

H1 FY2025

The First Half of the Fiscal Year Ending March 2025

# 決算説明資料

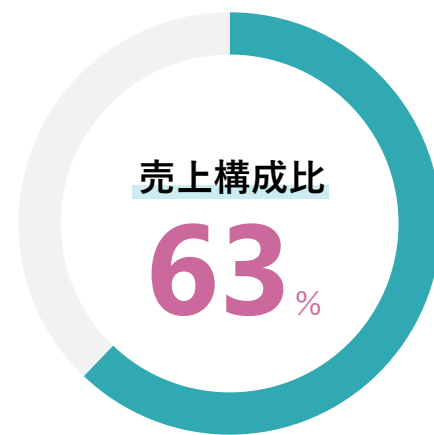
株式会社ワットマン

2024年11月26日

# WATTMANN at a Glance

「リユース事業」と「ホビー新品EC事業」の2つの小売事業を展開

## リユース事業

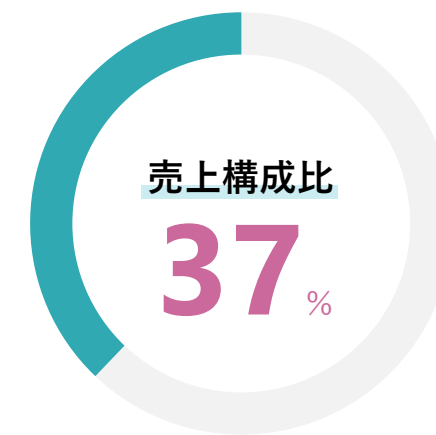


売上高	営業利益
<b>49</b> 億円	<b>8.0</b> 億円
粗利率	SGA率
<b>63%</b>	<b>46%</b>

### 店舗型リユース業「ワットマン」の運営

個人のお客様から商材をお買取りし、店舗で商品化し、個人のお客様へ販売する店舗型リユース業を主に展開。国内では販売が難しく他では買い取ることができない商材も買い取ることができる「トコトン買取」が強み

## ホビー新品EC事業



売上高	営業利益
<b>29</b> 億円	<b>2.1</b> 億円
粗利率	SGA率
<b>19%</b>	<b>12%</b>

### ホビーECサイト「ホビーサーチ」の運営

自社サイトを通じて国内外のお客様にホビー商品を販売する「ホビーサーチ事業」を展開。2021年7月 M&Aにより連結子会社化。業界トップクラスの品揃えと圧倒的な商品情報量により、SEOに強いECサイトを形成

\* 当ページの各種数値は、2024年3月期の数値（四捨五入。共通費329百万円、のれん償却費29百万円等は含まず）

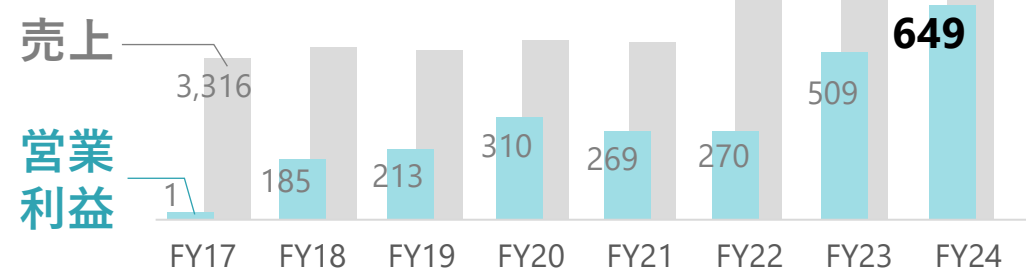
# これまでの実績と成長の余地

2019年3月期の経営体制変更以降、企業価値および株主価値は、概ね右肩上がりで成長中

## これまでの実績

### 売上高と営業利益 (百万円)

概ね、右肩上がりで成長  
営業利益は18年3月期比で3.5倍



### M&A

19年3月期以降、2件のM&Aを遂行。どちらもバリューアップ施策が奏功し、平均で買収価格の50%以上の営業利益を単年度で創出

## 成長の余地

### リユース事業

リユース市場は2030年までに約25%の成長が見込まれており、当社は「トコトン買取」を競争優位の源泉として、更なる成長を図る

### ホビーサーチ事業

M&A以後、2.5年間で営業利益は約7倍に増加。今後、組織強化やHPのフルリニューアルなど、成長に直結する施策を順次実行

### M&A

年間ソーシング件数は100件を超え、複数案件で具体的に進行。自社の基盤構築スキルを活かし、M&A後の企業価値向上を推進

企業価値の向上

### 株価と配当額 (百万円)

株価・配当とも、継続的に上昇  
配当額は18年3月期比で8倍



19年3月期以降、配当方針を変更。企業価値の向上に伴い、株価・配当額ともに着実に右肩上がりで成長

### 株価

発行済み株式数調整後のEPSは過去6年間で継続的に成長。既存事業の成長に加え、借入を活用したM&Aを通じて、今後もEPSの向上を図る

### 配当

株主価値の持続的な向上を目指し、配当額は再現性の高い『既存事業 営業利益』の状況と、キャッシュの保有状況を基に検討。今後も継続的に増配を図る

株主価値の向上

Section

01

## H1 FY2025の業績

### リユース事業は順調、ホビーサーチ事業も想定通りに回復

リユース事業は概ね好調に推移。ホビーサーチ事業も期初予想通りに進捗。連結売上高は40.33億円（前年比105.3%）、連結営業利益は2.96億円（前年比105.4%）

Section

02

## 成長戦略

### リユースの基盤構築とホビーサーチの成長の両面から企業価値向上を図る

リユース事業においては、安定的な成長と確実な利益の創出を図り、ホビーサーチ事業においては、高成長を追求。また、インオーガニックな成長を実現する手段として、積極的にM&Aを活用

Section

03

## FY2025の見通し

### 現時点では、リユース事業・ホビーサーチ事業とも堅調な成長を見込む

現時点で、リユース事業は堅調に推移しており、またホビーサーチ事業も回復傾向にあるが、外部環境の影響を慎重に考慮し、進行期の業績予想を算出。連結売上高は84億円（前年比107%）、連結営業利益は7.3億円（前年比112%） 予想

Section

01

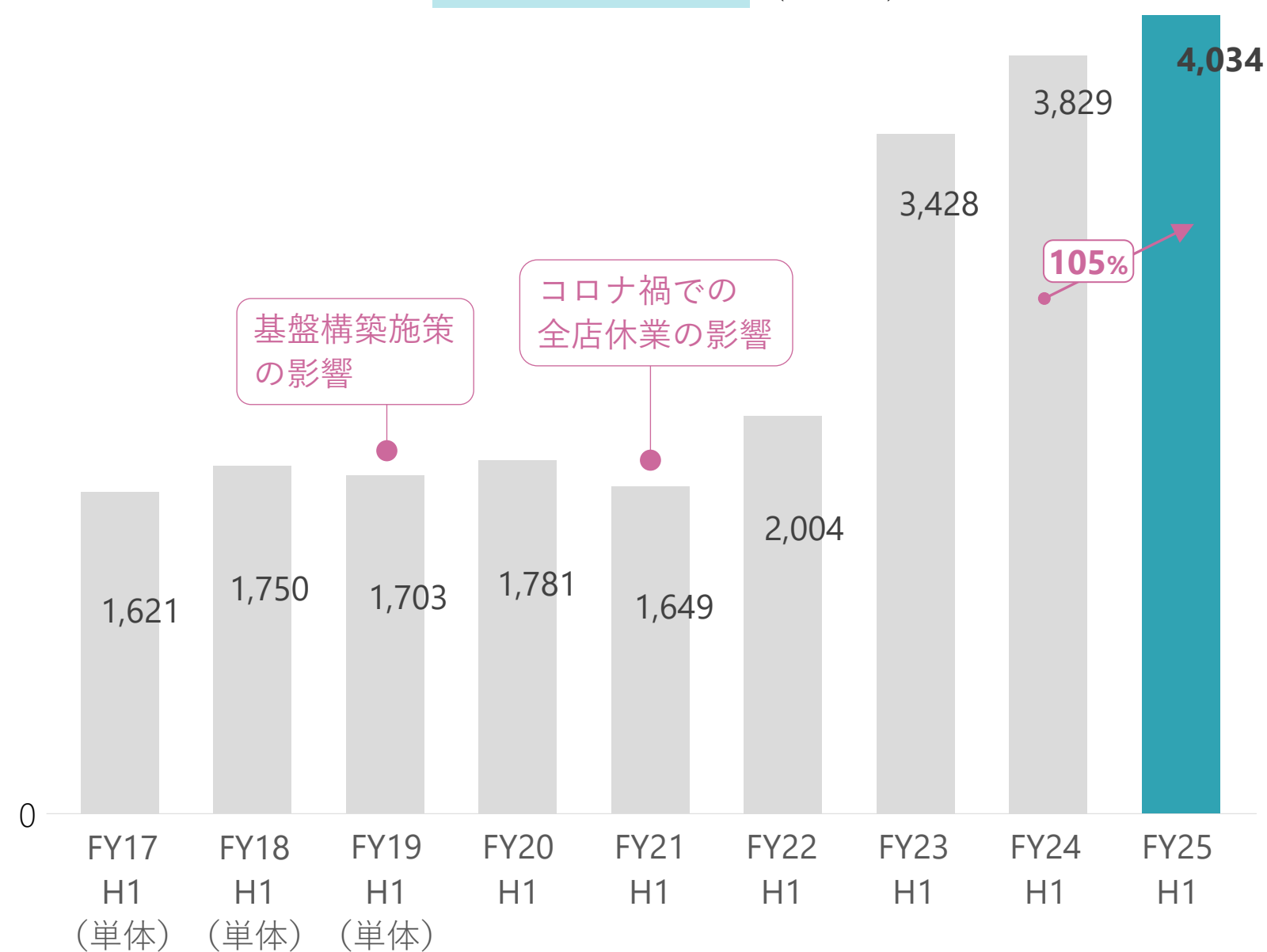
# H1 FY2025の業績

25年3月期中間期の財務諸表について説明します

# H1売上高の推移

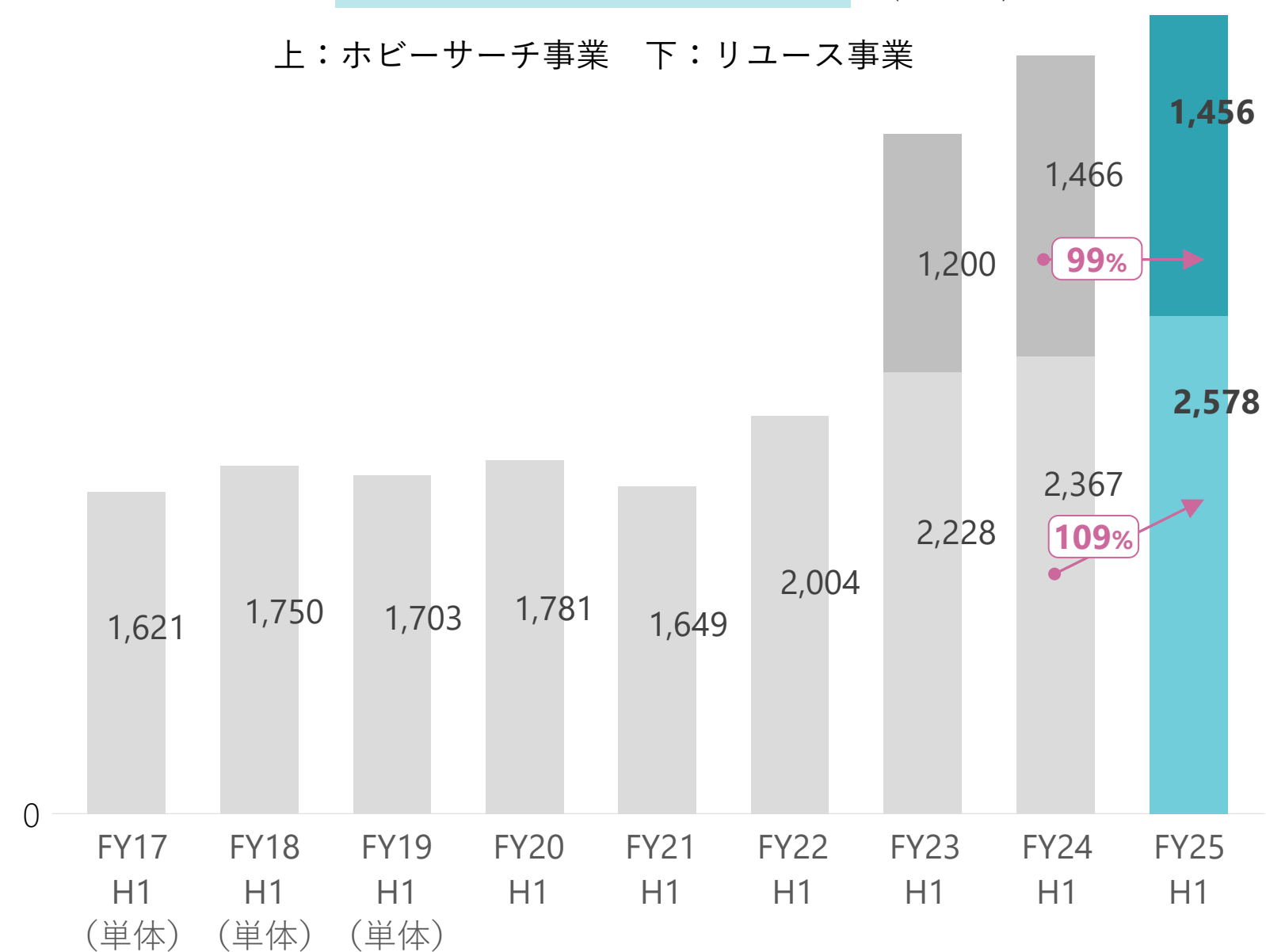
リユース事業は、堅調に成長。ホビーサーチ事業は、期初予想通り、上期は前年並みの水準で推移し、安定した進捗

### 連結売上高 (百万円)



### セグメント別売上高 (百万円)

上：ホビーサーチ事業 下：リユース事業

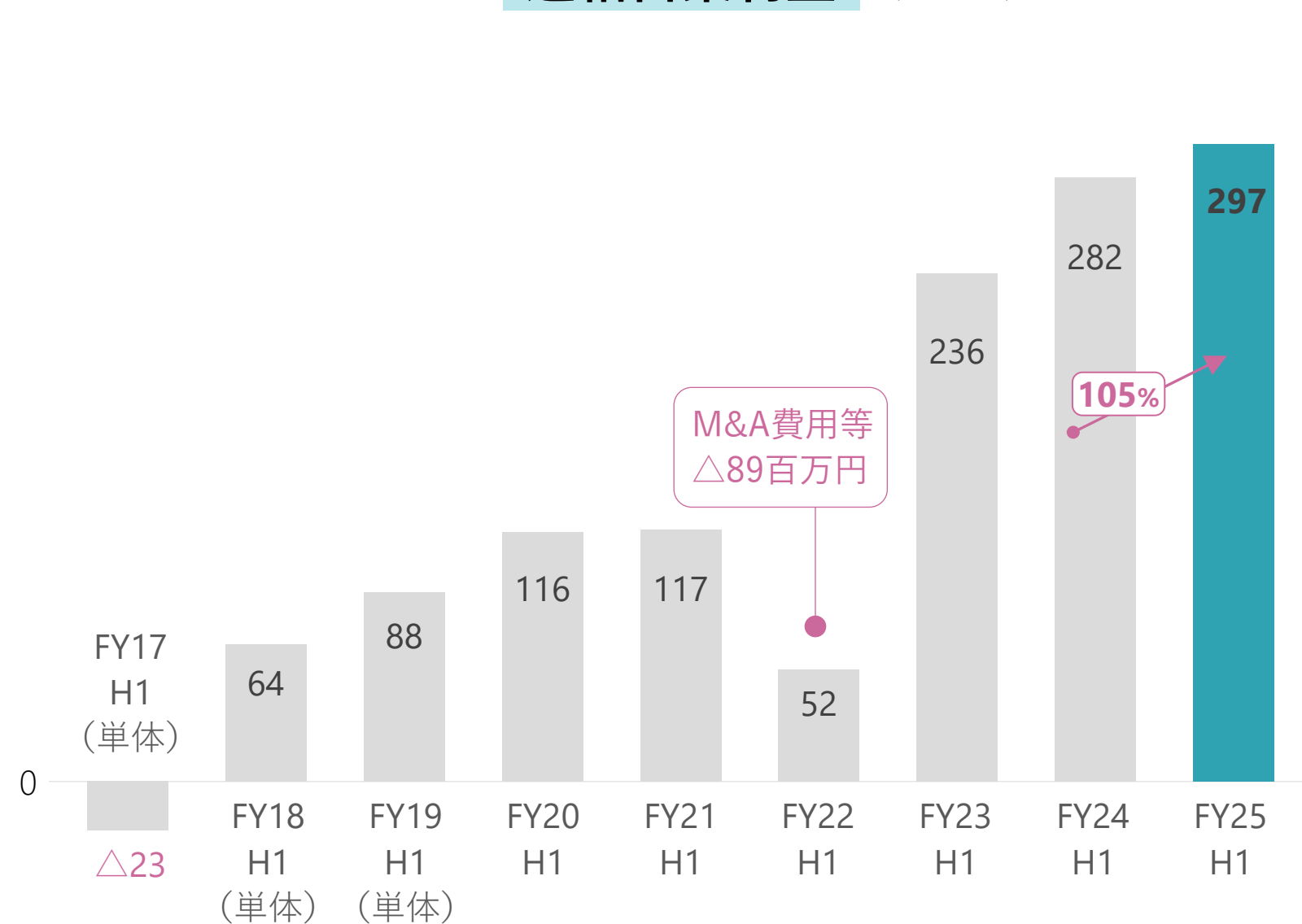


# H1営業利益の推移

リユース事業は、中間期では増益を達成したが、第2四半期単体では減益。（詳細理由は次ページ）

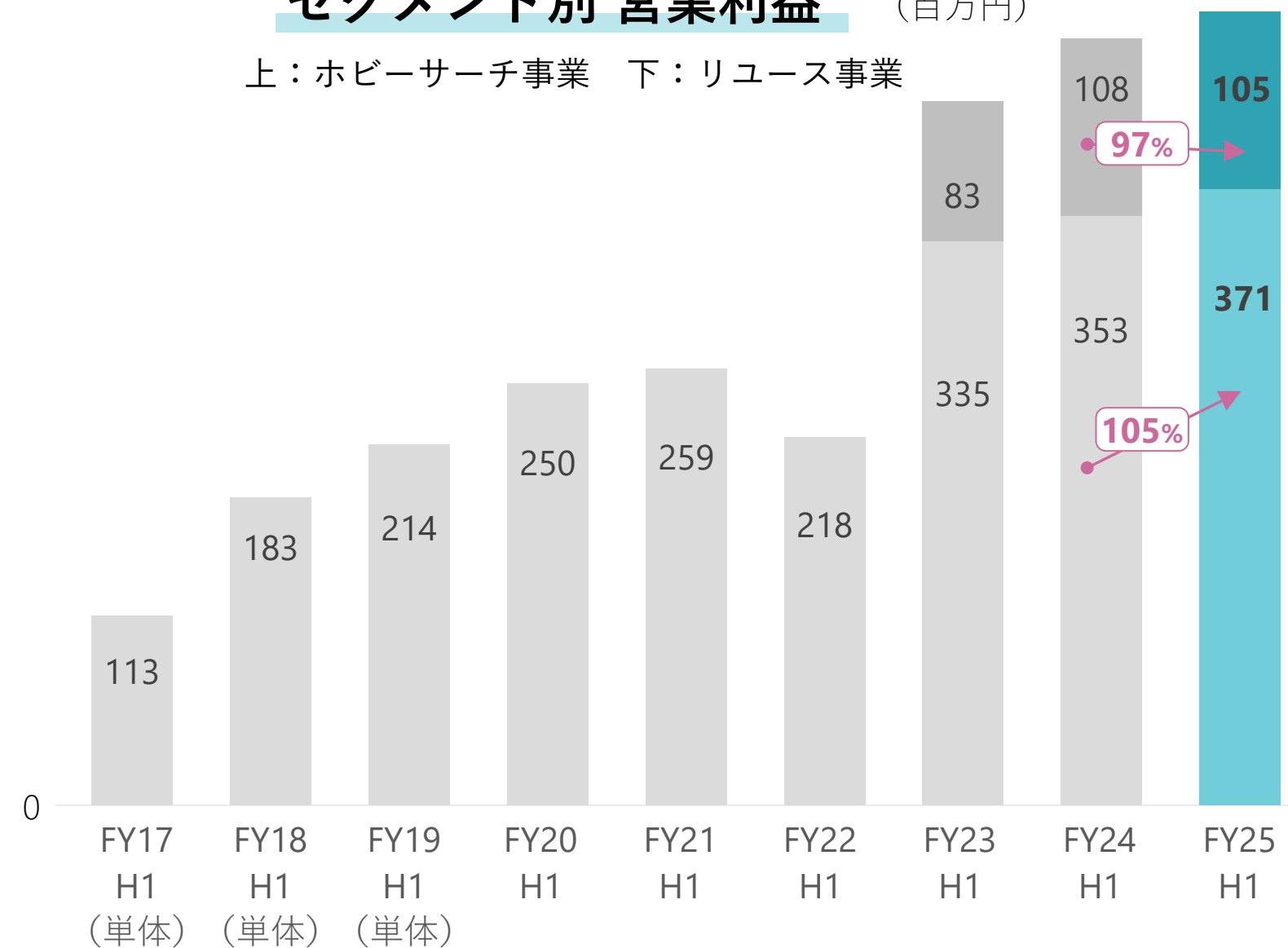
ホビーサーチ事業は、前年上期とほぼ同水準で推移し、期初予想通りに進捗

### 連結営業利益 (百万円)



### セグメント別 営業利益\* (百万円)

上：ホビーサーチ事業 下：リユース事業



\* 共通費・のれん償却費等控除前の営業利益

# 営業利益の増減要因

リユース事業は、新規出店や移転費用の先行計上が第2四半期の営業利益に影響。

ホビーサーチ事業は、概ね期初予想通りに進捗

	(百万円)
前期中間期 連結営業利益	282
今期1Q リユース事業 営業増益	+26
今期2Q リユース事業 営業減益	-9
今期1Q ホビーサーチ事業 営業減益	-6
今期2Q ホビーサーチ事業 営業増益	+3
今期2Q累計 共通費等	-0
今期中間期 連結営業利益	297

## 減益要因

- リユース事業の2Q単体は、売上が好調だったものの、営業利益は減益
- 主な原因は、新規開店費用や移転費用を先行して計上したこと
- 上記要因を除く販管費は、概ねコントロール下にある



前述の通り、リユース事業の第2四半期単体は営業減益であったものの、全体としては概ね堅調に推移

単位：百万円

科目	24/3期中間期		25/3期中間期		前年同期比	主な要因
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	3,829	100 %	<b>4,033</b>	100 %	105 %	リユース事業の堅調な成長
売上総利益	1,776	46 %	<b>1,864</b>	46 %	105 %	リユース事業の成長に伴う増額
販売費及び一般管理費	1,494	39 %	<b>1,567</b>	39 %	105 %	新規開店費用や移転費用、人件費の増加等
EBITDA	321	8 %	<b>336</b>	8 %	105 %	-
営業利益	281	7 %	<b>296</b>	7 %	105 %	-
経常利益	284	7 %	<b>300</b>	7 %	106 %	-
当期純利益	183	5 %	<b>193</b>	5 %	106 %	-

\* 当ページにおける「金額」の表示は、決算短信等に準拠して切り捨て表示としています

## 自己資本比率は約67%と、財務の健全性は維持

単位：百万円

科目	24/3期末	25/3期中間期	増減額	主な要因
流動資産	3,455	<b>3,391</b>	△ 63	配当や設備投資等による現預金減少等
固定資産	1,488	<b>1,484</b>	△ 3	-
資産合計	4,943	<b>4,876</b>	△ 67	-
流動負債	1,277	<b>1,225</b>	△ 51	未払法人税等の減少
固定負債	427	<b>385</b>	△ 42	長期借入金等の減少
負債合計	1,705	<b>1,611</b>	△ 93	-
純資産合計	3,238	<b>3,265</b>	26	中間純利益の計上
自己資本比率	65.2 %	<b>66.7 %</b>	-	-

\* 当ページにおける「金額」の表示は、決算短信等に準拠して切り捨て表示としています

# 連結キャッシュ・フロー計算書 概況

現金残高は、成長機会を逸失しないための十分な水準を維持

単位：百万円

項目	24/3期中間期	25/3期中間期	主な増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	35	<b>161</b>	中間純利益の増加や仕入債務の増加等（に伴う増加）
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 69	△ <b>156</b>	定期預金の預入等（に伴う支出増加）
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 200	△ <b>230</b>	配当金の支払額の増加（に伴う支出増加）
現金及び現金同等物の増減額	△ 239	△ <b>224</b>	-
現金及び現金同等物の期首残高	1,811	<b>1,876</b>	-
現金及び現金同等物の期末残高	1,572	<b>1,651</b>	-

\* 当ページにおける「金額」の表示は、決算短信等に準拠して切り捨て表示としています

# 仕入および販売の状況

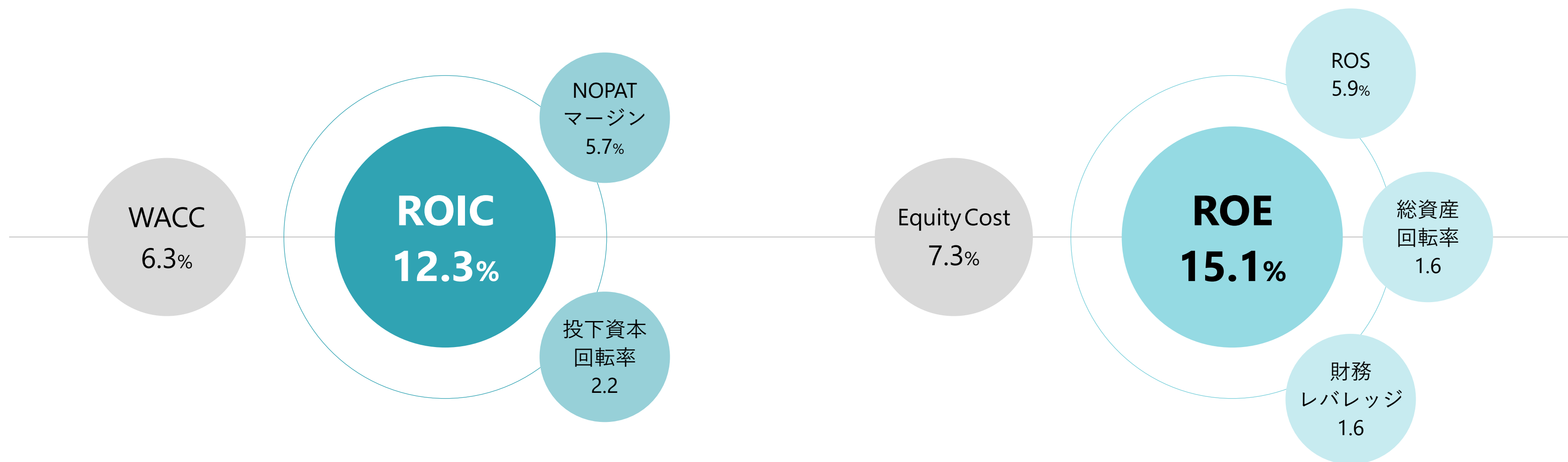
2025年3月期 中間期

仕入および販売とも概ね順調に進捗。リユースホビーの仕入状況は、ホビー商品センターの閉鎖や、前年のトレーディングカードの買取価格高騰等が原因

事業	品目	仕入			販売		
		金額 (百万円)	構成比 (%)	前年比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前年比 (%)
リユース事業	電化製品等	183	18 %	117 %	475	19 %	112 %
	服飾等	314	31 %	112 %	788	31 %	109 %
	パッケージメディア	146	14 %	103 %	423	16 %	101 %
	ホビー	289	28 %	89 %	496	19 %	118 %
	その他	93	9 %	104 %	393	15 %	103 %
	合計	1,026	100 %	103 %	2,577	100 %	109 %
ホビーサーチ事業		1,207	100 %	104 %	1,455	100 %	100 %
総合計		2,233	-	104 %	4,033	-	105 %

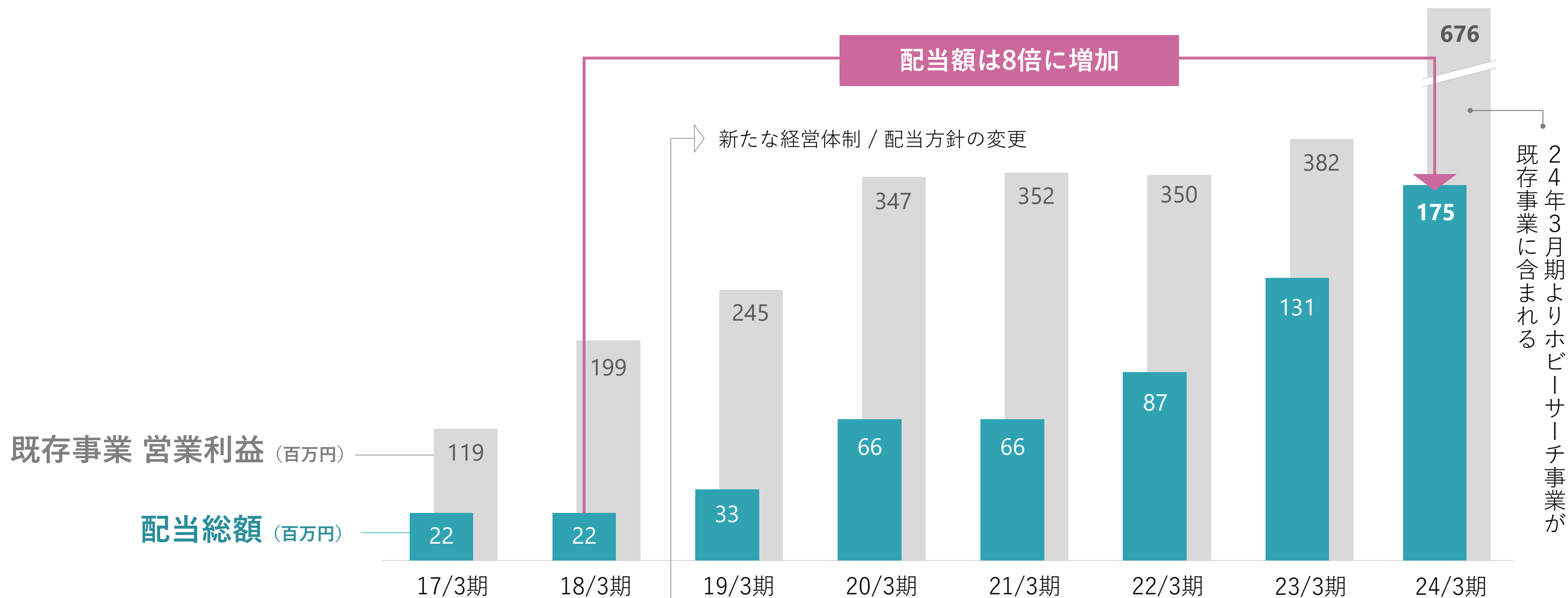
\* 当ページにおける「金額」の表示は、決算短信等に準拠して切り捨て表示としています。また各種数値は、グループ内売上高を控除した値です。

基盤構築及び成長フェーズにおいては、WACCを超えるROIC創出を一つの指標とする。24年3月期は、前期に引き続き連結営業利益が増加したため、ROIC・ROEともスプレッドは拡大



\* WACC及びEquity Cost算出には次の数値を使用。リスクフリーレート：10年長期国債利回り、リスクプレミアム：5.5%、β値：120ヶ月間の月次株価データより算出

株主価値の持続的な向上を目指し、配当額は、比較的再現性の高い『既存事業\* 営業利益』と、キャッシュの保有状況をもとに検討。過去6年間の『既存事業 営業利益』は概ね右肩上がりで成長。それに伴い、配当額も約8倍に増加



\* 「既存事業」：直前事業年度 1年間を通じて同一状態で営業した事業または店舗（前年比において同一条件で比較が可能な事業）

期末における手元資金から、成長投資および安定経営に必要な資金を確保した後の残高を、株主の皆様への配当に充てる方針



\* 「攻めのキャッシュ」は3年間の平均年額目安であり、この金額を単年度で使い切るものでもなく、またこの範囲内で単年度の成長投資を制限するものでもない

24年3月期は国内外のオーガニックな成長投資が最優先事項であり、進行期もその方針に変わりはないが、中期的な企業価値向上に資すると判断した場合は、M&Aも積極的に検討

## オーガニック成長投資

### 最優先の投資対象

引き続き、国内外の既存ビジネスモデルの強化を最優先事項として投資を図る。

24年3月期は当領域への再投資により、営業キャッシュフローを410百万円創出

## インオーガニック (M&A)

### 案件は精査も積極的に検討

国内・クロスボーダー問わず幅広く案件を取得し検討。

「オーガニック領域と明確なシナジーが創出可能である場合」・「既存のスキルで確実なバリューアップが図れる場合」は積極的に案件を進行する。過去に、「ゲームステーション事業」の譲受、および「ホビーサーチ社」のM&Aを遂行

## 配当

### 安定的な増配を図る

株主価値の持続的な向上を目指し、配当額は、比較的再現性の高い『既存事業 営業利益』の状況と、キャッシュの保有状況を基に検討

## 自己株式取得

### 直近では優先的に検討せず

中期的な企業価値向上に資する自己株式取得は、常時検討の範疇にあるものの、自己資本の絶対額及び浮動株比率が低水準であることに鑑み、現時点では、ROE向上のみを目的とした自己株取得枠は設定していない。

短期的には、ROIC/Equity spreadを毀損しない範囲において、財務の健全性を求める



総じて、「リユース事業」は外部環境の変化に強く、「ホビーサーチ事業」は外部環境の影響を受けやすい

外部環境	リユース事業への影響	ホビーサーチ事業への影響
1 原材料費の高騰	<p>影響は軽微</p> <p>原材料費高騰に伴い、店舗光熱費は上昇したものの節電等の工夫もあり、業績への影響は軽微</p>	<p>影響あり(-)</p> <p>原材料費の高騰により、商品の単価や生産状況に影響する可能性あり</p>
2 インフレの進行	<p>影響あり(+)</p> <p>日用品や消費財のインフレ進行に伴い、リユース商材が見直され、全体的にポジティブな影響を享受</p>	<p>影響あり(-)</p> <p>生活必需品の価格上昇に伴う消費者の購買力低下で、趣味関連の非必需品は影響を受ける可能性あり</p>
3 為替変動	<p>影響は軽微</p> <p>国内での買取と販売が主なビジネスであるため、為替変動の影響は限定的</p>	<p>影響は軽微</p> <p>円安進行で海外注文が増える可能性はあるが、商品の人気や価格の方が影響が大きく、効果は限定的</p>
4 インバウンド需要	<p>影響は軽微</p> <p>神奈川県の外郊を中心に店舗展開しているため、インバウンド旅行客の恩恵は限定的</p>	<p>影響は軽微</p> <p>リアル店舗を展開していないため、恩恵はほぼ無い</p>
5 最低賃金引き上げ	<p>影響あり(-)</p> <p>24年10月の最低賃金上昇を受け、給与テーブルを全体的に見直し。当事業の総人件費に2%程度の影響</p>	<p>影響あり(-)</p> <p>左記同様、給与テーブルを見直し。当事業の総人件費に2%程度の影響</p>
6 新型コロナの落ち着きとリオープン	<p>影響は軽微</p> <p>「トコトン買取」により多様な商材が売場に並び、特定商材への依存度が低いため、影響は軽微</p>	<p>影響あり(-)</p> <p>巣ごもり消費から、旅行等の外向きへの需要転換が、売上高に影響する可能性あり</p>

\* 各外部環境による影響は、「直接的な影響」のみ記載

Section

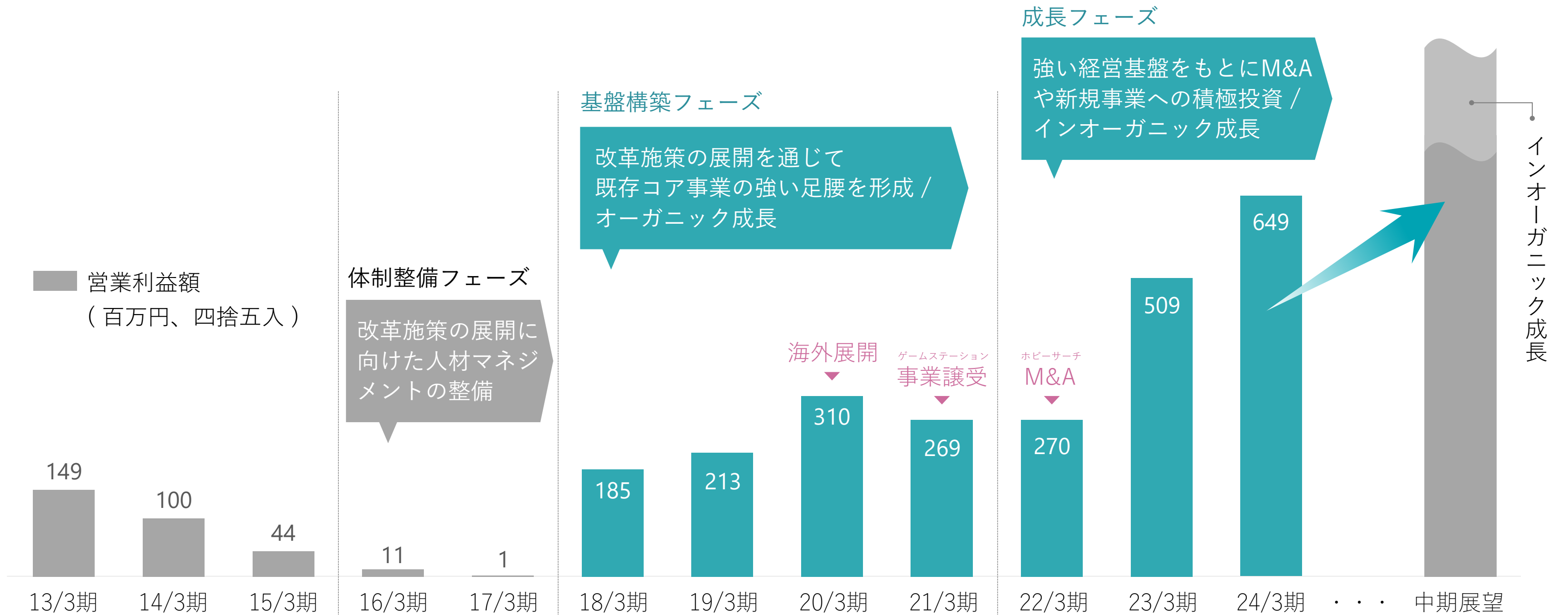
02

# 成長戦略

成長戦略の内容と進捗状況について説明します

# 改革のロードマップ

2018年3月期より基盤構築フェーズと位置づけ、利益構造改革を推進。2022年3月期からは成長フェーズに移行してホビーサーチ事業を取得。今後も、既存事業の成長に加え、戦略的にM&Aを活用して、さらなる成長を目指す



ホビーサーチ社のM&Aから1年以上経過し、ホビー新品EC事業が既存事業として位置づけられたことに伴い、成長戦略を再整理。中期的な企業価値向上に向け、M&Aも積極的に活用

## 02-a

### オーガニック成長戦略

#### リユース事業

#### 安定的な成長と確実な利益創出

「トコトン買取」を持続的な競争優位の源泉とし、コア事業・スピンオフ事業・海外事業の3つから構成される成長戦略。基盤構築を軸に据え、コア事業においては、安定成長しつつ、共通費を除く営業利益率20%を目指す

See pp.20-30

#### ホビーサーチ事業

#### 高成長の追求

2021年7月に子会社化したホビーサーチ事業の成長戦略。業界トップクラスの品揃えと圧倒的な商品情報量により、SEOに強いECサイトを形成。成長を軸に据え、年間売上高30%以上の成長を目標とする

## 02-b

### インオーガニック成長戦略

#### M&A

#### 戦略的にM&Aを活用

インオーガニックな成長を実現する手段として積極的にM&Aを活用。「オーガニック領域と明確なシナジーが創出可能」もしくは「既存のスキル・ノウハウで確実なバリューアップが図れる」案件を推進

See pp.31-33

Section

02-a

オーガニック成長戦略

# リユース事業

各事業の概要と概況について説明します

コア事業（総合リユース事業）・スピノフ事業・海外事業がそれぞれ有機的に結びつき、各事業の成長が他の事業の成長に作用する、相互に補完的な成長戦略。各事業の安定的な成長と確実な利益の創出を図る

## トコトン買取を軸に多様な商材を取扱い

「トコトン買取」を中心に据え、多様な商材を取り扱う総合リユース事業。特定商材への依存度が低く、外部環境の変化に柔軟に対応が可能

01  
コア事業

強み（トコトン買取）の更なる強化

売場坪効率向上

再リユースによる利益構造改善

専門性向上による買取・販売強化

## 一部商材の専門性を向上

総合リユース事業から一部の商材を切り出し、業態として独立させることで専門性を向上させ、買取・販売の強化を図る

02  
スピノフ  
事業

再リユースによる  
利益構造改善

03  
海外事業

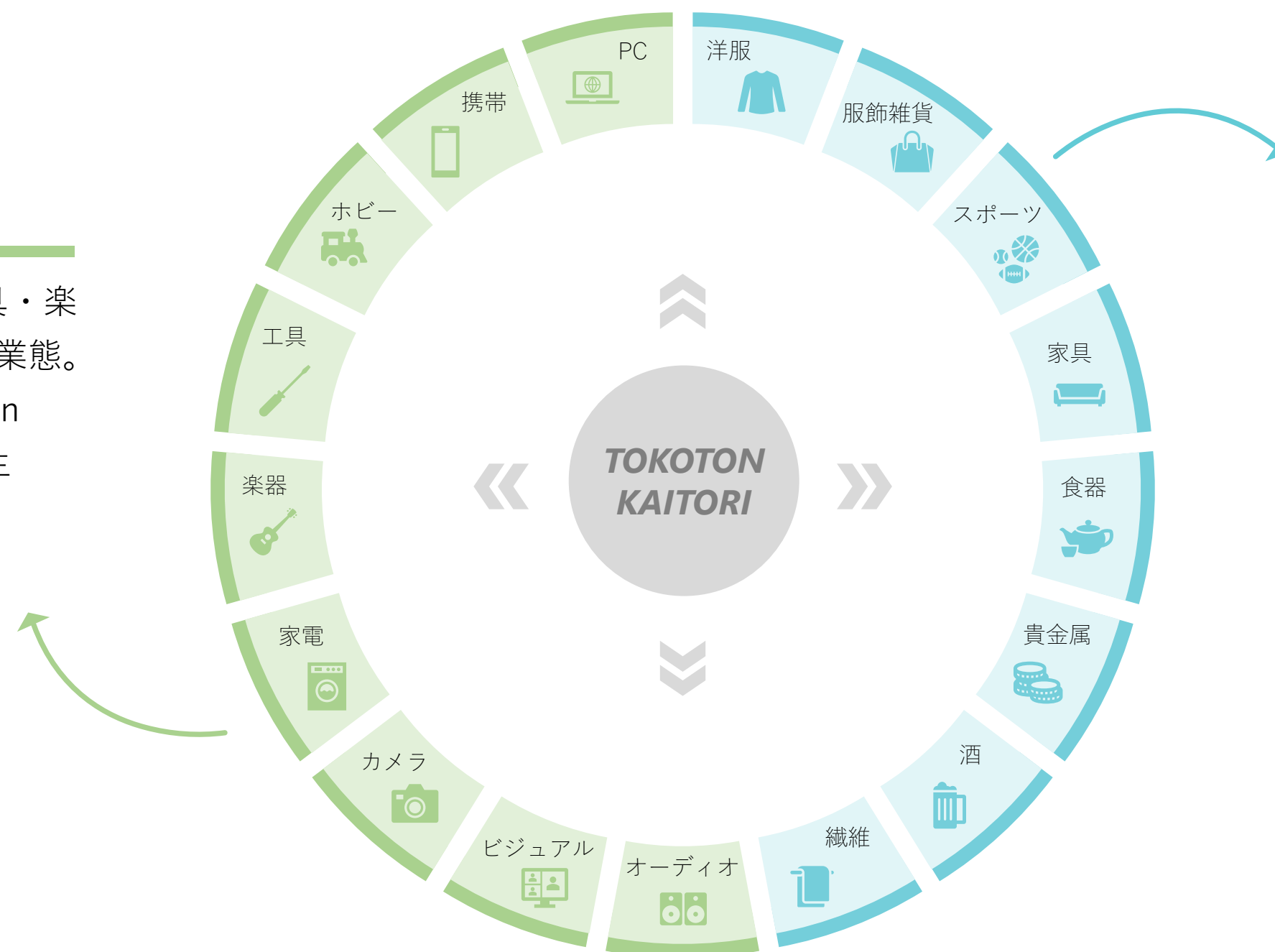
## トコトン買取の「受け皿」

国内でリユースが難しい商材を海外に輸出して再リユースすることで、利益構造の改善とトコトン買取の強化を図る

「トコトン買取」を中心に据え、多様な商材を取り扱う総合リユース事業。特定商材への依存度が低く、外部環境の変化に対し柔軟に対応が可能。スピンオフ事業の源泉、海外事業の原資

## WATTMANN TECH

国内20店舗展開。家電・PC・工具・楽器など、主に電化製品を取り扱う業態。店舗型スピンオフ事業のWattmann HobbyやCameraは当業態から派生



## WATTMANN STYLE

国内20店舗展開。アパレル・スポーツ用品・家具・食器など、生活関連商材を取り扱う業態。店舗型スピンオフ事業のWattmann Spo&Camは当業態から派生



## 全体的に好調

### 外部環境

#### 総じて市場は好調に推移

この2年間は、世界的なインフレ傾向や日用品の供給逼迫傾向が進んだ事などにより、リユース市場は活況。リユースを本業とする同業他社も売上高が前年比で好調に推移

### 25/3期中間期の状況

#### 市場の好調を受け安定的成長

リユース市場は全体的に好調ではあるが、商材ごとにパフォーマンスに差が見られ、特に服飾やホビー全般が堅調に推移。一方、トレーディングカードは23年をピークに買取価格および販売価格が調整され、現在は安定した水準にある。24年4月横須賀中央店移転、24年10月新丸子店移転

### 25/3期の展開

#### 大型店を中心に出店を検討

総合リユース事業においては、出店基準の厳格化により、出店ペースは若干ダウン。グループ全体の成長を促進するため、リソース配分を最適化し、当事業では大型店の出店を中心に検討。新規出店によるオーガニックな成長も引き続き検討するが、必要に応じてM&Aも活用して事業拡大を進める



総合リユース業から一部の商材を切り出して専門性を高めた事業



## ROAD BIKE

ロードバイク本体やパーツを扱う業態。主に街道沿いの物件を中心に出店を検討

2 店舗



## HOBBY

ホビー商材を扱う業態。WATTMANN HOBBY 3店舗に加え、Game Station 2店舗を展開。主に駅前物件を中心に出店を検討

5 店舗



## SPORTS

スポーツ商材やキャンプ商材を扱う業態。主に既存店の中か隣接する物件での出店を検討

2 店舗



## CAMERA

カメラや周辺機器を扱う業態。主に駅前物件を中心に  
出店を検討

2 店舗

コア事業と同様、外部環境にポジティブな影響を受ける商材が多く、順調な進捗

## 外部環境

### コア事業と同様に市場は好調

コア事業（総合リユース事業）と同様に、当事業の外部環境も概ね好況。特に、カメラ商材やホビー商材、スポーツ商材が好調。トレーディングカードは前年（2023年）をピークに買取価格および販売価格が調整され、現在は安定した水準にある

## 25/3期中間期の状況

### 市場の好調を受け安定的成長

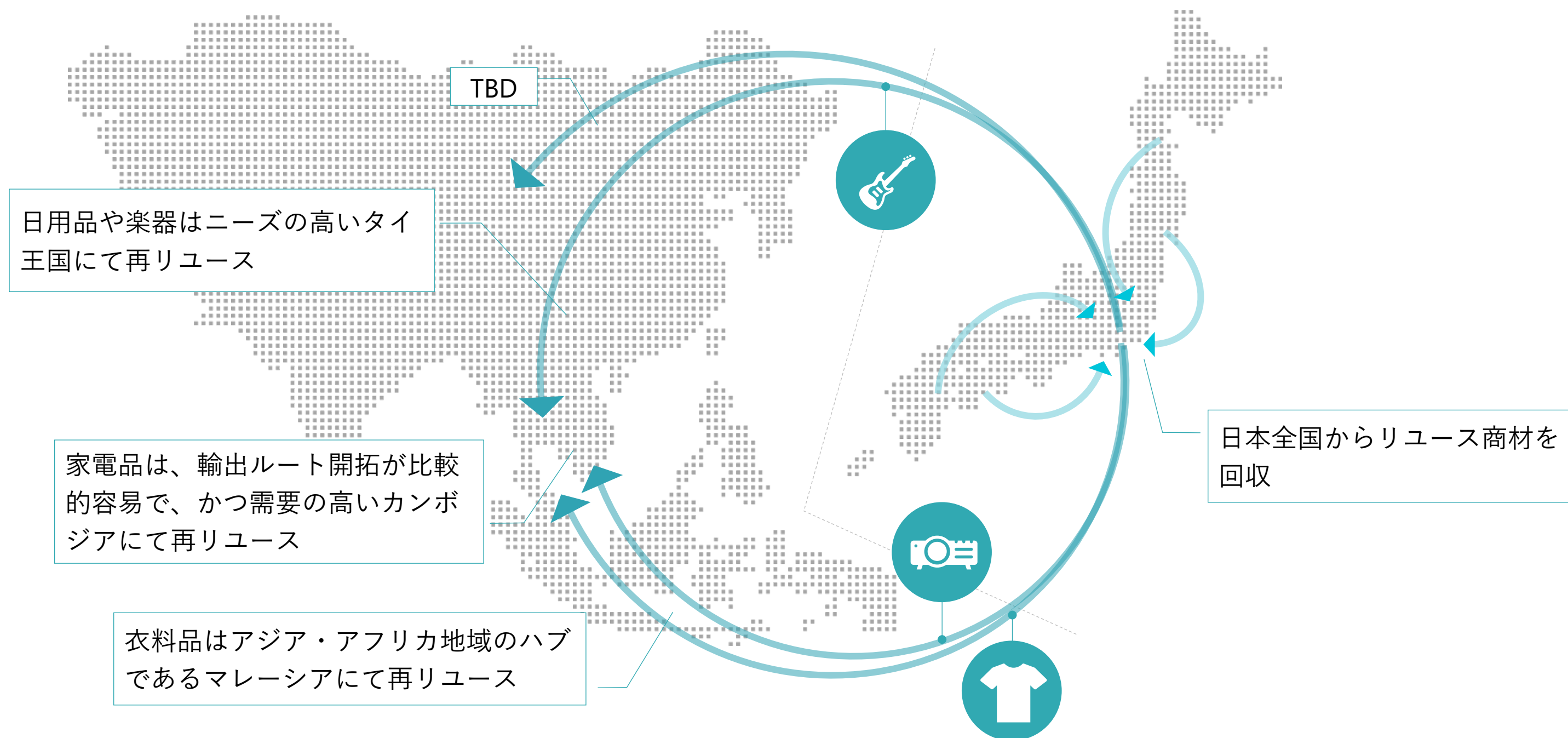
各業態とも売上高・売上総利益率が概ね順調に成長。  
トレーディングカードは、前年と比較して買取価格・販売価格が低下しているが、当商材の売上構成比がそれほど高くないため、影響は軽微。  
また、カメラ業態の2店舗目（吉祥寺店）を2024年9月に新規オープン

## 25/3期の展開

### 引き続き 各業態で出店を検討

各スピノフ業態において、中期的には既存業態の多店舗展開を進める予定。短期的には基盤構築に主眼を置き、まずは営業利益率を総合リユース事業並みの水準に高めることを優先的に考え、各種施策を進める

「日本国内で商材を回収し、海外に輸出する事業」と「それらの商材を輸入し、海外で店舗を構え販売する事業」の2つから構成



タイ王国における店舗展開は、当面は、安定した収益と高い利益率が期待できる『倉庫型業態』に重点を置く方針。ただし、運営管理の効率を考慮し、一部店舗の閉鎖と、その分のコンテナを他社へ卸すことも検討している

## 外部環境

### 安定的な環境を維持

タイ王国におけるリユース業況感は、顕著な変化は見られず、安定的な環境を維持している。日本からのコンテナ輸出費用は、2022年度をピークに落ち着きを見せる

## 25/3期中間期\*の状況

### 業績改善が進行

2022年下期よりオペレーション等の見直しと改善を行い、一定の効果を創出。前年度に比較して赤字幅は大きく縮小。各種取り組みは引き続き進行中で、今後の更なる改善を見込む

## 25/3期\*の展開

### 安定的な利益創出が短期目標

好条件の物件があれば、倉庫型店舗の新規出店や既存店舗のスクラップ&ビルドを進める。また、ここ数年で海外におけるコンテナの卸先開拓が進展していることから、場合によっては、一部の直営店を閉鎖し、直営店向けのコンテナを他社に卸すことも検討

\* 海外子会社は12月決算であるが、コア事業やスピンオフ事業の記載と平仄を取るため、25/3期中間期：2024年9月までの概況、25/3期：2024年10月以降の展開を記載

Section

02-a

オーガニック成長戦略

# ホビーサーチ事業

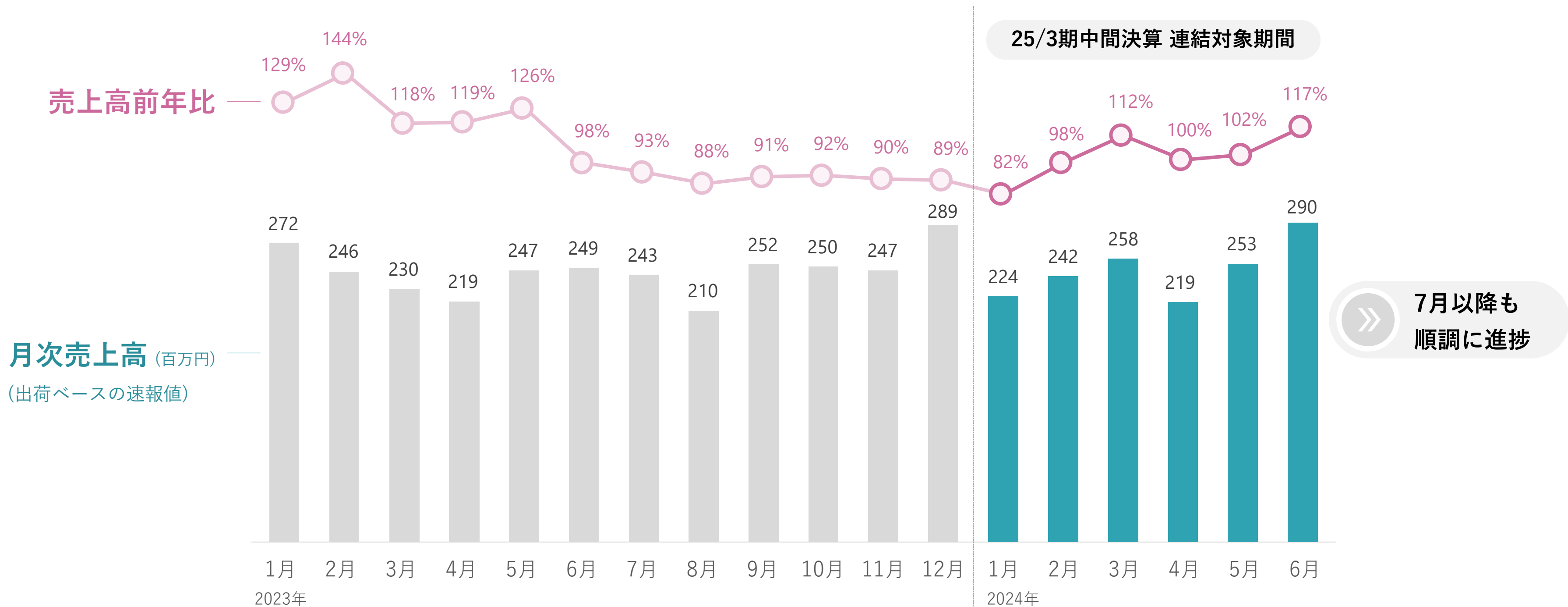
足元の状況を中心に説明します

# 月次売上高推移

ホビーサーチ事業

24年1月～6月は、期初想定通りに進捗。7月以降も回復傾向を踏襲し、順調に進捗。

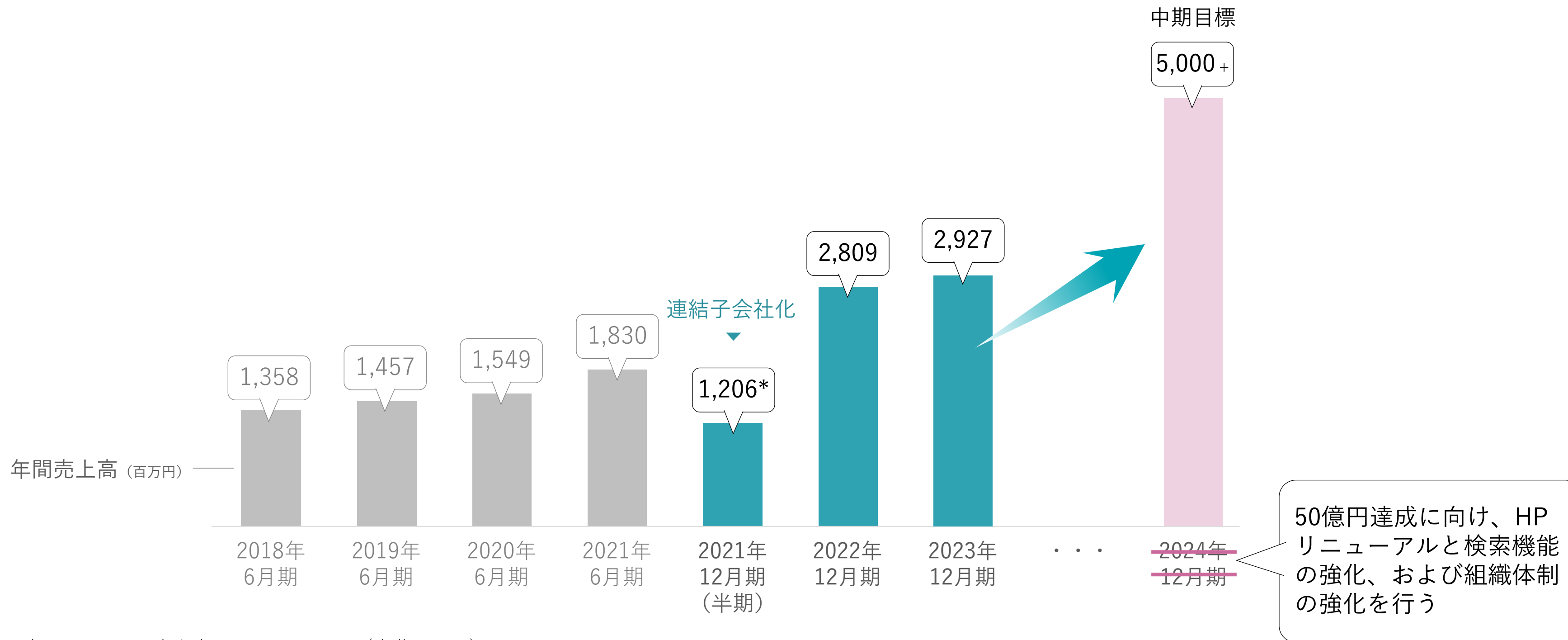
24年12月期通期では、増収で着地する見込み



# 中期成長目標

ホビーサーチ事業

売上高50億円を直近の目標とするが、24/3期下期の状況を踏まえ、達成に向けては、ホームページのリニューアルと検索機能の強化が必要と判断。それらの施策を優先的に進める



\* 2021年1月～12月の売上高は、2,128百万円 (出荷ベース)

Section

02-b



# インオーガニック成長戦略

M&Aの状況や方針について説明します



過去に実行した2件のM&Aでは、最新の業績において買収価格の50%以上に相当する営業利益を単年度で創出。

両案件ともに3年以内で投資額を回収

企業/事業	買収規模	構想	M&A前 営業利益/年	直近 営業利益/年
 2021年2月 事業譲受	<b>ゲームステーション</b> 店舗型ホビーリユース事業	1億円未満	既存事業と同一商圏での店舗型ホビーリユース事業の出店の一環	営業損失 約20-30百万円 既存店のため詳細は非開示
 2021年7月 株式取得(100%)	<b>ホビーサーチ</b> ホビー新品EC事業	1億円 ~ 5億円	店舗型リユース事業と補完関係にある新品EC事業取得による中期的なリスクヘッジ	30百万円 208百万円
(検討中)	(複数の案件において各種準備を推進)			

\* 当ページに記載の「営業利益」は、のれん償却前営業利益

中期的な企業価値向上に向け、戦略的にM&Aを活用。M&Aが目的化し、高値掴みや無理な取引に走るリスクを避けるため、「M&Aの年間投資枠」や「M&A戦略」は設けない



## 対象事業

**原則、既存事業と同一事業が対象**

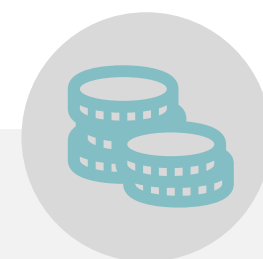
原則、既存のリユース事業およびホビー事業をM&Aの対象とするが、表面的な関連性に惑わされず、既存のスキルやノウハウを活かせる領域にて積極的にM&Aを推進



## 定量要件

**原則、営業利益1億円が見込める案件が対象**

ハードルレートを上回る収益率が期待できる案件を対象とし、現時点では管理コストに鑑み、将来的に営業利益1億円以上を見込む規模感を重視。ただし、厳格な要件とはせず柔軟に対応



## 資金源

**自己資金と借入が主な資金源**

現時点では、M&Aの最大買収規模を約20億円としているため、資金調達は自己資金と借入で対応可能と判断。将来的には、企業価値の向上に応じて、より大規模な案件にも着手する想定



## M&Aにおける強み

**PMIを通じたバリューアップが強み**

従業員エンゲージメントに重点を置いたPMIが、当社のM&Aにおける強み。自社での経験から築かれた基盤構築施策とエンゲージメント向上施策を基本に、バリューアップを実現

Section  
03

# FY2025の見通し

進行期の業績見通しについて説明します

# 2025年3月期 業績見通し

現時点で、リユース事業は堅調に推移しており、またホビーサーチ事業も前年下期の停滞から回復傾向にあるが、外部環境の影響を慎重に考慮し、進行期の業績予想を算出

単位：百万円

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
2024年3月期	7,851	+5.8%	649	+27.6%	656	+29.1%	459	+29.3%
<b>【予想】 2025年3月期</b>	<b>8,430</b>	<b>+7.4%</b>	<b>730</b>	<b>+12.4%</b>	<b>732</b>	<b>+11.6%</b>	<b>510</b>	<b>+10.9%</b>

リユース事業は、現時点では引き続き好調に推移をしているが、好調の要因として、外部環境の影響が大きいため、業績予想は慎重に算出。  
ホビーサーチ事業は、期初予想の通り、3Q以降は回復傾向にあり、通期では前年の売上高を上回って着地する見込み

—

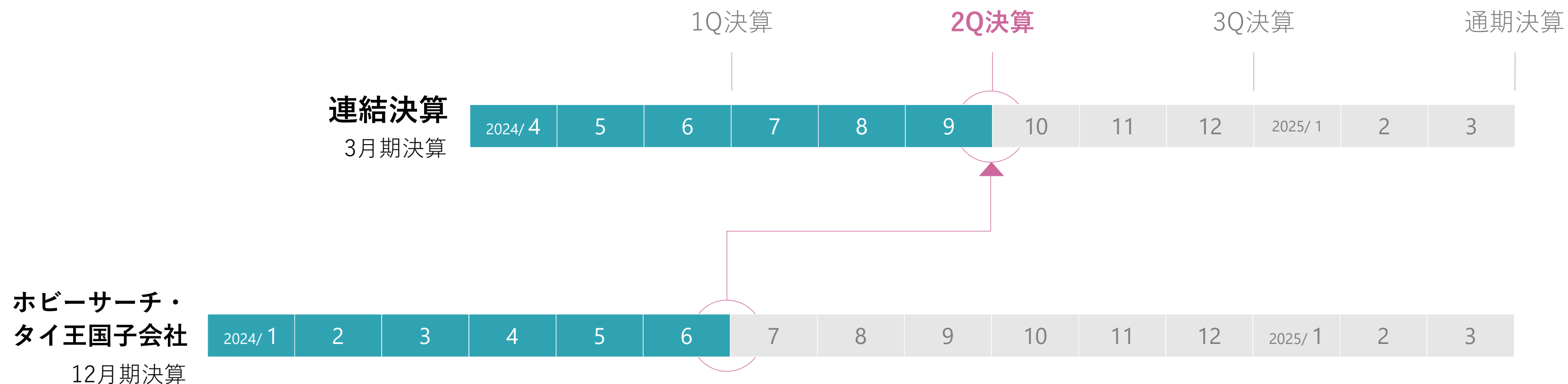
# 事業展開状況と今後の予定

進行期は、前期と同程度またはそれ以上の出店を目指す。グループ全体の成長に向けたリソース配分の最適化に伴い、総合リユース事業は大型店を中心に出店を検討

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期 (進行期)
出店	<p>+3</p> <p>Lam Luk Ka (Thailand) OSC湘南シティ店 2業態</p>	<p>+5</p> <p>Sai3 (Thailand) 本厚木店 2業態 ホビーOSC湘南シティ店 ロードバイク鎌倉手広店</p>	<p>+5</p> <p>4月 横須賀中央店 2業態 9月 カメラ吉祥寺店 10月 新丸子駅前店 2業態</p>
退店	<p>△6</p> <p>Terminal 21 (Thailand) 雑色店 2業態 平塚梅屋店 2業態 BangPhliYai (Thailand)</p>	<p>△3</p> <p>Saimai (Thailand) 横須賀中央プライム店 2業態</p>	<p>△3</p> <p>8月 オーディオカウマン (テック店舗に統合) 9月 新丸子店 2業態</p>
M&A			

# 連結決算に関する留意点

ホビーサーチ社及びタイ王国子会社は12月期決算のため、その業績は3か月の時差をもって連結合算



# APPENDIX

事業概要や人材マネジメントの方針について説明します

設立	1978年9月
事業内容	店舗型リユース事業・ホビー新品EC事業
リユース店舗数	国内57店舗・海外4店舗
従業員数（連結）	666名
代表者	代表取締役社長 川畑泰史
売上高	78.5億円 <small>2024年3月期</small>
営業利益	6.5億円 <small>2024年3月期</small>
資本金	5億円



## 『ニチジョウをミタス』

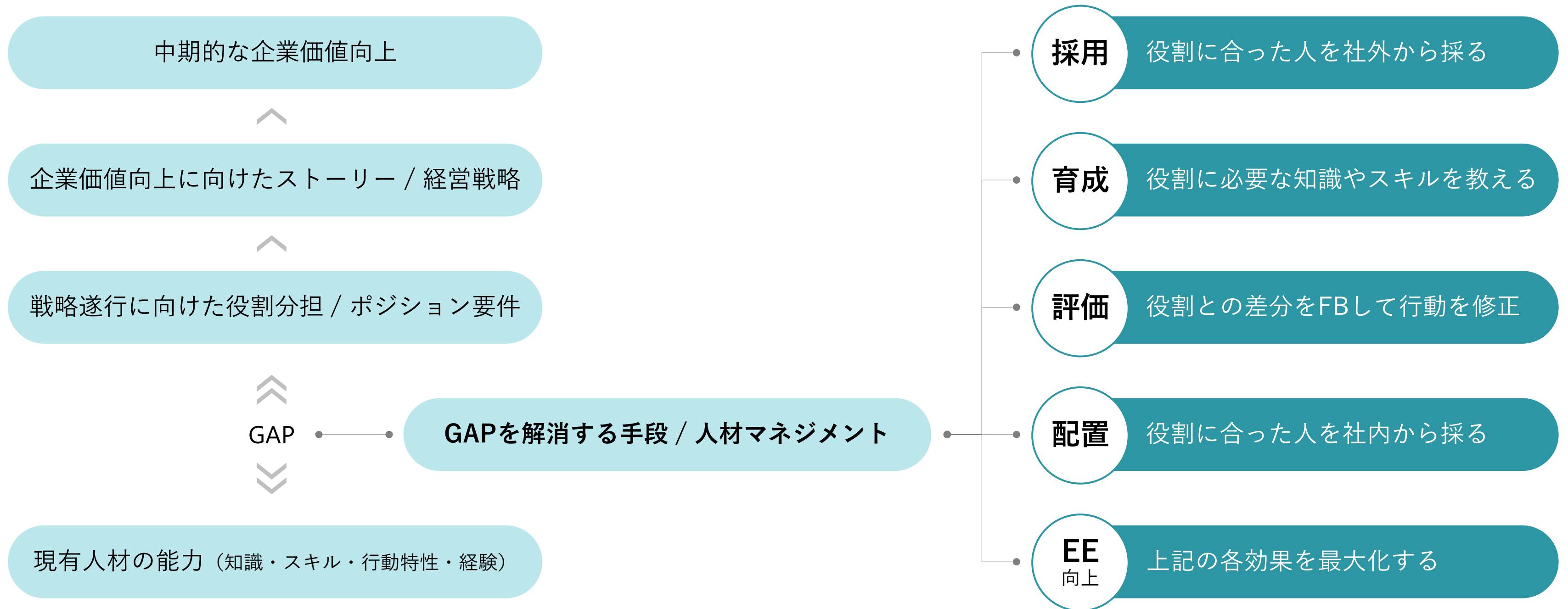
ワットマンは、働く人を『幸せ』にするための手段です。

『幸せ』ってなんだろう？人によって幸せに感じることは異なります。幸せのかたちは人の数だけ。ワットマンはこう考えます。働く人の幸せとは、胸を張って『今の仕事が天職だ』と言い切れること。社会の役に立っているという満足感と、成長を通じた達成感。大層な成功体験はいらない。毎日の小さな充実。それだけで人生は満たされる。

ワットマンで仕事をしてよかった、ふとしたときにそう思う状態でありたい。それがわたしたちの目指すところです。



人材マネジメントとは、「戦略遂行に向けた役割」と「現有人材の能力」のGAPを解消し、戦略を確実に遂行するための手段



EE : Employee Engagement (従業員エンゲージメント)

# 人材マネジメント 各施策のコンセプト

人材マネジメントの各種施策は、「こころざし」から一貫通貫で整備

## 採用

### マッチングを徹底重視

- 採用面談を、応募者と会社のマッチングの場と位置づけ、お互いの理解を深めることを重視
- 採用面談における応募者と会社のミスマッチを極力減らすため、面談時に会社の良い点・課題点含め、すべて紹介した「Evidence Book」を手渡し

## 育成

### 市場価値向上に向けた教育

- 「どこでも活躍できる人材の育成」・「教えないことは評価しない」が設計思想
- 評価項目に従って40種類以上の研修プログラムを内製
- 日々の業務に役立つ研修だけでなく、市場価値を高める研修も提供
- 育成効果を最大化するためにOJTも活用。「OJTフォローシート」によって、OJTを体系化し、OJTの弱点である教え方の主観性を解消

## 評価

### FBが最も重要な育成の場

- 評価を「継続的に人材を育成するための仕組み」と定義
- 40以上の評価項目による評価基準の徹底的な明確化
- 一日がかりの評価会議
- 評価結果を伝える「フィードバック面談」を一連の評価プロセスの中で最も重要な「成長支援の場」と位置づけ
- 管理職にマネジメント上の気づきを与えるため、部下によるアップワードフィードバックを実施（評価に反映せず）

## 配置

### プロアクティブなキャリア

- 「一定以上のキャリアは自ら形成」が設計思想
- 例えば、店長を統括するエリア長という役職は、「店長による自律的な立候補のみ到達できる」ポジション（任期は1年）
- 会社が行うべきは、キャリア形成に向けたチャレンジを促すこと。そのためにエリア長には、店長と比較して圧倒的に高い報酬を付与

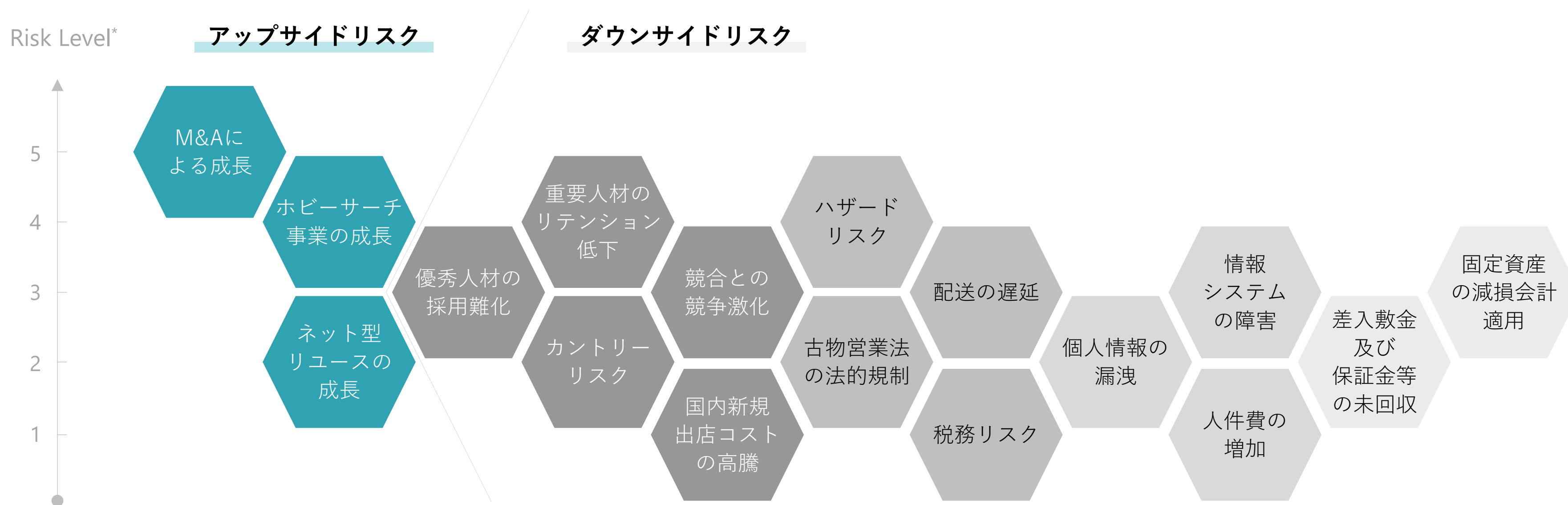
## EE<sub>向上</sub>

### 労働集約型ビジネスの肝

- 定期的に「エンゲージメントサーベイ」を実施し、職場環境や人事制度の改善のインプットにするとともに、将来の配置やキャリア形成を可能な限り従業員の希望に沿ったものとするために活用
- 会社の問題点を忖度なく指摘してもらうために、退職者に対し「イグジットインタビュー」を実施

# 事業リスクの識別

直近1年間で比較的発生可能性が高く、顕在化した場合、売上高に30%以上または利益額に10%以上の重要な影響を及ぼすリスクをピックアップ（年次でアップデート）



\* Risk Level : 「発生可能性 × 顕在化した場合の影響額」の定性評価（次ページも同様）

## アップサイドリスクの最大化とダウンサイドリスクの最小化を図る

重要リスク		Level	最大化または最小化に向けた対策	
アップサイド	M&Aによる成長	5	社外取締役としてM&Aスペシャリストの配置	
	ホビーサーチ事業の成長	4	経営陣の積極的関与による意思決定の質とスピードの最大化	
	ネット型リユースの成長	2	短期的には基盤構築の推進	
ダウンサイド	戦略リスク	重要人材のリテンション低下	4	重要人材のエンゲージメントの維持・向上
		優秀人材の採用難化	3	マッチングプロセスへの経営陣の積極的関与
		競合との競争激化	3	商材の幅・深さ両面からの「トコトン買取」の徹底
		海外事業のカントリーリスク	2	一定程度はリスクテイク
		国内新規出店コストの高騰	1	イニシャルコストの低減及び出店時オペレーションの効率化
	社外要因リスク	ハザードリスク	4	社長をトップとする体制構築、月商の2か月分の現預金保有
		配送の遅延	3	販売地域の多様化
		古物営業法の法的規制	2	古物台帳の管理徹底等、古物営業法の法令遵守
		税務リスク	1	社外専門家の活用
	オペレーショナルリスク	情報システムの障害	3	不正アクセスに対する対策、レガシーオペレーションのバックアップ
		個人情報の漏洩	2	機密情報へのアクセス制限や社員の情報管理リテラシー向上
		人件費の増加	1	人材確保に向けリスクテイク
	財務リスク	固定資産の減損会計適用	3	新規出店等の投資判断の厳格化
		差入敷金及び保証金の未回収	2	賃貸人の経済的状況を可能な限り調査・分析

\* リスクの詳細な内容につきましては、2024年6月27日開示の「有価証券報告書」をご参照ください



当社は事業活動を通じてSDGsの達成に貢献します。“Small Start, Quick Win”を念頭に、目標に対して「できるところから」「すぐに」着手し、継続的に貢献範囲を拡大していくことを基本方針としております

## リユース事業による温室効果ガスの削減



当社は、「トコトン買取」を掲げ、リユース商材を可能な限り拡大することで、温室効果ガスの削減に努めるとともに、廃棄物に関しても、各店舗における分別とリサイクルを徹底し削減を進めております

## 市場価値を高める質の高い教育の提供



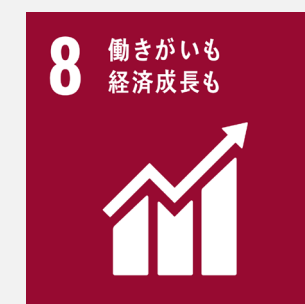
当社は、人材マネジメントの強化を重要経営課題として捉えております。40種以上のオリジナル研修を用意し、日常業務に役立つ知識はもちろんのこと、「市場価値を高める」スキルも教育しています

## ジェンダー平等の促進



当社は、女性従業員比率が高い環境です。引き続き、女性の活躍をさらに支援する方針です。また、株式会社ユナイテッドアローズの下取りに協力し、買取金はピンクリボンバッジ運動に役立てられています

## ディーセントワークの促進



当社は、古本回収プロジェクトを通じて、NPO法人「アンガージュマン・よこすか」が推進する不登校やひきこもり児童・青少年の就学・就労の自立支援に協力しています

「トコトン買取」を強みに、主に個人のお客様から商材をお買取りし、店舗で商品化して、個人のお客様へ販売



「トコトン買取」を強みに、リユース市場において一定の競争優位性を確立

## トコトン買取



大きなものから、小さなものまで



高額品から、低額品まで



未使用品から、一部壊れたものまで



## 他では買い取ることができない商材もお買い取り

リユース業における競争優位性は買取力（仕入力）の強弱によって決定されます。当社は、15分単位で組まれた効率的なオペレーションと、回収から輸出、販売まで一貫して行い、中間コストを徹底排除したグローバル再リユースの仕組みにより、国内では販売が難しく他では買い取ることができないリユース商材も1点1点値段をつけてお買い取りすることが可能です。

買取のお客様の流入を促し、離脱を防ぐ強みとなっております



自社サイトを通じて国内外のお客様に販売するホビーサーチ事業を展開。2021年7月21日、ホビーサーチ社の全株式を取得し、子会社化。



\* その他：キャラグッズ、ドール、トレカ、工具・塗料、雑誌・資料等

創業20年以上で蓄積された各種ノウハウにより、SEOに強いECサイトを形成

1

## 業界トップクラスの品揃え

8つにカテゴライズされた商品ジャンル毎に精通したバイヤーを配置し、新製品情報を常にモニタリング。取扱商品数は100万点を超え、業界トップクラスの品揃えを実現

2

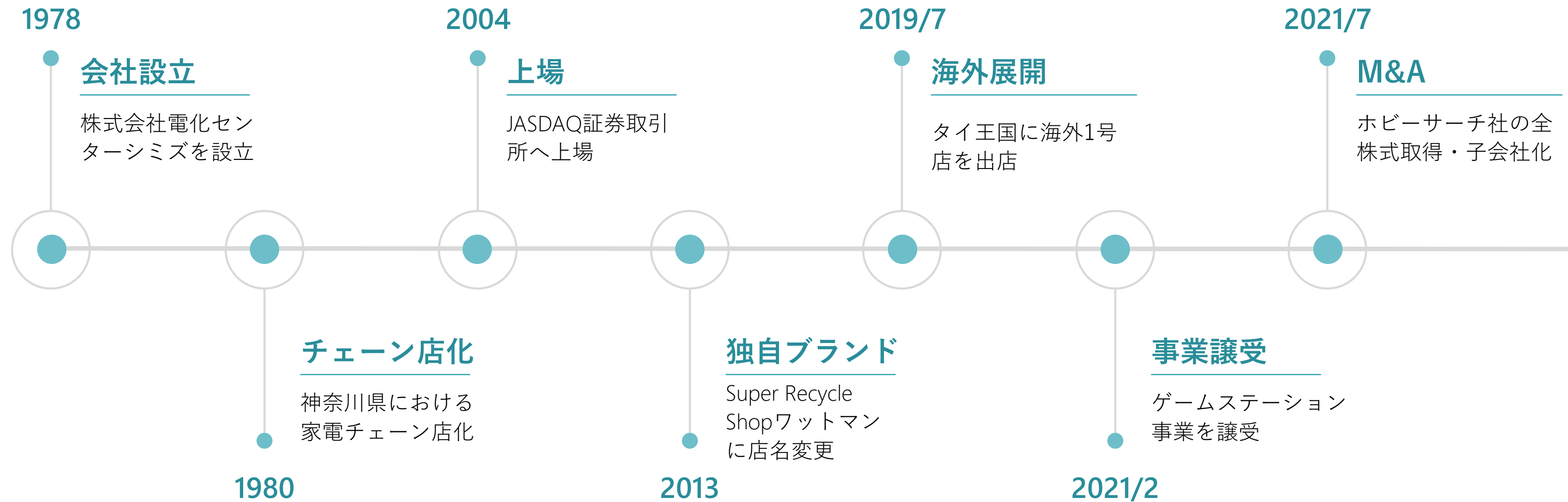
## 圧倒的な商品情報量

体系化されたデータ入力により商品ごとの詳細な情報（独自の画像や口コミ、リンク等の情報）をユーザーに提供。オーガニック流入を促進

3

## 全て自社開発のシステム

基幹システムは全て自社開発し、保守運用も自前で実施。外部環境の変化に対し、スピーディかつ柔軟な対応力を持つ



# THANK YOU!

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります

IR問い合わせ : [info-ir@wattmann.co.jp](mailto:info-ir@wattmann.co.jp)