

GEO HOLDINGS

COMPANY PROFILE



お客様の日常を、もっと豊かに。

価値あるものを循環させ、暮らしに多様な選択肢を

代表取締役社長

遠藤 結哉

ゲオグループは、お客様の「身近な暮らし」をいかに豊かに、そして楽しくできるかという挑戦に、創業以来ずっと取り組んできました。

創業当時、レンタルビデオは1本1日1000円が業界の常識でした。それを私たちは、いかにして多くの人が気軽に楽しめるものとするかに挑戦し、全国に展開してきました。ゲームの販売も同じです。私たちは、いかにして人々の日常生活がより豊かになるかに、挑戦してきました。

リユース事業のセカンドストリートでも、同じ挑戦をしています。本来タンスの中で眠っていた服も、セカンドストリートに売ってくだされば、それは誰かの暮らしの新しい選択肢となります。お求めいただくお客様も、多くの選択肢の中から自分の好きなスタイルや家具などを選ぶことができ、今までできなかった体験が得られるかもしれません。

お客様の日常の暮らしを、私たちが既存の仕組みに挑戦することで、より豊かにしてゆく。その姿勢が、創業以来私たちが大切にしている「Change as Chance」という社是です。ゲオもセカンドストリートも、その挑戦

の結果生まれた事業でした。近年では、メーカーの倉庫で眠っていた新品の商品をお客様に手軽にご提供する、新規事業のオフプライスストアも始めました。このように、使うお金と得られる価値のバランスは、やり方次第でもっと崩せるのでないでしょうか。そういうことが、もっとも他の分野であってもよいのではないのでしょうか。

それは、新品を買って捨てるという価値観から、多くの人の手に渡り使われ続ける循環型社会という価値観への変化だとも思いますが。世に出てきた価値あるものを循環させ、再配分し、人々の暮らしの豊かさを追求してゆく。それがゲオが創業以来行ってきた挑戦だと思っています。

そして、ゲオはその挑戦をさらに進めてゆかねばなりません。お客様の日常をより豊かにするために、私たちは既存の仕組みに果敢に挑戦し、新たな文化・ライフスタイルをつくってゆかねばなりません。その挑戦に取り組んでこそ、ゲオがさらなる発展を遂げ、世界中のお客様の日常を豊かにすることも夢ではないと、私は考えます。

入社したばかりの頃、ゲオショップの店頭に立ってお客様とお話したことを忘れられません。普段から来ていただいて、顔見知りになったお客様が「ありがとう」と言ってくださったこと。私たちの仕事は、お客様の「身近な暮らし」を、より充実したものにする選択肢をご提供し続けることだと信じています。

1本1000円だったレンタルビデオのように、私たちが挑戦する分野はまだ無数にあります。物を循環させる体験の価値を多くの方々に伝えることにより、多くの方が多様な選択肢を持ち、より豊かに暮らせる社会をつくってゆきたいと、私たちは考えています。

PROFILE

1978年1月21日生まれ。2000年11月にゲオ（現ゲオホールディングス）に入社。2004年6月に取締役社長室副室長、2011年11月に代表取締役社長、2013年4月に代表取締役社長兼執行役員に就任。2019年4月より代表取締役社長執行役員。



常に時代の変化やお客様に寄り添い、 豊かで楽しい日常の暮らしを 提案し続けています。

ゲオグループの「豊かで楽しい日常の暮らしを提供する」という挑戦は
ビデオレンタルショップとして1986年にスタートしました。

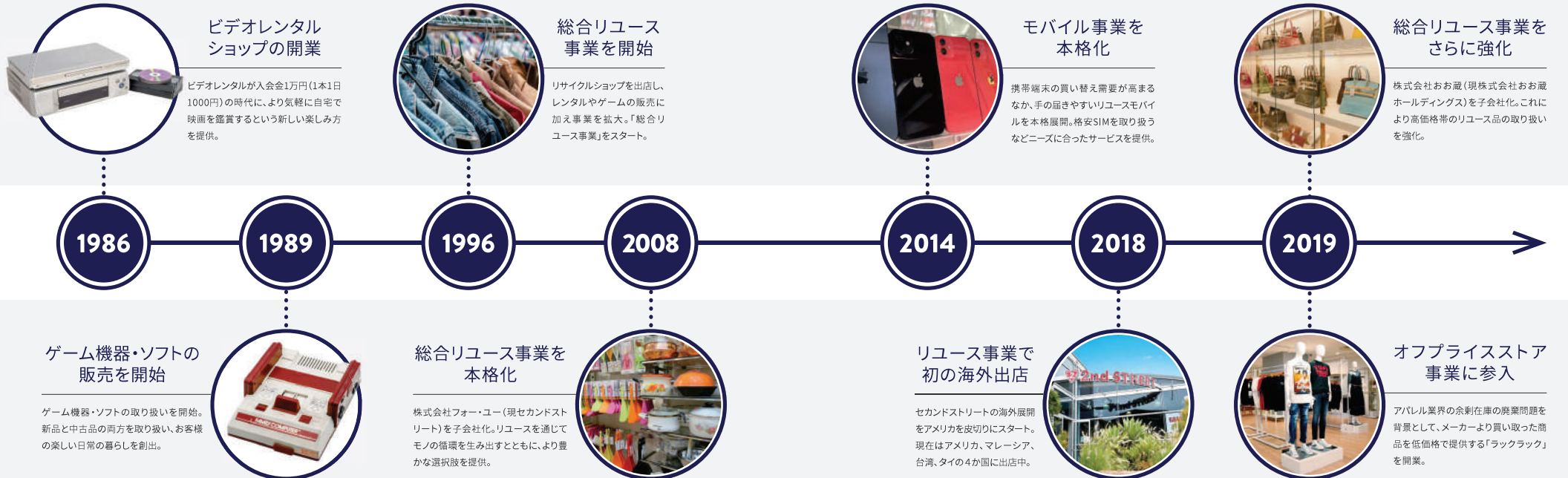
それは同時に、世に出てきた価値あるものを循環させ、再分配するという循環型の社会を実現するという挑戦でもありました。
ゲームの取り扱いが総合リユース事業に発展し、時代とともに、モバイル事業やオフプライスストア事業も展開。
もちろん、その挑戦は現在進行系で続いています。
常に「挑戦」し続けること。それこそが、ゲオグループのDNAなのです。

CHANGE as CHANCE 変化の中にこそ、チャンスがある。

ゲオグループは、「豊かで楽しい日常の暮らしを提供する」という企業理念にもとづき、お客様の日常の暮らしに対して、身近に広がる豊かさ・楽しさを実感していただくためのサービスを提供し続けています。

その根底にあるのが、「Change as Chance(変化の中にこそ、チャンスがある)」というスローガンです。この言葉を社員一人ひとりのDNAとして、「世の中に豊かさや楽しさを広げていくために今何をすべきか」を追求し、実践していきます。

ゲオグループの歩み



ゲオグループが目指すのは、 あらゆるモノの循環インフラになること。

全国2000以上の
店舗ネットワークを中心とした
ゲオグループの循環型事業



現在、ゲオグループは全国に2000以上の店舗ネットワークを備え、多岐にわたる事業を展開しています。

その中核を担うのが、総合リユース・オフプライスストア・モバイル・レンタルを中心とする循環型のビジネス。実店舗での対面サービスを軸としながら、さまざまなオンラインサービスを組み合わせることで、事業の枠を超えてゲオグループ全体が「あらゆるモノの循環インフラ」となることを目指しています。



オフライン
OFFLINE

P.12 OKURA
OKURA
TOKYO

リユース・オフプライス・
モバイル・レンタルで、
モノを不要とされる場所から
必要とされる場所へ。

ゲオグループは、「総合リユース」「オフプライスストア」「モバイル」「レンタル」を中心として、循環型のビジネスモデルを構築しています。中古品の買い取り・販売を通して不要になったモノを必要とするお客様に届ける、あるいはメーカーから余剰在庫や季節外商品を仕入れて販売することで、廃棄されるはずだった商品を社会に流通させています。また、創業以来行ってきたレンタル事業は、現代におけるシェア文化を先取りしたものです。

ゲオグループが目指すのは、あらゆるモノの循環インフラとなること。廃棄物やCO2排出量を抑制することでSDGs(持続可能な開発目標)達成への貢献にもつながるのももちろん、不要とされる場所から必要とされる場所へとモノを巡らせることで、人々の「豊かで楽しい日常の暮らし」に貢献していきます。

ラックラック P.13
Luck Rack

「いつでも、どこでも、何でも、誰でも」
売買やレンタルができる
オンライン・オフラインの実現

そして、循環型のビジネスモデルを構築するために欠かせないのが、ゲオグループが展開する全国の実店舗と、多彩なオンラインサービスとの融合です。

ゲオグループではこれまで、セカンドストリートやゲオのオンラインストアはもちろん、宅配レンタル、DLsiteといった各種コンテンツビジネスなど、時代のニーズに応じてさまざまなオンラインサービスを生み出してきました。

多彩なチャネルを通じた“循環”を生み出し、お客様のご都合に合わせてオンラインとオフライン(実店舗)の両方でゲオグループだけのシームレスなサービスを体験していただけるよう、事業の領域を超えたさらなるネット事業の強化にも積極的に取り組んでいきます。

P.15 ゲオ

ゲオモバイル P.17



「捨てない生活を応援する」総合リユースショップ

セカンドストリート

「使わなくなったものを、捨てるのではなく次の人につなぎたい」。そんな人々の想いに応えるのが、総合リユースショップ「セカンドストリート」です。

取り扱っているのは、人々の暮らしに関わる幅広いジャンルのアイテム。

多様なチャネルを通して買い取った商品を

実店舗だけでなくオンラインストアにも展開することで

お客様に新たな買い物の選択肢を提供し、モノの循環を生み出しています。



850以上の店舗と 100万点以上の商品で、 リユースの価値向上を目指す

セカンドストリートは、全国に展開する実店舗とオンラインで中古品の買い取り・販売を行う総合リユースショップです。衣料品や雑貨、家具、家電、趣味用品など、生活に関わる幅広いジャンルのアイテムを取り扱っており、オンラインストアの掲載点数は100万点以上に及びます。

手に取りやすい価格の商品も、定価では手を出しづらい商品も、気軽に試すことができたり、オンラインストアで気になった商品を近所の実店舗で実際に手に取ることができたり。そんな独自のサービスで、リユース市場に確固たるポジションを築いています。

また、店内は常に明るく清潔に保たれており、商品をファッションブルにディスプレイすることで、従来のリユースショップのイメージを一新。季節ごとに売り場を変化させる提案型ショップとして、郊外から首都圏、駅前立地への出店も進め、全国へ店舗網を広げました。今後もさらに出店を拡大していくことで、「リユース」そのものの価値向上を目指していきます。

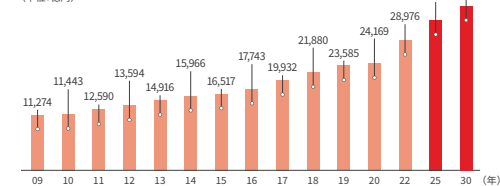


RECENT TOPICS

リユース市場の規模は2.9兆円に。 今後も成長が期待されています

近年の環境意識の高まりや、ミニマルなライフスタイルの普及といった人々の価値観の変化に合わせ、リユース市場の規模は年々拡大しています。2018年には2兆円を超え、新型コロナウイルスの影響で成長は一時的に停滞したものの、2030年には4兆円規模に拡大するという予測もあり、今後も成長していくと見られています。その背景にあるのがフリマアプリやEC販売の盛り上がり。若年層を中心に、リセールバリューを意識した購買行動が広がっているようです。また、これまで利用率が低かった高齢層への広がりも期待されており、リユース市場はますます活気づいています。

【リユース市場規模の推移と予測】
(単位:億円)



※「リユース業界の市場規模推計2023(2022年版)」(リサイクル通信)より引用。

あらゆるお客様にリユース体験を。セカンドストリートの店舗展開

セカンドストリートは、洋服から家電製品まで幅広いジャンルを扱う店舗、洋服・バッグ・靴などを専門に扱う店舗、ブランド古着の都市型店舗(セレクトショップ)など、多種多様なタイプの店舗を展開しています。さらに、圧倒的な品揃えの超大型店「スーパーセカンド

ストリート」や買取専門店、特定の商材に特化したこだわりの商品を取り揃える専門店まで、その業態もさまざま。幅広いラインアップで、あらゆる層のお客様にリユース体験を提供しています。



スーパーセカンドストリート



誰もがリユース体験を楽しめる超大型店

全国に店舗網を拡大している、国内最大級の大型リユースショップ。広大な売り場には、生活必需品から、雑貨や家具、家電製品、スポーツグッズ、ホビー用品、洋服やバッグ、アクセサリといったファッションアイテム、ベビー・キッズアイテムまで、あらゆるジャンルの商品が並びます。

その特徴は、広い売り場面積と、さまざまな種類の商品を大量に取り揃えていること。「いろいろなカテゴリーの商品を一度に見たい」

「好みが違う家族や友人とも一緒に買い物を楽しみたい」といったお客様のニーズに応えています。

子どもからシニアまでさまざまなお客様が訪れ、休日には多くの家族連れで賑わい、使わなくなった品を親子で持ち込んだり、子どもと一緒に掘り出し物を探したりと、リユースを楽しむ姿が見られます。誰もが循環型社会に自然と参加でき、立ち寄ればきっと欲しいものが見つかる、そんなリユースショップです。

セカンドストリート ブランド専門店



品質の確かなハイブランドを取り揃える

ラグジュアリーブランド(ハイブランド)のアップルやバッグ、腕時計、アクセサリなどを専門に扱うリユースショップ。お客様に安心してご利用いただけるよう、日々更新される相場やブランドの専門知識を有したスタッフが1点1点大切に査定し、販売基準をクリアした状態の良い商品を取り揃えています。



セカンドアウトドア



リユースと情報提供を通して地域と交流

キャンプやスキー・スノーボード、フィッシングなど、さまざまなジャンルのアウトドア用品を専門的に扱います。リユース品はもちろん、ヴィンテージモデルや新品も取り揃えているのが特徴。また、各店舗が「地域密着型ショップ」として地元のお客様と交流し、アウトドア活動とリユース活動をサポートしています。



セカンドストリート 買取専門店

モノの循環を生み出す“入り口”

全国に15店舗以上を展開する、買い取りに特化した専門店。お客様にお持ちいただいた品を、経験豊富なスタッフが全国850以上の店舗で日々更新・共有されるデータベースをもとにその場で査定し、支払いを実施。買い取った商品を近隣のセカンドストリート各店へ分配することで、系列店全体の在庫の強化を図っています。



グローバル展開

セカンドストリートは、日本国内だけでなく、海外へもビジネスを展開しており

現在はアメリカ、マレーシア、台湾、タイの4か国に出店しています。

2018年にアメリカに海外1号店となるセカンドストリート メルローズ店をオープンし以降、同年6月にマレーシア、2020年8月に台湾、2023年12月にはタイにも進出を果たしました。

セカンドストリートが発信するリユースカルチャーが世界の国々で多くの人々に受け入れられ始めています。



繁華街に立地するラグジュアリーブランドのリユースショップ

OKURA

瀟洒な服飾品や貴金属は、人から人へと受け継がれていくもの。

「OKURA」は繁華街を拠点にラグジュアリーブランドを取り扱い、価値ある一品を次の所有者へと受け渡すお手伝いをしています。

セカンドストリート タイ

東南アジア2か国目の出店

都市化が進む首都バンコクへ1号店を出店。日本同様、見やすく整頓された売り場を展開。



セカンドストリート USA

店舗数を拡大し認知度が向上中

1号店の「メルローズ店」があるカリフォルニア州を中心に、ニューヨーク有数のファッションエリアにも出店。



セカンドストリート マレーシア

東南アジア諸国への販路も開拓

小売り店に加え、3か国の中で唯一、日本で再販しきれない中古衣料の卸売り事業も展開。



セカンドストリート 台湾

トレンド発信地に1号店を出店

トレンド発信地として賑わう西門町に出店した1号店では当初から販売だけでなく買い取りも実施。



店舗、ネット、レンタル、オークションを通して価値ある品を流通させる

OKURA(お蔵)は、2020年9月にオープンした「OKURA銀座本店」をはじめとして各地の繁華街に出店している、高級時計やラグジュアリーブランドに特化したリユースショップです。経験豊富なバイヤーによる適正な価格と安心を保障する査定を大きな強みとし、「手放す人」と「欲しい人」との出会いを生み出すリユース事業を全国的に展開しています。

さらに、ゲオホールディングスの販路を生かし、セカンドストリート

への卸のほか、日本最大級となるJWA(日本オークション協会)や自社運営による「お蔵市場」を運営。さらにアプリ「my stock」によるレンタルサービスなども行なっています。このように、信頼度の高い独自の販路を持っているからこそ、商品に合わせた大規模流通が可能となっています。

今後はリユース市場におけるラグジュアリー商材のシェア拡大を目指し、店舗数のさらなる拡大を目標としています。



**Luck
Rack**

社会にも人々にも貢献するオフプライストア

ラックラック

オフプライストア「ラックラック」は、ゲオグループが展開する新業態。

捨ててしまうのもったいない、アパレルを中心とした新品の商品をお買い得な価格で提供しています。

アメリカではビジネスモデルとして確立されているこの業態を

日本市場へも拡大するため、フロントランナーとして全国に店舗を広げています。

アウトレットでも古着でもない、新しいお買い物体験

ラックラックは、アパレル業界を中心としたさまざまなメーカーから余剰在庫や季節外商品などの新品の商品を仕入れ、定価の30~90%引きの価格で販売しています。取り扱い商品はアパレルを中心に、コスメ・生活雑貨・ホームファッションなど多くのジャンルにわたります。

オフプライストアは、モール内にブランドの各店舗があり、メーカー自身が自社ブランドの余剰品などを販売する「アウトレット」とは異なります。自社でアウトレット店舗を持たないブランドの商品も含め、幅広い

ブランドの余剰在庫を仕入れて販売していることがオフプライストアの特徴のひとつです。社会的な課題となっているアパレル業界の余剰在庫問題の解決につながるだけでなく、お客様に価値あるモノとの驚きの出会いを提供することができます。

今後はゲオグループの強みである全国的なチェーンストア展開を目指し、日本国内におけるオフプライス事業の認知度と価値向上を図っていきます。

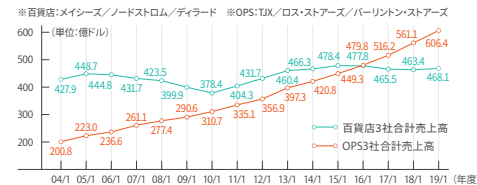


RECENT TOPICS

環境問題解決の糸口は、アメリカで普及しているオフプライストア業態

大量廃棄による環境負荷が問題視されているアパレル業界の余剰在庫。日本では売れ残った商品が焼却処分されるケースも多く、サステナビリティの観点から解決が急がれています。その一手として期待されているのが、ゲオグループで「ラックラック」として展開している「オフプライストア(OPS)」です。余剰在庫品や実売期を逃した商品をさまざまなメーカーから仕入れ、ひとつの店舗で販売する業態です。アメリカではすでに一般化しており、2015年にはOPS上位3社の合計売上高が百貨店上位3社の合計売上高を上回っています。ゲオグループではラックラックの拡大を図ることで、日本でのOPS業態の定着を目指しています。

【アメリカの大手百貨店と大手オフプライストアの売上推移】



※メイシーズの06年1月期以前は05年8月に買収したメイを含む。
 ※ノードストロムはラック含む。 ※小売ファッションマーケティング作成。



全国的な店舗ネットワークを誇るメディアショップ

ゲオ

創業時から続く「ゲオ」の出発点はビデオレンタルショップ。

いわば、循環型システムを先取りしたビジネスモデルであるといえます。

現在は取り扱うコンテンツも、その提供方法も多様化。

全国に広がる1000店舗におよぶ店舗ネットワークを活用して、ゲオグループ全体でのさらなる価値創出を目指しています。

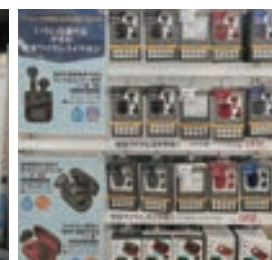


レンタル・リユース・ 新品販売を通して、 人々に新たな価値を提供

映画、音楽、ゲーム、リテール家電、書籍などのコンテンツを取り扱う「ゲオ」は、当社の成長を支えてきた基幹事業。多様なアミューズメントソフトを、レンタル・リユース・新品販売の3通りで提供しています。

全国に直営を中心とした店舗網を備えており、運営や物流を本部で一元管理することで、迅速で効率的なオペレーションを実現。それにより、各店舗でトレンドやニーズを捉えた多彩な商品を取り揃えています。また、従来の商材だけでなく、イヤホンやテレビなどの生活雑貨、リユース家電の展開をスタートし、店舗を訪れたお客様が飽きることなく楽しく買い物できる環境を構築。「ゲオに来れば新しい発見や喜びがある」、それがゲオの持つ最大の魅力です。

対面で接客できる店舗は、私たちのサービスの起点です。今後は従来の店づくりや商品展開に捉われず、リユースとの融合や新規商材の提供、オンラインの利便性も積極的に取り入れ、循環型社会の構築を視野に、さらなるシェアの拡大と独自の企業価値の創造を目指していきます。



RECENT TOPICS

ゲオオリジナル商品をさらに充実させていきます

ゲオでは、メディアショップとの親和性を生かしたゲオオリジナル商品を販売しています。取り扱っている商材は、イヤホンやスピーカー、4Kテレビ、ゲーム周辺機器、スマホ向けアイテムなど。他社の同ジャンル製品に比べ、手頃な価格でお求めいただけることが、ゲオオリジナル商品の強みのひとつです。

お求めやすい価格で提供できるのは、全国のゲオの店舗やオンラインストアという大規模な販路があるから。また材質やデザインなども細かくカスタマイズし、クオリティにもこだわりながら、リーズナブルな価格帯を実現できるような開発を進めています。





多様な選択肢を提案する総合モバイルショップ

ゲオモバイル

今や暮らしに欠かせない存在となった、携帯電話やスマートフォン。

リユースモバイルを豊富に取り揃えるとともに、格安SIMの取り扱いなどニーズに合ったサービスをご提案します。



携帯端末も格安SIMも。お客様のニーズに合ったサービスを展開

ゲオモバイルの特徴は、ゲオグループの店舗ネットワークを活用したリユースモバイルの豊富な品揃えと、多様なプランの格安SIMを取り扱っていること。総務省の通信料金引き下げ方針によって多様化しているモバイル市場のニーズに、端末と通信プランの両方を豊富に取り扱うことに応じています。

また、この環境を実現しているのがゲオモバイルの店舗に常駐している専門スタッフ「スマホ相談員」の存在。独自に設けた資格認定制

度によって専門知識を持ったスタッフを育成し、お客様一人ひとりのスマホ選びを店頭でサポート。お客様のニーズに合わせて、モバイルのさまざまな楽しみ方を提案しています。

今後も、オンラインストアでの買い取り・販売に加え、実店舗ならではのきめ細やかなサービスを拡充することで、よりいっそうの活性化が見込まれている携帯電話・スマートフォンのリユース市場を牽引していきます。

COMPANY PROFILE

会社概要

(2024年3月31日現在)

商号	株式会社ゲオホールディングス
本社	愛知県名古屋市中区富士見町8番8号
設立	1989年1月
資本金	92億51百万円
決算期	3月31日
従業員数	5,912名(グループ全体)
証券コード	2681
市場	東京証券取引所 プライム市場

グループ会社

(2024年10月25日現在)

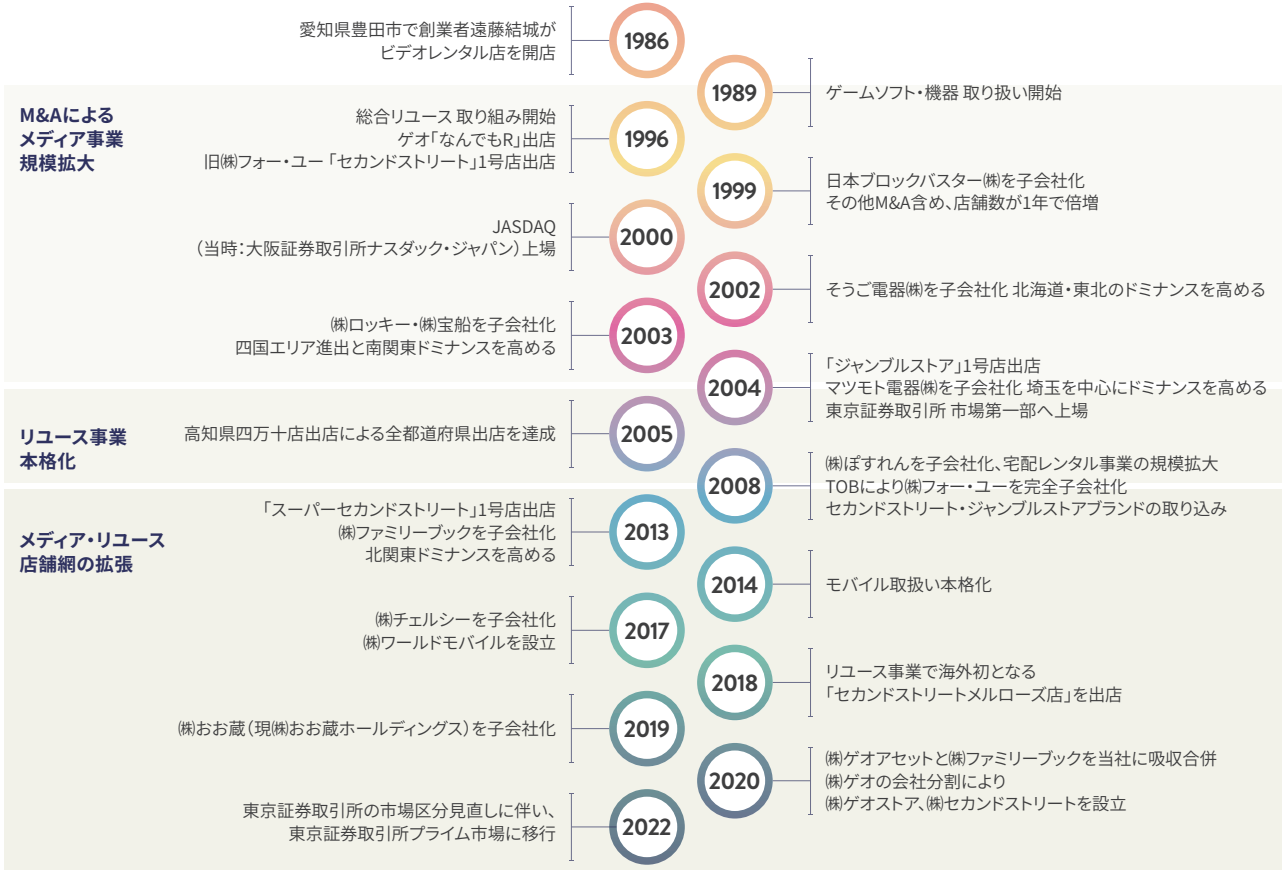
株式会社ゲオホールディングス	グループ経営企画・管理
株式会社ゲオ	店舗運営支援卸売業
株式会社ゲオストア	メディアショップ「GEO」の運営
株式会社セカンドストリート	総合リユースショップ「2nd STREET」の運営
株式会社ゲオクリア	オフプライスストアの運営
株式会社お蔵ホールディングス	持株会社の管理
株式会社日本オークション協会	時計、宝石、バッグのオークション運営
株式会社rock	中古農機具、骨董品・美術品の買取販売
株式会社グラモラックス	レンタルCDの卸売代行
株式会社チェルシー	服飾雑貨、衣類品、その他商品の輸入出および卸・販売業務
株式会社ワールドモバイル	通信機器の買取及び販売
株式会社ゲオネットワークス	WEBサイト、ソフトウェアの開発及び運用
株式会社viviON	WEBサービスおよびコンテンツの企画・制作・運営・マーケティング事業
株式会社エイシス	インターネットショップの運営、ソフトウェアの開発及び販売
株式会社forcs	電子出版物の制作及び卸売
株式会社DigiCon	Web マーケティング戦略の立案・設計
株式会社ゲオビジネスサポート(特例子会社)	店舗運営に関する業務
2nd STREET USA, Inc.	米国内におけるリユース事業
2nd STREET TRADING MALAYSIA SDN.BHD.	中古衣料・服飾品のショップ運営及び卸売
2nd STREET TAIWAN CO.,LTD.	中古衣料・服飾品のショップ運営及び卸売
2nd STREET (THAILAND) COMPANY LIMITED	中古衣料・服飾品のショップ運営及び卸売
GEO SYSTEM SOLUTIONS VIETNAM CO.,LTD.	ソフトウェア開発、管理コンサルティングサービス
株式会社ティー・アンド・ジー	ゲオフランチャイズ店舗の経営

役員紹介

(2024年6月27日現在)

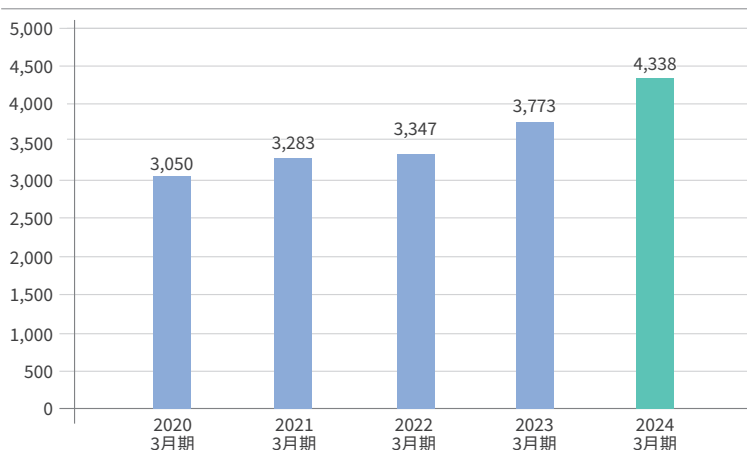
代表取締役社長執行役員	遠藤 結蔵
取締役専務執行役員	吉川 恭史
取締役専務執行役員	小坂 雅章
取締役専務執行役員	久保 幸司
取締役常務執行役員	今井 則幸
取締役常務執行役員	村上 幸正
社外取締役	荻野 恒久
社外取締役	安田 加奈
社外取締役	堀江 容子
取締役常勤監査等委員	笹野 和雄
社外取締役監査等委員	小宮 山太
社外取締役監査等委員	太田 裕之

沿革

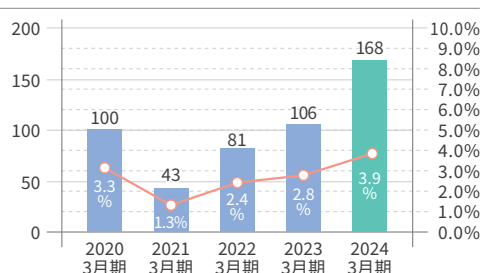


FINANCIAL STATEMENTS

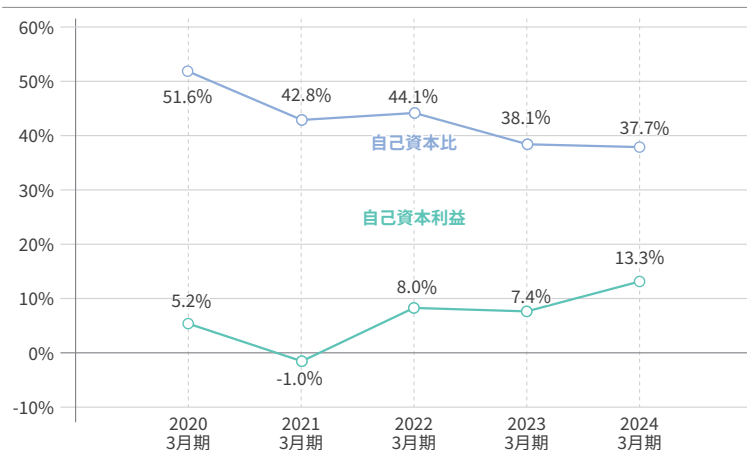
【売上高 (億円)】



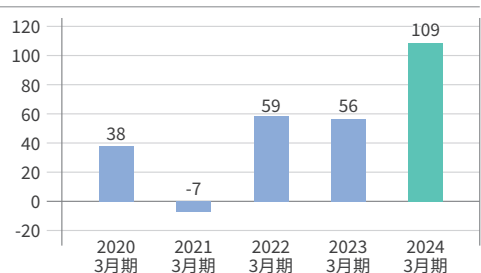
【営業利益 (左軸:億円) / 営業利益率 (右軸:%)】



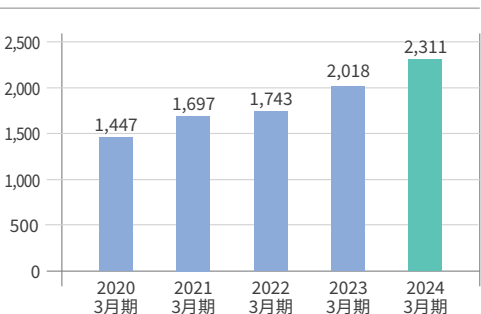
【自己資本比率 / 自己資本利益率 (%)】



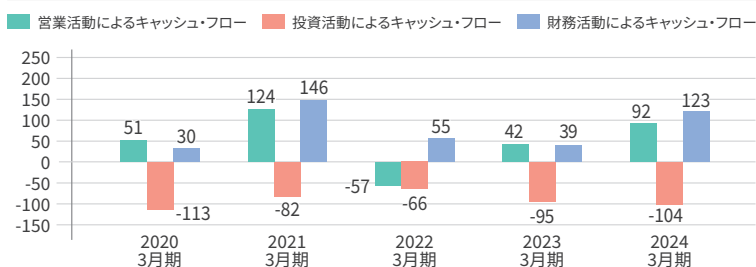
【親会社株主に帰属する当期純利益 (億円)】



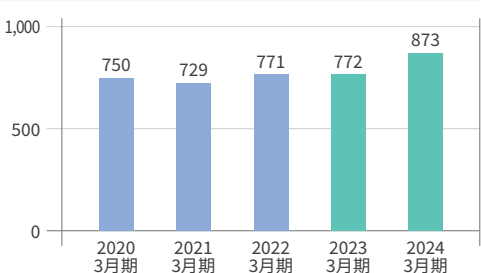
【総資産 (億円)】



【キャッシュフロー (億円)】

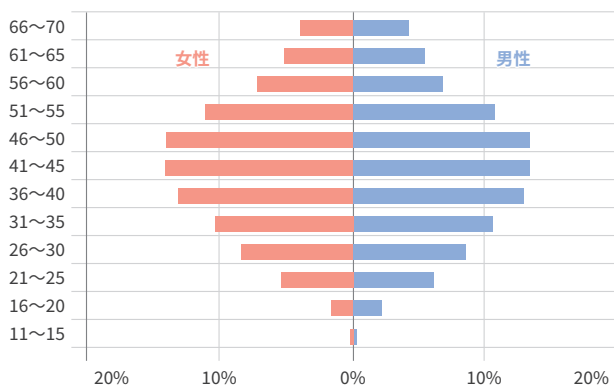


【純資産 (億円)】



【会員分布】

(2024年3月末日現在)



STORE DATA

【ゲオグループ店舗数】

	2024年9月末					合計	
	直営店		FC店・代理店		合計		
	出店数	退店数	出店数	退店数			
GEO	1,980	64	31	150	1	12	2,130
2nd STREET (国内)	970	16	23	95	0	12	1,065
2nd STREET (米国)	798	21	7	55	1	0	853
2nd STREET (米国)	39	4	0	0	0	0	39
2nd STREET (台湾)	32	4	0	0	0	0	32
2nd STREET (マレーシア)	21	4	0	0	0	0	21
2nd STREET (タイ)	2	1	0	0	0	0	2
OKURA TOKYO (お蔵)	22	1	1	0	0	0	22
Luck Rack	21	3	0	0	0	0	21
その他	75	10	0	0	0	0	75

(注) 1. 屋号毎の店舗数をカウントしています。
 2. GEOは家庭用ゲーム・携帯電話・スマートフォンの買取販売、DVDレンタル等を行う店舗(屋号:GEO、GEO mobile)をカウントしています。
 3. 2nd STREETは衣料品や家電製品等の買取販売を行う店舗(屋号:2nd STREET、Super 2nd STREET、2nd OUTDOOR、JUMBLE STORE等)をカウントしています。