

|| 企業調査レポート ||

アップガレージグループ

7134 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年6月21日(水)

執筆：客員アナリスト

清水陽一郎

FISCO Ltd. Analyst **Yoichiro Shimizu**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2023年3月期の業績概要	01
2. 2024年3月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業内容	05
1. リユース業態	05
2. 流通卸売業態	10
3. 自動車業界特化型人材紹介サービス	11
■ 業績動向	12
1. 2023年3月期の業績概要	12
2. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	16
● 2024年3月期の業績見通し	16
■ 中長期の成長戦略	17
■ 株主還元策	19

■ 要約

2023年3月期は売上高・営業利益が過去最高を更新。 今後も事業拡大と収益性の向上を目指す

アップガレージグループ<7134>は、1999年に創業した比較的若い企業である。2023年4月に上場企業であった(株)クルーパーが子会社の(株)アップガレージと(株)ネクサスジャパンを吸収合併し、現在の社名に変更した。カー用品・バイク用品の買取・販売をメインとするリユース業態と、新品タイヤ卸売事業の「タイヤ流通センター」、受発注プラットフォーム「NEXLINK(ネクスリンク)」による新品商品の卸売を行う流通卸売業態を展開している。

1. 2023年3月期の業績概要

2023年3月期の連結業績は、売上高が前期比7.8%増の11,355百万円、営業利益が同22.9%増の846百万円、経常利益が同25.0%増の874百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同35.5%の559百万円となった。物価高を受けてカー用品・バイク用品の新品価格が上昇するなかで、同社がメインとして扱っている中古パーツ用品への需要が拡大し、過去最高の売上高を達成した。売上の拡大に加えて、DXによる業務の効率化、高収益である取り付けサービスの強化、中古品の買取・販売の強化、などによって収益性も高まった。これにより、営業利益も過去最高を記録するとともに、営業利益率は前期比1.0ポイント増の7.5%まで上昇している。

2. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の連結業績見通しは、売上高で前期比10.1%増の12,500百万円、営業利益で同18.1%増の1,000百万円、経常利益で同15.6%増の1,011百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同4.2%増の583百万円を見込んでいる。自動車保有年数の長期化や物価上昇による新品価格の上昇など、外部環境の追い風が見込まれるなか、リユース業態については、既存店の活性化、新規出店、新業態の成長などにより業績を拡大させる。加えて、新たな収益基盤の確立に向けて新業態の展開にも注力していく。また、米国での事業開始も計画している。トップラインを伸ばしつつ、ITを駆使した生産性の向上や利益率の高いサービス商品の販売強化などによって収益性も高めていく。流通卸売業態に関しては、顧客の受発注業務の効率化を実現する「NEXLINK」の導入企業数の拡大と「タイヤ流通センター」の新規出店の加速に注力していく。

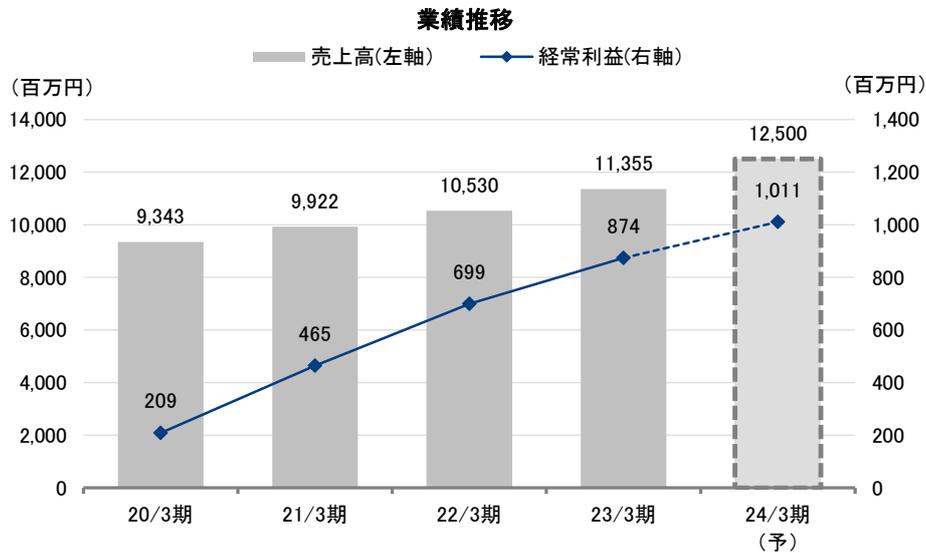
要約

3. 中長期の成長戦略

中長期の成長戦略として同社は、リユース業態と流通卸売業態をさらに拡大させながら、DXのさらなる推進や経営効率の向上によって収益性を高めていくことを計画している。具体的には、リユース業態においては毎年新規出店10～15店舗（直営3～5店舗、フランチャイズ（以下、FC）7～10店舗）を継続しながらメインブランドである「アップガレージ」を将来的には店舗数300店舗に拡大する目標を掲げているほか、海外への進出として2024年3月期中の米国進出を計画している。また、アップガレージカーズなどの新規ビジネスも将来の収益基盤へと成長させていく計画だ。流通卸売業態に関しては、「タイヤ流通センター」の新規出店ペースを加速していくことに加えて、NEXLINKの導入企業数を拡大していく。これらの施策によって売上の拡大とともに収益性の向上も同時並行で進めることにより、2025年3月期をめぐりに営業利益率を10%まで高めていく戦略だ。

Key Points

- ・カー & バイク用品のリユース市場で店舗数 No.1
- ・2023年3月期は売上高、営業利益が過去最高を更新
- ・中長期的にはさらなる売上の拡大と収益性の向上を目指す



出所：有価証券報告書、決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

カー & バイク用品のリユース業態をメインに展開。 早期に FC 展開したことにより、高い市場シェア率を実現

1. 会社概要

中古パーツを「安く手に入れたい」買手と「適正価格で売却したい」売手をつなぐマーケットの需要があることを確信し、中古車業から中古パーツ事業をスピリアウトする形で創業した同社は、カー & バイク用品リユース業態（直営店舗の運営、FC 本部の運営、EC サイトの運営）と流通卸売業態（「タイヤ流通センター」による新品タイヤの卸売事業と受発注プラットフォーム NEXLINK による新品商品の卸売販売）を行っている。1999 年の創業当初は、リユース市場というものがまだ発達しておらず、そのなかでもカー用品・バイク用品の買取・販売事業は一般的ではなかった。そうしたなかにあっても、同事業の潜在的なニーズを革新した創業者の現代表取締役会長 CEO 石田誠氏は、精緻な在庫管理と適正な査定価格による買い取りを可能にするシステムの構築に注力し、自社のノウハウとシステムを迅速にフランチャイジーに展開していった。創業者の論理的思考と仕組みを構築する能力によって、同社の業界におけるシェアは増加し続け、同社の 2023 年 3 月末時点のアップガレージ総店舗数は全国 224 店舗、市場シェアは約 4 割まで高まっている。CtoC モデルのリユースサービスが台頭するなかにあっても同社は、実店舗でのプロによる対応を顧客に提供することにより、顧客に対して安心感を提供している。車やバイクは人の命を乗せて走るものであり、実店舗やプロによる安心感の提供は、同社サービスの差別化要因の 1 つになっていると言えるだろう。

また、創業当初からシステム構築に注力してきた歴史を持つなど、IT システムを事業活動・経営活動に積極的に導入している点も同社の特徴の 1 つである。同社では、自社でエンジニアを採用し、グループ企業のデジタル化をフルスクラッチで担っている。特に近年は、リユース業態、流通卸売業態にシステム開発を組み合わせることで、これまでの店舗展開中心の事業運営から IT を駆使した事業運営、ソリューション提供へと飛躍を図っている。こうした経営方針、組織体制の下で、買取予約システムや PIT 作業予約システム、宅配・出張買取など新たな価値を次々と創出していることも顧客から支持される理由の 1 つとなっている。

同社ビジネスの循環モデル



出所：決算説明資料より掲載

アップガレージグループ | 2023年6月21日(水)
 7134 東証スタンダード市場 | <https://www.upgarage-g.co.jp/ir/>

会社概要

2. 沿革

同社は、1999年に東京都町田市に1号店として「アップガレージ町田店（現アップガレージ横浜町田総本店）」をオープンし、（株）アップガレージとして創業した。2000年に新業態である中古2輪パーツ専門店「アップガレージ ライダース」、2005年に中古タイヤ・ホイール専門店「アップガレージ ホイールズ」、2010年に新品タイヤ専門店ブランド「東京タイヤ流通センター（現タイヤ流通センター）」、2013年にモール型ECサイト「Croooober.com」、2017年に車両買取事業「パーツまるごとクルマ & バイク買取団」、2018年に中古工具専門店「ワークガレージ（現アップガレージ ツールズ）」、2019年に自動車業界に特化した人材紹介サービス「BoonBoonJob（ブーンブーンジョブ）」、2022年に中古自転車専門店「アップガレージ サイクルズ」を開始するなど、市場のニーズに応える形で新規事業を開始しながら、業容を拡大させてきた。2021年12月には東京証券取引所JASDAQ（現スタンダード）市場に上場を果たした。2023年4月には、自動車関連業界において国内・海外で知名度・認知度がある「アップガレージ」のサービスブランド名と社名を統一することによって、事業展開のさらなる加速と企業価値の向上を目指すことを目的に、上場企業であった持株会社クルーパーが子会社のアップガレージとネクサスジャパンを吸収合併し、社名を（株）アップガレージグループに変更し事業を展開している。

沿革

年月	沿革
1999年 4月	（株）オートフリークの中古カー用品販売部門が独立する形で、（株）アップガレージを東京都町田市鶴間に設立。東京都町田市に1号店「アップガレージ町田店」を出店
2000年11月	新業態として中古2輪パーツ専門店「アップガレージ ライダース」を開始
2002年12月	「アップガレージ」直営・FC店舗数が50店舗達成
2004年 3月	（株）アップガレージ東京証券取引所マザーズ市場に上場
2005年 6月	新業態として中古タイヤ・ホイール専門店「アップガレージ ホイールズ」を開始
2010年 3月	本社を横浜市青葉区に移転
2010年 6月	新品タイヤ専門店ブランド「東京タイヤ流通センター（現タイヤ流通センター）」を開始
2010年 8月	「アップガレージ」直営・FC店舗数が100店舗達成
2012年11月	「東京タイヤ流通センター（現タイヤ流通センター）」加盟店が50店舗達成
2013年 9月	モール型ECサイト「Croooober.com（クルーパードットコム）」を開始
2014年 2月	「東京タイヤ流通センター（現タイヤ流通センター）」加盟店が100店舗達成
2017年 7月	新業態として車両買取事業「パーツまるごとクルマ & バイク買取団」を開始
2018年10月	新業態として中古工具専門店「ワークガレージ（現アップガレージ ツールズ）」を開始
2019年 6月	自動車業界に特化した人材紹介サービス「BoonBoonJob」を開始
2019年10月	「アップガレージ」直営・FC店舗数が200店舗達成
2020年 2月	「東京タイヤ流通センター（現タイヤ流通センター）」加盟店が150店舗達成
2021年12月	東京証券取引所JASDAQ（現スタンダード）に株式を上場
2022年 3月	新業態として中古自転車専門店「アップガレージ サイクルズ」を開始
2023年 3月	新業態として中古カスタムカー販売専門店「アップガレージ カーズ」を開始
2023年 4月	組織再編及び商号変更により、（株）アップガレージグループとなる

出所：有価証券報告書等よりフィスコ作成

■ 事業内容

リユース業態・流通卸売業態の2事業を主軸に展開。 アップガレージ、タイヤ流通センターのブランド名で全国展開

同社は、カー & バイク用品リユース業態と流通卸売業態の2事業を軸に事業を展開している。

1. リユース業態

同社の直営店舗、FC店舗及びECサイト（Croooober.com）にてリユース商品の買取・販売事業を行っている。買取の際には過去の購買履歴などのデータベースと同社のパーツに対するノウハウを活用することによって、同社と顧客双方にとって適正な価格での買取を可能にしている。買い取ったパーツを商品化する段階においては、買取商品の点検整備・クリーニング・修繕を行うことにより商品価値を高め、かつ商品により期間は異なるものの原則として1週間以上の「保証」をつけて販売し、CtoCとの差別化を図っている。2022年3月期からは新たにアップガレージラボラトリーという自社内でのホイール加工・修理を行う取り組みを開始しており、従来はリユース商品として扱うことができずに処分していたキズや劣化したホイールをリユース商品として再生し販売できるようになった。これにより、同社事業の収益性が高まっていることに加えて、SDGsの観点からも社会に貢献している。パーツを販売する際にも、在庫管理に関する過去のデータベースや販売履歴などに関するデータを活用し、価格を柔軟に設定することにより、長期間にわたって在庫となるような状況を回避している。また、ECサイトであるCroooober.comには、オークション機能も設けており、同オークションサイトを活用することにより、3ヶ月以内にすべての在庫を売り切るビジネスモデルを構築している。

(1) 店舗展開戦略

同社はリアル店舗による事業展開とECサイトを通じた販売という2つのチャンネルを通じて顧客との接点を構築している。EC販売だけを拡大するのではなく、リアルの店舗展開も行っている理由は、商品の買取をいかにして全国のユーザーから行うかを重要視しているためだ。取付・取外しや複雑な車種適合確認、不定形梱包の煩雑さ等があるカー用品・バイク用品では、ECや宅配買取等の手段がまだまだ敬遠される傾向にあり、そういった顧客にも気軽に買取の持ち込みやリユース品の購入を促すために、店舗を大切な顧客接点として重視している。先述のようにカー用品・バイク用品は命を乗せる大切なものであり、リアル店舗でのプロによる取付作業などが顧客に安心感を提供しているというメリットもある。加えて、パーツの購入に付随して取付などの収益性の高いサービス業務が発生することから、同社の収益性を向上させる要因にもなっている。同社は、カー用品を扱う「アップガレージ」ブランドで店舗展開を始めたが、徐々にバイク用品の取扱需要が高まったこと、カー用品とバイク用品ではユーザーが異なり、バイク用品を販売するためには新たにバイクユーザーへの認知が必要であったこと、車のカスタムには興味がなく摩耗したタイヤの買替、タイヤホイールセットの購入のみを希望する顧客が認知とともに増加したことなどを受け、新たな店舗ブランドの展開と業容の拡大を図ってきた。現在、主力となるアップガレージに加え、展開しているブランドは以下の通り。

アップガレージグループ
7134 東証スタンダード市場

2023年6月21日(水)
<https://www.upgarage-g.co.jp/ir/>

事業内容

(a) アップガレージ ライダース

2000年に中古バイク用品の買取・販売専門の店舗ブランドとして事業を開始した。バイク用品は、カー用品と比べ比較的パーツが小さく、店舗立地や候補物件の選定もしやすくなることから、アップガレージと同一敷地内にアップガレージ ライダースを出店できるといった相乗効果も生み出している。

多様なパーツを取り揃える



排気系/マフラー



ホイール・タイヤ



足まわり



カウル・フェンダーレス



ハンドルまわり



キャリバー・ローター



キャブレター・チューニング



ウィンカー・ヘッドライト・テールランプ



ポアアップ・エンジンパーツ

出所：ホームページより掲載

(b) アップガレージ ホイールズ

中古カーホイールの買取・販売を行う。カー用品のなかでも、カーホイールというより専門分野に特化した商品を扱う店舗ブランドとして、2005年に開始した。カスタムに興味はないものの、タイヤ・ホイールをリユースで利用したいというユーザーが増加していたなかで事業を開始した。タイヤとホイールに取扱商品を特化することで在庫や陳列スペースが絞られ、比較的小型店舗での運営が可能という特徴がある。これにより、地方や大型店近接でカニバリゼーションが懸念されるエリアへの出店も可能となっている。

アップガレージグループ | 2023年6月21日(水)
7134 東証スタンダード市場 | <https://www.upgarage-g.co.jp/ir/>

事業内容

(c) パーツまるごとクルマ & バイク買取団・アップガレージカーズ

パーツまるごとクルマ & バイク買取団は、中古車の買取を行うブランドとして、2017年7月に開始した。カスタムした車は、スポーツカーであってもセダン乗用車であっても、中古車買取業者から見るとその後の販売につなげることが難しく、かつパーツの査定ができないため、敬遠されるか、買取査定を低くされるという傾向があった。そうしたなかにおいて同社では、中古パーツ用品に関する事業を運営してきた強みを武器に、カスタマイズされた車両をオーナーが少しでも満足できる価格での買取査定を可能にしている。パーツを買取・販売している同社だからこそ、買い取ったカスタムパーツを店舗で販売することも、在庫の純正パーツを使いカスタム以前の状態に戻すこともできるため、1品ごとにパーツをしっかりと査定し、買取価格をつけることができる。カスタムカーでも買い取ることができるという同社の強みを生かし、2023年3月には中古カスタムカーの販売を行う「アップガレージカーズ」を新業態として開始している。中古パーツを扱う同社ならではの特徴を生かした中古車販売で他社との差別化を図ると同時に、同社にカスタムカーの買取を依頼する顧客が増えることを狙っている。カスタムカーの買取が増えれば、同社で販売することのできるパーツラインナップも拡大することになり、ユーザーにとってより魅力的な店舗となる。今後は、店舗数を拡大していく計画だ。

アップガレージカーズで販売するカスタムカー



出所：決算説明資料より掲載

(d) アップガレージ ツールズ

2018年に開始したブランドであり、中古工具の買取・販売を行っている。カー用品・バイク用品のカスタムユーザーは工具にもこだわりを見せるほか、建設業やDIYユーザーといった、今まで「アップガレージ」と取引のなかった新たな顧客層の獲得が期待できる業態である。

(e) アップガレージ サイクルズ

2022年3月に、中古自転車の本体・パーツの買取・販売を目的に開始された事業である。中古自転車市場においては、多店舗展開を行うメインプレイヤーが不在であり、リユース業態の他ブランドで蓄積した店舗運営ノウハウとEC・在庫管理システムの横展開が可能なることから、早期にマーケットリーダーとしてポジションを確立することを目指す。2023年3月期においては、女性や子ども連れなど従来接点がありませんだった顧客が店舗を利用しており、新たな顧客層の開拓にも貢献している。

事業内容

新規出店計画



サイクルズ新規出店

5店舗(計画)



出所：決算説明資料より掲載

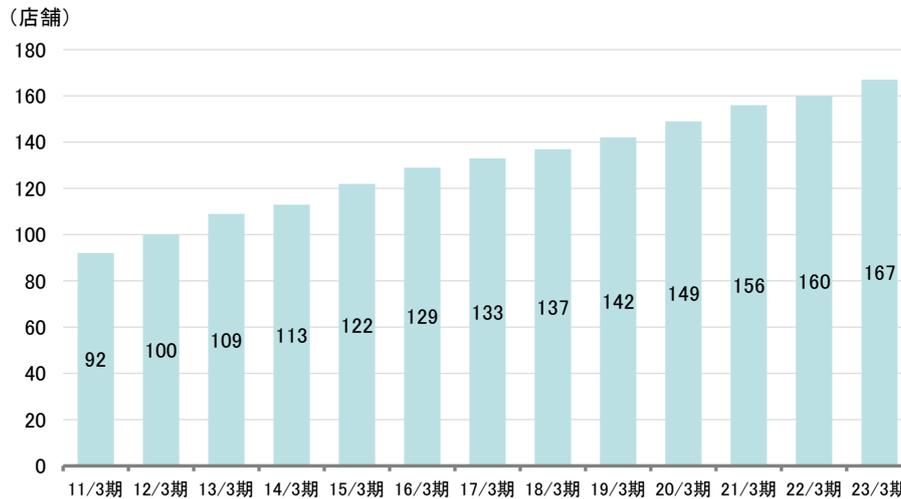
(2) 専門ブランド店の強化

同社が展開する専門ブランドの特徴として、比較的小さな出店スペースで出店できることから、他ブランドとの併設が可能であることが挙げられる。これにより、単独店で展開するよりも認知が早くなる、買取したパーツや車両を販売同一店舗内で販売し、顧客層を拡大できるといったメリットが生まれており、各ブランドがプラスの相乗効果を生んでいる。加えて、小規模店舗で初期投資が抑えられることから半年以内に単月黒字化が可能になるという特徴も有している。初期投資が大きくなり、早い段階で収益化できるという点は、フランチャイジーとなることを検討している企業にとっては魅力的であり、今後の出店拡大計画にプラスに作用すると弊社は見ている。

こうしたなかでアップガレージの直営店・FC店は順調に拡大してきた。初期投資が抑えられる点がFC加盟検討企業にとって魅力であること、小規模面積でも出店可能という特性を有していること、などを考慮すると今後の出店も順調に進んでいくものと弊社は見ている。

事業内容

アップガレージ店舗数の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) EC サイトによる事業展開

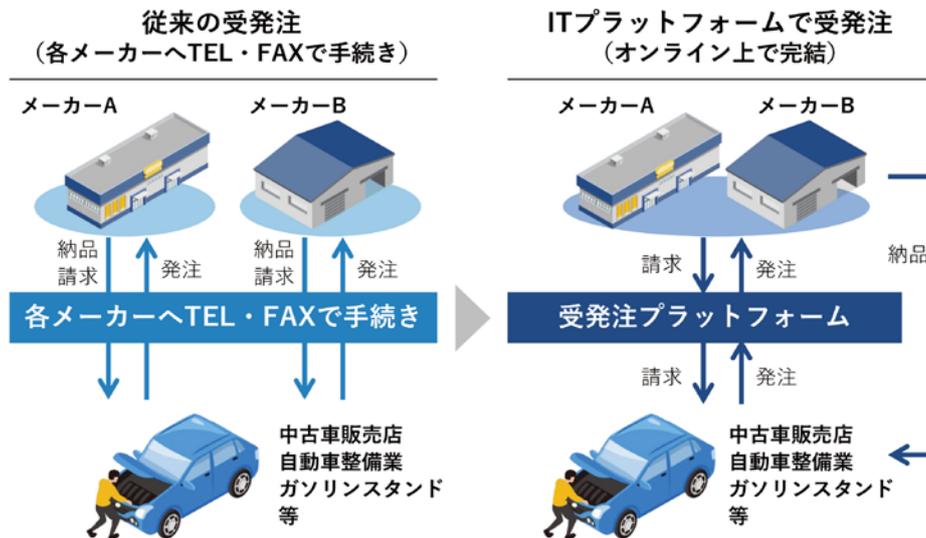
リアル店舗でのパーツの販売に加えて、モール型 EC サイト「Croooober.com」を自社開発し、EC を通じて国内・国外への販売を行っている。同 EC サイトは、直営店及び FC 店で利用している基幹システムに EC サイト登録機能を組み込み、写真情報や適合車種情報等を即座に掲載できる。また、モール型 EC サイトとして開発することで、FC 店以外の企業や外部の販売店など、自社で EC 販売チャンネルを持たない中小規模の事業者の加盟・掲載も可能である。FC 店以外の加盟店についても、掲載商品は少数から登録可能であり、写真掲載機能や商品の一括登録機能を組み込み、直営店や FC 店と分け隔てなくサイト運営を行っている。これにより EC サイトの利用者は、より多くの選択肢のなかから自分にあったパーツを選べるようになっている。アップガレージ売上高に占める 2023 年 3 月期の EC 販売比率は 22.8% となった。商品は店舗と EC の共有在庫となっているため、店舗在庫を常に充実させられるよう、EC 販売比率は 25% を超えないよう調整をしている。また、外部の加盟店の EC サイトの出店拡大に伴って、EC 手数料も順調に増加しており、2023 年 3 月期の EC 手数料売上高は前期比 13.9% 増の 139 百万円となった。

また、EC サイトを通じた海外への販売も行っている。Croooober.com 立ち上げ後から海外からの引き合いが好調だったことを受け、同サイトの海外向けを作成し、EC サイトによる海外への越境販売も 2015 年から開始している。海外展開に関しては、日本文化であるカーチューンやドレスアップチューン、ドリフト仕様チューンなどの人気が高く、かつ最もカーチューン等が定着しているという理由から米国でのリアル店舗の運営を計画している。2024 年 3 月期中に出店し、2025 年 3 月期中の黒字化を目指す。

2. 流通卸売業態

同事業では、「タイヤ流通センター」ブランドを通じた新品タイヤの卸売販売と「法人加盟店向け受発注プラットフォーム」の提供を通じた新品商品の卸売事業を展開している。どちらも同社が開発した受発注プラットフォーム「NEXLINK」をベースにしており、店舗側でのメーカー発注・納品管理・支払管理や、メーカー側での受注管理・納品連絡・在庫有無連絡・請求管理といった業務を「NEXLINK」を介して行うことにより、システム上での一括管理・業務効率化が可能となる。従来の受発注では、欲しい商品を各メーカーに対して電話やFAXで問い合わせ、それぞれのメーカーごとに取引を行っており、煩雑さや効率の悪さが課題となっていた。NEXLINKを使用することで受発注業務を一元化し、顧客の業務効率の向上に貢献している。

NEXLINKによる業務効率の向上



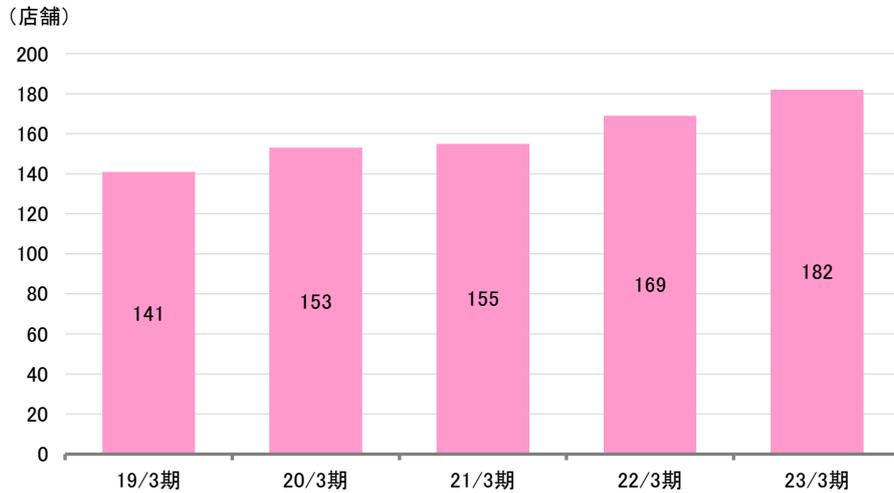
出所：決算説明資料より掲載

タイヤ流通センターは、「アップガレージ」店舗において、中古ホイールに合わせた新品タイヤなど、新品商品に対する需要が高かったために立ち上げた事業である。現在では整備工場やカスタムショップ等の外部の加盟店を含め全国182店舗を展開している。タイヤ流通センター加盟店には「NEXLINK」を提供している。整備工場やカスタムショップ等の独立店では管理が煩雑であった新品タイヤのメーカー発注、納品管理、支払管理をNEXLINKを通じて一元化できるという特徴を受け、NEXLINK導入企業数は順調に増加している。また、個人消費者向けに、サイズやメーカーによって料金体系が分かりづらい新品タイヤを「3プライス」でパッケージ化した商品の提供も行っており、タイヤ選びで迷っているユーザーに対して、明瞭な情報を提供している。なお、NEXLINKの商流としては、NEXLINKを介した加盟店から同社への発注（卸売上）と同社からカー＆バイク用品メーカー（契約企業350社以上）への発注（仕入）による卸売取引となっている。

今後はタイヤ流通センターの新規開拓を推進するとともに、NEXLINK導入企業数も拡大させることで、受発注プラットフォームを通じた卸売販売において、スケールメリットを活かしたボリュームディスカウントにより、収益性を高めていく方針である。

事業内容

タイヤ流通センター店舗数推移

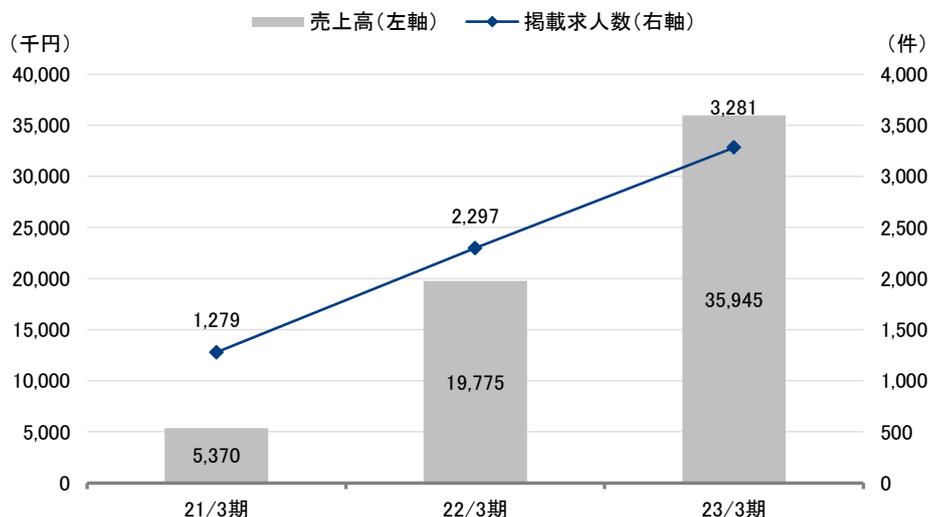


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

3. 自動車業界特化型人材紹介サービス

先述のリユース業態と流通卸売業態に加えて、2019年6月からは自動車業界に特化した人材紹介サービスを開始している。自動車業界においては、人材の定着率や応募人員の低下など、広く人材不足が続いている。そうしたなかで同社は、人材採用後6ヶ月経過時点で人材紹介料の請求を行うなど、人材の流出・回転が比較的早く、常に人員募集に対する費用や対応を迫られている顧客企業に寄り添う形で事業を展開している。人材不足と顧客企業に寄り添う姿勢が評価され、掲載求人数が順調に拡大するとともに、業績も順調に伸ばしている。加えて同社は、人材紹介事業を入り口として、同社の他サービスをクロスセルしていく戦略だ。具体的には、タイヤ流通センターやNEXLINKの拡販を行っていく方針である。

掲載求人数と人材紹介サービスの売上高の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

2023年3月期は売上高、営業利益が過去最高を更新し、各種取り組みにより収益性も向上

1. 2023年3月期の業績概要

2023年3月期の連結業績は、売上高が前期比7.8%増の11,355百万円、営業利益が同22.9%増の846百万円、経常利益が同25.0%増の874百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同35.5%の559百万円となり、売上高、営業利益が揃って過去最高を更新するとともに計画を上振れて着地した。物価高やカー用品・バイク用品の新品価格が上昇するなかで、同社がメインとして扱っている中古パーツ用品への需要が拡大し、リユース業態が増収となった。売上の拡大に加えて、DXによる業務効率化、高収益である取付作業メニューの拡充などを始めとする各種取り組みによって収益性が向上し、営業利益の伸びは前期比22.9%増と売上高の伸びを上回った。これにより、営業利益率に関しても前期比1.0ポイント増の7.5%となり、稼ぐ力が向上した。流通卸売業態においては、中古車市場の好調に伴う既存取引先の受注増加等を受け好調に推移し、新品タイヤの出荷数は過去最高を更新した。

2023年3月期の業績概要

(単位：百万円)

	22/3期		23/3期		前期比
	実績	構成比	実績	構成比	
売上高	10,530	-	11,355	-	7.8%
リユース業態	6,417	60.8%	6,869	60.4%	7.0%
流通卸売業態	4,108	39.0%	4,462	39.3%	8.6%
人材紹介サービス	20	0.2%	35	0.3%	77.9%
連結調整	-16	-	-12	-	-
売上総利益	4,342	41.2%	4,653	41.0%	7.2%
営業利益	689	6.5%	846	7.5%	22.9%
経常利益	699	6.6%	874	7.7%	25.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	412	3.9%	559	4.9%	35.5%

出所：決算説明資料、決算短信よりフィスコ作成

各事業の業績は、以下の通り。

(1) リユース業態

同事業の売上高は、前期比7.0%増の6,869百万円に拡大した。新型コロナウイルス感染症の拡大するなかでの移動手段として公共交通機関から自家用車へのシフト、半導体不足に起因する新車販売台数の減少による保有年数の長期化などを受け、パーツやタイヤ・ホイール等の買替需要が高まったことにより、店舗売上及びEC売上が拡大した。また、タイヤメーカーの値上げや物価上昇に伴う新品価格の上昇などを受け、リユース用品に対する需要が高まったことも業績の拡大に寄与した。

アップガレージグループ | 2023年6月21日(水)
7134 東証スタンダード市場 | <https://www.upgarage-g.co.jp/ir/>

業績動向

直営店舗の売上高に関しては、新規出店を計画どおり5店舗行ったこと、客単価が向上したことなどを受け、前期比4.5%増の4,895百万円に拡大した。売上が拡大するなかで、既存店の収益向上に注力したことにより、売上総利益率も前期比1.5ポイント増の56.4%に高まった。加えて、アップガレージラボラトリーを通じて自社内でのホイール加工・修理を行い再販する取り組みも収益性の向上に寄与した。

FC関連の売上高に関しては、前期比14.2%増の1,137百万円に拡大した。FC店舗に関しても計画どおりの9店舗の出店を完了したこと、既存店舗の売上が拡大したことなどを受け、ロイヤリティ収入及び加盟金収入が増加（前期比15.1%増の564百万円）した。

EC関連の売上高に関しては、ECサイトであるCroooober.comの取扱高が増加したことを受け、EC手数料収入が増加した。

その他、中古自転車の買取・販売を行う新業態「アップガレージ サイクルズ」については、2022年3月に1店舗目となる「アップガレージサイクルズ横浜町田店」を皮切りに、7月に2店舗目となる「アップガレージサイクルズ北戸田店」、10月に3店舗目となる「アップガレージ サイクルズ相模原駅前店」をオープンした。これにより、中古自転車関連の買取依頼や問い合わせが着実に増加したほか、女性や子供連れが店舗を利用するきっかけとなり、新たな顧客層の開拓も順調に進んだ。

リユース業態の業績概要

(単位：百万円)

	22/3期		23/3期		前期比
	実績	構成比	実績	構成比	
リユース業態	6,417	-	6,869	-	7.0%
店舗売上	4,680	72.9%	4,895	71.3%	4.6%
FC 関連	995	15.5%	1,137	16.6%	14.2%
EC 手数料・WEB 広告	186	2.9%	201	2.9%	7.8%
海外 EC	245	3.8%	223	3.2%	-9.1%
本部・その他	308	4.8%	412	6.0%	33.8%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) 流通卸売業態

タイヤメーカーの値上げや半導体不足の影響によるカーナビ等の受注減少などが懸念されたものの、タイヤホイールの取扱高は前期比17%増と好調だったほか、カーナビなどの用品の取扱高も同1%増と堅調に推移した。タイヤ流通センターに関しても、既存加盟店の売上増加及び新規加盟店の獲得により堅調に推移した。

流通卸売業態の業績概要

(単位：百万円)

	22/3期		23/3期		前期比
	実績	構成比	実績	構成比	
流通卸売業態	4,108	-	4,462	-	8.6%
タイヤ流通センター	1,794	43.7%	1,961	43.9%	9.3%
NEXLINK	2,314	56.3%	2,501	56.1%	8.1%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(3) 自動車特化型人材紹介業態

自動車関連業界に特化した人材紹介業態である「BoonBoonJob」に関しては、顧客企業の採用活動が活性化したことなどをを受け、契約企業数及び登録者数が順調に増加した。これを受け、売上高は前期比 77.9% 増の 35 百万円に拡大した。

自己資本比率、流動比率、固定比率は前期比で改善し、財務状況は健全

2. 財務状況と経営指標

2023年3月期末の資産合計は、前期末比 182 百万円増の 5,520 百万円となった。このうち流動資産は同 74 百万円増の 3,610 百万円となった。これは主に、法人税等の税金納付及び配当金支払などによって現金及び預金が 216 百万円減少した一方で、商品が 239 百万円、売掛金が 32 百万円増加したことなどによるものである。固定資産は同 108 百万円増の 1,910 百万円となった。これは主に、繰延税金資産が 20 百万円減少した一方で、ソフトウェア開発に伴い無形固定資産が 109 百万円、店舗の新規出店などに伴い有形固定資産が 18 百万円増加したことなどによるものである。

負債合計は前期末比 251 百万円減の 1,986 百万円となった。このうち流動負債は、同 231 百万円減の 1,603 百万円となった。これは主に、買掛金が 51 百万円増加した一方で、借入金の返済によって短期借入金が 250 百万円、1 年内返済予定の長期借入金が 24 百万円減少したことなどによるものである。固定負債は、同 20 百万円減の 382 百万円となった。これは主に、資産除去債務が 19 百万円増加した一方で、長期借入金が 35 百万円減少したことなどによるものである。純資産合計は同 434 百万円増の 3,534 百万円となった。これは主に、配当金の支払いにより利益剰余金が 124 百万円減少した一方で、親会社株主に帰属する当期純利益の計上により利益剰余金が 434 百万円増加したことなどによるものである。

安全性の指標に関しては、自己資本比率が前期比 5.9 ポイント増の 64.0% となった。親会社株主に帰属する当期純利益をしっかりと計上することにより純資産が増加するなかで、借入金の返済を行ったことにより大きく高まった。また、流動比率は同 32.4 ポイント増の 225.1%、固定比率は同 4.1 ポイント減の 54.0% となった。両指数ともに改善していることに加えて、非常に健全な数値であり、長短の支払い能力に問題はないと弊社は見ている。

アップガレージグループ | 2023年6月21日(水)
7134 東証スタンダード市場 | <https://www.upgarage-g.co.jp/ir/>

業績動向

連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	22/3 期末	23/3 期末	増減
流動資産	3,535	3,610	74
現金及び預金	2,074	1,858	-216
固定資産	1,802	1,910	108
有形固定資産	907	926	18
無形固定資産	301	410	109
資産合計	5,338	5,520	182
負債合計	2,237	1,986	-251
流動負債	1,835	1,603	-231
固定負債	402	382	-20
純資産合計	3,100	3,534	434
利益剰余金	1,695	2,129	434
負債純資産合計	5,338	5,520	182
【安全性】			
自己資本比率	58.1%	64.0%	5.9pt
流動比率	192.7%	225.1%	32.4pt
固定比率	58.1%	54.0%	-4.1pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

2023年3月期の営業活動によるキャッシュ・フローは553百万円の収入となった。これは主に、税金等調整前当期純利益が874百万円、減価償却費が195百万円あった一方で、法人税等の支払額が301百万円、棚卸資産の増加額が239百万円あったことなどによるものである。投資活動によるキャッシュ・フローは313百万円の支出となった。これは主に、システム開発に伴う無形固定資産の取得による支出が204百万円、店舗の新規出店等の設備投資及び既存店舗の改修に伴う有形固定資産の取得による支出が112百万円あったことなどによるものである。財務活動によるキャッシュ・フローは455百万円の支出となった。これは主に、短期借入金の純減額が250百万円、長期借入金の返済による支出が59百万円、配当金の支払額が124百万円あったことなどによるものである。これらを受け、2023年3月期末の現金及び現金同等物は前期末比216百万円減の1,858百万円となった。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	22/3 期	23/3 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	600	553
投資活動によるキャッシュ・フロー	-297	-313
財務活動によるキャッシュ・フロー	943	-455
現金及び現金同等物の増減額	1,247	-216
現金及び現金同等物の期末残高	2,074	1,858

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024年3月期も増収増益を見込む。 利益率向上の施策により、営業利益率も高まる

● 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の連結業績見通しは、売上高で前期比10.1%増の12,500百万円、営業利益で同18.1%増の1,000百万円、経常利益で同15.6%増の1,011百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同4.2%増の583百万円を見込んでいる。自動車の保有年数の長期化とそれに伴うパーツやタイヤ・ホイールへの買替需要の増加、物価上昇を受けた新品用品の価格上昇とリユース用品に対する需要の拡大など、外部環境の追い風が見込まれるなかで、2023年3月期に続き過去最高の売上高、営業利益を更新する見通しだ。売上高に関しては、直営店の全店売上高は前年比10.0%増、直営店既存店売上高は前年比5.0%増、FC店全店売上高は前年比5.0%増、FC店既存店売上高は前年比3.0%増を見込んでいる。売上の拡大に加えて、収益性向上の各種施策の実施により、営業利益率も前期比0.5ポイント増の8.0%まで高まることを想定している。人的資本投資の一環として、ベースアップの実施、福利厚生制度の改革やリスクリングなどへの投資を執行しながらも、増収と生産性向上の施策によって増益となることを見込んでいる。

また、創業当時から在庫管理システムに投資するなど、ITを通じた提供サービスの付加価値向上や業務効率化を推進してきた同社は、引き続きシステム開発とDXを促進していく。具体的には、店舗・EC・Webサイト・顧客のつながりをより一層シームレスにするOMO戦略に注力し、顧客の利便性向上を実現していく。

2024年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	23/3期		24/3期		前期比
	実績	売上比	予想	売上比	
売上高	11,355	-	12,500	-	10.1%
営業利益	846	7.5%	1,000	8.0%	18.1%
経常利益	874	7.7%	1,011	8.1%	15.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	559	4.9%	583	4.7%	4.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) リユース業態

リユース品という特性を生かした店舗運営による既存店舗の活性化と、ECを通じて全国店舗の在庫商品が購入可能といった利便性を訴求し、顧客数の増加に注力していく。店舗の出店戦略に関しては、直営店舗5店舗、FC店舗10店舗を計画している。加えて、売上の拡大と同時に、買取・販売価格適正化をさらに追求し、利益率の高いサービス商品の販売を強化することで収益性も高めていく構えだ。

また、新たな収益基盤の確立に向けて新業態の展開にも注力していく。具体的には、2022年3月に開始したアップガレージサイクルズに関しては、新規出店5店舗を計画しているほか、2023年3月に開始したアップガレージカーズに関しても、店舗を拡大していく計画だ。

今後の見通し

その他、海外への事業展開として米国カリフォルニア州へ2024年3月期中に出店することを計画している。同事業に関しては、不動産契約は既に大詰めとなっており、後は地域住民への説明や必要なライセンスの取得を残すのみだということから実現性も高く、同社業績の拡大への貢献が期待される状況である。

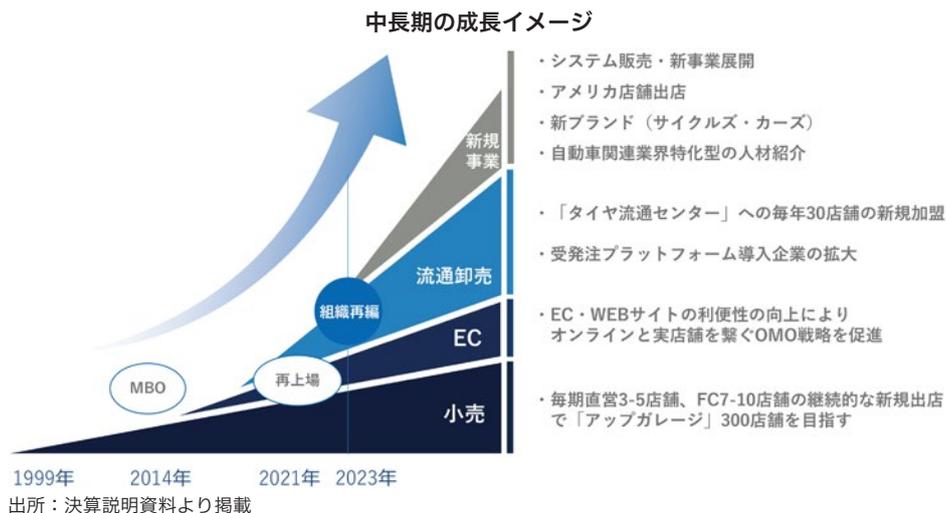
(2) 流通卸売業態

受発注プラットフォームという特徴を最大限に生かし、加盟店数を増やすとともに、取扱高の増加に伴う仕入価格のボリュームディスカウントにより、粗利率の向上を図っていく。タイヤ流通センターの出店戦略に関しては、年間30店舗の新規出店を計画している。新規開拓チームを新たに組成し、大規模チェーンを中心に新規開拓を行いながら、自動車整備工場やガソリンスタンドといった比較的小規模な企業に対しても営業を行うことで店舗数拡の大スピードを早めていく。

■ 中長期の成長戦略

既存事業の拡大、新規事業の育成を進めながら、収益性の向上も目指す

中長期の成長戦略として同社は、リユース業態と流通卸売業態をさらに拡大させながら、DXのさらなる推進や経営効率の向上によって収益性を高めていくことを計画している。加えて、将来の新たな収益基盤の確立に向けて、新規事業の育成・拡大にも注力する方針だ。



中長期の成長戦略

(1) リユース業態

継続的な店舗数の拡大と EC を通じたリユース品の販売により売上と利益を積み上げていく。出店戦略に関しては、毎年直営店舗 3～5 店舗、FC 店舗 7～10 店舗のペースで新規出店を継続しながら、2030 年頃をめぐりにメインブランドであるアップガレージの店舗数を 300 店舗まで拡大する方針だ。同社の店舗ブランドは比較的小規模での出店が可能であることから居抜き物件などを見つけやすく、小規模店舗ということから初期投資が抑えられるため比較的早く黒字化できることなどを考慮すると、今後も直営、FC の店舗はスムーズに増加していくと弊社は見ている。また、店舗数を拡大させながら、DX のさらなる推進による生産性の向上、利益率の高いサービス商品の販売強化、中古品の買取・販売強化などによって利益率も高めていく。

さらに、海外での事業展開も計画中であり、前述のとおり 2024 年 3 月期中に米国 1 号店舗を出店する計画だ。

(2) 流通卸売業態

同事業に関しては、タイヤ流通センターの店舗拡大ペースを毎年 30 店舗にすること、受発注プラットフォーム NEXLINK の導入企業数を拡大することを計画している。具体的には新規開拓チームを新たに設け、大規模チェーンを中心に新規開拓に注力し、効率的に加盟店を増やしていく考えだ。また、既に導入している企業に対してはニーズの把握及び提案営業の積極化により、購入単価と頻度を上げていく。

(3) 新業態、育成

新たな収益基盤の確立に向けては、アップガレージ サイクルズ、アップガレージ カーズの業績拡大に注力していく。2024 年 3 月期において、アップガレージ サイクルズについては新規 5 店舗の出店を計画しているほか、アップガレージ カーズに関しても、横浜町田総本店の 1 号店を皮切りに直営、FC 店舗を拡大していく。アップガレージ カーズに関しては、特にほかのアップガレージブランドとの相乗効果が期待される。改造車の買取を行うことにより、改造車としての販売だけでなく、買い取ったカスタムパーツを店頭で販売することもできるためだ。

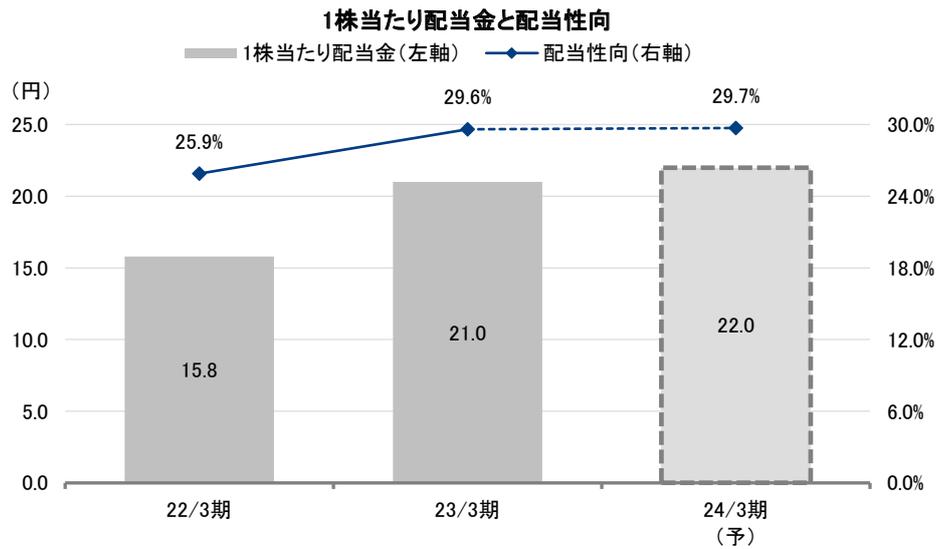
加えて、福利厚生制度・給与制度の改革、リスクリング制度の拡充を始めとした人的資本投資を強化することにより、人材の定着と将来の成長拡大を支える人的基盤を強化していく。

これらの各種施策による増収効果と DX による生産性の向上などによって、2025 年 3 月期をめぐりに営業利益率を 10% まで高めることを計画している。足元で同社の営業利益率は向上しており（2023 年 3 月期は前年比 1.0 ポイント増）、2024 年 3 月期においてもさらなる向上を見込んでいる。DX の促進やリユース品の買取・販売強化によって、今後も収益性が高まっていくものと弊社は見ている。

■ 株主還元策

連結配当性向 30% を目安に利益配分を実施。 2023年3月期は配当予想を上方修正

同社は利益配分に関して、連結配当性向 30% 程度を 1 つの目途としたうえで、事業拡大のための内部留保を充実させ、長期的な企業成長と経営基盤の強化に留意し業績の成果に応じた配当を行うことを基本方針としている。この方針の下、2023年3月期に関しては、期末配当 1 株当たり 63.0 円を実施した（配当性向 29.6%）。2024年3月期に関しては、期末配当 1 株当たり 22.0 円を計画している（配当性向 29.7%）。なお、2024年3月期の 1 株当たり配当金が 22.0 円となっているのは、2023年4月1日に株式分割（普通株式 1 株につき 3 株の割合）を実施していることが要因である。同社は 2023年3月期の配当に関しても増配修正を行ったことなどを考慮すると、今後も株主への還元を重視しながら安定した配当を実施していくと弊社では見ている。



注：2023年4月1日付で株式分割（普通株式 1 株につき 3 株の割合）を実施。23/3 期以前の配当金についても、当該分割の影響考慮後の金額を記載
 出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

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