



2026年3月期 第3四半期 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 第3四半期 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	93億17百万円 (2025年12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

					
店舗数(25年12月末時点)	国内 927店 海外 144店	1,044店 (内 GEO mobile単独138店、併設698店)		22店	44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、取扱い無し。



2. 2026年3月期 第3四半期 連結業績

2026年3月期 第3四半期 サマリー

業績ハイライト

連結売上高は 3,556億円（前年同期比12.5%増）

リユース衣料・服飾商材：売上高894億円（前年同期比18.0%増）

リユースラグジュアリー商材：売上高401億円（前年同期比5.2%減）

リユーススマホ・タブレット商材：売上高362億円（前年同期比9.0%増）

新品商材：売上高937億円（前年同期比27.7%増）

営業利益 116億円（前年同期比18.7%増）、**経常利益 125億円**（前年同期比14.0%増）、

親会社に帰属する四半期純利益 75億円（前年同期比16.8%増）

TOPIC

- ・ セカンドストリートは第3四半期に35店舗を新規出店、積極的な拡大路線を継続
- ・ 2025年10月、セカンドストリートがゲオの店舗数を抜き、グループ最多に
- ・ 統合報告書を発行
- ・ 商号変更についてを公表

2026年3月期 第3四半期 連結損益計算書

- 全体業績：「増収増益」売上高・各利益ともに前年同期を上回り、好調に推移。
- リユース：「好調」衣料・服飾雑貨が牽引。国内・海外への積極出店と、消費者のリユース志向の高まりが追い風。
- 新品：「大幅増収」2025年6月発売の「Nintendo Switch 2」本体が安定供給され、年末商戦の売上を大きく牽引。

単位：百万円	25.3月期 3 Q実績	26.3月期 3 Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	316,156	355,603	39,446	12.5%
売上総利益	127,278	140,521	13,242	10.4%
（売上総利益率）	40.3%	39.5%	-	▲ 0.7%
販管費	117,459	128,865	11,406	9.7%
営業利益	9,819	11,655	1,836	18.7%
（営業利益率）	3.1%	3.3%	-	0.2%
経常利益	10,987	12,527	1,539	14.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	6,443	7,527	1,084	16.8%

2026年3月期 第3四半期 商材別売上高

単位：百万円	25.3月期 3 Q実績	26.3月期 3 Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
リユース	201,866	219,109	17,243	8.5%
リユース系	140,352	153,942	13,589	9.7%
衣料・服飾雑貨※1	75,779	89,445	13,665	18.0%
家具・家電※1	8,982	9,653	671	7.5%
ラグジュアリー※4	42,308	40,127	▲ 2,180	▲ 5.2%
その他※1	13,282	14,716	1,433	10.8%
メディア系	61,513	65,166	3,653	5.9%
ゲーム※2	24,420	25,246	826	3.4%
スマホ・タブレット※2.3	33,245	36,238	2,993	9.0%
その他※2	3,847	3,682	▲ 165	▲ 4.3%
新品※2	73,439	93,770	20,330	27.7%
その他	40,850	42,723	1,872	4.6%
デジタルコンテンツ※5	12,549	15,327	2,778	22.1%
レンタル※2	21,869	19,250	▲ 2,618	▲ 12.0%
その他	6,431	8,144	1,712	26.6%
合計	316,156	355,603	39,446	12.5%

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

上期にあった関税による輸出減少と時計相場下落による影響で減収

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理由に増収

「Nintendo Switch 2」、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3四半期 商材別売上総利益

単位：百万円	25.3月期 3 Q実績	26.3月期 3 Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
リユース	86,466	96,530	10,064	11.6%
リユース系	67,099	77,125	10,026	14.9%
衣料・服飾雑貨※1	48,348	57,647	9,298	19.2%
家具・家電※1	5,457	5,755	298	5.5%
ラグジュアリー※4	3,698	3,257	▲ 440	▲ 11.9%
その他※1	9,595	10,465	870	9.1%
メディア系	19,367	19,404	37	0.2%
ゲーム※2	7,827	7,038	▲ 789	▲ 10.1%
スマホ・タブレット※2.3	8,013	8,898	884	11.0%
その他※2	3,526	3,468	▲ 57	▲ 1.6%
新品※2	13,233	15,096	1,862	14.1%
その他	27,578	28,894	1,315	4.8%
デジタルコンテンツ※5	11,136	13,638	2,501	22.5%
レンタル※2	13,864	12,105	▲ 1,758	▲ 12.7%
その他	2,578	3,150	572	22.2%
合計	127,278	140,521	13,242	10.4%

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

店頭販売の減少を卸売で補完するも、卸売の低粗利が響き減益

GEO mobile の店舗拡大、店頭売り増加により粗利率が上昇

「Nintendo Switch 2」、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3四半期 販売管理費

■ 人材採用による従業員の増員、給与のベースアップ、出店によるコスト増加は継続。

■ 販管費合計では前年同期比9.7%増となり、想定の範囲での増加。

単位：百万円	25.3月期 3Q実績	売上高比	26.3月期 3Q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	15,639	4.9%	16,030	4.5%	391	2.5%
広告宣伝費	6,580	2.1%	5,920	1.7%	▲ 660	▲ 10.0%
販売手数料	5,956	1.9%	6,751	1.9%	795	13.4%
運送費	2,099	0.7%	2,098	0.6%	▲ 0	▲ 0.0%
人件費計	55,618	17.6%	62,670	17.6%	7,052	12.7%
その他諸経費計	46,201	14.6%	50,164	14.1%	3,962	8.6%
水道光熱費	3,852	1.2%	3,833	1.1%	▲ 19	▲ 0.5%
地代家賃	22,569	7.1%	24,311	6.8%	1,742	7.7%
減価償却費	4,264	1.3%	5,300	1.5%	1,035	24.3%
備品消耗品費	2,597	0.8%	2,272	0.6%	▲ 324	▲ 12.5%
修繕費	587	0.2%	519	0.1%	▲ 67	▲ 11.5%
販管費計	117,459	37.2%	128,865	36.2%	11,406	9.7%

※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3四半期 連結貸借対照表

単位：百万円	2025年 3月31日	構成比	2025年 12月31日	構成比	増減額
流動資産	165,072	65.3%	201,756	67.2%	36,684
現金及び預金	60,090		84,978		24,887
売掛金	15,930		22,969		7,038
商品	73,887		78,568		4,680
固定資産	87,735	34.7%	98,424	32.8%	10,688
有形固定資産	56,283		65,931		9,647
無形固定資産	5,030		5,386		355
投資その他資産	26,421		27,107		685
資産合計	252,807	-	300,181	-	47,373
流動負債	46,603	18.4%	57,648	19.2%	11,044
買掛金	12,686		18,209		5,522
1年以内返済予定の長期借入金	10,849		12,629		1,779
固定負債	115,734	45.8%	145,513	48.5%	29,778
社債	12,175		12,175		0
長期借入金	71,475		96,770		25,295
負債合計	162,338	64.2%	203,161	67.7%	40,823
純資産合計	90,469	35.8%	97,019	32.3%	6,549
負債純資産合計	252,807	-	300,181	-	47,373

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

衣料服飾雑貨、ゲーム関連商材など、年始に向けた在庫確保により増加

事業拡大に伴う、積極的な出店やシステム投資により資産増加

取引金融機関から130億円の追加借入により、累計350億円調達

ゲオグループの店舗数の状況

2025年12月末の総店舗数 2,276店

		直営店	(期中出店)	(期中閉店)	FC・代理店	25.12月末	25.3月末	24.3月末
2nd STREET※1	国内	871	55	▲ 9	56	927	880	838
	海外	144	32	▲ 1	0	144	113	81
	米国	52	6	▲ 1	0	52	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	8	4	0	0	8	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	 	970	25	▲ 21	74	1,044	1,054	1,084
OKURA TOKYO※3		22	0	▲ 2	0	22	24	23
Luck Rack		44	17	0	0	44	27	18
その他		95	24	▲ 17	0	95	88	65
合計		2,146	153	▲ 50	130	2,276	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 138店舗を含む。併設店としてのGEO Mobileは 698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月に公表した業績予想を、繁忙期の季節変動や店舗網最適化に伴う費用を考慮し据え置き。
- 第3四半期においても、リユース需要の継続により2nd STREET中心とした商材と、Nintendo Switch 2を含む新品商材は好調に推移し、売上高・各利益ともに前年同期を上回った着地となる。

単位：百万円	26.3月期 通期予想	26.3月期 3 Q実績	26.3月期 3 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	355,603	75.7%	427,669	42,331	9.9%
営業利益	11,500	11,655	101.4%	11,250	250	2.2%
(営業利益率)	2.4%	3.3%	0.8pt	2.6%	－	▲ 0.2pt
経常利益	11,000	12,527	113.9%	12,224	▲ 1,224	▲ 10.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5,500	7,527	136.9%	4,537	963	21.2%
直営店舗数	2,193店舗※	2,146店舗	153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	0.38倍	0.03減	0.33倍	0.08増	－

※直営店舗数予想は出店計画合計数（その他の出店、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。

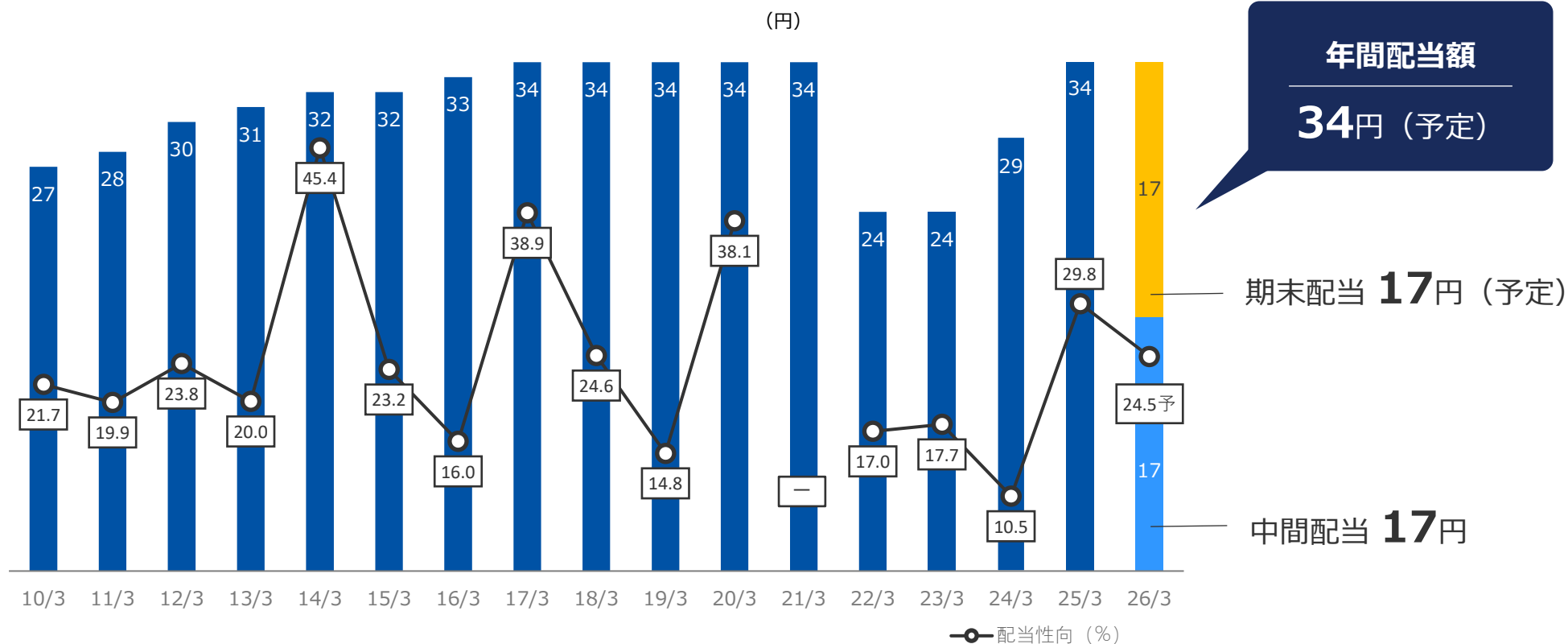
2026年3月期 出店計画

	25.12月末		出店計画	
	実績/ 期初出店計画	期初出店概要		
	国内 55/60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店舗を通過点とし、更なる店舗拡大を進める方針。		
	海外 32/35店舗	米国	6/12店舗	主に出店済みエリアへ出店を集中しドミナント強化。
		台湾	11/10店舗	ドミナント出店と郊外路面店の出店。
		マレーシア	7/6店舗	クアラルンプールおよび近郊を中心に出店。
		タイ	4/4店舗	バンコク首都圏を中心に出店拡大。
		シンガポール	2/2店舗	都市型店舗をドミナント出店していく方針。
		香港	2/1店舗	都市型店舗をドミナント出店していく方針。
 	25/32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。		
	0/3店舗	繁華街立地に加え、買取専門店の出店も計画。		
	17/20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いる。
- 2026年3月期については、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日に公表したとおり1株当たり17円00銭とした。また、期末配当予想については、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。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いく。

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			●

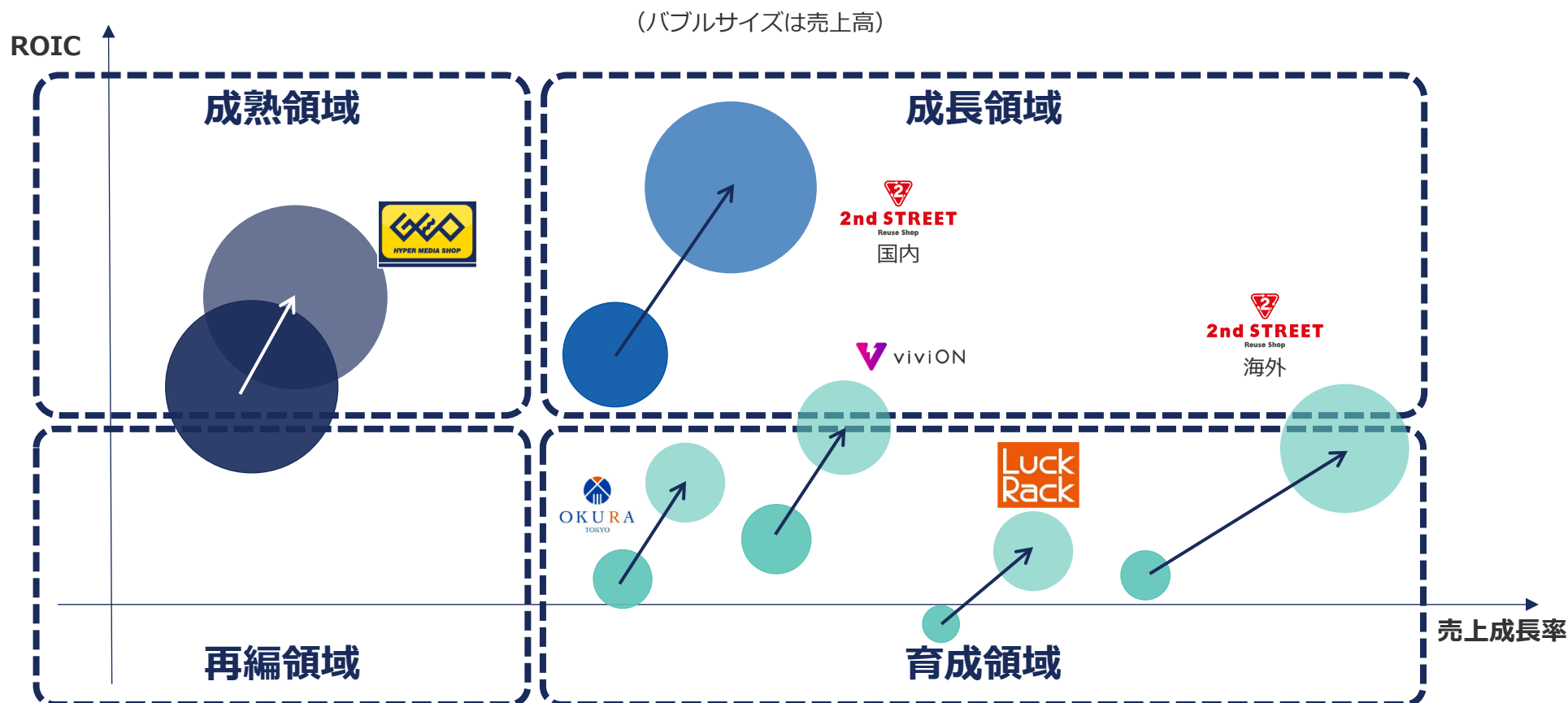
※重点的に経営資源を投入する取組みをハイライト。



将来の展望と各事業の成長イメージ

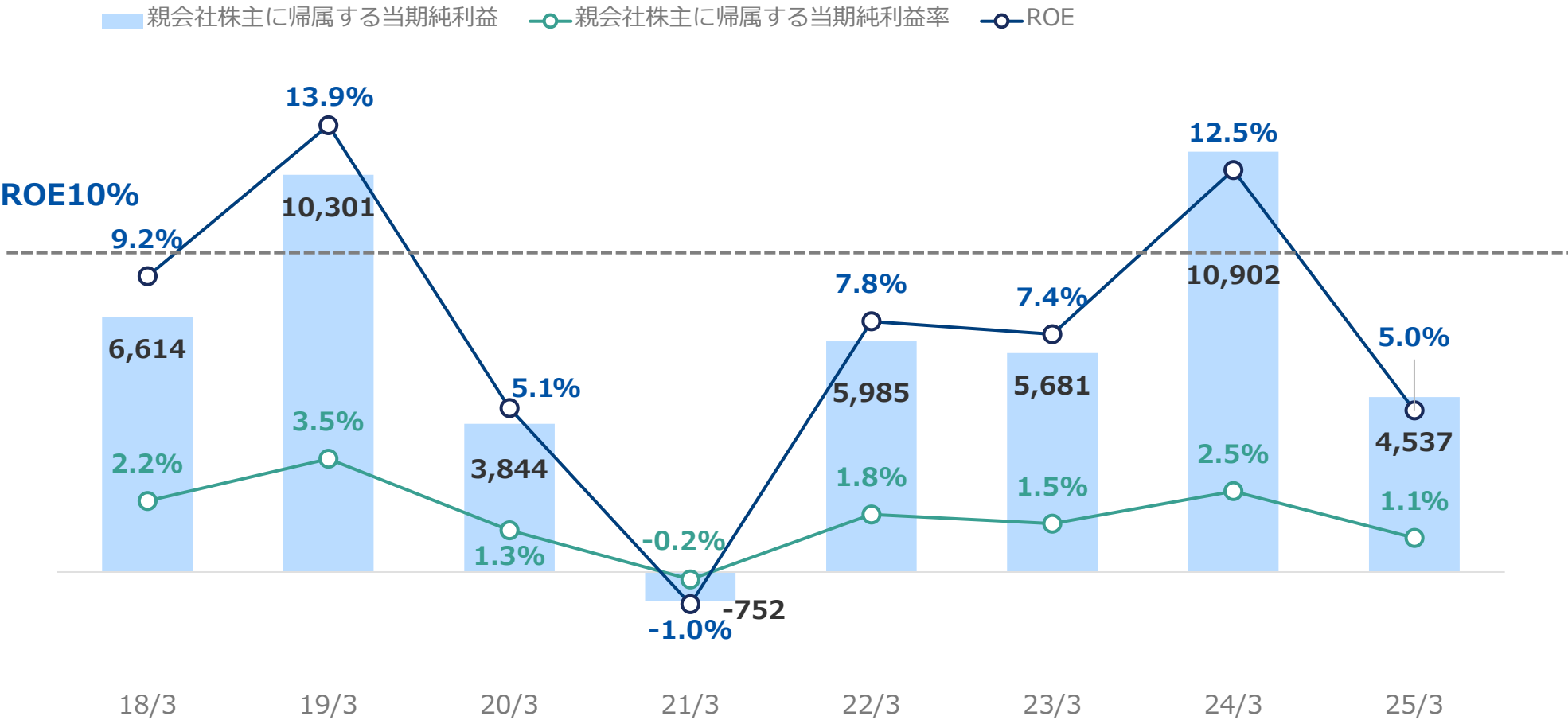
- 現在、ゲオグループの年間売上高は5,000億円を切る規模だが、2035年度にグループ連結売上高1兆円、グループ全体で5,000店舗（うち海外1,000店舗）を目指している。その目標達成の核はリユース事業になると考え、リユース業界の更なる発展に努め、世界中のお客様の日常を豊かにすることを目標に、挑戦し続ける。

各事業の今後数年間の成長イメージ



ROE目標

積極的な投資を抑えることにより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る。



※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く。



リユース業界で圧倒的な世界一を目指す

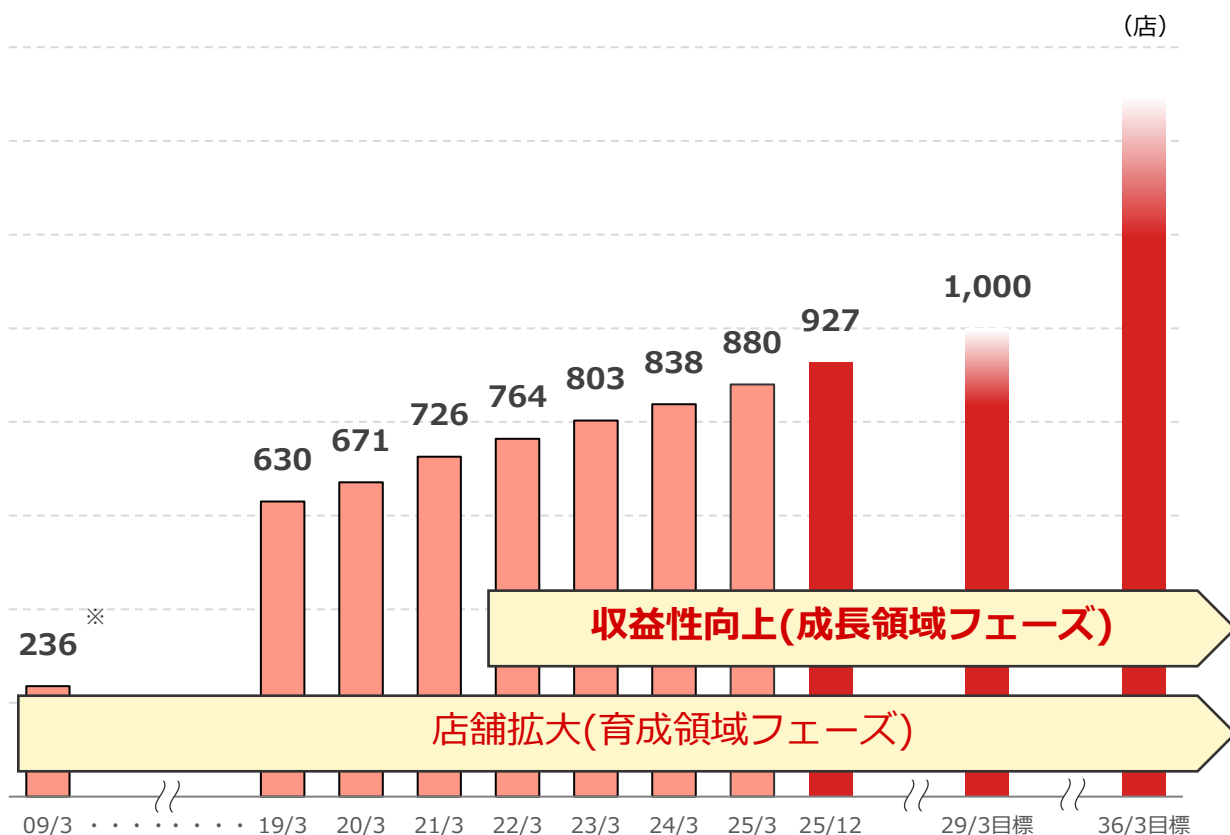
※PBR、ROE、PERは、25年3月時点の数値。PBR＝期末時価総額 ÷ 期末純資産額。ROE＝親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 期末自己資本。PER＝期末時価総額 ÷ 親会社株主に帰属する当期純利益。

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の地位確立に向け、国内の大きな出店ポテンシャルを積極活用。2009年3月期よりM&Aにより買収したセカンドストリートは国内店舗数を15年で約4倍に拡大。2029年3月期1,000店舗達成は通過点に過ぎず、さらなる店舗網拡大により市場シェアと収益性の向上を同時に実現。

国内の店舗数推移



※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。

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

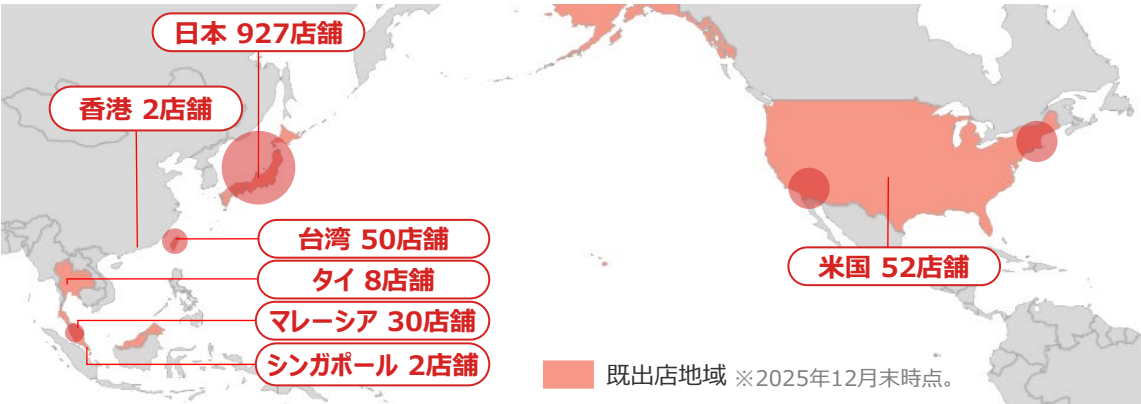
業務基準を絶えず向上させ、
品質と効率を継続的に高める

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。
- 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った。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いく。

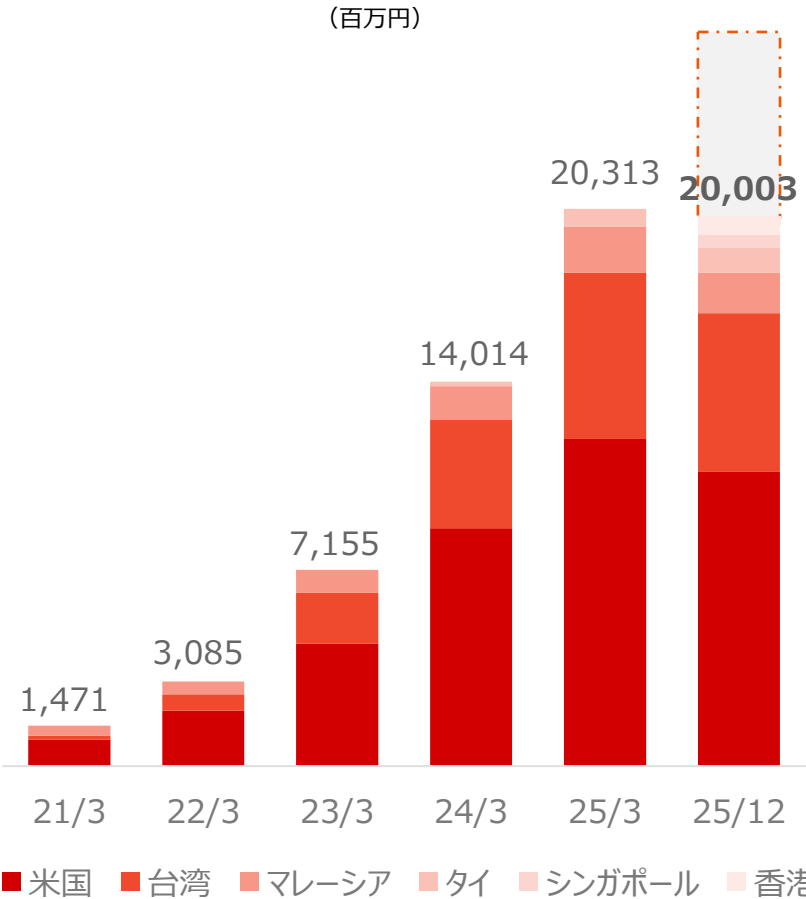
海外2nd STREET展開地域



店舗数	22/3	23/3	24/3	25/3	25/12	26/3 予
米国	10	23	35	47	52	58
台湾	8	18	28	39	50	50
マレーシア	8	11	17	23	30	30
タイ	-	-	1	4	8	8
シンガポール	-	-	-	-	2	2
香港	-	-	-	-	2	2
日本	764	803	838	880	927	940

※店舗数予想は出店計画合計数（閉店を除く）

海外2nd STREET売上高推移

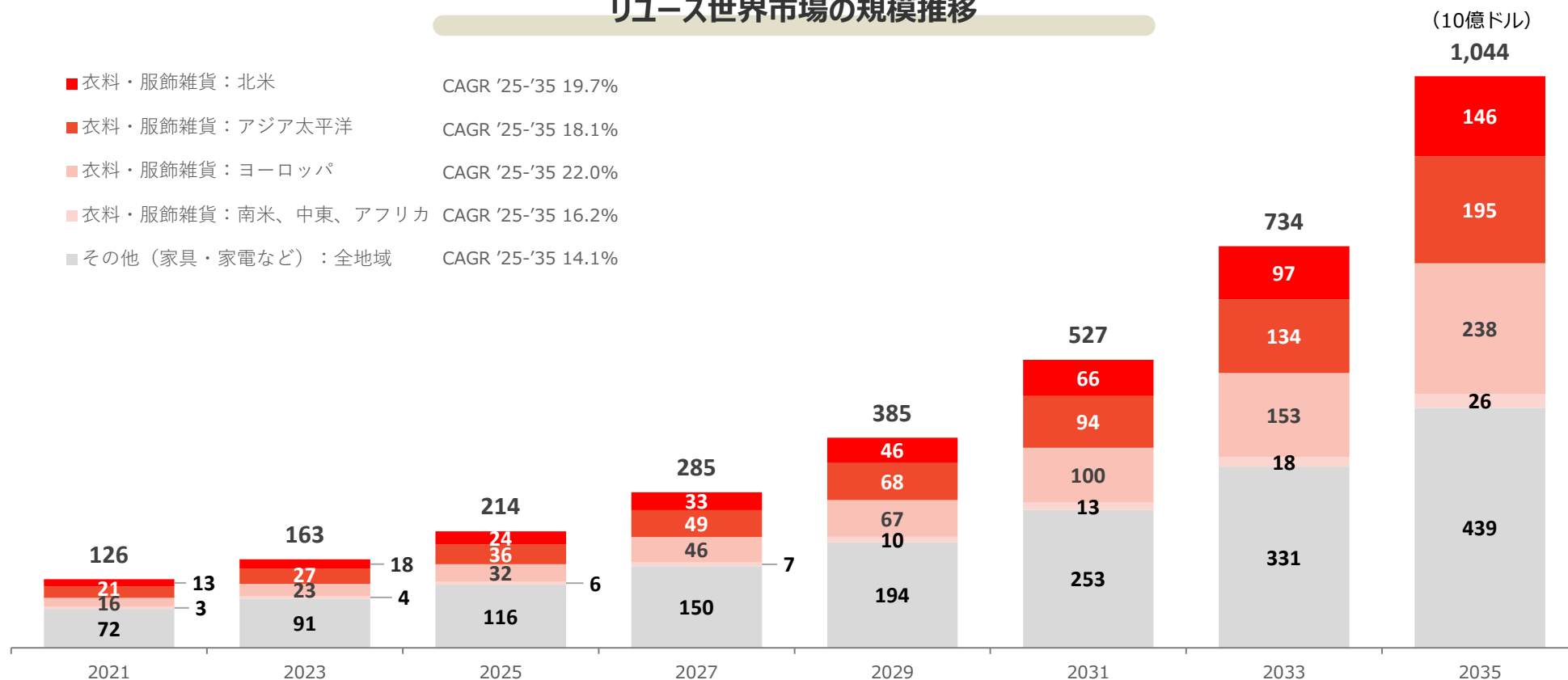


ポテンシャルが大きいリユース世界市場での事業戦略



- 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2,140億ドルから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る。
- 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。

リユース世界市場の規模推移



米国での店舗展開と強み



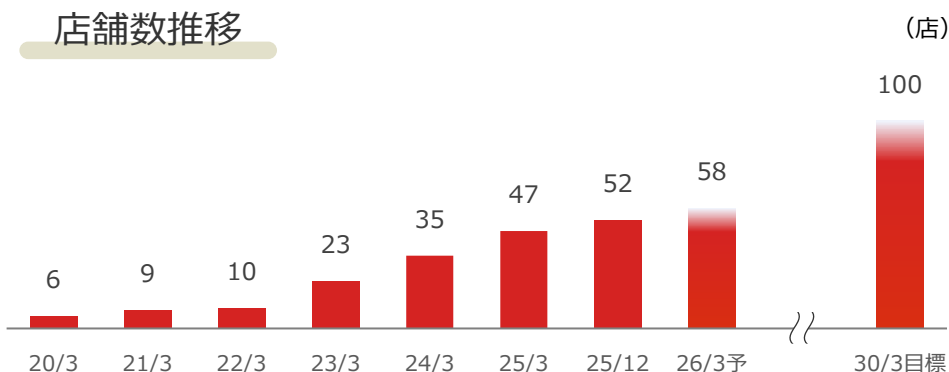
- 西海岸からスタートした米国店舗は業績と同時に現地従業員の育成も順調に進展し、今後は主に新店舗エリアへ出店を集中し、ドミナントを強化していく。
- 米国の店舗では、①現地での買取商品を基本としつつ、低価格帯から高価格帯まで幅広い衣料・服飾雑貨の提供、②流行シーンや天候に合わせたスピード感ある対応、③日本型ホスピタリティ、なども強みとしている。

Houston : Rice Village (2025年10月オープン)



ライス大学からもほど近く、歴史あるレンガ造りの街並みが美しいRice Villageに出店。63坪の店内にはバイヤーが一点一点丁寧にセレクトしたヴィンテージアイテムから、人気のストリートブランド、ハイブランドを展開。日本の「おもてなし」精神に基づいたきめ細やかな商品管理と、アメリカならではのユニークなファッショントレンドを融合させ、「宝探し」のような空間を提供。

店舗数推移

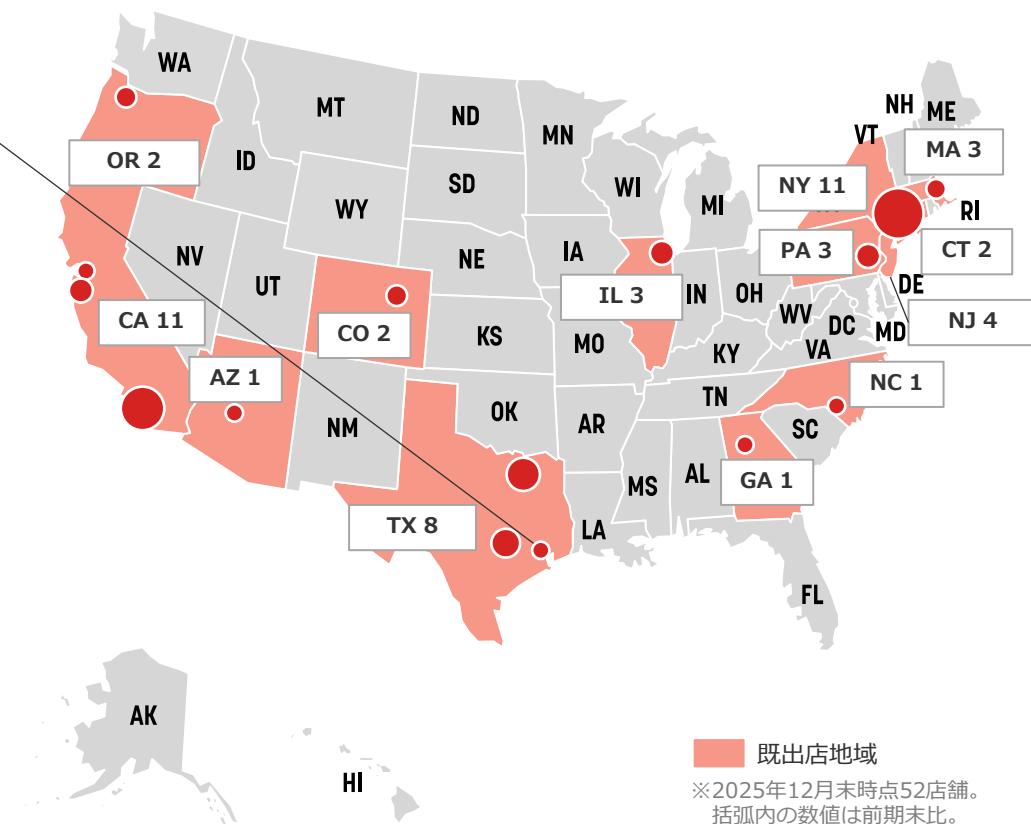


2nd STREET USA <https://2ndstreetusa.com/>



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12月末時点52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



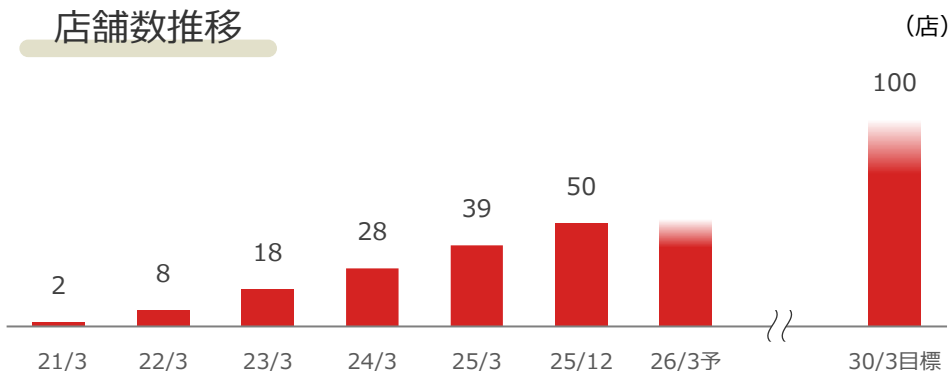
- 台湾のリユース市場は発展途上段階のため、積極的な出店を行うことで確固たるポジションを形成する方針。
- 台湾での買取商材だけではなく、日本からの商材が継続的に店頭に並んでいることも強みに、人材育成とコスト管理を一段と強化しつつ、台湾市場での地歩を固めていく。

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。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する。販売に加え、店頭での買取サービスも実施。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

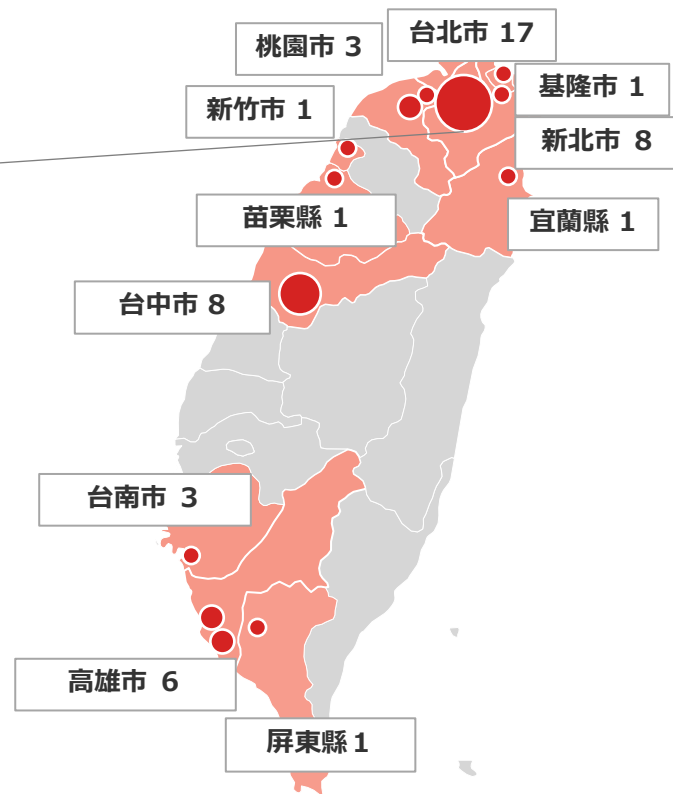


2nd STREET TAIWAN <https://2ndstreet.com.tw/>



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12月末時点50店舗。
括弧内の数値は前期末比。

マレーシアでの出店戦略



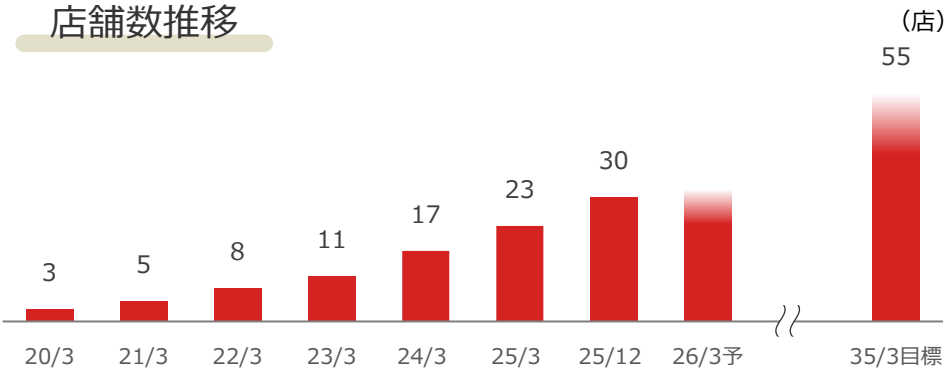
- マレーシアでは日本の2ndSTREETで買取したUsed in Japanの衣料・服飾を輸入し、クアラルンプールの倉庫で卸売または商品化後に近郊にドミナント展開している各店舗へ再配布することで販売網を着実に広げている。
- マレーシアではマーケティングサーチと現地採用を継続しながら、クアラルンプール中心に流通整備を行い更に事業展開を強化する方針。

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。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る。

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。



KL近郊 30

既出店地域

※2025年12月末時点30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



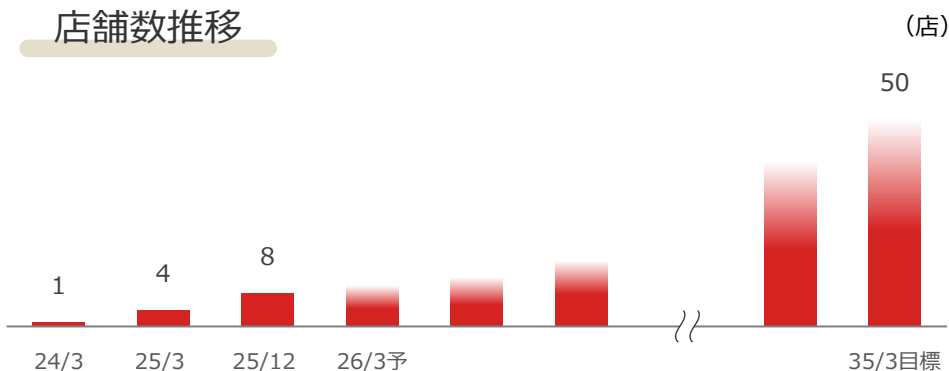
- リユース市場黎明期の東南アジアにて、買取と販売を国内完結するモデルを構築し、海外展開を加速する。
- タイは、都市部に住む人口の割合が50%を超えるなど都市化が加速しており、今後も人口増加が予測されるバンコク首都圏を中心に出店を続けていく。

Nonthaburi : Central Westgate (2025年12月オープン)



12月にタイで8店舗目となる、Central Plaza WestGateのショッピングモール内に売場面積約109坪の店舗を出店。学生やファミリー層を中心に多くのお客様が来店され、賑わいを見せている。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る。

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12月末時点8店舗。
括弧内の数値は前期末比。

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るが、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る。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だ。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する。

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。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。

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る、シンガポール事業のドミナント強化。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。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、圧倒的な商品力に応えることで、客単価の向上とロイヤルカスタマーの育成。

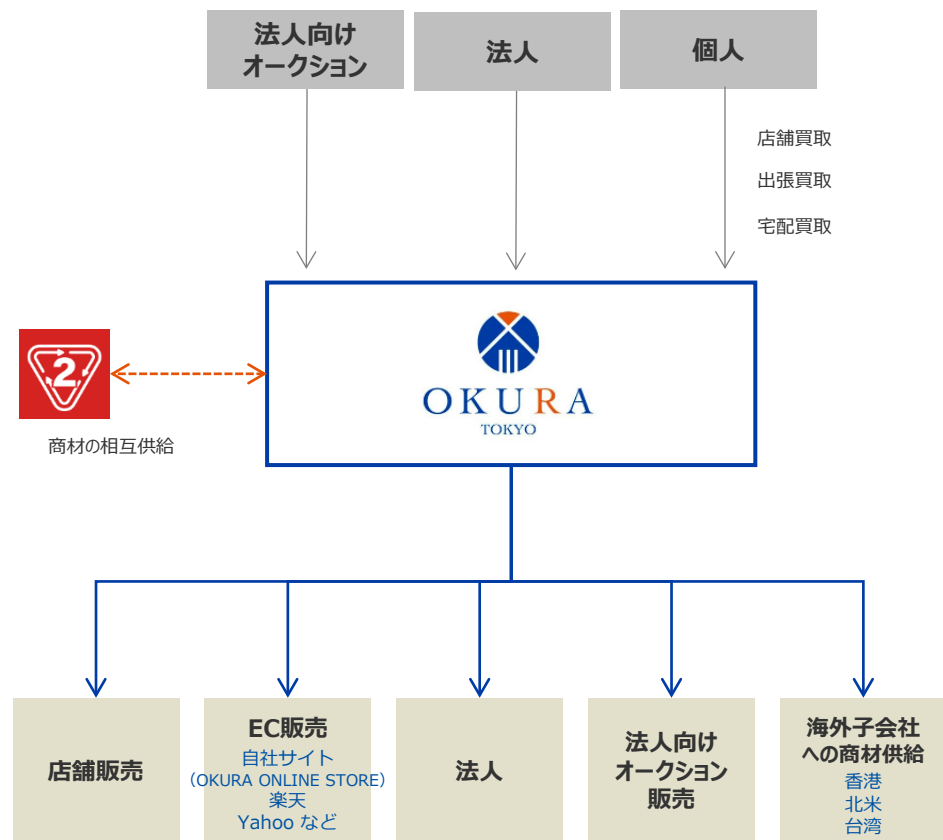
2nd STREET SINGAPORE <https://2ndstreet-sg.com/>






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る。

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う。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いく。
- 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



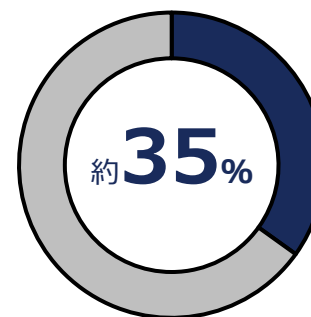
目標であった800店舗※を達成。GEO・GEO mobile を中心に、リユースのスマホ・タブレット端末市場で更なるシェア向上を図り、店舗拡大を継続。

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る。

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
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 <div></div>
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」の取り扱いを開始
店頭サポート	<ul style="list-style-type: none">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

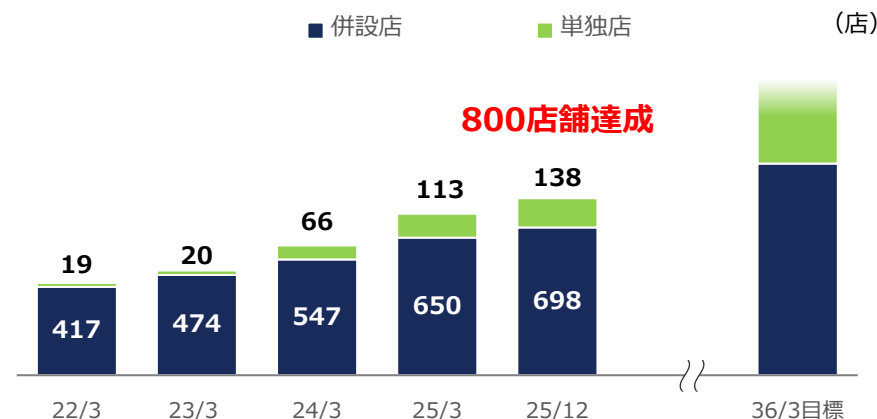
リユースのスマホ・タブレット端末のマーケットシェア



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。

© GEO HOLDINGS CORPORATION

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だが、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。

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る。アウトレットでも古着でもない、新しい買い物のかたち。



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る。パートナー企業の協力により、特別な割引が可能になる。



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も削減してる。モノと地球を大切にしたい気持ちから生まれた、未来のための仕組み。



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

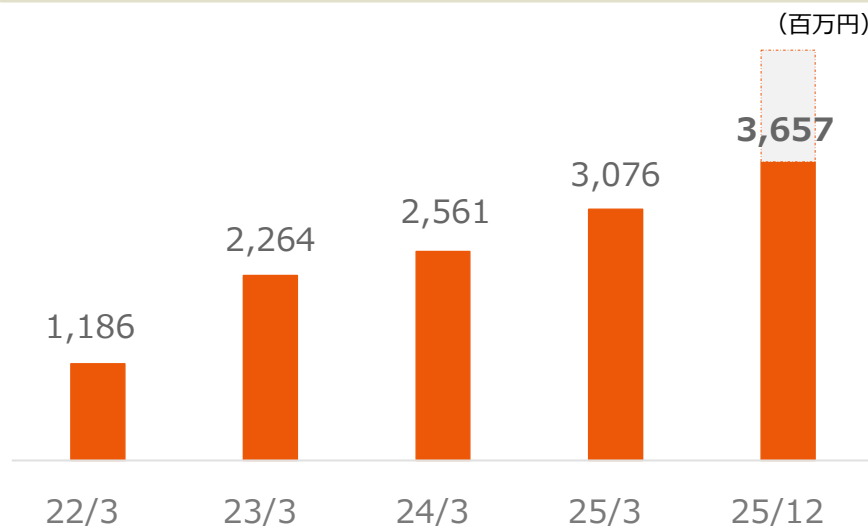


■ Luck Rackは日本におけるオフプライスストアの先駆者として、メーカーのブランドを毀損せずに価値ある買い物をしてもらうための新しいフォーマットを提供したいと考えている。

目標

- ・ **市場の確立**：日本にオフプライス市場を確立
- ・ **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
- ・ **事業拡大**：出店を加速、2036年3期 500店舗を目標

Luck Rack 売上高推移

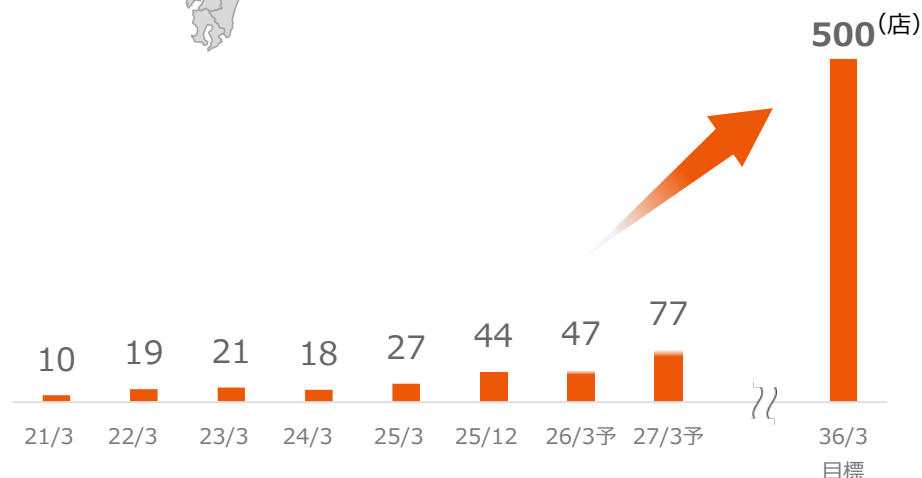
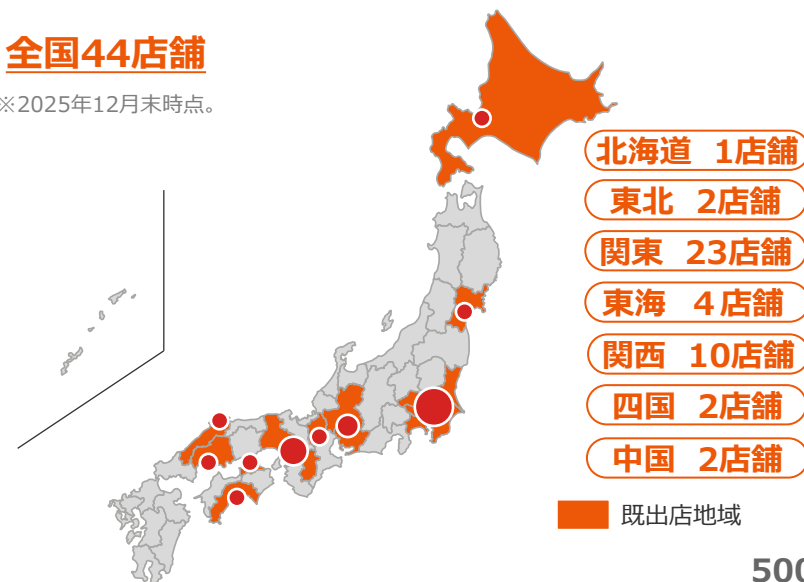


※点線グラフは通期見込み

国内地方別展開地域および店舗推移

全国44店舗

※2025年12月末時点。

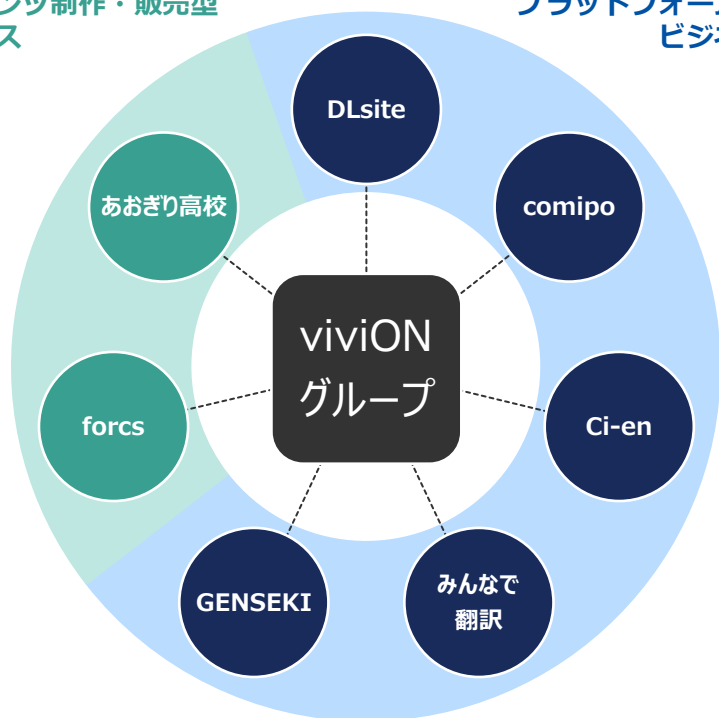


- viviONグループでは、デジタルコンテンツのプラットフォーム型ビジネス、コンテンツの制作・販売ビジネスを展開している。
- 二次元コンテンツダウンロードサイトの「DLsite」は国内最大級の作品数を取り揃えるとともに、14言語でサービスを展開している。また、「comipo」ではマンガを音で楽しむボイスコミックを提供、新しいビジネスモデルとして「みんなで翻訳」、クリエイター支援の「Ci-en」などの事業を手掛けている。

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

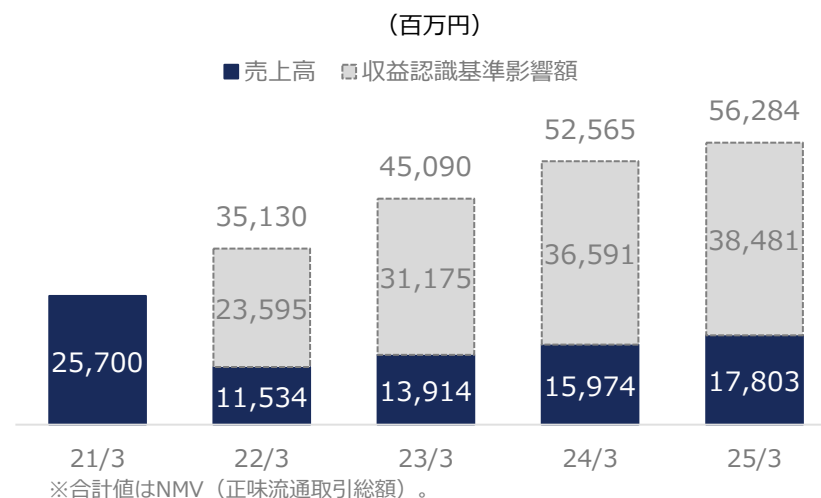


世界最大の二次元コンテンツダウンロードサイト。配信作品が196万作品に到達。



マンガに音と声の要素を加えた電子コミックです。55,000作品以上の国内外のコミックラインナップ。

売上高推移



5. その他の取組み

その他の取組み一覧

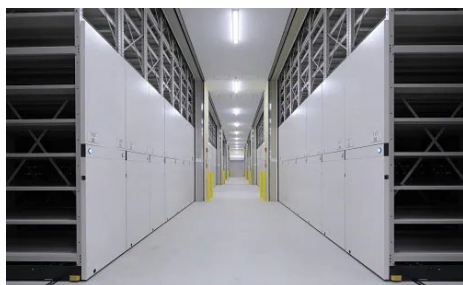
■ 当社グループは、主力店舗事業（リユース・メディア事業）以外にも様々な取り組みを行っている。

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 Geoあれこれレンタル

Geo あれこれ レンタル



中古流通支援サービス リユースアライアンス事業



オンラインECサイト viviON BLUEを展開

viviON BLUE



全国のGeo50店舗 「viviONグッズコーナー」を常設



viviON

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。
- 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。

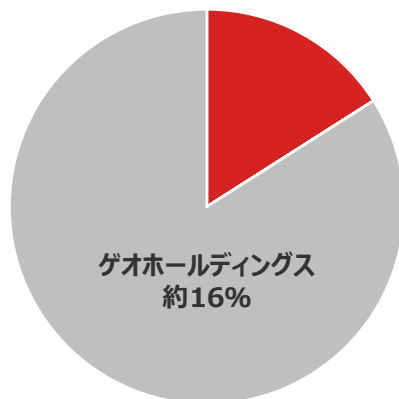
(億円)



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

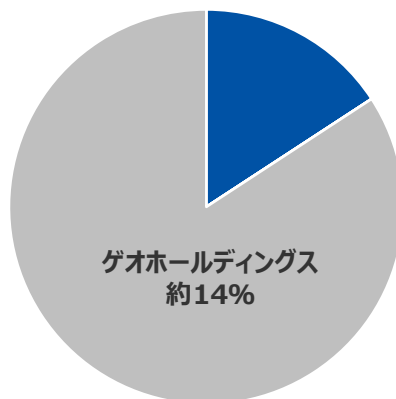
衣料・服飾品シェア

シェア1位※



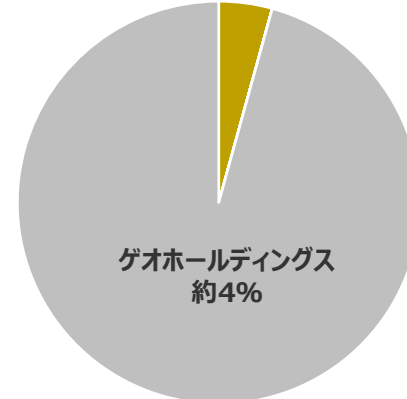
ブランド品シェア

シェア5位※



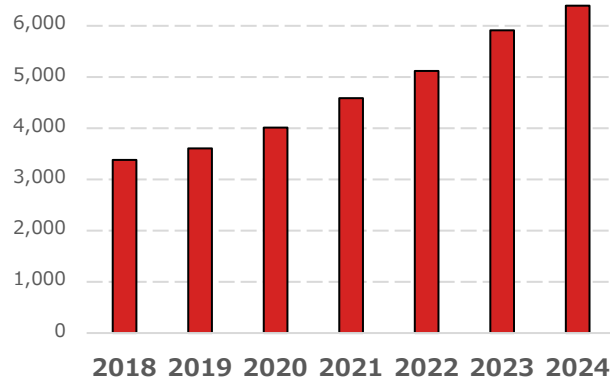
家具・家電シェア

シェア1位※



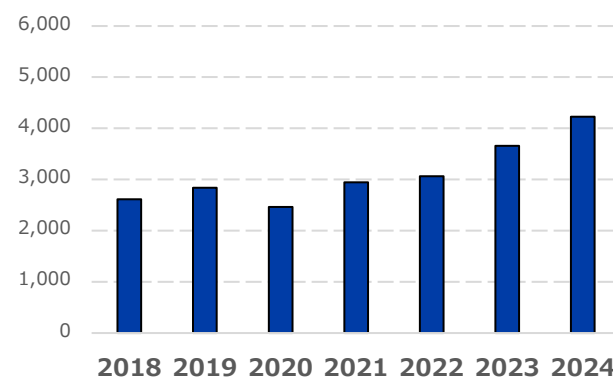
衣料・服飾品市場規模

(億円)



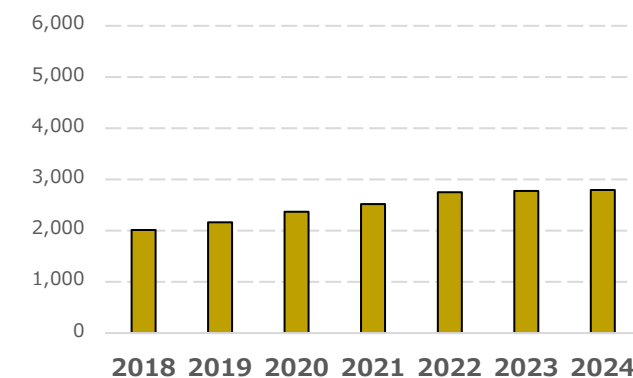
ブランド品市場規模

(億円)



家具・家電市場規模

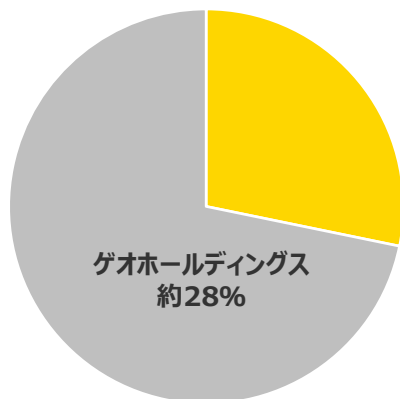
(億円)



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

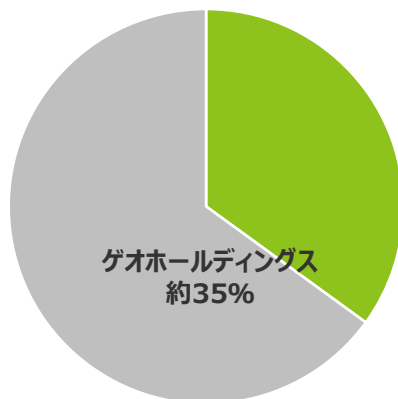
ゲーム・メディアシェア

シェア2位※

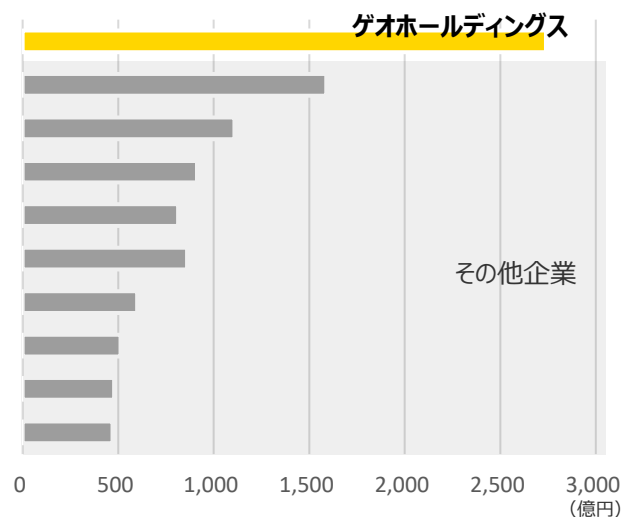


携帯・スマホシェア

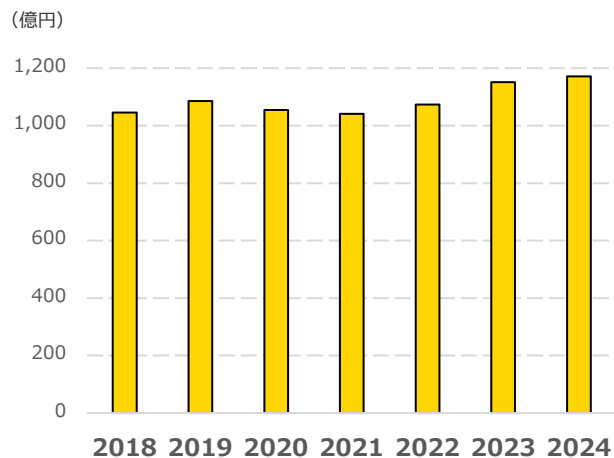
シェア1位※



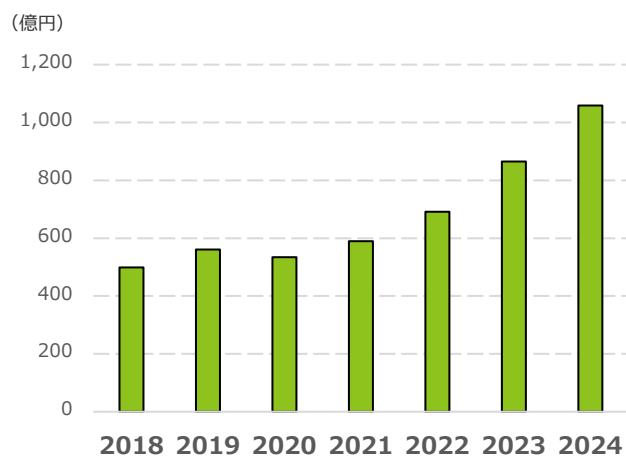
リユース売上ランキング



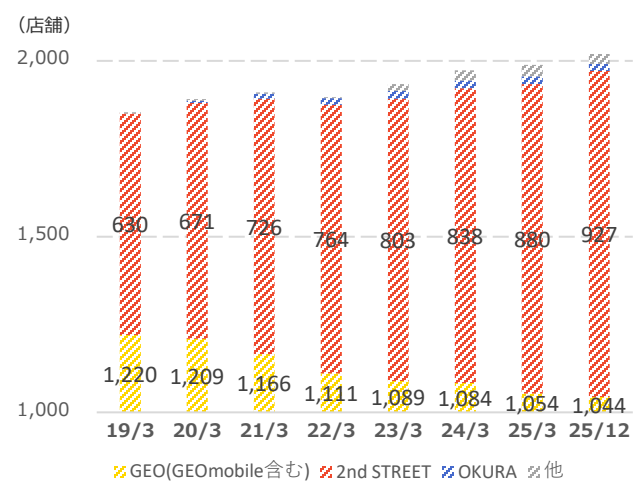
ゲーム・メディア市場規模



携帯・スマホ市場規模



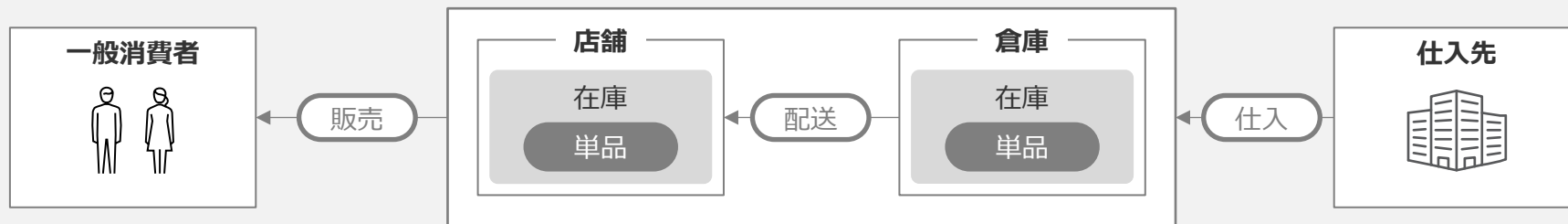
当社国内リユース店舗推移



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。

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

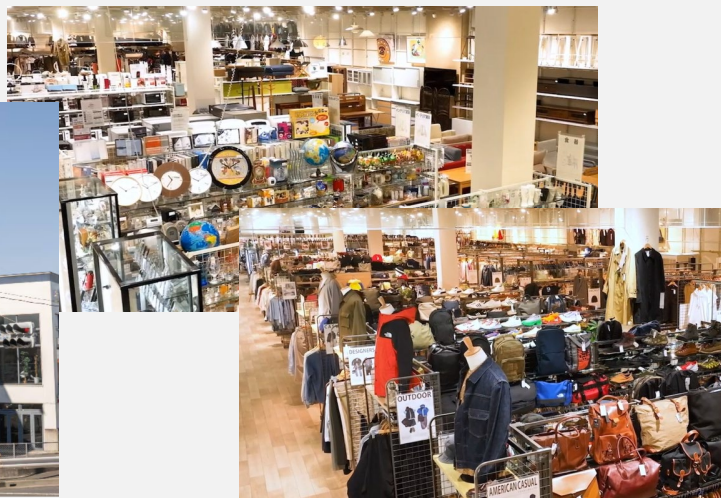
2nd STREET 店舗タイプ

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

国内外問わず、清潔感のある売り場と良質な在庫を陳列。

国内

フルスペックリユース

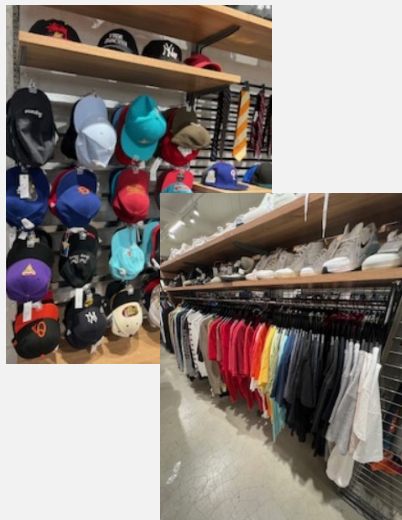


展開一覧

- 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



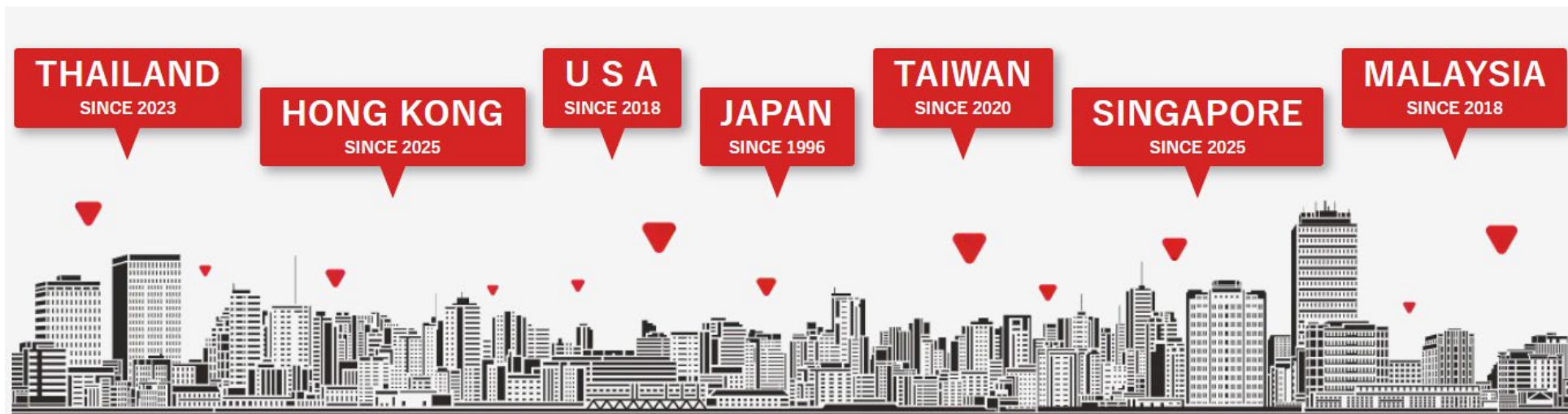
アジア太平洋



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。



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	
(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%	
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	
(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%	
(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%	
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	
(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%	
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	
(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%	

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	
リユース系	39,299	39,457	45,945	44,979	46,204	41,119	53,028	49,893	44,510	49,044	60,387	
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	
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	
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	
その他※1	3,933	3,691	4,437	4,244	4,506	3,974	4,800	4,566	4,678	4,560	5,476	
メディア系	16,488	17,547	20,654	19,717	19,461	21,155	20,897	22,156	19,910	22,011	23,244	
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	
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	
その他※2	1,343	1,305	1,316	1,289	1,300	1,257	1,289	1,278	1,194	1,241	1,246	
新品※2	37,025	37,250	30,856	27,258	21,257	23,235	28,947	25,660	26,446	26,824	40,499	
その他	13,912	14,779	14,184	14,491	13,224	14,066	13,559	13,802	13,592	14,601	14,528	
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	
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	
その他	1,890	2,269	2,179	2,259	2,096	2,240	2,095	2,409	2,238	2,918	2,987	
合計	106,725	109,035	111,640	106,447	100,147	99,576	116,432	111,512	104,460	112,482	138,660	



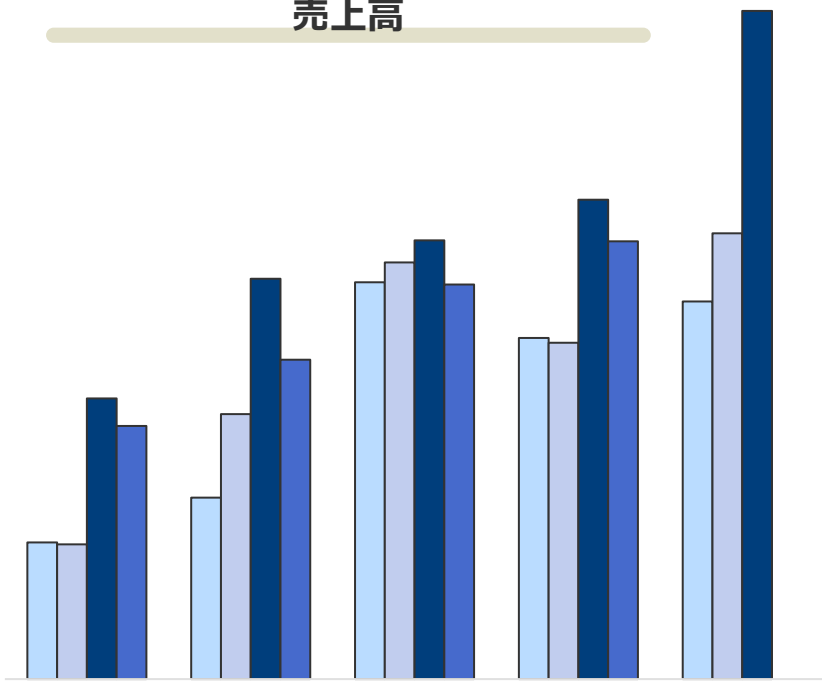
2026年3月期 商材別四半期売上総利益推移

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	
リユース系	19,357	17,550	22,367	20,171	22,686	19,101	25,310	22,383	24,698	22,857	29,569	
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	
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	
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	
その他※1	2,817	2,553	3,210	2,992	3,270	2,824	3,500	3,233	3,453	3,111	3,899	
メディア系	5,812	6,002	6,383	6,113	6,210	6,776	6,379	6,456	6,128	6,230	7,045	
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	
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	
その他※2	1,227	1,180	1,183	1,169	1,195	1,150	1,180	1,177	1,136	1,165	1,166	
新品※2	5,002	2,589	5,132	4,392	3,886	4,248	5,099	4,617	4,926	4,456	5,713	
その他	9,116	10,457	9,197	10,178	8,910	9,966	8,702	9,934	9,060	10,406	9,426	
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	
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	
その他	720	1,328	626	1,282	852	1,298	427	1,468	723	1,635	792	
合計	39,289	36,597	43,081	40,856	41,694	40,092	45,491	43,392	44,813	43,951	51,755	

季節性に伴う四半期の動向

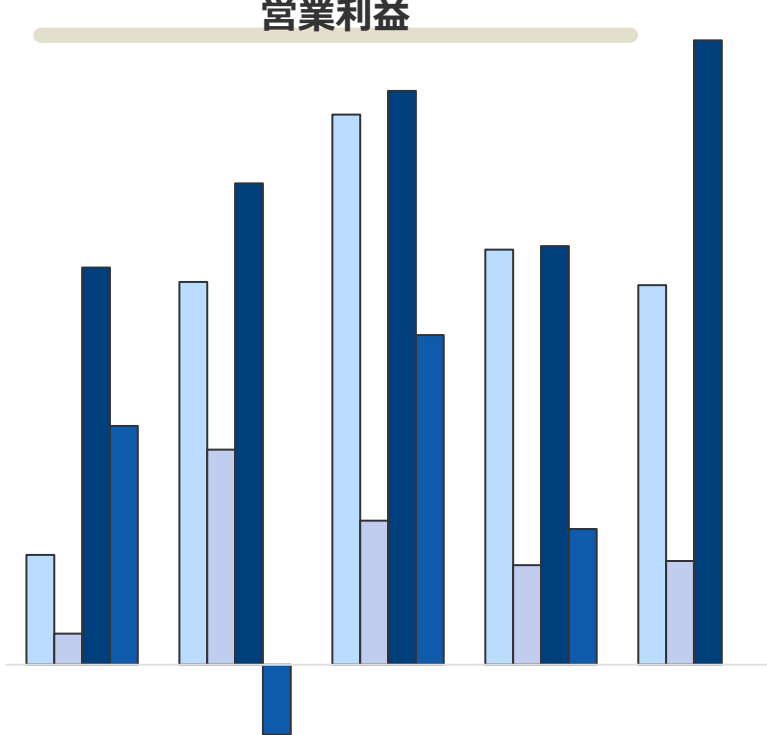
■ 当社グループは、リユースの衣料・服飾雑貨、スマホ、ゲーム関連商材を扱っている。これらの商材には特有の季節性があるため、売上高は下半期に偏重する事業特性がある。

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	

営業利益

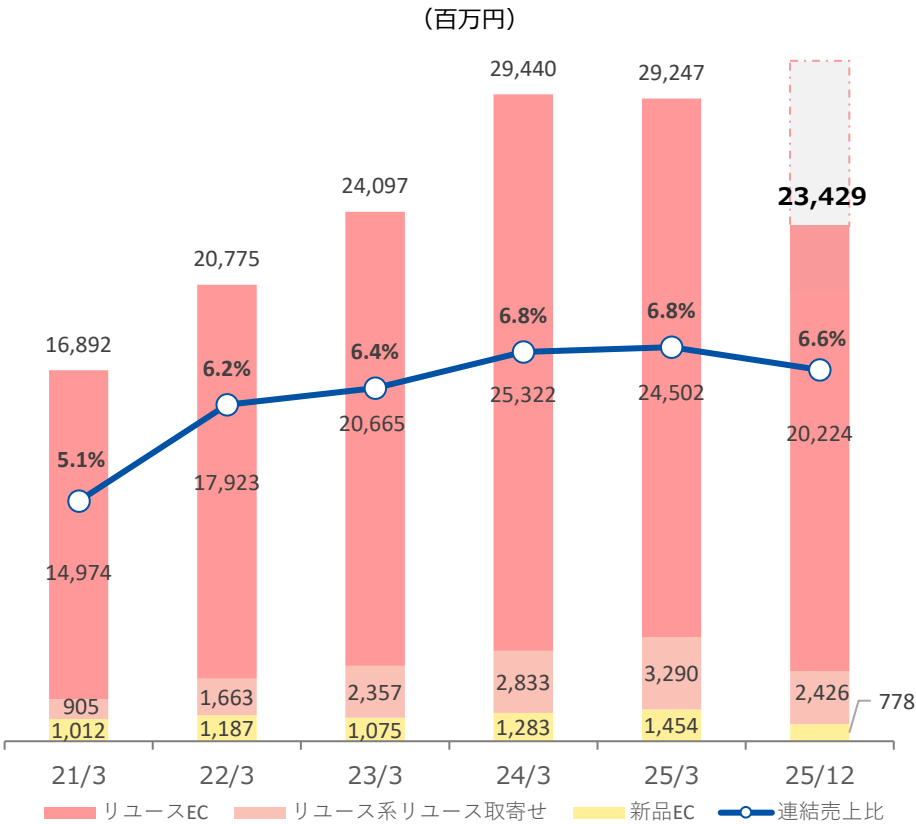


(百万円)	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期	26.3期
1Q	1,155	4,027	5,790	4,366	3,993
2Q	326	2,265	1,516	1,048	1,091
3Q	4,178	5,064	6,036	4,405	6,570
4Q	2,513	▲ 736	3,470	1,430	

2026年3月期 EC関与売上高・比率の推移

- 衣料服飾商材売上増加に伴い、EC関与売上高※は前年同期比6.5%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れるサービスとなっている。

EC関与売上高※とEC関与比率（対売上高）推移

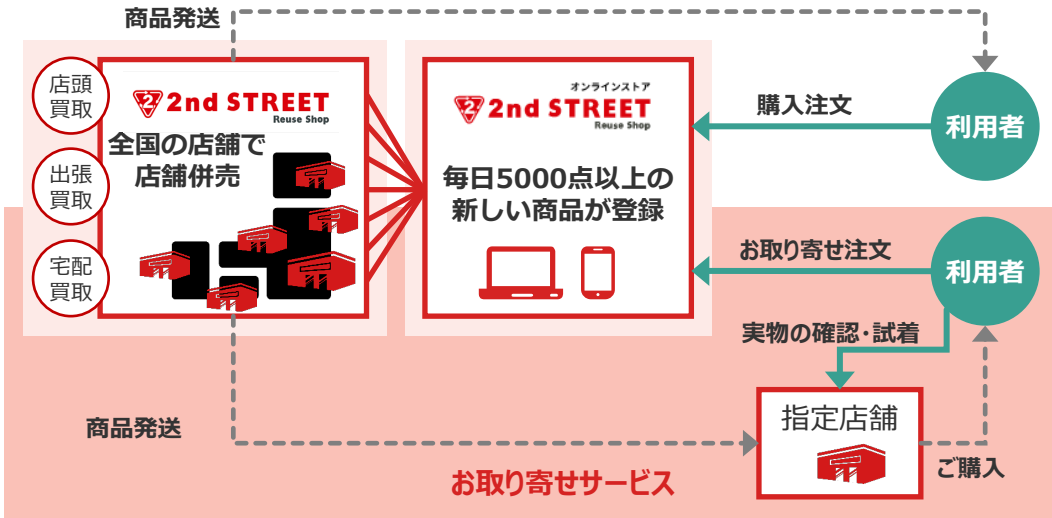


※点線グラフは通期見込み

※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 16.47%

	25.3月期 3Q実績	26.3月期 3Q実績	前年同期比 増減率
EC関与売上高（百万円）	21,999	23,429	6.5%

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いる。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う。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、取締役会へ報告する。

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12月 98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 ・ 対話内容の重要事項を定期的に取り締役会へ報告・議論



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」を投資している。

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いる● 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く
	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いる● 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投資をしていく
	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している● 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く
	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いる● 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く
	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いる● 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いる

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る。

マテリアリティ（6つの最重要課題）

社会的価値創造

環境	<ul style="list-style-type: none">・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る。 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く。
社会	<ul style="list-style-type: none">・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る。 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く。
ガバナンス	<ul style="list-style-type: none">・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る。 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く。

「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が条件。

- 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説明し、対話を深め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。



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

