

Gulliver

Mid-term Strategy 2023 - 2027

中期経営計画 2023 - 2027

April 15th, 2022

東証プライム

7599

IDOM Inc.



株式会社IDOM 社長の羽鳥貴夫です。
中期経営計画について、私からご説明させていただきます。

1. IDOMとは(企業理念/事業内容/事業ポートフォリオ)	3
2. 魅力ある中古車市場	13
3. 来たるモビリティ社会を見据えて	18
4. 中期経営計画2023 - 2027	22
5. サステナビリティ/SDGsへの取組み	34
Appendix. コーポレート・ガバナンス	45

こちらは本日の資料の目次です。

前半、1番と2番で、当社の事業や中古車市場など、現状について整理をさせていただきます。
後半、3番～5番のパートで、中長期的な経営方針や、5ヵ年の中期経営計画を説明させていただきます。



IDOM Inc.

はじめに企業理念や事業内容、事業ポートフォリオといった
当社の概要についてご説明します。

IDOMの企業理念

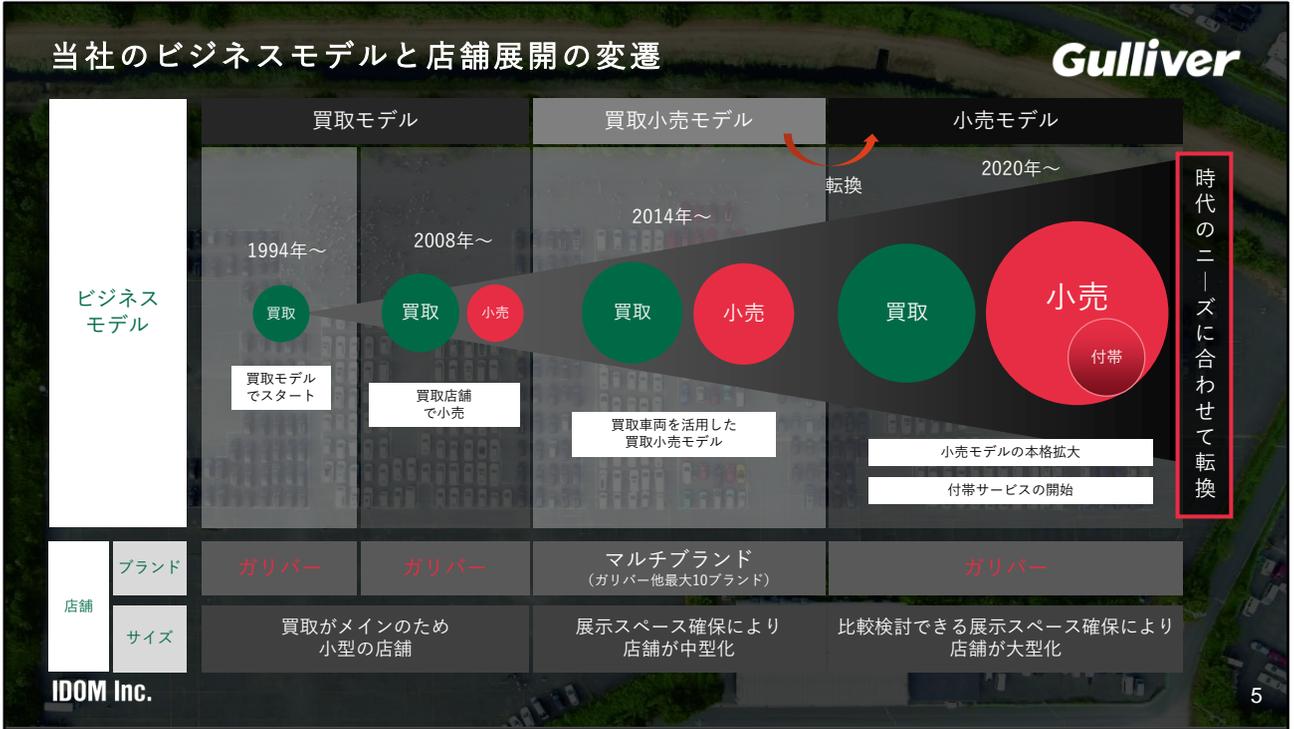
Growing Together

私たちは、豊かな未来のために、IDOMイズムの体現を通して、5つのステークホルダーと共に成長し続けることを目指します。



まず、当社の企業理念についてご紹介します。
5つのステークホルダーとともに成長を目指す
Growing Together という理念を掲げております。

この企業理念は、1994年の創業時に掲げたもので、役員、社員に浸透し、経営戦略を策定するうえで原点になるものだと考えております。



創業からのビジネスモデルの変遷をご説明します。

1994年に買取のガリバーとして創業しました。
以来、業界環境や消費者のニーズといった時代の変化に適応しつつ
ビジネスモデルを転換してまいりました。

2014年からは、買取車両を活用した、小売店を展開しておりました。
特に大きな転換は2020年から大型店を中心とした、小売モデルを本格的に開始したことです。
これは買取モデルから小売モデルへのビジネスモデルの転換でした。
現在は小売モデルに加え付帯サービスの充実も図り、順調に成長しております。

2つの店舗形態

Gulliver

	買取店	販売店
店舗 フォー マット		 
店舗数	218店舗	227店舗
特徴	買取専門店	<ul style="list-style-type: none"> 顧客ニーズに合わせた専門店 大型店出店候補エリアの既存店 地域一番の圧倒的な品揃え ロードサイドでの存在感 ディーラーを超えた接客とアフターサービス
出店 戦略	効率化の追求 出張買取の併用	<ul style="list-style-type: none"> 大型店の出店 空白エリアへ積極的に出店 既存店の大型化（リプレース）によるシェア拡大 新たな顧客ニーズを創出する専門店の出店

IDOM Inc.

6

このスライドは国内における店舗形態をご説明しております。

左側が創業来からの買取店です。

こちらは敷地面積も狭く、多くの車両を展示することは難しいですが、効率性を追求した店舗として運営しております。

右側が販売店です。

販売店のうち左側は2014年から展開をしている中型店です。

顧客ニーズに合わせた専門店なども展開しており、販売店のなかで既存店の多くはこの中型店です。

販売店の右側が、大型店です。

当社は、成長戦略の柱として、2020年から大型店の展開に注力しております。

大型店は、大型店タイプ、整備工場併設タイプ、整備工場と板金工場併設タイプに分類されます。

大型店は車両展示スペースも広く、地域一番の圧倒的な品揃え、ロードサイドでの存在感、きめ細かい接客とアフターサービスを提供しております。

国内コア事業の粗利構造

Gulliver

コア事業の粗利額

① 中古車買取事業

Gulliver店舗（主に買取店）にて、中古車の買取を行う。

卸売台数



卸売
台あたり粗利

② 中古車小売事業

Gulliver店舗（主に大型店・中型店）にて、中古車の小売を行う。

小売台数



小売
台あたり粗利

③ 付帯事業

中古車の小売に伴う、オートローン、自動車保険、保証、車検、整備などの付帯商品の販売。

商品ごとの
販売個数



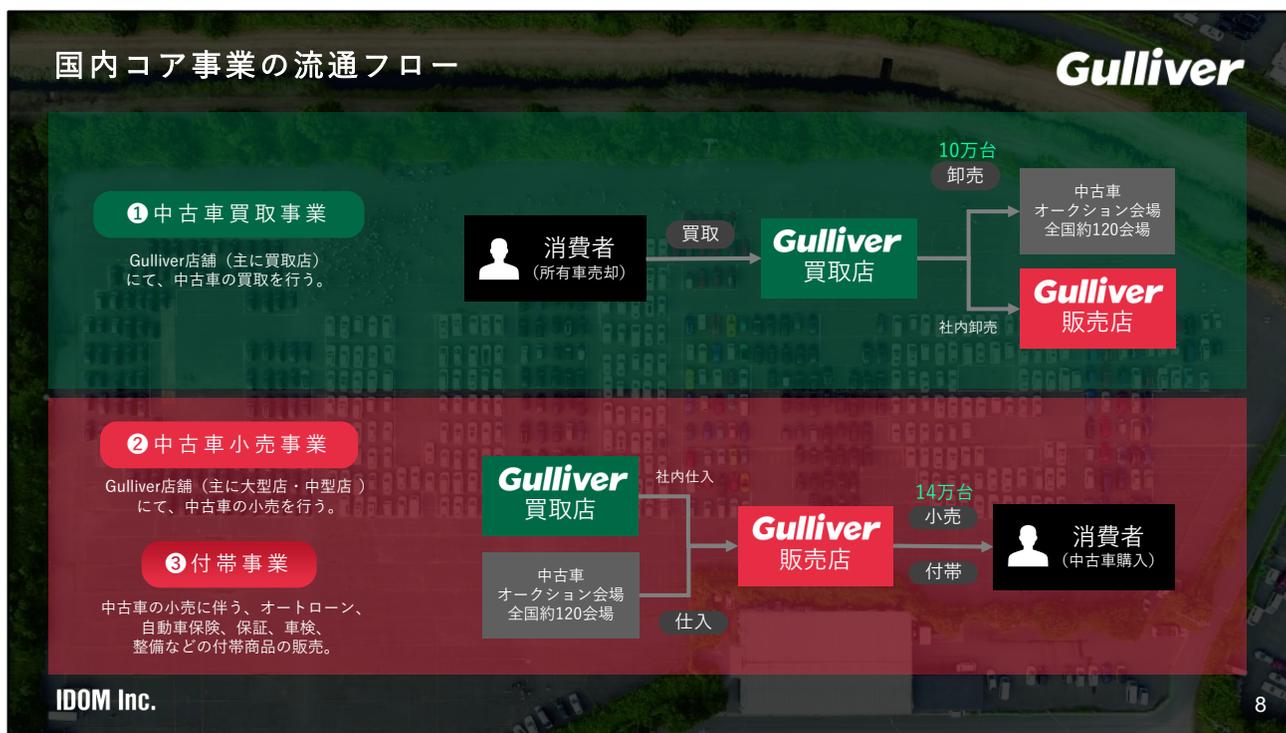
商品ごとの
粗利

IDOM Inc.

7

こちらのスライドでは、簡単に、買取事業、小売事業、付帯商品を販売する付帯事業の粗利構造についてご説明します。

中古車ビジネスは定価のない中古車という商材であるため、車両単価によって売上額は上下することから、主に販売台数と一台当たりの粗利額を重視しております。



国内コア事業の流通フローについてご説明します。

中古車買取事業は、お客様から中古車を買取り、オークションやガリバー店舗に卸売りという形で販売します。

一方で、中古車小売事業及び付帯事業は、ガリバー買取店やオークションから中古車を仕入れお客様に小売するという流通フローになっております。



中古車流通ビジネスの循環サイクルについて、ご説明します。

車は新車として製造され、一定期間利用されたのちに、中古車として循環します。

この循環において、当社が適正な価格を市場に提供することで、中古車は資源としてその資産価値を維持することができ、最大限活用されます。

当社の事業そのものが、こうした循環を促進し、経済の循環の役割を担っていると考えております。

事業ポートフォリオ

Gulliver

事業の成長性

現在の姿

新規事業

大型店

中型店

買取店

豪州
新車事業
(撤退予定)

国内新車
(撤退)

資本効率
(ROIC)

- 大型店
- 中型店
- 買取店
- 新規事業
- 豪州新車事業 (撤退予定)
- 国内新車事業 (撤退)

説明：バブルサイズは売上規模を示す。

事業ポートフォリオに基づき成長性と資本効率の高い事業に選択と集中を行い、経営資源の再分配を実施する方針。

IDOM Inc.

10

当社の事業ポートフォリオについてご説明します。
この事業ポートフォリオに基づき成長性と資本効率が高い事業に選択と集中を行い、経営資源の再分配の経営判断をしております。
現在は中古車小売事業で店舗数も多い中型店の比率が高くなっております。

当社ビジネスの5つの競争優位性		Gulliver
1	ブランド力	高認知度のガリバーブランドを活用した集客力 ・ブランド認知度調査(当社独自調査・リサーチ会社調べ) “Gulliver”ブランド認知率 94.9%
2	顧客数	創業来の圧倒的な取引台数にもとづく顧客数 (累計) 買取台数+小売台数: 460万台
3	営業力	新卒採用を中心とした長期的な人材教育プランの構築と改善 ・累計小売台数: 120万台超 ・小売付帯サービスの拡充を実現
4	IT活用力	DX・AI化の推進 買取ビジネスの運営や在庫管理を自動化により小売ビジネスへの人材リソースの集中化を実現
5	環境への対応力	買取から小売へ 事業を取り巻く環境変化に柔軟に対応し、買取中心のビジネスから小売ビジネスへの転換を実現

IDOM Inc. 11

当社のビジネスにおける、優位性については主にブランド力、顧客数、営業力、IT活用力、環境への対応力といった5つがあると考えております。

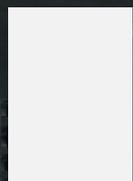
なかでも、当社の最大の強みはブランド力だと思います。ブランド認知度調査においても94.9%の方がガリバーを知っていると答えています。このように認知度が高い「ガリバー」というブランド力を活用することで、集客力を高めてまいります。このブランド力は、四半世紀以上かけて、当社が蓄積してきた強みであり、これからの事業においても大きな武器となるものです。

2022年 2月期の状況

Gulliver

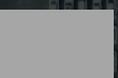
決算概況

4,595 億円



売上高

185 億円



営業利益

10%

ROIC

(※1)

連結従業員数

4,347 人

店舗数

445 店舗 (※2)

中古車小売・販売状況

23 万台



中古車販売台数

(※4)

14 万台



中古車小売台数

(※3)

中古車小売シェア(※5)

約 5%

※1: 2022年2月期 連結財務諸表の数字より算出
営業利益 × (1 - 実行税率) /
(在庫 + 固定資産 期首期末加重平均)

※2: 加盟店を除く直営店舗数

※3: IDOM直営店舗における小売台数

※4: 小売台数と卸売台数の合計数

※5: 2022年2月期のIDOM小売合計台数 +
矢野経済研究所推計の2019年中古車小売台数262万台

IDOM Inc.

こちらは、2022年2月期の状況をハイライトしていますので、ご覧頂ければと思います。

Attractive Used Car Market

2. 魅力ある中古車市場



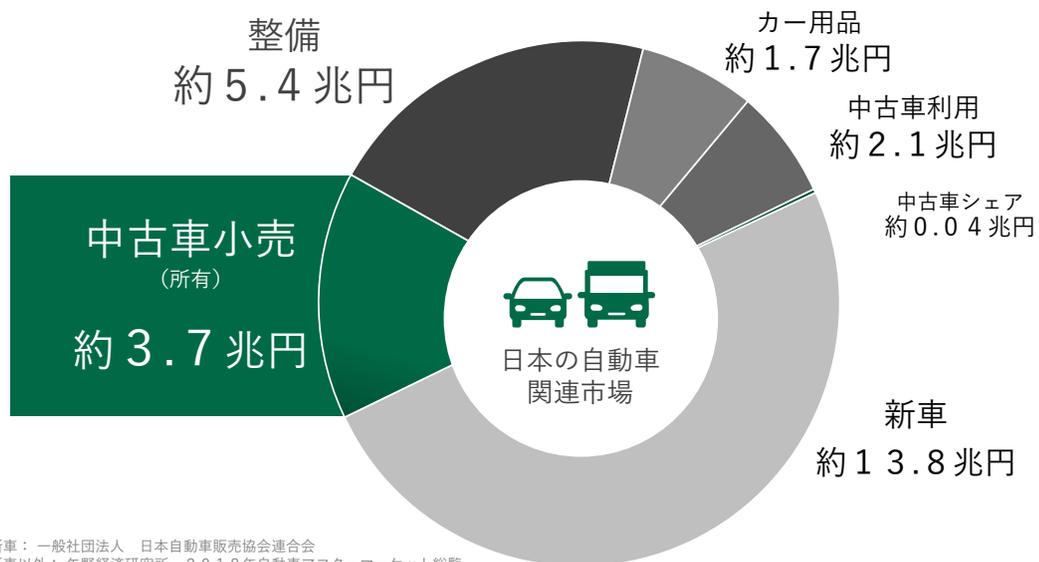
IDOM Inc.

13

ここからは、当社の国内コア事業を展開している中古車市場についてご説明します。

3.7兆円を超える巨大な中古車小売市場

Gulliver



新車：一般社団法人 日本自動車販売協会連合会
新車以外：矢野経済研究所 2018年自動車アフターマーケット総覧

IDOM Inc.

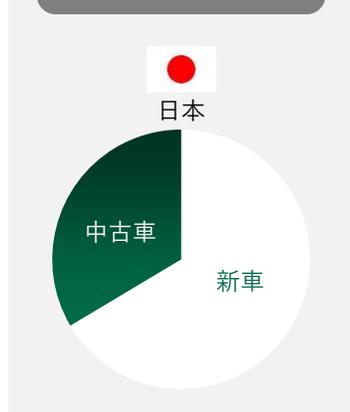
14

中古車小売市場は、約3.7兆円という規模で、非常に大きな規模です。

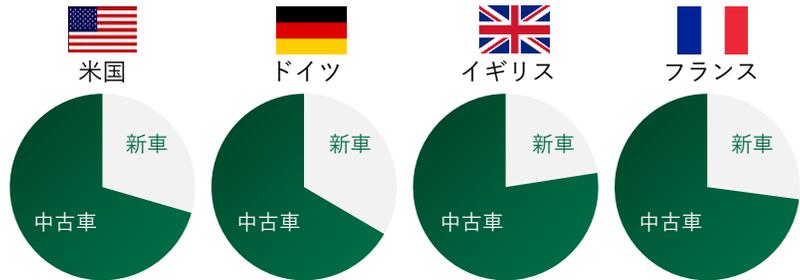
欧米各国に比べ著しく低い日本の中古車市場

Gulliver

日本の中古車比率



欧米各国の中古車比率



※1: 新車: 2019年一般社団法人日本自動車販売協会連合会
中古車: 矢野経済研究所 2020年版 中古車流通総覧

※2: 新車: 2019年マークラインズ 自動車産業ポータル
中古車: edmunds 2019 Used Vehicle Report

※3: 2019年ドイツ連邦陸運局 (KBA) 自動車統計

※4: 2019年英国自動車製造販売協会 (SMMT) 車両データ

※5: 2017年フランス自動車工業会 (CCFA) フランス自動車産業データ

IDOM Inc.

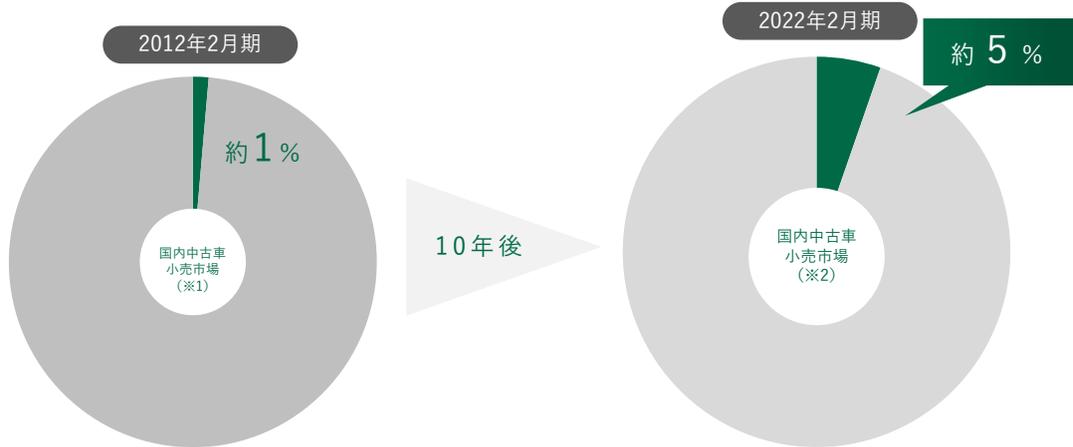
15

また、欧米各国と比べて、中古車市場の比率が低いという特徴があります。
これは、今後の中古車市場が拡大余地を残しているといえると思います。

シェア拡大余地の高い中古車小売市場

Gulliver

伸びる当社の国内市場シェア



※1:2012年2月期の市場シェアは、2008年の中古車小売市場規模240万台（矢野経済研究所調べ）に占める当社の国内小売台数の内訳を算出。
※2:2022年2月期の市場シェアは、2019年の中古車小売市場規模262万台（矢野経済研究所調べ）に占める当社の国内小売台数の内訳を算出。

IDOM Inc.

16

当社の国内市場のシェアについてです。

10年前の1%から5%まで成長しました。

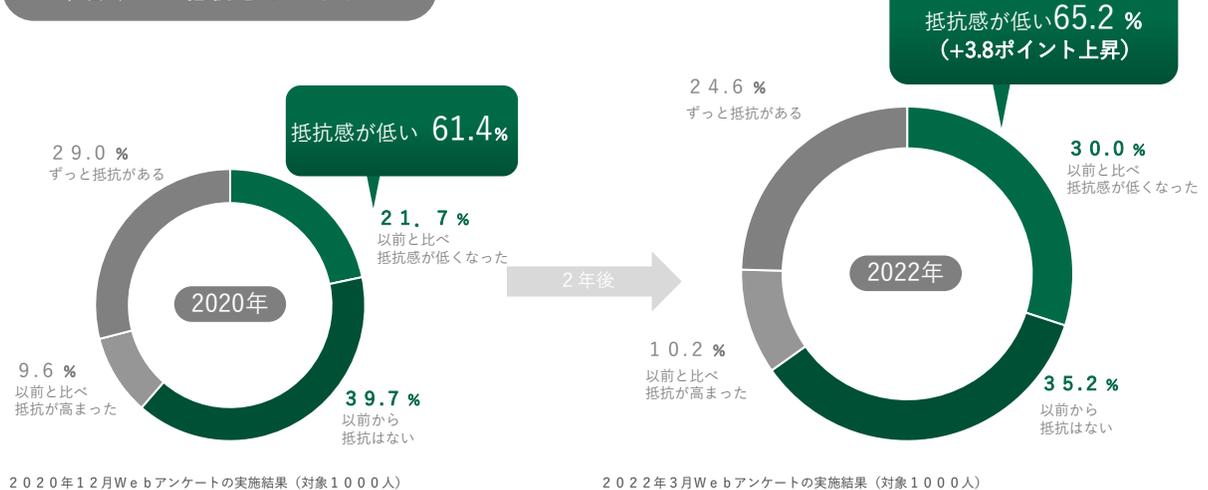
3.7兆円という大きな小売市場で、業界トップのシェアを獲得することができましたが、IDOMの市場シェアは5%程度です。

今後のシェア拡大余地も大きいと考えております。

中古車に関する抵抗意識の変化

Gulliver

以前（10年～数年前）と比較して
中古車への抵抗感はあるか？



IDOM Inc.

17

中古車に対する日本人の抵抗感についてですが、中古品はかなり前から見直され、フリマアプリなどの台頭が示すように抵抗感が下がっております。

しかしながら、中古車は同じように気軽に選択してもらえない状況ではありませんでした。

ところが、当社が実施したアンケート結果を見ると、近年、日本人の中古車に対する抵抗感は一貫して低下してきております。今後は中古車を選択する消費者が増加する可能性があります。

このように、小売市場は、大きな市場であり、市場の拡大の可能性があり、シェアを拡大できる余地がある、とても魅力的な市場です。当社が勝負している市場は、この中古車小売市場です。これからは、この市場に経営資源を集中させていきます。

Toward the Future Mobility Society

3. 来たるモビリティ社会を見据えて

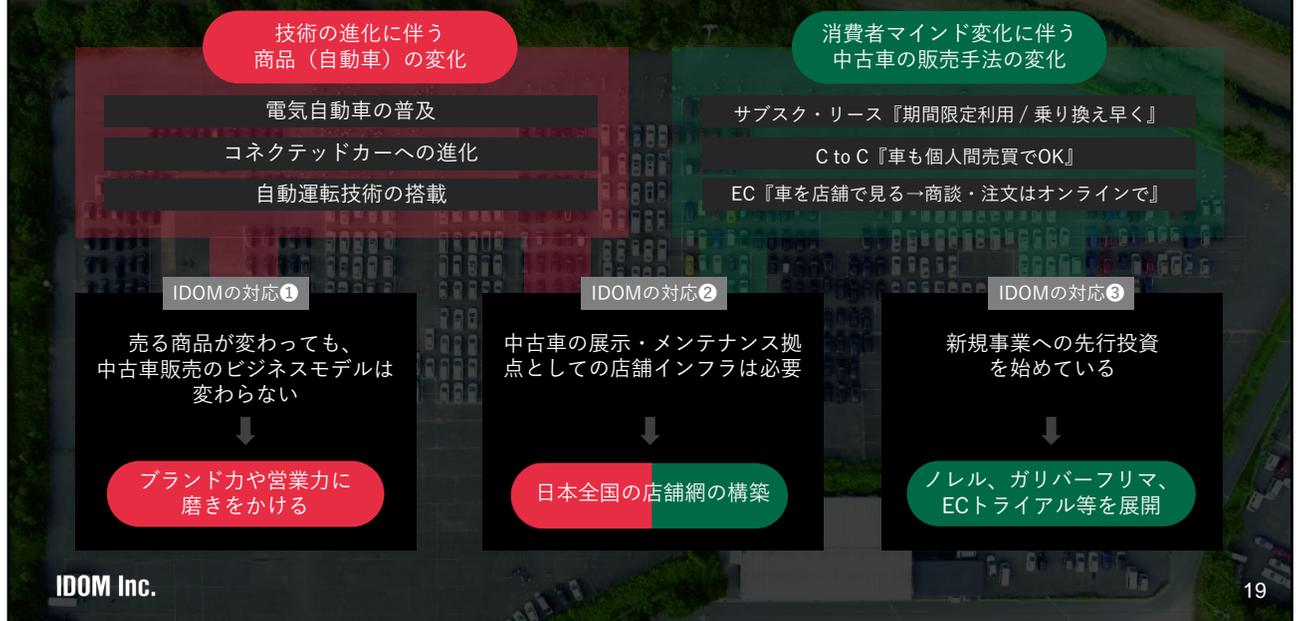


IDOM Inc.

中古車市場の現状について、お話ししてきました。
ここからは、当社が想定している日本の中古車市場の未来をお話し
したいと思います。

想定されるこれからの中古車業界の環境変化

Gulliver



中古車業界の環境変化は大きく2つに分けられると考えております。
1つは商品の変化、2つ目は消費者マインドの変化です。

1つ目の商品の変化は電気自動車などの次世代型の自動車への変化です。
これらの変化は当社にとっては、取り扱う商品が変わるだけであり、引き続き販売力を強化していくことで対応することが可能であると
考えております。

2つ目の消費者マインドの変化については、すでに準備を始めており
ます。
車を購入するのではなく、利用したい、シェアしたい、購入する場合でもオンラインで注文したいなど、消費マインドの変化が想定され
れます。
これらに対しては、新規事業への先行投資という形で、スタートし
ております。

また、商品や消費者マインドに、どのような変化があったとしても
お客様との接点として、店舗は必ず必要なインフラになると考え、
全国に店舗網を構築しております。

新規事業の状況（国内・海外）

Gulliver

サブスクリプション事業（IDOM CaaS Technology）を中心にCtoC事業（IDOM）、プラットフォーム事業（IDOM INNOVATIONS）、フリートマネジメント事業（FMG）などを展開。

国内

サブスクリプション事業

IDOM
CaaS
Technology

中古車を月額定額料金で貸し出す「ノレル」を中心に展開

CtoC事業

IDOM Inc.

消費者同士の中古車の個人間売買をアプリで仲介する「ガリバーフリマ」を展開

海外

プラットフォーム事業 （豪州）

IDOM
INNOVATIONS

新しいテクノロジー、イノベーションを通じて中古車取引の透明性をサポートし、自動車販売店の課題を解決する為のプラットフォームを探索する事業

フリートマネジメント事業 （アフリカ）

FMG

タンザニアのワーバードライバーに日本の中古車を貸与することで、新たな中古車流通の仕組みを構築

20

現在展開する新規事業の概要です。
国内外において、4つの事業を展開しております。

来たるモビリティ社会を見据えて

Gulliver

NEXT GENERATION MOBILITY CHALLENGE

更なる挑戦の始まり

IDOMは循環型の中古車流通ビジネスを追求してきました。それは、常に社会や消費者マインドの変化に対応してきたとも言えます。社会や顧客が求める価値とは何かを追求し、提供を続けてきました。

来たるモビリティ社会においてもこうした考えや取り組みに変わりはありません。

モビリティ社会における提供価値の創出を常に追求し、サービス・コンテンツの開発を継続しています。

IDOMの更なる挑戦が始まります。

21

創業来、企業理念に基づき、お客様や社会にIDOMが提供できる価値はなにかを考え実行してまいりました。その考えは今後も変わることなく普遍的なものです。

当社は来たるモビリティ社会を見据えて、こうした普遍的な考えに基づき挑戦していきます。

Mid-term Strategy

4. 中期経営計画2023 - 2027



IDOM Inc.

ここからは、2023年2月期から2027年2月期の5ヵ年の具体的な取り組みについてご説明します。



2023年からの5カ年は2050年までの商品の変化や消費者マインドの変化といった当社が想定するモビリティ社会の未来を見据えての取り組みを行ってまいります。

その取り組みは、資本効率の向上と成長の両立を目指し、実施されます。

重視する経営指標

Gulliver

		2027年2月期 目標
1	直営店 小売台数 大型店の出店を中心に拡大させる	17万台
2	営業利益 着実に増益させる	210億円
3	営業利益率 大型店の出店と効率化により改善させる	5.0%以上
4	ROIC 資本コストを意識しつつ、 10%以上の水準を維持する	10%以上
5	FCF (フリー・キャッシュフロー) 投資フェーズと回収フェーズをしっかりと 認識しつつ、中長期的に拡大させる	5年累計 300億円程度

IDOM Inc.

24

中期経営計画において、重視する経営指標は次の5つです。

1.小売台数

当社が成長し、社会やお客様により多く貢献するためにも小売台数の拡大は必須だと考えております。

これは、2027年2月期に17万台を目指します。

2.営業利益

営業利益を着実に増加させます。

2027年2月期に連結営業利益210億円を目指します。

3.営業利益率

大型店の出店と効率化により改善させ、5.0%以上を目指します。

4.ROIC

資本コストを意識しつつ、10%以上の維持を目指します。

5.フリーキャッシュフロー

投資フェーズと回収フェーズをしっかりと認識しつつ、中長期的に拡大させてまいります。

5年累計で300億円程度を目指します。

2023年～2027年キャッシュアロケーション



5年累計キャッシュイン

5年累計キャッシュアウト



①大型店の出店	200億円	成長戦略の柱として大型店を50店舗出店
②IT投資	20億円	小売事業の成長を支えるDX・AI化や業務効率化の推進を継続
③新規事業投資	消費者のマインド変化に応じて加速	将来の業界の環境変化に備えた事業開発（探索投資）を継続
配当金	業績連動型配当「配当性向30%」 (当期の配当金 = 前期の親会社株主に帰属する当期純利益 × 30%)	
借入金	借入金	結果として一定の借入金返済により財務体質は改善

フリー・キャッシュフロー・・・積極的な成長投資を行いつつフリー・キャッシュフローを拡大させる

IDOM Inc.

25

5年間のキャッシュアロケーションについてご説明します。

営業キャッシュフローを着実に増やし、成長戦略の柱である大型店の出店は50店舗、200億円の投資をまいります。将来の環境変化に備えた事業開発投資いわゆる探索投資は引き続き継続してまいります。

フリーキャッシュフローは、投資フェーズと回収フェーズをしっかりと認識しつつ、中長期的に拡大させてまいります。

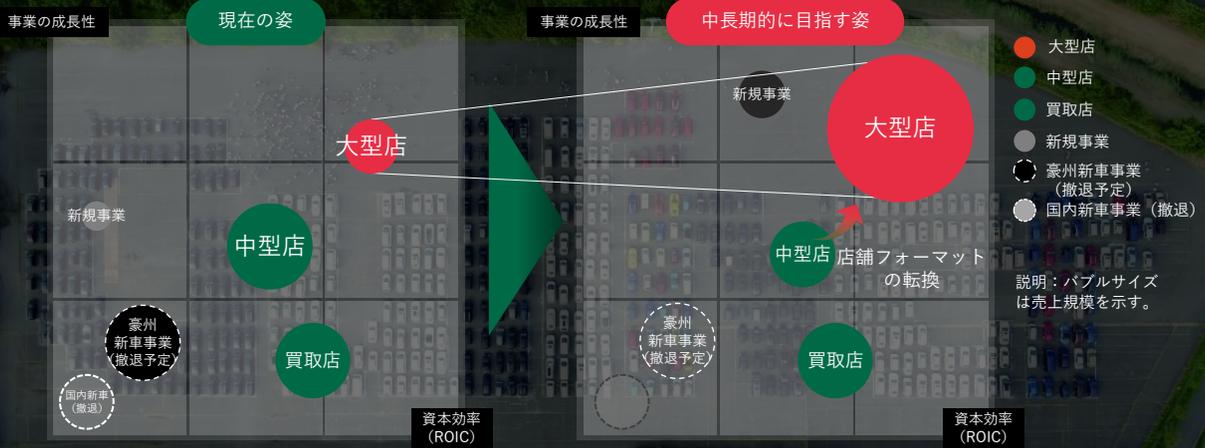
創出されたフリーキャッシュフローは配当や借入金返済の原資とします。

配当につきましては、業績連動型配当で配当性向30%、前期の親会社株主に帰属する当期純利益の30%の方針を継続してまいります。

一定の借入金返済により財務体質は改善するものと見込んでおります。

中長期的に目指す事業ポートフォリオ

Gulliver



成長性と資本効率が高い事業に選択と集中を行い、経営資源の再配分をする方針に基づき、成長性と資本効率が高い大型店展開に重点的に投資を行う。

IDOM Inc.

26

当社は、資本効率と成長性を重視した、事業ポートフォリオを用いて、各事業の重点投資や撤退の経営判断を行っております。

国内の大型店は現在、資本効率が高く、今後の成長余地も高いと捉えています。

この5年間は大型店に経営資源を集中させてまいります。

中期経営計画の位置づけと3つのテーマ

Gulliver

中期経営計画の位置づけ

来たるモビリティ社会を見据えて、**資本効率の向上**と**成長**の両立を目指す。

3つのテーマ

① 顧客への
提供価値の拡大

安心・安全な中古車と
充実したサービスを提供

② ブランド戦略

Gulliverブランドの
高い認知度を最大限
活用した収益性の向上

③ 持続可能な
社会実現への貢献

事業を通じた
環境問題への貢献

具体的な取り組み

(1) 大型店の展開

(2) 整備工場の展開

(1) ブランド統合
と大型店化

(2) オウンドメディア
の充実

(1) 中古車EVへの
乗り換え推進

(2) 新車EVへの
乗り換え推進

IDOM Inc.

27

中期経営計画の位置づけは先ほどお話した、来たるモビリティ社会を見据えて、資本効率の向上と成長の両立を目指す取り組みを指します。

具体的は3つのテーマで取り組んでまいります。



顧客への
提供価値の拡大

より多くの顧客に安心・安全な中古車と
充実した付帯サービスやアフターサービスを提供

具体的な取り組み

(1) 大型店の展開

圧倒的な品揃えと充実した付帯サービスとともに
安心・安全な中古車を提供する大型店の展開

(2) 整備工場の展開

充実したアフターサービスを提供する
整備工場の展開

目標

5年間で
50店舗を出店し
大型店80店舗体制

大型店の店舗数

2022年現在

29 店

2027年
(5年後)

80 店

テーマ①の顧客への提供価値の拡大についての取り組みです。

1つ目は大型店の展開です。

圧倒的な品揃えと充実した付帯サービスと共に、安心、安全な中古車を提供する大型店を展開してまいります。

2つ目は整備工場の展開です。

充実したアフターサービスを提供する整備工場を展開してまいります。

5年間で50店舗を出店し、整備工場併設店を含め大型店80店舗体制を構築します。

大型店の特徴と概要

Gulliver



【主な特徴】

- ① 洗練された店舗デザイン
- ② 地域最大級の展示台数
- ③ エリア毎に最適化された価格と品揃え
- ④ 車選を楽しむための商談エリア

【大型店の概要】

敷地面積	2,500坪～	設備投資額	約2億円
展示台数	約300台	投資回収期間	約3年 (税引後CF、設備投資の回収)

IDOM Inc.

29

大型店の特徴と概要です。

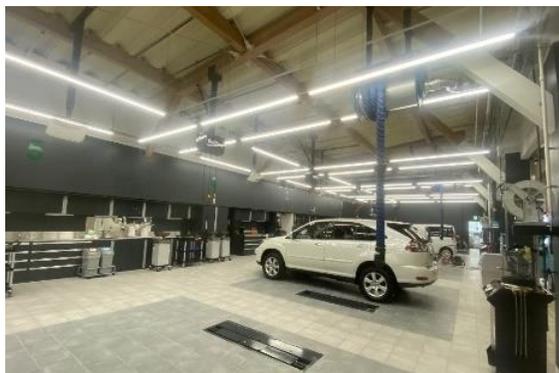
現在29店舗を展開しております。

2500坪以上の敷地面積で、地域最大級の展示台数を実現、車選を楽しんでいただける商談エリアなど、お客様が何度も訪れたいくなる店舗を目指しております。

投資額は約2億円、投資回収は約3年です。

整備工場の特徴と概要

Gulliver



【主な特徴】

- ① 最新設備を完備
- ② ガリバー店舗に併設
- ③ 洗練された外観デザイン
- ④ 整備状況が確認できる立ち合い整備
- ⑤ エリアによっては钣金工場併設

【整備工場の概要】

作業項目	車検、納車前整備	設備投資額	約2億円
整備工場数	8工場 うち2工場が指定工場取得済み 2022年3月31日時点	投資回収期間	約3年（税引後CF、設備投資の回収）

IDOM Inc.

30

こちらは大型店に併設される整備工場の特徴と概要です。

整備状況を確認しながら進められる立ち合い整備が可能で、最新設備を完備しております。

設備投資額は約2億円、投資回収期間は約3年を見込んでおります。

整備工場は、現在8工場展開しております。
うち2工場は指定工場です。

付帯サービスのラインナップ

Gulliver

ベースとなる提供サービス

中古車の小売



中古車小売に伴う付帯サービスの充実による収益の拡大の可能性

IDOM Inc.

31

中古車の小売に伴う付帯サービスのラインナップです。

大型店や整備工場の展開による小売台数の増加と共に付帯収益の拡大が見込めます。

ブランド戦略

Gulliverブランドの高い認知度を最大限活用した
収益性の向上

具体的な取り組み

(1) ブランド統合

Gulliverブランドへの集約により広告媒体に
依存しない顧客の増加

(2) オウンドメディア
の充実

自社サイトを經由した顧客の誘引

目標

収益率の向上

テーマ②のブランド戦略の具体的な取り組みについてです。

1つ目はブランドの統合です。
ガリバーブランドへの集約により、効率的な集客を行っていきます。

2つ目はオウンドメディアの充実です。
広告媒体に依存しない顧客の増加を目指します。

これにより自社サイトを經由した顧客を誘引することで、収益率の
向上を目指します。



持続可能な社会実現
への貢献

車の循環サイクルを促進させる事業モデルを強固にし
事業を通じて環境問題に貢献する

具体的な取り組み

(1) 中古車EVへの
乗り換え推進

中古車EV・HEVの市場相場に応じた価格での小売

(2) 新車EVへの
乗り換え推進

新車EV・HEVへの乗り換え促進による中古車流通の活性化

テーマ③の持続可能な社会実現への貢献についての具体的な取り組みについてです。

1つ目は中古車EVへの乗り換え促進です。
中古車EVを市場価格に応じた適正価格で小売をします。

2つ目は新車EVへの乗り換え促進です。
新車EVへの乗り換えを促進することで、中古車流通を活性化させます。

Sustainability and SDGs Action

5. サステナビリティ / SDGsへの取組み



IDOM Inc.

最後に当社のサステナビリティ及びSDGsの取組みについてご説明
します。

IDOMの企業理念

Growing Together

私たちは、豊かな未来のために、IDOMイズムの体現を通して、5つのステークホルダーと共に成長し続けることを目指します。

社会

お客様

5つの
ステークホルダー

社員

パートナー

株主

この取り組みは、創業来の企業理念に基づき行われてまいります。

その一環として、当社はサステナビリティ宣言を表明しております。

サステナビリティ宣言

IDOMは、創業来、「社会」、「お客様」、「社員」、「パートナー」、「株主」の5つのステークホルダーと共に成長することを目指す「Growing Together」という企業理念を掲げております。

この企業理念に基づいて、中古車流通ビジネスを通じ、「持続可能な社会の実現に貢献」することは、「IDOMの存在価値」そのものであると考えております。

中古車流通ビジネスの改革に果敢に挑戦し、「IDOMの存在価値」を高めることで、より一層「持続可能な社会の実現に貢献」してまいります。

これは、IDOMの存在価値は中古車流通ビジネスを通じた持続可能な社会実現への貢献そのものであるという考えのもと、より一層、その存在価値を高めていくという宣言です。



中古車流通の促進は環境配慮型の自動車の乗り換え促進に貢献します。

つまり、中古車を適正価格で買い取りすることで資産価値を維持することができます。
資産価値を維持することで、EVへの乗り換え資金となり、EVの促進をすることができます。

IDOMが存在価値を高め、より多くの中古車流通を実現することは、社会のカーボンニュートラルの達成に貢献します。



「気候関連財務情報開示タスクフォース
(TCFD)」提言への賛同

当社は、「気候変動問題」を自社事業に影響をもたらす重要課題の1つととらえ、「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言への賛同を表明いたします。

TCFD提言に基づき、「ガバナンス」「リスク管理」「戦略(リスクと機会の分析)」「指標と目標」に関する情報開示を引き続き行ってまいります。

※2022年5月開示予定

気候変動に関するTCFD提言に沿った情報開示も準備しており、来月に開示予定です。

SDGsのテーマと当社が取り組むテーマ



関連するSDGs	当社が取り組むテーマ
	<p>環境 (E)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中古車流通ビジネスを通じて、持続可能な社会実現に貢献 (IDOMの存在価値) ・ペーパーレス化の推進 (売買契約書の電子化、会議資料のオンライン共有による紙資源の削減等) ・直営店舗照明器具のLED化の推進 ・消費者ニーズに対応したハイブリッド車、EVなどの環境に配慮した車種の普及促進
	<p>社会 (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ダイバーシティの考え方に基づいて、従業員の健康・労働環境に配慮し、多様性の確保を推進 ・IDOMだから出来る事業を通じた社会貢献 <ul style="list-style-type: none"> ・医療従事者等への中古車の無償提供 (2020年) ・東日本大地震による被災者への中古車の無償提供 (2011年) ・中古車の売却・購入時の「ユニセフ支援ギフト」プロジェクトを実施中 (2011年～現在)

IDOM Inc.

39

サステナビリティ宣言に基づく、具体的な現在の取り組みとSDGsの開発目標との関連を示しております。

お客様満足度向上のための施策

商談、納車、アフターサービスの場面でお客様にLINEなどを活用してアンケートを実施

結果は店舗管理者や担当営業マンにタイムリーにフィードバックされ顧客満足度向上のための取り組みに活用

CS表彰制度

お客様満足度アンケートの結果が、基準以上かつ、不満が基準以下だった場合に表彰される制度を継続して実施



こちらは、CSの取り組みです。
特に重要視している指標はお客様満足度のなかでもお客様が当社を知人友人にすすめしたいと思う推奨度という指標です。

推奨度は商談、納車、アフターサービスの場面でお客様にアンケートを実施することで判明し、結果は店舗管理者や営業担当にタイムリーにフィードバックされ、推奨度向上の取り組みに活用されます。また、アンケート結果が一定基準以上たった場合には表彰する制度を設けております。

ダイバーシティの考え方

IDOMは、性別、国籍、年齢、勤続年数、障害の有無などの属性に関わらず、従業員それぞれの能力を十分に発揮し、活躍できる環境を構築しております。

また、従業員の自己成長、自己研鑽のために、様々な制度・研修を設けております。

今後も、従業員の人権を尊重しつつ、従業員が様々な挑戦ができる仕組みを積極的に創造していく考えです。

多様性の確保は、環境整備や人材育成に注力することによって、自ずとなされていくものと考えております。したがって、現時点では、多様性確保のための数値目標を定めておりません。

当社は、従業員の多様性確保のためのダイバーシティの考え方を表明しております。

ダイバーシティの考え方に基づく環境整備や人材育成のための取組み

育児支援

性別を問わない育児休業の取得促進

労働時間圧縮

公休日数の増加の取り組みなどを通じた総労働時間の短縮

女性支援

全女性社員の活躍支援のための「さくらプロジェクト」を2008年から運営

働き方

働き方改革推進による在宅勤務を含めた能力を最大限発揮できる環境の構築

成長支援

さらなる自己成長を目指すことを目的として、自ら異動申請することが可能な「チャレンジ申請制度」

研修制度

職種、役職、経験に応じた「テーマ別人材育成研修制度」

能力開発

自らの能力開発を目的として参加可能な「能力開発サポート講座」

資格制度

定性的、定量的評価による店長登用のための「店長資格試験制度」

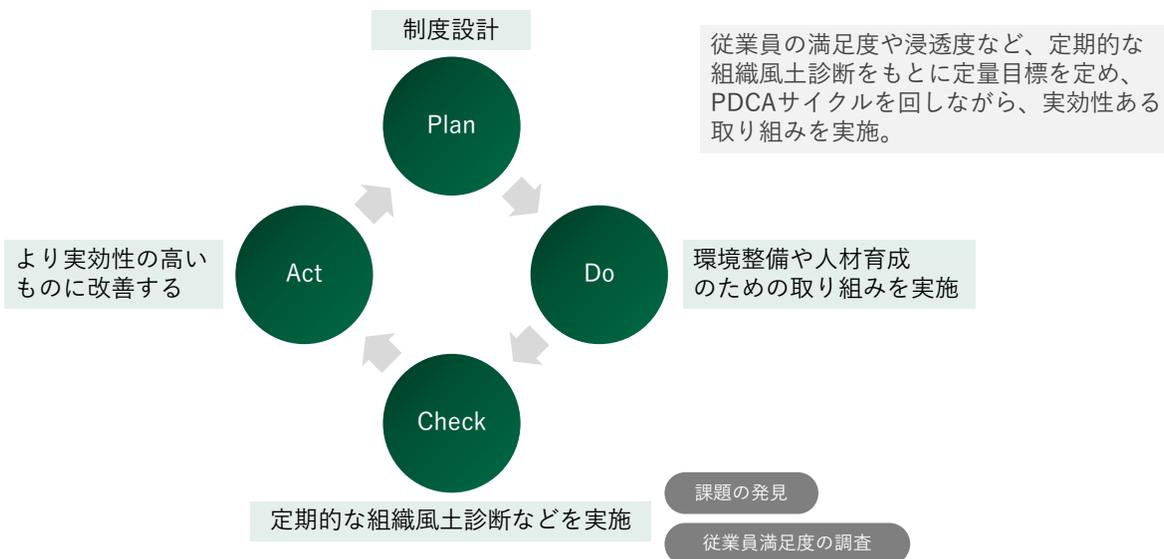
経営者育成

経営者として店舗経営に挑むプロ店長制度「ストアプロ制度」

ダイバーシティの考え方に基づく取組み例です。

ダイバーシティの考え方に基づく取組み体制

Gulliver



IDOM Inc.

43

従業員の満足度や施策浸透度など、定量的な測定が難しい取組みについても定期的な組織風土診断をもとに定量目標を定め、実効性のある取組みを実施しております。

来たるモビリティ社会を見据えて

Gulliver

NEXT GENERATION MOBILITY CHALLENGE

更なる挑戦の始まり

IDOMは循環型の中古車流通ビジネスを追求してきました。それは、常に社会や消費者マインドの変化に対応してきたとも言えます。社会や顧客が求める価値とは何かを追求し、提供を続けてきました。

来たるモビリティ社会においてもこうした考えや取り組みに変わりはありません。

モビリティ社会における提供価値の創出を常に追求し、サービス・コンテンツの開発を継続しています。

IDOMの更なる挑戦が始まります。

44

来たるモビリティ社会を見据えて、入念に準備してきました。
いよいよ、中期経営計画がスタートします。

企業理念からなる普遍的な提供価値を追求する姿勢は創業から現在まで、全く変わることなく、継続してまいりました。
こうした姿勢や想いが、こらからの変化に対しても、対応することができる大変重要な原動力になると考えております。

今後も社名のIDOM（イドム）を体現すべく、挑戦を続けてまいります。
今後もよろしくお願い申し上げます。