

2024年3月期

決算説明資料

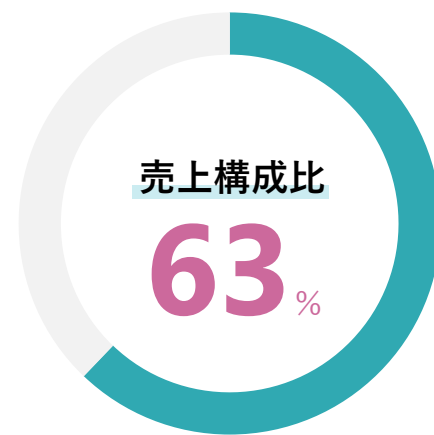
株式会社ワットマン

2024年5月29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

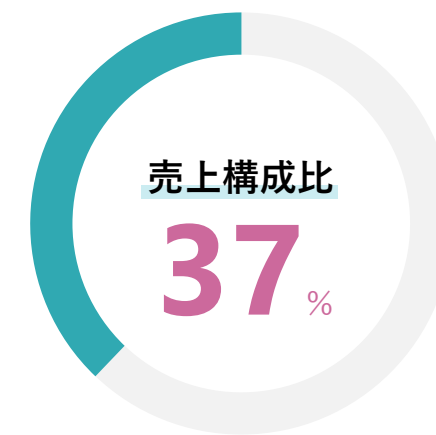


売上高	営業利益
49 億円	8.0 億円
粗利率	SGA率
63%	46%

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
29 億円	2.1 億円
粗利率	SGA率
19%	12%

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）

Section

01

24/3期の業績

連結では増収増益も、ホビーサーチ事業は下半期停滞

リユース事業は概ね好調に推移。ホビーサーチ事業は上期は順調に成長したが、下期は停滞。連結売上高は78.5億円（前年比106%）、連結営業利益は6.5億円（前年比128%）

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、従前より進めている基盤構築フェーズを経て利益構造改革を達成しつつあり、引き続き強い経営基盤の構築に努める。一方、2022年3月期からはインオーガニックとしてホビーサーチ事業の成長を戦略に付加

Section

03

25/3期の見通し

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。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

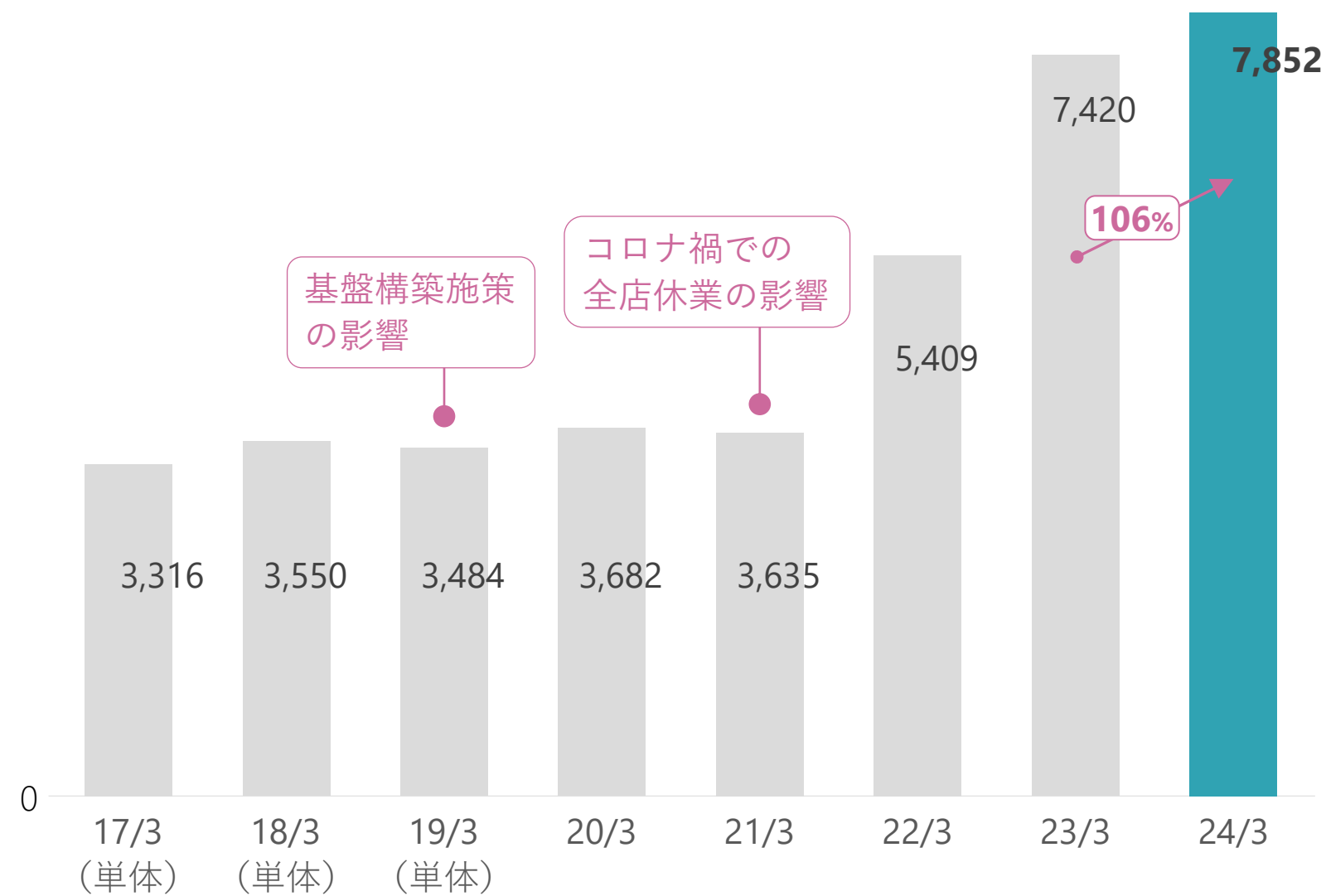
24/3期の業績

前期の財務諸表について説明します

売上高の推移

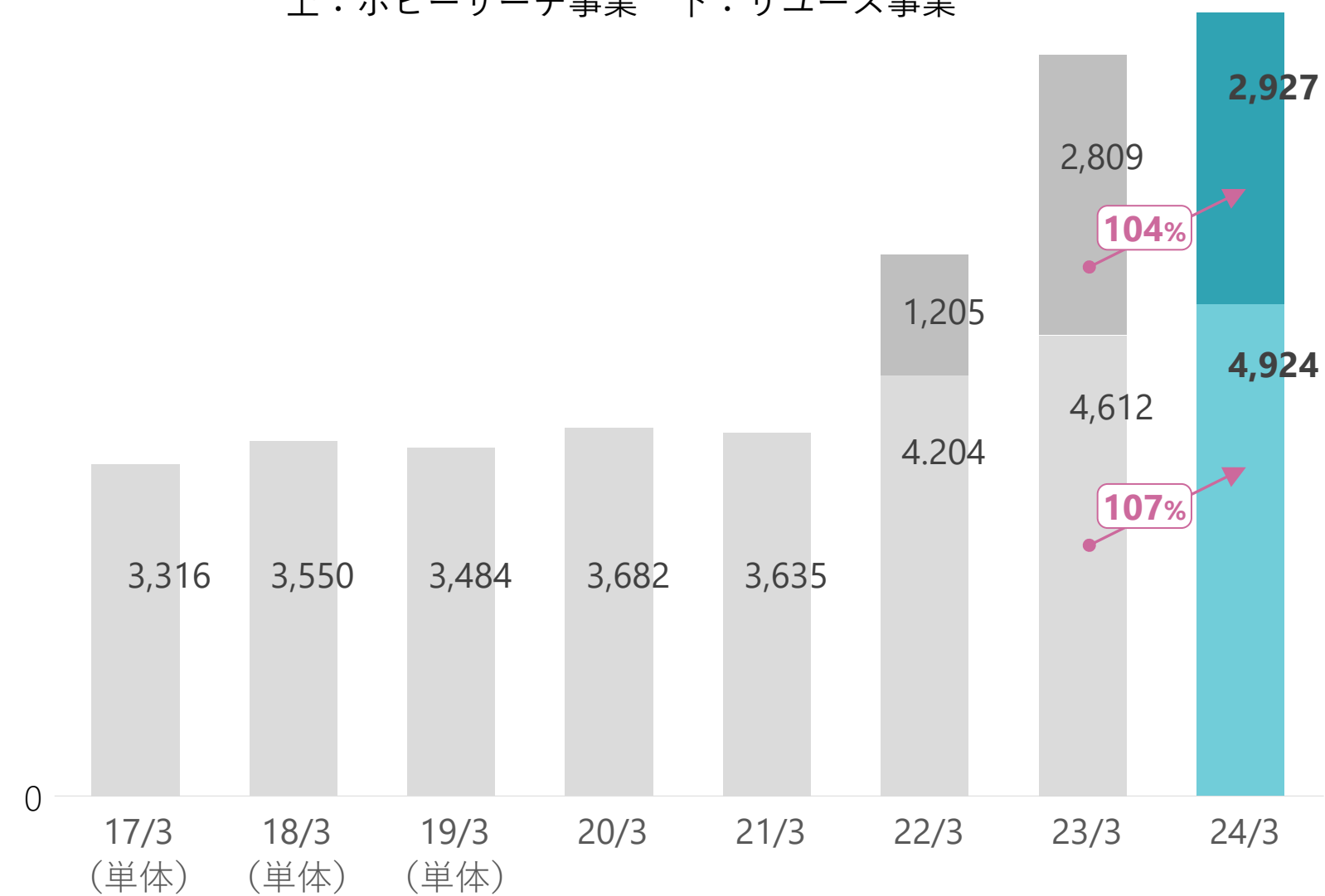
リユース事業は、堅調に成長。ホビーサーチ事業は、上期は順調に進捗したものの、下期で停滞

連結売上高 (百万円)



セグメント別売上高 (百万円)

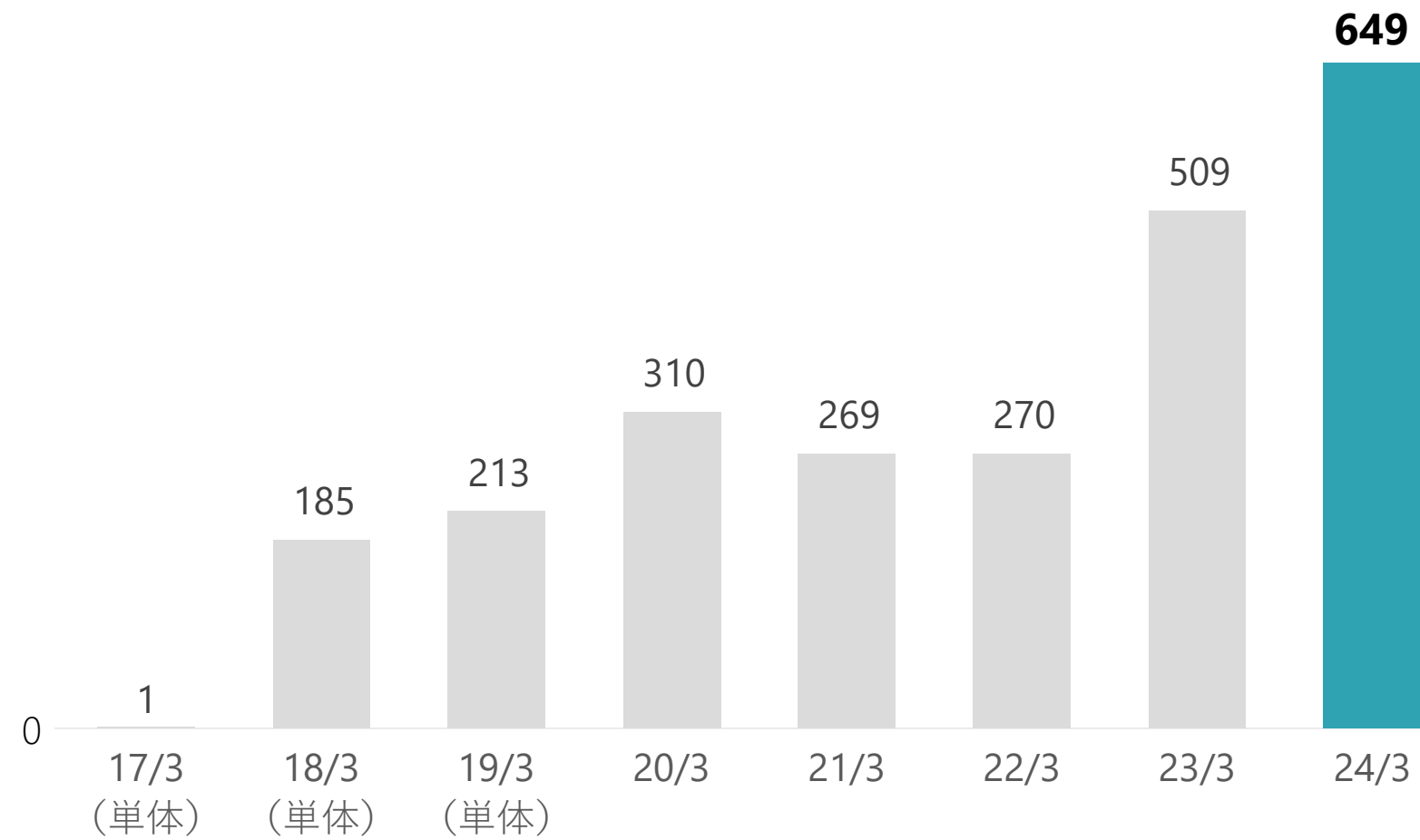
上：ホビーサーチ事業 下：リユース事業



営業利益の推移

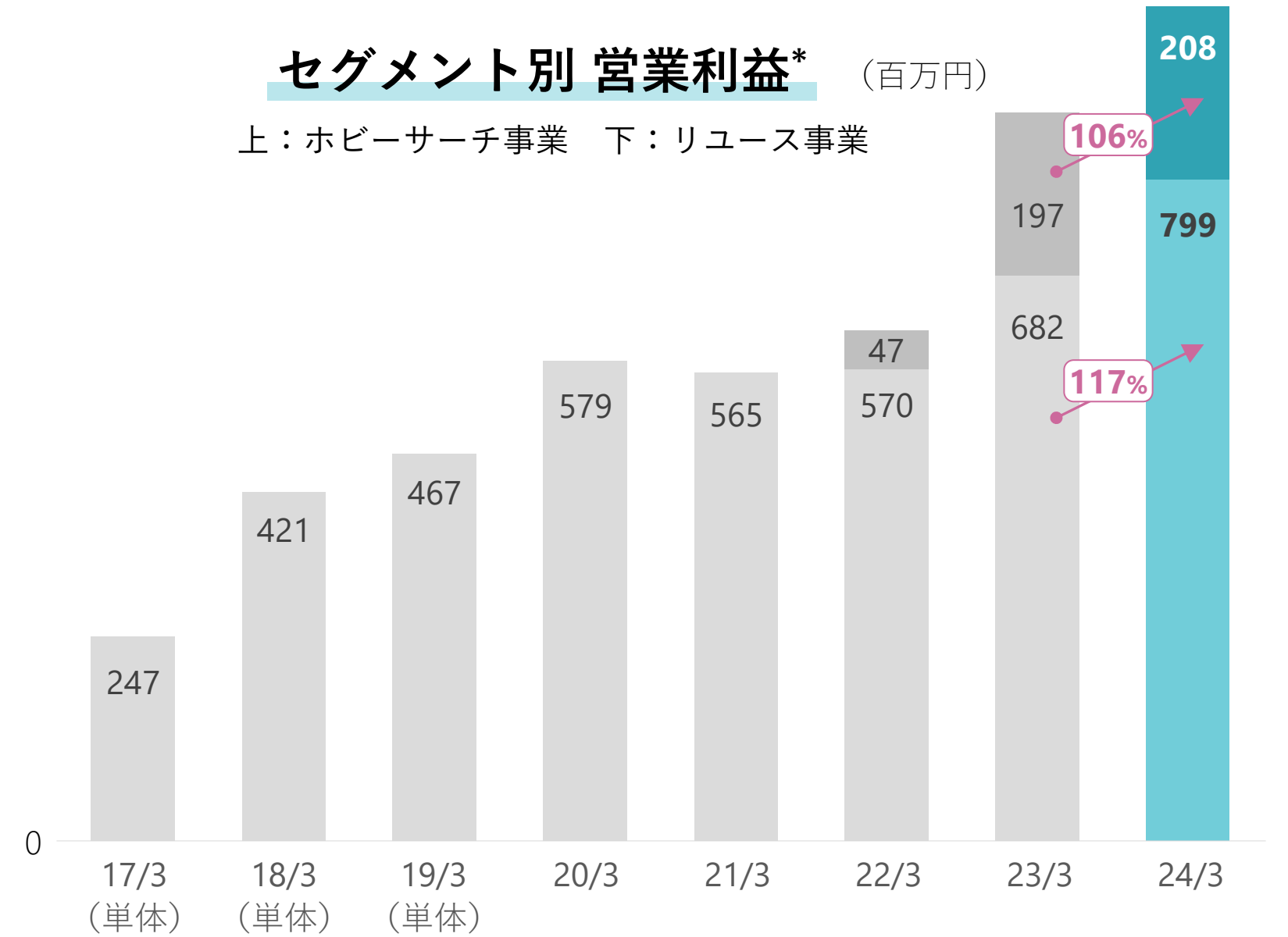
主にリユース事業の成長に伴い、連結営業利益も増加

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、堅調に成長。ホビーサーチ事業は、上期は順調に進捗したものの、下期で停滞

	(百万円)
2023/3期 連結営業利益	509
リユース事業 営業増益	+117
ホビーサーチ事業 上期 営業増益	+24
ホビーサーチ事業 下期 営業減益	- 12
全社費用等の調整	+11
2024/3期 連結営業利益	649

減益要因と足元の状況

- ホビーサーチの下期業績（23年7月-12月）の低迷が、連結営業利益が伸び悩んだ要因
- その原因は、海外向けIPが弱かったことや、原材料費の高騰により、商品の単価や生産状況に影響したこと
- 24年2月より回復傾向にある

21年7月以降、低売上総利益率のホビーサーチ事業が成長し、連結売上総利益率は低下傾向にあったが、この下期はホビーサーチ事業の業績が低迷したため、連結売上総利益率は前期と同水準に着地

単位：百万円

科目	23/3期		24/3期		前年同期比	主な要因
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	7,420	100 %	7,851	100 %	106 %	リユース事業とホビーサーチ事業の堅調な成長
売上総利益	3,405	46 %	3,635	46 %	107 %	各事業の成長に伴う増額
販売費及び一般管理費	2,896	39 %	2,985	38 %	103 %	最低賃金引上げ等による人件費の増加等
営業利益	508	7 %	649	8 %	128 %	-
経常利益	508	7 %	656	8 %	129 %	-
当期純利益	355	5 %	459	6 %	129 %	-

* 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65%超と、財務の健全性は維持

単位：百万円

科目	23/3期末	24/3期末	増減額	主な要因
流動資産	3,320	3,455	135	リユース業における商品の増加等
固定資産	1,376	1,488	111	有形固定資産の増加
資産合計	4,696	4,943	246	-
流動負債	1,323	1,277	△ 46	買掛金や契約負債等の減少
固定負債	486	427	△ 58	長期借入金等の減少
負債合計	1,810	1,705	△ 104	-
純資産合計	2,886	3,238	351	当期純利益の計上
自己資本比率	61.0 %	65.2 %	-	-

* 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

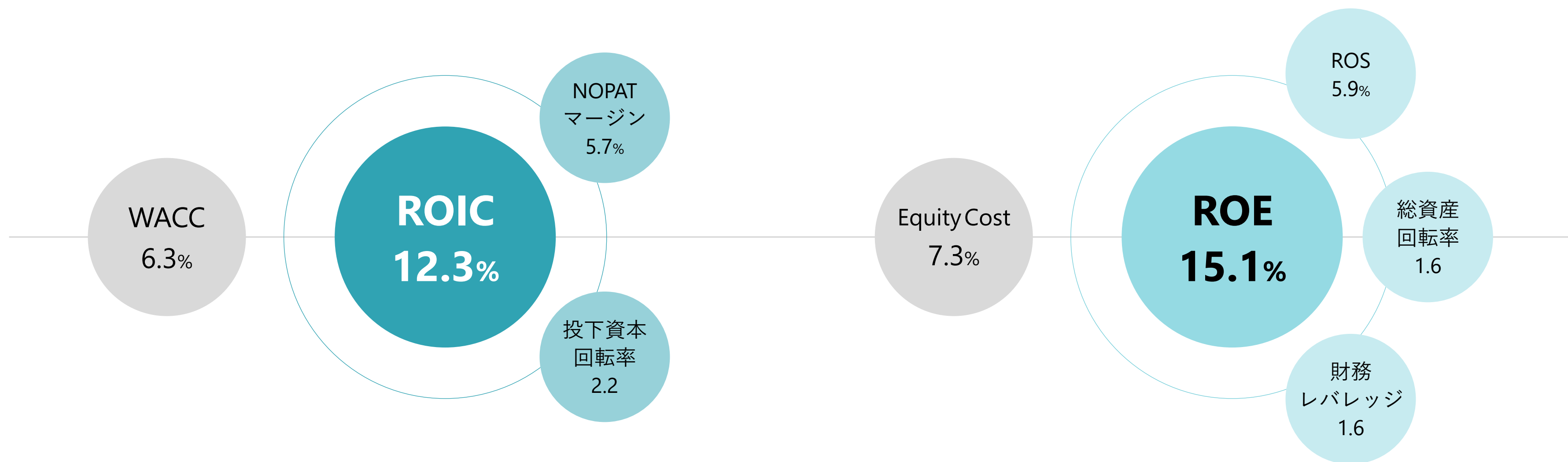
現金残高は18億円以上と、成長機会を逸失しないための十分な水準を維持

単位：百万円

項目	23/3期	24/3期	主な増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	556	409	法人税等の支払額増加等（に伴う減少）
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 11	△ 93	有形固定資産の取得等（に伴う支出増加）
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 228	△ 253	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	317	64	-
現金及び現金同等物の期首残高	1,494	1,811	-
現金及び現金同等物の期末残高	1,811	1,876	-

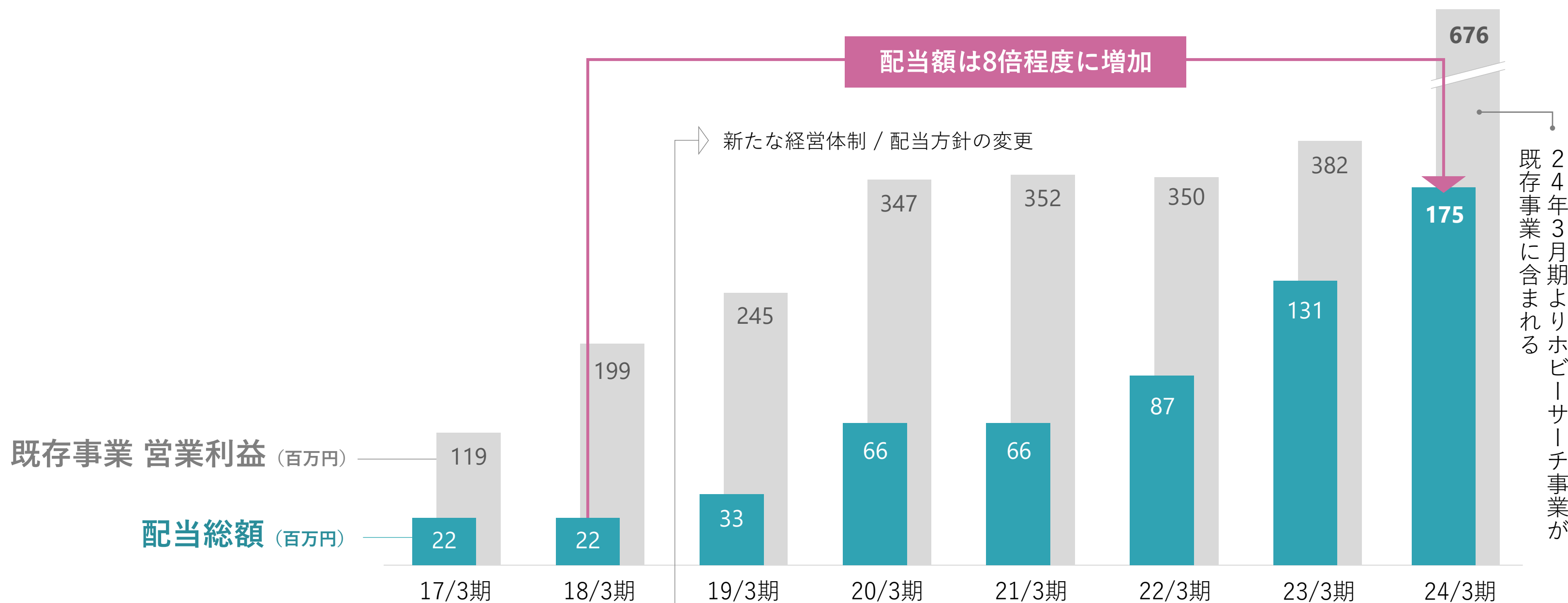
* 当ページにおける「金額」の表示は、決算短信等に準拠して切り捨て表示としています

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)

積極的に検討も案件は精査

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」に限り案件を進行する。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 円安	<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>23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1%弱の影響</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

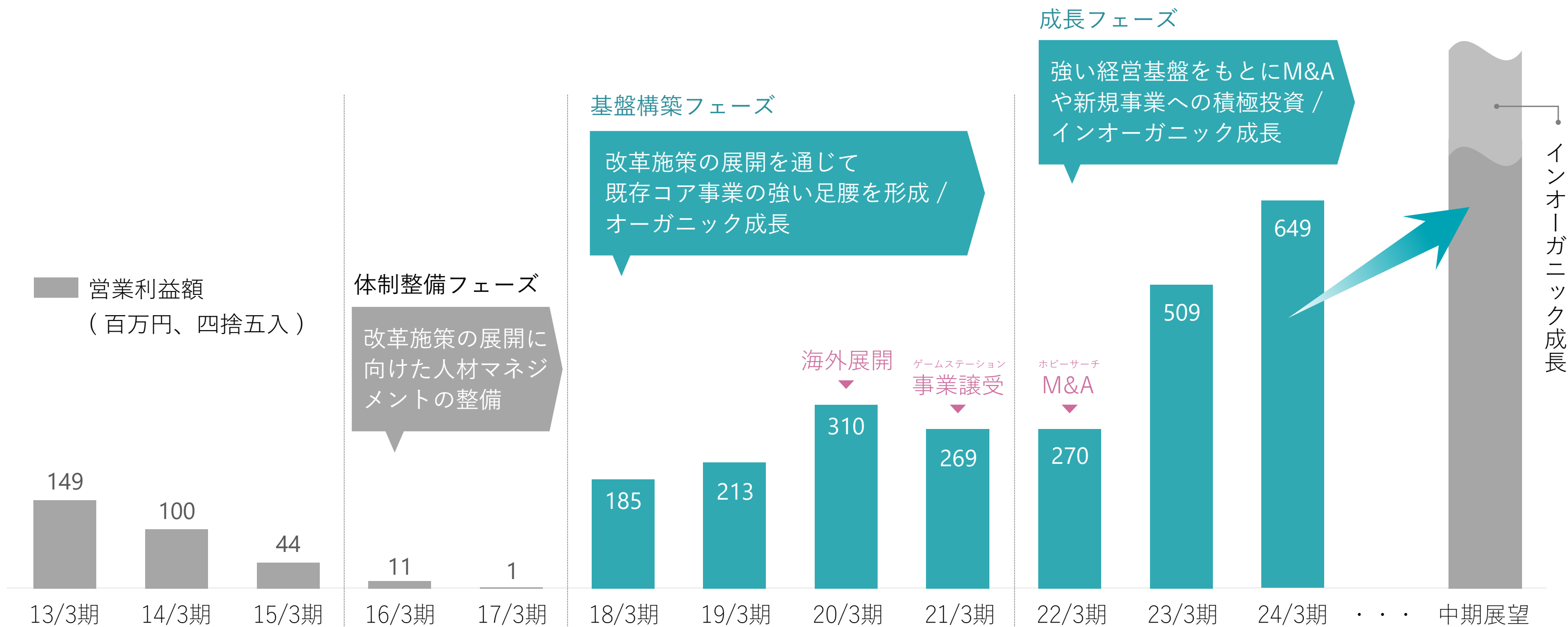
02

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

既存事業においては、従前より進めている基盤構築フェーズを経て利益構造改革を達成しつつあり、引き続き強い経営基盤の構築に努める。一方、22年3月期からはインオーガニックとしてホビーサーチ事業の成長を戦略に付加



中期的な企業価値向上に向け、安定的な成長及び利益創出を図るオーガニック戦略と、高い成長を図るインオーガニック戦略の2つを推進

02-a

オーガニック成長戦略

コア事業（総合リユース事業）・スピノフ事業・海外事業の3つから構成される成長戦略。

基盤構築フェーズを経て利益構造改革が順調に進捗しており、引き続き生産性の向上に努める。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.18-25

02-b

インオーガニック成長戦略

2021年7月に子会社化したホビーサーチ事業の成長戦略。

まずは喫緊課題の解決後、早期に成長に向けた舵取り。年間売上高30%以上の成長を目標とする

See pp.26-28

Section

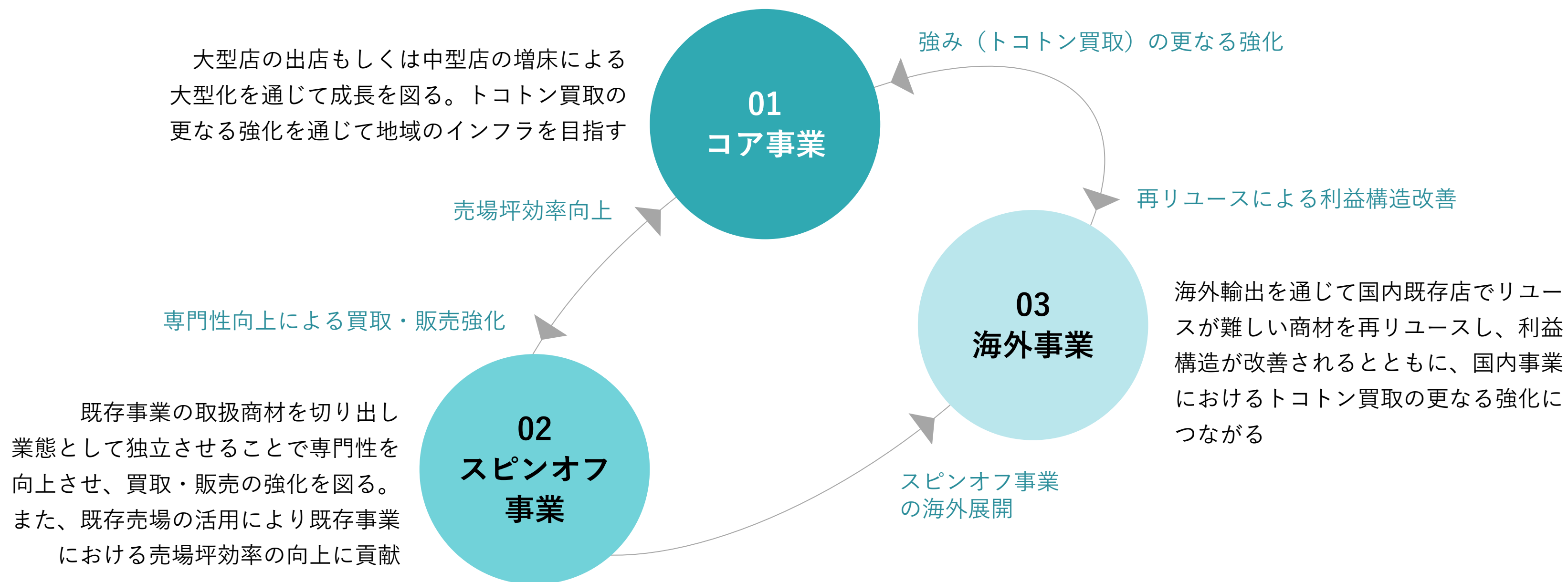
02-a

オーガニック成長戦略

戦略の内容と状況について説明します

オーガニック成長戦略

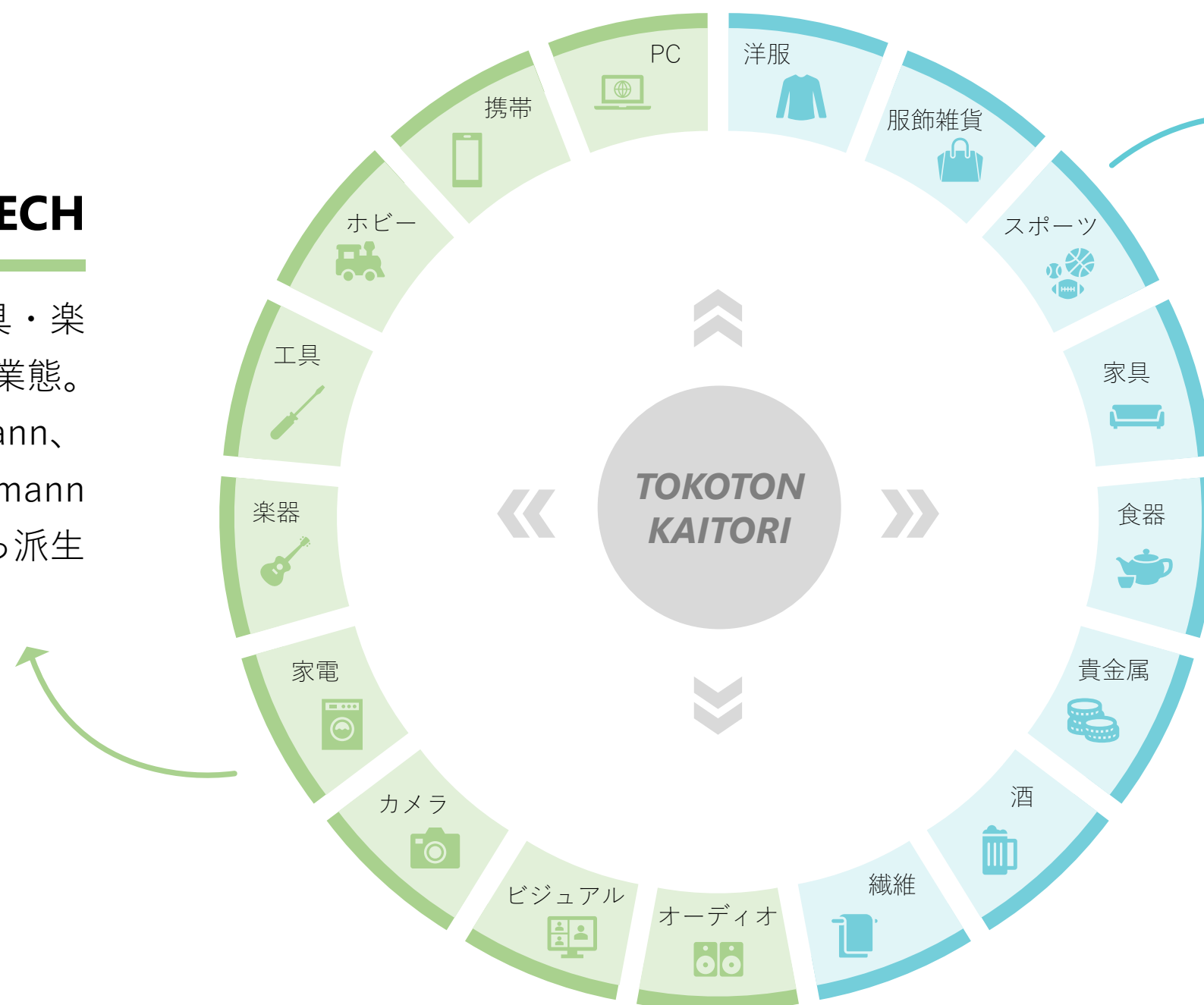
既存コア事業（総合リユース事業）・スピンオフ事業・海外事業がそれぞれ有機的に結びつき、各事業の成長が他の事業の成長に作用する、相互に補完的な成長戦略



「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。ネット型スピンオフ事業のKawmann、店舗型スピンオフ事業のWattmann Hobby/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

テック・スタイル業態が好調の一方、書籍は引き続き不調。全体として既存店売上高の前年比は、前年水準を若干超過

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

24/3期の状況

市場の好調を受け安定的成長

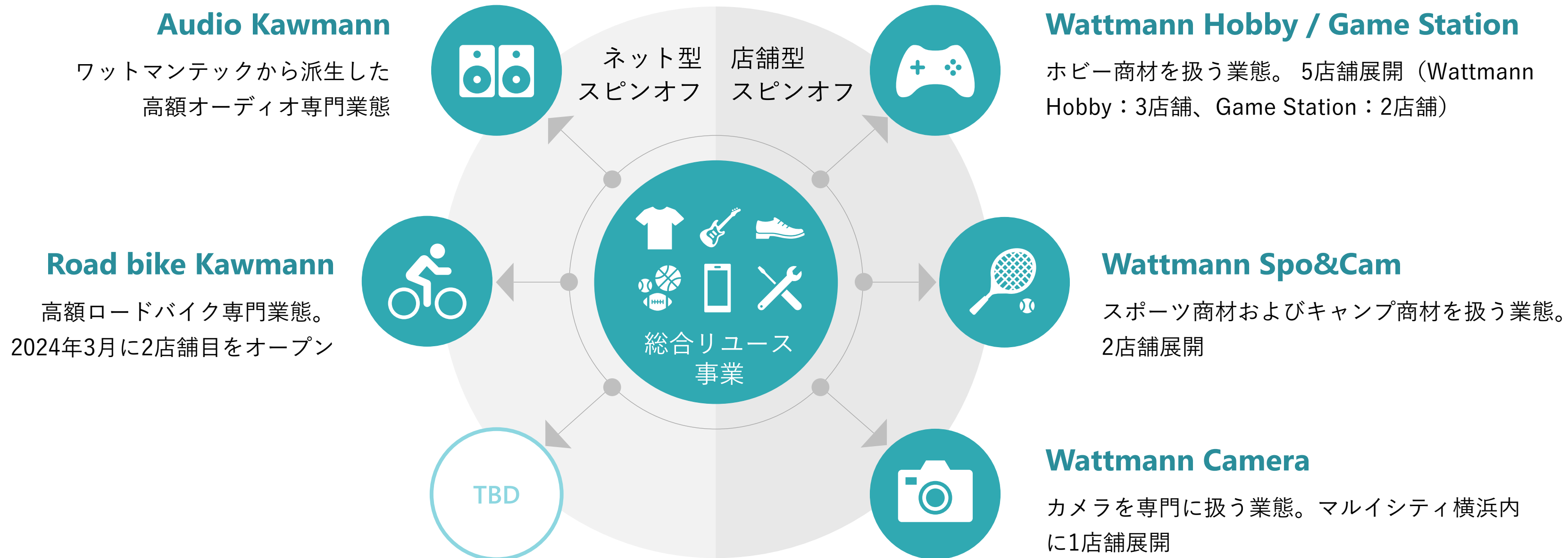
リユース市場は全体的に好調ではあるが、商材ごとにパフォーマンスに差が見られ、特に服飾やホビー（トレーディングカード）が好調に推移している一方、書籍は前期に引き続き不調。新店として、23年5月に、本厚木駅前に400坪程度の大型店をオープン

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

ネットと親和性の高い大商圏・高額商材に関してはネット型リユースとしてスピノフ、リアル店舗を通じた買取・販売が有効である小商圏商材については店舗型リユースとしてスピノフを図る



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

24/3期の状況

市場の好調を受け安定的成長

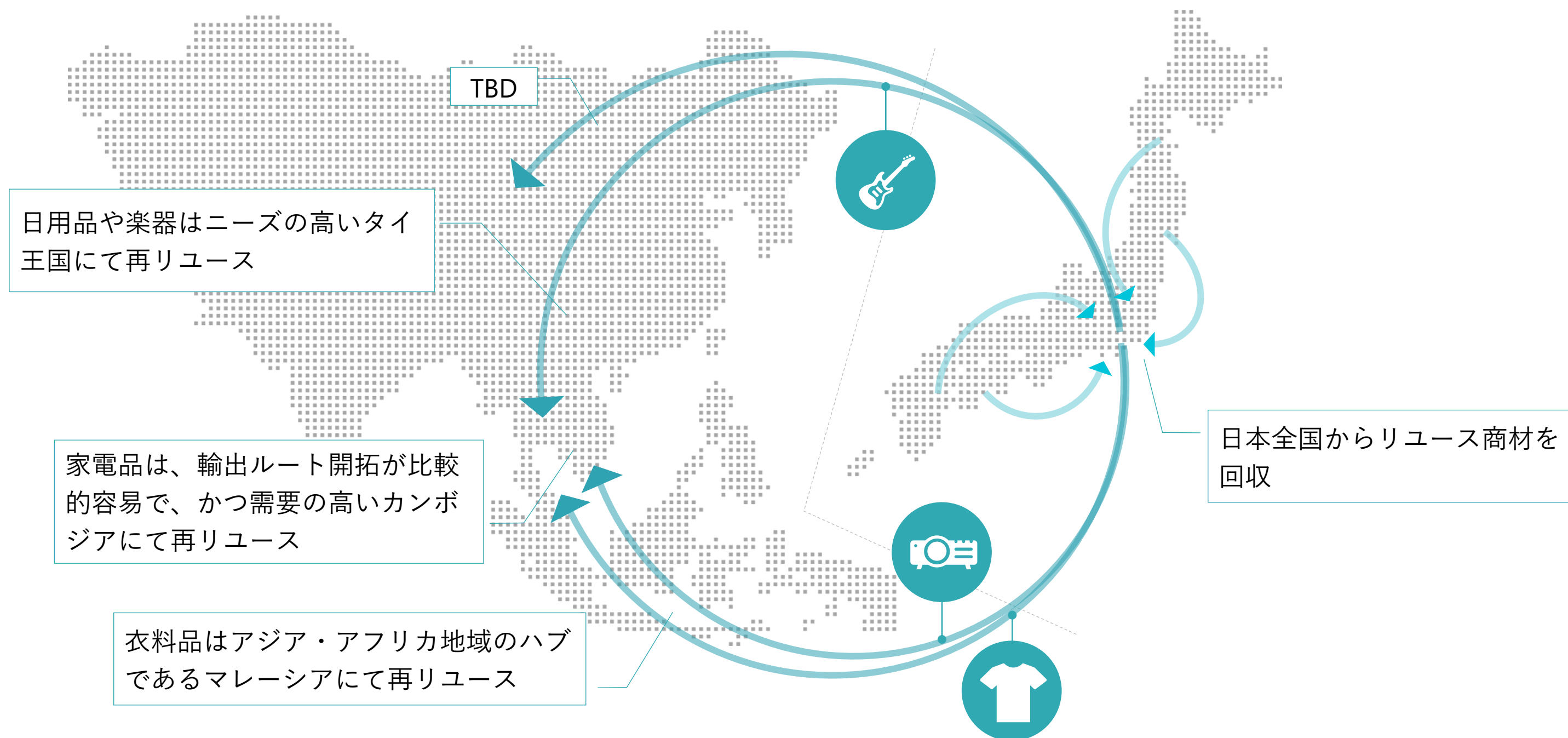
各業態とも売上高・売上総利益率が概ね順調に成長。
ロードバイク業態の2店舗目を、2024年3月8日に新規オープン

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

外部環境

安定的な環境を維持

出店しているタイ王国における2023年度のリユース業況感は、2022年度との比較で、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



24/3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、一定の効果を生み出した。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

引き続き、更なる業績改善を目標とするが、現時点では中期的な成長も視野に入れ、好条件の物件があれば、積極的に倉庫型店舗の新規出店、及び既存店舗のスクラップ&ビルドを進める方針

* 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、24/3期：2024年3月までの概況、25/3期：2024年4月以降の概況を記載

Section

02-b

インオーガニック成長戦略

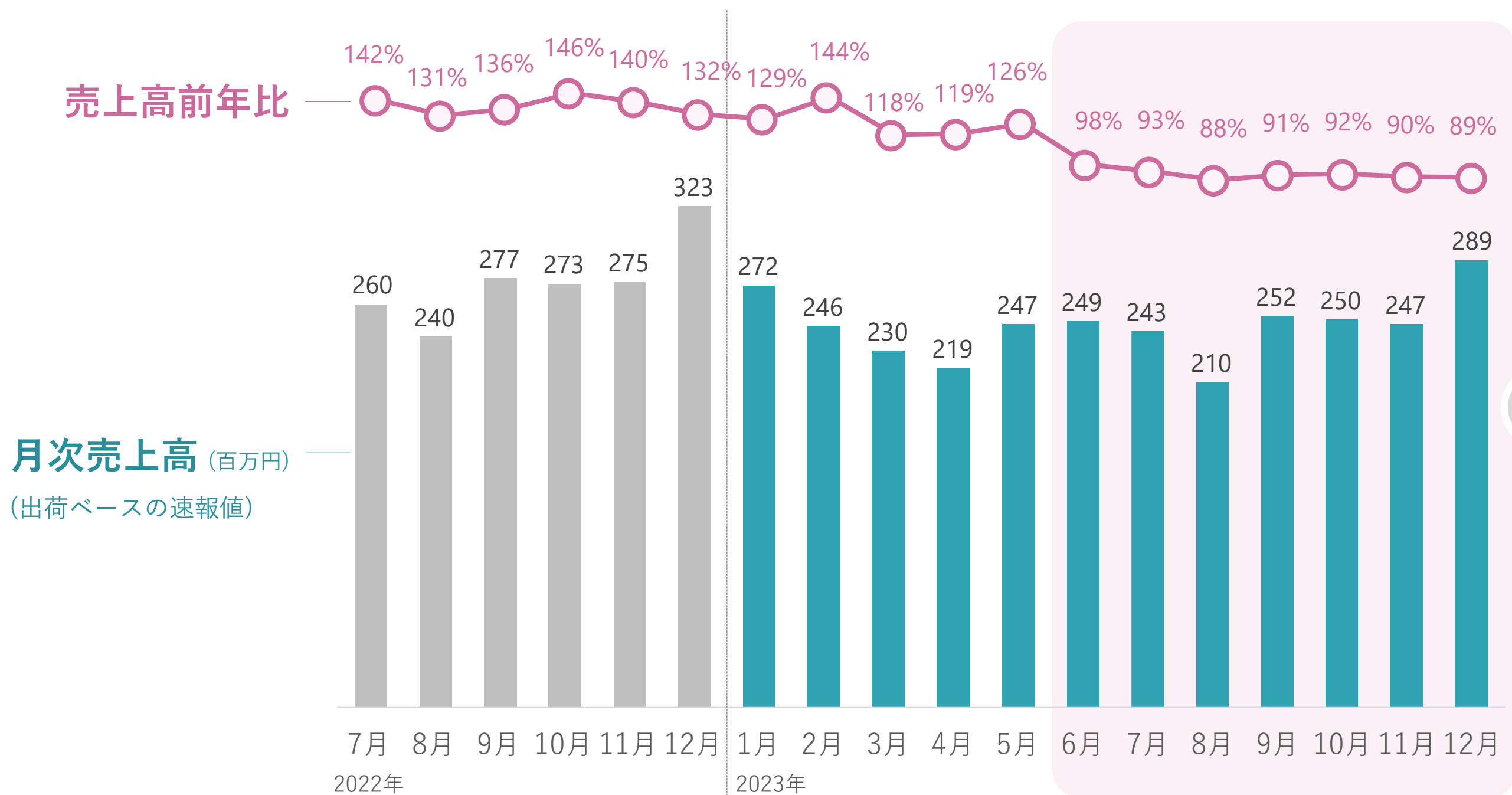
ホビーサーチ事業の内容と状況について説明します

月次売上高推移

ホビーサーチ事業

前年上期は、概ね好調に推移。下期は、外部環境の影響で、予約商品を中心に、仕入の停滞やペースの鈍化が発生。

足元の月次売上高は、24年2月から回復傾向。特に、先の売上に繋がる「予約注文金額」は、23年12月から前年比二桁増で推移



23年6月-12月低迷の原因

予約商品を中心に仕入の停滞等が発生。また、足元では海外向けIPが弱かったことに起因

足元の状況 (速報値)

月次売上高は、24年2月から回復傾向。特に、先の売上に繋がる「予約注文金額」は、23年12月から二桁増で推移

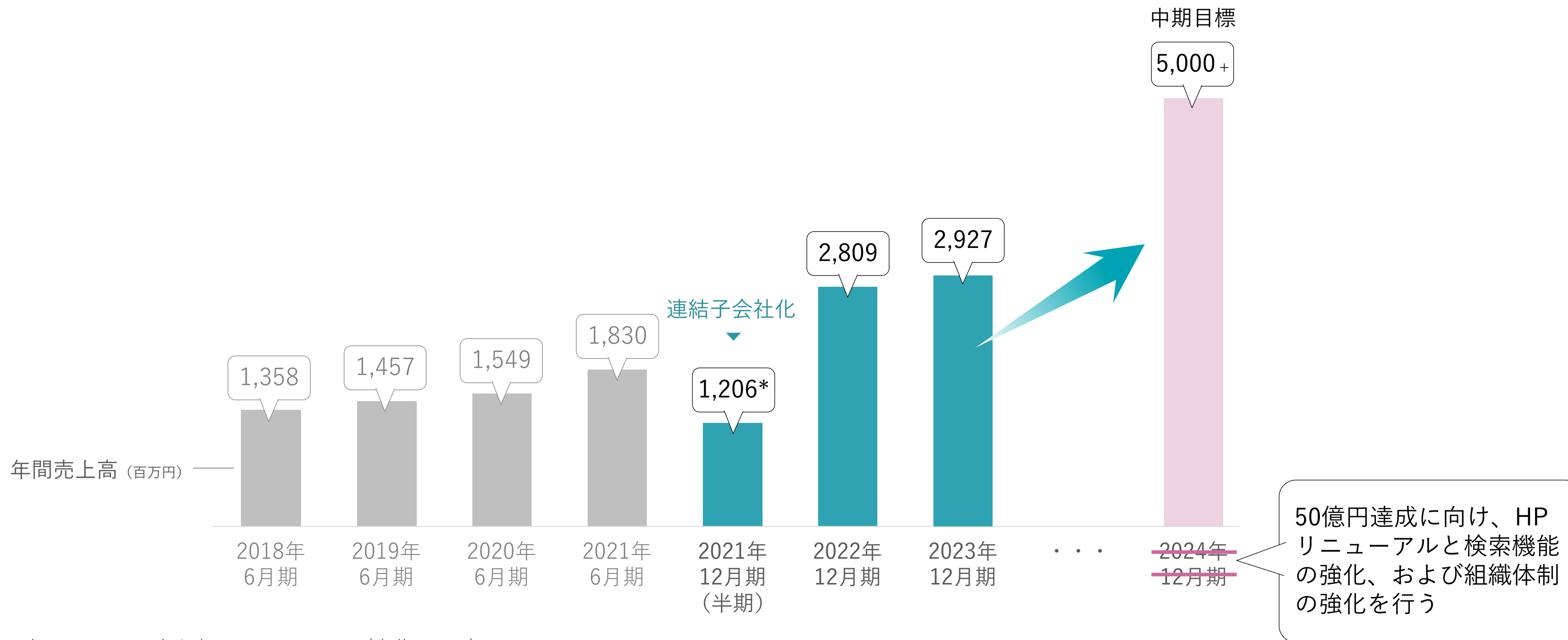
今後の展開

20年ぶりにホームページのフルリニューアルと検索機能の強化を行い、流入数の増加やCVRの改善を図る。その後、必要に応じて、一定のマーケティング投資を行い、成長を加速

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

03

25/3期の見通し

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%
2025年3月期	8,430	+7.4%	730	+12.4%	732	+11.6%	510	+10.9%

リユース事業は、現時点（24年5月時点）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、24年2月より回復傾向にあるものの、25/3期第1Q（当事業においては、24年1月-3月）の当事業の売上高は、24年1月不調の影響で、前年を下回る予想。ただし、予約商品等の入荷が順調に進めば、通期では前年の売上高を上回って着地する見込み

—

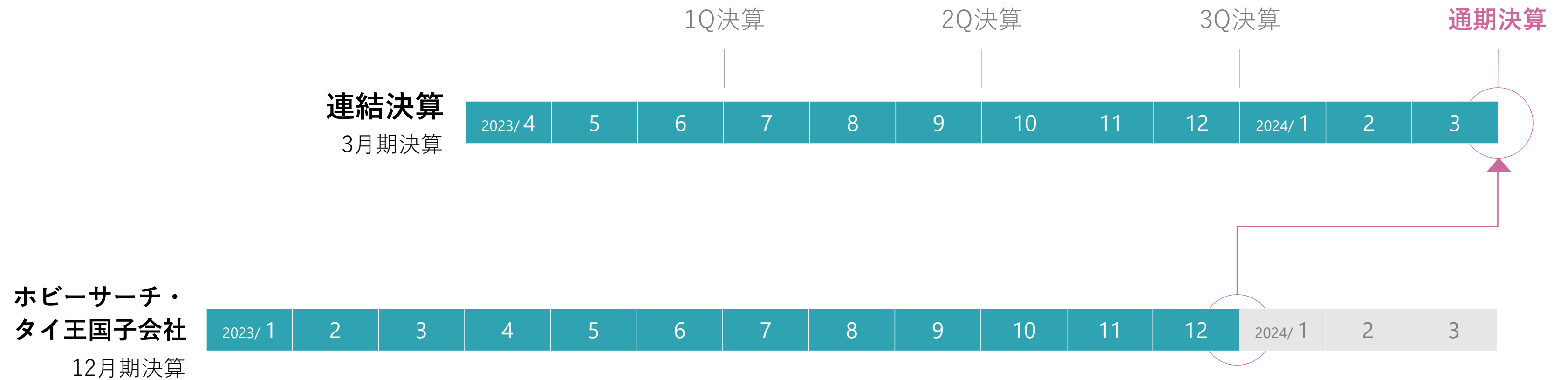
事業展開状況と今後の予定

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	3 Lam Luk Ka (Thailand) OSC湘南シティ店 2業態	5 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	2 4月 横須賀中央店 2業態
退店	6 Terminal 21 (Thailand) 雑色店 2業態 平塚梅屋店 2業態 BangPhliYai (Thailand)	3 Saimai (Thailand) 横須賀中央プライム店 2業態	0
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か月遅れで連結合算



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）	640名
代表者	代表取締役社長 川畑泰史
売上高	78.5億円
営業利益	6.5億円
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。

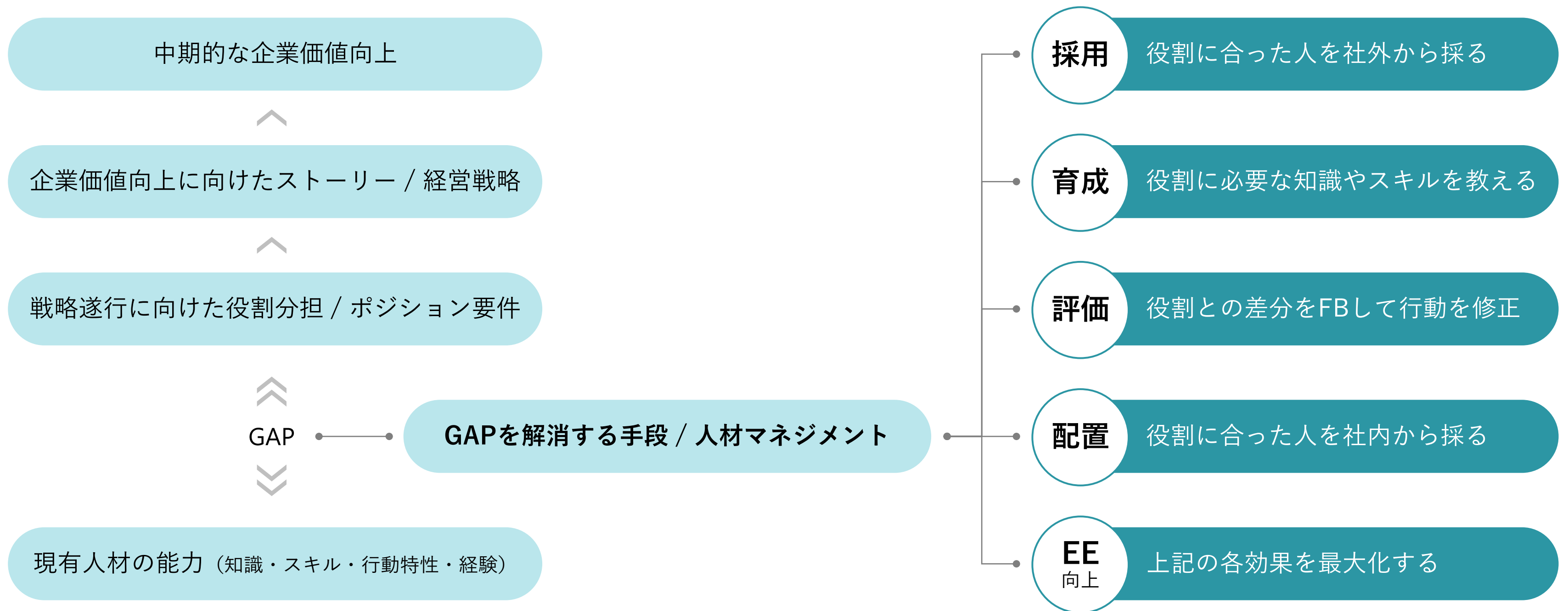
『幸せ』ってなんだろう？人によって幸せに感じることは異なります。幸せのかたちは人の数だけ。ワットマンはこう考えます。働く人の幸せとは、胸を張って『今の仕事が天職だ』と言い切れること。社会の役に立っているという満足感と、成長を通じた達成感。大層な成功体験はいらない。毎日の小さな充実。それだけで人生は満たされる。

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。



人材マネジメント方針

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

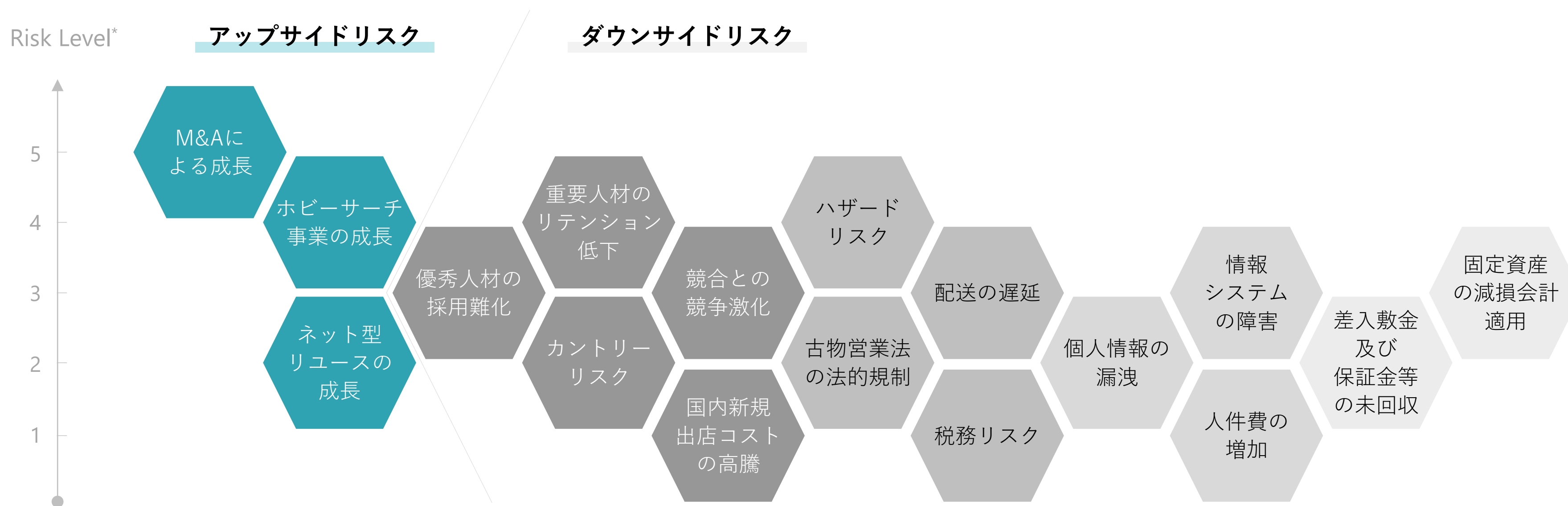
EE_{向上}

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日開示予定の「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



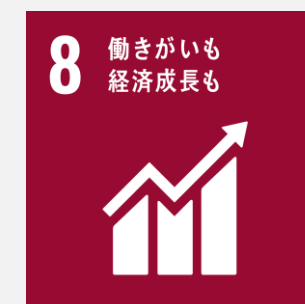
当社は、人材マネジメントの強化を重要経営課題として捉えております。40種以上のオリジナル研修を用意し、日常業務に役立つ知識はもちろんのこと、「市場価値を高める」スキルも教育しています

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

ビジネスモデル

ホビーサーチ事業

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。

国内のホビー問屋

仕入



フィギュア 売上構成 28%



ロボット・特撮 売上構成 27%



鉄道模型 売上構成 10%



ミニカー 売上構成 9%



ミリタリープラモ 売上構成 7%



その他* 売上構成 19%



販売



個人のお客様

* 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

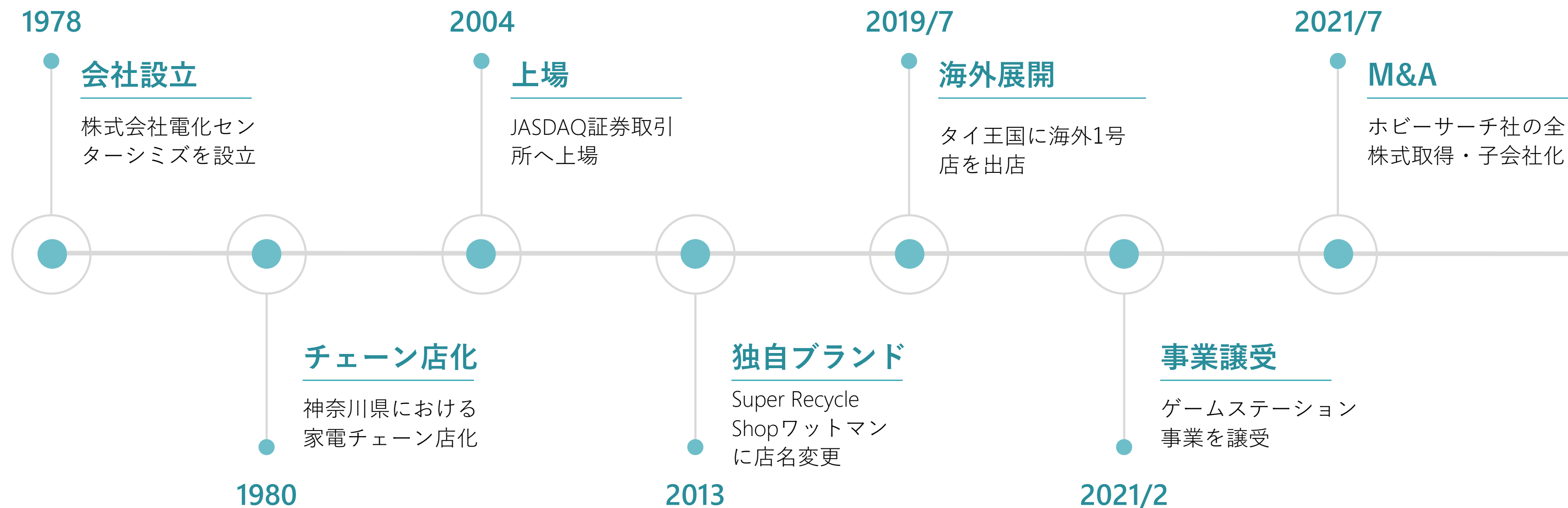
圧倒的な商品情報量

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