



2023年3月期第2四半期 決算説明資料

株式会社クルーバー

2022年11月14日

東証スタンダード 証券コード:7134



株式会社クルーバーは、中古カー用品買取販売業のアップガレージと新品カー用品卸売業のネクサスジャパンの持ち株会社です。



UP GARAGE

(株)アップガレージ

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。



 **NEXUS Japan**

(株)ネクサスジャパン

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。

■2023年3月期2Qの概況

P.3

■直近の取り組み

P.23

2023年3月期2Qの概況



売上高

5,131 百万円

前年同期比+6.9%
計画比99.2%

営業利益

291 百万円

前年同期比+15.5%
計画比104.2%

経常利益

307 百万円

前年同期比+19.4%
計画比108.3%

四半期純利益

189 百万円

前年同期比+14.1%
計画比108.9%

1QのFC出店ラッシュの在庫支援と9月連休時の台風による時短営業が響き、0.8%及ばず

粗利率は計画通りの水準、販管費率低下により利益率は上昇

売上はほぼ計画通りに進捗 各段階利益は計画を上回り好調に推移

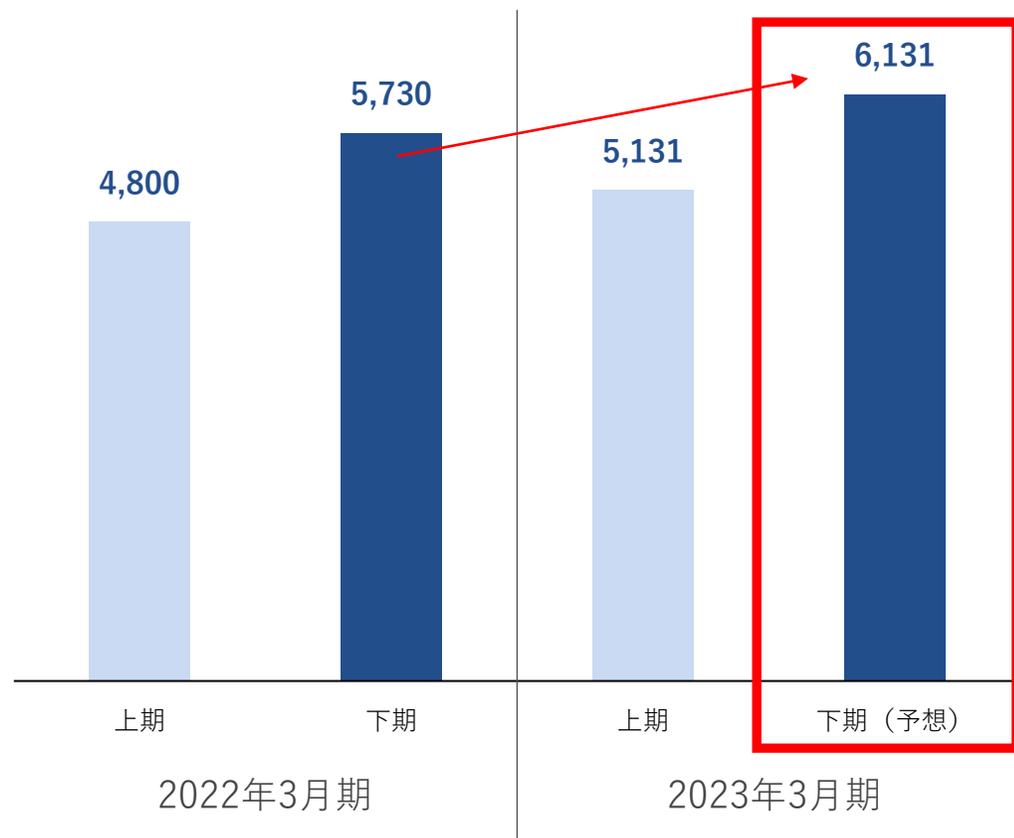
- ・売上高はリユース業態、流通卸売業態共に好調に推移
- ・アップガレージの新規出店は直営で2店舗、FCで6店舗と出店が加速
- ・FC店は全店111.6%、既存店109.5%と大幅進捗したことでFC関連収入が増加

前期比約7%増収。 売上総利益率は流通卸売等の売上高が増加したため前年同期比で低下したものの、**営業利益率が上昇し、経常利益は前期比約20%増益**

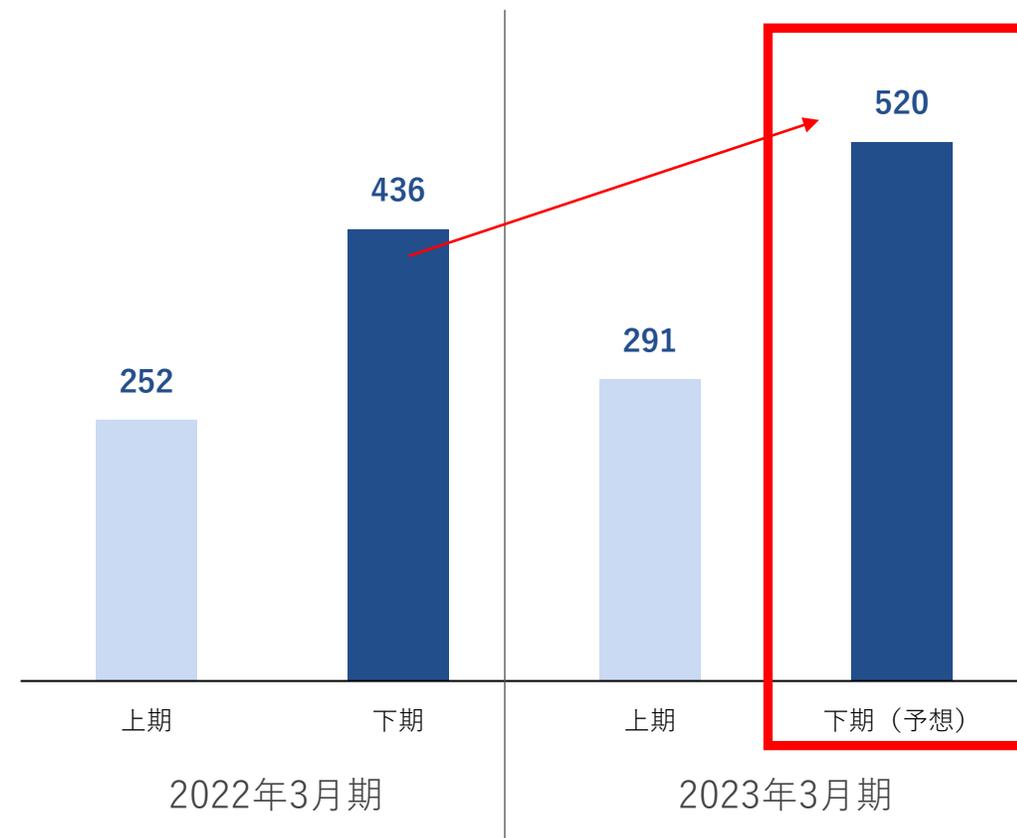
(百万円)	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	増減額	増減比
売上高	4,800	5,131	331	106.9%
売上総利益	2,028	2,132	104	105.1%
売上総利益率	42.3%	41.6%	—	—
営業利益	252	291	39	115.5%
営業利益率	5.3%	5.7%	—	—
経常利益	257	307	49	119.4%
四半期純利益	165	189	23	114.1%

スタッドレスタイヤの需要が高まる3Qが売上高・利益の一番のボリュームゾーン
季節性のため下期偏重の業績となる

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)

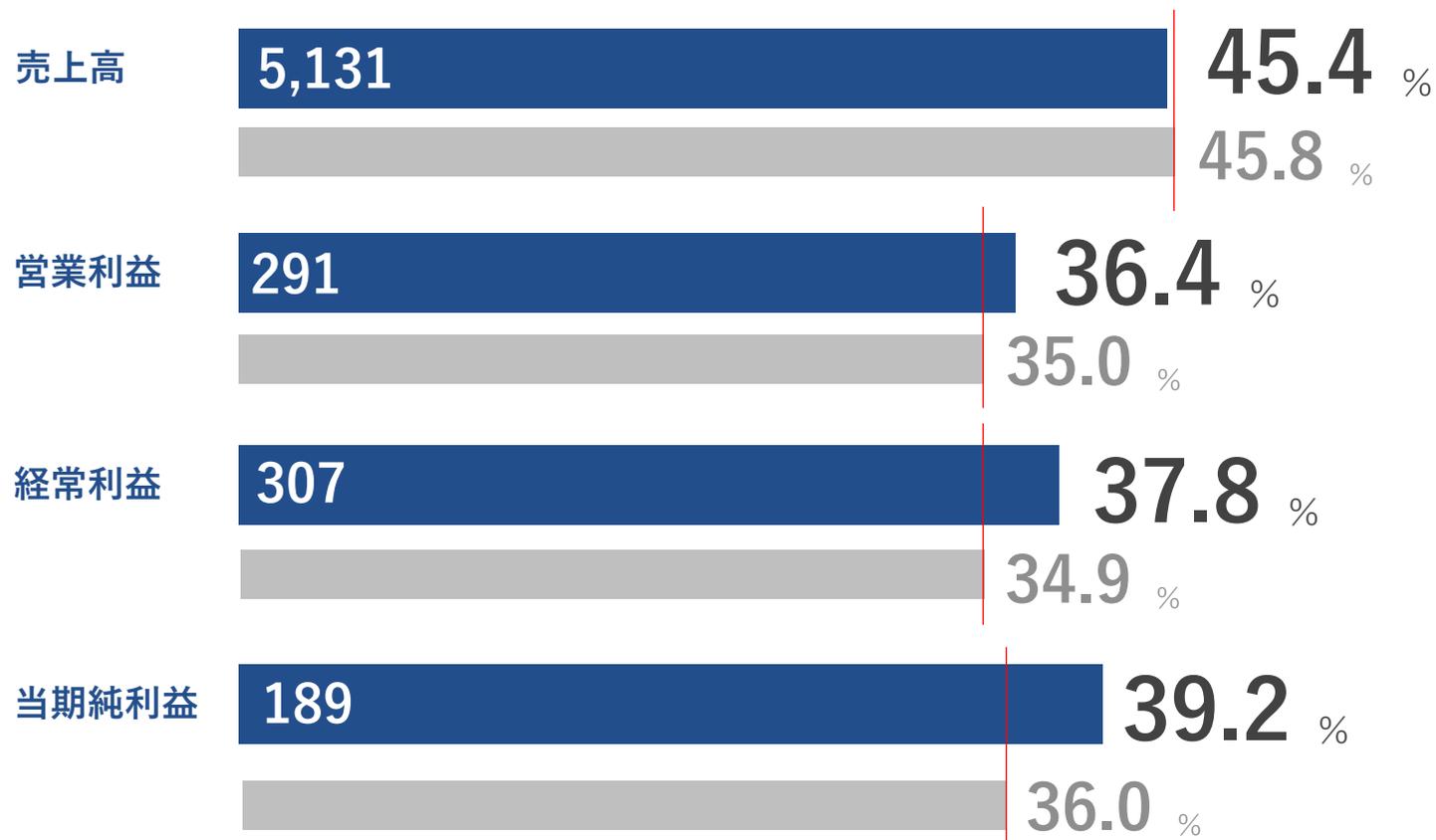


スタッドレスタイヤの需要が高まる3Qが売上高・利益の一番のボリュームゾーン

2Q累計は売上高は、ほぼ計画通り、利益は上振れて進捗

(百万円)

■ 2Q実績進捗率
■ 2Q計画進捗率

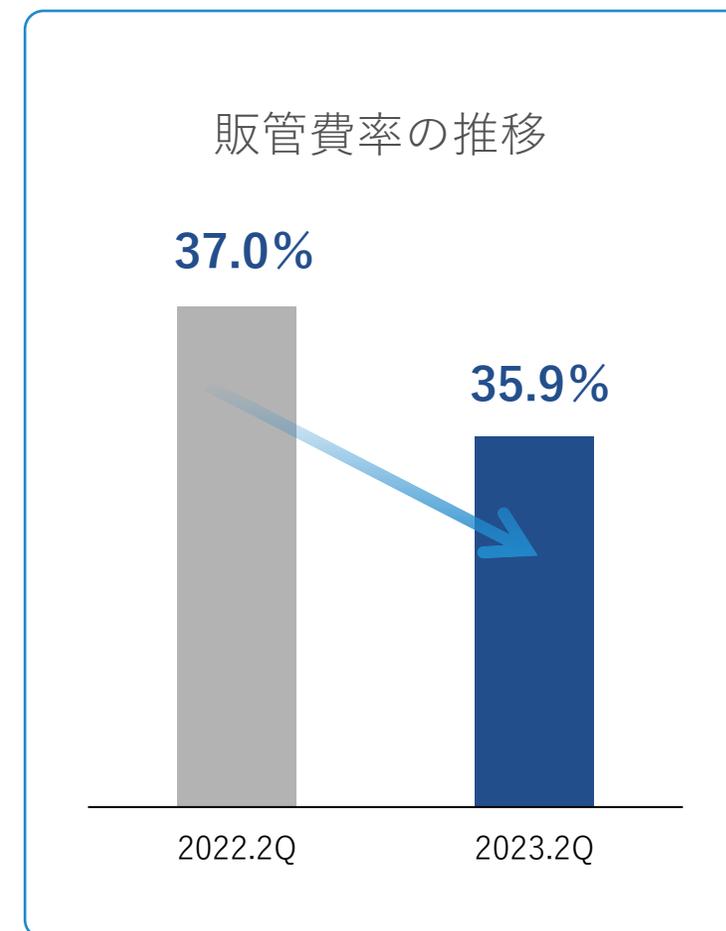


通期業績予想

売上高	11,306
営業利益	800
経常利益	813
当期純利益	482

新規出店、システム投資、上場関連費用をこなし、**販管費率は低下**

(百万円)	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	増減額	増減比
人件費	829	843	13	101.7%
地代家賃	196	205	9	104.7%
広告費	212	192	△20	90.4%
運送費	179	162	△17	90.3%
減価償却費	70	89	19	127.4%
その他	287	348	60	120.9%
販管費合計	1,775	1,841	65	103.7%
販管費率	37.0%	35.9%	—	—



リユースと流通卸売が売上の2本の柱

リユース業態
60%

直営店	45%
FC関連	10%
その他	5%





流通卸売業態
40%





新規事業

自動車業界に特化した人材紹介サービス



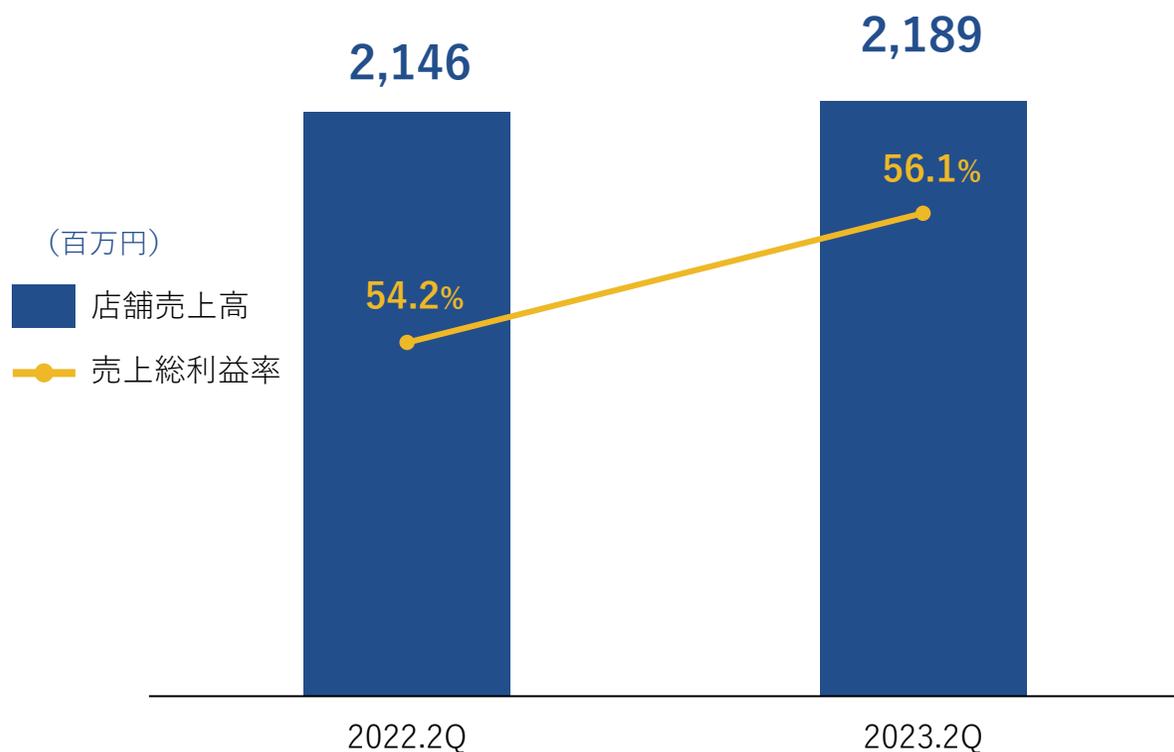
アップガレージ直営店、FC店ともに堅調に推移
リユース業態で5.6%の増収

(百万円)		2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	増減額	増減比
	店舗売上	2,146	2,189	43	102.0%
	フランチャイズ関連	516	616	99	119.2%
リユース業態	EC手数料・WEB広告	87	100	12	114.2%
	海外EC	138	115	△22	83.5%
	本部・その他	172	213	40	123.3%
		3,062	3,235	172	105.6%

海外ECはロシア情勢の影響により減少したものの、円安によって計画を上回る水準で着地
海外ECの連結売上高に占める割合は2%程度と僅少

直営店売上高は好調に推移

中古の買取販売強化によって売上総利益率、客単価が向上



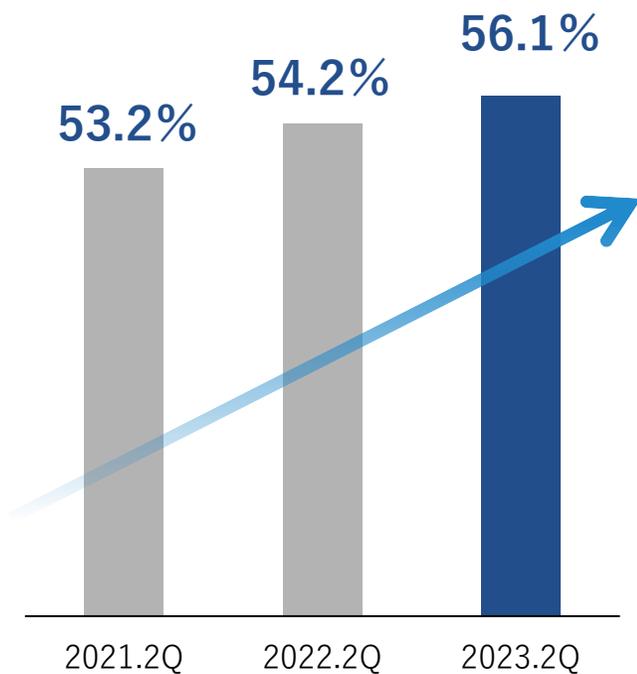
既存店
売上高 **100.0** % (前期102.7%)

直営店
客単価 **105.6** % (前期109.3%)

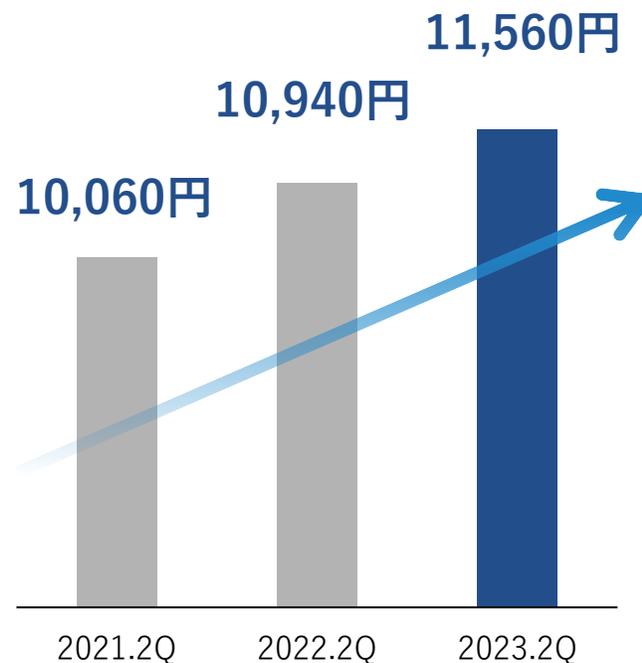
直営店
新規出店 **2** 店舗 (前期0店舗)

コロナ禍での直営店既存店への改善注力によって売上総利益率、客単価は向上
今期はさらに新規出店も並行して加速

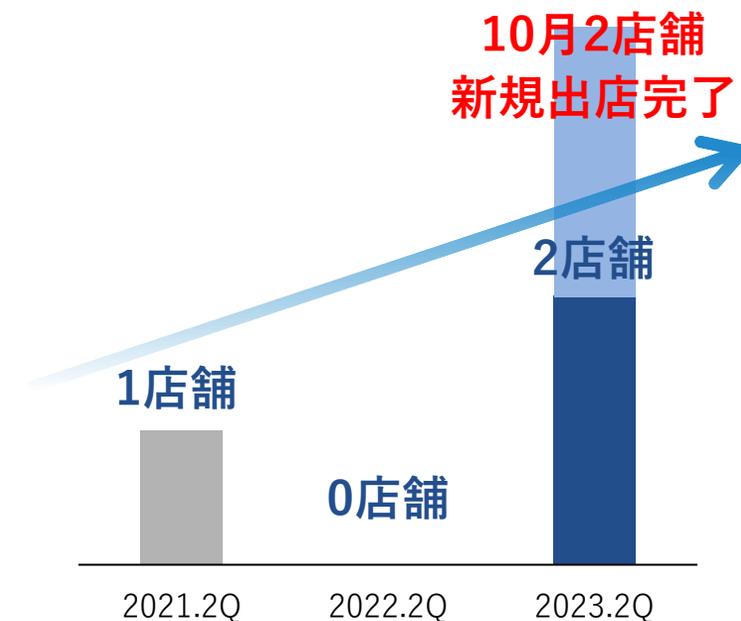
直営店売上総利益率



直営店客単価

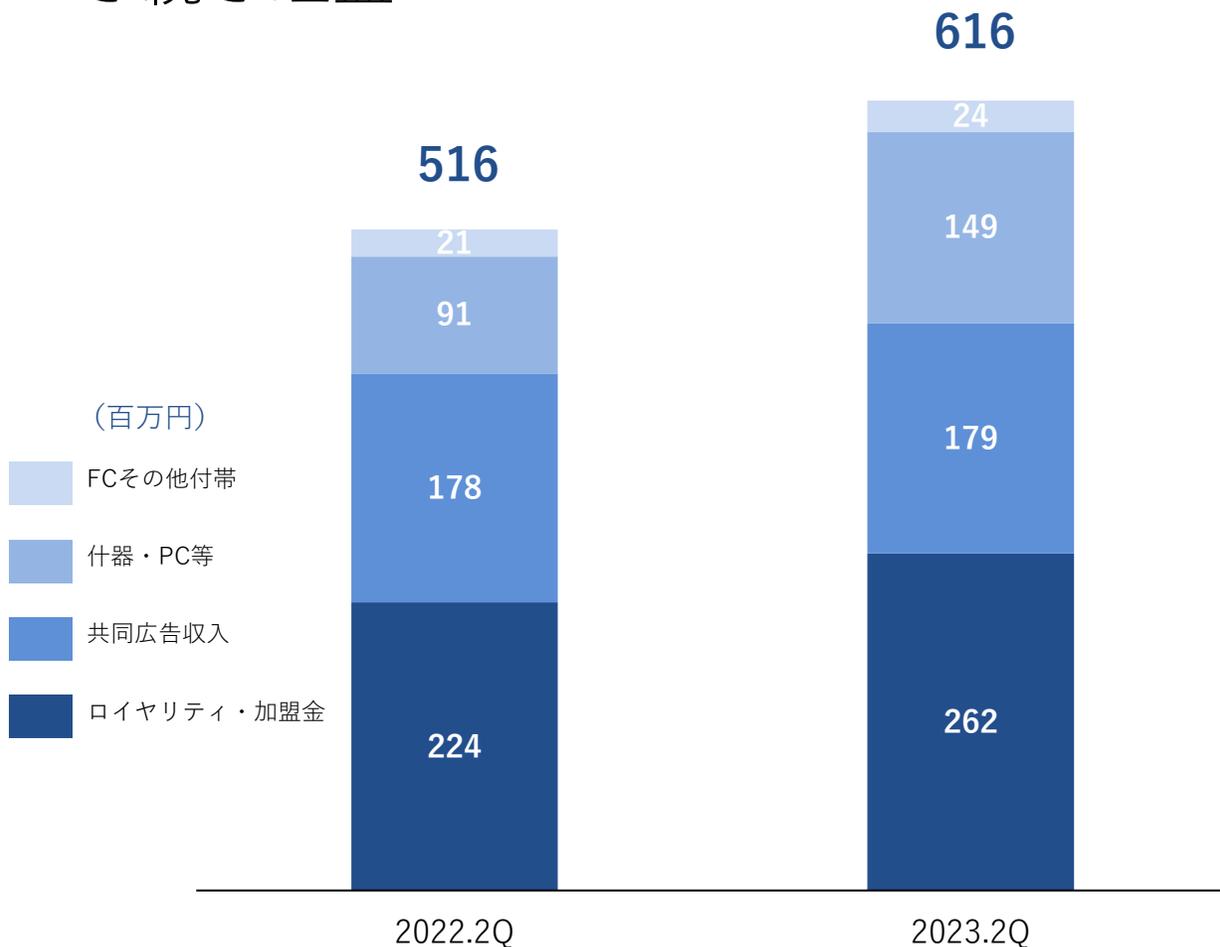


直営店新規出店



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

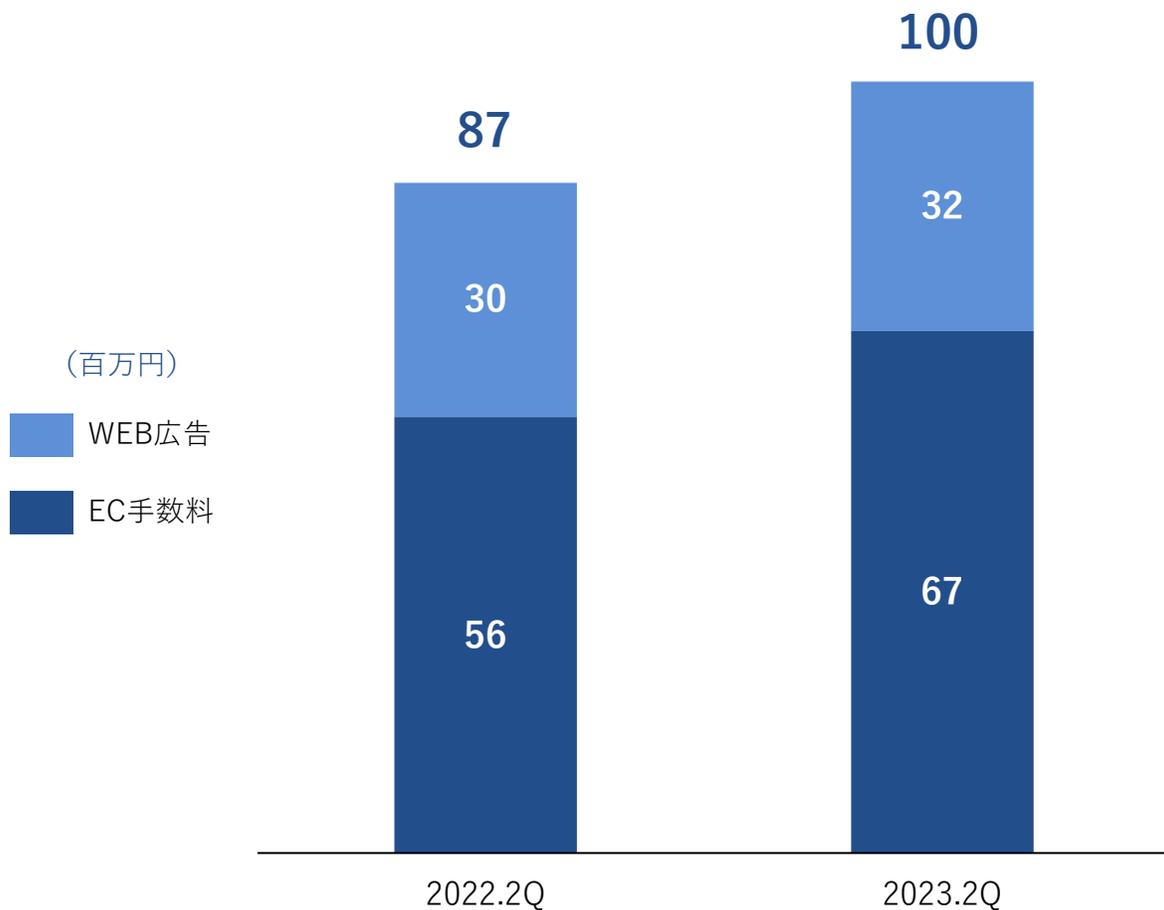
FC店の新規出店・売上高増加によってロイヤリティ・加盟金収入が増加
 投資回収期間の短さ、リユースビジネスの魅力により、オーナーの出店意欲は引き続き旺盛



既存店 売上高	109.5 %	（前期99.6%）
全店 売上高	111.6 %	（前期102.5%）
FC店 新規出店	6 店舗	（前期4店舗）

ECサイト『Crooober.com』の取扱高増加によって手数料収入が増加

ECサイトPVは昨対105.6%と増加

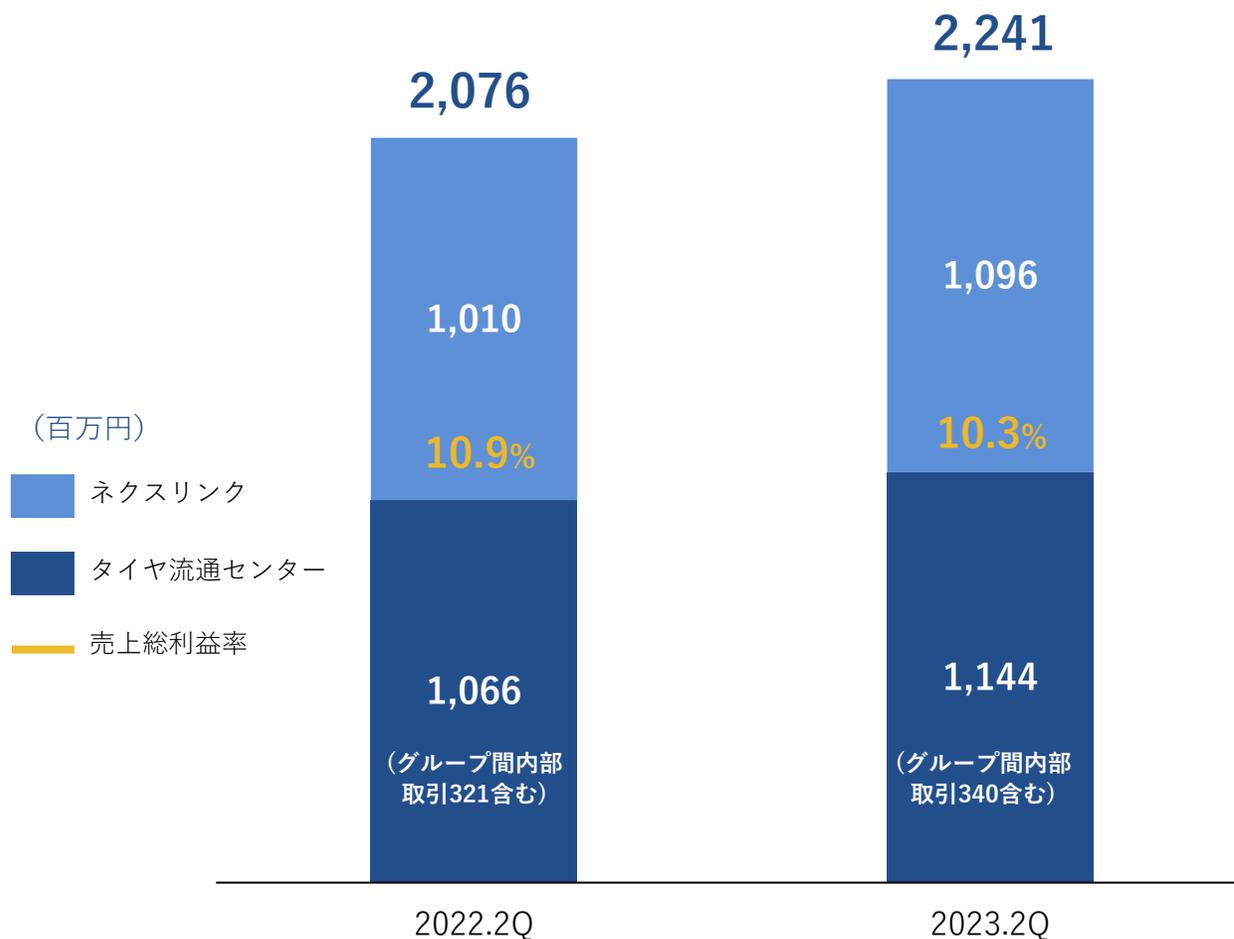


EC販売
比率 **25.0** % (前期23.8%)

好調なタイヤを中心として取扱高の増加による売上増加が、全体業績を牽引

(百万円)		2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	増減額	増減比
流通卸売業態	タイヤ流通センター	1,066	1,144	78	107.3%
	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	1,010	1,096	86	108.5%
		2,076	2,241	164	107.9%

流通卸売業態の売上高（内部取引消去後）は8.3%の増収



タイヤ流通
センター
新規加盟

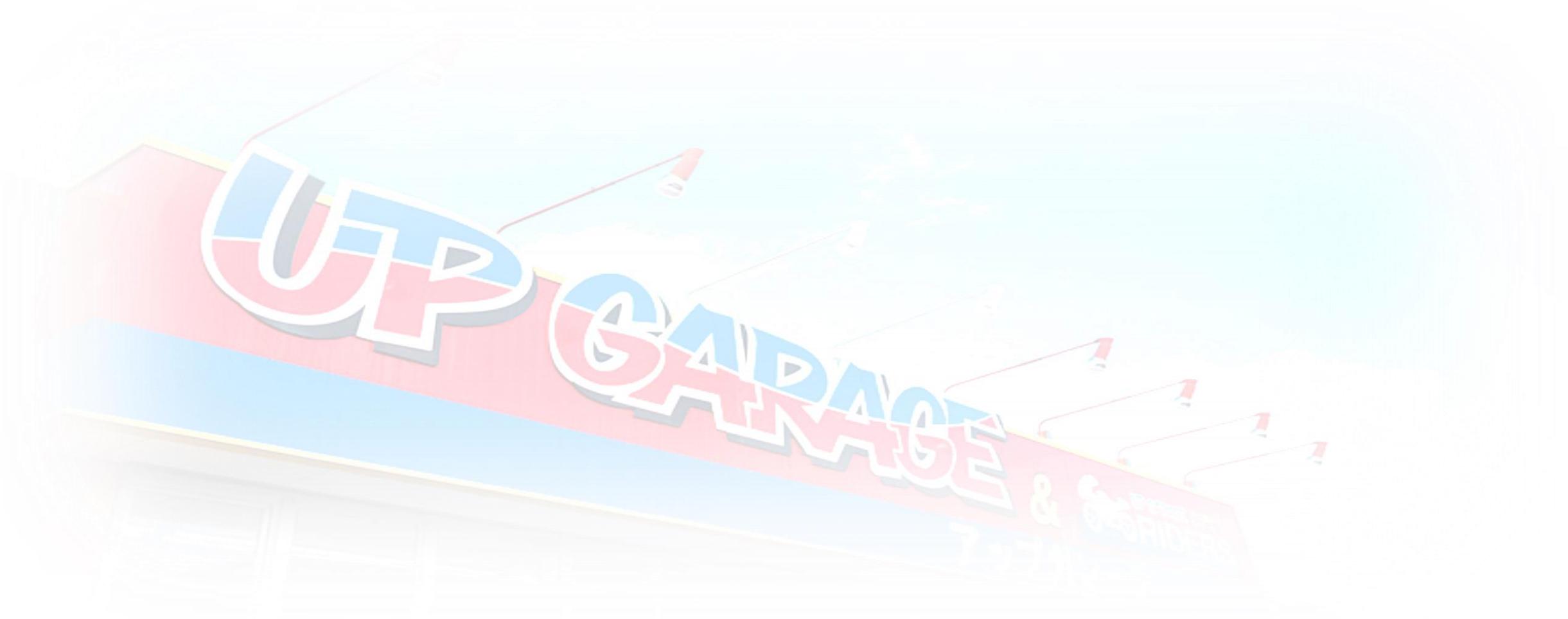
8

店舗

(前期11店舗)

(百万円)		2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	増減額	増減比
リユース業態	店舗売上	2,146	2,189	43	102.0%
	フランチャイズ関連	516	616	99	119.2%
	EC手数料・WEB広告	87	100	12	114.2%
	海外EC	138	115	△22	83.5%
	本部・その他	172	213	40	123.3%
流通卸売業態	タイヤ流通センター	1,066	1,144	78	107.3%
	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	1,010	1,096	86	108.5%
(株) クルーバー	グループ会社関連収入	344	397	53	115.4%
	人材紹介サービス	9	19	10	207.6%
	連結調整	△692	△761	△69	-
連結売上高		4,800	5,131	331	106.9%

重点施策・業績予想・株主還元



直営店の売上高・利益率の改善・向上

適正価格での中古品の買取販売

店舗取付メニューの拡充

新規出店による店舗増

DXによる店舗オペレーション・利便性の向上

買取端末による電子化

作業予約一元管理ツール「テマレス」

ECサイトでの取付作業予約

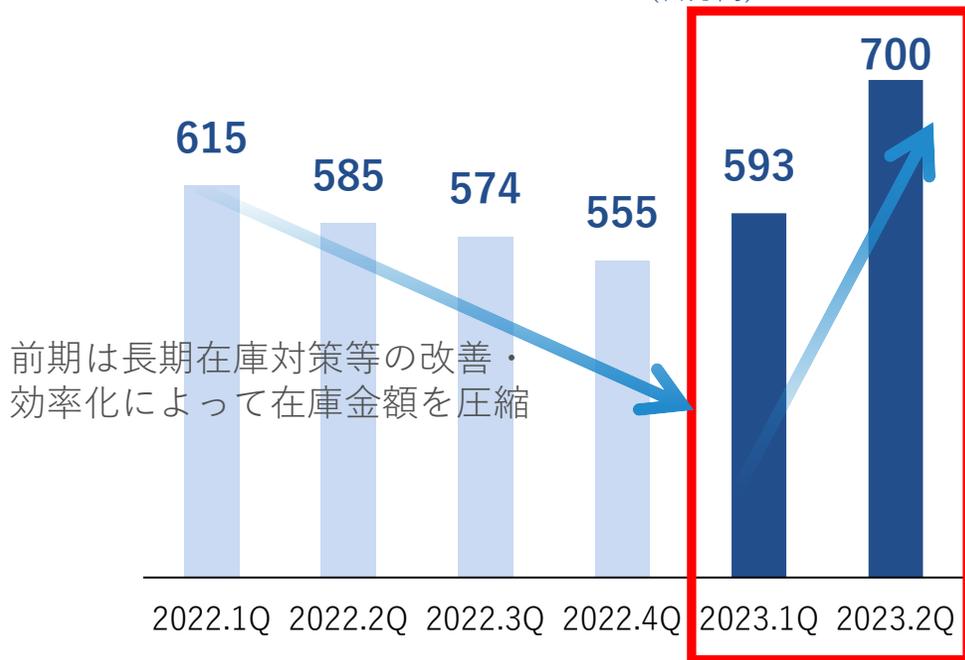
下期の重点施策

- ・ 直営店 2 店舗新規出店（10月出店完了）
- ・ 冬季のスタッドレスタイヤレンタルサービスの拡大
- ・ アップガレージアプリのリリースによる販促・集客の強化

グループ全体として在庫を持っても短期間で売り切るオペレーションを徹底しており、在庫回転数が高く在庫リスクは僅少

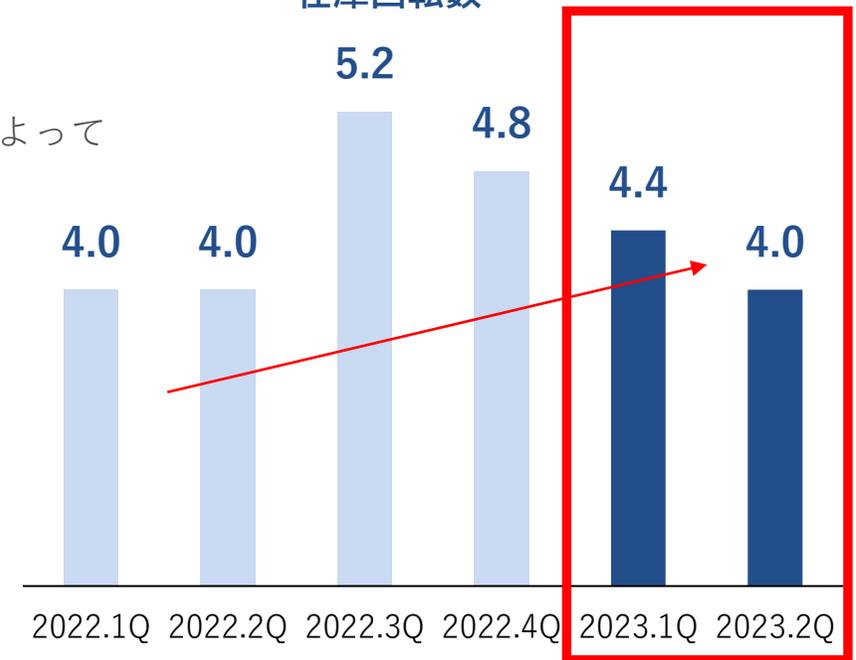
リユース業態は3か月で在庫商品入れ替え、流通卸売業態は季節・マーケット動向により在庫変動があるものの発注→仕入が原則

商品在庫 (百万円)



当期は新規出店、買取増加によって在庫金額が増加傾向

在庫回転数



上期において在庫金額が増加したものの在庫回転数は向上

2023.2Qの商品在庫増加については、流通卸売業態においてタイヤ値上げと冬場のスタッドレスタイヤ需要に備えて在庫を確保したため

上期の状況、10月の月次を踏まえ通期業績達成の確度はUP

3Q繁忙期に向けて足元の準備は完了、**確実な計画達成を目指す**

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期 業績予想	増減額	増減比
売上高	10,530	11,306	775	107.4%
営業利益	689	800	111	116.2%
経常利益	699	813	113	116.3%
当期純利益	412	482	70	117.0%
1株当たり当期純利益 (円)	183.36	183.98	—	—

配当性向**30%**を目標として毎期継続的に株主還元を行う方針

	2022年3月期	2023年3月期 予想
1株当たり配当金	47.5円	55.0円

直近の取り組み



アップガレージライダーズ/
サイクルズ相模原駅前店（直営店）

2022年10月7日オープン

アップガレージライダーズは全国 65 店舗目、
アップガレージサイクルズは全国 3 店舗目のオープン



住所 : 神奈川県相模原市中央区相模原 8-4-15
アクセス : 国道 16 号線沿い「相模原駅入口」信号付近
ボーリング場「ファーストレーン」1階
JR 横浜線「相模原」駅より徒歩約 10 分
売場面積 : 約 368.77 m²
取扱い : 二輪、自転車

タイヤ流通センター速太郎茂原店（フランチャイズ店）

2022年9月17日オープン



住所 : 千葉県茂原市腰当 526-1
アクセス : JR「新茂原駅」から
車で約5分
併設 : 速太郎茂原店

タイヤ流通センター千葉市原店（フランチャイズ店）

2022年9月17日オープン



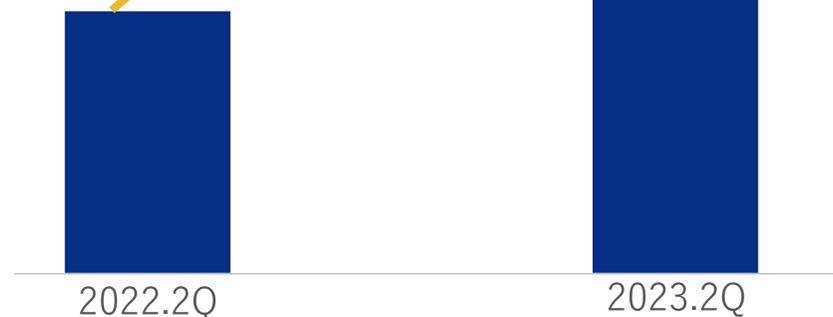
住所 : 千葉縣市原市君塚 3-4-12
アクセス : 小湊鐵道「五井駅」から
徒歩約22分
併設 : アップガレージホイールズ
千葉市原店

1Qに引き続き買取業務が好調

<前期比>
買取金額 112.5%
+283,253千円

買取点数 101.7%
+12,000点

買取金額
2,254,224千円
(買取点数 675千点)



買取金額
2,537,477千円
(買取点数 687千点)

- ・ 新品パーツの入荷が減っていることにより、中古パーツのニーズが高まり、買取価格の上昇に繋がった
- ・ 来店のお客様への”査定見積もり”（※）実施の強化により、買取点数が増加

（※査定見積もり…
店舗にて口頭でお持ちのパーツを伺い
見積もりを作成しお渡しすること）

高齢者運転免許証自主返納者を対象とした特典サービスを開始

本サービスでは、社会問題化している高齢者の自動車事故発生件数の削減に寄与すること、そして車体・部品の買取を通じて、高齢者のお客様が大切にされてきた愛車やパーツを、次の世代に繋げることを目指しています。

また、自動車・バイクの車体の買取1台につき10,000円をアップガレージより公益財団法人交通遺児等育成基金へ寄付し、交通遺児支援に必要な事業資金の確保と事業運営の安定化にお役立ていただきます。

実施期間：2022年10月1日～当面の期間

対象者：65歳以上の運転経歴証明書をお持ちの方

特典：①パーツ・工具の買取（自動車・バイク・自転車）、
自転車車体の買取…買取金額20%アップ
②車体の買取（自動車・バイク）
買取金額100,000円以上…クオカード10,000円分プレゼント
買取金額100,000円未満…クオカード1,000円分プレゼント



※対象店舗：アップガレージ46店舗加盟（2022年10月1日時点）

ECサイトでの商品購入から、ご指定の店舗での取付け予約までが
 サイト上でワンストップで可能になるOMO戦略を開始

Crooober

ECサイトにて

商品を購入
 +
 取付け予約



← パーツの取付予約



予約店舗 横浜町田総本店
 作業内容 タイヤホイール交換
 作業時間 1時間～
 作業工賃 ¥2,200 (税込) ~
 ※実際の工賃は予約店舗までお問い合わせください。
 ※4WD等の特殊な車両の場合は工賃が異なる場合がございます。

前の1週間 11月 次の1週間 >

	3木	4金	5土	6日	7月	8火	9水
10:00	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖
10:30	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖
11:00	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖

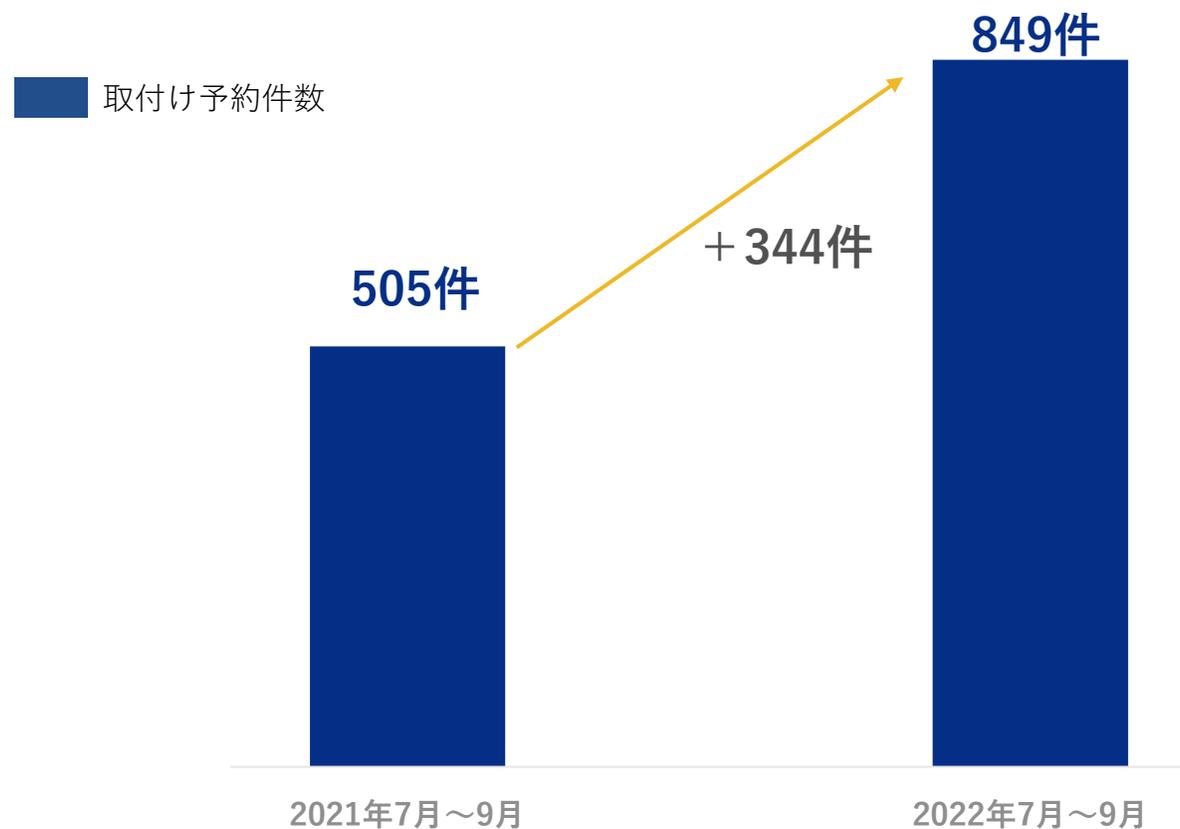
手ぶらで、予約店舗に行くだけで
 ECサイトで購入した商品の取付けが可能に



UP GARAGE

アップガレージ店舗への来店促進にも寄与

ワンストップでの予約サービス開始から、取付けサービスの予約件数が大幅に増加
利益率の高い取付けサービスの増加により、売上総利益率も向上



取付け
予約件数

前年同期比

168.1%

※OMOは2022年7月より開始

※ 前年のデータはアップガレージWEBサイト上のサービス予約件数実績

愛車管理のできる公式アプリ「アップガレージアプリ」で販促、集客施策を強化
～店舗、EC、顧客を繋ぐマーケティングDXを開始～

2022年11月に、公式アプリ「アップガレージアプリ」β版をローンチ。
アプリでは、顧客と店舗の双方で愛車のメンテナンス履歴、カスタム履歴等の管理ができ、
接客に活かすことで、顧客満足度及びリピート率向上を目指す。

■ β版の主な機能

1. 会員証機能
2. 見積り閲覧機能
3. 愛車登録機能
4. クーポン機能



会員証



購入



買取



クーポン

正式版ローンチ後は、早期にダウンロード数20万人達成を目標に施策を開始予定

今後はアプリにより店舗、ECサイト共通の顧客IDの取得数の増加を見込み、マーケティングの質を高めたOne to Oneマーケティングの実施を目指す。



システム開発部門(ZERO TO ONE事業部)



システム開発
エンジニア
約30名



フルスクラッチで開発

- ①アップガレージ基幹システムの構築
- ②受発注プラットフォームNEXLINKの開発
- ③ECサイト（Crooober.com）の構築
- ④グループ全体のWEBサイトの構築
- ⑤アップガレージ店舗の業務効率化に向けたシステム開発
- NEW**
⑥アップガレージアプリの開発

- ・ 今後はアップガレージ以外のリユース店や自動車関連会社へ開発したシステムを販売していくことを目指す
- ・ プロダクトを通して自動車業界の変革とDX化を支援

自動車業界特化の人材紹介事業



先人たちが築いた日本の自動車業界に恩返しをしたい
自動車業界のこれからをもっと盛り上げていきたいという思いから
2019年に始まった自動車業界特化の人材紹介事業【BoonBoonJob】

・応募者と求人情報の高い親和性 ～自動車業界に特化した人材紹介～

アップガレージやECサイト（Crooober.com）と連携し自動車業界に関心が高い応募者が集まります。

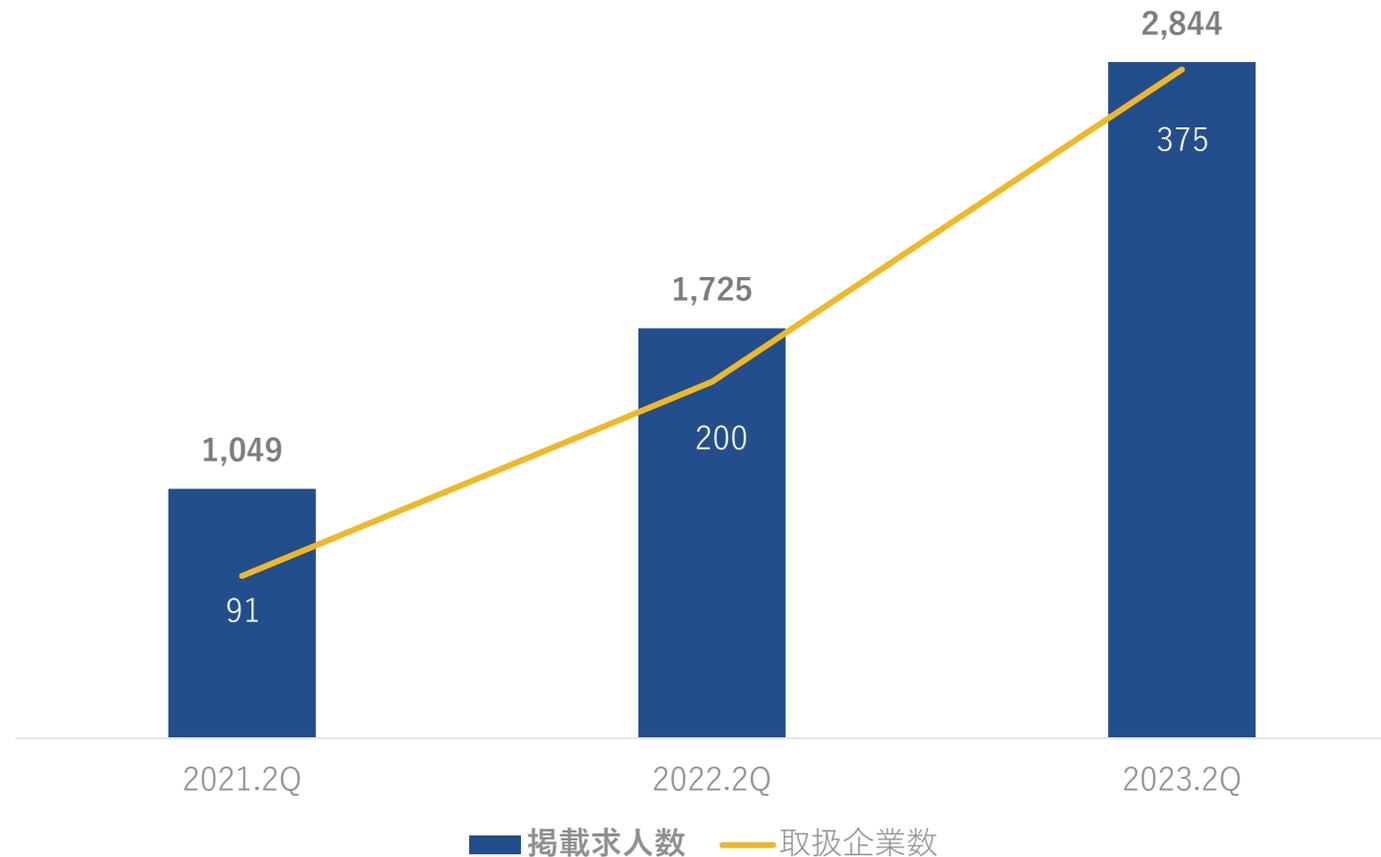
・自動車業界で20年超の当社が人材をご紹介

アップガレージとして20年以上自動車業界に関わってきた当社がマッチングの高い人材をご紹介します。

人材紹介サービスの成長

掲載求人数・取扱企業数は順調に増加

人材紹介サービスをきっかけにしてお取引先様の他のニーズも開拓することでパートナーシップを強化



APPENDIX





株式会社クルーバーは、中古カー用品買取販売業のアップガレージと新品カー用品卸売業のネクサスジャパンの持ち株会社です。



UP GARAGE

(株)アップガレージ

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。



 **NEXUS Japan**

(株)ネクサスジャパン

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

アップグレード 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・ホイール専門店、カスタム化された特徴ある中古車買取、新品タイヤ販売チェーンを展開しています。

 **132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

 **65店舗**

中古バイク用品専門の買取・販売店

 **11店舗**

中古タイヤ・ホイール専門の買取・販売店

 **5店舗**

カスタム中古車両を中心としたの買取店

 **176店舗**

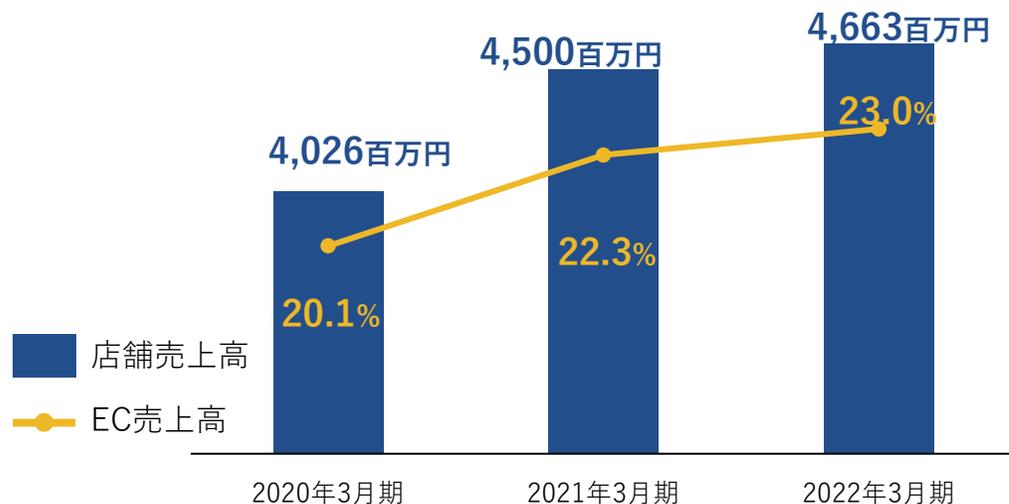
タイヤ選びをシンプルに提案する3プライスの新品タイヤ販売店

収益の源泉は、直営店収益およびFC関連収益です。

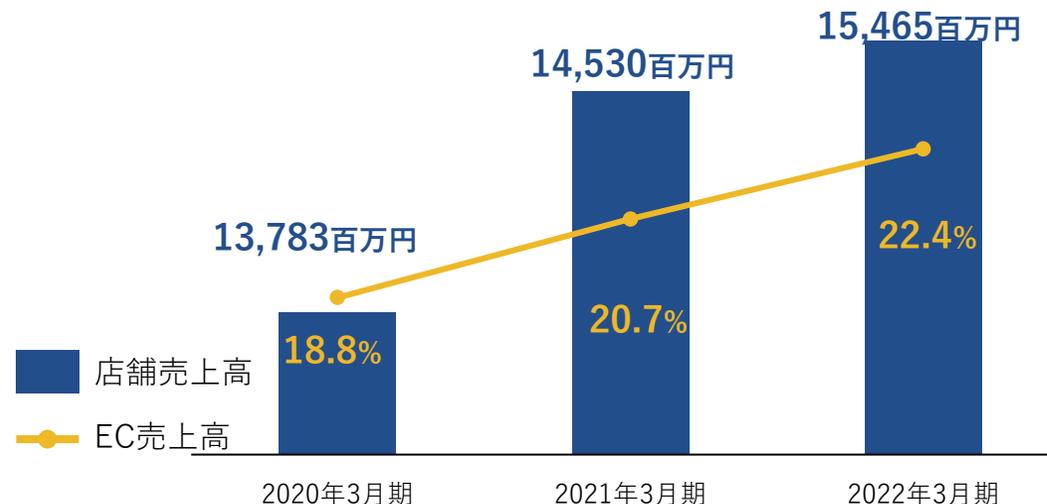
直営店・FC店ともに、実店舗およびECが販売チャネルです。



【アップガレージ直営店売上】

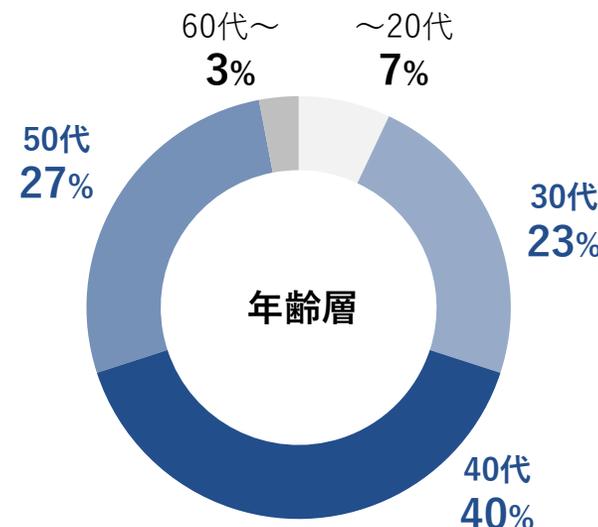
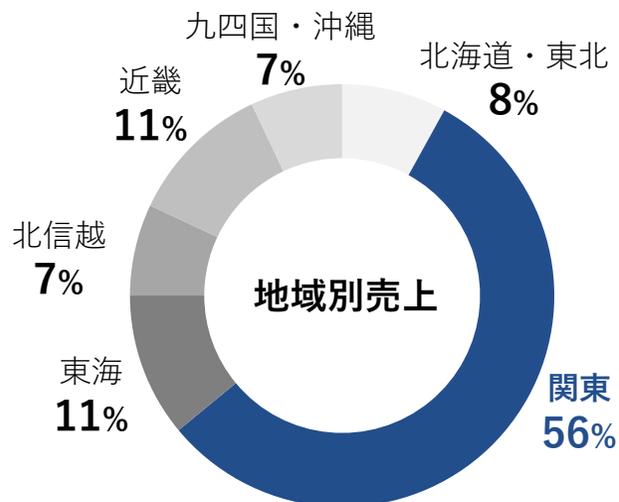
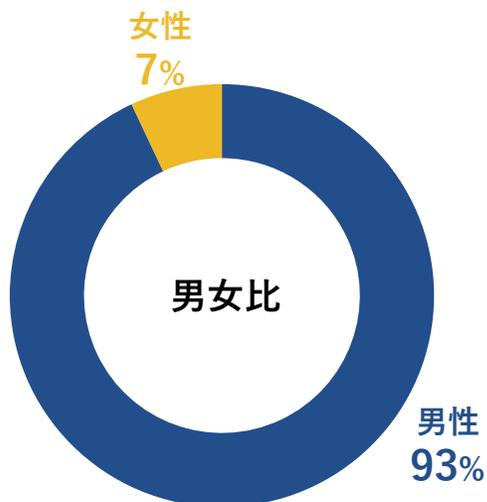


【アップガレージFC店売上】



データでみるアップガレージの顧客像は、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**11,000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。

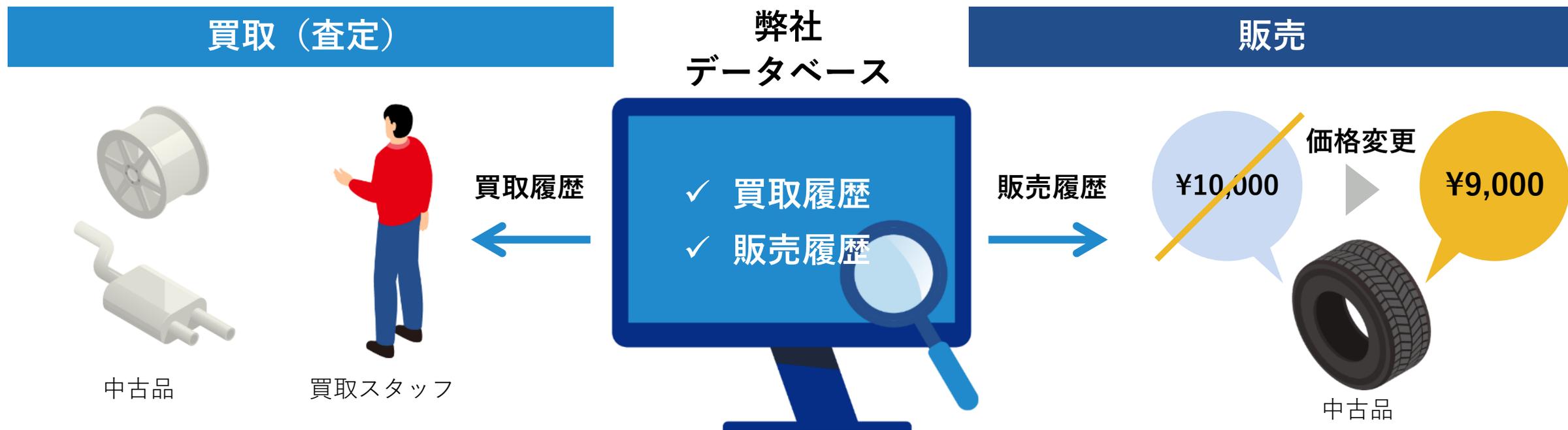
新品カー用品業界との比較

	 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

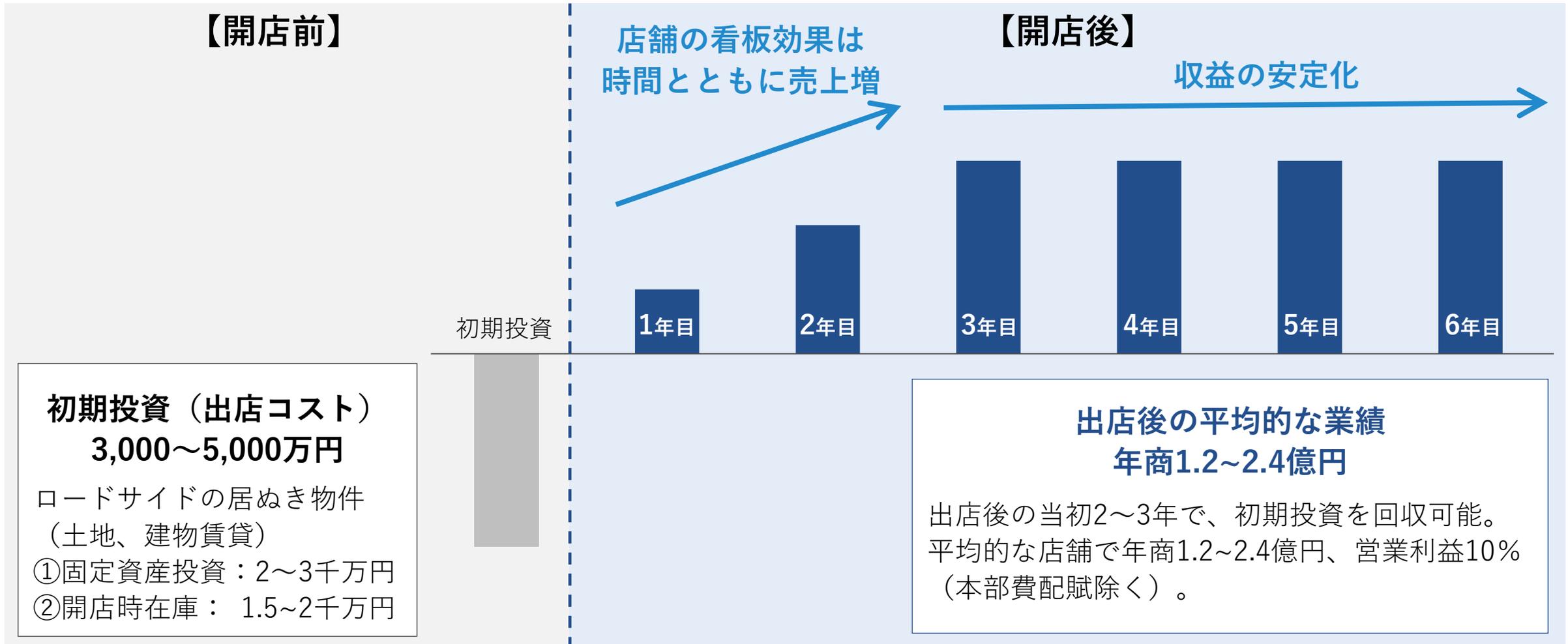
売買履歴・回転日数などの独自データを基に、適正な買取・販売価格設定が可能です。
「3か月で商品がすべて入替る」売場作りを目指しています。



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600億円、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。

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)リフォーム産業新聞社 リサイクル通信
「リユースデータブック2021」

弊社の買取対象となる
新品カー用品
6,000億円

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6,000億円の市場規模。

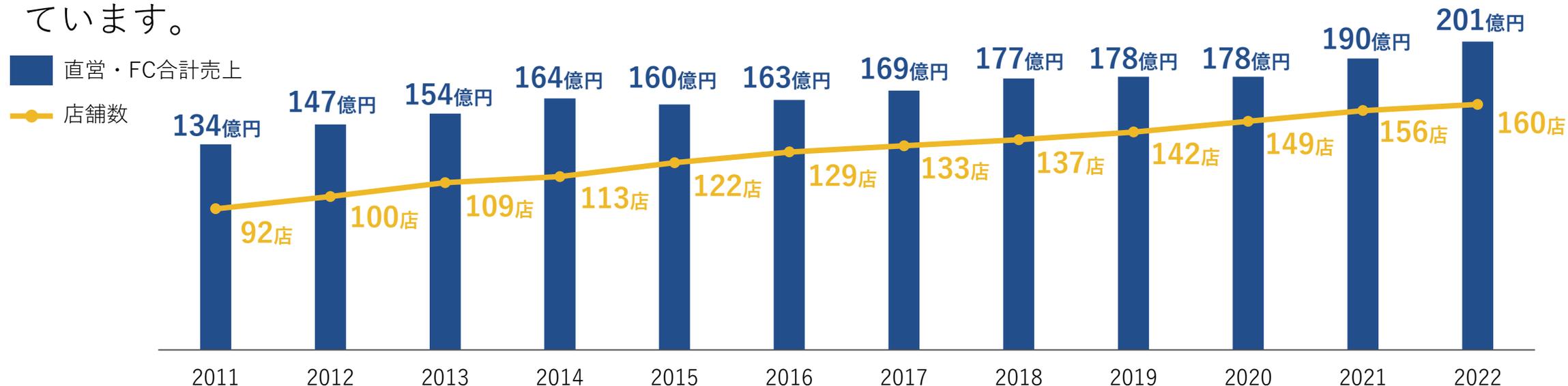
タイヤ	3,030億円
一般用品	2,830億円
ナビ・オーディオ機器	100億円
合計	6,000億円

※出典：(株)矢野経済研究所 自動車アフターマーケット総覧 2021年版

2018年
578億円

2020年
603億円

直営・FC合計売上400億円を達成のために、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店舗を目指します。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。



アップガレージ圏央厚木インター店
2021年12月オープン

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。



新規出店直後でも豊富な品揃えを目指す

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。

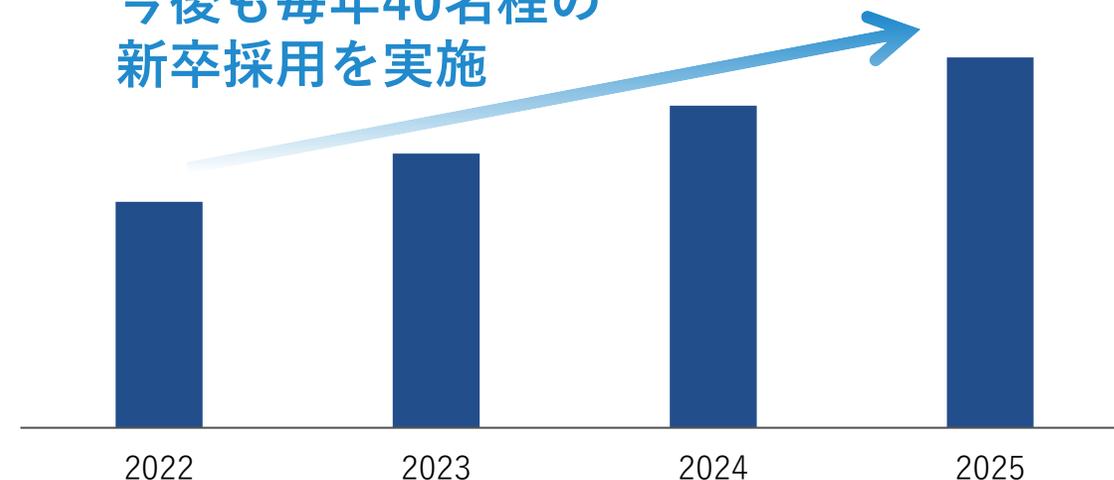
平均的な店舗は正社員2～3名とアルバイトで運営します。毎年40名程度の新卒採用を実施し、出店に必要な人材の確保・育成を行います。離職率も10%程度へ低下しています。

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
店舗スタッフ	99名	102名	116名
本部スタッフ	65名	71名	72名
従業員合計	164名	173名	188名
新卒入社	20名	23名	31名
離職率	15.4%	8.1%	10.5%

※2023年入社新卒採用目標は40名
 (店舗採用30名+本部採用(エンジニア含む)10名)

【今後の従業員推移イメージ】

今後も毎年40名程の新卒採用を実施



- 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。

アップグレードが展開する
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

¥12,900~
(税込¥14,190~)



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

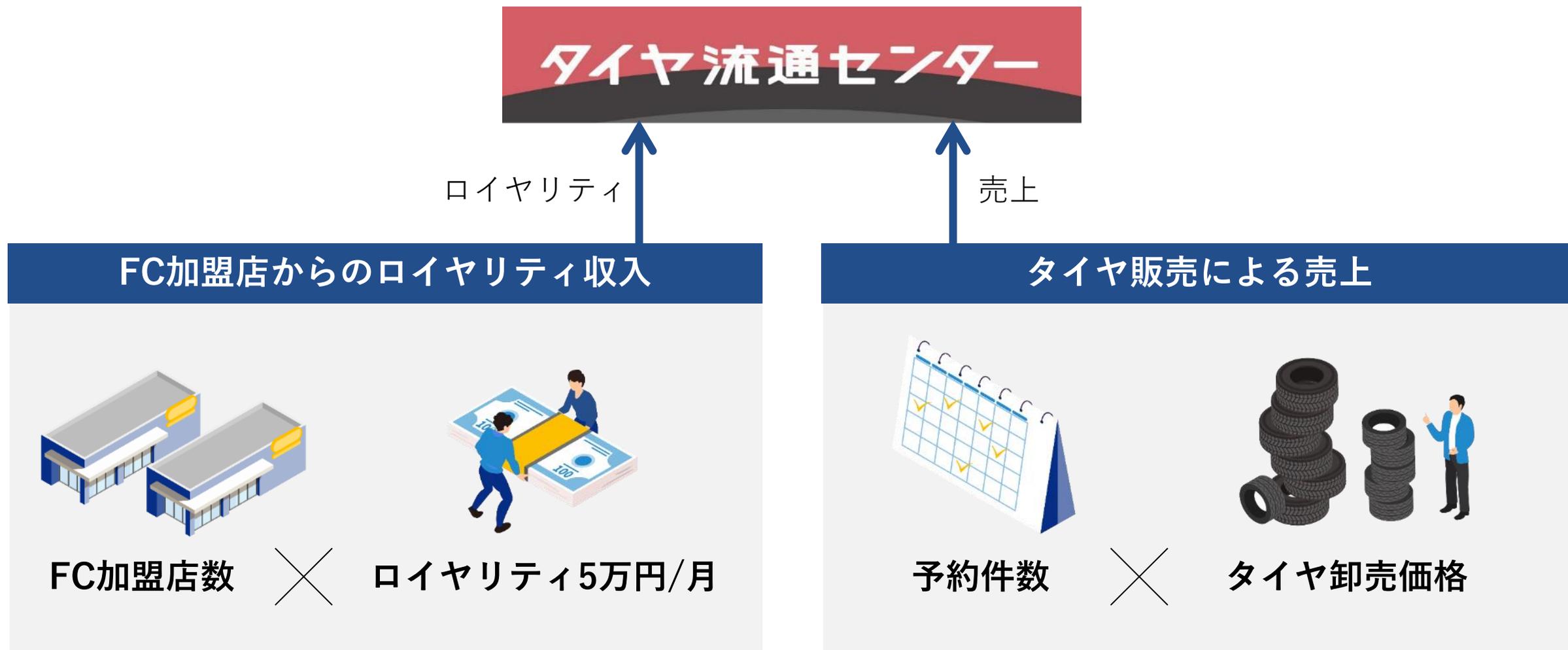
¥14,900~
(税込¥16,390~)



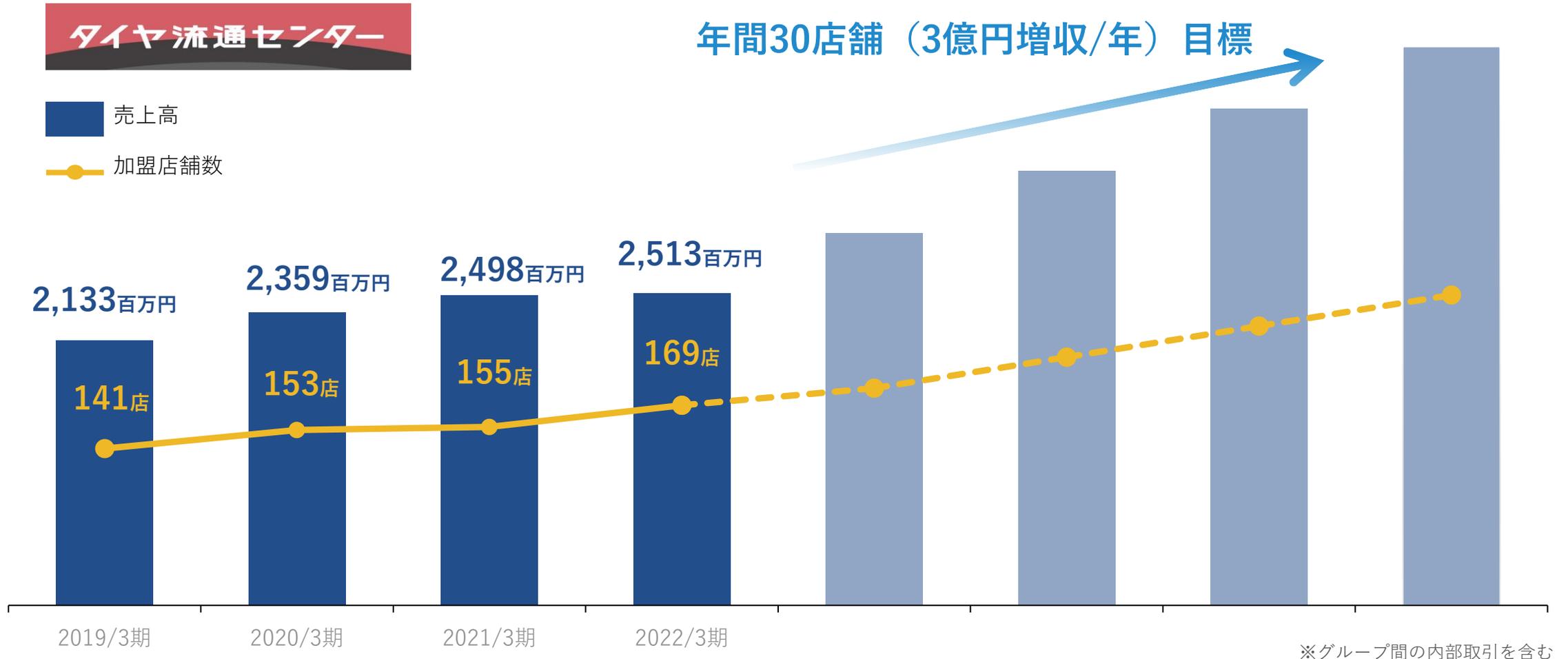
加盟店舗へは、ネクサスジャパンから新品タイヤを販売
サービス名を東京タイヤ流通センターからタイヤ流通センターへ変更



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。



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。



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4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

 **NEXUS** Japan

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

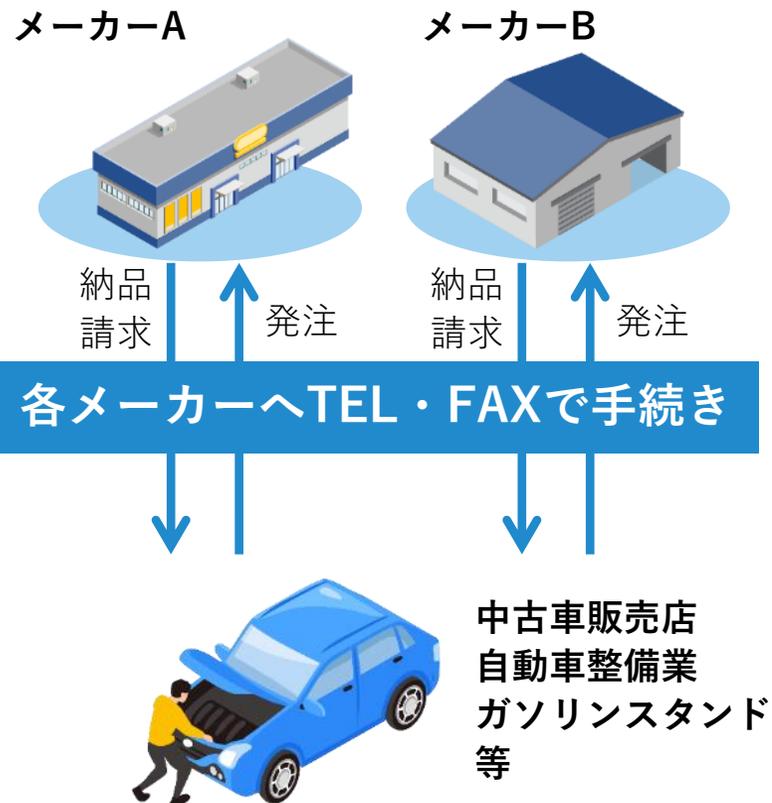


受発注プラットフォーム（=ネクスリンク）による受発注一元管理により、顧客課題を解決。

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。

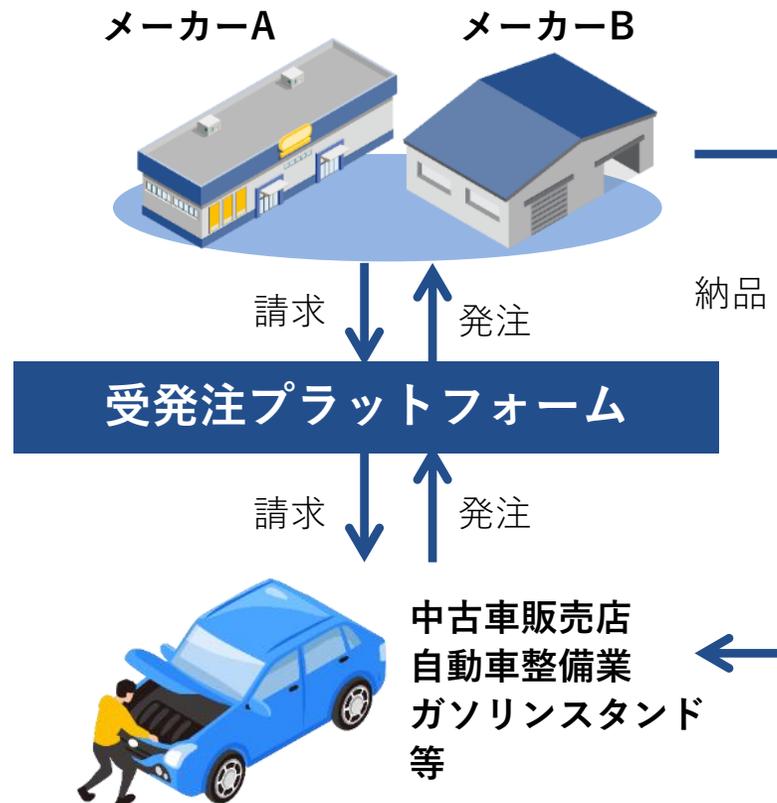
従来の受発注

(各メーカーへTEL・FAXで手続き)



ITプラットフォームで受発注

(オンライン上で完結)



受発注プラットフォーム

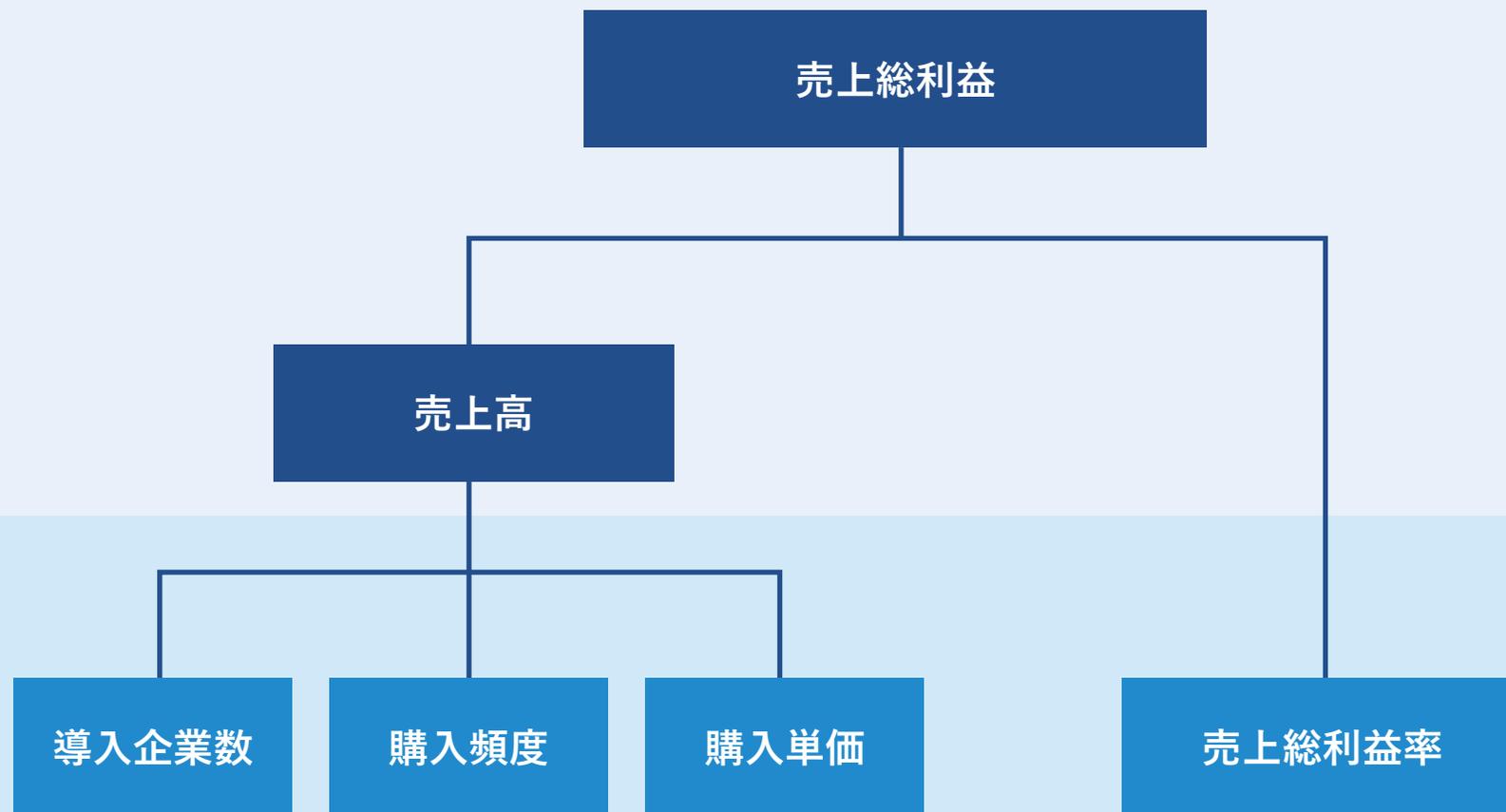
- 取引企業に合わせた専用サイトを提供
- 発注・納品のステータスをサイト上で一元管理
- 自動車用品に精通したスタッフによる問い合わせ窓口を設置
- 顧客側の基幹システムとのデータ連携開発
- 経費処理の簡略化をサポート

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



導入企業数増のための新規獲得活動と購入金額増のための深耕営業を拡大します。
 利益率向上のための原価率低減へも取組中です。

導入企業数

最大手中古車ディーラー等に導入済。
 経験・知識豊富な営業チームが、大手
 中古車チェーン中心に新規開拓中。

購入単価/頻度

導入済企業のニーズ把握および、提案
 営業での価値提供を行い、顧客深耕を
 目指す。

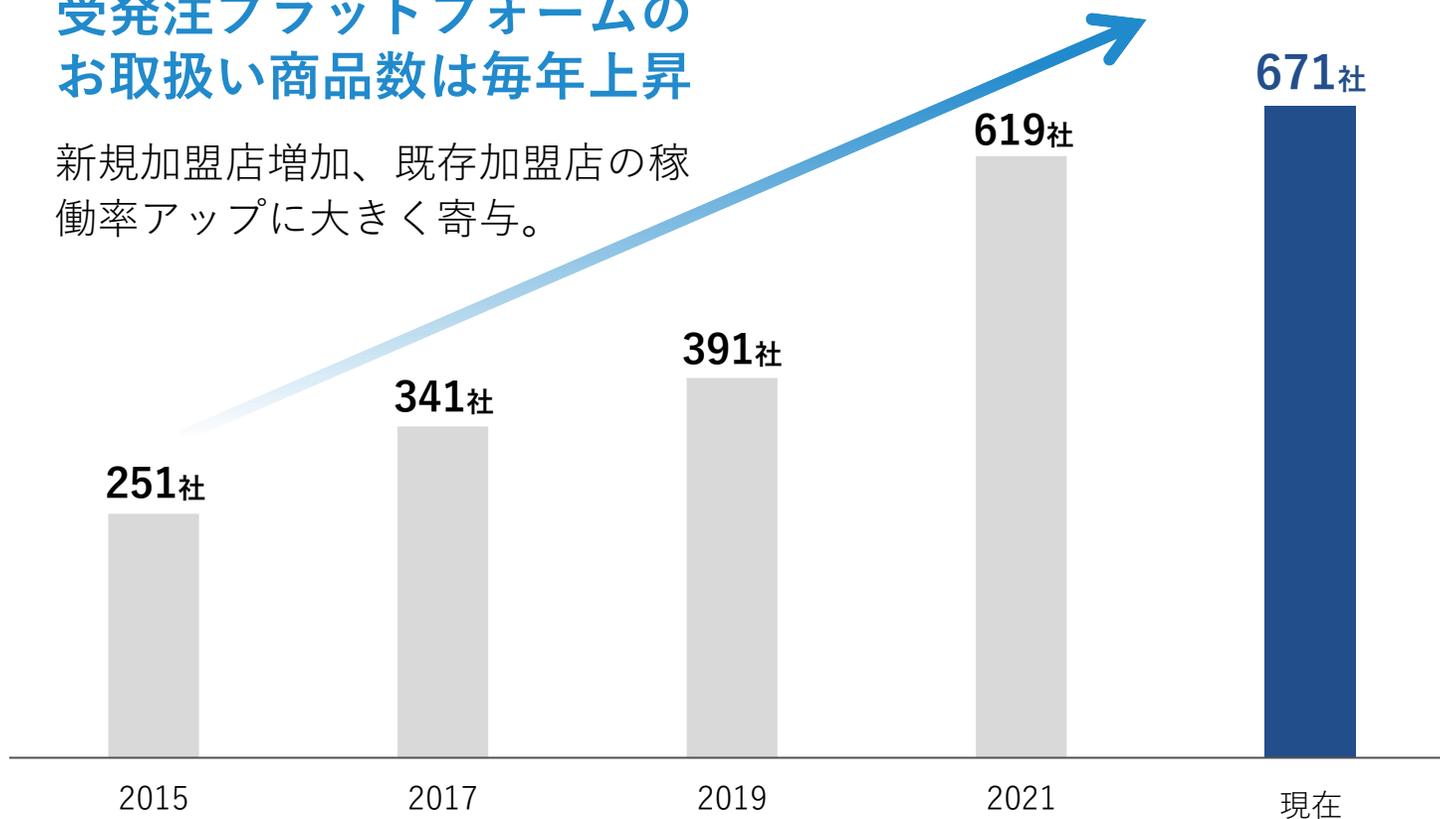
売上総利益率改善

スケールメリットを生かしたボリュ
 ムディスカウントでのコスト低減を目
 指す。

【サプライヤーの推移（社数）】

受発注プラットフォームの
 お取扱い商品数は毎年上昇

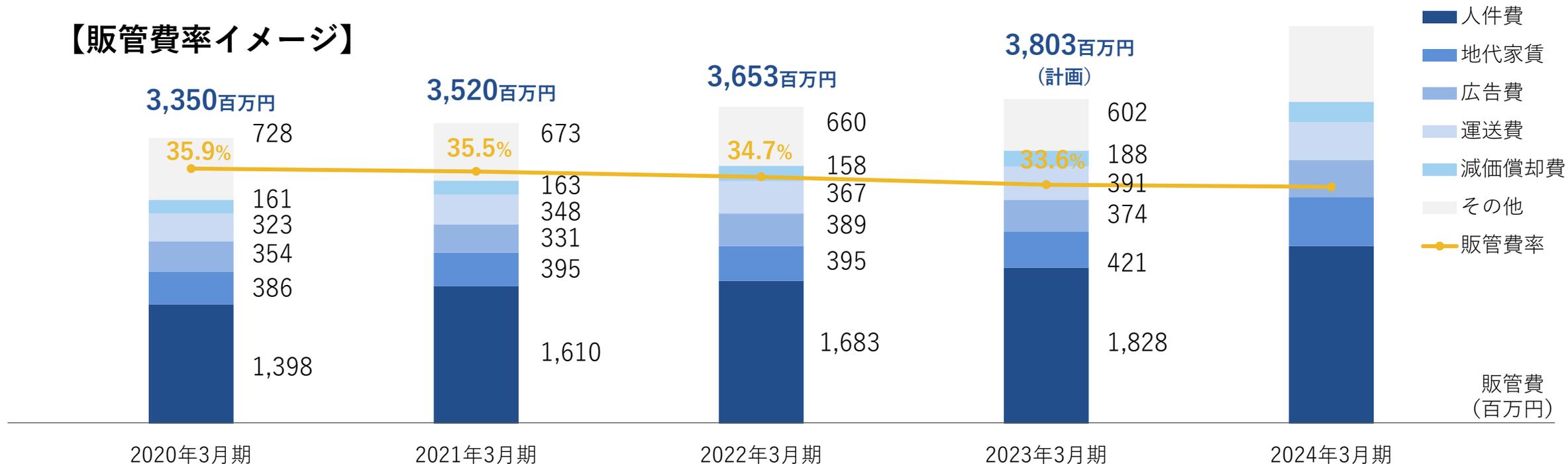
新規加盟店増加、既存加盟店の稼
 働率アップに大きく寄与。



		粗利率	主な原価
	直営店（含むE C）	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
	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
		グループ連結 での粗利率 40%	

売上高に対する販管费率は35%前後の水準を維持しています。

【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。

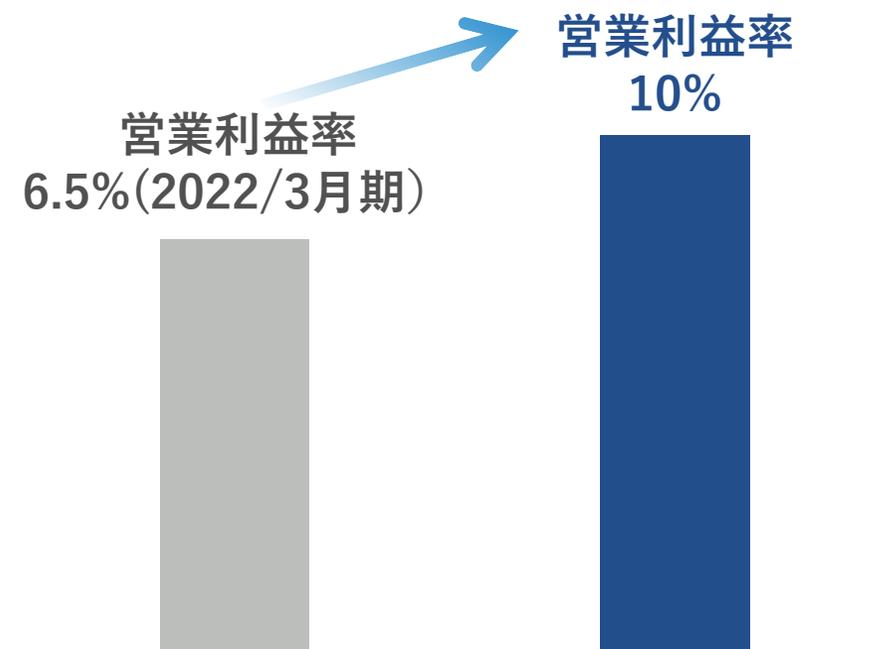
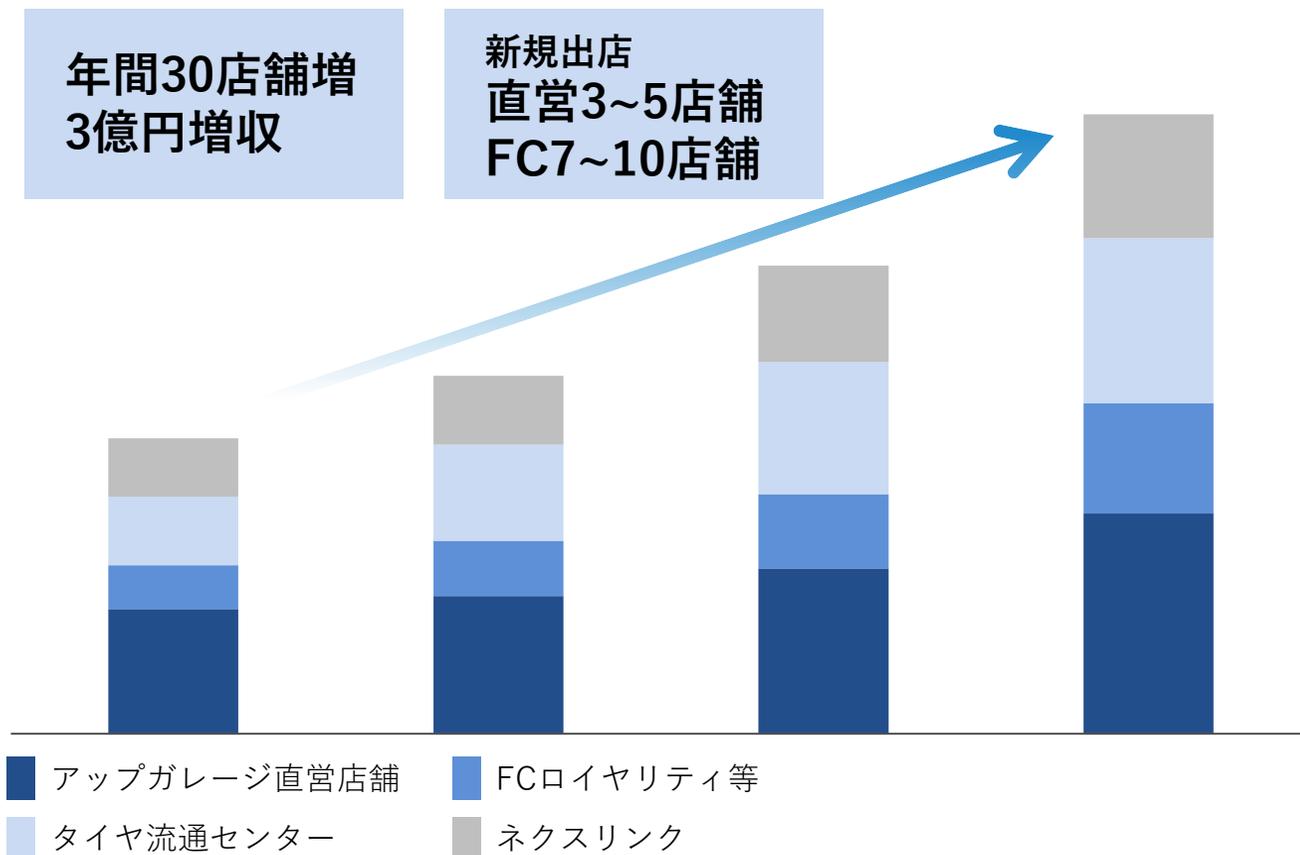
運送費

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。

アップガレージ直営店/FC店とタイヤ流通センターの継続出店を基盤として、アップサイドの狙えるネクスリンクの大規模中古車業社への導入を目指します。また、利益率向上のための原価率低減へも取組中です。

顧客の継続獲得
(顧客の規模次第でアップサイド)

**原価率・販管費率の低減を通じた
利益率の早期改善**



【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（2022/3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。

DATABOOK



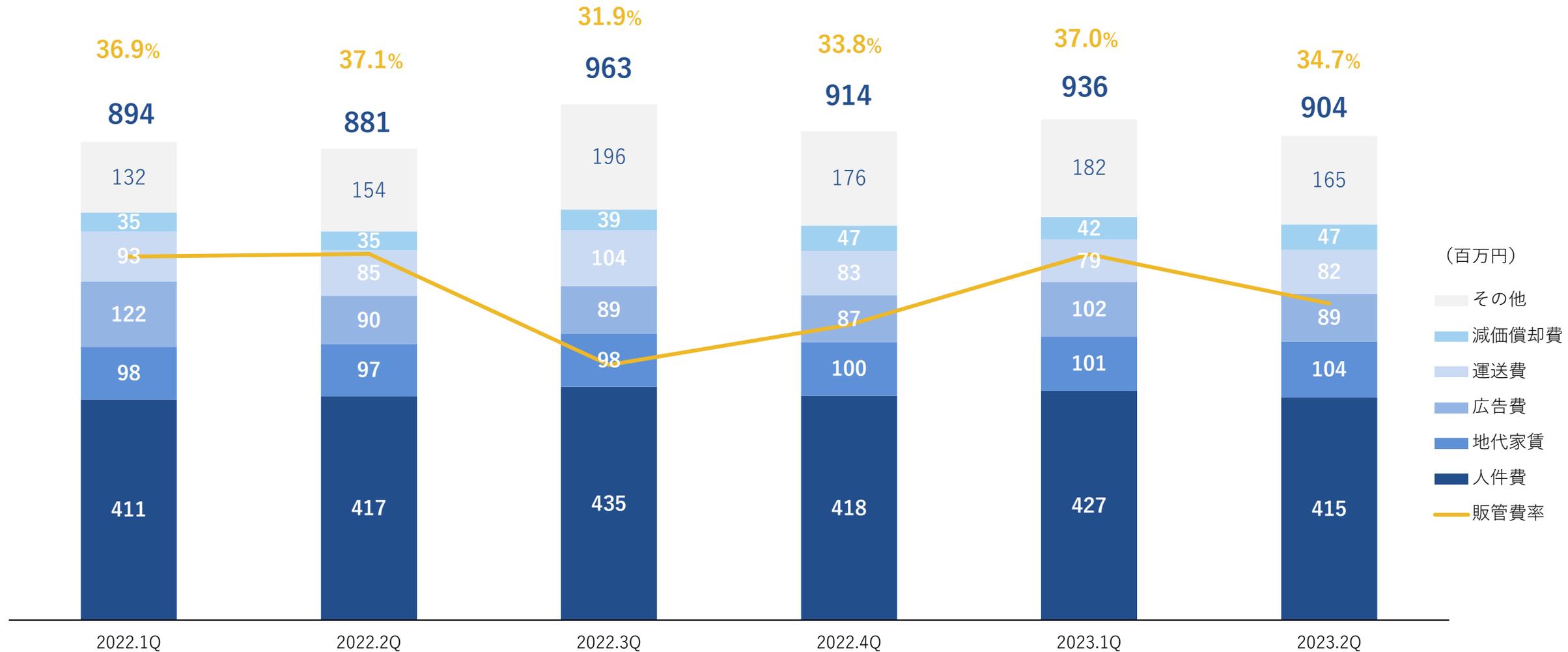
(百万円)	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	増減額	増減比
売上高	4,800	5,131	331	106.9%
売上原価	2,771	2,998	227	108.2%
売上総利益	2,028	2,132	104	105.1%
売上総利益率	42.3%	41.6%	—	—
販売費及び一般管理費	1,775	1,841	65	103.7%
営業利益	252	291	39	115.5%
営業利益率	5.3%	5.7%	—	—
経常利益	257	307	49	119.4%
四半期純利益	165	189	23	114.1%

(百万円)	2023年3月期 2Q実績	2023年3月期 2Q計画	増減額	計画比
売上高	5,131	5,175	△43	99.2%
売上原価	2,998	3,018	△19	99.3%
売上総利益	2,132	2,156	△23	98.9%
売上総利益率	41.6%	41.7%	—	—
販売費及び一般管理費	1,841	1,876	△35	98.1%
営業利益	291	280	11	104.2%
営業利益率	5.7%	5.4%	—	—
経常利益	307	283	23	108.3%
四半期純利益	189	173	15	108.9%

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期 2Q
流動資産	3,535	3,000
現金及び預金	2,074	1,399
売掛金	775	785
商品	555	700
固定資産	1,802	1,826
有形固定資産	907	905
無形固定資産	301	362
資産合計	5,338	4,826

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期 2Q
流動負債	1,835	1,277
買掛金	505	426
短期借入金	700	400
未払法人税等	169	94
固定負債	402	386
負債合計	2,237	1,664
純資産合計	3,100	3,162
負債純資産合計	5,338	4,826

(百万円)		2023年3月期 1Q	2023年3月期 2Q
リユース業態	店舗売上	1,088	1,101
	フランチャイズ関連	289	326
	EC手数料・WEB広告	51	48
	海外EC	63	52
	本部・その他	92	120
流通卸売業態	タイヤ流通センター	573	571
	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	535	560
(株) クルーバー	グループ会社関連収入	200	196
	人材紹介サービス	10	9
	連結調整	△377	△384
連結売上高		2,528	2,603



本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社グループが現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社グループとして約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は、様々な要因により大きく異なる可能性があります。

当社は2021年12月23日に東京証券取引所JASDAQ（スタンダード）に上場いたしました。本資料に記載されている過年度実績数値については、非上場であったため、監査法人の監査を受けていない数値が一部含まれる場合があります。