



成瀬 隆章社長

株式会社ウイルプラスホールディングス(3538)



企業情報

市場	東証スタンダード市場
業種	小売業(商業)
代表取締役社長	成瀬 隆章
所在地	東京都港区芝 5-13-15 芝三田森ビル 8 階
決算月	6 月
HP	https://www.willplus.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数(期末)		時価総額	ROE(実)	売買単位
1,000 円	10,370,460 株		10,370 百万円	11.5%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
45.06 円	4.5%	158.12 円	6.3 倍	1,078.40 円	0.9 倍

*株価は 11/26 終値。発行済株式数、DPS、EPS は 25 年 6 月期第 1 四半期決算短信より。ROE、BPS は前期実績。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
21 年 6 月(実)	40,776	2,290	2,301	1,533	161.47	28.26
22 年 6 月(実)	39,696	2,366	2,377	1,550	162.84	34.90
23 年 6 月(実)	44,115	1,867	1,943	1,302	135.45	41.17
24 年 6 月(実)	47,745	1,494	1,559	1,124	116.46	43.51
25 年 6 月(予)	88,342	2,528	2,488	1,438	158.12	45.06

*単位:百万円、円。予想は会社側予想。

株式会社ウイルプラスホールディングスの 24 年 6 月期決算概要、25 年 6 月期第 1 四半期決算概要、25 年 6 月期業績予想などをお伝えします。

目次

今回のポイント

1. 会社概要
 2. 中長期戦略
 3. 成長戦略
 4. 2024 年 6 月期決算概要
 5. 2025 年 6 月期第 1 四半期決算概要
 6. 2025 年 6 月期業績予想
 7. 今後の注目点
- <参考:コーポレート・ガバナンスについて>

今回のポイント

- JEEP、BMW、MINI、VOLVO など 16 ブランドを取り扱う輸入車正規ディーラー6 社、中古車買取卸売及び輸出を行う 1 社を連結子会社とする持株会社。「M&A」を通じて、「新規エリア」、「新規ブランド」の獲得を目指し、事業拡大に積極的に取り組む。同時に「事業の最大化」を進めながら、「店舗のグリーン化」を実施し、「GHG 排出量削減の最大化」を追求し続けることをコミットする事で「気候変動問題解決」を「機会」と捉えている。
- 24 年 6 月期の売上高は前期比 82%増の 477 億 45 百万円。新車販売台数が伸び悩む中、販売単価の高止まり及び M&A が寄与した。営業利益は同 20.0%減の 14 億 94 百万円。増収で売上総利益も増加したが、インセンティブは想定を下回り、減価償却費が想定を大きく上回る中、M&A 関連費用が加わり、2 桁の減益となった。
- 25 年 6 月期第 1 四半期の売上高は前年同期比 76.0%増の 200 億 18 百万円。新車販売、中古車販売ともに低調も、前期実施した ENG 社の M&A が大きく寄与した。営業利益は同 5.6%減の 2 億 41 百万円。7 割を超す増収率ではあったが、新車販売、中古車販売とも粗利額は下振れし、売上総利益は同 31.8%増にとどまり、人件費や店舗投資に加え、分配可能額を超えた自己株式取得に関する特別調査委員会設置に伴う特別設置費用など販管費増を吸収できなかった。四半期ベースでは、前期に実施したボルボ・カー福岡東、大分や ENG 社、ステランティスジャパン販売の M&A 等により、売上高は 200 億円を超え、過去最高となった。
- 25 年 6 月期の売上高は前期比 85.0%増の 883 億円、営業利益は同 69.2%増の 25 億円と大幅な増収増益を予想。売上高、営業利益は過去最高更新を見込んでいる。輸入車ディーラー事業は、外部環境のボトムアウトを予想。前期に実施した M&A の効果は下期より大きく顕在化する。配当は前期比 1.55 円/株増加の 45.06 円/株を予定。予想配当性向は 28.5%。
- 通期予想に対する第 1 四半期実績の進捗率は売上高 22.7%、営業利益 9.6%。売上高はほぼ例年並みであるが、営業利益は低水準である。ただこれは特別調査委員会設置に伴う一時的なコストを計上したためであり、実質的には順調な進捗であると会社側は考えている。
- 一方、前期後半から今期にかけて、M&A が増加している。気候変動問題への対応が一層重視されると並行し、後継者難や経営環境の悪化といった状況も加わり、経営基盤の脆弱な中小ディーラーを中心とした M&A 案件は今後も増加が見込まれる。同社の中心戦略である M&A が今期どれだけスピードアップしていくかにも注目したい。

1. 会社概要

JEEP、BMW、MINI、VOLVO など 16 ブランドを取り扱う輸入車正規ディーラー6 社、中古車買取卸売及び輸出を行う 1 社を連結子会社とする持株会社。顧客満足度の向上に注力し、マルチブランド戦略、ドミナント戦略、M&A 戦略による成長を追求している。M&A における事業再生能力には大きなアドバンテージを有する。EV 化の進展を始めとした自動車を取り巻く大きな環境変化を好機ととらえ、更なる成長を目指す。

【1-1 沿革】

1997 年 1 月、福岡県北九州市で代表取締役社長成瀬隆章氏の実父が輸入車販売会社「株式会社さんふらわあシージェイ」を設立。同社は西日本地区で最初の CHRYSLER の正規ディーラーであった。

2004 年 10 月、成瀬社長が同社株式を全株取得し、ウイルプラスグループとしての事業活動を開始した。

成瀬社長はじめとしたスタッフ数名の小規模なディーラーながら CHRYSLER 車の販売で全国的にも優秀な成績を上げ高い評価を受けたことで、2005 年には東京都大田区にあった CHRYSLER 直営店を譲受して東京へ進出。2006 年には福岡県久留米市にも店舗を開設。東京、福岡でのドミナント戦略を開始した。

経営資源の最適配置や迅速な経営意思決定によってディーラー買収を機動的に実行することを目指し、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。

持株会社体制の下、積極的に業容を拡大し、2016 年 3 月に東証 JASDAQ に上場し、2017 年 9 月、東証 2 部への市場変更を経て、2018 年 2 月、東証 1 部に指定となった。2022 年 4 月、市場再編に伴い、東証プライム市場へ移行。23 年 10 月、スタンダード市場に移行した。

【1-2 経営理念】

以下のような存在意義、コア・バリューを掲げている。

我々の存在意義(MISSION STATEMENT)

我々は輸入車のある生活を提案し、より多くの皆様と豊かさ・楽しさ・喜びを分かち合い、関わるすべての人々を温かい笑顔に変えていく挑戦を続ける。

コア・バリュー

- ・車を愛し、仲間を愛し、誇りを持って働く。
- ・常に挑戦し、自らの限界を打ち破る。
- ・チームプレーで大きな結果を出す。
- ・必ず期限までに目標にたどり着く。
- ・最後まで諦めない、できるまでやる。
- ・豊かさ、楽しさ、喜びを提供する。
- ・誠実さと感謝の気持ちを忘れない。

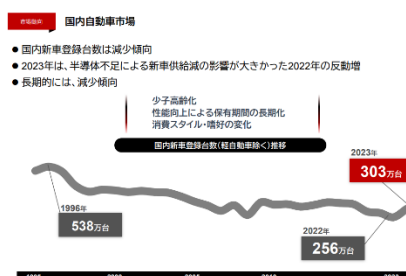
【1-3 同社を取り巻く市場環境】

同社を理解するうえで重要なポイントとなる事業環境は以下のとおりである。

同社の成長ドライバーである M&A 戦略に関する事業環境については「2. 中長期戦略」を参照。

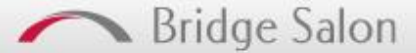
◎輸入車のシェアアップが続く国内乗用車市場、輸入車の国内保有台数は堅調な伸び

少子高齢化の進行、自動車の性能向上による保有期間の長期化、消費スタイルや嗜好の変化(=いわゆる若年層の「車離れ」)などにより国内新車登録台数は減少傾向にある。

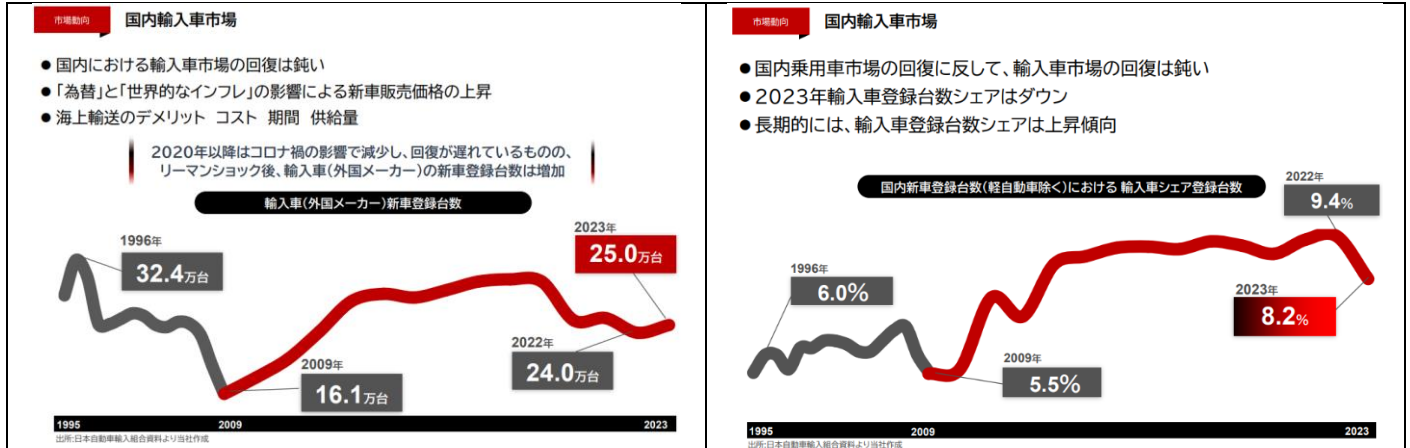


(同社資料より)

BRIDGE REPORT



そうした中、輸入車(外国メーカー)の新車登録台数は 2020 年以降、コロナ禍の影響で減少し、回復が遅れているものの、リーマンショック後、増加している。国内乗用車市場の回復に反して、輸入車市場の回復は鈍く、2023 年の輸入車登録台数シェアは低下したが、長期的には、輸入車登録台数シェアは上昇傾向にある。

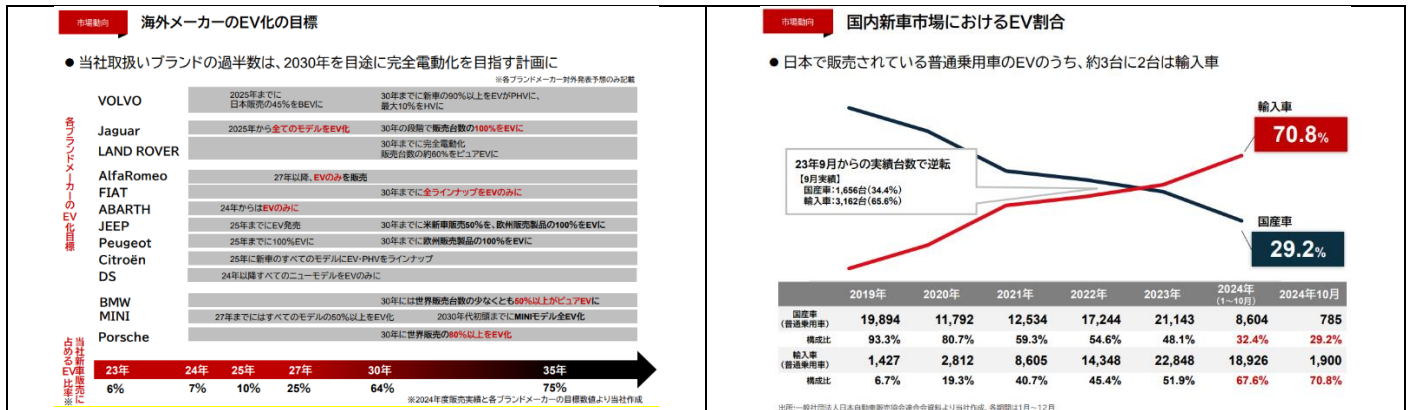


(同社資料より)

輸入車メーカーは、環境課題への対応に積極的で、同社取り扱いブランドの過半数は、2030 年を目途に完全電動化を目指す計画を発表している。

日本国内における乗用車に占めるEVシェアは1.5%にとどまるが、日本で販売されている普通乗用車のEVは、輸入車が国産車を上回っている。日本においてはEV=輸入車との認識が高まりつつある。

また、販売ネットワークの整備や拡充など日本における積極的な投資もシェアアップに繋がっている。



(同社資料より)

◎同業他社比較

コード	社名	売上高	増収率	営業利益	増益率	営業利益率	ROE	時価総額	PER	PBR
3184	ICDAHLD	35,000	+5.7	1,536	-14.5	4.4%	10.6	6,264	6.1	0.7
3538	ウイルプラスHLD	88,342	+85.0	2,528	+69.2	2.9%	11.5	10,370	6.3	0.9
7593	VTHLD	330,000	+5.9	13,000	+8.3	3.9%	9.8	53,588	8.2	0.8
8291	日産東京販売HLD	150,000	+0.7	7,500	-13.9	5.0%	13.8	28,919	6.4	0.5
9856	ケーユーHLD	150,000	-3.0	8,700	-4.4	5.8%	10.3	49,509	6.1	0.6

* 単位: 百万円、%、倍。売上高、営業利益は今期会社側予想。ROE は前期実績。時価総額は直近の四半期末株式数×2024 年 11 月 26 日終値。PER (予)、PBR(実)は 2024 年 11 月 26 日終値ベース。

大幅な増収増益予想。M&A における事業再生能力の高さや配当性向を 30%まで引き上げ、利益成長を上回る配当成長を目指す積極的な株主還元方針についての市場の評価が進めば valuation の水準も異なったものとなるであろう。

【1-4 事業内容】

(1)概況

持株会社である(株)ウイルプラスホールディングスの下、連結子会社 7 社において輸入車の新車及び中古車の販売、車輛整備、損害保険の代理店業務、中古車輸出などを展開している。取扱ブランド数は 16 ブランド。取扱うブランドごとにインポーター(日本国内で輸入車を取り扱う業者)と正規ディーラー契約を締結している。

ウイルプラスホールディングス		
ウイルプラスチェッカーモータース(株) インポーター: Stellantis ジャパン(株) 店舗数: 20店舗 (2024年9月末時点) 取扱いブランド: FIAT, ALFA ROMEO, Jeep, CITROËN, DS AUTOMOBILES	ウイルプラスモーター(株) インポーター: ビー・エム・ダブリュー(株) 店舗数: 8店舗 (2024年9月末時点) 取扱いブランド: BMW, MINI	ウイルプラス帝欧オート(株) インポーター: ボルボ・カー・ジャパン(株) 店舗数: 6店舗 (2024年9月末時点) 取扱いブランド: VOLVO
ウイルプラスアインス(株) インポーター: ボルシェ ジャパン(株) 店舗数: 2店舗 (2024年9月末時点) 取扱いブランド: PORSCHE	ウイルプラスエンハンス(株) インポーター: ジャガー・ランドローバー・ジャパン(株)、BYD Auto Japan(株) 店舗数: 5店舗 (2024年9月末時点) 取扱いブランド: RANGE ROVER, DEFENDER, DISCOVERY, JAGUAR, BYD	(株)ENG 事業内容: 国内:中古車買取 卸売事業 海外:中古車輸出事業 ENG

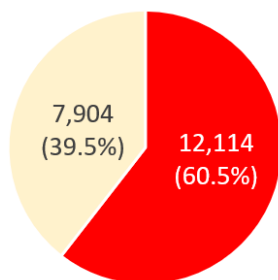
※2024 年 12 月にボルボ・カー鹿児島、ボルボ・カー長崎を運営するオリオン自動車販売株式会社の 100%株式を取得し、称号をウイルプラスオリオン株式会社とした。

(同社資料より)

(2)セグメント

報告セグメントは従来「輸入車販売関連事業」の単一セグメントとしていたが、2024 年 5 月に株式会社 ENG の株式を取得し、連結の範囲に含め、25 年 6 月期第 1 四半期より、ENG 社の損益計算書を連結したことに伴い「中古車輸出関連事業」を報告セグメントとするとともに、従来の「輸入車販売関連事業」の名称を「輸入車ディーラー事業」に変更した。

セグメント別売上高 (単位: 百万円)



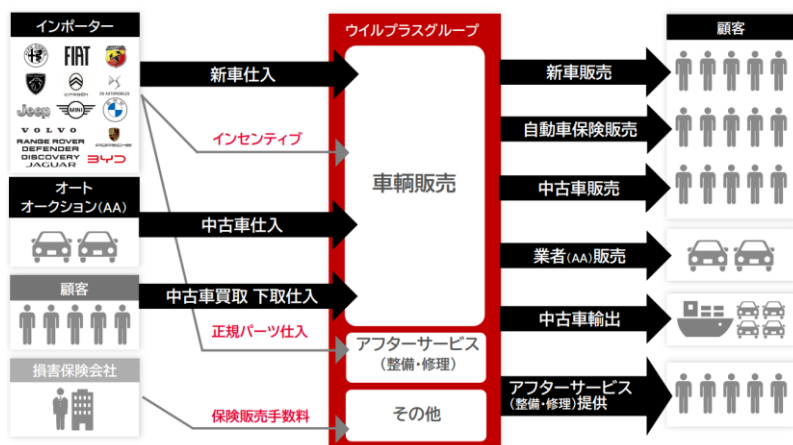
■ 輸入車ディーラー事業 ■ 中古車輸出関連事業

* 25/6期1Q、外部顧客への売上高

(3)品目(業務内容)

売上高の品目として、新車、中古車、業販、車輛整備、その他を決算短信で開示している。「中古車輸出関連事業」開始にあたり、25 年 6 月期第 1 四半期より、中古車販売の国内外内訳の開示も行っている。

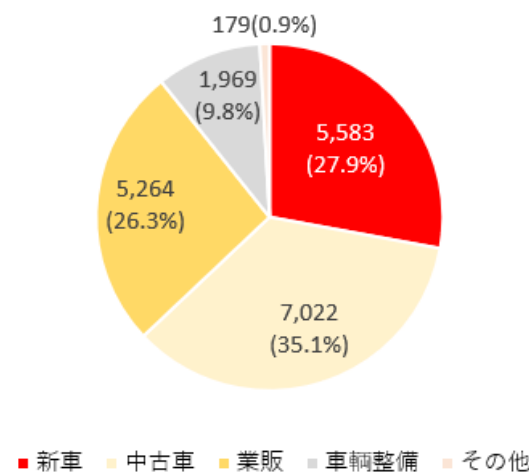
BRIDGE REPORT



(同社資料より)

品目	内容
新車	各社が正規ディーラーとして、各インポーターから仕入れたブランドの全ての新車を販売している。
中古車	各ブランドの高年式低走行の認定中古車を中心に販売している。商品の仕入は、新車販売時の下取、買取、オートオークションにより行っている。
業販	下取した他社ブランドの中古車をオートオークションで販売している。また、他社ディーラーからの依頼を受け、当社グループ内で保有している新車・中古車を販売することがある。
車両整備	販売した車両を中心に整備、修理や車検を主なサービスとしている。一部店舗を除き、ショールームと併設する形でサービス工場を設置している。
その他	損害保険会社の代理店として自賠責保険や任意保険等の販売を行っている。インポーターからの新車販売等に係るインセンティブ収入も含まれる。

品目別構成 (25年6月期1Q、単位：百万円)



新車販売が事業の柱ではあるが、中古車販売にも注力していることに加え、車両整備、自動車保険販売など自動車購入後に顧客が必要とするサービスを提供して顧客との関係性を強化することを重視している。

車両整備に関しては販売後、メンテナンスパッケージを提供することで整備入庫を確実に確保している。保険販売に関しては、保険商品についてのきめ細かい情報提供などが評価され業界平均を上回る加入率・高い継続率を実現している。

このように、「販売台数増＝フロー型収益の拡大」が、「車両整備件数増、保険加入件数増」というストック型収益の拡大に結び付いている。

また、事業ポートフォリオに「中古車輸出関連事業」が加わったことで、成長市場に新規参入するとともに、全社ベースでの為替リスク平準化を図ることが可能となった。

(4)店舗数

2024 年 9 月末の店舗数は、九州 18 店舗、東京・神奈川 20 店舗、山口 1 店舗、宮城 1 店舗、福島 1 店舗の計 41 店舗。

【1-5 特長・強み・競争優位性】

(1)M&A における高い事業再生能力

「時間を買う」という観点から現在多くの企業が成長戦略の柱として掲げる M&A 戦略であるが、M&A を成功させるには、「優良な案件の発掘」、「適切な価格での実行」が重要であることは論を待たないが、より重要なのが想定した通りのシナジー効果を生み出すための M&A 後のプロセス「PMI (Post Merger Integration)」であると言われている。

M&A を行っても、統合阻害要因等に対する事前検証の不足や企業文化の違いをマネジメントできず失敗に終わるケースは枚挙に暇がない。

そうした中、投資家が注目すべきは同社の「事業再生能力」であろう。

2007年10月のウイルプラスホールディングス設立以降、現在まで9件(※)のM&Aを実施してきたが、全ての案件で黒字化を達成している。※直近3期末満に実施したものを除く

M&Aにおける収益改善実績例

M&Aにおける収益改善実績例				(単位:百万円)			
ケース①	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績	ケース②	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績
売上高	4,228	6,139	10,615	売上高	1,489	2,206	2,672
営業利益	▲390	215	402	営業利益	▲10	131	139
営業利益率	-	3.5%	3.8%	営業利益率	-	5.9%	5.2%
ケース③	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績	ケース④	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績
売上高	3,456	4,813	17,047	売上高	2,228	2,368	3,732
営業利益	▲79	231	598	営業利益	▲86	118	139
営業利益率	-	4.7%	3.5%	営業利益率	-	4.9%	3.7%

※M&A後6か月以上を1期としてカウント

(同社資料より)

「顧客満足度向上の追求」を始めとした理念の共有、「チャレンジを最大限に尊重する」といった評価軸の明確化がM&A成功の要諦で、これを実行すれば会社を確実に大きく変えることができると同社では考えており、自社の事業再生能力には大きな自信を持っている。

(2) 輸入車の正規ディーラーをメインとする唯一の上場企業

輸入車の正規ディーラーであっても、中古車販売がメインである企業が多い中、同社は新車販売をメインとしている唯一の上場企業である。

国内乗用車市場(軽自動車を除く)における輸入車シェアは長期的には増加傾向にあると同社は考えており、M&A戦略によりシェアの拡大を進めることで、収益の一段の拡大を追求する考えだ。

(3) ストック型ビジネスによる安定収益構造

ストック型ビジネスと位置づけている車輛整備と保険販売による安定収益構造も同社の大きな特徴・強みである。

自動車の国内保有台数が大きく増加することは期待しづらいが、経済状況の変化・環境意識の高まりなどから自動車の平均使用年数は増加傾向にあり、必然的にメンテナンスの重要性が増している。

加えて「CASE」の進展により、整備作業は一段と複雑化し、輸入車の整備業務は正規ディーラーに集約されていくと予想されている。

こうしたことから、同社では車輛整備事業の収益機会は今後ますます拡大すると考えており、メンテナンスパッケージや新車延長保証を付加することで整備入庫率の向上を図り、同事業の基盤強化を図る。

また、毎期堅調に拡大している保険手数料収入に関しても、スタッフの保険に関する知識のブラッシュアップを継続して顧客満足度の更なる向上を目指しており、保険販売と車輛整備のストック型ビジネスの安定成長基盤の一段の強化に取り組んでいく。



ストック型ビジネスによる安定収入



(同社資料より)

2. 中長期戦略

社会的課題解決に向けた企業の社会的な存在意義や企業価値向上への取り組みが強く問われている今日、同社では、基本となる成長戦略(マルチブランド戦略・ドミナント戦略・M&A 戦略)をベースに、中長期戦略を実行中だ。

【2-1 ウィルプラスグループ方針】

「社会的価値向上」と「企業価値向上」の両立、すなわち、社会課題の解決と企業の成長の同時実現を目指す。

社会的価値向上に向け、「持続可能な社会実現への貢献」「社会的価値の創造」に取り組む。
具体的には、店舗のグリーン化、店舗エリアの脱炭素化を進め、社会に必要とされる企業を目指す。

企業価値向上に向けては、「持続的成長」「中期的な企業価値向上」を目指す。
具体的には、後述するように、M&A を主軸とする成長戦略を推進し、売上・利益の最大化を目指すとともに、後継者問題の解決、資産(資源)の再利用(リユース)と収益性改善、人材(人的資本)の再教育と活性化など、中小企業の多い自動車販売業界における事業再生を通じた課題解決にも取り組む。

「気候変動問題解決」を「機会」と捉え、「M&A」を通じて、「新規エリア」、「新規ブランド」の獲得を目指し、事業拡大に積極的に取り組み、社会価値向上と企業価値向上を通じて「時価総額の最大化」を図る。

【2-2 目標】

サプライチェーンを含めた気候変動問題へのコミットメントが求められる中、ブランドメーカーは、正規ディーラーの店舗オペレーションにおける GHG 排出量の正確な把握と、削減目標の設定、そのための具体的な取り組み(デモカーの EV 比率、再生可能エネルギー導入率、廃棄物のリサイクル率等)を求めてきている。
そうした中、気候変動問題解決のリーディングカンパニーを目指す同社は、以下のような GHG 排出削減目標を掲げている。

「2030 年度 Scope1+Scope2 の GHG 排出量を 2022 年度比較で、50%削減する(年率 6.25%の削減)」

具体的には、「社用車(試乗車含む)の低炭素自動車比率 2030 年度 80%以上」
「再生可能エネルギー導入率目標 2025 年度 全店舗導入」
を掲げている。

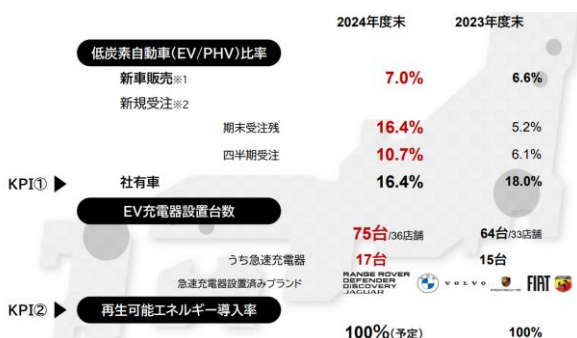
【2-3 同社グループの取り組み】

「社会的価値向上」と「企業価値向上」の同時実現に向けた取り組みは以下のとおりである。

(1)社会的価値向上

①店舗グリーン化による脱炭素社会実現への貢献

同社では上記の削減目標設定に加え、店舗エリアにおける EV 普及促進に対応した設備投資などを実施し、輸入車ディーラーとして、いち早く店舗のグリーン化を推進、自動車産業の脱炭素化に貢献している。
これまでの実績は以下の通り。



※店舗数は、2024年5月より各ブランド新車ショールームの店舗をカウント

※1 国内売場別内販機数(販売車) 3.8%

※2 店舗数ベース

(同社資料より)

- * 再生可能エネルギー導入率は23年度に続き24年度も100%を実現する。
- * 2024年4月、2023年度のGHG排出量実績について第三者保証を取得した。
- * Scope2については、再生可能エネルギー契約への切り替えとグリーン証書活用により、排出量ゼロを達成した。
- * 上記した2030年度のグループ目標であるGHG排出量50%削減を、2023年度に早期達成した。

②その他の取り組み・対応

◎2年連続でCDP「気候変動」質問書にてBスコアを取得

世界中の機関投資家・購買企業の要請を受けて、企業の環境情報開示を促進する国際団体CDP(カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト)が実施している気候変動質問書に、2022年に続き、2023年も回答した結果、2年連続でBスコアを取得した。

CDP質問書は、ESG情報の「E」に関するグローバルスタンダードとして、組織の環境開示をA~Fで評価するもので、2023年時点では世界の時価総額の3分の2を超える約23,000社が、CDPを通して環境情報の開示を実施しており、世界中の機関投資家・購買企業が、意思決定に活用している。日本ではプライム上場企業1,000社以上を含む約2,000社が回答した。

Bスコアは世界全体の回答対象企業のうち、上位約24%に相当し、東証プライム上場の同社関連業界企業10社の中で、ネクステージ(東証プライム、3186)、ユー・エス・エス(東証プライム、4732)と並び、今回もトップとなった。スズキ、ローソン、カルビー、JR東海、オリックスなど日本を代表する企業群と同等の評価を得ている。

同社では、2026年までに世界上位約0.08%にあたる「AまたはA-」評価を取得することを目標としている。

(2)M&Aの推進による企業価値向上

新たなエリアへの進出、新たなブランドの獲得、既存ブランドのシェア拡大をスピーディーに遂行するための重要な施策がM&Aである。飽和状態にある国内自動車市場においては、顧客獲得、早期の投資回収、収益確保という観点からM&Aが最も適切かつ優先すべき戦略であると考えている。

【1-5 特長・強み・競争優位性】で触れた「M&Aにおける高い事業再生能力」を武器に、M&Aの実施とPMIの着実な実行により、売上・利益の拡大を図る。

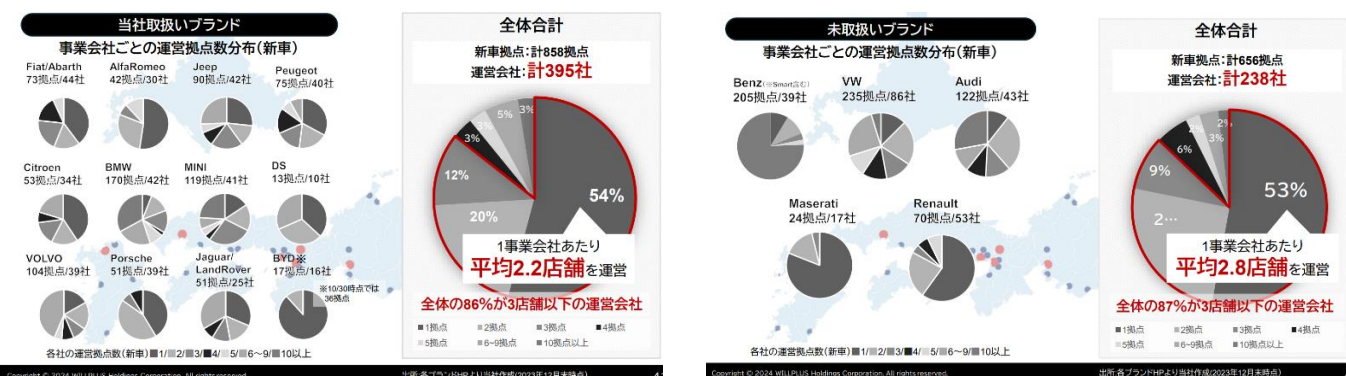
①M&Aについての事業環境

◎ディーラーの状況

同社の調査によれば、2023年末現在、日本全国で、輸入車ディーラー633社が事業を行っており、新車販売拠点は合計1,514拠点。1事業会社あたり平均2.4店舗を運営しており、全体の約9割が3店舗以下を運営する中小企業である。

ブランドごとに店舗展開に差が見られ、ブランドによっては資本の集約が進む傾向にある。

また、日本の中小企業に共通の課題である後継者難に悩んでいるディーラーも多数存在する。



(同社資料より)

こうした輸入車ディーラーにとって、自動車の「CASE(※)」、そのうち、「Electric(電気自動車)」と「Connected(コネクテッド)」への対応は今後の重要な経営課題となっている。

※「CASE」は Connected(コネクテッド)、Autonomous(自動運転)、Shared & Services(カーシェアリングとサービス/シェアリングのみを指す場合もある)、Electric(電気自動車)の頭文字を取ったもの。従来の「クルマ」の概念を大きく変え、それぞれの領域において、新たな需要・市場を創出している。

◎環境意識の高まりとEV化の進展

地球温暖化に対する危機意識の高まりを受け、温暖化ガス排出削減、脱炭素社会実現へ向けた取り組みが急速に進展している。自動車の排出ガス削減はその最も大きなテーマの一つであり、各国は 2050 年のカーボンニュートラル実現に向けた規制を打ち出しており、自動車メーカーは生き残りをかけ、従来のガソリン車、ディーゼルエンジン車から EV(電気自動車)への転換を進めている。

特に、【1-3 同社を取り巻く市場環境】で触れたように、元より環境意識の高い欧州を拠点とするメーカーは極めて積極的に EV 化に取り組んでいる。

一方で、日本メーカーもEVの目標販売台数や目標販売比率は打ち出しているものの、海外競合と比較すると拡大ペースは鈍く、国内EV販売における輸入車シェアは、今後も拡大が続く可能性が高い。

同時に、ブランドメーカーは自社のサプライチェーン全体の排出量の把握及び削減への取り組みにコミットする必要があるため、ディーラーに対し、現在の排出量の把握に加え、EVの仕入れ拡大、急速充電機の導入など気候変動問題への適切な設備投資や対応、排出削減目標の開示などを強く求めるようになっていく。

しかし資金面、人材面などの制約から十分な対応が難しいディーラーも多く、こうした要求に適切に対応できるディーラーへの集約・再編がブランドメーカー主導によって更に進むのではないかと観測も浮上している。

◎Connected(コネクテッド)化、EV化に伴う車輛整備の複雑化

Connected(コネクテッド)とは、クルマに通信機を搭載し、常に外部との情報を交換することを指す。車輛への SIM カード搭載によりクルマの状態や道路状況の把握、クルマ同士やクルマとインフラの情報交換、遠隔操作などが可能となる。

Connected(コネクテッド)化によりクルマはスマートフォンのようなデバイスとなり、利便性が急速に向上するが、一方で故障や車検などの際の整備作業も一段と複雑化する。

加えて前述の EV 化も車輛整備に大きな影響を与える。EV の普及に伴い、高電圧バッテリーや発電機の故障が増え、車輛整備においては高電圧システムを取り扱う必要があり、安全性強化に向け、設備投資に加え、高電圧に関する特別教育なども不可欠である。このように Connected(コネクテッド)化及び EV 化によりハード・ソフト両面における投資が追加的に発生するため、輸入車の整備業務は投資余力が十分な正規ディーラーや大手資本に集約されていくものと見られる。

②M&A に対する同社の方針

◎気候変動問題への積極的な対応

EV 化とコネクテッド化への対応が輸入車ディーラーにとって急務となる中、同社では、ブランドメーカーから選ばれる店舗作りを進め差別化を図るとともに、対応が困難なディーラーを M&A することで、新エリアや新ブランドを獲得して自社の成長・企業価値向上を図り、また店舗グリーン化を通じて社会課題の解決に貢献する考えだ。

加えて、店舗のグリーン化、当該エリアの脱炭素化にとどまらず、店舗などの資産・資源の再利用、人的資本の再教育、業務フローの DX 化による生産性の向上など、既存の各種社会資本の活性化にも繋げていく。

◎コロナ禍の収束に伴う追い風

新型コロナウイルス感染症拡大が収束するのと軌を一にして、M&A 戦略に追い風が吹き始めたと同社では考えている。

* 2020~2023 年:M&A(事業売却)が発生しづらい事業環境

新型コロナウイルス感染症の発生及び拡大に伴い、安全な移動手段として、また海外旅行の代替として 2020 年から 2021 年にかけて自動車需要が急速に拡大した。

2022 年に入ると、世界的な半導体不足や資材価格の上昇により新車の供給不足が顕在化し価格も高騰、新車不足は中古自動車需要を押し上げ、中古車価格も大きく上昇した。

こうした事業環境において自動車ディーラーの販売及び受注は好調となった。販売在庫は減少し、運転資金も縮小、受注残が急増するなど、決して営業力や資本力が強固でないディーラーであっても支障なく経営することが可能な環境であった。

一方でこうした状況は、事業売却を検討するディーラーが減少したことを意味し、同社の M&A 戦略にとっては向かい風であったが、同社は業界平均を上回る成長及び営業利益率を実現し、次のフェーズにおける M&A 実行に向けて経営資源を集中していった。

* 2023~2024 年:新車供給の回復に伴い M&A 加速化へ

2023 年から 2024 年にかけて、環境変化が生じている。

2022 年に大きく上昇した新車価格は高止まり状態に入る一方、半導体不足の解消とともに新車の供給が回復し、中古車価格は軟調となっている。

新車価格の高止まりは、社有車投資及び減価償却費の増加によるコスト増、来店客数の減少、販売在庫及び運転資金の増加による資金繰りの悪化を引き起こし、中小自動車ディーラーの経営を圧迫している。

こうした経営環境の変化に加え、それ以前から強まっていたガバナンス強化の必要性や環境課題対応に向けたコスト増などで、自動車ディーラーの収益性は悪化傾向にある。

気候変動問題への対応が一層重視されると並行し、輸入車ディーラーの後継者難や経営環境の悪化といった状況も加わり、経営基盤の脆弱な中小ディーラーを中心とした M&A 案件の増加が見込まれ、M&A 戦略は大きく加速するものと同社では考えている。

【2-4 中長期株主還元戦略】

上場来連続で増配を行ってきた同社は、以下のような方針を打ち出している。

- ☆ 中長期的に ROE15%以上を目標とする(23 年 6 月期 14.0%)。
- ☆ 「適正資本の維持」及び「株主還元の更なる拡充」を同時に実現していくために、2026 年度までに、配当性向を 30%まで段階的に引き上げる。
- ☆ 2027 年度以降は、引き続き配当性向 30%を配当方針としながら、墨進配当を目指す。
- ☆ 配当の下限は DOE4.5%を目安に、安定的かつ継続的な利益還元の維持・向上に努める。

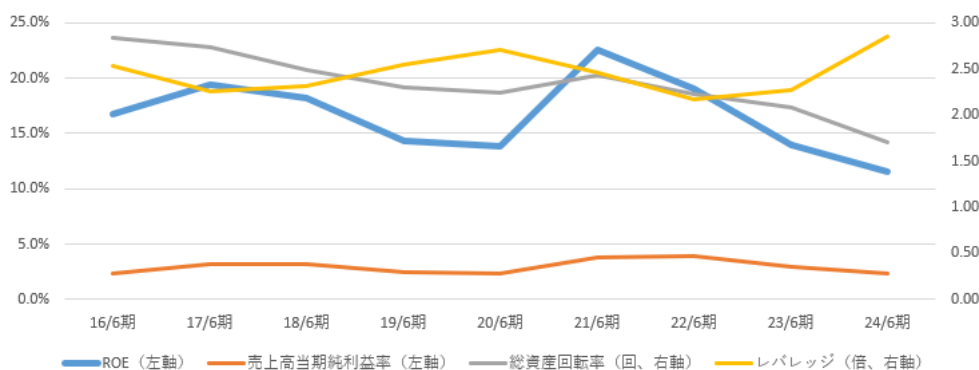
2024 年 6 月期の配当は予想通り 43.51 円/株を維持し、配当性向を 22 年 6 月期の 21.4%から 37.4%まで引き上げ、4 期連続で利益成長を上回る配当成長を達成した。

今期 2025 年 6 月期は、配当 45.06 円/株、配当性向 28.5%を予想している。

株主資本コストを大きく上回る ROE を実現し、配当性向を段階的に引き上げ、利益成長を上回る配当成長を目指しており、極めて積極的な利益成長方針と株主還元姿勢を打ち出している。

(ROE 分析)

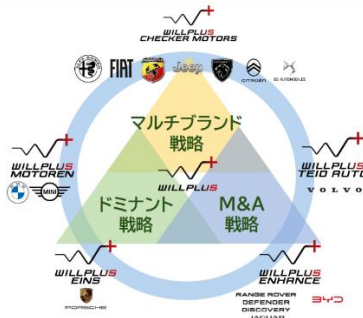
	17/6 期	18/6 期	19/6 期	20/6 期	21/6 期	22/6 期	23/6 期	24/6 期
ROE (%)	19.4	18.2	14.3	13.9	22.5	19.0	14.0	11.5
売上高当期純利益率(%)	3.16	3.16	2.44	2.29	3.76	3.91	2.95	2.36
総資産回転率(回)	2.73	2.49	2.30	2.24	2.43	2.23	2.09	1.71
レバレッジ(倍)	2.25	2.31	2.54	2.71	2.46	2.18	2.28	2.85



日本企業が一般的に目標にすべきといわれている 8%を上回っているものの、3 期連続して ROE は低下している。収益性の回復が期待される。

3. 成長戦略

同社の成長を支えていくのが「マルチブランド戦略」、「ドミナント戦略」、「M&A 戦略」の 3 戦略である。

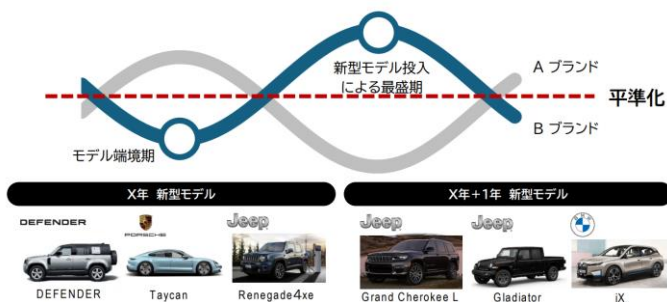


(同社資料より)

【3-1 マルチブランド戦略:収益の拡大と販売サイクルの平準化】

特定のブランドに依存することなく複数のブランドを取り扱うことにより、ブランド間の新型モデル投入時期の差異による販売サイクルへの影響の平準化を図っている。

現在 16 ブランドを扱っているが、M&A 戦略も合わせてブランド数の拡大も目指している。



(同社資料より)

【3-2 ドミナント戦略:同一商圏のシェア向上と利益の最大化】

人口 100 万人規模の都市とその周辺都市を特定地域と位置付けて集中的な出店を進め、同一商圏にて集客を図ることによる市場シェアの向上、店舗間の効率的な人員配置による生産性の向上、利益の最大化を図っている。

現在は輸入車(乗用車)の新車登録台数及び保有台数で国内上位の東京、神奈川、福岡が中心だが、M&A 戦略によるエリアの拡大も目指している。

【3-3 M&A 戦略:スピードアップ】

「新たなエリアへの進出」「新たなブランドの獲得(マルチブランド戦略)」「既存ブランドのシェア拡大」をスピーディーに遂行するための重要な施策が M&A である。M&A によりまとまった店舗、商圏、新ブランドを獲得したのち、周辺に新店を出店して商圏を補完し更なる業容の拡大を進めている。

Mercedes-Benz、VW、Audi など同社がターゲットとしているブランドは多数あり、M&A を通じた新ブランド獲得による成長余地は大きい。

案件の発掘は、同社から先方への直接アプローチ、先方から同社への直接の連絡のほか、インポーターからの紹介、金融機関や M&A 仲介会社からの紹介など。

社内で今後の成長性やシナジーを中心に検討したのち、同社の投資回収基準に沿った案件のみデューデリジェンスを実施し、交渉を進めていく。

2007 年 10 月のウイルプラスホールディングス設立以降、現在まで 9 件(※直近 3 期以内の実施案件を除く)の M&A を実施してきた。新規出店や移転・改装等の店舗投資のほか、ノウハウの移植などによって、すべての案件で黒字化を実現しており、同社の PMI 能力の高さが注目される。

4. 2024 年 6 月期決算概要

【4-1 業績概要】

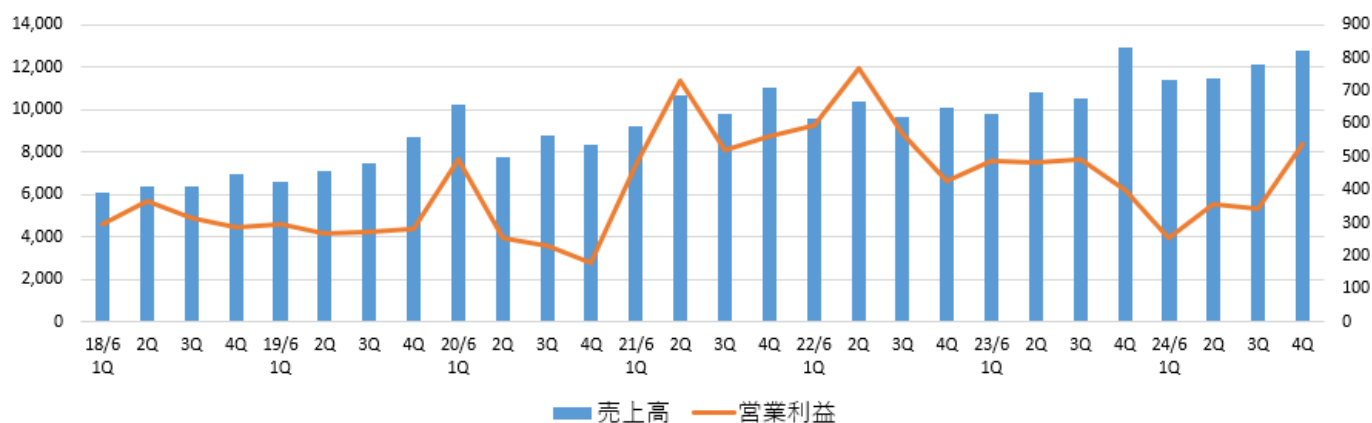
	23/6 期	構成比	24/6 期	構成比	前期比	予想比
売上高	44,115	100.0%	47,745	100.0%	+8.2%	+0.1%
売上総利益	8,622	19.5%	9,364	19.6%	+8.6%	-
販管費	6,754	15.3%	7,869	16.5%	+16.5%	-
営業利益	1,867	4.2%	1,494	3.1%	-20.0%	+16.3%
経常利益	1,943	4.4%	1,559	3.3%	-19.8%	+15.3%
当期純利益	1,302	3.0%	1,124	2.4%	-13.6%	+26.4%

* 単位: 百万円。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。

増収減益

売上高は前期比 8.2%増の 477 億 45 百万円。新車販売台数が伸び悩む中、販売単価の高止まり及び M&A が寄与した。営業利益は同 20.0%減の 14 億 94 百万円。増収で売上総利益も増加したが、インセンティブは想定を下回り、減価償却費が想定を大きく上回る中、M&A 関連費用が加わり、2 桁の減益となった。

売上高・営業利益の推移 (単位: 百万円)



四半期ベースでは、第 1 四半期は低調も、第 4 四半期に向け売上高、営業利益とも増加傾向にある。

【4-2 市場環境】

国産乗用車市場は、一部国内自動車メーカーの検査不正による影響もあり、1 月からマイナスが続いた。輸入車市場は、世界的なインフレと円安の影響から車輦価格が高止まり、ボトムからの回復は鈍い。様子見、買い控えが続いていたが、ようやく受注に回復の兆しが見え始めた。国内乗用車市場は、検査不正による影響が続き、マイナスが続いた。国内輸入車市場もマイナス。半導体不足解消により市場が急回復した 23 年 4-6 月期の反動もあり、大幅なマイナスとなった。

【4-3 商品品目別動向】

	23/6 期	構成比	24/6 期	構成比	前期比
新車	22,475	50.9%	23,359	48.9%	+3.9%
中古車	12,343	28.0%	13,469	28.2%	+9.1%
業販	3,367	7.6%	3,958	8.3%	+17.5%
車輦小計	38,186	86.6%	40,786	85.4%	+6.8%
車輦整備	5,434	12.3%	6,359	13.3%	+17.0%
その他	495	1.1%	599	1.3%	+21.0%
合計	44,115	100.0%	47,745	100.0%	+8.2%

* 単位: 百万円

* 新車販売

これまで不安定であった新車供給が安定化しつつあるものの、一部ブランドにおいては販売価格改定による受注活動への影響が見られたほか、モデル末期による顧客の買い控えが見られたこと等により、グループ全体の販売台数は前期比減少。その一方で、販売価格の上昇等により新車売上高は同 3.9%増加した。

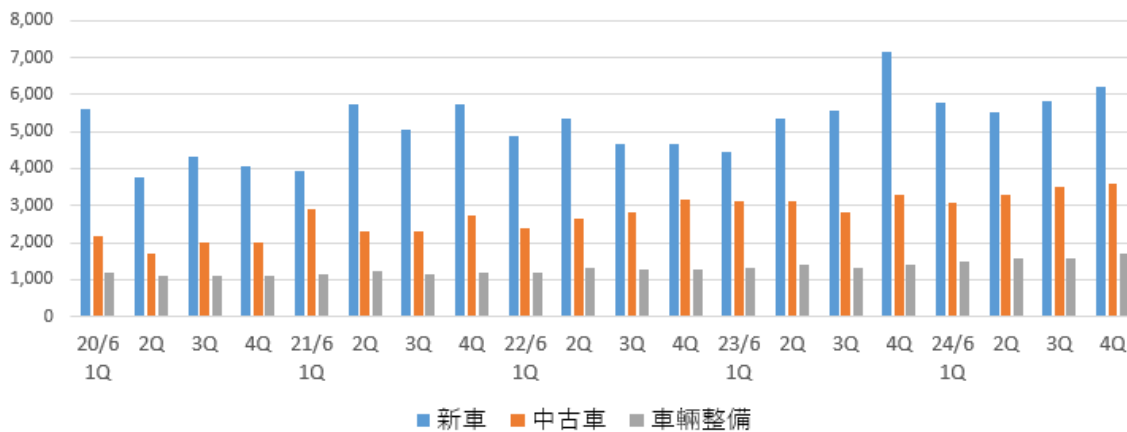
* 中古車販売

これまで乱高下していた中古車相場が沈静化したことで堅調に推移したこと、モデル末期を迎えた一部ブランドにおいて中古車販売に注力したこと等により、中古車売上高の全体に占める割合が増加し、中古車売上高は前期比 9.1%増加した。

* スtock型ビジネス

店舗数の増加に加え、継続取引の顧客が増加し、車両整備は前期比 17.0%増加、保険手数料は同 13.0%増加した。

新車・中古車・車両整備の販売高推移（単位：百万円）



【4-4 トピックス】

(1) 株式会社 ENG を子会社化

2024 年 5 月、中古車輸出事業を営む株式会社 ENG の発行済株式の 51%を取得した。残りの株式も段階的に取得し、将来的には 100%取得する予定。

(株式取得の背景)

株式会社 ENG は、マレーシアやその他の国々への日本の中古車の輸出を手掛けている。

国内中古車市場は、保有台数、販売台数が頭打ちで、今後の人口減少が予測される日本に対し、中国を除くアジア全体では、2055 年まで人口増加が予測され、アジアの所得水準向上もあり、中古車輸出ビジネスは成長ビジネスと見ている。

特にコロナ禍により日本からマレーシア向けの中古車輸出台数は大きく落ち込んだが、コロナ収束、マレーシアでの行動制限令解除(2022 年 1 月に)によりマレーシア向け輸出は大きく増加している。

同社では、成長市場に新規参入するとともに、事業ポートフォリオに「中古車輸出関連事業」が加わったことで、全社ベースでの為替リスク平準化を図ることができると考えている。

(2) Stellantis ジャパン販売株式会社を子会社化

2024 年 7 月、Stellantis ジャパン株式会社から子会社 Stellantis ジャパン販売株式会社の全株式を取得した。

この M&A により、同社は「プジョー」「シトロエン」「DS」の新規 3 ブランドを獲得。Stellantis グループ傘下の乗用車における「全ブランド」の取扱いが可能となった。

3 ブランドの国内販売シェアは 5%。同社の取り扱いブランド数は 16 ブランドとなり、国内新車販売におけるシェアは、既存取扱い 42.2%と合わせ、47.2%となった。

加えて店舗 5 店舗も譲受し、東京エリアにおけるドミナント化も進行する。

今回の M&A は同社にとって通算 13 件目の M&A となり、コロナ以降では 4 件目。しばらく停滞していた M&A は加速化局面に入った。

(3)オリオン自動車販売株式会社を子会社化

2024 年 12 月、ボルボ・カー鹿児島、ボルボ・カー長崎を運営するオリオン自動車販売株式会社(鹿児島県)の全株式を取得した。

今回の M&A はボルボ・カー・ジャパン株式会社が推進しているネットワーク戦略に準拠したもの。ウイルプラスホールディングスは 2023 年 12 月、株式会社ネクステージよりボルボ・カー福岡東、ボルボ・カー大分を譲受しており、今回のボルボ・カー鹿児島、ボルボ・カー長崎の譲受により、九州における VOLVO シェアは店舗ベースで 80%に拡大し、九州地域のドミナント戦略は強力に推進される。

(4)自社株買いの実施

2024 年 5 月、70 万株(発行済株式数に対する割合 7.17%)、取得総額約 7 億円の自社株買いを実施した。

取得した株式は、取締役及び従業員への株式報酬制度の手当等、人的資本経営に活用する予定。従業員の経営参画意識醸成や定着率の向上を図り、企業価値最大化を目指す考えである。

5. 2025 年 6 月期第 1 四半期決算概要

【5-1 業績概要】

	24/6 期 1Q	構成比	25/6 期 1Q	構成比	前年同期比
売上高	11,371	100.0%	20,018	100.0%	+76.0%
売上総利益	2,099	18.5%	2,767	13.8%	+31.8%
販管費	1,843	16.2%	2,526	12.6%	+37.0%
営業利益	255	2.3%	241	1.2%	-5.6%
経常利益	306	2.7%	259	1.3%	-15.3%
四半期純利益	200	1.8%	272	1.4%	+35.9%

* 単位: 百万円。四半期純利益は親会社株主に帰属する四半期純利益。

増収減益

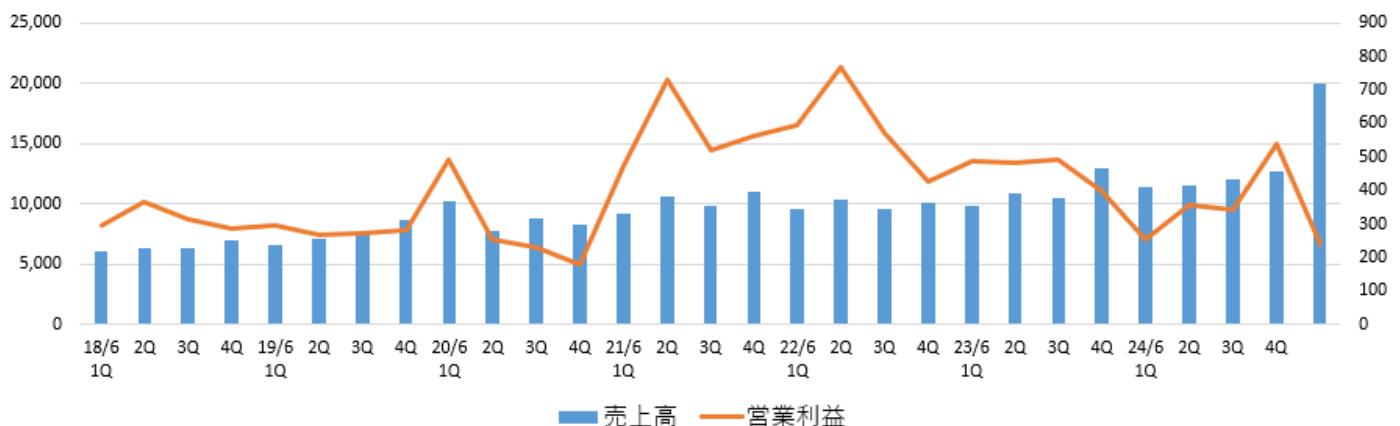
売上高は前年同期比 76.0%増の 200 億 18 百万円。新車販売、中古車販売ともに低調も、前期実施した ENG 社の M&A が大きく寄与した。

営業利益は同 5.6%減の 2 億 41 百万円。7 割を越す増収率ではあったが、新車販売、中古車販売とも粗利額は下振れし、売上総利益は同 31.8%増にとどまり、人件費や店舗投資に加え、分配可能額を超えた自己株式取得に関する特別調査委員会設置に伴う特別設置費用など販管費増を吸収できなかった。

四半期純利益の増加は負ののれん発生益 1 億 87 百万円による。

四半期ベースでは、前期に実施したボルボ・カー福岡、大分や ENG、ステランティスジャパン販売の M&A 等により、売上高は 200 億円を超え、過去最高となった。

売上高・営業利益の推移 (単位: 百万円)



BRIDGE REPORT



【5-2 市場環境】

国内乗用車市場(新車登録台数、普通・小型)は、やや回復、第1四半期(7-9月)は前年同期比1.2%増と落ち着きを見せている一方、国内輸入車市場は、同10.5%減と厳しい状況が続いている。輸入車供給は回復を見せているものの、車輦価格に対する高値警戒感から需要の回復が及んでいない。

第1四半期(7-9月)の同社取扱ブランドの国内新車登録台数(普通・小型)は、前年同期比1.7%減と、市場全体と比較すると落ち込みは小さい。中でも、MINIがフルモデルチェンジにより大きく回復した。

【5-3 セグメント動向・品目別売上高動向】

◎セグメント別動向

	24/6期1Q	構成比	25/6期1Q	構成比	前年同期比
売上高					
輸入車ディーラー事業	11,371	100.0%	12,114	60.5%	+6.5%
中古車輸出関連事業	-	-	7,904	39.5%	-
合計	11,371	100.0%	20,018	100.0%	+76.0%
セグメント利益					
輸入車ディーラー事業	445	3.9%	360	3.0%	-19.0%
中古車輸出関連事業	-	-	141	1.8%	-
調整額	-189	-	-261	-	-
合計	255	2.3%	241	1.2%	-5.6%

*単位:百万円。利益の構成比は売上高利益率。

◎品目別販売動向

(25年6月期第1四半期)

	輸入(※1)	前年同期比	輸出(※2)	前年同期比	全体(※3)	前年同期比
新車	5,583	-3.4%	-	-	5,583	-3.4%
中古車(国内)	3,354	+8.7%	114	-	3,469	+12.4%
(海外)	-	-	3,552	-	3,552	-
中古車合計	3,354	+8.7%	3,667	-	7,022	+127.5%
業販	1,033	+19.7%	4,230	-	5,264	+509.4%
車輦小計	9,972	+2.5%	7,897	-	17,870	+83.7%
車輦整備	1,969	+32.5%	-	-	1,969	+32.5%
その他	172	+9.7%	6	-	179	+14.1%
合計	12,114	+6.5%	7,904	-	20,018	+76.0%

*単位:百万円。輸入(※1)は輸入車ディーラー事業、輸出(※2)は中古車輸出関連事業、全体(※3)はグループ全体。

<輸入車ディーラー事業>

*新車販売

モデル末期による顧客の買い控えや、前年同期はそれまで停滞していた新車供給が改善されたことに伴い、集中的に顧客への納車が進んだこと等により、前年同期に比べ販売台数が減少したブランドもあった。これらの影響により、新車販売台数は前年同期比1.5%減少し、新車売上高は前年同期比3.4%減少した。

*中古車販売

新車販売が減少したブランドを中心に中古車販売に注力した。販売高は前年同期比8.7%増加した。

*ストック型ビジネス

店舗数の増加に加え、継続して取引する顧客の増加等により堅調に推移し、車輦整備は前年同期比32.5%増加、保険手数料収入は前年同期比26.8%増加した。

BRIDGE REPORT



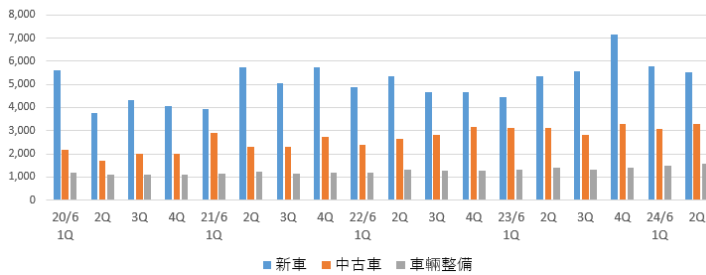
<中古車輸出関連事業>

主な輸出先国であるマレーシアの国内経済は好調に推移し、現地通貨に対して継続する円安が追い風となり、輸入車への需要は強く、例年 9 月～10 月に到達する同国の輸入車の台数規制に、今年は 7 月後半と早期に到達した。

この輸入車台数規制を踏まえ上半期については輸出台数を保守的に見込んでいたものの、輸入車への強い需要により第 1 四半期(7-9 月)の輸出台数は想定を上回った。また、中古車価格上昇に伴う販売価格の上昇により、海外売上高は 35 億円と堅調に推移した。

国内における業販売上高は 42 億円とグループ全体の業販売上高に大きく寄与した。ENG 社の管理部門の機能をウイルプラスホールディングスへ移管するなどの効率化を図った。

新車・中古車・車両整備の販売高推移 (単位:百万円)



【5-4 財務状態】

◎主要BS

	24 年 6 月末	24 年 9 月末	増減		24 年 6 月末	24 年 9 月末	増減
流動資産	22,920	24,470	+1,550	流動負債	13,968	16,483	+2,515
現預金	7,508	5,918	-1,590	仕入債務	3,534	4,673	+1,139
たな卸資産	10,779	14,058	+3,279	短期借入金	6,760	8,341	+1,581
固定資産	9,231	9,640	+409	固定負債	7,109	6,238	-870
有形固定資産	7,997	8,283	+285	長期借入金	6,415	5,515	-899
建物及び構築物	4,645	4,596	-48	負債合計	21,077	22,722	+1,645
無形固定資産	312	301	-11	純資産	11,073	11,388	+314
投資その他の資産	921	1,056	+135	利益剰余金	9,140	9,413	+272
資産合計	32,151	34,111	+1,960	負債純資産合計	32,151	34,111	+1,960

* 単位:百万円

Stellantis ジャパン販売株式会社との M&A により、資産、負債とも増加。輸入車ディーラー事業の在庫はやや過大であると会社側は認識している。

自己資本比率は前期末から 1.0 ポイント低下し 29.5%となった。

6. 2025 年 6 月期業績予想

【業績予想】

	24/6 期	構成比	25/6 期(予)	構成比	前期比	進捗率
売上高	47,745	100.0%	88,342	100.0%	+85.0%	22.7%
営業利益	1,494	3.1%	2,528	2.9%	+69.2%	9.6%
経常利益	1,559	3.3%	2,488	2.8%	+59.6%	10.4%
当期純利益	1,124	2.4%	1,438	1.6%	+27.8%	19.0%

* 単位:百万円。予想は会社側予想。

大幅な増収増益を予想、売上高、営業利益は過去最高を更新へ

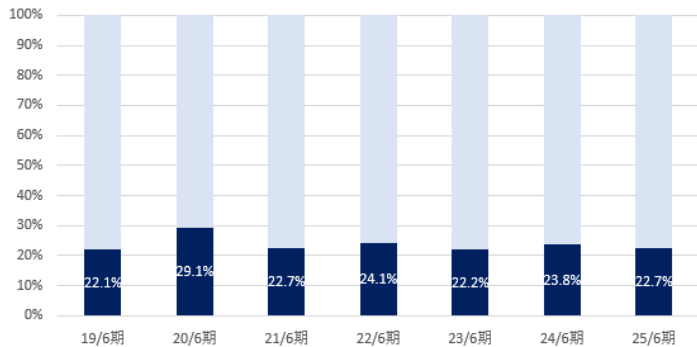
売上高は前期比 85.0%増の 883 億円、営業利益は同 69.2%増の 25 億の予想。売上高、営業利益は過去最高更新を見込む。輸入車ディーラー事業は、外部環境のボトムアウトを予想。前期に実施した M&A の効果は下期より大きく顕在化する。配当は前期比 1.55 円/株増加の 45.06 円/株を予定。予想配当性向は 28.5%。

7. 今後の注目点

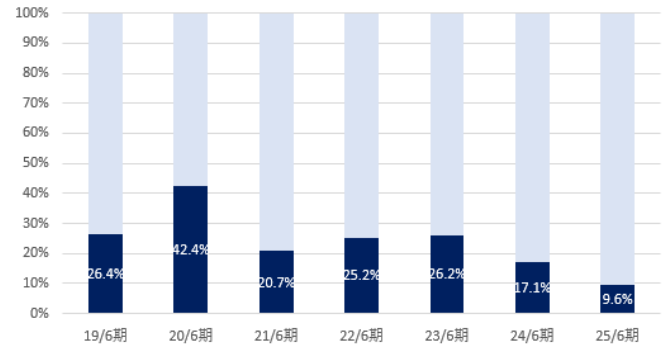
通期予想に対する第1四半期実績の進捗率は売上高 22.7%、営業利益 9.6%。売上高はほぼ例年並みであるが、営業利益は低水準である。ただこれは M&A などの一時的なコストを計上したためであり、実質的には順調な進捗であると会社側は考えている。

M&A は前期後半から今期にかけて増加している。気候変動問題への対応が一層重視されると並行し、後継者難や経営環境の悪化といった状況も加わり、経営基盤の脆弱な中小ディーラーを中心とした M&A 案件は今後も増加が見込まれる。同社の中心戦略である M&A が今期どれだけスピードアップしていくかにも注目したい。

第1四半期進捗率推移（売上高）



第1四半期進捗率推移（営業利益）



* 19/6期～24/6期はdai実績の通期実績に対する比率。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査等委員会設置会社
取締役	8名、うち社外取締役4名(うち独立役員4名)
監査等委員	4名、うち社外取締役4名(うち独立役員4名)

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2024年10月24日

<基本的な考え方>

当社におけるコーポレート・ガバナンスの基本的な考え方は、企業価値の最大化を図るにあたり、社会のめまぐるしい変化に対応し、効率のかつ、法令等を遵守する健全な経営体制を構築することにあります。そのために、各ステークホルダーと関係強化及び経営統治機能の更なる充実を図ることにより、透明性のある経営を確保するとともに、適正かつ迅速なディスクロージャーに努めてまいります。

<コーポレート・ガバナンス・コードの各原則を実施しない理由>

当社は、コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しております。

<コーポレート・ガバナンス・コードの各原則に基づく開示(抜粋)>

■原則 1-3 【資本政策の基本的な方針】

当社は、適正資本を維持し、資本コストを上回る ROE を安定的に上回る体制を継続し、企業価値を高めることを資本政策の基本方針としております。

当社の資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応については、当社ホームページに開示しております。

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS01236/fb127719/e85b/4d10/8d4e/2adb59ee5906/140120240814572318.pdf>

■原則 1-4 【政策保有株式】

(1)政策保有株式に関する方針

当社は政策保有株式を保有していません。取引先との資本提携、協業のために関係維持・強化が必要であり、中長期的な観

点からビジネス上のメリットがリスクや資本コストに見合っていると判断した場合以外は、政策保有株式は保有しない方針であります。

(2)政策保有株式にかかる検証の内容及び政策保有株式にかかる議決権行使の基準

政策保有株式を保有することが適切であると判断した場合には、継続保有の合理性の検証方法並びに当該政策保有株式の議決権行使の具体的な基準を策定いたします。

■補充原則 2-4①【中核人材の登用等における多様性の確保】

<多様性の確保についての考え方>

当社では、従業員一人ひとりがその能力を最大限に発揮できる環境を提供することを目指しており、性別・国籍・属性を問わず、個人の能力・適正・実績・意欲により人材を登用することを基本方針としております。

<多様性の確保の自主的かつ測定可能な目標>

中核人材の多様性の確保について女性取締役及び管理職の割合、男性従業員の育休取得割合の目標を定め、多様性確保の指標としております。各項目の目標値及び実績は下表のとおりであります。

女性取締役の割合	2024 年 6 月期実績 12.5%	2025 年 6 月期(目標)12.5%	2030 年 6 月期(目標)30.0%
女性管理職の割合	2024 年 6 月期実績 31.6%	2025 年 6 月期(目標)7.0%	2030 年 6 月期(目標)10.0%
男性育児休暇取得率	2024 年 6 月期実績 100.0%	2025 年 6 月期(目標)40.0%	2030 年 6 月期(目標)50.0%

※本報告書提出日現在は、女性取締役の割合は 12.5%となっております。

なお、外国人の管理職への登用については在籍者数が少ないため具体的な数値目標は設定しておりませんが、更なる多様性確保のため目標値の設定の必要性を継続して検討してまいります。

また、当社グループは専門性・経験値の高い中途採用者の比率が高いため管理職における中途採用者の割合は 95.45%(2024 年 6 月末日時点)となっております。このため中途採用者の管理職割合については目標値は設定しておりません。

■補充原則 3-1③・補充原則 4-2②【サステナビリティを巡る課題】

当社は、企業活動を通じて持続可能な社会の実現・企業価値向上に向けて、当社グループ全体のサステナビリティへの取組と主体的なリスクマネジメント基盤を強化するとともに、成長戦略推進による業容拡大や自動車産業を取り巻く EV 化等の技術革新への対応、DX 化の推進を重点的に図るため、サステナビリティ基本方針を制定し、サステナビリティ委員会並びにリスクマネジメント・コンプライアンス委員会を設置しております。これらの委員会を基軸とした具体的な活動内容及び中長期的企業価値の向上に向けた人的資本への投資等につきましては、決算説明資料、有価証券報告書等で開示しております。

(<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS01236/311c8c6e/47da/40a1/afcd/9aeda1c43435/140120240814572313.pdf>)

また、気候変動問題への取組につきましては CDP を通じて開示しております。

■原則 5-1【株主との建設的な対話を促進するための体制整備・取組みに関する方針】

当社は、株主や機関投資家との積極的かつ建設的な対話(面談)を通じ、経営方針や成長戦略を明確に説明し、理解を深めていただくことが、当社の中長期的な企業価値の向上に資すると考えております。

株主や機関投資家との対話は、経営戦略本部企画・IR 室を窓口とし、代表取締役、IR 担当者が合理的な範囲で訪問、来社、電話等により行っております。個別面談以外にも、多くの投資家と直接対話できる機会を設けるべく、代表者自らが説明を行う投資家、アナリスト向け決算説明会や個人投資家向け説明会を開催し、当社、投資家双方の理解促進の場として活用しております。さらに、説明会の模様を動画配信若しくは資料をホームページに掲載するなどし、広く情報発信を行っております。

対話に際しては、未公表の重要情報につきまして漏洩等が発生しないよう、十分に留意のうえ、臨んでおります。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.