

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2025年12月26日 (金)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

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

目次

■要約	01
1. 東京都の人口の約9割をカバーする国内最大級の日産系自動車ディーラー	01
2. 顧客基盤やベストプラクティスなどの強みを武器に業界の大変革期を乗り切る	01
3. 新車販売台数が予定よりやや少なかったが、中間期業績は下限に近いが想定内	01
4. 販売力は健在、新型2車種投入で一定の売上・利益を確保する見込み。 期初業績予想を据え置く	02
■会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 自動車業界の動向	05
■事業概要	06
1. 事業内容	06
2. 同社の強み	08
■業績動向	09
1. 2026年3月期中間期の業績動向	09
2. 事業別の売上動向	10
3. トピックス	12
4. 2026年3月期の業績見通し	12
■中期経営計画	14
1. 企業理念	14
2. 中期経営計画の重点施策	14
3. 中期経営計画の進捗	15
■株主還元策	16
1. 配当政策	16
2. 株主優待制度	17

■ 要約

新型車投入テコに通期業績予想達成へ

1. 東京都の人口の約9割をカバーする国内最大級の日産系自動車ディーラー

日産東京販売ホールディングス<8291>は、日産自動車<7201>系の自動車販売会社などを傘下に持つ持株会社で、子会社の日産東京販売(株)は日産ブランドとルノーブランドの新車の販売や中古車の買取・販売、自動車整備などを行っている。国内最大級の自動車ディーラーで、販売エリアは東京都の人口の約9割をカバーする。同社は総合モビリティ事業※のフロントランナーとして、カーライフに関わるすべてのサービスをワンストップで提供しているほか、個人リースなど日産ブランドに依存しないオリジナルの事業も展開している。足元は欧米や中国でEV(電気自動車)の普及が頭打ちになっているが、その要因は補助金の打ち切りや景気低迷によるものである。補助金を投入しても2%という低い普及率を引き上げたい日本は、依然肥沃なマーケットと言える。

※ モビリティ事業：販売や整備だけでなく、自動車による移動や運搬をスムーズに行うためのサービスも含む。

2. 顧客基盤やベストプラクティスなどの強みを武器に業界の大変革期を乗り切る

同社には、EV販売のパイオニア、顧客基盤35万件のストックビジネス、新車販売店舗101店舗(ルノー店4店舗含む)などの店舗ネットワーク、ノウハウや情報を速やかに共有し水平展開していくベストプラクティスといった強みがある。こうした強みを背景に、新車のみならず中古車や整備も含めた幅広い事業を展開し、総合モビリティ事業のフロントランナーとして優位なポジションを獲得している。例えば、他社に先駆けて展開し、早期買い替えや良質な中古車の確保といった面で大きなシナジーの出ている個人リースも、ベストプラクティスにより急成長した事業である。また、先端技術の発展や環境問題などを背景に、現在の自動車業界は100年に1度の大変革期にあると言われている。同社はこうした強みを武器に、大変革期も乗り切る方針である。

3. 新車販売台数が予定よりやや少なかったが、中間期業績は下限に近いが想定内

2026年3月期中間期の業績は、売上高が63,123百万円(前年同期比9.9%減)、営業利益が1,933百万円(同49.1%減)となった。堅調な入庫により整備事業が増収となったが、新型車が端境期であったこと、新店がなかったこと、供給元の日産自動車のリストラに伴う風評が新規顧客の集客に影響したことなどにより、新車販売と中古車販売の台数が減少して減収となった。成長のための投資は継続しつつコストコントロールに努めたが、販売台数減少や販売価格低下の影響などにより営業減益となった。新車と中古車の販売台数は予定よりやや少なかったが、中間期業績は下限に近いが想定内であった。事業別では、新車販売の伸び悩みと、それに伴う中古車販売及び手数料収入等の減少を、個人リースや整備事業でカバーしきれなかった。

日産東京販売ホールディングス | 2025年12月26日 (金)
 8291 東証スタンダード市場 | <https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

要約

4. 販売力は健在、新型2車種投入で一定の売上・利益を確保する見込み。期初業績予想を据え置く

2026年3月期の業績は、売上高145,000百万円(前期比2.4%増)、営業利益7,000百万円(同5.6%減)を見込んでいます。日産自動車リストラの風評も回復の兆しを見せており、同社の販売力も健在である。加えて、下期は新型EV「リーフ」と新型軽ワゴン「ルークス」の投入、2店舗の新店も予定されるため、通期業績は一定の売上・利益が確保可能と考えられ、期初予想を据え置いた。同社は中期経営計画で、電動化リーダー、安全・運転支援技術、モビリティ事業を重点施策に、売上高1,550億円、営業利益65億円を目指している。財務目標の中心である営業利益を2024年3月期に3年前倒しで達成したほか、大半の指標についてもほぼ達成している。また、新型車投入や新店投資は予定通りで、中期経営計画は着実に進捗していると言える。

Key Points

- ・国内最大級の自動車ディーラーを運営、顧客基盤や店舗ネットワークなどに強み
- ・2026年3月期中間期業績は新車販売台数が予定に届かず、下限に近いが想定内に着地
- ・2026年3月期業績予想は新店と新型車で売上・利益を確保する見込みのため、期初業績予想は据え置き



出所：決算短信よりフィスコ作成

日産東京販売ホールディングス
8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

■ 会社概要

全国最大規模の日産自動車系ディーラー

1. 会社概要

同社は、日産自動車系の自動車ディーラー（日産東京販売）など連結子会社4社と非連結子会社3社を傘下に持つ持株会社である。主力の日産東京販売は、日本の中心で人口が集中する東京を地盤に、日産及びルノーブランドの自動車を販売する事業を展開しており、全国のディーラーの中でも最大級の規模を誇る。同社は主に日産自動車とそのグループ会社からEVなど先端的な自動車や部用品を仕入れて販売するほか、中古車の買取・販売や車体整備・車検整備などの事業も行っており、総合モビリティ事業のフロントランナーとして、顧客に対しカーライフに関わるすべてのサービスをワンストップで提供している。

同社は、1942年の商工省通牒「自動車および同部分品配給機構整備要綱」に基づき、東京都自動車配給（株）として東京で発足した。戦後の1946年に東京日産自動車販売（株）に商号を変更した後、徐々に業容を拡大し、1961年に東京証券取引所市場第1部に上場した。1989年に東京日産コンピュータシステムを設立してシステム事業に参入、2002年には（株）車検館を設立して車検整備を強化するなど事業の多角化を図ってきた。2004年に会社分割により持株会社体制に移行して（株）東日カーライフグループへと商号を変更、2008年には日産自動車子会社の日産ネットワークホールディングス（株）に対し第三者割当増資を実施し、日産自動車の持分法適用関連会社となった。2011年には東京を地盤とする東京日産自動車販売、日産プリンス東京販売（株）、日産プリンス西東京販売（株）の3社をグループ化し、東京における日産自動車の販売をほぼ一手に引き受けることになり、商号も現在の日産東京販売ホールディングスへと変更した。グループ化が軌道に乗った2021年7月、さらなる効率化とスケールメリットを目指し、日産系自動車販売会社3社を統合して日産東京販売を設立、名実ともに国内最大級の自動車ディーラーとなった。さらに2023年10月、グループ内の経営資源を自動車関連事業に集中するため、東京日産コンピュータシステムの全株式をキヤノンマーケティングジャパン<8060>に譲渡した。

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>
[会社概要](#)

沿革

年月	内容
1942年11月	東京都自動車配給(株)として東京市京橋区に設立
1943年10月	東京都自動車整備配給(株)に商号変更
1946年 2月	東京自動車販売(株)に商号変更
1946年12月	東京日産自動車販売(株)に商号変更
1955年 9月	本社を港区溜池に移転
1961年10月	東京証券取引所(以下、東証)市場第1部に上場
1971年 1月	本社を港区六本木に移転
1977年 3月	東京日産モーター(株)の拠点、人員の一部を受け入れる
1982年 4月	トーニチサービス(株)設立
1985年 7月	新東京日産自動車販売(株)の営業の一部を譲り受ける
1989年 3月	東京日産コンピュータシステム(株)設立
1999年 6月	(株)昭和島サービスセンター設立
2000年 7月	本社を品川区西五反田に移転
2002年10月	(株)車検館設立
2003年 8月	トーニチサービスが昭和島サービスセンターを吸収合併し、(株)エース・オートサービスに商号変更
2004年 3月	東京日産コンピュータシステムがJASDAQ市場上場
2004年 4月	会社分割により持株会社体制へ移行し、(株)東日カーライフグループに商号変更
2008年 2月	日産ネットワークホールディングス(株)を割当先とする第三者割当増資を実施
2011年 4月	日産プリンス東京販売(株)及び日産プリンス西東京販売(株)を子会社化 日産ディーラー事業を大幅に拡大した新たな持株会社体制へ移行し、日産東京販売ホールディングス(株)に商号変更
2012年 4月	エース・オートサービスがエヌティオートサービス(株)に商号変更
2021年 7月	子会社の日産系自動車販売会社3社を統合、日産東京販売(株)を設立
2022年 4月	東証プライム市場に移行
2023年10月	連結子会社の東京日産コンピュータシステムの普通株式すべてをキヤノンマーケティングジャパン(株)に譲渡 東証スタンダード市場に移行

出所：有価証券報告書等よりFISCO作成

日産東京販売ホールディングス
8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

会社概要

日本のEV市場は依然肥沃

2. 自動車業界の動向

コロナ禍やウクライナ情勢などによる生産や流通の混乱が落ち着きを見せて、自動車業界は先端技術化やCO₂排出削減など課題は尽きない。こうした状況のなか、「CASE」と「MaaS (Mobility as a Service)」という潮流が、自動車業界に100年に1度の大変革をもたらすと注目されている。「CASE」とは、自動車のIoT化 (C : Connected)、自動運転 (A : Autonomous)、所有から共有へ (S : Shared & Service)、電動化 (E : Electric) のことで、自動車業界に大変革を引き起こす一連の技術進化を指す。一方「MaaS」は、移動自体をサービスとして捉えた「モビリティ」という考え方に基づき、様々な交通手段を最適に組み合わせて検索・予約・決済などをワンストップで提供、個人単位の移動ニーズにまで対応したサービスである。

こうした大変革の波に乗ってEVを急速に普及させたのが欧米や中国で、日本では話題が先行するばかりで必ずしも普及しているとは言い難かった。EVに本格的に参入している国内メーカーは日産自動車以外は限定的で、国内の新車販売台数に占めるEVの構成比が2%と非常に小さいからだ。このため、業界全体で急速充電器を増やすというモチベーションが働き、消費者にEV購入の二の足を踏ませているともいえる。こうした環境ではあるが、同社は早い段階からEVやe-POWER^{※1}といった電動車^{※2}の普及に取り組み、電動車と相性がよいと言われるIoTには先端技術で、自動運転にはプロパイロット (ProPILOT : 運転支援技術) など技術進化で対応してきた。また、他社メーカーのEVでも利用可能な急速充電器を各店舗に設置しているほか、リースやレンタカーなどモビリティ事業の強化も行っている。

※1 e-POWER : 日産自動車独自のハイブリッドユニット。発電のみにエンジンを使用するため、EVと同様のドライビングフィールを味わえる。

※2 電動車 : EV、プラグインハイブリッド車 (PHEV、PHV)、ハイブリッド車 (HEV、HV)、燃料電池車 (FCEV、FCV) などの総称。同社の場合はEVとe-POWER、ハイブリッド車を指す。

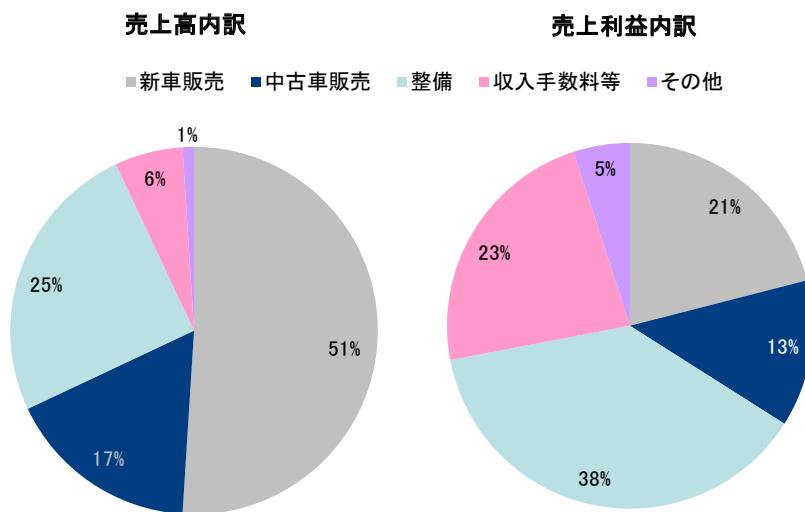
一方、足元では欧米や中国でEVの普及が頭打ちとなったことや、EVの環境貢献に対する疑問の声があること、また、日産自動車のリストラに伴う風評などが、同社にネガティブな印象を与えている。しかし、欧米や中国の低迷は補助金の打ち切りや景気低迷が要因で、引き続き補助金を投入しても2%という低い普及率を引き上げた日本とは状況が異なる。EVは運転時にこそCO₂を排出しないとはいえ、電力の発電方法が化石燃料や、設置・廃棄時には環境破壊の恐れがある太陽光発電に依存するため、環境に負荷を与えるとの批判は確かにある。しかし、昨今では原子力発電の再稼働が数基予定されるなど電気の作り方自体に見直しが進んでいる。また、日産自動車のリストラに伴う風評であるが、同社には過去に様々経験してきたことによる耐性がある。加えて、リチウムイオン電池に対して安全性などの点で優位性のある全固体電池が登場間近である。欧米や中国と異なり、日本のEV市場は未だ依然肥沃と言えるため、トヨタ自動車<7203>もホンダ<7267>も足元ではEV強化を打ち出している。中長期的にEVへのネガティブな印象が縮小し、EV需要が拡大すれば、同社が先行者メリットを享受する状況は十分に考えられる。

事業概要

新車と中古車が回転し、整備が積み上がるビジネス

1. 事業内容

同社の事業は、個人リースを含む新車販売、中古車販売、整備事業などで構成されている。事業全体でカーライフのワンストップサービスを提供し、付加価値の高い提案とメンテナンスや金融など自動車関連サービスによって顧客のLTV（ライフタイムバリュー）を最大化するとともに、モビリティを事業として展開していくことでグループシナジーを追求している。収益構造を見ると、例年、売上高の50%以上を新車が占める一方で、売上利益は収入手数料等も含めて各事業間でバランスが取れている。また、新車を販売することで中古車販売の回転が良くなり、整備などのストックビジネスが積み上がるという安定したバリューチェーンを築いている。なお、日産自動車と日産東京販売の関係は、日産東京販売が日産自動車から新車や部用品を仕入れて一般消費者などに販売するというだけでなく、EVやe-POWERといった先端技術車のPRや試乗会開催、急速充電器の拡充などを通じて、日産自動車と消費者をつなぐ役割も担っている。



注：2026年3月期中間期

出所：決算説明資料よりFISCO作成

日産東京販売ホールディングス | 2025年12月26日 (金)
8291 東証スタンダード市場 <https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

事業概要

(1) 新車販売

子会社の日産東京販売は、EVやe-POWERなど日産自動車の新車全車種を、都内の約100店舗を通じて販売している。現在これらの店舗は、日産自動車が継続的に投入する最先端の新型車と多様化した顧客の期待やライフスタイルに合わせ、「ニッサン・リテール・コンセプト (NRC : Nissan Retail Concept)」という新世代型店舗へとリニューアルしているところである。ルノー車については、日産東京販売社内においてルノー車専門のバーチャルカンパニーとして販売店4店舗を運営、全国のルノーディーラーでNo.1の販売実績を誇っている(2025年3月期実績)。なお、新車販売台数は、少子高齢化や人口減少、自動車保有率の低下傾向などを背景に、全国で500万台程度と横ばいで推移する時代になった。ディーラーが企業として成長するには、スケールメリットや集約化によって新車販売の収益性を高めるとともに、個人リースや中古車販売、整備など新車販売以外の事業を成長ドライバーとする、独自戦略を展開する必要が生じている。

(2) 個人リース「P.O.P.」

個人リースは、同社がリース会社に販売しリース会社が個人にリースする、同社にとって新車販売の1形態である。自動車を所有するモノというより利用するモノと考える消費者や、諸手続きや所有の煩わしさを軽減したい消費者にとって、非常に利便性の高いサービスとなっている。1997年よりサービス展開してきた経験と、「P.O.P.」という日産ブランドに依存しないブランドが特徴で、現在、東京都では約4割という高いシェアを占める。また、カーリースの契約では残価や残存期間など制度や仕組みの説明にEVと同様の高いスキルが必要となるため、同社が約30年間個人リースを展開してきた経験は大きな強みとなっている。「頭金ゼロ・コミコミ・定額」のワンプライス販売も評判で、一般的に通常の新車買い替えサイクルが8~9年、リース契約が5年と言われるなか、7割以上の顧客が3年で次の新車に乗り換えている。さらに、リピート率が9割以上に達し、状態のよい中古車の仕入元にもなるため、同社にとって非常に効率のよいビジネスと言える。このため近年市場は成長を続け、ガソリンスタンドなど様々な業種が参入してきたが、消費者の選択肢が広がることから市場活性化につながっており、経験豊かな「P.O.P.」にとって強い追い風となっている。

(3) 中古車販売

中古車の買取・販売は、収益の1つの柱であると同時に新車買い替えを促進する機能もある。仕入は主に新車販売時の下取車や買取、オークションなどで調達しており、近年はリースアップした車も増えている。販売は、日産自動車による厳しい認定基準をクリアした同社を含む「クオリティショップ」で取り扱っており、充実した保証やアフターサービスも提供している。仕入・販売ルートはこのように様々だが、収益性の高い自社在庫を自社中古車店舗で消費者に直接販売する「小売販売」が主力である。なお、新車個人リースの好調をヒントに、中古車販売の新たな形態として中古車個人リースを2023年4月に開始し、販売台数を着実に伸ばしているところである。

日産東京販売ホールディングス
8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

事業概要

(4) 整備事業

整備は、日産東京販売のストックビジネスの柱として各店舗を中心に事業展開しており、メンテナンスパック会員は13万件超、グループ内の整備入庫の総台数は約65万台となっている(2025年3月期)。また、大規模総合自動車整備会社で子会社のエヌティオートサービス(株)は、専業としての確かなサービス品質と最新鋭の設備によって、板金・塗装や車検整備、納車整備などを行っており、グループ内の整備を集中的に扱うセンターとしての役割を果たしている。事業所は東京に7拠点、埼玉に1拠点あり、高級輸入車のアルミボディにも対応できる業界屈指の高い技術力を有している。車検は、日産東京販売及び日産ブランドに依存しない車検専門店「車検館」でも扱っている。「車検館」は東京を中心に神奈川、埼玉、千葉に13店舗のネットワークを有する。全店が最新設備をそろえた指定工場で、メーカーを問わず幅広い車種の自動車を入庫でき、国家資格を持つ検査員による確かな技術に基づく検査がセールスポイントである。また、価格やサービスにも定評があり、顧客の8割以上がリピーターで好調な業績を続けている。

(5) その他の事業

このほか、損害保険・生命保険の代理店や車両輸送・登録代行業務、日産車をベースにしたキャンピングカー専門のディーラー、不動産賃貸など、自動車販売周辺の事業へと多角化することでグループとしてシナジーを高め、幅広いユーザーの獲得につなげている。

顧客基盤やベストプラクティスなどに強み

2. 同社の強み

「CASE」や「MaaS」の時代に、同社が総合モビリティ事業のフロントランナーとして優位性を発揮できるのは、EV販売のパイオニア、顧客基盤35万件のストックビジネス、地域に根ざした店舗ネットワーク、ベストプラクティスといった強みがあるからである。

(1) EV販売のパイオニア

同社は、EVの販売やサービスで長年蓄積してきたノウハウを有し、EV販売のパイオニアとして業界をリードしている。販売面では、国産初の量産EV「リーフ」や軽自動車EV「サクラ」など充実したラインナップや、累計16,000台を超えるEVの販売実績があり、家庭用充電器の販売やEVに蓄えた電力を自宅で使うことができるV2H※の提供などEVコンサルテーションも行っている。メンテナンス体制は、日産EV認定整備士約700名、エヌティオートサービスのEV整備工場3ヶ所を有し、EVの急速充電器も都内に約100基配備している。

※ V2H (Vehicle to Home) : カーバッテリーに蓄えている電力を自宅で使えるようにする機能。

(2) 顧客基盤35万件のストックビジネス

同社には、新車や中古車の販売に加え、個人リース、整備収入につながる13万件超のメンテナンスパック会員、利用率約50%の金融商品、約13万件の保険付保などを通じて構築した35万件の顧客基盤がある。これをベースにストックビジネスを展開、既存顧客との取引による安定したストック収益で営業費の約90%をカバーしており、同社の収益体质の強さにつながっている。

日産東京販売ホールディングス
8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

事業概要

(3) 地域に根ざした店舗ネットワーク

同社の地盤は東京都都心8区※を除く東京都全域で、東京都1,400万人の人口の約9割をカバーしている。新車販売101店舗（ルノー店4店舗を含む）、中古車販売18店舗、「車検館」13店舗、エヌティオートサービス8拠点という店舗ネットワークを軸にモビリティ事業を展開している。特に新車販売店舗は「ニッサン・リテール・コンセプト」に沿った新世代型店舗へのバージョンアップを継続し、購買力の強い東京の消費者にさらに密着することで、ドミナントエリアを一層強化していく考えである。

※ 東京都都心8区とは千代田区、中央区、港区、新宿区、文京区、台東区、渋谷区、豊島区のこと。いわゆる都心にあたり、法人需要をメインとする日産自動車の連結子会社が展開しているエリアである。

(4) ベストプラクティス

ノウハウや情報を速やかに共有し水平展開するベストプラクティスも同社の強みである。同社はこれまでベストプラクティスによって、販促や営業のヒット率や顧客のニーズに合わせた商品提案力を向上してきた。その結果、制度や仕様面で説明が難しいと言われるEV販売や個人リースに関して、競合他社に対して優位性を築いてきた。また、東京という高コストのエリアを地盤にしながら、自動車ディーラーとしては相対的に高い水準の営業利益率を実現している。

■ 業績動向

中間期は下限に近いが想定内で着地

1. 2026年3月期中間期の業績動向

2026年3月期中間期の業績は、売上高が63,123百万円（前年同期比9.9%減）、営業利益が1,933百万円（同49.1%減）、経常利益が2,048百万円（同45.6%減）、親会社株主に帰属する中間純利益が1,571百万円（同36.8%減）となった。大幅減益ではあるが、下期に新型車投入や新規出店が集中することもあって、下限に近いが想定内の着地となった。

2026年3月期中間期業績

（単位：百万円）

	25/3期中間期		26/3期中間期		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率
売上高	70,043	100.0%	63,123	100.0%	-9.9%
売上総利益	17,417	24.9%	15,420	24.4%	-11.5%
販管費	13,621	19.4%	13,487	21.4%	-1.0%
営業利益	3,796	5.4%	1,933	3.1%	-49.1%
経常利益	3,768	5.4%	2,048	3.2%	-45.6%
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,485	3.5%	1,571	2.5%	-36.8%

出所：決算短信よりFISCO作成

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

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

日産東京販売ホールディングス
8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

業績動向

同社は、中期経営計画に掲げる成長戦略に即し、地域密着型の営業体制を生かして顧客との関係性をより一層強化することで、変化の激しい自動車業界において、持続的かつ安定的な収益構造の確立と企業価値の向上を目指した。しかしながら中間期は、堅調な入庫により整備事業が増収となったものの、新型車が端境期であったこと、新店がなかったこと、供給元の日産自動車のリストラに伴う風評が新規顧客の集客に影響したことなどにより、新車販売と中古車販売の台数が減少して減収となった。営業利益は、成長のための投資は継続しつつコストコントロールに努めたが、販売台数の減少や販売価格の低下の影響により減益となった。もともと新型車が端境期のため通期では減益予想だったが、新車と中古車の販売台数が想定よりやや少なかったため、中間期業績が下限に近いが想定となった。なお、特別利益で受取補償金が発生したため、親会社株主に帰属する中間純利益の減益幅は営業・経常利益に比べると少なくなっている。

中古車個人リースと整備事業が堅調に推移

2. 事業別の売上動向

事業別の売上高は、新車販売の伸び悩みとそれに伴う中古車販売及び手数料収入等の減少を、個人リースや整備事業でカバーしきれなかった。なお、額は小さいがその他の売上高が大きく伸びたのは、不動産の有効活用を進めたことが要因である。

2026年3月期中間期の事業別売上高

(単位：百万円)

	25/3期中間期		26/3期中間期		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率
新車販売	38,906	55.5%	32,507	51.5%	-16.4%
中古車販売	11,657	16.6%	10,510	16.7%	-9.8%
整備事業	15,282	21.8%	16,031	25.4%	4.9%
収入手数料等	3,963	5.7%	3,321	5.3%	-16.2%
その他	232	0.3%	754	1.2%	225.0%

注：一部の数値はフィスコ推定

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

日産東京販売ホールディングス
8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

業績動向

(1) 新車販売

同社は、充実した電動車ラインナップ(EV4車種、e-POWER車5車種など)を軸とした販売に加え、個人リースなどの強みの提案型営業を生かし、受注台数と販売単価の維持・向上による収益の確保に取り組んだ。しかし、新型車の端境期、新規来店客数低下などの影響により、同社の新車登録台数は前年同期比15.9%減となつた(全国の新車登録台数は同0.5%増、同社マーケットである東京都内は同2.1%増)。営業利益は、販売台数の減少及び経年による販売単価低下により減益となつた。新規来店の減少については、新型車のない中間期は我慢の時期もあり、既存客を中心にコミュニケーションの強化に取り組んだ。また、新型車の投入される下期へ向けては、ネット経由のカタログ請求に対応するためにホームページの集客力を強化したほか、ネット経由の情報を生かし他車からの買い替えを促進するリードキャンペーンを実施している。電動車比率については、人気の「サクラ」が一巡したことでEV比率が9.5%と前期末比0.3ポイント下がったが、e-POWER車の販売が安定的に推移したことで電動車比率は92.6%と同2.1ポイント上昇した。個人リースは、販売台数は新型車不在のため2,314台と同500台減となつたが、増加傾向の市場トレンドや同社の長い経験、ラインナップの多さ、ワンプライス販売を背景に、新車販売と収益の拡大に引き続き貢献していくと思われる。

(2) 中古車販売

中古車販売は、中古車市場の相場が高騰から下降へ転じたことによる販売単価下落、新車販売台数の減少に伴う下取車の仕入れ減少により、減収となつた。営業利益は、売上高同様に販売単価低下と販売台数減少の影響により減益となつた。下降傾向を続けていた市場相場もここで底を打ち、オークションでは9月に上昇傾向に転じた模様である。中古車個人リースについては、顧客ニーズの多様化を背景に241台(前年同期比21台増)と順調に販売台数を増やし、ワンプライス販売による収益確保や将来の新車需要の基盤拡大に貢献した。

(3) 整備事業

整備事業では13万件超のメンテナンスパック会員という安定したストック基盤に支えられ、メンテナンス需要を継続的に取り込んだことで増収となつた。また、メンテナンスパック会員による安定した入庫に加え、メンテナンスパック会員以外の顧客向けに価格改定を行つたことで、営業利益も増益となつた。なかでも「車検館」は、入庫予定のデジタル化など仕組み面での利便性向上と出店継続によって、リピート顧客の確保と新規顧客の獲得を同時に進め、増収増益を継続した模様である。同社もこうした「車検館」のノウハウを取り込むことで、顧客基盤のさらなる活用を図つている。

日産東京販売ホールディングス
8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

業績動向

持続的成長へ向けた取り組みを継続

3. トピックス

同社は、人的資本の充実に向けて、1966年より開催されている「全国日産サービス技術大会2025～NISSAN MASTERS Grand Prix」に参加、自動車整備に関する技術や顧客対応スキルを競うコンペティションで同社チームが準優勝を飾った。また、日産自動車の人財育成プロジェクトの一環である「メカニックチャレンジ」に参戦、外国籍を含む同社整備士5名が「SUPER GT」や「スーパー耐久」のレーシングチームの一員として参加し、スキル向上のためプロのレース現場を経験した。

地域社会への貢献も強めており、自治体が主催するイベントや防災訓練などの会場電源としてEVを提供、給電デモンストレーションにより災害などによる大規模停電時のEVの有用性をアピールした。また、大学の要請に応じて、企業研究をテーマとする講義などに同社幹部社員を講師として派遣、同社の事業モデルや企業理念、サステナビリティに関する取り組みなど、企業活動を通じて社会に提供している価値を紹介した。

受賞関連も引き続き多く、東京都が推進する「TOKYOこども見守りの輪プロジェクト」に参画、店舗ネットワークを活かした見守り活動やこども防犯教室を実施したことなどが評価され、東京都より表彰を受けた。また、オリコン<4800>による「2025年オリコン顧客満足度®調査」の車検関東部門において、「車検館」が2年連続で第1位を獲得した。

新型車と新店を武器に下期は反転攻勢へ

4. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の業績は、売上高145,000百万円（前期比2.4%増）、営業利益7,000百万円（同5.6%減）、経常利益6,500百万円（同11.8%減）、親会社株主に帰属する当期純利益4,000百万円（同7.2%減）を見込んでいる。もともと減益予想とはいえ高水準の通期営業利益を見込んでいたため、下期の営業利益は5,000百万円以上が必要となる。これに対して、モーターショーなどの日産ブースへの客足などから日産自動車リストラによる風評による影響は改善しつつあり、また同社の販売力は健在のため、新型車が投入され新店をオープンすれば、反転攻勢にて一定の売上・利益を確保することは可能と考えられる。

2026年3月期の業績見通し

（単位：百万円）

	25/3期		26/3期予想		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率
売上高	141,605	100.0%	145,000	100.0%	2.4%
営業利益	7,412	5.2%	7,000	4.8%	-5.6%
経常利益	7,367	5.2%	6,500	4.5%	-11.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,312	3.0%	4,000	2.8%	-7.2%

出所：決算短信よりFISCO作成

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

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

日産東京販売ホールディングス | 2025年12月26日 (金)
 8291 東証スタンダード市場 <https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

業績動向

売上面については、新型車やマイナーチェンジ車の投入と、店舗ネットワーク刷新により増収を見込んでいる。そのため、試乗車や出店、待遇向上や採用・教育、働く環境の整備などの人的資本投資、支援システム導入といったDXなど必要な投資は積極的に実施する計画である。そのなかで下期はより新型車を軸に新規顧客への訴求を強め、リーフを見に来店した客にEVのフラッグシップであるアリアへのアップセルなども促す。こうした投資を試乗車の管理強化や在庫の効率化によって吸収し、またコストコントロールをより精緻に実施することで、期初予想の営業利益を確保する計画である。

事業別で新車販売は、新型EV「リーフ」と人気ゾーンの新型軽トールワゴン「ルークス」の2車種(ともに2025年度下半期より受付開始)、世田谷烏山店と足立店の新店舗(建て替え)がけん引する見込みである。なかでも新型「リーフ」は700kmを超える航続距離や大幅に向上した急速充電性など性能が向上、安全性や快適性が売りの「ルークス」は駆動がガソリンのため「サクラ」と共存できる点が特徴である。日産自動車も再建第1弾としてプロモーション投資を強化しており、先行予約となった「ルークス」は発表1ヶ月で全国11,000台受注というロケットスタート、「リーフ」も順調に立ち上がっているようだ。新店では集客力と商談力の向上に向け、AIを活用した営業支援(顧客ターゲティング・販売スキル支援・在庫管理など)で販売活動の効率化と受注率の向上を図る。特に、これまで営業員の勘で見極めていた顧客ターゲットを販売ビッグデータから抽出できるようにして、ロールプレイング(商談シミュレーション)を人対人から人対AIに進化させる。こうした取り組みを通じて、営業員が様々な顧客対応を独力で習得できるようにすることで、個人の営業力を効率的に強化する。個人リースについては、依然ニーズが高いことから、新型車投入をテコに販売台数の増加と顧客基盤の強化につなげる考えだ。

中古車販売は、下期に入って相場が上昇に転じ始めているところに、新車販売台数増に伴う下取車の増加が見込まれ、販売台数、販売価格ともに回復を見込む。新店の効果も期待できる。また、高収益な小売販売の比率を一段と高めることで収益の最大化も進める。中古車個人リースは、引き続き拡販を進めることで再販車両の活用と新たにリピート需要の創出を図る。整備事業は、35万件の顧客基盤を背景にした安定的な整備入庫により引き続き堅調な業績を予想、「車検館」は新規出店効果(青梅店)などにより4期連続増収増益を見込む。

新型EV「リーフ」



新型軽ワゴン「ルークス」



出所：同社提供資料より掲載

中期経営計画

環境変化に対応し企業理念を実現する

1. 企業理念

「CASE」や「MaaS」の考え方方が広がるとともに、カーボンニュートラルに対する社会全般の意識や、所有からシェアやリースなどへとシフトする顧客の自動車に対する考え方、店頭からオンラインへという顧客の購買プロセス、人口減少や多様な働き方など、同社を取り巻く事業環境の変化が加速している。これに対して同社は、移動の楽しみや安心・安全・快適な運転といった普遍的価値を提供し続けることを目的に、「モビリティの進化を加速させ、新しい時代を切りひらく 笑顔あふれる未来のために、わたしたちは走り続ける」という企業理念を掲げた。同社は企業理念を実現するため、EVの普及、個人リースの販売拡大、モビリティ事業の拡張、リアルとデジタルを融合した店舗づくり、業務・運営体制の改善などを取り組むべき課題として挙げている。また、企業理念実現の通過点として4ヶ年の中期経営計画(2024年3月期～2027年3月期)を策定し、電動化リーダー、安全・運転支援技術、モビリティ事業を重点施策に、売上高1,550億円、営業利益65億円、配当性向30%以上などの財務目標の達成を目指している。

電動化リーダー、安全・運転支援、モビリティが重点施策

2. 中期経営計画の重点施策

(1) 電動化リーダー

電動化リーダーとは、EVなど電動車のパイオニアとしての強みを生かし、電動車を運転する感動を世の中に広げ、カーボンニュートラルの推進に直接的に貢献していくことである。日産自動車以外EVに本格参入している国産メーカーは限定的であるものの、EVに対する消費者の関心は高い。そこで同社は、長年にわたって蓄積してきたEVのノウハウやインフラを生かし、早期に電動車販売比率90%以上(既に達成済みで上方修正の可能性あり)、EVの年間販売台数10,000台の達成を目指すこととした。このため、既存も新型もEVの販売を一段と強化し、日産のEV販売シェアを持続することで、将来もEVのフロントランナーとして電動化をけん引していく考えである。また、EV販売を通して、CO₂排出量1.6万トン削減、災害時のエネルギー・マネジメント、充電インフラの拡充、再生可能エネルギー利用の店舗網構築を目指すことで、モビリティ社会への対応を先行的に展開していく考えである。

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

中期経営計画

(2) 安全・運転支援技術

同社は、安心・安全の先進運転支援技術とそれを支える整備体制を顧客に提供している。このため、店舗に配備した1,400台の試乗車やレンタカーの試乗機会を増やし、顧客がプロパイロットなど先進運転支援システムを体験する機会を広げている。なお、プロパイロットは既に主要車種の大半に標準装備またはオプション設定され、事故発生率の減少に貢献しているようだ。また、すでに一日の長のある整備体制をさらに強化し、技術革新に対応できる人財基盤を整備するとともに、検査ラインの自動化などDXを活用して作業の効率化と作業精度の向上を推進する。さらに、車載式故障診断装置を全店に配備するとともに、特定整備制度に向けた最新整備機器を導入するなど、安心・安全なカーライフに直結する「電子制御システム整備」の体制構築を推進する。

(3) モビリティ事業

所有からリースやシェアへシフトしている消費トレンドに的確に対応するため、モビリティ事業を強化している。1997年から展開している新車個人リース「P.O.P.」については、販売ノウハウなどをベストプラクティスとして全社的に生かし、利用率・定着率の向上と乗り換えの促進につなげている。この結果、「P.O.P.」は、早期の買い替えを通じて同社の新車販売と中古車販売の拡大に貢献し、さらには整備・保険などのストック収益の拡大にも寄与する事業として急成長した。また、中古車個人リースにも参入し、好調な立ち上がりとなった。モビリティ事業ではほかに、レンタカー事業で「日産レンタカー」の全店配備と運用台数の増強を進めている。

(4) 投資計画

同社は重点施策を実行するため、既存領域への継続投資に加え、注力領域へ積極的な投資を行うため、4年間で総額300億円規模の投資を実行する予定である。内訳は、持続的成長のための既存ビジネス強化を目的としたネットワーク刷新や環境対応、事業ポートフォリオ再構成に250億円以上、変革の推進力となる人財・DXの強化、ITによる効率/生産性向上や事業の多角化、ベストプラクティスの強化に20億円以上、モビリティ関連やEV周辺事業のための新規事業や資本業務提携に30億円以上としている。積極的な投資により収益力向上を図り、2027年3月期にはROE(自己資本当期純利益率)7.0%を計画する。また、ROE向上のために、ネットワークの刷新や新たな顧客接点の構築、効率化投資などにより営業利益率4.2%、収益拡大に向けた投資と資産の有効活用(不要な資産の圧縮)によりROA(総資産当期純利益率)3.4%、財務安全性を確保しつつ資本構成の最適化を図ることでD/Eレシオ0.26倍を目指している。

中期経営計画は順調に進捗、目標はほぼ達成

3. 中期経営計画の進捗

中期経営計画では、新車販売台数のコロナ禍前水準への回復、新車販売の収益拡大、ストックビジネスでの収益上積み、人財・デジタルへの投資強化、設備費・経費の最適化にも取り組んできた。このため、店舗投資をコンスタントに続け、人的・DX投資ではロールプレイングや社内作業軽減などにAIを活用してきた。2025年4月にはモビリティに関する新規事業を検討する事業開発室を設置した。2026年3月期中間期はやや厳しいスタートとなつたが、下期に新型車2車種と新店舗2店舗を投入、2027年3月期には高速での燃費を向上した第3世代e-POWERを載せた人気の新型大型ミニバン「エルグランド」を投入する予定である。この結果、財務目標の中心である営業利益は2024年3月期に3年前倒しで達成、売上高など以外大半の指標でも目標を達成した。このため、中期経営計画は着実に進捗しているということができる。

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

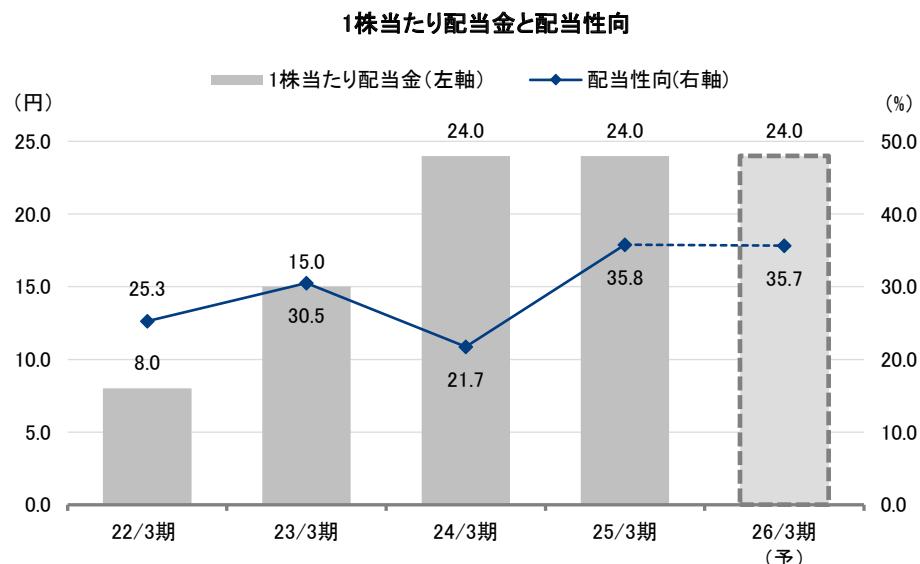
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 株主還元策

配当性向30%以上維持、自己株式消却も

1. 配当政策

同社は、株主への利益還元を行うことを経営の重要課題の1つと認識している。基本方針は、成長性を確保するための内部留保も考慮しながら、配当性向30%以上の維持を目標に据えるとともに、業績に応じた機動的な対応を行うなど株主還元を強化することである。2026年3月期の1株当たり年間配当金は24.0円（中間配当金12.0円、期末配当金12.0円）を予定している。なお、2025年11月に、資本効率向上と株主還元を目的に、自己株式7,056千株全株を消却した（消却前の発行済み株式総数に対する比率10.58%）。



出所：決算短信よりフィスコ作成

日産東京販売ホールディングス
8291 東証スタンダード市場

2025年12月26日 (金)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

株主還元策

人気車種をデザインしたQUOカードを贈呈

2. 株主優待制度

同社は、株主の日頃の支援に感謝するとともに、同社株式への投資魅力を高め、より多くの株主に中長期的に同社株式を保有してもらうことを目的に、株主優待制度を導入している。対象は、基準日(3月31日)の株主名簿に記載または記録された同社株式5単元(500株)以上保有している株主である。株主優待の内容は、同社人気車種を意匠したオリジナルデザインのQUOカードを、500株以上1,000株未満を保有する株主に1,000円分、1,000株以上5,000株未満を保有する株主に2,000円分、5,000株以上を保有する株主には保有継続期間2年未満で3,000円分、保有継続期間2年以上で5,000円分を贈呈している。贈呈の時期は、毎年1回、同社定時株主総会終了後(6月下旬ごろ)に発送する予定としている。

株主優待のオリジナルQUOカード

第112期



第113期



出所：同社ホームページより掲載

重要事項（ディスクレーマー）

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・表示したものですが、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、企業から報酬を受け取って作成されています。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はありません。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