



2027年3月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社ジオホールディングス

プライム市場 2681



本資料の記載内容

1. グループ概要
2. 2027年3月期 第1四半期 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6月30日現在)
株式上場市場	東京証券取引所 プライム市場

※2026年10月1日より「株式会社ジオホールディングス」は「株式会社セカンドリテイリング」に商号変更いたします。

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6月末時点)	1,107店 (内 海外158店)	1,022店 (内 GEO mobile単独142店、併設692店)		23店 (内 海外3店)	52店	69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				
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、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 (オフプライスストア)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. 2027年3月期 第1四半期 連結業績

2027年3月期 第1四半期 サマリー

業績ハイライト

連結売上高は 1,250億円（前年同期比19.7%増）

リユース衣料・服飾雑貨商材：売上高 350億円（前年同期比27.3%増）

リユースラグジュアリー商材：売上高 178億円（前年同期比95.2%増）

リユーススマホ・タブレット商材：売上高 119億円（前年同期比9.2%増）

新品商材：売上高 255億円（前年同期比3.4%減）

営業利益 53億円（前年同期比32.8%増）、**経常利益 55億円**（前年同期比30.1%増）、

親会社に帰属する四半期純利益 31億円（前年同期比30.8%増）

TOPIC

- ・ 当第1四半期の売上高は1,250億円となり、第1四半期（4-6月期）として過去最高を更新
- ・ 国内2nd STREETは、年間出店計画100店舗に対して21店舗の出店（達成率21.0%）
- ・ 海外2nd STREETは、年間出店計画38店舗に対して11店舗の出店（達成率28.9%）
- ・ リユースラグジュアリー商材は、インバウンドの需要および中古時計相場の上昇に伴い増収（前年同期比95.2%）・増益（前年同期比90.8%）

2027年3月期 第1四半期 連結損益計算書

- **全体業績は増収増益**：売上高および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。
- **リユースは好調**：前期から衣料・服飾雑貨商材が継続して牽引し、スマホ・タブレット商材における価格体系の適正化や、前期第1四半期に生じた米国関税の減収要因が解消したラグジュアリー商材により、堅調に推移いたしました。
- **新品は減収**：「Nintendo Switch 2」が価格改定前の駆け込み需要により当第1四半期の販売は底上げされたものの、前年同期の発売直後における特需の影響が大きく、前年同期比では減収となりました。

単位：百万円	26.3月期 1 Q実績	27.3月期 1 Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	104,460	125,000	20,539	19.7%
売上総利益	44,813	52,382	7,568	16.9%
（売上総利益率）	42.9%	41.9%	-	▲ 1.0pt
販管費	40,820	47,080	6,260	15.3%
営業利益	3,993	5,301	1,308	32.8%
（営業利益率）	3.8%	4.2%	-	0.4pt
経常利益	4,249	5,527	1,277	30.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,438	3,190	751	30.8%

2027年3月期 第1四半期 商材別売上高

単位：百万円	26.3月期 1Q実績	27.3月期 1Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
リユース	64,421	84,804	20,383	31.6%
衣料・服飾雑貨※ ¹	27,561	35,073	7,511	27.3%
家具・家電※ ¹	3,110	3,418	308	9.9%
ラグジュアリー※ ⁴	9,160	17,878	8,718	95.2%
ゲーム※ ²	7,733	9,942	2,209	28.6%
スマホ・タブレット※ ^{2,3}	10,983	11,988	1,005	9.2%
その他リユース系※ ¹	4,678	5,182	503	10.8%
その他メディア系※ ²	1,194	1,321	127	10.7%
新品※ ²	26,446	25,557	▲ 889	▲ 3.4%
その他	13,592	14,637	1,045	7.7%
デジタルコンテンツ※ ⁵	4,782	5,503	721	15.1%
レンタル※ ²	6,572	5,616	▲ 955	▲ 14.5%
その他	2,238	3,517	1,279	57.2%
合計	104,460	125,000	20,539	19.7%

新規出店による販売チャネルの拡大や、気温の上昇時期が早まったことを受けて夏物衣料の需要が前倒しとなり、衣料・服飾の売上高は増収となりました。

前年同期に生じた米国関税の減収要因が解消し、インバウンド需要および時計相場の上昇が追い風となり、堅調に推移いたしました。

GEO mobileにおける端末需要の高まりに伴う販売数量の拡大に加え、メモリ高騰による価格体系の適正化により増収となりました。

「Nintendo Switch 2」が価格改定前の駆け込み需要により当第1四半期の販売は底上げされたものの、前年同期の発売直後における特需の影響が大きく、前年同期比では減収となりました。

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

2027年3月期 第1四半期 商材別売上総利益

単位：百万円	26.3月期 1Q実績	27.3月期 1Q実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
リユース	30,826	36,943	6,116	19.8%
衣料・服飾雑貨※ ¹	18,385	22,474	4,089	22.2%
家具・家電※ ¹	1,915	2,069	154	8.0%
ラグジュアリー※ ⁴	944	1,801	857	90.8%
ゲーム※ ²	2,290	2,685	395	17.2%
スマホ・タブレット※ ^{2,3}	2,701	3,526	824	30.5%
その他リユース系※ ¹	3,453	3,155	▲ 298	▲ 8.7%
その他メディア系※ ²	1,136	1,231	94	8.3%
新品※ ²	4,926	5,318	392	8.0%
その他	9,060	10,120	1,060	11.7%
デジタルコンテンツ※ ⁵	4,317	4,872	555	12.9%
レンタル※ ²	4,020	3,677	▲ 342	▲ 8.5%
その他	723	1,569	846	117.1%
合計	44,813	52,382	7,568	16.9%

売上高の拡大に伴い粗利益が
堅調に増加いたしました。

売上高の拡大に伴い粗利益が
堅調に推移いたしました。

価格体系の適正化に伴う粗利
率の改善により、粗利益が拡
大いたしました。

「Nintendo Switch 2」本体
の販売数減少に伴い、新品商
材は減収となったものの、商
品ミックスの改善により、増
益となりました。

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

2027年3月期 第1四半期 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、販管費合計は前年同期比15.3%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	26.3月期 1 Q実績	売上高比	27.3月期 1 Q実績	売上高比	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
販売費計	4,970	4.8%	5,095	4.1%	125	2.5%
広告宣伝費	1,807	1.7%	1,484	1.2%	▲ 322	▲ 17.8%
販売手数料	2,083	2.0%	2,398	1.9%	315	15.1%
運送費	725	0.7%	743	0.6%	18	2.5%
人件費計	19,961	19.1%	23,365	18.7%	3,404	17.1%
その他諸経費計	15,888	15.2%	18,618	14.9%	2,730	17.2%
水道光熱費	925	0.9%	1,244	1.0%	318	34.4%
地代家賃	7,912	7.6%	8,618	6.9%	706	8.9%
減価償却費	1,591	1.5%	1,915	1.5%	323	20.3%
備品消耗品費	785	0.8%	1,065	0.9%	280	35.7%
修繕費	170	0.2%	266	0.2%	95	55.8%
販管費計	40,820	39.1%	47,080	37.7%	6,260	15.3%

※販売管理費の増減について、▲は営業損益へのプラス要因。

2027年3月期 第1四半期 連結貸借対照表

単位：百万円	2026年 3月31日	構成比	2026年 6月30日	構成比	増減額
流動資産	196,393	66.5%	201,058	66.4%	4,665
現金及び預金	86,656		88,631		1,974
売掛金	18,792		16,039		▲ 2,753
商品	77,062		81,873		4,811
固定資産	98,817	33.5%	101,594	33.6%	2,777
有形固定資産	64,498		65,334		836
無形固定資産	5,447		6,008		561
投資その他資産	28,871		30,250		1,379
資産合計	295,211	-	302,653	-	7,442
流動負債	54,899	18.6%	55,891	18.5%	992
買掛金	12,469		14,457		1,987
1年以内返済予定の長期借入金	13,421		14,113		691
固定負債	142,121	48.1%	145,927	48.2%	3,806
社債	12,175		12,175		0
長期借入金	93,053		96,587		3,533
負債合計	197,020	66.7%	201,819	66.7%	4,798
純資産合計	98,190	33.3%	100,833	33.3%	2,643
負債純資産合計	295,211	-	302,653	-	7,442

当第1四半期における営業キャッシュ・フローおよび資金調達により増加いたしました。

出店並びに初夏に向けて、リユース商材（ゲーム、スマホ・タブレット、衣料など）・新品商材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。

新作ゲームタイトル発売に伴う仕入拡大により増加いたしました。

取引金融機関から70億円を調達いたしました。

ゲオグループの店舗数の状況

2026年6月末の総店舗数 2,312店

		直営店	期中出店 (出店計画)	期中閉店	FC・代理店	26.6月末	26.3月末	25.3月末
2nd STREET※1	国内外合計	1,051	32	▲ 4	56	1,107	1,079	993
	国内計	893	21	▲ 3	56	949	931	880
	海外計	158	11	▲ 1	0	158	148	113
	米国	56	1	0	0	56	55	47
	台湾	50	1	▲ 1	0	50	50	39
	マレーシア	34	4	0	0	34	30	23
	タイ	11	2	0	0	11	9	4
	シンガポール	3	1	0	0	3	2	0
	香港	4	2	0	0	4	2	0
GEO※2		958	2	▲ 7	64	1,022	1,027	1,054
OKURA TOKYO※3		23	1	▲ 1	0	23	23	24
Luck Rack		52	8	▲ 1	0	52	45	27
カプセル楽局		69	10	▲ 2	0	69	61	42
その他		38	0	0	1	39	39	46
合計		2,191	53	▲ 15	121	2,312	2,274	2,186

※1：Super 2nd STREET・2nd OUTDOOR・JUMBLE STORE・買取専門店などを含む。

※2：直営店にGEO mobile単独店 142店舗を含む。併設店としてのGEO mobileは 692店舗。GEO DIGITAL BASEは 2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

■ 当社グループの業績は下期偏重の傾向があるものの、「Nintendo Switch 2」の価格改定前の駆け込み需要に伴う反動や、店舗網最適化に係る費用などを踏まえ、2026年5月公表の業績予想を据え置きとしております。

単位：百万円	27.3月期 通期予想	27.3月期 1Q実績	27.3月期 1Q進捗率	(参考) 26.3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	510,000	125,000	24.5%	481,249	28,751	6.0%
営業利益	13,000	5,301	40.8%	14,239	▲ 1,239	▲ 8.7%
(営業利益率)	2.5%	4.2%	1.7pt	3.0%	－	▲ 0.5pt
経常利益	12,500	5,527	44.2%	15,348	▲ 2,848	▲ 18.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	6,000	3,190	53.2%	8,738	▲ 2,738	▲ 31.3%
直営店舗数	2,346店舗※	2,191店舗	53店舗出店	2,153店舗	193店舗出店	－
ROE※	5.48%	－	－	8.91%	▲ 3.43pt	－
NetD/Eレシオ※	0.30倍	0.34倍	0.04増	0.33倍	0.03増	－

※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） ÷ 期末自己資本。

2027年3月期 出店計画

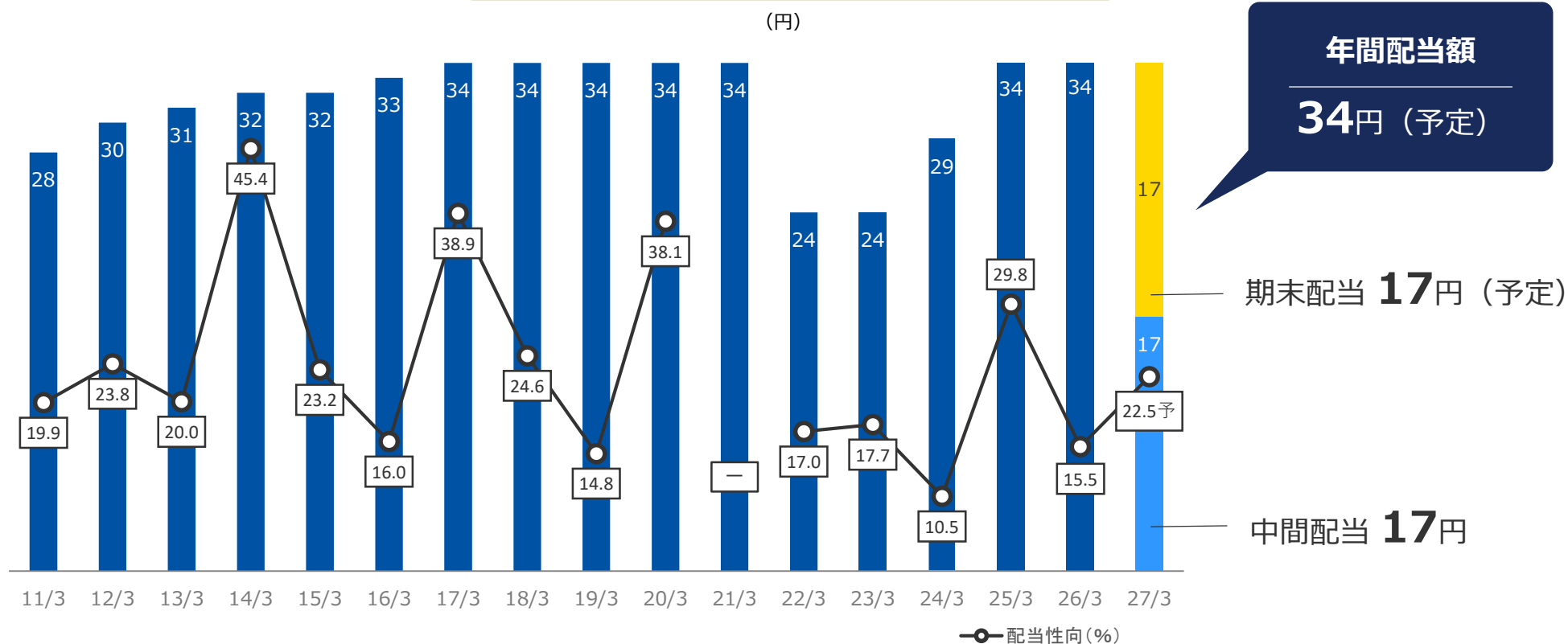
	26.6月末		出店計画	
	出店実績 /計画数	概要		
 2nd STREET	国内 21/100店舗	総合リユース店に加え、都心型店舗および買取専門店を出店し、2027年3月期中に国内1,000店舗を達成する見込みです。さらなる店舗拡大を進める方針です。		
	海外 11/38店舗	米国	1/12店舗	主に出店済みエリアのドミナント強化を図ります。
		台湾	1/6店舗	ドミナント出店および郊外路面店への展開を継続します。
		マレーシア	4/6店舗	クアラルンプールおよび近郊を中心に出店します。
		タイ	2/6店舗	バンコク首都圏を中心に出店を拡大します。
		シンガポール	1/2店舗	都市型店舗をドミナント出店していく方針です。
		香港	2/6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	2/2店舗	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	1/3店舗	繁華街立地に加え、買取専門店の出店も計画しています。		
 Luck Rack	8/30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します。		
 カプセル薬局	10/20店舗	首都圏を中心に出店を拡大し、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月期につきましては利益水準、財政状態などを総合的に勘案した結果、2026年3月期の余剰金の配当（中間配当）は、2026年5月8日に公表いたしましたとおり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
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			●

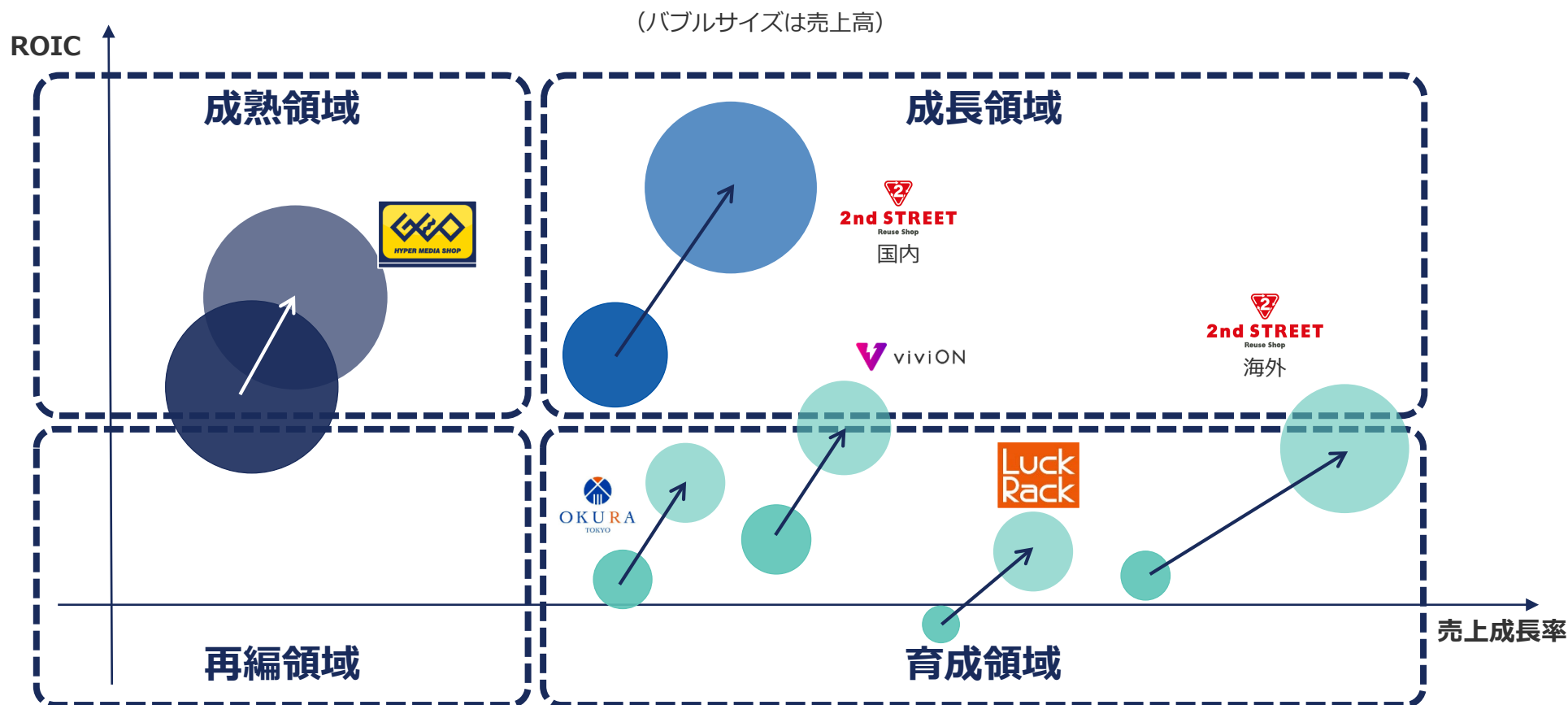
※重点的に経営資源を投入する取組みをハイライト。



将来の展望と各事業の成長イメージ

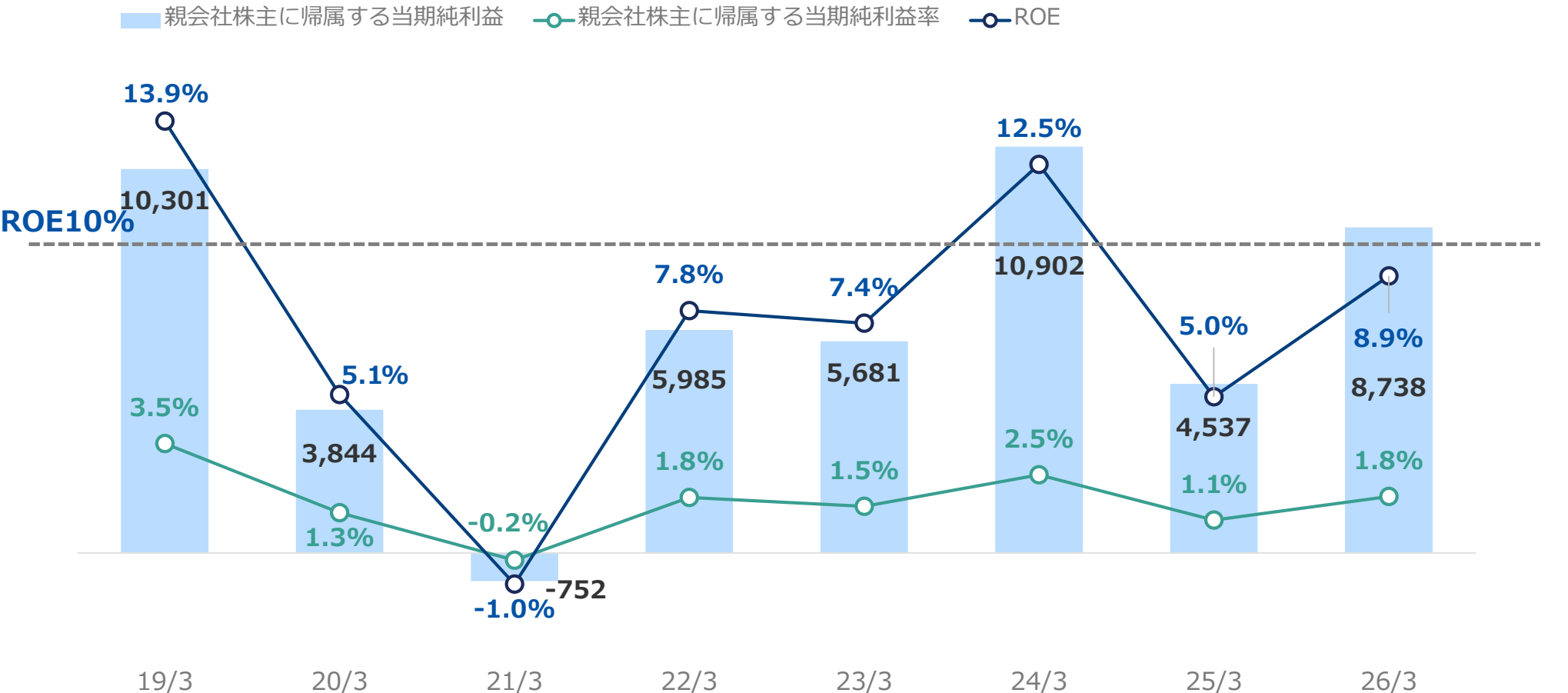
■ 現在、ゲオグループの年間売上高は5,000億円規模ですが、2035年度にグループ連結売上高1兆円、グループ全体で5,000店舗（うち海外1,000店舗）を目指しております。その目標達成の核はリユース事業になると考え、リユース業界のさらなる発展に努め、世界中のお客様の日常を豊かにすることを目標に、挑戦し続けてまいります。

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。

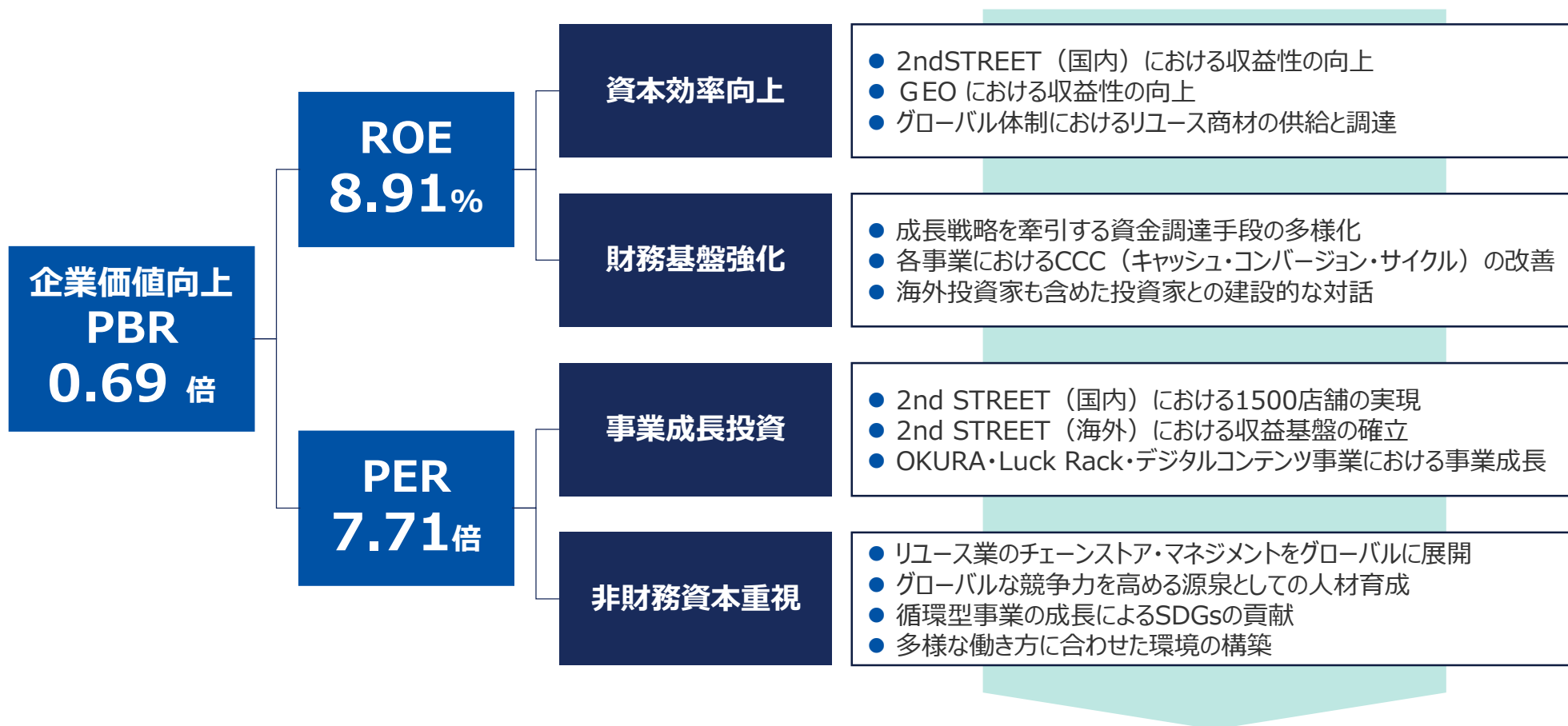


※ROE＝親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 期末自己資本。



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

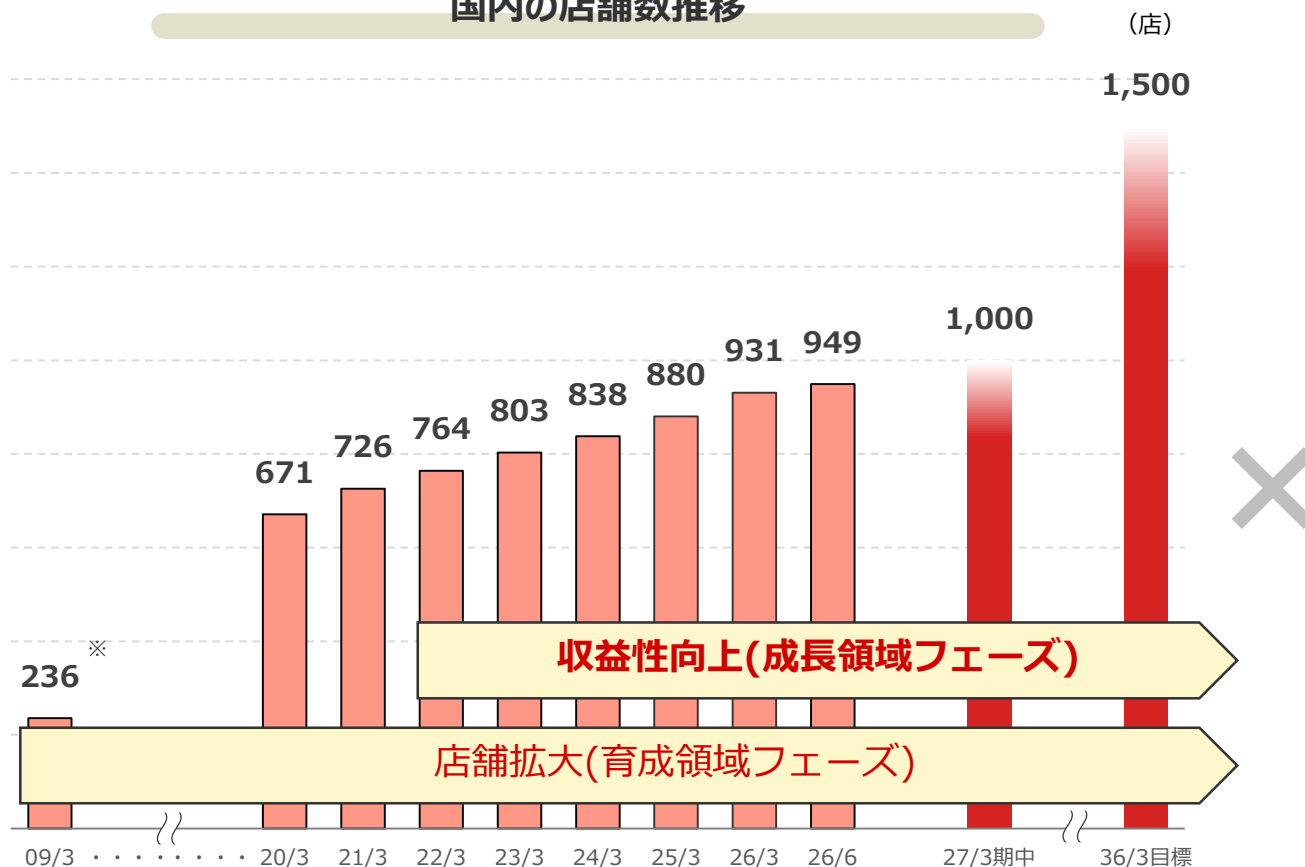
※PBR、ROE、PERは、26年3月時点の数値。PBR＝期末時価総額 ÷ 期末純資産額。ROE＝親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 期末自己資本。PER＝期末時価総額 ÷ 親会社株主に帰属する当期純利益。

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

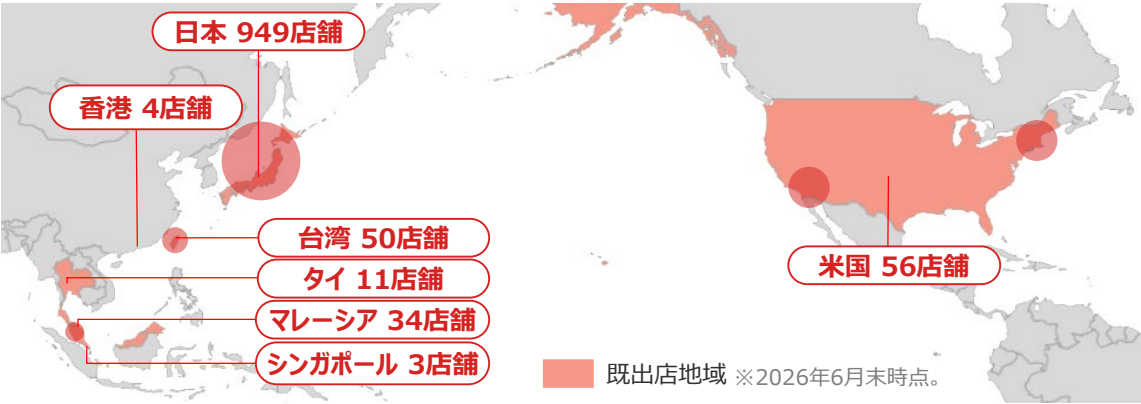
業務基準を絶えず向上させ、
品質と効率を継続的に高める

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。
- 内製化した基幹システムを新規進出国の立ち上げ時から導入・運用することで、今後のグローバル展開をより一層加速してまいります。

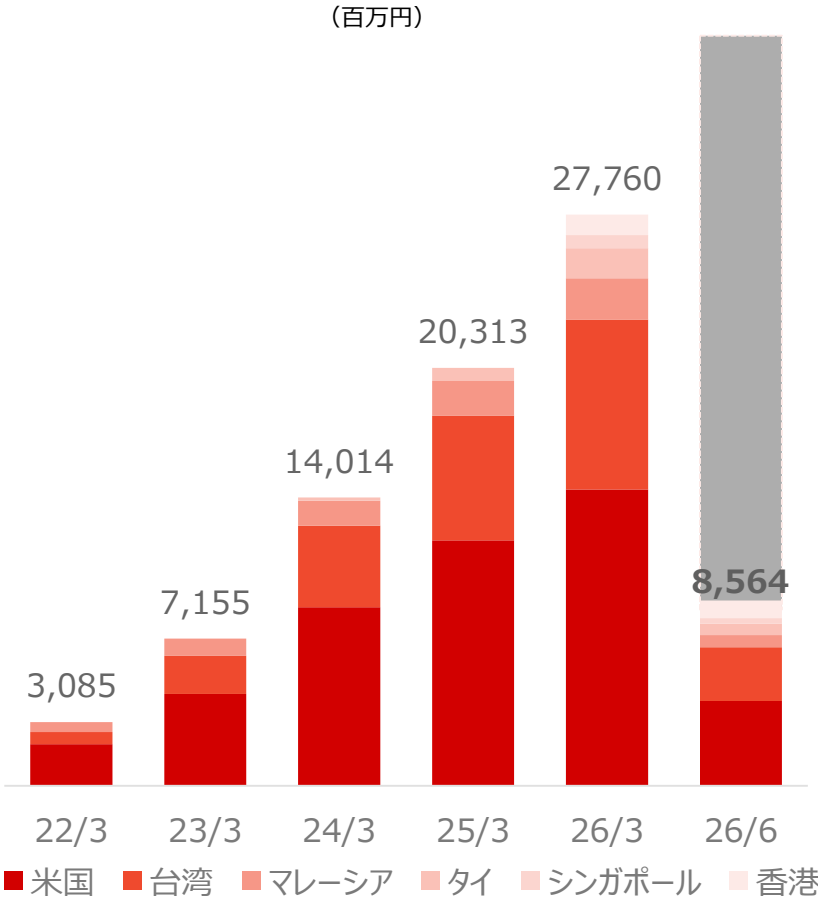
海外2nd STREET展開地域



店舗数	23/3	24/3	25/3	26/3	26/6	27/3 予
米国	23	35	47	55	56	67
台湾	18	28	39	50	50	56
マレーシア	11	17	23	30	34	36
タイ	-	1	4	9	11	15
シンガポール	-	-	-	2	3	4
香港	-	-	-	2	4	8
日本	803	838	880	931	949	1,031

※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

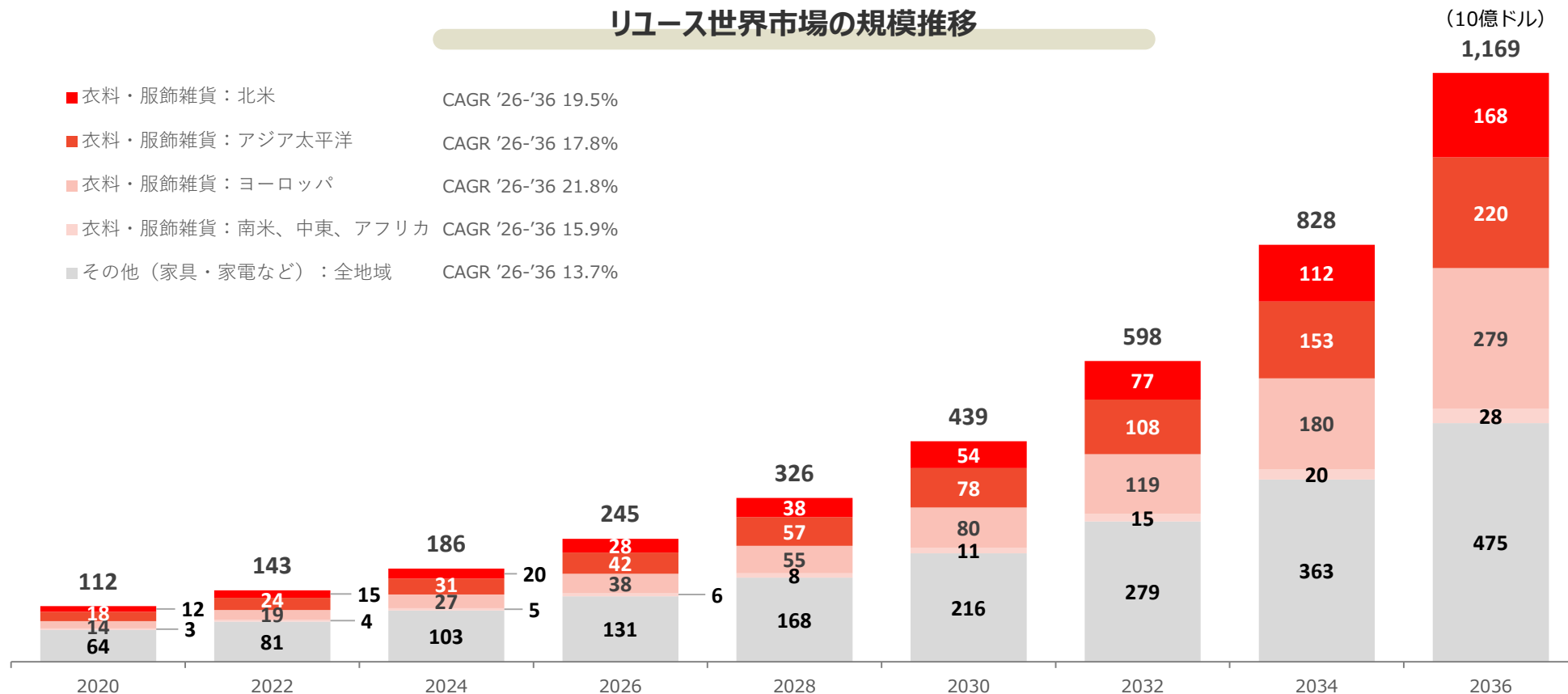


ポテンシャルが大きいリユース世界市場での事業戦略



- 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、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



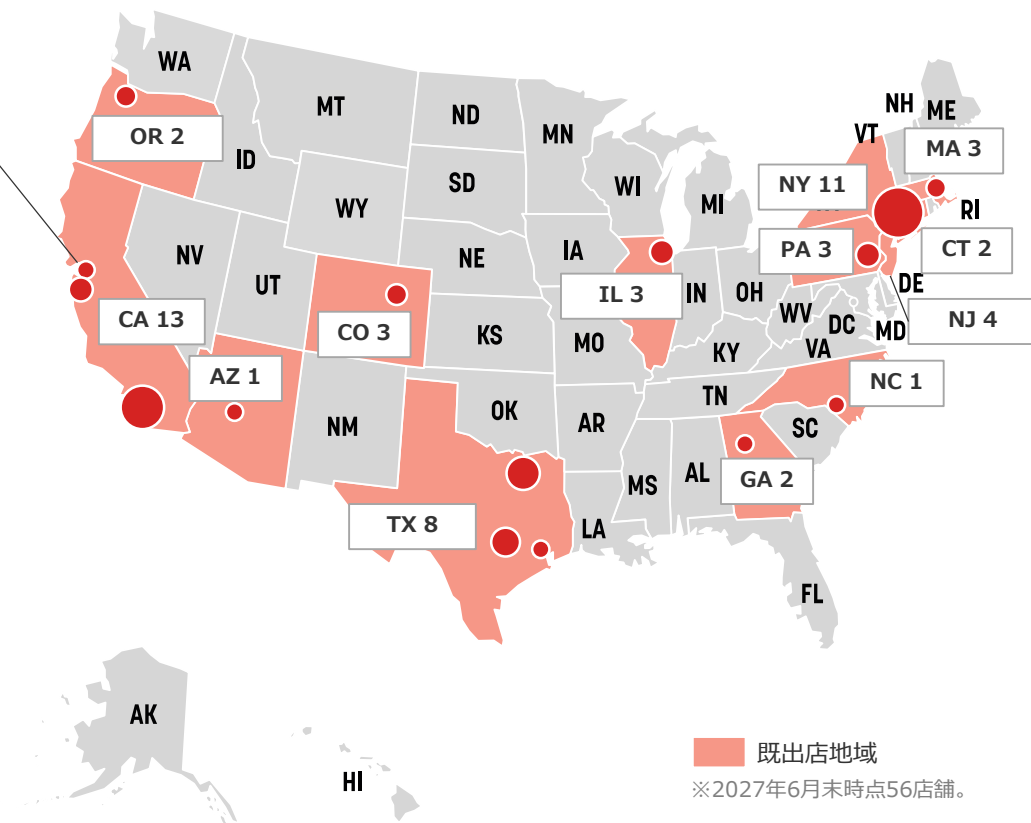
米国での店舗展開と強み



- 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、今後は主に出店済み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。

米国での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。

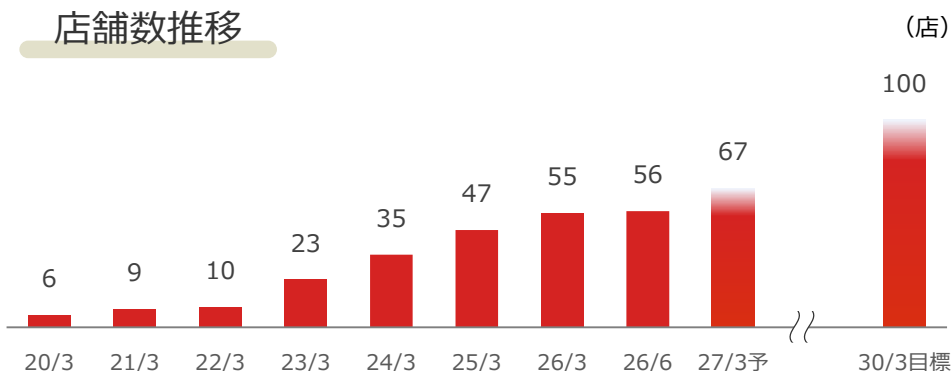


Davis : Davis (2026年5月オープン)



カリフォルニア大学デービス校（UC Davis）のキャンパス前に位置するオープンモール「The Davis Collection」に出店しています。103坪の郊外型店舗で、学生や大学関係者に加え、環境意識の高い高学歴・富裕層を主要顧客とする商圈に立地しています。本出店を通じてエリアにおけるドミナント戦略を強化し、北米市場での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/>



リユース市場が発展途上にある台湾での出店戦略



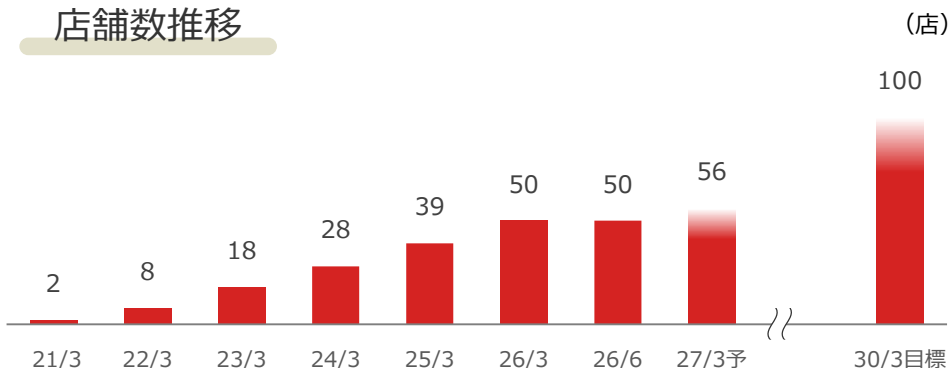
- 台湾のリユース市場は発展途上段階のため、積極的な出店を行うことで確固たるポジションを形成する方針です。
- 台湾での買取商材だけではなく、日本からの商材が継続的に店頭に並んでいることも強みに、人材育成とコスト管理を一段と強化しつつ、台湾市場での地歩を固めてまいります。

新北市：樹林秀泰（2026年4月オープン）



台湾鉄道樹林駅から徒歩5分にある大型ショッピングモール「秀泰生活樹林」店内に、売場面積約80坪の店舗を出店いたしました。店内には厳選された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。アクセスの良さを活かし、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

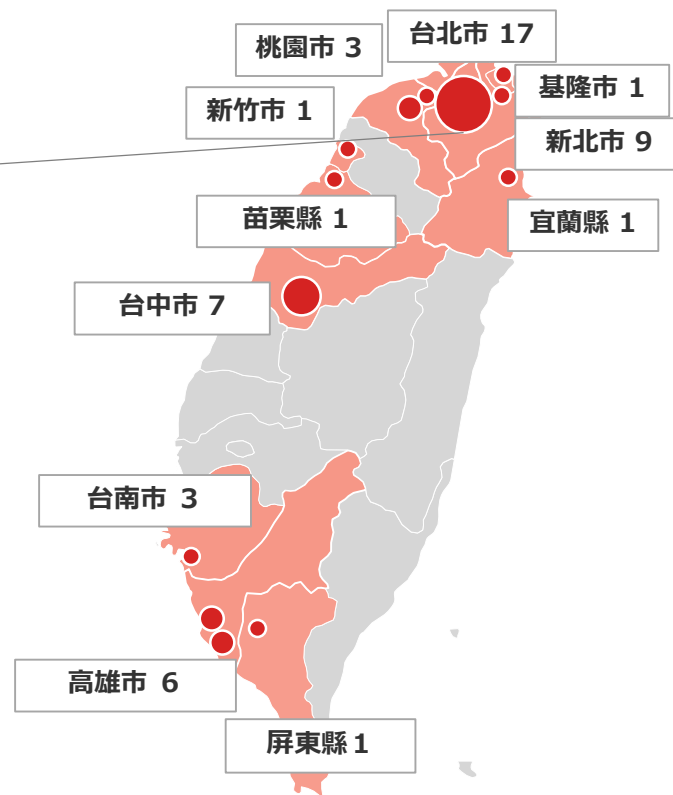


2nd STREET TAIWAN <https://2ndstreet.com.tw/>



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

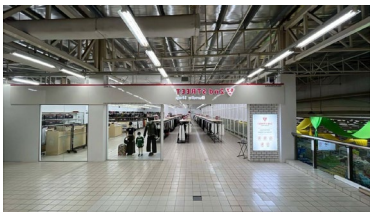
※2026年6月末時点50店舗。

マレーシアでの出店戦略



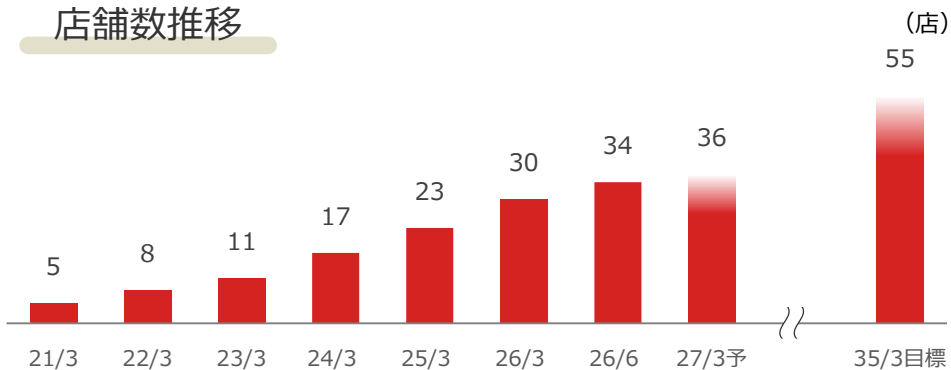
- マレーシアでは日本の2ndSTREETで買取したUsed in Japanの衣料・服飾を輸入し、クアラルンプールの倉庫で卸売または商品化後に近郊にドミナント展開している各店舗へ再配布することで販売網を着実に広げております。
- 引き続き、マーケティングサーチと現地採用を継続しながら、クアラルンプール中心に流通整備を行い、さらに事業展開を強化してまいります。

Kota Damansara : Giant Kota Damansara (2026年4月オープン)



クアラルンプール都心からもアクセスが良い住宅・商業エリアに出店をいたしました。売場面積約235坪の、広く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6月末時点34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。

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

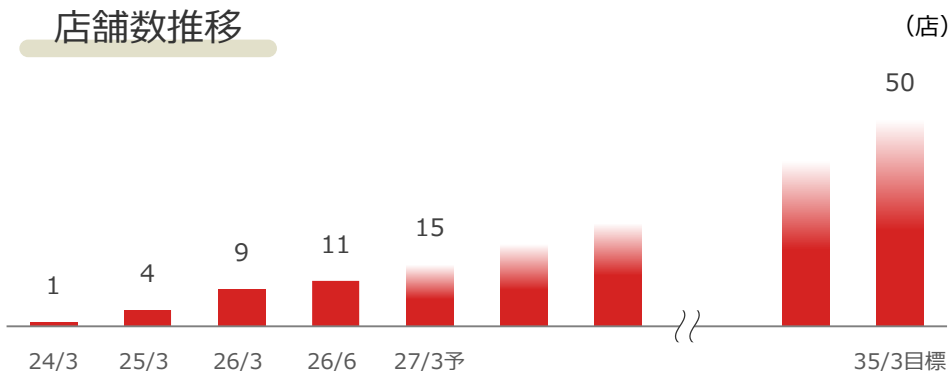
※2026年6月末時点11店舗。

Nonthaburi : The Mall Ngamwongwan (2026年4月オープン)



タイで10号店となる2nd STREET The Mall Ngamwongwanは、バンコク北部のノンタブリーの大型ショッピングモール内に位置しています。当ショッピングモールはファミリー層・学生・近隣の政府機関職員など幅広い利用者層があるため、現地のニーズに応えながら、買取サービスも含めた日常的な来店につながるように図ってまいります。

店舗数推移



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



シンガポール・香港への出店戦略



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

Kowloon : The ONE (2026年6月オープン)



住宅・商業・観光機能が集積する香港の都市エリア・沙田（Sha Tin）にあるショッピングモール内に出店をいたしました。店舗面積は約6坪と小規模であるものの、厳選された商品ラインナップと買取サービスの両方を展開しています。今後も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まいります。

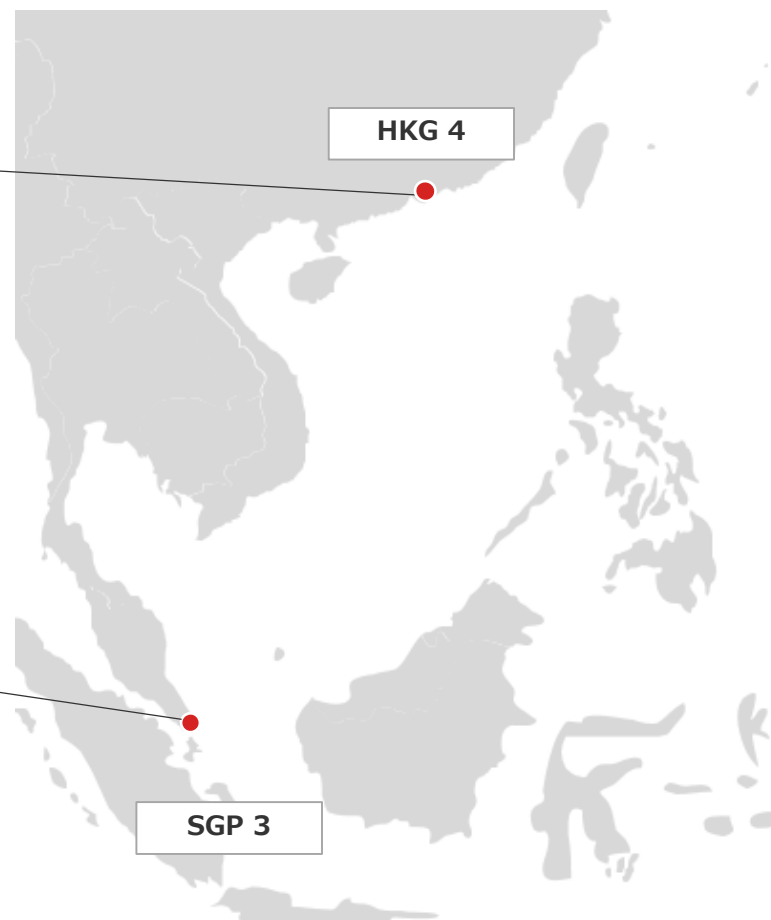
2nd STREET HONGKONG <https://2ndstreet-hk.com/>

Tiong Bahru : Tiong Bahru Plaza (2026年5月オープン)



幅広い層が居住しているエリアにあるショッピングモール内に出店いたしました。ライフスタイル拠点へ出店をすることにより、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。また、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も図ってまいります。

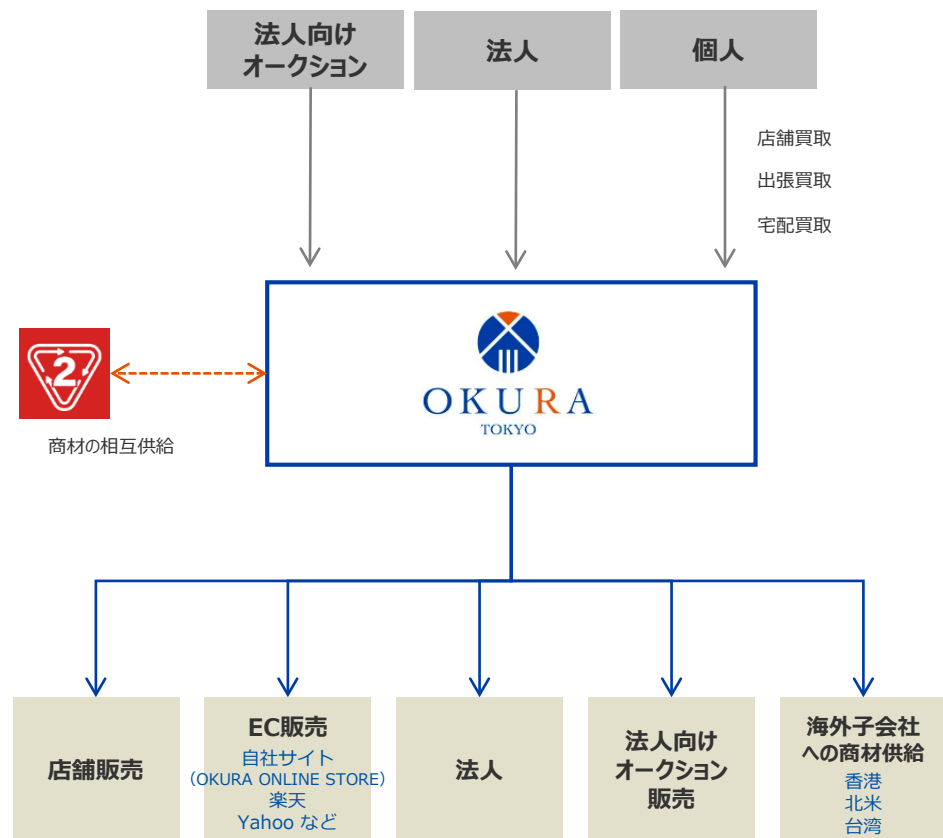
2nd STREET SINGAPORE <https://2ndstreet-sg.com/>



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です。	横浜・福岡・熊本でバッグ・時計・ジュエリー・化粧品などの質・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、化粧品など

リユースのスマホ・タブレット端末でトップシェア

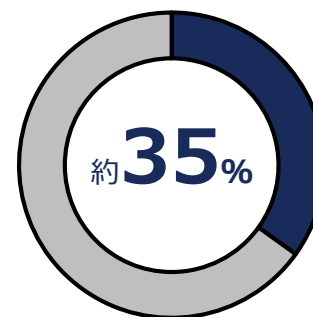


- GEO・GEO mobile を中心に、リユースのスマホ・タブレット端末市場のさらなるシェア向上を目指します。
- GEO・GEO mobile は、①在庫の一元管理による柔軟な販売体制、②完全に初期化・クリーニングされた端末、③SIMカードの販売、④GEO mobile では専門の相談員によるサポート、などを強みとしています。

GEO・GEO mobile の強み

販売店舗	全国のGEO・GEO mobile の在庫を一元管理しているため、需要に応じた適切な販売が可能です。
販売する端末	- 端末内はすべて初期化するから安心・安全 - 端末は外部・内部ともにしっかりクリーニング - 初期不良に対して30日間の安心保障   
SIMカード	- 全国のGEO・GEO mobile にて、「UQ」、「Y!mobile」のSIMカードを販売 - GEO・GEO mobile 20店舗にて、「HIS Mobile」のSIMカードを販売
店頭サポート	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。

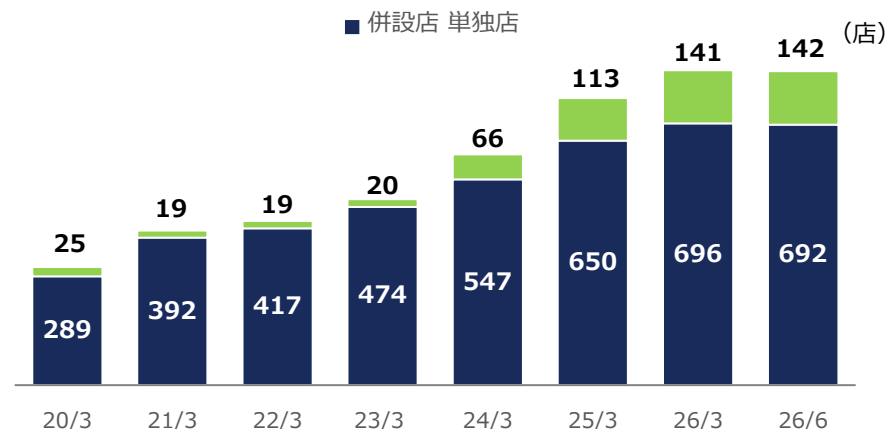
リユースのスマホ・タブレット端末のマーケットシェア



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。

© GEO HOLDINGS CORPORATION

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、ケーブルなど）
 - ・ 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。

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。

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、新しい買い物のカタチです。

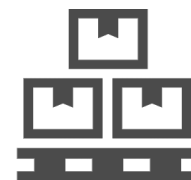


お買い得な理由

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

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。



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

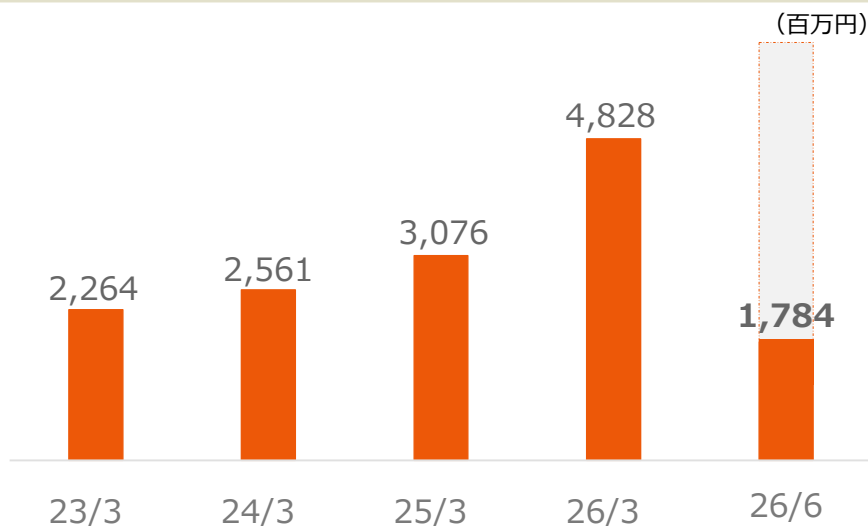


■ Luck Rackは日本におけるオフプライスストアの先駆者として、メーカーのブランドを毀損せずに価値ある買い物をしていただくための新しいフォーマットを提供したいと考えております。

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。

Luck Rack 売上高推移



国内地方別展開地域および店舗推移

全国52店舗

※2026年6月末時点。



北海道 1店舗

東北 2店舗

関東 26店舗

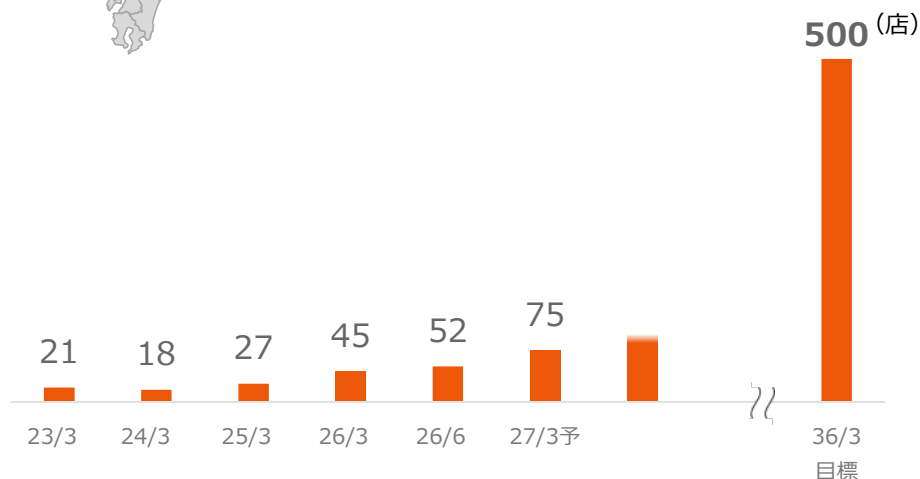
東海 4店舗

関西 13店舗

四国 3店舗

中国 1店舗

九州 2店舗

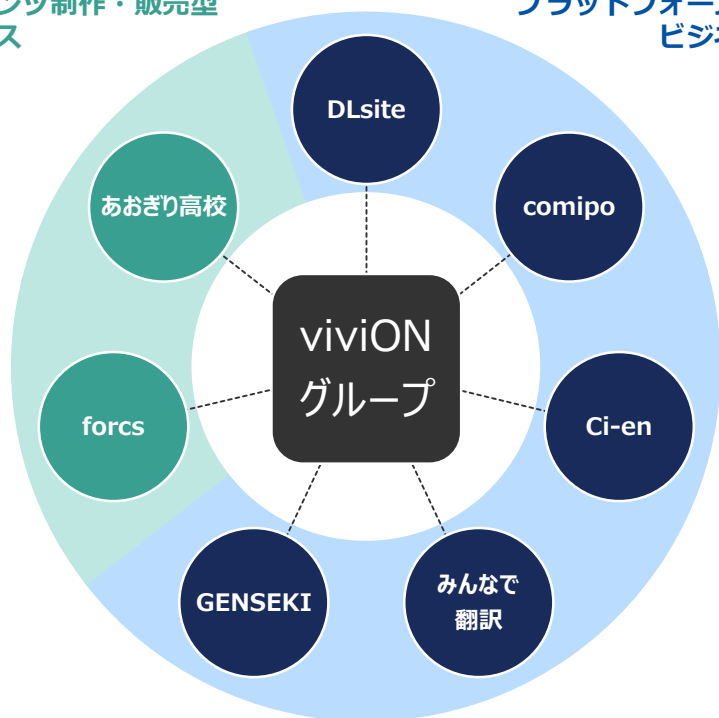


- viviONグループでは、デジタルコンテンツのプラットフォーム型ビジネス、コンテンツの制作・販売ビジネスを展開しております。
- 二次元コンテンツダウンロードサイトの「DLsite」は国内最大級の作品数を取り揃えるとともに、14言語でサービスを展開しております。また、「comipo」ではマンガを音で楽しむボイスコミックを提供、新しいビジネスモデルとして「みんなで翻訳」、クリエイター支援の「Ci-en」などの事業を手掛けております。

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

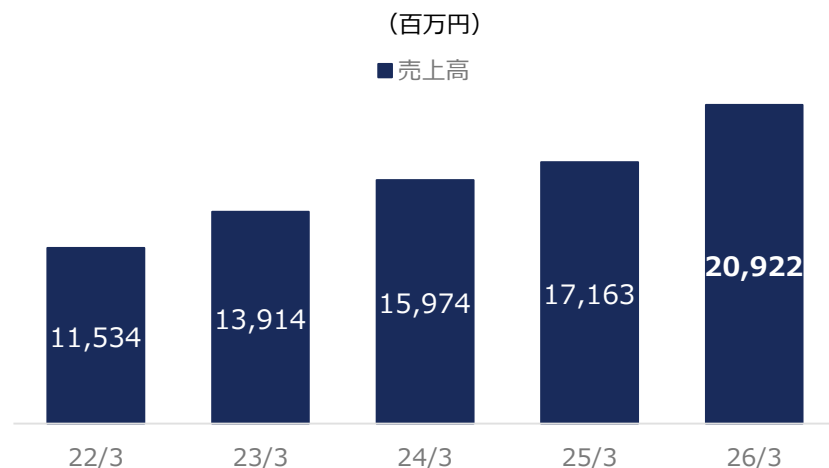


世界最大の二次元コンテンツダウンロードサイト。配信作品が210万作品に到達いたしました。



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)

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※が出されております。
- 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。

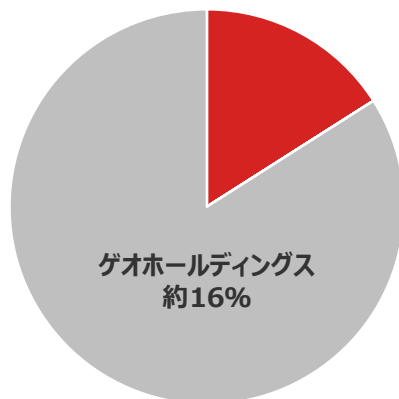
(億円)



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

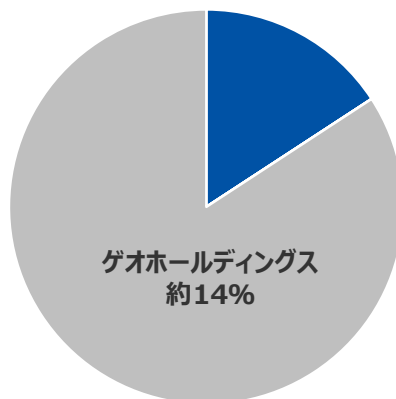
衣料・服飾品シェア

シェア1位※



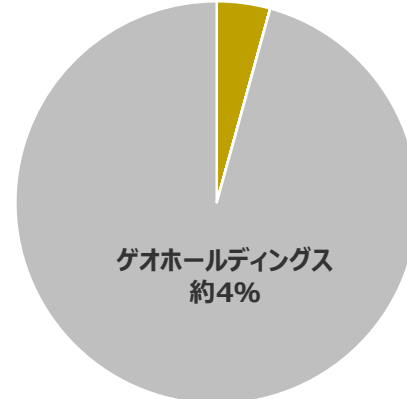
ブランド品シェア

シェア5位※



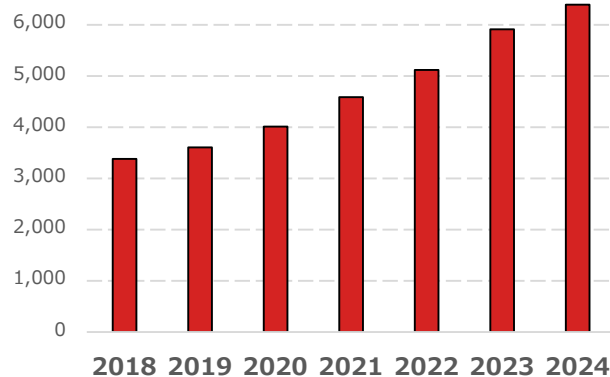
家具・家電シェア

シェア1位※



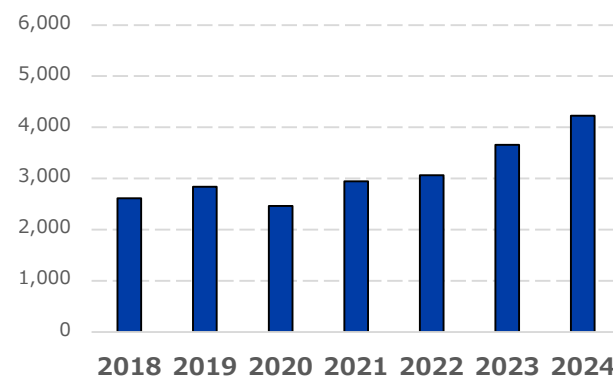
衣料・服飾品市場規模

(億円)



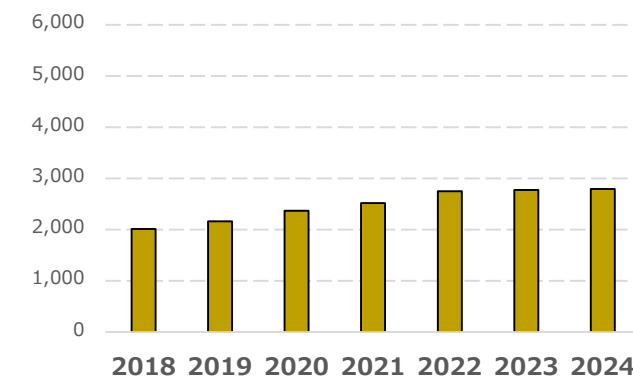
ブランド品市場規模

(億円)



家具・家電市場規模

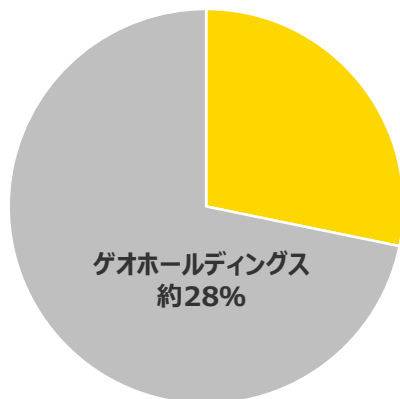
(億円)



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

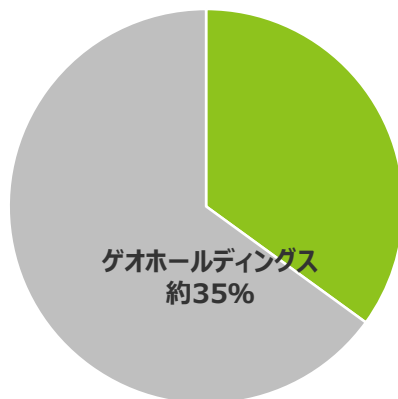
ゲーム・メディアシェア

シェア2位※

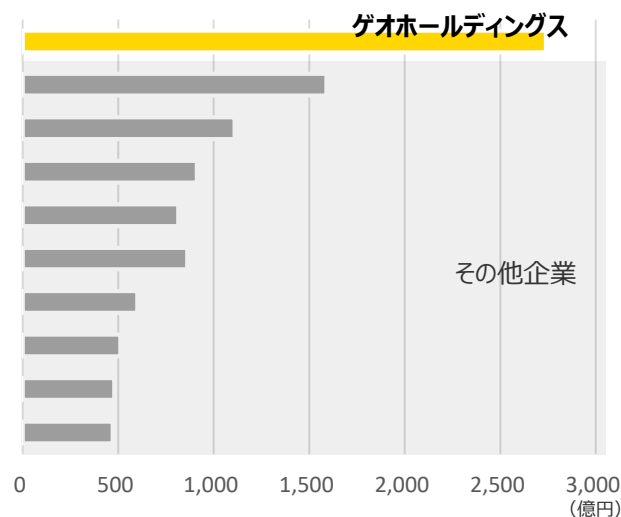


携帯・スマホシェア

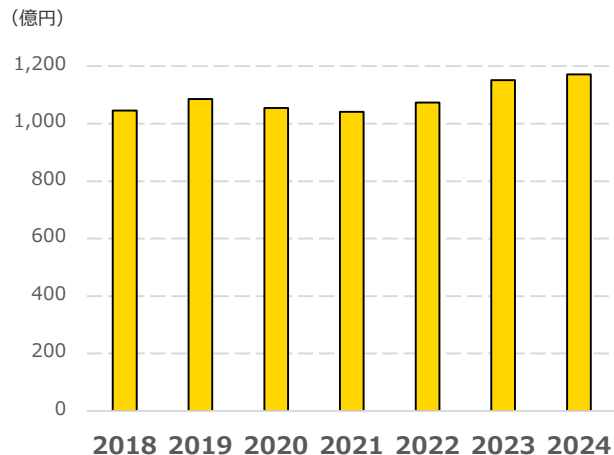
シェア1位※



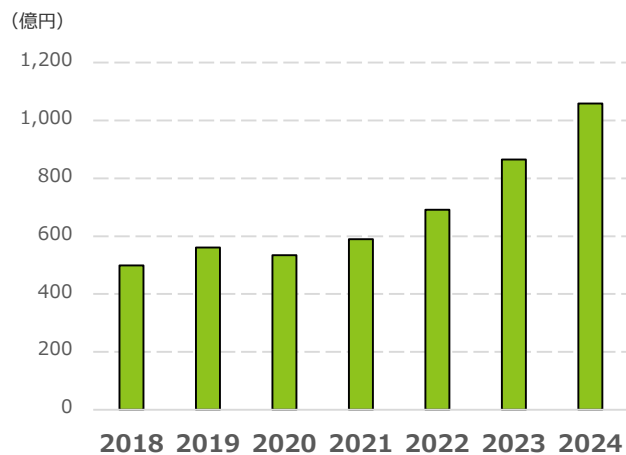
リユース売上ランキング



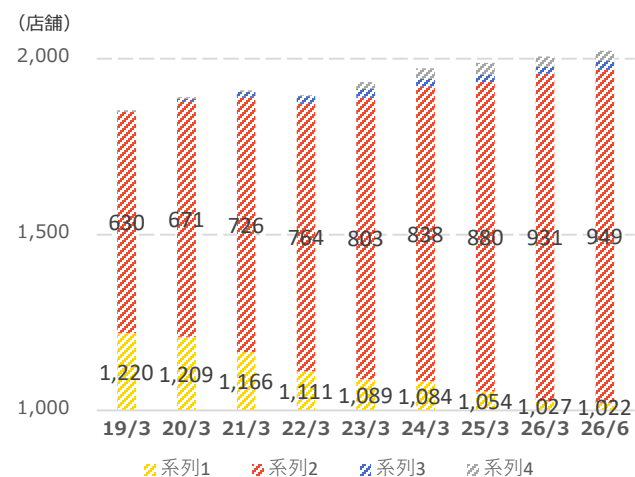
ゲーム・メディア市場規模



携帯・スマホ市場規模



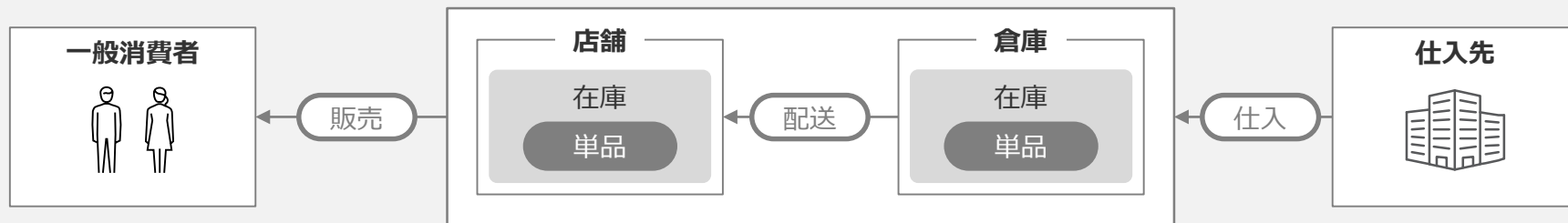
当社国内リユース店舗推移



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

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

個品の特徴

商品陳列が煩雑

同一商品で整理した
陳列ができない。

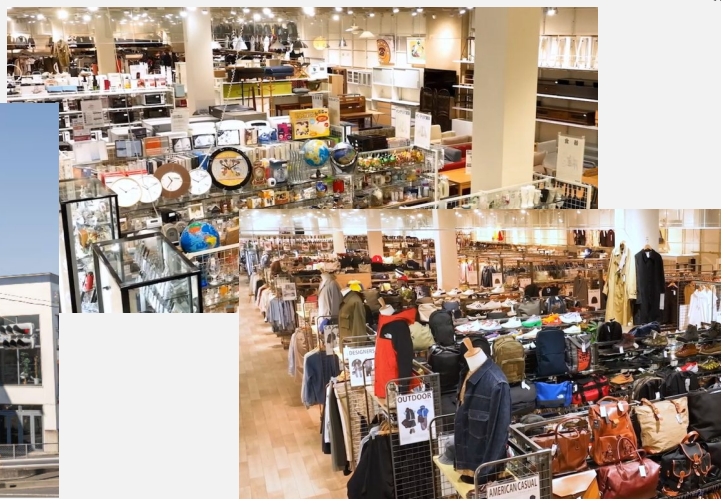
2nd STREET 店舗タイプ

2nd STREETはあらゆるニーズに対応できるよう、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

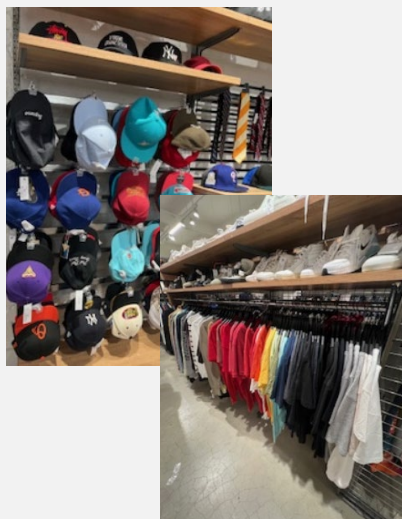


展開一覧

- 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



2027年3月期 四半期別連結損益計算書

単位：百万円	2025年3月期				2026年3月期				2027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	100,147	99,576	116,432	111,512	104,460	112,482	138,660	125,646	125,000			
(前期増減率)	▲6.2%	▲8.7%	4.3%	4.8%	4.3%	13.0%	19.1%	12.7%	19.7%			
売上総利益	41,694	40,092	45,491	43,392	44,813	43,951	51,755	48,925	52,382			
(前期増減率)	6.1%	9.6%	5.6%	6.2%	7.5%	9.6%	13.8%	12.8%	16.9%			
(売上総利益率)	41.6%	40.3%	39.1%	38.9%	42.9%	39.1%	37.3%	38.9%	41.9%			
販管費	37,328	39,044	41,086	41,962	40,820	42,860	45,185	46,341	47,080			
(前期増減率)	11.4%	11.3%	10.9%	12.2%	9.4%	9.8%	10.0%	10.4%	15.3%			
営業利益	4,366	1,048	4,405	1,430	3,993	1,091	6,570	2,583	5,301			
(前期増減率)	▲24.6%	▲30.9%	▲27.0%	▲58.8%	▲8.5%	4.2%	49.1%	80.6%	32.8%			

2027年3月期 商材別四半期売上高推移

単位：百万円	2025年3月期				2026年3月期				2027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	65,665	62,274	73,925	72,049	64,421	71,056	83,631	81,496	84,804			
衣料・服飾雑貨※1	24,109	21,912	29,758	26,388	27,561	25,962	35,922	32,864	35,073			
家具・家電※1	3,022	2,939	3,021	2,986	3,110	3,159	3,384	3,322	3,418			
ラグジュアリー※4	14,566	12,293	15,448	15,953	9,160	15,362	15,604	17,468	17,878			
ゲーム※2	7,812	8,295	8,313	8,628	7,733	8,380	9,133	8,795	9,942			
スマホ・タブレット※2,3	10,348	11,602	11,294	12,249	10,983	12,390	12,864	12,592	11,988			
その他リユース系※1	4,506	3,974	4,800	4,566	4,678	4,560	5,476	5,249	5,182			
その他メディア系※2	1,300	1,257	1,289	1,278	1,194	1,241	1,246	1,205	1,321			
新品※2	21,257	23,235	28,947	25,660	26,446	27,599	41,312	28,974	25,557			
その他	13,224	14,066	13,559	13,802	13,592	13,825	13,716	15,175	14,637			
デジタルコンテンツ※5	3,726	4,379	4,442	4,614	4,782	5,229	5,316	5,594	5,503			
レンタル※2	7,401	7,446	7,021	6,778	6,572	6,453	6,225	5,880	5,616			
その他	2,096	2,240	2,095	2,409	2,238	2,143	2,174	3,700	3,517			
合計	100,147	99,576	116,432	111,512	104,460	112,482	138,660	125,646	125,000			

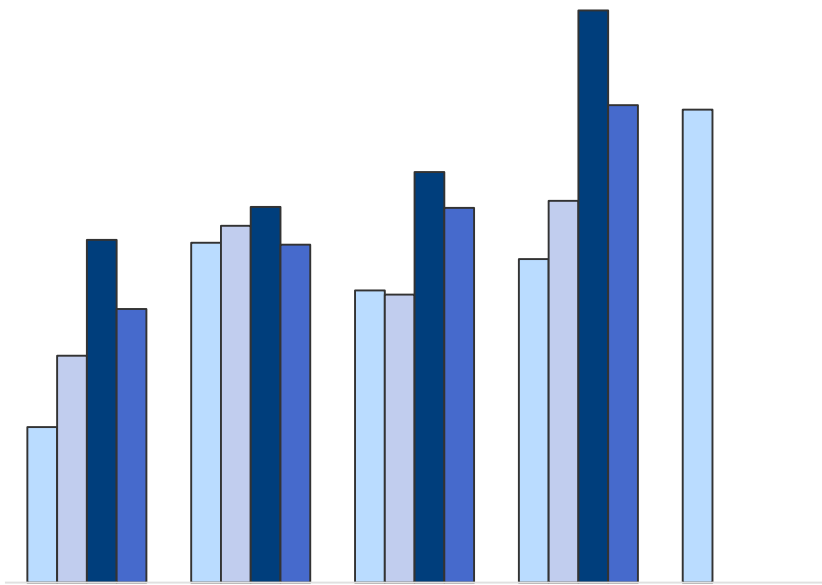
2027年3月期 商材別四半期売上総利益推移

単位：百万円	2025年3月期				2026年3月期				2027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	28,897	25,878	31,690	28,840	30,826	29,088	36,615	33,808	36,943			
衣料・服飾雑貨※1	15,882	13,806	18,660	16,505	18,385	16,561	22,700	20,087	22,474			
家具・家電※1	1,868	1,750	1,839	1,798	1,915	1,827	2,013	2,056	2,069			
ラグジュアリー※4	1,666	721	1,309	846	944	1,357	956	1,413	1,801			
ゲーム※2	2,487	2,831	2,509	2,469	2,290	2,250	2,498	2,407	2,685			
スマホ・タブレット※2,3	2,528	2,795	2,690	2,810	2,701	2,814	3,381	3,420	3,526			
その他リユース系※1	3,270	2,824	3,500	3,233	3,453	3,111	3,899	3,288	3,155			
その他メディア系※2	1,195	1,150	1,180	1,177	1,136	1,165	1,166	1,135	1,231			
新品※2	3,886	4,248	5,099	4,617	4,926	4,802	6,360	4,575	5,318			
その他	8,910	9,966	8,702	9,934	9,060	10,061	8,779	10,541	10,120			
デジタルコンテンツ※5	3,345	3,929	3,861	4,271	4,317	4,668	4,652	4,962	4,872			
レンタル※2	4,712	4,737	4,413	4,195	4,020	4,103	3,981	3,653	3,677			
その他	852	1,298	427	1,468	723	1,289	145	1,924	1,569			
合計	41,694	40,092	45,491	43,392	44,813	43,951	51,755	48,925	52,382			

季節性に伴う四半期の動向

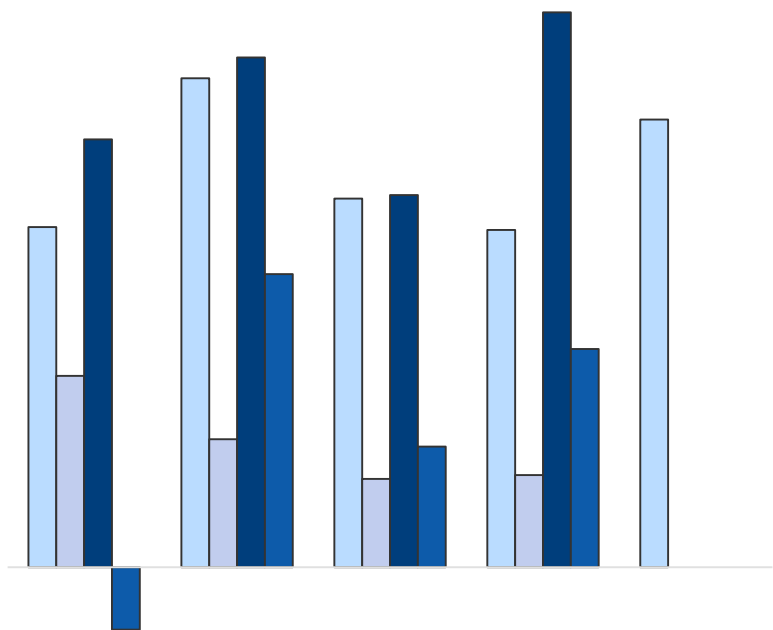
■ 当社グループは、リユースの衣料・服飾雑貨、スマホ、ゲーム関連商材を取り扱っております。これらの商材には特有の季節性があるため、売上高は下半期に偏重する事業特性がございます。

売上高



(百万円)	23.3期	24.3期	25.3期	26.3期	27.3期
1Q	81,377	106,725	100,147	104,460	125,000
2Q	91,185	109,035	99,576	112,482	
3Q	107,134	111,640	116,432	138,660	
4Q	97,603	106,446	111,512	125,646	

営業利益

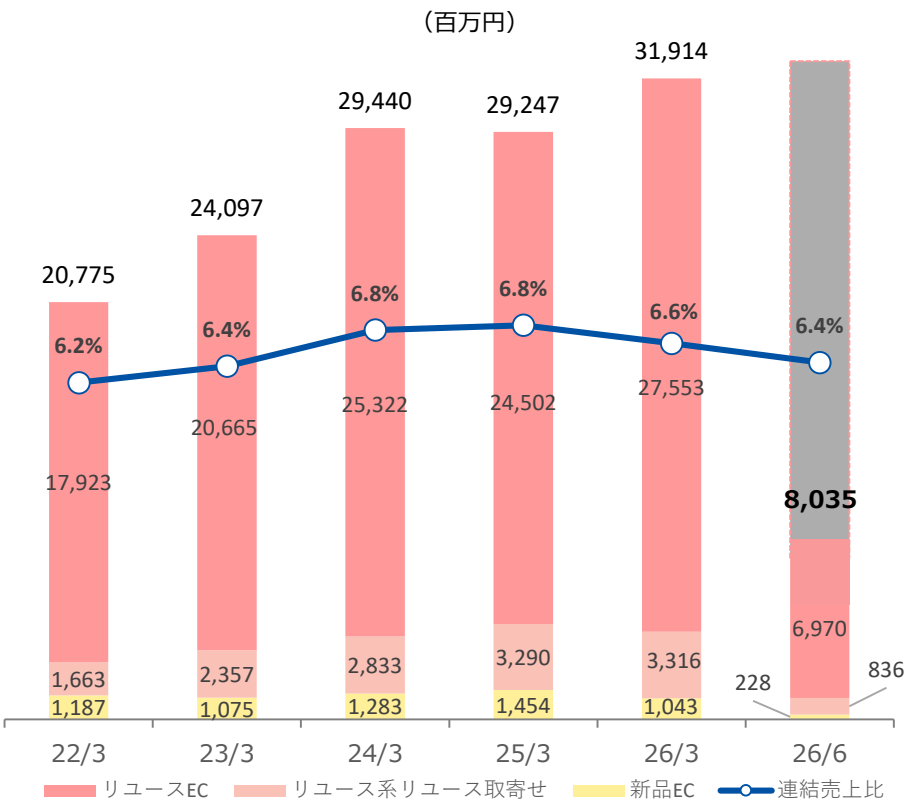


(百万円)	23.3期	24.3期	25.3期	26.3期	27.3期
1Q	4,027	5,790	4,366	3,993	5,301
2Q	2,265	1,516	1,048	1,091	
3Q	5,064	6,036	4,405	6,570	
4Q	▲ 736	3,470	1,430	2,583	

2027年3月期 第1四半期 EC関与売上高・比率の推移

- 衣料・服飾雑貨商材およびラグジュアリー商材の売上増加に伴いEC関与売上高※は前年同期比18.6%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。

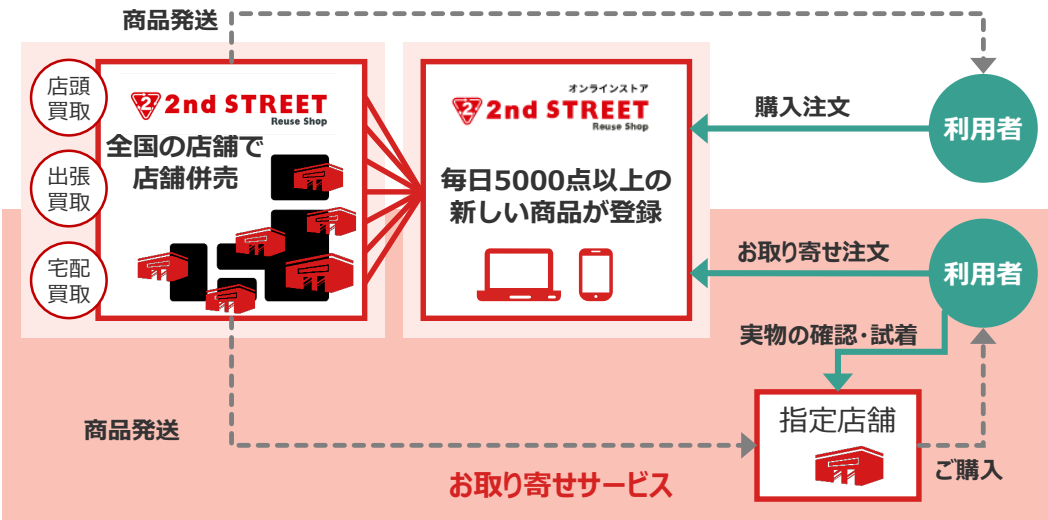
EC関与売上高※とEC関与比率（対売上高）推移



※点線グラフは通期見込み

	26.3月期 1Q実績	27.3月期 1Q実績	前年同期比 増減率
EC関与売上高（百万円）	6,774	8,035	18.6%

2nd STREET オンラインストアの概要



※ECサイト（2nd STREET online・GEO online・OKURAなど）や公式アプリなどからの販売、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 15.7%



2027年3月期 第1四半期 株主との対話実施状況など

- 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関連資料の掲載などを行っております。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2四半期およ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、有価証券報告書など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

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 : 2026年4月-2026年6月 34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など
フィードバックの実施状況	・ IR戦略や課題と対応策、指標などの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」を投資を行っております。

非財務資本

知的資本

- 長年にわたり蓄積されたリユース業のチェーンストア・マネジメントは企業競争力の源泉になっております
- 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

- 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

- 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

- 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

- 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.）

2nd RETAILING

- 移行の時期

2026年10月1日（木）

- 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**

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など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、評価など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、消費者の嗜好変化など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

