

2026年3月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社アップガレージグループ

2025年8月4日

東証スタンダード 証券コード:7134



1 — 2026年3月期 第1四半期業績ハイライト

2 — 2026年3月期 重点施策・業績予想

3 — 直近の取り組み、TOPICS

4 — appendix

1 — 2026年3月期 第1四半期業績ハイライト

2 — 2026年3月期 重点施策・業績予想

3 — 直近の取り組み、TOPICS

4 — 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今期も引き続き継続

- ✓ 継続的な新規出店及び来客数の増加により直営店・FC店ともに売上高は好調に推移し、前年同期比を大きく上回る
- ✓ 2Qに直営店で3店舗、サイクルズ1店舗の新規出店が決定済、2Q出店に向けた先行投資として1Qで出店初期費用が大幅に増加
- ✓ 直営店で1店舗、FC店で2店舗の新規出店

流通卸売業態

システム利用料収入の伸長により、流通卸売業態の利益率は大きく上昇

- ✓ タイヤ流通センター向けの卸売が前年同期比107.5%と好調に推移
- ✓ ネクスリンクの一部の取引形態を卸売からシステム利用に切替したことで、売上高としては前年同期比で減収
- ✓ 前期課題であった卸先の利益率の改善に注力したこと及びネクスリンクのシステム利用の手数料収入取引が伸長したことで、流通卸売業態の売上総利益率は+1.9%と大幅改善

売上高

3,378 百万円

前年同期比 **+3.0%**

営業利益

170 百万円

前年同期比 **△10.9%**

経常利益

159 百万円

前年同期比 **△22.4%**

四半期純利益

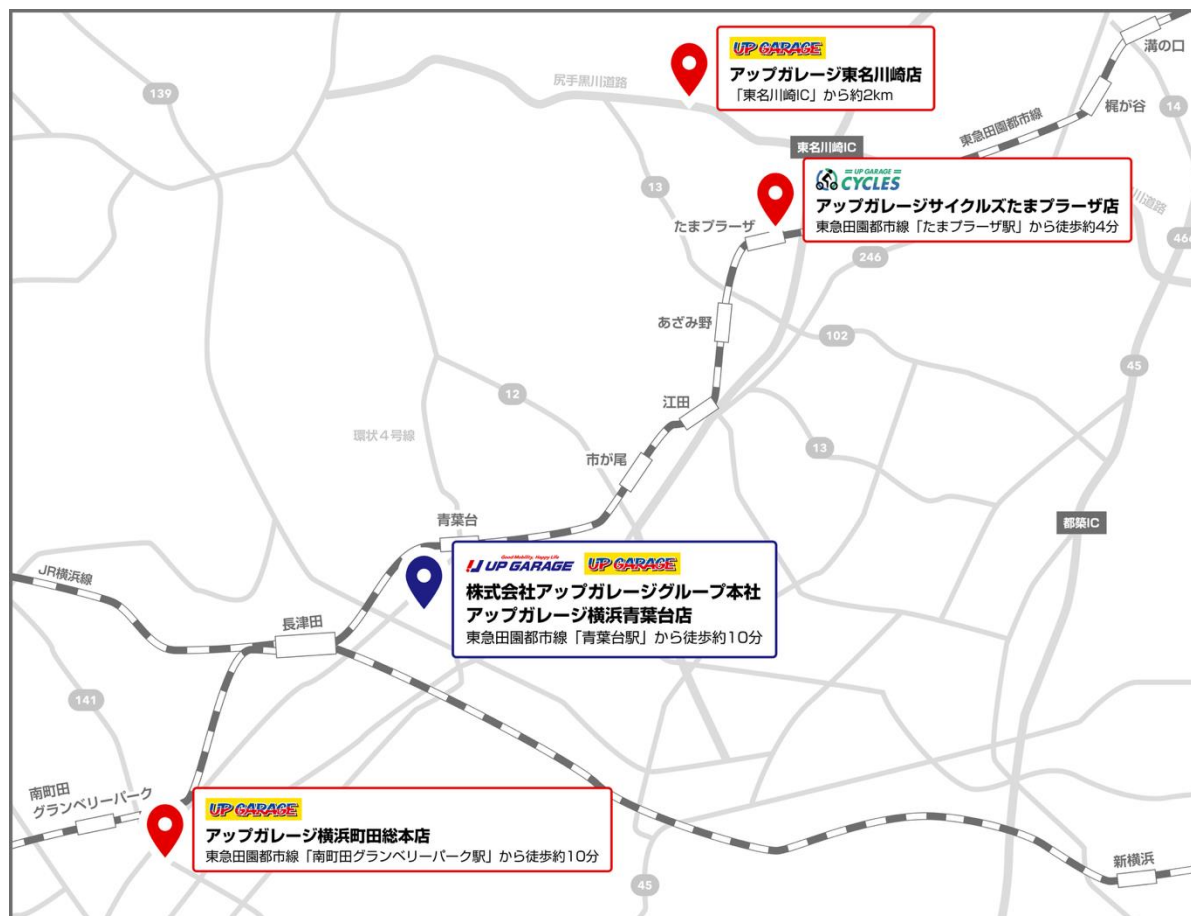
94 百万円

前年同期比 **△31.3%**

新規出店費用の先行投資及び期初からの人的資本投資により増収減益

- ✓ リユース業態で前年同期比8.7%増収
- ✓ 2Qに直営店で3店舗、サイクルズ1店舗の新規出店が決定済、2Q出店に向けた先行投資として1Qで出店初期費用が大幅に増加
- ✓ 新卒初任給の増額及び若手の店舗従業員の給与テーブル改訂等の人的資本投資により人件費は前年同期比9.5%増加(計画通り)
- ✓ 直営店で1店舗、FC店で2店舗の新規出店

第2四半期の複数出店計画により、拠点網を着実に拡大 ドミナント戦略の強化、地域密着型の出店も進める



2Qオープン確定情報

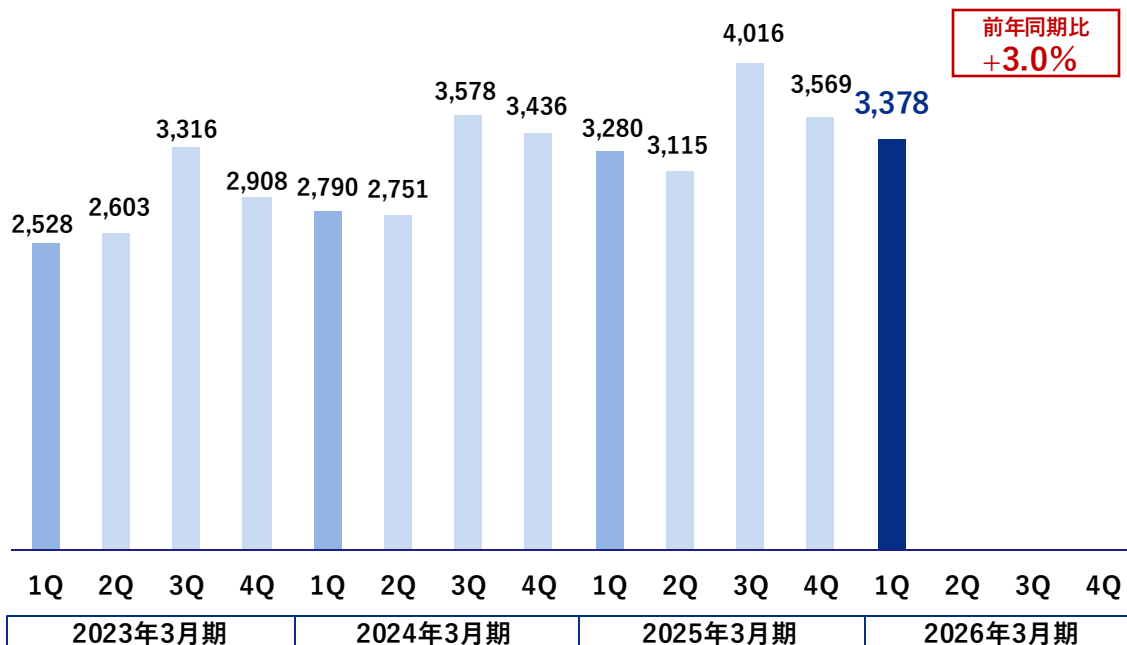
- サイクルズ** 2025年7月4日
アップガレージサイクルズたまプラーザ駅前店
- FC店** 2025年7月10日
アップガレージライダース茨城神栖店
- 直営店** 2025年7月11日
アップガレージ東名川崎店
- 直営店** 2025年8月7日
アップガレージ千葉旭店
- 直営店** 2025年9月予定
アップガレージ横浜青葉台店

リユース需要の拡大が引き続き継続したことで売上高及び売上総利益は順調に増加したものの、
2Q新規出店費用の先行投資及び期初からの人的資本投資により減益
売上総利益率は前年同期比+0.9%改善

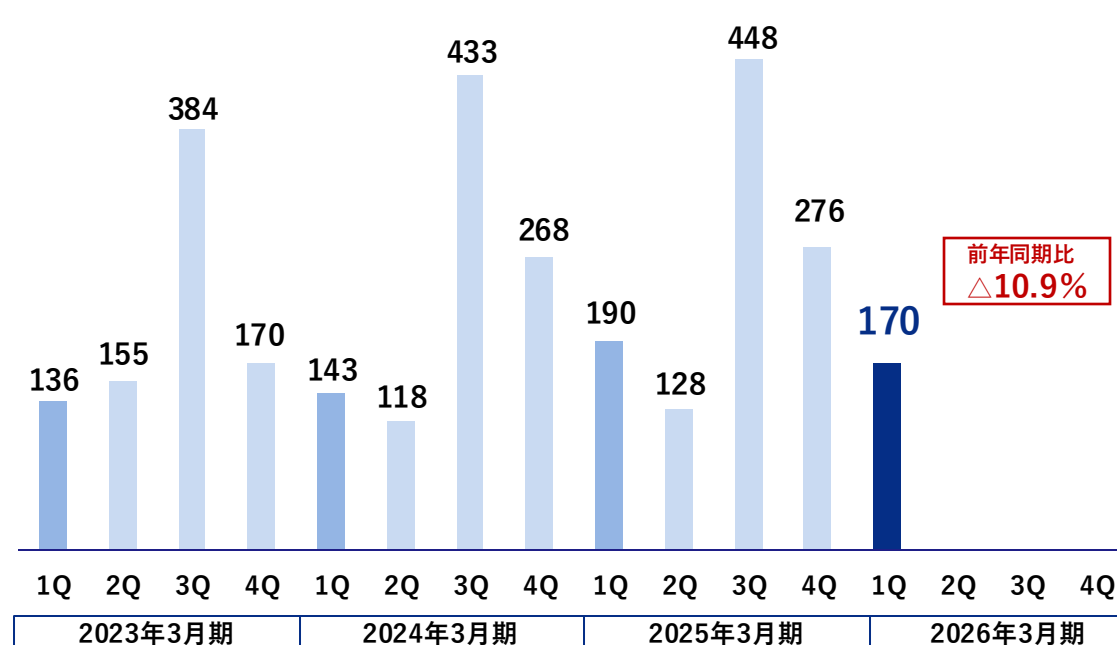
(単位：百万円)	2025年 3 月期 第 1 四半期	2026年 3 月期 第 1 四半期	増減額	増減比	2026年 3 月期 通期予想(参考)
売上高	3,280	3,378	98	103.0%	15,500
売上総利益	1,307	1,375	68	105.2%	—
売上総利益率	39.8%	40.7%			—
営業利益	190	170	△20	89.1%	1,315
営業利益率	5.8%	5.0%			8.5%
経常利益	205	159	△46	77.6%	1,325
四半期純利益	138	94	△43	68.7%	851

リユース需要の拡大が引き続き継続したことで売上高は増収
2Q新規出店費用の先行投資及び期初からの人的資本投資により減益

売上高（百万円）

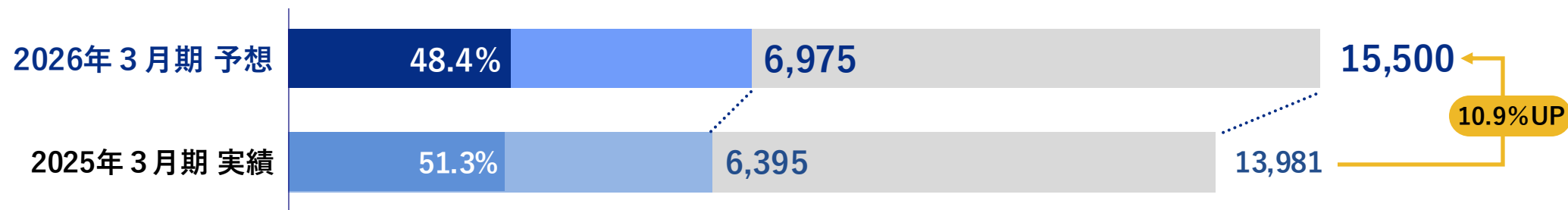
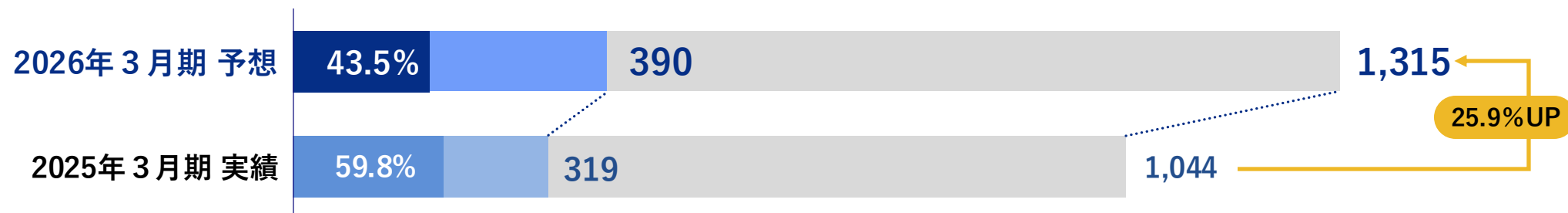


営業利益（百万円）



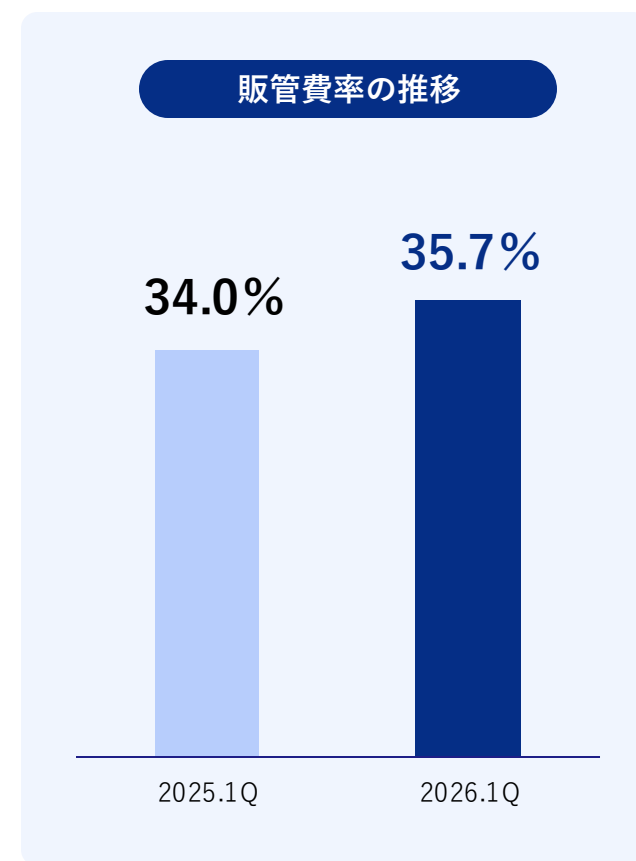
売上高・利益は季節要因によって下期偏重となる

2Q新規出店費用の先行投資により利益進捗が遅れているものの、下期の繁忙期に向けて出店計画が前倒しで進んでおり、通期では売上高・利益ともに計画通り

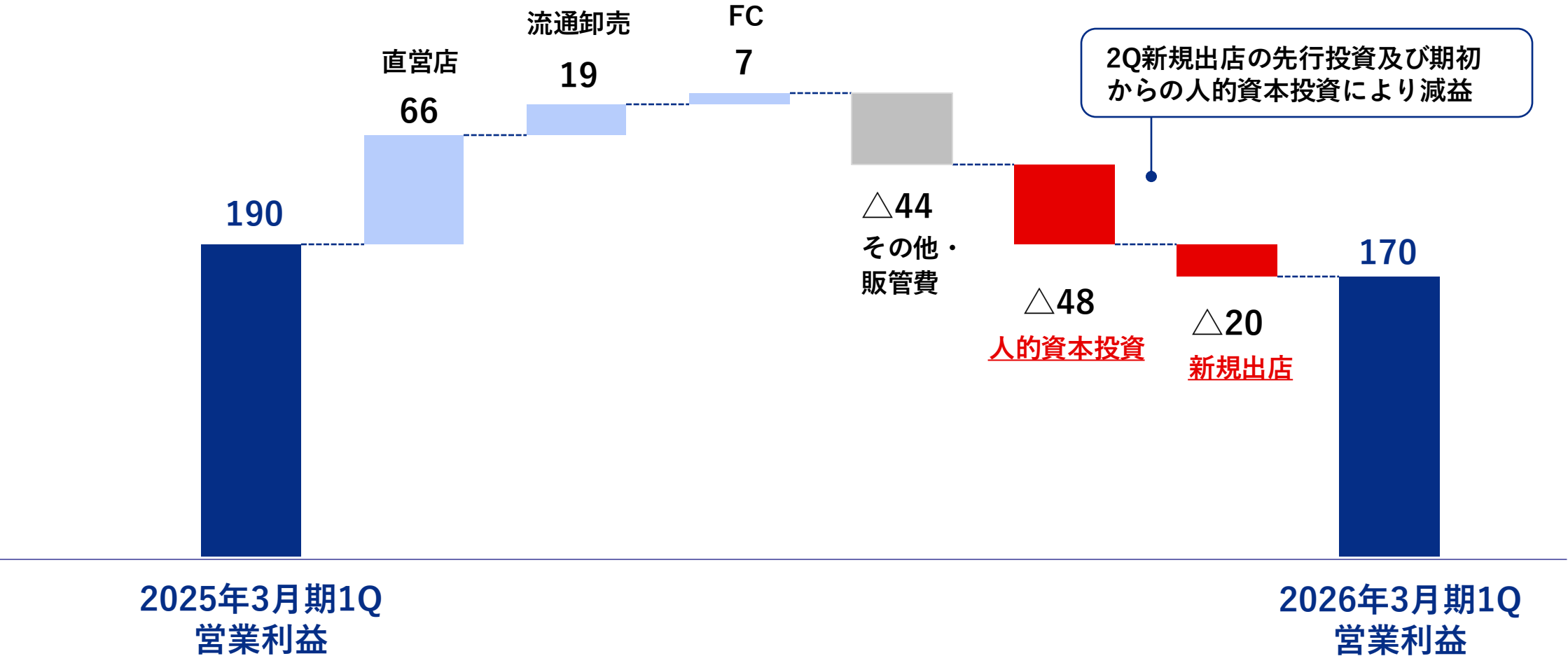
売上高 (百万円)**営業利益 (百万円)**

2Q新規出店費用の先行投資及び期初からの人的資本投資により販管費は前年同期比8.0%増
広告費は人材紹介サービスの費用見直しにより減少

(百万円)	2025年 3 月期 第 1 四半期	2026年 3 月期 第 1 四半期	増減額	増減比
人件費	510	558	48	109.5%
地代家賃	116	128	11	110.1%
広告費	120	98	△22	81.5%
運送費	98	96	△2	97.8%
減価償却費	65	86	21	132.3%
その他	204	237	32	115.9%
販管費合計	1,116	1,205	89	108.0%
販管費率	34.0%	<u>35.7%</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



自動車業界に特化した人材紹介サービス



(百万円)

		2024年3月期 第1四半期	2025年3月期 第1四半期	2026年3月期 第1四半期	増減額	増減比
リユース業態 売上構成 約60%	店舗売上	1,201	1,327	1,459	131	109.9%
	フランチャイズ関連	319	292	307	15	105.2%
	EC手数料・WEB広告	51	57	58	0	100.6%
	海外EC	66	83	33	△50	39.5%
	USA(前期2Qより)	—	—	40	40	—
	本部・その他	116	141	171	29	121.2%
流通卸売業態 売上構成 約40%	タイヤ流通センター	392	431	464	32	107.5%
	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	636	932	839	△92	90.1%
	人材紹介サービス	7	15	7	△8	46.8%
	連結調整	△1	△2	△2	0	
連結売上高		2,790	3,280	3,378	98	103.0%

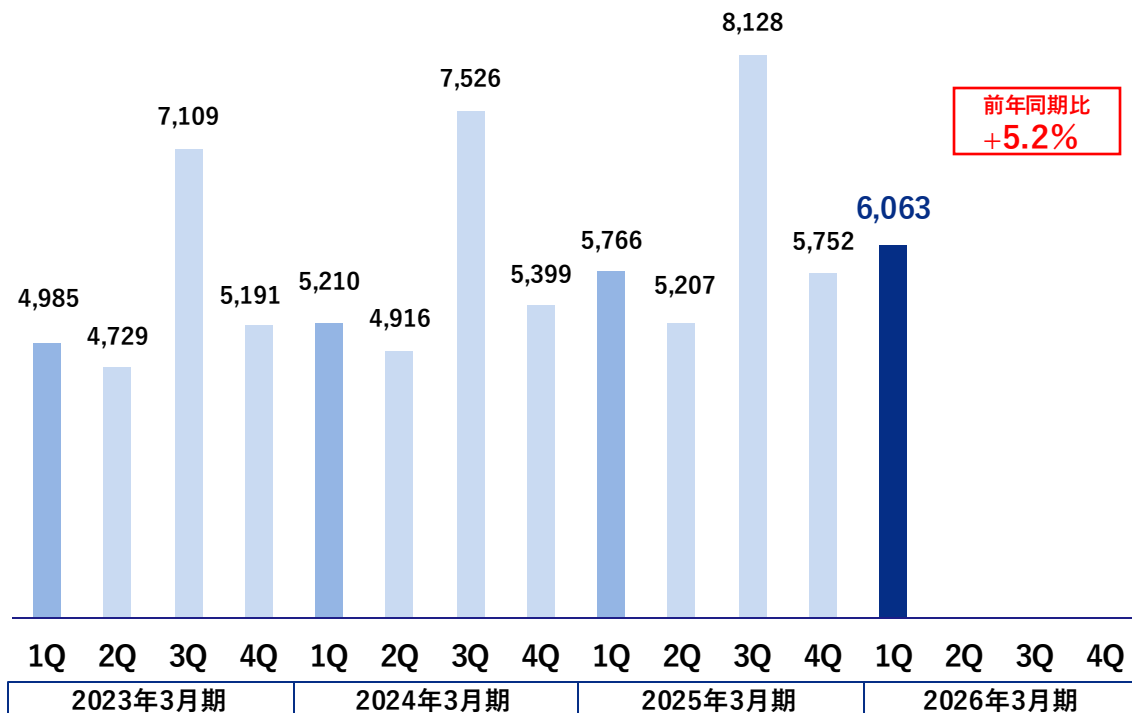
リユースへの需要拡大は引き続き継続して8.7%増収

(百万円)

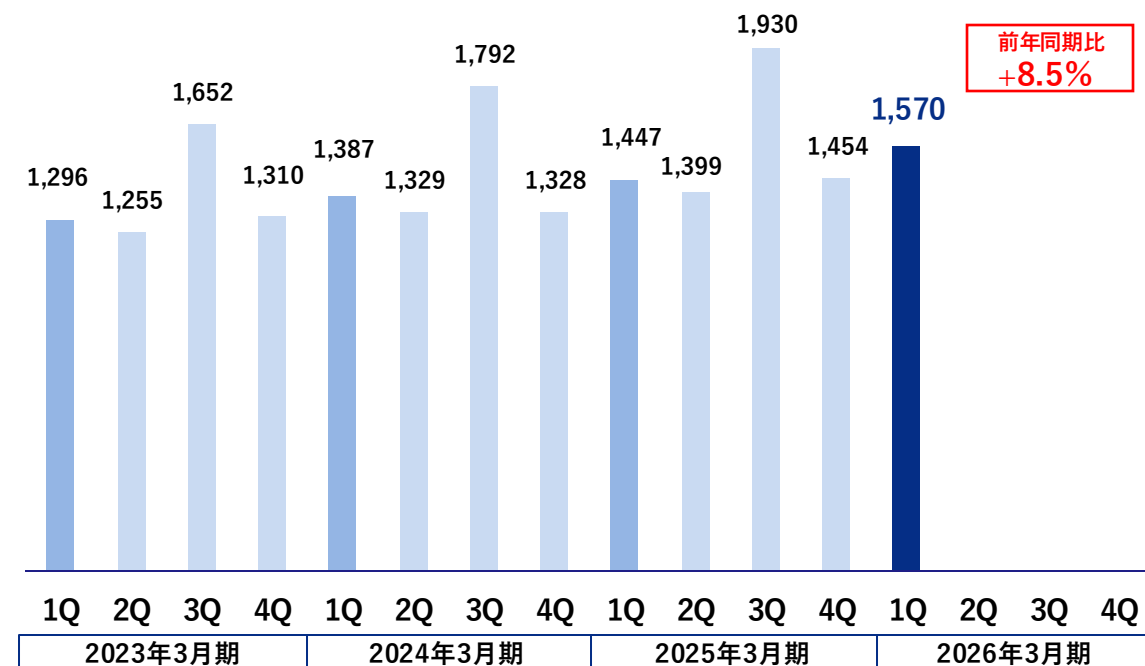
		2024年 3 月期 第 1 四半期	2025年 3 月期 第 1 四半期	2026年 3 月期 第 1 四半期	増減額	増減比
リユース業態	店舗売上	1,201	1,327	1,459	131	109.9%
	フランチャイズ関連	319	292	307	15	105.2%
	EC手数料・WEB広告	51	57	58	0	100.6%
	海外EC	66	83	33	△50	39.5%
	USA(2Qより)	—	—	40	40	—
	本部・その他	116	141	171	29	121.2%
		1,754	1,903	2,069	166	108.7%

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

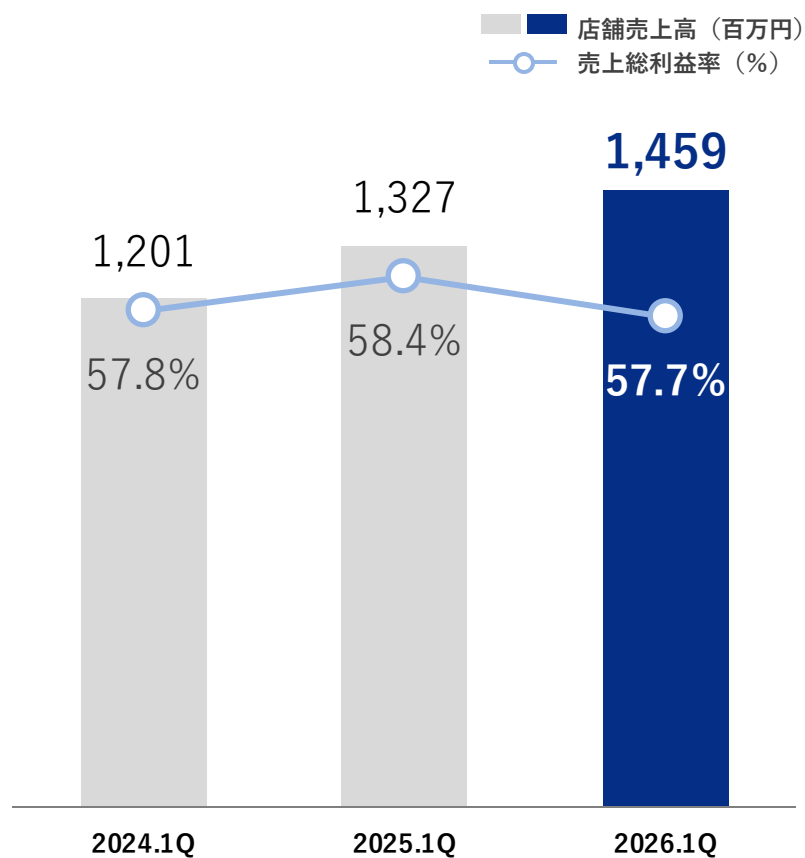
チェーン合計売上高（百万円）



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9.9%増収
買取好調が続く中で在庫日数の更なる健全化に注力したことで売上総利益率が前年同期比で
低下したものの、利益額は着実に増加



既存店
売上高 **103.2** % (前期1Q 105.5%)

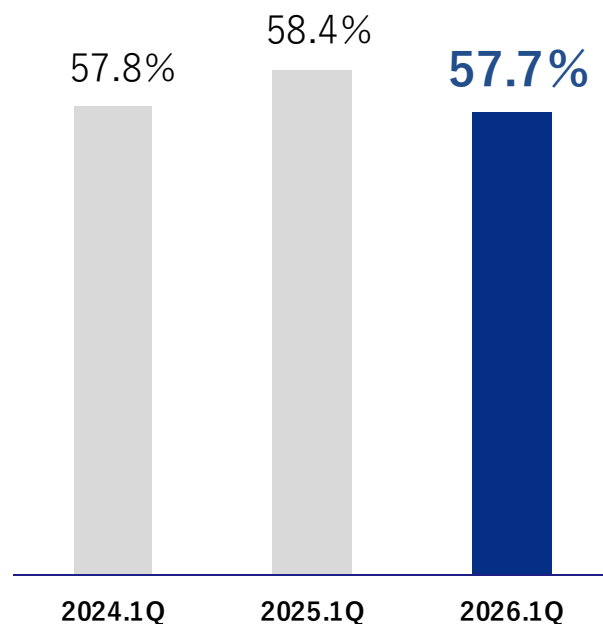
直営店
客単価 **101.7** % (前期1Q 103.0%)

直営店
新規出店 **1** 店舗 (前期1Q 0店舗)

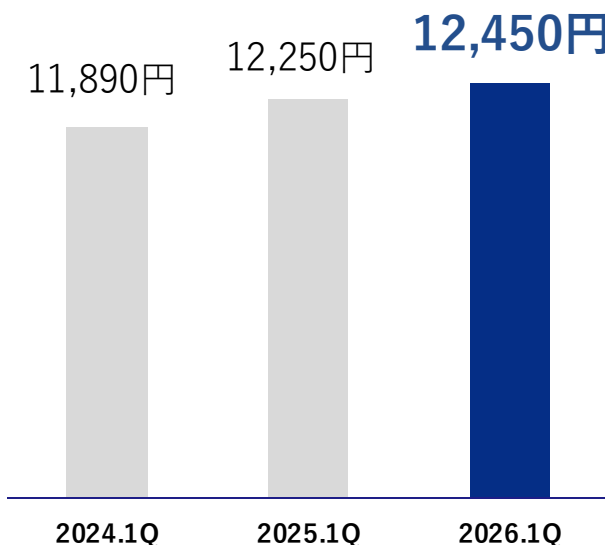
中古需要の拡大、利益率改善の施策によって粗利率、客単価は上昇傾向

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

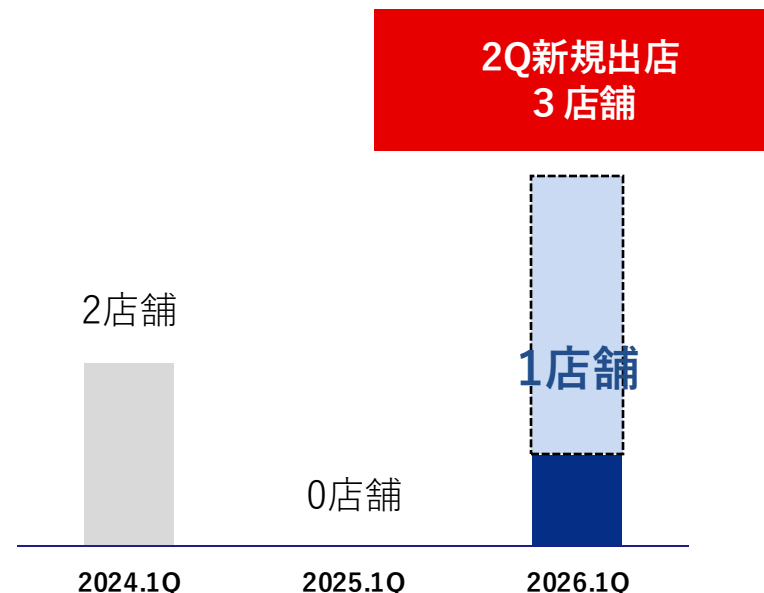
直営店売上総利益率



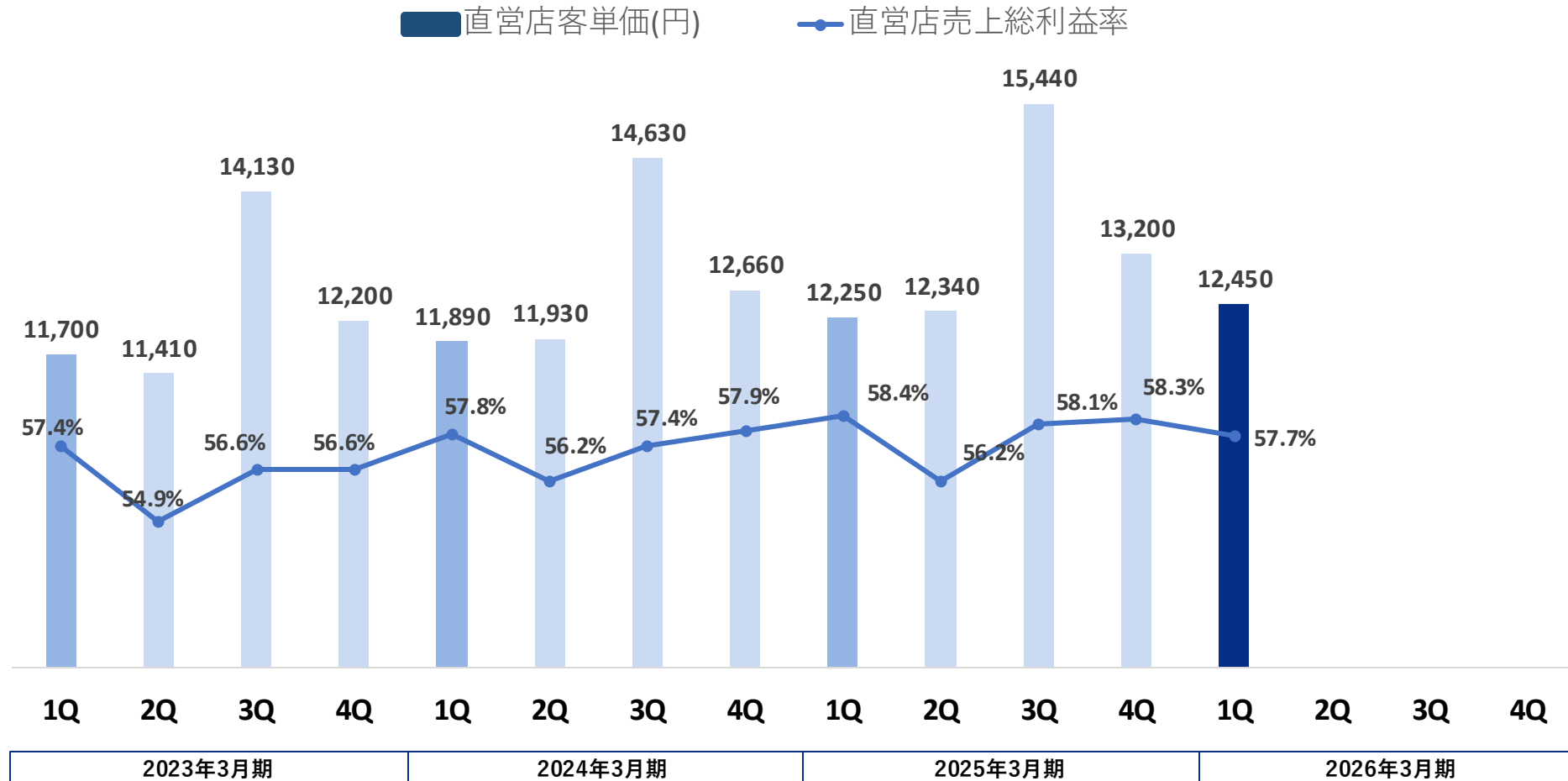
直営店客単価



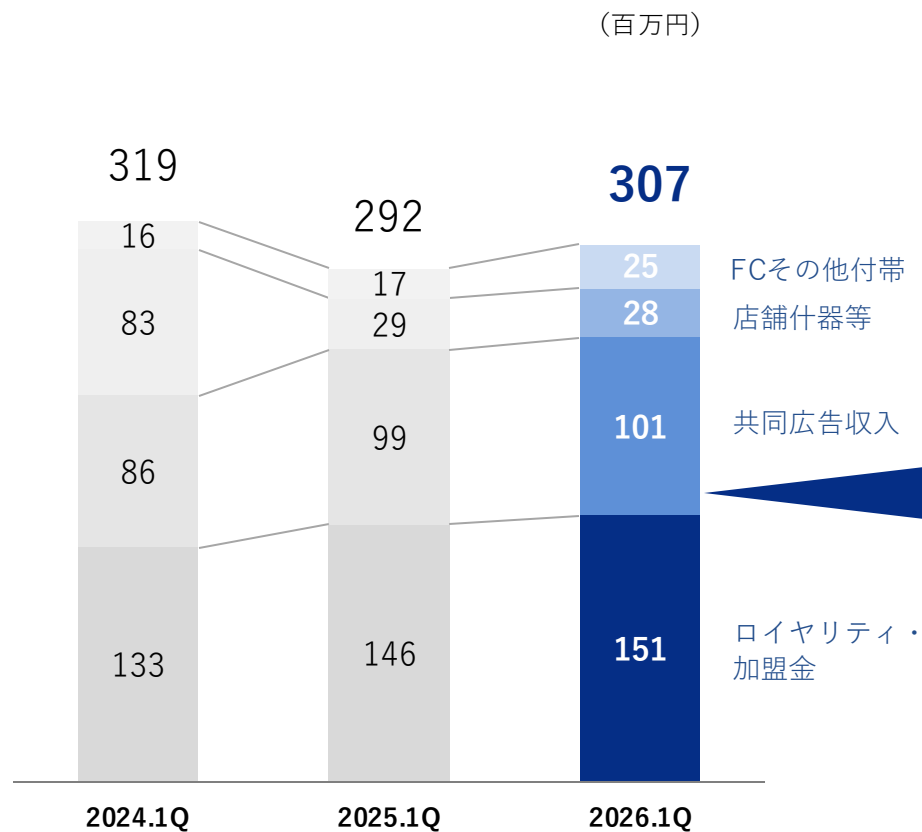
直営店新規出店



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ことで、ロイヤリティ収入等が増加
フランチャイズ関連全体では5.2%増収

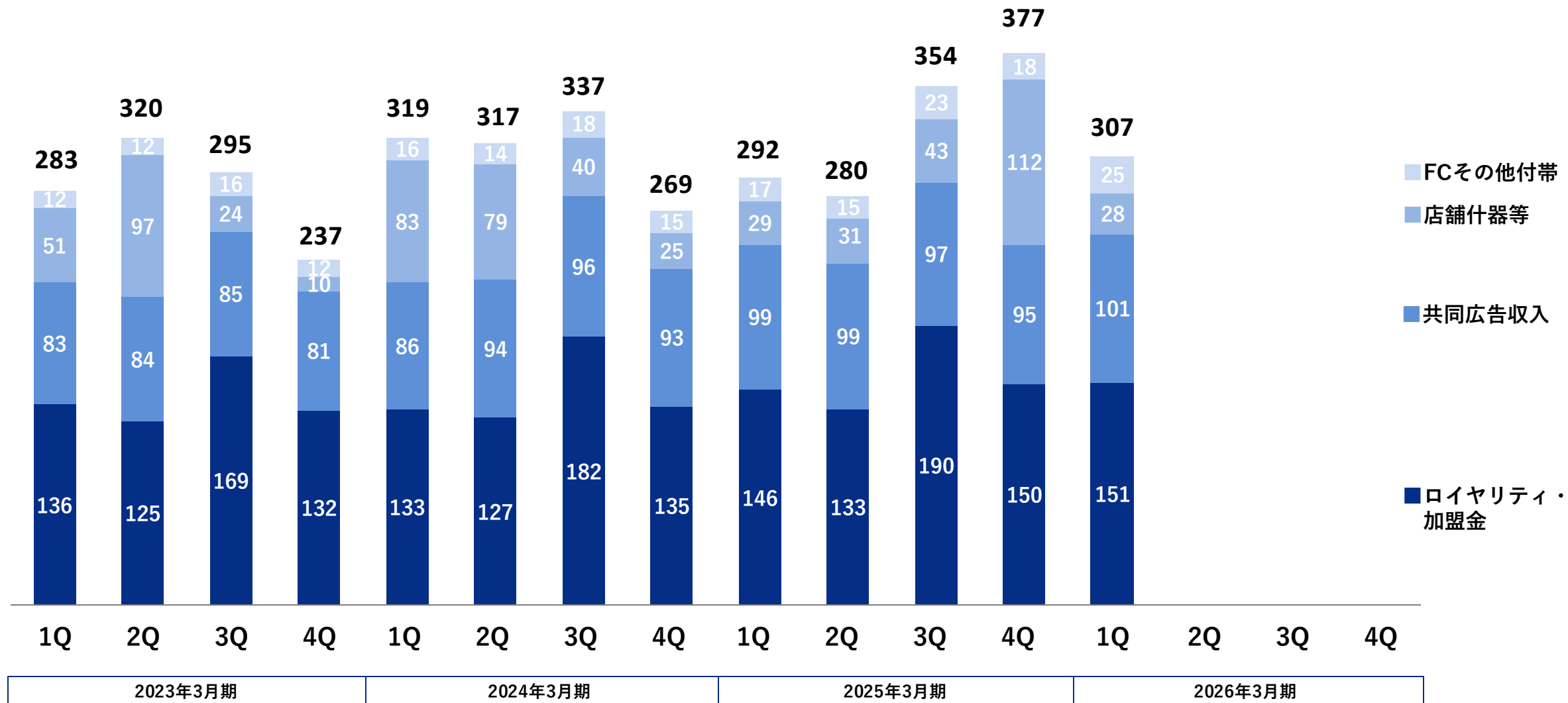


既存店
売上高 **102.6** % (前期1Q 109.0%)

全店
売上高 **103.5** % (前期1Q 110.5%)

FC店
新規出店 **2** 店舗 (前期1Q 2店舗)

フランチャイズ関連売上高 四半期推移 (百万円)

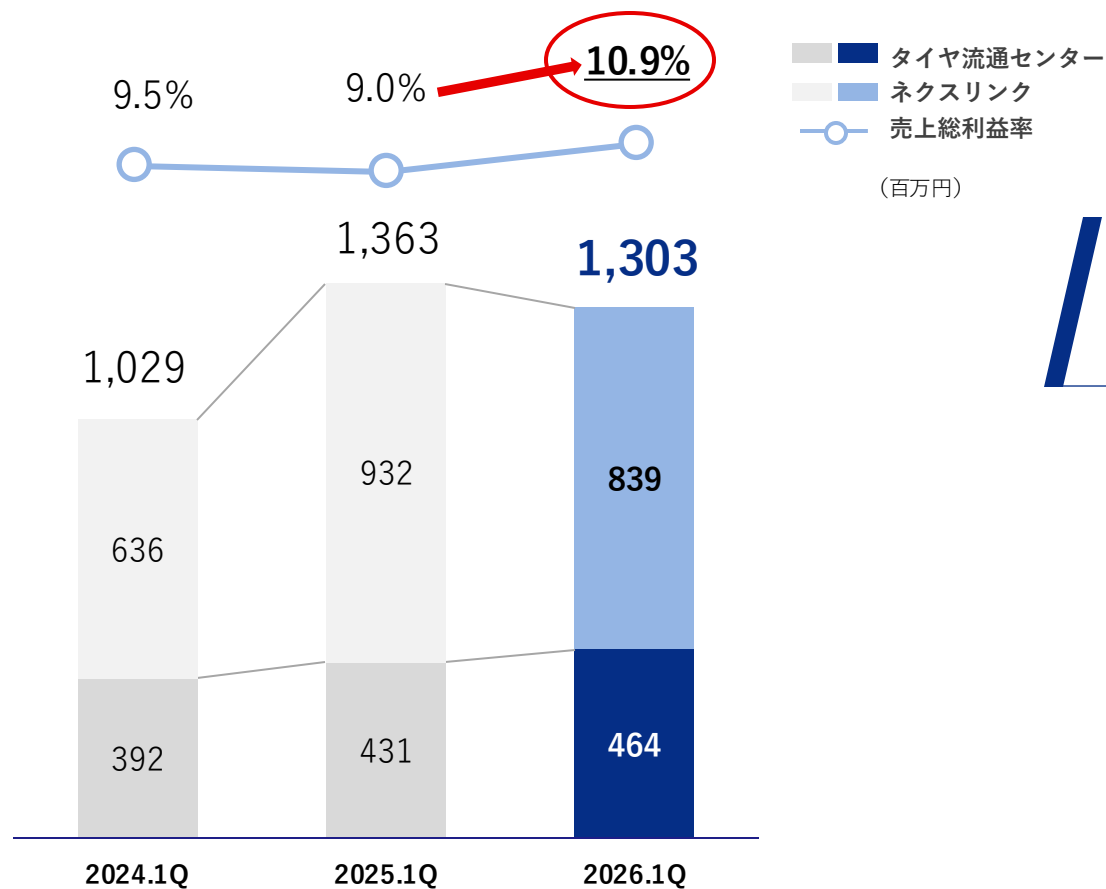


タイヤ流通センター向けの卸売は7.5%増収

ネクスリンク向けは一部の取引形態を卸売からシステム利用に切替したことで前年同期比で減収となったものの、利益率改善に注力したことで流通卸売業態の売上総利益率は大幅改善

(百万円)		2024年3月期 第1四半期	2025年3月期 第1四半期	2026年3月期 第1四半期	増減額	増減比
流通卸売業態	タイヤ流通センター	392	431	464	32	107.5%
	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	636	932	839	△92	90.1%
		1,029	1,363	1,303	△60	95.6%

タイヤ倉庫の新設等、前期に課題となっていた卸売の利益率の改善に注力したこと及びシステム利用の手数料収入取引が伸長したことで売上総利益率は前年同期比+1.9%と大幅改善



タイヤ流通
センター
新規加盟

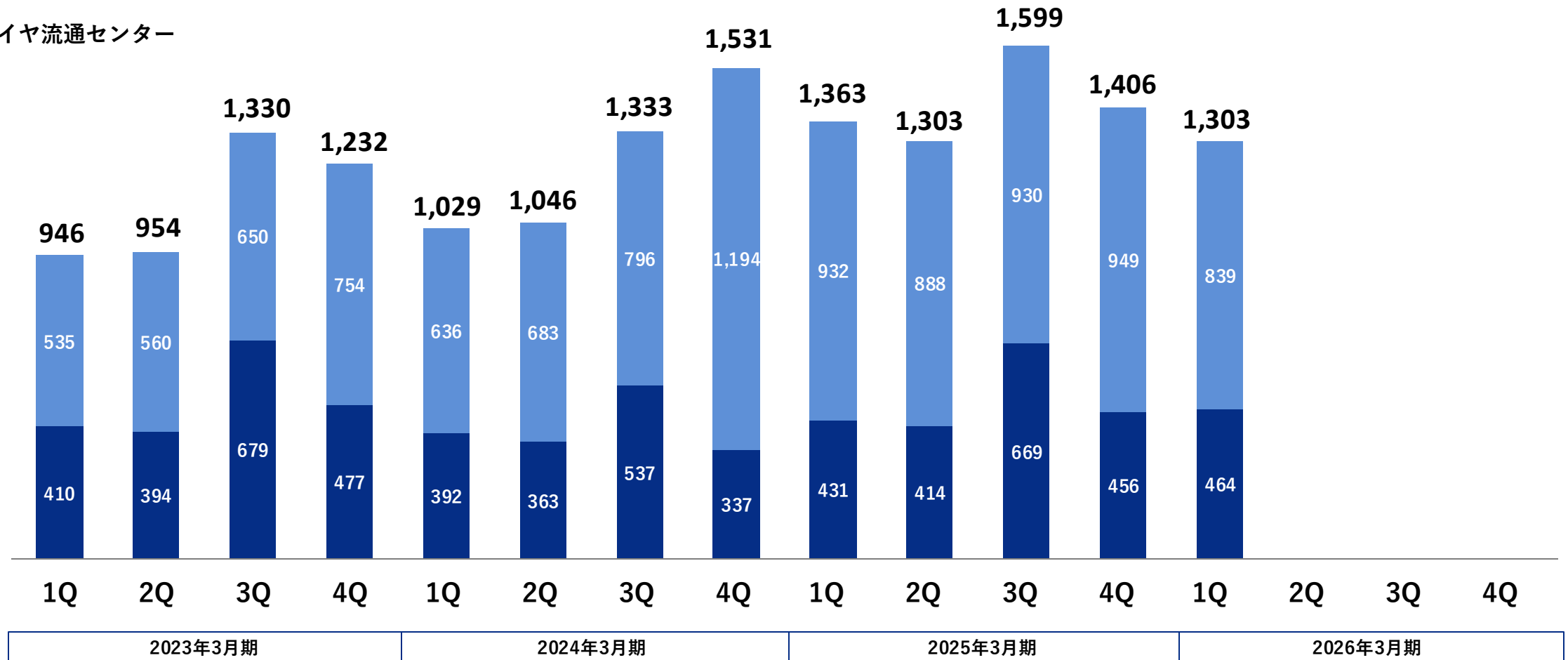
2

店舗 (前期1Q 3店舗)

流通卸売業態売上高 四半期推移（百万円）

■ ネクスリンク

■ タイヤ流通センター



1 — 2026年3月期 第1四半期業績ハイライト

2 — 2026年3月期 重点施策・業績予想

3 — 直近の取り組み、TOPICS

4 — appendix

- ✓ 出店計画 直営5店舗、FC10店舗、サイクルズ5店舗、USA1店舗
- ✓ 利益率の向上
- ✓ モビリティ商品・関連サービスの拡大
- ✓ 循環モデル拡張・効率化
- ✓ 人的資本強化

》》 1Q振り返り

- ・ 新規出店 直営1店舗、FC2店舗
 - 2Q新規出店 直営3店舗 サイクルズ1店舗
- ・ 新卒初任給の増額及び若手の店舗従業員の給与テーブル改訂等の人的資本投資により人件費は前年同期比9.5%増加
- ・ アプリ会員限定の割引キャンペーンを開始

前期比 10.9%増収、営業利益は25.9%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

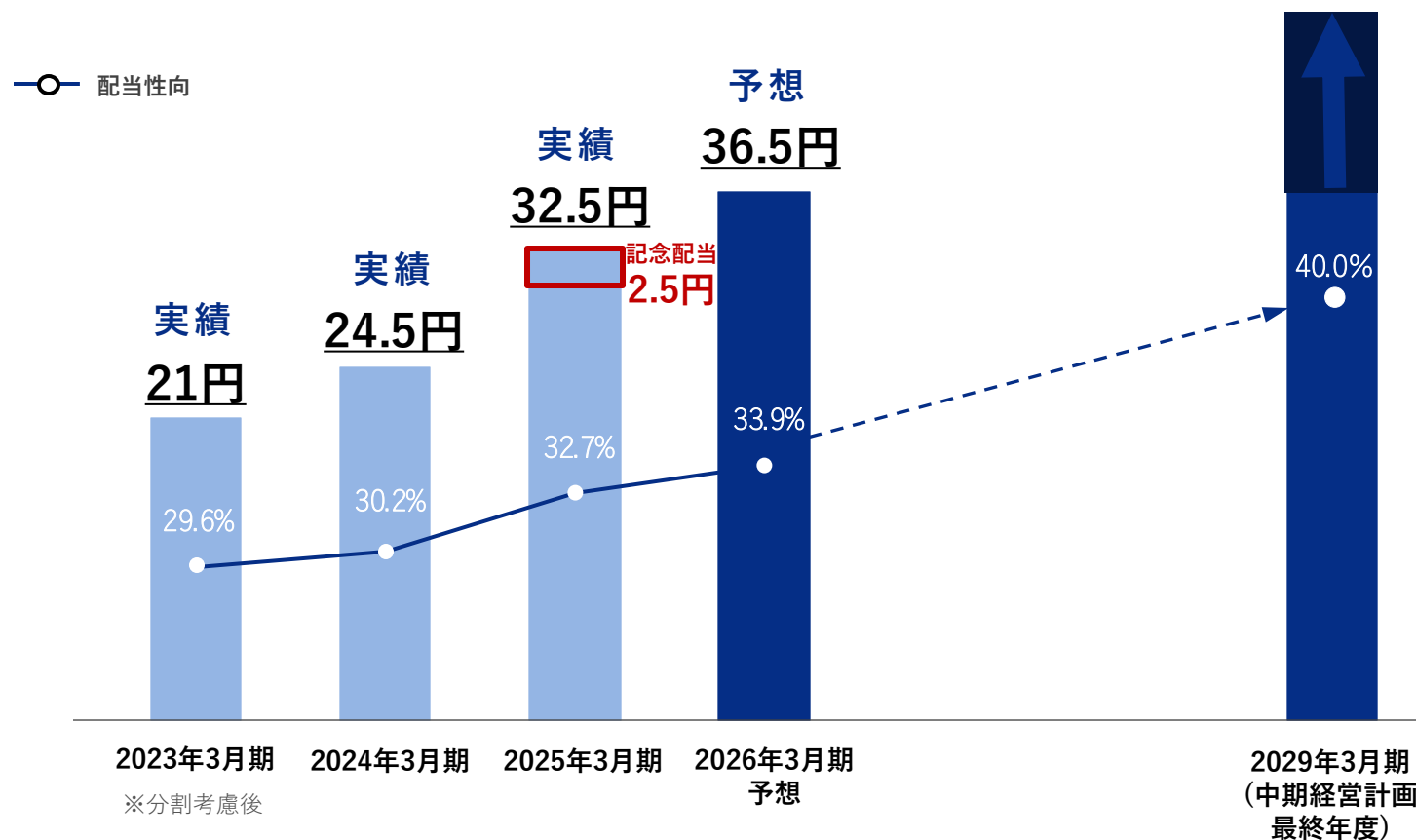
(百万円)

	2025年3月期 実績	2026年3月期 計画	増減額	増減	
売上高	13,981	15,500	1,518	10.9%	リユース業態 ✓ リユース用品に対する需要拡大は今後も継続を見込む、継続的な新規出店と既存店の利益率の改善を目指す ✓ 下期からフランチャイズ収入の価格改定(ロイヤリティ料率、加盟金) ✓ USAは通年PL寄与による売上高、粗利率の上昇と2店舗目の出店による管理費負担の低減化を目指す
営業利益	1,044	1,315	270	25.9%	
経常利益	1,083	1,325	241	22.3%	
当期純利益	785	851	65	8.3%	流通卸売業態 ✓ タイヤ流通センター売上高は前期比105%、ネクスリンク売上高は前期比114% ✓ ネクスリンクの導入企業の拡大と取扱高の増加、利益率の改善を目指す
ROE	18.2%	17.4%	—	—	
ROIC	14.1%	15.2%	—	—	

※ROIC=(営業利益×(1-負担税率))÷投下資本

	2025年3月期 実績	2026年3月期 計画	増減
直営店 新規出店（拠点数）	3	5	2
FC店 新規出店（拠点数）	5	10	5
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
USA 新規出店	1	1	0
直営店全店売上高前年比	109.7%	108.5%	△1.2%
直営店既存店売上高前年比	102.6%	102.0%	△0.6%
FC店全店売上高前年比	107.2%	108.0%	0.8%
FC店既存店売上高前年比	106.3%	105.0%	△1.3%

1株当たり年間配当金の推移



当社グループ株主還元方針

配当性向30%を目標水準として每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

1 — 2026年3月期 第1四半期業績ハイライト

2 — 2026年3月期 重点施策・業績予想

3 — 直近の取り組み、TOPICS

4 — appendix

自動車・バイクのパーツをモビリティパーツへ市場拡大



ブランドスローガン

Good Mobility, Happy Life

函館北斗店・新潟燕三条店を新規出店、桑名店をリニューアルオープン

2025年4月4日オープン **直営店**

アップガレージ函館北斗店

アップガレージライダース函館北斗店

タイヤ流通センターアップガレージ函館北斗店



タイヤ流通センター

住所：北海道北斗市久根別1丁目26番地2

取扱：中古カー&バイク用品、新品タイヤ



2025年5月23日オープン **FC店**

アップガレージ新潟燕三条店

アップガレージライダース新潟燕三条店

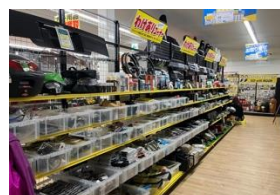
タイヤ流通センターアップガレージ新潟燕三条店



タイヤ流通センター

住所：新潟県燕市佐渡5252

取扱：中古カー&バイク用品、新品タイヤ



2025年6月20日オープン **FC店**

アップガレージ桑名店

タイヤ流通センターアップガレージ桑名店



タイヤ流通センター

住所：三重県桑名市五反田口山1927-1

取扱：中古カー用品、新品タイヤ



「ラストワンマイル＝人材」の考えのもと、人材獲得・育成を強化

独自の採用手法で車好きの人材を確保

大学自動車部員を対象に、
サーキットを貸し切った自由走行＆会社説明会

25卒：エントリー14名

26卒：エントリー13名



配属部署OJTに加えメンター制度を強化

新卒向けに、2週間に1回の頻度で面談を実施

目的：心理的安全性の確保・モチベーション
マネジメント・離職率の低下

卒年	入社数	在籍数	離職率
22卒	25	19	24.0%
23卒	34	27	20.6%
24卒	25	22	12.0%

新卒入社1年後の
離職率は改善傾向

※入社1年後の4/1時点

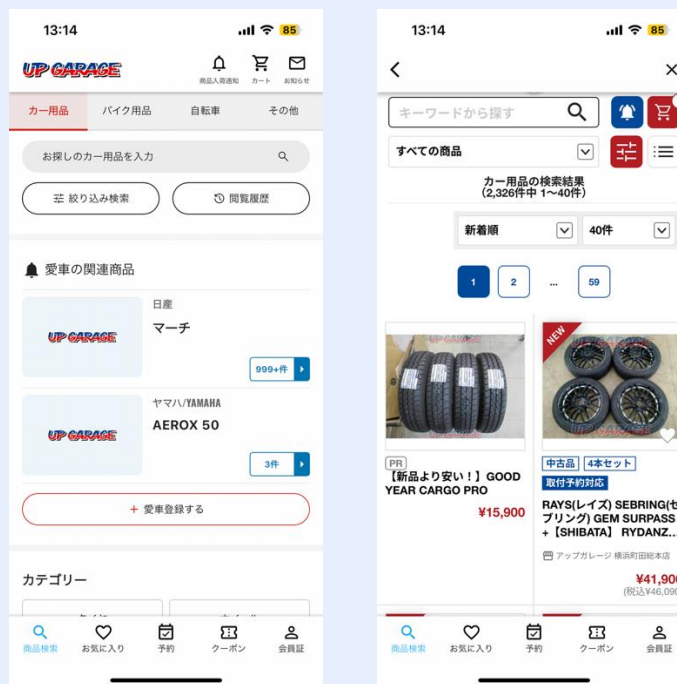
アップガレージアプリ、60万ダウンロード突破

愛車登録から関連商品をおすすめ表示。最適な情報配信により、1to1マーケティングを強化

ガイドに沿って、
愛車を簡単登録



愛車関連商品の絞り込み検索が
1タップで可能



カート商品購入忘れや
パーツ買取後に通知でリマインド



お客様満足度に対する意識向上施策としてGBP (Google Business Profile) を導入 口コミを細かく各店舗へフィードバックすることで、接客力の向上を図る

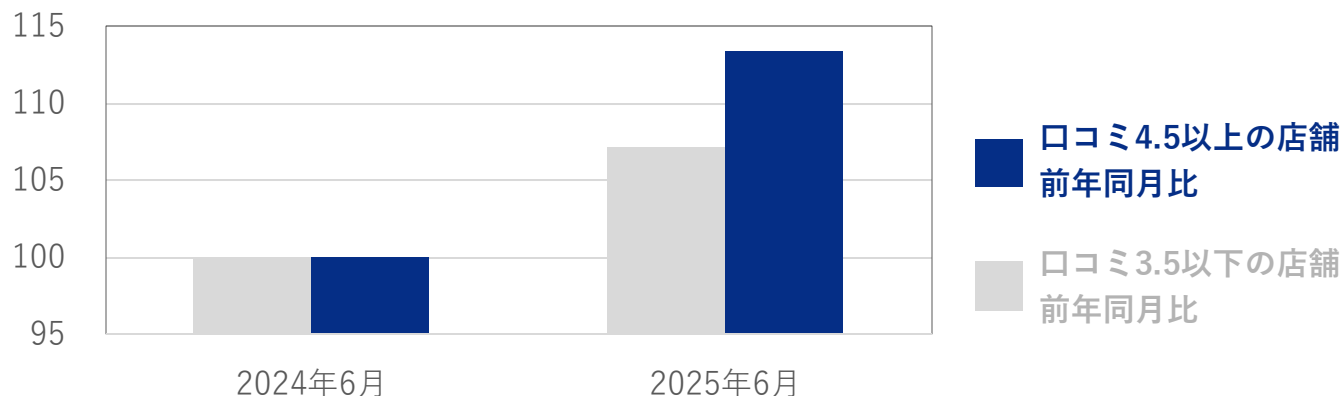
Google口コミ評価点数

★3.3 → ★4.46
(2020年) (2025年)

評点が高い店舗はユーザー反応が多い傾向

店舗評価ごとの前年同月比 (2024年6月 = 100とした指数)

指標：webサイト閲覧・電話・経路案内



店舗へのFBと改善対応

店長・副店長との
ミーティングや
全国加盟店会等を通じて
情報共有を行い、
接客に対する知見を深める

投資家様向けIR勉強会

5月 17日 神戸投資勉強会@神戸



6月 7日 Kabu Berry Lab @東京



今後の開催予定

8月17日 湘南投資勉強会

11月30日 湘南投資勉強会

2月21日 Kabu Berry Lab @名古屋

8 働きがいも
経済成長も



9 産業と技術革新の
基盤をつくる



17 パートナーシップで
目標を達成しよう



働きがいのある会社づくりに関する取組

仕事と介護を両立できる職場環境を象徴する
シンボルマーク「トモニン」を取得

- ・ 介護休暇に加えて特別休暇を付与
- ・ 介護休業後の復職時には、本人の希望に配慮



仕事と介護の両立支援



2024年度 最優秀社員の海外視察 @マレーシア



社内イベント走行会の開催 @富士スピードウェイ



働きがいのある会社づくりに関する取組



社内プロフェッショナルドライバーの育成

当社では車好き・レース好きな社員が公的な大会に参加できる労働環境・資金を提供し、社員ドライバーを育成しています。モータースポーツを通じて日本と海外を繋ぐ活動を行う社員も創出しており、社員にとって働きがいのある会社づくりを推進しています。



田口 和也

2024年 Formula Drift
シリーズ18位
第6戦 ベスト8



吉原 将大

2024年 全日本ラリー選手権
JN-5：シリーズ5位
第6戦 2位



石澤 一哉

2025年 全日本ジムカーナ選手権
BC1：シリーズ6位
第1戦 優勝



中村 竜也

2024年 全日本ロードレース選手権
ST1000：シリーズ11位
2025年 鈴鹿8時間耐久ロードレース：出場



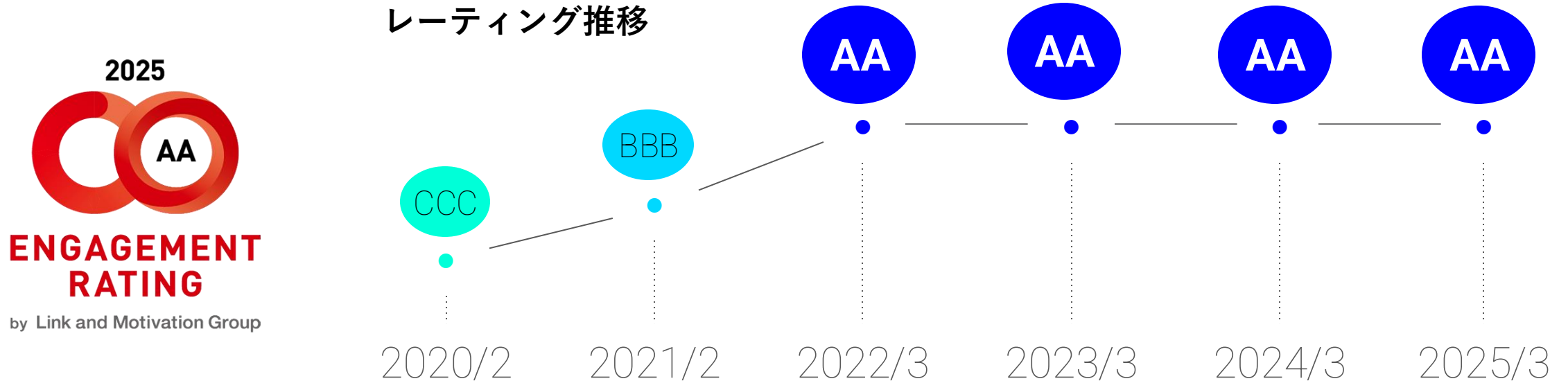
宮崎尚紀

今年度より参戦

継続的な従業員満足度への取組み

有価証券報告書【サステナビリティに関する考え方及び取組】における、
(4)指標及び目標 ②人的資本 定着目標のとおり、
エンゲージメントサーベイスコアAAを獲得。

従業員の期待度や満足度を可視化することで組織の課題を解決し、マネジメントや人事制度を整備。



1 — 2026年3月期 第1四半期業績ハイライト

2 — 2026年3月期 重点施策・業績予想

3 — 直近の取り組み、TOPICS

4 — appendix



(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



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

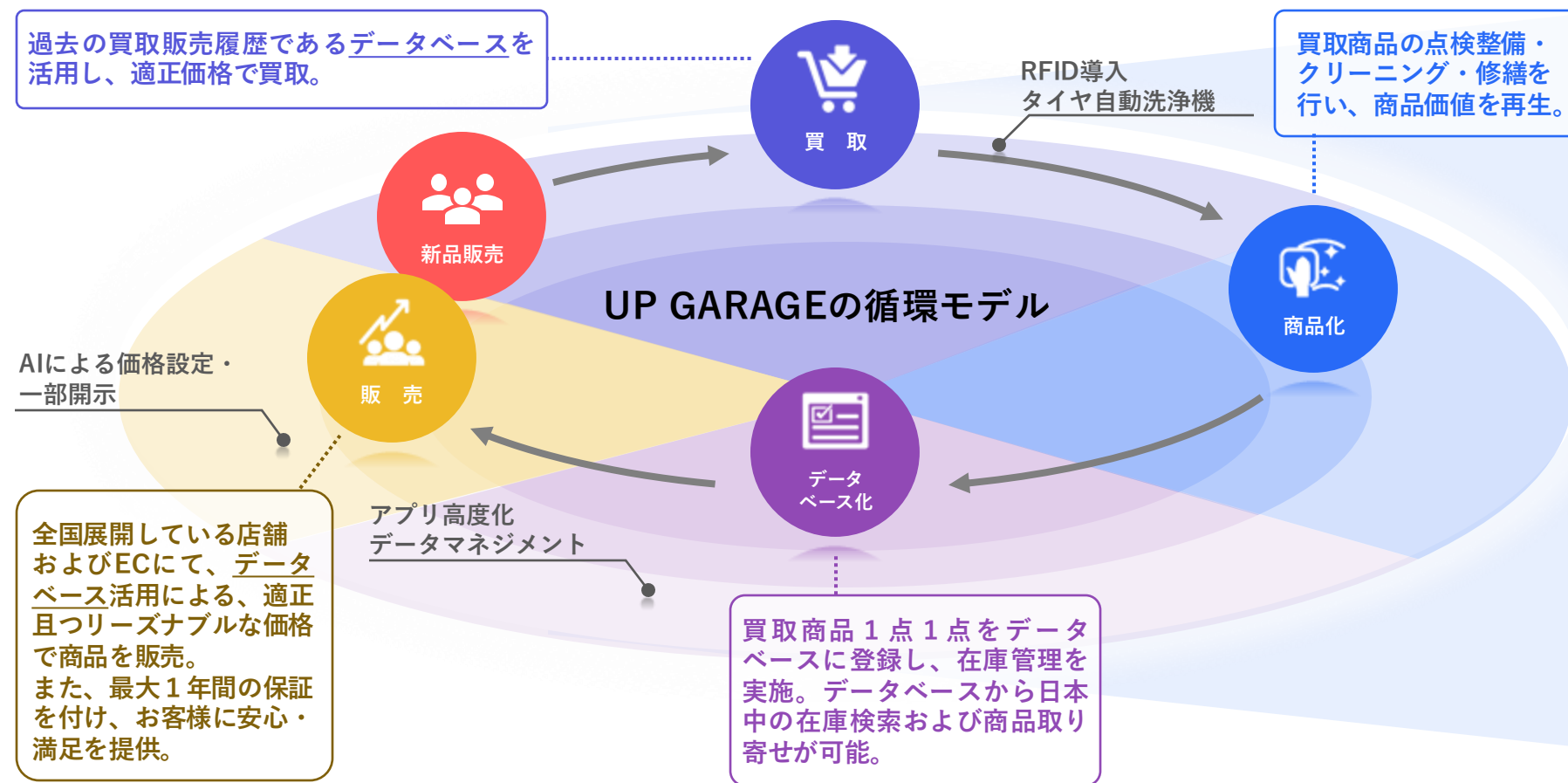
- ✓ 中古パーツを簡単に売ることができない！
- ✓ 中古パーツの価値を適正評価してくれない！



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。



▶▶ 進化・拡大

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・工具・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

2025年3月末時点の店舗数



142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



84店舗

中古バイク用品専門の買取・販売店



12店舗

中古ホイール専門の買取・販売店



2店舗

中古工具専門の買取・販売店



9店舗

中古自転車専門の買取・販売店



5店舗

中古カスタムカーを中心とした
買取・販売店



200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

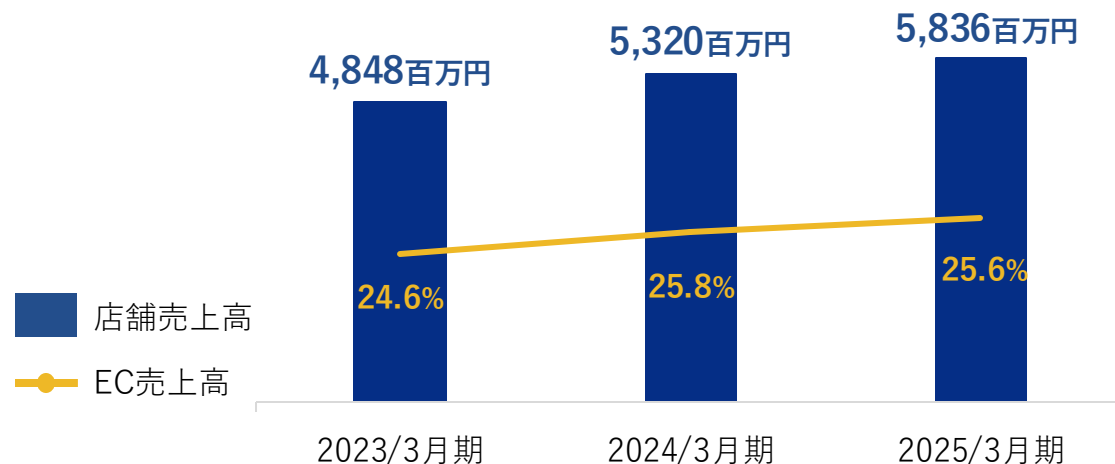
直営・FCともに粗利60%をメドに運営

収益の源泉は、直営店収益およびFC関連収益です。

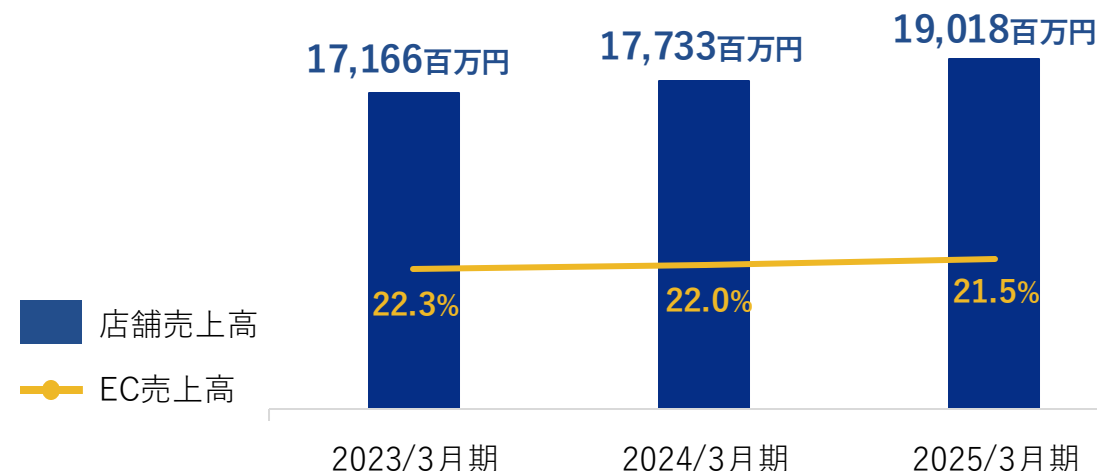
直営店・FC店ともに、実店舗およびECが販売チャネルです。



【アップガレージ直営店売上】



【アップガレージFC店売上】

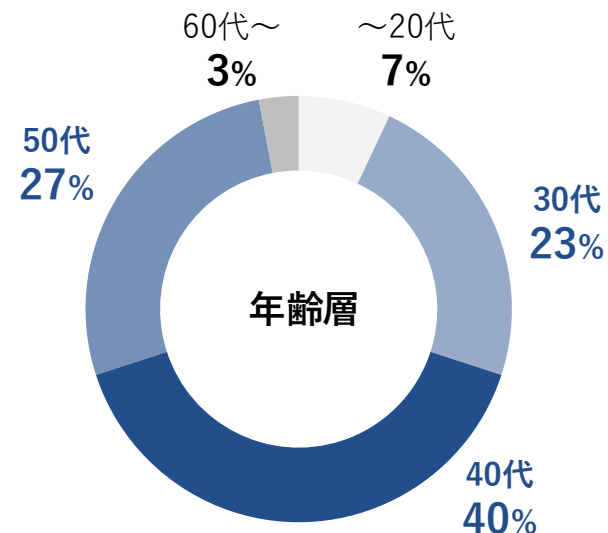
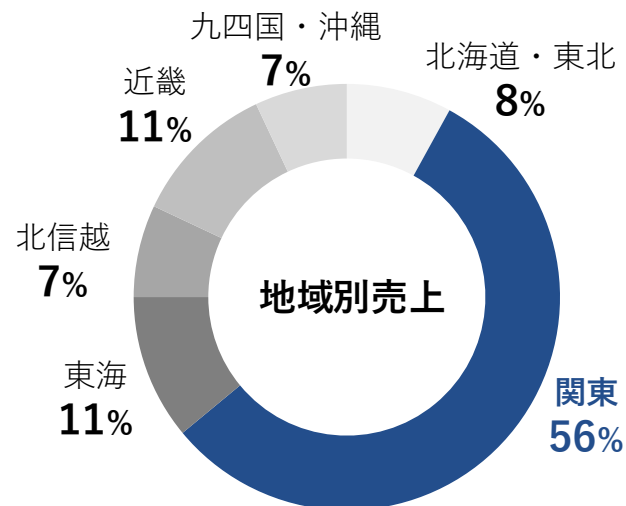
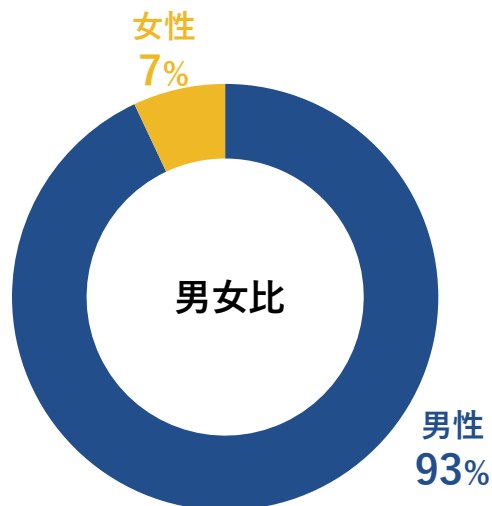


データでみるアップガレージのお客様像は、車の愛好家とライトユーザーです。
愛好家層とライトユーザー層の割合は、4:6です。

顧客属性

平均購入額

約**13,000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

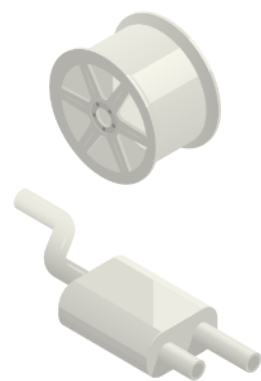
	 タイヤ流通センター	新品カー用品店 ディーラー	チューニング プロショップ
価格	○ 低い	△ 高い	× 非常に高い
新品	× 少ない	○ 豊富	○ 豊富
廃版品	○ 可能	× 不可能	× 不可能

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。

買取（査定）



中古品



買取スタッフ

買取履歴



弊社 データベース



販売履歴



販売



価格変更



¥9,000

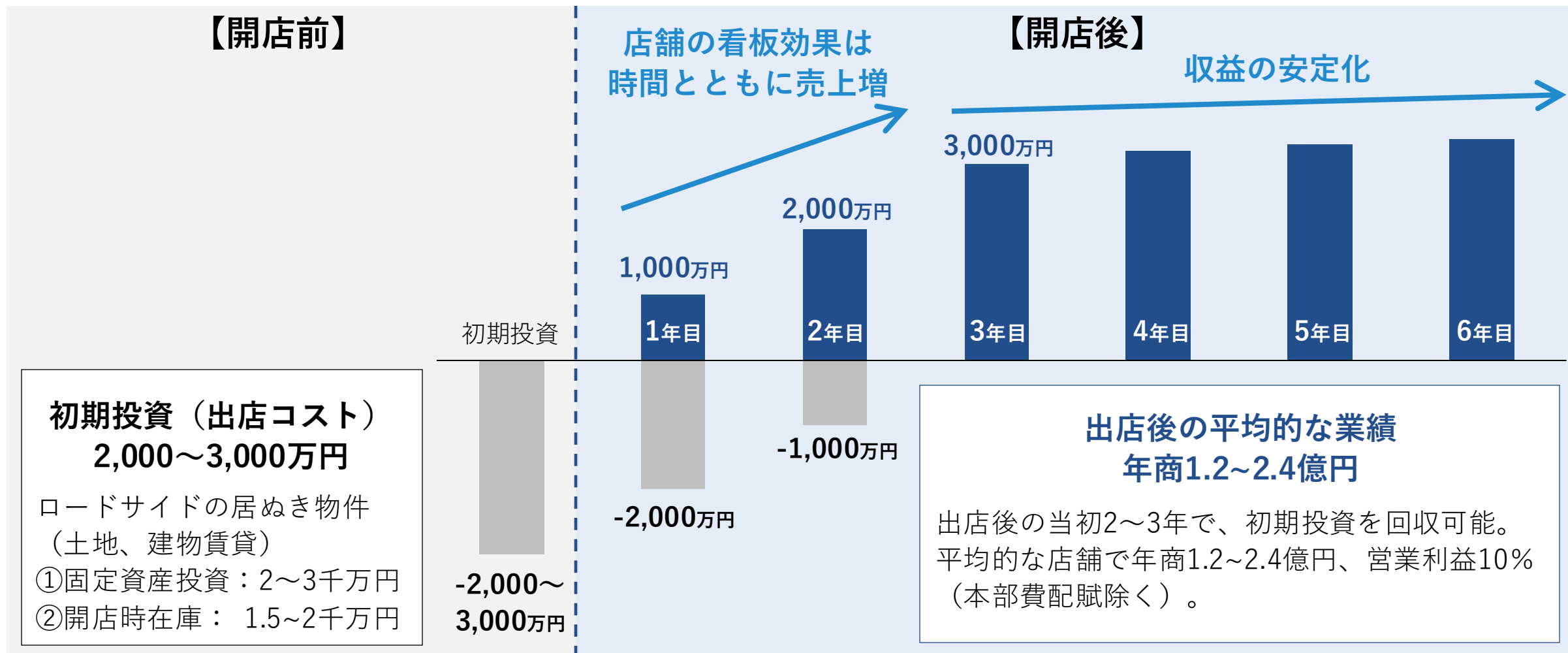


中古品

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684億円、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。

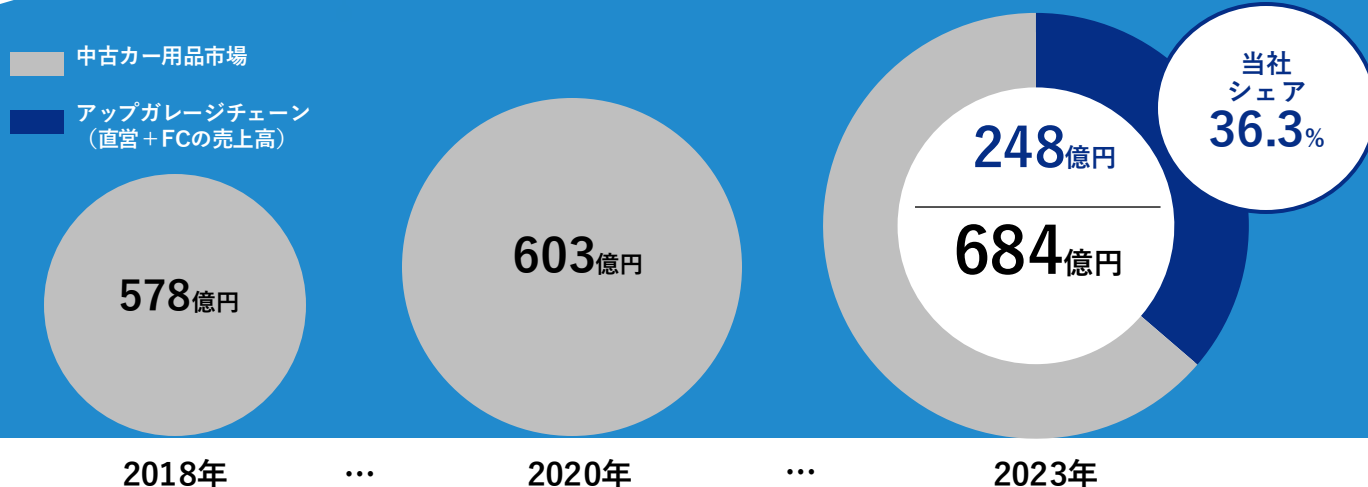
※出典：(株)リフォーム産業新聞社 リサイクル通信「リユースデータブック2024」

弊社の買取対象となる
新品カー用品
6,500億円

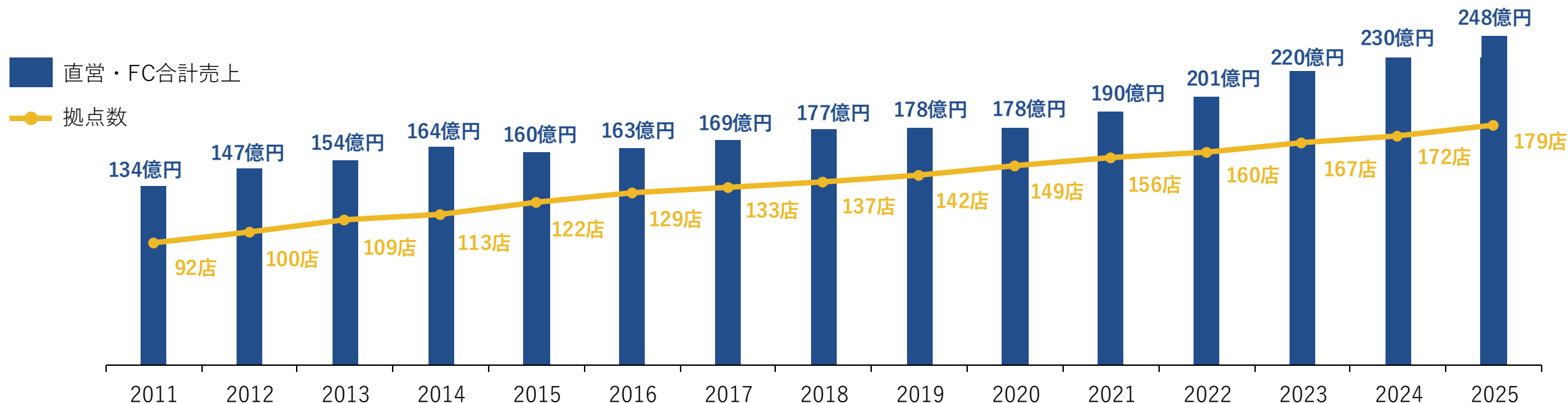
国内の新品カー用品市場規模はメーカー国内出荷金額ベースでメインターゲット（タイヤ、一般用品、ナビ・オーディオ機器）は約6,500億円の市場規模。

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



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



商圈エリアはドミナント戦略の成果を見極めて修正を検討中。
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。



アップガレージ東名川崎店(2025年7月11日オープン)

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

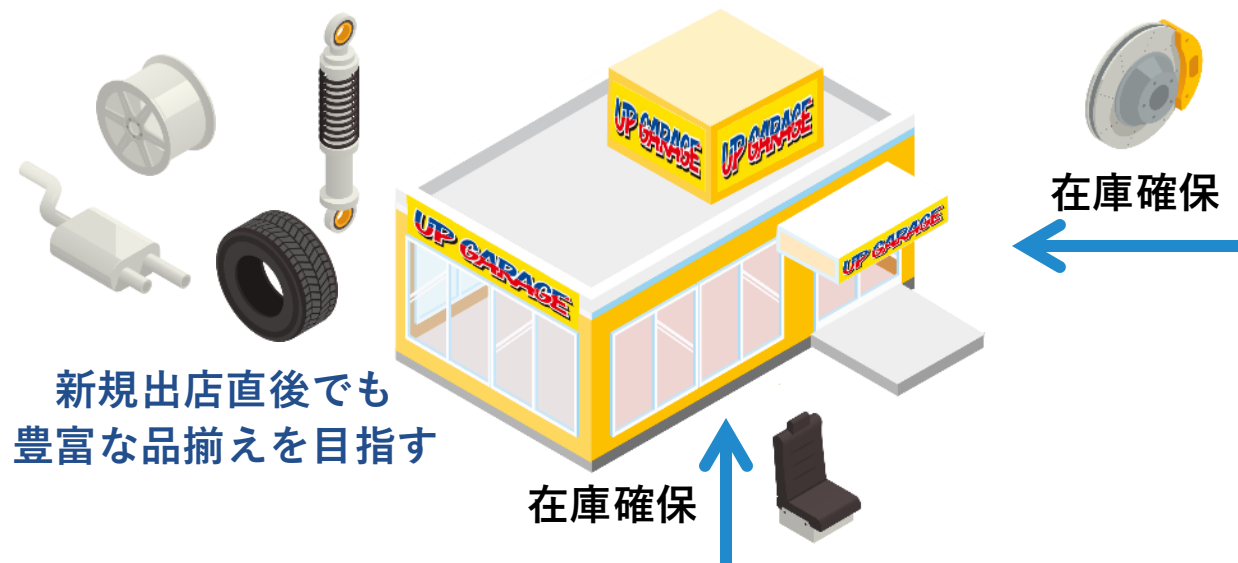
国内の出店可能エリアは400程の見通し

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拡大し、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、アプリ登録、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

SNSマーケティング強化やGBP(Google Business Profile)高評価獲得などが、買取件数増加に寄与。

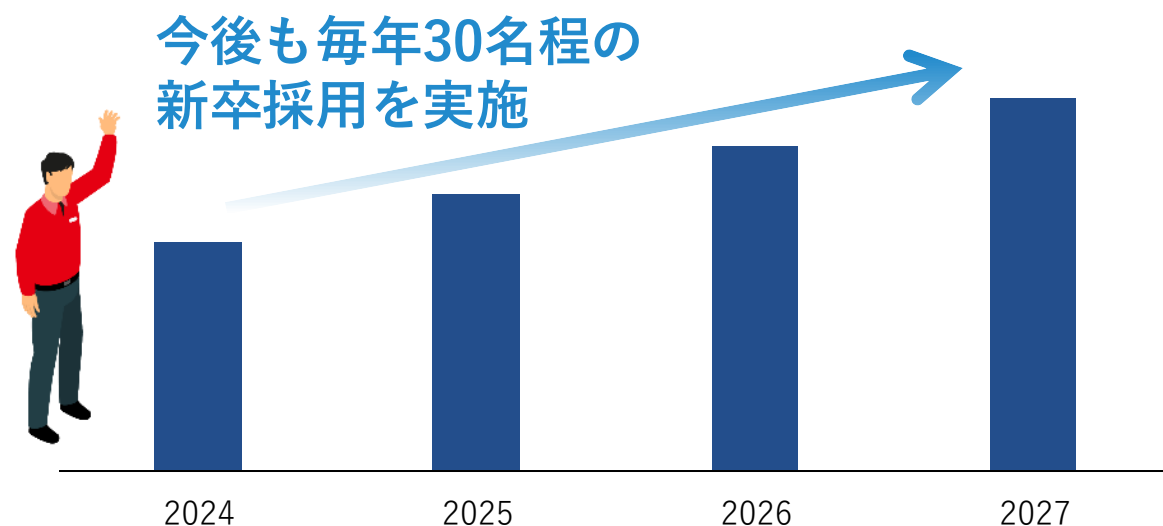
法人からの買取

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。

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30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
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	25名
2024年 3月期	110名	87名	197名	34名
2025年 3月期	118名	90名	208名	25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

ゴールドプラン

安さ重視

4本
セット

¥8,900~
(税込¥9,790~)



プラチナプラン

価格と品質のバランス重視

4本
セット

¥16,900~
(税込¥18,590~)



ダイヤモンドプラン

品質重視

4本
セット

¥19,900~
(税込¥21,890~)



タイヤ流通センター

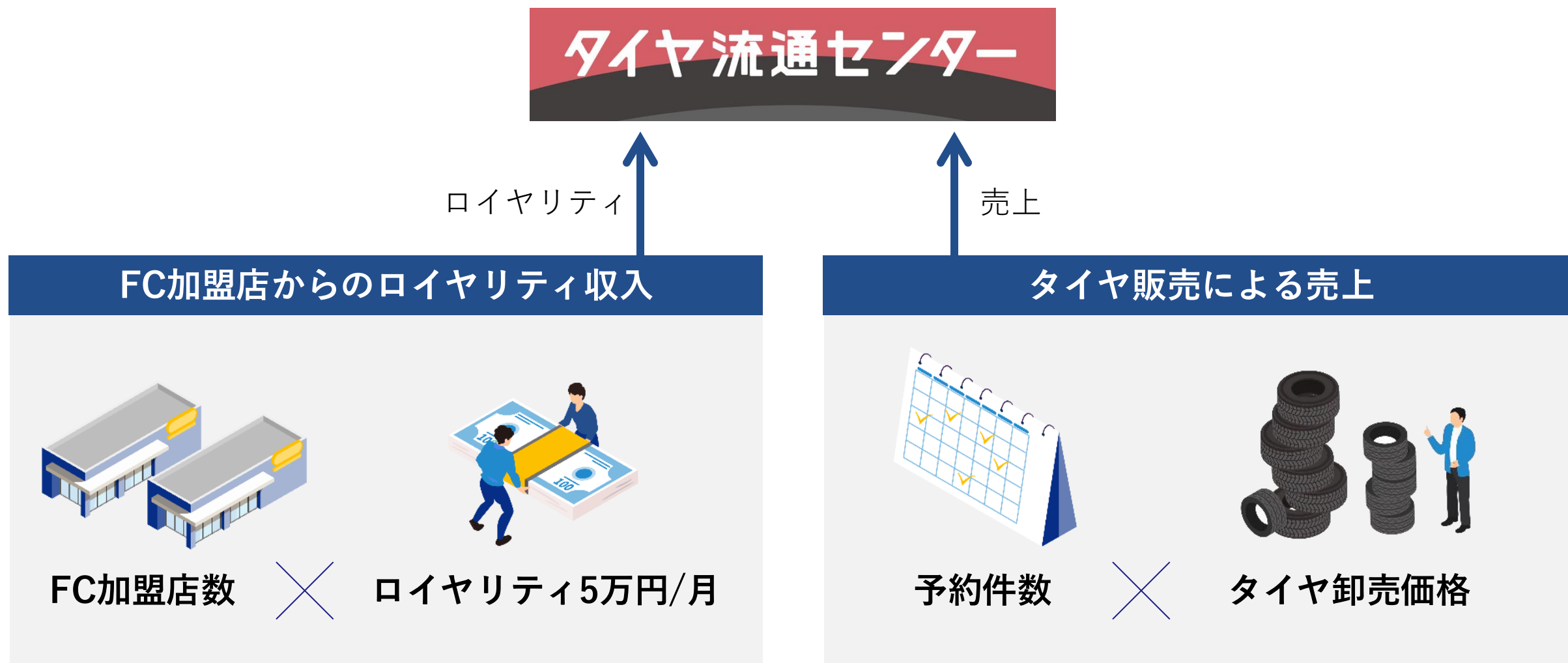
全国200店舗を展開

※店舗数は直営店・FC含む2025年3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。



＼最短**29秒**で価格がわかる！／
※弊社実測値
簡単見積もり3ステップ



プラン、車種選択

タイヤのことがわからない方でも松竹梅形式の3つのプランから選ぶだけ。タイヤのプロが厳選したタイヤなので性能や品質に心配はありません。



取付店舗、日付を選択

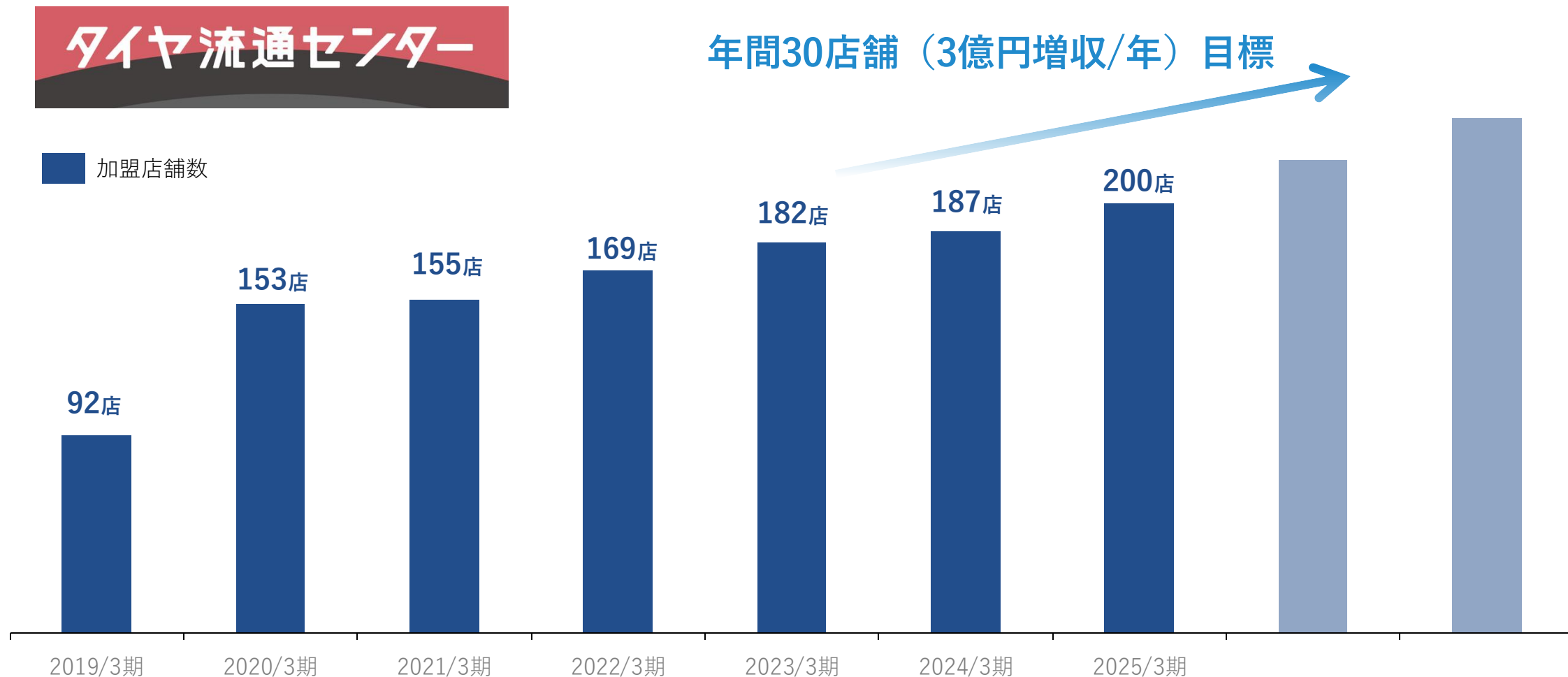
全国各地にあるお店の中からお近くのお店を検索して、タイヤ取付日時を選びます。電話連絡不要で予約が確定できます。



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！お支払いはタイヤ交換の当日にお店で行います。

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



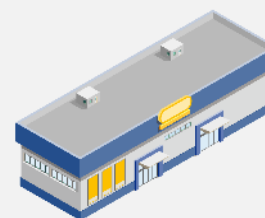
新規開拓チーム

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

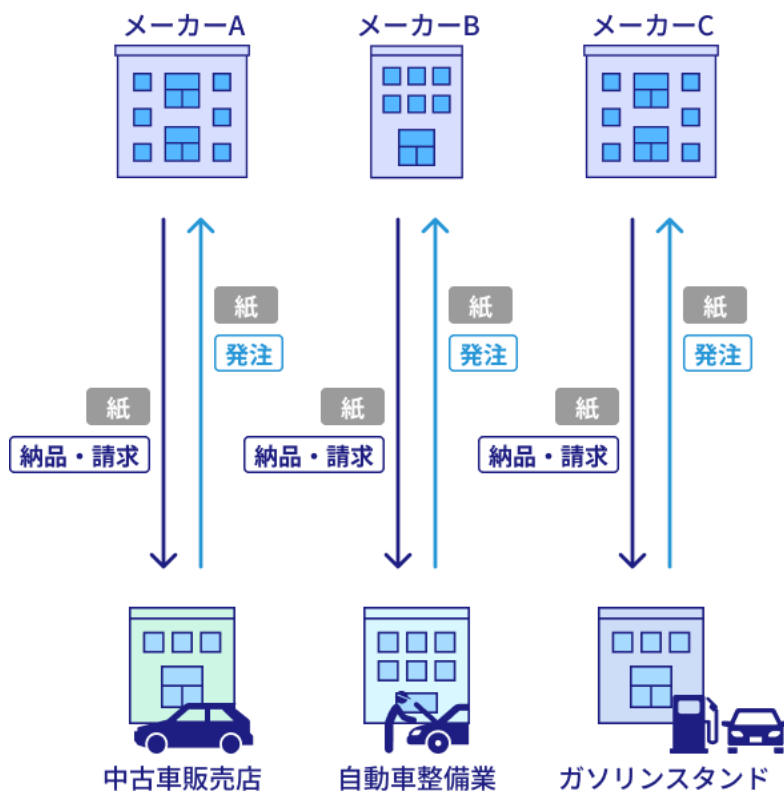


受発注プラットフォーム（＝ネクスリンク）による
受発注一元管理により、顧客課題を解決。

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。

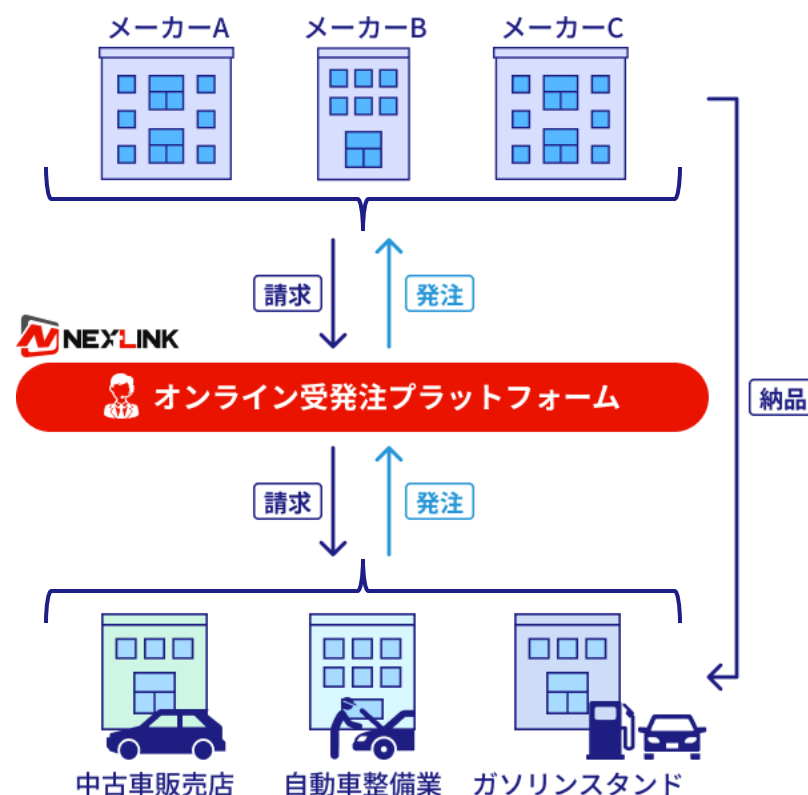
従来の受発注

各メーカーに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の特徴

- 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



売上総利益

売上高

導入企業数 × 購入件数 × 購入単価

売上総利益率

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。

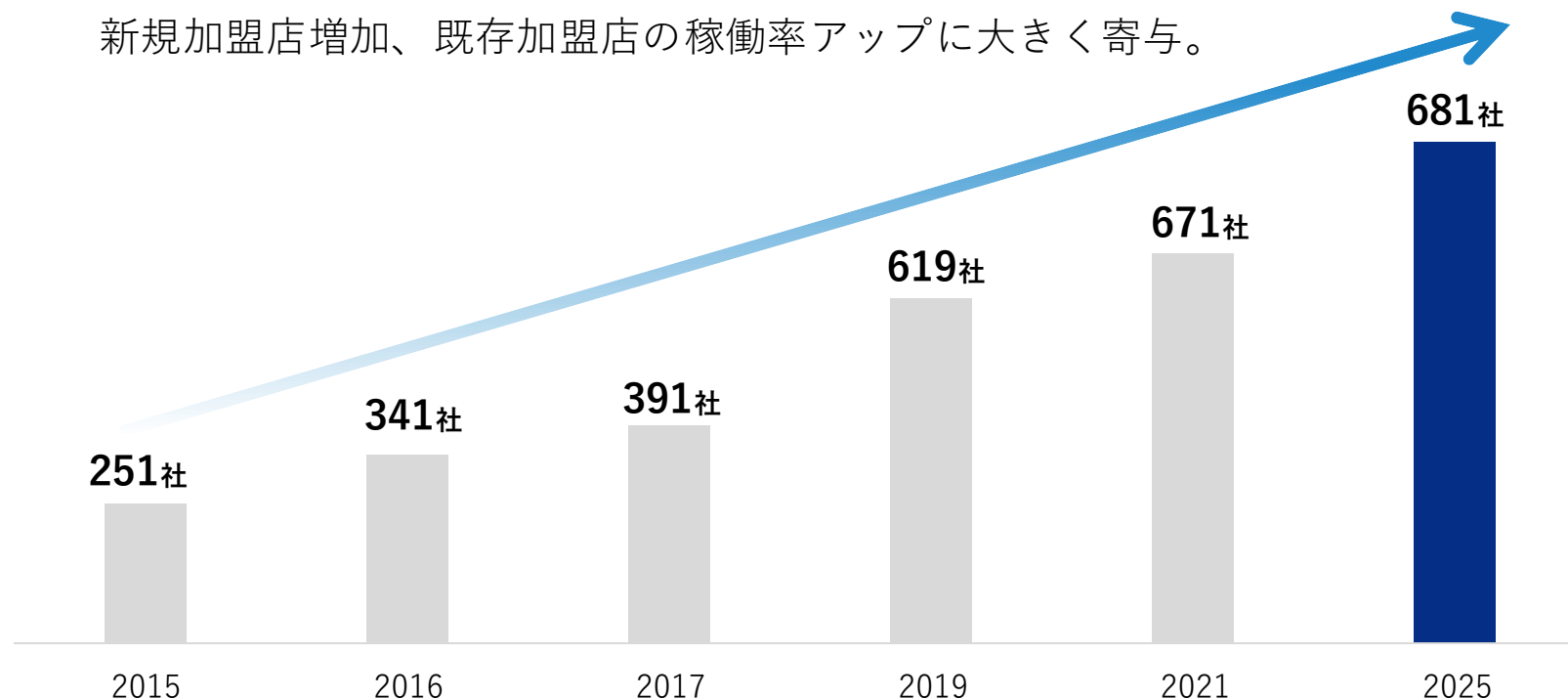
売上総利益率改善

スケールメリットを生かしたボリューム
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。

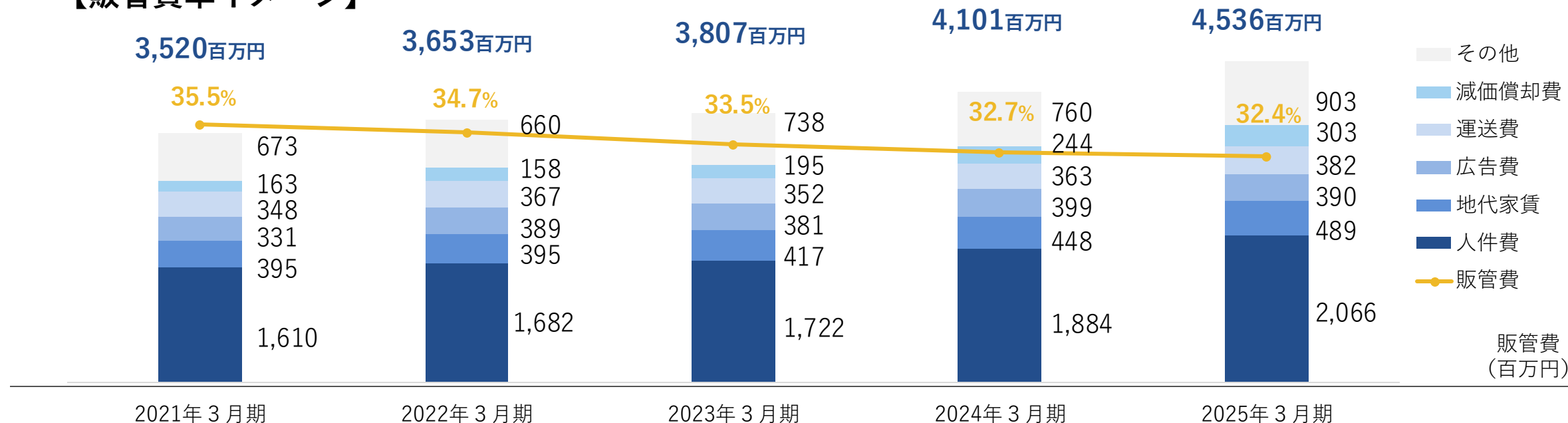


粗利構造と販管費構造・リスク要因

		粗利率	主な原価
アップガレージ事業	直営店（含む E C）	60%	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%	

売上高に対する販管費率は、毎年低下しております。

【販管費率イメージ】



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（2025/3期：18.2%）、ROIC（2025/3期：14.1%）の向上を目指します。

株主還元

- 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。

本資料に含まれる当社以外に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。