



2025年3月期 第1四半期
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. 2025年3月期 第1四半期 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	92億57百万円 (2024年6月30日現在)
株式上場市場	東京証券取引所 プライム市場

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6月末時点)	1,078店 (内 GEO mobile単独82店、併設571店)		国内 842店 海外 87店	22店	18店
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. 2025年3月期 第1四半期 連結業績

2025年3月期 第1四半期 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、GEO mobile のリユーススマホ・タブレット販売が好調に推移しましたが、新品ゲーム商材の需要一巡による反動減を主要因に、売上高は前年同期比6.2%減少の1,001億円と減収

営業利益・経常利益・当期純利益

新品売上高の減収、レンタル売上高の縮小、販売管理費の増加が続き、前年同期比で営業利益が24.6%減少、経常利益が22.5%減少、親会社株主に帰属する四半期純利益が26.5%の減益

売上総利益

リユース系リユースの売上が好調であり、粗利率の低い新品商材の減収も重なったことによる売上構成比の変動を理由に、売上総利益率は前年同期比で4.8ポイント上昇し、売上総利益は24億円増の416億円で着地

トピック

トピック①



(国内)

第1四半期、4店舗純増により
2024年6月末842店舗

トピック②



(海外)

第1四半期出店数
米国 2店舗
台湾 2店舗
マレーシア 2店舗
2024年6月末海外店舗数 87店舗

トピック③



リユースモバイル注力、GEO mobile単独店82店舗・併設店571店舗
GEOの来店動機を高めるための強化商品施策を展開

2025年3月期 第1四半期 連結損益計算書

■ 新規出店の店舗拡大により、2nd STREETの主力であるリユース衣料服飾商材、GEOmobileの主力であるリユーススマホ・タブレット商材が好調に推移しております。一方で、前期は販売堅調であった新品ゲーム商材の需要一巡による反動減を主要因に売上が大幅に減少した結果、売上高が6.2%減少しました。また、人材の採用や出店により、販管費が11.4%増加しております。以上のことから営業利益は前年同期比24.6%減少し43億円となりました。なお、為替差益を営業外収益として7億円計上しております。

単位：百万円	24.3月期 1Q実績	25.3月期 1Q実績	前年同期比	増減額
売上高	106,725	100,147	93.8%	▲6,577
売上総利益	39,289	41,694	106.1%	2,405
(売上総利益率)	36.8%	41.6%	—	4.8pt
販管費	33,498	37,328	111.4%	3,829
営業利益	5,790	4,366	75.4%	▲1,424
(営業利益率)	5.4%	4.4%	—	▲1.0pt
経常利益	7,068	5,481	77.5%	▲1,586
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,828	3,547	73.5%	▲1,281

2025年3月期 第1四半期 商材別売上高

単位：百万円	24.3月期 1Q実績	25.3月期 1Q実績	前年同期比	増減額
リユース	55,787	65,665	117.7%	9,877
リユース系	39,460	46,439	117.7%	6,978
衣料・服飾雑貨 ^{※1}	19,828	24,070	121.4%	4,241
家具・家電 ^{※1}	2,562	3,022	118.0%	460
ラグジュアリー ^{※4}	12,975	14,605	112.6%	1,629
その他 ^{※1}	4,094	4,741	115.8%	647
メディア系	16,327	19,226	117.8%	2,898
ゲーム ^{※2}	7,839	7,812	99.7%	▲27
スマホ・タブレット ^{※2.3}	7,305	10,348	141.6%	3,042
その他 ^{※2}	1,182	1,065	90.1%	▲116
新品 ^{※2}	37,025	21,257	57.4%	▲15,768
その他	13,912	13,224	95.1%	▲687
デジタルコンテンツ ^{※5}	3,767	3,726	98.9%	▲40
レンタル ^{※2}	8,253	7,401	89.7%	▲852
その他	1,890	2,096	110.9%	205
合計	106,725	100,147	93.8%	▲6,577

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

出店により店舗拡大している
GEO mobile の中心商材である
リユーススマホ・タブレッ
トが好調

半導体不足の解消により販売
堅調であった新品ゲーム商材
の需要が一巡したことによる
反動減

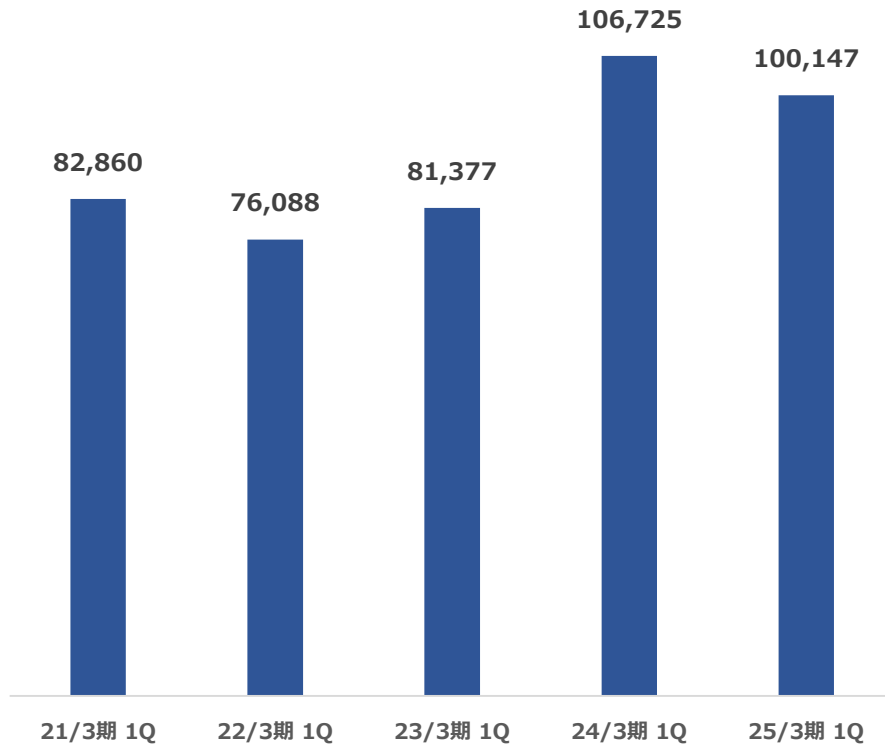
主要な取扱いショップまたは主な事業：※1：2nd STREET ※2：GEO ※3：GEO mobile ※4：OKURA ※5：viviON

2025年3月期 第1四半期 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が好調に推移しました。メディア系リユースにおきましては「GEO mobile」の展開拡大により売上が伸びました。一方で、前期は販売堅調であった新品ゲーム商材の需要一巡による反動減を主要因に売上が大幅に減少した結果、売上高は前期同期比6.2%減少の1,001億円となりました。

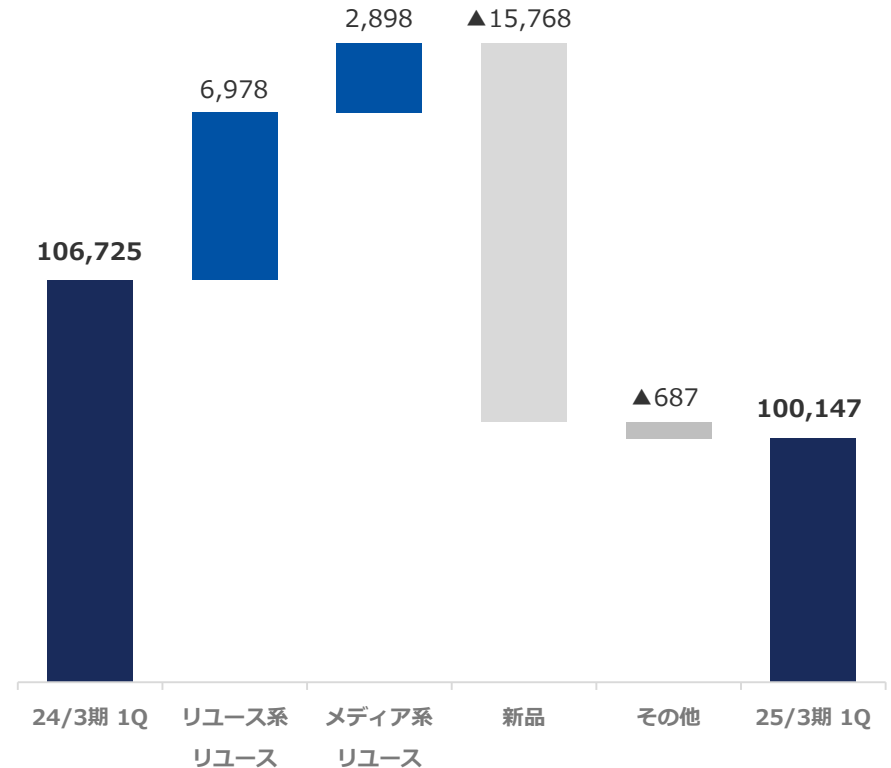
第1四半期売上高の5年推移

(百万円)



2025年3月期 第1四半期 売上高前年同期比増減

(百万円)

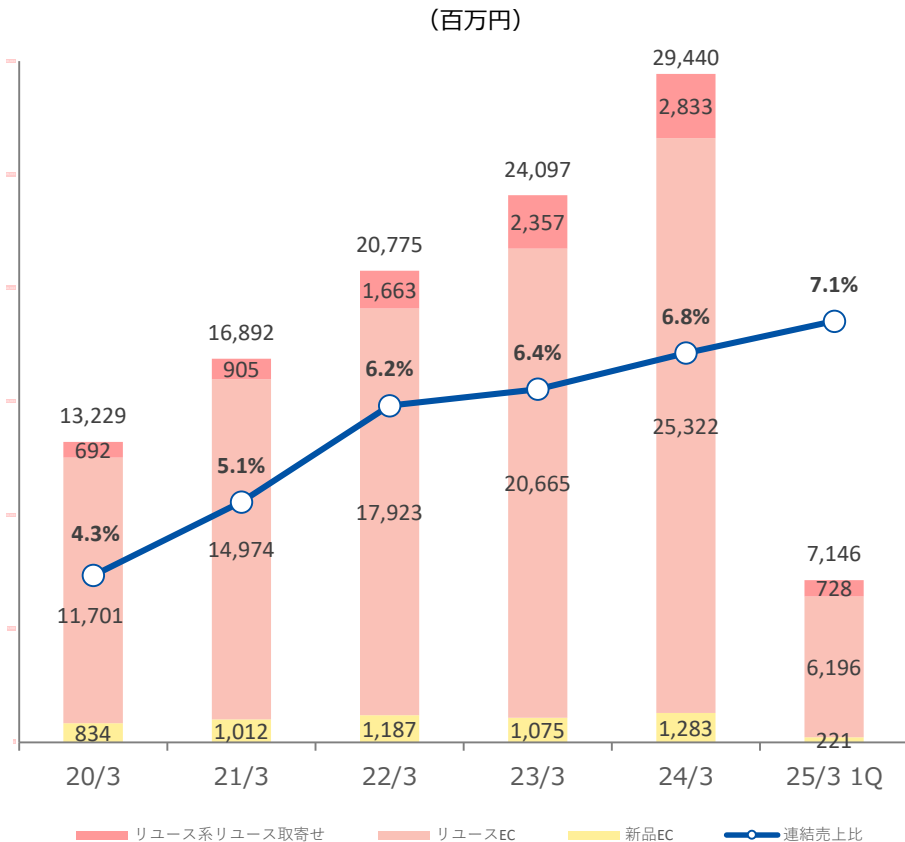


※「収益認識に関する会計基準」を2022年3月期期首から適用。

2025年3月期 第1四半期 EC関与売上高・比率の推移

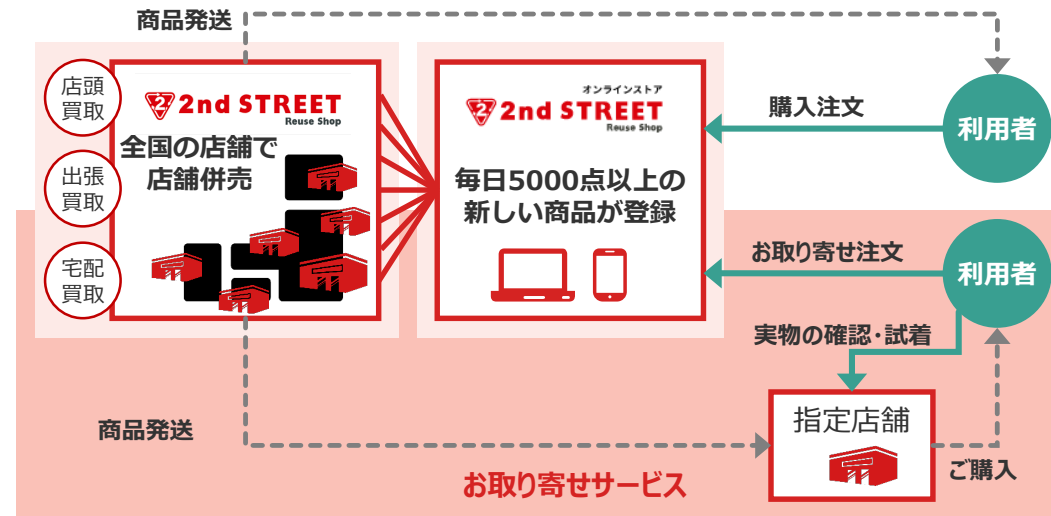
- EC関与売上高※は伸長傾向が続いていますが、全体の売上高が増収していることから、EC関与比率の伸び率は低調となっています。
- 「お取り寄せサービス」は利用者の送料・手数料負担がなく、指定店舗で実物を確認・試着してから購入できるため利便性が高く、直営店中心のメリットを活用したサービスになっています。

EC関与売上高※とEC関与比率（対売上高）推移



	24.3月期 1Q実績	25.3月期 1Q実績	前年同期比
EC関与売上高（百万円）	6,467	7,146	110.5%

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。

2025年3月期 第1四半期 商材別売上総利益

単位：百万円	24.3月期 1Q実績	25.3月期 1Q実績	前年同期比	増減額
リユース	25,170	28,897	114.8%	3,727
リユース系	19,357	22,686	117.2%	3,329
衣料・服飾雑貨 ^{※1}	13,189	15,881	120.4%	2,692
家具・家電 ^{※1}	1,573	1,868	118.8%	295
ラグジュアリー ^{※4}	1,777	1,667	93.8%	▲110
その他 ^{※1}	2,817	3,270	116.1%	453
メディア系	5,812	6,210	106.9%	398
ゲーム ^{※2}	2,467	2,487	100.8%	20
スマホ・タブレット ^{※2,3}	2,117	2,528	119.4%	410
その他 ^{※2}	1,227	1,195	97.4%	▲31
新品 ^{※2}	5,002	3,886	77.7%	▲1,115
その他	9,116	8,910	97.7%	▲205
デジタルコンテンツ ^{※5}	3,332	3,345	100.4%	13
レンタル ^{※2}	5,063	4,712	93.1%	▲350
その他	720	852	118.3%	131
合計	39,289	41,694	106.1%	2,405

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



2025年3月期 第1四半期 販売管理費

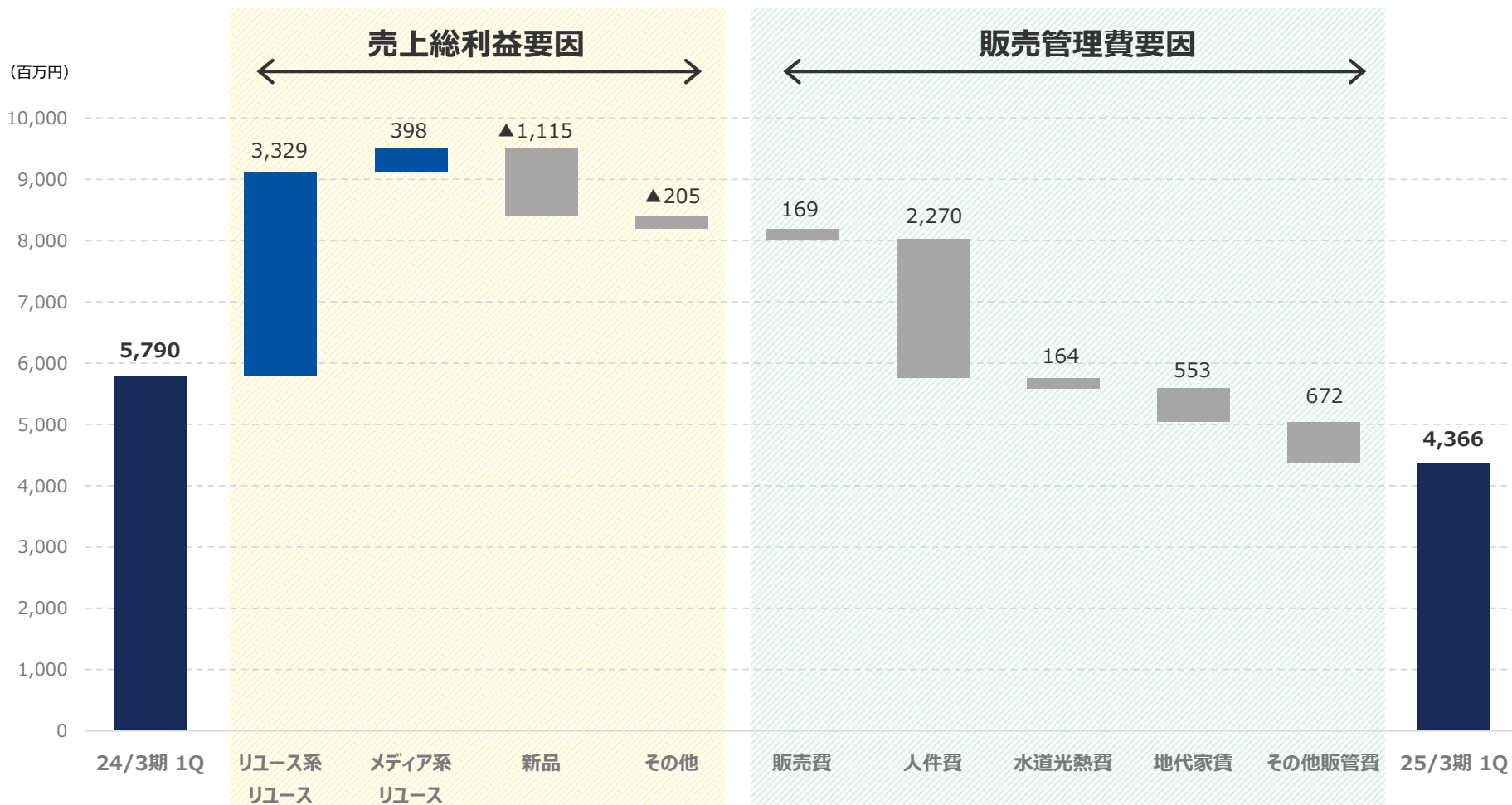
■ 売上に比例したキャッシュレス決済の利用増に伴う販売手数料の増加や、人材採用による社員増加、給与のベースアップ、出店などによる地代家賃および減価償却費、水道光熱費増加の影響により、販管費合計では前年同期比11.4%の増加となりました。

単位：百万円	24.3月期 1Q実績	売上高比	25.3月期 1Q実績	売上高比	前年同期比	増減額
販売費計	4,730	4.4%	4,899	4.9%	103.6%	169
広告宣伝費	2,215	2.1%	1,946	1.9%	87.9%	▲268
販売促進費	80	0.1%	65	0.1%	80.7%	▲15
販売手数料	1,546	1.4%	1,943	1.9%	125.7%	397
人件費計	15,501	14.5%	17,772	17.7%	114.6%	2,270
その他諸経費計	13,266	12.4%	14,656	14.6%	110.5%	1,389
水道光熱費	883	0.8%	1,048	1.0%	118.7%	164
地代家賃	6,812	6.4%	7,365	7.4%	108.1%	553
減価償却費	1,077	1.0%	1,272	1.3%	118.2%	195
備品消耗品費	642	0.6%	682	0.7%	106.3%	40
修繕費	169	0.2%	205	0.2%	121.5%	36
販管費計	33,498	31.4%	37,328	37.3%	111.4%	3,829

※販売管理費の増減について、▲は営業損益へのプラス要因。

2025年3月期 第1四半期 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年同期比17.2%増加と好調に推移しており、2nd STREETを中心とした商材が全体を牽引する形となりました。一方で、新品販売に含まれるゲーム機本体販売台数の反動減や、その他に含まれるレンタルの売上総利益の減少及び人件費をはじめとする販売管理費の増加により、営業利益は前年同期比24.6%減少し43億円となりました。



※販管費の増減額について▲は利益の減少要素となります。

2025年3月期 第1四半期 連結貸借対照表

単位：百万円	2024年 3月31日	構成比	2024年 6月30日	構成比	増減額
流動資産	154,308	66.8%	158,991	66.8%	4,683
現金及び預金	54,977		57,997		3,019
売掛金	15,226		14,462		▲764
商品	70,970		72,291		1,321
固定資産	76,817	33.2%	79,097	33.2%	2,280
有形固定資産	46,840		49,513		2,673
無形固定資産	4,341		4,604		263
投資その他資産	25,635		24,979		▲656
資産合計	231,125	-	238,089	-	6,963
流動負債	47,487	20.5%	41,152	17.3%	▲6,335
買掛金	14,692		11,289		▲3,403
短期借入金	2,000		1,250		▲750
1年以内返済予定の長期借入金	8,737		9,174		437
固定負債	96,287	41.7%	106,699	44.8%	10,411
社債	6,600		6,600		0
長期借入金	64,325		73,725		9,400
負債合計	143,775	62.2%	147,851	62.1%	4,075
純資産合計	87,349	37.8%	90,238	37.9%	2,888
負債純資産合計	231,125	-	238,089	-	6,963

海外事業及びラグジュアリー商材の在庫確保により増加





新規出店により増加

主にゲーム商材の仕入債務減少

取引金融機関より119億円調達

ゲオグループの店舗数の状況

2024年6月末の総店舗数 2,117店

	GEO※1	2nd STREET※2					OKURA TOKYO	Luck Rack	その他	合計
	 HYPER MEDIA SHOP  mobile		国内	米国	台湾	マレーシア	タイ	 OKURA TOKYO		
直営店	974	787	37	30	19	1	22	18	70	1,958
(期中出店)	9	8	2	2	2	0	0	0	5	28
(期中閉店)	▲ 12	▲ 5	0	0	0	0	0	0	0	▲ 17
FC・代理店	104	55	0	0	0	0	0	0	0	159
合計	1,078	842	37	30	19	1	22	18	70	2,117
2024.3月末	1,084	838	35	28	17	1	22	18	65	2,108
2023.3月末	1,089	803	23	18	11	0	23	21	35	2,023

※1：直営店にGEO mobile単独店82店舗を含む。併設店としてのGEO Mobileは 571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

2024年5月に公表しました予想値を据え置いております。






第1四半期におきましては、売上高はリユース需要の継続により、積極的に出店している国内外2nd STREETを中心とした商材、リユースラグジュアリー商材が好調に推移しました。一方、新品ゲーム商材の反動減を主要因に売上高が大幅に減少し、資源価格の高騰、人件費、水道光熱費の増加など不透明な部分が懸念されるものもあり、通期業績予想につきましては現在精査を続けております。

単位：百万円	25.3月期 通期予想	25.3月期 1Q実績	25.3月期 1Q進捗率	(参考) 24.3月期 通期実績	(参考) 通期予想 前期比増減額
売上高	436,000	100,147	23.0%	433,848	2,151
営業利益	12,000	4,366	36.4%	16,814	▲4,814
(営業利益率)	2.8%	4.4%	-	3.9%	▲1.1pt
経常利益	12,000	5,481	45.7%	18,749	▲6,749
親会社株主に帰属する 四半期純利益	6,000	3,547	59.1%	10,902	▲4,902
直営店舗数	2,076店	1,958店	11店舗純増	1,947店	129店純増
ROE	6.34%	-	-	12.51%	▲6.17pt
NetD/Eレシオ	0.33倍	0.33倍	±0	0.26倍	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。



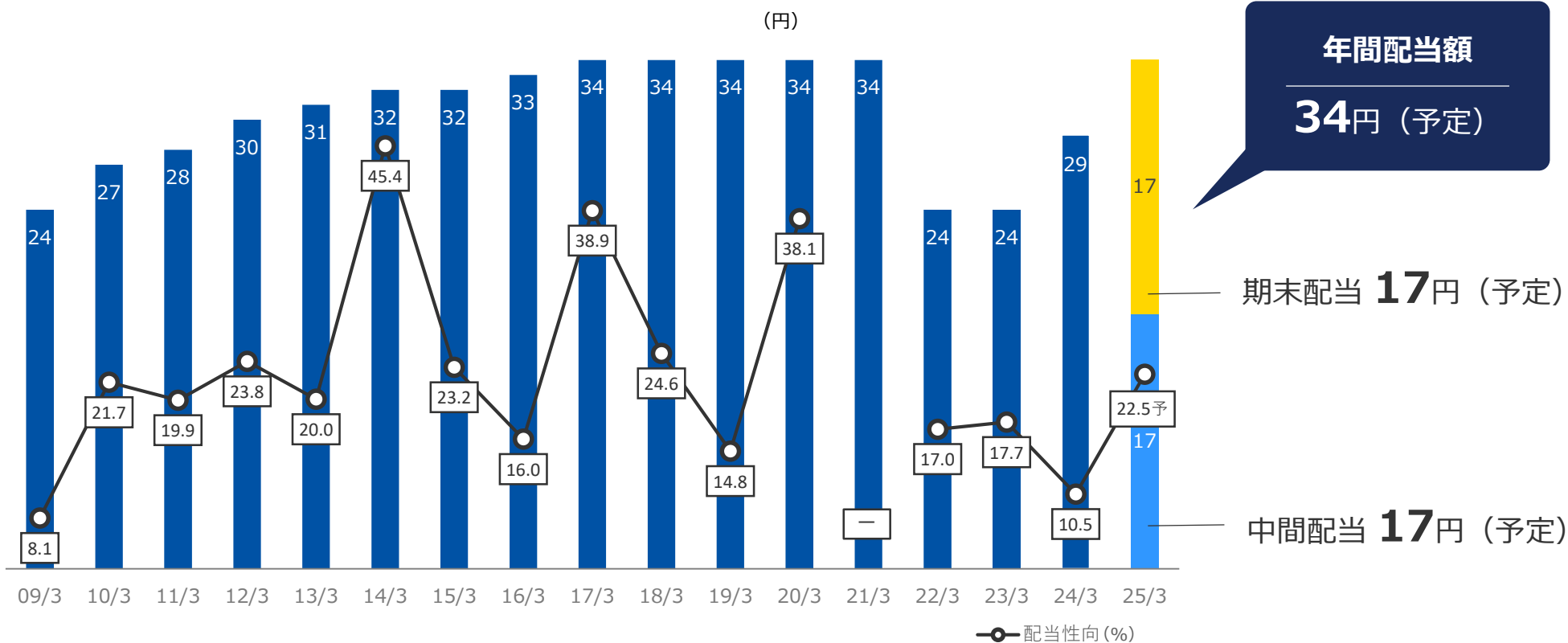
2025年3月期 出店計画

		出店計画			25.3月期 出店実績
		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。			8店舗
	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。	2店舗
		台湾	10店	出店エリアの拡大を含む出店を進めます。	2店舗
		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。	2店舗
		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。			9店舗
	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> 2nd STREET 国内	●		
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> 2nd STREET 海外	●		
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> OKURA TOKYO			●
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> Luck Rack	●		
<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">成熟領域</div> GEO・GEO mobile	●	●	
<div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 2px;">育成領域</div> デジタルコンテンツ事業			●

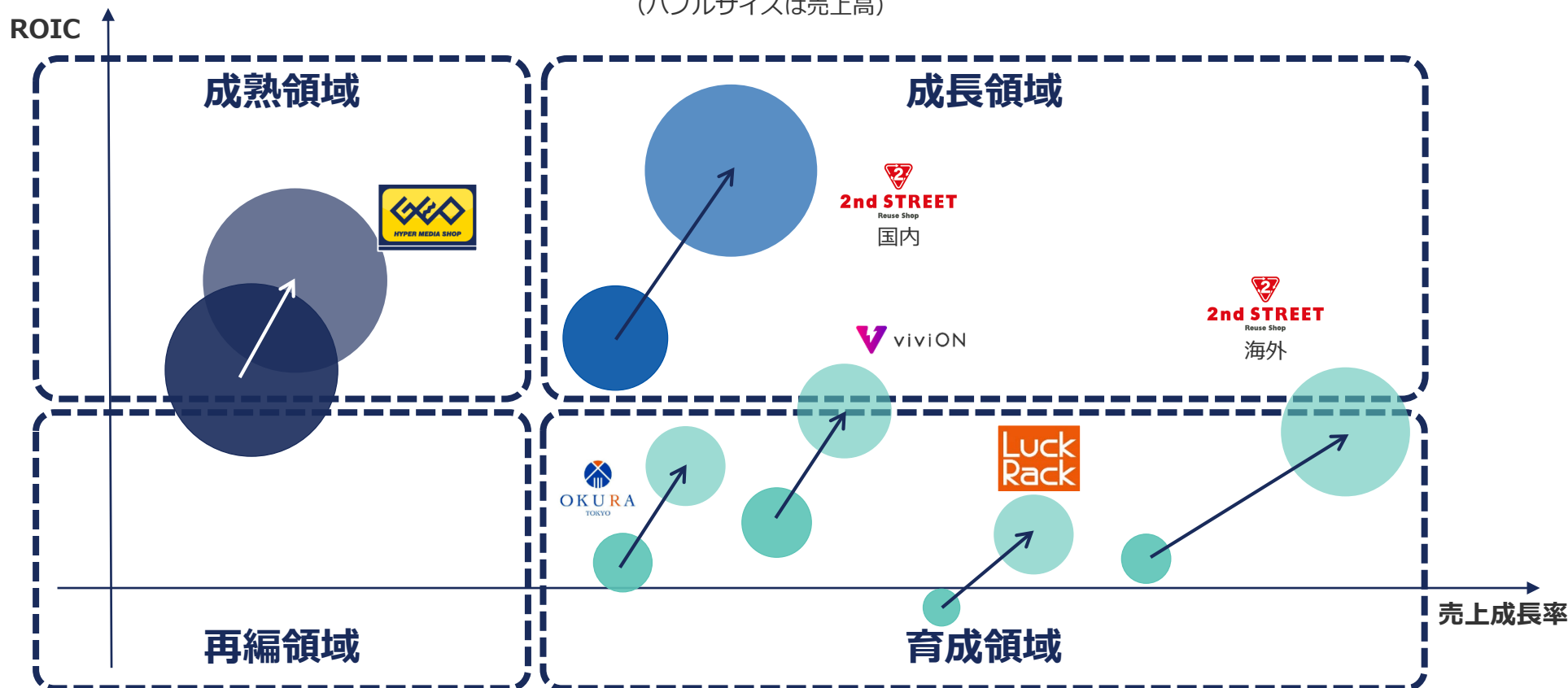
※重点的に経営資源を投入する取組みをハイライトしています。

将来の展望と各事業の成長イメージ

- 現在、ゲオグループは年間売上高5000億円を切る規模ですが、将来の展望として2035年頃には売上規模を倍にしたいと考えています。その時の一丁目一番地はリユース事業になると考え、リユース業界の更なる発展に努め、世界中のお客様の日常を豊かにすることを目標に、挑戦し続けてまいります。
- 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

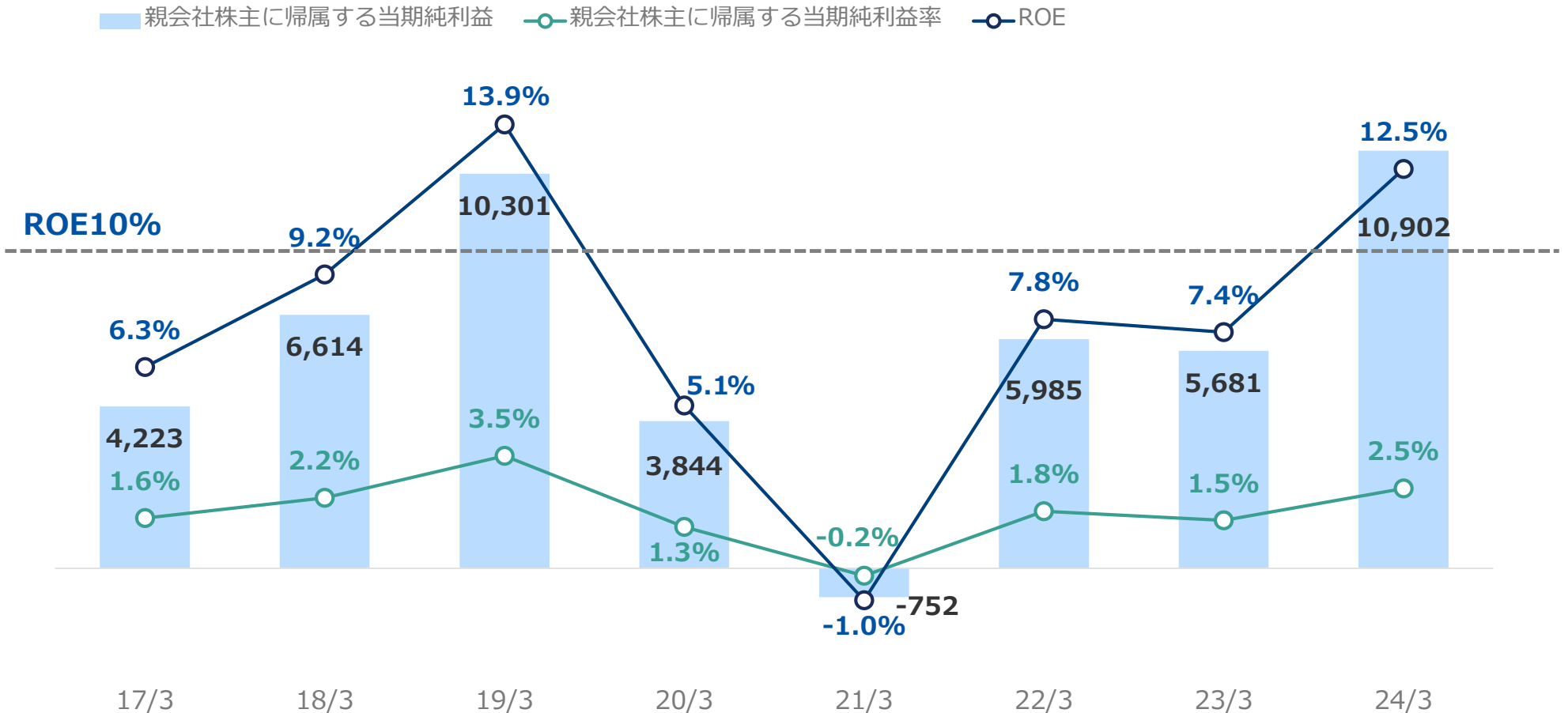
(バブルサイズは売上高)



※vivIONは収益認識基準による影響を加味しています。

ROE目標

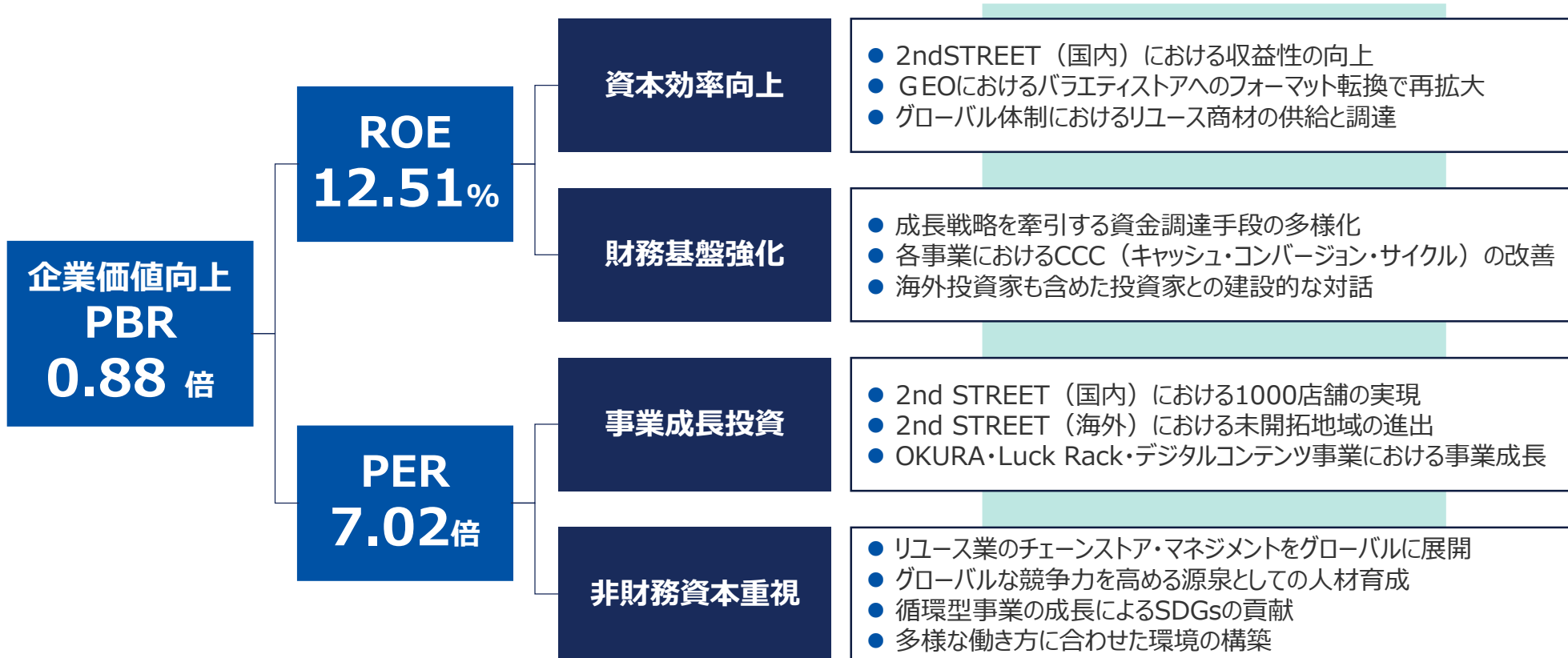
積極的な投資を控えることによりROE10%水準は達成できるものの、当面はROE8%以上を目標値としています。



※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。

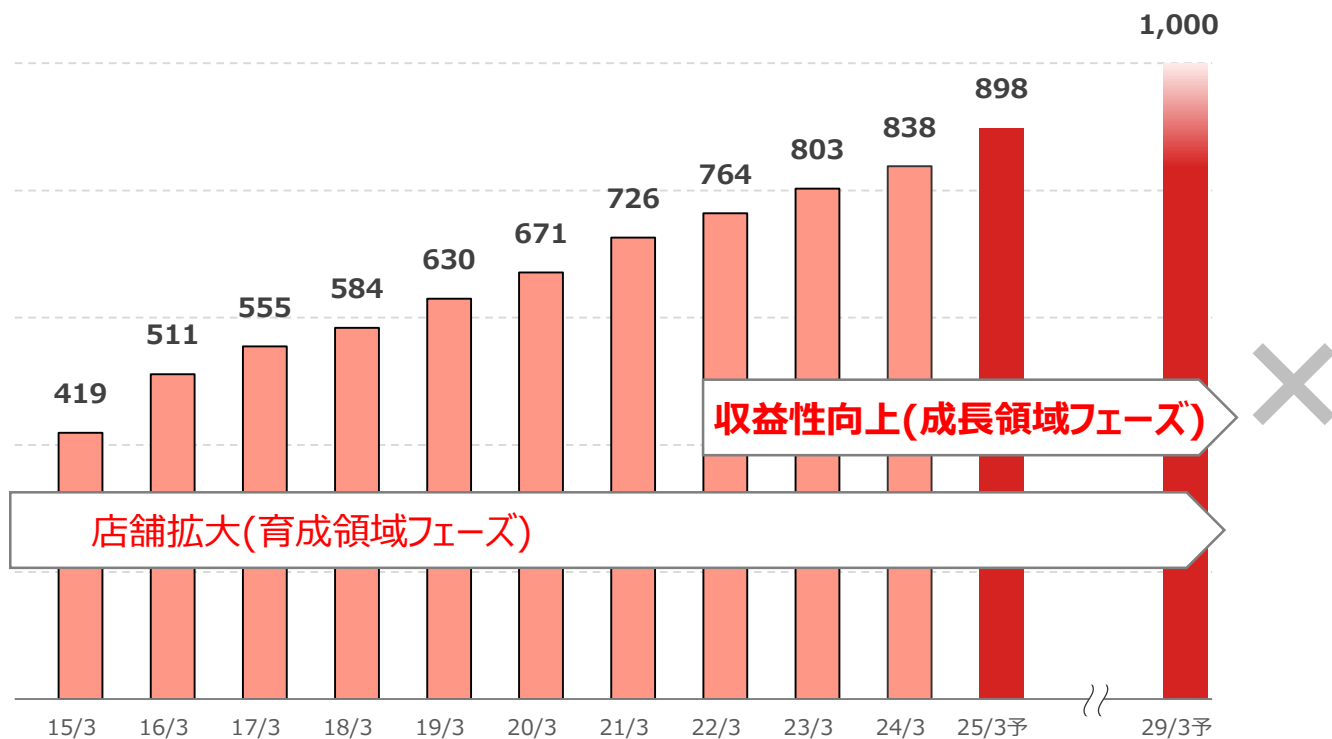
2nd STREETの国内店舗数推移と中期目標



- 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

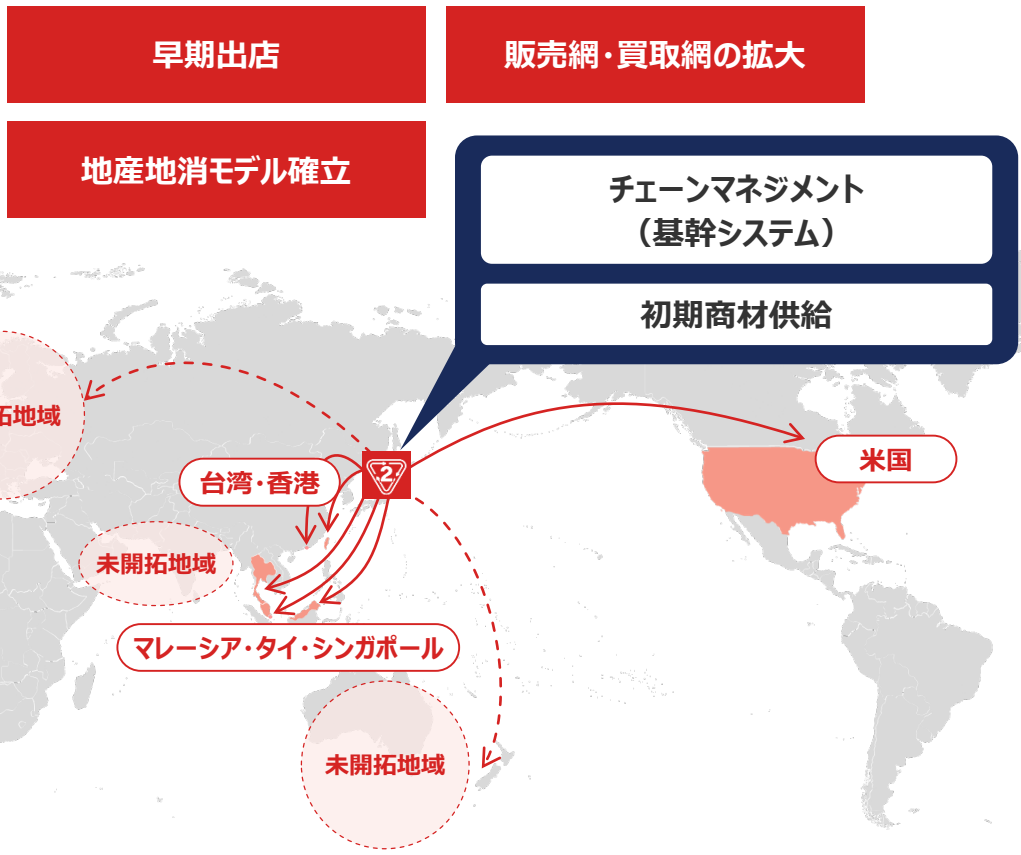
在庫状況に合わせた機動的な売場変更・重点買取の実施

店舗人時の分析と人件費の適切なコントロール

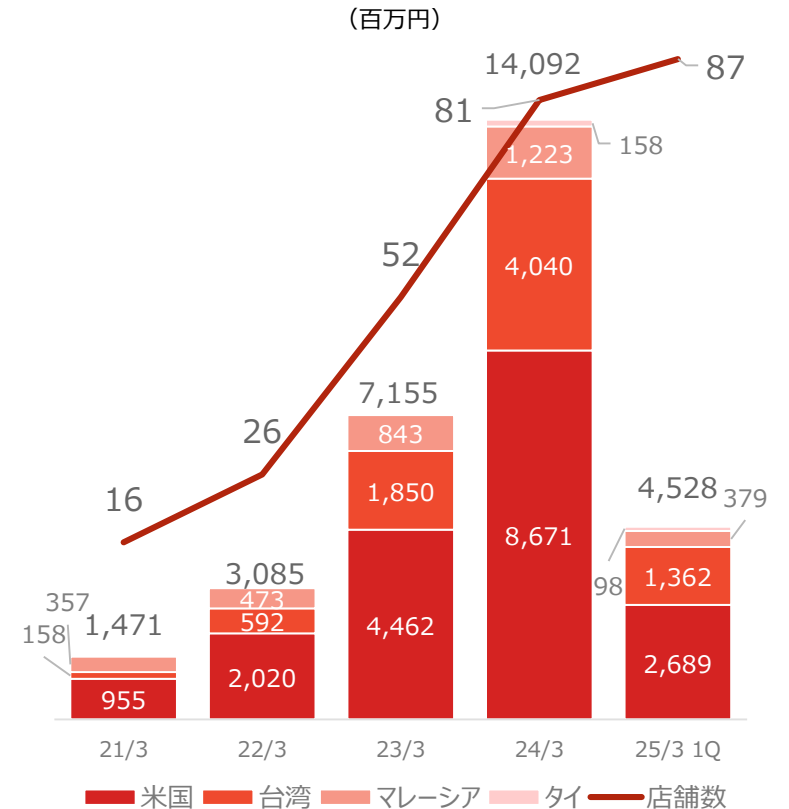


2nd STREET海外出店の強化

- 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、シンガポール、香港に子会社を設立しました。シンガポール・香港における新規出店では、内製化している基幹システムをオープン時より活用することで、今後のグローバル展開を加速してまいります。当社グループは世界のリユース市場におけるシェア拡大の実現に取り組み、リユース業界で圧倒的な世界一へと挑戦いたします。



海外2nd STREET売上高推移



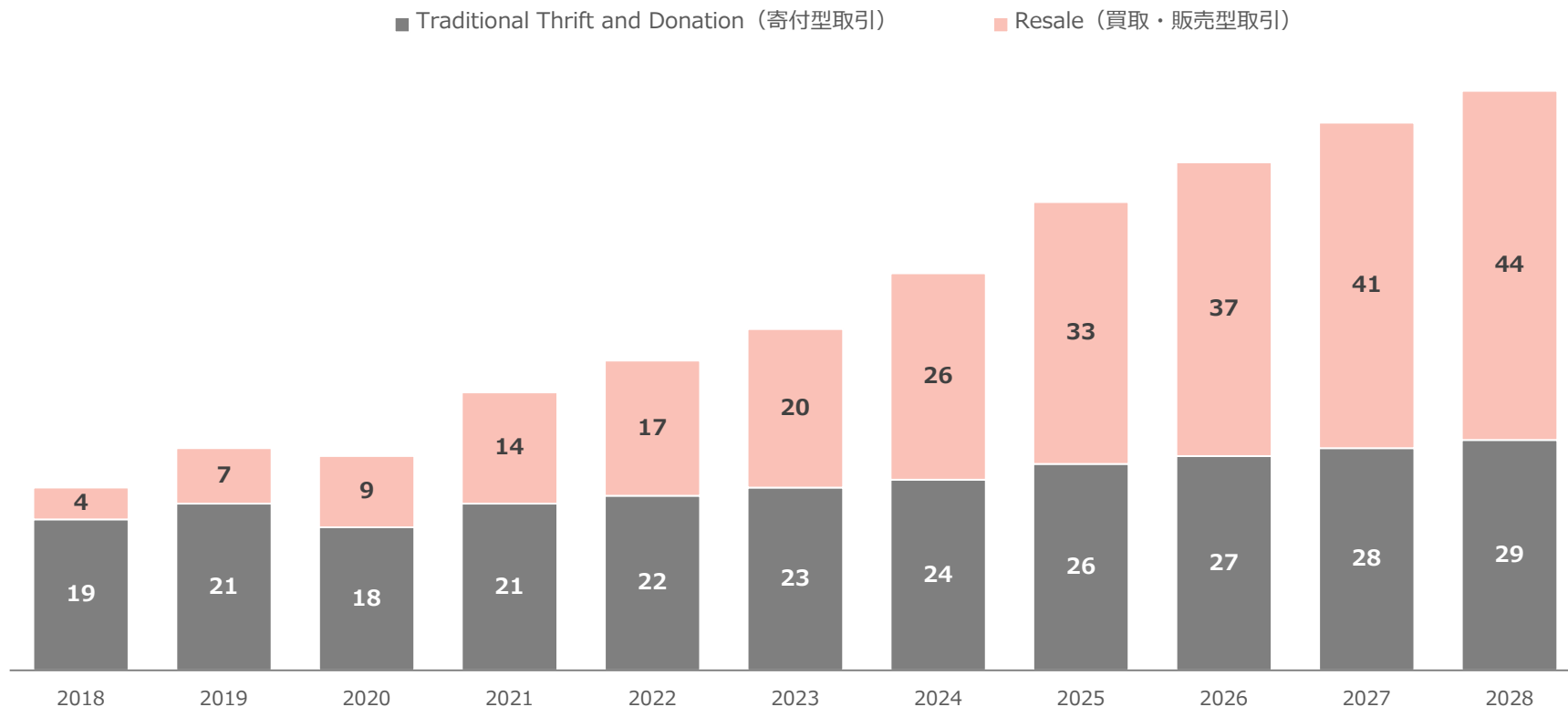
ポテンシャルが大きい米国での事業戦略



- 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

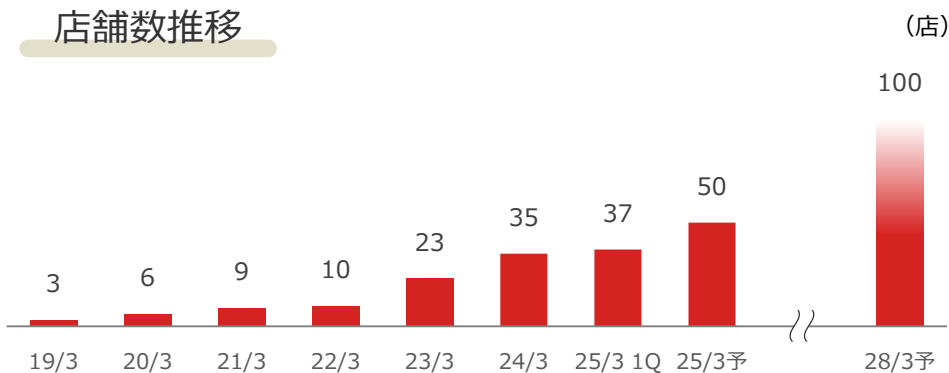
- 西海岸からスタートした米国店舗は業績と同時に現地従業員の育成も順調に進展し、今後は東海岸へ積極的に出店を進めて、米国での店舗展開の通過点として2028年3月までに100店舗を目指します。
- 米国の店舗では、①現地での買取商品を基本としつつ、日本から輸送するリユース商材や米国では入手困難な商材の提供、②流行シーンや天候に合わせたスピード感ある対応、③日本型ホスピタリティ、なども強みとします。

ニュージャージー州：Hoboken店（2024年5月オープン）



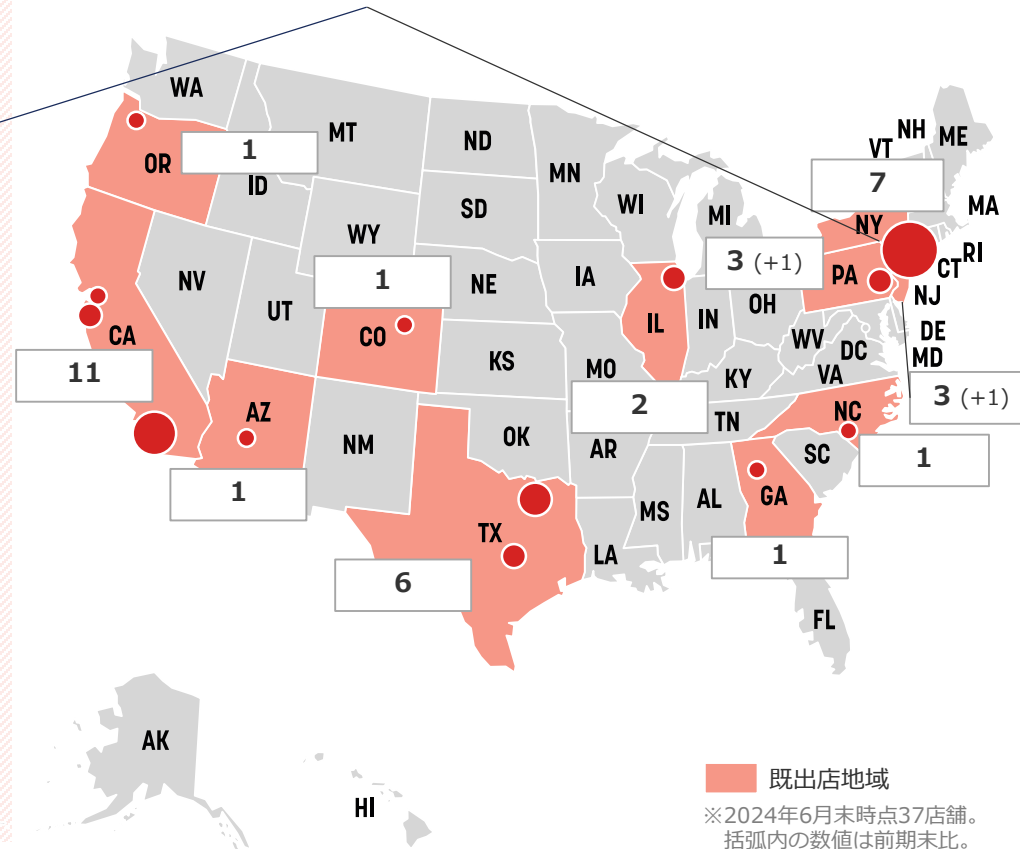
ニュージャージー州3店舗目の出店。マンハッタンへの玄関口でもあるホーボークン駅すぐそばに位置し、周辺には飲食店や、スーパーマーケットなどさまざまなショップが立ち並んでいます。衣料品、バッグ・靴・アクセサリなどの服飾品を中心としたリユース品を取り扱い、地域で愛される店づくりを目指していきます。

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6月末時点37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

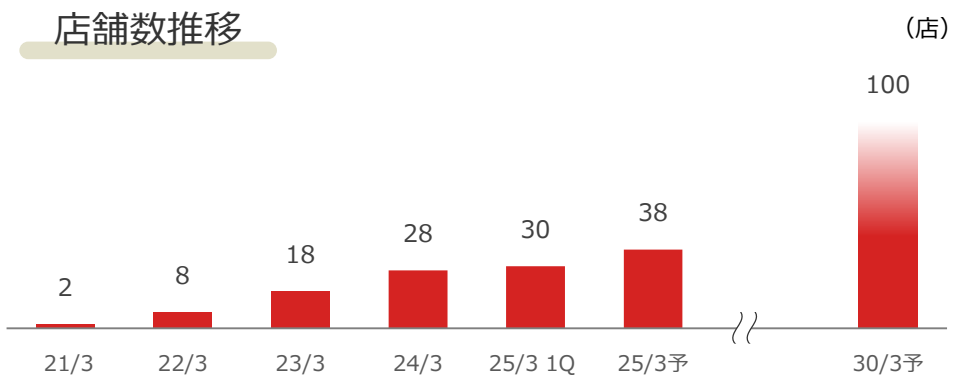
- 台湾のリユース市場は発展途上段階のため、積極的な出店を行うことで確固たるポジションを形成する方針です。
- 台湾での買取商材だけではなく、日本からの商材が継続的に店頭に並んでいることも強みに、人材育成とコスト管理を一段と強化しつつ、台湾市場での地歩を固めていき、2030年3月までに100店舗を目指します。

台南市：新光三越台南中山店（2024年5月オープン）



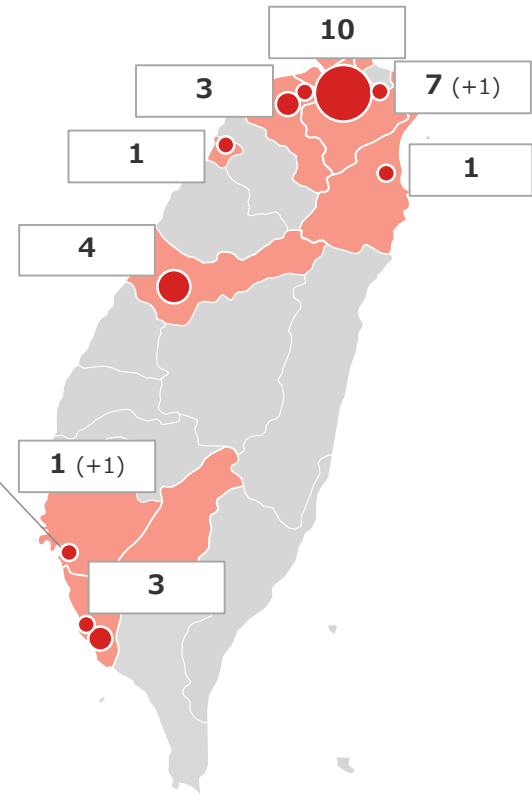
台南市内にあるデパート「新光三越 台南中山店」内に、同市内初出店となる新光三越台南中山店をオープンしました。厳選した衣料品やバッグ・靴・アクセサリなどの服飾品、合計約1万2000点を取り扱い、日本のデザイナーズブランドや国際的に人気のあるラグジュアリーブランドの商品などを、高品質かつリーズナブルな価格でラインアップしています。

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6月末時点30店舗。
括弧内の数値は前期末比。

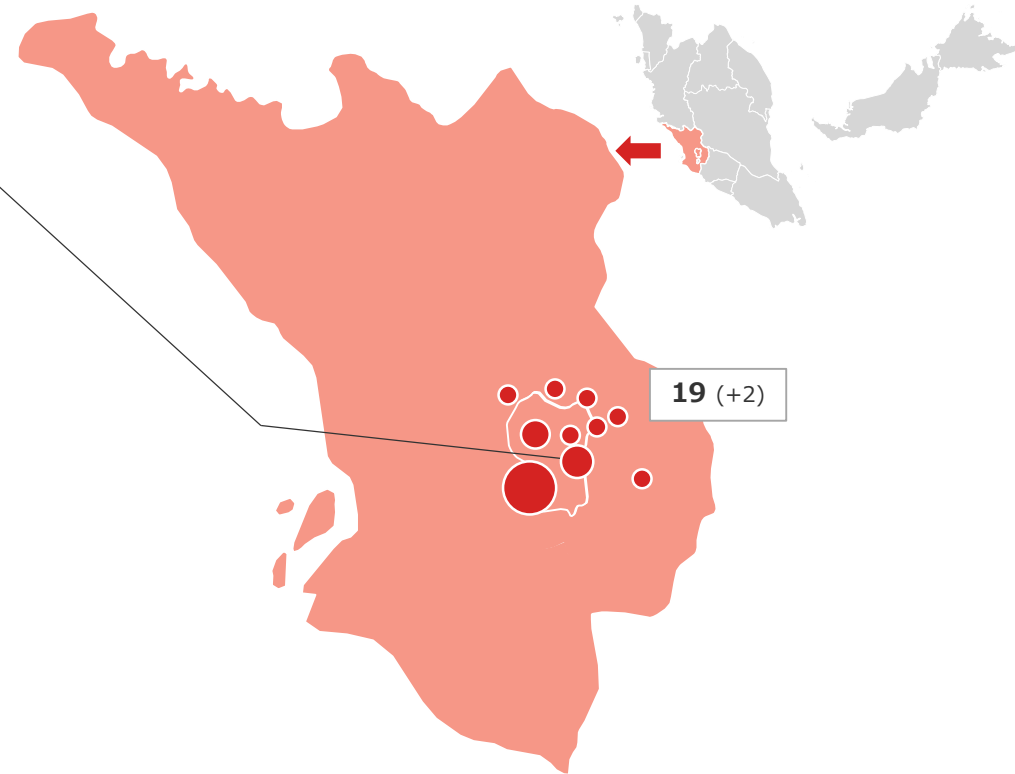


マレーシアでの出店戦略

- 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。



19 (+2)

既出店地域

※2024年6月末時点19店舗。
括弧内の数値は前期末比。

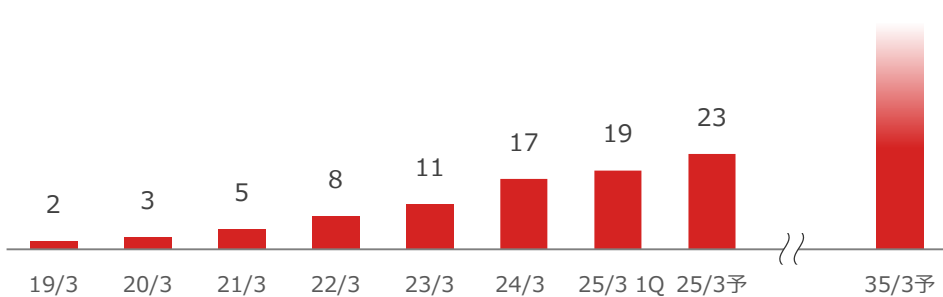
クアラルンプール : Bandar Sri Permaisuri (2024年5月オープン)



複合施設内にあるマレーシア19号店で、約133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

(店)



2024年8月、タイに2店舗目が出店予定



- 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。

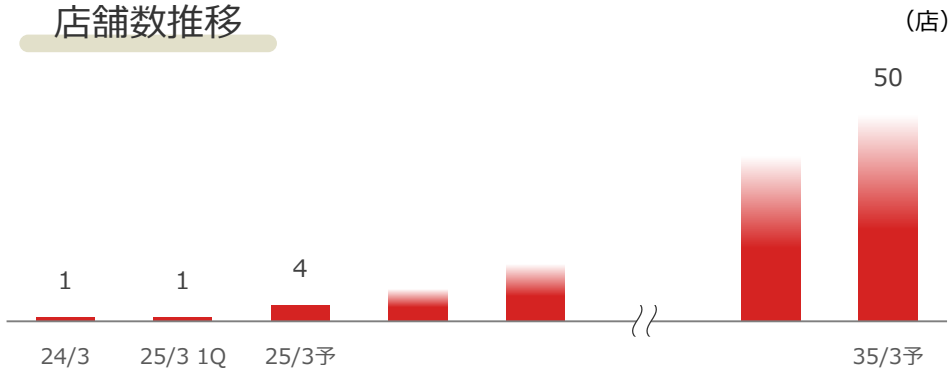
バンコク : centralwOrld店 (2024年8月オープン予定)



※店舗イメージ画像
(タイ2号店『2nd STREET centralwOrld』)

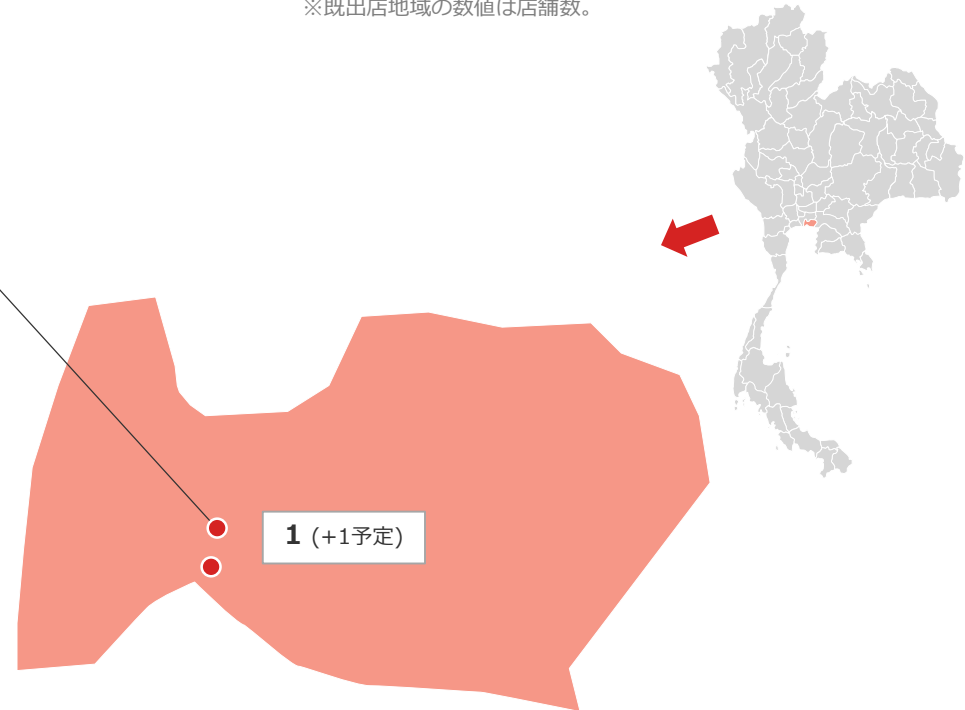
バンコク中心地に位置し500店以上のショップを有する、タイ最大級のショッピングモール「セントラルワールド」内に出店します。今回の「セントラルワールド」内への出店では、バンコクの中でも中心部の繁華街である立地特徴に合わせて、高価格帯の商品を中心とした商品構成とし、タイのファッションラバーに刺さる商品を厳選しています。

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。



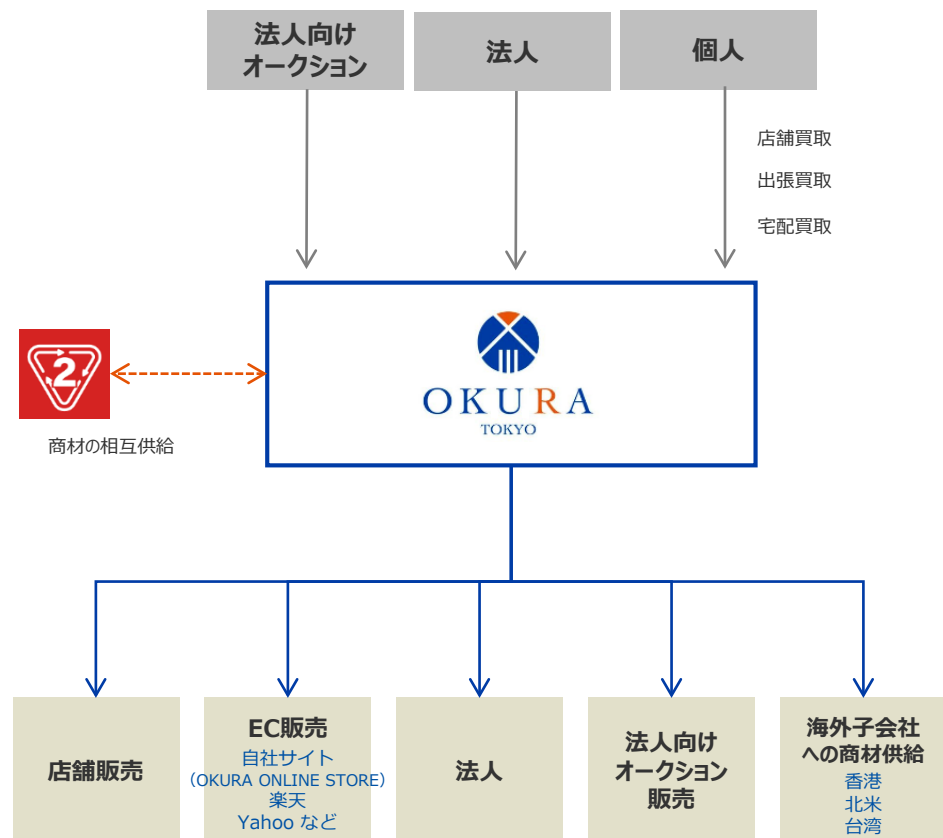
既出店地域

※2024年6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	<p>自社主催のオークションを毎月開催。</p> <p>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。</p>	<p>子会社化を行った日本最大級のオークション。</p> <p>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。</p>
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



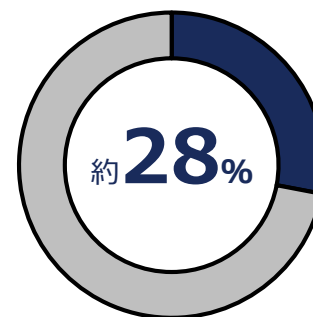
■ GEO・GEO mobile を中心に、リユースのスマホ・タブレット端末市場で約28%のトップシェアを保持し、今後、さらにシェアを高めていき、2026年3月までに800店舗※の出店を目指します。

■ 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

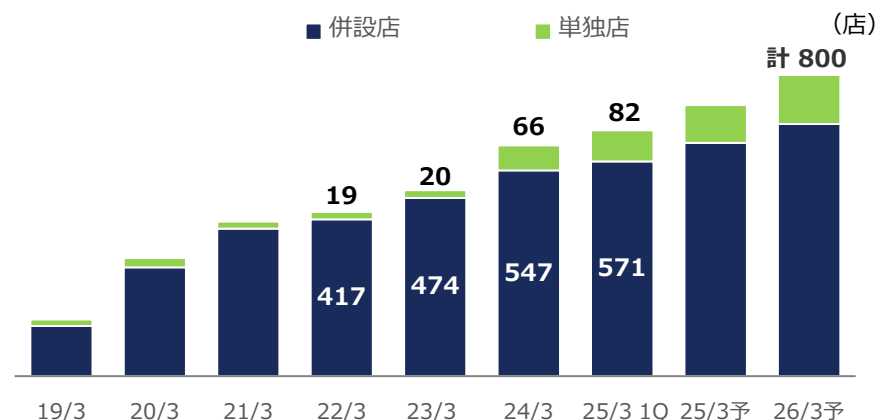
販売店舗	<ul style="list-style-type: none"> 全国のGEO・GEO mobile の在庫を一元管理しているため、需要に応じた適切な販売が可能
販売する端末	<ul style="list-style-type: none"> 端末内はすべて初期化するから安心・安全 端末は外部・内部ともにしっかりクリーニング 初期不良に対して30日間の安心保障   
SIMカード	<ul style="list-style-type: none"> 全国のGEO・GEO mobile にて、「UQ」、「Y!mobile」のSIMカードを販売 2024年7月からGEO・GEO mobile 20店舗にて、「HIS Mobile」の先行取り扱いを開始
店頭サポート	<ul style="list-style-type: none"> 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

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。24年4月に行った屋号変更による増減含む。

※出典：リユースのスマホ・タブレット端末のマーケットシェアは「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

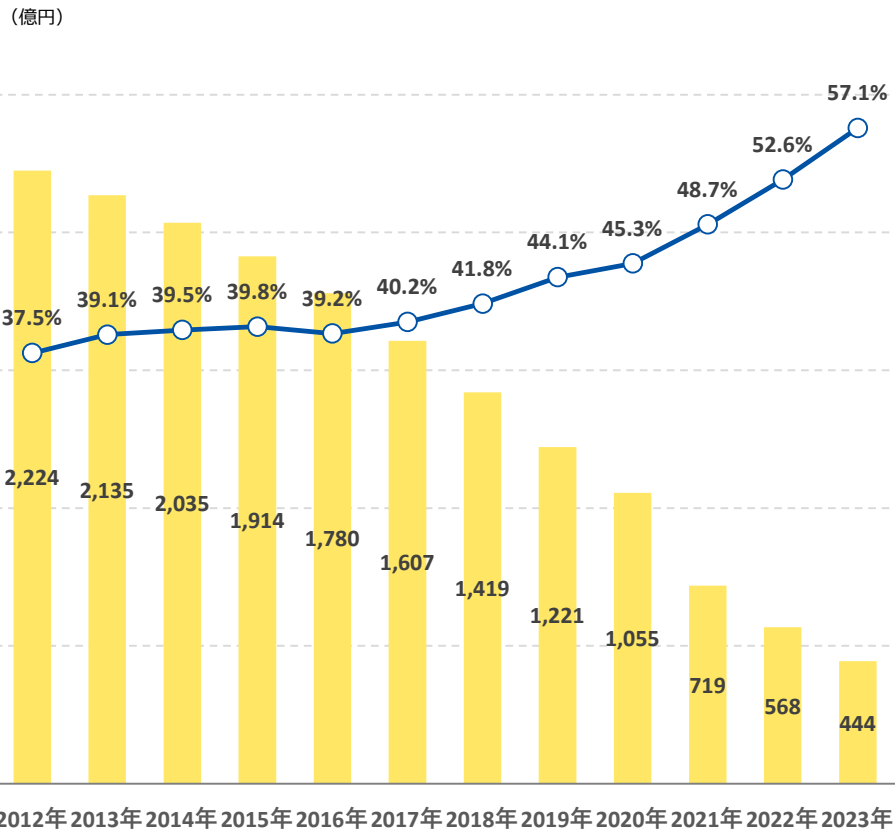
国内法人仲介取引
海外輸出入



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。

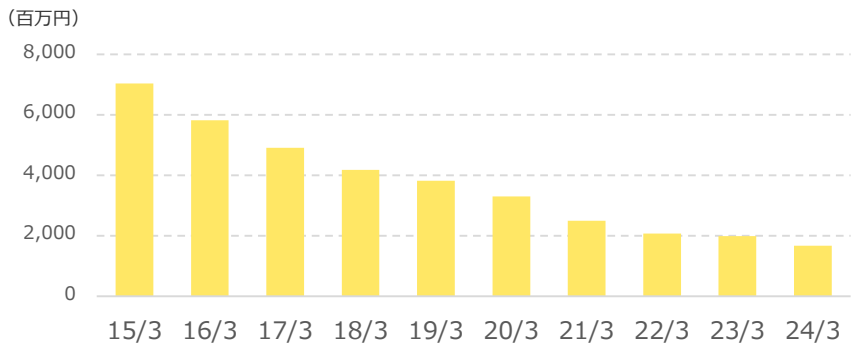
国内の音楽・映像レンタル市場と当社シェア推移*



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



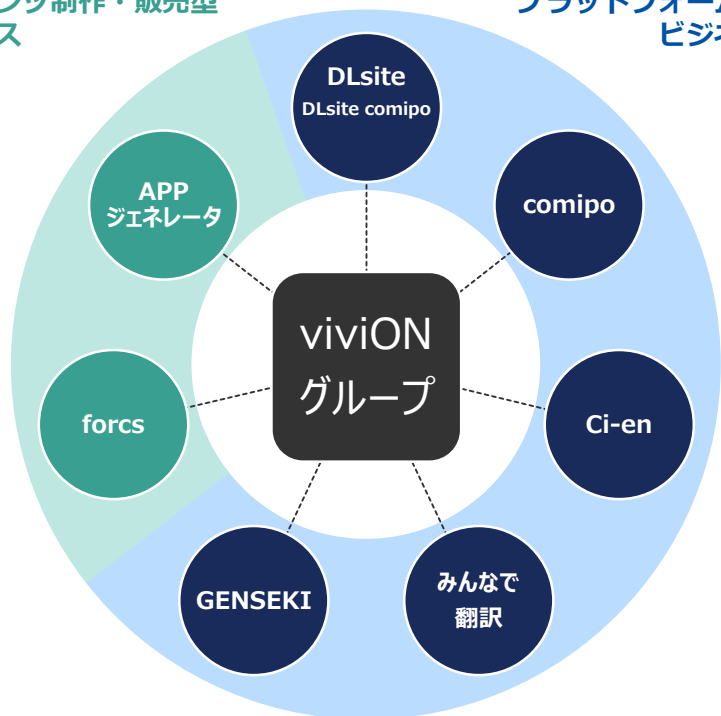
※出典：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」をもとにゲオホールディングス推定。
 注1：シェアはゲオホールディングス推計。 注2：市場規模の対象に宅配レンタル・コミックレンタルは含まれていません。

- 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

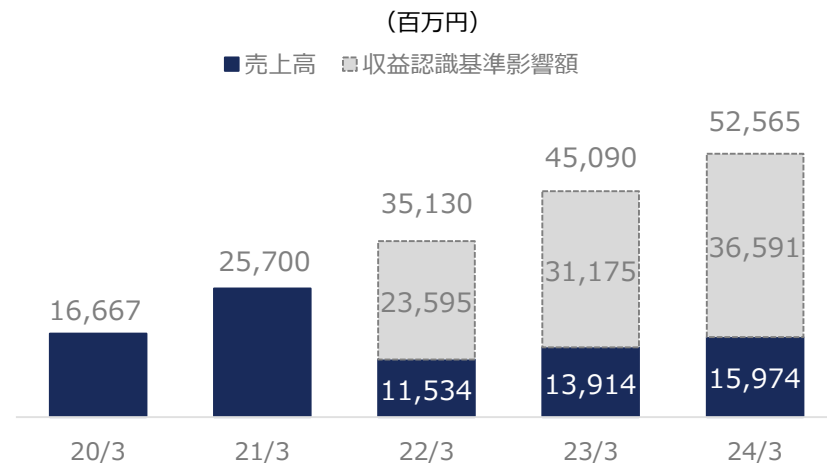


世界最大の二次元コンテンツダウンロードサイト。配信作品が121万作品に到達いたしました。



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



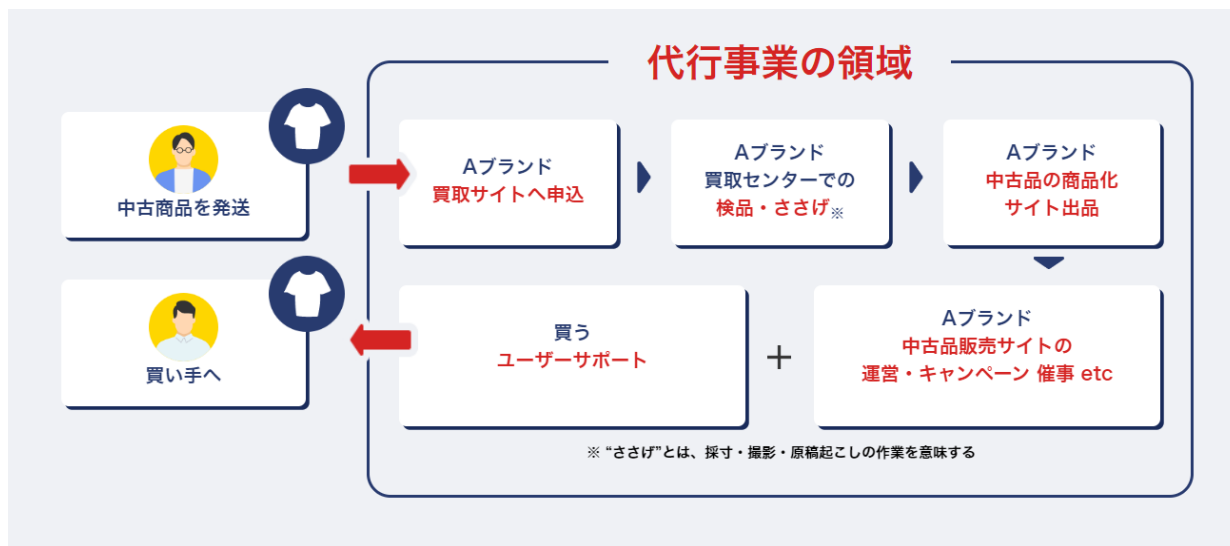
※合計値は内部取引相殺後金額。

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年度中に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はなく、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



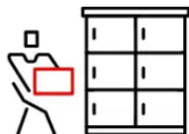
- 24時間365日、いつでも、時間を有効に使いながら、スマホを活用すれば完全非対面で買取サービスを利用することができる「ロッカー買取サービス」を導入しています。
- 順次出店する買取専門店へ買取ロッカーを設置し、東京23区内をはじめとする首都圏中心にサービス範囲を拡大していく方針です。

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14万人、取扱品目は2,000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

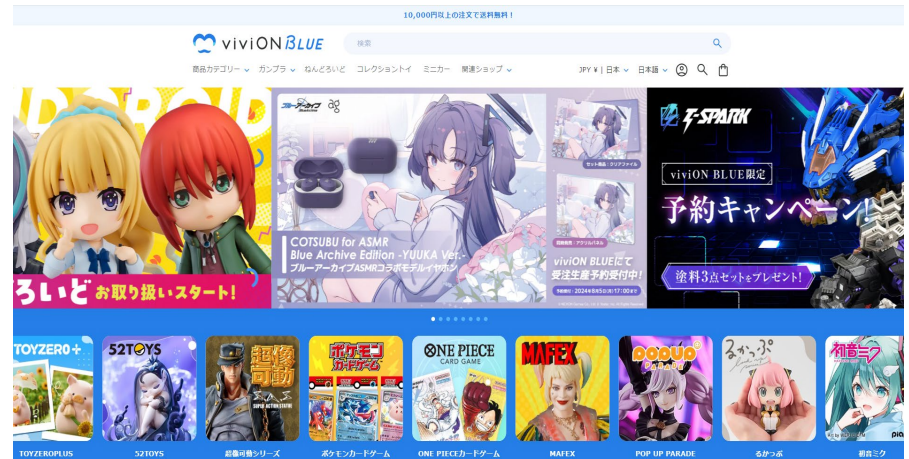
- vivIONグループで活動しているVTuberグループ“あおぎり高校”が、2023年10月27日に活動5周年。今後も「おもしろければ、何でもあり！」をモットーに、イベントやオフライン活動を含めて、他のプロダクションがやっていない面白いことやワクワクすることにチャレンジするプロダクション運営をしていく方針です。
- 2次元コンテンツとコラボした商品を取り扱う総合バラエティストア『vivION BLUE』は、アニメ・ゲームなどの限定コラボ商品、自社コンテンツを取り扱うECサイトです。2次元コンテンツを余すことなく楽しんでいただきたいという思いから開設しました。『ブルーアーカイブ』等有名IPの公式グッズを販売し、2次元ファンから大変好評を頂いております。

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。

vivION BLUE



現在の取り扱いジャンル：プラモデル、フィギュア、トレーディングカードや海外TOY、vivIONのキャラクターグッズ等

6. 補足資料

リユースの国内市場動向

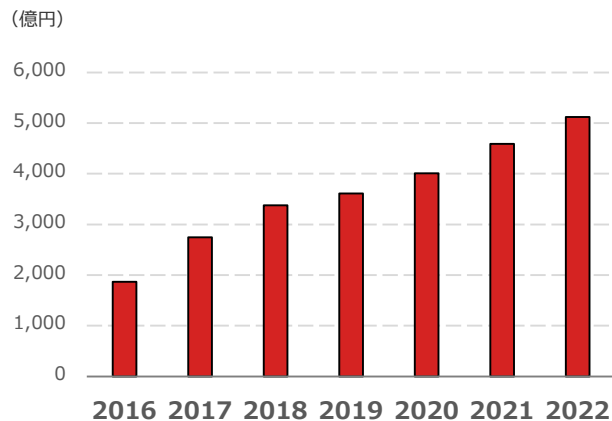
- 2022年のリユースの国内市場規模は、前年比7.4%増の2兆8976億円。物価上昇による消費者の生活防衛意識の高まりから新品よりも割安なリユース品が注目を集める形で市場が拡大しました。
- 資材価格高騰による物価上昇やコロナ影響の薄まり、SDGsを意識したライフスタイルへの変化などを背景に、国内のリユース市場は更なる成長が期待できます。

(億円)

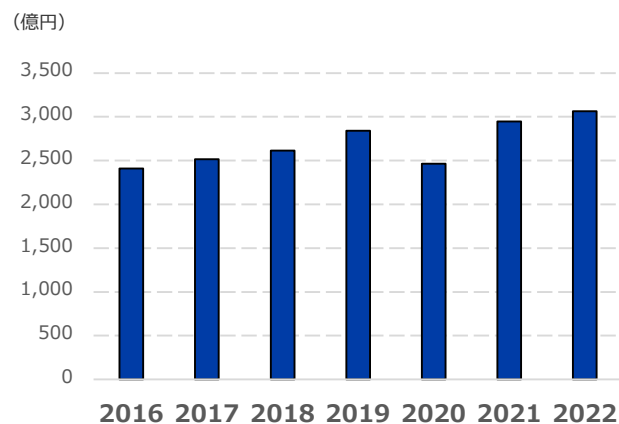


リユースの主要商材別の国内市場推移

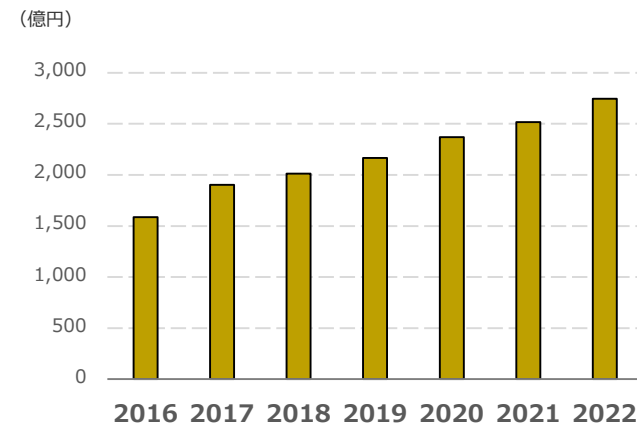
衣料・服飾品



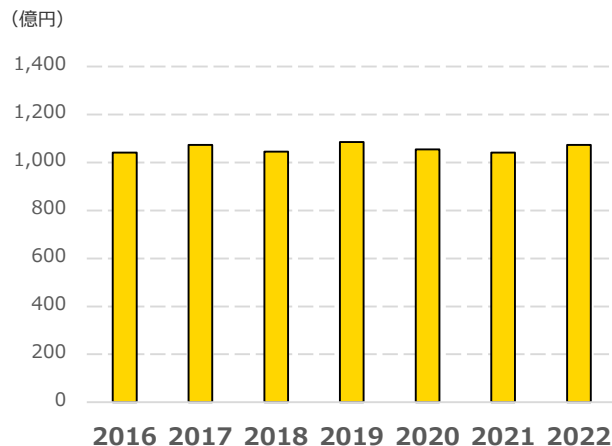
ブランド品



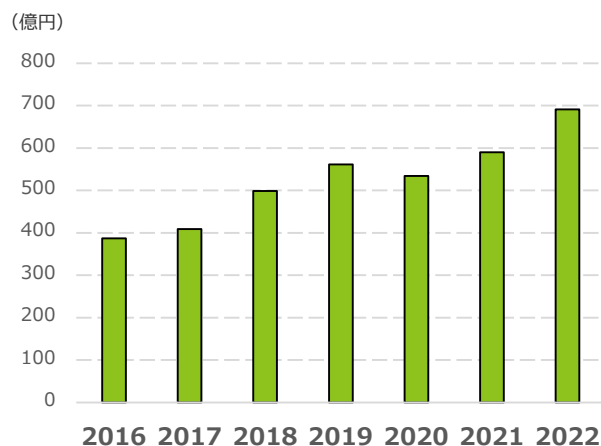
家具・家電



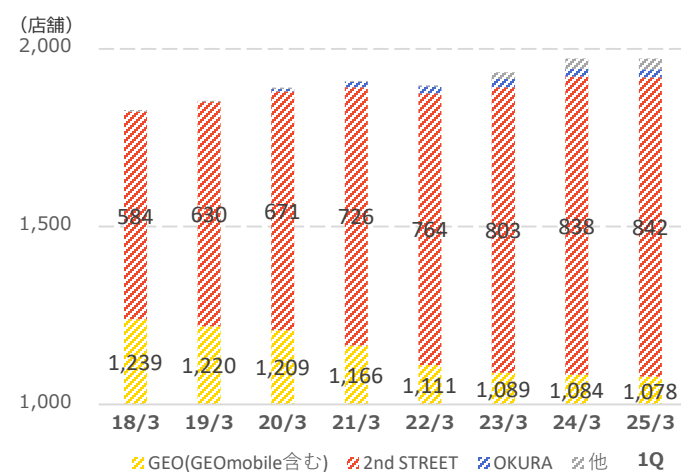
ゲーム・メディア（書籍は除く）



携帯・スマホ

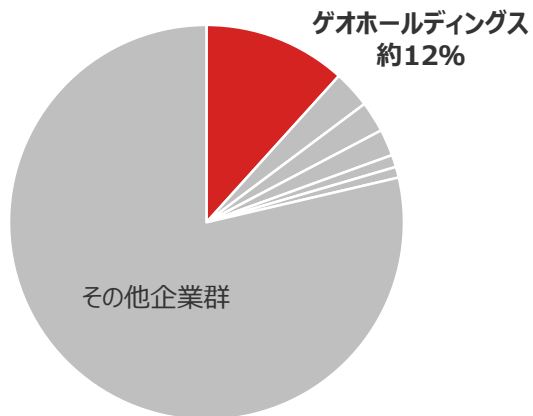


当社国内リユース店舗推移

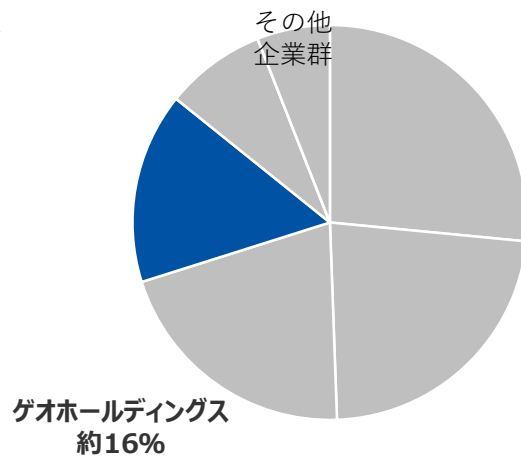


リユースの主要商材別のマーケットシェア等

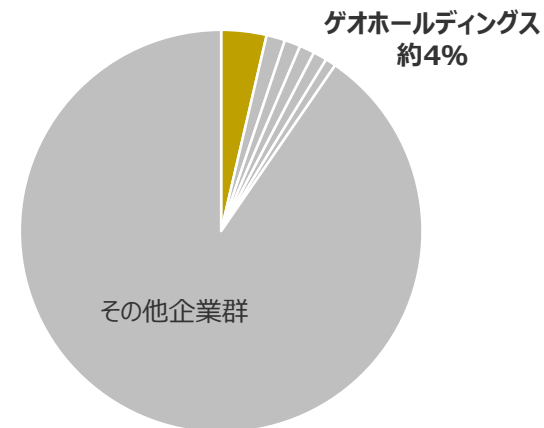
衣料・服飾品



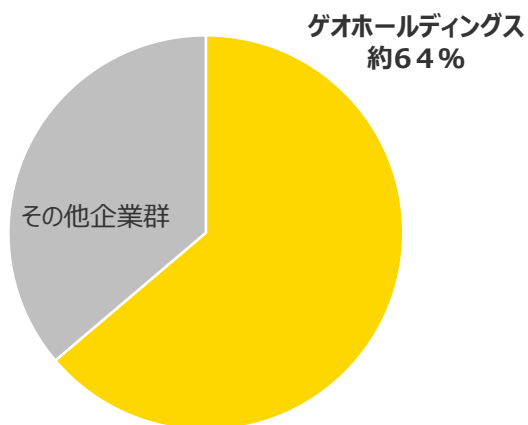
ブランド品



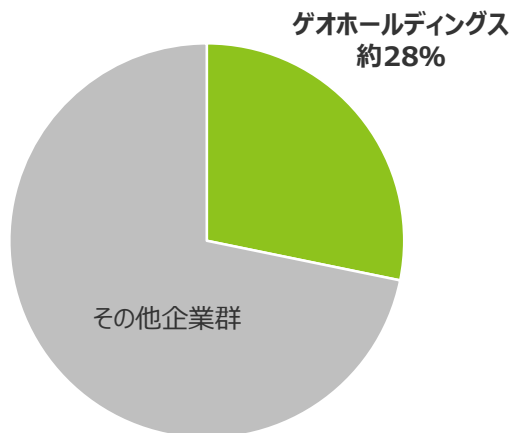
家具・家電



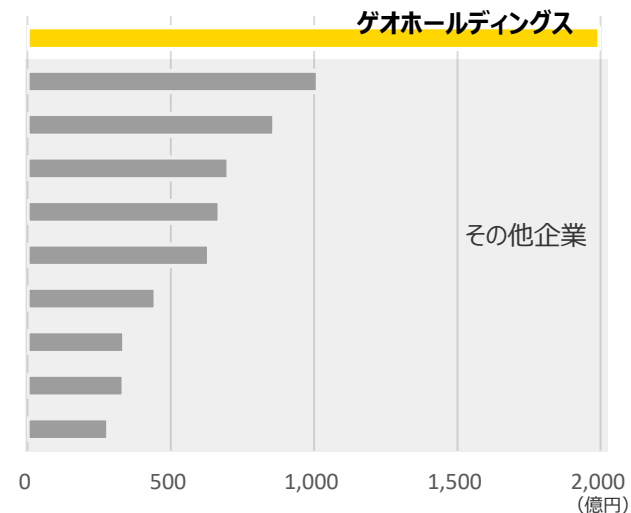
ゲーム



携帯・スマホ



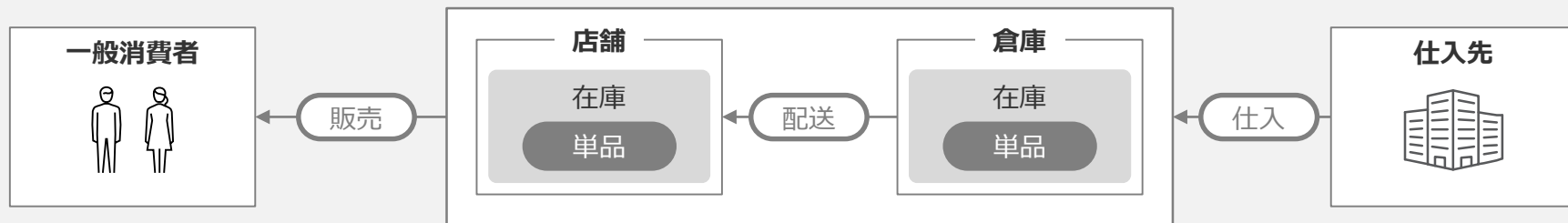
リユース売上ランキング



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。

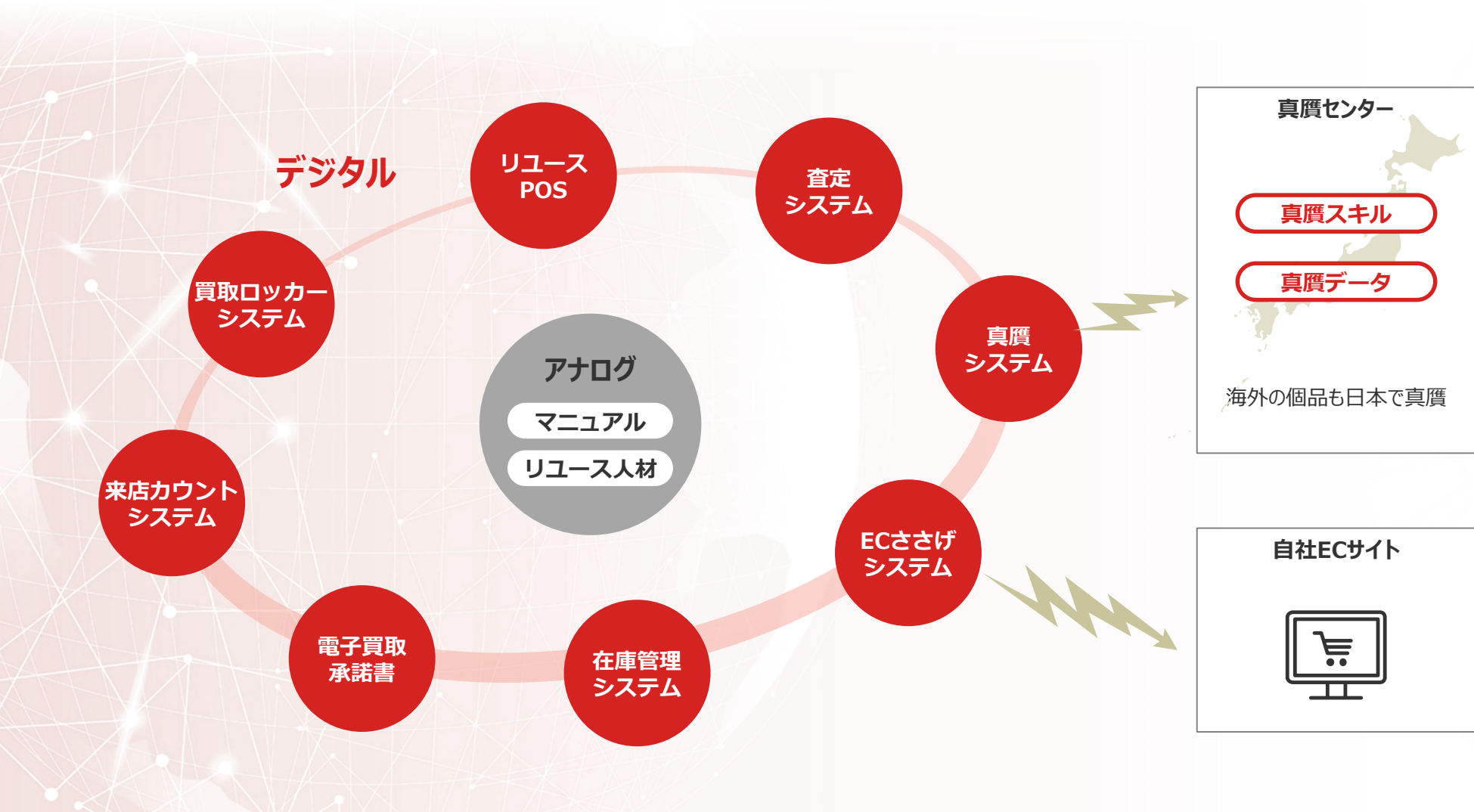
E C掲載数量が多い

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。



2025年3月期 四半期別連結損益計算書

単位：百万円	2024年3月期				2025年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
売上高	106,725	109,035	111,640	106,446	100,147			
(前期比)	131.1%	119.6%	104.2%	109.1%	93.8%			
売上総利益	39,289	36,597	43,081	40,855	41,694			
(前期比)	114.9%	106.2%	109.6%	118.4%	106.1%			
(売上総利益率)	36.8%	33.6%	38.6%	38.4%	41.6%			
販管費	33,498	35,081	37,045	37,384	37,328			
(前期比)	111.0%	108.9%	108.2%	106.1%	111.4%			
営業利益	5,790	1,516	6,036	3,470	4,366			
(前期比)	143.8%	66.9%	119.2%	—	75.4%			

2025年3月期 第1四半期 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 シエアードリサーチ社（日本語版）： https://sharedresearch.jp/ja/companies/2681 シエアードリサーチ社（英語版）： https://sharedresearch.jp/en/companies/2681 アストリスアドバイザリージャパン社（日本語版）： https://corporateresearch.astrisadvisory.com/ja/geohd アストリスアドバイザリージャパン社（英語版）： https://corporateresearch.astrisadvisory.com/geohd

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"> 株主総会：すべての取締役及び監査役 決算説明会：代表取締役社長、取締役常執行役員 IR・SR個別面談：IR担当執行役員、IR担当部門
対話を行った株主等の概要	<ul style="list-style-type: none"> 対応実績：第1四半期 48件 ※対応件数は延べ件数 運用方法：アクティブ投資家中心 対応者の担当分野：アナリスト、ファンドマネージャー等
フィードバックの実施状況	<ul style="list-style-type: none"> 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。 対話内容の重要事項を定期的に取締役会へ報告、議論しています。

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>

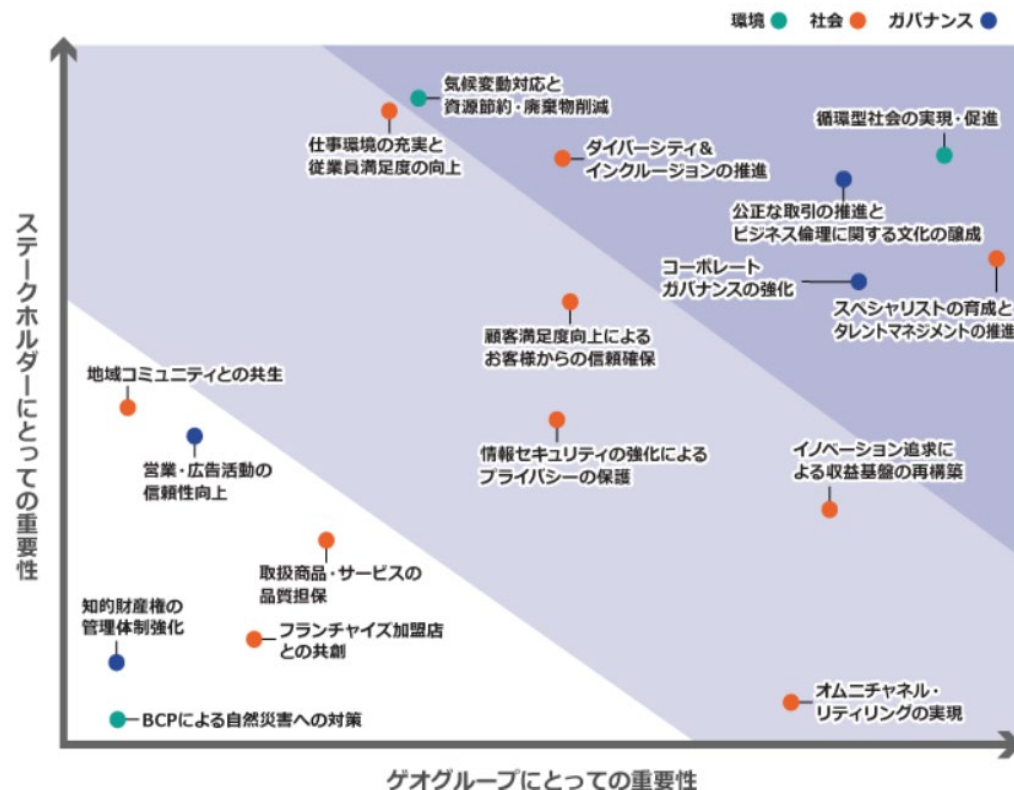
- ・循環型社会の実現・促進
- ・気候変動対応および資源節約・廃棄物削減

<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/>

サステナビリティ実現に向けて

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/2024/20240628_TCFD.pdf



事業を通じたGHG排出量

ジ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、ジ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)		2021年度	2022年度	2023年度
Scope1		1,712	1,543	1,465
Scope2	マーケットベース	71,796	64,601	63,743
	ロケーションベース	69,085	63,274	63,919
Scope3		-	910,024	963,976
合計	マーケットベース	73,508	976,168	1,029,184
	ロケーションベース	70,796	974,841	1,029,360

- ※ 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
各年度のジオHD請求の給油明細から、購入されたガソリン、軽油を油種別に集計し、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
使用した電力を自然エネルギー由来など種別ごとに排出係数を適用し算出する「マーケットベース」、地域全体の平均排出係数をもとに算出する「ロケーションベース」の2種類の方式でそれぞれ算出
各年度のジオグループ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算出
- ※ Scope2は、消費電力量が算出可能であった下記拠点分のデータを元に算出（店舗・事務所・倉庫を含む）
2021年度1271拠点、2022年度1242拠点、2023年度1381拠点
- ※ Scope3：Scope1、Scope2以外の間接的な温室効果ガスの排出量
自社グループ保有の各年度データをGHGプロトコルに基づいて算出

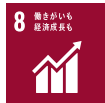
リユース事業によるGHG削減量

(単位：t-CO2e)		2022年度	2023年度
GHG削減量	家電	14,155	15,772
	衣料・服飾	19,416	22,639
	家具	3,280	3,458
	ゲーム関連機器	1,634	1,685
	生活雑貨	2,643	2,674
	キッズ用品	1,763	2,054
	DVD/CD	1,097	1,023
	ホビー用品	1,067	1,178
その他	1,263	1,404	
合計	46,318	51,886	

- ※ 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、ジ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	定義	目標達成予定時期 目標数値	実績 (2024年3月31日時点)
管理職（課長級以上）に占める女性労働者の割合	ゼネラルマネジャー(部長級)、マネジャー(課長級)における女性労働者の比率	2030年3月31日 30%以上	7.3%
女性労働者比率	総従業員における女性従業員の比率	2030年3月31日 30%以上	21.6%
障がい者雇用率	総従業員における障がい者従業員の比率	法定雇用率達成 2.3%以上	2.5%
男性労働者育児休業取得率	当該年度中に配偶者が出産した男性労働者における、新規育休取得者の比率	達成済 以後継続 50%以上	57.6%
女性労働者育児休業取得率	当該年度中に出産した労働者における新規育休取得者の比率	達成済 以後継続 80%以上	103.0%
定期健診受診率	当該年度の定期健康診断対象者数における受診完了数の比率	2025年3月31日 100%	99.1%
ストレスチェック受検率	当該年度のストレスチェック対象者数における受検完了数の比率	2025年3月31日 100%	94.9%
時間外労働時間(平均)	総従業員における当該年度の1ヶ月あたり平均の時間外労働時間	2025年3月31日 10時間以下	13.5時間

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。



GEO HOLDINGS CORPORATION

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