

## 対処すべき課題

### ■中期経営計画「Blue Print 2027」の推進

当社グループは、世界中のパートナー企業と共にサーキュラーエコノミーの未来を創造することを旨とし、中期経営計画「Blue Print 2027」の達成に向け、安定した事業基盤のもと持続的成長を加速させ、次のステージに向けた更なる経営基盤の拡充を目指します。

なお、直近の業績動向を踏まえ、2025年から2027年の3か年を対象とする中期経営計画「Blue Print 2027」について以下のとおり一部を変更いたしました。

目指す姿

**「私たちは世界中のパートナーと共に  
サーキュラーエコノミーの未来を創造します」**

長期目標

GCV (Gross Circulation Value) **1兆円**

中期定量目標 (2027)

EBITDA\*

100億円

**135億円**

ROE

15~20%

**15~20%**

配当性向

40%以上

**50%以上**

\* EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 + 持分法投資損益 (のれんの当期償却額は除く)

---

## 「長期目標」

### GCV 1兆円（変更なし）

当社独自の指標であるGCV（Gross Circulation Value）を重要経営指標の一つとし、経済及び環境に与える影響をモニタリングしていきます。今後のリユース市場の拡大を踏まえ、SDGs企業としての優位性を活かし、循環型流通の拡大により長期的な目標としてGCV 1兆円を目指します。

## 「中期定量目標」

### ① EBITDA135億円（変更）

#### ・ライフスタイルプロダクツセグメント

デジタルプロダクツ事業においてはGIGAスクール端末の取り込みやソーシング先強化による流通台数の増加、ファッションリセール事業においてはBtoBオークションの強化による出品・成約点数の増加やC向け事業のプロモーション強化による買取・販売高の拡大を目指します。

#### ・モビリティ&エネルギーセグメント

会員サイトの利便性向上による中古車オークションのシェア向上や検査体制の強化による車両検査台数の増加を目指します。

#### ・M&A戦略

M&Aを実施する体制及び実施後の管理体制を強化し、BtoB事業を軸とした事業拡大のため既存事業とのシナジーやその周辺領域をターゲットとしたM&A・提携等を実行することにより、EBITDA目標への確実な貢献を目指します。

### ② ROE15～20%（変更なし）

ROE15～20%を目標とし、2027年までの維持を目指します。資本コストを意識しつつ、積極的な投資による成長を実現し、持続的な企業価値向上を目指します。

### ③ 配当性向50%以上（変更）

将来の事業展開と経営体質の強化及び設備投資等に備えた内部留保を確保しつつ、連結配当性向50%以上を基本として、中間配当と期末配当の年2回の剰余金の配当を実施します。