



2026年2月26日

各 位

会 社 名 株式会社マーケットエンタープライズ
代表者名 代表取締役社長 小林 泰士
(コード：3135、東証プライム)
問合せ先 常務取締役 今村 健一
(TEL. 03-5159-4060)

2026年6月期第2四半期決算説明会 動画および書き起こし資料公開のお知らせ

当社は、2026年6月期第2四半期決算説明会の動画および書き起こし資料について下記のとおり公開しましたので、お知らせいたします。

記

【決算説明会概要】

- ・開催日時 2026年2月20日（金）11：00～11：30
- ・開催方法 オンライン
- ・開催内容 第2四半期決算概要および業績予想等に関する説明ならびに質疑応答
- ・登壇者 代表取締役社長 小林 泰士
常務取締役 今村 健一

① 決算説明会動画

URL：<https://www.youtube.com/watch?v=TNglfR9cLII>

②決算説明会書き起こし

小林泰士：それでは、2026年6月期第2四半期の決算説明をさせていただきます。

2026年6月期 第2四半期決算ハイライト



売上高・売上総利益

✓ 売上高・売上総利益ともに、2Q累計期間としては過去最高を更新

・売上高	:	12,966百万円 (前年同期比 +13.0%)
・売上総利益	:	4,039百万円 (前年同期比 +1.1%)

営業損失

✓ リユースは復調も、モバイルは広告宣伝効率の低下つづき新規回線獲得苦戦。優待費用(69百万円)の計上もあり、

・営業損失	:	△92百万円 (前年同期は249百万円の利益)
-------	---	-------------------------

経常損失・純損失

✓ 上記の結果、

・経常損失	:	△125百万円 (前年同期は313百万円の利益)
-------	---	--------------------------

✓ その他、法人税等調整額の計上等により、

・親会社株主に帰属する 中間純損失	:	△215百万円 (前年同期は153百万円の利益)
----------------------	---	--------------------------

3

まず、決算概況からになります。

決算のハイライトですが、売上高・売上総利益ともに、2クォーター累計期間としては過去最高を更新しております。売上高が129億6,600万円で、前年同期比13%増、売上総利益が40億3,900万円で、前年同期比1.1%増となっております。

続けて、利益ですけれども、営業損失となっております。リユースは復調という形になりまして、モバイルは広告宣伝効率の低下が続きまして、新規回線獲得が苦戦、優待費用6,900万円の計上もあり、営業損失が9,200万円となっております。

経常損失・純損失においても、上記の結果、経常損失が1億2,500万円、その他、法人税等調整額の計上等により、親会社株主に帰属する中間純損失が2億1,500万円のマイナスという形になりました。

2026年6月期 第2四半期 連結損益計算書

✓ リユースは2Q以降復調も、モバイルの広告宣伝効率低下の影響が全体成績を押し下げ

(単位：百万円)	2025.6 2Q	2026.6 2Q	増減	前年同期比
売上高	11,475	12,966	1,490	113.0%
売上総利益	3,994 (34.8%)	4,039 (31.2%)	45	101.1%
営業利益 (△は損失)	249 (2.2%)	△ 92 (- %) <small>(参考：優待費用 △69)</small>	△341	-
経常利益 (△は損失)	313 (2.7%) <small>(参考：デリバティブ評価益 +113)</small>	△125 (- %)	△438	-
親会社株主に帰属する 中間純利益(△は損失)	153 (1.3%)	△215 (- %)	△369	-

※括弧内は利益率

4

第2四半期の連結損益計算書になりますが、リユースは2クォーター以降復調も、モバイルの広告宣伝効率低下の影響が全体の成績を押し下げまして、売上高が129億6,600万円、売上総利益が40億3,900万円、営業損失が9,200万円のマイナス、経常損失が1億2,500万円のマイナス、純損失が2億1,500万円のマイナスとなっております。

2026年6月期 第2四半期 セグメント別売上高

- ✓ ネット型リユースは高粗利商材の獲得が進み、2Q累計売上としては過去最高を更新
(売上高YoY + 8.7%、粗利率YoY + 0.3%)
- ✓ モバイル通信は新規回線獲得に課題があるもののストック収入の増傾向続き、同じく売上は過去最高を更新
(売上高YoY +18.7%、粗利率YoY △6.6%)



続けて、第2四半期のセグメント別の売上高です。

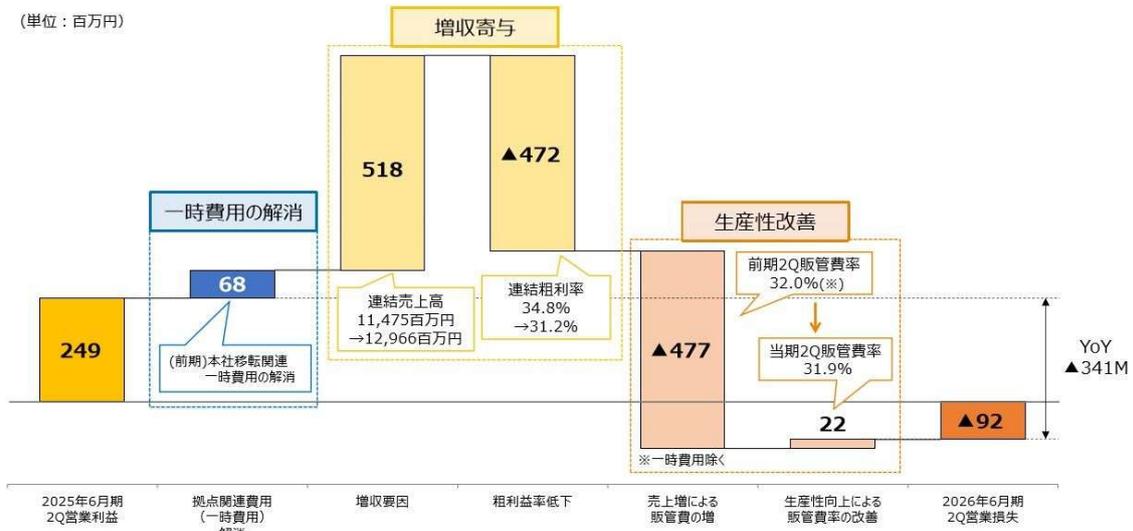
ネット型リユースは高粗利商材の獲得が進み、2クォーター累計売上としては過去最高を更新しております。

モバイル通信は、新規回線獲得に課題があるものの、ストック収入の増加傾向が続きまして、同じく売上高は過去最高を更新している状況でございます。

2026年6月期 第2四半期 営業利益の増減益分析

✓ 増収分をモバイルの広告効率低下による減益分がほぼ相殺。販管費を賄うだけの利益を確保できず営業減益

(単位：百万円)



6

こちらが営業利益の増減益分析になります。

増収分をモバイルの広告効率低下による減益分がほぼ相殺という形になりまして、販管費を補うだけの利益を確保できず、営業減益となっております。

2026年6月期 業績見通しの修正について

- ✓ 売上高 : リユースは力強さを取り戻す一方、モバイルの広告宣伝効率低下の影響が長期化し下方修正
- ✓ 営業利益以下 : 上記の結果、主にモバイルの利益率悪化が影響し下方修正
- ➔ 今後の見通し : Qベースで**モバイルは、2Qにてボトムアウトし4Q以降再度黒字化見込み**
(なお、計画進捗に遅れはあるものの、通期での連結粗利益は前期を上回っての着地を予想)

(単位：百万円)	2025.6期 通期実績	2026.6期 通期予想			前期実績比
		前回発表	今回修正	増減	
売上高	24,771	30,000	26,900	△3,100	8.6%
営業利益	625	1,100	180	△ 920	△71.2%
経常利益	684 <small>(内、テリ(ティア)解約益+143)</small>	1,050	130	△ 920	△81.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	484	650	10	△ 640	△97.9%

7

全体の2026年6月期、通期の業績見通しの修正についてになります。

売上高は、リユースは力強さを取り戻す一方、モバイルの広告宣伝効率の低下の影響が長期化しております、下方修正とさせていただきます。営業利益以下は、上記の結果、主にモバイルの利益率悪化が影響して、下方修正しました。

今後の見通しですが、クォーターベースで、モバイルは2クォーターにてボトムアウトしまして、4クォーター以降再度黒字化を見込んでおります。

なお、計画進捗に遅れはあるものの、通期では連結粗利益は前期を上回っての着地予想という形にさせていただきました。売上高が269億円、営業利益が1億8,000万円、経常利益が1億3,000万円、純利益が1,000万円とさせていただきます。

当社の市場認識①：リユース市場の拡大

- ✓ 調査対象となった2009年以降、15年連続での拡大
- ✓ 2024年の市場規模は、前年比4.5%増の3.2兆円
- ✓ 2030年の市場規模は、4.0兆円と推計され、
2009年からのCAGR（=年間平均成長率）は6.2%



続きまして、セグメント別の事業概況についてご説明をさせていただきます。

まず、ネット型リユースの状況です。まずリユース市場のマーケットですけれども、引き続き右肩上がりに成長を続けている市場となっております。2024年には3.2兆円だったマーケットが、2030年には約4兆円になるといわれております。

こちらいわゆる一般消費財といわれてるようなリユースの国内での市場になっておりまして、海外でのマーケット、輸出のマーケットは入ってなかったり、BtoBの取引はここに含まれていなかったり、車や農機具といったそういう大きなものは含まれていないマーケットなんですけれども、それだけであっても、非常に大きな成長を続けている市場となっております。

当社の市場認識②：潜在リユース市場

✓ 「かくれ資産」は約90.5兆円。「かくれ資産」の70%は40代以上のミドル～シニア層が保有



※メルカリ2025年版日本の家庭に眠る“かくれ資産”調査プレスリリースより (2025年11月) 及び総務省統計局人口推計 (2024年10月現在) を元に弊社作成

また、当社の市場認識の2番目、潜在のリユース市場です。今申し上げたのが顕在化されたマーケット3.2兆円です。一方で、1年間に一般家庭でいらなくなる不用品ですとか、これまで累計に眠っている家庭にある隠れ資産というものが、90兆円を超えるマーケットがあるいわれておりまして、非常に膨大なマーケットがまだあるというような状態です。

またその隠れ資産は、年代別の構成比としては、40代以上が70%以上を保有しているといわれておりまして、ミドルからシニア層が多く、隠れ資産を持っているといわれております。

ネット型リユース事業 2026年6月期 第2四半期実績

- ✓ 売上高 : 34億56百万円 (前年同期比+ 8.9%)
 - ✓ 売上総利益 : 14億09百万円 (前年同期比+15.1%)
 - ✓ セグメント利益 : 3億51百万円 (前年同期比+39.4%)
- } 2Qは高粗利商材の獲得が進み、粗利率が改善。
繁忙期の下期に向け順調を取り戻し、増収増益

(単位:百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計	
売上高	2025.6期	ネット型リユース	2,858 (-)	3,174 (-)	3,120 (-)	3,568 (-)	12,722 (-)
		個人向けリユース	2,788 (-)	3,096 (-)	3,025 (-)	3,476 (-)	12,386 (-)
		おいくら	70 (-)	77 (-)	94 (-)	92 (-)	335 (-)
売上高	2026.6期	ネット型リユース	3,101 (108.5%)	3,456 (108.9%)			
		個人向けリユース	3,008 (107.9%)	3,369 (108.8%)			
		おいくら	93 (131.5%)	87 (112.4%)			

※括弧内は前年同期比

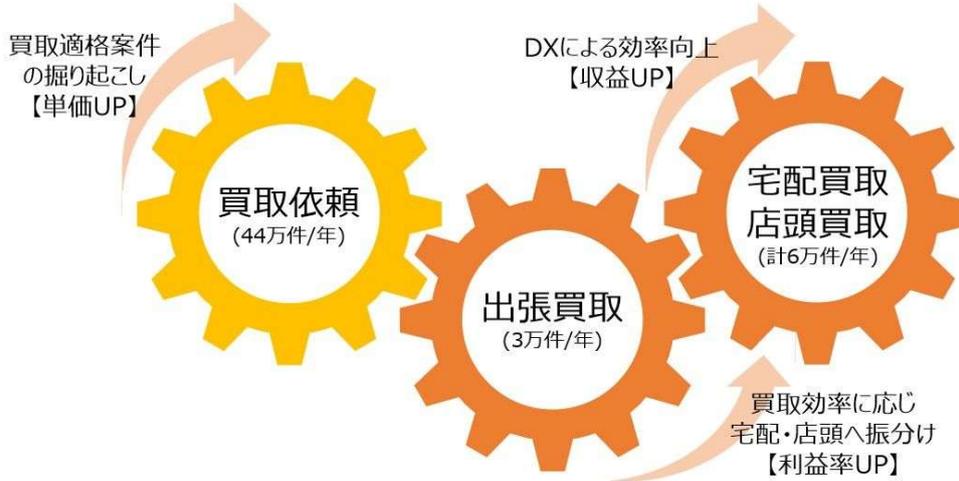
そんな潤沢なマーケットの中、弊社のネット型リユース事業の実績ですけれども、売上高に関しましては34億5,600万円、前年同期比8.9%増、売上総利益に関しては14億900万円で、前年同期比15.1%増、セグメント利益においては3億5,100万円で、前年同期比39.4%増となっております。

2クォーターは高粗利商材の獲得が進みまして、粗利率が改善しております。繁忙期の下期に向け順調さを取り戻し、増収増益となっております。

弊社はやっぱり3月、4月、生活の転機の時期が繁忙期となっておりますので、ここからというところになります。

個人向けリユース①：重点戦略

- ✓ デジタルマーケティングの強みを活かし、年間約44万件の買取依頼を獲得
- ✓ 能力増強したコンタクトセンター(CC)でのスコアリングにより、買取適格案件を掘り起こし
- ✓ CCとDXの組合せにより、もっとも効率的な買取チャネル(出張/宅配/店頭)にて買い取り



まず、ネット型リユース事業の個人向けリユースからご説明をさせていただきます。

個人向けリユースの重点戦略ですけれども、デジタルマーケティングの強みを生かし、年間44万件の買取依頼を獲得しております。こちらは、インターネット経由では日本で一番多くの買取依頼をいただいているとおっしゃるのですが、引き続きそのような状況です。

能力を増強しましたコンタクトセンターでのスコアリングにより、買取適格案件を掘り起こし、コンタクトセンターとDXの組み合わせにより、最も効率的な買取チャネル、出張・宅配・店頭、それぞれの買取チャネルにて買取を行っております。

個人向けリース②：2026年6月期 第2四半期実績

- ✓ 売上高：33億69百万円（前年同期比+ 8.8%）
 - ✓ 粗利益：13億22百万円（前年同期比+ 14.9%）
- 高額商材の取扱高拡大や滞留品処分による影響はあったものの、粗利率は安定～改善。各商材とも黒字基調を維持

(単位：百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	計
2025.6期 (内訳)	売上高	2,788 (-)	3,096 (-)	3,025 (-)	3,476 (-)	12,386 (-)
	個人向け商材	1,930 (-)	1,960 (-)	1,911 (-)	2,219 (-)	8,022 (-)
	中古農機具	570 (-)	751 (-)	679 (-)	837 (-)	2,838 (-)
	中古自動車	258 (-)	357 (-)	399 (-)	385 (-)	1,401 (-)
	粗利益額	1,147 (-)	1,151 (-)	1,165 (-)	1,308 (-)	4,772 (-)
	粗利率	41.1% (-)	37.2% (-)	38.5% (-)	37.6% (-)	38.5% (-)
	[参考:個人向け商材]	[49.6%] (-)	[47.4%] (-)	[48.4%] (-)	[47.3%] (-)	[48.1%] (-)
2025.6期 (内訳)	売上高	3,008 (107.9%)	3,369 (108.8%)			
	個人向け商材	2,091 (108.3%)	2,327 (118.7%)			
	中古農機具	573 (100.6%)	689 (91.8%)			
	中古自動車	306 (118.5%)	298 (83.5%)			
	粗利益額	1,167 (101.8%)	1,322 (114.9%)			
	粗利率	38.8% (△2.3p)	39.3% (+2.1p)			
	[参考:個人向け商材]	[45.2%] (△4.4p)	[46.1%] (△1.3p)			

※1 内訳にその他売上（旧メディア事業からの移管分）は含めていないため、内訳計は売上計と一致しません。 ※2 括弧内は前年同期比

実績は、売上高が33億6,900万円の前年同期比8.8%増、粗利が13億2,200万円で、前年同期比14.9%増、高額商材の取扱高拡大や滞留品処分による影響はあったものの、粗利率は安定から改善と、各商材とも黒字基調を維持という形になっております。

農機具・自動車も、各商材ともに黒字基調を維持しながら進んでいるというような状況でございます。

個人向け商材 (1Q)

出品作業のDX化

✓ 商品写真の撮影・編集など出品作業をDX化。現在二次フェーズとして、AIを活用した商品情報の生成を試行中

スマート買取の運用範囲拡大

✓ スマート買取 (買取依頼～買取までのプロセス自動化) に対応可能な商材カテゴリを拡大

TGS2025・企業ブース協賛

✓ 東京ゲームショウ 出展企業*に中古ゲーミングPCを協賛



* 7 Digital Labs (<https://7digilabs.com/>)

新規業務提携 (2社)

✓ 8/29 三井不動産レジデンシャル (出張買取)



✓ 9/1 Azoop (車両売買)



中古農機具 (1Q)

EXPO2025・ナショナルデー参加

✓ 大阪・関西万博で行われた、当社中古農機具輸出国の一つであるモルドバ共和国のナショナルデーに賓客参加



直近のアクション概要になります。個人向け商材の方ですけれども、出品作業のDX化を進めております。商品写真の撮影・編集など、出品作業をDX化。現在2次フェーズとして、AIを活用した商品情報の生成も試行中ということで、どんどん進んでおります。

スマート買取の運用範囲拡大です。こちらのスマート買取は、買取依頼から実際買取までのプロセスを自動化した買取方法になりますけれども、こちらでの対応可能な商材カテゴリを順次拡大をしております。

その他、新規業務提携として、三井不動産レジデンシャル様の高級不動産のエントランス部分で、出張の催事買取という形での買取の提携をさせていただいたり、Azoop様とは、トラックや特殊車両の、弊社では買い取れない商材において提携が進んでいるような状況でございます。

個人向けリース④：買取依頼総数推移

- ✓ 買取依頼総数は過去最高水準で進捗し、2Q粗利額も過去最高を更新
また、これまでの生産性向上策の進捗により、買取率も20%台へ復位



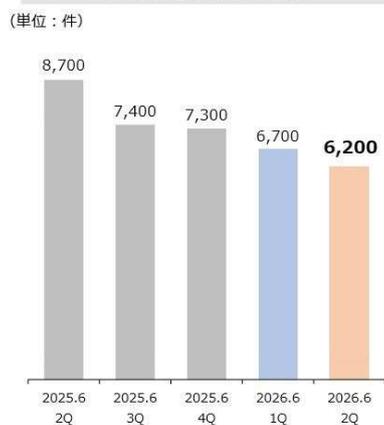
買取依頼の総数の推移になります。

買取依頼総数は、過去最高水準で推移をしております、2クォーター粗利額も過去最高を更新しております。これまでの生産性向上施策の進捗により、買取率も20%台への復位をしているような状況でございます。

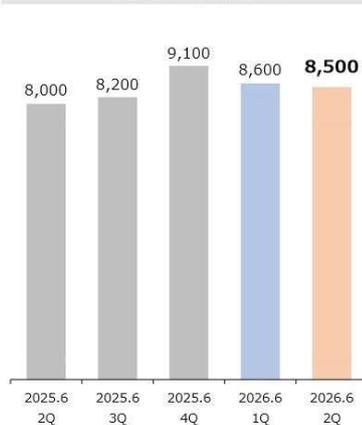
個人向けリユース⑤：チャンネル別買取件数推移

- ✓ 引き続き案件毎の内容（見込み単価等）による買取チャンネルの振り分けを深化。
買取総件数は高水準を維持しつつ、買取1件あたり生産性の向上を図る

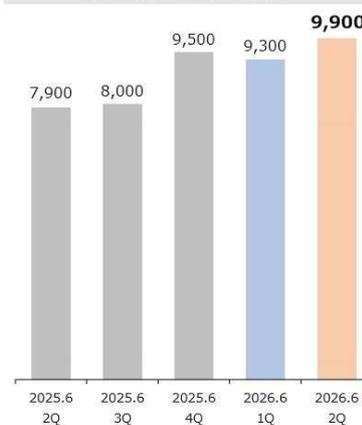
出張買取件数推移



宅配買取件数推移



店頭買取件数推移



※ 中古農機具・中古自動車は出張買取に計上しております。

チャンネル別の買取件数となります。引き続き、案件ごとの内容による買取チャンネルの振り分けを深化しております。買取総件数の高水準を維持しつつ、買取1件当たりの生産性の向上を図るということで、出張コストに値するだけの買取が見込めない案件に関しましては、積極的に宅配や店頭での買取を促して、効率のよい買取が進むような形になってきました。

一方で、出張コストに見合う案件に関しては、引き続き出張の買取方法を続けて、案件効率が非常に増している状況が継続しています。

個人向けリユース⑥：在庫状況

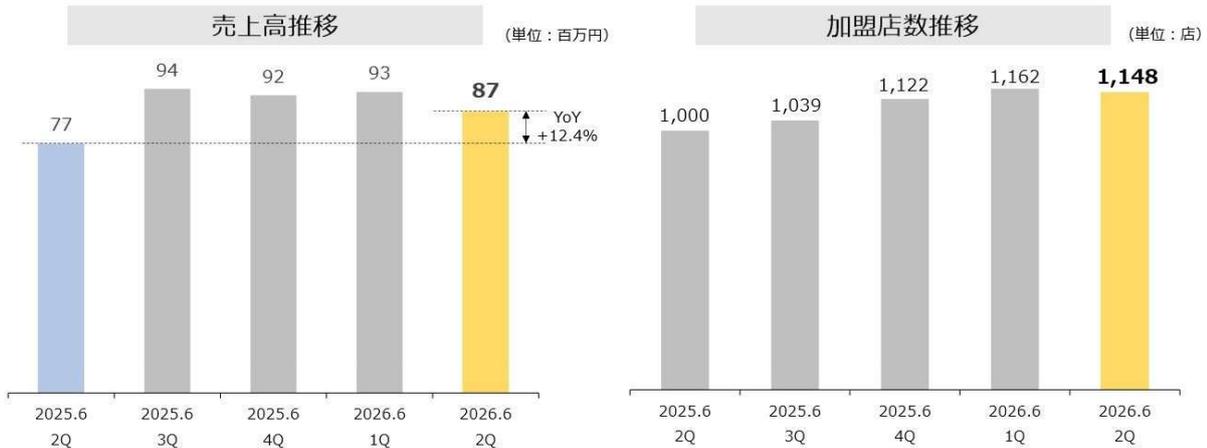
✓ 1Q末対比で在庫金額は減少するも、在庫回転日数(※)は大幅に改善しており
3Q以降、さらなる粗利率の改善を見込む (※参考：1Q・30.5日→2Q・20.9日)



在庫の状況です。1クォーター末対比で、在庫金額は減少するも、在庫回転日数は大幅に改善しており、3クォーター以降、さらなる粗利率の改善を見込んでいるような状況でございます。

おいくら①：売上高および加盟店数推移

- ✓ 売上高：加盟店数の純増により、前年同期比+12.4%。
- ✓ 利益：堅調な売上と、自治体連携拡大による依頼獲得コストの低下により、損益分岐超えつづく
(参考：セグメント利益率 前期2Q・46.2%→当期2Q・58.3%)
- ✓ 加盟店数：加盟店営業は順調も、一部加盟店の店舗整理に伴いID総数は一時的に減少



21

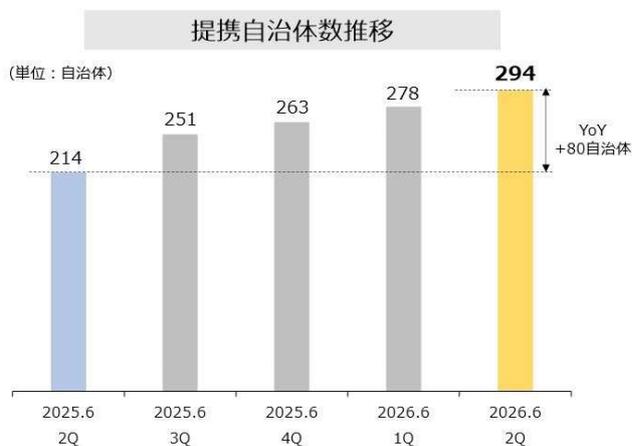
続けて、おいくら事業の売上高および加盟店数の推移です。

加盟店数の純増によりまして、売上高は前年同期比 12.4%増となっております。また利益は、堅調な売上と、自治体連携拡大による依頼獲得コストの低下によりまして、損益分岐超えを続けており、利益率がより良くなっております。

加盟店数は、加盟店営業は順調で、一部加盟店の店舗整理に伴い ID 総数は一時的に減少しているものの、昨年対比ではしっかりと加盟店も積み上がっているような状況でございます。

おいくら②：自治体連携について

- ✓ 連携自治体数は引き続き順調に増加。当2Q末時点では、294自治体と連携
(※2Q累計期間での「おいくら」Web買取依頼数 14,000件/月のうち、5割超が自治体からの流入)
- ✓ 人口カバー率（連携自治体の人口÷日本の総人口）は45.1%となり、総人口の5割カバーが視野に



(2026年2月5日リリース)

「おいくら」が44都道府県・300自治体と連携達成
水戸市と官民連携で不要品リユース事業を開始
～連携自治体人口は約5660万人、循環型社会を全国で実現～

茨城県水戸市(市長 廣瀬 隆)と株式会社マーケットエンタープライズ(東京都中央区、代表取締役社長 小林 孝士、重任アドバイザー 植野コード 弘弘、以下「マーケットエンタープライズ」)は、地域社会における課題解決を目的としたリユース事業に関する協定を締結し、2026年2月5日(木)より連携をスタートいたします。マーケットエンタープライズが運営するリユースプラットフォーム「おいくら」を用いて、不要品を捨てずに再利用する仕組みを構築し、水戸市の循環型社会の形成を目指します。水戸市の「おいくら」導入により、全国の「おいくら」導入自治体数は300に到達、連携自治体人口は約5660万人となりました。

おいくら?
導入自治体
300
突破

44 都道府県
連携自治体人口
約5660万人

自治体の連携数については引き続き順調に増加をしております。当社第2クォーター末時点では294の自治体と連携をするまでに至っております。直近のリリースでは、300自治体も超えるということで、順調に進んでおります。

人口カバー率も45.1%となりまして、総人口5割のカバーも視野に入ってきたかなというところがございます。

モバイル通信事業①：四半期別業績推移

- ✓ 売上高 : ストックは純増続くも、1Qに生じた広告宣伝効率の落ち込み回復に時間を要しておりショットの伸びが鈍化
- ✓ 利益 : 主にショット構成比の低下等に伴う粗利率の低下の影響により大幅減益
- ✓ 今後の見通し : 回線数の増減トレンドとしては2025/9(1Q)に底打ちし、月次ベースですでに回線獲得数およびCPAともに回復トレンドに転換。2Qにてボトムアウトし4Q以降再度黒字化見込み



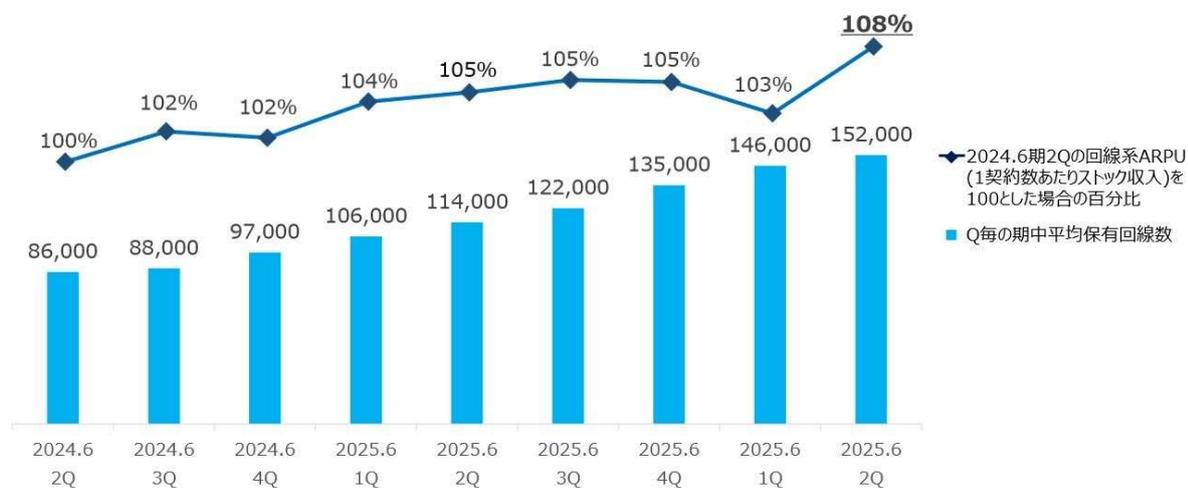
続けて、モバイル通信事業についてです。

こちらが、四半期別の業績推移になります。売上高は、ストックは純増が続いていますが、1クォーターに生じた広告宣伝費率の落ち込み回復に時間を要しており、ショットの伸びが鈍化しております。利益については、主にショット構成比の低下等に伴う粗利率の低下の影響により、大幅減益となっております。

今後の見通しですけれども、回線数の増減トレンドとしては1クォーターに底を打ちまして、月次ベースでは、既に回線獲得数および獲得のCPAともに回復トレンドに転換をしております。2クォーターにてボトムアウトして、4クォーター以降再度黒字化の見込みとなっております。

新規の獲得の効率が悪くなってしまったというところですが、しっかり改善を図りまして、直近ではしっかりと持ち直し始めてきており、回復トレンドに転換をしてるような状況です。

✓ 保有回線数およびARPUの積み上げにより、ストック収入を中心とした事業基盤の安定化を進める



回線系 ARPU および期中保有回線数の推移についてです。

保有回線数およびARPUの積み上げによりまして、ストック収入を中心とした事業基盤の安定化を進めております。期中の保有回線数も15万2,000回線という形で、回線もしっかりと保有数が増えているという状況が続いています。

2026年6月期 第2四半期 連結損益計算書（再掲）

✓ リユースは2Q以降復調も、モバイルの広告効率低下の影響が全体成績を押し下げ

(単位：百万円)	2025.6 2Q	2026.6 2Q	増減	前年同期比
売上高	11,475	12,966	1,490	113.0%
売上総利益	3,994 (34.8%)	4,039 (31.2%)	45	101.1%
営業利益 (△は損失)	249 (2.2%)	△ 92 (- %) <small>(参考：優待費用 △69)</small>	△341	-
経常利益 (△は損失)	313 (2.7%) <small>(参考：デリバティブ評価益 +113)</small>	△125 (- %)	△438	-
親会社株主に帰属する 中間純利益(△は損失)	153 (1.3%)	△215 (- %)	△369	-

※括弧内は利益率

27

連結業績のまとめになります。こちらは再掲になりますけれども、リユースは2クォーター以降復調するも、モバイルの広告低下の影響で、全体としては業績を押し下げた状況となっております。

2026年6月期 第2四半期 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2025.6 4Q末	2026.6 2Q末	増減		2025.6 4Q末	2026.6 2Q末	増減
流動資産	5,031	4,612	△ 419	負債	4,324	4,039	△ 285
現金及び預金	1,710	1,447	△ 262	買掛金	887	978	91
売掛金	2,494	2,299	△ 194	短期有利子負債	2,125	2,025	△ 100
商品	561	666	104	未払金	509	490	△ 18
その他流動資産	264	198	△ 66	長期有利子負債	48	35	△ 12
固定資産	1,206	1,062	△ 144	その他負債	753	508	△ 245
有形固定資産	312	299	△ 13	純資産	1,913	1,635	△ 278
無形固定資産	77	64	△ 12	負債純資産合計	6,238	5,674	△ 563
(うち、のれん)	(69)	(59)	△ 9				
投資その他の資産	816	697	△ 118				
資産合計	6,238	5,674	△ 563				

※ 商品内訳の残高は、評価損反映前の数値です。

28

こちらが、連結の貸借対照表になります。数字としてはご覧の通りとなっております。

連結キャッシュ・フロー計算書

- ✓ 前期計上のデリバティブ解約益の資金回収により投資CFがプラスに。営業CFは期末に向け良化見込みであり、期末にはフリーキャッシュフローも収入超過に転じる見込み

(単位：百万円)	2025.6 2Q	2026.6 2Q	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	78	△235	△314
投資活動によるキャッシュ・フロー	△66	99	165
フリーキャッシュ・フロー	12	△136	△148
財務活動によるキャッシュ・フロー	△72	△133	△61
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,424	1,447	22

こちらが、連結のキャッシュ・フロー計算書になっております。同じく数字としてはご覧の通りとなっております。

以上、第2クォーターの決算説明をさせていただきました。