



2026 年 8 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、東証スタンダード)
問合せ先 常務取締役 今村 健一
(TEL. 03-5159-4060)

2026 年 6 月期通期決算説明会 動画および書き起こし資料公開のお知らせ

当社は、2026 年 6 月期通期決算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 2026年 8 月25日（火） 11：00～11：50
- ・開催方法 オンライン
- ・開催内容 通期決算概要および業績予想等に関する説明ならびに質疑応答
- ・登壇者 代表取締役社長 小林 泰士
常務取締役 今村 健一

① 決算説明会動画

後日当社IRサイト (<https://www.marketenterprise.co.jp/ir/>) にて公開予定です。

②決算説明会書き起こし

小林泰士：皆様、本日はお忙しい中、株式会社マーケットエンタープライズ 2026 年 6 月期通期決算説明会にご参加いただき誠にありがとうございます。

当期は基幹事業である、ネット型リユース事業が増収増益と着実に収益力を高めてまいりました。一方で、モバイル通信事業の収益構造の転換が遅れ、連結では増収減益、最終損益は 7,600 万円の損失となりました。

来期は、リユースの成長を継続しつつ、モバイル通信事業に広告費を投下して新規回線を獲得するショット型のビジネス構造から、回線利用料を積み上げるストック型中心の安定した収益基盤へと転換します。

来期の営業利益は 3 億 5,000 万円を計画し、2028 年 6 月期以降は全セグメントでの増収増益と、株主優待費用を配当原資に充当する形での配当開始を計画しています。

会社概要

社名	株式会社マーケットエンタープライズ	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)
設立	2006年7月7日(事業開始・2004年11月1日)		・デロイト アジア太平洋地域テクノロジーFast500 (2015, 2016, 2017)
事業内容	ネット型リユース事業、モバイル通信事業		・中小企業基盤整備機構 Japan Venture Awards 中小機構理事長賞 (2015)
資本金	3億3,742万8,000円(2026年6月末現在)		・新日本有限責任監査法人 EY Entrepreneur Of The Year 2013 Japan
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 航平 寺田倉庫株式会社 代表取締役社長CEO 社外取締役 原田 典子 AI CROSS株式会社 代表取締役 常勤監査役 山崎 真樹 監査役 野田 優子 野田総合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		・Yahoo!オークション Best Store Awards 総合グランプリ (2017, 2018, 2019, 2024,2025)
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)		・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)
従業員数	614名(アルバイトスタッフ含む) ※2026年7月1日現在		
上場市場	東京証券取引所 スタンダード(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		

証券コード：3135

1

それでは、全体の説明に入ります。まず、弊社の会社概要です。2006 年 7 月 7 日に設立し、つい先日 20 周年を迎え、現在 21 期目を迎えています。

主力の基幹事業としては、ネット型リユース事業、モバイル通信事業の二つを展開しています。現在、国内外 20 カ所の拠点で事業展開しており、従業員数で申し上げますと、アルバイトスタッフも含め 614 名となっています。

東京証券取引所スタンダード市場に上場しており、3135 が証券コードです。関連会社が 4 社ということで事業展開しています。

事業概観



証券コード：3135

51

こちらが、弊社全体の事業概観です。いわゆる、このネット型リユース事業とモバイル通信事業で事業展開しています。

デジタルマーケティングを主力とし、顧客のユーザー、お客様をインターネット経由で集客し、このITとリアルを結び合わせて事業展開する構造になっています。

リユースは「不要品の売買」から、循環経済・資源政策を支える社会インフラへ。市場拡大に加え、大手・異業種の参入と政策の後押しが同時に進行

市場の拡大

リユース市場は調査開始の2009年以降15年連続で拡大。2024年の市場規模は前年比4.5%増の3.3兆円、2030年には4.0兆円と推計（2009年からのCAGR 6.2%）。一般家庭に眠る「かくれ資産」は約90.5兆円で、その大半が未だ市場に出ていない

異業種の参入

2026年7月 丸紅がIT機器リユースのイオシスを完全子会社化／2026年3月 三井不動産がリコマース事業者へ出資／2024年11月 伊藤忠商事の子会社がGoogle認定再生品の国内販売を開始。海外でも大手プラットフォームによるC2Cサービスの大型買収が相次ぐ

政策の後押し

環境省が「リユース等の促進に関するロードマップ」を公表（2026年3月）。GIGAスクール構想で配備された約1,000万台の端末が更新期を迎え、自治体には「確実・適法・低コスト」な引取先へのニーズが発生

素材価値の上昇

金・プラチナ等の相場上昇により、家庭や事業所に眠る保有資産そのものの価値が上昇。中古車を含め、取扱商材の単価上昇が二次流通への供給を後押し

※ リユース経済新聞、環境省・経済産業省公表資料、各社公表資料および報道等より当社作成

証券コード：3135

3

全体として、当社を取り巻く市場環境についてご説明します。リユース市場の現在地ですが、まず市場の規模が非常に拡大を続けています。

リユース市場は、調査開始の2009年以降15年連続で拡大し、2024年の市場規模は前年比4.5%増の3.3兆円と、2030年には4兆円を超え、潤沢なかくれ資産といわれる自宅に眠るリユース品がこれからもリユースのマーケットにどんどん出てくるといわれています。

伴って、異業種の参入も非常に多くなってきています。総合商社の企業がリユース企業を子会社化したり、大手不動産会社がリユース事業者に出資したり、海外でもこのCtoCのプラットフォームの買収が相次いだり、国内外含めてリユースの市場が大きく拡大しています。

また、環境省もリユース等の促進に関するロードマップを2026年3月に公表し、後ほどの資料でも出しますが、大きく国策として動き始めてきている状況でもあります。

また、GIGAスクールなど、1,000万台の端末の更新時期を迎え、自治体もこれからこういったリユースにしっかりと注力していくタイミングにも入ってきているかなと感じます。

また、素材の価値の上昇もあり、金、プラチナ等の相場の上昇もあり、鉄、アルミ、銅を含めさまざまなものの金属の値段が上がっています。

そういった意味では、中古車含めた取り扱いの商材の単価の上昇もあり、二次流通の供給を後押ししている状況になっています。

- ・環境省では、**2040年までの「目指すべき将来像」として、「適正なリユース市場の創出」、「リユースの裾野の拡大」、「リユースを「当たり前」に」**を設定。
- ・「目指すべき将来像」の実現の達成度合いを測るべく、**取組指標として「リユース市場規模」、「リユース業者等と協働取組を行う自治体数」、「生活者におけるリユースの実施率」**を設定。それぞれに2030年までの達成を目指した意欲的な指標上の目標も設定した。また、指標上の目標を設定せず、継続的に測定することで、リユースに関する実態把握や施策検討の参考指標として、「リユース重量・点数」を設定した。

目指すべき将来像 (2040年まで)	取組指標	2030年までの 目標	現状値 (2024年)	参考 指標
適正なリユース市場の創出 環境負荷低減に資する取組を実施する、優良なリユース業者が評価される安全・安心なリユース市場の形成	リユース市場規模	4兆6千億円 (32%増)	3兆5千億円	リユース重量・点数
リユースの裾野の拡大 より多くの使用済製品が地域で循環され、豊かな暮らしにも資する取組が全国で展開・地域実装される社会の構築	リユース業者等と協働取組を行う自治体数	約600自治体 (倍増)	約300自治体	
リユースを「当たり前」に 生活者、自治体、事業者等が製品を長く大切に使うライフスタイル・ビジネスモデルの定着	生活者におけるリユースの実施率	50% (国民の半数)	40.8%	

こちらが、先ほど申し上げた環境省のリユース等の促進に関するロードマップです。大きな国策として、初めてこのリユースのマーケットが示された形になります。

大きく分けてこの2040年の目指すべき将来像で、現在の市場規模3.5兆円から4.6兆円まで32%増加していく、この事業者と自治体の連携を300から600に倍増させていくなど、国民の生活者のリユースの実施率、今1年に1回売ったり買ったりリユースしている割合を40.8%から50%に引き上げるということで、大きなこういう目指すべき将来像が示されたのは初めてのことです。



こちらが、素材です。金と中古車の価格、PC の価格を出しました。非常にこの数年前から比べると、上げ下げはあるもののしっかりと上昇基調ということで、さまざまな金属や部品の価格が上がっている状況を見ていただけたと思います。さまざまなリユースの単価が上がってきている状況と同じ形です。



MARKET (市場)
+
ENTERPRISE (冒険的創出)

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

WinWin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

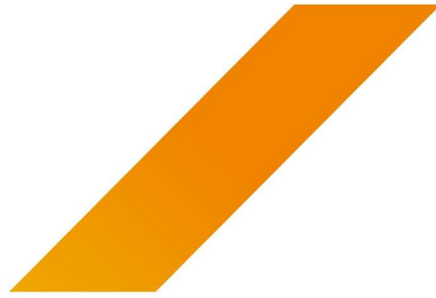
持続可能な社会を実現する
最適化商社

証券コード：3135

6

まず、弊社グループ全体のパーパスです。社名にかけた想いということで、マーケット、市場をエンタープライズと、冒険的創出という語源があり、市場を冒険的に創出し続けていこうと、そんな思いで設立しました。

企業理念は、WinWin 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あり続けると考えています。長期ビジョンの、持続可能な社会を実現する最適化商社に向けて事業展開を進めています。



より良い、を商う。 **ME** MARKET
ENTERPRISE

今回 20 周年を迎えてタグラインという、弊社の思いをワードにしました。より良い、を商う。とそういう言葉を、これからはしっかりと右肩上がりの成長を続けていこうとそんな思いを込めています。

本日の全体の説明のアジェンダです。当期決算概況および来期業績予想、セグメント別の事業環境、連結の業績のまとめと Appendix、このような流れで説明します。

2026年6月期 | 通期 決算ハイライト



売上高・売上総利益

- ✓ ネット型リユース事業は 増収 (YoY+ 3.6%) 増益 (YoY+ 8.5%) も、モバイル通信事業の増収 (YoY+9.1%) 減益 (YoY▲24.4%) 影響大きく、連結ベースで増収減益

売上高	26,230百万円 (前年同期比 +5.9%)
売上総利益	8,082百万円 (前年同期比 ▲5.3%)

営業利益・経常利益

- ✓ 引き続き販管費率の圧縮 (前期31.9%→当期30.5%) に努めたもののモバイル通信事業のセグメント損失計上が響き前期比減益

営業利益	72百万円 (前年同期比 ▲88.4%)
経常利益	35百万円 (前年同期比 ▲94.9%)

親会社株主に帰属する当期純損失

- ✓ 上記減益および法人税等調整額の計上等により、当期純損失を計上

親会社株主に 帰属する当期純損失	△ 76百万円 (前年同期は484百万円の利益)
---------------------	--------------------------

まず、当期の決算概況および来期業績の予想です。2026年6月期通期の決算ハイライトです。ネット型リユース事業は増収増益でしたが、モバイル通信事業のほうは増収減益となり、その影響が大きく、連結ベースでは増収減益となりました。

売上高が262億3,000万円で前年同期比5.9%増、売上総利益は80億8,200万円で前年同期比5.3%のマイナス、営業利益、経常利益については、引き続き販管費の圧縮に努めたものの、モバイル通信事業のセグメント損失計上が響き前期比減益となり、ご覧のとおりとなっています。

親会社株主に帰属する当期純損失においても、7,600万円のマイナスとなっています。

リユース事業は順調。一方、モバイル事業の損益悪化の影響大きく 増収減益

(単位：百万円)	2025.6 通期	2026.6 通期	増減	前期比
売上高	24,771	26,230	1,458	105.9%
売上総利益	8,532 (34.4%)	8,082 (30.8%)	△ 450	94.7%
営業利益	625 (2.5%)	72 (0.3%) (参考：株主優待費用 △143)	△ 553	11.6%
経常利益	684 (2.8%) (参考：デリバティブ解約益 +143)	35 (0.1%)	△ 649	5.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (△は損失)	484 (2.0%)	△ 76 (-)	△ 561	—

※括弧内は利益率

連結の損益計算書です。リユース事業は順調という一方で、モバイル通信は損益悪化の影響が大きく、増収減益となりました。

- ✓ 売上高：リユースはほぼ計画通りも、モバイルにおいて発生した大口解約（一時的要因）の影響でショット型収入獲得が計画未達
- ✓ 営業利益以下：広告宣伝費の圧縮とリユースの生産性向上により販管費率は引き続き改善したものの、モバイルの粗利率低下の影響をカバーできず計画未達

(単位：百万円)	2026.6 期 期初予想 ① (2025/8/14公表)	2026.6 期 修正予想 ② (2026/2/13公表)	2026.6 期 通期実績 ③ (2026/8/14公表)	最終進捗率 ③÷②
売上高	30,000	26,900	26,230	97.5%
営業利益	1,100	180	72	40.3%
経常利益	1,050	130	35	27.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (△は損失)	650	10	△ 76	—

業績進捗結果です。リユースは売上高がほぼ計画どおりも、モバイルにおいては一時的要因の大口解約発生の影響でショット型収入獲得が計画未達となりました。

営業利益以下についても、広告宣伝費の圧縮とリユースの生産性向上により販管費率は引き続き改善したものの、モバイルの粗利率低下の影響をカバーできず計画未達となっています。

- ✓ ネット型リユース事業は、個人向け商材の伸びが貢献し増収増益
(売上高YoY + 3.6%、粗利率YoY + 1.9p、(参考) 個人向け商材売上高YoY +13.4%)
- ✓ モバイル通信事業は、新規回線獲得数が当初予想を大きく下回ったものの、保有回線数は拡大傾向続く (売上高YoY +9.1%、粗利率YoY △ 8.5p)

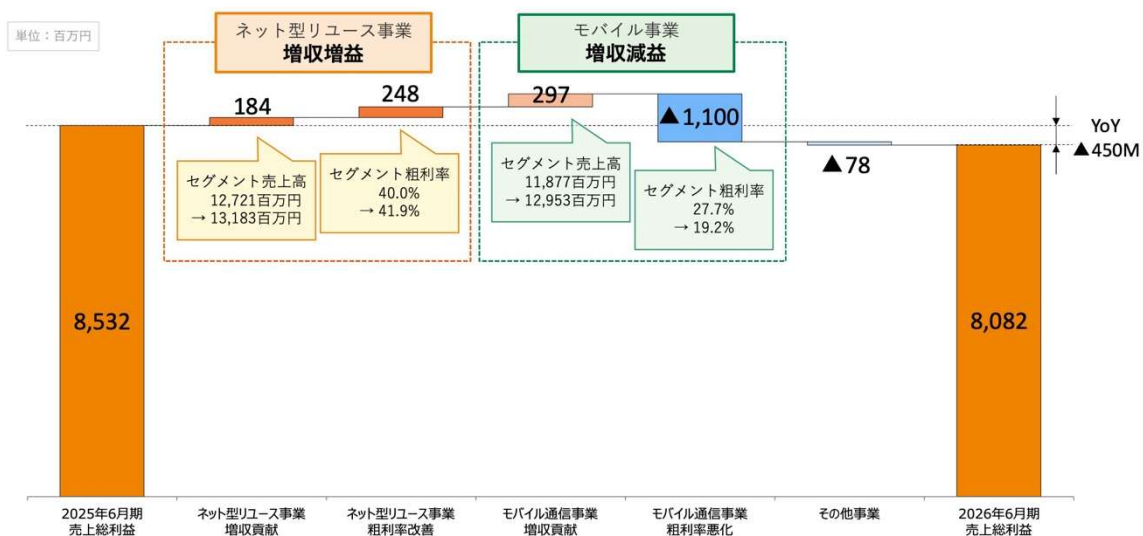


こちらが、セグメント別売上高です。ネット型リユース事業は、個人向け商材の伸びが貢献し増収増益と、売上高で3.6%増、粗利は1.9ポイント改善と、個人向けの商材の売上高に限っては13.4%増となっています。

モバイル通信事業は、新規回線獲得数が当期予想を大きく下回ったものの、保有回線数は拡大傾向が続いており、売上高は昨年対比9.1%増、粗利が昨年対比8.5ポイントマイナスとなっています。

2026年6月期 | 通期 売上総利益の増減益分析

リユースは引き続き好調維持するも、新規回線獲得の不調によるモバイル減益の影響大



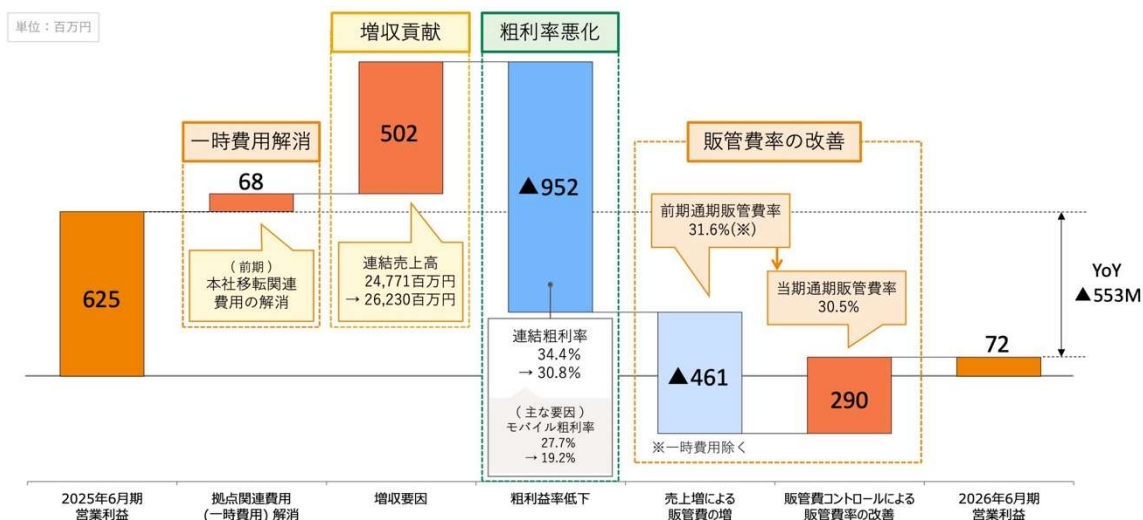
証券コード：3135

7

こちらが、売上総利益の増減益分析です。リユースは引き続き好調を維持するも、新規の回線獲得の不調によりモバイルの減益の影響が大きい状況です。

2026年6月期 | 通期 営業利益の増減益分析

全体の増収貢献分をモバイルの粗利悪化が相殺。広宣費の圧縮等、販管費コントロールにより営業利益を確保



証券コード：3135

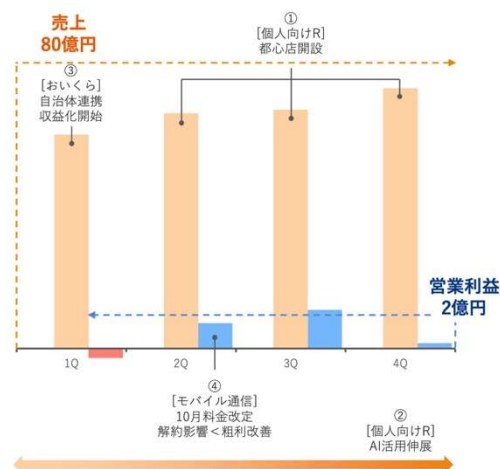
8

こちらが、営業利益の増減益分析です。全体の増収貢献分をモバイルの粗利悪化が相殺という形で、広告費の圧縮等、販管費コントロールにより営業利益を確保している状況です。

業績予想の基本的考え方

セグメント	2027年6月期 主要施策	通期見込み
ネット型リユース	—	増収増益
個人向けリユース	① 買取店開設(新宿他)による仕入増 ② AI活用によるさらなる生産性改善	増収増益
おいくら	③ 自治体連携の収益化 (GIGA端末更新需要の取込等)	増収増益
モバイル通信	④ 値上げによる ストック中心ビジネスへの転換	減収増益

四半期別売上・営業利益イメージ



2027年6月期の業績見通しと基本となる施策についてご説明します。まず、ネット型リユースは、全体として増収増益になってまいります。

中でも、個人向けリユースが好調に推移しており、プラスアルファの施策として買取店の設置、新宿の店舗開設もありますが、仕入れの増加を予定しています。また、AIの活用によるさらなる生産性の改善が既に見られていますが、一層進行する状況で、こちらも増収増益貢献を見込んでいます。

おいくらにおいても、自治体との連携強化の構造が続いていましたが、こちらの収益化がGIGAスクールの端末の更新需要の取り込み等もあり本格化し、増収増益を見込んでいます。

また、モバイル通信においては、既に発表したとおり、値上げを実施します。これまではショット型中心だった回線の獲得時の収益だけではなく、ストック型中心のビジネスへ転換します。モバイル通信については、減収ですが増益となり、この通期で見ますと、1クォーター、2クォーター、3クォーターと積み上げ、しっかりと利益を確保していく構造に今期はなっていく見通しです。

① 買取専門店（新宿他）開設（2Q～4Q）

- ✓ 高価格帯商品の買取強化のため都心に買取専門店を開設
- ✓ 1号店は、世界一の乗降客数を誇る「新宿駅前」に出店
- ✓ 今後同様の都心店を多店舗展開予定



[新宿店]

- 立地
新宿駅東口から徒歩2分
- 店舗面積
9.7坪
- 開設予定日
2026年秋

② AI活用のさらなる深化（1Q～）

出品作業のDX化

商品写真の撮影・編集など出品作業をDX化。現在二次フェーズとして、AIを活用した商品情報の生成を試行中

スマート買取の運用範囲拡大

スマート買取（買取依頼～買取までのプロセス自動化）で対応可能な商材カテゴリを拡大

音声データのAI解析

営業通話をAIで要約・可視化。標準的な応答アクションとの差分を解析し、顧客対応時のサービス品質の向上を図る

個別施策についてご説明します。個人向けリユースの分野では、買取専門店を開設してまいります。これまで弊社は、国内13のリユースセンター、農機具に2カ所のリユースセンターと15の拠点を設けていました。

どちらかという、人が多く人流のある場所というよりは、宅配買取や出張買取に行く拠点というリユースセンターで、ネット専業で展開してまいりました。

今回からは都心部店ということで、非常に乗降者数の多い、お客様が持ち込みやすい拠点に買取店という形で新たに展開していくことで、初めてのリアル店舗開設を予定しています。

高価格帯の商品の買取強化で都心の拠点にもなり、既存のお客様の持ち込みやすい拠点にもなる形です。1号店は、乗降者数が日本一、世界一の新宿駅前を予定しています。また、今後も同様の都心店の多店舗展開を予定しています。

また、AI活用のさらなる進化では、出品作業のDX化を加速しています。商品撮影、編集等の作業は非常に効率よくなってまいりました。また音声データや画像データをAI活用した業務改善が継続しています。

また、スマート買取の運用範囲の拡大で、ハイタッチと呼ぶ人が対応する高額買取と対をなす、ロータッチといわれる部分の低価格帯の効率化について、弊社はスマート買取ということでこのプロセスを非常に自動化した対応を強化し、この運用範囲の拡大を進めています。

また、音声データのAI解析で、営業の通話のAIの要約、可視化、こういったものを非常に進めており、標準化が進んでいる状況です。今後とも、顧客対応のタイミングでのサービスの品質向上も引き続き図ってまいります。

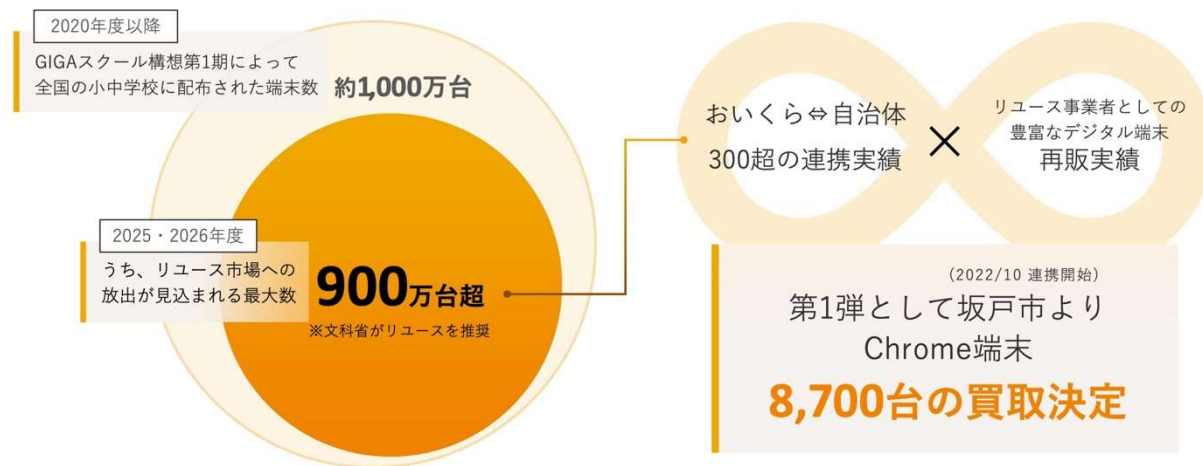
	当社個人向けリユース分野	上場A社	上場B社
ビジネスモデル	ネット専門の総合買取リユース。買取チャネルは出張・宅配・店頭の三態。ECプラットフォーム使い高回転で販売	特定中古商材最大手。仕入れ・販売はEC主力	中古ブランド品大手。店舗仕入を自社オークションにて販売
売上高 (直近事業年度)	128億円 (注)セグメント売上高	284億円 (注)リユース経済新聞推計値	848億円
売上高成長率 (YoY)	+3.4%	+0.6%	+4.1%
営業利益率 (直近事業年度)	8.8% (注)セグメント利益率	非算出 (参考)全事業：4.9%	1.7%
時価総額 (2026/6/30時点)	非算出	約231億円	約306億円

個人向けリユース分野の類似他社比較です。こういったものも今回から出しています。弊社のネット型リユース事業のビジネスモデルは、この個人向けリユース分野、高く売れるドットコムで年間48万件もの買取依頼をいただいて、これを効率よく出張、宅配、店頭で買い取りネットで販売する高回転率のビジネスモデルと、おいくらプラットフォームビジネスとなっています。

この事業分野は、売上高が128億円、売上高成長率が3.4%、営業利益は8.8%と非常に利益率の高い事業体のモデルで進んでいます。

③ 使用済GIGAスクール端末の取扱い開始（1Q）

✓ 個人情報消去の観点から「**確実・適法・低コスト**」を実現できる事業者への引取処分が求められている



証券コード：3135

12

おいくら分野についての個別施策です。この自治体との連携協定が、今 336 の自治体と連携を結んでおり、こういった自治体からリユース品の買取依頼の相談を受けるようになってきています。

その大きな内容が、使用済みの GIGA スクールの端末の取り扱い開始となります。2020 年度以降、約 1,000 万台の GIGA スクール端末が小中学校にタブレット端末を中心として配布されていますが、その更新時期を迎えています。

そういった意味では、このリユース市場に最大約 900 万台超のこの端末が出てくるといわれており、弊社にもそうした端末のリユースに関するご依頼がくる形になっており、第 1 弾として坂戸市より Chrome の端末 8,700 台の買取が決定しています。順次、こういったリユース端末の取り扱いの拡大が見込まれている状況です。

「おいくら」連携中自治体一覧（26年6月末日現在）



北海道	中部	中国
恵庭市、俱知安町、札幌市、旭川市、北広島市、岩見沢市、名寄市、石狩市	新潟県：新潟市、長岡市、小千谷市、柏崎市、三条市 富山県：富山市 福井県：若狹町、大野市、越前市、南越前町、池田町 山梨県：上野原市、都留市 長野県：小諸市、塩尻市、茅野市 岐阜県：羽島市、笠松町、大垣市、可児市、瑞浪市、輪之内町、各務原市、垂井町 静岡県：藤枝市、浜松市、富士宮市、焼津市、島田市、三島市、裾野市、吉田町、磐田市、袋井市、森町、沼津市、長泉町、富士市、牧之原市、函南町 愛知県：一宮市、名古屋市長古屋市、稲沢市、岡崎市、半田市、豊明市、長久手市、北名古屋市長古屋市、江南市、新城市、岩倉市、愛西市、碧南市、武豊町、弥富市、蒲郡市、高浜市、小牧市、瀬戸市、春日井市、西尾市、扶桑町、阿久比町、大山市、知多市、尾張旭市、安城市、幸田町、知立市、蟹江町、美浜町	鳥取県：米子市、鳥取市 島根県：江津市、松江市 岡山県：岡山市、倉敷市、矢掛町、井原市、総社市、笠岡市、新見市 広島県：広島市、呉市、世羅町、府中町、三原市 山口県：下松市、長門市
東北	近畿	四国
岩手県：岩泉町、矢巾町、八幡平市 宮城県：利府町、大和町、亘理町、仙台市、松島町 秋田県：鹿角市、由利本荘市 山形県：三川町、米沢市、鶴岡市、大石田町 福島県：福島市、郡山市、伊達市、南相馬市、会津若松市、相馬市、二本松市、本宮市、大玉村、会津坂下町、天栄村、須賀川市	三重県：桑名市、亀山市、紀北町、伊勢市、菟野町 滋賀県：長浜市、米原市、彦根市 京都府：長岡京市、京都市、亀岡市、精華町、宮津市 大阪府：大阪市、豊中市、藤井寺市、松原市、茨木市、東大阪市、門真市、吹田市、碑町、守口市、和泉市、堺市、高槻市、阪南市、枚方市、池田市、熊取町、摂津市、泉南市、島本町、泉佐野市、河内長野市、大東市 兵庫県：神戸市、西宮市、三田市、宝塚市、尼崎市、伊丹市、加古川市、淡路市、六甲市、南あわじ市、芦屋市、小野市、高砂市、明石市、稲美町、三木市 奈良県：広陵町、大和高田市、田原本町、上牧町、河合町 和歌山県：かつらぎ町、和歌山市	徳島県：吉野川市、徳島市、阿波市、鳴門市 香川県：三木町、観音寺市 愛媛県：新居浜市、東温市、松前町 高知県：高知市、いの町、香美市、南国市、仁淀川町
関東	九州・沖縄	
茨城県：ひたちなか市、つくばみらい市、守谷市、常総市、取手市、龍ヶ崎市、笠間市、下妻市、筑西市、桜川市、船城市、稲敷市、つくば市、日立市、阿見町、坂東市、東海村、水戸市、鉾田市 栃木県：那須塩原市、足利市、佐野市、栃木市、大田原市 群馬県：桐生市、藤岡市 埼玉県：深谷市、坂戸市、所沢市、東松山市、吉見町、鶴ヶ島市、狭山市、飯能市、富士見市、新座市、神川町、ふじみ野市、草加市、入間市、和光市、本庄市、吉川市、日高市、さいたま市、三芳町、毛呂山町、宮代町、八潮市、松伏町、小川町、川越市、春日部市、川島町、鳩山町、朝霞市、桶川市 千葉県：船橋市、白井市、印西市、柏市、千葉市、鎌ヶ谷市、旭市、八千代市 東京都：墨田区、東村山市、渋谷区、北区、足立区、小平市、台東区、江東区、小金井市、大田区、町田市、国立市、練馬区、稲城市、杉並区、清瀬市、国分寺市、世田谷区、中央区、狛江市、豊島区、八王子市、品川区、中野区 神奈川県：川崎市、座間市、横浜市、愛川町、綾瀬市、小田原市、横須賀市	福岡県：筑後市、久留米市、春日市、大野城市、嘉麻市、行橋市、福津市、うきは市、みやこ町、直方市、糸島市、豊前市、宇美町 佐賀県：唐津市、埴野市、小城市、伊万里市 長崎県：佐世保市、松浦市、長与町 熊本県：山鹿市、宇土市 大分県：日出町、宇佐市、国東市、中津市 宮崎県：宮崎市 鹿児島県：曾於市、霧島市、志布志市 沖縄県：嘉手納町、うるま市、南風原町、名護市、読谷村、北谷町、那覇市	

証券コード：3135

13

先ほど申し上げた 336 の自治体の一覧です。非常に多くの自治体と連携協定を結ばせていただいているので、こういった自治体の皆様との取り組みが拡大していく予定です。

「おいくら」分野 | 類似他社比較



	当社「おいくら」分野	上場C社	上場D社
ビジネスモデル	加盟店課金型 集客プラットフォーム事業	無料掲示板での 広告メディア事業他	CtoBの高価格帯商品 買取サイト運営
営業利益率 (直近事業年度)	60.8% (注)セグメント利益率	28.4%	11.5%
連携自治体数 (2026/6/30時点)	336自治体 (45都道府県)	304自治体 (46都道府県)	6自治体 (5都道府県)
人口カバー率 (2026/6/30時点)	49.7%	非算出	非算出
時価総額 (2026/6/30時点)	非算出	約140億円	約72億円

証券コード：3135

14

おいくら分野の類似他社比較です。おいくらは、加盟店課金型の集客プラットフォーム事業を展開しています。

営業利益率が現在は 60.8%と非常に高い特徴があり、336 の自治体とリユースの包括的な連携協定を結んでいます。人口カバー率も 49.7%と非常に人口の多い自治体との連携が加速していて、このような目線で事業展開しています。

④ 値上げによるストック中心ビジネスへの転換

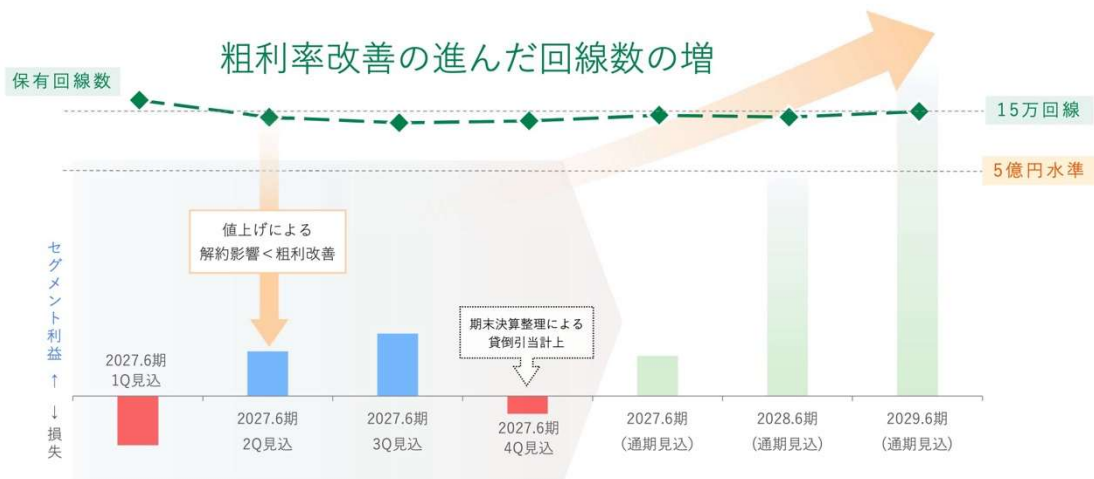


また、個別施策、モバイル通信事業は、既に発表したとおり、値上げによるストック中心のビジネスへと転換します。

通期想定平残は保有回線数 15 万回線を見込んでいますが、2026 年 10 月、弊社では 2 クォーターに料金改定し、月額 540 円の値上げを発表しています。年間の増収見込みとしては、ストック型収入として 9.7 億円の増収を見込んでいます。

④ スtock型収入を中心とした安定的事業基盤の確立

✓ 従前の高広告コスト・高粗利のショット型ビジネスから、ARPU重視のストック型ビジネスへ



証券コード：3135

16

この結果、ストック型収入を中心とした安定的な事業基盤の確立と、従前の広告コストをかけた高粗利のショット型のビジネスモデルから ARPU 重視のストック型のビジネスに転換してまいります。

あらゆる改善が進んだ結果、回線数の増をまた見込んでまいりたいと思っておりますが、まず第1クォーターに関してはまだ値上げがない状況で進んでいます。

2クォーターは、値上げにより粗利率の改善が進んでいます。今期においては値上げをいたしますので、一時的に解約が増えることも既に見込んでおりまして、しっかりと3クォーターにも利益幅が拡大することを見込んでおります。

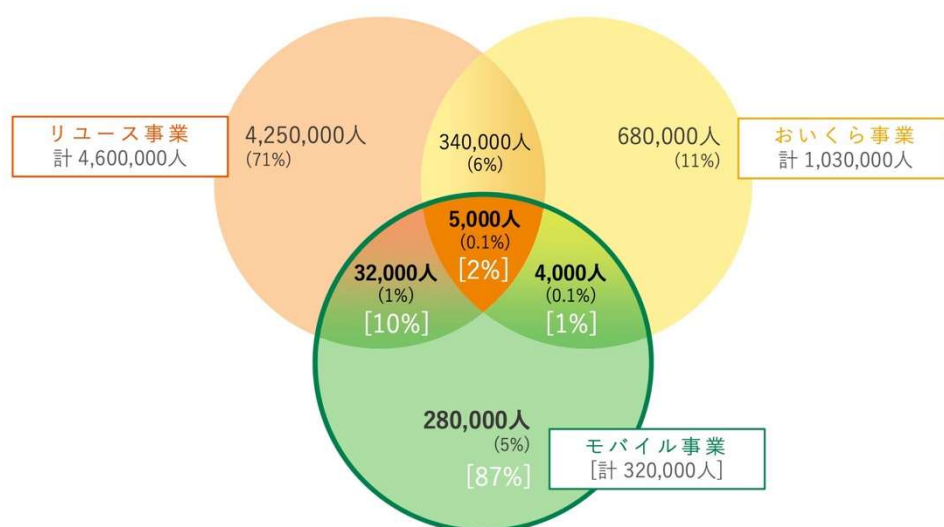
通期においては第4クォーターにおいて、貸倒引当金を1年間分計上する形になります。よって第4クォーターは一旦マイナスになっていますが、通期ではしっかり黒字を見込んでおり、来期以降、大幅にこのストック型の収益構造に進んでいくことを見込んでいます。

	当社モバイル通信事業	上場E社	上場F社
契約回線数 (直近事業年度)	15.8万回線	12万回線超 (WiMAX)	29.3万回線 (モバイルWi-Fi他)
回線数増減[率] (YoY)	+1.9万回線 (+13.7%)	前期並み	+4.1万回線 (+16.4%)
売上高 (直近事業年度)	129億円 (注)セグメント売上高	83億円	111億円 (注)セグメント売上高
営業利益額(▲は損失) (直近事業年度)	▲3億円 (注)セグメント利益額	2億円	13億円 (注)セグメント利益額
時価総額 (2026/6/30時点)	非算出	約32億円	約130億円

モバイル通信事業の類似他社比較です。現在の契約回線数が15万8,000回線、回線が年間1.9万回線増加しました。売上高が129億円、営業利益は3億円のマイナスですが、今回の値上げにより、こちらが大幅に改善する状況です。

他社比較として、しっかりとこのような目線をもって事業展開していると、イメージとしてお見せできればと思います。

✓ 顧客基盤への統合的アプローチによりクロスセル機会（シナジー効果）が拡大中



ネット型リユース、モバイル通信を含めたサービスの横断利用状況です。顧客基盤への統合的アプローチによりクロスセルの機会が拡大しています。このグループ展開をすることにより、シナジーの効果が始まっています。

リユース事業も累計 900 万ほどの利用顧客がありますが、リピーターのお客様が多数いますので、実際のユニークの数としては 460 万人の利用があります。

おいくら事業に関しても、ユニークとして 100 万を超えるユーザー数があります。モバイル通信も、既に解約したお客様を含めてユニークで 32 万人の数があり、生活の転機のお客様が多くいますので、かぶって、シナジーで利用していただける方が多くあります。

特にモバイル通信は、この累計の約 10%がリユースとかぶっているところもありますので、弊社がデジタルマーケティングで集客したお客様にこのグループ全体のサービスを利用していただく、こういったシナジー効果が拡大している状況です。

2027年6月期 | 業績見通し（セグメント別）

（単位：百万円）	2025.6期 実績	2026.6期 実績	前年比	2027.6期 予想	見通し	
売上高	24,771	26,230	105.9%	26,580	横ばい	
ネット型リユース	12,721	13,183	103.6%	14,488	【増 収】	
個人向けリユース	12,386	12,806	103.4%	↑	[増収増益]	
個人向け商材	8,022	9,099	113.4%	↑	[増収増益]	リソース集中(AI・新店)し引き続き拡大図る
中古農機具	2,838	2,392	84.3%	→	横ばい	内需シフト・粗利率管理を継続
中古自動車	1,401	1,178	84.1%	→	横ばい	中東情勢の影響残る
その他	125	137	109.6%	—	—	
おいくら	335	376	112.3%	↑	増収増益	既存モデルに加えtoGビジネス本格化
モバイル通信	11,877	12,953	109.1%	12,035	【減 収】	値上げによる解約増見込む
その他	172	94	54.6%	—	—	
営業利益	625	72	11.6%	350		
ネット型リユース	1,046	1,353	129.4%	↑	【増 益】	生産性向上が進捗し増益予想
モバイル通信	857△	360	—	↑	【増 益】	値上げによる粗利率改善で安定的黒字基調に
その他	68△	19	—	—		
調整額	△ 1,347	△ 900	—	—		

証券コード：3135

19

2027年6月期業績の見通しです。売上高としては265億8,000万円を見込んでおり、微増です。ネット型リユースにおいては増収を見込んでおり、中でも個人向けリユースがしっかりと伸びていくこの状況で、リソースを集中してまいりたいと思っています。

中古農機具および中古自動車の領域においては、横ばいを見込んでいます。この個人向けリユースと比べると粗利率は低いものの、しっかりとマーケットは弊社の年間48万件の依頼の中から多くこういったニーズもありますので、しっかりとこちらも、横ばいではありますが事業を進めてまいります。

おいくらにおいても増収増益基調ということで、既存のモデルに加えてtoGビジネスも本格化していくことで増収増益を見込んでいます。

モバイル通信においては、全体としては減収増益ですが、値上げによる解約増を見込みながら進捗していく形です。

営業利益においてはいずれの事業も増益と、しっかりと利益貢献していく体制にしていきたいと思います。

- ✓ リユース：商材構成比の最適化を進めた結果、当期セグメント利益はYoY + 29.4%に。
2027.6期はこの水準を維持しつつ、買取専門店の都心展開を図り増収増益を見込む
- ✓ モバイル：2027.6期はストック型ビジネスへの転換過渡期。値上げにより一時的には解約増を見込むが、2028.6期には保有回線数の回復と粗利率改善効果の通期フル貢献を見込む
- ✓ おいくら：これまでの300を超える自治体連携実績を活かし、2027.6期よりtoGビジネスを本格始動。早期収益化を図る

(単位：百万円)	2026.6 期 通期実績	2027.6 期 通期予想	増減	当期実績比
売上高	26,230	26,580	349	101.3%
営業利益	72 (内、株主優待費用 △143)	350 (内、株主優待費用 △140)	277	482.3%
経常利益	35	300	264	856.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (△は損失)	△ 76	174	250	—

証券コード：3135

27

2027 年 6 月期の業績のまとめです。リユースにおいては、商材構成比の最適化を進めた結果、当期セグメント利益は昨年対比で 29.4%増になっています。2027 年 6 月期は、この水準を維持しつつ、買取専門店の都心部展開を図り増収増益を見込んでまいります。

モバイルにおいては、このストック型ビジネスへの転換期ということで、値上げにより一時的な解約増を見込んでいますが、2028 年 6 月期には保有回線数の回復と粗利率改善効果の通期フル貢献を見込んでいきます。

おいくらにおいても、これまでの 300 を超える自治体との連携実績を活かし、2027 年 6 月期より toG ビジネスを本格始動と早期の収益化を図ってまいりたいと考えています。

通期では売上高 265 億 8,000 万円、営業利益としては 3 億 5,000 万円、経常利益は 3 億円、親会社株主に帰属する当期純利益は 1 億 7,400 万円を見込んでいます。

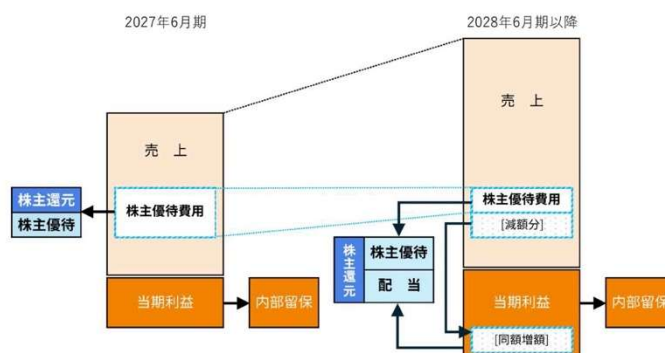
中期経営方針

「利益成長フェーズを経て株主還元実施へ」

- 2027年6月期 利益伸長のための投資を進めつつ着実に利益確保を進める（モバイルは収益構造転換）
- 2028年6月期～ 各施策の本格的収益貢献がスタート。全セグメントにおいて増収増益へ

株主還元方針

- 2027年6月期
成長原資(利益)を確保しつつ、これまで通りの優待制度を実施
- 2028年6月期以降
業容拡大に伴う利益増に合わせ、株主優待費用を配当原資に充当する形で配当開始を計画



今後の経営方針です。中期経営方針としては、利益成長フェーズを経て、株主還元の実施に移行してまいりたいと思っています。

2027年6月期に関しては、利益伸長のための投資を進めつつ、着実に利益確保を進めてまいります。2028年6月期から各施策の本格的な収益貢献がスタートしてまいりますので、全セグメントにおいて増収増益を見込んでまいります。

株主還元方針としては、2027年6月期は成長の原資を確保しつつ、これまでどおりの優待制度を実施いたします。

2028年6月以降、業容拡大に伴う利益増に合わせて株主優待費用を配当原資に充当する形で、配当開始を計画してまいりたいと考えています。

創業以降の売上高の成長推移



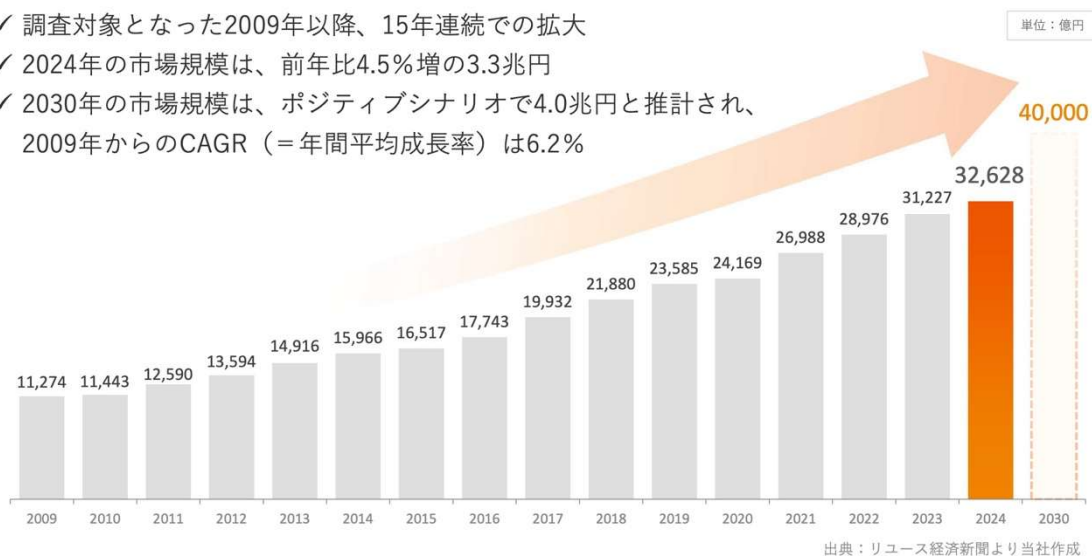
証券コード：3135

22

創業以来の売上高の推移です。今期の構造転換を迎えたあと、売上高 300 億円をしっかりと通過してまいり、今後 500 億円、1,000 億円としっかりと業容拡大してまいりたいと考えています。

当社の市場認識①：リユース市場の拡大

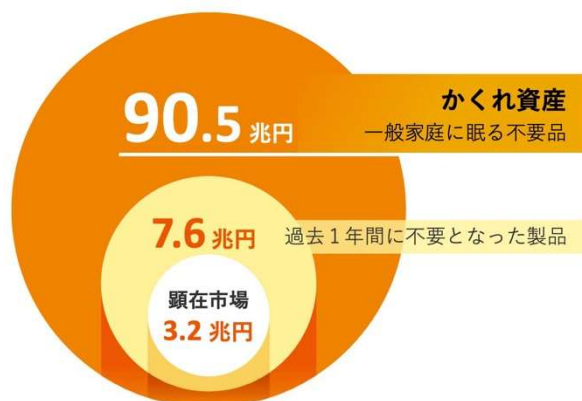
- ✓ 調査対象となった2009年以降、15年連続での拡大
- ✓ 2024年の市場規模は、前年比4.5%増の3.3兆円
- ✓ 2030年の市場規模は、ポジティブシナリオで4.0兆円と推計され、2009年からのCAGR（＝年間平均成長率）は6.2%



ここからは、セグメント別の事業概況についてご説明します。まずは、ネット型リユースについてです。リユースの市場規模は、先ほども申し上げたとおり、しっかりと年々成長を続けており、2030年には4兆円と推計されています。

✓ 「かくれ資産」は約90.5兆円。「かくれ資産」の70%は40代以上のミドル～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



※メルカリ 2025年版日本の家庭に眠る“かくれ資産”調査プレスリリース (2025年11月) 及び総務省統計局人口推計 (2024年10月現在) を元に当社作成

また、かくれ資産といわれている、自宅に眠るこの不用品は非常に多くあります。年齢を重ねた方のほうがより多くの商材を持っているということで、ご自宅に眠っているこのかくれ資産をどう掘り起こしていくかが、リユースマーケット全体としても主要な課題です。

先ほども申し上げたので少し割愛しますが、政府としてもリユース等のロードマップを発表し、国策としてもリユースが重点的になってまいりました。

ネット型リユース事業 2026年6月期 第4四半期実績



- ✓ 売 上 高：32億66百万円（前年同期比△ 8.5%）
- ✓ 売 上 総 利 益：13億42百万円（前年同期比△ 3.9%）
- ✓ セグメント利益：4億38百万円（前年同期比 +71.6%※）

高単価の農機具・自動車の減収影響があったものの、販管費改善が進みセグメント増益

（※決算処理による販管費振替を考慮しない場合の4Qセグメント利益はYoY+30.5%）

(単位：百万円)		1Q		2Q		3Q		4Q		計		
売上高	2025.6期	ネット型リユース	2,858	(-)	3,174	(-)	3,120	(-)	3,568	(-)	12,721	(-)
		個人向けリユース	2,788	(-)	3,096	(-)	3,025	(-)	3,476	(-)	12,386	(-)
		おいくら	70	(-)	77	(-)	94	(-)	92	(-)	335	(-)
	2026.6期	ネット型リユース	3,101	(108.5%)	3,456	(108.9%)	3,358	(107.6%)	3,266	(91.5%)	13,183	(103.6%)
		個人向けリユース	3,008	(107.9%)	3,369	(108.8%)	3,264	(107.9%)	3,164	(91.0%)	12,806	(103.4%)
		おいくら	93	(131.5%)	87	(112.4%)	94	(99.7%)	101	(110.5%)	376	(112.3%)

※括弧内は前年同期比

その中で弊社のネット型リユースの第4四半期の実績です。売上高としては32億6,600万円、売上総利益は13億4,200万円、セグメント利益は4億3,800万円となっており、高価格な農機具、自動車の取り扱いは、しっかりと利益貢献するものに絞った結果少し取り扱いが減りました。

一方で、個人向けのリユースの領域が、しっかりと稼ぎ頭としての幅が広がったことと、販管費の改善も進みましたので、全体としてはセグメント利益が大幅に改善した状況で推移しています。

(参考) セグメント情報 | 2026年6月期 通期実績 (ハイライト)

(単位：百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
2025.6期	売上高	5,492 (-)	5,983 (-)	6,288 (-)	7,008 (-)	24,771 (-)
	ネット型リユース	2,858 (-)	3,174 (-)	3,119 (-)	3,568 (-)	12,721 (-)
	モバイル	2,584 (-)	2,766 (-)	3,124 (-)	3,403 (-)	11,877 (-)
	その他	49 (-)	42 (-)	44 (-)	36 (-)	172 (-)
	営業利益 (△は損失)	69 (-)	180 (-)	224 (-)	151 (-)	625 (-)
	ネット型リユース	226 (-)	252 (-)	311 (-)	256 (-)	1,046 (-)
	モバイル	197 (-)	213 (-)	161 (-)	284 (-)	858 (-)
2026.6期	売上高	6,334 (115.3%)	6,631 (110.8%)	6,479 (103.0%)	6,784 (96.8%)	26,230 (105.9%)
	ネット型リユース	3,101 (108.5%)	3,456 (108.9%)	3,358 (107.6%)	3,266 (91.5%)	13,183 (103.6%)
	モバイル	3,203 (124.0%)	3,148 (113.8%)	3,097 (99.2%)	3,503 (102.9%)	12,953 (109.1%)
	その他	28 (58.2%)	26 (63.0%)	23 (53.4%)	15 (42.9%)	94 (54.6%)
	営業利益 (△は損失)	△ 80 (-)	△ 12 (-)	169 (75.6%)	△ 5 (-)	72 (11.6%)
	ネット型リユース	167 (74.1%)	351 (139.5%)	395 (127.0%)	438 (171.6%)	1,353 (129.4%)
	モバイル	△ 50 (-)	△ 135 (-)	△ 24 (-)	△ 149 (-)	△ 360 (-)
	その他	△ 4 (-)	△ 6 (-)	△ 6 (-)	△ 2 (-)	△ 19 (-)
	調整額	△ 192 (-)	△ 221 (-)	△ 193 (-)	△ 292 (-)	△ 900 (-)

※括弧内は前年同期比

通期で見ますと、連結売上高が前期比 105.9% に対して、営業利益に関しては通期で 129.4% と 29.4% 利益が改善した、利益が増加した状況で進んでいます。

個人向けリユース①：重点戦略

- ✓ デジタルマーケティングの強みを活かし、年間約48万件の買取依頼を獲得
- ✓ 能力増強したコンタクトセンター（CC）でのスコアリングにより、買取適格案件を掘り起こし
- ✓ CCとDXの組合せにより、もっとも効率的な買取チャネル（出張/宅配/店頭）にて買い取り



弊社の個人向けリユースの重点的施策です。デジタルマーケティングの強みを活かし、年間48万件という非常に多くの買取依頼をいただいています。

コンタクトセンターを介し、しっかりDXを組み合わせ顧客のスコアリングをし、出張、宅配、店頭それぞれで効率的な買取チャネルの歯車が噛み合っている状況で、利益率の向上や収益の改善がなされています。

個人向けリユース②：2026年6月期 第4四半期実績



- ✓ 売上高：31億64百万円（前年同期比△9.0%）
 ✓ 粗利益：12億40百万円（前年同期比△5.2%）
- 個人向け商材：在庫の適正化を進め増収増益
 農機具：内需シフトを進めており減収減益
 自動車：中東情勢の影響で海外需要鈍く減収減益

(単位：百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
2025.6 期	売上高	2,788 (-)	3,096 (-)	3,025 (-)	3,476 (-)	12,386 (-)
	個人向け商材	1,930 (-)	1,960 (-)	1,911 (-)	2,219 (-)	8,022 (-)
	中古農機具	570 (-)	751 (-)	679 (-)	837 (-)	2,838 (-)
	中古自動車	258 (-)	357 (-)	399 (-)	385 (-)	1,401 (-)
	粗利額	1,147 (-)	1,151 (-)	1,165 (-)	1,308 (-)	4,772 (-)
	粗利率	41.1% (-)	37.2% (-)	38.5% (-)	37.6% (-)	38.5% (-)
2026.6 期	[参考:個人向け商材]	[49.6%] (-)	[47.4%] (-)	[48.4%] (-)	[47.3%] (-)	[48.1%] (-)
	売上高	3,008 (107.9%)	3,369 (108.8%)	3,264 (107.9%)	3,164 (91.0%)	12,806 (103.4%)
	個人向け商材	2,091 (108.3%)	2,327 (118.7%)	2,360 (123.5%)	2,319 (104.5%)	9,099 (113.4%)
	中古農機具	573 (100.6%)	689 (91.8%)	534 (78.7%)	593 (70.9%)	2,392 (84.3%)
	中古自動車	306 (118.5%)	298 (83.5%)	336 (84.2%)	236 (61.5%)	1,178 (84.1%)
	粗利額	1,167 (101.8%)	1,322 (114.9%)	1,416 (121.5%)	1,240 (94.8%)	5,146 (107.9%)
	粗利率	38.8% (△2.3p)	39.3% (+2.1p)	43.4% (+4.8p)	39.2% (+1.6p)	40.2% (+1.7p)
	[参考:個人向け商材]	[45.2%] (△4.4p)	[46.1%] (△1.3p)	[50.3%] (+1.8p)	[45.3%] (△1.9p)	[46.8%] (△1.3p)

※1 内訳にその他売上（旧メディア事業からの移管分）は含めていないため、内訳計は売上計と一致しません。

※2 括弧内は前年同期比

証券コード：3135

32

こちらが、個人向けリユースの四半期別の実績です。個人向け商材は、在庫の適正化を進め、増収増益となっています。

先ほども申し上げたとおり、農機具、自動車の取り扱いが少し減り、しっかりと稼げる商材に担保しながら進んだことで、全体の体質の改善が進んでいる状況です。

個人向けリユース③：当期のアクション概要（個人向け商材）



AI活用範囲の拡大

出品作業のDX化

商品写真の撮影・編集など出品作業をDX化。現在二次フェーズとして、AIを活用した商品情報の生成を試行中

スマート買取の運用範囲拡大

スマート買取（買取依頼～買取までのプロセス自動化）で対応可能な商材カテゴリを拡大

ボイスボットの稼働開始

営業通話をAIで要約・可視化。標準的な応答アクションとの差分を解析し、顧客対応時のサービス品質の向上を図る

新規業務提携（5社）

三井不動産レジデンシャル (出張買取)	Azoop (車両売買)	エアークローゼット (宅配買取)	東海東京証券 (優待サービス)	横浜銀行 (出張買取 + 不用品処分)
マーケットエンタープライズが三井不動産レジデンシャルと業務提携契約を締結 ～マンション内での出張買取サービスを本格展開。関西での実証も～ 株式会社マーケットエンタープライズは、三井不動産レジデンシャルと業務提携契約を締結し、関西圏のマンション内での出張買取サービスを本格展開します。また、関西圏のマンション内での出張買取サービスの実証も進めています。 ME MARKET ENTERPRISE 三井不動産レジデンシャル	Azoop がマーケットエンタープライズと業務提携契約を締結 ～トラック買取の専門性を強化し、顧客満足度向上とリユース促進へ～ 株式会社 Azoop は、株式会社マーケットエンタープライズと業務提携契約を締結し、トラック買取の専門性を強化し、顧客満足度向上とリユース促進を図ります。 ME MARKET ENTERPRISE Azoop	マーケットエンタープライズとエアークローゼットが業務提携。宅配買取「エアクロ買取」を4月開始 ～不要品買取とファッショングッズの連携で、クローゼット問題を解決～ 株式会社マーケットエンタープライズは、株式会社エアークローゼットと業務提携契約を締結し、宅配買取「エアクロ買取」を開始します。また、不要品買取とファッショングッズの連携で、クローゼット問題を解決します。 ME MARKET ENTERPRISE airCloset	マーケットエンタープライズが東海東京証券のマスアフルイベント向けサイトとサービス連携 ～「フレールシエル」会員に不要品買取の優待サービスを実施～ 株式会社マーケットエンタープライズは、東海東京証券のマスアフルイベント向けサイトとサービス連携し、「フレールシエル」会員に不要品買取の優待サービスを実施します。 ME MARKET ENTERPRISE 東海東京証券	マーケットエンタープライズと横浜銀行が連携。 生前整理・遺品整理のワンストップ買取を開始 ～不要品の査定から廃棄処分までを一気通貫でサポート～ 株式会社マーケットエンタープライズは、横浜銀行と連携し、生前整理・遺品整理のワンストップ買取を開始します。また、不要品の査定から廃棄処分までを一気通貫でサポートします。 ME MARKET ENTERPRISE 横浜銀行

証券コード：3135

33

また、当期のアクションの概要として、個人向け商材としては、AIの活用範囲の拡大が引き続き進んでまいりました。

新規の業務提携も進んでいます。三井不動産レジデンシャル様の高級マンションでの出張買取、また Azoop 様と中古トラックの売買に関する提携、エアークローゼット様と宅配買取に関する提携、東海東京証券様と富裕層向けの優待サービスとしての提携、横浜銀行様と富裕層向けの空き家対策としての出張買取、不用品処分の提携、そんな取り組みが進んでいます。

「Yahoo!オークション Best Store Awards 2025」総合賞第1位獲得



ベストストアアワード2025	
総合賞 第1位	
カメラ部門	第1位
PC部門	第1位
家電・AV部門	第3位
楽器・器材部門	第3位

- ✓ 「Yahoo! オークション Best Store Awards 2025」において、「PC部門」以下計4部門で部門賞を受賞し、約2万ストアの中から総合賞第1位に選出。
当社が総合賞第1位に選出されるのは、2年連続5度目。

（*LINE ヤフー社のeコマース取扱高におけるリユースの成長率は）
FY25においてYoY+14.0%

引き続き、この個人向け商材については、日本におけるネットオークションでナンバーワンのYahoo!オークションを中心に販売を進め、その中でも日本で1番商品を販売しているのが弊社と、高回転の状況が進んでいます。パソコンなど、表記四つの部門で部門賞を受賞し、総合賞1位を受賞している状況です。

LINE ヤフー社のeコマースにおけるリユース成長率も14%増で、Yahoo!オークション全体としても取扱高が伸びている状況です。

個人向けリユース⑤：買取依頼総数推移

- ✓ AI活用によるCCのクロージング能力向上により買取率が上昇。4Q買取件数は合計25,000件超え(詳細次頁)
- ✓ 大型商材（農機具・自動車）の取扱高減少により粗利減益も、販管費の改善進みセグメント利益は増益



証券コード：3135

35

買取依頼数の推移です。AI活用も進み、コンタクトセンターのクロージング能力の向上により買取率が上昇しており、4クォーターの買取件数は合計2万5,000件を超えている状況になってきています。

大型商材の取り扱い減少により粗利減益も、販管費の改善が進んで、セグメント利益は増益という形で進捗している状況です。

個人向けリユース⑥：チャネル別買取件数推移



顧客分析作業の深化により買取チャネルの最適化が進捗。
出張買取・宅配買取を中心に個人向け商材の買取単価が上昇



※ 中古農機具・中古自動車は出張買取に計上しております。

証券コード：3135

36

こちらが、出張、宅配、店頭のチャネル別の買取件数の推移です。顧客分析の作業の深化が進み、チャネル振り分けの最適化が進捗しています。

出張に行くべきものはしっかり出張に行き、宅配または店頭にお持ち込みいただくべきものに関してはしっかり店頭にお持ち込みいただくことで出張と宅配の単価は上がり、店頭の単価は下がっているのですが、この最適化がしっかり進んでいくことにより利益率の改善が進んでいる状況です。

店舗が伸びていることに関しては、しっかりと新宿店のオープンも含め需要を取り込んでまいりたいと考えています。

個人向けリユース⑦：在庫状況

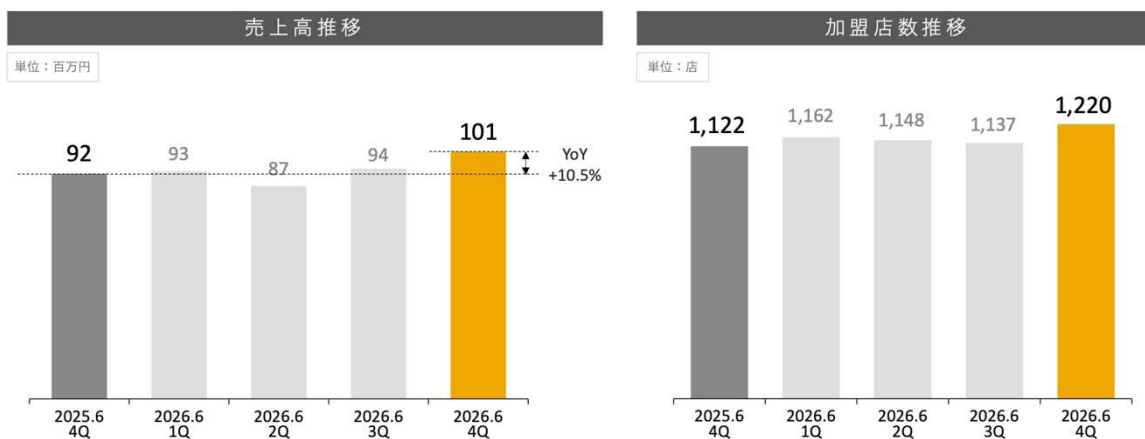
主力の個人向け商材については、フレッシュな在庫状態を維持しつつ、高回転を維持。
中古農機具は買取需要期(春期)を迎え仕入高が純増



こちらが、在庫状況です。しっかりとフレッシュな在庫を維持しながら、高回転を継続している状況で進捗しています。

おいくら①：売上高および加盟店数推移

- ✓ 売上高：加盟店売上の増加により前年同期比+10.5%
- ✓ 利益：堅調な売上と、自治体連携拡大による依頼獲得コストの低下により、損益分岐超えつづく
(参考：当期4Qセグメント利益率・62.5%)
- ✓ 加盟店数：リユース需要期を経過し、契約リードタイムが早期化。前年同期比で+98店の増



証券コード：3135

39

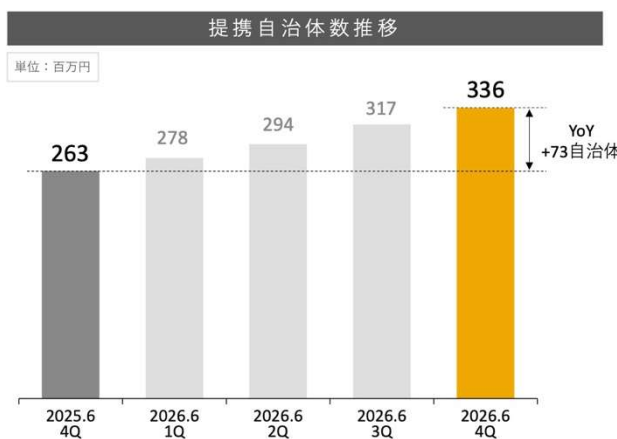
続けて、おいくら事業の売上高および加盟店の推移です。売上高においては順調に推移し、前年同期比 10.5% 増と増加傾向です。加盟店においても 1,220 店舗と継続的に増えている状況です。

利益に関しては、堅調な売上と自治体連携拡大による依頼獲得コストの低下により、損益分岐超えが続いています。

加盟店数に関しては、リユースの需要期を経過し契約リードタイムが早期化し、前年同期比で 98 店の増で推移しています。

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。当期末時点で336自治体と連携
(※当期における「おいくら」Web買取依頼数 16,000件/月のうち、6割弱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 49.7% となり、総人口の 5割カバーが目前



主な連携実績 (4Q)

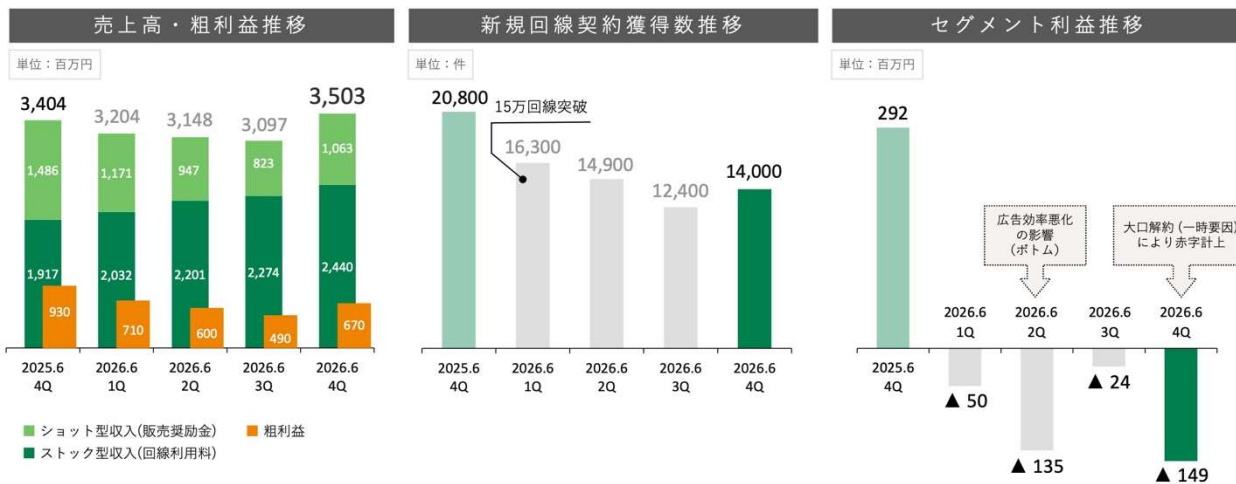
- 2026年5月  品川区
東京23区では13特別区目 (人口41万人)
- 2026年5月  中野区
東京23区では14特別区目 (人口34万人)
- 2026年5月  仙台市
100万都市 (東京都除く) では10都市目
(人口106万人)

自治体連携も、1年前と比べると 73 自治体と連携が増えており、非常に多くの自治体との連携が進んでいます。

人口カバー率においても 49.7% となり、総人口の 5 割のカバーが目前となってきています。直近でも品川区、中野区、仙台市と、人口の多い自治体様との連携が継続的に進んでいる状況です。

モバイル通信事業：四半期別業績推移

- ✓ 売上 高：広告効率はコントロールを取り戻し新規回線契約獲得数は回復するも、
期末にかけ大口の解約が発生し、ショット型収入の実績値が計画対比で下振れ
- ✓ 利 益：結果、契約獲得に要した広告宣伝費等のコスト回収が図れずセグメント損失を計上



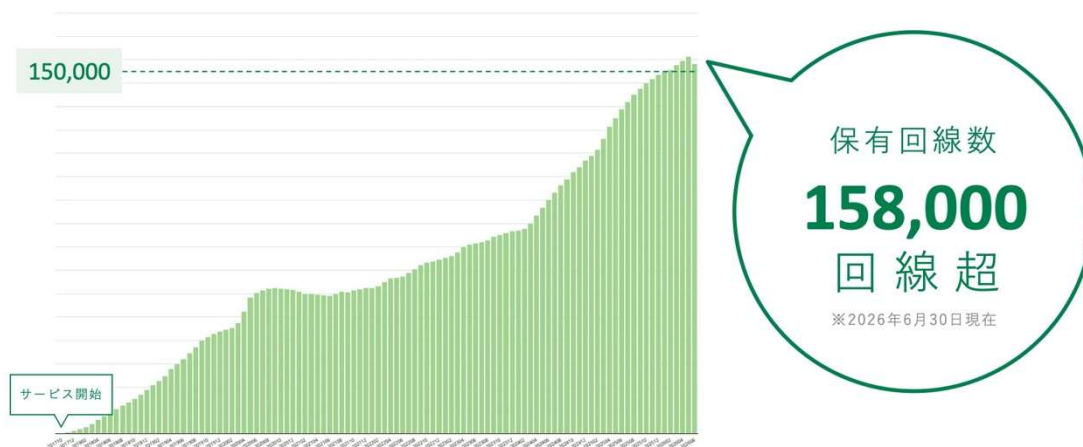
証券コード：3135

42

モバイル通信事業の四半期別業績推移です。売上高は、広告効率についてはコントロールを取り戻し新規回線契約獲得数は回復しましたが、期末にかけて大口の解約が発生し、ショット型収入の実績値が計画対比で下振れしてしまった状況です。

利益においては、結果、契約獲得に要した広告宣伝費等のコスト回収が図れず、セグメント損失を計上する結果となりました。

保有回線数の積み上げにより、
ストック収入を中心とした事業基盤の安定化を進める



保有回線数の積み上げにより期末回線数は15万8,000回線ですので、来期においてはストック型収入を中心とした事業基盤への安定化を図ってまいりたいと考えています。

リユース事業は順調。一方、モバイル事業の損益悪化の影響大きく 増収減益

(単位：百万円)	2025.6 通期	2026.6 通期	増減	前期比
売上高	24,771	26,230	1,458	105.9%
売上総利益	8,532 (34.4%)	8,082 (30.8%)	△ 450	94.7%
営業利益	625 (2.5%)	72 (0.3%) (参考：株主優待費用 △143)	△ 553	11.6%
経常利益	684 (2.8%) (参考：デリバティブ解約益 +143)	35 (0.1%)	△ 649	5.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (△は損失)	484 (2.0%)	△ 76 (-)	△ 561	—

※括弧内は利益率

連結業績のまとめです。こちらに関しては、今村から詳しく説明させていただければと思います。

今村健一：今村です。私から財務3表について簡単にご説明します。

こちらは、P/Lです。先ほど小林のご説明にもありましたとおり、売上高は262億3,000万円で昨対比105.9%、売上総利益については80億8,200万円で昨対比94.7%、営業利益が7,200万円、経常利益が3,500万円となっています。

理由としては、モバイル通信事業の収益が悪化したところがあり、リユースで申し上げますと、累計で30%弱利益が成長したものの、モバイル通信事業の主に1クォーター、2クォーターの広告宣伝効率悪化や期末の大型解約発生がカバーできずにこういった形になっています。

✓ 個人向けリユース分野の当期商品回転率(※)は、22.8回転 (*業界最高水準)

(単位：百万円)	2025.6 4Q末	2026.6 4Q末	増減		2025.6 4Q末	2026.6 4Q末	増減
流動資産	5,031	4,779	△ 252	負債	4,324	4,162	△ 162
現金及び預金	1,710	1,477	△ 233	買掛金	887	949	61
売掛金	2,494	2,471	△ 23	短期有利子負債	2,125	2,012	△ 112
商品	561	618	56	未払金	509	373	△ 135
その他流動資産	264	212	△ 51	長期有利子負債	48	23	△ 25
固定資産	1,206	1,101	△ 104	その他負債	753	803	50
有形固定資産	312	283	△ 29	純資産	1,913	1,718	△ 194
無形固定資産	77	73	△ 4	負債純資産合計	6,238	5,881	△ 356
(うち、のれん)	(69)	(50)	△ 19				
投資その他の資産	816	744	△ 71				
資産合計	6,238	5,881	△ 357				

※ 商品回転率 = 商材売上高 ÷ リユース商品期末在庫高

証券コード：3135

46

続いて、B/Sにまいります。当期末の資産は、左側の下に出ている58億8,100万円、前期比で3億5,700万円ほど減少しています。

その内訳でいうと、流動資産が2億5,200万円のマイナス、こちらについては主に現預金のマイナスが大きいところになっています。

一方で、現預金の下2段目、商品が5,600万円ほど増えています。上にも書いてあるとおり、当社は22.8回転というぐらい、非常に商品回転率が高いところですので、この商品が期末時点において増えているところについては、主にネット型リユース事業において非常にいい傾向であると捉えています。

しっかり前期末よりも10%ほど在庫が増えた状態で期末を迎えられたというところで、今進行期、2027年6月期のスタートダッシュについてはしっかり底堅く推移している状況です。

固定資産については、主な減少要因が投資その他の資産のところになっています。こちらはご質問が多いところでしたのでお答えしますと、第2クォーター、第2四半期において繰延税金資産の取崩が発生した影響でここについては減少しているとご理解賜れればと思っています。

負債については、主な要因でいうと短期有利子負債が減っています。リユースを中心に回転率が高いビジネスですので、しっかりその在庫状況や足元の資金ニーズを見ながら、こちらについては圧縮を図っている状況です。

純資産についてはマイナス1億9,400万円となっていますが、こちらの主な要因は、期末における親会社株主に帰属する当期純損失の計上となっています。

以上が、B/Sのご説明です。

連結キャッシュ・フロー計算書



- ✓ 営業CF：税金等調整前当期純利益の減少（前年同期比△667百万円）により支出超過
- ✓ 投資CF：前期計上のデリバティブ解約益に関わる残金(保証金含む)の回収によりプラス計上
- ✓ 財務CF：資金効率の良いリユース事業の伸長により手許必要資金を適正化→短期借入金を圧縮

(単位：百万円)	2025.6 通期	2026.6 通期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	482	△ 105	△ 588
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 51	20	72
フリーキャッシュ・フロー	431	△ 84	△ 516
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 196	△ 159	37
現金及び現金同等物の期末残高	1,710	1,477	△ 233

証券コード：3135

47

財務3表、最後に連結キャッシュ・フローのご説明です。こちらについては、上の3段テキスト書きしているところが主な要因となっています。

営業キャッシュ・フローについては、税前利益が減少したところが主な減少要因です。

投資キャッシュ・フローについては、前期にデリバティブ解約益があり、その影響で投資キャッシュ・フローの保証金の戻り等が当期に発生したところで、こちらはプラスの計上となっています。

財務キャッシュ・フローについては、先ほどB/Sのところで資金効率をしっかりと高めていきながら手元資金の適正化を図り、短期借入金を圧縮したところですので、こういった形になっています。

1番最後の現預金の期末残高は14億7,700万円と、去年から2億3,300万円ほど減ってはいますが、しっかりと資金効率の向上と、手元資金については今潤沢な水準となっています。

当期については、しっかりとさまざまなセグメント別の戦略を実行しながら利益を底堅く出していくことにより、財務体質についても強化を図ってまいりたいと思っていますので、引き続きよろしくお願い申し上げます。

私からは以上です。

小林泰士：ここからはAppendixですので、事業の詳細やデータをご覧いただければと思います。全体として好調のネット型リユース、個人向けを含め拡大成長を遂げていくところと、モバイル通信でしっかりと構造転換を図り、今進行期の成長、これからにつなげてまいれればと思っています。

ご清聴いただきましてありがとうございました。