

# 2026年3月期 決算説明資料

株式会社アップガレージグループ

2026年5月8日

東証スタンダード 証券コード:7134



**1 — 2026年3月期 業績ハイライト**

**2 — 2027年3月期 業績予想・株主還元**

**3 — 直近の取り組み、TOPICS**

**4 — appendix**

**1 — 2026年3月期 業績ハイライト**

2 — 2027年3月期 業績予想・株主還元

3 — 直近の取り組み、TOPICS

4 — appendix

## 売上高

15,384 百万円

前期比 +10.0%

計画比 101.9%

## 営業利益

1,103 百万円

前期比 +5.7%

計画比 102.2%

## 経常利益

1,129 百万円

前期比 +4.2%

計画比 102.7%

## 当期純利益

780 百万円

前期比 △0.6%

計画比 107.7%

上場以来5期連続で売上高・営業利益ともに過去最高を更新、修正後業績予想を上回り着地

- ✓ リユース需要の拡大により暖冬の影響があったものの、直営店を中心にリユース業態で前期比12.8%増収、流通卸売業態で前期比6.6%増収
- ✓ 直営店10店舗(前期3)、FC店8店舗(前期5)、サイクルズ1店舗(前期3)、USA 1店舗(前期1)の新規出店  
直営店は通期で年間出店計画5店舗を大きく上回る10店舗の新規出店
- ✓ 直営店の既存店売上高は13か月連続で前年同月を上回る好調を維持、新規出店を加速しながらも既存店が着実に業績を牽引
- ✓ 当期純利益は前期のイレギュラー要因(繰延税金資産の回収可能性の見直し)の反動により前期比で僅かに減少

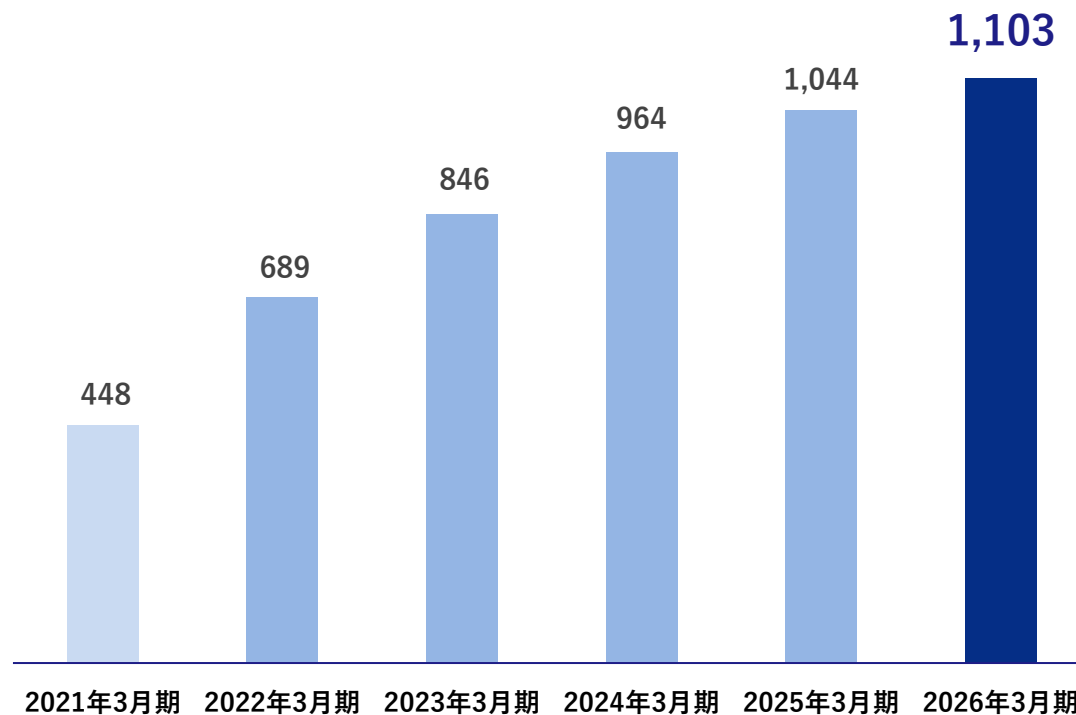
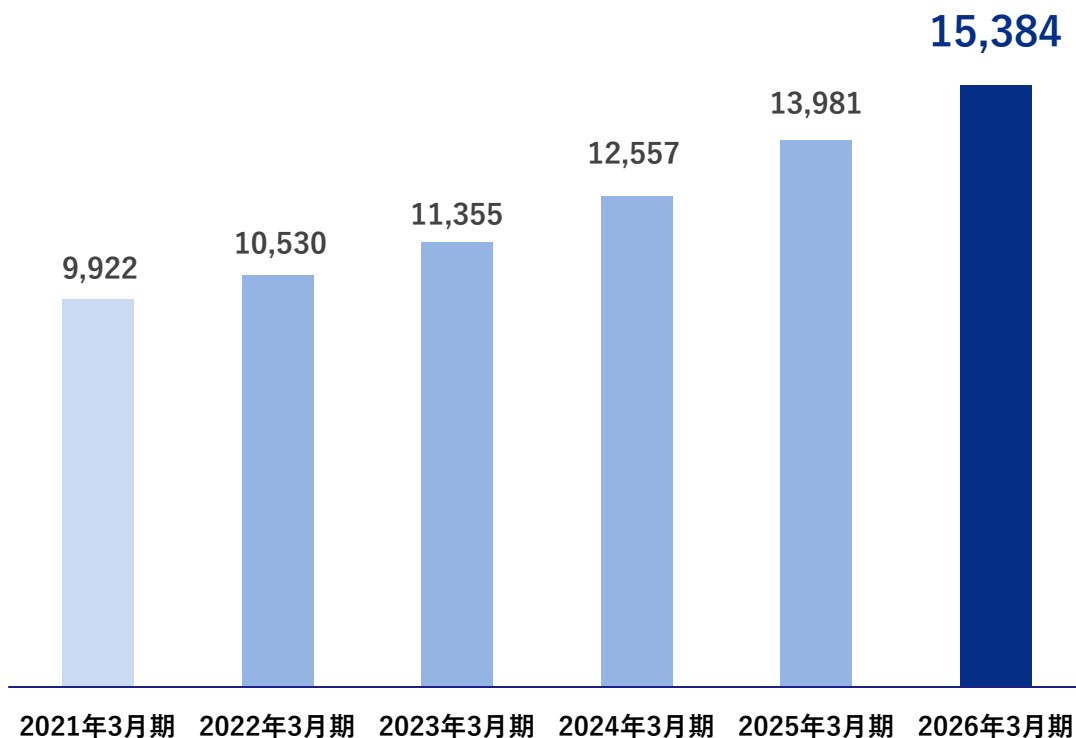
暖冬の影響はあったものの、リユース需要の拡大により、  
過去最高の売上高、営業利益を達成

(単位：百万円)	2025年3月期	2026年3月期	増減額	増減比	2026年3月期 予想(修正後)
売上高	13,981	15,384	1,403	110.0%	15,100
売上総利益	5,580	6,161	580	110.4%	—
売上総利益率	39.9%	40.0%			—
営業利益	1,044	1,103	59	105.7%	1,080
営業利益率	7.5%	7.2%			—
経常利益	1,083	1,129	45	104.2%	1,100
当期純利益	785	780	△4	99.4%	725

売上高、営業利益ともに上場以来連続して過去最高を更新 ※2021年12月上場

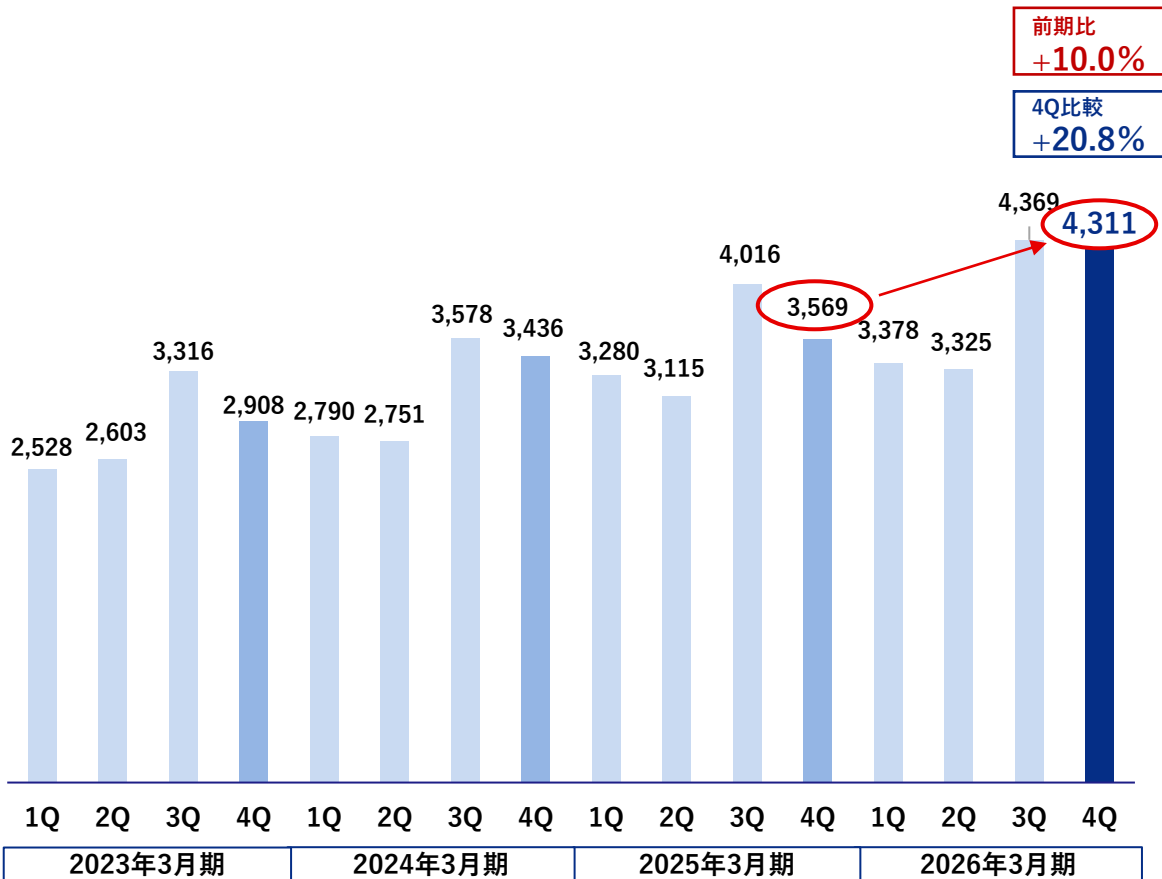
売上高 (百万円)

営業利益 (百万円)

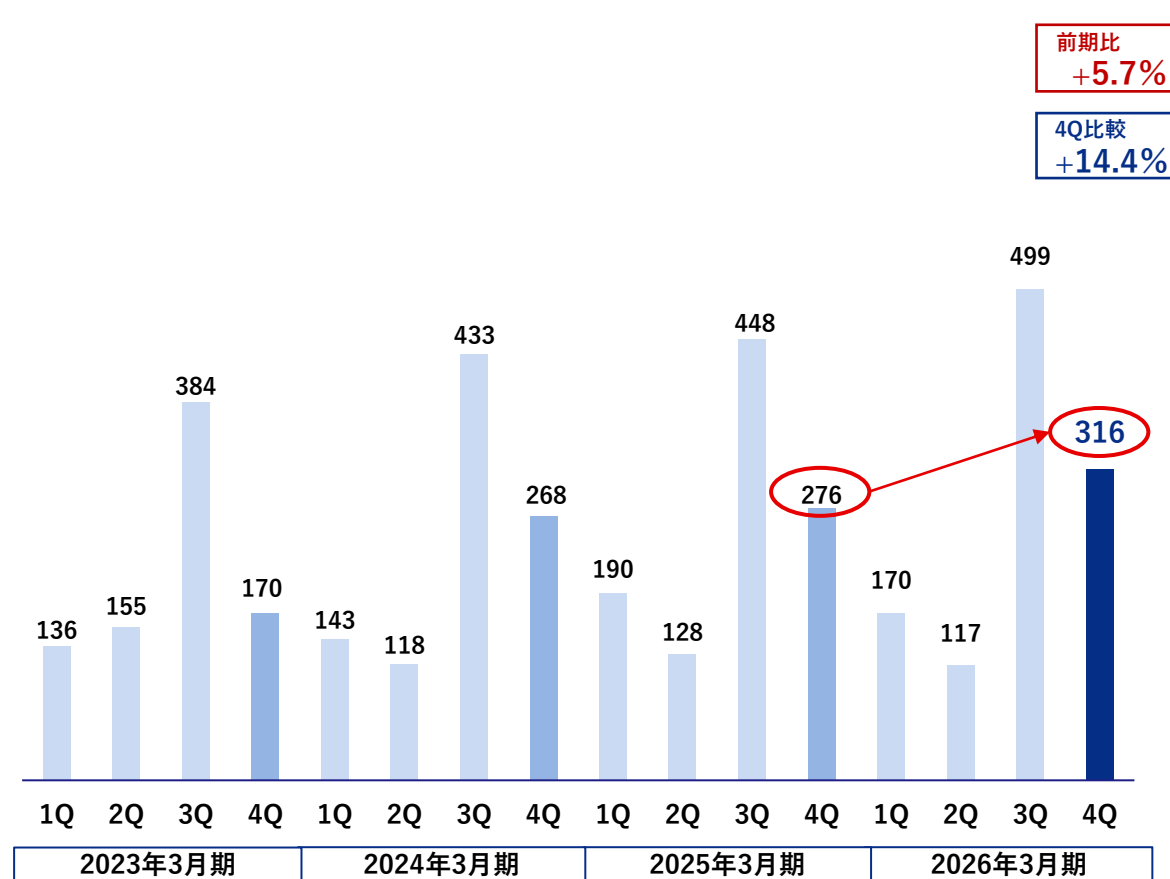


出店加速に伴う先行投資及び期初からの人的資本投資増加により、  
 上期は減益基調となったが、下期は増益トレンドに転換  
 第4四半期単体では前年同期比20.8%の増収、14.4%の増益と二桁伸長

売上高 (百万円)

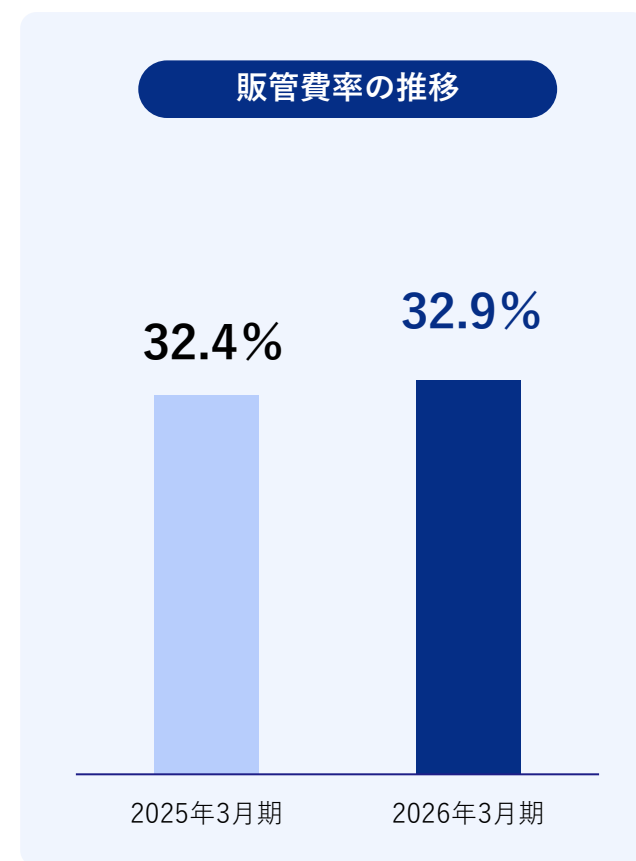


営業利益 (百万円)



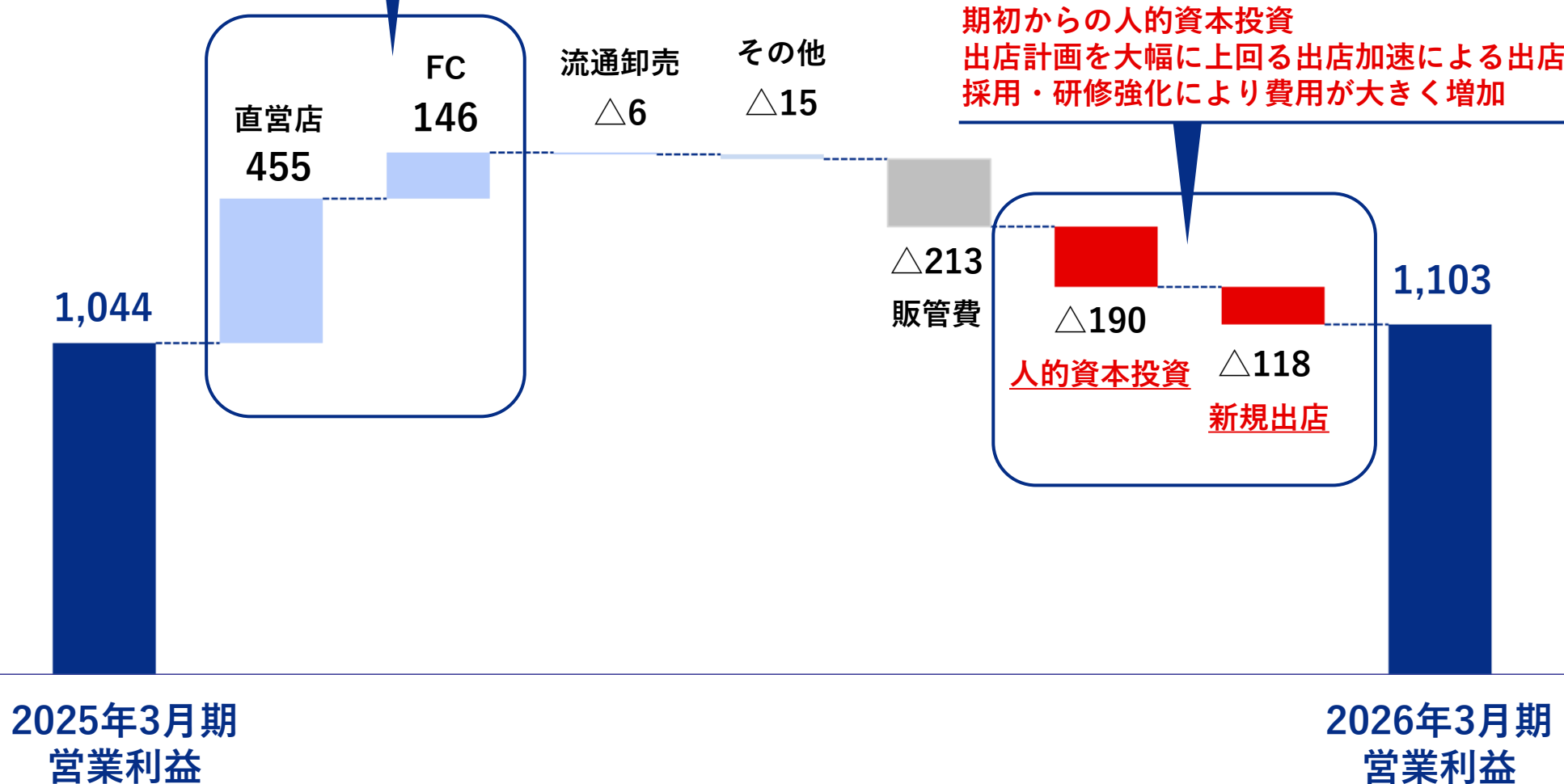
出店加速に伴う先行投資及び期初からの人的資本投資増加により  
販管費は前期比11.5%増加したが、売上高販管費率は適切にコントロール

(百万円)	2025年3月期	2026年3月期	増減額	増減比
人件費	2,066	2,257	190	109.2%
地代家賃	489	551	62	112.8%
広告費	390	413	22	105.8%
運送費	382	390	7	101.9%
減価償却費	303	379	76	125.1%
その他	903	1,065	161	117.9%
販管費合計	4,536	5,057	521	111.5%
販管費率	32.4%	32.9%		



リユース需要の拡大により直営店・FCともに好調に推移  
下期からのFCロイヤリティ値上げによって利益額は大きく増加

(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



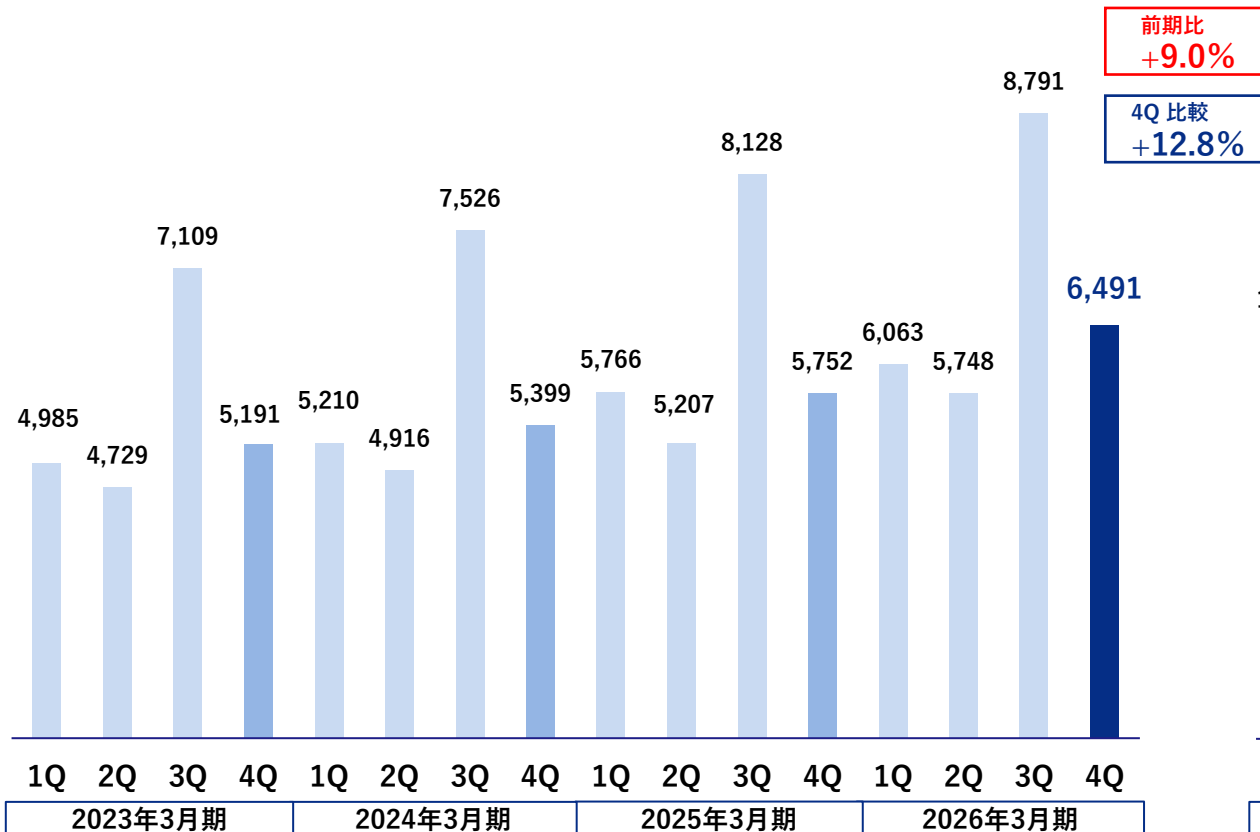
(百万円)		2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	増減額	増減比
<b>リユース業態</b> 売上構成 約60%	店舗売上	5,389	5,892	6,663	771	113.1%
	フランチャイズ関連	1,244	1,305	1,498	192	114.8%
	EC手数料・WEB広告	226	230	232	2	101.2%
	海外EC	279	212	129	△82	61.1%
	USA(25/3期2Qより)	—	120	173	52	143.9%
	本部・その他	447	502	620	118	123.5%
<b>流通卸売業態</b> 売上構成 約40%	タイヤ流通センター	1,630	1,971	1,984	12	100.6%
	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	3,308	3,700	4,063	362	109.8%
	人材紹介サービス	50	52	10	△42	19.4%
	連結調整	△21	△7	7	15	
	<b>連結売上高</b>	<b>12,557</b>	<b>13,981</b>	<b>15,384</b>	<b>1,403</b>	<b>110.0%</b>

## リユースへの需要拡大は引き続き継続して12.8%増収

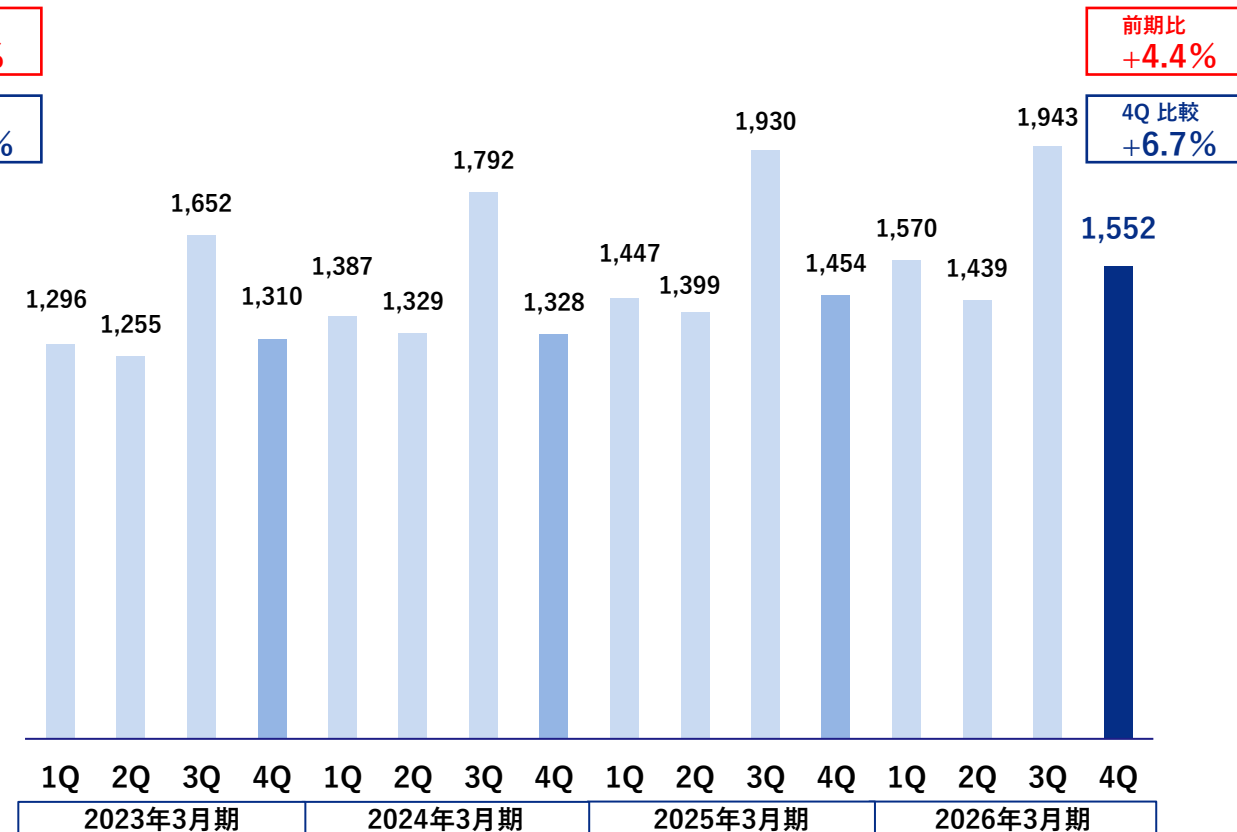
(百万円)		2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	増減額	増減比
リユース業態	店舗売上	5,389	5,892	6,663	771	113.1%
	フランチャイズ関連	1,244	1,305	1,498	192	114.8%
	EC手数料・WEB広告	226	230	232	2	101.2%
	海外EC	279	212	129	△82	61.1%
	USA(25/3期2Qより)	—	120	173	52	143.9%
	本部・その他	447	502	620	118	123.5%
		7,588	8,263	9,318	1,054	112.8%

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

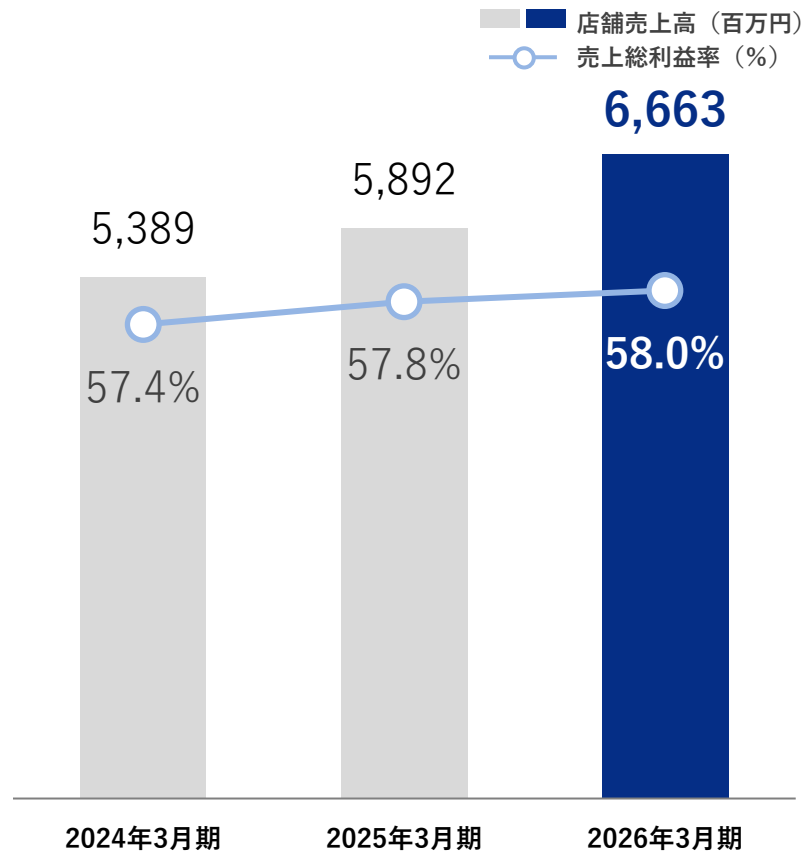
チェーン合計売上高（百万円）



チェーン合計買取金額（百万円）



直営店の既存店売上高は13か月連続で前年同月を上回り、好調を維持、  
リユース需要拡大により直営店売上高は13.1%増収  
直営店の新規出店は年間出店計画(5店舗)を大きく上回る10店舗と出店加速



既存店  
売上高 **105.4** % (前期 102.6%)

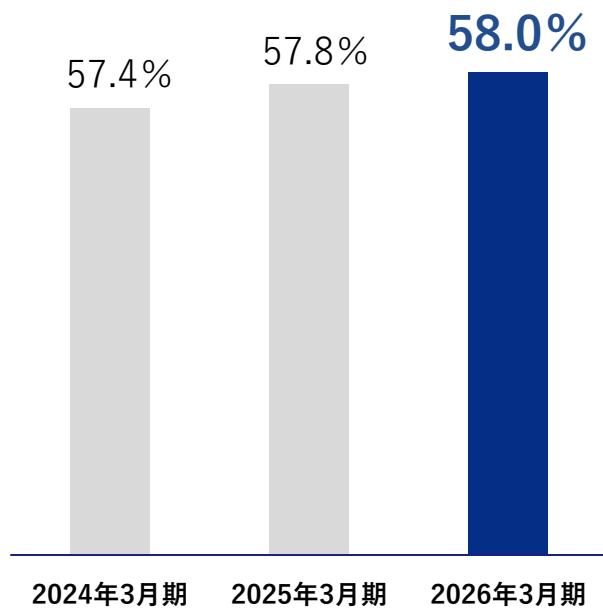
直営店  
客単価 **102.0** % (前期 104.1%)

直営店  
新規出店 **10** 店舗 (前期 3店舗)

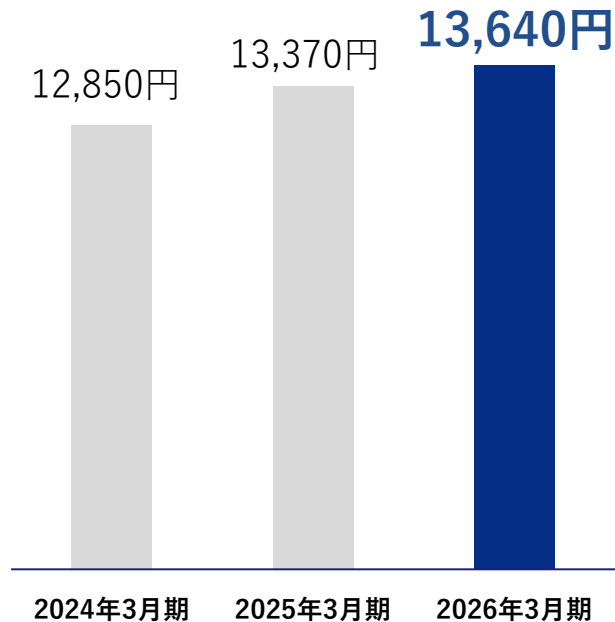
中古需要の拡大、利益率改善の施策によって粗利率、客単価は上昇傾向

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

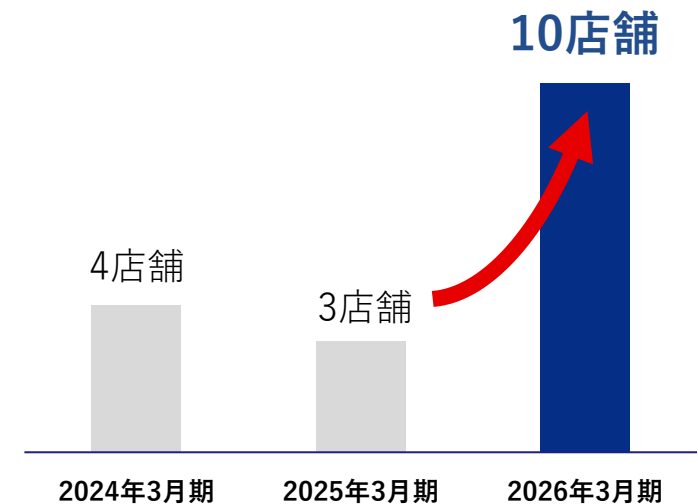
直営店売上総利益率



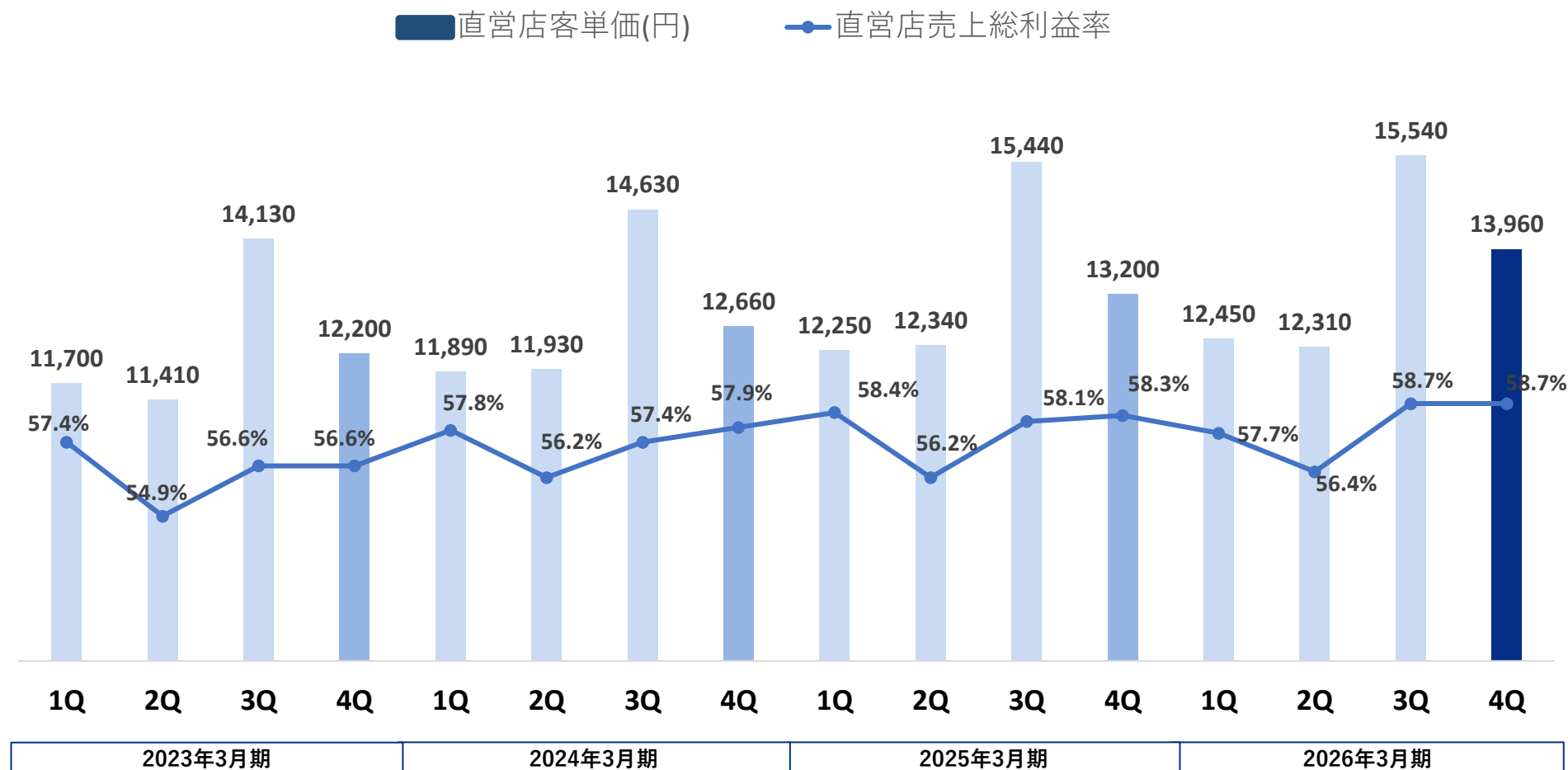
直営店客単価



直営店新規出店

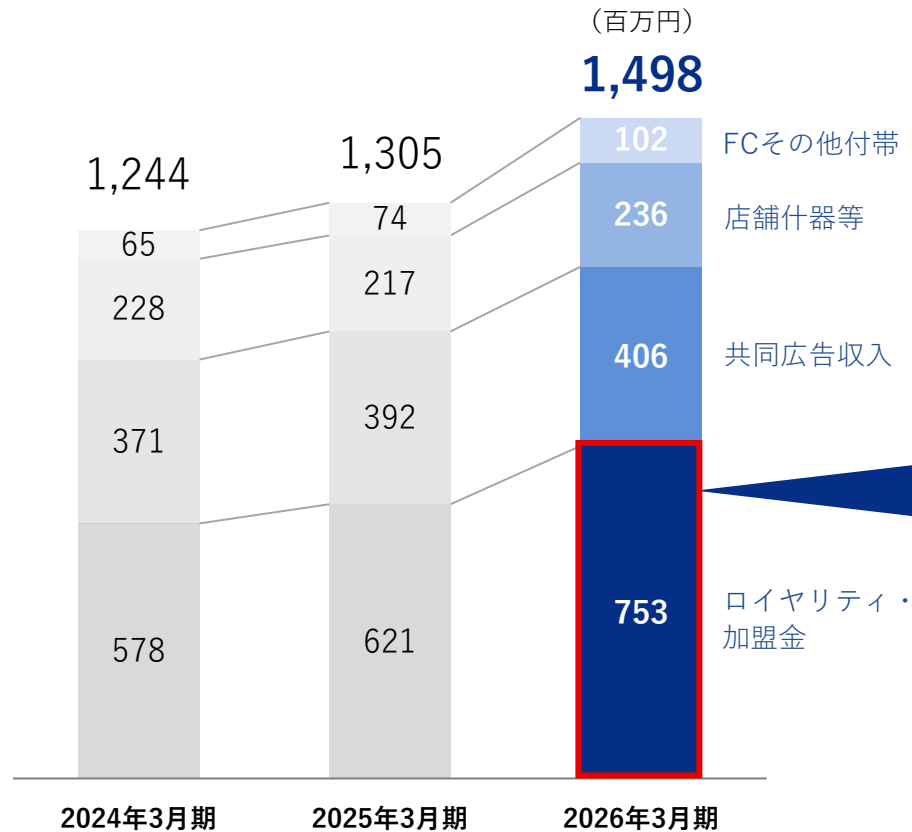


直営店客単価・売上総利益率 四半期推移



12月の暖冬の影響があったものの、FC店売上高が好調に推移

下期からのFCロイヤリティ値上げの効果もあり、フランチャイズ関連全体では14.8%増収

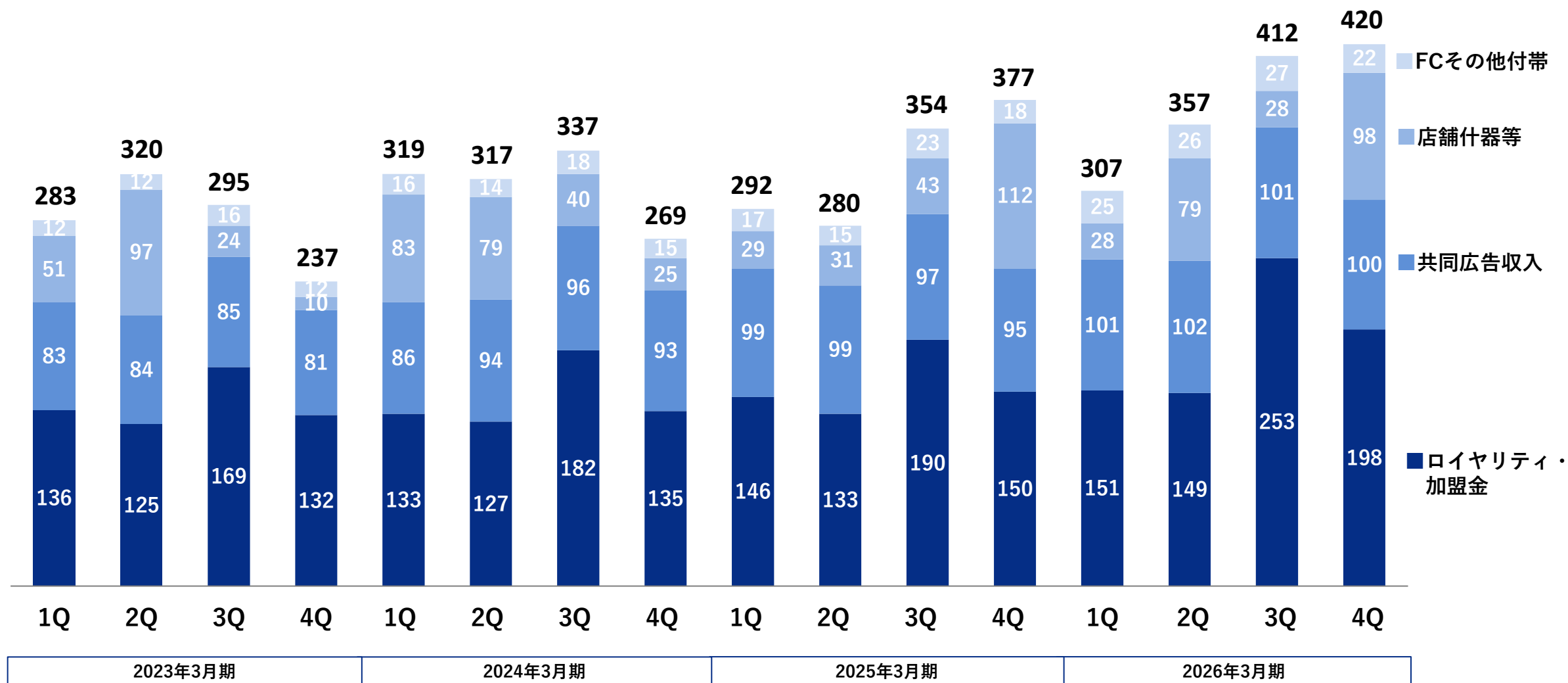


既存店  
売上高 **105.9** % (前期 106.3%)

全店  
売上高 **107.6** % (前期 107.2%)

FC店  
新規出店 **8** 店舗 (前期 5店舗)

フランチャイズ関連売上高 四半期推移 (百万円)

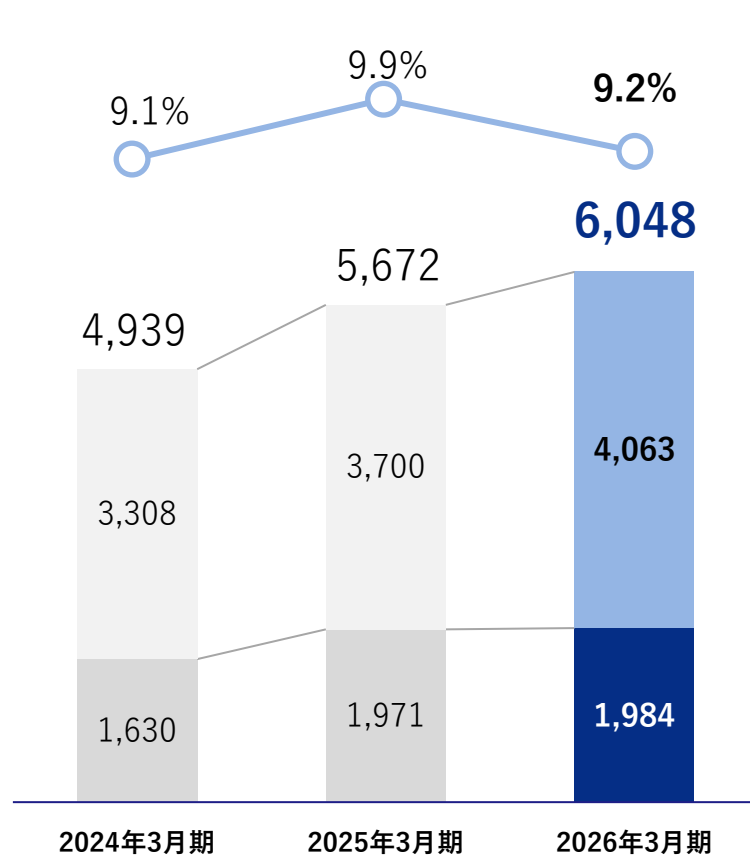


ネクスリンクは下期の取り扱い拡大により通期では9.8%増収  
12月の暖冬の影響があったタイヤ流通センターは前年同水準での着地

(百万円)		2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	増減額	増減比
タイヤ流通センター		1,630	1,971	1,984	12	100.6%
流通卸売業態	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	3,308	3,700	4,063	362	109.8%
		4,939	5,672	6,048	375	106.6%

流通卸売業態全体で6.6%の増収

ネクスリンクの下期の取り扱い拡大の影響もあり、売上総利益は前期比で0.7%下回る

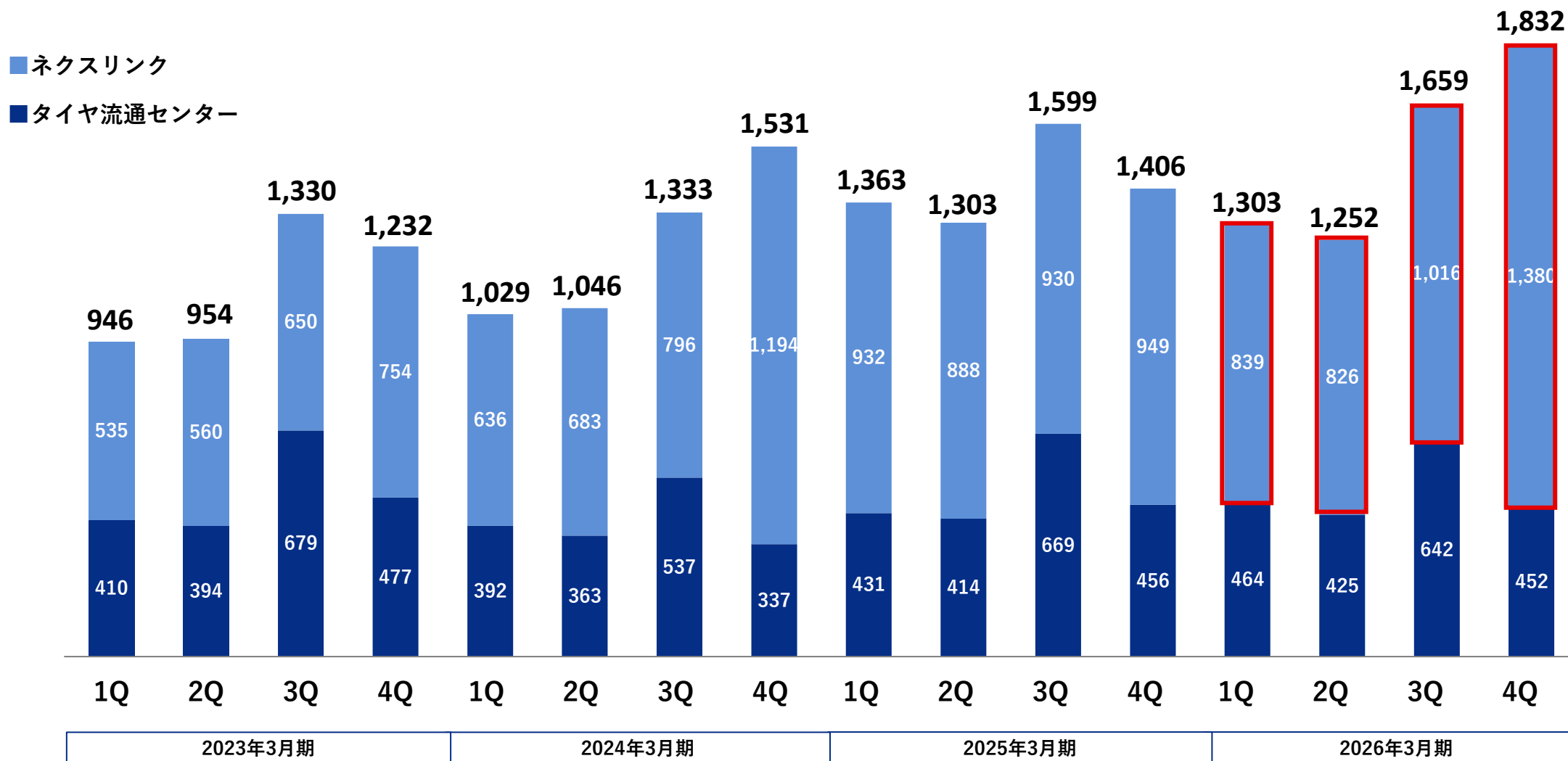


■ タイヤ流通センター  
■ ネクスリンク  
○ 売上総利益率  
(百万円)

タイヤ流通  
センター  
新規加盟

**15** 店舗 (前期 13店舗)

流通卸売業態売上高 四半期推移 (百万円)



**1** — 2026年3月期 業績ハイライト

**2** — **2027年3月期 業績予想・株主還元**

**3** — 直近の取り組み、TOPICS

**4** — appendix

企業像

将来の企業像 | **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



2035~2040年

営業利益 100億円  
時価総額 1,000億円

実現のための  
3本柱

実現のための3本柱

中計期間 2029年3月期の計画 | 売上高 207.4億 営業利益 22.8億円

**1** マーケットの拡大

**国内**

- ・直営 10店舗
- ・FC 8店舗
- ・サイクルズ 1店舗

**海外**

- ・アメリカ(カリフォルニア州)で  
2店舗目(オンタリオ店)をオープン
- ・3店舗目のマーケティング開始

**サービス**

- ・スタッドレスタイヤレンタルサービス拡大  
件数・売上とも昨年比約150%



**2** 循環モデル拡張・効率化

**法人買取の強化**

- ・前期比167%と大幅増加

**アプリダウンロード数 累計70万件突破**

- ・愛車登録データ・購買データを活用し、  
1 to 1 マーケティングによる販促強化

**AI買取査定機能の開発・運用**

- ・買取業務の効率化を実現

**ネクスリンク手数料モデルの導入**



**3** 人的資本強化

**採用強化**

- ・新卒41名・キャリア24名を採用

**研修強化**

- ・次世代経営者研修
- ・店舗マネジメント研修を強化
- ・外国籍社員を対象とした、やさしい日本語  
研修・ビジネス日本語研修を実施

**女性役職者**

- ・女性役職者比率14.8%（前期末:11.5%）

1. 中期計画発表時点（2024年6月）の想定とは異なる動きをした「重要な環境認識」は以下の3点。
2. 変化に応じて、企業として対応も柔軟に修正。

## 1 インフレ経済への対応

### 想定

- 日本のインフレは先行する主要国に追いつく形
- 緩やかな金利主導型インフレ

### 現実

- インフレは戦争や原油価格高騰により全世界で同時進行
- コストプッシュ型インフレが顕在化

### 対応

- リユース業態には追い風。新規出店を計画の2倍に加速
- 新品商品販売に並行して、ネクスリンク利用料徴収ビジネスを強化

## 2 人的資本投資拡大

### 想定

- 新卒採用数は徐々に拡大させる
- 人件費増加率は世間並水準

### 現実

- 新規出店加速により人材獲得急務
- 新卒給与大幅UPにより、全体の人件費も上昇

### 対応

- 新卒に加え、中途採用も拡大
- 売上高販管比率は、ほぼ一定水準に抑えるマネジメントを実施

## 3 自動車EV化・CASE対応

### 想定

- 世界的なEV化の進捗は不可避
- 内外装の個性化ニーズへの対応準備

### 現実

- 米国・欧州でのEV化が急速に鈍化
- 日本メーカーもEV伸びず、CASE対応が頓挫する事例発生

### 対応

- 現有車両保有長期化に合わせた買取・商品化を強化
- 取付サービス充実のための研修強化

◆出店計画

- ・直営 7店舗
- ・FC 10店舗
- ・サイクルズ 3店舗
- ・USA 1店舗

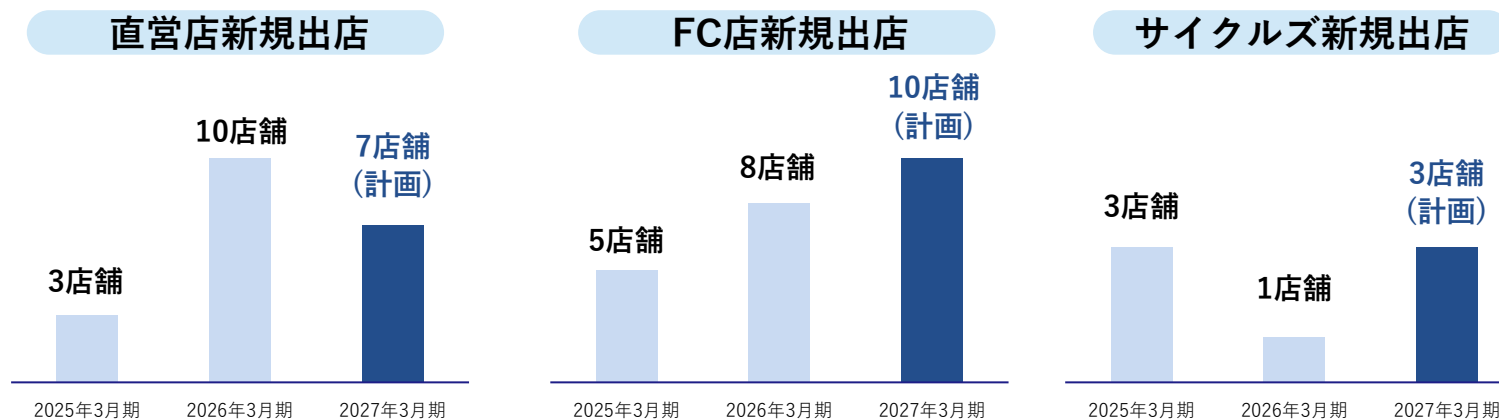
◆利益率の向上

◆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

●リユース需要拡大の継続を背景に直営店の出店ペースの加速を継続



●AI買取査定、販売価格自動化等のシステム浸透拡大による業務効率化、利益率改善

●アプリ会員向け販促施策強化によるデータ基盤の整備と販売強化

●法人営業強化（ネクスリンクのシステム利用、法人買取）

●新卒の初任給を最大33.5万円に増額、働き方の多様性を広げる新たな勤務制度を導入

前期比 10.5%増収、営業利益は26.8%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)	2026年3月期 実績	2027年3月期 計画	増減額	増減	
売上高	15,384	17,000	1,615	10.5%	<b>リユース業態</b> ✓ 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 ✓ <u>直営店7店舗、フランチャイズ店10店舗の出店計画</u> ✓ USAは2店舗通年PL寄与による売上高、粗利率の上昇と3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	1,103	1,400	296	26.8%	
経常利益	1,129	1,420	290	25.7%	
当期純利益	780	910	129	16.5%	
ROE	16.0%	16.7%	—	—	<b>流通卸売業態</b> ✓ タイヤ流通センター売上高は前期比 <b>105%</b> 、ネクスリンク売上高は前期比 <b>105%</b> ✓ ネクスリンクの導入企業の拡大と取扱高の増加、システム利用モデルの営業強化により利益率の改善を目指す
ROIC	14.1%	15.0%	—	—	

※ROIC=(営業利益×(1-負担税率))÷投下資本

	2026年3月期 実績	2027年3月期 計画	増減
直営店 新規出店（拠点数）	10	7	△3
FC店 新規出店（拠点数）	8	10	2
タイヤ流通センター 新規加盟	15	30	15
サイクルズ 新規出店	1	3	2
USA 新規出店	1	1	0
直営店全店売上高前年比	113.1%	116.5%	3.4%
直営店既存店売上高前年比	105.4%	103.0%	△2.4%
FC店全店売上高前年比	107.6%	107.5%	△0.1%
FC店既存店売上高前年比	105.9%	104.5%	△1.4%

戦略的方針転換により27/3期までは当初中期経営計画の売上高、営業利益水準を下回るものの、28/3期からはキャッチアップする見込み

	2026年3月期 中計2年目	2026年3月期 実績	2027年3月期 中計3年目	2027年3月期 業績予想	2028年3月期 中計4年目	2029年3月期 中計5年目
売上高	154.7億円	153.8億円	174.7億円	170.0億円	190.9億円	207.4億円
営業利益	13.1億円	11.0億円	15.7億円	14.0億円	19.0億円	22.8億円

1

インフレを背景としたリユース需要の急速な拡大、ロードサイドの優良な居抜き物件が多数出回る出店環境の変化により、直営店の出店を加速

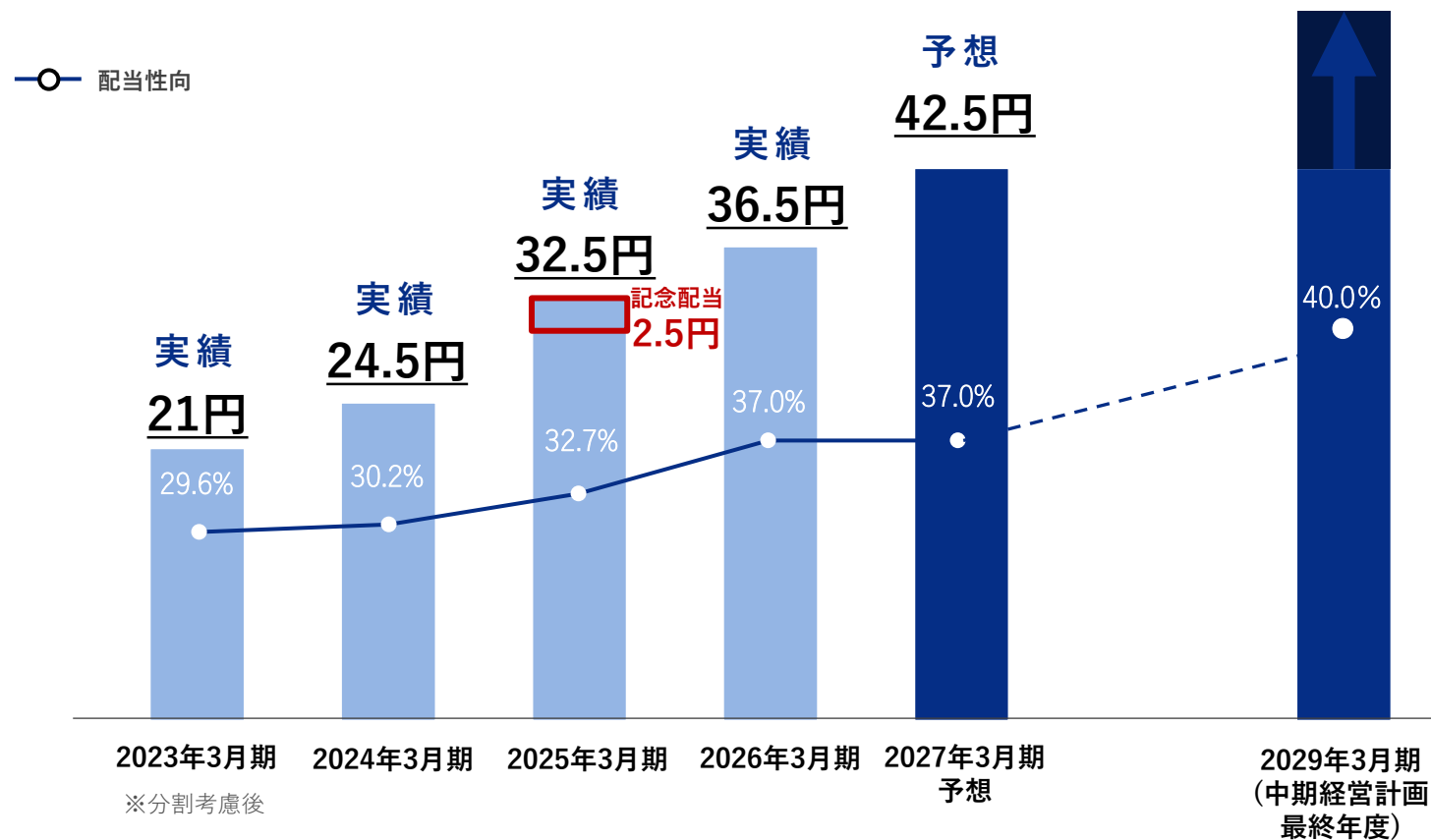
2

人的資本投資の加速(賃上げ、採用、研修教育)

3

新品卸売市場における競合激化、ネクスリンクのシステム利用に比重を移した高付加価値・高利益率なモデルへシフト

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

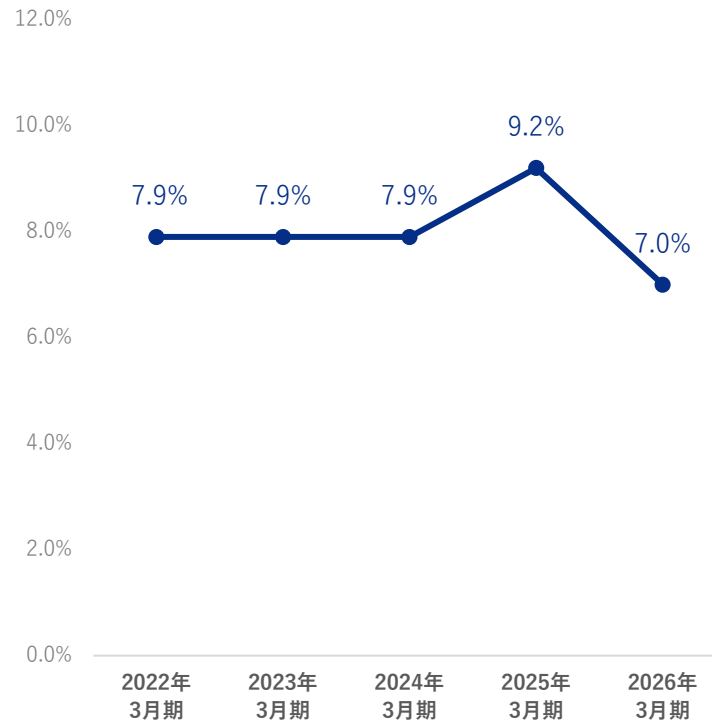
上場以来連続増配を継続

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

## 資本コストや株価を意識した経営 ~現状分析・評価~

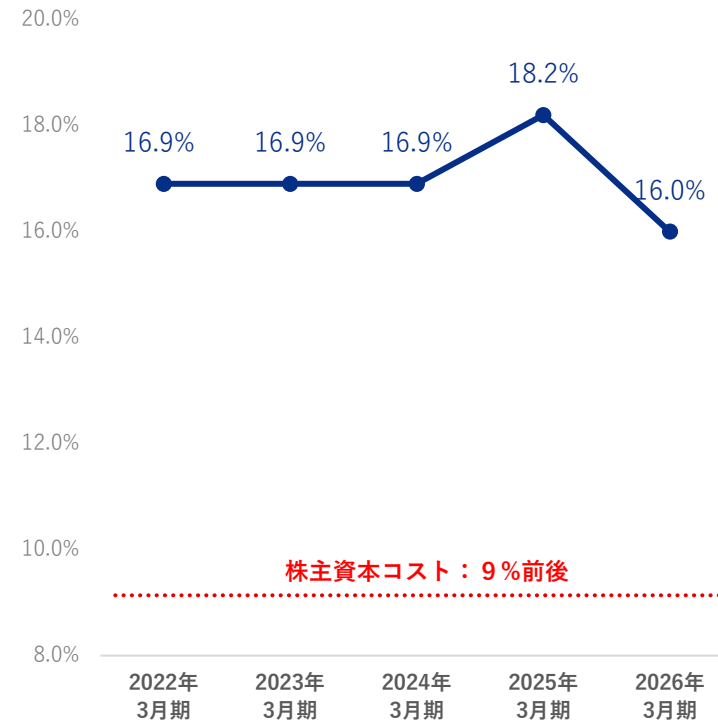
ROEはほぼ計画どおりに向上しており、エクイティスプレッド（ROE－株主資本コスト）も取れている。今後もROEは2029/3期目標達成を目指して向上させる方針だが、これを株価の上昇とリンクさせるために、今後一層の**PER向上策（次ページ）**に取り組む。

### エクイティスプレッド推移

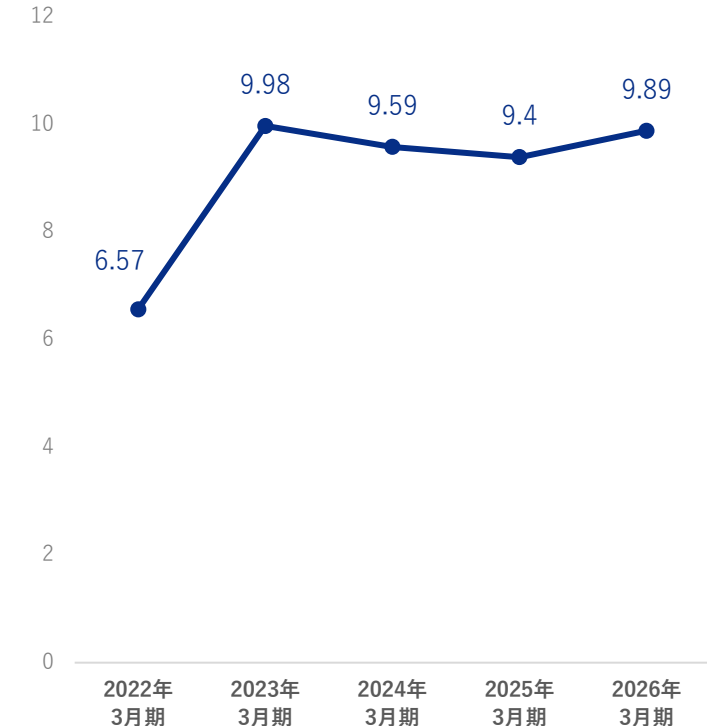


### ROE及び株主資本コスト

(2029年3月期 ROE目標：20.0%)

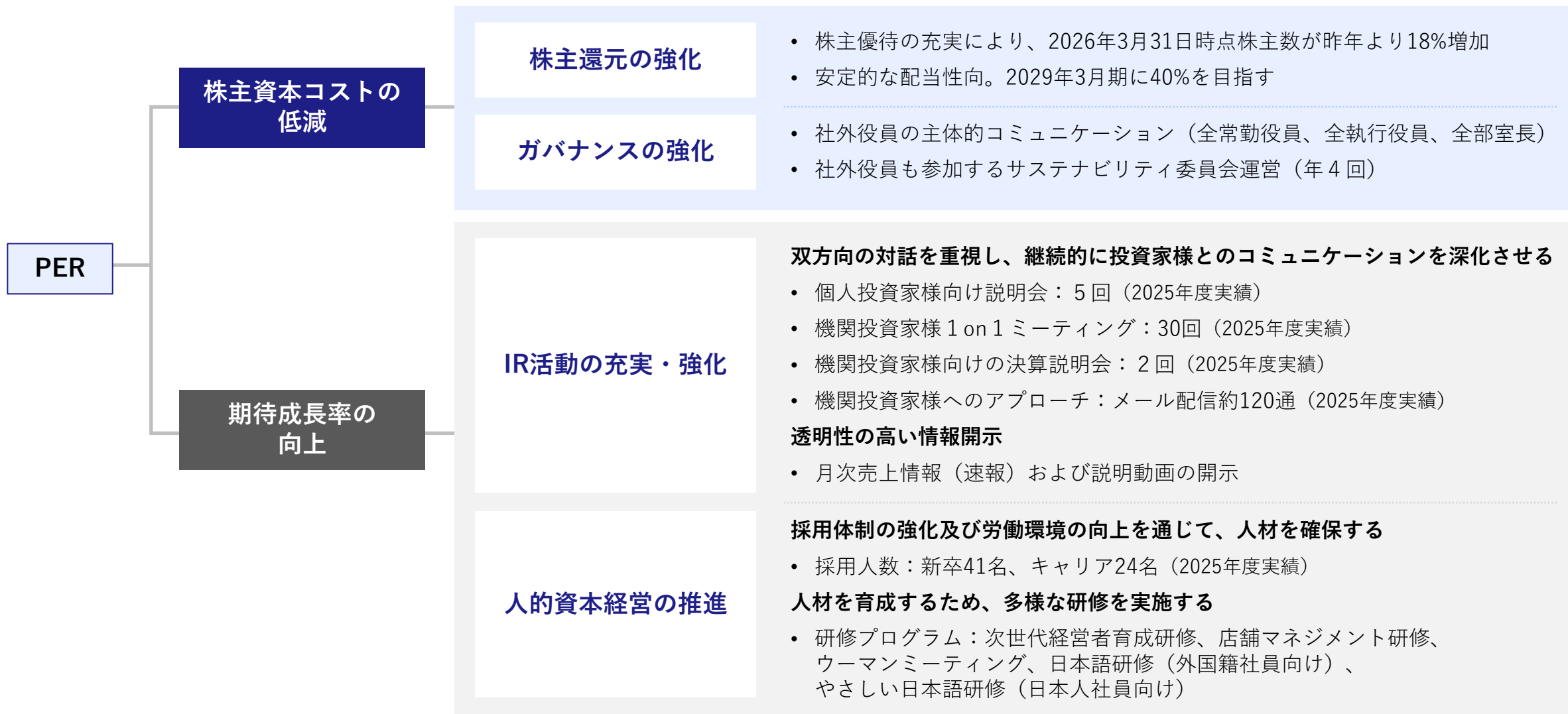


### PER推移



※資本コストは、CAPMで算出した数値にサイズプレミアムと流動性リスクを加味すると、9%前後と認識。

PERを向上させるには**株主資本コストの低減と期待成長率の向上を図ることが肝要**



1 — 2026年3月期 業績ハイライト

2 — 2027年3月期 業績予想・株主還元

**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**

直営店、FC店ともに複数出店を行った。

## 直営店

### アップガレージ小倉東インター店



3月11日オープン



### アップガレージ栃木下野店



3月26日オープン



## FC店

### アップガレージ東近江店



3月3日オープン



### アップガレージ大垣店



3月5日オープン



### アップガレージ函館鍛冶店



3月17日オープン



### アップガレージ福岡行橋店

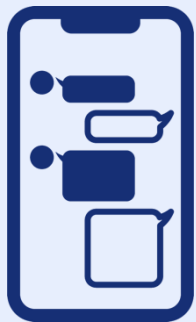


3月27日オープン



## SNSリテラシー向上によるブランド毀損リスクの低減、店舗マネジメント強化による組織運営力の底上げ、および情報伝達の最適化による組織内コミュニケーションの円滑化

### SNSリスク研修



#### 研修内容

- ・ 企業のSNS運用の実態
- ・ 個人と企業への影響・気をつけること
- ・ 事例ごとのリスク解説

→ 全国加盟店会にて周知

### 店舗マネジメント研修

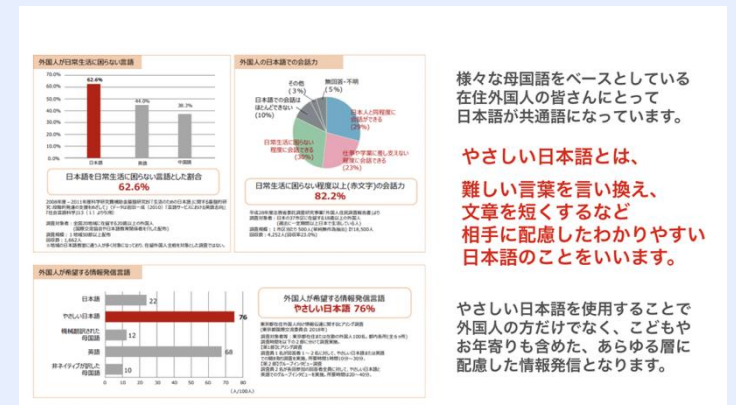


#### 研修内容

- ・ 理想とのギャップ把握および問題点の抽出
- ・ 原因分析に基づく課題設定と解決策の立案
- ・ 店舗での実践を通じた施策のブラッシュアップ

→ 業績達成に向け運営力を強化

### やさしい日本語研修



様々な母国語をベースとしている在住外国人の皆さんにとって日本語が共通語になっています。

**やさしい日本語とは、**  
難しい言葉を言い換え、  
文章を短くするなど  
相手に配慮したわかりやすい日本語のことをいいます。

やさしい日本語を使用することで外国人の方だけでなく、子どもやお年寄りも含めた、あらゆる層に配慮した情報発信となります。

#### 研修内容

- ・ 多文化共生について
- ・ やさしい日本語にするための方法
- ・ わかりやすい情報発信とは

→ 正確な情報で業務効率改善

## アプリ改善によるダウンロード数増加に伴う 1 to 1 マーケティング強化および 全社的な情報セキュリティ強化

### UP GARAGE アプリダウンロード70万件突破



#### 1 to 1マーケティングの事例

- 住居データ** : 近隣店舗のクーポン・キャンペーン情報を配信
- 愛車データ** : 愛車に応じて関連パーツ・商品を最適配信
- 購入/買取履歴** : 買取情報・関連パーツ情報の自動配信

→ **プッシュ通知の開封率が大幅改善**

### SECURITY ACTION二つ星を宣言



セキュリティ対策自己宣言

#### SECURITY ACTIONとは

- 目的** : お客様が安心して利用できるIT環境の提供
- 効果** : セキュリティ体制の可視化による信頼性向上
- 体制** : 二つ星宣言に基づき情報管理を組織的に強化

→ **持続可能な成長を支える情報管理体制を築く**

投資家様とのミーティング・月次動画の開示



個人投資家様向け勉強会

機関投資家様向け ご説明

IR活動



アップガレージグループ 中間決算説明会

2026年3月期 第2四半期業績サマリー

売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
6,703 百万円	287 百万円	282 百万円	167 百万円
前年同期比 +4.8%	前年同期比 △9.9%	前年同期比 △20.0%	前年同期比 △30.5%
上期計画比 96.1%	上期計画比 73.6%	上期計画比 71.2%	上期計画比 66.2%

下期以降の業績UPにつながる新規出店費用の先行投資及び店舗の人的資本投資により増収減益

AI、DX施策などによる業務効率向上、顧客接点増加

- リユース需要の拡大により直営店を中心にリユース業態で前年同期比11.6%増収となったものの、競争によるスタッドレスタイヤ商戦の後ろ倒し等により売上高は上期計画を僅かに下回る
- 上期は、直営店3店舗(前期1)、FC店2店舗(前期3)、サイクルズ1店舗(前期2)の新規出店
- 10月までに、直営店で5店舗の新規出店が決定。年間出店計画より店舗を上回るペースで新規出店を加速したこと
- 出店初期費用が上期で大幅に増加
- 出店加速に合わせて採用強化を行い、上期の採用人数は前年同期比40%増。さらに新卒初任給増額及び店舗従業員の給与テーブル改訂等の人的資本投資を行い、人件費は前年同期比8.8%増加
- お客様対応充実につながる業務効率向上策も進展

2026年3月期 3月度売上状況(速報)等について

■国内アップガレージ店舗の売上高前年比較(速報及び仮定)

店	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全店	103.9	104.4	111.1	114.9	116.7	107.1	113.9	115.9	108.4	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5	104.5
FC店	408	418	418	423	423	401	393	379	369	447	369	374	374	374	374	374	374	374	374	374	374	374	374	374	
直営店	103.2	103.1	103.3	103.7	103.2	106.4	107.8	107.3	105.8	105.9	107.2	106.3	106.3	106.3	106.3	106.3	106.3	106.3	106.3	106.3	106.3	106.3	106.3	106.3	

■売上高前年比(速報・仮定)

店	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全店	103.9	104.4	111.1	114.9	116.7	107.1	113.9	115.9	108.4	104.5	104.5	104.5	104.5
FC店	408	418	418	423	423	401	393	379	369	447	369	374	374
直営店	103.2	103.1	103.3	103.7	103.2	106.4	107.8	107.3	105.8	105.9	107.2	106.3	106.3

■売上高前年比(速報・仮定)

店	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全店	103.9	104.4	111.1	114.9	116.7	107.1	113.9	115.9	108.4	104.5	104.5	104.5	104.5
FC店	408	418	418	423	423	401	393	379	369	447	369	374	374
直営店	103.2	103.1	103.3	103.7	103.2	106.4	107.8	107.3	105.8	105.9	107.2	106.3	106.3

2025年度 累計5回

1 on 1 ミーティング 累計30回

開示・説明動画の公開 (YouTube)

2026年度の予定

決算説明会

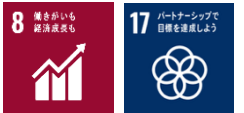
- ・ 月次売上状況(速報)の説明動画公開
- ・ 四半期毎の説明動画公開

- ・ 6月21日 Kabu Berry Lab @渋谷
- ・ 8月16日 湘南投資勉強会 @御茶ノ水
- ・ 12月6日 神戸投資勉強会 @名古屋

- ・ 2025年11月10日 中間決算説明会
- ・ 2026年5月11日 通期決算説明会

毎年6月 Web株主通信の公開

## 東京オートサロンに関わる活動



### 輪島市へチャリティ売上金を寄付



「東京オートサロン」において、「TEAM UPGARAGE」がSUPER GTで実際に使用していた「UPGARAGE NSX GT3」のパーツ等のチャリティ販売を行いました。

輪島市社会福祉協議会へ  
売上金100万円を全額寄付いたしました。

### 東京オートサロン2026出展



1月9日～11日、幕張メッセにて行われた「東京オートサロン2026」に出展いたしました。

初日は内定者も参加し、事業理解を深めることで入社への期待感を高める機会となりました。

### JAPAN CAR AWARDS



2014年から開催している”本当に乗りたい車”をユーザー投票で決める自動車賞。今回はサイト・SNS投票に加え、アプリ投票も可能となりました。

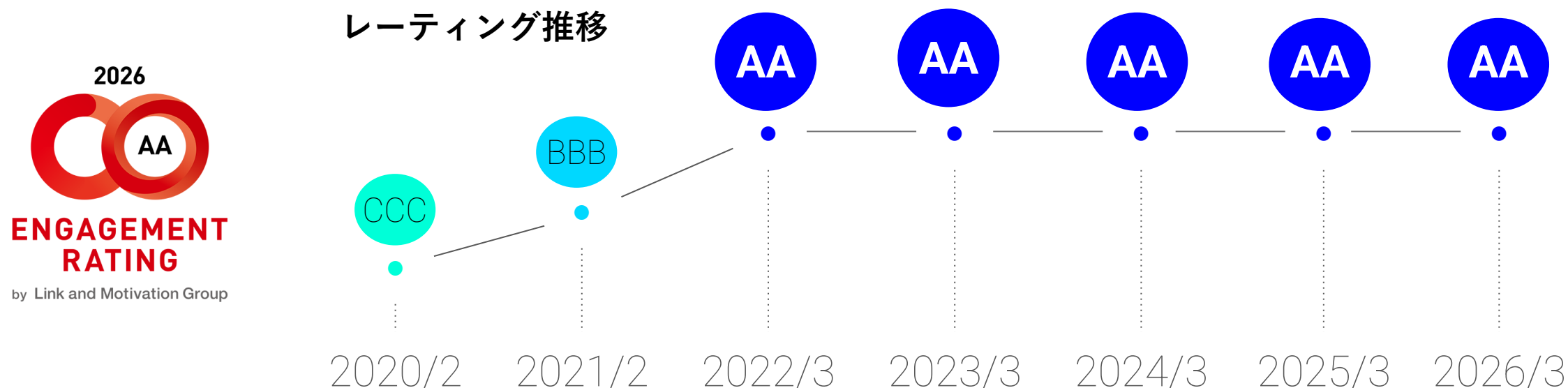
受賞車両は以下の通りです。

- ・新車部門 : ホンダ・PRELUDE
- ・レジェンド部門 : 日産・スカイラインGT-R (R34)

## 継続的な従業員満足度への取組



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 業績ハイライト

2 — 2027年3月期 業績予想・株主還元

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  
日本全国及び米国で展開。



## 流通企画事業

主にFC加盟店様および  
中古車業者様・自動車整備会社様を  
お取引先とした、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**



1990年代、中古車販売業の傍ら始めた中古パーツ販売が大好評。

中古パーツを「安く手に入れたい」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、

1999年、中古車業から**中古パーツ事業をスピンアウト**。これがアップガレージグループの始まりです。



# 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！

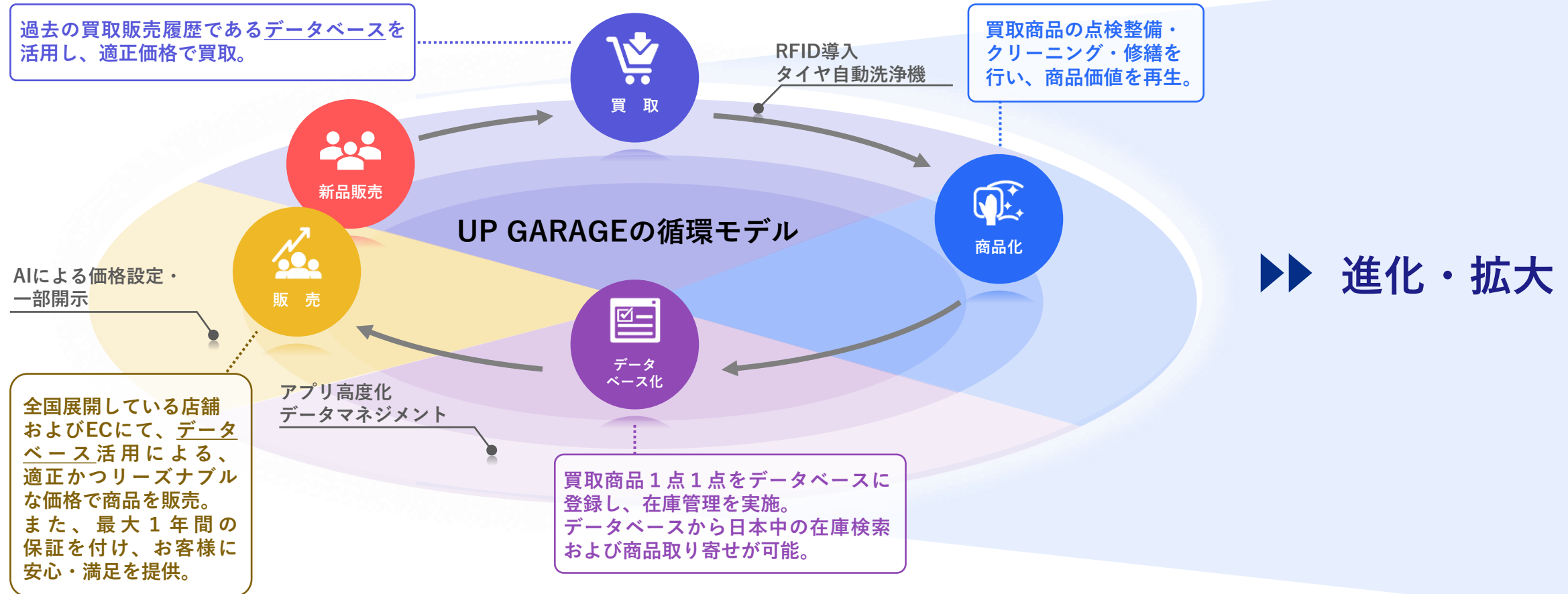


### 中古パーツを買いたい人の悩み

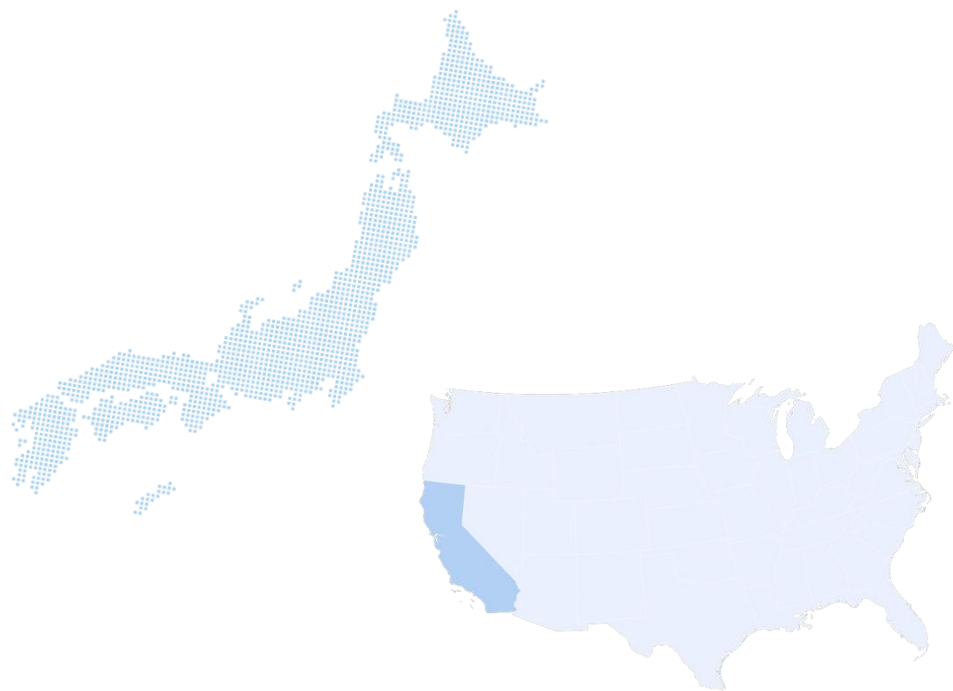
- ✓ 手に入れたい中古パーツが売ってる場所がない！
- ✓ 新品パーツは高いので、安く手に入れたい！
- ✓ 中古はデータベースがないので、商品を探しづらい！
- ✓ 中古パーツは、安全性・保証がなく心配だ！

## アップガレージの循環モデル

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。



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。



※ 2026年3月末時点の情報です。

※店舗数は直営店・FC店を含みます。

※拠点数は196拠点（直営：45、FC：149、海外：2）となっております。



**159**店舗

国内：157 USA：2

中古カー用品の買取・販売を行う  
メインブランド店舗



**94**店舗

中古バイク用品専門の買取・販売店



**11**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



**10**店舗

中古自転車専門の買取・販売店



**4**店舗

中古カスタムカーを中心とした  
買取・販売店



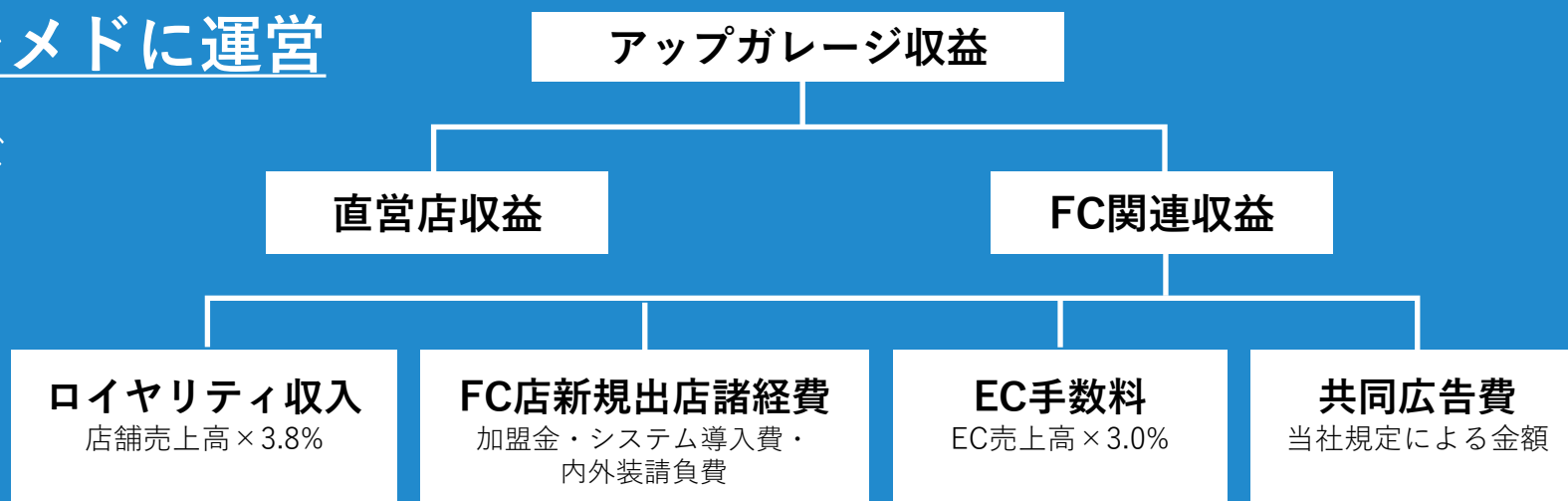
**209**店舗

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

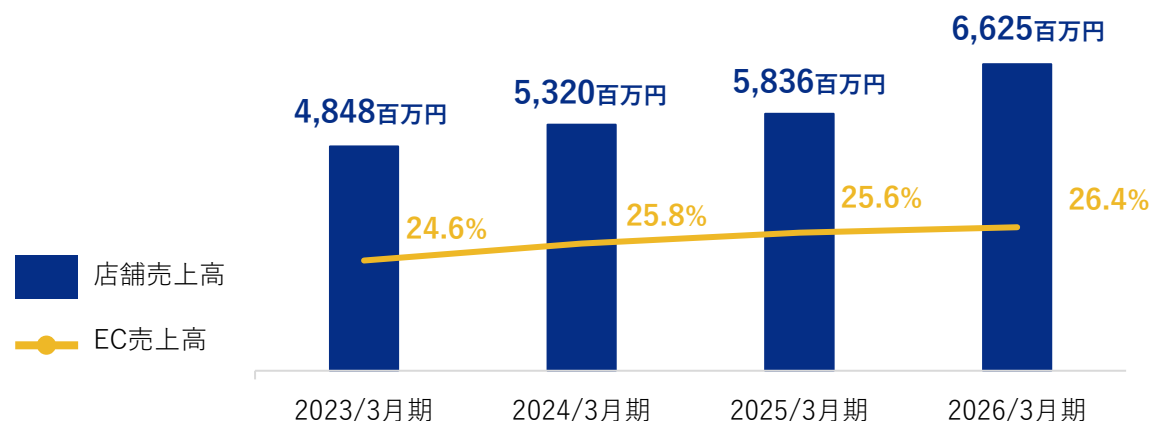
## 直営・FCともに粗利60%をメドに運営

収益の源泉は、直営店収益およびFC関連収益です。

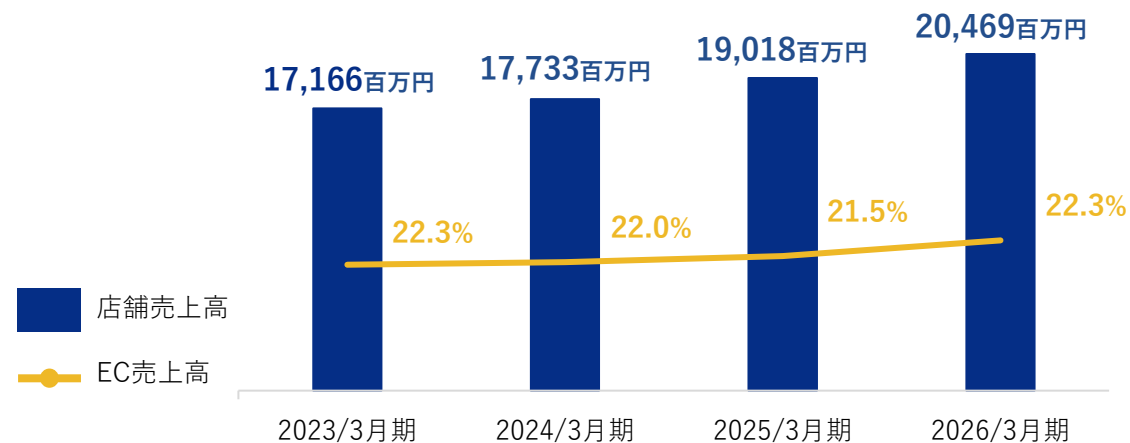
直営店・FC店ともに、実店舗およびECが販売チャネルです。



【アップガレージ直営店売上】



【アップガレージFC店売上】

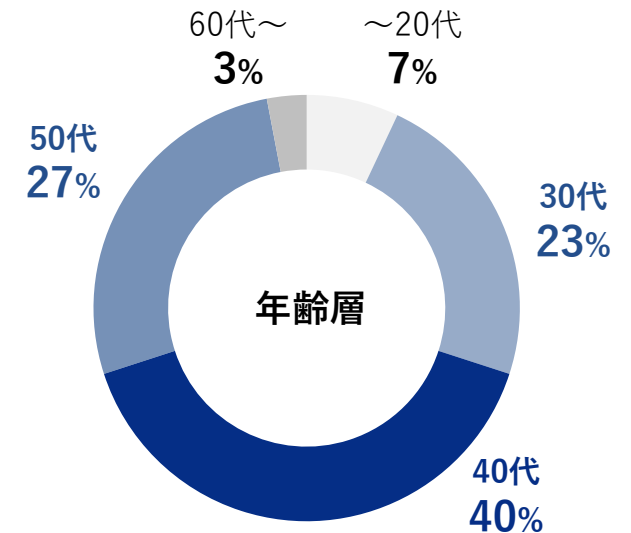
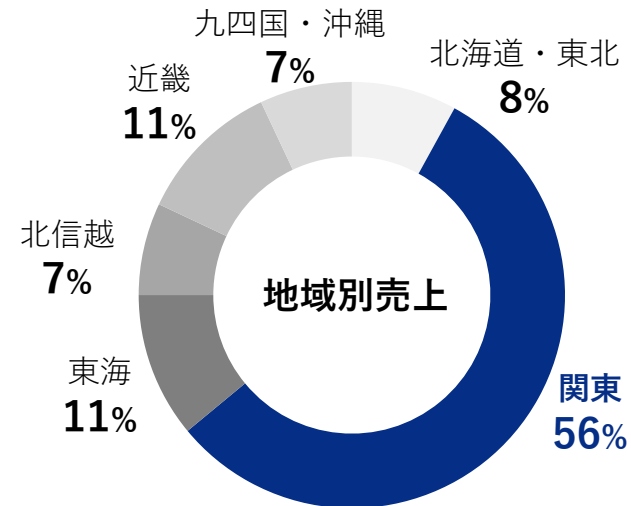
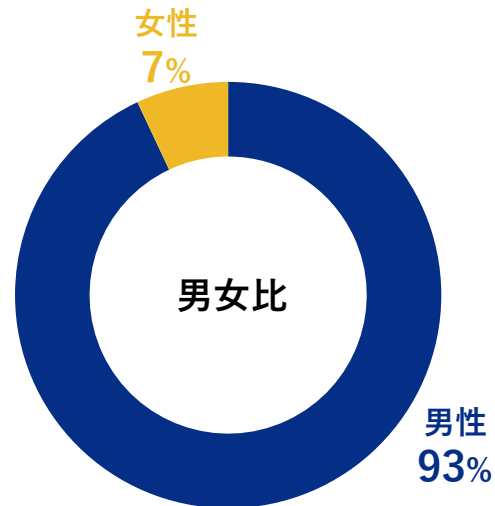


## アップガレージの顧客層のイメージ

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**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

	 UP GARAGE 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

	 UP GARAGE	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

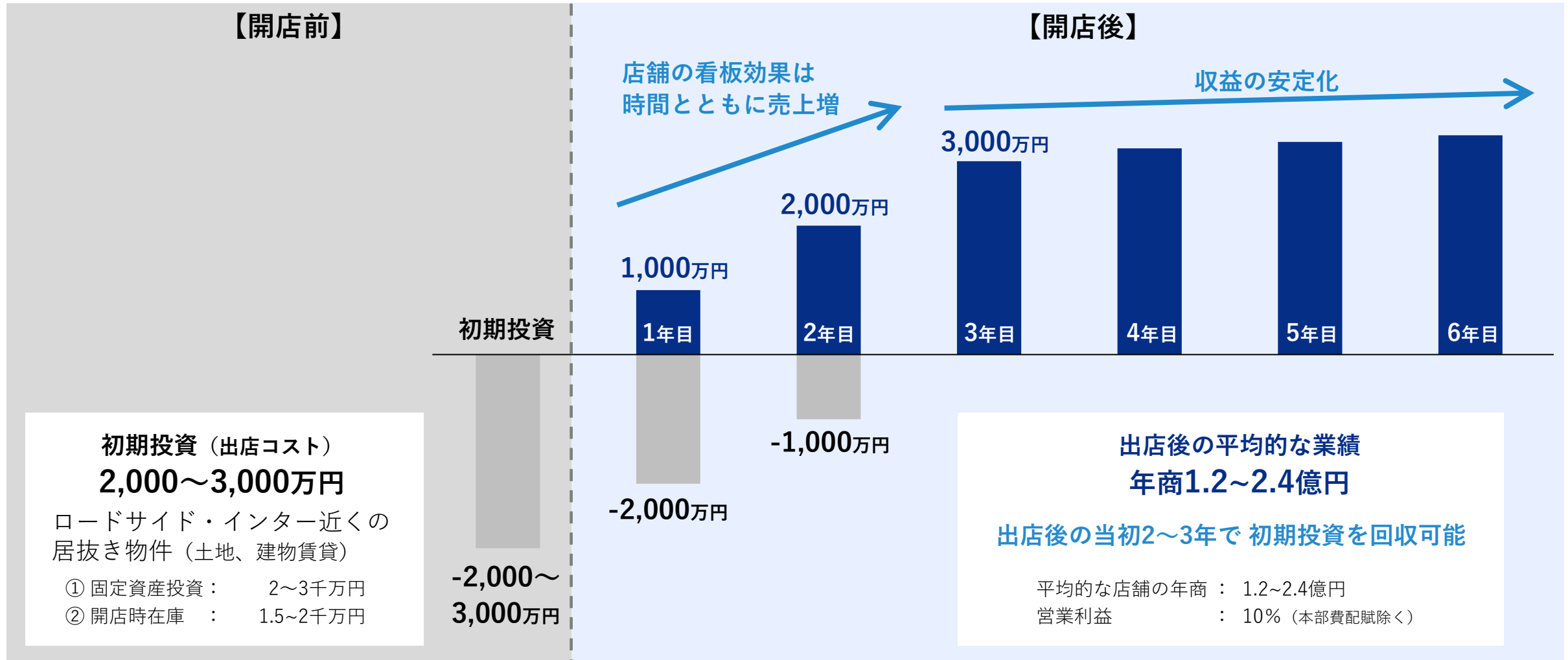
売買履歴・回転日数などの独自データを基に、適正な買取・販売価格設定が可能です。  
「3か月で商品がすべて入れ替わる」売場作りを目指しています。



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2~3千万円が必要ですが、半年以内で単月黒字化が可能です。  
2~3年で回収が見込めるため、収益性の確保も安定的です。



## 中古カー用品の市場規模

中古カー用品の市場規模は、約721億円。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。同市場において、当社は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2025」

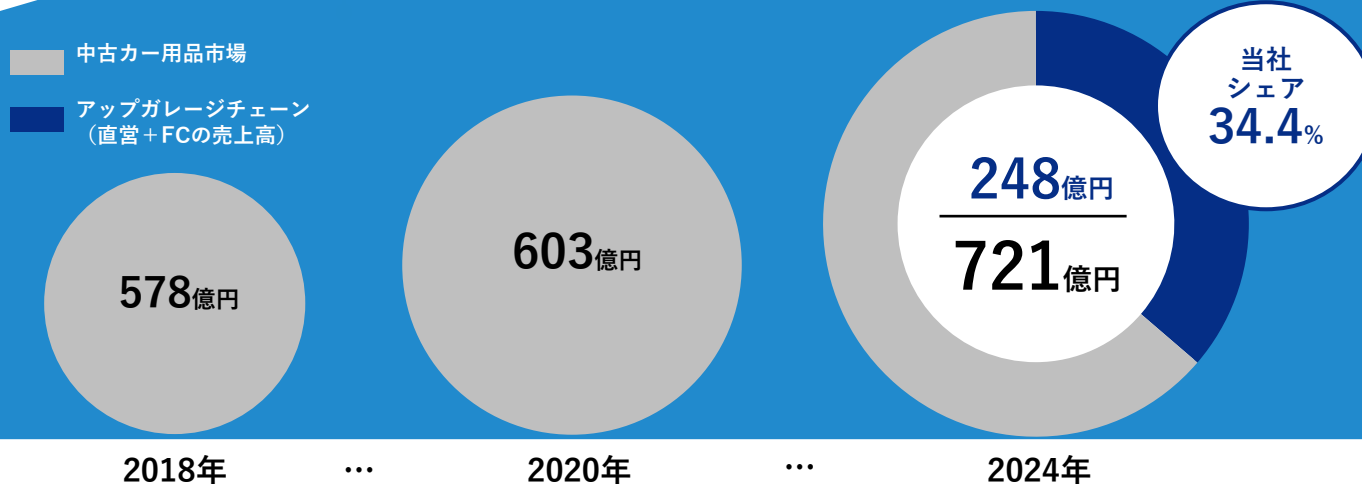
弊社の買取対象となる  
新品カー用品

約1兆4,000億円

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1兆4,000億円の市場規模。

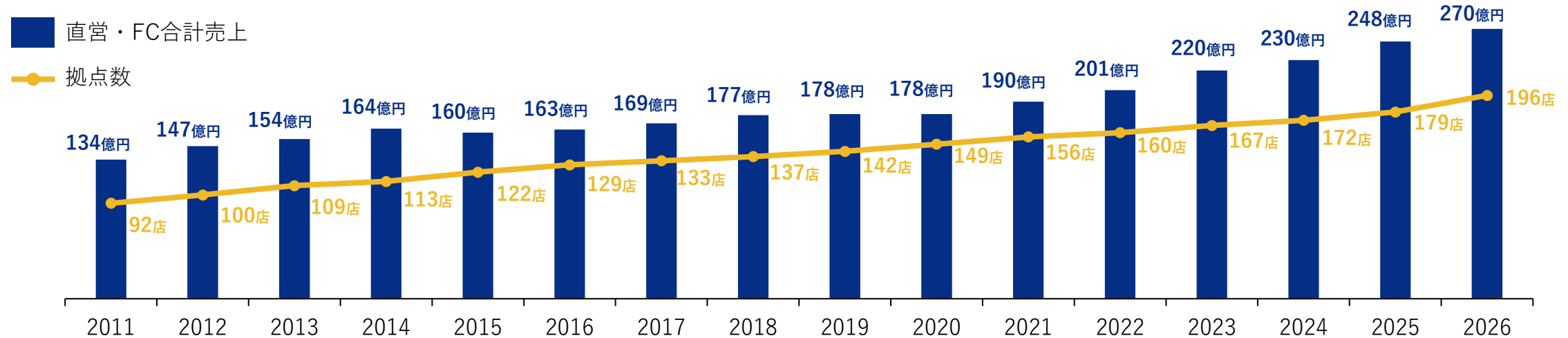
タイヤ	5,458億円
一般用品	5,480億円
ナビ・オーディオ機器	2,900億円
<b>合計</b>	<b>13,838億円</b>

※出典：(株)矢野経済研究所 自動車アフターマーケット総覧 2024年版



## アップガレージの成長戦略 新規出店①

年間で直営5-7店、FC7-10店の新規出店を着実に進め、**国内500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



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。



アップガレージ栃木下野店 (2026年3月26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

### ターゲットの物件

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  
国内の出店可能エリアは500程の見通し

敷地面積400~500坪

売場面積100~200坪

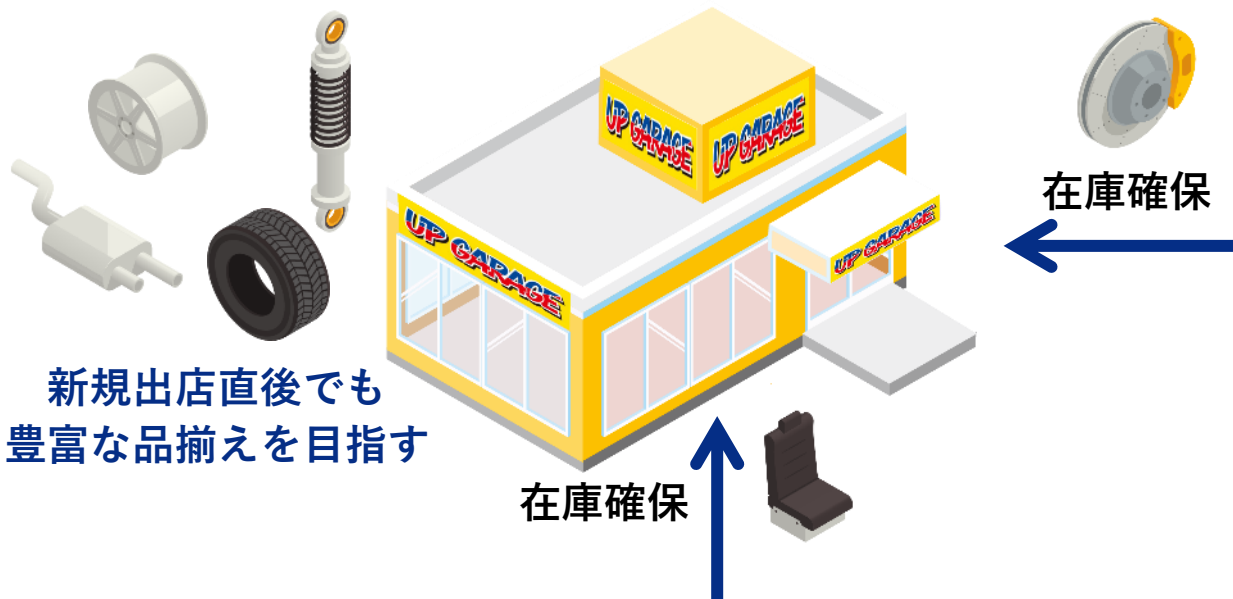
駐車場15~30台

### 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、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。

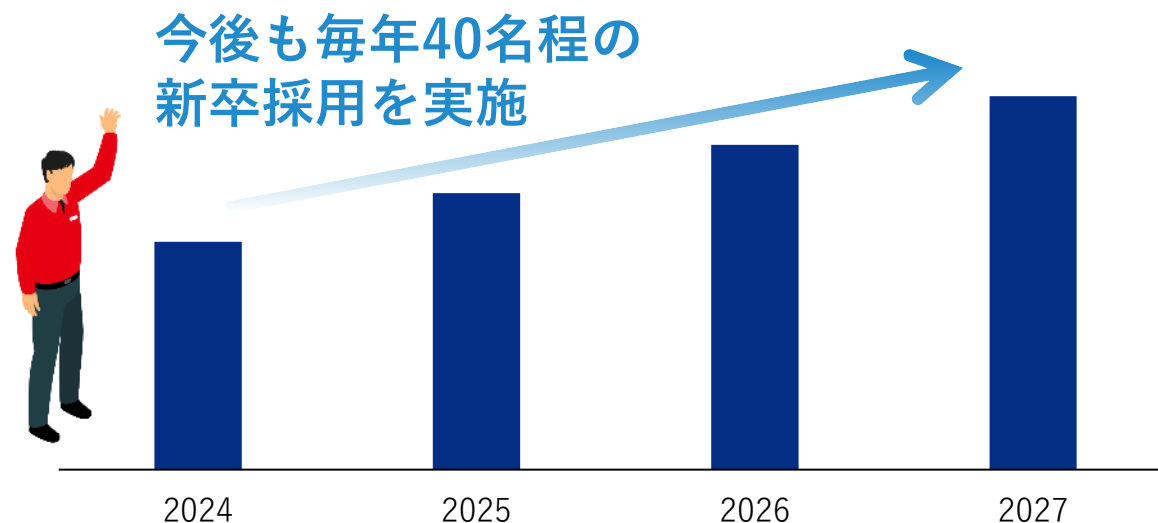
#### 法人からの買取

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。2025年度以降は、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
2023年 3月期	118名	85名	<b>203名</b>	<b>25名</b>
2024年 3月期	110名	87名	<b>197名</b>	<b>34名</b>
2025年 3月期	118名	90名	<b>208名</b>	<b>25名</b>
2026年 3月期	152名	84名	<b>236名</b>	<b>24名</b>

【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。

3プライスでオンライン集客から予約まで

安さ重視

ゴールドプラン

4本 ¥8,900~  
税込¥9,790~



コスパ重視

プラチナプラン

4本 ¥16,900~  
税込¥18,590~



品質重視

ダイヤモンドプラン

4本 ¥20,900~  
税込¥22,990~



タイヤ流通センター

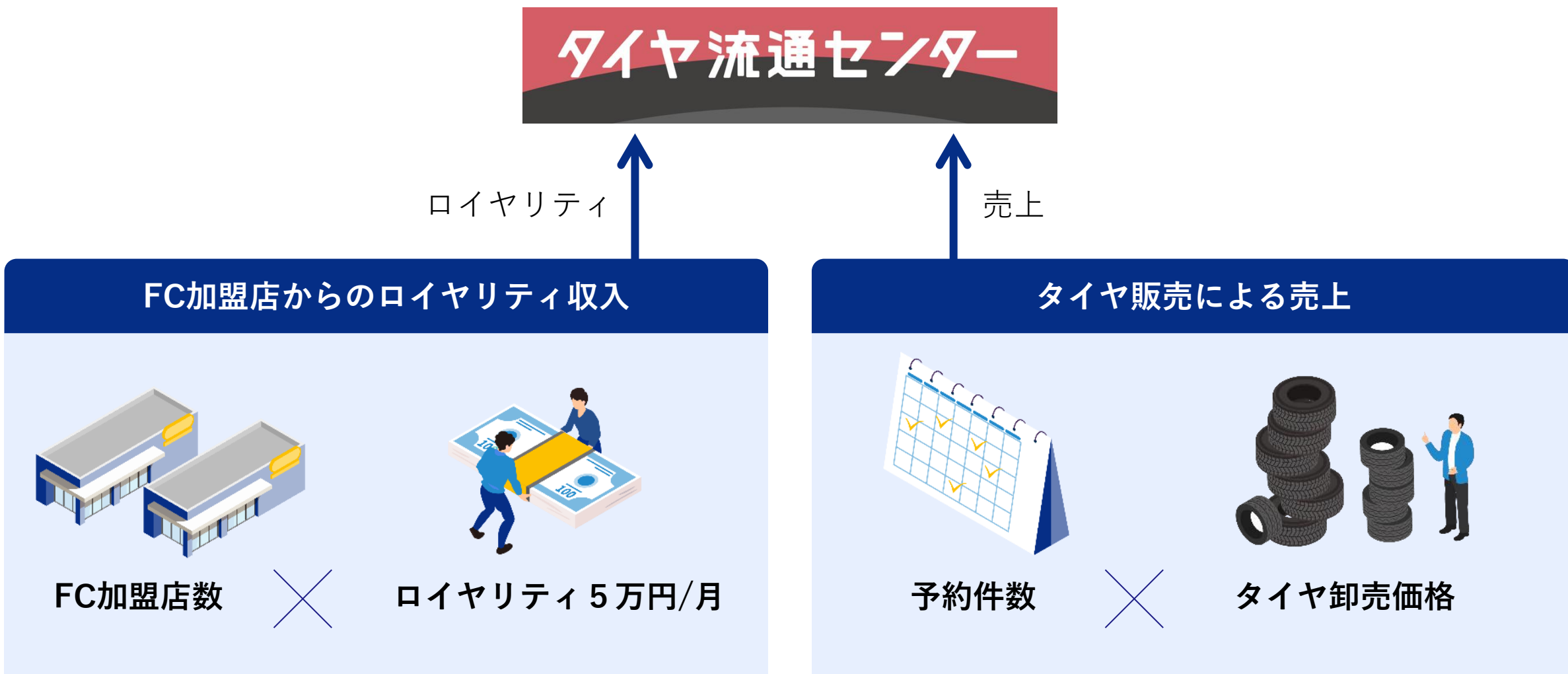
全国 209店舗を展開

※直営店・FC店含む 2026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。

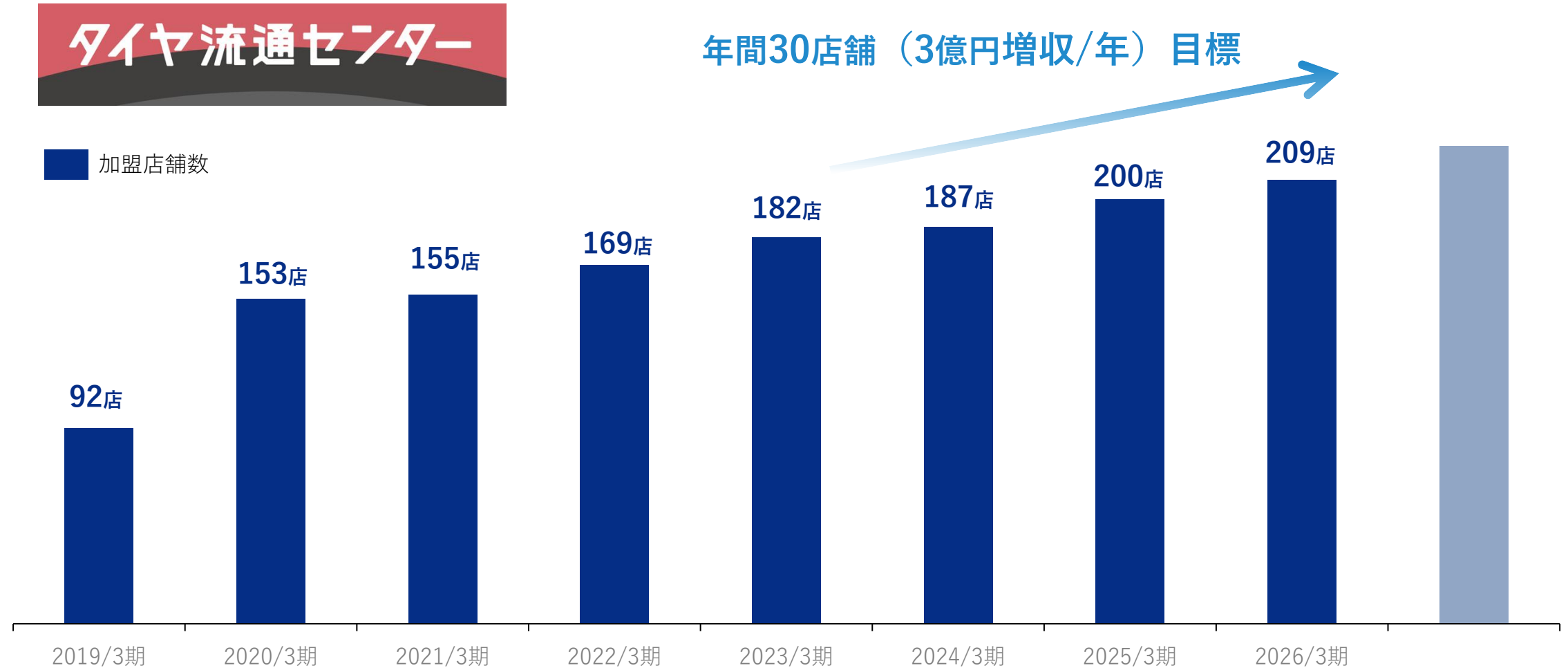


取付店舗へ行く

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。

## 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加盟店を開拓します。



## 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

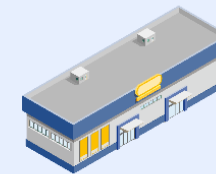


自動車業界に精通した  
キャリア20年を超える  
ベテランを含む3名の  
新規開拓チームを組成。



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。

### 対象新規顧客への営業活動



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、  
効率的に加盟店を増やす。

### 他サービスのクロスセル

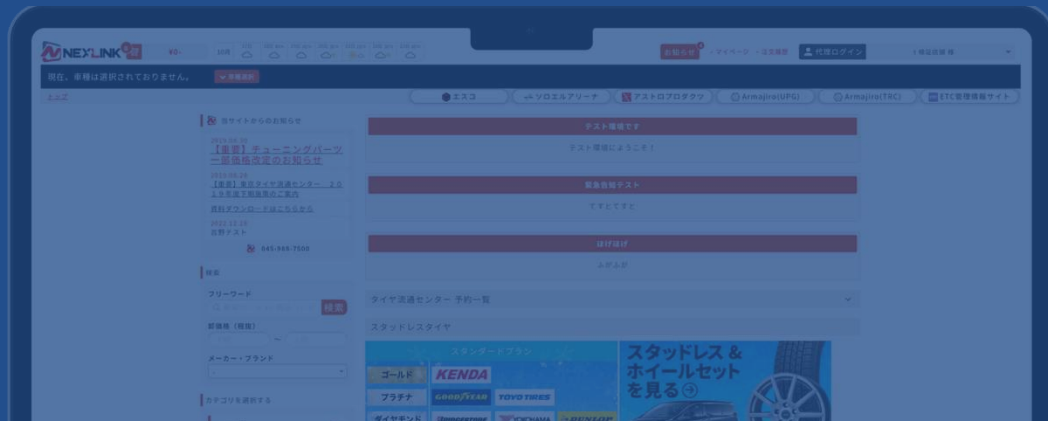


慢性的な人手不足である自動車整備士など、  
自動車業界に特化した人材紹介。



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



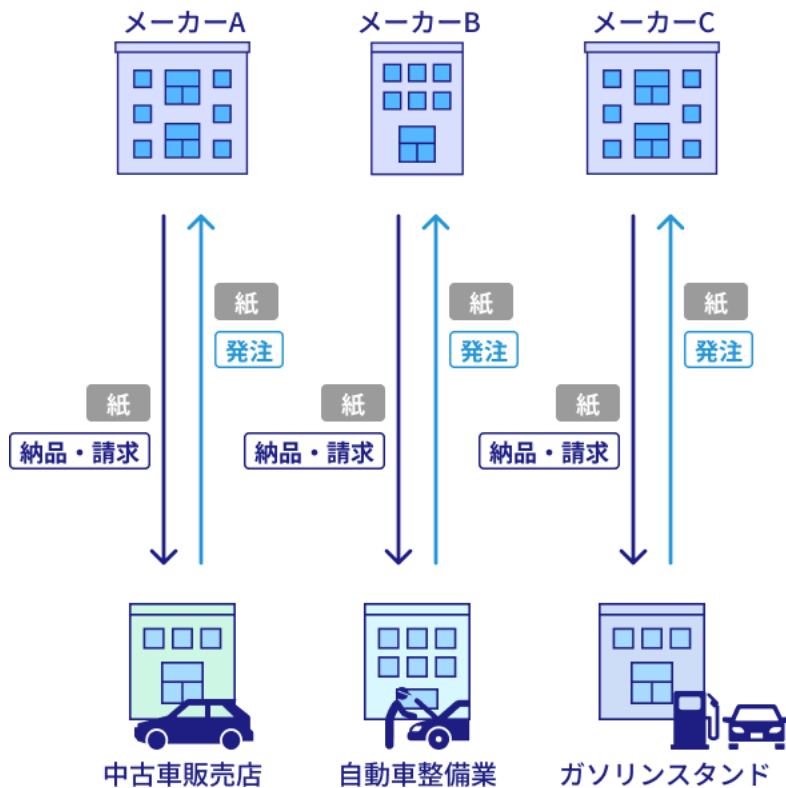
受発注プラットフォーム（ネクスリンク）による  
受発注一元管理で、顧客課題を解決。

## 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。

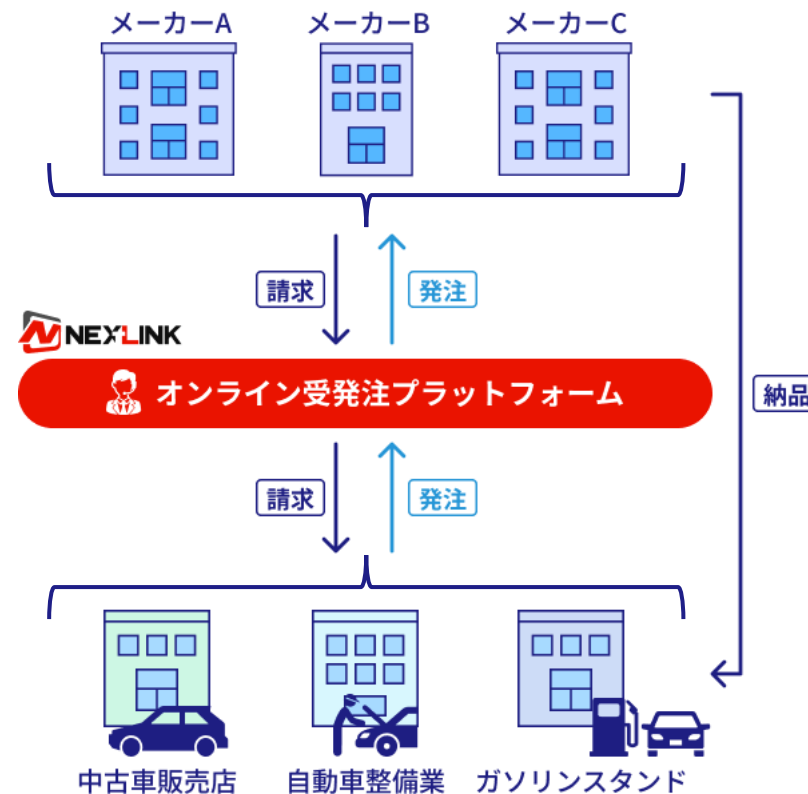
### 従来の受発注

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

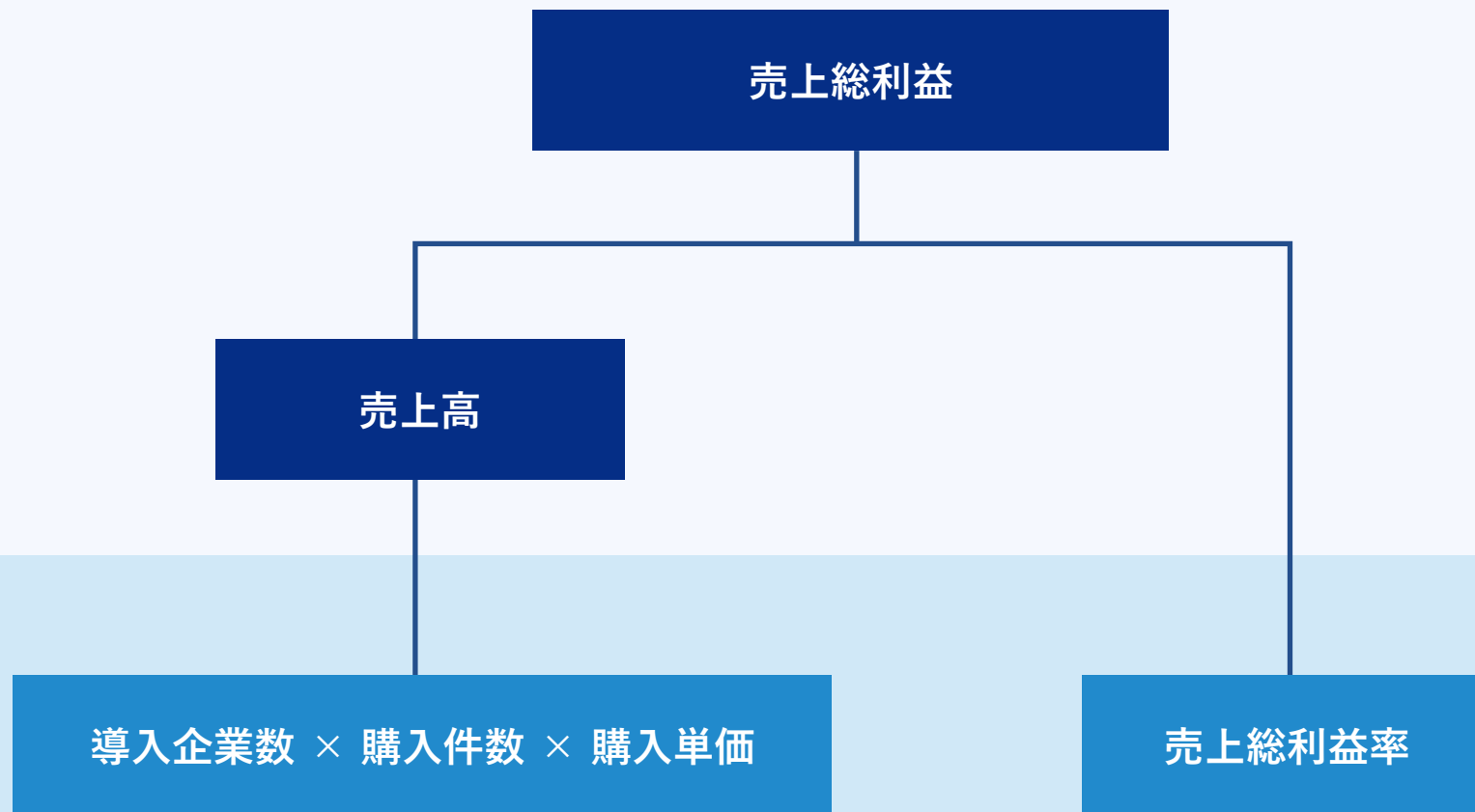


売上総利益

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も取り組んでおります。

## 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。

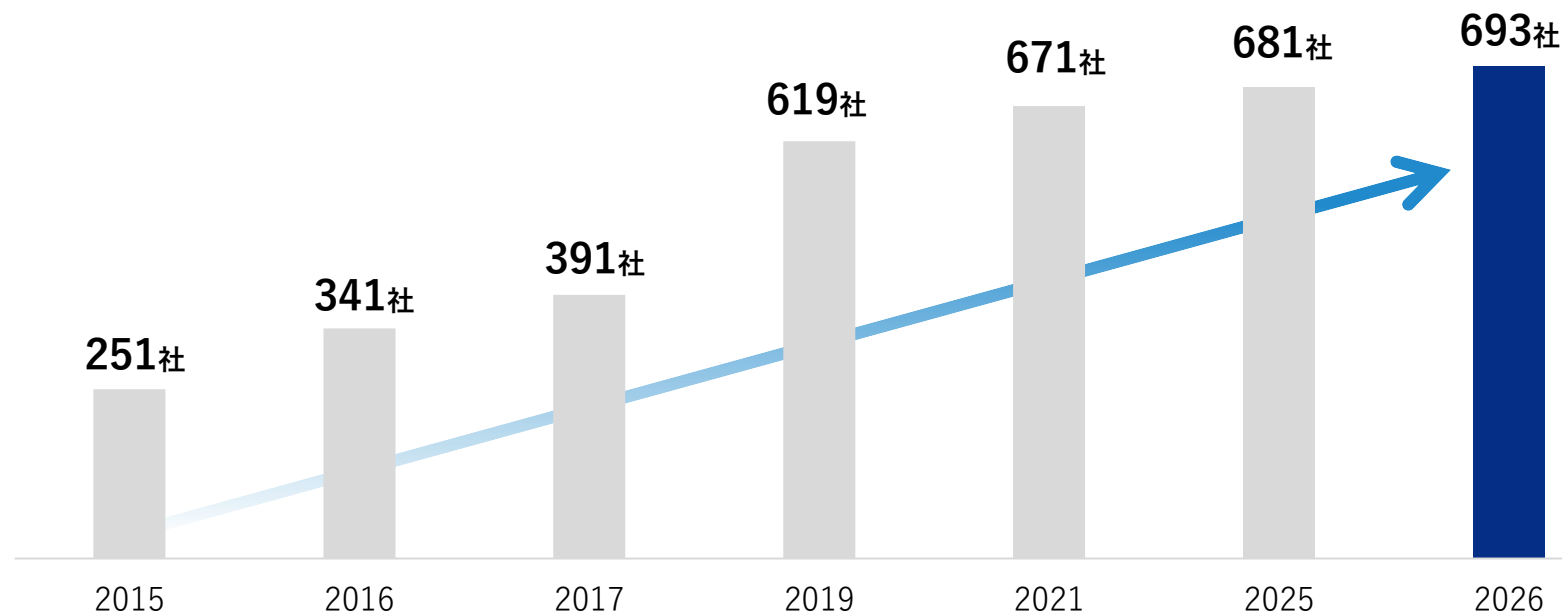
## 売上総利益率改善

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。

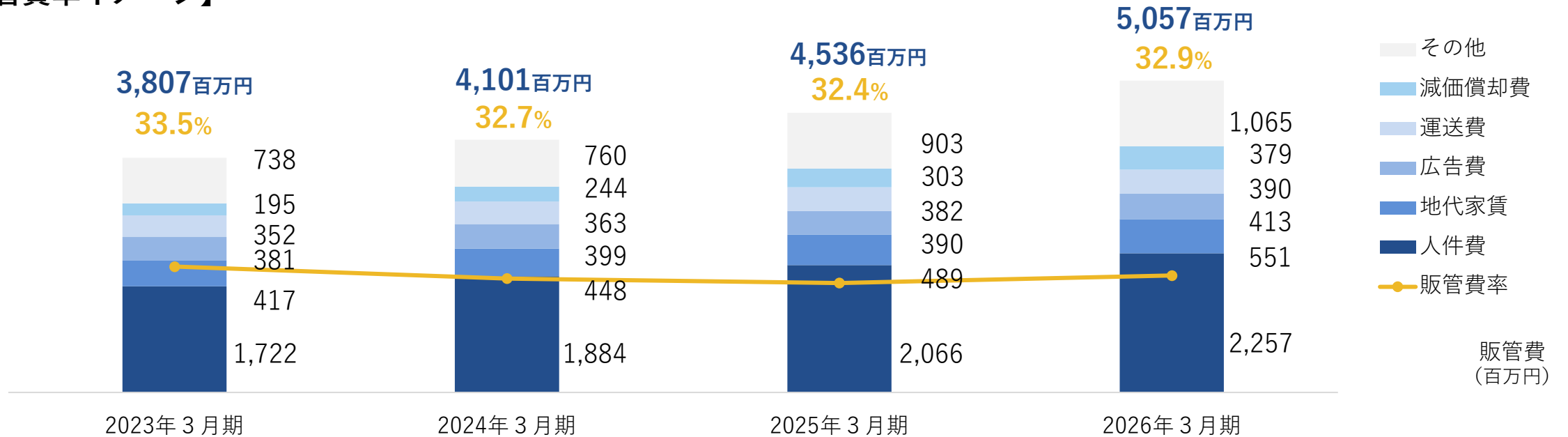


# 粗利構造と販管費構造・ リスク要因

		粗利率	主な原価
アップガレージ事業	直営店（含むEC）	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费率は、33%前後にコントロールしております。

## 【販管费率イメージ】



### 人件費

毎年新卒入社をメインに40~60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、大きく変動する見込み無。

### 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	長期在庫滞留により資金効率が低下し、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り切り販売で長期在庫発生を抑制。
地政学リスク	大国の政治的動向や戦争の影響等。	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、**2029/3期にROE 20.0%、ROIC 17.0%を達成**することを目指します。

## 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。

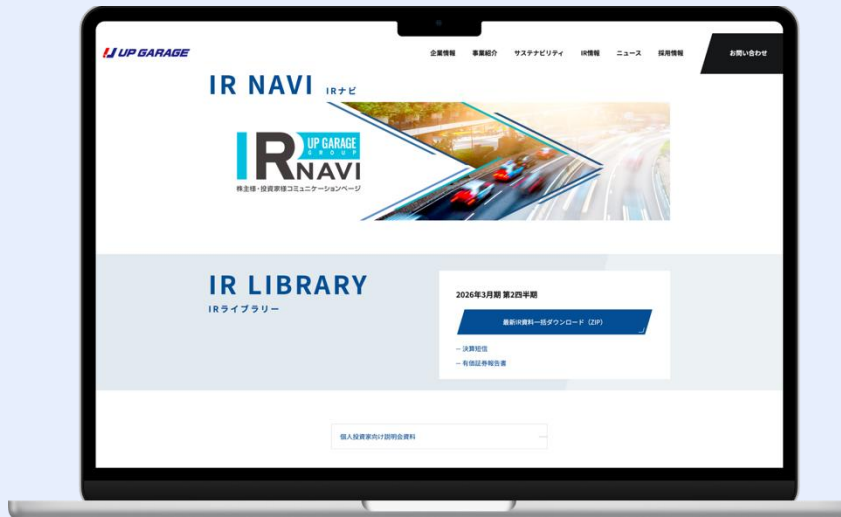
本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社グループが現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社グループとして約束する趣旨のものではありません。

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。

## 当社ホームページ



### コンテンツ

- ・ IRニュース
  - ・ 社員のクロストーク
  - ・ 株主優待
- など

## YouTube



### コンテンツ

- ・ 中期経営計画説明動画
  - ・ 決算説明動画
  - ・ 月次売上状況（速報）等について
- など