



成瀬 隆章社長

株式会社ウイルプラスホールディングス(3538)



企業情報

市場	東証スタンダード市場
業種	小売業(商業)
代表取締役社長	成瀬 隆章
所在地	東京都港区芝 5-13-15 芝三田森ビル 8 階
決算月	6 月
HP	https://www.willplus.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数(期末)		時価総額	ROE(実)	売買単位
1,047 円	10,358,400 株		10,845 百万円	14.0%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
46.00 円	4.4%	143.62 円	7.3 倍	1,187.23 円	0.9 倍

*株価は 4/1 終値。26 年 6 月期第 2 四半期決算短信より。ROE、BPS は前期実績。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
22 年 6 月(実)	39,696	2,366	2,377	1,550	162.84	34.90
23 年 6 月(実)	44,115	1,867	1,943	1,302	135.45	41.17
24 年 6 月(実)	47,745	1,494	1,559	1,124	116.46	43.51
25 年 6 月(実)	88,614	1,849	1,897	1,443	158.43	45.06
26 年 6 月(予)	92,160	2,328	2,244	1,305	143.62	46.00

*単位:百万円、円。予想は会社側予想。

株式会社ウイルプラスホールディングスの 26 年 6 月期上期決算概要、26 年 6 月期業績予想などをお伝えします。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 中長期戦略](#)
 - [3. 成長戦略](#)
 - [4. 2026 年 6 月期上期決算概要](#)
 - [5. 2026 年 6 月期業績予想](#)
 - [6. 今後の注目点](#)
- [<参考:コーポレートガバナンスについて>](#)

今回のポイント

- JEEP、BMW、MINI、VOLVO など 17 ブランドを取り扱う輸入車正規ディーラー7 社、中古車買取卸売及び輸出を行う 1 社を連結子会社とする持株会社。「M&A」を通じて、「新規エリア」「新規ブランド」の獲得を目指し、事業拡大に積極的に取り組む。同時に「事業の最大化」を進めながら、「店舗のグリーン化」を実施し、「GHG 排出量削減の最大化」を追求し続けることをコミットする事で「気候変動問題解決」を「機会」と捉えている。
- 26 年 6 月期上期の売上高は前年同期比 25%増の 420 億 96 百万円。中古車市場における需要の増加及びサービスネットワークの拡充が寄与した。営業利益は同 18.8%増の 8 億 13 百万円。前期 M&A した子会社の収益改善などで売上総利益は増収率を上回る同 7.1%増。売上総利益率は同 0.6pt 上昇した。人件費、地代家賃、減価償却費など販管費も増加したが、これを吸収。前年同期に発生した特別調査関連費用の剥落等も寄与した。
- 業績予想に変更は無い。売上高は前期比 4.0%増の 921 億 60 百万円、営業利益は同 25.9%増の 23 億 28 百万円の予想。国内輸入車市場は、低迷が続くと見ているが、売上高は過去最高更新を見込む。「輸入車ディーラー事業」は厳しい事業環境の中、連続的に M&A を実施し、収益基盤を広げつつ、PMI により収益改善を目指す。「中古車輸出関連事業」は、1 月より繁忙期に入るため収益改善を期待している。配当は前期比 0.94 円/株増加の 46.00 円/株を予定。予想配当性向は 32.0%。
- 上半期の進捗率は売上高 45.7%、営業利益 35.0%。売上高はほぼ例年並みだが、営業利益は低水準にとどまっている。上半期の増益要因の大半は、PMI 効果と前期の一過性要因の正常化によるものが大半とのこと。これまで堅調に増加してきた保険手数料収入が制度改定の影響で減収に転じるなど、マイナス要素が目につくが、PMI による更なる収益性の改善により下半期どこまで利益を積み上げていけるかが注目される。来期以降への貢献となるが、連続的な M&A の実施による収益基盤強化の進捗にも期待したい。

1. 会社概要

JEEP、BMW、MINI、VOLVO など 17 ブランドを取り扱う輸入車正規ディーラー7社、中古車買取卸売及び輸出を行う1社を連結子会社とする持株会社。顧客満足度の向上に注力し、マルチブランド戦略、ドミナント戦略、M&A 戦略による成長を追求している。M&A における事業再生能力には大きなアドバンテージを有する。EV 化の進展を始めとした自動車を取り巻く大きな環境変化を好機ととらえ、更なる成長を目指す。

【1-1 沿革】

1997 年 1 月、福岡県北九州市で代表取締役社長成瀬隆章氏の実父が輸入車販売会社「株式会社さんふらわあシージェイ」を設立。同社は西日本地区で最初の CHRYSLER の正規ディーラーであった。

2004 年 10 月、成瀬社長が同社株式を全株取得し、ウイルプラスグループとしての事業活動を開始した。

成瀬社長はじめとしたスタッフ数名の小規模なディーラーながら CHRYSLER 車の販売で全国的にも優秀な成績を上げ高い評価を受けたことで、2005 年には東京都大田区にあった CHRYSLER 直営店を譲受して東京へ進出。2006 年には福岡県久留米市にも店舗を開設。東京、福岡でのドミナント戦略を開始した。

経営資源の最適配置や迅速な経営意思決定によってディーラー買収を機動的に実行することを目指し、2007 年 10 月、株式会社ウイルプラスホールディングスを設立。

持株会社体制の下、積極的に業容を拡大し、2016 年 3 月に東証 JASDAQ に上場し、2017 年 9 月、東証 2 部への市場変更を経て、2018 年 2 月、東証 1 部に指定となった。2022 年 4 月、市場再編に伴い、東証プライム市場へ移行。23 年 10 月、スタンダード市場に移行した。

【1-2 経営理念】

以下のような存在意義、コア・バリューを掲げている。

我々の存在意義(MISSION STATEMENT)

我々は輸入車のある生活を提案し、より多くの皆様と豊かさ・楽しさ・喜びを分かち合い、関わるすべての人々を温かい笑顔に変えていく挑戦を続ける。

コア・バリュー

- ・車を愛し、仲間を愛し、誇りを持って働く。
- ・常に挑戦し、自らの限界を打ち破る。
- ・チームプレーで大きな結果を出す。
- ・必ず期限までに目標にたどり着く。
- ・最後まで諦めない、できるまでやる。
- ・豊かさ、楽しさ、喜びを提供する。
- ・誠実さと感謝の気持ちを忘れない。

【1-3 同社を取り巻く市場環境】

同社を理解するうえで重要なポイントとなる事業環境は以下のとおりである。

同社の成長ドライバーである M&A 戦略に関する事業環境については「2. 中長期戦略」を参照。

◎輸入車のシェアアップが続く国内乗用車市場、輸入車の国内保有台数は堅調な伸び

少子高齢化の進行、自動車の性能向上による保有期間の長期化、消費スタイルや嗜好の変化(=いわゆる若年層の「車離れ」)などにより国内新車登録台数は減少傾向にある。



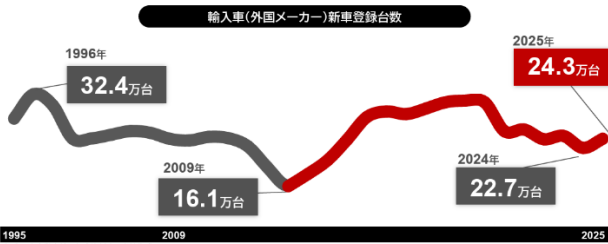
(同社資料より)

そうした中、輸入車(外国メーカー)の新車登録台数は為替やインフレによる新車販売価格の上昇などで国内における輸入車市場の回復は鈍いものの、2025年の輸入車登録台数シェアは前年比0.5pt上昇。長期的にも、輸入車登録台数シェアは上昇傾向にある。

市場動向 国内輸入車市場

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

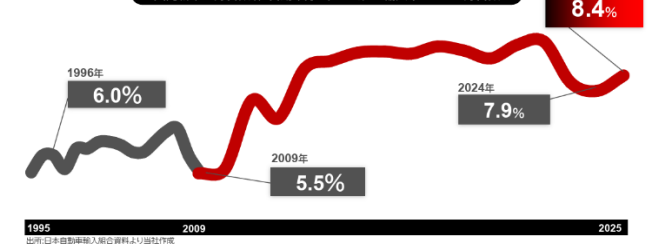
2020年以降はコロナ禍の影響で減少し、回復が遅れているものの、リーマンショック後、輸入車(外国メーカー)の新車登録台数は増加



市場動向 国内輸入車市場

- 2025年輸入車登録台数シェアは前年+0.5pt
- 長期的にも、輸入車登録台数シェアは上昇傾向

国内新車登録台数(軽自動車除く)における輸入車シェア登録台数



(同社資料より)

輸入車メーカーは、環境課題への対応に積極的で、同社取り扱いブランドの過半数は、2030年を目途に完全電動化を目指す計画を発表している。一方、日本メーカーは、EVの目標販売台数や目標販売比率は出すものの、海外競合と比較すると拡大ペースは鈍いが、2026年1月には国内新車市場におけるEVの国産車シェアが輸入車シェアを上回った。これは2023年7月以降のことである。国内EV市場の活性化によるインフラの拡充が期待される。

海外メーカーのEV化の目標

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

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

23年 6% 24年 7% 25年 14.8% 27年 22.7% 30年 50.1% 35年 60.2%

※2025年度販売実績と各ブランドメーカーの目標数値より当社作成

国内新車市場におけるEV割合

- 2025年日本で販売されている普通乗用車のEVのうち、約4台に3台は輸入車
- 2026年1月 国内EV販売台数は5,419台(前年比+169.1%) 単月過去最高
- 2023年7月以来、初めて輸入車EV割合を上回る
- 国内EV市場活性化により、国内EVインフラの拡充に期待

年	国産車	輸入車
2019年	19,894 (93.3%)	1,427 (6.7%)
2020年	11,792 (80.7%)	2,812 (19.3%)
2021年	12,534 (59.3%)	8,605 (40.7%)
2022年	17,244 (54.6%)	14,348 (45.4%)
2023年	21,143 (48.1%)	22,848 (51.9%)
2024年	10,000 (32.4%)	24,057 (67.6%)
2025年	9,427 (23.6%)	30,458 (76.4%)
2026年(1月)	3,210 (59.2%)	2,209 (40.8%)

23年7月以来初めて国産車を上回る
【23年7月実績】
国産車:1,357台(50.7%)
輸入車:1,322台(49.3%)

出所:一般社団法人日本自動車輸入販売協会資料より当社作成(長期:1月~12月)

(同社資料より)

◎同業他社比較

コード	社名	売上高	増収率	営業利益	増益率	営業利益率	ROE	時価総額	PER	PBR
3184	ICDAHLD	38,500	+08	1,910	+54	5.0%	130	9,114	72	0.9
3538	ウйлプラス HLD	92,160	+40	2,328	+259	2.5%	140	10,845	7.3	0.9
7593	VTHLD	370,000	+52	13,000	+19.7	3.5%	7.4	62,516	8.6	0.9
8291	日産東京販売 HLD	132,000	-6.8	4,600	-37.9	3.5%	7.6	30,981	11.5	0.5
9856	ケーユーHLD	155,000	-3.1	8,600	-6.4	5.5%	10.1	53,613	6.8	0.6

* 単位: 百万円、%、倍。売上高、営業利益は今期会社側予想。ROEは前期実績。時価総額は直近の四半期末株式数×2026年3月24日終値。PER(予)、PBR(実)は2026年3月24日終値ベース。

ROEは最も高いものの、PBRは1倍以下でPERも1桁にとどまっている。後述する「2-5 資本コストと株価を意識した経営の実現に向けた対応」の着実な進捗が望まれる。

BRIDGE REPORT



【1-4 事業内容】

(1)概況

持株会社である(株)ウイルプラスホールディングスの下、連結子会社 8 社において輸入車の新車及び中古車の販売、車輛整備、損害保険の代理店業務、中古車輸出などを展開している。取扱ブランド数は 17 ブランド。取扱うブランドごとにインポーター(日本国内で輸入車を取り扱う業者)と正規ディーラー契約を締結している。

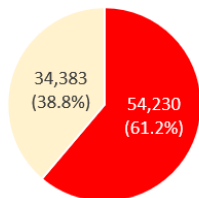
ウイルプラスホールディングス		
ウイルプラスチェッカーモータース(株) インポーター: Stellantis ジャパン(株)、BYD Auto Japan(株)、Hyundai Mobility Japan(株) 取扱いブランド: FIAT, Jeep, CITROËN, DS AUTOMOBILES, BYD, HYUNDAI 店舗数: 28店舗 (2026年1月末時点)	ウイルプラスモーターレン(株) ウイルプラスモーターレン東京(株) インポーター: ビー・エム・ダブリュー(株) 取扱いブランド: BMW, MINI 店舗数: 10店舗 (2026年1月末時点)	ウイルプラス帝欧オート(株) ウイルプラスオリオン(株) インポーター: ボルボ・カー・ジャパン(株) 取扱いブランド: VOLVO 店舗数: 8店舗 (2026年1月末時点)
ウイルプラスアインス(株) インポーター: ポルシェ ジャパン(株) 取扱いブランド: PORSCHE 店舗数: 2店舗 (2026年1月末時点)	ウイルプラスエンハンス(株) インポーター: ジャガー・ランドローバー・ジヤパン(株) 取扱いブランド: RANGE ROVER, DEFENDER, DISCOVERY, JAGUAR 店舗数: 4店舗 (2026年1月末時点)	(株)ENG 事業内容: 国内: 中古車買取 卸売事業, 海外: 中古車輸出事業 ENG

(同社資料より)

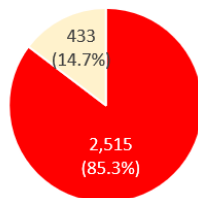
(2)セグメント

報告セグメントは「輸入車ディーラー事業」「中古車輸出関連事業」の2つ。

セグメント別売上高 (単位: 百万円)



セグメント別営業利益 (単位: 百万円)

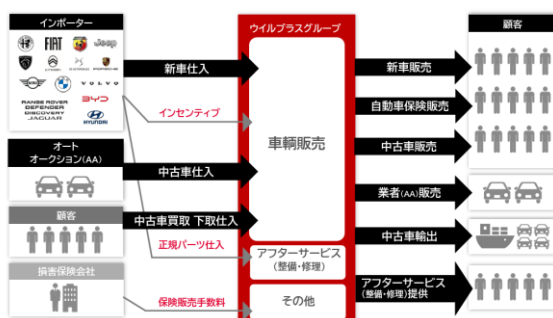


■ 輸入車ディーラー事業 ■ 中古車輸出関連事業
 * 25/6期、外部顧客への売上高 * 25/6期、報告セグメント合計に対する構成比

(3)品目(業務内容)

売上高の品目として、新車、中古車、業販、車輛整備、その他を決算短信で開示している。中古車販売の国内外内訳の開示も行っている。

● 新車、中古車、業販、車輛整備、その他を取扱い



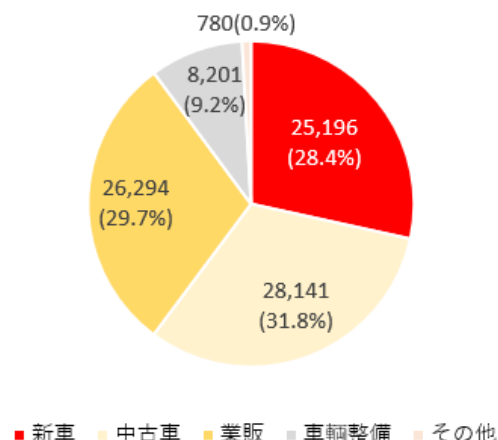
(同社資料より)

BRIDGE REPORT



品目	内容
新車	各社が正規ディーラーとして、各インポーターから仕入れたブランドの全ての新車を販売している。
中古車	各ブランドの高年式低走行の認定中古車を中心に販売している。商品の仕入は、新車販売時の下取、買取、オートオークションにより行っている。株式会社 ENG が日本国内で仕入れた中古車を主にマレーシアに輸出している。
業販	下取した他社ブランドの中古車をオートオークションで販売している。また、他社ディーラーからの依頼を受け、同社グループ内で保有している新車・中古車を販売することがある。
車輜整備	販売した車輜を中心に整備、修理や車検を主なサービスとしている。一部店舗を除き、ショールームと併設する形でサービス工場を設置している。
その他	損害保険会社の代理店として自賠責保険や任意保険等の販売を行っている。インポーターからの新車販売等に係るインセンティブ収入も含まれる。

品目別構成（25年6月期、単位：百万円）



新車販売が事業の柱。中古車販売のほか、車輜整備や自動車保険販売など自動車購入後に顧客が必要とするサービスも提供し、顧客との関係性を強化することを重視している。

車輜整備に関しては販売後、メンテナンスパッケージを提供することで整備入庫を確実に確保している。保険販売に関しては、保険商品についてのきめ細かい情報提供などが評価され業界平均を上回る加入率・高い継続率を実現している。

「販売台数増＝フロー収益の拡大」に加え、M&A による店舗数増大が「車輜整備件数増、保険加入件数増」というストック収益の拡大に結び付いている。

事業ポートフォリオに「中古車輸出関連事業」が加わったことで、成長市場に新規参入するとともに、全社ベースでの為替リスク平準化を図ることが可能となった。

(4) 店舗数

2026 年 1 月末の店舗数は、九州 24 店舗、東京・神奈川・埼玉 23 店舗、山口 1 店舗、宮城 2 店舗、福島 2 店舗の計 52 店舗。

【1-5 特長・強み・競争優位性】

(1) M&A における高い事業再生能力

「時間を買う」という観点から現在多くの企業が成長戦略の柱として掲げる M&A 戦略であるが、M&A を成功させるには、「優良な案件の発掘」「適切な価格での実行」が重要であることは論を待たないが、より重要なのが想定した通りのシナジー効果を生み出すための M&A 後のプロセス「PMI (Post Merger Integration)」であると言われている。M&A を行っても、統合阻害要因等に対する事前検証の不足や企業文化の違いをマネジメントできず失敗に終わるケースは枚挙に暇がない。

そうした中、投資家が注目すべきは同社の「事業再生能力」であろう。2007 年 10 月のウイルプラスホールディングス設立以降、現在まで 10 件(※)の M&A を実施してきたが、全ての案件で黒字化を達成している。※直近 3 期末満に実施したものを除く

M&A における収益改善実績例

M&A における収益改善実績例				(単位:百万円)			
ケース①	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績	ケース②	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績
売上高	4,228	6,139	12,924	売上高	1,489	2,206	3,179
営業利益	▲390	215	323	営業利益	▲10	131	199
営業利益率	-	3.5%	1.8%	営業利益率	-	5.9%	6.3%
ケース③	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績	ケース④	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績
売上高	3,456	4,813	18,506	売上高	2,228	2,368	3,383
営業利益	▲79	231	341	営業利益	▲86	118	157
営業利益率	-	4.7%	2.6%	営業利益率	-	4.9%	4.6%

※M&A後6か月以上を1期としてカウント

(同社資料より)

「顧客満足度向上の追求」を始めとした理念の共有、「チャレンジを最大限に尊重する」といった評価軸の明確化が M&A 成功の要諦で、これを実行すれば会社を確実に大きく変えることができると同社では考えており、自社の事業再生能力には大きな自信を持っている。

(2) 輸入車の正規ディーラーをメインとする唯一の上場企業

輸入車の正規ディーラーであっても、中古車販売がメインである企業が多い中、同社は新車販売をメインとしている唯一の上場企業である。

同社では、輸入車新車マーケットは 2025 年で 1.75 兆円と推定している。国内乗用車市場(軽自動車を除く)における輸入車シェアは長期的には増加傾向にあると同社は考えており、M&A 戦略によりシェア拡大を進めることで、収益の一段の拡大を追求する考えだ。

(3) スtockビジネスによる安定収益構造

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

車輜整備及び保険販売手数料の合計は M&A 効果もあり、上場来 10 年連続成長で過去最高を更新中。

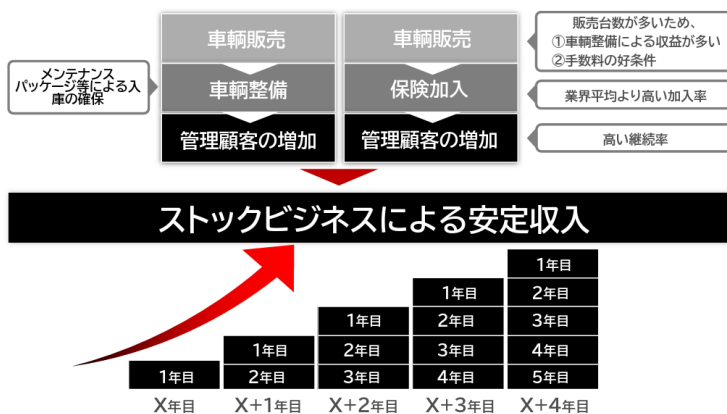
自動車の国内保有台数が大きく増加することは期待しづらいが、経済状況の変化・環境意識の高まりなどから自動車の平均使用年数は増加傾向にあり、必然的にメンテナンスの重要性が増している。

加えて「CASE」の進展により、整備作業は一段と複雑化し、輸入車の整備業務は正規ディーラーに集約されていくと予想されている。

こうしたことから、同社では車輜整備事業の収益機会は今後ますます拡大すると考えており、メンテナンスパッケージや新車延長保証を付加することで整備入庫率の向上を図り、同事業の基盤強化を図る。

また、毎期堅調に拡大している保険手数料収入に関しても、スタッフの保険に関する知識のブラッシュアップを継続して顧客満足度の更なる向上を目指しており、保険販売と車輜整備のStockビジネスの安定成長基盤の一段の強化に取り組んでいく。

- 車輜整備、その他事業はStock型のビジネスモデル



(同社資料より)

2. 中長期戦略

社会的課題解決に向けた企業の社会的な存在意義や企業価値向上への取り組みが強く問われている今日、同社では、基本となる成長戦略(マルチブランド戦略・ドミナント戦略・M&A 戦略)をベースに、中長期戦略を実行中だ。

【2-1 中長期戦略グループ方針】

「社会的価値向上」と「企業価値向上」の両立、すなわち、社会課題の解決と企業の成長の同時実現を目指す。

社会的価値向上に向け、「持続可能な社会実現への貢献」「社会的価値の創造」に取り組む。

具体的には、店舗のグリーン化、店舗エリアの脱炭素化を進め、社会に必要とされる企業を目指す。

企業価値向上に向けては、「持続的成長」「中期的な企業価値向上」を目指す。

具体的には、後述するように、M&A を主軸とする成長戦略を推進し、売上・利益の最大化を目指すとともに、後継者問題の解決、資産(資源)の再利用(リユース)と収益性改善、人材(人的資本)の再教育と活性化など、中小企業の多い自動車販売業界における事業再生を通じた課題解決にも取り組む。

「気候変動問題解決」を「機会」と捉え、「M&A」を通じて、「ドミナント化」「エリア拡大」「新規ブランド獲得」を目指し、事業拡大に積極的に取り組み、社会価値向上と企業価値向上を通じて「時価総額の最大化」を図る。

【2-2 目標】

サプライチェーンを含めた気候変動問題へのコミットメントが求められる中、ブランドメーカーは、正規ディーラーの店舗オペレーションにおける GHG 排出量の正確な把握と、削減目標の設定、そのための具体的な取り組み(デモカーの EV 比率、再生可能エネルギー導入率、廃棄物のリサイクル率等)を求めてきている。

そうした中、気候変動問題解決のリーディングカンパニーを目指す同社は、以下のような GHG 排出削減目標を掲げている。

「2030 年度 Scope1+Scope2 の GHG 排出量を 2022 年度比較で、50%削減する(年率 6.25%の削減)」

具体的な KPI として、

- ①「社用車(試乗車含む)の低炭素自動車比率 2030 年度 80%以上」
 - ②「再生可能エネルギー導入率目標 2025 年度 全店舗導入」
- を掲げている。

2025 年 3 月、2024 年度の GHG 排出量実績について第三者保証を取得した。

Scope2 については、再生可能エネルギー契約への切り替えとグリーン証書活用により、引き続き排出量ゼロを達成している。2024 年度は、グループ目標を早期達成した 2023 年度の排出量からさらに 25.8%の削減を実現している。

【2-3 同社グループの取り組み】

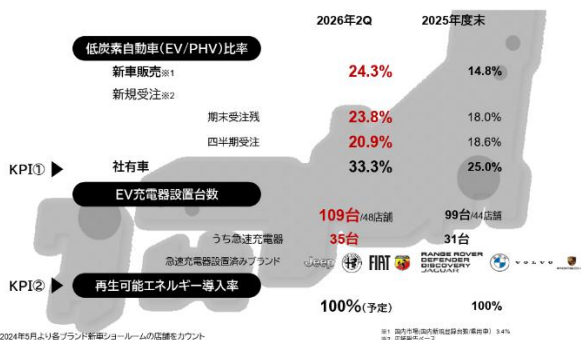
「社会的価値向上」と「企業価値向上」の同時実現に向けた取り組みは以下のとおりである。

(1)社会的価値向上

①店舗グリーン化による脱炭素社会実現への貢献

同社では上記の削減目標設定に加え、店舗エリアにおける EV 普及促進に対応した設備投資などを実施し、輸入車ディーラーとして、いち早く店舗のグリーン化を推進、自動車産業の脱炭素化に貢献している。

これまでの実績は以下の通り。



(同社資料より)

取扱いブランドの EV ラインナップ拡充と並行して EV 充電器設置台数が増加している。25 年 12 月末で急速充電器 35 台、普通充電器 74 台の合計 109 台を設置済。再エネ率は 4 年連続で 100%となる見込み。

新車販売、社有車に占める低炭素自動車比率も上昇が続いている。2026 年 6 月期上期は新車販売で 24.3%、社有車で 33.3%と 2024 年 6 月期のそれぞれ 7.0%、16.4%から大幅に上昇している。

②その他の取り組み・対応

◎4年連続でCDP「気候変動」質問書にてBスコアを取得

世界中の機関投資家・購買企業の要請を受けて、企業の環境情報開示を促進する国際団体 CDP が実施している気候変動質問書において、4年連続(2022年、2023年、2024年、2025年)でBスコアを取得した。

CDP 質問書は、ESG 情報の「E」に関するグローバルスタンダードとして、組織の環境開示を A~F で評価するもので、2025年時点では世界の時価総額の3分の2を超える約22,000社超が、CDPでスコアを付与されており、世界中の機関投資家・購買企業が、意思決定に活用している。日本ではプライム上場企業1,000社以上を含む約2,100社が回答した。

(2)M&Aの推進による企業価値向上

新たなエリアへの進出、新たなブランドの獲得、既存ブランドのシェア拡大をスピーディーに遂行するための重要な施策がM&Aである。飽和状態にある国内自動車市場においては、顧客獲得、早期の投資回収、収益確保という観点からM&Aが最も適切かつ優先すべき戦略であると考えている。

【1-5 特長・強み・競争優位性】で触れた「M&Aにおける高い事業再生能力」を武器に、M&Aの実施とPMIの着実な実行により、売上・利益の拡大を図る。

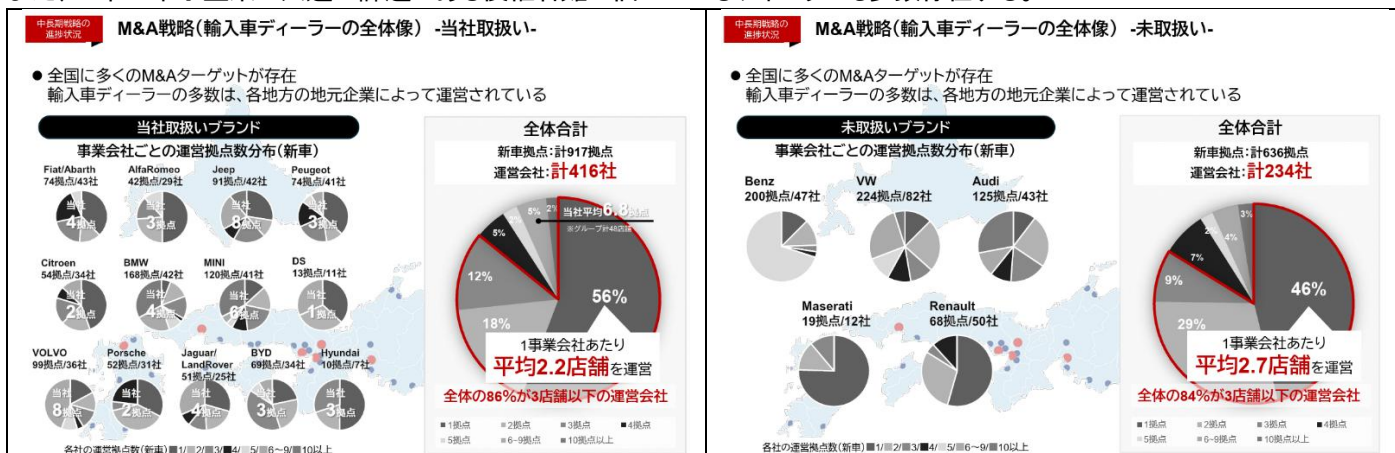
①M&Aについての事業環境

◎ディーラーの状況

同社の調査によれば、2025年末現在、日本全国で、輸入車ディーラーのべ650社が事業を行っており、新車販売拠点は1,553拠点。1事業会社あたり平均2-3店舗を運営しており、全体の約8割が3店舗以下を運営する中小企業である。

ブランドごとに店舗展開に差が見られ、ブランドによっては資本の集約が進む傾向にある。

また、日本の中小企業に共通の課題である後継者難に悩んでいるディーラーも多数存在する。



(同社資料より)

こうした輸入車ディーラーにとって、自動車の「CASE(※)」、そのうち、「Electric(電気自動車)」と「Connected(コネクテッド)」への対応は今後の重要な経営課題となっている。

※「CASE」は Connected(コネクテッド)、Autonomous(自動運転)、Shared & Services(カーシェアリングとサービス/シェアリングのみを指す場合もある)、Electric(電気自動車)の頭文字を取ったもの。従来の「クルマ」の概念を大きく変え、それぞれの領域において、新たな需要・市場を創出している。

◎環境意識の高まりとEV化の進展

地球温暖化に対する危機意識の高まりを受け、温暖化ガス排出削減、脱炭素社会実現へ向けた取り組みが急速に進展している。自動車の排出ガス削減はその最も大きなテーマの一つであり、各国は2050年のカーボンニュートラル実現に向けた規制を打ち出しており、自動車メーカーは生き残りをかけ、従来のガソリン車、ディーゼルエンジン車からEV(電気自動車)への転換を進めている。

特に、【1-3 同社を取り巻く市場環境】で触れたように、元より環境意識の高い欧州を拠点とするメーカーは極めて積極的にEV化に取り組んでいる。

一方で、日本メーカーもEVの目標販売台数や目標販売比率は打ち出しているものの、海外競合と比較すると拡大ペースは鈍い。

同時に、ブランドメーカーは自社のサプライチェーン全体の排出量の把握及び削減への取り組みにコミットする必要があるため、ディーラーに対し、現在の排出量の把握に加え、EVの仕入れ拡大、急速充電機の導入など気候変動問題への適切な設備投資や対応、排出削減目標の開示などを強く求めるようになってきている。

しかし資金面、人材面などの制約から十分な対応が難しいディーラーも多く、こうした要求に適切に対応できるディーラーへの集約・再編がブランドメーカー主導によって更に進むのではないかと観測も浮上している。

◎Connected(コネクテッド)化、EV化に伴う車輛整備の複雑化

Connected(コネクテッド)とは、クルマに通信機を搭載し、常に外部との情報を交換することを指す。車輛へのSIMカード搭載によりクルマの状態や道路状況の把握、クルマ同士やクルマとインフラの情報交換、遠隔操作などが可能となる。

Connected(コネクテッド)化によりクルマはスマートフォンのようなデバイスとなり、利便性が急速に向上するが、一方で故障や車検などの際の整備作業も一段と複雑化する。

加えて前述のEV化も車輛整備に大きな影響を与える。EVの普及に伴い、高電圧バッテリーや発電機の故障が増え、車輛整備においては高電圧システムを取り扱う必要があり、安全性強化に向け、設備投資に加え、高電圧に関する特別教育なども不可欠である。このようにConnected(コネクテッド)化及びEV化によりハード・ソフト両面における投資が追加的に発生するため、輸入車の整備業務は投資余力が十分な正規ディーラーや大手資本に集約されていくものと見られる。

②M&Aに対する同社の方針

◎気候変動問題への積極的な対応

EV化とコネクテッド化への対応が輸入車ディーラーにとって急務となる中、同社では、ブランドメーカーから選ばれる店舗作りを進め差別化を図るとともに、対応が困難なディーラーをM&Aすることで、新エリアや新ブランドを獲得して自社の成長・企業価値向上を図り、また店舗グリーン化を通じて社会課題の解決に貢献する考えだ。

加えて、店舗のグリーン化、当該エリアの脱炭素化にとどまらず、店舗などの資産・資源の再利用、人的資本の再教育、業務フローのDX化による生産性の向上など、既存の各種社会資本の活性化にも繋げていく。

◎コロナ禍の収束に伴う追い風

新型コロナウイルス感染症拡大が収束するのと軌を一にして、M&A戦略に追い風が吹き始めたと同社では考えている。

* 2020~2022年:M&A(事業売却)が発生しづらい事業環境

新型コロナウイルス感染症の発生及び拡大に伴い、安全な移動手段として、また海外旅行の代替として2020年から2021年にかけて自動車需要が急速に拡大した。

2022年に入ると、世界的な半導体不足や資材価格の上昇により新車の供給不足が顕在化し価格も高騰、新車不足は中古自動車需要を押し上げ、中古車価格も大きく上昇した。

こうした事業環境において自動車ディーラーの販売及び受注は好調となった。販売在庫は減少し、運転資金も縮小、受注残が急増するなど、決して営業力や資本力が強固でないディーラーであっても支障なく経営することが可能な環境であった。

一方でこうした状況は、事業売却を検討するディーラーが減少したことを意味し、同社のM&A戦略にとっては向かい風であったが、同社は業界平均を上回る成長及び営業利益率を実現し、次のフェーズにおけるM&A実行に向けて経営資源を集中していった。

* 2023~2025年:新車供給の回復に伴いM&A加速化へ

2023年から2025年にかけて、環境変化が生じている。

コロナ禍の収束および半導体不足の解消に伴い新車の供給が回復する一方、円安やインフレによる新車価格の高止まりは、社有車投資及び減価償却費の増加によるコスト増、来店客数の減少、販売在庫及び運転資金の増加による資金繰りの悪化を引き起こし、中小自動車ディーラーの経営を圧迫している。

加えて、気候変動問題への対応が一層重視されること、ブランドメーカーはディーラーの資本集約を望んでいることや、輸入車ディーラーの後継者難といった状況も加わり、経営基盤の脆弱な中小ディーラーを中心としたM&A案件の増加が見込まれる同社ではM&Aに経営資源を集中することで事業成長を目指す考えだ。

【2-4 中長期株主還元戦略】

上場来連続で増配を行ってきた同社は、以下のような方針を打ち出している。

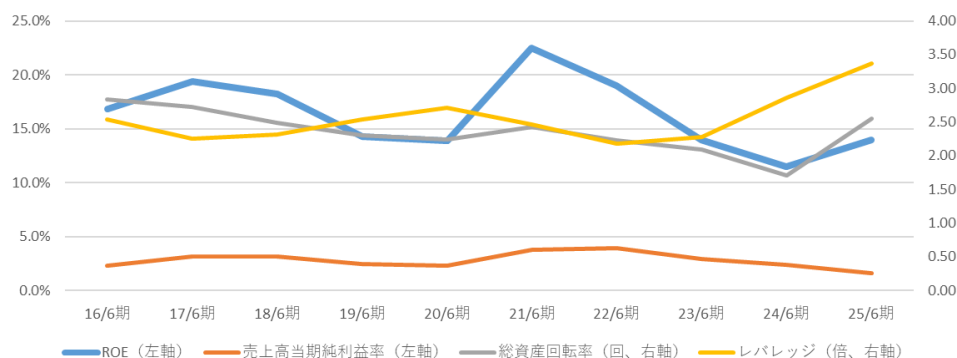
- ☆ 中長期的に ROE15%以上を目標とする(25 年 6 月期 14.0%)。
- ☆ 「適正資本の維持」及び「株主還元の更なる拡充」を同時に実現していくために、2026 年度までに、配当性向を 30%まで段階的に引き上げる。
- ☆ 2027 年度以降は、引き続き配当性向 30%を配当方針としながら、累進配当を目指す。
- ☆ 配当の下限は DOE4.5%を目安に、安定的かつ継続的な利益還元の維持・向上に努める。

2026 年 6 月期は、配当 46.00 円/株、配当性向 32.0%を予想している。

株主資本コストを大きく上回る ROE を実現し、配当性向を段階的に引き上げ、利益成長を上回る配当成長を目指しており、極めて積極的な利益成長方針と株主還元姿勢を打ち出している。

(ROE 分析)

	18/6 期	19/6 期	20/6 期	21/6 期	22/6 期	23/6 期	24/6 期	25/6 期
ROE (%)	18.2	14.3	13.9	22.5	19.0	14.0	11.5	14.0
売上高当期純利益率(%)	3.16	2.44	2.29	3.76	3.91	2.95	2.35	1.63
総資産回転率(回)	2.49	2.30	2.24	2.43	2.23	2.09	1.71	2.55
レバレッジ(倍)	2.31	2.54	2.71	2.46	2.18	2.28	2.85	3.37



日本企業が一般的に目標にすべきといわれている 8%を上回っているものの、低下傾向にある。25 年 6 月期はレバレッジの上昇による部分が大きい。収益性の改善が伴えば、ROE の更なる上昇、PBR の 1 倍台回復も期待できよう。

【2-5 資本コストと株価を意識した経営の実現に向けた対応】

同社では東証の要請する「資本コストと株価を意識した経営の実現に向けた対応」について、以下のような分析及び今後の取組みを示している。

※前回レポート(2025 年 6 月期決算)を再掲。

(1)現状分析

(株価)

コロナ禍後、新車供給が回復する中で、円安により車輛価格は高止まりが続いている。輸入車市場全体が低迷する中、業績悪化に伴い ROE が低下。その結果下値は配当利回りに支えられながらも PBR は 1 倍を割り株価は低迷している。

(売上高と出店の推移)

業績が好調な時期(21 年度、22 年度)は、M&A 実績はない。23 年度以降、輸入車市場悪化に伴い、業績は悪化するが、M&A 実績は急増している。しかし、M&A 実績(=売上高増)は、株価に反映されていない。輸入車市場悪化の影響を上回る「PMI による収益改善」が必要と認識している。

BRIDGE REPORT

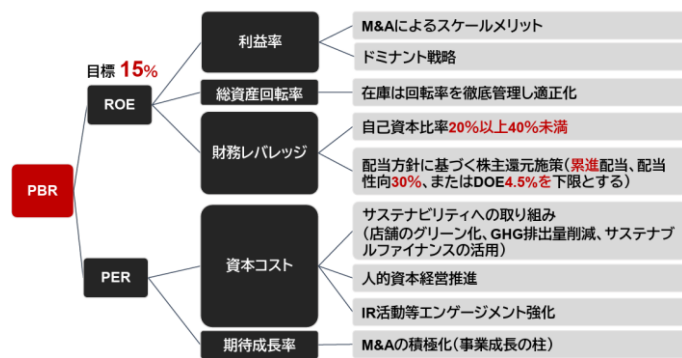


(ROE と PBR)

同社では CAPM から株主資本コストを 5.3%と認識しており、ROE は、上場来、資本コストを上回って推移している。25 年 6 月期に ROE14.0%まで改善するが、M&A に伴う負ののれん発生益が純利益を押し上げている実態を反映し PBR は改善していない。PBR は、0.8 倍から 2.2 倍のレンジで推移しており、現在の水準は、ボトム圏と考えている。

(2)PBR 向上に向けた取り組み

利益率、総資産回転率、財務レバレッジ、資本コスト、期待成長率の観点から以下のような施策を掲げ、取り組んでいる。



	取組みと目標(24年8月公表)	進捗状況(25/6期)
ROE	利益率	M&Aによるスケールメリット <ul style="list-style-type: none"> ステランティスジャパン販売社のM&A オリオン自動車販売社のM&A
	総資産回転率	在庫は回転率を徹底管理し適正化 <ul style="list-style-type: none"> 事業上の重要なKPIとして随時モニタリング 定時取締役会にて毎月報告
	財務レバレッジ	自己資本比率 20%以上40%未満 配当方針に基づく株主還元施策(累進配当、配当性向 30% 、またはDOE 4.5% を下限とする) <ul style="list-style-type: none"> 前期29.0% 1株当たり年間配当 前期45.06円→今期(予)46.00円 配当性向28.4-32.0%
PER	資本コスト	サステナビリティへの取り組み(店舗のグリーン化、GHG排出量削減、サステナブルファイナンスの活用) 人的資本経営推進 IR活動等エンゲージメント強化 <ul style="list-style-type: none"> 新車販売における低炭素自動車比率は7.0→前期14.8%へ大幅向上 GHG排出量は前年比25.8%減(24/6期分) 6月30日 サステナビリティリンクローン実行(10億円) 6月14日 個人投資家向け説明会を実施
	期待成長率	M&Aの積極化(事業成長の柱) <ul style="list-style-type: none"> 12月3日 オリオン自動車販売社を事業譲受(現ウイールプラスオリオン)

財務戦略としては、最適資本構成を「自己資本比率 20%以上 40%未満」と設定し、輸入車ディーラー事業においては、在庫水準、回転率を、中古車輸出事業においては売掛金水準、回収期間、デフォルト率を常にモニタリングする。加えて固定資産はできる限り「持たない」経営を追求することで適正資本を維持しつつ、15%以上の ROE 維持を目指す。

これによって、5.3%の株主資本コストを大きく上回る ROE を長期的に継続し、今後とも、β 値に左右されずに、ROE が資本コストを安定的に上回る体制を継続し、企業価値(時価総額)の最大化を進める。

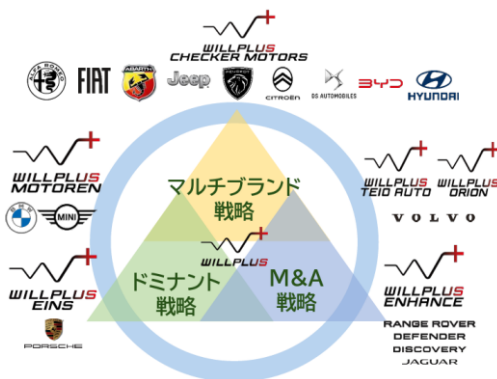
株主還元に関しては、【2-4 中長期株主還元戦略】で先述したように、配当性向 30%、DOE 下限 4.5%を目安に累進配当により、安定的かつ継続的な利益還元の維持・向上に努める。

このほか、機動的な自己株式の取得による株主還元の強化、株式を活用した各種施策の導入による企業価値向上へのコミットにも取り組んでいく。

IRに関しては、株主総会、個人株主及び機関投資家との対話の場を設け、経営陣による双方向コミュニケーションを図る考えだ。

3. 成長戦略

同社の成長を支えていくのが「マルチブランド戦略」「ドミナント戦略」「M&A 戦略」の 3 戦略である。



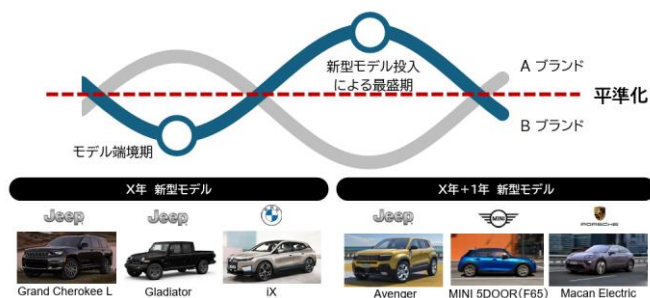
(同社資料より)

【3-1 マルチブランド戦略:収益の拡大と販売サイクルの平準化】

特定のブランドに依存することなく複数のブランドを取り扱うことにより、ブランド間の新型モデル投入時期の差異による販売サイクルへの影響の平準化を図っている。

現在 17 ブランドを扱っているが、M&A 戦略も合わせてブランド数の拡大も目指している。

新型モデル発売時期による平準化イメージ



(同社資料より)

【3-2 ドミナント戦略: 同一商圏のシェア向上と利益の最大化】

人口 100 万人規模の都市とその周辺都市を特定地域と位置付けて集中的な出店を進め、同一商圏にて集客を図ることによる市場シェアの向上、店舗間の効率的な人員配置による生産性の向上、利益の最大化を図っている。

現在は輸入車(乗用車)の新車登録台数及び保有台数で国内上位の東京、神奈川、福岡が中心だが、M&A 戦略によるエリアの拡大も目指している。

【3-3 M&A 戦略: スピードアップ】

「新たなエリアへの進出」「新たなブランドの獲得(マルチブランド戦略)」「既存ブランドのシェア拡大」をスピーディーに遂行するための重要な施策が M&A である。M&A によりまとまった店舗、商圏、新ブランドを獲得したのち、周辺に新店を出店して商圏を補完し更なる業容の拡大を進めている。

Mercedes-Benz、VW、Audi など未取扱いで同社がターゲットとしているブランドは多数あり、M&A を通じた新ブランド獲得による成長余地は大きい。

案件の発掘は、同社から先方への直接アプローチ、先方から同社への直接の連絡のほか、インポーターからの紹介、金融機関や M&A 仲介会社からの紹介など。

社内で今後の成長性やシナジーを中心に検討したのち、同社の投資回収基準に沿った案件のみデューデリジェンスを実施し、交渉を進めていく。

2007 年 10 月のウイルプラスホールディングス設立以降、現在まで 10 件(※直近 3 期以内の実施案件を除く)の M&A を実施してきた。新規出店や移転・改装等の店舗投資のほか、ノウハウの移植などによって、すべての案件で黒字化を実現しており、同社の PMI 能力の高さが注目される。

4. 2026 年 6 月期上期決算概要

【4-1 業績概要】

	25/6 期上期	構成比	26/6 期上期	構成比	前年同期比
売上高	41,058	100.0%	42,096	100.0%	+2.5%
売上総利益	5,748	14.0%	6,157	14.6%	+7.1%
販管費	5,062	12.3%	5,343	12.7%	+5.5%
営業利益	685	1.7%	813	1.9%	+18.8%
経常利益	692	1.7%	810	1.9%	+17.0%
中間純利益	672	1.6%	719	1.7%	+7.0%

* 単位: 百万円。中間純利益は親会社株主に帰属する中間純利益。

増収増益

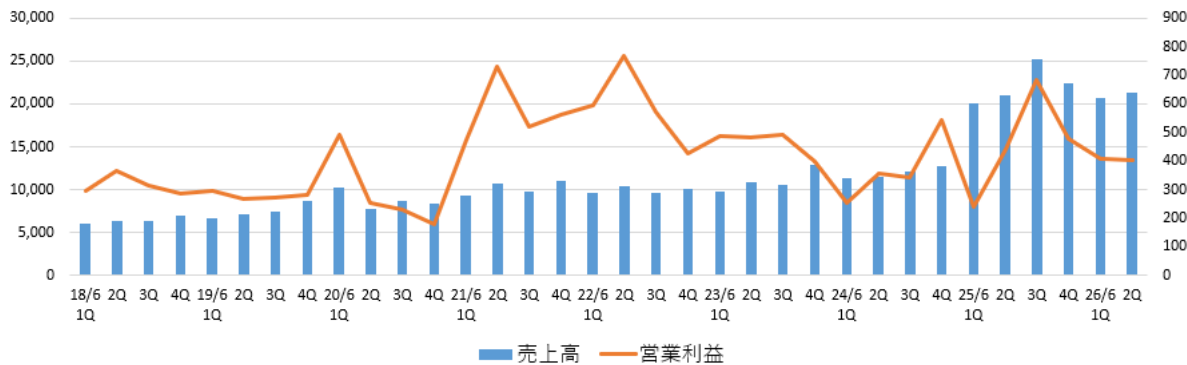
売上高は前年同期比 2.5%増の 420 億 96 百万円。中古車市場における需要の増加及びサービスネットワークの拡充が寄与した。

BRIDGE REPORT



営業利益は同 18.8%増の 8 億 13 百万円。前期 M&A した子会社の収益改善などで売上総利益は増収率を上回る同 7.1%増。売上総利益率は同 0.6pt 上昇した。人件費、地代家賃、減価償却費など販管費も増加したが、これを吸収。前年同期に発生した特別調査関連費用の剥落等も寄与した。

売上高・営業利益の推移（単位：百万円）



【4-2 市場環境】

上半期の国内の新車(乗用車)登録台数は前年同期比 6.3%減少の 120.7 万台となった。一方、外国メーカーの新車(乗用車)の登録台数は同 6.6%増の 12 万台。日本国内における輸入車販売シェアは 9.9%と前年同期の 8.7%から 1.2pt 上昇した。一方で、同社取扱ブランドの新車登録台数は同 1.6%減と、同社を取り巻く事業環境は依然として厳しい状況にある。26 年 1 月も前年を下回っている。主カブランドとしては、Jeep や MINI が低調。ジャガー・ランドローバーは 25 年 9 月に英国で発生したサイバー攻撃による生産停止の影響が残っている。

【4-3 セグメント動向・品目別売上高動向】

◎セグメント別動向

	25/6 期上期	構成比	26/6 期上期	構成比	前年同期比
売上高					
輸入車ディーラー事業	25,305	61.6%	27,109	64.4%	+7.1%
中古車輸出関連事業	15,752	38.4%	14,986	35.6%	-4.9%
合計	41,058	100.0%	42,096	100.0%	+2.5%
セグメント利益					
輸入車ディーラー事業	1,031	4.1%	1,197	4.4%	+16.1%
中古車輸出関連事業	189	1.2%	150	1.0%	-20.4%
調整額	-535	-	-533	-	-
合計	685	1.7%	813	1.9%	+18.8%

* 単位: 百万円。利益の構成比は売上高利益率。

◎品目別販売動向

(26 年 6 月期上期)

	輸入(※1)	前年同期比	輸出(※2)	前年同期比	全体(※3)	前年同期比
新車	11,885	-2.2%	-	-	11,885	-2.2%
中古車(国内)	7,618	+14.7%	-	-	7,618	+11.4%
(海外)	-	-	2,971	-45.9%	2,971	-45.9%
中古車合計	7,618	+14.7%	2,971	-47.8%	10,590	-14.1%
業販	2,603	+21.9%	12,010	+19.5%	14,614	+19.9%
車輛販売高合計	22,108	+5.6%	14,982	-4.8%	37,090	+1.2%
車輛整備	4,591	+13.5%	-	-	4,591	+13.5%
その他	409	+22.7%	4	-63.0%	414	+19.7%
合計	27,109	+7.1%	14,986	-4.9%	42,096	+2.5%

* 単位: 百万円。輸入(※1)は輸入車ディーラー事業、輸出(※2)は中古車輸出関連事業、全体(※3)はグループ全体。

BRIDGE REPORT



<輸入車ディーラー事業>

* 新車販売

新規取扱いブランドを中心とした M&A により取得した店舗等が売上高に寄与したものの、輸入車ディーラー事業全体では販売台数が前年同期をわずかに下回ったこと等により上期は前年同期比 2.2%減収。

* 中古車販売

ニューモデル効果の反動減等により新車販売の伸び率が鈍化したブランドを中心に中古車販売に注力し、同 14.7%増収。

* スtockビジネス

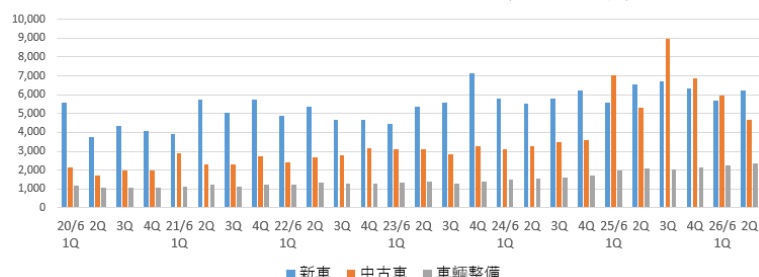
上期の車輛整備売上高は前年同期比 13.5%増。前期から今期にかけて実施した M&A の規模を上回る伸びとなった。M&A に伴う整備人員確保と顧客管理による PMI 効果が顕在化している。

保険総件数は増加も、保険手数料収入は上期同 1.9%減、第 2 四半期(10-12 月)4.4%減と低調。代理店手数料制度改定によるマイナスの影響が大きい。制度改定への対応が急務であると考えている。

<中古車輸出関連事業>

主な輸出先国であるマレーシアの国内経済においては拡大基調を維持しており、また、マレーシアリングgitに対する円安も輸出事業の追い風となっている。一方で、2025 年の同国の輸入車台数が 8 月早々に規制枠に到達したことに加え、需要減退期に入ったことから上期は 45.9%の減収。一方、業販は、商品回転率を重視しつつ販売を強化した結果、同 19.5%の増収となった。この結果、海外売上高と業販売上高の合計は同 4.8%の減収。

新車・中古車・車輛整備の販売高推移 (単位:百万円)



【4-4 財務状態とキャッシュ・フロー】

◎主要BS

	25 年 6 月末	25 年 12 月末	増減		25 年 6 月末	25 年 12 月末	増減
流動資産	26,675	25,607	-1,067	流動負債	18,051	17,363	-687
現預金	8,245	7,848	-397	仕入債務	4,182	3,122	-1,060
たな卸資産	13,276	14,879	+1,602	短期借入金	10,362	10,579	+217
固定資産	10,555	10,102	-453	固定負債	6,975	5,710	-1,265
有形固定資産	8,865	8,416	-448	長期借入金	6,171	4,873	-1,298
建物及び構築物	4,325	4,366	+40	負債合計	25,026	23,073	-1,953
無形固定資産	266	240	-25	純資産	12,204	12,636	+431
投資その他の資産	1,424	1,445	+20	利益剰余金	10,167	10,624	+457
資産合計	37,231	35,709	-1,521	負債純資産合計	37,231	25,709	-11,521

* 単位:百万円

1 月からマレーシア向け輸出が繁忙期に入るため仕入れを拡大し棚卸資産が増加した一方、現預金及び売掛金の減少、保有している土地の一部をセール・アンド・リースバックにより売却したことなどで資産合計は前期末比 15 億円減少。

長期借入金の減少などで負債合計は同 19 億円減少。

利益剰余金の増加等で純資産は同 4 億円増加。

この結果、自己資本比率は同 3.0pt 上昇し、32.0%となった。

BRIDGE REPORT



◎CF

	25/6 期上期	26/6 期上期	増減
営業 CF	-3,203	454	+3,657
投資 CF	-306	610	+917
フリーCF	-3,509	1,065	+4,574
財務 CF	1,991	-1,470	-3,461
現金・現金同等物	5,985	7,829	+1,844

*単位:百万円。

税金等調整前中間純利益の増加、売上債権の減少などで営業 CF 及びフリーCF はプラスに転じた。キャッシュ・ポジションは上昇した。

【4-5 トピックス】

(1)連続的に M&A を実施

成長戦略の柱である M&A を積極的に実施した。

①双日オートグループジャパン株式会社の事業譲受

2026年4月、双日オートグループジャパン株式会社が運営する「ボルボ正規ディーラー事業」を譲受した。譲受事業の売上高は34億円(2025年3月期)。

双日オートグループジャパンが運営する「ボルボ・カー西宮」「ボルボ・カー高松」「ボルボ・セレクト徳島/サービス」「ボルボ・セレクト松山/サービス」「ボルボ・ギャラリー松山」の5店舗を譲受することで、関西・四国エリアに初の事業拠点を開設した。ボルボ・カー正規ディーラーとして四国エリアを独占し、九州エリアに続いて、四国エリアでもドミナント化を実現した。

②和幸モーター株式会社事業譲受

2026年1月、和幸モーター株式会社が運営する「BMW 正規ディーラー事業」を譲受した。譲受事業の売上高は51億円(2024年12月期)。

和幸モーター社が運営する「越谷 BMW・BPS 越谷・上尾 BMW・BPS 春日部」を譲受し、初めて埼玉県へ進出した。首都圏への BMW 店舗の出店によりグループネットワークを強化する。

③株式会社グランシエルセキショウの事業譲受

2026年1月、株式会社グランシエルセキショウが運営する「Peugeot 正規ディーラー事業の一部」を譲受した。譲受事業の売上高は29億円(2025年3月期)。

グランシエルセキショウ社が運営する「Peugeot 郡山」を譲り受けることにより、福島県に2店舗目となる事業拠点を獲得し、東北エリアの事業体制を強化する。Peugeot ブランドとしては、3店舗目の出店となる。

④株式会社サンヨー自動車の事業譲受

2026年1月、株式会社サンヨー自動車が運営する「ジープ正規ディーラー事業の一部」を譲受した。譲受事業の売上高は3.3億円(2024年12月期)。

サンヨー自動車社が運営する「ジープ大分」を譲受し、大分県内2店舗目の事業拠点を開設した。九州エリアにおける事業体制を一層強化する。ジープ大分は県内唯一のジープ正規ディーラーであり、ドミナントエリアが拡大する。ジープブランドとしては、9店舗目の出店。

(2)出店状況

2025年10月、東京都世田谷区に「Hyundai Citystore 東京 開業準備室」をオープン。

2025年12月には、福岡県宗像市に「BYD AUTO 北九州開設準備室」をオープンした。中古車専売「チェッカーモーターズ アプルード宗像」内に新設し、シナジー効果を狙う。

同社では、BYD および Hyundai の取り扱い開始(BYD:24年7月、Hyundai:25年6月)以来、約1年半で、1都2県に計6店舗を出店した。日本国内におけるEV普及促進の拠点となる店舗への投資を積極化している。

合わせて、2026年1月付で、ウイルプラスエンハンス株式会社に運営していたBYD、Hyundai ブランド事業をウイルプラスチェッカーモーターズ株式会社へ移管した。

5. 2026 年 6 月期業績予想

【業績予想】

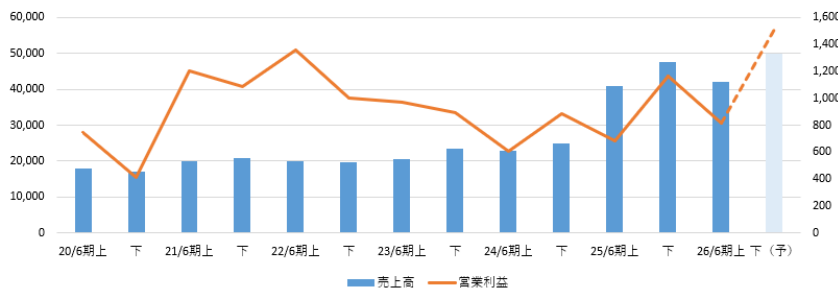
	25/6 期	構成比	26/6 期(予)	構成比	前期比	進捗率
売上高	88,614	100.0%	92,160	100.0%	+4.0%	45.7%
営業利益	1,849	2.1%	2,328	2.5%	+25.9%	35.0%
経常利益	1,897	2.1%	2,244	2.4%	+18.3%	36.1%
当期純利益	1,443	1.6%	1,305	1.4%	-9.6%	55.1%

* 単位:百万円。予想は会社側予想。

業績予想に変更なし、増収増益を予想、売上高は過去最高更新へ

売上高は前期比 4.0%増の 921 億 60 百万円、営業利益は同 25.9%増の 23 億 28 百万円の予想。国内輸入車市場は、低迷が続くと見ているが、売上高は過去最高更新を見込む。「輸入車ディーラー事業」は厳しい事業環境の中、連続的に M&A を実施し、収益基盤を広げつつ、PMI により、収益改善を目指す。「中古車輸出関連事業」は、1 月より繁忙期に入るため収益改善を期待している。配当は前期比 0.94 円/株増加の 46.00 円/株を予定。予想配当性向は 32.0%。

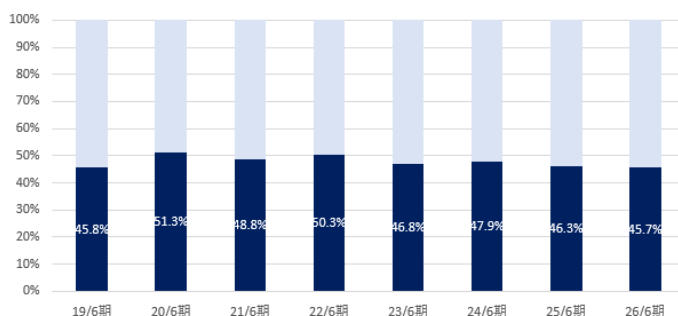
売上高・営業利益の推移 (単位:百万円)



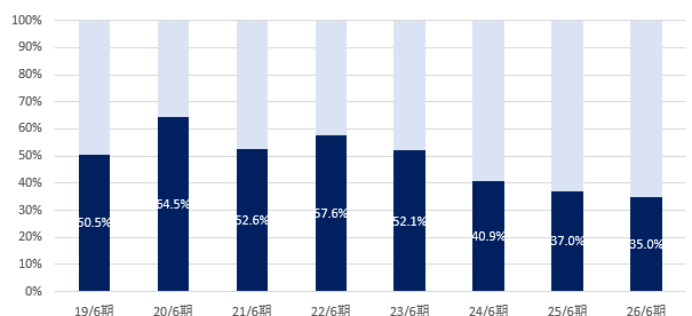
6. 今後の注目点

上半期の進捗率は売上高 45.7%、営業利益 35.0%。売上高はほぼ例年並みだが、営業利益は低水準にとどまっている。上半期の増収要因の大半は、PMI 効果と前期の一過性要因の正常化によるものが大半とのこと。これまで堅調に増加してきた保険手数料収入が制度改定の影響で減収に転じるなど、マイナス要素が目につくが、PMI による更なる収益性の改善により下半期どこまで利益を積み上げていけるかが注目される。来期以降への貢献となるが、連続的な M&A の実施による収益基盤の構築の進捗にも期待したい。

上期進捗率推移 (売上高)



上期進捗率推移 (営業利益)



* 19/6期~25/6期は上期実績の通期実績に対する比率。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査等委員会設置会社
取締役	8名、うち社外取締役5名(うち独立役員5名)
監査等委員	5名、うち社外取締役5名(うち独立役員5名)

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2025年9月25日

<基本的な考え方>

当社におけるコーポレート・ガバナンスの基本的な考え方は、企業価値の最大化を図るにあたり、社会のめまぐるしい変化に対応し、効率的かつ、法令等を遵守する健全な経営体制を構築することにあります。そのために、各ステークホルダーと関係強化及び経営統治機能の更なる充実を図ることにより、透明性のある経営を確保するとともに、適正かつ迅速なディスクロージャーに努めてまいります。

<コーポレート・ガバナンス・コードの各原則を実施しない理由>

当社は、コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しております。

<コーポレート・ガバナンス・コードの各原則に基づく開示(抜粋)>

■原則1-3【資本政策の基本的な方針】

当社は、適正資本を維持し、資本コストを上回るROEを安定的に上回る体制を継続し、企業価値を高めることを資本政策の基本方針としております。

当社の資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応については、当社ホームページに開示しております。

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS01236/c344ad3a/f422/40ec/9afb/9d116046c9e6/140120250814541929.pdf>

■原則1-4【政策保有株式】

(1)政策保有株式に関する方針

当社は政策保有株式を保有しておりません。取引先との資本提携、協業のために関係維持・強化が必要であり、中長期的な観点からビジネス上のメリットがリスクや資本コストに見合っていると判断した場合以外は、政策保有株式は保有しない方針であります。

(2)政策保有株式にかかる検証の内容及び政策保有株式にかかる議決権行使の基準

政策保有株式を保有することが適切であると判断した場合には、継続保有の合理性の検証方法並びに当該政策保有株式の議決権行使の具体的な基準を策定いたします。

■補充原則2-4①【中核人材の登用等における多様性の確保】

<多様性の確保についての考え方>

当社では、従業員一人ひとりがその能力を最大限に発揮できる環境を提供することを目指しており、性別・国籍・属性を問わず、個人の能力・適正・実績・意欲により人材を登用することを基本方針としております。

<多様性の確保の自主的かつ測定可能な目標>

中核人材の多様性の確保について女性取締役及び管理職の割合、男性従業員の育休取得割合の目標を定め、多様性確保の指標としております。各項目の目標値及び実績は下表のとおりであります。

女性取締役の割合 2025年6月期実績12.5% 2030年6月期(目標)30.0%

女性管理職の割合 2025年6月期実績7.1% 2030年6月期(目標)10.0%

男性育児休暇取得率 2025年6月期実績41.7% 2030年6月期(目標)50.0%

※本報告書提出日現在、女性取締役の割合は12.5%となっております。

なお、外国人の管理職への登用については在籍者数が少ないため具体的な数値目標は設定しておりませんが、更なる多様性

確保のため目標値の設定の必要性を継続して検討してまいります。

また、当社グループは専門性・経験値の高い中途採用者の比率が高いため管理職における中途採用者の割合は 96.1%(2025年6月末日時点)となっております。このため中途採用者の管理職割合については目標値は設定しておりません。

■補充原則 3-1③・補充原則 4-2②【サステナビリティを巡る課題】

当社は、企業活動を通じて持続可能な社会の実現・企業価値向上に向けて、当社グループ全体のサステナビリティへの取組と主体的なリスクマネジメント基盤を強化するとともに、成長戦略推進による業容拡大や自動車産業を取り巻くEV化等の技術革新への対応、DX化の推進を重点的に図るため、サステナビリティ基本方針を制定し、サステナビリティ委員会並びにリスクマネジメント・コンプライアンス委員会を設置しております。これらの委員会を基軸とした具体的な活動内容及び中長期的企業価値の向上に向けた人的資本への投資等につきましては、決算説明資料、有価証券報告書等で開示しております。

(<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS01236/73a1773f/f10e/4676/be8e/00e6a0e3b739/140120250827548317.pdf>)

また、気候変動問題への取組につきましてはCDPを通じて開示しております。

詳しくは、当社HPの「サステナビリティ」に掲載しておりますので、併せてご参照ください。(<https://www.willplus.co.jp/sustainability/>)

■原則 5-1【株主との建設的な対話を促進するための体制整備・取組みに関する方針】

当社は、株主や機関投資家との積極的かつ建設的な対話(面談)を通じ、経営方針や成長戦略を明確に説明し、理解を深めていただくことが、当社の中長期的な企業価値の向上に資すると考えております。

株主や機関投資家との対話は、経営戦略本部企画・IR室を窓口とし、代表取締役、IR担当者が合理的な範囲で訪問、来社、電話等により行っております。個別面談以外にも、多くの投資家と直接対話できる機会を設けるべく、代表者自らが説明を行う投資家、アナリスト向け決算説明会や個人投資家向け説明会を開催し、当社、投資家双方の理解促進の場として活用しております。さらに、説明会の模様を動画配信若しくは資料をホームページに掲載するなどし、広く情報発信を行っております。

対話に際しては、未公表の重要情報につきまして漏洩等が発生しないよう、十分に留意のうえ、臨んでおります。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.