

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ウイルプラスホールディングス

3538 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 4 月 4 日 (月)

執筆：客員アナリスト

瀬川 健

FISCO Ltd. Analyst **Ken Segawa**



FISCO Ltd.

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

ウイルプラスホールディングス
3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)
<https://www.willplus.co.jp/ir/>

目次

■ 要約	01
1. 市場環境	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. グループ企業	03
4. 事業内容	04
■ 事業戦略	05
1. 国内の輸入車市場	05
2. 同社の成長戦略	06
3. 加速する EV 化への取り組み	11
■ 業績動向	13
1. 2022 年 6 月期第 2 四半期の業績概要	13
2. 財務状況	15
■ 今後の見通し	15
● 2022 年 6 月期の業績見通し	15
■ SDGs の取り組み	17
■ 株主還元策	18
● 配当政策	18

要約

2022 年 6 月期第 2 四半期は売上高及び営業利益で上場以来最高を更新、 通期予想に対する進捗は順調に推移

ウイ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として、創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 12 月末現在）。

1. 市場環境

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^{※1}化で日本に先行しているが、同社が取扱うブランドは EV が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、EV 化に向けた設備投資を行っている。一方、EV の先にある潮流が「CASE^{※2}」であるが、このうちコネクテッド化による車輛整備が重要となる。同社はメンテナンスパッケージ及び新車保証等により整備入庫率を上げ、車輛整備事業の基盤強化を目指す方針である。なお、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。

※1 Electric Vehicle の略、電気自動車。

※2 Connected（コネクテッド）、Autonomous（自動運転）、Shared（シェアリング）、Electric（電動化）の頭文字をとった造語。

2. 業績動向

2022 年 6 月期第 2 四半期の連結業績は売上高が 19,968 百万円※、営業利益が前年同期比 13.0% 増の 1,362 百万円となり、上場以来最高を更新した。商品入荷の遅れ等による影響はあるものの、高額車輛を中心に納車が進んだほか、2021 年 6 月期に新規出店した店舗が売上に貢献した。また、好調な新車販売に付随して、車輛整備や保険等のストック型ビジネスも堅調に推移した。利益面では、新車を中心に売上が伸長し売上総利益が増加したほか、利益率の高いストック型ビジネスが寄与した。

※ 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）（以下、「収益認識に関する会計基準」）等を適用しているため、売上高の対前年同期増減率は記載していない。

ウイルプラスホールディングス 3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)
<https://www.willplus.co.jp/ir/>

要約

2022 年 6 月期の連結業績については期初予想を据え置き、売上高で 41,067 百万円※、営業利益で前期比 6.1% 減の 2,149 百万円としている。通期予想に対する進捗率は売上高で 48.6%、営業利益で 63.4%、経常利益で 64.1% と順調に推移しているものの、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）による新車供給状況がいまだ不透明なことを鑑み、予想を据え置いた。2022 年 6 月期下期は、前期に新規出店した店舗が売上に貢献することに加え、既存店舗においても受注が順調に推移する見込みである。また、引き続き資源の経営有効活用や IT 化の促進により、業務効率化を図っていく方針だ。

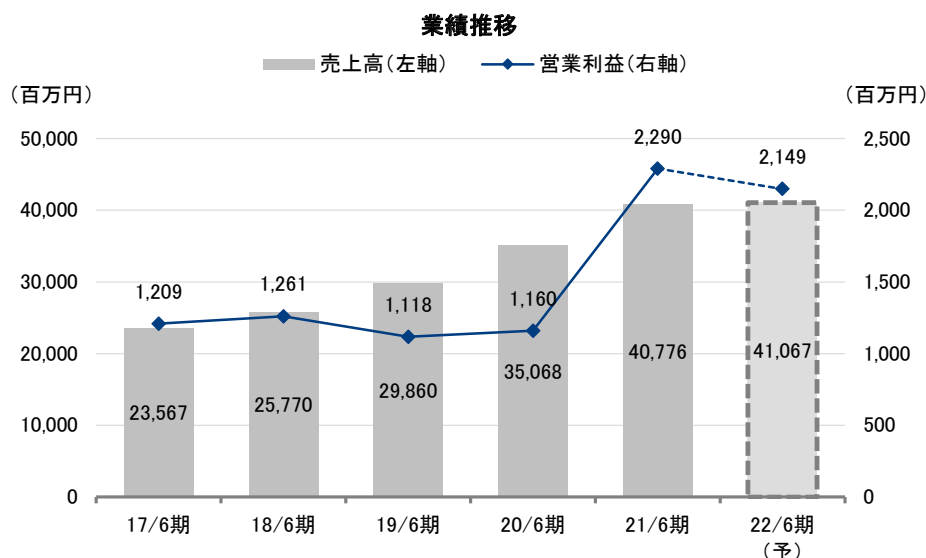
※ 2022 年 6 月期の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用しているため、売上高の対前期増減率は記載していない。

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 17.5%、2022 年 6 月期からは 20.0% の目途へ引き上げた。2022 年 6 月期については、配当性向の目途を引き上げたことから期初計画では 1 株当たり 29.13 円（中間配当 5.0 円、期末配当 24.13 円）を計画していたが、2022 年 2 月に配当予想の修正を発表した。これは、株主への公平な利益還元の観点より株主優待制度の廃止することに伴い、1 株当たり 1.12 円の特別配当の実施を決定したことによる。この結果、1 株当たり年間配当金は 30.25 円（中間配当 5.0 円、期末配当 25.25 円）、配当性向は 20.8% となる予定だ。なお、今後は配当等により安定的な利益還元を継続していく方針である。

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
- ・2022 年 6 月期第 2 四半期は売上高及び営業利益で上場以来最高を更新、通期予想に対する進捗は順調に推移
- ・2022 年 6 月期は 4 期連続の増配を計画



注：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
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 12 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。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おり、販売価格は FIAT が 221 万円から 280 万円、MINI は 289 万円から 615 万円、PORSCHE は 729 万円から 3,235 万円となる（2022 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、品質も改善していることもあり、ユーザー層が広がっている。なお、店舗については宮城県、福島県、東京都、神奈川県、山口県、福岡県に展開している。

「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。

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 年に株式会社ウイ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 月に東京証券取引所（以下、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。なお、2022 年 4 月からの新市場区分では「プライム市場」へ移行した。

3. グループ企業

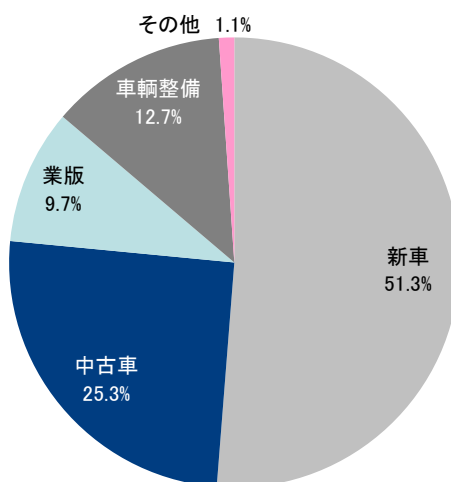
同社グループは、2022 年 6 月期第 2 四半期末で 34 店舗を展開している。運営する連結子会社別の内訳は、ALFA ROMEO、FIAT、ABARTH、Jeep、JAGUAR、LAND ROVER を扱うチェッカーモータース（株）が 18 店舗、BMW と MINI を扱うウイルプラスモーターレン（株）が 10 店舗、VOLVO を扱う帝欧オート（株）が 4 店舗、PORSCHE を扱うウイルプラスアインス（株）が 2 店舗となる。

会社概要

(2) 売上高構成

2022 年 6 月期第 2 四半期の品目別売上高構成比は、新車が 51.3%、中古車が 25.3%、業販が 9.7%、車輛整備が 12.7%、その他が 1.1% 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。

売上構成比
(2022年6月期第2四半期:売上高 19,968百万円)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業戦略

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

1. 国内の輸入車市場

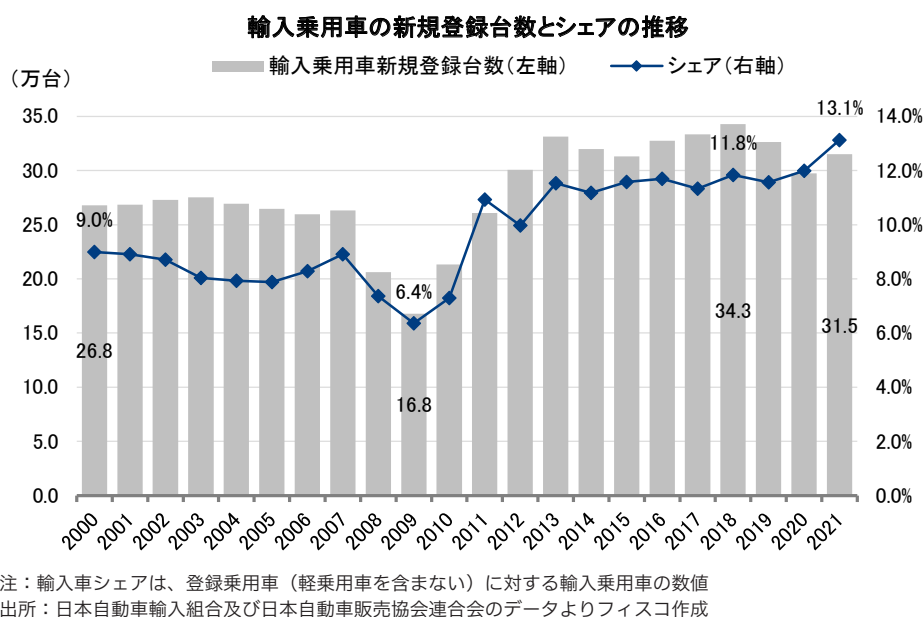
少子高齢化により、日本の総人口は 2008 年に 1 億 2,808 万人でピークを打ち、2022 年 2 月の概算値では 1 億 2,534 万人へ減少した。一方、(一社) 日本自動車工業会の統計によると 2021 年 3 月末の普通車、小型車、軽自動車を含めた乗用車保有台数は、6,192 万台と過去最高を更新し続けている。乗用車保有台数は 10 年間で 378 万台増加したが、その内訳は普通車が 314 万台増、小型車が 409 万台減、軽乗用車が 473 万台増となり、構成比は普通車が 29.0% から 32.3% へ、小型車が 40.1% から 31.0% へ、軽乗用車が 31.0% 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。軽自動車のエンジン排気量とボディサイズの規格が拡大されたことで、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と弊社では見ている。

ウイルプラスホールディングス
3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)
<https://www.willplus.co.jp/ir/>

事業戦略

弊社の調べによると、輸入乗用車（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、2021 年は 31.5 万台（前年比 5.9% 増）となった。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% まで下がったが、2018 年に 11.8%、2021 年に 13.1% とおおむね回復基調が続く。



一方、海外における輸入車シェアは高く、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 39.5%、イタリアが 76.1%、米国が 24.7%（いずれも 2020 年）であった。このことから、日本の輸入車シェアの拡大余地は大きいと同社では見ている。ちなみに同社によると、日本の輸入車新車マーケット規模は 14,100 億円（2021 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。

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。一方、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により、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。

ウイルプラスホールディングス

3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)

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

事業戦略

2021 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 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とし、これに基づき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。

2018 年 12 月に、ウイルプラスアインスが「ポルシェセンター仙台」を事業譲受し、新たに「PORSCHE」ブランドを獲得した。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、外国メーカー車新規登録台数ではトップ 10 に位置することなどから、戦略的に新ブランドの獲得を図ったと言える。

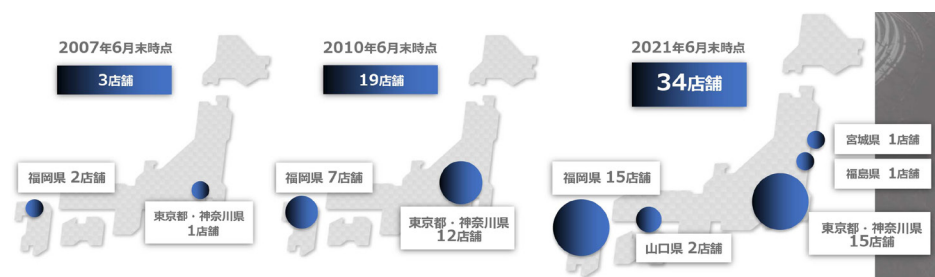
(2) ドミナント戦略

ドミナント戦略とは、特定の地域に店舗を集中的に出店することを言う。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、アブルーブドカー（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、自社で販売した車両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、取扱い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や、他ブランドの別車種を試したいなどのニーズに対応する。

ドミナント戦略の点から地域別拠点数の推移を見ると、グループの総店舗数は 2007 年 6 月末に 3 店舗、2010 年 6 月末に 19 店舗、2021 年 6 月末に 34 店舗となっていることに対し、地域別拠点数の推移は福岡県で 2 → 7 → 15 店舗、東京都・神奈川県で 1 → 12 → 15 店舗、新たに山口県に 2 店舗及び宮城県・福島県に各 1 店舗となっており、ドミナント戦略を柱に店舗展開していることが窺える。

地域拠点数の推移



出所：決算説明資料より掲載

ウイルプラスホールディングス

3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)

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

事業戦略

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 12 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。

(3) M&A 戦略

輸入車ディーラーの多数は各地方の地元企業によって運営されており、後継者不足や財務体質の脆弱性等で悩む企業が多いようだ。これに対し同社では、M&A により輸入車業界の持続的成長を支え、社会課題の解決を目指している。

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。M&A 案件の紹介は、インポーター、金融機関、仲介会社と同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。同社は、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く、同社は社内の投資回収基準などに沿って入札する。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。

同社は、直近 5 期間で 4 件の事業譲受、10 店舗の新規出店のほか、20 店舗の店舗改装・移転改装を実施した。M&A は 2 期目までに黒字化、既存店舗水準の収益力までに約 2 ～ 3 期で到達することを基準にしており、持株会社設立以来 9 件の M&A すべてが黒字化している。一例を挙げると、ケース 1 では、M & A 直前期の売上高が 4,228 百万円、営業損失が 390 百万円であったが、M&A 後 3 期目ではそれぞれ 6,139 百万円、215 百万円と増収及び黒字転換を果たした。さらに直前期では、売上高が 10,346 百万円、営業利益が 464 百万円、営業利益率は M&A 後 3 期目の 3.5% から 4.4% へ改善した。ケース 3 では、M & A 直前期の売上高が 3,456 百万円、営業損失が 79 百万円であったが、M&A 後 3 期目にはそれぞれ 4,813 百万円、231 百万円と増収及び黒字転換を果たし、直前期ではそれぞれ 23,105 百万円、1,249 百万円に拡大している。

ウイルプラスホールディングス
3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)
<https://www.willplus.co.jp/ir/>

事業戦略

M&A・新規出店実績

	17/6 期	18/6 期	19/6 期	20/6 期	21/6 期
新規出店	1 店舗 J 福岡西 (16/10)	2 店舗 AR 大田 (18/1) JLR 北九州 (18/3)	4 店舗 J 目黒 (18/11) PC 郡山 (19/1) MINI 山口 (19/3) MINI NEXT 周南 (19/3)	1 店舗 APP 宗像 (19/11)	2 店舗 MINI NEXT 福岡東 (21/2) JLR 相模原 (21/2)
事業譲受	1 件 VC 小田原 (17/5)	1 件 JLR 湘南 (18/4)	2 件 PC 仙台 (18/12) JLR 三鷹 (19/4)	—	—
店舗改装・移転改装	4 店舗	3 店舗	4 店舗	5 店舗	4 店舗
期末店舗数	24 店舗	27 店舗	32 店舗	32 店舗	34 店舗

注：J：ジープ、AR：アルファロメオ、JLR：ジャガー・ランドローバー、VC：ボルボ・カー、PC：ボルシェセンター、APP：チェッカーモータース アブルー
ブド宗像
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

M&A 後の収益改善例

(単位：百万円)

	M&A 直前期	M&A 後 3 期 目	直近期
ケース 1			
売上高	4,228	6,139	10,346
営業利益	-390	215	464
営業利益率	-	3.5%	4.4%
ケース 2 (M&A 後 3 期目)			
売上高	1,489		2,206
営業利益	-10		131
営業利益率	-		5.9%
ケース 3			
売上高	3,456	4,813	23,105
営業利益	-79	231	1,249
営業利益率	-	4.7%	5.4%
ケース 4 (M&A 後 2 期目)			
売上高	2,228		2,485
営業利益	-86		109
営業利益率	-		4.3%

注：M&A 後 6 ヶ月以上を 1 期としてカウント
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

輸入車ディーラーの全体像を見ると、同社が取扱う 10 ブランドに対して、運営会社は合計 307 社、拠点数は 694 拠点あり、1 事業会社当たり平均 2.2 店舗を運営していることになる。また、同社未取扱いブランド 8 社（一例）では、1 事業会社当たり平均 2.3 店舗を運営していることになる。これらの結果から、全国に多くの M&A ターゲットが存在しており、成長余地があると言える。また、事業会社の数だけ事業継承等の経営上の悩みがあると考えられることから、M&A を通しての社会課題解決が可能と弊社では見ている。

ウイルプラスホールディングス
3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)
<https://www.willplus.co.jp/ir/>

事業戦略

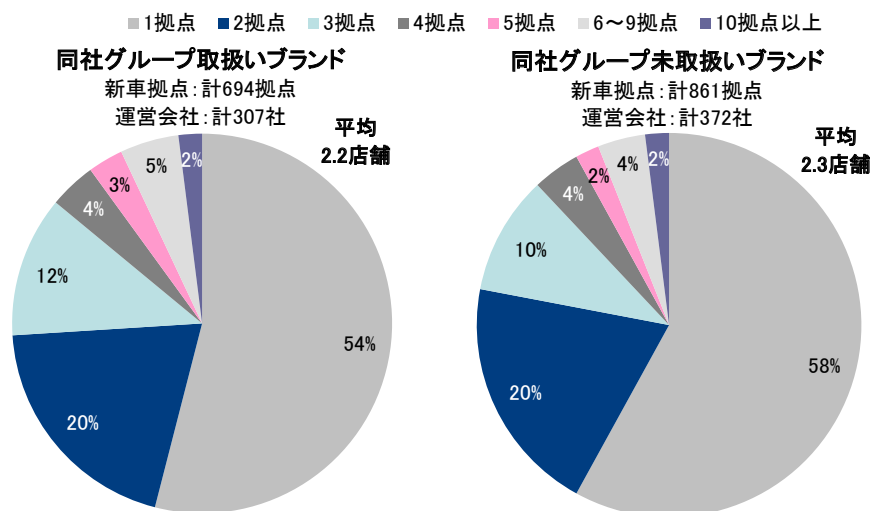
外国メーカー車の新規登録台数（暦年）及び運営会社の全体像

ブランド名	新規登録台数（2021 年）			運営会社		同社グループ 拠点数
	順位	台数（台）	シェア	企業数（社）	拠点数（拠点）	
同社グループ取扱いブランド						
FIAT/ ABARTH	11	9,484	3.7%	44	73	4
Alfa Romeo	14					
Jeep	15	2,341	0.9%	30	42	3
BMW	7	14,271	5.5%	41	88	7
MINI	2	35,905	13.9%	47	171	2
JAGUAR/ LAND ROVER	5	18,211	7.0%	46	117	8
VOLVO	18	5,832	2.3%	24	48	5
PORSCHE	13					
	6	16,638	6.4%	43	110	4
	10	7,009	2.7%	32	45	2
同社グループ未取扱いブランド（一例）						
Mercedes-Benz	1	51,678	20.0%	55	209	-
VW	3	35,213	13.6%	88	248	-
Audi	4	22,535	8.7%	43	125	-
Citroen	12	5,892	2.3%	34	52	-
Peugeot	8	12,072	4.7%	42	77	-
Renault	9	7,666	3.0%	53	70	-
DS	19	889	0.3%	40	56	-
Maserati	17	1,085	0.4%	17	24	-

注：Mercedes-Benz は Smart を含む

出所：決算説明資料、日本自動車輸入組合データよりフィスコ作成

運営会社と新車拠点数の内訳



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ウイルプラスホールディングス

3538 東証プライム市場

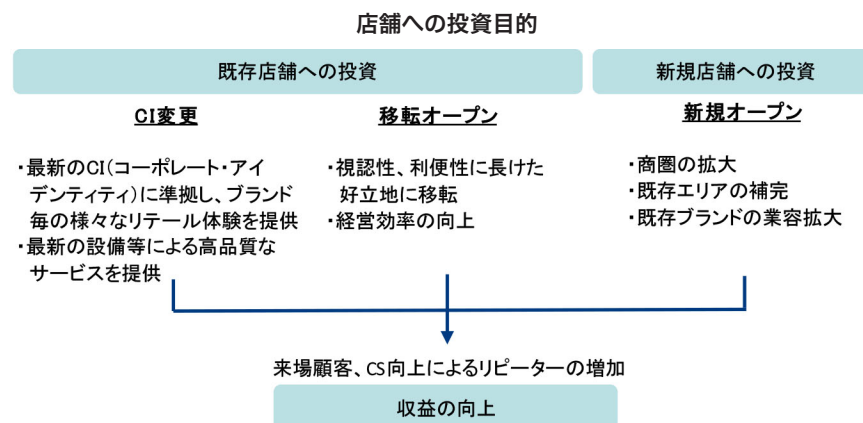
2022 年 4 月 4 日 (月)

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

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。このため、既存店舗への投資として、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。一方、新規店舗への投資により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。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

3. 加速する EV 化への取り組み

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すべ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等 1 万基、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。

このような脱炭素化の潮流により、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。

ウイルプラスホールディングス

3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)

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

事業戦略

脱炭素化で先頭を走る欧州では、各自動車メーカーの EV 化が進むなど、業界変化が顕著で移行スピードも速い傾向にあるが、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「Renegade 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。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。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、EV 化に向けた設備投資を行っている。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。

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	■ 2020年 ・全モデルから内燃機関を廃止 (PHEV、HVへ移行)	■ 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	■ 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	■ 2023年 ・25モデルのEVモデルを発売 (うち半分はフルEV)	■ 2025年 ・EVモデルの世界販売を3割に (うち半分はフルEV)	■ 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			■ 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)		■ 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	■ 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旨とする (全体)
ジャガー/ ランドローバー		■ 2025年 ・ジャガーはフルEVブランドにシフト	■ 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

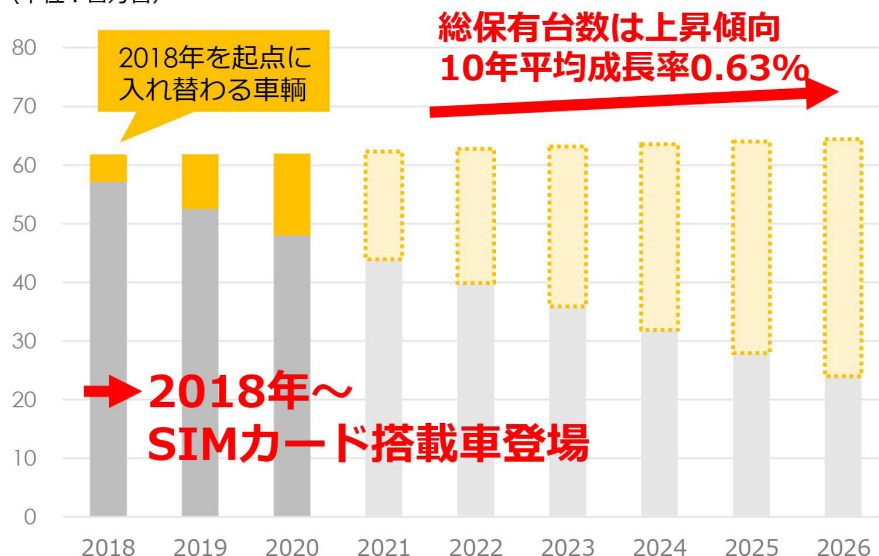
EV の先にある新潮流が「CASE」であるが、このうちコネクテッド化による車両整備が重要となる。これは、コネクテッド化により SIM カードが搭載された車両が普及※しているが、整備が複雑化するなかで正規ディーラーでのみ行える修理が増えており、正規ディーラーの重要性が高まっていることによる。一方、自動車の国内保有台数は増加傾向にあり、10 年平均成長率は 0.63%、輸入車のみでは 2.31% となっている。これに加え、自動車の平均使用年数から車両の入れ替わりのサイクルを見ると、SIM カード搭載車が登場した 2018 年を起点とした場合、2026 年には総保有台数の約 63% の車両が入れ替わることになる。このような状況を同社は収益機会の拡大と捉え、メンテナンスパッケージ及び新車保証等で整備入庫率を上げ、車両整備事業の基盤強化を目指す方針である。なお、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。

※ 車両への SIM カード搭載により、スマートフォンを通して状態把握や遠隔操作が可能となる。EV 車はアプリで充電器検索から利用料金支払いまで一本化できるようになることが予想されている。

事業戦略

日本の車保有台数と車両の入れ替わりイメージ

(単位：百万台)



出所：決算説明資料より掲載

業績動向

2022 年 6 月期第 2 四半期は、
売上高及び営業利益で上場以来最高を更新

1. 2022 年 6 月期第 2 四半期の業績概要

2022 年 6 月期第 2 四半期の連結業績については、売上高が 19,968 百万円、営業利益が前年同期比 13.0% 増の 1,362 百万円、経常利益が同 13.5% 増の 1,367 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 11.5% 増の 892 百万円となった。売上高及び営業利益で上場以来最高を更新したほか、2022 年 6 月期第 1 四半期に引き続き、営業利益率、経常利益率、親会社株主に帰属する四半期純利益率がいずれも上場以来最高を更新した。なお、「収益認識に関する会計基準」等の適用により、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）等を除外し、これを仕入価格からの控除としており、売上高及び売上原価が 841 百万円減少している。

ウイルプラスホールディングス
3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)
<https://www.willplus.co.jp/ir/>

業績動向

2022 年 6 月期第 2 四半期 連結業績

(単位：百万円)

	21/6 期 2Q		22/6 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	19,909	100.0%	19,968	100.0%	-	-
売上総利益	4,101	20.6%	4,321	21.6%	220	5.4%
販管費	2,895	14.5%	2,958	14.8%	62	2.2%
営業利益	1,205	6.1%	1,362	6.8%	157	13.0%
経常利益	1,204	6.1%	1,367	6.9%	162	13.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	800	4.0%	892	4.5%	91	11.5%

注：22/6 期の期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用しているため、売上高の前年同期比は記載していない
出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

売上高については、商品入荷の遅れ等による影響はあるものの、高額車輛を中心に納車が進んだほか、2021 年 6 月期に新規出店した店舗が売上に貢献した。利益面では、店舗数及び人員数が増加したものの、資源の有効活用や業務フロー見直し等による効率化を推進した結果、販管費は同 2.2% 増の 2,958 百万円となった。一方で、新車を中心に売上が伸長し、売上総利益は前期比 5.4% 増の 4,321 百万円となったほか、利益率の高いストック型ビジネスが寄与した。また、来店客数については、2022 年 6 月期第 1 四半期は前年同期比 7% 減、第 2 四半期は前年同期並みであった。コロナ禍の自粛反動の追い風も受けた前年同期並みとなり、堅調に推移していると弊社では見ている。

2022 年 6 月期第 2 四半期における輸入車販売市場については、輸入乗用車（外国メーカー）の新規登録台数が 2021 年 7～9 月は前年同期比 2.4% 減、10～12 月は同 22.6% 減であった。これに対して同社の品目別売上高※は、新車販売が好調に推移し前年同期比 8.0% 増となった。また、好調な新車販売に付随して、車輛整備、保険等のストックビジネスも堅調に積み上がった。なお、中古車販売が同 1.4% 減となったが、半導体不足等の影響により新車供給が不安定なことから、中古車市場が高止まりしている影響と弊社では見ている。

※ 2022 年 6 月期第 2 四半期に「収益認識に関する会計基準」等を適用しなかったと仮定した場合の数値と比較。

2022 年 6 月期第 2 四半期 品目別売上高

(単位：百万円)

	会計基準変更前 21/6 期 2Q		22/6 期 2Q		前年同期比		会計基準変更後 22/6 期 2Q		
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率	影響額	実績	構成比
新車	9,661	48.5%	10,431	50.1%	770	8.0%	-193	10,237	51.3%
中古車	5,212	26.2%	5,138	24.7%	-74	-1.4%	-92	5,046	25.3%
業販	1,828	9.2%	1,931	9.3%	103	5.6%	-	1,931	9.7%
車輛整備	2,356	11.8%	2,527	12.1%	171	7.3%	-	2,527	12.7%
その他	850	4.3%	781	3.8%	-69	-8.1%	-555	225	1.1%
合計	19,909	100.0%	20,809	100.0%	900	4.5%	-841	19,968	100.0%

注：22/6 期影響額とは「収益認識に関する会計基準」等適用による影響額
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 財務状況

2022 年 6 月期第 2 四半期末の資産合計は前期末比 1,039 百万円増の 18,011 百万円となった。流動資産は同 1,300 百万円増の 10,788 百万円であった。これは主に、現金及び預金が 1,566 百万円増加した一方、たな卸資産である商品が 334 万円減少したことなどによる。負債合計は同 369 百万円増の 9,811 百万円となった。流動負債は同 560 百万円減の 7,950 百万円であった。これは主に、前受金が 77 百万円減少したものの、長期借入金の増加により固定負債が 930 百万円増加したことなどによる。これらの結果、自己資本比率は 45.5%（前期末は 44.4%）となった。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	19/6 期末	20/6 期末	21/6 期末	22/6 期 2Q 末	増減額
流動資産	8,247	9,269	9,488	10,788	1,300
現金及び預金	1,412	2,522	3,376	4,943	1,566
売掛金	217	177	210	186	-23
商品	5,338	5,492	4,731	4,397	-334
固定資産	6,425	7,376	7,483	7,222	-261
有形固定資産	5,228	6,197	6,389	6,178	-210
無形固定資産	428	342	259	216	-43
投資その他の資産	768	835	834	827	-6
資産合計	14,673	16,645	16,972	18,011	1,039
流動負債	7,492	9,261	8,510	7,950	-560
固定負債	1,759	1,261	930	1,861	930
負債合計	9,252	10,522	9,441	9,811	369
(有利子負債)	4,429	5,126	3,894	4,995	1,100
純資産合計	5,421	6,123	7,530	8,200	669

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2022 年 6 月期通期予想に対する進捗は順調に推移

● 2022 年 6 月期の業績見通し

2022 年 6 月期の連結業績については期初予想を据え置き、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 百万円としている。通期予想に対する進捗率は、売上高で 48.6%、営業利益で 63.4%、経常利益で 64.1%、親会社株主に帰属する当期純利益で 64.4% と順調に推移している。過去 5 期の平均進捗率が売上高で 48.7%、営業利益で 54.4% であることから、利益面での上方修正があってもおかしくない状況ではあるものの、コロナ禍による新車供給状況がいまだ不透明なことを鑑み、予想を据え置いた。

ウイルプラスホールディングス
3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)
<https://www.willplus.co.jp/ir/>

今後の見通し

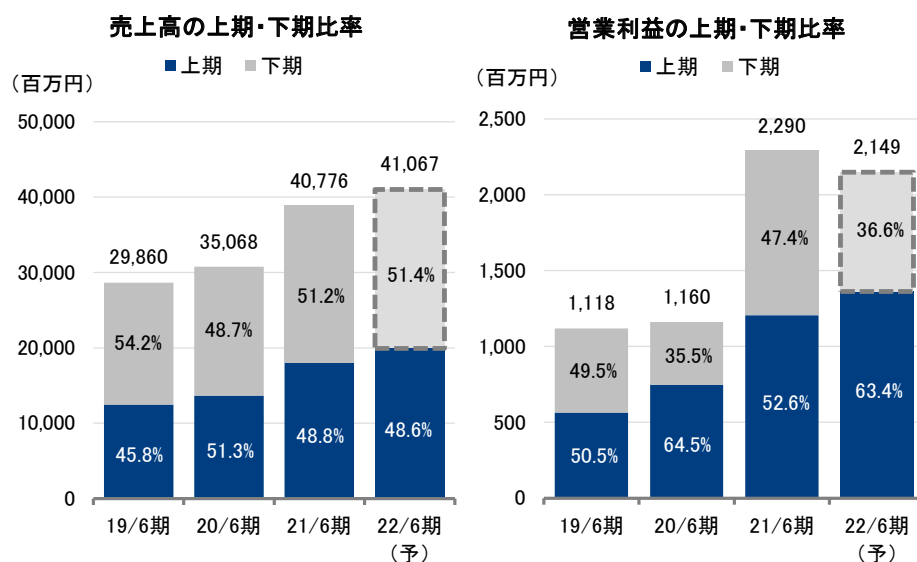
2022 年 6 月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	21/6 期		22/6 期		前期比		2Q 進捗率
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率	
売上高	40,776	-	41,067	-	-	-	48.6%
営業利益	2,290	5.6%	2,149	5.2%	-140	-6.1%	63.4%
経常利益	2,301	5.6%	2,132	5.2%	-169	-7.4%	64.1%
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%	64.4%

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）等を適用しているため、売上高の対前期増減率は記載していない

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2022 年 6 月期下期は、前期に新規出店した店舗が売上に貢献することに加え、既存店舗においても受注が順調に推移する見込みである。また、新車供給は半導体不足等の影響により不安定な状況が続き、中古車は需給の変化による多少の影響が出ると同社では想定している。引き続き資源の経営有効活用や IT 化の促進により、業務効率化を図っていく方針だ。

なお、同社はニューモデルを中心とした新車受注活動に注力しているが、2022 年 6 月期にリリース予定のニューモデルとしては、Jeep Grand Cherokee L、Jeep Gladiator、BMW iX がある。

■ 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 1 人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。

(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」「特定商品を通じた環境団体支援」に取り組んでいる。

ウイルプラスホールディングス
3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)
https://www.willplus.co.jp/ir/

SDGs の取り組み

同社が関わる SDGs と具体的な取り組み

同社が関わるSDGs	同社の取り組み
  	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 ・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 (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)
  	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 ・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
  	社会貢献: 地域社会とともに発展していく企業を目指す ・企業版ふるさと納税を通じた地域振興支援 ・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

配当性向の目途を 20.0% へ引き上げ、 2022 年 6 月期は 4 期連続の増配を計画

● 配当政策

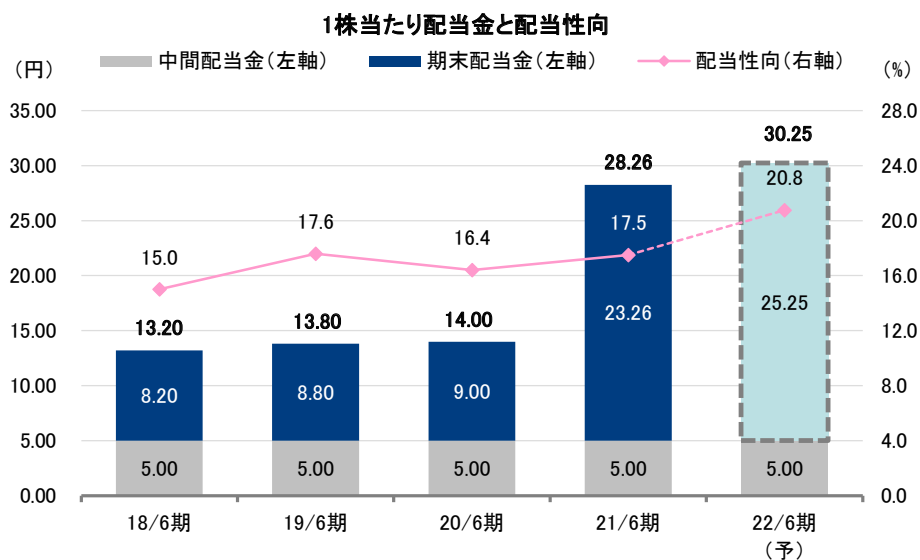
同社は株主還元を経営の重要課題と位置付けており、企業価値向上に向けた内部留保とのバランスを取りながら、安定的かつ継続的な配当の実施を基本方針としている。また、配当性向については、これまではおおむね 15% 前後を目途としていたが、2021 年 6 月期より 17.5%、2022 年 6 月期からは 20.0% の目途へ引き上げた。

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、2021 年 5 月に発表した計画値から期末配当金を 2.47 円増配し 23.26 円(年間配当金は前期比 14.26 円増の 28.26 円)とした。2022 年 6 月期については、配当性向の目途を 20.0% へ引き上げたことから、期初計画では 1 株当たり 29.13 円(中間配当 5.0 円、期末配当 24.13 円)を計画していたが、2022 年 2 月に配当予想の修正を発表した。これは、株主への公平な利益還元の観点より株主優待制度の廃止することに伴い、1 株当たり 1.12 円の特別配当の実施を決定したことによる。この結果、1 株当たり年間配当金は 30.25 円(中間配当 5.0 円、期末配当 25.25 円)、配当性向は 20.8% となる予定だ。なお、今後は配当等により安定的な利益還元を継続していく方針である。

ウイルプラスホールディングス
3538 東証プライム市場

2022 年 4 月 4 日 (月)
<https://www.willplus.co.jp/ir/>

株主還元策



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。

22/6 期 (予) 期末配当には特別配当 1.12 円を含む

出所：決算短信よりフィスコ作成

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・表示したもののですが、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