



# 2024年3月期 決算説明資料

株式会社ゲオホールディングス

プライム市場 2681



# 本資料の記載内容

1. グループ概要
2. 2024年3月期 連結業績
3. 2025年3月期 通期業績予想
4. 成長に向けた取組み
5. 新たな取組み
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	92億51百万円 (2024年3月31日現在)
株式上場市場	東京証券取引所 プライム市場

# ゲオグループの主なショップと主要な取扱い商材

					
店舗数(24年3月末時点)	<b>1,084店</b> (内 GEO mobile単独66店、併設547店)		<b>国内 838店</b> <b>海外 81店</b>	<b>22店</b>	<b>18店</b>
衣料・服飾雑貨			リユース		新品
家具・家電・生活雑貨			リユース		
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				
A V家電	リユース・新品	新品	リユース		
スマホ・タブレット・PC	リユース	リユース	リユース		
DVD・Blu-ray・CD・コミック	レンタル・新品				
特 色	リユースゲーム、リユーススマホ、映像・音楽レンタルでトップシェア。新品ゲーム機器・ソフトのほか、新品A V家電・スマホアクセサリーを展開。	GEOに併設するほか、単独店としても出店しており、リユースモバイルのトップシェア。スマホの専門スタッフによるサービスを提供。	リユース衣料・服飾雑貨のトップシェア。買取専門店、アウトドアや楽器などの専門店も展開。	ラグジュアリー商材として、主に時計・バックを展開。お蔵のオークションを通じて、安定的な商材供給を実現。	メーカーから余剰在庫を調達し、割安価格で提供するOPS(オフプライスストア)を展開。

※店舗によっては、取扱いがない場合があります。

# グループ戦略：ネットワークリテ일러への挑戦

- お客様の消費行動を理解し、オンライン・オフライン(店舗)の境目をなくした双方で、商品・サービスを自在に選択してご利用いただける“ネットワークリテ일러”の体制を構築し、リユースとレンタルの循環型流通やリテール(新品販売)を通して、世界の方々に豊かで楽しい「日常」を届け続ける“グローバルプラットフォーマー”でありたいと考えています。
- 当社グループが創業から一貫して内製化している基幹システムは、売・買・レンタルの業務を一元的に管理運用でき、今後の展開として、取扱い商材品種やお客様との接点（オン・オフ/グローバル）を拡大していくことが経営課題となっております。



## 2. 2024年3月期 連結業績

# 2024年3月期 サマリー

## 連結業績ハイライト

### 売上高

消費者物価の上昇が続く中、リユース市場の拡大を背景に国内外の2nd STREETの売上好調に加え、リユースラグジュアリー商材やゲームを中心とした新品商材、GEO mobileによるリユーススマホ販売が好調に推移した結果、売上高は前期比15.0%増の4,338億円と大幅増収

### 営業利益・経常利益・当期純利益

レンタル売上高の縮小、販売管理費の増加が続くものの、リユースの衣料・服飾雑貨販売好調を主要因に、前期比で営業利益が58.3%増、経常利益が57.2%増、親会社株主に帰属する当期純利益が91.9%の増益

### 売上総利益

リユース系リユースの売上が好調であり、漸減するレンタル売上高が緩やかに推移したことにより、売上高総利益率は前期比で1ポイント低下した一方、利益額は173億円増の1,598億円で着地

## トピック

### トピック①



(国内)

当期35店舗純増により2024年3月末  
838店舗

### トピック②



(海外)

アメリカ 12店舗  
台湾 10店舗  
マレーシア 6店舗  
タイ 1店舗 それぞれ当期出店  
2024年3月末海外店舗数 81店舗

### トピック③



GEOの来店動機を高めるための強化商品施策を展開  
リユースモバイル注力、GEO mobile単独店66店舗・併設店547店舗



# 2024年3月期 連結損益計算書

■ 増収増益、2024年3月期累計期間の売上高、経常利益、純利益は過去最高を更新しています。2nd STREETの主力であるリユース衣料服飾商材の好調などによる売上高の増加により、販管費の増加を吸収し販管費率は前期比で2.0ポイント低下いたしました。以上のことから営業利益は前期比58.3%増の168億円となりました。なお、為替差益を営業外収益として10億円、主に店舗を対象とした減損損失を特別損失として16億円計上しております。

単位：百万円	23.3月期 通期実績	24.3月期 通期実績	前期比	増減額
売上高	377,300	<b>433,848</b>	115.0%	56,548
売上総利益	142,483	<b>159,824</b>	112.2%	17,340
(売上総利益率)	37.8%	<b>36.8%</b>	—	▲1.0pt
販管費	131,862	<b>143,009</b>	108.5%	11,147
営業利益	10,620	<b>16,814</b>	158.3%	6,193
(営業利益率)	2.8%	<b>3.9%</b>	—	+1.1pt
経常利益	11,926	<b>18,749</b>	157.2%	6,823
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,681	<b>10,902</b>	191.9%	5,221

# 2024年3月期 商材別売上高

単位：百万円	23.3月期 通期実績	24.3月期 通期実績	前期比	増減額
リユース	199,641	<b>244,090</b>	122.3%	44,449
リユース系	130,839	<b>170,489</b>	130.3%	39,649
衣料・服飾雑貨 <sup>※1</sup>	68,002	<b>87,522</b>	128.7%	19,519
家具・家電 <sup>※1</sup>	9,181	<b>11,001</b>	119.8%	1,820
ラグジュアリー <sup>※4</sup>	38,171	<b>54,851</b>	143.7%	16,679
その他 <sup>※1</sup>	15,483	<b>17,114</b>	110.5%	1,630
メディア系	68,801	<b>73,600</b>	107.0%	4,799
ゲーム <sup>※2</sup>	31,310	<b>33,437</b>	106.8%	2,127
スマホ・タブレット <sup>※2.3</sup>	31,795	<b>35,717</b>	112.3%	3,921
その他 <sup>※2</sup>	5,695	<b>4,446</b>	78.1%	▲1,248
新品 <sup>※2</sup>	119,467	<b>132,391</b>	110.8%	12,924
その他	58,192	<b>57,367</b>	98.6%	▲825
デジタルコンテンツ <sup>※5</sup>	13,914	<b>15,974</b>	114.8%	2,059
レンタル <sup>※2</sup>	36,917	<b>32,794</b>	88.8%	▲4,122
その他	7,360	<b>8,598</b>	116.8%	1,238
合計	377,300	<b>433,848</b>	115.0%	56,548

新店寄与効果もあり、国内外  
2nd STREETの中心商材である  
衣料・服飾雑貨販売は引き続き好調

店舗売上の増加を主要因として  
売上高増加

リユースゲーム本体の販売が  
好調

取り扱い店舗を拡大している  
GEO mobileが好調

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

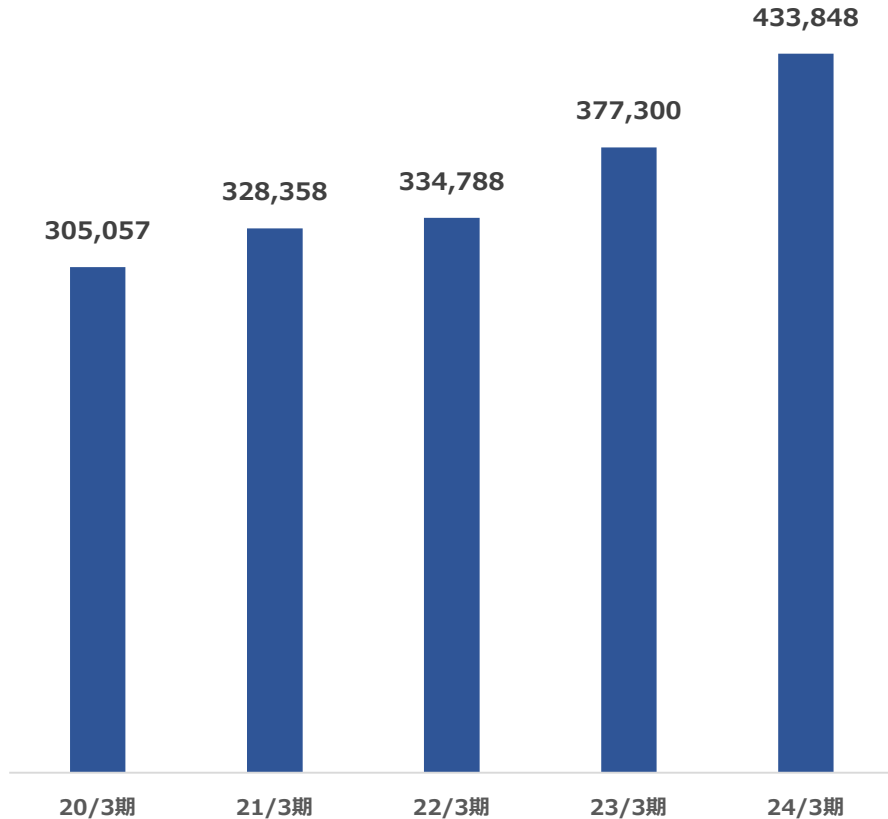


# 2024年3月期 売上高関連データ

消費者物価の上昇が続く中、リユース市場の拡大を背景に国内外の2nd STREETの売上好調に加え、リユースラグジュアリー商材やゲームを中心とした新品商材が好調に推移した結果、売上高は前期比15.0%増の4,338億円と大幅増収となり、2024年3月期の売上高は過去最高を更新いたしました。

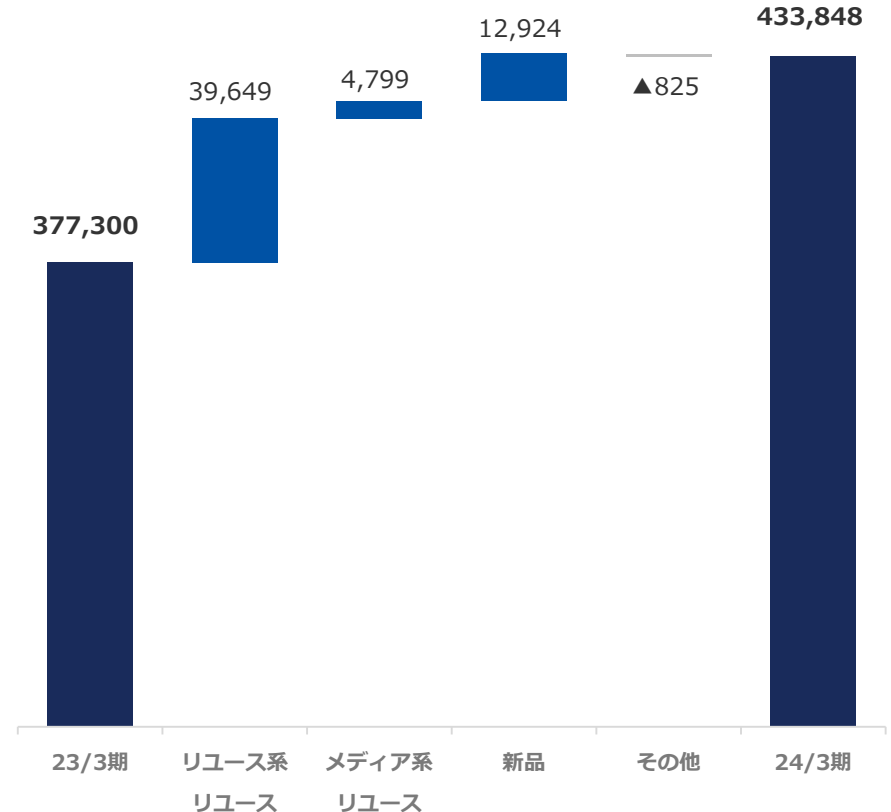
## 売上高の5年推移

(百万円)



## 2024年3月期 売上高前期比増減

(百万円)



※「収益認識に関する会計基準」を2022年3月期期首から適用。

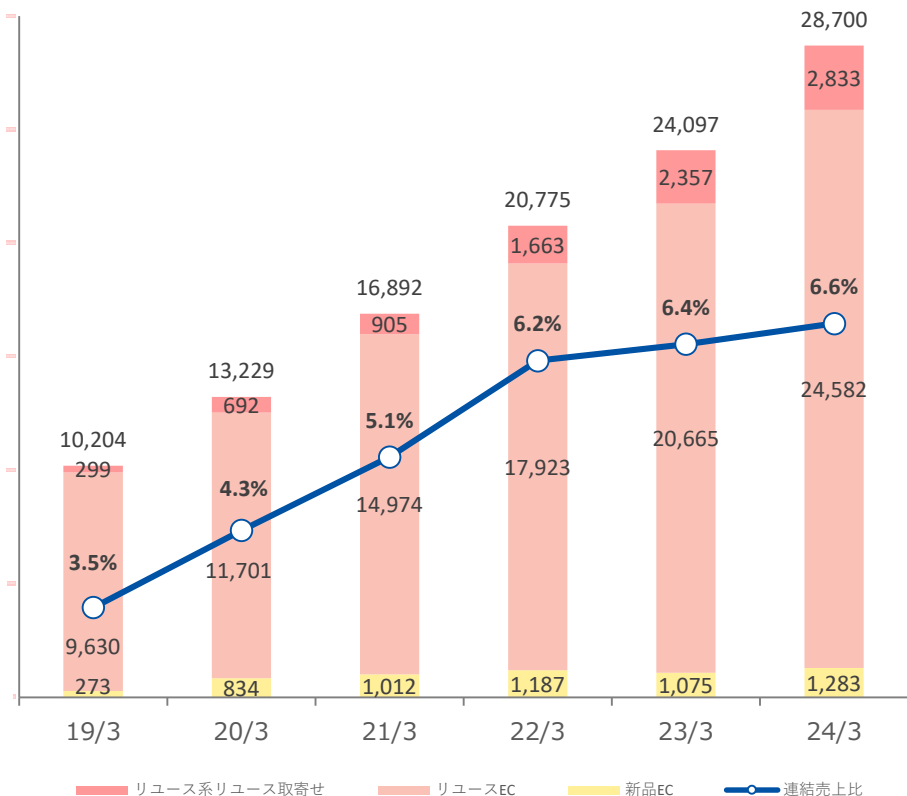
# 2024年3月期 EC関与売上高・比率の推移

EC関与売上高※は伸長傾向が続いていますが、全体の売上高が増収していることから、EC関与比率の伸び率は低調となっています。

「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、直営店中心のメリットを活用したサービスになっています。

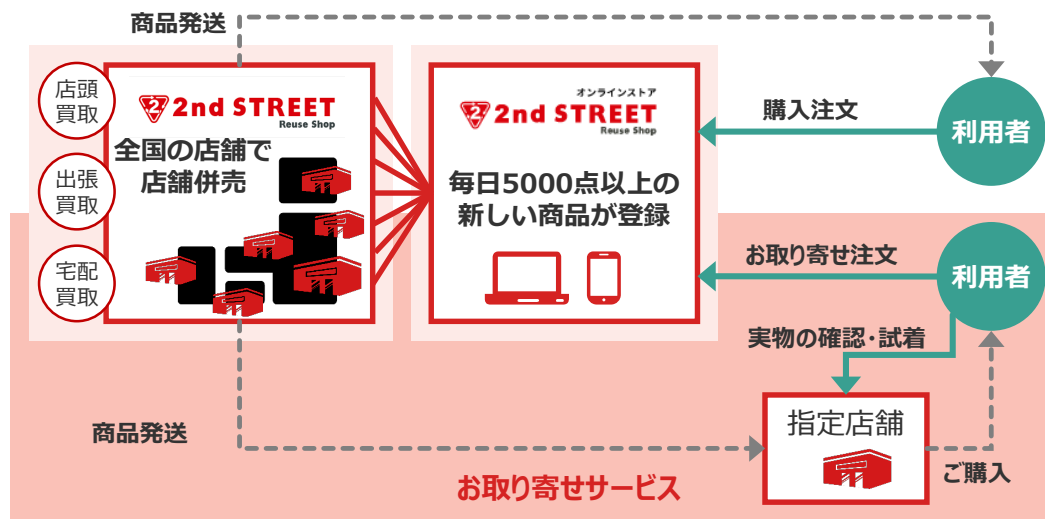
## EC関与売上高※とEC関与比率（対売上高）推移

(百万円)



	23.3月期 実績	24.3月期 実績	前期比
EC関与売上高 (百万円)	24,097	<b>28,700</b>	119.1%

## 2nd STREET オンラインストアの概要



※ECサイト（2nd STREET online・GEO online・OKURA等）や公式アプリ等からの販売、2nd STREET店舗での「お取り寄せサービス」の利用を含む。

※当期よりOKURA等の国内リユースEC売上高をEC関与売上高に含めて表示しております。

# 2024年3月期 商材別売上総利益

単位：百万円	23.3月期 通期実績	24.3月期 通期実績	前期比	増減額
リユース	85,690	<b>103,758</b>	121.1%	18,067
リユース系	62,247	<b>79,446</b>	127.6%	17,198
衣料・服飾雑貨 <sup>※1</sup>	43,507	<b>55,479</b>	127.5%	11,972
家具・家電 <sup>※1</sup>	5,729	<b>6,570</b>	114.7%	841
ラグジュアリー <sup>※4</sup>	2,249	<b>5,823</b>	258.9%	3,574
その他 <sup>※1</sup>	10,762	<b>11,573</b>	107.5%	811
メディア系	23,442	<b>24,311</b>	103.7%	868
ゲーム <sup>※2</sup>	10,105	<b>10,159</b>	100.5%	54
スマホ・タブレット <sup>※2,3</sup>	8,256	<b>9,391</b>	113.7%	1,134
その他 <sup>※2</sup>	5,080	<b>4,761</b>	93.7%	▲319
新品 <sup>※2</sup>	17,667	<b>17,116</b>	96.9%	▲550
その他	39,125	<b>38,949</b>	99.6%	▲175
デジタルコンテンツ <sup>※5</sup>	12,407	<b>14,293</b>	115.2%	1,886
レンタル <sup>※2</sup>	23,052	<b>20,699</b>	89.8%	▲2,353
その他	3,665	<b>3,957</b>	108.0%	291
合計	142,483	<b>159,824</b>	112.2%	17,340

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



## 2024年3月期 販売管理費

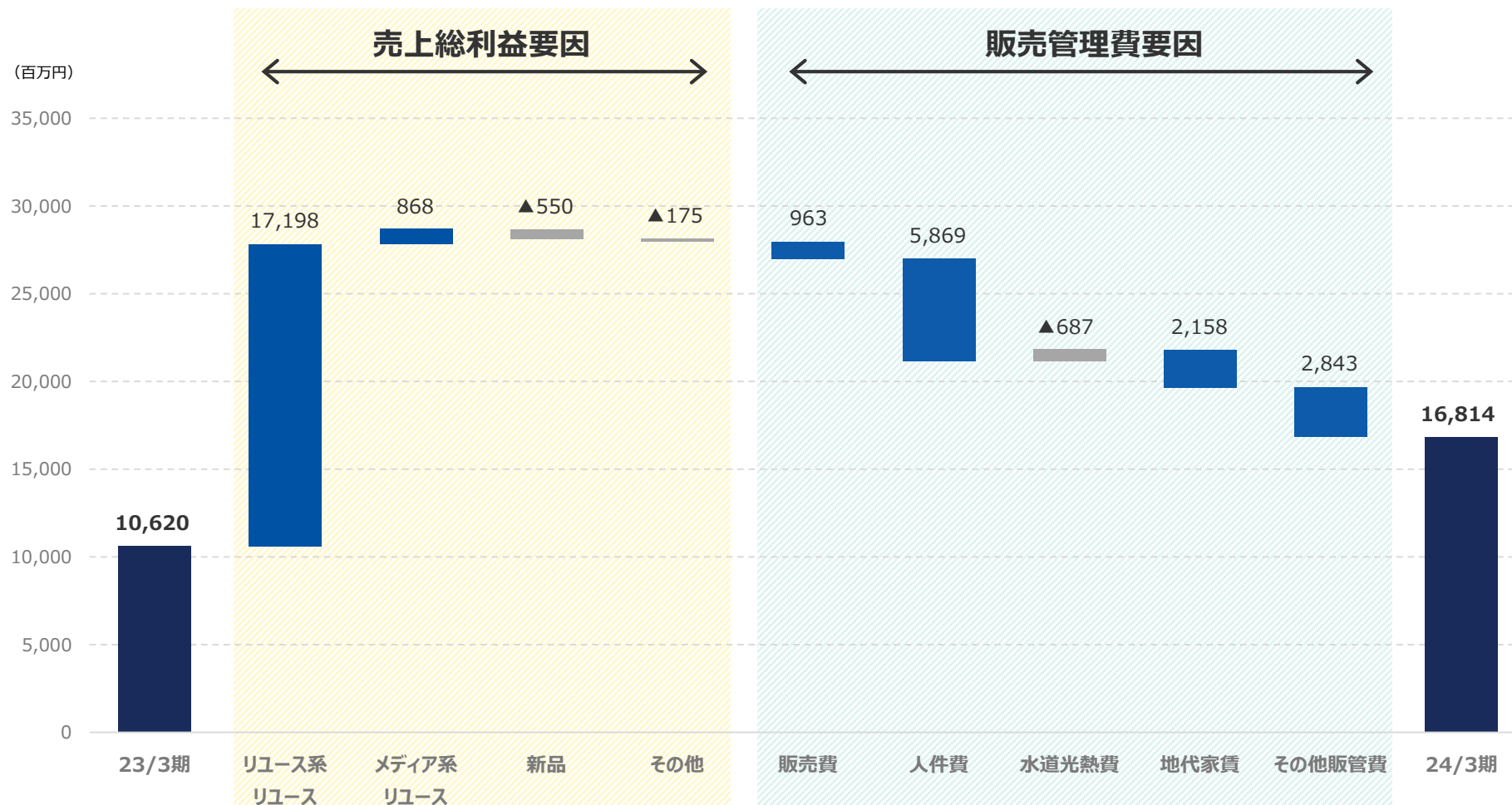
売上に比例したキャッシュレス決済の利用増に伴う販売手数料の増加や、人件費、地代家賃および減価償却費、備品消耗品費増加の影響により、販管費合計では前期比8.5%の増加となりました。

単位：百万円	23.3月期 通期実績	売上高比	24.3月期 通期実績	売上高比	前期比	増減額
販売費計	19,153	5.1%	<b>20,117</b>	4.6%	105.0%	963
広告宣伝費	9,053	2.4%	<b>8,770</b>	2.0%	96.9%	▲283
販売促進費	323	0.1%	<b>361</b>	0.1%	111.7%	37
販売手数料	6,038	1.6%	<b>6,932</b>	1.6%	114.8%	894
人件費計	60,079	15.9%	<b>65,948</b>	15.2%	109.8%	5,869
その他諸経費計	52,629	13.9%	<b>56,944</b>	13.1%	108.2%	4,314
水道光熱費	5,442	1.4%	<b>4,754</b>	1.1%	87.4%	▲687
地代家賃	26,258	7.0%	<b>28,417</b>	6.6%	108.2%	2,158
減価償却費	4,304	1.1%	<b>4,963</b>	1.1%	115.3%	658
備品消耗品費	2,299	0.6%	<b>2,652</b>	0.6%	115.3%	352
修繕費	643	0.2%	<b>693</b>	0.2%	107.8%	50
販管費計	131,862	34.9%	<b>143,009</b>	33.0%	108.5%	11,147

※販売管理費の増減について、▲は営業損益へのプラス要因。

# 2024年3月期 営業利益前期比増減

リユース系リユース商材の売上総利益が前期比27.6%増加と好調に推移しており、171億円の増益となりました。2nd STREET及びOKURAを中心としたリユース系リユース商材が全体を牽引する形となりました。その他に含まれるレンタルの売上総利益の減少や人件費をはじめとする販売管理費の増加を吸収し、営業利益は前期比58.3%増加の168億円となりました。



※販管費の増減額について▲は利益の減少要素となります。

## 2024年3月期 連結貸借対照表

単位：百万円	2023年 3月31日	構成比	2024年 3月31日	構成比	増減額
流動資産	131,311	65.1%	154,308	66.8%	22,996
現金及び預金	44,286		54,977		10,690
売掛金	11,712		15,226		3,514
商品	64,241		70,970		6,728
固定資産	70,492	34.9%	76,817	33.2%	6,324
有形固定資産	40,847		46,840		5,993
無形固定資産	3,264		4,341		1,076
投資その他資産	26,380		25,635		▲744
<b>資産合計</b>	<b>201,804</b>	<b>-</b>	<b>231,125</b>	<b>-</b>	<b>29,320</b>
流動負債	49,225	24.4%	47,487	20.5%	▲1,737
買掛金	16,034		14,692		▲1,341
短期借入金	6,000		2,000		▲4,000
1年以内返済予定の長期借入金	7,487		8,737		1,249
固定負債	75,366	37.3%	96,287	41.7%	20,921
社債	-		6,600		6,600
長期借入金	54,462		64,325		9,862
<b>負債合計</b>	<b>124,592</b>	<b>61.7%</b>	<b>143,775</b>	<b>62.2%</b>	<b>19,183</b>
<b>純資産合計</b>	<b>77,212</b>	<b>38.3%</b>	<b>87,349</b>	<b>37.8%</b>	<b>10,137</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>201,804</b>	<b>-</b>	<b>231,125</b>	<b>-</b>	<b>29,320</b>

衣料・服飾雑貨、リユーススマホ在庫確保により増加

運転資金としての当座借越調達が減少

第1回無担保社債発行により66億円調達、取引金融機関より186億円調達



# 2024年3月期 連結キャッシュフロー計算書

単位：百万円	2023年 3月31日	2024年 3月31日	増減額
税金等調整前当期純利益	10,675	17,306	6,630
うち減価償却費	4,849	5,534	685
うち売上債権の増減額(▲は増加)	▲1,701	▲2,759	▲1,057
うち棚卸資産の増減額(▲は増加)	▲12,649	▲6,464	6,184
うち仕入債務の増減額(▲は減少)	2,091	▲2,574	▲4,666
営業C F 小計	6,405	13,983	7,577
うち法人税等の支払額	▲1,932	▲4,524	▲2,591
<b>営業C F</b>	4,283	9,296	5,013
うち有形固定資産の取得による支出	▲6,487	▲7,151	▲663
<b>投資C F</b>	▲9,589	▲10,401	▲812
うち短期借入金の純増減額(▲は減少)	5,999	▲4,000	▲9,999
うち長期借入による収入	9,900	18,600	8,700
うち長期借入金の返済による支出	▲5,893	▲7,527	▲1,633
うち社債の発行による収入	-	6,568	6,568
うち配当金の支払額	▲1,017	▲948	68
<b>財務C F</b>	3,938	12,396	8,458
<b>現金及び現金同等物の増減額(▲は減少)</b>	▲1,286	11,598	12,885
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	46,564	58,556	11,991





2nd STREETの店舗増に加え、販売好調なリユーススマホの在庫確保による棚卸資産の増加

主に家庭用ゲーム機本体及びゲームソフトの仕入債務の減少

第1回無担保社債発行により66億円調達、取引金融機関より186億円調達

# ゲオグループの店舗数の状況

2024年3月末の総店舗数 2,108店

	GEO※1	2nd STREET※2					OKURA TOKYO	Luck Rack	その他	合計
	 mobile									
		国内	米国	台湾	マレーシア	タイ				
<b>直営店</b>	<b>977</b>	<b>784</b>	<b>35</b>	<b>28</b>	<b>17</b>	<b>1</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>65</b>	<b>1,947</b>
(期中出店)	55	50	12	10	6	1	2	6	33	175
(期中閉店)	▲ 42	▲ 14	0	0	0	0	▲ 3	▲ 9	▲ 3	▲ 71
FC・代理店	107	54	0	0	0	0	0	0	0	161
<b>合計</b>	<b>1,084</b>	<b>838</b>	<b>35</b>	<b>28</b>	<b>17</b>	<b>1</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>65</b>	<b>2,108</b>
<b>2023.3月末</b>	<b>1,089</b>	<b>803</b>	<b>23</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>23</b>	<b>21</b>	<b>35</b>	<b>2,023</b>
<b>2022.3月末</b>	<b>1,111</b>	<b>764</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>1,958</b>

※1：直営店にGEO mobile単独店66店舗を含む。併設店としてのGEO Mobileは 547店舗。

※2：Super 2nd STREET・2nd OUTDOOR・JUMBLE STORE・買取専門店等を含む。

### **3. 2025年3月期 通期業績予想**






## 2025年3月期 通期業績予想

- 売上高は、あらゆる財・サービス価格の上昇による本格的な消費回復に対する懸念や、不安定な世界情勢など不透明な部分ではありますが、循環型社会の形成や消費者の嗜好変化によるリユース需要の高まりに加え、国内外の2nd STREETおよびGEO・GEO mobile の積極的な出店などを主因に、前期比0.5%増の4,360億円を計画しています。
- 営業利益は、増収による売上総利益の増加の一方で、人員不足店舗への配置や賃金引上げ影響、電気使用量単価や資材物流価格上昇などのコスト増を見込み、前期比28.6%減の120億円を見込んでおります。

単位：百万円	(参考) 24.3月期 通期実績	25.3月期 通期予想	(参考) 通期予想 前期比増減率	(参考) 通期予想 前期比増減額
売上高	433,848	<b>436,000</b>	0.5%	2,151
営業利益	16,814	<b>12,000</b>	▲28.6%	▲4,814
(営業利益率)	3.9%	<b>2.8%</b>	—	▲1.1pt
経常利益	18,749	<b>12,000</b>	▲36.0%	▲6,749
親会社株主に帰属する 当期純利益	10,902	<b>6,000</b>	▲45.0%	▲4,902
直営店舗数	1,947店	<b>2,076店</b>	—	129店純増
ROE	12.51%	<b>6.54%</b>	—	▲5.98pt
NetD/Eレシオ	0.26倍	<b>0.33倍</b>	—	0.07増

※ROE=親会社株主に帰属する当期純利益÷期末自己資本。NetD/Eレシオ=期末純有利子負債(リース債務を除く)÷期末純資産額。

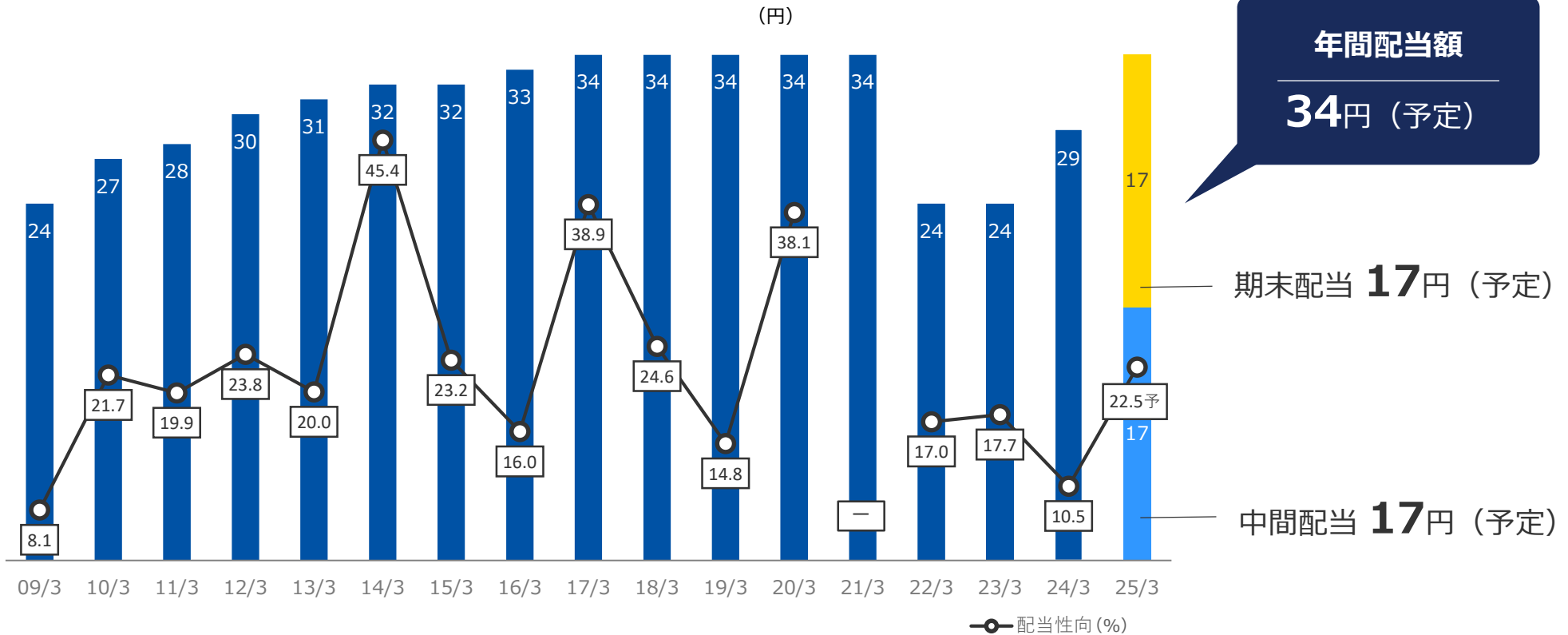
# 2025年3月期 出店計画

		出店計画		
		店舗数	概要	
	国内 60店舗	総合リユース店に加え、都心型店舗および買取専門店を出店し、2029年3月期までに1,000店舗を目指します。		
	海外 34店舗	北米	15店	東海岸への出店に加え、出店する州の拡大を図ります。
		台湾	10店	出店エリアの拡大を含む出店を進めます。
		マレーシア	6店	クアラルンプールおよび近郊を中心に出店を行います。
		タイ	3店	バンコク首都圏を中心に出店を行います。
 	50店舗	内、45店舗がGEO mobile単独店。出店のほかGEO併設店展開を推進します。GEOについても新フォーマットによる出店を行う方針です。		
	3店舗	繁華街立地に加え、買取専門店も出店する予定です。		
	6店舗	駅前立地の商業ビルに加えて、郊外ロードサイドへの出店も計画します。		

# 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おります。
- 2025年3月期につきまして利益水準、財政状態などを総合的に勘案した結果、2025年3月期の剰余金の配当は、2024年5月10日に公表いたしましたとおり、中間配当は前回から5円増配し1株当たり17円00銭、期末配当は1株当たり17円00銭とし、年間配当34円00銭を予定しております。今後も財務健全性を確保しつつ、資本効率の向上を図るとともに、安定的な配当の継続に努めてまいります。

## 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
<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">成長領域</div> <b>2nd STREET 国内</b>	●		
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> <b>2nd STREET 海外</b>	●		
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> <b>OKURA TOKYO</b>			●
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> <b>Luck Rack</b>	●		
<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">成熟領域</div> <b>GEO・GEO mobile</b>	●	●	
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> <b>デジタルコンテンツ事業</b>			●

※重点的に経営資源を投入する取組みをハイライトしています。

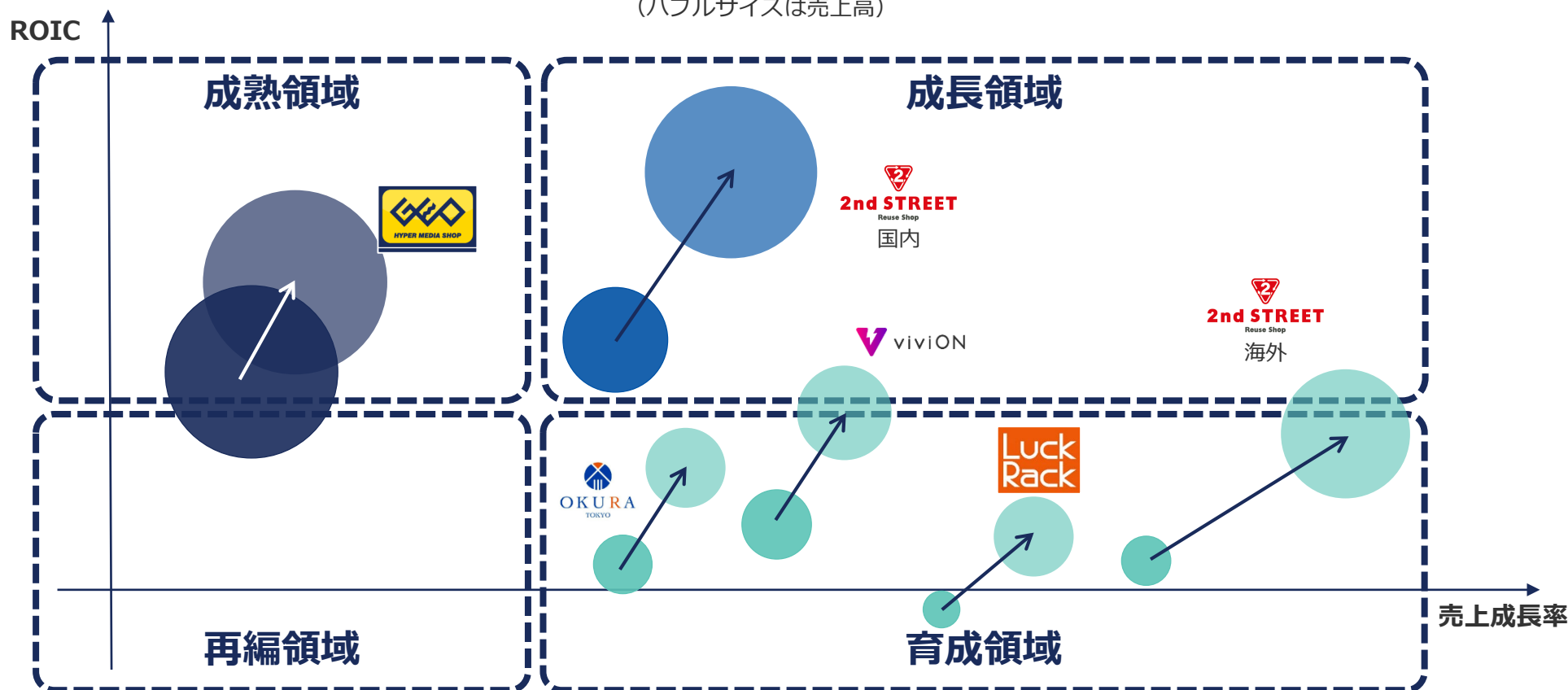


# 各事業の成長イメージ

オフライン・オンライン事業における多店舗型プラットフォームを武器に既存業界で収益拡大を図るとともに、新商圈や新事業での収益化が進んでいます。オンライン事業のデジタルコンテンツ事業でもプラットフォーム確立で収益化に目途が立っています。

## 各事業の今後数年間の成長イメージ

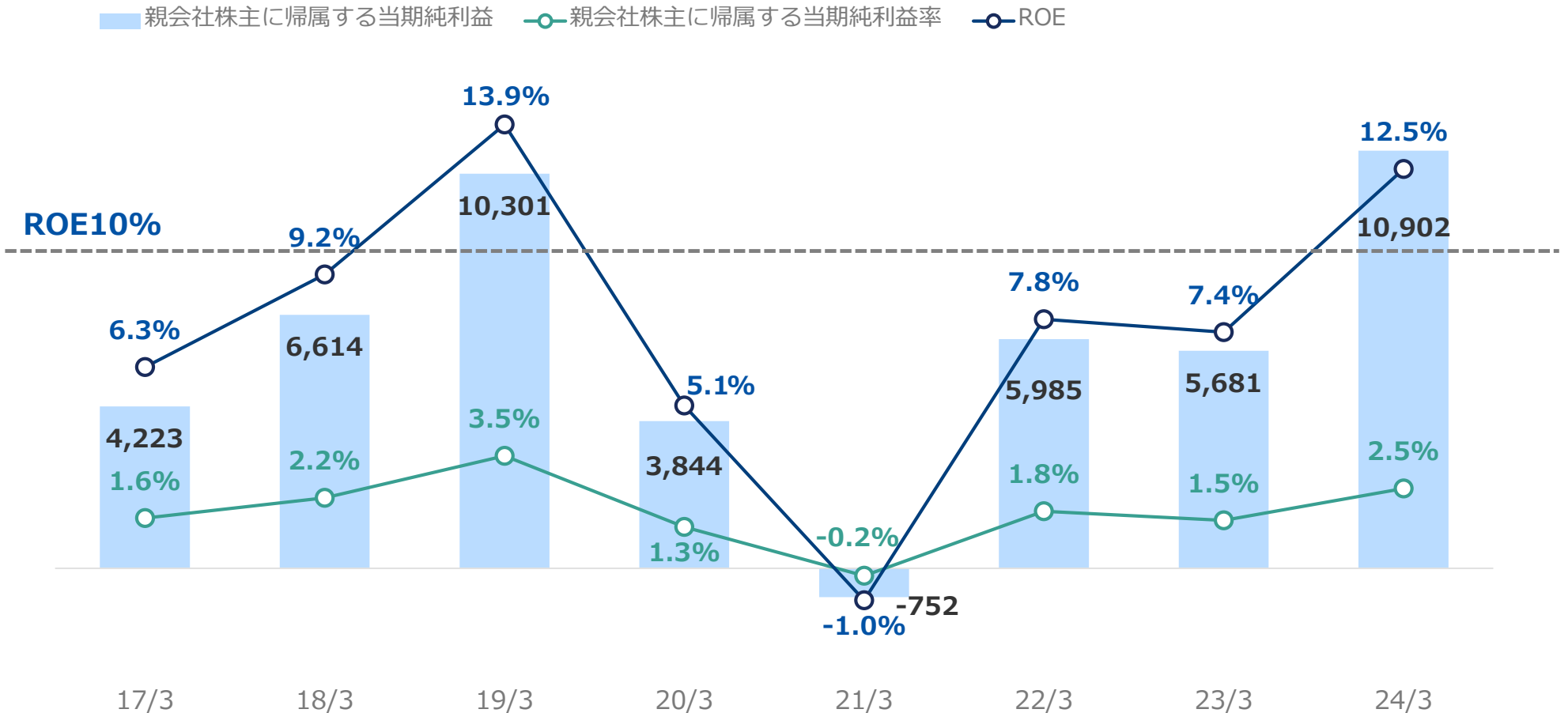
(バブルサイズは売上高)



※vivIONは収益認識基準による影響を加味しています。

# ROE目標

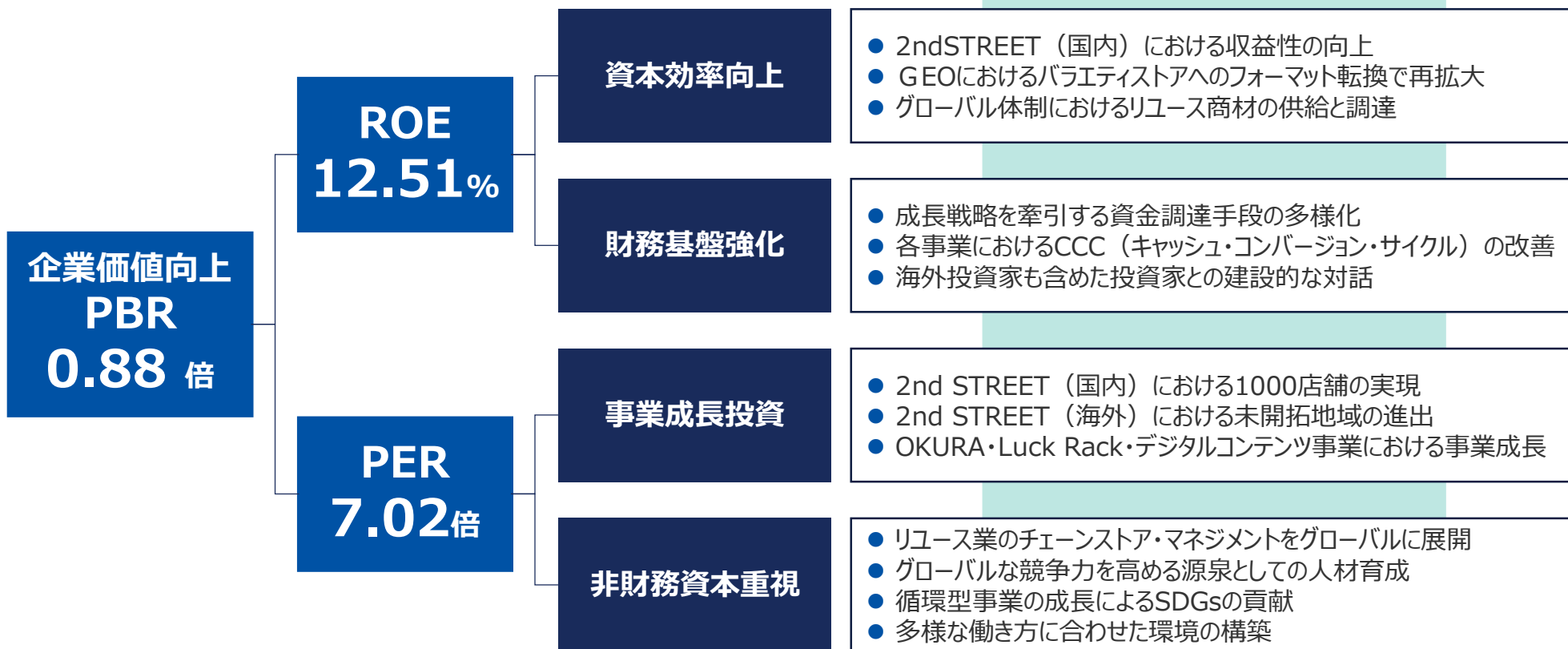
積極的な投資を控えることによりROE10%水準は達成できるものの、当面はROE8%以上を目標値としています。



※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いきます。



## リユース業界で圧倒的な世界一を目指す

※PBR、ROE、PERは、24年3月時点の数値。PBR＝期末時価総額 ÷ 期末純資産額。ROE＝親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 期末自己資本。PER＝期末時価総額 ÷ 親会社株主に帰属する当期純利益。

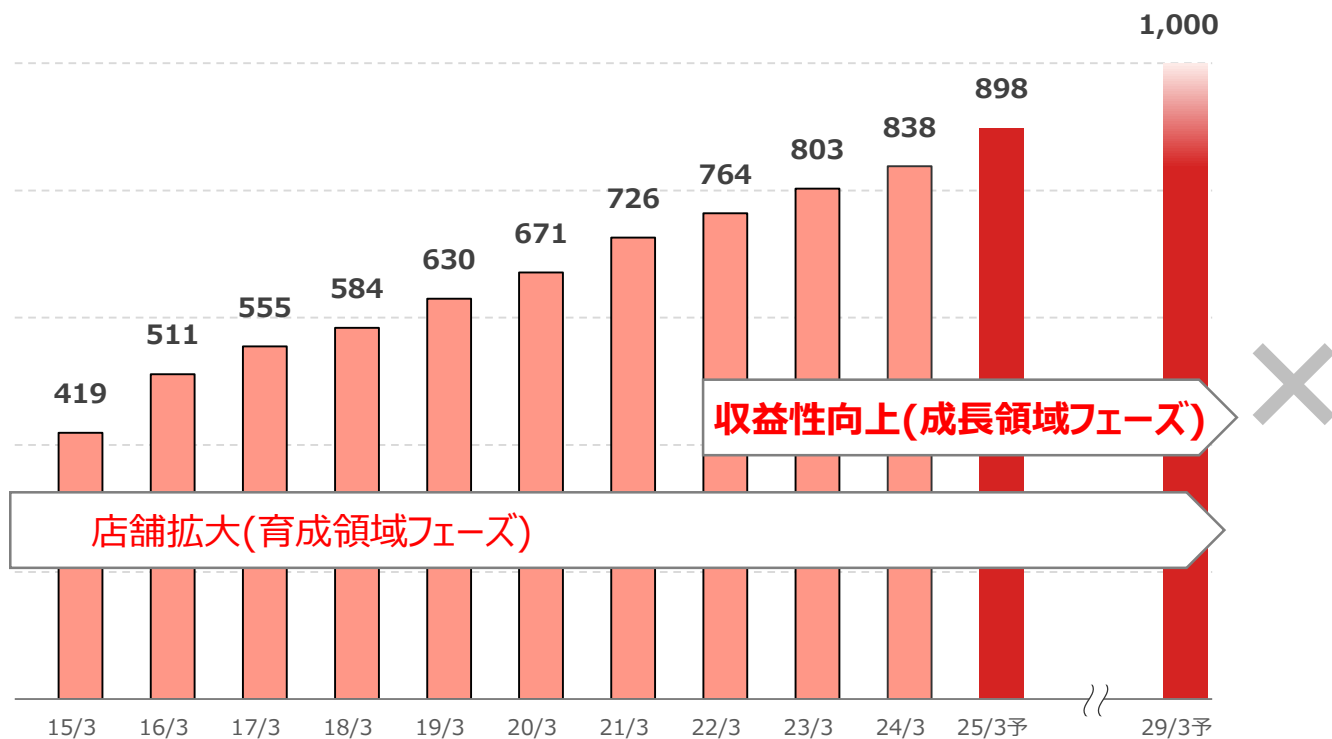
## 2nd STREETの国内店舗数推移と中期目標



- リユース市場での圧倒的No.1企業となるために、2023年3月期に経過目標であった国内2nd STREET800店舗を達成し、次のターゲットとして2029年3月期までに1,000店舗を目指します。
- 国内2nd STREETの各店舗では、①オペレーション力の向上、②在庫状況に合わせた機動的な売場変更・買取対応、③人件費の適切なコントロール、などの施策を通じて収益性を高める取組みを継続します。

### 国内の店舗数推移

(店)



### 店舗の収益性を高める取組み

店舗業務の標準化・簡易化によるオペレーション力の向上

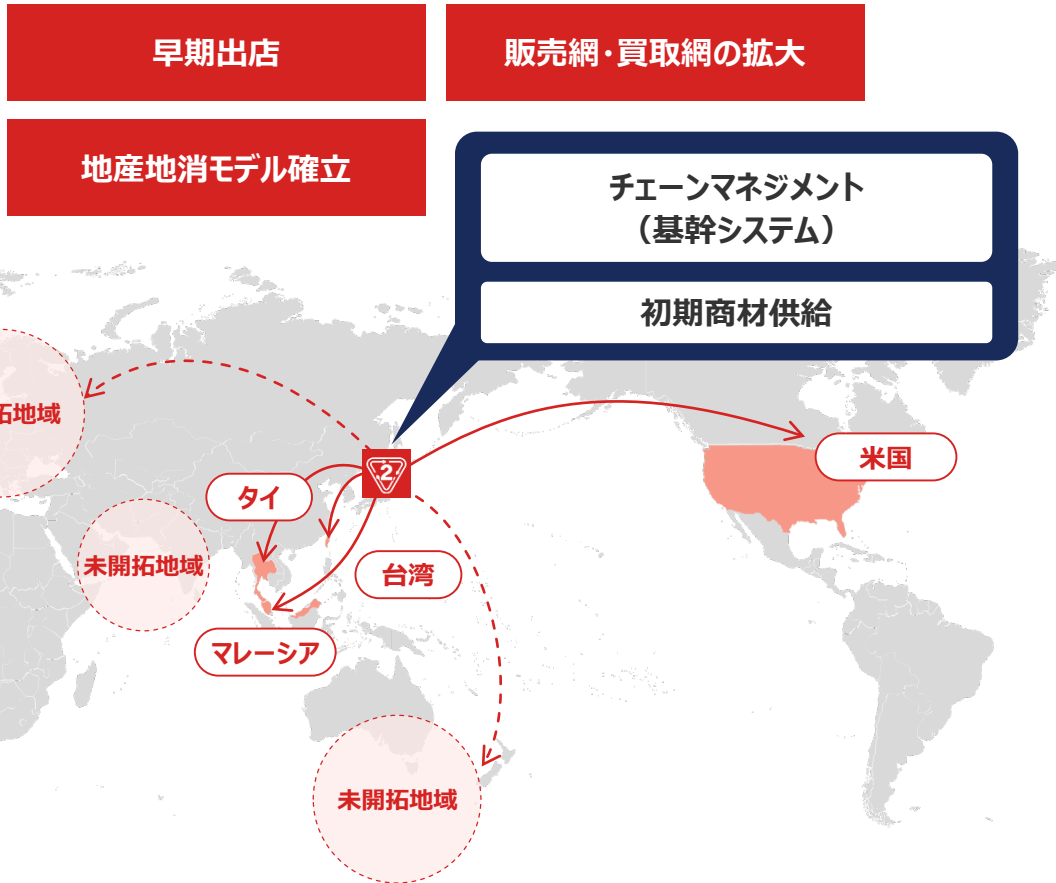
在庫状況に合わせた機動的な売場変更・重点買取の実施

店舗人時の分析と人件費の適切なコントロール



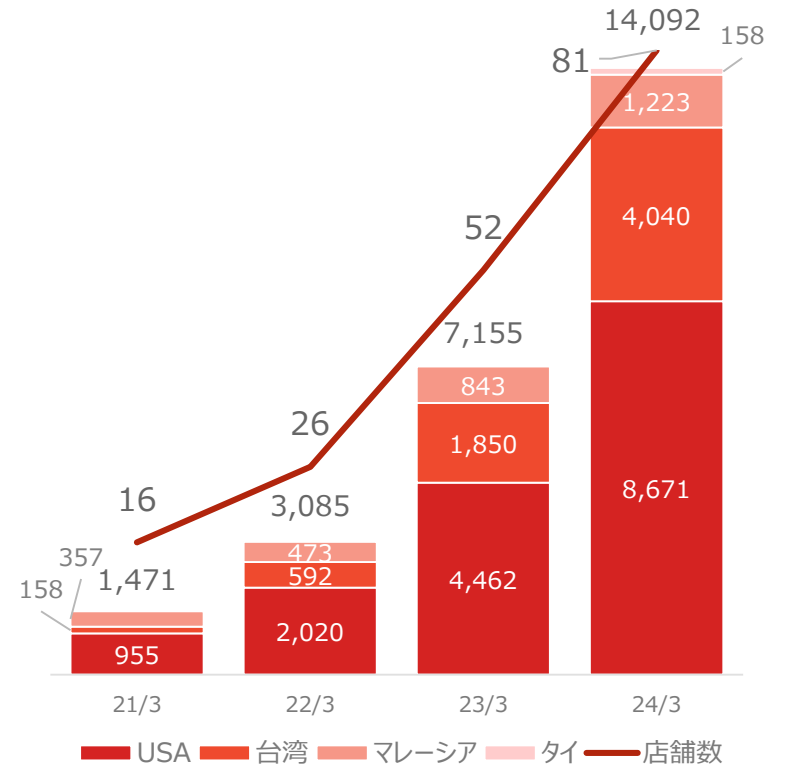
# 2nd STREET海外出店の強化

- 日本から「チェーンマネジメント（基幹システム）」「商材供給」の提供により、米国・台湾・マレーシア・タイでの多店舗展開により成長を加速させます。
- 新たな進出地域として、2023年12月タイに初出店。他東南アジアや他地域での出店も検討しています。



## 海外2nd STREET売上高推移

(百万円)



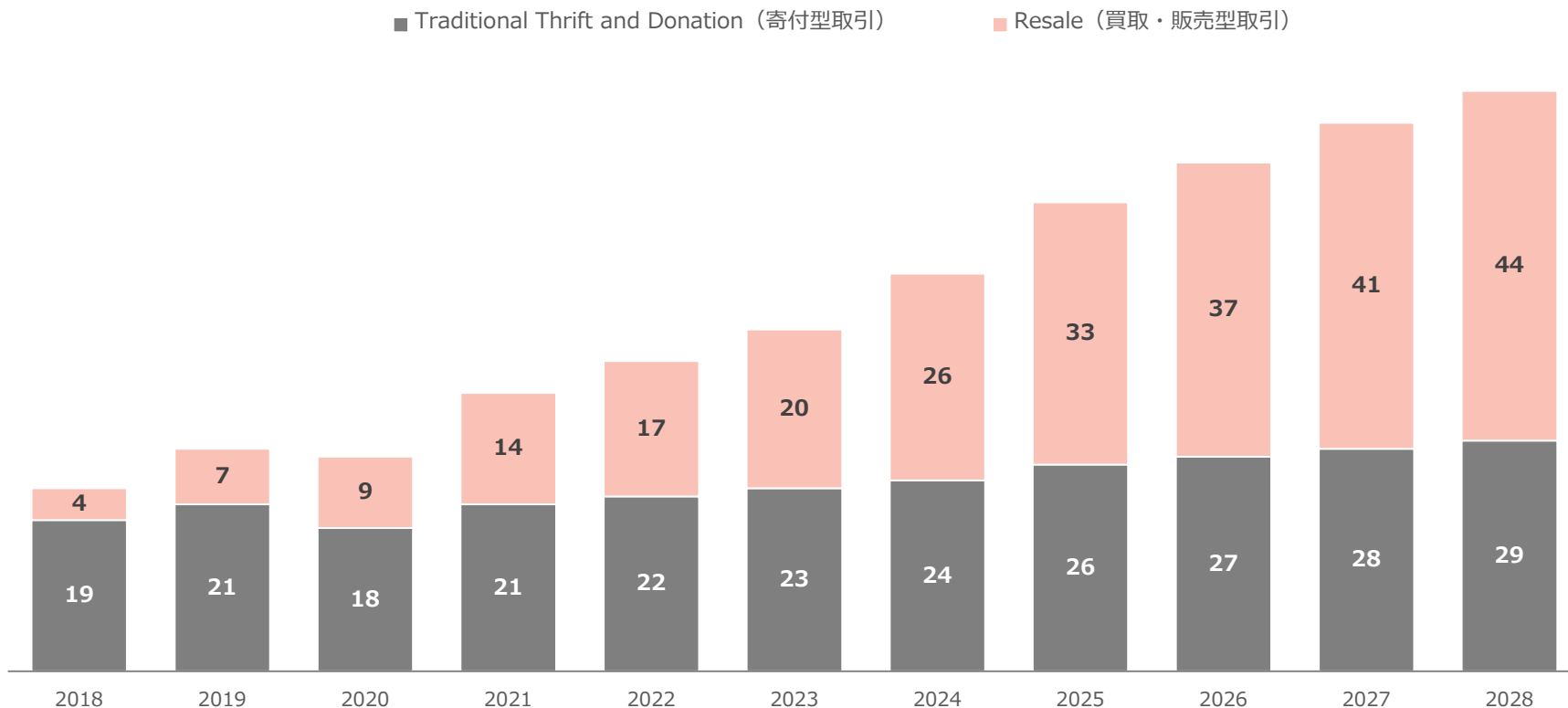
# ポテンシャルが大きい米国での事業戦略



- 米国のリユース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、2023年の430億ドルから2028年には700億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。
- 米国では従来型の寄付を商材調達とするリユースショップに加え、買取・販売型のリユースショップ市場が拡大していることを踏まえ、試験的な出店段階から複数店舗のマネジメントが進行中です。

## 米国のリユース市場の規模推移

(10億ドル)



# 米国での店舗展開と強み



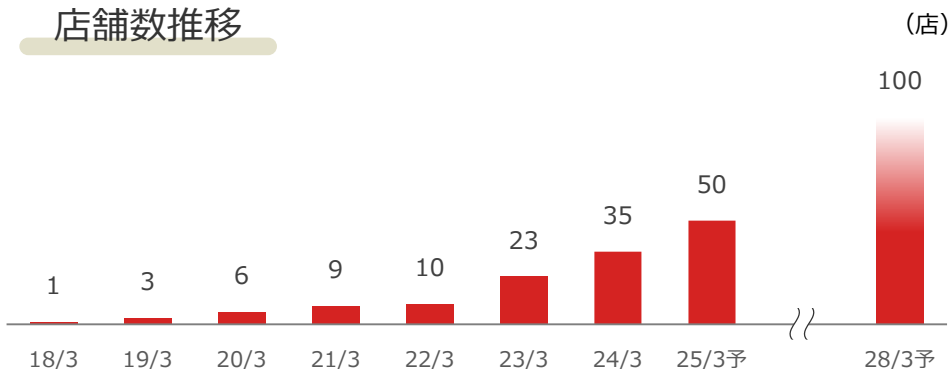
- 西海岸からスタートした米国店舗は業績と同時に現地従業員の育成も順調に進展し、今後は東海岸へ積極的に出店を進めて、米国での店舗展開の通過点として2028年3月までに100店舗を目指します。
- 米国の店舗では、①現地での買取商品を基本としつつ、日本から輸送するリユース商材や米国では入手困難な商材の提供、②流行シーンや天候に合わせたスピード感ある対応、③日本型ホスピタリティ、なども強みとします。

## アリゾナ州：Norterra店（2024年2月オープン）



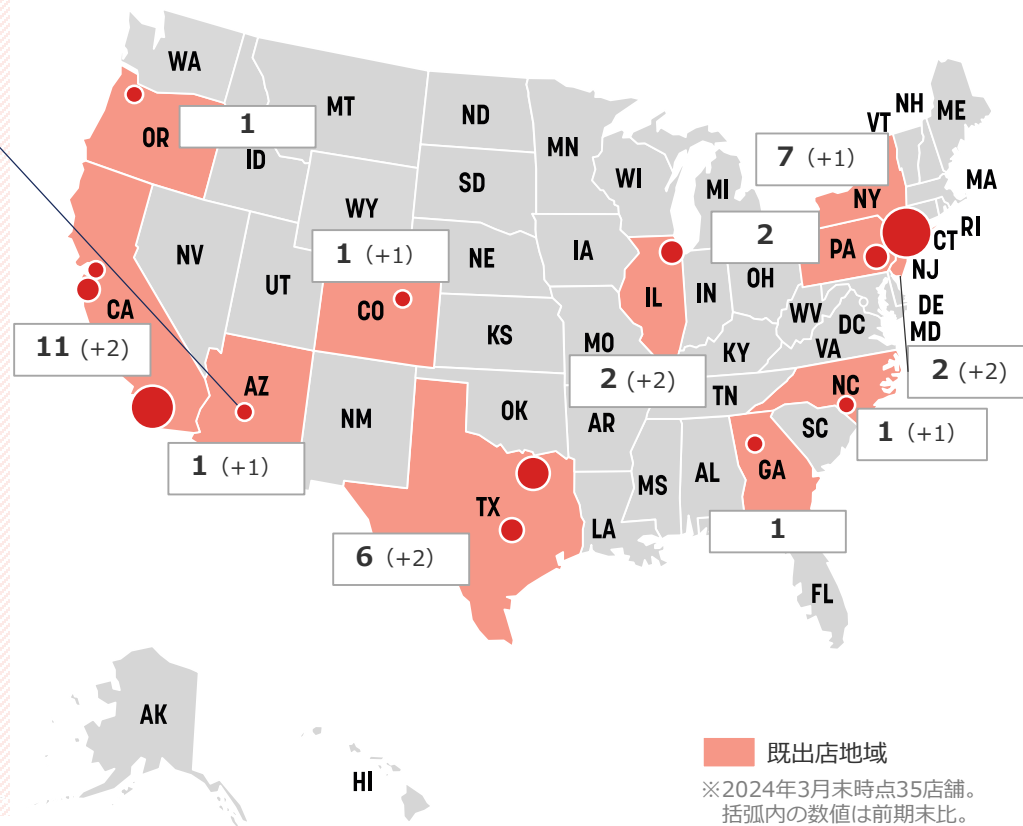
アリゾナ州初出店。ノーテラエリアは同州最大都市フェニックスの北部に位置し、住宅地を擁してショッピングセンターや映画館、スーパーマーケットなどさまざまなショップが立ち並んでいます。同店は約54坪の売場で衣料品、バッグ・靴・アクセサリなどの服飾品を中心としたリユース品を取り扱い、地域で愛される店づくりを目指していきます。

## 店舗数推移



## 北米での出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



既出店地域

※2024年3月末時点35店舗。  
括弧内の数値は前期末比。

# リユース市場が発展途上にある台湾での出店戦略



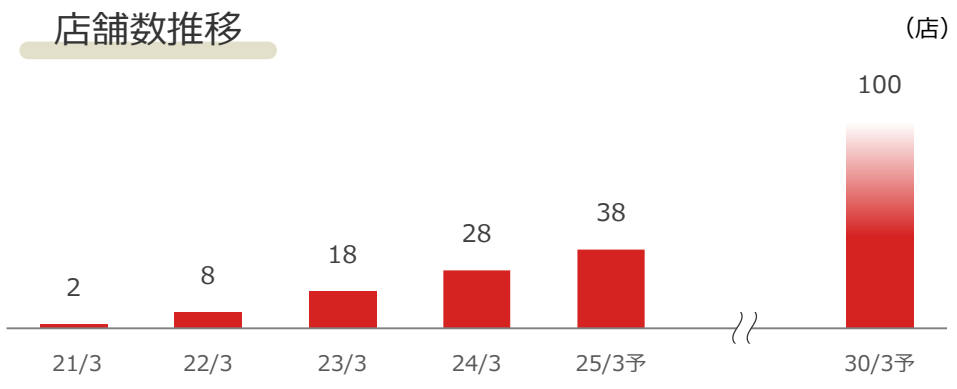
- 台湾のリユース市場は発展途上段階のため、積極的な出店を行うことで確固たるポジションを形成する方針です。
- 台湾での買取商材だけではなく、日本からの商材が継続的に店頭で並んでいることも強みに、人材育成とコスト管理を一段と強化しつつ、台湾市場での地歩を固めていき、2030年3月までに100店舗を目指します。

## 高雄市：高雄大立店（2024年3月オープン）



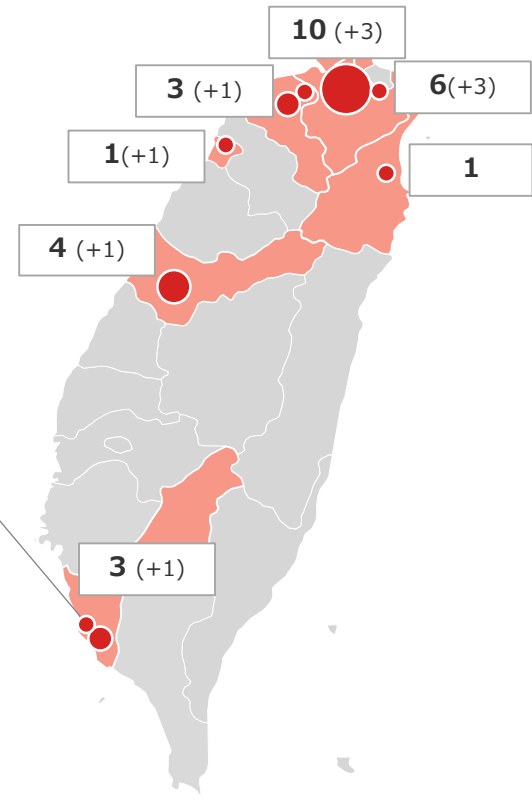
高雄市内にある大型ショッピングモール、大立百貨（高雄店）A館内5階に2024年3月、「高雄大立店」がオープンしました。台湾出店数は同店で28店舗目となり、約70坪の売り場面積ではエリアの客層に合わせ、高級ブランド品を中心に8,000点ほどの商品を展開しています。

## 店舗数推移



## 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

※2024年3月末時点28店舗。  
括弧内の数値は前期末比。



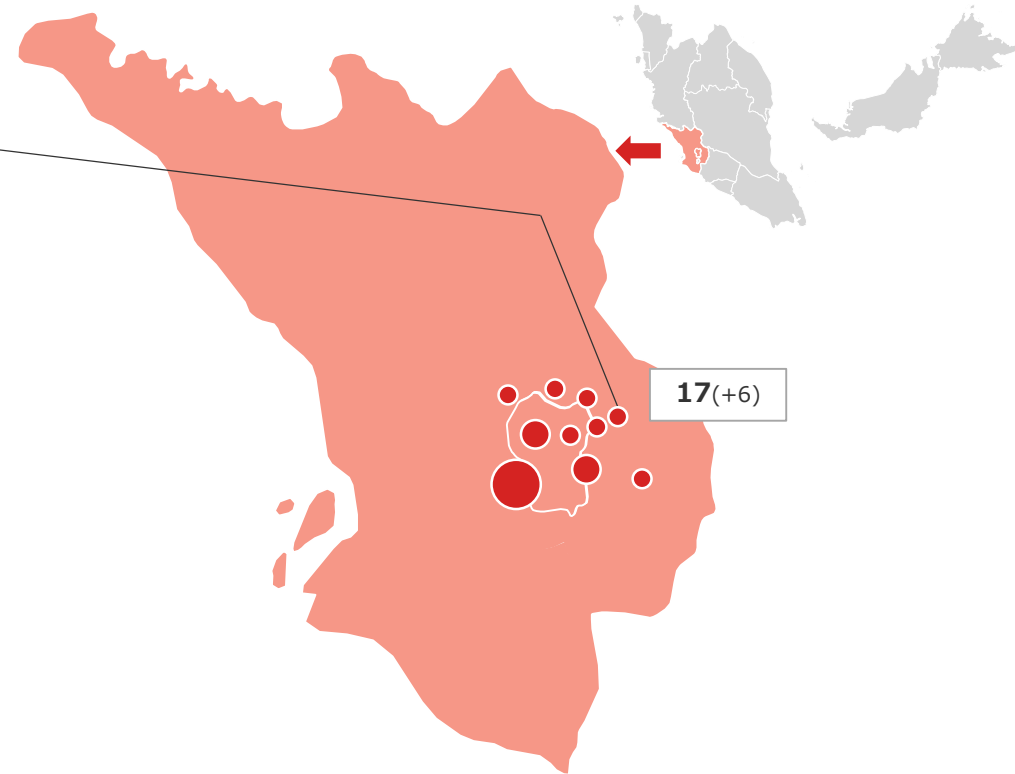


# マレーシアでの出店戦略

- マレーシアでは日本から輸出したリユース商材の卸売・店舗販売を、クアラルンプールおよび近郊を中心にドミナント展開しています。
- マレーシアでのマーケティングリサーチと人員の増加を継続しながら、更に事業展開を強化していく方針です。

## 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

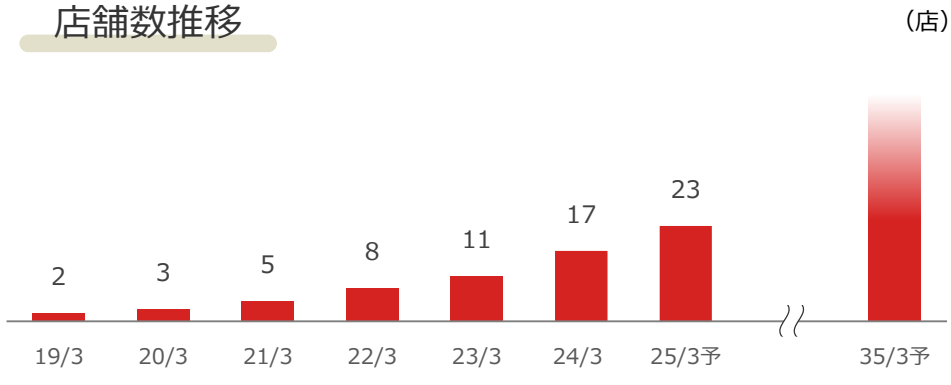
※2024年3月末時点17店舗。  
括弧内の数値は前期末比。

### クアラルンプール： AEON Mall AU2店 (2024年2月オープン)



複合施設内にあるマレーシア17号店で、約160坪の売り場面積にて日本から取り寄せたリユースアイテムを豊富に取りそろえています。また、現地での買取も行っており、日本のセカンドストリートと同様にアイテムやジャンル別などのカテゴリーごとで分類し、見やすく整頓された売場に仕上げ、同国で支持されています。

### 店舗数推移



# 2023年12月タイ初出店



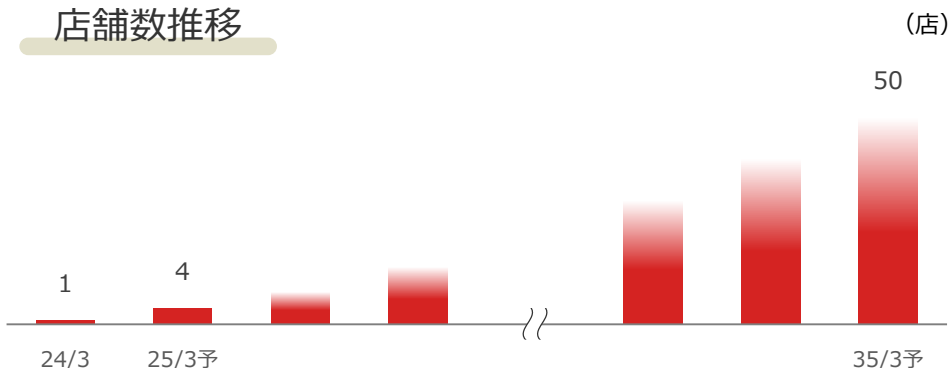
- リユース市場黎明期の東南アジアにて、買取と販売を国内完結するモデルを構築し、海外展開を加速します。
- タイは、都市部に住む人口の割合が50%を超えるなど都市化が加速しており、今後も人口増加が予測されるバンコク首都圏を中心に10年間で50店舗の展開を目指します。

## バンコク : BIG-C RAMA4店 (2023年12月オープン)



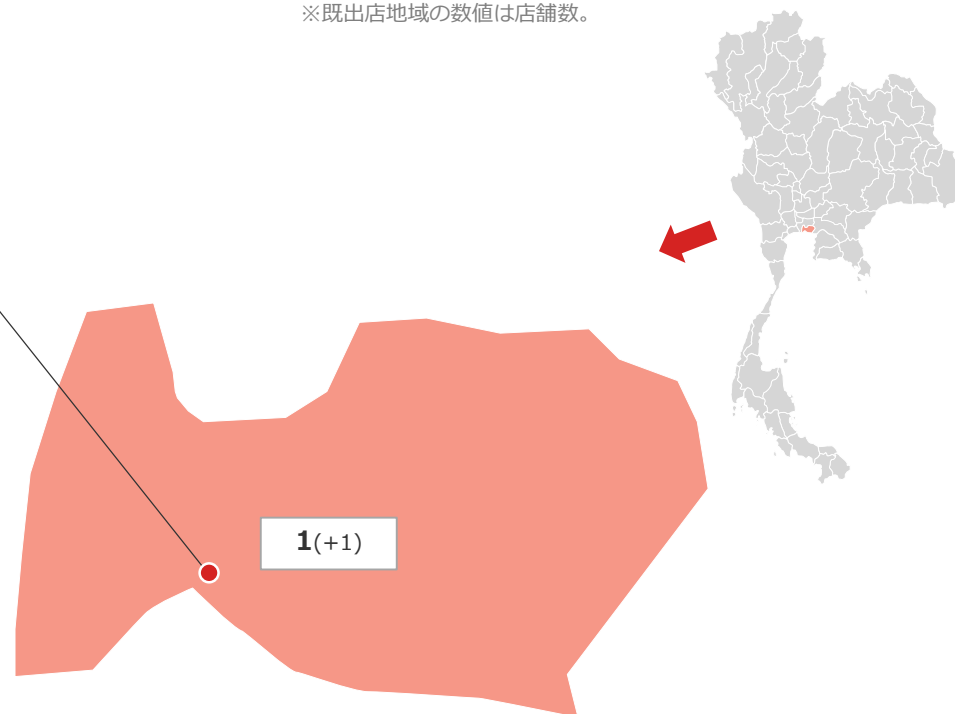
タイの首都バンコクの大型複合商業施設「BIG-C」内に出店。スーパーマーケットが隣接しており、日常的に現地の人々が利用するショッピングの場として親しまれ日本企業も多く出店しています。店内ではラグジュアリーブランドをはじめ、日本から取り寄せたリユースアイテムを展開し、買取サービスも行っています。

## 店舗数推移



## タイでの出店地域

※既出店地域の数値は店舗数。



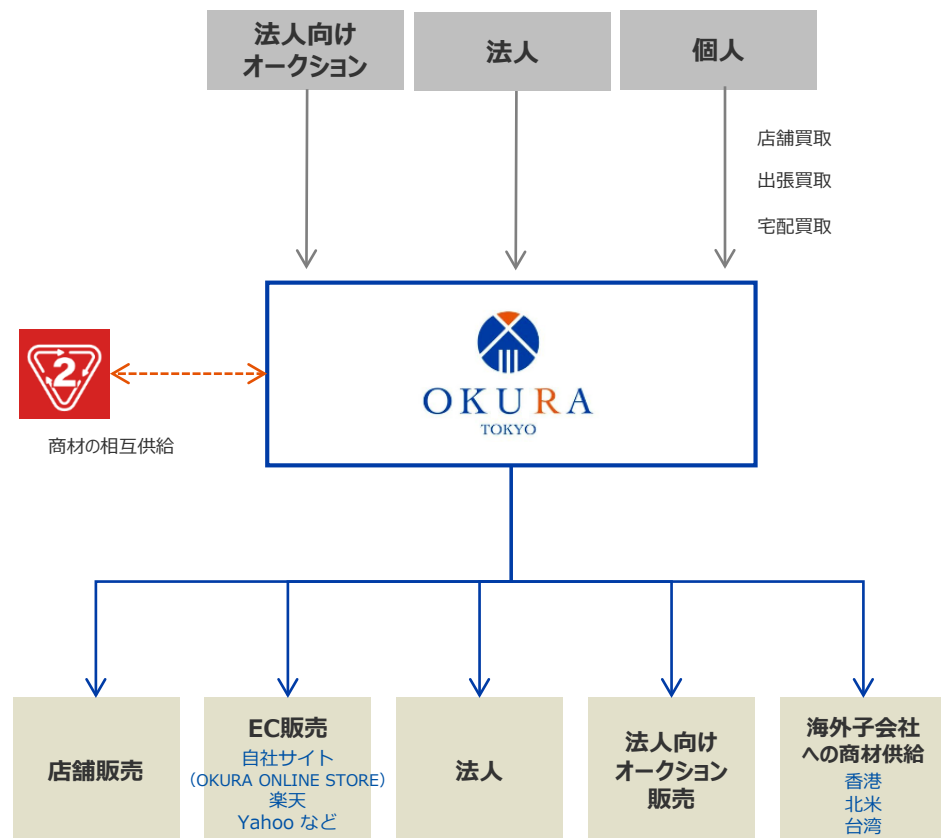
既出店地域

※2024年3月末時点1店舗。  
括弧内の数値は前期末比。

# リユースのラグジュアリー商材の中核を担うOKURA

- 個人買取に加えて法人向けオークションを通じての幅広いラインナップのラグジュアリー商材を、店舗やEC、法人向けオークション、海外子会社で販売しています。
- 高級時計に強みを持ち、日本最大級のオークションである「(株)日本オークション協会」を子会社化したことで、ラグジュアリー商材の調達・販売面での強化が期待できます。

## OKURA のビジネス概要



## OKURA が活用するコア・オークション

### 「(株)日本オークション協会」を連結子会社化

	自社開催オークション お蔵市場	自社開催オークション 日本オークション協会 JWA
特徴	自社主催のオークションを毎月開催。時計やバッグ、宝飾品だけではなく、着物や道具類まで幅広く取扱っている。	子会社化を行った日本最大級のオークション。高級時計に強みを持ち、オークション会員は専用のWEBサイトを通じて、いつでもどこでも入札が可能。
年間 出来高	約130億円以上	約210億円以上
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

# 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います。
- 関東・関西を中心に積極的なチャレンジを行い、日本のオフプライスストアのリーディング・カンパニーを目指します。

## オフプライスストアのビジネスモデル



## オフプライスストアとアウトレットストアの違い

	オフプライスストア	アウトレットストア
取扱ブランド	複数ブランド	単一ブランド
品揃え	多様なブランドを組合わせたラインナップ	アウトレット専用品も利用したラインナップ
メインの出店形態	ショッピングセンター等への出店	アウトレットモールへの出店
アクセス	高い来店頻度が期待できる立地	マイカーによるアクセスが中心の立地

# 来店動機を高めるための強化商品施策を展開



- GEOのバラエティストアへの業態転換を進め、狭小店舗の閉店等による店舗の見直し、200坪相当の新業態対応の出店再拡大を行います。
- 来店動機を高めるために強化商品施策を通じて、「〇〇買うならGEO」というイメージシェアアップを図ります。
- 一方で専門サービスで差別化されたGEO mobileの出店も拡大してまいります。

## 強化商品部門の拡大と新しいGEOフォーマットの確立



# リユースのスマホ・タブレット端末でトップシェア

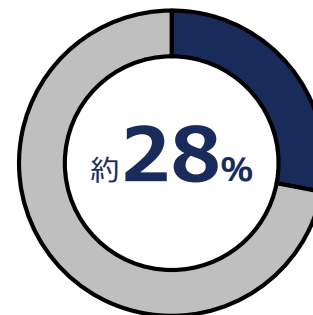


- GEO・GEO mobile を中心に、リユースのスマホ・タブレット端末市場で約28%のトップシェアを保持し、今後、さらにシェアを高めていき、2026年3月までに800店舗※の出店を目指します。
- GEO・GEO mobile は、①在庫の一元管理による柔軟な販売体制、②完全に初期化・クリーニングされた端末、③SIMカードの販売、④GEO mobile では専門の相談員によるサポート、などを強みとします。

## GEO・GEO mobile の強み

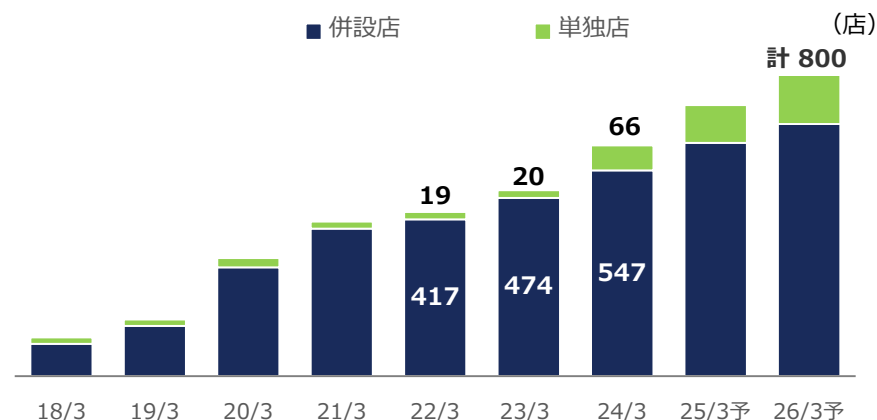
販売店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全国のGEO・GEO mobile の在庫を一元管理しているため、需要に応じた適切な販売が可能</li> </ul>
販売する端末	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 端末内はすべて初期化するから安心・安全</li> <li>• 端末は外部・内部ともにしっかりクリーニング</li> <li>• 初期不良に対して30日間の安心保障</li> </ul>   
SIMカード	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全国のGEO・GEO mobile にて、「UQ」、「Y!mobile」のSIMカードを販売</li> </ul>
店頭サポート	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 安心の店頭サポート、特にGEO mobile では専門の相談員によるサポートを提供</li> </ul>

## リユースのスマホ・タブレット端末のマーケットシェア



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、ゲオショップなどへの併設店舗の合計店舗数です。

※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「中古市場データブック2023」をもとにゲオホールディングス推定。

# リユースのスマホ・タブレット端末で圧倒的なナンバー1を目指す



- GEO mobile単独店やグループ店併設による積極的な店舗数の拡大、家電量販店等への出店に加え、家電量販店等へのリユース機能の提供による協業も展開しています。
- オンライン買取・販売・契約の強化とともに、B to Bビジネスの拡大にも注力することで、リユースのスマホ・タブレット端末で圧倒的なナンバー1を目指します。

## リユースのスマホ・タブレット端末で圧倒的なナンバー1を目指す

### リアル店舗

GEO mobile  
単独店・併設店の拡大



家電量販店等への  
出店



### オンライン

デジタルを活用した  
顧客接点の強化  
(買取・販売・契約)



### B to B

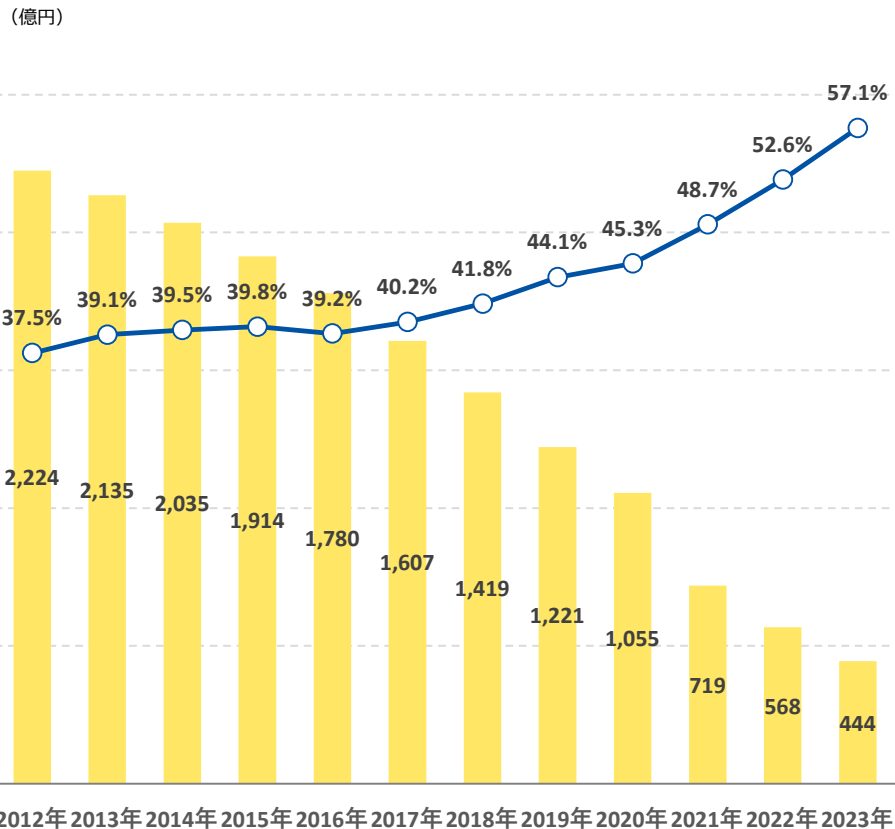
国内法人仲介取引  
海外輸出入



# 盤石なかたちでスペース効率化を施策するレンタル部門

- 国内の音楽・映像レンタル市場が縮小傾向にある影響は避けられませんが、当社グループの祖業として、音楽・映像レンタルの国内トップシェアを一段と盤石にするべく、効率化を推進しつつ、取り組んでまいります。
- 店舗におけるレンタル部門のスペース効率化施策に取り組んでいる結果、レンタル部門の坪当たり売上高は下げ止まりつつあり、また、効率化したスペースはリユーススマホや強化商品の販売に充当しています。

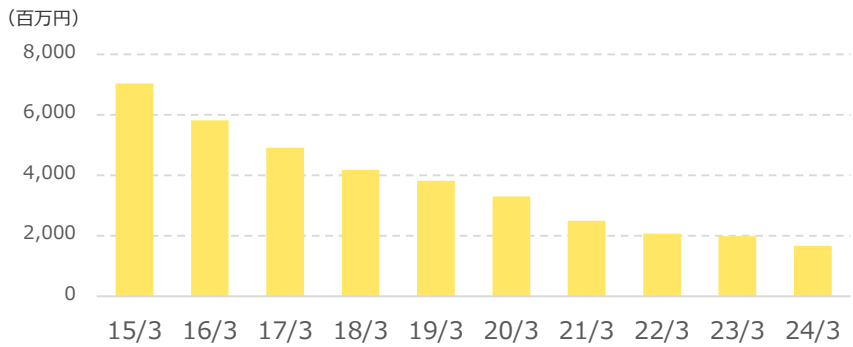
## 国内の音楽・映像レンタル市場と当社シェア推移\*



## レンタル需要減少に対する取組みと成果



## レンタル用資産（減価償却後）の期末残高推移



※出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」をもとにゲオホールディングス推定。  
 注1：シェアはゲオホールディングス推計。 注2：市場規模の対象に宅配レンタル・コミックレンタルは含まれていません。

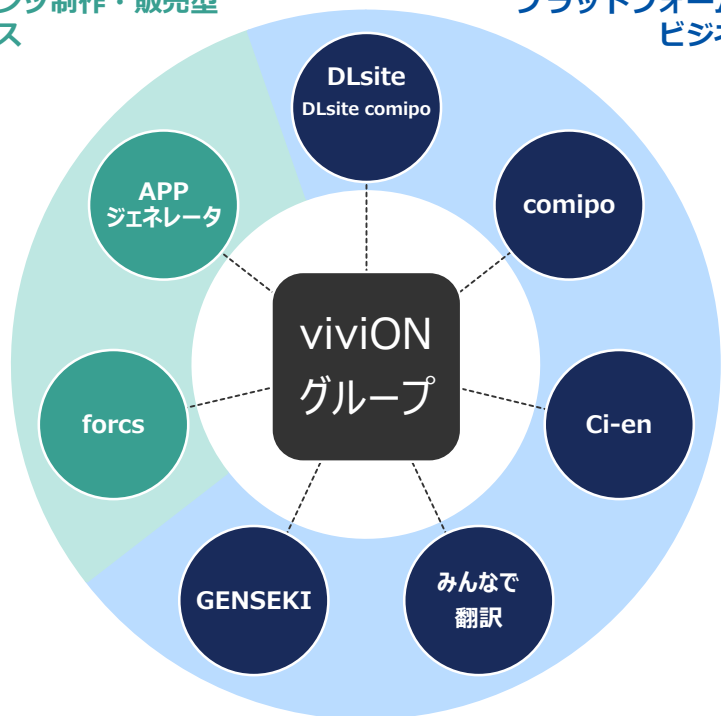


- viviONグループでは、デジタルコンテンツのプラットフォーム型ビジネス、コンテンツの制作・販売ビジネスを展開しています。
- 二次元コンテンツダウンロードサイトの「DLsite」は国内最大級の作品数を取り揃えるとともに、14言語でサービスを展開しております。また、「comipo」ではマンガを音で楽しむボイスコミックを提供、新しいビジネスモデルとして「みんなで翻訳」、クリエイター支援の「Ci-en」などの事業を手掛けています。

## 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

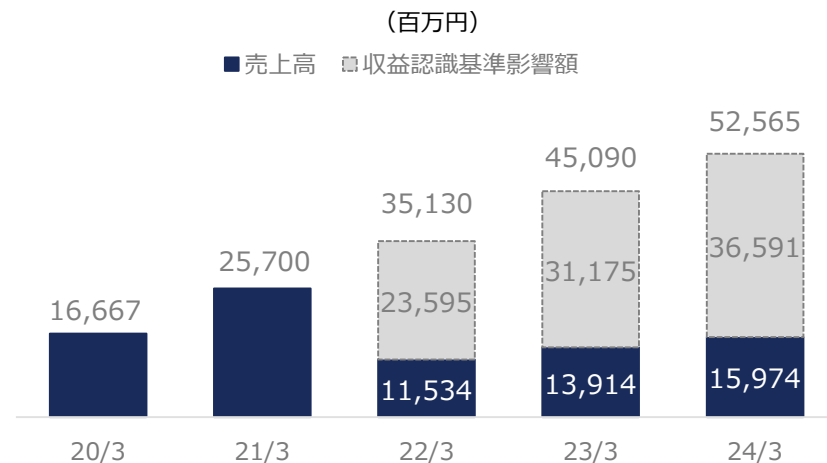


世界最大の二次元コンテンツダウンロードサイト。配信作品が121万作品に到達いたしました。



マンガに音と声の要素を加えた電子コミックです。国内外のコミック30,000作品以上をラインナップ。

## 売上高推移



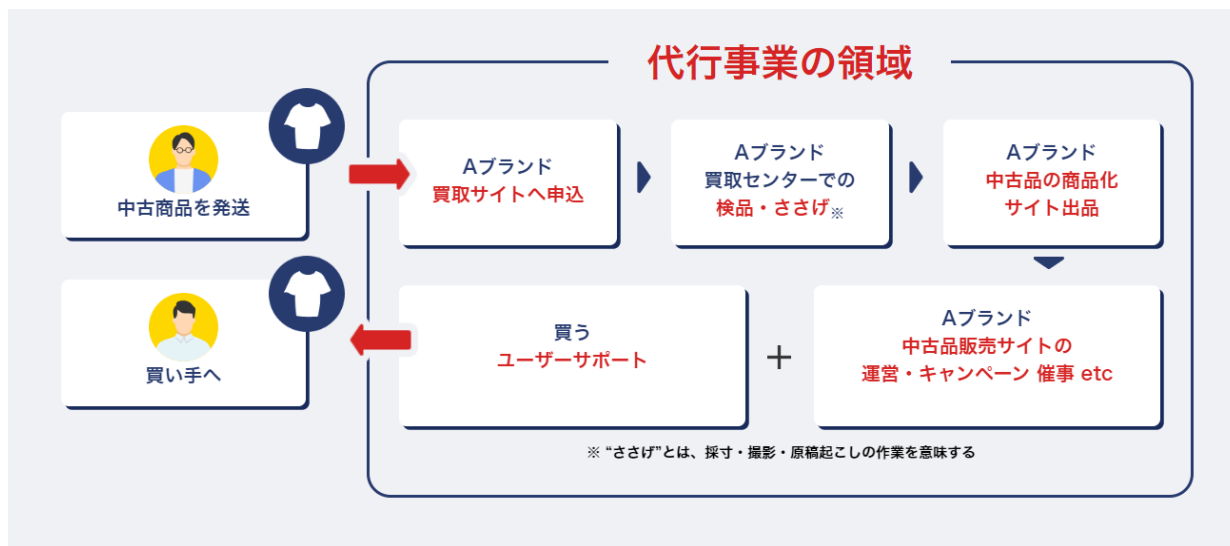
※合計値は内部取引相殺後金額。

# 5. 新たな取組み

# 「リユースアライアンス事業」へ参入



- リユースアライアンス事業では、一次流通企業の店頭やWebサイトをリユースの窓口とし、顧客から回収・買取した商品を検品・再商品化の工程を経て、リユース品として一次流通企業にお戻りするか、ゲオグループの販売力を活かし、販売促進いたします。
- 一次流通企業がリユースの窓口となり、ゲオグループが持つリユース店舗やリユースECのオペレーションおよびシステムにおけるノウハウを一次流通企業に提供することによって、これまでアクセスできなかったユーザー層を掘り起こし、循環型社会へのさらなる貢献を図ります。
- リユースアライアンス事業は、2024年夏よりサービス開始を予定しています。



取り扱いアイテム：トップス・ボトムス・バッグ・靴・自転車・楽器

## フル代行サービス

中古品買取  
検品・ささげ・商品化  
販売・発送  
運営・ユーザーサポート

## 個別サポート

買取サイト運営

買い取り業務

検品・ささげ・商品化

販売サイト運営

リユースアライアンス事業特設ページ：<https://www.geonet.co.jp/business/ra/>

# 2nd STORAGE（セカンドストレージ）を本格展開

- 配送無料の宅配型トランクルームサービス「2nd STORAGE」の本格展開を開始し、サービス対応エリアは東京23区。2027年3月期までに首都圏に拡大する予定です。
- 「預ける」サービスの展開だけでなく、保管中の品物のなかで不要になったモノを買取・販売することで、リユース事業の深耕を図ります。

## セカンドストレージのビジネスモデル

利用者

月額料金

契約スペースの範囲内であれば、  
宅配を通じて何回でも荷物の預入・取出が可能



預けた荷物はスマホで確認可能

必要時に取り出しの依頼が可能



預けた荷物を選択して  
買取することも可能

# ロッカー買取サービス



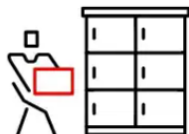
- 24時間365日、いつでも、時間を有効に使いながら、スマホを活用すれば完全非対面で買取サービスを利用することができる「ロッカー買取サービス」を導入しています。
- 順次出店する買取専門店へ買取ロッカーを設置し、東京23区内をはじめとする首都圏中心にサービス範囲を拡大していく方針です。

## ロッカー買取サービスのビジネスモデル

### 利用者



スマホで買取申込・本人確認申請



ロッカーへの品物の預入れ



スマホで査定結果を確認  
買取金額をスマホで受取  
(店頭での受取も可能)



ロッカーのボックスサイズはXS・S・M・L・XLの5サイズ  
衣料品、家電、楽器、スポーツ用品など幅広い預入れが可能

### 導入店舗

東京 セカンドストリート経堂買取専門店



※2024年1月19日をもって、一部店舗での買取ロッカーサービスを終了。

ゲオあれこれレンタルは、カメラやスマートフォン、家電等の様々な品物を必要な時に必要な期間だけレンタルできるWEBサービスです。製品購入前のお試しとしてもご利用いただけます。

## ゲオあれこれレンタルのビジネスモデル

### 利用者

会員登録数約13万人、取扱品目は1,800種類以上



#### ネットでカンタン申込み

会員登録は無料

※一部の商品は本人確認書類が必要です。



#### レンタル

レンタル期間の種類

**短期レンタル** (3泊4日～)、**月額レンタル** (1か月単位)、**買えるレンタル**\*

\*販売価格から支払い済みのレンタル料金を引いた金額で購入可能。



#### 返却もしくは購入

返却はコンビニで発送可能  
(配送伝票、梱包用テープ付き)



### メーカー協業レンタル品の一例



レンタル後、メーカーサイトで新品をお得に購入可能

- viviONグループで活動しているVTuberグループ“あおぎり高校”が、2023年10月27日に活動5周年。今後も「おもしろければ、何でもあり！」をモットーに、イベントやオフライン活動を含めて、他のプロダクションがやっていない面白いことやワクワクすることにチャレンジするプロダクション運営をしていく方針です。
- スマートフォン向けパズルゲーム『オズの原罪 - Sin of OZ -』は、「オズの魔法使い」をモチーフとした絵本のような雰囲気にとっぴりダーク+ドールの世界観が合わさった本格3マッチパズルゲームです。ユーザーはパズルを解くことでキャラクターの信頼度を上げ、ストーリーやキャラクターの見た目の変化を楽しむことができます。

## あおぎり高校



YouTubeチャンネル登録者数は340万人を超えています。

## オズの原罪 - Sin of OZ -



2024年3月日本語版リリース&グローバル版63カ国配信予定！

## 6. 補足資料



# リユースの国内市場動向

- 2022年のリユースの国内市場規模は、前年比7.4%増の2兆8976億円。物価上昇による消費者の生活防衛意識の高まりから新品よりも割安なリユース品が注目を集める形で市場が拡大しました。
- 資材価格高騰による物価上昇やコロナ影響の薄まり、SDGsを意識したライフスタイルへの変化などを背景に、国内のリユース市場は更なる成長が期待できます。

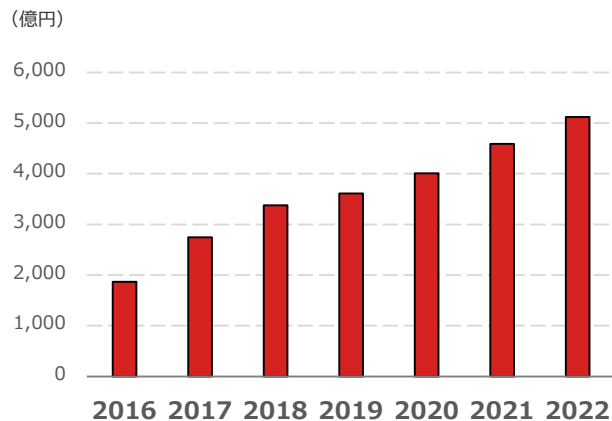
(億円)



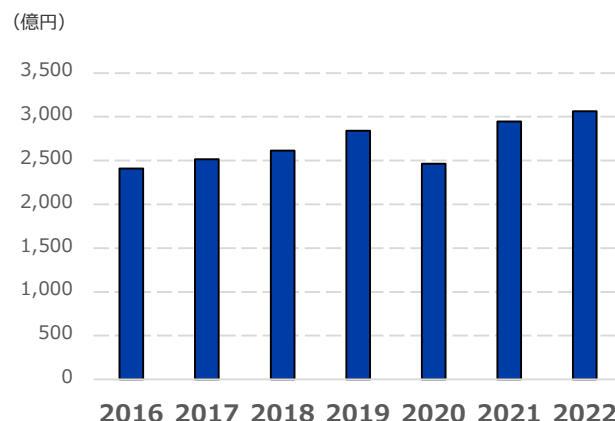
※出典：リサイクル通信「リユース市場 データブック2023」。市場予想はリサイクル通信。

# リユースの主要商材別の国内市場推移

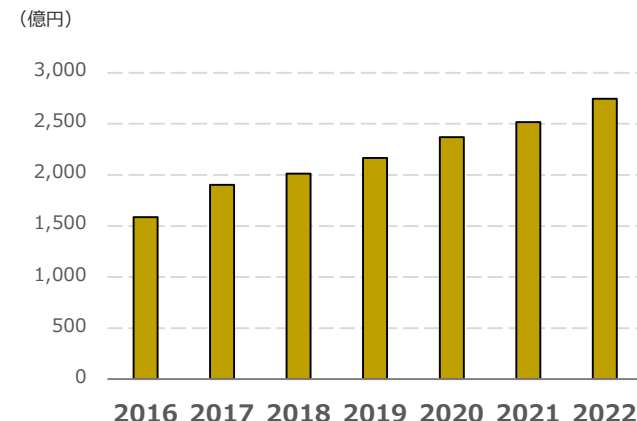
## 衣料・服飾品



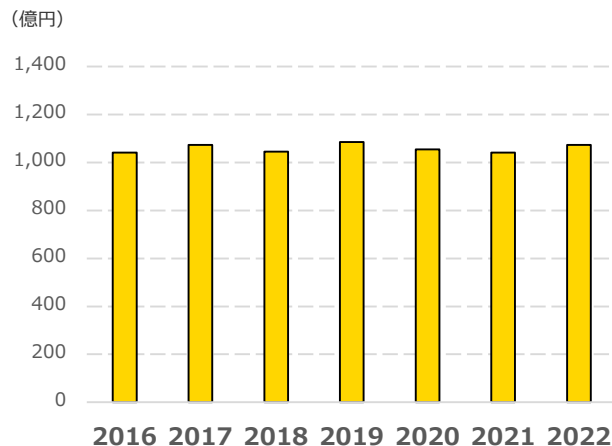
## ブランド品



## 家具・家電



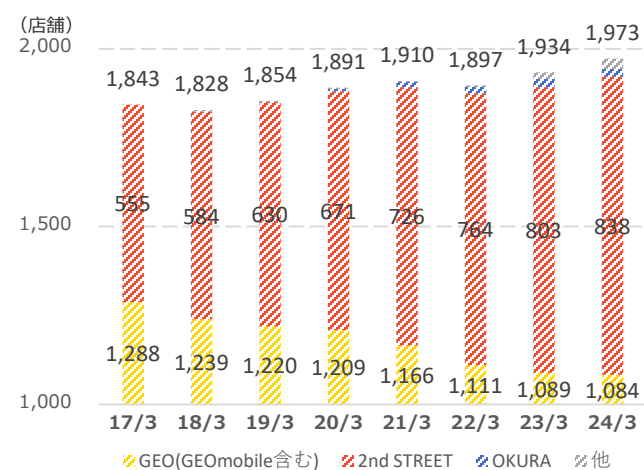
## ゲーム・メディア（書籍は除く）



## 携帯・スマホ

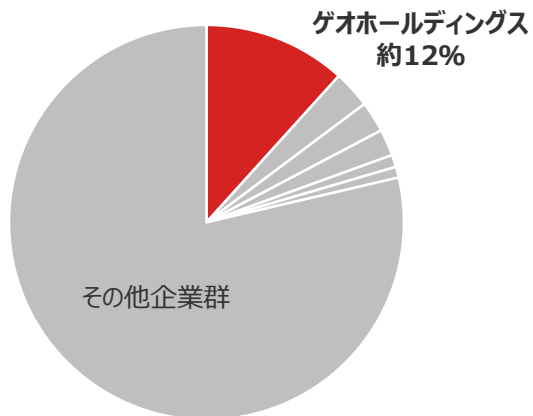


## 当社国内リユース店舗推移

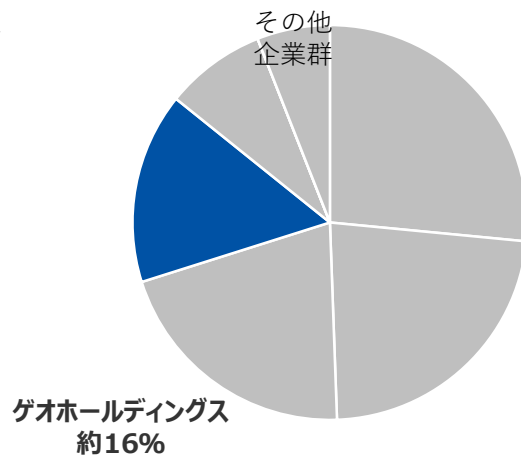


# リユースの主要商材別のマーケットシェア等

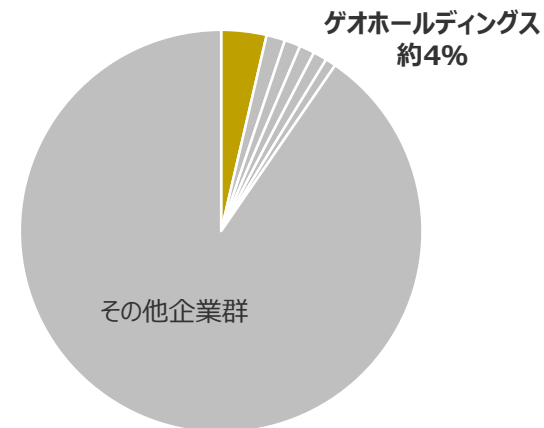
## 衣料・服飾品



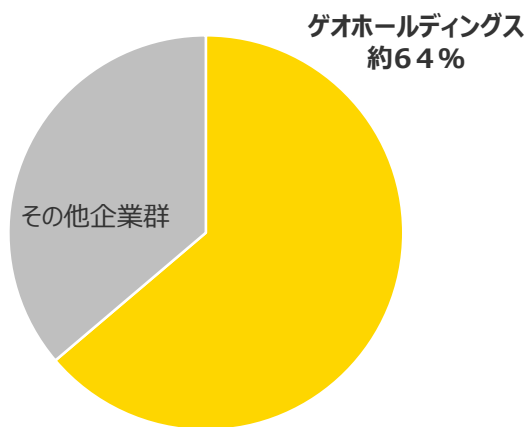
## ブランド品



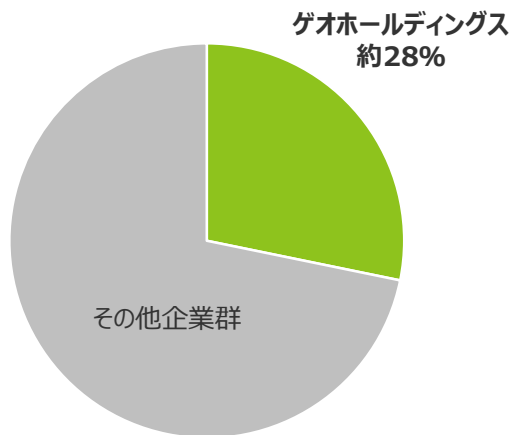
## 家具・家電



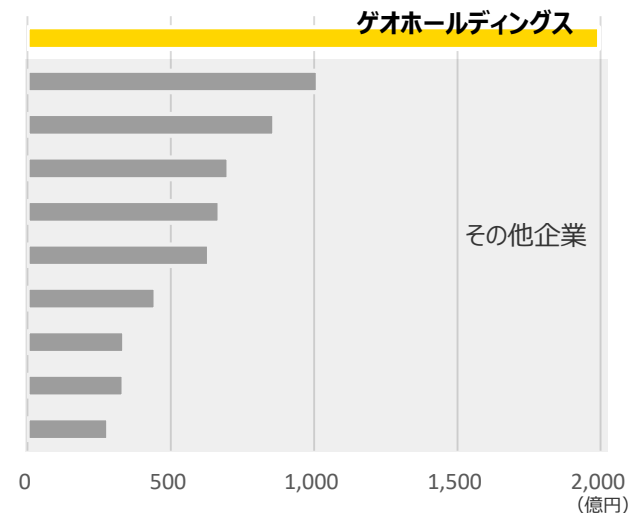
## ゲーム



## 携帯・スマホ



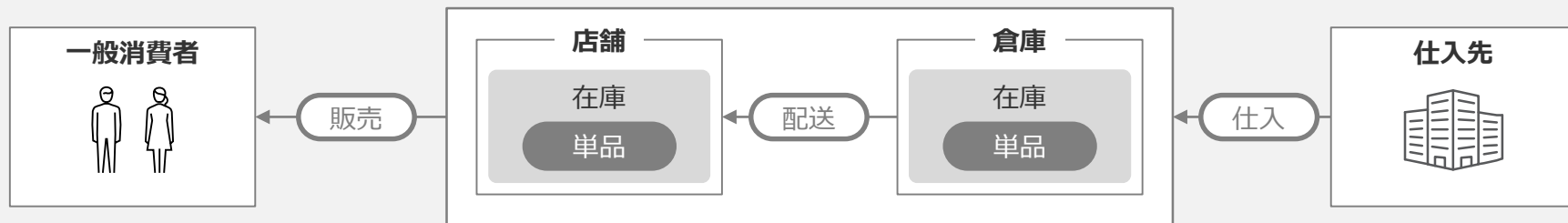
## リユース売上ランキング



# リユース業の特徴

リユース業は参入しやすいが、一般的な小売業に対して買取・個品による特殊対応が必要となり、多店舗で展開するにはリユース業の独特なマネジメントが必要です。

## 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取する。

査定能力が必要

### 買取の特徴

商材調達が不安定

需要にあわせた商材調達ができない。

偽物・不良品は販売できない。

品質保証が必要

法令順守が必要

本人確認・取引記録・不正品報告などの古物営業法を違反すると、罰金・営業停止・許可取消などの罰則・行政処分がある。

1品毎に販売可能な状態にする。

品質管理が必要

管理数量が多い

1品毎にデータを保持する。

1品毎の状態が異なるので1品毎に写真とコメントを掲載する。

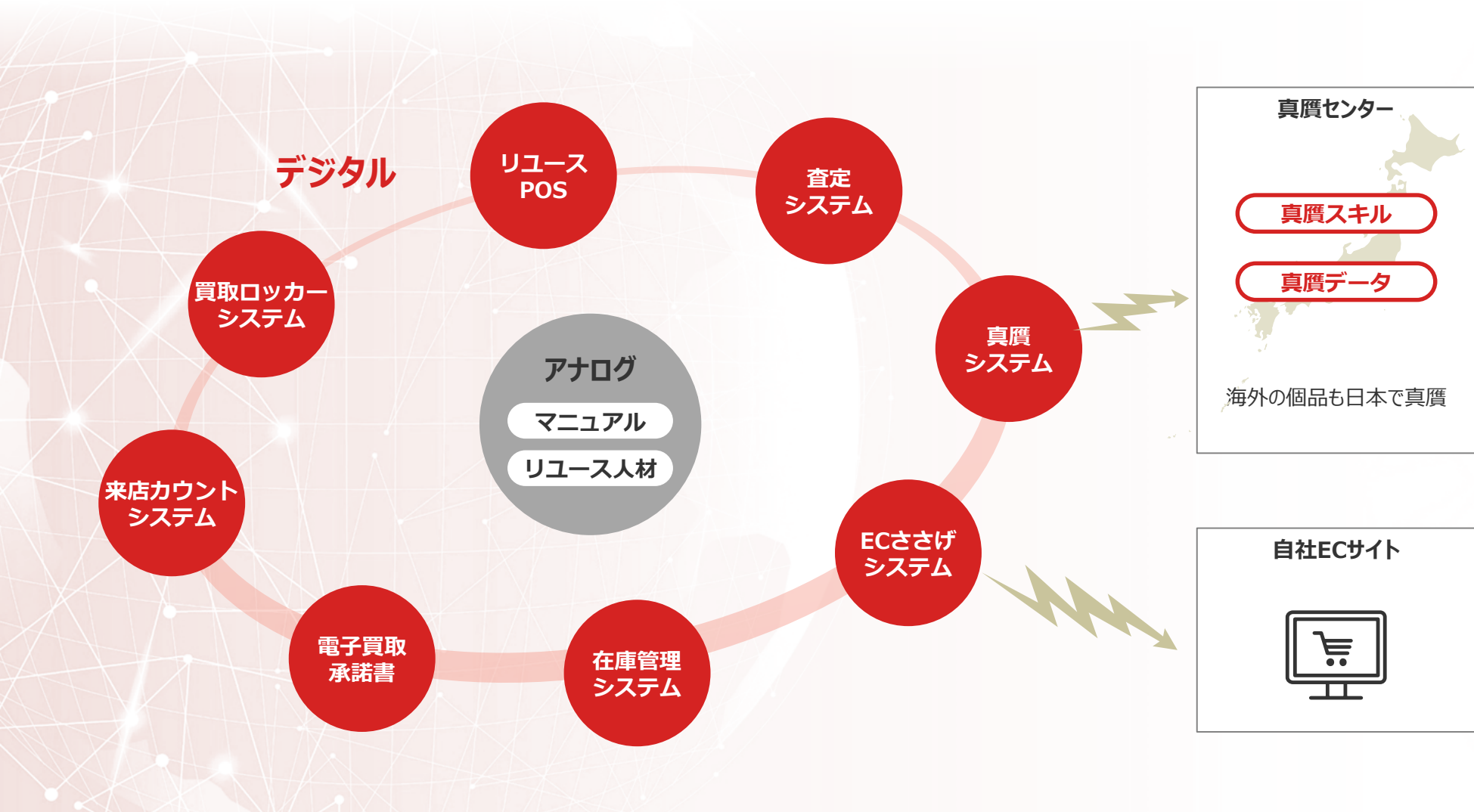
E C掲載数量が多い

商品陳列が煩雑

同一商品で整理した陳列ができない。

# リユース事業のDX（デジタルによる変革）

- 当社グループで蓄積したリユース業のチェーンストア・マネジメントをデジタルに移行し、国内事業のみならず、海外事業に対しても、業務・組織の変革を実現しています。



# 2024年3月期 四半期別連結損益計算書

単位：百万円	23.3月期				24.3月期			
	1 Q 実績	2 Q 実績	3 Q 実績	4 Q 実績	1 Q 実績	2 Q 実績	3 Q 実績	4 Q 実績
<b>売上高</b>	81,377	91,185	107,134	97,603	106,725	109,035	111,640	106,446
(前期比)	107.0%	120.2%	115.1%	108.7%	131.1%	119.6%	104.2%	109.1%
<b>売上総利益</b>	34,194	34,464	39,315	34,507	39,289	36,597	43,081	40,855
(前期比)	110.3%	110.6%	112.4%	102.6%	114.9%	106.2%	109.6%	118.4%
(売上総利益率)	42.0%	37.8%	36.7%	35.4%	36.8%	33.6%	38.6%	38.4%
<b>販管費</b>	30,167	32,199	34,251	35,244	33,498	35,081	37,045	37,384
(前期比)	101.0%	104.4%	111.2%	113.2%	111.0%	108.9%	108.2%	106.1%
<b>営業利益</b>	4,027	2,265	5,064	▲736	5,790	1,516	6,036	3,470
(前期比)	348.4%	693.9%	121.2%	—	143.8%	66.9%	119.2%	—

# 2024年3月期 株主との対話実施状況等

当社は、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。対話の実施につきましては、IR担当部署を管掌する執行役員が統括し、関連部署と連携のうえ、年2回の決算説明会の開催のほか、国内外機関投資家との対話対応、当社ウェブサイトでのIR関連資料の掲載およびリサーチ会社によるリサーチレポート提供による情報発信を行っております。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2四半期及び本決算発表後にアナリスト・機関投資家向けに実施
IR資料のウェブサイト掲載	・決算短信、説明会、株主総会の資料、有価証券報告書等をコーポレートサイトへ掲載 ・英語版コーポレートサイトを日本語版に準じて作成
リサーチ会社レポート掲載	・リサーチ会社による日本語版・英語版リサーチレポートの各四半期決算毎更新・掲載 日本語版： <a href="https://sharedresearch.jp/ja/companies/2681">https://sharedresearch.jp/ja/companies/2681</a> 英語版： <a href="https://sharedresearch.jp/en/companies/2681">https://sharedresearch.jp/en/companies/2681</a>

## 対話・フィードバックの概要

項目	状況
主な対応者	<ul style="list-style-type: none"> <li>株主総会 : すべての取締役及び監査役</li> <li>決算説明会 : 代表取締役社長、取締役常執行役員</li> <li>IR・SR個別面談 : IR担当執行役員、IR担当部門</li> </ul>
対話を行った株主等の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>対応実績 : 上期 83件、下期 74件 ※対応件数は延べ件数</li> <li>運用方法 : アクティブ投資家中心</li> <li>対応者の担当分野 : アナリスト、ファンドマネージャー等</li> </ul>
フィードバックの実施状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR戦略や課題と対応策、指標等のIR状況報告は適宜経営陣にフィードバックしています。</li> <li>対話内容の重要事項を定期的に取り締り報告、議論しています。</li> </ul>

# 2024年3月期 株主との対話実施状況等

株主・投資家との対話の主なテーマと経営への反映

項目	対話の内容	対話の成果・対応状況
経営戦略 ・成長性	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場環境と競争優位性</li> <li>収益拡大に向けた今後の成長戦略</li> <li>PBR向上に向けた取り組み</li> <li>中長期目線での営業利益率目標・ROE目標・事業別ROIC目標等の開示要望</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>決算説明資料の充実               <ul style="list-style-type: none"> <li>商材別における売上高・売上総利益の内訳掲載</li> <li>中長期目線での目標出店数の掲載</li> <li>事業の成長イメージの掲載</li> <li>企業価値向上に向けて取り組み姿勢の掲載</li> <li>株主との対話の実施状況等の掲載</li> </ul> </li> <li>英文開示情報の充実</li> <li>スポンサードリサーチレポートによる情報提供（英文含む）</li> </ul>
個別事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業別の損益情報・資本効率性（ROIC）・事業評価の開示要望</li> <li>海外事業にフォーカスした成果の開示要望</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業別財務情報の開示検討</li> </ul>
財務戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>資本政策・株主還元方針の開示要望</li> <li>資本効率（ROE、ROIC等）の向上に対する取り組みと目標値の開示要望</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公平な利益還元に基づく株主優待制度廃止</li> <li>財務健全性の確保に基づく安定的な配当の継続</li> </ul>
ガバナンス・ その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESGの取り組み姿勢と開示体制</li> <li>社外取締役比率の向上によるガバナンス機能強化</li> <li>女性取締役比率の向上による多様性の推進とイノベーション促進</li> <li>指名・報酬委員会の設置によるガバナンス機能の強化</li> <li>個別面談対話内容のフィードバック状況開示</li> <li>店舗見学など会社説明会の実施要望</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性取締役選任による女性取締役比率の向上</li> <li>サステナビリティへの取り組みに関する開示</li> <li>IR活動状況に関する定期的な取締役会への報告</li> <li>監査等委員会設置会社移行によるコーポレート・ガバナンスの充実</li> <li>個人投資家向けIR動画の配信</li> </ul>



# 株主優待制度の廃止について

2023年11月10日開催の取締役会において、以下のとおり、株主優待制度を廃止することとしました。

## ● 株主優待制度廃止の理由

当社は、株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資魅力を高め、より多くの皆さまに中長期的に当社株式を保有していただくことを目的として、株主優待制度を実施してまいりました。

しかしながら、より公平な利益還元を実現するという観点から、資金を投資や事業拡大に活用することで企業の収益性や競争力を強化し、事業の成長や発展に注力することを中長期的な企業価値の向上を重視する戦略の一環として慎重に検討を重ねました結果、株主優待制度を廃止することといたしました。

今後も株主の皆様への公平な利益還元を経営の重要課題と位置づけ、安定的かつ継続的に配当等が実施できますよう企業価値の向上に取り組んでまいりますので、何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

## ● 株主優待制度の廃止時期

2024年3月末日を基準日とした当社株式名簿に記載または記録された当社株式100株（1単元）以上を保有されている株主の皆様への株主優待の提供(2024年6月下旬送付予定)をもちまして、株主優待制度を廃止させていただきます。

# 監査等委員会設置会社への移行について

2024年2月9日開催の取締役会において、2024年6月開催予定の第36期定時株主総会での承認を条件として、監査等委員会設置会社に移行することとしました。

## ● 移行の目的

取締役の職務執行の監査等を担う監査等委員を取締役会の構成員とすることにより、取締役会の監督機能を強化し、更なる監視体制の強化を通じてより一層のコーポレート・ガバナンスの充実を図るため、監査等委員会設置会社へ移行するものです。

## ● 移行の時期

2024年6月開催予定の第36期定時株主総会において、移行に必要な定款変更についてご承認をいただき、監査等委員会設置会社に移行する予定であります。

## ● その他

定款変更の内容および取締役候補者の詳細につきましては、決定次第お知らせいたします。

# 非財務資本の強化

財務諸表に表記されない「非財務資本」を重視し、中長期的な視点で積極的に「知的資本」「設備資本」「人的資本」「社会関係資本」「自然資本」を投資しています。

## 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います
- 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いきます

### 設備資本

- 国内1,800店舗規模、海外100店舗規模の販売拠点を経営基盤として展開しています
- リユース事業におけるチェーンマネジメントを強固にするDX投資をしています

### 人的資本

- チャレンジを推進する積極的な育成投資をしています
- 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、女性管理職の創出に注力していきます

### 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います
- 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いきます

### 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み、SDGsに貢献しています
- 全国の店舗における省エネルギーの推進を実施して、持続可能な社会の実現に取り組んでいます



“モノ”を不要な場所から必要な場所へ  
～事業成長によるSDGsへの貢献～

ゲオグループは様々な循環型事業を通して、廃棄物の発生を削減し、  
私たちはSDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」に貢献します。



# サステナビリティ実現に向けて



## マテリアリティ（重要課題）の特定

当社グループの重要課題について、マテリアリティ特定プロセスに従い17のESG課題を特定しました。これらの課題を「ステークホルダーにとっての重要性」「ゲオグループにとっての重要性」の2つの視点から分析し、6つのマテリアリティを最重要課題として特定しました。また、各課題の関係を表したマテリアリティマップを作成しました。

### 【6つの最重要課題】

#### <環境>

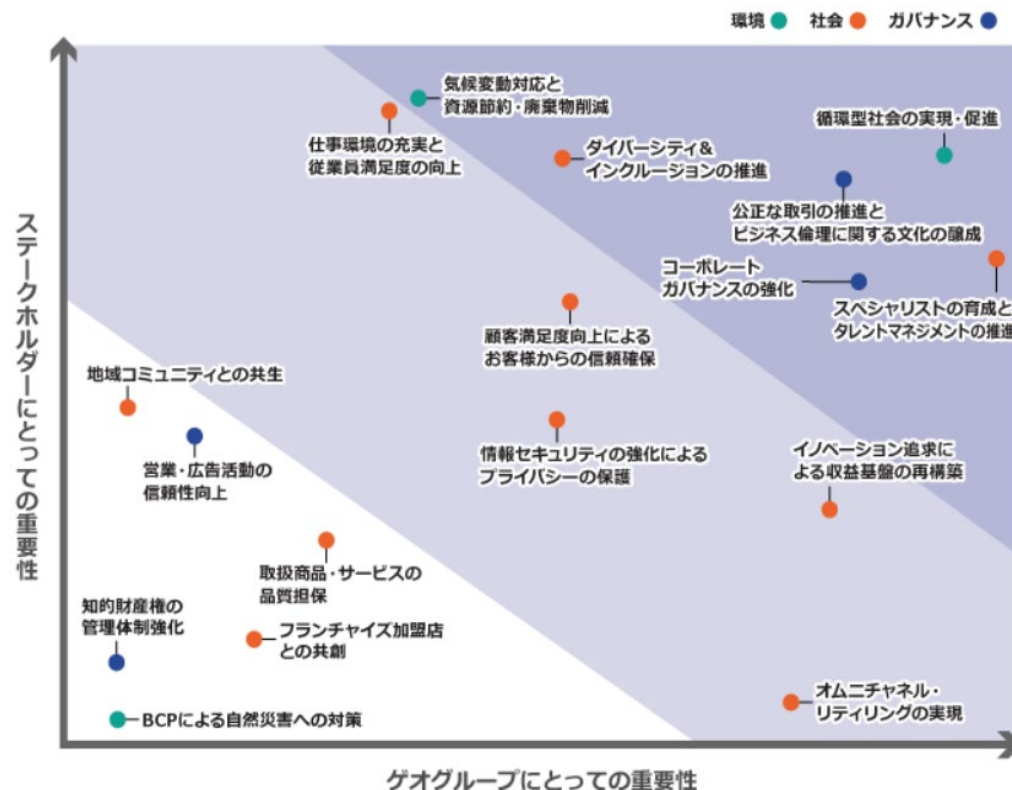
- ・循環型社会の実現・促進
- ・気候変動対応および資源節約・廃棄物削減

#### <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

#### <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ビジネス倫理に関する文化の醸成



詳細については、ゲオホールディングスHP「マテリアリティ」をご覧ください。

URL : <https://www.geonet.co.jp/csr/materiality/>

## TCFD提言に基づく情報開示

2030年を中心とした世界を想定し、当社の主幹事業に影響を及ぼす気候変動によるリスクと機会を抽出しました。その上で、1.5℃シナリオと4℃シナリオに基づく分析を行いその影響を評価しました。

### 【TCFDフレームワークに基づく主な開示内容】

#### 1.ガバナンス

- ・ゲオグループが気候変動に対するリスクと機会を評価し統括するための組織体制

#### 2.戦略

- ・今後の気候変動を想定した当社事業を取り巻く世界感
- ・事業に与えるリスクと機会が、財務計画に及ぼす影響についての分析
- ・事業に与えるリスクと機会に対する対応策

#### 3.リスク管理

- ・気候関連リスクの特定、評価、マネジメントをするために使用するプロセス

#### 4.指標と目標

- ・関連する気候変動に対する取り組みにおいて、評価に使用される指標と目標

詳細については、ゲオホールディングスHP「TCFD 提言に基づく情報開示」をご覧ください。

URL : [https://www.geonet.co.jp/pdf/2024/20240328\\_TCFD.pdf](https://www.geonet.co.jp/pdf/2024/20240328_TCFD.pdf)



## 事業を通じたCO2排出量

ゲオグループでは事業活動を通じたGHG排出量についての数値実績を開示しています。企業活動が環境に与える影響を考慮し、事業活動とGHG排出量の削減の両立を目指します。当社の活動を通じて、様々なモノの循環を生み出すことにより廃棄物を削減し、循環型社会の構築を牽引することで環境負荷や気候変動への対応を推進していきます。持続可能な社会の実現に向け、ゲオグループはこれからも貢献を続けていきます。

### 事業運営におけるGHG排出量

(単位：t-CO2e)	2020年度	2021年度	2022年度
Scope1	1,917	1,712	1,543
Scope2	70,183	68,468	62,781
Scope3	-	-	910,028
合計	72,100	70,180	974,352

- ※ Scope1：自社での燃料の使用や工業プロセスによる直接排出の温室効果ガスの排出量  
2022年度のゲオHD請求の給油明細から、購入されたガソリン量を油種別に集計し、環境省が発表する燃料の種類別排出係数を元に算出。
- ※ Scope2：自社で他社から供給された電気、熱、蒸気を使用した事による間接排出の温室効果ガスの排出量。  
2022年度のゲオHD電気料金明細から消費電力量を集計し、環境省が示す排出係数を元にしたロケーションベースにて算出。
- ※ Scope2は、消費電力量が算出可能であった1220箇所分のデータを元に算出（店舗・事務所・倉庫を含む）。
- ※ Scope3：Scope1、Scope2以外の間接的な温室効果ガスの排出量。  
自社保有の2022年度データをGHGプロトコルに基づいて算出。

### リユース事業によるGHG削減量

(単位：t-CO2e)	2022年度	
GHG削減量	家電	14,155
	衣料・服飾	19,417
	家具	3,281
	ゲーム関連機器	1,634
	生活雑貨	2,644
	キッズ用品	1,763
	DVD/CD	1,097
	ホビー用品	1,067
その他	1,264	
合計	46,322	

- ※ 国立研究開発法人 産業技術総合研究所提供のデータ（IDEA）に基づき、ゲオグループ購買データより算出。



## 人的資本に関する指標と実績

ゲオグループは、日々の仕事を通じて豊かさや楽しさを感じられるとともに、多様な人々の多様な価値観を認め合い、従業員一人ひとりの人生に寄り添える会社であることを目指しています。従業員一人ひとりがライフイベントとキャリア形成を両立でき、柔軟な働き方を選択できるよう、今後も人材育成や社内環境整備を進めていきます。

指標	目標	実績
管理職（課長級以上）に占める女性労働者の割合	30%以上 ※2030年3月31日時点	3.9%以上 ※2023年3月31日時点
女性労働者比率	30%以上 ※2030年3月31日時点	18.0%以上 ※2023年3月31日時点
男性労働者育児休業取得率	50%以上	39.4%以上 ※2023年3月31日時点
女性労働者育児休業取得率	80%以上	104.8%以上 ※2023年3月31日時点
定期健診受診率	100%	96.1%以上 ※2023年3月31日時点



## 将来の見通しに関する記述の注意

本資料に記載されている、当社グループに関する業績見通し、方針、経営戦略、目標、予定、事実の認識・評価ならびに業績や配当の見通し等といった将来に関する記述を含む歴史的事実以外のすべての事実は、当社グループが現在入手している情報に基づく、現時点における期待、想定、計画、認識、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。これらの記述ないし事実または前提（仮定）については、その性質上客観的には、不正確であったり、一般的な状況、天候、景気および消費動向の変化、消費者の嗜好変化等による潜在的リスクを含んでおり、将来その通りに実現するという保証はいたしかねます。



**豊かで楽しい日常の暮らしを提供する**

お問合せ

株式会社ゲオホールディングス 経理財務部

**TEL**

052-350-5711

**Email**

info@geonet.co.jp