

|| 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 >>>](#)

2026年7月1日(水)

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. 国内最大級の日産系自動車ディーラーで、東京都の人口の約9割をカバー	01
2. 総合モビリティ事業のフロントランナーとして幅広い事業でシナジーを創出	01
3. 2026年3月期は減収減益も、新型車リリース、新店オープンを機に業績回復へ	01
4. 「エルブランド」など新型車効果と店舗ネットワーク刷新効果で業績回復に弾み	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 自動車業界の動向	04
■ 事業概要	05
1. 事業内容	05
2. 同社の強み	07
■ 業績動向	08
1. 2026年3月期の業績動向	08
2. 事業別の売上動向	09
3. トピックス	11
4. 2027年3月期の業績見通し	11
■ 中期経営計画	13
1. 中期経営計画	13
2. 中期経営計画の重点施策	13
3. 中期経営計画の進捗	14
■ 株主還元策	15
1. 配当政策	15
2. 株主優待制度	16

要約

新型車リリースで業績回復に弾み

1. 国内最大級の日産系自動車ディーラーで、東京都の人口の約9割をカバー

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、連結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。国内最大級の日産系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、個人リースなどオリジナルの事業も展開している。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、補助金の投入を続けて1.6%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. 総合モビリティ事業のフロントランナーとして幅広い事業でシナジーを創出

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、地域に密着した100店舗を超える店舗ネットワーク、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確保、新車のみならず中古車や整備などストックビジネスも含めた幅広い事業でシナジーを創出している。たとえば、他社に先駆けて展開した個人リースは、ベストプラクティスにより急成長し、新車の早期買い替えや良質な中古車の確保といったシナジーを創出した。先端技術の発展や環境問題などを背景に、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が、同社はこうした強みを武器に変革期を乗り切る考えだ。

3. 2026年3月期は減収減益も、新型車リリース、新店オープンを機に業績回復へ

2026年3月期の業績は、売上高が128,997百万円(前期比8.9%減)、営業利益が4,756百万円(同35.8%減)となった。主に上期において新型車が端境期となったうえ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、新車販売台数と中古車販売台数が減少した。堅調な入庫により整備事業は増収となったが、個人リースも含めたストックビジネスが販売台数減をカバーできず、減収となった。営業利益は、成長のための投資を継続しつつコストコントロールに努めたが、減収の影響により減益となった。しかし、11月以降は新型車3車種をリリース、2店舗をリニューアルオープンしたことを機に、第4四半期にかけて業績回復の傾向が急速に鮮明になっている。

要約

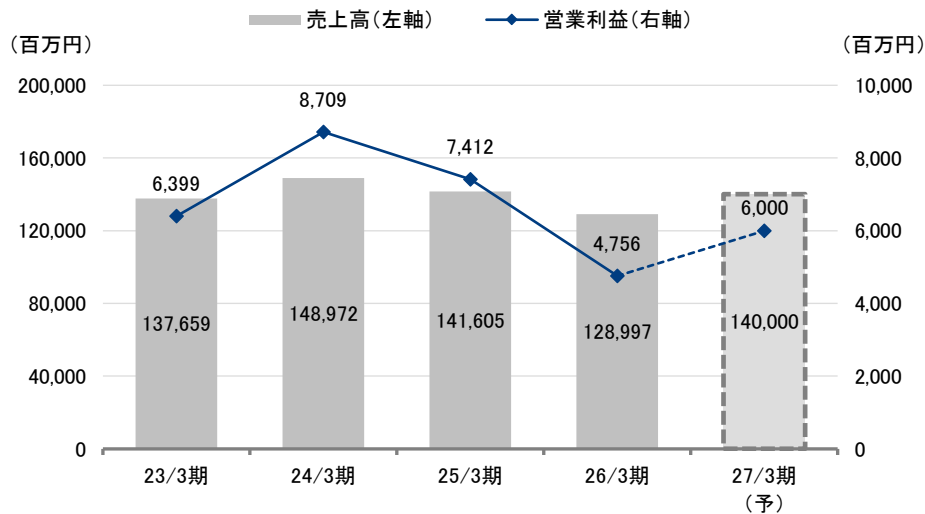
4. 「エルブランド」など新型車効果と店舗ネットワーク刷新効果で業績回復に弾み

2027年3月期の業績予想について、同社は売上高140,000百万円(前期比8.5%増)、営業利益6,000百万円(同26.1%増)を見込んでいる。業績が厳しかった前期の反動に加え、前期後半にリリースした新型車3車種が通期業績に貢献、今期は期待の高級ミニバン「エルブランド」とコンパクトSUV「キックス」のリリースが予定されている。さらに、中期経営計画期間中にリニューアルした10店舗の刷新効果も顕在化しており、業績回復に弾みがつきそうだ。中期経営計画については、店舗ネットワークの刷新など投資を着実に進めた結果、営業利益ほか大半の指標で目標を前倒し達成した。最終年度となる2027年3月期の営業利益予想も、連結子会社売却の影響を除けば達成と言える水準にあり、厳しい環境のなか順調に進捗していると言えよう。

Key Points

- ・国内最大級の日産系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月期は新車販売が苦戦したが、新型車投入で第4四半期に業績が回復傾向へ
- ・新型車投入効果、店舗ネットワーク刷新効果により2027年3月期は業績回復に弾み

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

東京地盤の国内最大級の日産系カーディーラー

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なか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最新の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、東京府自動車配給（株）として東京市で発足した。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。1997年に個人向けカーリースに参入、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。

日産東京販売ホールディングス | 2026年7月1日(水)
 8291 東証スタンダード市場 | <https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

会社概要

沿革

年月	内容
1942年11月	東京府自動車配給(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ャ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フィスコ作成

日本のEV市場は依然として肥沃

2. 自動車業界の動向

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 & Services)、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」という考え方にに基づき、様々な交通手段を最適に組み合わせで検索・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。

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

2026年7月1日(水)

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

会社概要

こうした大変革と親和性の高い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が日産自動車以外限定的で、国内の新車販売台数に占めるEVの構成比が1.6%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かず、消費者にEV購入の二の足を踏ませているとも言える。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、電動車と相性が良いと言われるIoTには自動運転につながる運転支援技術プロパイロット(ProPILOT)など先端技術で対応してきた。また、他社メーカーのEVも利用可能な急速充電器を各店舗に設置しているほか、個人リースやレンタカーなどモビリティ事業の強化も進めている。

※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。

ところで、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などが、近年、EVに対してネガティブな印象を与えている。しかし、欧米や中国のEV低迷は補助金の打ち切りや景気低迷が要因で、補助金の投入を続けて1.6%という低い普及率を引き上げたい日本とは状況が異なる。また、EVのための電力を発電する際に化石燃料や、設置・廃棄時には環境破壊の恐れがある太陽光発電を利用することに対しては批判もある。しかし、これは電気を使うすべての機器に言えることである。むしろ、原子力発電の再稼働が数基予定されるなど、電気の作り方自体の見直しが進んでいる。加えて、安全性などの点でリチウムイオン電池より優位性のある全固体電池が登場間近である。したがって、欧米や中国と異なり、日本のEV市場は依然として肥沃と言えし、実際に同社でもEV軽自動車「サクラ」などの売れ行きは好調だ。このため、中長期的にはEVの需要が拡大することが予想され、それにつれて同社が先行者メリットを享受する状況は十分に想定できる。

■ 事業概要

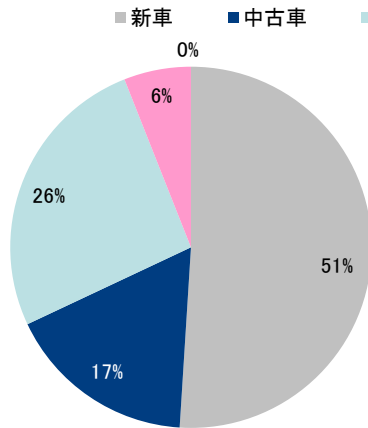
新車と中古車が回転し、ストックが積み上がる

1. 事業内容

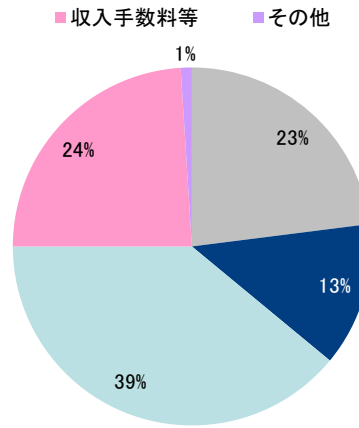
同社の事業は、個人リースを含む新車販売、中古車販売、整備事業などで構成されている。事業全体でカーライフのワンストップサービスを提供し、付加価値の高い提案とメンテナンスや金融商品など自動車関連サービスによって顧客のLTV(ライフタイムバリュー)を最大化するとともに、モビリティを事業として展開していくことでグループシナジーを追求している。収益構造を見ると、例年、新車が売上高の少なくとも50%以上を占める一方で、売上総利益では整備などのストックビジネスによってバランスが取られている。また、新車を販売することで中古車販売の回転が良くなり、整備などのストックビジネスが積み上がるという安定したバリューチェーンを築いている。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、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。

事業概要

売上高の内訳



売上総利益の内訳



注：2026年3月期
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) 新車販売

連結子会社の日産東京販売では、日産自動車が生産するEVやe-POWER、ガソリンの新型車を、軽自動車から商用車まで全車種ラインナップしており、都内約100の店舗を通じて販売している。現在これらの店舗は、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あわせ、「ニッサン・リテール・コンセプト(NRC : Nissan Retail Concept)」という新世代店舗へのリニューアルを続けている。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3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、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、新車販売台数が全国で450万台程度と横ばいで推移する時代において、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ある。

(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ため、新車販売の1形態と言える。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、利便性の高いサービスとなっている。このため現在、個人リース市場が拡大しているが、1997年よりサービス展開してきた経験と、「P.O.P」という独自のブランドによって、同社は東京都で約4割という高いシェアを占めている。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求められるため、EVで培った同社の経験や営業力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7~8年、リース契約が6~7年と言われるなか、約8割の顧客が3年で次の新車に乗り換え、しかもリピート率は9割以上に達している。新車販売の回転が上がるうえ状態の良い中古車も増えるので、同社にとって非常に効率の良いビジネスと言える。近年、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。

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

2026年7月1日(水)

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

事業概要

(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、同社の主流は、収益性の高い自社在庫を自社の店舗で消費者に直接販売する「小売販売」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2024年3月期から開始、これから伸ばしていくところである。

(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、グループ内の整備在庫の総台数は約66万台となっている(いずれも2025年3月期実績)。また、大規模総合自動車整備会社で連結子会社のエヌティオートサービス(株)は、専門としての確かなサービス品質と最新鋭の設備によって、钣金・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約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している。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。

ストックビジネス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。充実したラインナップを背景に累計16,000台超のEV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 (Vehicle to Home) の提供など、コンサルティングもを行っている。先端技術にも対応でき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重整備工場3ヶ所を有し、EVの急速充電器も各店舗を中心に約100基配備している。

事業概要

(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、個人リース、13万件超の整備のため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、35万件の顧客基盤を構築している。同社はこうした顧客基盤をベースにストックビジネスを展開、営業費の約90%をカバーできる額のストック収益を確保している。このため、新車販売台数が前期比13.2%も減った2026年3月期も、全社では高水準の利益を確保することができた。

(3) 地域に根ざした店舗ネットワーク

同社は東京都都心8区※を除く東京都全域を地盤とし、東京都約1,400万人の人口の約9割をカバーしている。新車販売95店舗(ルノー店3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、ドミナントを一層強化するため、新世代店舗へのリニューアルを進めて購買力の強い東京の消費者にさらに密着していく考えである。

※千代田区、中央区、港区、新宿区、文京区、台東区、渋谷区、豊島区の東京都都心8区のこと、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、顧客ニーズにあわせた商品提案力を磨き、販促や営業のヒット率を向上してきた。その結果、制度や仕様面の説明が難しいといわれる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。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高い水準の営業利益率を実現しているのも、ベストプラクティスによる採算改善によるところが大きい。

業績動向

中間期の大幅営業減益から下期は回復傾向

1. 2026年3月期の業績動向

2026年3月期の業績は、売上高が128,997百万円(前期比8.9%減)、営業利益が4,756百万円(同35.8%減)、経常利益が4,754百万円(同35.5%減)、親会社株主に帰属する当期純利益が2,682百万円(同37.8%減)となった。整備事業などストックビジネスは通期で安定した収益を確保、第4四半期には新型車リリースにより回復傾向となったが、端境期などの影響で新車販売台数が低迷して減収減益となり、期初予想に対しても売上高で16,003百万円、営業利益で2,244百万円の未達となった。なお、整備事業の安定収益や継続的なコスト削減に加え、新型車リリースが始まったため第4四半期の営業利益は前年同四半期比で増益に転じた。通期でも2026年2月の修正予想を上回ることができた。

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

2026年7月1日(水)

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

業績動向

2026年3月期業績

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	141,605	-	128,997	-	-8.9%
売上総利益	35,405	25.0%	32,179	24.9%	-9.1%
販管費	27,993	19.8%	27,423	21.3%	-2.0%
営業利益	7,412	5.2%	4,756	3.7%	-35.8%
経常利益	7,367	5.2%	4,754	3.7%	-35.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,312	3.0%	2,682	2.1%	-37.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

同社は、中期経営計画の重点施策として「電動化リーダー」「安全・運転支援技術」「モビリティ事業」の3本柱を掲げ、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、顧客との関係性の一層の強化、企業価値の向上に努めた。しかし、2025年度の全国の新車登録台数が前年度比0.9%減、同社が属すマーケットである東京都内が同0.2%増だったのに対し、同社の登録台数は同13.2%減と厳しい状況であった。これは、新車と新店が期の後半に集中したため期全体で端境期になってしまったこと、供給元の日産自動車のリストラに伴いネガティブな風評が広まったことにより、来店に影響が生じたことが要因と考えられる。

この結果、売上高は減収となったが、11~1月に新車3車種をリリースしたほか、1月には烏山店、2月には足立店のオープンを契機に、第4四半期には回復傾向が急速に鮮明になった。利益面では、整備が安定成長を継続、広告など経費を抑制したものの、減収効果により減益となった。しかし、35万件の顧客基盤をベースとするストックビジネスが下支えたことで、利益はコロナ禍前の水準を確保することができた。期初予想に対して未達になったのは、日産自動車の風評の影響が想定外に大きかったようだ。加えて、第3四半期に公表された令和8年度税制改正大綱により新車販売・中古車販売の買い控えが一定数発生したと想定されることや、新型の軽自動車「ルークス」の受注は順調であったが特定の仕様に需要が集中したことで納期遅延が発生したことなどの影響もあったと考えられる。

個人リースや整備事業などストックビジネスは堅調

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、収入手数料等の減少を、個人リースや整備事業、保険事業でカバーしきれなかった。なお、ストックビジネスの売上総利益の構成比は60%を超える高率となった。また、額は小さいがその他の営業利益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。

業績動向

2026年3月期の事業別売上高

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比
	実績	構成比	実績	構成比	
新車販売	77,775	54.9%	65,591	50.8%	-15.7%
中古車販売	23,555	16.6%	21,996	17.1%	-6.6%
整備事業	31,879	22.5%	32,916	25.5%	3.3%
収入手数料等	8,235	5.8%	8,059	6.2%	-2.1%
その他	161	0.1%	436	0.3%	170.8%

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

新車販売は、日産自動車の風評の影響と新型車と新店の端境期が重なったことで登録台数が2ケタ減となり、減収減益となった。ただし、同社が強みとする個人リースや提案型営業の強化を継続するなか、フルモデルチェンジ車として11月に新型軽自動車「ルークス」、1月に新型電気自動車「日産リーフ」、マイナーチェンジ車としては12月に「セレナ」がリリースされて商品ラインナップが徐々に充実し、さらに1月と2月には新店の開店もあった。このため、第4四半期に入ると新車販売の状況が端境期を脱して明らかに好転、業績貢献の面でも回復傾向が顕著となった。なお、9割程度あった電動車比率が8割を切るところまで下がったが、これは新型軽自動車「ルークス」のヒットによる一時的な減少だと思われる。個人リースについては、商品力と提案力を強みに保有台数が1.8万台(前期末比12.5%増)と順調に拡大した。ストックビジネスのうえ、個人リース市場自体が拡大していることから、新車販売の動向と違って安定した推移となり、一定程度新車販売をカバーできたようだ。

新型「日産リーフ」



出所：決算説明会資料より掲載

新型「ルークス」



中古車販売は、高採算の高級ボディコーティングなど付加価値販売の提案や小売販売を強化したことで付加価値販売単価が73.0千円(前期比8.1%増)となった。しかし、新車販売台数減に伴う下取車の在庫台数減少の影響により中古車販売台数が21,667台(同10.4%減)となり、全体で減収減益となった。ただし、新車販売と同様、新型車のリリースによって第4四半期には回復傾向が鮮明になったようだ。また、ストックビジネスの中古車個人リースはまだ3年目のため絶対台数は少ないが、2ケタ成長を続けている。整備事業は、35万件の既存顧客基盤に支えられて引き続き在庫が増加、教育プログラム強化によるスキル向上や最新設備導入による生産性向上に加え、物価上昇に対応した適正な価格設定もあり、3期連続の増収増益となった。メンテナンスパック会員も、新車販売台数減の状況下でも13万件超と前期並みを維持した。車検館は、シェア拡大余地が大きいため新規顧客向けのマーケティングを強化しており、4期連続の増収増益となった。

持続的成長へ向けた取り組みを推進

3. トピックス

持続的成長へ向けて積極的に行動した。店舗ネットワークの再構築では、中期経営計画に基づいて2026年2月に10店舗目となるニッサン・リテール・コンセプト店として足立店をオープンした。足立店は、ショールーム内展示台数7台、整備工場設備12ベイ+1車検ラインと本社最大級の基幹店舗で、利便性向上と働きやすさ・機能高度化に加えV2XなどのEV活用設備の拡大により地域のモビリティ拠点としての役割を強化している。人的資本の充実では、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」に参加し、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本社チームが準優勝を飾った。また、日産自動車の人材育成プロジェクトの一環である「日産メカニックチャレンジ」に外国籍を含む延べ20名の本社整備士が参加、「SUPER GT」や「スーパー耐久」のレーシングチームの一員として得た現場の経験を日常の仕事に生かしている。このほか、自治体が主催するイベントや防災訓練などへ電源としてEVを提供、店舗や事業所に備蓄する災害備蓄品の一部をこども食堂や保育園などに寄付、東京都が推進する「TOKYOこども見守りの輪プロジェクト」に参画するなど地域社会に貢献した。なお、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。

新型車増と新店増により回復にさらに弾み

4. 2027年3月期の業績見通し

中期経営計画最終年度の2027年3月期の業績予想について、同社は売上高140,000百万円(前期比8.5%増)、営業利益6,000百万円(同26.1%増)、経常利益5,500百万円(同15.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益3,500百万円(同30.5%増)を見込んでいる。業況が厳しかった前期の反動に加え新型車の拡大で、業績回復に弾みがつきそうだ。

2027年3月期の業績見通し

	26/3期		27/3期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
売上高	128,997	-	140,000	-	8.5%
営業利益	4,756	3.7%	6,000	4.3%	26.1%
経常利益	4,754	3.7%	5,500	3.9%	15.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,682	2.1%	3,500	2.5%	30.5%

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

2026年7月1日(水)

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

業績動向

同社は、人的資本の充実やDX推進、顧客の利便性向上のための店舗ネットワークなど持続的成長のための投資を着実に実行するとともに、電動化リーダー、安全・運転支援技術、モビリティ事業といった重点施策を推進し、引き続き企業価値の向上に努める考えである。新店は2026年10月に多摩地区で1店の計画のみだが、前期を含めてこれまでにニッサン・リテール・コンセプト店として出店した10店のネットワーク刷新効果が期待される。また、新型車は前下期の3車種に加えて今期も3車種のリリースが予定されており、端境期を超えて繁盛期に入ると思われる。この結果、売上高は2ケタ近い増収となる見込みである。利益面では、待遇向上や採用、教育、環境整備など人的資本投資、支援システム導入などDX投資が予定されているが、新型車による増収効果に加えて新型車販売に伴う中古車手数料や保険手数料などの増加も予想されるため、売上高を上回る伸びになる見込みである。

事業別では、新車販売は、「ルークス」と「日産リーフ」が通年寄与することに加え、6月に新型コンパクトSUV「キックス」、7月には高収益の新型高級ミニバン「エルブランド」のリリースが予定されている(このほか2027年初頭に北米日産会社のSUV「ムラーノ」も国内発売の予定がある)。ともに高速での燃費が改善された第3世代e-POWER車で、これに店舗のリニューアル効果を生かすことで、新型車の純増効果の最大化を図る。なかでも、かつてトヨタ自動車<7203>の「アルファード」「ヴェルファイア」と伍す人気車種だった「エルブランド」は、16年ぶりのフルモデルチェンジとなるため大きな期待が寄せられている。「キックス」は、量販タイプSUVのため数量を確保しやすいようだ。新型車効果もあり、個人リースのペースが上がりそうだ。この結果、新車販売は増収増益を見込んでいる。

新型「エルブランド」



新型「キックス」



出所：決算説明会資料より掲載

中古車販売は、新車販売台数の増加に伴い商品となる下取車が充実するため、中古車販売台数の増加が見込まれる。中古車相場も、円安傾向を背景に輸出市場の活性化などの影響で引き続き高水準となる予想だ。さらに、今期も付加価値販売の提案や中古車個人リースの強化を継続し、販売単価の上昇を見込む。このため、中古車販売は増収増益を予想する。整備事業は、安定した顧客基盤による継続的な整備在庫や約8割という高いリピート率、整備施設への継続投資による生産性向上を背景に、増収増益を見込んでいる。「車検館」は、新規店舗を軸に新規顧客の獲得を推進する。

■ 中期経営計画

モビリティの進化を加速させ、新しい時代を切りひらく

1. 中期経営計画

「CASE」や「MaaS」の考え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ている。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掲げている。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、以下で述べる電動化リーダー、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。

重点施策を遂行するため投資も積極的に実施

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やe-POWER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。こうした電動車に対する消費者の関心は高いので、同社は長年にわたって蓄積してきた電動車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)などを目指すこととした。また、EVとe-POWERの高い販売シェアを持続することで、将来も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。

(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有している。このため、顧客に対し、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、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、既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を推進して作業の効率化と作業精度の向上を進める。さらに、車載式故障診断装置を全店に配備するとともに、特定整備制度の認証取得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。

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

2026年7月1日(水)

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

中期経営計画

(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、さらには整備・保険などのストック収益の拡大にも貢献する事業として急成長した。モビリティ事業ではほかに、中古車個人リースの定着や、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

同社は重点施策推進のため、既存領域への継続投資に加え、注力領域へ積極投資を行っており、4年間で総額300億円以上の投資を実行する計画である。内訳は、持続的成長のため既存ビジネス強化を目的とした店舗ネットワークの刷新や環境対応、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。これにより収益力の向上を図り、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。

中期経営計画最終年度は相次ぐ新型車の恩恵を享受

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。中期経営計画に基づいて既に10店に及ぶ店舗ネットワーク投資や、社内作業軽減へのAI活用などDX投資を着実に進めることができた。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、営業利益のほか大半の指標も既に目標を達成している。最終年度となる2027年3月期の営業利益予想も、売却した連結子会社の収益を考慮すればほぼ達成した水準にあると言える。このため、中期経営計画は順調に進捗していると言えよう。

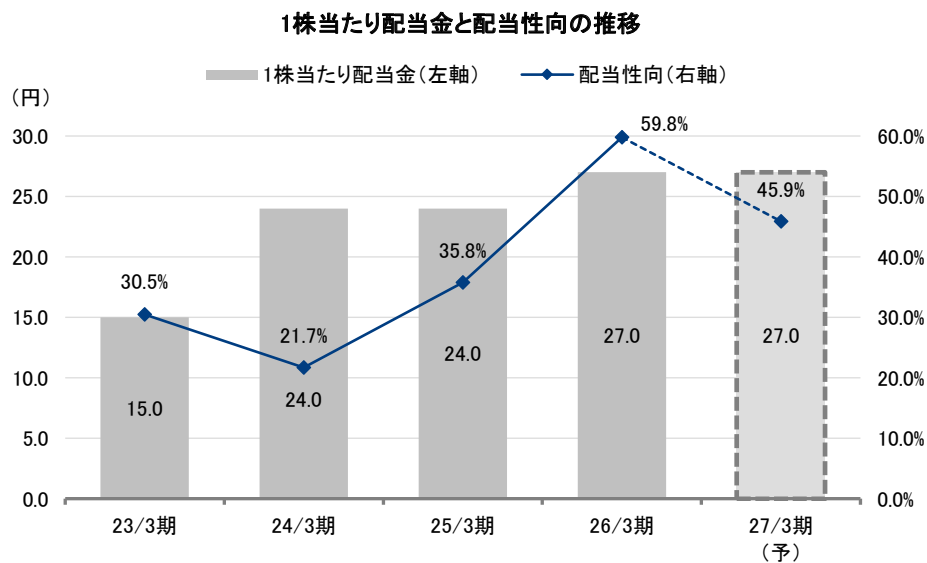
ところで、2026年3月期は厳しい業績となったが、主因は、日産自動車のリストラと新型車の端境期が重なり、日産自動車に対するネガティブな風評が巻き起こったことにある。ところが、日産自動車が、2027年3月期までの業績回復を目指し、長期的な成長に向けて経営を再建するための行動計画である「Re:Nissan」を策定、コスト構造の改善、市場戦略と商品戦略の再定義、パートナーシップの強化を進めたことで、風評も下火になってきた。特に2026年3月期後半から新型車の投入が世界で相次ぐに至り、また新型車の先陣を切った「ルークス」や「日産リーフ」の受注が好調に推移したことで、風評自体の影響はほぼなくなったように思われる。これまでストックビジネスや独自のビジネスによって厳しい時期を乗り越えてきた会社だが、中期経営計画最終年度は「エルブランド」など日産自動車新型車の恩恵を享受できそうだ。

株主還元策

配当方針をDOE3%以上へ変更、今後さらに充実へ

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最重要課題の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、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。株主還元のさらなる充実とともにより安定した配当にするため、配当方針を従来の配当性向30%以上の維持から、DOE3%以上へと変更した。また、さらなる株主還元の充実について、引き続き検討を継続していく方針である。こうした配当方針により、2026年3月期の1株当たり年間配当金は前期比3.0円増配の27.0円(中間配当金12.0円、期末配当金15.0円)とした。2027年3月期は27.0円(中間配当金13.0円、期末配当金14.0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7,056千株を消却した(消却前の発行済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

人気車種をデザインしたオリジナルQUOカードを贈呈

2. 株主優待制度

同社は、株主の日ごろ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。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、理由のいかなを問わず、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、配布等することは強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