

2024年3月期 2Q

決算説明会

株式会社ワットマン

2023年11月30日

Section 01は会社概要のため割愛

Section 02 上期の業績

リユース事業・ホビーサーチ事業ともに好調

リユース事業の好調やホビーサーチ事業の拡大を背景に、連結売上高は前年比112%と堅調に推移。また、1Q・2Qの成長投資にも関わらず、営業利益も前年比119%と増加

Section 03 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 04 進行期の見通し

売上や利益の構成に変動の余地はあるが、現時点では業績見通しを維持

2Q時点で、リユース事業は好調に推移。一方、ホビーサーチ事業の下期は、外部環境の影響で、主に予約商品の仕入に停滞やペース鈍化が発生。売上高や営業利益の構成に変動の可能性はあるが、現時点では当初業績見通しを維持

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	影響は軽微 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	影響あり(－) 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
2 インフレの進行	影響あり(+) 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	影響あり(－) 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
3 円安	影響は軽微 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	影響は軽微 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
4 インバウンド需要	影響は軽微 神奈川県 of 郊外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	影響は軽微 リアル店舗を展開していないため、恩恵はほぼ無い
5 最低賃金引き上げ	影響あり(－) 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	影響あり(－) 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1%弱の影響
6 新型コロナの落ち着きとりオープン	影響は軽微 「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	影響あり(－) 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

* 各外部環境による影響は、「直接的な影響」のみ記載

Section

01

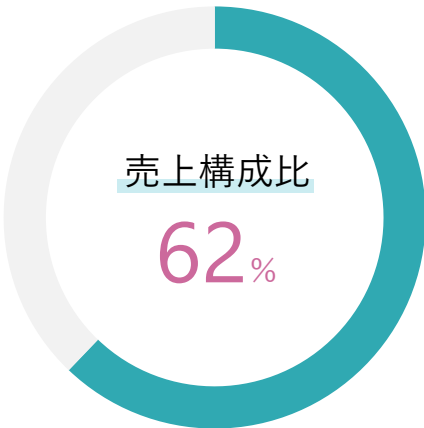
会社概要

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

当社グループ 事業概要

「リユース事業」と「ホビーの新品EC事業」の2つの事業を展開

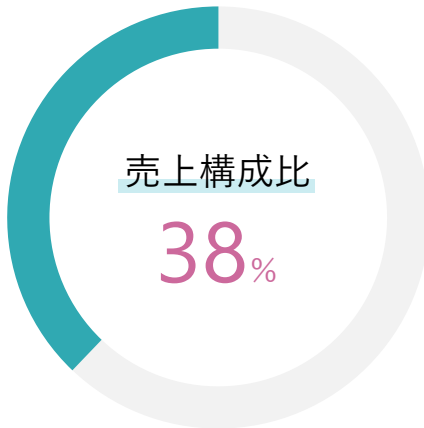
リユース事業



売上高	営業利益
46億円	7.5億円
粗利率	SGA率
62%	46%

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リユース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
28億円	2.0億円
粗利率	SGA率
19%	12%

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、2023年3月期の数値（四捨五入。共通費等406百万円、のれん償却費29百万円は含まず）

『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。

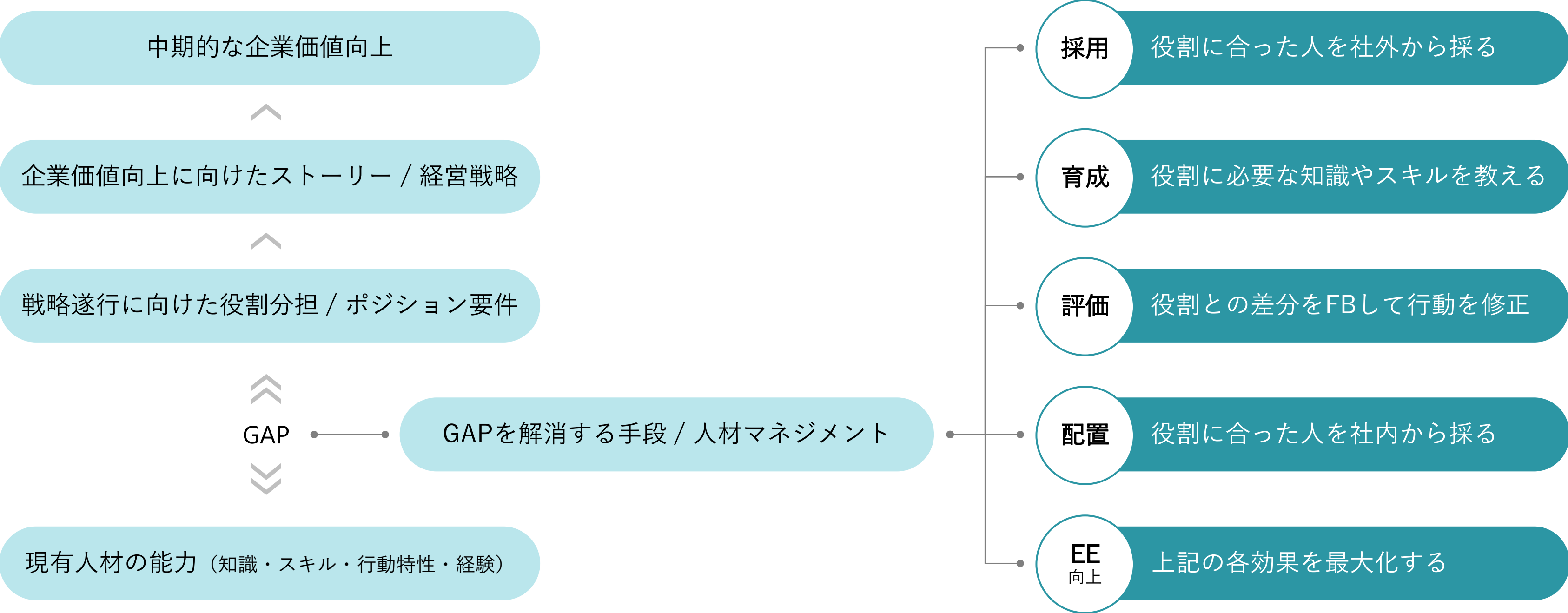
『幸せ』ってなんだろう？人によって幸せに感じることは異なります。幸せのかたちは人の数だけ。ワットマンはこう考えます。働く人の幸せとは、胸を張って『今の仕事が天職だ』と言い切れること。社会の役に立っているという満足感と、成長を通じた達成感。大層な成功体験はいらない。毎日の小さな充実。それだけで人生は満たされる。

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

7

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はなく、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でのみ到達できる」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

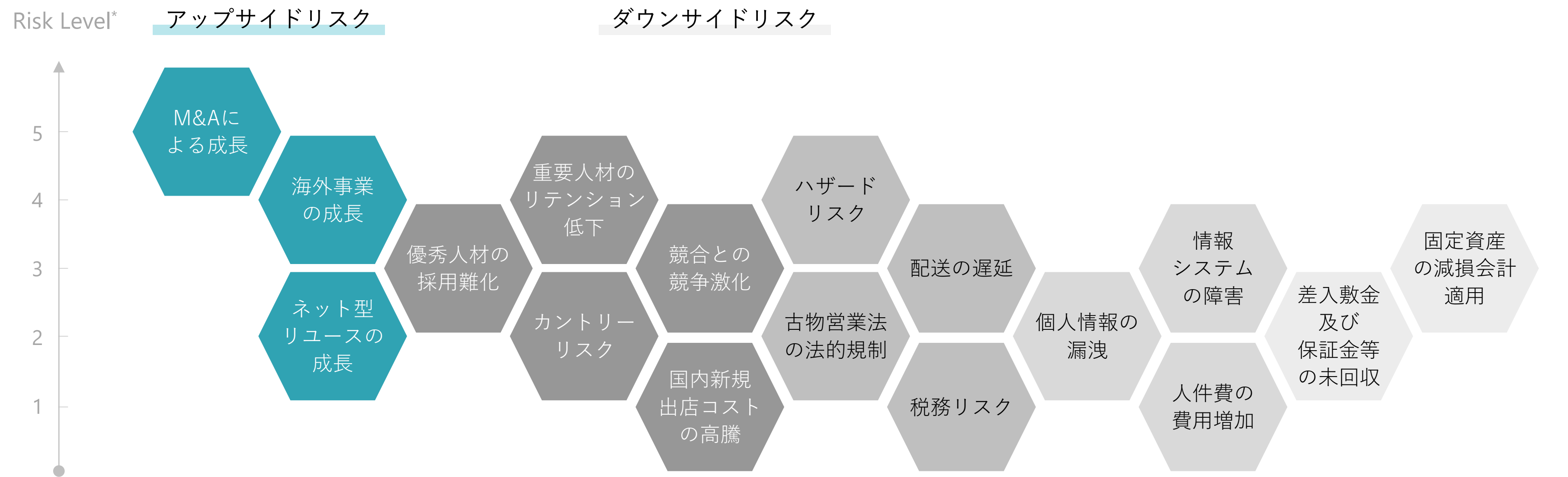
EE 向上

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
- 会社の問題点を忤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%以上または営業利益額に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
	海外事業の成長		4	経営陣の積極的案件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
		人件費の費用増加	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、2023年6月29日開示の「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、リユースされる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

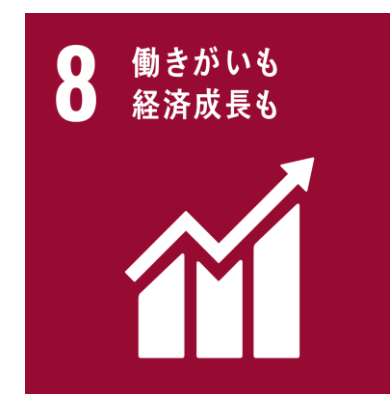


市場価値を高める質の高い教育の提供

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」をテーマに、起業時や他業種への転職時に役立つスキルも教育しています

ジェンダー平等の促進

当社は国内における女性従業員比率 53.9%、海外子会社においては72.4%と比較的女性比率が高い職場です。今後も引き続き女性活躍の機会を拡大していく方針です。また、株式会社ユナイテッドアローズの下取りに協力し、買取金は認定NPO法人乳房健康研究会の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。また、同一労働同一賃金の原則に従い、正規雇用労働者と非正規雇用労働者の間の不合理な待遇差の解消に努めています

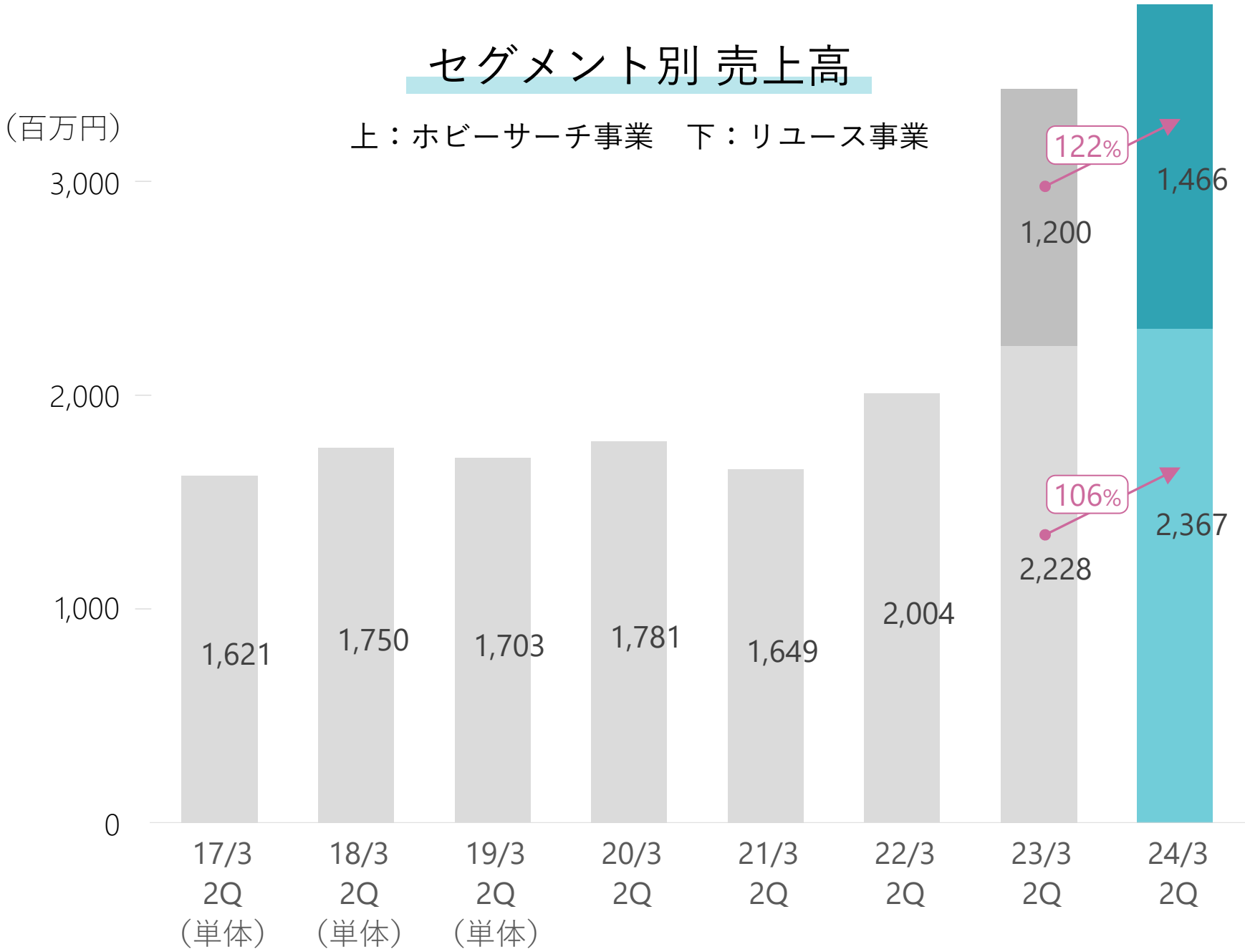
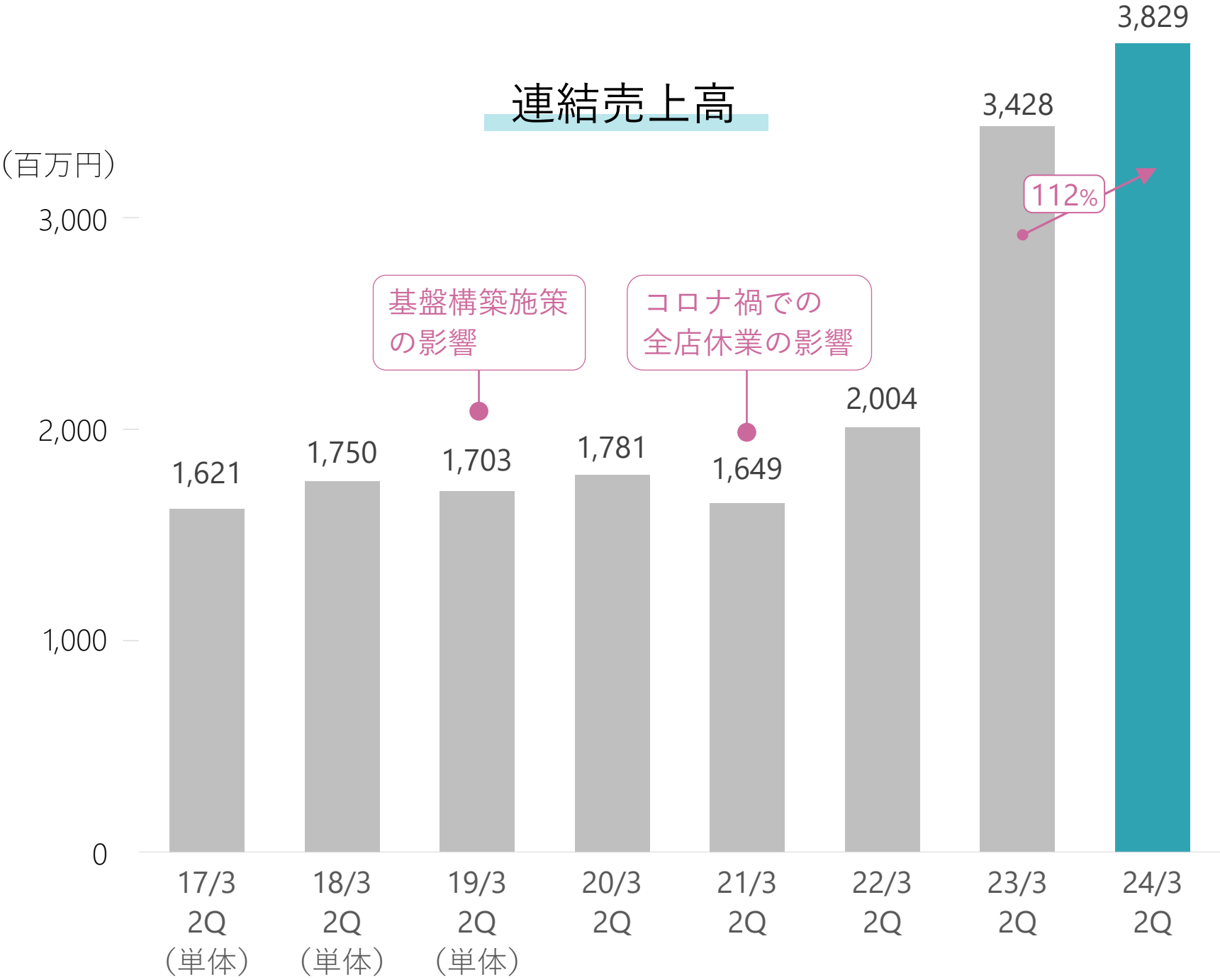
Section
02

上期の業績

2024年3月期上期の財務諸表について説明します

2Q 売上高

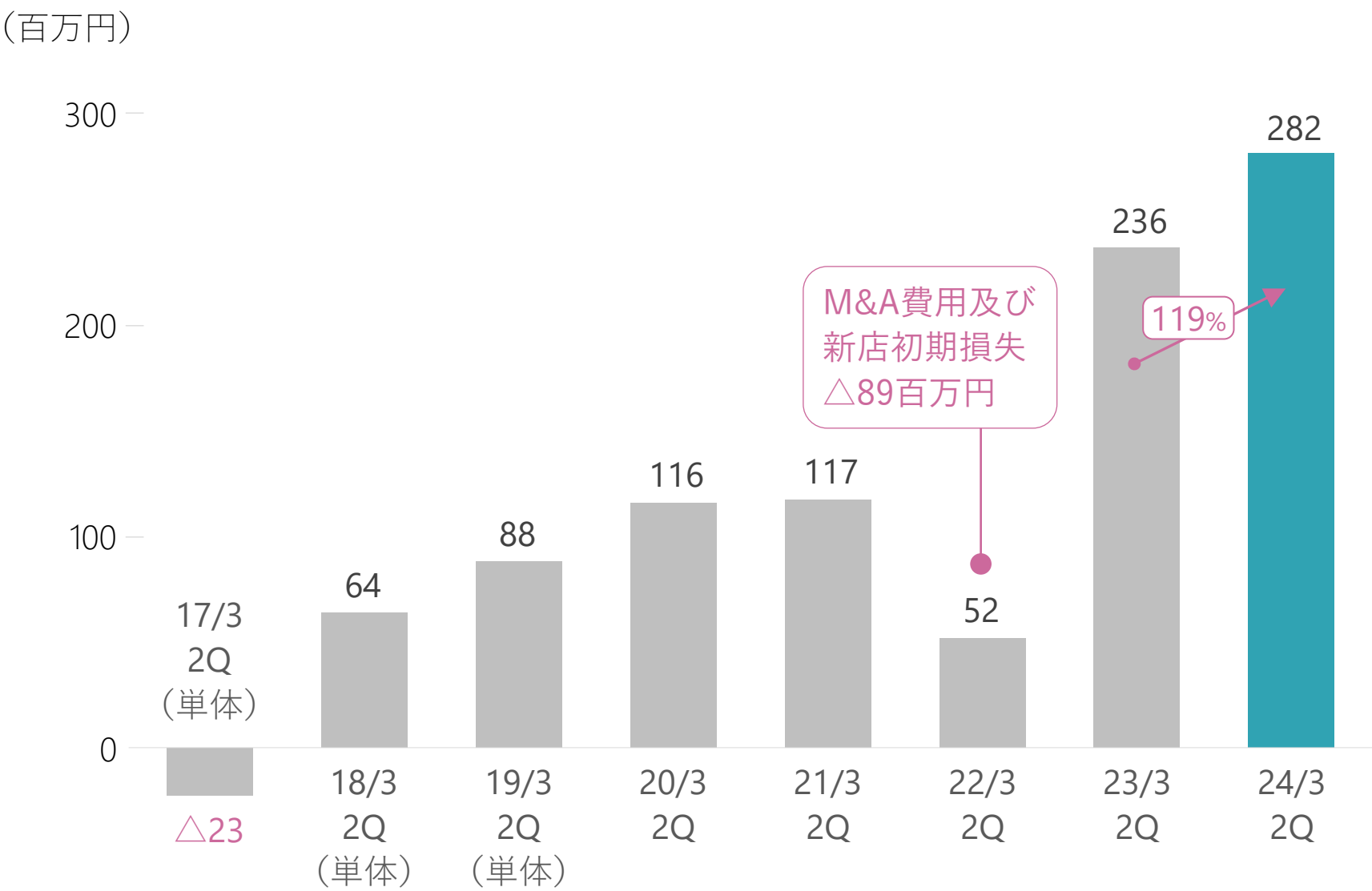
リユース事業、ホビーサーチ事業とも、順調に成長



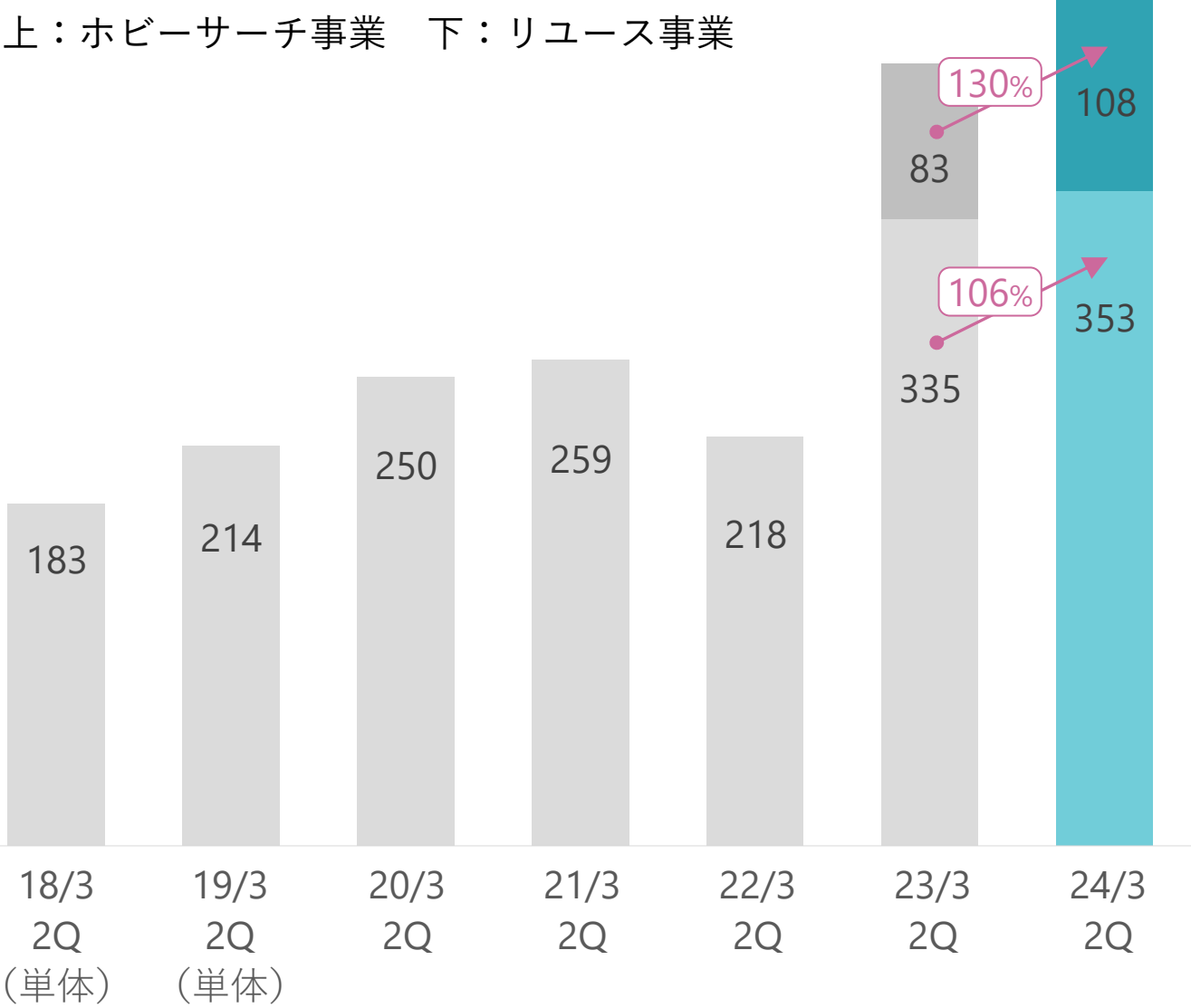
2Q 営業利益

第1Qの総合リユース大型店出店や2Qのホビー業態出店準備に伴い、リユース事業の営業利益は微増に留まる。
一方、ホビーサーチ事業は、売上高の伸長に伴い、大幅増益

連結営業利益



セグメント別 営業利益 (共通費・のれん償却費等控除前)



ホビーサーチ事業の成長等に伴い、連結売上総利益率は低下

単位：百万円

科目	23/3期 2Q		24/3期 2Q		前年同期比	主な要因
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	3,427	100 %	3,829	100 %	112 %	リユース事業及びホビーサーチ事業の成長
売上総利益	1,644	48 %	1,776	46 %	108 %	低売上総利益率のホビー商材拡大による率低下
販売費及び一般管理費	1,408	41 %	1,494	39 %	106 %	リユース事業における新店初期費用等
営業利益	236	7 %	281	7 %	119 %	-
経常利益	226	7 %	284	7 %	126 %	-
四半期純利益	171	5 %	183	5 %	107 %	前年、平塚梅屋事業所撤退等に伴う受取補償金45百万円の計上

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 2Q	増減額	主な要因
流動資産	3,320	3,081	△ 239	現預金や売掛金の減少等
固定資産	1,376	1,428	52	有形固定資産の増加
資産合計	4,696	4,510	△ 186	-
流動負債	1,323	1,099	△ 223	買掛金や契約負債等の減少
固定負債	486	459	△ 27	長期借入金等の減少
負債合計	1,810	1,559	△ 250	-
純資産合計	2,886	2,950	63	四半期純利益の計上、配当金の支払
自己資本比率	61.0 %	65.0 %	-	-

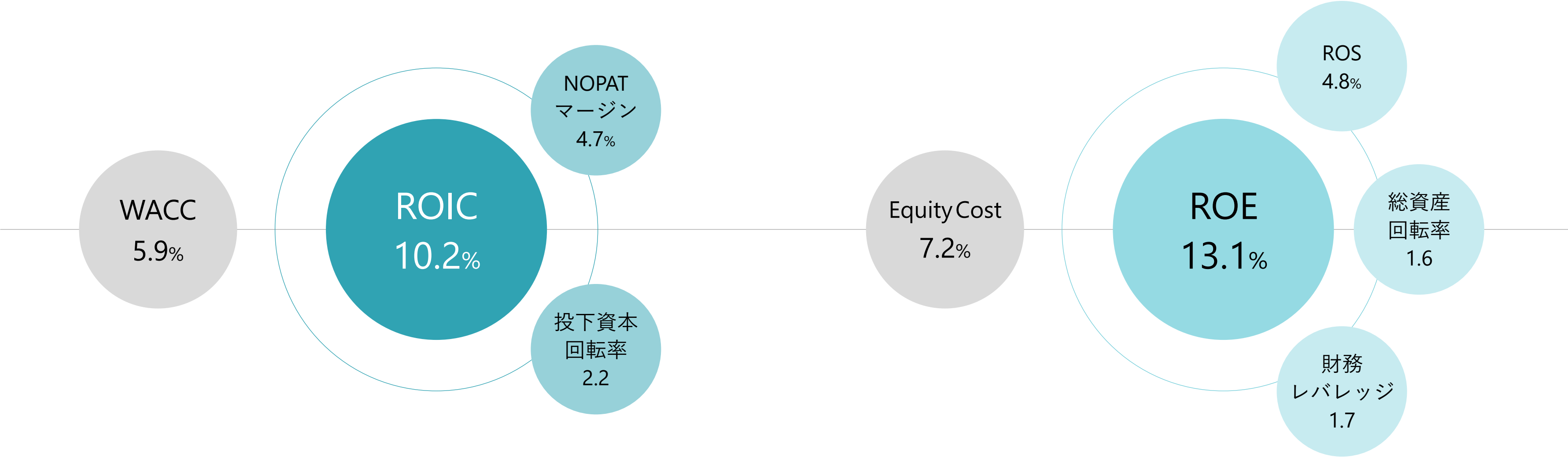
キャッシュ・フロー計算書 概況

現金残高は15億円以上と、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

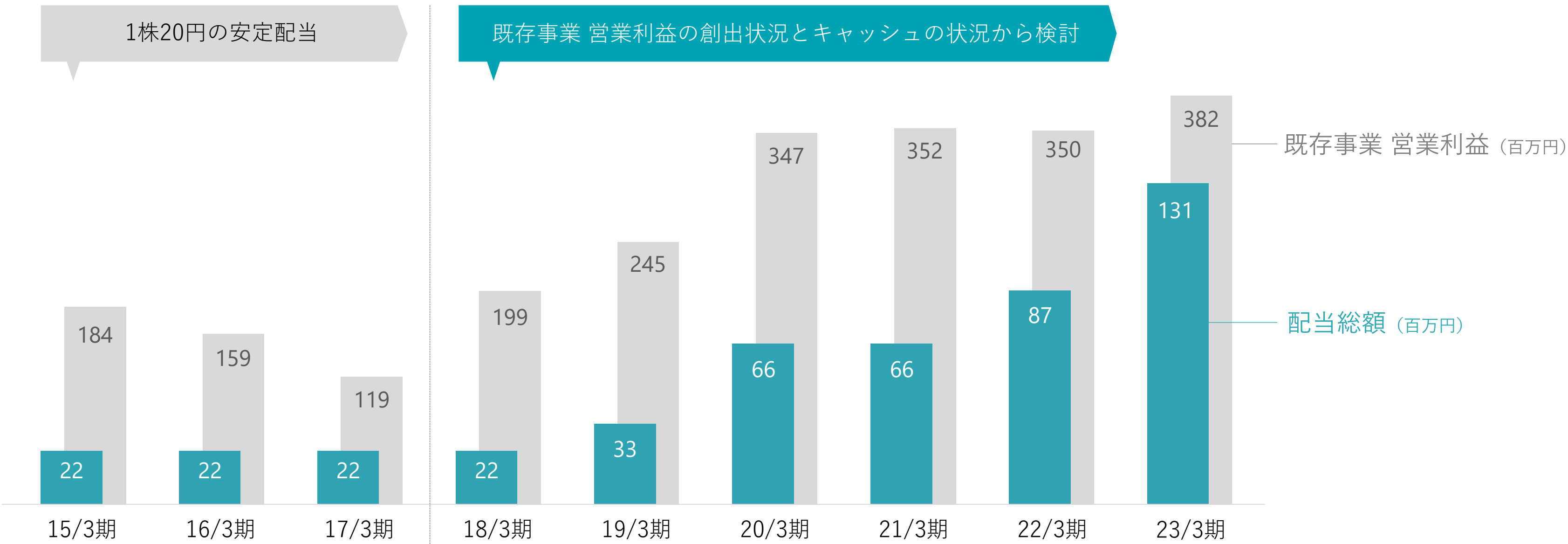
項目	23/3期 2Q	24/3期 2Q	主な増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	254	35	法人税等や売上債権の増加等（に伴う減少）
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 84	△ 69	前期2Qは預り保証金の返還による支出79百万円あり
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 159	△ 200	配当金の支払額の増加
現金及び現金同等物の増減額	12	△ 239	-
現金及び現金同等物の期首残高	1,494	1,811	-
現金及び現金同等物の期末残高	1,506	1,572	-

基盤構築及び成長フェーズにおいては、WACCを超えるROIC創出を最低限の指標とする。23年3月期は主にホビーサーチM&Aの影響で投下資本や総資産に対して効率的に売上高が向上し、ROIC・ROEともスプレッドは拡大



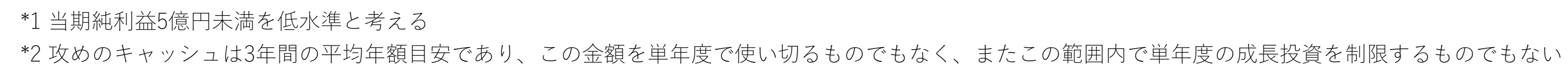
* WACC及びEquity Cost算出においては次の数値を使用。リスクフリーレート：10年長期国債利回り・1年平均、 リスクプレミアム：5.5%、 β 値：120ヶ月間の月次株価データより算出

「安定配当＋基盤構築の進捗*に合わせた増配」を基本方針とし、増配額は配当総額の観点からキャッシュ状況と合わせて検討



* 基盤構築の進捗は「既存事業 営業利益」の創出状況にて見極める。
フリーキャッシュフローや当期純利益は状況見極めに使用しない（成長投資の影響を大きく受けるため、また変数に税率を含み、繰越欠損金の影響等を排除できないため）

期末時点キャッシュから必要と想定される分を控除した残額を配当金として処分



2024年3月期 キャッシュフローアロケーション方針

23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、
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はインオーガニック領域への投資も検討

オーガニック成長投資 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。 23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556百万円創出	インオーガニック成長投資 (M&A) 国内・クロスボーダー問わず幅広に案件を取得し検討。 「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」・「既存ノウハウ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。 21年3月期は「ゲームステーション事業」を譲受。22年3月期は「ホビーサーチ社」をM&A	配当 「安定配当＋基盤構築の進捗に合わせた増配」を基本方針とし、増配額は配当総額の観点からキャッシュ状況と合わせて検討	自己株式取得 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、現時点では単年度の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。 現時点では、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
--	---	---	---

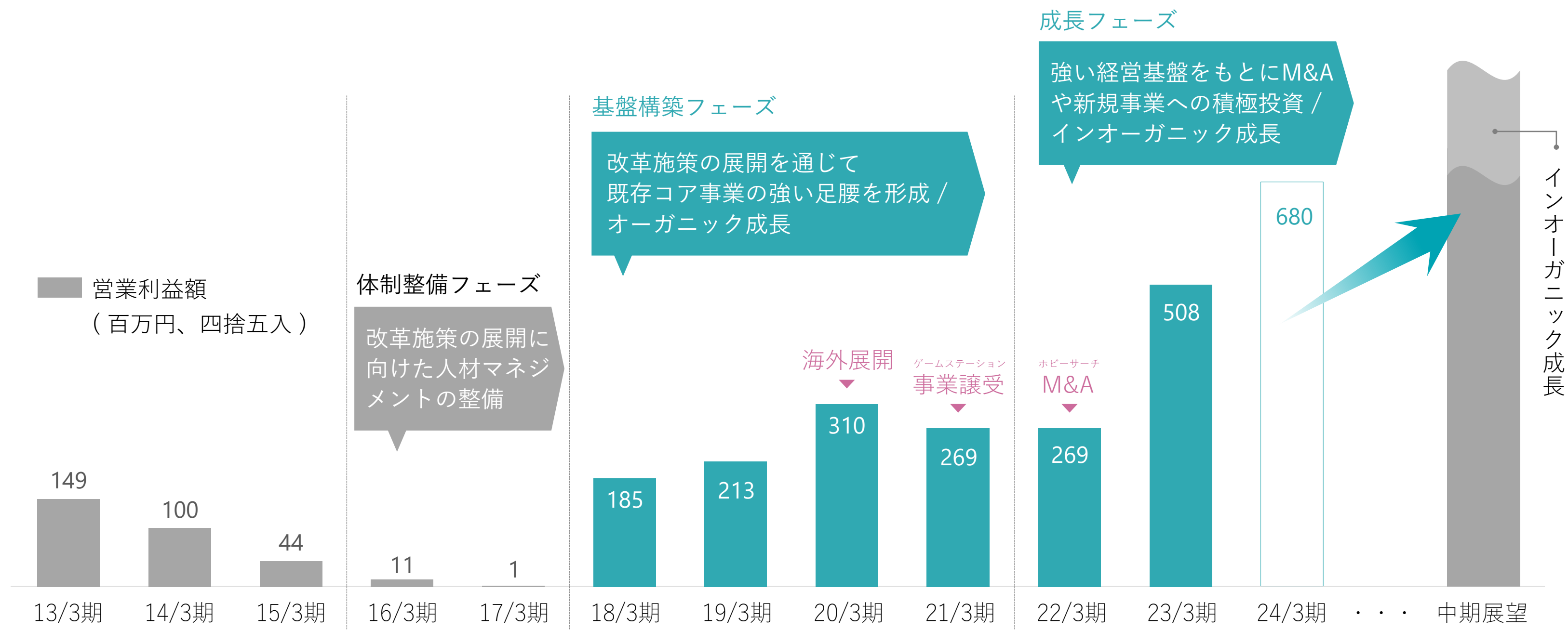
Section
03

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



既存事業に加え、22年3月期からはホビーサーチ事業の成長も戦略にアドオン

03-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.24-31

03-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%以上の成長を目指す

See pp.32-35

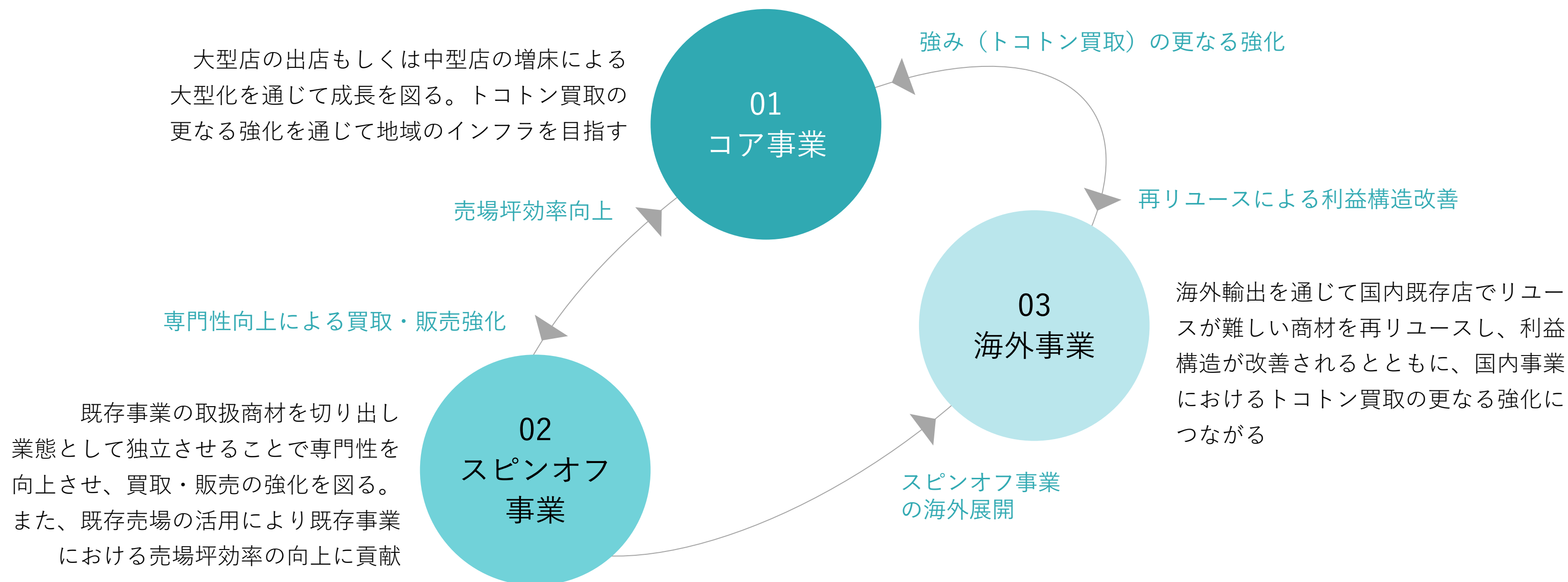
Section

03-a

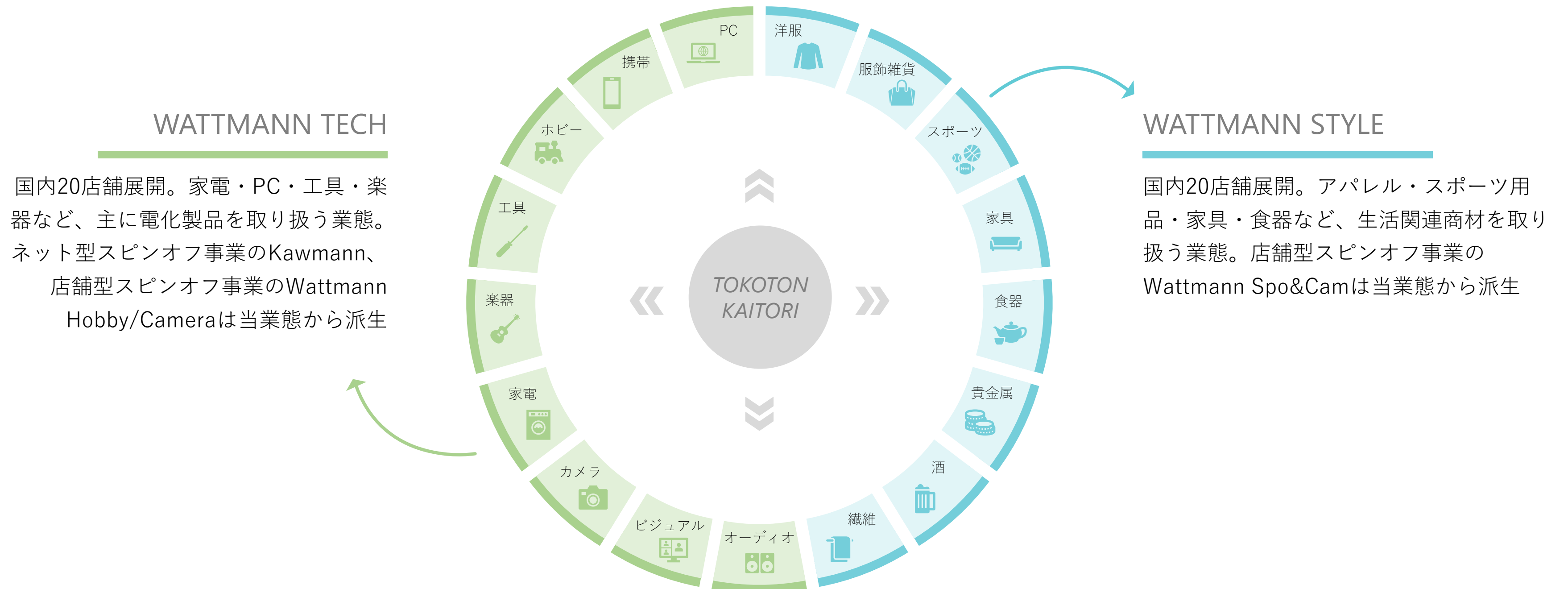
オーガニック成長戦略

戦略の内容と状況について説明します

既存コア事業（総合リユース事業）・スピノフ事業・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



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

この1年半は、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期上期の状況

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、5月本厚木駅前に400坪程度の大型店をオープン



24/3期下期の展開

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ンオフ、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ンオフを図る



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、当事業の外部環境も概ね好況。特に、ホビー商材やスポーツ商材が好調



24/3期上期の状況

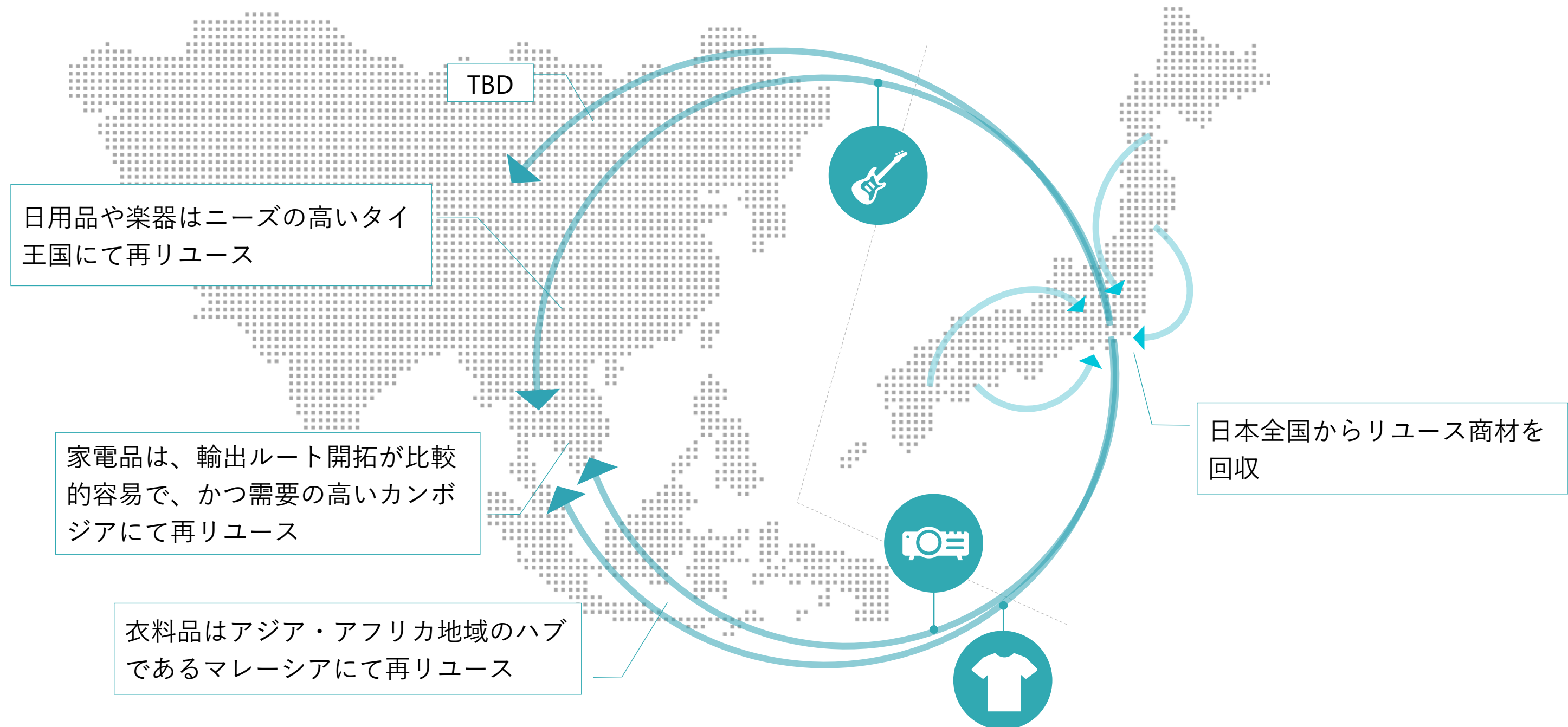
各業態とも売上高・売上総利益率が概ね順調に成長。
また、ホビー業態への安定的な商品供給に向けて、ホビー商材のインターネット買取を行う『ホビー商品センター』を立ち上げ（内部組織のため、月次売上状況の「店舗数」には含めず。2023年12月より販売も開始する予定）



24/3期下期の展開

ホビーOSC湘南シティ店を10月にオープン。ホビー以外のスピンオフ業態においても、中期的には既存業態の多店舗展開を進める予定であるが、短期的には基盤構築に主眼を置き、まずは売上高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、当面は安定的な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

出店しているタイ王国における2023年上期の業況感は、2022年下期から若干悪化。現時点で、リユース商材販売への影響は軽微。

日本からのコンテナ輸出費用は、2022年をピークに落ち着きを見せる



24/3期上期*の状況

2022年下期よりオペレーション等の見直しと改善を行い、コンテナ1本あたり売上高の向上を図る。コンテナ1本当たりの売上高は2022年比で1.7倍と順調に成長。新店として2023年2月にSai3店をオープン



24/3期下期*の展開

引き続き通期黒字化を目標とするが、現時点では中期的な成長を優先し、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期上期：2023年9月までの概況、24/3期下期：2023年10月以降の概況を記載

Section

03-b

インオーガニック成長戦略

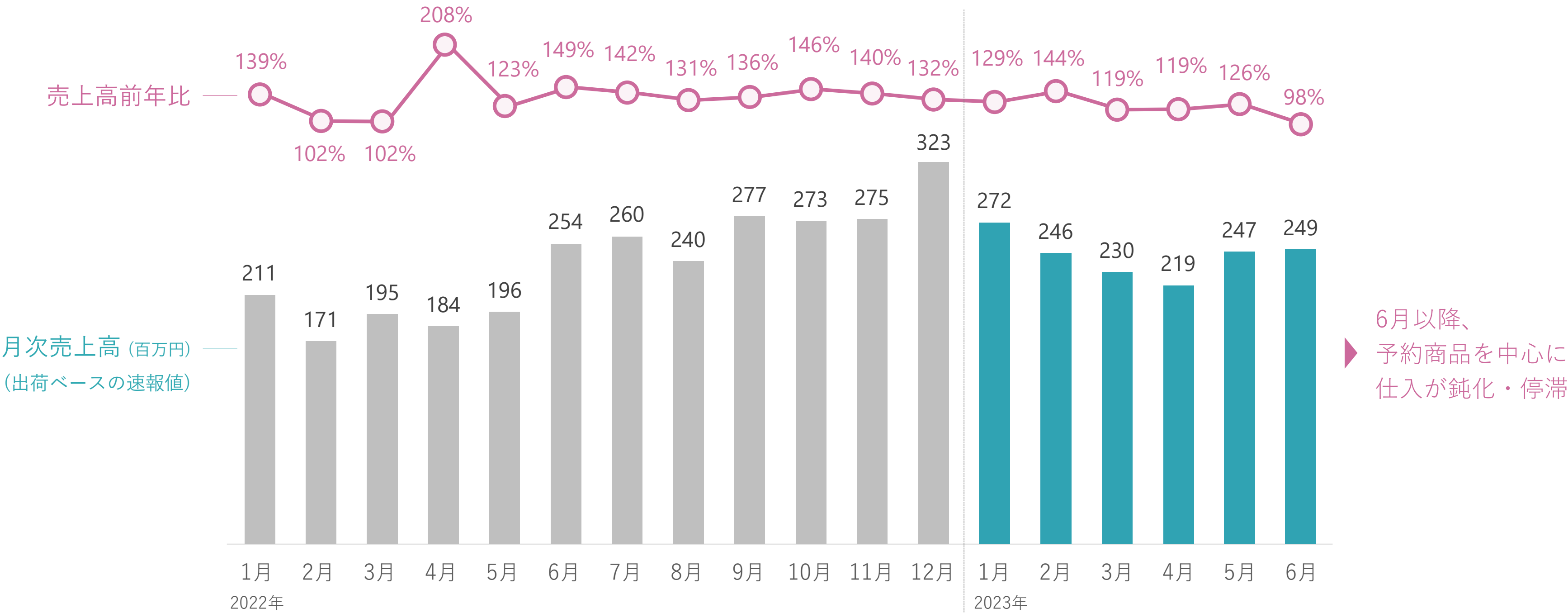
ホビーサーチ事業の内容と状況について説明します

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。

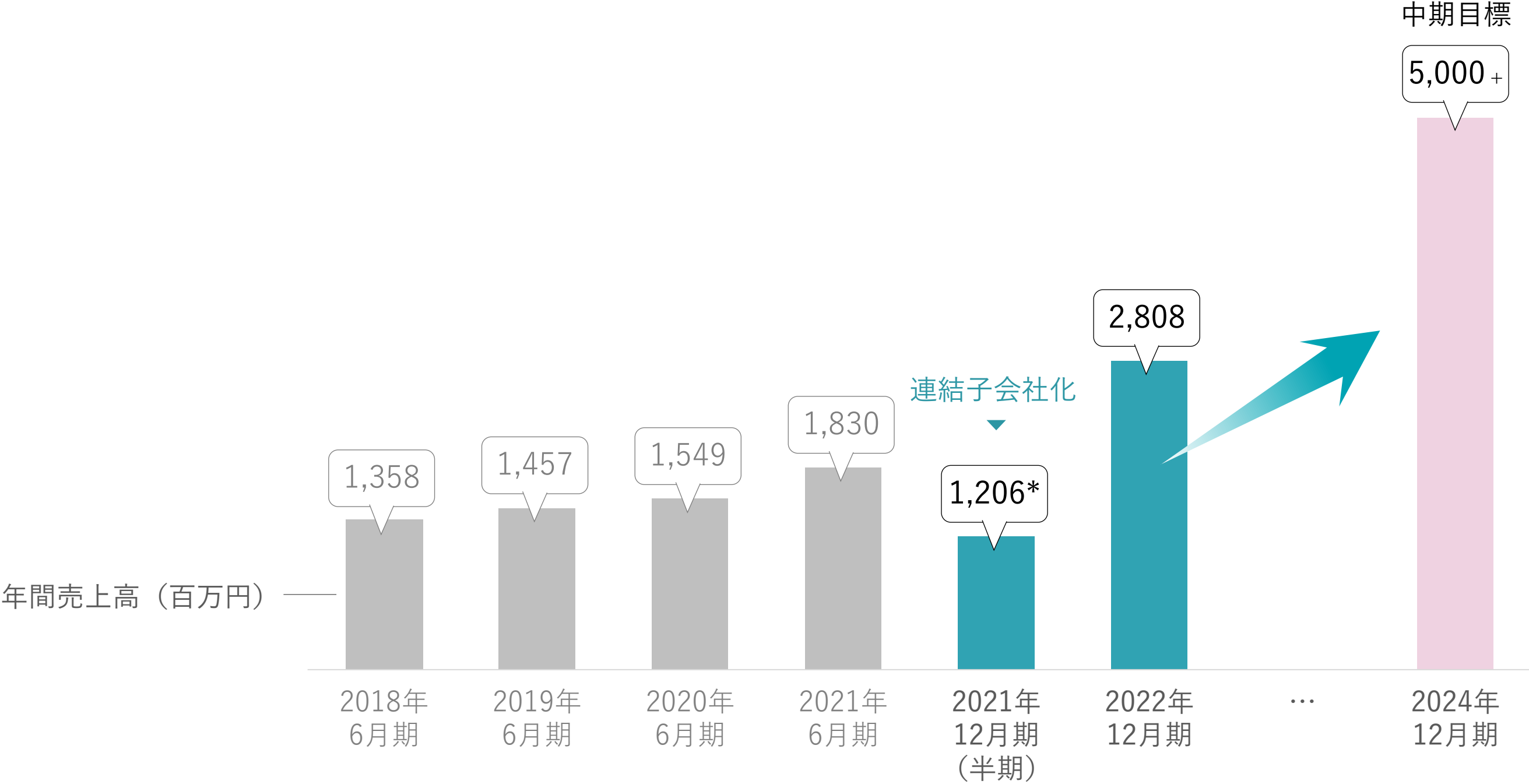


* その他：キャラグッズ、ドール、トレカ、工具・塗料、雑誌・資料 等

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。
仕入停滞への対処を進めつつも、重点は24年12月期に向けた戦略的施策の展開に置く



2021年7月の子会社化以降、半年ごとに3つのフェーズを設けて、オペレーションの効率化や既存顧客への問題点解決に注力。
2023年以降はフェーズを設けず中期目標に向けて機動的に施策を展開



* 2021年1月～12月の売上高は、2,128百万円（出荷ベース）

Section
04

進捗期の見通し

2024年3月期の業績見通しについて説明します

2Q時点で、リユース事業は好調に推移。一方、ホビーサーチ事業の下期は、外部環境の影響で、主に予約商品の仕入に停滞やペース鈍化が発生。売上高や営業利益の構成に変動の可能性はあるが、現時点では当初業績見通しを維持

単位：百万円

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
2023年3月期	7,420	+37.2%	508	+88.7%	508	+74.2%	355	+34.8%
2024年3月期	8,053	+8.5%	680	+33.6%	682	+34.2%	455	+27.9%
	リユース事業は引き続き好調に推移。当初の予想に対して、売上高や営業利益の構成に変動の余地はあるが、現時点では当初業績見通しを維持。ただし、外部環境に予想を上回る変化があった場合、または、M&Aやリユース新規出店等の事業展開が行われた場合、業績に影響を及ぼす可能性あり						—	

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

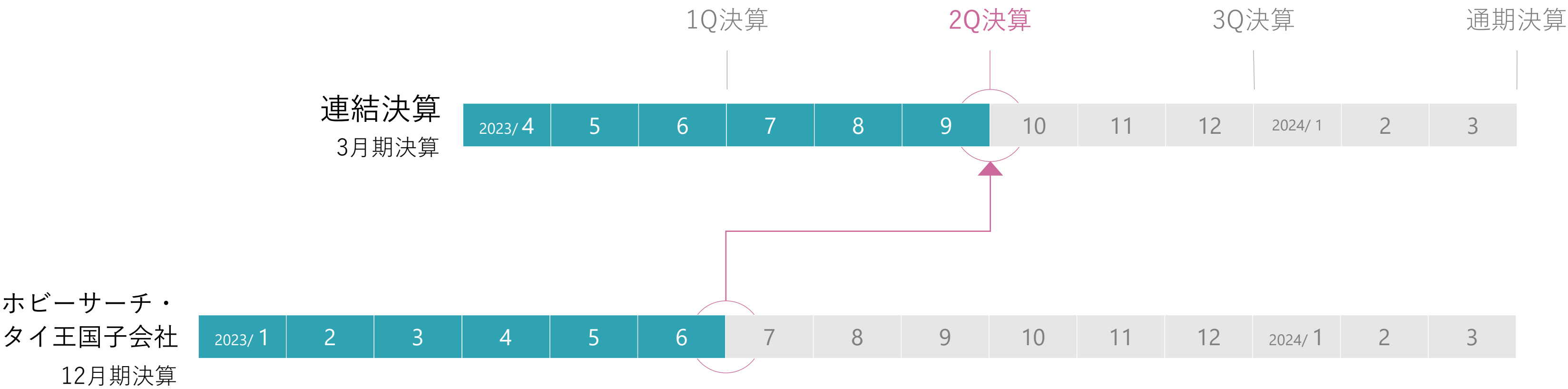
	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期 / as of now
出店	5 カメラ横浜店 ベイタウン本牧店 3業態 Saimai (Thailand)	3 Lam Luk Ka (Thailand) OSC湘南シティ店 2業態	4 2月 Sai3 (Thailand) ※1 5月 本厚木店 2業態 (9月 ホビー商品センター ※2) 10月 ホビーOSC湘南シティ店
退店	1 Sukhumvit 39 (Thailand)	6 Terminal 21 (Thailand) 雑色店 2業態 平塚梅屋店 2業態 BangPhliYai (Thailand)	1 6月 Saimai (Thailand)
M&A	1 ホビーサーチ M&A		

※1 当資料より、海外子会社の出退店については、連結対象期の欄に記載しています。また、店舗名・事業名は略称です

※2 インターナル組織のため、出店数には含めておりません

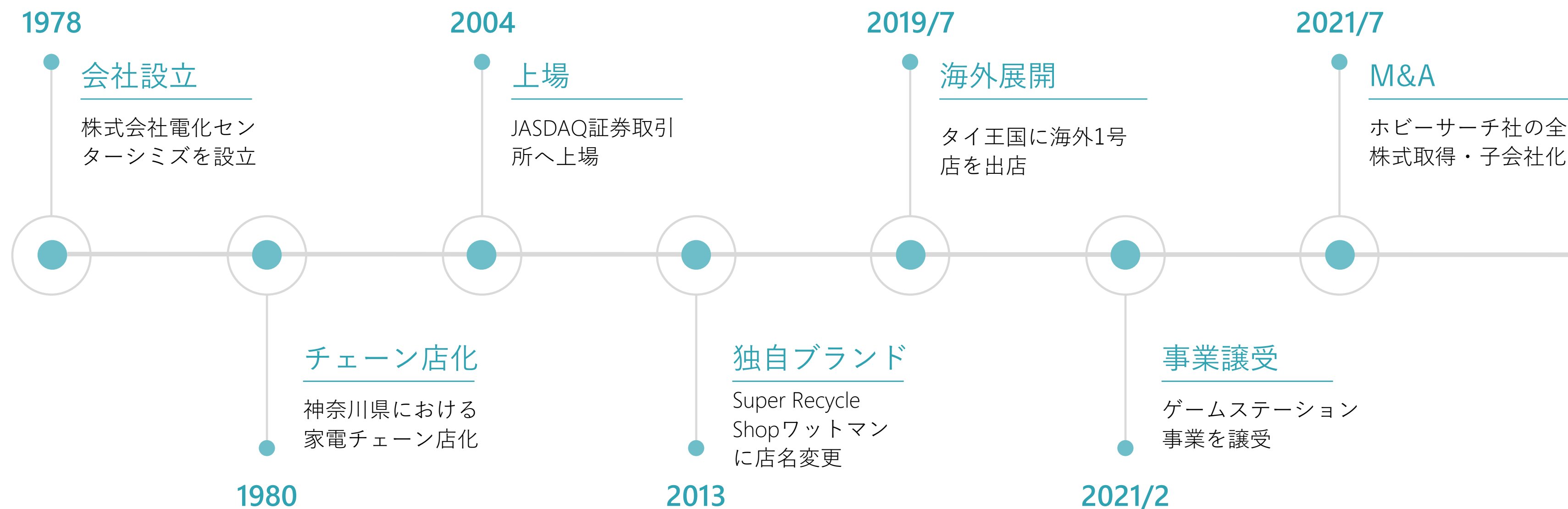
連結決算に関する留意点

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

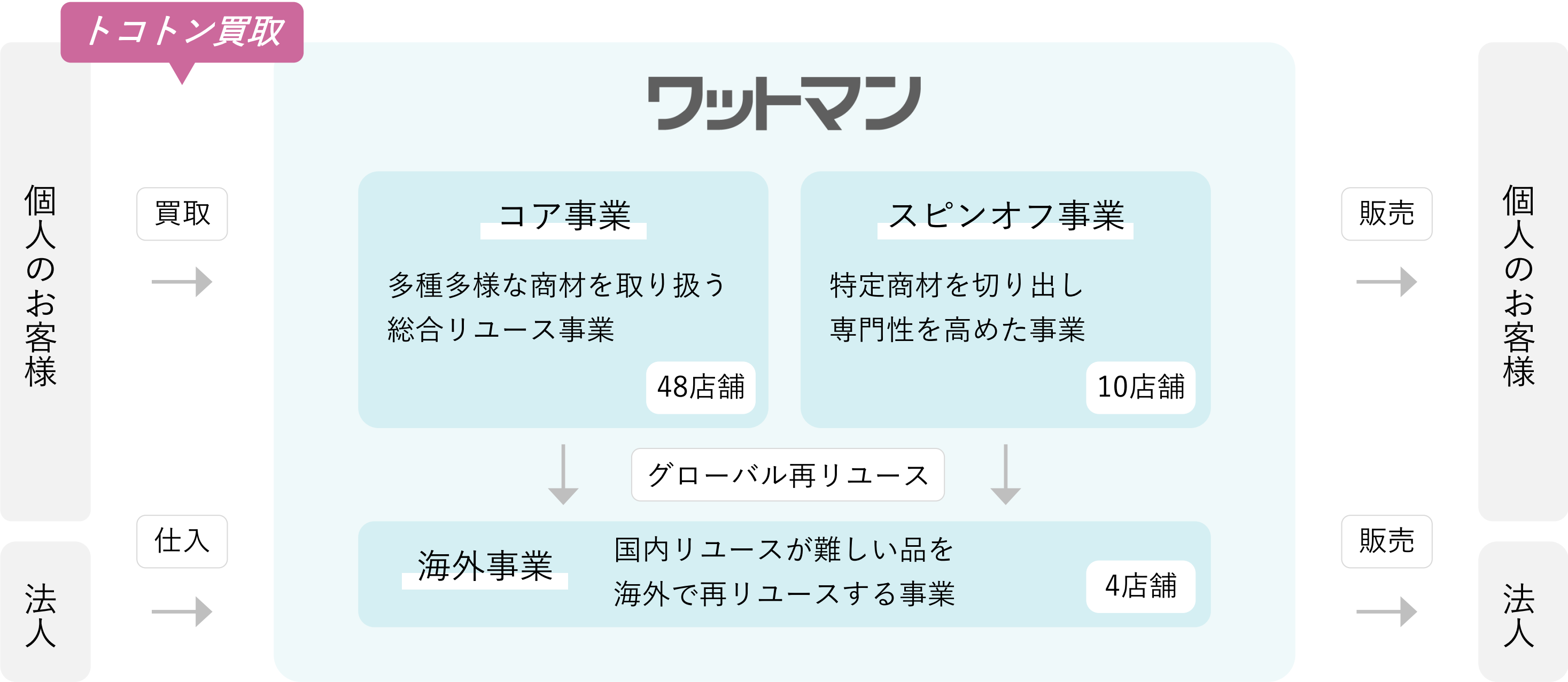


APPENDIX

社名	株式会社ワットマン (WATTMANN.CO.,LTD.)
事業内容	リユース事業（服飾雑貨・家電・本・ゲームソフトなどの仕入販売）
代表者	代表取締役社長 川畑泰史
会社設立	1978年9月
資本金	5億円
従業員数（連結）	637名（2023年9月末）
事業拠点	国内・海外に61店舗（2023年9月末）
発行済株式の総数	9,094,832株（2023年4月1日より1株につき4株の割合をもって分割）

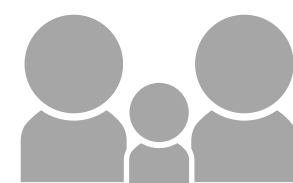


リユース事業を展開。「トコトン買取」を強みに、主に個人のお客様からお買取りし、店舗で商品化し、個人のお客様へ販売

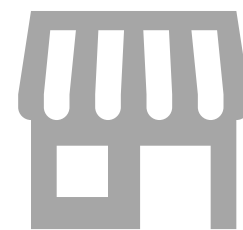


トコトン買取

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取りが可能です。
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

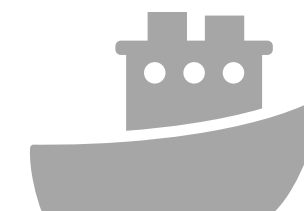


お客様



国内店舗

多様な商品を高速回転
させるオペレーション



海外リユース

国内リユースが難しい品
を海外で再リユース

創業20年以上で蓄積された各種ノウハウにより強い競争優位性を築き、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95万点を超え、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

お問い合わせ

株式会社ワットマン 経理IRグループ

神奈川県横浜市旭区鶴ヶ峰本町 1-27-13

IR問い合わせ : info-ir@wattmann.co.jp