

# ホリスティック企業レポート マーケットエンタープライズ 3135 東証マザーズ

アップデート・レポート  
2017年3月3日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター  
審査委員会審査済 20170228

# マーケットエンタープライズ (3135 東証マザーズ) 発行日:2017/3/03

## インターネットに特化したリユース事業を展開

## 17年6月期は増収を見込む一方、積極的な先行投資により減益となる見込み

### > 要旨

#### ◆ 事業内容

・マーケットエンタープライズ(以下、同社)は、インターネットに特化してリユース品の買取及び販売を行うネット型リユース事業を手掛けている。自社運営サイトを通じて多種多様なリユース品を買い取り、主要なEマーケットプレイスを通じて販売している。

#### ◆ 17年6月期上期決算の概要

・17/6期第2四半期累計期間(以下、上期)の売上高は前年同期比10.9%増の2,595百万円、営業損益は71百万円の赤字(前年同期87百万円の黒字)であった(今上期から連結決算に移行のため、前年同期単体数値との比較)。新規拠点の開設による仕入量拡大が寄与して増収となった一方、売上総利益率の低下や人件費や設備費用等が増加したことが主因で赤字となった。

・同社は上期の業績予想を公表していないものの、通期業績予想に対する進捗率は売上高で43.5%となっている。

#### ◆ 17年6月期の業績予想

・同社は、連結決算移行に伴い新たに連結業績予想を発表しており、17/6期の会社計画は売上高が5,970百万円、営業利益が5百万円である。個別業績予想については期初予想通り売上高が前期比22.6%増の5,960百万円、営業利益が同48.3%減の50百万円としている。

・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、会社予想と同水準の業績予想をしている。

#### ◆ 事業戦略と中期業績見通し

・事業の成長のためには仕入基盤の強化が必須であり、そのために全国主要都市への拠点開設を進めていく方針である。リユースセンターの開設は順調に進んでおり、16/6期には2拠点を新たに開設し8拠点となった。17/6期中には10拠点とする計画である。

・当センターでは、拠点開設による仕入量増加は順調に進むと考えており、積極投資が一巡する18/6期に増益に転じると予想している。

### 【3135 マーケットエンタープライズ 業種：小売業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2015/6	3,988	35.6	237	182.8	227	162.2	136	19.1	30.7	174.1	0.0
2016/6	4,863	21.9	96	-59.3	93	-58.9	49	-63.7	9.8	183.9	0.0
2017/6 CE	5,970	22.7	5	-94.8	17	-81.8	6	-87.9	1.2	—	0.0
2017/6 E	5,970	22.7	5	-94.8	17	-81.8	6	-87.9	1.2	184.6	0.0
2018/6 E	7,270	21.8	109	2,080.0	121	611.8	70	1,066.7	18.5	198.4	0.0
2019/6 E	8,600	18.3	172	57.8	184	52.1	109	55.7	33.7	219.9	0.0

(注) CE：会社予想、E：証券リサーチセンター予想

15年6月の上場時に64,500株の第三者割当増資を実施、16/1/1付で1：2の株式分割を実施、一株指標は株式分割修正後

### アップデート・レポート

2/13

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

アナリスト:佐々木 加奈

+81(0)3-6858-3216

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

### 【主要指標】

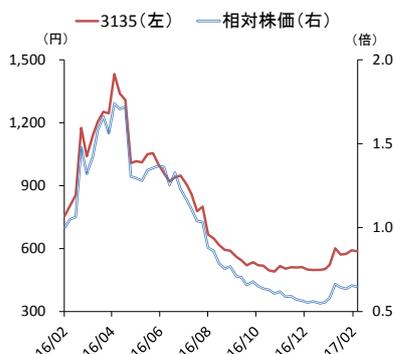
	2017/2/24
株価(円)	587
発行済株式数(株)	5,076,000
時価総額(百万円)	2,980

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	60.0	497.5	31.7
PBR(倍)	3.2	3.2	3.0
配当利回り(%)	0.0	0.0	0.0

### 【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	1.2	14.6	-23.5
対TOPIX(%)	-0.7	8.7	-35.9

### 【株価チャート】



> 事業内容

注1) リユースセンター  
商品査定、仕入、在庫管理、受注管理、商品管理等を行う事業拠点。

注2) コンテンツマーケティング  
顧客にとって有益で説得力のあるコンテンツの制作・配信を行うこと。

注3) コンタクトセンター  
インターネットや電話により顧客のニーズをヒアリングする専門部署。

◆ ネット型リユース事業を展開

マーケットエンタープライズ(以下、同社)は、インターネットを通じてリユース品の買取及び販売を行うネット型リユース事業を展開している(買取については自社運営の施設であるリユースセンター<sup>注1</sup>を利用する場合がある)。

同社が取り扱うリユース品は、楽器、バイク、スポーツ用品、パソコン等情報機器、家電製品、バッグ等のファッション関連用品など多岐にわたっている。多種多様なリユース品を、自社で運営する買取専門サイトを通じて一般消費者や法人から買い取り、全国のリユースセンターで一括管理し、「ヤフオク!」や「楽天市場」などの主要なEマーケットプレイスを通じて販売する。

同社の事業の特徴は、「顧客ニーズに合ったコンテンツマーケティング<sup>注2</sup>」、「自社開発のITシステム」、「コンタクトセンター<sup>注3</sup>とリユースセンターによる効率的なオペレーションシステム」にある。それぞれについては、ビジネスモデルの項で詳述する。

政府による循環型社会形成の推進を追い風に、リユース市場は拡大基調にある。Eコマース市場についても、インターネット環境の普及を背景に拡大が続いている。こうした環境がネット型リユース事業の追い風となっている。

◆ 現在は単一セグメント

現社長である小林泰士氏は06年7月の同社設立以前より個人事業主として、格安中古乾電池の仕入・販売及びフリーマーケットの主催業務を行っていた。フリーマーケット事業については13年10月に譲渡しており、15/6期からはネット型リユース事業単一セグメントとなった(図表1)。尚、17/6期上期からは子会社MEモバイルを連結子会社として連結決算に移行している。

【図表1】売上高内訳

(単位:百万円)

売上高区分	13/6期	14/6期	15/6期	16/6期	構成比	前期比
ネット型リユース事業	1,825	2,926	3,988	4,863	100.0%	21.9%
フリーマーケット事業	122	14	0	0	0.0%	-
合計	1,947	2,940	3,988	4,863	100.0%	21.9%

(出所) マーケットエンタープライズ有価証券報告書、決算短信、ヒアリングより証券リサーチセンター作成

> ビジネスモデル

◆ マルチチャネル対応の「ネット型リユース事業」

従来型のリユース事業は、実店舗を有し店頭で商品の仕入から販売まで行うという形態が主流である。

これに対し、同社が展開するのは、仕入から販売までをインターネット上で行う「ネット型リユース事業」である。このため、店舗関連費用や人件費といった店舗運営コストを削減しつつ広範囲の消費者を対象に買取及び販売をすることが可能であり、「高価格買取」と「低価格販売」を実現しながら、利益を確保できるビジネスモデルとなっている（図表2）。

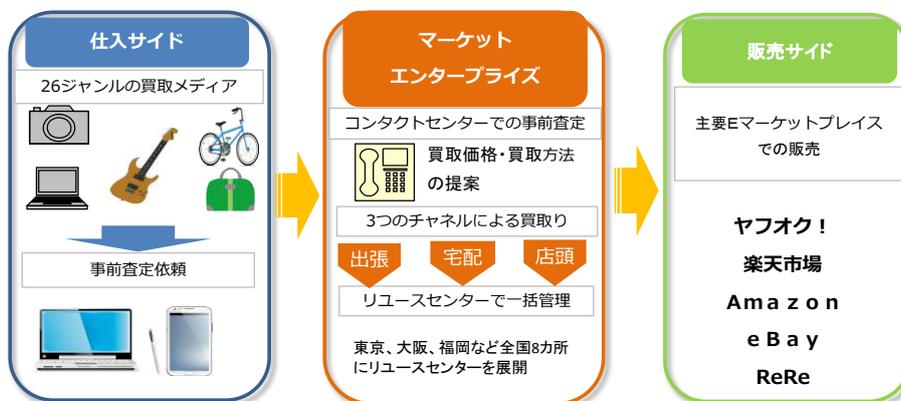
【図表2】実店舗型買取店とネット型リサイクル店のコスト構造



(出所) マーケットエンタープライズ Web サイト

一品大量型の仕入形態ではないため、仕入段階でスケールメリットを働かせて原価低減を図ることが難しい一方、売上増のための新たな経費が発生しにくい収益構造である。仕入から販売までの流れは図表3の通りで、多数の買取メディアやリユースセンターでの一括管理が特徴である。

【図表3】仕入れから販売までの流れ



(出所) マーケットエンタープライズ決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

**【商品仕入れ】**

商品の仕入先となるのは一般消費者や法人で、総合窓口サイトである「高く売れるドットコム」をフラッグシップサイトとして、商品別に細分化された買取専門サイト通じて商品買取を行っている。現在、28ジャンルの買取メディア（買取専門サイトは26サイト）を運営しており（図表4）、取扱商品は楽器、バイク、スポーツ用品、パソコン等情報機器、家電製品など多岐にわたっている。

**【図表4】マーケットエンタープライズが展開する買取メディア**



(出所) マーケットエンタープライズ決算説明会資料

**【事前査定～買取～管理】**

顧客が買取を依頼した商品については、インターネットやコンタクトセンターで事前査定を受けられる体制を敷いている。買取の手法としては「宅配買取（宅配便にて商品を受領する方法）」、「店頭買取（顧客がリユースセンターに商品を持ち込む方法）」、「出張買取（顧客宅に訪問して商品を受領する方法）」がある。

ネット型リユース事業でありながら、こうした手法が可能なのは全国にリユースセンターを設置しているためである。現在、東京都（江東区）、神奈川県（横浜市）、埼玉県（和光市）、愛知県（名古屋市）、大阪府（吹田市）、福岡県（福岡市）、兵庫県（神戸市）、宮城県（仙台

市)の8カ所にリユースセンターを有している。リユースセンターでは商品について在庫管理や受注販売管理などの一括管理も行っている。

#### 【商品販売】

「ヤフオク!」、「楽天市場」、「Amazon」など、著名なEマーケットプレイスに「安く買えるドットコム」を出店し、商品を販売している。個々の商品の状態が大きく異なるリユース品の販売に際しては、動作保証（初期動作不良時の全額返金保証）、修理保証（使用時の故障や不具合等に対する修理保証）、買取保証（一定の条件下での商品買取保証）といった顧客が選択できる付加サービスを導入している。

#### ◆ 事業の特徴

同社の事業の特徴としては、「顧客ニーズに合ったコンテンツマーケティング」、「自社開発のITシステム」、「コンタクトセンターとリユースセンターによる効率的なオペレーションシステム」が挙げられる。

##### 「顧客ニーズに合ったコンテンツマーケティング」

上述の通り、同社の展開する買取専門メディアは多くの商品群を網羅するものである。このメディアは、自社で構築して運営しており、顧客の幅広いニーズにきめ細かく対応すると同時に丁寧な説明により顧客へ安心感を提供することを実現している。

自社のサービスメディアを持つことにより、ネットサービスを有する企業とのアライアンス展開が効率的にできるメリットもある。直近のアライアンス実績としては、全日本空輸（ANAマイレージモール内での買取サービス提携）、クレディセゾン（永久不滅.comポイントサイト内での買取サービス提携）、旭化成ホームズ（ヘーベリアンネット内での買取サービス提携）、Amazon Japan（サイト内での買取サービス）、三井不動産レジデンシャル（富裕層特化型買取サービス）とのアライアンスが挙げられる。

##### 「自社開発のITシステム」

同社では事業特性に応じたシステム、データベースを全て自社で開発して運用している。システムの特徴としては、複数の買取依頼チャネル、買取手法に対応するマルチチャネル対応であること、商品ごとのトレーサビリティを実現する単品個体管理が可能であることなどが挙げられる。

商品取扱量が増加することに比例して、中古品の状態や販売価格、売れ筋商品等に関するデータが蓄積される仕組みとなっており、効率的な事業拡大に貢献している。

「コンタクトセンターとリユースセンターによる効率的なオペレーションシステム」

商品は自社で運営するコンタクトセンターで事前査定し、リユースセンターで一括管理している。このため、幅広い商品群を広範囲から効率的に仕入れて販売できる体制となっている。また、仕入から販売までの全業務プロセスを体系的にまとめた業務マニュアル「STANDARD BOOK (スタンダードブック)」(約 800 ページ)を導入しており、全社員がリユース品の仕入から販売までの知識を共有することにより、オペレーションの効率化を図っている。

> 強み・弱みの分析

◆ SWOT 分析

同社の内部資源(強み、弱み)、および外部環境(機会、脅威)は、図表5のようにまとめられる。

同社の強みは、創業以来継続して蓄積してきたデータやノウハウ、仕入から販売までを網羅する自社で開発して運用するオペレーションシステムなどにある。リユースやリサイクルへの関心が高まるなか、市場拡大を自社の事業成長に結びつける価値創造を実現していると言える。

【 図表 5 】 SWOT 分析

<b>強み</b> (Strength)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・設立以来蓄積したデータとデータ分析力</li> <li>・自社で開発したITシステム</li> <li>・細分化された買取専門サイトによる効率的な買取システム</li> <li>・全国に配備するリユースセンター</li> </ul>
<b>弱み</b> (Weakness)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特定人物(代表取締役社長)への依存度が高い事業運営</li> <li>・売上の大半を特定の販売チャネルに依存すること</li> <li>・事業モデルを模倣される可能性があること</li> </ul>
<b>機会</b> (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・EC市場、リユース市場の拡大</li> <li>・販売チャネルの増加</li> <li>・拠点拡大による仕入基盤の拡充</li> <li>・上場による人材確保の容易化</li> </ul>
<b>脅威</b> (Threat)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・EC市場、リユース市場の拡大ペース鈍化あるいは急激な拡大に伴う予期せぬ弊害の発生</li> <li>・技術革新に対する対応の遅れ</li> <li>・競合の増加による事業環境の悪化</li> <li>・新たな法令等による規制や既存法令の改正が事業に影響を及ぼす可能性</li> </ul>

(出所) 証券リサーチセンター

▶ 決算概要

◆ 17年6月期上期決算の概要

17/6期第2四半期累計期間(以下、上期)は、売上高が前年同期比10.9%増の2,595百万円、営業損益が71百万円の赤字(前年同期87百万円の黒字)、経常損益が67百万円の赤字(同87百万円の黒字)、純損益が54百万円の赤字(同53百万円の黒字)であった。同社は今上期から連結決算に移行したため、前年同期比は単体数値との比較である。

注4) コンタクトセンター  
徳島県徳島市の企業誘致制度の適用を受けて設立した、メールや電話での事前査定や問い合わせを受ける窓口。16年6月に業務を開始している。

拠点数が増加したことに加え、広告宣伝を強化したことで仕入量が順調に増加し、売上増につながった。一方で、ブランド商品やスマートフォンなど、粗利率の低い商品の構成比が高まったことで売上総利益率は前年同期比3.3%ポイント低下した。加えて、前期末に開設した徳島コンタクトセンター<sup>注4</sup>の人員拡充及び新たに展開を開始したMVNO(仮想移動体通信)事業への人員や設備拡充により人件費や設備費用が増加し、販管費率は同3.3%ポイント上昇した。このため、利益は赤字という結果となった。

同社は上期については業績予想を公表していない。2月10日に公表した通期業績予想に対する進捗率は、売上高で43.5%、となっている(図表6)。

【図表6】17年6月期上期決算の概要

(単位:百万円)

	16/6期 通期実績 (単体)	16/6期 上期実績 (単体)	17/6期 上期実績(A) (連結)	前年同期比	17/6期 会社計画(B) (連結)	進捗率 (A)/(B)
売上高	4,863	2,340	2,595	10.9%	5,970	43.5%
ネット型リユース事業	4,863	2,340	2,595	10.9%	5,960	-
フリーマーケット事業 (MEモバイル)	0	0	0	-	0	-
	-	-	-	-	10	-
売上総利益	2,216	1,104	1,140	3.3%	-	-
売上総利益率	45.6%	47.2%	44.0%		-	-
営業利益	96	87	-71	-	5	-
営業利益率	2.0%	3.7%	-		0.1%	-
経常利益	93	87	-67	-	17	-
経常利益率	1.9%	3.7%	-		0.3%	-
純利益	49	53	-54	-	6	-

(注) 前年同期比は単体実績との比較

(出所) マーケットエンタープライズ決算短信より証券リサーチセンター作成

**> 事業戦略の進捗****◆ 拠点拡大は順調に進行中**

仕入基盤の拡充は同社の事業拡大に不可欠である。同社は全国主要都市を中心として新規拠点の開設を進めていく方針で、17/6 期中に現在の 8 拠点から 10 拠点体制とする計画である。

16/6 期には、上期に兵庫県神戸市に「神戸リユースセンター」を開設、下期には東北地方初となる「仙台リユースセンター」(宮城県仙台市)を開設しており、順調な稼働状況となっている。16 年 6 月には電話やメールで事前査定や問い合わせを受ける窓口として徳島コンタクトセンターを開設している。

**◆ 取扱商材・販売チャネルの拡大、越境 EC も強化**

取扱商材や販売チャネルを広げることで、新たな顧客層獲得を目指す方向である。取扱商材拡充の候補としては、現在の取扱商材の価格ゾーンよりも一段下となる衣類や本、また、上の価格ゾーンとなる不動産や車といった商材が挙げられる。

衣類や本については、オペレーションの強化や新たなノウハウを確立することで早期の収益化を図る方向にある。不動産や車については、「不動産高く売れるドットコム」など価格の一括査定が出来るサイトを運営し、ノウハウ蓄積を進めている。また、富裕層に特化した絵画やバイオリンなど高額な嗜好品の買取サービス「プライベートバイヤー」を 16 年 8 月からスタートし、17 年 2 月には農機具・農業機械の買取サービス「農機具高く売れるドットコム」をスタートしている。

販売チャネルについては、15 年 9 月に自社 EC サイト「ReRe (リリ)」をリリースしている。これは、買取、販売を含めたりユースの総合サービスを展開する自社サイトで、高い利便性と安心を提供することにより、日常的にリユースを楽しむライフスタイルを消費者に定着させることを目指している。

また、海外顧客からの購入ニーズが高まっていることに対応し、越境 EC への取り組みも強化する方針である。今期は、越境 EC への本格参入に向けたシステム開発や販路の開拓に取り組んでいる。

**◆ 新サービスの創造**

新サービスの創造にも取り組んでいる。同社のこれまでの投資は現在の「ネット型リユース事業」の効率化・標準化を目的としたものが中心であった。今後については、更に多様化することが予想される顧客ニーズを充足させるためのサービス開発に投資を積極化していく方向である。

注 5) シェアリングエコノミー

物やサービス、場所などを多くの人と共有・交換して利用する社会的な仕組み。ソーシャルメディアの発達によって可能となる新しいサービスの概念。

今後は、消費者が安心して物を売り買いできる環境を構築し、「シェアリングエコノミー<sup>注 5)</sup>」を支えるインフラとなるようなサービスを開発することを目指している。

#### ◆ MVNO（仮想移動体通信）事業の開始

同社は光通信（9435 東証一部）との合弁会社 ME モバイルを設立し（同社が 65%出資、光通信が 35%出資）、新規事業として、MVNO（仮想移動体通信）事業を 16 年 9 月から開始している。

MVNO（Mobile Virtual Network Operator）とは、自社でネットワーク回線を持たず、回線保有者から回線を借りて自社ブランドで通信サービスを提供する事業者のことで、割安な通信料が消費者の支持を得て市場拡大が続いている。また、リユース携帯端末についても、買い替えサイクルの短期化などが要因で供給が増加基調にあると同時に価格面での優位性から需要も急増している。

同社では、中古品の仕入れを生かした価格競争力のあるリユース端末を強みとして、端末代金と通信料トータルでの価格優位性をアピールし、顧客を獲得していく考えである。なお、この事業は端末の売却、申込・契約から端末受け渡しまでを全てインターネット上（売却は同社が運営するサイト「スマホ高く売れるドッドコム」、申込・契約等は子会社 ME モバイルが運営するサイト「カシモ」）で行うかたちとなる。

### > 業績予想

#### ◆ マーケットエンタープライズによる 17 年 6 月期業績予想

同社は 17/6 期に設立した ME モバイルを連結対象とし、17 年 2 月 10 日に通期の連結業績予想を公表した。17/6 期の会社計画は、売上高が 5,970 百万円、営業利益が 5 百万円、経常利益が 17 百万円、当期純利益が 6 百万円である（図表 7）。

個別業績予想については、期初予想通り売上高が前期比 22.6%増の 5,960 百万円、営業利益が同 48.3%減の 50 百万円、経常利益が同 32.6%減の 63 百万円、当期純利益が同 23.4%減の 38 百万円としている。

下期も拠点数増加による寄与や広告宣伝を積極化した効果が見込まれることから、売上高は増加基調が続く見通しである。一方で、MVNO 事業の本格展開に向けた人材採用強化や設備への投資により販管費が増加し、利益は前期を大幅に下回る計画となっている。

株主還元に関して、成長重視の投資を優先するという判断から、内部留保確保を優先して、無配を継続する予定である。

#### ◆ 証券リサーチセンターの業績予想

証券リサーチセンター(以下、当センター)では連結決算移行に伴い、同社の連結業績予想を策定した。17/6期の売上高は5,970百万円(前期比22.7%増)、営業利益は5百万円(同94.8%減)、経常利益は17百万円(同81.8%減)、当期純利益は6百万円(同87.9%減)と会社計画と同水準の予想とした(前期比は16/6期単体数値との比較)。

売上予想のベースとなる商品買取件数については、前期までの実績を考慮し、前期比25%増とした。売上総利益率については16/6期に低下したまま横這いの水準が継続すること想定している。販管費率は、広告宣伝費や、人材採用費用の増加などが見込まれることから、前期比1.9%ポイント悪化の45.5%と想定した。

### > 中期業績予想

#### ◆ マーケットエンタープライズの中期業績予想

同社は、16/6期と17/6期を戦略的投資期間と位置付け、成長に向けた投資を積極化し、20/6期に売上高100億円、営業利益10億円を目指す考えを持っている。

#### ◆ 証券リサーチセンターの中期業績予想

当センターでは、18/6期以降も拠点数拡大が商品買取件数増加に貢献し、売上高の成長が継続すると予想している。利益については、積極的な投資が一巡する18/6期に増益に転じると予想している。

18/6期の売上高は前期比21.8%増の7,270百万円、営業利益は109百万円(17/6期5百万円)、19/6期の売上高は前期比18.3%増の8,600百万円、営業利益は同57.8%増の172百万円を予想している。

予想の前提は以下の通りである。

- 1) 新規拠点開設は每期1~2カ所のペースで進み、仕入量は順調に拡大すると考えている。商品買取件数は年率25%程度のペースで増加が続くことを想定した。
- 2) 売上総利益率は18/6期に0.4%ポイント、19/6期に0.3%ポイント改善すると想定した。売上総利益率の改善を見込むのは、データベース拡充による買取査定の精緻化が進むことが予想されるためである。販管費率については、設備や人材に対する積極投資が一巡し、18/6期には1.0%ポイント、19/6期には0.2%ポイント改善すると想定した。

【 図表 7 】証券リサーチセンターの業績予想 (損益計算書) (単位:百万円)

	'14/6 単体	15/6 単体	16/6 単体	17/6CE 連結	17/6E (前回) 単体	17/6E (新) 連結	18/6E (前回) 単体	18/6E (新) 連結	19/6E (前回) 単体	19/6E (新) 連結
<b>損益計算書</b>										
売上高	2,940	3,988	4,863	5,970	5,960	5,970	7,250	7,270	8,560	8,600
前期比	51.0%	35.6%	21.9%	22.7%	22.6%	22.7%	21.6%	21.8%	18.1%	18.3%
事業別										
ネット型リユース事業	2,926	3,988	4,863	5,960	5,960	5,960	7,250	7,250	8,560	8,560
フリーマーケット事業 (MEMOバイル)	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	10	-	10	-	20	-	40
売上総利益	1,434	1,898	2,216	-	2,777	2,722	3,393	3,344	4,023	3,981
前期比	50.0%	32.3%	16.8%	-	25.3%	22.8%	22.2%	22.9%	18.6%	19.0%
売上総利益率	48.8%	47.6%	45.6%	-	46.6%	45.6%	46.8%	46.0%	47.0%	46.3%
販売管理費	1,350	1,660	2,119	-	2,727	2,717	3,248	3,235	3,749	3,809
販管費率	45.9%	41.6%	43.6%	-	45.8%	45.5%	44.8%	44.5%	43.8%	44.3%
営業利益	84	237	96	5	50	5	145	109	273	172
前期比	94.9%	182.8%	-59.3%	-94.8%	-48.3%	-94.8%	190.0%	2080.0%	88.3%	57.8%
営業利益率	2.9%	6.0%	2.0%	0.1%	0.8%	0.1%	2.0%	1.5%	3.2%	2.0%
経常利益	86	227	93	17	63	17	157	121	285	184
前期比	105.8%	162.2%	-58.9%	-81.8%	-32.6%	-81.8%	149.2%	611.8%	81.5%	52.1%
経常利益率	3.0%	5.7%	1.9%	0.3%	1.1%	0.3%	2.2%	1.7%	3.3%	2.1%
当期純利益	114	136	49	6	38	6	94	70	171	109
前期比	288.8%	19.1%	-63.7%	-87.9%	-23.4%	-87.9%	147.4%	1066.7%	81.9%	55.7%

(注) 17/6 期予想の前期比は 16/6 期単体実績との比較

(出所) マーケットエンタープライズ有価証券届出書、決算短信、ヒアリングより証券リサーチセンター作成

## > 投資に際しての留意点

### ◆ 第 4 四半期 (4 月～6 月) 業績による影響

第 4 四半期 (4 月～6 月) に利益が偏る傾向がある。これは春季には転居に伴う商品の買い替えや新規購入のニーズが高まることが要因である。このため、第 4 四半期の業績によって通期業績が左右される可能性があることに留意する必要がある。

### ◆ 個人情報流出のリスク

同社の事業は古物営業法の規制対象となるため、商品の買取仕入にあたって個人情報の取得を行っている。個人情報の管理については、社内規定や業務マニュアル等のルール整備、社員教育の徹底、システムのセキュリティ強化などを実施しているものの、個人情報が出た際には同社の業績に影響を及ぼす可能性がある点に留意する必要がある。

### ◆ 配当について

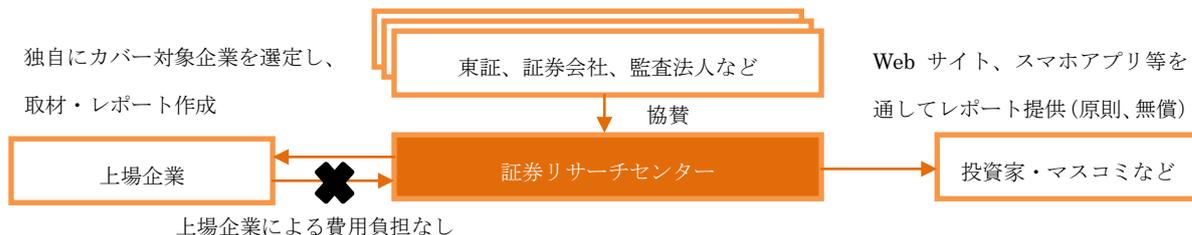
同社では、株主に対する利益還元を重要な経営課題の一つと位置付けている。しかし、現在は財務体質の強化と事業拡大に向けた投資が先行するため、配当を実施していない。配当の実施及びその時期については現時点では未定である。

証券リサーチセンターでは、同社を対象とするレポート発信を15年9月11日より開始いたしました。

新興市場に新規上場した企業を中心に紹介してゆくという当センターの設立趣旨に則り、同社についてのレポート発信は、今回を以て終了とさせていただきます。

### 証券リサーチセンターについて

○証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。



### ■ 協賛会員

(協賛)

東京証券取引所	SMBC 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	有限責任あずさ監査法人	有限責任監査法人トーマツ	新日本有限責任監査法人
優成監査法人	株式会社 ICMG		
(準協賛)			
三優監査法人	太陽有限責任監査法人	株式会社 SBI 証券	
(賛助)			
日本証券業協会	日本証券アナリスト協会	監査法人 A&A パートナーズ	いちよし証券株式会社
宝印刷株式会社	株式会社プロネクサス		

### 本レポートの特徴

#### 「ホリスティック企業レポートとは」

ホリスティック企業レポートとは、証券リサーチセンターが発行する企業調査レポートのことを指します。ホリスティック企業レポートは、企業側の開示資料及び企業への取材等を通じて収集した情報に基づき、企業価値創造活動の中長期の持続可能性及び株価評価などの統合的分析結果を提供するものです

#### ■ 魅力ある上場企業を発掘

新興市場を中心に、アナリスト・カバーがなく、独自の製品・技術を保有している特徴的な企業を発掘します

#### ■ 企業の隠れた強み・成長性を評価

本レポートは、財務分析に加え、知的資本の分析手法を用いて、企業の強みを評価し、企業の潜在的な成長性を伝えます。さらに、今後の成長を測る上で重要な KPI (業績指標) を掲載することで、広く投資判断の材料を提供します

#### ■ 第三者が中立的・客観的に分析

中立的な立場にあるアナリストが、企業調査及びレポートの作成を行い、質の高い客観的な企業情報を提供します

### 本レポートの構成

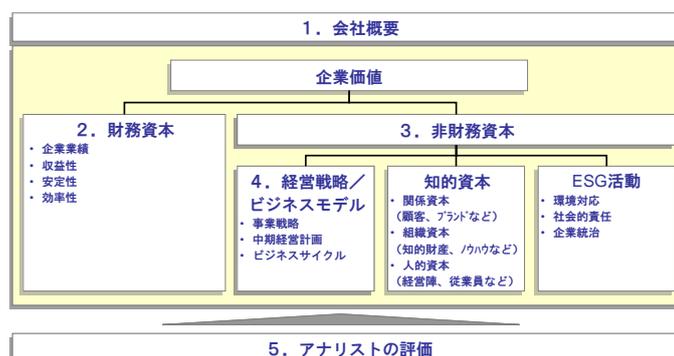
本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

企業の価値は、「財務資本」と「非財務資本」から成ります。

「財務資本」とは、これまでに企業活動を通じて生み出したパフォーマンス、つまり財務諸表で表される過去の財務成果であり、目に見える企業の価値を指します。

それに対して、「非財務資本」とは、企業活動の幹となる「経営戦略/ビジネスモデル」、経営基盤や IT システムなどの業務プロセスや知的財産を含む「組織資本」、組織の文化や意欲ある人材や経営陣などの「人的資本」、顧客との関係性やブランドなどの「関係資本」、社会との共生としての環境対応や社会的責任などの「ESG 活動」を指し、いわば目に見えない企業の価値のことを言います。

本レポートは、目に見える価値である「財務資本」と目に見えない価値である「非財務資本」の両面に着目し、企業の真の成長性を包括的に分析・評価したものです。



## 指標・分析用語の説明

### ■ PER (Price Earnings Ratio)

株価を1株当たり当期純利益で除したもので、株価が1株当たり当期純利益の何倍まで買われているのかを示すものです

### ■ PBR (Price Book Value Ratio)

株価を1株当たり純資産で除したもので、株価が1株当たり純資産の何倍まで買われているのかを示すものです

### ■ 配当利回り

1株当たりの年間配当金を、株価で除したもので、投資金額に対して、どれだけ配当を受け取ることができるかを示すものです

### ■ ESG

Environment: 環境、Society: 社会、Governance: 企業統治、に関する情報を指します。近年、環境問題への関心や企業の社会的責任の重要性の高まりを受けて、海外の年金基金を中心に、企業への投資判断材料として使われています

### ■ SWOT 分析

企業の強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat) の全体的な評価を SWOT 分析と言います

### ■ KPI (Key Performance Indicator)

企業の戦略目標の達成度を計るための評価指標 (ものさし) のことです

### ■ 知的資本

顧客関係や業務の仕組みや人材力などの、財務諸表には表れないが、財務業績を生み出す源泉となる「隠れた経営資源」を指します

### ■ 関係資本

顧客や取引先との関係、ブランド力など外部との関係性を示します

### ■ 組織資本

組織に内在する知財やノウハウ、業務プロセス、組織・風土などを示します

### ■ 人的資本

経営陣と従業員の人材力を示します

## 免責事項

- 本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- 本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加えて作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- 本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。特に記載のないかぎり、将来のパフォーマンスの予想はアナリストが適切と判断した材料に基づくアナリストの予想であり、実際のパフォーマンスとは異なることがあります。したがって、将来のパフォーマンスについては明示又は黙示を問わずこれを保証するものではありません。
- 本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- 一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならないと、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- 本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。