

|| 企業調査レポート ||

## ウイルプラスホールディングス

3538 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2021 年 3 月 25 日 (木)

執筆：客員アナリスト

**瀬川 健**

FISCO Ltd. Analyst **Ken Segawa**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 加速するEV化に向けた取り組み	01
2. 業績動向	01
3. 株主還元策	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業内容	04
■ 事業戦略	06
1. 国内の自動車市場動向	06
2. 同社の成長戦略	07
■ 業績動向	12
1. 2021年6月期第2四半期の業績概要	12
2. 財務状況と経営指標	15
■ 今後の見通し	17
● 2021年6月期の業績見通し	17
■ 株主還元策	19
1. 配当政策	19
2. 株主優待制度	19

## 要約

### 足元の受注状況や好業績を踏まえて 2021 年 6 月期業績予想を上方修正、大幅増益・大幅増配へ

ウィルプラスホールディングス<3538>は、輸入車販売事業を行う 4 社の連結子会社を持つ純粋持株会社である。Jeep、FIAT、BMW、MINI、VOLVO、PORSCHE など 10 ブランドの正規ディーラーを営む。祖業の地である福岡県を始め、東京都や神奈川県、山口県、東北エリアなどで 34 店舗を展開している（2021 年 2 月末現在）。

#### 1. 加速する EV 化に向けた取り組み

世界的に推進されている「脱炭素化」で先頭を走る欧州では、各自動車メーカーが EV 化で日本に先行しているが、同社が取扱うブランドの EV は、Jeep「Regegade 4Xe」(PHV)、FIAT「500e」、BMW「iX」「iX3」、MINI「ミニクーパー SE」、VOLVO「XC40 Recharge」(PHV)、PORSCHE「タイカン」など豊富である。攻めの経営をする同社では、加速する EV 化での先行者利得を追求し、すでに EV 化に向けた設備投資を行い、今後も拡充する方針である。具体的な取り組みとしては、全店舗に最新の充電器の設置を推進（全店舗の 84% に設置済、加えて急速充電器を順次設置中）している。また、いち早く EV の試乗体験を提供するために、EV のデモカー導入も推進している。

#### 2. 業績動向

2021 年 6 月期第 2 四半期の業績は、売上高が前年同期比 10.7% 増の 19,909 百万円、営業利益が同 61.0% 増の 1,205 百万円と 2 ケタ増収・大幅な増益となり、第 2 四半期として過去最高を更新した。大幅増益の要因としては、利益率の高い中古車売上が大きく伸長したことや M&A 店舗の収益性向上、効率化や新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）により研修費・旅費交通費の減少が挙げられる。また、増収の要因としては、新車入荷が若干回復基調であることや中古車販売が好調であることが挙げられる。

足元の受注状況や第 2 四半期までの業績等を踏まえて同社は、2021 年 6 月期通期の連結業績予想を上方修正した。修正後の予想は、売上高が前期比 9.3% 増（前回予想比 6.1% 増）の 38,344 百万円、営業利益が同 58.2% 増（同 55.5% 増）の 1,836 百万円を見込んでいる。同社では、ニューモデルを中心に新車受注活動に注力するとともに、引き続き新車供給が不安定なため、中古車販売にも注力するとしている。また、ストック型ビジネスの拡充を進めるとともに、商品回転率を高め、資本効率のよい経営を目指す。

なお、同社は取り組み方針として、1) 安全な店舗運営と業務の効率化、2) 新車販売シェアの拡大、3) 加速する EV 化への対応、の 3 つを挙げている。「安全な店舗運営と業務の効率化」としては、感染防止対策を徹底すると同時に、オンライン商談や書類の電子化等、コロナ禍での変化に対応した最適な事業活動への転換と、デジタル化による業務の効率化や生産性向上を推進していく。「新車販売シェアの拡大」としては、基本的な成長戦略である「マルチブランド戦略」「ドミナント戦略」「M&A 戦略」の 3 つの成長戦略のもと、積極的な店舗展開により引き続き販売シェア拡大を目指す。加えて、経営基盤を更に強固なものにするために、商品回転率を高め、資本効率のよい経営を目指す。

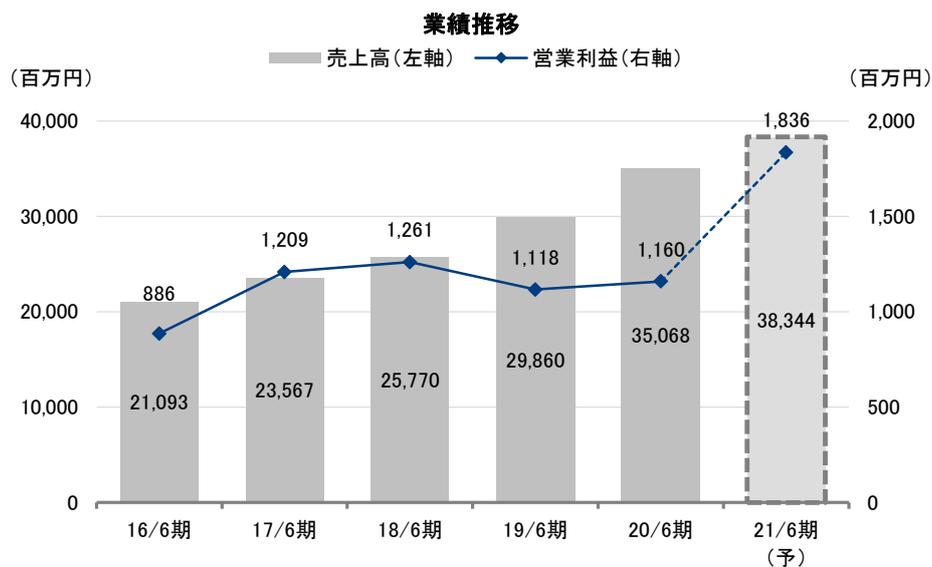
## 要約

## 3. 株主還元策

2021年6月期通期業績予想の上方修正に伴い、期末配当金を1株当たり16.77円(前回予想比8.18円増)、年間配当金を1株当たり21.77円(同8.18円増)に引き上げた。なお同社は配当性向について、これまではおおむね15%前後を目途としていたが、2021年6月期より配当性向の目途を17.5%に高めている。

## Key Points

- ・今後加速すると思われるEVの普及に向けて、設備投資を推進し、顧客へのいち早いEV体験を提供
- ・2021年6月期第2四半期は2ケタ増収・大幅な営業増益、第2四半期として過去最高を更新
- ・足元の受注状況や第2四半期までの業績等を踏まえ、2021年6月期業績予想を上方修正、年間配当金は1株当たり21.77円への引き上げを予定



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 34 店舗で外国メーカー車 10 ブランドを扱う

#### 1. 会社概要

同社は、輸入車販売事業を行う 4 社の連結子会社を持つ純粋持株会社である。国内に 34 店舗を展開（2021 年 2 月末現在）し、ALFA ROMEO、FIAT、ABARTH、Jeep、JAGUAR、LAND ROVER、BMW、MINI、VOLVO、PORSCHE の主要 10 ブランドを販売している。また、店舗については宮城県、福島県、東京都、神奈川県、山口県、福岡県に配置している。

「未来に +  $\alpha$  の喜びを」という企業理念から、社名は「輸入車とともにある未来 (= WILL) のご提供と、プラス (= PLUS) して、関わるすべての皆さまに『喜びのある生活』をご提案できるよう挑戦し続ける」ことに由来している。

2017 年 6 月期から 2020 年 6 月期までの 4 期で、新規出店数が 8 店舗、事業譲受が 4 店舗、既存店の新築移転を 4 店舗、店舗改装を 11 店舗行い、CAGR は売上高 14.2% 増、営業利益 1.4% 増、EBITDA が 10.0% 増となった。一方で営業利益については、2019 年 6 月期に先行投資負担増により落ち込んだ。これは、2020 年 6 月期から収穫することを見込んでいたものの、コロナ禍により小幅な増益にとどまったことが要因である。なお、2021 年 6 月期第 2 四半期累計期間はコロナ禍での事業環境に対応する販売活動を行ったことにより、営業利益は前年同期比 61.0% 増と大幅に改善している。これに伴い 2021 年 2 月、2021 年 6 月期通期の営業利益を前期比 58.2% 増（前回予想比 55.5% 増）に上方修正した。

#### 2. 沿革

1997 年に現代表取締役社長 成瀬隆章（なるせたかあき）氏の父が、福岡県北九州市で設立した株式会社さんふらわあシージェイに始まる。設立後すぐに米クライスラーのディーラーシップを得て、正規ディーラーとして事業を開始した。成瀬氏は、新車及び中古車販売事業に携わり、2004 年 10 月に福岡クライスラーの全株式を取得して独立した。2005 年に東京都大田区に店舗を開業し、東京に進出した。その後、2007 年に株式会社ウィルプラスホールディングスを設立した。

株式公開は、2016 年 3 月に東証 JASDAQ（スタンダード）へ上場し、2017 年 9 月の東証 2 部への市場変更を経て、2018 年 2 月に東証 1 部へ指定替えとなった。

同社は、積極的な M&A により、有力ブランドの輸入車販売権と商圏を獲得するとともに、新規出店により急速に店舗網を拡大してきた。2008 年にチェッカーモータース（株）を完全子会社化し、FIAT・ALFA ROMEO の取扱いを開始し、関東エリアに本格進出した。2009 年には事業譲受により Jeep を扱う首都圏の 2 店舗と BMW 及び MINI の 5 店舗を譲受し、2014 年には VOLVO を販売する帝欧オート（株）を完全子会社した。また、2017 年に設立したウィルプラスアインス（株）は、2018 年にポルシェセンター仙台を事業譲受し、PORSCHE の取扱いと東北初進出を果たした。なお、2019 年 11 月に、同社初となる正規輸入中古車専門店 チェッカーモータース アブルーブド宗像を新規オープンしている。

**ウイルプラスホールディングス** | 2021年3月25日(木)  
 3538 東証1部 | <https://www.willplus.co.jp/ir/>

会社概要

沿革

年月	事業の変遷	ブランド展開	商圏拡大
2007年10月	株式会社ウイルプラスホールディングスを設立		
2008年7月	チェッカーモーターズ(株)を完全子会社化	FIAT・ALFA ROMEOの取扱い開始	関東エリアへの本格進出
2009年7月	クライスラー日本(株)より直営店2店舗を譲受		
2009年9月	ウイルプラスモーターズ(株)が5店舗を事業譲受	BMW・MINIの取扱い開始	
2014年4月	帝欧オート(株)を完全子会社化	VOLVOの取扱い開始	
2017年11月	ウイルプラスアインス(株)を設立		
2018年3月	ジャガー・ランドローバー北九州を新規オープン	JAGUAR/LAND ROVERの取扱い開始	
2018年4月	ジャガー・ランドローバー湘南の事業譲受		
2018年12月	ポルシェセンター仙台を事業譲受	PORSCHEの取扱い開始	東北エリア初進出
2019年3月	MINI 山口、MINI NEXT 周南を新規オープン		中国エリア初進出
2019年4月	ジャガー・ランドローバー三鷹を事業譲受		
2019年11月	初の正規輸入中古車専門店 チェッカーモーターズ アブルブド宗像を新規オープン		

出所：有価証券報告書、決算説明資料よりフィスコ作成

同社グループは、2021年2月末現在で34店舗を展開している。運営する連結子会社別の内訳は、ALFA ROMEO、FIAT、ABARTH、Jeep、JAGUAR、LAND ROVERを扱うチェッカーモーターズが18店舗、BMWとMINIを扱うウイルプラスモーターズ(株)が10店舗、VOLVOを扱う帝欧オートが4店舗、PORSCHEを扱うウイルプラスアインスが2店舗となる。

事業会社一覧

事業会社	チェッカーモーターズ	ウイルプラスモーターズ	帝欧オート	ウイルプラスアインス
店舗数 (2021年2月末)	18店舗	10店舗	4店舗	2店舗
インポーター	FCA ジャパン(株) ジャガー・ランドローバー・ ジャパン(株)	ビー・エム・ダブリュー (株)	ボルボ・カー・ジャパン (株)	ポルシェジャパン (株)
取扱いブランド	Jeep ALFA ROMEO FIAT ABARTH JAGUAR LAND ROVER	BMW MINI	VOLVO	PORSCHE

出所：決算説明資料、会社リリースよりフィスコ作成

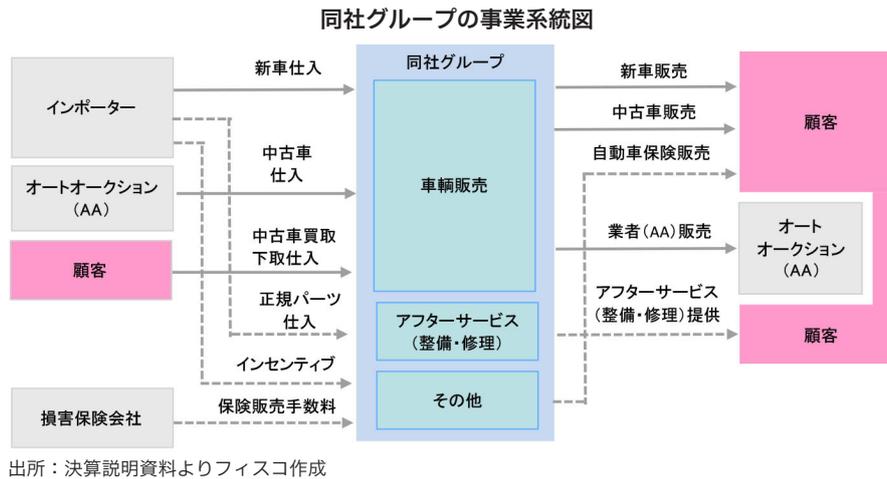
### 3. 事業内容

#### (1) ビジネスモデル

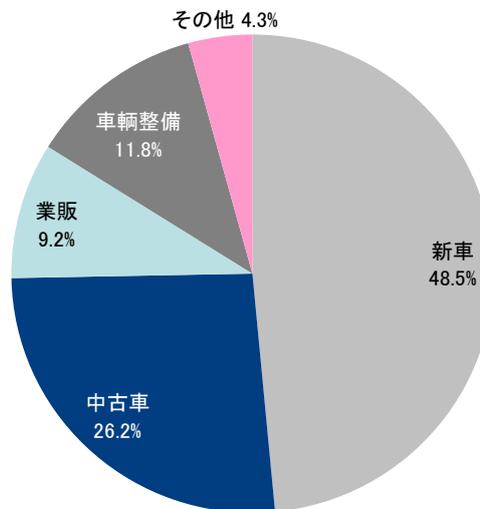
正規ディーラーとしての輸入車販売は、新車をインポーター(海外自動車メーカーの日本子会社)から仕入れ、販売する。インポーターの詳細として、FCA(フィアット・クライスラー・オートモービルズ)グループの日本法人となるFCA ジャパン(株)は、イタリアのALFA ROMEO、FIAT、ABARTHと米国のJeepブランドを手掛ける。ジャガー・ランドローバー・ジャパン(株)はJAGUARとLAND ROVERを、ビー・エム・ダブリュー(株)がBMWとMINIを扱う。VOLVOはボルボ・カー・ジャパン(株)、PORSCHEがポルシェジャパン(株)となる。

## 会社概要

中古車の仕入れはオートオークションや下取りになる。また、同社が扱っていないブランドの下取車は、オートオークションで売却する。その他、車輛の販売に伴う自動車保険販売や、その後のアフターサービス（整備・修理）も提供している。


**(2) 売上高構成**

2021年6月期第2四半期の品目別売上高構成比は、新車が48.5%、中古車が26.2%、業販が9.2%、車輛整備が11.8%、その他が4.3%になる。一方で収益率については、車輛の原価率が高いため、新車の収益率が中古車より低くなっている。またその他については、手数料収入が主体であることに加えて保険手数料が安定収益源となっていることから、収益率が高くなっている。なお、業販は下取車で同社グループが扱っていないブランドの車輛販売を行っている。

**売上高構成比(2021年6月期第2四半期)**


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## ■ 事業戦略

### 成長戦略はマルチブランド戦略、ドミナント戦略、M&A 戦略

#### 1. 国内の自動車市場動向

少子高齢化により、日本の人口は 2008 年に 1 億 2,808 万人でピークを打ち減少傾向にある。2020 年 12 月の概算値では、1 億 2,571 万人とピークより約 237 万人減少した。若者のクルマ離れや高齢者の運転免許返上が取りざたされているが、(一社)日本自動車工業会の統計によると 2020 年 3 月末の普通車、小型車、軽自動車を合わせた乗用車保有台数は 6,181 万台と過去最高を更新し続けている。2020 年 3 月末の乗用車保有台数は、2010 年末と比べて 390 万台増加したが、その内訳は普通車が 291 万台増、小型車が 405 万台減、軽乗用車が 504 万台増となり、構成比は普通車が 28.8% から 31.7% へ、小型車が 41.0% から 31.8% へ、軽乗用車が 30.2% から 36.5% へと変化した。この結果から、消費者の購買行動が二極化したことで、小型車がシェアを落としたと言える。また、軽自動車の規格が、エンジンの排気量が 360cc から 550cc、さらに 660cc へ増加し、ボディサイズも全長が 3 メートルから 3.4 メートルへ、全幅は 1.3 メートルから 1.48 メートルへ拡大されたことで、実用本位の消費者は軽自動車に流れ、趣味性やライフスタイル、価値観を重視する人は普通車に向かった。

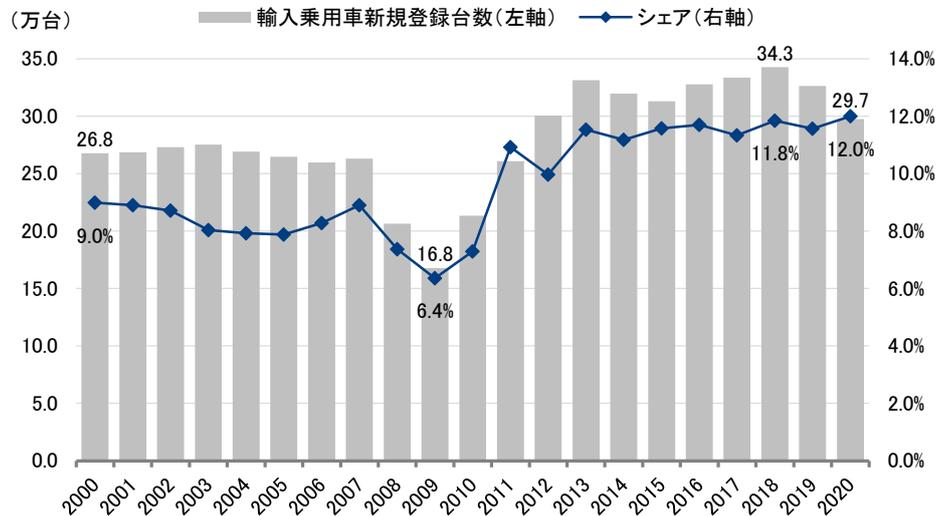
新車販売は、景気や金利、新型モデルの発売時期などの影響を受ける。弊社の調べによると、乗用車の新規登録台数は 2004 年の 476.8 万台がピークとなり、リーマンショックの影響が出た 2009 年に 392.4 万台と 400 万台を割った。その後、2011 年に東日本大震災が発生したことで 352.5 万台まで落ち込んだが、その後は 2019 年に 430.1 万台まで回復した。しかしながら 2020 年はコロナ禍により、380.9 万台（前年比 11.4% 減）に減少している。

輸入車（外国メーカー）の新規登録台数は、1999 年の 27.1 万台からリーマンショック後の 2009 年に 16.8 万台まで縮小したが、その後は回復に転じ、2020 年は 29.7 万台（前年比 8.9% 減）となっている。日本の独自規格である軽自動車を含まない、登録車（普通車及び小型車の乗用車）に対する輸入乗用車のシェアは、1999 年が 9.3%、2009 年が 6.4%、2020 年は 12.0% であった。

世界最大規模の自動車メーカーである VW や、高級車ブランドの Mercedes-Benz、日本でも人気ブランドの BMW を擁するドイツでも、輸入車のシェアは 39.2% と高い。なお、米国は 23.2%、イタリアでは 73.5% であることから、日本の輸入車シェアの拡大余地は大きいと同社グループでは見ている。ちなみに、同社によると、2019 年の日本における輸入車の新車販売高は約 1 兆 5,300 億円であり、市場では中小規模ディーラーの集約化が進んでいる。同社のシェアは 3% 未満であることから、今後も M&A でシェア拡大を目指すとしている。

## 事業戦略

## 輸入乗用車の新規登録台数とシェアの推移



注：輸入車シェアは、登録乗用車（軽乗用車を含まない）に対する輸入乗用車の数値  
 出所：日本自動車輸入組合及び日本自動車販売協会連合会のデータよりフィスコ作成

## 2. 同社の成長戦略

同社グループの成長戦略は、(1) マルチブランド戦略、(2) ドミナント戦略、(3) M&A 戦略である。

## (1) マルチブランド戦略

同社グループは、10ブランドを扱うマルチブランド戦略を採っている。自動車のモデルチェンジのパターンは、国産車のフルモデルチェンジがおおむね5～7年間隔であるのに対し、欧米車はおおむね7～8年間隔と長い。販売量の波は小さくなっているものの、モデル末期の販売低下や競合車種の新モデル投入には影響を受ける。同社はマルチブランド戦略を採ることで、モデルチェンジによる販売サイクルの波をブランド間の新型モデル投入時期の差異により打ち消し、平準化を図っている。

2020年（暦年）の外国メーカー車新規登録台数のランキングにおいて、同社が取扱う10のブランドはいずれもトップ20に入っている。同社のブランドの選択基準は、1) ブランド内において主要なディーラーとなる可能性と2) ブランド力が強くコンスタントな販売が見込まれることである。同社は、未取扱いブランドの9以上をターゲットブランドとしている。一般的には、海外メーカーの日本子会社であるインポーターが、ディーラー契約に基づくエリアごとの販売権をディーラーに付与し販売させるが、エリアは既に埋まっていることが多いため、既存のディーラーを買収もしくは事業譲受するM&A戦略が重要になる。

## 事業戦略

## 外国メーカー車 新規登録台数（暦年）

（単位：台）

順位	ブランド名	2010年	2015年	2020年	シェア	順位	ブランド名	2010年	2015年	2020年	シェア
1	Mercedes-Benz	30,920	65,159	56,999	22.4%	11 *	Fiat	5,562	6,032	5,889	2.3%
2	VW	46,704	54,765	36,574	14.4%	12	Citroën	2,402	1,978	5,028	2.0%
3 *	BMW	32,426	46,229	35,712	14.0%	13 *	Land Rover	727	2,979	3,945	1.6%
4	Audi	16,854	29,414	22,304	8.8%	14 *	ABARTH		1,472	2,571	1.0%
5 *	BMW MINI	11,338	21,083	20,196	7.9%	15 *	Alfa Romeo	1,816	2,321	1,674	0.7%
6 *	Volvo	7,767	13,510	15,547	6.1%	16 *	Jaguar	1,138	1,349	1,423	0.6%
7 *	Jeep	1,877	7,129	13,562	5.3%	17	Ferrari	493	720	1,085	0.4%
8	Peugeot	6,021	5,906	10,752	4.2%	18	DS		925	908	0.4%
9 *	Porsche	3,335	6,690	7,284	2.9%	19	Maserati	287	1,449	898	0.4%
10	Renault	2,536	5,082	5,963	2.3%	20	Lamborghini	60	349	631	0.2%
						計		180,255	284,471	298,378	100.0%

注：順位とシェアは、2020年暦年のデータ。

\* 同社取扱ブランド

出所：日本自動車輸入組合のデータよりフィスコ作成

## (2) ドミナント戦略

ドミナント戦略は特定の地域に店舗を集中的に出店する戦略を言う。商圈とするエリア内に、新車販売店やショールームだけでなく、アプルーブドカー（認定中古車）を扱う中古車店や整備・点検を行うサービスセンターを併設することで、購入者の選択肢を広げるとともに購入後のアフターサービスなどを提供する。同社にとっては、自社で販売した車種であれば履歴が把握しやすく適切な下取り価格を提示できるほか、取扱ブランドの車種の買取を通して中古車の仕入れを行うことができるというメリットがある。

また、同社ではマルチブランド戦略を活用したドミナント戦略を行っている。その狙いは、顧客に複数の選択肢を提供することによる囲い込みと、グループ内での人材の流動化・最適配置による効率性にある。顧客のモデルサイクルの谷間における他ブランドへの乗り換え、もしくは他ブランドの別車種（例えばSUV）を試したいなどのニーズに対応する。

同社グループのドミナント戦略の具体例として、神奈川エリアと北九州エリアのディーラーネットワークが挙げられる。神奈川エリアでは6店舗を展開しており、その内訳はジャガー・ランドローバー湘南（アプルーブド湘南 / サービスセンター）、ジャガー・ランドローバー湘南（湘南ショールーム・新車販売）、ジープ藤沢湘南、アルファロメオ藤沢湘南、フィアット・アバルト平塚、ジャガー・ランドローバー相模原となる。北九州エリアでは、ボルボ・カー北九州、ジープ北九州、BMW小倉、BMW八幡、MINI小倉、ジャガー・ランドローバー北九州、MINI NEXT福岡東の7店舗に加え、マルチブランドの正規輸入中古車専門店としてチェッカーモータースアプルーブド宗像（福岡県宗像市）を展開している。

ブランド別では、MINIに積極投資をしている。2019年11月に「MINI博多 / MINI NEXT博多」をリニューアルオープンして、最新のCI（コーポレート・アイデンティティ）に準拠した。2020年1月には、「MINI山口 / MINI NEXT山口」をより好立地なロケーションに移転し、最新のCIに準拠した新築店舗をオープンした。さらに2021年2月には、最新のCIに準拠したMINI認定中古車専売店「MINI NEXT福岡東」を新規出店した。また、2019年3月に中国エリアへ初進出を果たしたが、既存の九州エリアの福岡県と比較的近いロケーションの山口県が選ばれた。2021年2月末時点でMINI店舗は、山口県に2ヶ所、福岡県に5ヶ所あり、同エリアでは同ブランドのメジャーな正規ディーラーとなっている。

## 事業戦略

なお、2020 年 12 月には、認定中古車販売の「ジャガー・ランドローバー アブルーブド平塚」及びサービス拠点の「ジャガー・ランドローバー湘南サービス」を「ジャガー・ランドローバー・アブルーブド湘南、ジャガー・ランドローバー湘南サービス」に統合し、新築移転オープンした(最新の CI に準拠)。既設の新車販売店舗「ジャガー・ランドローバー湘南」の近くに移転したことで、顧客の利便性が向上したようだ。

## 同社グループの地域別店舗網 (2021 年 2 月末時点)

宮城県			
仙台			[PS] 新車・中古車・サービス
福島県			
郡山			[PS] 新車・中古車・サービス
東京都			
新宿		[MINI] 新車・中古車・サービス	
池袋			[FT/AB] 新車・中古車・サービス
目黒	[JP] 新車・中古車		
大田		[AR] 新車・中古車・サービス	[FT/AB] サービス
世田谷	[JP] 新車・中古車・サービス	[AR] 新車・中古車・サービス	[FT/AB] 新車・中古車・サービス
田園調布			[FT/AB] 新車・中古車
三鷹			[JG/LR] 新車・中古車・サービス
神奈川県			
湘南	[JP] 新車・中古車・サービス	[AR] 新車・中古車・サービス	[JG/LR] 新車・中古車・サービス
平塚			[FT/AB] 新車・中古車・サービス
相模原			[JG/LR] 新車・中古車・サービス
山口県			
山口		[MINI] 新車・中古車・サービス	
周南		[MINI] 中古車	
福岡県			
小倉		[MINI] 新車・中古車・サービス	[BMW] 新車・中古車・サービス
八幡		[MINI] 中古車	[BMW] 新車・中古車・サービス
北九州	[JP] 新車・中古車・サービス		[VC] 新車・中古車・サービス [JG/LR] 新車・中古車・サービス
福岡東		[MINI] 中古車	
福岡西	[JP] 新車・中古車・サービス	[MINI] 新車・中古車・サービス	
福岡	[JP] 新車・中古車・サービス	[MINI] 新車・中古車・サービス	[VC] 新車・中古車・サービス
福岡南			[VC] 新車・中古車・サービス
久留米	[JP] 新車・中古車・サービス		[VC] 新車・中古車・サービス
宗像	中古車		

注：JP：Jeep、AR：ALFA ROMEO、FT：FIAT、AB：ABARTH、JG：JAGUAR、LR：LAND ROVER、VC：VOLVO、PS：PORSCHE  
出所：決算説明資料、会社リリースよりフィスコ作成

## (3) M&amp;A 戦略

M&A 戦略は、1) 新たなエリアへの進出、2) 新たなブランドの獲得 (マルチブランド戦略)、3) 既存ブランドのシェア拡大になる。なお、進出候補エリアは、人口 100 万人超の政令指定都市\*と 40 万人超の中核都市となる。

\*人口 100 万人超の政令指定都市は、札幌市、仙台市、さいたま市、横浜市、川崎市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、広島市、福岡市。

## 事業戦略

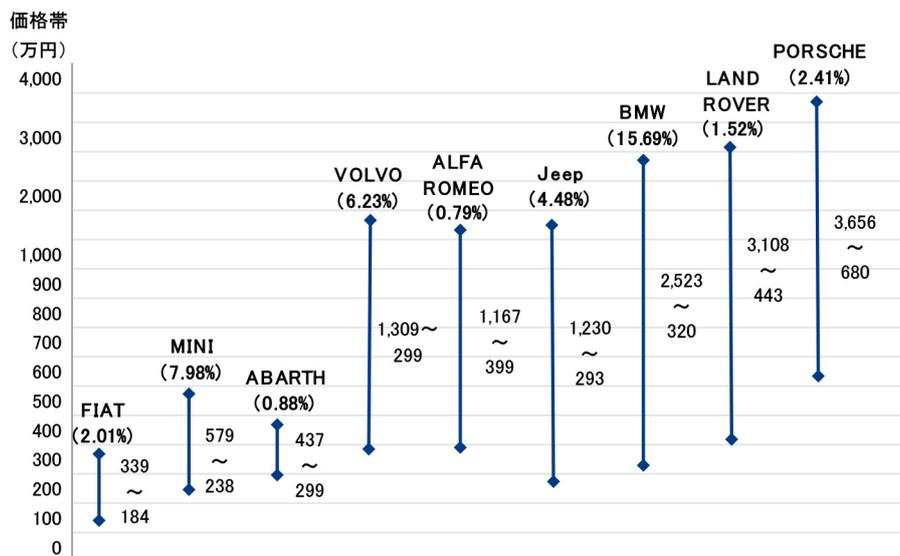
ウィルプラスアインスが 2018 年 12 月に「ポルシェセンター仙台」を事業譲受し、東北エリアに進出した。同ケースでは、新たなエリアへの進出と新たなブランドの獲得を同時に行った。東北エリアの全商圏をカバーするため、2019 年 1 月に福島県に 2 店舗目の「ポルシェセンター郡山」を出店している。通常、新たなエリア進出では、飛び地での成功率が低いため、既存の拠点に近接している地域を選ぶ。高級スポーツカーの代名詞となる PORSCHE は、安定的な販売実績を上げており、2020 年の外国メーカー車新規登録台数では第 9 位とトップ 10 入りしていることから、戦略的に新ブランドの獲得を図ったと言える。

輸入車の全国正規ディーラー網は国産車ほど多くはないものの、同社の拡大余地は大きい。具体的には、日本国内の新車・中古車、サービスを含む拠点数は、BMW が 280 ヶ所、MINI が 207 ヶ所、VOLVO の新車ディーラーが 122 ヶ所ある (2020 年 10 月時点)。

M&A 案件の紹介は、インポーター、金融機関、仲介会社と自社もしくは先方からの直接アプローチになる。今後の成長性や事業シナジーなどを検討し、各種デューデリジェンスを経て、事業計画を策定し、投資回収期間などの確認をする。優先的に案件を紹介してもらえるよう、インポーターとは良好な関係構築を心掛けている。一方、金融機関や仲介会社の場合は、競争入札になることが多い。同社グループは、社内の投資回収基準などに沿って入札する。

また、同社グループが扱うブランドの車種や価格帯はバラエティーに富んでいる。販売価格は、FIAT が 184 万円から 339 万円、MINI は 238 万円から 579 万円、PORSCHE は 680 万円から 3,656 万円となる (2020 年 3 月時点)。以前は、「輸入車のオーナーは富裕層」「輸入車は壊れやすい」などのイメージがあったが、輸入車と国産車の価格差は縮小し、品質も改善した。価格面で手の届く範囲になり、ユーザー層も広がっている。

同社取扱いブランドの販売価格帯



注：()内の % は 2019 年外国メーカー乗用車の新規登録台数シェア。国内シェアは外国メーカー車間のもの。  
販売価格は 2020 年 3 月時点のもの。

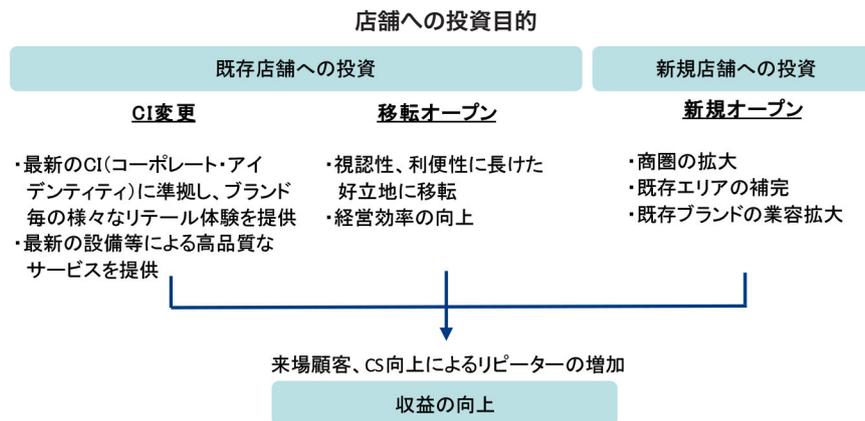
出所：会社資料よりフィスコ作成

事業戦略

(4) 店舗投資など

店舗への投資は、来店客数や顧客満足度（CS）向上によるリピーターの増加につながるため、同社グループでは、既存店舗への投資により最新 CI に準拠してサービス品質の向上を図るとともに、より好立地で経営効率の向上が見込まれるロケーションに移転することを進めている。インポーターは、拡販のための新 CI への投資、納期短縮化のための手厚いディーラー在庫などを求めている。小規模で既存のエリア販売権に安住したディーラーの中には、店舗への投資負担、デモカーの増加、新 CI への対応、事業承継問題などで、事業を譲渡するケースが見られる。

新規出店は、商圏の拡大や既存エリアの補完、既存ブランドの業容拡大を狙う。持続的な成長のために、新規出店と事業譲受により継続的に店舗数を増やす必要がある。企業買収や事業譲受は、前もって時期を決めることができず、投資タイミングを逃すのも得策でない。そのため、M&A を含めた投資には、波が生じる。同社では、2017 年 6 月期から 2020 年 6 月期に積極的な店舗投資を行った。その結果、この期間の CAGR は営業利益が 1.4% 減に対し EBITDA が 10.0% 増であった。店舗改装はおおむね一巡していることから、今後は収穫期に入ることが見込まれる。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(5) 加速する EV 化に向けた取り組み

菅首相は 2020 年 10 月の所信表明演説で、2050 年までに温室効果ガス排出を実質ゼロにする『脱炭素社会の実現』を目指すことを宣言した。世界では、2020 年 12 月時点で 123 カ国・1 地域が 2050 年までの『脱炭素社会の実現』を表明している。

この脱炭素化の潮流で、ガソリン車・ディーゼル車の新車販売を禁止する動きが加速している。一例を挙げると英国及びフランスは、2040 年までに EV 以外の新車販売を禁止することを 2017 年に表明していた。英国はさらにこれを前倒しにし、ガソリン車・ディーゼル車を 2030 年に、ハイブリッド車を 2035 年に販売禁止することとした。その他、米国カリフォルニア州や中国でも同様の取り組みが進んでいる。これに対し日本は、遅くとも 2030 年半ばまでに乗用車の新車販売のすべてを電動化することを検討している。また、小池東京都知事は国に先駆け、2030 年までに都内でのガソリン車の新車販売禁止を宣言している。

## 事業戦略

脱炭素化で先頭を走る欧州では、各自動車メーカーがEV化で日本に先行しているが、これは同社にとっては追い風と言える。同社が取扱うブランドのEVとしては、Jeep「Regegade 4Xe」(PHV)、FIAT「500e」、BMW「iX」「iX3」、MINI「ミニクーパー SE」、VOLVO「XC40 Recharge」(PHV)、PORSCHE「タイカン」などがあり豊富である。攻めの経営をする同社では、加速するEV化での先行者利得を追求し、すでにEV化に向けた設備投資を行い、今後も拡充する方針である。具体的な取り組みとしては、全店舗に最新の充電器の設置を推進(全店舗の84%に設置済、加えて急速充電器を順次設置中)している。また、いち早くEVの試乗体験を提供するために、EVのデモカー導入も推進している。なお、EVのデモカー導入はインポーターに対しても積極的な姿勢をアピールできるので、M&A案件の優先的紹介にもつながる可能性がある。

## 業績動向

### 2021年6月期第2四半期は前年同期比2ケタ増収・大幅な営業増益、第2四半期として過去最高を更新

#### 1. 2021年6月期第2四半期の業績概要

2021年6月期第2四半期の業績は、売上高が前年同期比10.7%増の19,909百万円、営業利益が同61.0%増の1,205百万円、経常利益が同59.6%増の1,204百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同63.3%増の800百万円となった。なお、2021年6月期通期における各利益の期初予想は、営業利益が1,180百万円、経常利益が1,170百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が737百万円であったので、各利益は第2四半期時点で通期予想を上回ったことになる。大幅増益の要因としては、利益率の高い中古車売上が大きく伸長したことやM&A店舗の収益性向上、資源の有効活用や業務フローの見直しによる効率化やコロナ禍により研修費・旅費交通費が減少したことが挙げられる。また、増収の要因としては、新車入荷が若干回復基調であることや中古車販売が好調であることが挙げられる。

#### 2021年6月期第2四半期 連結業績

(単位：百万円)

	20/6期2Q		21/6期2Q		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	17,981	100.0%	19,909	100.0%	1,927	10.7%
売上総利益	3,560	19.8%	4,101	20.6%	540	15.2%
販管費	2,812	15.6%	2,895	14.5%	83	3.0%
営業利益	748	4.2%	1,205	6.1%	456	61.0%
経常利益	754	4.2%	1,204	6.1%	449	59.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	490	2.7%	800	4.0%	310	63.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

## (1) 品目別売上高

品目別売上高では、中古車を中心に、その他を除きすべての品目が増加した。新車販売は、新車入荷の遅れが若干回復基調となったことから前年同期比3.3%増の9,661百万円となった。中古車販売は同34.3%増の5,212百万円と好調で、第2四半期としては過去最高売上となった。中古車販売は仕入れから販売のサイクルが短く、利益率が高いため、大幅増益を牽引した。業販は同12.1%増の1,828百万円、車輛整備は同4.6%増の2,356百万円、その他は同1.7%減の850百万円となった。

## 2021年6月期第2四半期の品目別売上高

(単位：百万円)

	20/6期2Q		21/6期2Q		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
新車	9,350	52.0%	9,661	48.5%	311	3.3%
中古車	3,881	21.6%	5,212	26.2%	1,331	34.3%
業販	1,631	9.1%	1,828	9.2%	197	12.1%
車輛整備	2,253	12.5%	2,356	11.8%	103	4.6%
その他	865	4.8%	850	4.3%	-15	-1.7%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## (2) 店舗展開

2021年6月期上期の店舗展開としては、正規認定販売ディーラーネットワークである同社子会社のチェッカーモーターズが2020年12月、認定中古車販売の「アブルード平塚」及びサービス拠点の「ジャガー・ランドローバー湘南サービス」を「ジャガー・ランドローバー・アブルード湘南、ジャガー・ランドローバー湘南サービス」に統合し、新築移転オープンした（最新のCIに準拠）。既設の新車販売店舗「ジャガー・ランドローバー湘南」の近くに移転したことで、顧客の利便性が向上したようだ。

また、2021年2月には、「ジャガー・ランドローバー相模原」を新規出店した。同店は好立地に位置するうえ、同じ敷地の屋内には認定中古車展示エリアも設けている。さらに、「フィアット / アバルト藤沢湘南」を移転し、「フィアット / アバルト平塚」を移転オープンした。同店舗の内外装は、ブランドの世界観を表現する最新のCIに準拠している。加えて、福岡東エリアのカバー率を強化するため、最新のCIに準拠したMINI認定中古車専売店「MINI NEXT 福岡東」を新規出店している。

## ウィルプラスホールディングス

3538 東証 1 部

2021 年 3 月 25 日 (木)

<https://www.willplus.co.jp/ir/>

## 業績動向

## 店舗展開

	18/6 期	19/6 期	20/6 期	2021 年 2 月末
新規出店	2 店舗 アルファロメオ大田 (18/1) ジャガー・ランドローバー 北九州 (18/3)	4 店舗 ジープ目黒 (18/11) ポルシェセンター郡山 (19/1) MINI 山口 (19/3) MINI NEXT 周南 (19/3)	1 店舗 チェッカーモータース アブルーブド宗像 (19/11)	2 店舗 MINI NEXT 福岡東 (21/2) ジャガー・ランドローバー 相模原 (21/2)
事業譲受	1 店舗 ジャガー・ランドローバー 湘南 (18/4)	2 店舗 ポルシェセンター仙台 (18/12) ジャガー・ランドローバー 三鷹 (19/4)		
店舗改装・ 移転改装	3 店舗 アルファロメオ世田谷 (17/9) フィアット / アバルト 世田谷 (17/9) ポルボ・カー福岡南 (17/9) ジープク留米 (18/1)	4 店舗 ジープ北九州 (19/1) フィアット / アバルト 田園調布 (19/1) ポルボ・カー久留米※ (19/1) ポルボ・カー北九州※ (19/1)	5 店舗 MINI 博多 / MINI NEXT 博多 (19/11) MINI 山口 / MINI NEXT 山口※ (20/1) ジャガー・ランドローバー 北九州※ (20/5) MINI 小倉 / MINI NEXT 小倉 (20/5) ポルシェセンター仙台 (20/6)	2 店舗 ジャガー・ランドローバー ・アブルーブド湘南、ジャ ガー・ランドローバー湘南 サービス※ (20/12)、 フィアット / アバルト 平塚 (21/2)
四半期末 店舗数	27 店舗	32 店舗	32 店舗	34 店舗

注：※は新築移転

出所：会社資料よりフィスコ作成

## (3) 来店客数の推移

乗用車の新規登録台数の増減率からコロナ禍の影響を見てみる。前年同月比増減率の推移としては、消費税増税前 (2019 年 7 ~ 9 月) で前年同月比 7.5% 増、駆け込み需要の反動 (同年 10 月 ~ 12 月) で同 16.0% 減、コロナ禍では 2020 年 4 ~ 6 月で同 32.9% 減、同年 7 ~ 9 月で同 14.1% 減であった。コロナ禍の影響を大きく受けていることがわかる。なお、同年 10 ~ 12 月は同 15.4% 増であったが、これは前年同期が駆け込み需要の反動が出たためである。また月次ベースで見ると、緊急事態宣言が発令された 2020 年 5 月が最も落ち込んでおり、5 月以降は底を打っている。

## 乗用車の新規登録台数 前年同月比増減率

年月	普通車	小型車	軽四輪	外国車	年月	普通車	小型車	軽四輪	外国車
19/1	4.0%	-2.0%	0.2%	4.3%	20/1	-10.8%	-12.2%	-13.1%	-3.3%
2	3.3%	-2.9%	-1.2%	-0.4%	2	-14.9%	-5.4%	-8.2%	-9.2%
3	-5.6%	-5.8%	-4.6%	-6.0%	3	-17.4%	0.2%	-6.8%	-13.6%
4	10.9%	-4.7%	3.5%	1.6%	4	-37.7%	-15.7%	-35.4%	-37.2%
5	10.1%	-0.4%	8.6%	-3.1%	5	-50.0%	-31.4%	-55.9%	-46.6%
6	1.4%	-5.5%	-3.2%	-1.7%	6	-29.9%	-22.4%	-14.4%	-32.3%
7	10.3%	-0.1%	-2.1%	2.6%	7	-21.5%	-17.4%	1.7%	-17.9%
8	3.9%	-3.0%	13.0%	0.7%	8	-20.7%	-10.1%	-12.4%	-15.7%
9	16.9%	8.5%	14.1%	8.8%	9	-18.6%	-12.1%	-12.7%	-12.8%
10	-25.3%	-30.2%	-20.4%	-22.0%	10	34.9%	34.0%	24.3%	32.6%
11	-14.9%	-14.1%	-5.6%	-5.9%	11	18.2%	-8.1%	7.2%	-3.7%
12	-7.4%	-12.1%	-14.4%	-13.8%	12	13.9%	0.4%	16.7%	-4.9%

出所：日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会、日本自動車輸入組合のデータよりフィスコ作成

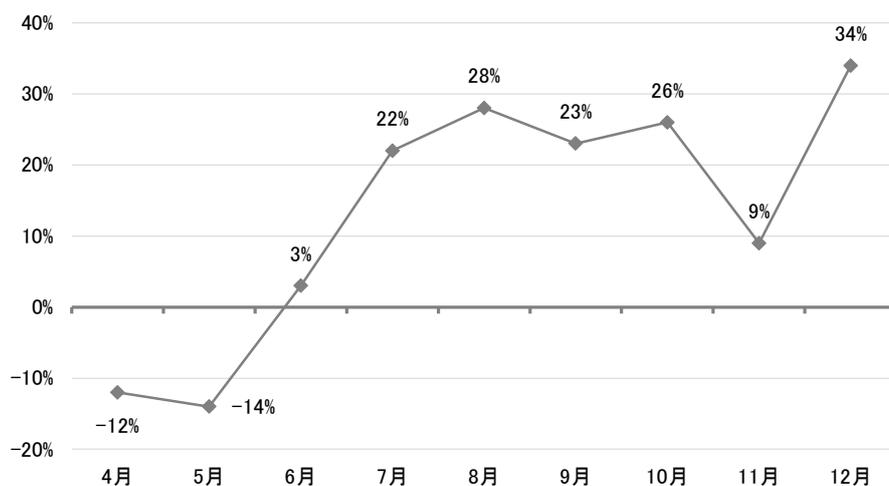
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項 (ディスクレマー) をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

## 業績動向

同社の売上高計上は納車ベースであるため、上記の新規登録台数の推移に運行すると予想できる。しかしながら、先行指標となる来店客数を見ると、緊急事態宣言が発令された 2020 年 4 月は前年同月比 12% 減、5 月は同 14% 減と前年同月を割ったものの、6 月に同 3% 増とプラスに転じ、それ以降は高い伸びとなっている。2021 年 1 月以降の数値は公表されていないものの、この勢いを維持しているとすれば、同社の来店客数が際立って伸びていることがわかる。

2020年月別来店客数推移  
(前年同月比、既存店ベース)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 2. 財務状況と経営指標

2021 年 6 月期第 2 四半期末の総資産は前期末比 146 百万円減の 16,498 百万円となった。流動資産は同 69 百万円減の 9,199 百万円となった。現金及び預金が同 587 百万円増加した一方、たな卸資産が同 705 百万円減少した。これは、仕入れの減少により商品が減ったことに加え、エンジンの多様化対応のために店舗当たりのデモカー台数が増加傾向にあったものが一段落したことによる。負債合計は同 861 百万円減の 9,660 百万円、うち有利子負債は同 254 百万円減の 4,871 百万円となった。前期はコロナ禍の影響で借入金が増加したため現金及び預金を厚くしたが、2021 年 6 月期第 2 四半期は利益が大幅に増えたため、有利子負債を削減した。流動比率は同 6.9 ポイント増の 107.0% となった。また、長期的な財務の安全性の比率である自己資本比率は、同 4.6 ポイント増の 41.4% に改善した。

ウイルプラスホールディングス | 2021年3月25日(木)  
 3538 東証1部 | <https://www.willplus.co.jp/ir/>

業績動向

## 連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	18/6 期末	19/6 期末	20/6 期末	21/6 期 2Q 末	増減
流動資産	7,212	8,247	9,269	9,199	-69
現金及び預金	1,463	1,412	2,522	3,109	587
売掛金	148	217	177	166	-11
たな卸資産	4,974	5,751	5,853	5,147	-705
固定資産	4,100	6,425	7,376	7,299	-77
有形固定資産	3,121	5,228	6,197	6,141	-56
無形固定資産	390	428	342	299	-43
投資その他の資産	588	768	835	858	22
資産合計	11,312	14,673	16,645	16,498	-146
流動負債	5,215	7,492	9,261	8,598	-662
固定負債	1,302	1,759	1,261	1,061	-199
負債合計	6,518	9,252	10,522	9,660	-861
(有利子負債)	2,552	4,429	5,126	4,871	-254
純資産合計	4,793	5,421	6,123	6,837	714
負債純資産合計	11,312	14,673	16,645	16,498	-146
<b>【安全性】</b>					
流動比率	138.3%	110.1%	100.1%	107.0%	6.9pt
自己資本比率	42.4%	36.9%	36.8%	41.4%	4.6pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

2021年6月期第2四半期末の現金及び現金同等物の四半期末残高は、前年同期末比2,266百万円増の3,109百万円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは1,144百万円の増加となった。税引等調整前四半期純利益、減価償却費及びたな卸資産の減少(2,290百万円)が、仕入債務の減少(1,305百万円)を上回った。投資活動によるキャッシュ・フローは、店舗移転など固定資産の取得による支出(259百万円)があり、214百万円の出金となった。財務活動によるキャッシュ・フローは、長期借入金の返済と配当金の支払額により343百万円の支出となった。

## 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	20/6 期 2Q	21/6 期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	-447	1,144
投資活動によるキャッシュ・フロー	-648	-214
財務活動によるキャッシュ・フロー	526	-343
現金及び現金同等物の四半期末残高	842	3,109

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 足元の受注状況や第 2 四半期までの業績等を踏まえ、 2021 年 6 月期業績予想を上方修正

#### ● 2021 年 6 月期の業績見通し

足元の受注状況や第 2 四半期までの業績等を踏まえて同社は、2021 年 6 月期通期の連結業績予想を上方修正した。修正後の予想は、売上高が前期比 9.3% 増（前回予想比 6.1% 増）の 38,344 百万円、営業利益が同 58.2% 増（同 55.5% 増）の 1,836 百万円、経常利益が同 52.9% 増（同 56.3% 増）の 1,830 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 47.1% 増（同 60.1% 増）の 1,180 百万円を見込んでいる。なお同社は、コロナ禍の影響に関しては少なくとも 2021 年 6 月期中は続くと想定している。

2021 年 6 月期通期の業績予想達成に向けて同社では、ニューモデルを中心に新車受注活動に注力するとともに、引き続き新車供給が不安定なため、中古車販売にも注力するとしている。また、ストック型ビジネスの拡充を進めるとともに、商品回転率を高め、資本効率のよい経営を目指す。

#### 2021 年 6 月期 連結業績予想

(単位：百万円)

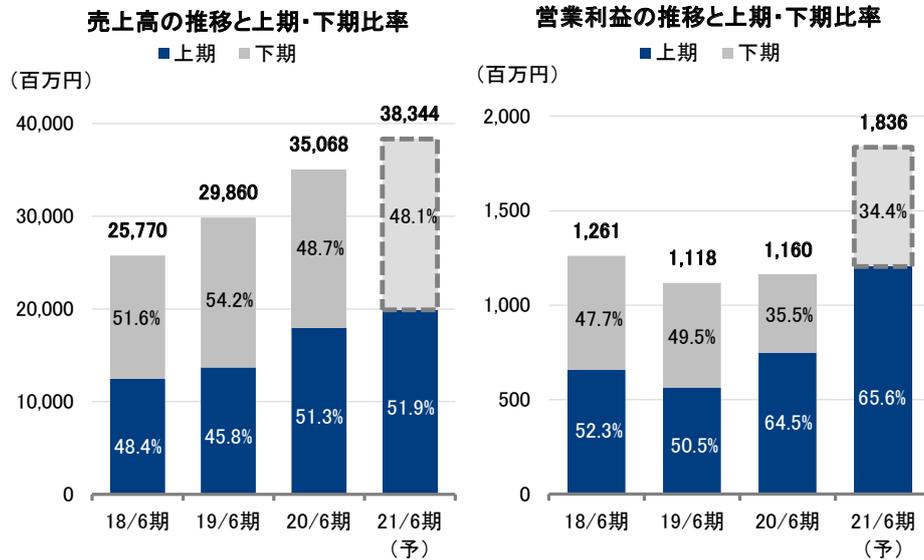
	20/6 期		21/6 期		前期比 (修正予想)		
	実績	売上比	当初予想	修正予想	売上比	増減額	増減率
売上高	35,068	-	36,134	38,344	-	3,275	9.3%
営業利益	1,160	3.3%	1,180	1,836	4.8%	675	58.2%
経常利益	1,196	3.4%	1,170	1,830	4.8%	633	52.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	802	2.2%	737	1,180	3.1%	377	47.1%

注：21/6 期修正予想は 2021 年 2 月 10 日公表のもの

出所：決算短信、会社リリースよりフィスコ作成

2021 年 6 月期第 2 四半期の上方修正後の通期予想に対する進捗率は、売上高で 51.9%、営業利益で 65.6% となる。過去 3 期における第 2 四半期の進捗率と比較しても好調に推移していることから、通期についても計画を達成する可能性は高いと弊社では見ている。なお同社は、M&A や店舗投資など先行投資をした時期は一時的に下回る場合があるものの、営業利益率の基準を 5% としている。これに対して 2020 年 6 月期の営業利益率は第 2 四半期で 4.2%・通期で 3.3%、2021 年 6 月期では第 2 四半期で 6.1%・通期予想で 4.8% となることから、この点でも同社の基準は達成できる可能性が高いと予想できよう。

今後の見通し



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

同社は取り組み方針として、1) 安全な店舗運営と業務の効率化、2) 新車販売シェアの拡大、3) 加速する EV 化への対応、の 3 つを挙げている。

1) 安全な店舗運営と業務の効率化としては、感染防止対策を徹底すると同時に、オンライン商談や書類の電子化等、コロナ禍での変化に対応した最適な事業活動への転換と、デジタル化による業務の効率化や生産性向上を推進していく。一例を挙げると、保険の提案をする場合はタブレット端末を利用することで、スキルにかかわらず誰でも十分に対応できる。また、営業手法として対面での接客だけでなくオンライン商談も加わることで、顧客の多様性に合わせて最適な手法・組み合わせが選択できるようになる。広告宣伝については、従来型では広告の効果を数値化することが困難であったが、Web 広告を活用することで費用対効果が測定できるようになっている。

2) 新車販売シェアの拡大としては、基本的な成長戦略である「マルチブランド戦略」「ドミナント戦略」「M&A 戦略」の 3 つの成長戦略のもと、積極的な店舗展開により引き続き販売シェア拡大を目指す。加えて、経営基盤を更に強固なものにするために、商品回転率を高めて資本効率のよい経営を目指す。具体的には、新車販売はストック型ビジネスに繋がる要で、コロナ禍でも新車は特別な買い物であることに変わりはなく、店舗での試乗ニーズが高い。最新の CI に準拠した高品質な店舗体験を付加価値として提供することで、顧客満足度向上を追求する。

3) 加速する EV 化への対応については既述のとおり、今後加速すると思われる EV の普及に向けて、設備投資を推進し、顧客へのいち早い EV 体験を提供する。

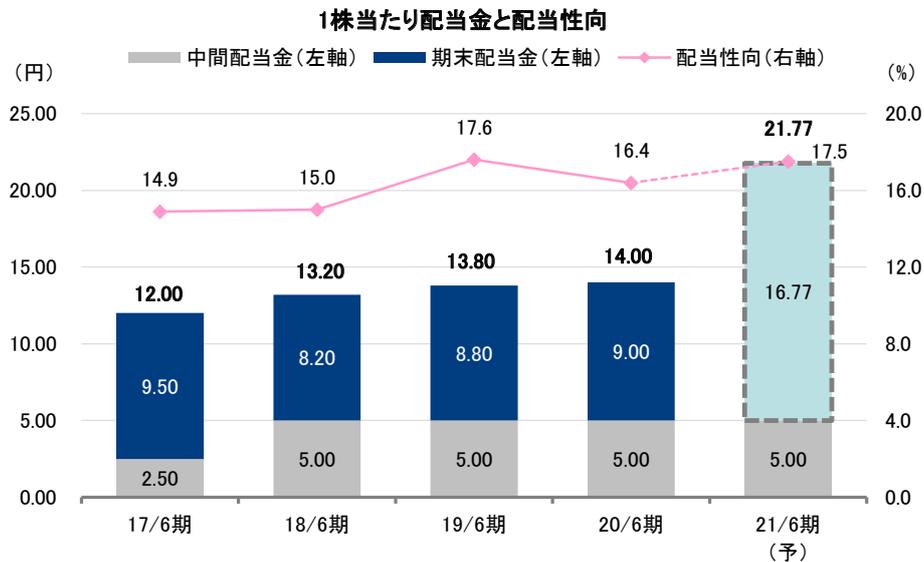
## ■ 株主還元策

### 2021 年 6 月期通期業績予想の上方修正に伴い、 年間配当金は 1 株当たり 21.77 円への引き上げを予定

#### 1. 配当政策

同社は株主還元を経営の重要課題と位置付けており、企業価値向上に向けた内部留保とのバランスを取りながら、安定的かつ継続的な配当の実施を基本方針としている。また、配当性向については、これまではおおむね 15% 前後を目途としていたが、2021 年 6 月期より配当性向の目途を 17.5% に高めている。

2020 年 6 月期は 1 株当たり 14.0 円(中間配当 5.0 円、期末配当 9.0 円)の配当を実施し、配当性向は 16.4% であった。これに対し 2021 年 6 月期は、当初 1 株当たり 13.59 円(中間配当 5.0 円、期末配当 8.59 円)を計画していたが、通期業績予想の上方修正に伴い、期末配当金を 1 株当たり 16.77 円(前回予想比 8.18 円増)、年間配当金を 1 株当たり 21.77 円(同 8.18 円増)に引き上げた。これにより、予想配当性向は 17.5% となる。



注：2017 年 4 月 1 日及び 2017 年 11 月 1 日付で、普通株式 1 株につき 2 株の株式分割を実施。1 株当たり配当金は過去遡及して修正している。

出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 2. 株主優待制度

同社株式への投資の魅力を高め、より多くの方が株式を保有することを目的に、株主還元策の一環として株主優待制度を導入している。毎年 6 月末の基準日に株主名簿に記載され、1 単元 (100 株) 以上を保有する株主を対象として、1,000 円分の QUO カードを提供している。

#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp