

2025年3月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社アップガレージグループ

2024年11月11日

東証スタンダード 証券コード:7134



- 1 — 2025年3月期 第2四半期業績ハイライト
- 2 — 直近の取り組み、TOPICS
- 3 — 中期経営計画（未来UPビジョン2024） 2024年6月17日公表
- 4 — 2025年3月期 重点施策・業績予想
- 5 — appendix

1 — 2025年3月期 第2四半期業績ハイライト

2 — 直近の取り組み、TOPICS

3 — 中期経営計画（未来UPビジョン2024） 2024年6月17日公表

4 — 2025年3月期 重点施策・業績予想

5 — appendix

リユース業態

物価上昇に伴うリユース用品に対する需要拡大は2Qも引き続き継続

- ✓ 継続的な新規出店及び来客数の増加により直営店・FC店ともに売上高は前年同期比を大きく上回る好調で推移
- ✓ 直営店の中古タイヤホイールの売上高は前年同期比116%と大きく増加
- ✓ 前年同期比でFC新規出店数が減少したことで出店時の工事・什器等の収入が減少

流通卸売業態

猛暑、悪天候によりスタッドレスタイヤ商戦は下期にずれ込んだものの、中古車販売店向けのネクスリンクの卸売を中心に取引を拡大

- ✓ スタッドレスタイヤの卸売は下期へのずれ込みがあったものの、中古車販売店向けのネクスリンクの卸売が大幅増加
- ✓ 前期に新品タイヤ値上げ等の影響を受けたタイヤ流通センター向けの卸売は回復基調
- ✓ ネクスリンクの卸売が大幅増加の一方で卸売の粗利率は低下

売上高

6,395 百万円

大幅増収

前年同期比 +15.4%

上期計画比 100.8%

営業利益

319 百万円

大幅増益

前年同期比 +21.6%

上期計画比 84.1%

経常利益

352 百万円

大幅増益

前年同期比 +28.5%

上期計画比 91.4%

四半期純利益

241 百万円

大幅増益

前年同期比 +36.7%

上期計画比 96.2%

15.4%増収、21.6%営業増益

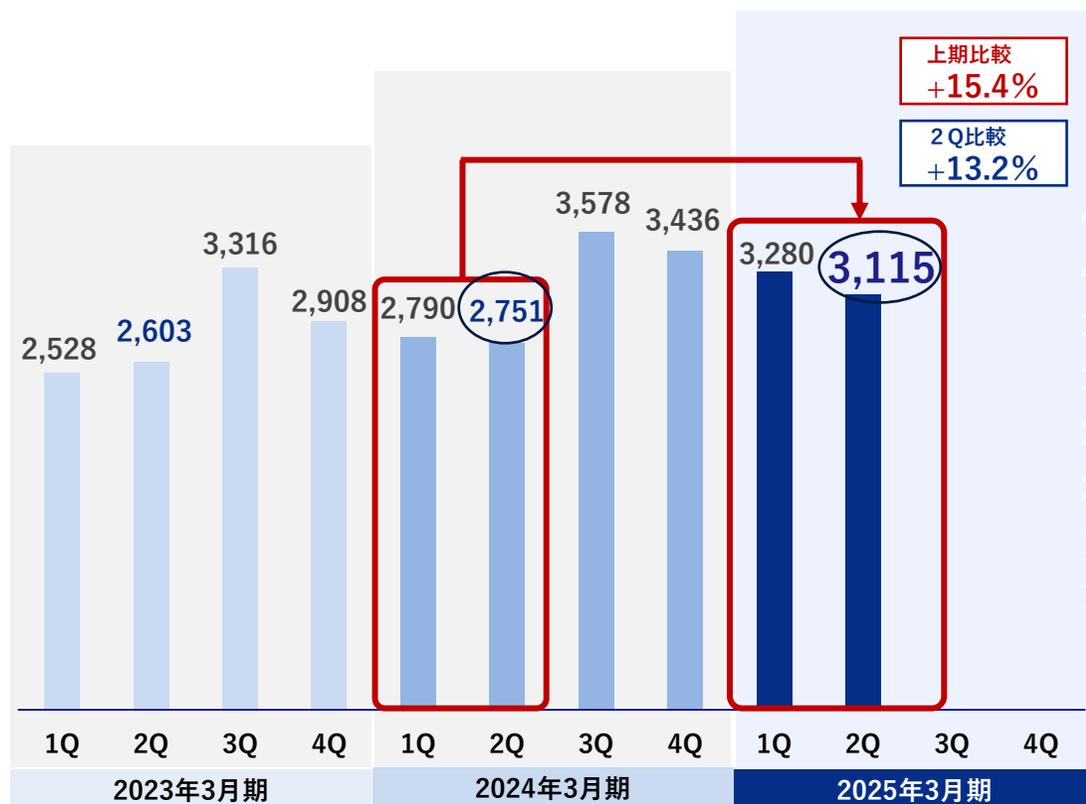
- ✓ リユース業態で前年同期比7.2%増収、流通卸売業態で前年同期比28.4%増収で順調に推移
- ✓ 流通卸売業態はネクスリンクの卸売が前年同期比37.9%の大幅拡大
- ✓ 直営店で1店舗、FC店で3店舗、サイクルズで2店舗の新規出店
- ✓ 海外出店 アップガレージUSA 1号店が4月末にオープン
(※海外子会社との決算期ずれにより連結業績への影響は当2Qから)

リユース需要拡大、ネクスリンクの卸売拡大により大幅増収、増益。営業利益率上昇。
卸売増加に伴う売上総利益率の低下、利益率の高いスタッドレスタイヤ商戦の下期ずれにより、
各段階利益は期初計画に僅かに届かず

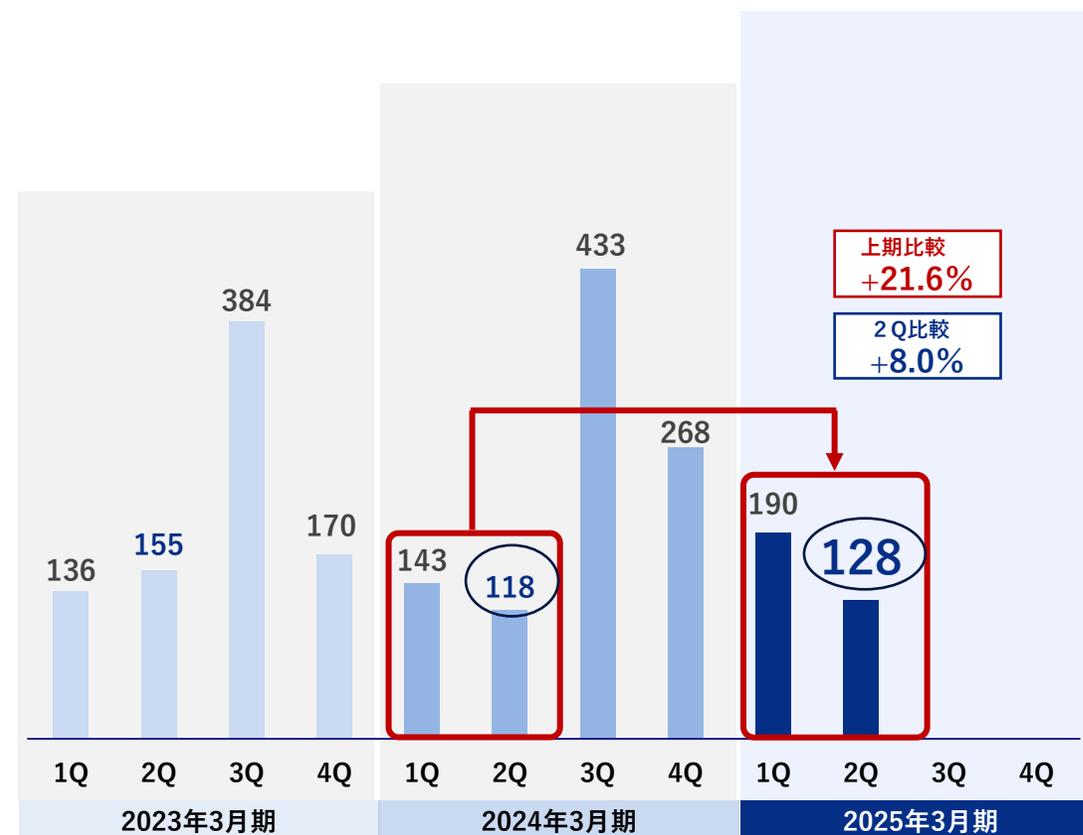
(単位：百万円)	2024年3月期 第2四半期	2025年3月期 第2四半期	増減額	増減比	期初計画 (第2Q)	計画比	達成率
売上高	5,542	6,395	+853	大幅増収 115.4%	6,348	+47	100.8%
売上総利益	2,272	2,524	+251	大幅増益 111.1%			
売上総利益率	41.0%	39.5%					
営業利益	262	319	+56	大幅増益 121.6%	379	△60	84.1%
営業利益率	4.7%	5.0%					
経常利益	274	352	+78	大幅増益 +128.5%	385	△33	91.4%
四半期純利益	176	241	+64	大幅増益 +136.7%	250	△9	96.2%

最大のボリュームゾーンは売上、利益とも3Qとなる繁忙期の下期に向けて順調に推移

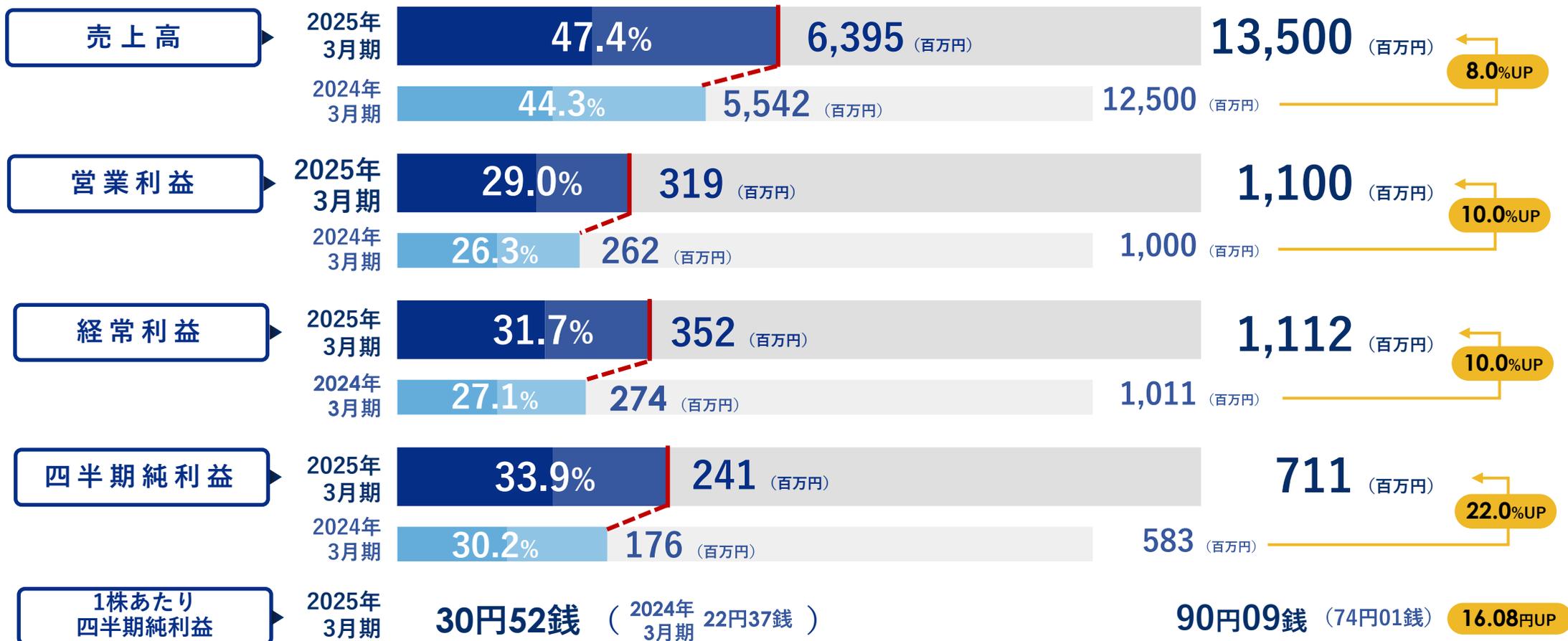
売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)

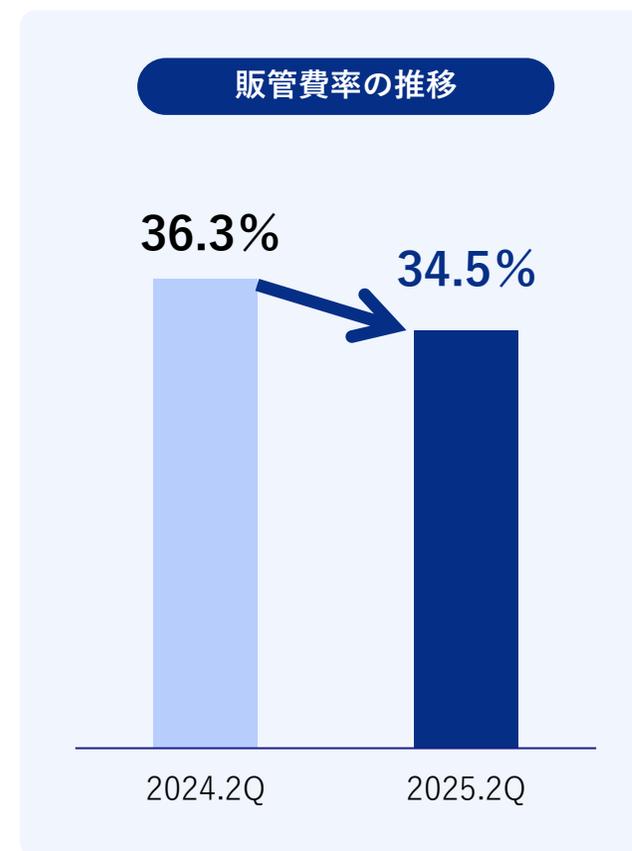


最大のボリュームゾーンは売上、利益とも3Qとなり、
通期業績達成に向けて売上高・営業利益ともほぼ計画通り

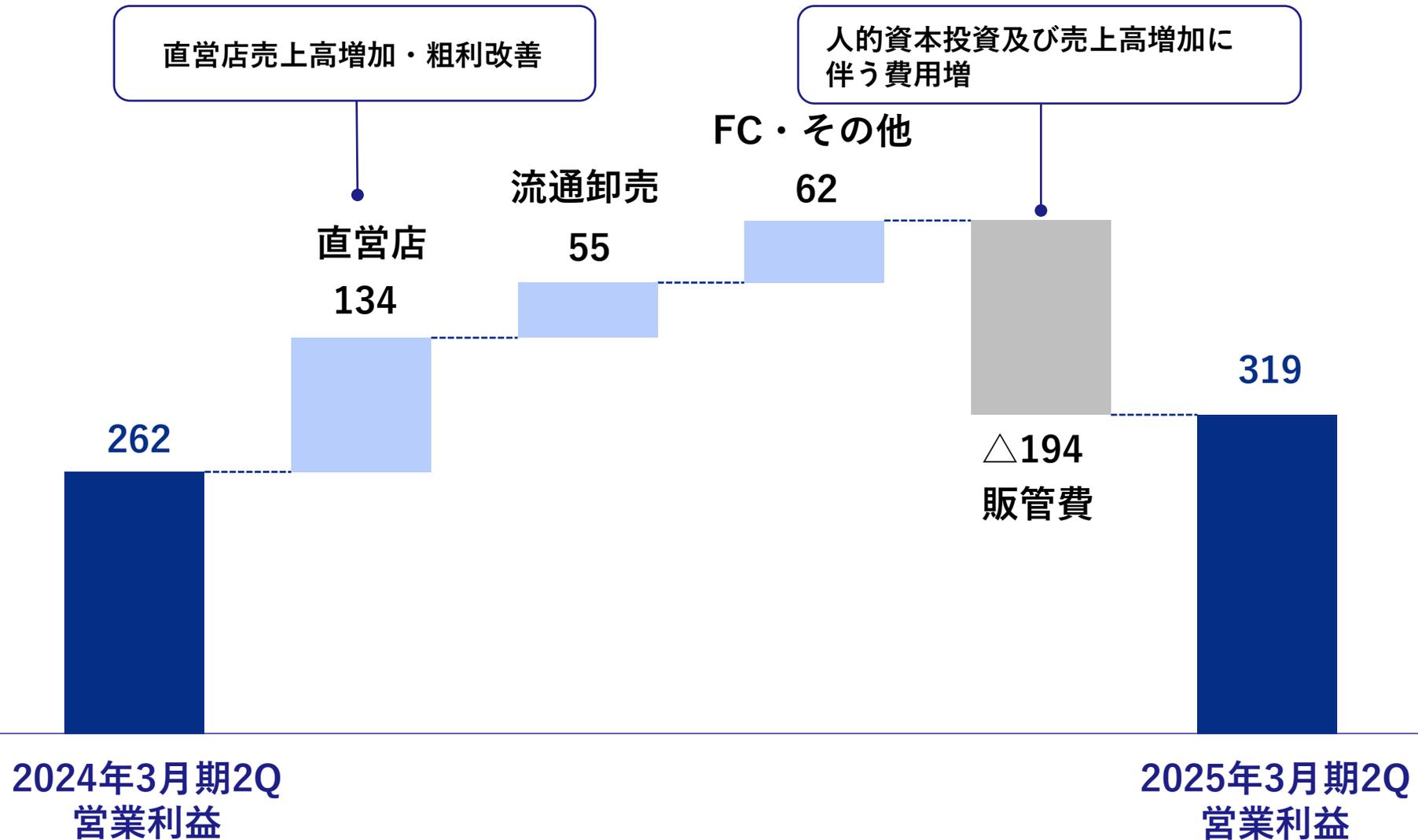


売上高の増加、継続的な出店・設備投資及びUSA出店2店舗目に向けた動き出しにより、全体的に費用が増加したものの、適切なコストコントロールにより、販管費率は前年同期比で低下

(百万円)	2024年3月期 第2四半期	2025年3月期 第2四半期	増減額	増減比
人件費	955	1,008	52	105.5%
地代家賃	220	237	17	107.7%
広告費	197	215	18	109.6%
運送費	163	187	24	114.7%
減価償却費	114	137	23	120.4%
その他	359	417	58	116.4%
販管費合計	2,010	2,205	194	109.7%
販管費率	36.3%	<u>34.5%</u>		



(百万円)



リユースと流通卸売が売上の2本の柱

リユース業態



流通卸売業態

タイヤ流通センター



新規事業

自動車業界に特化した人材紹介サービス



(百万円)		2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	2025年3月期 第2四半期	増減額	増減比
リユース業態 売上構成 約60%	店舗売上	2,189	2,360	2,581	220	109.3%
	フランチャイズ関連	604	636	573	△63	90.0%
	EC手数料・WEB広告	100	104	111	6	106.6%
	海外EC	115	138	136	△2	98.5%
	USA(当期2Qより)	—	—	34	34	—
	本部・その他	210	214	266	51	124.3%
流通卸売業態 売上構成 約40%	タイヤ流通センター	804	756	846	89	111.9%
	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	1,096	1,320	1,820	500	137.9%
	人材紹介サービス	19	16	32	16	200.3%
	連結調整	△8	△5	△7	△1	
	連結売上高	5,131	5,542	6,395	853	115.4%

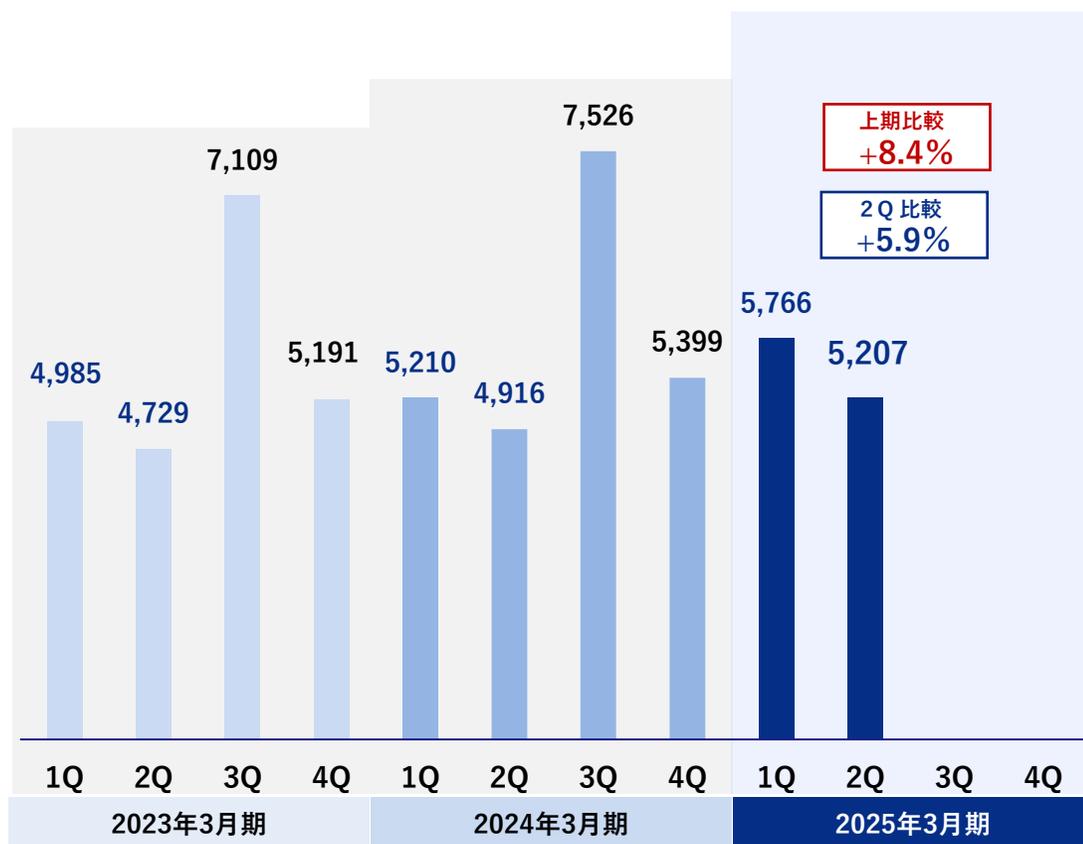
リユースへの需要拡大は引き続き継続して7.2%増収

(百万円)		2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	2025年3月期 第2四半期	増減額	増減比
		店舗売上	2,189	2,360	2,581	220
フランチャイズ関連	604	636	573	△63	90.0%	
EC手数料・WEB広告	100	104	111	6	106.6%	
海外EC	115	138	136	△2	98.5%	
USA(当期2Qより)	—	—	34	34	—	
本部・その他	210	214	266	51	124.3%	
		3,219	3,454	3,702	248	107.2%

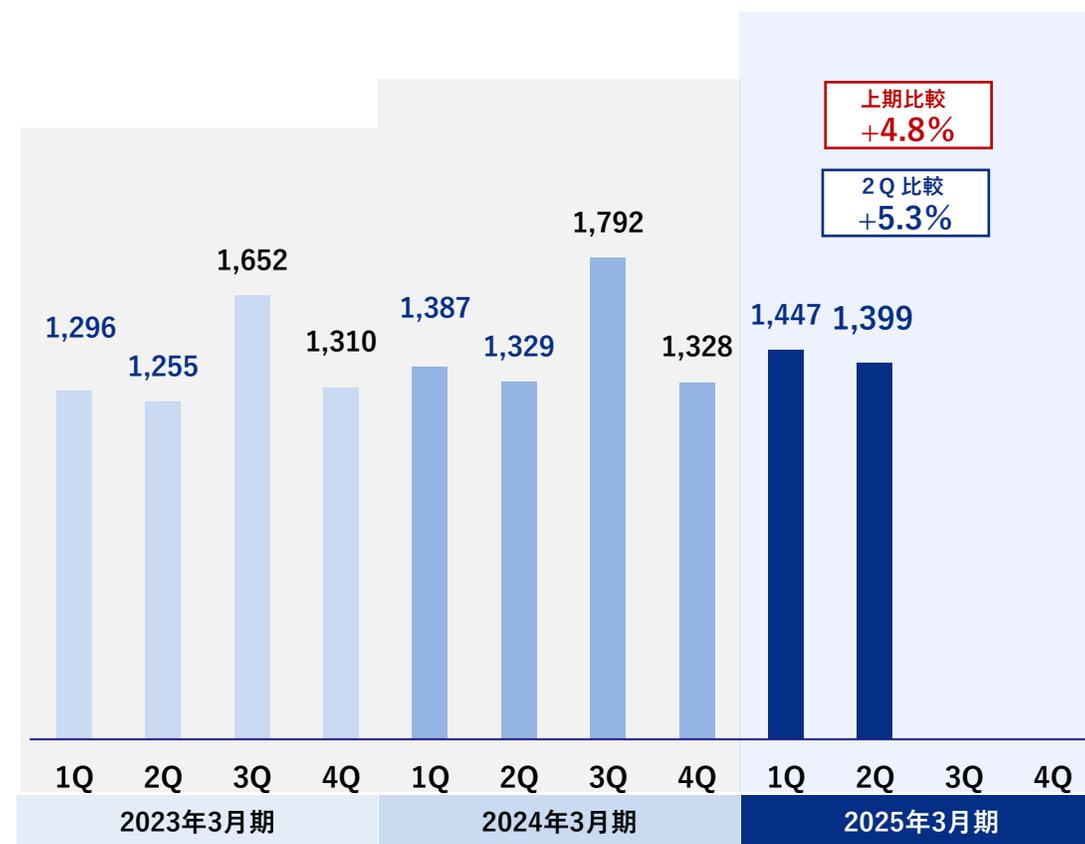
フランチャイズ関連については、前年同期比でFC新規出店数が減少したこと及び前年同期にあったFC店出店時の大型工事・店舗什器等の売上の影響により減収

カー用品、バイク用品のリユースへの需要は年々増加
アップガレージチェーン（直営・FC）合計売上高・買取金額は右肩上がりに推移

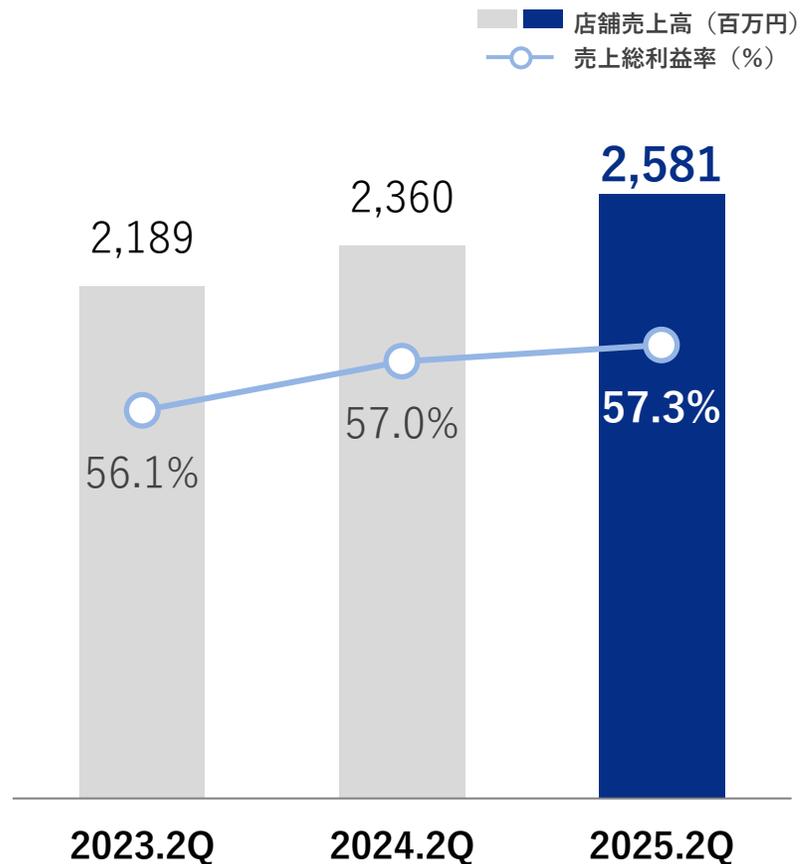
チェーン合計売上高（百万円）



チェーン合計買取金額（百万円）



前期以前からの継続的な出店及び既存店の好調により、直営店売上高は9.3%増収



既存店
売上高 **104.0** % (前期2Q 100.6%)

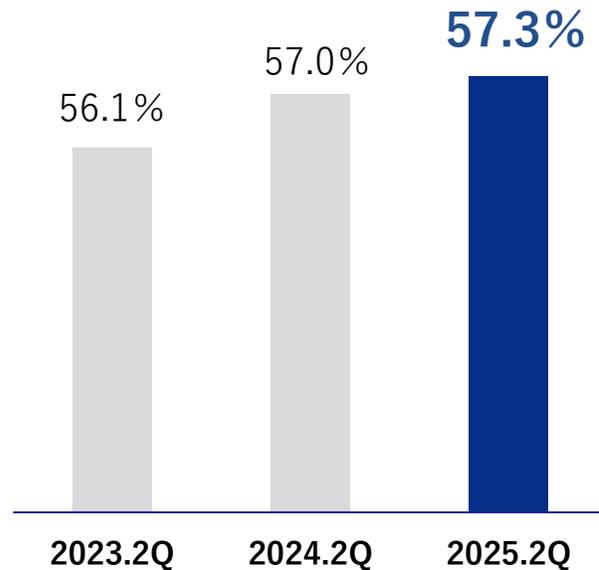
直営店
客単価 **103.2** % (前期2Q 103.1%)

直営店
新規出店 **1** 店舗 (前期2Q 3店舗)

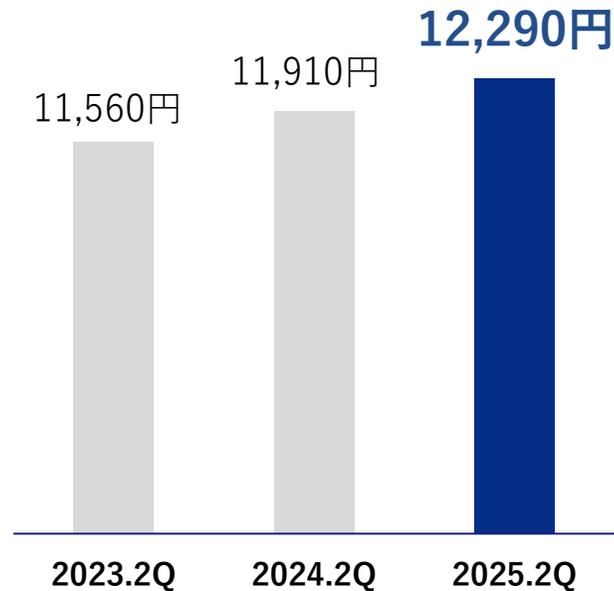
中古需要の拡大、利益率改善の施策によって粗利率、客単価の上昇は継続

買取販売力向上、取付作業メニューの拡充、新品価格の上昇に伴う
リユース品価格の上昇などにより、利益率、客単価は上昇傾向

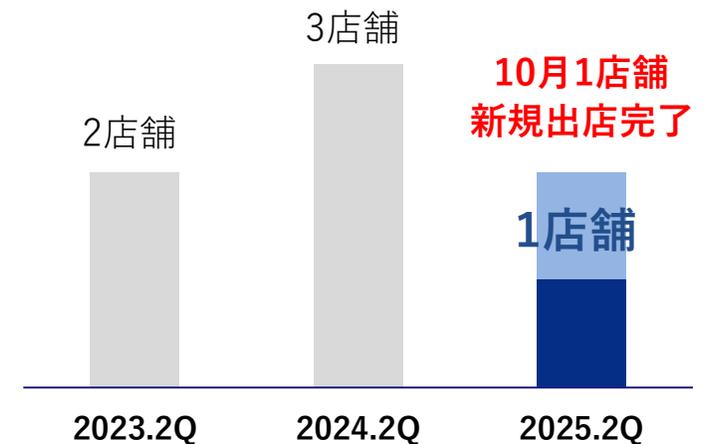
直営店売上総利益率



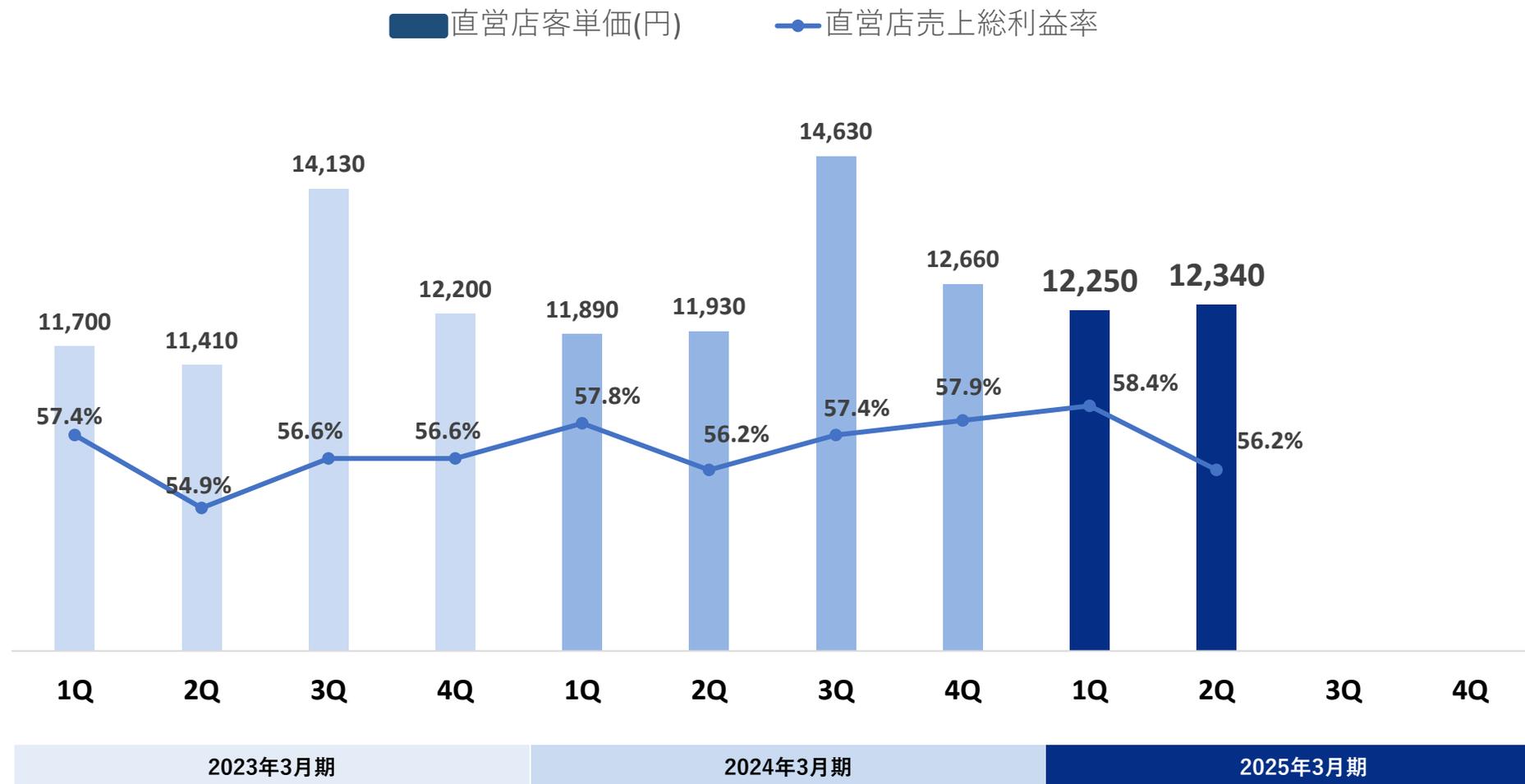
直営店客単価



直営店新規出店

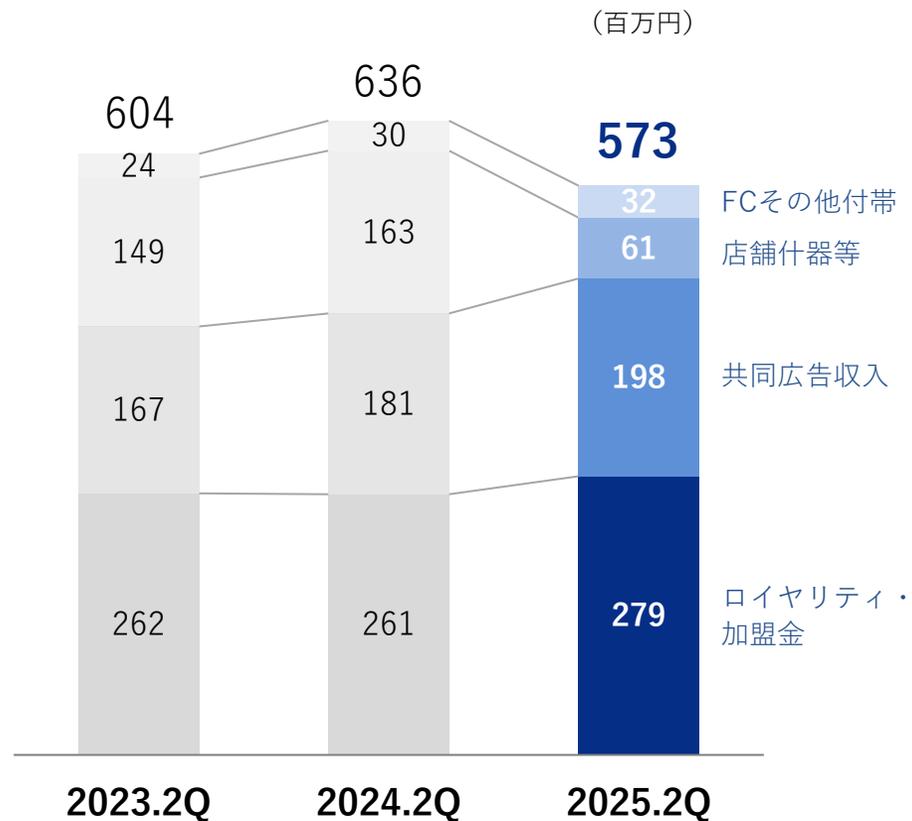


直営店客単価・売上総利益率 四半期推移



FC店売上高が好調に推移した結果、ロイヤリティ収入等が増加

前年同期比でFC新規出店数が減少したこと及び前年同期にあったFC店出店時の大型工事・店舗什器等の売上の影響により、フランチャイズ関連全体では減収となる

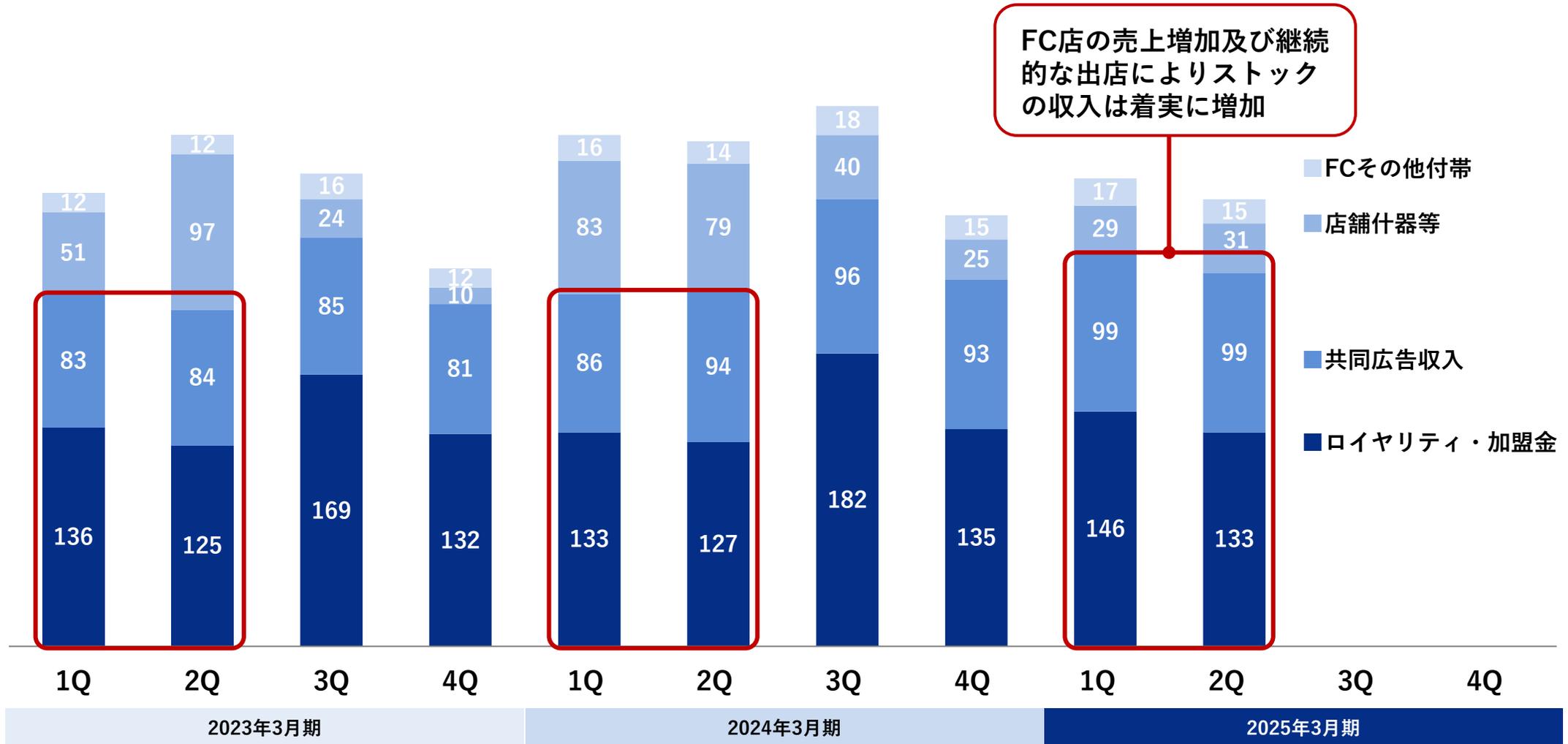


既存店
売上高 **106.3** % (前期2Q 102.0%)

全店
売上高 **108.0** % (前期2Q 103.3%)

FC店
新規出店 **3** 店舗 (前期2Q 6店舗)

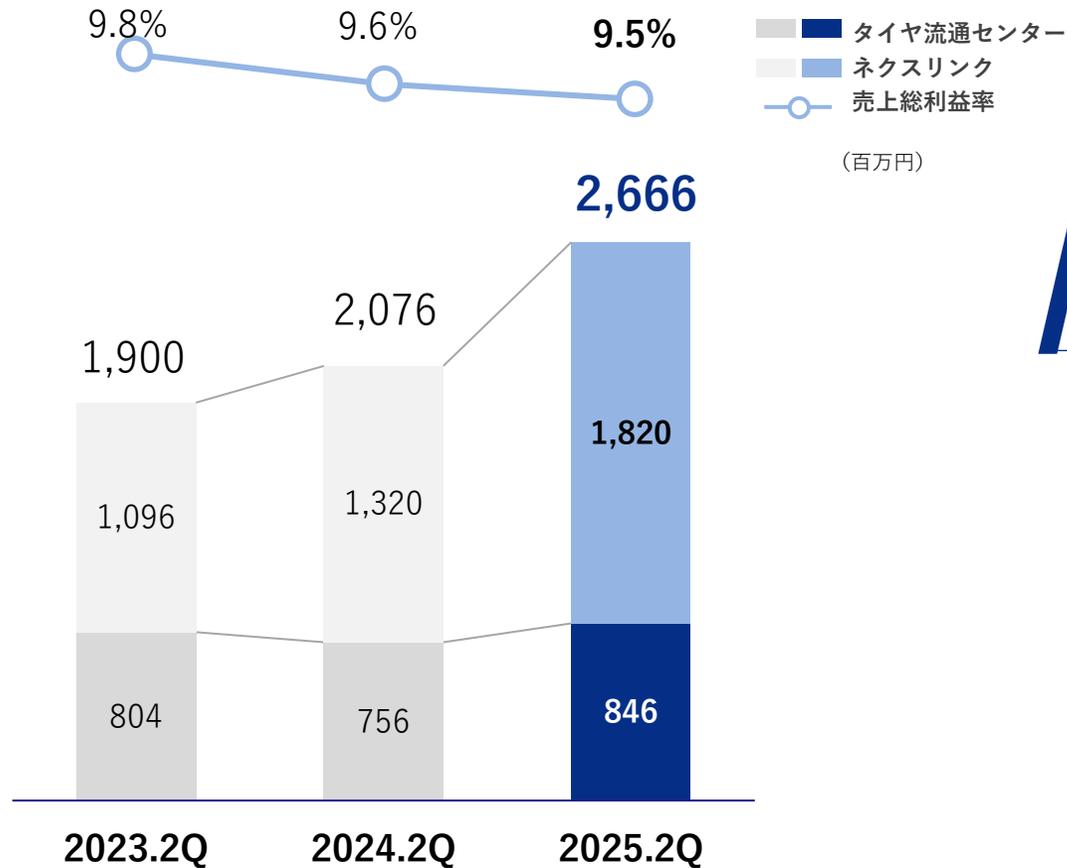
フランチャイズ関連売上高 四半期推移 (百万円)



猛暑、悪天候等によりスタッドレスタイヤ商戦は下期にずれ込んだものの、
ネクスリンクの取引拡大により大幅増収

(百万円)		2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	2025年3月期 第2四半期	増減額	増減比
流通卸売業態	タイヤ流通センター	804	756	846	89	111.9%
	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	1,096	1,320	1,820	500	137.9%
		1,900	2,076	2,666	590	128.4%

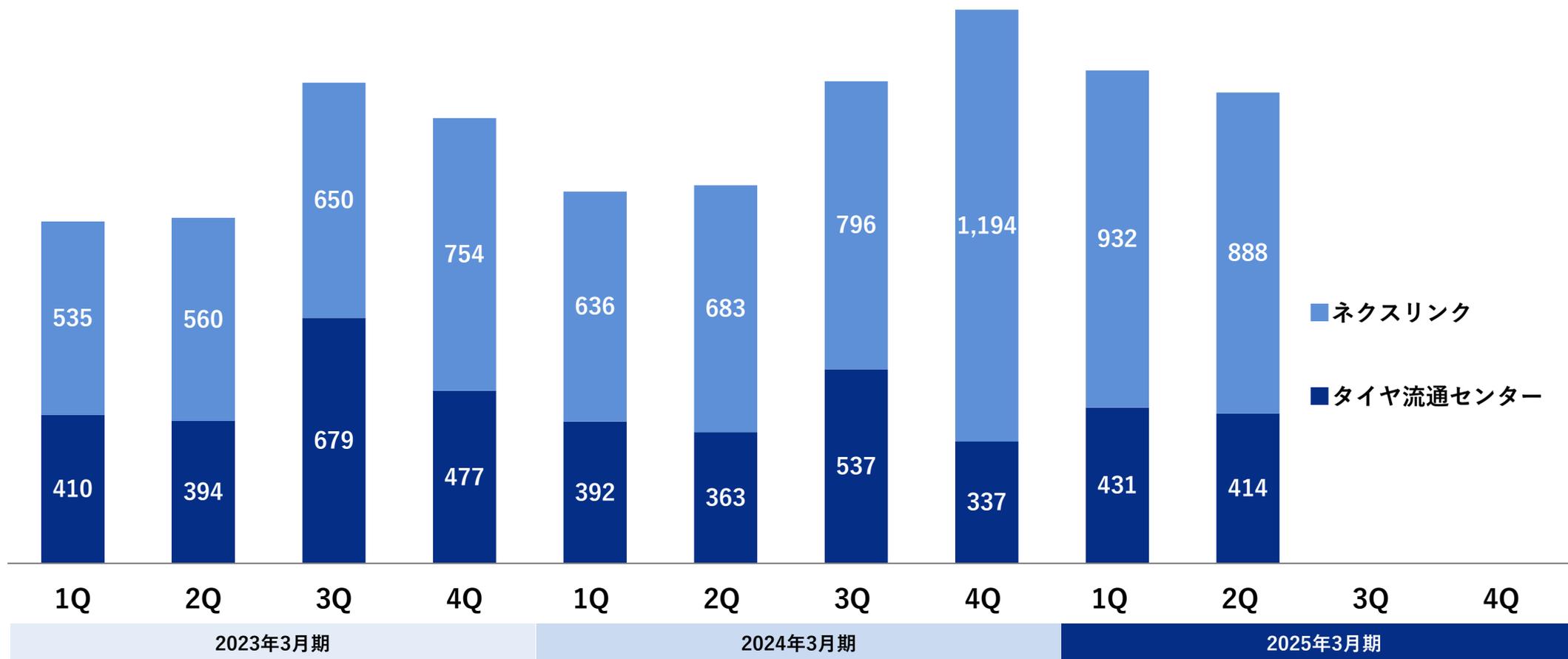
導入企業数や商品ラインナップの増加により中古車販売店向けのネクスリンクは37.9%の大幅増収



タイヤ流通
センター
新規加盟

6 店舗 (前期2Q 6店舗)

流通卸売業態売上高 四半期推移 (百万円)



1 — 2025年3月期 第2四半期業績ハイライト

2 — 直近の取り組み、TOPICS

3 — 中期経営計画（未来UPビジョン2024） 2024年6月17日公表

4 — 2025年3月期 重点施策・業績予想

5 — appendix

○秋田県初の直営店、 サイクルズ業態 8 店目を出店

2024年7月オープン
アップガレージライダーズ秋田店（直営店）



中古カー&バイク用品専門店
併設：タイヤ流通センター

秋田県秋田市広面字谷地沖 7 - 1
取扱：中古カー&バイク用品
新品タイヤ



2024年8月オープン
アップガレージサイクルズ平塚店（直営店）



中古自転車専門店
併設：中古カー&バイク用品専門店
タイヤ流通センター

神奈川県平塚市四之宮 5 - 29 - 1
取扱：中古カー&バイク用品・
新品タイヤ・自転車・自転車用品



3 Q新規出店情報

2024年10月
アップガレージ昭島店
（直営店）



2024年7月オープン
アップガレージ宮城古川店 (FC店)



UP GARAGE

タイヤ流通センター

中古カー用品専門店
併設：タイヤ流通センター

宮城県大崎市古川諏訪2-13-20
取扱：中古カー用品・新品タイヤ

2024年8月オープン
アップガレージライダーズ東岡山店 (FC店)



UP GARAGE

UP GARAGE アップガレージ
ライダーズ

タイヤ流通センター

中古カー&バイク用品専門店
併設：タイヤ流通センター

岡山県岡山市中区長岡335-7
取扱：中古カー&バイク用品
新品タイヤ

2024年9月オープン
タイヤ流通センター速太郎可児店 (FC店)



タイヤ流通センター

新品タイヤ専門店
併設：車検の速太郎

岐阜県可児市瀬田430-1

2024年9月オープン
タイヤ流通センター速太郎那加岐南店 (FC店)



タイヤ流通センター

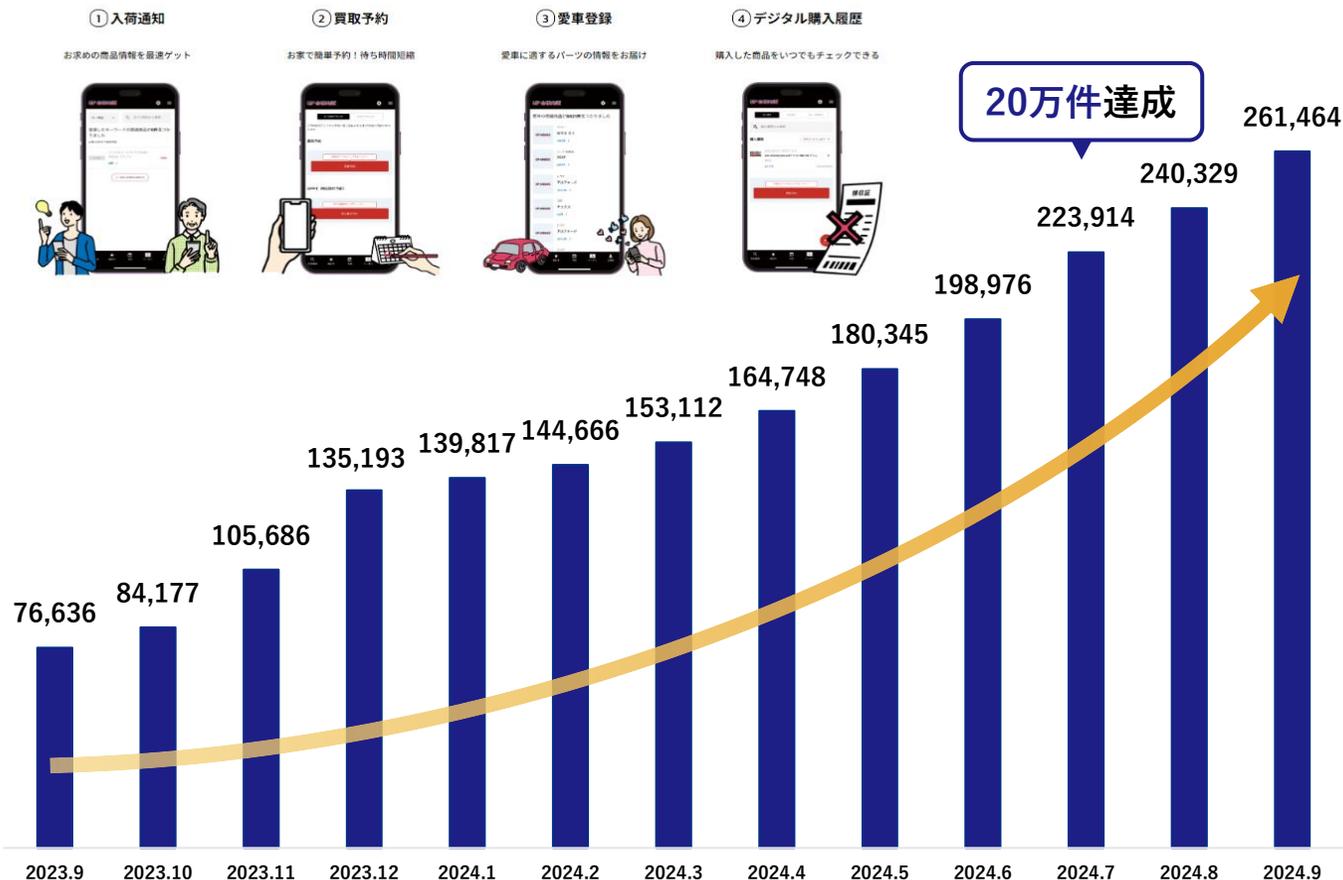
新品タイヤ専門店
併設：車検の速太郎

岐阜県各務原市三井町2-55

公式アップガレージアプリ

○店舗、EC、顧客を繋ぐマーケティングDXにより、来店促進及び顧客満足度向上を目指す

アップガレージアプリインストール数累計

✓ 機能のアップデート

- ・ Push通知機能



- ・ アプリのポップアップ広告

✓ MAUの増加

機能アップデートや顧客データ活用による利用促進に注力し、MAU（月間アクティブユーザー）が増加。

7月：10万（昨年同月：4.5万）

8月：9.9万（昨年同月：4.3万）

9月：11万（昨年同月：3.6万）

✓ 今後のアップデート予定

- ・ 買取査定シートのPush通知機能（11月末予定）

○タックルベリー×アップガレージ コラボキャンペーン開催

同じく創業25周年を迎えられた新品中古釣具店チェーン『タックルベリー』様と連携したコラボキャンペーンを開催。

25年間支えてくださったお客様への感謝の気持ちを込めて、相互の会員様向けの買取金額を25%UP。



○未来のお客様に向けた体験イベントを開催

未来を担う子どもたちに向け、車やリユースについて楽しく学べるイベントを開催。

リユースクイズや、車の廃パーツを使った自由工作体験を実施。



○対面型BNPLサービス「アトカラ」導入（2024年7月1日～）

商品購入時に最大50万円を、分割回数6回まで手数料無料で利用できるBNPLサービス「アトカラ」を導入。



<アトカラとは>

- ・お客様が商品を購入し、受け取った後にコンビニや銀行で代金を支払うことが出来るサービス。
- ・店頭でお買い物をされた際に、クレジットカードの情報をご入力いただくことなく、「携帯電話番号」と「メールアドレス」のみを利用して決済できることが特徴。

○アップガレージアメリカ1号店と日系リユース店舗を視察

FCオーナー様にアメリカ1号店を視察していただくことにより、当社の海外戦略へのご理解を深めていただくとともに、加盟店様との更なるリレーションを強化を図るために開催。

<視察先>

- ・UP GARAGE Garden Grove
- ・2nd STREET Torrance
- ・BOOKOFF Del Amo Fashion Center
- ・O'Reilly Auto Parts Torrance
ほか

17 パートナーシップで
目標を達成しよう



12 つくる責任
つかう責任



○令和6年能登半島地震 ボランティア活動（継続中）



2024年4月22日より毎週4名の
従業員が交替で被災地へ出向き、
ボランティア活動を実施。

日報は全社員で共有。
のべ56名が参加。

<ボランティア日報より>

- ・1件目は家を解体するための準備として、納屋の片付けと家に置いてある漆塗りの商品を納屋に移動する作業。
2件目は地震にて半壊した仏間を修理するための仏壇の移動。
震災から9ヶ月が経ち、最初に比べると落ち着いてきてはいるが、まだまだ手が入っていない地域もあるため、今後も貢献できるようなメンバー皆で力を合わせていきたい。
- ・午前中は輪島の市街地から車で1時間ほど離れた集落にあるお寺にて、倒れてしまった墓石や石仏を起す作業。
午後は災害支援物資倉庫の整理作業。
市街地の復興も進んでいる印象は受けず、倒壊した一般家屋の取り壊しは先延ばしになってしまっている。



○横浜市教育委員会主催の「子どもアドベンチャーカレッジ2024」に参加

横浜市内の小学生に向けて「主体的・対話的で深い学びのきっかけづくり」「社会参加のきっかけづくり」の場と機会を提供するため、民間企業や団体、大学、公的機関などが協力する夏休み体験学習プログラムに参加。

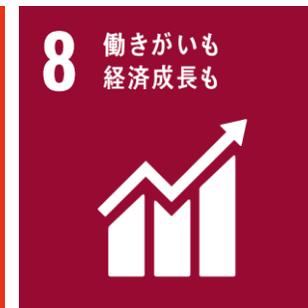
中古ハンドルを使用した時計づくり体験や3Rクイズのプログラムを通して、当社の取り組むSDGsについての講義を実施。



○第1回全国ウーマンミーティングを開催

女性スタッフのモチベーション向上と情報共有を目的とし、
第1回「全国ウーマンミーティング」を開催。

全国のアップガレージ店舗から計32名の女性スタッフが集まり、
2日間にわたって、研修やディスカッション、店舗見学、懇親会等を実施。



Kabu Berry

日 時：8月25日（日）13:00～

主 催：株式会社殿中様（@nagoya_kabuoff）

会 場：大阪府大阪市 北堀江

参加人数：94名



今後の開催予定

11月 湘南投資勉強会（アップガレージグループ本社）

12月 Kabu Berry（オンライン）

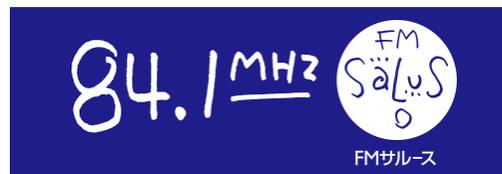
2月 Kabu Berry（名古屋）



○リユース経済新聞

9月10日号 紙面掲載

中古iphoneの買取について



○FM Salus

10月17日放送「TACKYのキニナル時間」

アップガレージ深堀りトーク



○日本流通産業新聞

紙面にて掲載予定

ECサイト・越境ECについて



○社長名鑑

Webメディアにて掲載予定

社長 河野の事業に対する思い、今後のビジョン

株価(円)

1,400

1,120

840

560

280

0



- 1 — 2025年3月期 第2四半期業績ハイライト
- 2 — 直近の取り組み、TOPICS
- 3 — 中期経営計画（未来UPビジョン2024）** 2024年6月17日公表
- 4 — 2025年3月期 重点施策・業績予想
- 5 — appendix

中期経営計画説明資料 (未来UPビジョン2024)

株式会社アップガレージグループ

2024年6月17日

東証スタンダード 証券コード:7134



- 1 — 中長期に目指す姿 = 企業像
- 2 — 中期経営計画の位置づけ
- 3 — 新企業理念
- 4 — マテリアリティ
- 5 — 当社の競争優位性
- 6 — 外部環境認識
- 7 — 将来の企業像と実現手法
- 8 — 実現のための3本柱
- 9 — 経営目標数値、中長期成長イメージ
- 10 — キャッシュ・フローと成長投資、株主還元の配分

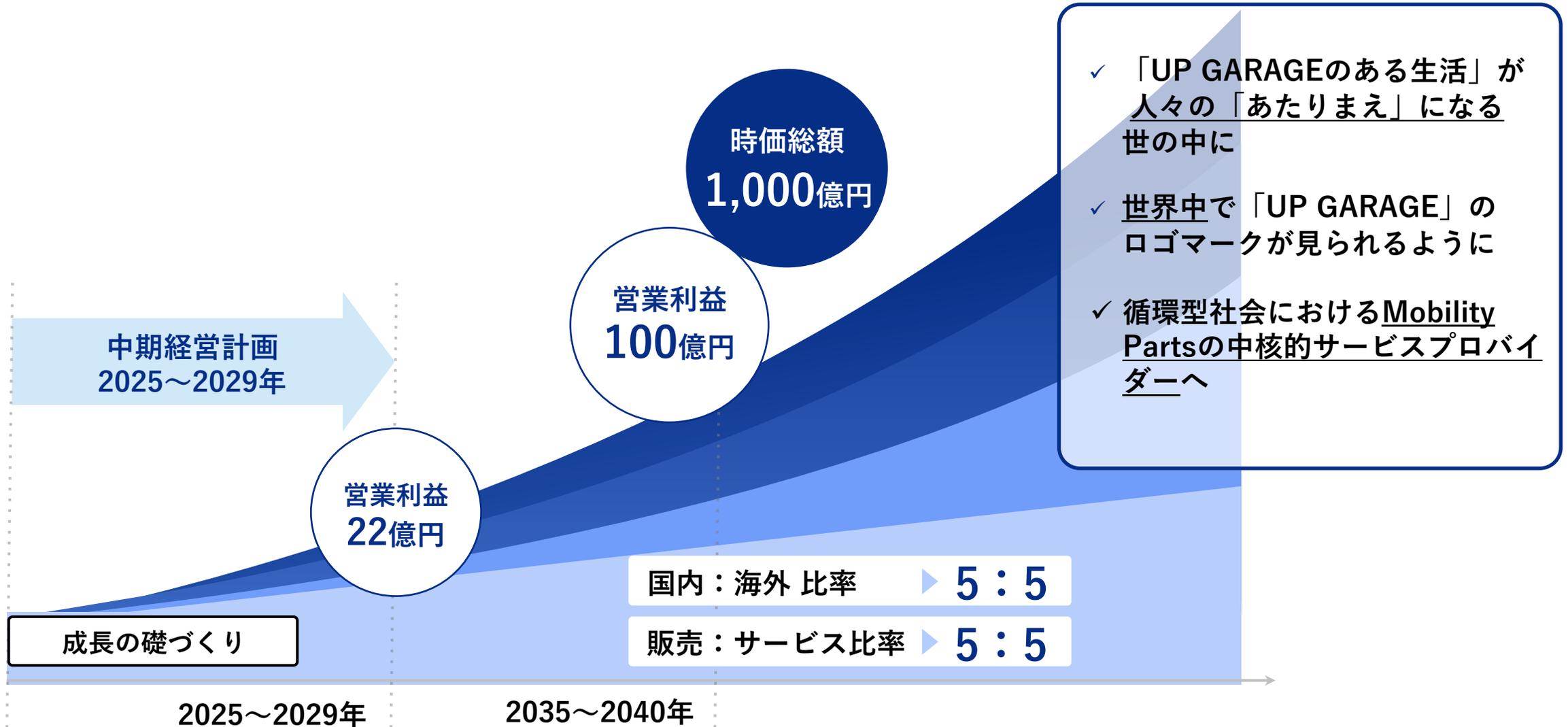
目指す姿

- ✓ 「UP GARAGEのある生活」が人々の「あたりまえ」になる世の中に
- ✓ 世界中で「UP GARAGE」のロゴマークが見られるように

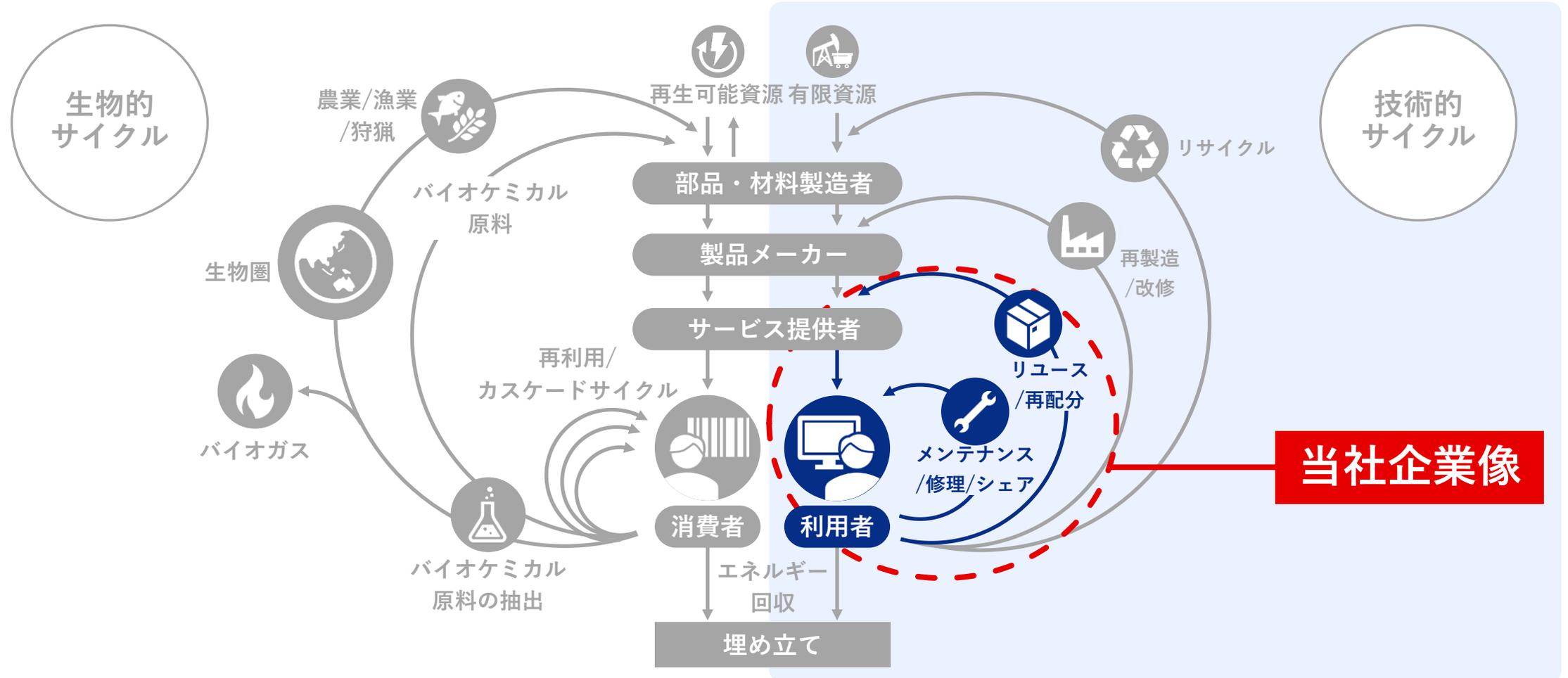
- ✓ 自動車・バイクのパーツからMobility Partsへ
- ✓ 循環型社会（サーキュラーエコノミー）におけるMobility Partsの中核的サービスプロバイダーへ

企業像

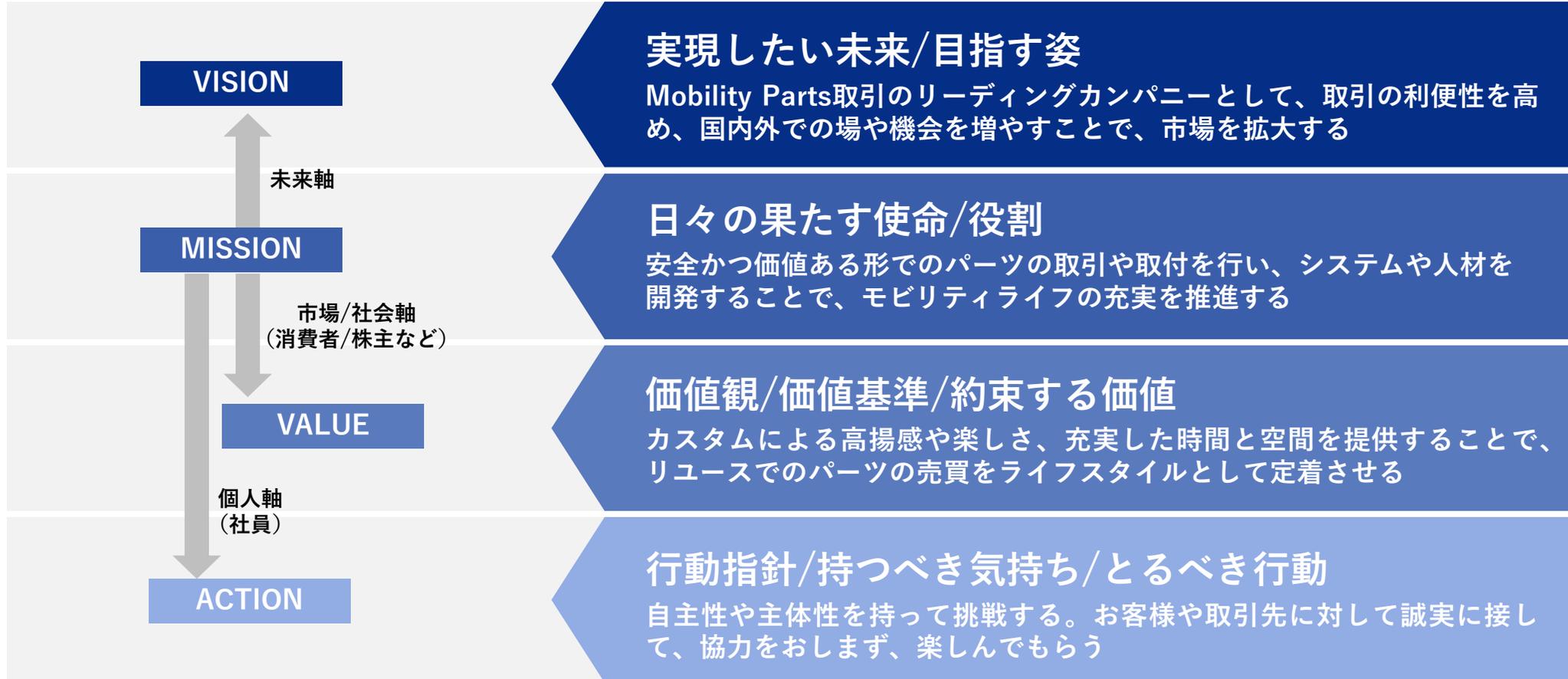
目指す姿、企業像に向けて、成長の礎づくりを行う



サーキュラーエコノミー（あらゆる段階で資源の効率的・循環的な利用を図りつつ、付加価値の最大化を図る経済） におけるMobility Partsの中核的サービスプロバイダーへ



中古自動車・バイクのパーツからMobility Partsへ市場拡大



ブランドスローガン

Good Mobility, Happy Life

事業を通じた社会課題の解決

持続的成長を支える経営基盤の強化

目標

社会課題解決
(環境負荷軽減)

人口減社会における
持続可能性向上

働きがいと働きやすさ
の両立

社会的な信頼の構築

重点課題

Mobility Partsの
マーケット拡大による
循環型社会の実現

テクノロジーを活用
した循環モデルの拡張
および効率化の追求

多様な人材が
活躍できる組織作り・
能力開発

強固な経営基盤と
健全な監督機能

指標・
KPI

- BtoBの調達比率
- 国内・海外の店舗網拡大
- 取扱モビリティ商品拡大
- 温室効果ガス削減貢献量

- 売上高IT投資率
- 労働生産性
- アプリ強化

- 女性役職者比率
- 外国籍比率
- デジタル人材比率
- 男性育児休業取得率
- 有休休暇取得率

- ステークホルダーとの対話・公正な情報開示
- ガバナンス体制の強化
- 健全なリユースビジネスの発展への取り組み強化

1 全国的な多店舗展開と圧倒的シェア



- ✓ アップガレージと専門ブランドによる全国的な多店舗展開 (237店舗・172拠点)
- ✓ FC展開によるリスク分散 (直営57・FC180)
- ✓ 中古パーツマーケットでは30%以上のシェアを持ち、価格決定権を握る

※2024年3月末時点

2 FC事業を活用して外販へ応用・拡大



- ✓ タイヤ流通センター、ネクスリンク、Boon Boon Jobも本来はFC本部がFCへ提供してきたサービス＝顧客ニーズの高いものを外販ビジネス化
- ✓ サービスを支えるシステム開発や保守メンテを自社で完結
- ✓ 他社システムとの連携開発も可能

3 システム開発力と膨大なデータ保有



- ✓ 自社でシステム、アプリ、ECの一体的な開発を行う
- ✓ 売買データはリアルタイムに更新され、直営・FCでデータ共有
- ✓ 25年間蓄積した売買及び車体適合データを保有。競合との絶対的な差別化

4 自社オークションシステム



- ✓ 自社で開発・運営するオークションシステムにより、滞留在庫等の計画的なキャッシュ化を実現
- ✓ FCやグループ外企業もオークション参加可能
- ✓ 買取アイテム数の増加や積極的な買取等攻めのマーケットメイクを実現

当社にとって重要な環境認識

具体的な動き・変化

当社との係り

<p>①サーキュラーエコノミーの考え方の広まり (サステナビリティの重要性の高まり)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 環境対応に関する社会的な関心の高まり ✓ 企業経営の目指す姿の変化 (収益追求⇒社会課題の解決とビジネスの両立) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リユースマーケット拡大 ✓ 当社のビジネス領域拡大へ
<p>②安全・安心に対する消費者の意識の高まり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 大手自動車メーカーの不祥事 ✓ 中古自動車販売会社等の企業姿勢への批判 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 店舗でのサービス・保守がCtoCとの差別化要因に ✓ 企業姿勢や接客力が顧客満足度向上に直結
<p>③自動車業界のCASEへの対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 自動車業界は、製造・販売から情報通信・サービスを含めた幅広いビジネスへの転換を ✓ EV＝自動運転への期待感は根強い 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ EV化により自動車の内外装の個性化ニーズは強まる ✓ 情報通信分野は将来のビジネス機会に
<p>④デジタル・AI・システムが差別化要因へ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Society5.0社会を前提としたデジタル加速 ✓ AIのビジネス活用競争激化 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ システム・DXへの先行投資を収益化へ ✓ 社外システムとの連携力、スピードが重要
<p>⑤インフレ経済への対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日銀の金融政策転換 ✓ 賃上げの実施と継続への期待 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 良品・低価格のリユース商品への消費者ニーズが高まる ✓ 消費の選別化への対応
<p>⑥人的資本投資拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 少子化、労働力減少の顕在化 ✓ 人材育成、次世代経営層の強化が企業の持続的成長に不可欠 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 採用・育成・定着の好循環の実現が必須 ✓ 人的資本投資額の増加率を上回る収益性の向上
<p>⑦気候変動・不安定化が顕著</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 暖冬への対応力が企業業績に直結 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リユースタイヤの買取力・品揃え ✓ 取付・預かり、レンタル等のサービスメニューの拡充



8. 実現のための3本柱

①マーケットの拡大(1) — 商圏拡大 (海外・国内) —

アメリカ出店の拡大

アメリカでのリテール
事業を早期に確立し
追加出店を目指す

* 2024年4月にアメリカ (カリフォルニア)
への出店スタート



アップガレージGarden Grove店

サイクルズ出店の拡大

年間5店舗新規出店
地方の店舗買取も検討

* 現在、直営店7店舗体制



国内出店 スピードアップ

年間15店舗出店から
2027年以降は
20店舗出店へ加速

* 商圏範囲の見直しによる地域独占型
ドミナント出店がポイント



8. 実現のための3本柱

①マーケットの拡大(2) —取扱モビリティ商品拡大、関連サービス拡大・拡充—

取扱モビリティ 商品拡大

ラストワンマイルマーケティングの拡大

ベビーカーやパーソナルモビリティ（電動キックボード、車いす）の取扱

インポート専門ブランド展開

米国マーケットとの商品入替

関連サービス拡大・拡充（M&Aも活用）

レンタルサービスによる収益事業の拡大

レンタル事業の多角化
新たな商材の拡大へ



* 2021年より開始したスタッドレスレンタルサービスは好調

* 今後は希少パーツのレンタルも検討

車体の販売チャネル構築

カスタム中古車特化型の
買取販売、中古車解体
及び純正品再販

プロによるラストワンマイル
サービスを事業化

付加価値・収益性の高いラスト
ワンマイルサービスを事業化
（取付、整備、保証等）

目指す方向性

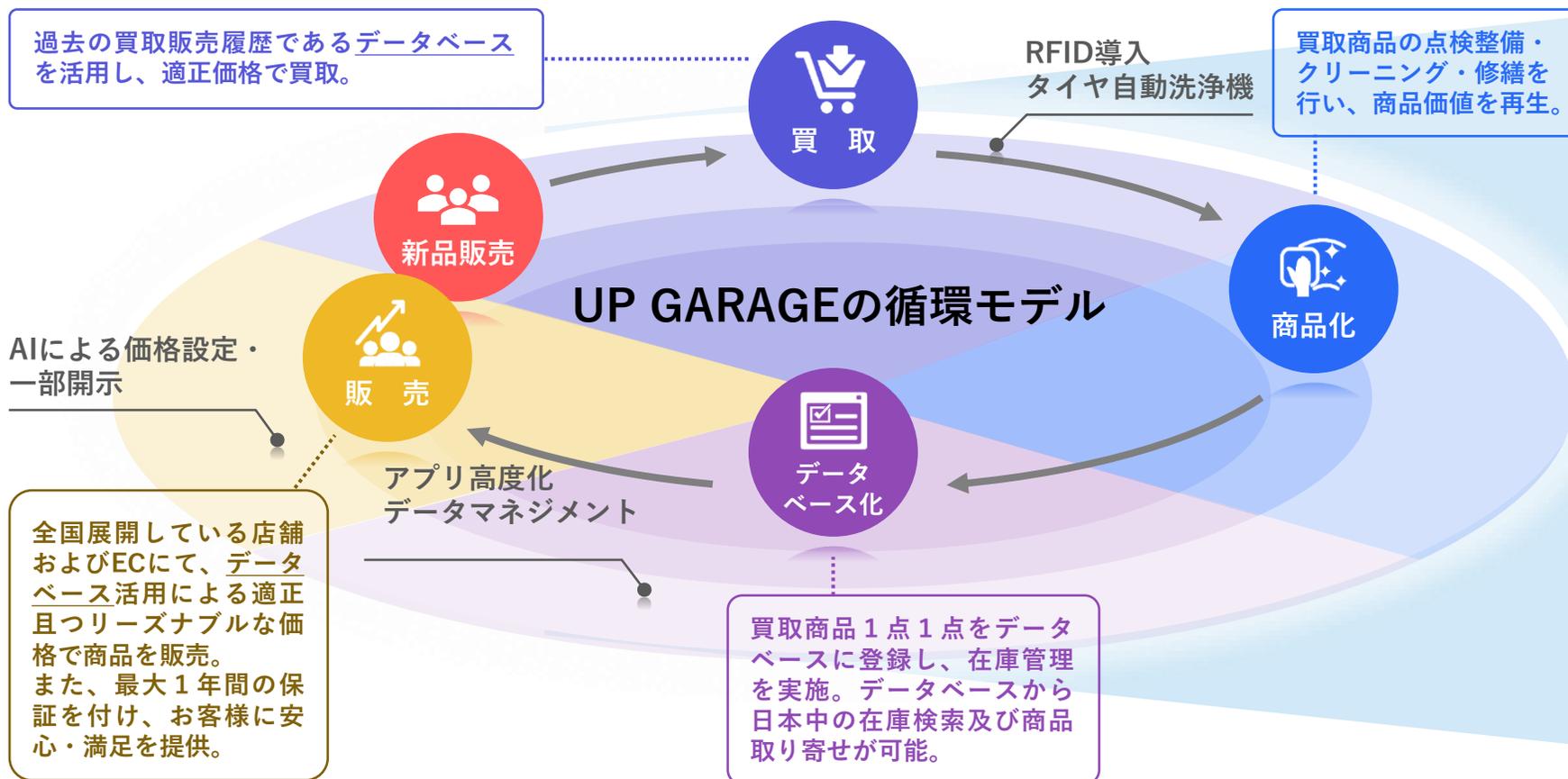
- ✓ 店舗運営は「商品起点」から「お客様起点」にシフトし、データ・テクノロジーを活用したエコシステムを構築し、新たな収益源を創出
- ✓ データ基盤の整備により、データ・AIを活用した販売強化や運営効率向上を実現
- ✓ 法人とのシステム連携・構築により、買取をテコとして流通卸等の取引を拡大

主要取組み		データ基盤の整備	店舗・本部のDX化	システム連携・構築
実行施策 ・ 利益創出 タイミング	前半	<ul style="list-style-type: none"> ✓ データを活用し、1 to1マーケティングによる販促強化 ✓ OMO戦略の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ペーパーレス化による業務効率改善 ✓ AIコンシェルジュ・チャット導入により接客効率を改善 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ サービスプロバイダーとしてのネクスリンク利用料徴収
	後半	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客データを活用し、広告収入など新たな収益源を創出 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 電子プライスカード導入により、商品化時間を短縮 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社システムと取引先メインシステムとの連携により、取引を拡大 ✓ 企業用の買取システムを構築し、B to Bの買取を増やす

システム・DX強化を基に、サービス収入拡大、利益率向上を図る

モビリティ市場における「新品～中古Mobility Partsに関する独自の循環モデル」を進化・拡大

直営店・フランチャイズ・ECにて国内外で展開



▶▶ 進化・拡大

働きがいと働きやすさの両立による人的資本の確保と充実

個人の成長
ラストワンマイル人材



組織の成長
多様性のある組織



KPI(2029年)

【採用】 女性比率30%以上、
外国籍比率10%以上、
デジタル人材比率20%以上

【育成】 デジタル研修受講率
対象者100%、
ダイバーシティ研修受講率
全社員100%、
キャリア面談実施率100%

【定着】 エンゲージメントサーベイ
スコアAA以上、
男性育児休業取得率90%以上、
有給休暇取得率65%以上、
禁煙手当受給率70%以上、
健康診断受診率100%

行動目標

- 人材の採用・育成・定着
- 次世代経営層の強化
- デジタル人材の育成
- 多様な人材の登用

人的戦略

- 人材ポートフォリオ
- 社内コミュニケーション
- 人材マネジメント

組織風土

- 働き方改革
- エンゲージメント
- 健康経営
- ダイバーシティ&インクルージョン
- ミッション・ビジョン・バリューの浸透
- 経営スローガンの定着「Good Mobility, Happy Life」

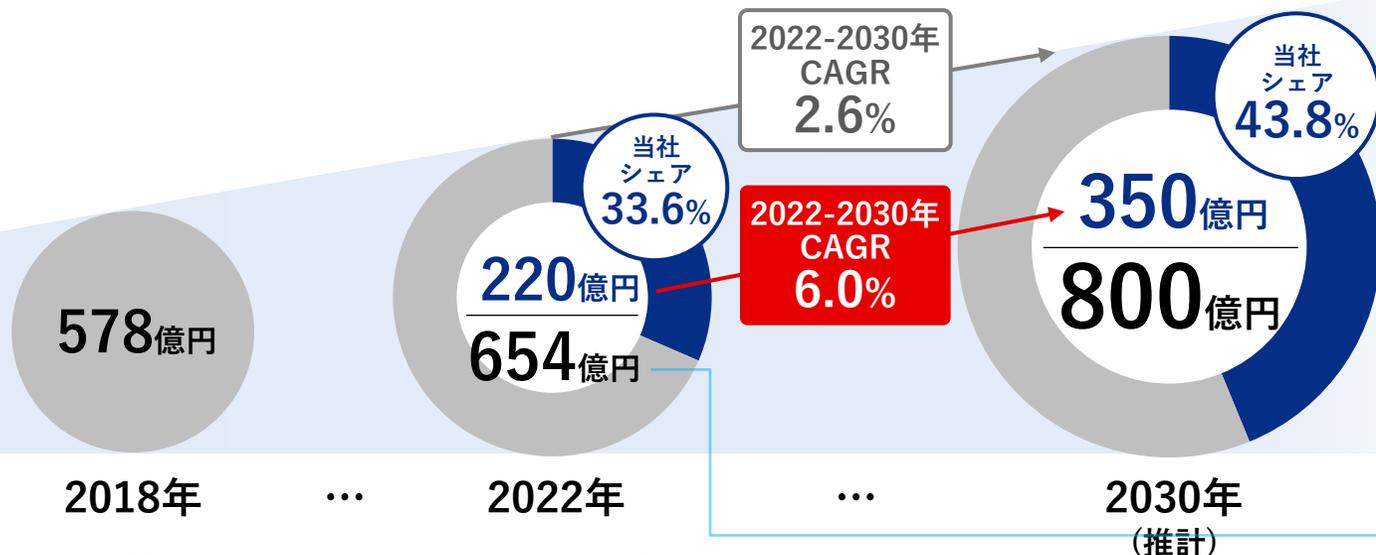
国内中古カーパーツ市場における当社シェアの拡大

中古カーパーツ市場の年率成長（2-3%）を上回る成長により、市場シェアを44%へUP

中古パーツ産業の市場規模

フリマアプリ普及によるリユース市場の認知拡大。リユースへのハードルの低下。不用品の換金、環境配慮ニーズの高まりなどにより、これまで埋蔵されていた商品が中古カー用品市場に流入し、市場規模は拡大中。

■ 中古カーパーツ市場
■ アップガレージチェーン（直営+FCの売上高）



弊社の買取対象となる
新品カー用品市場規模

6,500億円

国内の新品カー用品市場規模はメーカー国内出荷金額ベースでメインターゲット（タイヤ、一般用品、ナビ・オーディオ機器）は約6,500億円の市場規模。

タイヤ	3,753億円
一般用品	2,745億円
ナビ・オーディオ機器	84億円
合計	6,582億円

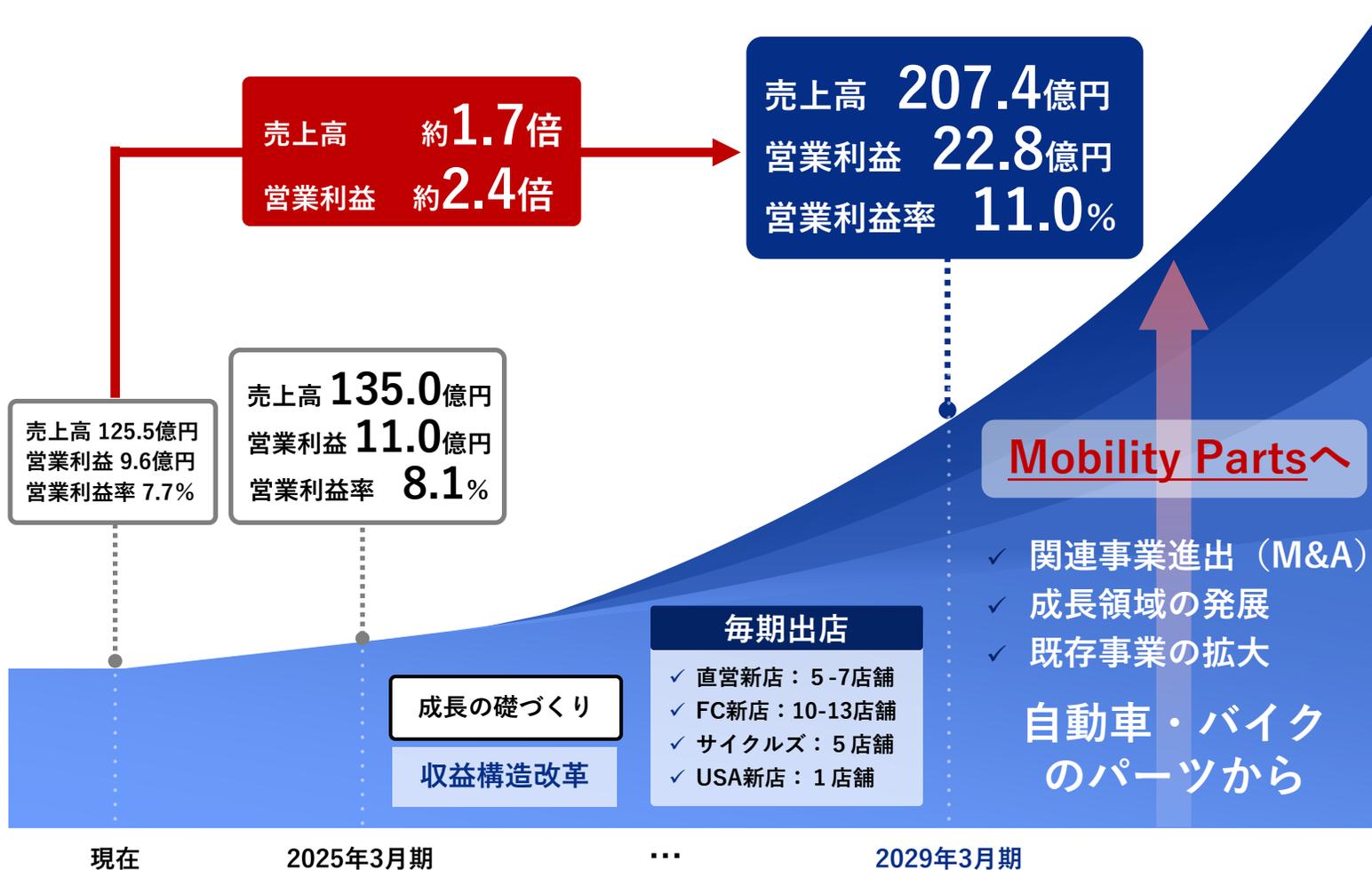
2022年
中古カー用品
市場規模
654億円

※出典：(株)リフォーム産業新聞社 リユース経済新聞「リユースデータブック2023」

※出典：(株)矢野経済研究所 自動車アフターマーケット総覧 2022年版

中長期成長イメージ

収益構造改革を通じて営業利益率10%超を実現



新規事業

海外店舗

流通卸売

EC

店舗

その他Mobility領域の拡大

- ✓ 自転車
- ✓ ベビーカー
- ✓ レンタル、サブスクリプション
- ✓ ネクスリンクのシステム販売
- ✓ 自動車解体・純正品再販
- ✓ ラストワンマイル事業

+

流通卸

経営目標数値

営業利益は約240%UPの約23億円。収益構造改革を通じて営業利益率10%超を実現
ROE20%、ROIC17%を目標とする

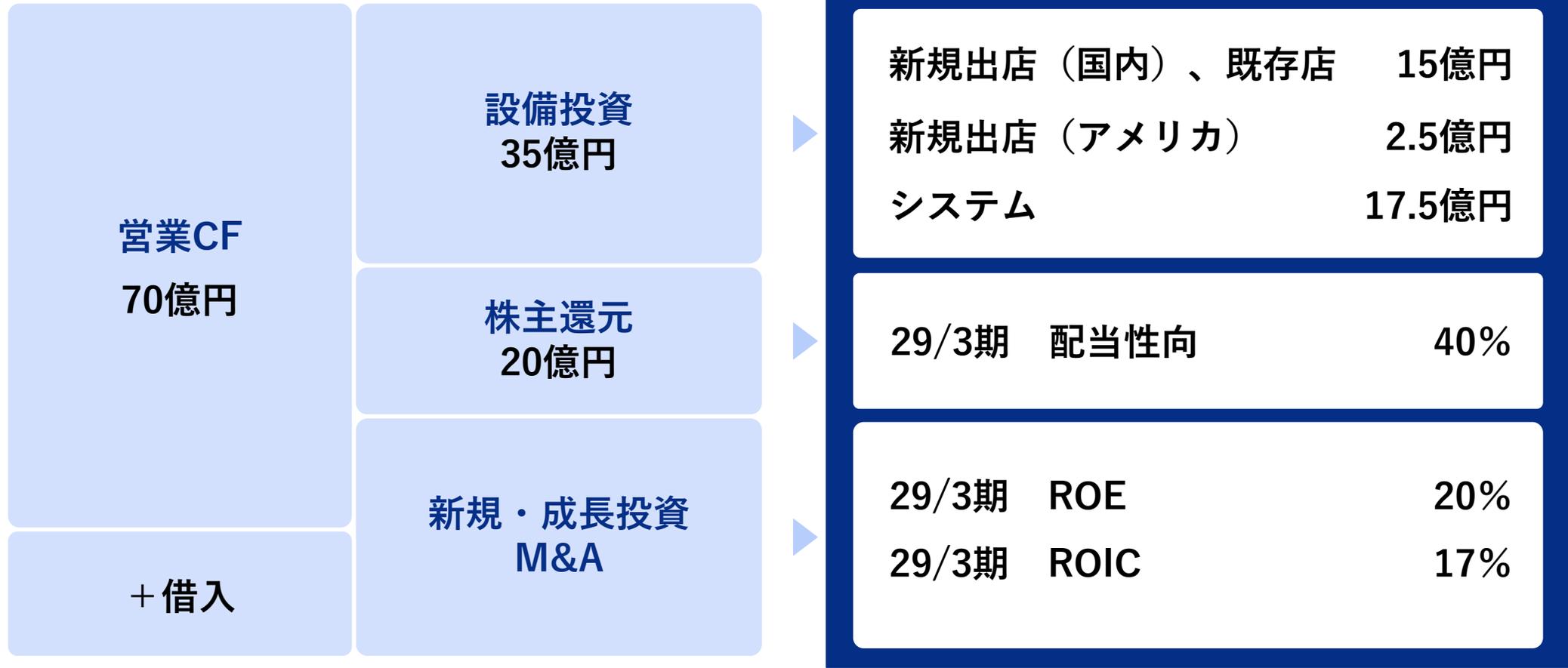
	2024年3月期 (実績)	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期	2029年3月期	対 2024年3月期 増減額	対 2024年3月 期 比率
売上高	125.5億円	135.0億円	154.7億円	174.7億円	190.9億円	207.4億円	+ 81.9億	165.2%
営業利益	9.6億円	11.0億円	13.1億円	15.7億円	19.0億円	22.8億円	+ 13.2億	237.5%
営業利益率	7.7%	8.1%	8.5%	9.0%	10.0%	11.0%	+ 3.3pt	—
ROE	16.9%					20.0%	+ 3.1pt	—
ROIC	14.4%					17.0%	+ 2.6pt	—

※M&Aによる収益・費用に関しては計画数値に含めておりません

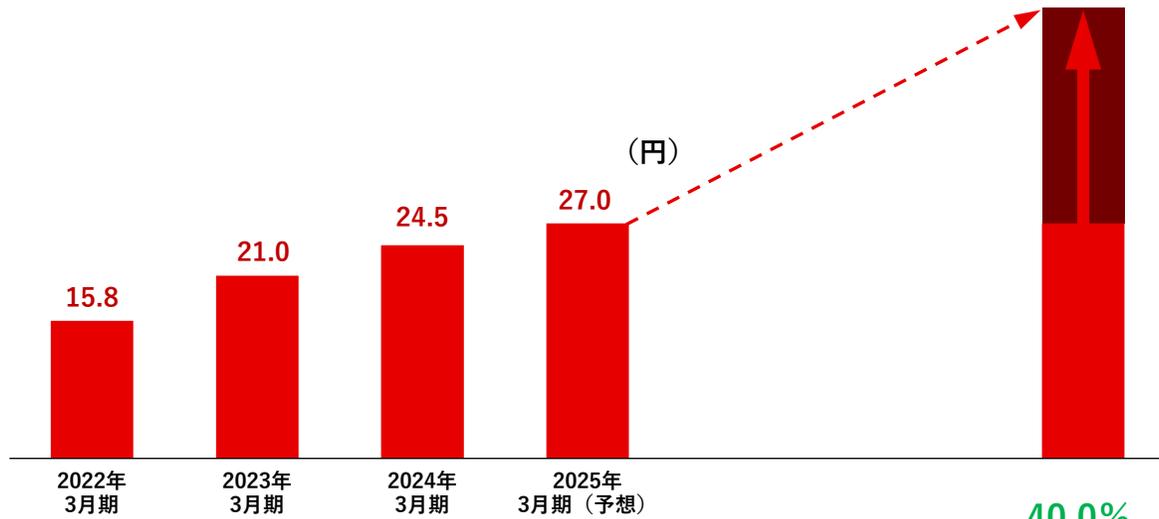
※ROIC=(営業利益×(1-負担税率))÷投下資本

業績拡大による営業CFを用い、更なる成長への投資と株主様への利益還元強化を実行

<中計5カ年累計>

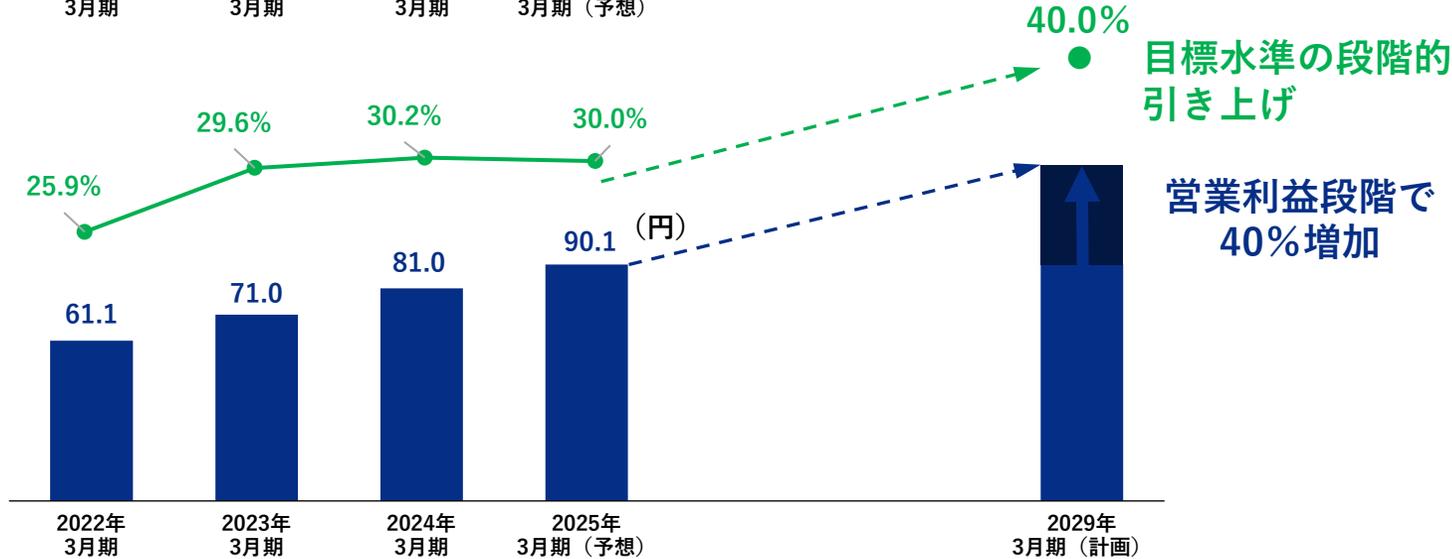


1株配当金



EPS増加
配当性向上昇
により大幅増

配当性向



● 40.0%
目標水準の段階的
引き上げ

営業利益段階で
40%増加

EPS

当社グループ
株主還元方針

株主還元のもととなる
業績拡大

×

配当性向目標水準40%
への段階的引き上げに
より、株主様への利益
還元を強化

- 1 — 2025年3月期 第2四半期業績ハイライト
- 2 — 直近の取り組み、TOPICS
- 3 — 中期経営計画（未来UPビジョン2024） 2024年6月17日公表
- 4 — 2025年3月期 重点施策・業績予想**
- 5 — appendix

アメリカ出店の拡大

1店舗目が好調にスタート カリフォルニア州で2店舗目の出店に向けて検討を開始



国内出店スピードアップ

直営店のドミナント出店は可能と判断 10月に昭島店をオープン

サイクルズ出店の拡大

上期に2店舗（千葉八千代、平塚）出店 下期も計画どおりの出店を予定

取扱モビリティ商品拡大

中古ベビーカー、チャイルドシートの取り扱いを開始(サイクルズ相模原駅前店)



関連サービス拡大・拡充

スタッドレスタイヤレンタルのWEB予約を開始(11月末予定) 対象車種・サイズをさらに拡充

UP GARAGE だからこそできる!

スタッドレスタイヤ レンタルサービス!

スタッドレスタイヤホイールセットが
9,900円~
レンタルOK!

🕒 最短翌日! 予約可能!
オンライン・対象店舗のみ受付中!

取扱サイズと車種 (一部)

New 145/80R12	軽バン / 軽トラック
New 185/60R15	シエンタ
New 185/65R15	ノート / フリード

サイズが追加されました!

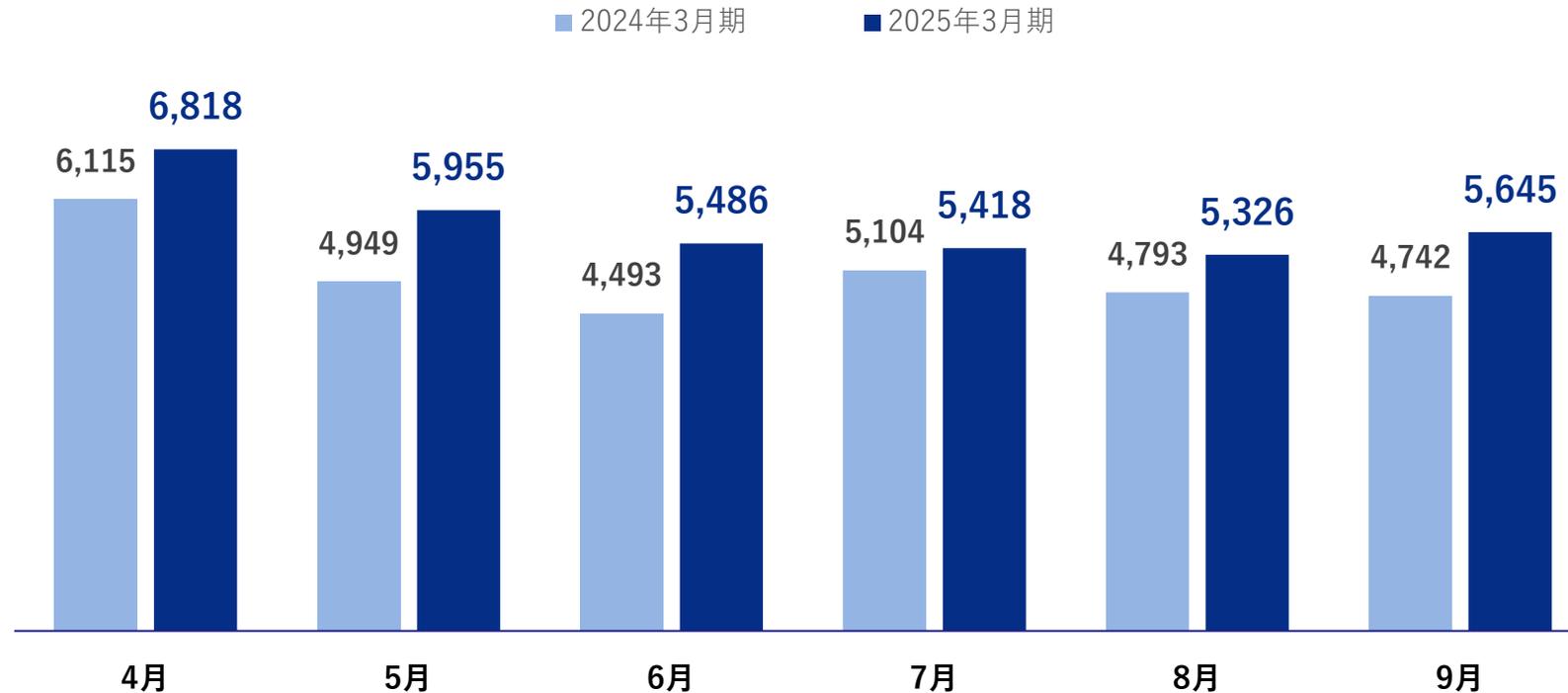
リユース市場の拡大・活性化

法人買取の新規開拓チームを設置 法人からの買取が前年同期比約200%

OMO戦略の強化

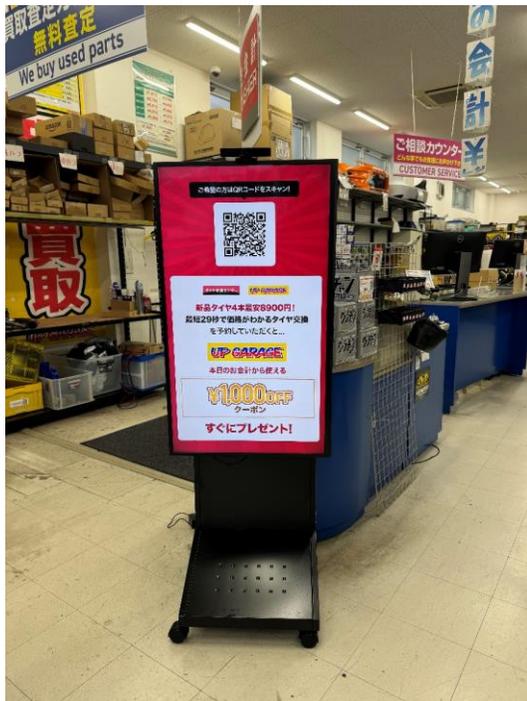
EC購入商品の店舗受取サービスを5月に開始
店頭サービス(買取・取付・受取等)のWEB予約件数は前年同期比115%

店頭サービスのWEB予約件数



データを活用した販促強化

デジタルサイネージを活用したリテールメディアの試験運用を開始
WEB検索連動広告やアプリ来店クーポンルーレット等「お客様起点」のマーケティングを促進



システム連携・構築

一部でネクスリンク利用料徴収の取引を開始 サービス収入の拡大へ

- ✓ 出店計画 直営5店舗、FC10店舗、サイクルズ5店舗
- ✓ 既存店の活性化、EC事業の拡大
- ✓ 売上総利益率の向上
- ✓ 顧客層の拡大とリユース業態の新たな収益の柱への成長を目指す

》》 2Q振り返り

- ・ 新規出店 直営1店舗、FC3店舗、サイクルズ2店舗
→ 3Q新規出店 **直営1店舗**
- ・ 直営店売上総利益率 前年同期比+0.3%
- ・ 海外展開 アップガレージUSA1号店 4月末オープン

前期比 7.5%増収、営業利益は14%増益

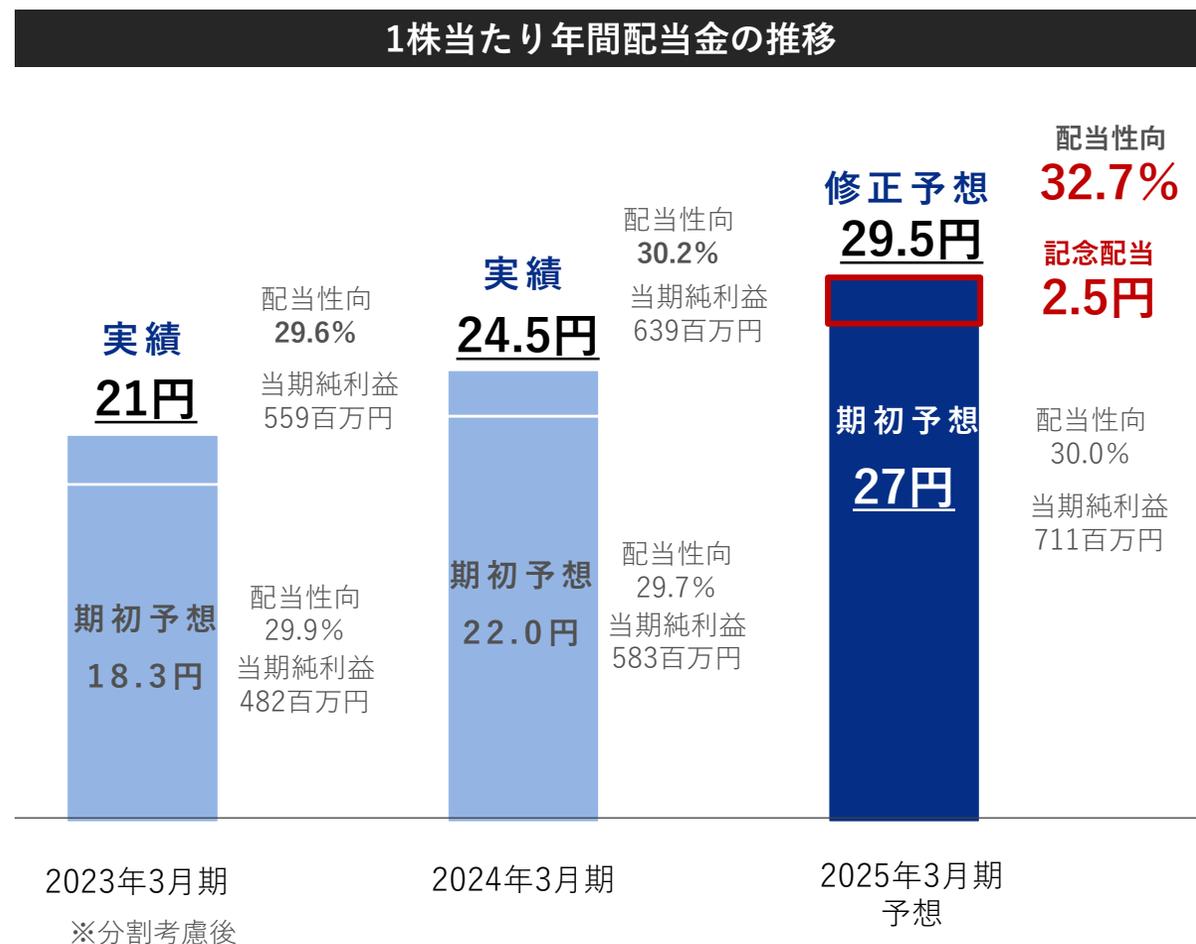
継続的な売上・利益成長で資本コストを上回るROE、ROICの向上を目指す

(百万円)	2024年3月期 実績	2025年3月期 計画	増減額	増減比
売上高	12,557	13,500	942	107.5%
営業利益	964	1,100	135	114.0%
経常利益	975	1,112	136	114.0%
当期純利益	639	711	72	111.3%
ROE	16.9%	16.7%	—	—
ROIC	14.4%	14.4%	—	—

※ROIC=(営業利益×(1-負担税率))÷投下資本

	2024年3月期 実績	2025年3月期 計画	増減
直営店 新規出店（拠点数）	4	5	1
FC店 新規出店（拠点数）	9	10	1
タイヤ流通センター 新規加盟	13	30	17
サイクルズ 新規出店	3	5	2
直営店全店売上高前年比	109.7%	105.0%	△4.7%
直営店既存店売上高前年比	102.4%	101.0%	△1.4%
FC店全店売上高前年比	103.3%	106.0%	2.7%
FC店既存店売上高前年比	102.5%	103.0%	0.5%

アップガレージ創業25周年記念配当を発表 配当予想を上方修正



当社グループ株主還元方針

配当性向30%を目標水準として毎期継続的に株主還元を行う方針

上場以来連続増配を継続

中期経営計画では配当性向目標水準40%への段階的引き上げにより、株主様への利益還元強化を目指す

当社の創業者である代表取締役会長石田誠の資産管理会社である株式会社E&Eが所有する当社株式の一部を当社の社員に贈与（無償譲渡）

贈与の内容

2025年1月1日現在で在籍する当社の正社員に対して、譲渡日時点において継続して在籍する者を対象に、当社株式を無償譲渡

贈与する株式数（予定）

約28,500株（時価総額 約26百万円*2024年11月8日時点）

贈与日（予定）

2025年2月下旬

贈与の目的

創業者が、長年の間当社の発展・成長に貢献していただいた社員への感謝の気持ちを形にするとともに、社員が株式を保有することにより、今後も更なる事業成長並びに企業価値の向上を目指していただきたいとの期待をこめて、実施するもの。流動株比率も上昇。

- 1 — 2025年3月期 第2四半期業績ハイライト
- 2 — 直近の取り組み、TOPICS
- 3 — 中期経営計画（未来UPビジョン2024） 2024年6月17日公表
- 4 — 2025年3月期 重点施策・業績予想
- 5 — **appendix**

!J UP GARAGE

(株)アップガレージグループ

当社は、中古カー&バイク用品のリユース事業アップガレージの運営と新品カー用品流通企画事業を主軸とした事業会社です。



アップガレージ事業

中古のカー用品、バイク用品の買取販売を直営店とフランチャイズで日本全国で展開。



流通企画事業

主にFC加盟店及び中古車業者へ向けた、新品カー用品、バイク用品の流通企画卸売事業。

全国にチェーン展開する
中古カー&バイク用品専門店

UP GARAGE

中古パーツを「安く手に入りたい」買手と、「適正価格で売却したい」売手を繋ぐマーケットの需要を確信し、アップガレージを創業しました。

1980年代



中古車業の傍ら始めた
中古パーツ販売が大好評

需要を確信

1999年



中古車業から中古パーツ事業を
スピンアウト

Before

アップガレージ 存在前の悩み

中古カーパーツは、買いづらく・
売りづらいものでした。



中古パーツを売りたい人の悩み

- ✓ 中古パーツを簡単に売ることができない！
- ✓ 中古パーツの価値を適正評価してくれない！



中古パーツを買いたい人の悩み

- ✓ 手に入れたい中古パーツが売ってる場所がない！
- ✓ 新品パーツは高いので、安く手に入れたい！
- ✓ 中古はデータベースがないので、商品を探しづらい！
- ✓ 中古パーツは、安全性・保証がなく心配だ！

中古カー & バイク用品の買取販売を直営店・フランチャイズで全国展開しています。
買取、商品化、データベース化、販売の循環を行っています。

1 買取

過去の買取販売履歴であるデータベースを活用し、適正価格で買取。

4 販売

全国展開している店舗およびECにて、データベース活用による適正且つリーズナブルな価格で商品を販売。
また、最大1年間の保証を付け、お客様に安心・満足を提供。



2 商品化

買取商品の点検整備・クリーニング・修繕を行い、商品価値を再生。

3 データベース化

買取商品1点1点をデータベースに登録し、在庫管理を実施。データベースから日本中の在庫検索及び商品取り寄せが可能。

中古カー用品全般を取り扱うアップガレージに加え、バイク・ホイール・自転車専門店、カスタム化された特徴ある中古車の買取販売店、新品タイヤ販売チェーンを展開しています。

※店舗数は直営店・FC含む
2024年9月末時点の店舗数

UP GARAGE 国内 **138**店舗 USA **1**店舗

中古カー用品の買取・販売を行うメインブランド店舗

UP GARAGE **UP GARAGE** **RIDERS** **79**店舗

中古バイク用品専門の買取・販売店

UP GARAGE **UP GARAGE** **WHEELS** **12**店舗

中古ホイール専門の買取・販売店

UP GARAGE **UP GARAGE** **CYCLES** **8**店舗

中古自転車専門の買取・販売店

UP GARAGE **UP GARAGE** **カルマバイク買取団** **5**店舗

中古カスタムカーを中心としたの買取・販売店

タイヤ流通センター **193**店舗

タイヤ選びをシンプルに提案する3プライスの新品タイヤ販売店

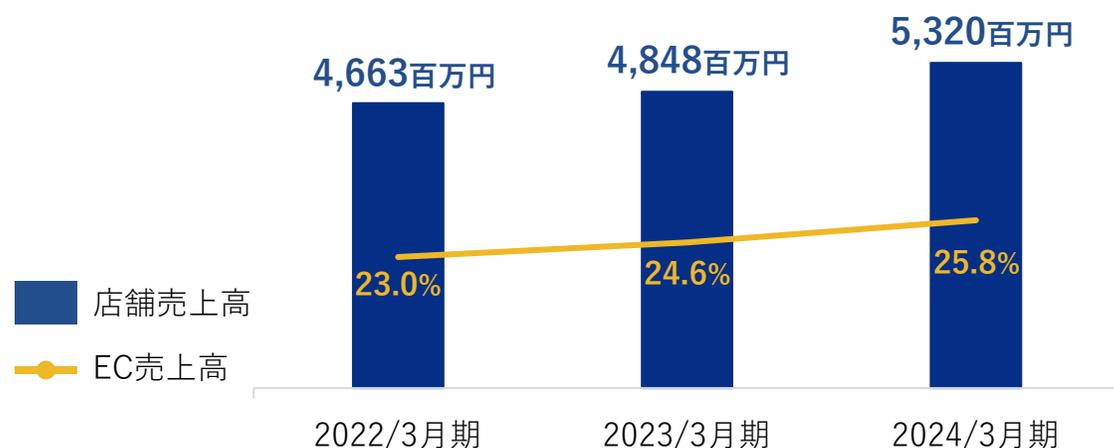
直営・FCともに粗利60%をメドに運営

収益の源泉は、直営店収益およびFC関連収益です。

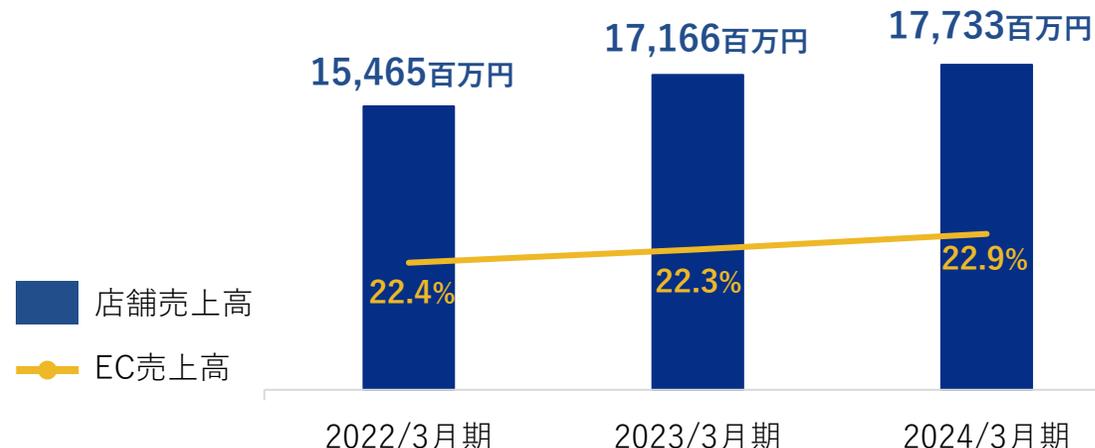
直営店・FC店ともに、実店舗およびECが販売チャネルです。



【アップガレージ直営店売上】



【アップガレージFC店売上】

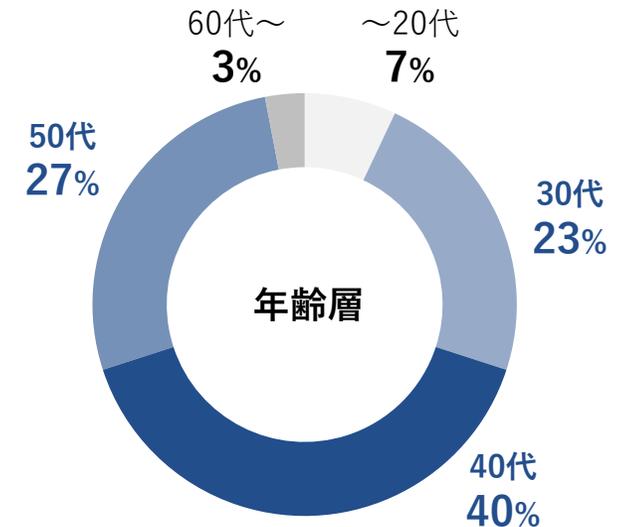
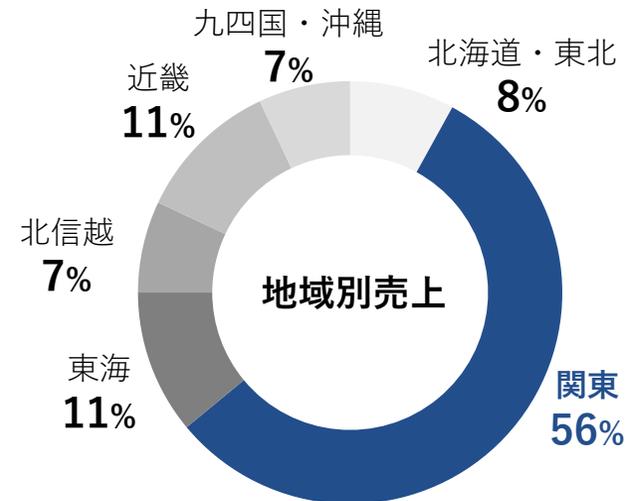
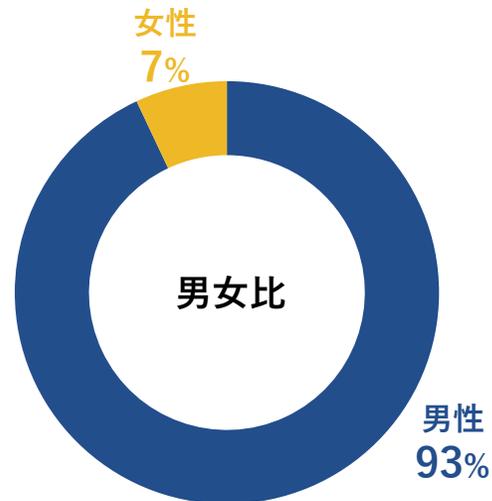


アップガレージの顧客層のイメージ

データでみるアップガレージのお客様像は、車の愛好家とライトユーザーです。
愛好家層とライトユーザー層の割合は、4:6です。

顧客属性

平均購入額

約**12,000円**

顧客イメージ

クルマ愛好家



神奈川県横浜市在住
45歳男性（内装業）

車いじりが生きがい。ヴィンテージパーツも豊富に取り揃えているアップガレージで高品質な中古品を毎月3-5万円購入。不要なパーツを売る時も、即現金化で査定も確かなアップガレージを利用。

ライトユーザー



山形県山形市在住
50歳女性（主婦）

日々の生活に軽自動車を利用。安いタイヤはECで買えるが、自分で交換取付は出来ない。中古品のみならず、コスパの良い新品海外製品も揃え、価格透明性が高いアップガレージのタイヤ販売サービスを利用。

価格重視のライトユーザーから嗜好性を求めるマニアまで幅広くカバーしています。
オン・オフライン両チャンネルを備えることで、顧客へ安心感を提供します。

新品カー用品業界との比較

	 タイヤ流通センター	新品カー用品店 ディーラー	チューニング プロショップ
価格	○ 低い	△ 高い	× 非常に高い
新品	× 少ない	○ 豊富	○ 豊富
廃版品	○ 可能	× 不可能	× 不可能

C to C マーケットプレイスとの比較

		CtoC マーケットプレイス
価格	× CtoCより高い ※価格交渉が不要	○ 店舗より安い ※価格交渉が煩わしい
品質・ トラブル	○ プロが品質を目利き トラブルにも対応	× 安全性の確認無 当事者間で解決
保証・ アフター サービス	○ あり	× なし
取付作業	○ 対応可・試着可	× 対応不可

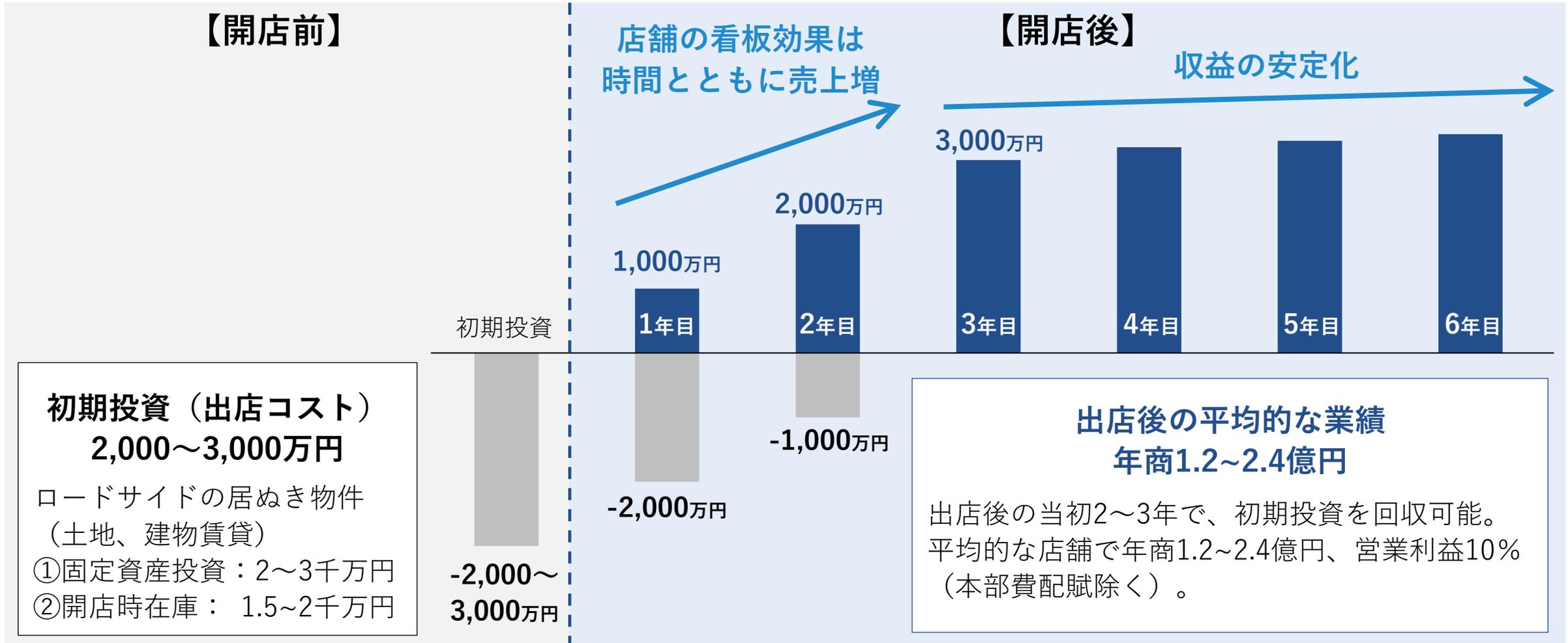
売買履歴・回転日数などの独自データを基に、適正な買取・販売価格設定が可能です。
「3か月で商品がすべて入替る」売場作りを目指しています。



過去の買取履歴データから適正な買取・販売価格算出の標準化に成功。

販売履歴を基に、価格を柔軟に変更し、在庫の長期化を回避。**自社オークションサイトで3か月以内に在庫をすべて売切る。**

初期投資で3~5千万円が必要となるが、半年以内で単月黒字化が可能です。
2~3年で回収見込めるため、収益性の確保も安定的です。



中古カー用品の市場規模は、約685億円、毎年約3%微増中です。フリマアプリの影響により、リユース市場への参加者が年々増加しています。ニッチトップのポジションを確立しています。

中古カー用品

フリマアプリ普及によるリユース市場の認知拡大。リユースへのハードルの低下。不用品の換金、環境配慮ニーズの高まりなどにより、これまで埋蔵されていた商品が中古カー用品市場に流入し、市場規模は拡大中。

※出典：(株)リユース経済新聞社 リユース経済新聞
「リユース市場データブック2024」

弊社の買取対象となる
新品カー用品
6,500億円

国内の新品カー用品市場規模はメーカー国内出荷金額ベースでメインターゲット（タイヤ、一般用品、ナビ・オーディオ機器）は約6,500億円の市場規模。

タイヤ	3,753億円
一般用品	2,745億円
ナビ・オーディオ機器	84億円
合計	6,582億円

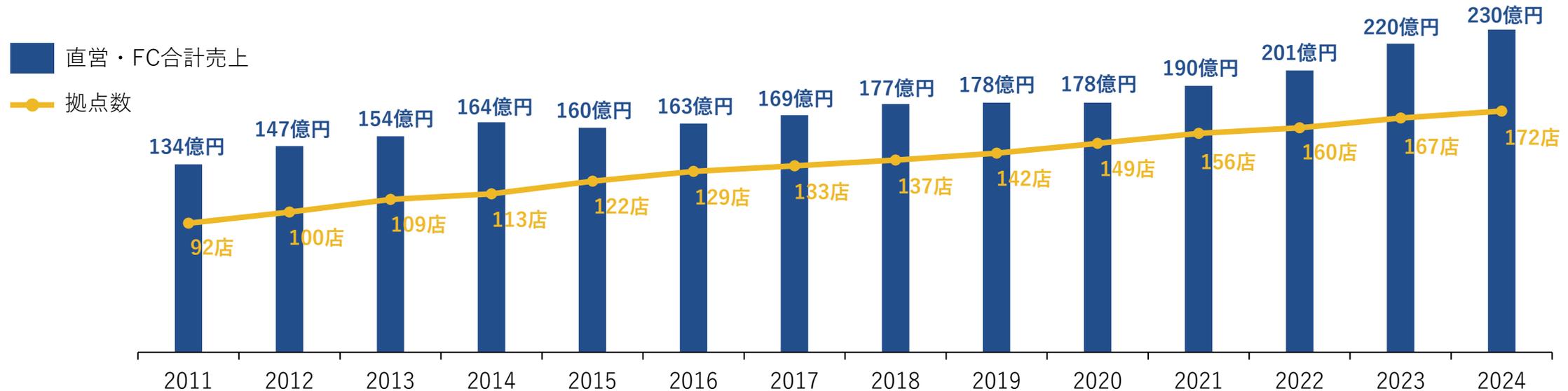
※出典：(株)矢野経済研究所 自動車アフターマーケット総覧 2022年版

2018年
578億円

2023年
684億円

アップガレージの成長戦略 新規出店①

年間で直営3-5店、FC7-10店の新規出店を着実に進め、国内300店舗目指します。
経験豊富で、業界知見のあるFCオーナー様による多店舗展開も促進しています。



主要FCオーナー様の店舗数

一都三県以外の地域は、経営力の高いFCオーナー様が積極的に店舗展開。

H社 (東北エリア)	8店舗
A社 (中部エリア)	7店舗
M社 (関西エリア)	7店舗



商圈人口30万人のエリアをターゲットとして店舗を開発します。
在庫調達、店舗運営人員の確保・育成という出店の必要条件と出店速度のバランスをとりつつ拡大し、新規出店エリアに中古パーツの循環マーケットを創出します。



運営人員

正社員2~3名とアルバイトで店舗運営

ターゲットとなる物件

ロードサイド・インター近くの居抜き物件
(紳士服・ドラッグストア等)を賃貸借契約

敷地面積400~500坪

売場面積100~200坪

駐車場15~30台

国内の出店可能エリアは400程の見通し

新規出店コスト

建物、設備への初期投資は2,000~3,000万円

主な内訳：不動産関連費用・建物改装費・車両整備ピット
などの固定資産投資

出店時の在庫集めが新規出店の課題です。店舗での個人買取強化に加え、法人からの買取ルートを広げ、新規出店の加速に繋がります。



店舗における買取強化策

プレオープン

FC本部から在庫供給。プレオープン時に先行買取も行う。グランドオープン後は店舗地域内での買取・販売サイクルを回すため、積極的に買取注力。

グランドオープン

GBP (Google Business Profile) の口コミ獲得、LINE友達登録を店舗にて取組むことで、顧客との関係構築を行い、買取へつなげる。

本部での買取強化策

バイヤー研修強化

バイヤー研修を2か月に1回のペースで実施。買取件数最大化のため、基本的接客から専門知識の習得までを行う。

個人ユーザーからの買取

デジタルマーケティングチームを6名に増強。SNSマーケティング強化やGBP (Google Business Profile) 高評価獲得などが、2021年は前年比約10%の買取件数増加に寄与。

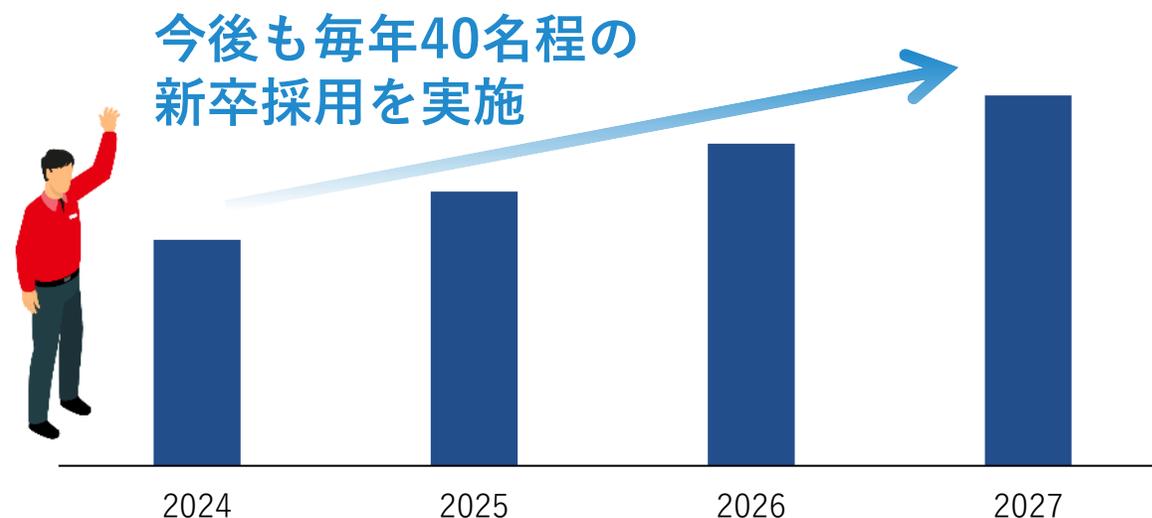
法人からの買取

5名の新規開拓チームを組成し、自動車関連業者へのアプローチ。国内最大手級中古車ディーラー向けに買取専用LINEを開設し、新規取引開始。

平均的な店舗は正社員2～3名とアルバイトで運営します。毎年40名程度の新卒採用を実施し、出店に必要な人材の確保・育成を行います。

	店舗スタッフ	本部スタッフ	従業員合計	新卒入社
2020年 3月期	99名	65名	164名	20名
2021年 3月期	102名	71名	173名	23名
2022年 3月期	116名	72名	188名	31名
2023年 3月期	118名	85名	203名	26名
2024年 3月期	110名	87名	197名	34名

【今後の従業員推移イメージ】



- 新卒採用の体制を強化しつつ、自社の人材紹介サービスを通じた採用及びリファラル採用も活用。
- 10年以上にわたり従業員満足度調査を実施し、人事評価・業務環境整備に尽力。

アップガレージが展開する
新品タイヤ販売チェーン

タイヤ流通センター



タイヤ交換の値段が不透明

車に合うサイズがわからない

価格が高い

選択肢が多すぎる

価格明瞭なシンプル3プライス、タイヤ取付・交換サービスをオンライン提供しています。
自動車整備工場やガソリンスタンド等へもFC展開およびタイヤ卸販売を行います。

ダイヤモンド・プラチナ・ゴールドの 3プライスでオンライン集客から予約まで

プラチナプラン

価格と品質のバランス重視

4本
セット

¥15,900~
(税込¥17,490~)



ゴールドプラン

安さ重視

4本
セット

¥8,900~
(税込¥9,790~)



ダイヤモンドプラン

品質重視

4本
セット

¥17,900~
(税込¥19,690~)



タイヤ流通センター

全国193店舗を展開

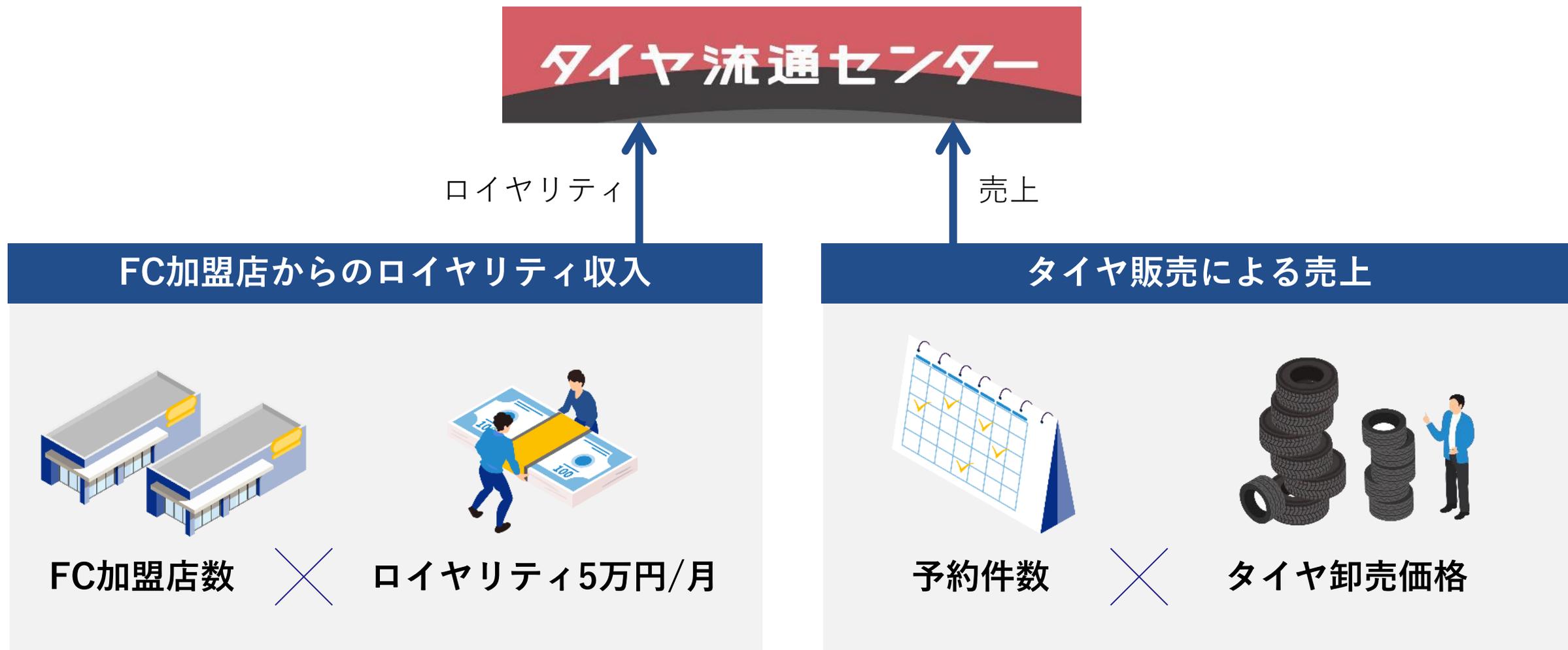
※店舗数は直営店・FC含む

2024年9月末時点の店舗数

加盟店舗へは、当社流通企画事業本部から新品タイヤを販売



収益は、FC加盟店からのロイヤリティ収入とタイヤの販売から発生します。



タイヤ流通センターのWEBサイトから送客を行います。

タイヤ流通センターでは、お客様がWEBサイトから予約をしたら、あとは手ぶらでお近くの店舗に向かうだけでタイヤ交換ができる**簡単WEB予約システム**を導入しています。

＼ 簡単! スピーディー! ／

タイヤ流通センターのタイヤ交換

タイヤ見積りとタイヤ交換予約がWebで簡単にできます!



プラン、車種選択

ブランドが分からなくても簡単3ステップで見積り&予約が完了します。



取付店舗、日付を選択

お近くの店舗を検索して、タイヤ取付日時の候補を選びます。



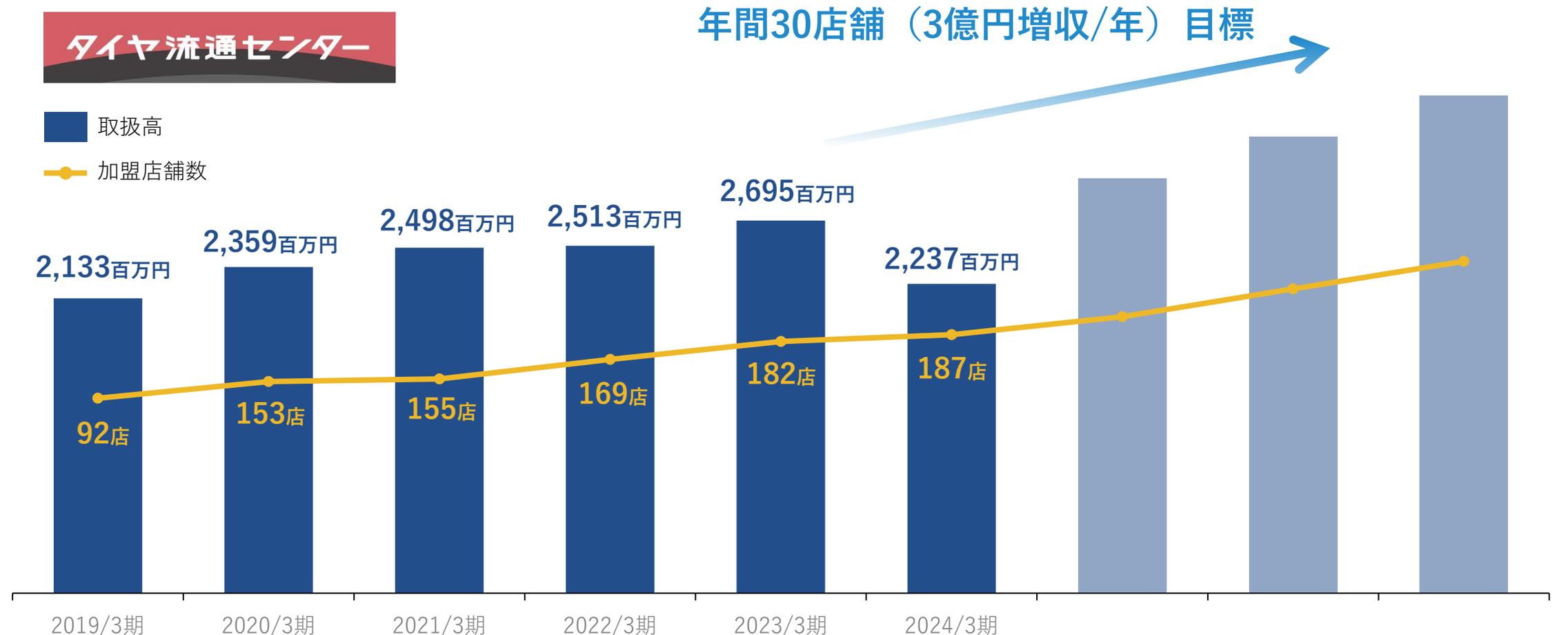
取付店舗へ行く

ご予約いただいたタイヤ取付日時にて、ご来店をお待ちしております!



タイヤ流通センターの成長戦略①

自動車整備工場やガソリンスタンド向けに、年間30店舗（3億円増収/年）を目標として、FC加盟店を開発します。



※グループ間の内部取引を含む

タイヤ流通センターの成長戦略②

新規開拓チームを組成し、大規模チェーン店を中心に新規開拓をしています。
他サービスとのクロスセルを行うことで、グループ全体の売上向上に取り組みます。

タイヤ流通センター



新規開拓チーム

自動車業界に精通したキャリア20年を超えるベテランを含む3名の新規開拓チームを組成。

人材紹介サービス、受発注プラットフォームを切り口に新規開拓を行う。



対象新規顧客



既にネットワークを広く持っている大規模チェーン店をメインターゲットに新規営業活動を行い、効率的に加盟店を増やす。

他サービスのクロスセル



慢性的な人手不足である自動車整備士など自動車業界に特化した人材紹介。



受発注を一元管理でき、IT化を推進するプラットフォーム。

主にFC加盟店及び中古車業者へ向けた、
新品カー用品、バイク用品の卸売販売業

中古車販売店、自動車整備工場では、ムリ・ムダ・ムラな業務が散見され、IT・DXを活用した業務改善が進んでいません。

中古車販売店、自動車整備工場の課題例



電話・FAXでの受発注による煩雑さ

膨大なパーツによる適合性の複雑さ

納品管理、支払管理にかかる多大な人件費

納期の不透明さ



アップガレージグループ
流通企画事業本部

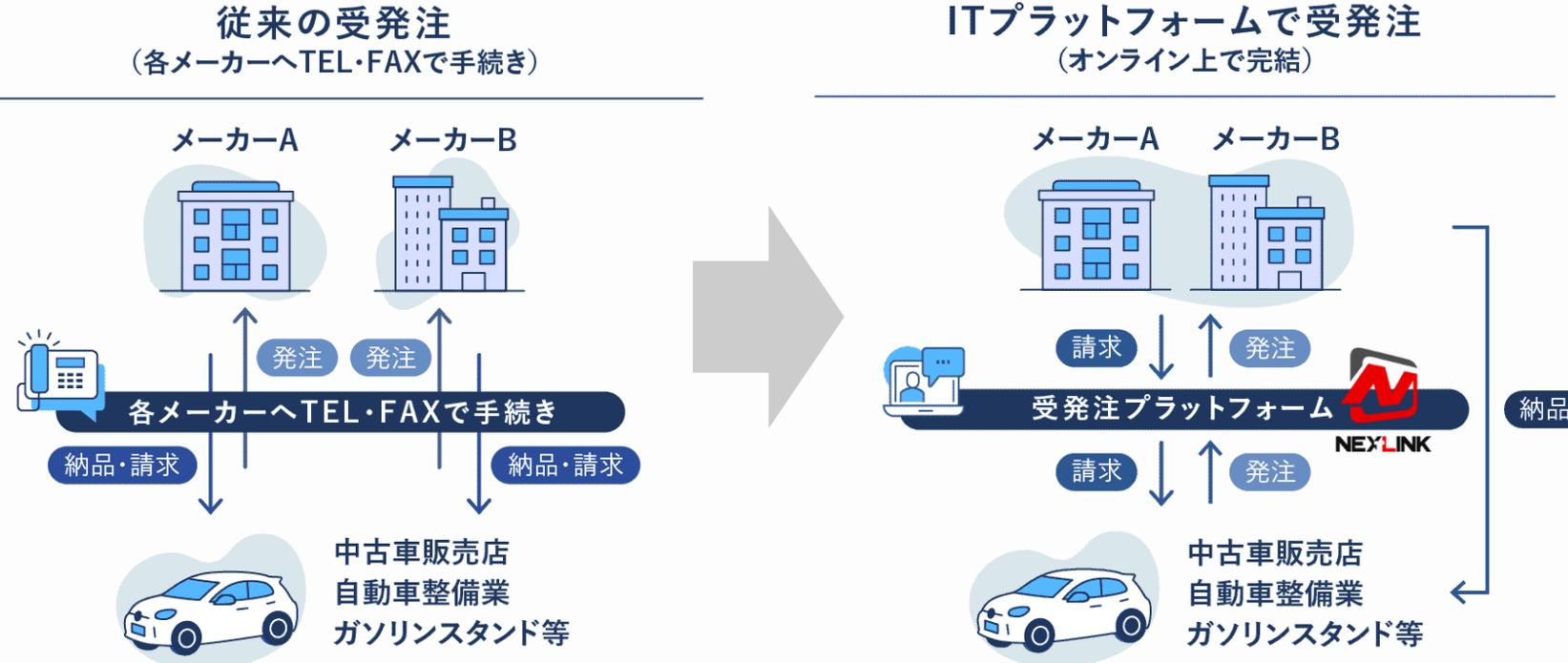


受発注プラットフォーム（=ネクスリンク）による受発注一元管理により、顧客課題を解決。

受発注プラットフォーム 事業の事業内容、構造、強味

中古車販売店、自動車整備工場へ受発注プラットフォームを提供し、一元管理による作業の簡略化、ペーパーレス化などによる業務改善を実現しました。

受発注プラットフォーム



- お取引企業に合わせた専用サイトを提供
- 発注・納品のステータスをサイト上で一元管理
- 自動車用品に精通したスタッフによる問い合わせ窓口を設置（コールセンター機能）
- お取引企業の基幹システムとのデータ連携（開発）
- 経費処理の簡略化

各メーカーとのお取引を、受発注プラットフォームで一元管理することが可能です。

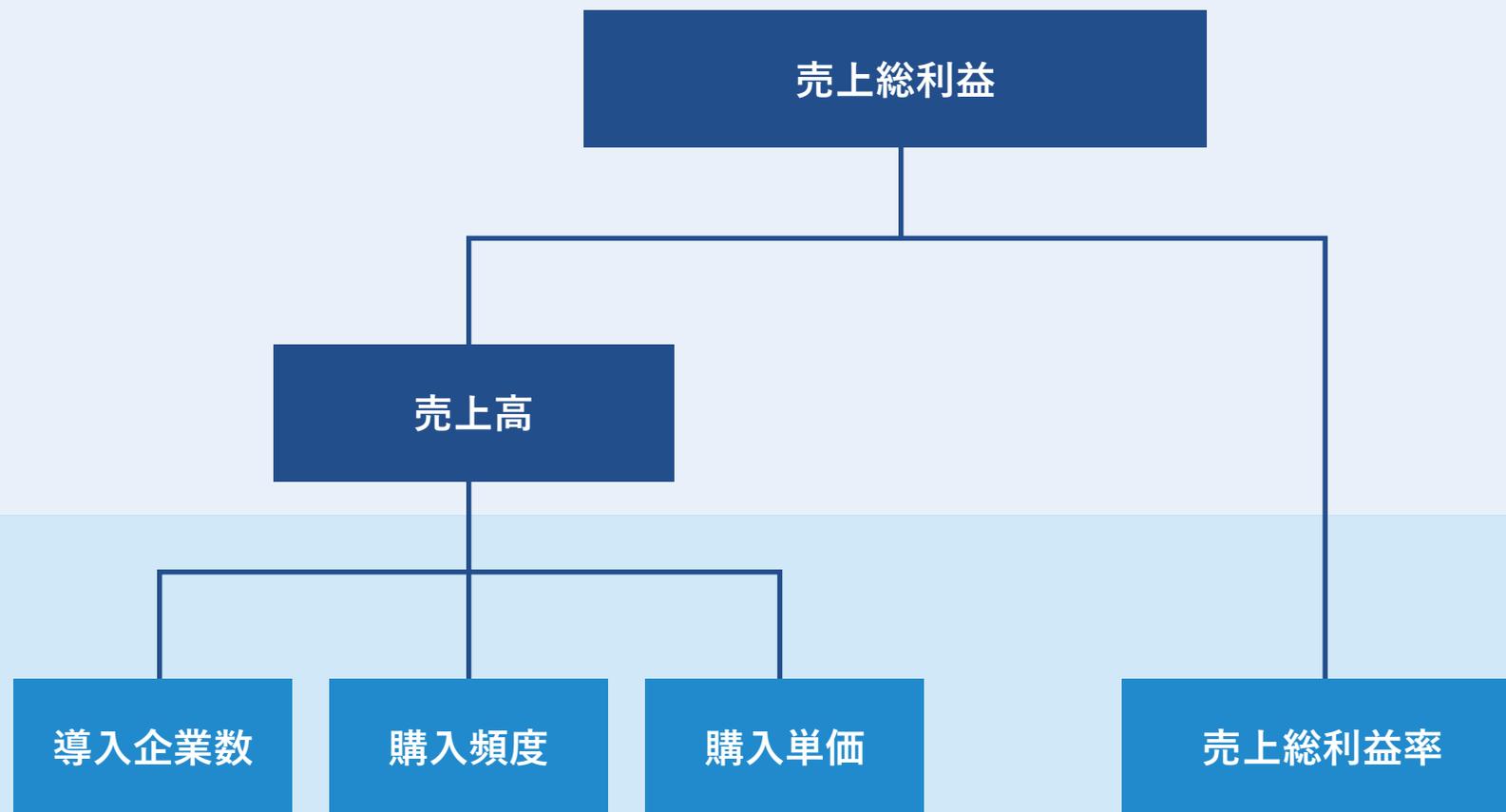


売上総利益極大化のために、売上高と営業利益率の向上を目指します。

財務数値



KPI



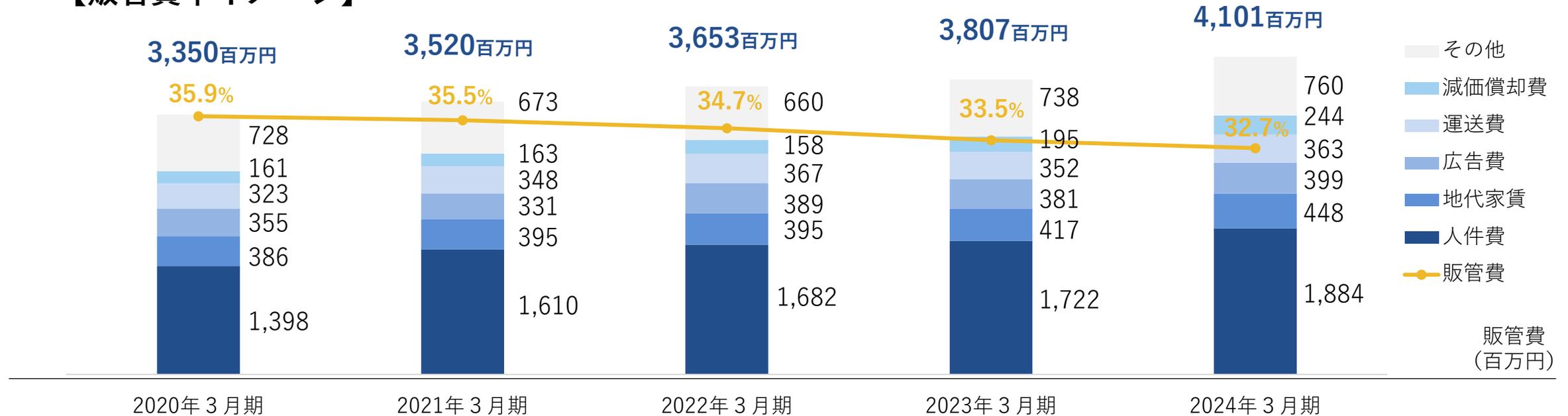
粗利構造と販管費構造・リスク要因

		粗利率	主な原価
アップガレージ事業	直営店（含むEC）	60%	店舗運営費、パーツの買取原価など
	FC事業・EC手数料 ・加盟金ロイヤリティ ・EC手数料 ・共同広告収入	100%	無し 手数料の為原価ゼロ
流通企画事業	タイヤ流通センター事業	10～15%	仕入れ販売
	受発注プラットフォーム	10～12%	仕入れ販売
アップガレージグループ		40%	

販管費の構造と販管费率水準

売上高に対する販管费率は、毎年低下しております。

【販管费率イメージ】



人件費

毎年新卒入社をメインに20～30名入社。

地代家賃

新規出店に伴い増加するが、対売上比率としては大きく変動する見込み無。

広告費

オンライン広告をメインに継続投下するが、大きく変動見込み無。

運送費

EC販売量増加に比例するが、対売上比率としては大きく変動する見込み無。

【新規出店に関するリスク】

	概要	発生可能性	影響度	対応策
仕入れ（買取不足）	買取ができないことによる、在庫不足が発生。	小	大	新規出店による物理的な買取チャネルの拡大と、買取のための広告費投下で安定的な買取を確保。
新規出店	新規対象物件が出てこず、新規出店停滞による成長率の鈍化。	小	大	店舗開発部署への適切な人材配置。
人材不足	出店・事業拡大計画に対して、十分な人員確保が困難。	小	大	計画的に新卒・既卒採用を実施。また、人材育成へも十分に投資を行う。

【その他のリスク要因】

	概要	発生可能性	影響度	対応策
長期在庫	長期在庫滞留による資金効率の悪化し、バランスシートが悪化する。	中	中	市場監視と販売価格の管理、自社オークションでの売切り販売で長期在庫発生を抑制。
地政学リスク	新型コロナウイルスの蔓延によるロックダウン等。	中	中	新品製品のサプライヤーを増やすことで、リスク分散を行う。
競合1	新品カー用品店のリユース業界進出。	小	中	創業以来蓄積されたデータベースと新品商品と違うオペレーションによる。
競合2	CtoCマーケットプレイスが中古カー用品に注力。	小	中	保証・プロによる品質確認で安心・安全を提供。また、取付け作業等付随サービスも可。
自動車の技術革新（EV化等）	取扱い商品の変化。	大	中	新規事業・サービス開発を行い、市場環境の変化に対応。



資本政策

- 現時点では、増資による資金調達は不要です。
- 自己資本と利益の範囲で、新規出店・新規事業等への投資を行います。
- 1年程度売上がなくなっても、事業を継続できるだけ預金量と借入枠は確保しています。
- 営業利益率10%の早期達成によりROE（2024/3期：16.9%）の向上を目指します。

株主還元

- 配当性向は30%を目途とします。
- 「財務体質の安定・強化を図るための内部留保の充実」及び「中長期的な事業計画に基づく必要投資額」等を勘案したうえで決定したものです。

本資料に関するお問い合わせ

株式会社アップガレージグループ IR窓口 ir@upgarage-g.co.jp
<https://www.upgarage-g.co.jp/contact/ir/>

■本資料の取り扱いについて

【見通しに関する注意事項】

本資料にて開示されているデータおよび将来に関する予測は、本資料の発表日現在の判断や、入手可能な情報に基づくものであり、経済情勢や市場動向の変化等、様々な理由により変化する可能性があります。従いまして、本資料に記載された目標・予想の達成および将来の業績を保証するものではありません。