

# 事業概要

ゲオグループは、祖業であるゲオショップ事業を通じて培った運営ノウハウと店舗オペレーションを活かし、リユースをはじめとする多角的な領域へ事業を拡大することで、現在の事業ポートフォリオを構築してきました。社会・経済環境が変化する中でも、常に時代のニーズに即した価値提供を続けられるビジネスモデルを目指し、グループ一体となって顧客体験の深化に取り組んでいます。



事業本部

**ゲオ事業本部**






**セカンドストリート事業本部**




**海外事業本部**




- アメリカ
- マレーシア
- 台湾
- タイ
- シンガポール
- 香港


**OPS 事業本部**




**(株) おお蔵ホールディングス**



**(株) viviON**



**(株) ゲオアミューズメント**



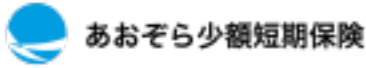
**(株) チェルシー**



**(株) rock**



**あおぞら少額短期保険 (株)**



**(株) DigiCon**



グループ企業



## 買取・販売・レンタルを組み合わせた循環型事業モデル

ゲオ事業はリユース、リテール、シェアリング（レンタル）を軸に映像・ゲーム・書籍から中古スマホや家電、ライフスタイル雑貨まで扱うエンターテインメント事業です。2024年度売上高構成比はリユース39%、リテール44%、レンタル16%。中古スマホ・タブレットは前年比20%超の成長を遂げ、市場での存在感を高めています。今後は中古デバイスとホームエンタメを核に、リユースとリテール、シェアリングを組み合わせた新たな価値創造に挑戦していきます。

### 競争優位性

#### 全国規模の直営店舗ネットワーク

全国967店舗の直営店と、年間取引件数約7,000万件という豊富な顧客基盤を活かし、安定的な買取・販売を実現。

#### リユースセントラルマネジメントの確立

長年培ってきた在庫管理・査定・検査などのノウハウと、自社アプリの利便性により、多くのお客さまに安心してご利用いただける環境を整備。

#### 事業戦略の再構築

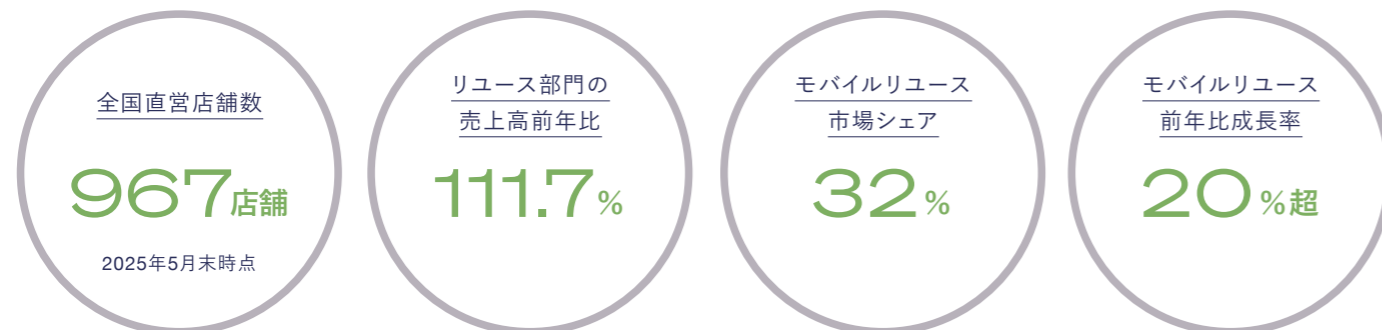
成長性の高いデジタルデバイスリユースを中核に据えた体制へシフトし、周辺機器販売・SIM契約など一気通貫した顧客サポートを強化。

#### オリジナル商品の展開による付加価値向上

主力事業と親和性が高いイヤホン・ヘッドホンなど関連商品の販売機会を増やし、お客さまのニーズに合わせた“一体感のある”買い物体験を提供。

### トピックス

●特に年度表記のないものは2024年度実績 ●シェア率はリユース市場データブック2024による推定



### 2024年度の振り返りと2025年度の成長戦略

2024年度はデジタルデバイスリユースが前年比20%増と堅調な成果を収めました。一方、リテール事業では、カテゴリーによっては精緻な商品選定とMD戦略の再構築が求められる結果となりました。また、在庫の増加に伴う売場効率や在庫回転率の悪化が懸念されており、その点での改善が重要な課題となっています。

2025年度はデジタルデバイスリユースを収益の軸に据えるとともに、ゲーム・モバイル中心のホームエンタメを強化。リモートサポートと接客教育で専門性を高め、買取ロッカーなどのサービス拡充により、在庫回転率と顧客満足度を向上させ、持続的成長を目指します。



### 事業責任者メッセージ

## デジタルデバイスを核とした新たなライフスタイルの提案



#### 森田 広史

株式会社ゲオホールディングス  
取締役常務執行役員  
ゲオ事業担当  
株式会社ワールドモバイル  
代表取締役社長

ゲオ事業は祖業である“レンタルビデオ店”の枠を超え、リユース・リテール・シェアリングを融合する新ステージへ進化しています。国内には埋蔵端末約3億台が存在し、デジタルデバイスリユースには大きな伸び代があります。当社は査定・検品から再販、通信契約まで一貫して提供できる強みを活かすとともに、グループのワールドモバイルと連携してグローバル循環モデルを構築します。さらにメーカー協業によるレンタル提供も検討し、多様な需要に応えていきます。他の構想としては、リユースデジタルデバイスの資源活用と電子廃棄物削減、温室効果ガス削減をはじめとした環境負荷の低減に貢献することを検討しています。また、映像・ゲーム・書籍に加えモバイルや家電、ライフスタイル雑貨まで、お客さまの暮らしを豊かにする商品を提供し続けます。さらに専門スタッフ育成とサービス品質向上にも注力し、顧客体験価値を磨きながら循環型社会実現への責任を果たします。



## 多角的な買取と販売を軸に成長する 国内最大級のリユースチェーン

リユースショップ「セカンドストリート」は、買取・販売のビジネスモデルを複数のフォーマットで展開しています。旗艦フォーマットの「スーパーセカンドストリート」や幅広い商品を扱う総合リユース店舗、衣料・服飾に特化した店舗に加え、アウトドア・楽器・インテリアなどの専門フォーマットも拡充しています。これらの多様な店舗展開を背景に、セカンドストリートは現在、直営ベースで国内最大級のリユースチェーンとしての地位を確立しています。

### 競争優位性

#### 衣料・服飾雑貨で圧倒的なシェア

リユース衣料・服飾雑貨の市場規模は5,913億円\*。うちセカンドストリートは876.2億円を占め、業界トップのシェアを獲得。

#### 店舗数による在庫確保力

リユース事業は、買い取った品物が在庫となるため、店舗数の多さが安定した商品供給と売上基盤の強さに直結。

#### 専門店フォーマットの深化と拡充

アウトドア・楽器・インテリアなどの専門領域を深掘りすることにより、お客さまの細やかなニーズに応える多様な成長ポートフォリオ。

#### 店舗の標準化による運営効率の向上

長年蓄積されたデータベースによる買取ノウハウと、標準化された店舗レイアウトにより均質なサービスを提供し、運営精度と顧客体験価値の向上を実現。

### トピックス

●特に年度表記のないものは2024年度実績 ●数値は国内店舗のもの



### 2024年度の振り返りと2025年度の成長戦略

2024年度は新フォーマット「セカストインテリア」を立ち上げるなど、年間50店というハイペースな出店で通期2桁成長を確保しました。急拡大に伴う課題として採用・教育の強化が挙げられており、座学と現場実践を組み合わせた育成プログラムを再構築中です。

2025年度は市場ニーズに沿った新フォーマット開発を核に、専門チームによる物件開発と市場調査を並行して推進し、出店エリア精査を行うことで、スピード感ある店舗網拡充を目指します。



### 事業責任者メッセージ

#### 捨てない暮らしをあたりまえに



#### 一戸 綱樹

株式会社ゲオホールディングス  
上席執行役員  
国内セカンドストリート事業担当  
株式会社セカンドストリート  
代表取締役社長

当社は、2029年3月までに国内直営1,000店舗達成を掲げています。戦略的な出店を進める中で、変化する市場環境や多様な顧客ニーズに対応するため、フォーマット開発やサービス品質の向上にも取り組んでいます。特に、サービスの多様化は重要なテーマであり、お客さまがお持ち込みになった品物を可能な限り買い取ることで、満足度と信頼性の向上を図っていきます。セカンドストリートは、売人と買う人を地域内ですぐビジネスモデルであり、商品輸送に伴うCO<sub>2</sub>排出を抑えるなど、環境面でも貢献しています。

当社では、出店戦略を進める意義を「より便利に、日常的にご利用いただける存在になること」にあると考え、リユースを利用しようと考えた際に、真っ先に思い浮かべていただける存在となることが、事業全体の重要な目標です。リユースが「特別な選択肢」ではなく、「日常の一部」となる社会を目指し、お客さまファーストを意識した店舗運営に取り組んでいきます。

※ リユース市場データブック2024による推定



## 海外事業

### 現地のニーズに合わせて成長する グローバル衣料リユースを展開

海外事業本部は、衣料リユース専門チェーン「2nd STREET」を核に、アメリカ・マレーシア・台湾・タイ・シンガポール・香港の6つの国と地域で事業会社を運営し、120店舗\*を展開しています。2018年の初出店以来、日本で確立した〈買取→販売〉モデルと在庫調達力で各国へ店舗展開するとともに、取扱商材の価格帯を現地のエリア特性に合わせて最適化し、地域ごとに最も支持される商品構成を実現。今後10年間で海外店舗を1,000店規模へ拡大する計画です。

#### 競争優位性

##### 海外進出の仕組み化

国内で培った買取スキームにより安定的に良質な在庫を確保。ユーズド・イン・ジャパンへの信頼感を活かしつつ、現地仕入も拡充して差別化を図っている。

##### 管理体制強化と現地人材育成

日本人スタッフだけでなく、現地スタッフも多数採用したうえで、マネジメント研修を体系的に行い、早期の実務遂行を支援。

##### 各国でのドミナント展開

主要都市に集中的に出店し、物流と人材を効率的に運用。

##### IT基盤

日本国内で使用している内製基幹システムを活用し、海外でも低コスト運営を実現。

#### トピックス

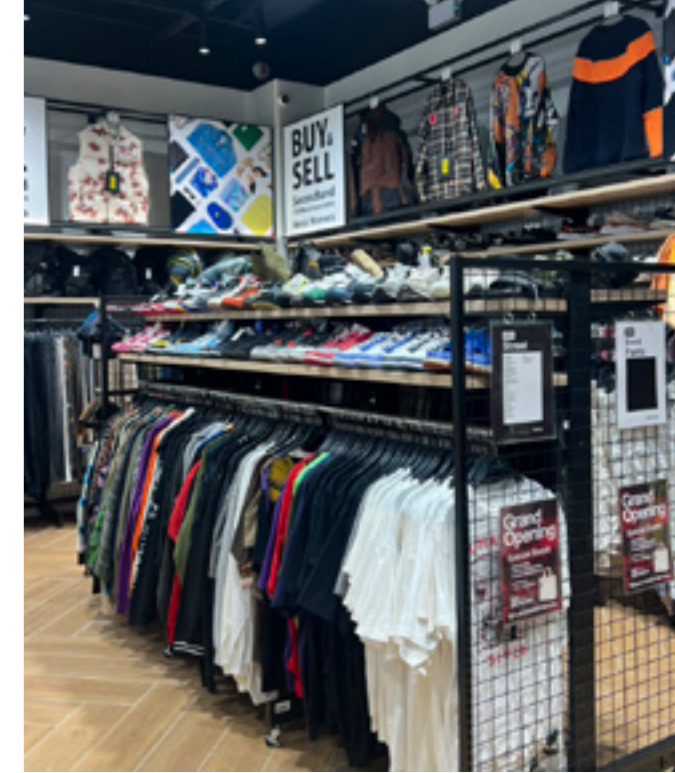
●特に年度表記のないものは2025年度5月末実績



#### 2024年度の振り返りと2025年度の成長戦略

2024年度はグローバル化元年と位置付けました。アメリカと台湾では既存店売上が前年を上回り、衣料特化で多店舗展開する事業者が少ない市場環境の中、先行優位性を確立しました。一方、アメリカでは多州展開の加速に伴い、人員・法規対応が課題となり、管理者の新設、および日本からの法務・財務機能の支援により統制を強化しました。

2025年度は、既存の4つの国と地域で32店舗を集中的に出店するとともに、新たにシンガポールと香港へも進出します。在庫フローについては、これまでの日本から海外への一方通行に加え、海外拠点間での循環も可能にすることで、物流効率の向上と廃棄削減を図ります。



#### 事業責任者メッセージ

### 世界シェア拡大への挑戦



#### 久保 幸司

株式会社ゲオホールディングス  
取締役専務執行役員  
海外セカンドストリート  
事業担当

世界のリユース市場は2025年の2,140億米ドルから2035年には1兆米ドル超へ急拡大すると予測されますが、この市場における圧倒的なリーディングカンパニーはまだ存在しません。当社はこれを好機と捉え、アメリカ・マレーシア・台湾・タイ・シンガポール・香港において出店し、各国の価格帯と嗜好に合わせた商品構成を調整しながら、着実にファンを獲得しています。

2025年度はアメリカ・マレーシア・台湾・タイで計画どおりの出店を進めつつ、シンガポールと香港では小規模の出店でお客さまの反応を検証し、多店舗展開できる汎用モデルへブラッシュアップします。そして、6つの国と地域で培った運営ノウハウを水平展開し、国境を越えた店舗マネジメントをさらに高度化することで、世界リユース市場でのシェア拡大を加速させます。ゆくゆくは「2nd STREET」を誰もが知るリユースチェーンへ押し上げ、業界で圧倒的な世界一を目指していきます。

※ アメリカ48店、マレーシア25店、台湾41店、タイ4店、シンガポール1店、香港1店(2025年5月末時点)



## 企業の在庫課題と消費者の節約ニーズをつなぐ オフプライスストア事業

「ラックラック」は、メーカー・小売店の余剰・滞留在庫を一括買取り、定価を大幅に下回る価格で新品を販売するOPS (Off-Price Store) 事業です。アウトレットでは扱いにくい季節外品や小ロット品も受け入れ、企業の在庫課題を解消しつつ、節約志向が強まる消費者へ「掘り出し物を見つける楽しさ」を提供します。物価上昇下でも来店客数が伸長し、2035年度に500店超を目指す長期成長ロードマップを策定しています。

### 競争優位性

#### 多ブランド一括仕入による在庫調達力

単一ブランド型アウトレットでは扱いづらい多品目商品も引き受け、豊富なバリエーションと仕入コスト削減を両立。

#### 国内トップクラスの出店スピード

年間20店舗ペースで出店を加速し、物件交渉力と取引量で先行者利益を確保。

#### 効率的な店舗運営体制

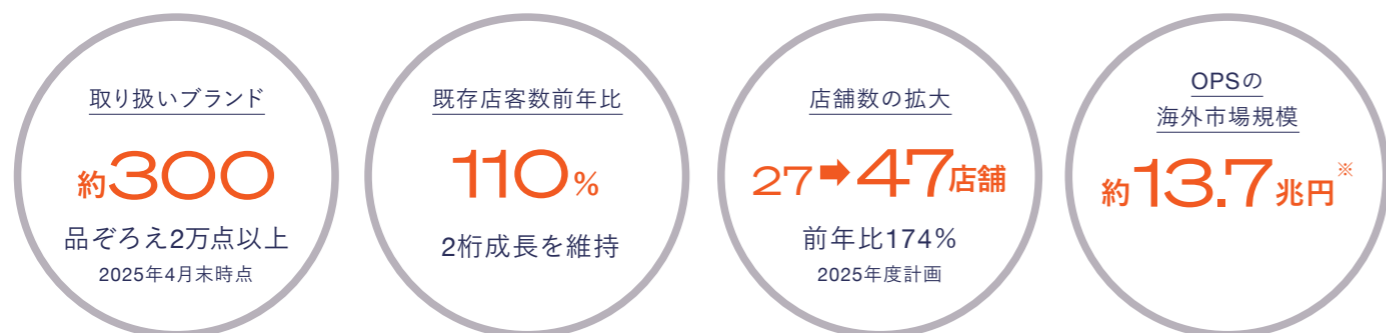
シンプルな什器の採用などにより、出店・運営コストを抑制。

#### 誰もがアクセスしやすい好立地

郊外や観光地にある一般的なアウトレットとは異なり、駅近の商業施設など誰もが訪れやすい立地に出店。

### トピックス

●特に年度表記のないものは2024年度実績



### 2024年度の振り返りと2025年度の成長戦略

2024年度は「収益モデルの検証」に注力し、多品目の商品を大量陳列するトレジャーハンティング型の売場を確立しました。これにより平均商品単価は低下したものの、客数は前年比110～120%と大きく伸長し、採算性のあるモデルを構築することができました。

2025年度は出店を重ねることで消費者との接点を増やし、店舗体験を通じて事業モデルへの理解と支持を広げていく方針です。実際に商品を手に取り、使用していただくことで、お客さまの満足度を向上させ、リピーターを増やしていくことを重視しています。また、バイヤー経験者の増員と新規取引先の開拓を行い、安定的な商品供給体制の構築に取り組んでいます。



### 事業責任者メッセージ

## OPSモデルが拓く循環型成長ドライバー



#### 滝城 陽介

株式会社ゲオホールディングス  
OPS事業本部 執行責任者  
株式会社ゲオクリア  
代表取締役社長

OPSは、物価高で購買に慎重になるお客さまと在庫を抱えるメーカーの双方に価値をもたらすビジネスモデルです。アメリカでは、OPS 専門企業が合わせて約13.7兆円規模の売上を誇り、アパレル流通の中核を担う存在となっています。日本でも価格に敏感な消費行動が常態化する中、OPSの持つ「高品質・低価格」の仕組みは今後ますます重要性を増していくと考えています。このような社会的・経済的背景のもと、「ラックラック」は日本において新たな市場を切り拓く存在として期待が寄せられています。将来的には、2035年度の500店舗体制の実現を中間目標とし、さらに1,000店舗規模の展開を視野に入れていきます。当社は、日本におけるOPS業態のパイオニアとして、メーカーの過剰在庫解消、消費者の節約ニーズ、そして循環型社会の実現に貢献していきます。

※ 米TJX (TJ Maxxほか) 2024年度売上約8.7兆円【564億米ドル】、Ross Stores約3.3兆円【211億米ドル】、Burlington Stores約1.6兆円【106億米ドル】の合計は約13.7兆円 (881億米ドル、1米ドル=155円換算)



## 買取・販売・B to Bオークションを軸に展開する ラグジュアリーリユース

お蔵ホールディングスは福岡発祥のラグジュアリーリユース専門企業で、2019年にゲオグループへ参画しました。高級時計やブランドバッグを中心に買取・卸売・小売を展開し、「OKURA」の屋号で国内22店舗、台湾1店舗、香港1店舗を運営しています。主力はB to Bオークション「お蔵市場」と、時計・宝飾・バッグ専門の日本オークション協会（JWA）主催オークションで、これらを合わせた月間平均取扱高は約30億円です。また、事業全体の売上の約3割が海外卸売となります。

### 競争優位性

#### オークションと店舗販売の二軸運営

福岡・東京のリアルオークションと店舗販売を組み合わせ、在庫回転日数を短縮しながら粗利益を最適化。

#### 海外直販基盤

台湾で確立した「現地調達×現地販売」モデルで為替影響と物流コストを最小化し、香港・アメリカなど他国での運用も検討。

#### DX強化

2025年10月稼働予定の新オークションシステムで、世界中のバイヤーに向けてWeb入札を導入。

#### 経験豊富な真贋担当者

3年以上の実務経験を積んだ真贋検品担当が本社に常駐。店舗に持ち込まれた真贋判断が難しい商品について、確かな鑑定技術で適正な査定額を算出。

### トピックス

●特に年度表記のないものは2024年度実績



### 2024年度の振り返りと2025年度の成長戦略

2024年度は台湾に直営店を出店し、現地調達・販売を仕組み化しました。また、表参道にヤングヴィンテージ専門店「VALEUR（ヴァールール）」<sup>※1</sup>をオープンし、30～40代の新規顧客を開拓しています。一方、オークション依存の仕入構造による為替変動リスクと個人買取網の弱さは課題です。

2025年度は質店・買取業者とのVC<sup>※2</sup>立ち上げによる仕入力増強と、買取専門店の増加で個人買取の大幅な拡充を図ります。また、Web予約から店頭・出張査定を選べる買取導線を整備し、実店舗を有効活用できる体制を構築。さらに海外業者向け見本市への参加で、為替変動の耐性を強化します。



### 事業責任者メッセージ

## “ラグジュアリーリユースといえばOKURA” 日本発モデルで、世界をリユースで楽しく



#### 古賀 清彦

株式会社ゲオホールディングス  
執行役員  
ラグジュアリー事業担当  
株式会社お蔵ホールディングス  
代表取締役社長

お蔵ホールディングスは、「価値あるモノ」が循環する社会を目指し、「手放す人」と「欲しい人」を結びリユース事業を展開しています。時計やバッグは嗜好品ながら、適切に循環させれば世代や国境を越えた資産となり得ます。当社は確かな鑑定眼を備えた公正な流通プラットフォームとして、その橋渡しを担うことが使命です。

2025年度はラグジュアリー商材の買取強化につなげる導線づくりを整備し、直接仕入比率を高めていきます。

コピー品リスクには、「本物に日常的に触れる」現場研修と現物照合で鑑定精度を保持します。また、台湾で確立した「現地調達×現地販売」モデルを10カ国超に水平展開し、北米見本市参加とオンライン販売で販路を拡大していきます。加えて、海外で仕入れた商品を国内オークションへ循環させ、為替変動を相殺するポートフォリオを構築していきます。これらの施策を通じ、ラグジュアリーリユース分野で世界をリードする企業を目指します。

※1 VALEURでは1980年代以降のアイテムを「ヤングヴィンテージ」とカテゴライズ

※2 VC（ボランタリーチェーン）：独立した小売店や卸売業者などが、共同で仕入れや販売活動を行うことで、スケールメリットを活かし、競争力や効率性の向上を目的とした組織形態



## グローバルに展開する二次元コンテンツのプラットフォーム運営事業

viviONは、“全ての二次元オタクを幸せにする”を掲げ、同人誌・ゲーム・ASMR・ボイスドラマなど二次元コンテンツの制作・流通・翻訳・グッズ化をワンストップで担う参加型クリエイティブプラットフォームを運営しています。主力の『DLsite』に加え、ボイスコミックアプリ『comipo』、イラストレーター支援『GENSEKI』、VTuber『あおぎり高校』を展開。また、総合オンラインストアである『viviON BLUE』では、通販だけでなく海外への出店など、実店舗での販売にも取り組んでいます。

### 競争優位性

#### 独占タイトルを生むクリエイター基盤

20年以上にわたり築き上げてきた信頼関係により『DLsite』には独自の作品が集まっており、国内同人作品取り扱い数首位を維持。

#### 多層マネタイズ型プラットフォーム

デジタル販売に加え、音声・ASMR・VTuber・グッズEC・リアルイベントまでを自社で完結。ユーザー1人あたりの年間利用額も伸長。

#### 『あおぎり高校』が牽引するIP拡張

人気VTuberの『あおぎり高校』が国内外の若年層リーチを拡大。ゲームIPと連携したASMRやグッズ施策で新規流入を創出。

#### 『みんなで翻訳』による高速グローバル展開

2万人超の翻訳者ネットワークが多言語化を実現。海賊版の流通を抑止しながら海外課金ユーザーを獲得。

### トピックス

●特に年度表記のないものは2024年度実績



### 2024年度の振り返りと2025年度の成長戦略

2024年度は会員数1,560万人（前年比+260万人）へ成長し、作品数・課金ユーザー数とも過去最高を更新。また、QR決済や電子マネーに加え、決済モニタリング基準の強化で安全な決済環境を整備しました。今後は独自ウォレットをはじめとした新たな決済手段の拡充を進めていきます。

2025年度は、①東南アジアを中心とした多言語展開で海外売上比率30%を5年以内に達成、②『comipo』とVTuber関連グッズでファン層を拡大、③多通貨決済と決済モニタリングのさらなる強化で収益基盤を強化し、二次元経済圏を拡大していきます。



### 事業責任者メッセージ

## viviONという名を世界に定着させるために



明石 耕作

株式会社viviON  
代表取締役

1996年誕生の『DLsite』は、同人というニッチな領域からスタートしながらも取扱作品数や取引クリエイター数で国内最大級<sup>※</sup>に成長しました。私たちの強みは、長年築いてきたクリエイターとの信頼関係と“ここでしか読めない・聴けない”作品群です。今後も「クリエイターのニーズを叶える」という姿勢を貫き、独自性のある作品をお預かりする体制を強化していきます。

また、近年では商業電子書籍と同人デジタルコンテンツの垣根は一気に低くなり、市場は世界へ拡大し、海外でもライトなファンが“深いオタク”へと成長しつつあります。私たちは5年以内に海外売上比率3～4割を目標に、13言語でのサービス展開と『みんなで翻訳』による翻訳を加速させることで、その需要を逃さず取り込みます。2025年度からはサービスIDとポイントを「viviON ID」に統一し、サービス間の回遊と取引頻度を向上させ、最終的に「二次元コンテンツといえばviviON」と連想される世界ブランドを目指します。

※ 同人販売プラットフォームにおける当社推計シェアより