



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	<a href="https://www.willplus.co.jp/">https://www.willplus.co.jp/</a>

## 株式情報

株価	発行済株式数(期末)		時価総額	ROE(実)	売買単位
996 円	10,397,980 株		10,356 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 3/5 終値。発行済株式数、DPS、EPS は 25 年 6 月期第 2 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 25 年 6 月期第 2 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. 2025 年 6 月期第 2 四半期決算概要](#)
  - [5. 2025 年 6 月期業績予想](#)
  - [6. 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 17 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。
- 25 年 6 月期中間期の売上高は前年同期比 79.4%増の 410 億 58 百万円。新車販売は改善傾向。中古車販売は堅調。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 122%増の 6 億 85 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 32.4%増にとどまったものの、人件費や店舗投資など販管費増を吸収し 2 桁の増益となった。四半期純利益の増加は負ののれん発生益 3 億 8 百万円による。四半期ベースでは、売上高は第 1 四半期に続き、第 2 四半期も過去最高を更新した。営業利益も前年同期比、前四半期比とも増益となった。
- 業績予想に変更は無い。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、新車販売において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%。
- 通期予想に対する上半期実績の進捗率は売上高 46.5%、営業利益 27.1%。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。M&A などの一時的なコストを計上したこともあるが、会社側の想定を下回る進捗であるとのことだ。ただ、新車販売は底入れの兆しも見られ始めている。「需要期に入る中古車輸出関連事業の業績急拡大」と「M&A 後の PMI 効果」による下半期の急回復に期待したい。

## 1. 会社概要

JEEP、BMW、MINI、VOLVO など 17 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

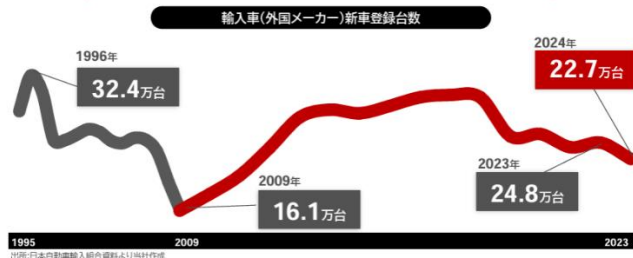


そうした中、輸入車(外国メーカー)の新車登録台数は2020年以降、コロナ禍の影響で減少し、回復が遅れているものの、リーマンショック後、増加している。国内乗用車市場の回復に反して、輸入車市場の回復は鈍く、2024年の輸入車登録台数シェアは低下したが、長期的には、輸入車登録台数シェアは上昇傾向にある。

市場動向 国内輸入車市場

- 国内における輸入車市場の回復は鈍い
- 「為替」と「世界的なインフレ」の影響による新車販売価格の上昇
- 海上輸送のデメリット コスト 期間 供給量

2020年以降は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、輸入車(外国メーカー)の新車登録台数は増加

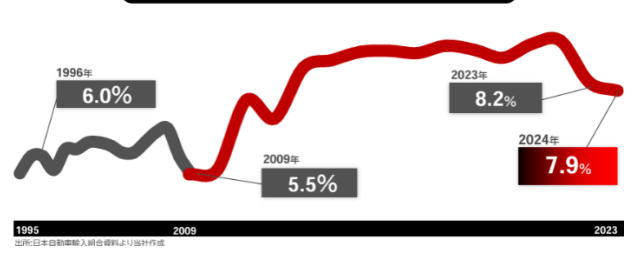


(同社資料より)

市場動向 国内輸入車市場

- 国内乗用車市場の回復に反して、輸入車市場の回復は鈍い
- 2024年輸入車登録台数シェアはダウン
- 長期的には、輸入車登録台数シェアは上昇傾向

国内新車登録台数(軽自動車除く)における輸入車シェア登録台数



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1.4%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。

市場動向 海外メーカーのEV化の目標

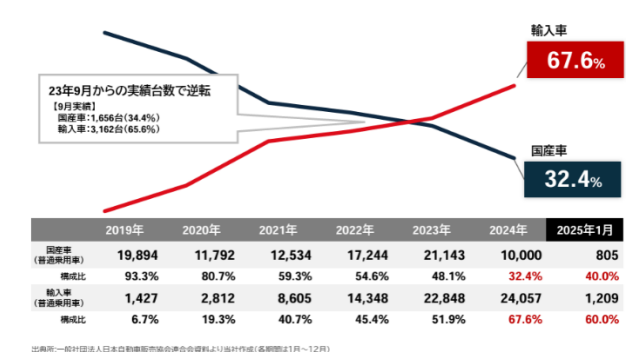
- 当社取り扱いブランドの過半数は、2030年を目途に完全電動化を目指す計画に

メーカー	目標
VOLVO	2025年までに日本市場の45%をBEVに。30年までに新車の90%以上をEV/PHVに、最大10%をHVに。
Jaguar	2025年から全てのモデルをEV化。30年の段階で販売台数の100%をEVに。
LAND ROVER	30年までに完全電動化。販売台数の約60%をデュアルEVに。
Alfa Romeo	27年以降、EVのみを販売。
FIAT	30年までに全ラインナップをEVのみに。
ABARTH	24年からはEVのみに。
JEEP	25年までにEV販売。30年までに米新車販売50%を、欧州販売製品の100%をEVに。
Peugeot	25年までに100%EVに。30年までに欧州販売製品の100%をEVに。
Citroën	25年に新車のすべてのモデルにEV/PHVをラインナップ。
DS	24年以降すべてのニューモデルをEVのみに。
BMW	30年には世界販売台数の少なくとも50%以上をEVに。
MINI	27年までにすべてのモデルの50%以上をEVに。2030年代初頭までにMINIモデルをEV化。
Porsche	30年に世界販売の80%以上をEVに。

(同社資料より)

市場動向 国内新車市場におけるEV割合

- 日本で販売されている普通乗用車のEVのうち、約3台に2台は輸入車



◎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	6,846	6.7	0.7
3538	ウイブルラスHLD	88,342	+85.0	2,528	+69.2	2.9%	11.5	10,356	6.3	0.9
7593	VTHLD	330,000	+5.9	13,000	+8.3	3.9%	9.8	62,761	8.9	0.8
8291	日産東京販売HLD	150,000	+0.7	7,500	-13.9	5.0%	13.8	30,918	6.6	0.5
9856	ケーユーHLD	150,000	-3.0	8,700	-4.4	5.8%	10.3	51,009	6.3	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×2025年3月5日終値。PER(予)、PBR(実)は2025年3月5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17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。

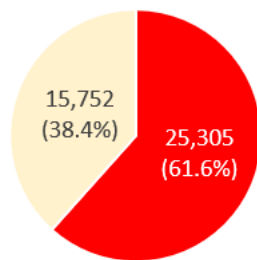
ウイルプラスホールディングス		
<b>ウイルプラスチェッカーモータース(株)</b> インポーター Stellantis ジャパン(株) 店舗数 20店舗 (2024年12月末時点)	<b>ウイルプラスモーターレン(株)</b> インポーター ビー・エム・ダブルユー(株) 店舗数 8店舗 (2024年12月末時点)	<b>ウイルプラス帝欧オート(株) ウイルプラスオリオン(株)</b> インポーター ボルボ・カー・ジャパン(株) 店舗数 8店舗 (2024年12月末時点)
<b>ウイルプラスアインス(株)</b> インポーター ボルシェ ジャパン(株) 店舗数 2店舗 (2024年12月末時点)	<b>ウイルプラスエンハンス(株)</b> インポーター ジャガー・ランドローバー・ジ ヤパン(株)、BYD Auto Japan(株)、 Hyundai Mobility Japan(株) 店舗数 5店舗 (2024年12月末時点)	<b>(株)ENG</b> 事業内容 国内:中古車買取 卸売事業 海外:中古車輸出事業

(同社資料より)

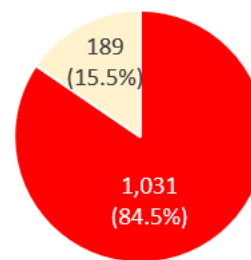
## (2)セグメント

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)



セグメント別営業利益(単位:百万円)



■ 輸入車ディーラー事業 ■ 中古車輸出関連事業 ■ 輸入車ディーラー事業 ■ 中古車輸出関連事業

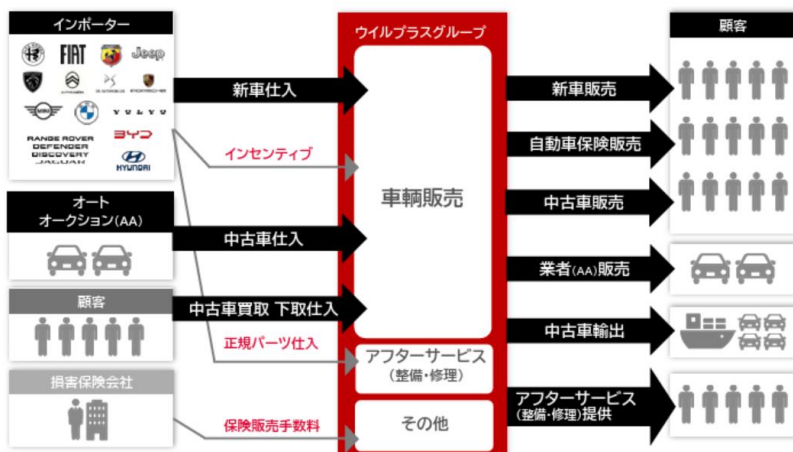
\* 25/6期2Q、外部顧客への売上高

\* 25/6期2Q、報告セグメント合計に対する構成比

## (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。

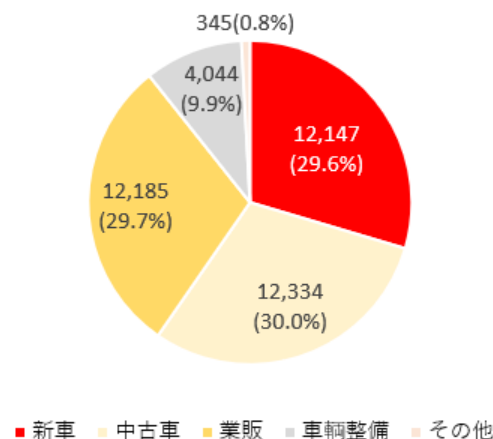
## BRIDGE REPORT



(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。
車輛整備	販売した車輛を中心に整備、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月期上期、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、車輛整備、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。

車輛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、「車輛整備件数増、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 12 月末の店舗数は、九州 20 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 43 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				(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

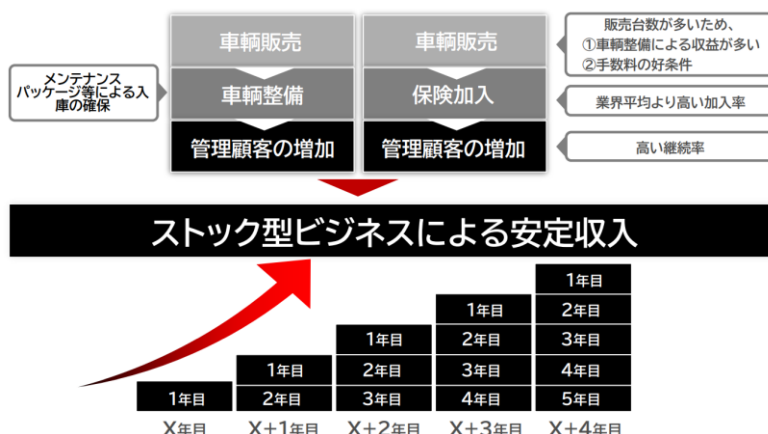
ストック型ビジネスと位置づけている車輛整備と保険販売による安定収益構造も同社の大きな特徴・強みである。

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。



(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。

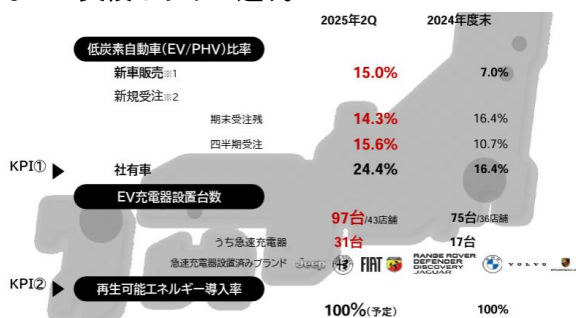
### 【2-3 同社グループの取り組み】

「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。



※1 販売台数は、2024年3月より各ブランド新車ショールームの店舗をカウント

※2 店舗別受注ベース

(同社資料より)



- \* 再生可能エネルギー導入率は24年度に続き25年度も100%を実現する見込みだ。
- \* 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%削減を早期達成した。

## ②その他の取り組み・対応

### ◎3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が実施している気候変動質問書に、2025年2月、3年連続(2022年、2023年、2024年)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、2024年時点では世界の時価総額の3分の2を超える約22,000社超が、CDPでスコアを付与されており、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。

## (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。

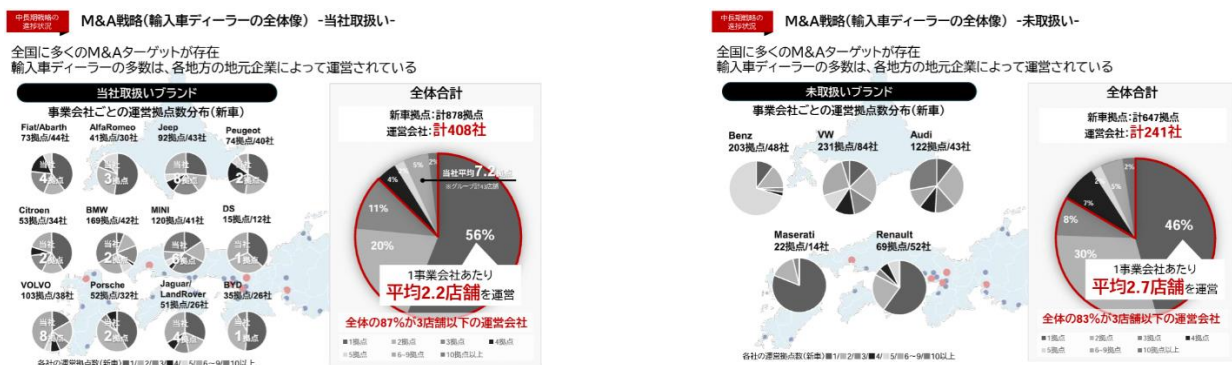
## ①M&Aについての事業環境

### ◎ディーラーの状況

同社の調査によれば、2024年末現在、日本全国で、輸入車ディーラー649社が事業を行っており、新車販売拠点は合計1,525拠点。1事業会社あたり平均2.3店舗を運営しており、全体の約8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きている。

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いう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。

#### \* 2020~2022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。

#### \* 2023~2025年:新車供給の回復に伴いM&A加速化へ

2023年から2025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、中古車価格は一時的に軟調となった。

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(24 年 6 月期 11.5%)。
- ☆ 「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、累進配当を目指す。
- ☆ 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。

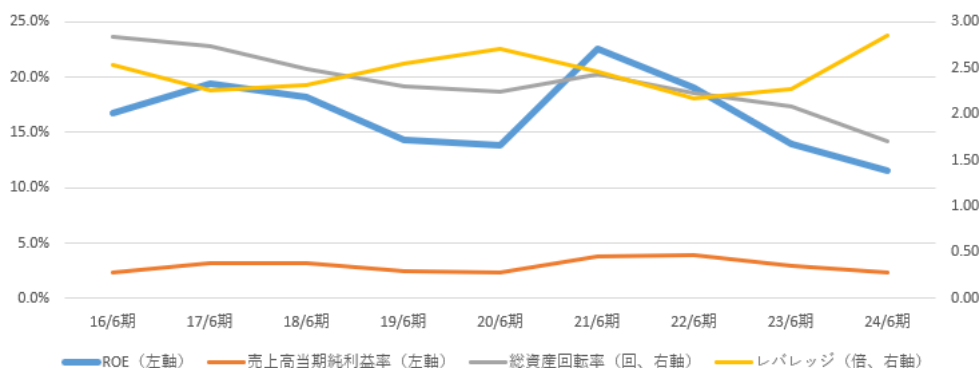
2024 年 6 月期の配当は予想通り 43.51 円/株を維持し、配当性向を 22 年 6 月期の 21.4%から 37.4%まで引き上げ、4 期連続で利益成長を上回る配当成長を達成した。

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)

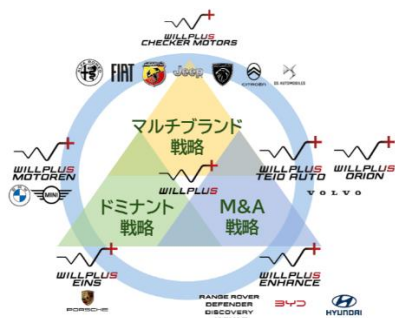
	17/6 期	18/6 期	19/6 期	20/6 期	21/6 期	22/6 期	23/6 期	24/6 期
ROE (%)	19.4	18.2	14.3	13.9	22.5	19.0	14.0	11.5
売上高当期純利益率(%)	3.16	3.16	2.44	2.29	3.76	3.91	2.95	2.36
総資産回転率(回)	2.73	2.49	2.30	2.24	2.43	2.23	2.09	1.71
レバレッジ(倍)	2.25	2.31	2.54	2.71	2.46	2.18	2.28	2.85



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 17 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。

新型モデル発売時期による平準化イメージ



(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充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. 2025 年 6 月期中間期決算概要

### 【4-1 業績概要】

	24/6 期中間期	構成比	25/6 期中間期	構成比	前年同期比
売上高	22,881	100.0%	41,058	100.0%	+79.4%
売上総利益	4,341	19.0%	5,748	14.0%	+32.4%
販管費	3,730	16.3%	5,062	12.3%	+35.7%
営業利益	610	2.7%	685	1.7%	+12.2%
経常利益	671	2.9%	692	1.7%	+3.1%
中間期純利益	433	1.9%	672	1.6%	+55.0%

\* 単位: 百万円。中間期純利益は親会社株主に帰属する中間期純利益。

### 増収増益

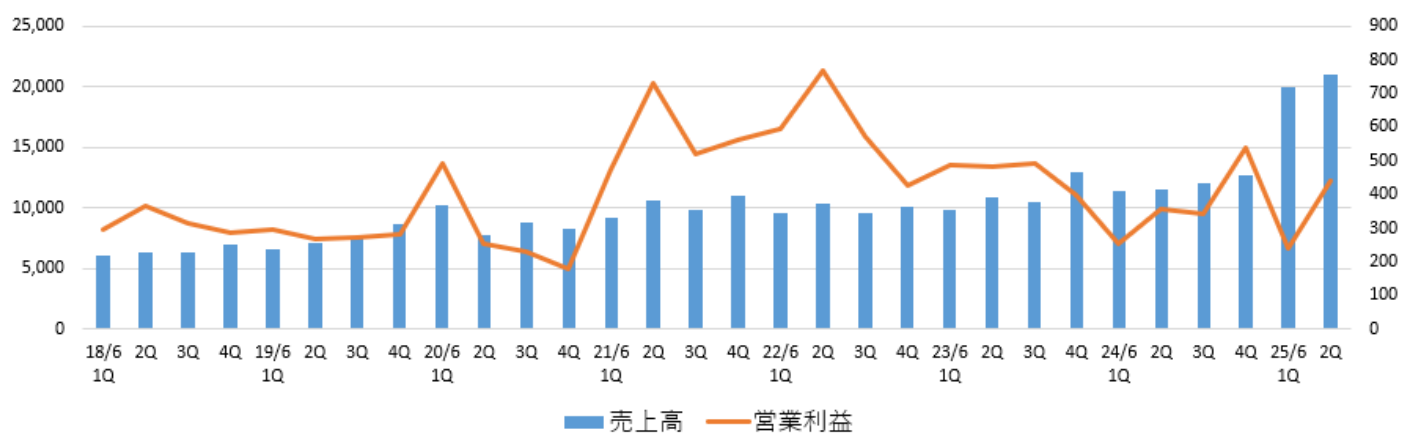
売上高は前年同期比 79.4%増の 410 億 58 百万円。新車販売は改善傾向。中古車販売は堅調。前期実施した ENG 社の M&A が大きく寄与した。

営業利益は同 12.2%増の 6 億 85 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 32.4%増にとどまったものの、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し 2 桁の増益となった。

四半期純利益の増加は負ののれん発生益 3 億 8 百万円による。

四半期ベースでは、売上高は第 1 四半期に続き、第 2 四半期も過去最高を更新した。営業利益も前年同期比、前四半期比とも増益となった。

売上高・営業利益の推移 (単位: 百万円)



### 【4-2 市場環境】

第 2 四半期(10-12 月)の国内乗用車市場(新車登録台数、普通・小型)は前年比横ばいと落ち着きを見せている一方、国内輸入車市場は、前年同期比 9.5%減と、第 1 四半期(7-9 月)に続き厳しい状況が続いており、ここ 10 年で最悪の状況となっている。

第 1 四半期(7-9 月)の同社取扱い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%減とマイナスであったが、第 2 四半期(10-12 月)は同 32%増と健闘した。Jeep が回復しているほか、MINI がフルモデルチェンジにより回復が続いている。

## BRIDGE REPORT



## 【4-3 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 期中間期	構成比	25/6 期中間期	構成比	前年同期比
売上高					
輸入車ディーラー事業	22,881	100.0%	25,305	61.6%	+10.6%
中古車輸出関連事業	-	-	15,752	38.4%	-
合計	22,881	100.0%	41,058	100.0%	+79.4%
セグメント利益					
輸入車ディーラー事業	996	4.4%	1,031	4.1%	+3.5%
中古車輸出関連事業	-	-	189	1.2%	-
調整額	-385	-	-535	-	-
合計	610	2.7%	685	1.7%	+12.2%

\* 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2四半期)

	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	12,147	+7.3%	-	-	12,147	+7.3%
中古車(国内)	6,642	+4.0%	198	-	6,841	+7.2%
(海外)	-	-	5,493	-	5,493	-
中古車合計	6,642	+4.0%	5,691	-	12,334	+93.2%
業販	2,135	+17.5%	10,049	-	12,185	+570.2%
車輛小計	20,926	+7.2%	15,740	-	36,667	+87.8%
車輛整備	4,044	+32.2%	-	-	4,044	+32.2%
その他	334	+12.7%	11	-	345	+16.7%
合計	25,305	+10.6%	15,752	-	41,058	+79.4%

\* 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。

## &lt;輸入車ディーラー事業&gt;

## \* 新車販売

第1四半期は多くの店舗が所在する九州への台風等天候の影響などによる一過性の要因により、納車が遅れたが、第2四半期については、遅れていた納車が進み、輸入車の事業環境は引き続き厳しいものの、改善傾向にある。M&Aにより店舗数が5店舗増加したことなどで、新車販売台数は前年同期比3.1%増加し、新車売上高は同7.3%増加した。

## \* 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7.2%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、車輛整備は前年同期比32.2%増加、保険手数料収入は同28.2%増加した。

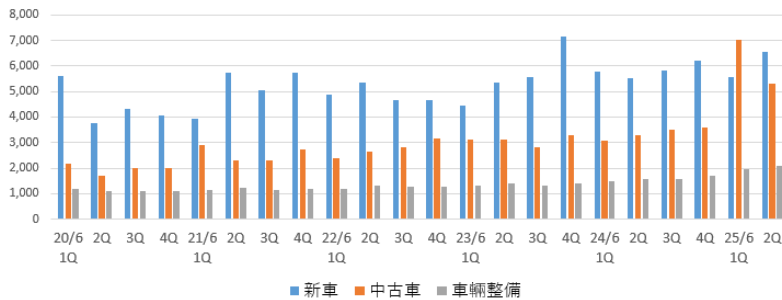
## &lt;中古車輸出関連事業&gt;

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、引き続き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が、今年は8月上旬に到達した。その後も追加の関税等がかかるものの、現地の底堅い需要が続いていたが、需要回復する年始に向けて現地輸入業者が年内での輸入を抑制したことから、12月の輸出台数は例年と同様に低水準にとどまった。中古車市場が堅調なため、販売単価等は上昇したが、季節的要因から第1四半期と比べて、販売台数が低調に推移し、海外売上高は54億93百万円となった。国内における業販売売上高は、中古車マーケットが堅調に推移し、車両単価が上昇したことから、100億49百万円とグループ全体の業販売売上高に大きく寄与した。株式会社ENGの管理部門の機能を同社に移管するなどの効率化を図った。

## BRIDGE REPORT



新車・中古車・車両整備の販売高推移（単位：百万円）



## 【4-4 財務状態とキャッシュ・フロー】

## ◎主要BS

	24 年 6 月末	24 年 12 月末	増減		24 年 6 月末	24 年 12 月末	増減
流動資産	22,920	24,299	+1,379	流動負債	13,968	17,168	+3,200
現預金	7,508	5,994	-1,513	仕入債務	3,534	3,340	-193
たな卸資産	10,779	14,665	+3,885	短期借入金	6,760	10,309	+3,548
固定資産	9,231	10,597	+1,365	固定負債	7,109	6,165	-944
有形固定資産	7,997	9,217	+1,219	長期借入金	6,415	5,429	-986
建物及び構築物	4,645	4,580	-64	負債合計	21,077	23,333	+2,256
無形固定資産	312	291	-20	純資産	11,073	11,562	+489
投資その他の資産	921	1,087	+166	利益剰余金	9,140	9,555	+415
資産合計	32,151	34,896	+2,745	負債純資産合計	32,151	34,896	+2,745

\* 単位: 百万円

複数の 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 1.2 ポイント低下し 29.3%となったものの、適正資本の範囲内と認識している。

## ◎CF

	24/6 期中間期	25/6 期中間期	増減
営業 CF	590	-3,203	-3,794
投資 CF	-1,156	-306	+850
フリーCF	-565	-3,509	-2,943
財務 CF	260	1,991	+1,730
現金・現金同等物	3,985	5,985	+2,000

\* 単位: 百万円。

棚卸資産の増加や仕入債務の減少等で営業 CF はマイナスに転じ、フリーCF のマイナス幅は拡大した。キャッシュ・ポジションは上昇した。

## 【4-5 トピックス】

## (1) 新ブランド「Hyundai」の取り扱いを開始

2025 年 1 月、Hyundai Mobility Japan 株式会社と「九州(福岡県福岡市)」「東北(宮城県仙台市)」の包括契約及び福岡県福岡市への出店についての基本合意書を締結した。

ウイルプラスホールディングスは、成長の柱である M&A 戦略として、「マルチブランド戦略」「ドミナント戦略」を推進しており、今回の Hyundai ブランドの追加により、高い安全性と航続性能をもったさまざまなボディタイプの EV のラインアップを強化し、競争力向上を図る。また、出店エリアに Hyundai ブランドを追加することで、マルチブランド化およびドミナント化をさらに強化し、出店エリアにおける自動車産業の脱炭素化に貢献することともに、業容の拡大と収益基盤の強化に取り組む考えだ。

Hyundai ブランドの追加によりブランド数は 17 ブランドとなった。

新ブランド「Hyundai」の店舗は、25 年 4 月以降にオープンする予定である。

福岡エリアのウィルプラスグループディーラー(12月末時点)



(同社資料より)

## (2)サステナビリティサイトを開設

2024年12月、コーポレートサイト内にサステナビリティにおける同社の考え方や具体的な取組みを掲載したサステナビリティサイトを開設した。

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



(同社資料より)

## 5. 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%	46.5%
営業利益	1,494	3.1%	2,528	2.9%	+69.2%	27.1%
経常利益	1,559	3.3%	2,488	2.8%	+59.6%	27.8%
当期純利益	1,124	2.4%	1,438	1.6%	+27.8%	46.8%

\*単位:百万円。予想は会社側予想。

### 業績予想に変更なし、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

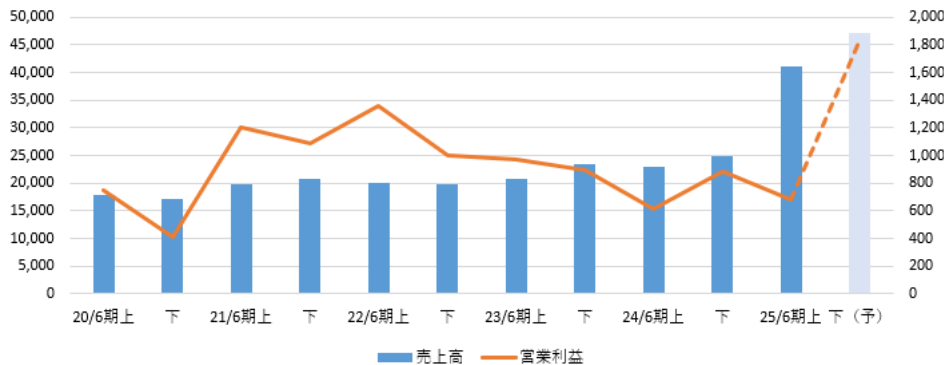
業績予想に変更は無い。売上高は前期比85.0%増の883億円、営業利益は同69.2%増の25億の予想。売上高、営業利益は過去最高更新を見込む。

輸入車ディーラー事業は、新車販売において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%。



売上高・営業利益の推移（単位：百万円）

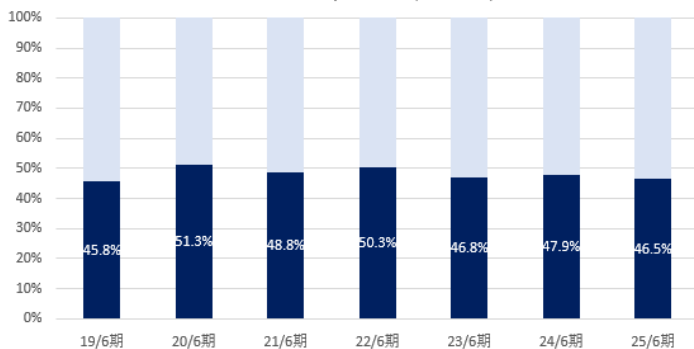


## 6. 今後の注目点

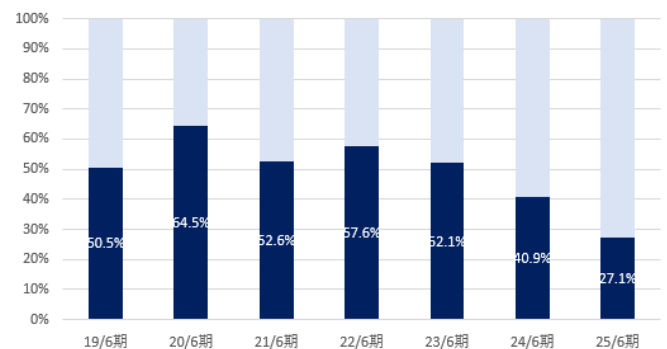
通期予想に対する上半期実績の進捗率は売上高 46.5%、営業利益 27.1%。売上高はほぼ例年並みであるが、営業利益は低水準である。M&A などの一時的なコストを計上したこともあるが、会社側の想定を下回る進捗であるとのことだ。

ただ、新車販売は底入れの兆しも見られ始めている。「需要期に入ると中古車輸出関連事業の業績急拡大」と「M&A 後の PMI 効果」による下半期の急回復に期待したい。

上期進捗率推移（売上高）



上期進捗率推移（営業利益）



\* 19/6期～24/6期は上期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、効率的かつ、法令等を遵守する健全な経営体制を構築することであり、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おりません。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 GDP 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.