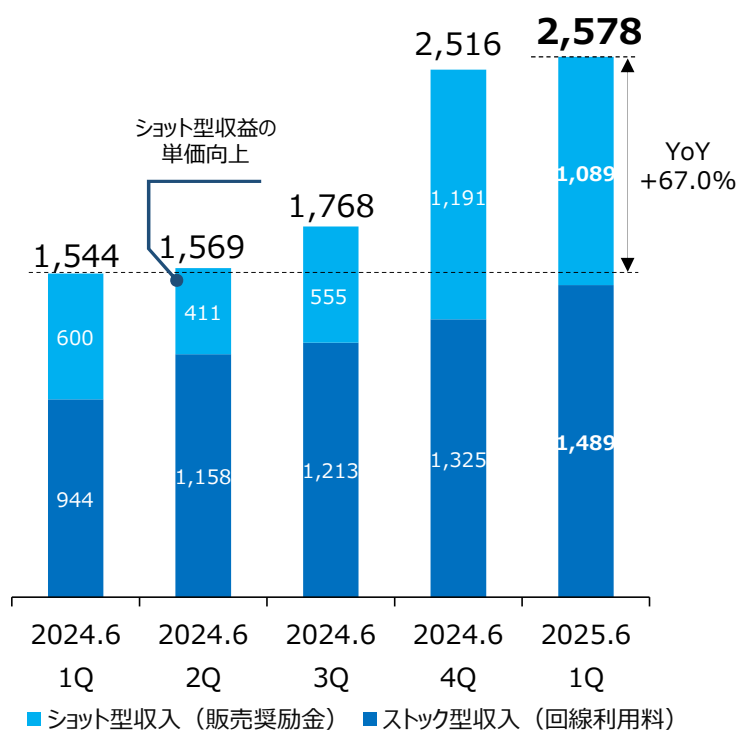
モバイル通信事業

モバイル通信事業：四半期別業績推移

- ✓ 売上高：前期4Q以降サービス認知が進み、引き続き新規回線契約獲得数が大幅増
- ✓ 利益：現状は保有回線数のボリューム増を優先し広告宣伝費が先行。今後、1回線あたり売上向上策の進捗に伴い利益率は改善してゆく見通し

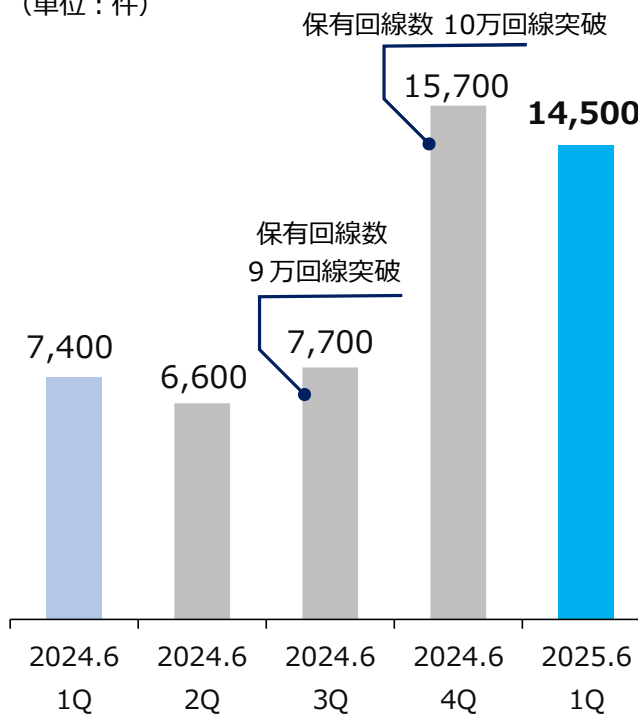
売上高推移

(単位：百万円)



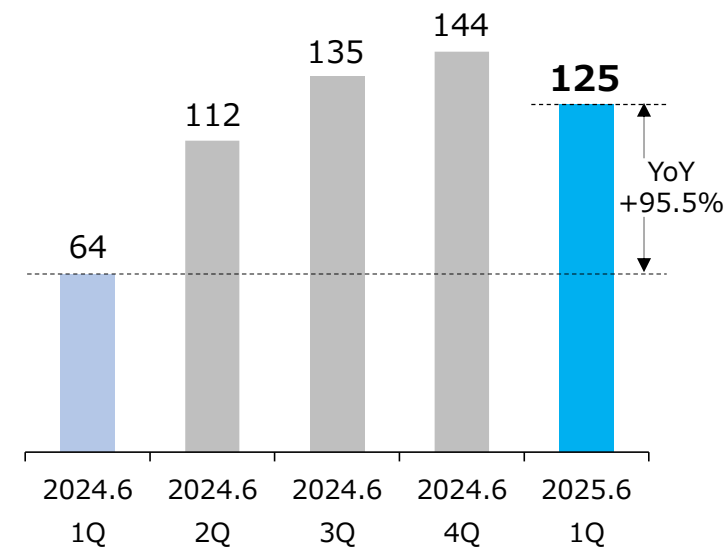
新規回線契約獲得数推移

(単位：件)



セグメント利益推移

(単位：百万円)



3

連結業績まとめ



2025年6月期 第1四半期 連結損益計算書

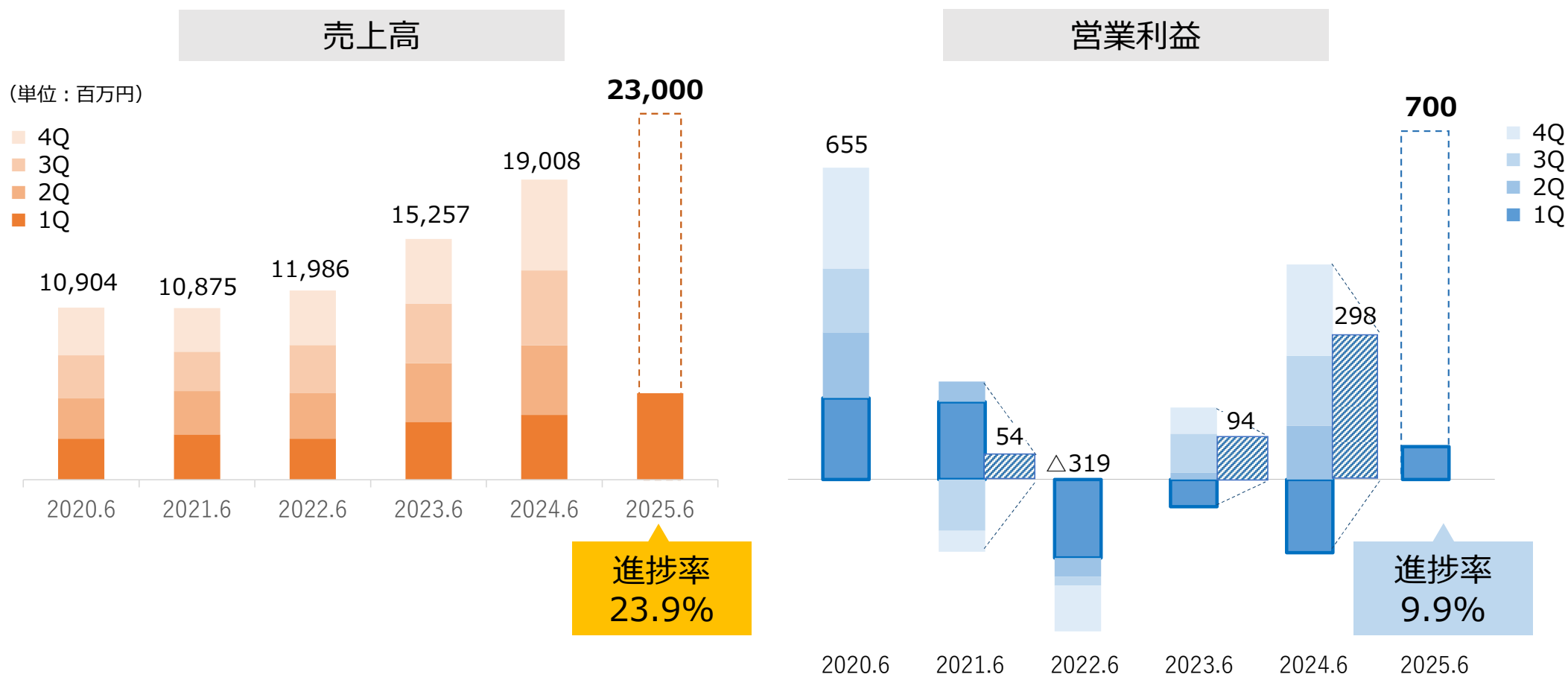
- ✓ 売上高、売上総利益とも引き続き高水準をキープ
- ✓ 利益ベースでも黒字転換でのスタートとなり、上々の滑り出し

(単位：百万円)	2024.6 1Q	2025.6 1Q	増減	前年同期比
売上高	4,106	5,492	1,385	133.7%
売上総利益	1,523 (37.1%)	1,980 (36.1%)	457	130.0%
営業利益	△ 154 (- %)	69 (1.3%)	223	-
経常利益	△ 263 (- %) <small>(参考：デリバティブ評価益 △104)</small>	25 (0.5%) <small>(参考：デリバティブ評価損 △31)</small>	289	-
親会社株主に帰属する 四半期純損失	△ 325 (- %)	△ 48 (- %)	277	-

※括弧内は利益率

2025年6月期 業績見通し（再掲）

✓ 売上高は順調に進捗。営業利益も各Qプラスで積み上がる見通し



セグメント情報 2025年6月期 第1四半期実績 (ハイライト)



(単位：百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
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 (126.6%)
	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 (-)
	ネット型リユース	48 (-)	73 (277.4%)	95 (163.9%)	112 (355.8%)	329 (295.6%)
	メディア	128 (191.6%)	102 (133.5%)	99 (104.0%)	113 (106.5%)	443 (128.3%)
モバイル	28 (-)	58 (101.5%)	180 (225.8%)	186 (4403.4%)	454 (336.8%)	
調整額	△ 263 (-)	△ 220 (-)	△ 291 (-)	△ 357 (-)	△ 1,132 (-)	
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 (799.0%)	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 (-)	
2025.6期	売上高	5,492 (133.7%)				
	ネット型リユース	2,805 (116.6%)				
	メディア	108 (68.9%)				
	モバイル	2,578 (167.0%)				
	営業利益 (△は損失)	69 (-)				
	ネット型リユース	204 (198.4%)				
	メディア	72 (89.0%)				
モバイル	125 (195.5%)					
調整額	△ 333 (-)					

・個人向けリユース好調
・過去最高の利益水準で1Qスタート

・売上は回復途上もこれを機に、徹底した販管費コントロールで高利益体質に磨き

・新規回線契約獲得数 大幅増
・広宣費先行も、回線あたり売上向上策の推進により、利益率上昇の見込み

※括弧内は前年同期比

連結貸借対照表

(単位：百万円)	2024.6 4Q末	2025.6 1Q末	増減
流動資産	4,334	4,069	△ 265
現金及び預金	1,486	1,202	△ 284
売掛金	1,914	1,982	67
商品	731	753	22
(うち、個人向けリース) ※	(354)	(359)	5
(うち、マシナリー) ※	(317)	(323)	5
その他流動資産	202	131	△ 70
固定資産	1,010	1,079	69
有形固定資産	269	331	61
無形固定資産	48	37	△ 11
(うち、のれん)	(32)	(23)	△ 8
投資その他の資産	691	710	19
資産合計	5,345	5,148	△ 196

	2024.6 4Q末	2025.6 1Q末	増減
負債	4,038	3,867	△ 171
買掛金	695	713	18
短期有利子負債	2,262	2,249	△ 12
未払金	453	405	△ 47
長期有利子負債	62	61	△ 1
その他負債	565	437	△ 128
純資産	1,306	1,280	△ 25
負債純資産合計	5,345	5,148	△ 196

※ 商品内訳の残高は、評価損反映前の数値です。

4

Appendix



[会社案内動画](#)



第1四半期における営業外費用(デリバティブ評価損)の発生状況



概要

- ・2022年9月14日締結・2024年9月4更新の、株式会社SBI証券との「差金決済型自社株価先渡取引契約」(※1)により発生した営業外費用
- ・当該契約期間中の各四半期末時点における当社の株価が当社の業績(営業外損益)に影響を及ぼす
- ・具体的には、当四半期末日時点の当社の株価が前四半期末日時点の株価(※2)を
 - ↳上回った場合 = 会計期間ごとに「営業外収益」を計上する
 - ↳下回った場合 = 会計期間ごとに「営業外費用」を計上する

(※1) 当該契約の詳細は、2022年9月14日公表「[差金決済型自社株価先渡取引の締結に関するお知らせ](#)」(旧契約) および2024年9月4日公表「[差金決済型自社株価先渡取引の先渡期間延長及び先渡価格変更に関するお知らせ](#)」(新契約) をご参照ください
 (※2) 先渡価格が新たに設定された場合は、直近の先渡価格

●なお、本契約の締結経緯につきましては、10月25日付IR note「[デリバティブ評価損益を発生させている『差金決済型自社株価先渡取引』について解説します](#)」もご参照ください。

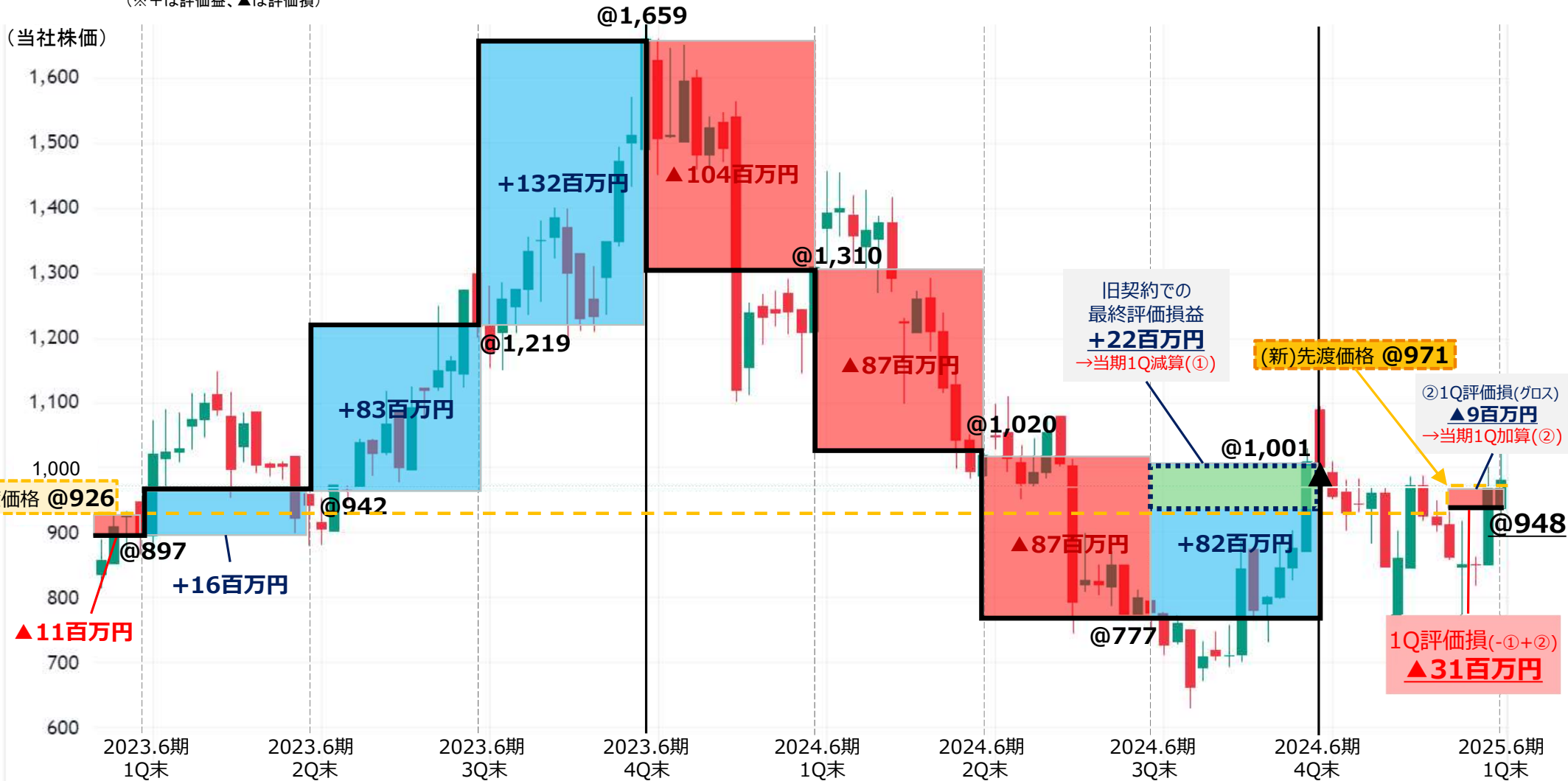
第1四半期における影響額

・第1四半期における影響額 = 31百万円の営業外費用(デリバティブ評価損)の計上

	旧契約に基づく最終評価損益	+	新契約に基づく先渡価格	→	第1四半期末時点	
株価	1,001円		971円		948円	※1(参考)2024/10終値 平均@972.77円
評価損益 (▲は評価損)	減算▲ +22百万円		加算+ ▲9百万円(グロス)		▲31百万円(ネット)	※2 キャッシュフロー上の 影響はありません

会計期間ベースでの、デリバティブ評価損益の推移 (参考情報)

(※+は評価益、▲は評価損)



*TradingView提供のチャート

過年度実績：販管費推移

- ✓ 投資回収フェーズに入り、販管費率が大幅改善（前年同期比△6.1p）
- ✓ 売上・粗利の伸長もあり、営業利益ベースで4期ぶりに1Qからの黒字体質に転換

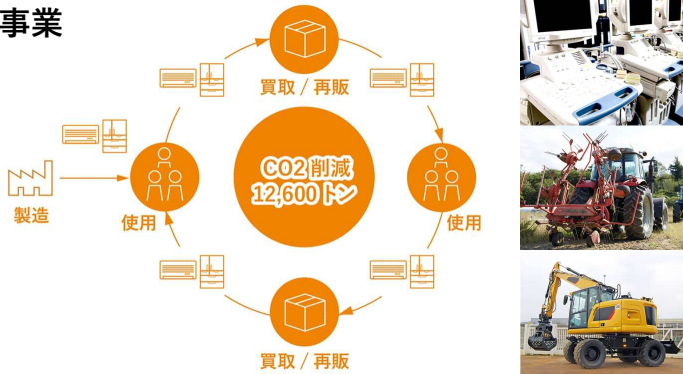
(単位：百万円)	2021.6 1Q	2022.6 1Q	2023.6 1Q	2024.6 1Q	2025.6 1Q
売上高	2,870	2,607	3,671	4,106	5,492
±成長率	-	△9.2%	+40.8%	+11.9%	+33.7%
売上総利益	1,103	878	1,339	1,523	1,980
[粗利率]	[38.4%]	[33.7%]	[36.5%]	[37.1%]	[36.1%]
販管費合計	939	1,043	1,397	1,678	1,911
[販管費率]	[32.7%]	[40.0%]	[38.1%]	[40.9%]	[34.8%]
広宣費+販促費	119	208	367	299	542
(構成比)	(12.7%)	(19.9%)	(26.3%)	(17.8%)	(28.4%)
人件費+採用関連費	344	371	460	638	621
(構成比)	(36.6%)	(35.6%)	(32.9%)	(38.0%)	(32.5%)
地代家賃(含、敷金償却)	68	76	78	97	111
(構成比)	(7.2%)	(7.3%)	(5.6%)	(5.8%)	(5.8%)
その他	407	387	490	642	635
営業利益	163	△ 165	△ 57	△ 154	69

SDGsの取り組み



当社の中核であるネット型リユース事業を通じて、循環型社会の推進や多様な外部パートナーと積極的に連携しながらさまざまな取り組みを進めています。

● ネット型リユース事業



● 楽器寄附ふるさと納税



● 「捨てない暮らし」の提案で廃棄処理量の削減や循環型社会形成を目指す



● 捜査機関との連携



● 内閣府「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」参画

地方創生SDGs官民連携プラットフォーム



私たちは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

● ボードメンバー多様化の取り組み



2023年の野田優子監査役就任に続き、2024年9月には原田典子氏が当社社外取締役就任したことに伴い、当社ボードメンバーの女性役員比率は22%となっています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



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、2024年から株主優待制度を導入しております。

✓ 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



今後の決算・IR説明会について

✓ 個人投資家向けIR説明会

開催予定日時	会場	主催	申込み詳細
2024年11月25日(月)14:00-	東京	日本証券新聞	https://www.nsjournal.jp/seminar/20241125tokyo/
2024年12月20日(金)18:00-	オンライン	マネックス証券	※詳細は後日、弊社IRサイト等にてお知らせいたします



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。

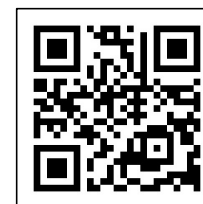


IRメール配信サービス
https://www.bridge-salon.jp/tekiji/alert_mail.php



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

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、
将来の見通し、計画のもととなる前提、予測を含んで記載しております。
実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

【本資料及び当社IRに関するお問合せ先】

マーケットエンタープライズ・IR

ir@marketenterprise.co.jp



持続可能な社会を実現する
最適化商社