

|| 企業調査レポート ||

## マーケットエンタープライズ

3135 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2020年10月6日(火)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

## 目次

<b>■ 要約</b>	<b>01</b>
1. 買取も販売もインターネット上で完結するネット型リユース事業	01
2. 強みを生かして成長ステージをステップアップ	01
3. 2020年6月期は業績好調で大幅増益	01
4. 高成長継続で中期目標の経常利益10億円を前倒し達成へ	02
<b>■ 事業概要</b>	<b>03</b>
1. 会社概要と沿革	03
2. ネット型リユース事業	04
3. メディア事業	05
4. モバイル通信事業	06
<b>■ 事業領域の拡大</b>	<b>07</b>
1. 事業構造上の特徴	07
2. 同社に内在する強み	08
3. 成長ステージ	09
4. 農機具に関する戦略	10
5. 「おいくら」に関する戦略	11
<b>■ 業績動向</b>	<b>13</b>
1. 2020年6月期の業績	13
2. セグメント別業績動向	14
3. 財務分析	16
<b>■ 今後の見通し</b>	<b>17</b>
1. 2021年6月期業績見通し	17
2. ネット型リユース事業の市場	18
3. 中期成長イメージ	18
<b>■ 株主還元</b>	<b>19</b>

## ■ 要約

### コロナ禍で高成長を続けるネット型リユース企業

#### 1. 買取も販売もインターネット上で完結するネット型リユース事業

マーケットエンタープライズ<3135>はネット型リユース事業を中核とした企業で、「高く売れるドットコム」を中心に30カテゴリーの自社買取サイトを運営している。自社サイトなどを通じた買取依頼が月間約4万件あり、買い取った商材は、全国10拠点のリユースセンターで検品しECサイトで販売される。販売は、自社サイト「ReRe」や「ヤフオク!」などインターネットを活用したECサイトで行われ、在庫回転数は年間10.3回転とリユース事業としては非常に速い。平均販売単価は3.2万円と比較的高額で、家電、楽器やパソコンなど個人向け商材ばかりでなく戦略分野として農機具や建設機械、医療機器など法人向け大型商材も取り扱っている。足元ではメディア事業とモバイル通信事業が急速に成長している。リユースプラットフォーム「おいくら」の運営なども進めており、事業買取や他社とのアライアンスなどにも積極的である。

#### 2. 強みを生かして成長ステージをステップアップ

リアルなリユース店に対する同社の優位性は、ネット型のためローコストで広い商圏を持つことから売買のマッチングが効率的なことにある。フリマアプリなど個人間取引に対しては、取引主体が上場企業であることによる信頼感や高効率のロジスティクスなど数多い。こうした優位性の源は、ネットにおける専門性とリユース流通における仕組みにあると考えられるが、その背景にWeb集客力、ECノウハウの蓄積、システム開発力という会社設立以来同社が培ってきた強みがある。同社はこうした強みを生かし、成長のステージをステップアップするため、自社買取自社販売の自社完結モデルから他社を巻き込んだパートナー共創モデルへと業容を進化させようとしている。その中で特に2021年6月期、農機具は買取・販売と輸出、「おいくら」は買取依頼数の強化とマッチング精度の改善に取り組む計画である。

#### 3. 2020年6月期は業績好調で大幅増益

2020年6月期の業績は、売上高10,904百万円(前期比28.7%増)、営業利益655百万円(同45.0%増)となった。2020年に入って新型コロナウイルス感染症が発生・拡大し、インバウンド需要の減少や緊急事態宣言発令による外出自粛など、経済環境に大きな影響を与えた。しかし同社は、ネット型リユース事業では第4四半期に主に営業時間短縮の影響から一時的に買取依頼が減少するなど影響をうけたものの、メディア事業とモバイル通信事業で巣ごもり需要やテレワーク需要が追い風となり、計画を上回る実績となった。その一方で、主力のネット型リユース事業では事業買取など積極的な事業投資を継続しており、直近では、成長ステージのステップアップにつながる中古農機具の買取・販売・海外輸出の事業や中古農機具のマーケットプレイスの事業などを譲り受けた。

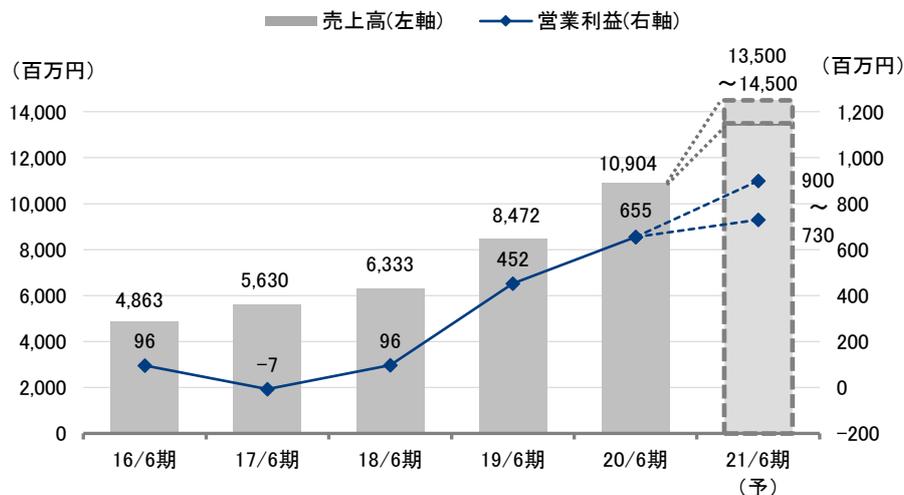
## 要約

**4. 高成長継続で中期目標の経常利益 10 億円を前倒し達成へ**

同社は 2021 年 6 月期業績見通しについて、売上高 13,500 ～ 14,500 百万円（前期比 23.8 ～ 33.0% 増）、営業利益 730 ～ 900 百万円（同 11.3 ～ 37.2% 増）を見込んでいる。新型コロナウイルス感染症による不確定要素が多いためレンジによる予想となった。しかし、農機具の買取や海外販売量の増加、「おいくら」の送客精度向上や送客量の増加などが見込まれることから、堅調な業績推移が見込まれる。今後も成長継続が予測されるリユース市場において、農機具の買取・販売・輸出や「おいくら」のマッチング率向上のための開発など積極的な成長戦略を継続する方針であることから、同社の中期成長性は高い状態を継続すると予想される。このため、同社が目標としている 2026 年 6 月期の経常利益 10 億円も、前倒して達成する可能性が高まったと言える。

**Key Points**

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響があるなか、2 ケタ成長を継続
- ・農機具と「おいくら」で成長のステージをステップアップ
- ・拡大するリユース市場で強みを発揮、中期目標の経常利益 10 億円前倒し達成へ

**業績推移**


出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### ネット型リユース事業を核にメディア事業、モバイル通信事業を展開

#### 1. 会社概要と沿革

同社は、ネット型リユース事業、メディア事業、モバイル通信事業の3事業を展開している。主力のネット型リユース事業は、個人向けリユースに加え、戦略分野として農機具や建設機械、医療機器などを扱う法人向けリユース、マッチングプラットフォームの「おいくら」で構成されている。メディア事業は、「賢い消費者」への情報提供を目的に、消費者の関心の高い通信関連、リユース関連、趣味関連の3つの分野で6つの記事型メディアの展開に加え、事業譲受によって農機具マーケットプレイス、修理業者情報のプラットフォームビジネスを行っている。モバイル通信事業では、無線高速通信サービスであるWiMAXのMVNOビジネスを展開している。なお、2020年6月期の売上高構成比（消去前）は、ネット型リユース事業59.5%、メディア事業6.2%、モバイル通信事業34.4%となっている。

同社は2006年の設立時よりリユース事業を展開、フリーマーケットの主催などを経て、2013年からネット型リユースに事業を特化した。その後、2015年6月の東証マザーズ上場を機に事業を多角化、2016年にモバイル通信事業、2018年にメディア事業を開始、売上高は創業以来拡大を続けている。そして2017年6月期～2018年6月期を戦略的投資期間とし、人員やリユースセンター2拠点の拡充、取扱商材のカテゴリー拡大、新規サービスのリリースなどに経営資源を集中したことが奏功し、2019年6月期には大きく利益を飛躍させた。さらに、2020年6月期には、中古農機具の国内買取・輸出事業やマーケットプレイスなどの事業を譲り受け、2021年6月期以降の更なる飛躍を目指している。

#### 事業ポートフォリオ



出所：決算説明会資料より掲載

## 事業概要

## 全国規模の買取・販売を背景に好採算・高回転

### 2. ネット型リユース事業

ネット型リユース事業では、主に個人から買い取った商材を、個人を中心に販売するという点で、日本全国に数多く存在している店舗型リサイクルショップと変わりがない。しかし、同社が他社と大きく異なっているのが、「インターネット特化型」という特徴である。同社は実店舗を持たず、自社が運営するサイトを通じて全国の不用品を売りたい方から買取依頼を受領し、同社のリユースセンターが出張・宅配・店頭で買取を行い商品化されたものを、複数 EC サイトで販売している。インターネットとリアルを融合した事業展開が持ち味である。

買取は、「高く売れるドットコム」と商材別の専門サイト（例、「農機具高く売れるドットコム」など）を通じて行っている。月間約 4 万件の買取依頼があり、買い取る商材は、インターネット上で販売しやすいことを前提に、家電などの一般消費財からニッチで競争の少ない好採算な商材と取扱いは幅広い。当初はフィギュアや電動工具など、比較的競合の少ない商材からスタートした。その後徐々にカテゴリーを広げ、楽器やカメラ、現在では大型でニッチな農機具や建設機械なども扱うようになり、カテゴリー数は 30 に達している。売り手は個人が大半だが、農機具、建設機械や医療機器などの法人向け大型商材では主に中小企業、農家など小規模事業者から買取を行っている。

販売は、自社 EC サイト「ReRe」のほか、「ヤフオク!」、「楽天市場」、「Amazon」など複数の EC（e コマース）サイトを通じて行なわれる。ちなみに同社は、メルカリ<4385>などネット型 CtoC（個人間取引）で扱うことが難しい、高い品質が求められる高単価商材や、販売にあたりデータ消去や品質保証など個人では対応が難しい工程が生じる商材を主に扱っており、特徴的な差別化要因となっている。

#### 買取パーティカルサイトの「高く売れるドットコム」



出所：決算説明会資料より掲載

## 事業概要

従来のリユースショップでは一般的に、在庫回転が低回転だと言われる。これは、売り手も買い手も店舗がある商圏を利用する人に限られるためだ。一方、売り手（「高く売れるドットコム」と買い手（ECサイト）を結ぶ同社のビジネスフローには、本査定前に概算買取価格を伝えることで売り手に安心感を与えるコンタクトセンター、全国10拠点で出張・宅配・店頭と利便性の高い3つの買取チャネル、効率的な在庫連動システムによって商品を管理する全国10拠点のリユースセンターといった特徴的な機能があるため、在庫回転率が高くなりやすい。仮に売れない商品でも、広域商圏のため価格を引き下げることによって売り切ることができ、在庫評価損もほとんど出ないようである。なお近年、農機具や建設機器、医療機器など「大型」「高額」でニッチな領域への展開や、売り手と全国約1,400店のリサイクルショップをマッチングするリユースプラットフォーム「おいくら」の運営など、法人向けのビジネスも拡大し始めた。

## ネット型リユース事業のビジネスフロー



出所：決算説明会資料より掲載

## グループ内シナジーの大きいメディア事業

### 3. メディア事業

メディア事業では、消費者の関心の高いリユース関連、通信関連、消費関連の3つの分野で6つのメディアと中古農機の売買や修理サービスのマッチングプラットフォームを展開している。メディアは、リユース関連分野では、買取や売却、処分がよく分かるリユースメディア「高く売れるドットコムマガジン」と不用品の処分やリサイクルを解説する「おいくらマガジン」、通信関連では、iPhoneやWi-Fi、WiMAXの情報メディア「iPhone格安SIM通信」と格安SIMカードの比較メディア「SIMCHANGE」、消費関連では、新しい趣味と出会うメディア「ビギナーズ」と全国のアウトレットモールの情報メディア「アウトレット・ジャパン」――を運営している。同社のメディアは、商品・サービスの比較記事をメインにした記事型メディアで、収益源は比較記事からの送客に伴う成果報酬である。自社のネット型リユース事業やモバイル通信事業へ送客するオウンドメディアとしての役割が大きい。現在は他社サービスへ向けて送客することで得られるアフィリエイト収入の比重のほうが高い。プラットフォームには「最安修理ドットコム」と「中古農機市場 UMM」がある。スマートフォン端末やパソコン、家電など様々なカテゴリーの修理業者と消費者をマッチングする「最安修理ドットコム」は、国内最大級の修理業者情報プラットフォームで、掲載店舗数800店舗、サポートコラム800本、クチコミ数11万件を超える規模がある。中古農機具の買取・販売プラットフォームである「中古農機市場 UMM」は、こちらも国内最大級の農機具マーケットプレイスで、全国の農機具店累計約700事業者と約4,500人の農家会員数を有し、総取引数約18,000件の豊富な取引実績を誇っている。

マーケットエンタープライズ  
3135 東証マザーズ

2020年10月6日(火)  
https://www.marketenterprise.co.jp/ir/

事業概要

同社メディア（「最安修理ドットコム」(左) / 「中古農機市場 UMM」(右)）



出所：各メディアホームページより掲載

## WiMAX 回線を分かりやすく 格安な料金体系で提供

### 4. モバイル通信事業

モバイル通信事業では、「カシモ（賢いモバイルの意味）」というブランドで展開、消費者に分かりやすく安価な料金体系で大容量通信を利用できる点が支持されている。日本は世界的に見て通信費の絶対額が高く、家計に占める割合も年々高まっている。このため、国民経済的に大きな問題となっており、その結果、通信料金の値下げを目的に、SIM ロック解除義務化や2年契約の違約金の引き下げなど制度改革が相次いだ。このため業界は価格競争が激しくなっているが、昨今のテレワークや巣ごもり需要増加の動きは同社のモバイル通信事業にとっては追い風になったと言える。なお、同社では、ネット型リユース事業を通じて価格競争力のある中古携帯端末を安定して調達できるところに強みがあるため、リユース端末と格安SIMサービスを組み合わせたサービス提供も行っていたが、格安SIMの普及が想定より遅れていることから、現在MEモバイルでは格安SIMの新規獲得は行っていない。

同社メディア（「カシモ WiMAX サイト」(左) / 「カシモ | 中古端末×格安SIM サイト」(右)）



端末検索

出所：各メディアホームページより掲載

## ■ 事業領域の拡大

### 自己完結したネット型リユースから生まれる強み

#### 1. 事業構造上の特徴

リアルなリユース店に対する同社の優位性は、買取と販売でインターネットを利用しているため、店舗家賃や店頭従業員などにコストがかからないこと、商圈範囲が広いいため効率よく売り手と買い手をマッチングできること、にある。一方、近年成長が注目されるフリマアプリなど CtoC プラットフォームに対しても強みを持つ。また、CtoC では取引相手や取引商材に対する不安（信用や動作不良や品質面など）や仲介機能に対する信頼が低いことから、数 100 円～数 1,000 円という低価格商材の取引が多くなるが、同社の場合は、品質や価格に対する安心感や安全性を背景に、利用者は高額品を売買しやすくなっている（同社の平均販売単価は 3.2 万円と高い）。

#### リユース関連上場企業

証券コード	企業名	事業内容	地盤	流通
4385	メルカリ	不用品売買を仲介するフリマアプリで国内最大手。海外進出もしている。	ネット	CtoC
7082	ジモティー	オンライン掲示板を運営。家具を中心の個人間取引を支援	ネット	CtoC
3179	シュッピン	専門価値高いカメラ、時計、筆記用具などをネットで買取・販売。	ネット・リアル	CtoBtoC
7685	BuySell Technologies	総合買取サービス。9割を古物市場やオークションで卸売。	ネット	CtoBtoB
3135	マーケットエンタープライズ	高額品リユース。販売はオークションサイト。動作保証など特徴。	ネット	CtoBtoC
9270	ブックオフグループホールディングス	店舗型総合リサイクルショップ国内最大手。	リアル	CtoBtoC
2674	ハードオフコーポレーション	家電や衣料などリサイクル全国チェーン。	リアル	CtoBtoC
3093	トレジャー・ファクトリー	店舗型総合リサイクルショップ。衣料品専門の店も展開。	リアル	CtoBtoC
2780	コメ兵	ブランド品、宝飾品、衣料品の中古品販売。	リアル	CtoBtoC
9270	パリュエンスホールディングス	ブランド品買取店「なんぼや」展開、主に販売は法人向けオークション。	リアル	CtoBtoB

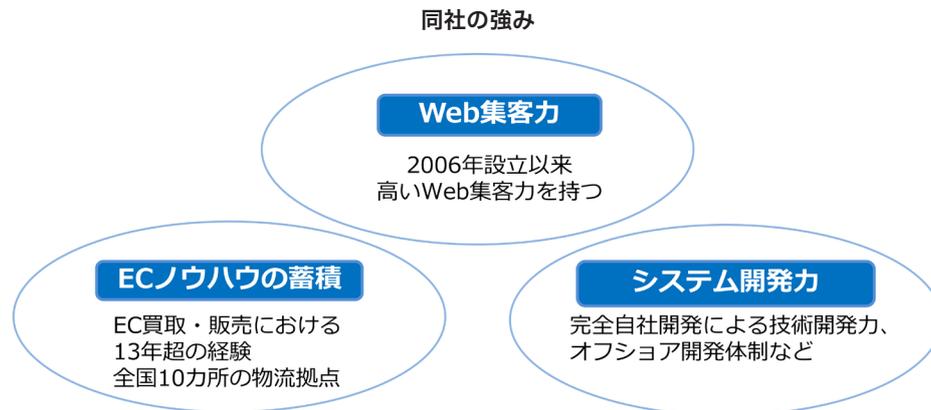
出所：各社ホームページ等よりフィスコ作成

## Web 集客力、EC ノウハウの蓄積、システム開発力

### 2. 同社に内在する強み

こうした外部に対する特徴は、ネットにおける専門性とリユース流通における構造にあると考えられる。そしてその背景には Web 集客力、EC ノウハウの蓄積、システム開発力という、同社が設立以来培ってきた強みがあると考えられる。Web 集客力は、2006 年の設立時から Web マーケティングを重視、メディアの集客を強化するリスティングや SEO も自社内で行ってきており、そうしたノウハウが同社に蓄積されている。

自社で完結したシステム開発力も強みである。同社の個品在庫管理システムや査定データベースの安定性も、充実した業務マニュアルによる標準化されたオペレーションも、自社構築だから可能と言える。このほか、上場企業としての信頼感と取引の安全性、独自配送ネットワークなども同社の強みと言えるだろう。こうした強みは、競合するリユース店ばかりでなく、新品を販売する業者に対してさえ強みとなっており、だからこそヤフー（Zホールディングス <4689>）や Amazon（アマゾン・ドット・コム <AMZN>）といった EC プラットフォーマーの信頼を得て、そうした企業との業務提携に結び付いたと考えられる。



出所：決算説明会資料より掲載

## 強みを背景に成長ステージをステップアップ

### 3. 成長ステージ

こうした強みをより一層生かすため、同社は事業ドメインの拡大を図っており、これまで様々な事業を譲り受けてきた。その結果、自社買取自社販売を中心とした自社完結モデルから、国内外の法人パートナーとともに協創するモデルへと業容を拡大させつつある。そして、公正で安全な取引プラットフォーム（取引市場）の構築、インターネットメディアを介し認知度向上や販促支援を進めるデジタル集客支援の強化、安価かつ安全なネットインフラ環境の拡張などにより、小規模事業主や法人に対して DX（デジタルトランスフォーメーション）の実現を支援するサービスを展開する計画である。同社にとって成長のステージを大きくステップアップすることになるかもしれない計画と言える。

ドメイン拡大に向けた最近の成長投資

年月	機能	名称	内容
2019年1月	メディア	OUTLET JAPAN	国内最大級アウトレットモール情報メディア「OUTLET JAPAN」を事業譲受。
2019年2月	プラットフォーム	おいくら	リユースマッチングプラットフォーム「おいくら」を承継。
2019年8月	メディア	SIMCHANGE	格安 SIM・スマートフォンに関する情報サイト「SIMCHANGE」の運営事業を譲受。
2020年2月	プラットフォーム	最安修理ドットコム	国内最大級の修理業者情報プラットフォーム「最安修理ドットコム」を譲受。
2020年4月	農機具	(株)ME トレーディング	ME トレーディングが中古農機具の買取・販売・海外輸出等の事業を譲受。
2020年5月	新会社設立 (システム開発)	MARKETENTERPRISE VIETNAM CO., LTD.	優秀な現地 IT エンジニアの採用などオフショア開発の中核拠点として設立。
2020年5月	プラットフォーム	(株)UMM	UMM が中古農機具ネット売買「JUM 全国中古農機市場 (UMM に改称)」を事業譲受。

出所：会社リリース、決算説明会資料よりフィスコ作成

ステップアップの結果として、国内外の法人パートナーと共同で送客支援やマーケットプレイスなど買取・販売の周辺サービスを強化するなど、法人パートナーとの共創モデルへの進化を目指している。具体的なターゲットとして、日本に眠っている農機具などの大型機器を国内外に循環させることや、リユース中小企業を DX などの面で支援していく方針である。こうした戦略は同社のビジネスチャンスを拡大するだけにとどまらず、国連が推進する SDGs（持続可能な開発目標）にも合致しており、同社が目指している「持続可能な社会を目指す最適化商社」に大きく近づくことになる。なお、足元の動きを見ると、2020年6月期は新型コロナウイルス感染症の拡大もあってメディア事業とモバイル通信事業が大きく伸びたが、2021年6月期は機能面の向上が進んだ主力のネット型リユース事業において、後に詳述するが、農機具領域の買取・販売とマッチングプラットフォーム「おいくら」を中心に成長を図る考えだ。

## 事業領域の拡大

## 2020年6月期～2021年6月期の成長ステージ



出所：決算説明会資料より掲載

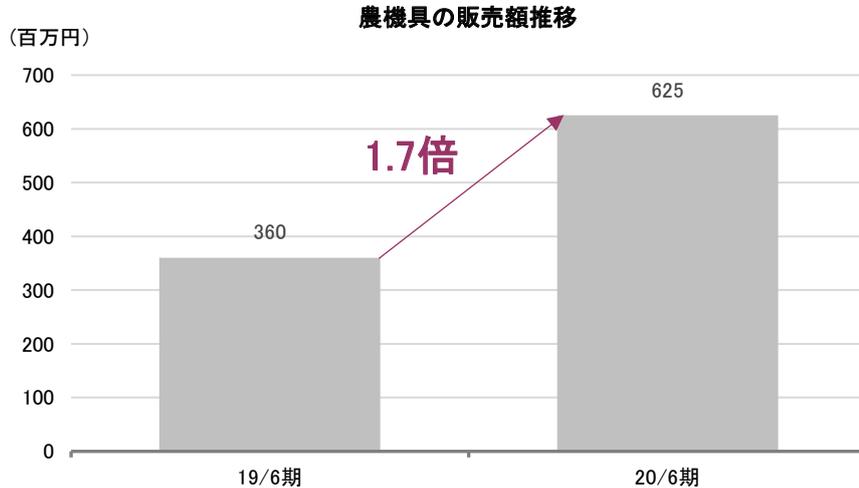
## 未整備の国内中古農機具市場で最大級のネットワークを形成へ

### 4. 農機具に関する戦略

2017年に開始した農機具の買取・販売が足元で大きく育ってきた。2020年6月期中古農機具買取販売は前期比で1.7倍となり、商材別売上高構成比12%（前期は7%）まで成長した。同社はさらなる成長を目指し、2件の事業譲受を実施。2020年4月に（株）MEトレーディングを設立し、中古農機具の海外輸出を行う（株）旺方トレーディングより農機具事業を譲受したのである。旺方トレーディングは、販売実績80ヶ国を誇る国内最大級の農機具貿易商社であることに加え、農機具のメンテナンス・修理エンジニアが多数在籍している。また、2020年5月に（株）UMMを設立し、（株）アグリステージよりインターネットで中古農機具を売買する「JUM全国中古農機市場（後にUMMに改称）」を譲り受けたことも成長を押し上げることになる。JUMは流通総額12億円、累計登録726事業者、農家会員数4,849名を有する国内第3位の中古農機具マーケットプレイスである。

2社の事業譲受により、従来「高く売れるドットコム」で農家から買い取り、「ヤフオク！」など他社ECで販売するだけだった中古農機具だが、買取面で農機具店、販売面では輸出と自社マーケットプレイスと新たな流通ルートと流通量を獲得したことで、未整備の国内中古農機具市場において、国内最大級の農機具買取ネットワークを構築することになった。これを弾みに今後は、農家や農機具店からの買取を増やすとともに、輸出処理能力の向上や海外パートナーの開拓を強化することで、輸出の拡大に努める方針だ。現在は自社マーケットプレイスのシステム改修や認知度向上など基盤構築を優先する段階だが、将来的には越境ECの仕組みも構築する考えである。

## 事業領域の拡大



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 農機具関連の新規設立2社

	(株)ME トレーディング	(株)UMM
事業内容	中古農機具の買取代行、国内外での販売・輸出代行	農機具を中心とした古物のマーケットプレイス運営
インフラ	鳥取県鳥取市と栃木県小山市に2拠点	マーケットプレイス「UMM 中古農機市場」
特徴	販売構成比は国内30%、海外70%（販売国80カ国）、買取先企業200社、越境EC機能も併せ持つ	流通金額12億円、累計登録726事業者、農家会員数4,849名

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 全国のリサイクルショップが加盟する リユースプラットフォーム「おいくら」

### 5. 「おいくら」に関する戦略

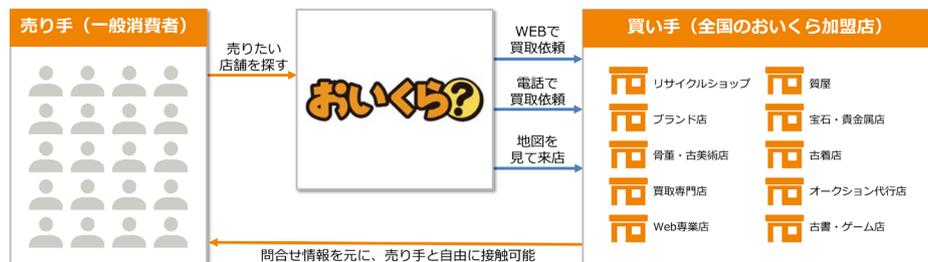
2019年2月に事業継承した「おいくら」事業がいよいよ本格化してきた。「おいくら」は、全国リサイクルショップの集客支援プラットフォームである。「おいくら」を通じて、一般消費者である売り手は電話の問い合わせや買取査定（最大20店の買取価格を一括比較可能）で売りたいショップを探し、加盟ショップは問い合わせ情報をもとに売り手と接触して買い取ることができる、マッチングサービスになっている。売り手にとっては買取のチャンスが広がり、加盟ショップにとっては買取案件の確保というメリットがあるが、同社にも、運営するだけでなく、買取を依頼されたものの同社が扱づらい商材を「おいくら」に流通させることができるというメリットがある。

マーケットエンタープライズ | 2020年10月6日(火)  
 3135 東証マザーズ | <https://www.marketenterprise.co.jp/ir/>

事業領域の拡大

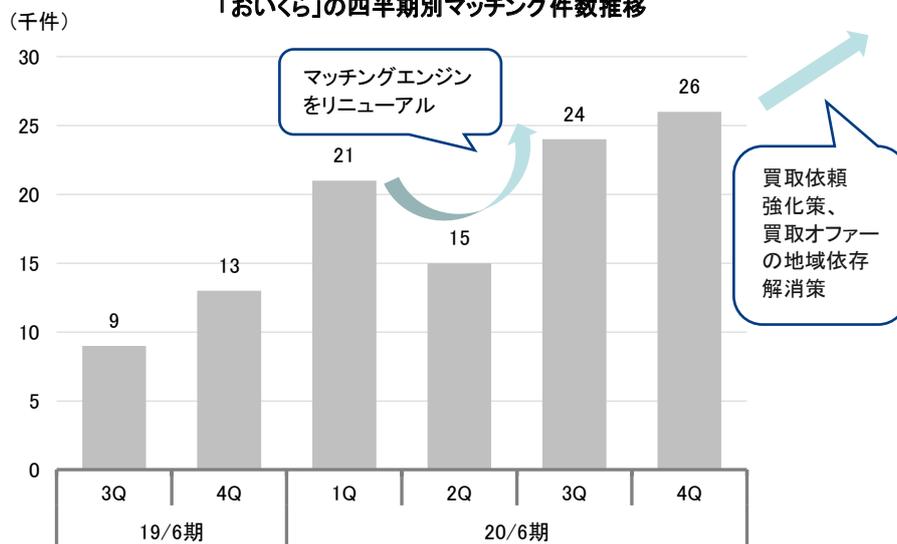
しかし、これまで買取意欲の強い加盟店に送客されない、加盟店サイドで使い方がよく分からないといった課題があった。これを受けて2019年秋にシステムをリニューアルし、エリアを考慮したマッチングロジックへの改修や加盟店サポートチームの創設を実施し、2020年6月期第3四半期中に課題が解消、第4四半期の売上はV字回復となった。2021年6月期は「おいくら」経由の買取依頼が少ない、エリアによって買取依頼数に差が生じるといった新たな課題に対し、「高く売れるドットコム」との連携拡充やパートナー連携プログラムの開始、地域に依存しないマッチングシステムへの改修など、本格拡大に向けて先行的な施策を講じている。こうした施策が完了すれば、次はテレビCMなどマスマーケティングの強化などによって成長のアクセルを踏む考えで、買取依頼件数を2020年6月期の20万件から2021年6月期に40万件、早期に100万件に引き上げることを目指している。

「おいくら」ビジネスの基本観



出所：決算説明会資料より掲載

「おいくら」の四半期別マッチング件数推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 業績動向

### コロナ禍のなか、計画を上回る大幅増益を達成

#### 1. 2020年6月期の業績

2020年6月期の業績は、売上高10,904百万円（前期比28.7%増）、営業利益655百万円（同45.0%増）、経常利益664百万円（同45.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益291百万円（同43.1%増）となった。2020年に入って新型コロナウイルス感染症が発生・拡大し、インバウンド需要の減少や緊急事態宣言発令による外出自粛など、経済環境に大きな影響を及ぼすこととなった。依然として、感染拡大の収束時期や国内外経済に与える影響の大きさを見通せず、引き続き国内外経済の下振れリスクとなっている。そのような環境下ではあったが、同社は計画を上回る大幅な増収増益を達成することができた。

#### 2020年6月期業績

（単位：百万円）

	19/6期		20/6期		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	8,472	100.0%	10,904	100.0%	28.7%
売上総利益	3,432	40.5%	4,241	38.9%	23.6%
販管費	2,980	35.1%	3,586	32.9%	20.3%
営業利益	452	5.3%	655	6.0%	45.0%
経常利益	455	5.4%	664	6.1%	45.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	203	2.4%	291	2.7%	43.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

近年の個人の消費行動については、長年続く節約志向や低価格志向の一方で、個人の価値観や嗜好性に応じた多様性のある消費スタイルも徐々に浸透してきた。ネット型リユース事業を核とし「持続可能な社会を実現する最適化商社」を目指す同社は、そうした個人の消費行動に対し、また一部法人にまで拡張して、インターネットを通じて最適な消費スタイルを提供している。そのため2020年6月期は、新たな仕入・販売チャネルの開拓やメディアの運営、Webマーケティングなどサービスの拡充、2019年6月期に引き続き業務効率の継続的改善などを図った。この結果、コロナ禍で広がる巣ごもり需要の拡大を的確に捉え、同社は計画を上回って大幅な増収増益を達成することができた。加えて、IT開発力の更なる強化を目的にベトナムにオフショア開発拠点を設置し、また近年注力している農機具関連の事業を買収するなど、今後の成長へ向けて積極的な投資も実施した。

## 順調なネット型リユース事業に加えて巣ごもり・テレワーク特需がオン

### 2. セグメント別業績動向

2020年6月期のセグメント別業績は、ネット型リユース事業が売上高6,702百万円、セグメント利益547百万円、メディア事業が売上高696百万円、セグメント利益481百万円、モバイル通信事業が売上高3,873百万円、セグメント利益390百万円となった。以下でセグメントごとの詳細を見ていくが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響があるなか、ネット型リユース事業が第4四半期において当初想定を下回ったものの、メディア事業とモバイル通信事業では巣ごもり需要やテレワーク需要を的確に捉えたことで売上が大きく伸び、当初想定を上回る実績となった。

#### 2020年6月期セグメント別業績（連結調整前）

(単位：百万円)

売上高	19/6期		20/6期		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
ネット型リユース事業	6,359	73.8%	6,702	59.5%	5.4%
メディア事業	198	2.3%	696	6.2%	251.5%
モバイル通信事業	2,065	24.0%	3,873	34.4%	87.6%

セグメント利益	19/6期		20/6期		増減率
	実績	利益率	実績	利益率	
ネット型リユース事業	-	-	547	8.2%	-
メディア事業	-	-	481	69.1%	-
モバイル通信事業	-	-	390	10.1%	-

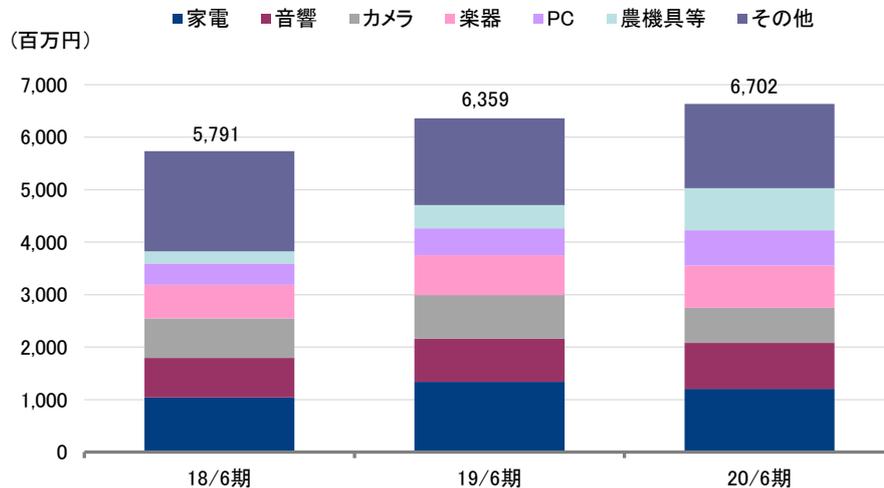
注：2020年6月期よりセグメント別開示を開始したため、2019年6月期の数値は参考値。

出所：決算短信よりフィスコ作成

ネット型リユース事業では、引き続き Web マーケティングの精度向上や業務プロセスの IT 化・標準化を通じ、業務の効率化を推進した。近年注力している法人向け大型商材である農機具においては、2020年5月に ME トレーディングを設立して事業買収を実施、国内における中古農機具の買取・販売や越境 EC の機能を獲得した。さらに、「おいくら」ではマッチング精度向上に向けて継続的にシステム開発を行っており、2020年7月の本格送客の開始に目途を立てることができた。商材別では、強化中の農機具等の大型機械が前期比 67.8% 増と大きく伸長、ほかに巣ごもり需要を反映して楽器や PC、鉄道模型などホビー系商材が増加、新品市況の悪化や卒業式・入学式などイベント自粛の影響からカメラが不振だった。新型コロナウイルス感染症拡大の影響による緊急事態宣言発令後、営業時間の短縮や買取方法の一部自粛、広告抑制などにより買取依頼が一時的に減少した。しかし、平均販売単価 3.2 万円（前期並み）、年間買取依頼件数 47.9 万件（前期比 2.8% 増）、2020年6月期末のリユース品在庫 384 百万円を確保しており、2021年6月期の回復へ向けた態勢は整いつつある。

## 業績動向

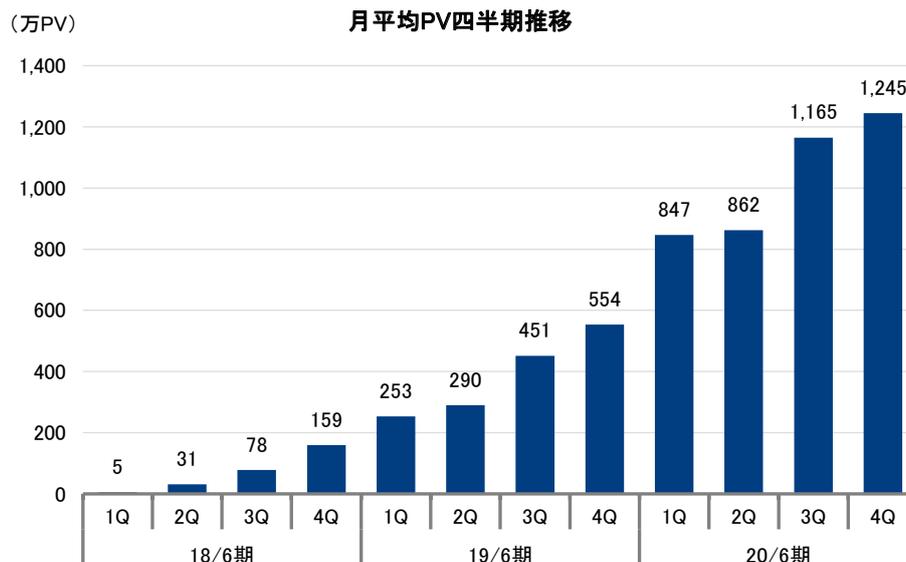
## ネット型リユース事業 商材別売上高推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

メディア事業では、新たに「SIMCHANGE」、「最安修理ドットコム」、「中古農機市場 UMM」を事業買収で取得し、運営メディアは合計8メディア・プラットフォームとなった。なかでもモバイル通信に関するメディアでは、2019年9月と2020年5月に発売された新型iPhoneや、テレワーク導入企業の増加を背景とした通信環境の向上・改善に関する情報需要などが高まり、PV（ページビュー）数が大きく伸びた。また、巣ごもり生活による在宅時間の増加を狙って、趣味と出会うメディア「ビギナーズ」で動画配信や書籍アプリなど余暇需要の情報配信を行ったこともあり、2020年4月には同社全メディア合計PV数が1,448万と過去最高を記録した。このため、同社メディアからグループ内外の販売サイトなどへの送客が伸び、成果報酬型の広告収入が増加した。

## 月平均PV四半期推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

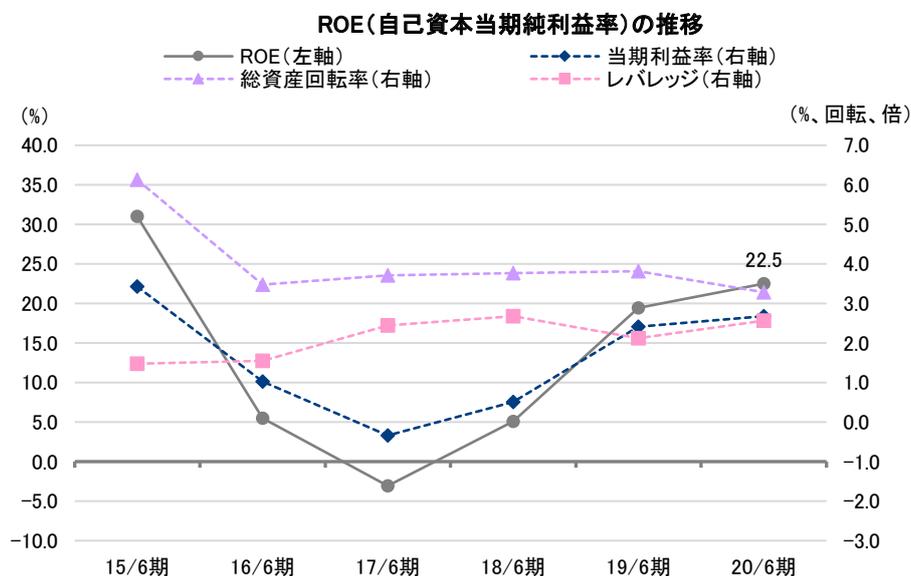
## 業績動向

モバイル通信事業では、メディア事業からの送客などセグメント間シナジーが効果を発揮し、新型 iPhone の発売に伴う買替需要を取り込んだ。また、新型コロナウイルス感染症拡大を背景にテレワークを導入する企業が増えたことで、通信環境の整備・強化が家庭内の喫緊の課題に浮上したことから、工事不要・最短即日発送が可能である同社サービスへの需要が高まった。このため、2020年6月期第4四半期の新規回線契約数は過去最高を記録した。

## 好業績の背景となる財務指標の改善

### 3. 財務分析

2020年6月期のROE(自己資本当期純利益率)は22.5%で、分解すると当期利益率2.7%、総資産回転率3.3回転、レバレッジ2.6倍である。ヒストリカルには総資産回転率とレバレッジが安定的で、利益率の改善がROEを押し上げる形となっており、結果、拡大投資を行いながらも2020年6月期のROEは高水準となった。同社は株式市場でも業態的にも小売りに分類されるが、インターネットをフルに利用したビジネスモデルが高いROEの要因と言えるだろう。このほか、増収率や営業増益率など成長性、自己資本比率や流動比率など安全性の指標も特に問題ないことから、経営戦略を着実に実行し、環境変化に対応しつつユーザーニーズを捉えていけば、拡大が予測されているリユース市場において、2021年6月期以降も継続的に好業績を収めることができると考えられる。



注：資産は期中平均で計算。  
 出所：決算短信等よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### コロナ禍のもと、2ケタ増収増益を維持へ

#### 1. 2021年6月期業績見通し

同社は2021年6月期業績見通しについて、売上高13,500～14,500百万円（前期比23.8～33.0%増）、営業利益730～900百万円（同11.3～37.2%増）、経常利益733～903百万円（同10.4～36.0%増）、親会社株主に帰属する当期純利益360～450百万円（同23.4～54.3%増）を見込んでいる。2021年6月期において、経済活動が段階的に再開されてはいるものの、7月中旬以降に再び全国的に感染者数が増加するなど、新型コロナウイルス感染症拡大の影響の先行きが不透明になっている。このため、一義的な業績予想を合理的に算出することが困難となったことから、同社は2021年6月期の業績予想をレンジ形式で公表した。

#### 2021年6月期業績見通し

（単位：百万円）

	20/6期		予想	21/6期	
	実績	売上比		売上比	増減率
売上高	10,904	100.0%	13,500～14,500	100.0%	23.8%～33.0%
営業利益	655	6.0%	730～900	5.4%～6.2%	11.3%～37.2%
経常利益	664	6.1%	733～903	5.4%～6.2%	10.4%～36.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	291	2.7%	360～450	2.7%～3.1%	23.4%～54.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高予想の上限値（14,500百万円）の前提は、2021年6月期中に、緊急事態宣言やそれに類する事態が顕在化しないこと、更なる景気後退が起これば消費マインドが減退しないこと、同社の営業時間短縮や加盟ショップ・パートナー企業において営業自粛などが発生しないことである。成長戦略としては、1)「おいくら」の送客精度向上と提携先企業の開拓による送客量の増加、2)事業買収のシナジー発揮による農機具の買取と海外販売量の増加、3)コンテンツ拡充など運営メディアの価値向上施策に伴う送客数・送客単価の向上、4)積極的なWebマーケティング活動やサービスラインナップ拡充によるモバイルデータ通信サービスの契約回線数拡大などである。

売上面では、「おいくら」に関して、2020年6月期中に行ったシステムの改善によって取扱件数が増加したことから、2021年6月期にかけて実施している先行的な改善策の効果が期待される。農機具販売については、MEトレーディングが手掛ける中古農機具の輸出の拡大が業績を押し上げることが見込まれる。また、モバイル通信事業において2020年6月末保有回線数が6.3万件と前年6月末比でほぼ倍増していることから通信料収入の増加も期待できる。一方、メディア事業とモバイル通信事業における新規回線獲得は、巣ごもり需要やテレワーク需要の一巡があるものの、一定の期待を織り込むことは可能と考える。

利益面では、中央値だが営業利益率が前期比で低下する予想となっている。「おいくら」や農機具といった新規事業の成長のため、積極的に広告宣伝費を投下することが背景と思われる。

## 同社にとって成長余地の大きいリユース市場

### 2. ネット型リユース事業の市場

ネット型リユース事業は同社の中核事業であり、成長性においても中長期的に高成長が期待できる成長事業とすることができる。理由は、もちろんリユース市場自体の成長もあるが、潜在市場規模が巨大なことが背景である。経済産業省のレポートによれば、日本の2016年度時点の潜在リユース市場は7.6兆円の規模があるとされている。このうちCtoCが得意とする衣服・服飾品や書籍、ソフト・メディア類が4.4兆円で、同社がターゲットとして買い取っているのが家電4品目やカメラ・周辺機器、パソコン・周辺機器など、大型、配送・梱包が困難で安心・安全な商品状態が求められるため、CtoCとの相性が良くない商材が3.2兆円である。これに農機具や建設機械、医療機器など1.3兆円+ $\alpha$ が加わり、同社ターゲットはトータル4.5兆円+ $\alpha$ の市場となる。しかし、同社の売上規模は100億円に過ぎず、したがって今後の成長余地は大きいと考えられるのである。特に農機具や建設機械、医療機器など法人が利用する大型商材は、リユースの市場が確立していない分野である。そこに市場を構築したのが同社と言え、先行者メリットは十分享受できると考える。

## 順調な成長を背景に中期目標の経常利益10億円は前倒し達成へ

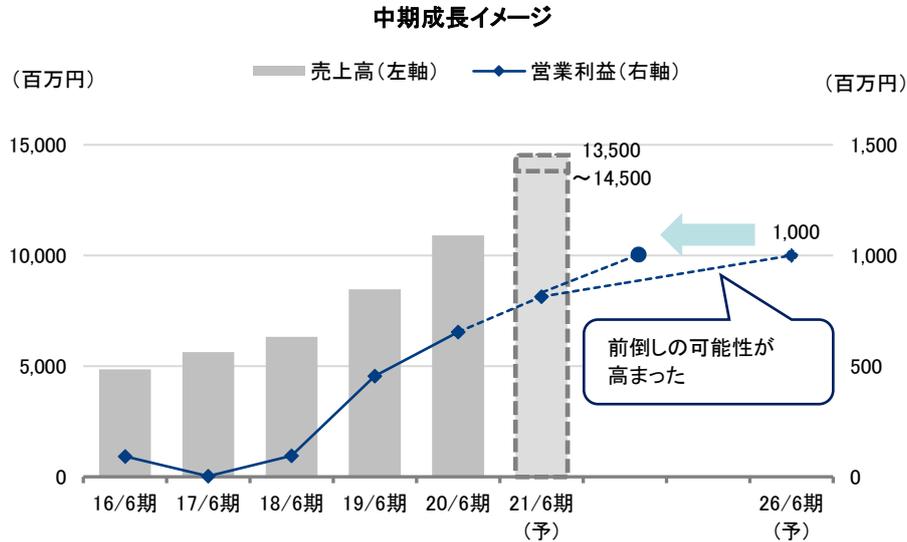
### 3. 中期成長イメージ

同社は2026年6月期に経常利益10億円を目指している。コミットメントというより、役職員に向けたストックオプション※の業績達成条件である。それでも経営陣としては、役職員のために譲れない目標だろう。だから株式市場はそうした目標に注目し、達成を期待するのである。そして目標の経常利益10億円は、成長トレンドから十分に達成する可能性が高く、足元の業況や取り組みを考慮すれば、むしろかなり前倒して達成してもおかしくない状況と思われる。

※ 第8回ストックオプションの業績達成条件：2026年6月期までの間、いずれかの単一事業年度において「経常利益の額=10億円を超過」した場合とある。

現在の勢いについては既に説明してきたとおりだが、今後のネット型リユース事業の売上高は、「おいくら」のシナジー（低価格帯の市場を取り込むことも予想される）、各種アライアンス（法人など取り組みの拡大）、輸出など流通経路の拡大、取扱カテゴリーの拡大などによるシェアアップで高い成長が期待できる。メディア事業やモバイル通信事業は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による巣ごもり需要やテレワーク化の流れのなかで認知度が高まったことから、安定的な成長が期待される。利益面では、今後広がるカテゴリー次第ではあるが、仮に農機具など法人向け大型商材の構成比が大きくなれば売上総利益率が若干低下する可能性はあるが、「おいくら」やメディア事業の拡大は利益率の向上につながると期待される。販管費は、インターネット事業の特徴として、事業買収がなければむやみに増加することはないと考えられる。以上から、同社は中期的に高成長が続くことが期待できるのである。なお、2021年6月期の経常利益予想は733百万円～903百万円である。もう目標の10億円に手が届くところまで来たと言えそうだ。

今後の見通し



出所：決算短信等よりフィスコ作成

## 株主還元

### 財務体質強化と成長投資を優先し無配継続の予定

同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題の1つとして位置付けている。しかしながら、現在は成長拡大の過程にあると考えられ、経営基盤の強化及び積極的な事業展開のために内部留保の充実を図り、財務体質の強化と事業拡大に向けた運転資金もしくは設備投資に充当することで、更なる事業拡大を実現することが株主に対する最大の利益還元につながると考えている。このことから配当は実施せず、今後においても当面の間は成長に向けた仕入拡大等のための運転資金として、内部留保の充実を図る方針である。将来的に、各事業年度の財政状況及び経営成績を勘案の上、配当という形式での株主への利益還元を検討していく可能性はあるが、現時点において配当の実施及びその時期等については未定である。

#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp