

|| 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 10 月 12 日 (火)

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
3. 加速する EV 化に向けた取り組み	11
■ 業績動向	13
1. 2021年6月期の業績概要	13
2. 財務状況と経営指標	16
■ 今後の見通し	18
● 2022年6月期の業績見通し	18
■ SDGs の取り組み	19
■ 株主還元策	20
1. 配当政策	20
2. 株主優待制度	21

要約

2021 年 6 月期業績は上方修正後の計画値を上回り、売上高、利益ともに過去最高を更新。加速する EV 化に積極的に対応することで、先行者利得を追求

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 6 月末現在）。

1. 加速する EV 化に向けた取り組み

日本政府は 2021 年 4 月に、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』達成のために、2030 年度の CO₂ 排出量を 2013 年度比で 26% 削減から 46% 削減に引き上げることを発表した。また、6 月に発表された『2050 年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略』では、遅くとも 2030 年代半ばまでに乗用車の新車販売の全てを電動化するための包括的な措置を講じている。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 は豊富であることから、同社にとっては追い風と言える。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する方針で、全店舗に最新の充電器の設置を推進するほか、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。また、販売だけでなく整備面でも人材育成に取り組む方針である。

2. 業績動向

2021 年 6 月期の業績は、売上高が前期比 16.3% 増の 40,776 百万円、営業利益が同 97.3% 増の 2,290 百万円となり、売上高、利益ともに過去最高を更新した。また、2021 年 5 月に発表した 2 度目の上方修正値に対しては売上高で 3.4%、営業利益で 8.7% 上回った。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の移動手段として自動車が見直されたこともあり、引き続き需要が堅調に推移したことや店舗投資効果により、新車販売が好調に推移したことに加え、中古車販売が堅調に推移した。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、大幅増益も牽引した。また、店舗展開に関わる投資は継続したものの、エンジンの多様化に対応した店舗当たりのデモカー台数の増加が一段落したことにより減価償却費は前期比横ばいとなった。

2022 年 6 月期の連結業績予想については、売上高で 41,067 百万円、営業利益で前期比 6.1% 減の 2,149 百万円を見込んでいる※。コロナ禍の収束期待が高まる一方、再び感染拡大の兆しが見られるなど、先行きは依然として不透明である。これに加えて半導体不足等の影響により、新車では供給の不安定が続くほか、中古車では受給の変化により多少の影響が想定される。このため、新車供給状況や中古車市場の変化の影響を鑑み、営業利益は前期比微減を予想している。

※ 2022 年 6 月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第 29 号）等を適用するため、連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、売上高の対前期増減率は記載していない。

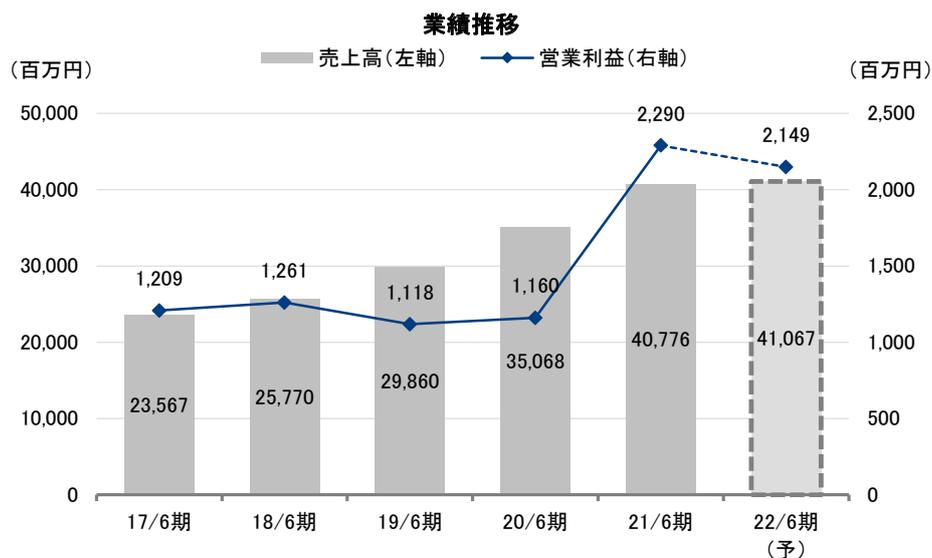
要約

3. 株主還元策

配当性向について同社は、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%へ、さらに2022年6月期からは20.0%への引き上げを予定している。この方針に基づき、2022年6月期は1株当たり29.13円(中間配当5.0円、期末配当24.13円)を予定している。なお、2021年6月期は、当初1株当たり13.59円を計画していたが、業績及び財政状況等を鑑み、期末配当金を2021年5月10日に発表した計画値から2.47円増配の23.26円とした。

Key Points

- ・加速するEV化に積極的に対応することで、先行者利得を追求
- ・2021年6月期業績は上方修正後の計画値を上回り、売上高、利益ともに過去最高を更新
- ・2022年6月期より配当性向の目途を20.0%へ引き上げ予定



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 6 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 + α 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 2021 年 6 月期までの 5 期で、新規出店数が 10 舗、事業譲受が 4 店舗、既存店の新築移転を 6 店舗、店舗改装を 13 店舗行い、CAGR は売上高で 14.7% 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が、2020 年 6 月期から先行投資の収穫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。なお、2021 年 6 月期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、営業利益は前期比 97.3% 増と大幅に改善し、売上高・営業利益とも過去最高を更新した。

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設し、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 を販売する帝政オート（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 の取扱いと東北エリア初進出を果たした。なお、2019 年 11 月に、同社初となる正規輸入中古車専門店の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10月12日(火)
 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ス(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レン(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ス アブルーブド宗像を新規オープン		
2021年 2月	ジャガー・ランドローバー相模原を新規オープン MINI NEXT 福岡東を新規オープン		

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6月期末で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スが18店舗、BMWとMINIを扱うウイルプラスモーターレン(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ス	ウイルプラスモーターレン	帝欧オート	ウイルプラスアインス
店舗数 (2021年6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)	ピー・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

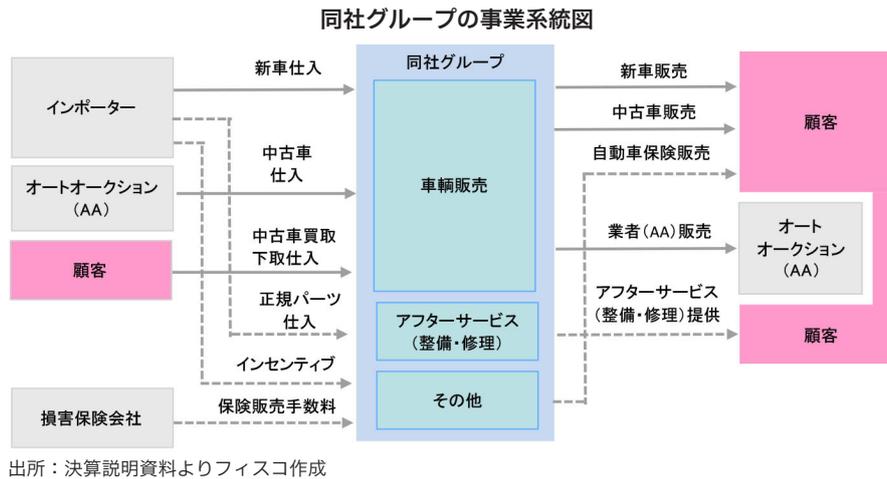
正規ディーラーとしての輸入車販売は、新車をインポーター(海外自動車メーカーの日本子会社)から仕入れ、販売する。インポーターの詳細として、FCA(フィアット・クライスラー・オートモービルズ)グループの日本法人となるFCA ジャパン(株)は、イタリアのALFA ROMEO、FIAT、ABARTHと米国のJeepブランドを手掛ける。ジャガー・ランドローバー・ジャパン(株)はJAGUARとLAND ROVERを、ピー・エム・ダブリュー(株)がBMWとMINIを扱う。VOLVOはボルボ・カー・ジャパン(株)、PORSCHEがポルシェジャパン(株)となる。

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.

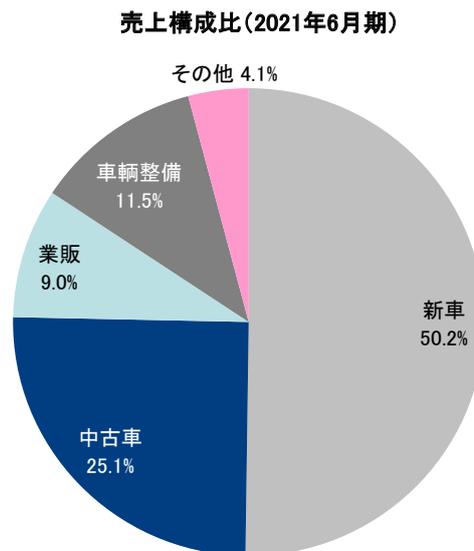
会社概要

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月期の品目別売上高構成比は、新車が50.2%、中古車が25.1%、業販が9.0%、車輛整備が11.5%、その他が4.1%となった。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。



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 2021 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、6,192 万台と過去最高を更新し続けている。乗用車保有台数は 10 年間で 378 万台増加したが、その内訳は普通車が 314 万台増、小型車が 409 万台減、軽乗用車が 473 万台増となり、構成比は普通車が 29.0% から 32.3% へ、小型車が 40.1% から 31.0% へ、軽乗用車が 31.0% から 36.7% 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。

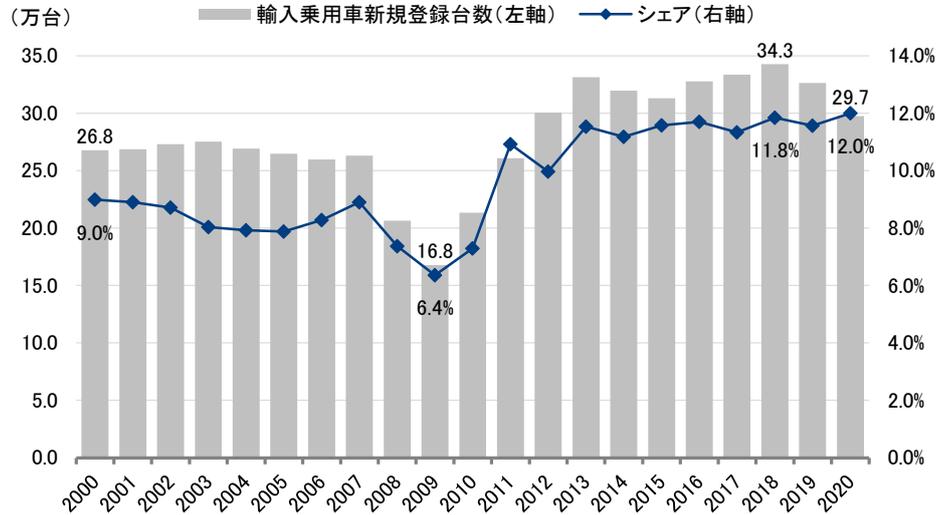
新車販売は、景気や金利、新型モデルの発売時期などの影響を受ける。弊社の調べによると、乗用車の新規登録台数は 2004 年の 476.8 万台がピークとなり、リーマンショックの影響が出た 2009 年に 392.4 万台と 400 万台を割った。その後、2011 年に東日本大震災が発生したことで 352.5 万台まで落ち込んだが、その後は 2019 年に 430.1 万台まで回復した。しかしながら 2020 年はコロナ禍により、380.9 万台（前年比 11.4% 減）に減少している。

輸入車（外国メーカー）の新規登録台数は、2000 年の 26.8 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、2000 年が 9.0%、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 39.5% と高い。なお、米国は 24.7%、イタリアは 76.1% であることから、日本の輸入車シェアは 8.9% にとどまり拡大余地は大きいと当社では見ている。ちなみに当社によると、日本の輸入車新車マーケット規模は 1 兆 3,100 億円（2020 年）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。同社のシェアは約 3% 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。

同社のドミナント戦略の具体例として、神奈川県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。神奈川県では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ズアプルーブド宗像（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」をより好立地な口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口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。

ウイルプラスホールディングス | 2021年10月12日(火)
 3538 東証1部 | <https://www.willplus.co.jp/ir/>

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）。

同社グループの地域別店舗網（2021年6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&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

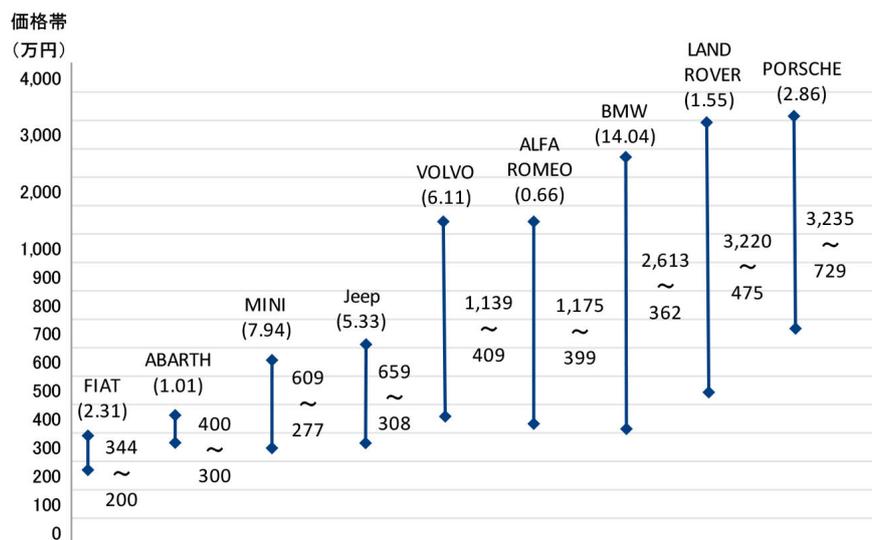
ウィルプラスアインスが 2018 年 12 月に「ポルシェセンター仙台」を事業譲受し、東北エリアに進出した。同ケースでは、新たなエリアへの進出と新たなブランドの獲得を同時に行った。東北エリアの全商圏をカバーするため、2019 年 1 月に福島県に 2 店舗目の「ポルシェセンター郡山」を出店している。通常、新たなエリア進出では、飛び地での成功率が低いため、既存の拠点に近接している地域を選ぶ。高級スポーツカーの代名詞となる PORSCHE は、安定的な販売実績を上げており、2020 年の外国メーカー車新規登録台数では第 9 位とトップ 10 入りしていることから、戦略的に新ブランドの獲得を図ったと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

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 246 ヶ所、MINI が 207 ヶ所、VOLVO の新車ディーラーが 123 ヶ所ある (2021 年 9 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。同社は、社内の投資回収基準などに沿って入札する。

また、同社が取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 200 万円から 344 万円、MINI は 277 万円から 609 万円、PORSCHE は 729 万円から 3,235 万円となる (2021 年 9 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2020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2021年9月時点のもの。

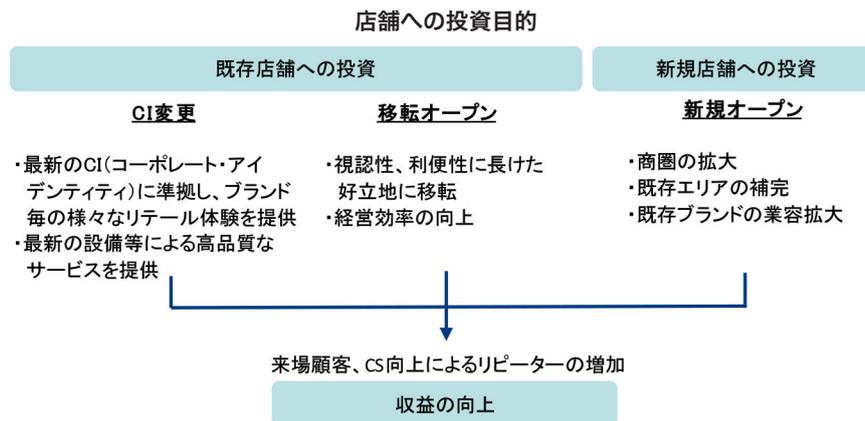
出所：会社資料よりフィスコ作成

事業戦略

(4) 店舗投資など

店舗への投資は、来場客数や顧客満足度（CS）向上によるリピーターの増加につながるため、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、商圈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

加速するEV化に積極的に対応することで、先行者利得を追求

3. 加速するEV化に向けた取り組み

日本政府は2021年4月に、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』達成のために、2030年度のCO₂排出量を2013年度比で26%削減から46%削減に引き上げることを発表した。また、6月に発表された『2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略』では、遅くとも2030年代半ばまでに乗用車の新車販売の全てを電動化するための包括的な措置を講じている。具体的には、電動車（EV、PHV、FCV）の普及促進のためにサービスステーションに急速充電器1万基等、公共用の急速充電器3万基を含む充電インフラを15万基設置し、遅くとも2030年までにガソリン車並みの利便性を実現することを目指す。

事業戦略

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。

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「ミニクーバーSE」、VOLVO「XC40 Recharge」(PHV)、PORSCHE「タイカン」などがあり豊富である。なお、ボルボは2030年にすべての新車のEV化を予定しているほか、ジャガー/ランドローバーは2025年にJAGUARをフルEVブランドにシフト、MINIは2030年代初期にフルEVのブランドにシフトするなど、完全EV化に向けて各社が意欲的な目標を掲げている。

同社が取扱う欧州自動車メーカーのEV化計画

	2020年	2025年	2030年
ボルボ	<ul style="list-style-type: none"> 2020年 全モデルから内燃機関を廃止(PHEV、HVへ移行) 	<ul style="list-style-type: none"> 2025年 新車の半分以上をフルEVに、残りをハイブリッド車に 	<ul style="list-style-type: none"> 2030年 すべての新車をEV化(ハイブリッド車の販売も終了)
BMW、MINI	<ul style="list-style-type: none"> 2023年 25モデルのEVモデルを発売(うち半分はフルEV) 	<ul style="list-style-type: none"> 2025年 EVモデルの世界販売を3割に(うち半分はフルEV) 	<ul style="list-style-type: none"> 2030年 EVモデルの世界販売を700万台以上に(うち70%以上をフルEV) 2030年代初期 MINIはフルEVのブランドにシフト
ポルシェ			<ul style="list-style-type: none"> 2030年 世界新車販売の80%以上をEV化
ジープ フィアット/アバルト アルファロメオ (ステランティス)		<ul style="list-style-type: none"> 2025年 ジープはすべてのラインナップにゼロエミッションのフル電動ジープ4xeを揃える 2027年 アルファロメオは新型車を欧州/北米/中国でEVのみに 	<ul style="list-style-type: none"> 2030年 2030年までにLEV(低排出車)の販売構成比率を欧州で7割、米国で4割以上にすることを目指す(全体)
ジャガー/ ランドローバー		<ul style="list-style-type: none"> 2025年 ジャガーはフルEVブランドにシフト 	<ul style="list-style-type: none"> 2030年 両ブランドのすべてのモデルにフルバッテリーEVを設定

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

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する方針である。具体的には、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。

一般的に、ICE(内燃エンジン)車の寿命は13.6年と言われている。これに対してEVは、バッテリーの性能もあり7~8年とされているものの、今後EVが市場に出回ることによって、性能が短期間で向上するだけでなく、買い替えサイクルの短縮化も予想できる。欧州ではEVの整備作業は高電圧システムの取扱いとみなされており、高電圧システムが取り扱える資格取得が重要になる。これらを踏まえ同社では、販売だけでなく整備面でも人材育成に取り組む方針である。

業績動向

2021 年 6 月期業績は上方修正後の計画値を上回り、売上高、利益ともに過去最高を更新

1. 2021 年 6 月期の業績概要

2021 年 6 月期の業績は、売上高が前期比 16.3% 増の 40,776 百万円、営業利益が同 97.3% 増の 2,290 百万円、経常利益が同 92.3% 増の 2,301 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 91.1% 増の 1,533 百万円となり、売上高、利益ともに過去最高を更新した。また、2021 年 5 月に発表した 2 度目の上方修正値に対しては売上高で 3.4%、営業利益で 8.7% 上回った。

2021 年 6 月期 連結業績

(単位：百万円)

	20/6 期		21/6 期		前期比		計画比
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	
売上高	35,068	100.0%	40,776	100.0%	5,707	16.3%	3.4%
売上総利益	6,835	19.5%	8,255	20.2%	1,419	20.8%	-
販管費	5,675	16.2%	5,965	14.6%	289	5.1%	-
営業利益	1,160	3.3%	2,290	5.6%	1,129	97.3%	8.7%
経常利益	1,196	3.4%	2,301	5.6%	1,104	92.3%	8.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	802	2.3%	1,533	3.8%	731	91.1%	9.6%

注：計画比は 2021 年 5 月 10 日公表の上方修正に対しての値
 出所：決算短信よりフィスコ作成

引き続き堅調な需要と店舗投資効果により、ニューモデルを中心に新車販売が好調に推移したことに加え、中古車販売が堅調に推移した。また、車輛整備、保険等のストック型ビジネスも好調に推移した。利益面では、利益率の高い中古車売上の割合が増加したことや利益率改善の取り組みを継続したこと等により、売上総利益率は前期比 0.7 ポイント上昇し 20.2% となった。販管費については、店舗及び人員数増加に伴う人件費や地代家賃が前期比増となった一方で、会議や社内外の研修を Web 上で実施したこと等により研修費や旅費交通費が減少したことに加え、無駄の削減に取り組んだ結果、販管費率は同 1.6 ポイント減の 14.6% となった。この結果、営業利益率は同 2.3 ポイント上昇の 5.6% となった。

(1) 品目別売上高

品目別売上高では、新車、中古車を中心にすべての品目で増加した。新車販売は、世界的なコロナ禍による新車供給時期の遅れが回復基調となったことに加え、店舗投資効果やニューモデルの販売が好調に推移した結果、前期比 15.3% 増の 20,477 百万円となった。新車供給時期が不安定なことから注力した中古車販売は引き続き堅調に推移し、同 30.0% 増の 10,238 百万円となった。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、大幅増益も牽引した。また、業販は同 9.5% 増の 3,662 百万円、車輛整備は同 6.4% 増の 4,709 百万円、その他は同 1.4% 増の 1,688 百万円となった。

業績動向

2021年6月期 品目別売上高

(単位：百万円)

	20/6期		21/6期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
新車	17,758	50.6%	20,477	50.2%	2,719	15.3%
中古車	7,873	22.5%	10,238	25.1%	2,364	30.0%
業販	3,345	9.5%	3,662	9.0%	316	9.5%
車輛整備	4,425	12.6%	4,709	11.5%	283	6.4%
その他	1,665	4.7%	1,688	4.1%	22	1.4%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) 店舗展開

2021年6月期は新規出店2店舗、店舗改装・移転改装4店舗（いずれも最新のCIに準拠）の結果、期末店舗数は34店舗となった。新規出店のうち、2021年2月にオープンした「ジャガー・ランドローバー相模原」は、好立地に位置するうえ、同じ敷地に認定中古車展示エリアも設けていることに特徴がある。また、同月オープンしたMINI認定中古車専売店「MINI NEXT 福岡東」は、福岡市のベッドタウンとして近年エリアポテンシャルが高まっている福岡東エリアのカバー率を強化するため、最新のCIに準拠した店舗として出店した。店舗改装・移転改装については、「フィアット/アバルト平塚」移転オープンのほか、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スが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）。その他、「ジープ藤沢湘南」及び「アルファロメオ藤沢湘南」をリニューアルオープンした。なお、M&Aや事業譲受についても検討しているものの、前もって時期を決めることができないこともあり、2021年6月期はなかった。

同社ではここ数年、年4～5店舗の店舗改装・移転改装をコンスタントに実施している。これは、コロナ禍で来店頻度が制限されるなか、最新のCIに準拠した店舗に改装することで、ブランド毎の様々なリテール体験を提供するほか、最新の設備等による高品質なサービスを提供できるようになり、顧客満足度向上が見込めるからだ。また、移転改装については、好立地に移転することで来場顧客増加が見込める。これらの結果として、リピーターの増加、そして収益向上につながる。

ウィルプラスホールディングス

2021年10月12日(火)

3538 東証1部

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

業績動向

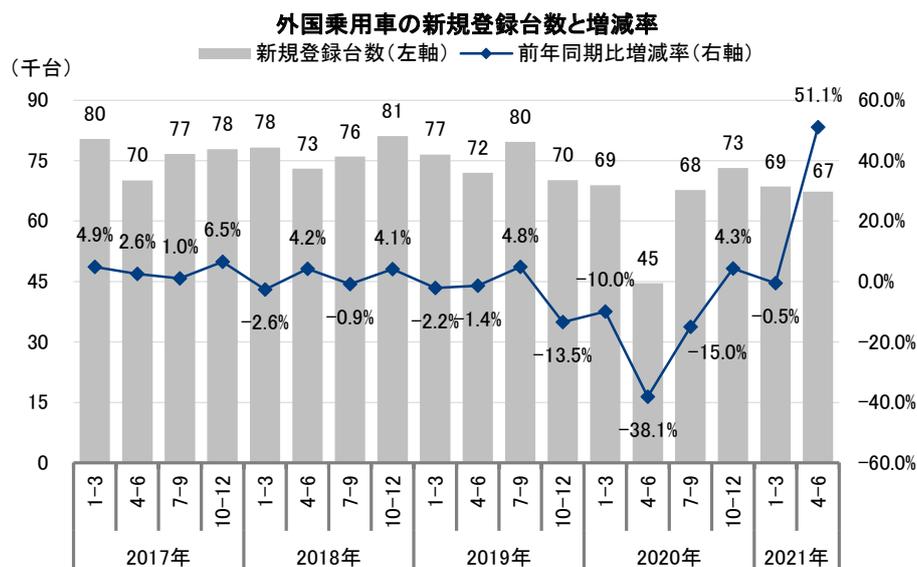
店舗展開

	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期
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) ボ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 ボ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) ボルボ・カー福岡南 (17/9) ジープ久留米 (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) ボルボ・カー久留米* (19/1) ボルボ・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) ボルシェセンター仙台 (20/6)	4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) ジープ藤沢湘南 (21/3) アルファロメオ藤沢湘南 (21/3)
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

輸入車市場については、コロナ禍当初の2020年に比べると回復基調ではあるものの、依然先行きは不透明である。外国乗用車の新規登録台数の推移からコロナ禍の影響を見てみると、消費税増税前(2019年7~9月)で前年同期比4.8%増、駆け込み需要の反動(同年10~12月)で同13.5%減であったのに対し、コロナ禍では2020年4~6月で同38.1%減、7~9月で同15.0%減とコロナ禍の影響を大きく受けていることがわかる。その後は飲食業などの一部業種を除きウィズコロナの対応策を講じて経済活動が持続していることから回復基調となり、2021年1~3月は同0.5%減、2021年4~6月は同51.1%増まで回復している。



出所：日本自動車輸入組合のデータよりフィスコ作成

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遅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（前年同月比、既存店ベース）を見ると、緊急事態宣言が発出された2020年4月は前年同月比29%減と落ち込んだものの、感染防止対策の徹底、時短営業、商談予約制などの取り組みにより、5月は同15%減に改善、6月は同2%増とプラスに転じ、それ以降は高い伸びを維持して12月は同34%増となった。2021年6月期下期に入っても客足は落ちず、2021年4月は同47%増、5月は同35%増、2021年6月期第4四半期では前年同期比20%増と、来店客数は高水準で推移している。これらの結果から、同社の来店客数が際立って伸びていることがわかる。

2. 財務状況と経営指標

(1) 財務状況と経営指標

2021年6月期末の資産合計は前期末比326百万円増の16,972百万円となった。流動資産は同219百万円増の9,488百万円となったが、これは主に現金及び預金が854百万円増加した一方、たな卸資産が711百万円減少したことによる。大幅な増収増益で現金及び預金が増加したものの、新車供給が不安定なことや中古車市場の活況によりたな卸資産が減少した。負債合計は同1,080百万円減の9,441百万円となった。流動負債は同750百万円減の8,510百万円となった。これは主に、顧客らの受注が増加していることに伴い前受金が546百万円増加した一方、資金の回転率を改善する取り組みにより買掛金が1,122百万円、短期借入金（1年内返済予定の長期借入金を含む）が803百万円減少したことによる。なお、前受金は前期末比では546百万円増加しているものの、2021年6月期第3四半期末比では357百万円減少していることから、第4四半期は予想を上回る納車があったことが伺える。純資産は同1,407百万円増の7,530百万円となった。これは、新株予約権の権利行使により資本金及び資本剰余金がそれぞれ4百万円増加したこと、また、配当金支払が133百万円あったものの、親会社株主に帰属する当期純利益が1,533百万円あったこと等により利益剰余金が増加したこと等による。

収益性の指標となるROE（自己資本当期純利益）及びROA（総資産経常利益率）については、財務レバレッジが低下したにもかかわらず収益性及び回転性が上がったことから、ROEは前期比8.6ポイント上昇の22.5%、ROAは同6.1ポイント上昇の13.7%と、いずれも大幅に向上した。また、長期的な財務の安全比率である自己資本比率は、前期比7.6ポイント改善の44.4%となった。大幅増益によって有利子負債が減少したことに加え、現金及び預金が増加したことによって、財務の安全性は向上したと言える。

ウィルプラスホールディングス | 2021年10月12日(火)
 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 期末	増減
流動資産	7,212	8,247	9,269	9,488	219
現金及び預金	1,463	1,412	2,522	3,376	854
売掛金	148	217	177	210	32
たな卸資産	4,974	5,751	5,853	5,141	-711
固定資産	4,100	6,425	7,376	7,483	107
有形固定資産	3,121	5,228	6,197	6,389	191
無形固定資産	390	428	342	259	-82
投資その他の資産	588	768	835	834	-1
資産合計	11,312	14,673	16,645	16,972	326
流動負債	5,215	7,492	9,261	8,510	-750
固定負債	1,302	1,759	1,261	930	-330
負債合計	6,518	9,252	10,522	9,441	-1,080
(有利子負債)	2,552	4,429	5,126	3,894	-1,231
純資産合計	4,793	5,421	6,123	7,530	1,407
負債純資産合計	11,312	14,673	16,645	16,972	326
【安全性】					
流動比率	138.3%	110.1%	100.1%	111.5%	11.4pt
自己資本比率	42.4%	36.9%	36.8%	44.4%	7.6pt
【収益性】					
ROA	12.1%	8.6%	7.6%	13.7%	6.1pt
ROE	18.2%	14.3%	13.9%	22.5%	8.6pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) キャッシュ・フロー計算書

2021年6月期末の現金及び現金同等物の期末残高は、前期末比854百万円増の3,376百万円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは2,890百万円の収入となった。税金等調整前当期純利益(2,313百万円)、減価償却費(1,100百万円)及びたな卸資産の減少(176百万円)が、仕入債務の減少(1,121百万円)を上回った。投資活動によるキャッシュ・フローは、店舗展開など有形固定資産の取得による支出(708百万円)があり、676百万円の支出となった。財務活動によるキャッシュ・フローは、長短借入金の返済と配当金の支払いにより1,359百万円の支出となった。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	20/6 期	21/6 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,717	2,890
投資活動によるキャッシュ・フロー	-1,201	-676
財務活動によるキャッシュ・フロー	594	-1,359
現金及び現金同等物の期末残高	2,522	3,376

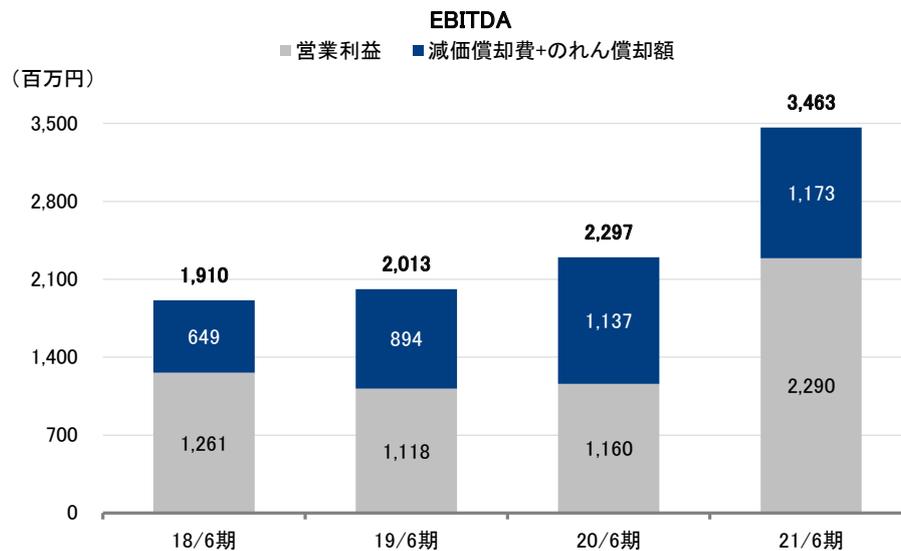
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(3) EBITDA

2021年6月期のEBITDA※は、前期比1,156百万円増の3,463百万円と大きく伸長した。これは、減価償却費が横ばいであるのに対して営業利益が同97.3%増と好調に推移したことが寄与している。なお、減価償却費が横ばいとなった要因としては、店舗展開に関わる投資は継続したものの、エンジンの多様化に対応した店舗当たりのデモカー台数の増加が一段落したことによる。

※ EBITDA= 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

足元の状況から、2022年6月期業績は慎重な予想

● 2022年6月期の業績見通し

2022年6月期の連結業績予想については、売上高で41,067百万円、営業利益で前期比6.1%減の2,149百万円、経常利益で同7.4%減の2,132百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同9.6%減の1,386百万円を見込んでいる。なお、2022年6月期の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用し、当該基準に基づいた予想となるため、売上高のうち従来売上計上していたインポーターから受け取る販売奨励金（インセンティブ）を除外し、これを仕入価格からの控除とする予定である。

今後の見通し

2022 年 6 月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	21/6 期		22/6 期		前期比	
	金額	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	40,776	-	41,067	-	-	-
営業利益	2,290	5.6%	2,149	5.2%	-141	-6.1%
経常利益	2,301	5.6%	2,132	5.2%	-169	-7.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,533	3.8%	1,386	3.4%	-147	-9.6%

注：2022 年 6 月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第 29 号）等を適用するため、連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、売上高の対前期増減率は記載していない

出所：決算短信よりフィスコ作成

コロナ禍の収束期待が高まる一方、再び感染拡大の兆しが見られるなど、先行きは依然として不透明である。これに加えて半導体不足等の影響により、新車では供給の不安定が続くほか、中古車では受給の変化により多少の影響が想定される。輸入車の半導体不足については、2021 年 2～3 月頃に発生し、3 月に起きたスエズ運河でのコンテナ船座礁事故が状況をさらに悪化させたものの、現在は改善の方向にあり時間の経過とともに正常に戻ると見込まれている。半導体不足が解消し新車供給が安定すれば、下取り車が市場に出て中古車市場の活況になることが想定されるが、これにより商品調達に多少の影響が出ると会社では見込んでいる。このため、新車供給状況や中古車市場の変化の影響を鑑み、営業利益は前期比微減を予想している。

SDGs の取り組み

SDGs 達成を通じた持続的成長、企業価値向上を目指す

同社は、省資源化など従来の施策の見直しや新しい取り組みの導入などを順次行い、SDGs※達成を通じた持続的成長、企業価値向上を目指している。具体的には、14 のゴールに関わる取り組みを行っている。

※ SDGs (Sustainable Development Goals) は、2030 年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。17 のゴール・169 のターゲットから構成される。

(1) 働きやすい環境づくり

働きやすい環境づくりとしては、社員ひとりひとりが能力を最大限に発揮し、長く働き続けられる職場環境の整備に取り組んでいる。具体的には、「人材育成」「ハラスメントの防止」「働き方改革の推進」「ダイバシティの推進」を掲げている。一例を挙げると「ダイバシティの推進」では、女性活躍推進、シニア人材の雇用、外国人雇用、障害者雇用、中途入社社員の活躍推進などに取り組んでおり、実績を上げている。

SDGsの取り組み

(2) 環境負荷の低減

環境負荷の低減としては、CO₂排出量の削減を図り、社会とともに発展する成長企業を目指す。具体的には、「EV販売推進のための設備導入」「グリーン購入」「WEB会議、オンライン商談の活用」「紙資源の使用量削減」「水使用量の削減」「電力使用量の削減」「整備工場排水の管理、油水分離槽の設置」「フロンガスの回収」「廃棄物およびリサイクル」「店舗の屋上の緑地化」「環境に配慮した店舗づくり」に取り組んでいる。

(3) 社会貢献

社会貢献としては、地域社会とともに発展していく企業を目指す。具体的には、「企業版ふるさと納税を通じた地域振興支援」「株主優待を通じた被災地支援」「特定商品を通じた環境団体支援」に取り組んでいる。

同社が関わる SDGs と具体的な取り組み

同社が関連するSDGs	同社の取り組み
 	<p>働きやすい環境づくり: 社員ひとりひとりが能力を最大限に発揮し、長く働き続けられる職場環境を整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人材育成 ・ハラスメントの防止 ・働き方改革の推進 ・ダイバーシティの推進 <p>(女性活躍推進、シニア人材の雇用、外国人雇用、障害者雇用、中途入社社員の活躍推進)</p>
 	<p>環境負荷の低減: CO₂排出量の削減を図り、社会とともに発展する成長企業を目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> ・EV販売推進のための設備導入 ・グリーン購入 ・WEB会議、オンライン商談の活用 ・紙資源の使用量削減 ・水使用量の削減 ・電力使用量の削減 ・整備工場排水の管理、油水分離槽の設置 ・フロンガスの回収 ・廃棄物およびリサイクル ・店舗の屋上の緑地化 ・環境に配慮した店舗づくり
 	<p>社会貢献: 地域社会とともに発展していく企業を目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業版ふるさと納税を通じた地域振興支援 ・株主優待を通じた被災地支援 ・特定商品を通じた環境団体支援

出所: 決算説明資料よりフィスコ作成

株主還元策

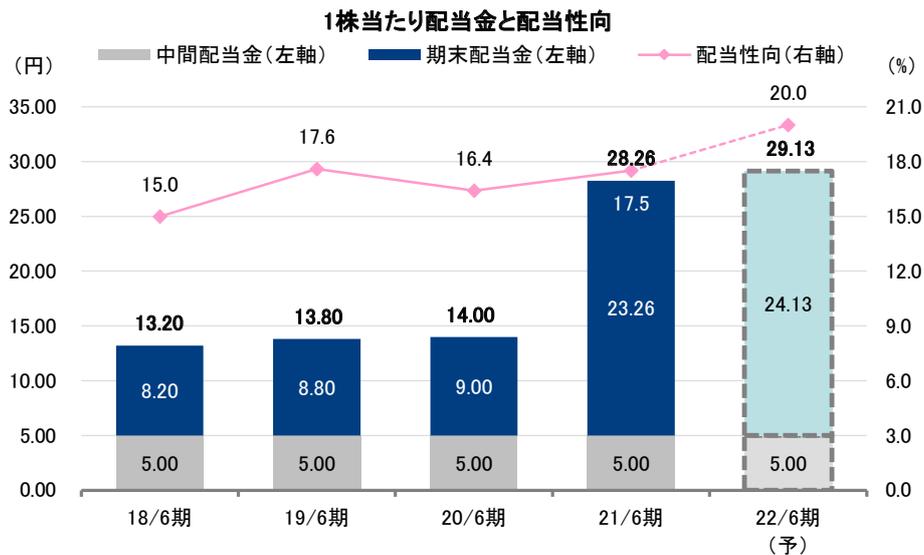
2022年6月期より配当性向の目途を20.0%へ引き上げ予定

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%へ、さらに2022年6月期からは20.0%への引き上げを予定している。

株主還元策

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、業績及び財政状況等を鑑み、期末配当金を2021年5月10日に発表した計画値から2.47円増配の23.26円(年間配当金は前期比14.26円増の28.26円)とした。なお、2022年6月期は配当性向20.0%を目標とし、1株当たり29.13円(中間配当5.0円、期末配当24.13円)を予定している。



注：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。18/6期の1株当たり配当金は遡及して修正

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